

IPECE Informe

Nº 196 – Novembro/2021

Desempenho Trimestral das Vendas Cearense em 2021: Uma análise comparativa com o Brasil

ipece INSTITUTO
DE PESQUISA
E ESTRATÉGIA
ECONÔMICA
DO CEARÁ



CEARÁ
GOVERNO DO ESTADO

SECRETARIA DO
PLANEJAMENTO E GESTÃO

Governador do Estado do Ceará

Camilo Sobreira de Santana

Vice-Governadora do Estado do Ceará

Maria Izolda Cela de Arruda Coelho

Secretaria do Planejamento e Gestão – SEPLAG

Flávio Ataliba Flexa Daltro Barreto – Secretário (respondendo)

Flávio Ataliba Flexa Daltro Barreto – Secretário Executivo de

Planejamento e Orçamento

Ronaldo Lima Moreira Borges – Secretário Executivo de

Planejamento e Gestão Interna

Adriano Sarquis Bezerra de Menezes – Secretário Executivo de

Gestão

Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará – IPECE

Diretor Geral

João Mário Santos de França

Diretoria de Estudos Econômicos – DIEC

Ricardo Antônio de Castro Pereira

Diretoria de Estudos Sociais – DISOC

Diretoria de Estudos de Gestão Pública – DIGEP

Marília Rodrigues Firmiano

Gerência de Estatística, Geografia e Informações – GEGIN

Rafaela Martins Leite Monteiro

IPECE Informe – Nº 196 – Dezembro/2021

DIRETORIA RESPONSÁVEL:

Diretoria de Estudos Econômicos – DIEC

Elaboração:

Alexandre Lira Cavalcante (Analista de Políticas Públicas)

O Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE) é uma autarquia vinculada à Secretaria do Planejamento e Gestão do Estado do Ceará. Fundado em 14 de abril de 2003, o IPECE é o órgão do Governo responsável pela geração de estudos, pesquisas e informações socioeconômicas e geográficas que permitem a avaliação de programas e a elaboração de estratégias e políticas públicas para o desenvolvimento do Estado do Ceará.

Missão: Gerar e disseminar conhecimento e informações, subsidiar a formulação e avaliação de políticas públicas e assessorar o Governo nas decisões estratégicas, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do Ceará.

Valores: Ética, transparência e impessoalidade; Autonomia Técnica; Rigor científico; Competência e comprometimento profissional; Cooperação interinstitucional; Compromisso com a sociedade; e Senso de equipe e valorização do ser humano.

Visão: Até 2025, ser uma instituição moderna e inovadora que tenha fortalecida sua contribuição nas decisões estratégicas do Governo.

Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE)

Av. Gal. Afonso Albuquerque Lima, s/n | Edifício SEPLAG |

Térreo Cambéa | Cep: 60.822-325 |

Fortaleza, Ceará, Brasil | Telefone: (85) 3101-3521

www.ipece.ce.gov.br

Sobre o IPECE Informe

A Série **IPECE Informe**, disponibilizada pelo Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), visa divulgar análises técnicas sobre temas relevantes de forma objetiva. Com esse documento, o Instituto busca promover debates sobre assuntos de interesse da sociedade, de um modo geral, abrindo espaço para realização de futuros estudos.

Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará – IPECE 2021

IPECE informe / Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE) / Fortaleza – Ceará: Ipece, 2021

ISSN: 2594-8717

1. Economia Brasileira. 2. Economia Cearense. 3. Aspectos Econômicos. 4. Aspectos Sociais. 5. Mercado de Trabalho.

Nesta Edição

O objetivo do presente estudo é apresentar a variação mensal, trimestral e anual das vendas do varejo comum e ampliado cearense fazendo uma análise comparativa com o Brasil e com os demais estados do país, finalizando com uma análise do desempenho por atividades econômicas selecionadas.

A análise acima permite concluir que o processo de recuperação das vendas fortemente observado no segundo trimestre de ano de 2021 sofreu forte reversão no terceiro trimestre que registou baixas expressivas mensais sucessivas especialmente nas vendas do varejo comum.

O processo de desaceleração e retração nas vendas do varejo foi muito mais intenso no varejo cearense se comparado com o Brasil, revelando nítidos problemas enfrentados pelo varejo estadual, em parte explicado pela retração na massa de salários observada no mercado de trabalho local que sofreu forte retração no número de pessoas ocupadas impactando diretamente na decisão de compras, especialmente de Livros, jornais, revistas e papelaria; Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo; Hipermercados e supermercados e Eletrodomésticos.

Introdução

O objetivo do presente estudo é apresentar a variação mensal, trimestral e anual das vendas do varejo comum e ampliado cearense fazendo uma análise comparativa com o Brasil e com os demais estados do país, finalizando com uma análise do desempenho por atividades econômicas selecionadas.

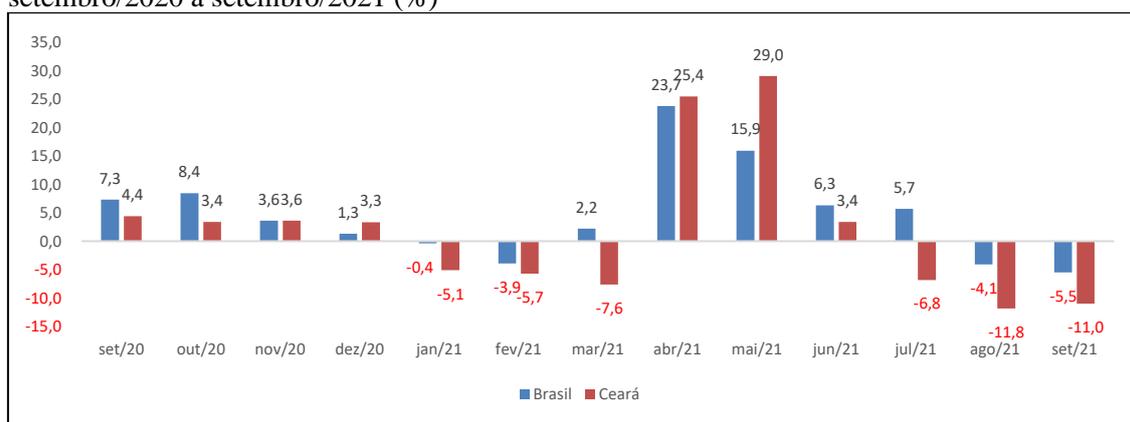
1. Evolução das Vendas Mensais do Varejo Comum e Ampliado

A partir dos dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), é possível observar que o varejo comum nacional registrou queda de 5,5% no mês de setembro de 2021 na comparação com o mesmo mês do ano anterior, bem diferente do ocorrido em setembro de 2020 quando havia registrado crescimento de 7,3%.

Por sua vez, o varejo comum cearense registrou uma queda mensal no mês de setembro ainda maior de 11,0%, também diferente da alta de 4,4% observada em setembro de 2020.

Vale destacar que o varejo comum cearense registrou queda mensal pela terceira vez consecutiva no trimestre, bem mais intensas comparado ao varejo comum nacional revelando alguns problemas enfrentados pelo comércio no estado do Ceará no terceiro trimestre de 2021.

Gráfico 1 – Evolução da variação mensal das vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – setembro/2020 a setembro/2021 (%)

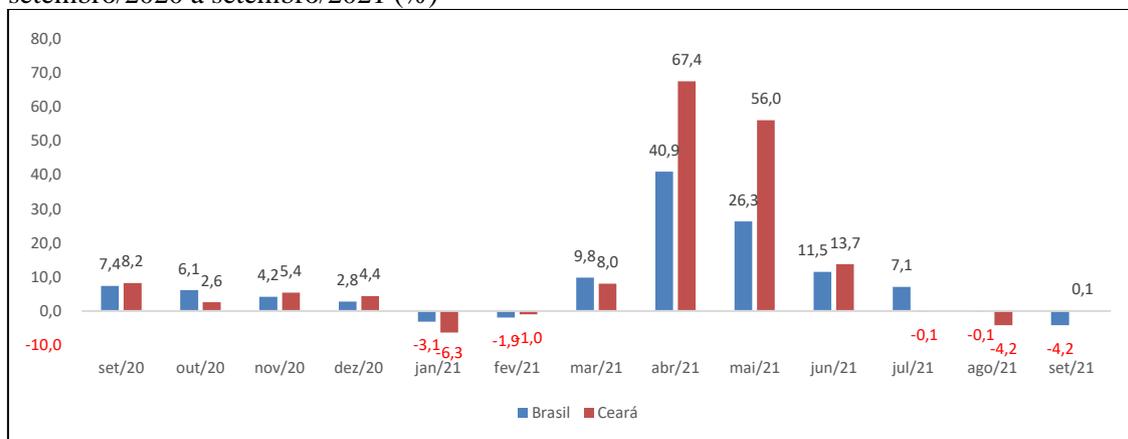


Fonte: PMC-IBGE. Elaboração: IPECE.

Na sequência, no Gráfico 2, é possível notar que um comportamento um pouco diferente, pois enquanto o varejo ampliado nacional registrou queda de 4,2% em setembro de 2021 em relação a igual mês do ano passado, o varejo ampliado cearense

apresentou alta de 0,1% na mesma comparação explicado pelo bom desempenho nas vendas de veículos e materiais de construção.

Gráfico 2 – Evolução da variação mensal das vendas do varejo ampliado – Brasil e Ceará – setembro/2020 a setembro/2021 (%)

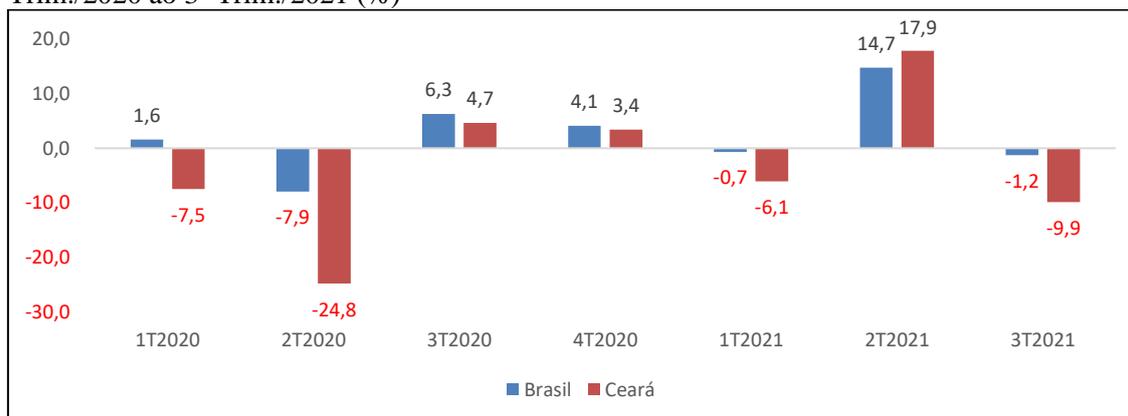


Fonte: PMC-IBGE. Elaboração: IPECE.

2. Evolução das Vendas Trimestrais do Varejo Comum e Ampliado

Na sequência, o Gráfico 3 apresenta informações da performance trimestral das vendas do varejo comum nacional e cearense. Diante o exposto é possível notar que as vendas do varejo comum cearense registraram um bom desempenho no segundo trimestre, melhor que o varejo nacional, mas uma forte retração nas vendas do terceiro trimestre revelando o desaquecimento nas vendas não esperado para o período, traduzido numa retração de quase 10% frente a igual período de 2020.

Gráfico 3 – Evolução da variação trimestral das vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – 1º Trim./2020 ao 3º Trim./2021 (%)

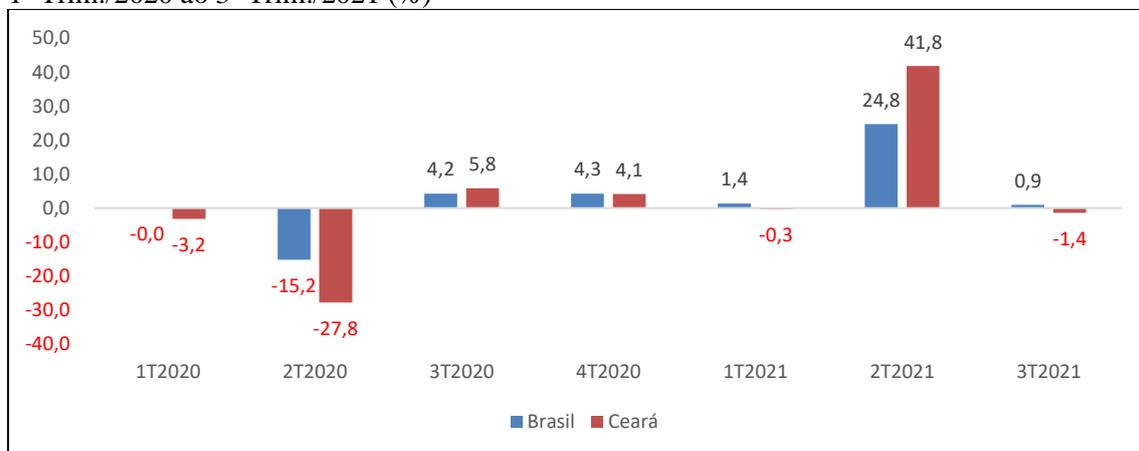


Fonte: PMC-IBGE. Elaboração: IPECE.

Pela análise do Gráfico 4 é possível perceber que a recuperação nas vendas do varejo ampliado foi ainda mais forte no segundo trimestre com alta de 41,8%, em parte explicado pela base de comparação negativa, mas vindo também a registrar retração nas

vendas no terceiro trimestre de 1,4%, revelando um desaquecimento do varejo estadual neste período, não afetando completamente a recuperação observada.

Gráfico 4 – Evolução da variação trimestral das vendas do varejo ampliado – Brasil e Ceará – 1º Trim./2020 ao 3º Trim./2021 (%)

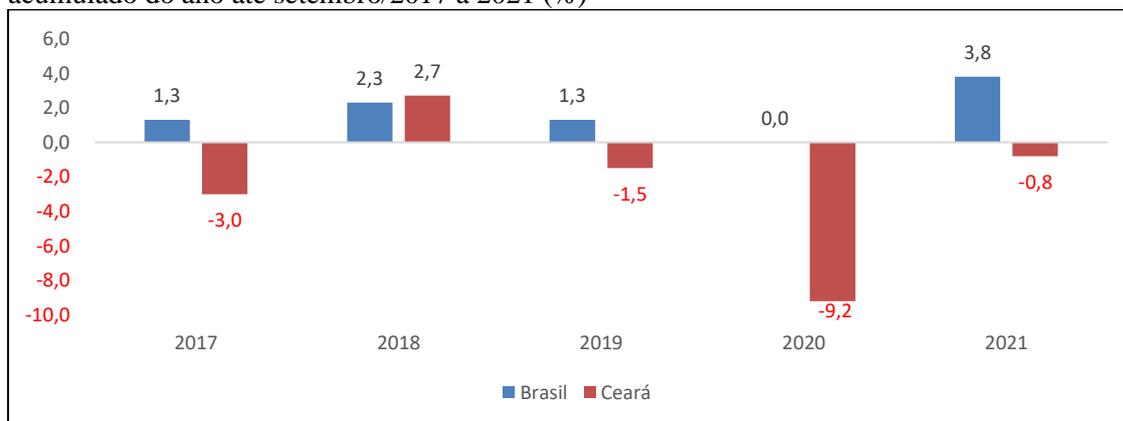


Fonte: PMC-IBGE. Elaboração: IPECE.

3. Evolução das Vendas Anuais do Varejo Comum e Ampliado

Pela análise do Gráfico 3 é possível confirmar que o varejo comum cearense vem enfrentando alguns problemas ao longo do ano de 2021 ao registrar queda no acumulado até setembro de 0,8%, revelando que os efeitos da crise da covid-19 não foram ainda superados. O varejo comum nacional, por outro lado, apresentou bom desempenho frente ao ano de 2020 ao registrar alta de 3,8%, a maior variação acumulada no ano dos últimos cinco anos.

Gráfico 3 – Evolução da variação anual das vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – acumulado do ano até setembro/2017 a 2021 (%)

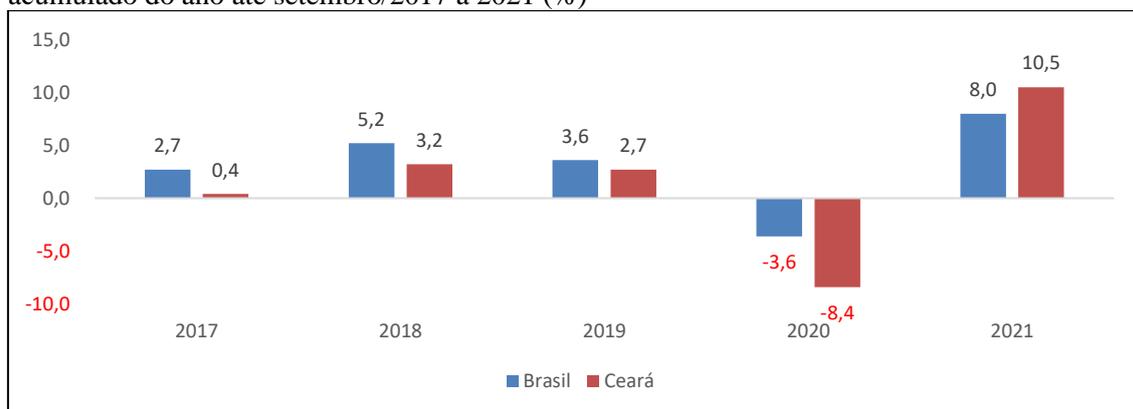


Fonte: PMC-IBGE. Elaboração: IPECE.

Na sequência, é possível observar que o varejo ampliado apresentou bom desempenho tanto no Brasil que registrou variação acumulada no ano até setembro de

8,0%, e especialmente no estado do Ceará que obteve alta acumulada no ano de 10,5%, revelando melhor desempenho que o país. Na comparação com o varejo comum é possível afirmar que as vendas do varejo ampliado nacional e cearense já conseguiram recuperar, pelo menos em parte, as perdas observadas nas vendas do ano passado. O desempenho no varejo ampliado nacional e cearense foi o melhor dos últimos cinco anos para o período. Contudo, vale destacar que essas taxas expressivas de crescimento se devem, em parte, a bases de comparações negativas.

Gráfico 4 – Evolução da variação anual das vendas do varejo ampliado – Brasil e Ceará – acumulado do ano até setembro/2017 a 2021 (%)

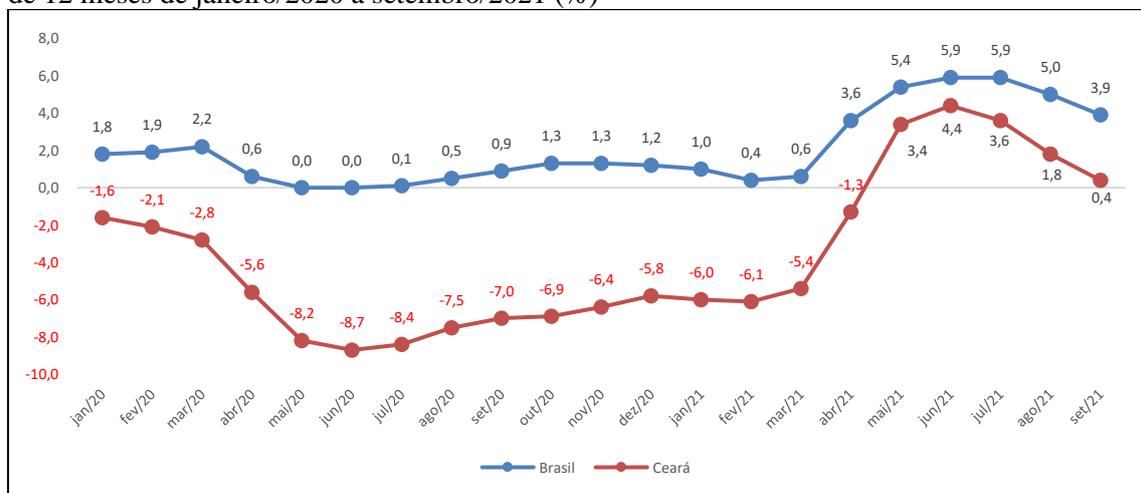


Fonte: PMC-IBGE. Elaboração: IPECE.

4. Evolução das Vendas Acumuladas em 12 Meses do Varejo Comum e Ampliado

Os Gráficos 5 e 6 abaixo apresentam a trajetória das vendas do varejo comum e ampliado do acumulado em 12 meses tanto para o país quanto para o estado do Ceará.

Gráfico 5 – Evolução da variação das vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – acumulado de 12 meses de janeiro/2020 a setembro/2021 (%)



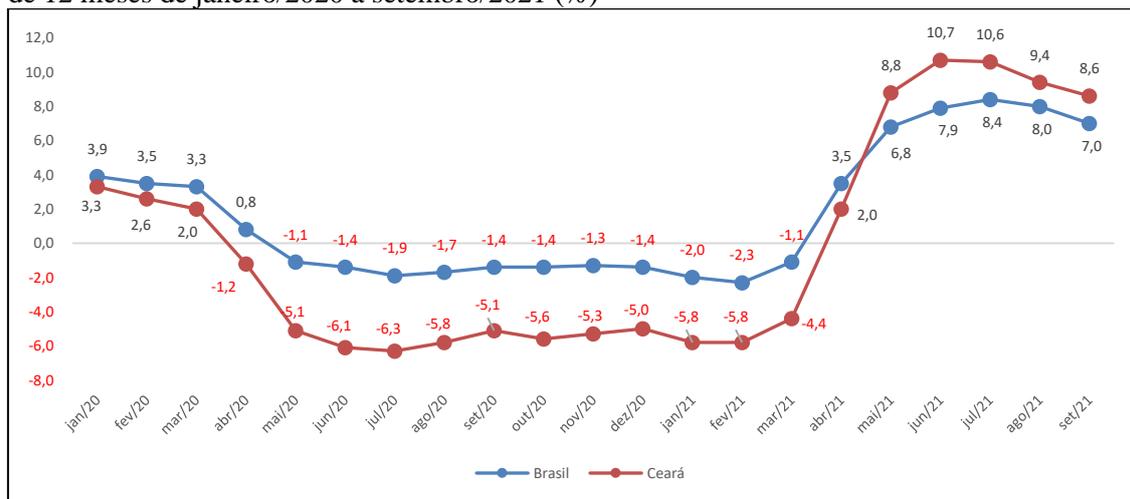
Fonte: PMC-IBGE. Elaboração: IPECE.

Pela análise do Gráfico 5 é possível notar um comportamento de recuperação nas vendas do varejo comum até o segundo trimestre do ano de 2021, mas que este comportamento perdeu força no terceiro trimestre, sendo esta perda muito mais intensa no varejo comum cearense resultante das três quedas mensais sucessivas fazendo com que o crescimento em 12 meses caísse de 4,4% até junho para apenas 0,4% até setembro de 2021.

Já pela análise do Gráfico 6 é possível observar que o movimento de recuperação das vendas do varejo ampliado cearense e nacional foram muito mais robustos comparado ao ocorrido no varejo comum.

No entanto, vale destacar que o processo de recuperação das vendas do varejo ampliado também registrou uma leve desaceleração no terceiro trimestre de 2021 por conta de quedas mensais observadas neste período.

Gráfico 6 – Evolução da variação das vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – acumulado de 12 meses de janeiro/2020 a setembro/2021 (%)



Fonte: PMC-IBGE. Elaboração: IPECE.

5. Evolução das Vendas do Varejo no Contexto Nacional

Pela análise da Tabela 1 é possível conhecer a variação anual do volume de vendas do varejo comum por estados para o acumulado até setembro dos anos de 2017 a 2021. Dos vinte e sete estados da federação, vinte e um registraram crescimento e outros seis queda nas vendas do varejo comum nacional.

Os cinco estados que tiveram as maiores altas no volume de vendas do varejo comum no acumulado do ano até setembro de 2021 foram: Piauí (+16,5%); Amapá (+16,3%); Rondônia (+14,3%); Pará (+10,8%); e Espírito Santo (+9,1%). Por outro lado, os três estados que registraram as maiores quedas no volume de vendas do varejo

comum nacional foram: Tocantins (-9,3%); Distrito Federal (-4,0%) e Paraíba (-1,1%). O estado do Ceará registrou a quarta maior queda no acumulado do ano até setembro de 2021 (-0,8%).

Tabela 1 – Evolução da variação anual das vendas do varejo comum – Brasil e Estados – acumulado do ano até setembro/2017 a 2021 (%)

Estados	2017	2018	2019	2020	2021
Piauí	-1,6	1,2	-8,5	2,6	16,5
Amapá	3,0	-2,5	13,0	-4,7	16,3
Rondônia	3,1	5,8	-0,3	-4,7	14,3
Pará	-0,9	6,5	3,7	7,2	10,8
Espírito Santo	-3,6	7,5	5,0	2,5	9,1
Roraima	-6,8	5,2	4,3	0,1	8,1
Acre	2,7	7,2	7,0	1,4	7,6
Mato Grosso do Sul	0,8	-0,5	1,0	2,7	7,3
Pernambuco	4,8	-1,4	0,1	-2,0	6,2
Minas Gerais	3,7	0,8	0,2	2,1	5,7
Bahia	-1,4	-0,7	1,0	-6,2	5,2
São Paulo	0,7	2,2	1,9	0,2	4,6
Santa Catarina	13,7	8,1	8,0	4,9	3,7
Rio Grande do Sul	5,0	6,3	1,7	-2,6	3,1
Rio de Janeiro	-2,1	0,4	-0,2	0,3	2,2
Alagoas	8,2	0,2	-2,9	-5,4	2,1
Rio Grande do Norte	0,4	8,2	-0,6	-5,2	2,0
Goiás	-8,9	-0,7	0,2	-2,6	1,8
Paraná	4,0	1,8	-1,3	0,2	1,5
Maranhão	4,0	5,8	0,3	5,7	1,4
Amazonas	6,7	5,0	6,8	5,7	0,4
Sergipe	-5,7	0,3	-2,1	-6,1	-0,1
Mato Grosso	4,3	1,4	3,6	3,3	-0,2
Ceará	-3,0	2,7	-1,5	-9,2	-0,8
Paraíba	-1,4	2,8	-5,5	3,4	-1,1
Distrito Federal	-6,7	-1,9	-0,1	-6,0	-4,0
Tocantins	-0,2	7,4	5,5	2,6	-9,3
Brasil	1,3	2,3	1,3	0,0	3,8

Fonte: PMC-IBGE. Elaboração: IPECE.

Por sua vez, a análise da Tabela 2 permite conhecer a variação anual do volume de vendas do varejo ampliado por estados para o acumulado até setembro dos anos de 2017 a 2021. Todos os vinte e sete estados da federação registraram crescimento nas vendas do varejo ampliado.

Os cinco estados que tiveram as maiores altas no volume de vendas do varejo ampliado no acumulado do ano até setembro foram: Pernambuco (+22,0%); Piauí (+20,6%); Rondônia (+18,8%); Espírito Santo (+17,6%) e Amapá (+15,1%). O estado do Ceará registrou a décima terceira maior alta nas vendas do varejo ampliado no acumulado até setembro de 2021 (+10,5%).

Tabela 2 – Evolução da variação anual das vendas do varejo ampliado – Brasil e Estados – acumulado do ano até setembro/2017 a 2021 (%)

Estados	2017	2018	2019	2020	2021
Pernambuco	3,9	1,2	1,9	-4,1	22,0
Piauí	-0,6	3,7	-4,2	-5,6	20,6
Rondônia	-6,3	10,4	1,0	-1,7	18,8
Espírito Santo	4,5	14,5	4,6	2,0	17,6
Amapá	4,7	0,2	17,3	-1,8	15,1
Mato Grosso do Sul	-0,6	3,3	2,5	0,7	14,4
Roraima	0,0	8,5	4,5	3,0	13,7
Pará	1,3	7,3	5,1	6,0	13,5
Goiás	-9,4	1,7	3,2	-4,0	13,1
Bahia	0,2	1,7	0,4	-10,3	12,1
Santa Catarina	13,9	11,0	9,3	1,2	12,0
Sergipe	-0,8	3,3	-0,7	-6,9	11,3
Ceará	0,4	3,2	2,7	-8,4	10,5
Acre	3,8	8,9	2,9	0,0	10,4
Mato Grosso	5,4	8,9	7,1	-0,9	9,1
Minas Gerais	0,4	3,7	1,9	0,5	8,6
Alagoas	7,7	1,8	0,0	-3,5	8,5
Maranhão	6,4	6,1	0,2	2,6	6,9
Paraíba	2,1	4,4	-3,2	-1,3	6,6
Rio Grande do Norte	-2,1	6,2	0,1	-6,5	5,7
Rio de Janeiro	2,3	1,0	1,3	-4,5	5,7
Rio Grande do Sul	11,0	7,0	2,8	-6,3	5,7
São Paulo	1,1	6,8	5,3	-5,7	5,6
Paraná	3,6	3,0	2,4	-1,6	5,2
Tocantins	6,2	11,0	6,6	7,3	3,4
Amazonas	10,1	10,7	5,9	4,8	2,5
Distrito Federal	3,9	-2,2	3,0	-7,1	1,1
Brasil	2,7	5,2	3,6	-3,6	8,0

Fonte: PMC-IBGE. Elaboração: IPECE.

6. Evolução das Vendas do Varejo por Atividades

Por fim, pela análise da Tabela 3 é possível conhecer a variação do volume de vendas do comércio varejista por atividades no Brasil e Ceará para o acumulado do ano até setembro dos anos de 2017 a 2021.

De um total de treze atividades investigadas, oito registraram crescimento e outras cinco apresentaram queda nas vendas do varejo nacional no acumulado até setembro de 2021. As cinco maiores altas nas vendas do varejo nacional em relação a igual período do ano passado foram observadas nas atividades de Tecidos, vestuário e calçados (+24,0%), seguida por Outros artigos de uso pessoal e doméstico (+22,1%); Veículos, motocicletas, partes e peças (+21,6%); Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (+12,3%); e Material de construção (+9,7%).

Por outro lado, as três maiores quedas nas vendas do varejo nacional ocorreram nas vendas de Livros, jornais, revistas e papelaria (-19,4%); Eletrodomésticos (-3,1%); e

Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-3,0%). As vendas de Hipermercados e supermercados (-2,6%) e Móveis e eletrodomésticos (-0,9%) também apresentaram queda em igual período.

Na sequência, de um total de treze atividades investigadas, oito registraram crescimento, uma variação nula, e outras quatro registraram queda nas vendas do varejo cearense no acumulado até setembro de 2021. As cinco maiores altas nas vendas do varejo cearense em relação a igual período do ano passado foram observadas nas atividades de Veículos, motocicletas, partes e peças (+35,8%); Material de construção (+24,2%); Combustíveis e lubrificantes (+12,6%); Tecidos, vestuário e calçados (+8,6%); e Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (+5,5%).

Por outro lado, as três maiores quedas nas vendas do varejo estadual ocorreram nas vendas de Livros, jornais, revistas e papelaria (-28,2%); e Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-8,0%) e Hipermercados e supermercados (-7,1%). As vendas de Eletrodomésticos (-2,6%) também apresentou queda no mesmo período.

Tabela 3 - Variação anual do volume de vendas do comércio varejista por atividades – Brasil e Ceará – acumulado até setembro/2017 a 2021 (%)

Atividades	Brasil					Ceará				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Combustíveis e lubrificantes	-3,2	-5,7	0,5	-11,0	2,9	-25,0	-2,6	-4,1	-14,1	12,6
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,4	4,4	0,3	5,5	-3,0	-0,6	3,4	-7,2	1,8	-8,0
Hipermercados e supermercados	0,6	4,6	0,7	6,6	-2,6	-7,5	2,9	-8,5	4,2	-7,1
Tecidos, vestuário e calçados	7,9	-2,4	-0,2	-30,5	24,0	-2,7	-0,2	2,8	-33,5	8,6
Móveis e eletrodomésticos	8,8	-1,0	0,8	9,4	-0,9	-13,1	1,6	20,9	-23,7	1,0
Móveis	-1,0	-3,6	4,6	8,8	4,6	-28,2	1,5	-4,0	-16,4	4,6
Eletrodomésticos	11,5	0,9	-0,7	9,7	-3,1	-1,3	3,2	43,9	-28,6	-2,6
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	0,9	5,4	6,4	6,5	12,3	12,0	0,7	1,3	-3,0	5,5
Livros, jornais, revistas e papelaria	-3,6	-10,1	-24,4	-30,5	-19,4	-16,8	-9,6	-11,7	-20,4	-28,2
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-1,1	-0,1	-0,7	-18,2	0,3	15,2	7,5	-11,1	-2,3	5,5
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	1,7	7,3	5,3	-1,5	22,1	5,9	10,1	-2,4	-11,9	0,0
Veículos, motocicletas, partes e peças	0,4	15,7	10,6	-18,1	21,6	4,5	7,0	12,9	-10,4	35,8
Material de construção	7,5	3,9	3,9	7,9	9,7	16,5	-3,4	11,1	4,5	24,2

Fonte: PMC-IBGE. Elaboração: IPECE.

7. Considerações Finais

A análise acima permite concluir que o processo de recuperação das vendas fortemente observado no segundo trimestre de ano de 2021 sofreu forte reversão no terceiro trimestre que registou baixas expressivas mensais sucessivas especialmente nas vendas do varejo comum.

O processo de desaceleração e retração nas vendas do varejo foi muito mais intenso no varejo cearense se comparado com o Brasil, revelando nítidos problemas enfrentados pelo varejo estadual, em parte explicado pela retração na massa de salários observada no mercado de trabalho local que sofreu forte retração no número de pessoas ocupadas impactando diretamente na decisão de compras, especialmente de Livros, jornais, revistas e papelaria; Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo; Hipermercados e supermercados e Eletrodomésticos.