

Comércio varejista goiano recua em fevereiro, 2,5%

Conforme a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, na comparação com ajuste sazonal, fevereiro15/janeiro15, o comércio varejista nacional apresentou queda no volume de vendas (-0,1%) e alta na receita nominal (0,7%). Para o Estado de Goiás, o resultado do mês de fevereiro/15 apresentou variação de -2,5% no volume e de -1,4% na receita de vendas.

Em âmbito regional, na série com ajuste sazonal, apenas oito Estados tiveram taxas positivas, com destaque para o Sergipe (3,3%), Tocantins (2,5%) e Pará e Rio de Janeiro (1,4%). As principais variações negativas ocorreram nos Estados de Roraima (8,0%), Amapá (6,7%), Goiás (2,5%) e Ceará (2,4%).

Em relação ao mesmo mês do ano anterior, o varejo brasileiro, em fevereiro de 2015, apresentou queda de 3,1% no volume e alta de 3,6% na receita nominal. Na mesma comparação, o comércio varejista goiano, teve queda no volume de vendas e na receita nominal com -10,6% e -4,1%, respectivamente.

Na análise do comércio sem ajuste sazonal vinte unidades da Federação apresentaram variações negativas no volume de vendas, sendo a maior queda ocorrida em Goiás (-10,6%). Os Estados da região Norte lideram as taxas de crescimentos, destaque para Roraima (11,9%), Acre (5,1%), Rondônia (4,6%) e Amapá (1,2%), vide Gráfico 1.

Gráfico 1 - Taxa de variação do volume de vendas do comércio varejista por UF (fevereiro 2015/ fevereiro 2014)- (%)



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Elaboração: Instituto Mauro Borges/Segplan-GO/ Gerência de Contas Regionais e Indicadores 2015.

O varejo ampliado brasileiro, que contempla além do varejo o segmento de atacado na construção civil e de veículos, motocicletas, partes e peças apresentou queda em fevereiro no volume de vendas (-10,3%), decorrente principalmente dos setores de veículos, motos, partes e peças, que apresentou queda de 23,7%. A redução das vendas no segmento foi decorrente, entre outros fatores, da gradual retirada dos incentivos via redução do IPI; do menor ritmo na oferta de crédito e da restrição orçamentária das famílias, diante da desaceleração do crescimento real da massa de salários.

Vale destacar ainda que, neste ano, o carnaval foi em fevereiro, fazendo com que houvesse menos dias úteis em relação ao ano passado.

Varejo Goiano

O comércio varejista goiano em fevereiro de 2015 apresentou queda de 10,6%, em relação ao mês anterior (série sem ajuste). Dentre as oito atividades do varejo, duas registraram taxas positivas, em relação ao mês anterior. Em sentido contrário seis apresentaram resultados negativos, cujos comportamentos serão descritos a seguir. O comércio varejista ampliado teve recuo de 12,7% em volume e recuo de 6,5% na receita nominal (Tabelas 1 e 2).

Tabela 1 - Brasil e Estado de Goiás: Variação do volume de vendas no comércio varejista - 2015
(Base: Igual mês do ano anterior = 100)

Segmentos	Variação (%)									
	Brasil					Goiás				
	Variação Mensal			Acumulado		Variação Mensal			Acumulado	
	Dez/14	Jan/15	Fev/15	No Ano	12 Meses	Dez/14	Jan/15	Fev/15	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	0,3	0,5	-3,1	-1,2	0,9	-5,4	-5,2	-10,6	-7,8	-1,2
Combustíveis e lubrificantes	2,0	-0,2	-10,4	-5,2	0,2	2,1	5,5	-1,1	2,2	0,5
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-0,9	0,2	-1,8	-0,8	0,3	-11,2	-13,7	-15,7	-14,7	-6,4
Hipermercados e supermercados	-0,8	0,3	-1,4	-0,6	0,3	-11,5	-14,0	-16,2	-15,0	-6,7
Tecidos, vestuário e calçados	-3,4	-0,7	-7,3	-3,8	-2,2	-4,7	-2,0	-13,2	-7,3	0,1
Móveis e eletrodomésticos	-3,4	-3,4	-10,4	-6,5	-1,6	-4,3	-2,0	-13,3	-7,0	-0,9
Móveis	-4,9	-11,5	-11,0	-11,2	-2,7	-13,6	-6,5	-17,5	-11,4	-3,5
Eletrodomésticos	-2,8	0,3	-10,1	-4,3	-1,0	-1,1	-0,6	-11,8	-5,6	-0,3
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,0	5,0	3,2	4,1	7,5	-4,5	1,6	-1,1	0,3	13,3
Livros, jornais, revistas e papelaria	-9,3	-9,9	-5,3	-7,9	-9,1	-16,0	-13,4	-29,3	-19,7	-8,3
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	7,2	21,0	8,4	14,5	0,3	54,3	30,8	33,5	32,1	10,0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,2	4,5	3,0	3,8	6,5	4,7	6,8	4,3	5,6	16,0
Comércio varejista ampliado geral	-2,2	-4,9	-10,3	-7,5	-3,8	-6,1	-8,8	-12,7	-10,6	-4,4
Veículos, motocicletas, partes e peças	-8,6	-16,3	-23,7	-19,8	-12,8	-7,6	-15,6	-17,7	-16,5	-8,8
Material de construção	1,0	-2,8	-13,0	-7,8	-2,8	-4,7	2,7	-4,6	-0,9	-1,9

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Elaboração: Instituto Mauro Borges / Segplan-GO / Gerência de Contas Regionais e Indicadores - 2015

O resultado negativo do varejo goiano em fevereiro/2015 foi puxado pela queda nas vendas de Livros, jornais, revistas e papelaria que apresentou queda de 29,3%, influenciado também pela alta nos preços. Outro fator que contribuiu para a trajetória declinante desta atividade, no que tange a jornais e revistas, por certa substituição dos produtos impressos pelos de meio eletrônico.

Seguindo o comportamento de contração, o segmento de Hipermercados e Supermercados (-15,7%), que segue em queda por oito meses consecutivos e nos últimos doze meses atingiu 8,3% de queda. Nesse setor a alta de preços, segundo o IPCA Goiânia alcançou 8,95% nos últimos doze meses, enquanto o índice geral atingiu 7,7% e isso explica a queda tão acentuada.

Em sentido contrário, o segmento de Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação liderou as vendas, com expansão 33,5% em fevereiro, sobre igual mês do ano passado. Essa alta pode ser explicada pelo comportamento dos preços do principal produto que compõe a atividade. O segmento de Outros artigos de uso pessoal e doméstico apresentou a segunda maior taxa (4,3%).

**Tabela 2 - Brasil e Estado de Goiás: Variação da Receita Nominal de Vendas no Comércio Varejista - 2015
(Base: Igual mês do ano anterior = 100)**

Atividades	Variação (%)									
	Brasil					Goiás				
	Variação Mensal			Acumulado		Variação Mensal			Acumulado	
	dez/14	Jan/15	Fev/15	No Ano	12 Meses	dez/14	Jan/15	Fev/15	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	6,0	6,3	3,6	5,0	7,2	0,1	0,8	-4,1	-1,5	4,2
Combustíveis e lubrificantes	5,5	2,5	-0,7	0,9	5,5	7,9	8,9	9,0	8,9	8,3
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	6,7	8,5	6,7	7,6	7,8	-2,0	-3,9	-5,4	-4,6	-0,1
Hipermercados e supermercados	6,6	8,5	7,0	7,7	7,7	-2,5	-4,4	-6,1	-5,2	-0,4
Tecidos, vestuário e calçados	0,0	2,5	-5,0	-1,0	1,9	-1,8	2,0	-9,9	-3,5	4,5
Móveis e eletrodomésticos	0,4	-1,2	-8,1	-4,3	4,1	-3,1	-0,2	-13,6	-6,2	2,5
Móveis	0,2	-6,3	-6,4	-6,4	4,0	-10,8	-3,1	-15,1	-8,6	0,9
Eletrodomésticos	0,5	1,4	-9,0	-3,3	4,1	-0,1	0,8	-13,0	-5,4	3,1
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,2	10,0	7,8	8,9	12,4	2,1	8,3	4,2	6,3	19,1
Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,2	-3,8	0,8	-1,9	-2,8	-4,6	-1,0	-18,2	-7,8	2,5
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	1,8	11,4	-1,6	4,6	-3,5	50,9	31,0	30,5	30,8	9,7
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	12,4	8,8	7,4	8,1	12,0	9,5	12,0	8,6	10,4	22,1
Comércio varejista ampliado geral	3,0	0,5	-4,2	-1,7	1,9	-1,4	-3,3	-6,5	-4,8	0,7
Veículos, motocicletas, partes e peças	-5,8	-13,3	-20,4	-16,7	-9,8	-4,7	-11,8	-12,8	-12,3	-5,3
Material de construção	5,5	1,7	-8,8	-3,5	2,6	1,4	8,8	1,8	5,4	5,3

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Elaboração: Instituto Mauro Borges / Segplan-GO / Gerência de Contas Regionais e Indicadores - 2015

A Tabela 3 exibe a variação mensal com ajuste sazonal, ou seja, sem o efeito de datas comemorativas, feriados e outros eventos que histórica e culturalmente influenciam os resultados das vendas, sendo possível assim fazer a comparação com o mês anterior. Em Goiás, no mês de fevereiro/15, tanto o volume quanto a receita de vendas apresentaram quedas de 2,5% e 1,4%, respectivamente. No varejo brasileiro houve alta na receita de 0,7% e no volume queda de 0,1%, na mesma base de comparação.

Tabela 3 - Brasil e Goiás: Variação do Volume e da Receita Nominal de Vendas no Comércio Varejista - 2015 (Com Ajuste Sazonal Base: Mês anterior = 100) (%)

	Fevereiro / 2015	
	Brasil	Goiás
Volume de Vendas	-0,1	-2,5
Receita de Vendas	0,7	-1,4

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

Elaboração: Instituto Mauro Borges/Segplan-GO/Gerência de Contas Regionais e Indicadores – 2015.

Segmentos do comércio goiano

Os destaques positivos em fevereiro em volume ocorreram nos segmentos de: equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (33,5%), explicado pelo comportamento dos preços do principal produto que compõe a atividade; e Outros artigos de uso pessoal e doméstico com 4,3%, que engloba atividades de lojas de departamentos, ótica, joalheria, artigos esportivos, brinquedos, influenciado pelo baixo valor unitário da maioria dos produtos comercializados nesta atividade e que apresentam um grande volume de vendas.

O comércio varejista ampliado apresentou no mês de fevereiro/15 taxa negativa, puxada pelo baixo desempenho do segmento de Veículos, motocicletas, partes e peças, que apresentou queda no volume de vendas (-17,7%) e na receita nominal (-12,8%). A redução das vendas no segmento foi decorrente, entre outros fatores, da gradual retirada dos incentivos via redução do IPI; do menor ritmo na oferta de crédito e da restrição orçamentária das famílias, diante da desaceleração do crescimento real da massa de salários.

O resultado das vendas do comércio goiano, tanto no conceito restrito quanto no ampliado de fevereiro reforçou a tendência de perda de ritmo, exibida desde meados de 2014, explicado pela moderação do crescimento da renda, influenciada pelo menor reajuste do salário mínimo, alta de preços generalizados de diversos produtos (inflação) e pelo arrefecimento do mercado de trabalho.

Equipe de Conjuntura do IMB:

Alex Felipe Rodrigues Lima
Dinamar Maria Ferreira Marques
Luiz Batista Alves
Millades de Carvalho Castro