

**INDICADORES ECONÔMICOS
DO COMÉRCIO
LOJISTA DE TERESINA**



SEBRAE
PI

CDL
Câmara de
Dirigentes
Lojistas de Teresina

**INDICADORES ECONÔMICOS
DO COMÉRCIO LOJISTA
DE TERESINA**

v. 3 n. 12 Dezembro de 1996



SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS DO PIAUÍ

Teresina

Av. Campos Sales, 1046 - CEP: 64.000-300 - Teresina - PI -
Fones: (086) 221-4888 / 4912 - Fax: (086) 221-5521

Parnaíba

R. Riachuelo, 455 - Casa da Indústria, CEP: 64.200.280
Telefax: (086) 322-1462

Picos

R. Cel. Francisco Santos, 821 - Centro, CEP: 64.600.000
Fone: (086) 422-3919 - Telefax: (086) 422-3798

Floriano

R. Euripedes de Aguiar, 419, CEP: 64.800.000
Fone: (086) 522-3164 - Telefax: (086) 521-1001

Corrente

R. Antônio, Nogueira de Carvalho, 627 - Centro
CEP: 64.960.000

São Raimundo Nonato

Av. Professor João Menezes, S/N - Centro
CEP: 64.770.000

Oeiras

Praça da Conceição, 112 - Centro, CEP: 64.500.000

Campo Maior

R. Padre Manoel Felix, 800 - Centro, CEP: 64.280.000
Fone: (086) 252-2772

Piripiri

R. Santos Dumont, 735 - Centro, CEP: 64.280.000
Fone: (086) 276-1929

CDL

Câmara de
Dirigentes
Lojistas de Teresina

CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS DE TERESINA

Rua Desembargador Freitas, 990 - Centro - CEP: 64.000-240 - Teresina-PI.
Fones: (086) 223-7834 / 222-5242 - Fax: (086) 223-7834

**INDICADORES ECONÔMICOS DO COMÉRCIO
LOJISTA DE TERESINA**

**VOLUME 3 NÚMERO 12
DEZEMBRO - 1996**

INDICADORES ECONÔMICOS DO COMÉRCIO LOJISTA DE TERESINA
é publicado com o apoio do SEBRAE/PI e CDL

TERESINA

MENSAL

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO:

Joaquim Gomes da Costa Filho
DIRETOR SUPERINTENDENTE:
Antônio Cláudio Câmara Montenegro
DIRETOR FINANCEIRO:
João Climaco de Brito Costa
DIRETOR TÉCNICO:
José Elzemar Almeida Fontenele

CDL
CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS DE TERESINA

PRESIDENTE:

Simião Evandro Marques da Costa
1º VICE-PRESIDENTE:
Pedro Evangelista Coelho
1º SECRETÁRIO:
Domingos Sávio Normando
1º TESOUREIRO:
Eline R. Castro Serra
DIR. CONSELHEIRO:
Evandro Cosme Soares de Oliveira

APOIO:

PREFEITURA MUNICIPAL DE TERESINA

EXECUTORA:

ARRUDA & ARRUDA Consultores
Rua Miosótis, 608 - Jockey Club, 64.048-130
Telefone 232-2536, 981-2536, 233-2706 e 223-3497

COORDENADOR E RESPONSÁVEL TÉCNICO:

José Edson Arruda
Economista CORECON Nº 0331/PI
Engenheiro CREA 600/D

Publicação Mensal

Indicadores econômicos do comércio lojista de Teresina / Arruda & Arruda Consultores SC/SEBRAE/PI/CDL. v.3, n.12 1996 Mensal

1. Comércio - Teresina 2. Comércio - Indicadores econômicos
I. Título
CDI CDU (058) (812.2)

1. APRESENTAÇÃO

É com grande satisfação que trazemos a público a edição de número 12 do volume 3 do relatório técnico da pesquisa **INDICADORES ECONÔMICOS DO COMÉRCIO LOJISTA DE TERESINA**, publicação essa que tem merecido a atenção, o respeito e muitos elogios dos lojistas e demais interessados no comportamento das principais variáveis econômicas do Comércio Lojista de Teresina.

A Câmara de Dirigentes Lojistas de Teresina - CDL e o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Piauí - SEBRAE, renovaram, em março de 1995, um Convênio de Cooperação Técnica e Financeira, que haviam celebrado em março/94, com o objetivo de continuar a Pesquisa das Principais Variáveis Econômicas do Comércio Lojista de Teresina, que vinha sendo feita, mensalmente, desde outubro/91, pela empresa **ARRUDA & ARRUDA Consultores**, sob o patrocínio da **CDL/Teresina**.

O **SEBRAE** cooperou financeiramente com 50% dos custos totais e a **CDL/Teresina** custeou os 50% restantes. A equipe técnica do **SEBRAE/PI** contribuiu significativamente na elaboração do projeto de pesquisa, na concepção do questionário, no dimensionamento da amostra e no desenho do formato final do relatório.

A Prefeitura Municipal de Teresina colabora com 7% do valor da pesquisa.

Esse trabalho tem como objetivo oferecer informações seguras e confiáveis, relativas às variáveis vendas, situação de crédito, mão-de-obra empregada, estoques, política de compras, de vendas e antecipar algumas tendências do comércio para o mês subsequente.

Esperamos, sinceramente, que essa edição de **DEZEMBRO/96** seja tão útil como foram as anteriores.

SIMIÃO EVANDRO MARQUES DA COSTA **ANTÔNIO CLÁUDIO C. MONTENEGRO**
PRESIDENTE - CDL/Teresina DIR. SUPERINTENDENTE - SEBRAE/PI

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO.....	5
2 METODOLOGIA	8
2.1 Definição das Variáveis.....	9
3 RESULTADOS OBTIDOS.....	10
4 ANÁLISE E COMENTÁRIOS.....	12
4.1 Comentários Gerais	12
4.2 Análise Setorial	16
5 CONCLUSÕES.....	19
6 GRÁFICOS.....	21
7 ANEXOS.....	26

2. METODOLOGIA

Esse trabalho foi desenvolvido através de pesquisa direta em uma amostra constituída de 80 estabelecimentos de micro, pequenas e médias empresas do Comércio Lojista de Teresina, distribuídos em 10 setores, a saber:

1. (ALM) Alimentação;
2. (BPV) Brinquedos/presentes/variedades;
3. (FAR) Farmácias/drogarias/cosméticos/prod. agropecuários;
4. (LIV) Livrarias/papelarias;
5. (MAQ) Máquinas/equipamentos;
6. (MCO) Material de construção;
7. (MOV) Móveis/eletrodomésticos/cortinas/tapetes;
8. (OTC) Óticas/joalherias/relojoarias;
9. (PEÇ) Veículos (peças, pneus, baterias, acessórios, etc.);
10. (VES) Vestuário

A amostra foi distribuída entre os setores conforme o quadro abaixo

DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA PELOS SETORES

SETOR	QUANTIDADE PESQUISADA
01. ALIMENTAÇÃO	5
02. BRINQUEDOS/PRESENTES/VARIEDADES	7
03. FARMÁCIAS/COSMÉTICOS/P. AGROPEC.	4
04. LIVRARIAS/PAPELARIAS	4
05. MÁQUINAS/EQUIPAMENTOS	4
06. MATERIAL DE CONSTRUÇÃO	9
07. MÓVEIS/ELETROD./CORTINAS/TAPETES	9
08. ÓTICAS/JOALHERIAS/RELOJOARIAS	8
09. VEÍCULOS (Peças, pneus, etc.);	12
10. VESTUÁRIO	18
TOTAL DOS ESTAB. PESQUISADOS	80

As principais variáveis escolhidas para acompanhamento são: as vendas nominais e reais, o emprego de mão-de-obra, salários nominais e reais, a política de compras, os estoques, a procura, as condições de pagamento das compras e das vendas, a situação financeira/creditícia e as expectativas dos empresários

Os questionários foram aplicados entre os dias 02 e 14/12/96 pela equipe de pesquisadores. Em seguida, todo o material colhido foi criticado e processado estatisticamente pelos técnicos, sob a supervisão do economista José Edson Arruda. Finalmente, foi redigido o relatório final que, após submetido à apreciação do SEBRAE, foi editado para impressão.

2.1. Definição das Variáveis

Vendas Nominais:

Faturamento declarado pela empresa, a preços correntes;

Vendas Reais:

Total do faturamento, deflacionado pela média dos principais índices oficiais

Emprego de Mão-de-Obra:

Quantidade de pessoas empregadas no Comércio Lojista de Teresina, formal ou informalmente; sua variação mensal.

Salários Nominais:

Total dos salários, comissão, gratificação, horas extras e outros adicionais, a preços correntes;

Salários Reais:

Salários nominais, deflacionados pelo INPC do IBGE;

Política de Compras:

Participação nas compras de produtos piauienses e de produtos originários de outros Estados; percentual de compras à vista, entre 30 e 60 dias e com mais de 60 dias;

Política de Vendas

Percentual das vendas à vista e a prazo;

Estoques:

Situação dos estoques de mercadorias, no final de cada mês, quanto a ter aumentado, diminuído ou permanecido estável;

Procura:

Tendência da procura pelos produtos de cada setor;

Crédito:

Situação do crédito e as principais dificuldades de acesso ao crédito bancário; avaliação das principais taxas de juros de captação e aplicação e das taxas de desconto de duplicata;

Expectativas:

Posição dos empresários quanto às vendas do mês seguinte e/ou qualquer outra previsão ou tendência que se possa fazer.

3. RESULTADOS OBTIDOS

Antes da apresentação dos resultados obtidos e das respectivas análises, é mostrado um quadro de tendências da evolução das principais variáveis pesquisadas em cada mês, dos dez setores em que se dividiu o Comércio Lojista de Teresina. O quadro seguinte, portanto, mostra as principais tendências das variáveis.

QUADRO DAS TENDÊNCIAS DAS PRINCIPAIS VARIÁVEIS, POR SETOR: NOVEMBRO/96

SETOR	VENDAS	EMPREG	ESTOQUE	PROCURA	EXPEC.
Alimentação	→	↑	↑	→	↑
Brinquês/presentes/variedades	→	↑	↑	→	↑
Farmácias/cosméticos/agrop.	→	↑	→	→	↑
Livrarias/papelarias	→	↓	↑	→	↑
Máquinas/equipamentos	→	→	→	↑	→
Material de construção	↑	↑	→	↑	→
Móveis/eletrod/tapetes	→	↑	↑	→	↑
Óticas/joalherias/reloj.	→	→	↑	→	↑
Veículos (peças, etc...)	→	↓	→	→	→
Vestuário	↑	↑	↑	↑	↑
Todo o Com. Loj. Teresina	→	↑	↑	→	↑

FONTE: ARRUDA & ARRUDA Consultores

COMÉRCIO LOJISTA DE TERESINA: VARIACÃO PERCENTUAL DOS ÍNDICES DE VENDAS POR SETOR - NOVEMBRO/1996

COLO- CAÇÃO	SETORES	VARIAÇÃO % NOMINAL	VARIAÇÃO % REAL
1º	VESTUÁRIO	7,7	6,9
2º	MATERIAL DE CONSTRUÇÃO	2,8	2,0
3º	MÓVEIS/ELETROD/CORTINAS/TAPETES	-2,6	-3,3
4º	ÓTICAS/JOALHERIAS/RELOJOARIAS	-3,8	-4,6
5º	BRINQUEDOS/PRESENTES/VARIÉDADES	-4,3	-5,1
6º	ALIMENTAÇÃO	-4,4	-5,2
7º	LIVRARIAS/PAPELARIAS	-6,9	-7,6
8º	FARMÁCIAS/COSMÉTICOS/P.AGROPEC.	-7,0	-7,7
9º	VEÍCULOS (Peças, pneus, etc.)	-7,2	-7,9
10º	MÁQUINAS/EQUIPAMENTOS	-8,2	-8,9
	MÉDIA	-3,4	-4,2

FONTE: ARRUDA & ARRUDA Consultores

COMÉRCIO LOJISTA DE TERESINA: VARIACÃO PERCENTUAL DOS ÍNDICES DE EMPREGO E DISPÊNDIO COM MÃO-DE-OBRA, POR SETOR, NOVEMBRO/1996

SETORES	VAR. % EMPREGO	VAR. % DISPÊN- DIO	
1º MÓVEIS/ELETROD/CORTINAS/TAPETES	5,5	1,1	
2º MATERIAL DE CONSTRUÇÃO	3,7	0,8	
3º BRINQUEDOS/PRESENTES/VARIÉDADE	2,5	-1,3	
4º VESTUÁRIO	2,3	4,6	
5º FARMÁCIAS/COSMÉTICOS/P.AGROPEC	1,7	-3,0	
6º ALIMENTAÇÃO	1,6	-1,8	
7º ÓTICAS/JOALHERIAS/RELOJOARIAS	zero	-2,3	
8º LIVRARIAS/PAPELARIAS	-0,8	-4,2	
9º VEÍCULOS (peças, pneus, baterias, etc.)	-1,6	-4,8	
10º MÁQUINAS/EQUIPAMENTOS	-9,8	-9,4	
	MÉDIA	0,5	-1,8

FONTE: ARRUDA & ARRUDA Consultores

4. ANÁLISE E COMENTÁRIOS

A seguir, são apresentados os comentários e a análise dos resultados auferidos pela pesquisa, primeiro de maneira temática e geral, depois de forma setorial.

4.1. Comentários Gerais

Vendas

O valor nominal das vendas do Comércio Lojista de Teresina caiu 3,4% em novembro/96 com relação a outubro/96, que corresponde a uma redução real de 4,2%, isto é, descontando-se a inflação média do período. Isso frustrou as expectativas de 69% dos lojistas que, no mês passado, esperavam aumento das vendas de novembro.

Os melhores desempenhos foram dos setores de vestuário (6,9%) e de material de construção (2,0%). Os piores desempenhos foram dos setores de máquinas/equipamentos (-8,9%) e de peças e acessórios p/veículos (-7,9%). De jul/94 a nov/96, o Comércio Lojista de Teresina acumulou aumentos nas vendas da ordem de 25%. O setor que, nesse período, apresentou melhor performance foi o de vestuário (271%), seguido pelo setor de móveis/eletro./cortinas/tapetes (38%). Os piores setores, quanto às vendas, nesse mesmo período, foram as livrarias/papelarias (-65%) e peças e acessórios para veículos (-58%).

Em 1996, o comércio lojista de Teresina, até o mês de novembro, já acumula 28,2% de redução na média das vendas de todos os setores. O setor de brinquedos/presentes/variedades e de móveis/eletrod./cortinas/tapetes já cumularam mais de 60% de redução, nesse mesmo período.

Na seção de ANEXOS, o primeiro quadro mostra a evolução das vendas do mês anterior, dos últimos três meses, dos últimos seis meses, dos últimos doze meses, a variação acumulada no ano de 1996 e a variação acumulada desde a deflagração do plano real, em julho/94. Por ele se pode constatar que, nos últimos doze meses, ou seja, desde nov/95, que as vendas acumularam uma redução de 0,8%. Esse fenômeno pode ser entendido como consequência da política econômica de combate à volta da inflação, através da contenção do consumo.

O quarto quadro da seção de ANEXOS mostra a evolução das vendas, em volume, desde jan/93. Nele os números representam quantos por cento cada setor vendeu em relação a jan/93. Pode-se constatar que, de janeiro/93 até novembro/96, o ranking dos setores, segundo o desempenho respectivo de vendas, é o seguinte:

- 1º lugar: Vestuário, com 909% de aumento;
- 2º lugar: Farmácias/Cosméticos/P. agropec., com 282% de aumento;
- 3º lugar: Móveis/Eletrod./Cortinas/Tapetes, com 243% de aumento;
- 4º lugar: Alimentação, com 149% de aumento;
- 5º lugar: Brinquedos/Presentes/Variedades, com 133% de aumento;
- 6º lugar: Máquinas/Equipamentos, com 46% de diminuição;
- 7º lugar: Veículos (Peças, pneus, etc.), com 47% de diminuição;
- 8º lugar: Livrarias/Papelarias, com 53% de diminuição;
- 9º lugar: Material de Construção, com 57% de diminuição;
- 10º lugar: Óticas/Joalherias/Relojoarias, com 65% de diminuição;

Comparando-se o ano atual com o ano anterior, mês a mês, conforme está mostrado no segundo quadro dos ANEXOS, vê-se que em novembro/96 os setores de farmácias, máquinas/equipamentos, material de construção e vestuário venderam mais do que em novembro/95. Todos os demais setores venderam menos do que em nov/95. Na média, vendeu-se 1% a menos em nov/96, comparado com nov/95. O setor mais punido foi o de peças e acessórios p/veículos, com menos 42%.

A pesquisa constatou que cerca de 30% das vendas foram realizadas à vista e que, portanto, 70% recorreram a alguma forma de financiamento. No mês passado, a participação relativa das vendas à vista diminuiu um pouco, isto é, houve uma pequena redução da liquidez

Emprego

Como está mostrado no quadro de emprego de mão-de-obra, houve um emprego líquido de trabalhadores pelo Comércio Lojista de Teresina, de 0,5% em novembro/96. Os setores de livrarias/papelarias, peças e acessórios para veículos e máquinas/ equipamentos desempregaram. O setor de óticas/joalherias/relojoarias não empregou nem desempregou. Todos os demais setores aumentaram o emprego de comerciantes no mês passado. O setor que mais empregou foi o de móveis/eletro./cortinas/tapetes (5,5%), seguido pelo de material de construção (3,7%). No ano passado, o desemprego de mão-de-obra acumulou 9,3%, considerado elevado para o porte de Teresina. Neste ano, de janeiro a novembro, já se acumularam 6,43%, que correspondem a mais de 69% do desemprego acumulado em todo o ano passado. Isso projeta uma taxa de desemprego, para 1996, da ordem de 7%, que deve ser considerada muito alta. Esse problema fica mais sério se considerarmos que o comércio de Teresina é o maior empregador, depois do Governo.

Renda

O valor nominal das despesas com pessoal do Comércio Lojista de Teresina decresceu cerca de 1,8% em novembro/96, com relação a outubro/96. Houve uma redução no valor das comissões da ordem de 2,1% e um aumento no valor agregado da folha de pagamentos de 0,3%, aproximadamente. O maior aumento de dispêndio com pessoal foi o de material de construção (2,8%), enquanto a maior redução foi do setor de máquinas/equipamentos (- 9,4%).

Compras

Cerca de 9% de tudo que o Comércio Lojista de Teresina vendeu, em novembro/96, foram produzidos no Piauí. Todo o restante veio de fora, ocasionando uma enorme evasão de recursos, sob a forma de remuneração de fatores. A política média de compras em novembro é representada por 30% com prazos menores do que 30 dias, 35% com prazos entre 30 e 60 dias e 35% com prazos superiores a 60 dias. No geral, o comércio lojista de Teresina comprou pouco em novembro e, embora a maioria se confesse com os estoques muito baixos, em novembro se comprou menos do que em outubro. As compras têm sido suficientes apenas para ir repondo a mercadoria vendida. Continua a política, aliás muito acertada, de estoques mínimos.

Estoques

Das empresas pesquisadas, 43% informaram que seus estoques aumentaram, 39% informaram que seus estoques permaneceram constantes e 18% declararam-se com seus estoques diminuídos. Os setores que mais se estocaram foram os de vestuário e móveis/eletrodomésticos/cortinas/tapetes. Os que mais diminuíram seus estoques foram as material de construção e de peças e acessórios para veículos. Os estoques se formam através de mais compras, pelo lojista, e/ou menos vendas e sua diminuição ocorre pelo aumento das vendas e/ou pela diminuição das compras. Em novembro, houve redução nas vendas e um aumento nas compras, provocando uma razoável elevação nos estoques, compatível com a época do ano, em que o comércio se prepara para a movimentação natalina.

Procura

Quanto à procura ou demanda pelos produtos de cada setor, cerca de 33% dos lojistas observaram aumento, 11% declararam uma procura estável e 56% acusaram redução de

demanda. Convém destacar que as variações de procura são indicadas pelo movimento de clientes na loja e não, necessariamente, pela efetivação de mais vendas. Portanto, é possível haver aumento da procura e não haver aumento das vendas e vice-versa. A maior procura foi a do setor de vestuário e a menor ocorreu nos setores de alimentação e livrarias.

Crédito

As taxas de juros ainda permanecem em patamares muito elevados. O abrandamento do compulsório sobre operações financeiras ainda não repercutiu no comércio de Teresina. As formas mais comuns de financiamento das vendas, pelo comércio lojista de Teresina, têm sido a emissão de duplicatas (47%), a aceitação de cheques pré-datados (28%), o uso dos cartões de crédito (21%) e 4% são financiadas por formas não convencionais. Os lojistas continuam evitando as altas taxas de juros do mercado financeiro.

As taxas de juros para captação bancária estão variando entre 1,0 e 2,5% ao mês, dependendo do papel e da quantidade de dias úteis do mês; as taxas para aplicação bancária estão variando de 4 a 8%, dependendo do tipo de aplicação, da segurança do cliente, do número de dias úteis, etc., fora o excesso em cheque especial e os cartões de crédito, que atingem até 12%; o desconto de duplicatas, que é o crédito mais utilizado pelos lojistas, tem taxas em valores nominais de 4,5 a 6,5% ao mês, que significam taxas reais de 4,7 a 7,0% ao mês, que equivalem a taxas anuais de 73,5% a 125,2%, consideradas altíssimas para uma economia equilibrada e com inflação anualizada inferior a 12%.

Expectativas

No mês passado, 69% dos empresários pesquisados acreditavam que as vendas de novembro/96 seriam maiores. Elas caíram 4,2% em termos reais. Agora, 15% dos lojistas esperam redução nas vendas de dezembro, 24% acreditam que elas ficarão estáveis, enquanto 61% acreditam que elas serão maiores.

Os setores mais otimistas foram os de alimentação e farmácias/cosméticos/prod. agropecuários (100%). Os setores mais pessimistas foram os de peças e acessórios p/ veículos (72%), de máquinas/equipamentos (75%) e de material de construção (77%). No geral, há os que esperam redução de até 10% e os que esperam aumento de até 40%, ficando a média ponderada em torno de 12% de aumento.

4. 2. Análise Setorial

Nessa seção serão analisados os principais aspectos de cada um dos dez setores, como seu desempenho, sua importância nos indicadores econômicos e/ou qualquer outra informação pertinente que tenha emergido no decorrer da pesquisa.

01. ALIMENTAÇÃO

Foi o 6º colocado em vendas no mês de novembro, com uma redução real de 5,2%. Este setor foi também o 6º em emprego de mão-de-obra, tendo admitido 1,6%. Seu dispêndio com pessoal decresceu 1,8%. Menos de um quinto do que vende é produzido no Piauí. A política de compras é representada por 60% com prazo inferior a 30 dias, 30% com prazo entre 30 e 60 dias e 10% com mais de 60 dias. A pesquisa constatou que mais de 65% das vendas do setor são realizadas à vista, que os estoques aumentaram, que a demanda diminuiu bastante e que os lojistas do setor têm uma expectativa otimista para as vendas de dezembro.

02. BRINQUEDOS/PRESENTES/VARIEDADES

Foi o 5º lugar em vendas no mês de novembro, com um decréscimo de 5,1% sobre o mês anterior. Quanto ao emprego de mão-de-obra, foi o 3º lugar, tendo empregado 2,5%. O dispêndio com pessoal caiu 1,3%. Cerca de 10% de tudo o que comercializa são produzidos no Piauí. A política de compras que predominou no setor foi de 48% com menos de 30 dias, 32% com prazos entre 30 e 60 dias e 20% com mais de 60 dias. As vendas à vista do setor foram de 56% do total. Os estoques aumentaram, a demanda reduziu-se e as expectativas são de que as vendas de dezembro serão maiores do que as de novembro, principalmente por causa do Natal.

03. FARMÁCIAS/COSMÉTICOS/PROD. AGROPECUÁRIOS

Foi o 8º lugar em novembro, com relação às vendas, apresentando uma queda de 7,7%, em valores reais. Foi o 5º em emprego de mão-de-obra, tendo admitido 1,7%. O dispêndio com pessoal caiu 3,0%. A participação de produtos do Piauí é insignificante nas vendas do setor e sua política de compras é de 45% com prazos inferiores a 30 dias, 40% com prazos entre 30 e 60 dias e 15% com prazos superiores a 60 dias. Cerca de 65% das vendas são realizadas à vista, enquanto 35% são financiadas. Os estoques do setor ficaram estáveis, sua demanda diminuiu e as expectativas dos lojistas do setor são de que as vendas de dezembro serão bem maiores do que as de novembro.

04. LIVRARIAS/PAPELARIAS

Este setor foi o 7º colocado nas vendas de novembro/96, com uma redução de 7,6%, reais. Foi também o 8º em emprego de mão-de-obra, tendo demitido 0,8%. Seu dispêndio com pessoal decresceu 4,2%. Cerca de 8% de tudo o que comercializa são produzidos no Estado e seus prazos médios de compras em novembro/96 foram: 45% com menos de 30 dias; 30% com prazos entre 30 e 60 dias; e 25% com mais de 60 dias. Pouco mais da metade das vendas do setor são realizadas à vista. A procura do setor diminuiu em novembro e seus estoques aumentaram. As expectativas dos lojistas do setor são de que as vendas de dezembro serão melhores do que as verificadas em novembro.

05. MÁQUINAS/EQUIPAMENTOS

Esse setor foi o 10º lugar nas vendas de novembro, com um decréscimo de 8,9% sobre outubro/96, em valores reais. Foi também o 10º colocado em emprego, tendo demitido 9,8%, liquidamente. As despesas com remuneração de pessoal caíram 9,4%. Tudo o que o setor comercializa é produzido fora do Estado e a sua política de compras é a seguinte: cerca de 30% das compras são feitas com prazos de pagamento inferiores a 30 dias, a metade com prazos entre 30 e 60 dias e o restante com prazos superiores a 60 dias. As vendas à vista correspondem a menos de 40% do total. Os estoques do setor ficaram estáveis, sua procura ou demanda cresceu um pouco e as expectativas são de que as vendas de dezembro serão melhores do que as de novembro.

06. MATERIAL DE CONSTRUÇÃO

As vendas do setor tiveram um crescimento real de 2,0%, colocando-o em 2º lugar entre os dez setores. Quanto ao emprego de mão-de-obra, foi também o 2º colocado, com um emprego líquido de 3,7%, enquanto seu dispêndio com pessoal cresceu 2,8% com relação ao mês anterior. Cerca de 12% de tudo o que vende são produzidos no Piauí, principalmente cerâmica vermelha. Sua política de compras pode ser representada por 30% no curto prazo, 30% no médio prazo e 40% em prazo mais longo, chegando a 120 dias. Quanto às condições de vendas, cerca de 42% são realizadas à vista e o restante utiliza alguma forma de financiamento. A procura do setor aumentou, seus estoques diminuíram e as expectativas gerais são de que as vendas de dezembro serão menores do que as de novembro.

07. MÓVEIS/ELETRODOMÉSTICOS/CORTINAS/TAPETES

Esse setor ficou em 3º lugar nas vendas de novembro, com um decréscimo de 3,3% reais. Quanto ao emprego de mão-de-obra, ficou com o 1º lugar, tendo admitido liquidamente 5,5%, enquanto o dispêndio com folha de pagamento, inclusive comissões, cresceu 1,1%. Cerca de 20% das mercadorias que o setor comercializa são produzidos no Piauí. Uma média de 30% das compras do setor são feitas à vista, 25% são feitas com prazos entre 30 e 60 dias e 45% com prazos superiores a 60 dias. A procura pelos produtos do setor caiu, seus estoques cresceram bastante e as expectativas dos lojistas do setor são de que as vendas de dezembro serão maiores do que as de novembro.

08. ÓTICAS/JOALHERIAS/RELOJOARIAS

O setor ficou em 4º lugar nas vendas de novembro, com uma redução real de 4,6%. Quanto ao emprego de mão-de-obra, foi o 7º lugar, não tendo admitido nem demitido pessoal. Seu dispêndio com pessoal decresceu 2,3%. Quase tudo o que o setor comercializa é produzido fora do Piauí e sua política de compras foi de 30% com prazos de pagamento menores do que 30 dias, 30% com prazos entre 30 e 60 dias e 40% com prazos superiores a 60 dias. A maioria das vendas é feita à prazo, cerca de 70%. A procura do setor diminuiu, os estoques cresceram e as expectativas são de que as vendas de dezembro serão melhores do que as de novembro.

09. VEÍCULOS (Peças, pneus, baterias, acessórios, etc.)

Esse setor foi o 9º em vendas em novembro, com um decréscimo real de 7,9%. Quanto ao emprego de pessoal, foi também o 9º lugar, com um desemprego líquido de 1,6%. O volume dos gastos com pessoal caiu 4,8%. Menos de 5% de tudo aquilo que o setor comercializa são produzidos no Estado e sua política de compras é de 50% com prazos de pagamento inferiores a 30 dias, 30% entre 30 e 60 dias e 20% com prazos superiores a 60 dias. As vendas à vista representam cerca de 50% do total. A procura do setor diminuiu e seus estoques ficaram estáveis. Os lojistas do ramo de peças e acessórios para veículos estão pessimistas, pois esperam vendas menores em dezembro próximo.

10. VESTUÁRIO

Esse setor foi o 1º nas vendas de novembro, com um aumento real de 6,9% sobre outubro. Foi o 4º em emprego de mão-de-obra, com 2,3% de admissão líquida e um aumento no dispêndio com pessoal de 4,6%. Quase 80% dos artigos comercializados pelo setor são produzidos fora do Piauí. Sua política de compras é representada por 30% com

prazos de pagamento menores do que 30 dias, 35% com prazos entre 30 e 60 dias e 35% com prazos superiores a 60 dias. Cerca de 40% das vendas do setor são realizadas à vista. A procura do setor de vestuário cresceu e seus estoques aumentaram. As expectativas dos lojistas de tecidos, calçados e confecções são de crescimento nas vendas de dezembro.

5. CONCLUSÕES

O Comércio Lojista de Teresina vendeu, em novembro/96, menos 4,2%, em volume, do que havia vendido em outubro. Se compararmos nov/96 com nov/95, houve uma redução média de 1%, como se pode ver no quadro comparativo entre o ano atual e o ano passado, na seção de ANEXOS. Nos últimos 28 meses, como se constata observando o MAPA DE ACOMPANHAMENTO com base em jul/94, início do Plano Real, a colocação geral foi a seguinte:

- 1º lugar: Vestuário, com 271% de aumento;
- 2º lugar: Móveis/Eletrod./Cortinas/Tapetes, com 38% de aumento;
- 3º lugar: Alimentação, com 6% de aumento;
- 4º lugar: Farmac./Cosmet./P. agropecuários, com 4% de aumento;
- 5º lugar: Material de Construção, com 6% de diminuição;
- 6º lugar: Brinquedos/Presentes/Varietades, com 14% de diminuição;
- 7º lugar: Óticas/Joalherias/Relojoarias, com 17% de diminuição;
- 8º lugar: Máquinas/Equipamentos, com 39% de diminuição;
- 9º lugar: Veículos (Peças, pneus, etc.), com 58% de diminuição;
- 10º lugar: Livrarias/Papelarias, com 65% de diminuição;

O comércio lojista, como um todo, ainda apresenta um saldo positivo de vendas (25%), acumulado no período do Plano Real, mas se excluirmos o setor de vestuário, o volume médio de vendas dos demais setores fica menor do que era antes do Real.

Houve um aumento no emprego de mão-de-obra, da ordem de 0,5%. O dispêndio líquido com remuneração de pessoal caiu 1,8%, representando um significativo vazamento na renda de novembro. O comércio de Teresina ressentiu-se fortemente do atraso nas folhas de pagamento do Estado, pois isso representa quase de 200 milhões de reais a menos em circulação pela economia do Piauí. Isso repercutiu negativamente sobre o volume de vendas e sobre os níveis de inadimplência

A economia piauiense participa com menos de 10% dos produtos comercializados pelos lojistas de Teresina, o que é muito pouco. Há muito o que se produzir no Piauí para substituir as importações de outros Estados.

O abrandamento das medidas restritivas ao consumo, tomadas pelo governo após a euforia do plano real, não está reaquecendo a economia. É necessário que as taxas de juros caiam para a faixa de 2 a 3% ao mês, mas isso não ocorrerá enquanto o governo tiver que proteger o câmbio para salvar o Real.

Há uma forte retração dos investimentos produtivos que não vêm ocorrendo nem nunca ocorrerão aos níveis de juros vigentes. Em economia sem inflação não cabem juros de até 12% ao mês. Isso significa menos investimento e menos produção para atender a uma população que cresce e tem consumo postergado, conduzindo à escassez, ao ágio, ao mercado negro e, fatalmente, ao recrudescimento da inflação, além do desemprego.

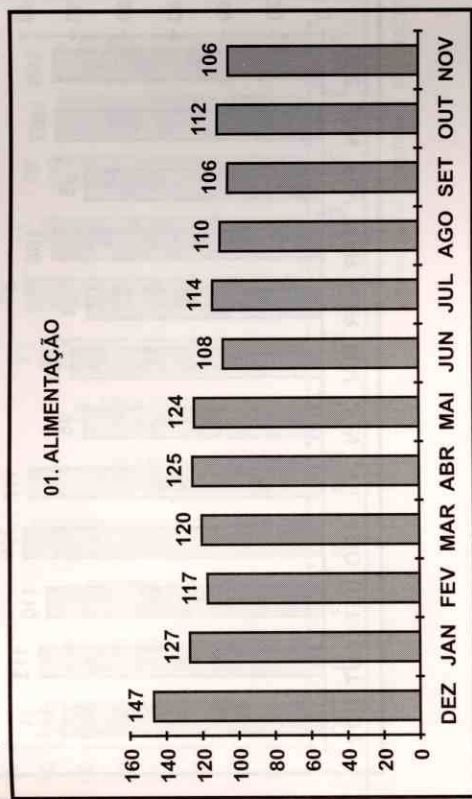
Há uma grave crise financeira na economia de Teresina, onde várias empresas, algumas com ótima situação econômica, encontram-se com problemas de capital de giro. Algumas imobilizaram capital em ativos físicos, outras em estoques, outras em crescimento da carteira de contas a receber e outras combinaram essas três formas ou duas delas simultaneamente. Essa parcela de capital retirada do circulante está fazendo falta, provocando, em muitos casos, atrasos nos pagamentos, incidência em juros altíssimos e, até, protestos e execuções.

Os atrasos sistemáticos do pagamento do funcionalismo público estadual têm desorganizado completamente as carteiras de cobranças dos lojistas. A inadimplência desses funcionários é espantosa. Agravando esse quadro, há o valor do salário mínimo que, de tão baixo, não está permitindo que se honre os compromissos assumidos. Dessa forma, os lojistas não conseguem pagar a seus fornecedores e incorrem em altíssimos custos moratórios.

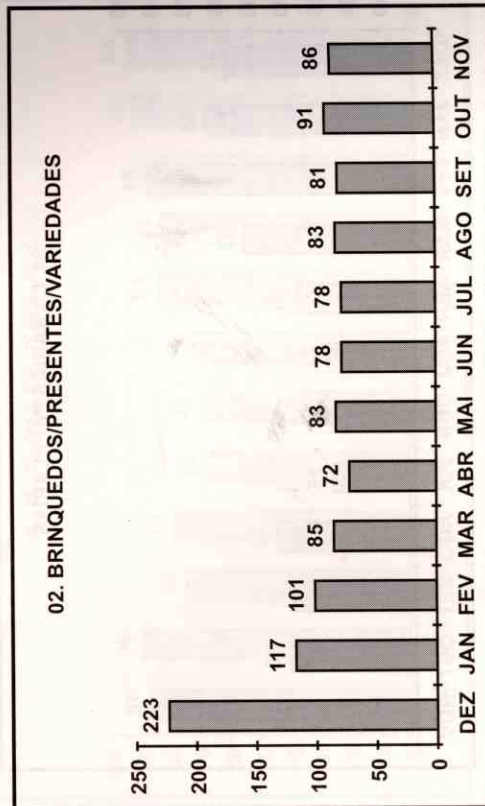
Neste final de ano, o comércio lojista de Teresina deverá experimentar uma recuperação, motivada pelo pagamento do 13º salário, pelo pagamento do Estado (se ocorrer) e pela recuperação natural do consumo postergado, devido às medidas restritivas ao consumo da população.

6. GRÁFICOS

A seguir é apresentada de forma gráfica a evolução das vendas de cada um dos dez setores e da média global, dos últimos doze meses.

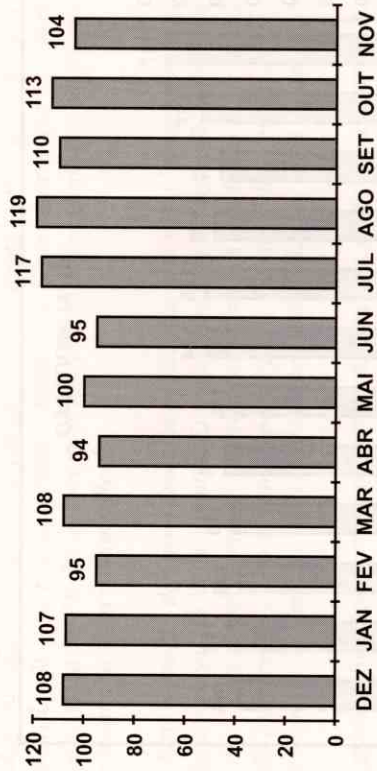


FONTE:ARRUDA & ARRUDA Consultores



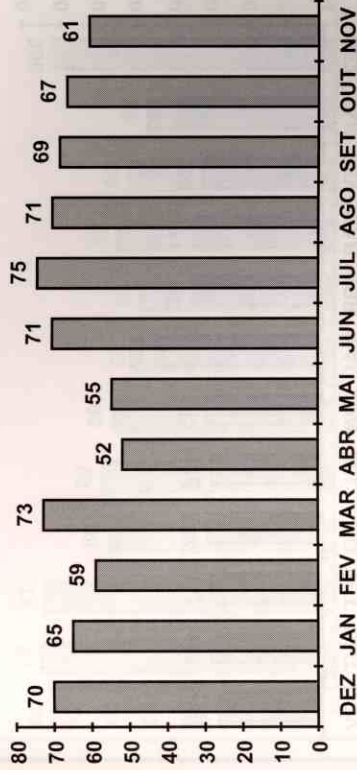
FONTE:ARRUDA & ARRUDA Consultores

03. FARMÁCIAS/COSMÉTICOS/PROD. AGROPEC.



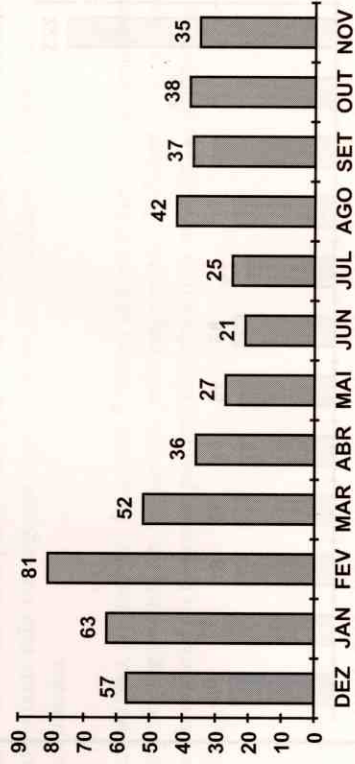
FONTE:ARRUDA & ARRUDA Consultores

05. MÁQUINAS/EQUIPAMENTOS



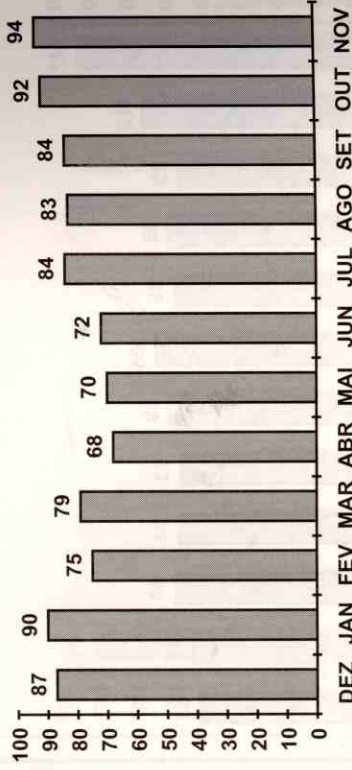
FONTE:ARRUDA & ARRUDA Consultores

04. LIVRARIAS/PAPELARIAS



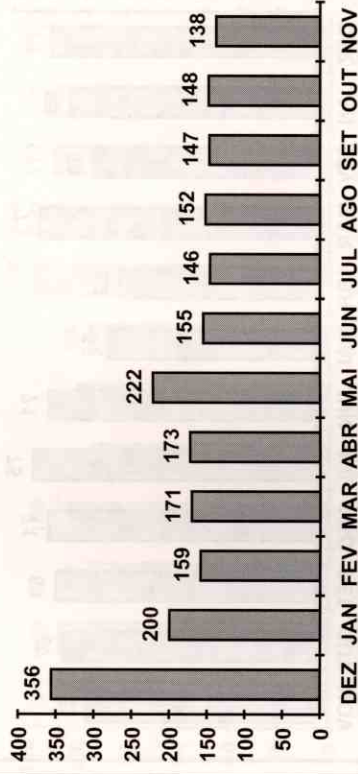
FONTE:ARRUDA & ARRUDA Consultores

06. MATERIAL DE CONSTRUÇÃO



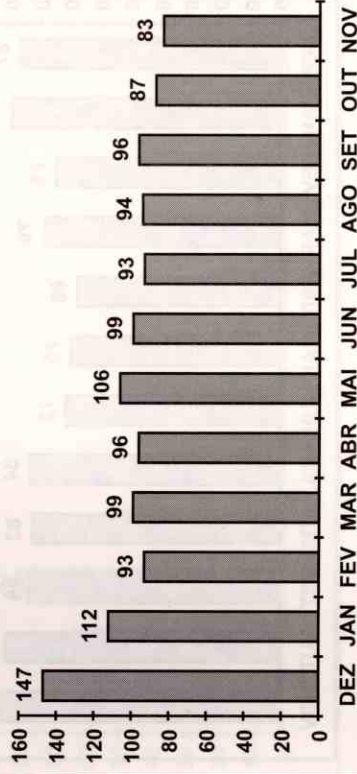
FONTE:ARRUDA & ARRUDA Consultores

07. MÓVEIS/ELETRDOMÉSTICOS/CORTINAS/TAPETES



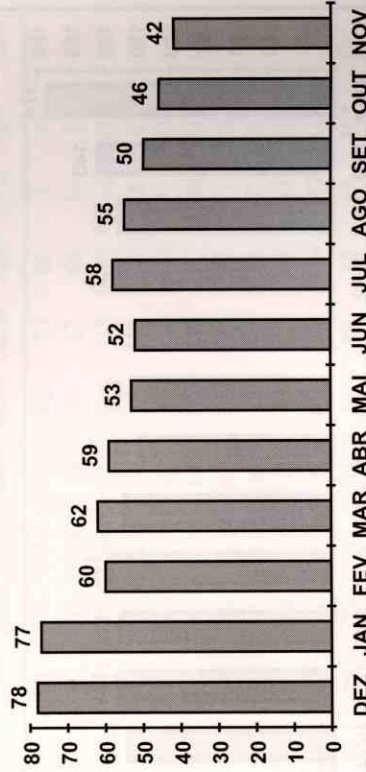
FONTE:ARRUDA & ARRUDA Consultores

08. ÓTICAS/JOALHERIAS/RELOJOARIAS



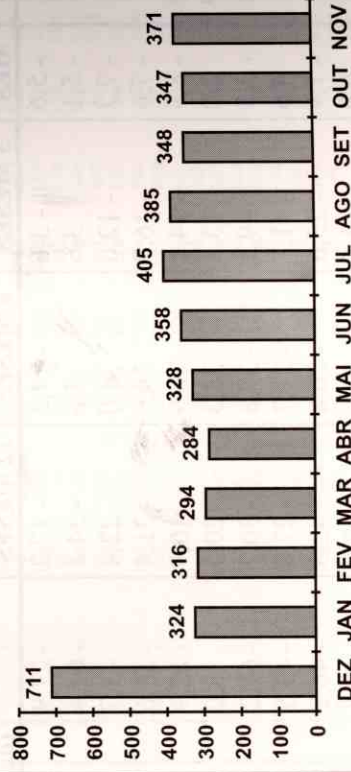
FONTE:ARRUDA & ARRUDA Consultores

09. VEÍCULOS (Peças, pneus, baterias, etc.)



FONTE:ARRUDA & ARRUDA Consultores

10. VESTUÁRIO



FONTE:ARRUDA & ARRUDA Consultores

COMÉRCIO LOJISTA DE TERESINA: COMPARAÇÃO ENTRE O ANO ATUAL E O ANO ANTERIOR, MÊS A MÊS.

SE - TOR	Dec95 Dec94	Jan96 Jan95	Fev96 Fev95	Mar96 Mar95	Abr96 Abr95	Mai96 Mai95	Jun96 Jun95	Jul96 Jul95	Ago96 Ago95	Set96 Set95	Out96 Out95	Nov96 Nov95
ALM	70	74	79	74	74	86	74	80	78	79	88	83
BPV	75	60	65	56	65	76	67	66	70	73	69	65
FAR	72	71	70	68	107	106	110	129	114	116	115	122
LIV	36	28	29	28	47	45	41	46	76	64	69	69
MAQ	55	59	82	75	106	80	118	114	96	110	112	111
MCO	52	70	85	96	110	111	109	122	106	117	131	120
MOV	97	89	66	71	84	104	76	67	71	80	74	69
OTC	83	84	65	65	83	75	63	68	67	84	78	72
PEÇ	5	56	46	41	48	46	53	59	60	65	57	58
VES	204	117	97	95	99	104	99	104	117	118	121	108
MÉD	83	79	73	73	73	91	90	89	93	97	103	99

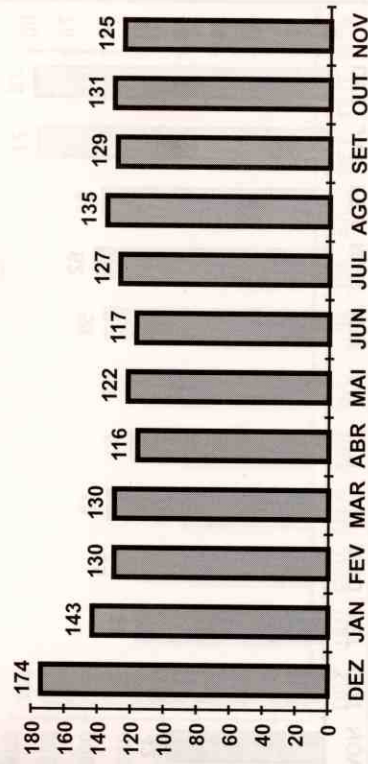
FONTI:ARRUDA & ARRUDA Consultores

**COMÉRCIO LOJISTA DE TERESINA:
MAPA DE ACOMPANHAMENTO MENSAL DOS ÍNDICES
REAIS DE VENDAS POR SETOR. BASE: JUL/94**

SETOR MÊS	ALM	BPV	FAR	LIV	MAQ	MCO	MOV	OTC	PEÇ	VES	MED
JUL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
AGO	112	122	113	172	130	107	153	121	137	127	125
SET	139	151	108	123	150	140	166	123	146	133	136
OUT	155	162	103	120	130	139	186	123	136	141	139
NOV	160	143	108	106	135	156	203	107	134	149	141
DEZ	196	273	148	158	129	172	368	172	147	350	211
JAN/95	161	176	149	227	113	130	225	131	136	277	182
FEB	148	156	135	281	94	88	242	144	132	327	179
FEV	162	152	160	182	96	83	242	151	152	309	179
MAR	139	111	88	76	49	62	206	115	124	286	128
ABR	144	109	94	60	69	63	214	141	115	315	136
MAI	145	116	86	51	60	66	203	157	98	360	132
JUN	143	118	91	54	66	69	218	137	98	391	136
JUL	141	119	104	55	74	78	214	141	92	328	139
AGO	141	119	104	55	74	78	214	141	92	328	139
SET	127	132	98	58	63	72	185	115	77	296	125
OUT	147	223	108	57	70	87	356	147	78	711	174
NOV	128	132	85	51	55	78	199	111	81	286	127
DEZ	127	117	107	63	65	90	200	112	77	324	143
JAN/96	117	101	95	81	59	75	159	93	60	316	130
FEB	120	85	108	52	73	79	171	99	62	294	116
MAR	125	72	94	36	52	68	173	96	59	284	116
ABR	124	83	100	27	55	70	222	106	53	328	122
MAI	108	78	95	21	71	72	155	99	52	358	117
JUN	114	78	117	25	75	84	146	93	58	405	127
JUL	110	83	119	42	71	83	152	94	55	385	135
AGO	106	81	110	37	69	82	147	96	50	348	129
SET	112	91	113	38	67	92	148	87	46	347	131
OUT	106	86	104	35	61	94	138	83	42	371	125
NOV	106	86	104	35	61	94	138	83	42	371	125

FONTI:ARRUDA & ARRUDA Consultores

11. MÉDIA GLOBAL



FONTI:ARRUDA & ARRUDA Consultores

7. ANEXOS

**COMÉRCIO LOJISTA DE TERESINA:
VARIACÃO ACUMULADA NAS VENDAS**

SE-TOR	VARIACÕES					NO REAL (de jul/94)
	NO MÊS	ÚLTIMOS 3 MESES	ÚLTIMOS 6 MESES	ÚLTIMOS 12 MESES	EM 1996	
ALM	-5,6	-3,6	-14,5	-17,2	-27,9	6,0
BPV	-5,1	3,6	3,6	-34,8	-61,4	-14,0
FAR	-7,7	-12,6	4,0	22,4	-3,7	4,0
LIV	-7,6	-16,7	29,6	-31,4	-38,6	-65,0
MAQ	-8,9	-14,1	10,9	10,9	-12,9	-39,0
MCO	2,0	13,3	34,3	20,5	8,0	-6,0
MOV	-3,3	-9,2	-37,8	-30,7	-61,2	38,0
OTC	-4,6	-11,7	-21,7	-27,8	-43,5	-17,0
PEÇ	-7,9	-23,6	-20,8	-42,5	-46,2	-58,0
VES	6,9	-3,6	13,8	7,8	-47,8	271,0
MÉD.	-4,2	-7,4	2,5	-0,8	-28,2	25,0

FONTI:ARRUDA & ARRUDA Consultores

**COMÉRCIO LOJISTA DE TERESINA:
MAPA DE ACOMPANHAMENTO MENSAL DOS ÍNDICES
REAIS DE VENDAS POR SETOR. BASE: JAN/93**

MÊS/ANO	ALM	BPV	FAR	LIV	MAQ	MCO	MOV	ÓTC	PEÇ	VES	MED
JAN/93	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
FEV	91	111	90	95	103	94	112	105	76	130	100
MAR	101	141	144	73	153	88	135	129	80	142	117
ABR	90	122	125	45	110	97	131	100	78	126	100
MAI	87	174	171	33	123	88	165	95	80	142	113
JUN	108	167	157	32	120	91	146	105	76	154	115
JUL	104	167	151	26	170	70	173	105	66	156	115
AGO	104	163	160	30	180	61	181	95	56	139	113
SET	94	157	130	27	137	52	173	86	51	128	100
OUT	105	248	149	24	287	55	246	90	59	151	130
NOV	100	230	154	21	177	52	258	90	63	146	122
DEZ	115	670	189	29	160	48	531	133	78	239	202
JAN/94	114	257	170	135	130	39	227	57	71	174	141
FEV	114	311	194	150	113	33	204	62	71	167	150
MAR	113	254	241	132	97	30	223	52	76	175	148
ABR	99	213	206	77	67	30	212	43	71	160	124
MAI	195	270	244	80	80	30	235	48	83	184	159
JUN	176	257	319	106	80	45	250	52	105	223	185
JUL	247	293	373	124	90	48	242	48	122	272	209
AGO	277	359	422	214	117	52	369	57	161	344	263
SET	344	443	403	153	133	67	392	57	180	363	285
OUT	383	478	384	150	117	67	446	57	168	382	289
NOV	397	422	400	132	120	76	488	48	166	404	291
DEZ	486	804	549	195	113	85	885	76	183	949	467
JAN/95	398	518	551	280	98	64	542	57	170	751	403
FEV	366	460	499	347	81	43	583	63	164	886	394
MAR	400	409	593	225	83	40	581	66	190	837	395
ABR	343	299	325	94	43	30	496	50	155	775	283
MAI	356	295	348	75	60	30	516	61	144	853	300
JUN	336	311	319	64	53	32	490	68	123	976	293
JUL	332	318	338	69	59	34	525	59	122	1059	303
AGO	328	322	383	70	65	39	516	60	115	889	308
SET	312	298	352	73	55	36	447	49	96	804	278
OUT	296	354	363	69	53	35	481	47	101	776	281
NOV	298	354	314	63	49	39	481	49	91	936	280
DEZ	342	600	395	70	62	44	860	63	97	1932	386
JAN/96	295	313	391	78	58	45	482	48	96	881	317
FEV	271	271	347	100	53	37	383	40	74	772	259
MAR	278	230	397	64	66	39	412	43	77	799	290
ABR	289	195	345	44	47	34	416	42	74	772	259
MAI	287	226	367	33	49	35	534	46	67	893	272
JUN	251	212	348	26	63	36	373	43	65	974	260
JUL	264	211	429	31	67	42	352	40	72	1103	282
AGO	256	225	436	52	63	42	366	40	69	1048	299
SET	248	219	403	46	61	42	353	41	63	946	285
OUT	263	246	414	47	59	46	355	37	58	944	289
NOV	249	233	382	43	54	47	343	35	53	1009	277

FONTE: ARRUDA & ARRUDA Consultores

LEGENDA:

ALM: ALIMENTAÇÃO
 BPV: BRINQUED./PRESENT./VARIED.
 FAR: FARMAC./COSMET./P.AGROPEC.
 LIV: LIVRARIAS/PAPELARIAS
 MAQ: MÁQUINAS/EQUIPAMENTOS
 MCO: MATERIAL DE CONSTRUÇÃO
 MOV: MÓVEIS/ELETRON./CORTINAS
 ÓTC: ÓTICAS/RELOJ./JOALHERIAS
 PEÇ: VEÍCULOS (Pneus, peças ...)
 VES: VESTUÁRIO