

VAREJO PERDEU 75 MIL ESTABELECIMENTOS EM 2020

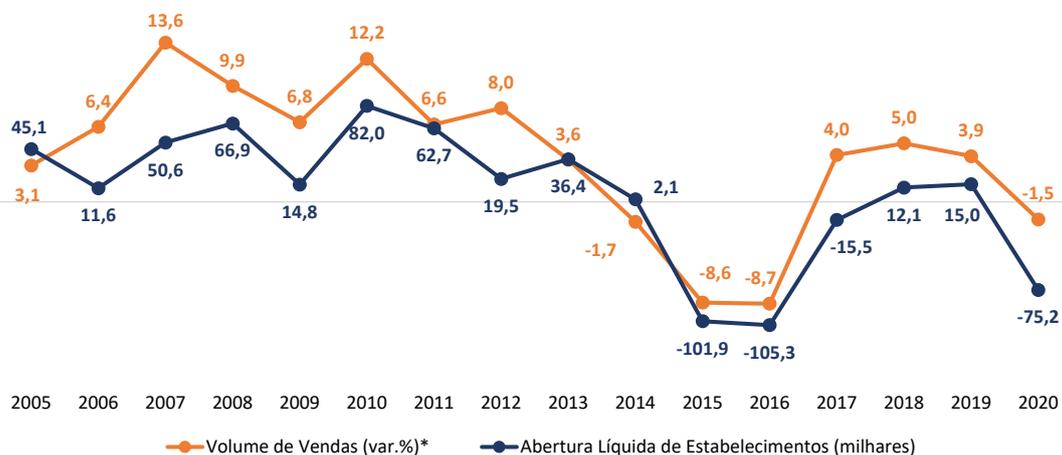
Ano atípico para o setor reverteu os saldos positivos de 2018 e 2019. CNC projeta três cenários associados ao nível de isolamento social e ao ritmo de avanço da imunização da população.

De acordo com levantamento realizado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o saldo entre aberturas e fechamentos de loja com vínculos empregatícios no comércio varejista brasileiro ficou negativo em 75,2 mil unidades no ano passado – maior retração na quantidade de estabelecimentos com estas características desde 2016 (-105,3 mil), quando o setor ainda sofria os efeitos da maior recessão da história recente do país.

Naquele ano, o volume de vendas do comércio varejista, medido através do conceito ampliado (apropriando os dados dos segmentos automotivo e de materiais de construção), encolheu 8,7% em relação a 2015, de acordo com a Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – o pior ano do setor desde o início dos levantamentos mensais no ano 2000.

QUADRO I ABERTURA LÍQUIDA DE ESTABELECIMENTOS COM VÍNCULOS EMPREGATÍCIOS E VOLUME DE VENDAS NO VAREJO

(Milhares e var.% em relação ao ano anterior)



*Conceito ampliado

Fontes: CNC e IBGE

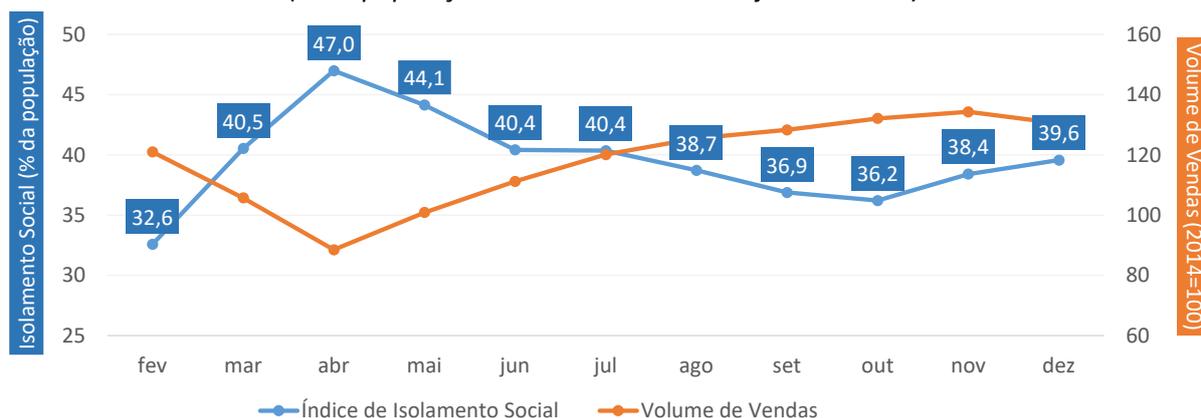
Em 2020, o comércio varejista brasileiro enfrentou um drástico cenário com restrições operacionais significativas em todo o país em virtude da incidência da primeira onda da pandemia no Brasil. As consequências econômicas da crise sanitária sobre o setor se fizeram sentir nas semanas imediatamente seguintes à decretação da pandemia global. Em março, houve recuo de 14,4% no volume de vendas em relação a fevereiro e, no mês seguinte, um novo tombo histórico foi registrado (-17,7% na comparação entre os meses de abril e março). A partir de maio, o setor voltou a registrar

avanços mensais, restabelecendo o nível de faturamento do mês anterior à pandemia já no mês de agosto.

Essa rápida reação do setor só foi possível graças a uma combinação de fatores que permitiram reestabelecer as condições de consumo. O fortalecimento do comércio eletrônico, a flexibilização das medidas restritivas na virada do primeiro para o segundo semestre e a disponibilização do Auxílio Emergencial permitiram que o restabelecimento do nível de atividade do setor ocorresse menos de seis meses após o início dos impactos negativos decorrentes da disseminação do novo coronavírus no Brasil. Dessa forma, mesmo em um ano tão atípico, a magnitude da perda anual de vendas (-1,5%) ocorreu em um nível menor que o esperado. Expurgando-se os segmentos automotivo e de materiais de construção, houve avanço de 1,2% ante 2019.

O ainda elevado grau de dependência do setor em relação ao consumo presencial se mostrou evidente no comparativo entre o primeiro e o segundo semestres de 2020, tanto em termos de desempenho das vendas quanto no saldo de lojas. Na primeira metade do ano, quando o índice de isolamento social chegou a atingir 47% da população, as vendas recuaram 6,1% em relação a dezembro de 2019. Na segunda metade do ano, quando se iniciou o processo de reabertura da economia e foram registrados os menores índices de isolamento desde o início da crise sanitária, as vendas reagiram, avançando 17,4%. Do ponto de vista do fechamento definitivo de estabelecimentos comerciais, os seis primeiros meses de 2020 contabilizaram -62,1 mil pontos de vendas. Na segunda metade do ano, foram -13,1 mil.

QUADRO II
ÍNDICE DE ISOLAMENTO SOCIAL E VOLUME DE VENDAS NO VAREJO
(% da população e índice mensal com ajuste sazonal)



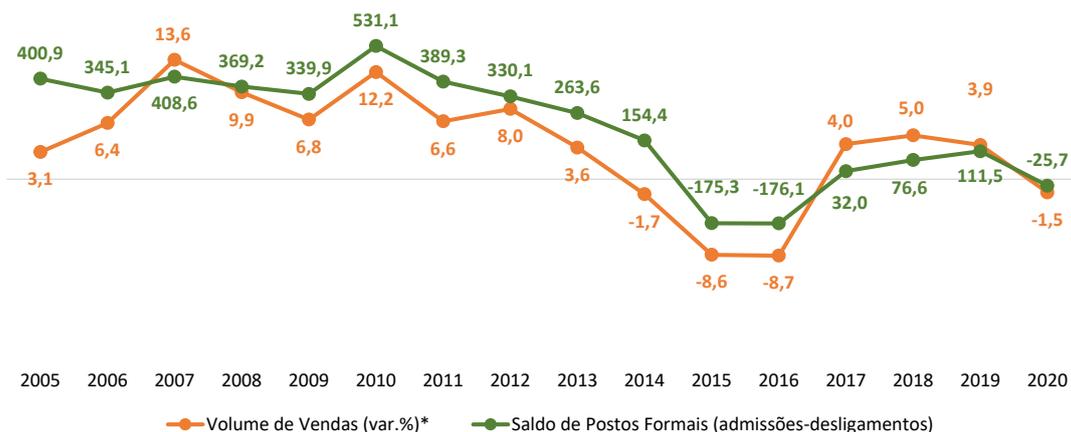
*Conceito ampliado

Fontes: IBGE e Inloco

Com a queda de 1,5% no volume de vendas do varejo, 2020 marcou a reversão da recuperação do setor após três avanços anuais, não apenas do ponto de vista do volume de vendas, mas também de outro termômetro importante do setor: o nível de ocupação. Ao longo do ano passado, 25,7 mil vagas formais foram perdidas – primeira queda anual desde 2016 (-176,1 mil). Embora negativo, o

saldo do ano passado não reverteu completamente as quantidades de vagas geradas nos três anos anteriores.

QUADRO II
VAGAS GERADAS E VOLUME DE VENDAS NO VAREJO
(Milhares e var.% em relação ao ano anterior)



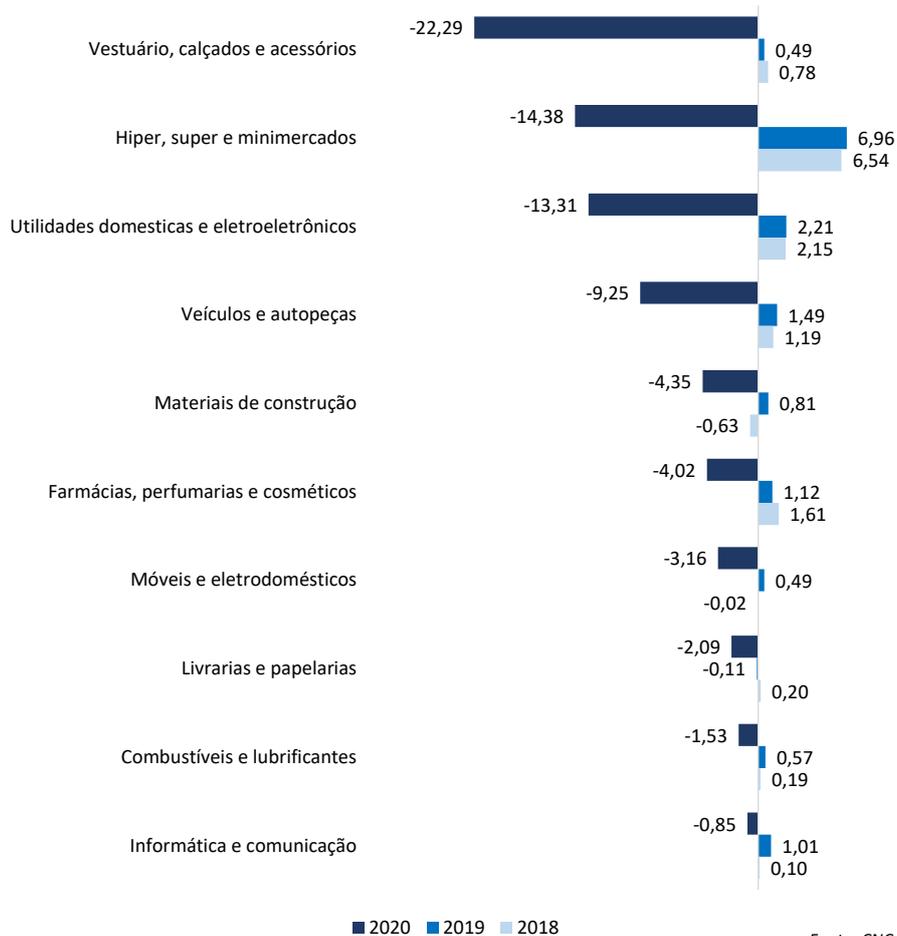
*Conceito ampliado

Fontes: CNC e IBGE

A inflexão no processo de abertura líquida de lojas com vínculos empregatícios, observado até 2019, não significa necessariamente uma nova tendência de atrofia no mercado de trabalho do varejo, para os próximos anos, embora o comércio eletrônico – cujo volume de vendas ascendeu 37% em 2020 – não tenha capacidade de gerar tantos vínculos empregatícios quanto os estabelecimentos físicos do varejo.

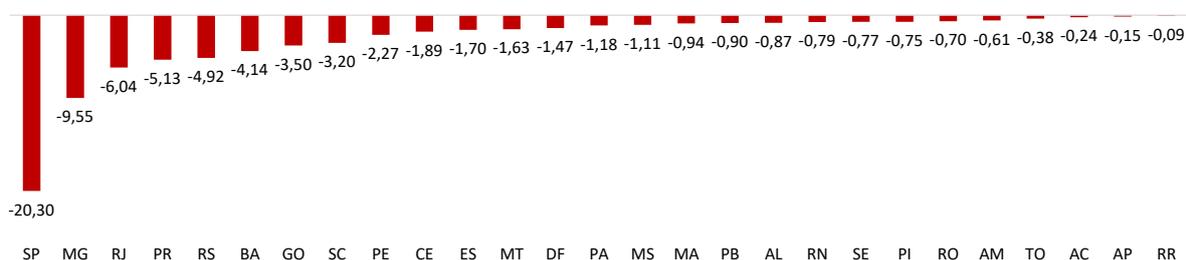
Nenhum segmento do varejo apresentou expansão no número de estabelecimentos comerciais em 2020. Destacou-se negativamente o ramo de vestuário, calçados e acessórios (-22,29 mil unidades), seguido pelos hiper, super e minimercados (-14,38 mil) e pelas lojas de utilidades domésticas e eletroeletrônicos (-13,31 mil).

QUADRO III
SALDOS ANUAIS DE ESTABELECIMENTOS COM VÍNCULOS EMPREGATÍCIOS SEGUNDO RAMOS DO VAREJO
(2018 a 2020)



De forma semelhante, regionalmente, o atípico ano de 2020 implicou em saldos negativos em todas as unidades da Federação, destacando-se os fechamentos líquidos nos Estados de São Paulo (-20,30 mil), Minas Gerais (-9,55 mil) e Rio de Janeiro (-6,04 mil). Micro (-55,18 mil) e pequenos (-19,19 mil) estabelecimentos responderam por 98,8% da perda de pontos comerciais em todo o país.

QUADRO IV
SALDO ANUAL DE ESTABELECIMENTOS COM VÍNCULOS EMPREGATÍCIOS NO VAREJO SEGUNDO
UNIDADES DA FEDERAÇÃO
(2020)



Fonte: CNC

O cenário para os próximos meses ainda se revela incerto quanto à magnitude da retomada do consumo presencial. Tal incerteza se encontra diretamente associada à evolução da crise sanitária e seus impactos sobre o nível de isolamento social da população. Desse modo, a CNC projeta três cenários, associando este índice à evolução das vendas no varejo ampliado e à recuperação do saldo de lojas ao longo de 2021.

No cenário básico, levando-se em conta esse cenário e a defasagem existente entre o crescimento das vendas e a natural contrapartida na abertura de novos pontos de venda no varejo nacional, a entidade projeta redução de cinco pontos percentuais no índice de isolamento social da população até o fim de 2021, em relação a dezembro de 2019. Neste caso, as vendas acusariam avanço de 5,9% ante 2020, e o setor seria capaz de reabrir 16,7 mil novos pontos de venda este ano.

Em um cenário alternativo mais otimista, no qual o isolamento social retornaria aos níveis pré-pandemia (30% da população), o volume de vendas cresceria 8,7% ante 2020 e 29,8 mil estabelecimentos com vínculos empregatícios seriam abertos ao longo do ano. Por fim, em quadro mais pessimista, no qual o confinamento da população se mantivesse ligeiramente abaixo (3 pontos percentuais) do patamar observado em dezembro do ano passado, o saldo entre abertura e fechamento de lojas fecharia o ano em +9,1 mil unidades.