



Incertezas da economia não impedem crescimento do varejo

Pontos a destacar

As vendas do comércio da Região Metropolitana do Recife (RMR) cresceram 12,64% em fevereiro, na comparação com igual mês no ano passado. Se retiradas as concessionárias de veículos a variação do índice cai para pouco menos de 10%, um resultado ainda muito bom. No acumulado dos dois primeiros meses do ano o aumento foi de 10,05% para o comércio em geral e 7,33% sem as vendas de veículos, indicando que continua nítida, embora um pouco amortecida, a trajetória de crescimento das vendas. No entanto, deve ser considerado que o carnaval de 2010 ocorreu em fevereiro e o de 2011 em março e como as vendas da maioria dos ramos pesquisados são afetados negativamente pelo carnaval, uma parte do forte crescimento registrado em fevereiro do ano corrente pode ter decorrido de um efeito calendário.

Em relação a janeiro registrou-se queda no faturamento, na massa salarial e no emprego. Essa queda, no entanto, reflete o fato que fevereiro teve três dias úteis a menos e também havendo uma componente sazonal, já que, para a maioria dos ramos se trata de um mês de retração nas vendas.

O segmento Comércio Automotivo teve desempenho destacado, em função de um aumento de quase 24% nas vendas das concessionárias de veículos, que a despeito das medidas de contenção do crédito continuaram a crescer, acumulando um incremento de 21% nos dois primeiros meses do ano. Os segmentos de Bens de Consumo Duráveis e Semiduráveis também apresentaram desempenho acima da média, crescendo ambos mais de 13%.

Merecem destaque as performances dos ramos de móveis/decorações, lojas de utilidades domésticas e materiais de construção, todos com bons resultados em fevereiro e no acumulado do ano. A explicação para este comportamento pode derivar do forte crescimento recente do mercado imobiliário, gerando demandas adicionais para os três ramos.

O comportamento da massa salarial e do emprego seguiu de perto o do faturamento, crescendo em relação a fevereiro do ano anterior e caindo na comparação com janeiro. A massa salarial aumentou mais de 10% quando confrontada com fevereiro e também no acumulado do ano. O nível de emprego mostra desempenho semelhante, mas o percentual de crescimento nas duas comparações reduz-se para pouco mais de 5%. Trata-se de resultados muito positivos, em ambos os casos.

PROGNÓSTICO

O aceleração da inflação acendeu um sinal de alerta que levou o novo governo a ensaiar medidas fiscais antiinflacionárias, centradas no controle dos gastos públicos. Por sua vez o Banco Central retomou uma trajetória de crescimento das taxas de juros e aprofundou as ações macroprudenciais, com vistas a manter a inflação abaixo do limite superior da meta em 2011 e, ao mesmo tempo, fazê-la convergir para o centro da meta inflacionária de 2012.

No entanto, a conjunção das políticas fiscal e monetária até agora praticadas não conseguiu evitar um processo lento, mas constante, de deterioração das expectativas, o que pode ser acompanhado semanalmente através do boletim Focus do Banco Central: em 25 de março a inflação prevista pelo mercado continuou a crescer, alcançando 6%, enquanto as previsões de crescimento do PIB continuam indo em sentido contrário e caíram para a média de 4%.

Apesar do aumento da incerteza provocado pelo fato do novo governo não ter ainda sido capaz de convencer o mercado da consistência de sua política econômica, mesmo as previsões mais pessimistas apontam para um crescimento do PIB nacional de mais de 3,5% em 2011. Rebatido para o espaço estadual levaria a um aumento da renda em Pernambuco no entorno de 5%, o que significa dizer que o pior resultado esperado ainda não é um mau resultado.

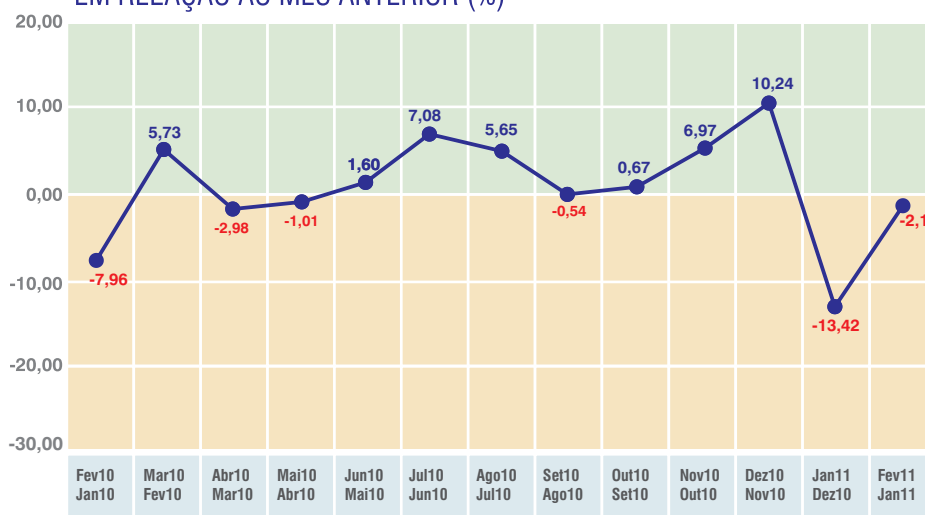
As previsões de crescimento do produto, a recuperação do crédito ao consumidor no primeiro trimestre deste ano, depois da retração ocorrida em janeiro, e os índices registrados nas vendas do varejo da RMR nos dois primeiros meses, quando já acumulou um crescimento de 10%, levam à manutenção de nosso prognóstico de incremento de 6% em 2011, em relação ao ano passado.

DADOS MENSAIS, ANUAIS E ACUMULADOS

DISCRIMINAÇÃO	FATURAMENTO REAL			MASSA SALARIAL			NÍVEL DE EMPREGO		
	fev/2011 jan/2011	fev/2011 fev/2010	jan-fev/2011 jan-fev/2010	fev/2011 jan/2011	fev/2011 fev/2010	jan-fev/2011 jan-fev/2010	fev/2011 jan/2011	fev/2011 fev/2010	jan-fev/2011 jan-fev/2010
COMÉRCIO EM GERAL	-2,17	12,64	10,05	-0,55	10,73	10,14	-0,80	5,27	5,29
COMÉRCIO EM GERAL (Exc. Conces.)	-5,72	9,63	7,33	-0,22	11,55	10,96	-0,76	4,70	4,67
BENS DE CONSUMO DURÁVEIS	-6,31	13,99	8,61	0,52	-1,26	-1,84	-0,14	0,24	-0,66
Móveis e Decorações	-1,22	29,81	24,98	2,06	8,33	7,12	1,02	6,35	5,58
Lojas de Utilidades Domésticas	-6,80	16,13	12,86	-2,96	5,51	4,11	-1,32	2,62	2,29
Cine-foto-som e Óticas	6,42	3,22	-2,50	1,71	-15,33	-16,95	-3,62	-9,43	-8,43
Informática	-10,01	11,40	3,88	3,19	-0,99	0,34	3,58	1,15	-2,11
BENS DE CONSUMO SEMIDURÁVEIS	-17,67	13,30	11,55	-2,28	9,98	9,79	-2,88	3,83	3,88
Vestuário / Tecidos	-5,52	9,51	7,31	-2,24	5,63	4,20	-0,79	0,54	1,42
Calçados	2,21	27,67	17,68	-4,33	16,48	20,00	-3,44	6,92	6,84
Livrarias e Papelarias	-31,56	10,11	12,18	1,84	10,19	7,30	-6,79	7,62	5,54
BENS DE CONSUMO NÃO DURÁVEIS	-0,20	4,79	3,55	-0,15	10,57	10,69	-0,30	6,20	7,73
Supermercados	-0,25	4,74	4,99	-0,68	13,36	13,80	-0,73	5,14	8,37
Farmácias e Perfumarias	3,25	-1,91	-3,36	1,25	16,93	14,32	1,48	3,43	2,90
Combustíveis	-0,69	6,00	3,73	-0,22	5,97	6,75	-0,55	8,35	9,04
COMÉRCIO AUTOMOTIVO	10,00	21,10	18,34	-2,70	2,61	2,20	-0,21	7,63	8,12
Concessionárias de Veículos	11,55	23,75	20,96	-3,81	3,02	2,55	-1,41	14,79	15,61
Autopeças e Acessórios	-1,77	2,18	0,66	0,19	1,61	1,33	1,35	-0,28	-0,21
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO	-2,88	12,22	9,07	1,20	23,62	21,95	0,31	7,84	7,01

Variação percentual entre o mês atual e o mês anterior

VARIAÇÃO DO FATURAMENTO REAL NO COMÉRCIO VAREJISTA DA RMR EM RELAÇÃO AO MÊS ANTERIOR (%)



Em fevereiro de 2011, o faturamento real do comércio varejista da Região Metropolitana do Recife apresentou um declínio de 2,17% frente a janeiro, evidenciando um movimento sazonal dos primeiros dois meses do ano. A exceção do Comércio Automotivo (10,00%) os demais segmentos pesquisados pela Fecomércio-PE acusaram recuo nas vendas, de forma mais intensa no comércio de Bens Semiduráveis (-17,67%) e Duráveis (6,31%). No entanto, quando se analisa sob a perspectiva dos ramos observa-se a existência de taxas positivas em cine foto-som/ópticas (6,42%), calçados (2,21%), farmácias/perfumarias (3,25%) e concessionárias de veículos (11,55%). A pesquisa ainda apurou que sob a ótica dos ramos o declínio dos negócios não se deu de forma generalizada.

A geração de postos de trabalho e a massa salarial seguiram de perto o movimento das vendas. O primeiro

indicador registrou um declínio de 0,80% e o segundo de 0,55%.

Ainda com relação a fevereiro é importante salientar que se trata de um mês atípico no calendário dos negócios. Além de contar com um menor número de dias úteis o comprometimento da renda dos consumidores face a dívidas

recentes e os impostos de início de ano, são ingredientes adicionais que aprofundam a performance das vendas quando tomadas como base o mês imediatamente anterior.

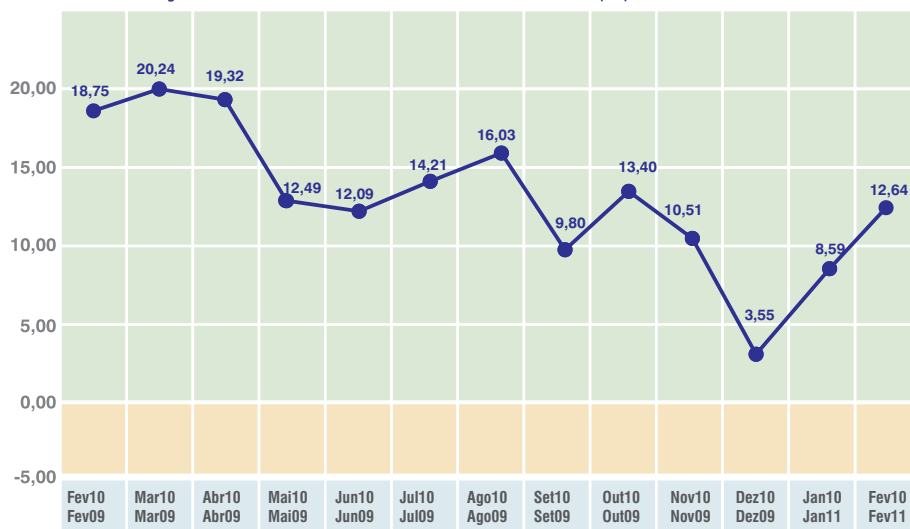
Variação percentual do mês atual em relação a igual mês do ano anterior

No confronto com o mesmo mês do ano anterior, o comércio em geral apresentou uma alta expressiva de 12,64% nas vendas reais em fevereiro de 2011, evidenciando, portanto a continuidade da trajetória de crescimento iniciado em 2010. Todos os segmentos monitorados pela pesquisa conjuntural contabilizaram ganhos reais com destaque para o Comércio Automotivo (21,10%), Bens de Consumo Duráveis (13,99%), Semiduráveis (13,30%) e Materiais de Construção (12,22%).

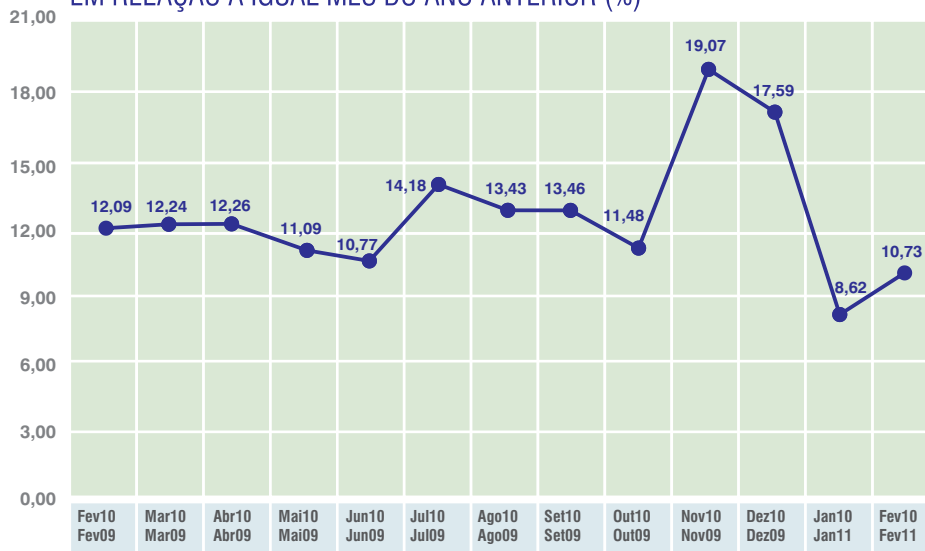
No caso do Comércio Automotivo, o seu crescimento é justificado pela expansão significativa de cerca de 24% das concessionárias de veículos. O ramo de autopeças e acessórios celebrou ganhos menores (2,18%). O fim da redução do IPI, o pacote de contenção creditícia anunciado pelo Banco Central e a elevação dos juros básicos, não trouxeram até o presente impactos significativos sobre as vendas. Em nível nacional, segundo a Fenabrave, as vendas em fevereiro foram altamente positivas. Os prognósticos são de que nos próximos meses as vendas devem seguir a sua trajetória de crescimento, porém em ritmo menor do que em 2010. É importante salientar que no período em análise o crédito para pessoas físicas destinado a aquisição de bens duráveis, de modo específico veículos, apresentou um ritmo de crescimento acima do esperado, segundo informações da Associação Nacional das Instituições de Crédito, Financiamento e Investimento (Acrefi). Diante desse fato o Banco Central já deu sinais de que poderá adotar novas medidas clássicas para conter a oferta de crédito nos meses futuros (aumento do compulsório sobre depósitos a prazo, elevação do IOF, entre outras).

Em Materiais de Construção, segmento significativo no cálculo do índice geral, é importante ressaltar que o seu desempenho além do forte vínculo com o crescimento da indústria da construção civil, continua respaldado pela ampliação do prazo da desoneração do IPI e pelo crescimento da massa salarial. Nos outros segmentos, o destaque maior coube aos ramos de móveis/decorações, utilidades domésticas, informática, calçados, livrarias/papelarias e vestuário/tecidos.

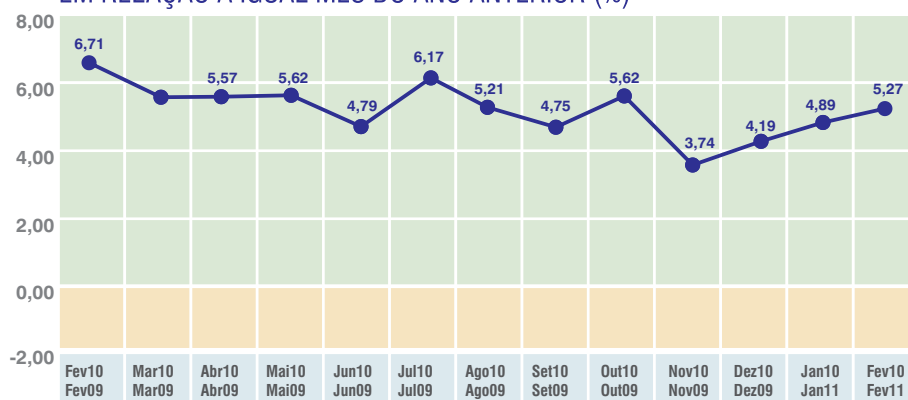
VARIAÇÃO DO FATURAMENTO REAL NO COMÉRCIO VAREJISTA DA RMR EM RELAÇÃO A IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR (%)



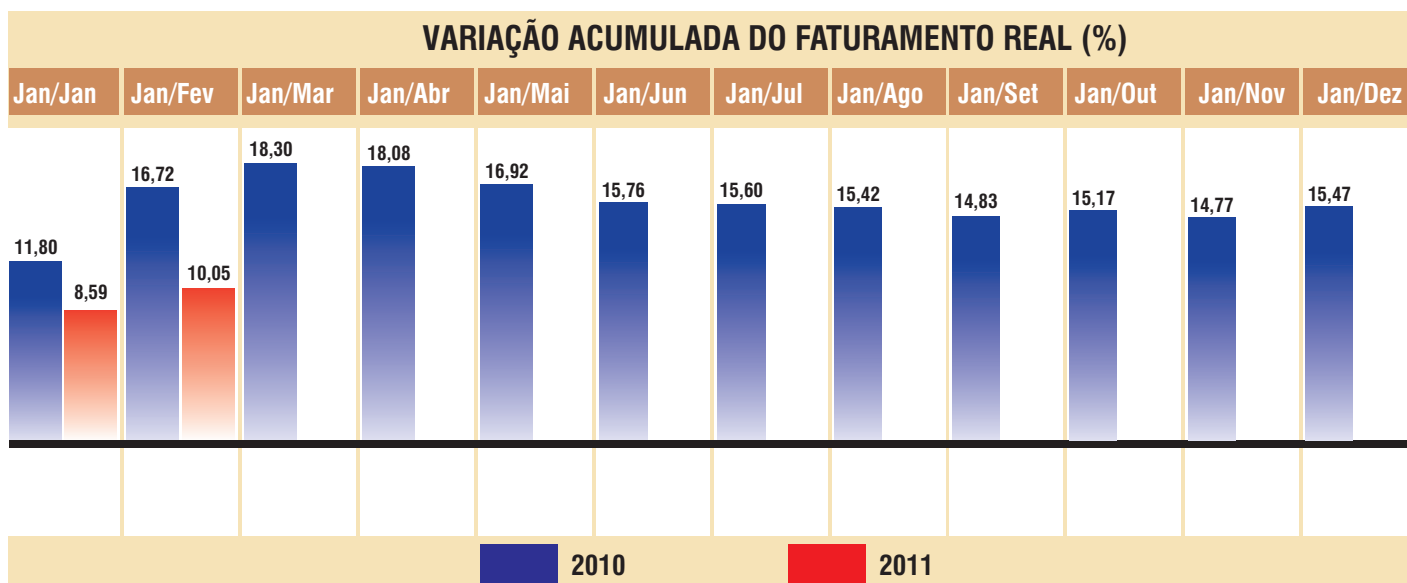
VARIAÇÃO DO NÍVEL DE SALÁRIOS NO COMÉRCIO VAREJISTA DA RMR EM RELAÇÃO A IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR (%)



VARIAÇÃO DO NÍVEL DE EMPREGO NO COMÉRCIO VAREJISTA DA RMR EM RELAÇÃO A IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR (%)



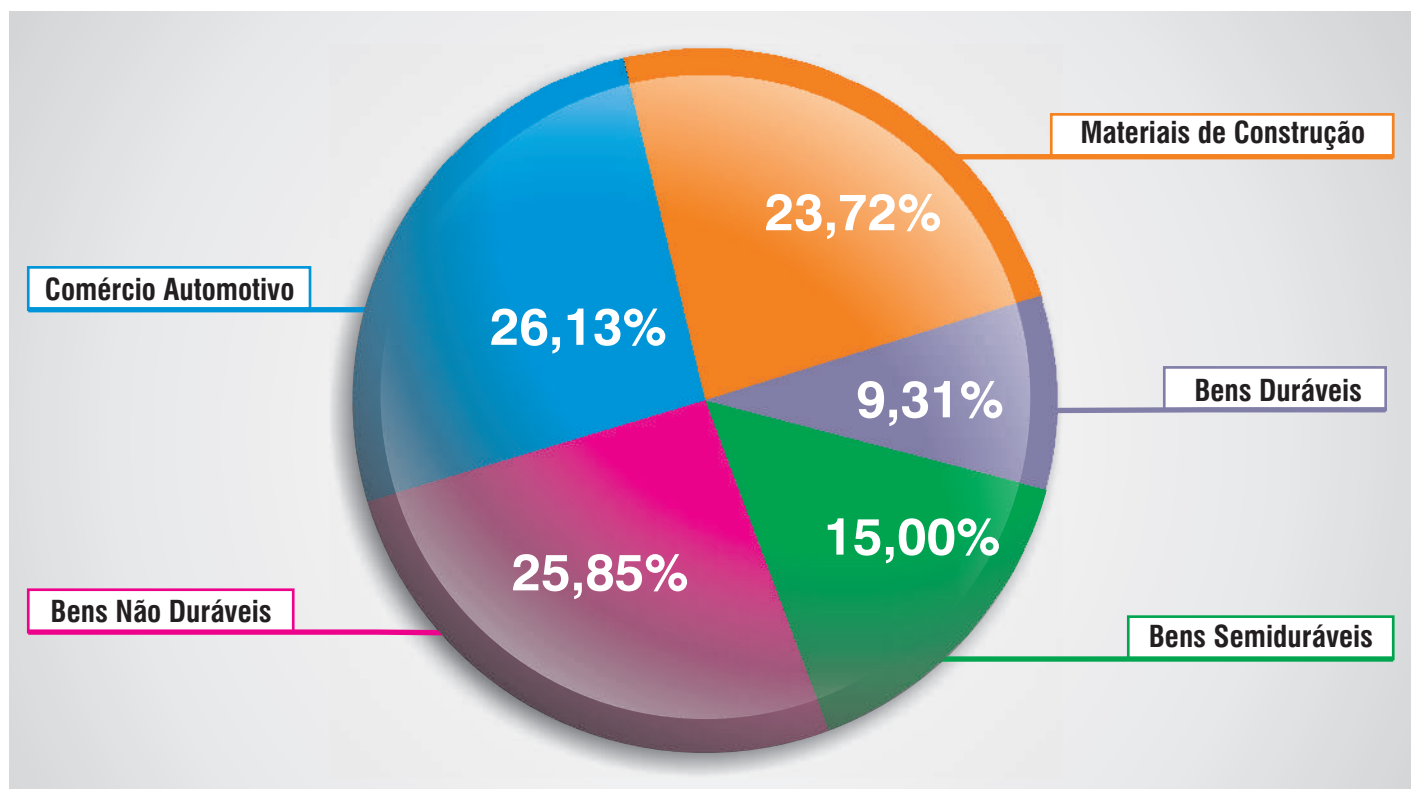
Variação acumulada no mês em relação ao mesmo período do ano anterior



Nos primeiros dois meses de 2011, o indicador de vendas acumulou ganho de 10,05% sobre igual intervalo de 2010. Sem a influência das vendas de veículos (20,96%), o índice declina para 7,33%, refletindo a sua ponderação no indicador global do varejo metropolitano. Todos os segmentos monitorados apresentaram resultados positivos, particularmente o Comércio Automotivo (18,34%), Bens de Consumo Semiduráveis (11,55%), Duráveis (8,61%) e Materiais de Construção (9,07%).

A performance do varejo no bimestre se refletiu de maneira forte sobre o crescimento do mercado de trabalho e da massa salarial (5,29% e 10,14% respectivamente). No caso específico da absorção de mão de obra é importante frisar que uma proporção considerável do índice se deve grande parte a manutenção de empregos temporários.

PARTICIPAÇÃO RELATIVA NO FATURAMENTO REAL (%) - FEVEREIRO / 2011



Aos Empresários do Comércio Varejista da RMR

A Federação do Comércio do Estado de Pernambuco, por meio do Instituto Oscar Amorim de Desenvolvimento Econômico e Social, apresenta mais uma vez à sociedade em geral os resultados da Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista da Região Metropolitana do Recife. Com mais essa prestação de serviço, a Fecomércio/PE acredita estar cumprindo o seu papel representativo, levando aos empresários, informações consistentes de desempenho do Comércio. Embasadas em um sério sistema de coleta de dados e rigoroso tratamento estatístico, permitem uma correta tomada de decisões tanto em relação a novos investimentos, quanto na definição de estratégias para fazer frente a um mercado tão competitivo.

Fazendo parte do Índice Nacional idealizado pela Confederação Nacional do Comércio (CNC) desde 2002 junto com outras Federações, a Região Metropolitana do Recife vem se destacando por ser a primeira a divulgar os seus resultados, o que para nós é motivo de orgulho, por servirmos de comparação para o restante do País. Mas tudo isso só é possível porque temos uma Equipe de Trabalho competente e comprometida com o ideal de luta e clareza nos resultados apresentados.

Confiando em um Brasil mais produtivo, esperamos, com esse trabalho estar contribuindo para a Sociedade no desenvolvimento e na manutenção de um instrumento científico apurado, de análise da realidade do Comércio.

Josias Silva de Albuquerque

Presidente do Sistema Fecomércio/Senac/Sesc-PE

APRESENTAÇÃO DO TRABALHO

Na atualidade, os estudos de conjuntura econômica ocupam lugar de relevo nas atividades pública e privada. Os fenômenos econômicos estão em contínua mutação, sendo por isso temerário planejar ações de curto prazo quando se conhecem apenas os parâmetros estruturais.

A análise da conjuntura do Comércio é especialmente importante, porque dentre as atividades econômicas é das mais dependentes de fenômenos de curto prazo. Em decorrência de seu conhecimento, serve como balizamento não só para as empresas, pois têm condições de avaliarem suas posições em relação ao desempenho médio onde estão inseridas, como também para o governo central, que pode melhor direcionar as políticas públicas.

Desde 2001 a Federação do Comércio do Estado de Pernambuco -FECOMÉRCIO/PE- integra uma rede nacional de acompanhamento da conjuntura comercial, liderada pela Confederação Nacional do Comércio (CNC) e a partir de 2002 passou a divulgar mensalmente a análise do desempenho do Comércio Varejista da Região Metropolitana do Recife, por meio da Pesquisa Conjuntural. A Pesquisa tem em seu escopo três variáveis principais: Faturamento Real, Nível de Salário e Número de Empregados.

O acompanhamento que é feito permite às empresas avaliarem seu desempenho em relação aos padrões estadual e nacional, favorecendo o delineamento de tendências, abrindo espaço, quando necessário, para uma intervenção rápida capaz de reverter uma direção não pretendida ou reforçar resultados julgados desejáveis.

Ressalta-se que as informações conjunturais além de se constituírem em importante instrumento para a tomada de decisões de curto prazo, também podem ser úteis para o processo decisório e estratégico. A acumulação dessas informações permite a formação de painéis que ajudam a identificar movimentos recorrentes, tais como sazonalidades, ciclos de negócios e outros, cuja identificação proporcionam uma melhor programação econômico-financeira.

A experiência da FECOMÉRCIO/PE tem demonstrado que existe em Pernambuco uma grande demanda de informações sobre o desempenho do Comércio Varejista, constituindo-se motivo de satisfação a grande receptividade que a Pesquisa Conjuntural vem tendo não só por parte dos empresários, mas de institutos de pesquisa, dos meios de comunicação e da comunidade em geral.

METODOLOGIA

A Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista da Região Metropolitana do Recife - PCCV é uma pesquisa de natureza exploratória-descritiva realizada mensalmente pela FECOMÉRCIO/PE, como parte de um levantamento de nível nacional coordenado pela Confederação Nacional do Comércio (CNC). Entende-se como Comércio Varejista a atividade comercial regularmente estabelecida, com um ou mais empregados registrados (ou não) por estabelecimento e com mais de 51% das vendas destinadas a consumidores finais, sendo estas pessoas físicas.

Os dados primários que dão origem a Pesquisa são obtidos através de questionários padrão preenchidos mensalmente pelas empresas e coletados pela FECOMÉRCIO-PE por meios eletrônicos. A participação dessas empresas se deu através do processo de amostragem estratificada aleatória, que usou como variável de estratificação o Faturamento anual, formando assim a amostra da Pesquisa que passa a ser chamada de "Painel de Informantes".

É através do painel que se faz o acompanhamento Conjuntural do Comércio por meio da produção de índices mensais de desempenho analisando as seguintes variáveis: Faturamento Real, Folha de Salários e Número de Empregados. Por Faturamento Real entende-se a receita mensal bruta da empresa decorrente da venda de mercadorias, incluindo impostos e taxas incidentes sobre o faturamento tais como: IPI, ICMS, COFINS e outros, excluindo-se as receitas financeiras e não operacionais. A Folha de Pagamentos corresponde ao total de rendimentos mensais pagos aos empregados, incluindo o salário fixo, gratificações, comissões, férias, participações nos lucros e outras, sem dedução das contribuições da previdência e impostos. O Número de Empregados registra o total de pessoas em atividade na empresa e por ela diretamente remunerados, sejam formais ou informais. Para fazer o deflacionamento dos dados mensais da Pesquisa é utilizado o Índice de Preço ao Consumidor Amplo - IPCA, calculado mensalmente pelo IBGE.

Área geográfica da pesquisa

Do ponto de vista espacial, todas as análises se referem à área Metropolitana do Recife, nas seguintes cidades:

- Abreu e Lima
- Cabo de Santo Agostinho
- Camaragibe
- Igarassu
- Jaboatão dos Guararapes
- Moreno
- Olinda
- Paulista
- Recife
- São Lourenço da Mata

Comparações de análise e o nível de agregação dos dados

O acompanhamento das três variáveis da Pesquisa Conjuntural (Faturamento Real, Folha de Pagamentos e Número de Empregados) é feito por meio de três categorias de análise: i) mês atual em relação ao mês anterior; ii) mês atual em relação a igual mês do ano anterior; iii) acumulado ao longo dos meses no ano, em relação ao acumulado nos mesmos meses do ano anterior.

Cada categoria analisada possui quatro níveis de agregação: i) o mais amplo inclui todo Comércio Varejista da RMR; ii) Comércio em Geral, sem a presença das concessionárias de veículos; iii) Grandes Segmentos; iv) Ramos.

COMÉRCIO EM GERAL

Bens De Consumo Duráveis

- Móveis e Decorações
- Utilidades Domésticas
- Cine-foto-som e Óticas
- Informática

Bens De Consumo Semiduráveis

- Vestuário
- Tecidos
- Livrarias e Papelarias
- Calçados

Bens De Consumo Não Duráveis

- Supermercados
- Combustíveis
- Farmácias e Perfumarias

Comércio Automotivo

- Concessionárias de Veículos
- Autopeças e Acessórios

MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

PESQUISA CONJUNTURAL DO COMÉRCIO

RELATÓRIO MENSAL DA PESQUISA CONJUNTURAL DO COMÉRCIO VAREJISTA DA RMR

FECOMÉRCIO-PE

Av. Visconde de Suassuna, 255
Cep: 50050-540 - Santo Amaro - Recife/PE
Tel.: (81)3231.5393 / 3221.6226
Fax: (81) 3423.3024
E-mail: pesquisa@fecomercio-pe.com.br ou
pesquisafecomercio-pe@hotmail.com

Presidente - Josias Silva de Albuquerque

INSTITUTO EMPRESÁRIO OSCAR AMORIM DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL

Centro de Pesquisa

Supervisão - Lailze Santos
Coordenação - Urbano da Nóbrega
Consultores AD HOC - José Fernandes de Menezes e
Luiz Kehrlé
Pesquisadoras: Adriana Mendes e Andréa Carla

Tiragem: 500 Exemplares
Projeto Gráfico: André Marinho

