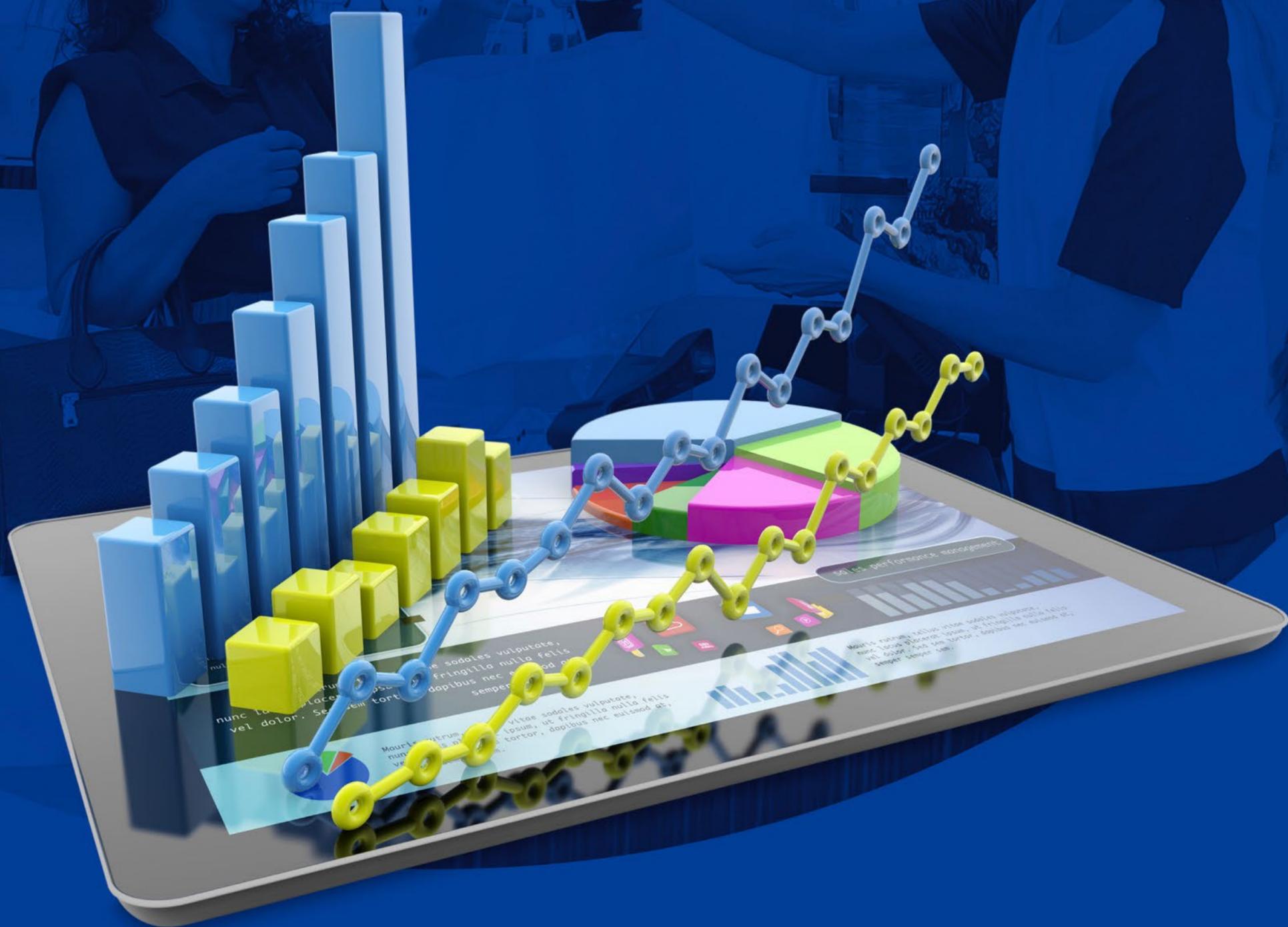




PANORAMA DO COMÉRCIO

JANEIRO/2023



RESUMO

EM NOVEMBRO DE 2022, COMÉRCIO CRIA 106 MIL VAGAS FORMAIS DE TRABALHO, MAS REGISTRA RECUO DAS VENDAS; INCERTEZAS DOMÉSTICAS E DESACELERAÇÃO DO MUNDO CONDICIONAM O CENÁRIO ECONÔMICO PARA 2023

Os dados de vendas do comércio, divulgados pelo IBGE, ainda não permitem um balanço do setor em 2022, mas, com os resultados de novembro, chegam perto disso. Na comparação entre novembro e o mês anterior, o comércio varejista apresentou recuo de 0,6% -- o mesmo resultado apresentado pelo varejo ampliado. Esses números sugerem um impacto menor da Black Friday sobre as vendas. No acumulado do ano, isto é, na comparação entre o período que vai de janeiro a novembro de 2022 e o mesmo período de 2021, o comércio varejista registrou avanço de 1,1%, enquanto o varejo ampliado registrou queda de 0,6%. Essa diferença ocorre porque o varejo ampliado incorpora as vendas de veículos, automóveis, partes e peças e materiais de construção – segmentos que vêm apresentando desempenho negativo. Sem uma variação muito atípica para dezembro, o comércio deverá encerrar o ano com crescimento próximo do observado no acumulado até novembro.

Apesar do resultado mensal negativo, o setor do comércio registrou a criação de 106 mil vagas pelo em novembro. Esse foi o melhor resultado mensal desde o início de 2022, e o melhor resultado entre os setores da economia. Atrás do comércio, o setor de Serviços registrou a criação de 92 mil vagas.

Panorama do Comércio



-0,6%

Crescimento das vendas do Varejo Ampliado em novembro de 2022



106 mil

Vagas formais de trabalho criadas no comércio em novembro de 2022



2,2%

Avanço da confiança do comércio em 2022

Panorama Macro



0,78%

Projeção de crescimento para PIB em 2023



8,7%

Desemprego no 3º trimestre de 2022



13,75%

Taxa SELIC

Com os dados de dezembro disponíveis, já é possível fazer um balanço de 2022 para os sondagens de confiança, realizadas pela FGV. O Indicador de Confiança do Comércio registrou crescimento de 2,2% na comparação entre o último resultado de 2022 e o último resultado de 2021. A alta foi puxada por uma melhora na percepção da situação atual, enquanto as expectativas do setor recuaram. Até o final do terceiro trimestre, a confiança dos empresários do comércio apresentava tendência de crescimento, mas, a partir de outubro, o indicador recuou, refletindo incertezas sobre os novos rumos da gestão econômica.

O Indicador de Confiança do Consumidor também avançou na comparação entre dezembro de 2022 e dezembro de 2021. Porém, diferentemente do que se observa com os dados comércio, esse avanço foi liderado por uma melhora nas expectativas com relação aos próximos meses. O componente das expectativas chegou a ultrapassar a marca dos 100 pontos, indicando que a maioria dos consumidores tem boas perspectivas.

No cenário macroeconômico, merece destaque o fato de a inflação ter encerrado o ano de 2022 acima do teto da meta. Esse resultado já estava previsto. A novidade é que as projeções para inflação de 2023 estão sendo revisadas para cima e, com isso, os especialistas já preveem que o Banco Central deverá adiar para o terceiro trimestre de 2023 a redução da taxa SELIC.

Diante desse quadro, mais do que nunca, a apresentação de um novo regime fiscal que possa impedir o crescimento da dívida pública faz-se necessária e prioritária, de modo a evitar um novo repique da inflação e possibilitar uma queda mais célere dos juros.

Termômetro do consumidor



12,1%

Avanço da confiança do consumidor em 2022



49,8%

Percentual da renda comprometida com empréstimos e financiamentos



65,53 milhões

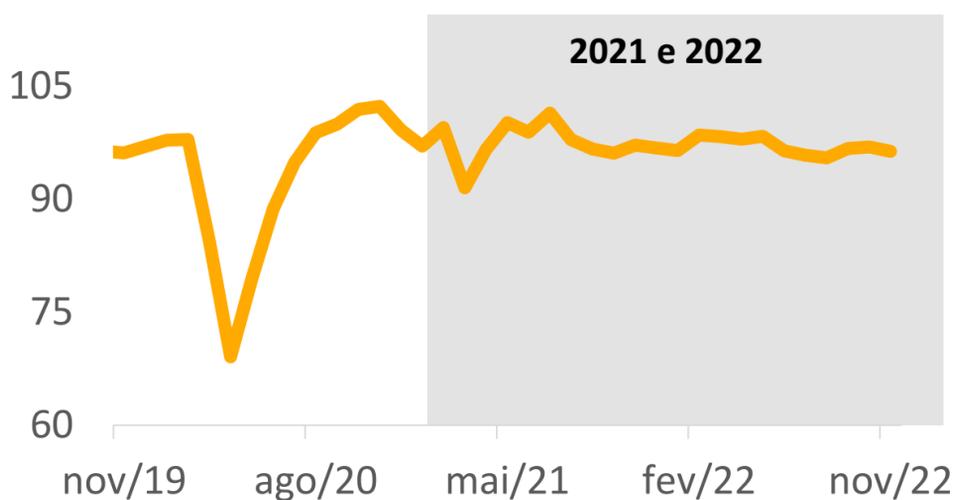
Número de negativados no país

VENDAS DO VAREJO

Vendas do varejo ampliado recuam em novembro de 2022, mês da Black Friday, na comparação com outubro; no acumulado do ano, comércio varejista cresce 1,1%

Vendas do varejo ampliado

Número Índice (Vendas de 2014 = 100)



Em novembro de 2022, o volume de vendas do comércio varejista ampliado registrou queda de 0,6% na comparação com o mês imediatamente anterior. O dado é do **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)**. O comércio varejista, que desconsidera as vendas de veículos, motocicletas, peças e materiais para construção registrou a mesma variação na comparação mensal.

Vale destacar que o mês de novembro é o mês da Black Friday. Mesmo com as promoções e as campanhas que marcam o período, as vendas ficaram abaixo do nível observado no mês de outubro. Os dados referentes ao fechamento de 2022 serão divulgados no mês de fevereiro. No entanto, o crescimento acumulado até o mês de novembro mostra que as vendas do comércio varejista – sem considerar os segmentos que entram exclusivamente no conceito do varejo ampliado – cresceram ao longo do ano, mas a uma taxa modesta, de 1,1%. No caso do varejo ampliado, houve queda de 0,6% no acumulado até o mês de novembro. A análise da série histórica mostra que as vendas do setor seguem andando de lado e continuam abaixo do pico observado em novembro de 2020, quando ainda havia restrições ao funcionamento das atividades.

Volume de vendas do comércio varejista

Novembro de 2022

	O que compara	Comércio Varejista	Varejo Ampliado
Variação mensal	Compara o resultado de um mês com o mês imediatamente anterior	-0,6%	-0,6%
Variação anual	Compara o resultado de um mês com o mesmo mês do ano anterior	1,5%	-1,4%
Variação acumulada no ano	Compara o período de janeiro a novembro de 2022 com o mesmo período do ano anterior	1,1%	-0,6%

VENDAS DO VAREJO POR SEGMENTOS

Cinco das 10 atividades comerciais registram avanço das vendas entre novembro e outubro de 2022; materiais para construção são destaque na comparação mensal, mas recuam no acumulado

Em novembro de 2022, na comparação com o mês imediatamente anterior, cinco segmentos do comércio registraram alta nas vendas e cinco registraram queda. O segmento de Combustíveis e Lubrificantes liderou as quedas, com recuo de 5,4%. Já o volume de vendas do segmento de Materiais para escritório registrou queda de 3,4%. Do lado das altas mensais, o destaque foi do segmento de Materiais para Construção, com avanço de 3,0%. Mudando a base de comparação para o acumulado no ano, seis segmentos apresentaram alta do volume de vendas, enquanto três apresentaram recuo. Ao longo do ano, o crescimento foi liderado pelo segmento de “Livros, jornais, revistas e papelaria”, com avanço de 16,9%. Na sequência, aparecem os “Combustíveis e Lubrificantes”, com avanço de 16,0%. Do lado negativo, a conjuntura econômica ainda pesa sobre os segmentos de materiais para construção, móveis, eletrodomésticos e veículos, limitando o avanço das vendas.

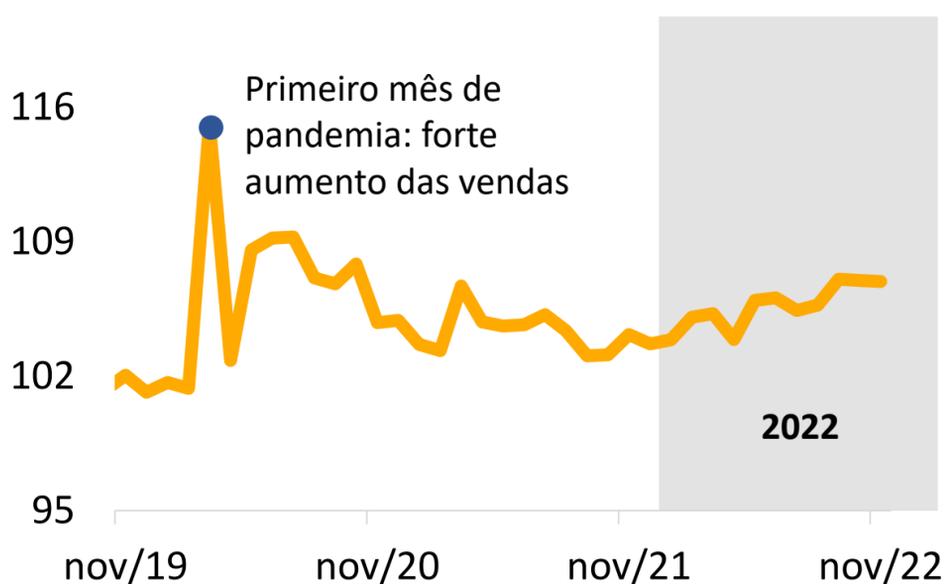
Segmento	Variação mensal	Acumulado no ano
 Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,7%	16,9%
 Combustíveis e lubrificantes	-5,4%	16,0%
 Artigos médicos e farmacêuticos	1,7%	7,0%
 Materiais para escritório	-3,4%	1,8%
 Tecidos, vestuário e calçados	-0,8%	1,7%
 Hipermercados e supermercados	0,0%	1,3%
 Veículos, motocicletas, partes e peças	0,4%	-1,8%
 Móveis e eletrodomésticos	2,2%	-7,5%
 Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,3%	-8,4%
 Material de construção	3,0%	-8,9%

ESPECIAL: O SEGMENTO DE SUPERMERCADOS

Vendas de Supermercados e Hipermercados registram crescimento até novembro; segmento sofreu menos o impacto da pandemia, mostram dados do IBGE

Vendas em Super e Hipermercados

Número índice (Vendas de 2014 = 100)



Esta edição do Panorama destaca o desempenho das vendas do segmento de Supermercados e Hipermercados ao longo dos últimos meses. Nas próximas edições, outros segmentos serão apresentados. Analisando a evolução das vendas desse segmento, nota-se que as vendas em supermercados tiveram um comportamento diferente dos demais setores no auge da pandemia. Em março de 2020, primeiro mês da pandemia, houve um salto notável das vendas.

Como uma atividade essencial, os supermercados e hipermercados não sofreram as mesmas restrições que outros segmentos. Além disso, a queda na demanda por outros bens e serviços favoreceu as vendas desses estabelecimentos. Considerando todo o ano de 2020, as vendas dos Supermercados e Hipermercados registraram avanço de 6,0%. Mas o que dizer do desempenho mais recente? Em novembro de 2022, as vendas do segmento ficaram estáveis na comparação com o mês imediatamente anterior. Já no acumulado do ano, que compara o período de janeiro a novembro de 2022 com o mesmo período do ano anterior, a variação foi de 1,3%.

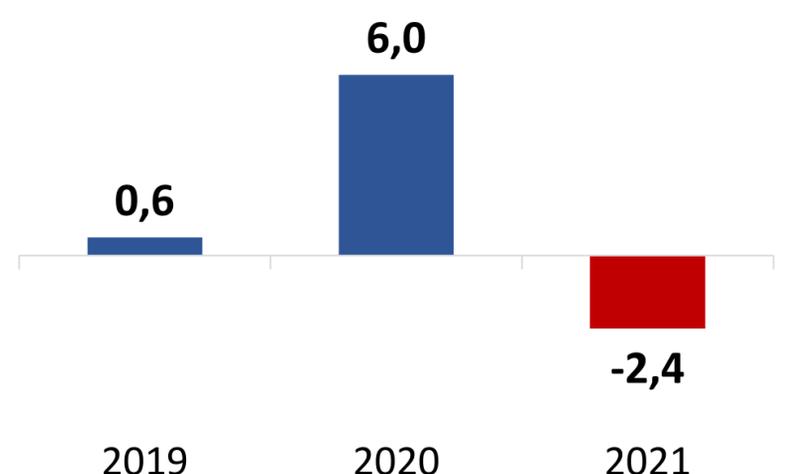
Volume de vendas

Supermercados e Hipermercados | Novembro de 2022

Volume de vendas	
Varição mensal	0,0%
Varição anual	3,3%
Varição acumulada no ano	1,3%

Crescimento das vendas por ano

Supermercados e Hipermercados | Em %



CONFIANÇA DO COMÉRCIO

Puxado pela melhora na percepção da situação atual, Indicador de Confiança do Comércio avança 2,2% em 2022; apesar do crescimento, resultado segue abaixo dos 100 pontos

Em 2022, a evolução do Indicador de Confiança do Comércio, apurado pela **Fundação Getúlio Vargas (FGV)**, pode ser dividida em dois momentos: do início do ano até o final do terceiro trimestre, o indicador evoluiu lentamente, chegando a superar a marca dos 100 pontos no mês de setembro; já no quarto e último trimestre do ano, o indicador recuou, sob efeito de incertezas desencadeadas pela troca de governo. Entre avanços e recuos, o ano termina com um crescimento de 2,2% do indicador, na comparação com o último resultado de 2021. Esse avanço foi puxado por uma melhora na percepção da situação atual, que cresceu 5,6% ao longo do ano. Apesar do avanço, esse componente segue abaixo dos 100 pontos, indicando que a maioria ainda faz uma avaliação negativa do momento. O componente das expectativas registrou uma queda de 1,4% ao longo do ano. Isso mostra que os empresários do setor chegam a 2023 ainda menos otimistas com os próximos meses do que chegaram a 2022. Em dezembro, o indicador de Confiança registrou 87,2 pontos, sendo que o componente de expectativas chegou a 86,1 pontos e o de situação atual chegou a 88,7 pontos.

2,2% 
Crescimento do Indicador de Confiança em 2022

5,6% 
Crescimento do componente de Situação Atual em 2022

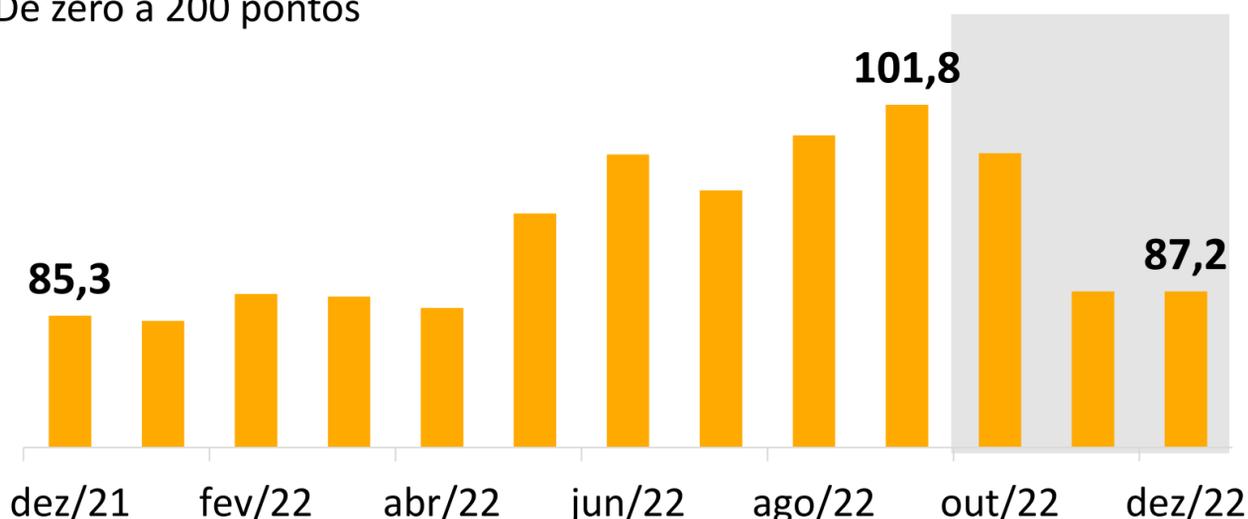
-1,4% 
Queda do componente de Expectativas em 2022

Confiança do comércio Dezembro de 2022

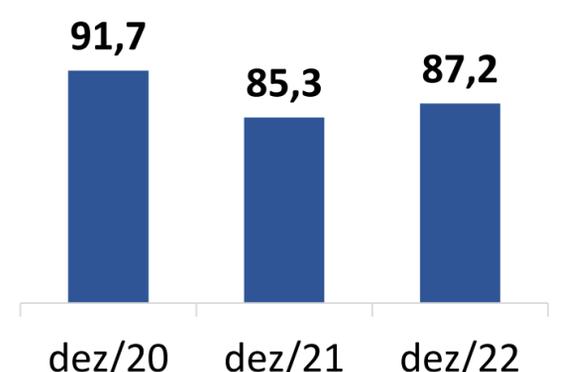
Indicador de Confiança	87,2
Situação Atual	88,7
Expectativas	86,1

Indicador de Confiança do Comércio

De zero a 200 pontos



Evolução da confiança Meses de dezembro



INFLAÇÃO

IPCA encerra 2022 acima da meta para inflação; IGP-M, medido pela FGV, desacelera e encerra o ano com variação de 5,45%, depois de forte avanço em 2021

Inflação em 2022

2022

IPCA 5,79%

IGP-M 5,45%

Metas para o IPCA

Definida pelo CMN

2022 3,50%

2023 3,25%

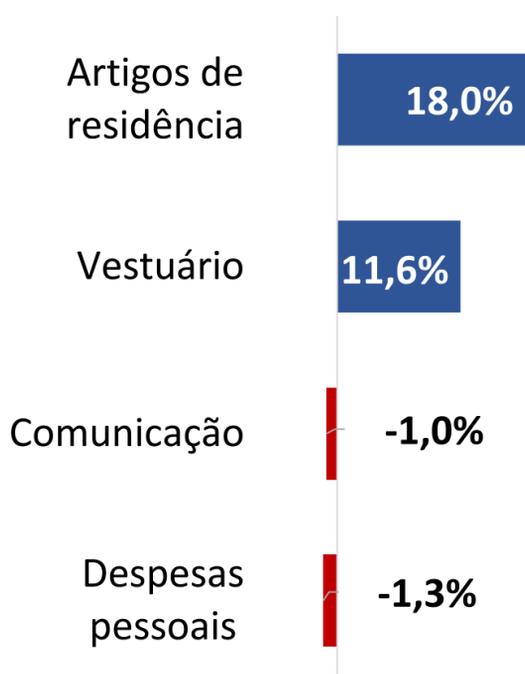


2ª ano

Pelo segundo ano seguido, a inflação ficou acima do teto da meta.

Por trás da média

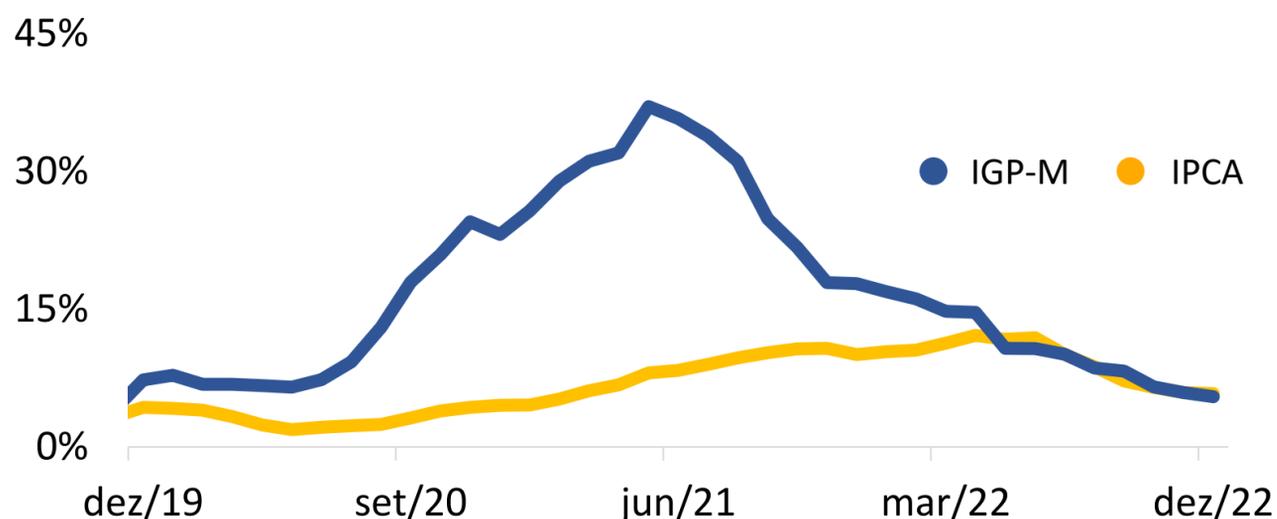
Maiores altas e quedas de preços



Dados divulgados pelo **IBGE** mostram que o índice oficial de inflação (IPCA) encerrou 2022 acima da meta. A meta para inflação era de 3,50%, com uma margem de 1,5 ponto percentual para cima e para baixo. Com variação 5,79% ao longo de 2022, o IPCA extrapolou o centro e o teto da meta. Ao longo do ano, os preços foram impactados pelos efeitos defasados da pandemia sobre as cadeias produtivas e pela guerra no leste europeu. 2022 foi o segundo ano consecutivo em que a inflação ficou acima do teto da meta. O resultado da inflação representa o aumento médio dos preços de uma cesta de bens da economia. Por trás da média, é possível observar que os preços de alguns itens registraram forte avanço, enquanto os preços de outros registraram recuo. Outro importante índice de preços é o IGP-M, apurado pela **FGV** e frequentemente utilizado para corrigir contratos de locação. Esse índice apresentou forte avanço até meados de 2021, mas desacelerou desde então e registrou crescimento de 5,45% em 2022, abaixo da variação do IPCA. O IGP-M considera, além dos preços ao consumidor final, os preços de bens intermediários.

IGPM x IPCA

Variação acumulada em 12 meses



POLÍTICA MONETÁRIA E JUROS

Juros altos por mais tempo? Diante da incerteza fiscal, projeções apontam para queda mais lenta da taxa SELIC; taxa média de juros cobrada de pessoas físicas chega a 37,7%

O avanço da inflação observado desde 2021 levou a autoridade monetária a subir a taxa básica de juros, conhecida como taxa SELIC. Essa taxa passou de 2,0% ao ano, em março de 2021, para 13,75%, em agosto de 2022, mantendo-se nesse patamar desde então. A expectativa é de que, em 2023, o Comitê de Política Monetária do Banco Central (COPOM) inicie a redução da SELIC. No entanto, as incertezas sobre o futuro das contas públicas têm deixado cada vez mais distante o horizonte de redução da taxa básica. Uma sondagem realizada pela FEBRABAN em novembro de 2022 mostrou que 60% dos bancos consultados esperavam a queda da SELIC a partir do segundo trimestre de 2023, enquanto 40% apostavam em queda só a partir do terceiro trimestre. Na sondagem de dezembro, a maior parte (75%) passou a prever que redução da SELIC deverá ficar para o terceiro trimestre. Além disso, o Boletim Focus de 19 de dezembro de 2022 previa que a SELIC cairia para 11,75% ao final de 2023; no Boletim Focus de 06 de janeiro, essa previsão subiu para 12,25%. A taxa básica de juros afeta os juros cobrados na ponta, nas operações de empréstimos e financiamentos. De acordo com dados do Banco Central, a taxa média de juros vem subindo tanto para pessoas físicas quanto para pessoas jurídicas.

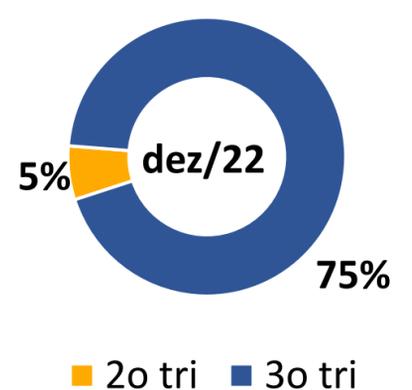
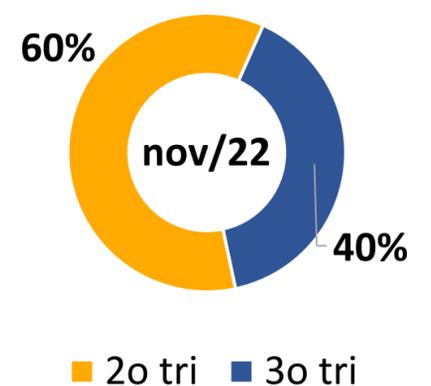
13,75%

Patamar atual da taxa SELIC (taxa anual)



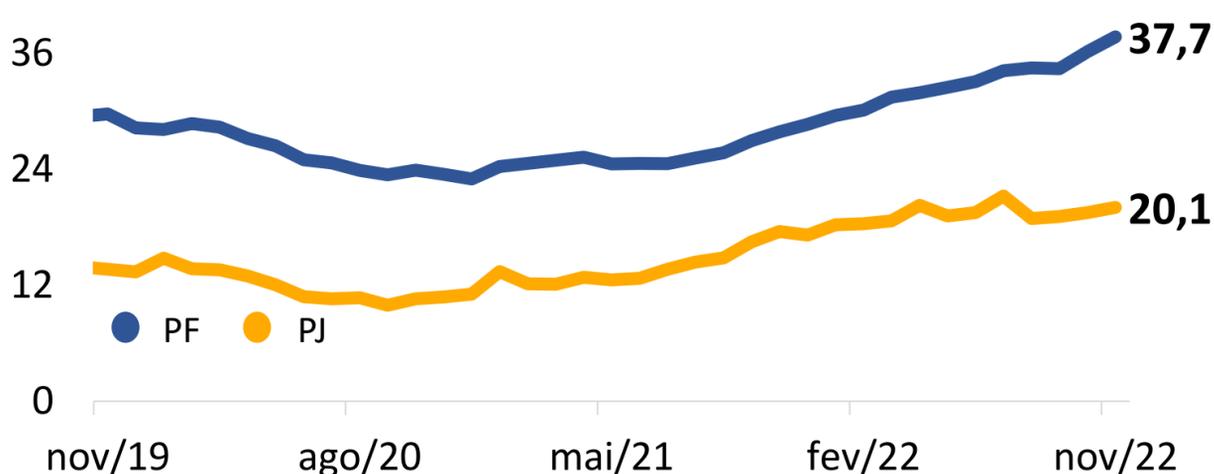
Quando a SELIC cai?

Sondagem FEBRABAN



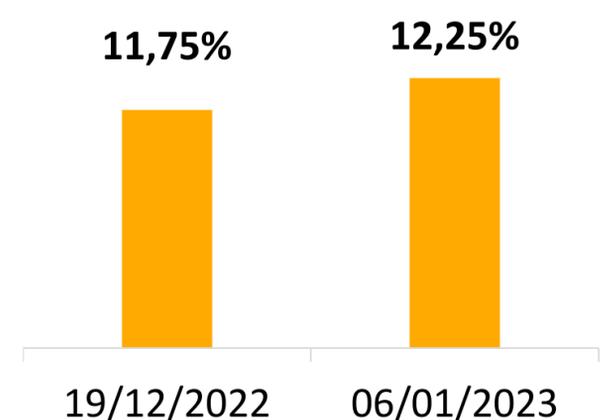
Juros na ponta: taxas médias para PF e PJ

Em % ao ano



Projeção para SELIC

Projeção para o final de 2023

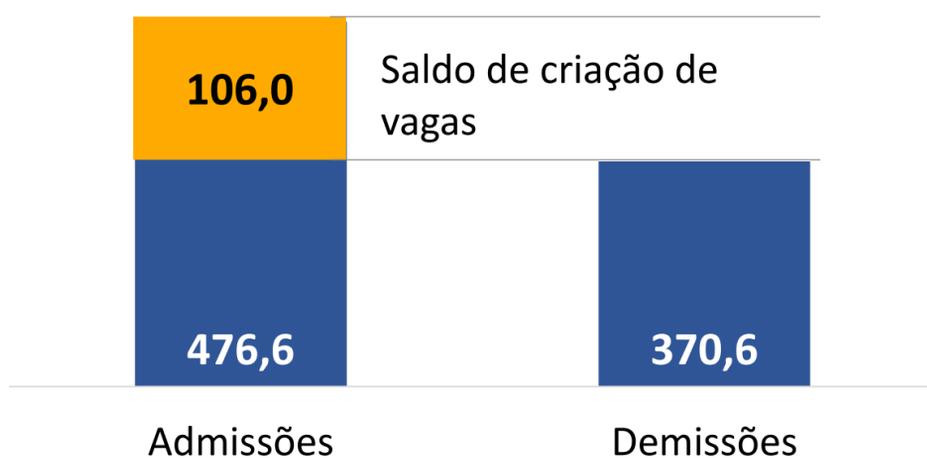


MERCADO DE TRABALHO

Comércio cria 106 mil vagas formais em novembro de 2022 e alcança o melhor resultado desde o início do ano; no acumulado do ano, setor registra a criação de mais de 365 mil vagas

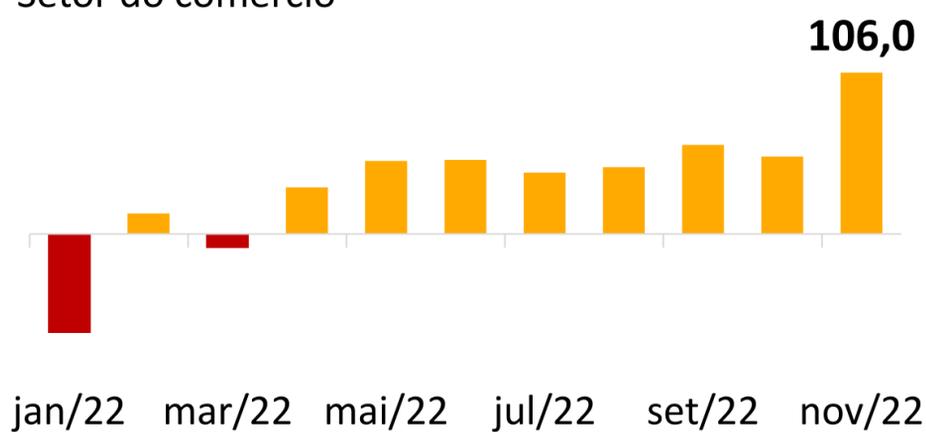
Criação de vagas no comércio

Novembro de 2022



Criação de vagas por mês

Setor do comércio



Criação de vagas por setor

Novembro de 2022 | Acumulado no ano

Fechamento de vagas em nov/22



Em novembro de 2022, o setor do comércio registrou a criação de 106 mil vagas formais. Esse número resultou da admissão de 476,6 mil trabalhadores e da demissão de 370,6 mil. Os números foram divulgados pelo **Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED)**. O resultado de novembro foi o melhor desde o início do ano e reflete as contratações temporárias de final de ano. Além disso, esse foi o melhor resultado entre os setores da economia. O segundo setor que mais criou vagas em novembro de 2022 foi o de serviços, com a abertura de 92,2 mil postos. Agropecuária, Construção e Indústria registraram saldo negativo de criação de vagas. O saldo de criação de vagas é negativo quando as demissões superam as contratações. No acumulado do ano, isto é, no período de janeiro a novembro de 2022, o Comércio registra a criação de 365,7 mil vagas.

MERCADO DE CRÉDITO: A INADIMPLÊNCIA

Avanço da inadimplência: diferentes indicadores mostram crescimento dos atrasos em 2022 e sugerem atenção ao tema no próximo ano



65,53 mi

Número de consumidores negativados no país em novembro de 2022



9,7%

Crescimento do número de negativados na comparação com novembro de 2021



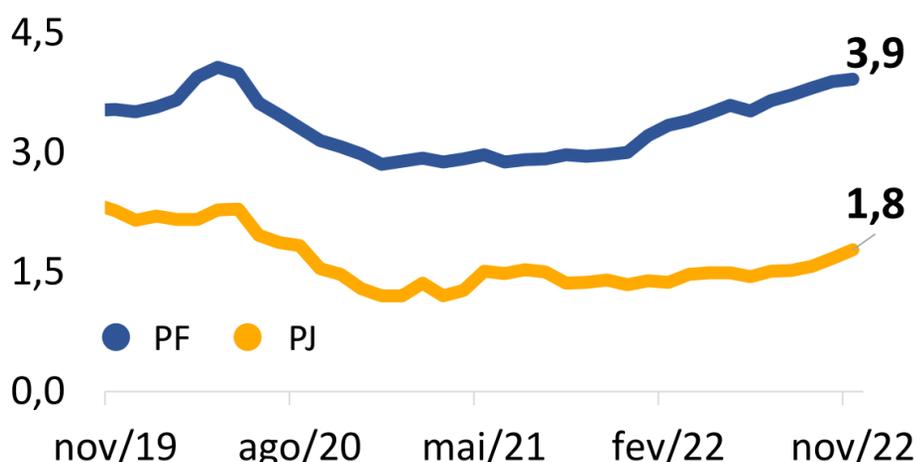
R\$ 3,8 mil

Valor médio das dívidas de consumidores negativados

Depois de recuar durante a pandemia com o estímulo à renegociação, a inadimplência voltou a crescer. Essa constatação aparece em diferentes indicadores. Dados divulgados pela **Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL)** e do **Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil)** mostram que o número de negativados – pessoas listadas em algum bureau de crédito em razão de atrasos das dívidas – chegou a 65,53 milhões em novembro de 2022. Na comparação com novembro de 2021, houve um aumento de 9,7% no número de negativados. Os dados de inadimplência do **Banco Central do Brasil (BCB)** permitem acompanhar a evolução da inadimplência bancária. A taxa de inadimplência bancária é definida pela autoridade monetária como o percentual dos recursos emprestados que estão com atraso superior a 90 dias. No segmento de pessoas físicas, a taxa de inadimplência alcançou 3,9% em novembro de 2022. Já no segmento de pessoas jurídicas, alcançou 1,8%. Nos dois segmentos, esses atrasos cresceram nos últimos meses, sugerindo atenção ao tema da inadimplência ao longo de 2023.

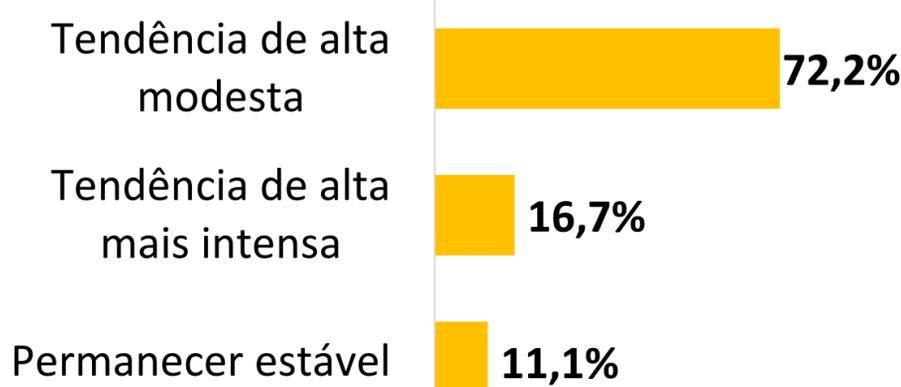
Inadimplência bancária

Em % do saldo de crédito



Projeção para 2023

Inadimplência bancária



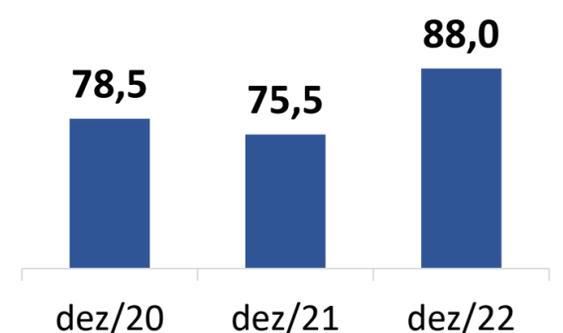
TERMÔMETRO DO CONSUMIDOR

Confiança do consumidor avança em 2022, puxada pelas expectativas para os próximos meses; endividamento das famílias segue elevado

O que os consumidores esperam para 2023? Essa é uma pergunta importante porque pode fornecer pistas sobre o pulso do consumo no início do ano. Dados da **Fundação Getulio Vargas (FGV)** mostram que o Indicador de Confiança do Comércio encerrou 2022 com 88,0 pontos. Esse resultado ficou abaixo dos 100 pontos. Pela metodologia, acima de 100 pontos o indicador mostra o predomínio do otimismo. No entanto, mesmo sem alcançar essa marca, a confiança registrada em dezembro de 2022 ficou acima da observada em dezembro do ano anterior (75,5 pontos), com avanço de 12,1% no ano. Analisando os componentes do indicador, observa-se que as expectativas estão acima da percepção sobre a situação atual. Refletindo a melhora da confiança entre os consumidores, o Indicador de Intenção de Consumo, apurado pela **Confederação Nacional do Comércio (CNC)** também avançou em 2022, atingindo 89,0 pontos. Por fim, para além da percepção, algumas condições objetivas devem ser avaliadas. Dados do **Banco Central** mostram que o endividamento das famílias, calculado como proporção da renda acumulada, parou de crescer, mas segue em patamar elevado.

Confiança do consumidor

Escala de 0 a 200 pontos



70,9 pts

Situação Atual em dezembro de 2022



100,3 pts

Indicador de Expectativas em dezembro de 2022



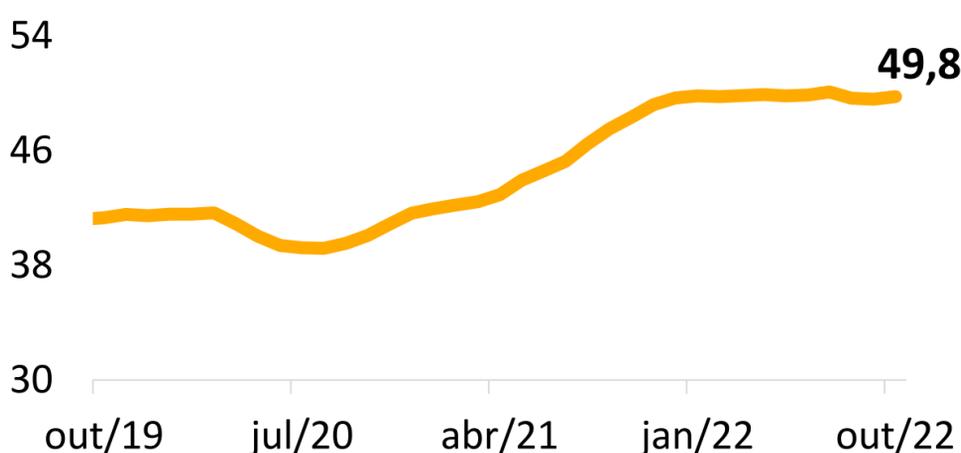
12,1%

Avanço da Confiança em 2022



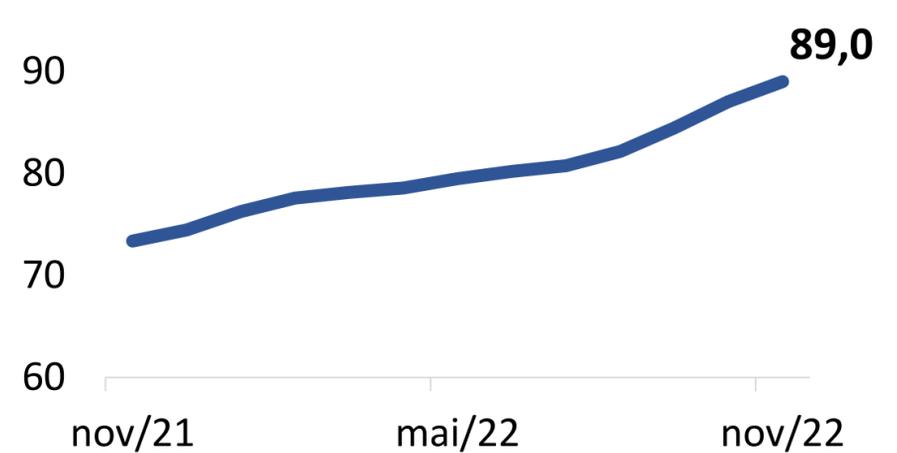
Endividamento das famílias

Em % da renda acumulada em 12 meses



Intenção de Consumo

Escala de zero a 200



INDICADORES FINANCEIROS E PROJEÇÕES

Na contramão do IBOVESPA, ações das principais varejistas têm desempenho negativo em 2022; projeções indicam crescimento de 0,78% do PIB em 2023

O índice IBOVESPA encerrou 2022 cotado a 109.735 pontos. Isso representa um avanço de 4,7% com relação à cotação do início do ano – um resultado abaixo da inflação. Já o Índice de Consumo (ICON), que reúne empresas representativas dos segmentos de consumo cíclico (isto é, mais sensíveis à conjuntura econômica), consumo não cíclico, saúde e educação, registrou queda de 25,4%. O desempenho das principais varejistas também foi negativo, refletindo o impacto dos juros mais elevados sobre os resultados das empresas do setor. O dólar, por sua vez, encerrou 2022 cotado a R\$ 5,29, abaixo da cotação verificada ao final de 2021 (R\$ 5,57). Por fim, merecem destaque as projeções do primeiro Boletim Focus de 2023. Publicado em 06 de janeiro, o relatório mostra que o mercado prevê um crescimento do PIB de 0,78% em 2023. A inflação deverá encerrar o ano 5,36%, permanecendo acima da meta. A taxa SELIC prevista para o final do ano é de 12,25%.

Mercado de ações

Varição em 2022

IBOV	4,7%
ICON	-25,4%
RADL3	-2,4%
CRFB3	-3,1%
LREN3	-16,2%
MGLU3	-62,0%
AMER3	-68,7%

IBOV Ibovespa – ICON Índice de Consumo – RADL3 Droga Raia – CRFB Atacadão – LREN Lojas Renner – MGLU3 Magazine Luiza – AMER3 Lojas Americanas

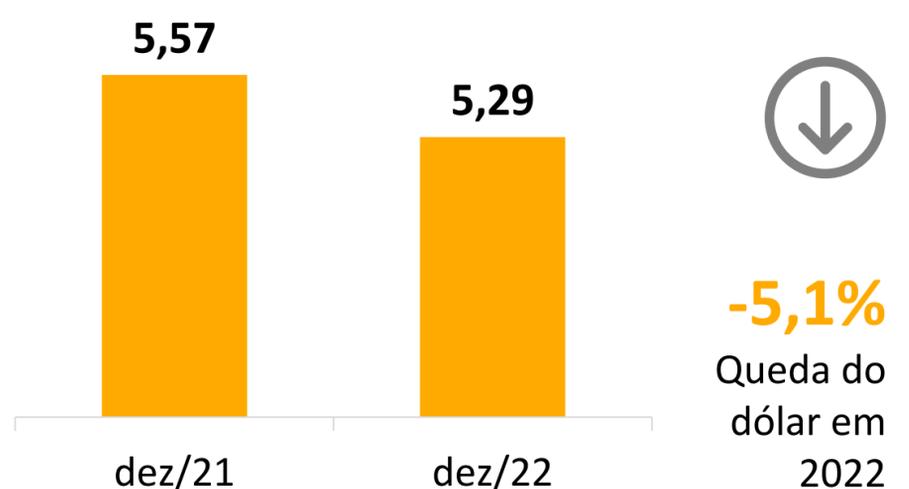
Projeções 2023

Boletim Focus | 06 de janeiro de 2023

PIB	0,78%
Inflação (IPCA)	5,36%
Dólar	5,28
SELIC	12,25%

Dólar em 2022

Em reais por dólar



PESQUISA FRAUDES FINANCEIRAS

8 milhões de consumidores sofreram golpes financeiros nos últimos 12 meses

Os golpes bancários ganham a cada dia novas versões que exigem do consumidor atenção. Ter soluções de pagamento, transferências, compras e investimentos na palma da mão exige uma série de cuidados. Pesquisa CNDL/SPC Brasil, em parceria com o Sebrae, mostra que 22% dos entrevistados sofreram alguma fraude em instituições financeiras nos últimos 12 meses, representando quase 8,4 milhões de consumidores.

[Confira a pesquisa](#)



Principais golpes:

- 8% Clonagem de cartão de crédito e/ou débito;
- 4% Transferência de dinheiro para alguém que se passou por um conhecido;
- 4% Foram vítimas de transações bancárias – como saques, pagamentos ou transferências – feitas sem a sua autorização;
- 4% se depararam com financiamentos feitos por terceiros usando documentos falsos, roubados ou obtidos por outros meios por motivo de golpe.

71% conseguiu uma reparação



Principais medidas para resolver a situação

- 39% contato com a administradora do cartão;
- 20% negociação com a empresa ou instituição financeira onde a fraude ocorreu, buscando reaver os valores perdidos;
- 19% contato com algum bureau de crédito;
- 18% abertura de um boletim de ocorrência;
- 16% reclamação no banco central;
- 16% procuraram um órgão de proteção ao consumidor e
- 10% entraram na Justiça.

EMPRÉSTIMO DE NOME A TERCEIROS

32% dos consumidores usaram nome de terceiros para fazer compras no último ano

Diante da recusa de um pedido de crédito, a solução encontrada por muitos consumidores é usar o nome de amigos ou familiares. Pesquisa CNDL/SPC Brasil, em parceria com o Sebrae, mostra que 32% dos consumidores fizeram compras com cheque, cartão de crédito, crediário, empréstimo ou financiamento utilizando o nome de outra pessoa nos últimos 12 meses anteriores à pesquisa, sendo que 24% utilizaram o cartão de crédito.

[Confira a pesquisa](#)

Principal razão apontada pelos entrevistados para fazer compras em nome de outra pessoa:

- 31% Estouro no limite do cartão de crédito e/ou cheque especial;
- 19% Falta de acesso a esses tipos de crédito, tentou mas não foi aprovado; e
- 17% Nunca tentaram o acesso.

Pessoas mais procuradas para fazer o empréstimo:

- 31% Cônjuges
- 24% Pais
- 17% Amigos
- 16% Irmãos
- 14% Outros parentes
- 9% Namorados(as)
- 5% Colegas de trabalho.

A maioria dos consumidores (90%) afirma que quitou ou tem quitado as parcelas em dia. Entre esses consumidores:

- 70% estão pagando em dia o cartão de crédito;
- 15% estão em dia com o crediário
- 10% com os empréstimos.

PESQUISA RESTROSPECTIVA 2022 E EXPECTATIVAS PARA 2023

Para brasileiros, combate à corrupção, inflação e desemprego devem ser prioridades do governo em 2023

Ampliação das oportunidades de emprego e renda são as principais expectativas. A maioria acredita que custo de vida aumentará. 51% estão insatisfeitos com padrão de vida.

[Confira a pesquisa](#)

> Prioridades para o Governo em 2023

- 31% - Combate a corrupção
- 30% - Inflação
- 30% - Desemprego
- 28% - Educação
- 28% - Saúde pública

59% dos entrevistados esperam um cenário econômico para o Brasil melhor que 2022

> O que esperam para 2023

- Aumento das oportunidades de emprego (49%)
- Aumento da renda (46%)
- Aumento dos investimentos em educação (44%)
- Aumento da preservação do meio ambiente (42%)

- Aumento dos investimentos na saúde pública (41%)
- Redução da pobreza (39%)
- Redução da inadimplência (31%)

CONGRESSO NACIONAL

Posse das autoridades governamentais eleitas

Com a posse do novo governo eleito, realizada em 01 de janeiro de 2023 e a dos novos parlamentares que acontecerá em 02 de fevereiro, mesma data em que retornarão as atividades do Legislativo, a área de RIG do Sistema CNDL, nesse primeiro mês do ano, está trabalhando na análise do novo cenário político e quais serão as diretrizes regulatórias de impacto o setor; na análise de proximidade de relacionamento institucional entre os líderes das entidades com os parlamentares eleitos; e na identificação dos atores políticos nomeados para os cargos do Executivo.

Além disso, as agendas de aproximação e diálogo com as autoridades governamentais já iniciaram e se intensificarão no mês de fevereiro junto aos Congressistas.

CNDL participa de encontro com o Vice-presidente Geraldo Alckmin

A primeira agenda institucional da CNDL aconteceu terça-feira (10) com os representantes das entidades que compõem a UNECS (União Nacional das Entidades de Comércio e Serviços), se reuniram com **Geraldo Alckmin, vice-presidente da República e ministro do MDIC (Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços)**.

A CNDL esteve no encontro, representada pelo presidente da CDL/DF (Câmara de Dirigentes Lojistas do Distrito Federal), Wagner Gonçalves da Silveira Júnior. A audiência foi intermediada pelo deputado Zé Neto (PT-BA), que integra a FCS (Frente Parlamentar de Comércio, Serviços e Empreendedorismo), e teve como objetivo sedimentar a aproximação das maiores entidades de livre adesão do Brasil junto ao novo governo.

 Saiba mais: <https://bit.ly/3Qtb0Vm>



CONGRESSO NACIONAL

CNDL repudia atos de destruição ocorridos em Brasília

Com os últimos acontecimentos do domingo, 08 de janeiro de 2023, com repercussão nacional, a CNDL publicou a seguinte nota de repúdio:

NOTA DE REPÚDIO

A Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), principal entidade representativa do setor de comércio e serviços do Brasil, com mais de 500 mil empresas associadas, manifesta profundo repúdio aos atos de destruição ocorridos em Brasília neste domingo, 8 de janeiro de 2023.

As graves cenas de desordem e depredação ao patrimônio público nacional causam profunda perplexidade institucional.

A CNDL, reitera a importância da estabilidade democrática do país, do respeito às leis e à Constituição Federal.

José César da Costa
Presidente da CNDL



www.cndl.org.br

Sistema CNDL

