

IMPACTOS DA COVID-19 SOBRE O SETOR DE COMÉRCIO NO BRASIL E EM SANTA CATARINA

*Lilian de Pellegrini Elias**

Resumo: A pandemia provocada pela Covid-19 impactou profundamente a economia mundial, brasileira e de seus estados, no entanto, os setores das economias foram impactados de maneira distinta. Neste sentido, destaca-se o setor de comércio que apresentou resultado positivo em 2020 no Brasil, mesmo que moderado, e em Santa Catarina, de forma mais intensa. Neste artigo buscamos investigar brevemente o comportamento do setor de comércio no Brasil e em Santa Catarina, com o enfoque no ano de 2020 em função dos impactos provocados pela pandemia. Ao detalharmos o comportamento do setor foi possível verificar o destaque da atividade “Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo” no comportamento do setor em 2020. Uma das razões centrais foram os efeitos da pandemia no que se refere ao isolamento social que provocaram uma menor movimentação no comércio físico não-essencial e uma mudança no comportamento do consumidor. Houve, por um lado, um redirecionamento de parte da demanda de outros setores, como serviços, para atividades de varejo em função dos supermercados e hipermercados substituírem o consumo de alimentação e bebidas fora de casa.

Palavras-chave: Comércio; varejo; pandemia; Covid-19.

IMPACTS OF COVID-19 ON THE TRADE SECTOR IN BRAZIL AND SANTA CATARINA STATE

Abstract: The pandemic caused by Covid-19 had a significant impact on the world economy, Brazil and its states. However, the sectors of the economies were impacted in a different way. In this sense, the trade sector showed a slightly positive result for Brazil in 2020, while in Santa Catarina showed a consistent sector growth. In this article we seek to briefly investigate the trade sector in Brazil and in Santa Catarina, focusing on the year 2020 due to the impacts caused by the pandemic. By detailing the sector's behavior, it was possible to verify the highlight of the activity “Hypermarkets, supermarkets, food products, beverages and tobacco” in the sector's behavior in 2020. One of the central reasons was the effects of the pandemic itself and the social isolation measures that they redirected part of the demand from other sectors, such as services, to retail activities due to supermarkets and hypermarkets replacing the consumption of food and drinks outside the home.

Keywords: Trade sector; retail; pandemic; Covid-19.

* Economista com doutorado em Desenvolvimento Econômico pela Unicamp. Pesquisadora do Necat/UFSC. E-mail: lilianpellegrini@gmail.com

INTRODUÇÃO

O ano de 2020 foi marcado pela rápida disseminação da Covid-19 em todo o mundo. No dia 30 de janeiro de 2020 a Organização Mundial de Saúde (OMS) decretou uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional em função da identificação de uma rápida transmissão do vírus em países asiáticos. Cerca de 40 dias depois, em 11 de março de 2020, a aceleração do número de novos casos fez a OMS decretar que a Covid-19 era responsável por uma pandemia (AQUINO, 2020).

Os efeitos da pandemia junto ao preexistente baixo dinamismo das atividades econômicas atingiram fortemente a economia brasileira. A projeção da OCDE (2020) é de que a economia brasileira tenha recuado 5% em 2020. No entanto, os setores da economia foram afetados de maneira heterogênea.

O setor de comércio, objeto deste texto, terminou o ano com resultado agregado positivo em 18 das 27 unidades federativas do Brasil no ano de 2020. No que se refere ao país como um todo, o setor de comércio¹ registrou crescimento, mesmo que modesto, de 1,2%, sendo que no estado de Santa Catarina o avanço acumulado no ano de 2020 foi de 5,6% (IBGE-PMC, 2021).

Os resultados positivos do comércio no país e no estado em muito se devem aos bons resultados obtidos pelas atividades de “Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo”. Esse segmento tem o maior peso dentre todas as atividades, e foi afetada positivamente durante a pandemia. Cristiano Santos, gerente da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) ressalta que o bom desempenho da atividade pode ser atribuído a um redirecionamento de demanda de alimentos, bebidas e demais itens anteriormente adquiridos de outras atividades para os hipermercados e supermercados (AGÊNCIA IBGE, 2020b). Os hipermercados e supermercados teriam reinado “absolutos como um dos poucos destinos possíveis” (ARAÚJO, 2020, p. 120) durante o isolamento social.

As transformações da economia brasileira e internacional nas últimas décadas colocam o setor do comércio diante de tendências que foram reforçadas pela pandemia de Covid-19, com destaque à eminente perda de espaço do comércio físico para o virtual (BRASIL, 2021). Nessa linha, a Associação Brasileira de Supermercados (Abras) avalia

¹ O setor de comércio considerado na análise contempla: combustíveis e lubrificantes; supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo; vestuário, calçados e tecidos; móveis e eletrodomésticos; artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria e cosméticos; equipamentos e material para escritório, informática e comunicação; livros, jornais, revistas e papelaria; e outros artigos de uso pessoal e doméstico.

que o bom desempenho dos hipermercados e supermercados pode ser reflexo das mudanças nos hábitos, no perfil de consumo das famílias brasileiras, que passaram a dar “prioridade ao comércio local para se evitar grandes deslocamentos e aglomerações; a cozinhar a própria comida; ao *e-commerce* e ao *delivery*” (2020, p. 36). O supermercado teria se tornado ainda mais essencial no abastecimento alimentar e em demais itens de consumo doméstico, em função da preparação e consumo de comidas e bebidas em casa e da mudança dos hábitos de higiene e limpeza.

Bem como no conjunto do país, em Santa Catarina o comércio tem “Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo” como atividade de maior peso. Nesta atividade o estado se destaca, primeiro, por ser responsável por 7,3% das vendas de supermercados do Brasil em faturamento, mesmo tendo apenas 3,4% da população nacional. Segundo, por ter apresentado em 2020 um investimento estimado de mais de R\$ 1 bilhão – “uma das maiores expansões da história do setor”, segundo a Associação Catarinense de Supermercados (Acats).

Este artigo busca delinear os impactos da pandemia no setor do comércio tanto no Brasil quanto em Santa Catarina e é dividido em quatro partes, para além desta introdução. Primeiro, apresentamos os principais elementos da formação do setor de comércio no país e no estado. Na segunda seção, discutiremos os efeitos da pandemia no setor de comércio brasileiro e, em terceiro lugar, no catarinense. Por fim, constam as considerações finais do estudo.

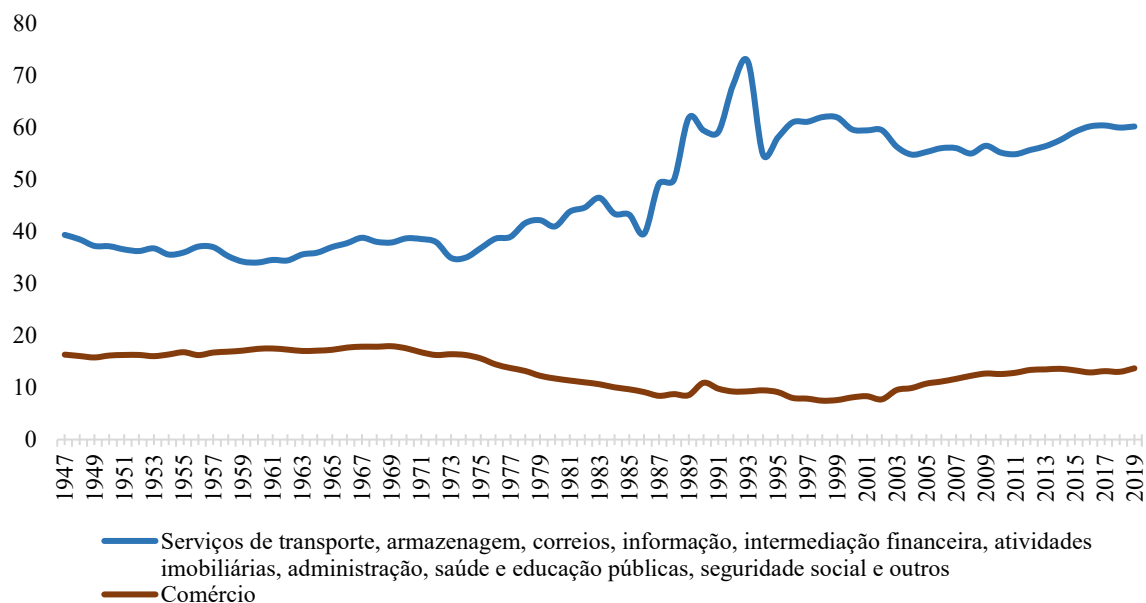
1. BREVES NOTAS SOBRE A FORMAÇÃO DO SETOR DE COMÉRCIO NO BRASIL E EM SANTA CATARINA

O setor de comércio, juntamente com os serviços, ampliou suas participações na economia brasileira entre as décadas de 1940 e 1960 com a evolução da renda e do consumo no país. Assim, o setor comércio, que em 1947 contribuía com 16,3% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, chegou a 18,0% em 1969, quando foi registrado o maior percentual da série histórica (Figura 1).

No entanto, o desempenho dos dois setores passou a se comportar de maneira distinta a partir do final da década de 1960, quando o setor de serviços seguiu em ampliação e o comércio apresentou movimento oposto. A justificativa para o descolamento do comércio, segundo estudo da Divisão Econômica da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), seria a condição socioeconômica do país, principalmente no que se refere à renda (CNC, 2020; BRASIL,

2021). De acordo com estudo da CNC, o desempenho do comércio de bens no período revelou o estrangulamento do consumo interno do país (BRASIL, 2021).

Figura 1 – Participação dos setores de Serviços e Comércio no Produto Interno Bruto do Brasil (1947-2019, em %)



Fonte: IBGE (2020); Elaboração própria.

O período de expansão ocorrido entre 1945 e 1960 em muito se deve ao posicionamento favorável do Brasil no imediato pós-guerra, quando comparado às nações que careciam de reconstrução diante dos danos causados pelo conflito. No entanto, isso não significa que esse foi um período livre de dificuldades. O país enfrentou um esgotamento das reservas cambiais concomitante à necessidade de reorganizar sua incipiente indústria nacional para atender o mercado interno brasileiro. Isto, diante de um cenário de desabastecimento de produtos industrializados, inclusive de maquinário, e de falta de infraestrutura (CNC, 2020).

Santa Catarina que no começo do século XX produzia alimentos, madeira, erva-mate e têxtil, passou a fazer parte do comércio, do varejo brasileiro, à medida que ampliou a venda do seu excedente. A venda de madeira foi fundamental para capitalizar os pequenos produtores, inclusive para estabelecer o comércio local. Até 1920, Santa Catarina comercializava principalmente com Rio Grande do Sul, Paraná e Rio de Janeiro, mas, a partir de então, São Paulo se torna “o maior consumidor da farinha, da banha e da manteiga catarinense” (GOULARTI, 2001, p. 66).

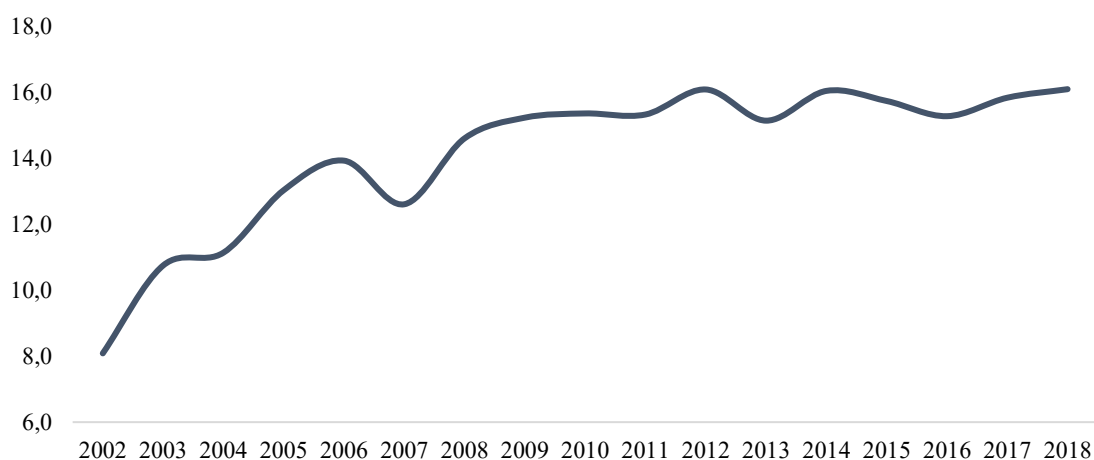
Na década de 1940 cerca de 40% do comércio interestadual catarinense era feito com São Paulo, seguido pelo Rio de Janeiro, com cerca de 23%. Nas duas décadas seguintes, o comércio catarinense seguiu baseado na comercialização de itens básicos, com destaque à madeira – que até os anos 1970 era a maior parte das exportações catarinenses – e aos alimentos (farinha de mandioca e banha) (GOULARTI, 2001).

A partir da década de 1970, o Brasil passa por um processo de desconcentração produtiva regional, no qual Santa Catarina firma seu “papel na divisão territorial do trabalho como grande fornecedora de mercadorias para o restante do país” (MIOTO, 2011, p. 72). Esse processo levou à expansão do comércio varejista e atacadista catarinense, em conexão com os principais centros urbanos nacionais.

Com a abertura comercial e o processo de reestruturação produtiva, a partir da década de 1990 o setor de comércio ganha maior importância relativa em todo o país, face à perda de dinamismo de outros setores. Esse movimento se intensifica na década de 2000, com o aumento do consumo das famílias. Nesse contexto, o comércio voltou a ampliar sua participação no PIB nacional, de forma concomitante com a perda de espaço da indústria.

A mesma tendência foi observada em Santa Catarina, onde a participação das atividades comerciais cresceu aceleradamente a partir do início do século XXI, passando de 8,8% do Valor Agregado Bruto (VAB) em 2002, para 16,1% em 2012 (Figura 2). Desde então, o setor vem acompanhando o desempenho geral da economia catarinense, mantendo sua participação praticamente estável.

Figura 2 – Participação do setor de comércio no Valor Agregado Bruto de Santa Catarina (2002-2018, em %)



Fonte: IBGE (2021c); Elaboração própria.

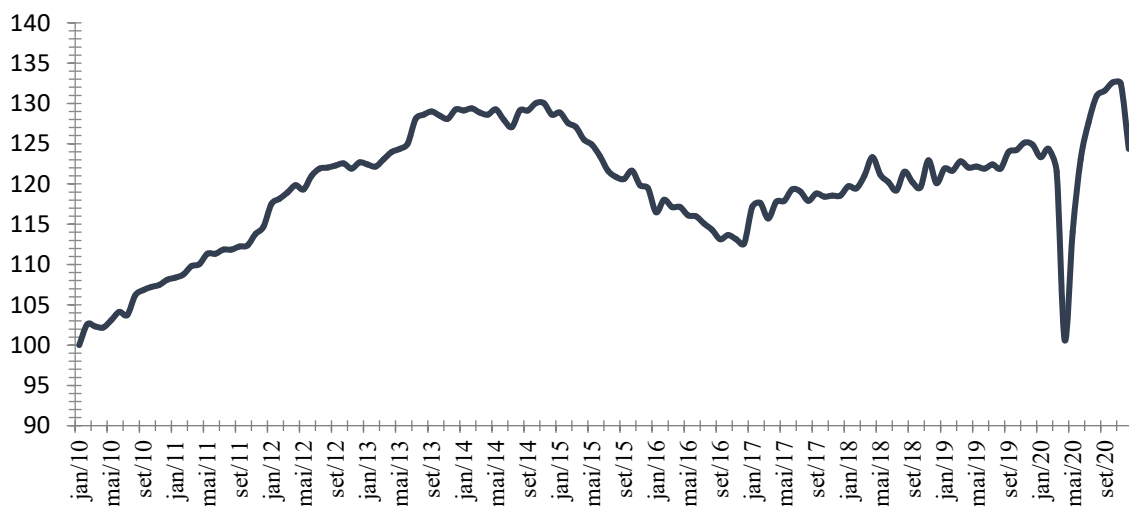
Em termos subsetoriais, os dados consolidados mais recentes são os da Pesquisa Anual do Comércio (PAC), para período entre 2007 e 2018. Desses dados, vale destacar que a atividade “hipermercados e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo” representam a maior parcela da receita bruta do comércio varejista em 2018, com 31,8% do total. Isso significa um ganho de 5,5 pontos percentuais nos doze anos disponíveis da pesquisa, sendo 4,9 deles apenas na década entre 2009 e 2018 (IBGE, 2021a).

Para dar indicar a importância do setor em Santa Catarina, vale registrar que, em 2019, o comércio catarinense contava com 80,6 mil estabelecimentos, o que equivale a 35% do total de empresas em funcionamento no estado (RAIS, 2021).

2. OS EFEITOS DA PANDEMIA NO SETOR DE COMÉRCIO NO BRASIL

Os dados da Pesquisa Mensal de Comércio (PMC) do IBGE para o conjunto do país na última década indicam um período de ascensão das vendas até 2014, seguido por dois anos de resultados negativos. A partir de 2017, o setor apresenta leve recuperação, chegando ao final de 2019 em patamar semelhante ao do segundo trimestre de 2015 (Figura 3).

Figura 3 – Volume de vendas no comércio varejista do Brasil (índice base fixa com ajuste sazonal, 2018=100)



Fonte: IBGE (2021b); Elaboração própria.

No entanto, a chegada da pandemia rompeu com essa tendência, afetando duramente o setor. Se em dezembro de 2019 o índice de volume de vendas do comércio varejista atingira 124,9, ele caiu para 121,5 em março e para 100,6 em abril².

² Índice comparável com janeiro de 2010.

Após registrar o pior resultado da série histórica do IBGE (ALVARENGA; SILVEIRA, 2020), com queda de 16,8% em abril de 2020, em maio, as vendas no varejo avançaram 13,9%, o que representou o maior crescimento mensal da série histórica da PMC, iniciada em janeiro de 2000 (AGÊNCIA IBGE, 2020).

Os meses de maio a outubro apresentaram altas consecutivas. Em junho de 2020, o índice de volume de vendas indicava a retomada do patamar prévio à pandemia (123,1, face a 124,4 em fevereiro). Já em outubro, o índice atingiu o maior patamar histórico, em 132,6. Após ficar praticamente estável em novembro, houve uma queda significativa do índice em dezembro, fechando o ano em 124,4.

Conforme a Tabela 1, o setor de comércio apresentou resultados positivos em fevereiro e de maio a outubro de 2020 no que diz respeito à variação do mês em relação ao mês imediatamente anterior. Houve uma queda abrupta no período que se seguiu a chegada da pandemia ao Brasil, uma recuperação igualmente rápida e, em seguida, nova queda. A queda pode ser explicada tanto por uma reacomodação das atividades, quanto por efeito da segunda onda de infecções da Covid-19, e, com maior destaque, em função da redução do valor pago pelo Auxílio Emergencial.

Tabela 1 – Variação do volume de vendas do comércio varejista no Brasil (janeiro a dezembro de 2020)

Mês	Mês/mês anterior ¹	Variação Mensal ²	Var. acumulada no ano ³	Variação acumulada de 12 meses ⁴
Janeiro	-1,2	1,4	1,4	1,8
Fevereiro	0,8	4,7	3	1,9
Março	-2,3	-1,1	1,6	2,2
Abril	-17,2	-17,1	-3,1	0,6
Maio	13,3	-7,4	-4	0
Junho	7,9	0,5	-3,2	0
Julho	3,8	5,5	-2	0,1
Agosto	2,5	6,2	-0,9	0,5
Setembro	0,5	7,3	0	0,9
Outubro	0,8	8,4	0,9	1,3
Novembro	-0,1	3,6	1,2	1,3
Dezembro	-6,1	1,2	1,2	1,2

Fonte: IBGE (2021b); Elaboração própria.

Nota 1: Base: mês imediatamente anterior - com ajuste sazonal.

Nota 2: Base: igual mês do ano anterior.

Nota 3: Base: igual período do ano anterior.

Nota 4: Base: 12 meses anteriores.

A Tabela 2 apresenta as variações das atividades de comércio no país, com suas respectivas subdivisões por atividade. O ano de 2020 começou com queda de 1,2%, puxada pelas subdivisões de “Móveis e eletrodomésticos”; “Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação”; e “Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo”. O mês de fevereiro apresentou desempenho positivo, porém, tímido de 0,8%, sendo que o segmento de “Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo”, que havia recuado 2,1% em janeiro, apresentou resultado positivo de 2,0%.

Tabela 2 – Variação mês/mês imediatamente anterior¹ do volume de vendas no comércio varejista ampliado e suas subdivisões para o Brasil (janeiro a dezembro de 2020)

Atividades	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Combustíveis e lubrificantes	-0,3	-0,4	-11,2	-15,3	6,8	5,7	5,9	1,8	2,5	1,1	-0,3	-1,5
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-2,1	2,0	14,3	-11,7	7,1	0,0	-0,3	-2,6	-0,4	0,9	-2,7	-0,3
Tecidos, vestuário e calçados	0,5	1,5	-42,3	-69,0	101,9	49,5	23,4	37,4	-2,6	6,9	4,7	-13,3
Móveis e eletrodomésticos	-9,0	1,6	-25,4	-21,2	46,6	30,5	3,6	3,6	-1,5	-1,9	-0,8	-3,7
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,2	1,1	1,5	-17,3	10,3	6,1	7,9	-1,1	2,2	2,3	2,6	-1,6
Livros, jornais, revistas e papeleria	-0,8	-2,4	-37,5	-49,5	8,4	73,1	26,0	-22,5	7,8	4,3	4,1	-2,7
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-4,2	-1,1	-14,7	-28,4	18,7	19,8	9,9	-0,8	0,4	2,8	0,3	-6,8
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,4	1,9	-28,0	-29,1	46,3	28,5	5,7	11,1	-1,7	1,8	1,4	-13,8
Veículos, motocicletas, partes e peças	6,2	0,4	-37,2	-36,2	37,5	27,8	11,8	8,1	5,1	4,6	3,4	-2,6
Material de construção	-0,6	0,2	-17,1	-1,6	22,8	16,0	4,2	1,4	2,2	-3,2	-2,2	-1,8

Fonte: IBGE (2021b); Elaboração própria.

Nota 1: Base: mês imediatamente anterior - com ajuste sazonal.

No mês de março, primeiro mês de medidas de isolamento social em função da pandemia da Covid-19, o resultado em relação ao mês imediatamente anterior foi negativo em 2,3%, porém, relativamente leve se comparado com os demais setores – volume do setor de serviços, por exemplo, recuou 6,9% (IBGE, 2021b). Esse efeito aparentemente moderado se deveu ao crescimento das atividades “Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo” e, em menor medida, pelos “Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos” que cresceram 14,3% e 1,5%, respectivamente. Os efeitos da pandemia vieram de forma mais

intensa em abril, quando o recuo de 17,2% refletiu a queda de 11,7% nos “Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo”, de 69% em “Tecidos, vestuário e calçados” e 49,5% em “Livros, jornais, revistas e papelaria”.

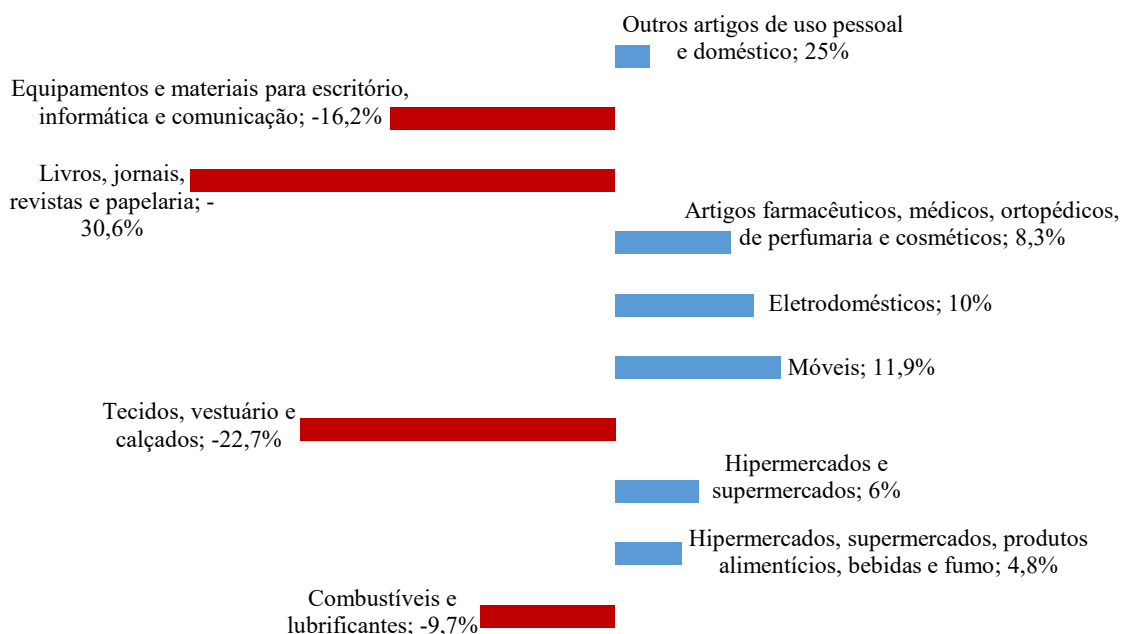
Os efeitos da pandemia foram quase que compensados pelo desempenho de maio e junho, com crescimentos mensais – em relação ao mês anterior – de 13,3% e 7,9%, respectivamente. Nos dois meses as variações positivas de “Tecidos, vestuário e calçados”, “Móveis e eletrodomésticos”, “Livros, jornais, revistas e papelaria” e “Outros artigos de uso pessoal e doméstico” foram destaques.

O segundo semestre de 2020 se iniciou com resultados positivos do setor de comércio. Os meses de julho e agosto apresentaram avanços mais tímidos que os meses precedentes (altas de 3,8% e 2,5%, respectivamente), mas suficientes para superar o patamar pré-pandemia. A atividade “Tecidos, vestuário e calçados” se destacou ao avançar 23,4% e 37,4%, respectivamente. Nos meses de setembro e outubro os resultados seguiram positivos, porém, desaceleraram. O mês de novembro seguiu em mesmo patamar de outubro (-0,1%). De setembro a novembro nenhum setor teve grande destaque nem positivamente, nem negativamente, o que indica uma acomodação do setor.

Apesar desse bom desempenho, as expectativas para o mês de dezembro dividiram opiniões, indicando um novo crescimento das incertezas sobre o setor. A mediana das “estimativas coletadas pelo Valor Data, apurada junto a 28 consultorias e instituições financeiras, que apresentavam um intervalo de projeções que ia de queda de 2% a alta de 0,7%, era de queda de 0,6%” (CARNEIRO, 2021, s/p). Mesmo a mais “pessimista” das expectativas foi frustrada com a queda de 6,1% das vendas no varejo no último mês de 2020. Essa queda foi puxada por “Tecidos, vestuário e calçados” e “Outros artigos de uso pessoal e doméstico”.

A variação acumulada no ano no volume das atividades de venda no comércio fechou 2020 com crescimento de 1,2%. O desempenho positivo de 4,8% dos “Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo” (IBGE, 2021) teve forte impacto neste resultado, visto que, esta atividade representa cerca de 45% do índice total do setor de comércio (BRASIL, 2021). Material de construção, eletrodomésticos e móveis também contribuíram positivamente, seguidos por “Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos”, como pode ser observado na Figura 4.

Figura 4 - Variação acumulada no ano no volume das atividades de venda no comércio varejista ampliado e suas subdivisões para o Brasil (volume de janeiro a dezembro de 2020)



Fonte: IBGE (2021b); Elaboração própria.

No que se refere ao comportamento das unidades federativas, os dados de receita bruta de revenda e de comissões sobre venda, fornecidas pela PAC, do IBGE, indicam que 31% da receita bruta encontra-se em São Paulo, 9% em Minas Gerais, 8% no Paraná, enquanto Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul contribuem com 7% cada, seguidos por Santa Catarina, que aparece na sexta posição com 6% (IBGE, 2021a). A receita bruta identifica quais estados têm maior ou menor peso no desempenho do setor de comércio. Portanto, nos permite identificar que a queda de 20,9% na variação mês/mês entre março e abril para o estado de São Paulo surtiu forte efeito no desempenho do país como um todo (Tabela 3). O efeito inverso é sentido a partir de novembro, quando São Paulo para de apresentar resultados positivos. Ainda assim, o estado fechou o ano com resultado positivo em 1,1% (Figura 5).

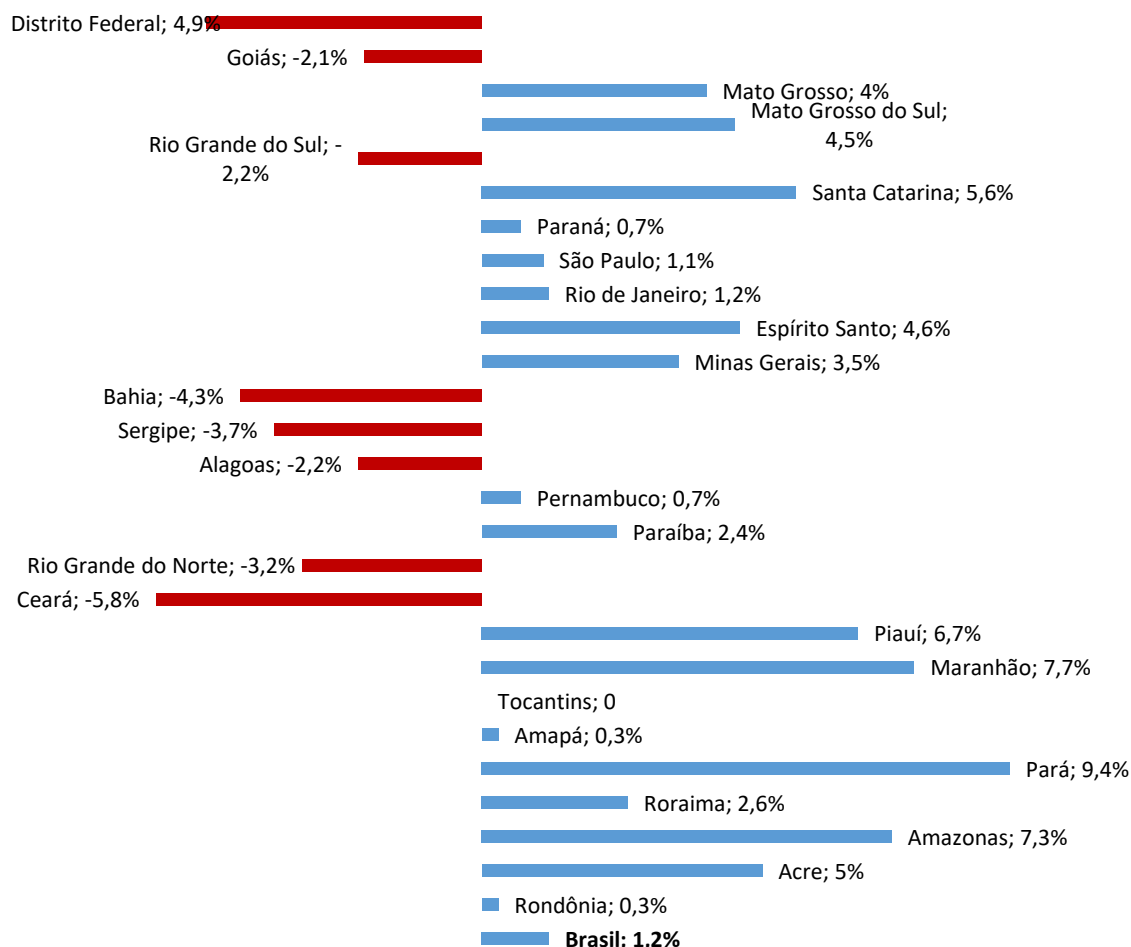
Tabela 3 - Variação mês/mês imediatamente anterior do volume de vendas no comércio varejista para o Brasil e suas unidades federativas (janeiro a dezembro de 2020)

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Brasil	-1,2	0,8	-2,3	-17,2	13,3	7,9	3,8	2,5	0,5	0,8	-0,1	-6,1
RO	3,2	-0,4	-25,0	-21,3	39,0	15,9	8,5	13,5	-3,3	-1,5	6,8	-12,0
AC	3,1	2,2	-18,7	-16,6	15,0	14,3	12,9	16,0	-4,1	0,0	8,2	-17,5
AM	1,8	3,0	-16,0	-15,2	10,2	37,3	3,4	0,2	-2,2	1,5	-1,8	-3,2
RR	2,1	-0,6	-6,5	-10,1	12,4	8,0	4,1	3,4	0,4	0,5	2,9	-1,5
PA	0,4	0,8	-11,0	-12,5	1,3	40,6	2,0	2,1	-2,4	-0,5	4,3	-5,0
AP	-3,9	-4,7	-9,4	-33,7	15,8	32,7	35,7	10,6	-7,7	-0,3	-3,9	0,0
TO	-8,5	15,6	-7,6	-8,9	6,1	19,6	-5,9	-4,4	-0,7	-5,5	-0,6	-2,6
MA	0,1	-0,6	-5,9	-12,5	6,0	29,5	4,2	5,4	-5,4	-1,0	1,2	-8,3
PI	-1,3	1,5	-4,1	-19,8	5,7	15,4	3,0	10,0	4,5	2,9	-0,6	-1,6
CE	-0,7	-1,7	-13,1	-21,7	9,5	28,2	8,3	7,8	-4,3	0,9	0,4	-3,3
RN	-0,9	1,2	-8,9	-11,9	7,1	4,9	7,4	6,2	-0,6	0,9	-0,1	-2,9
PB	-3,8	0,8	-7,4	-16,6	12,9	-0,8	23,8	2,0	-4,3	3,0	-5,2	-4,7
PE	-2,1	0,6	-9,3	-16,5	10,0	10,5	19,8	-0,1	-3,0	0,8	4,3	-6,5
AL	0,5	2,0	-12,0	-18,4	11,2	7,2	10,6	8,8	-0,5	0,8	3,1	-5,5
SE	-2,1	-0,2	-5,9	-17,8	14,1	6,9	4,2	5,4	0,6	0,7	2,6	-6,7
BA	-9,1	0,5	-10,1	-18,9	11,0	7,4	10,2	11,4	-0,5	2,1	-2,6	-4,3
MG	-3,5	2,8	-1,7	-15,0	17,9	3,8	2,1	7,7	-1,2	-1,2	-1,6	-4,4
ES	1,4	0,4	-2,2	-17,7	19,9	7,6	0,7	2,1	1,7	0,5	-0,2	-1,5
RJ	-1,4	1,6	-7,9	-14,6	10,3	8,6	5,8	2,4	-1,8	0,6	3,9	-6,7
SP	-0,8	1,5	1,4	-20,9	9,1	9,4	4,4	0,3	1,9	0,6	-0,5	-2,4
PR	-0,9	0,3	-1,0	-15,2	20,0	0,5	-2,0	2,4	0,6	2,6	-2,6	-2,4
SC	-5,0	0,2	-3,0	-4,5	20,9	2,5	-0,9	1,2	-1,5	0,0	-0,4	-3,0
RS	-4,1	0,3	-5,1	-13,1	16,9	2,3	0,5	0,0	0,7	0,6	-1,0	-3,1
MS	1,9	0,0	-2,7	-11,8	18,1	2,7	-1,9	3,4	1,3	3,6	-1,2	-6,3
MT	0,3	2,1	-2,1	-13,7	18,5	-1,8	-2,7	10,1	-3,7	1,5	3,0	-4,8
GO	-0,3	1,2	-9,8	-14,2	19,5	5,0	2,3	3,1	-0,1	-0,4	-1,9	-2,8
DF	0,6	0,6	-11,3	-17,2	5,6	12,1	7,1	2,7	0,9	1,9	-2,0	-4,1

Fonte: IBGE (2021b); Elaboração própria.

O estado de Minas Gerais, por sua vez, apresentou retração, mesmo que moderada, já em março, acumulando queda de 3,7% em abril. Já nos meses entre maio e agosto ganhou novo fôlego, apresentando uma recuperação que fez o comércio mineiro superar sensivelmente o patamar pré-pandemia (IBGE, 2021b). Os meses seguintes, de setembro a dezembro, foram de acomodação, com retrações moderadas, porém contínuas. Apesar disso, o estado fechou o ano com um resultado acumulado positivo em 3,5%.

Figura 5 - Variação acumulada no ano de 2020 (base: igual período do ano anterior) do volume de vendas no comércio varejista para o Brasil e suas unidades federativas



Fonte: IBGE (2021b); Elaboração própria.

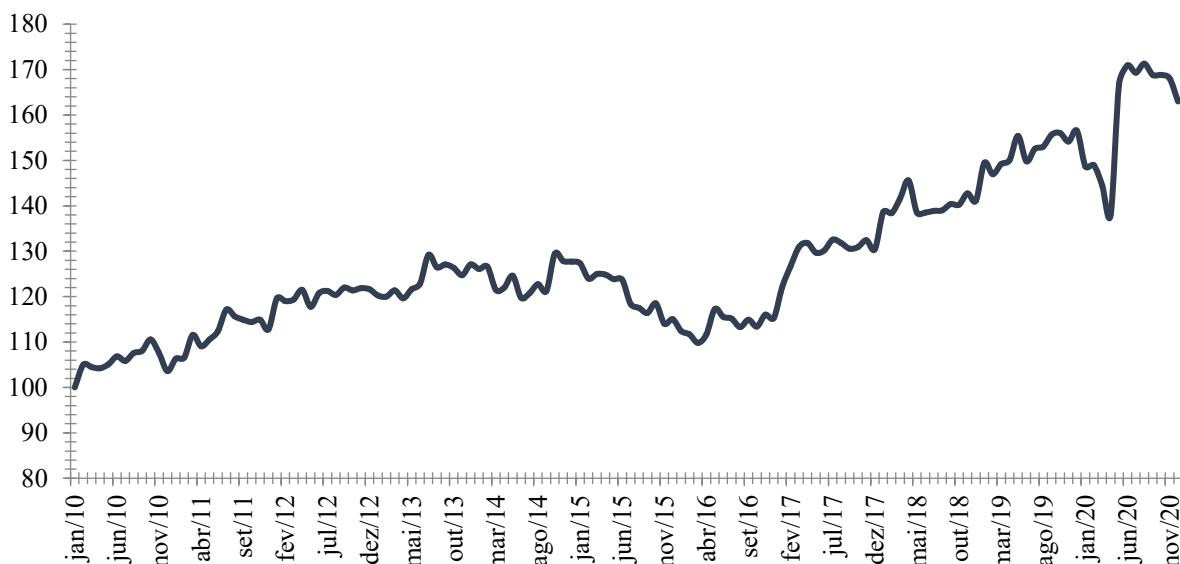
Santa Catarina, por sua vez, fechou o ano com retrações mais amenas e já em maio havia recuperado as perdas causadas pela pandemia em março e abril. O resultado acumulado do estado em 2020 foi positivo em 5,6%, sendo o quinto melhor desempenho entre as unidades da federação. A próxima seção é dedicada a detalhar esse desempenho.

3. OS EFEITOS DA PANDEMIA SOBRE O SETOR DE COMÉRCIO EM SANTA CATARINA

Os dados referentes ao índice de volume de vendas no comércio de Santa Catarina apresentados na Figura 6 evidenciam diferenças entre o desempenho do estado e do país na última década. Primeiro, o período descendente iniciado ao final de 2014, impulsionado pela crise econômica nacional, chega no mesmo período tanto no estado, quanto no país. No entanto, a recuperação chega antes em Santa Catarina. O estado apresenta uma tendência ascendente desde meados do primeiro semestre de 2016,

enquanto o Brasil só inicia a recuperação a partir de 2017. Segundo, o impacto inicial da pandemia é sentido de forma moderada e diluída entre março e abril em Santa Catarina, enquanto no Brasil os efeitos se concentram em abril.

Figura 6 - Volume de vendas no comércio varejista de Santa Catarina (índice base fixa com ajuste sazonal, 2018=100)



Fonte: IBGE (2021b)

Uma possível explicação para o efeito da pandemia ter impactado o comércio catarinense já em março foi a adoção com maior rigidez de medidas de isolamento social em Santa Catarina, em comparação com o Brasil como um todo, no dia 17 de março de 2020 (AQUINO *et al*, 2020), mesmo que estas tenham sido flexibilizadas com o “Plano Estratégico de Retomada das Atividades Econômicas” anunciado pelo governo catarinense no dia 26 de março de 2020 (SPAUTZ, 2020).

A Tabela 4 apresenta o comportamento mensal do volume de vendas do comércio varejista em Santa Catarina. Após resultados negativos em março e em abril, Santa Catarina registrou crescimento de 20,9% no mês de maio, atingindo um patamar superior ao do período imediatamente anterior à pandemia. Entre os meses de junho e novembro o comportamento do comércio foi oscilante, alternando resultados positivos e negativos, ambos de dimensão moderada. Em dezembro houve um decréscimo, acompanhando a direção do comportamento do país como um todo.

Tabela 4 - Variação do volume de vendas do comércio varejista em Santa Catarina (janeiro a dezembro de 2020)

	Mês/mês anterior¹	Variação Mensal²	Var. acumulada no ano³	Variação acumulada de 12 meses⁴
Janeiro	-5,0	0,4	0,4	7,9
Fevereiro	0,2	6,4	3,2	7,9
Março	-3,0	-5,4	0,3	7,3
Abril	-4,5	-7,5	-1,6	6,1
Mai	20,9	6,5	0,0	5,6
Junho	2,5	12,9	2,0	6,2
Julho	-0,9	12,0	3,4	6,3
Agosto	1,2	10,0	4,2	6,2
Setembro	-1,5	10,5	4,9	6,3
Outubro	0,0	10,7	5,5	6,2
Novembro	-0,4	6,1	5,6	5,9
Dezembro	-3,0	6,0	5,6	5,6

Fonte: IBGE (2021b); Elaboração própria.

Nota 1: Base: mês imediatamente anterior - com ajuste sazonal.

Nota 2: Base: igual mês do ano anterior.

Nota 3: Base: igual período do ano anterior.

Nota 4: Base: 12 meses anteriores.

A atividade “Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, que é o maior componente do setor de comércio”, com destaque para a subdivisão “Hipermercados e supermercados”, tem papel importante nas causas que levaram Santa Catarina a acumular crescimento de 5,6% do setor comércio ao longo de 2020. Esta subdivisão apresentou crescimento em todos os meses de 2020 na comparação com o mesmo mês do ano anterior (Tabela 5) e crescimento acumulado de 15,4% no ano de 2020 (Figura 7). “Livros, jornais, revistas e papelaria” e “Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação”, por sua vez, apresentaram comportamento no sentido oposto, com resultados negativos em todos os meses de 2020 em relação aos respectivos meses de 2019.

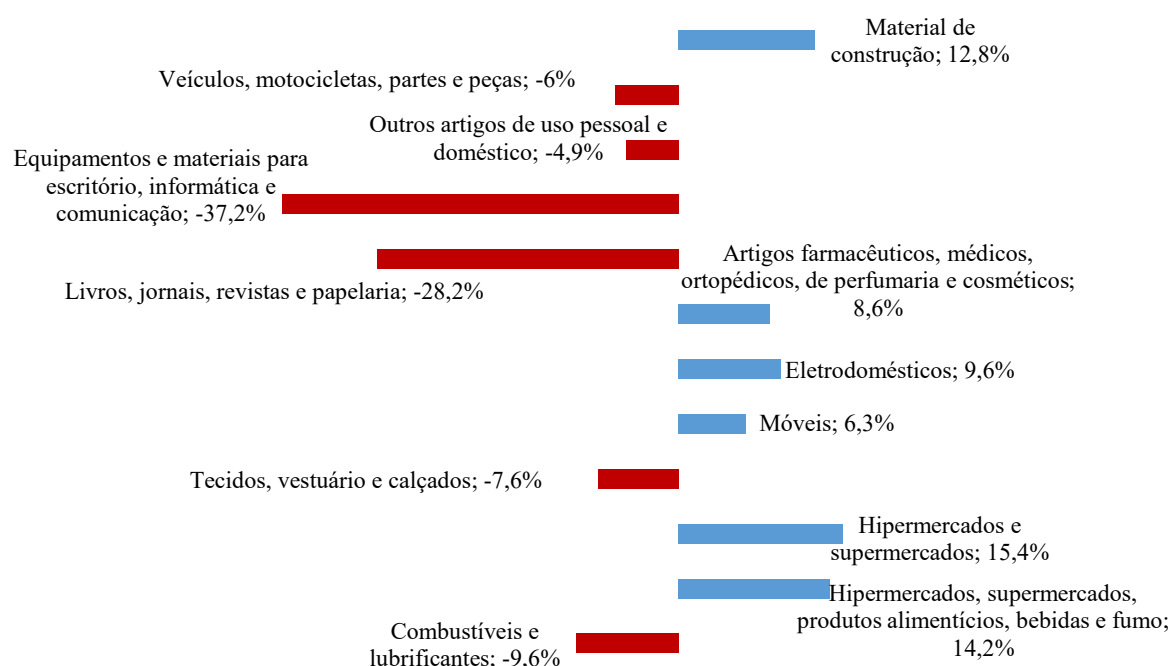
O fato de “Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo” ser o grupo de atividades de maior peso para o setor de comércio fez com que a variação positiva de 14,2% fosse suficiente para mais que compensar as fortes quedas nas atividades de “Livros, jornais, revistas e papelaria” (-28,2%) e “Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação” (37,2%).

Tabela 5 - Variação mensal em comparação com igual mês do ano anterior¹ do volume de vendas no comércio varejista ampliado em Santa Catarina (janeiro a dezembro 2020)

	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Combustíveis e lubrificantes	-3,6	-0,1	-18,3	-23,9	-12,0	-11,0	-12,4	-9,9	-6,8	-6,9	-8,4	-3,4
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,9	10,0	10,4	12,6	18,7	23,7	25,3	17,2	14,9	15,2	9,2	15,9
Hipermercados e supermercados	1,1	10,4	10,8	13,6	20,3	25,8	27,6	18,6	15,9	16,6	10,2	17,4
Tecidos, vestuário e calçados	-5,2	-1,9	-42,8	-46,7	-12,2	1,1	-3,7	9,6	2,7	5,5	-0,9	-4,5
Móveis	-6,9	-9,4	-34,6	-23,1	4,3	30,7	15,3	45,2	25,6	22,3	8,3	2,6
Eletrodomésticos	11,5	4,2	-22,0	-12,3	21,2	32,7	29,2	19,4	23,4	19,3	24,9	-16,8
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,3	8,6	10,3	-4,3	-0,4	9,0	10,4	6,3	11,9	12,0	13,4	15,6
Livros, jornais, revistas e papelaria	-6,1	-11,1	-43,0	-73,9	-34,8	-31,4	-46,6	-39,2	-26,5	-21,3	-31,5	-19,4
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-8,9	-25,8	-32,7	-55,7	-51,3	-20,6	-42,4	-50,6	-29,5	-30,5	-45,0	-41,1
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,2	9,6	-35,8	-50,6	-11,1	-4,6	-7,4	4,9	9,0	11,4	3,8	3,4
Veículos, motocicletas, partes e peças	22,6	6,2	-27,3	-47,3	-24,8	-1,9	-6,5	-3,5	7,6	3,9	3,3	-4,3
Material de construção	1,9	-0,7	-17,1	-10,8	0,4	18,8	22,5	25,2	32,0	36,6	18,3	18,1

Fonte: IBGE (2021b); Elaboração própria.

Nota 1: Base: igual mês do ano anterior.

Figura 7 - Variação acumulada no ano das atividades de vendas no comércio varejista ampliado e suas subdivisões para Santa Catarina (volume de janeiro a dezembro de 2020)

Fonte: IBGE (2021b); Elaboração própria.

Segundo a Fecomércio/SC, a evolução do comércio em 2020 apresentou uma recuperação expressiva após o primeiro choque por conta da pandemia entre março e maio. De acordo com o presidente da Federação,

Santa Catarina apresentou o 5º melhor volume de vendas entre os estados e uma das recuperações mais rápidas e sólidas, porém ainda enfrenta problemas em vários segmentos. Os resultados de dezembro apontam para uma possível reversão da tendência de recuperação, que deve ser contraposta por medidas que garantam emprego e renda, assegurem o consumo de grupos mais vulneráveis, assim como o acesso ao crédito às empresas afetadas pela queda na demanda durante a crise (BREITHAUPT *apud* FECOMÉRCIO/SC, 2021b, s/p).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A economia brasileira e suas unidades federativas, que vinham de um período de pouco dinamismo econômico, foram fortemente afetadas pela pandemia provocada pelo novo coronavírus, que se iniciou no primeiro trimestre de 2020. No entanto, o setor de comércio terminou o ano com um saldo positivo no que se refere ao volume de vendas no varejo, tanto no Brasil, quanto em Santa Catarina.

O descolamento do comércio da dinâmica dos demais setores pode ser explicado especialmente pelo comportamento do grupo de atividades “Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo”, que fechou o ano de 2020 com resultados positivos quando comparado com o ano anterior.

Por um lado, isso ocorre em função de um redirecionamento de parte da demanda de alimentos e bebidas, antes adquiridos fora de casa, para os hipermercados e supermercados. Por outro, pelo fortalecimento que essas atividades já vinham demonstrando nas últimas décadas, ao se consolidar como o segmento de maior peso no comportamento do setor de comércio.

O bom desempenho dos hipermercados e supermercados é ainda mais evidente quando se observa o estado de Santa Catarina. Além do setor de comércio catarinense fechar o ano com avanço de 5,6%, a atividade “Hipermercados e supermercados” apresentou forte avanço ao longo de todo o ano, acumulando crescimento de 15,4%.

REFERÊNCIAS

ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados. O Ano que o consumo se reinventou. In: **Revista SuperHiper**, São Paulo: ABRAS, dez/2020.

AGÊNCIA IBGE. **Em maio, vendas no varejo avançam 13,9%**. 2020a. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de->

noticias/releases/28225-em-maio-vendas-no-varejo-avancam-13-9. Acesso em: 16 jan. 2021.

AGÊNCIA IBGE. **Alta nas vendas em supermercados limita perdas do varejo a 2,5% em março.** 2020b. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/27666-alta-nas-vendas-em-supermercados-limita-perdas-do-varejo-a-2-5-em-marco>. Acesso em: 16 dez. 2020.

ALVARENGA, D.; SILVEIRA, D. Vendas do comércio desabam 16,8% em abril, pior resultado da série histórica do IBGE. **G1**, São Paulo, 16 jun. 2020. Disponível em: g1.globo.com/. Acesso em: 11 jan. 2021.

AQUINO, E. M.; SILVEIRA, I. H.; PESCARINI, J. M., AQUINO, R.; SOUZA-FILHO, J. A. D. Medidas de distanciamento social no controle da pandemia de COVID-19: potenciais impactos e desafios no Brasil. In: **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, p. 2423-2446. 2020.

ARAÚJO, Patrício Carneiro. De gourmet a caçador: alimentação e medo na pandemia. In: **The Journal of the Food and Culture of the Americas**, v. 2, n. 2, p. 117-134, 2020.

BRASIL, Cristina Indio do. **Serviços avançam e comércio recua na participação do PIB desde 1947.** 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3sIa1DG>. Acesso em: 10 fev. 2021.

BRASIL, Cristina Indio do. **Vendas do comércio varejista caem 0,1% em novembro.** 2021. Disponível em: agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-01/vendas-do-comercio-varejista-caem-01-em-novembro. Acesso em: 18 jan. 2021.

CARNEIRO; Lucienne. Vendas no varejo decepcionam e despencam 6,1% em dezembro; mercado estimava queda de 0,6%. **Valor Econômico**, Rio de Janeiro, 10 fev. 2021. Disponível em: <https://valor.globo.com>. Acesso em: 6 jan. 2021.

CNC – Confederação Nacional do Comércio. **CNC 75 Anos.** Rio de Janeiro, RJ: CNC. 2020.

FECOMÉRCIO/SC – Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina. **Índices.** 2021. Disponível em: www.fecomercio-sc.com.br/indices/. Acesso em: 10 fev. 2021.

FECOMÉRCIO/SC – Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina. **Comércio encerra 2020 com crescimento de 6% no volume de vendas em SC.** 2021b. Disponível em: <https://www.fecomercio-sc.com.br/noticias/comercio-encerra-2020-com-crescimento-de-6-no-volume-de-vendas-em-sc/>. Acesso em: 16 fev. 2021.

GOULARTI, Alcides. Padrões de crescimento e diferenciação econômica em Santa Catarina. 2001. Tese (Doutorado em Economia), Instituto de Economia, **Universidade Estadual de Campinas**, Campinas, 2001.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Sistema de Contas Nacionais.** Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: 23 dez. 2020.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Anual de Comércio – PAC**. Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: 15 fev. 2021a.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Mensal de Comércio – PAC**. Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: 17 fev. 2021b.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Sistema de Contas Regionais - SCR**. Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: 21 fev. 2021c.

MIOTO, Beatriz Tamasso. Integração econômica e rede urbana em Santa Catarina: transformações no período da desconcentração produtiva regional (1970-2005). **Dissertação de Mestrado** (Mestrado em Desenvolvimento Econômico) – Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2011.

RAIS – Relação Anual de Informações Sociais. Programa de disseminação das estatísticas do trabalho, 2021. Disponível em: bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_rais_vinculo_id/login.php. Acesso em: 20 fev. 2021.

SPAUTZ, Dagmara. Cientistas: Relaxar isolamento em SC não tem respaldo científico e vai facilitar disseminação do coronavírus. **NSC**, Florianópolis, 27 mar. 2020. Disponível em www.nsctotal.com.br/colunistas/dagmara-spautz/cientistas-relaxar-isolamento-em-sc-nao-tem-respaldo-cientifico-e-vai. Acesso em: 18 jan. 2021.

OECD – Organisation for Economic Co-operation and Development. **OECD Economic Survey of Brazil**. France: OECD, 2020.

Recebido em 17 de fevereiro de 2020 e aceito em 28 de fevereiro de 2020.