

Por Glória Faria (*)



Indiscutivelmente, o isolamento social imposto pela prevenção à Covid-19 mudou de um dia para o outro as rotinas e virou de pernas para o ar nossas atividades cotidianas. A forma de nos relacionarmos com a família e os amigos, o próprio ambiente laboral, mudaram radicalmente. Home-office, webnários, reuniões, exclusivamente, por *zoom* ou *call*, completam o novo cenário onde a internet reina com tirania.

A escola e o playground se instalaram na sala de jantar, o cinema e o teatro acessíveis só na telinha ou no telão. As poucas saídas à rua passam pelo crivo da essencialidade e impõem o uso da máscara.

Supermercados, farmácias, restaurantes, lojas de eletrônicos e de vestuário, espremeram-se para caber no micro e no celular numa tentativa de amenizar a súbita queda de faturamento e sobreviver no atendimento remoto.

Transações comerciais de toda ordem, que já vinham migrando para o mundo virtual, dentre elas o seguro, foram impelidas a acelerar a transição da noite para o dia. Limitada a mobilidade e fechadas as filiais de rua, o comércio eletrônico explodiu em uma multiplicação de lojas virtuais. De março para cá foram abertas no Brasil **107 mil lojas virtuais na Internet**. Segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico - ABCOMM - antes da quarentena a média de abertura de lojas virtuais era de **10 mil por mês**.

O faturamento de **R\$61,9 bilhões em 2019** revelou um acréscimo de **16,3%** em relação a 2018, e contabilizou **148 milhões** de compras *on line*, de acordo com o relatório semestral da Ebit /Nielsen, em parceria com a Elo.

Certamente o isolamento social contribuiu, e muito, para o resultado do faturamento nos **4 primeiros meses de 2020**, que alcançou a soma de **R\$22,9 bilhões** o correspondente a **32%** do resultado de **todo o ano de 2019**, como destacou Julia de Ávila executiva da Ebit/Nielsen ao nomear os *números* do e-commerce como *superlativos*.

Somente entre os dias **17 de março e 27 de abril** o comércio *on line* faturou **R\$8,4 bilhões** quase **50%** a mais que no período de **19 de março a 29 de abril de 2019, (R\$5,7 bilhões)**. Se Cosméticos, Perfumaria e Moda já foram categorias líderes nas vendas, no intervalo do grande boom de março/abril, as que mais contribuíram para o surpreendente resultado foram as de Eletrônicos, Casa e Decoração, Informática e itens de consumo rápido (RMCG).

A expectativa de faturamento de **R\$74 bilhões para 2020** conta com a entrada dos novos *players*, consumidores que estarão comprando pela primeira vez no e-commerce, bem como

terá como destaque o setor de **Alimentos e Bebidas**, em um cenário impulsionado e sob influência direta do afastamento social decorrente da prevenção a Covid-19.

(*) **Gloria Faria** é advogada, sócia do escritório **[MOTTA, SOITO & SOUSA Advocacia Empresarial](#)**, Organizadora da Revista Jurídica de Seguros da CNseg.

17.06.2020