

Inflação de alimentos pesa e compromete desempenho de vendas do varejo em maio

Em mês com eventos importantes, como Dia das Mães e véspera de Copa, crescimento fica em 0,1%

Por **Marcelo Osakabe** e **Alessandra Saraiva** — De São Paulo

17/07/2026 05h00 - Atualizado 17/07/2026 08h54



Isabela Tavares: "Resultado do varejo restrito foi puxado sobretudo pela parte alimentícia de supermercados; é um grupo que sofreu bastante" — Foto: Silvia Zamboni/Valor

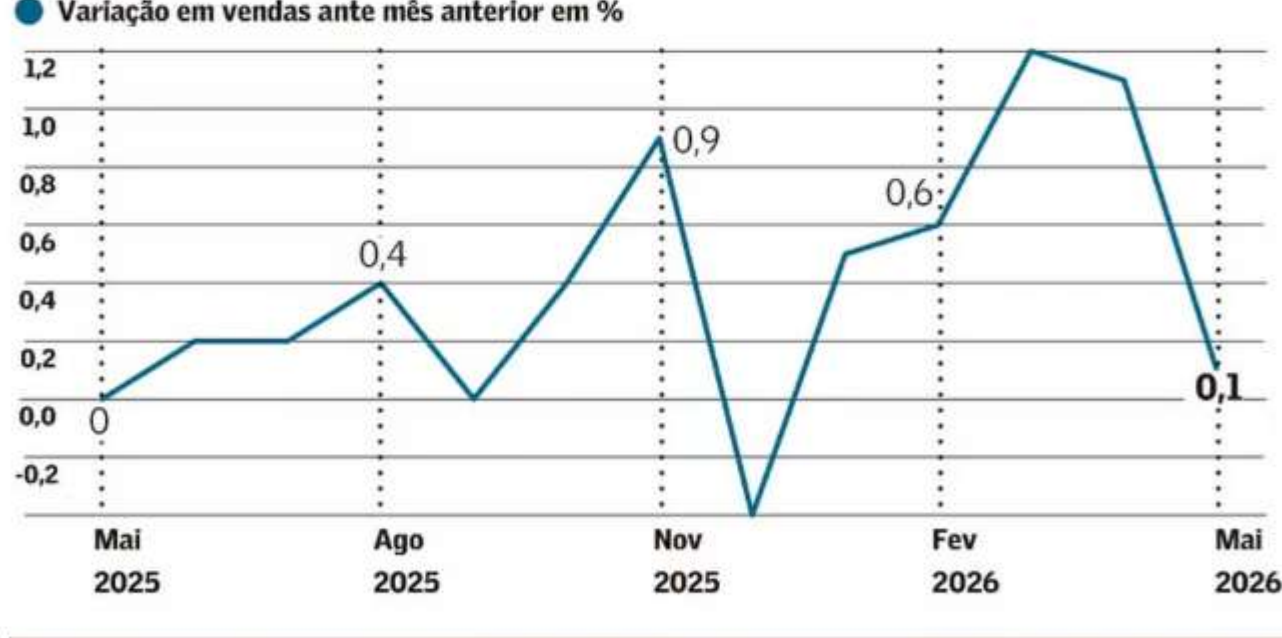
A inflação dos alimentos pesou no bolso do brasileiro e comprometeu o desempenho do varejo em maio, levando o setor a contrariar expectativas de alta e andar praticamente de lado em um mês com eventos importantes como o Dia das Mães e os preparativos para a Copa do Mundo.

De acordo com a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), o volume de vendas no varejo restrito subiu 0,1% em maio, ante abril, na série com ajuste sazonal. O resultado de maio ante abril ficou abaixo do intervalo das projeções colhidas pelo Valor Data, que figuravam entre 0,2% e 1,3%, com mediana de 0,7%. Dessa forma, o setor não se recupera da queda registrada em abril ante março, quando contraiu 1,6% (dado revisado após divulgação de queda de 1,5%).

Das oito atividades pesquisadas no varejo restrito, sete apresentaram alguma melhora. A venda de combustíveis e lubrificantes se recuperou parcialmente da contração de 5,9% e subiu 1,1%, enquanto tecidos, vestuário e calçados passaram de estabilidade para alta de 3,1%. Móveis e eletrodomésticos (de -1% para 2,7%), artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (de -0,1% para 1,4%), livros, jornais, revistas e papelaria (de 4% para 15,2%), equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (de -4,3% para -1,7%), e outros artigos de uso pessoal e doméstico (de -5% para -0,3%) completam a lista.

Vendas tímidas no varejo em maio

Comércio teve alta de apenas 0,1% ante abril



Hipermercados em queda em maio

Setor é o de maior peso no resultado de varejo nacional

Atividades	Variação no volume de vendas em maio ante abril em %
Combustíveis e lubrificantes	1,1
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,5
Tecidos, vestuário e calçados	3,1
Móveis e eletrodomésticos	2,7
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	1,4
Livros, jornais, revistas e papelaria	15,2
Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação	-1,7
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,3
Comércio restrito	0,1

Fonte: IBGE

Grupo de peso pequeno na PMC - entre 0,2% e 0,3% do indicador -, as vendas de livros, jornais, revistas e papelaria subiram 15,2% em maio ante abril, ajudada sobretudo pela venda de álbuns e figurinhas da Copa do Mundo, explicou Cristiano Santos, gerente da pesquisa.

“Podemos ver que as vendas nessa atividade foram muito maiores que a média geral do comércio. E se compararmos com igual mês do ano passado, a magnitude das vendas foi até maior”, completou.

O único setor que registrou queda é também o mais importante: com peso de 54% no índice, Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, contraíram 1,5% na passagem de abril a maio.

No varejo ampliado, o volume de vendas caiu 0,2% na passagem entre abril e maio, já descontados os efeitos sazonais. Este resultado também veio abaixo da piso das projeções colhidas pelo Valor Data, que iam de 0,4% a 2,3%. O grupo automóveis, motos, partes e peças registrou alta de 1,8%, ao passo que material de construção subiu 2,1%.

“O resultado do varejo restrito foi puxado sobretudo pela parte alimentícia de supermercados. É um grupo que sofreu bastante em linha com a alta de inflação de alimentos”, diz Isabela Tavares, economista da Tendências Consultoria.

Do lado positivo, ela destaca a performance de itens que são beneficiados pela Copa do Mundo, como móveis, eletrodomésticos, vestuário e até livros - por causa das vendas do álbum da Copa, algo que deve aparecer também em junho.

O desempenho de veículos e de material de construção também foi positivo, recuperando quedas recentes apoiado por programas do governo como o Carro Sustentável, o Move Brasil e o Reforma Casa Brasil (linha de crédito do Minha Casa, Minha Vida).

“

Resultado mostra perda de espaço no orçamento das famílias; elas estão pressionadas pelo alto endividamento”

— Rodolpho Tobler

No caso de supermercados e hipermercados, o pior desempenho em quase dois anos tem outras explicações, como o fechamento de lojas e a seletividade do consumidor sobre as prioridades no mês, diz Santos, do IBGE. “Principalmente em escolher comprar um televisor do que ter concentração de consumo em bens mais ofertados em hipermercados e supermercados”, afirmou.

Rodolpho Tobler, economista do Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getulio Vargas (FGV Ibre), lembra que o setor de supermercados e hipermercados historicamente não apresenta grandes variações. “Esse resultado mostra perda de espaço no orçamento das famílias. Ainda que o mercado de trabalho esteja aquecido e com ganhos de renda, elas estão pressionadas pelo alto endividamento, juros altos e inflação de alimentos e saltos de preços dos combustíveis, o que reduz o apetite do consumo.”

Em sua avaliação, a oscilação do desempenho dos vários ramos do varejo, bem como resultados mais fracos que o esperado dos serviços, é um “retrato claro” da desaceleração do ritmo de atividade brasileira após o bom desempenho do primeiro trimestre.

“É o caso de combustíveis, que subiram em março no que pareceu ser uma antecipação do consumo por causa da guerra, caiu em abril e agora voltou a subir”, diz.

Olhando adiante, Tobler espera continuidade desse movimento, mas vê riscos para ambos os lados. Do lado altista, a chance de a inflação ceder mais que o esperado - como visto nos dados de junho, e permitir novos cortes de juros pelo Banco Central. Do lado baixista, o risco de recrudesimento do conflito sobre o estreito de Ormuz, o que elevaria novamente o preço dos combustíveis.

Apesar de mais fraco que o esperado, o dado não desencadeou revisões mais amplas de cenário. A Tendências manteve expectativa de alta de aproximadamente 1% o varejo restrito na variação interanual para o segundo trimestre, após avanço de 2,4% nos primeiros três meses do ano, e projeta alta de 1,6% para 2026. O indicador de alta frequência para o PIB do segundo trimestre da XP, por sua vez, recuou de 2,02% para 1,97% na comparação com igual período de 2025. A estimativa para o PIB no ano fechado, por sua vez, se manteve em 2,0%.

“Os dados de atividade trazem, no trimestre, três dinâmicas bem marcadas: indústria acelerando, serviços de lado e varejo em contração. Em conjunto, tais informações não mudam a nossa avaliação quanto ao crescimento do PIB: seguimos projetando expansão de 2,0% em 2026 e de 1,3% em 2027”, afirma a BRCG em relatório a clientes.