

Sumário Executivo

- O Índice de Volume de Negócios no Comércio a Retalho passou de uma variação homóloga de 16,0% em maio para 7,8% em junho.
- A variação homóloga do Índice de Preços no Consumidor foi de 0,5% em junho de 2021, taxa inferior em 0,7 pontos percentuais à registada no mês anterior.
- Neste mês verificou-se uma melhoria do indicador de confiança dos consumidores, e do indicador de confiança do comércio a retalho.
- Com base na informação divulgada pelo Banco de Portugal, a atividade económica cresceu 0,8% face ao mês homólogo do ano anterior. Em relação ao consumo privado aumentou 3,9%.

VENDAS – Índice de Volume de Negócios do Comércio a Retalho

	VARIÇÃO JUN/2021 VS JUN/2020							
	ALIMENTAR			NÃO ALIMENTAR				
	TOTAL	TOTAL ALIMENTAR	HIPERS E SUPERS	TOTAL NÃO ALIMENTAR	LOJAS NÃO ESPECIALIZADAS	COMBUSTÍVEL	VESTUÁRIO E CALÇADO	CORRESPONDÊNCIA E INTERNET
ÍNDICE AJUSTADO*	7,8%	4,8%	4,3%	10,3%	8,3%	7,3%	30,3%	19,7%
ÍNDICE BRUTO	10,8%	6,7%	6,4%	14,5%	8,2%	26,4%	25,7%	20,9%

Fonte: INE

*Índice deflacionado e corrigido de sazonalidade

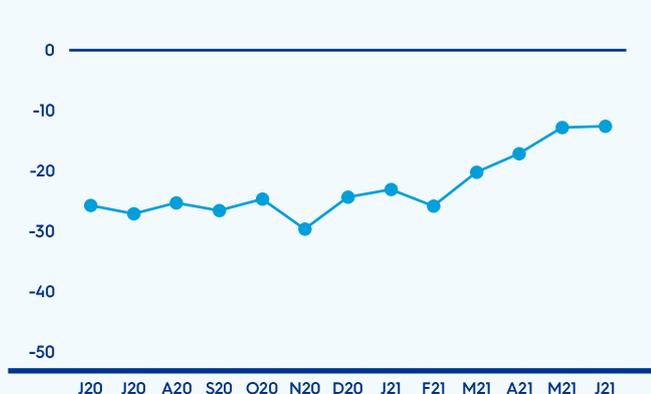
PREÇOS – Índice de Preços no Consumidor

	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 2021 VS JUN 2020	0,5%	-0,2%	0,1%	-0,9%	2,4%	0,2%	0,9%	1,6%
ÚLTIMOS 12 MESES	0,3%	1,3%	0,5%	-0,7%	-1,0%	-0,8%	-0,7%	1,4%

Fonte: INE

INDICADOR DE CONFIANÇA

CONSUMIDORES



Fonte: INE

IC ●

COMÉRCIO A RETALHO



Fonte: INE

IC ●

ATIVIDADE ECONÓMICA

INDICADOR COINCIDENTE · Variação face ao período homólogo

	06/20	07/20	08/20	09/20	10/20	11/20	12/20	01/21	02/21	03/21	04/21	05/21	06/21
ATIVIDADE ECONÓMICA	-6,8%	-6,9%	-6,6%	-6,2%	-5,8%	-5,5%	-5,2%	-4,7%	-4,0%	-2,9%	-1,6%	-0,3%	0,8%
CONSUMO PRIVADO	-7,9%	-8,0%	-7,7%	-7,2%	-6,5%	-5,6%	-4,6%	-3,4%	-2,0%	-0,4%	1,2%	2,7%	3,9%

Fonte: BANCO DE PORTUGAL

OUTROS FATOS RELEVANTES

- **4,8 milhões de portugueses assumem comprar produtos através de plataformas digitais e 42% já o faz pelo menos uma vez por mês.** O universo de portugueses que faz compras *online* não para de crescer e atingiu já a fasquia de 56,8% da população com mais de 15 anos residente em Portugal Continental, indica o Barómetro E-commerce da Marktest. O preço dos produtos continua a ser o fator mais importante para os consumidores escolherem as lojas de e-commerce onde fazem as suas compras. O estudo, cuja primeira vaga contou com entrevistas a 2.262 indivíduos, realizadas entre março e maio de 2021, revela que ter preços mais baixos foi o fator indicado por 58,4% dos inquiridos como decisivo para a escolha das lojas *online*. Um volume consideravelmente superior ao registado por outros fatores considerados para a escolha das lojas *online*, como a disponibilidade do artigo (33,2%), conhecer a marca (31,7%), os métodos de pagamento utilizados (30,3%) ou as boas avaliações dos utilizadores (30%). O barómetro da Marktest revela, ainda, algumas diferenças entre homens e mulheres nesta apreciação: se, para as mulheres, a familiaridade e os métodos de pagamento são os fatores imediatamente seguintes aos preços, já para os homens são mais importantes a disponibilidade dos artigos e as boas avaliações de utilizadores.

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).