

Lojistas sentem os impactos da doença

23-Mar-2020

Medidas preventivas que a população vem adotando para evitar contaminação fizeram vendas caírem 16,3% só no último final de semana, de acordo com a ACSP com base em dados nacionais da Boa Vista

São Paulo, 17 de março de 2020. Com menos pessoas circulando em ambientes públicos, como shoppings, por conta dos cuidados relativos à epidemia de coronavírus, as consultas para vendas a prazo e às vistas nas lojas tiveram queda de 16,3% só no último fim de semana comparado ao fim de semana anterior. Em comparação a igual período do 2019, a queda foi maior, de 16,7%.

O levantamento do Instituto de Economia Gastão Vidigal da Associação Comercial de São Paulo (ACSP), com base em dados nacionais da Boa Vista Serviços, já reflete a atual realidade: de que o consumidor já está se retraindo, e mudando seus hábitos de consumo aos poucos por conta da epidemia, segundo Marcel Solimeo, economista da ACSP.

Até o último fim de semana, quando encerrou a primeira quinzena, as vendas no comércio paulistano tiveram alta média de 5,3%, ainda sob os efeitos do Carnaval, no fim de fevereiro, e da movimentação pós-evento.

Por outro lado, com o aumento dos casos, parte da população continua a comprar, porém, com mais frequência, itens como alimentos e produtos de higiene e limpeza - atitude que deve ser bem avaliada, segundo Solimeo, para evitar desabastecimento.

"Essa queda é um primeiro reflexo, não quer dizer que vai continuar a piorar", afirma. "Quando a ambiente é de incerteza, como o de agora, não há como fazer projeções: o ideal é evitar o pânico", destaca.

Com a exceção de bares e restaurantes, que provavelmente não conseguirão repor a demanda perdida nesse primeiro momento, os demais lojistas devem aproveitar uma possível ociosidade para fazer ajustes e melhorias internas, pois quando as coisas voltarem ao normal, os consumidores também voltarão a comprar.

"Mas também procurar manter a cautela, seguindo as orientações do Ministério da Saúde, e adotar medidas de precaução para proteger funcionários e clientes", afirma. "Não há uma receita para enfrentar a situação, pois não sabemos o que vai acontecer. É adaptar o seu negócio à medida que as coisas evoluírem", orienta o economista da ACSP.