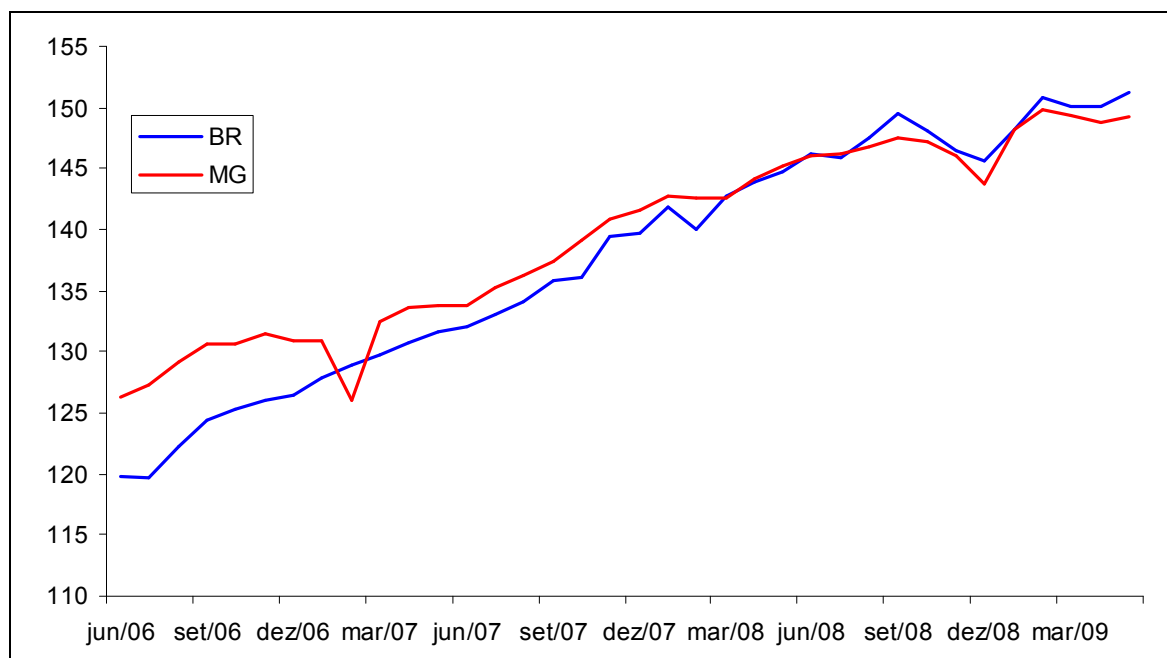


1. O volume de vendas no comércio varejista mineiro voltou a apresentar alta, em maio, após dois meses de queda. Neste mês houve crescimento de 0,3% no volume de vendas, na comparação com abril, com ajuste sazonal. No varejo nacional o crescimento foi de 0,8%.
2. Após a contaminação do Brasil pela crise, em setembro, o comércio varejista apresentou três meses seguidos de queda. Em janeiro e fevereiro, o comércio apresentou forte recuperação, fazendo o volume de vendas ultrapassar o nível pré-crise. Desde então, observa-se relativa estabilidade nas vendas. Na comparação com fevereiro de 2009, houve queda suave em Minas Gerais (-0,1%) e ligeira alta no país (0,1%). O gráfico 1, a seguir, mostra a evolução do volume de vendas no comércio varejista, com ajuste sazonal.

GRÁFICO 1 – VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA COM AJUSTE SAZONAL
BRASIL E MINAS GERAIS –2006-2009
(BASE: 2003 = 100)



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

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 2009
(%)**

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

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. Todos os estados das regiões Sul e Sudeste apresentaram crescimento no comércio varejista, na comparação com o mês anterior. Os destaques foram o Rio Grande do Sul (1,9%), Paraná (1,3%), Espírito Santo (1,1%) e Paraná (1,0%), cujo volume de vendas se expandiu acima da média nacional.
5. Em relação a maio de 2008, houve crescimento em todos os estados, com a exceção do Espírito Santo (-6,4%). O comércio varejista teve alta de 2,3% em Minas Gerais e 4,0% no país. Este foi o melhor resultado observado neste indicador desde outubro de 2008.
6. Nos primeiros cinco meses do ano, em relação ao mesmo período de 2008, Minas Gerais apresentou alta de 3,1%. Destaque para o comércio varejista paulista (6,1%) e catarinense (5,9%). Novamente, apenas o Espírito Santo apresentou retração (-3,5%). No país, o crescimento foi de 4,4%.
7. No indicador acumulado em 12 meses, o comércio varejista mineiro apresentou alta de 4,7%, ligeiramente inferior em relação a abril, quando a taxa ficou em 5,3%. Desde outubro de 2008, quando se registrava crescimento de 8,5% e os efeitos da crise passaram a ser sentidos com maior força, a taxa acumulada em 12 meses apresenta desaceleração contínua. No país, a taxa passou no mesmo período de 10,3% em outubro para 6,5% em maio.
8. A tabela 2, a seguir, resume as informações a respeito do desempenho em Minas Gerais, 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 2009
(%)**

ESPECIFICAÇÃO	TAXA MENSAL (1)	PARTICIPAÇÃO (2)	CONTRIBUIÇÃO (3)
Comércio varejista ampliado	1,6	100,0	100,0
Combustíveis e lubrificantes	2,2	14,0	16,8
Hipermerc., supermerc., prod. alimentícios, bebidas e fumo	2,4	33,5	42,7
Tecidos, vestuário e calçados	4,1	4,6	10,0
Móveis e eletrodomésticos	-8,7	6,5	-30,6
Art. farmacêuticos, médic., ortopéd., de perfumaria e cosméticos .	13,8	3,7	27,4
Livros, jornais, revistas e papelaria	0,0	1,1	0,0
Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	15,5	0,6	5,4
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	21,1	2,6	29,7
Veículos, motocicletas, partes e peças	0,5	26,6	7,7
Material de construção	-2,5	6,7	-9,1

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 porque não há informações com ajuste sazonal para o mesmo em Minas Gerais.

9. Em Minas Gerais, o comércio varejista ampliado apresentou alta de 1,6% na comparação com maio de 2008. Para este resultado contribuíram positivamente oito dos dez segmentos do comércio, com destaque para *hipermercados, supermercados, alimentos, bebidas e fumo* (2,4%), *outros artigos de uso pessoal e doméstico* (21,1%) e *artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (13,8%). Em sentido contrário, exerceram pressão negativa os setores *móveis e eletrodomésticos* (-8,7%) e *material de construção* (-2,5%).
10. A atividade *hipermercados, supermercados, alimentos, bebidas e fumo* exerceu a maior contribuição para a formação da taxa global do comércio varejista ampliado. Este resultado deve-se tanto ao peso da atividade (aproximadamente um terço do total) quanto ao crescimento da atividade (2,4%) superior à média do comércio varejista ampliado. O aumento das vendas pode ser explicado pelo crescimento da massa salarial, pela estabilidade relativa dos preços dos produtos deste segmento, e pelo fato de bens alimentares serem de primeira necessidade, não tendo sua demanda fortemente afetada pela maior cautela dos consumidores.
11. O segmento *móveis e eletrodomésticos*, que apresentou a maior queda mensal em maio (-8,7%), é um dos que mais vem sendo prejudicados pela redução no nível de atividade econômica. O consumidor, mais cauteloso num período de incerteza, se vale da durabilidade dos móveis e eletrodomésticos que ele já possui e posterga a troca dos mesmos, o que afeta de maneira significativa o volume de vendas neste segmento. Além disto, normalmente as compras destes bens são feitas a prazo, o que é dificultado num ambiente de maior restrição ao crédito. A redução do IPI sobre eletrodomésticos da linha branca, em vigor a partir do final de abril, não foi capaz de reverter o quadro de queda no volume de vendas da atividade.
12. Por fim, o gráfico 2 apresenta a evolução das taxas mensal e acumulada em 12 meses para Minas Gerais, entre maio de 2006 e maio de 2009, para o comércio varejista ampliado e as atividades que o compõem.

GRÁFICO 2-A – VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, POR ATIVIDADES, TAXAS DE CRESCIMENTO MENSAL E ACUMULADA DE 12 MESES (1)
MINAS GERAIS – MAIO: 2006-2009

(Continua)

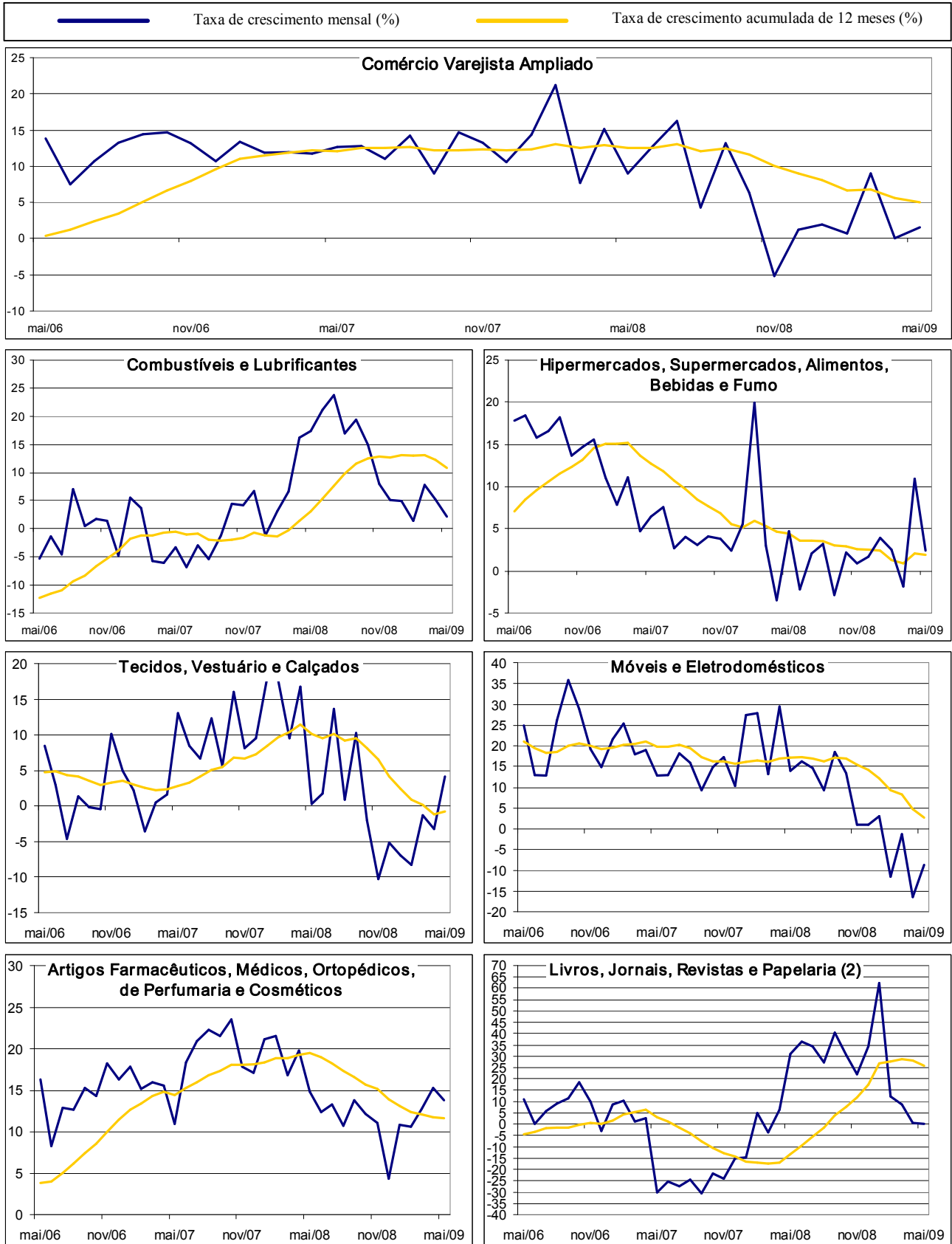
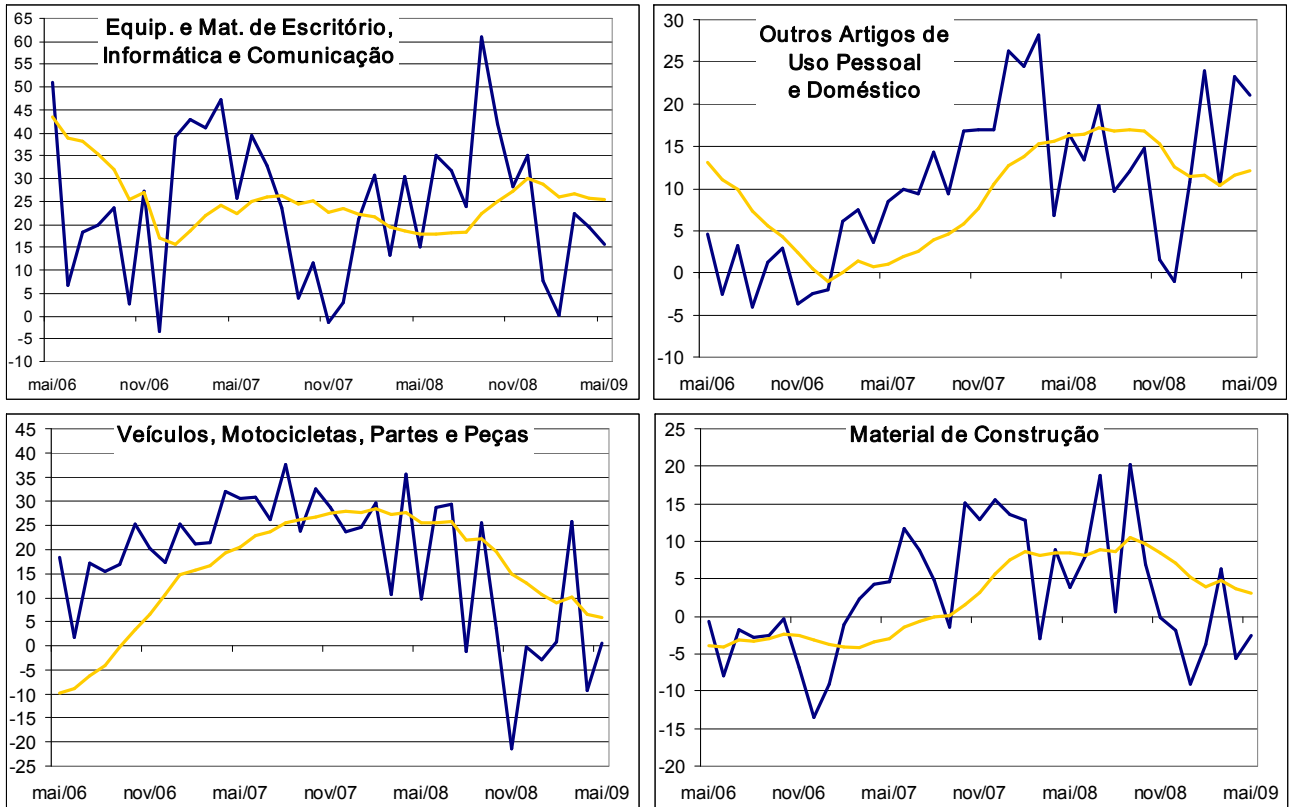


GRÁFICO 2-B – VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, POR ATIVIDADES, TAXAS DE CRESCIMENTO MENSAL E ACUMULADA DE 12 MESES (1)
MINAS GERAIS – MAIO: 2006- 2009

(Conclusão)



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

(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**

Afonso Henriques Borges Ferreira

**CENTRO DE ESTATÍSTICA E INFORMAÇÕES
DIRETORA**

Laura Maria Irene De Michelis Mendonça

COORDENADORA EXECUTIVA

Maria Helena Magnavaca de Alencar

**ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
ASSESSORA-CHEFE**

Olívia Bittencourt

FICHA TÉCNICA

ELABORAÇÃO

Pedro Henrique da Silva Castro

PRODUÇÃO EDITORIAL

Jussara Maria Januzzi

PROJETO GRÁFICO E EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

João Bosco Assunção

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Irene de Fátima Felipe

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 / 3448-9479

Fax: (31) 3448-9480

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.