## COM FECHAMENTO DE QUASE 3 EM CADA 4 ESTABELECIMENTOS FECHADOS, VAREJO JÁ ACUMULA PERDA DE R\$ 53,3 BILHÕES

Em dez unidades da Federação, responsáveis por 72,5% do faturamento anual do comércio varejista, retração foi de 46,1% na comparação ao mesmo período do ano passado.

De acordo com a Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), divulgada hoje (07 de abril) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o volume de vendas do varejo cresceu 1,2% em relação ao mês anterior, já realizado o ajuste sazonal. Puxado pelos segmentos de hiper e supermercados (+1,5%), vestuário e calçados (+1,6%) e de móveis e eletrodomésticos (+1,6%), Esse foi o melhor resultado para meses de fevereiro desde 2016 (+1,6%).

Contudo, o melhor desempenho mensal do setor em quatro anos seguramente terá antecedido o pior resultado da série histórica desta pesquisa, iniciada há mais de vinte anos. Nesse período, não houve registro de interrupção tão drástica das atividades comerciais como a que o setor tem experimentado desde o aumento no número de casos de COVID-19 no Brasil.

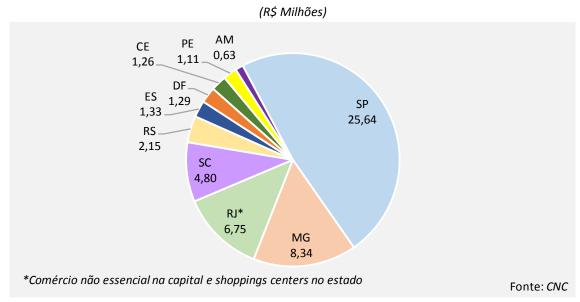
Diante da escalada do número de casos de contágio do novo coronavírus, a edição de decretos regionais determinando o fechamento de estabelecimentos comerciais em atendimento às medidas de isolamento social tem se intensificado no Brasil.

Segundo estimativas da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), em dez unidades da Federação responsáveis por 72,5% do volume de vendas do varejo nacional, o impedimento à operação de estabelecimentos comerciais levou a atividade varejista destas regiões a uma perda real de faturamento de R\$ 53,3 bilhões até o dia 07 de abril – volume equivalente a uma retração de 46,1% na comparação com o mesmo período do ano passado.

QUADRO I

PERDAS DE FATURAMENTO NO VAREJO COM FECHAMENTO DE ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS

SEGUNDO UNIDADES DA FEDERAÇÃO



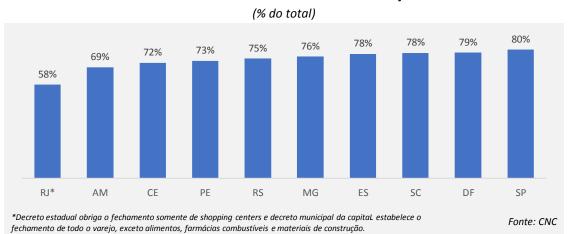
Em São Paulo, por exemplo, o Governo do Estado decretou o fechamento de lojas de diversos segmentos do comércio varejista local a partir do dia 20 de março, permitindo, assim como na maioria dos Estados que já possuem decretos do governo local, a abertura de estabelecimentos comerciais apenas para aqueles especializados na venda de produtos essenciais, tais como alimentos, medicamentos e combustíveis. Segundo a estimativa da CNC, a perda no volume de vendas naquele estado Estado chegou a R\$ 25,64 bilhões.

Já no Rio de Janeiro, há decreto estadual estabelecendo o fechamento de shopping centers no Estado desde o dia 17 de março, enquanto que a prefeitura da capital fluminense emitiu decreto no final de março obrigando o fechamento de todo o comércio,, exceto varejo de alimentos, farmácias, postos de combustíveis e, mais recentemente, lojas de materiais de construção.

QUADRO II

PERCENTUAIS DE ESTABELECIMENTOS FECHADOS NO VAREJO POR CONTA DE DECRETOS

REGIONAIS SEGUNDO UNIDADES DA FEDERAÇÃO

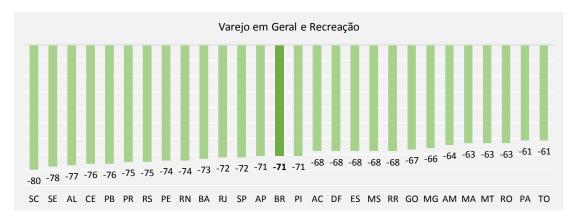


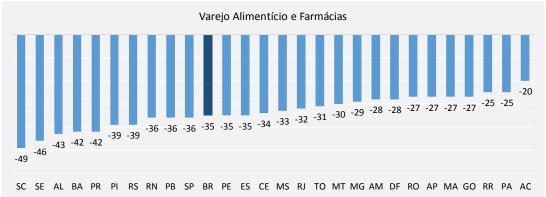
De acordo com o serviço de georreferenciamento do Google, a mobilidade de pessoas nos estabelecimentos comerciais ao final de março foi reduzida dramaticamente. No varejo de rua, nos shopping centers, livrarias e cinemas, houve queda de 71% na circulação de consumidores em todo o Brasil. As maiores quedas regionais ocorreram nos Estados de Santa Catarina (-80%), Sergipe (-78%) e Alagoas (-77%).

**QUADRO III** 

## MOVIMENTAÇÃO DE CONSUMIDORES EM ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS SEGUNDO UNIDADES DA FEDERAÇÃO

(Variação % em relação ao fluxo usual\*)





\*Média por dia da semana entre 03/jan e 06/fev de 2020 Fonte: Google

. , ,

Mesmo no varejo essencial como supermercados, minimercados, mercearias e farmácias, o número de visitantes encolheu 35% em relação à movimentação usual tido como as cinco semanas compreendidas entre os dias 03 de janeiro e 06 de fevereiro. Destacaram-se, nesse recorte, as quedas mais acentuadas nas mesmas unidades da Federação do corte anterior com taxas de -49%, -46% e -43%, respectivamente.

Por mais que o varejo eletrônico e os serviços de delivery tenham contribuído para diminuir as perdas nas vendas, a participação das receitas a partir desses serviços ainda é pequena, se comparada ao consumo presencial, e não tem conseguido compensar em curto espaço de tempo a queda na circulação de consumidores. Além disso, o efeito da própria retração econômica sobre a renda dos consumidores, em especial daqueles que trabalham por conta própria ou exercem informalmente algum tipo de atividade remunerada, certamente contribuiu para o recuo na movimentação e no consumo após o agravamento da COVID-19 no país.