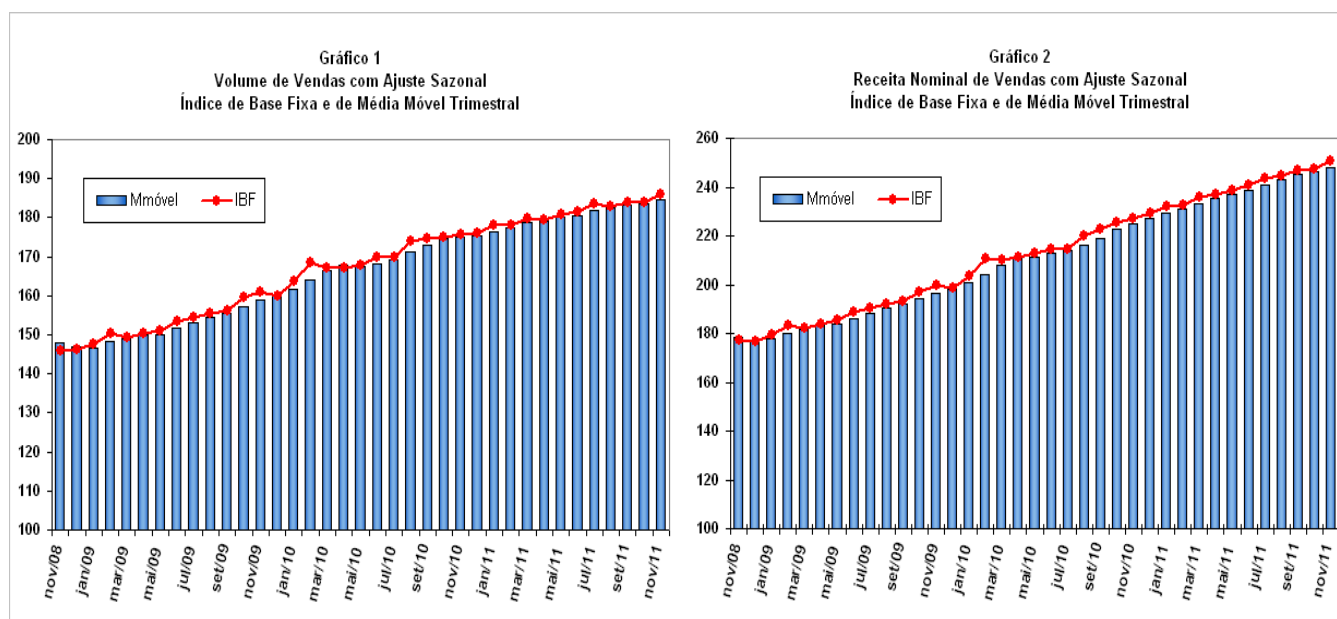


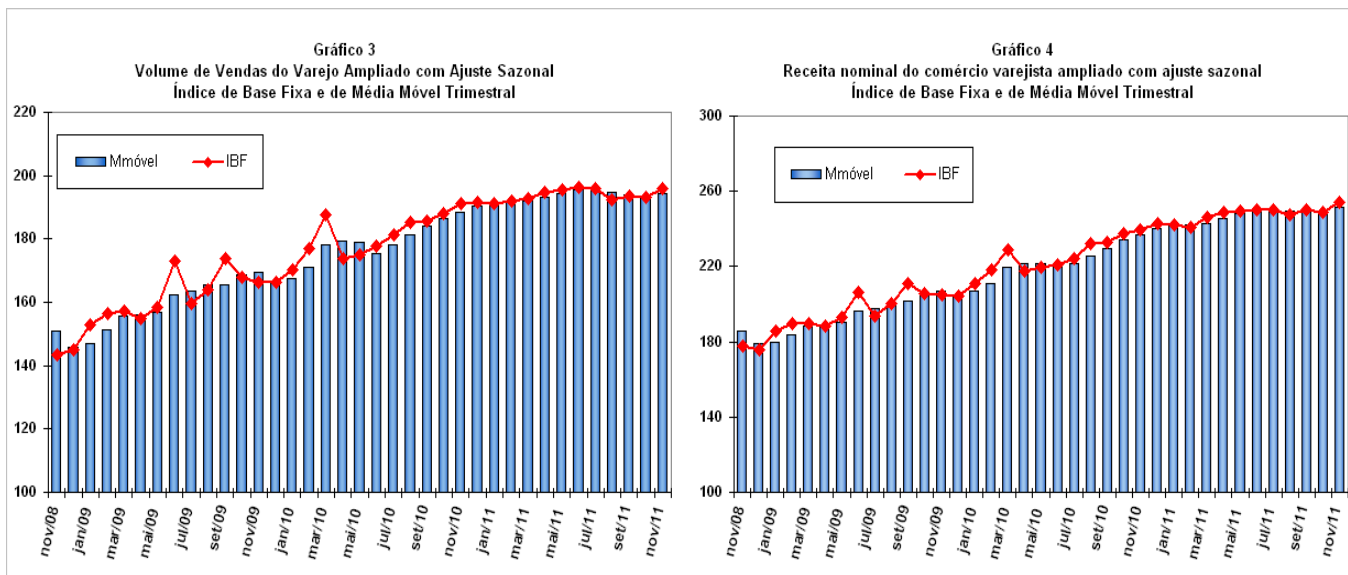
## COMENTÁRIOS

O **Comércio Varejista** do País apresentou em novembro resultados positivos sobre o mês anterior e na relação interanual. Na primeira comparação, as taxas, livres de influência sazonal, foram de 1,3% tanto para o volume como para a receita nominal de vendas. Em relação a novembro de 2010, as variações foram de 6,8% para o volume e de 10,9% para a receita. Em ambos os indicadores, os números apresentados indicam elevação diante das taxas observadas em outubro (gráficos 1 e 2, tabela 1). Os resultados acumulados do ano e dos últimos 12 meses registraram, respectivamente, taxas de 6,7% e 7,0% para o volume de vendas; e de 11,7% e 12,1% na receita nominal.

Quanto ao **Comércio Varejista Ampliado**, o crescimento sobre mês anterior, com ajuste sazonal, de 1,5% para volume de vendas e de 2,1% para a receita nominal, reverte o movimento negativo de outubro (gráficos 3 e 4, tabela 1), em decorrência das taxas positivas de *Veículos e motos, partes de peças*, na mesma comparação. Em termos de volume de vendas, o setor também registra resultado positivo em relação a novembro de 2010 (3,2%); com aumentos de 6,9% no acumulado do ano e de 7,7% no acumulado dos últimos 12 meses. Para os mesmos indicadores a receita nominal de vendas apresentou variações de 5,8%; 9,8%; e 10,8%, respectivamente.



Em relação ao mês anterior com ajuste sazonal, houve resultados positivos em nove das 10 atividades pesquisadas, com destaque para o segmento de *Livros, jornais, revistas e papelaria*, com taxa de 8,6%; seguido por *Equipamentos de escritório, informática e comunicação* (6,0%); *Veículos e motos, partes e peças* (4,6%); *Combustíveis e lubrificantes* (1,6%); *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo* (1,3%); *Material de construção* (1,3%); *Outros artigos de uso pessoal e doméstico* (1,2%); *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos* (1,0%); e *Móveis e eletrodomésticos* (0,3%). O único resultado negativo ocorreu em *Tecidos, vestuário e calçados* (-0,5%) - Tabela 1.



## RESULTADOS SETORIAIS

Os números do **Comércio Varejista** do País, obtidos nos onze primeiros meses do ano, evidenciam uma mudança de patamar de crescimento do setor em 2011. A taxa acumulada de 12 meses até novembro, da ordem de 7,0%, é inferior a de novembro de 2010, de 10,8%. No **Comércio Varejista Ampliado** a desaceleração foi ainda maior, com a taxa de variação regredindo de 12,1% para 7,7%, no mesmo período. As medidas macroprudenciais emitidas ao final do ano passado, que culminaram na menor oferta de crédito e elevação das taxas de juros de mercado, bem como as expectativas quanto aos efeitos da crise financeira europeia sobre a economia brasileira, estão na raiz desta redução de ritmo de crescimento. Além destes fatores, também tiveram importância na determinação do resultado do varejo este ano o comportamento dos preços e evolução da massa real de salários da economia, como ressaltado nos comentários a seguir:

Na comparação interanual, todas as oito atividades pesquisadas do **comércio varejista** obtiveram acréscimo no volume de vendas, listadas a seguir pela ordem de importância na composição da taxa do setor.

A atividade de *Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*, com crescimento de 6,3% em relação a novembro de 2010, volta a exercer o principal impacto (42%) na formação da taxa do varejo (Tabela 3). Embora com aumento no ritmo de vendas este mês, com a taxa mais que dobrando em comparação a de outubro (2,3%), a atividade ainda mantém nível de desempenho abaixo da média geral, de 6,8%. Nos resultados acumulados, as variações foram de 4,0% para os onze primeiros meses do ano e de 4,2% para os últimos 12 meses. Estes resultados também estão abaixo daqueles obtidos pelo **comércio varejista**, a despeito do arrefecimento dos índices de preços dos alimentos em 2011, cuja taxa acumulada em 12 meses regrediu dos 10,7% em novembro de 2010 para 5,3% em novembro de 2011. Esta última abaixo do índice geral de preços (6,6%), de acordo com o IPCA.

A atividade de *Móveis e eletrodomésticos*, com crescimento de 12,3% sobre novembro de 2010, exerceu a segunda maior influência na formação do resultado do varejo (34%), perdendo, portanto, a liderança na composição da taxa do setor, depois de seis meses nesta posição. No acumulado dos onze primeiros meses, com relação a igual período de 2010, o segmento apresenta aumento no volume de vendas da ordem de 16,8%, e no acumulado dos últimos 12 meses, variação de 16,9%, o que configura o segundo maior desempenho setorial em 2011 (Tabela 1) e muito próximo do de 2010. Foi importante para este crescimento, diante de uma conjuntura de restrições ao crédito, o comportamento positivo da massa de rendimentos, da ordem 2,2% sobre novembro de 2010, no que se refere ao rendimento médio real habitual dos ocupados, segundo a PME; queda de preços dos eletroeletrônicos (-4,0% em 12 meses); e a expansão da demanda por estes produtos, promovida pelo aumento da formalização do mercado de trabalho.

A atividade de *Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação* exerceu o terceiro maior impacto positivo na formação da taxa do varejo, com seus 28,8% de crescimento em relação a novembro de 2010. Em termos de resultados acumulados, trata-se da atividade com o maior patamar de crescimento até agora em 2011, com 17,6% na relação janeiro-novembro11/janeiro-novembro10 e 18,6% no acumulado dos últimos 12 meses. Aumento de renda; programas de inserção digital; e redução de preços são os principais fatores explicativos deste desempenho. Quanto ao fator preço, vale destacar que somente microcomputador teve diminuição da ordem de 12,1% no acumulado de 12 meses, segundo o IPCA.

**TABELA 1**  
**BRASIL - INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO**  
**SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2011**

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (*)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	SET	OUT	NOV	SET	OUT	NOV	NO ANO	12 MESES
<b>COMÉRCIO VAREJISTA (**)</b>	0,5	0,0	1,3	5,2	4,2	6,8	6,7	7,0
1 - Combustíveis e lubrificantes	-1,1	0,7	1,6	-1,2	-0,6	1,4	1,7	2,1
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	0,2	0,0	1,3	3,5	2,3	6,3	4,0	4,2
2.1 - Super e hipermercados	0,3	0,0	1,3	3,6	2,3	6,3	4,0	4,2
3 - Tecidos, vest. e calçados	1,4	-1,0	-0,5	0,7	-2,2	0,4	4,1	5,0
4 - Móveis e eletrodomésticos	1,3	0,8	0,3	16,0	13,1	12,3	16,8	16,9
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	2,8	-2,1	1,0	10,9	7,5	8,6	10,0	10,4
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-4,1	4,4	6,0	7,6	28,8	28,8	17,6	18,6
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-1,1	2,9	8,6	2,7	4,4	5,5	7,0	9,0
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	0,0	-0,1	1,2	-0,1	0,5	2,5	4,1	4,8
<b>COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)</b>	0,7	-0,3	1,5	4,7	1,6	3,2	6,9	7,7
9 - Veículos e motos, partes e peças	1,5	-2,6	4,6	3,6	-3,8	-2,9	6,9	8,4
10- Material de Construção	0,7	0,1	1,3	6,5	6,8	6,0	9,5	10,0

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

O segmento de *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos*; com 8,6% de variação no volume de vendas na relação novembro11/novembro10 teve a quarta maior contribuição à taxa geral do **comércio varejista**. Com expansão da ordem de 10,0% no acumulado de janeiro a novembro, sobre igual período de 2010, e de 10,4% no acumulado de 12 meses. Com estes resultados a atividade continua mantendo um ritmo de crescimento acima da média. O que pode ser justificado tanto pelo crescimento da massa real de salários como pelo caráter de uso essencial de seus produtos.

A atividade de *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*, que engloba segmentos como lojas de departamentos, ótica, joalheria, artigos esportivos, brinquedos etc., com variação de 2,5% no volume de vendas em relação a novembro de 2010, exerceu o quinto maior impacto na formação da taxa do varejo. Em termos acumulados, a taxa para os primeiros onze meses do ano foi de 4,1% e para os últimos 12 meses, de 4,8%. Mesmo com as condições favoráveis da massa de salários, este segmento vem perdendo ímpeto nos seus níveis de crescimento se comparado com o desempenho de 2010, quando obteve uma expansão de 9,1%.

TABELA 2  
BRASIL - INDICADORES DA RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO  
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2011

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (*)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	SET	OUT	NOV	SET	OUT	NOV	NO ANO	12 MESES
<b>COMÉRCIO VAREJISTA (**)</b>	1,0	0,1	1,3	11,0	8,8	10,9	11,7	12,1
1 - Combustíveis e lubrificantes	-0,4	-0,3	1,1	8,5	7,5	8,2	9,6	9,5
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	0,8	-0,1	2,2	12,2	9,4	12,6	11,6	12,0
2.1 - Super e hipermercados	0,8	-0,2	2,2	12,2	9,4	12,7	11,5	11,8
3 - Tecidos, vest. e calçados	2,1	-0,7	-0,3	10,4	6,9	8,7	12,4	13,1
4 - Móveis e eletrodomésticos	0,7	0,1	0,5	11,8	8,6	9,1	13,4	13,9
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	2,0	-0,9	1,8	15,2	12,4	13,6	14,4	14,7
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-4,7	2,8	5,0	-8,4	10,1	11,3	1,4	2,5
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-0,6	3,4	9,4	8,2	10,4	11,3	11,8	13,6
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,5	0,3	1,5	6,6	6,7	8,3	10,4	11,2
<b>COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)</b>	1,1	-0,5	2,1	8,0	4,6	5,8	9,8	10,6
9 - Veículos e motos, partes e peças	1,7	-3,2	4,4	2,1	-5,0	-4,3	5,3	6,9
10- Material de Construção	0,9	0,2	1,4	9,8	9,9	8,6	13,5	14,1

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

A sexta maior contribuição ao aumento do volume de vendas do **varejo**, na relação novembro11/novembro10, veio de *Combustíveis e lubrificantes*, que cresceu 1,4% com relação a novembro de 2010, depois de dois meses de variações negativas. A diminuição no ritmo de crescimento dos preços de combustíveis nos últimos meses justifica este resultado. Em termos de desempenho acumulado, as taxas foram de 1,7% para o período janeiro-novembro e de 2,1% para os últimos 12 meses. Este comportamento, bem abaixo da média global, deveu-se principalmente ao aumento dos preços dos combustíveis no primeiro semestre de 2011, período em que acumulou variação de 10,7%, segundo o IPCA.

Os 5,5% de expansão no comércio de *Livros, jornais, revistas e papelaria* tiveram reduzido impacto na formação da taxa geral **Comércio varejista** (responsável apenas por 1%). No acumulado do ano e dos últimos 12 meses a atividade assinala, respectivamente, taxas de 7,0% e 9,0%. O desempenho positivo da renda em 2011 e a diversificação na linha de produtos comercializados, principalmente pelas grandes redes de livrarias e papelarias, justificam estes resultados.

No agregado do **Comércio varejista**, a menor variação em termos de volume de vendas ocorreu em *Tecidos, vestuário e calçados*, com 0,4% de variação em relação a novembro de 2010. Em termos de desempenho acumulado, a atividade registra taxas de 4,1% na relação janeiro-novembro11/janeiro-novembro10 e de 5,0% no acumulado dos últimos 12 meses. O aumento de preço de vestuário é um dos fatores que vêm inibindo as vendas do segmento. Segundo o IPCA, enquanto o índice geral de preços acumulou em 12 meses taxa 6,6%, o subgrupo vestuário acumulou aumento de 8,8%.

**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(%)
<b>Taxa Global</b>	<b>6,8</b>	<b>6,8</b>	<b>100,0</b>	<b>3,2</b>	<b>3,2</b>	<b>100,00</b>
Combustíveis e lubrificantes	1,4	0,1	1,9	1,4	0,1	2,2
Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	6,3	2,9	42,4	6,3	1,7	51,9
Tecidos, vestuário e calçados	0,4	0,0	0,3	0,4	0,0	0,3
Móveis e eletrodomésticos	12,3	2,3	34,2	12,3	1,3	41,9
Artigos farmacêuticos, médicos, ortop. e de perfumaria	8,6	0,5	7,7	8,6	0,3	9,4
Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	28,8	0,7	9,7	28,8	0,4	11,9
Livros, jornais, revistas e papelaria	5,5	0,0	0,6	5,5	0,0	0,6
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,5	0,2	3,2	2,5	0,1	3,8
Veículos e motos, partes e peças	-	-	-	-2,9	-1,0	-32,5
Material de construção	-	-	-	6,0	0,3	10,6

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**, que registrou variação no volume de vendas da ordem de 3,2% em relação a novembro de 2010, vem tendo seu desempenho afetado pela redução de ritmo das vendas do segmento de *Veículos, motos, partes e peças*, que assinala pelo segundo mês consecutivo variação negativa. Este mês a queda de foi de -2,9% sobre novembro do ano passado, comportamento atribuído basicamente às medidas de política econômica de restrição ao crédito. No acumulado dos onze primeiros meses do ano a atividade registrou taxa de 6,9%, e nos últimos 12 meses, de 8,4%.

Quanto à *Material de Construção*, as variações foram de 6,0% sobre igual mês do ano anterior, de 9,5% no acumulado do ano, e de 10,0% nos últimos 12 meses. Este desempenho se deve ao aumento da oferta de crédito para o setor habitacional, cujo saldo em 12 meses até novembro cresceu 46,2%, segundo o Banco Central.

## RESULTADOS REGIONAIS

Tomando-se por base o volume de vendas do **Comércio Varejista**, os resultados de novembro por Unidades da Federação mostram o seguinte quadro, no que se refere ao indicador mês/mês anterior com ajustamento sazonal: 25 estados como variações positivas e apenas dois assinalando queda. Os principais acréscimos ocorreram no Maranhão (6,4%), Acre (6,3%), Mato Grosso (5,8%); Tocantins (4,0%), e Piauí (4,0). Os únicos resultados negativos ocorreram no Ceará (-1,7%) e Amapá (-0,4%).

Já na relação novembro11/novembro10 (sem ajustamento) todas as Unidades da Federação registraram crescimento, destacando-se com as maiores variações: Tocantins (20,9%), Roraima (17,5%), Paraíba (13,1%); Maranhão (11,8%); e Paraná (11,6%) - Gráfico 5. Quanto à participação na composição da taxa do **Comércio Varejista**, os destaques foram, pela ordem, São Paulo (6,3%); Minas Gerais (10,4%); Rio de Janeiro (6,0%); Paraná (11,6%), e Rio Grande do Sul (6,6%).

Quanto ao volume de vendas do **varejo ampliado**, ainda na comparação com novembro de 2010, vinte e um estados apresentaram resultados positivos, com as maiores taxas ocorrendo em Tocantins (16,4%); Roraima (7,5%); Amazonas (7,1%); Paraná (6,4%) e Paraíba (6,0%). Já as principais quedas ocorreram em Amapá (-12,5%); Alagoas (-3,8%); e Sergipe (-2,9%). Em termos de contribuição para o resultado positivo do setor, os destaques foram São Paulo (3,6%); Minas Gerais (5,7%); Paraná (6,4%); Rio de Janeiro (3,1%); e Santa Catarina (4,7%).

**Gráfico 5**  
**Taxas Mensais regionalizadas do volume de vendas do Varejo ordenadas**  
**segundo posicionamento em relação à média nacional**

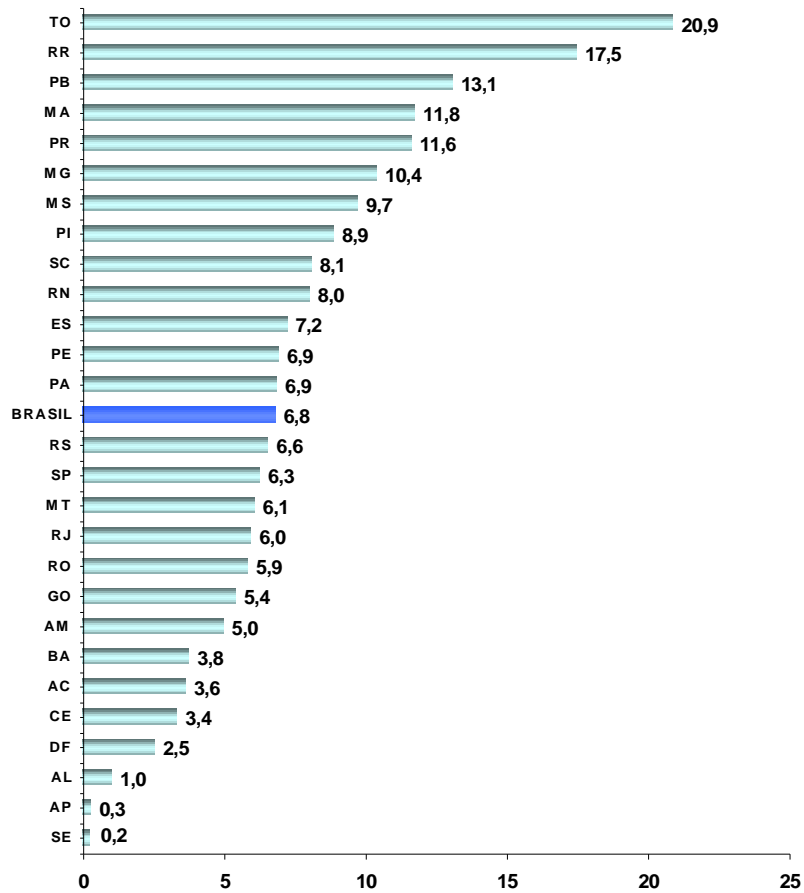


Gráfico 6 - Evolução do volume de vendas do Comércio varejista segundo os índices Mensal e Acumulado dos últimos 12 meses

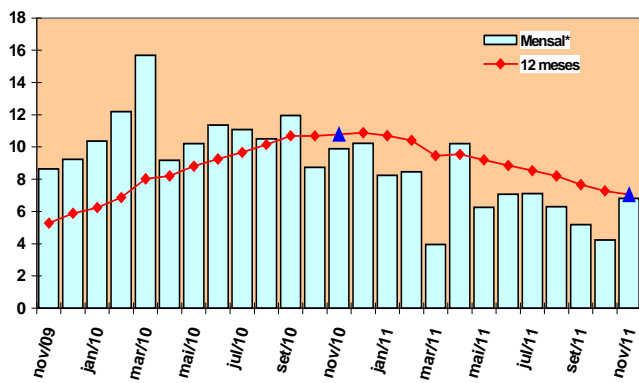


Gráfico 7 - Evolução do volume de vendas de Combustíveis e Lubrificantes segundo os índices Mensais e Acumulado de 12 meses

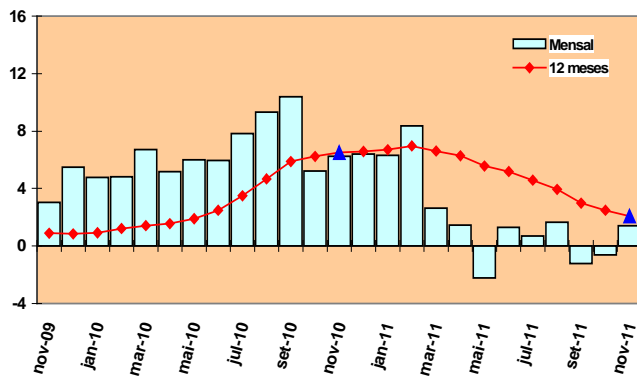


Gráfico 8 - Evolução do volume de vendas de Hiper e Supermercados, Alim., Bebidas e Fumo, segundo os índices Mensais e Acum. de 12 meses.

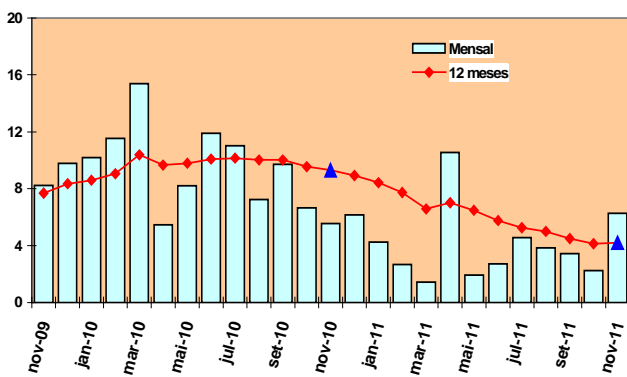


Gráfico 9 - Evolução do volume de vendas de Tecidos, Vestuário e Calçados, segundo os índices Mensal e Acumulado de 12 meses

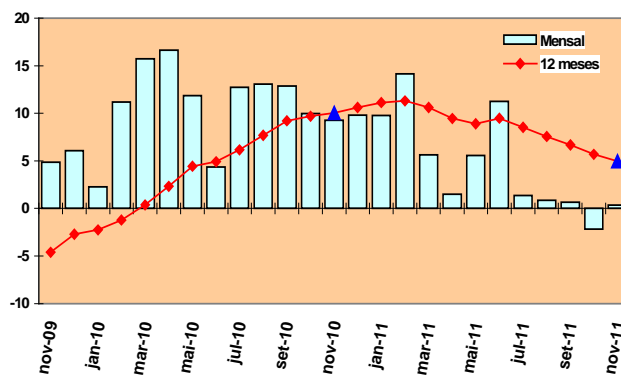


Gráfico 10 - Evolução do volume de vendas de Móveis e Eletrodomésticos, segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses

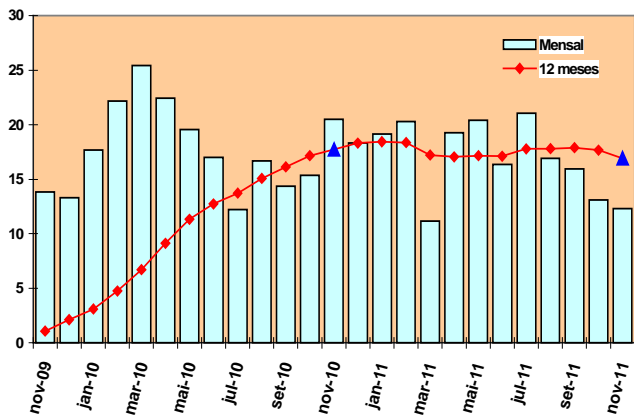


Gráfico 11 - Evolução do volume de vendas de Prods. Farm., Méd., Orto. e de Perf., segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses

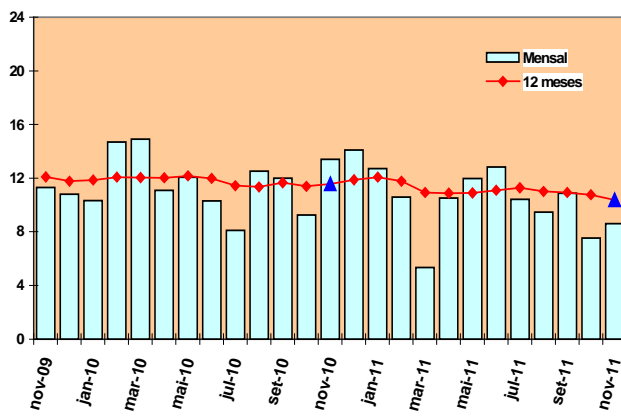


Gráfico 12 - Evolução do volume de vendas de Equip. de Escritório, info e com., segundo os índices mensais e acumulado de 12 meses

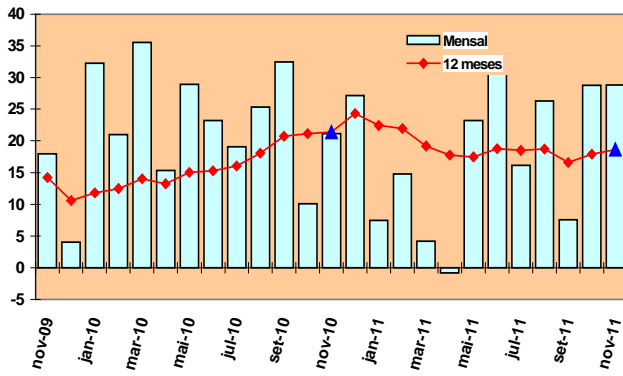


Gráfico 13 - Evolução do volume de vendas de Livros, Jornais, Revistas e Papelaria, segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses

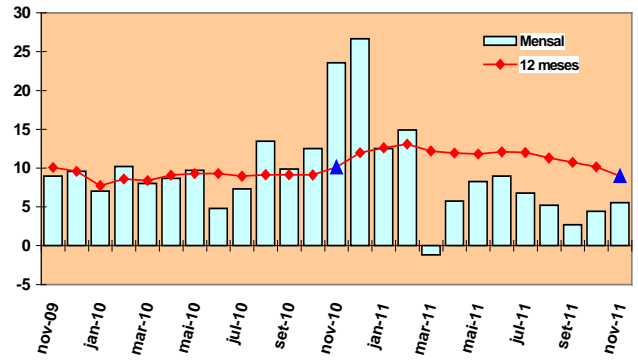


Gráfico 14 - Evolução do volume de vendas de Outros Arts. de Uso pessoal e Dom., segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses

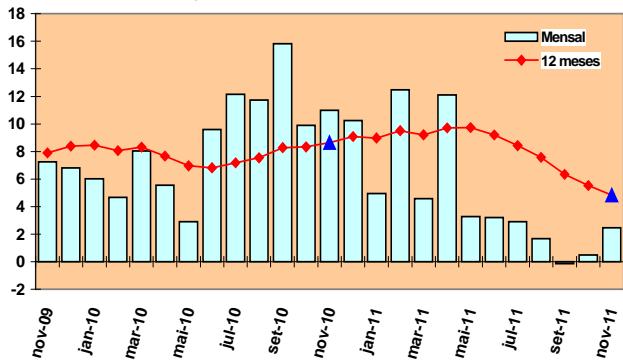


Gráfico 15 - Evolução do volume de vendas de Veículos e motos, partes e peças, segundo os índices Mensal e Acum. de 12 meses

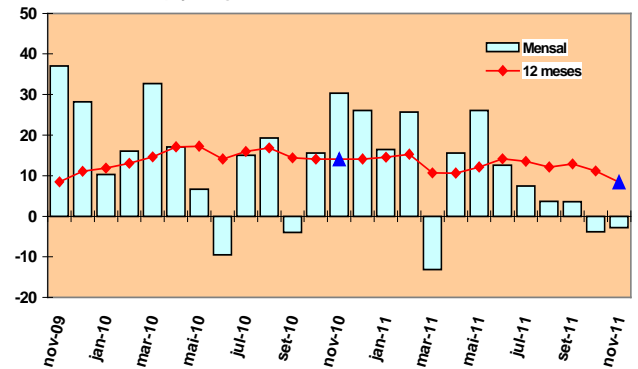
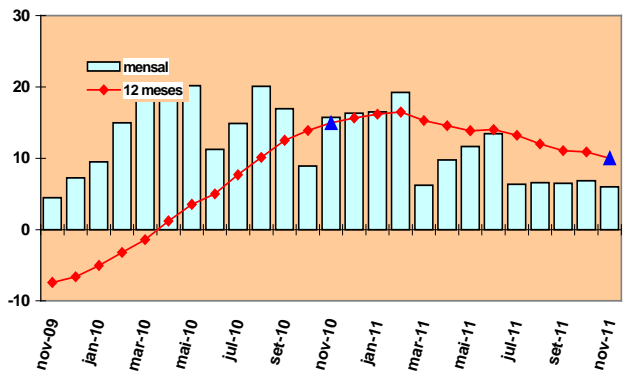


Gráfico 16 - Evolução do volume de vendas de Material de Construção, segundo os índices Mensal e Acumulado de 12 meses



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio  
 (\*) Relação mês t/mês t-12