

# Análise do Comércio Varejista - Março 2017



Área de Estudos Econômicos

**Fecomércio MG**  
Sesc | Senac

## Análise do Comércio Varejista

Conhecer o desenvolvimento do comércio e as suas expectativas é importante para auxiliar o planejamento e, conseqüentemente, otimizar o desempenho das empresas. A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realiza esta pesquisa com o objetivo de ajudar no desenvolvimento do setor na cidade.

A Análise do Comércio Varejista é uma avaliação bimestral que visa mostrar o desempenho do comércio no mês de fev/17 e identifica a percepção dos empresários para o mês de mar/17.



**26,9% das empresas do comércio varejista de Belo Horizonte aumentaram o volume de vendas em fevereiro. Para março, 68,7% estão otimistas em relação ao faturamento da empresa.**

Fevereiro apresentou um resultado positivo para 26,9% das empresas do comércio varejista da cidade de Belo Horizonte, frente ao mês de janeiro. Somando empresas que conseguiram manter o faturamento do mês de dezembro (59,1%) o resultado foi superior em 17,2 pontos percentuais em relação ao mesmo período do ano passado. A temporada de liquidações de início de ano, visando escoar os estoques do ano anterior, trouxe resultados no volume de vendas. Assim como a temporada de volta às aulas, que fez com que 46,7% das empresas de livros, jornais, revistas e papelaria conquistassem vendas melhores no início de ano.

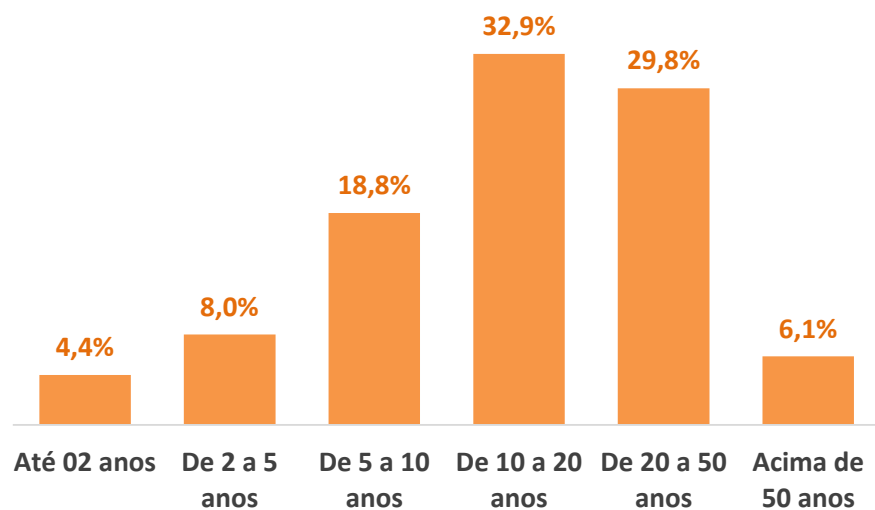
Os empresários estão otimistas para as vendas do mês de março: 68,7% acreditam que as vendas serão melhores do que no mês anterior.

Em relação aos estoques no final de fevereiro, 62,6% dos empresários afirmaram que fecharam o mês no ponto ideal, 12,2 p.p. acima 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, 56,6% das empresas realizaram ações promocionais no mês de fevereiro. Tal prática será realizada por 51,7% das empresas neste mês de março.

## Perfil das Empresas

### Tempo de atuação da empresa



### Segmento da empresa



**73,6% das empresas de Belo Horizonte possuem até 9 pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas.**

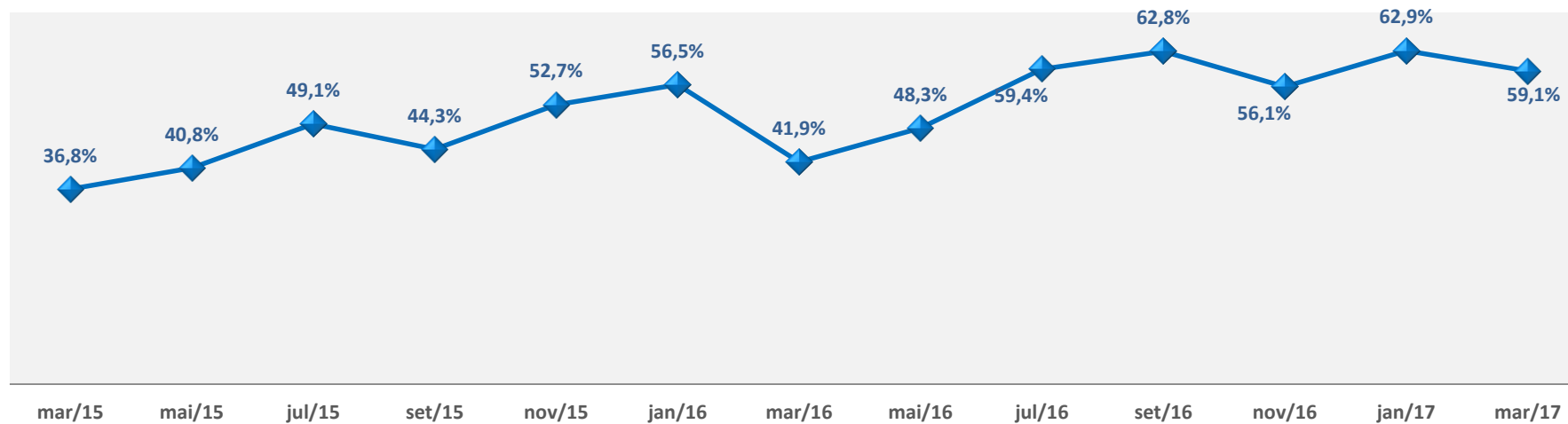
## Faturamento

	Melhor	Igual	Pior
Faturamento de fev/17 em relação a jan/17	26,9%	32,2%	41,0%
Faturamento de fev/17 em relação aos seis meses anteriores	18,0%	41,3%	40,7%
Faturamento de fev/17 em relação a fev/16	27,3%	22,6%	50,1%

Em relação a jan/17 o faturamento em fev/17 foi melhor para 26,9% das empresas de Belo Horizonte.

59,1% do empresariado vendeu, em fev/17, mais ou igual ao mês de jan/17. Esse percentual foi superior em 17,2 p.p. se comparado com o mesmo período de 2016.

### Vendas melhores ou iguais em relação ao mês anterior

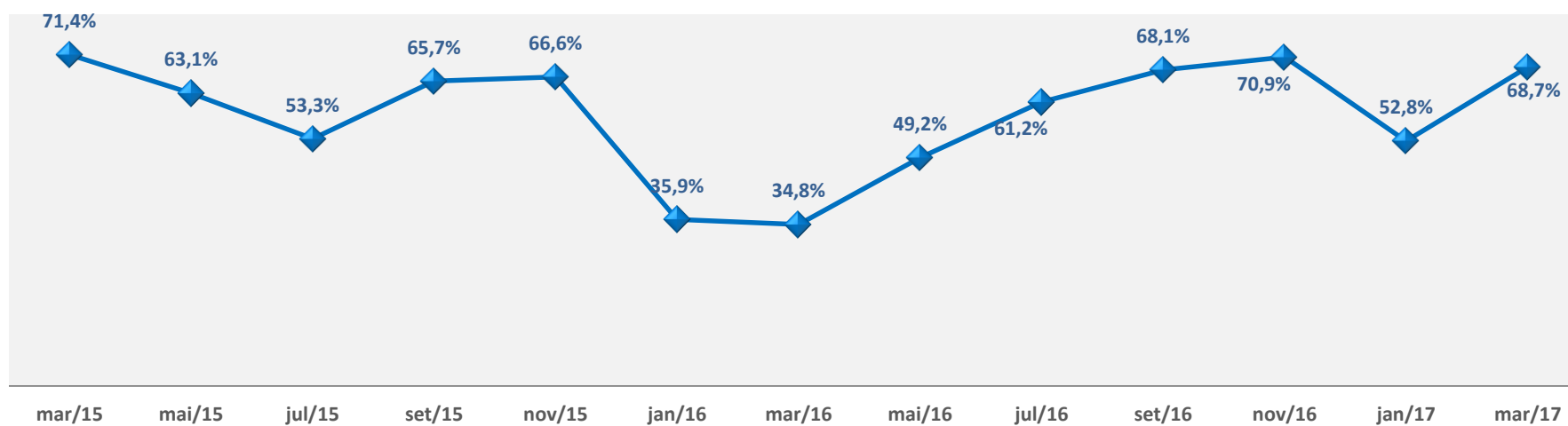


## Expectativas para o volume de vendas

	2016	2017
<b>Melhores do que o mês anterior</b>	<b>34,8%</b>	<b>68,7%</b>
<b>Iguais ao do mês anterior</b>	<b>39,3%</b>	<b>23,7%</b>
<b>Piores do que o mês anterior</b>	<b>25,9%</b>	<b>7,6%</b>

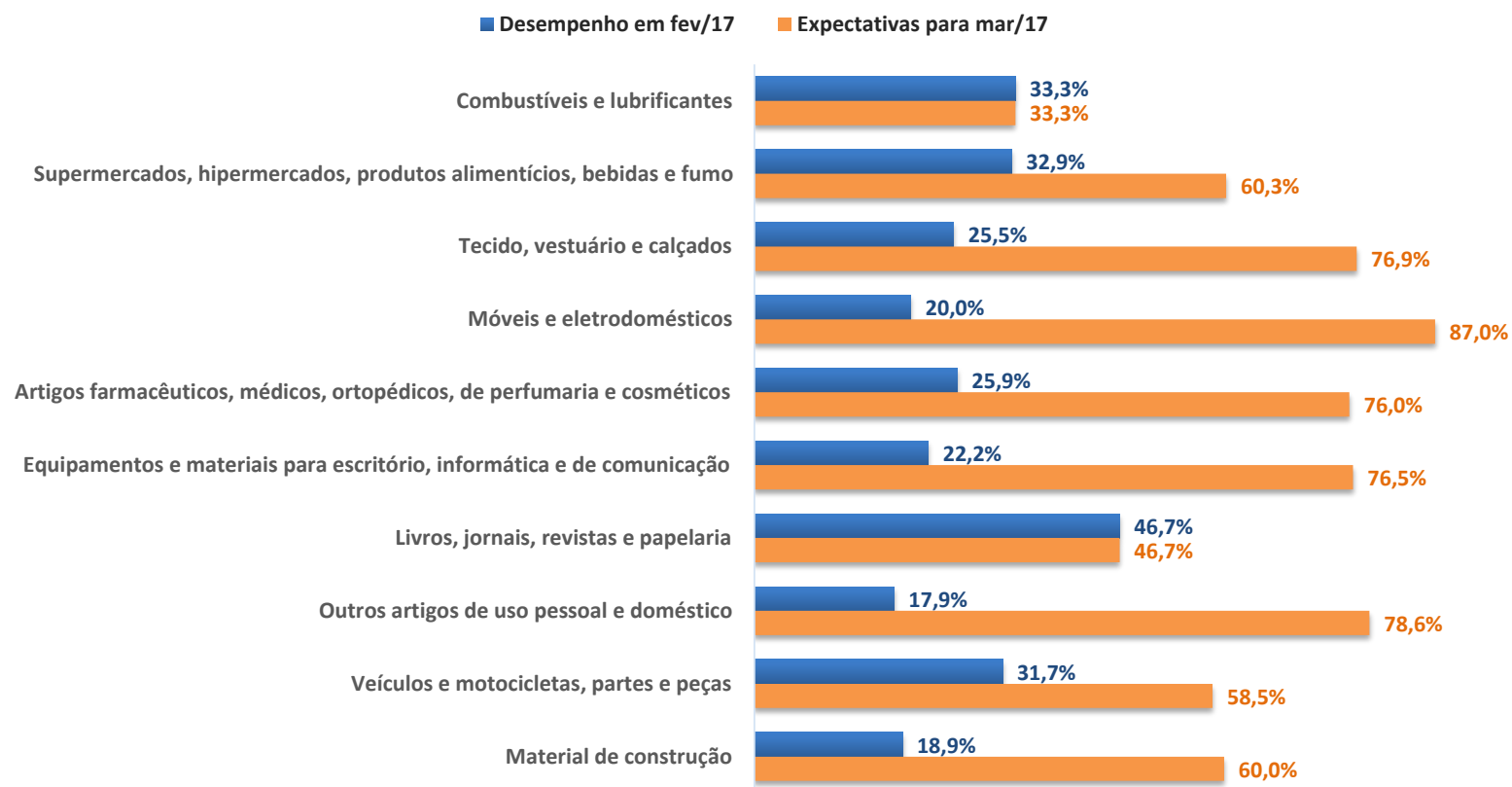
Para 68,7% dos empresários entrevistados, o faturamento em março será melhor que em fevereiro. Em 2016, os empresários estavam menos otimistas, uma vez que no mesmo período o percentual foi de 34,8%.

### Expectativa de faturamento melhor frente ao mês anterior



## Segmentos do Comércio Varejista

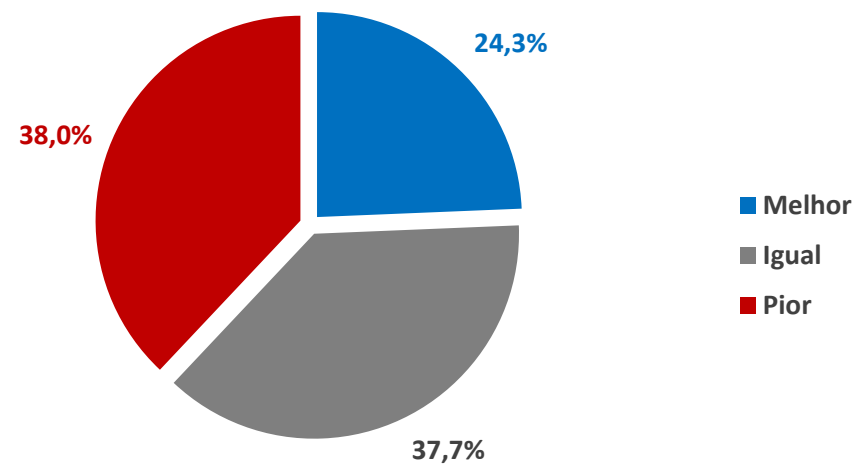
### Percentual de empresas que observaram/esperam melhora no faturamento



Em fevereiro, os segmentos de livros, jornais, revistas e papelaria (46,77%) e combustíveis e lubrificantes (33,3%) foram os que mais observaram melhora no faturamento em relação ao mês de janeiro. Para março, o segmento mais otimista é o de móveis e eletrodomésticos (87,0%).

## Situação Financeira

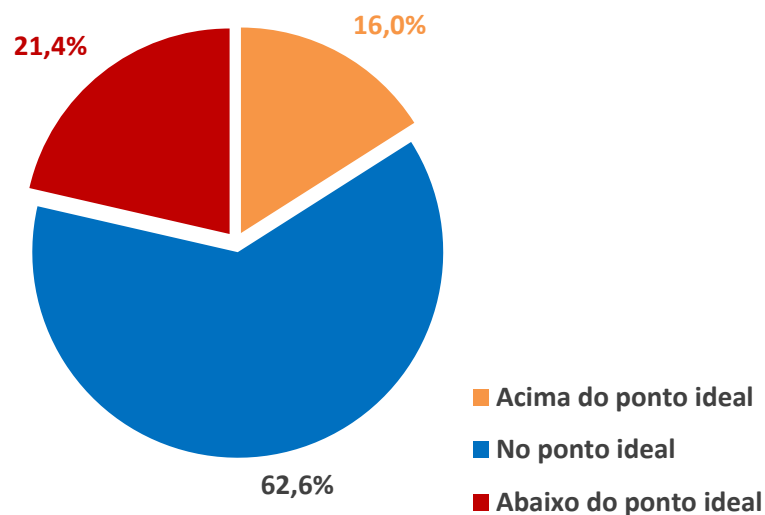
### Situação financeira do estabelecimento em fevereiro



Para 24,3% do comércio varejista de Belo Horizonte, a saúde do fluxo de caixa em fevereiro foi melhor em relação ao mês anterior, índice maior que o apurado na última avaliação (6,2%).

## Estoque

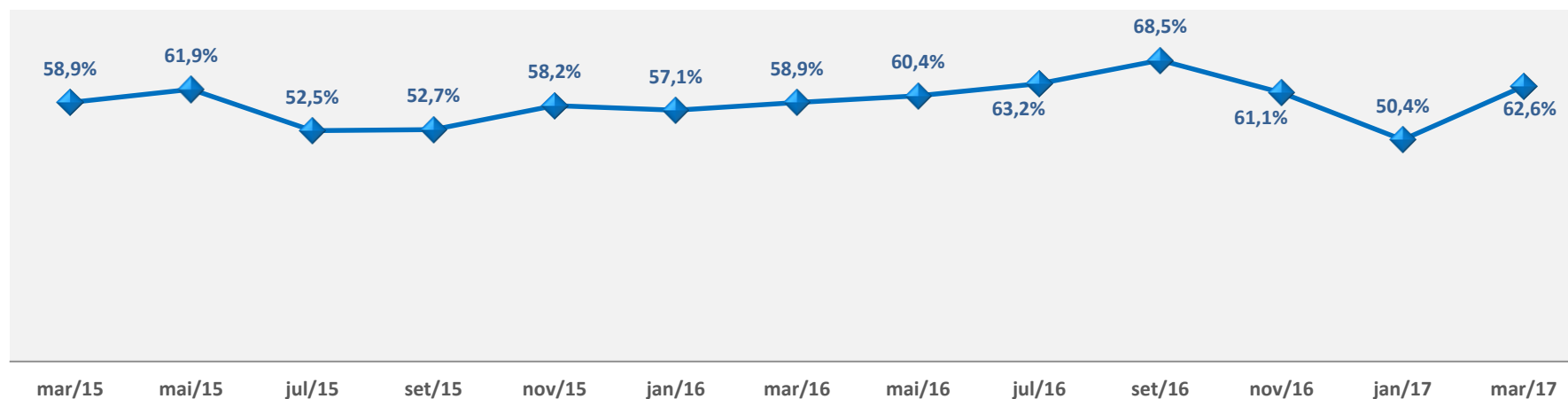
### Estoque dos produtos no fim de fevereiro



Entre os empresários entrevistados, 62,6% fecharam o mês de fevereiro com o estoque no ponto ideal, resultado superior ao apurado na avaliação anterior (50,4%).

16,0% fecharam o mês com estoque acima do esperado. O percentual de empresas que terminaram o período com o estoque abaixo do ideal (21,4%) foi inferior em relação à última avaliação (25,3%).

### Estoque final no ponto desejado





## Liquidações e Promoções



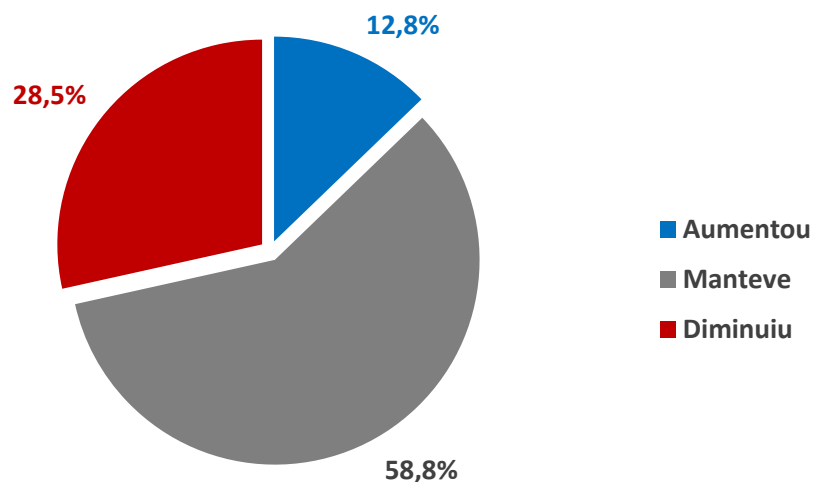
**51,7% farão liquidações e promoções no mês de março.**

**56,6% dos empresários de Belo Horizonte realizaram promoções/liquidações em fevereiro.**

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 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.

## Unidades pedidas aos fornecedores em fevereiro

### Unidades pedidas aos fornecedores no mês de dezembro



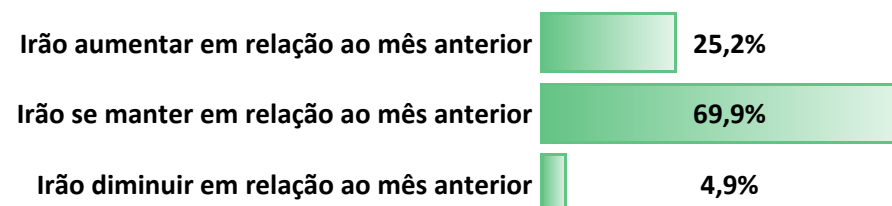
Os empresários fazem suas encomendas com vistas a oferecer um estoque diversificado, inovador e competitivo, hoje um dos principais atributos de valor.

Os investimentos em estoque de mercadorias para as vendas de março mantiveram o mesmo volume para 58,8% dos empresários, valor superior aos 52,2% apurados na pesquisa anterior.

12,8% aumentaram o volume de seus pedidos, número menor ao observado na avaliação anterior (20,5%).

**Em fevereiro, o preço dos produtos dos fornecedores aumentou para 48,7% dos empresários da capital.**

### Projeção para os preços dos fornecedores para março:



## Número de empregados

	Em fevereiro	Expectativa para março
<b>Aumentou/Aumentará</b>	1,6%	5,2%
<b>Manteve-se/Manterá</b>	85,0%	89,6%
<b>Diminuiu/Diminuirá</b>	13,4%	5,2%

Em fevereiro, 85,0% dos empresários mantiveram a equipe, 1,6% aumentaram e 13,4% dos entrevistados fizeram redução.

Para março, 89,6% dos empresários planejam manter a equipe, 5,2% aumentá-la, e 5,2% dos entrevistados pretendem reduzi-la.



## Meios de Pagamento

### Receita de Vendas

**À vista**  
(cartão de débito, dinheiro e cheque)

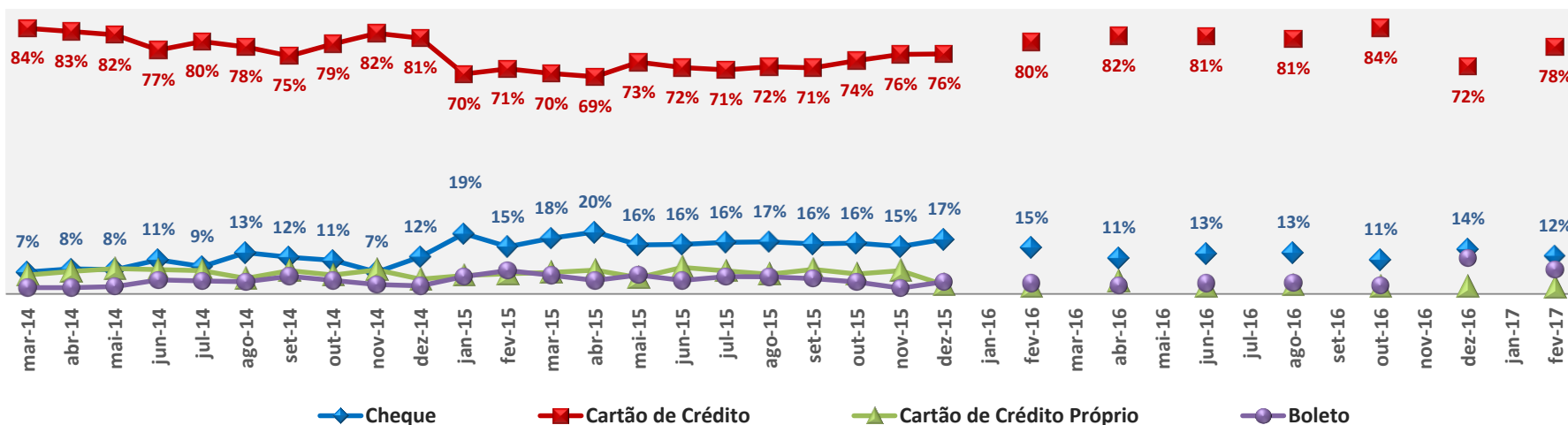
**61,6%**

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

**38,4%**

**78,1% das vendas a prazo foram feitas por meio do cartão de crédito em Belo Horizonte**

### Formas de vendas a prazo



Em fevereiro os cheques responderam por 12,0% das vendas a prazo, índice superior ao obtido na avaliação anterior. Já os cartões de crédito próprio e os boletos responderam por 2,1% e 11,5% respectivamente.

## Meios de Pagamento

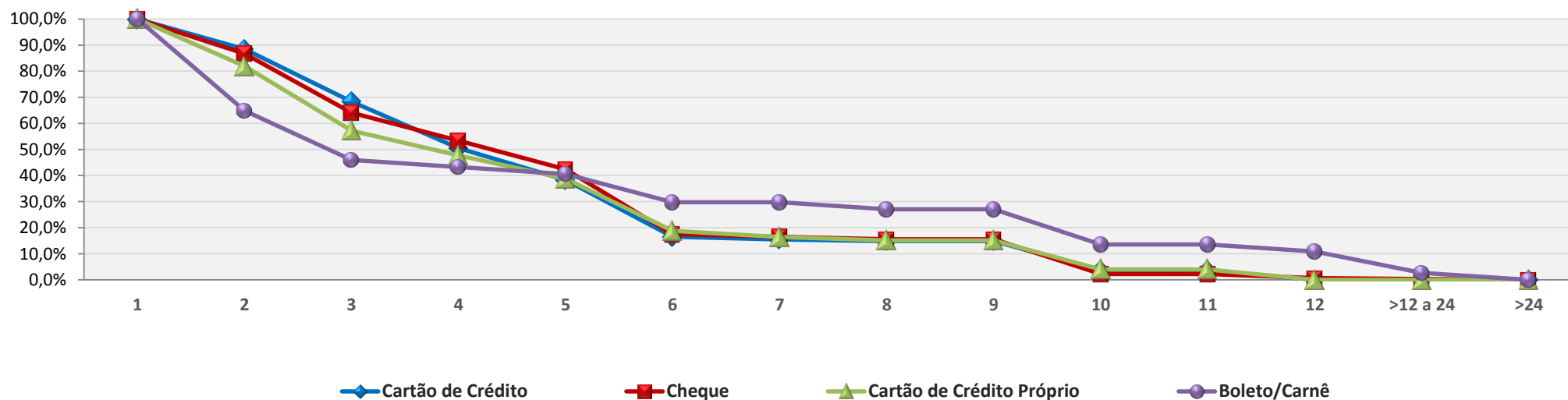
Dos empresários consultados, 95,8% trabalharam/aceitaram Cartão de Crédito em fevereiro, índice igual ao avaliado na última aplicação (95,8%).



Nº de parcelas	mar/17	jan/17	nov/16
1	15,7%	15,4%	10,3%
2	0,0%	0,6%	0,0%
3	7,2%	14,2%	7,1%
4	0,0%	0,0%	0,0%
5	0,0%	0,6%	0,0%
6	76,2%	67,5%	81,8%
7	0,9%	1,2%	0,8%
8	0,0%	0,6%	0,0%
9	0,0%	0,0%	0,0%
10	0,0%	0,0%	0,0%
11	0,0%	0,0%	0,0%
12	0,0%	0,0%	0,0%
>12	0,0%	0,0%	0,0%

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

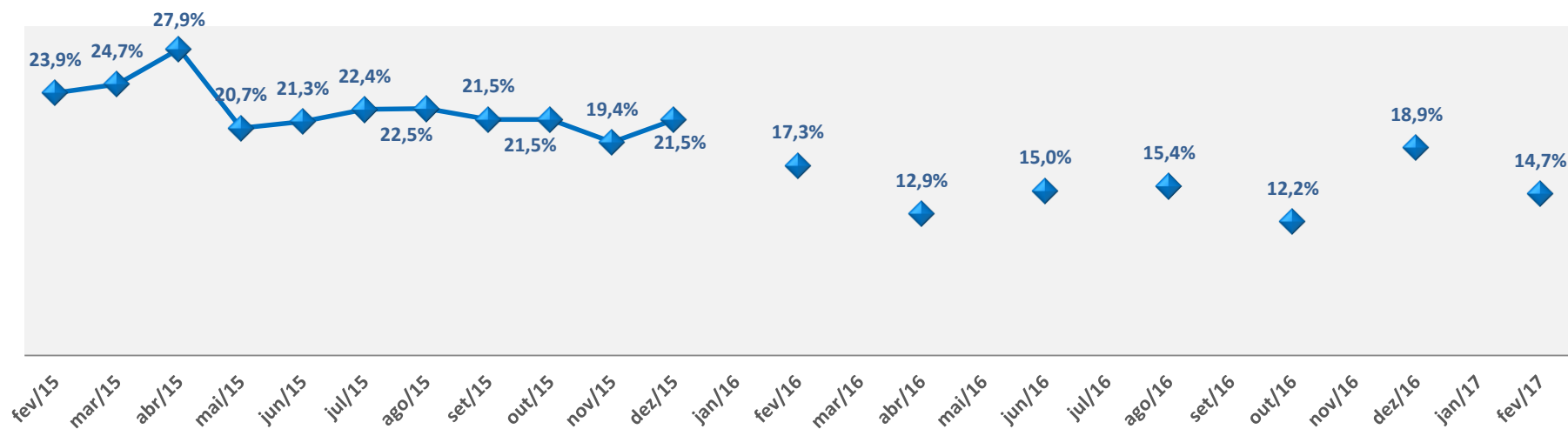
### Número de parcelas por meio de pagamento <sup>(3)</sup>



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

## Inadimplência

### Aceite de cheque



Os empresários afirmaram que o risco ao receber cheques é 61,5% da empresa e 38,5% da financeira.

### Medidas contra inadimplência

Ações	mar/17	jan/17	nov/16
Capacita colaboradores ( vendedores, caixas)	15,7%	15,4%	10,3%
Cheque pré-datado com prazo menor	0,0%	0,6%	0,0%
Cheque só p/ cliente Fidelizado	7,2%	14,2%	7,1%
Condiciona volume de compra a prazo	0,0%	0,0%	0,0%
Desconto para pagamento em dinheiro	0,0%	0,6%	0,0%
Não aceita cheques	<b>76,2%</b>	<b>67,5%</b>	<b>81,8%</b>
Prioriza o uso do Cartão de Crédito	0,9%	1,2%	0,8%
Restringe o recebimento de cheques pré-datados	0,0%	0,6%	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 2 e 8 de março/17. Foram avaliadas 380 empresas, perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra, a um intervalo de confiança de 95%.

Nota: A população considerada é composta por 30.453 empresas dos 32.659 (RAIS 2015) estabelecimentos do comércio varejista de Belo Horizonte.

### 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
	Joyce do Nascimento Silva
	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 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@fecomercomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br