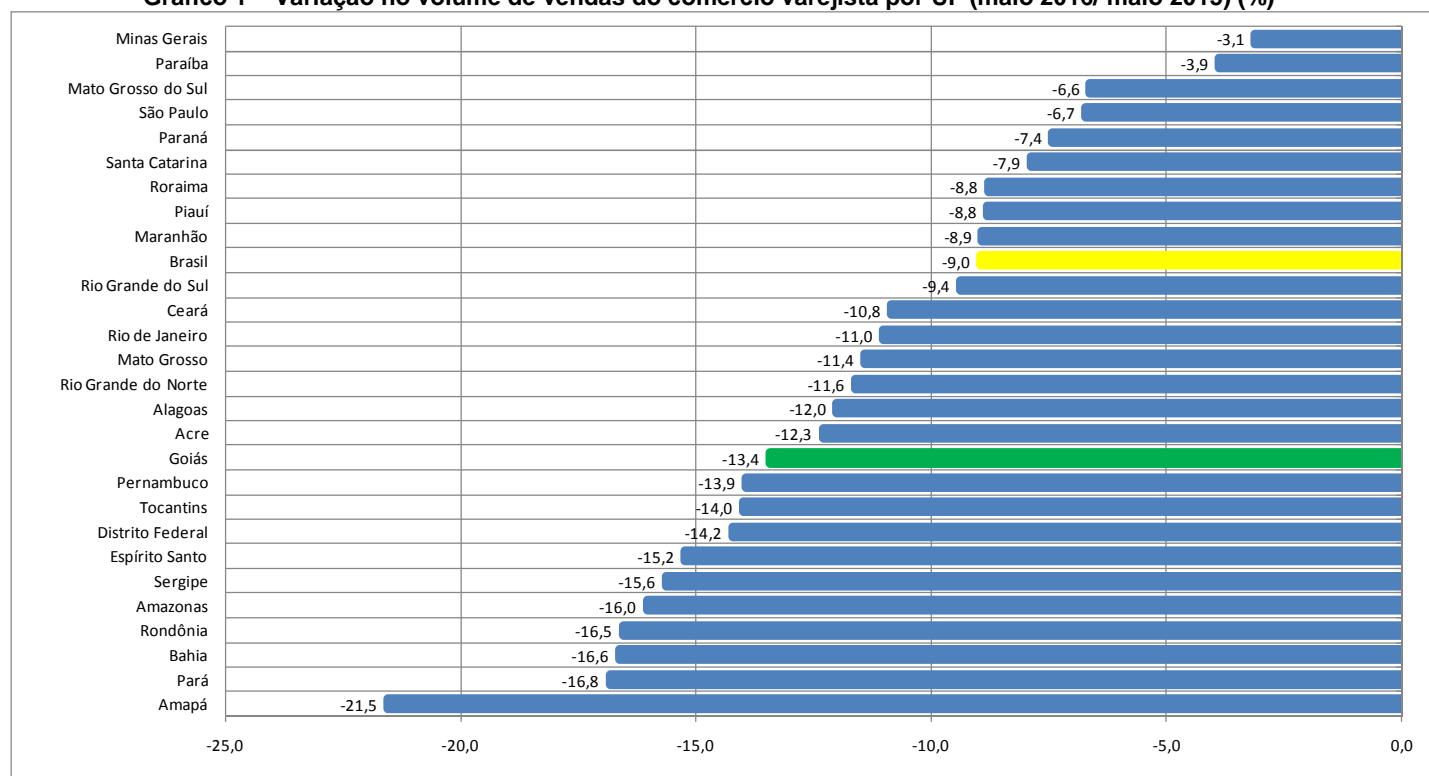


Comércio varejista goiano recua 13,4% em maio

O comércio varejista restrito goiano (que exclui os segmentos de veículos e motos, partes e peças e de material de construção) apresentou nova queda no seu volume de vendas em maio deste ano, sendo a maior desde outubro de 2015, já computa 18 meses consecutivos de queda. Os dados são da pesquisa mensal do comércio (PMC/IBGE) analisados pelo Instituto Mauro Borges de Estatística e Estudos socioeconômicos (IMB).

Segundo a Pesquisa, o mês de maio apontou queda de 13,4% em comparação às vendas do comércio varejista de maio do ano passado, com esse resultado, observa-se piora no indicador. Goiás apresentou a 11ª pior taxa entre as 27 unidades da Federação, sua queda foi superior à apurada nacionalmente, -9,0% (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Variação no volume de vendas do comércio varejista por UF (maio 2016/ maio 2015) (%)



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

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

Em volume, na comparação com ajuste sazonal, ou seja, na passagem de abril/2016 para maio/2016, o resultado para as vendas do comércio goiano (-2,8%,) ficou abaixo da média do nacional, retrocedendo em relação ao registrado no mês anterior, que apresentou alta de 0,1%. Em termos de receita nominal, tanto Goiás como o Brasil apresentou recuo, -0,1% e -1,9%, respectivamente (Tabela 1).

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) (%)

	Maio/2016	
	Brasil	Goiás
Volume de Vendas	-1,0	-2,8
Receita de Vendas	-0,1	-1,9

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

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

Varejo Goiano Restrito

O resultado negativo do varejo restrito goiano em volume em maio/16 refletiu recuos em todos os segmentos, sendo as maiores quedas nas vendas de Livros, jornais, revistas e papelaria, com recuo de 35,0% e Tecidos, vestuários e calçados, com queda de 23,3%. Outras contribuições negativas com menor impacto aconteceram nos segmentos de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (-6,8%) e Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-

7,6%), refletindo a queda no poder de compra da população, devido à redução da renda real pressionada pela inflação no grupo da alimentação e de medicamentos, pelo recente reajuste dos preços de medicamentos, medidos pelo IPCA (Tabela 2).

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	
	Mar/16	Abr/16	Mai/16	No Ano	12 Meses	Mar/16	Abr/16	Mai/16	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	-5,7	-6,9	-9,0	-7,3	-6,5	-8,5	-8,7	-13,4	-10,4	-10,6
Combustíveis e lubrificantes	-10,1	-10,6	-10,9	-10,0	-8,7	-8,7	-4,6	-9,2	-6,5	-5,3
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,2	-4,6	-5,6	-3,7	-3,4	-4,6	-9,7	-7,6	-7,7	-9,1
Hipermercados e supermercados	-1,0	-4,4	-5,3	-3,6	-3,4	-4,7	-9,5	-8,4	-7,9	-9,2
Tecidos, vestuário e calçados	-15,3	-9,9	-13,5	-12,7	-11,4	-16,6	-3,7	-23,3	-13,7	-11,1
Móveis e eletrodomésticos	-13,8	-10,1	-14,6	-15,3	-15,9	-14,5	-10,9	-21,7	-18,0	-20,4
Móveis	-16,7	-14,1	-12,6	-12,6	-16,4	-12,4	-6,4	-17,8	-1,4	-14,8
Eletrodomésticos	-12,6	-8,2	-15,6	-16,5	-15,7	-15,2	-12,4	-22,9	-23,1	-22,1
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	2,1	-1,3	-2,6	0,7	1,3	0,9	-3,2	-6,8	-1,6	-1,0
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-16,2	-18,7	-24,2	-16,8	-14,7	-11,5	-19,0	-17,4	-8,7	-9,7
Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,6	-14,4	-14,4	-15,8	-12,1	-46,0	-29,0	-35,0	-35,9	-21,2
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-11,9	-11,1	-15,5	-13,1	-8,0	-0,9	-10,0	-14,7	-7,8	-2,8
Comércio varejista ampliado geral	-7,9	-9,2	-10,2	-9,5	-9,7	-13,6	-12,1	-15,4	-15,0	-16,3
Veículos, motocicletas, partes e peças	-11,1	-13,7	-13,3	-13,5	-16,5	-17,9	-14,5	-16,1	-18,9	-24,2
Material de construção	-14,7	-13,0	-10,6	-13,6	-11,6	-20,6	-19,0	-22,4	-22,2	-15,0

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

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

A Tabela 3 mostra que em termos de receita nominal, o valor das vendas do comércio varejista goiano vem apresentando queda, -3,3% em maio/16, acumulando queda de 1,9% em doze meses. Ressalta-se que esse resultado se torna preocupante, pois em um ambiente econômico com inflação alta, esse resultado negativo contribui mais ainda para a queda no valor da receita real.

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

Segmentos	Variação (%)									
	Brasil					Goiás				
	Variação Mensal			Acumulado		Variação Mensal			Acumulado	
	Mar/16	Abr/16	Mai/16	No Ano	12 Meses	Mar/16	Abr/16	Mai/16	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	6,1	4,9	2,2	4,2	3,2	2,4	2,0	-3,3	-0,1	-1,9
Combustíveis e lubrificantes	3,4	3,3	0,8	4,6	5,4	6,1	12,3	6,6	8,5	7,6
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	12,7	8,9	7,1	9,5	8,0	7,8	1,7	3,1	3,9	2,1
Hipermercados e supermercados	12,8	9,0	7,4	9,5	7,8	7,5	1,6	2,0	3,4	1,7
Tecidos, vestuário e calçados	-9,8	-4,6	-8,0	-7,3	-7,0	-12,2	2,4	-18,8	-9,3	-7,5
Móveis e eletrodomésticos	-8,4	-4,8	-8,7	-10,0	-12,5	-8,0	-3,6	-16,1	-12,0	-16,8
Móveis	-13,2	-11,2	-10,2	-8,9	-12,1	-9,0	-2,6	-16,0	1,7	-11,6
Eletrodomésticos	-5,9	-1,3	-8,0	-10,6	-12,7	-7,6	-3,9	-16,2	-16,9	-18,6
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,6	9,7	9,6	10,3	9,6	8,6	5,8	3,9	6,9	6,8
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-6,9	-10,1	-15,7	-8,2	-6,9	0,3	-7,3	-5,0	3,0	0,3
Livros, jornais, revistas e papelaria	0,5	-4,0	-4,6	-8,2	-10,4	-35,6	-10,6	-14,8	-22,9	-15,1
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-3,8	-2,7	-7,3	-5,1	-1,1	7,2	-1,7	-7,5	-0,4	2,8

Comércio varejista ampliado geral	0,6	-0,6	-2,1	-0,9	-1,8	-6,3	-5,3	-9,2	-8,0	-9,3
Veículos, motocicletas, partes e peças	-10,2	-12,5	-12,6	-12,1	-13,5	-15,1	-12,9	-15,1	-16,3	-20,1
Material de construção	-10,9	-10,0	-8,3	-10,2	-7,5	-17,9	-15,9	-19,2	-19,0	-10,6

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

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

Varejo goiano ampliado

A redução no poder de compra das famílias goianas afetou ainda mais o comércio varejista ampliado, que engloba as vendas de veículos e materiais de construção. O varejista ampliado vem apresentando quedas desde o início do ano, tanto para os segmentos de Veículos, motocicletas, partes e peças quanto para o de Material de construção, em maio/16 a queda foi de 16,1% e 22,4%, respectivamente e no ano quedas de 18,9% e 22,2%, na mesma ordem. As variações negativas foram influenciadas tanto pelo menor ritmo da atividade econômica, quanto pela restrição orçamentária das famílias, diante da diminuição real da massa de rendimentos. No acumulado em 12 meses, o comércio varejista ampliado apresenta queda de 16,3% em Goiás e queda de 9,7% no Brasil.

A ampliação no ritmo de queda nas vendas do comércio varejista goiano é explicada, principalmente, pelo enfraquecimento no mercado de trabalho, restrição do crédito e a elevação da taxa de juros e dos preços ao consumidor (inflação). O que se percebe é que o comércio varejista goiano não mudou sua trajetória de queda nos últimos meses. O quadro conjuntural de Goiás é muito parecido com o que está acontecendo no restante do país. O desemprego tem se intensificado em todo o país, e em Goiás vem ampliando desde o último trimestre de 2014. Há um maior número de pessoas desempregadas e sem carteira e Isso faz com que as famílias reduzam seus consumos.

Equipe de Conjuntura do IMB:

Dinamar Maria Ferreira Marques

Luiz Batista Alves

Sérgio Borges Fonseca Júnior