



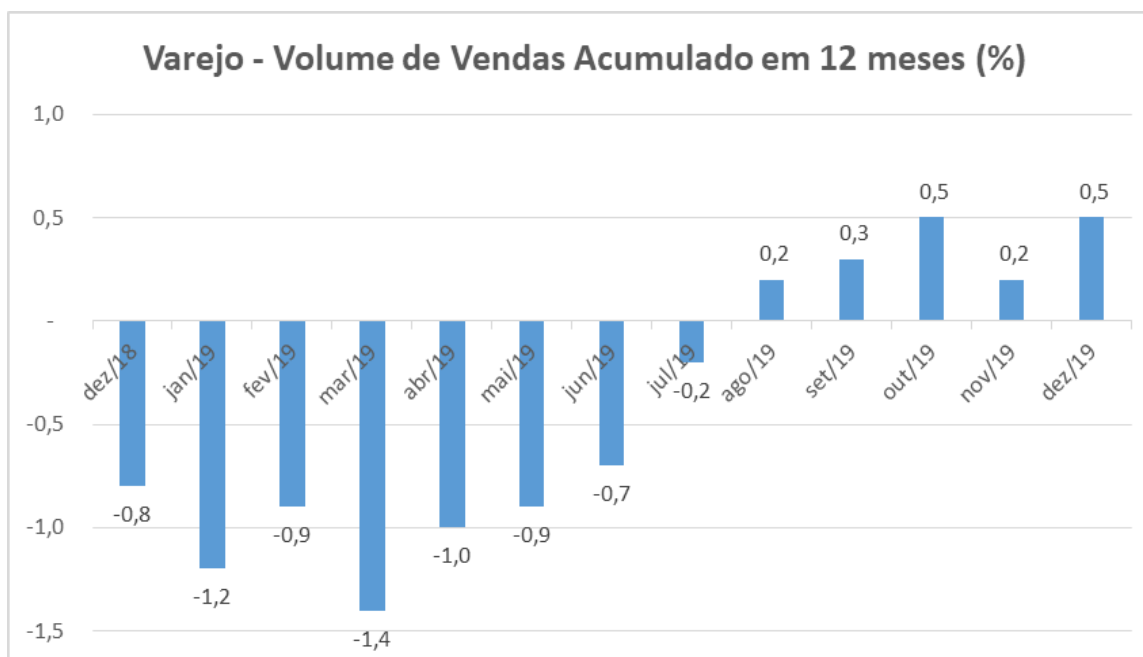
# Análise Mensal-PMC Dezembro | 2019

## Antecipação das compras em novembro derruba vendas de final de ano

Segundo a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do IBGE, o volume das vendas do Varejo pernambucano, voltou a mostrar variação negativa em dezembro, caindo -0,2%. Este é um dos piores resultados para o indicador nos meses de dezembro desde a criação da série no ano 2000, além de mostrar uma variação mais acentuada do que em meses anteriores. O valor é bem abaixo do nacional e freia o cenário de retomada das vendas no último trimestre do ano, que poderia ter se fortalecido em um ano sem eleição.

É importante destacar que o movimento de antecipação das vendas incorporado pela população após a importação da Black Friday é um dos principais motivos para a queda tão acentuada no último mês do ano. O período vem gerando uma adesão e um faturamento cada vez maior, confirmando que a data já foi integrada ao calendário de consumo dos brasileiros. A festividade tem como principal característica promoções agressivas, com altos percentuais de descontos, o que acabou contribuindo para a queda da inflação em novembro.

Gráfico 1



Vale ressaltar que é relevante o retorno do debate sobre a criação de uma data que possua expressividade semelhante a data americana, retirando o planejamento do varejo em relação a promoções do mês de novembro e transferindo para meses de renovação dos estoques e mais propícios a concessão de descontos. É importante frisar que a menor adesão dos lojistas a Black Friday deve ser feita de maneira gradual, já que é preciso aguardar que a população assimile a nova data e a consolide em seu calendário, deslocando os esforços do varejo de maneira progressiva. O volume de vendas de dezembro vem mostrando recuo nos últimos cinco anos, com única exceção em 2016 quando o volume cresceu modestos 0,7%.

As condições acabam afetando principalmente os estabelecimentos menores, que não possuem margem para reduzir os preços mostrando-se menos atrativos em relação às promoções, além disso, o período é de elevação do poder de compras, o que acaba deixando a concorrência dos menores em relação aos maiores ainda mais crítica, criando dificuldades em um período em que o comerciante menor tinha maiores chances de alavancar as suas vendas.

Já o Varejo Ampliado pernambucano, setor que agrega todos os índices do Varejo mais as atividades de “Veículos, motocicletas, partes e peças” e “Material de construção”, mostrou desempenho menos deteriorado que o Restrito no comparativo mês, caindo -2,0%. As vendas ligadas ao setor de veículos conseguiram salvar o comércio, influenciado principalmente pelo maior acesso ao crédito das famílias, segurando a taxa geral na zona positiva. Nos demais indicadores, como o mensal e no acumulado do ano, o Ampliado também superou o Restrito, crescendo 2,4% e 1,7%, respectivamente.

Já no indicador mensal, mês atual em relação ao mesmo mês do ano anterior, o Varejo pernambucano mostrou queda após dois meses consecutivos de alta, recuando -0,3%, ante crescimento 1,8% e 1,0% de outubro e novembro, respectivamente. A taxa geral foi puxada pelo fraco desempenho das vendas dos “hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumos” que recuou -2,3% e na composição geral da taxa possui o maior peso, em torno de 39%. Desta forma, pequenas variações negativas ou positivas contribuem de maneira significativa para o valor final. Outros dois segmentos que mostraram quedas expressivas, foram “Tecidos, vestuários e calçados” e “Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação”, com quedas de -5,8% e -26,4%, respectivamente.

Ambos com impactos em relação ao comportamento de antecipação das compras criado principalmente após a entrada da Black Friday no calendário de consumo brasileiro. O setor com o desempenho mais positivo foi o de “Livros, jornais, revistas e papelaria”, que por partir de uma base muito negativa tem mais facilidade ter variações positivas com modestos crescimentos nas vendas. Lembrando que o crescimento pode estar sendo motivado também pela antecipação das compras de material escolar, com as famílias mais treinadas e valorizando mais a renda, tentando escapar assim da alta sazonal dos preços dos principais itens demandados pelas escolas.

No acumulado do ano as vendas do Varejo Restrito pernambucano apresentou desaceleração forte, com a taxa saindo de 4,7% em 2018 para -0,8% em 2019. Os principais responsáveis pelo recuo foram as quedas nas vendas dos segmentos de “Combustíveis e lubrificantes”, “Tecidos, vestuários e calçados”, “Móveis e eletrodomésticos” e “Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação”. Ambos os setores impactados em especial pela greve dos caminhoneiros, copa do mundo e eleições. Além de um mercado de trabalho pernambucano ainda muito deteriorado, sendo um dos principais entraves para a recuperação da economia e do desempenho do comércio. A taxa de desemprego do Estado mostrou modesta melhora em relação ao último trimestre de 2018, assim como a geração de vagas formais, mesmo voltando a ficar positiva após três anos de queda. A expectativa para 2019 é de que o volume apresente recuperação em relação a 2018, visto que as projeções para indicadores de crédito, emprego, renda, investimento e inflação se encontram mais propício a um cenário positivo.

#### EXPEDIENTE FECOMÉRCIO-PE

Presidente: Bernardo Peixoto  
Economista: Rafael Ramos  
Designer Gráfico: Nilo Monteiro

---

#### EXPEDIENTE CEPLAN-PE

Osmil Galindo | Economista  
Ademilson Saraiva | Economista  
Roberto Alves | Estatístico  
Jorge Jatobá | Economista  
Tania Bacelar | Economista

Avenida Visconde de Suassuna, nº265,  
Santo Amaro, Recife-PE | CEP 50050-540  
Tel.: (81) 3231-5393 / 3231-6175  
[www.fecomercio-pe.com.br](http://www.fecomercio-pe.com.br)

