

COMÉRCIO ACUMULA PERDA DE R\$ 124,7 BILHÕES EM SETE SEMANAS DE PANDEMIA

Utilização de canais alternativos ao consumo presencial ajudou a reduzir perdas, mas não impediu que o faturamento do setor encolhesse 56% em relação ao período anterior à pandemia.

Segundo a Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), divulgada hoje (13 de maio) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em março, o volume de vendas do varejo recuou 2,5% na comparação com fevereiro, descontados os efeitos sazonais – maior queda para meses de março desde 2003 (-2,7%). A incorporação dos resultados dos segmentos automotivo (-36,4%) e de materiais de construção (-17,1%) produziu a maior retração do varejo ampliado (-13,7%), em toda a série histórica da pesquisa.

Claramente, os segmentos essenciais evitaram um tombo ainda maior do volume de vendas naquele mês, especialmente o desempenho inédito das vendas nos hiper e supermercados (+14,6%), ramo no qual observou-se uma busca por estocagem de mercadorias no início da pandemia. Outro segmento com comportamento inelástico nas primeiras semanas de disseminação da Covid-19, farmácias e drogarias (1,3%) também avançaram.

As lojas de tecidos, vestuário e calçados amargaram as maiores perdas no primeiro mês da crise de saúde provocada pelo novo coronavírus. Ramos especializados na comercialização de bens de consumo duráveis também registraram quedas mensais históricas naquele mês.

QUADRO I

PERDAS TOTAIS SEMANAIS DE RECEITAS NO VAREJO
(var. % em relação ao mês anterior com ajuste sazonal)

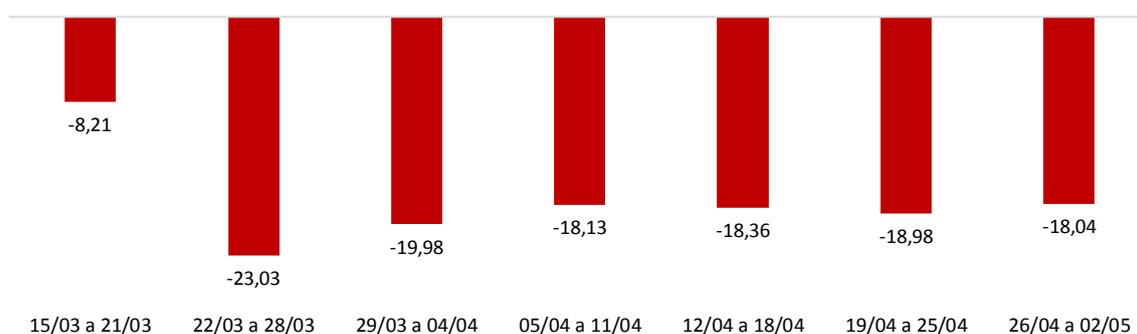


Fonte: IBGE

A intensificação da pandemia ao longo de abril e da primeira metade de maio, entretanto, acentuou o cenário negativo retratado pela PMC no estágio inicial da Covid-19. Com a maior parte dos estabelecimentos comerciais ainda fechados em diversas unidades da Federação e a manutenção das medidas de isolamento social, o varejo brasileiro acumulou uma perda total de R\$ 124,7 bilhões nas últimas sete semanas compreendidas entre os dias 15 de março e 02 de maio, de acordo com cálculos da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). Essa perda equivale a uma retração de 56% no faturamento habitual do varejo, no período anterior à crise.

O início da sequência de perdas semanais coincide com a implementação de diversos decretos estaduais e municipais determinando a interrupção parcial ou total dos estabelecimentos comerciais e, conseqüentemente, significativas restrições ao consumo presencial - modalidade preferencial de consumo por parte da população.

QUADRO II
PERDAS SEMANAIS DE RECEITAS NO VAREJO
(R\$ Bilhões)



Fonte: CNC

Na terceira semana de março (entre os dias 15 e 21), quando os novos protocolos regionais foram adotados, o comércio varejista registrou perda de R\$ 8,21 bilhões em relação ao período que antecedeu a pandemia. Na semana seguinte, os prejuízos quase triplicaram, atingindo R\$ 23,03 bilhões.

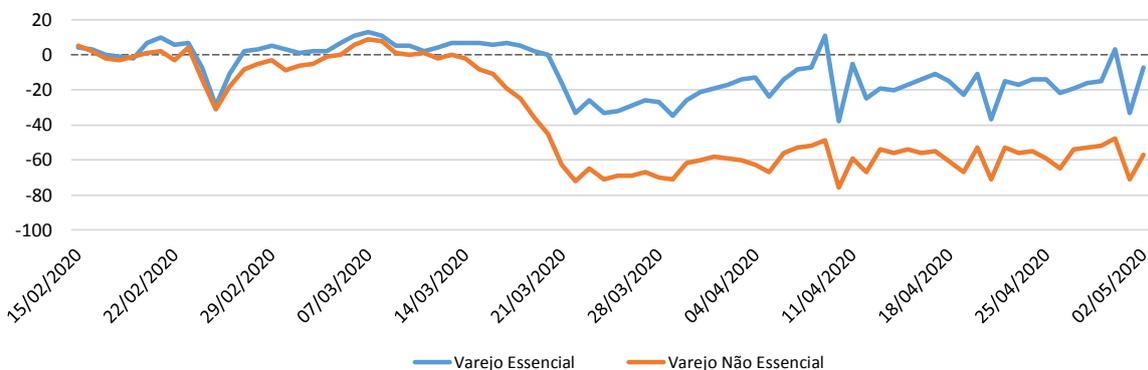
Em reação ao cenário altamente desfavorável, o comércio passou a intensificar a prática de estratégias alternativas através do *e-commerce*, *m-commerce*, vendas por aplicativos de redes sociais, serviços de *delivery* e *drive-thru*. Desde então, nas semanas subseqüentes, as perdas se deram de forma menos intensa; entretanto, não foram suficientes para impedir o acúmulo de novos resultados negativos ao longo de todo o mês de abril.

Há que se considerar ainda uma menor adesão ao isolamento social. De acordo com a consultoria Inloco, a movimentação de consumidores, medida através do rastreamento de celulares, o Índice de Isolamento Social – que chegou a se aproximar de 70% ao final de março -, recuou para menos de 50% a partir do dia 26 de abril. Atualmente, tal índice se encontra abaixo dos 44%.

Também em relação ao final de março, o *Google Community Mobility Report*, registrou um aumento de 17% no fluxo de pessoas próximas a estabelecimentos comerciais especializados na venda de produtos essenciais, como alimentos e medicamentos. Nas proximidades de estabelecimentos que comercializam produtos não essenciais, o aumento foi ainda maior no mesmo período (+29%).

QUADRO III

VARIAÇÕES % NA MOVIMENTAÇÃO DE PESSOAS EM ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS ESSENCIAIS* E NÃO ESSENCIAIS** EM RELAÇÃO AO PERÍODO ANTERIOR À PANDEMIA (%)



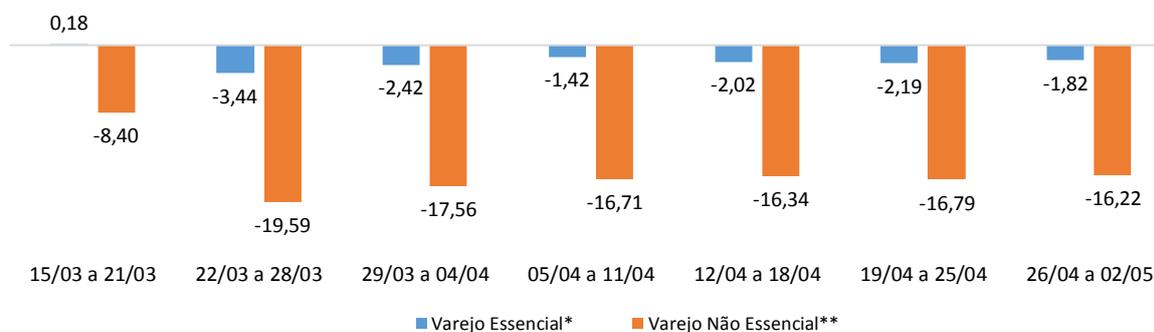
*Hipermercados, supermercados, minimercados, farmácias e drogarias
 **Demais segmentos

Fonte: Google Community Mobility Report

Nas sete semanas encerradas no início de maio, as perdas mais expressivas se concentraram nos segmentos varejistas especializados na venda de itens não essenciais (R\$ 111,61 bilhões). As vendas de alimentos e medicamentos, segmentos que respondem por 37% do varejo brasileiro, acumularam perdas de R\$ 13,12 bilhões no período.

QUADRO IV

PERDAS SEMANAIS DE RECEITAS NO VAREJO ESSENCIAL* E NÃO ESSENCIAL** (R\$ Bilhões)

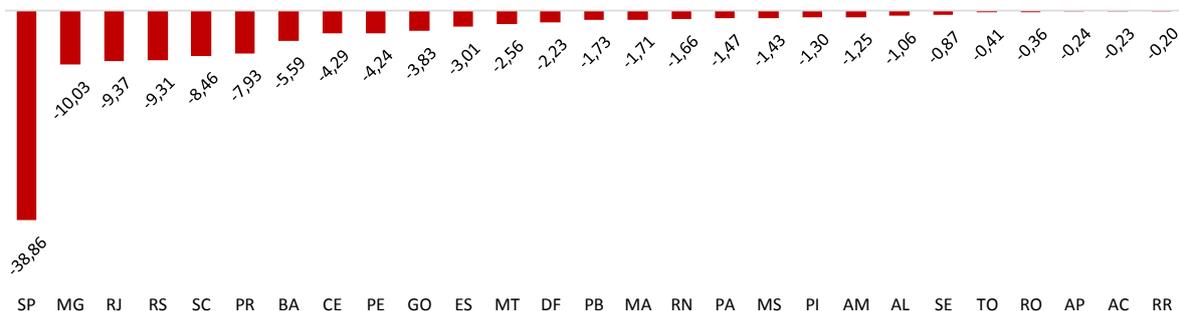


*Hipermercados, supermercados, minimercados, farmácias e drogarias
 **Demais segmentos

Fonte: CNC

Os estados das regiões Sul e Sudeste concentram 69,7% das perdas do período. Em termos relativos, no entanto, destacam-se as quedas em relação ao período anterior à pandemia nos estados do Ceará (-71,2%), Piauí (-71%) e Santa Catarina (-62,4%).

QUADRO V
PERDAS SEMANAIS DE RECEITAS NO VAREJO SEGUNDO UNIDADES DA FEDERAÇÃO
(R\$ Bilhões)



Fonte: CNC

A persistência do cenário atual tem potencial para eliminar cerca de 2,4 milhões de postos de trabalho formais do setor em um intervalo de até três meses. A concretização desse cenário, no entanto, dependerá de como as empresas do setor irão reagir às medidas anunciadas pelo governo e, em última instância, à própria evolução da pandemia nas próximas semanas.

As estimativas da CNC cruzaram informações históricas das pesquisas mensal e anual de comércio do IBGE, estatísticas do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), além de dados relativos à circulação de consumidores em estabelecimentos comerciais providos semanalmente pela plataforma *Community Mobility Reports* do Google.