

Nº 139 Desempenho das Vendas do Varejo Cearense no 2º Trimestre de 2016

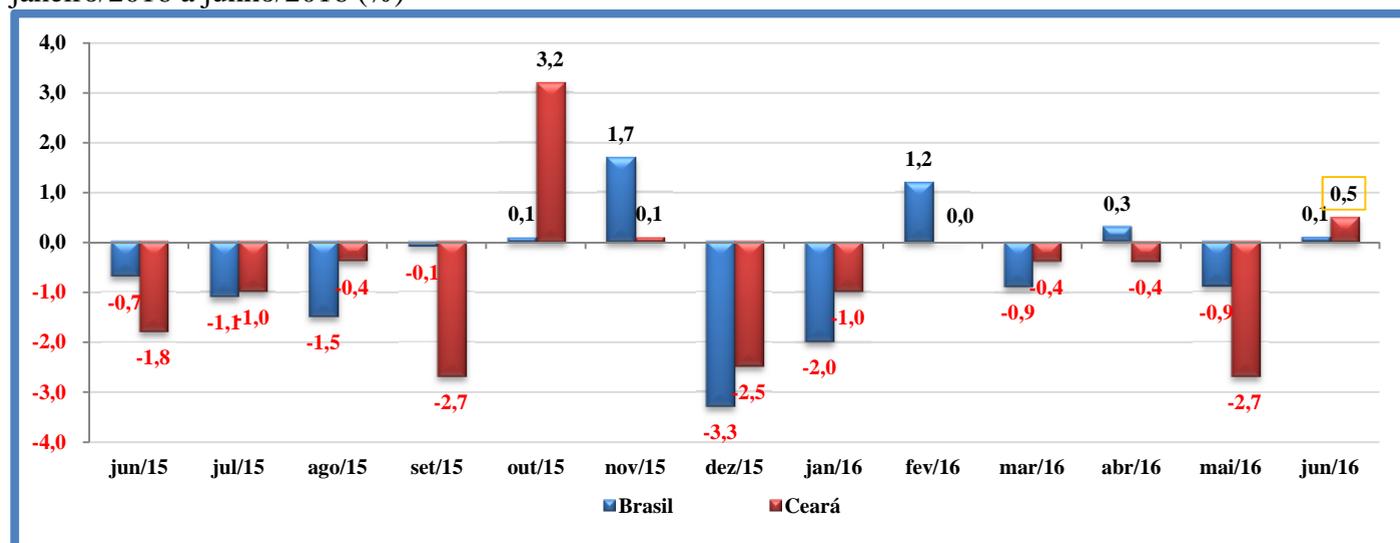
Enfoque Econômico é uma publicação do IPECE que tem por objetivo fornecer informações de forma imediata sobre políticas econômicas, estudos e pesquisas de interesse da população cearense. Por esse instrumento informativo o IPECE espera contribuir para a disseminação, de forma objetiva, do conhecimento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

Varejo cearense esboça leve recuperação em junho deste ano frente a maio de 2016, mas ainda registra forte queda nas vendas na comparação com os mesmos meses do ano passado.

1. Análise do Desempenho do Comércio Varejista

Segundo dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), divulgada mensalmente pelo IBGE, o varejo comum cearense apresentou uma leve recuperação (0,5%) em junho de 2016, comparado ao mês imediatamente anterior depois de feitos os devidos ajustes de sazonalidade, contrastando com a queda significativa observada no mês de maio do mesmo ano. Nota-se que o varejo comum nacional também apresentou um resultado sazonal positivo de apenas 0,1%. Vale destacar que os resultados positivos apresentados ocorreram após um mês de forte queda, especialmente nas vendas do varejo local.

Gráfico 1: Variação mensal com ajuste sazonal do volume de vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – janeiro/2016 a junho/2016 (%)

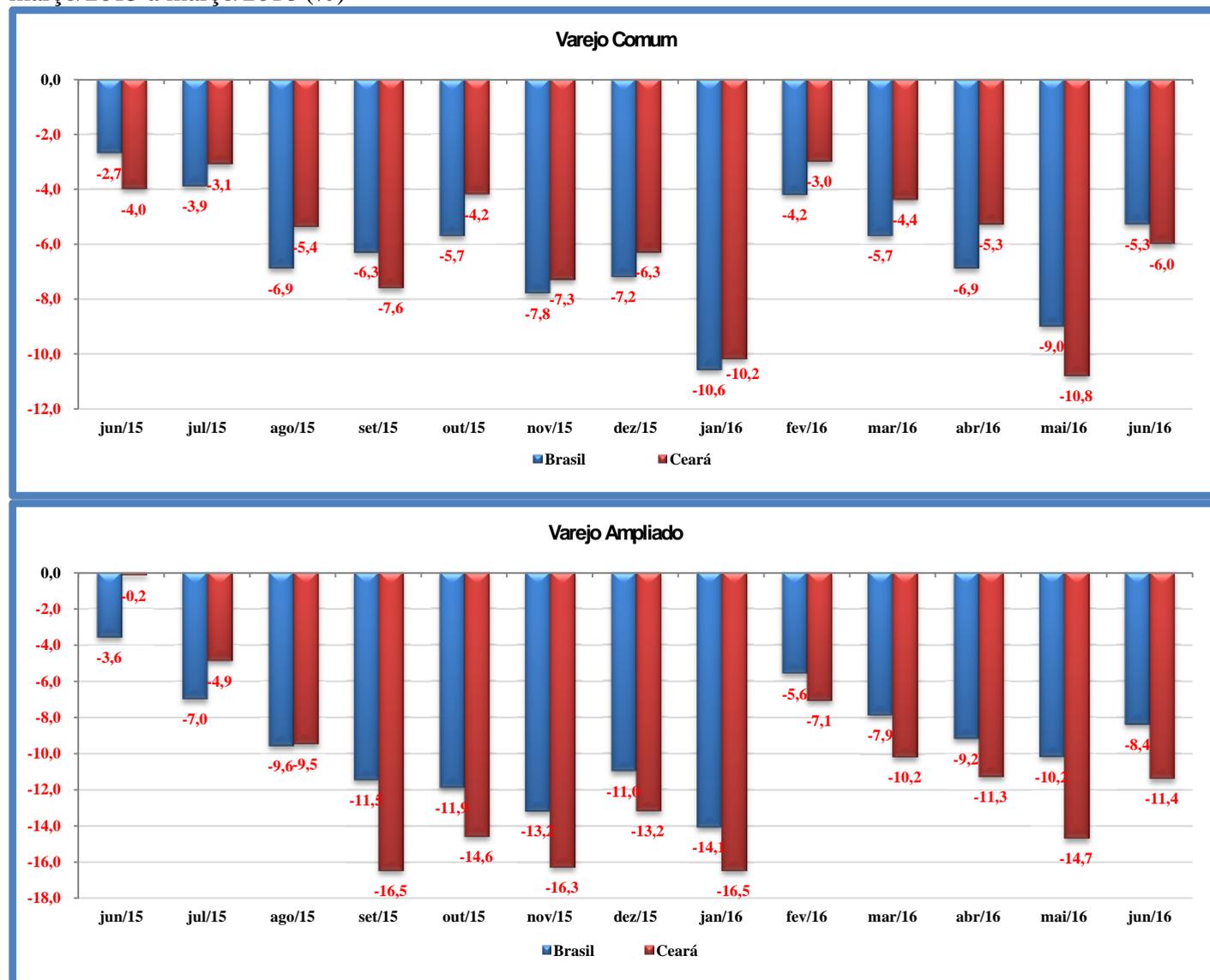


Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

O Gráfico 2, a seguir, mostra os principais números relativos a variação mensal do volume de vendas tanto do varejo comum quanto do varejo ampliado para o Brasil e Ceará. Ambos os varejos comum cearense e nacional registraram quedas de 6,0% e 5,3%, respectivamente. Através do referido gráfico é possível perceber que a retração observada nas vendas do varejo comum foi contínua e se intensificou ao longo dos meses movimento esse muito mais intenso sendo observado nas vendas do varejo ampliado, resultado de quedas bastante significativas nas vendas dos setores de veículos, motos, partes e peças e de materiais de construção ao longo de todo o ano de 2016.

Nº 139 Desempenho das Vendas do Varejo Cearense no 2º Trimestre de 2016

Gráfico 2: Variação mensal do volume de vendas do varejo comum e ampliado – Brasil e Ceará – março/2015 a março/2016 (%)

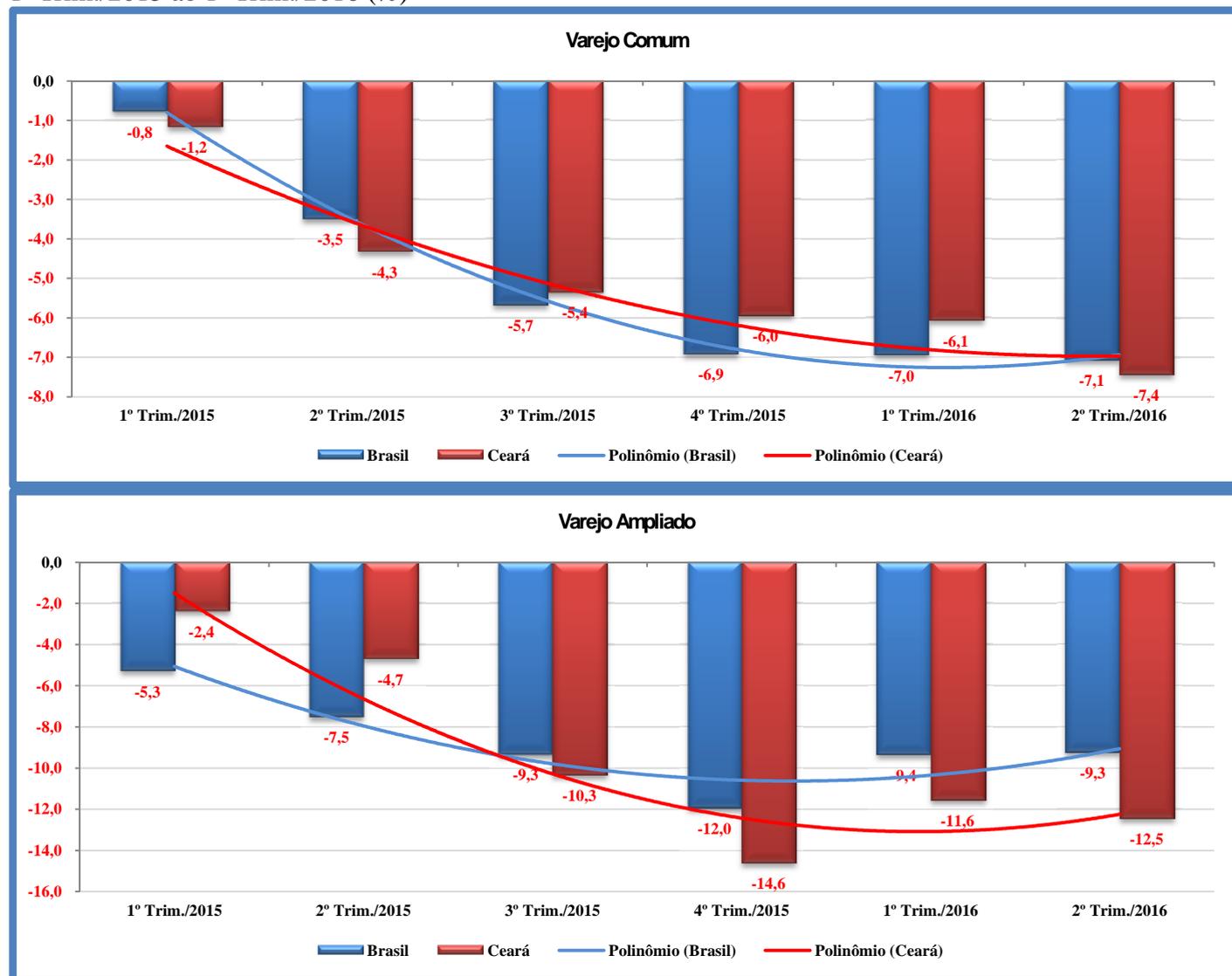


Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

A partir de uma dinâmica mensal negativa nas vendas, mês após mês, do varejo cearense e nacional é possível traçar um quadro do desempenho desse importante setor da economia fazendo uma análise por trimestre. Vale notar que o varejo nacional registrou queda de 7,1% e o varejo cearense queda de 7,4% no segundo trimestre do ano de 2016, o que sinaliza uma nítida piora dos resultados das vendas locais, principalmente quando comparado aos trimestres anteriores. O varejo ampliado por sua vez apresentou um desempenho ainda pior com queda de 12,5% para o Ceará e 9,3% para o Brasil no mesmo período.

Nº 139 Desempenho das Vendas do Varejo Cearense no 2º Trimestre de 2016

Gráfico 3: Variação trimestral do volume de vendas do varejo comum e ampliado – Brasil e Ceará – 1º Trim./2015 ao 1º Trim./2016 (%)

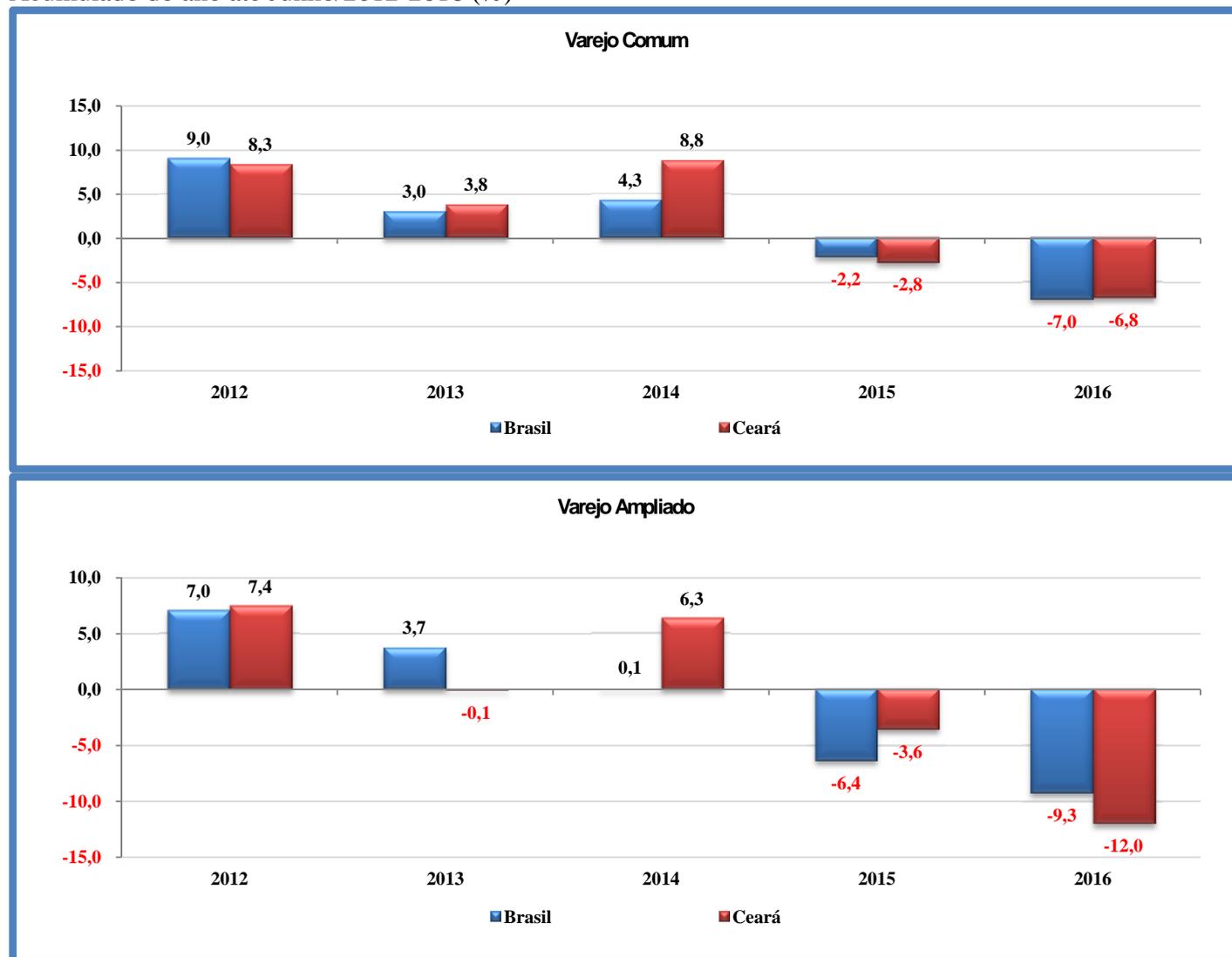


Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

O Gráfico 4 abaixo mostra o resultado das vendas do varejo comum e ampliado para o Brasil e Ceará para o período do acumulado do ano até o mês de junho nos últimos cinco anos. Nota-se que apenas nos dois últimos anos é que o varejo comum cearense e nacional passou a apresentar queda nas vendas e que tanto o varejo comum quanto o ampliado apresentaram quedas anuais bem mais significativas que as observadas no ano anterior.

Nº 139 Desempenho das Vendas do Varejo Cearense no 2º Trimestre de 2016

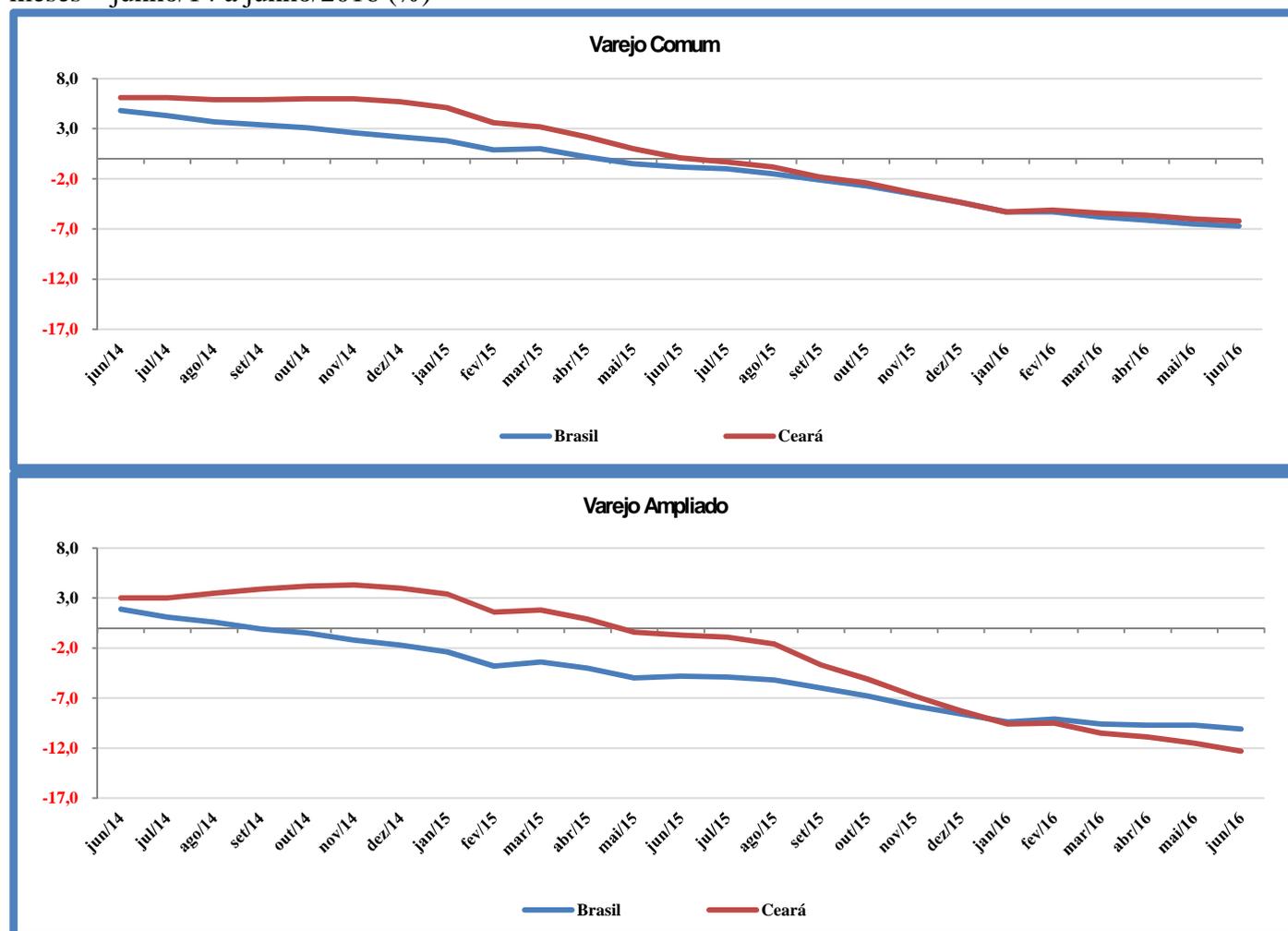
Gráfico 4: Variação do volume de vendas do varejo comum e ampliado – Brasil e Ceará – Acumulado do ano até Junho/2012-2016 (%)



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Através do Gráfico 5 observa-se a trajetória de médio e curto prazos das vendas do varejo nacional e cearense nos últimos dois anos. É nítido o comportamento de desaceleração das vendas do varejo cearense bem mais robusto que a apresentada pelo varejo nacional, quando a desaceleração do ritmo de vendas e queda no varejo local chegou a ser mais significativa que o varejo nacional principalmente quando observado os resultados do varejo ampliado.

Gráfico 5: Variação do volume de vendas do varejo comum e ampliado – Brasil e Ceará – Acumulado de 12 meses – junho/14 a junho/2016 (%)



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

2. Análise do Comércio Varejista no Contexto Nacional

Depois de analisada a dinâmica das vendas mensais, trimestrais e acumuladas no ano, para o varejo comum e ampliado cearense e nacional faz-se necessário um olhar mais detalhado no desempenho das vendas dos outros estados permitindo assim uma melhor comparação do desempenho do varejo cearense.

As Tabelas 1 e 2 abaixo mostram os resultados da variação trimestral do volume de vendas do varejo comum e ampliado para todos os estados brasileiros para o período entre o 1º trimestre de 2015 e 2º trimestre de 2016. É notória a permanência de resultados trimestrais negativos em todos os estados se intensificando no ano de 2016.

O varejo cearense registrou a décima oitava maior queda no varejo comum e a décima quarta maior queda no varejo ampliado dentre todos os estados brasileiros no 2º trimestre de 2016.

Nº 139 Desempenho das Vendas do Varejo Cearense no 2º Trimestre de 2016

Tabela 1: Variação trimestral do volume de vendas do varejo comum – Brasil e Estados – 1º Trimestre/2015 ao 2º Trimestre/2016 (%)

Brasil e Estados	1º Trim./2015	2º Trim./2015	3º Trim./2015	4º Trim./2015	1º Trim./2016	2º Trim./2016
Amapá	6,1	-8,8	-17,9	-23,8	-21,6	-20,1
Sergipe	4,7	5,9	-6,0	-9,9	-12,2	-15,8
Bahia	-3,7	-5,9	-10,0	-11,8	-11,9	-14,3
Rondônia	6,3	-5,3	-9,4	-12,4	-8,9	-14,3
Amazonas	-4,2	-7,0	-7,7	-9,9	-11,1	-14,2
Pará	-0,9	-2,3	-5,1	-9,9	-8,9	-13,2
Distrito Federal	-4,4	-5,3	-6,8	-6,9	-9,6	-12,8
Tocantins	-1,0	-0,2	-3,1	-9,4	-6,2	-12,5
Espírito Santo	-2,3	-6,9	-9,0	-11,7	-9,3	-12,3
Pernambuco	-1,3	-7,2	-10,5	-11,1	-11,1	-11,9
Goiás	-7,6	-10,6	-10,5	-11,8	-9,9	-10,9
Acre	8,9	2,8	-7,1	-11,0	-10,8	-10,0
Rio Grande do Norte	1,1	-2,6	-5,3	-7,6	-9,3	-9,9
Rio de Janeiro	2,2	-3,5	-5,2	-5,5	-7,5	-9,8
Alagoas	-2,8	-6,1	-13,3	-9,7	-8,6	-9,2
Mato Grosso	-6,5	-7,1	-8,4	-10,7	-7,6	-8,2
Santa Catarina	1,4	1,1	-3,6	-9,9	-9,3	-8,1
Ceará	-1,2	-4,3	-5,4	-6,0	-6,1	-7,4
Piauí	-0,8	-4,5	-4,9	-7,8	-7,8	-7,3
Maranhão	-3,6	-4,8	-7,6	-11,3	-7,2	-7,1
Rio Grande do Sul	-3,6	-3,9	-8,3	-8,3	-5,0	-6,9
Mato Grosso do Sul	0,9	-0,3	-1,7	-4,8	-5,7	-6,5
Paraná	2,1	-1,4	-4,4	-8,1	-8,5	-5,6
São Paulo	-0,5	-3,2	-4,9	-5,3	-6,3	-4,5
Paraíba	-4,3	-11,2	-10,0	-14,6	-4,0	-4,1
Roraima	20,4	5,5	4,6	-0,4	-1,9	-2,9
Minas Gerais	-1,5	-2,4	-1,9	-1,8	-0,6	-1,6
Brasil	-0,8	-3,5	-5,7	-6,9	-7,0	-7,1

Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Tabela 2: Variação trimestral do volume de vendas do varejo ampliado – Brasil e Estados – 1º Trimestre/2015 ao 2º Trimestre/2016 (%)

Brasil e Estados	1º Trim./2015	2º Trim./2015	3º Trim./2015	4º Trim./2015	1º Trim./2016	2º Trim./2016
Amapá	4,0	-9,9	-18,1	-22,7	-19,4	-19,2
Tocantins	-3,6	-11,9	-18,3	-23,1	-13,4	-16,7
Sergipe	1,9	-3,1	-11,6	-18,0	-16,3	-16,6
Distrito Federal	-9,8	-10,0	-12,5	-16,7	-14,0	-15,0
Espírito Santo	-6,0	-17,8	-19,2	-21,1	-20,2	-14,8
Amazonas	-3,5	-8,5	-12,5	-16,4	-12,6	-14,4
Pernambuco	-2,9	-8,8	-13,3	-17,1	-16,1	-14,2
Pará	-0,3	-2,9	-7,8	-13,7	-11,6	-14,0
Acre	-3,0	-5,4	-14,8	-19,7	-9,1	-13,9
Goiás	-8,8	-14,0	-16,0	-20,6	-15,8	-12,8
Rio de Janeiro	-0,8	-6,4	-9,0	-14,5	-11,7	-12,8
Bahia	-4,7	-7,9	-10,5	-13,4	-12,2	-12,7
Maranhão	-0,8	-6,7	-15,6	-19,9	-16,9	-12,6
Ceará	-2,4	-4,7	-10,3	-14,6	-11,6	-12,5
Rio Grande do Norte	1,2	-4,9	-6,8	-12,0	-10,3	-10,4
Santa Catarina	-4,6	-7,2	-11,7	-15,8	-12,7	-10,1
Rio Grande do Sul	-8,1	-10,3	-15,4	-18,1	-11,9	-10,1
Alagoas	-3,2	-9,3	-14,5	-15,7	-11,6	-9,4
Mato Grosso	-5,8	-11,6	-12,0	-15,9	-11,1	-8,8
Piauí	-3,0	-8,0	-9,3	-14,2	-9,0	-8,4
Paraíba	-7,9	-15,6	-15,0	-19,0	-8,6	-7,8
Rondônia	1,5	-12,2	-12,4	-14,0	-4,4	-7,7

Nº 139 Desempenho das Vendas do Varejo Cearense no 2º Trimestre de 2016

Mato Grosso do Sul	-1,0	-5,4	-6,6	-10,4	-7,8	-6,7
São Paulo	-7,7	-5,6	-5,0	-5,4	-5,1	-6,7
Paraná	-5,2	-7,8	-9,2	-14,6	-9,9	-5,7
Minas Gerais	-4,6	-8,0	-8,1	-7,0	-4,3	-5,6
Roraima	8,3	1,6	-1,8	-8,4	-2,8	-3,3
Brasil	-5,3	-7,5	-9,3	-12,0	-9,4	-9,3

Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Já a Tabela 3 mostra a variação do volume de vendas do varejo comum e ampliado para todos os estados brasileiros para o período do acumulado do ano até junho nos últimos cinco anos. Observa-se que nenhum estado apresentou crescimento das vendas nem no varejo comum e nem no ampliado no último ano da série, retratando uma nítida piora no desempenho do setor.

Tabela 3: Variação do volume de vendas do varejo comum e ampliado – Brasil e Estados – Acumulado do ano até junho – 2012 a 2016 (%)

Estados	Varejo Comum					Varejo Ampliado				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Amapá	17,0	4,2	8,1	-1,7	-20,9	6,0	7,8	-3,4	-3,2	-19,3
Espírito Santo	9,7	2,4	1,4	-4,6	-10,8	-3,2	-4,0	-5,2	-12,1	-17,6
Sergipe	5,7	3,2	2,4	5,3	-14,0	5,8	2,7	3,6	-0,6	-16,5
Pernambuco	11,6	4,1	5,7	-4,3	-11,5	8,8	3,7	3,8	-5,8	-15,2
Tocantins	17,5	5,5	8,7	-0,6	-9,5	14,2	7,2	1,7	-8,0	-15,1
Maranhão	12,4	6,3	8,5	-4,2	-7,1	8,0	7,7	3,2	-3,8	-14,8
Distrito Federal	6,4	1,1	2,9	-4,9	-11,2	6,0	-0,2	2,8	-9,9	-14,5
Goiás	9,3	3,2	5,1	-9,1	-10,4	5,5	7,6	-1,1	-11,4	-14,3
Amazonas	7,2	0,9	1,8	-5,6	-12,6	2,9	2,2	2,8	-6,0	-13,5
Pará	10,8	4,9	4,0	-1,6	-11,0	11,0	5,2	0,6	-1,6	-12,8
Bahia	10,3	0,5	7,2	-4,8	-13,1	9,7	1,1	2,9	-6,3	-12,4
Rio de Janeiro	3,7	4,1	3,6	-0,7	-8,7	2,4	5,6	2,0	-3,6	-12,3
Ceará	8,3	3,8	8,8	-2,8	-6,8	7,4	-0,1	6,3	-3,6	-12,0
Acre	14,3	2,1	11,8	5,8	-10,4	6,0	12,4	4,5	-4,2	-11,5
Santa Catarina	10,0	0,7	2,2	1,2	-8,7	3,1	2,5	3,2	-5,9	-11,4
Rio Grande do Sul	10,4	3,2	3,9	-3,7	-6,0	7,5	5,2	3,6	-9,2	-11,0
Alagoas	8,7	3,9	8,3	-4,4	-8,9	10,2	4,0	6,1	-6,2	-10,5
Rio Grande do Norte	5,6	9,3	4,7	-0,8	-9,6	5,2	9,4	3,2	-1,9	-10,3
Mato Grosso	6,0	6,7	4,2	-6,8	-7,9	13,2	7,9	1,3	-8,7	-10,0
Piauí	10,0	1,0	4,2	-2,6	-7,5	10,2	6,8	2,1	-5,5	-8,7
Paraíba	9,6	9,1	4,5	-7,9	-4,1	7,5	8,3	4,1	-11,8	-8,2
Paraná	13,4	3,7	3,9	0,3	-7,0	10,2	6,8	-2,3	-6,4	-7,9
Mato Grosso do Sul	15,1	11,7	5,4	0,3	-6,1	5,0	11,6	0,0	-3,2	-7,3
Rondônia	5,4	9,0	9,4	0,1	-11,7	7,3	4,9	4,9	-5,9	-6,1
São Paulo	9,7	2,8	4,1	-1,8	-5,4	9,1	2,9	-2,8	-6,7	-5,9
Minas Gerais	8,4	-0,1	3,5	-2,0	-1,1	5,4	1,5	-0,5	-6,3	-4,9
Roraima	28,3	8,0	2,6	12,4	-2,4	18,3	9,2	1,1	4,8	-3,1
Brasil	9,0	3,0	4,3	-2,2	-7,0	7,0	3,7	0,1	-6,4	-9,3

Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Nº 139 Desempenho das Vendas do Varejo Cearense no 2º Trimestre de 2016

3. Análise do Comércio Varejista por Atividades

Após analisar a dinâmica das vendas do varejo comum e ampliado por estados, iremos agora apresentar os principais resultados das vendas por atividades tanto para o Brasil quanto para o Ceará.

A Tabela 4 abaixo apresenta a variação do volume de vendas do varejo comum e ampliado por atividades para o Brasil e para o Ceará nos últimos seis trimestres. Com isso, é possível conhecer qual têm sido os resultados das vendas alcançados pelas atividades que formam o varejo no período mais recente.

Tabela 4: Variação do volume de vendas do varejo comum e ampliado por atividades – Brasil e Estados – 1º Trimestre/2015 ao 2º Trimestre/2016 (%)

Atividades	1º Trim./2015	2º Trim./2015	3º Trim./2015	4º Trim./2015	1º Trim./2016	2º Trim./2016
Brasil						
Combustíveis e lubrificantes	-4,04	-2,44	-6,64	-11,07	-9,48	-10,12
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-1,34	-2,22	-3,25	-3,24	-2,83	-4,39
Hipermercados e supermercados	-1,18	-2,21	-3,28	-3,44	-2,75	-4,15
Tecidos, vestuário e calçados	-2,95	-6,66	-11,51	-11,50	-13,30	-9,14
Móveis e eletrodomésticos	-6,70	-15,96	-16,58	-16,76	-16,97	-11,84
Móveis	-10,30	-15,79	-18,61	-20,98	-12,13	-12,84
Eletrodomésticos	-4,98	-16,08	-15,60	-14,91	-19,12	-11,34
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5,77	4,54	0,61	1,59	2,50	-1,97
Livros, jornais, revistas e papelaria	-7,77	-9,07	-13,16	-14,43	-14,86	-20,57
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	16,86	3,08	-7,47	-15,49	-16,67	-15,73
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	7,71	0,28	-3,23	-7,48	-12,84	-11,73
Veículos, motocicletas, partes e peças	-14,79	-16,54	-16,86	-22,70	-13,48	-14,03
Material de construção	-4,34	-4,98	-9,68	-14,05	-14,76	-11,12
Ceará						
Combustíveis e lubrificantes	-1,14	-2,84	-5,76	-7,52	-5,38	-3,19
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-4,43	-6,06	-6,34	-3,89	-2,06	-4,08
Hipermercados e supermercados	-4,23	-5,78	-5,79	-3,19	-1,33	-3,21
Tecidos, vestuário e calçados	7,36	6,73	-0,24	-1,77	-0,86	-3,28
Móveis e eletrodomésticos	-1,66	-10,86	-10,61	-18,25	-14,18	-18,49
Móveis	3,02	-10,65	-7,14	-14,85	-4,64	0,99
Eletrodomésticos	-4,49	-10,99	-12,81	-20,45	-20,25	-30,97
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	10,54	9,20	1,63	3,68	-0,35	-4,73
Livros, jornais, revistas e papelaria	-13,53	-16,18	-11,72	-2,96	-28,33	-16,13
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-25,08	-26,46	-22,13	-26,23	-23,64	-10,66
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5,41	-1,00	-0,21	-1,86	-15,40	-14,25
Veículos, motocicletas, partes e peças	-7,50	-8,88	-20,88	-33,04	-21,21	-19,78
Material de construção	6,64	7,29	-12,36	-23,77	-26,05	-30,47

Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

No Brasil, todas as atividades apresentaram queda nas vendas no 2º trimestre de 2016, sendo que as maiores foram observadas nas vendas de Livros, jornais, revistas e papelaria; Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação; Veículos, motocicletas, partes e peças; Móveis; Outros artigos de uso

Nº 139 Desempenho das Vendas do Varejo Cearense no 2º Trimestre de 2016

pessoal e doméstico; Eletrodomésticos; Material de construção; e Combustíveis e lubrificantes, todas acima de dois dígitos.

Já no varejo cearense as principais quedas foram observadas nas vendas de Eletrodomésticos; Material de construção; Veículos, motocicletas, partes e peças; Livros, jornais, revistas e papelaria; Outros artigos de uso pessoal e doméstico; Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação, também todas acima dos dois dígitos.

Vale destacar que a queda observada no grupo dos Eletrodomésticos de 30,97% sucedeu-se a outra queda já observada em igual trimestre de 2015 de 10,99%, resultando numa queda acumulada nas vendas de mais quarenta por cento. Vale ainda ressaltar que esta não foi a única atividade que apresentou queda sucessiva na comparação dos dois trimestres, as exceções ficaram por conta de Materiais de construção, Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos; e de Tecidos, vestuário e calçados que haviam registrado crescimento no mesmo período em 2015.

4. Considerações Finais

Com base na análise dos dados da pesquisa mensal do comércio é possível afirmar que o varejo cearense vem mantendo e intensificando a trajetória de desaceleração do ritmo de queda nas vendas ao longo do ano de 2016 de maneira muito mais intensa que o varejo nacional apesar da leve recuperação sazonal observada no mês de junho último.

Nota-se que quase todas as atividades do varejo nacional e local apresentaram queda nas vendas trimestre após trimestre desde o início do ano de 2015, o que vem se intensificando com o passar do tempo.

Os principais responsáveis pelo desempenho negativo do varejo cearense no período mais recente foram as vendas de Eletrodomésticos; Material de construção; Veículos, motocicletas, partes e peças; Livros, jornais, revistas e papelaria; Outros artigos de uso pessoal e doméstico; e de Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação.

Por fim, vale destacar que o quadro negativo nas vendas observado no estado do Ceará não é um fato isolado, pelo contrário, todos os estados brasileiros também registraram queda no último trimestre da pesquisa do comércio revelando um sinal de total estagnação econômica vivido pela economia nacional o que afetou sobremaneira o comportamento de consumo das famílias devido a nova realidade a ser enfrentada pela combinação perversa de inflação e desemprego.

Governador: Camilo Sobreira de Santana

Secretário da SEPLAG: Hugo Santana de Figueiredo Junior

Diretor-Geral do IPECE: Flávio Ataliba

Diretor da DIEEC: Adriano Sarquis Bezerra de Menezes

Elaboração: Alexandre Lira Cavalcante (Analista de Políticas Públicas)

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

Centro Administrativo Governador Virgílio Távora/Cambéba

Fone: (85) 3101.3496