

ANÁLISE DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO NO BRASIL E EM SANTA CATARINA DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19*

Guilherme Ronchi Razzini**

Resumo: A pandemia do coronavírus causou grandes impactos na economia mundial, brasileira e de seus respectivos estados, porém tais impactos se deram de forma desigual. Assim sendo, o volume de vendas do comércio varejista ampliado registrou leve retração no ano de 2020 no cenário nacional, e expansão moderada no ano de 2021. Já em Santa Catarina houve expansões em ambos os anos analisados. Os diferentes desempenhos entre o estado catarinense e o restante do país explicitam a desigualdade atual no setor do varejo comercial nos diferentes estados, sendo que tais diferenças são decorrentes do desenvolvimento econômico específico a cada região. A crise sanitária em decorrência do COVID-19 teve início no mês de fevereiro de 2020 no Brasil, obrigando a adoção de medidas de isolamento social para seu controle. Tais medidas provocaram uma redução no movimento do comércio não-essencial e uma mudança no comportamento de consumo dos brasileiros. Com a implantação de programas emergenciais houve expansão no volume de vendas durante os meses posteriores ao início da pandemia, com a redução dos programas de incentivo houve quedas substanciais nos resultados. Neste sentido, o artigo tem como objetivo investigar as variações no volume de vendas do comércio desde o início da pandemia no Brasil e em Santa Catarina. Ver-se-á que, por um lado, ocorreu uma redistribuição da demanda entre os setores e, por outro, houve um acréscimo da demanda em outros setores, tais como atividades de varejo, em função dos hipermercados e supermercados substituírem o consumo de alimentação e bebidas fora de casa. Dentre os principais resultados do comércio no estado de Santa Catarina, destaca-se o avanço de 7,57% no volume de vendas entre fevereiro de 2020 e dezembro de 2021.

Palavras-chave: Comércio; pandemia; COVID-19; Brasil; Santa Catarina.

ANALYSIS OF TRADE SALES VOLUME IN BRAZIL AND SANTA CATARINA DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract: The coronavirus pandemic caused major impacts on the world economy, Brazilian and their respective states, but such impacts occurred unevenly. Therefore, the sales volume of the extended retail trade registered a slight retraction in the year 2020 on the national scene, and moderate expansion in the year 2021. In Santa Catarina there were expansions in both years analyzed. The different performances between the state of Santa Catarina and the rest of the country explain the current inequality in the commercial retail sector in the different states, and such differences are due to the specific economic development of each region. The health crisis due to COVID-19 began in February 2020 in Brazil, forcing the adoption of social isolation measures for its control. Such measures provoked a reduction in the movement of non-essential commerce and a change in the consumption behavior of Brazilians. With the implementation of emergency programs there was an expansion in sales volume during the months after the beginning of the pandemic due to such programs, with the reduction of incentive programs there were

* Este artigo faz parte das atividades desenvolvidas no NECAT-UFSC no âmbito do projeto “Análise dos impactos econômicos da pandemia no estado de Santa Catarina”.

** Graduando em Ciências Econômicas na UFSC e bolsista do NECAT. E-mail: guilhermerazzini33@gmail.com

substantial drops in results. In this sense, the article aims to investigate the variations in the volume of commerce sales since the beginning of the pandemic in Brazil and Santa Catarina. On the one hand, there was a redistribution of demand between sectors, and, on the other hand, there was an increase in demand in other sectors, such as retail activities, due to hypermarkets and supermarkets replacing the consumption of food and beverages outside the home. Among the main results of trade in the state of Santa Catarina, the 7.57% increase in sales volume between February 2020 and December 2021 stands out.

Keywords: Trade sector; pandemic; COVID-19; Brazil; Santa Catarina.

INTRODUÇÃO

Em 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS) foi alertada sobre vários casos de pneumonia na cidade de Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China. Tratava-se de uma nova cepa (tipo) de coronavírus que não havia sido identificada antes em seres humanos. Uma semana depois, em 7 de janeiro de 2020, as autoridades chinesas confirmaram que haviam identificado um novo tipo de coronavírus. Em 30 de janeiro de 2020, a OMS declarou que o surto do novo coronavírus constitui uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional, com a rápida disseminação do vírus, no dia 11 de março de 2020, a COVID-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia. O termo “pandemia” se refere à distribuição geográfica de uma doença e não à sua gravidade. A designação reconhece que, no momento, existem surtos de COVID-19 em vários países e regiões do mundo. O anúncio surgiu quando havia mais de 115 países com casos declarados de infecção (AGÊNCIA BRASIL, 2020). No dia 26 de fevereiro de 2020 foi registrado o primeiro caso de coronavírus em território nacional.

Os efeitos da pandemia agravaram a já existente crise econômica brasileira, intensificando o quadro de baixo dinamismo econômico e reduzindo as expectativas de crescimento futuro. No setor do comércio varejista ampliado no cenário nacional houve retração de 1,4% na variação entre 2019 e 2020, e expansão de 4,5% entre os anos de 2020 e 2021, no estado catarinense houve expansão de 2,9% e 8,6% nas respectivas comparações. As altas expansões foram influenciadas pela baixa base de comparação oferecida por 2020. No ano de 2020, o PIB brasileiro registrou queda de 4,1%, a maior retração desde o início da série histórica em 1996 (AGÊNCIA BRASIL, 2021), a Fundação Getúlio Vargas (FGV) aponta para uma alta de 4,7% no ano de 2021 (FGV, 2021).

A pandemia mudou a dinâmica do consumo no país, as medidas de isolamento e distanciamento social aceleraram o processo de crescimento do comércio digital no

Brasil, o e-commerce registrou um faturamento recorde em 2021, totalizando mais de R\$ 161 bilhões, um crescimento de 26,9% em relação ao ano anterior. O número de pedidos aumentou 16,9%, com 353 milhões de entregas, segundo levantamento da Neotrust, empresa responsável pelo monitoramento do e-commerce brasileiro (PODER360, 2022). Tais resultados comprovam a mudança na forma de consumir da população brasileira e evidenciam uma tendência de consumo pelos meios digitais acelerada pela pandemia.

O setor de comércio varejista ampliado obteve expansões em 14 das 27 Unidades da Federação (UFs) no ano de 2020, no ano posterior houve expansão em 25 das 27 UFs. Tais resultados demonstram a recuperação do setor na comparação com o ano anterior, resultado já esperado em virtude das baixas bases de comparação. Porém, o volume de vendas no cenário nacional em dezembro de 2021 apresentou retração de 1,3% na comparação com fevereiro de 2020, mês de início da pandemia no país. Tal resultado ilustra a dificuldade do setor em se recuperar dos efeitos da pandemia e estabelecer um ritmo de crescimento sólido. O cenário de alta inflação, desemprego em níveis elevados, redução nos níveis de renda e alto endividamento da população são dificuldades para que o setor apresente expansões e tenha um ritmo de crescimento firme.

O presente artigo tem como objetivo analisar os efeitos da pandemia do coronavírus no volume de vendas do comércio varejista ampliado no Brasil e em Santa Catarina. Para tanto, o artigo está organizado em quatro seções, além desta introdução. Na seção inicial analisa-se o comportamento do comércio no Brasil e em Santa Catarina nos últimos dez anos. Na segunda seção discute-se o desempenho do setor de comércio durante a pandemia no cenário nacional, enquanto a terceira seção apresenta a mesma trajetória no território catarinense. A última seção contém as considerações finais do estudo, enfatizando-se os impactos gerais da Covid-19 sobre o setor.

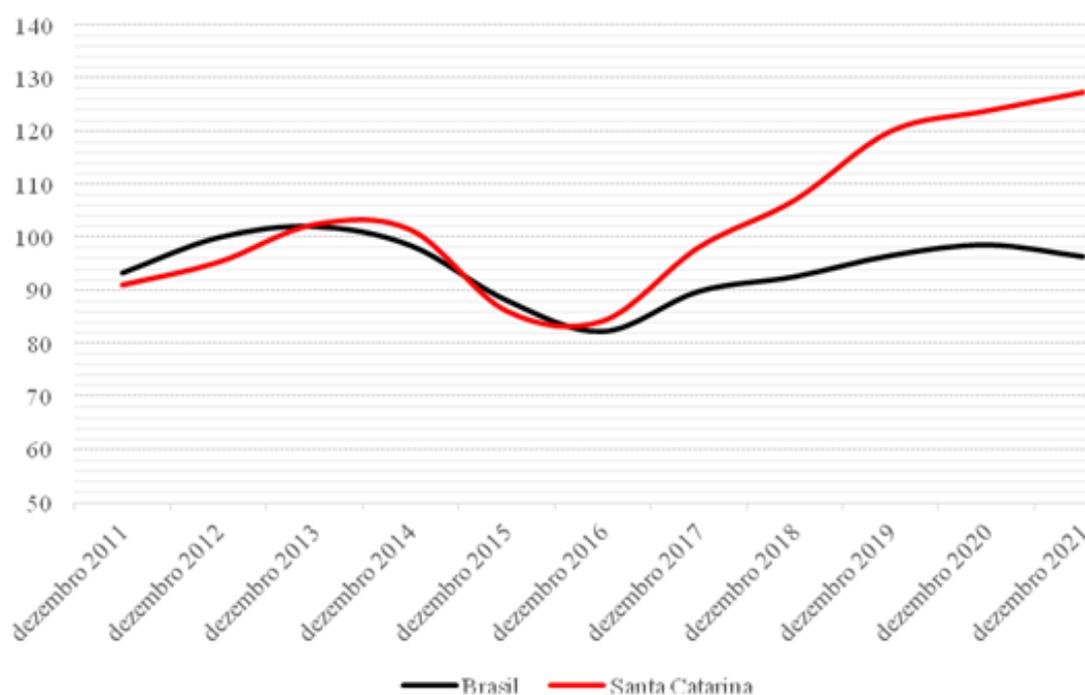
1. COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO NO BRASIL E EM SANTA CATARINA NOS ÚLTIMOS DEZ ANOS (2011-2021)

A Figura 1 ilustra as variações no volume de vendas do comércio varejista ampliado em Santa Catarina e no Brasil no período iniciado em 2011 e com término em 2021. Durante o período analisado o setor apresentou expansão tímida de 3% no cenário nacional, tais dados evidenciam um resultado de estagnação durante os dez anos analisados. Entretanto, no cenário estadual houve expansão de 39,9% no mesmo período analisado, a desigualdade nesses resultados se deve principalmente ao cenário após as

grandes retrações de 2015 e 2016, momento em que o estado conseguiu se recuperar de forma mais acelerada do que o restante do país.

O baixo dinamismo das atividades econômicas em todo o país afeta a capacidade do setor comercial em se recuperar dos efeitos das retrações registrados no PIB durante os anos de 2015 e 2016, em que o país registrou quedas de -3,5% e -3,3% respectivamente. Enquanto o estado de Santa Catarina registrou quedas de -4,2% e -2%, no período supracitado. Tais resultados demonstram que apesar da maior queda durante o ano de 2015, o estado conseguiu se recuperar de forma mais rápida do que na comparação com o cenário nacional. (IBGE, 2022).

Figura 1 – Variação do volume de vendas no comércio varejista ampliado em Santa Catarina e no Brasil entre 2011 e 2021 (2014=100)



Fonte: IBGE; Elaboração do autor.

A Tabela 1 ilustra as variações acumuladas no ano entre 2011 e 2021, durante o período de 2011 a 2014 tanto nos resultados nacionais e estaduais é possível perceber pouca variação entre os resultados, demonstrando movimento homogêneo entre Santa Catarina e o restante do país. Porém, nos anos seguintes de 2015 e 2016 houve grandes retrações no volume de vendas, respectivamente de -8,6% e -8,7% no cenário nacional, e de -10,1% e -7,9% no estado.

Após esse período de recessão no setor, houve recuperação tanto no cenário nacional e estadual, porém tal recuperação se deu de forma heterogênea. No estado de Santa Catarina durante os anos de 2017, 2018 e 2019 foram registradas sólidas expansões de 14,2%, 10,5% e 10% respectivamente. Por outro lado, o comércio no cenário nacional registrou expansões de forma menos intensa, de 4%, 5% e 3,9% no mesmo período.

Tabela 1 – Acumulado no ano no Brasil e em Santa Catarina (2011-2021)

Ano	Brasil	Santa Catarina
2011	6,60	7,80
2012	8,00	4,30
2013	3,60	3,70
2014	-1,70	1,50
2015	-8,60	-10,10
2016	-8,70	-7,90
2017	4,00	14,20
2018	5,00	10,50
2019	3,90	10,00
2020	-1,40	2,90
2021	4,50	8,60

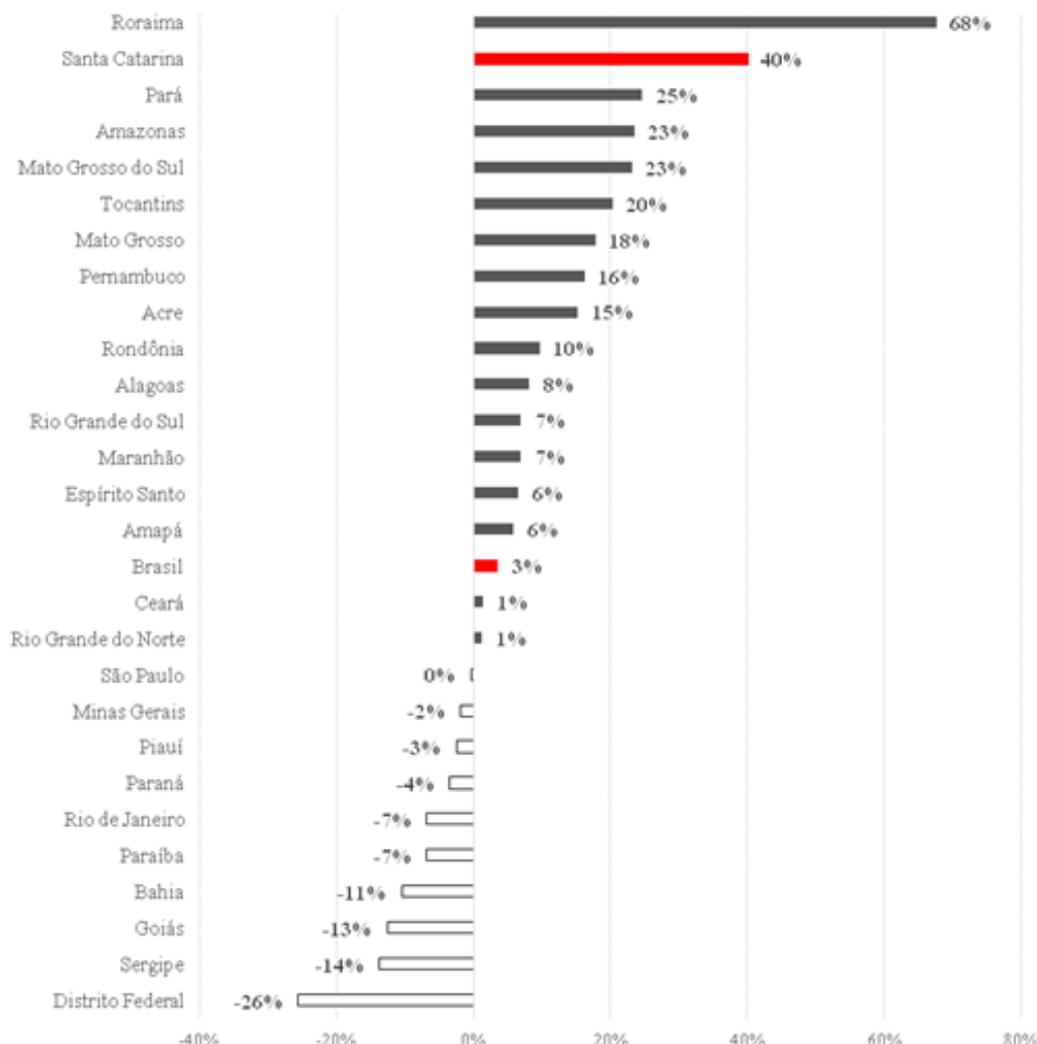
Fonte: IBGE; Elaboração do autor.

A Figura 2 auxilia a compreensão entre o desempenho das Unidades da Federação (UFs) e o resultado nacional, durante o período analisado 17 das 27 UFs apresentaram expansão no volume de vendas, com destaque para as UFs de Roraima (68%), Santa Catarina (40%) e Pará (25%).

Em contraste com os resultados positivos, 9 UFs apresentaram retração no volume de vendas durante o período analisado, sendo as maiores retrações registradas em Distrito Federal (-26%), Sergipe (-14%), Goiás (-13%), Bahia (-11%) e Paraíba (-7%). Tais resultados ilustram a desigualdade do desempenho do comércio varejista ampliado nas diferentes regiões do país, apenas a região norte do país registrou expansão em todos os estados.

As dinâmicas locais afetam o desempenho do setor, em Santa Catarina o comércio registrou a segunda maior alta do país na série analisada, o cenário econômico favorável com baixo desemprego e aumento da renda durante o período auxiliam a compreender a forte expansão registrada no estado.

Figura 2 – Variação do volume de vendas entre o período de 2011 a 2021 no Brasil e seus respectivos estados



Fonte: IBGE; Elaboração do autor.

2. DESEMPENHO DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO DURANTE A PANDEMIA NO BRASIL

Os dados das Pesquisas Mensais do Comércio (PMC) do IBGE desde 2010 estão ilustrados na Figura 3, tais resultados indicam um crescimento contínuo no volume de vendas até o ano de 2014, após este período há quedas significativas já abordadas aqui durante a retrospectiva dos últimos dez anos. A partir do período de 2017, o setor apresenta sinais de recuperação que se seguem até o período anterior a pandemia, neste momento o setor apresenta volume de vendas similar ao do segundo trimestre de 2015.

Com o início da pandemia a tendência de recuperação do setor é interrompida e apresenta a maior queda da série histórica no mês de abril de 2020, entre fevereiro e abril

há uma queda de 28% no volume de vendas. Após o pior resultado da série histórica, em maio de 2020 o setor avançou 14,3% no volume de vendas, o que representou a maior expansão mensal da série histórica da PMC, iniciada em janeiro de 2000 (IBGE, 2022).

Figura 3 – Volume de vendas no comércio varejista ampliado do Brasil (índice base fixa com ajuste sazonal, 2010=100)



Fonte: IBGE; Elaboração do autor.

A expansão registrada em maio iniciou uma série de expansões na série mês a mês com ajuste sazonal que durou até novembro de 2020, neste período o volume de vendas era 3,7% superior ao registrado no período pré-pandemia. Porém, nos meses de dezembro e janeiro houve quedas consecutivas e o volume de vendas caiu 1,4% na comparação com fevereiro de 2020.

Durante o ano de 2021, houve uma trajetória de expansão vacilante entre quedas e altas no volume de vendas, entretanto o ano fechou com 4,5% de expansão contrastando com a retração de 1,4% no ano anterior.

Conforme a Tabela 3, que sintetiza os índices mês/mês com ajuste sazonal, comparação com mesmo mês de ano anterior, acumulado no ano e acumulado em doze meses. O setor apresentou quedas na comparação mês a mês com ajuste sazonal durante os dois primeiros meses do período pandêmico no país, entre março e abril. Após tais retrações, houve crescimento expressivo em razão dos programas de incentivo ao consumo que impulsionaram uma rápida recuperação do setor neste período, os resultados positivos se estenderam até o mês de novembro de 2020. No mês de dezembro de 2020

houve retração de -2,8%, em virtude da segunda onda de infecções pela Covid-19, e principalmente, pela redução do valor pago pelo Auxílio Emergencial.

Com a redução dos programas de incentivo ao consumo durante o ano de 2021, o setor apresentou dificuldades em estabelecer um ritmo de crescimento sólido, durante o primeiro semestre de 2021 houve expansão de 12,3% em comparação com o semestre anterior, resultado expressivo em virtude da baixa base de comparação. Porém, no segundo semestre houve retração de -1,7% no volume de vendas na mesma série. Na comparação mês/mês com ajuste sazonal, foram registrados resultados negativos em 6 dos 12 meses do ano.

Tabela 3 – Variação do volume de vendas do comércio varejista no Brasil (fevereiro de 2020 a dezembro de 2021)

Mês	No mês (com ajuste sazonal)	Mesmo mês ano anterior	No ano	Acumulado em 12 meses
fevereiro 2020	0,2	3,0	3,2	3,5
março 2020	-11,2	-6,4	0,0	3,3
abril 2020	-19,5	-27,4	-6,9	0,8
maio 2020	14,3	-16,0	-8,8	-1,1
junho 2020	10,9	-2,3	-7,7	-1,4
julho 2020	6,3	1,6	-6,3	-1,9
agosto 2020	4,2	3,8	-5,0	-1,7
setembro 2020	1,3	7,4	-3,6	-1,4
outubro 2020	1,8	6,1	-2,6	-1,4
novembro 2020	0,1	4,2	-1,9	-1,3
dezembro 2020	-2,8	2,8	-1,4	-1,4
janeiro 2021	-2,3	-3,1	-3,1	-2,0
fevereiro 2021	3,5	-1,9	-2,5	-2,3
março 2021	-5,1	9,8	1,4	-1,1
abril 2021	3,7	40,9	9,2	3,5
maio 2021	3,2	26,3	12,5	6,8
junho 2021	-2,6	11,5	12,3	7,9
julho 2021	1,6	7,1	11,4	8,4
agosto 2021	-3,1	-0,1	9,8	8,0
setembro 2021	-0,9	-4,0	8,1	7,0
outubro 2021	-0,8	-7,0	6,3	5,8
novembro 2021	0,7	-2,9	5,3	5,1
dezembro 2021	0,3	-2,7	4,5	4,5

Fonte: IBGE; Elaboração do autor

O acumulado no ano atingiu o pico de 12,50% no período analisado em maio de 2021, contudo foram registradas quedas no índice até dezembro de 2021, quando este fechou o ano em 4,5%. O acumulado em doze meses apresentou seu melhor saldo no mês

de julho de 2021, e apresentou quedas no saldo até dezembro de 2021 fechando o ano em 4,5%. Tais resultados evidenciam a queda do volume de vendas do setor durante o segundo semestre de 2021 e a dificuldade de estabelecer um ritmo de expansão expressivo.

A Tabela 4 apresenta as variações dos segmentos do comércio varejista ampliado no país durante os anos de 2020 e 2021, com suas respectivas subdivisões por atividade. Os dados ilustram as variações durante o período pandêmico e seus efeitos individuais sobre os segmentos do comércio.

O primeiro semestre de 2020 registrou retração de -7,7%, a retração significativa pode ser explicada em virtude da diminuição da circulação dos consumidores em virtude das medidas para conter a disseminação do vírus, e pela queda nos níveis de renda durante o período. Dentre os 10 setores analisados no semestre apenas 2 registraram expansão, sendo o de hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (5,4%), e artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (3,6%). Sendo, o último em virtude da alta demanda por insumos ofertados pelo setor durante a pandemia.

As maiores quedas do semestre foram entre os setores de tecidos, vestuário e calçados (-38,70%), livros, jornais, revistas e papelaria (-28,8%) e equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (-22,9%).

O segundo semestre de 2020 apresentou ritmo de recuperação com expansão de 4,2%, em virtude dos programas de incentivo ao consumo e pela retomada gradual das atividades ao seu patamar pré-pandemia.

Houve resultado positivo em 5 dos 10 setores analisados pela PMC, entre os setores com maior expansão vale destaque para o segmento de material de construção (22,5%), móveis e eletrodomésticos (20,7%) e outros artigos de uso pessoal e domésticos (12,9%). Cabe ressaltar que os três setores com maior expansão durante o segundo semestre apresentaram retração no semestre anterior.

Por outro lado, as atividades que apresentaram queda foram: livros, jornais, revistas e papelaria (-32,7%), tecidos, vestuário e calçados (-9,8%), equipamentos e matérias para escritório, informática e comunicação (-9,7%), combustíveis e lubrificantes (-7,2%) e veículos, motocicletas, partes e peças (-5,3%).

Com tais resultados semestrais, o comércio varejista encerrou o ano com retração de -1,4%, sendo a primeira retração após o ano de 2016. No acumulado do ano, houve retração em 5 dos 10 segmentos do setor analisados, sendo as maiores retrações nos

setores de livros, jornais, revistas e papelaria (-30,60%), tecidos, vestuário e calçados (22,5%) e veículos, motocicletas, partes e peças (-13,6%). As atividades com expansão durante o ano foram: material de construção (10,8%), moveis e eletrodomésticos (10,6%), artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (8,3%), hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (4,8%) e outros artigos de uso pessoal e doméstico (2,5%).

Na comparação com outros setores da economia, o setor de comércio obteve melhores resultados e teve uma queda considerada leve, o setor de serviços registrou queda de -7,8%, e a indústria teve queda de 4,5%. Os programas de incentivo ao consumo e outras medidas adotadas para aliviar os efeitos econômicos auxiliaram para que o setor não amargasse piores resultados.

Tabela 4 – Variação do volume de vendas no comércio varejista ampliado e suas subdivisões

Atividades	2020			2021		
	1º Semestre	2º Semestre	Acumulado no ano	1º Semestre	2º Semestre	Acumulado no ano
Combustíveis e lubrificantes	-12,3	-7,2	-9,7	4,0	-3,1	0,3
Hipermercados e supermercados	5,4	4,2	4,8	-2,7	-2,6	-2,6
Tecidos, vestuário e calçados	-38,7	-9,8	-22,5	32,5	3,8	13,8
Móveis e eletrodomésticos	-1,4	20,7	10,6	11,0	-19,4	-7,0
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,6	12,7	8,3	16,2	4,3	9,8
Livros, jornais, revistas e papelaria	-28,8	-32,7	-30,6	-22,8	-9,7	-16,9
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-22,9	-9,7	-16,2	5,9	-8,6	-2,0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-10,6	12,9	2,5	31,6	0,7	12,7
Veículos, motocicletas, partes e peças	-22,7	-5,3	-13,6	27,5	5,5	14,9
Material de construção	-2,0	22,5	10,8	21,5	-8,1	4,4
Taxa Global	-7,7	4,2	-1,4	12,3	-1,7	4,5

Fonte: IBGE; Elaboração do autor

Após os fracos resultados em 2020, o primeiro semestre de 2021 registrou expansão de 12,3% em comparação com o semestre anterior. Resultado que evidenciou o ritmo de recuperação do setor durante os primeiros meses do ano. Entre as atividades pesquisadas apenas 2 registraram retração neste período, sendo: livros, jornais, revistas e

papelaria (-22,8%) e hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-2,7%). Por outro lado, vale ressaltar a expansão sólida nos setores de tecidos, vestuário e calçados (32,5%), outros artigos de uso pessoal e doméstico (31,6%) e veículos, motocicletas, partes e peças (27,5%).

O segundo semestre de 2021 apresentou retração de -1,7% na comparação com o semestre imediatamente anterior. Durante o período foram registradas quedas no volume de vendas, e a interrupção do ritmo de recuperação registrado desde o segundo semestre de 2020. Após os bons resultados do primeiro semestre do ano criou-se o clima de que os efeitos da pandemia sobre o comércio já haviam se esgotado e o setor apresentaria ritmo de crescimento sólido, porém os meses de agosto, setembro e outubro apresentaram quedas na comparação com o mês imediatamente anterior com ajuste sazonal de -3,1%, -0,9% e -0,8% respectivamente.

As atividades de móveis e eletrodomésticos (-19,4%), livros, jornais, revistas e papelaria (-9,7%), equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (-8,6%) e material de construção (-8,1%) registraram as maiores retrações durante o período. Por outro lado, houve expansões nos segmentos de veículos, motocicletas, partes e peças (5,5%), artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (4,3%) e tecidos, vestuário e calçados (3,8%).

Tais resultados consolidaram um crescimento de 4,5% no ano no setor frente ao ano anterior, a expansão foi menor do que registrado no setor de serviços (10,9%), porém maior do que o registrado na indústria (3,9%). Os dados ilustram que o setor ainda não se recuperou por completo dos efeitos da pandemia, e ainda mantém o cenário de crescimento vacilante no ano. Há setores que preocupam como o de livros, jornais, revistas e papelaria que registrou retração nos quatro semestres analisados, e o importante setor de hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo que registrou queda de 2,6% e tem peso relevante no desempenho do comércio varejista no país.

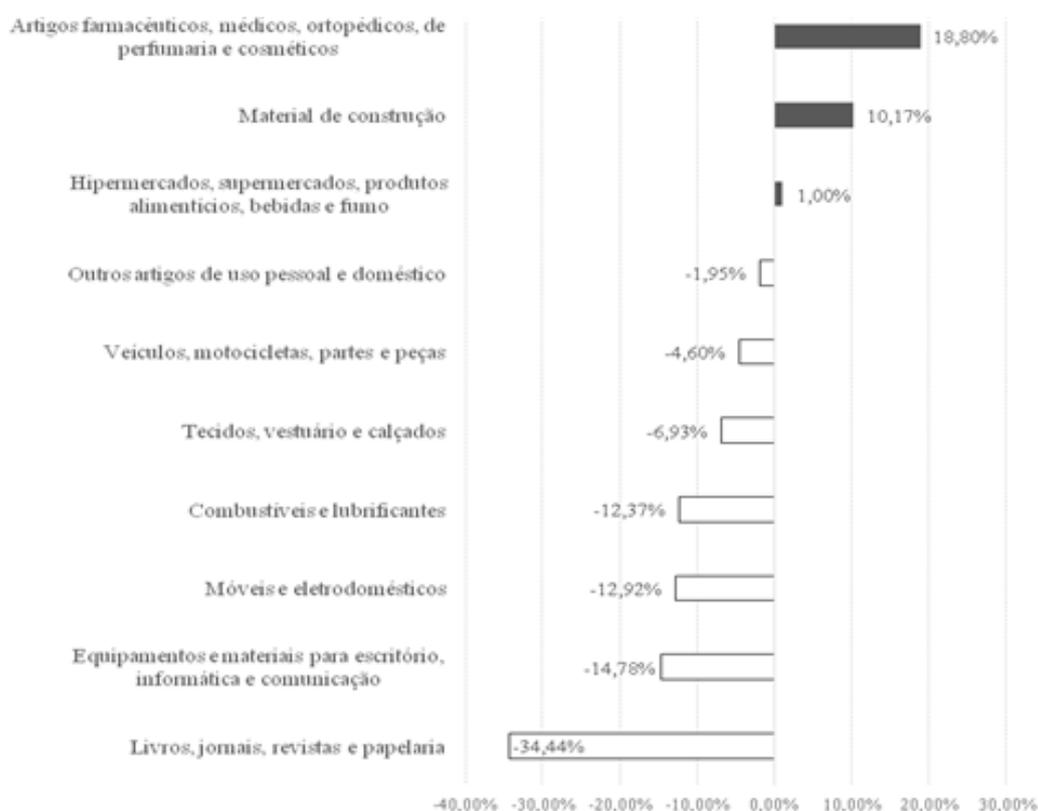
Bem como no conjunto do país, em Santa Catarina o comércio tem “Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo” como atividade de maior peso. Nesta atividade o estado se destaca, primeiro, por ser responsável por 7,3% das vendas de supermercados do Brasil em faturamento, mesmo tendo apenas 3,4% da população nacional. Cabe ainda destaque, a atividade “hipermercados e supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo” representa 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, 2021).

A Figura 4 ilustra a variação dos setores entre o início da pandemia no mês de fevereiro de 2020 e o último mês de 2021, facilitando a compreensão do desempenho dos setores durante a pandemia.

Dos 10 segmentos analisados, apenas 3 registram volume de vendas superior ao patamar pré-pandemia em fevereiro de 2020, sendo as atividades de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (18,8%), material de construção (10,17%) e hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (1%) os únicos setores com expansão durante o período analisado.

Figura 4 – Variação do volume de vendas em percentual entre fevereiro de 2020 e dezembro de 2021 por grupo de atividade



Fonte: IBGE; Elaboração do autor

Em contraste, há retração em 7 atividades durante o período analisado, com destaque para os setores de livros, jornais, revistas e papelaria (-34,44%), equipamentos

e materiais para escritório, informática e comunicação (-14,78%) e móveis e eletrodomésticos (-12,92%) as maiores retrações registradas nas atividades analisadas.

O volume de vendas do comércio varejista ampliado registrou em dezembro retração de -1,3% na comparação com fevereiro de 2020, reforçando novamente que o setor ainda está em patamares inferiores ao pré-pandemia.

Os dados que mostram o desempenho entre o período de fevereiro de 2020 a dezembro de 2021 ilustram a dificuldade de alguns setores em expandir o volume de vendas durante a crise causada pela Covid-19, o cenário econômico nacional com alta inflação, crescente taxas de juros, alto desemprego e corrosão dos níveis de renda dificultam a recuperação do setor. As expectativas do setor no ano de 2022 demonstram a preocupação com a descontrolada inflação e as crescentes taxas de juros que corroem o poder de compra do consumidor.

3. DESEMPENHO DO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO DURANTE A PANDEMIA EM SANTA CATARINA

Os dados disponibilizados pela PMC e referentes ao índice do volume de vendas no estado de Santa Catarina, ilustrados na Figura 5, evidenciam a desigualdade da trajetória de expansão entre o cenário catarinense e o nacional. A partir de 2014, momento em que o volume de vendas apresenta trajetória descendente, causado pela crise econômica nacional, há fortes retrações no volume de vendas no cenário catarinense e no país. A recuperação no volume de vendas no pós-crise se inicia antes no estado, nos primeiros meses de 2016 há resultados positivos, enquanto o cenário nacional registra recuperação somente a partir de 2017. Entre o período de janeiro de 2014 e janeiro de 2018, o estado registrou expansão de 2% no volume de vendas, durante este mesmo período o país registrou retração de -13% no volume de vendas.

A recuperação do setor de forma mais rápida do que na comparação com o cenário nacional é evidenciada também durante o período pandêmico, enquanto o país registra retração de -1,3% no volume de vendas na comparação entre fevereiro de 2020 e dezembro de 2021, no estado catarinense há uma expansão 7% durante o mesmo período.

Figura 5 – Volume de vendas no comércio varejista ampliado em Santa Catarina (índice base fixa com ajuste sazonal, 2010=100)



Fonte: IBGE; Elaboração do autor

A Tabela 5 apresenta os resultados mensais da PMC no estado de Santa Catarina por meio de quatro índices. Nos meses de março e abril foram registradas fortes retrações na série mês a mês com ajuste sazonal em decorrência do início da crise do Covid-19, após as quedas é registrada uma expansão de 19,5% no mês de maio, a maior expansão registrada na série histórica.

Com os programas de incentivo ao consumo e a retomada gradual das atividades, durante os meses de maio e novembro, o setor do comércio registrou sete altas consecutivas no volume de vendas, atingindo o maior volume de vendas do ano no mês de novembro. O último mês do ano registrou retração de -3,9%, em virtude da segunda onda de casos e a redução dos programas de incentivo ao consumo, deste modo o comércio varejista ampliado registrou expansão de 2,9% durante o ano de 2020, o valor ficou acima do resultado nacional que registrou queda de -1,4%.

O mês de janeiro de 2021 apresentou retração de -0,6% na comparação com o mês imediatamente anterior. O primeiro semestre de 2021 dava indícios de uma recuperação sólida no setor, apesar dos resultados negativos em janeiro e março, houve expansão de 7% no volume de vendas nos primeiros seis meses do ano. Em julho de 2021, o acumulado no ano e o acumulado em doze meses apresentaram seus maiores saldos, 14,9% e 11,7% respectivamente. A partir de agosto os resultados começaram a apresentar retrações sucessivas que foram interrompidas por uma leve alta no mês de novembro, porém os acumulados no ano e em doze meses apresentaram quedas sucessivas até o fim

do ano. Apesar do fraco ritmo no segundo semestre de 2021, quando foi registrada uma retração de -10,6%, o comércio varejista ampliado registrou expansão de 8,6% no estado durante o ano de 2021, acima do resultado nacional de 4,5%.

Tabela 5 – Variação do volume de vendas do comércio varejista em Santa Catarina (fevereiro de 2020 a dezembro de 2021)

Mês	No mês (com ajuste sazonal)	Mesmo mês ano anterior	No ano	Acumulado em 12 meses
fevereiro 2020	-0,3	5,7	5,9	9,6
março 2020	-17,7	-12,5	-0,3	8,4
abril 2020	-4,7	-19,8	-5,2	6,1
maio 2020	19,5	-3,3	-4,8	4,5
junho 2020	5,3	9,1	-2,6	4,8
julho 2020	3,0	7,1	-1,2	4,3
agosto 2020	3,1	7,1	-0,1	4,1
setembro 2020	1,8	11,6	1,2	4,0
outubro 2020	1,4	11,1	2,3	4,0
novembro 2020	0,2	6,4	2,7	3,5
dezembro 2020	-3,9	4,4	2,9	2,9
janeiro 2021	-0,6	0,5	0,5	2,4
fevereiro 2021	1,0	-0,3	0,1	2,0
março 2021	-2,3	26,0	7,8	4,8
abril 2021	3,6	36,1	13,8	8,8
maio 2021	4,4	17,5	14,6	10,5
junho 2021	0,3	11,7	14,1	10,7
julho 2021	8,2	19,0	14,9	11,7
agosto 2021	-8,2	6,1	13,6	11,6
setembro 2021	-2,5	0,3	12,0	10,6
outubro 2021	-0,5	-3,7	10,1	9,2
novembro 2021	0,5	2,7	9,3	8,8
dezembro 2021	-0,2	2,7	8,6	8,6

Fonte: IBGE; Elaboração do autor

A Tabela 6 e 7, ilustram os movimentos dos setores em Santa Catarina no índice acumulado no ano, o IBGE no estado catarinense não divulga a série mês a mês com ajuste sazonal. Desse modo utilizaremos tais tabelas para exemplificarmos os efeitos da pandemia por setor.

As atividades de combustíveis e lubrificantes, tecidos, vestuários e calçados, livros, jornais, revistas e papelaria e o segmento de equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação registraram saldo negativo durante todo o período analisado. Os setores citados respectivamente tinham em fevereiro de 2020 saldo acumulado no ano de -2%, -3,7%, -8,5% e -17%, os mesmos setores registravam em dezembro no mesmo índice os saldos de -9,6%, -7,6%, -28,3% e -37,2%. Desse modo

iniciaram o período analisado com saldo de retração e ao longo do ano retroagiram de forma mais intensa no volume de vendas.

Entre as atividades com saldo positivo durante o ano de 2020, cabe destaque para os segmentos de hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo que iniciou o ano com saldo de 5,3% e encerrou o período com expansão e saldo de 14,2%. Os setores de material de construção (13,2%), móveis e eletrodomésticos (9,2%) e artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (8,6%) também encerraram o mês de dezembro de 2020 com saldo de expansão.

Tabela 6 – Variação do acumulado do ano por setor em Santa Catarina (fevereiro a dezembro 2020)

Atividades	fev/20	mar/20	abr/2020	mai/20	jun/20	jul/20	ago/20	set/20	out/20	nov/20	dez/20
Combustíveis e lubrificantes	-2,00	-7,4	-11,3	-11,5	-11,4	-11,5	-11,3	-10,8	-10,4	-10,2	-9,6
Hipermercados e supermercados	5,30	7,0	8,3	10,3	12,3	14,1	14,4	14,5	14,6	14,0	14,2
Tecidos, vestuário e calçados	-3,70	-17,0	-24,5	-21,8	-17,8	-15,5	-12,2	-10,6	-8,9	-8,1	-7,6
Móveis e eletrodomésticos	3,30	-6,4	-8,7	-3,6	2,2	5,7	7,7	9,7	11,1	12,5	9,2
Artigos farmacêuticos, perfumaria e cosméticos	8,40	9,1	5,7	4,4	5,2	6,0	6,0	6,7	7,2	7,9	8,6
Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,50	-15,5	-25,4	-26,7	-27,2	-29,4	-30,4	-30,1	-29,4	-29,5	-28,3
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-17,00	-21,8	-30,6	-35,4	-32,9	-34,4	-36,6	-35,8	-35,2	-36,6	-37,2
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,60	-9,1	-19,3	-17,6	-15,5	-14,3	-11,9	-9,6	-7,3	-6,0	-4,9
Veículos, motocicletas, partes e peças	14,30	-0,3	-13,0	-15,5	-13,3	-12,2	-10,9	-8,7	-7,3	-6,2	-6,0
Material de construção	0,70	-5,1	-6,6	-5,2	-1,3	2,4	5,4	8,5	11,6	12,3	13,2

Fonte: IBGE; Elaboração do autor

A Tabela 7 ilustra as movimentações no mesmo índice no período de todo o ano de 2021, é notável que 5 dentre os 10 setores pesquisados iniciaram o ano com saldo negativo, e apenas 2 setores terminaram o ano com saldo de retração.

Os segmentos com retração no índice em dezembro de 2021 foram hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-1,7%) e móveis e eletrodomésticos (-9,5%). Todos os demais segmentos fecharam o ano de 2021 com saldo de expansão, destaque para as expansões acima de 10% entre os setores de veículos, motocicletas, peças e partes (26%), outros artigos de uso pessoal e doméstico (17,6%) e artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (13,9%).

Destaques para o setor de livros, jornais, revistas e papelaria que a partir de outubro de 2021 apresentou pela primeira vez saldos positivos durante o período analisado, e para o setor de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos que durante toda a série analisado apresentou saldos de expansão.

Tabela 7 – Variação do acumulado do ano por setor em Santa Catarina (janeiro a dezembro de 2021)

Atividades	jan/20	fev/20	mar/20	abr/20	mai/20	jun/20	jul/20	ago/20	set/20	out/20	nov/20	dez/20
Combustíveis e lubrificantes	-4,20	-4,0	-1,3	2,2	2,8	3,1	4,3	4,0	3,1	2,3	2,3	2,6
Hipermercados e supermercados	3,80	0,7	-0,6	-1,1	-1,7	-1,9	-1,9	-1,9	-1,8	-2,0	-2,1	-1,7
Tecidos, vestuário e calçados	1,50	-2,6	8,3	25,4	27,6	24,1	21,6	16,1	13,5	10,7	8,9	7,3
Móveis e eletrodomésticos	1,00	0,8	12,0	17,1	8,9	3,9	1,9	0,8	-2,3	-5,6	-8,1	-9,5
Artigos farmacêuticos, perfumaria e cosméticos	10,10	12,7	15,3	17,9	18,2	17,9	16,8	16,8	16,4	15,4	14,7	13,9
Livros, jornais, revistas e papelaria	-42,40	-38,3	-30,6	-18,0	-13,4	-10,3	-5,9	-2,1	-0,5	1,5	2,6	2,9
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-37,30	-25,1	-13,8	-4,6	0,9	-2,7	-0,6	3,0	1,9	4,5	7,2	6,0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-6,00	-10,3	2,4	19,4	22,5	22,7	41,3	35,1	29,8	25,3	20,9	17,6
Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,50	-2,2	15,2	31,1	36,7	37,2	37,3	35,2	31,5	28,3	27,3	26,0
Material de construção	11,50	16,9	30,4	31,1	28,0	23,8	18,7	15,7	12,7	8,7	8,0	7,2

Fonte: IBGE; Elaboração do autor

Com a evidente melhora dos segmentos durante 2021 na comparação com o ano anterior, o saldo de expansão de tais segmentos refletiu no saldo de expansão de 8,6% em 2021. Entretanto, há setores que preocupam pelos recentes resultados negativos como o de Móveis e Eletrodomésticos e o segmento de Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, estes setores representam grande parcela do volume de vendas do comércio e apresentam dificuldades em estabelecer um ritmo de crescimento sólido.

Para exemplificar a importância do setor comercial em Santa Catarina, cabe ressaltar 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).

Durante o ano de 2021, o comércio varejista ampliado registrou expansão de 8,6% no volume de vendas em Santa Catarina, maior resultado desde 2019. Porém, no cenário

nacional o desempenho é evidentemente mais fraco, o Brasil registrou expansão de 4,5% no mesmo período.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O comércio varejista ampliado nacional registrou retrações nos anos de 2014 a 2016, devido a intensificação da crise econômica nacional durante o período, a atividade conseguiu demonstrar resultados de recuperação nos anos de 2017 a 2019, interrompidos pelos resultados durante o período pandêmico de 2020 e 2021. No estado catarinense, houve retrações nos anos de 2015 e 2016, porém diferente dos resultados nacionais o setor registrou sucessivas expansões desde então, inclusive nos anos de 2020 e 2021.

A economia brasileira e suas respectivas unidades da federação, que vinham de um período de baixo dinamismo econômico, tiveram significativos impactos durante o período pandêmico iniciado no primeiro trimestre de 2020. Apesar das dificuldades, o setor apresentou retração inferior na comparação com outros setores da economia no cenário nacional em 2020, e expansão durante o ano de 2021. No estado catarinense, os resultados foram positivos no biênio supracitado e o volume de vendas já apresenta expansão frente ao período pré-pandemia.

O fraco desempenho nacional pode ser explicado pelos fatores econômicos que desaceleram o poder de compra e corroem o consumo das famílias, como a inflação que em dezembro de 2020 estava em 4,5%, e um ano depois acelerou para 10,06%. O aumento da taxa de juros SELIC também contribuiu para a redução do poder de compra, em dezembro de 2020, a taxa era de 2%, e em fevereiro de 2022 está em 10,75%. Diante do cenário descrito, fez com que a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) revisasse de 2,3% para 1,4% a estimativa para o crescimento da economia brasileira em 2022. (OCDE, 2021).

Em relação ao número de estabelecimentos comerciais, no ano de 2020 o varejo brasileiro havia contabilizado a perda de 75 mil estabelecimentos, no ano seguinte, o varejo ganhou 204 mil estabelecimentos, totalizando um total de 2,4 milhões de estabelecimentos ativos. Em 2021, as microempresas responderam por 77,4% dos novos estabelecimentos, seguidos pelas pequenas empresas com 14,7% do saldo. Entre as atividades, os supermercados e minimercados registraram 54 mil novas lojas, seguido pelos setores de utilidades domésticas e eletroeletrônicos com 38,7 mil novos estabelecimentos e a atividade de vestuário, calçados e acessórios com 28,3 mil novos registros (AGÊNCIA BRASIL, 2022).

Com o avanço da vacinação da população, é esperado que em 2022 a economia sofra menos com os efeitos da crise sanitária. Porém, o cenário econômico não deve auxiliar o crescimento do setor, a expectativa para o crescimento inferior a 1% neste ano e a incerteza diante do atual cenário devem limitar a expansão do mercado de trabalho, que é a maior fonte de recursos para o consumo das famílias. Diante de tal cenário, a Confederação Nacional do Comércio manteve a expectativa de crescimento de alta de 0,9% nas vendas em 2022 (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2022).

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL (ed.). **Organização Mundial da Saúde declara pandemia de coronavírus**. [S. l.], 11 mar. 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-03/organizacao-mundial-da-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>>. Acesso em: 21 fev. 2022.

AGÊNCIA BRASIL. **PIB de 2020 fecha com queda de 4,1%, revela pesquisa do IBGE**. [S. l.], 3 mar. 2021. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-03/pib-de-2020-fecha-com-queda-de-41-revela-pesquisa-do-ibge>>. Acesso em: 21 fev. 2022.

FGV. **Monitor do PIB-FGV aponta crescimento de 4,7% em 2021, principalmente no setor de serviços**. [S. l.], 15 fev. 2021. Disponível em: <<https://portalibre.fgv.br/noticias/monitor-do-pib-fgv-aponta-crescimento-de-47-em-2021-principalmente-no-setor-de-servicos>>. Acesso em: 21 fev. 2022.

PODER360. **E-commerce cresceu 27% em 2021 e faturou R\$ 161 bi, diz levantamento**. [S. l.], 6 fev. 2022. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/economia/e-commerce-cresceu-27-em-2021-e-faturou-r-161-bi-diz-levantamento/>>. Acesso em: 21 fev. 2022.

IBGE–Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Sistema de Contas Nacionais**. Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 22 fev. 2022.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO. **Análise CNC da Pesquisa Mensal do Comércio – dezembro de 2021**, [S. l.], p. 1-3, 9 fev. 2022. Disponível em: <https://www.portaldocomercio.org.br/publicacoes/analise-cnc-da-pesquisa-mensal-do-comercio-dezembro-de-2021/413634>. Acesso em: 4 mar. 2022.

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: 8 mar. 2022.

OCDE. **Retrato econômico do Brasil**. [S. l.], 2021. Disponível em: <https://www.oecd.org/economy/retrato-economico-do-brasil/>. Acesso em: 8 mar. 2022.

AGÊNCIA BRASIL (ed.). **Varejo ganhou mais 204 mil lojas em 2021, diz CNC.** [S. l.], 07 mar. 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-03/varejo-ganhou-mais-204-mil-lojas-em-2021-diz-cnc>. Acesso em: 29 abr. 2022.

Recebido em 23 de abril de 2022 e aceito em 5 de maio de 2022.