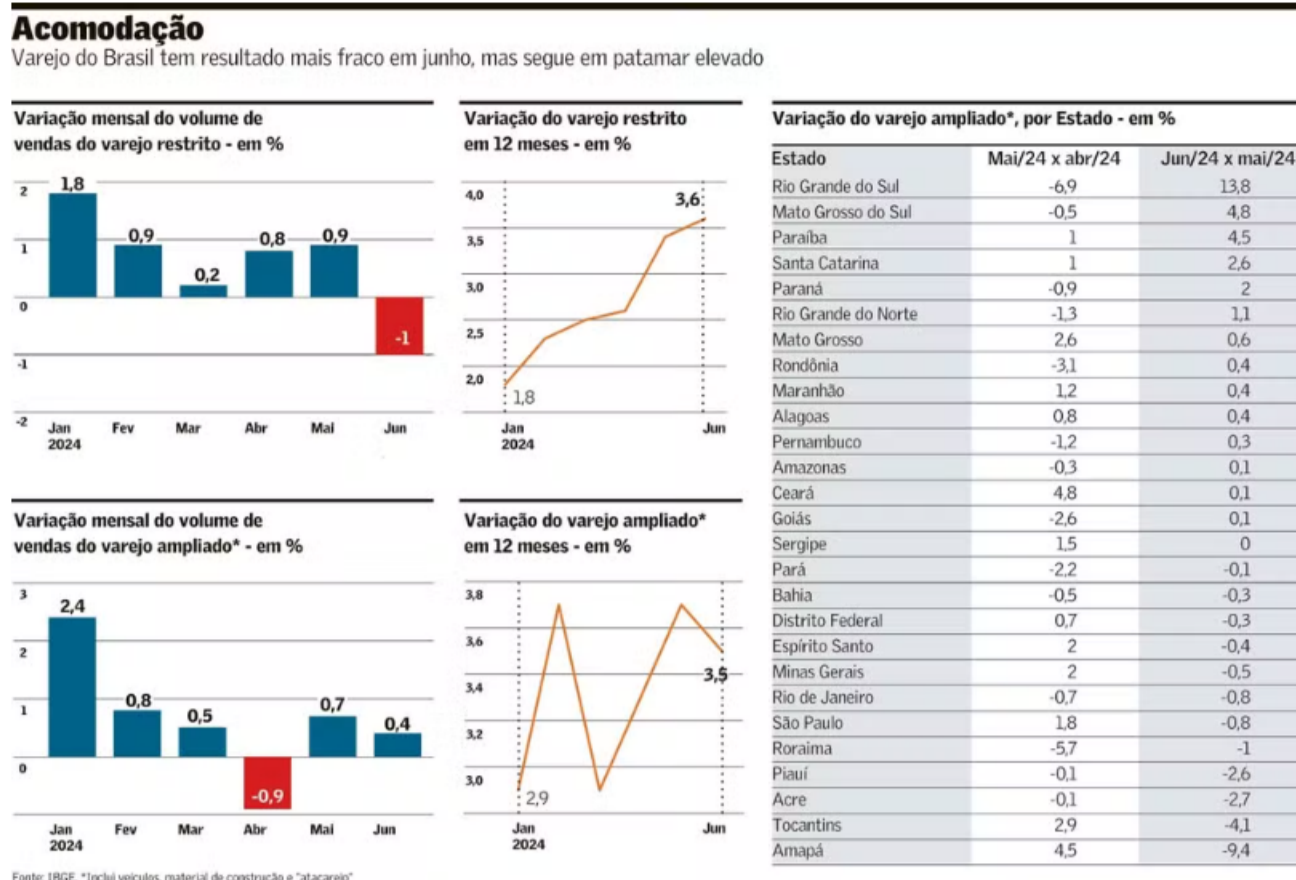


# Cenário de acomodação no varejo ganha força após queda em junho

Vendas no conceito restrito recuaram 1% em junho, ante expectativa de estabilidade

Por Anaís Fernandes e Alessandra Saraiva — De São Paulo e do Rio

15/08/2024 05h02 · Atualizado há 7 horas



O resultado do varejo brasileiro em junho veio abaixo do projetado pelos economistas, que já esperavam números mais fracos do que nos últimos meses. Os dados reforçaram a perspectiva de que o segundo semestre será de acomodação no setor. As informações não alteraram, porém, as avaliações de que o Produto Interno Bruto (PIB) do segundo trimestre será forte e o varejo fechará 2024 com alta.

O volume de vendas do varejo restrito recuou 1% em junho, ante maio, quando subiu 0,9%, divulgou ontem o IBGE. A retração de junho foi a primeira queda mensal do ano. O desempenho também foi pior do que a mediana das projeções do Valor Data, que indicava estabilidade. Em relação a junho de 2023, o varejo restrito subiu 4% e, em 12 meses, avança 3,6%.

O volume de vendas do varejo ampliado - que inclui veículos, material de construção e atacarejo e é mais relevante para estimativas de PIB - subiu apenas 0,4% em junho, ante maio, abaixo da mediana de 1,3% do Valor Data. Em relação a junho de 2023, a alta foi de 2% e, em 12 meses, de 3,5%.

“Não é um resultado que mostre tendência negativa para o varejo. É mais uma acomodação”, diz Isabela Tavares, economista da Tendências Consultoria.

A base comparativa muito alta, com o varejo restrito, por exemplo, atingindo patamar recorde em maio, ajuda a explicar a queda em junho, segundo economistas. “De qualquer forma, o nível do varejo é bom”, afirma a Kínitro Capital em relatório.

Economistas destacam o equilíbrio entre taxas positivas e negativas, já que quatro das oito atividades pesquisadas no varejo restrito recuaram entre maio e junho. Registraram queda hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-2,1%), outros artigos de uso pessoal e doméstico (-1,8%), tecidos, vestuário e calçados (-0,9%) e livros, jornais, revistas e papeleria (-0,3%).

“Já esperávamos que alguns segmentos fossem devolver, por causa da base de comparação alta, como supermercados”, diz Tavares.

Segundo Cristiano Santos, gerente da Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), do IBGE, as quedas ainda podem ser explicadas pelos aumentos nos preços. “Apesar de o índice geral da inflação ter diminuído em junho, o principal fator inflacionário naquele mês foi a alimentação no domicílio.”

Por outro lado, registraram alta combustíveis e lubrificantes (0,6%), equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (1,2%), artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (1,8%) e móveis e eletrodomésticos (2,6%).

No varejo ampliado, houve altas ainda de 3,9% em veículos, motos, partes e peças e de 4,8% em material de construção. “Isso, em parte, está atrelado ao Rio Grande do Sul, à reconstrução das casas, recompra dos bens perdidos. É um movimento que ajudou os bens duráveis”, diz Tavares, mencionando também o efeito pós-enchente para a alta dos eletrodomésticos.

## “Varejo deve experimentar momento de recalibragem”

— Geórgia Veloso

Ela nota que, no varejo ampliado, o Rio Grande do Sul foi o Estado com o maior crescimento em junho, de 13,8% ante maio, quando caiu 6,9% em meio a enchentes.

“Vemos sinais de recuperação. O aquecimento do varejo no Rio Grande do Sul era esperado por causa da reestruturação e da atuação do governo **via** crédito, que trazem efeitos positivos mais rápidos aos segmentos-chave, o que pode causar essas variações mais expressivas”, diz Geórgia Veloso, economista do Instituto Brasileiro de Economia (FGV Ibre).

Com o resultado de junho, o varejo restrito subiu 1,5% no segundo trimestre, e o ampliado, 0,3%. “O segundo trimestre mostrou um ritmo um pouco mais lento do que no primeiro, mas ainda é um bom dinamismo”, diz Tavares.

A “herança estatística” para o terceiro trimestre está em -0,3% no restrito e em +0,5% no ampliado.

A partir do segundo semestre, como já antecipou o mês de junho, o varejo brasileiro deve experimentar um momento de “recalibragem”, diz Veloso. “Tem a inflação um pouco persistente, a questão do dólar, que ainda é incerta, e a possibilidade de um novo aperto monetário por parte do Banco Central. São fatores que acabam influenciando um pouco a decisão de compra dos consumidores e trazendo impactos para o varejo.”

A expectativa da Tendências para o segundo semestre também é que o varejo mantenha níveis mais “acomodados”.

“Os volumes continuam altos, principalmente por causa do bom desempenho do mercado de trabalho, com renda e ocupação aquecidos. Mas a gente não prevê que o varejo volte a mostrar um crescimento tão forte na margem como teve até maio”, diz Tavares.