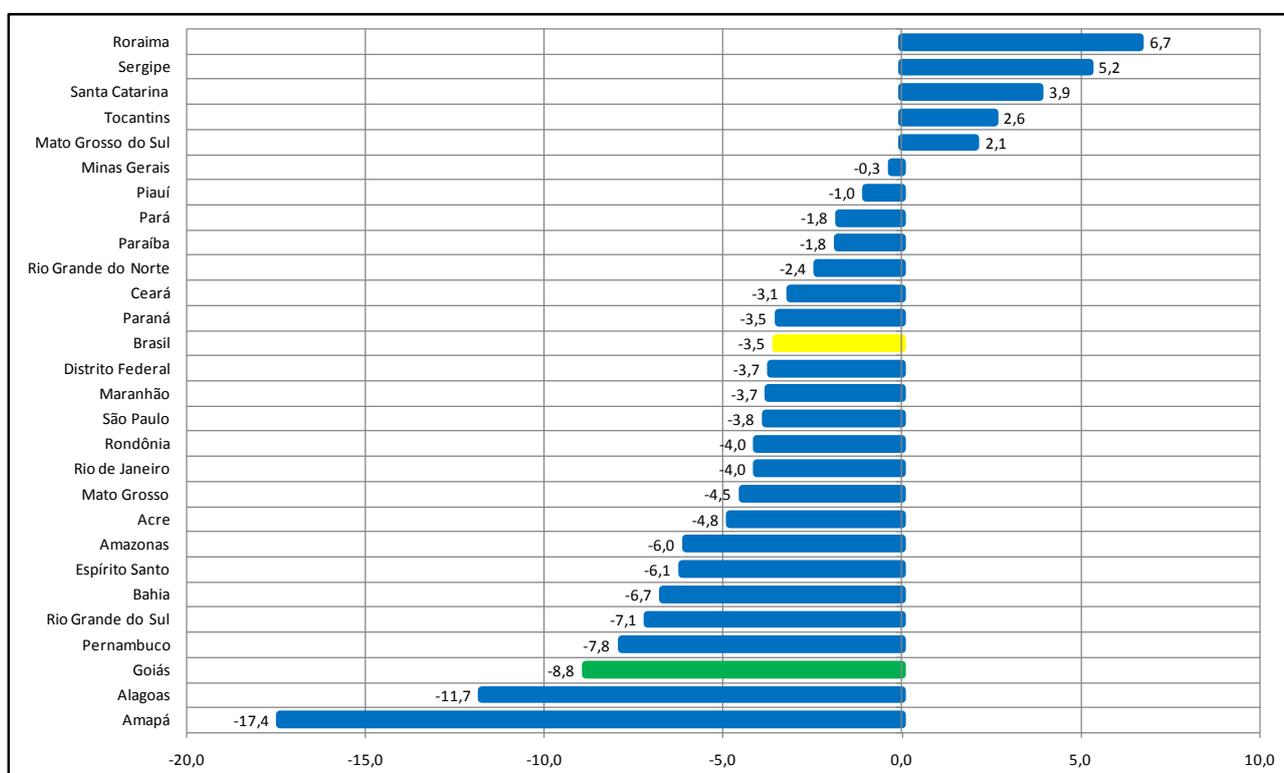


Crise econômica continua afetando o varejo goiano recuou 8,8% em julho.

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 julho de 2015 apresentou queda de 3,5% no volume e alta de 4,2% na receita nominal. Na mesma comparação o comércio goiano teve queda nas vendas e na receita nominal de 8,8% e 2,5%, respectivamente.

Na análise do comércio sem ajuste sazonal vinte e duas das vinte e sete unidades da federação apresentaram variações negativas no volume de vendas, sendo que as maiores ocorreram no Amapá (-17,4%), Alagoas (-11,7%), Goiás (-8,8%) e Pernambuco (-7,8%). Os Estados que apresentaram resultados positivos foram: Roraima (6,7%), Sergipe (5,2%), Santa Catarina (3,9%), Tocantins (2,6%) e Mato Grosso do Sul (2,1%), vide Gráfico 1.

Gráfico 1 - Taxa de variação do volume de vendas do comércio varejista por UF (julho 2015/ julho 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, julho15/junho15, o comércio varejista nacional apresentou queda no volume de vendas (-1,0%) e alta na receita nominal (0,1%). Para o Estado de Goiás, o mês de julho/15 apresentou queda no volume e na receita de 1,6% e 1,2%, respectivamente.

Em âmbito regional, na série com ajuste sazonal, quatro Estados tiveram taxas positivas no volume de vendas, com destaque para Roraima (2,7%), Pará (1,6%), Paraíba (1,3%) e Amazonas (0,3%). As principais variações negativas ocorreram nos Estados do Amapá (-4,9%), Rio Grande do Sul (-2,6%), Paraná (-2,2%) e Acre (-1,8%).

A 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 julho/15, o volume de vendas e a receita nominal apresentaram queda de 1,6% e 1,2%, respectivamente. No varejo brasileiro a receita apresentou alta de 0,1% e o volume apresentou queda de 1,0%, 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) (%)

	Julho / 2015	
	Brasil	Goiás
Volume de Vendas	-1,0	-1,6
Receita de Vendas	0,1	-1,2

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 julho de 2015 apresentou queda de 8,8% em relação ao mesmo mês do ano anterior (série sem ajuste). Dentre as oito atividades, apenas uma (Outros artigos de uso pessoal e doméstico) registrou taxa positiva em relação ao mês anterior. Na contramão, as sete atividades restantes 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	
	Mai o/15	Jun/1 5	Jul/1 5	N o An o	12 M es es	Mai o/1 5	Jun/1 5	Jul/1 5	No An o	12 M es es
Comércio Varejista Geral	-4,5	-2,7	-3,5	-2,4	-1,0	-12,5	-7,6	-8,8	-9,0	-5,8
Combustíveis e lubrificantes	-4,4	-0,7	-3,6	-3,3	-1,2	-7,3	2,0	-4,0	-1,5	1,4
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-2,0	-2,7	-2,1	-1,8	-1,4	-17,6	-10,9	-8,5	14,3	-11,4
Hipermercados e supermercados	-2,1	-2,6	-2,0	-1,7	-1,3	-18,0	-11,2	-8,7	14,7	-11,7
Tecidos, vestuário e calçados	-7,8	-4,6	-8,1	-5,5	-3,3	-8,2	-3,7	-11,7	-7,7	-4,8
Móveis e eletrodomésticos	-18,5	-13,6	-12,8	-11,5	-7,3	-19,2	-16,1	-17,2	-13,3	-8,0
Móveis	-20,1	-10,2	-14,5	-13,2	-9,3	-18,8	-17,7	-17,2	15,3	-12,1
Eletrodomésticos	-17,8	-15,1	-11,9	-10,7	-6,4	-19,2	-15,5	-17,3	-12,6	-6,6
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,8	5,8	1,6	4,6	6,1	-0,8	3,9	-0,3	2,1	5,2
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-11,8	-5,8	-9,2	-8,4	-8,8	-14,9	-4,9	-7,4	-14,8	-12,8

Livros, jornais, revistas e papelaria	-0,5	7,4	-5,2	7,9	4,7	6,8	-3,5	-5,0	20,6	15,7
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,2	1,3	0,3	3,4	5,0	17,4	3,7	3,4	10,0	12,8
Comércio varejista ampliado geral	-10,4	-3,6	-6,8	-6,5	-4,9	-17,1	-8,5	-13,6	11,7	-8,0
Veículos, motocicletas, partes e peças	-22,1	-6,8	-13,3	15,3	13,1	-26,2	-13,3	-21,2	18,6	13,1
Material de construção	-11,3	1,4	-7,1	-5,0	-3,5	-3,2	4,6	-7,6	1,6	0,9

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

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

A desaceleração em julho/2015 foi puxada, principalmente pela queda nas vendas de Móveis e Eletrodomésticos (-17,2%), Tecidos, vestuário e calçados (-11,7%) e Hipermercados e supermercados (-8,7%). Esses segmentos vêm apresentando comportamentos de quedas ao longo do ano. Em geral, esse comportamento é similar ao arrefecimento nas vendas do comércio, devido a uma conjuntura econômica desfavorável, associado a elevação de preços dos bens e serviços, redução da massa salarial e crédito bastante reduzido.

O segmento de Móveis e eletrodomésticos vem apresentando queda por oito meses consecutivos e no ano já acumulou queda de 13,3%, nos últimos doze meses a queda atingiu 8,0%. Devido ao aperto orçamentário das famílias, esta atividade vem apresentando persistente trajetória declinante ao longo do ano.

Em sentido contrário, apenas o segmento de Outros artigos de uso pessoal e doméstico (engloba lojas de departamentos, joalherias, artigos esportivos e brinquedos) lidera as vendas, com expansão de 3,4%. Isso se deve, em grande parte, a redução da massa de rendimentos das famílias e redução na oferta de crédito.

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 13,6%, decorrente, em grande parte, do recuo nas vendas de Veículos, motocicletas, partes e peças de (21,2%). Há uma expectativa de aumento na inflação, bem como deterioração no mercado de trabalho pelos consumidores, que procuram assim, postergar as compras de bens duráveis. Com isto, devido ao seu alto valor, menor ritmo do crédito e pelo comprometimento da renda familiar, persiste o represamento do consumo deste tipo de bens pelas famílias.

O segmento de Material de construção que havia apresentado taxa positiva em junho/15 (4,6%) apresentou queda de 7,6% em julho/15. A diminuição da renda real associada as expectativas negativas sobre o quadro macroeconômico tem influenciado para este resultado. No acumulado no ano o segmento alcançou taxas de 1,6% e em doze meses 0,9%.

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	
	Mai o/1 5	Jun/ 15	Jul/1 5	N o A n o	1 2 M e s e s	Mai o/1 5	Jun/ 15	Jul/1 5	N o A n o	12 M e s e s
Comércio Varejista Geral	1,9	4,5	4,2	4,2	5,3	-7,0	-1,6	-2,5	-3,3	-0,3

									1	
Combustíveis e lubrificantes	5,1	9,9	7,5	5,8	6,3	-0,8	7,0	3,2	5,6	8,1
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,6	6,2	7,6	6,3	6,4	-8,4	-0,7	2,3	-4,7	-3,0
Hipermercados e supermercados	5,5	6,1	7,4	6,3	6,4	-9,0	-1,3	1,7	-5,2	-3,4
Tecidos, vestuário e calçados	-4,7	-1,1	-4,9	-2,3	0,2	-5,6	-0,4	-8,9	-4,5	-1,5
Móveis e eletrodomésticos	-16,8	-11,2	-10,8	-9,3	-3,8	-18,5	-15,5	-17,6	-1,2	-6,9
Móveis	-16,0	-5,4	-9,8	-8,6	-4,0	-16,0	-14,4	-14,3	-1,2	-8,9
Eletrodomésticos	-17,1	-14,2	-11,4	-9,7	-3,7	-19,4	-15,8	-19,0	-1,3	-6,1
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,1	12,8	8,6	10,6	11,7	6,8	11,6	6,7	9,0	12,0
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-5,4	2,0	-1,9	-1,9	-2,3	-4,1	3,8	0,1	-3,9	-1,4
Livros, jornais, revistas e papelaria	-9,1	0,3	-12,9	-1,0	-2,1	-4,3	-8,0	-8,4	1,4	11,3
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	4,8	6,5	5,3	8,1	10,0	20,9	6,6	6,1	1,3	17,5
Comércio varejista ampliado geral	-4,2	3,0	0,2	0,3	0,9	-10,7	-2,1	-6,8	-5,5	-2,4
Veículos, motocicletas, partes e peças	-18,2	-2,1	-8,6	-1,4	-9,6	-20,3	-7,3	-14,7	-1,3	-8,7
Material de construção	-6,7	6,5	-2,5	-0,4	1,4	3,0	11,1	-1,4	8,2	8,1

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

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

Em Goiás, no decorrer do ano, o comércio varejista tem se mostrado em desaceleração, apresentando quedas em grande parte de seus segmentos, devido a perda do poder aquisitivo dos salários em decorrência da inflação, ao arrefecimento do mercado de trabalho e ao fraco desempenho da economia, impactando diretamente o varejo de bens duráveis e não duráveis. Juntam-se a isso, o processo inflacionário em alta para os alimentos e a maior precaução do consumidor quanto ao comprometimento do orçamento familiar de médio e longo prazos. Por fim, o varejo de materiais de construção também se mostrou em desaceleração, explicada pelo arrefecimento do mercado imobiliário. O que se percebe é que a crise no comércio varejista não está somente no Estado de Goiás, ela se apresenta de forma generalizada na maioria dos Estados brasileiros.

Equipe de Conjuntura do IMB:

Alex Felipe Rodrigues Lima
Dinamar Maria Ferreira Marques
Luiz Batista Alves