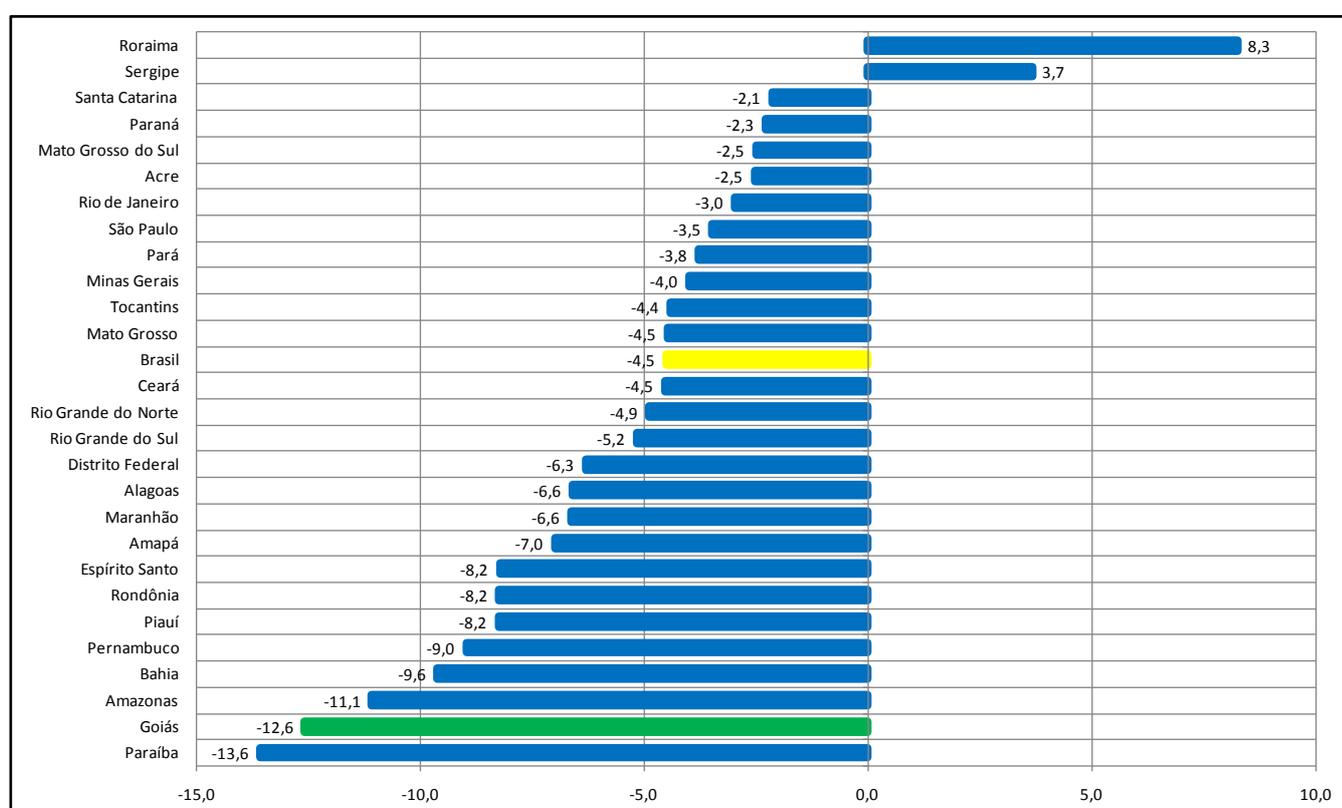


Crise econômica afeta o varejo goiano, o comércio recuou 12,6% em maio.

Conforme a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, em relação ao mesmo mês do ano anterior, o varejo brasileiro em maio de 2015 apresentou queda de 4,5% no volume e alta de 1,9% na receita nominal. Na mesma comparação o comércio goiano teve queda nas vendas e na receita nominal de 12,6% e 7,1%, respectivamente.

Na análise do comércio sem ajuste sazonal vinte e cinco das vinte e sete unidades da federação apresentaram variações negativas no volume de vendas, sendo que as maiores ocorreram na Paraíba (-13,6%), Goiás (-12,6%), Amazonas (-11,1%) e Bahia (-9,6%). Os únicos Estados que apresentaram resultados positivos foram: Roraima (8,3%) e Sergipe (3,7%), vide Gráfico 1.

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



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

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

Na comparação com ajuste sazonal, maio15/abril15, o comércio varejista nacional apresentou queda no volume de vendas (-0,9%) e receita nominal estável (0,0%). Para o Estado de Goiás, o resultado do mês de maio/15 apresentou variação de -0,7% no volume e a receita com variação de -0,4%.

Em âmbito regional, na série com ajuste sazonal, apenas cinco Estados tiveram taxas positivas, com destaque para o Roraima (3,9%), Mato Grosso (1,6%) e Tocantins (1,5%). As principais variações negativas ocorreram nos Estados de Sergipe (-3,9%), Amazonas (-3,1%), Rondônia (-2,7%) e Paraíba (-1,8%).

Na Tabela 1 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 maio/15, o volume de vendas e a receita nominal apresentaram

queda de 0,7% e 0,4%, respectivamente. No varejo brasileiro a receita permaneceu estável e o volume apresentou queda de 0,9%, na mesma base de comparação.

Tabela 1 - Brasil e Goiás: Variação do Volume e da Receita Nominal de Vendas no Comércio Varejista - 2015 (Com Ajuste Sazonal Base: Mês anterior = 100) (%)

	Maio / 2015	
	Brasil	Goiás
Volume de Vendas	-0,9	-0,7
Receita de Vendas	0,0	-0,4

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 maio de 2015 apresentou queda de 12,6% em relação ao mesmo mês do ano anterior (série sem ajuste). Dentre as oito atividades, apenas duas (Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação e Outros artigos de uso pessoal e doméstico) registraram taxas positivas em relação ao mês anterior. Na contramão, seis atividades apresentaram resultados negativos, cujos comportamentos são descritos a seguir. (Tabelas 2 e 3).

Tabela 2 - 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	
	Mar/15	Abr/15	Maio/15	No Ano	12 Meses	Mar/15	Abr/15	Maio/15	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	0,3	-3,3	-4,5	-2,0	-0,5	-7,1	-11,3	-12,6	-9,4	-4,9
Combustíveis e lubrificantes	-2,1	-2,1	-4,2	-3,7	-1,1	2,8	-7,3	-7,3	-1,7	0,6
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-2,4	-2,0	-2,1	-1,6	-0,9	-17,5	-15,4	-17,8	-16,0	-11,4
Hipermercados e supermercados	-2,4	-2,0	-2,1	-1,5	-0,9	-17,7	-15,8	-18,0	-16,3	-11,6
Tecidos, vestuário e calçados	-1,2	-7,5	-7,7	-5,0	-2,8	-5,0	-10,2	-8,2	-7,6	-3,2
Móveis e eletrodomésticos	-6,8	-15,3	-18,5	-10,9	-6,1	-7,9	-18,2	-19,2	-12,0	-6,0
Móveis	-7,9	-16,2	-20,0	-13,5	-7,8	-9,4	-20,7	-18,8	-14,4	-9,0
Eletrodomésticos	-6,2	-15,0	-17,9	-9,7	-5,3	-7,3	-17,3	-19,2	-11,1	-5,0
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,3	6,2	1,8	5,0	6,8	7,9	4,0	-0,8	2,3	8,0
Livros, jornais, revistas e papelaria	-5,9	-9,1	-11,8	-8,6	-9,5	-17,0	-13,8	-14,9	-17,4	-13,0
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	21,8	2,5	0,3	10,7	3,2	72,7	25,8	6,4	32,3	19,5
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	15,7	-0,7	0,2	4,4	5,8	25,6	11,0	17,4	12,9	17,0
Comércio varejista ampliado geral	-0,8	-8,3	-10,4	-7,0	-5,0	-5,3	-15,8	-17,1	-12,0	-7,3
Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,7	-19,3	-22,2	-17,3	-13,9	-8,9	-25,9	-26,2	-19,1	-12,2
Material de construção	2,9	-4,1	-11,3	-5,7	-3,6	17,2	3,8	-3,2	3,1	0,5

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

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

A desaceleração em maio/2015 foi puxada, principalmente pela queda nas vendas de Móveis e Eletrodomésticos (-19,2%) e hipermercados (-17,8%). O recuo nesses dois segmentos vem ocorrendo ao longo do ano. Esse comportamento é similar ao arrefecimento nas vendas do comércio de modo geral. A queda está relacionada à conjuntura econômica desfavorável, como a redução da massa de rendimento, menor ritmo de crescimento do crédito, elevação dos preços de bens e serviços, além do fraco desempenho das vendas em comemoração ao Dia das Mães.

O segmento de Livros, jornais e revistas vem apresentando queda por seis meses consecutivos e nos últimos doze meses a queda atingiu 13,0%. A trajetória declinante desta atividade vem sendo influenciada pela restrição orçamentária das famílias e, no que tange a jornais e revistas, por certa substituição dos produtos impressos pelos de meio eletrônico.

Em sentido contrário, o segmento de Outros artigos de uso pessoal e doméstico (engloba lojas de departamentos, joalherias, artigos esportivos e brinquedos) liderou as vendas, com expansão 17,4%. Este resultado reflete o comportamento da massa de rendimentos das famílias e da baixa oferta crédito, cujos níveis estão mais baixo este ano do que no ano passado, assim comprometendo datas comemorativas importantes como o dia das Mães.

O segmento de Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação apresentou a segunda maior taxa positiva, (6,4%). Essa alta pode ser explicada pelo comportamento do segmento nos últimos doze meses que teve variação de 16,0%, crescimento acima do IPCA (9,4%).

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 maio de 17,1%, decorrente, em grande parte, do recuo nas vendas de Veículos, motocicletas, partes e peças de (26,2%). Assim, pode-se considerar que há um represamento do consumo de bens duráveis durante a crise, devido seu valor.

O segmento de Material de construção, ao contrário do que ocorreu em abril, apresentou queda 3,2% no volume de vendas, na comparação com maio de 2014. Este resultado está sendo influenciado de certa forma pelos reflexos das expectativas negativas sobre o quadro macroeconômico e também pela diminuição da renda real. No acumulado material de construção atingiu taxas de 3,1% e em doze meses 0,5%.

Tabela 3 - 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	
	Mar/15	Abr/15	Mai/15	No Ano	12 Meses	Mar/15	Abr/15	Mai/15	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	6,3	2,8	1,9	4,1	5,7	-1,4	-5,6	-7,1	-3,5	0,6
Combustíveis e lubrificantes	8,8	6,9	5,4	4,7	5,5	13,2	-0,3	-0,8	5,8	7,9
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	4,9	4,8	5,6	6,1	6,5	-8,4	-6,9	-8,7	-6,7	-3,8
Hipermercados e supermercados	4,9	4,8	5,5	6,1	6,5	-8,6	-7,3	-9,0	-7,1	-4,1
Tecidos, vestuário e calçados	2,1	-4,0	-4,5	-1,9	1,0	-0,9	-7,2	-5,6	-4,3	0,5
Móveis e eletrodomésticos	-4,4	-12,6	-16,8	-8,7	-1,7	-8,4	-17,2	-18,5	-11,4	-3,9
Móveis	-3,3	-11,5	-15,9	-8,9	-2,1	-7,6	-18,1	-16,0	-11,8	-5,5
Eletrodomésticos	-4,9	-13,2	-17,2	-8,6	-1,5	-8,7	-16,9	-19,4	-11,3	-3,4
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de	15,6	12,6	8,0	10,5	12,0	13,8	11,9	6,8	9,0	14,5

perfumaria e cosméticos										
Livros, jornais, revistas e papelaria	-0,1	-2,0	-5,5	-2,4	-3,2	-5,3	-2,0	-4,1	-5,7	-1,4
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	12,3	-6,5	-8,6	1,2	-2,4	59,8	14,3	-4,6	24,4	16,0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	20,9	3,7	4,8	8,9	11,0	30,7	14,8	20,9	17,3	22,6
Comércio varejista ampliado geral	5,0	-2,3	-4,2	-1,1	0,7	0,9	-9,6	-10,8	-5,9	-1,9
Veículos, motocicletas, partes e peças	0,5	-15,6	-18,3	-13,7	-10,7	-2,7	-21,0	-20,3	-14,0	-8,3
Material de construção	7,5	0,7	-6,8	-1,2	1,5	24,7	10,9	3,0	9,7	7,8

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

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

A forte subida dos preços tem comprometidos as vendas do comércio varejista. Conforme o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) de Goiânia nos últimos doze meses atingiu 9,4% de variação, enquanto que a receita de vendas do varejo no mesmo período foi de 0,6%, isso significa que o volume de vendas real foi negativo.

O comportamento das vendas do varejo goiano nos últimos meses tem sido de recuo. Dessa forma, acredita-se que a perda de poder aquisitivo dos salários em decorrência da inflação, o aumento da taxa de desemprego e o fraco desempenho da economia deverá continuar influenciando o desempenho do comércio em Goiás.

Equipe de Conjuntura do IMB:

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