

## Varejo goiano fecha o primeiro semestre com expansão de 3,2%

Segundo dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), para o mês de junho, o comércio varejista goiano apresentou crescimento de 1,6% em volume de vendas, em relação a junho de 2012, ao passo que no acumulado do ano registrou taxa de 3,2%. Com relação à receita nominal de vendas verificou-se aumento de 8,3% em junho e no acumulado do primeiro semestre de 2013 alcançou 10,0%, na comparação como mesmo período de 2012. No mês de junho, o comércio varejista ampliado de Goiás (que abrange os segmentos de construção civil e veículos, motocicletas, partes e peças) apresentou variação positiva de 1,5% para o volume de vendas e 6,4% para a receita nominal, ambas em relação ao mesmo mês do ano anterior (Tabelas 1 e 2).

**Tabela 1 - Brasil e Estado de Goiás: Variação do volume de vendas no comércio varejista - 2013**  
(Base: Igual mês do ano anterior = 100)

Segmentos	Variação (%)									
	Brasil					Goiás				
	Variação Mensal			Acumulado		Variação Mensal			Acumulado	
	abr/13	mai/12	jun/13	No Ano	12 Meses	abr/13	mai/12	jun/13	No Ano	12 Meses
<b>Comércio Varejista Geral</b>	<b>1,6</b>	<b>4,4</b>	<b>1,7</b>	<b>3,0</b>	<b>5,5</b>	<b>-0,3</b>	<b>5,4</b>	<b>1,6</b>	<b>3,2</b>	<b>5,8</b>
Combustíveis e lubrificantes	8,4	8,9	8,1	6,2	6,2	10,5	13,8	13,4	8,8	8,8
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-5,4	2,6	-0,8	0,3	0,3	-10,4	-1,6	-6,9	-3,7	-3,7
Hipermercados e supermercados	-5,6	3,0	-0,7	0,4	0,4	-10,1	-1,3	-7,1	-3,7	-3,8
Tecidos, vestuário e calçados	10,3	1,0	-3,2	3,0	3,0	16,6	21,8	17,1	14,6	14,6
Móveis e eletrodomésticos	9,1	6,3	2,9	3,8	3,8	6,8	5,5	5,1	5,8	5,8
Móveis	0,6	-2,7	-7,8	-4,1	-4,1	-11,5	-14,3	-12,8	-10,3	-10,3
Eletrodomésticos	13,0	11,3	9,0	7,5	7,5	14,9	12,2	10,6	12,1	12,1
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	14,9	8,2	6,6	8,6	8,6	18,6	11,6	10,2	13,7	13,7
Livros, jornais, revistas e papelaria	12,8	0,7	-3,0	4,4	4,4	18,8	5,0	-3,9	27,4	27,4
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	5,2	-0,4	6,8	3,7	3,7	-12,8	34,8	17,1	3,5	3,5
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,1	8,4	7,8	9,8	9,8	-2,1	8,4	-0,3	12,0	12,0
<b>Comércio varejista ampliado geral</b>	<b>9,1</b>	<b>4,3</b>	<b>-2,0</b>	<b>3,7</b>	<b>6,4</b>	<b>13,2</b>	<b>5,6</b>	<b>1,5</b>	<b>7,6</b>	<b>9,6</b>
Veículos/motocicletas/partes/peças	22,4	4,0	-9,3	4,2	7,8	31,6	4,8	1,2	13,1	13,8
Material de construção	16,3	5,0	5,0	6,8	6,8	13,4	10,1	2,2	7,6	9,8

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

Elaboração: Instituto Mauro Borges / Segplan-GO / Gerência de Contas Regionais e Indicadores - 2013.

**Tabela 2 - Brasil e Estado de Goiás: Variação da Receita Nominal de Vendas no Comércio Varejista - 2013**  
(Base: Igual mês do ano anterior = 100)

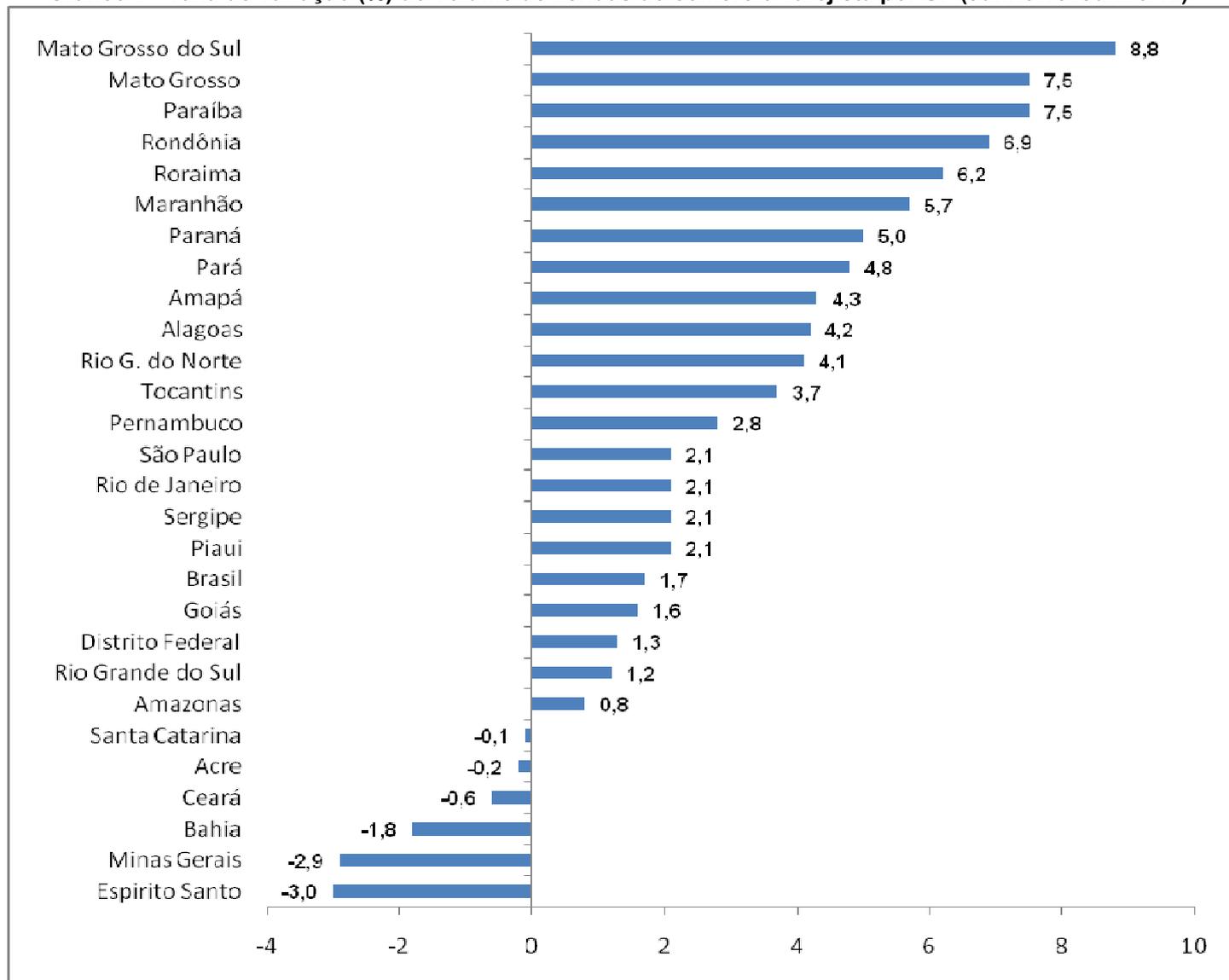
Atividades	Variação (%)									
	Brasil					Goiás				
	Variação Mensal			Acumulado		Variação Mensal			Acumulado	
	abr/13	mai/12	jun/13	No Ano	12 Meses	abr/13	mai/12	jun/13	No Ano	12 Meses
<b>Comércio Varejista Geral</b>	<b>10,4</b>	<b>13,3</b>	<b>9,9</b>	<b>11,3</b>	<b>11,9</b>	<b>7,3</b>	<b>13,2</b>	<b>8,3</b>	<b>10,0</b>	<b>11,0</b>
Combustíveis e lubrificantes	13,6	14,0	12,5	10,6	10,6	14,4	19,2	18,3	11,3	11,3
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	7,0	15,5	10,6	12,3	12,3	0,8	10,5	2,8	7,1	7,1
Hipermercados e supermercados	6,3	15,5	10,5	12,0	12,0	0,7	10,4	2,3	6,7	6,7
Tecidos, vestuário e calçados	16,3	6,2	2,1	8,2	8,2	22,3	29,3	25,2	21,2	21,2
Móveis e eletrodomésticos	12,1	10,0	6,8	5,6	5,6	11,5	7,5	8,2	8,2	8,2
Móveis	7,4	4,2	-1,0	1,7	1,7	-5,1	-8,6	-6,4	-4,9	-4,9
Eletrodomésticos	14,7	13,2	11,1	7,7	7,8	18,7	14,3	14,0	13,7	13,7
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	21,0	14,6	12,8	14,0	14,1	23,1	16,4	14,2	17,5	17,5
Livros, jornais, revistas e papelaria	18,5	6,1	2,8	9,5	9,5	24,0	10,3	1,4	32,9	32,9
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	4,1	-1,3	3,7	1,5	1,5	-8,5	41,0	17,8	4,6	4,6
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,2	14,4	14,0	15,7	15,7	3,6	14,6	5,2	18,0	18,0
<b>Comércio varejista ampliado geral</b>	<b>14,1</b>	<b>9,5</b>	<b>4,2</b>	<b>8,6</b>	<b>9,5</b>	<b>16,9</b>	<b>9,9</b>	<b>6,4</b>	<b>11,1</b>	<b>11,2</b>
Veículos/motocicletas/partes/peças	20,2	2,5	-6,8	3,0	5,1	29,8	4,2	4,0	12,1	10,3
Material de construção	19,9	8,8	8,8	10,0	9,3	19,4	15,7	6,4	12,3	15,2

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

Elaboração: Instituto Mauro Borges / Segplan-GO / Gerência de Contas Regionais e Indicadores - 2013.

Com relação ao volume de vendas no contexto regional, 21 unidades da federação apresentaram taxas positivas no volume de vendas, comparação entre junho de 2013 e junho de 2012, as maiores variações foram encontradas nos estados de Mato Grosso do Sul (8,8%), Mato Grosso (7,5%), Paraíba (7,5%), Rondônia (6,9%) e Roraima (6,2%). Os maiores recuos ocorreram em Espírito Santo (-3,0) e Minas Gerais (-2,9%). Cabe mencionar que foram determinantes na composição da taxa os estados de São Paulo (2,1%), Paraná (5,0%) e Rio de Janeiro (2,1%), conforme Gráfico 1.

**Gráfico 1 - Taxa de variação (%) do volume de vendas do comércio varejista por UF (Junho/13 /Junho/12)**



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

Elaboração: Instituto Mauro Borges/Segplan-GO/ Gerência de Contas Regionais e Indicadores 2013.

### **Resultados setoriais do comércio varejista e varejista ampliado**

Nos resultados de junho de 2013 comparados ao mesmo mês do ano anterior, cinco das dez atividades pesquisadas obtiveram resultados positivos para o volume de vendas do comércio varejista goiano. Em ordem de magnitude das taxas, destacaram-se: Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (17,1%); Tecidos, vestuário e calçados (17,1%); Combustíveis e lubrificantes (13,4%); Eletrodomésticos (10,6%).

No comércio varejista ampliado, o segmento de material de construção aumentou 10,1% e veículos, motocicletas, partes e peças apresentou acréscimo no volume de vendas de 4,8%. Esses segmentos expandiram na receita de vendas 4,0% e 6,4%, respectivamente. No estado de Goiás, em junho, o comportamento das vendas de veículos, motocicletas, partes e peças foi em sentido contrário ao registrado para o Brasil (-9,3%).

Para o setor de equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação houve acréscimo na receita nominal de 17,8%. A expansão do setor tanto em volume quanto em receita deve-se em parte às medidas do governo de desoneração para produtos deste setor.

O segmento de tecidos, vestuário e calçados apresentou aumento de 25,2% na receita nominal no mês de junho. Nos últimos meses a receita nominal tem superado o volume de vendas neste setor.

No segmento de combustíveis e lubrificantes houve aumento de 18,3% na receita nominal, superior ao crescimento em volume (13,4%). O crescimento do volume deve-se à redução verificada nos preços dos combustíveis, pois, conforme dados do IPCA/IBGE, houve recuo de 1,1% no mês de junho.

Os eletrodomésticos registraram expansão de 10,6% no volume de vendas, impulsionados pelas medidas do governo de acesso ao crédito do programa Minha Casa Melhor. Cabe observar que a partir de junho de 2013 a atividade de “Móveis e eletrodomésticos” passou a ser desagregada em duas novas séries: Móveis e eletrodomésticos.

O varejo goiano cresceu menos em junho de 2013, revertendo à dinâmica observada no mês de maio/13 (5,4%). A abertura da pesquisa apontou crescimento em volume na maioria dos segmentos em junho, com destaque para as variações de tecidos, vestuário e calçados; combustíveis e lubrificantes; equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação. Em sentido contrário, as vendas de hipermercados, supermercados; móveis; livros jornais e revistas e outros artigos de uso pessoal e doméstico apresentaram queda em junho/13, na comparação com o mesmo mês de 2012.

As vendas do comércio varejista em Goiás encerraram o primeiro semestre deste ano com expansão de 3,2%, em relação ao mesmo período do ano anterior, resultado este inferior ao do primeiro semestre de 2012, que alcançou 9,3% de expansão. Esta diferença pode ser explicada pela elevação da taxa de juros e, principalmente, pelas variações de preços, embora o governo mantenha medidas de incentivo ao consumo. Para o segundo semestre acredita-se na recuperação das vendas do comércio varejista, estimuladas pelo recuo na taxa de inflação, especialmente no grupo alimentação, estimulando assim, principalmente as vendas do segmento de hipermercados.

**Equipe de Conjuntura do IMB:**

Dinamar Maria Ferreira Marques

Eduiges Romanatto

Juliana Dias Lopes

Marcos Fernando Arriel

Millades de Carvalho Castro