

Comércio varejista goiano cresce 10,3% em fevereiro

Conforme dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o comércio varejista goiano apresentou em fevereiro de 2014, expansão de 10,3% em volume de vendas em relação ao mesmo mês de 2013; no acumulado em doze meses a taxa foi de 5,5%. Na receita nominal de vendas, a alta foi superior ao indicador de volume, com 14,6%; em doze meses a taxa de crescimento da receita atingiu 11,8%.

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 3,6% para o volume de vendas e 8,4% para a receita nominal de vendas, ambas em relação ao mesmo mês do ano anterior (Tabela 1 e 2).

O comércio varejista do País teve variação positiva de 8,5%, superior à registrada em janeiro de 2014 (6,4%). Para o indicador de receita nominal, a taxa foi de 13,9%, contra 12,7% ocorrida em janeiro de 2014. Da mesma forma que ocorreu no mês de janeiro/14, observando o recorte regional, todos os estados tiveram variações positivas em fevereiro de 2014. As maiores taxas de crescimento ainda mantiveram-se nos estados da região Norte e Nordeste.

Entre as sete maiores taxas em volume de vendas no mês de fevereiro, duas pertencem à região Norte: Tocantins (16,2%) e Acre (15,6%). Outras cinco expansões ocorreram na região Nordeste, sustentadas pelos estados de Alagoas (18,1%), Maranhão (15,9%), Bahia (15,7%), Ceará (14,4%) e Pernambuco (13,1%). Goiás mantém-se ainda como o representante da região Centro-Oeste que liderou as vendas do comércio varejista, com variação de 10,3% (Gráfico 1).

Tabela 1 - Brasil e Estado de Goiás: Variação do volume de vendas no comércio varejista - 2014
(Base: Igual mês do ano anterior = 100)

Segmentos	Variação (%)									
	Brasil					Goiás				
	Variação Mensal			Acumulado		Variação Mensal			Acumulado	
	dez/13	jan/14	fev/14	No Ano	12 Meses	dez/13	jan/14	fev/14	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	3,9	6,4	8,5	7,4	5,0	7,0	7,4	10,3	8,7	5,5
Combustíveis e lubrificantes	5,9	6,9	13,5	10,0	7,3	6,8	0,5	7,2	3,7	6,2
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	2,3	5,6	5,1	5,4	2,7	1,4	6,0	6,0	6,0	-0,9
Hipermercados e supermercados	2,2	5,6	4,9	5,3	2,6	1,5	6,1	6,4	6,2	-0,9
Tecidos, vestuário e calçados	3,0	3,0	7,4	5,1	3,7	13,7	12,9	20,5	16,3	13,9
Móveis e eletrodomésticos	-0,9	5,7	10,5	7,8	5,8	4,6	6,3	11,5	8,6	9,3
Móveis	-8,5	4,1	14,4	8,6	0,3	10,1	4,9	14,8	9,2	3,0
Eletrodomésticos	3,9	7,3	9,7	8,4	9,1	1,7	5,5	9,4	7,2	10,6
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,4	13,9	15,2	14,6	11,1	39,1	25,2	20,3	22,8	18,5
Livros, jornais, revistas e papelaria	3,8	0,3	-4,2	-1,6	0,8	13,7	-1,5	15,1	4,4	8,0
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	7,0	-3,8	7,1	1,6	6,1	5,0	9,4	12,4	10,8	18,2
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,2	11,0	17,2	13,8	10,8	15,3	14,6	25,9	19,6	13,0
Comércio varejista ampliado geral	2,9	4,7	8,4	6,4	3,9	3,0	1,6	3,6	2,5	4,4
Veículos, motocicletas, partes e peças	0,0	1,6	6,0	3,7	1,2	-4,8	-3,9	-6,1	-4,9	3,2
Material de construção	5,6	4,4	16,6	10,1	7,3	14,2	-1,0	12,6	5,2	3,8

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal do Comércio.

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

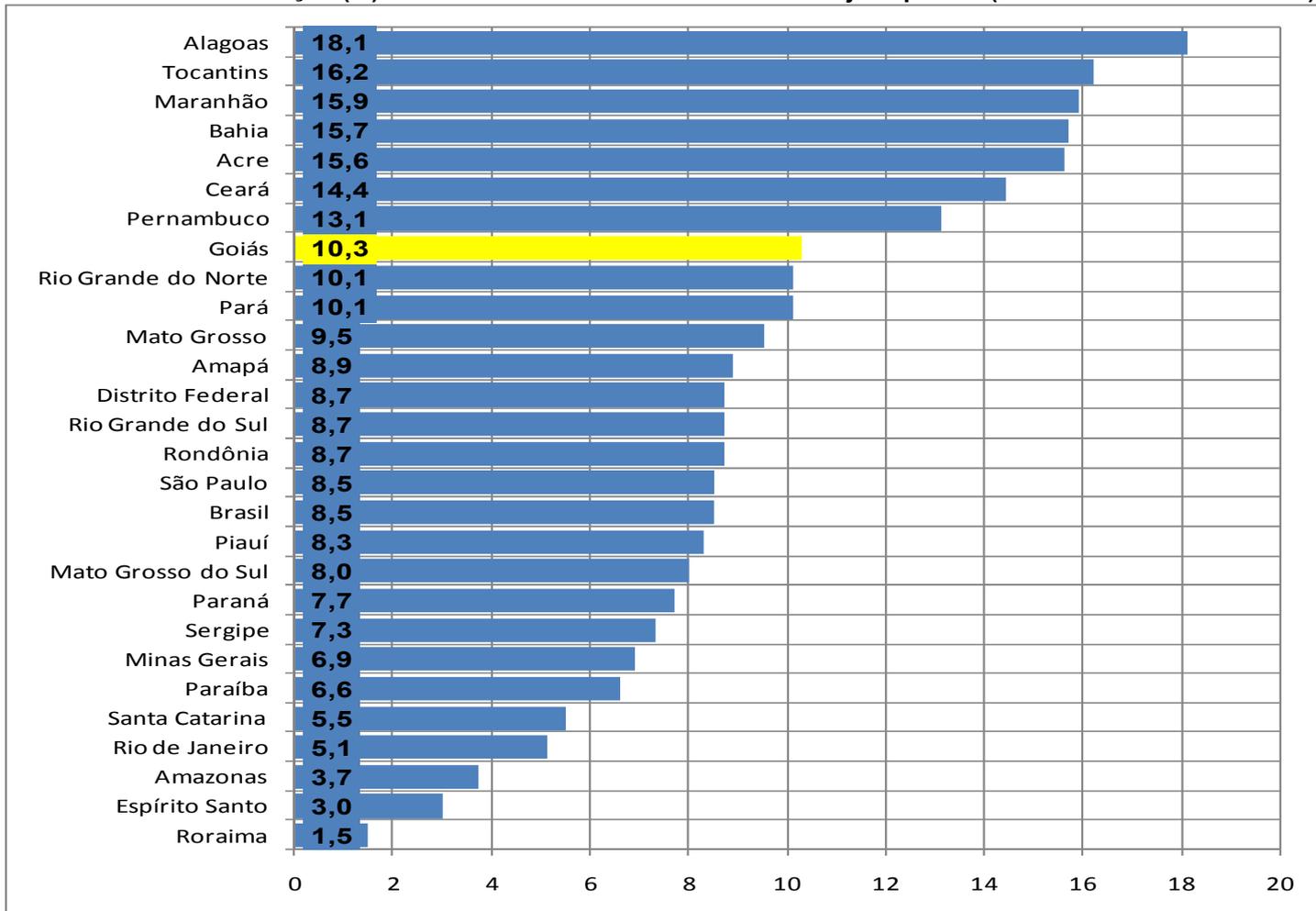
Tabela 2 - Brasil e Estado de Goiás: Variação da Receita Nominal de Vendas no Comércio Varejista – 2014
(Base: Igual mês do ano anterior = 100)

Atividades	Variação (%)									
	Brasil					Goiás				
	Variação Mensal			Acumulado		Variação Mensal			Acumulado	
	dez/13	jan/14	fev/14	No Ano	12 Meses	dez/13	jan/14	fev/14	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	10,7	12,7	13,9	13,3	12,3	13,0	13,0	14,6	13,7	11,8
Combustíveis e lubrificantes	13,1	14,5	17,2	15,8	12,3	21,4	14,8	15,7	15,3	14,2
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	9,9	12,0	10,6	11,3	12,0	6,9	10,0	8,4	9,2	6,7
Hipermercados e supermercados	9,5	11,9	10,4	11,2	11,8	6,9	10,1	8,8	9,4	6,6
Tecidos, vestuário e calçados	8,4	8,8	12,7	10,6	9,1	21,6	19,9	26,8	23,0	21,0
Móveis e eletrodomésticos	6,5	12,9	19,0	15,6	11,4	9,3	11,6	18,4	14,6	13,7
Móveis	-0,4	12,2	24,2	17,5	8,1	18,4	11,9	23,9	17,1	9,8
Eletrodomésticos	10,4	13,2	16,3	14,6	13,2	6,1	11,5	16,5	13,7	15,2
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	18,1	19,6	21,2	20,4	16,7	42,0	27,2	23,4	25,3	21,8
Livros, jornais, revistas e papelaria	9,4	6,8	2,3	4,9	6,6	21,2	4,7	22,6	11,1	14,4
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	1,6	-6,6	6,6	-0,1	3,5	5,2	9,9	12,5	11,1	19,9
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	17,3	17,1	23,4	19,9	17,0	20,5	20,1	31,4	25,1	18,8
Comércio varejista ampliado geral	8,7	10,0	13,3	11,5	9,4	8,8	6,6	8,4	7,4	9,1
Veículos, motocicletas, partes e peças	3,2	4,0	8,9	6,2	2,9	-0,7	-0,5	-2,7	-1,5	5,8
Material de construção	11,6	10,5	23,0	16,4	11,9	21,4	5,4	21,0	12,6	8,9

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 (Fevereiro/14 / Fevereiro/13)



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

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

Na Tabela 3 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 com o mês anterior. Em Goiás, o volume de vendas em fevereiro foi de 1,2%, superior ao registrado no mês anterior (0,9%). A receita também apresentou aumento, na ordem de 1,7%. Para o Brasil, a média do crescimento das demais Unidades da Federação apresentou aumento de 0,2% em volume e 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) - (%)

	Fevereiro / 2014	
	Brasil	Goiás
Volume de Vendas	0,2	1,2
Receita de Vendas	0,2	1,7

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 fevereiro, todas as atividades pesquisadas obtiveram resultados positivos para o volume de vendas do comércio varejista goiano. Os destaques ficaram para os segmentos de: Outros artigos de uso pessoal e doméstico (25,9%); tecidos, vestuário e calçados (20,5%); artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (20,3%).

O segmento Outros artigos de uso pessoal e doméstico apresentou as maiores taxas, aumentos de 25,9% e 31,4% no volume e na receita nominal, respectivamente, na comparação fevereiro de 2014 com fevereiro de 2013. O crescimento desse segmento se deve em boa medida ao feriado de carnaval em fevereiro, que foi deslocado este ano para março, fato que tem ocorridos nos últimos dois anos. Sendo o segmento composto por lojas de departamentos, ótica, joalheria, artigos esportivos, brinquedos, etc., seu desempenho tem sido influenciado pela evolução positiva da massa salarial e pelo crédito, embora este último com ritmo mais moderado de crescimento ainda tem refletido no comportamento do consumo das famílias. (Tabelas 1 e 2).

O segmento de tecidos, vestuário e calçados obteve a segunda maior taxa no volume de vendas, em fevereiro, da ordem de 20,5% sobre igual mês do ano passado, com taxa acumulada no ano e nos últimos 12 meses de 16,3% e 13,9%, respectivamente. A variação do segmento no mês ficou acima da média estadual (10,3%), embora os preços de vestuário e calçados estejam crescendo a um ritmo maior que o índice geral (a inflação geral do IPCA para os últimos 12 meses foi de 5,3% e 7,3% para o grupo do Vestuário).

A atividade de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria, terceira maior no conjunto do varejo goiano, apresentou crescimento de 20,3% na comparação com fevereiro de 2013, e taxas acumuladas no ano e nos últimos 12 meses de 22,8% e 18,5%, respectivamente. O crescimento acima da média, em todas as comparações, se deve ao comportamento positivo da massa de salários, bem como ao caráter de uso essencial dos produtos do setor. Cabe ressaltar, ainda, o efeito dos preços dos produtos farmacêuticos, que ficaram bem abaixo da média: 2,8% em 12 meses até fevereiro de 2014, contra 5,3% do índice geral, segundo o IPCA.

No comércio varejista ampliado, o segmento de material de construção registrou ganho de 12,6% no volume de vendas e 21,0% na receita nominal, na comparação com o mesmo mês do ano anterior. Contribuíram para a expansão do segmento, 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 varejo em 2014. Pois se percebe austeridade no atual cenário macroeconômico com 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 ainda devem refletir no comportamento das vendas do comércio varejista ao longo do ano.

Equipe de Conjuntura do IMB:

Dinamar Maria Ferreira Marques

Luiz Batista Alves

Millades de Carvalho Castro