

press release

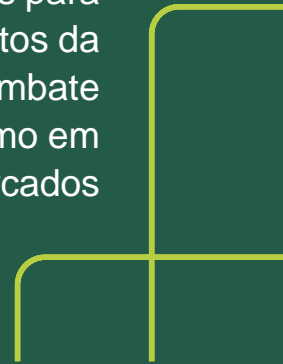
13 maio / 2020



# IMPACTOS DA COVID-19

SOBRE O CONSUMO

Indicadores econômicos para acompanhamento dos efeitos da COVID-19 e das medidas de combate à pandemia sobre o consumo em restaurantes e supermercados



# CONTEXTO

1.

Como resposta dos governos dos entes federativos à chegada da pandemia da COVID-19 no Brasil, a partir do final de fevereiro de 2020, foram introduzidas medidas restritivas de distanciamento social, com objetivo de conter o ritmo de disseminação do vírus e, com isso, garantir o atendimento da demanda crescente por recursos limitados da área de saúde ■

2.

À semelhança do que tem ocorrido em outros países, a imposição dessas medidas representou a interrupção parcial ou integral de diversos setores, atividades e serviços classificados como não essenciais para o abastecimento, segurança e saúde da população durante o período de distanciamento social. Além da paralisação dessas atividades, as autoridades recomendaram e incentivaram a população, incluindo trabalhadores e crianças, a permanecerem em casa o maior período possível, reduzindo assim a taxa de contágio ■

3.

Dada a relevância de quaisquer informações que colaborem para entender os efeitos diretos e indiretos da COVID-19, são bem-vindos esforços na construção de indicadores que possam ser empregados para avaliar a magnitude e extensão desses impactos não somente sobre a saúde da população, mas também sobre o nível de atividade, renda e empregos ■

# METODOLOGIA DOS ÍNDICES

Foram desenvolvidos indicadores de consumo a partir dos seguintes produtos Alelo:

## BENEFÍCIO ALELO ALIMENTAÇÃO

o cartão armazena créditos que podem ser utilizados para aquisição de gêneros alimentícios (como produtos processados e/ou *in natura*) e mantimentos em estabelecimentos comerciais como supermercados, quitandas, mercearias, hortifrúteis, sacolões, entre outros. O benefício é empregado, usualmente, para abastecer a despensa doméstica com frequência semanal, quinzenal ou mensal ■



## BENEFÍCIO ALELO REFEIÇÃO

o cartão armazena créditos que podem ser utilizados para aquisição de refeições prontas antes, durante e após a jornada de trabalho (café da manhã, almoço, lanche e/ou jantar), usualmente nas proximidades da empresa. O benefício é aceito em estabelecimentos como restaurantes, bares, lanchonetes, padarias, além de serviços de entrega (*delivery*) e retirada em balcão/para viagem (*pickup*), entre outros ■



Os benefícios **Refeição** e **Alimentação** são oferecidos por empresas de diferentes setores e portes aos seus colaboradores, que então utilizam o valor dos créditos para efetuar transações em estabelecimentos credenciados distribuídos pelo país ■

# METODOLOGIA DOS ÍNDICES

Com base em critérios para classificação dos estabelecimentos comerciais de acordo com categoria ou tipo de bens e serviços oferecidos, foram desenvolvidos os seguintes índices:

## ÍNDICES DE CONSUMO EM SUPERMERCADOS

Acompanham o volume e o valor das transações realizadas com o benefício **Alelo Alimentação**, além da quantidade de estabelecimentos comerciais que receberam essa modalidade de pagamento.

Em sua composição, foram incluídos estabelecimentos com os seguintes códigos MCC\*: Mercarias e Supermercados (5411); Comidas Congeladas (5422); Padarias (5462); Atacadistas (5300); Miscelâneas – Conveniência e *Delicatessens* (5499) ■

ISC

## ÍNDICES DE CONSUMO EM RESTAURANTES

Acompanham o volume e o valor das transações realizadas com o benefício **Alelo Refeição**, bem como o número de estabelecimentos comerciais que receberam essa modalidade de pagamento.

Para tanto, foram considerados os estabelecimentos com os seguintes códigos MCC\*: Restaurantes (5812); Lanchonetes (5815); Padarias (5462); Miscelâneas – Conveniência e *Delicatessens* (5499); Postos de Gasolina (5541); Bares, Discotecas e Casas Noturnas (5813) ■

ICR

NOTA: (\*) O MERCHANT CATEGORY CODE (MCC) É UM NÚMERO DE QUATRO DÍGITOS REGISTRADO NA ISO 18245 PARA SERVIÇOS FINANCEIROS DE VAREJO. O MCC É USADA PARA CLASSIFICAÇÃO DO RAMO DO NEGÓCIO PELO TIPO DE BENS OU SERVIÇOS FORNECIDOS PELOS ESTABELECIMENTOS.

# METODOLOGIA DOS ÍNDICES

Todos os índices foram elaborados e depurados com base em critérios estatísticos para garantir a focalização, a consistência e a interpretação dos resultados ao longo do tempo:

## AMOSTRA

Todos os índices são calculados a partir de dados diários de transações realizadas em estabelecimentos comerciais distribuídos por todo o território nacional, entre os dias 1 de janeiro de 2018 e 30 de abril 2020 ■

## VALORES ATÍPICOS

Para evitar oscilações nos índices decorrentes de eventuais entradas ou saídas de empregadores de grande porte na base de dados, observações associadas a empresas que se enquadram nesses critérios foram desconsideradas nos cálculos ■

## SAZONALIDADE

Foram adotados os seguintes procedimentos para mitigar a influência de fatores sazonais:

- Cálculo de média móvel de 7 dias (dados do dia observado e dos 6 dias anteriores a ele), eliminando assim os efeitos dos dias úteis e finais de semana sobre as séries.
- Identificação e filtragem de fatores sazonais relacionados ao comportamento das séries em dias específicos dentro de cada mês (1º dia, 5º dia, 10º dia...), por conta do calendário de recarga e distribuição temporal do uso dos benefícios nos estabelecimentos no período ■

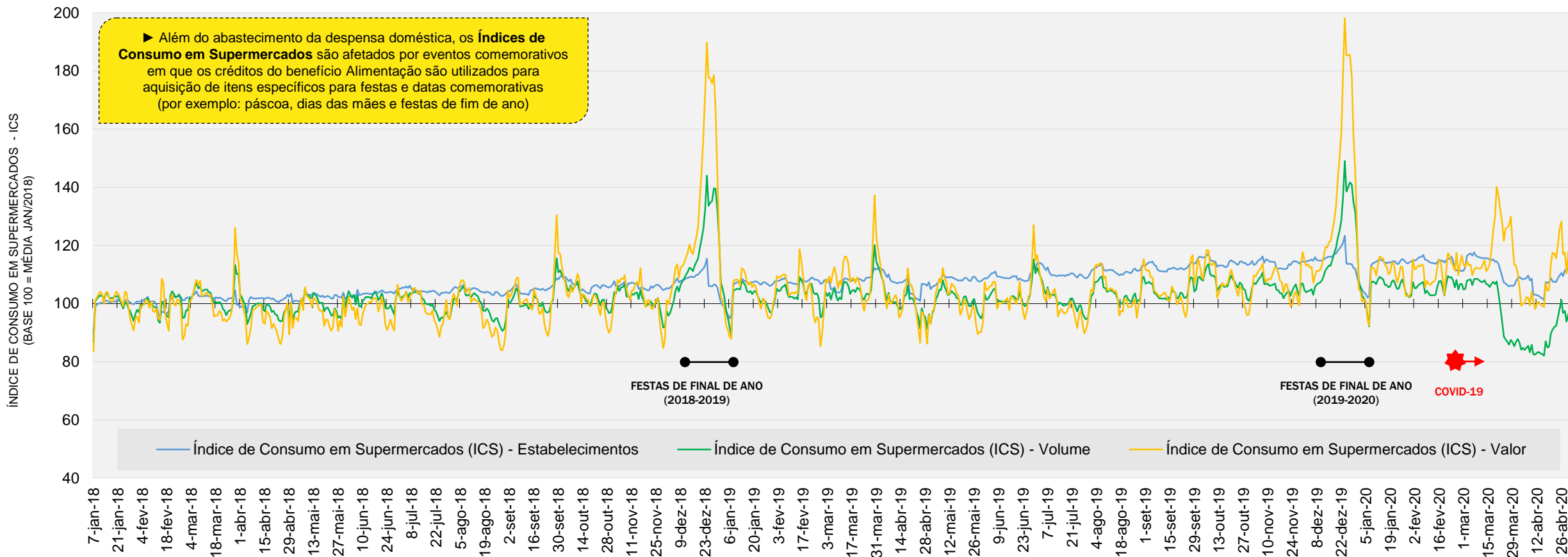
## FREQUÊNCIA

Todos os índices são apresentados com frequência diária para todo o período disponível da amostra, tendo por referência (base 100) a média diária dos respectivos valores em janeiro de 2018 ■

# ÍNDICES DE CONSUMO

## EVOLUÇÃO DOS ÍNDICES DE CONSUMO EM SUPERMERCADOS (ICS)

Número de Estabelecimentos, Volume e Valor das Transações - Frequência diária (base 100: média diária em janeiro/2018)

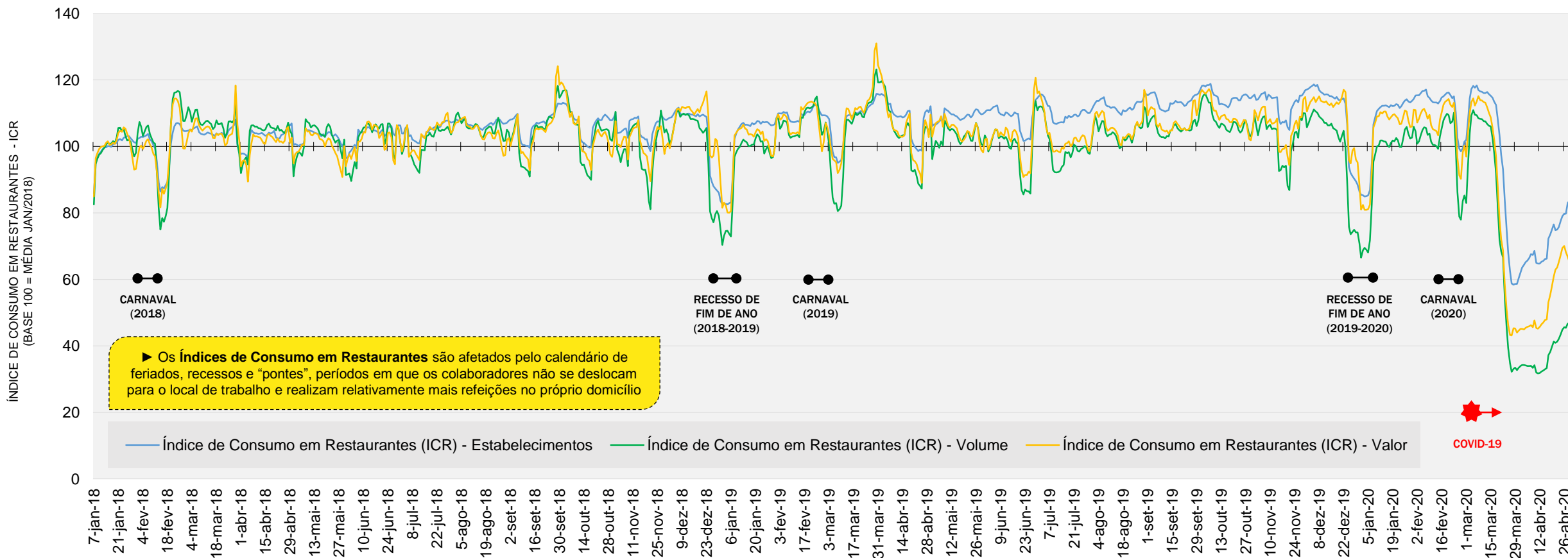


ELABORAÇÃO: FIPE, COM BASE EM DADOS DA ALELO SOBRE TRANSAÇÕES COM BENEFÍCIO ALIMENTAÇÃO E BENEFÍCIO REFEIÇÃO ENTRE 1 DE JANEIRO DE 2018 E 30 DE ABRIL DE 2020.

# ÍNDICES DE CONSUMO

## EVOLUÇÃO DOS ÍNDICES DE CONSUMO EM RESTAURANTES (ICR)

Número de Estabelecimentos, Volume e Valor das Transações - Frequência diária (base 100: média diária em janeiro/2018)



ELABORAÇÃO: FIPE, COM BASE EM DADOS DA ALELO SOBRE TRANSAÇÕES COM BENEFÍCIO ALIMENTAÇÃO E BENEFÍCIO REFEIÇÃO ENTRE 1 DE JANEIRO DE 2018 E 30 DE ABRIL DE 2020.

PRESS RELEASE | IMPACTOS DA COVID-19 SOBRE O CONSUMO | 13 MAIO 2020

IMPACTOS DA COVID-19  
SOBRE O CONSUMO  
*PRESS RELEASE*



# IMPACTOS





# AVALIAÇÃO DO IMPACTO

## DA COVID-19



Os índices desenvolvidos a partir da base de dados da Alelo estão correlacionados ao volume, valor e frequência de uso de benefícios **Alimentação** e **Refeição** para pagamento de transações em estabelecimentos comerciais credenciados. Esse gasto é realizado por iniciativa de colaboradores, que recebem dos empregadores esses benefícios em seus cartões regularmente a cada mês ■



Como a concessão e uso desses benefícios estão relacionados a postos de trabalho formais, ao calendário de dias úteis e aos hábitos de consumo e alimentação das famílias, os índices resultantes podem ser utilizados como ferramenta para monitorar o comportamento do consumo, incluindo flutuações decorrentes de eventos e medidas que possam impactar direta ou indiretamente a atividade econômica, a renda e o emprego da população nos centros urbanos (como no caso da COVID-19) ■





Com a instituição de medidas de distanciamento social por estados e municípios brasileiros, a partir da segunda quinzena de março, atividades consideradas não essenciais foram parcial ou integralmente interrompidas.

Além disso, o recolhimento dos colaboradores em suas residências influencia a frequência, volume e valor dos gastos com alimentação fora de casa (**Benefício Refeição**) e da aquisição de itens para o abastecimento da despensa doméstica (**Benefício Alimentação**) ■

Para monitorar o alcance dos impactos da COVID-19, foram propostas métricas que comparam o comportamento observado dos índices em 2020 ao esperado ou típico para aquele mesmo período. Para realizar essa comparação, foram adotados como referência os valores médios observados em 2019 para os respectivos índices e períodos analisados ■

As métricas são apresentadas em percentual (%) em três frequências:

- **Diária** (entre 1 de janeiro e 30 de abril de 2020).
- **Quinzenal** (entre a 1ª quinzena de janeiro e a 2ª quinzena de abril).
- **Mensal** (entre janeiro e abril de 2020) ■





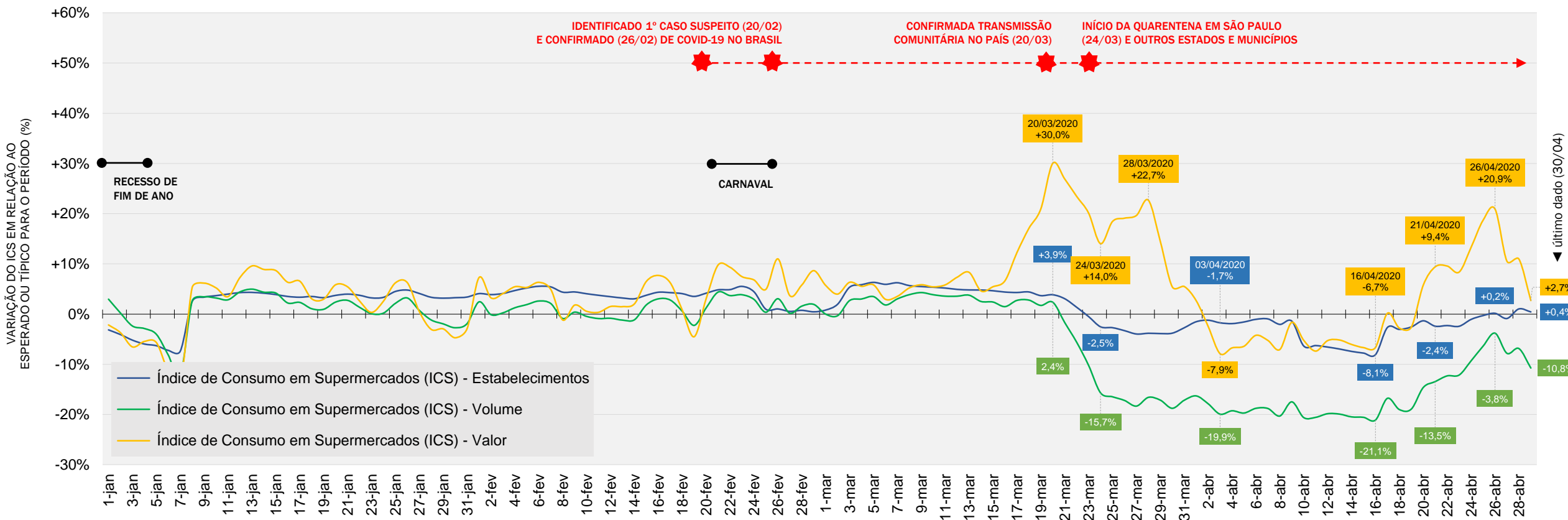
Do ponto de vista metodológico, é importante ressaltar que os impactos apresentados não excluem a influência de fatores, eventos e políticas coincidentes com a pandemia sobre o comportamento e hábitos de consumo da população ao longo do período de análise.

Por outro lado, tendo em vista o caráter inesperado das medidas restritivas instituídas a partir de março na maior parte das grandes cidades, bem como o padrão comportamental dos índices nos anos precedentes, é possível relacionar variações atípicas à COVID-19 ■

A análise dos impactos e resultados se estende de **janeiro a abril de 2020**, tanto para os **Índices de Consumo em Supermercados (ICS)** quanto para os **Índices de Consumo em Restaurantes (ICR)** ■

## VARIAÇÃO DOS ÍNDICES DE CONSUMO EM SUPERMERCADOS (ICS)

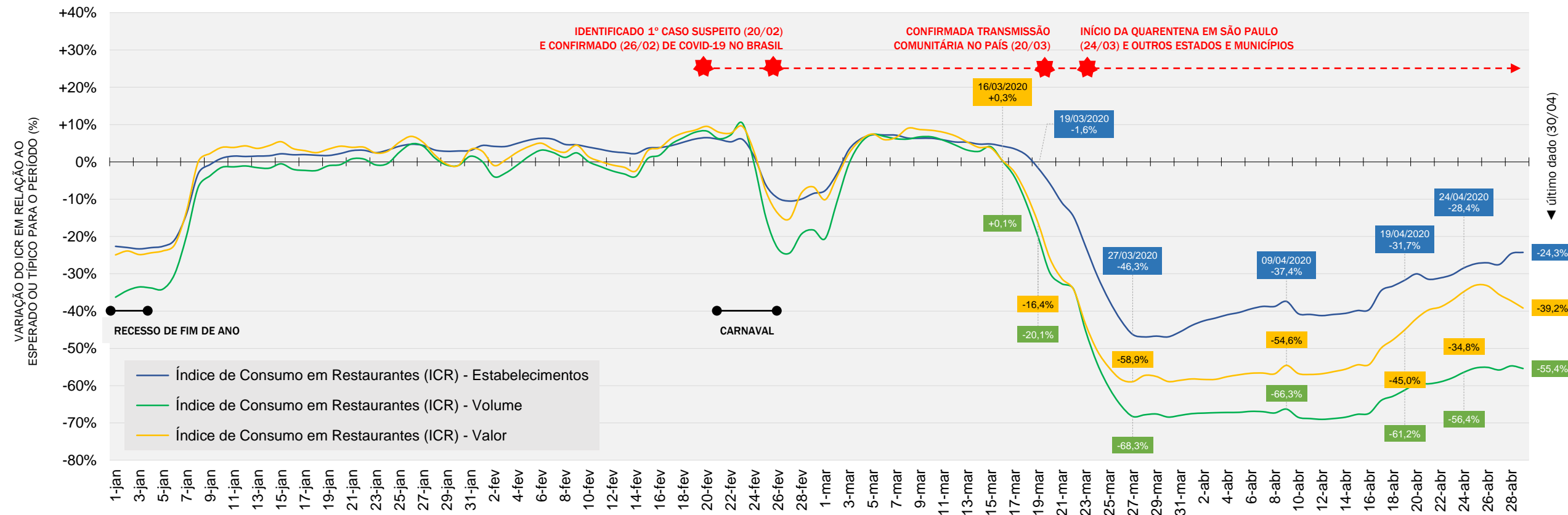
Variação percentual (%) em relação ao típico ou esperado de cada dia no mês  
 Referência: média dos resultados diários correspondentes ao longo de 2019 ■



ELABORAÇÃO: FIPE, COM BASE EM DADOS DA ALELO SOBRE TRANSAÇÕES COM BENEFÍCIO ALIMENTAÇÃO E BENEFÍCIO REFEIÇÃO ENTRE 1 DE JANEIRO DE 2018 E 30 DE ABRIL DE 2020.

## VARIAÇÃO DOS ÍNDICES DE CONSUMO EM RESTAURANTES (ICR)

Variação percentual (%) em relação ao típico ou esperado de cada dia no mês  
 Referência: média dos resultados diários correspondentes ao longo de 2019 ■



ELABORAÇÃO: FIPE, COM BASE EM DADOS DA ALELO SOBRE TRANSAÇÕES COM BENEFÍCIO ALIMENTAÇÃO E BENEFÍCIO REFEIÇÃO ENTRE 1 DE JANEIRO DE 2018 E 30 DE ABRIL DE 2020.

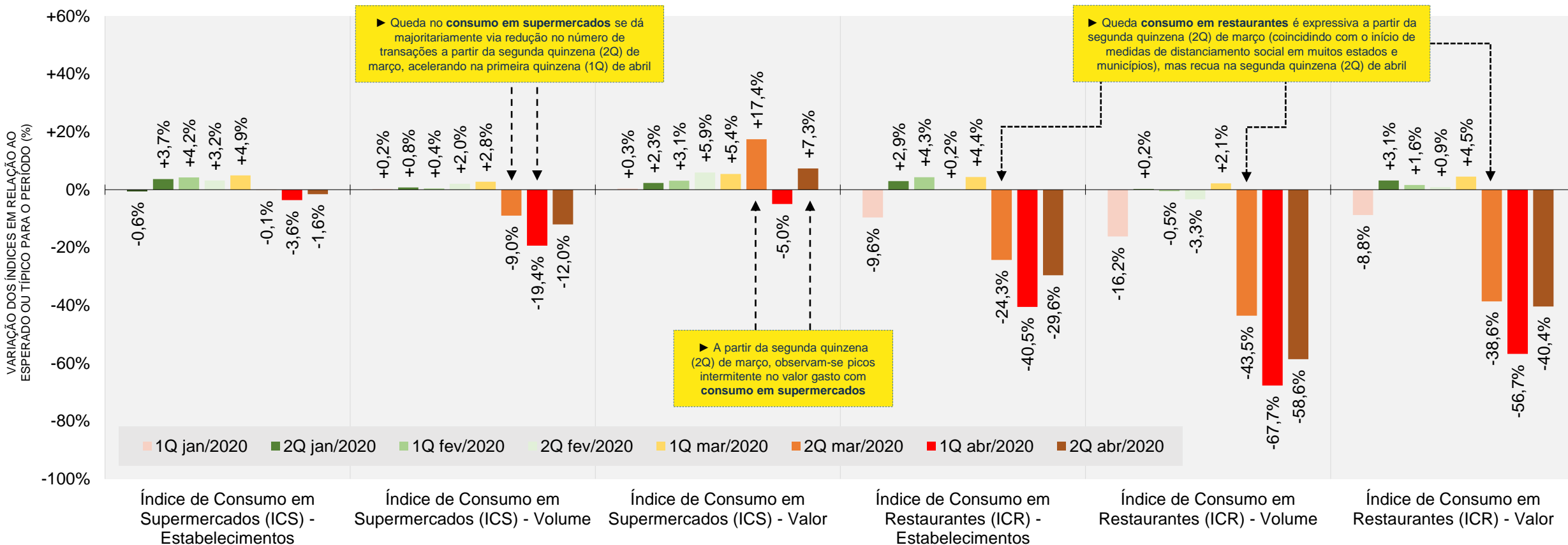
# IMPACTO QUINZENAL



## VARIAÇÃO QUINZENAL DOS ÍNDICES DE CONSUMO EM SUPERMERCADOS (ICS) E DOS ÍNDICES DE CONSUMO EM RESTAURANTES (ICR)\*

Variação percentual (%) em relação ao típico ou esperado para cada período (média das quinzenas correspondentes em 2019)

Resultados agrupados por índice e, dentro do índice, ordenados por quinzena ■



ELABORAÇÃO: FIPE, COM BASE EM DADOS DA ALELO SOBRE TRANSAÇÕES COM BENEFÍCIO ALIMENTAÇÃO E BENEFÍCIO REFEIÇÃO ENTRE 1 DE JANEIRO DE 2018 E 30 DE ABRIL DE 2020.

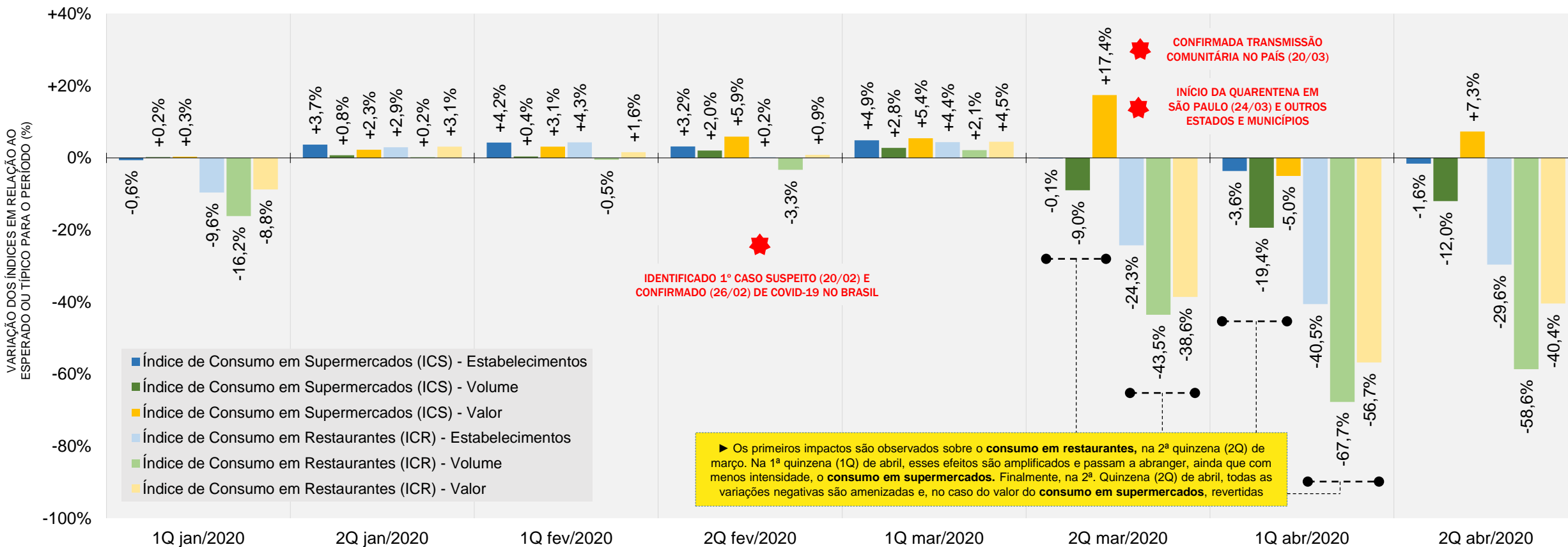
# IMPACTO QUINZENAL



## VARIAÇÃO QUINZENAL DOS ÍNDICES DE CONSUMO EM SUPERMERCADOS (ICS) E DOS ÍNDICES DE CONSUMO EM RESTAURANTES (ICR)\*

Variação percentual (%) em relação ao típico ou esperado para cada período (média das quinzenas correspondentes em 2019)

Resultados agrupados por quinzena e, dentro da quinzena, organizados por índice ■



ELABORAÇÃO: FIPE, COM BASE EM DADOS DA ALELO SOBRE TRANSAÇÕES COM BENEFÍCIO ALIMENTAÇÃO E BENEFÍCIO REFEIÇÃO ENTRE 1 DE JANEIRO DE 2018 E 30 DE ABRIL DE 2020.

PRESS RELEASE | IMPACTOS DA COVID-19 SOBRE O CONSUMO | 13 MAIO 2020

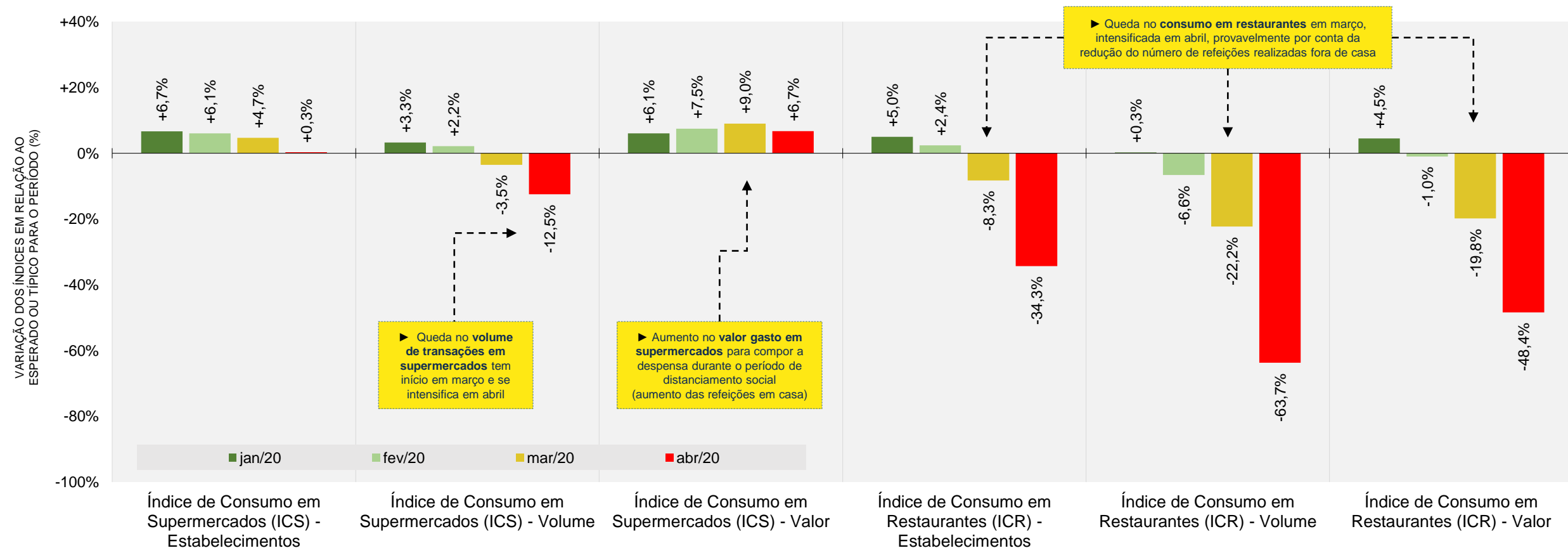
# IMPACTO MENSAL



## VARIAÇÃO MENSAL DOS ÍNDICES DE CONSUMO EM SUPERMERCADOS (ICS) E DOS ÍNDICES DE CONSUMO EM RESTAURANTES (ICR)\*

Variação percentual (%) em relação ao típico ou esperado para cada período (média dos meses correspondentes em 2019).

Resultados agrupados por índice e, dentro do índice, ordenados por mês ■



ELABORAÇÃO: FIPE, COM BASE EM DADOS DA ALELO SOBRE TRANSAÇÕES COM BENEFÍCIO ALIMENTAÇÃO E BENEFÍCIO REFEIÇÃO ENTRE 1 DE JANEIRO DE 2018 E 30 DE ABRIL DE 2020.

PRESS RELEASE | IMPACTOS DA COVID-19 SOBRE O CONSUMO | 13 MAIO 2020



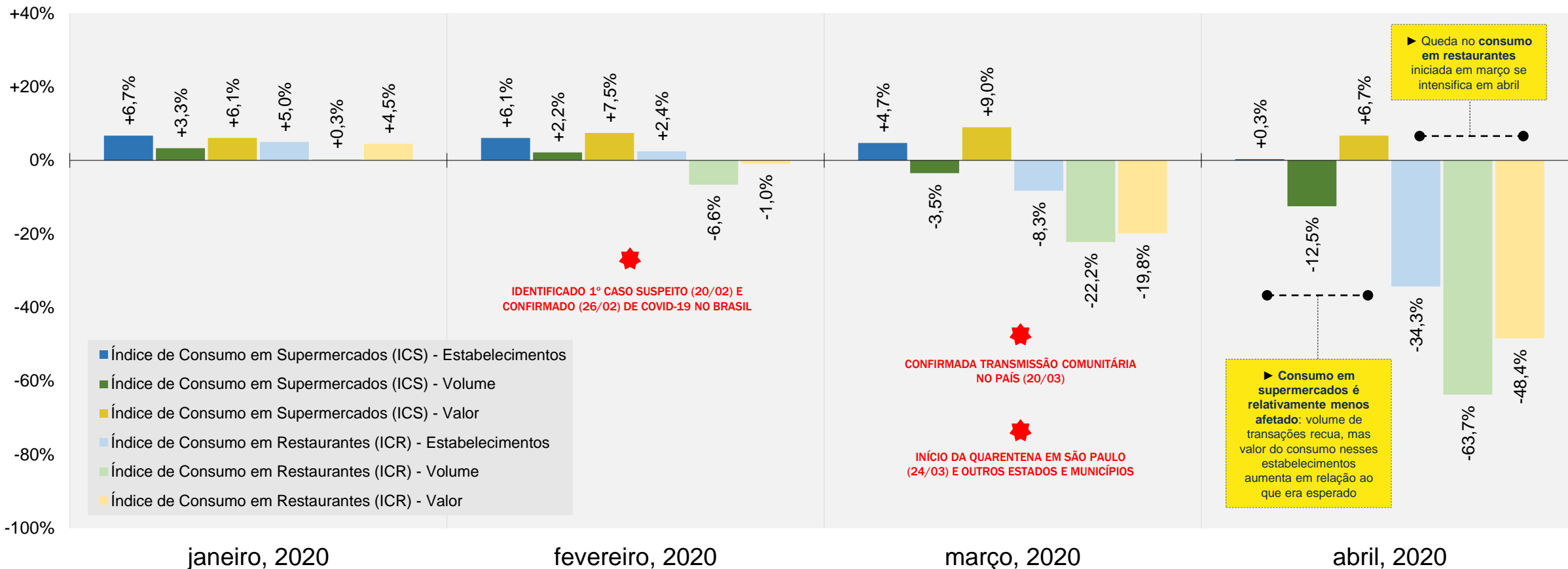
# IMPACTO MENSAL



## VARIAÇÃO MENSAL DOS ÍNDICES DE CONSUMO EM SUPERMERCADOS (ICS) E DOS ÍNDICES DE CONSUMO EM RESTAURANTES (ICR)\*

Variação percentual (%) em relação ao típico ou esperado para cada período (média dos meses correspondentes em 2019)

Resultados ordenados por mês e, dentro do mês, organizados por índice ■



ELABORAÇÃO: FIPE, COM BASE EM DADOS DA ALELO SOBRE TRANSAÇÕES COM BENEFÍCIO ALIMENTAÇÃO E BENEFÍCIO REFEIÇÃO ENTRE 1 DE JANEIRO DE 2018 E 30 DE ABRIL DE 2020.

PRESS RELEASE | IMPACTOS DA COVID-19 SOBRE O CONSUMO | 13 MAIO 2020

# RESUMO DOS RESULTADOS

## COMPARATIVO DOS IMPACTOS SOBRE OS ÍNDICES DE CONSUMO EM SUPERMERCADOS (ICS) E RESTAURANTES (ICR)

% representam variações em relação às médias dos períodos correspondentes em 2019



PERÍODO		ÍNDICES DE CONSUMO EM SUPERMERCADOS (ICS)			ÍNDICES DE CONSUMO EM RESTAURANTES (ICR)			
		ESTABELECIMENTOS	VOLUME	VALOR	ESTABELECIMENTOS	VOLUME	VALOR	
<b>MENSAL</b>	janeiro-20	+6,7%	+3,3%	+6,1%	+5,0%	+0,3%	+4,5%	
	fevereiro-20	+6,1%	+2,2%	+7,5%	+2,4%	-6,6%	-1,0%	
	março-20	+4,7%	-3,5%	+9,0%	-8,3%	-22,2%	-19,8%	
	abril-20	+0,3%	-12,5%	+6,7%	-34,3%	-63,7%	-48,4%	
<b>QUINZENAL</b>	janeiro-20	1ª quinzena	-0,6%	+0,2%	+0,3%	-9,6%	-16,2%	-8,8%
		2ª quinzena	+3,7%	+0,8%	+2,3%	+2,9%	+0,2%	+3,1%
	fevereiro-20	1ª quinzena	+4,2%	+0,4%	+3,1%	+4,3%	-0,5%	+1,6%
		2ª quinzena	+3,2%	+2,0%	+5,9%	+0,2%	-3,3%	+0,9%
	março-20	1ª quinzena	+4,9%	+2,8%	+5,4%	+4,4%	+2,1%	+4,5%
		2ª quinzena	-0,1%	-9,0%	+17,4%	-24,3%	-43,5%	-38,6%
	abril-20	1ª quinzena	-3,6%	-19,4%	-5,0%	-40,5%	-67,7%	-56,7%
		2ª quinzena	-1,6%	-12,0%	+7,3%	-29,6%	-58,6%	-40,4%
<b>DIÁRIO</b>	31 de janeiro de 2020	+3,4%	-1,9%	-2,9%	+3,1%	+1,5%	+3,3%	
	29 de fevereiro de 2020	+0,5%	+1,9%	+8,6%	-8,5%	-18,3%	-6,7%	
	31 de março de 2020	-2,7%	-17,2%	+5,5%	-45,6%	-68,0%	-58,6%	
	30 de abril de 2020	+1,4%	-7,9%	+9,9%	-23,0%	-54,8%	-37,6%	

COVID-19

COVID-19

COVID-19

ELABORAÇÃO: FIPE, COM BASE EM DADOS DA ALELO SOBRE TRANSAÇÕES COM BENEFÍCIO ALIMENTAÇÃO E BENEFÍCIO REFEIÇÃO ENTRE 1 DE JANEIRO DE 2018 E 30 DE ABRIL DE 2020.

IMPACTOS DA COVID-19  
SOBRE O CONSUMO  
*PRESS RELEASE*



# ANÁLISE DOS RESULTADOS



IMPACTOS DA COVID-19  
SOBRE O CONSUMO

PRESS RELEASE

# ANÁLISE

## DOS RESULTADOS



# 1.

Desde a chegada da COVID-19 ao Brasil e a entrada em vigor de medidas restritivas e de distanciamento social, **foram observadas mudanças significativas nos hábitos de consumo, alimentação e lazer das famílias brasileiras.**

A redução dos deslocamentos casa-trabalho, bem como a interrupção parcial ou integral de serviços e atividades não essenciais (incluindo aqueles relacionados à alimentação, lazer e entretenimento), são alguns dos fatores que colaboraram para redefinir a vida, o trabalho e o consumo nos centros urbanos.

Esses impactos foram **identificados e corroborados pelas análises dos Índices de Consumo em Supermercados (ICS) e Restaurantes (ICR) em março e abril de 2020** ■



IMPACTOS DA COVID-19  
SOBRE O CONSUMO

PRESS RELEASE

# ANÁLISE

## DOS RESULTADOS



## 2.

Com base na avaliação diária, é possível identificar efeitos sobre o comportamento dos **Índices de Consumo em Restaurantes (ICR)** a partir do dia 14 de março. Esse impacto negativo é crescente até o final de março / início de abril, estabilizando-se em seguida. Do dia 16 de abril em diante, esse impacto é progressivamente amenizado até 30 de abril.

Já no caso dos **Índices de Consumo em Supermercados (ICS)**, o registro dos impactos fica evidente apenas a partir do dia 20 de março, afetando sobretudo as séries de volume e número de estabelecimentos, escalando até o dia 5 de abril. A série de valor, entretanto, oscila no período inteiro, com repiques nos dias 20 e 28 de março, fenômeno que se repete no mês seguinte (22 e 25 de abril) ■



# ANÁLISE

## DOS RESULTADOS

### 3.

Na avaliação quinzenal, corrobora-se a análise dos resultados diários, segundo a qual o **consumo em restaurantes** foi afetado antes, de forma mais intensa e mais uniforme que o **consumo em supermercados**.

Considerando a 1ª quinzena de abril – intervalo em que os impactos observados foram mais expressivos – as maiores quedas foram observadas nos **Índices de Consumo em Restaurantes (ICR): 67,7% (Volume de Transações), 56,7% (Valor das Transações) e 40,5% (Número de Estabelecimentos)**. Os percentuais calculados em relação ao típico ou esperado para essa quinzena (média das primeiras quinzenas de todos os meses em 2019) ■



# ANÁLISE

## DOS RESULTADOS

### 4.

Comparativamente, os **Índices de Consumo em Supermercados (ICS)** foram afetados de forma menos intensa, com uma defasagem maior e menos uniforme em relação aos **Índices de Consumo em Restaurantes (ICR)**. Em particular, na 1ª quinzena de abril, a maior redução foi observada no **Volume (-19,4%)**, seguida pelos efeitos sobre o **Valor (-5,0%)** e **Estabelecimentos (-3,6%)**.

Na 2ª. quinzena de abril, o impacto sobre todos os índices foi amenizado em relação à 1ª quinzena. Esse comportamento pode estar associado a oscilações naturais da série, a adaptações nos hábitos de consumo (por exemplo, migração do consumo fora de casa para *delivery*) ou por mudanças relacionadas às medidas de distanciamento social ■



IMPACTOS DA COVID-19  
SOBRE O CONSUMO

PRESS RELEASE

# ANÁLISE

## DOS RESULTADOS

fipe alelo

### 5.

Em suma, os impactos identificados sobre os **Índices de Consumo em Restaurantes (ICR)** vão ao encontro do esperado: considerando as medidas de distanciamento social, a interrupção de atividades não essenciais, bem como as mudanças nos hábitos de consumo relacionados à alimentação, observa-se que o **consumo em restaurantes e estabelecimentos comerciais similares foi o mais afetado pela COVID-19 entre o final março e início de abril.**

De toda forma, ressalta-se também a amenização dos impactos ao longo do mês de abril, resultado que pode estar associado a um recuo natural do consumo nesse período ou a mudanças no comportamento e hábitos de consumo e alimentação da população em relação ao esperado ■





# ANÁLISE

## DOS RESULTADOS

### 6.

Em contraste, os **Índices de Consumo em Supermercado foram relativamente menos afetados pelas medidas e mudanças de hábitos associadas à pandemia** – fenômeno que pode ser explicado pela manutenção das operações dos estabelecimentos comerciais, como parte do rol de serviços essenciais voltados para garantir o abastecimento (incluindo supermercados, mercados, mercearias, quitandas e outros).

Além disso, a substituição da alimentação fora de casa por refeições preparadas em domicílio mantém – e até se intensifica, em dias e períodos do calendário mensal – o valor gasto para abastecimento e reposição de itens da despensa doméstica ■



Inteligência que conecta  
pessoas e negócios

### Assessoria de Imprensa

Regina Sanches

[regina.sanches@fsb.com.br](mailto:regina.sanches@fsb.com.br)

+55 (11) 11 94524 - 6859

The logo for Fipe, featuring the word "fipe" in a black serif font. The dot above the letter "i" is a red circle. The text is positioned between several horizontal blue lines.

fipe

Fundação Instituto de  
Pesquisas Econômicas

### Informações técnicas

[www.fipe.org.br](http://www.fipe.org.br)

[sondagens@fipe.org.br](mailto:sondagens@fipe.org.br)

+55 (11) 3767 - 1700