

NOTA DE CONJUNTURA

Comércio Varejista ^{RS} do Estado do Maranhão

MARÇO | 2016



IMESC
INSTITUTO MARANHENSE DE
ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS
E CARTOGRÁFICOS



www.imesc.ma.gov.br

GOVERNADOR DO ESTADO DO MARANHÃO

Flávio Dino de Castro e Costa

SECRETÁRIA DE ESTADO DO PLANEJAMENTO E ORÇAMENTO

Cynthia Celina de Carvalho Mota Lima

PRESIDENTE DO INSTITUTO MARANHENSE DE ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS E CARTOGRÁFICOS

Felipe Macedo de Holanda

DIRETOR DE ESTUDOS E PESQUISAS

Carlos Frederico Lago Burnett

DIRETORA DE COMUNICAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DE DADOS

Lígia do Nascimento Teixeira

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE CONTAS REGIONAIS E FINANÇAS PÚBLICAS

Dionatan Silva Carvalho

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE ESTUDOS REGIONAIS E SETORIAIS

Talita de Sousa Nascimento

ELABORAÇÃO

Daniele de Fátima Amorim Silva

EQUIPE DE CONJUNTURA

Pesquisadores

Anderson Nunes Silva
Daniele de Fátima Amorim Silva
Dionatan Silva Carvalho
Geilson Bruno Pestana Moraes
Marcelo de Sousa Santos
Talita de Sousa Nascimento

Auxiliares de Pesquisa

João Carlos Souza Marques
Rafael Thalysson Costa Silva

REVISÃO

Camila Carneiro de Oliveira
Carol Ribeiro

DIAGRAMAÇÃO / CAPA

Yvens Goulart

Apresentação

O Instituto Maranhense de Estudos Socioeconômicos e Cartográficos - IMESC apresenta a segunda Nota Mensal de Conjuntura Econômica sobre o Comércio Varejista do ano de 2016, referente ao mês de março. Esta nota é um subproduto do Boletim de Conjuntura Econômica, que é publicado trimestralmente. Analisa-se aqui o comportamento do comércio varejista por meio dos dados da Pesquisa Mensal do Comércio - PMC, divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE; e as pesquisas de Endividamento e Inadimplência e Intenção de Consumo das Famílias Ludovicenses, ambas realizadas pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão - Fecomércio. Faz-se uma abordagem sobre o desempenho do volume de vendas do comércio varejista nas modalidades restrito e ampliado em âmbito Nacional e Estadual, assim como da evolução da sondagem de consumo e nível de endividamento das famílias ludovicenses. Trata-se de indicadores importantes para avaliar os impactos do consumo privado sobre a atividade econômica.



Expansão registrada no mês de fevereiro cede lugar a mais um mês de queda no comércio varejista brasileiro

O volume de vendas físicas do comércio varejista restrito registrou queda de 0,9% na passagem de fevereiro para março (dados ajustados sazonalmente), segundo dados da Pesquisa Mensal do Comércio - PMC, do IBGE, afetando negativamente as expectativas de mercado, que previam recuo inferior, diante das possibilidades de reversão trazidas pelo período Pascal. Embora o recuo tenha sido precedido de uma alta de 1,1% no mês de fevereiro, os resultados do mês de janeiro e março levaram o varejo restrito a uma retração de 3,2% no primeiro trimestre de 2016 em relação ao trimestre imediatamente anterior e a uma deterioração nos últimos 12 meses encerrados em março, passando de uma queda de 4,3% para - 5,3%.

Em seu conceito ampliado – que inclui o varejo e as atividades de *veículos, motos, partes e peças e de Material de Construção* – o volume de vendas do varejo também eliminou a alta registrada no mês anterior, recuando 1,1% contra o mês de fevereiro cujo avanço foi da ordem de 1,1%. Somando-se o efeito negativo do mês de janeiro, o varejo ampliado encerrou o primeiro trimestre com queda de 1,7% e acumula contração de 9,3% em 12 meses.

Tabela 1. Taxas de Crescimento do Volume de Vendas do Comércio Varejista no Brasil (em %) – Jan a mar/2016 e acumulado em 12 meses (em %)

Atividades	Variação Mensal % (*)			Mar/16 (**)	Acum. ano % (**)	12 meses %
	jan/16	fev/16	mar/16			
Comércio Varejista Restrito	-2,0	1,1	-0,9	-10,3	-7,0	-5,8
Combustíveis e lubrificantes	-2,7	0,3	-1,2	-14,1	-9,5	-7,5
Hiper., super., prod. Alim., beb. e fumo	-0,9	0,8	-1,7	-5,8	-2,8	-2,9
Tecidos, vestuário e calçados	-0,3	-3,5	-3,6	-13,8	-12,9	-10,6
Móveis e eletrodomésticos	-5,7	6,1	-1,1	-24,3	-17,0	-16,6
Art. farm., méd., orto., perf. e cosm.	0,1	0,1	0,7	-0,2	2,4	2,3
Livros, jornais, revistas e papelaria	-0,4	-3,2	-1,1	-13,3	-14,9	-13,2
Equip. e mat. Escrit., inform. Comum.	1,9	-2,7	6,1	-24,0	-16,8	-9,9
Outros art. uso pessoal e doméstico	-3,4	-0,5	-2,5	-12,5	-12,8	-6,0
Comércio Varejista Ampliado	-2,0	1,4	-1,1	-13,3	-9,4	-9,6
Veículos, motocicletas, partes e peças	-2,1	3,8	-0,5	-18,9	-13,5	-17,6
Material de construção	-5,0	3,4	-0,3	-18,5	-14,7	-10,9

Fonte: IBGE (*) com ajuste sazonal (**) contra o mesmo período do ano anterior

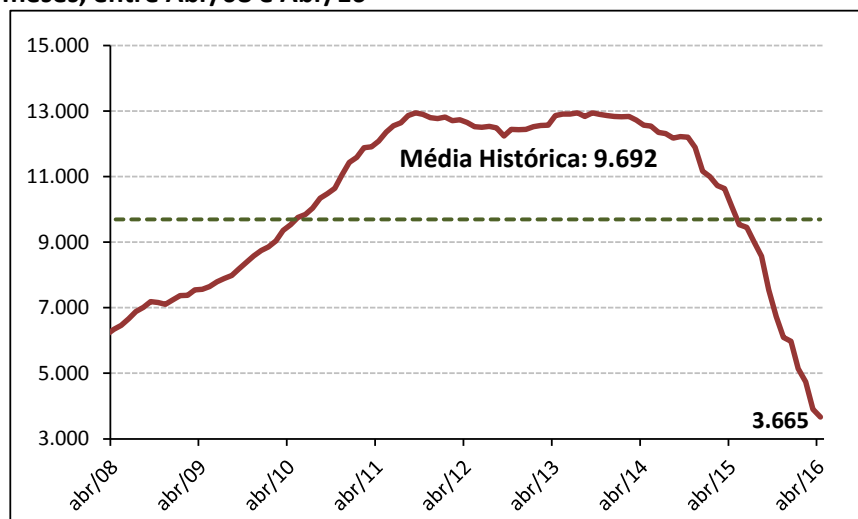
Na abertura por atividades, englobando o comércio varejista nos conceitos restrito e ampliado, observa-se variação negativa em oito das dez atividades pesquisadas, destacando-se: *Tecidos, vestuário e calçados; Hipermercados, supermercados, produção de Alimentos, bebidas e fumo; e Combustíveis e lubrificantes*. Na outra ponta, o avanço nas atividades de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação e Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* não foi suficiente para modificar a tendência do indicador agregado. Ressalta-se ainda que nos últimos 12 meses o desempenho de quase todas as atividades continua negativo, com exceção da atividade *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*, que mantém expansão de 2,3%. O aprofundamento vivido no comércio varejista é produto, sobretudo, do menor nível de demanda efetiva e consequentemente das perdas da massa salarial real e do elevado patamar de endividamento e inadimplência das famílias brasileiras.

Maranhão interrompe resultados positivos dos últimos meses e encerra trimestre com queda de 2,0%

Acompanhando o movimento do Brasil, o volume físico de vendas do comércio varejista restrito maranhense registrou queda de 1,1% no mês de março contra o mês anterior, interrompendo as altas registradas no mês de fevereiro (0,6%) e de janeiro (1,4%). Comportamento que levou as vendas do varejo restrito a apresentarem queda de 2,0% na comparação do primeiro trimestre de 2016 com o quarto trimestre do ano anterior. Não somente a queda no ritmo, mas a interrupção da expansão pode ser explicada pelo crescimento da taxa de desemprego no estado e pela redução da massa salarial proveniente dessas ocupações. Contra o mesmo mês do ano anterior, o volume de vendas recuou 7,1%, mostrando que nem mesmo o período de Páscoa foi suficiente para reverter a trajetória de declínio enfrentada pelos varejos nacional e maranhense. Nos últimos 12 meses encerrados em março, por sua vez, notou-se aprofundamento do desempenho do varejo estadual, saindo de 7,4% para 7,9%.

No mesmo sentido, observou-se queda de 17,7% no volume de vendas do varejo ampliado na comparação interanual (contra março de 2015). No acumulado de 12 meses, o varejo ampliado registrou uma retração da ordem de 15%. Especificamente neste caso, a performance das vendas de veículos novos no Maranhão pode ser o indicador que melhor explique a dinâmica do volume de vendas do varejo ampliado. Isso porque, somente nos últimos 12 meses encerrados em abril, a quantidade de veículos novos encolheu 45,6% contra o período imediatamente anterior, de acordo com dados do Departamento de Trânsito do Maranhão – DETRAN-MA.

Gráfico 1. Quantidade média de veículos novos no acumulado de 12 meses, entre Abr/08 e Abr/16



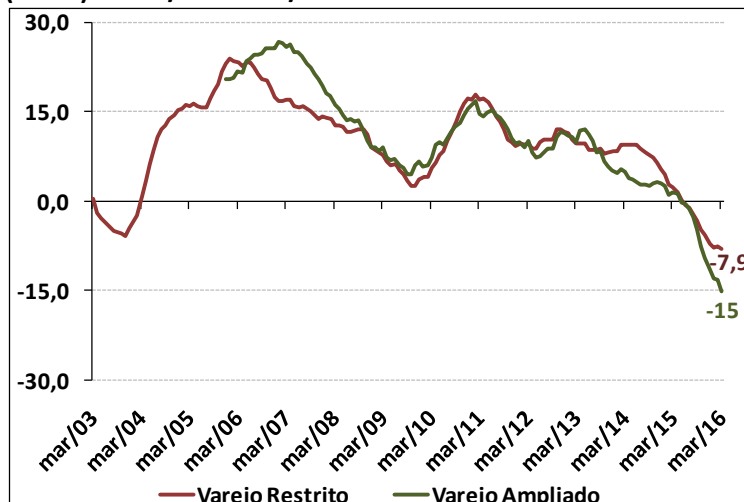
Fonte: Detran

Desde meados de 2014, nota-se um acentuado recuo na quantidade de veículos novos no Maranhão. Ao mesmo tempo em que pode esconder a possível dinâmica criada no mercado de veículos usados, o indicador mostra que o esgotamento da capacidade de consumo das famílias pode ser um entrave na retomada das vendas recordes do setor.

A análise dos varejos nacional e estadual mostra também que as perdas mais acentuadas do setor vêm ocorrendo no último, levando-nos a concluir que não somente os efeitos da recessão interna como também as perdas de renda do comércio internacional têm rebatido fortemente sobre o nível de produto interno e consequentemente sobre o nível de consumo doméstico. Esse fato é explicado pelo alto grau de abertura da economia maranhense, subordinada, portanto, aos ciclos de crescimento dos preços das *commodities* no mercado internacional.



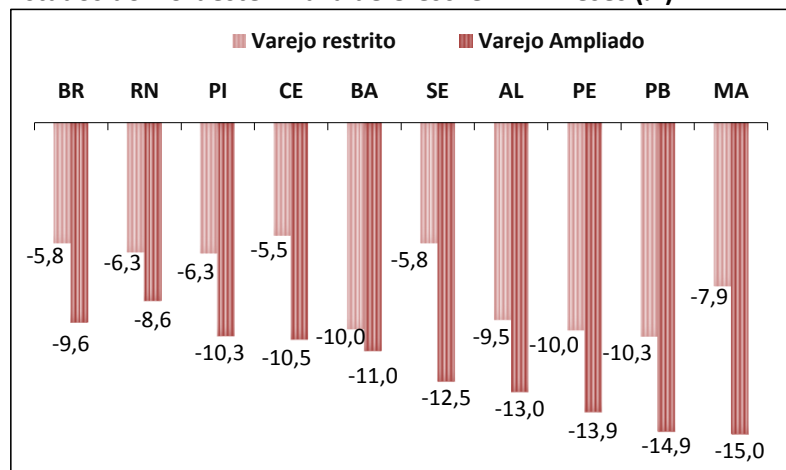
Gráfico 2. Evolução do volume de vendas do Comércio Varejista Restrito e Ampliado no Maranhão – Cresc. 12 meses (em %) – Mar/03 a Mar/16



Fonte: IBGE, PMC

Considerando o *ranking* dos Estados, observa-se queda do volume de vendas do varejo restrito em quase todas as Unidades da Federação no acumulado de 12 meses encerrados em março de 2016, exceção somente do Estado de Roraima, que desde a crise financeira não apresenta queda nessa modalidade, embora as taxas de crescimento venham registrando deterioração nos últimos meses. Por outro lado, no varejo ampliado, a crise no volume de vendas vem afetando todos os Estados, com destaque para o Espírito Santo. Do mesmo modo, no Nordeste, a performance negativa do varejo nos conceitos restrito e ampliado disseminou-se em todos os estados, com maiores impactos na Bahia e no Maranhão.

Gráfico 3. Desempenho do Volume de Vendas no Brasil e nos Estados do Nordeste – Taxa de Cresc. em 12 meses (%)



Fonte: IBGE, PMC

O Maranhão destaca-se no ranking com a maior queda nas vendas do varejo ampliado e o quinto maior recuo no comércio varejista restrito. Neste último, nota-se preponderância do estado da Bahia, seguida pelo estado da Paraíba. De fato, há recuos acentuados no comércio do Nordeste que superam os registros no Brasil.

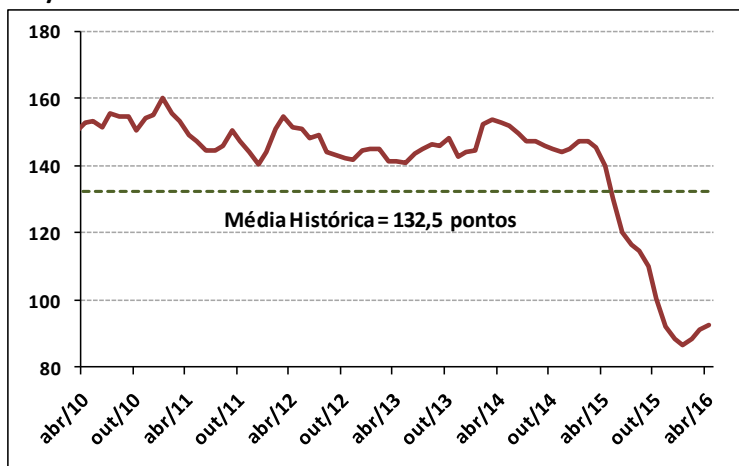
A despeito da melhora no último quadrimestre, indicador de Intenção de Consumo registra queda em abril, acompanhado pelo aumento da inadimplência

O indicador de Intenção de consumo das famílias ludovicenses registrou queda de 4,6% no mês de abril em comparação com o mês anterior, interrompendo as altas consecutivas acumuladas nos últimos quatro

meses, segundo dados da Federação Maranhense de Comércio. Com esse resultado, o indicador saiu de 90,6 pontos para 86,5 pontos e segue abaixo do patamar neutro.

Gráfico 4. Evolução da Intenção de Consumo das Famílias – pontuação média no trimestre móvel (em %) – Abr/10 a Abr/16

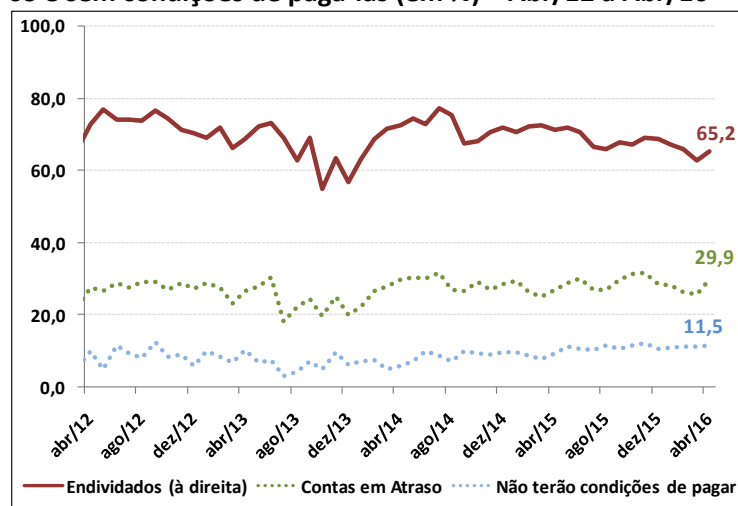
Em 2015, o otimismo das famílias no primeiro trimestre afetou positivamente as vendas dos meses de janeiro e fevereiro, mas não foi capaz de reverter a tendência de queda do volume de vendas no trimestre. Além disso, o nível de confiança das famílias ludovicenses segue bem abaixo da média histórica, com recuos acentuados desde o quarto trimestre de 2014. E a despeito da leve recuperação no início do ano, começa a dar sinais de declínio em abril.



Fonte: Fecomércio

No que diz respeito ao nível de endividamento em São Luís, os dados da pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor – PEIC, realizada pelo Fecomércio, mostraram que houve aumento de 2,4 pontos percentuais no percentual de famílias endividadas na passagem de março para abril, saindo de 62,8% para 65,2%. Acompanhando esse movimento, o número de famílias com contas em atraso (famílias inadimplentes) registou expansão de 16,4%, maior incremento desde fevereiro de 2014, levando a um rompimento do declínio observado desde dezembro último. O número de famílias que não terão condições de pagar (famílias que continuarão inadimplentes), por sua vez, vem registrando alta desde janeiro último, alcançando 11,5% das famílias inadimplentes.

Gráfico 5. % de Famílias Endividadas, com contas em atraso e sem condições de pagá-las (em %) – Abr/12 a Abr/16



Fonte: Fecomércio

A tendência de queda no percentual de endividadados e inadimplentes observada no último trimestre não conseguiu se manter, voltando a crescer no mês de abril. Da mesma forma, o perfil da dívida segue com deterioração acentuada, principalmente no que tange ao tempo de atraso da dívida e à parcela da renda comprometida com dívidas. Trata-se, portanto, de um ponto de estrangulamento sobre o consumo e consequentemente sobre o comércio estadual.