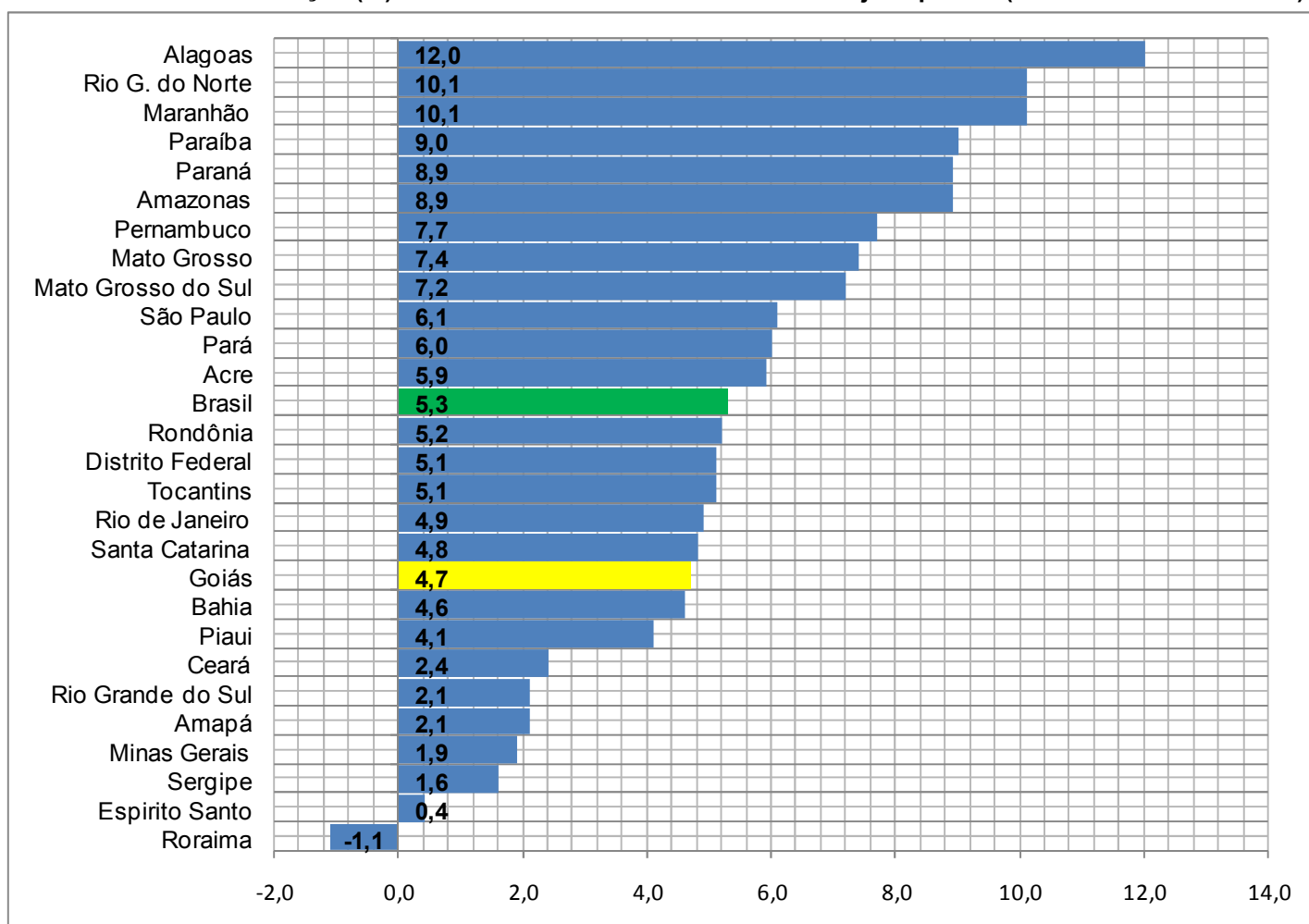


Comércio varejista goiano cresce 4,7% em outubro

Em outubro, o comércio varejista em Goiás apresentou crescimento de 4,7% para o volume e de 10,4% na receita nominal de vendas, considerando o mesmo período do ano anterior. No acumulado do ano o incremento foi de 4,1% em volume e 10,6% para a receita de vendas. Estes resultados foram apresentados pela Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Para o Brasil, no mês de outubro a pesquisa registrou acréscimo de 5,3% em volume e 12,0% na receita de vendas, no acumulado do ano o aumento foi de 4,0% em volume e 11,8% em receita. Considerando os melhores resultados em termos de volume de vendas nas unidades da federação, foram destaque, pela ordem, Alagoas (12,0%); Rio Grande do Norte (10,1%); Maranhão (10,1%); Paraíba (9,0%) e Paraná (8,9%). O único Estado que apresentou variação negativa para volume de vendas foi Roraima (-1,1%), conforme Gráfico 1.

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



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

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

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	
	ago/13	set/13	out/13	No Ano	12 Meses	ago/13	set/13	out/13	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	6,2	4,3	5,3	4,0	4,5	5,8	4,4	4,7	4,1	4,3
Combustíveis e lubrificantes	5,4	4,2	6,1	6,1	6,1	-3,3	7,0	1,5	6,4	6,1
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,6	1,0	3,3	1,5	2,5	1,2	-4,1	-3,6	-3,0	-1,9
Hipermercados e supermercados	5,7	0,6	3,1	1,5	2,6	1,0	-4,4	-3,8	-3,1	-1,9
Tecidos, vestuário e calçados	3,7	0,4	3,5	3,2	3,6	11,8	7,4	7,5	12,7	11,4
Móveis e eletrodomésticos	7,9	7,4	5,0	5,4	6,0	14,3	13,4	14,2	9,2	9,2
Móveis	1,1	5,0	1,6	-1,2	0,4	10,9	9,9	17,5	-2,0	-1,7
Eletrodomésticos	12,0	9,3	7,6	8,9	8,6	14,5	13,4	11,6	13,0	13,7
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,8	11,9	11,4	9,7	9,2	15,0	12,4	19,7	14,9	14,8
Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,1	0,1	-0,6	2,6	3,5	6,7	2,2	4,1	17,5	27,8
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	7,9	16,0	10,5	6,5	1,9	51,5	39,4	37,0	16,4	5,1
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	8,6	14,9	11,9	10,5	10,9	3,0	18,8	17,0	11,7	12,2
Comércio varejista ampliado geral	-0,9	7,7	2,2	3,4	3,9	-2,9	10,2	-2,3	5,4	5,6
Veículos, motocicletas, partes e peças	-12,7	13,9	-4,2	1,3	2,1	-11,5	22,4	-9,6	7,3	7,7
Material de construção	4,0	10,3	6,2	7,2	7,0	-3,0	-1,8	-1,9	3,7	3,1

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

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

O comércio varejista ampliado, que é composto pelos segmentos de veículos, motocicletas, partes e peças e material de construção, no mês de outubro em Goiás, houve queda no volume de vendas de 2,3%, na comparação com o mesmo mês do ano anterior, porém, no acumulado do ano e em 12 meses, ainda apresentou expansão, que foi de 5,4% e 5,6% respectivamente. Em termos de receita nominal de vendas, o resultado foi de 2,5%, superior ao apresentado em outubro de 2012, no acumulado do ano, 9,4% e em 12 meses em 9,1%.

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	
	ago/13	set/13	out/13	No Ano	12 Meses	ago/13	set/13	out/13	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	13,6	10,7	12,0	11,8	11,9	12,4	9,7	10,4	10,6	10,5
Combustíveis e lubrificantes	10,2	8,6	10,1	10,5	9,8	1,5	14,9	13,0	11,0	8,8
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	15,0	8,8	11,2	12,2	12,9	9,5	1,7	2,3	6,3	7,1
Hipermercados e supermercados	15,2	8,4	11,0	11,9	12,8	9,3	1,6	2,2	6,0	7,0
Tecidos, vestuário e calçados	9,1	5,5	9,0	8,5	8,1	19,3	13,7	14,0	19,4	17,4
Móveis e eletrodomésticos	13,3	13,8	12,1	8,9	8,6	19,7	18,1	18,6	12,7	12,6
Móveis	9,5	13,0	10,1	5,7	6,7	18,1	16,4	22,0	4,0	4,0
Eletrodomésticos	15,4	14,3	13,3	10,7	9,1	20,3	18,8	17,3	16,2	16,0
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	15,1	17,2	16,5	15,2	14,2	18,7	15,4	22,1	18,5	18,1
Livros, jornais, revistas e papelaria	3,3	5,7	5,4	7,9	8,2	12,8	9,2	10,5	23,3	33,5
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	5,1	13,5	8,6	4,1	-0,4	53,6	41,1	37,2	17,6	6,5
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	14,5	21,1	17,8	16,5	16,3	8,5	23,9	23,0	17,5	17,6
Comércio varejista ampliado geral	4,7	12,8	7,8	8,6	8,6	2,3	14,4	2,5	9,4	9,1
Veículos, motocicletas, partes e peças	-10,6	17,1	-1,1	1,9	2,0	-8,2	26,4	-6,1	8,4	7,8
Material de construção	7,6	14,4	11,6	10,8	10,4	0,3	1,4	1,5	7,9	7,4

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

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

A Tabela 3 mostra a variação mensal com ajuste sazonal, ou seja, foi retirado o efeito de datas comemorativas, feriados e outros eventos que historicamente e culturalmente influenciam os resultados das vendas em determinados meses, assim foi possível fazer a comparação mês a mês no mesmo ano. Deste modo, em Goiás o volume de vendas foi 0,8% menor que o registrado no mês de setembro de 2013, a receita também apresentou retração, na ordem de 0,1%. No Brasil, que é a média do crescimento das demais Unidades da Federação houve aumento de 0,2% em volume e 0,7% em receita, na mesma base de comparação.

Tabela 3 - Brasil e Goiás: Variação do Volume e da Receita Nominal de Vendas no Comércio Varejista - 2013
(Com Ajuste Sazonal Base: Mês anterior = 100) (%)

	Brasil			Goiás		
	Agosto	Setembro	Outubro	Agosto	Setembro	Outubro
Volume de Vendas	0,9	0,5	0,2	0,1	0,4	-0,8
Receita de Vendas	1,2	0,8	0,7	0,7	0,6	-0,1

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

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

Resultados por segmento do comércio varejista e varejista ampliado

O segmento de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos obteve acréscimo de 19,7% em volume e de 22,1% na receita nominal de vendas. O resultado se deve ao aumento na oferta de medicamentos genéricos, que pode ser confirmado pelos dados da Pesquisa Industrial Mensal (PIM) do IBGE que apresentou aumento na produção em meses anteriores, setembro (12,8%), agosto (2,3%) e julho (12,3%), que impactaram positivamente o setor varejista.

A atividade de Móveis e eletrodomésticos registrou variação de 14,2% no volume de vendas, enquanto que para a receita nominal a variação foi de 18,6% na comparação com outubro do ano anterior. A manutenção do crescimento do emprego e nível de renda e a oferta de crédito em condições favoráveis, inclusive com taxa de juros menores, com o programa do Governo Federal, Minha Casa Melhor, têm ocasionado a expansão da demanda.

No segmento de veículos, motocicletas, partes e peças, foi verificado a maior queda na taxa de volume de vendas, que diminuiu em 9,6% contra outubro de 2012, para a receita a redução foi de 6,1%. O resultado desfavorável pode ser explicado em parte pelo efeito sazonal causado pela prorrogação da redução do IPI, que foi implementado no final de maio de 2012, e impactou a economia principalmente nos meses de junho, julho e agosto. Naquele período, o dia 31/08/2012 seria o prazo final para manutenção daquela política, no entanto, no dia 29/08/2012 ela foi prorrogada para o dia 31/10/2012 o que levou ao aquecimento do consumo em outubro de 2012, quando o volume de vendas no comércio goiano expandiu em 37,2%.

O comércio varejista goiano até outubro registrou crescimento para volume e receita de vendas, o que pode ser atribuído em parte à manutenção dos ganhos nos salários que afetam positivamente o comércio em geral. Outro fator que contribui para a manutenção do crescimento é a intervenção do Governo Federal por meio de políticas de incentivo ao consumo, tais como o programa Minha Casa Minha Vida e Minha Casa Melhor, e também isenção e redução de impostos como IPI para veículos automotores, materiais de construção e equipamentos da linha branca.

Equipe de Conjuntura do IMB:

Luciano Ferreira da Silva
Millades de Carvalho Castro