

Vendas de Móveis e Eletrodomésticos impulsionam o comércio varejista goiano

A Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em fevereiro, apontaram, para Goiás, crescimento de 6,6% em volume de vendas e de 10,1% em receita. No ano, houve incremento nas vendas de 5,3% e, em 12 meses, de 6,4%, enquanto na receita nominal a variação anual foi de 9,7% e de 10,7% em 12 meses. Para o Brasil, a expansão das vendas foi de 9,6%, acrescentando 13,2% na receita. Nos últimos 12 meses, o volume de vendas foi de 6,7%, totalizando 11,4% para a receita de vendas. No que tange ao volume de vendas, todas as unidades da federação apresentaram taxas positivas (comparativo fevereiro 2012/fevereiro 2011), com destaque para Roraima (35,9%), Tocantins (19,6%), Mato Grosso do Sul (17,1%) e Santa Catarina (16,2%).

Tabela 1 - Brasil e estado de Goiás: Variação do volume de vendas no comércio varejista - 2012
(Base: igual mês do ano anterior = 100)

| Segmentos | Variação (%) | | | | | | | | | |
|---|-----------------|------------|------------|------------|------------|-----------------|-------------|------------|------------|------------|
| | Brasil | | | | | Goiás | | | | |
| | Variação Mensal | | | Acumulado | | Variação Mensal | | | Acumulado | |
| | dez/11 | jan/12 | fev/12 | No Ano | 12 Meses | dez/11 | jan/12 | fev/12 | No Ano | 12 Meses |
| Comércio Varejista Geral | 6,7 | 7,8 | 9,6 | 8,7 | 6,7 | 6,37 | 4,2 | 6,6 | 5,3 | 6,4 |
| Combustíveis e lubrificantes | 0,4 | -0,8 | 3,9 | 1,5 | 0,7 | -10,68 | -9,7 | -8,5 | -9,1 | -6,8 |
| Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo | 4,6 | 8,5 | 11,8 | 10,1 | 5,1 | 4,54 | 5,7 | 8,1 | 6,8 | 8,1 |
| Hipermercados e supermercados | 4,6 | 9,0 | 12,2 | 10,6 | 5,2 | 4,29 | 6,2 | 8,6 | 7,4 | 8,2 |
| Tecidos, vestuário e calçados | 0,7 | 1,5 | -3,4 | -0,9 | 2,0 | 0,95 | -4,6 | -5,5 | -5,0 | 4,2 |
| Móveis e eletrodomésticos | 15,3 | 13,2 | 13,3 | 13,2 | 15,5 | 13,36 | 11,2 | 15,0 | 12,8 | 8,2 |
| Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos | 7,0 | 8,6 | 9,5 | 9,0 | 9,3 | 8,14 | 12,4 | 8,5 | 10,4 | 13,0 |
| Livros, jornais, revistas e papelaria | -2,3 | 9,8 | -0,8 | 5,0 | 4,1 | -1,21 | 51,3 | 14,4 | 35,6 | 20,4 |
| Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação | 34,8 | 32,9 | 26,6 | 29,8 | 22,1 | 14,63 | 14,1 | -3,3 | 4,9 | 0,2 |
| Outros artigos de uso pessoal e doméstico | 3,4 | 13,1 | 5,6 | 9,4 | 4,2 | 5,39 | 13,6 | 11,3 | 12,6 | 6,7 |
| Comércio varejista ampliado geral | 4,3 | 8,3 | 2,5 | 5,4 | 3,2 | 0,48 | 11,4 | 0,2 | 5,9 | 6,0 |
| Veículos, motocicletas, partes e peças | -0,7 | 7,8 | -10,0 | -1,5 | 3,0 | -6,96 | 19,6 | -6,1 | 6,3 | 5,4 |
| Material de construção | 5,1 | 14,4 | 8,4 | 11,5 | 8,3 | 5,86 | 16,5 | 2,9 | 9,6 | 8,7 |

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

Elaboração: Segplan-GO/Sepin/Gerência de Contas Regionais e Indicadores – 2012.

No tocante ao comércio varejista ampliado em Goiás - composto pelos segmentos de veículos, motocicletas, partes e peças e materiais para construção, no mês de fevereiro houve incremento de volume de 0,2%. Quanto ao acumulado no ano e em 12 meses, os resultados foram semelhantes, na marca de 5,9% e 6,0%, respectivamente. Já a receita nominal aumentou 1,9% em janeiro, na comparação anual; em 12 meses o resultado foi de 7,8%, com acumulado de 8,1%.

Tabela 2 - Brasil e estado de Goiás: Variação da receita nominal de vendas no comércio varejista - 2012
(Base: igual mês do ano anterior = 100)

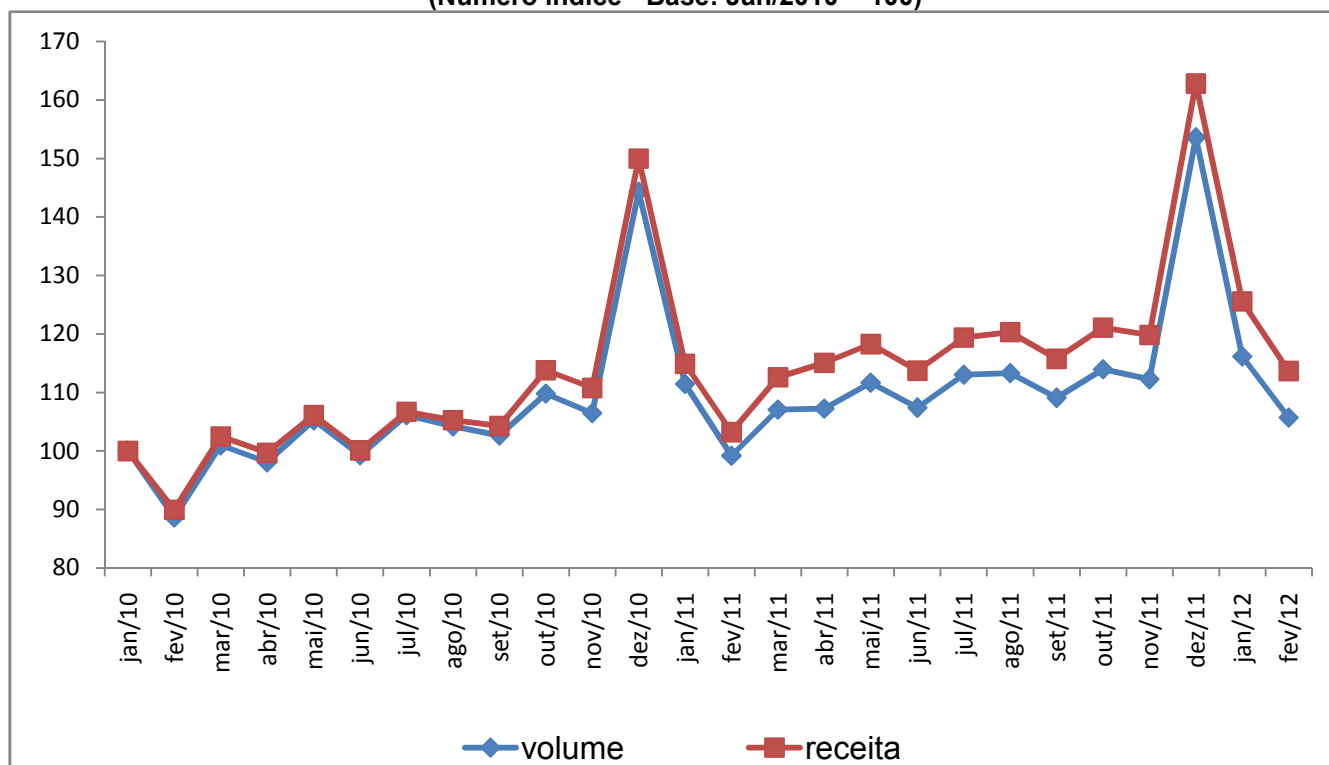
| Atividades | Variação (%) | | | | | | | | | |
|---|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| | Brasil | | | | | Goiás | | | | |
| | Variação Mensal | | | Acumulado | | Variação Mensal | | | Acumulado | |
| | dez/11 | jan/12 | fev/12 | No Ano | 12 Meses | dez/11 | jan/12 | fev/12 | No Ano | 12 Meses |
| Comércio Varejista Geral | 10,1 | 12,1 | 13,2 | 12,6 | 11,4 | 8,55 | 9,3 | 10,1 | 9,7 | 10,7 |
| Combustíveis e lubrificantes | 7,2 | 4,2 | 7,7 | 5,9 | 9,0 | -3,64 | -3,1 | -4,6 | -3,8 | 7,8 |
| Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo | 10,8 | 14,4 | 17,9 | 16,1 | 12,3 | 10,34 | 12,3 | 14,4 | 13,3 | 14,9 |
| Hipermercados e supermercados | 10,8 | 14,8 | 18,2 | 16,4 | 12,3 | 10,07 | 12,7 | 14,7 | 13,7 | 15,0 |
| Tecidos, vestuário e calçados | 9,0 | 7,5 | 2,5 | 5,1 | 10,1 | 8,25 | 1,3 | -0,1 | 0,6 | 11,3 |
| Móveis e eletrodomésticos | 10,9 | 10,8 | 9,8 | 10,3 | 11,8 | 8,53 | 9,3 | 13,6 | 11,2 | 2,9 |
| Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos | 11,9 | 11,4 | 13,2 | 12,3 | 13,6 | 11,44 | 13,4 | 11,0 | 12,2 | 15,2 |
| Livros, jornais, revistas e papelaria | 2,9 | 14,0 | 2,1 | 8,5 | 8,8 | 1,74 | 55,3 | 17,3 | 39,1 | 23,5 |
| Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação | 20,0 | 17,9 | 12,6 | 15,3 | 5,6 | 3,72 | 4,2 | -9,4 | -2,9 | -7,3 |
| Outros artigos de uso pessoal e doméstico | 8,5 | 16,6 | 8,4 | 12,6 | 9,9 | 11,43 | 18,7 | 15,6 | 17,2 | 13,6 |
| Comércio varejista ampliado geral | 6,4 | 10,6 | 4,8 | 7,7 | 8,2 | 2,24 | 13,6 | 1,9 | 7,8 | 8,1 |
| Veículos, motocicletas, partes e peças | -2,6 | 6,5 | -11,1 | -2,6 | 1,4 | -7,51 | 17,3 | -7,9 | 4,3 | 4,1 |
| Material de construção | 7,5 | 16,9 | 10,7 | 13,9 | 11,7 | 11,05 | 23,8 | 8,4 | 16,0 | 14,6 |

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

Elaboração: Segplan-GO/Sepin/Gerência de Contas Regionais e Indicadores – 2012.

A receita nominal de vendas difere do volume, pois corresponde à deflação dos valores nominais correntes, por índices de preços específicos para grupo de atividade. De acordo com o gráfico 1, verifica-se, no período considerado, que a receita está em patamares acima do volume de vendas. Além disso, é possível observar um leve descolamento entre as duas variáveis, correspondentes aos meses de janeiro e fevereiro de 2012, sinalizando que os preços têm sobressaído na comparação dessas variáveis. Contudo, cabe ressaltar que os dados plotados não consideram os efeitos regionais, tais como feriados e datas comemorativas, mas, de todo modo, apresentam trajetórias similares ao longo do ano, seguindo de forma ascendente entre fevereiro e novembro, com pico no mês de dezembro e declínio em janeiro.

Gráfico 1
Estado de Goiás: volume e receita de vendas no comércio varejista 2010-2012 (%)
(Número índice - Base: Jan/2010 = 100)



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.
 Elaboração: Segplan-GO/Seplan/Gerência de Contas Regionais e Indicadores – 2012.

Resultados por segmento do comércio varejista e varejista ampliado

Na relação fevereiro 2012/ fevereiro 2011 (sem ajuste sazonal), a pesquisa para o estado de Goiás mostrou expansão de 6,6% no comércio varejista e de 0,2% no varejista ampliado. Nesta análise, somente três segmentos registraram queda no volume em Goiás: combustíveis e lubrificantes (8,5%), equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (3,3%) e veículos, motos, partes e peças (6,1%). Nas variações positivas de volume, os destaques foram os móveis e eletrodomésticos (15,0%), livros, jornais, revistas e papelaria (14,4%) e outros artigos de uso pessoal e doméstico (11,3%).

A receita nominal do comércio varejista, assim como no volume, obteve crescimento de 10,1%, enquanto a receita do varejista ampliado foi de 1,9%. As maiores elevações de receita ocorreram nos segmentos de livros, jornais, revistas e papelaria (17,3%), outros artigos de uso pessoal e domésticos (15,6%) e hipermercados e supermercados (14,7%). Já as reduções foram observadas em combustíveis e lubrificantes (4,6%), tecidos, vestuário e calçados (0,1%), equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (9,4%) e veículos, motos, partes e peças (7,9%).

O comércio varejista goiano teve bons resultados, contribuindo para a formação da taxa global, cujo maior volume registrado foi para o segmento de móveis e eletrodomésticos, o que é reflexo da política governamental de incentivos ao consumo, redução do Imposto sobre Produto Industrializado (IPI), manutenção de crédito e aumento das taxas de emprego. Os aumentos no volume e na receita nominal de livros, jornais, revistas e papelaria ocorreram em virtude da instalação de novas papelarias e empresas do segmento no estado.

Equipe de Conjuntura da Segplan:

Dinamar Maria Ferreira Marques
 Eduiges Romanatto
 Juliana Dias Lopes
 Luciano Ferreira da Silva
 Marcos Fernando Arriel
 Millades de Carvalho Castro