TERMÔMETRO DE VENDAS
Fevereiro/2016

Elaborado: Economia - Pesquisa & Mercado

Equipe Técnica: Economista – Ana Pala Bastos
Estatística - Sarah Ribeiro
Analista Economia - André Correia
Técnico em Pesquisa - Amanda Santos

Abril/2016

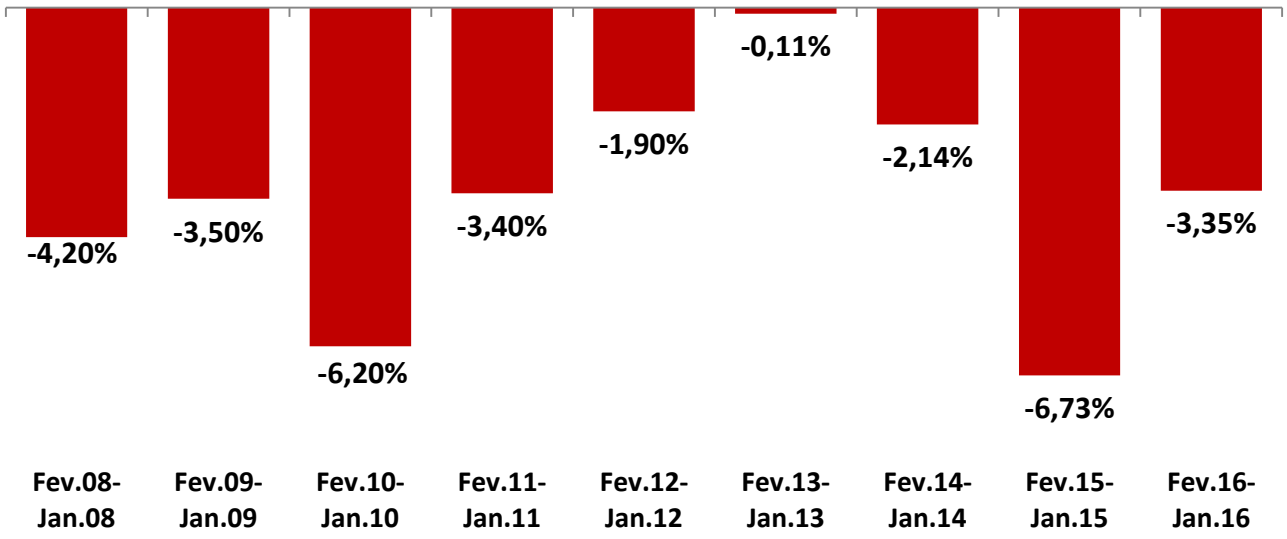
CDL/BH - Gerência de Pesquisa & Mercado - Setor Pesquisa e Desenvolvimento
CONTATO: (31) 3249-1619- economia@cdlbh.com.br

COMÉRCIO VAREJISTA: DESEMPENHO EM FEVEREIRO/16

BASE I: Mês Imediatamente Anterior (Fev.16/ Jan.16)

O índice real de vendas apresentou na comparação com o mês imediatamente anterior, **uma queda de -3,35%**. A queda no volume de vendas em fevereiro é um reflexo do aumento da taxa de desocupação (Fev.16 era de 7,2% e Jan.16 6,9%, segundo o IBGE) do maior comprometimento da renda dos consumidores devido aos compromissos de início de ano e às pressões inflacionárias que ocasiona uma queda da renda real dos consumidores. Há de se considerar também que em fevereiro contou com menor número de dias úteis devido ao Carnaval.

Gráfico 1: Evolução das vendas na comparação com "mês imediatamente anterior"

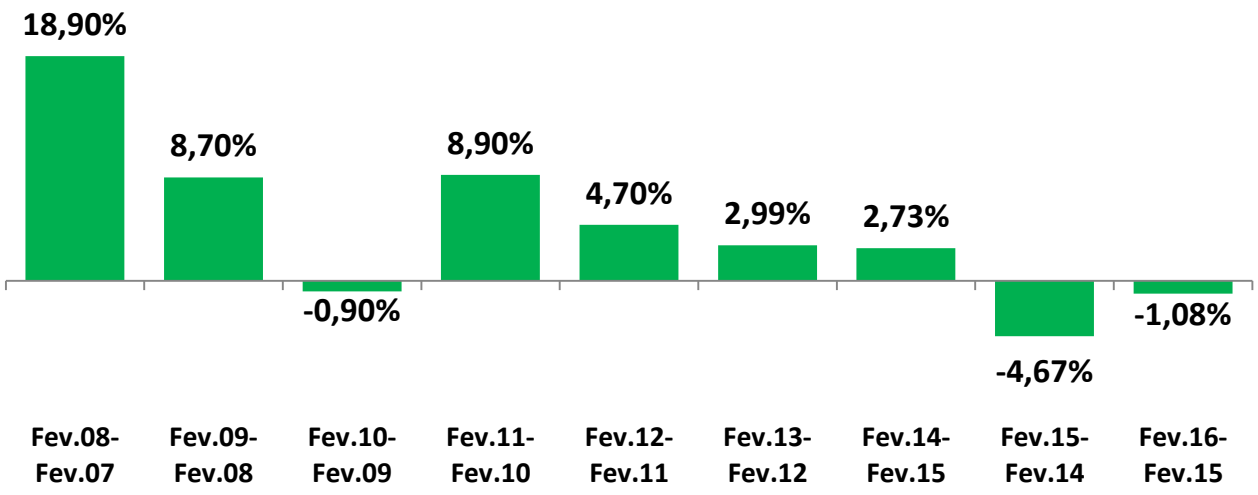


Fonte: CDL/BH – Pesquisa & Mercado – Setor: Pesquisa e Desenvolvimento

BASE II: Mesmo Mês do Ano Anterior (Fev.16/Fev.15)

Na comparação com o mesmo mês do ano anterior, o mês de outubro apresentou **queda de -1,08%.** A queda reflete a menor atividade no cenário macroeconômico. Com um cenário mais adverso este ano em relação ao mesmo mês do ano passado, com juros maiores (Selic em Fev.15 era de 12,25%, já em Fev.16 14,25%), aumento do índice de desocupação (Fev.15 era de 4,9% e no mesmo mês deste ano foi de 7,2%, segundo o IBGE), queda da renda real (Fev.16/ Fev.15 de -6,76%, segundo o IBGE) e alta da inflação (IPCA 12 meses 10,36%), são fatores que além de ter um impacto psicológico negativo nos consumidores, tem um impacto econômico direto, pois com um aumento dos juros as instituições financeiras bem como o varejo diminuiu a oferta de crédito o que impacta nas vendas de bens de maior valor agregado que tradicionalmente estão ligados ao financiamento. Além disso, com o aumento no custo de vida, devido à inflação e perda na renda e desemprego, os consumidores estão cada vez mais sendo pressionados a diminuírem seu consumo para manterem as contas básicas da casa.

Gráfico 2: Evolução das vendas na comparação com "mês ano anterior"

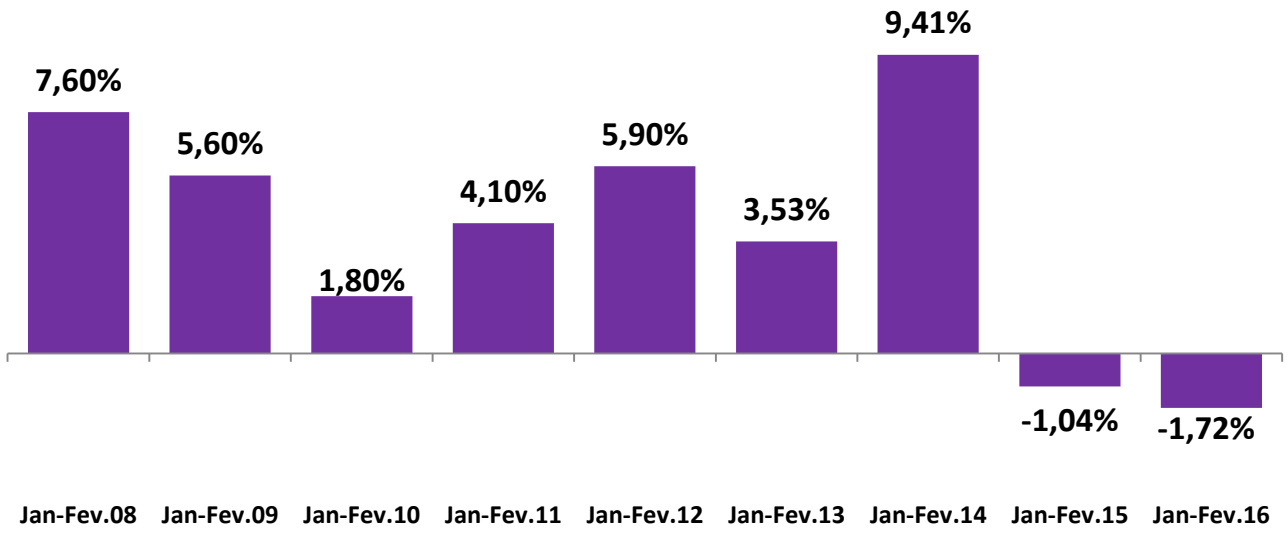


Fonte: CDL/BH – Pesquisa & Mercado – Setor: Pesquisa e Desenvolvimento

BASE III: Igual Período do Ano Anterior (Jan.16-Fev.16)/(Jan.15-Fev.15)

No acumulado do ano, as vendas apresentaram um decréscimo de **-1,72%.** A queda é reflexo, do aumento da taxa desocupação, alta dos juros, inflação alta e perda na renda real. Nesse sentido, menos pessoas dispõem de renda livre para consumo, pois seus orçamentos já estão comprometidos com os custos básicos, e preferem ficar mais cautelosos quanto ao consumo considerado supérfluo, para evitar dívidas que futuramente não possam pagar.

Gráfico 3: Evolução das vendas na comparação com "acumulado do ano"



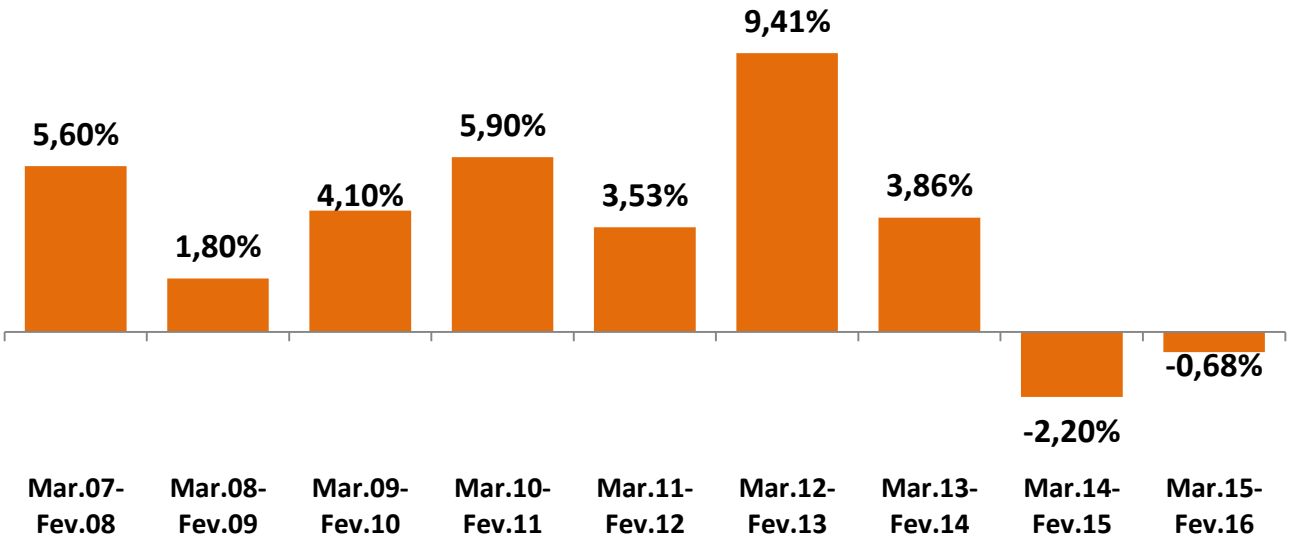
Fonte: CDL/BH – Pesquisa & Mercado – Setor: Pesquisa e Desenvolvimento

BASE IV: Últimos Doze Meses (Mar.15-Fev.16/Mar.14-Fev.15)

Nos últimos doze meses o varejo acumula **queda de -0,68%**. Esse resultado é fruto do cenário econômico adverso que enfrentamos durante todo ano de 2015, com os juros altos, taxa de desemprego elevada e inflação alta. De acordo com o gráfico 03 este índice tem apresentado sucessivas reduções de seu valor, demonstrando uma diminuição na intensidade da atividade comercial em Belo Horizonte.

Entraves políticos vêm impedindo a formação de um plano consistente por parte do governo federal de crescimento no longo prazo. O que acaba por impactar negativamente na confiança dos empresários e consumidores. O primeiro adia seu investimento produtivo (que gera emprego e renda) com "medo" de comprometer seu capital e atividade econômica não aquecer. O segundo não consome devido ao receio de perder o emprego e ainda ficar endividado. Para comprovar isso o índice de desemprego na capital mineira vem apresentando alta durante todo ano de 2015 e início de 2016 e a renda média real apresentando queda devido à alta da inflação, nos últimos doze meses o IPCA já acumula uma alta de 10,36%. Nesse sentido, menos pessoas dispõem de renda livre para consumo, pois seus orçamentos já estão comprometidos com os custos básicos, e preferem ficar mais cautelosas quanto ao consumo considerado supérfluo, para evitar dívidas que futuramente não possam pagar. A tendência das vendas para os próximos meses é ser menos aquecida. Sem indícios de recuperação da economia, os consumidores vão continuar mais cautelosos e sem se comprometer com compras principalmente a prazo.

Gráfico 4: Evolução das vendas na comparação com "últimos 12 meses"



Fonte: CDL/BH – Pesquisa & Mercado – Setor: Pesquisa e Desenvolvimento

HISTÓRICO

Ano	Mês imediatamente anterior	Mês ano anterior	Acumulado ano	Últimos 12 meses
2008	-4,20%	18,90%	7,60%	5,60%
2009	-3,50%	8,70%	5,60%	1,80%
2010	-6,20%	-0,90%	1,80%	4,10%
2011	-3,40%	8,90%	4,10%	5,90%
2012	-1,90%	4,70%	5,90%	3,53%
2013	-0,11%	2,99%	3,53%	9,41%
2014	-2,14%	2,73%	9,41%	3,86%
2015	-6,73%	-4,67%	-1,04%	-2,20%
2016	**-3,35%**	**-1,08%**	**-1,72%**	**-0,68%**

Fonte: CDL/BH – Pesquisa & Mercado – Setor: Pesquisa e Desenvolvimento.