

Pesquisa Mensal do Comércio – PMC**Referência: março/2020****Varejo goiano teve queda de 8,3% em março/2020 na comparação interanual**

A Pesquisa Mensal do Comércio (PMC/IBGE) mostra que na comparação com ajuste sazonal, ou seja, na passagem de fevereiro para março de 2020, o volume de vendas do comércio varejista goiano recuou 5,4%. Na mesma comparação, o comércio brasileiro apresentou declínio de 2,5%. As vendas no comércio tiveram predomínio de resultados negativos alcançando 26 das 27 unidades da federação, com destaque para Roraima (-23,2%), Amazonas (-16,5%) e Acre (-15,7%). Por outro lado, São Paulo registrou a única taxa positiva para o período, com 0,7%. De acordo com o Gráfico 1.

Frente a março de 2019, o volume de vendas do comércio varejista goiano obteve uma queda de 8,3%. Em paralelo, o comércio varejista nacional assimilou recuo de 1,2%, com 23 das 27 unidades da acompanhando esse movimento de queda, com destaque para Roraima (-25,3%), Ceará (-14,4%) e Acre (-11,8%). Por outro lado, apenas quatro das 27 unidades da federação alcançaram resultados positivos, sendo eles: São Paulo (5,4%), Tocantins (3,4%), Mato Grosso (2,1%) e Paraíba (1,0%), conforme mostra o Gráfico 2.

Ao se considerar o volume de vendas do comércio varejista ampliado em março de 2020, na comparação com (o mesmo período do ano anterior) o período homólogo, no país houve queda de 6,3%. Das 27 unidades da federação 19 tiveram resultados negativos, em que Roraima (-19,6%), Sergipe (-18,0%) e Piauí (-13,6%) foram os destaques do mês. Em Goiás houve uma diminuição de 4,8%, segundo o Gráfico 3.

Na Tabela 1 são apresentados os dados do comércio goiano por segmentos referente ao volume no mês de março de 2020. O comportamento dos consumidores foi impactado diretamente diante do cenário da pandemia da Covid-19. Três segmentos tiveram crescimento nas vendas nesse período, o setor que apresentou a maior variação foi o de hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (5,3%), devido ao isolamento social. Com mais pessoas em casa e com bares e restaurantes fechados, os consumidores gastaram mais com itens essenciais, como: alimentos, bebidas e artigos de higiene pessoal. O segundo setor foi o de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (3,7%), influenciado pelo aumento nas vendas de itens que ajudam a prevenir o corona vírus, como álcool em gel, máscaras de uso cirúrgico e remédios que auxiliam no sistema imunológico. O terceiro setor que mais cresceu foi o de equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (1,2%), com mais pessoas aderindo ao *home office*, houve um aumento nas vendas de computadores, impressoras e artigos de informáticas.

Em sentido oposto, os segmentos de tecidos, vestuários e calçados (-49,8%), outros artigos de uso pessoal e doméstico (-23,9%) e livros, jornais, revistas e papelaria (-21,7%) foram os que apresentaram os menores resultados na comparação. A taxa do primeiro segmento foi altamente afetada pelas medidas preventivas do corona vírus, devido ao fechamento de lojas de ruas e de *shopping centers*. O segundo segmento, que engloba lojas de brinquedos; joias; artigos esportivos etc. A queda está atrelada as medidas de contenção da Covid-19, como fechamento dessas categorias de estabelecimentos e ao comportamento consumidor que diante de um cenário de incerteza tende a diminuir o consumo desse tipo de bens. E, por fim, o terceiro segmento está correlacionado a troca de jornais e revistas impressos pela tecnologia, a qual cresce de maneira exponencial e com a pandemia, agravou-se.

No comércio ampliado, o volume de vendas do segmento veículos, motocicletas, partes e peças, cresceu 2,4% e o de material de construção teve queda de 3,1%. O varejo ampliado fechou o trimestre com recuo de 0,3%.

Pesquisa Mensal do Comércio – PMC
Referência: março/2020
Tabela 1: Variações (%) do volume de vendas do Comércio Varejista Restrito e Ampliado - Brasil e Goiás - março/2019

Atividades	Interanual*	Acumulado no ano*	Acumulado 12 meses **
Varejo – Brasil	-1,2	1,6	2,1
Varejo -Goiás	-8,4	-2,0	-1,1
Combustíveis e lubrificantes	-13,1	-8,8	-4,3
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,6	-1,2	-4,5
Hipermercados e supermercados	6,3	-0,8	-4,5
Tecidos, vestuário e calçados	-49,8	-11,8	-1,9
Móveis e eletrodomésticos	-16,4	1,7	1,6
Móveis	-0,5	17,5	16,2
Eletrodomésticos	-19,4	-1,7	-2,1
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	3,7	3,2	2,8
Livros, jornais, revistas e papelaria	-21,7	-5,4	-29,0
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	1,6	11,1	8,1
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-23,9	1,4	14,2
Varejo Ampliado – Brasil	-6,3	0,0	3,3
Varejo Ampliado – Goiás	-4,8	-0,3	1,7
Veículos, motocicletas, partes e peças	2,4	3,1	7,5
Material de construção	-3,1	-0,4	3,2

Fonte: IBGE- Pesquisa Mensal do Comércio

Elaboração: Instituto Mauro Borges/Secretaria de Estado da Economia de Goiás-2020

Tabela 2: Variações (%) da receita nominal do Comércio Varejista Restrito e Ampliado - Brasil e Goiás – março/2019

Atividades	Interanual*	Acumulado no ano*	Acumulado 12 meses **
Varejo – Brasil	2,6	5,6	5,3
Varejo -Goiás	-4,3	2,3	2,4
Combustíveis e lubrificantes	-9,3	-2,1	-3,7
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	12,4	6,3	1,8
Hipermercados e supermercados	13,2	6,7	1,9
Tecidos, vestuário e calçados	-50,2	-12,2	-1,3
Móveis e eletrodomésticos	-20,9	-1,8	3,5
Móveis	-3,5	16,1	19,5
Eletrodomésticos	-25,3	-6,5	-0,9
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	7,6	8,0	7,1
Livros, jornais, revistas e papelaria	-19,6	-1,7	-25,6
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-7,9	3,2	8,2
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-23,4	2,4	16,1
Varejo Ampliado – Brasil	-2,8	3,3	5,9
Varejo Ampliado – Goiás	-2,4	2,2	4,0
Veículos, motocicletas, partes e peças	2,7	2,2	7,4
Material de construção	-2,9	2,1	6,1

Fonte: IBGE- Pesquisa Mensal do Comércio.

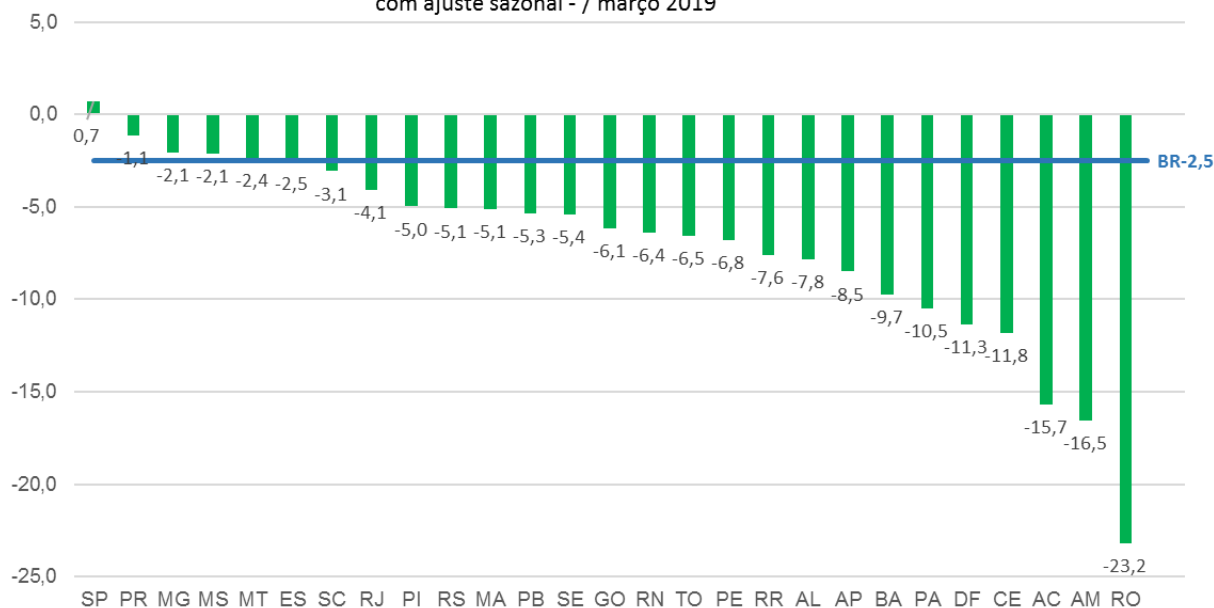
Elaboração: Instituto Mauro Borges/Secretaria de Estado da Economia de Goiás-2020



Pesquisa Mensal do Comércio – PMC

Referência: março/2020

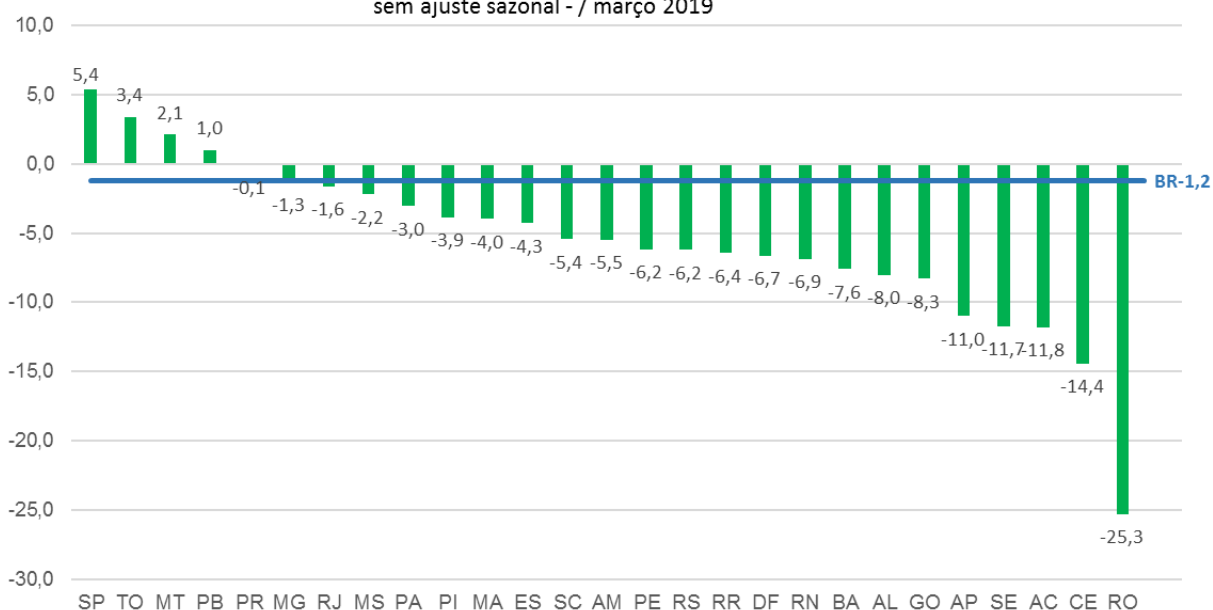
Gráfico 1 - Volume de Vendas do Comércio Varejista (%) - Brasil e UFs
com ajuste sazonal - / março 2019



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal do Comércio.

Elaboração: Instituto Mauro Borges/Secretaria de Estado da Economia de Goiás – 2020

Gráfico 2 - Volume de Vendas do Comércio Varejista (%) - Brasil e UFs
sem ajuste sazonal - / março 2019



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal do Comércio.

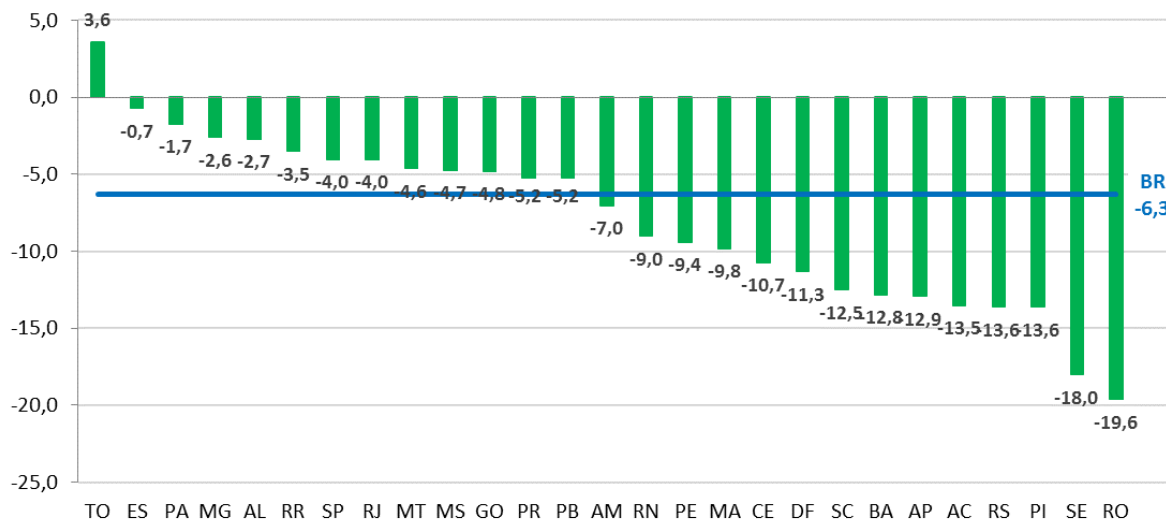
Elaboração: Instituto Mauro Borges/Secretaria de Estado da Economia de Goiás – 2020



Pesquisa Mensal do Comércio – PMC

Referência: março/2020

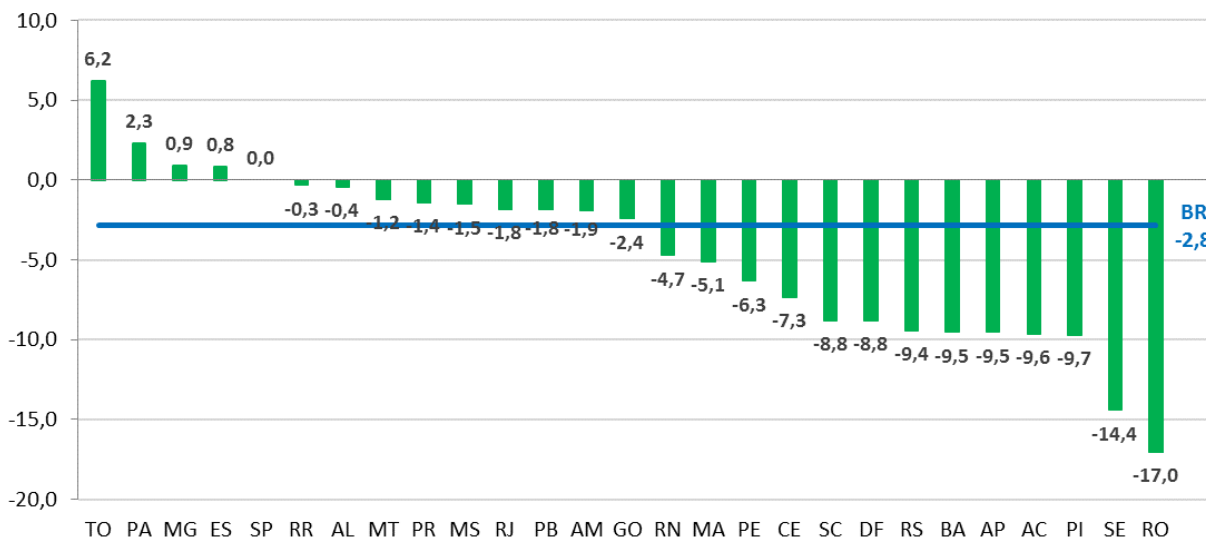
Gráfico 3 - Volume de Vendas no Varejo Ampliado (%) - Brasil e UFs
variação interanual - março/ 2020



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal do Comércio.

Elaboração: Instituto Mauro Borges/Secretaria de Estado da Economia de Goiás – 2020

Gráfico 4 - Volume de Receitas de Vendas no Varejo Ampliado (%) - Brasil e UFs
variação interanual - março/ 2020



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal do Comércio.

Elaboração: Instituto Mauro Borges/Secretaria de Estado da Economia de Goiás – 2020

Responsável Técnico:

Rafael dos Reis Costa (Pesquisador em Economia)

Colaboração:

Daniela de Souza Santos (Estagiária)

Anderson Mutter Teixeira (Gerente de estudos macroeconômicos)