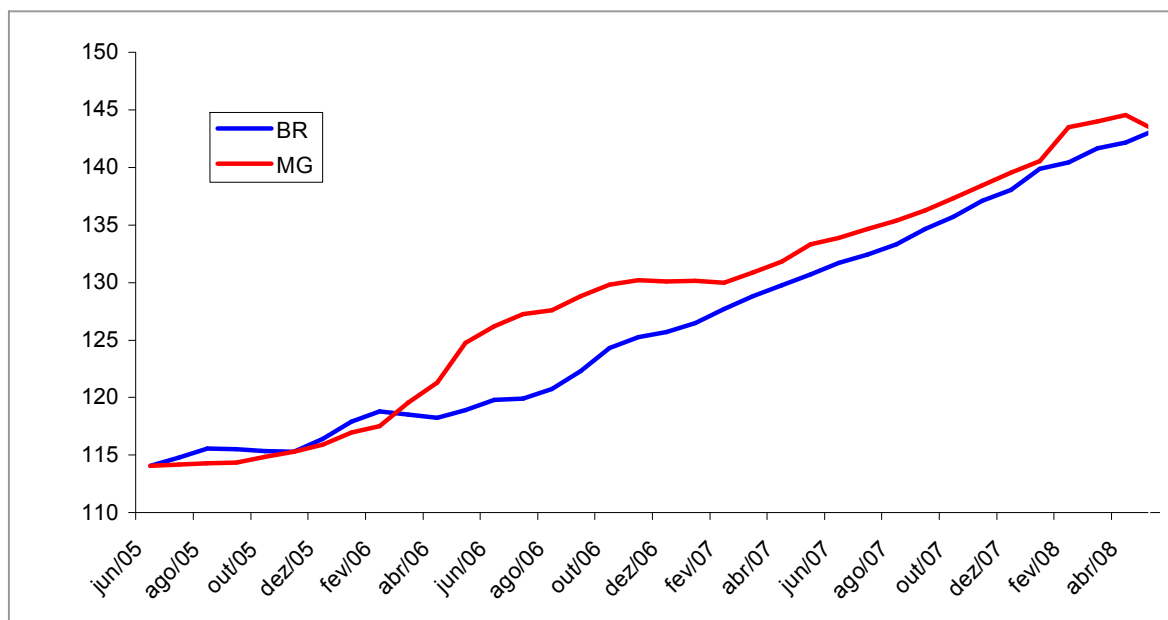


Belo Horizonte, Julho de 2008

PESQUISA MENSAL DO COMÉRCIO
 Mês de referência: maio/2008

1. Os dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), elaborada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mostram que, de junho de 2005 a fevereiro de 2006, o comportamento do volume de vendas no comércio varejista, com ajuste sazonal, apresenta uma tendência semelhante em Minas Gerais e no Brasil. Observa-se então um aquecimento do comércio mineiro comparativamente ao nacional, que dura até dezembro de 2006. Nos meses seguintes, a série estadual evolui no sentido de retornar à tendência observada no país. Em fevereiro deste ano, após forte alta nos indicadores de volume de vendas no estado, a série mineira voltou a descolar-se da nacional, mas o resultado de maio aponta nova convergência entre as séries. No gráfico 1 é apresentada série de média móvel trimestral dos índices de volume de vendas do comércio varejista, livre de influências sazonais, para Minas Gerais e Brasil.

GRÁFICO 1 – MÉDIA MÓVEL TRIMESTRAL DOS ÍNDICES DE VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA, COM AJUSTE SAZONAL – BRASIL E MINAS GERAIS – 2005-2008
 (BASE: 2003 = 100)



Fonte: Dados básicos: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Pesquisa Mensal do Comércio (PMC)

2. Em maio, o volume de vendas no comércio varejista, no estado de Minas Gerais, teve alta de 0,8% (com ajuste sazonal), após crescimento de 1,1% no mês anterior. O comércio varejista brasileiro cresceu 0,6% e 0,3% em abril e maio, respectivamente.
3. A tabela 1 compara o desempenho do comércio varejista mineiro ao nacional e ao observado nos demais estados das regiões Sudeste e Sul.

**TABELA 1 - VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA – INDICADORES SELECIONADOS
BRASIL E ESTADOS DAS REGIÕES SUL E SUDESTE – MAIO DE 2008
(%)**

ESPECIFICAÇÃO	BRASIL	MINAS GERAIS	ESPÍRITO SANTO	RIO DE JANEIRO	SÃO PAULO	PARANÁ	SANTA CATARINA	RIO GRANDE DO SUL
Mês / mês anterior (1)	0,6	0,8	2,0	0,4	1,4	-0,5	0,1	0,9
Mensal (2)	10,5	9,1	12,8	6,7	14,8	5,4	6,1	9,1
Acumulado no ano (3)	10,9	10,2	10,7	8,6	14,5	7,3	7,2	9,5
Acumulado em 12 meses (4)	10,3	7,8	8,4	7,1	14,0	7,1	8,6	8,6

Fonte: Dados básicos: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Pesquisa Mensal do Comércio (PMC)

(1) Com ajuste sazonal. (2) Variação mensal do mês de referência em relação a igual mês do ano anterior. (3) Variação acumulada do período de referência em relação a igual período do ano anterior. (4) Últimos 12 meses em relação ao período de 12 meses imediatamente anterior.

4. Em relação ao mês anterior, e com ajuste sazonal, o crescimento de 0,8% no volume de vendas em Minas Gerais é o quarto mais significativo dentre os estados analisados. Neste indicador, destaque para o estado do Espírito Santo (2,0%).
5. Em relação a maio de 2007, Minas Gerais (9,1%) situa-se, juntamente com o Rio Grande do Sul, na terceira colocação em relação aos demais estados apresentados na tabela. Neste parâmetro, São Paulo (14,8%) foi o estado com maior alta, e o país cresceu 10,5%.
6. Comparando os cinco primeiros meses de 2008 com o mesmo período do ano anterior, Minas Gerais (10,2%) acumulou o terceiro maior crescimento dentre estes estados, menor apenas que o de São Paulo (14,5%) e Espírito Santo (10,7%), e menor também que o observado do Brasil (10,9%).
7. Nos últimos 12 meses, em relação aos 12 meses imediatamente anteriores, Minas Gerais acumulou crescimento de 7,8%, menor que o acumulado no Brasil (10,3%) e, dentre os estados analisados, apenas maior que o observado no Paraná e Rio de Janeiro, ambos com crescimento de 7,1%.
8. A tabela 2, a seguir, resume as informações a respeito do desempenho em Minas Gerais, e em relação ao mesmo mês do ano anterior, de cada uma das atividades que compõem o comércio varejista ampliado.¹

**TABELA 2 - COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
MINAS GERAIS – MAIO DE 2008
(%)**

ESPECIFICAÇÃO	TAXA MENSAL (1)	PARTICIPAÇÃO (2)	CONTRIBUIÇÃO (3)
Comércio varejista ampliado	8,9	100,0	100,0
Combustíveis e lubrificantes	17,3	13,0	25,2
Hipermerc., supermerc., produtos alimentícios, bebidas e fumo ...	4,7	32,1	16,7
Tecidos, vestuário e calçados	0,1	5,6	0,1
Móveis e eletrodomésticos	14,0	5,6	8,8
Art. farmacêuticos, médic., ortopéd., de perfumaria e cosméticos	14,7	5,0	8,2
Livros, jornais, revistas e papelaria	30,9	1,3	4,5
Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	15,6	0,7	1,1
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	16,6	2,7	4,9
Veículos, motocicletas, partes e peças	9,3	26,2	27,2
Material de construção	3,8	7,9	3,4

Fonte: Dados básicos: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Pesquisa Mensal do Comércio (PMC)

(1) Mês de referência em relação ao mesmo mês do ano anterior. (2) Estimada pelo autor com base nos dados da PMC. (3) Para a formação da taxa mensal do comércio varejista ampliado.

¹ Inclui, além das atividades contempladas no comércio varejista, *veículos, motocicletas, partes e peças e materiais de construção*. A primeira seção deste boletim (itens 1 a 6) não trabalha com o comércio varejista ampliado, uma vez que não há informações com ajuste sazonal para o mesmo.

9. Em Minas Gerais, todas as dez atividades do comércio varejista ampliado apresentaram alta no indicador mensal. A atividade *veículos, motocicletas, partes e peças* foi a principal responsável (27,2%) pela formação da taxa global mensal do varejo ampliado. Este resultado é reflexo principalmente do peso da atividade, tendo em vista que mesmo com crescimento (9,3%) acima da média do comércio varejista ampliado, seis atividades apresentaram crescimento superior. De toda forma, o crescimento é expressivo e pode ser atribuído principalmente à grande oferta de crédito, com aumento dos prazos de financiamento.
10. O segundo maior impacto sobre o desempenho do comércio varejista ampliado foi causado pelo setor *combustíveis e lubrificantes* (25,2%), com crescimento de 17,3% no volume de vendas em relação a maio de 2007. Para este resultado, contribuiu com destaque a relativa estabilidade dos preços dos combustíveis e o aumento do número de veículos em circulação.
11. O setor *hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* teve a terceira maior contribuição (16,7%) para a formação da taxa. O resultado é reflexo do seu maior peso em relação às demais, dado que esta atividade cresceu apenas 4,7% em relação ao mesmo mês do ano anterior. Este baixo crescimento relativo pode ser explicado em parte pelo aumento do preço dos alimentos.
12. Apesar do seu peso pequeno dentro do comércio varejista ampliado, vale destacar o crescimento de 30,9% da atividade *livros, jornais, revistas e papelaria*, o maior crescimento em relação ao mesmo mês do ano anterior dentre as atividades. Este resultado é explicado principalmente pelo fato de a base de comparação (maio de 2007) ser excepcionalmente fraca.
13. A tabela 3 apresenta uma síntese, para Minas Gerais, dos principais indicadores de evolução do volume de vendas do comércio varejista, do comércio varejista ampliado e das atividades que os compõem.

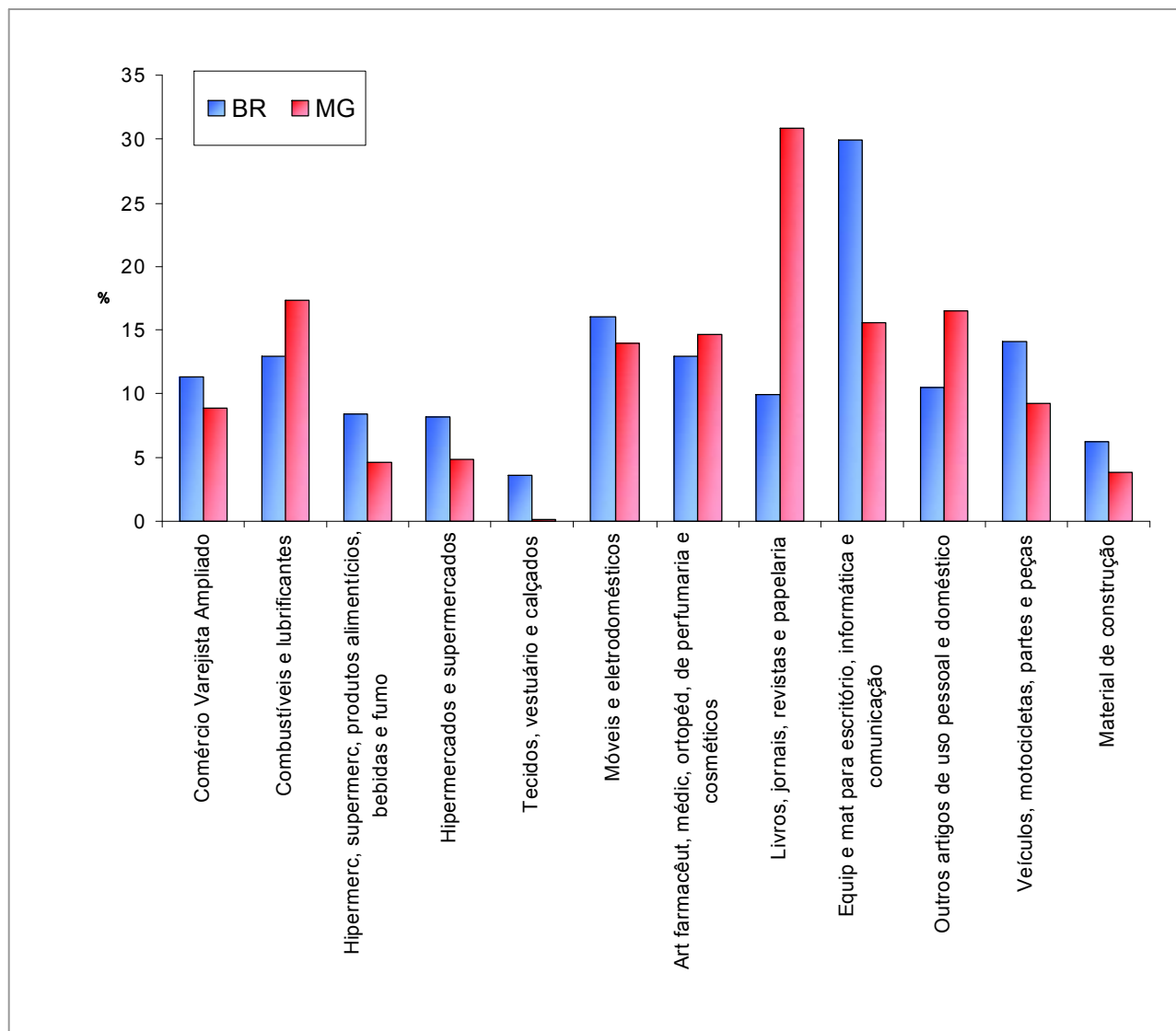
TABELA 3 - VARIAÇÃO DO VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES – MINAS GERAIS – FEVEREIRO-MAIO DE 2008

ESPECIFICAÇÃO	INDICADOR MÊS/ MÊS ANTERIOR			INDICADOR MENSAL			INDICADOR ACUMULADO	
	mai./08	abr./08	mar./08	mai./08	abr./08	mar./08	no ano	12 meses
Comércio varejista ampliado	3,6	1,9	10,5	8,9	15,2	7,7	13,1	12,6
Veículos, motocicletas, partes e peças	-4,0	11,0	12,2	9,3	35,5	10,6	21,0	25,5
Material de construção	3,7	3,9	6,9	3,8	8,9	-2,9	6,9	8,4
Comércio varejista	7,6	-2,4	9,9	9,1	7,3	7,3	10,2	7,8
Combustíveis e lubrificantes	10,3	-0,8	6,8	17,3	16,2	6,7	8,3	3,1
Hipermercado, supermercado, produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,1	-7,5	11,7	4,7	-3,5	3,1	5,3	4,4
Hipermercados e supermercados	5,0	-7,7	12,0	4,9	-3,5	3,5	5,6	4,8
Tecidos, vestuário e calçados	20,2	12,2	13,9	0,1	16,7	9,6	11,2	10,1
Móveis e eletrodomésticos	8,0	10,7	3,2	14,0	29,5	13,3	22,0	17,0
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	1,9	-1,6	12,2	14,7	19,8	16,8	18,7	19,5
Livros, jornais, revistas e papelaria	-0,3	-8,2	-17,0	30,9	6,3	0,0	1,6	-13,2
Equipamento e material para escritório, informática e comunicação	7,3	5,2	3,0	15,6	30,6	13,2	21,7	17,8
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	19,0	-11,2	30,0	16,6	6,8	28,3	20,0	16,2

Fonte: Dados básicos: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Pesquisa Mensal do Comércio (PMC)

14. O gráfico 2 compara a taxa mensal de cada atividade do comércio varejista ampliado em Minas Gerais e no Brasil. Quatro setores no estado apresentaram crescimento superior ao observado no país, a saber: *combustíveis e lubrificantes, artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos de perfumaria e cosméticos, livros, jornais, revistas e papelaria, outros artigos de uso pessoal e doméstico*.

GRÁFICO 2 - VARIAÇÃO MENSAL (1) DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES MINAS GERAIS E BRASIL – MAIO DE 2008



Fonte: Dados básicos: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Pesquisa Mensal do Comércio (PMC)

(1) Mês de referência em relação ao mesmo mês do ano anterior.

15. Por fim, o gráfico 3 apresenta a evolução dos indicadores mensal e acumulado 12 meses, entre maio de 2005 e maio de 2008, para o comércio varejista ampliado e as atividades que o compõem.

GRÁFICO 3-A – VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, POR ATIVIDADES, TAXAS DE CRESCIMENTO MENSAL E ACUMULADA DE 12 MESES (1) MINAS GERAIS – MAIO DE 2008

(Continua)

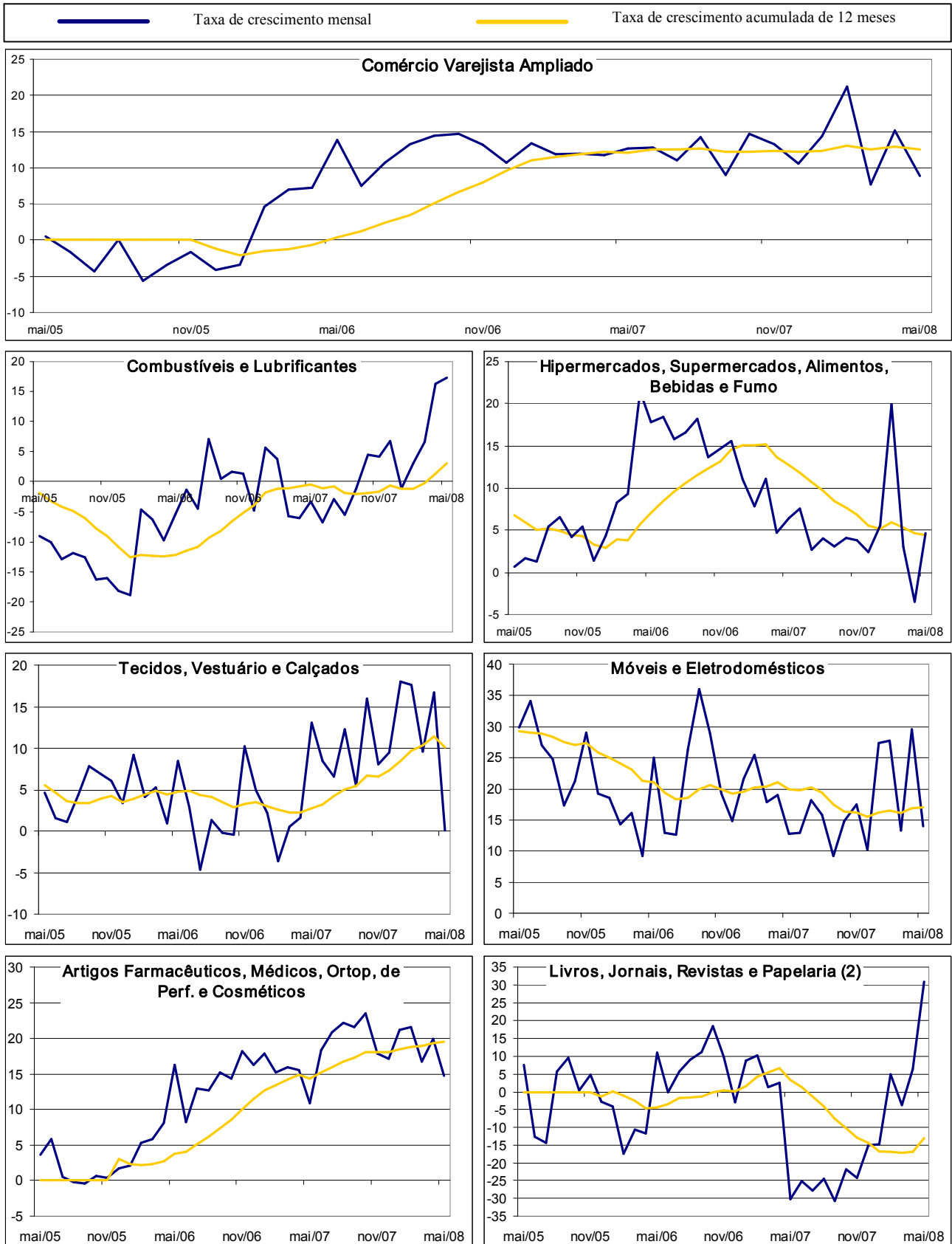
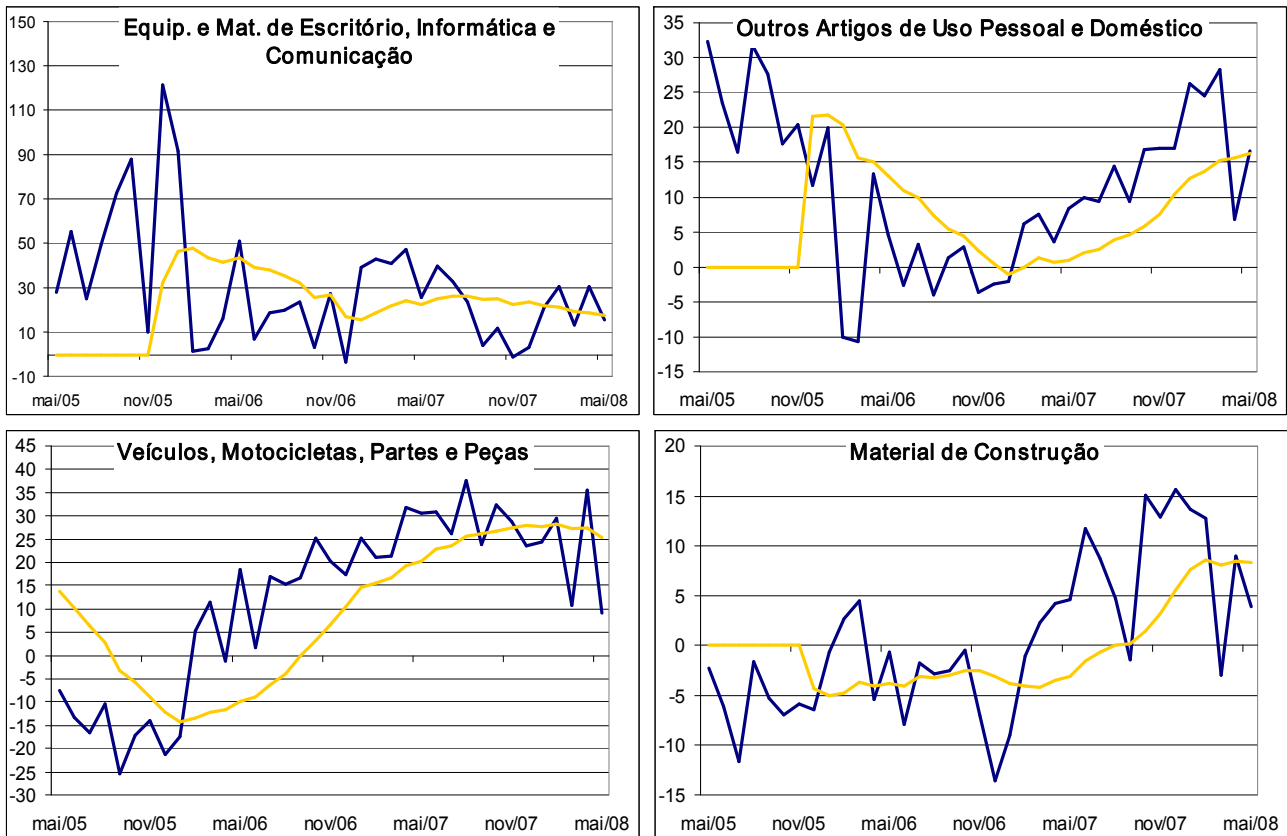


GRÁFICO 3-B – VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, POR ATIVIDADES, TAXAS DE CRESCIMENTO MENSAL E ACUMULADA DE 12 MESES (1)
MINAS GERAIS – MAIO DE 2008

(Conclusão)



Fonte: Dados básicos: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Pesquisa Mensal do Comércio (PMC)

Nota: Não há dados sobre o indicador acumulado de 12 meses para algumas atividades no ano de 2005. Este indicador assume valor zero, nestes casos.

(1) Taxas de crescimento mensal: em relação ao mesmo mês do ano anterior; Taxas de crescimento acumuladas de 12 meses: média dos últimos 12 meses sobre os 12 meses imediatamente anteriores. (2) Os resultados do setor *livros, jornais, revistas e papeleria* devem ser vistos com cautela, pois recentemente houve um problema com a amostra deste setor em Minas Gerais.

GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS
GOVERNADOR
Aécio Neves da Cunha

SECRETARIA DE ESTADO DE PLANEJAMENTO E GESTÃO
SECRETÁRIA
Renata Maria Paes de Vilhena

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO
PRESIDENTE
Ricardo Luís Santiago

CENTRO DE ESTATÍSTICA E INFORMAÇÕES
DIRETORA
Laura Maria Irene De Michelis Mendonça

COORDENADORA EXECUTIVA
Maria Helena Magnavaca de Alencar

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
ASSESSOR-CHEFE
Carlos Eduardo Livino Mendes Bezerra

FICHA TÉCNICA

ELABORAÇÃO
Pedro Henrique da Silva Castro

PRODUÇÃO EDITORIAL
Jussara Maria Januzzi

PROJETO GRÁFICO E EDITORAÇÃO ELETRÔNICA
João Bosco Assunção

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Francisco Batista Teixeira

É permitida a reprodução dos dados publicados, desde que citada a fonte.

CONTATOS E INFORMAÇÕES

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO

CENTRO DE ESTATÍSTICA E INFORMAÇÕES (CEI)

Alameda das Acácias, 70 – Bairro São Luís / Pampulha
CEP: 31275-150 - Belo Horizonte - Minas Gerais
Telefones: (31) 3448-9719 / 3448-9557
Fax: (31) 3448-9614 / 3448-9546
www.fjp.mg.gov.br - e-mail: cei.ndi@fjp.mg.gov.br

SINAIS CONVENCIONAIS

- ... Dado numérico não-disponível.
- .. Não se aplica dado numérico.
- Dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

