

Análise do desempenho do comércio de Minas Gerais comparado ao Brasil

O Núcleo de Estudos Econômicos da Fecomércio MG analisou os dados do IBGE sobre o desempenho do comércio no mês de fevereiro de 2023. A partir dos números, avaliamos os últimos 11 percentuais para o volume de vendas no comércio varejista ampliado e apresentando a variação do volume vendido mensalmente (comparado ao mês anterior - com ajuste sazonal) e a variação acumulada em 12 meses.

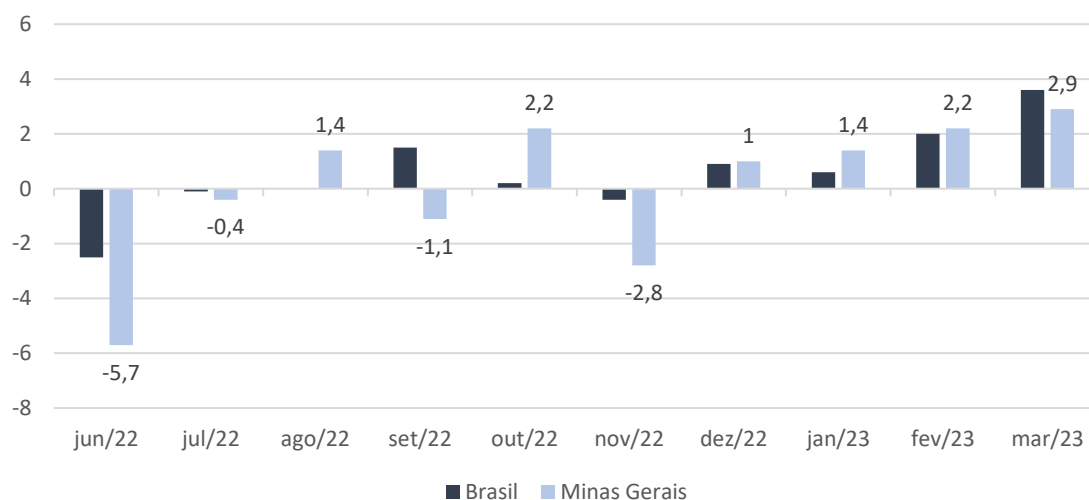
Comércio Varejista Ampliado

Em março de 2023, o comércio varejista ampliado no Brasil ampliou 3,6% frente a fevereiro, na série com ajuste sazonal, atingindo assim o quarto mês consecutivo de crescimento. Com respeito a Minas Gerais, o crescimento foi maior em comparação ao Brasil, 2,9% com respeito ao mês anterior, apresentando também o quarto mês de crescimento.

| Volume de vendas do comércio ampliado - Mês/mês anterior (%) | | |
|--|--------------------------|--------------------------------|
| Mês | Variação mensal - BRASIL | Variação mensal – MINAS GERAIS |
| Junho/2022 | -2,5 | -5,7 |
| Julho/2022 | -0,1 | -0,4 |
| Agosto/2022 | 0 | 1,4 |
| Setembro/2022 | 1,5 | -1,1 |
| Outubro/2022 | 0,2 | 2,2 |
| Novembro/2022 | -0,4 | -2,8 |
| Dezembro/2022 | 0,9 | 1 |
| Janeiro/2023 | 0,6 | 1,4 |
| Fevereiro/2023 | 2 | 2,2 |
| Março/2023 | 3,6 | 2,9 |

Fonte: PMC | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Volume de vendas do comércio ampliado - Variação mês/Mês anterior (%) - Brasil e Minas Gerais

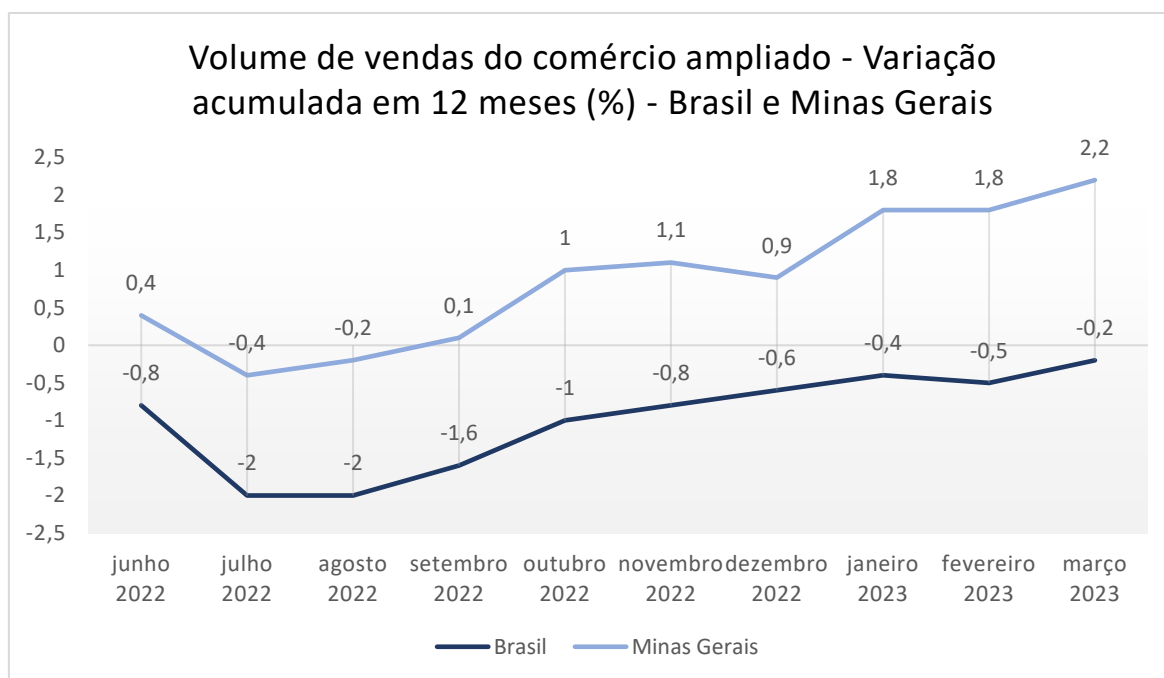


Fonte: PMC | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

O acumulado nos últimos doze meses, no cenário brasileiro, foi observado um quadro de quedas recorrentes chegando a -0,2% em março de 2023, com perda desde junho de 2022. Por outro lado, Minas Gerais apresentou sete períodos de ganho no volume de serviços no acumulado de 12 meses até chegar a 2,2% no mês de março. A última queda foi constatada em Agosto de 2022, para o cenário mineiro.

| Volume vendas do comércio ampliado – Acumulado em 12 meses (%) | | |
|--|-------------------|-------------------------|
| Mês | Variação - BRASIL | Variação – MINAS GERAIS |
| Junho/2022 | -0,8 | 0,4 |
| Julho/2022 | -2 | -0,4 |
| Agosto/2022 | -2 | -0,2 |
| Setembro/2022 | -1,6 | 0,1 |
| Outubro/2022 | -1 | 1 |
| Novembro/2022 | -0,8 | 1,1 |
| Dezembro/2022 | -0,6 | 0,9 |
| Janeiro/2023 | -0,4 | 1,8 |
| Fevereiro/2023 | -0,5 | 1,8 |
| Março/2023 | -0,2 | 2,2 |

Fonte: PMC | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

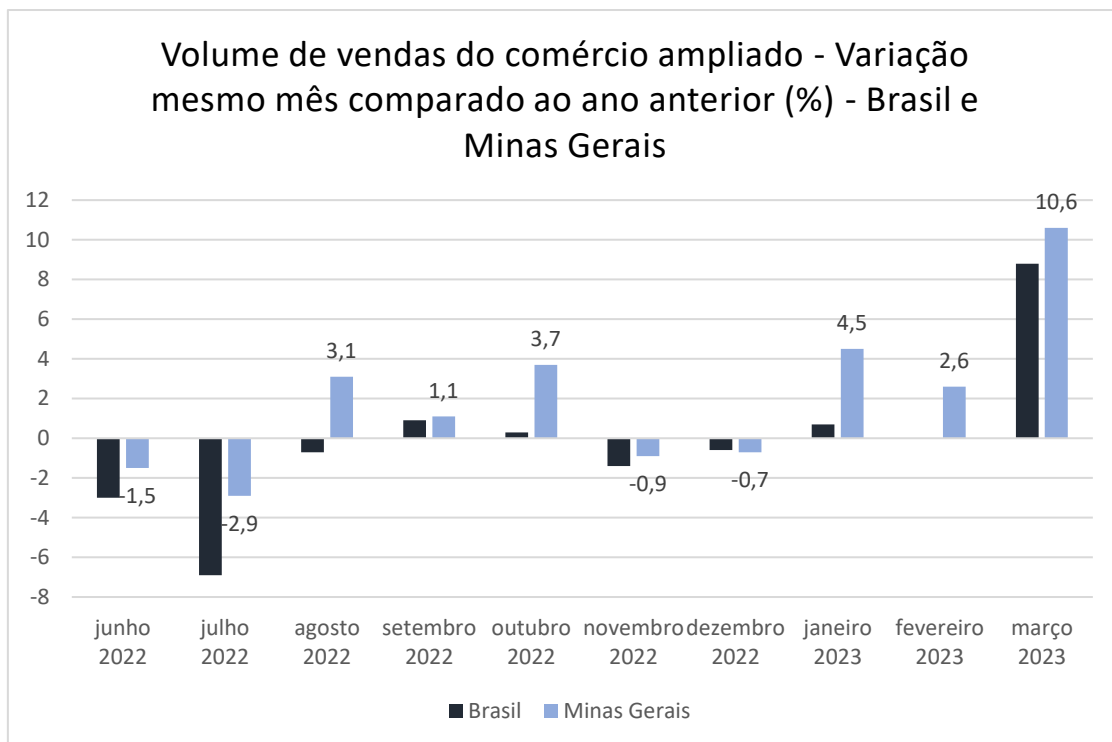


Fonte: PMC | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

A variação do mês de março comparado ano anterior, no cenário brasileiro, foi de 8,8% de março de ano com respeito a 2022, retratando um aumento após o mês anterior permanecer estagnado ao se comparado com o ano anterior. Minas Gerais apresentou o maior resultado (10,6%) em comparação aos meses anteriores apresentados na tabela abaixo. A última queda observada ocorreu no mês de dezembro, sendo 0,7% menor ao se comparado ao mesmo mês no ano passado.

| Volume vendas do comércio ampliado – mesmo mês do ano anterior (%) | | |
|--|-------------------|-------------------------|
| Mês | Variação - BRASIL | Variação – MINAS GERAIS |
| Junho/2022 | -3 | -1,5 |
| Julho/2022 | -6,9 | -2,9 |
| Agosto/2022 | -0,7 | 3,1 |
| Setembro/2022 | 0,9 | 1,1 |
| Outubro/2022 | 0,3 | 3,7 |
| Novembro/2022 | -1,4 | -0,9 |
| Dezembro/2022 | -0,6 | -0,7 |
| Janeiro/2023 | 0,7 | 4,5 |
| Fevereiro/2023 | 0 | 2,6 |
| Março/2023 | 8,8 | 10,6 |

Fonte: PMC | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG



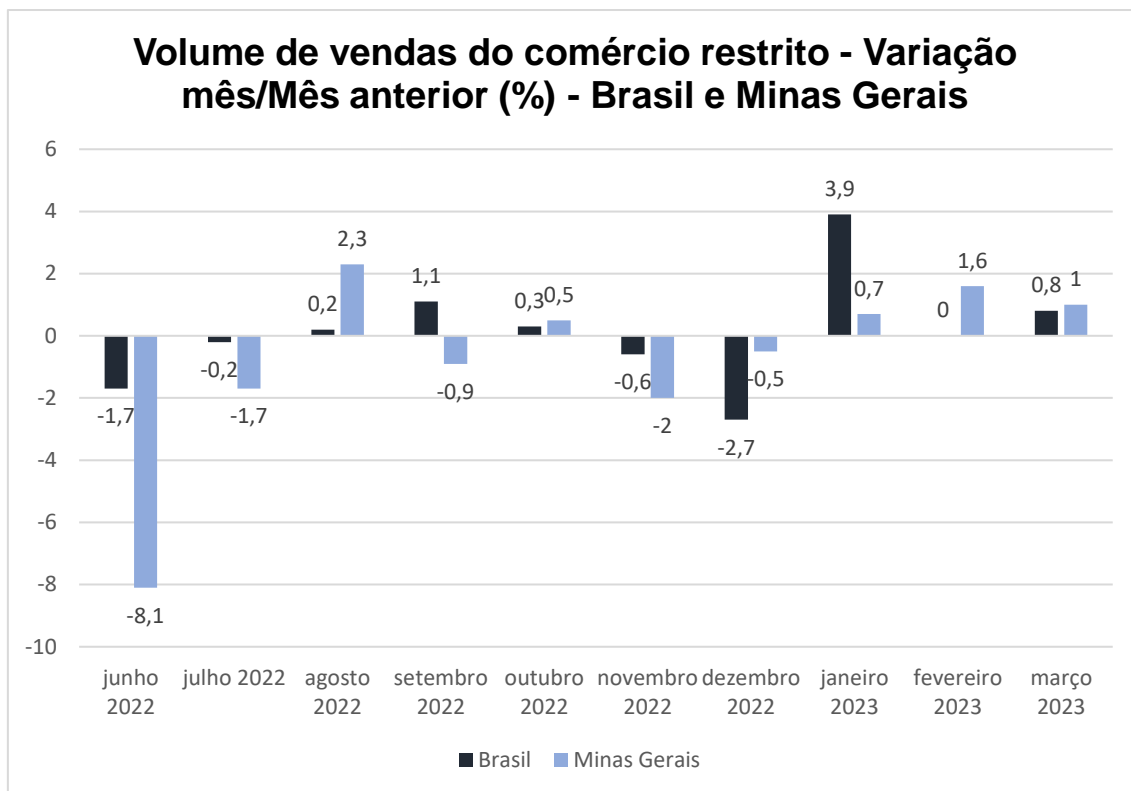
Fonte: PMC | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Comércio Varejista Restrito

Em março de 2023, o comércio varejista restrito no Brasil apresentou um aumento de 0,8% frente a fevereiro, na série com ajuste sazonal, atingindo assim o terceiro mês consecutivo sem quedas. Por sua vez, em Minas Gerais, o crescimento foi de 1,0% ao se comparado ao mês anterior, apresentando também o terceiro mês de crescimento.

| Volume de vendas do comércio restrito - Mês/mês anterior (%) | | |
|--|--------------------------|--------------------------------|
| Mês | Variação mensal - BRASIL | Variação mensal – MINAS GERAIS |
| Junho/2022 | -1,7 | -8,1 |
| Julho/2022 | -0,2 | -1,7 |
| Agosto/2022 | 0,2 | 2,3 |
| Setembro/2022 | 1,1 | -0,9 |
| Outubro/2022 | 0,3 | 0,5 |
| Novembro/2022 | -0,6 | -2 |
| Dezembro/2022 | -2,7 | -0,5 |
| Janeiro/2023 | 3,9 | 0,7 |
| Fevereiro/2023 | 0 | 1,6 |
| Março/2023 | 0,8 | 1 |

Fonte: PMC | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

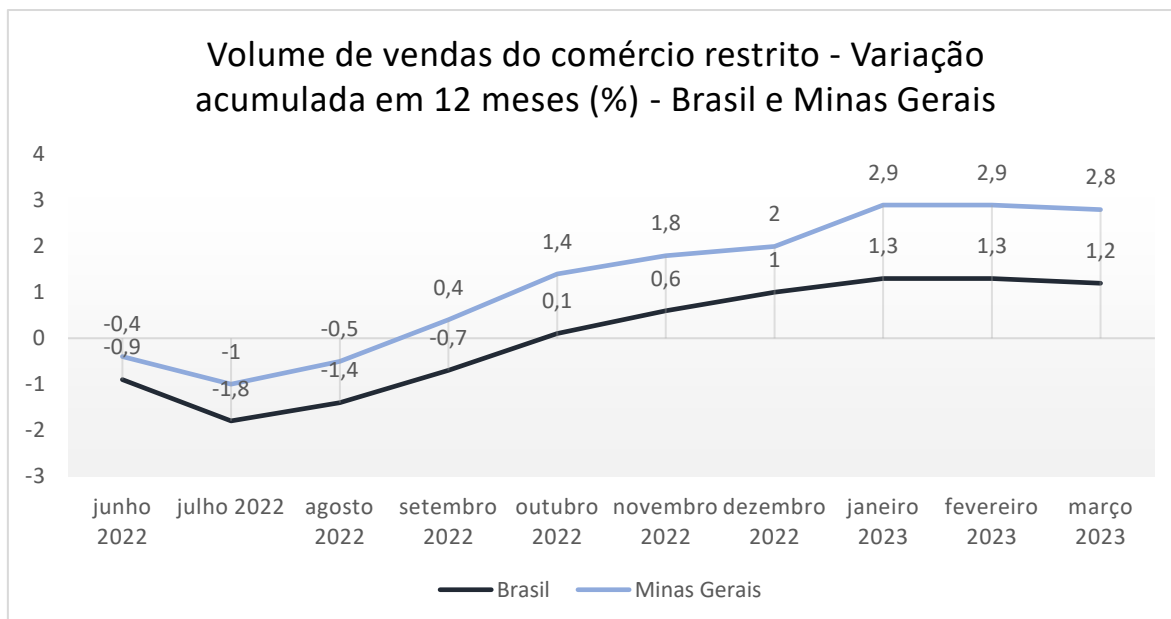


Fonte: PMC | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

O acumulado nos últimos doze meses, no cenário brasileiro, foi constatado uma ampliação no acumulado de 12 meses em 6 períodos consecutivos, chegando a 1,2% em março do presente ano. Em contrapartida, Minas Gerais apresentou sete períodos de ganho no volume de serviços no acumulado de 12 meses até chegar a 2,8% no mês de março. Este resultado foi maior ao se comparado com o varejo ampliado.

| Volume vendas do comércio restrito – Acumulado em 12 meses (%) | | |
|--|-------------------|-------------------------|
| Mês | Variação - BRASIL | Variação – MINAS GERAIS |
| Junho/2022 | -0,9 | -0,4 |
| Julho/2022 | -1,8 | -1 |
| Agosto/2022 | -1,4 | -0,5 |
| Setembro/2022 | -0,7 | 0,4 |
| Outubro/2022 | 0,1 | 1,4 |
| Novembro/2022 | 0,6 | 1,8 |
| Dezembro/2022 | 1 | 2 |
| Janeiro/2023 | 1,3 | 2,9 |
| Fevereiro/2023 | 1,3 | 2,9 |
| Março/2023 | 1,2 | 2,8 |

Fonte: PMC | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

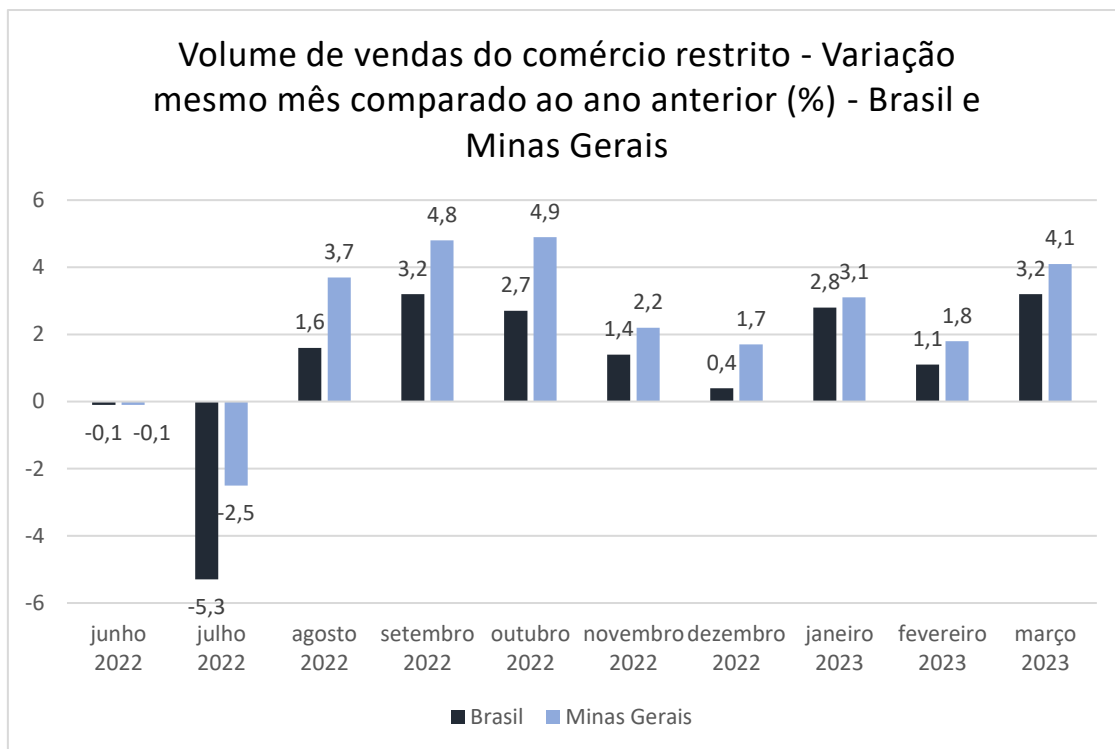


Fonte: PMC | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

A variação do mês de março comparado ano anterior, no cenário brasileiro, obteve a sua melhor performance na amostra apresentada na tabela a seguir, com um incremento 3,2% quando comparado com março de 2022. Atingindo 8 períodos consecutivos de alta ao se comparar com o ano anterior. Para Minas Gerais, o cenário foi bem próximo, porém com resultados superiores ao se comparar com o brasileiro. O aumento do volume de vendas do comércio restrito para o mês de março foi de 4,1%.

| Volume vendas do comércio restrito – mesmo mês do ano anterior (%) | | |
|--|-------------------|-------------------------|
| Mês | Variação - BRASIL | Variação – MINAS GERAIS |
| Junho/2022 | -0,1 | -0,1 |
| Julho/2022 | -5,3 | -2,5 |
| Agosto/2022 | 1,6 | 3,7 |
| Setembro/2022 | 3,2 | 4,8 |
| Outubro/2022 | 2,7 | 4,9 |
| Novembro/2022 | 1,4 | 2,2 |
| Dezembro/2022 | 0,4 | 1,7 |
| Janeiro/2023 | 2,8 | 3,1 |
| Fevereiro/2023 | 1,1 | 1,8 |
| Março/2023 | 3,2 | 4,1 |

Fonte: PMC | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG



Fonte: PMC | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Peso das atividades

Em março de 2023, a atividade que gerou maior peso, no Brasil, foi a de Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo (11,8%), assim como, em Minas Gerais o setor este mesmo setor apresentou maior destaque (13,5%). Em contrapartida, a atividade com menor peso, em nível estadual foi a de Outros artigos de uso pessoal e doméstico (6,2%) e, nacional, a de Tecidos, vestuário e calçados (7,2%).

| Volume de Vendas no comércio - Peso das atividades | | | |
|---|--|--------------|--------------|
| Atividades | | Brasil | Minas Gerais |
| Comércio Varejista Ampliado | | 19,2% | 18,7% |
| Veículos, motocicletas, partes e peças | | 10,0% | 9,2% |
| Material de construção | | 9,2% | 9,5% |
| Comércio Varejista Restrito | | 80,8% | 81,3% |
| Combustíveis e lubrificantes | | 9,3% | 9,9% |
| Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo | | 8,9% | 9,3% |
| Tecidos, vestuário e calçados | | 7,2% | 6,8% |
| Móveis e eletrodomésticos | | 8,9% | 9,5% |
| Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos | | 9,4% | 9,6% |
| Livros, jornais, revistas e papelaria | | 8,2% | 7,9% |
| Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação | | 9,9% | 8,7% |
| Outros artigos de uso pessoal e doméstico | | 7,3% | 6,2% |
| Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo | | 11,8% | 13,5% |

Fonte: PMC | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Resultados regionais: setor cresce em 23 das 27 unidades da Federação ao se comparado com fevereiro

Minas Gerais registra crescimento em todas as possibilidade de variação, que são: i) referente ao mês anterior (2,9%); ii) com respeito ao mesmo mês do ano passado (10,6); e iii) nos últimos 12 meses (2,2%).

| Resultado Regional (%) | | | |
|------------------------|---|--|--------------------------------|
| País/UF | Variação mês/mês imediatamente anterior | Variação mês/mesmo mês do ano anterior | Variação acumulada em 12 meses |
| Brasil | 3,6 | 8,8 | -0,2 |
| Rondônia | 8,4 | 9,7 | -1,1 |
| Acre | 5 | 20 | 3,3 |
| Amazonas | 5,2 | 15 | -0,8 |
| Roraima | -1,4 | -2,4 | 4,5 |
| Pará | 3,9 | 7,3 | -0,3 |
| Amapá | 4,8 | 4,2 | 3 |
| Tocantins | 22,3 | 28 | 3,8 |
| Maranhão | -0,8 | 12,1 | 2 |
| Piauí | 1,5 | 4,6 | 3,4 |
| Ceará | -1,7 | 3 | -0,7 |
| Rio Grande do Norte | -1,3 | 3,6 | 2,2 |
| Paraíba | 4,3 | 8,8 | 10,9 |
| Pernambuco | 2,4 | 5,4 | -11,2 |
| Alagoas | 1,1 | 10,7 | 5,6 |
| Sergipe | 2 | 4,5 | 0,6 |
| Bahia | 2 | 10,9 | -6,6 |
| Minas Gerais | 2,9 | 10,6 | 2,2 |
| Espírito Santo | 1,2 | 4,2 | 1,4 |
| Rio de Janeiro | 2,4 | 7 | -3,3 |
| São Paulo | 14,1 | 11 | -1 |
| Paraná | 8,9 | 10,7 | -1,9 |
| Santa Catarina | 2,4 | 9,2 | 2,6 |
| Rio Grande do Sul | -4 | 3,4 | 4 |
| Mato Grosso do Sul | 4,3 | 2,3 | 2,2 |
| Mato Grosso | 1 | 10,8 | 7,1 |
| Goiás | 1,6 | 2,8 | 0,5 |
| Distrito Federal | 0,5 | 5,8 | 0,5 |

Fonte: PMC | Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Minas Gerais em Dados – março de 2023

| Volume de vendas no comércio varejista ampliado - MG | | | |
|---|---|---|--|
| Atividades | Variação mês/mes no mês do ano anterior | Variaçã o acumula da no ano | Variaçã o acumula da em 12 meses |
| Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos | 9,8 | 5,1 | 13,9 |
| Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo | 47,7 | 34,6 | - |
| Combustíveis e lubrificantes | 20,8 | 24,1 | 27,2 |
| Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação | -5,4 | -2,9 | -5,4 |
| Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo | 7,7 | 4,8 | 2,5 |
| Livros, jornais, revistas e papelaria | -4,4 | -0,3 | 7,9 |
| Material de construção | -1,8 | -1,3 | -8,2 |
| Móveis e eletrodomésticos | 5,5 | 7,4 | -4 |
| Outros artigos de uso pessoal e doméstico | -30,7 | -23,7 | -12,2 |
| Tecidos, vestuário e calçados | -13,6 | -10 | -8,4 |
| Veículos, motocicletas, partes e peças | -2,6 | -2,6 | -1,7 |

Fonte: PMC | Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG