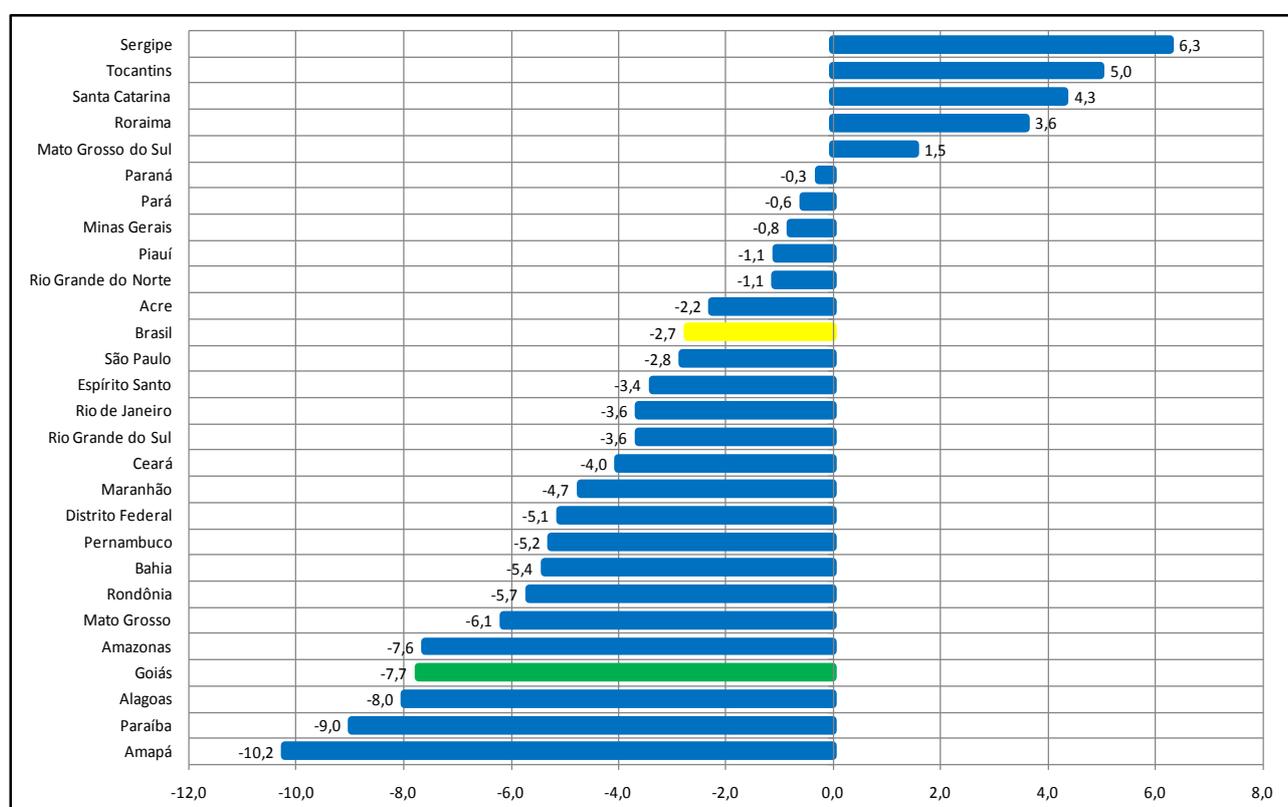


### Crise econômica continua afetando o varejo goiano recuou 7,7% em junho.

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 junho de 2015 apresentou queda de 2,7% no volume e alta de 4,6% na receita nominal. Na mesma comparação o comércio goiano teve queda nas vendas e na receita nominal de 7,7% e 1,7%, respectivamente.

Na análise do comércio sem ajuste sazonal vinte e cinco das vinte e duas unidades da federação apresentaram variações negativas no volume de vendas, sendo que as maiores ocorreram no Amapá (-10,2%), Paraíba (-9,0%), Alagoas (-8,0%) e Goiás (-7,7%). Os Estados que apresentaram resultados positivos foram: Sergipe (6,3%), Tocantins (5,0%), Santa Catarina (4,3%), Roraima (3,6%) e Mato Grosso do Sul (1,5%), vide Gráfico 1.

**Gráfico 1 - Taxa de variação do volume de vendas do comércio varejista por UF (junho 2015/ junho 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, junho15/maio15, o comércio varejista nacional apresentou queda no volume de vendas (-0,4%) e alta na receita nominal estável (0,8%). Para o Estado de Goiás, o mês de junho/15 apresentou alta no volume e na receita de 0,3% e 0,9%, respectivamente.

Em âmbito regional, na série com ajuste sazonal, treze Estados tiveram taxas positivas no volume de vendas, com destaque para a Paraíba (2,6%), Tocantins e Sergipe (1,2%) e Santa Catarina e Mato Grosso do Sul (1,0%). As principais variações negativas ocorreram nos Estados de Alagoas (-4,4%), Amapá (-3,7%), Roraima (-2,7%) e Acre (-1,7%).

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 junho/15, o volume de vendas e a receita nominal apresentaram

alta de 0,3% e 0,9%, respectivamente. No varejo brasileiro a receita apresentou alta de 0,8% e o volume apresentou queda de 0,4%, 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) (%)**

	Junho / 2015	
	Brasil	Goiás
Volume de Vendas	-0,4	0,3
Receita de Vendas	0,8	0,9

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 junho de 2015 apresentou queda de 7,7% em relação ao mesmo mês do ano anterior (série sem ajuste). Dentre as oito atividades, apenas três (Combustíveis e lubrificantes; Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos e Outros artigos de uso pessoal e doméstico) registraram taxas positivas em relação ao mês anterior. Na contramão, oito 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	
	Abr/15	Mai/15	Jun/15	No Ano	12 Meses	Abr/15	Mai/15	Jun/15	No Ano	12 Meses
<b>Comércio Varejista Geral</b>	<b>-3,3</b>	<b>-4,5</b>	<b>-2,7</b>	<b>-2,2</b>	<b>-0,8</b>	<b>-11,3</b>	<b>-12,5</b>	<b>-7,7</b>	<b>-9,1</b>	<b>-5,3</b>
Combustíveis e lubrificantes	-2,1	-4,4	-1,0	-3,3	-1,0	-7,3	-7,3	1,2	-1,2	1,4
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-2,0	-2,0	-2,7	-1,8	-1,2	-15,4	-17,6	-10,9	-15,2	-11,6
Hipermercados e supermercados	-2,0	-2,1	-2,6	-1,7	-1,2	-15,8	-18,0	-11,2	-15,6	-11,8
Tecidos, vestuário e calçados	-7,5	-7,8	-4,6	-5,0	-2,9	-10,2	-8,2	-3,7	-6,9	-3,6
Móveis e eletrodomésticos	-15,3	-18,5	-13,6	-11,3	-7,1	-18,2	-19,2	-16,1	-12,6	-7,3
Móveis	-16,2	-20,1	-10,2	-13,0	-8,9	-20,7	-18,8	-17,7	-14,9	-10,9
Eletrodomésticos	-15,0	-17,8	-15,1	-10,5	-6,3	-17,3	-19,2	-15,5	-11,8	-6,0
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,2	1,8	6,2	5,2	6,6	4,0	-0,8	3,9	2,6	6,6
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	2,5	-0,5	7,9	10,1	4,4	25,8	6,8	-3,5	25,5	17,5
Livros, jornais, revistas e papelaria	-9,1	-11,8	-5,9	-8,3	-9,1	-13,8	-14,9	-4,9	-15,8	-13,0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-0,7	0,2	1,6	3,9	5,3	11,0	17,4	3,9	11,3	14,9
<b>Comércio varejista ampliado geral</b>	<b>-8,3</b>	<b>-10,4</b>	<b>-3,5</b>	<b>-6,4</b>	<b>-4,8</b>	<b>-15,8</b>	<b>-17,1</b>	<b>-8,7</b>	<b>-11,5</b>	<b>-7,3</b>
Veículos, motocicletas, partes e peças	-19,3	-22,1	-6,4	-15,6	-13,0	-25,9	-26,2	-13,8	-18,2	-12,1
Material de construção	-4,1	-11,3	1,1	-4,7	-3,2	3,8	-3,2	4,6	3,3	1,5

A desaceleração em junho/2015 foi puxada, principalmente pela queda nas vendas de Móveis e Eletrodomésticos (-16,1%) e Hipermercados e supermercados (-11,2%). 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, mesmo com a comemoração do Dia dos Namorados neste mês.

O segmento de Móveis e eletrodomésticos vem apresentando queda por sete meses consecutivos e no ano já acumulou queda de 12,6%, nos últimos doze meses a queda atingiu 7,3%. A trajetória declinante desta atividade vem sendo influenciada pela restrição orçamentária das famílias.

Em sentido contrário, os segmentos de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos e Outros artigos de uso pessoal e doméstico (engloba lojas de departamentos, joalherias, artigos esportivos e brinquedos) lideraram as vendas, ambos com expansão de 3,9%. Este resultado reflete a redução da massa de rendimentos das famílias e da redução na oferta crédito, cujos níveis estão mais baixo este ano do que no ano passado.

#### Varejo goiano ampliado

O varejo goiano ampliado, que contempla além do varejo restrito o segmento de atacado na construção civil e de veículos, motocicletas, partes e peças apresentou queda em junho de 8,7%, decorrente, em grande parte, do recuo nas vendas de Veículos, motocicletas, partes e peças de (13,8%). Assim, pode-se considerar que continua ocorrendo um represamento do consumo de bens duráveis, devido ao seu alto valor, aliado ao menor ritmo do crédito e pelo comprometimento da renda familiar, provocando desaceleração do consumo nesta atividade.

O segmento de Material de construção, ao contrário do que ocorreu em maio, apresentou alta de 4,6% no volume de vendas, na comparação com junho de 2014. Este resultado é bastante animador, sinalizando recuperação da atividade, que no acumulado no ano alcançou taxas de 3,3% e em doze meses 1,5%.

**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	
	Abr/15	Mai/15	Jun/15	No Ano	12 Meses	Abr/15	Mai/15	Jun/15	No Ano	12 Meses
<b>Comércio Varejista Geral</b>	<b>2,8</b>	<b>1,9</b>	<b>4,6</b>	<b>4,2</b>	<b>5,5</b>	<b>-5,6</b>	<b>-7,0</b>	<b>-1,7</b>	<b>-3,2</b>	<b>0,1</b>
Combustíveis e lubrificantes	6,9	5,1	9,6	5,4	6,0	-0,3	-0,8	6,1	5,9	8,4
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	4,8	5,6	6,2	6,1	6,4	-6,9	-8,4	-0,7	-5,8	-3,6
Hipermercados e supermercados	4,8	5,5	6,1	6,1	6,4	-7,3	-9,0	-1,3	-6,2	-4,0
Tecidos, vestuário e calçados	-4,0	-4,7	-1,0	-1,8	0,7	-7,2	-5,6	-0,4	-3,6	0,0
Móveis e eletrodomésticos	-12,6	-16,8	-11,2	-9,1	-3,1	-17,2	-18,5	-15,5	-12,1	-5,6
Móveis	-11,5	-16,0	-5,4	-8,4	-3,3	-18,1	-16,0	-14,4	-12,2	-7,4
Eletrodomésticos	-13,2	-17,1	-14,2	-9,5	-3,0	-16,9	-19,4	-15,8	-12,0	-4,9
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	12,6	8,1	13,2	11,0	12,1	11,9	6,8	11,6	9,5	13,3
Equipamentos e materiais para	-6,5	-9,1	0,9	1,1	-1,8	14,3	-4,3	-8,0	18,4	13,5

escritório, informática e comunicação										
Livros, jornais, revistas e papelaria	-2,0	-5,4	2,0	-1,9	-2,6	-2,0	-4,1	3,8	-4,4	-1,5
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,7	4,8	6,8	8,6	10,5	14,8	20,9	6,8	15,4	20,1
<b>Comércio varejista ampliado geral</b>	<b>-2,3</b>	<b>-4,2</b>	<b>3,1</b>	<b>-0,4</b>	<b>1,0</b>	<b>-9,6</b>	<b>-10,7</b>	<b>-2,3</b>	<b>-5,3</b>	<b>-1,9</b>
Veículos, motocicletas, partes e peças	-15,6	-18,2	-1,7	-11,8	-9,6	-21,0	-20,3	-7,7	-13,0	-8,0
Material de construção	0,7	-6,7	6,1	-0,1	1,9	10,9	3,0	11,0	9,9	8,8

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

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

O comércio varejista goiano vem perdendo fôlego, essa desaceleração teve início em dezembro de 2014 para o varejo restrito e em novembro de 2014 para o comércio ampliado. Os fundamentos econômicos apontam queda em indicadores pelo lado da oferta, como exemplo, o recuo na produção industrial goiana, que fechou o semestre com queda de 2,1%. O mercado de trabalho também perdeu força no semestre, foram gerados 22.942 novos postos de trabalho, ante 46.716 postos no mesmo período de 2014. 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 apontam desaceleração do comércio goiano à frente.

#### **Equipe de Conjuntura do IMB:**

Alex Felipe Rodrigues Lima  
Dinamar Maria Ferreira Marques  
Luiz Batista Alves