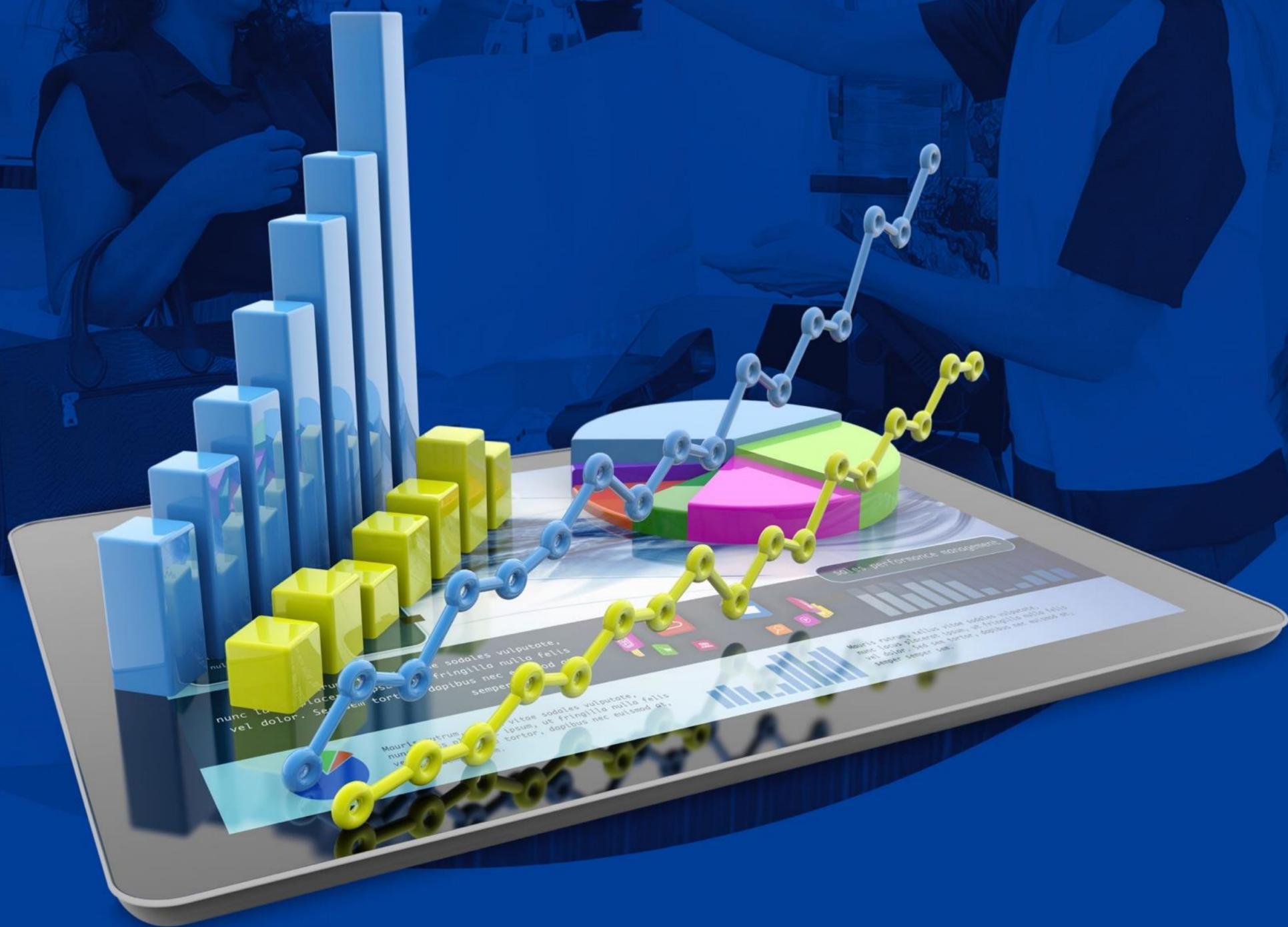




PANORAMA DO COMÉRCIO

MARÇO/2024



RESUMO

BOM COMEÇO: VENDAS DO COMÉRCIO REGISTRAM CRESCIMENTO EXPRESSIVO NA PRIMEIRA MEDIÇÃO DE 2024; DADOS DO IBGE MOSTRAM QUE PIB AVANÇOU 2,9% EM 2023, ACIMA DO PROJETADO NO INÍCIO DO ANO

O setor do comércio começa o ano de 2024 com boas notícias. Depois de um período de desaceleração, os números de janeiro mostraram alta expressiva das vendas do comércio varejista – conceito mais restrito – e do varejo ampliado, que inclui todas as atividades comerciais. O desempenho das vendas também ficou acima daquele observado em janeiro de 2023. O resultado mensal foi puxado pelo crescimento das vendas de “Tecidos, vestuário e calçados”.

As vendas do setor ao longo do ano seguem condicionadas à trajetória dos juros, da inflação e do crédito. Além disso, o quadro de endividamento das famílias, que melhorou no segundo semestre de 2023, precisa ser consolidado.

A presente edição do Panorama também destaca os resultados do PIB de 2023, oficialmente divulgados. A economia brasileiro cresceu 2,9%. Como em anos anteriores, o resultado ficou acima do que se esperava. Para 2024, projeta-se um crescimento mais modesto, abaixo de 2,0%. Haverá espaço para mais um resultado acima do esperado?

Panorama do Comércio



2,4%

Crescimento das vendas do varejo ampliado entre jan-24 e dez-23



1,5%

Crescimento das vendas do comércio varejista entre jan-24 e dez-23



8,5%

Crescimento das vendas de “Tecidos, vestuário e calçados”

Panorama Macro



4,5%

Inflação no acumulado dos 12 meses encerrados em fev-23



7,4%

Taxa de Desemprego



11,25%

Taxa SELIC

Um dos fatores que impulsionaram o PIB de 2023 foi o desempenho extraordinário do setor agropecuário, que registrou recordes de safra. Em 2024, as expectativas apontam, no entanto, para um cenário mais difícil para esse setor devido a questões climáticas. As projeções para os próximos anos também estão perto de 2,0%, o que evidencia a necessidade de elevar o crescimento potencial da economia brasileira.

O Panorama também destaca os números mais recentes de inflação, que segue perto do teto da meta. A boa notícia é que a inflação de serviços continua desacelerando e favorecendo o corte da taxa básica de juros. No cenário do crédito, observa-se que o volume de recursos do Sistema Financeiro Nacional (SFN) em mãos das empresas ainda recua em termos reais, isto é, descontando-se a inflação. Analisando o crédito ao comércio, o recuo é ainda maior, o que reflete as dificuldades financeiras de grandes redes varejistas.

Os dados positivos do início do ano merecem ser destacados, mas ainda é cedo para construir um prognóstico do ano com base em informações pontuais. É necessário, em suma, observar o desempenho dos próximos meses, sem esquecer os condicionantes externos, isto é, o quadro internacional e o, no quadro interno, desafio do ajuste fiscal.

Termômetro do consumidor



R\$ 3.032

Renda média real em dez/23



89,7 pontos

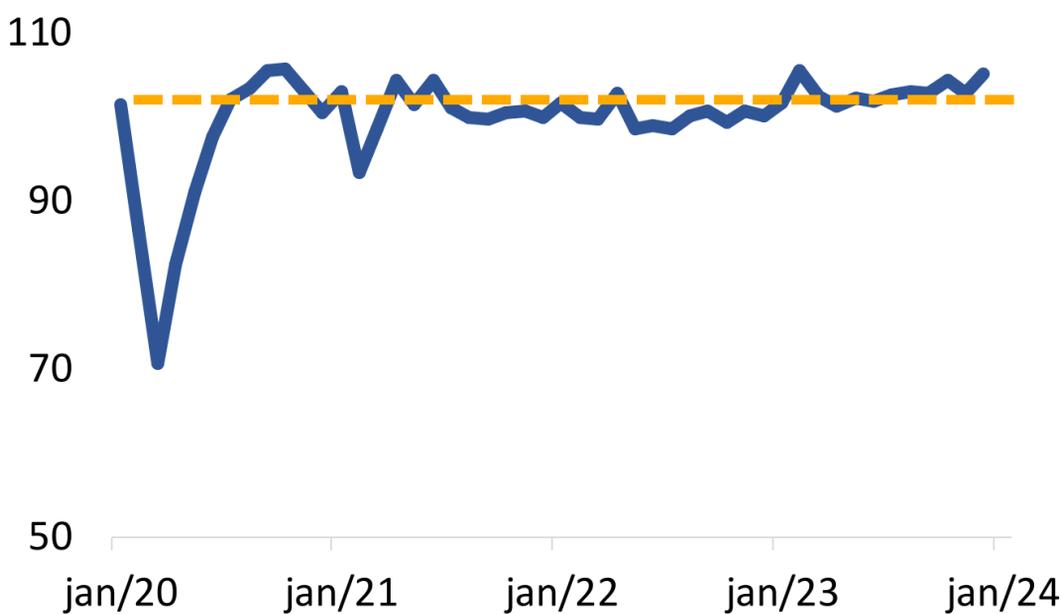
Confiança dos consumidores numa escala de zero a 200

VENDAS DO VAREJO

Primeiro dado de 2024 mostra crescimento das vendas do comércio varejista e do varejo ampliado; resultado de janeiro interrompe desaceleração das vendas

Vendas do Varejo Ampliado

Número Índice (2022 = 100)



O primeiro dado deste ano sobre as vendas do comércio mostram um crescimento expressivo na comparação com o mês anterior. De acordo com o IBGE, o avanço foi de 2,5% nas vendas do comércio varejista e de 2,4% nas vendas do varejo ampliado. O comércio varejista é a segmentação que desconsidera as vendas de atividades comerciais mais específicas, como a venda de veículos, materiais para construção e atacadista de alimentação e bebidas.

Já o varejo ampliado reúne todas as atividades comerciais, incluindo o comércio varejista. Na comparação com janeiro de 2023, o desempenho também foi positivo: as vendas do varejo cresceram 4,1%, enquanto as vendas do varejo ampliado avançaram expressivos 6,8%. Os dados de janeiro sucedem um período em que as vendas tiveram um desempenho ruim. De acordo com o IBGE, a partir de setembro de 2023, o setor enfrentou dois meses de estabilidade das vendas e uma queda em dezembro. O resultado divulgado pelo IBGE ficou acima do esperado por analistas do mercado.

	O que compara	Comércio Varejista	Varejo Ampliado
Variação mensal com ajuste sazonal	Compara o resultado de um mês com o mês imediatamente anterior	2,5%	2,4%
Variação anual	Compara um mês com o mesmo mês do ano anterior	4,1%	6,8%
Variação acumulada em 12 meses	Compara os 12 meses encerrados no mês de referência com os 12 meses anteriores	1,8%	2,9%



VENDAS DO VAREJO POR SEGMENTOS

Vendas de “Tecidos, vestuário e calçados” lideram alta em janeiro de 2024, na comparação com o mês anterior, com crescimento de 8,5%

Diante do bom desempenho das vendas em janeiro de 2024, na comparação com dezembro de 2023, vale destacar os resultados das atividades comerciais. De acordo com o IBGE, o melhor desempenho em janeiro foi apresentado pelo segmento de “Tecidos, vestuário e calçados”, que registrou alta de 8,5%. Em seguida, aparece o segmento de “Materiais para escritório”, com crescimento de 6,1% das vendas. Na comparação entre janeiro e dezembro, seis segmentos registraram alta e quatro registraram queda. O maior recuo foi do segmento de “Livros, jornais, revistas e papelaria”, com queda de 3,6%. Ampliando o horizonte de análise, no acumulado de 12 meses, as vendas de veículos registraram a maior alta, com crescimento de 8,7%. O segmento de “Artigos farmacêuticos e médicos”, que inclui também cosméticos, registrou alta de 5,9% nessa base de comparação.

Segmento	Variação mensal	Acumulado em 12 meses
 Tecidos, vestuário e calçados	8,5%	-4,7%
 Materiais para escritório	6,1%	1,4%
 Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5,2%	-10,5%
 Móveis e eletrodomésticos	3,6%	0,6%
 Veículos, motocicletas, partes e peças	2,8%	8,7%
 Hipermercados e supermercados	0,9%	4,0%
 Combustíveis e lubrificantes	-0,2%	2,2%
 Material de construção	-0,2%	-1,9%
 Artigos médicos e farmacêuticos	-1,1%	5,9%
 Livros, jornais, revistas e papelaria	-3,6%	-8,0%
 Atacadista de alimentação e bebidas	-	2,1%

INDICADOR DE CONFIANÇA DO COMÉRCIO

Indicador de Confiança do Comércio recua em fevereiro de 2024 na comparação com o mês anterior; mesmo assim, resultados de 2024 superam os do início de 2023, mostra FGV



89,5 pontos

Indicador de Confiança do Comércio



86,3 pontos

Componente de avaliação das **Expectativas** em fev-24



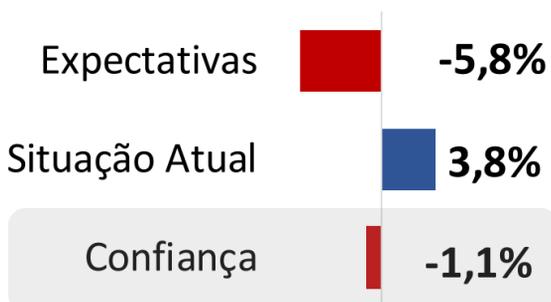
93,3 pontos

Componente de avaliação da **Situação Atual** em fev-24

Em fevereiro de 2024, o Indicador de Confiança do Comércio, medido pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) registrou 89,5 pontos. O resultado ficou abaixo do observado na primeira medição do ano, com queda de 1,1% na comparação com janeiro de 2024, mas superou o verificado em fevereiro de 2023, com alta de 1,8%. Ao longo de 2023, a confiança do setor oscilou, apresentando dificuldade de se consolidar acima dos 90 pontos. Pela metodologia do indicador, resultados acima de 100 pontos indicam prevalência do otimismo, enquanto resultados abaixo dessa marca indicam prevalência do pessimismo. A abertura dos dados componentes do indicador mostra que a avaliação da Situação Atual está acima das Expectativas para os próximos meses, refletindo o bom desempenho das vendas visto nos dados oficiais. O indicador permanece, em suma, abaixo dos 100 pontos, embora o início de 2024 mostre uma percepção melhor do setor na comparação com 2023. Ao longo dos próximos meses, retomada definitiva da confiança dependerá da evolução do consumo.

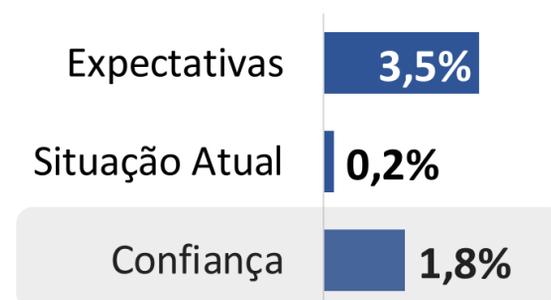
Variação mensal

fev-24 ante jan-24



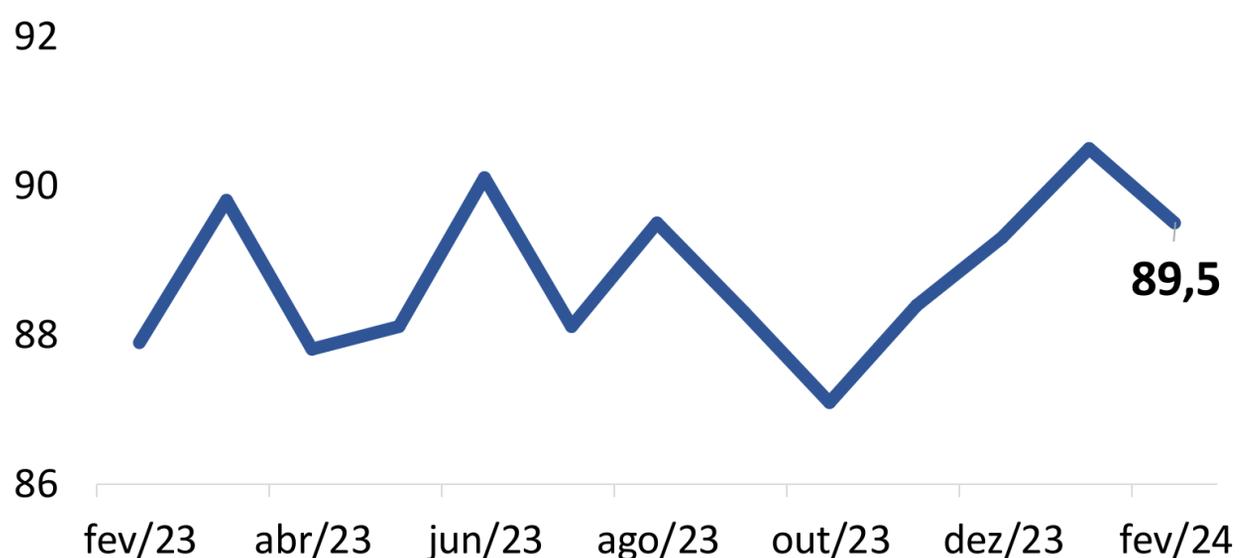
Variação anual

fev-24 ante fev-23



Indicador de Confiança do Comércio

Número índice (de zero a 200)



INFLAÇÃO

Itens e serviços de “Educação” pressionam os dados de inflação de fevereiro, com alta de 4,98% na comparação mensal; inflação de serviços segue desacelerando

De acordo com dados do IBGE, o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) registrou alta de 0,83% na comparação entre fevereiro de 2024 e o mês anterior. O resultado ficou acima do esperado, além de ter sido o maior desde fevereiro de 2023. A alta mensal foi puxada por um aumento expressivo dos preços de itens e serviços de “Educação”, que apresentaram alta média de 4,98% na comparação mensal. O avanço no preço desses itens é tipicamente observado nessa época do ano. Também merecem destaque os preços itens de “Comunicação”, que registraram crescimento de 1,56% na comparação mensal. No acumulado dos 12 meses encerrados em fevereiro de 2024, a inflação foi de 4,5%, permanecendo em torno do teto da meta, a exemplo do observado nos meses anteriores. A boa notícia dos dados de inflação de fevereiro está na evolução dos preços de serviços. De acordo com o Banco Central do Brasil (BCB), a inflação de serviços acumula alta de 5,2%. Mesmo permanecendo acima da média, a trajetória dos preços de serviços mostra queda consistente, o que favorece o continuidade do corte da taxa básica de juros.

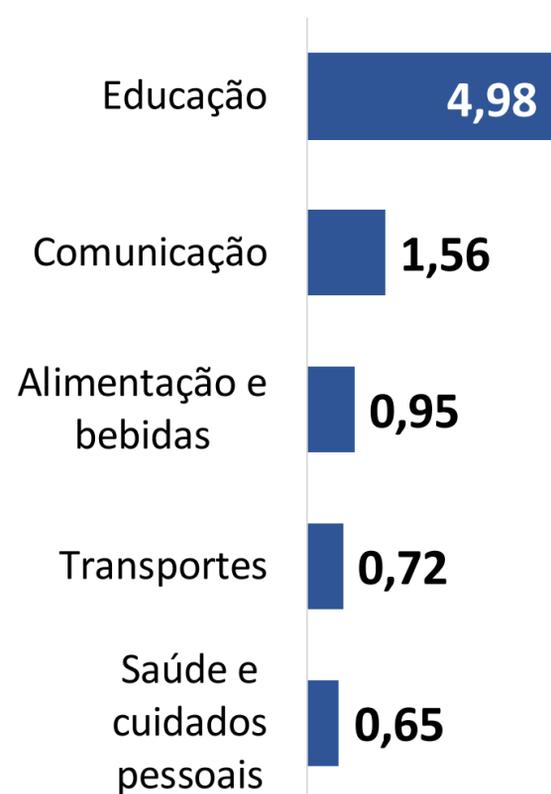
0,83%

Inflação mensal (fev-23 ante jan-23)



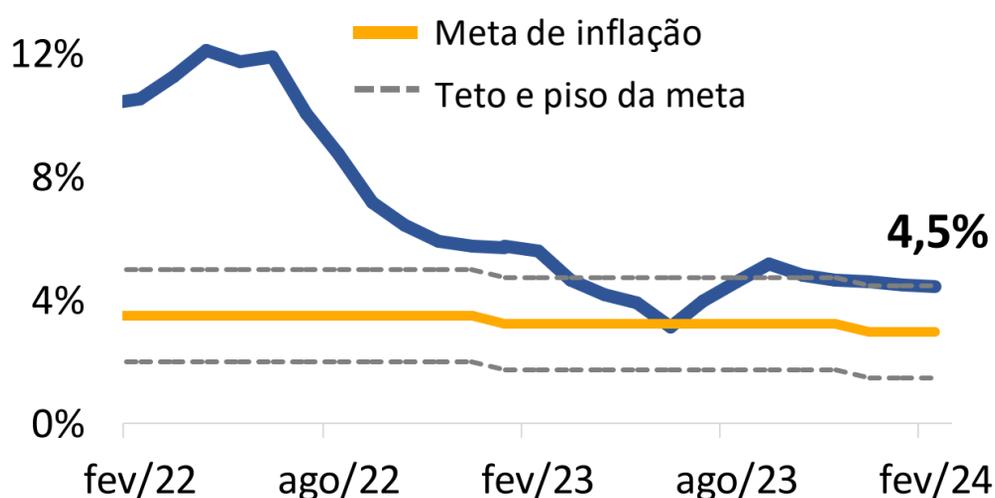
Maiores altas

Variação mensal | Em %



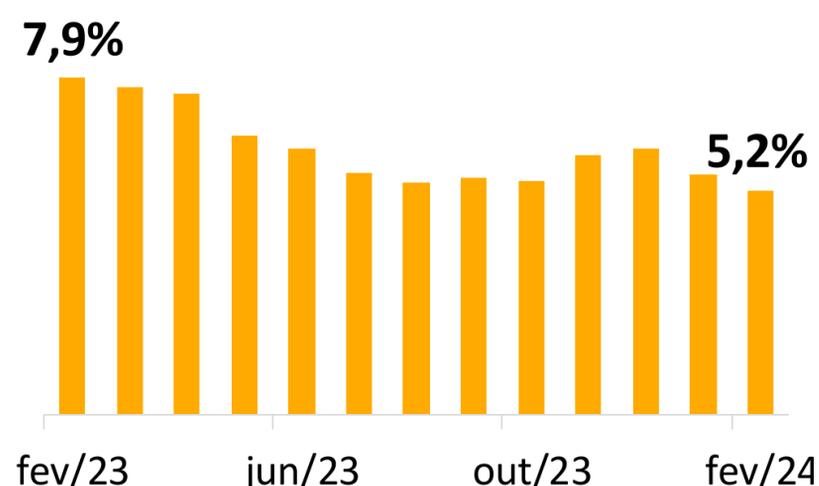
IPCA

Acumulado em 12 meses



Inflação de Serviços

Acumulado em 12 meses



MERCADO DE CRÉDITO

Crédito a empresas registra crescimento abaixo da inflação na comparação entre janeiro de 2024 e o mesmo mês do ano anterior; taxa média de juros segue elevada



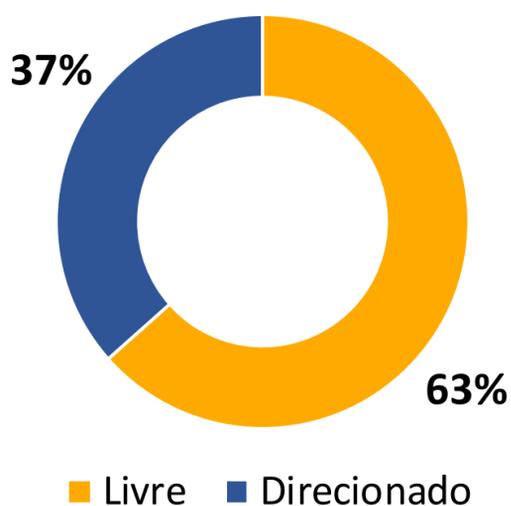
R\$ 2,2 tri

Saldo de crédito para **Empresas (PJ)** em jan-24

De acordo com o Banco Central do Brasil, o volume de crédito para empresas (PJ) chegou a 2,2 trilhões em janeiro de 2024, com crescimento nominal de 3,6% na comparação com o mesmo mês de 2023. Esse avanço ficou abaixo da inflação no período, o que significa uma retração do crédito empresarial em termos reais. O saldo de crédito representa a soma dos valores em aberto, vencidos ou a vencer, das operações de crédito feitas através do Sistema Financeiro Nacional (SFN). Do saldo total destinado às empresas, 63% correspondem a operações com recursos livres, cujas taxas são negociada no mercado e 37% correspondem a operações com recursos direcionados, regulamentadas pelo Conselho Monetário Nacional e destinadas a finalidades específicas, como o crédito rural e o financiamento imobiliário. Analisando o saldo de crédito para empresas do comércio, observa-se uma queda de 1,5% em termos nominais, o que mostra uma restrição ainda maior do crédito para o setor. Por fim, a análise das taxas médias de juros mostra que os juros no segmento de PJ chegaram a 22,2% ao ano em média no crédito livre. No crédito direcionado, a taxa média foi de 12,5%

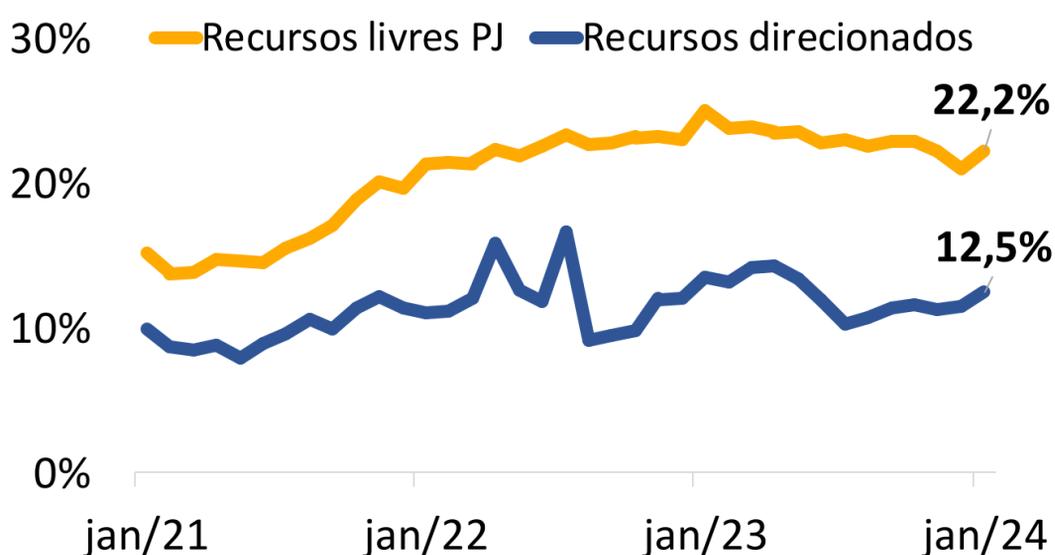
Tipo de concessão

% do Saldo de crédito PJ



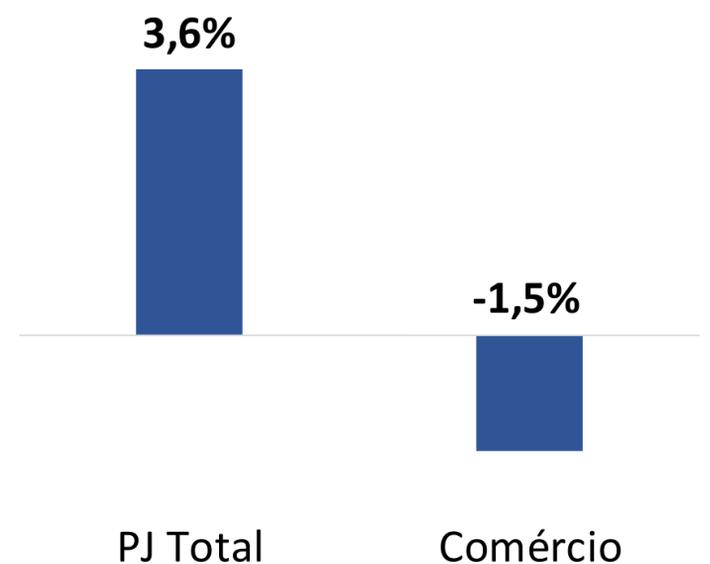
Taxa média de juros para empresas

Taxa anual



Crescimento do crédito

Variação anual

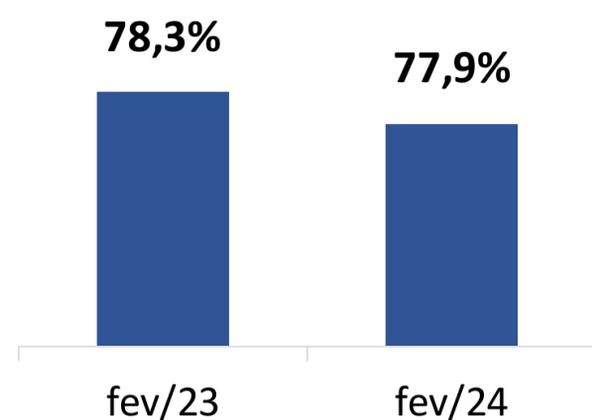


TERMÔMETRO DO CONSUMIDOR

Indicadores de endividamento das famílias recuam e percentual de famílias com dívidas a vencer chega a 77,9%, segundo levantamento da CNC; confiança oscila para baixo em fevereiro

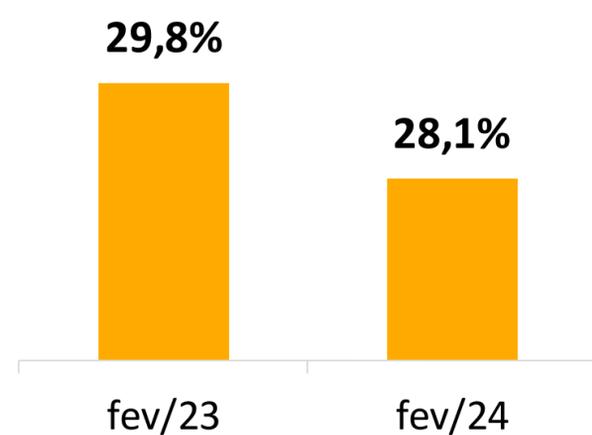
Famílias endividadas

% de famílias com dívidas a vencer



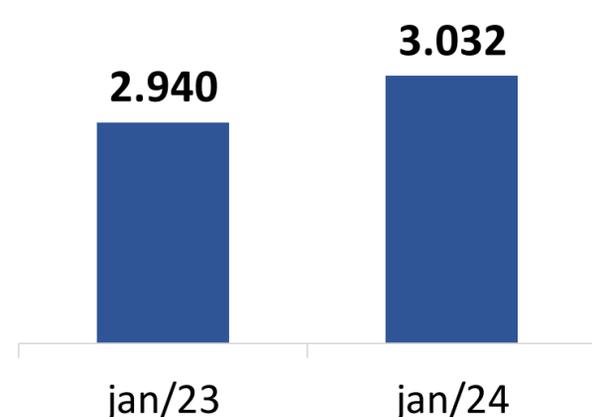
Dívidas em atraso

% de famílias com dívidas vencidas



Renda média real

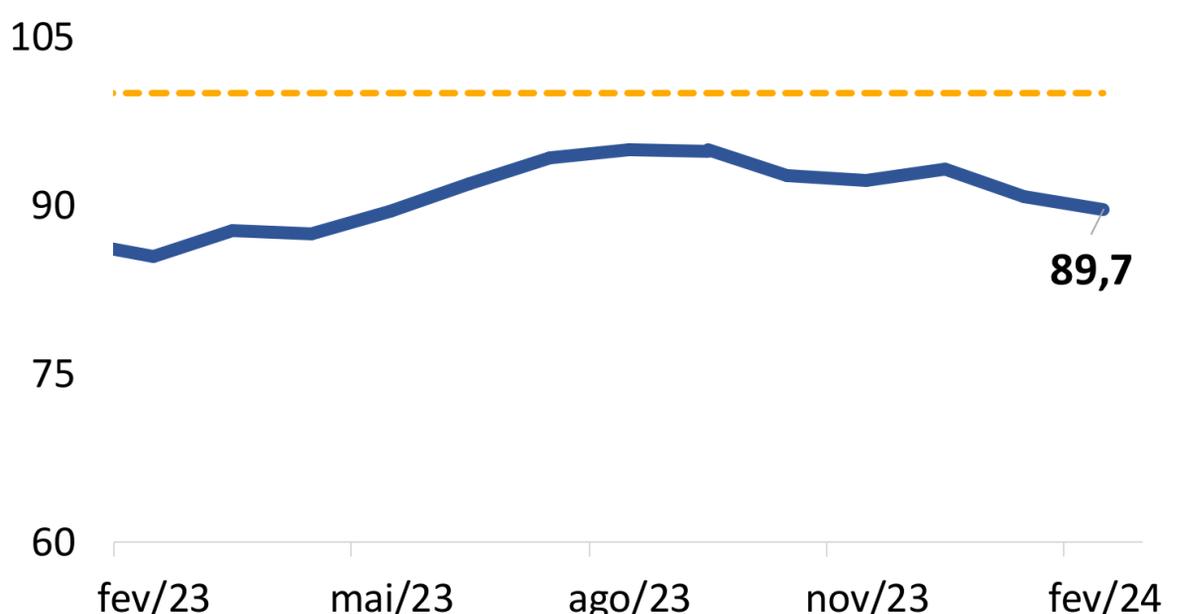
Em R\$



O que dizer sobre a situação financeira das famílias no início de 2024? Depois de um período em que os níveis de endividamento e inadimplência atingiram um recorde, os dados mais recentes mostram um alívio. Em fevereiro de 2024, de acordo com dados da Confederação Nacional do Comércio, o percentual de famílias que relataram ter dívidas a vencer foi de 77,9%, abaixo do observado no mesmo mês do ano anterior. Vale destacar que, anteriormente, esse índice chegou perto de 80%. Já o percentual de famílias que relataram ter dívidas atrasadas foi de 28,1% em fevereiro de 2024 – ante 29,8% em fevereiro de 2023. Ao longo do último ano, a renda média real também mostrou evolução positiva, chegando a 3.032. Por fim, o Indicador de Confiança do Consumidor, calculado pela FGV, registrou 89,7 pontos em fevereiro de 2024, permanecendo abaixo dos 100 pontos. O resultado segue, no entanto, acima do observado no mesmo mês do ano anterior, quando o indicador atingiu 85,5 pontos.

Indicador de Confiança do Consumidor

Número índice (de zero a 200)



PIB DE 2023

PIB brasileiro cresce 2,9% em 2023, na comparação com 2022, puxado pelo bom desempenho do setor Agropecuário; dados setoriais mostram avanço menor do PIB do comércio

PIB por setor

2023 ante 2022

PIB	2,9%
Agropecuária	15,1%
Serviços	2,4%
Comércio	0,6%
Indústria	1,6%



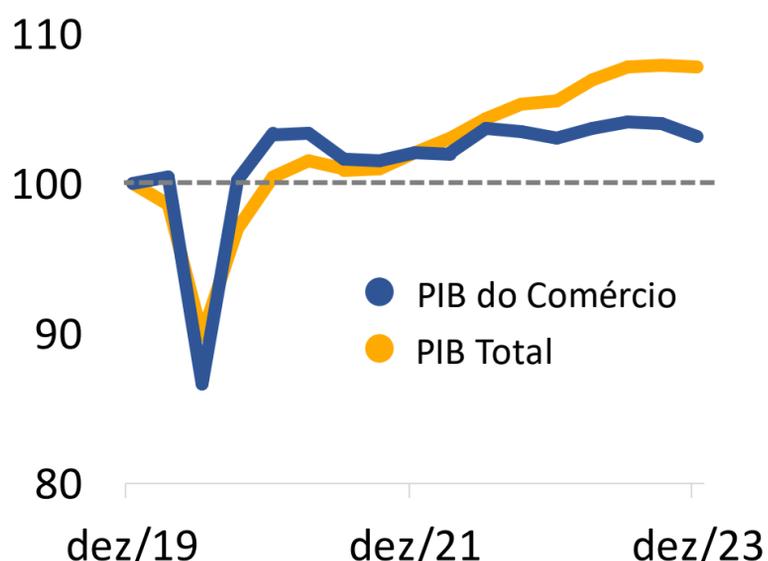
7,7%

Crescimento do PIB com relação a 2019 (pré-pandemia)

Dados divulgados pelo IBGE mostram que, em 2023, o PIB brasileiro cresceu pelo terceiro ano consecutivo, depois da queda ensejada pelo início da pandemia. O crescimento da produção na comparação com 2022 foi de 2,9%. O desempenho acima do previsto no início daquele ano deveu-se em grande parte ao desempenho extraordinário do setor agropecuário. O PIB desse setor cresceu expressivos 15,1%. Na sequência, aparece o setor de Serviços, com alta de 2,4%. Por sua vez, o PIB da indústria registrou alta de 1,6%. Computado como parte do setor de serviços, o PIB do comércio cresceu 0,6% em 2023. Tanto o PIB total quanto o PIB do Comércio encerraram 2023 num patamar acima do observado em 2019, antes da pandemia. Observa-se, no entanto, que o PIB Total cresceu 7,7% com relação àquele patamar, enquanto o PIB do comércio cresceu menos (4,6%). Cabe observar que, para os próximos anos, projeta-se um crescimento baixo para a economia brasileira, em torno 2,0%. Esse ritmo é menor do que o projetado para as economias emergentes e evidencia a importância de elevar a produtividade da economia brasileira.

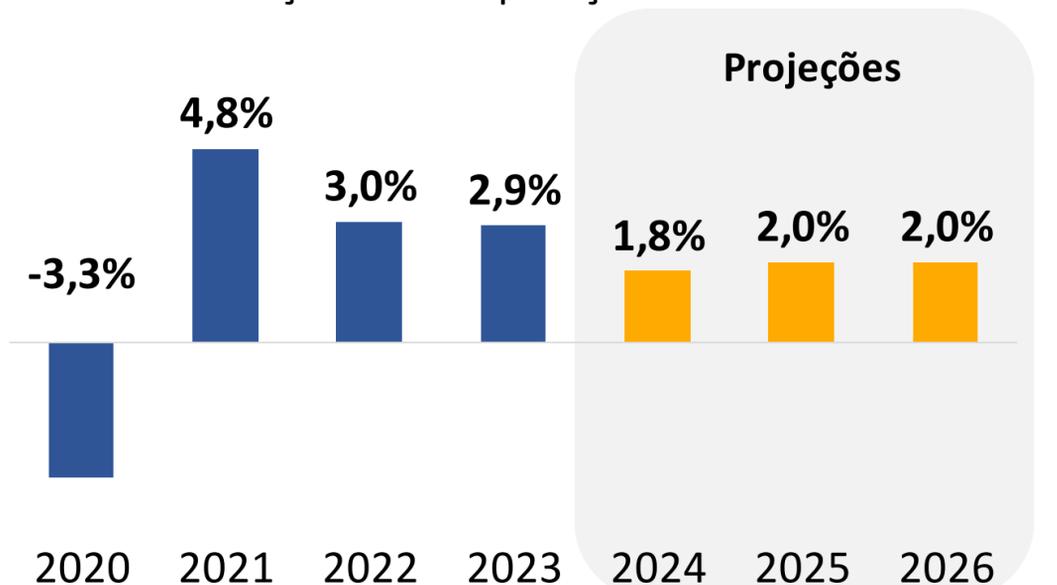
PIB trimestral

Número índice com ajuste sazonal



Crescimento anual do PIB

Varição na comparação com o ano anterior

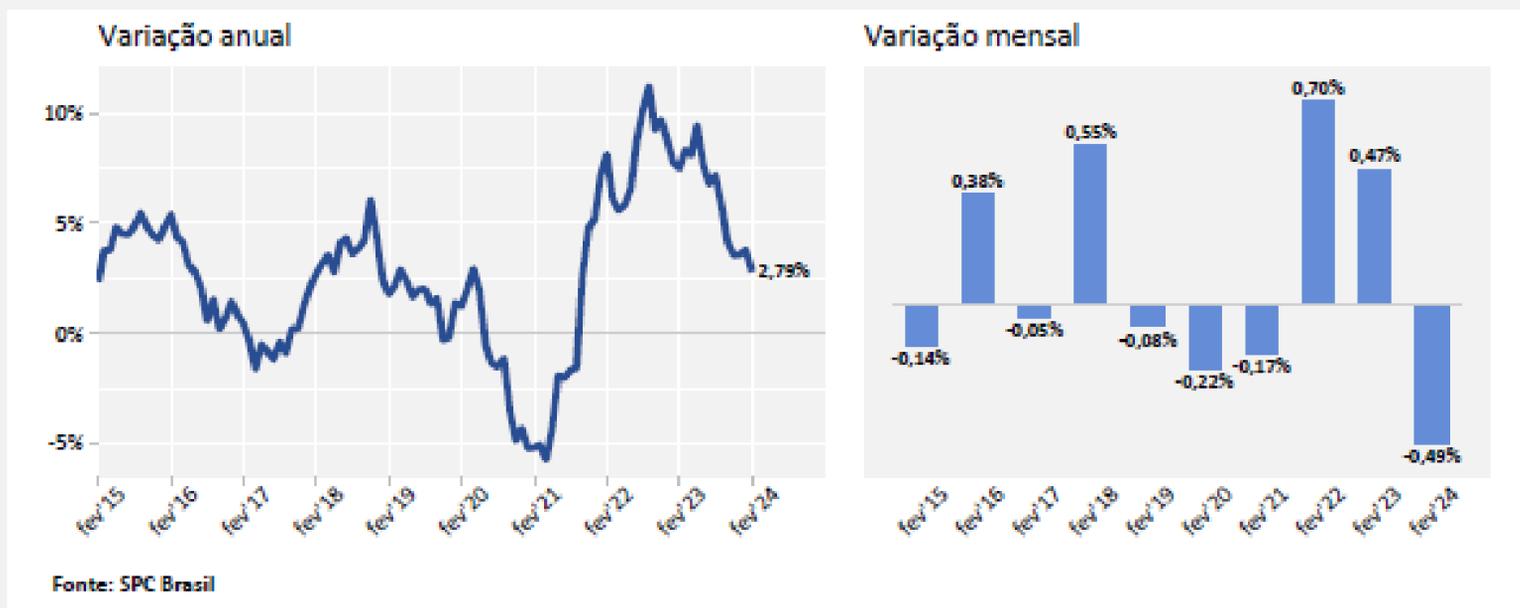


INADIMPLÊNCIA NACIONAL DE PESSOAS FÍSICAS

INADIMPLÊNCIA TEM PEQUENA QUEDA E ATINGE 66,64 MILHÕES DE CONSUMIDORES

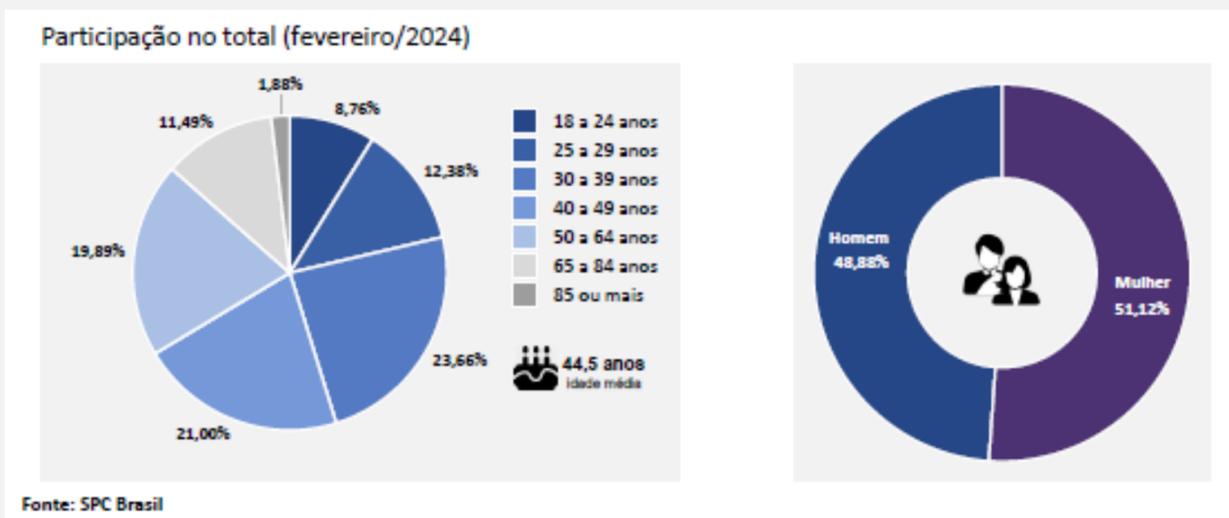
O número de inadimplentes no país teve uma pequena queda em fevereiro de 2024, em comparação com janeiro de 2024, e atinge 66,64 milhões de brasileiros. O Indicador realizado pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) aponta que quatro em cada dez brasileiros adultos (40,60%) estavam negativados em fevereiro de 2024. Na comparação com o mesmo período de 2023, o indicador apresentou crescimento de 2,79%.

[Confira a pesquisa](#)



NÚMERO DE INADIMPLENTES POR FAIXA ETÁRIA E SEXO

O número de devedores com participação mais expressiva em fevereiro está na faixa etária de 30 a 39 anos (23,66%). De acordo com a estimativa, são 16,47 milhões de pessoas registradas em cadastro de devedores nesta faixa, ou seja, quase metade (48,37%) dos brasileiros desse grupo etário estão negativados. A participação dos devedores por sexo segue bem distribuída, sendo 51,12% mulheres e 48,88% homens.



R\$ 4.399,90

MÉDIA DA SOMA DE TODAS AS DÍVIDAS



64,46%

BANCOS (SETOR QUE CONCENTRA A MAIOR PARTE DAS DÍVIDAS)



CONSUMO ONLINE

86% DOS INTERNAUTAS FIZERAM COMPRAS POR MEIO DE APLICATIVOS DE LOJA NO ÚLTIMO ANO

Fazer compras utilizando aplicativos de lojas e de redes sociais é um hábito cada vez mais comum do consumidor brasileiro. Uma pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), em parceria com a Offerwise Pesquisas, mostra que 86% dos internautas utilizaram algum aplicativo de loja para realizar compras nos últimos 12 meses, um crescimento de 7 pontos percentuais em comparação com a mesma pesquisa realizada em 2021.

[Confira a pesquisa](#)



PRINCIPAIS RAZÕES:

- (76%) preço reduzido, economia de gastos
- (48%) maior variedade de produtos
- (34%) achar produtos raros, difíceis de encontrar ou que não estão à venda no Brasil

PRINCIPAIS RAZÕES:

- (55%) praticidade e rapidez
- (48%) ter os melhores preços e ofertas do mercado
- (48%) a ideia de não precisar sair de casa
- (44%) facilidade de acesso do celular de qualquer lugar

PRODUTOS MAIS COMPRADOS PELOS INTERNAUTAS VIA APLICATIVOS DE LOJA:

- (49%) moda/vestuário
- (47%) comidas e bebidas por delivery
- (42%) serviços de transporte
- (40%) itens para casa

De acordo com os entrevistados, 26% utilizaram as redes sociais para realizar compras nos últimos 12 meses, uma queda de 14 pontos percentuais comparado a 2021.

Para 86% o WhatsApp é uma boa forma de comunicação com as empresas, sendo que 58% acreditam que é uma boa forma para tirar dúvidas ou receber suporte técnico e 38% para agendar horários de atendimento.

ENTRE AQUELES QUE NÃO COMPRAM PELAS REDES SOCIAIS, AS PRINCIPAIS RAZÕES SÃO:

- (31%) medo de compartilhar seus dados de compra e sofrer um golpe
- (29%) não confiam nas informações compartilhadas neste canal
- (22%) medo de que o pedido não chegue ou venha diferente da foto/especificação

96% dos entrevistados costumam fazer pesquisas de produtos nas redes sociais, sendo que:

- 63% pesquisam preço,
- 46% comentários sobre a experiência de outros consumidores e
- 45% fotos que ilustrem o produto.

PRINCIPAIS PRODUTOS COMPRADOS PELAS REDES SOCIAIS

- (44%) moda/vestuário
- (40%) comidas e bebidas por delivery
- (34%) cosméticos, perfumes, produtos para o cabelo



CONSUMO ONLINE

NOTIFICAÇÕES DE OFERTAS DE APLICATIVOS DE LOJAS SÃO OS QUE MAIS ESTIMULAM ÀS COMPRAS POR IMPULSO NA INTERNET

Resistir aos anúncios que surgem a todo instante em cada clique na internet é uma tarefa árdua para os consumidores. Basta abrir uma página na web que aparece uma avalanche de promoções, notificações e oportunidades para comprar. De acordo com uma pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), em parceria com a Offerwise, as ações que mais estimulam as compras por impulso na internet são as notificações de ofertas de aplicativos de lojas (48%), publicações e/ou anúncios no Instagram (33%), email marketing (32%) e publicações e/ou anúncios no Facebook (28%).

[Confira a pesquisa](#)

PRODUTOS MAIS COMPRADOS POR IMPULSO PELA INTERNET SÃO:

- (42%) moda/vestuário
- (37%) comidas e bebidas por delivery
- (30%) itens para casa
- (30%) cosméticos, perfumes, produtos de beleza

PRINCIPAIS RAZÕES ADMITIDAS PELOS CONSUMIDORES PARA AS COMPRAS NÃO PLANEJADAS:

- (54%) promoção
- (42%) porque ficam navegando na loja e acabam gostando de produtos
- (20%) ficam navegando no Instagram e/ou Facebook, veem algo que gostam e acabam comprando

No quesito planejamento, 40% dos internautas costumam planejar suas compras online, enquanto 48% nem sempre o fazem. Já 12% admitem nunca se planejar nas compras.

LOCAIS MAIS UTILIZADOS PARA REALIZAÇÃO DE SUAS COMPRAS:

- (88%) sites de lojas
- (86%) aplicativos de lojas
- (76%) supermercados
- (57%) shopping center

O WhatsApp aparece na preferência dos usuários como o melhor canal para se comunicar diretamente com lojas e prestadores de serviços, sendo citado por 62% dos consumidores, enquanto 40% preferem o “Fale Conosco” ou Chat da empresa e 32% o telefone.

(97%) buscam informações na web antes de comprar em lojas físicas, principalmente quando as compras são de eletrodomésticos (57%), celulares (53%), artigos de vestuário (52%) e eletrônicos (48%).

Quando o processo de compra é inverso, 86% buscam informações em lojas físicas antes de comprar na internet, principalmente para: os eletrodomésticos (44%), celular (38%), itens de vestuário (37%) e eletrônicos (33%).

OS CONSUMIDORES (96%) TAMBÉM COSTUMAM FAZER PESQUISA DE PREÇO ANTES DE DEFINIR UMA COMPRA PELA INTERNET, PRINCIPALMENTE EM:

- (60%) buscadores de informação
- (42%) sites e aplicativos de lojas varejistas
- (37%) sites e aplicativos de comparação de preço

CONGRESSO NACIONAL



O mês de março se inicia com definição das presidências e membros das Comissões da Câmara dos Deputados, sendo essas comissões fundamentais para o debate mais apurado das matérias legislativas antes de irem à votação no Plenário.

Além, dos grupos de trabalhos temáticos para a regulamentação da reforma tributária instituído pelo Ministério da Fazenda, as Frentes Parlamentares se uniram e criaram grupos de trabalhos paralelos para que os mais diversos setores da sociedade civil se reúnam e organizem propostas de redação às futuras leis complementares que contraponha as propostas dos GTs oficiais. Todas as quintas e sextas-feiras audiências estão acontecendo na Câmara dos Deputados e sendo transmitidas ao vivo.

Por fim, aconteceram vitórias importantes, parciais, mas que garantem medidas de sobrevivência de negócios e empregos no Brasil, entre elas está a revogação de parte da MP que previa a reoneração da folha de pagamentos, a prorrogação por mais 90 dias da portaria que trata os trabalho aos feriados e, após fortes mobilizações no Congresso, o início de um debate para reformulação mais protetiva do PERSE (Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos).

Regulamentação da Reforma Tributária – Simples Nacional



Os membros do tema de tributário do Comitê Jurídico de Apoio Legislativo do Sistema CNDL se reuniu no final de fevereiro e apresentou em 01 de março, na Câmara dos Deputados, a primeira proposta para a fase de regulamentação da RT: a criação de crédito presumido relacionado ao aproveitamento do crédito tributário amplo, em prol da competitividade do regime diferenciado do Simples Nacional.

CONGRESSO NACIONAL

Desoneração da Folha de Pagamentos para 17 setores



Apresentada medida provisória 1208/2024 revogando parcialmente a MP 1202/2024, quanto a reoneração da folha de pagamento que seria a partir de abril deste ano, todavia mantendo para os municípios a contribuição.

E apresentado, conforme era aguardado, o PL 493/2024 sobre tema, mas com o teor idêntico ao da MP revogada. Foi distribuído a Deputada Any Ortiz (CIDADANIA/RS) para emitir parecer no Plenário da Câmara dos Deputados.

Trabalho aos Feriados



Após reuniões em janeiro e fevereiro com o Ministro do Trabalho, Luiz Marinho, em agendas requeridas pelas Frentes Parlamentares do Empreendedorismo e do Comércio e Serviços que levaram ao ministro a preocupação com a portaria e importância de se incluir o comércio em geral na autorização para os trabalhos aos feriados sem necessidade de acordo em convenção coletiva.

A decisão veio em tempo, ao invés da entrada em vigor no dia 01 de março, houve mais uma prorrogação por 90 dias da portaria que revoga a autorização para o trabalho aos feriados.

PERSE



Houve um recuo por parte do governo na negociação do PERSE. Aguarda-se o envio de um projeto de lei com a reformulação do Programa.

Enquanto isso, o setor aguarda preocupado sem clara perspectiva do que poderá planejar e executar nesse ano.

ELEIÇÕES MUNICIPAIS



Após a 1ª edição, publicada no dia 09/01, onde explorou o cenário eleitoral nas capitais brasileiras, e duas outras edições especiais, ainda em janeiro sobre Condutas Eleitorais Vedadas e sobre Raio-X nas Assembleias e Câmaras de Capitais, o Radar Governamental apresenta agora a 2ª edição do Especial Eleições voltada para as outras Prefeituras de sua cobertura.

Vale lembrar que além dos 26 Estados, mais Distrito Federal, e 26 capitais brasileiras, o Radar Governamental possui hoje operação em mais de outras 70 localidades.

Nesse sentido, apresenta-se aqui as considerações sobre as disputas locais, com a perspectiva de candidatura dos atuais Prefeitos e outros nomes de destaque que se colocam como possíveis candidatos na corrida eleitoral.

Em nível municipal, as informações em alguns cenários, são pouco sólidas. Os candidatos ainda seguem, muitas vezes, indefinidos e há pouca especulação inclusive sobre o destino do atual Prefeito no pleito.

Os próximos meses deverão trazer contornos mais claros, com o olhar mais preciso de nomes estaduais, como Deputados e Secretários e mesmo Governadores e Federais, como Deputados e Senadores, para suas bases municipais.

[Acesse a integra](#)



www.cndl.org.br

Sistema CNDL

