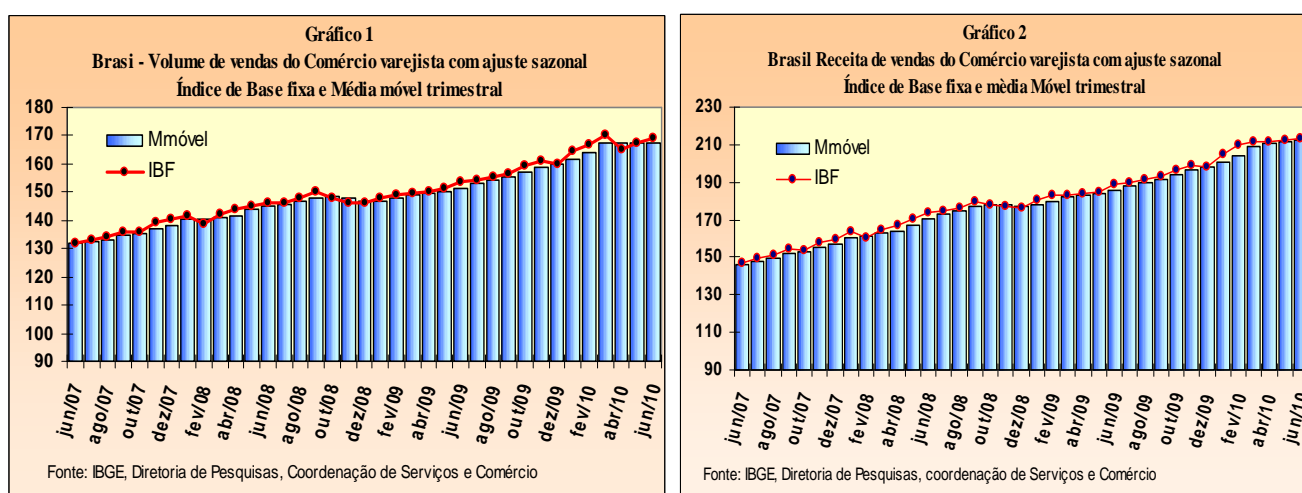


COMENTÁRIOS

O **Comércio Varejista** do País manteve-se com resultado positivo no mês junho de 2010, assinalando taxas de 1,0% no volume de vendas e de 0,5% na receita nominal, ambas as variações com relação ao mês anterior (ajustadas sazonalmente). Para o volume de vendas, este resultado completa dois meses consecutivos de crescimento nas vendas, neste tipo de comparação, após a forte queda do mês de abril. E, para a receita nominal de vendas, representa o sexto mês consecutivo de taxas positivas, como aponta a evolução dos indicadores de base fixa (Gráficos 1 e 2). Nas demais comparações, obtidas das séries originais (sem ajuste), o varejo nacional obteve, em termos de volume de vendas, acréscimos da ordem de 11,3% sobre junho do ano anterior e de 11,5% e 9,3% nos acumulados dos seis primeiros meses do ano e dos últimos 12 meses, respectivamente. Para os mesmos indicadores, a receita nominal de vendas apresentou taxas de variação de 14,0%, 14,7% e de 12,4%, respectivamente (Tabelas 1 e 2).



RESULTADOS SETORIAIS

Para o volume de vendas com ajuste sazonal, observa-se que cinco das dez atividades pesquisadas obtiveram variações positivas. A seguir, lista-se todas as atividades pela ordem decrescente de magnitude das taxas: *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (5,4%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (5,2%); *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,5%); *Tecidos, vestuário e calçados* (1,0%); *Móveis e eletrodomésticos* (0,6%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (-0,9%); *Combustíveis e lubrificantes* (-1,2%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (-2,3%); *Veículos e motos, partes e peças* (-0,6%) e *Material de construção* (-3,1%) - Tabela 1.

Já na relação junho10/junho09 (série sem ajuste), todas as oito atividades do **varejo** obtiveram aumento no volume de vendas cujas taxas, por ordem de importância no resultado global, foram as seguintes: 11,9% para *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*; 17,0% para *Móveis e eletrodomésticos*; 9,4% em *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*; 10,3% para *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*; 23,2% para *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*; 5,6% para *Combustíveis e lubrificantes*; 4,3% em *Tecidos, vestuário e calçados* e 4,7% em *Livros, jornais, revistas e papelaria*.

TABELA 1
BRASIL - VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2010

ATIVIDADES	INDICADOR MÊS/MÊS (*)			INDICADOR MENSAL			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	ABR	MAI	JUN	ABR	MAI	JUN	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	-3,1	1,5	1,0	9,2	10,2	11,3	11,5	9,3
1 - Combustíveis e lubrificantes	-1,5	1,7	-1,2	5,2	6,0	5,6	5,5	2,5
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-0,8	1,1	1,5	5,5	8,2	11,9	10,4	10,1
2.1 - Super e hipermercados	-7,6	4,3	2,5	5,2	7,8	11,5	10,1	9,8
3 - Tecidos, vest. e calçados	2,7	-3,8	1,0	16,7	11,9	4,3	10,1	4,9
4 - Móveis e eletrodomésticos	-0,4	-0,3	0,6	22,4	19,6	17,0	20,6	12,8
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-0,7	0,8	-0,9	11,1	12,1	10,3	12,2	12,0
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-3,5	0,7	5,4	15,4	28,9	23,2	25,8	15,3
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-0,2	1,7	-2,3	8,7	9,7	4,7	8,1	9,3
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	2,5	-1,8	5,2	5,6	2,9	9,4	6,1	6,8
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	-6,7	-0,1	0,0	12,2	9,6	3,4	11,8	10,6
9 - Veículos e motos, partes e peças	-19,1	0,0	-0,6	17,1	6,7	-9,5	11,6	14,1
10- Material de Construção	-0,8	2,4	-3,1	19,7	20,2	12,2	16,1	5,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.

(*) Séries com ajuste sazonal

(**) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(***) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

Analisando os resultados do varejo, por ordem de importância das atividades na taxa global, tem-se o segmento de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com variação de 11,9% no volume de vendas em junho, sobre igual mês do ano anterior, como o principal responsável pelo crescimento do setor (50,0%) - Tabela 3. Esse resultado, acima da média, se justifica ainda pelo aumento do poder de compra da população decorrente do crescimento da massa de rendimento real habitual dos ocupados (7,8% sobre junho de 2009, segundo a PME), bem como pelo comportamento dos preços no setor que evoluíram, no acumulado dos últimos 12 meses, em 3,5% no Grupo Alimentação no Domicílio, abaixo da inflação global medida pelo IPCA (4,8%). Em termos de acumulados no semestre e nos últimos 12 meses, o segmento apresenta crescimento de 10,4% e 10,1%, respectivamente.

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com alta de 17,0% no volume de vendas em relação a junho do ano passado, foi responsável pela segunda maior contribuição (23,0%) da taxa global do varejo. Esse resultado deve ser atribuído ainda às vendas relacionadas ao evento da Copa do Mundo, aliado a ampla oferta de crédito. No acumulado do semestre e dos últimos 12 meses as variações foram de 20,6% e 12,8%, respectivamente.

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba segmentos como lojas de departamentos, ótica, joalheria, artigos esportivos, brinquedos etc., exerceu o terceiro maior impacto na formação da taxa do varejo, com variação de 9,4% no volume de vendas em relação a junho de 2009. Esse resultado mostra que a atividade continua sendo influenciada, em boa medida, pela evolução da massa de salários que, conforme visto acima, teve aumento substancial nos últimos 12 meses. Em termos acumulados, a taxa para o primeiro semestre do ano foi da ordem de 6,1% e para os últimos 12 meses, de 6,8%.

A atividade de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*, com a quarta maior participação na taxa global do varejo, apresentou crescimento de 10,3% na comparação com junho do ano passado, e taxas acumuladas de 12,2% no semestre e de 12,0% para os últimos 12 meses. A expansão da massa de salários e crédito, somada ao caráter de uso essencial de seus produtos, são os principais fatores explicativos do desempenho positivo do segmento.

O segmento de *Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*, responsável pelo quinto maior impacto na formação da taxa global, obteve acréscimo no volume de vendas, em junho, da ordem de 23,2% sobre igual mês do ano anterior e taxas acumuladas no semestre de 25,8% e nos últimos 12 meses de 15,3%. Trata-se da atividade com o maior patamar de crescimento este mês. Dentre os fatores que vêm determinando este desempenho, destacam-se a redução de preços de produtos do gênero, por exemplo, -7,8% para microcomputadores nos últimos 12 meses, segundo o IPCA, conjugada com facilidades de financiamento e a crescente importância que os produtos de informática e comunicação vêm tendo nos hábitos de consumo das famílias.

TABELA 2
BRASIL - RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2010

ATIVIDADES	INDICADOR MÊS/MÊS (*)			INDICADOR MENSAL			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	ABR	MAI	JUN	ABR	MAI	JUN	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	0,1	0,4	0,5	13,2	14,2	14,0	14,7	12,4
1 - Combustíveis e lubrificantes	-1,5	2,2	-1,5	7,5	9,6	7,2	8,7	4,6
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	0,3	1,0	0,9	10,6	13,1	14,8	14,1	13,1
2.1 - Super e hipermercados	-3,6	1,1	1,4	10,2	12,6	14,4	13,8	12,9
3 - Tecidos, vest. e calçados	2,4	-2,8	0,2	22,7	17,8	9,4	15,9	11,1
4 - Móveis e eletrodomésticos	0,4	0,3	0,4	23,8	22,0	19,6	21,3	12,5
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	0,0	1,0	-0,5	14,8	15,6	13,7	16,4	17,4
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-7,3	0,0	4,4	7,7	17,3	14,3	16,9	8,9
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-0,1	2,1	-2,1	13,4	14,4	9,2	12,7	14,4
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	3,1	-1,1	4,2	12,7	10,2	16,1	13,9	15,5
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	-4,4	0,3	0,8	15,5	13,5	6,9	14,4	11,8
9 - Veículos e motos, partes e peças	-14,9	0,3	-1,7	18,8	9,6	-6,7	12,7	11,0
10- Material de Construção	-0,2	2,8	-2,5	24,1	24,9	16,8	20,6	10,7

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.

(*) Séries com ajuste sazonal

(**) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(***) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

A sexta maior contribuição para o resultado do **varejo** coube ao segmento de *Combustíveis e lubrificantes*, com 5,6% de variação do volume de vendas em relação a junho de 2009. Em termos de desempenho acumulado no semestre, a taxa de variação chegou aos 5,5%, e nos últimos 12 meses a 2,5%. Atribui-se este comportamento, abaixo da média, aos aumentos que ocorreram no preço do álcool combustível no final do ano passado e início do corrente, registrando, porém, nos últimos meses, quedas acentuadas (nos últimos 12 meses o subitem registrou alta de 6,6% contra uma inflação média de 4,8%, segundo o IPCA).

O segmento de *Tecidos, vestuário e calçados*, que apresentou variação no volume de vendas em 4,3% com relação a igual mês do ano anterior, foi responsável pela sétima maior contribuição à taxa global do varejo. Este resultado consolida a recuperação do setor com o nono mês consecutivo de variação positiva, mesmo tendo um comportamento crescente dos preços (variação de 6,0% no grupo Vestuário, comparado com o índice geral de 4,8%, segundo o IPCA), ao longo dos últimos 12 meses. Em termos acumulados, os resultados foram de 10,1% para o primeiro semestre do ano e de 4,9% para os últimos 12 meses.

A atividade de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com crescimento de 4,7%, exerceu o oitavo maior impacto no resultado do varejo. O volume de vendas acumulado no semestre obteve variação de 8,1% e para os últimos 12 meses de 9,3%. Estes resultados podem ser explicados pelo comportamento positivo da massa salarial, como visto anteriormente, bem como pela diversificação na linha de produtos comercializados, principalmente nas grandes redes de livrarias e papelarias.

TABELA 3
BRASIL - COMPOSIÇÃO DA TAXA MENSAL DO COMÉRCIO VAREJISTA, POR ATIVIDADES (*)
 (Indicadores de volume de vendas)

ATIVIDADES	COMÉRCIO VAREJISTA			COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO		
	Taxa	Comp. da taxa		Taxa	Comp. da taxa	
		absoluta	relativa(%)		absoluta	relativa(%)
Taxa Global	11,3	11,3	100,0	3,4	3,4	100,00
Combustíveis e lubrificantes	5,6	0,6	4,9	5,6	0,3	9,3
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	11,9	5,6	50,1	11,9	3,2	94,6
Tecidos, vestuário e calçados	4,3	0,4	3,2	4,3	0,3	7,5
Móveis e eletrodomésticos	17,0	2,6	23,3	17,0	1,5	43,9
Artigos farmacêuticos, médicos, ortop. e de perfumaria	10,3	0,6	5,6	10,3	0,4	10,4
Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	23,2	0,6	5,1	23,2	0,3	9,6
Livros, jornais, revistas e papelaria	4,7	0,0	0,4	4,7	0,0	0,6
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	9,4	0,8	7,5	9,4	0,5	14,0
Veículos e motos, partes e peças	-	-	-	-9,5	-3,6	-108,7
Material de construção	-	-	-	12,2	0,6	18,8

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.

(*) Corresponde à participação dos resultados setoriais na formação da taxa global

O **Comércio Varejista ampliado** registrou estabilidade em relação ao mês anterior de 0,0% para o volume de vendas e crescimento de 0,8% para a receita nominal, ambas as taxas com ajustamento sazonal. Comparado com o mesmo mês do ano anterior (sem ajuste sazonal), as variações foram de 3,4% para o volume de vendas e de 6,9% para a receita nominal. No acumulado do semestre e dos últimos 12 meses o setor apresentou taxas de variação de 11,8% e 10,6% para o volume e de 14,4% e 11,8% para a receita nominal de vendas, respectivamente.

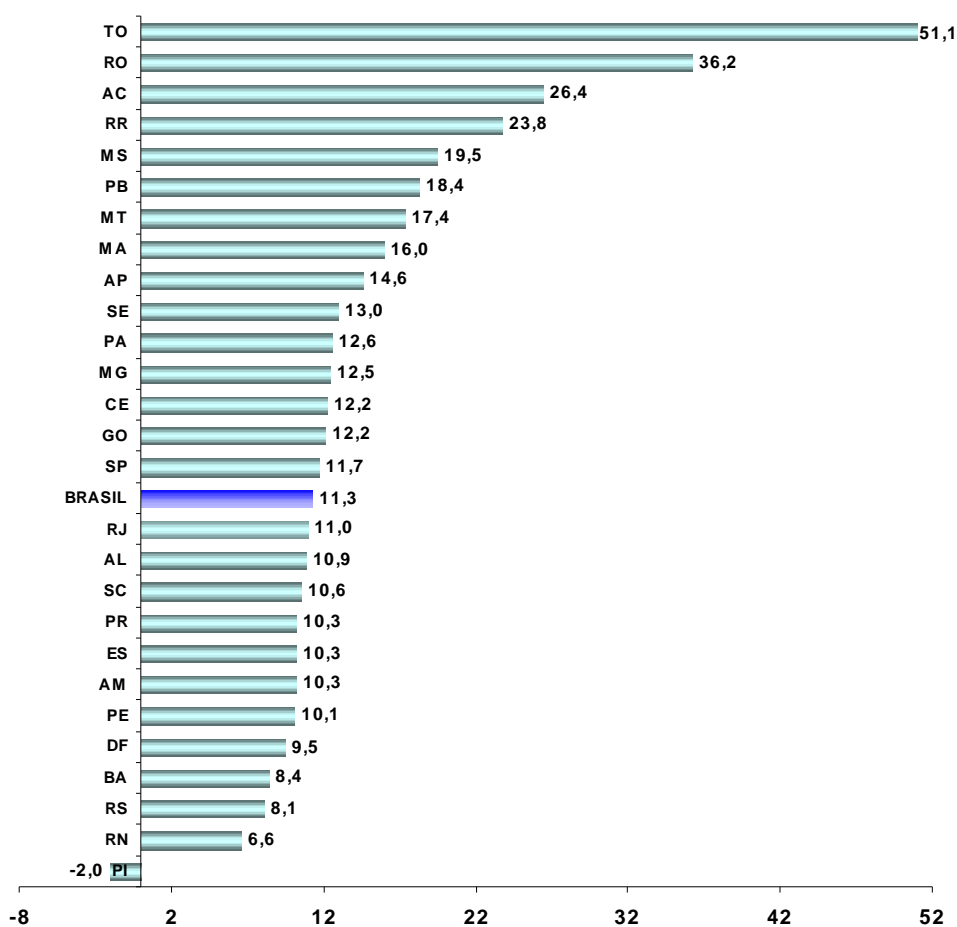
No que tange ao volume de vendas, a atividade de *Veículos, motos, partes e peças* registrou queda de -9,5% em relação a junho de 2009, acumulando no semestre e nos últimos doze meses variações de 11,6% e 14,1%, respectivamente. O término da política de redução do IPI tem influência nesse resultado.

Quanto a *Material de Construção*, as variações foram de 12,2% na relação junho10/junho09, de 16,1% no acumulado do semestre, e de 5,1% nos últimos 12 meses. Tal desempenho resulta do quadro favorável da economia, somado às medidas oficiais de incentivo à construção civil.

RESULTADOS REGIONAIS

Das vinte e sete Unidades da Federação, somente o Piauí apresentou resultado negativo na comparação conjunto de 2009. Os destaques em termos de variações positivas do volume de vendas foram Tocantins (51,1%); Rondônia (36,2%); Acre (26,4%); Roraima (23,8%); Mato Grosso do Sul (19,5%) e Paraíba, com variação de 18,4% – Gráfico 3. Quanto à participação na composição da taxa do **Comércio Varejista**, destacaram-se, pela ordem, São Paulo (11,7%); Rio de Janeiro (11,0%); Minas Gerais (12,5%); Rio Grande do Sul (8,1%); Paraná (10,3%) e Santa Catarina (10,6%).

Gráfico 3
Taxas Mensais regionalizadas do volume de vendas do Varejo ordenadas segundo posicionamento em relação à média nacional



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

Em relação ao **varejo ampliado**, as maiores taxas de desempenho no volume de vendas ocorreram em Tocantins (31,6%); Rondônia (23,4%); Acre (19,4%); Espírito Santo (15,5%) e Amapá (13,2%). Em termos de impacto no resultado global do setor, os destaques foram os estados de Minas Gerais (10,0%); Rio Grande do Sul (7,9%); Paraná (6,8%); Espírito Santo (15,5%) e Santa Catarina (6,8%).

Ainda por Unidades da Federação, os resultados com ajuste sazonal para o volume de vendas apontam quinze estados com variações positivas, na comparação mês/mês anterior, sendo os destaques: Acre (6,7%); Roraima (6,1%); Tocantins (5,3%); Santa Catarina (2,9%); Rio de Janeiro (2,4%) e São Paulo (2,3%).

ANÁLISE TRIMESTRAL

A variação de 10,2% no **Comércio varejista** no segundo trimestre do ano de 2010, comparado com igual período de 2009, ficou abaixo da variação do primeiro trimestre do ano (12,8%), mas acima do último trimestre do ano anterior (8,9%). Comparando, entre si, os dois primeiros trimestres de 2010, obtém-se os seguintes comportamentos por atividades: alta somente para a atividade de *Tecidos, vestuário e calçados* (de 9,5% para 10,5%); certa estabilidade para *Combustíveis e lubrificantes* (de 5,5% para 5,6%) e quedas para as demais atividades, ou seja: *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (de 12,4% para 8,5%); *Móveis e eletrodomésticos* (de 21,6% para 19,6%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria* (de 13,3% para 11,2%); *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* (de 30,0% para 22,4%); *Livros, jornais, revistas e papelaria* (de 8,3% para 7,8%) e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (de 6,3% para 5,9%).

Em termos do **Comércio varejista ampliado**, a taxa de variação do segundo trimestre, de 8,2%, ficou aquém da taxa do primeiro trimestre, que foi de 15,6%, influenciada pelos comportamentos das atividades descritas acima aliada ao resultado de *Veículos, motos, partes e peças*, que variou de 20,8% para 3,3%, uma vez que a atividade de *Material de construção* teve acréscimo de sua variação, passando de 15,0% para 17,2% - Tabela 4.

TABELA 4

Brasil - Indicadores trimestrais de volume de vendas do comércio varejista por atividades

Atividades	taxas de desempenho de 2009					taxas de desempenho de 2010				
	Taxas Trimestrais*				Taxa	Taxas Trimestrais*				Taxa
	1º TRI	2º TRI	3º TRI	4º TRI	Anual**	1º TRI	2º TRI	3º TRI	4º TRI	Anual**
COMÉRCIO VAREJISTA	3,7	5,2	5,3	8,9	5,9	12,8	10,2	-	-	11,5
1- Combustíveis e lubrificantes	3,1	1,4	-4,1	3,2	0,8	5,5	5,6	-	-	5,5
2 - Hipermercados, supermercados, prods. Alimentícios, bebidas e fumo	4,0	9,6	9,4	10,0	8,3	12,4	8,5	-	-	10,4
2.1 - Hiper e supermercados	3,7	9,5	9,3	9,7	8,1	12,2	8,1	-	-	10,1
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-6,6	-7,1	-4,8	5,1	-2,8	9,5	10,5	-	-	10,1
4 - Móveis e eletrodomésticos	1,3	-5,7	1,0	10,4	2,1	21,6	19,6	-	-	20,6
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortop., de perfumaria e cosméticos	12,3	11,3	12,1	11,4	11,8	13,3	11,2	-	-	12,2
6 - Equip. e material para escritório, informática e comunicação	15,0	18,2	4,0	7,6	10,6	30,0	22,4	-	-	25,8
7 - Livros, jornais, revistas e papelaria	12,3	3,7	11,1	10,3	9,6	8,3	7,8	-	-	8,1
8 - Outros arts. de uso pes. e doméstico	6,5	12,3	7,2	7,7	8,4	6,3	5,9	-	-	6,1
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO	3,7	4,1	5,2	13,9	8,9	15,6	8,2	-	-	11,8
9 - Veículos, motos, partes e peças	6,0	4,7	7,7	27,9	11,1	20,8	3,3	-	-	11,6
10 - Material de construção	-9,9	-9,7	-9,0	4,7	-5,9	15,0	17,2	-	-	16,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

(*) Referência: igual período do ano anterior = 100

(**) Referência: acumulado do ano anterior = 100

RESULTADOS SEMESTRAIS

O primeiro semestre do ano de 2010 apresentou um crescimento de 11,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. Resultado este superior não só ao do segundo semestre de 2009, que alcançou 7,2%, como também de toda a série histórica da Pesquisa Mensal de Comércio – PMC, principalmente a partir do ano de 2004, onde se passa a ter índices semestrais positivos. Cabe ressaltar, que no primeiro semestre de 2009 a economia brasileira sofria a influência da chamada crise financeira internacional. Somente em meados do segundo semestre daquele ano que a economia começa a se estabilizar, com suas atividades se aproximando dos patamares do período pré-crise - Gráfico 4.

Gráfico 4
Brasil - Volume de vendas do Comércio Varejista
(variação semestral - base: igual semestre do ano anterior)

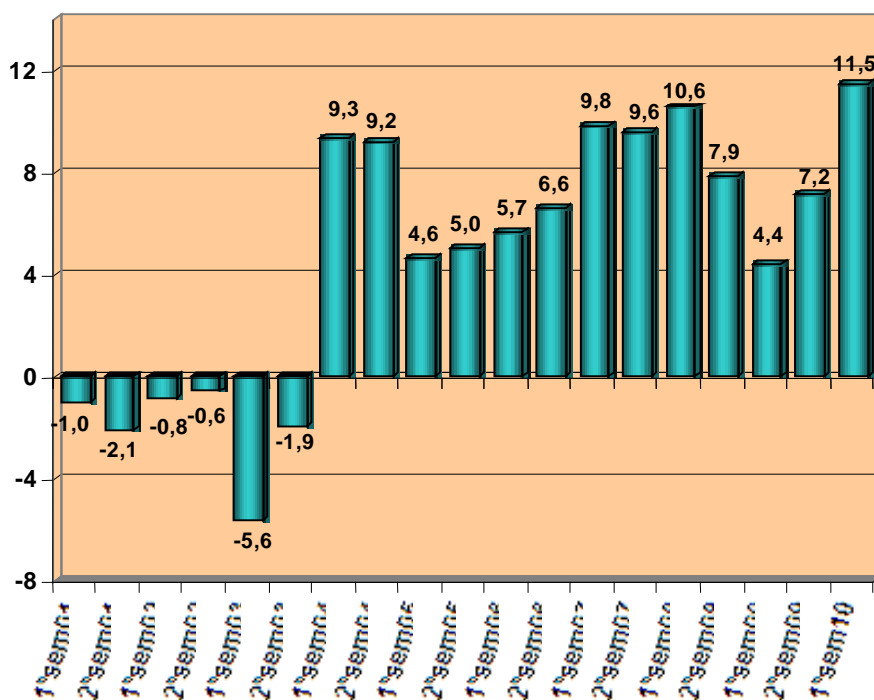


Gráfico 5 - Evolução do volume de vendas do Comércio Varejista segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

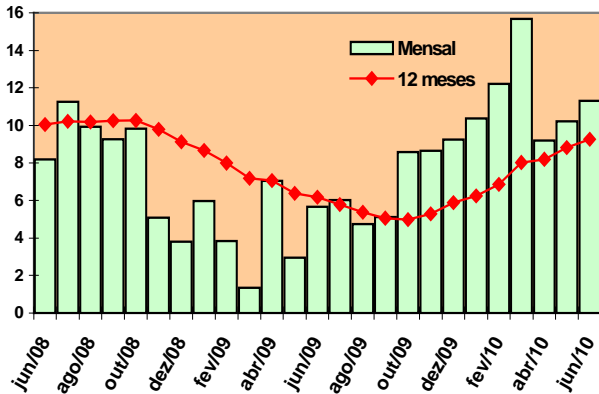


Gráfico 6 - Evolução do volume de vendas de Combustíveis e Lubrificantes segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

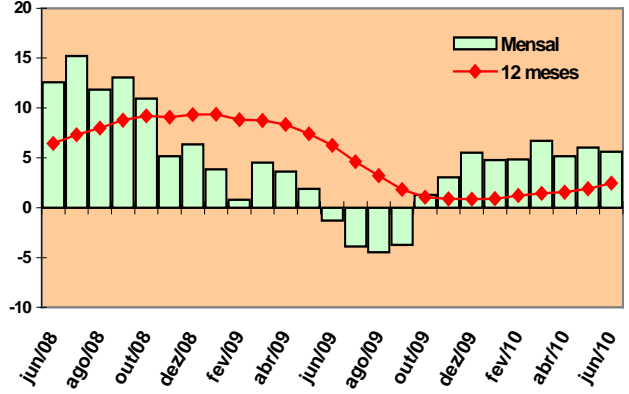


Gráfico 7 - Evolução do volume de vendas de Hiper, Super, prods. alim., bebidas e fumo segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

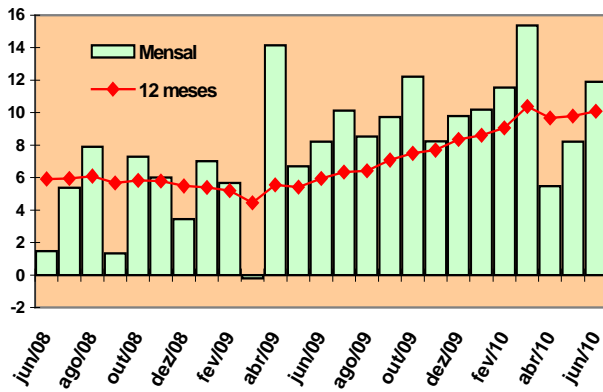


Gráfico 8 - Evolução do volume de vendas de Têxtil, Vestuário e Calçados segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

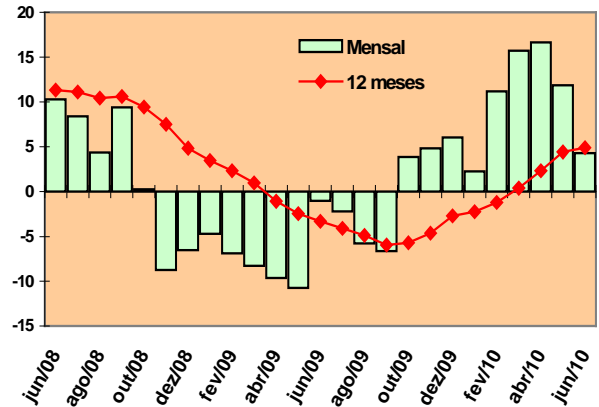


Gráfico 9 - Evolução do volume de vendas de Móveis e Eletrodomésticos, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

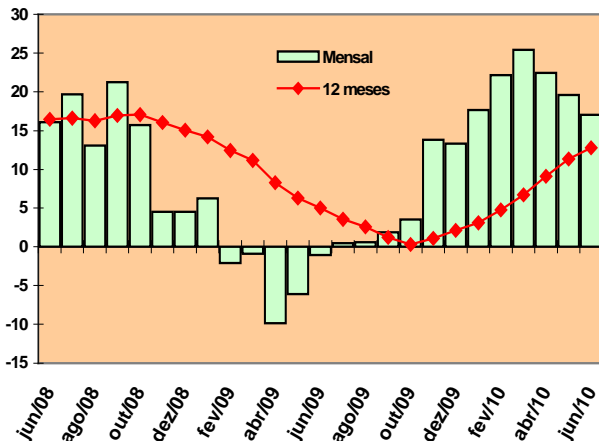


Gráfico 10 - Evolução do volume de vendas de Artigos farmacêuticos, médicos, ortop., de perf. e cosméticos, segundo os índices mensal e acumulado dos últimos 12 meses

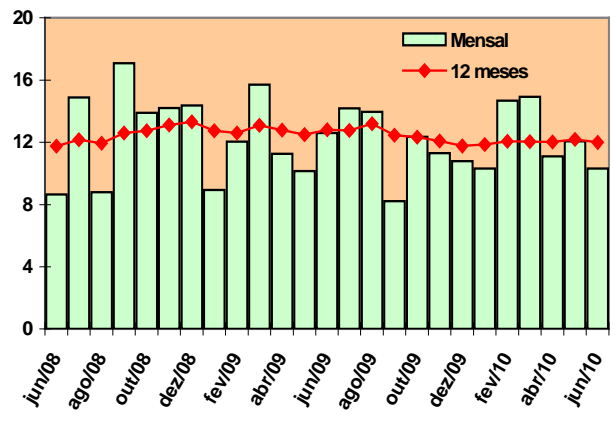


Gráfico 11 - Evolução do volume de vendas de Equipamento e mat. de escritório, info. e com, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

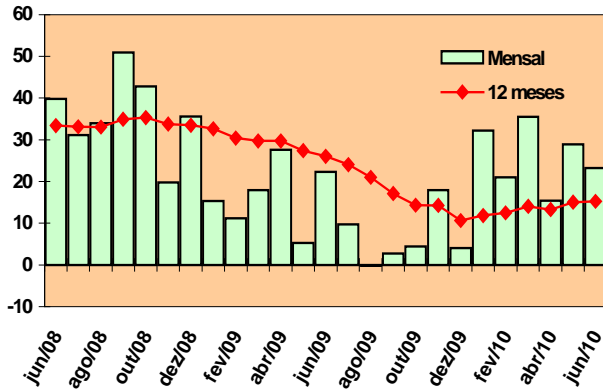


Gráfico 12 - Evolução do volume de vendas de Livros, jornais, revistas e papelaria, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

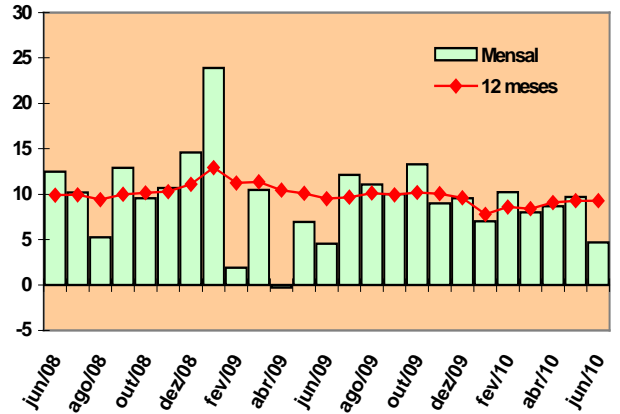


Gráfico 13 - Evolução do volume de vendas de Outros artigos, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

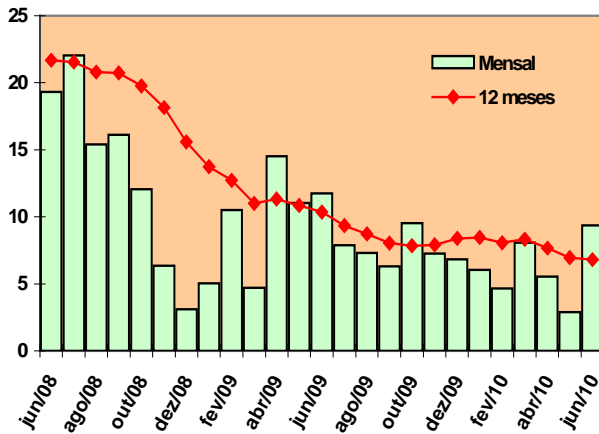


Gráfico 14 - Evolução do volume de vendas de Veículos, motos, partes e peças, segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

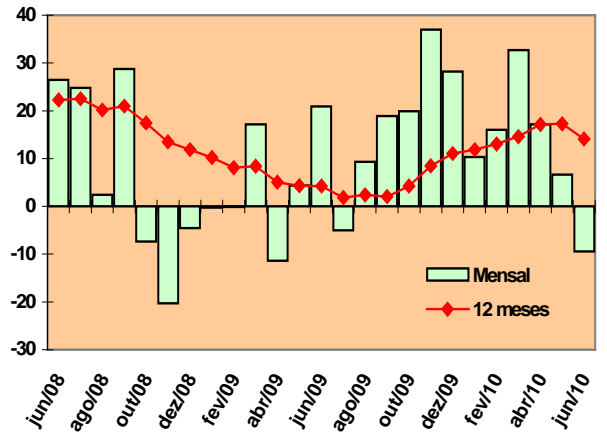


Gráfico 15 - Evolução do volume de vendas de Material de construção segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

