

O Sindicato do Comércio Varejista de Materiais de Construção, Tintas, Ferragens e Maquinismos - Sindimaco, em parceria com a área de Estudos Econômicos da Federação do Comércio de Bens Serviços e Turismo do Estado de Minas Gerais - Fecomércio MG, desenvolveu esta pesquisa com o intuito de avaliar a opinião do varejo de materiais de construção.

O estudo mostra o desempenho dos negócios deste segmento no primeiro semestre do ano de 2016 e identifica as expectativas dos empresários para o segundo semestre. Trata-se de um valioso instrumento para a compreensão dos movimentos do comércio de materiais de construção, por meio de uma leitura prospectiva de seu desempenho.



Para a maioria das empresas do comércio varejista do segmento de material de construção os resultados do primeiro semestre do ano de 2016 foram ruins, 67,9% obtiveram vendas piores que no segundo semestre de 2015 e 73,2% vendas piores que no mesmo período do ano anterior. Apenas 5,0% dos estabelecimentos conquistaram um faturamento superior se comparado ao último semestre de 2015 e 6,6% superior ao mesmo período do ano passado.

Os resultados nas vendas impactaram a saúde financeira das empresas, sendo que 53,8% destas viram a situação financeira piorar nos primeiros seis meses do ano, em relação ao segundo semestre de 2015.

Segundo dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) 509 postos de trabalho foram fechados nos primeiros seis meses do ano. De acordo com as expectativas dos empresários, 185 postos de trabalho serão criados no segundo semestre.

Para minimizar os efeitos do cenário econômico desfavorável é necessário que o empresário se planeje. O controle de estoque, evitando excesso ou falta dos itens vendidos, possibilita a manutenção do equilíbrio nas relações de mercado. Muitos empresários realizaram promoções/liquidações no segundo semestre de 2015, uma maneira de atrair o consumidor e otimizar produtos em estoque.

Nota:

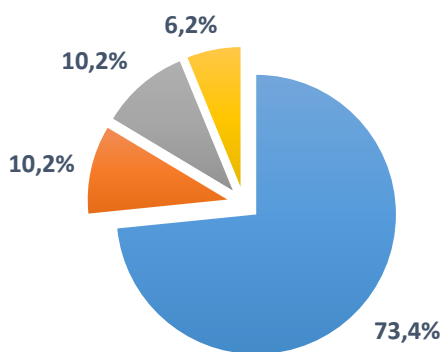
*A população considerada é composta por 4.988 estabelecimentos do comércio varejista das cidades atendidas pelo Sindimaco.

Foram entrevistados 353 empresários do Comércio Varejista de Materiais de Construção, entre os dias 26 de julho e 1 de agosto de 2016.

Perfil das Empresas

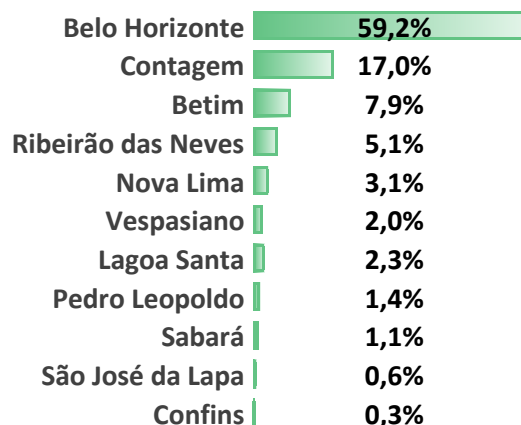


72,2% das empresas do segmento de material de construção possuem até 9 pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas



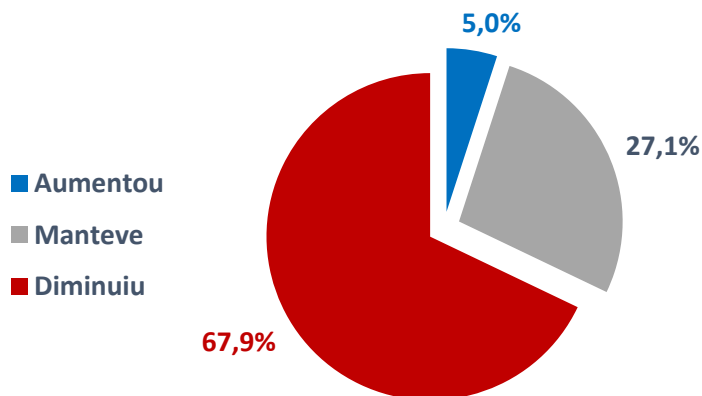
- Ferragens, madeira e materiais de construção
- Material Elétrico
- Vidros
- Tintas e Materiais para Pintura

Localização da empresa

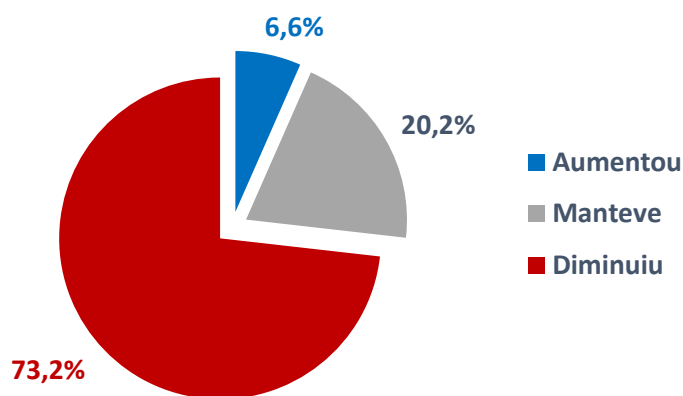


Faturamento

Faturamento do 1º Semestre em relação ao 2º Semestre de 2015



Faturamento do 1º Semestre em relação ao mesmo período de 2015



O faturamento do segmento no 1º semestre deste ano foi inferior ao obtido no 2º semestre de 2015 para 67,9% das empresas avaliadas. Em 73,2% dos estabelecimentos o faturamento foi inferior em relação ao 1º semestre do ano de 2015.

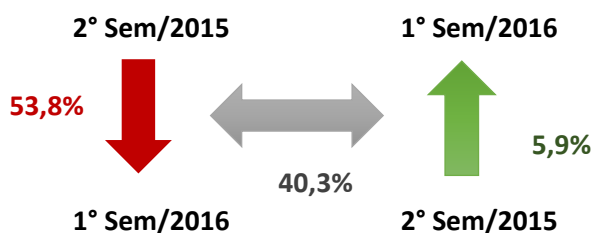
Expectativas para o Faturamento

Expectativas para o 2º semestre de 2016

Superior ao último semestre	54,3%
Iguais ao último semestre	38,2%
Inferior ao último semestre	7,5%

92,5% dos empresários estão confiantes com a melhora ou manutenção do faturamento para o primeiro semestre do ano.

Situação Financeira



5,9% dos empresários do setor observaram melhora na situação financeira da empresa.

Sob reflexo da queda no volume de vendas 53,8% dos empresários viram, no 1º semestre de 2016, a situação financeira do negócio piorar.

Expectativas para o 2º semestre de 2016

Superior ao último semestre	50,4%
Iguais ao último semestre	42,6%
Inferior ao último semestre	7,0%

93,0% dos empresários estão confiantes com a melhora ou manutenção da saúde financeira do estabelecimento para este semestre.

Estoque



Entre os empresários entrevistados, 59,4% fecharam o mês de junho com o estoque no ponto ideal.

Para 9,4% das empresas houve excesso de estoque para o último mês do semestre e em 31,2% o número de unidades ficou aquém do desejado.

Liquidações e Promoções

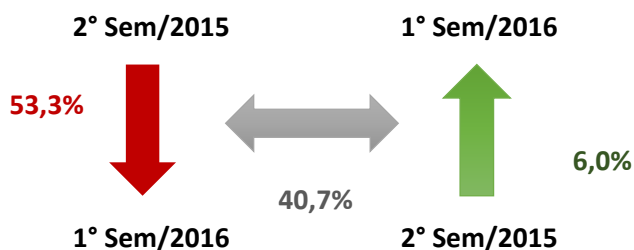
68,2% farão liquidações e promoções neste semestre.



60,5% dos empresários de Belo Horizonte realizaram promoções/liquidações no 1º semestre de 2016.

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. Realizando promoções o consumidor otimiza o seu poder de compra e possibilita ao empresário girar os estoques dos artigos e fortalecer o caixa da empresa.

Unidades pedidas aos fornecedores no 1º Sem/2016



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 no 1º Sem/2016 mativeram o mesmo volume para 40,7% dos empresários avaliados, em relação ao segundo semestre de 2015. Para 6,0% dos estabelecimentos houve um aumento no número de unidades pedidas e para 53,3% o número de pedidos no período reduziu.

No 1º Sem/2016, o preço dos fornecedores aumentou para 63,3% dos empresários.

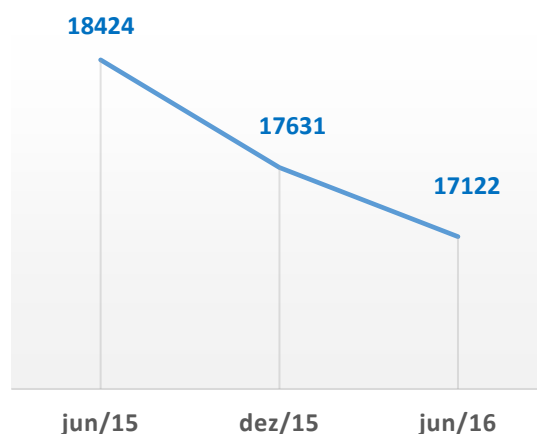
Expectativa dos preços dos fornecedores para este semestre



Número de empregados

Número de postos de trabalho no segmento

Município	jun/2015 ⁽¹⁾	dez/2015 ⁽¹⁾	jun/2016 ⁽¹⁾
Belo Horizonte	11884	11276	10822
Betim	1216	1163	1170
Contagem	2915	2799	2760
Confins	57	52	60
Lagoa Santa	405	376	370
Nova Lima	464	485	480
Pedro Leopoldo	257	244	242
Ribeirão das Neves	664	653	640
Sabará	240	239	236
São José da Lapa	91	97	87
Vespasiano	231	247	255
Total	18424	17631	17122



(1) Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) – Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)

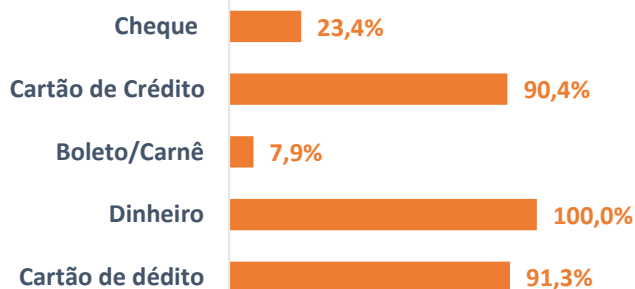


	1º Sem/2016	Expectativa 2º Sem/2016
Aumentaram/Aumentará	4,2%	5,8%
Manteve-se/Manterá	65,6%	82,2%
Diminuiu/Diminuirá	30,2%	12,0%

Através da opinião do empresário, estima-se que 185 postos de trabalho serão criados, no segmento avaliado, neste semestre.

Meios de pagamento

Formas de pagamento aceitas pelas empresas⁽²⁾



(2) Indica o percentual de empresas que utilizam cada uma das formas de pagamento

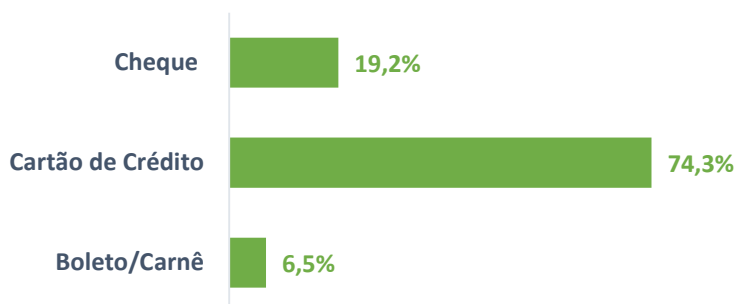
Para 75,6% dos estabelecimentos o risco do cheque é da própria empresa e, para 24,4%, da financeira.

Receita de Vendas

À vista (cartão de débito, dinheiro e cheque)	Vendas a Prazo (cartão de crédito, cheque pré-datado, etc.)
60,8%	39,2%

**74,3% das vendas a prazo,
foram feitas através do cartão
de crédito.**

Participação das formas de pagamento nas vendas a prazo



No 1º semestre de 2016 os cheques corresponderam a 19,2% das vendas à prazo realizadas pelo segmento. 6,5% foram realizadas por boleto/carnê.

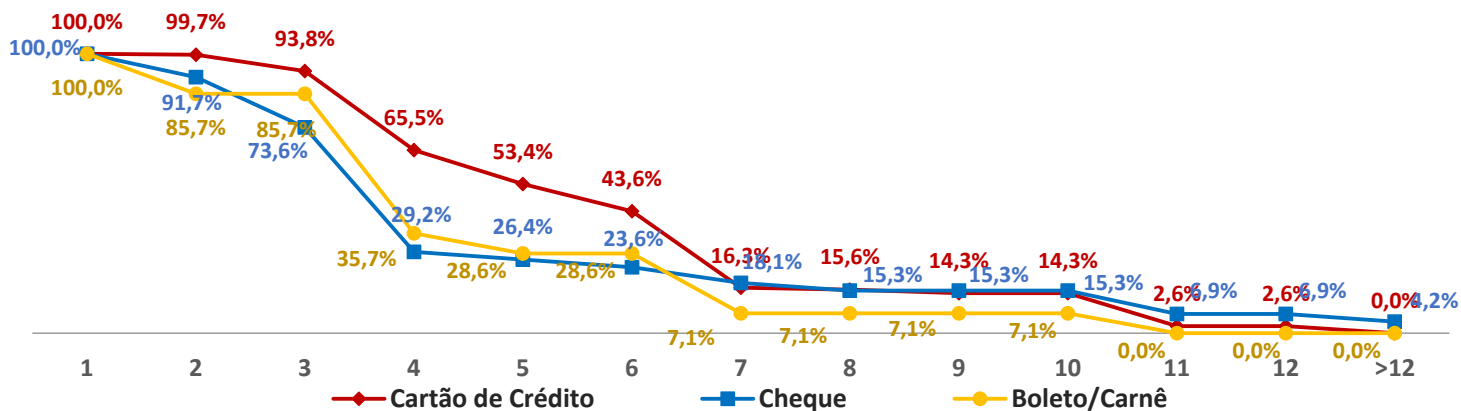
Cartão de Crédito

Nº de parcelas	Porcentagem
1	0,3%
2	5,9%
3	28,3%
4	12,1%
5	9,8%
6	27,4%
7	0,7%
8	1,3%
9	0,0%
10	11,7%
11	0,0%
12	2,6%
>12	0,0%



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.

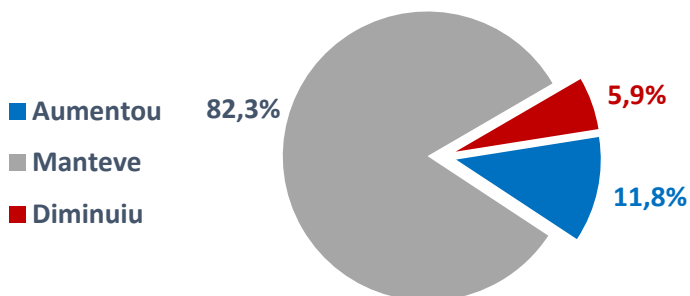
Número de parcelas por meio de pagamento⁽⁴⁾



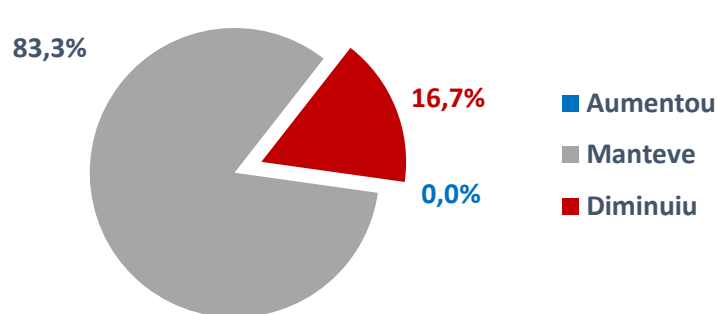
(4)Indica o percentual de empresas que praticam ATÉ determinado número de parcelas

Inadimplência

Percentual de recursos não recebidos pelas VENDAS A PRAZO no 1ºSem/2016 em relação ao 2ºSem/2015



Percentual de recursos não recebidos pelos CHEQUES no 1ºSem/2016 em relação ao 2ºSem/2015



Medidas contra a inadimplência

Não aceita cheques	49,7%
Utiliza Cadastro	29,7%
Cheque só para clientes fidelizados	17,7%
Desconto para pagamento à vista	1,1%
Prioriza o uso do cartão de crédito	1,1%
Condiciona volume de compras a prazo	0,6%

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra proporcional pelos segmentos e cidades representados pelo Sindimaco. O universo pesquisado foram as empresas do comércio varejista de materiais de construção, tintas, ferragens e maquinismos de Belo Horizonte, Betim, Contagem, Confins, Lagoa Santa, Nova Lima, Pedro Leopoldo, Ribeirão das Neves, Sabará, São José da Lapa e Vespasiano.

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 26/jul e 1/ago. Foram avaliadas 353 empresas, perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra a 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: Daylla Themis Vilefort Campos Sato

Marcos Vinícius Martins de Sousa

Sabrina Cristina Sousa Santos

Sara Angela dos Santos

Jovem Aprendiz: Gabriela Rocha Maulais Silva