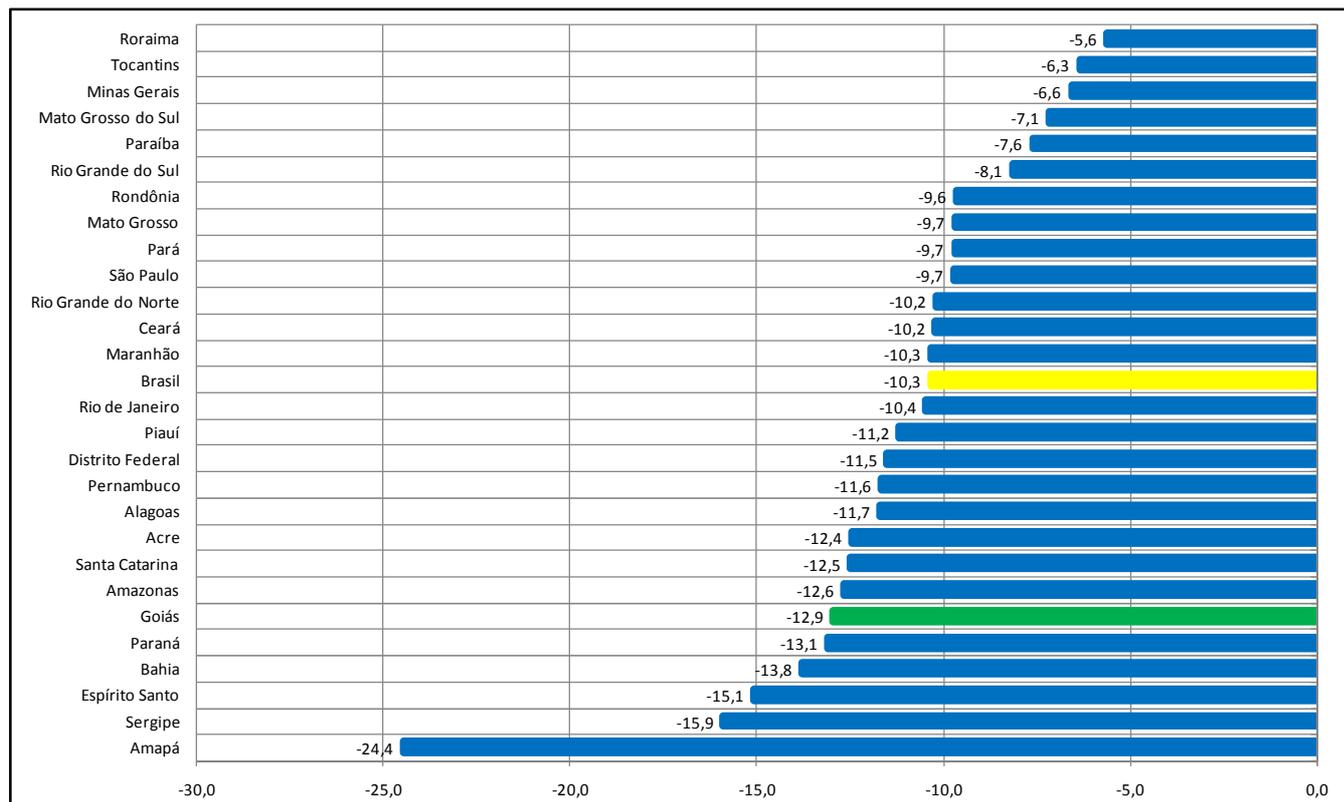


Varejo goiano inicia o ano de 2016 com queda 12,9%

Divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) mostra que em janeiro de 2016 o comércio varejista restrito (que exclui os segmentos de veículos e motos, partes e peças e de material de construção) no Estado de Goiás apresentou queda, registrando -12,9%, na comparação do mesmo mês do ano anterior. Esse resultado fez com que Goiás figurasse com a sexta pior taxa entre as Unidades da Federação, sua queda foi superior à registrada nacionalmente, -10,3% (Gráfico 1). Nos últimos 12 meses acumulou variação negativa de 10,8%.

Neste início de ano, todas as Unidades da Federação apresentaram queda nas vendas do comércio, destacando-se com as maiores quedas os Estados do Amapá e Sergipe, com -24,4% e -15,9%, respectivamente.

Gráfico 1 - Taxa de variação (%) do volume de vendas do comércio varejista por UF (Janeiro 2016/Janeiro 2015)



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Elaboração: Instituto Mauro Borges/Segplan-GO/Gerência de Contas Regionais e Indicadores - 2016.

Na comparação com ajuste sazonal, ou seja, entre janeiro/2016 e dezembro/2015, dezessete Unidades da Federação apresentaram queda em volume. A tabela 1 mostra que em Goiás a queda registrada foi bem inferior a média nacional.

Tabela 1 - Brasil e Goiás: Variação do Volume e da Receita Nominal de Vendas no Comércio Varejista - 2016 (Com Ajuste Sazonal Base: Mês anterior = 100) (%)

	Janeiro/2016	
	Brasil	Goiás
Volume de Vendas	-1,5	-0,2
Receita de Vendas	0,1	-0,2

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

Elaboração: Instituto Mauro Borges/Segplan-GO/Gerência de Contas Regionais e Indicadores - 2016.

Varejo Goiano Restrito

A tabela 2 mostra que no âmbito restrito o comércio varejista goiano, em volume, no mês de janeiro de 2016 apresentou queda de 12,9% em relação ao mesmo mês do ano anterior e todos os segmentos que o compõem apresentaram queda, sendo os maiores recuos em equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação, com queda de -32,9% e Móveis e eletrodomésticos com -27,3%.

Tabela 2 - Brasil e Estado de Goiás: Variação do volume de vendas no comércio varejista - 2016 (Base: Igual mês do ano anterior = 100)

Segmentos	Variação (%)							
	Brasil				Goiás			
	Variação Mensal			Acumulado	Variação Mensal			Acumulado
	Nov/15	Dez/15	Jan/16	12 meses	Nov/15	Dez/15	Jan/16	12 meses
Comércio Varejista Geral	-7,8	-7,2	-10,3	-5,2	-11,4	-10,9	-12,9	-10,8
Combustíveis e lubrificantes	-12,0	-9,8	-14,1	-7,3	-7,8	-0,2	-6,3	-4,2
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-5,6	-3,7	-5,8	-3,0	-9,6	-7,3	-9,0	-12,2
Hipermercados e supermercados	-5,8	-3,9	-5,7	-3,0	-9,8	-7,4	-9,1	-12,4
Tecidos, vestuário e calçados	-15,6	-9,7	-13,8	-9,5	-11,2	-8,0	-10,9	-9,5
Móveis e eletrodomésticos	-14,7	-18,9	-24,3	-15,9	-20,5	-28,5	-27,3	-20,1
Móveis	-18,9	-22,3	-11,2	-16,6	-22,9	-24,9	-25,0	-21,0
Eletrodomésticos	-13,0	-17,4	-29,4	-15,6	-19,7	-29,6	-28,1	-19,8
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,0	3,1	-0,2	2,6	-1,2	-0,2	-3,5	0,2
Livros, jornais, revistas e papelaria	-18,0	-15,0	-13,3	-11,4	-23,8	-14,6	-2,0	-12,2
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-5,6	-15,9	-24,0	-5,4	-16,2	-32,3	-32,9	0,0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-5,4	-7,9	-12,5	-2,7	-0,9	7,7	1,0	4,4
Comércio varejista ampliado geral	-13,2	-11,0	-13,3	-9,3	-21,0	-17,7	-21,4	-16,0
Veículos, motocicletas, partes e peças	-24,4	-20,0	-18,9	-18,0	-34,7	-30,2	-31,2	-25,2
Material de construção	-13,6	-12,5	-18,5	-9,7	-15,3	-12,1	-26,4	-7,2

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

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

A tabela 3 mostra que em termos de receita nominal, o valor das vendas do comércio varejista goiano continua apresentando queda de 3,7% em janeiro, e -3,6% no acumulado de doze meses. Vale ressaltar que este resultado é preocupante, tendo em vista que, em um ambiente econômico com inflação elevada, este comportamento faz com que a receita real seja ainda mais negativa.

Tabela 3 - Brasil e Estado de Goiás: Variação da Receita Nominal de Vendas no Comércio Varejista - 2016 (Base: Igual mês do ano anterior = 100)

Atividades	Variação (%)							
	Brasil				Goiás			
	Variação Mensal			Acumulado	Variação Mensal			Acumulado
	Nov/15	Dez/15	Jan/16	12 meses	Nov/15	Dez/15	Jan/16	12 meses
Comércio Varejista Geral	1,4	2,6	1,0	2,8	-2,9	-2,1	-3,7	-3,6
Combustíveis e lubrificantes	5,3	8,7	5,3	5,7	4,0	12,1	7,5	6,4
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,0	8,1	6,9	6,4	1,7	3,8	3,1	-1,8
Hipermercados e supermercados	4,5	7,8	6,7	6,3	1,4	3,4	2,6	-2,2
Tecidos, vestuário e calçados	-11,4	-5,4	-9,3	-5,9	-7,1	-4,7	-8,2	-6,4
Móveis e eletrodomésticos	-12,6	-15,9	-19,5	-13,5	-16,4	-24,3	-24,3	-18,5
Móveis	-13,9	-17,5	-6,1	-12,0	-19,4	-22,3	-22,8	-18,1
Eletrodomésticos	-11,9	-15,2	-25,8	-14,3	-15,4	-25,0	-24,8	-18,6
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de	10,1	11,0	7,6	9,5	6,0	7,2	3,2	7,2

perfumaria e cosméticos								
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-11,3	-7,4	-5,2	-4,4	-14,8	-4,6	9,3	-2,1
Livros, jornais, revistas e papelaria	-4,0	-14,6	-20,9	-9,3	-13,4	-26,4	-25,6	-1,5
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,8	-0,5	-5,0	3,1	5,6	14,8	7,6	8,9
Comércio varejista ampliado geral	-5,5	-2,7	-4,7	-2,3	-13,3	-10,0	-14,2	-9,3
Veículos, motocicletas, partes e peças	-21,6	-17,2	-17,0	-14,3	-29,8	-25,7	-27,4	-20,3
Material de construção	-8,8	-8,0	-14,8	-5,3	-10,0	-7,4	-22,4	-1,7

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Elaboração: Instituto Mauro Borges / Segplan-GO / Gerência de Contas Regionais e Indicadores - 2016

Varejo goiano ampliado

Outro setor muito sensível à deterioração do poder de compra oriundo da crise econômica é o de veículos, motocicletas, partes e peças, que conforme se observa pela tabela 2, em volume no acumulado em 12 meses houve queda de 25,2% em Goiás e 18,0% no Brasil, na mesma comparação.

Em geral, o que se observa é que a conjuntura aponta que todos os segmentos do comércio continuarão impactados pela elevação do desemprego e pela queda de renda disponível das famílias.

Os segmentos mais ligados à renda, como farmacêutico e supermercados, sentirão em menor intensidade, dada a menor elasticidade renda. Já os segmentos de vendas de veículos, de eletrodomésticos e de materiais de construção tendem a apresentar quedas mais acentuadas, são mais dependentes da confiança do consumidor e das decisões macroeconômicas de médio e longo prazo.

No caso do recuo nas vendas de materiais de construção, principalmntede materiais para construção voltados a reformas, a explicação é que está sendo impactado pelo forte ajuste nos orçamentos domésticos. E de modo geral o recuo está refletindo o desaquecimento do mercado imobiliário, que caiu substancialmente as vendas.

O que se observa na atividade de comércio é que está ocorrendo uma mudança na cesta de produtos vendidos, em detrimento do orçamento apertado, em que as famílias buscam produtos de menor valor, deixando de comprar marcas líderes. Lembrando que a elevação da taxa de desemprego atinge sobremaneira o consumo e na esteira as vendas do varejo.

Equipe de Conjuntura do IMB:

Alex Felipe Rodrigues Lima
Dinamar Maria Ferreira Marques
Luiz Batista Alves
Sérgio Borges Fonseca Júnior