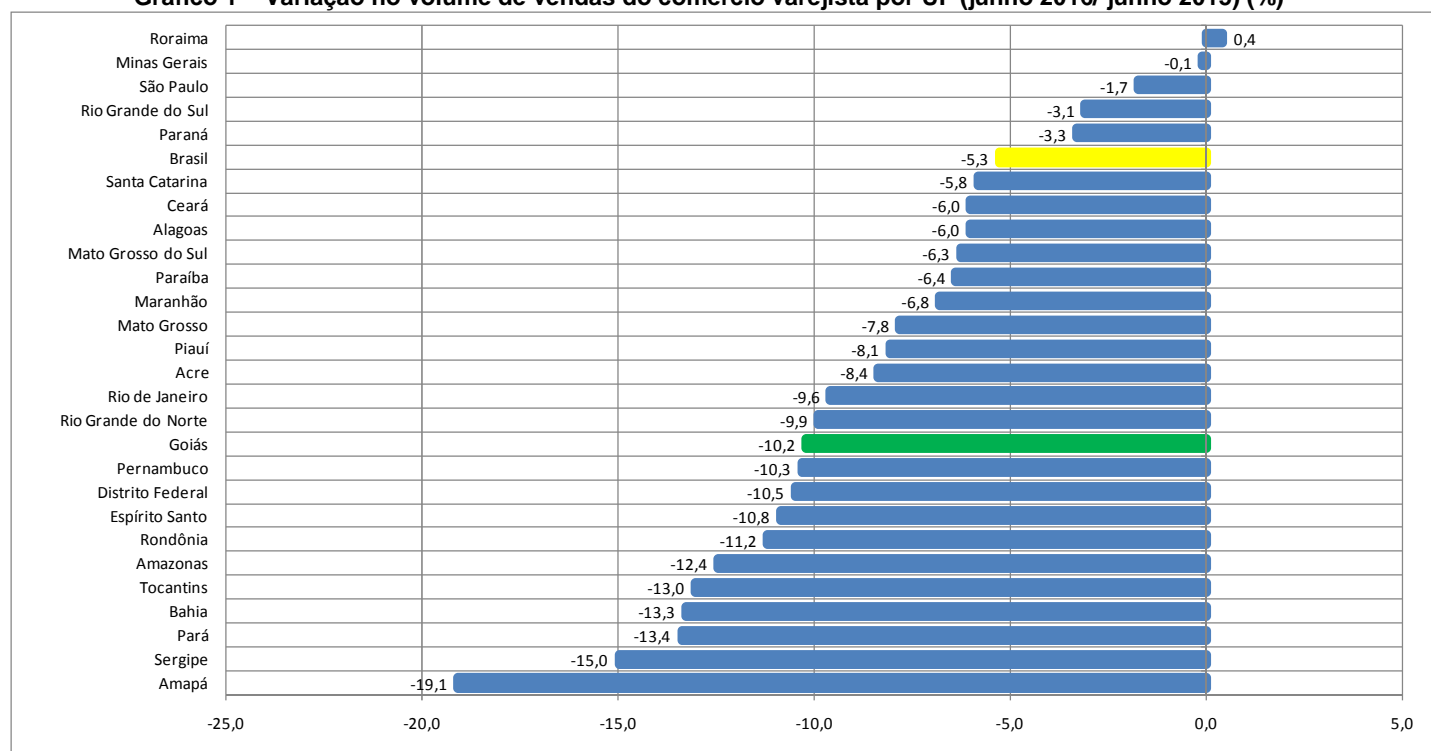


Comércio varejista goiano mantém-se em queda (10,2%) em junho.

O comércio varejista restrito goiano (que exclui os segmentos de veículos e motos, partes e peças e de material de construção) apresentou leve recuperação, mas ainda apresenta queda no volume de vendas em junho deste ano, completando uma sequência de 19 meses de resultados negativos. 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 junho apontou queda de 10,2% em comparação às vendas do comércio varejista de junho do ano passado. Goiás se mantém com a 11ª pior taxa entre as 27 unidades da Federação, o indicador foi superior ao apurado nacionalmente, -5,3% (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Variação no volume de vendas do comércio varejista por UF (junho 2016/ junho 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, na passagem de maio/2016 para junho/2016, o resultado para as vendas do comércio goiano foi o mesmo apurado para a média do país (0,1%), nota-se que houve melhora, pois em maio/2016 ambos apresentavam variações negativas. Já a variação da receita nominal, tanto Goiás como o Brasil apresentaram resultados positivos de 1,4% e 0,9%, 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) (%)

	Variações Mensais (%)					
	Brasil			Goiás		
	Abr/16	Mai/16	Jun/16	Abr/16	Mai/16	Jun/16
Volume de Vendas	0,3	-0,9	0,1	0,0	-2,9	0,1
Receita de Vendas	1,0	-0,1	0,9	0,6	-1,9	1,4

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 junho/16 refletiu recuos em todos os segmentos, sendo as maiores quedas nas vendas de Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação, com recuo de 46,4%, impulsionado,

em grande parte, pela evolução da taxa de câmbio com reflexo nos preços de alguns componentes eletrônicos importados, em especial, para microcomputadores e aparelhos eletrônicos, e Móveis e eletrodomésticos, com queda de 17,5%, explicado pelo menor ritmo de crescimento do crédito às famílias e a queda da renda real. Outras contribuições negativas com menor impacto aconteceram nos segmentos de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (-5,4%) e Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-5,8%), refletindo a perda persistente do poder de compra da população, devido à redução da renda real pressionada pela inflação no grupo da alimentação e de medicamentos.

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	
	Abr/16	Mai/16	Jun/16	No Ano	12 Meses	Abr/16	Mai/16	Jun/16	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	-6,9	-9,0	-5,3	-7,0	-6,7	-8,7	-13,5	-10,2	-10,4	-10,8
Combustíveis e lubrificantes	-10,6	-10,8	-8,9	-9,8	-9,3	-4,6	-9,2	-9,9	-7,1	-6,2
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-4,6	-5,5	-2,9	-3,6	-3,4	-9,7	-7,6	-5,8	-7,4	-8,7
Hipermercados e supermercados	-4,4	-5,3	-2,6	-3,4	-3,4	-9,5	-8,4	-6,2	-7,7	-8,8
Tecidos, vestuário e calçados	-9,9	-13,6	-3,7	-11,1	-11,3	-3,7	-23,5	-12,0	-13,4	-11,8
Móveis e eletrodomésticos	-10,1	-15,2	-9,7	-14,5	-15,7	-10,9	-21,7	-17,5	-17,9	-20,5
Móveis	-14,1	-12,1	-12,4	-12,5	-16,5	-6,4	-17,8	-19,4	-4,1	-14,9
Eletrodomésticos	-8,2	-16,5	-8,5	-15,5	-15,3	-12,4	-22,9	-17,1	-22,2	-22,3
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-1,3	-2,5	-2,1	0,2	0,7	-3,2	-6,8	-5,4	-2,2	-1,7
Livros, jornais, revistas e papelaria	-18,7	-24,4	-18,3	-17,0	-15,5	-19,0	-17,4	-13,8	-9,4	-10,3
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-14,4	-14,4	-18,3	-16,2	-14,0	-29,0	-35,0	-46,4	-37,4	-24,4
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-11,1	-15,4	-8,4	-12,3	-8,7	-10,0	-14,7	-7,8	-7,8	-3,7
Comércio varejista ampliado geral	-9,2	-10,2	-8,4	-9,3	-10,1	-12,1	-15,0	-11,4	-14,3	-16,5
Veículos, motocicletas, partes e peças	-13,7	-13,2	-15,2	-13,7	-17,1	-14,5	-14,7	-10,7	-17,4	-24,1
Material de construção	-13,0	-10,6	-9,8	-13,0	-12,4	-19,0	-22,4	-18,0	-21,5	-16,8

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 apresentou alta (1,4%) em junho/16, acumulando queda de 1,7% em doze meses. Ressalta-se que essa informação é preocupante, pois em um ambiente econômico com inflação alta esse resultado negativo contribui ainda mais 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	
	Abr/16	Mai/16	Jun/16	No Ano	12 Meses	Abr/16	Mai/16	Jun/16	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	4,9	2,2	6,0	4,5	3,4	2,0	-3,3	1,4	0,1	-1,7
Combustíveis e lubrificantes	3,3	1,0	2,2	4,2	4,8	12,3	6,7	7,6	8,4	7,7
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	8,9	7,2	10,1	9,6	8,3	1,7	3,1	6,9	4,3	2,6
Hipermercados e supermercados	9,0	7,4	10,5	9,7	8,2	1,6	2,0	6,5	3,9	2,3
Tecidos, vestuário e calçados	-4,6	-8,0	2,1	-5,6	-6,8	2,4	-19,0	-7,1	-8,9	-8,1
Móveis e eletrodomésticos	-4,8	-9,2	-4,1	-9,2	-12,1	-3,6	-16,1	-11,1	-11,9	-16,5
Móveis	-11,2	-9,7	-10,2	-9,0	-12,5	-2,6	-16,0	-16,0	-1,0	-11,7
Eletrodomésticos	-1,3	-9,0	-0,7	-9,3	-11,9	-3,9	-16,2	-9,4	-15,8	-18,3
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,7	9,7	10,2	10,3	9,4	5,8	3,9	6,3	6,8	6,4
Livros, jornais, revistas e papelaria	-10,1	-15,8	-9,4	-8,4	-7,6	-7,3	-5,0	-0,1	2,6	0,0

Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-4,0	-4,7	-8,3	-8,2	-11,1	-10,6	-14,8	-30,4	-24,0	-16,8
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-2,7	-7,3	0,1	-4,2	-1,6	-1,7	-7,5	-0,2	-0,4	2,3
Comércio varejista ampliado geral	-0,6	-2,1	0,0	-0,8	-2,1	-5,3	-8,7	-4,6	-7,3	-9,4
Veículos, motocicletas, partes e peças	-12,5	-12,5	-14,4	-12,5	-14,5	-12,9	-13,9	-9,8	-15,0	-20,3
Material de construção	-10,0	-8,3	-7,4	-9,7	-8,5	-15,9	-19,2	-15,6	-18,4	-12,7

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

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

Varejo goiano ampliado

O comércio varejista ampliado, que engloba as vendas de veículos e materiais de construção ainda é afetado pelo menor ritmo da atividade econômica e pela diminuição real da massa de rendimentos. O varejista ampliado vem apresentando queda desde o início do ano, tanto para os segmentos de Veículos, motocicletas, partes e peças quanto para o de Material de construção, em jun/16 a queda foi de 10,7% e 18,0%, respectivamente e no ano de 17,4% e 21,5%, na mesma ordem. No acumulado em 12 meses, o comércio varejista ampliado apresenta queda de 16,5% em Goiás e de 10,1% no Brasil.

O volume do Comércio Varejista goiano ficou praticamente estável na passagem de maio para junho (0,1%), após recuo de 2,9% em maio. Na comparação com o mesmo mês do ano anterior, também foi percebida a redução no volume de vendas, saiu de -13,5% em maio para -10,2% em junho, essa constatação também foi percebida na maioria dos segmentos varejistas goianos.

O cenário aponta a retomada gradual da demanda doméstica, em resposta à melhora dos níveis de confiança do consumidor. O recuo na taxa cambial poderá inibir parte das importações beneficiando o comércio de produtos domésticos. A ampliação mais relevante do consumo é prevista a partir do próximo ano (2017), com a recuperação do mercado de trabalho, indicador determinante para estimular o consumo.

Equipe de Conjuntura do IMB:

Dinamar Maria Ferreira Marques

Luiz Batista Alves

Sérgio Borges Fonseca Júnior