

## Comércio varejista goiano cresce 7,2% em janeiro

Conforme dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o comércio varejista goiano iniciou o ano de 2014 com acréscimo de 7,2% em volume de vendas em relação a janeiro de 2013; no acumulado em doze meses a taxa foi de 4,7%. Na receita nominal de vendas, a alta foi superior ao indicador de volume, com 12,7%; em doze meses a taxa de crescimento da receita atingiu 11,2%.

O comércio varejista ampliado que, além de contemplar o varejo, abrange o segmento de atacado na construção civil e veículos, motocicletas, partes e peças, registrou variação de 2,0% para o volume de vendas e 7,1% para a receita nominal de vendas, ambas em relação ao mesmo mês do ano anterior (Tabela 1 e 2).

O comércio varejista do País apresentou variação positiva de 6,2%, superior à registrada em dezembro de 2013 (3,9%). Para o indicador de receita nominal, a taxa foi de 12,5%, contra 10,7% ocorrida em dezembro de 2013. No recorte regional, todos os estados tiveram variações positivas. As maiores taxas de crescimento ocorreram nos estados da região Norte e Nordeste.

Entre as sete maiores taxas em volume de vendas no mês de janeiro, três pertencem à região Norte: Acre (13,7%), Rondônia (10,9%) e Tocantins (10,7%). Outras três expansões ocorreram na região Nordeste, sustentadas pelos estados de Alagoas (10,0%), Maranhão (8,8%) e Ceará (7,8%). Goiás foi o representante da região Centro-Oeste que liderou as vendas do comércio varejista, com variação de 7,2% (Gráfico 1).

**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	
	nov/13	dez/13	jan/14	No Ano	12 Meses	nov/13	dez/13	jan/14	No Ano	12 Meses
<b>Comércio Varejista Geral</b>	<b>7,1</b>	<b>3,9</b>	<b>6,2</b>	<b>6,2</b>	<b>4,3</b>	<b>7,5</b>	<b>7,0</b>	<b>7,2</b>	<b>7,2</b>	<b>4,7</b>
Combustíveis e lubrificantes	8,9	5,9	6,9	6,9	6,2	0,9	6,8	-0,4	-0,4	5,5
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,8	2,3	5,5	5,5	2,1	1,2	1,4	6,1	6,1	-1,7
Hipermercados e supermercados	5,4	2,2	5,6	5,6	2,1	1,4	1,5	6,1	6,1	-1,8
Tecidos, vestuário e calçados	6,1	3,0	4,0	4,0	3,3	14,3	13,7	13,1	13,1	13,1
Móveis e eletrodomésticos	9,1	-0,9	5,8	5,8	4,9	14,0	4,6	6,3	6,3	8,7
Móveis	4,2	-8,5	4,5	4,5	-1,2	15,5	10,1	4,9	4,9	1,3
Eletrodomésticos	12,5	3,9	7,3	7,3	8,5	12,1	1,7	5,5	5,5	10,6
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,2	12,4	13,6	13,6	10,4	20,6	39,1	21,9	21,9	17,8
Livros, jornais, revistas e papelaria	0,1	3,8	4,2	4,2	2,3	6,2	13,7	14,6	14,6	12,1
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	10,8	7,0	-4,6	-4,6	5,8	41,8	5,0	9,4	9,4	17,5
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	6,6	11,2	7,6	7,6	9,8	19,1	15,3	10,9	10,9	11,9
<b>Comércio varejista ampliado geral</b>	<b>6,0</b>	<b>2,9</b>	<b>3,5</b>	<b>3,5</b>	<b>3,3</b>	<b>7,2</b>	<b>3,0</b>	<b>2,0</b>	<b>2,0</b>	<b>4,6</b>
Veículos, motocicletas, partes e peças	4,3	0,0	-1,8	-1,8	0,7	7,2	-4,8	-3,8	-3,8	4,5
Material de construção	5,1	5,6	3,9	3,9	6,3	5,7	14,2	4,1	4,1	3,9

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

Elaboração: Instituto Mauro Borges / Segplan-GO / Gerência de Contas Regionais e Indicadores – 2014.

Em Goiás, o comércio varejista ampliado (que abrange o segmento de construção civil e veículos, motocicletas, partes e peças) apresentou taxa positiva de 2,0% para o volume de vendas e de 7,1% para a receita nominal, ambas em relação ao mesmo mês do ano anterior (Tabela 1 e 2).

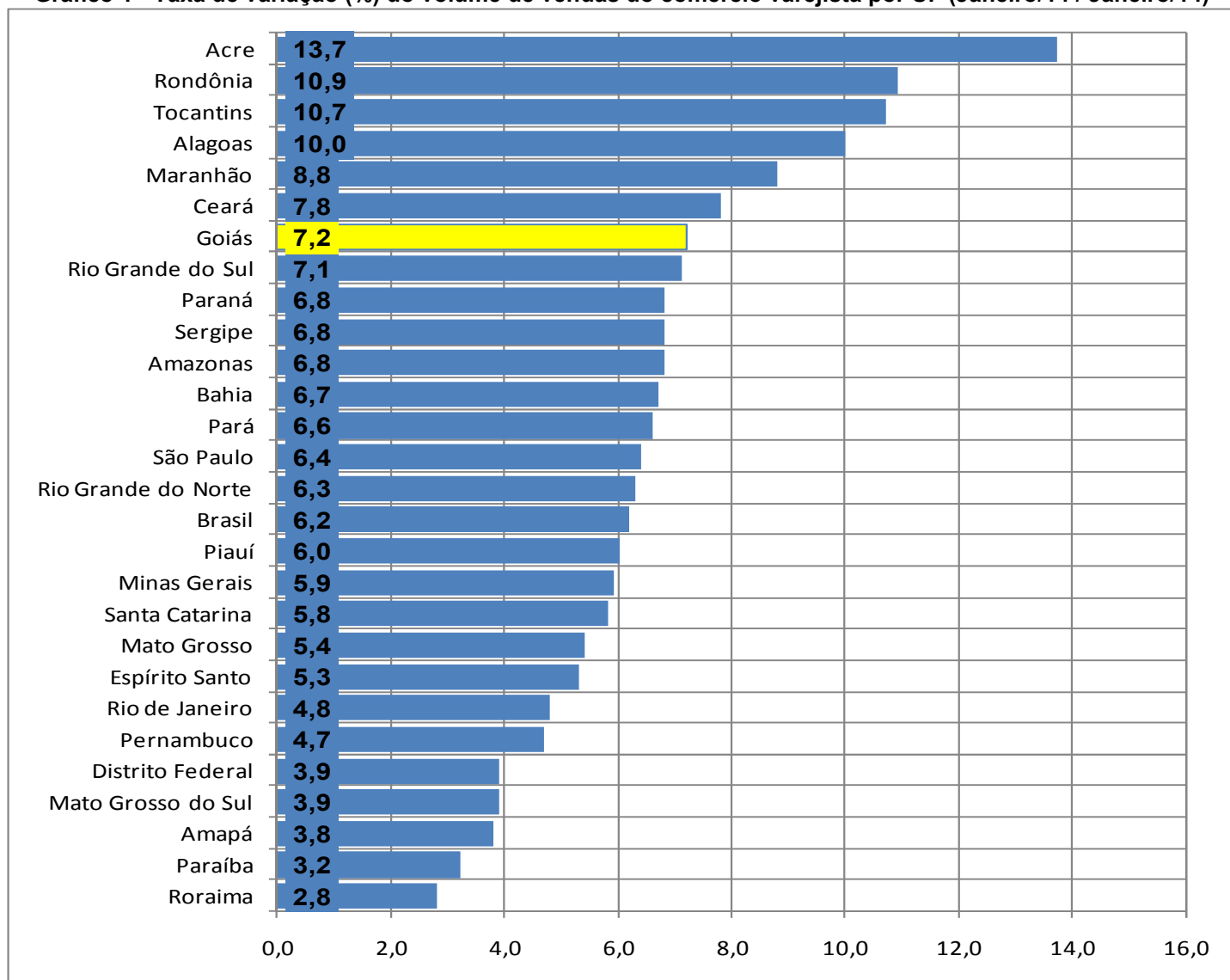
**Tabela 2 - Brasil e Estado de Goiás: Variação da Receita Nominal de Vendas no Comércio Varejista - 2013**  
(Base: Igual mês do ano anterior = 100)

Atividades	Variação (%)									
	Brasil					Goiás				
	Variação Mensal			Acumulado		Variação Mensal			Acumulado	
	nov/13	dez/13	jan/14	No Ano	12 Meses	nov/13	dez/13	jan/14	No Ano	12 Meses
<b>Comércio Varejista Geral</b>	<b>13,8</b>	<b>10,7</b>	<b>12,5</b>	<b>12,5</b>	<b>11,9</b>	<b>13,2</b>	<b>13,0</b>	<b>12,7</b>	<b>12,7</b>	<b>11,2</b>
Combustíveis e lubrificantes	12,2	13,1	14,6	14,6	11,3	13,1	21,4	13,8	13,8	13,0
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	13,9	9,9	11,9	11,9	11,9	7,1	6,9	10,0	10,0	6,5
Hipermercados e supermercados	13,4	9,5	11,9	11,9	11,7	7,1	6,9	10,1	10,1	6,3
Tecidos, vestuário e calçados	11,8	8,4	9,8	9,8	8,8	21,0	21,6	20,1	20,1	20,1
Móveis e eletrodomésticos	16,7	6,5	13,0	13,0	10,0	17,5	9,3	11,6	11,6	12,7
Móveis	12,6	-0,4	12,6	12,6	6,2	20,7	18,4	11,9	11,9	7,7
Eletrodomésticos	19,0	10,4	13,2	13,2	12,1	16,2	6,1	11,5	11,5	14,7
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	17,6	18,1	19,3	19,3	15,9	23,4	42,0	23,8	23,8	21,2
Livros, jornais, revistas e papelaria	6,3	9,4	11,0	11,0	8,0	14,3	21,2	21,9	21,9	18,5
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	7,3	1,6	-7,2	-7,2	3,2	45,3	5,2	9,9	9,9	19,1
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	12,7	17,3	13,6	13,6	15,8	24,7	20,5	16,3	16,3	17,6
<b>Comércio varejista ampliado geral</b>	<b>11,6</b>	<b>8,7</b>	<b>8,8</b>	<b>8,8</b>	<b>8,7</b>	<b>12,4</b>	<b>8,8</b>	<b>7,1</b>	<b>7,1</b>	<b>9,2</b>
Veículos, motocicletas, partes e peças	7,1	3,2	0,6	0,6	2,1	11,6	-0,7	-0,4	-0,4	6,7
Material de construção	10,9	11,6	10,1	10,1	10,7	11,1	21,4	10,6	10,6	8,6

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

Elaboração: Instituto Mauro Borges / Segplan-GO / Gerência de Contas Regionais e Indicadores – 2014.

**Gráfico 1 - Taxa de variação (%) do volume de vendas do comércio varejista por UF (Janeiro/14 / Janeiro/14)**



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

Elaboração: Instituto Mauro Borges / Segplan-GO / Gerência de Contas Regionais e Indicadores 2014.

Na Tabela é apresentada a variação mensal com ajuste sazonal, ou seja, sem o efeito de datas comemorativas, feriados e outros eventos que historicamente e culturalmente influenciam os resultados das vendas, assim foi possível fazer a comparação mês com o mês anterior. Em Goiás, o volume de vendas em janeiro foi de 0,6%, maior que o registrado no mês anterior. A receita também apresentou aumento, na ordem de 1,0%. Para o Brasil, a média do crescimento das demais Unidades da Federação houve aumento de 0,4% em volume e 0,8% em receita, na mesma base de comparação.

**Tabela 3 - Brasil e Goiás: Variação do Volume e da Receita Nominal de Vendas no Comércio Varejista - 2014 (Com Ajuste Sazonal Base: Mês anterior = 100) (%)**

	Janeiro / 2014	
	Brasil	Goiás
Volume de Vendas	0,4	0,6
Receita de Vendas	0,8	1,0

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

Elaboração: Instituto Mauro Borges/Segplan-GO/Gerência de Contas Regionais e Indicadores – 2014.

## **Resultados por segmento do comércio varejista e varejista ampliado**

Em janeiro, quase todas as atividades pesquisadas obtiveram resultados positivos para o volume de vendas do comércio varejista goiano, exceção de combustíveis e lubrificantes (-0,4%). Com destaque para os segmentos de: Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (21,9%); Livros, jornais, revistas e papelaria (14,6%) e tecidos, vestuário e calçados (13,1%).

Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos apresentou as maiores taxas, aumentos de 21,9% e 23,8% no volume e na receita nominal, na comparação janeiro de 2014 com janeiro de 2013. O crescimento desse segmento, acima da média no comércio estadual se deve à expansão da massa de salários e à oferta de crédito, bem como ao caráter de uso essencial e permanente dos produtos do setor. (Tabelas 1 e 2).

Na sequência de taxas positivas, a atividade de livros, jornais, revistas e papelaria cresceu 14,6% em janeiro, influenciado pela compra de materiais em início de ano escolar, além disso, o desempenho também está relacionado a atuação de grandes empresas do ramo no estado e a diversificação na linha de produtos.

No comércio varejista ampliado, o segmento de material de construção registrou ganho de 4,1% no volume de vendas e 10,6% na receita nominal, na comparação com o mesmo mês do ano anterior. Contribuíram para a expansão da atividade, a redução do IPI para uma cesta de produtos do setor, bem como as condições favoráveis do crédito habitacional (com aumento do limite do uso do FGTS para financiamentos imobiliários).

Diante dos resultados, ainda é cedo para apontar qual será a trajetória do setor em 2014. Pois percebe-se austeridade, no atual cenário macroeconômico em que se observa constantes elevações das taxas de juros e na inflação. De todo modo, vale ressaltar que em Goiás, a melhoria da renda e o acesso ao crédito devem refletir no comportamento das vendas do comércio varejista ao longo do ano.

### **Equipe de Conjuntura do IMB:**

Luciano Ferreira da Silva  
Millades de Carvalho Castro