

Expectativa de vendas 2º semestre de 2017



Área de Estudos Econômicos


Fecomércio MG
Sesc | Senac

Expectativa de vendas - 2º semestre de 2017

Observar e entender como foram as vendas nos primeiros seis meses do ano é fundamental para auxiliar o planejamento do segundo semestre, período que contempla a mais importante data comemorativa para o comércio, o Natal. 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 da multiplicação de lojas, mas que se estende a canais, produtos, serviços diferenciados e atitude sustentável.

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de entender como foram as vendas no primeiro semestre de 2017, buscando auxiliar e traçar um cenário empresarial para o segundo. Dessa forma, será possível criar indicadores de percepção sobre o mercado e a conjuntura econômica. A partir deles, pode-se obter um desenho estratégico para o comércio varejista.



70,4% das empresas do comércio varejista acreditam que o segundo semestre de 2017 será melhor que o primeiro

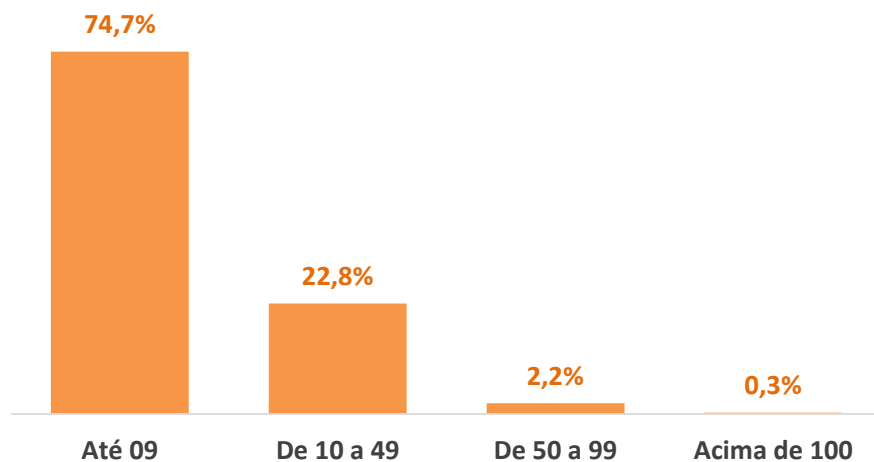
A maioria das empresas (61,9%) viu seu volume de vendas reduzir no primeiro semestre de 2017 em relação ao mesmo período de 2016. Se comparado com o último semestre, 54,9% observaram queda nas vendas.

O otimismo/esperança pela melhora do cenário faz com que, aproximadamente, 70% do comércio varejista espere por melhores resultados.

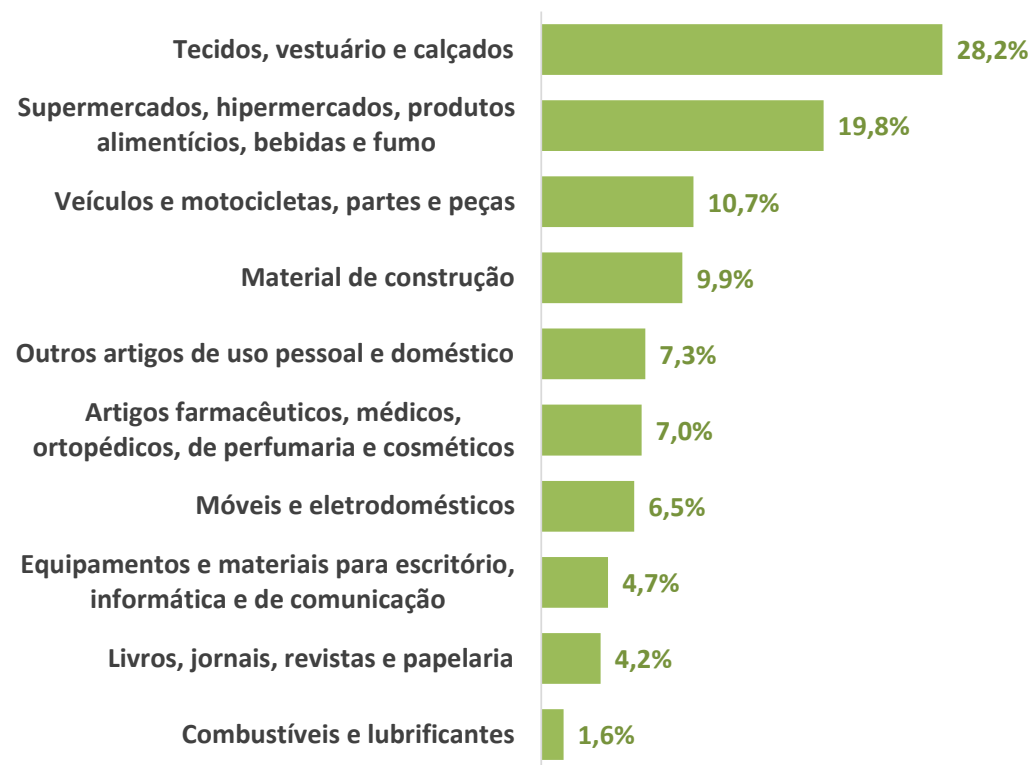
Para minimizar os efeitos do cenário econômico desfavorável, é necessário que o empresário se planeje e atraia o consumidor. 48,2% do comércio realizará ações promocionais e de liquidação no segundo semestre de 2017, ao passo que 15,3% investirá em ações de mídia/propaganda.

Perfil das empresas

Número de funcionários



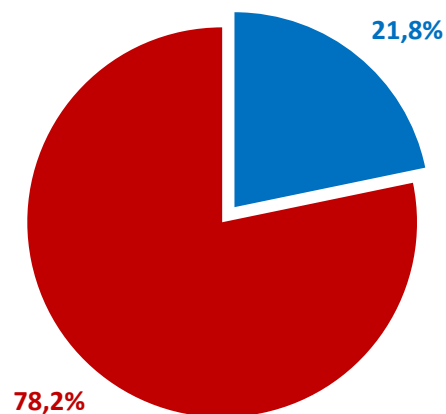
Segmento da empresa



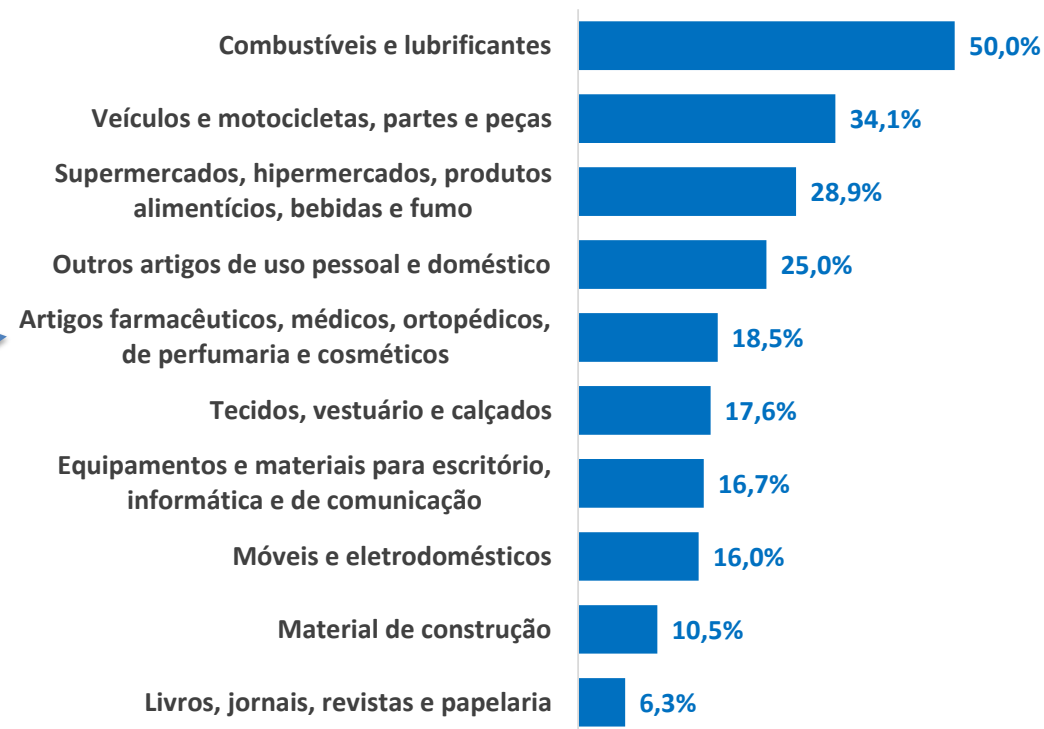
74,7% das empresas de Belo Horizonte possuem até nove pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas

Expectativas para o volume de vendas

As vendas no 1º semestre de 2017 alcançaram suas expectativas?⁽¹⁾



■ Sim
■ Não

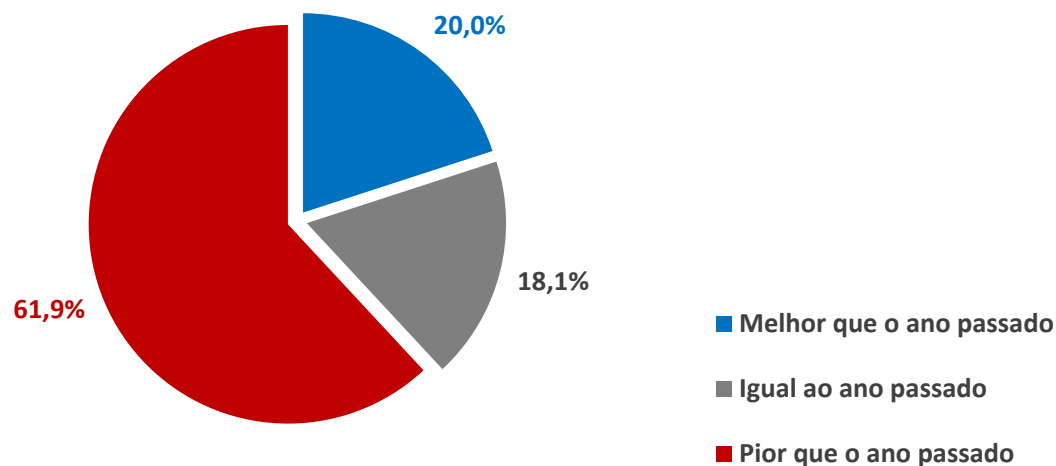


As expectativas para o 1º semestre do ano não foram alcançadas para 78,2% do comércio varejista. Entre aquelas que observaram um resultado de acordo com o esperado destacam-se os segmentos de combustíveis e lubrificantes, e veículos e motocicletas, partes e peças.

⁽¹⁾ Percentual de empresas de cada segmento que alcançaram o resultado.

Desempenho no semestre

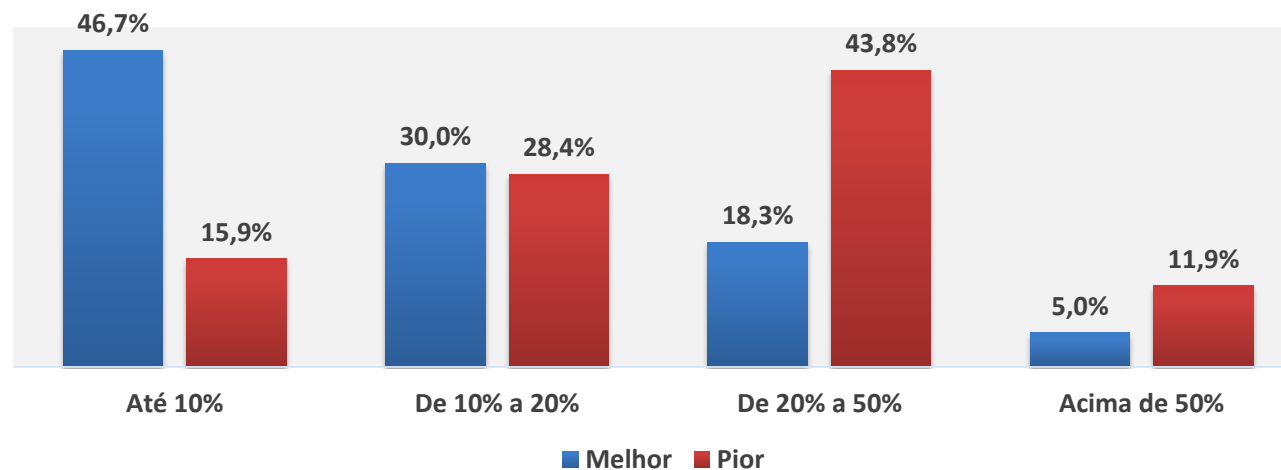
Vendas no primeiro semestre de 2017 em relação ao mesmo período do ano passado



Para 61,9% das empresas, o primeiro semestre apresentou resultados piores que o mesmo período do ano de 2016. Em mais de 50% das lojas que apresentaram tal resultado a queda foi acima de 20%.

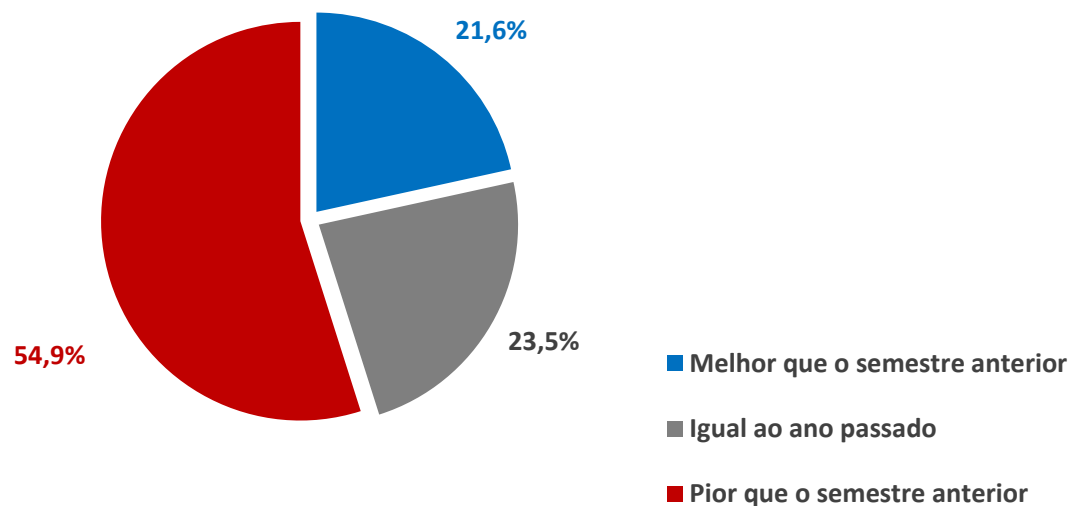
Desempenho em avaliações anteriores			
	2º2016	1º/2017	2º/2017
Melhor que no ano passado	12,5%	18,2%	20,0%
Igual ao ano passado	21,4%	18,8%	18,1%
Pior que no ano passado	66,1%	63,0%	61,9%

Percentual de alteração



Desempenho no semestre

Vendas no primeiro semestre de 2017 em relação ao segundo semestre de 2016

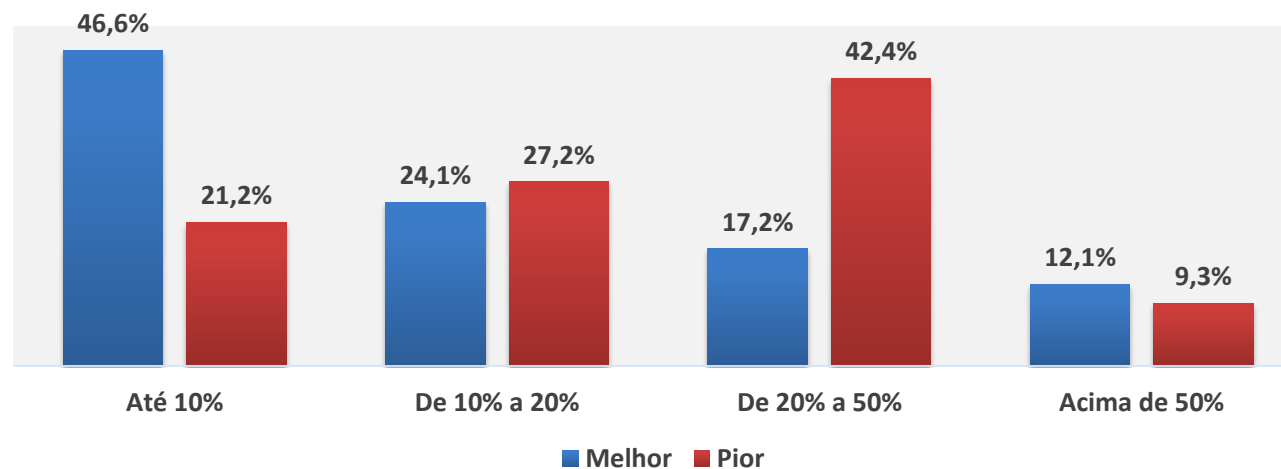


54,9% dos empresários relataram que as vendas no primeiro semestre de 2017 foram piores que nos últimos seis meses de 2016. Para 48,3% deles a queda foi de até 20%.

Desempenho em avaliações anteriores

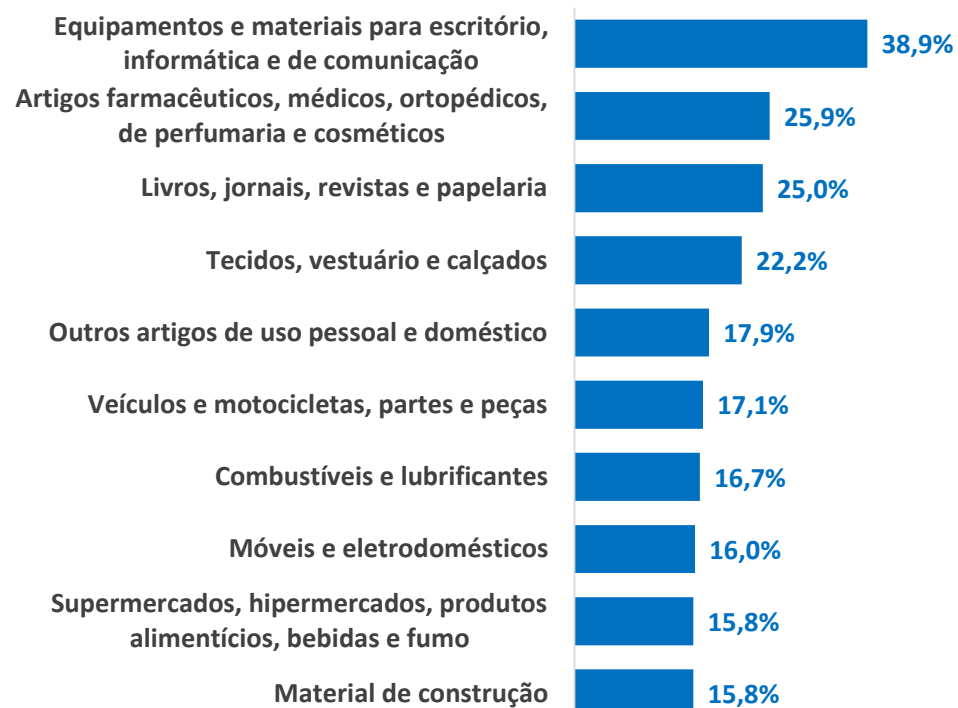
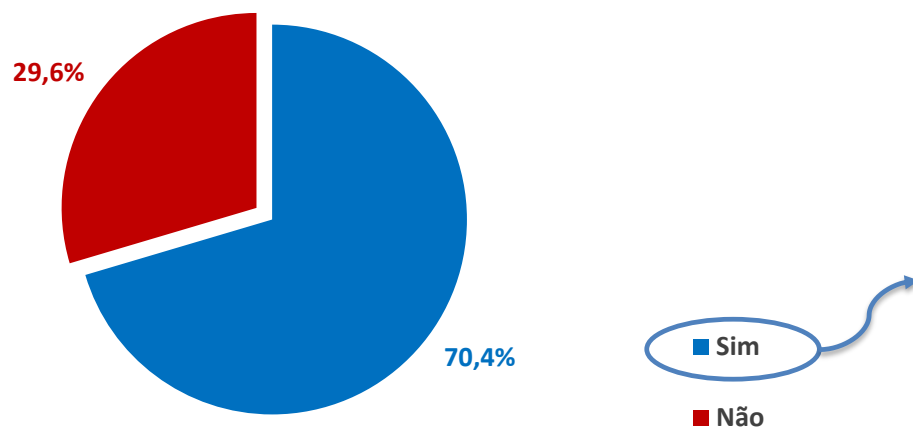
	2º2016	1º/2017	2º/2017
Melhor que o semestre anterior	12,3%	36,6%	21,6%
Igual ao semestre anterior	31,1%	25,6%	23,5%
Pior que o semestre anterior	56,6%	37,7%	54,9%

Percentual de alteração



Expectativas para o volume de vendas

Acredita que as vendas no segundo semestre serão melhores que as do primeiro de 2017?⁽¹⁾



Motivo para vendas melhores ⁽²⁾



Movido pelo otimismo/esperança, 46,0% do comércio varejista da cidade acredita que o segundo semestre de 2017 será melhor do que o primeiro semestre do ano.

Os segmentos com melhores expectativas são: equipamentos e materiais para escritório, informática e de comunicação (38,9%) e artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (25,9%).

⁽²⁾Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

Ações para o período

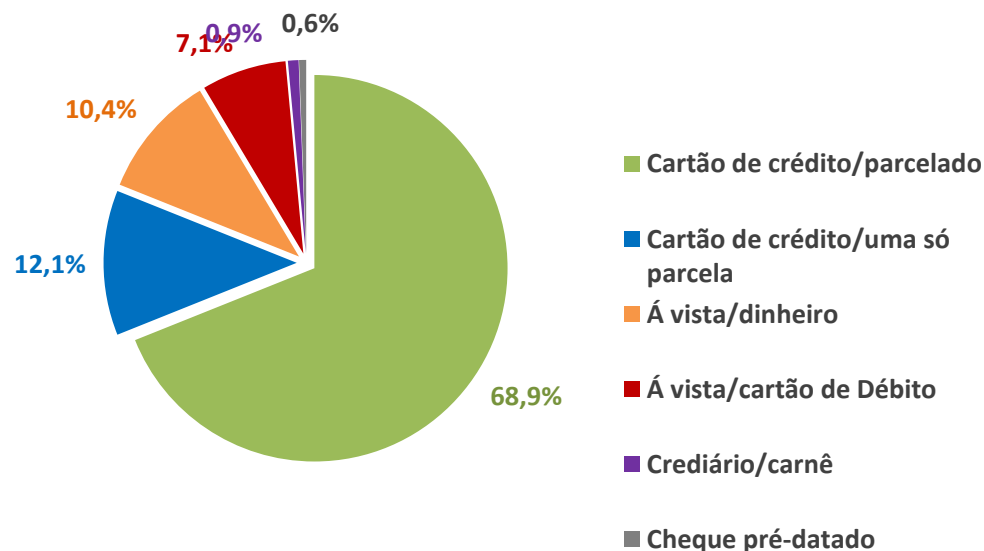
Quais medidas adotará para aumentar as vendas no semestre? ⁽²⁾



Quais motivos podem dificultar as vendas no semestre? ⁽²⁾



Qual forma de pagamento deverá sobressair no período?



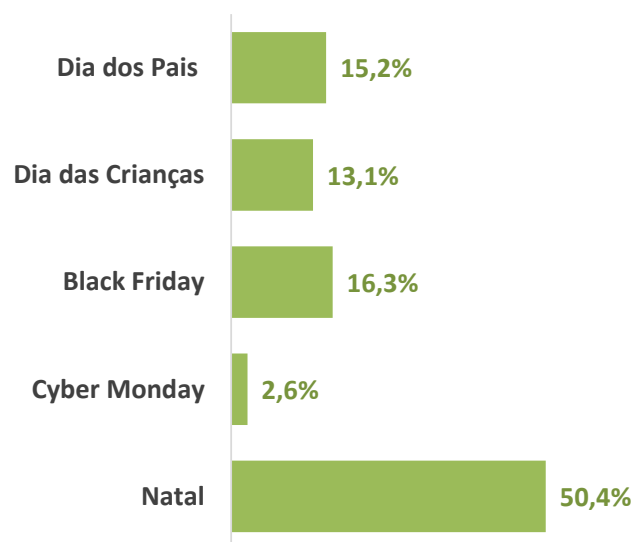
Para melhorar as vendas no período, os empresários prometem realizar promoções/liquidações (48,2%) e investir em ações de mídia/propaganda (15,3%).

A crise econômica (53,4%), a crise política (21,4%) e o cautela do consumidor (13,7%) foram apontados como fatores que podem dificultar as vendas nos últimos seis meses do ano.

A forma de pagamento que deve sobressair no comércio é o cartão de crédito, modalidade apontada por 81,0% dos empresários.

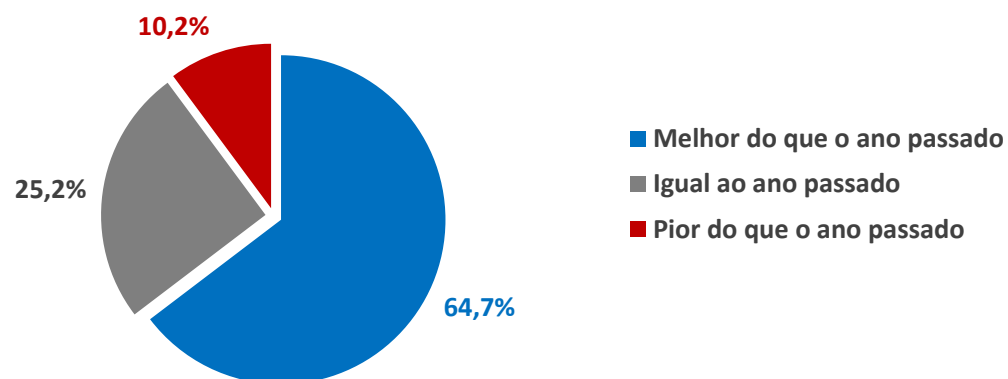
Datas comemorativas

Quais datas comemorativas apresentam impacto positivo para a sua loja? ⁽²⁾



Entre as datas comemorativas do segundo semestre, o Natal é a que mais causa impacto positivo para o comércio (50,4%), seguida pela Black Friday (16,3%) e pelo Dia dos Pais (15,2%).

Qual a sua expectativa para as vendas nessas datas?



Expectativas em avaliações anteriores		
	2º2016	2º/2017
Melhor que no ano passado	32,3%	64,7%
Igual ao ano passado	23,2%	25,2%
Pior que no ano passado	44,6%	10,2%

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista das regiões de Belo Horizonte. 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 6 e 12 de junho de 2017. Foram avaliadas 380 empresas, perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra e um intervalo de confiança de 95%.

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	Filipe de Nascimento Souza
	Joyce do Nascimento Silva
	Sabrina Cristina Sousa Santos
	Sara Angela dos Santos
Jovem aprendiz	Lara Oliveira Lopes

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 de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Estado de Minas Gerais.
Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG.
CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324
economia@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br