

# TERMÔMETRO DE VENDAS

## Março/2016

**Elaborado: Economia - Pesquisa & Mercado**

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

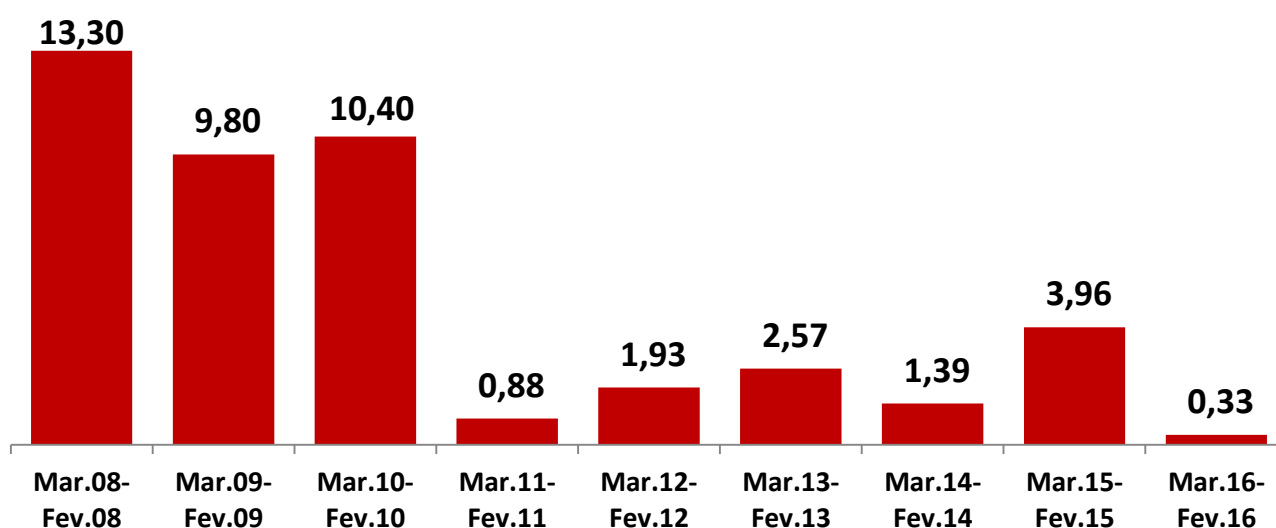
Maio/2016

## COMÉRCIO VAREJISTA: DESEMPENHO EM MARÇO/16

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

O índice real de vendas apresentou, na comparação com o mês imediatamente anterior, **um crescimento de 0,33%**. Este crescimento deve-se não a uma aceleração da atividade econômica, mas ao fato de fevereiro ter sido uma base fraca de comparação por contar com um número menor de dias úteis (março com 22 dias úteis e fevereiro 19 dias). Além disso, o resultado do mês de fevereiro foi impactado pelo feriado do carnaval.

**Gráfico 1 – Desempenho Vendas Comércio BH – Base Mensal**

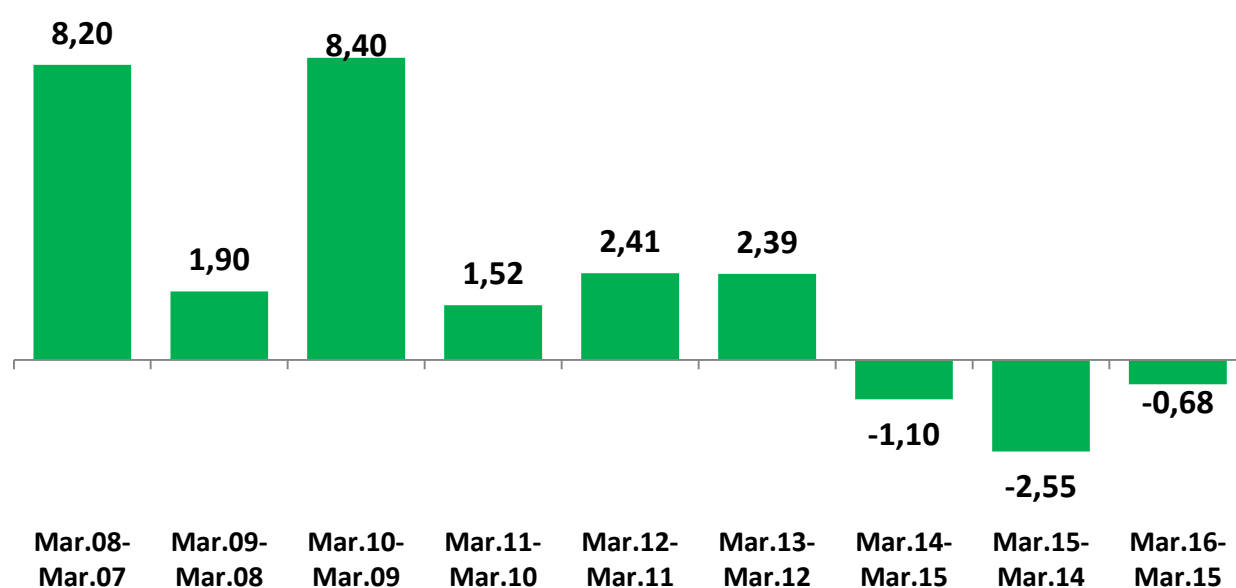


FONTE: Setor de Pesquisa, Economia e Mercado – CDL/BH

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

Na comparação com o mesmo mês do ano anterior, março apresentou **uma queda de -0,68%**. Novamente observa-se nesta base de comparação o efeito negativo da desaceleração da atividade econômica, do aumento da inflação e da taxa de juros sobre o nível de consumo, e, por conseguinte, das vendas. Em março, o IPCA (medida de inflação oficial no país) atingiu variação de 0,43% (mar.15 1,30%), mesmo que tenha apresentado um arrefecimento em relação o ano anterior à inflação ainda está alta nos últimos doze meses já acumulou uma elevação de 9,39%. Isto representa uma redução do poder de compra das famílias, impactando negativamente nas vendas. Já a taxa básica de juros também constitui um fator desfavorável ao consumo tendo em vista o custo de se obter crédito torna-se maior.

**Gráfico 2 – Desempenho Vendas Comércio BH – Base Anual**

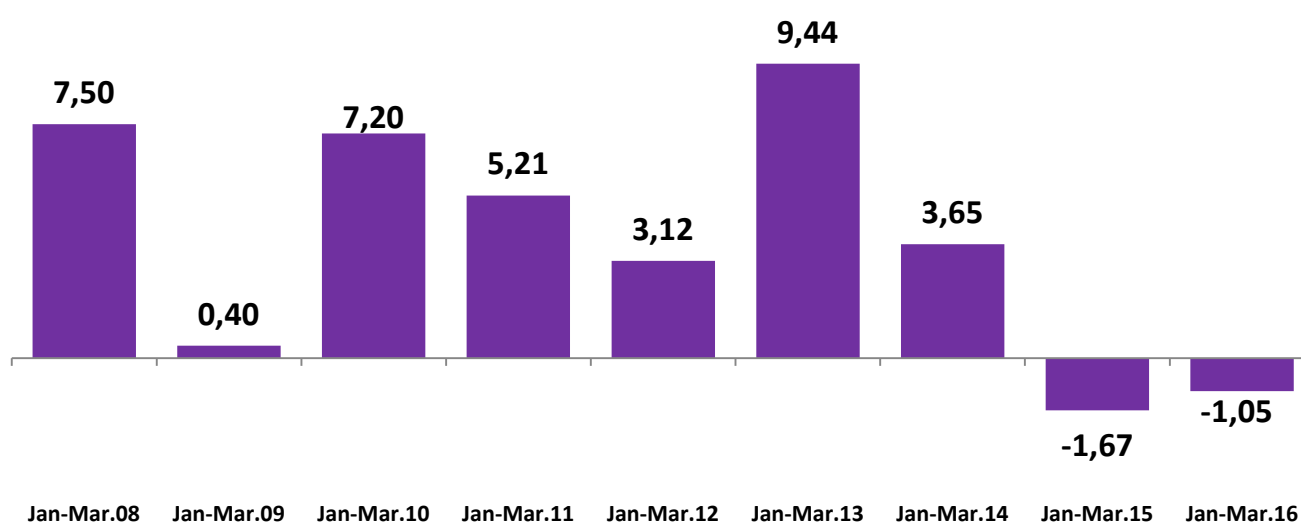


FONTE: Setor de Pesquisa, Economia e Mercado – CDL/BH

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

No acumulado do ano o varejo acumula **queda de -1,05%**. Esse decréscimo no trimestre é fruto da menor atividade no cenário macroeconômico. Com um cenário mais adverso este ano em relação ao mesmo período do ano passado, com juros altos (Selic em Mar/16 era de 14,25%, já em Mar/15 12,75%), aumento do índice de desocupação (houve aumento, em março de 2016, na proporção de pessoas deligadas em relação ao total de trabalhadores, em comparação a março de 2015, de 5,88%, segundo CAGED.), queda da renda real e alta da inflação, 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 aliado a perda na renda e ao desemprego, vem fazendo os consumidores diminuírem seu consumo para manterem as contas básicas de casa quitadas adiando as decisões de consumo.

**Gráfico 3 – Desempenho Vendas Comércio BH – Base Acumulado do Ano**

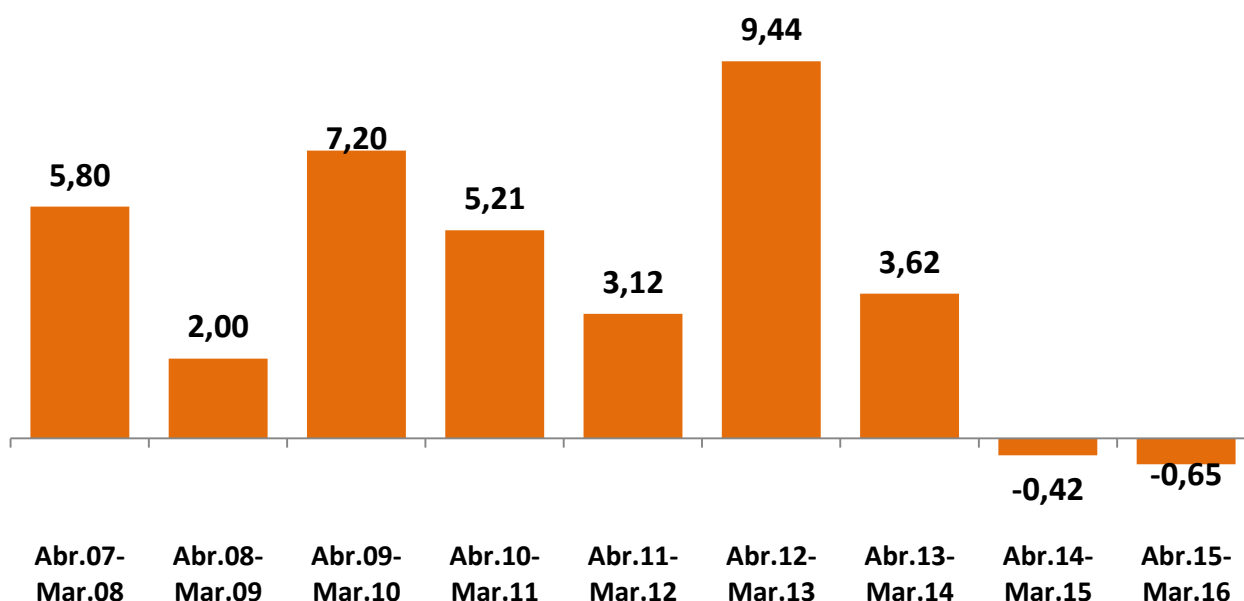


**FONTE: Setor de Pesquisa, Economia e Mercado – CDL/BH**

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

No acumulado de 12 meses, o varejo apresentou queda **de -0,65%**. Este índice tem apresentado sucessivas reduções de seu valor, conforme visualizado no gráfico abaixo, demonstrando uma diminuição na intensidade da atividade comercial em Belo Horizonte. O índice de desemprego na capital mineira apresentou alta a renda média real apresentou queda. 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. A tendência das vendas para os próximos meses é de repetição do cenário mais desaquecido visto em 2015. 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: Setor de Pesquisa, Economia e Mercado – CDL/BH**

Mês/Ano	Síntese dos resultados (%)			
	Mar/Fev	Mar/Mar	Acumulado do ano	Últimos 12 meses
2008	+13,3	+8,2	+7,5	5,80
2009	+9,8	+1,9	+0,4	2,00
2010	+10,4	+8,4	+7,2	7,20
2011	+0,88	+1,52	+5,21	5,21
2012	+1,93	+2,41	+3,12	3,12
2013	+2,57	+2,39	+9,44	9,44
2014	+1,39	-1,10	+3,65	3,62
2015	+3,96	-2,55	-1,67	-0,42
<b>2016</b>	<b>+0,33</b>	<b>-0,68</b>	<b>-1,05</b>	<b>-0,65</b>

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

#### Síntese dos resultados por setores

	Mês anterior	Mês ano anterior	Acumulado ano	Acumulado 12 meses
Drogarias, Perfumes e Cosméticos.	1,11%	-0,17%	0,12%	2,81%
Tecidos, Vestuário, Armarinho e Calçados	-0,26%	-1,73%	-1,83%	-0,94%
Máquinas, eletrodomésticos, móveis e louças	-0,42%	0,37%	-0,04%	-1,23%
Ferragens, Material Elétrico e de Construção	1,52%	1,27%	-0,15%	-0,99%
Veículos Novo e Usados - Peças	-0,23%	-1,37%	-1,43%	-1,48%
Papelaria e Livrarias	1,13%	0,39%	-0,05%	-0,52%
Supermercados e produtos alimentícios	2,22%	0,71%	0,06%	-0,56%
Artigos Diversos	0,19%	0,90%	3,53%	0,88%

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