

VARIÁVEIS MACROECONÔMICAS MAIS INFLUENTES NAS VENDAS DE MÓVEIS NO VAREJO BRASILEIRO: análise do período de 2005 a 2016

MAJOR INFLUENCE MACROECONOMIC VARIABLES IN THE BRAZILIAN RETAIL FURNITURE SALES: analysis of the period from 2005 to 2016

Leonardo Parma de Lima

Email: lparmadelima@gmail.com

Professor de Economia da Faculdade Governador Ozanam Coelho - FAGOC
Mestrando em Economia e Gestão Empresarial pela UCAM/RJ, Brasil.

José Fábio Zaneli Leitão Júnior

Email: josefabiozaneli1@hotmail.com

Graduando em Administração, Faculdade Governador Ozanam Coelho, Ubá, MG, Brasil.

Kellen Demartini

Email: kellendemartini@hotmail.com

Graduando em Administração, Faculdade Governador Ozanam Coelho, Ubá, MG, Brasil.

Manuscript first received/Recebido em: 21/02/2018 Manuscript accepted/Aprovado em: 27/12/2018

RESUMO

O setor do varejo de mobiliário acompanhou proporcionalmente o crescimento econômico e social do Brasil entre os anos de 2005 a 2012. Porém, esse mesmo mercado sofre com a crise econômica instalada desde 2014, mostrando ser sensível às mudanças macroeconômicas. Esta pesquisa busca identificar os fatores macroeconômicos que se correlacionam com as vendas de mobiliário no varejo brasileiro e as variáveis que são estatisticamente relevantes para explicar as variações do mercado. Como método de pesquisa, foram testadas séries temporais macroeconômicas, utilizando-se testes no modelo de regressão linear múltipla pelo método dos mínimos quadrados ordinários (MQO) para definição do modelo de melhor aderência e robustez estatística. Os resultados apresentaram como variáveis estatisticamente significantes ao modelo a taxa básica de juros (SELIC Over), a massa salarial nacional e o índice de confiança do consumidor. O modelo apresentou-se coerente com a literatura vigente sobre a influência macroeconômica nas vendas no varejo.

Palavras-chave: Fatores macroeconômicos. Venda. Varejo. Mercado varejista de móveis.

Abstract

The furniture retail sector proportionally followed the economic and social growth of Brazil between 2005 and 2012. However, this same market suffers from the economic crisis installed since 2014, showing sensitivity to macroeconomic changes. This research seeks to identify the macroeconomic factors that correlate with Brazilian retail furniture sales and the variables that are statistically relevant to explain market variations. As a research method, macroeconomic time series were tested, using tests in the multiple linear regression model using the least squares method (OLS) to define the model of better adhesion and statistical robustness. The results presented as statistically significant variables to the model the basic interest rate (SELIC Over), the national wage bill and the consumer confidence index. The model was consistent with the current literature on the macroeconomic influence on retail sales.

Keywords: Macroeconomic factors. Sale. Retail. Furniture retail market.

1 INTRODUÇÃO

Na primeira década dos anos 2000, o Brasil viveu um grande avanço econômico, tendo como principal causa a evolução do mercado interno. O setor de varejo brasileiro, a reboque, acompanhou proporcionalmente esse crescimento econômico e social.

Como consequência, o mercado de móveis também apresentou um aumento significativo e importante para a indústria, a exemplo dos anos de 2006 e 2007, quando foram criados mais de 16.000 novos empregos formais. Esse fenômeno se deveu ao aumento da competitividade da indústria de móveis brasileira, que provocou maior participação no mercado exterior (RELATÓRIO, 2008).

Por outro lado, em 2013, o comércio de móveis e eletrodomésticos registrou desaceleração. Segundo a sondagem do comércio da Fundação Getúlio Vargas (G1, 2017), 38% dos comerciantes do setor citaram a falta de demanda como principal fator de limitação para o crescimento, provocado pelo aumento do IPI no início de 2013 e queda do Índice de Confiança do Comércio (Icom) no mesmo período.

Nos anos de 2015 e 2016, o setor moveleiro no Brasil foi extremamente prejudicado por conta da grave crise econômica e política no País, provocando desemprego, aumento da taxa de juros, e, conseqüentemente, redução do poder de compra e baixo índice de confiança do consumidor. Tais fatos apontados indicam o quão os fatores macroeconômicos estão diretamente ligados na reação do mercado (G1, 2017).

Desta forma, este estudo se justifica, pois, o setor de móveis é um dos mais vulneráveis aos impactos consequentes das variações econômicas (G1, 2017).

Diante dessa realidade, chegou-se ao seguinte questionamento de pesquisa: quais fatores (variáveis) macroeconômicos mais influenciam na venda de móveis no varejo brasileiro?

Portanto, o principal objetivo desta pesquisa é analisar fatores macroeconômicos que possam influenciar na venda de móveis no varejo brasileiro e identificar quais são estatisticamente relevantes para o mercado, a fim de tornar explícitos e comprovados para os varejistas e produtores os fatores influentes que deverão ser tratados cautelosamente, já que o resultado das vendas está diretamente ligado a essas variáveis macroeconômicas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Mercado de móveis no Brasil

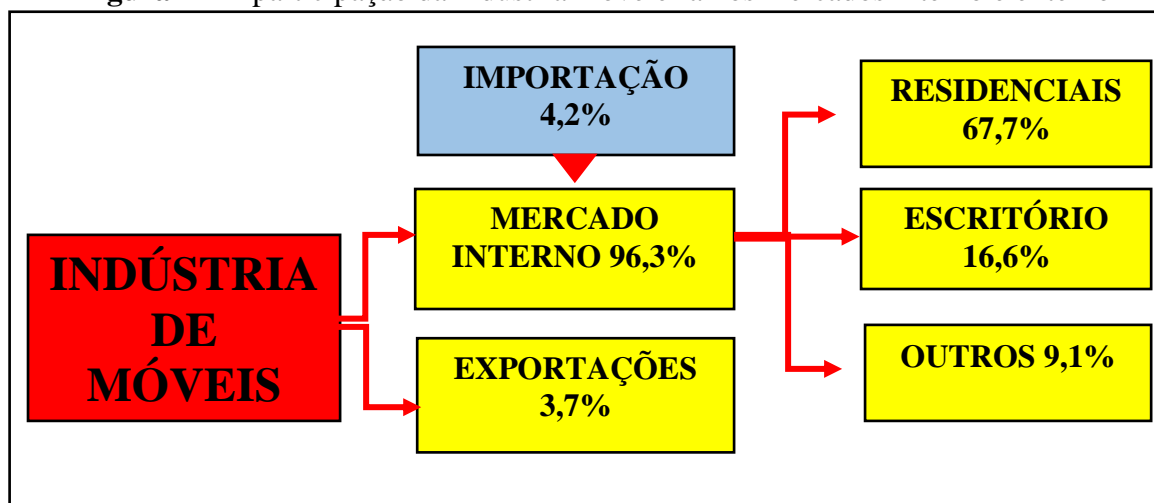
O setor moveleiro é muito importante para a economia brasileira. Essa importância é claramente perceptível devido à geração de empregos, à presença da indústria moveleira distribuída em todo território nacional e à grande quantidade de encadeamentos de sua cadeia produtiva (ROSA et al., 2007).

É também caracterizado pela predominância das pequenas e médias empresas em um mercado muito segmentado, além do baixo valor adicionado em sua intensiva mão de obra em comparação com outros setores (GORINI, 1998).

A produção de móveis, no ano de 2010, chegou a R\$ 22,98 bilhões, o suficiente para representar 1,3% do total produzido pela indústria de transformação brasileira, segundo dados da Pesquisa Industrial Anual (PIA Empresa) do IBGE (GALINARI; JUNIOR; MORGADO, 2013).

Em 2015, o setor foi responsável por cerca de 440.000 empregos diretos, o equivalente a 5,8% do emprego formal da indústria de transformação brasileira, segundo dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) 2015, do Ministério do Trabalho e Emprego (RAIS, 2017).

Figura 1 - A participação da indústria moveleira nos mercados interno e externo



Fonte: DEPEC-Bradesco, 2017. Adaptado pelo autor.

Percebe-se, a partir da Figura 1, quão discreta é a participação do Brasil nas exportações de móveis, mesmo com os esforços de associações e órgãos de fomento em promover as marcas brasileiras através das rodadas de negócio, o que faz com que o País tenha participação de 0,8% no total das exportações mundiais. No ano de 2000, chegou a alcançar o valor de US\$ 57 bilhões. Esses indicadores refletem a importância do mercado nacional para o mobiliário, que, através dos varejistas, torna acessível aos consumidores a compra de móveis em qualquer região do Brasil (COELHO; BERGER, 2004).

Os maiores centros consumidores de móveis brasileiros estão localizados nas regiões Sul e Sudeste do Brasil, com destaque para São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Brasília e suas regiões metropolitanas. Segundo dados da Abimóvel, as 26 capitais e o Distrito Federal consomem 37% de todo móvel produzido no País (ROSA et al., 2007).

2.2 Influências da macroeconomia sobre as empresas

As variáveis macroeconômicas influenciam o comportamento da economia, tanto positivo quanto negativo. Las Casas (2008) relata que elas afetam principalmente o comportamento do consumidor, com reflexo imediato aos setores da economia. Isso se deve ao fato de o poder de compra dos consumidores estar diretamente ligado a renda, preços, poupança, endividamento e disponibilidade do crédito (KOTLER; KELLER, 2006).

Outro fator são as taxas de juros, principalmente a Taxa Selic Meta, que nada mais é do que a taxa média ajustada dos financiamentos diários apurados para títulos federais (BACEN, 2017).

A Taxa Selic Meta é um dos recursos utilizados pelo BACEN para controlar a inflação. Através de reuniões do Comitê de Política Monetária (COPOM) são decididas as metas para a taxa. O Comitê é formado pela diretoria do BACEN e as decisões são tomadas pela maioria dos membros, não necessariamente tendo unanimidade (FREITAS, 2011).

O aumento da taxa de juros desestimula o investimento e o consumo; com isso, a demanda tende a cair, desacelerando a inflação. Outro fator influenciado pela SELIC é que, com o aumento da taxa de juros, capitais estrangeiros são atraídos para o Brasil, provocando uma desvalorização do Dólar em comparação ao Real, ou seja, produtos importados ficam mais baratos, também contribuindo com a desaceleração da inflação. As demais taxas de juros tendem a acompanhar a SELIC, portanto, ao tentar estabilizar a taxa, o BACEN também estabiliza todas as outras taxas de juros (FREITAS, 2011).

Com o acelerado índice dos preços em 2015, a demanda se manteve fraca por todo o ano e, até mesmo setores que tinham crescimento acima do PIB (Produto Interno Bruto), como o varejo, apresentaram resultados negativos. O mau resultado se deve a fatores como aumento do desemprego e a queda do rendimento real, que provoca a redução do grau de confiança do consumidor (CARACTERIZAÇÃO..., 2016).

2.3 O mercado do varejo e consumo das famílias

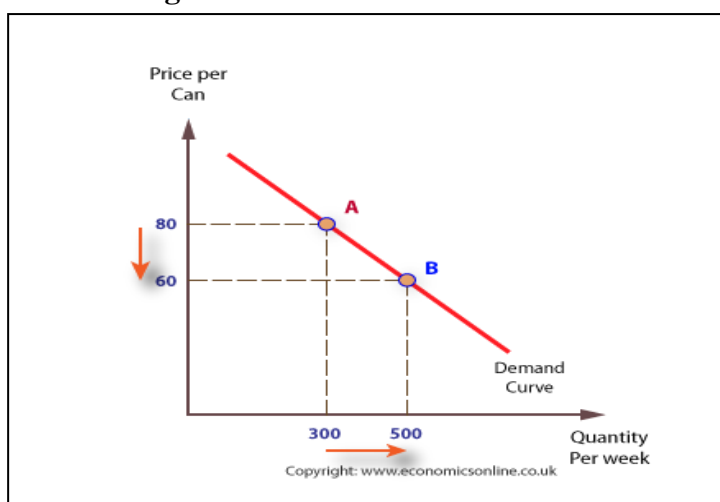
As famílias têm papel essencial quando se trata de fornecer à economia gastos suficientes para gerar crescimento. Essa relação tem início quando as famílias vendem seu trabalho aos empregadores e, em troca, recebem o salário como meio de subsistência. O governo coleta uma porcentagem dos salários como receita tributária que produz bens e serviços a sociedade. As instituições financeiras são responsáveis por emprestar fundos para empresas e famílias, para fins de gastos e investimentos. Uma ruptura em qualquer um dos quatro setores produz resultados trágicos para a economia (RONNASI, 2014).

O consumo agregado brasileiro teoricamente pode ser dividido em consumo das famílias e consumo do governo. Em termos de importância no Produto Interno Bruto (PIB), o consumo das famílias teve, durante o período de 2000 a 2014, uma participação média de 60% do PIB, enquanto o consumo do governo, no mesmo período, correspondeu a 20%. Esses indicadores ratificam a importância do consumo das famílias para a economia brasileira como um dos principais determinantes da demanda agregada e, portanto, do PIB. Tal fator pode ser observado na economia de alguns países desenvolvidos, em que o consumo tem sido o principal motor do crescimento econômico (VASCONCELLOS; GAMBOA; TUROLLA, 2016).

Segundo Kotler e Keller (2006), além de outros fatores determinantes na decisão da compra do consumidor, o preço é o principal deles e o mais sensível à elasticidade econômica, principalmente nas classes sociais mais emergentes, além de ser elemento chave para as empresas na determinação da participação de mercado e lucratividade.

Está explícito na Figura 2 que a demanda tem uma relação inversa ao preço: quando os preços são menores, a quantidade demandada é maior; já quando esta é menor, consequentemente os preços são mais altos. Para explicação dessa relação entre as duas variáveis, destaca-se a lei da utilidade marginal decrescente, segundo a qual à medida que mais de um produto é consumido, o benefício marginal para o consumidor cai; dessa forma, os consumidores tendem a pagar menos.

Figura 2 - Gráfico lei da demanda



Fonte: Economics Online – Demand Curves, 2017.

Outro fator – o efeito renda – sugere que, à medida que os preços caem, o rendimento real tende a subir; sendo assim, os consumidores aumentam sua demanda. Segundo o efeito de substituição, com a queda do preço de um bem, outros produtos alternativos permanecerão na mesma faixa de preço, ou seja, com preço mais baixo, o bem parece mais barato, e os consumidores vão migrar da alternativa cara para a relativamente mais barata (ECONOMICS ONLINE, 2017).

A indústria moveleira atinge diversas classes sociais. Isso se deve à ampla segmentação do setor que atende as classes A e B, com os móveis sob encomenda (planejados). Na classe C, encontra-se o equilíbrio entre custo e benefício para o processo de decisão da compra, fazendo com que as lojas de móveis sem personalização dividam o mercado com o modelo de móveis planejados, cedendo espaço a diversos grandes varejistas,

como Casas Bahia, Magazine Luiza, que atenderão tanto os segmentos C, D e E, e, eventualmente, o B (GALINARI; JUNIOR; MORGADO, 2013).

A demanda por móveis varia de acordo com a renda das famílias e de outros fatores macroeconômicos, em especial a construção civil. A elevada elasticidade-renda da demanda faz com que o setor seja sensível às variações conjunturais da economia, sendo um dos primeiros a sentirem os efeitos de uma recessão, além de ser um dos mais afetados. O gasto das famílias brasileiras com móveis em geral está na faixa de 1% a 2% da renda disponível (GORINI, 1998).

Devido à inflação, ao desemprego elevado e à restrição do crédito, o consumo no varejo brasileiro caiu em quase todos os setores – e para o mobiliário não foi diferente. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015), a queda mais expressiva foi do setor de móveis e eletrodomésticos, cerca de 14%.

O IBGE afirma que a principal influência do resultado do setor [de móveis e eletrodomésticos], abaixo da média geral, foi a elevação da taxa de juros nas operações de crédito às pessoas físicas e pela queda da massa real dos rendimentos, já que o setor tem suas vendas associadas à disponibilidade de crédito e evolução dos rendimentos (G1, 2017).

3 METODOLOGIA

3.1 Classificação da pesquisa

Classifica-se a pesquisa, quanto à natureza, como básica, já que foi realizado um estudo teórico-experimental para ampliar os conhecimentos sobre o assunto; quanto ao tratamento dos dados, é uma pesquisa quantitativa, pois foi utilizada linguagem matemática para provar a relação das vendas no varejo com as variáveis macroeconômicas. Quanto aos meios, é bibliográfica, uma vez que se utilizaram bases de outros conhecimentos para embasar a fundamentação teórica do trabalho. Quanto aos fins, a pesquisa é exploratória, pois visa tornar o assunto mais conhecido e comprovado através de sua metodologia (GIL, 2008; FONSECA, 2002).

3.2 Dados

Para a construção do modelo objeto deste estudo, foram utilizadas séries temporais que tiveram aderência e embasamento na área bibliográfica na qual possuem relação direta com as vendas de móveis no varejo brasileiro e assim extraídas para testes experimentais.

Séries temporais testadas:

- Vendas reais - varejo - móveis e eletrodomésticos - índice dessaz. (média 2011 = 100) - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Pesquisa Mensal de Comércio (IBGE/PMC) - Cód. PMC12_VRELETRSA12;
- Índice de confiança do consumidor (ICC) - Federação do Comércio do Estado de São Paulo, Pesquisa Conjuntural do Comércio - Varejista da Região Metropolitana de São Paulo (Fecomercio SP) - Cód. FCESP12_IIC12;
- Taxa de juros - Over / em Selic (t-2) e (t-1) (% a.m.) - BACEN, Boletim, Seção mercado financeiro e de capitais (Bacen/Boletim/M. Finan.) - Cód. BM12_TJ OV ER 12;
- Massa salarial ampliada – PNADC – BACEN (site: <https://www3.bcb.gov.br/sgs/pub/consultarvalores/consultarValoresSeries.do?method=consultarValores>);
- Exportação – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Pesquisa Mensal de Comércio (IBGE/PMC);

Todas as séries temporais foram extraídas do sistema de séries temporais do Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas – IPEA, em sua base IpeaData. A análise aqui realizada compreende o período de janeiro de 2005 a junho de 2016, sendo apresentadas 137 observações com periodicidade mensal (IPEA, 2017).

A defasagem da série histórica da taxa de juros Over/SELIC se explica, pois, conforme trabalhos publicados que embasam esta pesquisa, a taxa de juros possui efeito posterior a sua alteração.

3.3 Modelo proposto

A fim de verificar a relação das variáveis independentes encontradas com a variável dependente, utilizaram-se testes no modelo de regressão linear múltipla pelo método dos mínimos quadrados ordinários (MQO). O modelo matemático utilizado é assim definido:

$$Vvar = \beta_1 SELIC_{x-2} + \beta_2 ICC + \beta_3 Salários + \varepsilon$$

Onde:

Vvar: Vendas de Móveis no Varejo brasileiro

SELIC_{x-2}: Taxa de juros SELIC Over (%) com defasagem de 2 períodos

ICC: Índice de Confiança do Consumidor

Salários: Massa Salarial Formal

ε : Termo de erro

A análise da regressão múltipla é importante para o estudo já que existem muitas variáveis independentes que podem influenciar a venda de móveis no varejo brasileiro, esta última é uma variável dependente. (HAIR, JR. et al., 2005 citado por JORDAN; LETTI, 2011).

3.4 Séries temporais e regressão linear múltipla

Uma série temporal é uma coleção de observações feitas de uma variável em diferentes momentos do tempo. A coleta dos dados pode ser feita em diversos intervalos de tempo, por exemplo, os dados diários de preços e ações, semanais de oferta de moedas, mensais como índice de preço do consumidor (IPC), dentre outros intervalos que podem ser observados (GUJARATI; PORTER, 2011).

O termo “regressão” foi criado no século XVIII pelo inglês Francis Galton, que verificou que a tendência de pais altos terem filhos altos e pais baixos terem filhos baixos tendia a regredir à altura média da população. Tal estudo ficou constatado logo após por Karl Pearson. Na interpretação moderna da regressão, há uma variável dependente em relação a outra ou mais variáveis que visam estimar ou prever valor médio com base em valores conhecidos ou fixados (GUJARATI; PORTER, 2011).

A regressão múltipla estende o modelo com uma única variável para incluir variáveis adicionais como regressores. “Esse modelo permite estimar o efeito da variação em uma variável (X_{1i}) sobre Y_i , mantendo constantes os outros regressores (X_{2i} , X_{3i} e assim por diante” (STOCK; WATSON, 2004, p. 102).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

As séries temporais das variáveis macroeconômicas foram analisadas através do software EViews, por meio do qual realizou-se a análise econométrica a fim de se obter o resultado da presente pesquisa.

A análise experimental das variáveis macroeconômicas e suas respectivas influências sobre as vendas de móveis no varejo brasileiro retornou que apenas três variáveis apresentaram correlação significativa: índice de confiança do consumidor (ICC), taxa de juros – Over Selic (t-2) (% a.m.) e massa salarial ampliada. As demais variáveis não apresentaram influência significativa.

Ao testar a regressão linear múltipla, tendo essas três séries temporais como variáveis explicativas do modelo, obteve-se regressão com índice R^2 de 0,962404, correspondendo, assim, a 96,2404% de ajuste da regressão (Tabela 1).

Tabela 1 - Resultado da regressão linear múltipla (EViews)

Variável	Coefficiente	Erro padrão	Teste-T	Valor-P
FOLHA	1.126720	0.017036	66.13847	0.0000
SELIC MENSAL(-2)	-16.13028	1.223285	-13.18604	0.0000
ICC	0.079015	0.012363	6.391401	0.0000
R²	0.962404			
R² ajustado	0.961843			

Fonte: dados da pesquisa.

Com base nos dados explícitos na Tabela 1, é possível verificar os fatores multiplicativos (coeficientes) resultantes do teste prático que comporão o modelo matemático final do estudo. Os resultados são estatisticamente confiáveis, uma vez que há grande diferença entre o erro padrão e o teste – T. Também, pode-se verificar a robustez estatística do modelo a 99% de confiança, por apresentar erro menor que 0,01% (Tabela 2), o que indica a robustez dos resultados perante o valor-P, já que quanto menor o valor de P maior será a robustez e conseqüentemente mais confiável o teste será.

Tabela 2 - Valor-P

Valor-P	Robustez
0,10	90%
0,05	95%
0,01	99%

O modelo matemático, de acordo com os resultados gerados, foi assim definido:

$$Vvar = -16,13028 SELIC + 0,07902 ICC + 1,12672 Salários$$

Correlacionando o resultado da pesquisa e o estudo teórico presente no trabalho, Kotler e Keller (2006) destacaram as imediatas reações ao mercado que o consumidor tem poder de influenciar, principalmente em se tratando da renda mensal, fato que pôde ser comprovado com o resultado do teste. Outro fato que pôde ser notado é que, conforme Freitas (2011), a taxa de juros SELIC desestimula o investimento e o consumo, uma vez que todas as taxas de juros no Brasil acompanham a SELIC, que, quando sofre aumento, reflete na inflação dos preços; com isso, os consumidores tendem a diminuir o consumo, principalmente em se

tratando de bens dispensáveis para sobrevivência, o que refletirá imediatamente nos resultados das vendas. De acordo com o resultado da pesquisa, a Taxa SELIC é a maior influenciadora nas vendas de móveis no varejo brasileiro, e, a cada 1% de aumento da taxa, sofre uma queda nas vendas de 16,13028%.

Uma forma clara e sucinta de entender a relação preço de venda versus venda de móveis no varejo é a explicada por Kotler e Keller (2006) sobre a sensibilidade do preço quanto à elasticidade econômica: quando os preços são menores, a quantidade demandada é maior; já quando a demanda é menor, é reflexo do preço mais altos. Isso mostra a relação inversa da demanda com o preço, representada pelo gráfico da Figura 2, página 5.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo de pesquisa objetivou analisar fatores macroeconômicos que possam influenciar na venda de móveis no varejo brasileiro e identificar quais são estatisticamente relevantes para o mercado. O tema foi escolhido devido ao setor de móveis e eletrodomésticos ser um dos mais afetados quando o País não está em boas condições econômicas e também para comprovar, por meio dos resultados, e informar os varejistas e produtores de móveis a respeito dos fatores macroeconômicos com os quais deverão ter cautela, já que as vendas estão diretamente ligadas a essas variáveis macroeconômicas.

À medida que foi se aprofundando nos estudos bibliográficos para embasar a fundamentação teórica do trabalho, percebeu-se quão tímidas são as pesquisas sobre as relações macroeconômicas e dos impactos no setor da indústria e varejo moveleiro.

Em contrapartida, foram encontrados muitos noticiários nos sites de assuntos econômicos acerca da situação econômica do Brasil durante o período analisado (2005 a 2016) e seus respectivos impactos, sejam eles positivos, como nos anos 2006 e 2007, quando o setor moveleiro sofreu um “boom econômico”, ou negativos, como nos anos de 2013 a 2015, quando o setor sofreu uma grande desaceleração.

Em suma, os resultados obtidos através deste trabalho são satisfatórios e estão de acordo com os objetivos traçados no início da pesquisa. Conclui-se, portanto, que há três fatores macroeconômicos significantes nos resultados das vendas de móveis do varejo brasileiro – Índice de confiança do consumidor, Taxa Over SELIC e massa salarial ampliada, os quais devem ser tratados cautelosamente já que estão diretamente ligados às vendas e impactam consideravelmente nos resultados, seja positivamente ou negativamente.

Não é pretensão deste estudo esgotar o tema da pesquisa realizada; pelo contrário, é importante que outros pesquisadores o abordem em futuros trabalhos, a fim de enriquecer o universo do tema analisado.

REFERÊNCIAS

BANCO CENTRAL DO BRASIL, BACEN. **Definição Taxa Selic**. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/htms/selic/conceito_taxaselic.asp?idpai=SELICTAXA>. Acesso em: 12 mar. 2017.

BANCO CENTRAL DO BRASIL, BACEN. **Estimando uma regra de Taylor para o sistema de metas de inflação brasileiro**. [s.l.: s.n.], 2003. 36 p. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/htms/sobre/concursoMonografia/paulo.pdf>>. Acesso em: 14 maio 2017.

CARACTERIZAÇÃO do cenário macroeconômico para os próximos 10 anos - Empresa de Pesquisa Energética (EPE) (2016). Ministério de Minas e Energia, Governo Federal.

COELHO, Maritzel Rios Fuentes; BERGER, Ricardo (2004). Competitividade das exportações brasileiras de móveis no mercado internacional: uma análise segundo a visão desempenho. **Revista da FAE**, Curitiba,. 16 p. Disponível em: <http://www.ciflorestas.com.br/arquivos/doc_competitividade_desempenho_19716.pdf>. Acesso em: 09 abr. 2017.

DEPARTAMENTO DE PESQUISAS E ESTUDOS ECONÔMICOS (DEPEC), Bradesco. **A participação da indústria moveleira nos mercados interno e externo**. Disponível em: <https://www.economiaemdia.com.br/EconomiaEmDia/pdf/infset_industria_de_moveis.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2017.

ECONOMICS ONLINE, E.O. **Demand curves**. Disponível em: <http://www.economicsonline.co.uk/Competitive_markets/Demand_curves.html>. Acesso em: 09 abr. 2017.

EMPRESA DE PESQUISA ENERGÉTICA (EPE). **Caracterização do cenário macroeconômico para os próximos 10 anos (2016-2025)**. Abril de 2016. ed. Rio de Janeiro: Ministério de Minas e Energia, Governo Federal, 2016. 34 p. Disponível em: <<http://www.epe.gov.br/mercado/Documents/S%C3%A9rie%20Estudos%20de%20Energia/DEA%2008-16%20-%20Cen%C3%A9rio%20macroecon%C3%B4mico%202016-2025.pdf>>. Acesso em: 09 abr. 2017.

FERREIRA, Marcos José Barbieri et al. **RELATÓRIO DE ACOMPANHAMENTO SETORIAL INDÚSTRIA MOVELEIRA..** (2008) [21--]. 28 p. Relatório (Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial – ABDI e o Núcleo de Economia Industrial e da Tecnologia do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas - Unicamp) - UNICAMP, [S.l.]. Disponível em: <[https://www3.eco.unicamp.br/neit/images/stories/arquivos/Relatorio ABDI/moveleira_vol-L_junho2008.pdf](https://www3.eco.unicamp.br/neit/images/stories/arquivos/Relatorio%20ABDI/moveleira_vol-L_junho2008.pdf)>. Acesso em: 15 abr. 2017.

FONSECA, Prof. João José Saraiva da (2002). **Metodologia da pesquisa científica**. 2002. Universidade Estadual do Ceará: [s.n.], 127 p. Disponível em: <<http://197.249.65.74:8080/biblioteca/bitstream/123456789/716/1/Metodologia%20da%20Pesquisa%20Cientifica.pdf>>. Acesso em: 07 maio 2017.

FREITAS, Paulo Springer de (2011). **A taxa de juros é a principal causa dos desequilíbrios macroeconômicos do Brasil (e ainda, o Copom pode ser substituído por um computador)?** [S.l.: s.n.], [2011]. 6 p. Disponível em: <<http://www.brasil-economia-governo.org.br/wp-content/uploads/2011/04/a-taxa-de-juros-e-a-principal-cao-dos-desequilibrios-macroeconomicos-do-brasil.pdf>>. Acesso em: 02 abr. 2017.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV), G1 (2013). **Demanda por eletrodomésticos e móveis tem recorde de baixa, diz FGV**: demanda insuficiente também foi a mais alta desde 2010 em roupas. Manifestações de junho e junho afetaram comércio de vestuário. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2013/07/demanda-por-elerodomesticos-e-moveis-tem-recorde-de-baixa-diz-fgv.html>>. Acesso em: 12 mar. 2017.

GALINARI, Rangel; TEIXEIRA JUNIOR, Job Rodrigues; MORGADO, Ricardo Rodrigues. (2013). **A competitividade da indústria de móveis do Brasil: situação atual e perspectivas**. [S.l.]: BNDES,. 46 p. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3706.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 200 p.

GORINI, Ana Paula Fontenelle (1998). **Panorama do setor moveleiro no brasil, com ênfase na competitividade externa a partir do desenvolvimento da cadeia industrial de produtos sólidos de madeira**. Rio de Janeiro: BNDES, . 50 p. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set801.pdf?>. Acesso em: 16 abr. 2017.

GUJARATI, Damodar N.; PORTER, Dawn C. (2011). **Econometria básica**. 5. ed. Porto Alegre: AMGH,. 924 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE), G1 (2017). **Vendas no comércio em 2016 têm maior queda desde 2001**: varejo registrou baixa de 6,2% no ano passado, segundo o IBGE. Supermercados venderam menos e tiveram pior resultado desde 2003.. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/vendas-no-comercio-caem-62.ghtml>>. Acesso em: 16 abr. 2017.

JORDAN, Johnny Rocha; LETTI, Giovanni (2011). Utilização da análise de regressão múltipla em estação de tratamento de efluentes de indústria papelreira. In: XXXI ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, , Belo Horizonte. **Inovação Tecnológica e Propriedade Intelectual: Desafios da Engenharia de Produção na Consolidação do Brasil no Cenário Econômico Mundial...** Belo Horizonte: ENEGEP,. p. 4-4.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane (2006). **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall,. 776 p.

RAIS. Ministério do Trabalho e Emprego. **Relação anual de informações sociais**. Disponível em: <<http://www.rais.gov.br/sitio/index.jsf>>. Acesso em: 26 mar. 2017.

RELATÓRIO de acompanhamento setorial da indústria moveleira (2008). UNICAMP: ABDI.

RONNASI, Fariba (2014). **How consumer spending and economic growth is linked**. 21 jul.. Disponível em: <<http://elitewm.com/consumer-spending-economic-growth-linked>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

ROSA, Sergio Eduardo Silveira da et al (2007). **O setor de móveis na atualidade**: uma análise preliminar. [S.l.]: BNDES, . 43. Disponível em: <https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/2469/1/BS%2025_O%20setor%20de%20m%C3%B3veis%20na%20atualidade_P.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2017.

STOCK, James H.; WATSON, Mark W (2004). **Econometria**. São Paulo: Pearson, . 488 p.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; GAMBOA, Ulisses Monteiro Ruiz de; TUROLLA, Frederico Araújo (2016). **Macroeconomia para gestão empresarial**. São Paulo: Saraiva, . 288 p.