

Veículo: Jornal do Commercio

Editoria: Economia

Tipo notícia: Reportagem

Página: A1-A5

Data de publicação: 17/09/2026

Origem da notícia: Iniciativa da mídia

Categorias: Assunto de interesse

Valoração: R\$ 31.021,87

FIEAM **SESI** **SENAI** **IEL**

Comércio do AM mantém alta, mas acumula queda



As vendas do comércio do Amazonas ganharam mais fôlego em julho. Sem datas comemorativas, o varejo restrito avançou 0,7% diante de junho, que teve dois úteis a menos. Foi o segundo mês seguido de alta e o quarto melhor placar do país, embora o desempenho tenha sido mais baixo que o anterior (+2,8%). No confronto com julho de 2025, também foi registrado um avanço de 0,7%, suficiente apenas para anular o recuo de junho (-0,7%). O impulso não conseguiu tirar os acumulados de 2026 (-0,3%) e dos 12 meses (-0,5%) do campo negativo e das últimas posições do ranking nacional. Desta vez, o varejo ampliado, que inclui bens de maior valor agregado e dependentes de crédito, se moveu. Já o comércio brasileiro retrocedeu 0,8% na variação mensal, sendo puxado para baixo por cinco de suas oito atividades.

Varejo do Amazonas avança 0,7%

Alta em julho foi a segunda consecutiva, mas acumulados do ano e de 12 meses seguem negativos. As vendas do comércio do Amazonas ganharam mais fôlego em julho. Sem datas comemorativas, o varejo restrito avançou 0,7% diante de junho, que teve dois dias úteis a menos. Foi o segundo mês seguido de alta e o quarto melhor placar do país, embora o desempenho tenha sido mais baixo que o anterior (+2,8%). No confronto com julho de 2025, também foi registrado um avanço de 0,7%, suficiente apenas para anular o recuo de junho (-0,7%). O impulso não conseguiu tirar os acumulados de 2026 (-0,3%) e dos 12 meses (-0,5%) do campo negativo e das últimas posições do ranking nacional. Desta vez, o varejo ampliado, que inclui bens de maior valor agregado e dependentes de crédito, se moveu. Já o comércio brasileiro retrocedeu 0,8% na variação mensal, sendo puxado para baixo por cinco de suas oito atividades, especialmente a divisão de "móveis e eletrodomésticos" (-4,9%). As vendas subiram 1,2% em relação a julho do ano passado, sendo induzidas por apenas oito subsetores, com destaque para "artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria" (+4,7%). No ano, o incremento foi de 1,8%, enquanto o aglutinado dos 12 meses apontou elevação de 1,6%. Assim como ocorrido no Amazonas, o varejo ampliado ajudou a encorpar o setor. É o que revela a Pesquisa Mensal do Comércio, do IBGE. Em comunicado à imprensa, a CNC enfatizou que o "crédito caro e o orçamento familiar comprometido por dívidas" seguiram limitando compras de maior valor no varejo brasileiro em julho. A Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo projeta uma alta de 2,3% para o setor, no fechamento de 2026. A análise da entidade aponta que a inflação mais baixa dos alimentos deve favorecer o consumo nos supermercados no restante do ano, mas a recuperação do varejo tende a permanecer desigual. O entendimento é que o recorde do endividamento das famílias e o nível ainda elevado dos juros devem continuar limitando, em especial, as atividades mais dependentes de crédito. Conforme o IBGE, somente sete das 27 unidades federativas ficaram no azul, na comparação entre junho e julho. A despeito da alta de 0,7%, o varejo do Amazonas (+0,7%) desceu da primeira para a quarta colocação, tendo Espírito Santo (+3%) e Tocantins (-2,5%) nos extremos. Com o acréscimo de 0,7% na variação interanual, o Estado galgou do penúltimo para o 13º lugar, em com Espírito Santo (+8,5%) e Amapá (-4,4%) nas duas pontas. O varejo amazonense ainda está no penúltimo lugar do ranking do acumulado do ano (-0,3%), à frente apenas do Pará (-1,4%). E, na variação anualizada (-0,5%), estancou na 24ª posição. Inflação e crédito Apesar do salto menos vitaminado do IPCA de julho (+0,07%), as vendas efetivas mantiveram descolamento frente a receita nominal, que não contabiliza a inflação. A diferença é mais significativa nas comparações de longo prazo, e se tornou mais pesada no Amazonas após as crises hídricas/logísticas das vazantes. Nesse cenário, o faturamento bruto estagnou (0%) perante junho. O varejo amazonense, entretanto, alavancou suas receitas em 5,5% em relação ao mesmo mês de 2025, reforçando no azul os aglutinados do ano (+3,6%) e dos últimos 12 meses (+3,1%). A média nacional (-0,6%, +5,2%, +4,8% e +4,8%) foi melhor só nas comparações de longo prazo. Em razão do tamanho da amostragem, o IBGE ainda não segmenta o desempenho do comércio no Amazonas. Sabe-se apenas que, assim como ocorrido no mês anterior, os subsetores de veículos, autopeças e material de construção fizeram diferença significativa para mover as vendas do comércio amazonense como um todo. O varejo ampliado cresceu 1,9% diante de junho. No confronto com o patamar de julho de 2025, houve ganho de 3%, recuperando os resultados parcial do ano (+2,1%) e dos 12 meses (+0,8%). O Estado ficou mais próximo da média brasileira (+0,4%, +1,8%, +1,9% e +1,2%) nesse quesito. Os dados nacionais da PMC mostram que a queda observada na variação mensal de julho foi induzida por cinco das oito atividades comerciais: móveis e eletrodomésticos (-4,9%); livros, jornais, revistas e papelaria (-4,2%); tecidos, vestuário e calçados (-2,7%); artigos de uso pessoal e doméstico (-2,2%); e hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-0,2%). Os dados positivos, por sua vez, se restringiram aos segmentos de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de

perfumaria (+0,6%); equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (+0,6%); e combustíveis e lubrificantes (+0,3%). "O comércio varejista amazonense manteve a trajetória de expansão e emendou mais um mês consecutivo em campo positivo, consolidando movimento recente de recuperação nas vendas. O Amazonas destoou positivamente do cenário brasileiro, figurando entre os principais destaques de alta do país em um período no qual a ampla maioria das unidades federativas apresentou recuo. E o varejo ampliado demonstrou ritmo ainda mais forte. Mas, apesar do alívio pontual, o desempenho ao longo do ano ainda reflete perdas passadas", reforçou o chefe de disseminação de informações do IB-GE-AM, Adjalma Nogueira Jaques. Juros, guerra, seca

No texto do comunicado da CNC, o economista da entidade, João Vitor Gonçalves, lembrou que parte do comércio nacional é "altamente dependente de financiamento" e o custo do parcelamento ajuda a explicar a queda mensal nas vendas de julho. "A taxa Selic segue em patamar restritivo, embora o BC siga com o ciclo de cortes. Simultaneamente, a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor da CNC mostrou que 82% das famílias brasileiras estão endividadas, um recorde histórico. Além disso, essas famílias possuem, em média, 29,5% de toda a sua renda já comprometida com o pagamento de dívidas", apontou. A CNC frisa que a projeção de crescimento de 2,3% para 2026 se apoia no alívio da inflação sobre o consumo de bens essenciais neste ano. O grupo de hipermercados, supermercados, produtos alimentícios e bebidas ajudou a puxar o varejo brasileiro para baixo, devido ao grande peso da atividade. Já a alimentação no domicílio, medida pelo IPCA, registrou queda de 1,14% em julho e de 0,61% em agosto. Na análise da entidade, o recuo consecutivo nos preços dos alimentos tende a devolver capacidade de compra ao consumidor e favorecer retomada gradual nas vendas dos supermercados, "consolidando recuperação setorial que, embora positiva, continuará desigual".

Na entrevista mais recente à reportagem sobre a pesquisa, o presidente da ACA (Associação Comercial do Amazonas), Bruno Loureiro Pinheiro, mencionou que os indicadores do desempenho do comércio amazonense recomendam cautela, diante de uma conjuntura de aperto macroeconômico e expectativa de nova vazante histórica, que pode elevar os custos logísticos e pressionar ainda mais a atividade. "Além disso, o segundo semestre costuma ser marcado por maior cautela em anos eleitorais, o que também pode influenciar decisões de consumo e investimento. Ainda assim, temos potencial para avançar acima da média nacional com a retomada do consumo e dos investimentos", finalizou.

Alta em julho foi a segunda consecutiva, mas acumulados do ano e de 12 meses seguem negativos

Varejo do Amazonas avança 0,7%

MARCO DASSORI

@marco.dassori | @jcommercio

As vendas do comércio do Amazonas ganharam mais fôlego em julho. Sem datas comemorativas, o varejo restrito avançou 0,7% diante de junho, que teve dois dias úteis a menos. Foi o segundo mês seguido de alta e o quarto melhor placar do país, embora o desempenho tenha sido mais baixo que o anterior (+2,8%). No confronto com julho de 2025, também foi registrado um avanço de 0,7%, suficiente apenas para anular o recuo de junho (-0,7%). O impulso não conseguiu tirar os acumulados de 2026 (-0,3%) e dos 12 meses (-0,5%) do campo negativo e das últimas posições do ranking nacional. Desta vez, o varejo ampliado, que inclui bens de maior valor agregado e dependentes de crédito, se moveu.

Já o comércio brasileiro retrocedeu 0,8% na variação mensal, sendo puxado para baixo por cinco de suas oito atividades, especialmente a divisão de "móveis e eletrodomésticos" (-4,9%). As vendas subiram 1,2% em relação a julho do ano passado, sendo induzidas por apenas oito subsetores, com destaque para "artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria" (+4,7%). No ano, o incremento foi de 1,8%, enquanto o aglutinado dos 12 meses apontou elevação de 1,6%. Assim como ocorreu no Amazonas, o varejo ampliado ajudou a encorpar o setor. É o que revela a Pesquisa Mensal do Comércio, do IBGE.

Em comunicado à imprensa, a CNC enfatizou que o "crédito caro e o orçamento familiar comprometido por dívidas" seguiram limitando compras de maior valor no varejo brasileiro em julho. A Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo projeta uma alta de 2,3% para o setor, no fechamento de 2026. A análise da entidade aponta que a inflação mais baixa dos alimentos deve favorecer o consumo nos supermercados no restante do ano, mas a recuperação do varejo tende a permanecer desigual. O entendimento é que o recorde do endividamento das famílias e o nível ainda elevado dos juros devem continuar limitando, em especial, as atividades mais dependentes de crédito.

Conforme o IBGE, somente sete das 27 unidades federativas ficaram no azul, na comparação entre junho e julho. A despeito da alta de 0,7%, o varejo do Amazonas (+0,7%) desceu da primeira para a quarta colocação, tendo Espírito Santo (+3%) e Tocantins (-2,5%) nos extremos. Com o acréscimo de 0,7% na variação interanual, o Estado galgou do penúltimo para o 13º lugar, em com Espírito Santo (+8,5%) e Amapá (-4,4%) nas duas pontas. O varejo amazonense ainda está no penúltimo lugar do ranking do acumulado do ano (-0,3%), à frente apenas do Pará (-1,4%). E, na variação anualizada (-0,5%), estancou na 24ª posição.

Inflação e crédito

Apesar do salto menos vitami-



Comércio amazonense registrou segunda alta consecutiva em julho

nado do IPCA de julho (+0,07%), as vendas efetivas mantiveram descolamento frente a receita nominal, que não contabiliza a inflação. A diferença é mais significativa nas comparações de longo prazo, e se tornou mais pesada no Amazonas após as crises hídricas/logísticas das vazantes. Nesse cenário, o faturamento bruto estagnou (0%) perante junho. O varejo amazonense, entretanto, alavancou suas receitas em 5,5% em relação ao mesmo mês de 2025, reforçando no azul os aglutinados do ano (+3,6%) e dos últimos 12 meses (+3,1%). A média nacional (-0,6%, +5,2%, +4,8% e +4,8%) foi melhor só nas comparações de longo prazo.

Em razão do tamanho da amostragem, o IBGE ainda não segmenta o desempenho do comércio no Amazonas. Sabe-se apenas que, assim como ocorreu no mês anterior, os subsectores de veículos, autopeças e material de construção fizeram diferença sig-

nificativa para mover as vendas do comércio amazonense como um todo. O varejo ampliado cresceu 1,9% diante de junho. No confronto com o patamar de julho de 2025, houve ganho de 3%, recuperando os resultados parcial do ano (+2,1%) e dos 12 meses (+0,8%). O Estado ficou mais próximo da média brasileira (+0,4%, +1,8%, +1,9% e +1,2%) nesse quesito.

Os dados nacionais da PMC mostram que a queda observada na variação mensal de julho foi induzida por cinco das oito atividades comerciais: móveis e eletrodomésticos (-4,9%); livros, jornais, revistas e papelaria (-4,2%); tecidos, vestuário e calçados (-2,7%); artigos de uso pessoal e doméstico (-2,2%); e hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-0,2%). Os dados positivos, por sua vez, se restringiram aos segmentos de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (+0,6%); equipamentos e material

para escritório, informática e comunicação (+0,6%); e combustíveis e lubrificantes (+0,3%).

"O comércio varejista amazonense manteve a trajetória de expansão e emendou mais um mês consecutivo em campo positivo, consolidando movimento recente de recuperação nas vendas. O Amazonas destoa positivamente do cenário brasileiro, figurando entre os principais destaques de alta do país em um período no qual a ampla maioria das unidades federativas apresentou recuo. E o varejo ampliado demonstrou ritmo ainda mais forte. Mas, apesar do alívio pontual, o desempenho ao longo do ano ainda reflete perdas passadas", reforçou o chefe de disseminação de informações do IBGE-AM, Adjalma Nogueira Jaques.

Juros, guerra, seca

No texto do comunicado da CNC, o economista da entidade, João Vitor Gonçalves, lembrou que parte do comércio nacional é "altamente dependente de financiamento" e o custo do parcelamento ajuda a explicar a queda mensal nas vendas de julho. "A taxa Selic segue em patamar restritivo, embora o BC siga com o ciclo de cortes. Simultaneamente, a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor da CNC mostrou que 82% das famílias brasileiras estão endividadas, um recorde histórico. Além disso, essas famílias possuem, em média, 29,5% de toda a sua renda já comprometida com o pagamento de dívidas", apontou.

A CNC frisa que a projeção de crescimento de 2,3% para 2026 se apoia no alívio da inflação sobre o consumo de bens essenciais neste ano. O grupo de hipermercados, supermercados, produtos alimentícios e bebidas ajudou a puxar o varejo brasileiro para baixo, devido ao grande peso da atividade. Já a alimentação no domicílio, medida pelo IPCA, registrou queda de 1,14% em julho e de 0,61% em agosto. Na análise da entidade, o recuo consecutivo nos preços dos alimentos tende a devolver capacidade de compra ao consumidor e favorecer retomada gradual nas vendas dos supermercados, "consolidando recuperação setorial que, embora positiva, continuará desigual".

Na entrevista mais recente à reportagem sobre a pesquisa, o presidente da ACA (Associação Comercial do Amazonas), Bruno Loureiro Pinheiro, mencionou que os indicadores do desempenho do comércio amazonense recomendam cautela, diante de uma conjuntura de aperto macroeconômico e expectativa de nova vazante histórica, que pode elevar os custos logísticos e pressionar ainda mais a atividade. "Além disso, o segundo semestre costuma ser marcado por maior cautela em anos eleitorais, o que também pode influenciar decisões de consumo e investimento. Ainda assim, temos potencial para avançar acima da média nacional com a retomada do consumo e dos investimentos", finalizou.

www.jcom.br

Impresso:

<https://amazonclipv2.s3.amazonaws.com/impressos/2026/09/17/Ny0xNy0wOS0yMDI2XzA3OjU2.png>