



**Fecomércio PE**

**Sesc | Senac**

**Instituto Fecomércio**

**Boletim Conjuntural**

Agosto / 2014



# BOLETIM CONJUNTURAL

## BOLETIM COMÉRCIO VAREJISTA DE PERNAMBUCO: AGOSTO DE 2014 (MÊS DE REFERÊNCIA: JUNHO DE 2014)

---

### 1. Contexto nacional e regional

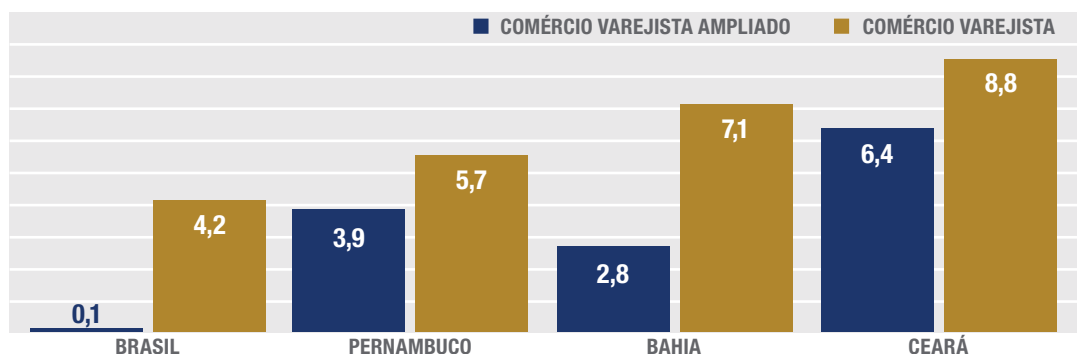
Em junho, a economia brasileira continuou apresentando tendência de desaceleração, com desaquecimento na produção industrial e no consumo. Esse resultado se refletiu no baixo nível de confiança empresarial, principalmente na indústria, com destaque para o segmento automobilístico, cujas vendas em junho de 2014 no país foram 19% inferiores às do mesmo mês do ano anterior. O setor industrial como um todo teve queda de 0,3% no número de pessoas ocupadas e de 2,3% no quantitativo de horas pagas em relação ao mês de maio de 2014.

Apesar de o desempenho da economia – sobretudo da indústria – não ter sido dos melhores, a inflação se estabilizou, apresentando variação de 0,4% em junho e um crescimento acumulado de 3,8% no primeiro semestre de 2014, com tendência a se situar no topo da meta no fim do ano (6,5%).

Por sua vez, o varejo mostrou sinais de resistência, apresentando crescimento acumulado no país de 4,2% de janeiro a junho de 2014, segundo dados da PMC/IBGE. Deve-se ressaltar diferenças importantes entre o desempenho das vendas do varejo ampliado – que incorpora as vendas de veículos e materiais de construção – e do varejo, que exclui os dois segmentos mencionados. O arrefecimento das vendas de veículos foi o principal determinante para a estagnação do varejo ampliado no país (variação de apenas 0,1% de janeiro a junho), conforme ilustrado no gráfico 1.

Esse resultado pode ser associado à manutenção do efeito renda: segundo os dados da PME/IBGE, a variação acumulada da massa de rendimentos da população ocupada foi estimada em 3,0% na Região Metropolitana do Recife, 6,5% na Região Metropolitana do Rio de Janeiro e 1,9% na Região Metropolitana de São Paulo.

**Gráfico 1 – Brasil, Pernambuco, Ceará e Bahia: variação acumulada do volume de vendas do comércio varejista e do comércio varejista ampliado (em %), jan-jun/2014 (base: igual período de 2013)**

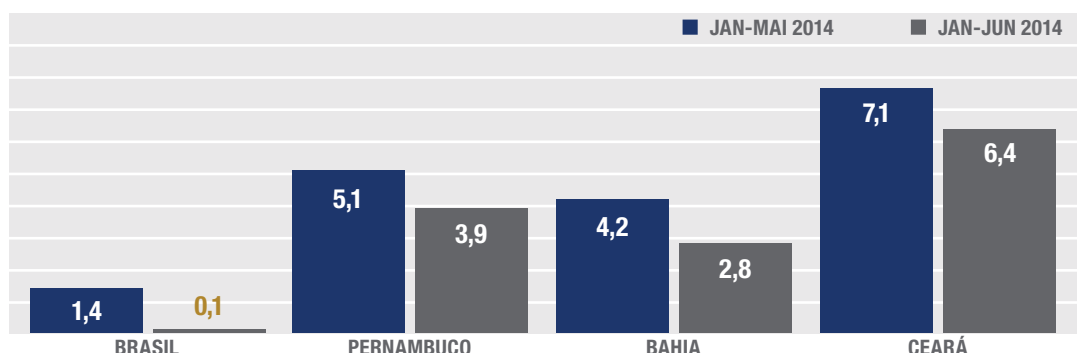


Fonte: PMC/IBGE. Elaboração: CeplanMulti.

O gráfico 2, por outro lado, mostra a trajetória de redução no ritmo das vendas do comércio ao longo dos meses do ano, evidenciando resultados acumulados de janeiro a junho inferiores aos do período de janeiro a maio.

Tal fato se deve ao encarecimento e à diminuição da oferta de crédito e à opção dos consumidores por pagar dívidas, conforme indica a redução da inadimplência das famílias de 19,8% em maio para 18,9% em junho, segundo pesquisa da Confederação Nacional do Comércio (CNC).

**Gráfico 2 – Brasil, Pernambuco, Ceará e Bahia: variação acumulada do volume de vendas do comércio varejista ampliado (em %), jan-jun/2014 (base: igual período de 2013)**



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração: CeplanMulti.

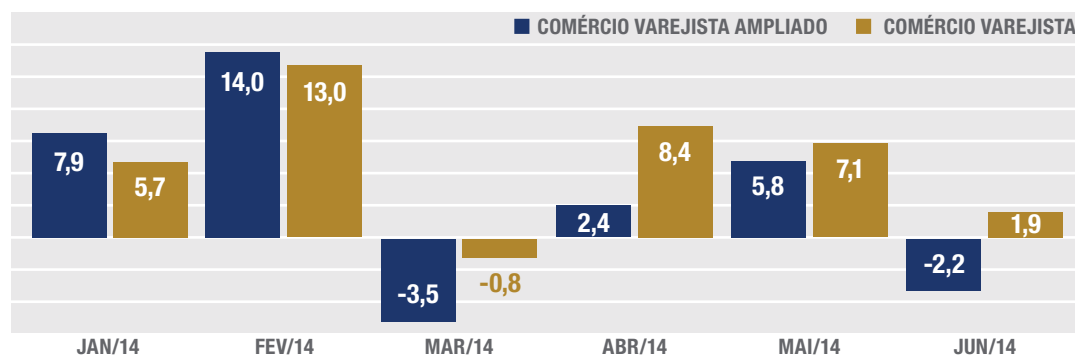
Nos principais Estados do Nordeste, o desempenho tanto do varejo quanto do varejo ampliado – no resultado acumulado do ano (até junho) – é melhor que o do Brasil, com destaque para o Ceará, cujas vendas no comércio cresceram 8,8% e 6,4%, respectivamente, no varejo e no varejo ampliado; em Pernambuco o crescimento foi de 5,7% e 3,9%.

## 2. Comércio varejista em Pernambuco

O varejo pernambucano apresentou desempenho positivo de janeiro a junho de 2014 em relação ao mesmo período de 2013. Como se pode observar no gráfico 3, à exceção do mês de março – quando as vendas caíram 0,8% em relação ao mesmo mês do ano anterior –, verifica-se que o volume de vendas apresentou crescimento, embora com tendência declinante, chegando no mês de junho de 2014 a um patamar 1,9% superior ao de junho de 2013.

Entretanto, quando se analisa o comércio varejista ampliado, incluídas as vendas de veículos e material de construção, nota-se que o volume de vendas em junho de 2014 foi 2,2% inferior ao do mesmo mês do ano anterior (gráfico 3).

**Gráfico 3 – Pernambuco: variação mensal do volume de vendas do comércio varejista e do comércio varejista ampliado, em % (base: igual mês do ano anterior)**

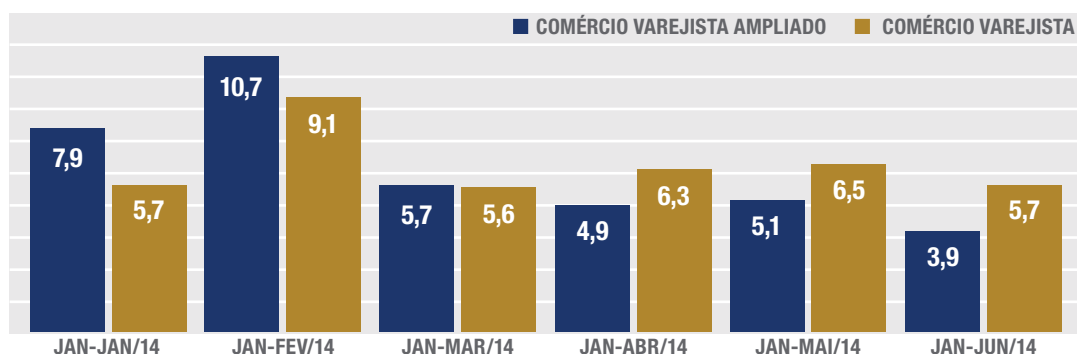


Fonte: PMC/IBGE. Elaboração: CeplanMulti.

A análise mais agregada do comércio varejista confirma o movimento de desaceleração do volume de vendas no varejo e no varejo ampliado a partir de março deste ano, que se intensifica em junho, o que é evidenciado pelo fato de as vendas acumuladas de janeiro a maio terem sido superiores às do período de janeiro a junho (gráfico 4).

No primeiro semestre deste ano, o volume de vendas do comércio varejista cresceu 5,7% em relação ao mesmo período de 2013. Considerando os segmentos de veículos e materiais de construção, os resultados foram menos expressivos (3,9%).

**Gráfico 4 – Pernambuco: variação acumulada no ano do volume de vendas do comércio varejista e do comércio varejista ampliado, em % (base: igual período do ano anterior)**



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração: CeplanMulti.

### 3. Desempenho por segmentos

Na seção anterior, é possível observar que o varejo ampliado, desde abril, apresentou comportamento menos dinâmico que o do varejo. O principal determinante desse resultado foi as vendas de “veículos, motocicletas, partes e peças”, que apresentaram variação acumulada negativa no ano (-2,5%), como ilustra o gráfico 5.

No entanto, é possível observar que a tendência à desaceleração ocorre na maioria dos segmentos nos meses de maio a junho. Com exceção das vendas de “móveis”, “outros artigos de uso pessoal e doméstico” e “livraria e papelaria”, todos os demais varejistas apresentaram menor variação acumulada de janeiro a junho com relação ao observado de janeiro a maio.

Deve-se considerar que as vendas de “veículos, motocicletas, partes e peças” têm sido negativas em todo o país, mesmo com a redução do IPI, em vista das restrições de crédito e da diminuição do número de dias úteis no primeiro semestre. De fato, o segmento em nível nacional aponta queda nas vendas de 7,9% no acumulado do primeiro semestre e de 4,3% nos últimos doze meses (até junho de 2014) em relação aos doze meses imediatamente anteriores. Em Pernambuco as quedas foram de 2,5% no ano (primeiro semestre) e de 0,8% nos últimos doze meses.

Entre as demais áreas do varejo pernambucano, destacaram-se “farmácia e perfumaria” (24,0%), “móveis” (12,5%), “material de construção” (11,4%) – que compõe o varejo ampliado – e “eletrodomésticos” (11,4%), além de “outros artigos de uso pessoal e doméstico” (9,6%).

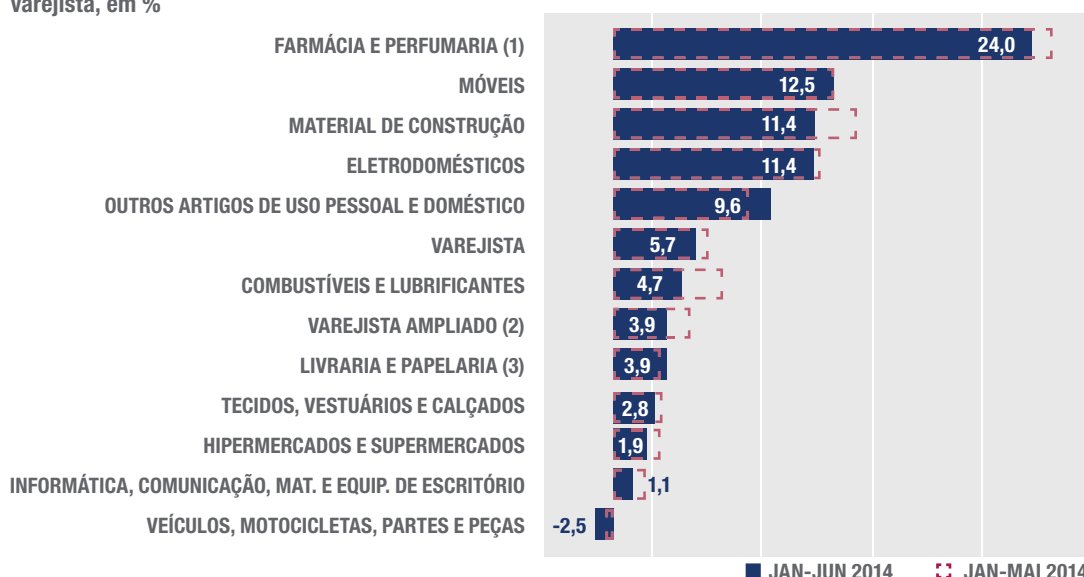
No caso de “farmácia e perfumaria”, salienta-se que esse desempenho é amparado por dois fatores importantes: em primeiro lugar, alguns produtos deste segmento são itens indispensáveis, como os remédios; em segundo lugar, os dados do IPCA/IBGE apontam que os preços de produtos farmacêuticos vêm acompanhando o crescimento geral dos preços da RMR ao longo do ano (4,8% no segmento, contra 4,4% no índice geral). Além da manutenção das vendas de remédios, que representam dois terços no segmento, deve-se salientar que a comercialização de produtos de higiene e beleza cresceu expressivamente no primeiro semestre do ano segundo a Abrafarma.

No que diz respeito a “material de construção”, o crescimento, embora em ritmo um pouco menor em relação ao acumulado até o mês de maio, se deve, em parte, à manutenção do efeito renda, direcionamento de parcela da renda familiar para despesas de melhoria da residência, e à continuidade da política de estímulos ao setor da construção, como a redução do IPI para itens importantes, como cimento, tinta, banheiras e chuveiro elétrico.

No caso do aumento nas vendas de “móveis”, “eletrodomésticos” e “outros artigos de uso pessoal e doméstico”, a manutenção do desempenho pode ser explicada pelo fato de diversos setores, como lojas de departamentos, ótica, joalheria, artigos esportivos e brinquedos, terem sido menos impactados pela redução da carga horária comercial decorrente da Copa do Mundo.

Com variação acumulada nas vendas inferiores à média do varejo local registram-se “livrarias e papelarias” (3,9%), “tecidos, vestuários e calçados” (2,8%), “hipermercados e supermercados” (1,9%) e “informática, comunicação, materiais e equipamentos de escritório” (1,1%), o qual, como já havia sido apontado no mês de maio, reflete um aumento dos preços (gráfico 5).

**Gráfico 5 – Pernambuco: variação acumulada no ano do volume de vendas por segmentos do comércio varejista, em %**



Fonte: PMC/IBGE. Elaboração: CeplanMulti.

- 1) Trata-se de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumarias e cosméticos
- 2) Inclui vendas de veículos e materiais de construção, além dos demais segmentos do varejo
- 3) Corresponde a livros, jornais, revistas e papelaria

#### 4. Mercado de trabalho formal

O mercado de trabalho do varejo pernambucano apresentou desempenho positivo no primeiro semestre de 2014, situação verificada na média geral e na maioria dos segmentos considerados, exceção para “informática, comunicação, material e equipamentos de escritório” e “móveis”.

Informações do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged/MTE) mostram que o setor formal do comércio varejista pernambucano emprega, no mês de junho, 189.237 pessoas. Incluindo-se “veículos” e “materiais de construção”, ou seja, considerando-se o varejo ampliado, nota-se que o número de pessoas ocupadas com registro chega a 246.594. Verifica-se na tabela 1 que o estoque de trabalhadores no varejo em junho de 2014 foi 3,1% maior em relação a junho de 2013, enquanto para o comércio varejista ampliado a variação foi de aproximadamente 3,3%.

Observa-se que no âmbito do comércio os segmentos de “farmácia e perfumaria”, “material de construção” e “hipermercados e supermercados” foram os que apresentaram maiores variações no estoque de emprego formal, com proporções em junho de 2014 comparadas a junho de 2013 de, respectivamente, 9,3%, 5,5% e 4,9%. Ressaltem-se, ainda, as variações positivas nas vendas de “combustíveis e lubrificantes” e “tecidos, vestuários e calçados”, ambos crescendo 2,9%, e “veículos, motocicletas, partes e peças” (2,4%), conforme a tabela 1. Deve-se destacar que os segmentos que detêm maior peso na composição do emprego formal do comércio em geral apresentam as maiores taxas de crescimento do estoque.

Por outro lado, apenas o segmento de “informática, comunicação, material e equipamentos de escritório” – com pequena participação no estoque de empregos do comércio – apresenta queda significativa (11,9%) no número de vínculos de empregos formais de junho deste ano a junho de 2013. Por último, mencione-se que o segmento de “móveis” praticamente mantém o número de empregos formais no período analisado.

**Tabela 1 – Pernambuco: estoque de emprego formal em junho de 2014, e variação percentual em relação a junho de 2013, segundo segmentos do comércio varejista**

SEGMENTOS DO COMÉRCIO	ESTOQUE DE EMPREGO	VARIAÇÃO PERCENTUAL
VAREJISTA	189.237	3,10
VAREJISTA AMPLIADO(1)	246.594	3,31
Combustíveis e Lubrificantes	11.737	2,87
Hipermercados e Supermercados	64.722	4,94
Tecidos, Vestuários e Calçados	37.652	2,85
Móveis	12.035	-0,02
Eletrodomésticos	9.049	0,41
Farmácia e Perfumaria(2)	19.353	9,25
Livraria e Papelaria(3)	3.752	0,62
Informática, Comunicação, Mat. e Equipamento de Escritório	4.745	-11,90
Outros Artigos de Uso Pessoal e Doméstico	26.192	0,82
Veículos, Motocicletas, Partes e Peças	26.869	2,44
Material de Construção	30.488	5,45

Fonte dos dados básicos: MTE/CAGED. Elaboração: CeplanMulti.

1) Inclui veículos e materiais de construção, além dos demais segmentos do varejo

2) Trata-se de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumarias e cosméticos

3) Corresponde a livros, jornais, revistas e papelaria



---

## 5. Síntese

A CNI afirma que, para a indústria, os resultados fracos do primeiro semestre de 2014 indicam que o ano será perdido, tendo como principais determinantes o encarecimento do crédito, a elevação de custos (energia e combustíveis) e o câmbio. Mesmo assim, no caso do setor automotivo – que tem se destacado negativamente no ano –, medidas recentes de facilitação do crédito devem melhorar o cenário das vendas do setor no segundo semestre, embora não o suficiente para recuperar as perdas do primeiro semestre deste ano.

Para o comércio, a expectativa é que as vendas no segundo semestre sejam, como usualmente acontece, melhor que as do primeiro semestre. Tal fenômeno tem por base o impulso das festividades natalinas, aquecidas pela injeção do décimo terceiro salário na economia. É preciso, porém, identificar o tamanho do impacto de medidas recentes adotadas pelo governo, que podem influenciar positivamente o comércio, como a já mencionada maior facilidade na obtenção de crédito para aquisição de automóveis.

Para a formação de expectativas, deve-se levar em conta os fatores que podem influenciar o faturamento na segunda metade de ano. Destacam-se a situação financeira do consumidor, que envolve, além da renda, a gestão de dívidas; as eleições, que tendem a injetar recursos adicionais na economia; eventuais manifestações, que podem inibir o funcionamento normal do comércio; e os resultados de variáveis macroeconômicas, sobretudo os preços.



### **Fecomércio-PE**

Rua do Sossego, 264, Boa Vista, Recife-PE, Cep: 50050-080  
Tel.: (81) 3231.5393 | Fax: (81) 3222.9498

Presidente: Josias Silva de Albuquerque

### **Instituto Fecomércio-PE**

Centro de Pesquisa (Cepesq)  
Av. Visconde de Suassuna, 114, Santo Amaro, Recife-PE, Cep: 50050-540  
Tel.: (81) 3231.6175 | Fax: (81) 3423.3024  
E-mail: [lailze.leal@fecomercio-pe.com](mailto:lailze.leal@fecomercio-pe.com) ou [urbano.nobrega@fecomercio-pe.com](mailto:urbano.nobrega@fecomercio-pe.com)

Diretor executivo: Oswaldo Ramos  
Equipe técnica: Lailze Santos e Urbano da Nóbrega  
Economistas responsáveis: Tania Bacelar, Osmil Galindo e Fábio Oliveira  
Revisão: Laércio Lutibergue  
Design: Daniele Torres e Thiago Maranhão

**Sede provisória:** Rua do Sossego, 264, Boa Vista,  
Recife, Pernambuco, CEP 50.050-080

Tel.: (81) 3231-5393 (PABX)

Fax.: (81) 3222-9498 / 3231-2912

**Anexo:** Av. Visconde de Suassuna, 114, Boa Vista,  
Recife, Pernambuco, CEP 50.050-540

Tel.: (81) 3231-6175 (PABX)

Fax: (81) 3423-3024

