

## Sumário Executivo

- O Índice de Volume de Negócios no Comércio a Retalho passou de uma variação homóloga de 5,6% em maio para 3,3% em junho.
- A variação homóloga do Índice de Preços no Consumidor foi de 1,5% em junho de 2018, taxa superior em 0,5 pontos percentuais à do mês anterior.
- Neste mês verificou-se uma melhoria do indicador de confiança dos consumidores. Em relação ao indicador de confiança do comércio a retalho registou uma diminuição.
- Segundo o Banco de Portugal, quer o indicador da atividade económica quer o consumo privado aumentaram 1,8% face ao período homólogo.

## VENDAS – Índice de Volume de Negócios do Comércio a Retalho

	VARIÇÃO MAI/2018 VS MAI/2017		ALIMENTAR			NÃO ALIMENTAR		
	TOTAL	TOTAL ALIMENTAR	HIPERS E SUPERS	TOTAL NÃO ALIMENTAR	LOJAS NÃO ESPECIALIZADAS	COMBUSTÍVEL	VESTUÁRIO E CALÇADO	CORRESPONDÊNCIA E INTERNET
ÍNDICE AJUSTADO*	3,3%	2,0%	2,5%	4,3%	6,7%	n/d	5,8%	n/d
ÍNDICE BRUTO	5,9%	4,7%	5,3%	6,9%	5,7%	n/d	3,9%	n/d

Fonte: INE

\*Índice deflacionado e corrigido de sazonalidade

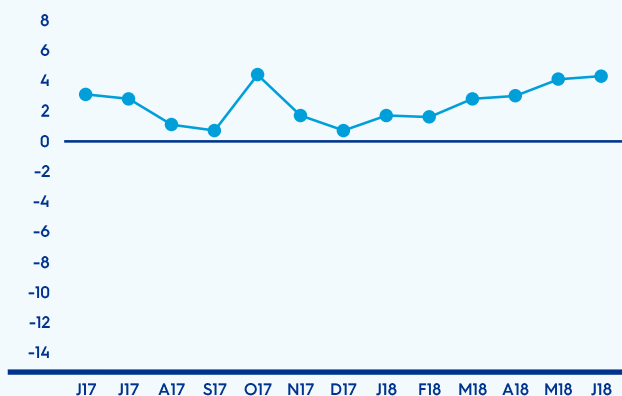
## PREÇOS – Índice de Preços no Consumidor

	TOTAL	PRODUTOS ALIMENTARES E BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS	BEBIDAS ALCOÓLICAS E TABACO	ACES. EQUIP. DOMÉST. E MANUT. RECORRENTE HABIT.	VESTUÁRIO E CALÇADO	COMUNICAÇÕES	LAZER, RECREAÇÃO E CULTURA	BENS E SERVIÇOS DIVERSOS
JUN 2018 VS JUN 2017	1,5%	1,2%	2,9%	-0,3%	-2,7%	0,9%	0,0%	0,6%
ÚLTIMOS 12 MESES	1,1%	1,1%	2,1%	-0,5%	-3,4%	1,5%	0,5%	1,0%

Fonte: INE

## INDICADOR DE CONFIANÇA

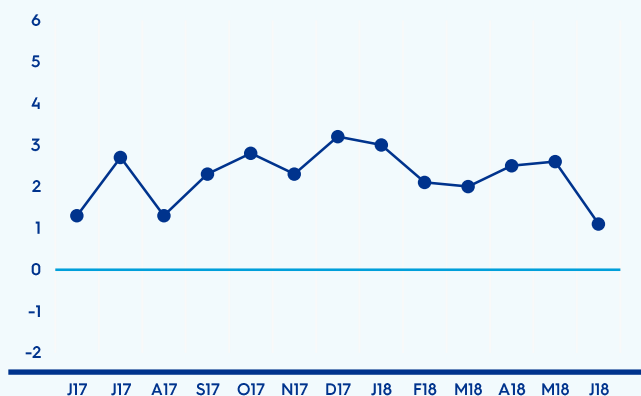
### CONSUMIDORES



Fonte: INE

IC ●

### COMÉRCIO A RETALHO



Fonte: INE

IC ●

## ATIVIDADE ECONÓMICA

### INDICADOR COINCIDENTE · Variação face ao período homólogo

	06/17	07/17	08/17	09/17	10/17	11/17	12/17	01/18	02/18	03/18	04/18	05/18	06/18
ATIVIDADE ECONÓMICA	2,9%	3,0%	3,0%	3,0%	2,9%	2,8%	2,6%	2,5%	2,3%	2,2%	2,1%	1,9%	1,8%
CONSUMO PRIVADO	2,5%	2,6%	2,6%	2,6%	2,5%	2,5%	2,4%	2,4%	2,3%	2,3%	2,2%	2,0%	1,8%

Fonte: BANCO DE PORTUGAL

## OUTROS FATOS RELEVANTES

- Um estudo do Digital Transformation Institute da Capgemini revela que a Inteligência Artificial (IA) já não é desconhecida dos consumidores. **Cerca de três quartos dos inquiridos (73%) revelaram já ter interagido com a inteligência artificial e 69% destes afirmou estar satisfeito com estas interações.** O estudo “The Secret to Winning Customers’ Hearts with Artificial Intelligence: Add Human Intelligence” adianta que 55% dos consumidores preferem interações que conjuguem de forma equilibrada as componentes humana e de IA,. O estudo, que abrangeu 10 países, inquiriu 10 mil consumidores e mais de 500 empresas.
- De acordo com um estudo realizado pela L’Oréal Portugal, **75% dos homens portugueses usam produtos de beleza.** Estima-se que as marcas exclusivas de homem representem 10% de todo o mercado. No entanto, este valor não representa a utilização total, uma vez que mais de metade dos homens (64%) ainda utiliza gamas unissexo. É em perfumaria que a compra de marcas exclusivas de homem se destaca (47%) face aos restantes canais de compra. O canal onde os homens mais compram produtos exclusivos masculinos e/ou unissexo são as grandes superfícies, apesar de se verificar um crescimento dos canais mais especializados, como perfumarias e farmácias.

## METODOLOGIA

### ÍNDICE DE VOLUME DE NEGÓCIOS DO COMÉRCIO A RETALHO

Os índices são obtidos com base no Inquérito Mensal ao Volume de Negócios e Emprego no Comércio a Retalho, realizado essencialmente por via electrónica (e-mail), junto de unidades estatísticas seleccionadas a partir das empresas sediadas no território nacional, dedicando-se principalmente ao Comércio a Retalho.

#### VOLUME DE NEGÓCIOS

Valor líquido da faturação no período de referência, relativo às vendas e prestações de serviços a terceiros no mercado nacional.

#### AJUSTAMENTO DE EFEITOS DE CALENDÁRIO E DA SAZONALIDADE

O ajustamento dos efeitos de calendário e da sazonalidade é efetuado com modelos probabilísticos do tipo "Autoregressive Integrated Moving Average" (ARIMA). O ajustamento pressupõe que se mantenha relativamente estável a influência deste tipo de efeitos sobre as séries brutas.

#### CATEGORIAS:

Comércio não alimentar em lojas não especializadas - comércio a retalho em estabelecimentos que comercializam uma ampla variedade de bens entre os quais não predominam os bens alimentares, as bebidas e o tabaco.

Por correspondência e Internet - compreende o comércio a retalho em que se oferece ao consumidor a possibilidade de encomendar pelo correio, telefone, televisão ou outro meio de comunicação, os bens ou serviços divulgados através de catálogos, revistas, jornais, impressos, ou quaisquer outros meios gráficos ou audiovisuais. Inclui comércio a retalho e leilões, via Internet.

### PREÇOS - IPC

O índice de Preços no Consumidor (IPC) mede a evolução temporal dos preços de um conjunto de bens e serviços representativos da estrutura de despesa de consumo da população residente em Portugal. É importante ter presente que o IPC não é um indicador do nível de preços mas antes um indicador da respetiva variação.

#### CATEGORIAS:

Acessórios, equip. doméstico e manut. corrente da habitação - mobiliário e acessórios, reparação de mobiliário e acessórios, têxteis de uso doméstico, equipamento doméstico, reparação de equipamento doméstico, vidros, loiças e outros utensílios de uso doméstico, ferramentas e equipamento para casa e jardim.

Comunicações - serviços postais, equipamento telefónico e de telecópia, serviços telefónicos e de telecópia

Lazer, recreação e cultura - equipamento audiovisual, fotográfico e de processamento de dados, outros artigos e equipamentos recreativos, jardinagem, animais de estimação e produtos relacionados, serviços recreativos e culturais, jornais, livros e artigos de papelaria, férias organizadas

Bens e serviços diversos - salões de cabeleireiro e estabelecimentos de cuidados pessoais, aparelhos elétricos para cuidados pessoais, outros aparelhos, artigos e produtos para cuidados pessoais, artigos de joalheria e relógios, outros artigos pessoais, proteção social, seguros, serviços financeiros, outros serviços.

### INDICADOR DE CONFIANÇA

#### O INDIC. DE CONFIANÇA DOS CONSUMIDORES

Resulta da média aritmética dos saldos de respostas extremas das seguintes questões:

Em sua opinião, a situação financeira do seu lar (agregado familiar), nos próximos 12 meses irá: 1. Melhorar muito, ...5. Piorar muito.

Em sua opinião, a situação económica geral do País, nos próximos 12 meses irá: 1. Melhorar muito, ... 5. Piorar muito.

Em sua opinião, nos próximos 12 meses, o desemprego no País, irá: 1. Aumentar muito, ... 5. Diminuir muito.

Nos próximos 12 meses pensa que, pessoalmente lhe será possível poupar/pôr algum dinheiro de lado: 1. Sim, de certeza absoluta, ...4. Não, de certeza absoluta.

#### O INDIC. DE CONFIANÇA DO COMÉRCIO A RETALHO

Resulta da média aritmética dos saldos de respostas extremas das seguintes questões:

Considera que, nos últimos três meses e excluindo os movimentos de carácter sazonal, as vendas da vossa empresa: 1. Aumentaram, 2. Estabilizaram, 3. Diminuíram. Excluindo os movimentos de carácter sazonal, pensa que a atividade da empresa nos próximos três meses poderá: 1. Melhorar, 2. Manter-se, 3. Deteriorar-se. O nível de existências em armazém, tendo em conta a época do ano, pode considerar-se atualmente: 1. Acima do normal, 2. Normal, 3. Abaixo do normal.

#### SALDO DE RESPOSTAS EXTREMAS

Diferença entre a percentagem de respostas de valoração positiva ("aumentou", "melhorou muito", "superior ao normal", "boa", "sim, de certeza absoluta", etc.) e as de valoração negativa ("diminuiu", "piorou um pouco", "muito desfavorável", "provavelmente não", etc.).

### ATIVIDADE ECONÓMICA

#### INDICADOR COINCIDENTE DA ATIVIDADE ECONÓMICA

O indicador composto supracitado utiliza oito séries diferentes revelando-se uma medida bastante abrangente da economia. Para além do PIB, as outras séries seleccionadas foram as seguintes: volume de vendas no comércio a retalho (inquérito ao comércio a retalho), vendas de veículos comerciais pesados, vendas de cimento, índice de produção da indústria transformadora, situação financeira das famílias (inquérito aos consumidores), novas ofertas de emprego e uma proxy do enquadramento externo.

Através deste indicador é possível obter estimativas atempadas bastante informativas acerca do estado da economia. Assim, o indicador coincidente permite uma avaliação da atividade económica atempada e numa frequência elevada.

#### INDICADOR COINCIDENTE DO CONSUMO PRIVADO

O indicador coincidente do consumo privado utiliza informação de natureza quer quantitativa quer qualitativa, constituindo uma medida sintética acerca da evolução do consumo privado. Além do consumo privado real, as séries escolhidas para a composição deste indicador foram as seguintes: índice de volume de negócios no comércio a retalho, vendas de veículos ligeiros de passageiros, volume de vendas no comércio a retalho (Inquérito Mensal de Conjuntura ao Comércio), dormidas em estabelecimentos hoteleiros de residentes em Portugal, índice de volume de negócios na indústria de bens de consumo no mercado interno, situação financeira das famílias e situação económica geral (Inquérito Mensal de Conjuntura aos Consumidores).