

IMPACTOS DO ENDIVIDAMENTO, INADIMPLÊNCIA E CONFIANÇA SOBRE AS VENDAS DO COMÉRCIO (PEIC, IFC, ICEC)

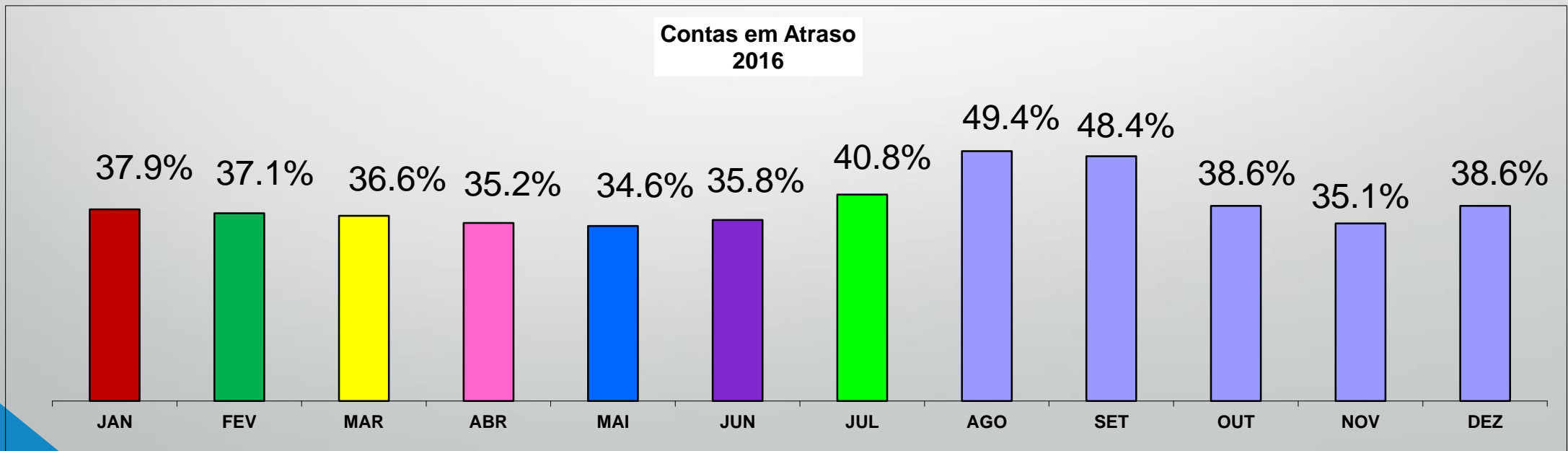
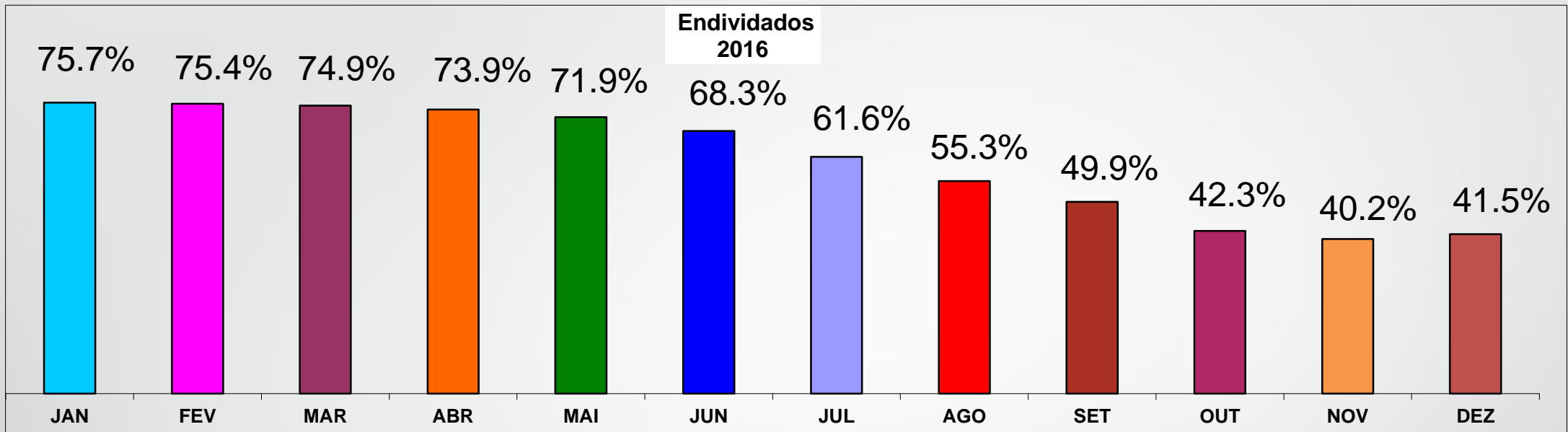
PESQUISA DE ENDIVIDAMENTO E INADIMPLÊNCIA DO CONSUMIDOR (PEIC)

- Avaliação dos resultados 2016 e influências sobre as vendas do Comércio
- Indicadores 2016 e 2017

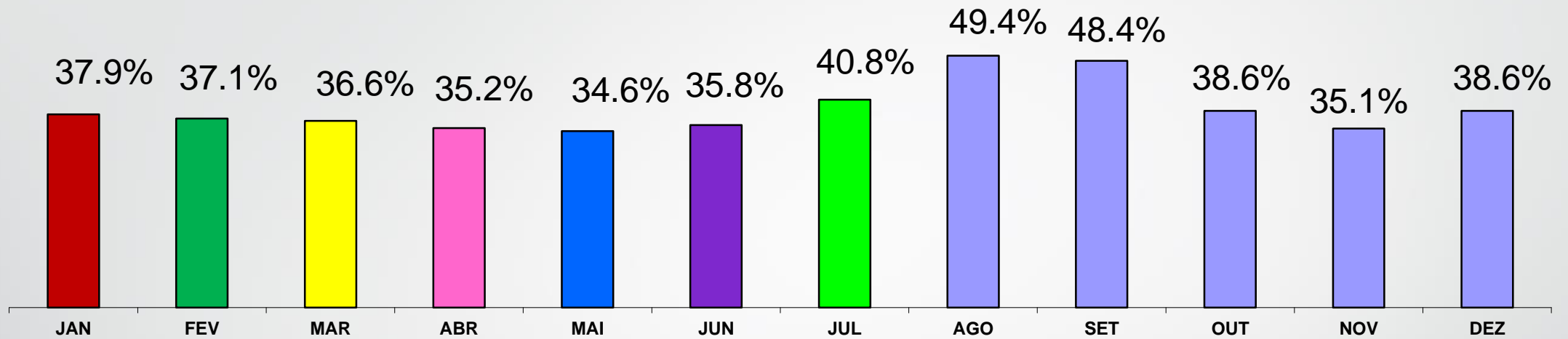
PESQUISA DE ENDIVIDAMENTO E INADIMPLÊNCIA DO CONSUMIDOR

- Caracterização e avaliação do endividamento das famílias ;
- Perfil do endividamento permite o acompanhamento do nível de comprometimento do consumidor com dívidas;
- Percepção do consumidor com relação a capacidade de pagamento;
- Importância do crédito (Endividamento e Inadimplência consequências econômicas e sociais);
- Representa indicador antecedente do consumo e do crédito;
- Famílias em potencial residentes no município de Belém;
- Coleta últimos dez dias do mês imediatamente anterior à divulgação da pesquisa;
- Pesquisa realizada CNC e análise Fecomércio-PA ;

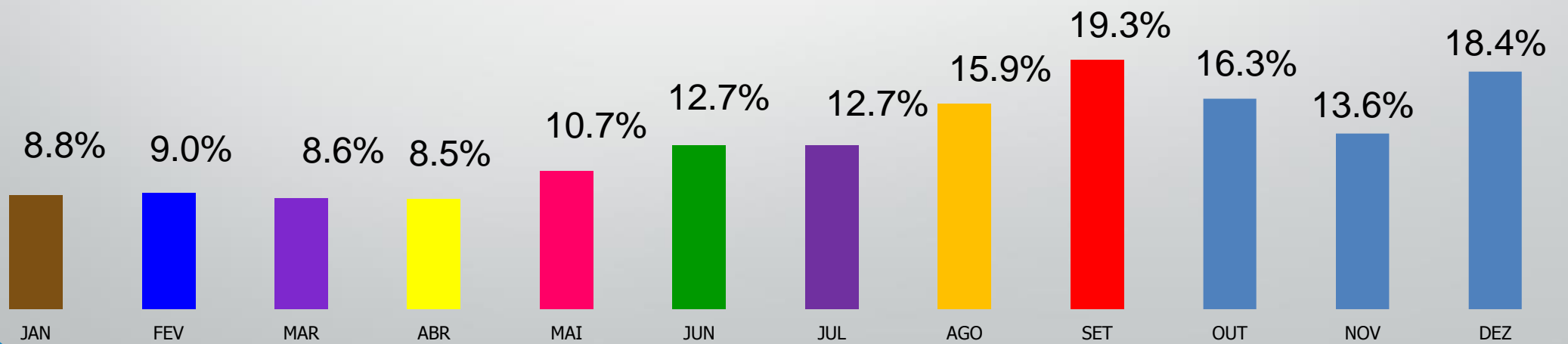
Indicadores	Jan.16	Fev	JUL	Dez	Jan.17	Fev17
Total de endividados (%)	75,3%	75,4%	61,6%	41,5%	45,4%	45,4%
Dividas ou contas em atraso (%)	37,9%	37,1%	40,8%	38,6%	43,8%	43,6%
Não terão condições de pagar	8,8%	9,0%	12,7%	18,4%	19,7%	18,6%
Tempo médio com pagamento em atraso (em dias)	61,3	60,3	52,1	64,5	63,2	62
Tempo médio de comprometimento com dívidas (em meses)	6,6	6,6	5,9	6,9	6,8	6,6
Parcela da renda comprometida com dívidas (em meses)	30,6	30,7	26,2	20,9	19	17

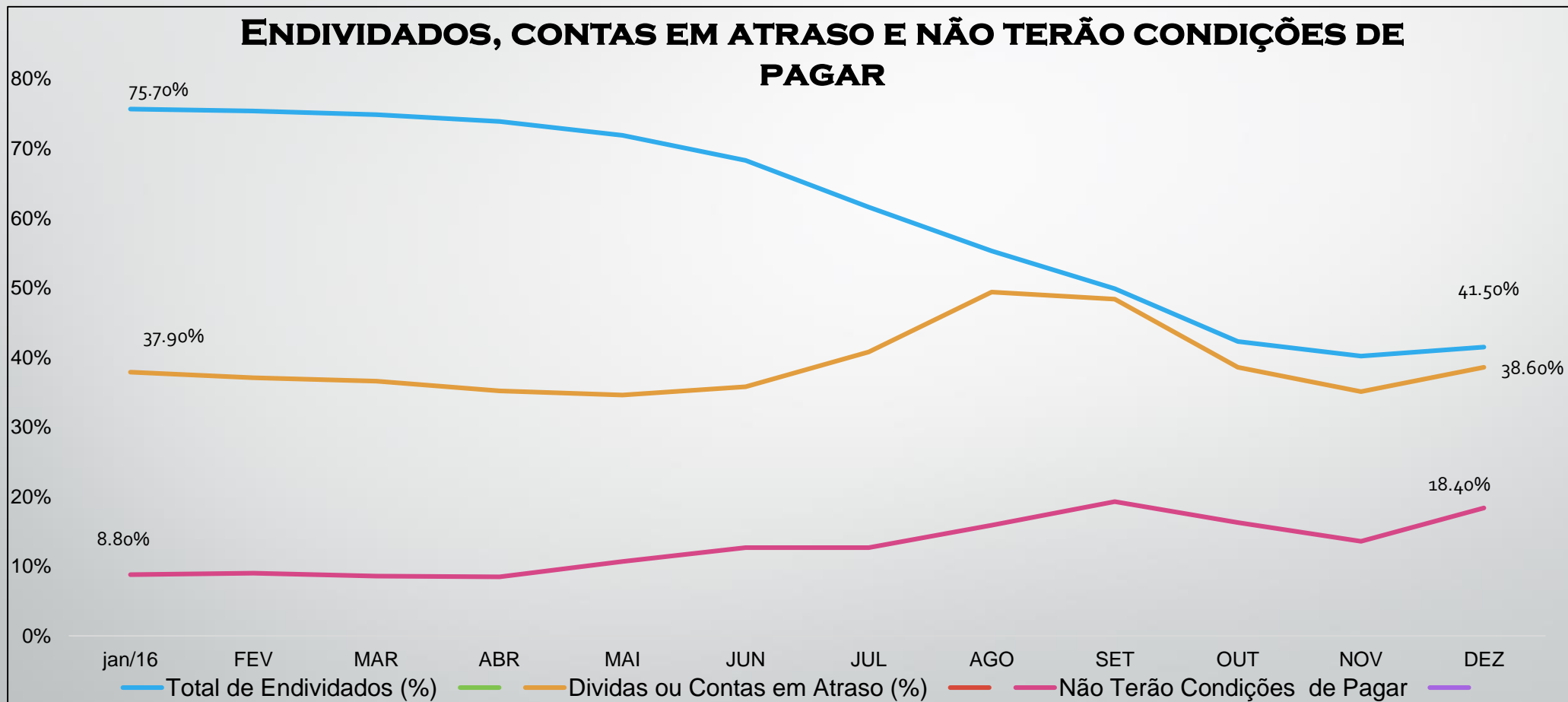


Contas em atraso 2016

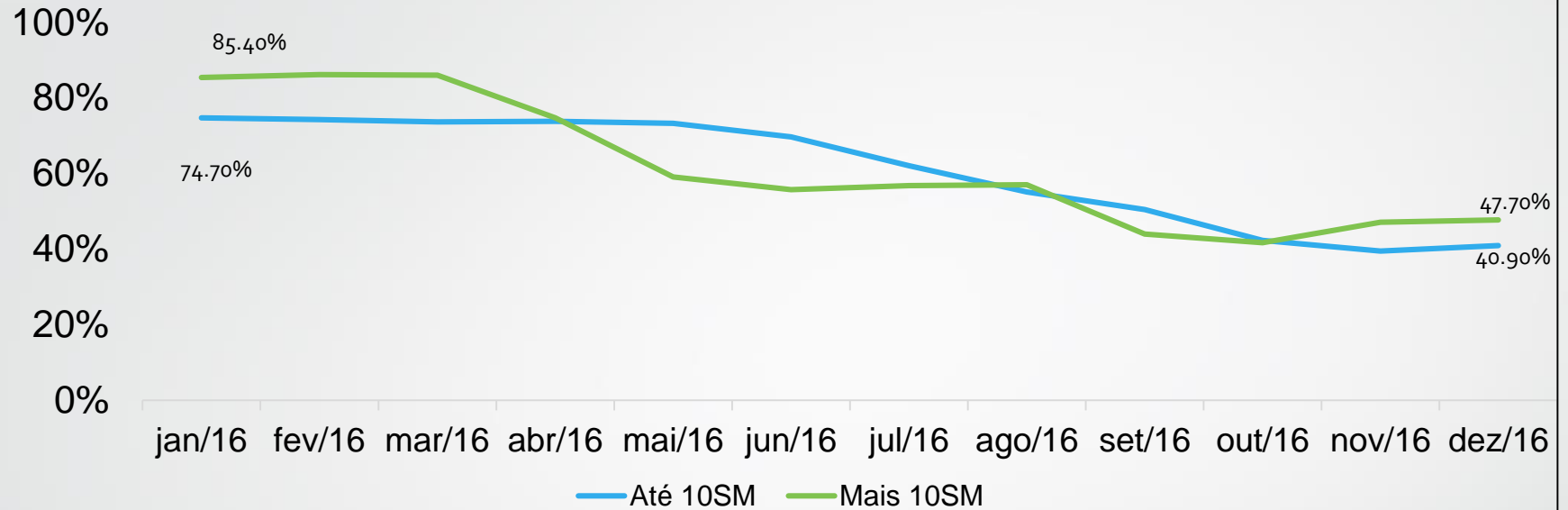


Famílias que não terão condição de pagar 2016

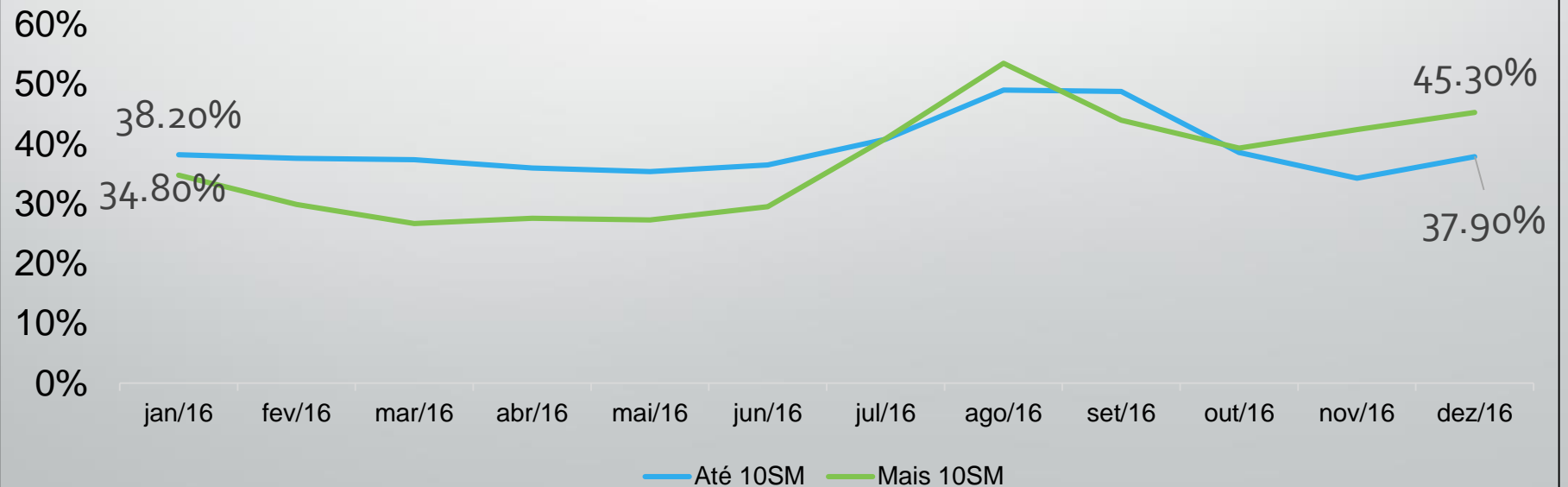


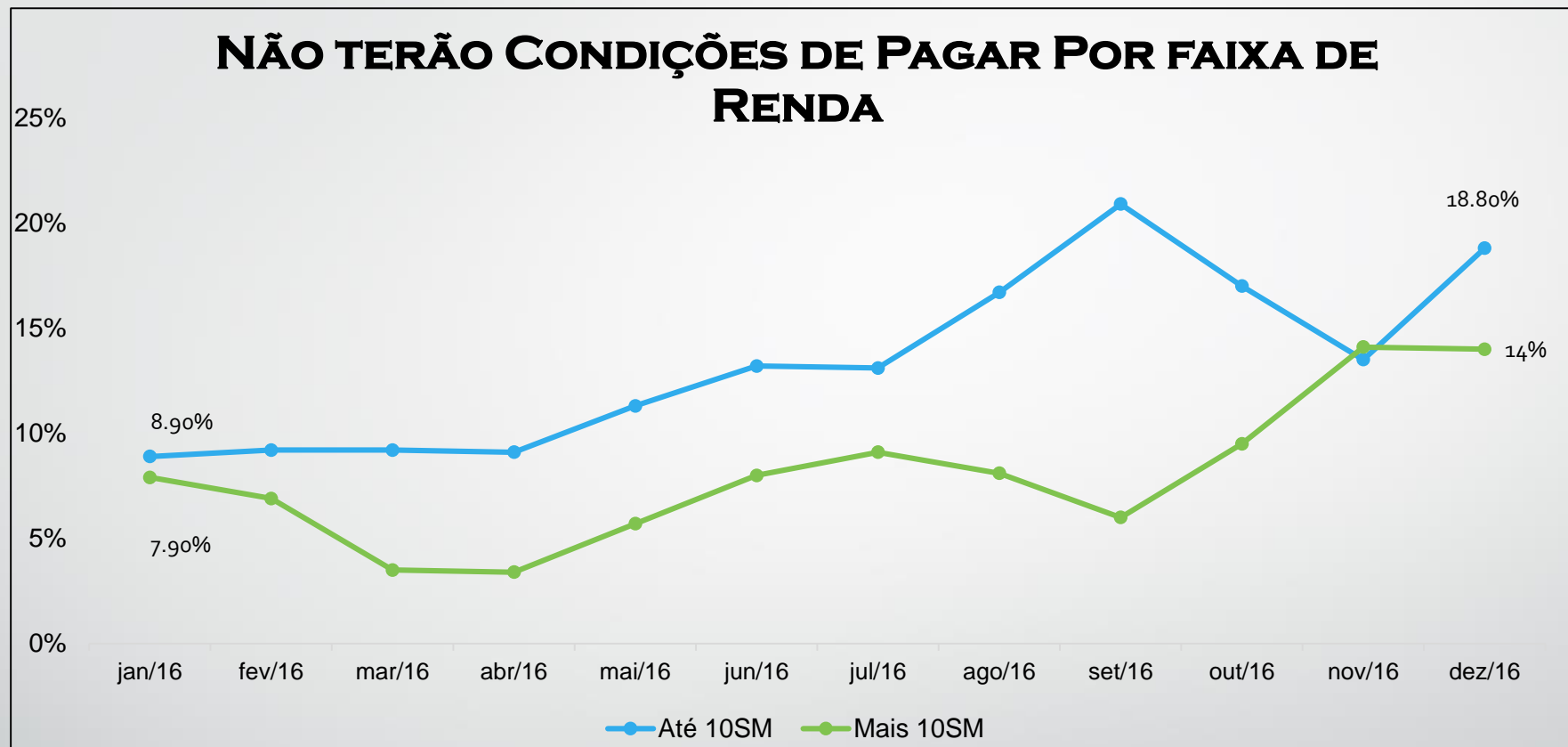


ENDIVIDAMENTO POR FAIXA DE RENDA

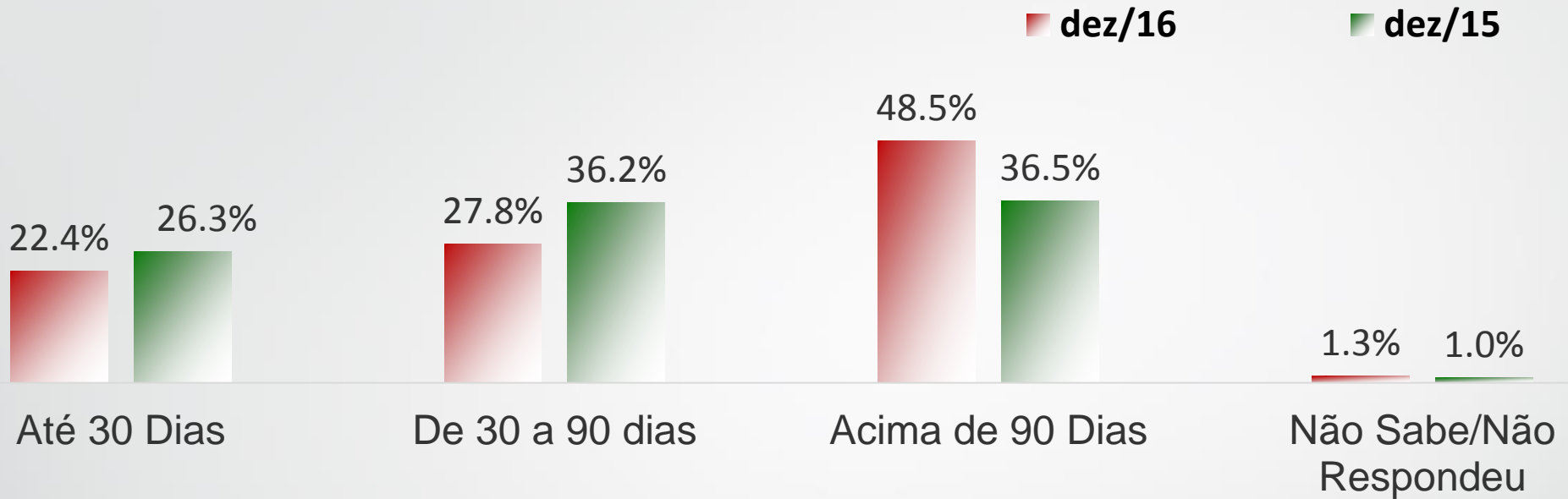


CONTAS EM ATRASO POR FAIXA DE RENDA

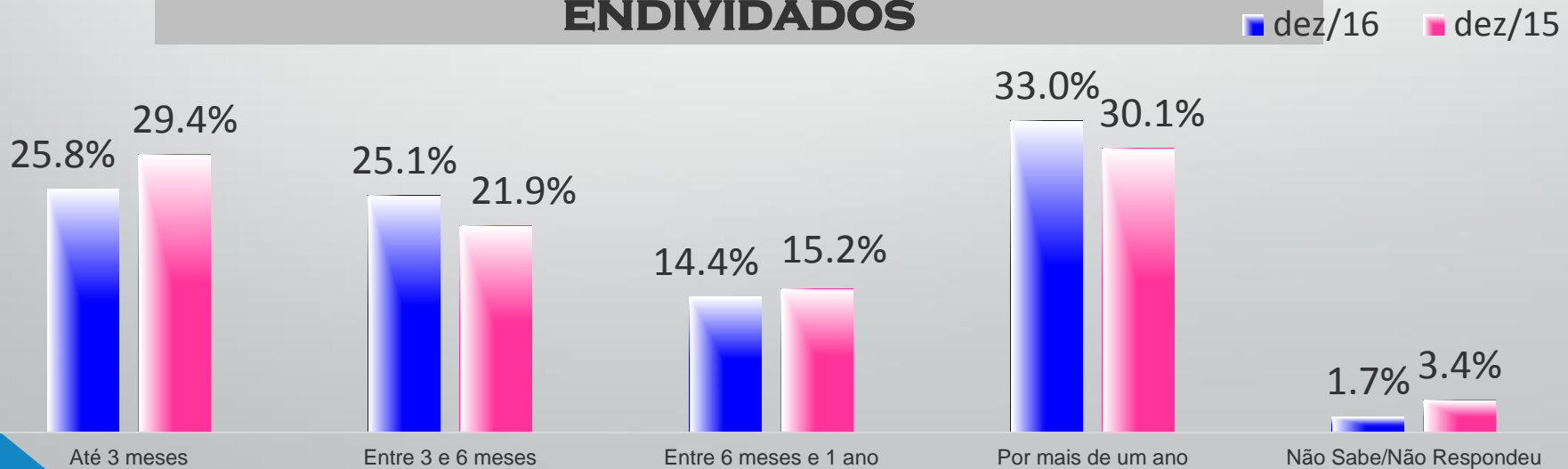




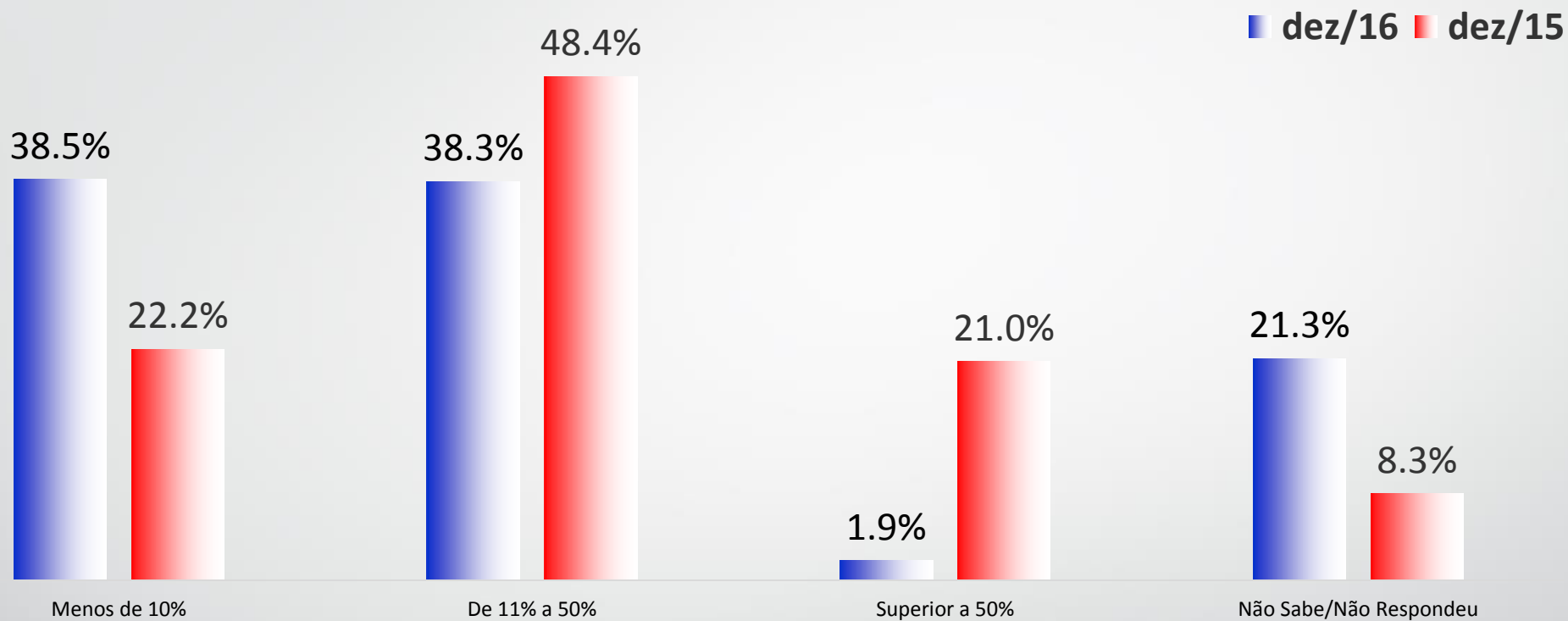
TEMPO COM PAGAMENTO EM ATRASO



COMPROMETIMENTO COM DÍVIDA DENTRE OS ENVIDIADOS

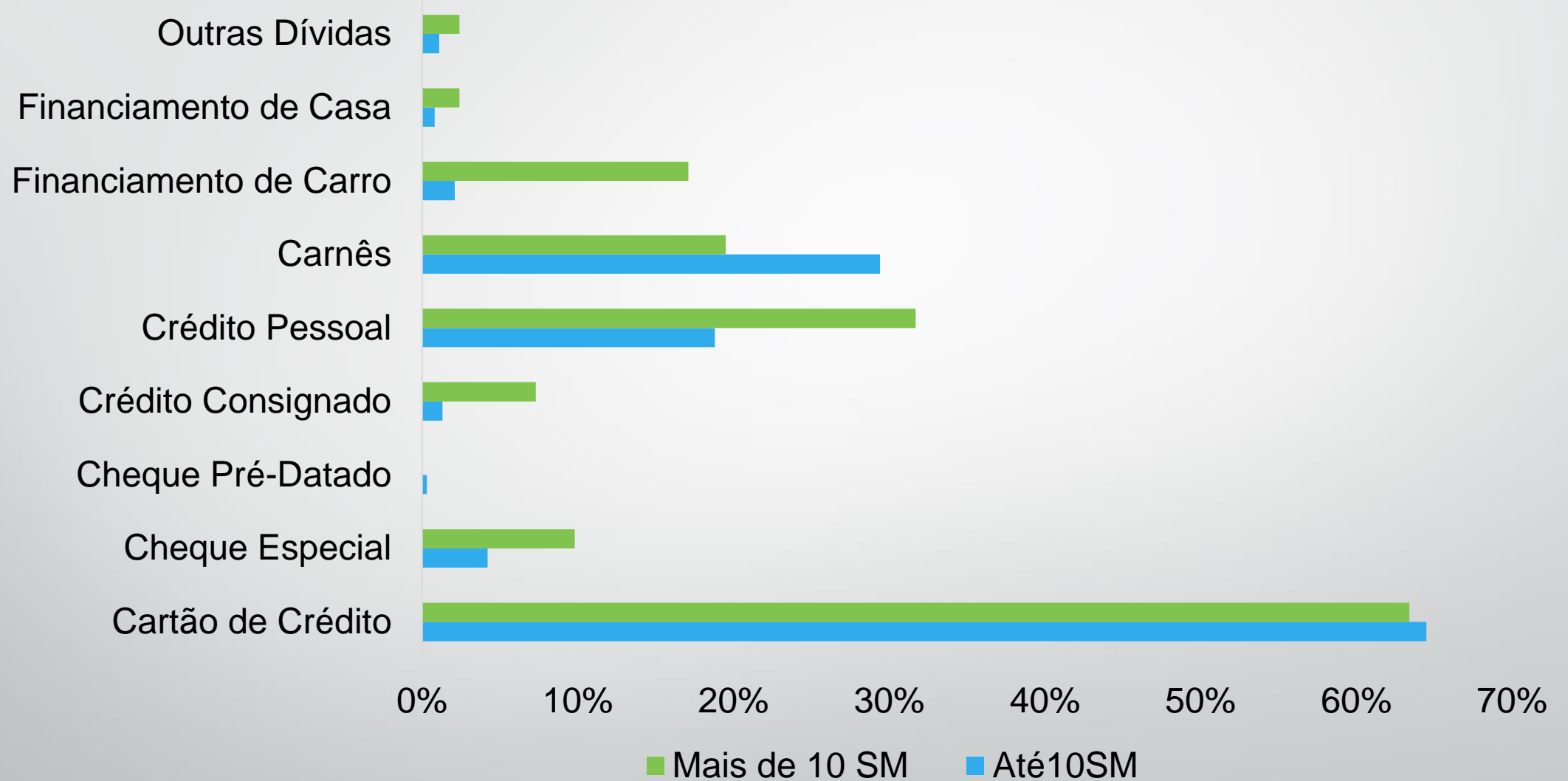


PARCELA DA RENDA FAMILIAR COMPROMETIDA COM DÍVIDA



Fonte: Fecomércio-PA/CNC

PRINCIPAIS TIPOS DE DÍVIDAS



PEIC: SÍNTESE DOS PRINCIPAIS RESULTADOS: IMPACTOS E INFLUÊNCIAS

2016

- Os consumidores iniciaram o ano de 2016 com alta taxa de endividamento (Janeiro/2016: 75,3%) mas, ao longo do ano, essa taxa foi apresentando resultados decrescentes, registrando em dezembro de 2016 a taxa de 41,5%. Isto significa que os consumidores apresentaram dificuldades em realizar novas compras, dado que a taxa de endividamento representa as compras realizadas por meio de parcelamentos, ou seja, dívidas a pagar no futuro. Isto se refletiu no desempenho negativo do volume de vendas do comércio varejista no estado do Pará no ano de 2016.

- Por outro lado, enquanto houve redução na taxa de endividamento, constatou-se expressivo aumento na inadimplência. Dos 41,5% endividados em dezembro de 2016, 39% estavam inadimplentes, com parcelas atrasadas em média há 64 dias e com parcelas a vencer pelo menos por mais 7 meses à frente. Fato que comprova as dificuldades dos consumidores em arcar com os pagamentos no prazo, reflexos do quadro de recessão e elevado desemprego que marcou a economia brasileira no ano de 2016.

- Apesar da desaceleração da inflação (ICPA 2015: 10,67%, 2016: 6,29%), mas não foram suficientes para desempenhos positivos do comércio e nem para redução da inadimplência. Um conjunto de fatores contribuíram para a redução do endividamento e o aumento na inadimplência ao longo do ano de 2016, dentre estes, a continuidade das dificuldades de crédito, juros ainda em patamares elevados e impactos provenientes da redução de postos de trabalho (em 2016 o saldo entre admitidos e desligados foram de - 39.863) e consequentemente diminuição da massa salarial.

- A fragilidade desses indicadores macroeconômicos contribuíram para a redução do consumo, provocando a diminuição nos níveis de endividamento e da queda no volume de vendas no comércio varejista de -13.1% e de -1,8% na receita de vendas no Estado do Pará no ano de 2016.

- Assim como dificuldades para as condições de pagamento em ambas as faixas de renda causando aumento na inadimplência.

- Observou-se uma forte correlação nos resultados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC - BGE) com quedas mais acentuadas nas vendas nos meses de maio a novembro, sendo este o período nos quais verificou-se elevações mais acentuadas nos indicadores de contas em atraso e nas taxas das famílias que informaram não terem condições de pagar, obtidas na Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC: Fecomércio-PA/CNC)

2017

- Os resultados da PEIC nos meses de janeiro e fevereiro de 2017, indicam leve aumento no endividamento em relação ao mês de dezembro (a taxa que em dezembro de 2016 foi de 41,5%, registrou 43,4%, mas observou-se continuidade de aumentos na inadimplência. Os dados de contas atrasadas foram 43%.

- As condições econômicas adversas podem dificultar um recuo mais intenso dos indicadores de inadimplência.

- O comportamento do consumidor com recuo nas vendas também é influenciado, em parte, pelo próprio nível de inadimplência, pois dos 45,4% dos consumidores que tinham dívidas a pagar em fevereiro de 2017, cerca de 43,6% estavam há 62 dias com dívidas atrasadas e ainda tinham, em média, quase sete meses de parcelas a vencer. Isto associado à queda no nível de emprego e na massa salarial e ainda aos juros levados, pois não se observou redução nas taxas de juros utilizadas nas compras à prazo decorrente da redução da taxa Selic.

PESQUISA INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS

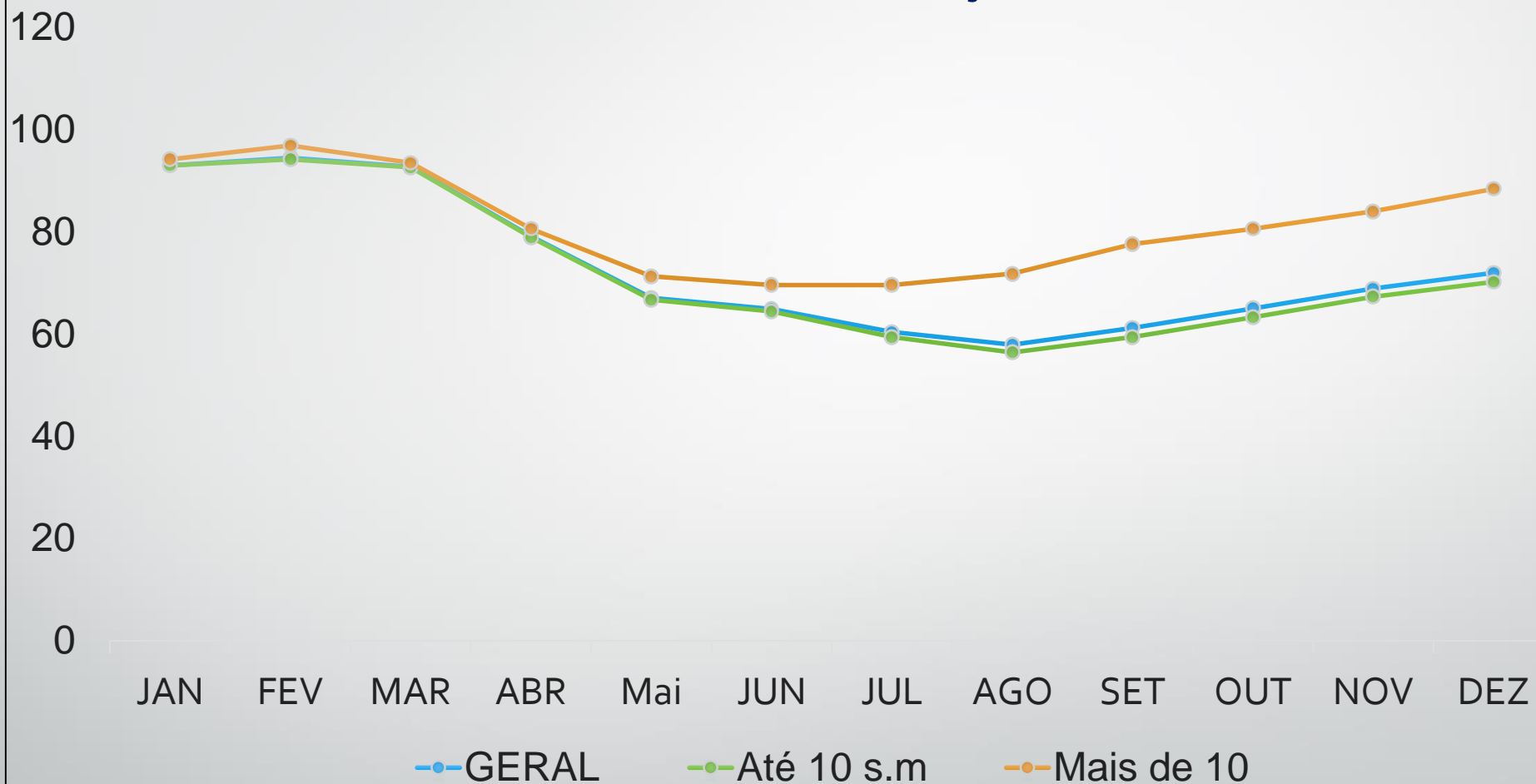
ICF- ASPECTOS METODOLÓGICOS

- Indicador tem por objetivo medir a avaliação que os consumidores fazem sobre aspectos importantes da condição de vida de sua família;
- Indicador antecedente do consumo, a partir do ponto de vista dos consumidores;
- Ferramenta para auxiliar na política econômica, para as atividades produtivas, para consultorias e instituições financeiras;
- O ICF pode ser avaliado: Magnitude do grau de satisfação e insatisfação dos consumidores (abaixo de 100 pontos percepção de insatisfação; acima de 100 pontos indica grau de satisfação; em emprego, renda e capacidade de consumo;
- E também pela tendência desse grau de satisfação e insatisfação por meio das variações mensais do ICF;
- Amostra expandida;
- Parceria Fecomércio-PA e CNC;

ICF- ASPECTOS METODOLÓGICOS

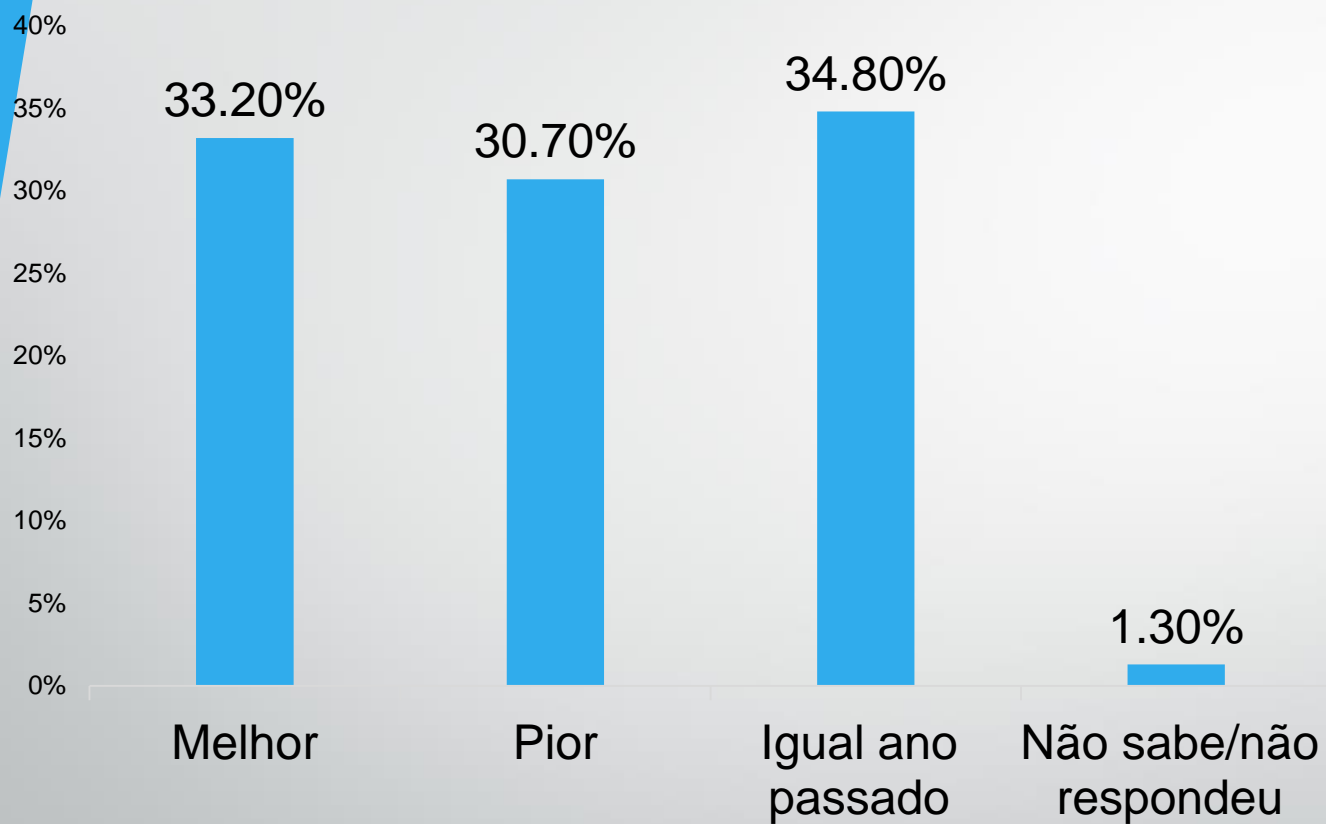
- O ICF investiga junto aos consumidores as avaliações que estes fazem sobre:
- Emprego atual;
- Perspectiva profissional;
- Renda atual;
- Facilidade de compras à prazo;
- Nível de consumo atual;
- Perspectiva de consumo no curto prazo;
- Oportunidades para compra de bens duráveis;
- Informações que podem ser analisadas separadamente e também por faixa de renda;

ICF GRAU DE ATISFAÇÃO

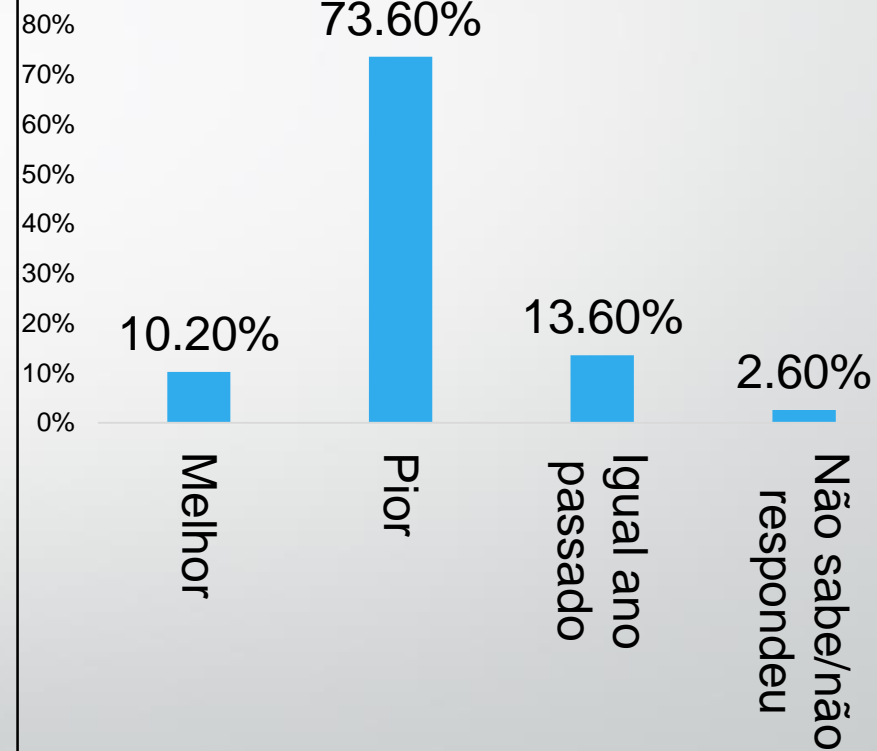


SITUAÇÃO DA RENDA: COMPARAÇÃO MESMO PERÍODO DO ANO PASSADO

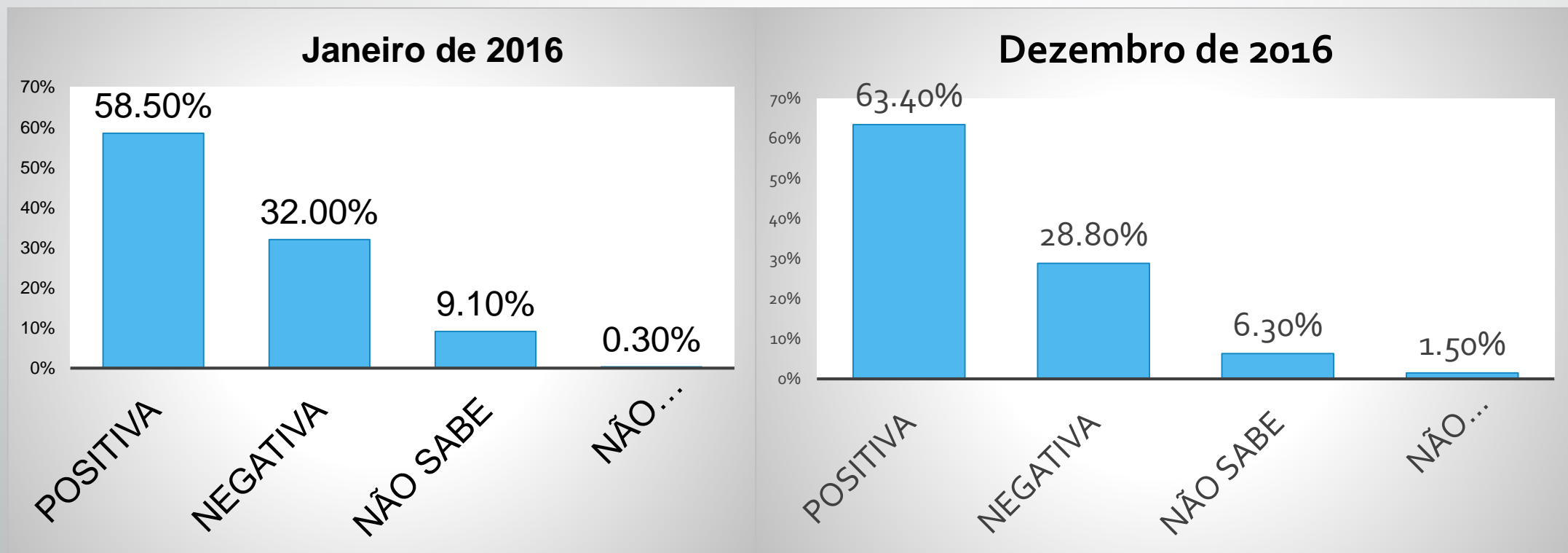
Avaliação da renda - Jan/2016



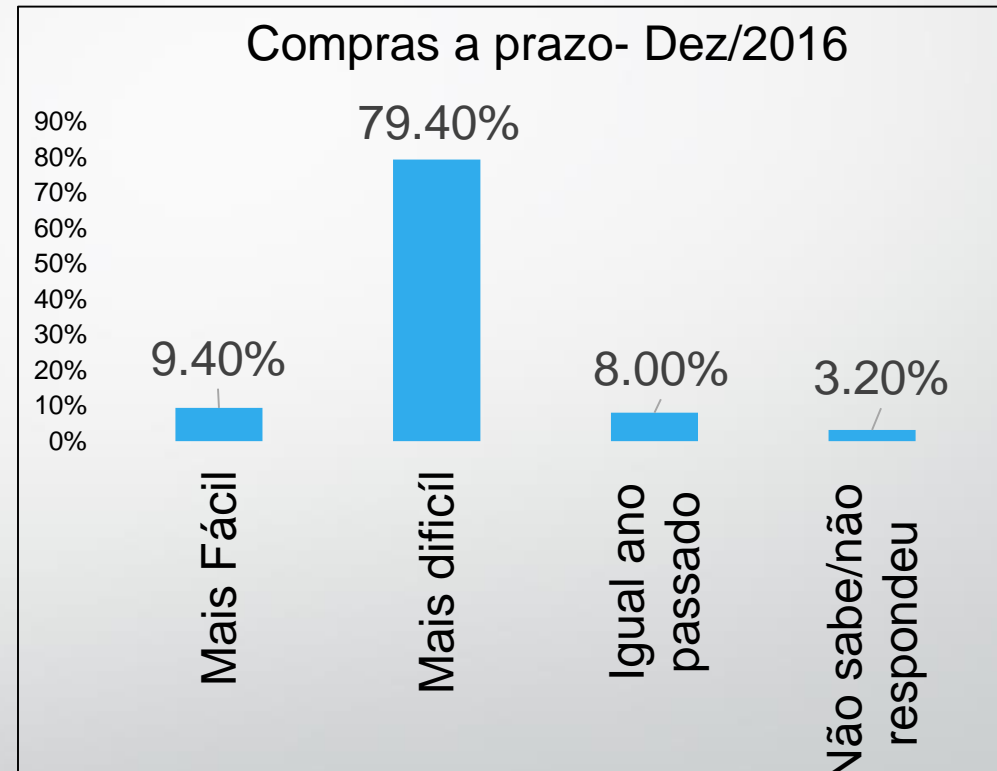
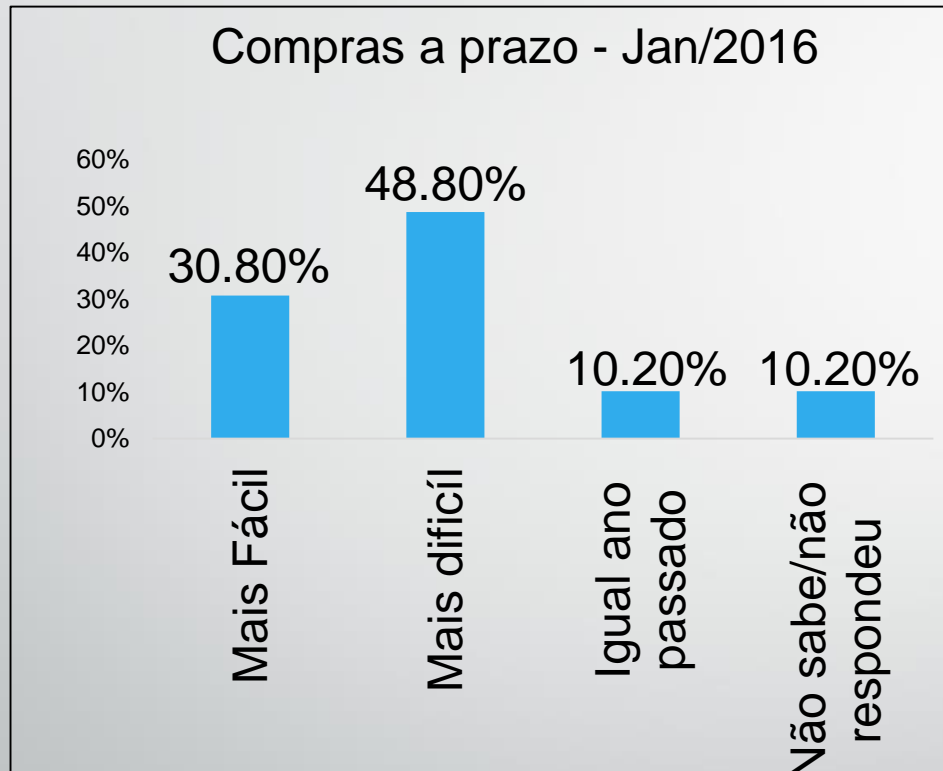
Avaliação da Renda Atual - Dez 2016



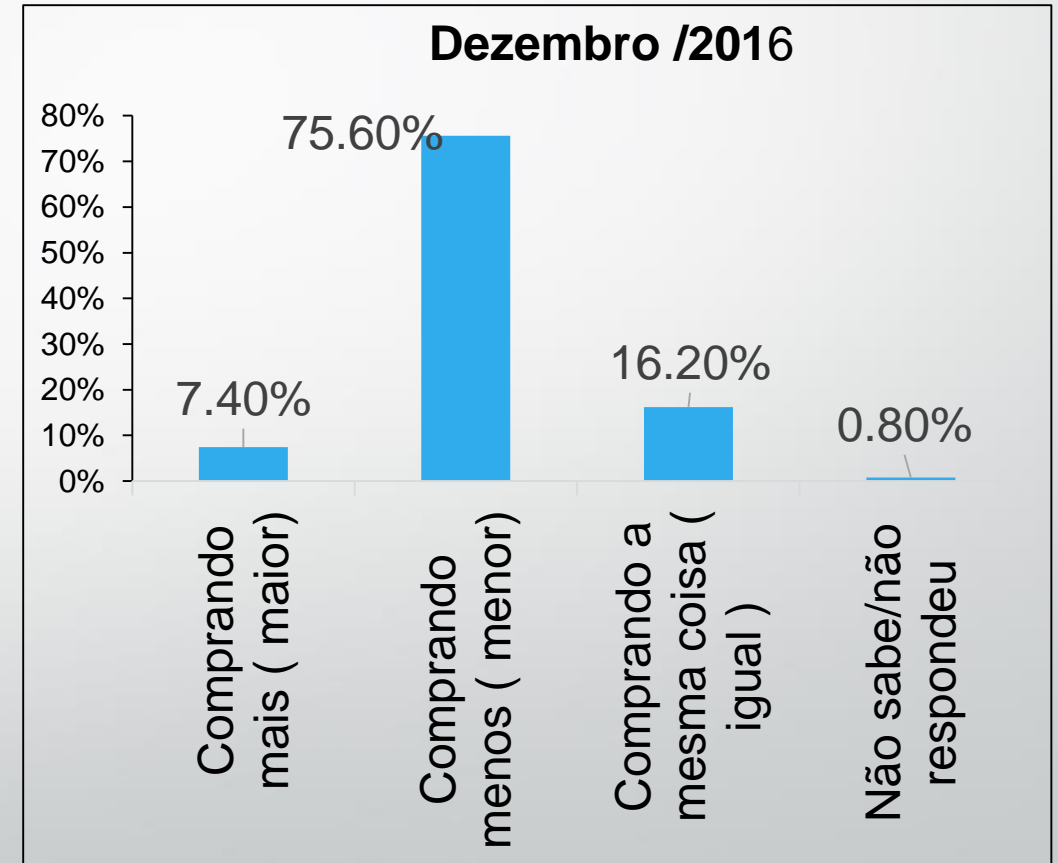
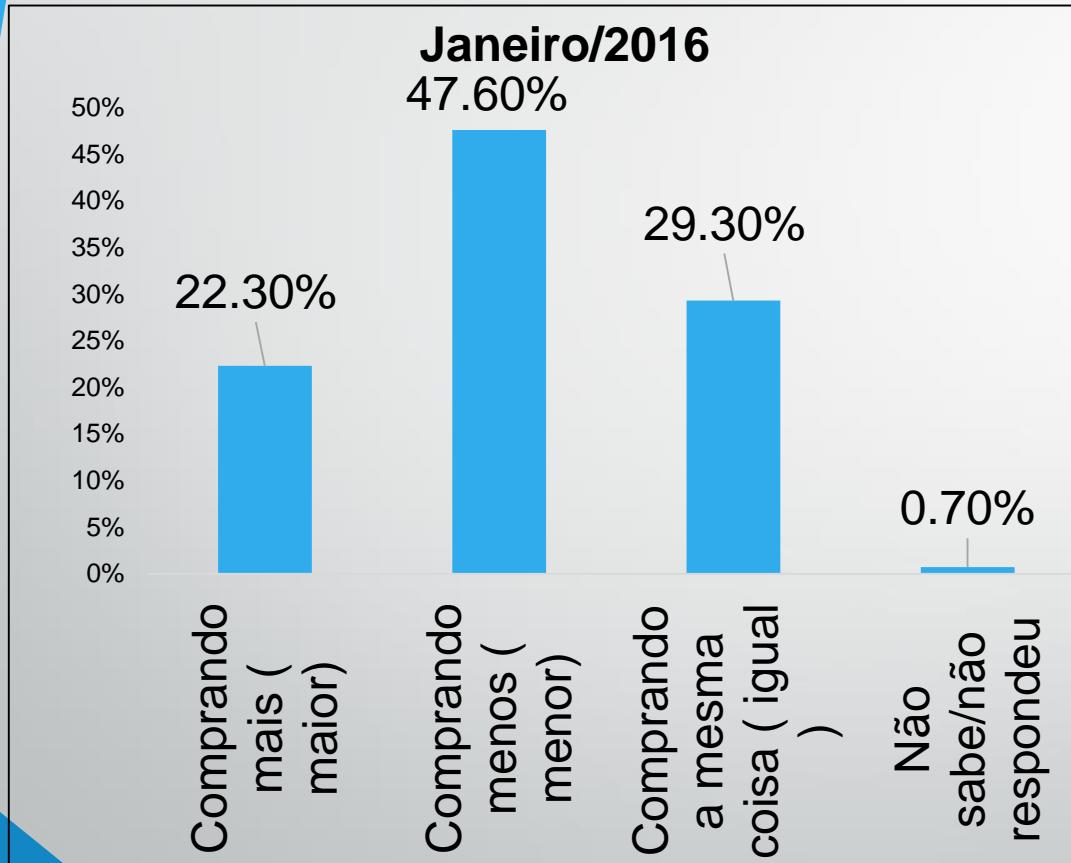
PERSPECTIVA PROFISSIONAL



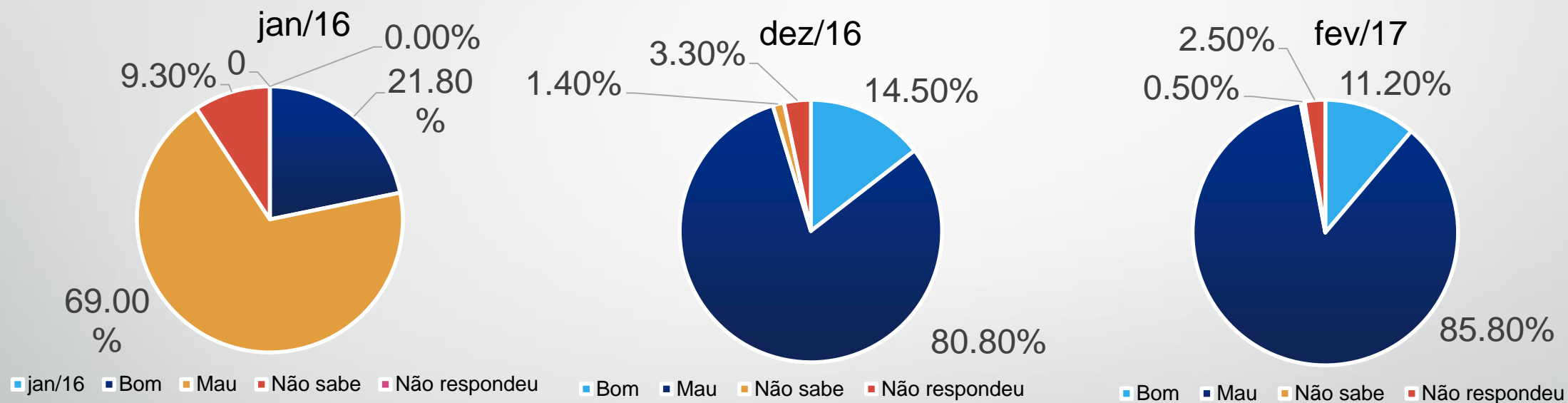
ACESSO A CRÉDITO OU EMPRÉSTIMO



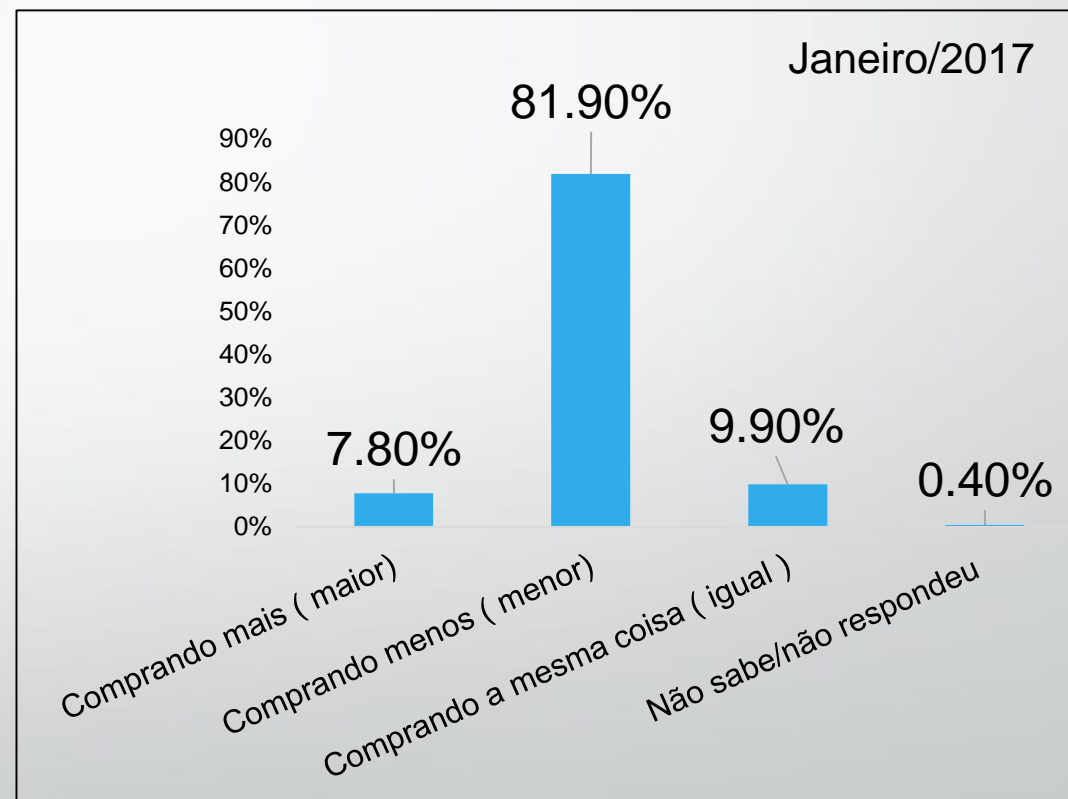
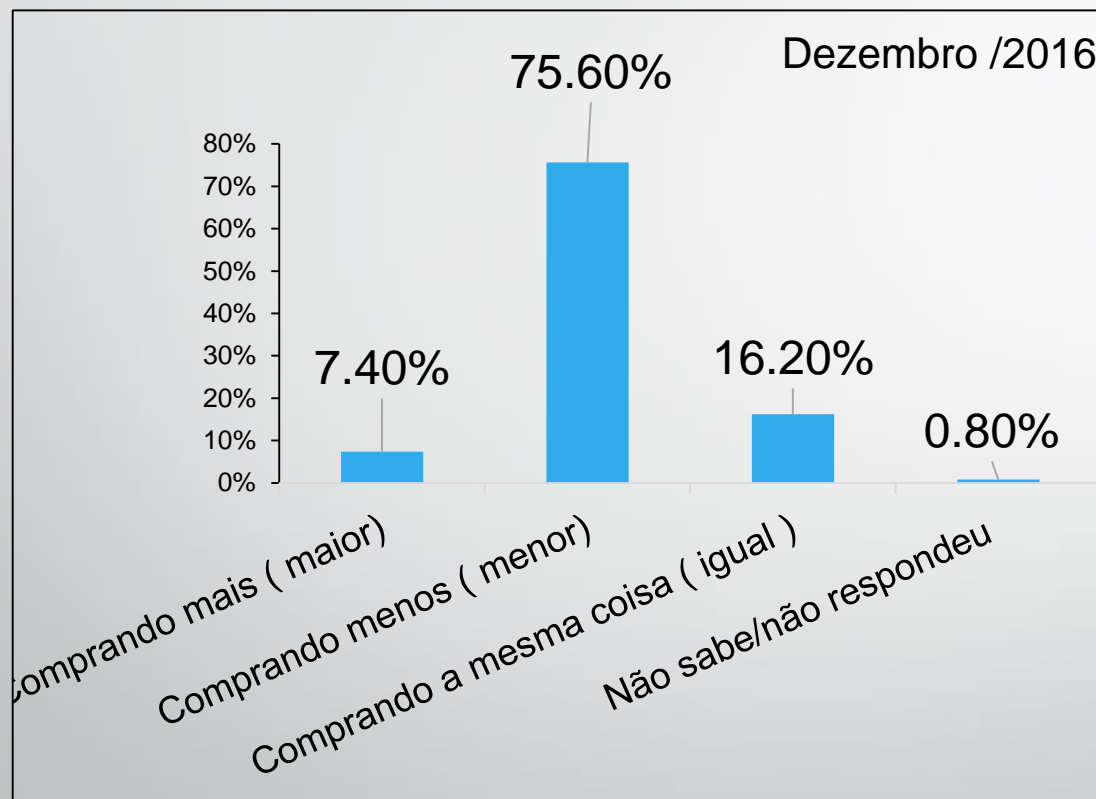
CONSUMO ATUAL: COMPARAÇÃO ANO ANTERIOR



MOMENTO PARA COMPRA DE BENS DURÁVEIS

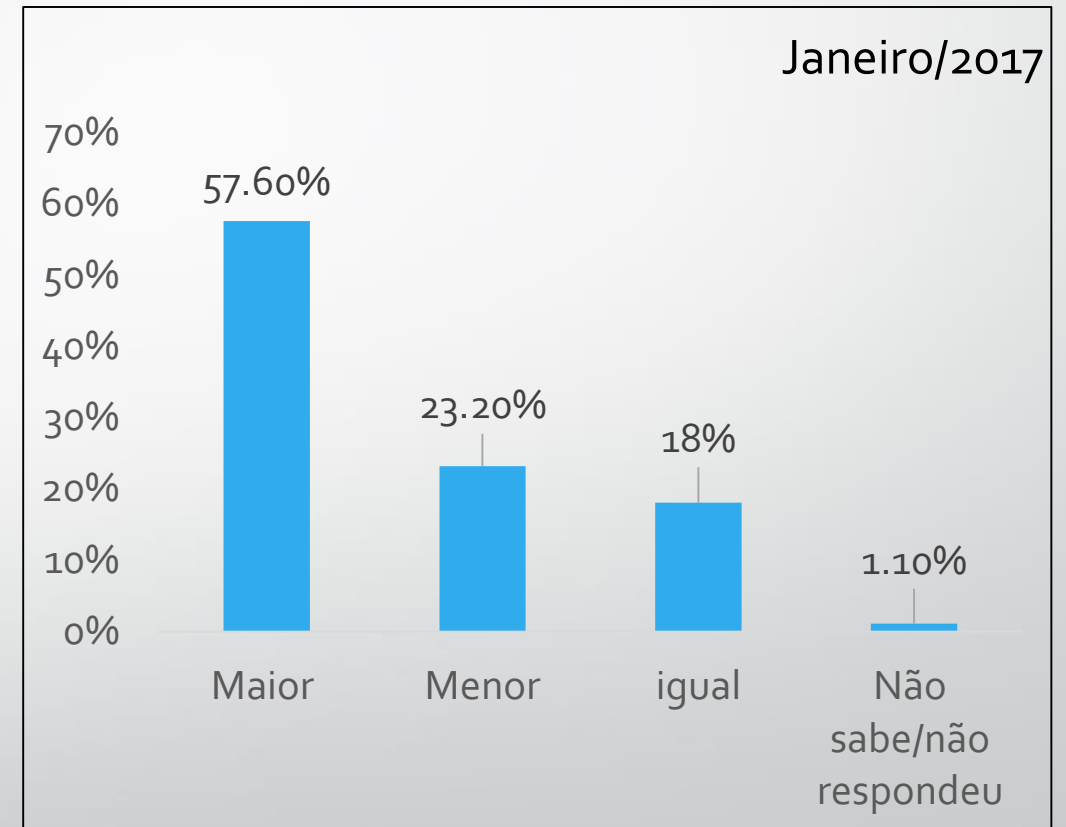
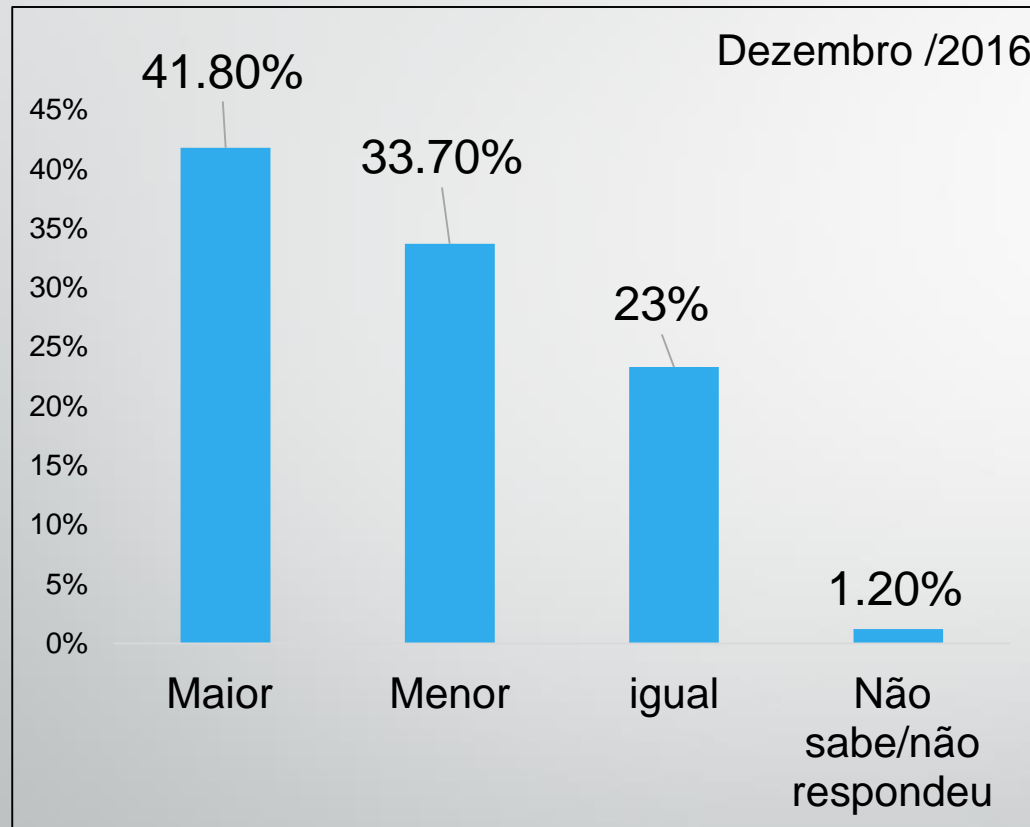


CONSUMO ATUAL: RELAÇÃO AO ANO PASSADO

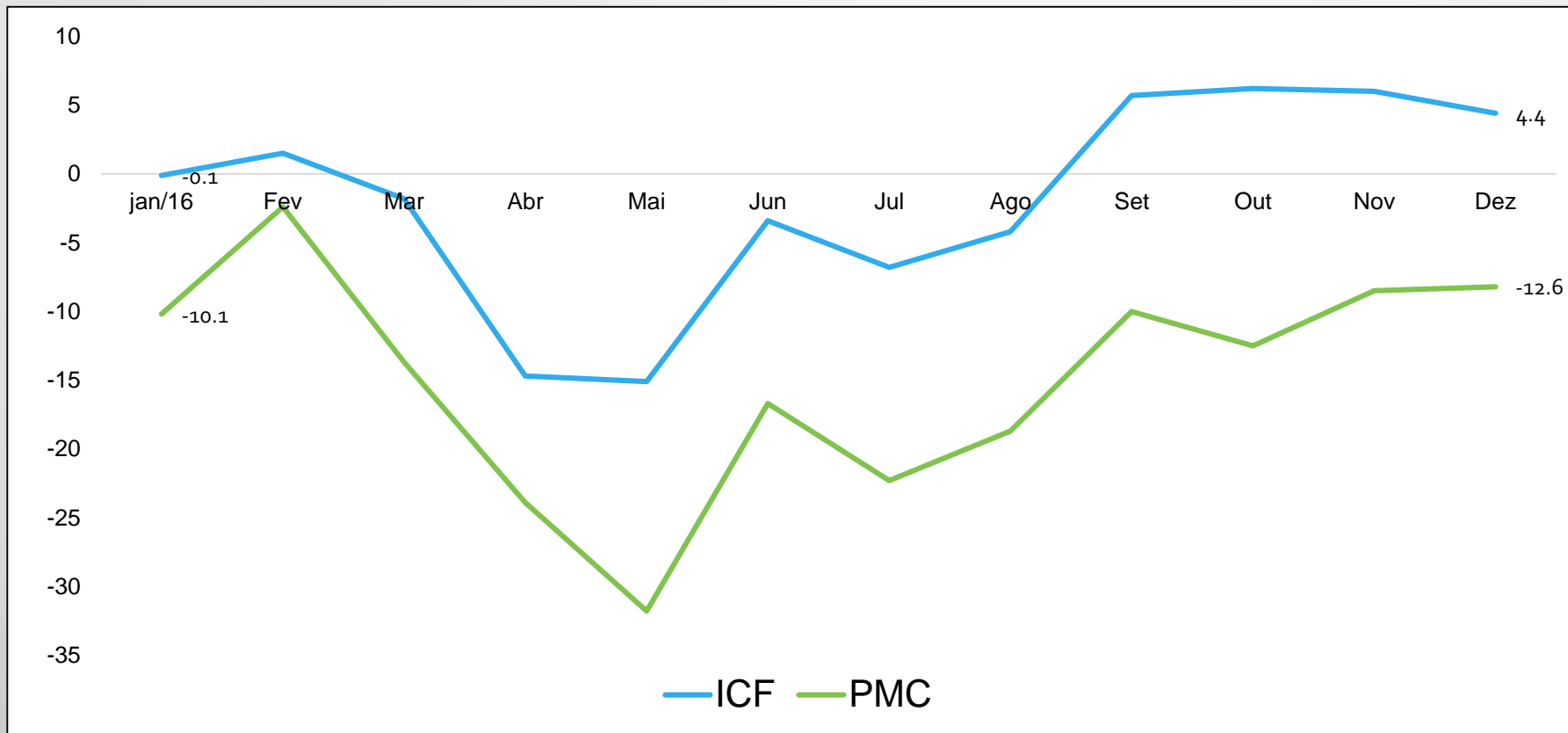


Fonte: Fecomércio-PA/CNC

PERSPECTIVA DE CONSUMO PARA OS PRÓXIMOS MESES



ICF E PMC



Fonte: Fecomércio-PA/CNC

SÍNTESE DOS PRINCIPAIS RESULTADOS DA PESQUISA INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS (ICF): IMPACTOS E INFLUÊNCIAS

- Os indicadores de confiança dos consumidores mostraram-se abaixo do grau de satisfação 100 em todos os meses de 2016, ou seja, insatisfação e insegurança quanto a sua capacidade de consumo, perspectivas profissionais e as possibilidades de aumento na renda, configurando-se em um dos fatores que impactaram a realização das vendas no ano de 2016;
- Tanto é que no indicador "Avaliação da Renda" em janeiro de 2016, algo em torno de 33,20% avaliaram que a renda na época estava maior do que do ano anterior. Ao longo do ano essa avaliação foi contaminada pelo perverso cenário econômico e político, que contribuiu para uma avaliação substancialmente negativa em dezembro de 2016, com cerca de 73,6% informando que consideravam a situação da renda atual pior do que no mesmo período do ano anterior;
- Para 48,8% dos consumidores o acesso ao crédito estava mais difícil no início do ano de 2016 e no final do ano a dificuldade de acesso ao crédito foi expressada por quase 80% das famílias;
- Pelos resultados e análises da pesquisa ICF (CNC/Fecomércio-PA), os indicadores relativos ao emprego, renda e acesso ao crédito apresentaram deterioração quanto a avaliação e quanto as perspectivas ao longo dos meses no ano de 2016 e indicaram as dificuldades dos consumidores para a realização de compras, influenciando na queda no volume de vendas observadas no ano de 2016;
- O resultado da Pesquisa de Intenção de Consumo (ICF) nos primeiros dois meses de 2017 registrou aumento na avaliação mensal, embora ainda represente um índice de insatisfação e queda com relação a janeiro de 2016;
- A correlação positiva entre as vendas do varejo e as taxas de juros reais faz com que as perspectivas sejam mais favoráveis para o setor em 2017. Porém, os resultados desses dois meses ainda não refletiram modificações favoráveis em decorrência da redução da taxa Selic;
- Espera-se que nos próximos meses a queda da taxa SELIC e o decréscimo na taxa de inflação tragam impactos mais significativos para o aumento na demanda, mas nada ainda comprovado pelas pesquisas.
- O aumento no volume de vendas e na receita depende da velocidade da confiança das famílias, da recuperação do crédito, do mercado de trabalho e da confiança dos empresários, fatores que perpassam por melhoria nas medidas de política econômica a serem adotadas no cenário político e na efetiva ação quanto às reformas em pauta no Congresso.
- As crises econômica, política e ética contaminam a economia cuja recuperação não se vislumbra no curto prazo.

PESQUISA ÍNDICE DE CONFIANÇA DO EMPRESÁRIO DO COMÉRCIO (ICEC)

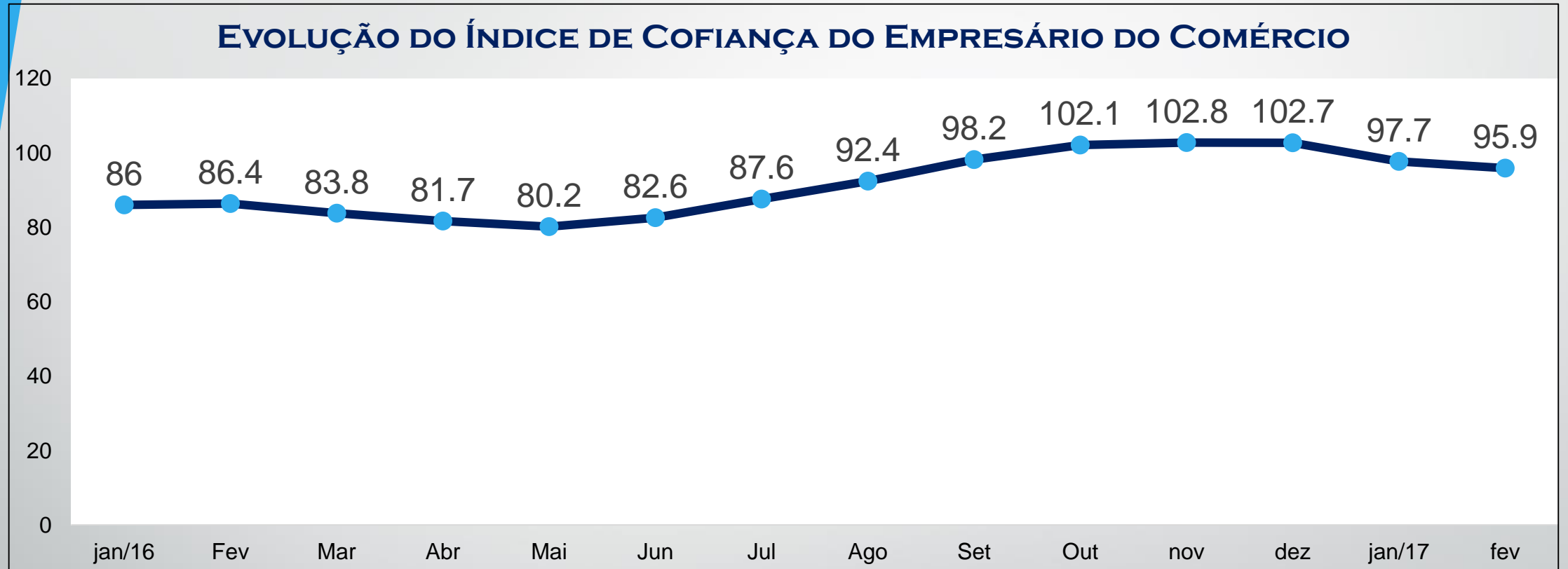
INFLUÊNCIAS E IMPACTOS

PESQUISA - ÍNDICE DE CONFIANÇA DO EMPRESÁRIO DO COMÉRCIO - ICEC

- Pesquisa CNC e análise Fecomércio-PA;
- Indicador com capacidade de medir a percepção que os empresários do comércio têm sobre o nível atual e futuro de propensão a investir no curto e médio prazos;
- Indicador antecedente das vendas do comércio, a partir do ponto de vista dos empresários (Ferramenta importante para o varejo, fabricantes, consultorias e instituições financeiras);
- Pode ser utilizado pelo setor de planejamento de estoques e investimentos. Importante o uso para o comércio varejista;
-

PESQUISA ÍNDICE DE CONFIANÇA DO EMPRESÁRIO DO COMÉRCIO (ICEC)

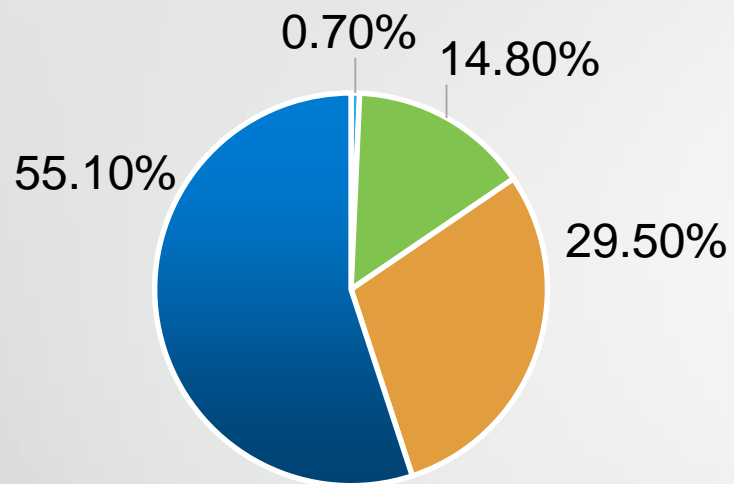
- A metodologia: conjunto de perguntas qualitativas referentes a economia, ao setor comércio e as empresas;
- Indicador quantitativo variando entre 0 e 200 pontos;
- O índice 100 demarca a fronteira entre a avaliação de insatisfação e de satisfação dos empresários do comércio;
- Abaixo de 100 pontos a situação de pessimismo e acima de 100 pontos encontra-se a situação de otimismo;
- População: Empresas comerciais localizadas no município de Belém;
- Período de coleta: realizada nos últimos 10 dias do mês imediatamente anterior ao da divulgação da pesquisa;



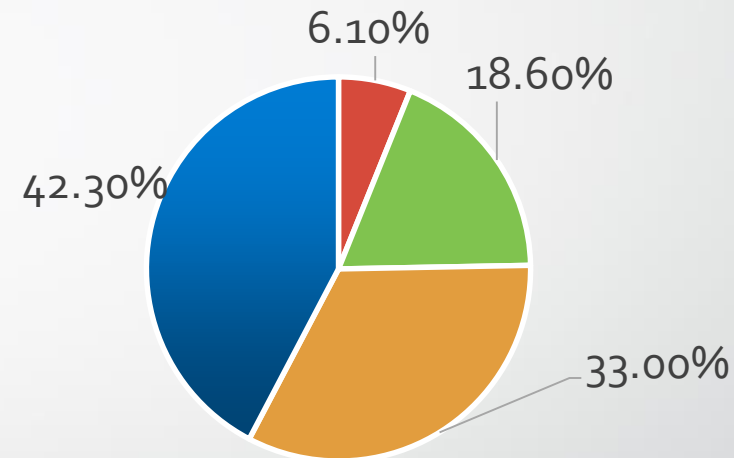
Fonte: Fecomércio-PA/CNC

ICEC (FEV) CONDIÇÕES ATUAIS

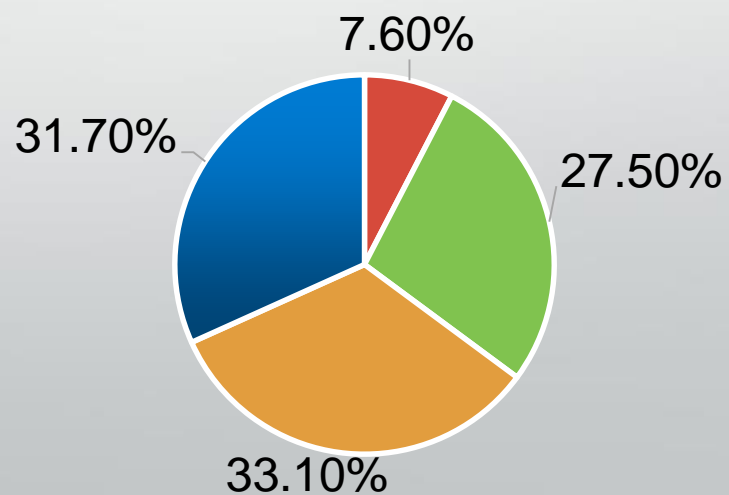
Economia Brasileira



Setor

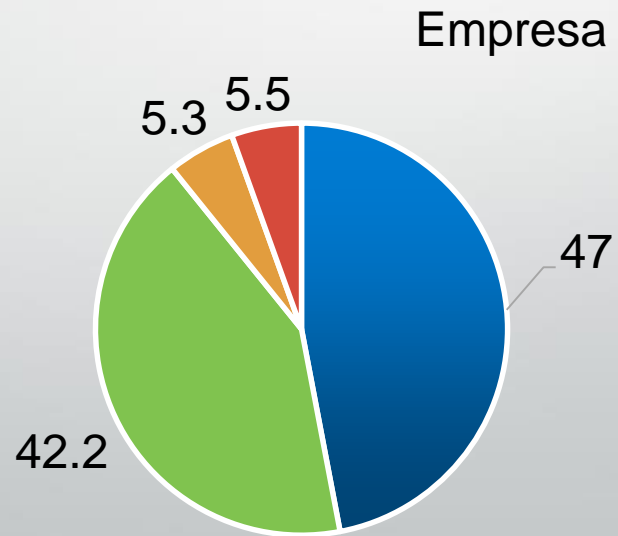
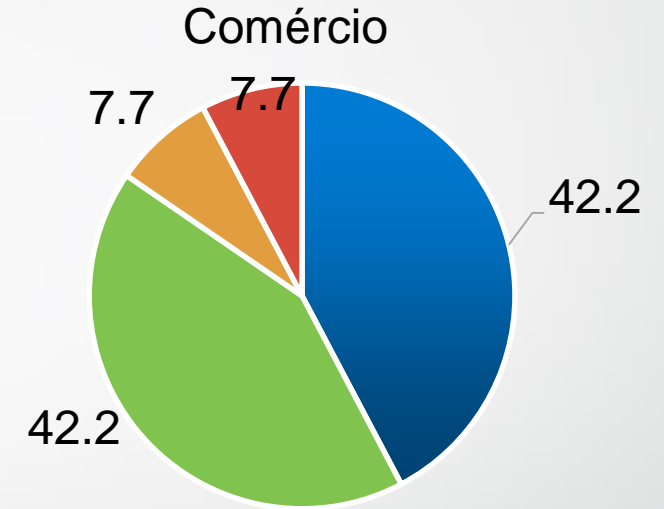
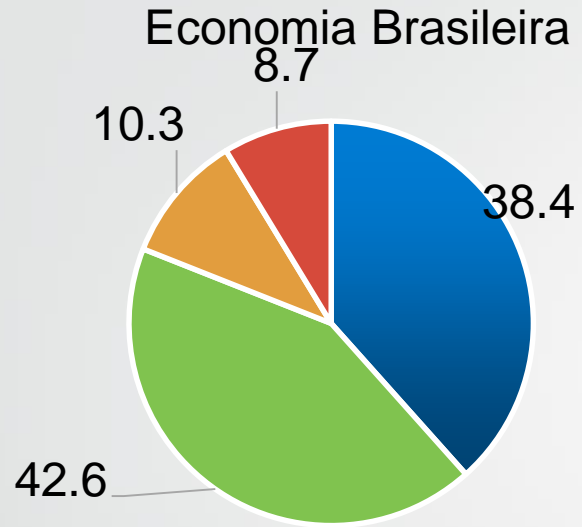






Empresa



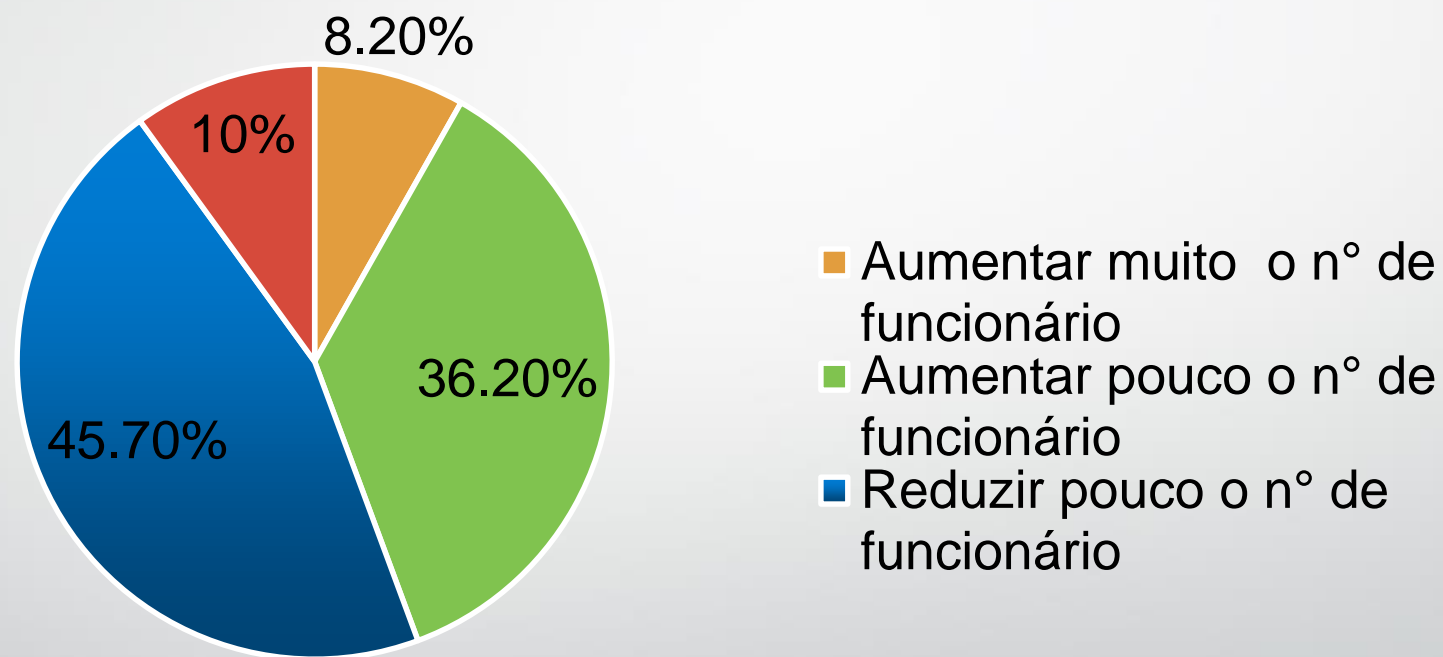
- Melhoraram muito
- melhoraram pouco
- Pioraram pouco
- pioraram muito

EXPECTATIVA

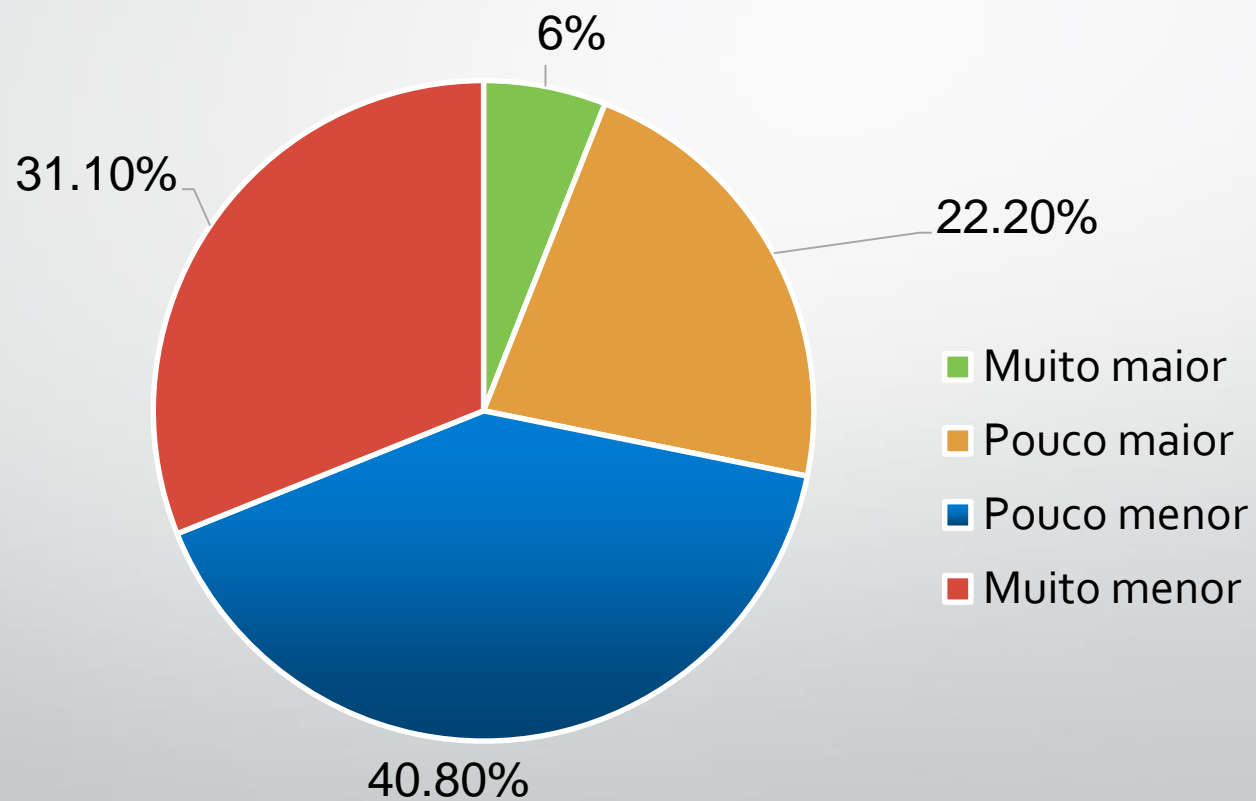


-  melhoraram muito
-  Melhoraram pouco
-  Pioraram pouco
-  Pioraram muito

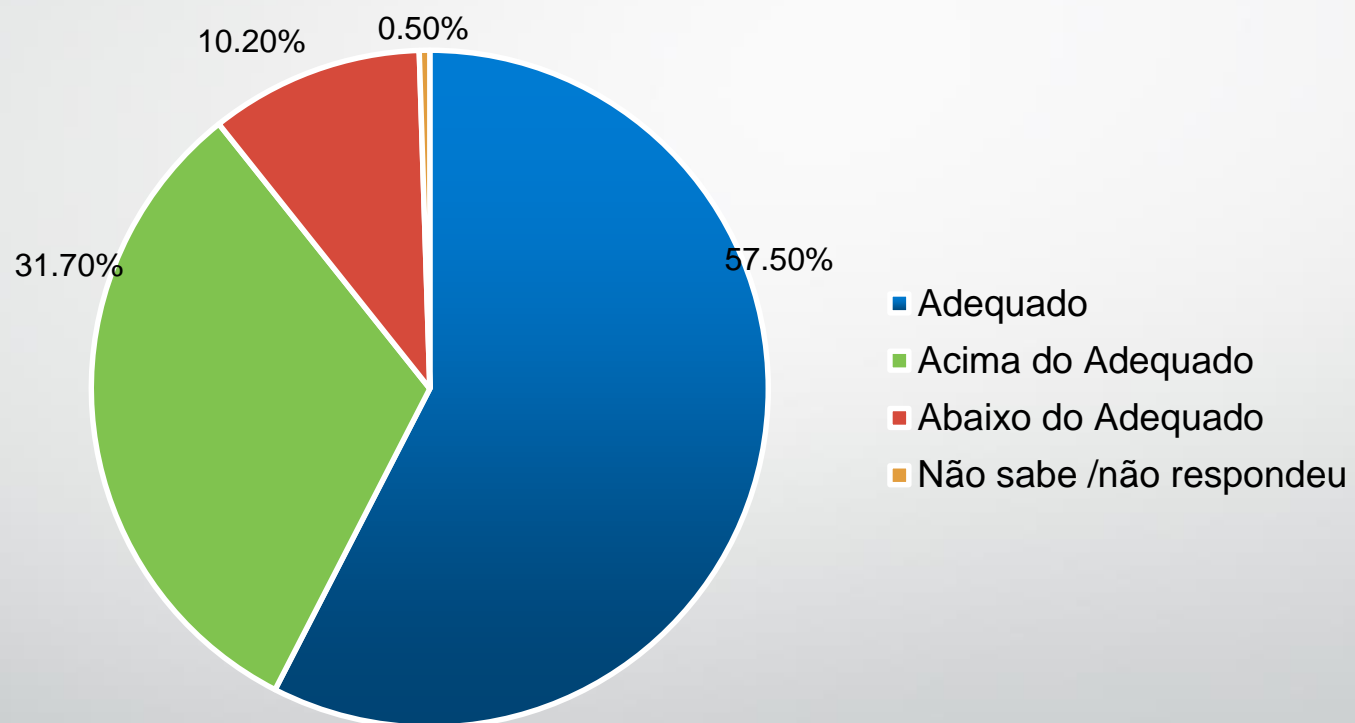
EXPECTATIVA PARA CONTRATAÇÃO DE FUNCIONÁRIOS FEVEREIRO DE 2017



NÍVEL DE INVESTIMENTO DA EMPRESA – FEVEREIRO DE 2017



SITUAÇÃO ATUAL DOS ESTOQUES



ICEC – PRINCIPAIS RESULTADOS

- Ao longo do ano de 2016, o índice de confiança dos empresários quanto a situação econômica do Brasil, do setor e da própria empresa, apresentou índice insatisfatório em quase todos os meses do ano, com exceção dos meses de outubro, novembro e dezembro, cujo índice ficou levemente acima do limiar entre a satisfação e a insatisfação, fato ligado as possíveis mudanças no cenário político e comando do País, que se refletiu em um estágio de expectativa do empresário quanto ao futuro da economia;
- Porém, na avaliação dos empresários, sem percepção de medidas de grande impacto que pudessem modificar o quadro de decréscimos nas vendas, ampliação de empregos, melhoria nas condições para as atividades econômicas e alteração do cenário de recessão na economia, o índice de confiança voltou a registrar grau de insatisfação que perdura até fevereiro de 2017;

ICEC – PRINCIPAIS RESULTADOS

- Entretanto, apesar do índice ainda ser insatisfatório, com resultados abaixo de 100 (janeiro de 2017: 97,7 e fevereiro de 2017: 95,2) na comparação com os índices observados nesses mesmos meses do ano anterior (janeiro: 86 e fevereiro de 2016: 86,4) há uma expectativa levemente melhor nesses dois primeiros meses de 2017 do que as identificadas no início do ano de 2016;
- A avaliação dos empresários sob os indicadores “condição atual da econômica brasileira” foram de 7,7% (melhorar) em fevereiro de 2016 para 14,7% em fevereiro de 2017;
- Sob a condição atual do setor, registram 18,4% situação melhor no ano anterior (fevereiro de 2016) para 24,7% em fevereiro de 2017;

ICEC – PRINCIPAIS RESULTADOS

- Sob “condição atual da empresa”, o resultado da avaliação indicada como “melhor” ampliou-se de 28,9% para 35,1%, em fevereiro de 2017 e janeiro de 2017, respectivamente;
- Quanto as expectativas para a economia brasileira, para o comércio e para a empresa, no mês de fevereiro de 2017, apresentaram índices de grau de satisfação positivos: 145,8, 151,9 e 160, respectivamente;
- Ou seja, é possível que o desempenho do volume de vendas do comércio seja melhor em 2017(ou menos pior) do que o ocorrido em 2016, porém, pelo conjunto de resultados das pesquisas nesses dois meses do ano, os resultado não são suficientes para garantir a retomada do crescimento;
- No curto prazo ainda não se identificam fatores que indiquem retomada sustentada e em patamares elevados do crescimento das vendas do comércio. Dado que as reformas não se concretizaram, o desemprego ainda permanece elevado, a massa salarial com baixo poder aquisitivo, o consumidor endividado, a inadimplência elevada, o crédito ainda caro e de difícil acesso, a economia ainda contaminada por problemas políticos e éticos, gerando dificuldades, desconfiança e cautela por parte dos agentes econômicos;



www.fecomercio-pa.com.br

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Pará (Fecomércio-PA)

Sebastião de Oliveira Campos

Presidente

Equipe Técnica:

Lúcia Cristina de Andrade Lisboa da Silva

Assessora econômica- Ms Economia

Maria de Fátima Costa da Luz

Assistente Técnico- Economista

Revisão:

Adriano Abbade

Assessoria de Comunicação

[Email : assessoriaeconomica2@fecomercio-pa.com.br](mailto:assessoriaeconomica2@fecomercio-pa.com.br)