

A Análise do Comércio Varejista é uma avaliação bimestral que visa mostrar o desempenho do comércio no mês de outubro/2016 e identifica a percepção dos empresários para o mês de novembro/2016.



Outubro apresentou um resultado positivo para 20,1% das empresas do comércio varejista da cidade de Belo Horizonte, frente ao mês de setembro. Somando empresas que conseguiram manter o faturamento do mês de julho (56,1%) o resultado foi superior em 26,2 pontos percentuais em relação ao mesmo período do ano passado.

Os empresários estão otimistas para as vendas de novembro, sendo que 70,9% acreditam que as vendas serão melhores do que no mês anterior. O período de final de ano, com o pagamento do décimo terceiro salário e proximidade do Natal, melhor data para o comércio varejista, trará reflexos no volume de vendas.

Em relação aos estoques no final de outubro, 61,1% dos empresários afirmaram que fecharam o mês no ponto ideal, 7,4 p.p. abaixo do valor apurado na última avaliação. A adequação dos estoques permite a renovação dos produtos oferecidos e ajuda na saúde financeira da empresa.

Para conquistar o consumidor, 58,8% das empresas realizaram ações promocionais no mês de outubro. Tal prática será realizada por 68,3% das empresas neste mês de novembro.

Nota:

*A população considerada é composta por 30.453 empresas dos 38.654 (RAIS 2014) estabelecimentos do comércio varejista de Belo Horizonte. Foram entrevistados 336 empresários do Comércio Varejista de Belo Horizonte, entre os dias 3 e 8 de novembro de 2016.

Perfil das Empresas

70,9% das empresas de Belo Horizonte possuem até 9 pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas



Tempo de atuação das empresas

Até 02 anos	2,5%
De 2 a 5 anos	9,3%
De 5 a 10 anos	24,8%
De 10 a 20 anos	29,8%
De 20 a 50 anos	30,4%
Acima de 50 anos	3,1%

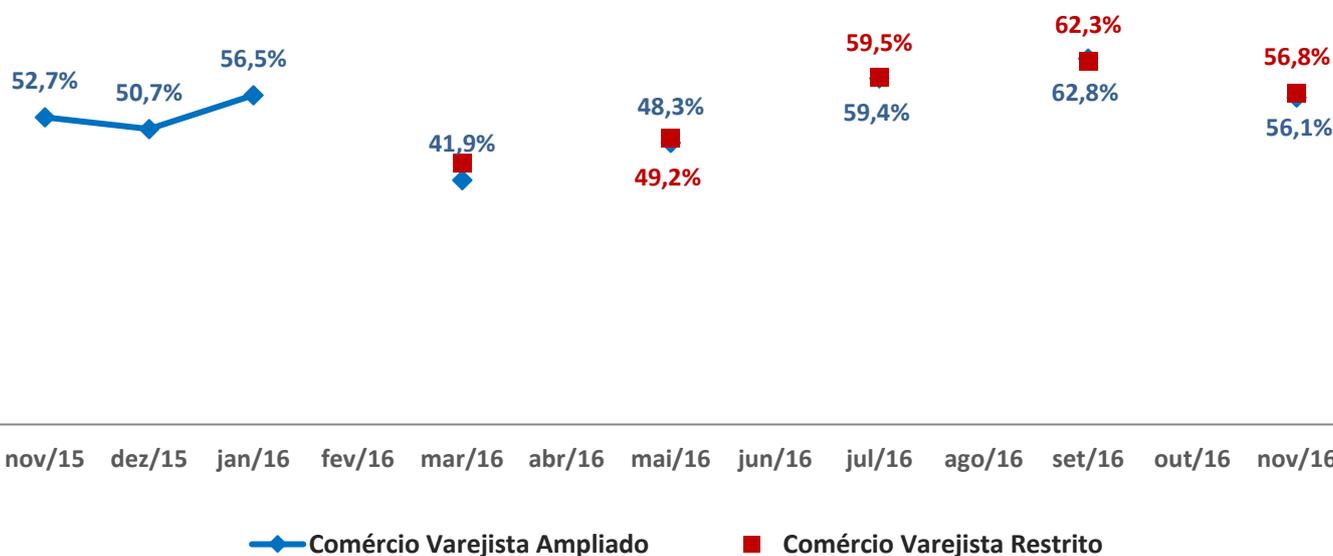
Faturamento

Comércio Varejista	Ampliado	Melhor	Faturamento de out/16 em relação a set/16	Faturamento de out/16 em relação aos seis meses anteriores	Faturamento de out/16 em relação a out/15
			20,1%	11,1%	9,9%
Ampliado	Igual	36,0%	40,3%	20,1%	
		43,8%	48,6%	70,1%	
Restrito	Melhor	21,6%	12,8%	11,6%	
		Igual	35,2%	40,5%	19,7%
			Pior	43,2%	46,7%

Em relação a set/16 o faturamento em out/16 foi melhor para 20,1% das empresas de Belo Horizonte.

56,1% do empresariado vendeu, em out/16, mais ou igual ao mês de set/16, porém, esse percentual foi superior em 3,4 p.p. se comparado com o mesmo período de 2015.

Vendas melhores ou iguais em relação ao mês anterior



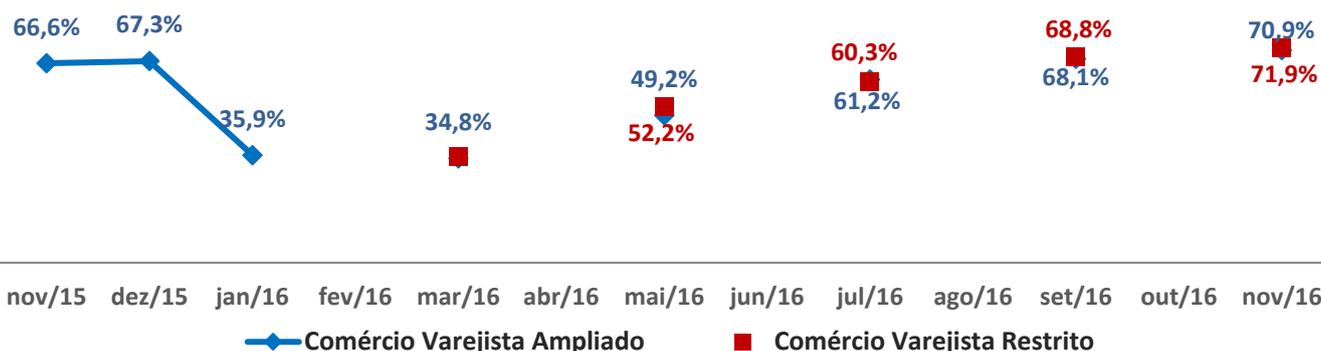
Expectativas para o Faturamento

Expectativas para novembro	2015	Comércio Varejista	
		Ampliado	Restrito
Melhores do que o mês anterior	66,6%	70,9%	71,9%
Iguais ao do mês anterior	23,6%	23,2%	21,7%
Piores do que o mês anterior	9,9%	5,8%	6,5%

Para 70,9% dos empresários entrevistados, o faturamento em novembro será melhor que em outubro. Em 2015, os empresários estavam menos otimistas, uma vez que no mesmo período o percentual foi de 66,6%.

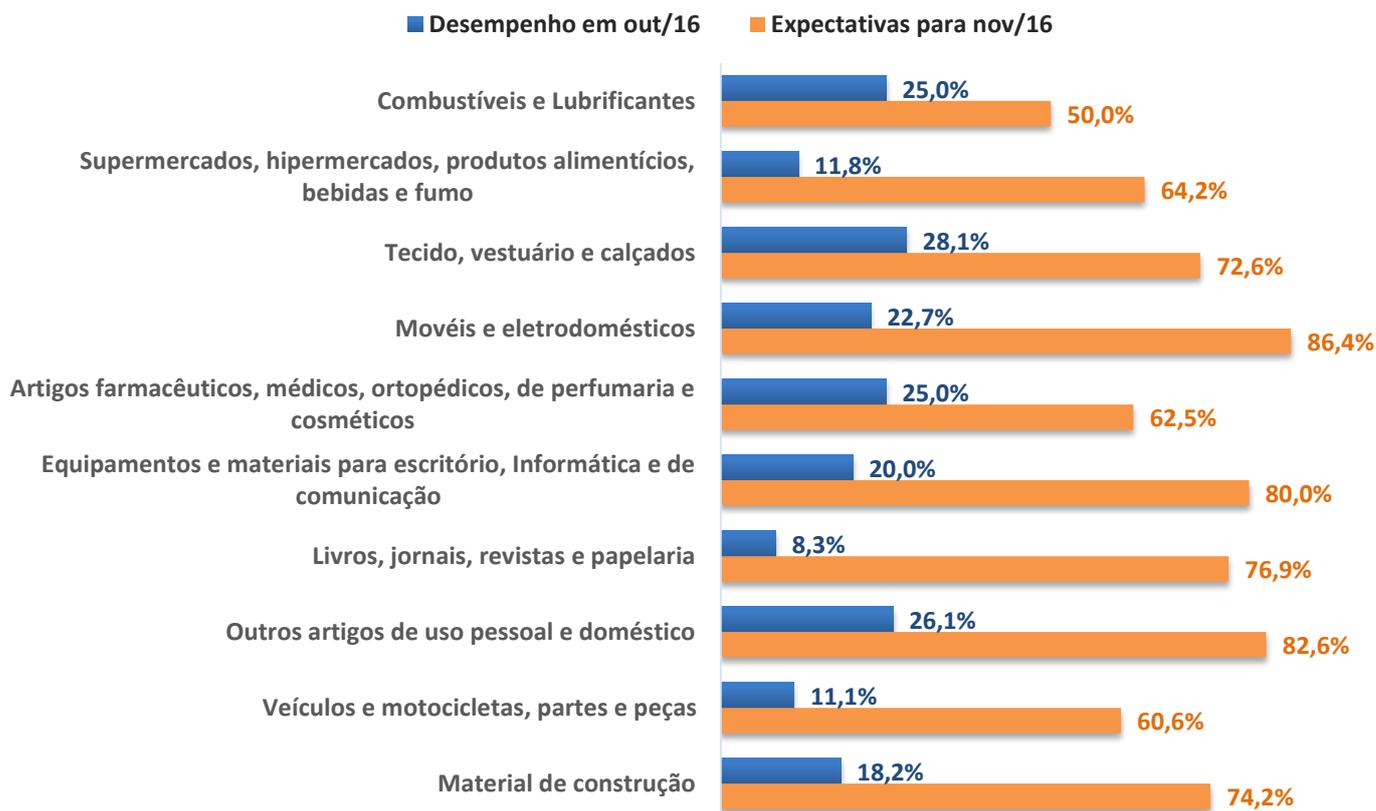
Ao avaliar o comércio varejista restrito, isto é, desconsiderando as empresas do segmento de veículos, motos, partes e peças e de materiais de construção, 71,9% dos empresários esperam um faturamento melhor em novembro do que no mês de outubro.

Expectativa de faturamento melhor frente ao mês anterior

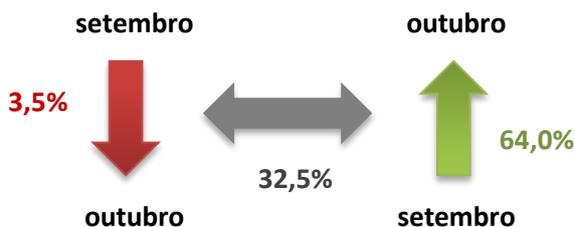


Segmentos do Comércio Varejista

Percentual de empresas que observaram/esperam melhora no faturamento



Situação Financeira



Para 64,0% do comércio varejista de Belo Horizonte, a saúde do fluxo de caixa em outubro foi melhor em relação ao mês anterior, índice maior que o apurado na última avaliação (14,0%).

Comércio Varejista Restrito: 63,9% das empresas apresentaram, em outubro, melhora na saúde do fluxo de caixa e 31,7% mantiveram a situação financeira.

Estoque



Entre os empresários entrevistados, 61,1% fecharam o mês de outubro com o estoque no ponto ideal, resultado inferior ao apurado na avaliação anterior (68,5%).

17,3% fecharam o mês com estoque acima do esperado. O percentual de empresas que terminaram o período com o estoque abaixo do ideal (21,6%) foi superior em relação à última avaliação (28,0%).

Estoque final no ponto desejado



out	nov	dez	jan	fev	mar	abr	mai	ago	set	out	nov	dez	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out
2014			2015									2016										

Liquidações e Promoções

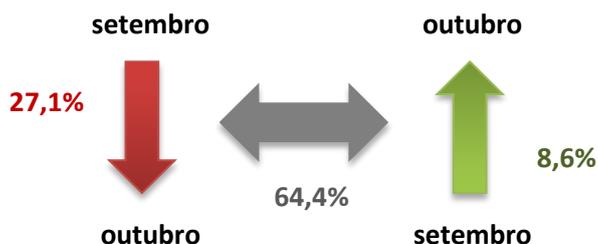
É a hora de o consumidor ficar atento às oportunidades de aliar preço e qualidade, otimizando seu poder de compra. Pelo lado do empresário é possível girar os estoques dos artigos, estimulando as compras por impulso, e fortalecer o caixa da empresa para a compra do novo mix de produtos. A competição acirrada que caracteriza o comércio varejista tem exigido uma postura agressiva na definição da política de preços e promoções. O fator-chave tem sido a criatividade na “conquista do consumidor”, seja por meio do atendimento e do mix de produtos ou de novos canais de vendas, como a internet ou vendas diretas e compras coletivas.



68,3% farão liquidações e promoções no mês de novembro.

58,8% dos empresários de Belo Horizonte realizaram promoções/liquidações em outubro

Unidades pedidas aos fornecedores em outubro



Em outubro, o preço dos produtos dos fornecedores aumentou para 45,6% dos empresários da capital.

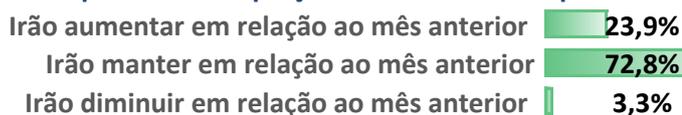


Os empresários fazem suas encomendas com vistas a oferecer um estoque diversificado, inovador e competitivo, hoje um dos principais atributos de valor.

Os investimentos em estoque de mercadorias para as vendas de outubro mativeram o mesmo volume para 64,4% dos empresários, valor superior aos 61,0% apurados na pesquisa anterior.

8,6% aumentaram o volume de seus pedidos, número menor ao observado na avaliação anterior (11,0%).

Expectativa dos preços dos fornecedores para novembro:



Número de empregados



	Em outubro	Expectativa para novembro
Aumentaram/Aumentará	4,5%	9,5%
Manteve-se/Manterá	82,4%	88,6%
Diminuiu/Diminuirá	13,1%	1,9%

Para novembro, 88,6% dos empresários planejam manter a equipe, 9,5% aumentá-la e 1,9% dos entrevistados pretendem reduzi-la.

Meios de pagamento

Receita de Vendas

À vista
(cartão de débito,
dinheiro e cheque)

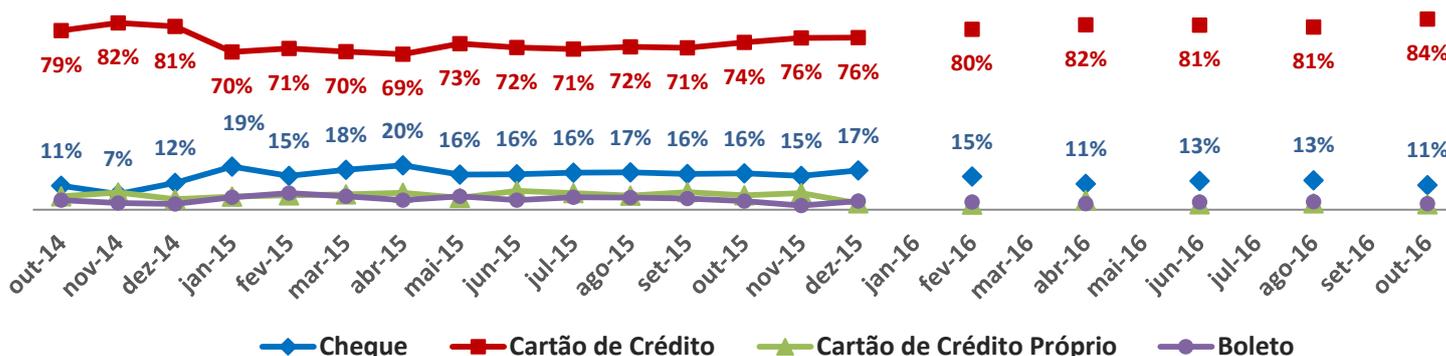
63,7%

Vendas a Prazo
(cartão de crédito, cheque
pré-datado, etc.)

36,3%

84,1% das vendas a prazo foram feitas por meio do cartão de crédito em Belo Horizonte

Formas de vendas a prazo



Em outubro os cheques responderam por 10,8% das vendas a prazo, índice superior ao obtido na avaliação anterior. Já os cartões de crédito próprio e os boletos responderam por 2,4% e 3,5% respectivamente.

Cartão de Crédito

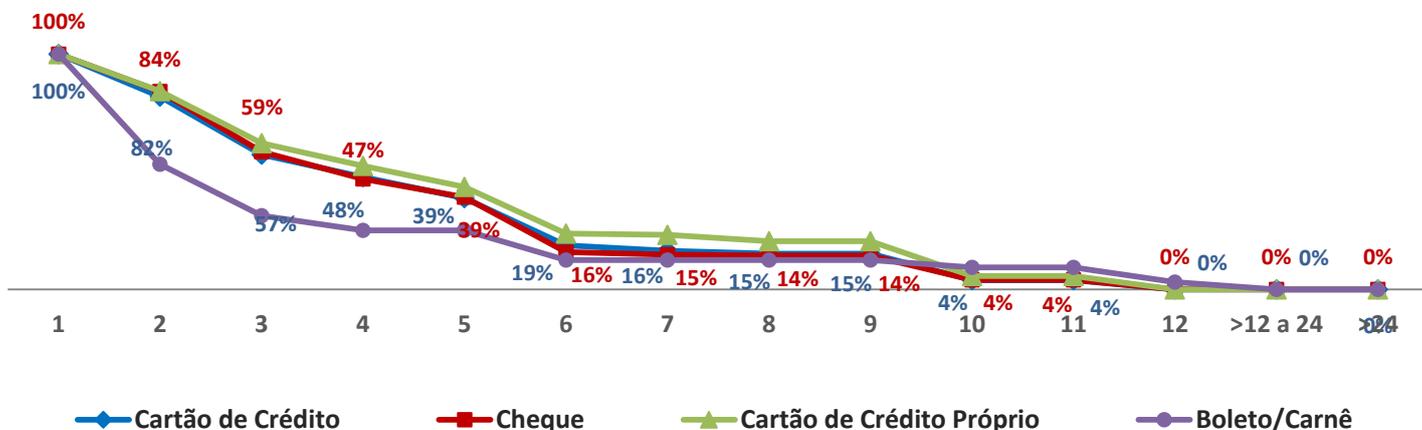
Dos empresários consultados, 94,0% trabalharam/aceitaram Cartão de Crédito em outubro, índice igual ao avaliado na última aplicação.



Na opinião de muitos empresários, o fato de não trabalhar com cartões limita o fluxo de negócios da empresa, comprometendo a imagem do estabelecimento junto aos consumidores/clientes. Isso não implica em não trabalhar com outras formas de pagamento.

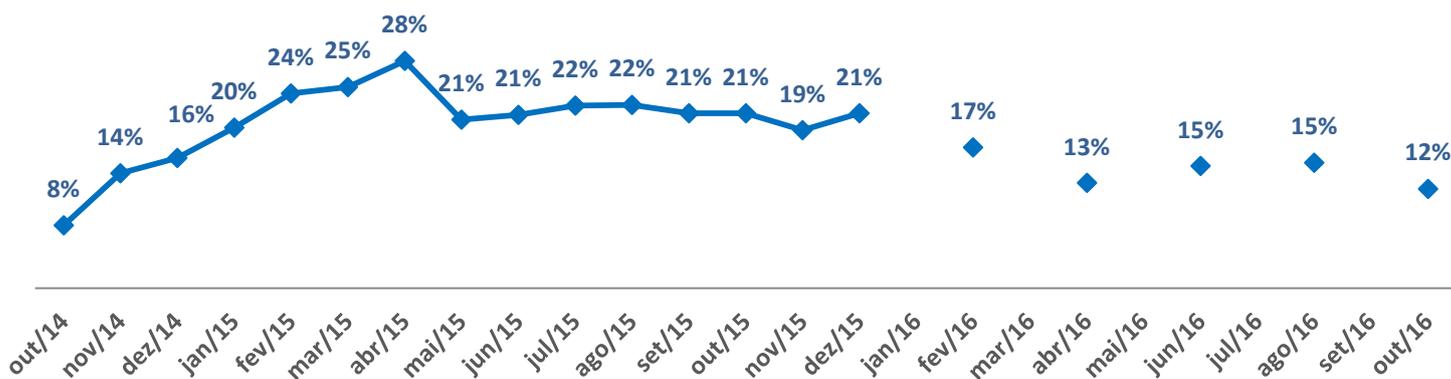
Nº de parcelas	nov/16	set/16	jul/16
1	10,2%	7,3%	6,5%
2	7,9%	8,6%	9,2%
3	24,7%	25,6%	22,1%
4	9,5%	11,6%	9,7%
5	8,9%	7,7%	9,0%
6	20,1%	23,4%	19,8%
7	2,3%	1,1%	0,5%
8	1,3%	0,5%	2,7%
9	0,0%	0,0%	0,0%
10	11,2%	10,2%	14,9%
11	0,0%	0,0%	0,0%
12	3,9%	4,1%	5,6%
>12	0,0%	0,0%	0,0%

Número de parcelas por meio de pagamento⁽³⁾



(3) Indica o percentual de empresas que praticam ATÉ determinado número de parcelas, segundo modalidade de pagamento.

Aceite de cheque



Os empresários afirmam que o risco ao receber cheques é 71,1% da empresa e 28,9% da financeira.

Medidas contra a Inadimplência

Ações	nov/16	set/16	ago/16
Capacita colaboradores (vendedores, caixas)	10,3%	15,8%	21,6%
Cheque pré-datado com prazo menor	0,0%	0,0%	0,0%
Cheque só p/ cliente Fidelizado	7,1%	10,3%	12,2%
Condiciona volume de compra a prazo	0,0%	0,0%	0,0%
Desconto para pagamento em dinheiro	0,0%	0,3%	0,0%
Não aceita cheques	81,8%	72,9%	66,2%
Prioriza o uso do Cartão de Crédito	0,8%	0,3%	0,0%
Restringe o recebimento de cheques pré-datados	0,0%	0,3%	0,0%
Utiliza Cadastro	0,0%	0,0%	0,0%

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra estratificada pelos segmentos do Comércio Varejista e regiões de Belo Horizonte. O universo pesquisado foram as empresas do comércio varejista da capital mineira. O método utilizado para a seleção das lojas foi definido com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 3 e 8 de novembro/2016. Foram avaliadas 336 empresas, sendo que 267 pertencem ao comércio varejista restrito, perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra, a um intervalo de confiança de 90%.

Glossário

Comércio Varejista Ampliado: Inclui todas as empresas do comércio varejista. Elas correspondem aos segmentos de: Combustíveis e lubrificantes; Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo; tecidos, vestuário e calçados; Móveis e eletrodomésticos; Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos; Equipamentos e materiais para escritório, informática e de comunicação; Livros, jornais, revistas e papelaria; Outros artigos de uso pessoal e domésticos; Veículos e motocicletas, partes e peças; Material de construção.

Comércio Varejista Restrito: Inclui os segmentos de: Combustíveis e lubrificantes; Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo; tecidos, vestuário e calçados; Móveis e eletrodomésticos; Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos; Equipamentos e materiais para escritório, informática e de comunicação; Livros, jornais, revistas e papelaria; Outros artigos de uso pessoal e domésticos.

EQUIPE TÉCNICA - ESTUDOS ECONÔMICOS

Responsável: Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida

Analista de Pesquisa: Elisa Castro da Mata Ferreira

Assistente Administrativo: Dayanne Jéssica da Silva Mendes

Pesquisadores: Daylla Themis Vilefort Campos Sato

Sabrina Cristina Sousa Santos

Sara Angela dos Santos

Jovem Aprendiz: Gabriela Rocha Maulais Silva

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.