

Enfoque Econômico é uma publicação do IPECE que tem por objetivo fornecer informações de forma imediata sobre políticas econômicas, estudos e pesquisas de interesse da população cearense. Por esse instrumento informativo o IPECE espera contribuir para a disseminação, de forma objetiva, do conhecimento sobre temas relevantes para o desenvolvimento econômico do Estado do Ceará.

Ceará registra terceira maior alta nas vendas do varejo ampliado nacional no acumulado do 1º trimestre do ano de 2014

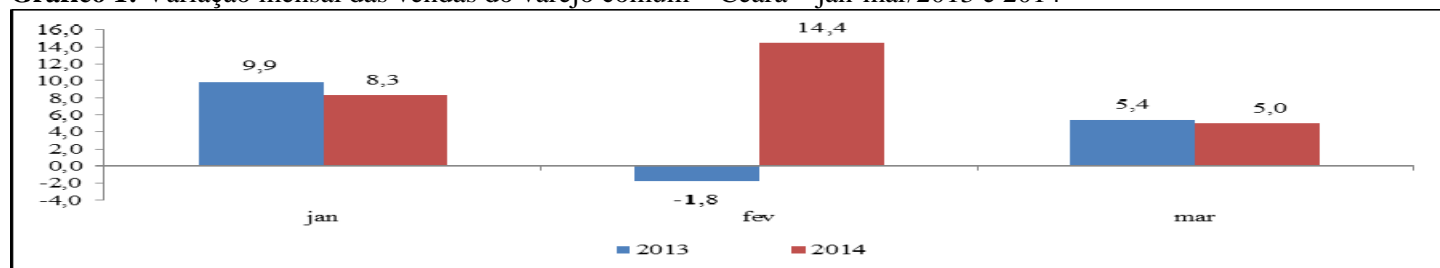
1. Evolução das Vendas do Varejo

1.1. Varejo Comum

Segundo dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as vendas do varejo comum cearense registraram alta pelo terceiro mês consecutivo na comparação com o mês imediatamente anterior. Em março de 2014, a variação do varejo cearense foi de 0,25% ajustada sazonalmente, bem melhor que o país que registrou a primeira queda no ano de 0,52%.

Na comparação com março de 2013, o varejo comum cearense também registrou alta de 5,0%, taxa levemente inferior à que foi registrada em igual mês do ano passado (5,4%). Apesar disso, foram observadas altas mensais sucessivas ao longo dos três primeiros meses do ano na comparação com o mesmo mês do ano anterior. (Gráfico 1).

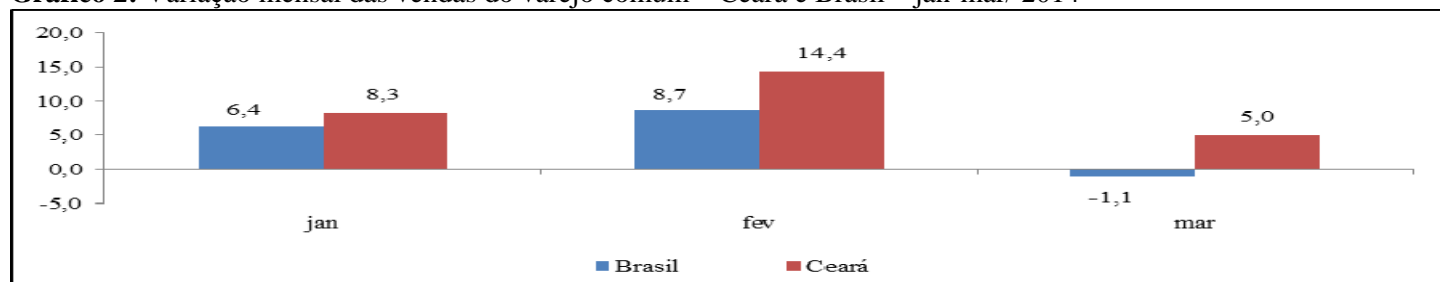
Gráfico 1: Variação mensal das vendas do varejo comum – Ceará – jan-mar/2013 e 2014



Fonte: PMC-IBGE. Elaboração IPECE.

Diferente do ocorrido no Ceará, o varejo nacional registrou sua primeira queda de 1,1% em março de 2014, mostrando que o resultado alcançado pelo Estado foi bastante favorável. (Gráfico 2).

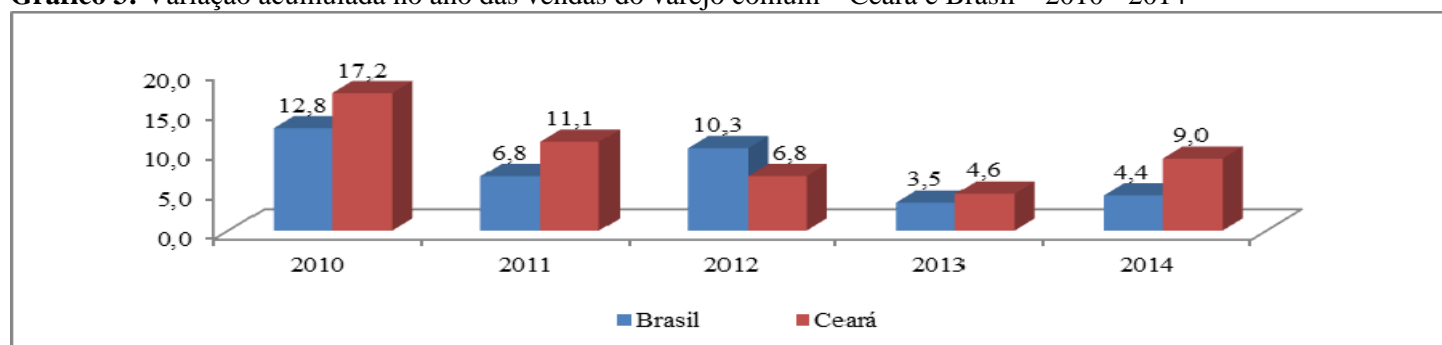
Gráfico 2: Variação mensal das vendas do varejo comum – Ceará e Brasil – jan-mar/ 2014



Fonte: PMC-IBGE. Elaboração IPECE.

Dentro da análise do acumulado do 1º trimestre de 2014 pode-se notar que o varejo comum cearense registrou uma alta bastante significativa de 9,0%, sendo a terceira maior alta para o período desde 2010, revelando dessa forma uma retomada no ritmo de crescimento das vendas do varejo comum local comparado ao ano anterior. (Gráfico 3).

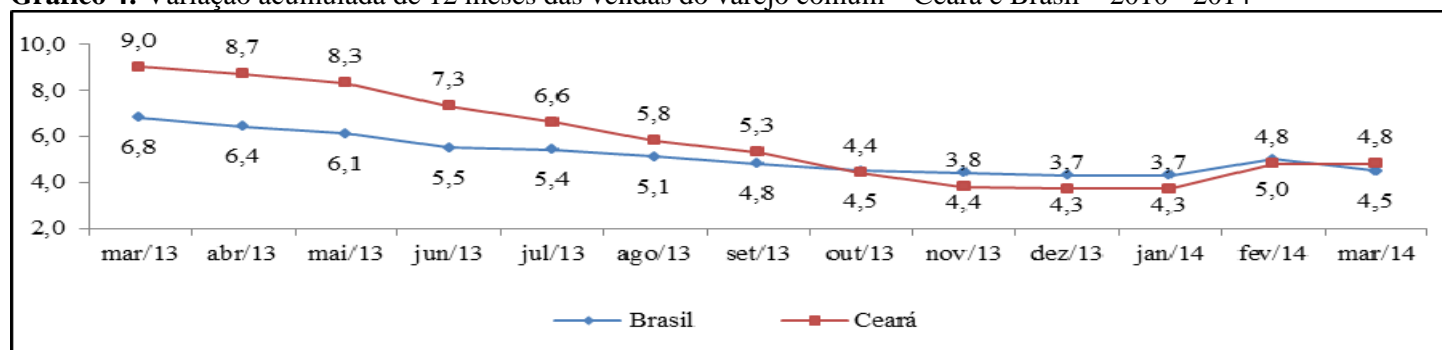
Gráfico 3: Variação acumulada no ano das vendas do varejo comum – Ceará e Brasil – 2010 - 2014



Fonte: PMC-IBGE. Elaboração IPECE.

Na variação acumulada de 12 meses, que capta o efeito marginal mensal, é possível perceber através da análise do gráfico 4, uma tímida retomada da trajetória de crescimento mensal das vendas mensais do varejo comum cearense a partir de fevereiro último, encerrando a série num patamar novamente superior ao do país.

Gráfico 4: Variação acumulada de 12 meses das vendas do varejo comum – Ceará e Brasil – 2010 - 2014

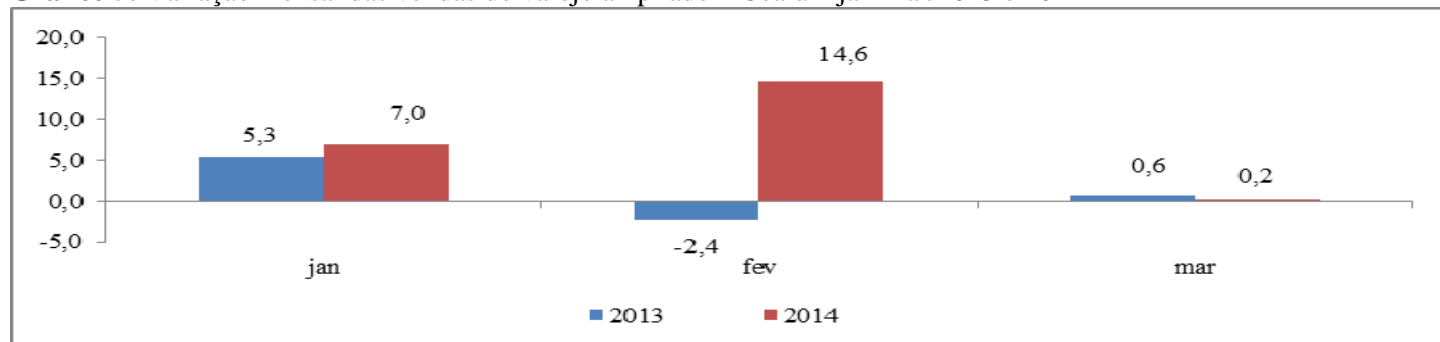


Fonte: PMC-IBGE. Elaboração IPECE.

1.2. Varejo Ampliado

Quando se analisa o comportamento do índice de volume de vendas do varejo ampliado, ou seja, aquele que inclui também as vendas dos setores de Veículos, motocicletas, partes e peças e de Materiais de construção, tem-se que a alta ocorrida no varejo foi de apenas 0,2% em março de 2014 comparado a março de 2013, tendo ficado bem abaixo do registrado no varejo comum que registrou alta de 5,0% na mesma comparação. Isso pode ter sido um reflexo das vendas de automóveis que acabaram por influenciar negativamente na taxa de crescimento mensal do índice do volume de vendas do varejo ampliado cearense. Vale ainda destacar que é marcante a desaceleração no ritmo de crescimento das vendas do varejo ampliado quando se observa a marca registrada em fevereiro de 2014 quando foi registrada alta de 14,6%. (Gráfico 5).

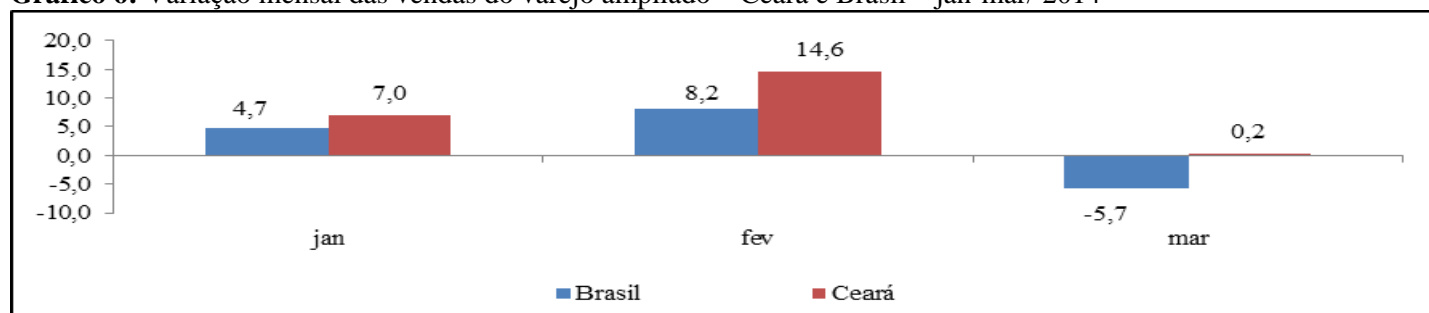
Gráfico 5: Variação mensal das vendas do varejo ampliado – Ceará – jan-mar/2013 e 2014



Fonte: PMC-IBGE. Elaboração IPECE.

Apesar do tímido crescimento registrado pelo varejo ampliado cearense em março de 2014 de 0,2%, o país registrou queda em igual período de 5,7%, fruto da maior queda ocorrida nas vendas de veículos nesse mês (Gráfico 6).

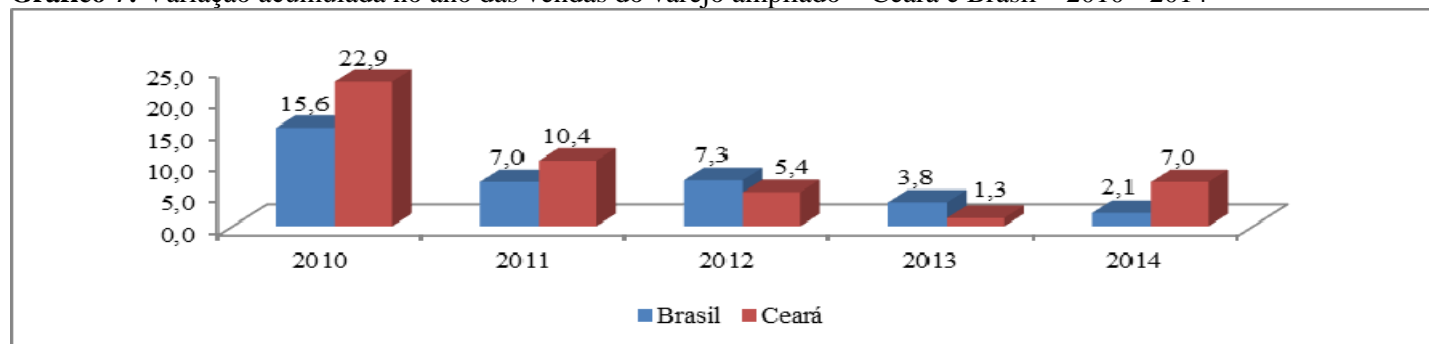
Gráfico 6: Variação mensal das vendas do varejo ampliado – Ceará e Brasil – jan-mar/ 2014



Fonte: PMC-IBGE. Elaboração IPECE.

Vale destacar que a alta acumulada no ano das vendas do varejo ampliado do país foi a menor desde 2010, enquanto que o varejo ampliado cearense apresentou uma nítida retomada do crescimento acumulado no ano de 7,0%, voltando para o patamar de crescimento observado em 2012. (Gráfico 7).

Gráfico 7: Variação acumulada no ano das vendas do varejo ampliado – Ceará e Brasil – 2010 - 2014

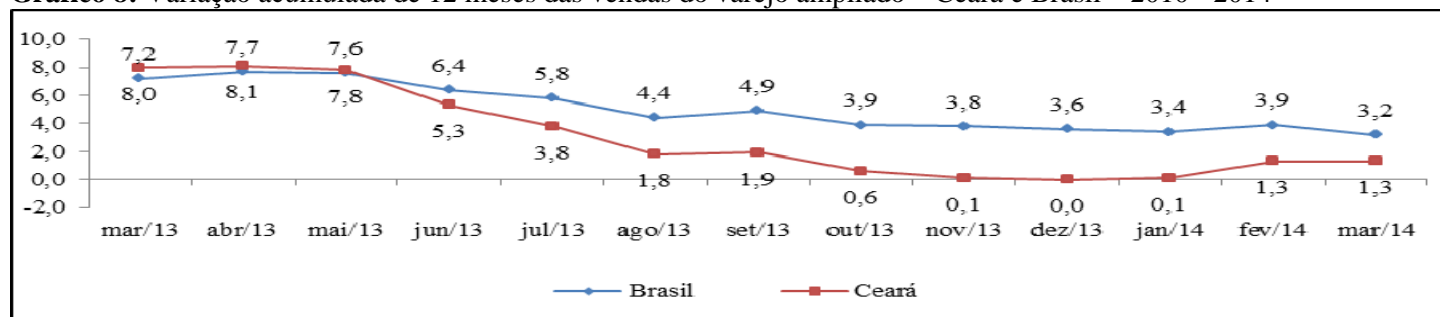


Fonte: PMC-IBGE. Elaboração IPECE.

Por fim, pela análise do Gráfico 8, é também possível observar que após as vendas do varejo ampliado cearense alcançarem a marca zero de variação, esse índice passou a registrar variações positivas nos três primeiros meses do ano de 2014, reafirmando a retomada das vendas do varejo ampliado cearense no início do ano.

Comportamento diferente tem sido observado pelo país para o varejo ampliado que finalizou o trimestre com variação acumulada de 12 meses inferior a registrada em dezembro de 2013.

Gráfico 8: Variação acumulada de 12 meses das vendas do varejo ampliado – Ceará e Brasil – 2010 - 2014



Fonte: PMC-IBGE. Elaboração IPECE.

2. Evolução das Vendas do Varejo no Contexto Nacional

Na Tabela 1 abaixo, estão dispostos os dados referentes à variação mensal, variação acumulada no ano e à variação no acumulado de 12 meses das vendas do varejo comum do país e de todos os estados.

Tabela 1: Variação das vendas do varejo comum – Brasil e Estados – Jan.-Mar/2013 - 2014

Estados	jan/13	fev/13	mar/13	Acum. Ano (2013)	Acum. 12 Meses (2013)	jan/14	fev/14	mar/14	Acum. Ano (2014)	Acum. 12 Meses (2014)
Brasil	5,9	-0,2	4,5	3,5	6,8	6,4	8,7	-1,1	4,4	4,5
Acre	4,4	3,5	0,2	2,6	10,4	14,1	16,0	6,6	12,1	6,2
Maranhão	10,7	0,6	5,3	5,6	9,8	8,9	15,9	6,0	10,1	9,6
Tocantins	8,4	0,6	7,1	5,4	11,9	10,7	16,2	4,1	10,0	6,0
Alagoas	7,7	-2,6	3,6	3,0	6,8	11,2	14,0	4,1	9,6	8,6
Bahia	5,2	-4,7	-0,8	0,0	7,1	9,6	15,7	4,2	9,6	4,9
Ceará	9,9	-1,8	5,4	4,6	9,0	8,3	14,4	5,0	9,0	4,8
Amapá	3,4	2,9	4,4	3,6	14,7	2,6	8,9	9,6	7,0	3,8
Rondônia	8,8	7,0	9,9	8,6	6,4	10,2	8,9	1,5	6,7	8,9
Mato Grosso	8,4	3,1	4,4	5,3	6,4	5,2	10,0	4,1	6,3	6,3
Goiás	6,7	0,3	4,9	4,1	7,7	7,4	10,3	1,2	6,1	5,1
Pará	7,7	2,1	5,5	5,2	6,6	6,4	10,1	0,9	5,6	5,9
Pernambuco	9,0	-0,8	5,6	4,7	9,0	5,7	13,0	-1,0	5,5	6,3
Rio Grande do Norte	14,1	3,8	10,7	9,6	8,2	6,9	10,0	-0,7	5,2	8,2
Piauí	1,3	-4,2	1,8	-0,3	4,0	6,7	8,3	-0,4	4,7	5,0
São Paulo	5,5	0,1	4,8	3,6	7,7	6,6	8,6	-0,6	4,7	4,5
Mato Grosso do Sul	16,7	10,4	12,3	13,2	15,7	4,7	7,8	1,7	4,6	8,9
Minas Gerais	3,4	-2,3	-0,6	0,2	4,5	6,1	7,0	-1,1	3,9	1,8
Paraná	6,7	-0,3	5,4	4,1	6,9	6,2	7,7	-1,5	3,9	6,3
Rio Grande do Sul	4,3	1,2	6,0	3,9	6,9	7,1	8,6	-2,9	3,9	3,8
Sergipe	3,9	-2,0	6,4	2,8	4,6	7,0	6,8	-2,4	3,7	3,0
Distrito Federal	4,8	-2,5	0,7	1,0	3,0	4,1	8,7	-2,7	3,0	3,2
Santa Catarina	3,1	-2,8	3,2	1,2	4,8	5,9	5,6	-3,6	2,6	2,9
Amazonas	3,1	1,0	1,2	1,8	3,4	6,9	3,7	-3,0	2,5	4,1
Paraíba	13,0	1,9	10,7	8,6	8,9	4,7	5,7	-3,5	2,1	7,6
Rio de Janeiro	5,9	0,7	7,4	4,7	4,3	4,8	6,8	-5,7	1,7	4,2
Espírito Santo	8,6	-0,5	2,5	3,5	9,3	4,9	3,0	-4,3	1,1	0,9
Roraima	4,0	1,9	6,8	4,3	19,8	0,8	1,5	-7,3	-1,9	1,8

Fonte: PMC-IBGE. Elaboração IPECE.

Nota: Ordenado pelo acumulado do ano de 2014.

Algumas observações podem ser feitas com base nos dados presentes na Tabela 1 que contém as variações ocorridas apenas no varejo comum. Primeiro, é possível notar que apenas o estado de Roraima registrou queda nas vendas do varejo no 1º trimestre de 2014 de 1,9%. Segundo, somente sete estados tiveram crescimento inferior ao registrado nas vendas do varejo comum no acumulado de 2013. Terceiro, o resultado positivo apresentado pela maioria dos estados resultou em elevação da taxa de crescimento das vendas do varejo comum nacional na comparação dos anos de 2013 (+3,5%) e 2014 (+4,4%).

Nota-se ainda que o Ceará registrou a sexta maior alta no acumulado do ano dentre todos os estados brasileiros, tendo sido superado apenas pelos resultados obtidos pelo Acre (+12,1), Maranhão (+10,1), Tocantins (+10,0), Alagoas (+9,6) e Bahia (+9,6).

Já na Tabela 2, têm-se a mesma análise para o varejo ampliado. Também é possível tirar algumas conclusões. Primeiro, um total de seis estados registraram queda com a maior tendo sido observada para o estado do Espírito Santo. Segundo, apenas nove estados registraram taxa de crescimento acumulado superior na comparação dos anos de 2013 e 2014. Isso acabou influenciando o resultado nacional que registrou alta inferior na comparação dos dois anos de 3,8% em 2013, contra 2,1% em 2014.

Enquanto isso, o varejo ampliado cearense foi destaque ao registrar a terceira maior alta no acumulado do ano de 7,2%, superado pelos estados de Alagoas (+7,8%) e Acre (+7,2%).

Tabela 2: Variação das vendas do varejo ampliado – Brasil e Estados – Jan.-Mar/2013 – 2014

Estados	jan/13	fev/13	mar/13	Acum. Ano (2013)	Acum. 12 Meses (2013)	jan/14	fev/14	mar/14	Acum. Ano (2014)	Acum. 12 Meses (2014)
Brasil	7,0	1,2	3,1	3,8	7,2	4,7	8,2	-5,7	2,1	3,2
Alagoas	12,1	2,7	2,5	5,8	12,8	7,9	13,7	2,4	7,8	5,6
Acre	15,8	11,1	10,9	12,6	11,9	13,0	13,8	-4,5	7,2	9,8
Ceará	5,3	-2,4	0,6	1,3	8,0	7,0	14,6	0,2	7,0	1,3
Rio Grande do Sul	8,1	3,5	6,1	6,0	8,5	11,5	13,8	-3,2	6,8	6,6
Santa Catarina	7,4	-3,1	-0,5	1,3	3,6	6,7	11,2	0,7	6,0	4,8
Pernambuco	6,6	-1,3	5,2	3,7	8,0	7,9	14,0	-3,6	5,7	5,6
Bahia	6,7	-2,7	-1,1	1,0	9,0	5,8	12,9	-0,8	5,6	2,8
Sergipe	3,6	-3,0	5,1	2,0	6,8	8,9	10,1	-1,8	5,5	2,8
Distrito Federal	3,9	-1,4	-0,7	0,6	5,8	11,2	10,4	-4,6	5,3	0,8
Maranhão	10,5	2,7	4,3	5,9	10,1	4,3	10,9	0,6	5,0	5,1
Mato Grosso	7,8	1,9	5,3	5,0	12,8	6,0	9,2	-2,0	4,1	4,6
Amazonas	4,1	2,6	0,2	2,3	1,6	8,6	5,4	-2,5	3,7	4,9
Paraíba	12,5	1,6	2,3	5,4	6,5	6,4	10,4	-4,9	3,6	7,9
Rio Grande do Norte	7,6	6,2	13,2	9,1	9,0	6,6	10,1	-5,4	3,4	7,4
Piauí	8,8	-1,0	8,6	5,6	7,8	4,0	10,6	-3,7	3,2	5,4
Tocantins	7,0	3,4	1,9	4,1	13,4	3,1	6,2	-0,4	2,8	2,1
Rio de Janeiro	8,6	0,7	6,0	5,2	5,0	2,5	12,0	-5,1	2,6	5,4
Pará	9,1	4,0	4,4	5,8	10,9	4,4	6,1	-2,5	2,5	1,8
Rondônia	6,5	-0,4	10,3	5,6	5,8	2,9	7,5	-4,6	1,5	0,2
Paraná	9,9	5,5	7,1	7,6	7,8	5,2	5,3	-6,8	1,0	5,4
São Paulo	5,3	1,8	3,3	3,5	8,2	4,3	6,9	-8,0	0,6	2,3
Mato Grosso do Sul	15,4	9,2	11,2	12,0	10,6	-0,1	4,0	-3,9	-0,2	4,8
Goiás	11,0	5,7	9,4	8,8	9,4	1,6	3,6	-6,7	-0,7	3,0
Roraima	12,6	9,0	3,7	8,2	15,6	-0,3	0,6	-4,5	-1,5	0,8
Minas Gerais	6,7	-0,4	-4,0	0,6	4,1	2,4	2,5	-9,4	-1,7	-1,0
Amapá	9,5	8,1	8,9	8,8	13,0	-12,7	-3,2	-2,2	-6,2	-2,1
Espírito Santo	2,1	-5,8	-4,6	-2,7	2,3	-7,3	-2,7	-13,1	-7,9	-5,5

Fonte: PMC-IBGE. Elaboração IPECE.

Nota: Ordenado pelo acumulado do ano de 2014.

3. Evolução Setorial das Vendas do Varejo

Na análise setorial é possível perceber que todos registraram alta acumulada na comparação com igual período de 2013.

Os setores que registraram as maiores altas no acumulado do primeiro trimestre do ano foram: Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (+23,8%); Móveis (+23,1%); Outros artigos de uso pessoal e doméstico (+21,7%) e as menores foram observadas nos setores de Livros, jornais, revistas e papelaria (+2,3%); Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (+2,5%); e Veículos, motocicletas, partes e peças (+3,0%).

O setor de Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação apresentou forte recuperação após a queda de 15,5% registrada no acumulado do primeiro trimestre de 2013. As vendas de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos, por outro lado, registrou uma forte retração na trajetória de crescimento, passando de uma alta de 21,7%, em 2013, para 2,5% em 2014. Outro setor que também apresentou recuperação foi Outros artigos de uso pessoal e doméstico passando de -2,5% em 2013, para 21,7% em 2014.

Apesar do setor de Combustíveis e lubrificantes ter registrado queda na sua taxa positiva de crescimento passando de 19,0%, em 2013, para 13,0% em 2014, esse setor ainda ocupa registrou a quinta maior alta dentre todos os setores isoladamente investigados.

Tabela 3: Variação das vendas do varejo comum – Ceará – Jan.-Mar/2013 – 2014

Atividades	jan/13	fev/13	mar/13	Acum. Ano (2013)	Acum. 12 Meses (2013)	jan/14	fev/14	mar/14	Acum. Ano (2014)	Acum. 12 Meses (2014)
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-13,9	-20,4	-12,6	-15,5	-25,2	15,9	35,2	22,1	23,8	9,6
Móveis	5,3	-0,5	30,4	11,7	20,7	24,3	43,8	7,3	23,1	26,3
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,7	-7,4	-1,2	-2,5	-3,1	25,7	28,2	12,3	21,7	8,6
Móveis e eletrodomésticos	15,9	-7,7	0,0	3,1	19,6	10,9	31,1	14,4	17,7	9,1
Eletrodomésticos	23,1	-10,4	-14,0	-0,6	19,4	3,0	23,4	18,7	13,7	-0,6
Combustíveis e lubrificantes	27,3	9,5	20,0	19,0	22,9	6,9	20,9	12,6	13,0	11,0
Tecidos, vestuário e calçados	11,5	-2,0	2,0	4,1	9,3	9,1	25,8	3,3	12,0	7,7
Material de construção	6,1	11,6	-10,1	1,9	12,5	-1,8	14,9	1,1	4,4	4,1
Hipermercados e supermercados	6,0	-4,0	5,5	2,5	6,9	4,9	6,4	0,2	3,7	-0,1
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	6,0	-3,4	4,9	2,5	7,0	4,1	6,0	0,2	3,3	-0,1
Veículos, motocicletas, partes e peças	-3,5	-6,6	-6,6	-5,5	5,3	6,3	14,9	-10,7	3,0	-6,4
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	20,9	24,4	20,1	21,7	15,2	10,3	1,0	-3,6	2,5	12,3
Livros, jornais, revistas e papelaria	0,1	-2,3	-6,3	-1,6	-3,6	-4,2	10,2	13,7	2,3	0,2

Fonte: PMC-IBGE. Elaboração IPECE.

Nota: Ordenado pelo acumulado do ano de 2014.

Por fim, na comparação com as vendas do país, temos que apenas dois setores registraram crescimento inferior: Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos e Material de construção.

Merece destaque a diferença de taxa de crescimento dos setores de Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação com diferença de 24,5 pontos percentuais; Móveis (+14,8 p.p.); Outros artigos de uso pessoal e doméstico (+14,3 p.p.); Tecidos, vestuário e calçados (+11,5 p.p.); e Eletrodomésticos (+7,1 p.p.).

Com relação as vendas de Veículos, motocicletas, partes e peças o país registrou baixa de 3,7% e o Ceará alta de 3,0%. Em Material de construção, o país apontou alta superior a do estado, 7,2% contra 4,4%.

Tabela 4: Variação das vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – Jan.-Mar/2014

Atividades	Brasil					Ceará				
	jan/14	fev/14	mar/14	Acum. Ano (2014)	Acum. 12 Meses (2014)	jan/14	fev/14	mar/14	Acum. Ano (2014)	Acum. 12 Meses (2014)
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-3,8	7,2	-4,9	-0,7	5,8	15,9	35,2	22,1	23,8	9,6
Móveis	4,1	14,7	7,4	8,3	1,4	24,3	43,8	7,3	23,1	26,3
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	11,0	17,0	-3,8	7,4	9,2	25,7	28,2	12,3	21,7	8,6
Móveis e eletrodomésticos	5,7	10,6	3,8	6,5	6,1	10,9	31,1	14,4	17,7	9,1
Eletrodomésticos	7,3	9,6	3,2	6,6	9,2	3,0	23,4	18,7	13,7	-0,6
Combustíveis e lubrificantes	6,9	13,9	4,0	8,1	7,3	6,9	20,9	12,6	13,0	11,0
Tecidos, vestuário e calçados	3,0	7,2	-7,3	0,5	2,7	9,1	25,8	3,3	12,0	7,7
Material de construção	4,4	16,8	1,4	7,2	7,4	-1,8	14,9	1,1	4,4	4,1
Hipermercados e supermercados	5,6	5,3	-3,0	2,4	2,0	4,9	6,4	0,2	3,7	-0,1
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,6	5,5	-2,8	2,6	2,1	4,1	6,0	0,2	3,3	-0,1
Veículos, motocicletas, partes e peças	1,6	4,8	-16,0	-3,7	-0,3	6,3	14,9	-10,7	3,0	-6,4
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,9	14,9	9,6	12,7	11,4	10,3	1,0	-3,6	2,5	12,3
Livros, jornais, revistas e papeleria	0,3	-4,8	-8,2	-3,5	-0,2	-4,2	10,2	13,7	2,3	0,2

Fonte: PMC-IBGE. Elaboração IPECE.

Nota: Ordenado pelo acumulado do ano de 2014.

4. Considerações Finais

Todos os números apresentados acima revelam um comportamento de recuperação nas vendas tanto do varejo comum quanto do varejo ampliado pelo estado do Ceará que passou a registrar taxas significativas de crescimento no acumulado do primeiro trimestre do ano de 2014. Apesar da recuperação também observada no país do varejo comum, no ampliado o mesmo ainda apontou crescimento inferior na comparação dos anos de 2013 e 2014, revelando dessa forma um forte peso das vendas de Veículos, motocicletas, partes e peças para o cálculo do índice geral do varejo ampliado nacional.

O varejo cearense registrou a sexta e a terceira maior alta no varejo comum e no varejo ampliado no acumulado do primeiro trimestre do ano de 2014, revelando um aumento de participação no total das vendas do varejo nacional. Os setores que merecem maior destaque são Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação e Móveis por registrarem as duas maiores altas no período.

Governador: CID FERREIRA GOMES

Secretário da SEPLAG: Eduardo Diogo

Diretor-Geral do IPECE: Flávio Ataliba

Diretor da DIEEC: Adriano Sarquis Bezerra de Menezes

Elaboração: Alexandre Lira Cavalcante

SEPLAG: www.seplag.ce.gov.br; IPECE: www.ipece.ce.gov.br

Centro Administrativo Governador Virgílio Távora/Cambéba

Fone: (85) 3101.3496