

## Comércio varejista goiano desacelera no primeiro trimestre do ano (-7,4%)

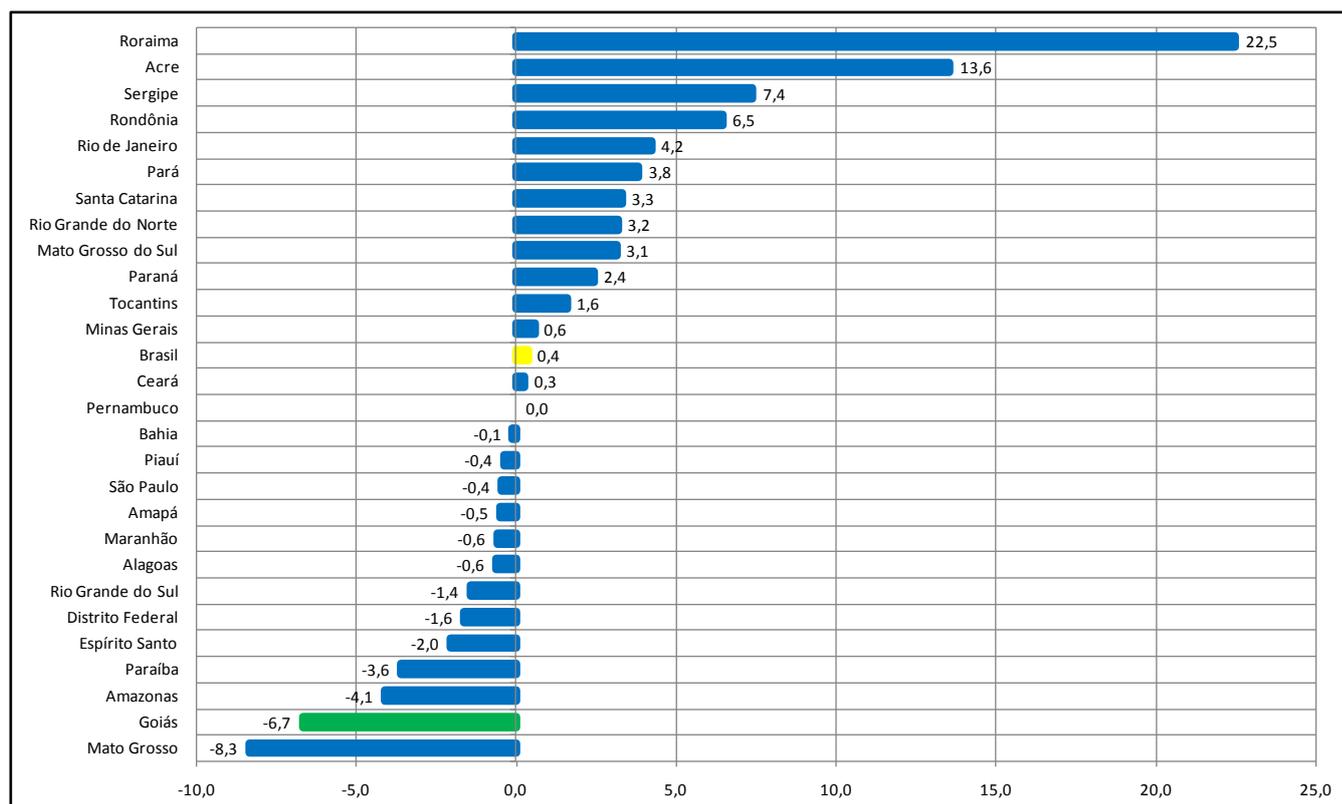
Conforme a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, na comparação com ajuste sazonal, março15/fevereiro15, o comércio varejista nacional apresentou queda no volume de vendas (-0,9%) e queda na receita nominal (-0,4%). Para o Estado de Goiás, o resultado do mês de março/15 apresentou variação de -1,1% no volume e de -0,2% na receita de vendas.

Em âmbito regional, na série com ajuste sazonal, apenas nove Estados tiveram taxas positivas, com destaque para o Pará (2,2%), Roraima (1,4%), Acre e Santa Catarina (1,2%). As principais variações negativas ocorreram nos Estados do Amazonas (3,3%), Rio de Janeiro (3,1%), Pernambuco (2,9%) e Paraíba (2,5%).

Em relação ao mesmo mês do ano anterior, o varejo brasileiro em março de 2015 apresentou alta de 0,4% no volume e alta de 6,5% na receita nominal. Na mesma comparação, o comércio varejista goiano, teve queda no volume de vendas e na receita nominal com -6,7% e -0,9%, respectivamente.

Na análise do comércio sem ajuste sazonal treze unidades da federação apresentaram variações negativas no volume de vendas, sendo a maior queda ocorrida em Mato Grosso (-8,3%). Os Estados da região Norte lideram as taxas de crescimento positivo, destaque para Roraima (22,5%), Acre (13,6%), Rondônia (6,5%) e Pará (3,8%), vide Gráfico 1.

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



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

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

### Varejo Goiano Restrito

O comércio varejista goiano em março de 2015 apresentou queda de 6,7%, em relação ao mesmo mês do ano anterior (série sem ajuste). Dentre as oito atividades do varejo, quatro registraram taxas positivas, em relação ao mês anterior. Em sentido contrário quatro apresentaram resultados negativos, cujos comportamentos serão descritos a seguir. (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	
	Jan/15	Fev/15	Mar/15	No Ano	12 Meses	Jan/15	Fev/15	Mar/15	No Ano	12 Meses
<b>Comércio Varejista Geral</b>	<b>0,5</b>	<b>-3,3</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,8</b>	<b>1,0</b>	<b>-5,2</b>	<b>-10,6</b>	<b>-6,7</b>	<b>-7,4</b>	<b>-1,8</b>
Combustíveis e lubrificantes	-0,2	-10,0	-2,1	-4,0	-0,3	5,5	-1,0	6,3	3,6	1,6
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,2	-1,8	-2,4	-1,3	0,4	-13,7	-15,7	-17,5	-15,6	-7,8
Hipermercados e supermercados	0,3	-1,4	-2,4	-1,2	0,4	-14,0	-16,2	-17,7	-16,0	-8,1
Tecidos, vestuário e calçados	-0,7	-7,5	-1,2	-3,0	-1,7	-2,0	-13,2	-5,0	-6,5	-0,9
Móveis e eletrodomésticos	-3,4	-10,7	-6,8	-6,7	-2,5	-2,0	-13,5	-7,9	-7,4	-1,9
Móveis	-11,5	-11,4	-7,9	-10,3	-3,8	-6,5	-17,9	-9,4	-10,9	-4,7
Eletrodomésticos	0,3	-10,3	-6,2	-5,0	-1,8	-0,6	-11,9	-7,3	-6,2	-1,1
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5,0	1,8	10,2	5,7	7,4	1,6	-1,1	7,8	2,9	11,9
Livros, jornais, revistas e papelaria	-9,9	-6,3	-5,9	-7,8	-9,0	-13,4	-29,3	-17,0	-18,9	-9,8
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	21,0	8,2	21,8	16,9	2,3	30,8	33,5	72,7	44,8	16,2
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4,5	3,1	17,4	8,3	8,1	6,8	4,3	26,8	12,4	19,1
<b>Comércio varejista ampliado geral</b>	<b>-4,9</b>	<b>-10,4</b>	<b>-0,7</b>	<b>-5,3</b>	<b>-3,4</b>	<b>-8,8</b>	<b>-12,6</b>	<b>-5,0</b>	<b>-8,7</b>	<b>-4,2</b>
Veículos, motocicletas, partes e peças	-16,3	-23,8	-3,7	-14,8	-11,9	-15,6	-17,7	-8,9	-14,1	-8,2
Material de construção	-2,8	-12,9	2,8	-4,4	-2,7	2,7	-3,9	18,4	5,4	-0,2

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

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

A desaceleração no varejo goiano em março/2015 foi puxada, principalmente pela queda nas vendas de Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo e Livros, jornais e revistas (-17,0%). O segmento de Hipermercados em termos de resultados acumulados apresentou variação no ano de -15,6% e nos últimos 12 meses de -7,8%. A queda tão acentuada refletiu principalmente a queda do poder de compra da população.

Ainda seguindo o comportamento de contração, o segmento de Livros, jornais e revistas apresenta queda por nove meses consecutivos e nos últimos doze meses a queda foi 9,8%. A trajetória declinante desta atividade vem sendo influenciada pela substituição dos produtos impressos em meio eletrônico.

Em sentido contrário, o segmento de Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação liderou as vendas, com expansão 72,7% em março, sobre igual mês do ano passado. Essa alta pode ser explicada pelos benefícios fiscais concedidos ao setor, redução do IPI.

O segmento de Outros artigos de uso pessoal e doméstico apresentou a segunda maior positiva, (26,8%). Vale destacar que este resultado positivo foi influenciado pelo baixo valor unitário da maioria dos produtos comercializados nesta atividade e que apresentam um grande volume de vendas.

## Varejo goiano ampliado

O varejo ampliado goiano, que contempla além do varejo o segmento de atacado na construção civil e de veículos, motocicletas, partes e peças apresentou queda em março no volume de vendas (-5,0%), decorrente da queda em veículos, motos, partes e peças de 14,1%. A redução nas vendas de veículos foi decorrente da retirada gradual dos incentivos via redução do IPI, do menor ritmo na oferta de crédito e da restrição orçamentária das famílias, diante da diminuição real da massa de salários. Enquanto o segmento de Material de construção variou positivamente 2,8% em vendas, na comparação com março de 2014. Este resultado foi influenciado pelo maior número de dias úteis em março. No acumulado material de construção atingiu taxas de 5,4% e em doze meses -0,2%.

**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	
	Jan/15	Fev/15	Mar/15	No Ano	12 Meses	Jan/15	Fev/15	Mar/15	No Ano	12 Meses
<b>Comércio Varejista Geral</b>	<b>6,3</b>	<b>3,4</b>	<b>6,5</b>	<b>5,5</b>	<b>7,3</b>	<b>0,8</b>	<b>-4,1</b>	<b>-0,9</b>	<b>-1,3</b>	<b>3,7</b>
Combustíveis e lubrificantes	2,5	-0,3	8,8	3,7	5,6	8,9	9,1	17,1	11,8	9,7
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	8,5	6,7	4,9	6,7	7,9	-3,9	-5,4	-8,4	-5,9	-1,0
Hipermercados e supermercados	8,5	7,0	4,9	6,7	7,9	-4,4	-6,1	-8,6	-6,4	-1,3
Tecidos, vestuário e calçados	2,5	-5,1	2,1	0,0	2,2	2,0	-9,9	-0,9	-2,6	3,4
Móveis e eletrodomésticos	-1,2	-8,5	-4,4	-4,5	2,8	-0,2	-13,9	-8,4	-7,0	1,0
Móveis	-6,3	-6,9	-3,3	-5,5	2,6	-3,1	-15,6	-7,6	-8,4	-0,7
Eletrodomésticos	1,4	-9,3	-4,9	-3,9	3,0	0,8	-13,2	-8,7	-6,5	1,7
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,0	6,4	15,6	10,8	12,4	8,3	4,2	13,8	8,9	17,8
Livros, jornais, revistas e papelaria	-3,8	-0,3	-0,1	-1,8	-2,7	-1,0	-18,2	-5,3	-7,1	1,3
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	11,4	-1,9	12,3	7,1	-2,0	31,0	30,5	59,8	40,1	14,9
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	8,8	7,4	22,8	12,9	13,7	12,0	8,6	32,0	17,4	25,2
<b>Comércio varejista ampliado geral</b>	<b>0,5</b>	<b>-4,3</b>	<b>5,1</b>	<b>0,5</b>	<b>2,3</b>	<b>-3,3</b>	<b>-6,5</b>	<b>1,4</b>	<b>-2,7</b>	<b>1,0</b>
Veículos, motocicletas, partes e peças	-13,3	-20,7	0,4	-11,3	-8,8	-11,8	-12,8	-2,7	-9,2	-4,5
Material de construção	1,7	-8,6	7,4	0,1	2,7	8,8	2,6	25,9	12,2	7,2

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 março/15, tanto o volume quanto a receita de vendas apresentaram quedas de 1,1% e 0,2%, respectivamente. No varejo brasileiro houve queda na receita de 0,4% e no volume queda de 0,9%, 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) (%)**

	Março / 2015	
	Brasil	Goiás
Volume de Vendas	-0,9	-1,1
Receita de Vendas	-0,4	-0,2

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

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

Os dados da Pesquisa Mensal de Comércio permite acompanhar o comportamento conjuntural do comércio varejista goiano. A pesquisa investigou a receita bruta de revenda nas empresas formalmente constituídas, com 20 ou mais pessoas ocupadas. A reversão nos valores da receita nominal do comércio goiano pelo segundo mês consecutivo, chamou atenção, o que significa que houve queda no faturamento do setor.

Nesse primeiro trimestre do ano nota-se que o comércio goiano vem desacelerando, incluindo os segmentos de veículos e motos, partes e peças e de material de construção, acumulando retração de 2,7% no ano no varejo ampliado. Esse resultado está sendo impactado pela reversão do mercado de trabalho, em Goiás o desemprego, medido pela pesquisa da PNAD contínua do IBGE cresceu 7,0% no primeiro trimestre de 2015, contra 5,4% no mesmo trimestre de 2014. Ainda corroborando para essa reversão, o ajuste no crédito em resposta ao aperto da política monetária, taxa de inflação elevada, fim das desonerações fiscais e ainda a maior cautela do consumidor em assumir novas dívidas também contribuíram.

Equipe de Conjuntura do IMB:

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