



GOVERNO DO
ESTADO DO CEARÁ
Secretaria do Planejamento
e Gestão

IPECE

Informe

Nº 94 – Maio 2016

Desempenho do Comércio Varejista Cearense - 1º Trimestre de 2016

iPECE INSTITUTO
DE PESQUISA
E ESTRATÉGIA
ECONÔMICA
DO CEARÁ

GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ

Camilo Sobreira de Santana - Governador

Maria Izolda Cela - Vice Governadora

SECRETARIA DO PLANEJAMENTO E GESTÃO (SEPLAG)

Hugo Santana de Figueiredo Junior - Secretário

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ (IPECE)

Flávio Ataliba F. D. Barreto – Diretor Geral

Adriano Sarquis B. de Menezes – Diretor de Estudos Econômicos

IPECE Informe - Nº 94 – Maio de 2016

Elaboração

Alexsandre 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

Propor políticas públicas para o desenvolvimento sustentável do Ceará por meio da geração de conhecimento, informações geossocioeconômicas e da assessoria ao Governo do Estado em suas decisões estratégicas.

Valores

Ética e transparência;

Autonomia técnica;

Rigor científico;

Competência e comprometimento profissional;

Cooperação interinstitucional e

Compromisso com a sociedade.

Visão

Ser uma Instituição de pesquisa capaz de influenciar de modo mais efetivo, até 2025, a formulação de políticas públicas estruturadoras do desenvolvimento sustentável do estado do Ceará.

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ (IPECE)

Av. Gal. Afonso Albuquerque Lima, s/nº - Edifício SEPLAG, 2º Andar

Centro Administrativo Governador Virgílio Távora – Cambéba

Tel. (85) 3101-3496

CEP: 60830-120 – Fortaleza-CE.

ouvidoria@ipece.ce.gov.br

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.

Nesta Edição

Este Informe aborda o desempenho do comércio varejista cearense no primeiro trimestre de 2016. A análise dos dados da pesquisa mensal do comércio mostra que o varejo cearense vem mantendo e intensificando a trajetória de desaceleração do ritmo das vendas ao longo dos três primeiros meses do ano de 2016. Tal comportamento também foi observado no varejo nacional.

Os resultados mensais afetaram diretamente o resultado do primeiro trimestre do ano de 2016, quando o varejo comum cearense registrou queda de 6,1%, inferior ao nacional (7,0%) e o varejo ampliado cearense apontou queda de 11,6%, superior ao nacional (9,4%). Vale registrar que nos últimos quatro anos, as situações de queda para o referido trimestre só foram observadas a partir de 2015. Sendo que em 2016, ocorreu um piora acentuada do quadro de crise sobre as vendas.

Os resultados negativos das vendas do varejo podem ser explicados, em parte, pela elevação dos preços dos produtos, em decorrência principalmente da pressão de demanda, bem como pelo aumento de custos de produção, em especial o custo da energia elétrica. Também foi influenciado pelo elevado endividamento das famílias combinado com encarecimento do crédito provocado pela elevação da taxa básica de juros da economia. Esses fatores, em conjunto, vêm contribuindo para aumento da taxa de desemprego o que tem reduzido a massa salarial no mercado e a disposição para comprar por parte das famílias, dada a piora geral das expectativas envolvendo o futuro da economia de todo o país.

Por fim, é possível concluir que no início do ano de 2016, o varejo foi bastante sensível a conjuntura macroeconômica presente tendo sofrido diretamente os efeitos da crise econômica em boa parte traduzido pelo aumento do desemprego e piora das expectativas por parte dos empresários.

1. Análise do Desempenho do Comércio Varejista

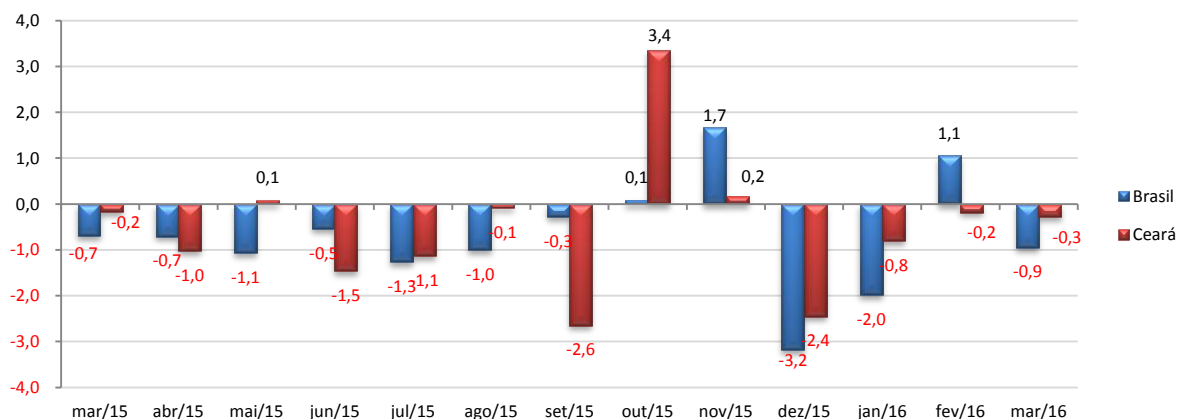
Varejo Comum

Segundo dados da Pesquisa Mensal do Comércio realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é possível se obter uma visão detalhada do comportamento tanto de curto, como de médio e longo prazo da dinâmica mensal da variação do volume de vendas do comércio varejista cearense e nacional ao longo dos últimos anos.

Como ponto de partida nota-se que o varejo comum cearense registrou em março de 2016 uma retração de 0,3% no seu volume de vendas comparado ao mês imediatamente anterior ajustada sazonalmente. Esse desempenho negativo foi também observado nos meses de janeiro (-0,8%) e fevereiro (-0,2%), revelando uma nítida desaceleração do ritmo de vendas ao longo de todo o ano de 2016. Vale observar que o país seguiu o mesmo comportamento com retração superior de 0,9% frente a fevereiro último, mês que registrou uma expansão de 1,1% frente a janeiro de 2016. (Gráfico 1).

Nota-se que em março de 2015, o varejo cearense havia registrado uma retração sazonal levemente inferior (-0,2%) e o varejo nacional também uma retração menor (-0,7%). Nos últimos doze meses, a maior alta registrada no varejo cearense ajustada sazonalmente foi observada em outubro de 2015 (+3,4%) e a maior baixa em setembro de 2015 (-2,6%). O último mês em que o varejo cearense apresentou uma variação positiva ajustada sazonalmente foi em novembro de 2015 (+0,2%). (Gráfico 1).

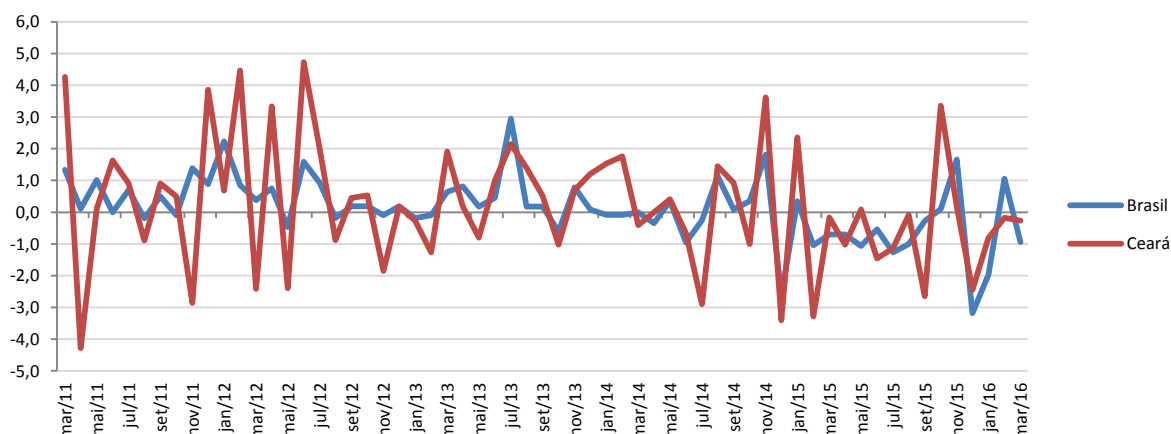
Gráfico 1: Variação mensal com ajuste sazonal do volume de vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – março/2015 a março/2016 (%)



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Com base no gráfico 2 é possível observar que nos últimos cinco anos, a exceção dos meses de março de 2011 (+4,3%) e 2013 (+1,9%), os meses de março de 2012 (-2,4%), 2014 (-0,4%) e 2015 (-0,2%), todos registraram variações negativas sazonalmente. Ainda com base neste gráfico é possível notar que as vendas cearenses apresentaram um comportamento de oscilação bem mais acentuado que o nacional tanto para cima quanto para baixo, registrando, assim, variações bem mais bruscas, principalmente ao longo dos anos de 2012 e 2015, fato esse não observado ao longo dos três primeiros meses de 2016. Nota-se que o pico de crescimento sazonal do varejo local entre os anos de 2011 e 2016 foi observado numa recuperação de vendas ocorrida em junho de 2012 (+4,6%), enquanto a maior queda foi observada em abril de 2011 (-4,4%).

Gráfico 2: Variação mensal com ajuste sazonal do volume de vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – março/11 a março/16 (%)

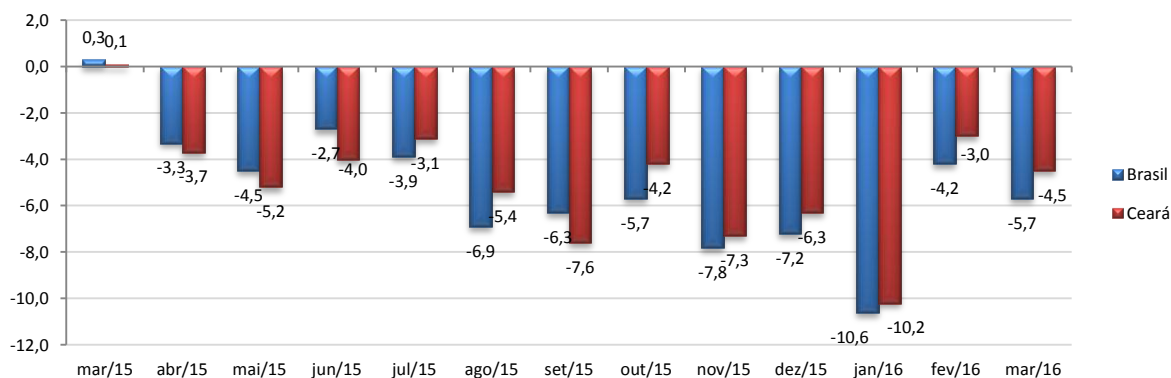


Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Já na comparação do volume de vendas de março de 2016 com março de 2015, a queda no varejo comum cearense foi ainda maior e igual a 4,5%, todavia, inferior a marca registrada pela queda nas vendas no varejo comum nacional de 5,7%.

A última vez que foi registrada uma variação mensal positiva no volume de vendas do varejo cearense foi em março de 2015 comparado a março de 2014, cuja variação foi de apenas 0,1%. Desde então, o varejo local vem apresentando taxas mensais negativas sucessivamente. Vale destacar que em março de 2016, foram registradas duas quedas, enquanto em março de 2015, duas altas nas vendas mensais do varejo cearense e nacional.

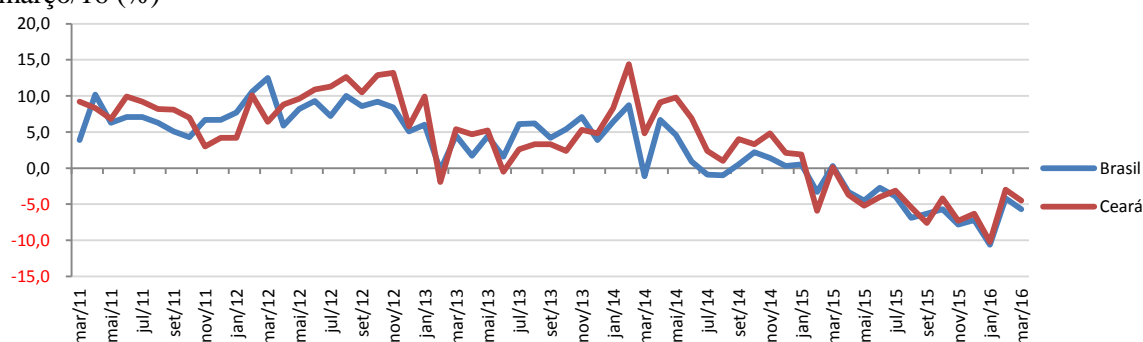
Gráfico 3: Variação mensal do volume de vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – março/2015 a março/2016 (%)



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

No gráfico 4 a seguir, apresenta-se a dinâmica mensal do volume de vendas do varejo comum nacional e cearense nos últimos cinco anos. Nota-se que ambos apresentaram elevadas taxas de crescimento mensal, acima dos cinco pontos percentuais na maior parte dos meses de 2011 e 2012. Contudo, ocorreu uma nítida retração no ritmo de crescimento das vendas do varejo comum nos anos posteriores, passando a registrar quedas sucessivas nas vendas mensais apenas no ano de 2015. A maior alta mensal no varejo local observada no período foi em fevereiro de 2014 (+14,4%) e a maior queda em setembro de 2015 (-7,6%).

Gráfico 4: Variação mensal do volume de vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – março/11 a março/16 (%)

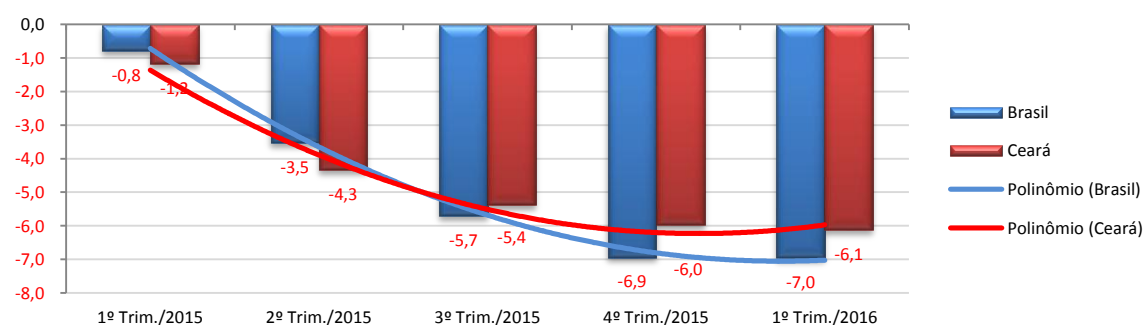


Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

O reflexo direto do comportamento das vendas mensais pode ser observado pela dinâmica das vendas trimestrais que representam uma média da variação no acumulado de cada trimestre do ano comparado com o mesmo trimestre do ano anterior.

No gráfico 5 abaixo, têm-se a dinâmica das vendas trimestrais no período que vai do 1º trimestre de 2015 até o 1º trimestre de 2016. Sendo assim, é possível observar a dinâmica trimestral das vendas ao longo de todo o ano de 2015 e início de 2016. É nítida a trajetória de queda nas vendas trimestrais do varejo comum tanto cearense quanto nacional, sendo que este último apresentou quedas mais significativas nos dois últimos trimestres do ano passado, intensificando levemente o patamar de retração nas vendas, confirmando a maior deterioração do desempenho das vendas nacionais. Nota-se também que as maiores quedas trimestrais passaram a ser observadas no primeiro trimestre de 2016, reflexo da piora do quadro de crise econômica vivenciado pelo país.

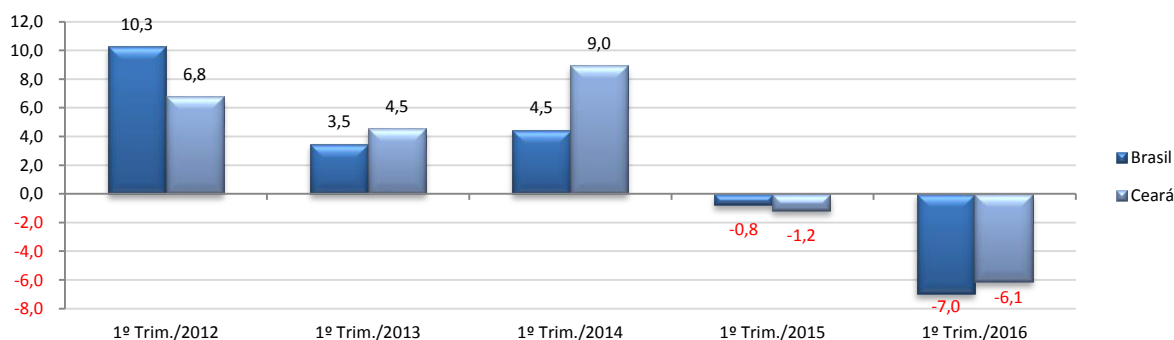
Gráfico 5: Variação trimestral do volume de vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – 1º Trim./2015 ao 1º Trim./2016 (%)



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Já no gráfico 6, é possível observar o comportamento do volume das vendas do varejo comum no acumulado do primeiro trimestre para os últimos cinco anos. Nota-se que o primeiro trimestre de 2012 foi o que registrou as maior alta no volume de vendas do varejo comum nacional e o quarto trimestre de 2014 registrou a maior alta para o volume de vendas do varejo cearense. Todavia, apenas no ano de 2015 passou-se a observar queda trimestral nas vendas para o referido período. Além disso, a trajetória do ritmo de expansão de vendas se tornou nitidamente declinante a partir de 2012 no varejo nacional, enquanto que no varejo cearense o mesmo passou a ser bastante perceptível a partir do início de 2015, passando a apresentar nítida deterioração dos resultados nas vendas do varejo em 2016.

Gráfico 6: Variação trimestral do volume de vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – 1º Trimestre/2012-2016 (%)

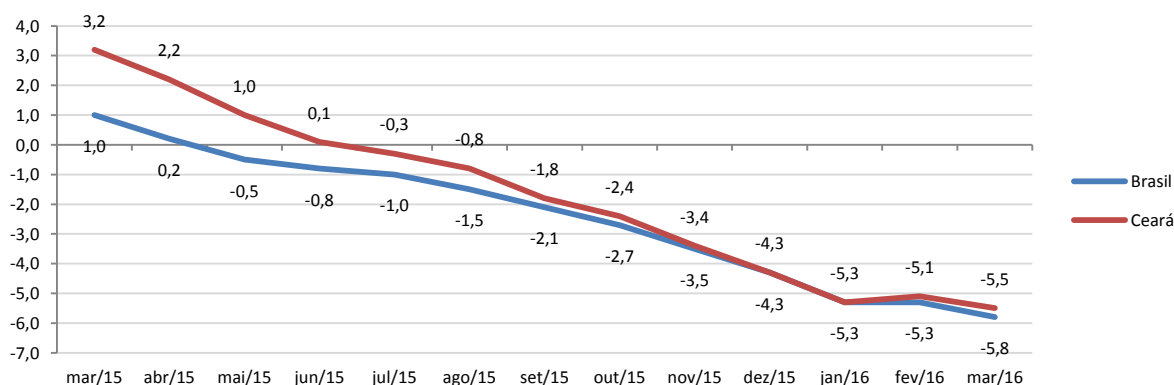


Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Os gráficos 7 a 9 a seguir mostram a trajetória da dinâmica de curto, médio e longo prazos do volume de vendas do varejo comum nacional e cearense capturada pela taxa de variação do acumulado de 12 meses, refletindo de forma mais explícita o efeito marginal do desempenho mensal das vendas do varejo.

Pela análise do gráfico 7 é possível observar que o reflexo negativo das vendas nacionais e cearenses mês após mês afetou sobremaneira a trajetória positiva de crescimento do varejo. A taxa de crescimento acumulada em 12 meses até março de 2015 foi de 3,2% para o varejo cearense e de apenas 1,0% para o varejo nacional. Contudo, em março de 2016, foram registradas as maiores quedas no acumulado de 12 meses iguais a 5,8% para o varejo nacional e 5,5% para o varejo cearense. Nota-se, ainda, que as vendas locais registraram uma desaceleração mais acentuada comparativamente ao varejo nacional nos últimos 12 meses.

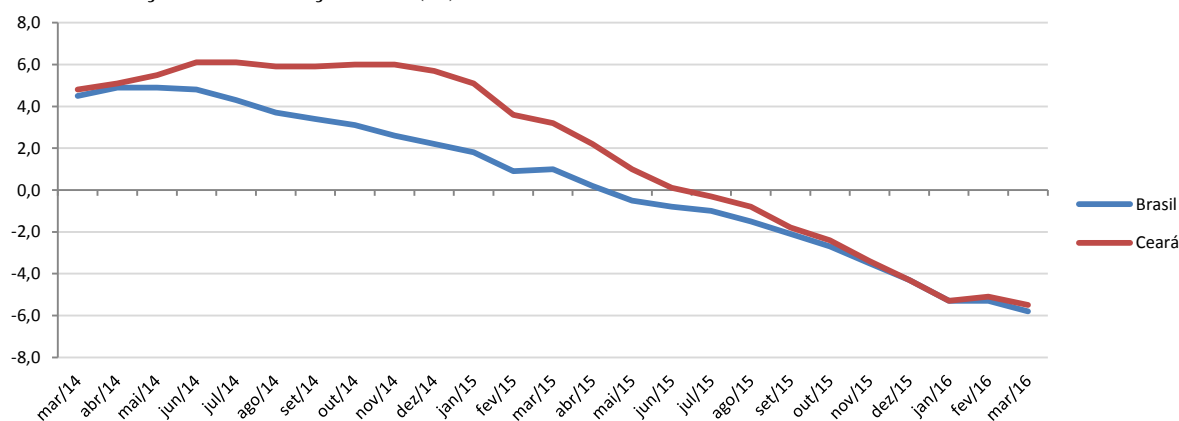
Gráfico 7: Variação do volume de vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – Acumulado de 12 meses – março/15 a março/2016 (%)



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

No gráfico 8 observa-se a trajetória do varejo comum nacional e cearense no médio prazo. É possível observar que as vendas do varejo comum cearense vinham se mantendo num patamar de estabilidade ao longo do ano de 2014, apresentando uma maior resistência a piora da conjuntura macroeconômica já observada a partir desse ano, comparativamente ao varejo nacional que foi bastante afetado logo nos primeiros meses de 2014. Nota-se também a desaceleração mais intensa das vendas do varejo cearense ao longo do ano de 2015, apresentando uma trajetória de convergência em 2016.

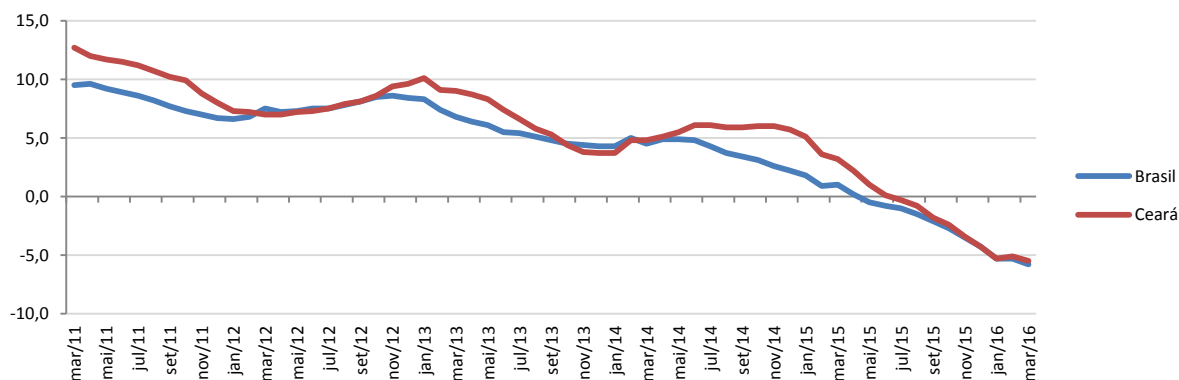
Gráfico 8: Variação do volume de vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – Acumulado de 12 meses – março/2014 a março/2016 (%)



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

No gráfico 9 apresenta-se a visão de longo prazo da trajetória das vendas do varejo nacional e cearense, observada para os últimos cinco anos. Nota-se que os momentos de recuperação nas vendas do varejo nacional e cearense ocorreram ao longo de 2012 e no primeiro semestre de 2014. Contudo, a partir do segundo semestre de 2014 já é possível observar um claro comportamento de desaquecimento das vendas do varejo nacional e local.

Gráfico 9: Variação do volume de vendas do varejo comum – Brasil e Ceará – Acumulado de 12 meses – março/2011 a março/2016 (%)



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

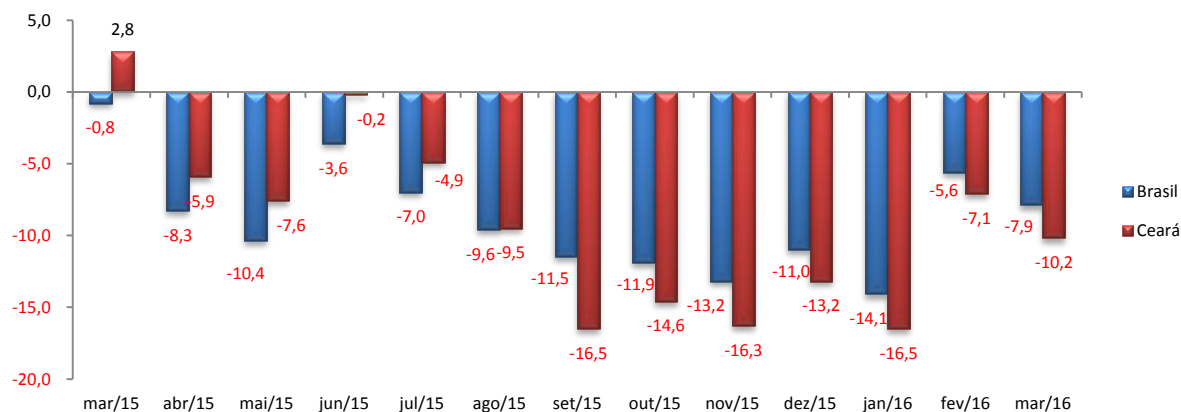
Varejo Ampliado

Agora se analisa o desempenho mensal nas vendas do varejo ampliado que inclui além dos setores do varejo comum, também as vendas de Veículos, motocicletas, partes e peças e de Material de construção. O gráfico 10 abaixo mostra as variações mensais do volume de vendas do varejo ampliado comparado com os mesmos meses do ano anterior. Nota-se que em março de 2016, o varejo ampliado nacional e cearense registraram quedas expressivas de 7,9% e 10,2%, respectivamente. Este desempenho foi pior que o registrado pelo varejo comum para o mesmo mês principalmente em função do forte desaquecimento nas vendas de veículos e de materiais de construção principalmente no estado do Ceará.

A última vez que foi observa alta nas vendas mensais do varejo ampliado cearense foi em março de 2015 (+2,8%). No tocante ao varejo ampliado nacional não foram observadas variações positivas nos últimos doze meses.

Chama atenção que entre os meses de janeiro a agosto de 2015, o varejo ampliado nacional registrou quedas superiores ao varejo cearense e que a partir de setembro de 2015 esta situação inverteu-se completamente, refletindo a queda acentuada nas vendas de veículos e materiais de construção no estado. A maior queda mensal das vendas do varejo ampliado nacional ocorreu em janeiro (-16,5%) e cearense em setembro (-16,5%). Por fim, é persistente o comportamento de baixa nas vendas do varejo ampliado ao longo dos três primeiros meses do ano, refletindo a conjuntura econômica vivenciada pelas agentes econômicos, fato esse que vem afetando outros setores da economia, a exemplo da indústria e do mercado de trabalho.

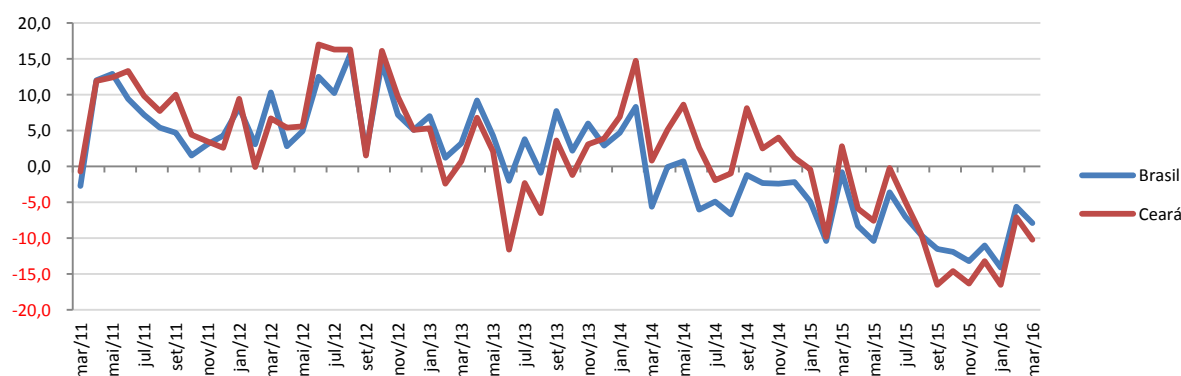
Gráfico 10: Variação mensal do volume de vendas do varejo ampliado – Brasil e Ceará – março/15 a março/2016 (%)



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

No gráfico 11 a seguir, apresenta-se a dinâmica mensal do volume de vendas do varejo ampliado nacional e cearense nos últimos cinco anos. Nota-se que ambos também apresentaram elevadas taxas de crescimento mensal, acima dos dez pontos percentuais em boa parte dos meses de 2011 e 2012. Contudo, ocorreu uma nítida desaceleração no ritmo de crescimento das vendas do varejo ampliado nos anos mais recentes. O varejo ampliado nacional passou a registrar quedas sucessivas nas vendas mensais desde o início de 2014. Já o varejo ampliado cearense apresentou este comportamento apenas a partir do início do ano de 2015. A maior alta mensal no varejo ampliado cearense observada no período foi em fevereiro de 2011 (+21,6%) e a maior queda em setembro de 2015 (-16,5%).

Gráfico 11: Variação mensal do volume de vendas do varejo ampliado – Brasil e Ceará – março/11 a março/2016 (%)

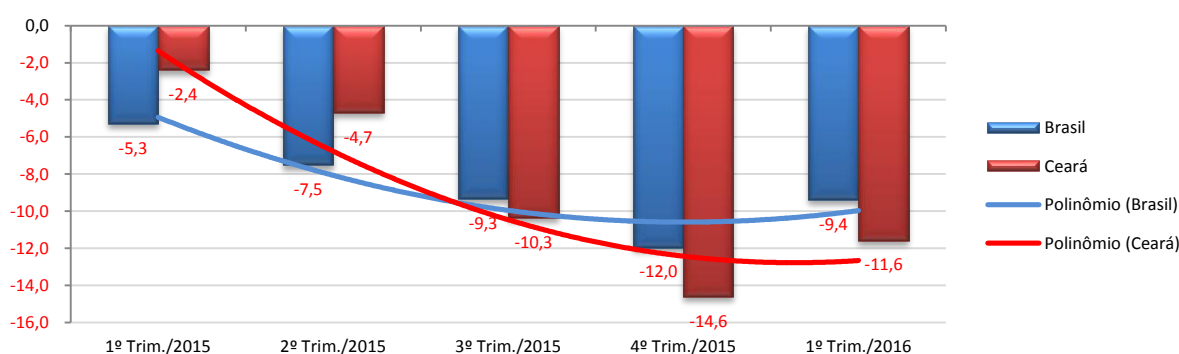


Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Novamente, o reflexo direto do comportamento das vendas mensais pode ser capturado pela dinâmica das vendas trimestrais que representam uma média da variação no acumulado de cada trimestre do ano comparado ao mesmo trimestre do ano anterior.

O gráfico 12 abaixo apresenta a dinâmica das vendas trimestrais do varejo ampliado no período compreendido entre o 1º trimestre de 2015 e o 1º trimestre de 2016. O varejo ampliado experimentou uma trajetória de queda trimestral tanto no Brasil quanto no Ceará, sendo que, diferente do ocorrido no varejo comum, as vendas cearenses apresentaram quedas mais significativas que o varejo nacional, confirmando, assim, a maior deterioração nas vendas locais provocadas pelo forte desaquecimento nas vendas dos setores de veículos e de materiais de construção.

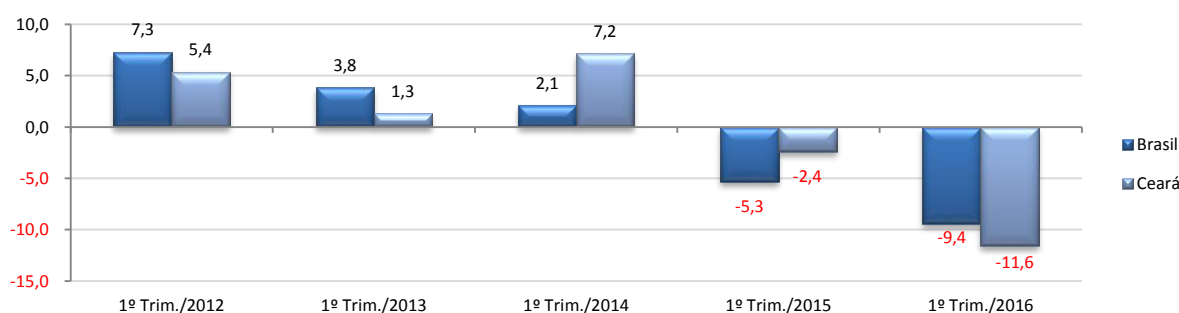
Gráfico 12: Variação trimestral do volume de vendas do varejo ampliado – Brasil e Ceará – 1º Trim./2015 ao 1º Trim./2016 (%)



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Já no Gráfico 13 observa-se o comportamento do volume das vendas do varejo ampliado no acumulado do primeiro trimestre para os últimos cinco anos. Nota-se que o primeiro trimestre de 2012 foi o que registrou a maior alta nas vendas ampliadas nacionais e o primeiro trimestre de 2014 foi o que registrou a maior expansão nas vendas ampliadas cearenses. Nota-se que a retração nas vendas foram observadas apenas nos primeiros trimestres dos anos de 2015 e 2016, intensificando-se bastante neste último ano.

Gráfico 13: Variação trimestral do volume de vendas do varejo ampliado – Brasil e Ceará – 1º Trimestre/2011-2015 (%)

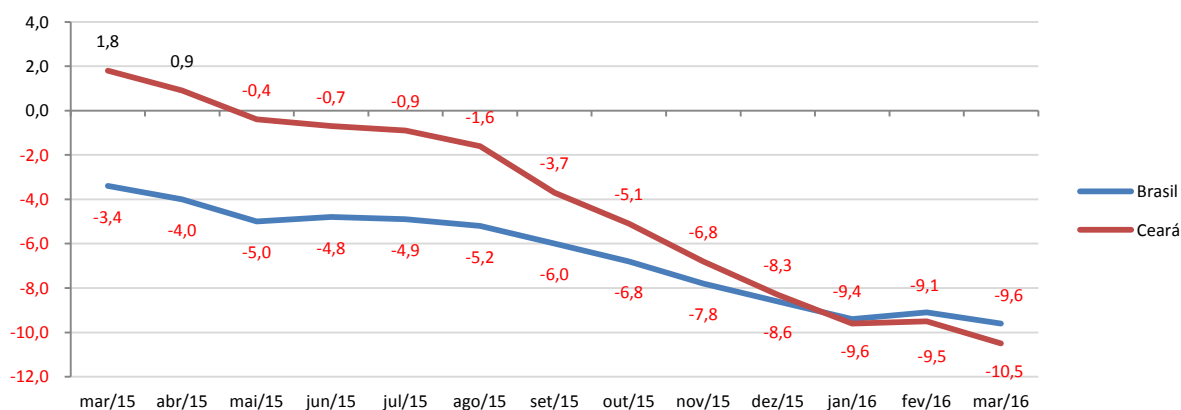


Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Agora, os gráficos 14 até 16 a seguir mostram a trajetória da dinâmica de curto, médio e longo prazos do volume de vendas do varejo ampliado nacional e cearense, refletindo o efeito marginal do desempenho mensal das vendas do varejo, capturado pela taxa de variação do acumulado de 12 meses.

Pela análise do gráfico 14 é possível observar que o reflexo negativo das vendas nacionais e cearenses mês após mês afetaram bastante a trajetória de crescimento do varejo ampliado no curto prazo. A taxa de crescimento, do varejo ampliado cearense, no acumulado de 12 meses foi positiva até abril de 2015 (+0,9%). Já no varejo ampliado nacional foi possível observar variações negativas a partir de março do mesmo ano. Contudo, como resultado da forte desaceleração das vendas mensais do varejo ampliado cearense, a taxa de queda no acumulado de 12 meses superou a queda no acumulado de 12 meses do varejo nacional a partir de janeiro de 2016. Assim, o varejo cearense finalizou a série com queda acumulada de 10,5% e varejo nacional com queda acumulada de 9,6%.

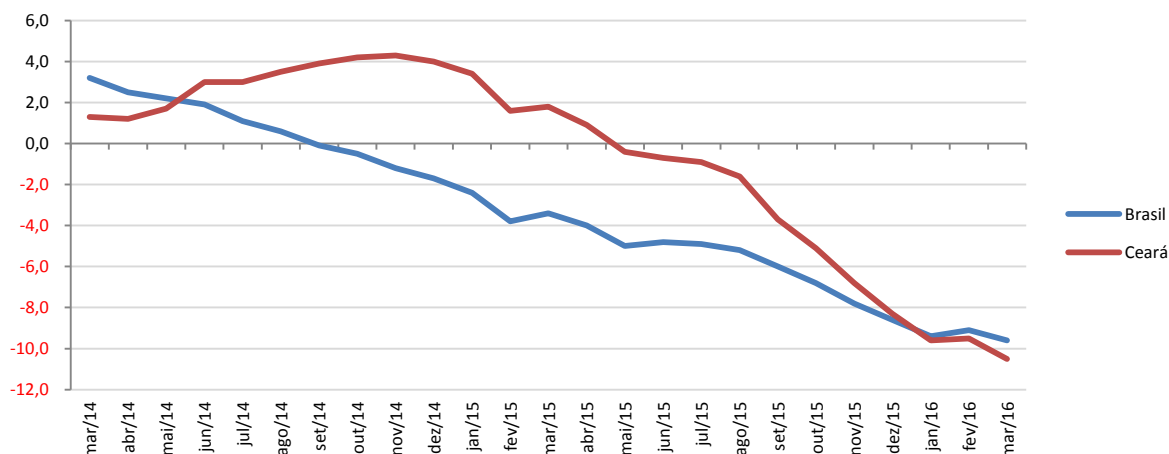
Gráfico 14: Variação do volume de vendas do varejo ampliado – Brasil e Ceará – Acumulado de 12 meses – março/2015 a março/2016 (%)



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Pelo gráfico 15 se observa a trajetória do varejo ampliado, nacional e cearense, no médio prazo. É possível observar que as vendas do varejo ampliado cearense chegaram a apresentar uma melhora de desempenho ao longo de 2014, diferente da deterioração contínua nas vendas do varejo nacional. Contudo, em 2015, têm-se uma retração significativa do ritmo das vendas maior no estado que no país, refletindo a piora da conjuntura macroeconômica, principalmente a escalada de preços e também o elevado endividamento das famílias, com nítida piora desse quadro em 2016.

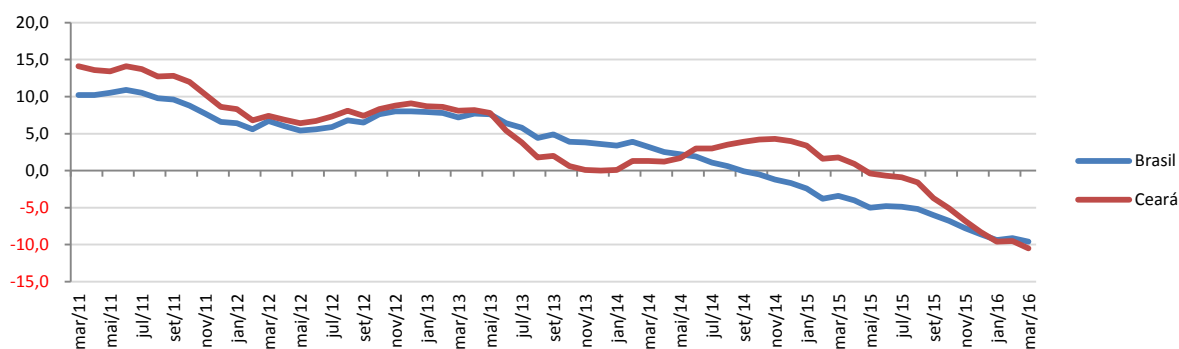
Gráfico 15: Variação do volume de vendas do varejo ampliado – Brasil e Ceará – Acumulado de 12 meses – março/2014 a março/2016 (%)



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Por fim, no gráfico 16 apresenta-se a visão de longo prazo da trajetória do volume de vendas do varejo ampliado nacional e cearense observada para os últimos cinco anos. Em 2012, foi notória a recuperação nas vendas ampliadas, principalmente a partir do segundo semestre daquele ano. O varejo cearense experimentou uma segunda recuperação também no segundo semestre de 2014, vindo a apresentar nítidas perdas a partir de 2015, piorando ainda mais a queda nas vendas em 2016.

Gráfico 16: Variação do volume de vendas do varejo ampliado – Brasil e Ceará – Acumulado de 12 meses – março/2011 a março/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 cearense.

A tabela 1 apresenta a variação trimestral do volume de vendas do varejo comum para o Brasil e todos os estados do país para o período do primeiro trimestre de 2015 ao primeiro trimestre de 2016. Nota-se que no primeiro trimestre de 2015, um total de 10 estados apresentaram variações positivas no volume de vendas do varejo comum. Todavia, a partir do segundo trimestre de 2015, esse número caiu drasticamente para apenas quatro estados. No terceiro trimestre de 2015, apenas Roraima apresentou variação positiva em suas vendas. Já no último trimestre de 2015 e primeiro trimestre de 2016, todos os estados brasileiros apresentaram queda nas vendas do varejo comum, com destaque para a queda nas vendas do Amapá, Acre, Sergipe, Bahia e Amazonas, para listar as cinco maiores.

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

Estados	1º Trim./2015	2º Trim./2015	3º Trim./2015	4º Trim./2015	1º Trim./2016	1º Trim./2015-1º Trim./2016
Minas Gerais	-1,5	-2,4	-1,9	-1,8	-0,6	0,9
Roraima	20,4	5,5	4,6	-0,4	-1,9	-22,4
Paraíba	-4,3	-11,2	-10,0	-14,6	-4,0	0,2
Rio Grande do Sul	-3,6	-3,9	-8,3	-8,3	-5,1	-1,5
Mato Grosso do Sul	0,9	-0,3	-1,7	-4,8	-5,7	-6,6
Ceará	-1,2	-4,3	-5,4	-6,0	-6,1	-4,9
Tocantins	-1,0	-0,2	-3,1	-9,4	-6,2	-5,2
São Paulo	-0,5	-3,2	-4,9	-5,3	-6,3	-5,8
Maranhão	-3,6	-4,8	-7,6	-11,3	-7,3	-3,7
Rio de Janeiro	2,2	-3,5	-5,2	-5,5	-7,3	-9,5
Mato Grosso	-6,5	-7,1	-8,4	-10,7	-7,6	-1,1
Piauí	-0,8	-4,5	-4,9	-7,8	-7,8	-7,0
Paraná	2,1	-1,4	-4,4	-8,1	-8,5	-10,5
Pará	-0,9	-2,3	-5,1	-9,9	-8,9	-8,0
Alagoas	-2,8	-6,1	-13,3	-9,7	-8,9	-6,1
Rondônia	6,3	-5,3	-9,4	-12,4	-8,9	-15,2
Santa Catarina	1,4	1,1	-3,6	-9,9	-9,3	-10,6
Espírito Santo	-2,3	-6,9	-9,0	-11,7	-9,3	-6,9
Rio Grande do Norte	1,1	-2,6	-5,3	-7,6	-9,3	-10,4
Distrito Federal	-4,4	-5,3	-6,8	-6,9	-9,6	-5,2
Goiás	-7,6	-10,6	-10,5	-11,8	-9,9	-2,4
Pernambuco	-1,3	-7,2	-10,5	-11,1	-11,0	-9,7
Amazonas	-4,2	-7,0	-7,7	-9,9	-11,1	-6,9
Bahia	-3,7	-5,9	-10,0	-11,8	-11,9	-8,2
Sergipe	4,7	5,9	-6,0	-9,9	-12,2	-16,9
Acre	8,9	2,8	-7,1	-11,0	-12,2	-21,1
Amapá	6,1	-8,8	-17,9	-23,8	-21,5	-27,6
Brasil	-0,8	-3,5	-5,7	-6,9	-7,0	-6,2

Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

A tabela 2 abaixo apresenta a variação do volume de vendas do varejo comum para o acumulado do ano até o primeiro trimestre dos últimos cinco anos. No acumulado até o primeiro trimestre dos anos de 2012 a 2014, a grande maioria dos estados haviam registrado variações positivas nas vendas do varejo comum. Contudo, no primeiro trimestre de 2015, apenas dez deles apresentaram um desempenho positivo. Já no acumulado do primeiro trimestre de 2016, todos os estados brasileiros registraram queda nas suas vendas, com o estado do Ceará tendo apresentado a sexta menor queda no período.

Tabela 2: Variação do volume de vendas do varejo comum – Brasil e Estados – Acumulado no 1º Trimestre – 2012 a 2016 (%)

Estados	2012	2013	2014	2015	2016	2012-2016
Minas Gerais	9,2	0,2	3,9	-1,5	-0,6	-9,8
Roraima	29,9	4,3	-1,9	20,4	-1,9	-31,8
Parafba	11,6	8,6	2,1	-4,3	-4,0	-15,6
Rio Grande do Sul	12,9	3,9	3,9	-3,6	-5,1	-18,0
Mato Grosso do Sul	18,0	13,2	4,7	0,9	-5,7	-23,7
Ceará	6,8	4,5	9,0	-1,2	-6,1	-12,9
Tocantins	21,2	5,4	10,0	-1,0	-6,2	-27,4
São Paulo	11,3	3,6	4,7	-0,5	-6,3	-17,6
Maranhão	13,7	5,6	10,0	-3,6	-7,3	-21,0
Rio de Janeiro	4,2	4,7	1,7	2,2	-7,3	-11,5
Mato Grosso	5,9	5,3	6,3	-6,5	-7,6	-13,5
Piauí	12,5	-0,3	4,6	-0,8	-7,8	-20,3
Paraná	16,7	4,0	3,9	2,1	-8,5	-25,2
Rondônia	5,5	8,6	6,7	6,3	-8,9	-14,4
Pará	11,5	5,2	5,6	-0,9	-8,9	-20,4
Alagoas	9,5	3,0	9,8	-2,8	-8,9	-18,4
Rio Grande do Norte	4,5	9,6	5,2	1,1	-9,3	-13,8
Espírito Santo	8,5	3,5	1,1	-2,3	-9,3	-17,8
Santa Catarina	12,0	1,2	2,6	1,4	-9,3	-21,3
Distrito Federal	7,0	1,0	3,1	-4,4	-9,6	-16,6
Goiás	8,2	4,1	6,1	-7,6	-9,9	-18,1
Pernambuco	12,4	4,7	5,6	-1,3	-11,0	-23,4
Amazonas	5,7	1,8	2,2	-4,2	-11,1	-16,8
Bahia	10,2	-0,1	9,5	-3,7	-11,9	-22,1
Acre	12,5	2,6	12,1	8,9	-12,2	-24,7
Sergipe	6,3	2,8	3,7	4,7	-12,2	-18,5
Amapá	16,9	3,6	7,0	6,1	-21,5	-38,4
Brasil	10,3	3,5	4,5	-0,8	-7,0	-17,3

Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Na tabela 3 a seguir têm-se os resultados da variação das vendas do varejo ampliado no período compreendido entre o primeiro trimestre de 2015 e primeiro trimestre de 2016. Diante do exposto nesta tabela é nítido a compreensão de que o varejo ampliado está vivendo um dos piores momentos da sua história com taxas negativas de variação sendo observadas em todos os estados do país a partir do terceiro trimestre de 2015. O Ceará com variação de 11,6% ocupou a 14ª menor queda no primeiro trimestre de 2016.

Tabela 3: Variação trimestral do volume de vendas do varejo ampliado – Brasil e Estados – 1º Trimestre/2015 ao 1º Trimestre/2016 (%)

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

Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Por fim, na tabela 4 mostra os resultados ocorrido nas vendas do varejo ampliado para o acumulado até o primeiro trimestre dos últimos cinco anos para todos os estados brasileiros. Até o 2014, nota-se que a grande maioria dos estados haviam apresentado variações positivas nas vendas do varejo ampliado. Contudo, em 2015, o quadro mudou completamente, quando apenas cinco estados registraram alta nas suas vendas. Já no acumulado do primeiro trimestre de 2016, nenhum estado conseguiu lograr êxito.

Tabela 4: Variação do volume de vendas do varejo ampliado – Brasil e Estados – Acumulado do ano até o 1º Trimestre – 2012 a 2016 (%)

Estados	2012	2013	2014	2015	2016	2012-2016
Roraima	16,7	8,2	-1,5	8,3	-2,8	-19,5
Rondônia	5,9	5,6	1,5	1,5	-4,3	-10,2
Minas Gerais	7,0	0,6	-1,6	-4,6	-4,3	-11,3
São Paulo	9,6	3,5	0,6	-7,7	-5,1	-14,7
Mato Grosso do Sul	7,8	12,0	-0,1	-1,0	-7,8	-15,6
Paraíba	9,2	5,4	3,6	-7,9	-8,6	-17,8
Piauí	11,0	5,6	3,2	-3,0	-9,1	-20,1
Paraná	10,8	7,5	1,1	-5,2	-9,9	-20,7
Acre	1,9	12,6	7,2	-3,0	-10,0	-11,9
Rio Grande do Norte	3,1	9,1	3,5	1,2	-10,3	-13,4
Mato Grosso	10,6	5,0	4,2	-5,8	-11,1	-21,7
Rio de Janeiro	1,7	5,3	2,6	-0,8	-11,5	-13,2
Pará	9,9	5,9	2,4	-0,3	-11,6	-21,5
Ceará	5,4	1,3	7,2	-2,4	-11,6	-17,0
Alagoas	6,1	5,8	7,9	-3,2	-11,8	-17,9
Rio Grande do Sul	7,2	5,9	6,8	-8,1	-11,9	-19,1
Bahia	8,6	1,0	5,6	-4,7	-12,0	-20,6
Santa Catarina	4,1	1,3	6,0	-4,6	-12,6	-16,7
Amazonas	2,0	2,2	3,6	-3,5	-12,7	-14,7
Tocantins	12,7	4,1	2,4	-3,6	-13,4	-26,1
Distrito Federal	4,4	0,6	5,4	-9,8	-14,1	-18,5
Goiás	5,4	8,8	-0,7	-8,8	-15,9	-21,3
Pernambuco	8,2	3,7	5,7	-2,9	-16,0	-24,2
Sergipe	4,4	2,0	5,5	1,9	-16,3	-20,7
Maranhão	11,5	5,9	4,9	-0,8	-17,0	-28,5
Amapá	4,9	8,9	-6,2	4,0	-19,4	-24,3
Espírito Santo	-0,6	-2,7	-8,0	-6,0	-20,2	-19,6
Brasil	7,3	3,8	2,1	-5,3	-9,4	-16,7

Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

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.

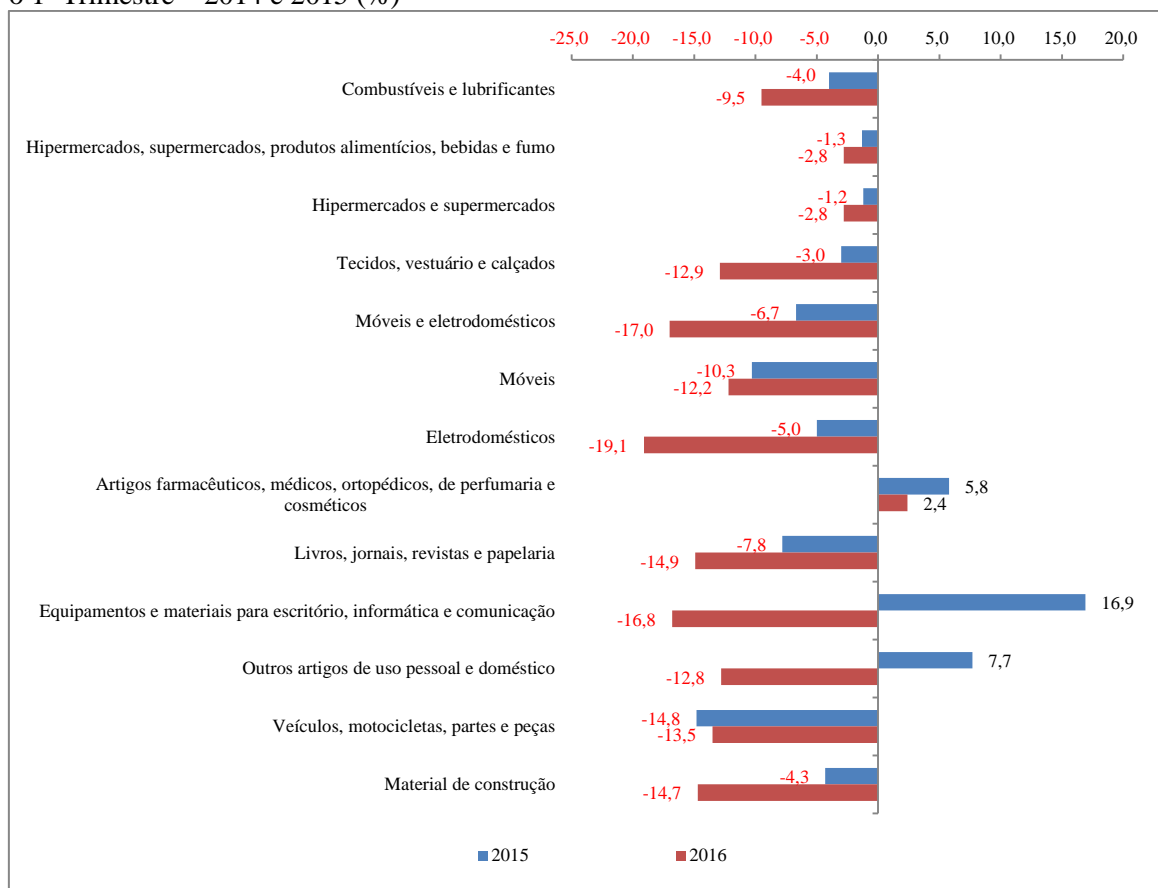
Através do gráfico 17 é possível comparar a variação das vendas por atividades do varejo nacional no acumulado do ano até o primeiro trimestre para os anos de 2015 (azul) e 2016 (vermelho). Das treze atividades observadas, apenas Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (+2,4%) apresentou crescimento nas vendas no acumulado do ano de 2016.

Por outro lado, as maiores quedas nas vendas foram observadas nas seguintes atividades: Eletrodomésticos (-19,1%); Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (-16,8%); Livros, jornais, revistas e papelaria (-14,9%); Material de construção (-14,7%); Veículos, motocicletas, partes e peças (-13,5%); Tecidos, vestuário e calçados (-12,9%); Outros artigos de uso pessoal e doméstico (-12,8%); Móveis (-12,2%); Combustíveis e lubrificantes (-9,5%); e Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-2,8%).

Nota-se que no primeiro trimestre de 2015, as atividades de Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (+16,9%); Outros artigos de uso pessoal e doméstico

(+7,7%); e de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (+5,8%), foram os três setores que apresentaram crescimento nas vendas do varejo nacional.

Gráfico 17: Variação do volume de vendas do varejo por atividades – Brasil – Acumulado do ano até o 1º Trimestre – 2014 e 2015 (%)



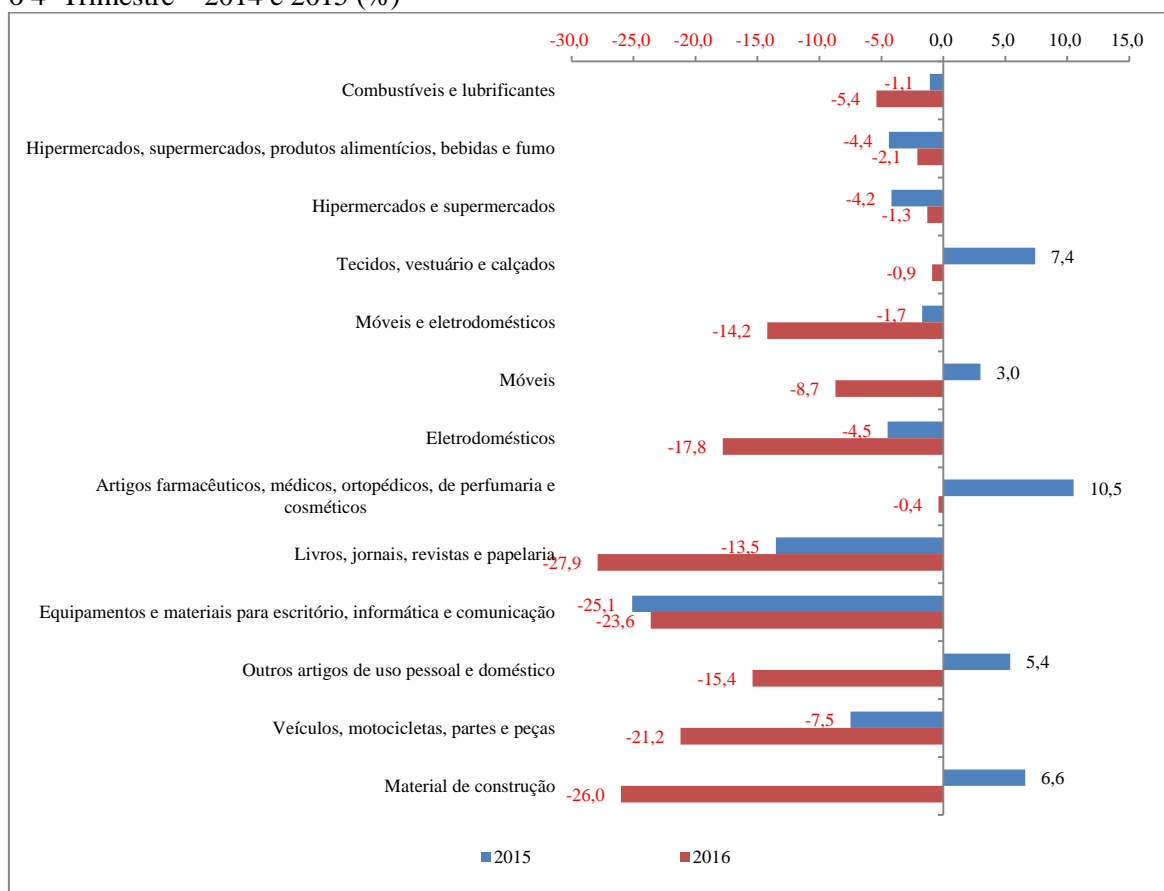
Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

Por sua vez, o gráfico 18 apresenta a variação do volume de vendas do varejo por atividades para o estado do Ceará no primeiro trimestre dos anos de 2015 e 2016. Observa-se que no ano de 2016, nenhuma atividade conseguiu registrar crescimento nas vendas do varejo local.

As maiores quedas registradas ficaram por conta das vendas de Livros, jornais, revistas e papelaria (-27,9%); Material de construção (-26,0%); Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação (-23,6%); Veículos, motocicletas, partes e peças (-21,2%); Eletrodomésticos (-17,2%); Outros artigos de uso pessoal e doméstico (-15,4%); Móveis (-8,7%); Combustíveis e lubrificantes (-5,4%); Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-2,1%); Tecidos, vestuário e calçados (-0,9%); Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (-0,4%).

Nota-se que em igual período de 2015, cinco atividades haviam apresentado alta nas vendas: Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (+10,5%); Tecidos, vestuário e calçados (+7,4%); Material de construção (+6,6%); Outros artigos de uso pessoal e doméstico (5,4%); e Móveis (+3,0%).

Gráfico 18: Variação do volume de vendas do varejo por atividades – Ceará – Acumulado do ano até o 4º Trimestre – 2014 e 2015 (%)



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração IPECE.

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 dos três primeiros meses do ano de 2016. Tal comportamento também foi observado no varejo nacional.

Os resultados mensais afetaram diretamente o resultado do primeiro trimestre do ano de 2016, quando o varejo comum cearense registrou queda de 6,1%, inferior ao nacional (7,0%) e o varejo ampliado cearense apontou queda de 11,6%, superior ao nacional (9,4%). Vale registrar que nos últimos quatro anos, quedas para o referido trimestre só foram observadas a partir de 2015. Sendo que em 2016, ocorreu uma piora acentuada do quadro de crise sobre as vendas.

Os resultados negativos das vendas do varejo podem ser explicados, em parte, pela elevação dos preços dos produtos, em decorrência principalmente da pressão de demanda, bem como pelo aumento dos custos de produção, em especial o custo da energia elétrica. Também foi influenciado pelo elevado endividamento das famílias combinado com o encarecimento do crédito provocado pela elevação da taxa básica de juros da economia. Esses fatores, em conjunto, vêm contribuindo para o aumento da taxa de desemprego o que tem reduzido a massa salarial no mercado e a disposição para comprar por parte das famílias, dada a piora geral das expectativas envolvendo o futuro da economia de todo o país.

Por fim, é possível concluir que no início do ano de 2016, o varejo foi bastante sensível a conjuntura macroeconômica presente, tendo sofrido diretamente os efeitos da crise econômica em boa parte traduzido pelo aumento do desemprego e piora das expectativas por parte dos empresários.