

## Comércio varejista goiano recua 1,5% em agosto

Conforme a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC/IBGE) analisada pelo Instituto Mauro Borges de Estatística e Estudos Socioeconômicos (IMB), o volume de vendas do comércio goiano restrito (que exclui os segmentos de veículos e motos, partes e peças e de material de construção) apresentou recuo de 1,5% (descontada a inflação), na comparação com mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais. O resultado goiano interrompeu dois meses de vendas positivas, conforme descrito na Tabela 1. A receita nominal também recuou 0,3%, enquanto que o mesmo indicador para o Brasil apresentou taxa positiva, 0,5%.

**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) (%)**

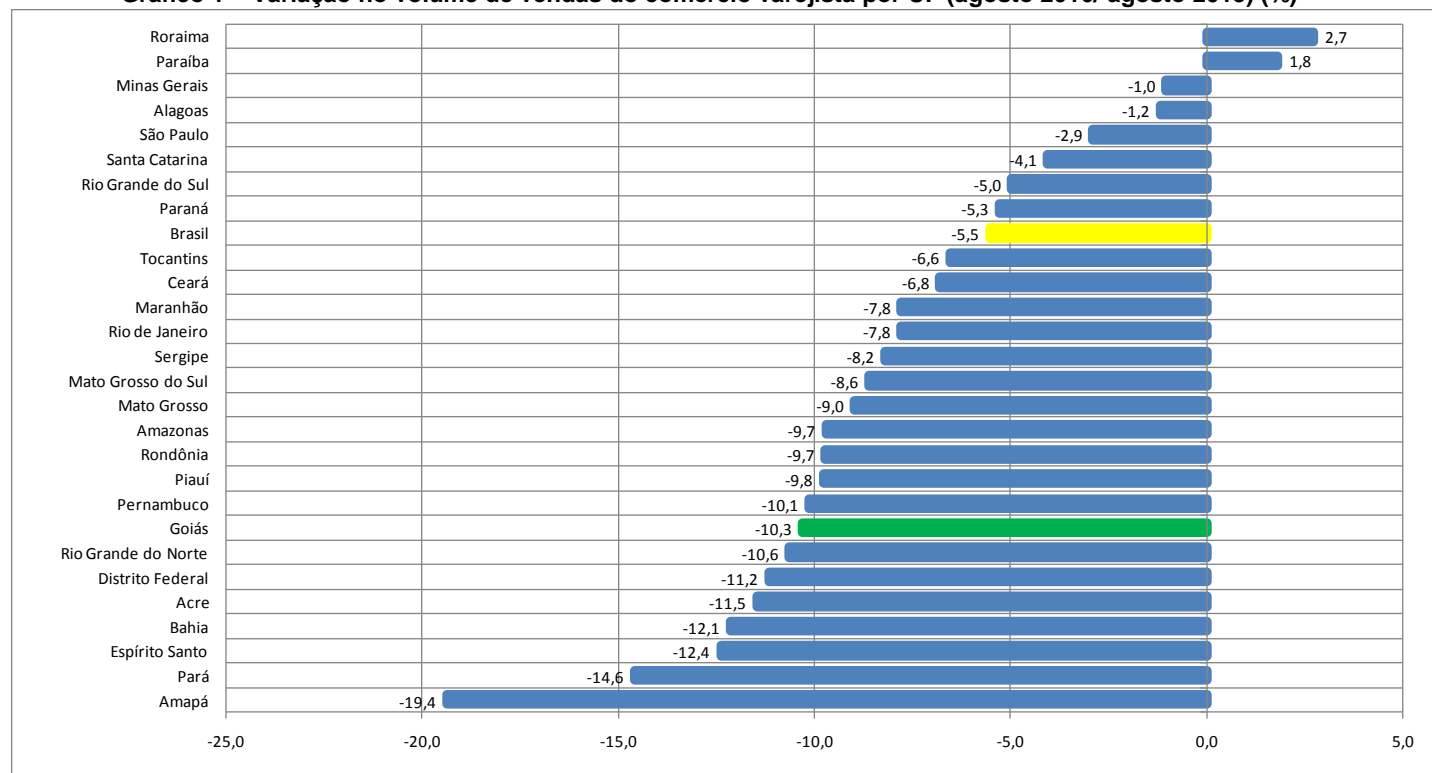
	Variações Mensais (%)					
	Brasil			Goiás		
	Jun/16	Jul/16	Ago/16	Jun/16	Jul/16	Ago/16
Volume de Vendas	0,2	-0,6	-0,6	0,3	0,1	-1,5
Receita de Vendas	1,2	0,5	0,5	1,7	0,7	-0,3

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

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

Em agosto/2016, na comparação com o mesmo mês do ano anterior, o volume de vendas do comércio goiano restrito, apresentou recuo de 10,3% (descontada a inflação). Diante deste resultado, o varejo goiano atinge a 8ª pior taxa entre as 27 unidades da Federação, desempenho abaixo do apurado para o varejo brasileiro, -5,5%. Esse resultado reflete a continuidade da deterioração dos principais indicadores econômicos, (Gráfico 1).

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



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

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

### Varejo Goiano Restrito

Na série sem ajuste sazonal, todas as atividades do varejo restrito goiano, monitoradas pela pesquisa, tiveram resultados negativos em volume em agosto/16. Os maiores recuos ocorreram nas vendas de Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação, com decréscimo real de 43,8%, devido à formação de grandes estoques, pois entre março e

julho/2016 houve crescimento na produção desses produtos, além da valorização do dólar frente ao real e redução no volume de crédito contribuíram para a queda nas vendas do segmento.

O segmento de Móveis e eletrodomésticos registrou queda de 13,6%, impulsionado, em boa parte, pelo comportamento negativo decorrente de fatores como: restrições à crédito, principalmente em função da manutenção da taxa de juros de crédito direcionado às pessoas físicas, em patamar elevado, além do encolhimento da renda das famílias.

Com menor impacto, Outros artigos de uso pessoal e domésticos apresentou queda de 6,2%. Esse segmento contempla um mix diversificado de produtos, muito deles são de reposição doméstica, consumo que permite ser postergado.

E impactado pela redução do poder de compra das famílias e pela baixa confiança dos consumidores, Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo acentuou o recuo, com -8,0% de queda.

**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	
	Jun/16	Jul/16	Ago/16	No Ano	12 Meses	Jun/16	Jul/16	Ago/16	No Ano	12 Meses
<b>Comércio Varejista Geral</b>	<b>-4,8</b>	<b>-5,6</b>	<b>-5,5</b>	<b>-6,6</b>	<b>-6,7</b>	<b>-10,3</b>	<b>-9,8</b>	<b>-10,3</b>	<b>-10,3</b>	<b>-10,9</b>
Combustíveis e lubrificantes	-9,0	-10,0	-10,0	-9,9	-10,1	-9,9	-8,0	-13,7	-8,1	-7,9
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,7	-1,0	-2,2	-3,0	-3,0	-5,8	-7,0	-8,0	-7,5	-8,3
Hipermercados e supermercados	-2,6	-0,7	-1,7	-2,9	-3,0	-6,2	-7,6	-9,0	-7,8	-8,6
Tecidos, vestuário e calçados	-3,9	-14,1	-10,4	-11,4	-11,5	-12,7	-6,9	-7,1	-11,9	-10,9
Móveis e eletrodomésticos	-10,7	-10,7	-9,3	-13,6	-15,0	-17,5	-17,8	-13,6	-17,4	-20,0
Móveis	-12,4	-12,8	-14,6	-12,8	-16,2	-19,4	-24,5	-14,2	-7,9	-14,6
Eletrodomésticos	-9,9	-9,8	-6,9	-14,0	-14,4	-17,1	-15,3	-13,4	-20,5	-21,8
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-2,1	-3,3	-3,8	-0,7	-0,2	-5,4	-7,4	-6,7	-3,5	-2,8
Livros, jornais, revistas e papelaria	-18,3	-17,0	-15,1	-16,8	-16,0	-13,8	-13,5	-16,1	-10,7	-10,8
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-18,3	-13,5	-9,0	-15,1	-14,8	-46,4	-43,5	-43,8	-38,8	-30,4
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-8,4	-11,5	-10,8	-12,0	-10,2	-7,8	-3,8	-6,2	-7,0	-4,4
<b>Comércio varejista ampliado geral</b>	<b>-8,1</b>	<b>-10,7</b>	<b>-7,7</b>	<b>-9,3</b>	<b>-10,2</b>	<b>-11,1</b>	<b>-15,1</b>	<b>-12,3</b>	<b>-14,2</b>	<b>-16,5</b>
Veículos, motocicletas, partes e peças	-15,2	-21,3	-13,1	-14,7	-17,7	-10,8	-22,7	-14,7	-17,7	-23,7
Material de construção	-9,6	-12,6	-7,0	-12,2	-12,7	-15,6	-15,1	-13,5	-19,4	-18,0

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio. Elaboração: Instituto Mauro Borges/Segplan-GO/Gerência de Contas Regionais e Indicadores – 2016.

Em termos de receita nominal, o valor das vendas do comércio varejista goiano apresentou alta, 1,5% em agosto/16, dando sinal de recuperação, sequencia de três taxas positivas. Mesmo dando sinal de recuperação, o cenário ainda é preocupante, pois o valor da receita real ainda não conseguiu recompor as perdas da inflação, em agosto, o IPCA Goiânia em 12 meses atingiu 9,3%.

**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	
	Jun/16	Jul/16	Ago/16	No Ano	12 Meses	Jun/16	Jul/16	Ago/16	No Ano	12 Meses
<b>Comércio Varejista Geral</b>	<b>6,7</b>	<b>6,3</b>	<b>6,6</b>	<b>5,1</b>	<b>4,1</b>	<b>1,3</b>	<b>2,1</b>	<b>1,5</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,9</b>
Combustíveis e lubrificantes	2,1	0,9	-0,4	3,2	4,0	7,6	6,5	-3,3	6,6	6,7
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	11,6	13,1	12,7	10,6	9,6	6,9	7,4	6,6	5,0	3,6
Hipermercados e supermercados	10,5	13,7	13,3	10,6	9,5	6,5	6,7	5,4	4,4	3,1
Tecidos, vestuário e calçados	1,8	-9,0	-5,4	-6,1	-6,8	-7,8	-2,2	-2,3	-7,3	-6,8
Móveis e eletrodomésticos	-5,0	-5,1	-3,7	-8,1	-10,8	-11,1	-11,5	-5,4	-11,1	-14,9
Móveis	-10,1	-11,0	-13,0	-9,7	-12,5	-16,0	-21,7	-12,1	-5,0	-11,4

Eletrodomésticos	-2,2	-2,0	1,4	-7,3	-9,9	-9,4	-7,2	-2,7	-13,4	-16,2
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,2	8,7	8,7	9,9	9,5	6,3	4,2	4,0	6,1	5,9
Livros, jornais, revistas e papelaria	-9,4	-7,8	-4,8	-7,9	-7,7	-0,1	-0,1	-2,7	1,7	0,5
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-8,3	-2,0	0,7	-6,5	-9,5	-30,4	-27,4	-26,8	-24,7	-20,0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,0	-3,3	-2,7	-3,9	-2,7	-0,2	4,0	2,6	0,6	2,5
<b>Comércio varejista ampliado geral</b>	<b>0,4</b>	<b>-2,0</b>	<b>1,2</b>	<b>-0,6</b>	<b>-1,9</b>	<b>-4,3</b>	<b>-8,5</b>	<b>-5,1</b>	<b>-7,2</b>	<b>-9,3</b>
Veículos, motocicletas, partes e peças	-14,3	-20,9	-11,8	-13,5	-15,6	-9,7	-22,9	-13,2	-15,8	-20,6
Material de construção	-7,3	-10,7	-5,4	-9,3	-9,3	-13,3	-14,6	-12,7	-16,9	-14,7

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

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

### Varejo goiano ampliado

Para o comércio varejista ampliado, que inclui além do varejo as atividades de Veículos, motos, partes e peças e de Material de construção, o resultado é de recuo desde o início do ano, tanto para os segmentos de Veículos, motocicletas, partes e peças quanto para o de Material de construção, em ago/16, os segmentos retrocederam 14,7% e 13,5%, respectivamente e no ano as quedas foram de 17,7% e 19,4%, na mesma ordem. No acumulado em 12 meses, o comércio varejista ampliado apresentou queda de 16,5% em Goiás, e para o Brasil, a taxa foi de -10,2%.

Em geral, a Pesquisa apontou decréscimo para o varejo goiano, a taxa está em um patamar de -10,3% no ano, influenciado pelo menor ritmo da atividade econômica. Os indicadores de confiança do consumidor apontam recuperação, mas ainda não se percebeu de fato melhoras nas vendas, devido à inflação elevada, principalmente no grupo alimentação. As vendas do grupo alimentos em domicílio tiveram seu desempenho influenciado pelo menor ritmo de crescimento da renda dos trabalhadores e pela pressão da elevação dos preços, segundo IPCA Goiânia, no acumulado em 12 meses, o grupo atingiu 15,5% de aumento.

### Equipe de Conjuntura do IMB:

Dinamar Maria Ferreira Marques

Luiz Batista Alves