

O Balanco do Crédito do Comércio Varejista de Belo Horizonte é uma pesquisa que tem como objetivo levantar informações sobre a composição das vendas a prazo e do quadro de não recebimento do comércio varejista. Os processos de compra e venda são afetados de forma veloz pelos avanços da tecnologia que, concomitantemente, alteram a atitude das pessoas em seus momentos de compra. A estabilidade monetária contribuiu para acelerar as mudanças, garantiu o fácil acesso ao crédito, permitindo a inclusão e expansão do mercado de consumo. Hoje, o meio de pagamento eletrônico ganha espaço na vida das pessoas independente da renda, da faixa de idade, da localidade ou do formato do varejo, físico ou virtual. Acompanhar o movimento do crédito no varejo permite ao empresário monitorar seu mercado de atuação e identificar as estratégias adotadas quanto aos instrumentos ofertados de financiamentos e os riscos das operações.

A pesquisa baseia-se nas operações realizadas no mês de Outubro de 2014

Receitas de Vendas	%
A vista (cartão de débito, dinheiro e cheque)	40,0%
Vendas a Prazo (cartão de crédito, cheque pré-datado, etc.)	60,0%
Total	100,0%

No mês de out/14 as vendas a prazo corresponderam a 60,0% permanecendo no mesmo patamar de Setembro/14. É inegável que com a maior acessibilidade ao crédito nos últimos anos, este se torna a principal ferramenta de consumo e conseqüentemente tem a sua importância nos negócios potencializada. O poder de compra do consumidor na base da pirâmide social brasileira depende deste crédito, que por sua vez alavanca a economia.

Vendas a Prazo

Formas de vendas a prazo que a empresa aceita	%
Cheque	6,9%
Cartão de Crédito	82,4%
Cartão de Crédito Próprio	7,6%
Boleto	3,0%

Do total dos estabelecimentos pesquisados apurou-se que o tipo de venda a prazo (de uma ou mais parcelas) mais praticada é através do cartão de crédito, com 82,4% das operações em out/14. O cartão mantém a liderança absoluta como meio de pagamento, com posicionamento distante das demais modalidades oferecidas.

Mês/Formas de vendas a prazo*	Cheque	Cartão de Crédito	Cartão de Crédito Próprio	Boleto
jan/12	15,0%	73,0%	5,0%	7,0%
fev/12	19,0%	71,0%	4,0%	7,0%
mar/12	19,0%	69,0%	5,0%	7,0%
abr/12	21,0%	70,0%	5,0%	4,0%
mai/12	14,0%	76,0%	5,0%	5,0%
jun/12	13,0%	78,0%	4,0%	5,0%
jul/12	13,0%	72,0%	8,0%	7,0%
ago/12	13,0%	74,0%	6,0%	6,0%
set/12	14,0%	74,0%	5,0%	7,0%
out/12	14,0%	74,0%	6,0%	6,0%
nov/12	17,0%	75,0%	4,0%	4,0%
dez/12	12,0%	79,0%	4,0%	5,0%
jan/13	6,3%	84,1%	5,2%	4,3%
fev/13	10,0%	82,0%	4,0%	3,0%
mar/13	16,0%	77,0%	3,0%	3,0%
abr/13	14,0%	78,0%	4,0%	4,0%
mai/13	10,0%	82,0%	4,0%	4,0%
jun/13	12,0%	81,0%	4,0%	4,0%
jul/13	7,0%	87,0%	2,0%	4,0%
ago/13	13,0%	81,0%	3,0%	3,0%
set/13	11,0%	83,0%	2,0%	4,0%
out/13	12,0%	79,0%	6,0%	2,0%
nov/13	10,0%	83,0%	6,0%	2,0%
dez/13	8,0%	82,0%	7,0%	2,0%
jan/14	10,0%	82,0%	5,0%	3,0%
fev/14	7,0%	84,0%	6,0%	2,0%
mar/14	7,9%	83,0%	7,1%	2,0%
abr/14	7,7%	81,9%	8,0%	2,3%
mai/14	10,8%	77,1%	7,7%	4,4%
jun/14	8,7%	79,8%	7,4%	4,1%
jul/14	13,1%	78,1%	4,9%	3,9%
ago/14	11,6%	75,3%	7,4%	5,6%
set/14	10,6%	79,1%	6,0%	4,3%
out/14	6,9%	82,4%	7,6%	3,0%
nov/14	-	-	-	-
dez/14	-	-	-	-

Em out/14, no total das operações financiadas apurou-se um aumento no uso do cartão de crédito 82,4%. Os cartões próprios responderam por 7,6%. No conjunto a participação dos meios de pagamentos eletrônicos atingiu (90,0%) das operações.

O estímulo se dá pela facilidade e conveniência do acesso, aliado ao apelo "pagamento parcelado sem juros", que atende aos interesses das pessoas e do mercado. O ambiente de negócios está dominado pelo modelo do uso da moeda/parcelamento eletrônico, cujo estímulo do uso se dá pelos atributos de premiação, tais como milhagem, bônus de compras, serviços, etc. Do ponto de vista do consumidor, o uso dessa modalidade pode ser atribuído à preferência de usar o cartão como meio de parcelamento das compras. Por parte dos empresários, estimular as vendas parceladas pode ser uma forma de evitar o risco da inadimplência, fortalecer a carteira de recebíveis em cartões, garantir o "pacote de benefícios" junto às administradoras (redução de taxas e/ou aluguéis de terminais) e alcançar metas de faturamento de cartões. Além das vantagens junto às administradoras, com a redução dos juros, as empresas contam com uma maior facilidade na obtenção de recursos via antecipação de recebíveis.

A opção pelos cheques pré-datados caiu para 6,9% das operações, quando comparado ao mês de set/14 (10,6%). O aceite dos cheques é uma estratégia para fortalecer o capital de giro no curto prazo e evitar o peso das taxas cobradas pelas administradoras de cartão, que giram em torno de 4% sobre a operação de acordo com o tipo de negócio. Ações de oferecer descontos para pagamento à vista em dinheiro, cartão de débito ou cheques ganham força no comércio, dependendo dos períodos de campanhas promocionais e datas comemorativas, forma de fugir das pesadas taxas de administração dos cartões.

*As operações foram consideradas de acordo com o mês em que foram realizadas.

Cartão de Crédito

Dos empresários consultados, 91,3% trabalharam/aceitaram Cartão de Crédito em out/14, houve um recuo em relação a sondagem anterior (95,4%) . Na opinião de muitos lojistas, 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.

A grande maioria das empresas pesquisadas transaciona com cartão de crédito, tendência do mercado de consumo, que está correlacionada com a evolução tecnológica e mudança de hábito/atitude das pessoas, que os utilizam em quase todos os seus processos de compras. As campanhas promocionais de estímulos, via prêmios (milhagem e compras com descontos), têm reforçado a preferência das pessoas pelo uso desse meio de pagamento/financiamento. Muitos empresários, com vistas a evitar os custos de transação, sem lastro, como por exemplo, com os cheques seja para pagamento a vista ou parcelado, preferem estimular a compras através de cartão, temendo os riscos do não recebimento das vendas.

Cartão de Crédito/ Nº de parcelas	mar/14	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14
1	1,7%	2,3%	0,3%	0,3%	1,0%	1,1%	1,1%	1,4%
2	1,7%	2,4%	5,4%	5,2%	6,3%	2,1%	5,1%	4,2%
3	14,6%	12,6%	23,1%	19,9%	20,2%	18,1%	19,6%	20,2%
4	19,0%	13,6%	17,1%	12,7%	10,8%	9,3%	10,2%	10,4%
5	15,0%	14,7%	11,0%	10,3%	8,7%	8,5%	9,1%	9,3%
6	24,5%	27,6%	20,4%	24,7%	21,8%	26,1%	24,7%	25,0%
7	1,0%	2,1%	1,0%	0,7%	0,5%	0,5%	0,5%	1,4%
8	7,1%	4,9%	2,0%	2,4%	6,6%	8,0%	8,1%	7,9%
9	0,0%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,0%	0,3%	0,3%
10	12,6%	11,2%	13,0%	12,7%	16,0%	13,1%	11,6%	11,5%
12	2,7%	7,7%	6,0%	10,3%	7,6%	12,3%	8,9%	8,4%
13	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%
14	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%	0,0%
18	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,5%	0,0%
24	0,0%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%
36	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

O cartão tem sido utilizado não apenas como meio eletrônico de pagamento, mas, também, como instrumento de parcelamento das compras, com mais frequência para pagamento de 3 até 10 parcelas, com participação de 86,0% no total de número de registros. As maiores concentrações estão no parcelamento de 3 vezes (20,2%) e 6 vezes (25,0%).

Cartão de Crédito Próprio (Private Label)

Nº de parcelas	mar/14	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14
1	4,0%	3,7%	3,3%	0,0%	8,3%	0,0%	3,6%	0,0%
2	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3	12,0%	14,8%	10,0%	13,6%	4,2%	10,8%	14,3%	9,1%
4	12,0%	7,4%	6,7%	9,1%	20,8%	13,5%	17,9%	18,2%
5	8,0%	3,7%	16,7%	13,6%	8,3%	0,0%	3,6%	3,0%
6	24,0%	14,8%	13,3%	13,6%	0,0%	0,0%	7,1%	21,2%
7	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
8	4,0%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%	2,7%	0,0%	3,0%
9	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,7%	3,6%	3,0%
10	20,0%	3,7%	16,7%	13,6%	33,3%	21,6%	7,1%	9,1%
12	16,0%	48,2%	20,0%	31,8%	16,7%	45,9%	21,4%	12,1%
14	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	0,0%
15	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	0,0%
18	0,0%	0,0%	3,3%	4,5%	4,2%	0,0%	7,1%	15,2%
20	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%	0,0%	3,6%	0,0%
24	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%	2,7%	3,6%	6,1%
36	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

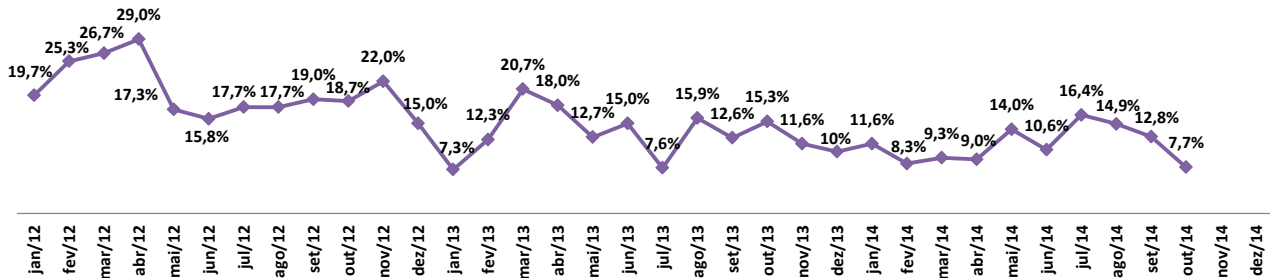
O Cartão de Crédito Próprio (private label) está presente nos negócios de 8,5% do total das empresas pesquisadas. Grandes redes varejistas vêm expandindo sua área de abrangência através dos cartões próprios que estreitam relacionamento, especialmente com o público de menor renda, ao garantir liquidez e posicionamento social. Além disso, fazem uso do recurso “volta às lojas” para efetuar os pagamentos das parcelas abrindo possibilidades de novas compras.

A participação nas vendas a prazo foi de 7,6% em Outubro, apresentando um aumento em relação ao mês anterior. O uso do parcelamento concentra-se acima de 6 vezes representando 69,7% acima do mês anterior (60,7%). Nota-se redução dos prazos ofertados, apesar de ainda acima dos praticados pelo varejo de um modo geral. Prazos mais dilatados funcionam como forte apelo para incorporar as pessoas no mercado dos private label. Tais cartões são acompanhados com atributos de diferenciação com vistas à fidelização, reter os clientes, e estimular o volume de compras. As taxas de juros médias cobradas estão em torno de 4% ao mês.

Cheque Pré-datado

Do total das empresas pesquisadas, a sondagem mostrou que 7,7% trabalharam com cheques em out/14, abaixo do patamar praticado em set/14 (12,8%). O uso do cheque pré-datado como instrumento de pagamento e financiamento vem registrando queda gradativa na participação das transações comerciais. Tal movimento decorre do próprio comportamento do consumidor, cada vez mais digitalizado, além de atento a questões como segurança, praticidade e conveniência que atribuem aos meios eletrônicos. Já pelo ponto de vista do empresário, o cheque perde espaço, principalmente pelos riscos do efetivo recebimento/lastro, acrescido dos custos envolvidos para recuperação no caso do não recebimento das vendas.

Acerte do Cheque

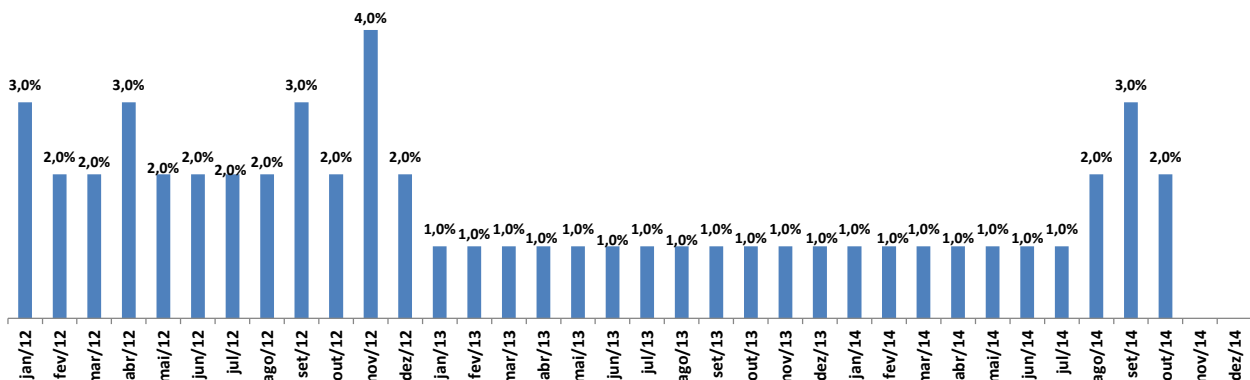


O uso do cheque pré-datado como instrumento de pagamento e financiamento vem registrando queda gradativa na participação das transações comerciais. Tal movimento decorre do próprio comportamento do consumidor, cada vez mais digitalizado, além de atento a questões como segurança, praticidade e conveniência que atribuem aos meios eletrônicos. Já pelo ponto de vista do empresário, o cheque perde espaço, principalmente pelos riscos do efetivo recebimento/lastro, acrescido dos custos envolvidos para recuperação no caso do não recebimento das vendas.

Nº de parcelas	mar/14	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14
1	3,6%	3,7%	33,3%	4,5%	12,5%	8,6%	12,0%	33,3%
2	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%	4,7%	5,2%	2,0%	10,0%
3	10,7%	18,5%	23,1%	13,3%	25,0%	20,7%	24,0%	13,3%
4	25,0%	37,0%	17,9%	0,0%	9,4%	8,6%	8,0%	0,0%
5	3,6%	11,1%	7,7%	0,0%	7,8%	10,3%	10,0%	0,0%
6	17,9%	7,4%	20,5%	20,0%	14,1%	17,2%	18,0%	20,0%
7	3,6%	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%	1,7%	2,0%	0,0%
8	10,7%	0,0%	0,0%	3,3%	6,3%	3,4%	0,0%	3,3%
9	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%	2,0%	0,0%
10	25,0%	11,1%	10,3%	16,7%	14,1%	13,8%	12,0%	16,7%
12	0,0%	11,1%	7,7%	3,3%	3,1%	8,6%	4,0%	3,3%
14	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
15	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
18	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%	0,0%
24	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%
36	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Nas compras a prazo, o cheque pré-datado respondeu por 6,9% das operações financiadas em out/14 abaixo do que o encontrado no mês anterior.

Percentual de cheques devolvidos



*Relativo ao mês anterior. Pergunta: Qual o percentual de cheques devolvidos no total de cheques a prazo no último mês?

Carnê/ Boleto

Quanto ao Carnê/Boleto, do total de empresários entrevistados, 3,3% trabalham com boletos.

Nº de parcelas	mar/14	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14
1	0,0%	0,0%	11,8%	0,0%	15,8%	10,7%	5,0%	0,0%
2	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%
3	0,0%	0,0%	5,9%	0,0%	36,8%	10,7%	5,0%	0,0%
4	0,0%	0,0%	11,8%	0,0%	0,0%	0,0%	15,0%	0,0%
5	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%
6	0,0%	0,0%	5,9%	20,0%	5,3%	7,1%	0,0%	0,0%
7	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
8	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	0,0%	0,0%
9	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
10	85,7%	37,5%	23,5%	0,0%	21,1%	17,9%	10,0%	0,0%
12	14,3%	50,0%	11,8%	20,0%	5,3%	39,3%	40,0%	61,5%
14	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
15	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%
18	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	0,0%	15,4%
20	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	0,0%	0,0%
22	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	0,0%	0,0%
24	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
25	0,0%	0,0%	29,4%	60,0%	15,8%	3,6%	15,0%	7,7%
35	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
36	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

A taxa de juro média cobrada no carnê gira em torno de 6% ao mês e ainda assim o consumidor opta por um número maior de parcelas aumentando as chances de acumular as suas dívidas e acabar pagando juros por elas.

Inadimplência / Não Recebimento das Vendas a Prazo

Ações para evitar a inadimplência

Ações	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14
Restringe o recebimento de cheques pré-datados	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	0,3%	0,0%	0,3%
Prioriza o uso do Cartão de Crédito	2,5%	1,7%	0,4%	9,7%	3,4%	5,6%	11,4%
Utiliza Cadastro	8,8%	15,0%	9,5%	12,2%	12,9%	12,1%	0,3%
Desconto para pagamento em dinheiro	0,0%	0,0%	0,0%	17,5%	20,0%	12,6%	4,3%
Capacita colaboradores (vendedores, caixas)	0,4%	0,3%	1,1%	2,8%	1,8%	1,5%	7,1%
Cheque só p/ cliente Fidelizado	0,0%	1,4%	1,4%	1,4%	2,4%	1,5%	2,9%
Condiciona volume de compra a prazo	0,4%	0,0%	0,0%	0,7%	0,3%	0,0%	0,3%
Cheque pré-datado com prazo menor	0,4%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%
Não aceita cheques	87,5%	81,6%	87,6%	53,0%	58,9%	66,2%	73,4%

O não aceite de cheques foi ação mais presente para gerenciar o risco da inadimplência, com 73,4% das respostas, acima das pesquisas anteriores. Esta ação está bem a frente das demais alternativas, o que pode explicar o recuo da participação dos cheques nas operações do varejo. Tal ação não representa custo de transação, é própria da gestão do negócio, sendo opção frequente no comércio.

A utilização de cadastro próprio, conhecer o histórico positivo do cliente, também merece destaque com 10%, visando minimizar o risco inerente às operações de crédito. Tal ação tem espaço na gestão de risco dos empresários, mas está diretamente relacionada ao aceite do cheque. O empresário aceita o cheque, assumindo o risco do não recebimento inerente a esse instrumento de pagamento. De certa forma, todas as ações são amplamente diluídas no varejo, revelando que os empresários estão atentos aos riscos inerentes às operações de crédito que, por sua vez, atuam como alavanca fundamental para o consumo. Não se pode descartar a oferta de crédito, hoje, uma vantagem competitiva praticada pelo comércio. Contudo, é bom estar atento para evitar danos a saúde do capital de giro.

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey, baseada em amostra estratificada por regiões de Belo Horizonte. O universo pesquisado foram as empresas do segmento de comércio varejista 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 nos dias 10 a 13 de Novembro/14. O número de entrevistas foi de 386 respondentes perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra a um intervalo de confiança de 95%. A amostra foi distribuída em:

Classificação por número de empregados	%
Até 9	70,8%
De 10 a 49	27,8%
De 50 a 99	1,1%
Acima de 100	0,3%
Total	100,0%

Equipe Técnica	
Estudos Econômicos	
Responsável	Gabriel de Andrade Ivo
Analista de Pesquisa	Luana Thamiris da Silva de Oliveira
Assistente Administrativo	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Daylla Themis Vilefort Campos Sato
	Karen Martins Falcão Vieira
	Marcos Vinicius Martins de Sousa
	Sabrina Cristina Sousa Santos
Estagiário	Vinicius Alves Silva Madeira