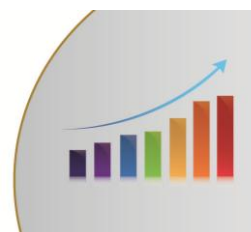


Pesquisa de Opinião do Comércio Varejista

Vendas no 2º Semestre de 2013 e
Expectativa de vendas para o 1º Semestre
de 2014

2014





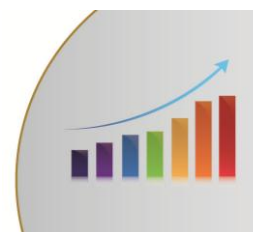
Apresentação

Observar e entender como foram às vendas no início do ano são fundamentais para auxiliar no planejamento para o 2º semestre, que ainda terão três datas comemorativas importantes, o Dia dos Pais, o Dia das Crianças e o principal momento para o comércio, o Natal.

A percepção dos empresários é extremamente relevante para traçar a moldura prospectiva da economia. O ritmo da atividade é dado pelas decisões empresariais, cujas ações impulsionam a produção, o emprego, os tributos e os investimentos, num circuito dinâmico e vital. A manutenção da estabilidade monetária estimulou os processos de inclusão social e financeira que, por sua vez, garantiram significativas mudanças no formato e nas relações dos aparelhos produtivos e de distribuição.

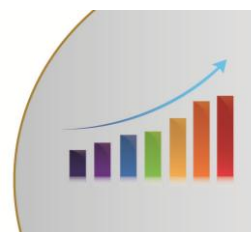
Acompanhar o comportamento dos consumidores e dos concorrentes em seus processos de escolhas e gestão, respectivamente, exige uma postura atenta dos gestores que vai além de multiplicação de lojas, mas que se estendem a canais, produtos, serviços diferenciados e atitude sustentável. O fácil acesso a informações permite a ampliação constante de preferências e inovações dinamizando as relações de mercado, por sua vez, influenciadas pelo ambiente macroeconômico.

A área de Estudos Econômicos da **Fecomércio MG** realizou esta pesquisa com o objetivo de entender como foram as vendas no final do ano, para auxiliar e traçar um cenário da percepção empresarial para o 1º semestre de 2014. Com isso será possível criar indicadores de percepção empresariais sobre o mercado e conjuntura econômica. A partir daí, pode-se traçar um desenho estratégico para o comércio varejista.

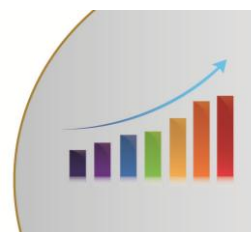


Sumário das Respostas

- 32,7% das empresas entrevistadas são do setor de Vestuário seguido das lojas de Calçados e artigos de viagem com 10,5% das respostas. Grande parte dos empresários (69,9%) possuem até 9 funcionários e 28,6% tem entre 10 e 49 empregados;
- Para 71,1% dos empresários, as vendas no segundo semestre não alcançaram suas expectativas. Do total de entrevistados, 47,2% afirmaram que as vendas no 2º semestre de 2013 foram piores do que as de 2012. Para 26,4% as vendas foram melhores e 25,8% disseram que as vendas foram iguais ao mesmo período de 2012;
- Para os que afirmaram ter tido vendas melhores, 37,8% teve um aumento de até 10%, 35,1% teve um aumento de 10% a 20% de suas vendas e 16,2% disseram ter tido um aumento de até de 20% a 50%;
- Já os que afirmaram ter tido vendas piores do que as de 2012, 36,9% disseram que houve uma redução de até 10%. Para 33,8% dos empresários essa queda foi entre 10% e 20% e 26,2% dos entrevistados afirmaram um recuo de até de 20% a 50% nas vendas;
- No que diz respeito às vendas no Natal de 2013, boa parte dos entrevistados (45,3%) afirmaram que foram piores do que no Natal de 2012. 30,4% afirmaram que as vendas foram iguais e 24,2% disseram que venderam mais do que no ano passado. Para aqueles que afirmaram ter tido vendas melhores do que em 2012, 33,3% disseram que houve um aumento de até 10% e 30,0% teve um aumento de 20% a 50% nas vendas nesse período;
- Para 59,9% dos empresários entrevistados as vendas em 2014 serão melhores do que foram em 2013 e o principal motivo para essa melhora é a recuperação da economia (34,1%). Em seguida os empresários citaram que a Copa do Mundo irá alavancar as vendas (24,7%);



- Grande parte dos entrevistados irão fazer promoções (77,2%) para aumentar as vendas em 2014. 10,0% irão melhorar o atendimento e 7,2% irão investir na visibilidade da loja;
- Como fatores que podem levar os consumidores as compras em 2014, 82,9% dos empresários acreditam que as promoções será o principal atrativo. Já os fatores que podem inibir o consumo nesse ano, 71,2% disseram que a principal causa seria o medo do desemprego. Para 16,4% o endividamento pode inibir o consumo, bem como a inflação (7,9%);
- A principal forma de pagamento que os empresários acreditam que os consumidores utilizarão neste ano é o cartão de crédito parcelado para 89,0%, seguido dos pagamentos à vista no dinheiro com 8,6% das respostas.



Metodologia

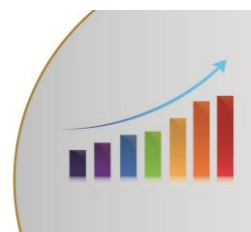
Pesquisa quantitativa, estratificada por universo das lojas do comércio varejista, situadas nos principais pontos do comércio varejista em Belo Horizonte. O método utilizado para a seleção das empresas foi o sorteio aleatório sem reposição. No período de **08 a 10 de Janeiro de 2014** foram entrevistados **168** empresários. O erro amostral é da ordem de 7,0 pontos percentuais dos resultados para a amostra como um todo e intervalo de confiança de 95%¹.

Resultados

A estrutura temática abordou:

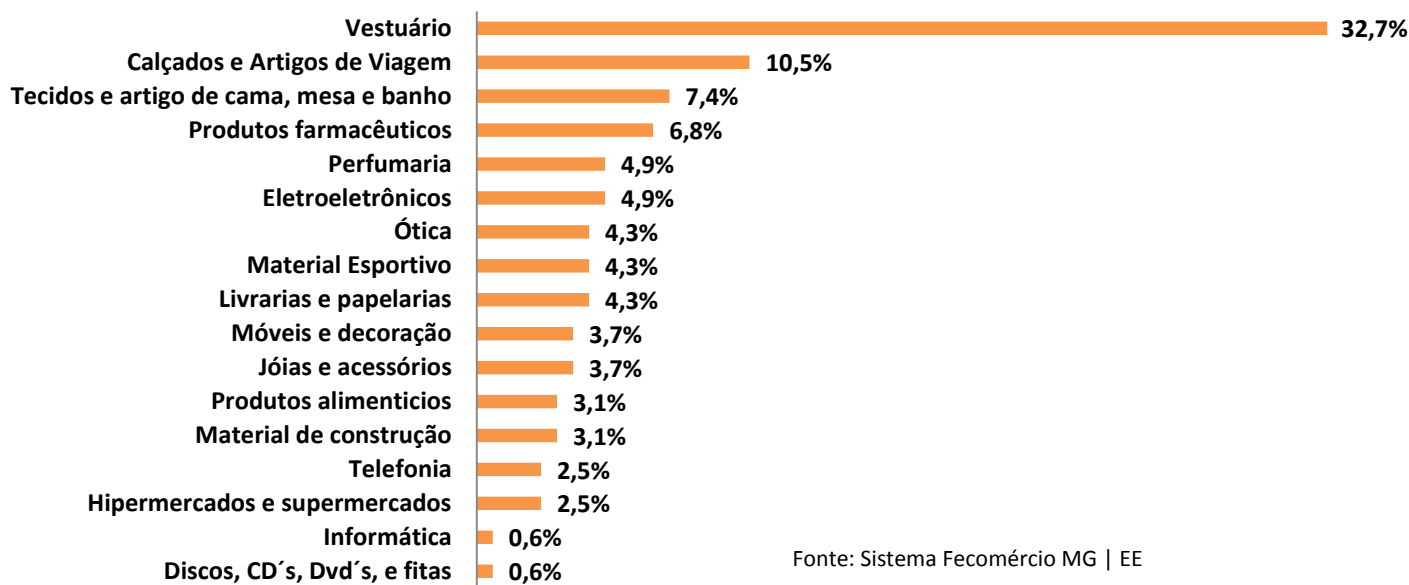
- **Perfil das empresas;**
- **Vendas em geral no 2º Semestre de 2013;**
- **Vendas no Natal; e**
- **Expectativas para o 1º semestre de 2014.**

¹ Nota técnica: Como os dados em percentual aparecem arredondados pode ser que a soma ultrapasse os 100% ou fique aquém deste.

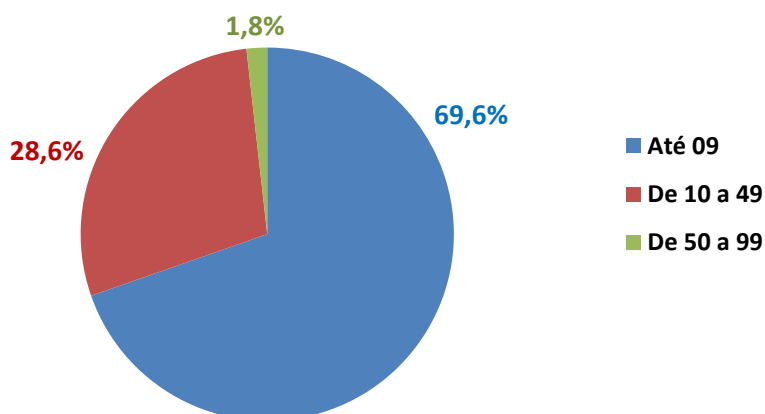


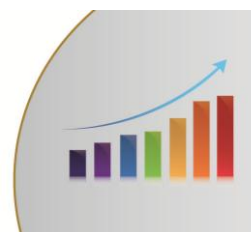
Perfil das empresas

Atividade Econômica



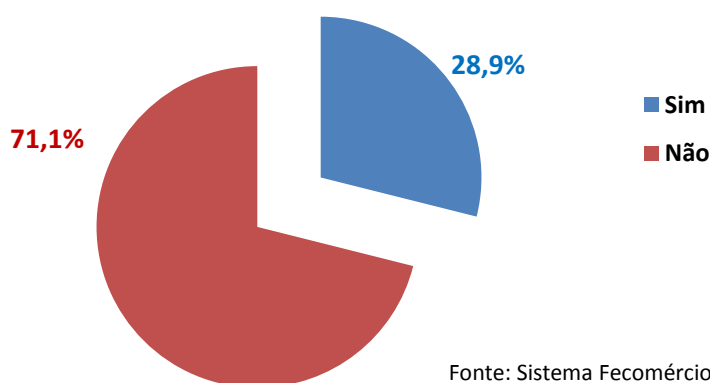
Número de funcionários da empresa



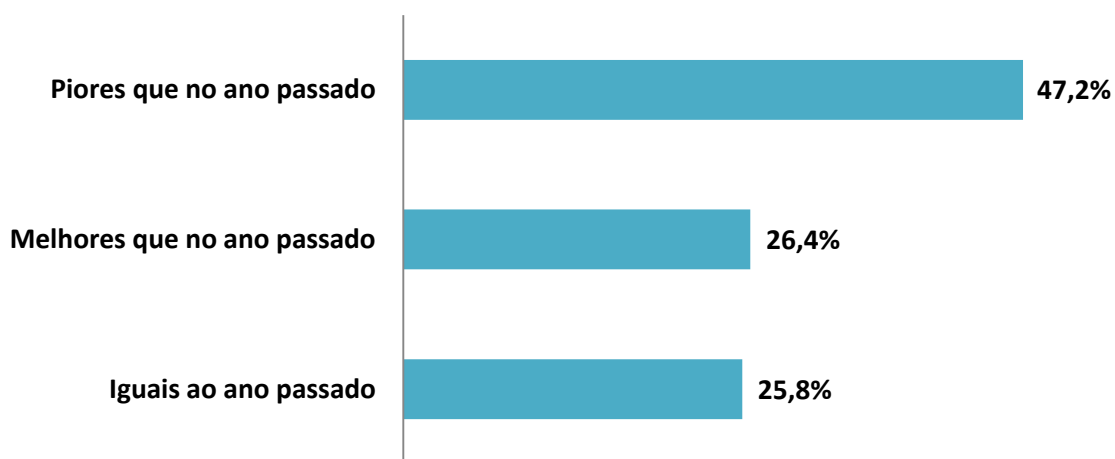


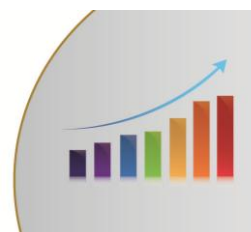
Vendas em geral no segundo semestre de 2013

As vendas no segundo semestre de 2013 alcançaram suas expectativas

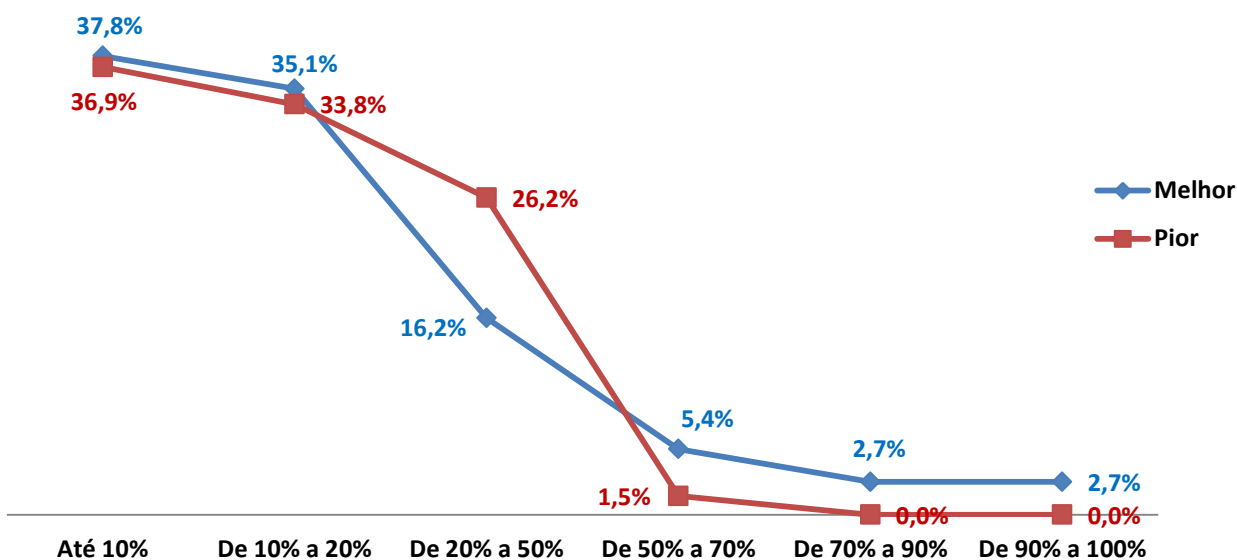


Vendas no segundo semestre de 2013 em relação ao mesmo período de 2012





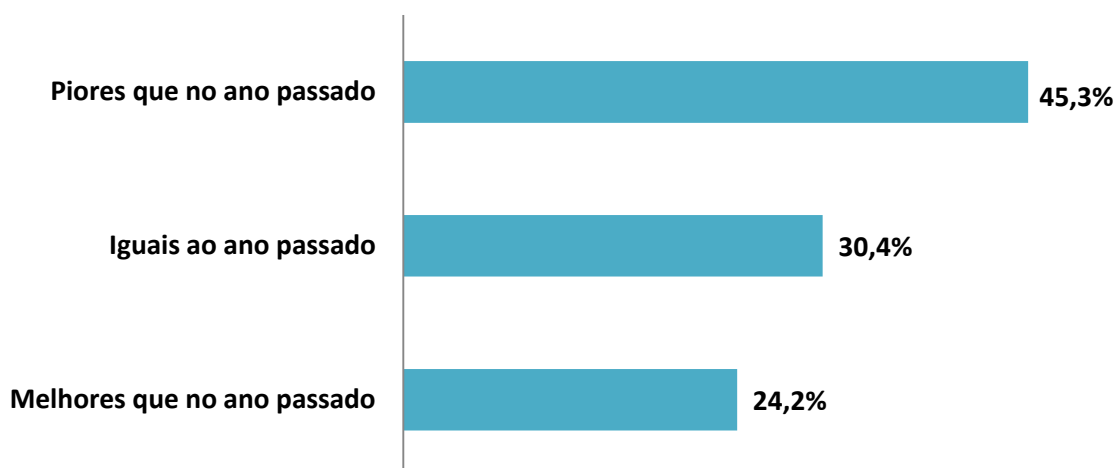
Quanto em termos percentuais



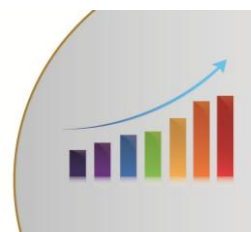
Fonte: Sistema Fecomércio MG | EE

Balanço das vendas no Natal 2013

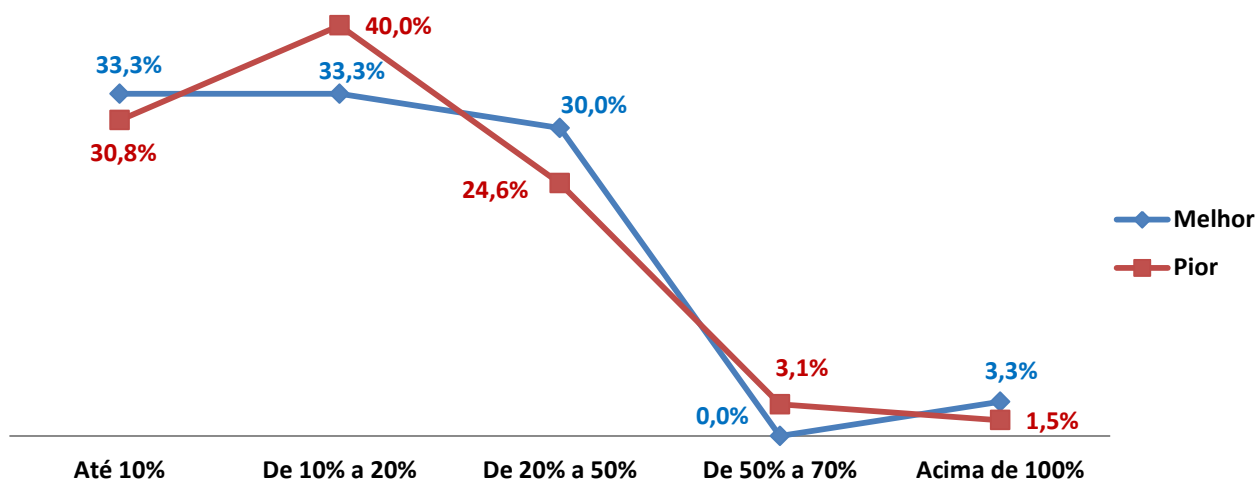
Em relação ao Natal, as vendas foram:



Fonte: Sistema Fecomércio MG | EE



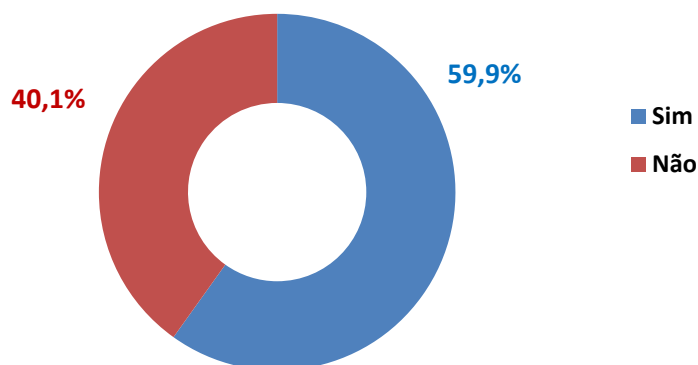
Quanto em termos percentuais



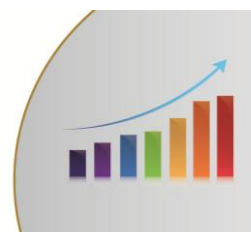
Fonte: Sistema Fecomércio MG | EE

Expectativas para o 1º semestre de 2014

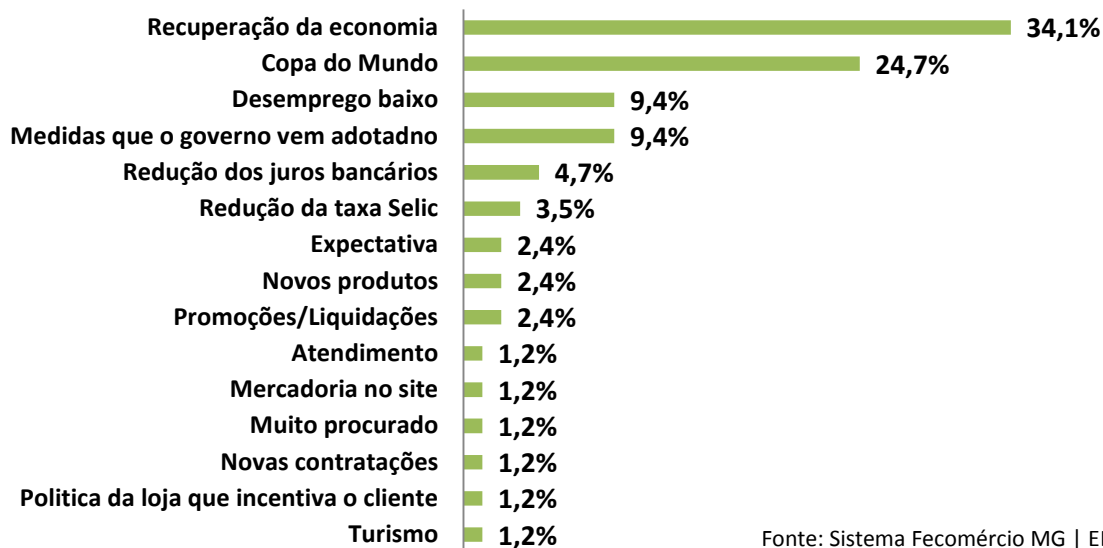
As vendas em 2014 serão melhores do que as de 2013



Fonte: Sistema Fecomércio MG | EE

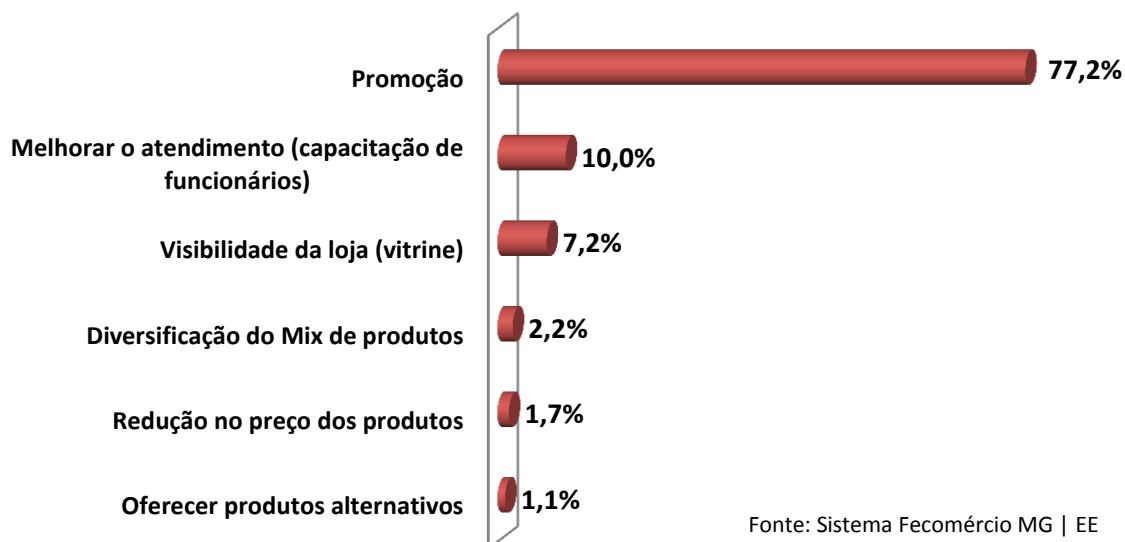


Se sim, principal motivo:

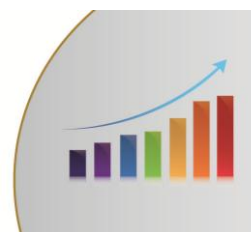


Fonte: Sistema Fecomércio MG | EE

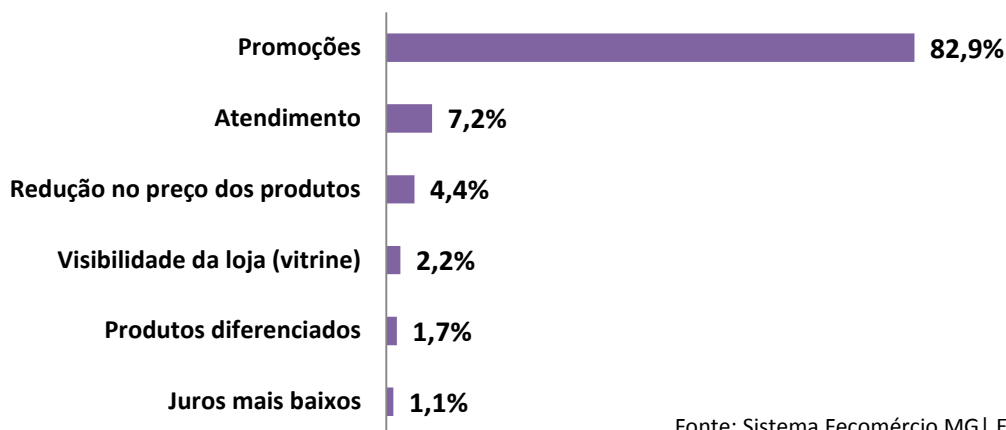
Medidas que irá adotar para aumentar as vendas em 2014



Fonte: Sistema Fecomércio MG | EE

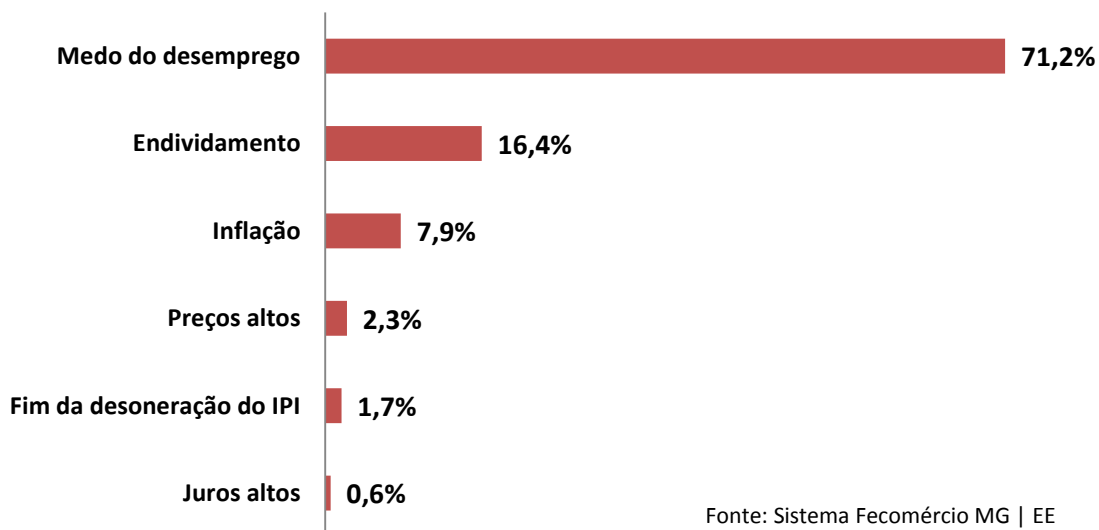


Fatores que podem levar os consumidores as compras no 1º semestre de 2014

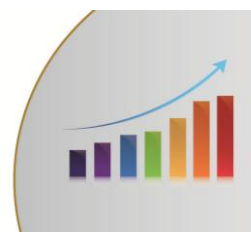


Fonte: Sistema Fecomércio MG | EE

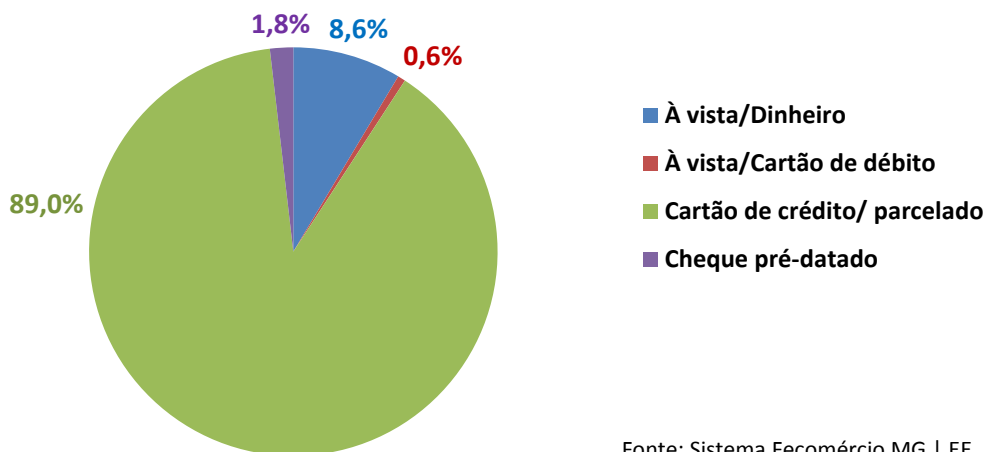
Fatores que podem inibir o consumo no primeiro semestre de 2014



Fonte: Sistema Fecomércio MG | EE



Forma de pagamento que acredita que irá sobressair em 2014



Fonte: Sistema Fecomércio MG | EE

Equipe Técnica Estudos Econômicos	
Responsável	Gabriel de Andrade Ivo
Analista de Economia	Juan Moreno de Deus
Analista de Pesquisa	Luana Thamiris da Silva de Oliveira
Assistente Administrativo	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
	Sabrina Dias da Silva
Pesquisadoras	Ana Carolina Mayrink da Silva
	Daylla Themis Vilefort Campos Sato
	Karen Martins Falcão Vieira
	Priscila Pereira Vieira Freitas