

Comércio varejista goiano recua 0,5% em outubro

Conforme a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC/IBGE) analisada pelo Instituto Mauro Borges de Estatística e Estudos Socioeconômicos (IMB), o volume e a receita de vendas do comércio goiano restrito (que exclui os segmentos de veículos e motos, partes e peças e de material de construção) apresentaram queda de 0,5% (descontada a inflação), na comparação com o mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais (Tabela 1). O indicador para o Brasil apresentou queda de 0,8% e 0,5% para volume e receita de vendas, respectivamente.

**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) (%)**

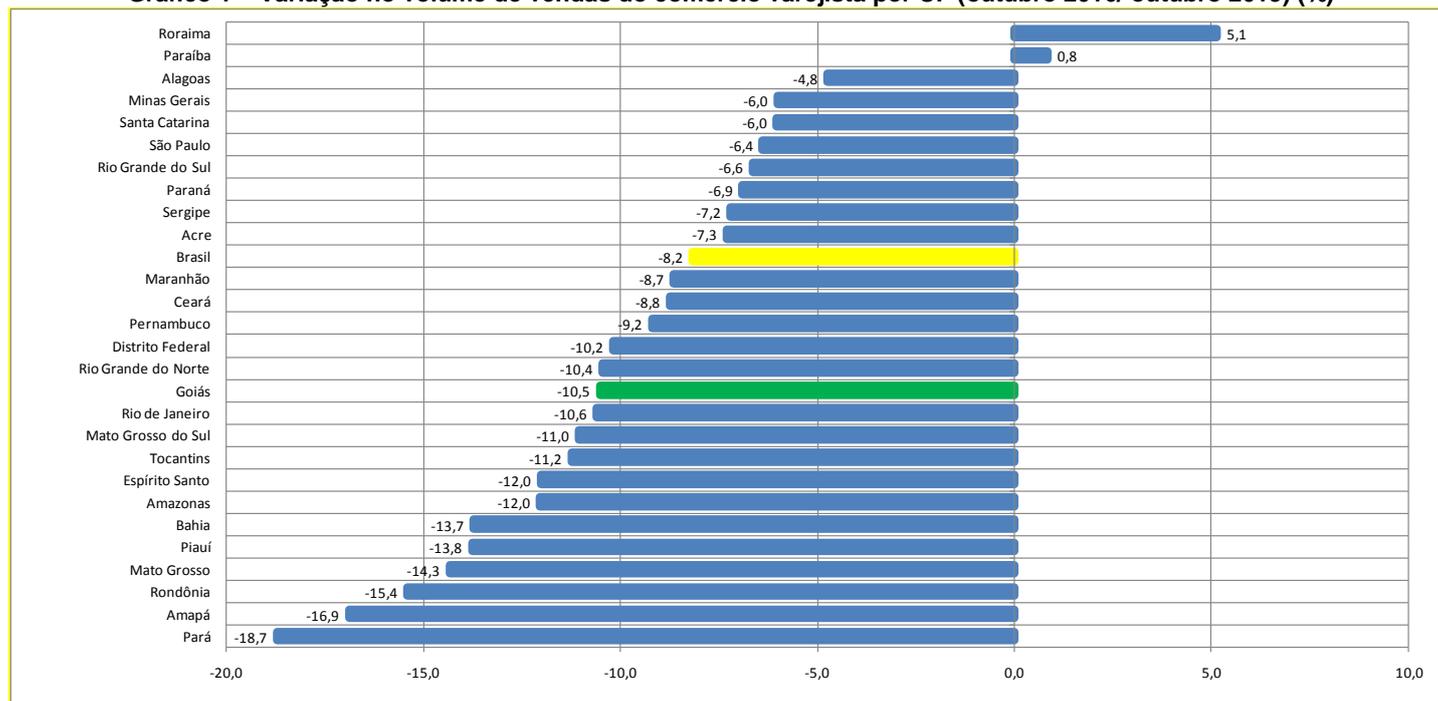
	Variações Mensais (%)					
	Brasil			Goiás		
	Ago/16	Set/16	Out/16	Ago/16	Set/16	Out/16
Volume de Vendas	-0,8	-1,0	-0,8	-1,5	0,1	-0,5
Receita de Vendas	0,2	-0,4	-0,5	-0,3	0,9	-0,5

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

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

Em outubro/2016, na comparação com o mesmo mês do ano anterior, o volume de vendas do comércio goiano restrito apresentou recuo de 10,5% (descontada a inflação). Com esse resultado, o varejo goiano teve a 12ª pior taxa entre as 27 unidades da Federação, desempenho abaixo do apurado para o varejo brasileiro (-8,2%) (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Variação no volume de vendas do comércio varejista por UF (outubro 2016/ outubro 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 out16/out15, apenas a atividade Outros artigos de uso pessoal e doméstico apresentou resultado positivo em volume no mês de outubro/16 (2,8%). Esta atividade engloba segmentos de lojas de departamentos, brinquedos, artigos esportivos etc. Esse resultado favorável está associado, em parte, à comemoração do Dia das Crianças.

As demais atividades monitoradas pela pesquisa apresentaram recuos e o maior deles ocorreu na venda de Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação, com decréscimo real de 45,8%. Os últimos resultados negativos refletem não só o quadro de redução de renda real e de elevação dos juros, como também a influência da valorização da taxa de câmbio, especialmente para informática e comunicação, na medida em que muitos componentes ainda são importados.

O segmento de Móveis e eletrodomésticos registrou queda de 20,0%, impulsionado pelo comportamento negativo decorrente de fatores como restrições ao crédito direcionado às pessoas físicas. Contribuiu para isso também o aumento da taxa de juros, além da redução da renda real das famílias, provocada pela inflação.

Com menor impacto, o segmento de Tecidos, vestuário e calçados apresentou queda de 4,9%, queda superior à registrada no mês anterior (-1,7%). Em termos acumulados, os resultados foram de -10,3%, para os dez primeiros meses do ano e de -10,0% para os últimos 12 meses.

O segmento de Hipermercados e supermercados apresentou queda de -8,0%, vigésima quarta taxa negativa consecutiva, sendo que a mais acentuada ocorreu em maio de 2015 (-18,0%). Isso reflete a redução contínua da massa real de rendimentos recebida pelos trabalhadores. Por outro lado, o seu desempenho ainda está acima da média, explicado pela essencialidade dos produtos comercializados no setor. O resultado em termos de acumulados nos dez primeiros meses do ano foi de -7,5% e nos últimos 12 meses de -7,7%, o resultado da média do comércio foi de -10,1% e -10,3%, na mesma ordem.

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	
	Ago/16	Set/16	Out/16	No Ano	12 Meses	Ago/16	Set/16	Out/16	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	-5,5	-5,7	-8,2	-6,7	-6,8	-10,2	-7,7	-10,5	-10,1	-10,3
Combustíveis e lubrificantes	-9,6	-8,7	-10,4	-9,8	-10,0	-13,7	-8,9	-11,8	-8,6	-7,8
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-2,2	-2,4	-6,5	-3,3	-3,5	-8,0	-3,4	-7,5	-7,1	-7,3
Hipermercados e supermercados	-1,7	-2,4	-6,4	-3,2	-3,5	-9,0	-4,2	-8,0	-7,5	-7,7
Tecidos, vestuário e calçados	-10,5	-10,3	-12,1	-11,4	-11,5	-7,1	-1,7	-4,9	-10,3	-10,0
Móveis e eletrodomésticos	-9,3	-13,4	-13,3	-13,6	-14,3	-13,6	-16,8	-20,0	-17,6	-19,2
Móveis	-14,5	-12,9	-14,7	-13,0	-14,7	-14,4	-18,2	-16,2	-9,7	-12,9
Eletrodomésticos	-6,9	-13,6	-12,7	-13,8	-14,2	-13,4	-16,3	-21,1	-20,1	-21,3
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-3,7	-3,1	-6,1	-1,5	-0,8	-6,2	-6,3	-8,2	-4,2	-3,6
Livros, jornais, revistas e papelaria	-15,1	-18,0	-17,3	-17,0	-16,8	-16,1	-8,7	-14,6	-10,9	-12,7
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-9,0	-12,0	-6,7	-14,1	-13,5	-43,8	-49,5	-45,8	-40,4	-37,3
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-10,8	-9,0	-7,6	-11,3	-10,3	-6,2	-1,1	2,8	-5,5	-3,4
Comércio varejista ampliado geral	-7,7	-8,5	-10,0	-9,3	-9,8	-12,5	-9,5	-12,8	-13,6	-14,7
Veículos, motocicletas, partes e peças	-13,0	-14,3	-13,5	-14,5	-16,1	-15,5	-10,7	-17,2	-17,1	-20,2
Material de construção	-6,9	-10,7	-13,8	-12,2	-12,3	-13,5	-13,6	-11,7	-18,1	-17,4

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 leve alta de 0,2% em outubro/16, desde jun/2016 vem apresentando taxa, apontando recuperação. Verifica-se, porém, que o valor da receita real (descontado a inflação) ainda não se recuperou. A inflação IPCA Goiânia, nos últimos 12 meses até outubro, acumulou alta de 7,9%.

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	
	Ago/16	Set/16	Out/16	No Ano	12 Meses	Ago/16	Set/16	Out/16	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	6,6	5,9	1,9	4,8	4,3	1,5	4,2	0,2	0,8	0,2
Combustíveis e lubrificantes	0,1	1,1	-4,3	2,2	3,0	-3,3	3,2	-2,0	5,3	5,7
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	12,7	11,5	5,9	10,2	9,6	6,6	11,2	5,5	5,7	5,2

Hipermercados e supermercados	13,3	11,7	5,8	10,2	9,5	5,4	10,3	4,8	5,0	4,6
Tecidos, vestuário e calçados	-5,6	-5,7	-8,0	-6,3	-6,6	-2,3	4,7	1,3	-5,4	-5,5
Móveis e eletrodomésticos	-3,7	-8,1	-8,4	-8,2	-9,6	-5,4	-11,6	-14,8	-11,5	-13,6
Móveis	-13,0	-12,3	-14,5	-10,4	-11,6	-12,2	-17,4	-15,7	-7,3	-10,2
Eletrodomésticos	1,3	-6,1	-5,3	-7,0	-8,5	-2,7	-9,2	-14,6	-13,1	-14,8
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	8,7	9,1	5,6	9,3	9,5	4,6	5,4	3,1	5,8	5,9
Livros, jornais, revistas e papelaria	-4,8	-8,1	-7,9	-7,9	-8,1	-2,7	4,4	-4,3	1,3	-1,1
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	0,7	-2,9	0,9	-5,5	-6,4	-26,8	-35,9	-32,8	-26,5	-25,2
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-2,7	-1,1	-0,1	-3,2	-2,4	2,6	7,5	11,2	2,3	4,2
Comércio varejista ampliado geral	1,3	-0,1	-2,7	-0,8	-1,4	-5,3	-2,9	-6,1	-6,7	-7,6
Veículos, motocicletas, partes e peças	-11,8	-14,2	-13,8	-13,6	-14,7	-13,7	-11,5	-17,3	-15,6	-17,9
Material de construção	-5,2	-8,5	-12,3	-9,5	-9,3	-12,7	-12,4	-9,2	-15,7	-14,6

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

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

Varejo goiano ampliado

O varejo ampliado, que inclui as vendas de Veículos, motos, partes e peças e de Material de construção, continua declinando. Esse processo vem se repetindo desde o início do ano. Em out/16, as vendas retrocederam 17,2% e 11,7%, respectivamente nestes segmentos, e no ano as quedas já atingiram -17,1% e -18,1%, na mesma ordem. No acumulado em 12 meses, a taxa média do comércio varejista goiano ampliado atingiu -14,7% e no varejo brasileiro -9,8%.

Em geral, observa-se que os resultados apresentados na pesquisa em outubro/2016 refletem as crises política e econômica, mantendo a queda no consumo das famílias, a restrição de crédito, o endividamento e a perda do poder aquisitivo. Verifica-se, no entanto, que as perspectivas de desaceleração da inflação e da queda das taxas de juros têm contribuído para previsões menos pessimistas em relação à evolução das finanças das famílias. Isso é o que aponta o Índice de Confiança do Consumidor (ICC/FGV), que melhorou em outubro, apresentando expectativas mais altas.

Equipe de Conjuntura do IMB:

Dinamar Maria Ferreira Marques
Juliana Dias Lopes
Luiz Batista Alves
Rafael dos Reis Costa