

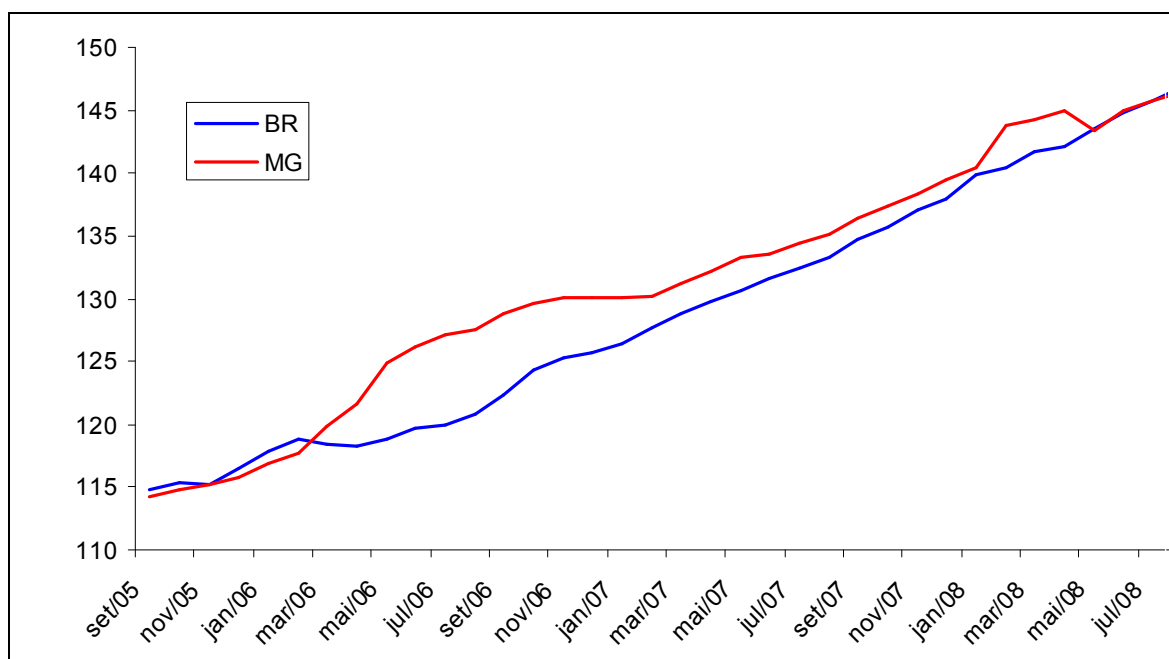
Belo Horizonte, Outubro de 2008

## PESQUISA MENSAL DO COMÉRCIO

Mês de referência: agosto/2008

- Os dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), elaborada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mostram que, de setembro 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 desde então um aquecimento do comércio mineiro comparativamente ao nacional, que dura até o final de 2006. Nos meses seguintes, a série estadual evolui no sentido de retornar à tendência observada no país, porém ainda mantendo-se em patamar superior. 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 os resultados de maio a julho deste ano apontam nova convergência entre as séries.
- No gráfico 1 é apresentada a 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)

- Em agosto, o volume de vendas no comércio varejista, no estado de Minas Gerais, teve alta de 0,3% (com ajuste sazonal), após ligeira queda (-0,1%) no mês anterior. O comércio varejista brasileiro, por sua vez, apresentou crescimento de 1,1% após a estagnação de julho.

4. 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 – AGOSTO DE 2008  
(%)**

ESPECIFICAÇÃO	BRASIL	MINAS GERAIS	ESPÍRITO SANTO	RIO DE JANEIRO	SÃO PAULO	PARANÁ	SANTA CATARINA	RIO GRANDE DO SUL
Mês / mês anterior (1) .....	1,1	0,3	1,4	-0,1	1,2	2,5	2,1	0,3
Mensal (2) .....	9,8	7,3	9,8	6,3	13,9	9,5	8,3	6,6
Acumulado no ano (3) .....	10,6	9,3	10,7	8,7	14,1	7,6	7,0	8,7
Acumulado em 12 meses (4) .....	10,2	8,3	9,3	7,6	13,9	7,3	7,5	8,5

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.

- Em relação ao mês anterior, e com ajuste sazonal, o crescimento de 0,3% no volume de vendas em Minas Gerais é o segundo menor dentre os estados analisados, juntamente com o Rio Grande do Sul, e atrás apenas do Rio de Janeiro (-0,1%). Paraná e Santa Catarina destacaram-se, com crescimento de 2,5% e 2,1%, respectivamente.
- Em relação a agosto de 2007, em Minas Gerais o crescimento foi de 7,3%, também só maior do que no Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. Neste indicador, São Paulo (13,9%) teve a maior alta, e o Brasil cresceu 9,8%.
- Comparando os oito primeiros meses de 2008 com o mesmo período do ano anterior, Minas Gerais (9,3%) acumulou o terceiro maior crescimento dentre estes estados, menor apenas que o de São Paulo (14,1%) e Espírito Santo (10,7%), e pouco menor também que o observado do Brasil (10,6%).
- Nos últimos 12 meses, em relação aos 12 meses imediatamente anteriores, o crescimento acumulado em Minas Gerais foi de 8,3%, inferior ao acumulado no Brasil (10,2%) e nos seguintes estados: São Paulo (13,9%), Espírito Santo (9,3%) e Rio Grande do Sul (8,5%).
- 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.<sup>1</sup>

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

ESPECIFICAÇÃO	TAXA MENSAL (1)	PARTICIPAÇÃO (2)	CONTRIBUIÇÃO (3)
<b>Comércio varejista ampliado .....</b>	<b>4,3</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Combustíveis e lubrificantes .....	16,9	14,2	48,3
Hipermerc., supermerc., prod. alimentícios, bebidas e fumo .....	3,1	33,5	21,2
Tecidos, vestuário e calçados .....	0,9	4,5	0,8
Móveis e eletrodomésticos .....	9,7	6,6	12,8
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos .....	10,6	3,6	7,7
Livros, jornais, revistas e papelaria .....	27,4	1,1	6,0
Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação .....	22,8	0,6	2,8
Outros artigos de uso pessoal e doméstico .....	9,6	2,6	5,1
Veículos, motocicletas, partes e peças .....	-1,2	26,7	-6,6
Material de construção .....	1,4	6,6	1,9

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.

<sup>1</sup> 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.

10. Em Minas Gerais, o comércio varejista ampliado cresceu 4,3% em relação a agosto de 2007. Nove das dez atividades do comércio varejista ampliado apresentaram alta no indicador mensal de volume de vendas, com exceção do setor *veículo, motocicletas, partes e peças*, que vinha se destacando desde o ano passado, mas caiu 1,2% em agosto, o que indica uma acomodação deste mercado.
11. A atividade *combustíveis e lubrificantes* foi a principal responsável (48,3%) pela formação da taxa global mensal do varejo ampliado, com seu crescimento de 16,9%. Para este resultado, contribuíram a estabilidade dos preços dos combustíveis e o aumento da frota de veículos em circulação.
12. O segundo maior impacto sobre o desempenho do comércio varejista ampliado foi causado pelo setor *hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (21,2%), em função de seu peso na composição do comércio e apesar do crescimento relativamente baixo em relação a agosto de 2007 (3,1%). Este resultado já pode estar refletindo a desaceleração da inflação dos alimentos.
13. O setor *móveis e eletrodomésticos* teve a terceira maior contribuição (12,8%) para a formação da taxa. O crescimento do setor, de 9,7%, deve-se à expansão do crédito, melhoria da massa salarial e redução dos preços dos eletroeletrônicos.
14. Apesar do seu peso pequeno dentro do comércio varejista ampliado, vale destacar o crescimento dos setores *livros, jornais, revistas e papelaria* (27,4%) e *equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação* (22,8%). No primeiro caso, o resultado é principalmente atribuível à fraca base de comparação, e no segundo, a redução dos preços dos produtos do gênero é o principal motor do crescimento.
15. 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.

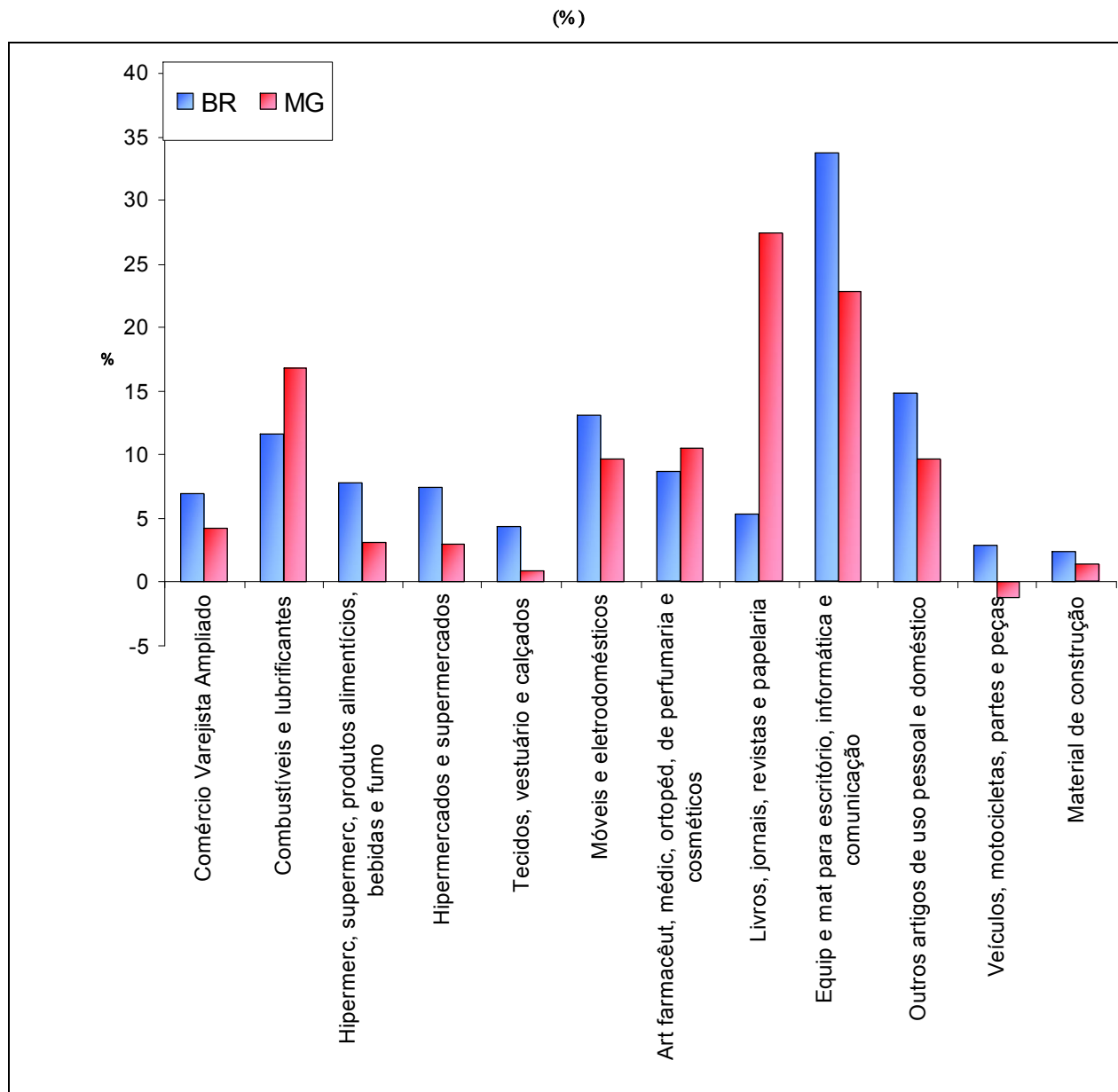
**TABELA 3 - VARIAÇÃO DO VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA E NO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES – MINAS GERAIS – JUNHO A AGOSTO DE 2008**

ESPECIFICAÇÃO	INDICADOR MÊS/ MÊS ANTERIOR			INDICADOR MENSAL			INDICADOR ACUMULADO	
	ago./08	jul./08	jun./08	ago./08	jul./08	jun./08	no ano	12 meses
<b>Comércio varejista ampliado</b> .....	<b>-3,0</b>	<b>6,4</b>	<b>-2,3</b>	<b>4,3</b>	<b>16,2</b>	<b>12,8</b>	<b>12,2</b>	<b>12,1</b>
Veículos, motocicletas, partes e peças .....	-10,7	8,9	4,7	-1,2	29,4	28,6	19,6	21,9
Material de construção .....	-10,3	12,7	1,8	1,4	18,8	8,0	7,8	8,7
<b>Comércio varejista</b> .....	<b>1,7</b>	<b>4,6</b>	<b>-5,9</b>	<b>7,3</b>	<b>10,1</b>	<b>6,5</b>	<b>9,3</b>	<b>8,3</b>
Combustíveis e lubrificantes .....	-0,8	8,1	3,3	16,9	23,8	21,2	13,1	9,8
Hipermercado, supermercado, produtos alimentícios, bebidas e fumo .....	3,8	3,0	-6,0	3,1	2,1	-2,2	3,7	3,5
Hipermercados e supermercados .....	4,0	2,9	-6,1	3,1	2,0	-2,2	3,9	3,8
Tecidos, vestuário e calçados .....	-8,8	7,3	-13,3	0,9	13,7	1,7	8,9	9,2
Móveis e eletrodomésticos .....	3,6	3,9	-10,9	9,7	14,7	16,3	18,6	16,4
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos .....	-0,4	6,4	-1,8	10,6	13,3	12,4	16,0	17,3
Livros, jornais, revistas e papelaria .....	9,8	0,8	2,1	27,4	34,4	0,0	10,8	-1,4
Equipamento e material para escritório, informática e comunicação .....	0,2	2,6	-1,4	22,8	31,8	35,1	24,7	18,2
Outros artigos de uso pessoal e doméstico .....	-1,9	8,3	-10,5	9,6	19,8	13,3	17,6	16,8

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

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

GRÁFICO 2 - VARIÇÃO MENSAL (1) DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES MINAS GERAIS E BRASIL – AGOSTO 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.

17. Por fim, o gráfico 3 apresenta a evolução dos indicadores mensal e acumulado em 12 meses para Minas Gerais, entre agosto de 2005 e agosto 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 – AGOSTO: 2005-2008**

(Continua)

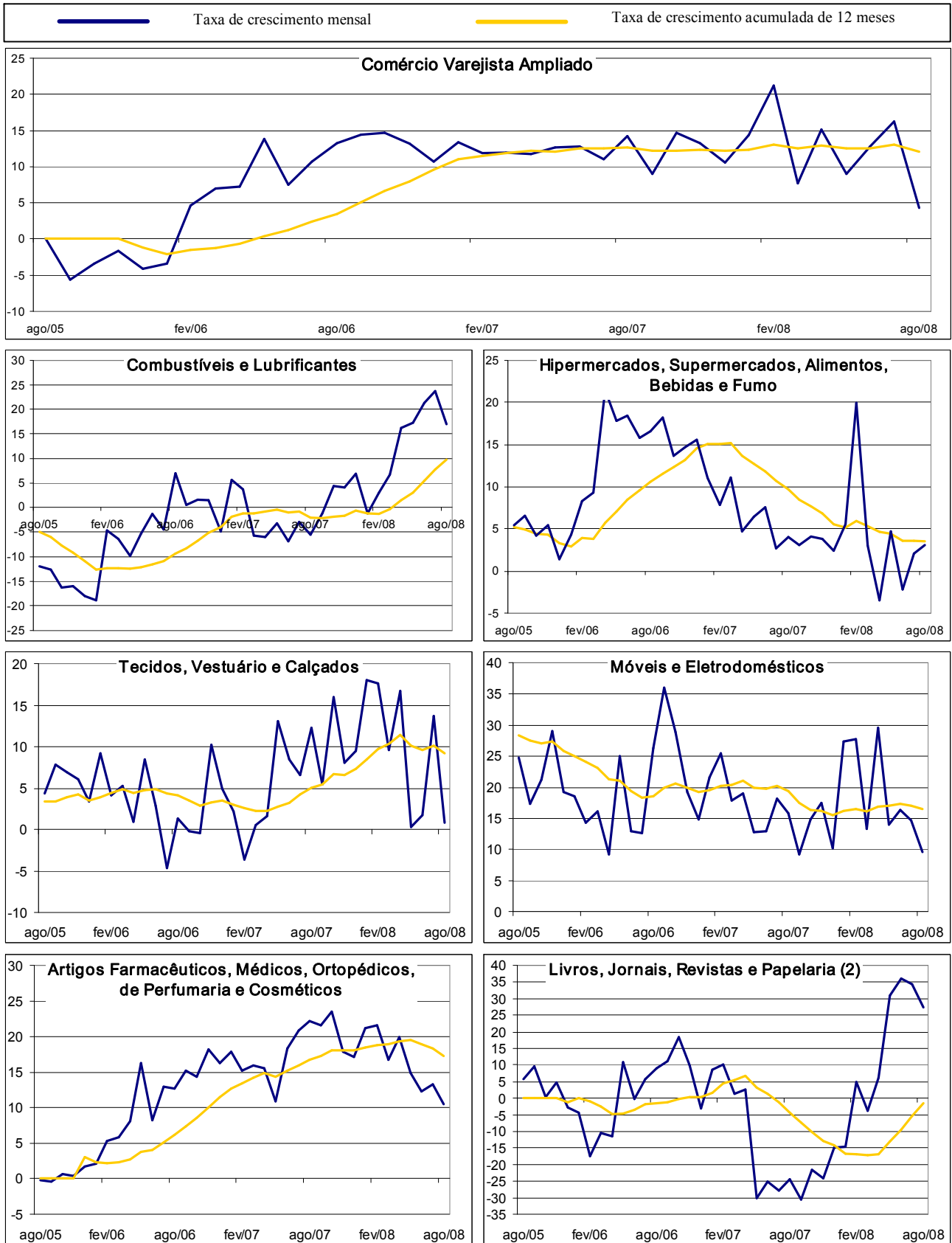
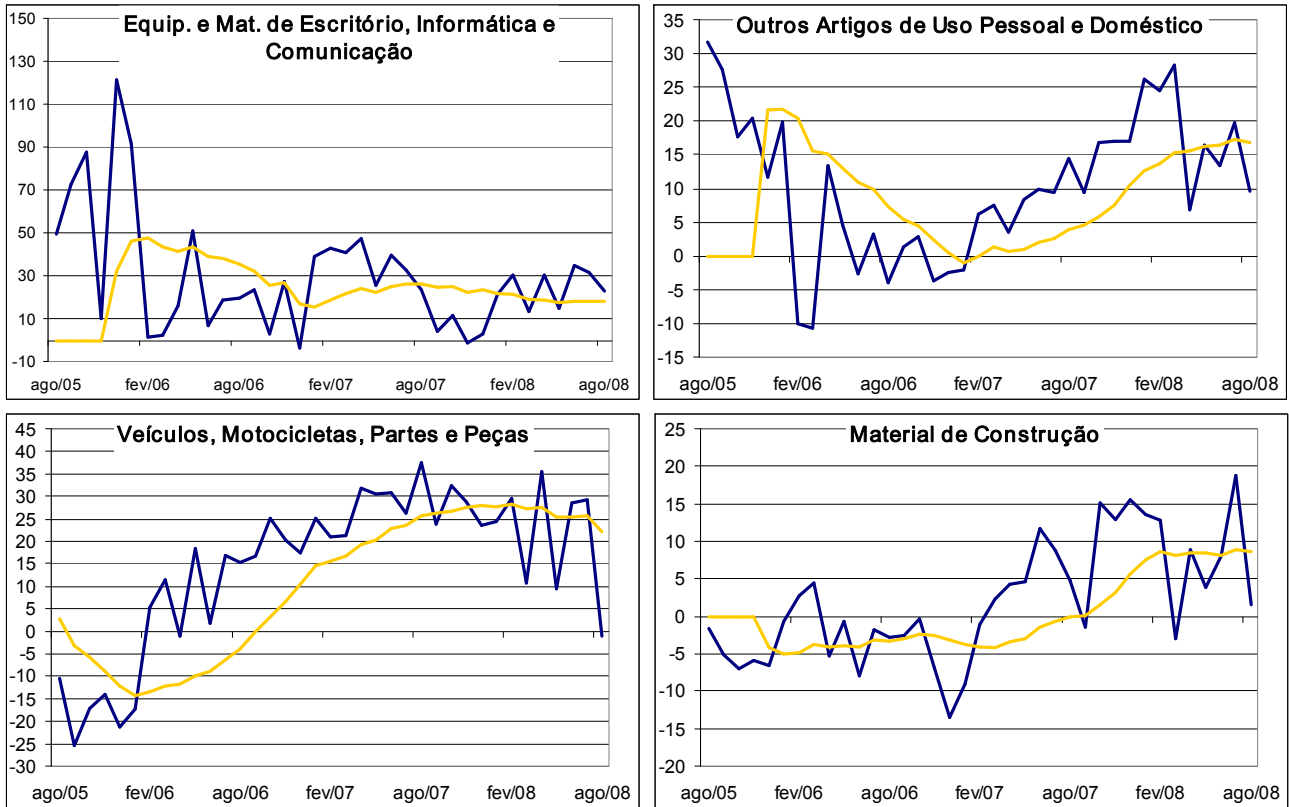


GRÁFICO 3-B – VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, POR ATIVIDADES, TAXAS DE CRESCIMENTO MENSAL E ACUMULADA DE 12 MESES (1)  
MINAS GERAIS – AGOSTO DE 2005- 2008

(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 papelaria* 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 / 3448-9479  
Fax: (31) 3448-9480  
[www.fjp.mg.gov.br](http://www.fjp.mg.gov.br) - e-mail: [cei.ndi@fjp.mg.gov.br](mailto: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.

