

Comércio varejista goiano sinaliza recuperação, com aumento de 2,7% nas vendas

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 expansão de 2,7% e 1,5% respectivamente, na comparação com o mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais (Tabela 1). Os indicadores, para o Brasil, também se apresentaram positivos, com taxas de 2,0% e 0,9% 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) (%)

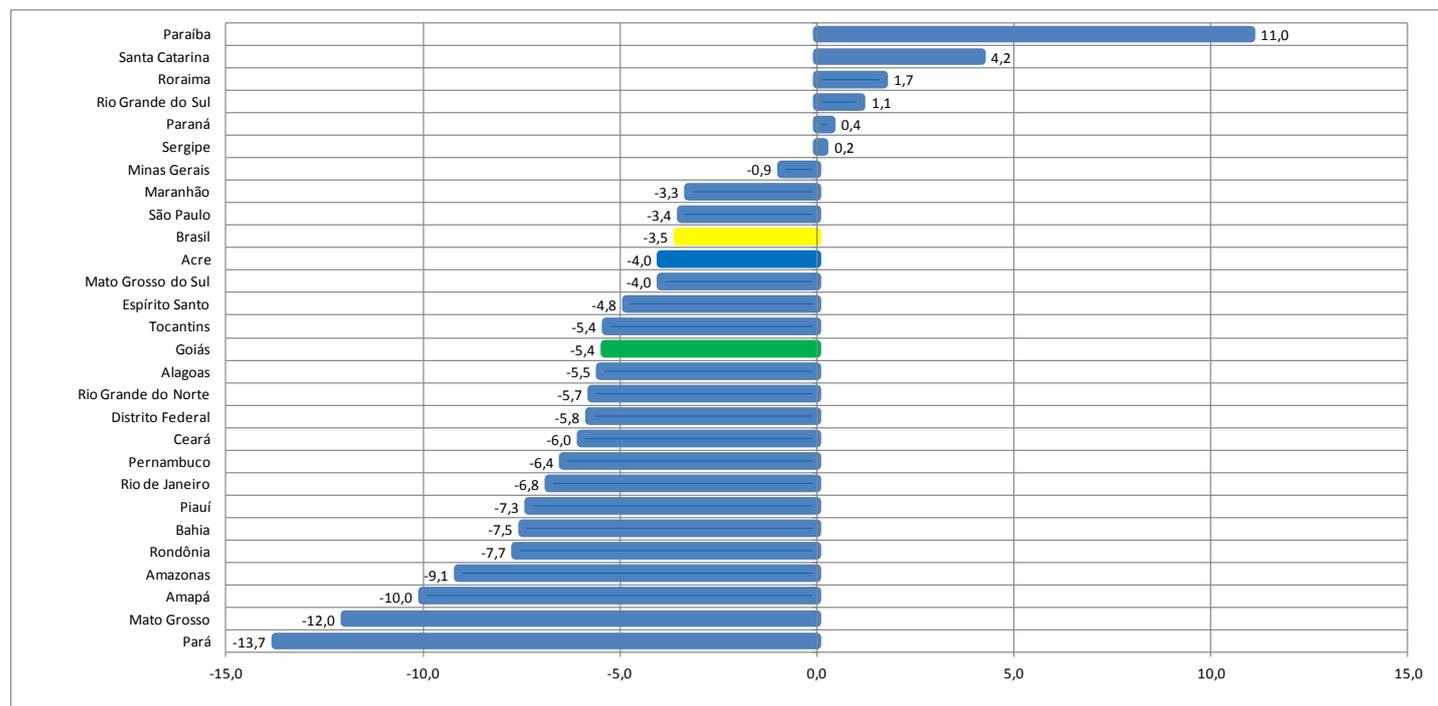
	Variações Mensais (%)					
	Brasil			Goiás		
	Set/16	Out/16	Nov/16	Set/16	Out/16	Nov/16
Volume de Vendas	-0,8	-0,3	2,0	0,2	-0,1	2,7
Receita de Vendas	-0,3	-0,4	0,9	1,1	-0,2	1,5

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

Elaboração: Instituto Mauro Borges/Segplan-GO/Gerência de Contas Regionais e Indicadores – 2017.

Em novembro/2016, na comparação com o mesmo mês do ano anterior, o volume de vendas do comércio goiano restrito, descontada a inflação, apresentou queda de 5,4%, menos acentuada do que a registrada em outubro. Com desempenho abaixo do apurado para o varejo brasileiro (-3,5%) (Gráfico 1), o varejo goiano ocupa a 15ª colocação entre as 27 unidades da Federação.

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



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Elaboração: Instituto Mauro Borges/Segplan-GO/Gerência de Contas Regionais e Indicadores - 2017.

Varejo Goiano Restrito

Na série sem ajuste nov16/nov15, apenas a atividade Outros artigos de uso pessoal e doméstico apresentou resultado positivo em volume no mês de novembro/16 (2,5%). Esta atividade engloba segmentos de lojas de departamentos, brinquedos, artigos esportivos etc.

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 46,3%. Os resultados negativos das vendas no varejo de modo geral refletem a redução da renda real, da taxa de juros ainda muito elevada e o desemprego crescente.

O segmento de Combustíveis e lubrificantes, com queda de 10,5% no volume de vendas em relação a novembro de 2015, representou a segunda maior contribuição negativa no resultado total do varejo restrito. Em termos acumulados, as taxas da atividade foram de -8,7% para os onze primeiros meses do ano e de -8,0% nos últimos 12 meses.

Na sequência, a atividade de Móveis e eletrodomésticos, com queda de 8,8% em relação a novembro de 2015, menor 11,2 pontos percentuais em relação à taxa de outubro (-20,0%). Com isso, ao registrar taxas de -16,7 % no acumulado de janeiro a novembro e de -18,2% no acumulado dos últimos 12 meses, o segmento se manteve com desempenho abaixo da média do varejo do estado (-9,6% e -9,8% respectivamente). Com uma dinâmica de vendas associada à disponibilidade de crédito, os resultados do setor, abaixo da média geral, foram influenciados principalmente pela elevação da taxa de juros nas operações de crédito às pessoas físicas, que segundo BACEN, passaram de 38,7% a.a em novembro /2015 para 42,7% a.a em novembro /2016.

A atividade de Livros, jornais, revistas e papelaria apresentou queda de 7,3% no volume de vendas sobre novembro de 2015. As taxas acumuladas ficaram em -10,5% nos onze meses do ano e em -11,1% nos últimos 12 meses. A trajetória declinante desta atividade vem sendo influenciada, em especial no que tange a jornais e revistas, por certa substituição dos produtos impressos pelos de meio eletrônico.

O segmento de Tecidos, vestuário e calçados, com recuo de 6,9% no volume de vendas sobre novembro de 2015, foi responsável pela quinta contribuição negativa à taxa global. Em termos de desempenho acumulado, os resultados foram de -10,0% no período janeiro-novembro e de -9,7% no acumulado dos últimos 12 meses.

O segmento de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos, com -4,7% de variação no volume de vendas na relação novembro 2016/novembro 2015 foi a sexta maior contribuição negativa. No indicador acumulado no ano, a variação foi de -4,2% e nos últimos 12 meses, de -3,8%. A atividade continua se destacando em termos de desempenho acumulado em relação à média geral, o que deve ser atribuído, especialmente, ao caráter de uso essencial de seus produtos.

Com 0,9% de recuo sobre novembro de 2015, a atividade de Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, apresentou recuperação na taxa de 6,6 pontos percentuais em relação à variação do mês de outubro/16 (-7,5%). Os índices acumulado no ano e nos últimos doze meses ficaram em -6,5% e -6,6% na mesma ordem, resultados que posicionam o setor em patamar acima da média geral do varejo.

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	
	Set/16	Out/16	Nov/16	No Ano	12 Meses	Set/16	Out/16	Nov/16	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	-5,7	-8,1	-3,5	-6,4	-6,5	-7,7	-10,5	-5,4	-9,6	-9,8
Combustíveis e lubrificantes	-8,7	-10,0	-8,1	-9,6	-9,6	-8,9	-11,8	-10,5	-8,7	-8,0
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-2,4	-6,4	-1,1	-3,1	-3,1	-3,4	-7,5	-0,9	-6,5	-6,6
Hipermercados e supermercados	-2,4	-6,4	-1,1	-3,0	-3,1	-4,2	-8,0	-1,6	-7,0	-7,0
Tecidos, vestuário e calçados	-10,3	-12,2	-9,6	-11,2	-11,0	-1,7	-4,9	-6,9	-10,0	-9,7
Móveis e eletrodomésticos	-13,4	-13,5	-7,4	-13,0	-13,7	-16,8	-20,0	-8,8	-16,7	-18,2
Móveis	-12,9	-15,3	-7,5	-12,5	-13,7	-18,2	-16,2	-3,5	-9,1	-11,0
Eletrodomésticos	-13,6	-12,8	-7,3	-13,2	-13,7	-16,3	-21,1	-10,3	-19,2	-20,5
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	-3,1	-6,1	-3,0	-1,7	-1,2	-6,3	-8,2	-4,7	-4,2	-3,8
Livros, jornais, revistas e papelaria	-18,0	-17,3	-11,8	-16,5	-16,4	-8,7	-14,6	-7,3	-10,5	-11,1
Equipamentos e materiais para escritório,	-12,0	-6,6	-9,2	-13,6	-13,9	-49,5	-45,8	-46,3	-40,9	-40,1

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

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio. Elaboração: Instituto Mauro Borges/Segplan-GO/Gerência de Contas Regionais e Indicadores – 2017.

Em termos de receita nominal, o valor das vendas do comércio varejista goiano apresentou alta de 2,8% em novembro/16, ante 0,2% registrada em outubro de 2016. 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 novembro, acumulou alta de 6,1%.

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	
	Set/16	Out/16	Nov/16	No Ano	12 Meses	Set/16	Out/16	Nov/16	No Ano	12 Meses
Comércio Varejista Geral	5,9	1,9	5,0	4,8	4,6	4,2	0,2	2,8	1,0	0,7
Combustíveis e lubrificantes	1,1	-4,0	-5,4	1,5	2,2	3,2	-2,0	-3,4	4,5	5,1
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	11,5	5,9	9,2	10,1	9,9	11,2	5,5	8,9	6,0	5,8
Hipermercados e supermercados	11,7	5,8	9,5	10,1	9,9	10,3	4,8	8,1	5,3	5,1
Tecidos, vestuário e calçados	-5,7	-8,0	-6,0	-6,2	-6,1	4,7	1,3	-1,7	-5,0	-5,0
Móveis e eletrodomésticos	-8,1	-8,7	-2,8	-7,6	-8,7	-11,6	-14,8	-6,0	-11,0	-12,6
Móveis	-12,3	-15,0	-7,2	-10,1	-11,0	-17,4	-15,7	-4,1	-7,0	-8,8
Eletrodomésticos	-6,1	-5,5	-0,7	-6,4	-7,5	-9,2	-14,6	-6,5	-12,4	-14,0
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	9,1	5,6	9,0	9,3	9,5	5,4	3,1	7,0	5,9	6,0
Livros, jornais, revistas e papelaria	-8,1	-7,9	-2,8	-7,5	-7,5	4,4	-4,3	2,3	1,4	0,7
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-2,9	0,9	-4,3	-5,4	-6,5	-35,9	-32,8	-35,9	-27,4	-27,3
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-1,1	-0,1	6,7	-2,2	-2,0	7,5	11,2	9,2	3,1	4,5
Comércio varejista ampliado geral	-0,1	-2,7	1,7	-0,6	-0,8	-2,9	-6,0	-2,7	-6,3	-6,7
Veículos, motocicletas, partes e peças	-14,2	-13,9	-7,0	-13,0	-0,8	-11,5	-16,9	-15,3	-6,3	-0,8
Material de construção	-8,5	-12,1	-3,6	-9,0	-8,9	-12,4	-9,2	1,0	-14,4	-13,9

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio.

Elaboração: Instituto Mauro Borges / Segplan-GO / Gerência de Contas Regionais e Indicadores – 2017.

Varejo goiano ampliado

O varejo ampliado goiano registrou queda de 8,0% em novembro/16, ante recuo de 12,7% em outubro/16. No acumulado em 12 meses, a taxa média do varejo goiano ampliado atingiu -13,1% e no varejo brasileiro -8,8%. As vendas de Veículos, motos, partes e peças e de Material de construção vendas retrocederam 14,5% e 2,0%, respectivamente, nestes segmentos no ano a taxa foi de -16,9% para ambos.

Em síntese, o resultado apresentado na pesquisa em novembro/2016, para as vendas do comércio varejista goiano, avançou 2,7% na passagem de outubro para novembro na série livre de influências sazonais, compensando em grande parte a perda de 1,2% acumulada entre julho e outubro de 2016. Com isso o varejo goiano volta a crescer.

No confronto com novembro de 2015, a queda de 5,4% no varejo goiano registrou recuo pelo vigésimo quarto mês seguido, porém a queda foi menos acentuada desde janeiro de 2015 (-5,2%). Dessa forma, o indicador acumulado nos últimos doze meses, com recuo de 9,6% em novembro de 2016, mantém o varejo em trajetória negativa iniciada em dezembro 2014 (-5,4%).

A queda nas vendas do comércio varejista são consequências da continuidade da deterioração no mercado de trabalho, especialmente do recuo na massa de salários pagos aos trabalhadores ocupados. Outra variável que contribuiu para o resultado é a alta da inflação de alguns segmentos, como o de alimentação dentro do lar e dos produtos farmacêuticos. No entanto, a boa

notícia é que inflação vem perdendo força nos últimos meses, o IPCA/IBGE em novembro de 2016 ficou em 6,99%, queda de 3,49 pontos percentuais, se comparado com o fechamento do ano de 2015, quando o indicador estava em 10,48%.

Equipe de Conjuntura do IMB:

Dinamar Maria Ferreira Marques

Juliana Dias Lopes

Luiz Batista Alves

Rafael dos Reis Costa