

5 Varejo

Comércio

Mesmo diante da crise sanitária provocada pela pandemia do Coronavírus, o Comércio varejista nacional apresentou crescimento de 1,2% no ano de 2020, puxado, primordialmente, por atividades do ramo varejista que caracterizam a forma como a crise afetou a economia. As atividades que registraram os maiores crescimentos no volume de vendas foram as ligadas a Material de construção (+10,8%), Móveis e eletrodoméstico (+10,6%), Artigos farmacêuticos, médicos e cosméticos (+8,3%), Supermercado e produtos alimentícios (+4,8%) e Outros artigos de uso pessoal e doméstico (+2,5%). A explicação desse desempenho está na mudança de comportamento no mercado de trabalho, em que firmas foram obrigadas a fechar fisicamente e adotar o modelo de teletrabalho, em decorrência das medidas de isolamento social. Como será visto a seguir, o primeiro trimestre de 2021 reforça a trajetória de crescimento destas atividades, entretanto, nota-se uma desaceleração na retomada da economia a partir do mês de março.

Analisando o Comércio varejista restrito nacional no primeiro trimestre de 2021, na comparação interanual, verifica-se retração de 0,6%. Na variação do mês de março de 2021 com o mês imediatamente anterior, efetuados os ajustes sazonais, é observado declínio de 0,6%, arrefecendo a alta registrada no mês anterior (+0,5%). Contudo, na comparação do mês de março de 2021 com março de 2020, observa-se crescimento na ordem de 2,4% e de 0,7%, no acumulado dos últimos 12 meses.

O varejo ampliado nacional, que inclui a comercialização de Veículos, motocicletas, partes e peças e Materiais de construção, registrou crescimento de 1,4% no volume de vendas, na comparação interanual do 1º trimestre do ano de 2021. Contudo, em comparação da série do mês de março de 2021, frente ao mês de fevereiro, com ajuste sazonal, verificou-se uma queda de 5,3%. No acumulado dos últimos 12 meses, as atividades do setor registraram uma retração de 1,1%. Apesar disso, em um comparativo interanual do mês de março de 2021, observou-se incremento de 10,1% do comércio ampliado, demonstrando um melhor desempenho no período atual e sinalizando uma crescente retomada das atividades.

Tabela 1 – Variação (%) do volume de vendas do comércio e atividades - Brasil e Estados selecionados – 1º Trimestre de 2021, em relação ao mesmo trimestre de 2020

Comércio e atividades	Brasil	Ceará	Pernambuco	Bahia	Minas Gerais	Espírito Santo
Comércio varejista	-0,6	-6,0	3,1	-2,9	6,0	4,8
Combustíveis e lubrificantes	-6,8	0,5	-0,6	-1,9	2,1	13,1
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-2,5	-4,8	-4,5	-9,3	1,0	1,4
Hipermercados e supermercados	-1,5	-4,1	-5,1	-6,1	0,8	2,7
Tecidos, vestuário e calçados	-18,2	-29,1	-9,6	-26,8	-17,1	16,7
Móveis e eletrodomésticos	1,6	-3,6	-18,3	20,3	4,9	-1,6
Móveis	5,3	0,0	-17,7	17,1	37,2	-19,8
Eletrodomésticos	0,3	-8,2	-18,5	21,7	-1,9	-0,3
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	11,3	5,6	37,6	11,2	20,3	12,0
Livros, jornais, revistas e papelaria	-43,3	-50,7	-14,7	-51,7	-45,9	-30,5
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-7,9	5,0	-35,3	-18,5	-9,0	8,4
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	12,8	-12,1	26,4	-0,1	40,4	16,3
Comércio varejista ampliado	1,4	-0,3	11,3	-0,7	6,2	11,4
Veículos, motocicletas, partes e peças	0,3	8,7	32,4	5,6	1,5	15,1
Material de construção	20,4	15,4	19,5	0,9	20,6	41,4

Fonte: Elaboração BNB/Etene, com dados do IBGE. Nota (1): Variação acumulada de março de 2021.

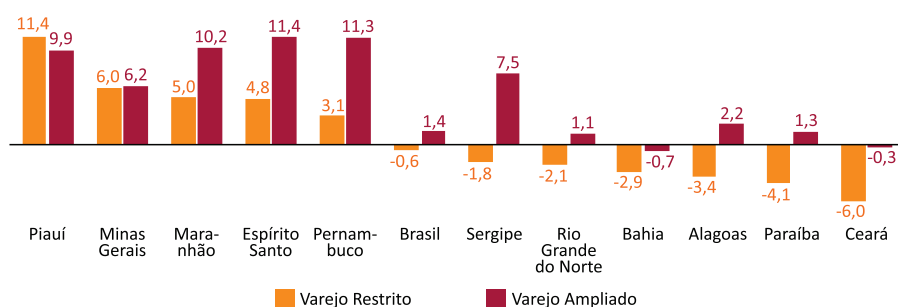
Conforme análise dos dez grupos de atividades componentes do setor pesquisados para o Brasil (Tabela 1), tomando como base o acumulado do primeiro trimestre de 2021 (janeiro a março), registraram taxas de variação positiva no volume de vendas as seguintes atividades: Material de construção (+ 20,4%); Outros artigos de uso pessoal e doméstico (+ 12,8%); Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (+ 11,3%); Móveis e eletrodomésticos (+ 1,6%); e Veículos, motocicletas, partes e peças (+ 0,3%). As atividades que aparecem em destaque positivo no primeiro trimestre de 2021 foram quase em sua totalidade (com exceção de Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo) as mesmas que encerraram o ano de 2020 de maneira positiva. Refletindo a continuidade do padrão de consumo do brasileiro e sua preocupação e atenção com a aquisição de itens que se mostram essenciais e lhe auxiliam nos cuidados pessoais e domiciliar no atual período de medidas restritivas e isolamento social.

Por outro lado, as atividades Livros, jornais, revistas e papelaria (-43,3%); Tecidos, vestuário e calçados (-18,2%); Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (-7,9%); Combustíveis e lubrificantes (-6,8%); e Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-2,5%) obtiveram variação negativa. Ainda de acordo com a Tabela 1, o impacto sofrido por essas atividades persiste em razão da situação pandêmica que restringe a circulação da população. O maior impacto percebido foi sobre Livros, jornais, revistas e papelaria, que em razão do isolamento, houve potencialização do consumo via internet, por vídeos e/ou publicações gratuitas. Já o grupo Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, teve a demanda retraída em virtude da inflação que elevou o preço dos produtos, fazendo com que o consumo seja direcionado somente ao essencial com o corte do supérfluo.

Observando os Estados nos quais contam com a presença e atuação do Banco do Nordeste (BNB) sob o viés do comportamento do varejo restrito, uma parcela minoritária logrou crescimento na comparação interanual do 1º trimestre (Gráfico 1): Piauí (+11,4%); Minas Gerais (+6,0%); Maranhão (+5,0%); Espírito Santo (+4,8%) e Pernambuco (+3,1%). Em contrapartida, a maioria desse conjunto de Estados apresentou variação negativa: Ceará (-6,0%); Paraíba (-4,1%); Alagoas (-3,4%); Bahia (-2,9%); Rio Grande do Norte (-2,1%) e Sergipe (-1,8%).

No que diz respeito ao varejo ampliado nos Estados pertencentes na área de atuação do BNB, a grande maioria logrou expansão no índice acumulado do primeiro trimestre de 2021: Espírito Santo (+ 11,4); Pernambuco (+ 11,3); Maranhão (+ 10,2); Piauí (+ 9,9); Sergipe (+ 7,5); Minas Gerais (+ 6,2%); Alagoas (+ 2,2%); Paraíba (+ 1,3%) e Rio Grande do Norte (+ 1,1). Apenas dois Estados obtiveram uma contração no índice: Bahia (- 0,7%) e Ceará (- 0,3%).

Gráfico 1 – Variação (%) do volume de vendas do comércio - Brasil e estados selecionados - Acumulado do ano no 1º Trimestre de 2021⁽¹⁾.



Fonte: Elaboração BNB/Etene, com dados do IBGE. Nota: (1) Variação acumulada de janeiro a março de 2021.

A taxa básica de juros da economia brasileira, Selic, terminou o ano de 2020 fixada em 2,0% ao ano. Porém, no decorrer do primeiro trimestre do ano de 2021, viu-se um aumento acelerado do preço dos produtos, sinalizando um movimento de aumento da inflação no sistema econômico. Com isso, o Banco Central (Bacen) percebeu a necessidade de revisar sua política monetária, refletindo no aumento da taxa básica de juros por duas oportunidades seguidas nas reuniões do Copom nesse início de ano, e sinalizando que aumentará mais no decorrer do ano, visando ao controle de metas da inflação. Além dessa medida contracionista adotada pela autoridade monetária, tornando o crédito mais caro na economia com o objetivo de combater à inflação, o governo começa a flexibilizar as medidas restritivas de isolamento social,

ao tempo em que ocorre a vacinação da população. Entretanto, o avanço da vacinação ainda encontra-se num ritmo não satisfatório, fazendo com que os indivíduos ainda não imunizados, não possuam a confiança em uma retomada ainda que gradual da vida cotidiana. Tal comportamento reflete no consumo, pois esses indivíduos priorizam tão somente o necessário e essencial em termos de consumo de bens e serviços.

Em virtude de medidas de restrição e isolamento social, com comércios e serviços não essenciais fechados, durante o mês de março, em decorrência do início da segunda onda da Covid-19 no Brasil, houve repercussão nos Estados no 1º trimestre de 2021. No Ceará registrou-se a queda de 29,1% no volume de vendas no segmento de Tecidos, vestuários e calçados e no segmento de Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-4,8%). Esses resultados também foram influenciados pelo aumento dos preços (inflação) e pela taxa de desemprego em alta.

Dentre as atividades analisadas, os maiores impactos negativos foram observados no segmento Livros, jornais, revistas e papelaria, apresentando declínios expressivos na Bahia (-51,7%), Ceará (-50,7%), Minas Gerais (-45,9%), Espírito Santo (-30,5%) e Pernambuco (-14,7%). Isso decorre, principalmente, da restrição a aglomerações em escolas, universidades e em estabelecimentos comerciais de vendas de livros, arrefecendo a demanda por tais itens.

Porém, ainda com a imposição dessas medidas, houve alguns setores que se mostraram resilientes, apresentando resultados positivos no acumulado do primeiro trimestre para o comércio nos Estados pertencentes à área de atuação do BNB. Na Bahia, o segmento Móveis e eletrodomésticos cresceu 20,3%, em patamares bem superiores à média nacional, demonstrando que as famílias baianas optaram mais intensamente por um consumo voltado ao ambiente doméstico. Por passarem mais tempo em casa, as famílias buscaram mais conforto em utensílios e ajuste de melhorias para suas respectivas residências. Já o segmento de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos continua a registrar crescimento nos Estados analisados: Ceará (+5,6%), Pernambuco (+37,6%), Bahia (+11,2%), Minas Gerais (+20,3%) e Espírito Santo (+12,0%), demonstrando que as famílias têm destinado parte dos seus rendimentos com o consumo de produtos de saúde e cuidados pessoais.

Diante desses desempenhos das atividades varejistas, a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) manteve a projeção de crescimento de 3,3% para o comércio varejista no ano de 2021². A CNC destaca que mesmo com o aumento do desemprego no país e a diminuição do auxílio emergencial, a desaceleração no preço de alimentos verificado durante o primeiro trimestre de 2021 contribuiu para que o impacto negativo de novos fechamentos de estabelecimentos comerciais do varejo fosse menor.

Autores: Nicolino Trompieri Neto, Professor do Curso de Economia da Universidade de Fortaleza - UNIFOR. Alysson Inácio de Oliveira, Dario Lourenço Marques, Igor Rufino Campelo, José Arthur Neves S. Bezerra de Menezes, Mikaelle Uchoa Cavalcante e Victor Gabriel dos Santos Teixeira, graduandos da UNIFOR e estagiários do Núcleo de Pesquisas Econômicas - NUPE da UNIFOR.

² CNC. CNC mantém em 3,3% projeção de crescimento para o varejo após nova queda em março. Disponível em: <<https://www.portaldocomercio.org.br/noticias/cnc-mantem-em-33-projecao-de-crescimento-para-o-varejo-apos-nova-queda-em-marco/334454>>. Acesso em: 27 de maio de 2021.