

Análise do Comércio Varejista - Materiais de Construção

1º sem/2021



Análise do Comércio Varejista - Sindimaco 2021

A área de Estudos Econômicos da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Minas Gerais (Fecomércio MG), em parceria com o Sindicato do Comércio Varejista de Materiais de Construção, Tintas, Ferragens e Maquinismos (Sindimaco Belo Horizonte e Região), desenvolveu esta pesquisa com o intuito de avaliar a opinião do empresário do segmento de materiais de construção.

A pesquisa mostra o desempenho dos negócios do setor no 2º semestre de 2020 e identifica as expectativas dos empresários para o 1º semestre de 2021. 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.



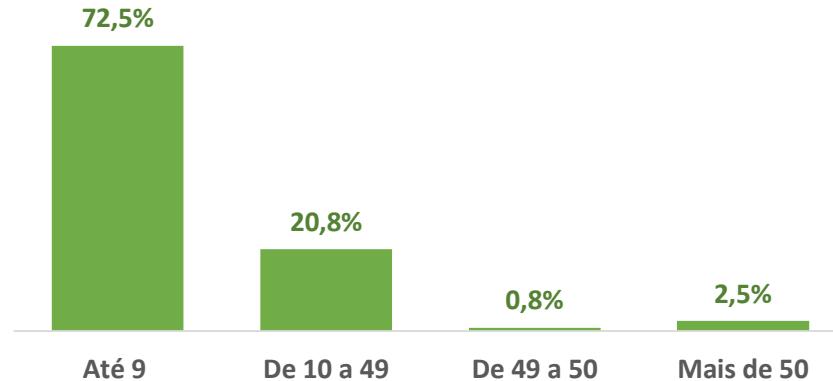
27,9% das empresas acreditam que o 1º semestre de 2021 será melhor que o 2º semestre de 2020

O percentual de empresas que viram o seu faturamento se manter ou aumentar em comparação ao 1º semestre de 2020 foi de 77,3%. Esse resultado impactou positivamente os estabelecimentos, sendo que 79,3% viram a situação financeira do negócio se manter ou melhorar nos seis últimos meses do ano.

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. Alguns empresários realizaram promoções/liquidações no 2º semestre de 2020, uma maneira de atrair o consumidor e vender os produtos estocados.

Perfil das empresas

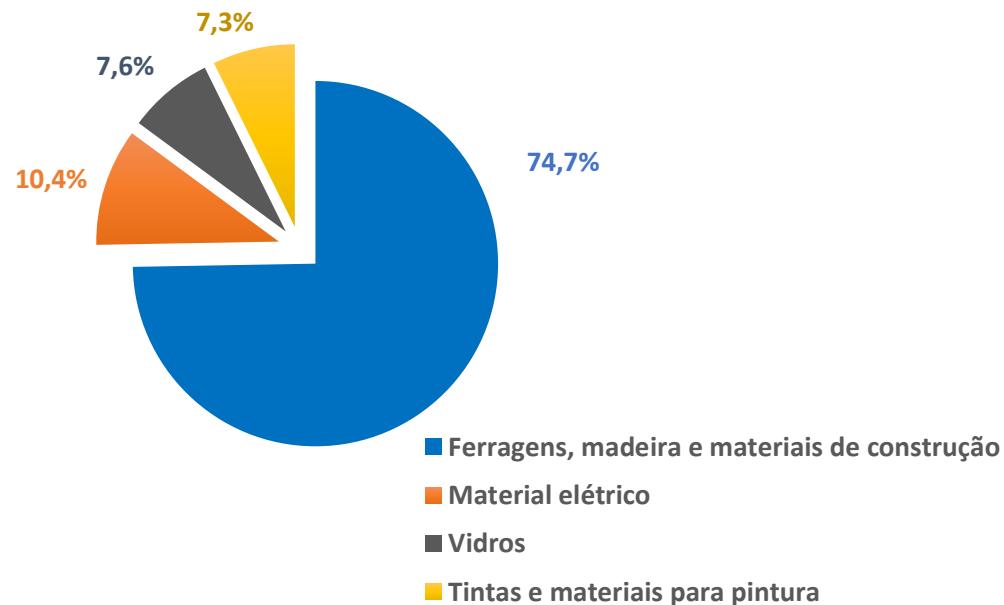
Número de funcionários



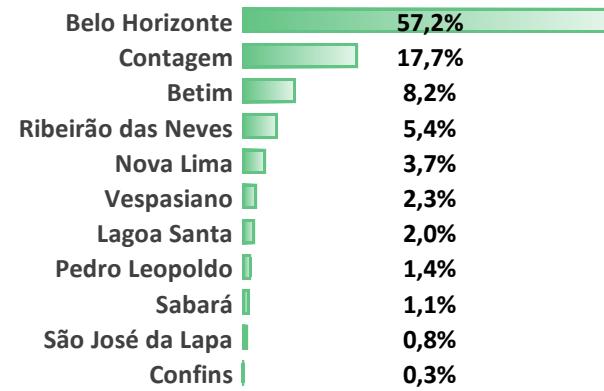
72,5% das empresas do segmento de material de construção possuem até nove pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas



Segmento em que a empresa atua

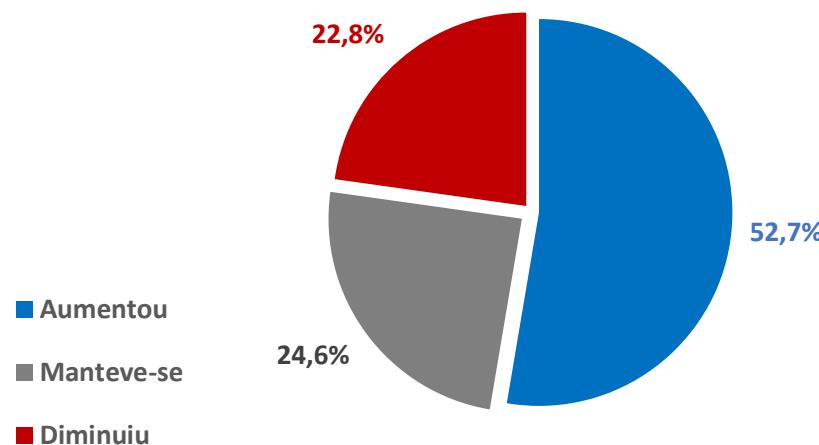


Cidade onde a empresa está localizada

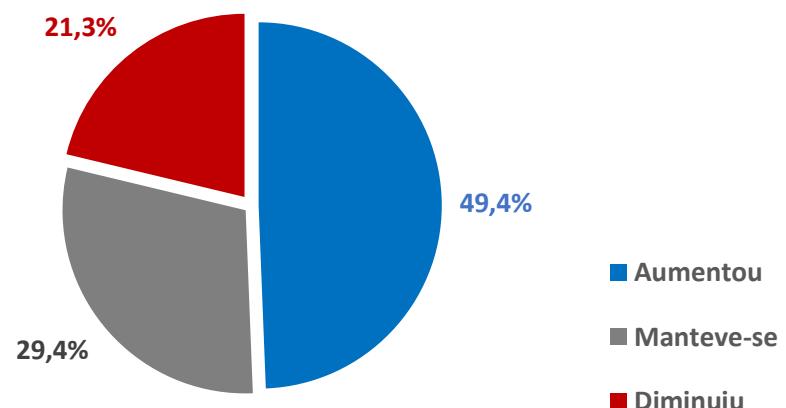


Faturamento

Faturamento do 2º semestre em relação ao 1º semestre de 2020



Faturamento do 2º semestre em relação ao mesmo período de 2019



O faturamento do segmento no 2º semestre foi igual ou superior ao obtido no 1º semestre de 2020 para 77,3% das empresas avaliadas. Em 78,8% dos estabelecimentos, o faturamento foi igual ou superior em relação ao 2º semestre do ano de 2019.

Para a maioria das empresas onde o faturamento retraiu em comparação ao 1º semestre de 2020, o percentual de queda variou entre 11% e 20% ou entre 31% e 40%. Para as empresas que conseguiram, mesmo diante do cenário econômico, ampliar o seu faturamento, a variação registrada da maioria ficou entre 11% e 20%.

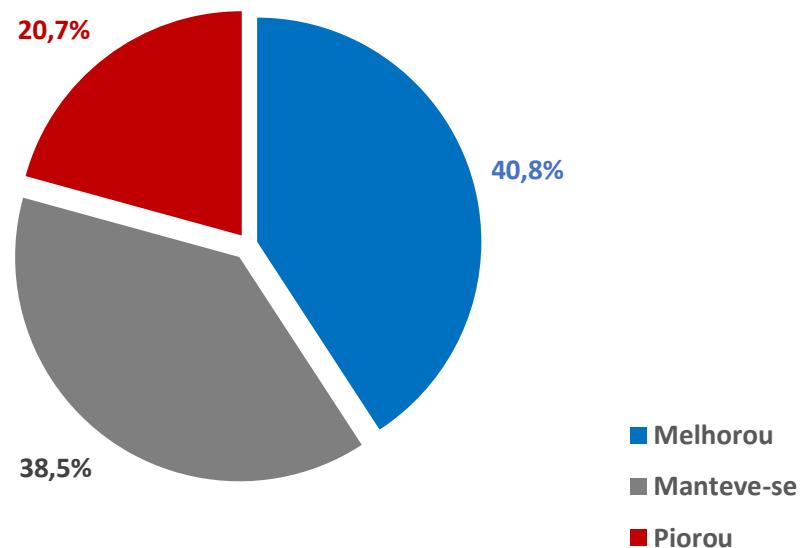
Expectativas para o faturamento

Expectativas para o 1º semestre de 2021	
Superiores ao último semestre	27,9%
Iguais ao último semestre	37,5%
Inferiores ao último semestre	34,6%

Ao todo, 27,9% dos empresários estão confiantes com a melhora do faturamento para o 1º semestre do ano. Na última avaliação, esse percentual era de 69,3%.

Situação financeira

Situação financeira do estabelecimento no mês de dezembro



Sob o reflexo da queda no volume de vendas, 20,7% dos empresários viram, no 2º semestre de 2020, a situação financeira do negócio piorar. Esse percentual foi 3,6 pontos percentuais (p.p.) menor que o grupo de empresários que observaram a deteriorização do seu estabelecimento nos últimos seis meses do ano de 2019 (24,3%).

Para 40,8% dos empresários do setor houve melhora na situação financeira da empresa.

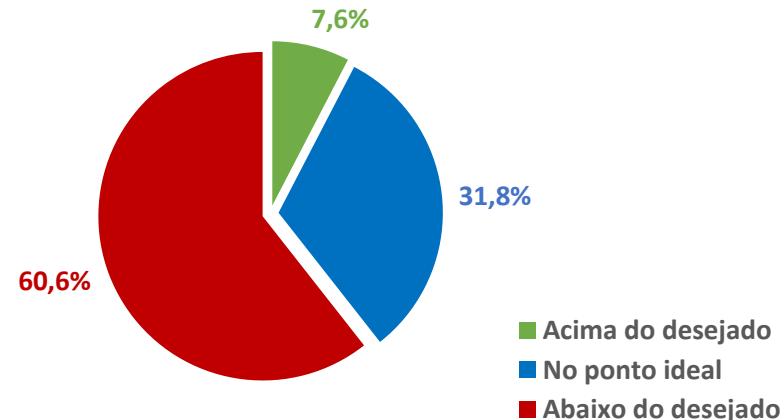
Expectativas para a situação financeira da empresa

Expectativas para o 1º semestre de 2021	
Superior ao último semestre	44,4%
Iguais ao último semestre	37,7%
Inferior ao último semestre	17,8%

Ao todo, 44,4% dos empresários estão confiantes com a melhora ou manutenção da saúde financeira de seus negócios para o 1º semestre do ano. Na última avaliação, esse percentual era de 83,7%.

Estoque

Estoque dos produtos no final de dezembro



Entre os empresários entrevistados, 31,8% fecharam o mês de dezembro com o estoque no ponto ideal.

Para 7,6% das empresas houve excesso de estoque para o último mês do semestre. Em 60,6% dos casos, o número de unidades ficou aquém do esperado.

Liquidações e promoções

32,5% dos empresários de Belo Horizonte e região realizaram promoções/liquidações no 2º semestre de 2020

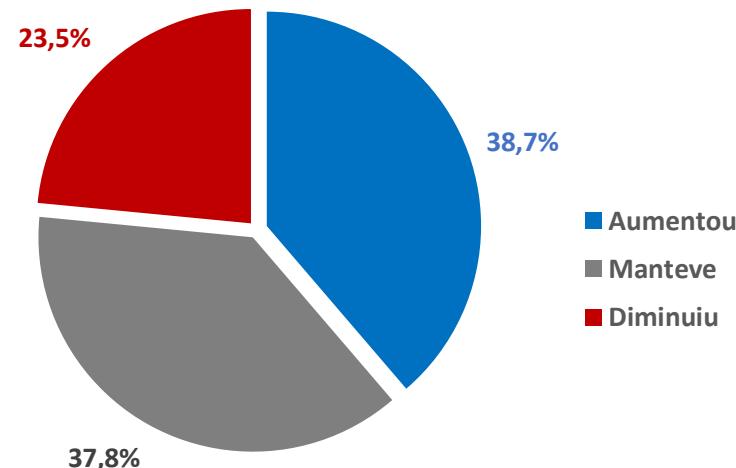


33,0% dos empresários farão liquidações e promoções neste semestre

Agora é a hora do consumidor ficar atento às oportunidades, aliando preço e qualidade, otimizando assim seu poder de compra. Pelo lado do empresário, é possível girar os estoques dos artigos, fortalecendo o caixa da empresa para a compra de um 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, do mix de produtos, de novos canais de vendas, como a internet, ou de vendas diretas e compras coletivas.

Unidades pedidas aos fornecedores no 2º semestre de 2020

Unidades pedidas aos fornecedores no 2º semestre de 2020

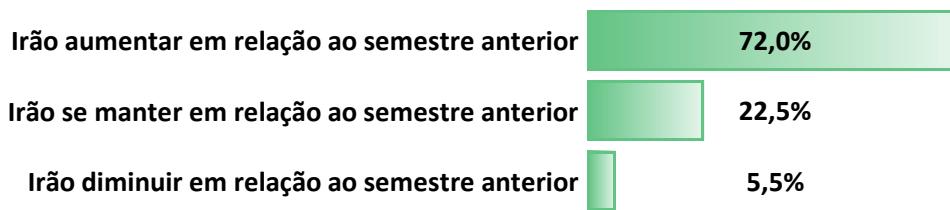


Os empresários fazem suas encomendas com o intuito de oferecer aos consumidores um estoque diversificado, inovador e competitivo, hoje um dos principais atributos de valor.

Os investimentos em estoque de mercadorias para as vendas do 2º semestre de 2020 mantiveram o mesmo volume em relação ao 1º semestre para 37,8% dos empresários avaliados. Para 38,7% dos estabelecimentos houve um aumento no número de unidades pedidas e para 23,5% o número de pedidos no período reduziu.

Expectativa dos preços dos fornecedores para este semestre

No 2º semestre, o preço dos fornecedores aumentou para 95,4% dos empresários



Número de empregados

Município	2019 ⁽¹⁾	1º sem./20 ⁽²⁾	1º sem./21 ⁽²⁾
Belo Horizonte	9.771	9.869	10.737
Betim	1.311	1.271	1.332
Confins	10	19	19
Contagem	2.596	2.623	2.846
Lagoa Santa	298	335	360
Nova Lima	421	425	451
Pedro Leopoldo	169	167	179
Ribeirão das Neves	504	540	590
Sabará	227	211	220
São José da Lapa	84	84	85
Vespasiano	230	233	235
TOTAL	15.621	15.777	17.054



⁽¹⁾ Relação Anual de Informações Sociais (Rais) – Ministério do Trabalho

⁽²⁾ Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) – Ministério do Trabalho



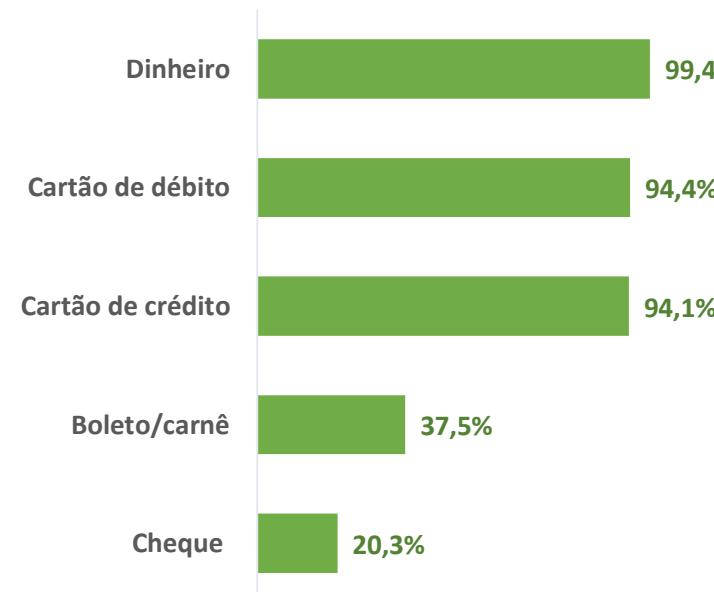
	2º sem./2020	Expectativa 1º sem./2021
Aumentaram/Aumentará	19,7%	21,7%
Manteve-se/Manterá	59,5%	64,2%
Diminuiu/Diminuirá	20,8%	14,2%

Meios de pagamento

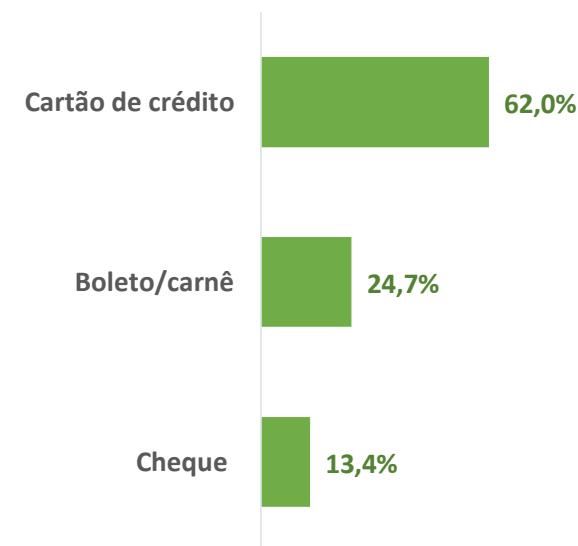
Receita de vendas	
À vista (Dinheiro e cartão de débito)	Vendas a prazo (Cheque, cartão de crédito e boleto/carnê)
56,1%	43,9%

62,0% das vendas a prazo foram feitas por meio do cartão de crédito em Belo Horizonte e região

Formas de pagamento aceitas pelas empresas⁽³⁾



Participação de vendas a prazo



⁽³⁾Indica o percentual de empresas que utilizam cada uma das formas de pagamento

Meios de pagamento

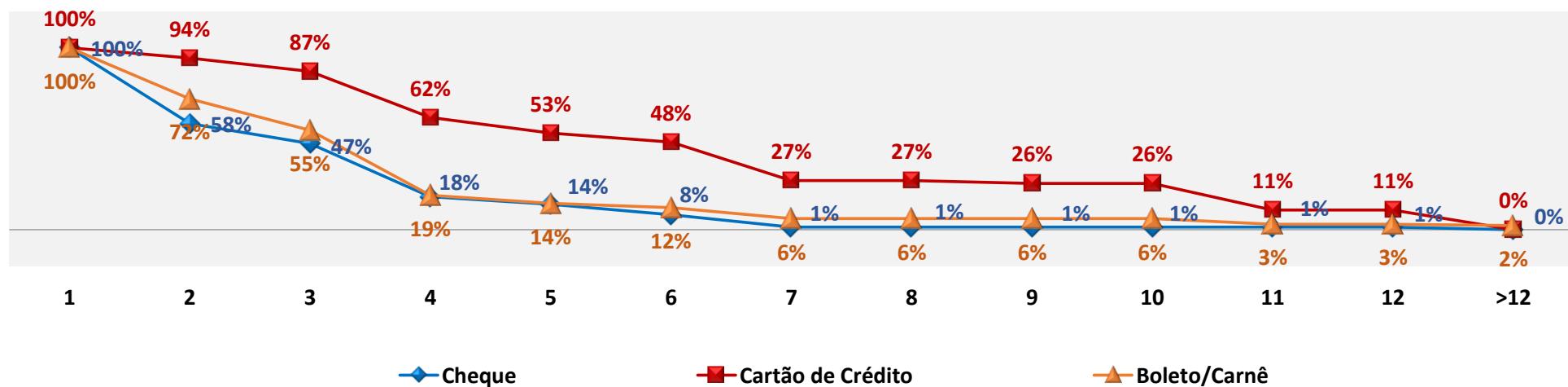
Dos empresários consultados, 94,1% trabalharam/aceitaram o cartão de crédito no último semestre.



Nº de parcelas	jul/19	jan/20	jan/21
1	1,0%	1,5%	5,7%
2	3,8%	5,2%	7,2%
3	26,3%	29,5%	25,5%
4	11,7%	10,3%	8,4%
5	4,1%	6,1%	5,1%
6	27,6%	24,9%	21,0%
7	0,3%	0,6%	0,0%
8	0,0%	0,6%	1,5%
9	0,0%	0,0%	0,0%
10	17,5%	12,8%	14,7%
11	0,0%	0,0%	0,0%
12	7,0%	8,5%	10,8%
>12	0,6%	0,0%	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. Isso não implica em não trabalhar com outras formas de pagamento.

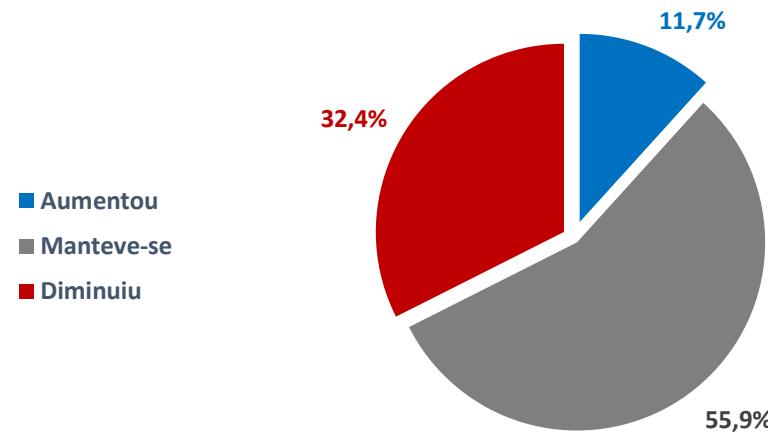
Número de parcelas por meio de pagamento ⁽⁴⁾



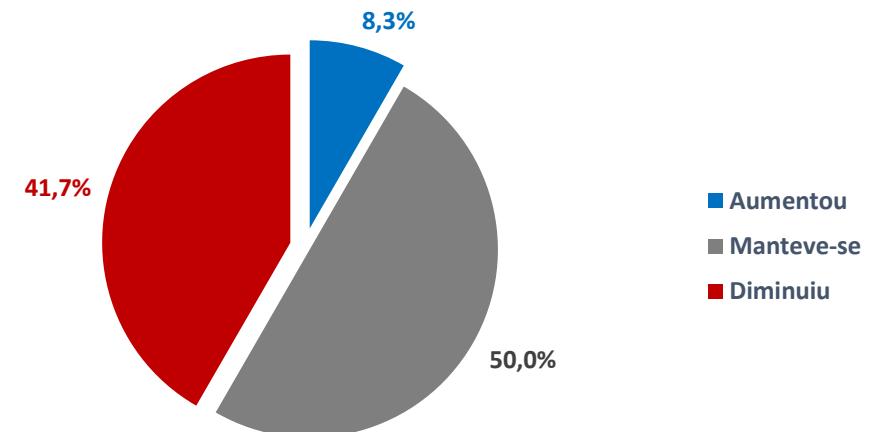
⁽⁴⁾Indica o percentual de empresas que praticam ATÉ determinado número de parcelas, segundo modalidade de pagamento.

Inadimplência

Percentual de recursos não recebidos pelas VENDAS A PRAZO no 2º sem./2020 em comparação com o 1º



Percentual de recursos não recebidos pelos CHEQUES no 2º sem./2020 em comparação com o 1º



Medidas contra inadimplência

Ações	jul/19	jan/20	jan/21
Restringe o recebimento de cheques pré-datados	0,6%	0,6%	0,3%
Desconto para pagamento	0,0%	0,0%	0,0%
Capacita colaboradores	0,0%	0,0%	0,0%
Prioriza o uso do cartão de crédito	6,1%	6,1%	2,9%
Utiliza cadastro	11,0%	11,0%	6,5%
Cheque só para clientes fidelizados	16,0%	16,0%	7,3%
Condiciona volume de compras a prazo	0,0%	0,0%	0,0%
Cheque pré-datado com prazo maior	0,0%	0,0%	0,3%
Não aceita cheques	38,7%	38,7%	71,5%
Outros*	0,0%	27,6%	11,2%

Outros*: Consulta ao SPC/Serasa, cobrança direta com cliente etc.

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra proporcional pelos segmentos e cidades representadas 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 28 de janeiro a 1 de março de 2021. Foram avaliadas 356 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	Carolina Barcelos Teixeira
Pesquisadores	Jhenifer Grejeanski da Silva Filipe do Nascimento Souza Joyce do Nascimento 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 e o Sindimaco 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 e o Sindimaco 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.fecomerciog.org.br

