

Comércio varejista goiano cresce 1,2% em março

As vendas do comércio varejista brasileiro apontaram retração de 0,5% em março, confirmando a expectativa de desaceleração gradual do consumo ao longo de 2014. Em Goiás, embora a taxa tenha sido positiva de 0,3%, houve recuo na comparação com fevereiro/14 (1,1%), ambas as comparações na série com ajuste sazonal.

Conforme dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o comércio varejista goiano apresentou no mês de março de 2014, expansão de 1,2% em volume de vendas em relação ao mesmo mês de 2013; no acumulado em doze meses a taxa foi de 5,1%. Na receita nominal de vendas, a alta foi superior ao indicador de volume, com 5,5% em março; em doze meses a taxa de crescimento da receita atingiu 11,2%.

O comércio varejista ampliado contempla além do varejo, o segmento de atacado na construção civil e veículos, motocicletas, partes e peças, registrou recuo de 6,7% para o volume de vendas e queda de 2,0% para a receita nominal de vendas, ambas em relação ao mesmo mês do ano anterior (Tabela 1 e 2).

No comércio varejista do Brasil houve variação negativa de 1,1%, dessa forma, o indicador alterou a sequência de resultados positivos desde março de 2013. Para a receita nominal, a taxa foi de 4,7%, contra 14,2% registrado em março de 2014.

Diferente dos meses de janeiro e fevereiro, em que todos os estados tiveram variações positivas no recorte regional, no mês de março de 2014 a maioria dos estados tiveram variações negativas. As maiores taxas positivas de crescimento ainda mantiveram-se nos estados da região Norte e Nordeste. Goiás obteve a terceira colocação entre os estados da região Centro-Oeste, à frente apenas do Distrito Federal. (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	
	jan/14	fev/14	mar/14	No Ano	12 Meses	jan/14	fev/14	mar/14	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	6,4	8,7	-1,1	4,4	4,5	7,4	10,3	1,2	6,1	5,1
Combustíveis e lubrificantes	6,9	13,9	4,0	8,1	7,3	0,5	7,2	-7,2	-0,3	4,7
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,6	5,5	-2,8	2,6	2,1	6,0	5,9	-1,1	3,4	-1,2
Hipermercados e supermercados	5,6	5,3	-3,0	2,4	2,0	6,1	6,2	-1,2	3,5	-1,1
Tecidos, vestuário e calçados	3,0	7,2	-7,3	0,5	2,7	12,9	20,7	9,8	14,1	13,9
Móveis e eletrodomésticos	5,7	10,6	3,8	6,5	6,1	6,3	11,5	5,2	7,5	9,4
Móveis	4,1	14,7	7,4	8,3	1,4	4,9	14,8	7,0	8,5	4,6
Eletrodomésticos	7,3	9,6	3,2	6,6	9,2	5,5	9,4	3,1	5,9	10,1
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,9	14,9	9,6	12,7	11,4	25,2	20,3	27,2	24,3	20,2
Livros, jornais, revistas e papelaria	0,3	-4,8	-8,2	-3,5	-0,2	-1,5	15,1	3,5	4,2	5,9
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-3,8	7,2	-4,9	-0,7	5,8	9,4	12,4	-12,7	2,2	18,9
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,0	17,0	-3,8	7,4	9,2	14,6	25,9	-9,5	8,4	9,7
Comércio varejista ampliado geral	4,7	8,2	-5,7	2,1	3,2	1,6	3,6	-6,7	-0,7	3,0
Veículos, motocicletas, partes e peças	1,6	4,8	-16,0	-3,7	-0,3	-3,9	-6,1	-15,8	-8,7	0,4
Material de construção	4,4	16,8	1,4	7,2	7,4	-1,0	12,6	-4,6	1,9	3,5

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) também interrompeu o comportamento das taxas positiva dos últimos meses, quando recuou 6,7% no volume de vendas e 2,0% na receita nominal (Tabela 1 e 2). A queda refletiu o recuo nos dois setores, veículos, motos, partes e peças, cujo resultado em relação a março de 2013 foi de -15,8% e material de construção que obteve variação no volume de vendas de -4,6%.

O segmento de veículos, motos, partes e peças apresentou a maior variação entre os segmentos pesquisados (-15,8%) sobre igual mês do ano passado, com taxa acumulada no ano e nos últimos 12 meses de -8,7% e 0,4%, respectivamente. A forte queda em março nas vendas de veículos, motos, partes e peças, em relação a março de 2013, vêm sendo influenciada pela redução do ritmo de crescimento do crédito, conforme apontado pelo Banco Central.

O segmento de material de construção recuou no volume de vendas 4,6%, na comparação com o mês de março de 2013. As demais variações foram de 1,9% no ano e 3,5% no acumulado dos últimos 12 meses. Apesar da desaceleração da taxa interanual, a atividade ainda apresenta resultados positivos nos acumulados, mas ainda abaixo da média global do varejo. A redução do IPI para uma cesta de produtos do setor e as condições favoráveis do crédito habitacional (inclusive com o aumento do limite do uso do FGTS para financiamentos imobiliários) são fatores que vêm contribuindo para este comportamento.

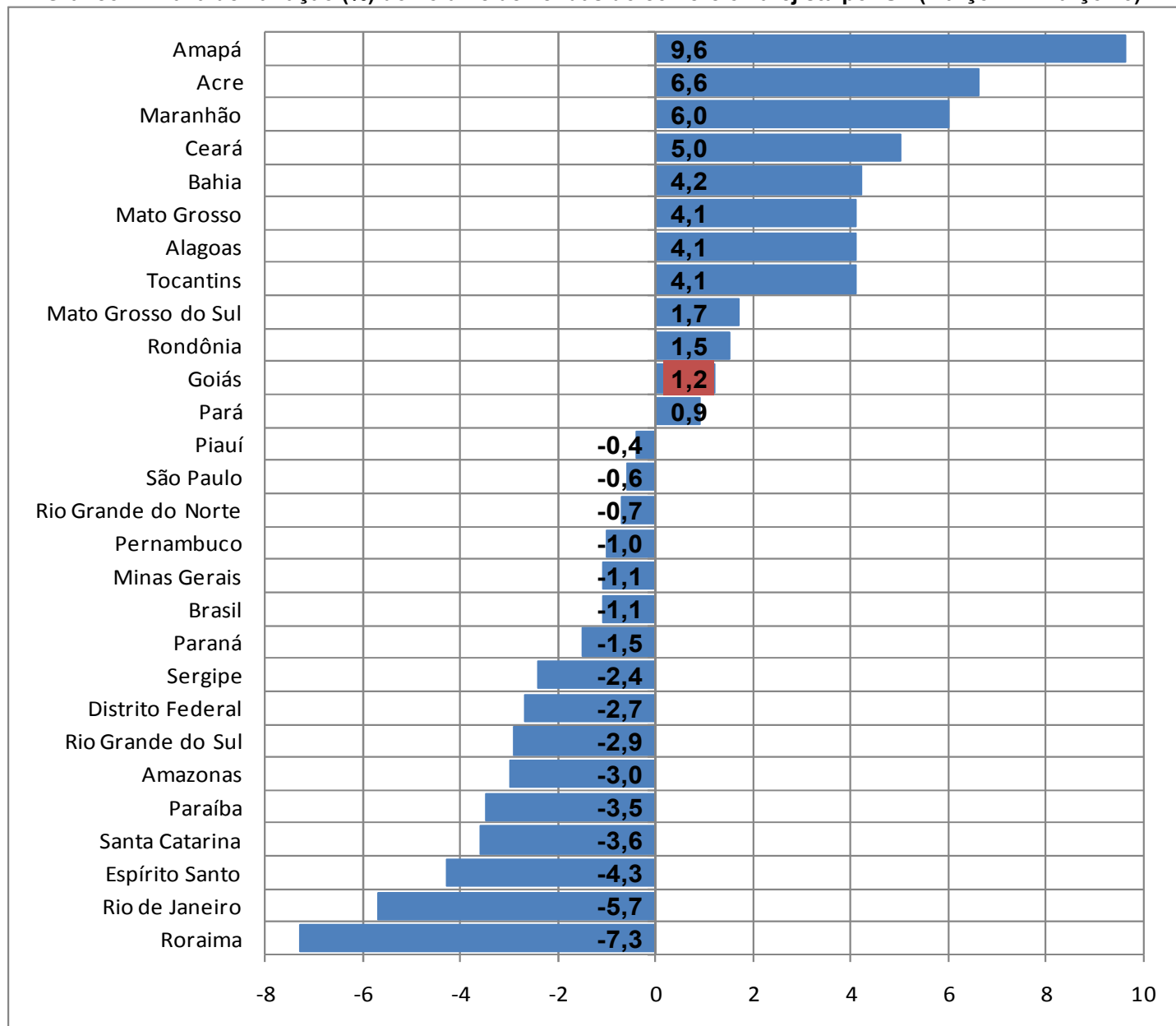
Tabela 2 - Brasil e Estado de Goiás: Variação da Receita Nominal de Vendas no Comércio Varejista - 2014
(Base: Igual mês do ano anterior = 100)

Atividades	Variação (%)									
	Brasil					Goiás				
	Variação Mensal			Acumulado		Variação Mensal			Acumulado	
	jan/14	fev/14	mar/14	No Ano	12 Meses	jan/14	fev/14	mar/14	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	12,7	14,2	4,7	10,3	11,6	13,0	14,6	5,5	10,8	11,2
Combustíveis e lubrificantes	14,5	17,6	8,0	13,2	12,2	14,8	15,7	1,6	10,2	13,1
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	12,0	11,1	3,4	8,6	10,8	10,0	8,2	1,7	6,4	5,7
Hipermercados e supermercados	11,9	10,8	3,0	8,3	10,6	10,1	8,6	1,6	6,5	5,6
Tecidos, vestuário e calçados	8,8	12,5	-2,3	5,8	8,1	19,9	26,9	15,2	20,3	20,8
Móveis e eletrodomésticos	12,9	19,0	11,7	14,3	12,3	11,6	18,4	10,9	13,4	14,1
Móveis	12,2	24,5	16,7	17,3	9,6	11,9	23,9	14,0	16,1	11,5
Eletrodomésticos	13,2	16,2	9,3	12,8	13,8	11,5	16,5	9,8	12,4	15,1
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	19,6	20,9	15,3	18,5	17,2	27,2	23,4	31,5	27,4	23,7
Livros, jornais, revistas e papelaria	6,8	1,7	-1,8	3,0	5,8	4,7	22,6	11,8	11,3	12,6
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-6,6	6,6	-6,8	-2,5	3,3	9,9	12,5	-10,4	3,2	21,0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	17,1	23,2	1,6	13,2	15,3	20,1	31,4	-5,1	13,4	15,2
Comércio varejista ampliado geral	10,0	13,1	-0,4	7,2	8,6	6,6	8,4	-2,0	4,1	7,8
Veículos, motocicletas, partes e peças	4,0	7,7	-13,4	-1,2	1,7	-0,5	-2,7	-12,5	-5,3	3,3
Material de construção	10,5	23,2	7,3	13,3	12,3	5,4	21,0	1,8	8,9	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 (Março/14 / Março/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 março foi de 0,3%, inferior ao registrado no mês anterior (1,1%). Na receita não houve variação 0,0%. Para o Brasil, a média do crescimento das demais Unidades da Federação recuou 0,5% em volume e em receita cresceu apenas 0,4%, 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) (%)

	Março / 2014	
	Brasil	Goiás
Volume de Vendas	-0,5	0,3
Receita de Vendas	0,4	0,0

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 março os maiores destaques positivos para o volume de vendas do comércio varejista goiano ocorreram para os segmentos de: artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (27,2%), tecidos, vestuário e calçados (9,8%) e móveis e eletrodomésticos (5,2%).

A atividade de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria, com a maior no conjunto do varejo goiano, apresentou crescimento de 27,2% na comparação com março de 2013, e taxas acumuladas no ano e nos últimos 12 meses de 24,3% e 20,2%, respectivamente. O crescimento bem 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: 3,1% em 12 meses até março de 2014, contra 5,7% do índice geral, segundo o IPCA.

O segmento de tecidos, vestuário e calçados obteve a segunda maior taxa no volume de vendas, em março, da ordem de 9,8% sobre igual mês do ano passado, com taxa acumulada no ano e nos últimos 12 meses de 14,1% e 13,9%, respectivamente. A variação do segmento no mês ficou acima da média estadual (1,2%). A receita nominal do setor cresceu 15,5% no mês, 20,3% no ano.

A atividade de móveis e eletrodomésticos, com variação de 5,2% no volume de vendas em relação a março do ano passado, foi a que proporcionou o terceiro impacto positivo na formação da taxa do varejo. Os aumentos dos preços no setor variaram nos últimos 12 meses nos itens: aparelhos eletroeletrônicos (6,5%) e mobiliários (7,3%), segundo o IPCA do IBGE, podem justificar a diminuição no crescimento das vendas no varejo, que em fevereiro foi de 11,5%. (Tabelas 1 e 2).

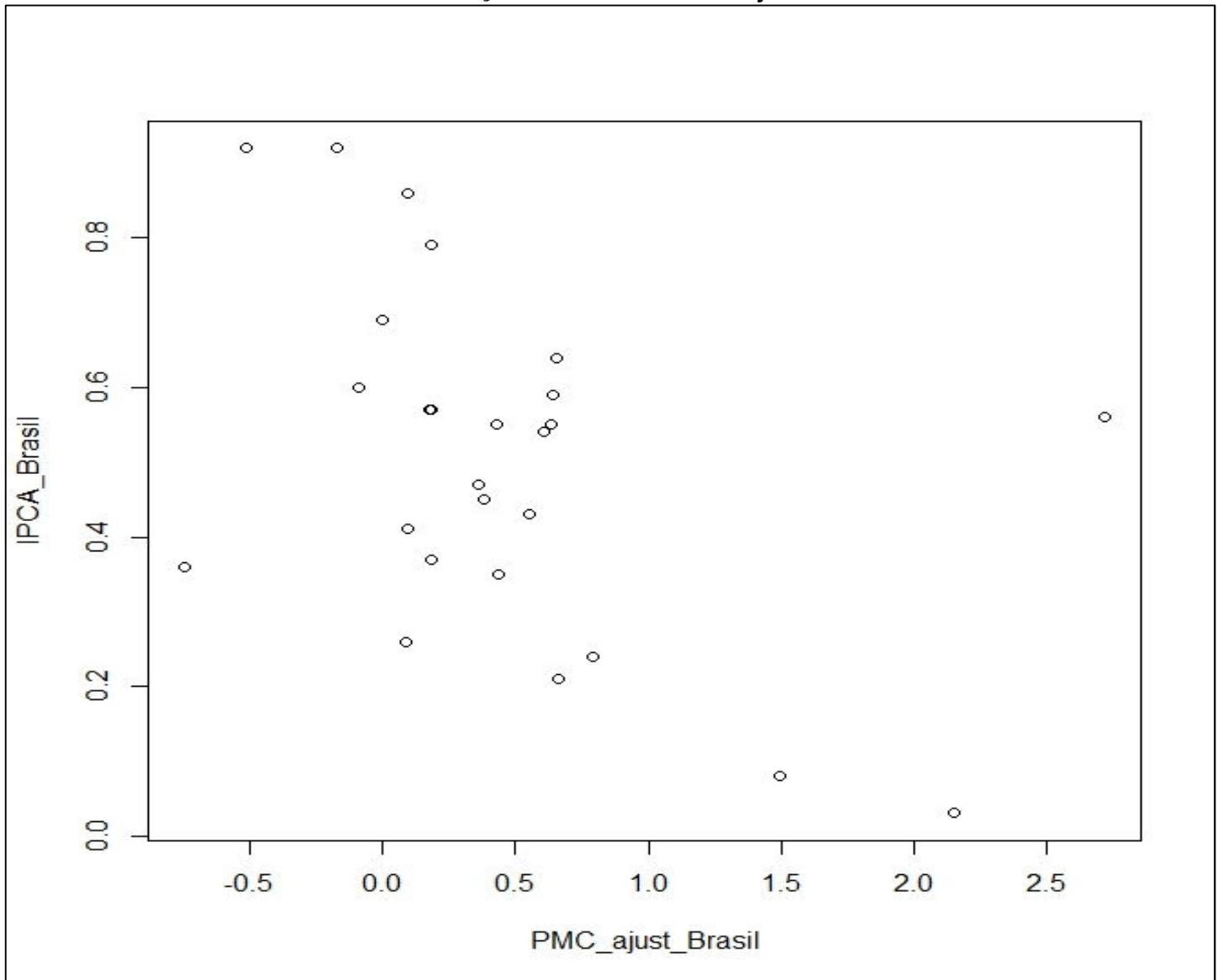
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo apresentou queda nas vendas no mês de março, (1,1%). A mudança na comemoração da Páscoa que no ano anterior ocorreu em abril foi alterada para o mês de março de 2014, assim, houve mudança no mês de referência, influenciando a taxa do mês, mesmo com a ocorrência do carnaval em março, não foi suficiente para reverter o desempenho das vendas. Não obstante, a receita de vendas nesse setor foi positiva (1,7%), já que houve aumento de preços, o indicador do IPCA Goiânia em março foi de 1,8% para o grupo alimentos e bebidas.

Os dados da Pesquisa Mensal do Comércio varejista apontam o arrefecimento do setor, com evidências que o consumo está desacelerando. Esse recuo na taxa do comércio varejista brasileiro e goiano reflete os problemas macroeconômicos do País, que é a alta na taxa de juros e a inflação. Os juros elevados desestimulam os investimentos por parte dos empresários, que diminui o aumento da capacidade produtiva, dessa forma, quando a economia não cresce, reduz a oferta, com isso gera-se inflação, o que acaba refletindo na diminuição do consumo.

Análise estatística de evolução do comércio

Com base na série de dados do comércio varejista e da inflação, o comportamento dessas variáveis ao longo dos últimos dois anos mostra uma relação oposta, ou seja, na medida em que uma variável apresenta elevação, a outra segue direção contrária. O Gráfico 2 apresenta a dispersão entre a variação do IPCA e do comércio varejista nacional. No caso do estado de Goiás, a correlação é semelhante ao comportamento nacional, no entanto, menos acentuada. A correlação brasileira foi de -0,45 e de Goiás -0,32, sendo que o escore próximo de 1 ou -1 indica maior intensidade na relação entre as variáveis. A proximidade de ambas por meio dos pontos indica a interação da variável vendas do comércio com a inflação.

Gráfico 2 – Relação entre o comércio varejista e o IPCA



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

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

Equipe de Conjuntura do IMB:

Alex Felipe Rodrigues Lima

Dinamar Maria Ferreira Marques

Millades de Carvalho Castro