

Comércio & Serviços em dados

O balanço de 2023



instituto

Propague stone



Sumário executivo

Esta é a edição de estreia do relatório **Comércio e Serviços em Dados** que, a partir de 2024, trará análises trimestrais sobre a evolução do comércio varejista e dos serviços no país, acompanhando os demais relatórios dessa série, que conta, ainda, com análises sobre o mercado de pagamentos e sobre o mercado de crédito¹. Nesta primeira edição do Comércio e Serviços em Dados trazemos, excepcionalmente, uma análise agregada dos resultados do ano passado, a fim de promover um *overview* do setor em 2023.

Nesse sentido, **o resultado geral do PIB nacional foi positivo, com um crescimento anual de 2,9%**. Especificamente, **o comércio varejista registrou, no ano, um crescimento de 0,6% e o setor de serviços fechou 2023 com uma alta de 2,4%**. Do lado da demanda, um dos principais impulsionadores do PIB foi o **aumento anual de 3,1% na despesa de consumo das famílias**.

Do lado da oferta se destaca o **crescimento expressivo do setor agropecuário (+15% em 2023)**, muito em função do recorde de safra registrado no primeiro semestre do ano. Tal crescimento também impactou positivamente o setor de serviços, em especial o de transporte, que desempenhou um papel crucial no escoamento da safra recorde, e registrou um crescimento de 1,5% em 2023, segundo a PMS, do IBGE. **A maior alta no setor de serviços, entretanto, foi em serviços prestados às famílias (+4,7%**

em 2023), que voltaram a operar acima do nível observado antes da pandemia de Covid-19 pela primeira vez em quase quatro anos (+2,2%, dez/23 vs fev/20).

Segundo dados da PMC, do IBGE, o comércio varejista, que apresentou um crescimento bem mais modesto que o setor de serviços, teve como **destaque os segmentos mais sustentados pela renda, como hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (+3,7%) e artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (+4,7%)**. Já segmentos mais relacionados ao crédito encontraram obstáculos para avançar, como o modesto crescimento registrado pelo segmento de *móveis e eletrodomésticos* (+1%).

Destaca-se, ainda, que **o último trimestre de 2023 registrou queda do comprometimento da renda das famílias com serviço da dívida, bem como da inadimplência, além de aumento do índice de confiança do consumidor**, fechando, assim, o ano com expectativas positivas para 2024. Entretanto, segundo o Índice Stone Varejo, importante métrica que acompanha a atividade do comércio varejista do país e tem como uma de suas vantagens uma frequência de divulgação mais rápida que a da PMC, 2024 registrou um início fraco para o comércio varejista no país, que parece seguir enfrentando dificuldades para sustentar um longo período positivo de aumento de vendas.

1. Para todas as edições anteriores dos relatórios “Em Dados”, e outras análises, ver: <https://institutopropague.org/tag/analises/>

Vendas no Comércio Varejista e Serviços

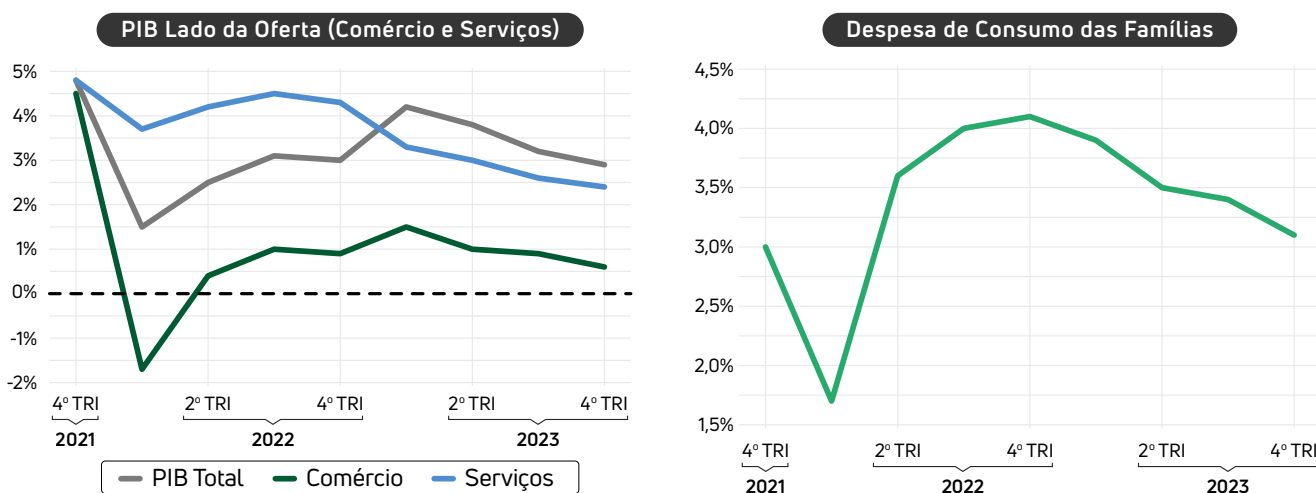
Puxado pela despesa de consumo das famílias brasileiras, 2023 se encerrou de forma positiva, porém tímida, para a atividade no comércio varejista e na prestação de serviços no Brasil, mesmo após um claro arrefecimento ao longo do segundo semestre. De forma geral, ambos setores foram puxados pelo aumento de renda da população brasileira ao longo do ano, após o arrefecimento da política monetária promovida pelo Banco Central (queda da taxa Selic de 13,75% a.a. em jan/23 para 11,75% a.a. em dez/23), além do aumento das transferências de renda direta por parte do governo, do aumento real do salário mínimo e do ótimo desempenho do mercado de trabalho, que encerrou o ano com uma taxa de 7,8% de desemprego, a menor desde 2014. Ademais, contribuiu para o cenário positivo do consumo das famílias em 2023 o arrefecimento inflacionário, em especial o de alimentos e para a população mais pobre de forma geral².

A **Figura 1** ilustra a trajetória do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, bem como do comércio varejista e da prestação de serviços³, em particular (gráfico à esquerda), juntamente com o crescimento da despesa de consumo das famílias (gráfico à direita). Observamos que, em comparação com 2022, o PIB cresceu aproximadamente 2,9%

em 2023, enquanto a despesa de consumo das famílias aumentou 3,1% no mesmo período, destacando-se como um dos principais impulsionadores do crescimento do PIB por meio da demanda.

Em relação à oferta, a atividade de serviços no país registrou um crescimento de 2,4% em 2023 em comparação com 2022, enquanto a atividade do comércio varejista cresceu 0,6% no mesmo período. O descompasso entre os setores de serviços, de forma geral, e varejo, em particular, pode ser explicado pela contribuição significativa da Agropecuária para o crescimento do PIB por meio da oferta. A Agropecuária expandiu cerca de 15% em 2023, principalmente devido à safra recorde de grãos no primeiro trimestre do ano. O transporte de mercadorias, parte integrante da atividade de serviços, desempenhou um papel crucial no escoamento dessa safra recorde, resultando em um forte aumento na atividade de transporte e impulsionando, por consequência, o setor de serviços como um todo em 2023. Esse fenômeno representa uma interconexão entre esses setores econômicos. Com o diferente dinamismo entre os diversos setores do varejo e da atividade de serviços no país, faz sentido olharmos separadamente para cada um deles.

Figura 1: Crescimento Acumulado no Ano do PIB Lado da Oferta e da Despesa de Consumo das Famílias



Crescimento acumulado no ano em relação ao mesmo período do ano anterior. Série dessazonalizada. | Fonte: IBGE

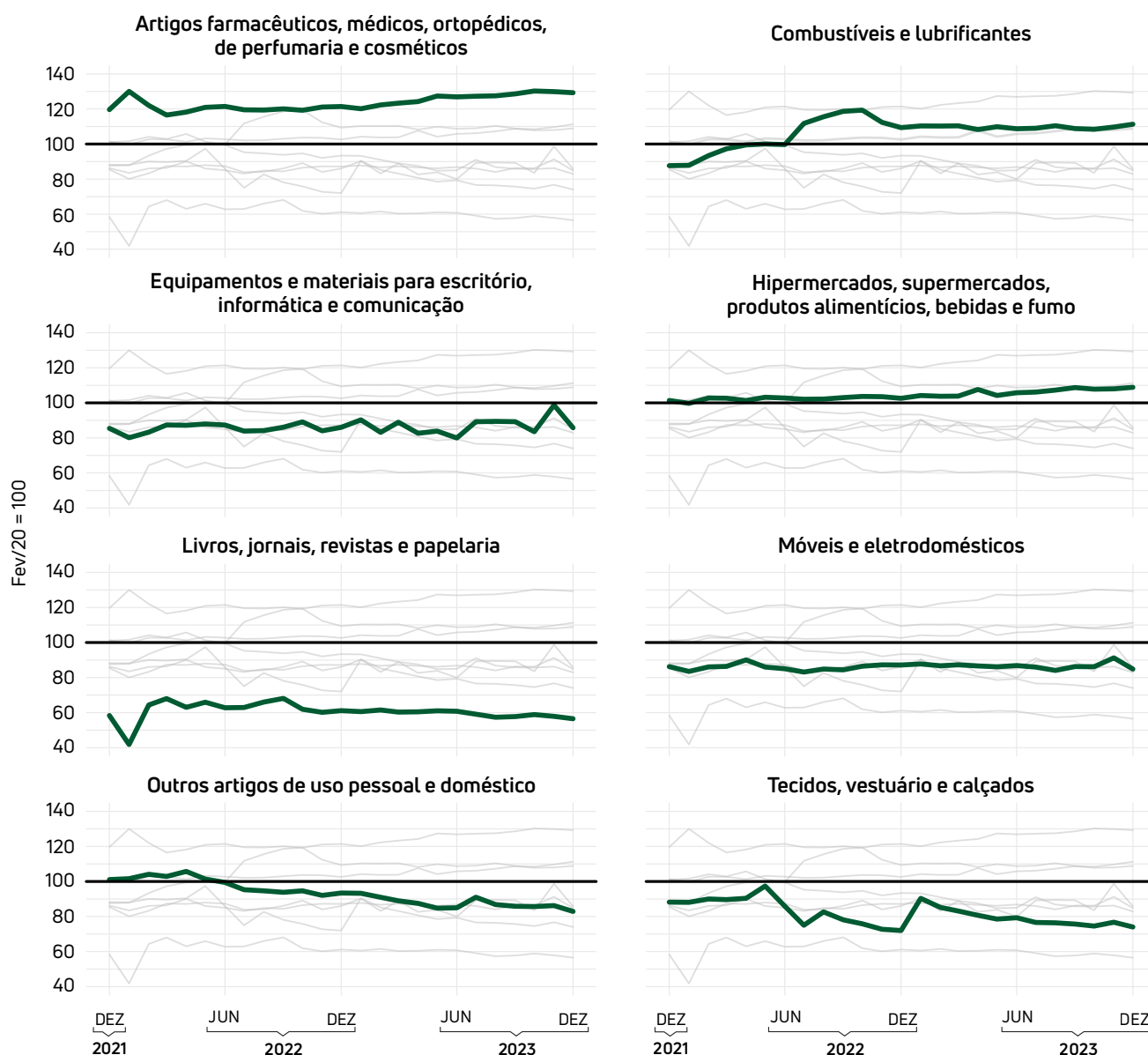
2. Segundo dados do IPEA, até nov/23, a inflação para a parcela da população com renda alta foi de 6,22%, ao passo que para a de renda muito baixa foi de 3,27%. O fator que mais contribuiu para esse contraste foi um arrefecimento inflacionário mais forte em bens, em especial na alimentação no domicílio do que em serviços.

3. A atividade do comércio varejista está inclusa dentro de serviços na divulgação do PIB pelo IBGE.

A **Figura 2** aponta para a evolução, segundo a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) divulgada pelo IBGE, no volume de vendas do comércio varejista restrito⁴ pelos seus diferentes setores. Os maiores destaques positivos em 2023 foram os segmentos de *hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (3,7%), *combustíveis e lubrificantes* (3,9%) e *artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (4,7%), sustentados pela renda, enquanto outros que dependem mais do crédito encontraram obs-

táculos para avançar: *móveis e eletrodomésticos* (1%), *outros artigos de uso pessoal e domésticos* (-10,9%) – que reúne as lojas de departamentos, que sofreram as consequências da crise nas Lojas Americanas – e *tecidos, vestuários e calçados* (-4,6%). Nos segmentos que fazem parte do varejo ampliado⁵ tivemos dois grandes destaques em 2023, um positivo, as vendas de *veículos e motos, partes e peças*, com alta de 8,1% e um negativo, *material de construção*, que teve queda de 1,9% das vendas.

Figura 2: Volume de Vendas no Comércio Varejista, por setores



4. Inclui os seguintes segmentos: *Artigos Farmacêuticos, Médicos, Ortopédicos, Perfumaria e Cosméticos; Combustíveis e Lubrificantes; Equipamentos e Material para Escritório, Informática e Comunicação; Livros, Jornais, Revistas e Papelaria; Móveis e Eletrodomésticos; Outros Artigos de Uso Pessoal e Doméstico; Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo; e Vestuário e Calçados.*

5. Inclui todos os segmentos do varejo restrito com a adição de *Material de Construção, Veículos e motos, partes e peça e Atacarejo.*

Ao final de 2023, cinco de dez segmentos do varejo ampliado operavam, em patamar abaixo de fev/20, que é o marco do pré-pandemia: *tecidos, vestuário e calçados* (-26% vs fev/20), *livros, jornais, revistas e papelaria* (-43,5%), *outros artigos de uso pessoal e doméstico* (-17,1%), *móveis e eletrodomésticos* (-15,2%) e *equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (-14,2%). Por outro lado, a atividade de *artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* é a que se encontra em melhor situação neste aspecto, com patamar 29,3% superior ao do pré-pandemia. Em segunda posição, vêm *combustíveis e lubrificantes* (11,3%), seguidos por *hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (8,9%), *material de construção* (2,9%), e *veículos, motocicletas, partes e peças* (0,5%).



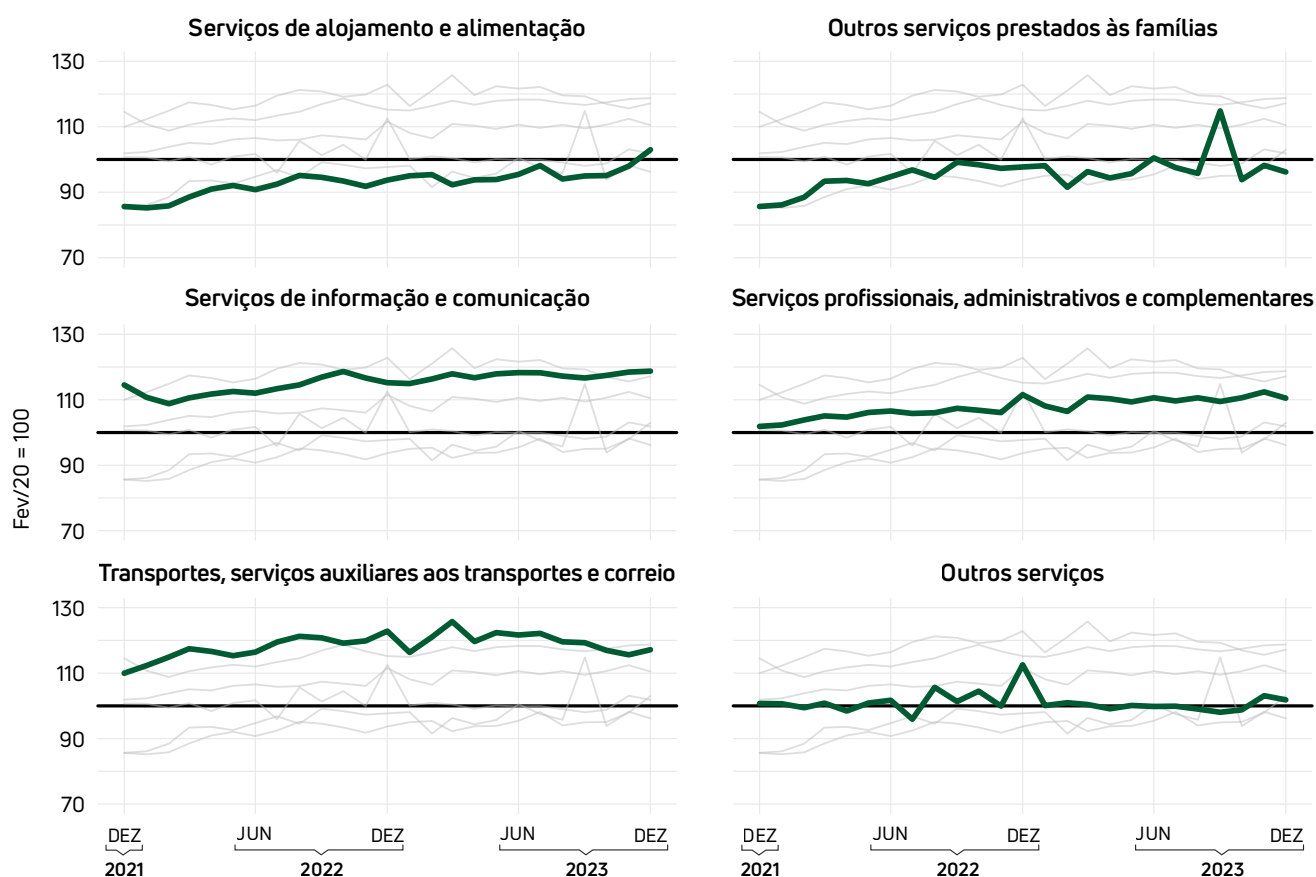
De forma geral, o varejo fechou 2023 sem sinais de aceleração, porém com alta de 1,7% no ano, sendo maior que a de 2022 (1%; vs 2021). Tal resultado foi essencialmente puxado pelo segmento de *hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com 1,7 ponto percentual de impacto e também favorecido por outros segmentos mais dependentes de renda (impulsionados pelas transferências de renda direta, pelo aumento real do salário mínimo e pelo arrefecimento inflacionário), como o de *artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*. Por outro lado, os segmentos mais dependentes de crédito “andaram de lado” em 2023 (devido ao patamar bastante restritivo do juros real no país). Para 2024, o prospecto é mais positivo para o varejo brasileiro do que foi em 2023, pois devemos ter a continuidade do arrefecimento da política monetária promovido pelo Banco Central. Além disso, os cortes na taxa básica de juros já feitos em 2023 devem passar a ter “efeito completo” sobre a economia apenas em 2024 (devido à defasagem dos efeitos da política monetária no “mundo real”). Assim, espera-se que os segmentos mais dependentes de crédito, que sofreram em 2023, passem a ter melhores resultados, “destravando” as vendas do comércio varejista no país. Porém, para que o varejo tenha um ano melhor em 2024 do que em 2023, de fato, dependerá de mais fatores, como a manutenção da melhora no quadro inflacionário e a continuidade das boas condições do mercado de trabalho.

A **Figura 3**, por sua vez, apresenta o volume de vendas do segmento de serviços nos mais diversos setores acompanhados pela pesquisa mensal de serviços (PMS), divulgada pelo IBGE. Quatro, entre as cinco atividades acompanhadas pela PMS, apresentaram alta em 2023 (vs 2022). O segmento de *outros serviços* (que reúne atividades auxiliares a serviços financeiros, atividades imobiliárias e esgoto e gestão de resíduos, entre outras) foi o único a apresentar resultado negativo, com recuo de 1,8% em 2023. Por outro lado, os serviços prestados às famílias tiveram a maior alta: 4,7% em 2023. Além disso, outro destaque do ano de 2023 foi o segmento de *transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio*,

com alta de 1,5% em 2023, bastante influenciado pela safra recorde da agropecuária brasileira, principalmente ao longo do 1º semestre do ano passado.

Talvez o mais importante resultado do setor em 2023 tenha sido o fato de que, pela primeira vez em quase quatro anos, os serviços prestados às famílias voltaram a operar acima do nível observado antes da pandemia de Covid-19 (em dez/23, estava +2,2% na comparação com fev/20). Apenas entre nov/23 e dez/23, o segmento cresceu 6,8%, puxado principalmente pelas atividades de alojamento (+ 7,7% vs 2022) e de alimentação (+ 4,2% vs 2022).

Figura 3: Volume de Vendas em Serviços, por setores



Volume de vendas ajustado sazonalmente. | Fonte: IBGE

Vimos que, nos primeiros momentos da crise sanitária, com as famílias impedidas de consumir serviços por causa da imposição de distanciamento social e com a possibilidade de poupar algum dinheiro, as compras se voltaram para a aquisição de móveis e eletroeletrônicos ou para a reforma da casa, por exemplo. Conforme a vacinação e a reabertura da economia avançavam, tivemos essa volta ao consumo de serviços por parte das famílias, consolidando finalmente o retorno, ao final de 2023, aos patamares de consumo de fev/20.

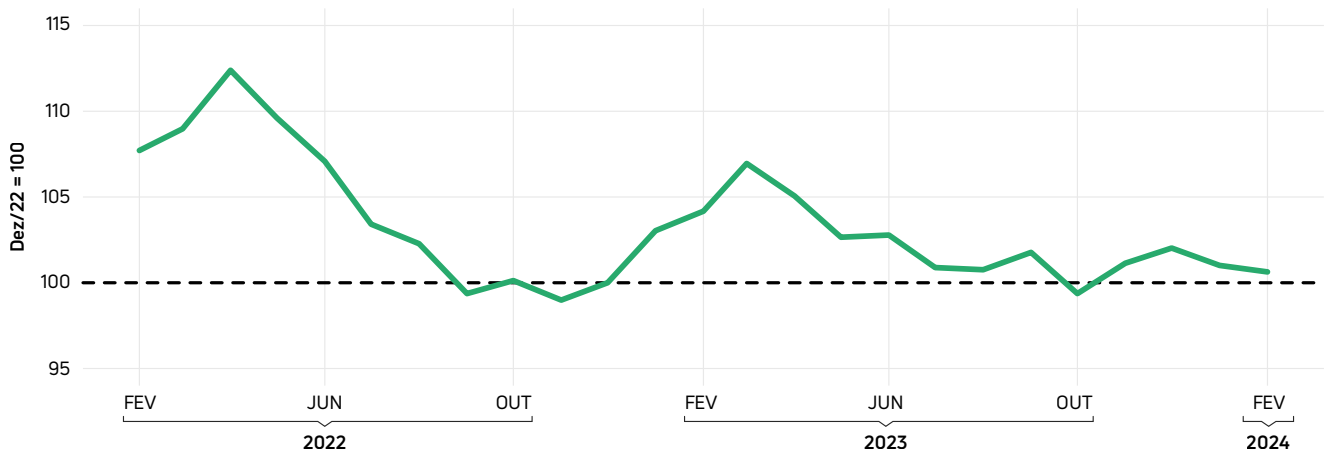
Assim, o resultado bastante positivo dos segmentos de alojamento e de alimentação em 2023 foram puxados pela finalização deste movimento de “volta plena”, após o período da pandemia, e o consequente retorno ao “consumo presencial” em restaurantes e também do turismo de forma geral, além da diminuição da prática do trabalho remoto, tendência que contribui com ambos segmentos. Anteriormente, com a pandemia e pedidos em aplicativos, a maior parte desta demanda estava alocada no segmento de serviços profissionais.

Para 2024, a evolução do setor depende das condições macroeconômicas e da confiança do consumidor. O crescimento importante dos serviços em nov/23 e dez/23 mostra que o setor tem espaço para crescer, mesmo após o fim dos impulsos provenientes da demanda reprimida por serviços durante a pandemia da Covid-19. De forma geral, o bom momento do mercado de trabalho, com redução na taxa de desemprego, o aumento real do salário mínimo, a diminuição das dívidas das famílias e até mesmo o pagamento de precatórios esperado para o início de 2024 devem contribuir para um bom desempe-

nho da economia de serviços ao longo de 2024.

Apesar das boas perspectivas apresentadas para o setor de varejo em 2024, o Índice Stone de Varejo⁶, importante métrica que acompanha a atividade do comércio varejista do país e tem como uma de suas vantagens uma frequência de divulgação mais rápida que a da PMC, aponta um início de 2024 fraco para a atividade varejista no país. A **Figura 4** aponta os resultados do Índice até fevereiro de 2024, ou seja, dois meses à frente da atual divulgação da PMC por parte do IBGE.

Figura 4: Índice Stone Varejo (Sazonalmente Ajustado)



Inclui os segmentos de *Material de Construção, Combustíveis e Veículos e Peças*. Por padrão, o setor de *Combustíveis* é incluído no índice restrito do IBGE. No entanto, dado as limitações de nossa base, e seguindo o exemplo dos indicadores de outros países, optamos por excluí-lo.
Fonte: Stone Co.

Vemos que, nos dados mais recentes, de fev/24, o comércio varejista registrou queda de 4,1% do volume de vendas no comparativo anual em fevereiro, seguindo a tendência observada em janeiro, que apresentou queda de 2,1%. No comparativo mensal sazonalmente ajustado, o índice também apresentou queda do volume de vendas, de 0,3%. Esses resultados indicam manutenção da tendência de baixa também observada em janeiro pelo Índice Stone Varejo e as baixas quedas mensais apontam que, embora a queda anual tenha se ampliado, os níveis de fevereiro seguem em linha com os de janeiro. O diagnóstico de retração também

se observa nas análises setoriais e regionais, o que evidencia um cenário de queda generalizada do volume de vendas no mês do Carnaval. Inclusive, os resultados, como um todo, podem estar relacionados aos efeitos do Carnaval, que, como outros feriados não comerciais, tende a provocar um efeito negativo no comércio varejista⁸. Portanto, o Índice Stone Varejo aponta que o comércio varejista segue enfrentando dificuldades para sustentar um período positivo de aumento de vendas, mesmo com uma melhora no cenário macroeconômico, o que frustra expectativas de um início positivo para 2024.

6. A StoneCo é uma provedora líder em tecnologia financeira e soluções de software que empodera empreendedores na gestão e na expansão de seus negócios para que realizem suas vendas em múltiplos canais de maneira integrada e sem atrito. Esse propósito coloca a Companhia em contato direto com milhões de comerciantes de diversos portes e segmentos em todo o território nacional, capturando dados que auxiliam na avaliação do desenvolvimento econômico do país. Foi com esse objetivo que desenvolvemos o Índice de Atividade Econômica Stone Varejo, calculado com dados públicos da Receita Federal e dados transacionais de cartão dos clientes do grupo StoneCo. Ele apresenta correlação acima de 90% com a PMC/IBGE a nível nacional.

7. O relatório completo do Índice Stone Varejo para fevereiro de 2024 pode ser visto [aqui](#).

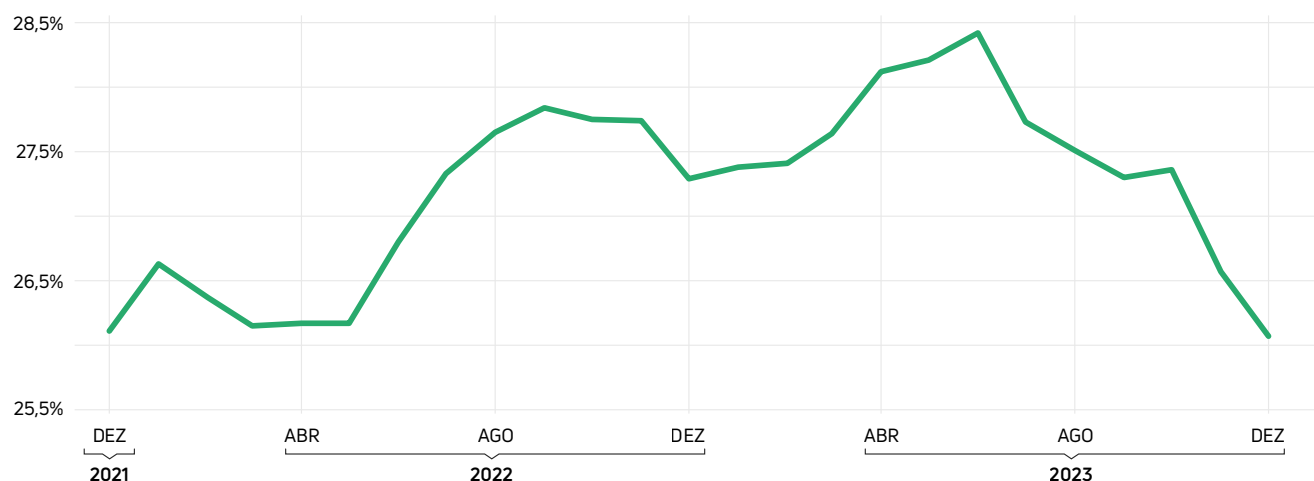
8. Vale notar, no entanto, que outros setores não contemplados pelo indicador (como segmentos do setor de serviços) não são, necessariamente, afetados de forma negativa por feriados desse tipo. Há casos em que feriados como o Carnaval podem, inclusive, impactar positivamente esses segmentos.

Ao longo dos últimos relatórios sobre a evolução das vendas em serviço e varejo no país, temos acompanhado que uma das principais razões para a desaceleração da atividade no comércio varejista e nos serviços prestados no segundo semestre de 2023 foi a condição macroeconômica adversa. Porém, o ponto mais crítico desse cenário negativo parece ter ficado para trás, especialmente após o início do processo de afrouxamento da Política Monetária pelo Banco Central em ago/23. Este movimento tende a beneficiar as vendas no varejo e nos serviços, proporcionando um alívio no orçamento das famílias e impulsionando o consumo, além de, como citado anteriormente, impulsionar os segmentos do varejo brasileiro mais dependentes do mercado de crédito. No entanto, é importante notar que a maioria dos efeitos positivos sobre esses setores será percebida apenas a partir de 2024, conforme os impactos deste arrefecimento monetário se consolidam. Esse é, inclusive, o principal motivo do porquê espera-se que a atividade varejista e em serviços no Brasil seja mais positiva em 2024 do que foi em 2023.

A **Figura 5** destaca um dos aspectos que mais tem pesado no bolso do consumidor brasileiro ao longo dos últimos meses, dificultando uma maior propensão ao consumo: boa parte da renda das famílias brasileiras está comprometida diretamente com o pagamento de juros e amortização de dívidas, com esse sendo um dos melhores indicadores para monitorar o quadro de aperto monetário no país. Porém, sob um olhar positivo, vemos uma recente e expressiva melhora nos dados tanto de inadimplência quanto de comprometimento da renda, puxados pela queda recente na taxa de juros, além de um possível efeito do programa “Desenrola”, que ajudou famílias brasileiras a negociarem suas dívidas em termos mais vantajosos.



Figura 5: Comprometimento da Renda das Famílias com Serviço da Dívida



Com ajuste sazonal.
O comprometimento de renda considera tanto pagamento de juros quanto de amortização.
Fonte: Banco Central.

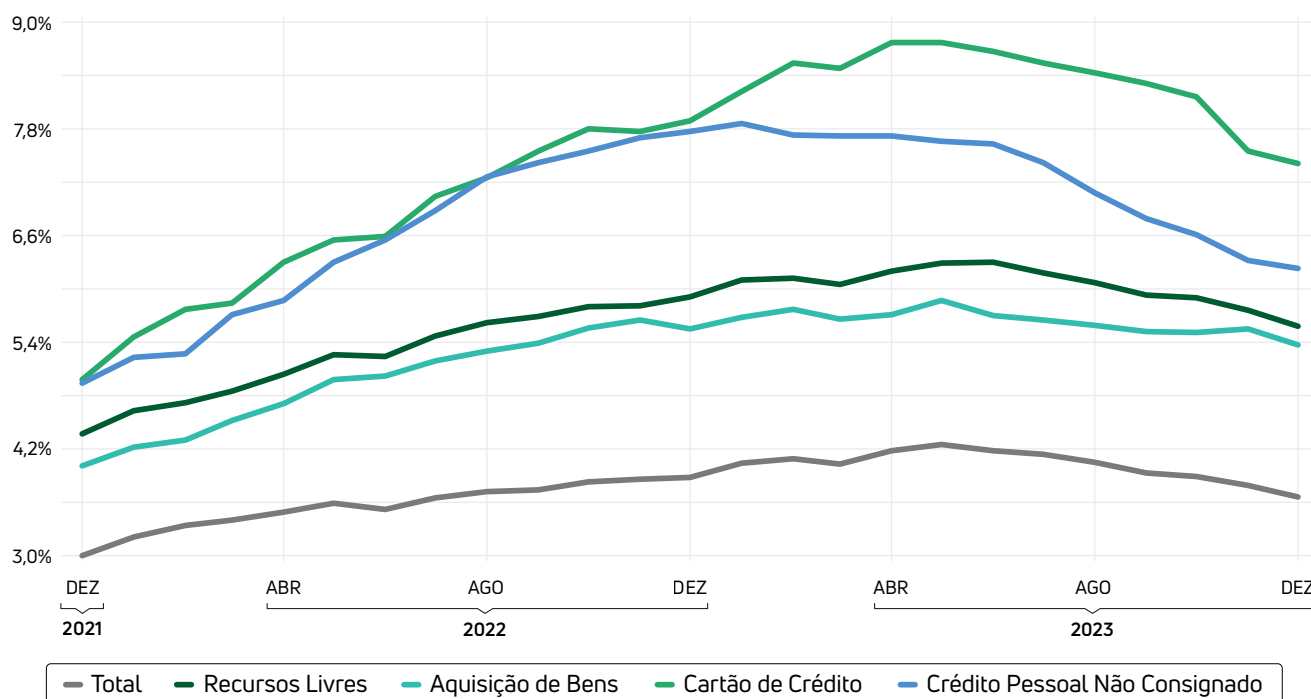
Após estabilizar e até mesmo diminuir ligeiramente no segundo semestre de 2022, esse indicador de comprometimento de renda voltou a subir nos primeiros seis meses de 2023. No entanto, o segundo semestre de 2023 trouxe um alívio significativo nessa métrica. Entre jun/23 e dez/23, a parcela da renda destinada ao pagamento das obrigações financeiras das famílias brasileiras caiu cerca de 2,4 p.p., atingindo 26,1% de todos os ganhos familiares direcionados a pagamentos de empréstimos. Esse é o menor nível registrado desde out/21 e apresenta uma melhoria importante nas condições de endividamento das famílias brasileiras.

Em comparação com dez/22, dez/23 também mostrou um alívio na métrica, com uma redução de 1,2 p.p. É importante ressaltar que o programa "Desenrola", lançado pelo Governo Federal com o objetivo de melhorar o cenário de endividamento das famílias, pode ter contribuído significativamente para essa mudança de tendência na métrica; inclusive pode ter tido um impacto maior do que aquele advindo do alívio na política monetária conduzida pelo Banco Central, uma vez que os efeitos de qualquer mudança na taxa de juros

básica do país, a Selic, geralmente levam alguns meses para serem percebidos na prática. Espera-se que esses efeitos sejam mais evidentes ao longo de 2024.

Nesse mesmo contexto da capacidade das famílias brasileiras de honrar seus compromissos com empréstimos contratados, a **Figura 6** apresenta a evolução da inadimplência⁹ no mercado de crédito para pessoas físicas, em diferentes modalidades. De forma geral, a impressão que fica ao olharmos para os dados é a de que o "pior momento passou", ou seja, a subida da inadimplência no mercado de crédito das pessoas físicas, uma das consequências diretas do recente aumento do comprometimento de renda das famílias parece já ter atingido seu pico, com uma perspectiva mais positiva para 2024, principalmente devido à queda destacada do comprometimento de renda e da esperada continuidade do processo de arrefecimento da política monetária por parte do Banco Central¹⁰. Vemos, por exemplo, que a inadimplência para pessoas físicas caiu, entre maio/23 e dez/23, cerca de 0,6 p.p, chegando ao patamar de aproximadamente 3,66% da carteira de crédito PF no país dada como inadimplente.

Figura 6: Inadimplência de Pessoas Físicas



Apenas créditos para pessoas físicas.

Fonte: Banco Central.

9. Segundo a definição do Banco Central, uma carteira de crédito é considerada inadimplente quando está há pelo menos 90 dias sem pagamentos.

10. Segundo o último relatório Focus, boletim do Banco Central que monitora as expectativas dos principais agentes do mercado financeiro, a expectativa mediana para o valor final da Selic, a taxa básica de juros do país, em 2024 está em 9% a.a., ou seja, uma queda de 2,25 p.p. dos atuais 11,25% a.a.

Olhando especificamente a taxa de inadimplência entre pessoas físicas para empréstimos livres (sem destinação específica), vemos que a inadimplência atingiu 5,6% em dez/23, uma queda de 0,72 p.p. desde seu pico no ano passado, em jun/23. No segmento de empréstimos para Aquisição de Bens, fundamental para o setor de varejo de produtos duráveis, a taxa de inadimplência alcançou cerca de 5,4% em dez/23, também representando uma melhora marginal na comparação com jun/23, de queda de 0,33 p.p. Já o Crédito Pessoal Não Consignado, também essencial para o consumo de bens e serviços de maiores valores agregados, teve uma queda mais representativa no mesmo período, de 1,4 p.p., chegando ao patamar de 6,23% de inadimplência em dez/23. Já a modalidade de Cartão de Crédito, principal meio de pagamento do país, viu sua inadimplência cair cerca de 1,3 p.p. ao longo do segundo semestre de 2023, chegando ao valor de 7,4% de carteira inadimplente em dez/23.

De toda maneira, mesmo com a recente melhora significativa nas métricas de inadimplência, sugerindo que o ponto mais crítico possa ter sido superado, especialmente considerando o contínuo processo de relaxamento da política monetária, os níveis de risco e comprometimento de renda das famílias permanecem consideravelmente altos. Isso afetou negativamente o desem-

penho do varejo e dos serviços prestados no país ao longo dos últimos meses e espera-se que o quadro da atividade econômica nesses setores melhores com a continuidade deste processo de melhora no mercado de crédito no país.

Portanto, vemos que o ano de 2023, apesar de registrar um importante arrefecimento ao longo do segundo semestre, terminou com crescimentos positivos na atividade econômica do varejo e serviços brasileiros. Em especial, destaque para a volta das vendas nos serviços de alojamento e alimentação aos patamares pré-pandêmicos pela primeira vez. Para 2024, espera-se um cenário ainda mais positivo do consumo das famílias (que já foi um dos destaques do PIB em 2023), impulsionado pela já visível melhora no mercado de crédito do país (principalmente no que tange a métrica de comprometimento de renda das famílias com pagamento de amortização e juros das dívidas), mas também pela continuidade do processo de arrefecimento monetário promovido pelo Banco Central, que não só continuará a aliviar o mercado de crédito no país com cortes futuros esperados na taxa básica de juros, como também os cortes já realizados ao longo de 2023 terão efeito completo apenas no primeiro semestre de 2024, dado a demora dos efeitos de mudanças na política monetária sobre a atividade econômica.



11. Correspondem aos contratos de financiamentos e empréstimos com taxas de juros livremente pactuadas entre instituições financeiras e mutuários (taxas de mercado). Nas operações livres, as instituições financeiras têm autonomia sobre a destinação dos recursos captados no mercado. Em set/23, a carteira de recursos livres representava cerca de 55,3% do total da carteira para pessoas físicas no país.

12. Financiamentos para compra de bens (veículos / outros bens) destinados à manutenção ou ao aumento da capacidade produtiva das pessoas jurídicas contratantes, configurando-se como investimento, ou ao consumo das pessoas físicas contratantes. No caso de veículos, o contrato deve conter cláusula de alienação fiduciária, com o bem financiado constituindo a garantia da operação. Os financiamentos de veículos destinados à formação de estoques comerciais não são classificados nesta modalidade.

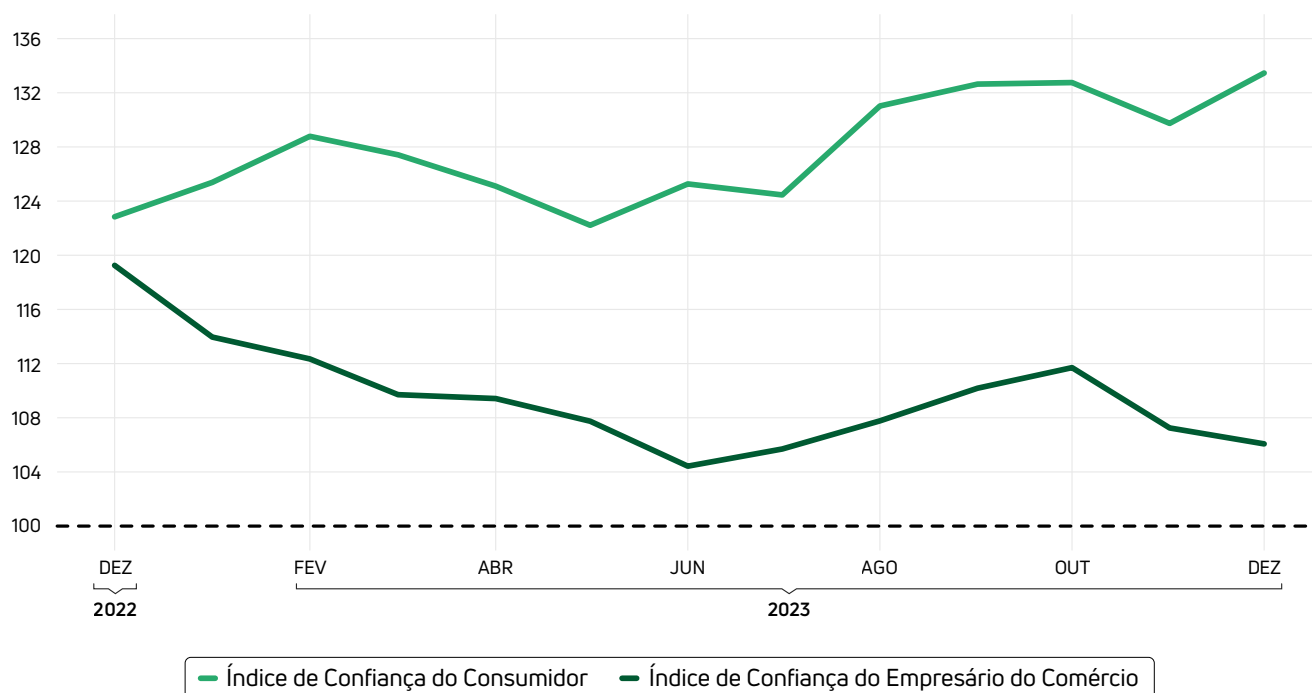
A **Figura 7** apresenta as atualizações dos níveis de confiança tanto do empresariado quanto dos consumidores no setor comercial até dezembro de 2023. O destaque principal ao analisar essas métricas, especialmente no último trimestre de 2023, é a divergência de tendências entre a confiança dos empresários e dos consumidores brasileiros.

Após uma retomada durante o terceiro trimestre de 2023, a confiança dos empresários voltou a cair no último período daquele ano, registrando uma queda de 3,7% entre setembro e dezembro de 2023. Especificamente, observamos uma deterioração significativa no subíndice "Índice das Condições Atuais do Empresário do Comércio", que diminuiu 9,1% ao longo do quarto trimestre de 2023. Isso pode ser um reflexo direto da percepção do empresariado em relação ao abrandamento econômico no segundo semestre de 2023, que impactou a atividade no comércio varejista, resultando em um final de ano sem grandes impulsos,

apesar do crescimento positivo e das perspectivas favoráveis para 2024.

Por outro lado, a **Figura 7** indica que a confiança do consumidor continuou a sua trajetória de melhoria contínua, que começou no final de 2022: houve um aumento de 0,6% entre setembro e dezembro de 2023, totalizando um acréscimo de 8,6% desde dezembro de 2022. Isso se deve, em grande parte, ao crescimento do "Índice das Condições Econômicas Atuais", que registrou um aumento de cerca de 36,7% entre dezembro de 2022 e dezembro de 2023. Como mencionado anteriormente, fatores como a resiliência do mercado de trabalho, os programas de apoio financeiro do governo federal, o aumento real do salário mínimo e a redução do comprometimento da renda das famílias têm desempenhado um papel fundamental na melhoria das perspectivas e parecem ser os principais impulsionadores por trás dessa recente e importante elevação do patamar de confiança dos consumidores.

Figura 7: Confiança do Consumidor e do Empresário do Comércio



100 é considerado 'valor neutro de expectativa'.
Fonte: FecomercioSP.

Conclusão

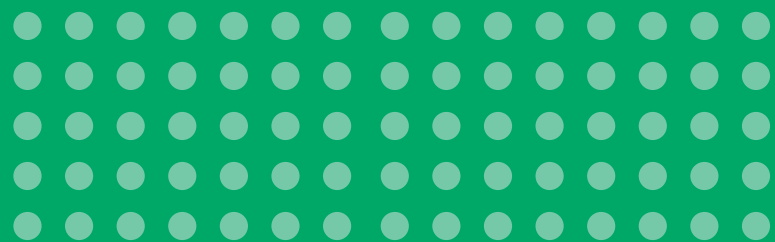
Neste relatório, em que apresentamos uma visão geral do comércio varejista e de serviços no Brasil ao longo de 2023, mostramos que a atividade econômica no país terminou o ano com um resultado positivo, um crescimento anual de 2,9%, mesmo enfrentando um claro arrefecimento no segundo semestre.

Do ponto de vista da demanda, a despesa de consumo das famílias se mostrou um forte motor, com um aumento de 3,1% em 2023. Esse resultado foi bastante impulsionado pelo aumento de renda da população brasileira ao longo do ano, com o arrefecimento da política monetária; o aumento das transferências de renda direta por parte do governo; o aumento real do salário mínimo; a menor taxa de desemprego desde 2014 (7,8%); e o arrefecimento inflacionário em 2023, especialmente sobre alimentos e para a população de renda muito baixa. Esse cenário, somado aos possíveis efeitos do programa “Desenrola”, que ajudou famílias brasileiras a negociarem suas dívidas em termos mais vantajosos, fez com que 2023 fechasse com queda do comprometimento da renda das famílias com serviço da dívida, bem como da inadimplência, além de aumento do índice de confiança do consumidor. Assim,

espera-se que esses resultados tenham efeitos positivos sobre o desempenho do consumo das famílias ao longo de 2024.

Do ponto de vista da oferta, os resultados sugerem um pouco mais de cautela. Em 2023, o setor de comércio varejista registrou um modesto crescimento de 0,6%, enquanto o setor de serviços registrou crescimento de 2,4%, muito impulsionado pela sua interconexão com o setor agropecuário (que registrou um crescimento anual de 15% e safra recorde), sobretudo com relação a transporte de mercadorias, parte integrante da atividade de serviços. Já o resultado do comércio varejista foi muito sustentado pelos segmentos mais dependentes da renda, enquanto os mais dependentes do crédito enfrentaram um cenário menos favorável. No setor varejista, apesar do último trimestre positivo em 2023, segundo o Índice Stone Varejo, que oferece uma frequência de divulgação mais rápida que a da PMC, os primeiros meses de 2024 mostraram um fraco desempenho do varejo. Ainda é muito cedo para cravar uma tendência de queda para o ano, mas acende um alerta pois o setor parece seguir enfrentando dificuldades para sustentar longos períodos positivos de aumento do volume de vendas.





Diagramação:
Gabriel Madeira

Conteúdo:
Morgana Tolentino
Guilherme Vergara
Rômulo Carvalho

Mais informações: contato@institutopropague.org



instituto

Propague

stone