

Novembro/15

A Análise Mensal do Comércio Varejista de Belo Horizonte mostra o desempenho dos negócios do comércio no mês de Outubro/2015 e identifica a percepção dos empresários para o mês de Novembro/2015.

No mês de outubro, apenas 26,6% das empresas tiveram faturamento melhor que em setembro, percentual 36 p.p. a menos que o percentual de empresas que esperavam melhora para o mês. Em relação a outubro do ano anterior 73,4% das empresas afirmaram que o faturamento foi menor, a queda foi de, em média, 26%.

A chegada das festas de fim de ano, principalmente do Natal (melhor data para o comércio varejista), tem aflorado o otimismo em relação a melhora nas vendas, mesmo com a instabilidade econômica do país e o momento ruim do comércio. 66,5% dos empresários estão confiantes na melhora do faturamento para o mês de novembro em relação ao ano anterior.



Em relação aos estoques no final de outubro, 58,2% dos empresários afirmaram que fecharam o mês no ponto ideal e 24,2% fecharam o mês com estoques acima do esperado. O controle e planejamento de estoque são essenciais para manter a saúde financeira do negócio e a competitividade dos produtos oferecidos. Dessa forma, 35,1% das empresas diminuíram o número de unidades pedidas no mês de novembro em relação ao mês anterior. Está redução também foi motivada pela alta dos valores praticados pelos fornecedores, 50% dos empresários alegaram esta mudança.



No mês de outubro apenas 67,1% das empresas realizaram liquidações e promoções, em setembro este percentual foi 5 p.p. superior (72,3%). Mesmo com o baixo índice para o mês, as liquidações e promoções deverão ser, em novembro, aliadas para atrair os consumidores nas compras de fim de ano e amenizar esse cenário de vendas abaixo do esperado. 71,8% dos empresários farão promoções/liquidações neste mês. Além disso, é importante que o empresário alie preço e qualidade, ofereça descontos para pagamento no dinheiro e ofereça um atendimento diferenciado para conquistar o consumidor nas compras de Natal.

Resultado de vendas para o Dia das Crianças



As vendas para o Dia das Crianças foram piores que no ano de 2014 para 58,6% dos empresários da capital mineira. Enquanto 28,9% deles esperavam uma melhora nas vendas para a data, apenas 13,2% conquistaram este resultado, o que representa um gap de, aproximadamente, 16 p.p.

O valor médio praticado por produto foi de até R\$50,00 para cerca de 33,9% das empresas e de até R\$100,00 para 61,6% delas. A forma de pagamento preferida para as compras data foi o parcelamento no cartão de crédito em 74,7% das empresas de Belo Horizonte.

Nota:

* De acordo com a RAIS 2013 em Belo Horizonte são 48.730 estabelecimentos do comércio varejista

Foram entrevistados 377 empresários do Comércio Varejista de Belo Horizonte, entre os dias 4 e 9 de Novembro de 2015.

Perfil das empresas

71,8% das empresas de Belo Horizonte possuem até 9 pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas.

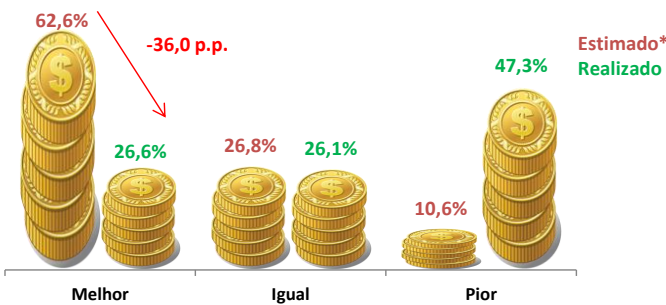


Tempo de atuação da empresa no mercado

Até 02 anos	6,1%
De 2 a 5 anos	14,0%
De 5 a 10 anos	20,4%
De 10 a 20 anos	28,4%
De 20 a 50 anos	26,2%
Acima de 50 anos	5,0%

Faturamento

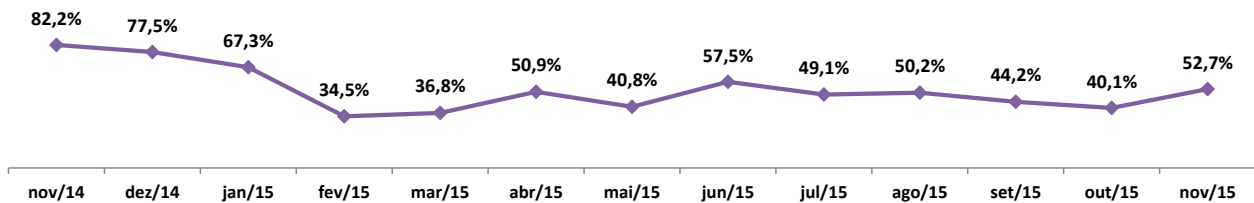
	Faturamento de Outubro em relação à Setembro	Faturamento em out/15 em relação aos seis meses anteriores	Faturamento em out/15 x out/14
Melhor	26,6%	12,4%	12,1%
Igual	26,1%	29,9%	14,5%
Pior	47,3%	57,8%	73,4%



O faturamento dos empresários de Belo Horizonte em Outubro/15, foi melhor para 26,6% dos empresários em relação à Setembro, mas 36 p.p. a menos que o percentual de empresários que esperavam melhorar o faturamento no mês. 52,7% do empresariado vendeu mais ou igual ao mês anterior, porém, esse percentual foi inferior em 29,5 se comparado ao mesmo período de 2014.

* Pergunta da pesquisa anterior: E para out/15, dentro da realidade da empresa, como deve ser o faturamento?

Vendas melhores ou iguais as realizadas em relação ao mês anterior*



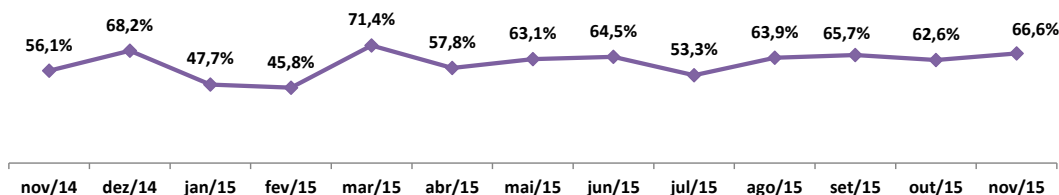
* Pesquisa de nov/15: relativo ao desempenho das vendas do mês de out/15

Expectativas do faturamento

Faturamento - Expectativas	nov/14	nov/15
Melhores do que o mês anterior	56,1%	66,6%
Iguais ao do mês anterior	36,2%	23,6%
Piores do que o mês anterior	7,6%	9,9%

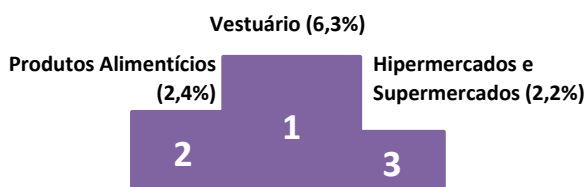
Para 66,6% dos empresários entrevistados, o faturamento em Novembro/15 será melhor do que no mês anterior. Em relação a Novembro/14, os entrevistados estavam menos otimistas, uma vez que no mesmo período, esse percentual foi de 56,1%.

Expectativa de faturamento melhor frente ao mês anterior

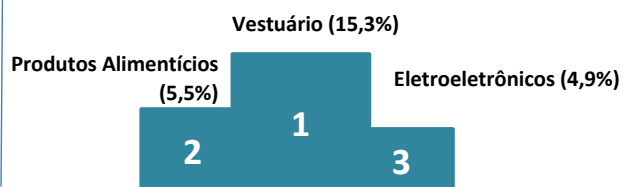


Atividades econômicas do Comércio Varejista

Três segmentos que mais faturaram em out/15 quando comparado ao mês anterior foram:



Três primeiros segmentos que esperam aumentar as vendas no mês



Situação Financeira



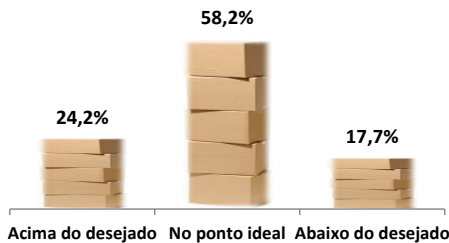
A saúde do fluxo de caixa em Outubro foi melhor em relação ao mês anterior para 11,4% dos empresários entrevistados, no mês de Setembro este item correspondeu a 8,4% das respostas. Para 29,3% a situação financeira foi igual ao mês passado, índice menor do que o apurado no mês anterior (32,2%).



Para os próximos seis meses, 74,3% dos empresários de Belo Horizonte esperam melhorar a situação financeira da empresa.

Estoques

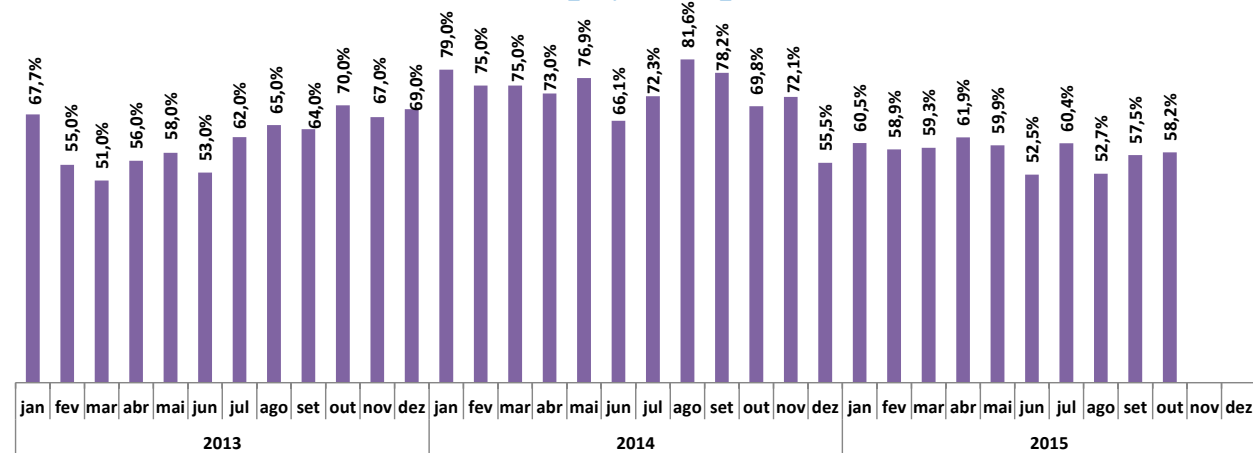
Estoque de seus produtos no final de Outubro



Dos empresários entrevistados, 58,2% responderam que fecharam o mês com o estoque no ponto ideal, resultado acima ao apurado no mês anterior (57,5%). 24,2% dos respondentes fecharam o mês de Outubro/15 com o estoque acima do esperado. O percentual de empresários que fecharam o mês com o estoque abaixo do ideal (17,7%), foi menor do que no mês anterior (18,4%).



Estoque Final do Ponto Ideal* _No ponto Ideal_



*Posição do mês anterior.

Liquidações e Promoções

67,1% dos empresários de Belo Horizonte, realizaram liquidações/promoções em out/15.

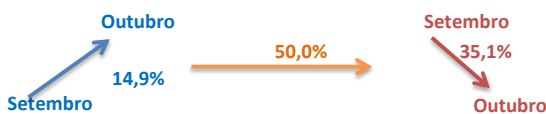


Dos empresários entrevistados, 71,8% irão fazer Liquidações/Promoções em Novembro/15. É a hora do consumidor ficar atento às oportunidades de aliar preço e qualidade, otimizando seu poder de compra. Pelo lado do lojista é possível girar os estoques dos artigos, estimulando as compras por impulso, e fortalecer 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 através do atendimento e do mix de produtos ou de novos canais de vendas, como a internet ou vendas diretas e compras coletivas.

71,8%
Farão liquidações e promoções neste mês!

Número de Pedidos

Número de unidades pedidas aos fornecedores em Outubro*



*Em relação ao mês anterior

Os investimentos em estoques de mercadorias, em Outubro, para serem comercializados em Novembro/15 mantiveram o mesmo volume para 50,0% dos empresários entrevistados, menor que os 54,2% apurados na pesquisa anterior. 14,9% aumentaram o volume de seus pedidos, número superior em relação ao mês anterior. Os empresários fazem suas encomendas com vistas a oferecer um estoque diversificado, inovador e competitivo, hoje, um dos principais atributos de valor.

Preços dos Fornecedores



Em Outubro/15, os preços de seus fornecedores aumentou para 50,0% dos empresários entrevistados.



Expectativas dos preços dos fornecedores para Novembro

Ião aumentar em relação ao mês anterior	29,5%
Ião manter em relação ao mês anterior	65,8%
Ião diminuir em relação ao mês anterior	4,7%

Número de Empregados

Como ficou/ficará o nº. de empregados no estabelecimento em:	Outubro	Expectativa para Novembro
Aumentaram/Aumentará	↓ 5,6%	↑ 12,8%
Manteve-se/Manterá	↓ 79,5%	↑ 84,8%
Diminuiu/Diminuirá	↑ 14,9%	↓ 2,4%

Para Novembro/15, 84,8% dos empresários planejam manter a equipe, 12,8% aumentá-la e 2,4% dos entrevistados irão reduzi-la. Trata-se de um indicador positivo para o mercado de trabalho, dado o número de empresários que irão manter o quadro de funcionários.

Meios de Pagamentos

Vendas a Prazo

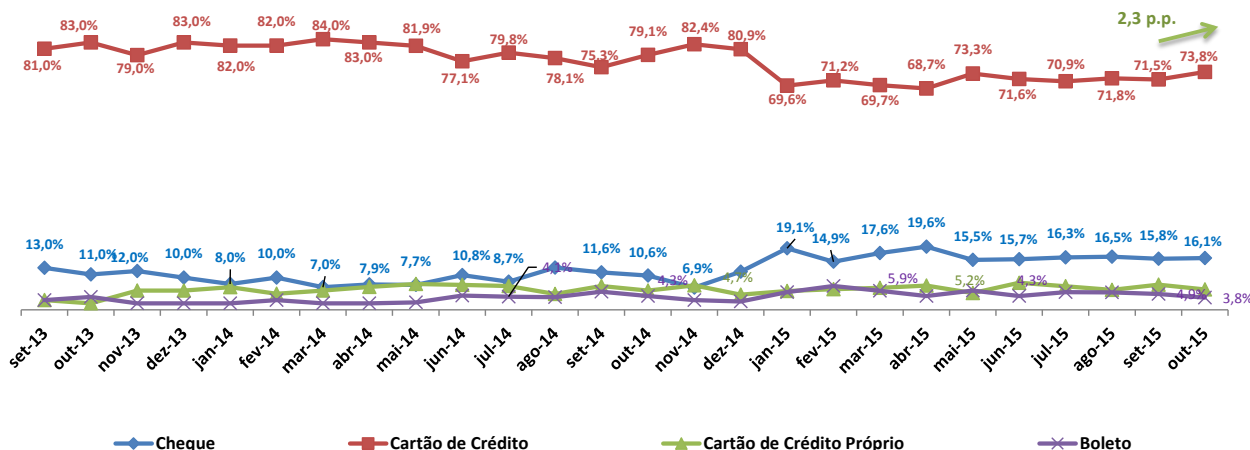
Os dados referem-se às operações realizadas no mês de out/15

Receitas de Vendas	%
À vista (cartão de débito, dinheiro e cheque)	59,7%
Vendas a Prazo (cartão de crédito, cheque pré-datado, etc.)	40,3%
Total	100,0%



73,8%
Das vendas a prazo, foram feitas através do cartão de crédito em Belo Horizonte

Formas de Vendas a Prazo



Em out/15 os cheques responderam por 16,1% das vendas a prazo, índice superior ao mês anterior. Já os boletos e os cartões de crédito próprio, responderam por 3,8% e 6,3% respectivamente.

Cartão de Crédito

Dos empresários consultados, 98,7% trabalharam/aceitaram Cartão de Crédito em out/15, houve um aumento em relação a sondagem anterior (97,1%). 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.



Cartão de Crédito Próprio (Private Label)

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.

Nº de parcelas	out/15	set/15	ago/15
1	0,0%	0,0%	0,0%
2	27,3%	39,5%	21,9%
3	15,2%	2,6%	12,5%
4	12,1%	0,0%	15,6%
5	9,1%	0,0%	18,8%
6	6,1%	28,9%	9,4%
7	0,0%	0,0%	0,0%
8	0,0%	5,3%	0,0%
9	0,0%	2,6%	0,0%
10	0,0%	5,3%	3,1%
12	12,1%	7,9%	6,3%
14	12,1%	7,9%	9,4%
15	0,0%	0,0%	0,0%
18	0,0%	0,0%	0,0%
20	0,0%	0,0%	0,0%
24	6,1%	0,0%	3,1%
36	0,0%	0,0%	0,0%

Até 6 parcelas em out/15 representou 71,7% dos parcelamentos.

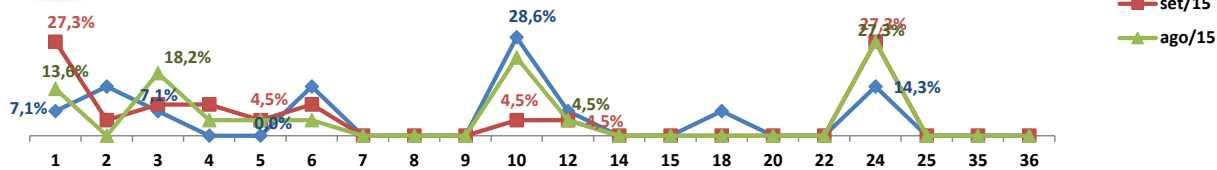
Até 6 parcelas em out/15 representou 69,7% dos parcelamentos.

Carnê/Boletos

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.

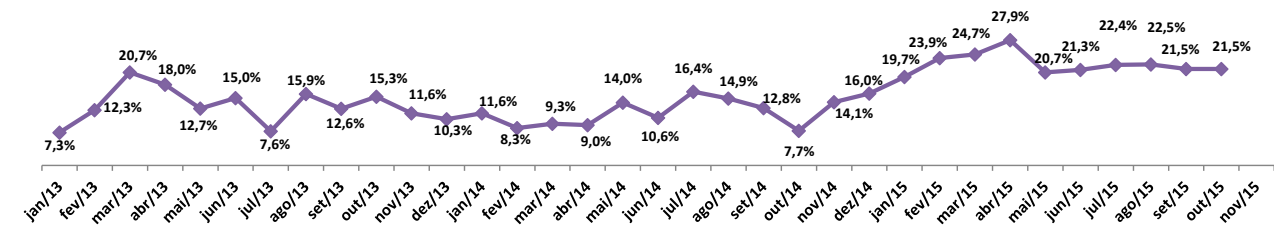
Número de parcelas

Até 6 parcelas em out/15 representou 42,9% dos parcelamentos.



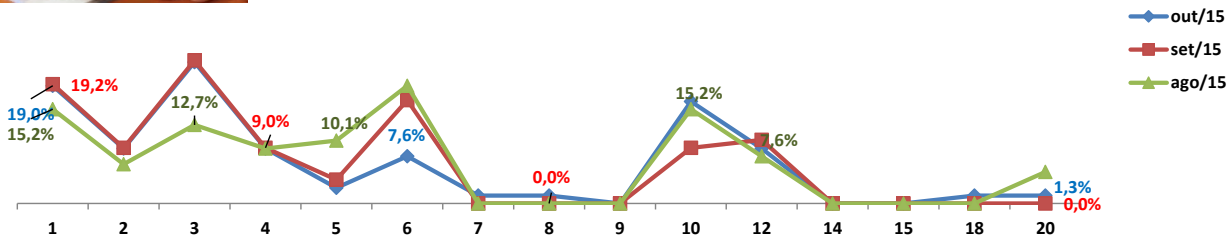
Cheque Pré-datado

Aceite de Cheque



Número de parcelas

Até 6 parcelas em out/15 representou 69,6% dos parcelamentos.

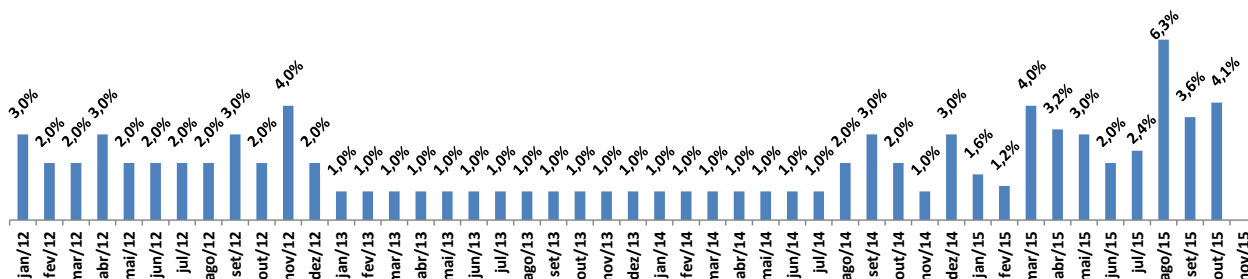


Medidas contra a Inadimplência

Ações	out/15	set/15	ago/15	jul/15	jun/15	mai/15	abr/15
Restringe o recebimento de cheques pré-datados	0,0%	0,4%	0,0%	0,7%	0,0%	3,3%	1,0%
Prioriza o uso do Cartão de Crédito	0,4%	0,0%	0,3%	0,7%	0,4%	0,0%	2,4%
Utiliza Cadastro	0,8%	0,7%	0,3%	0,4%	0,0%	0,4%	0,3%
Desconto para pagamento em dinheiro	1,2%	1,1%	0,3%	0,4%	2,9%	1,8%	2,7%
Capacita colaboradores (vendedores, caixas)	22,0%	20,8%	21,0%	18,7%	20,5%	17,8%	18,8%
Cheque só p/ cliente Fidelizado	8,1%	5,4%	4,8%	4,2%	2,6%	4,7%	8,5%
Condiciona volume de compra a prazo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Cheque pré-datado com prazo menor	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,4%	0,0%
Não aceita cheques	67,6%	71,7%	73,1%	74,9%	73,3%	71,6%	66,2%

Os empresários afirmaram que o risco ao receber cheques é 49,3% da empresa e 50,7% da financeira.

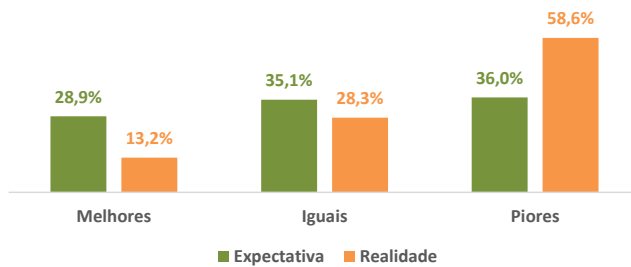
Percentual de Cheques devolvidos





Balanço Dia das Crianças

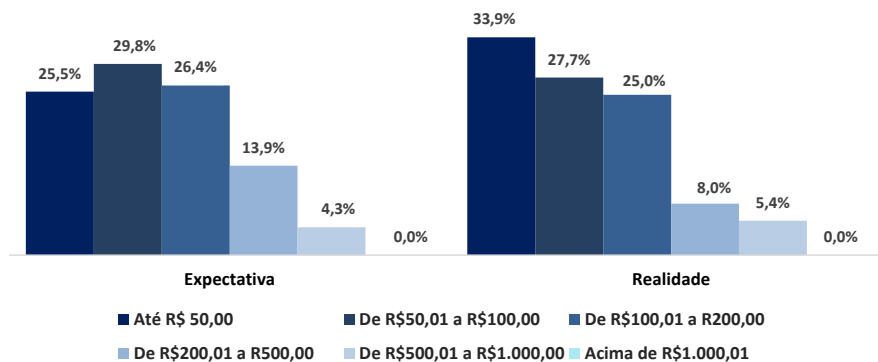
Expectativa versus realidade para as vendas da data



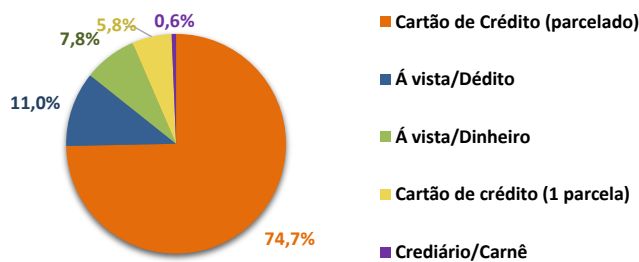
Entre as empresas que observaram melhores vendas para a data, 50% afirmaram que a melhora foi de até 10% em relação ao ano de 2014.

41,9% das empresas que observaram vendas piores em relação a 2014, afirmaram que o decréscimo foi entre 20% e 50%.

Expectativa versus realidade para o ticket médio utilizado nos presentes para o Dia das Crianças



Forma de pagamento mais utilizada na data



Apenas 25,5% dos empresários esperavam que o valor médio praticado no presente de até R\$50,00. No entanto, esta faixa foi utilizada nos presentes do dia das crianças em 33,9% das empresas. Em cerca de 75% das empresas a forma de pagamento mais utilizada foi o cartão de crédito parcelado.

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra estratificada das atividades econômicas do Comércio Varejista e regiões de Belo Horizonte. O universo pesquisado foram as empresas do segmento de 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 nos dias 4 a 9 de Novembro/15. O número de entrevistas foi de 377 empresas perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra a um intervalo de confiança de 97%.

Para as empresas de segmentos que têm impacto direto do Dia das Crianças em suas vendas, como: Lojas de vestuário, brinquedos, calçados, eletroeletrônicos, produtos alimentícios, livrarias e etc., realizamos um levantamento sobre a data.

Estudos Econômicos

Responsável	Guilherme Lucas Moreira Dias de Almeida
Analista de Pesquisa	Elisa Castro da Mata Ferreira
Assistente Administrativo	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Daylla Themis Vilefort Campos Sato
	Marcos Vinicius Martins de Sousa
	Sabrina Cristina Sousa Santos
	Sara Angela dos Santos
Jovem Aprendiz	Yanna Paula Araújo da Silva