

Expectativa de Vendas

Inverno



O inverno é uma estação de oportunidades para o comércio, em especial, para o varejo de tecidos, vestuário e calçados. É o momento de aproveitar as necessidades impostas pela queda da temperatura, que alavanca o comércio por exigir investimentos em produtos específicos e de maior valor agregado.

A área de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com os empresários do comércio varejista de vestuário e acessórios; tecidos, cama, mesa e banho; e calçados e artigos de viagem de Minas Gerais, com o objetivo de identificar como as empresas se planejam para o período e conhecer as expectativas de vendas.

A temporada de frio impacta, de forma positiva, 77,1% dos segmentos do comércio de Minas Gerais abordados na pesquisa.

Das empresas impactadas pela baixa temperatura, 77,1% veem o inverno como um período de impacto positivo nas vendas. Além disso, 39,0% das empresas esperam resultados melhores em comparação ao ano anterior, influenciadas por um inverno mais rigoroso, otimismo e aumento do consumo.

Visando novas oportunidades de negócio, muitas empresas investirão em propaganda, divulgações, promoções, liquidações. A preparação para o período é expressiva, pois 85,5% das empresas já receberam todas as encomendas necessárias. Junho é considerado o mês de maior movimento por 73% dos entrevistados, com um gasto médio por consumidor entre R\$100,00 e R\$300,00.

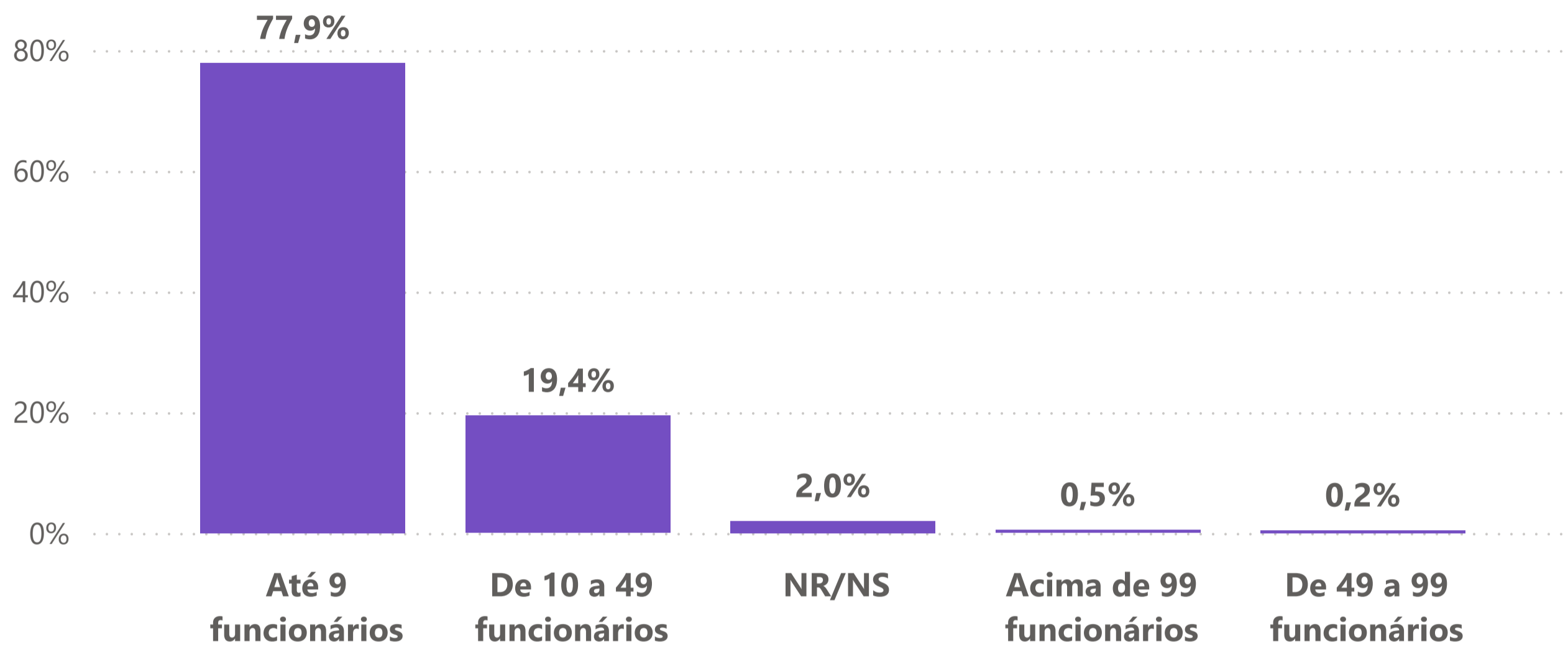
Ainda, 85,3% das empresas vendem online. As plataformas mais utilizadas são: WhatsApp (91,7%), Instagram (69,9%) e sites próprios (9,1%). Apenas 5,8% das empresas possuem lojas em plataformas de e-commerce.

Perfil das empresas

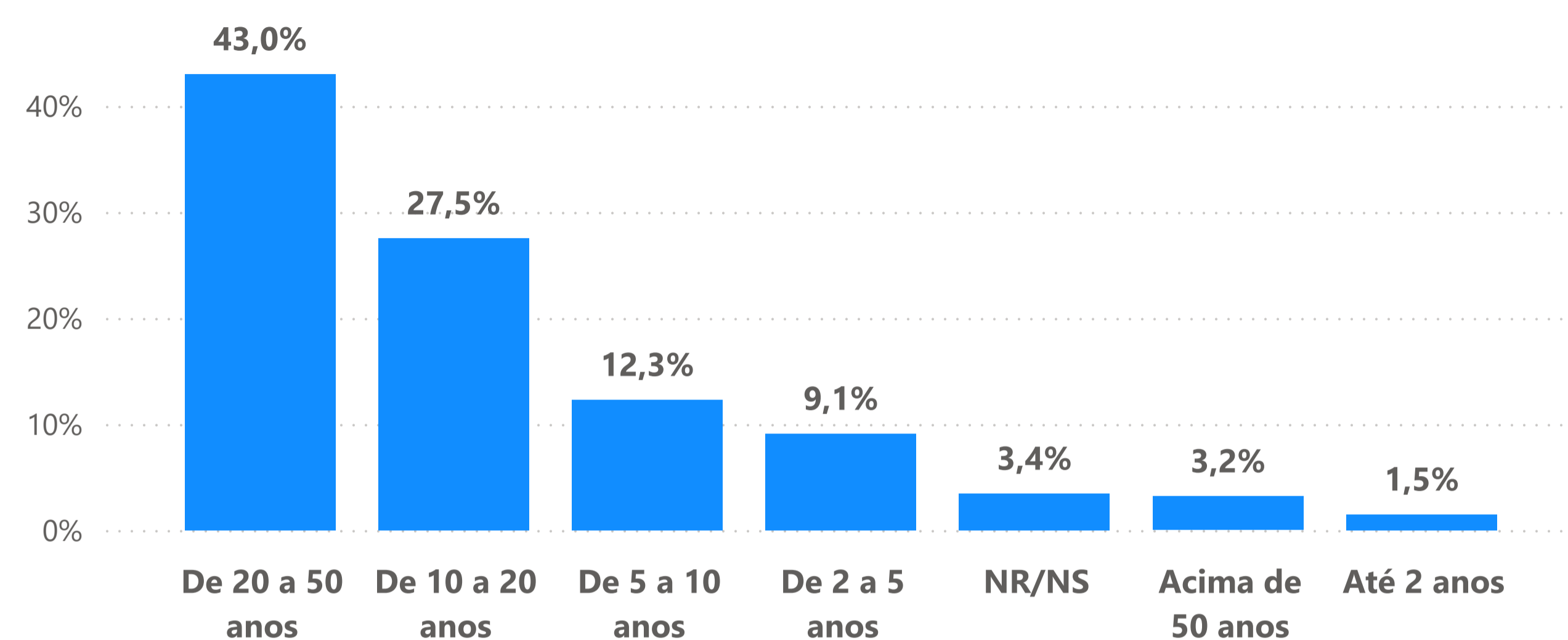
Ano

2024

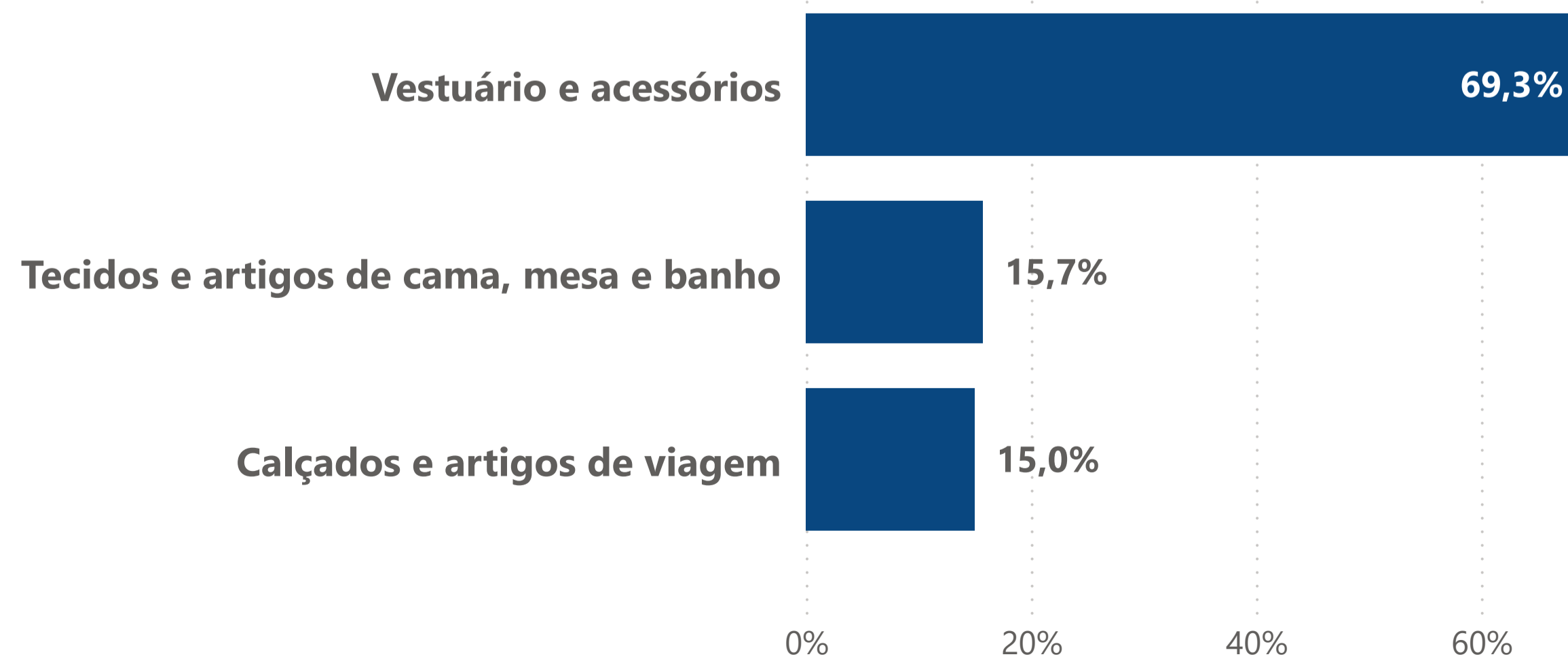
Quantos funcionários têm a sua empresa?



Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?



Segmento

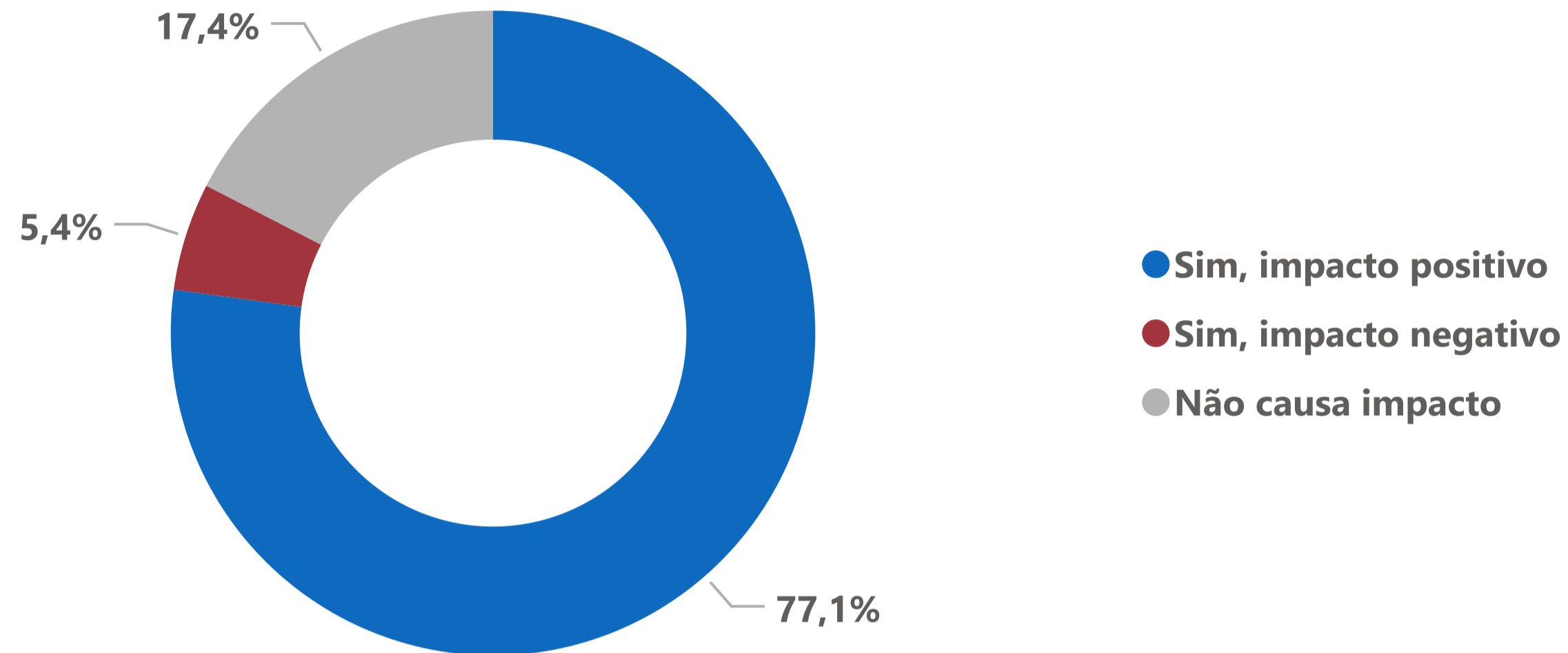


Impacto nas vendas

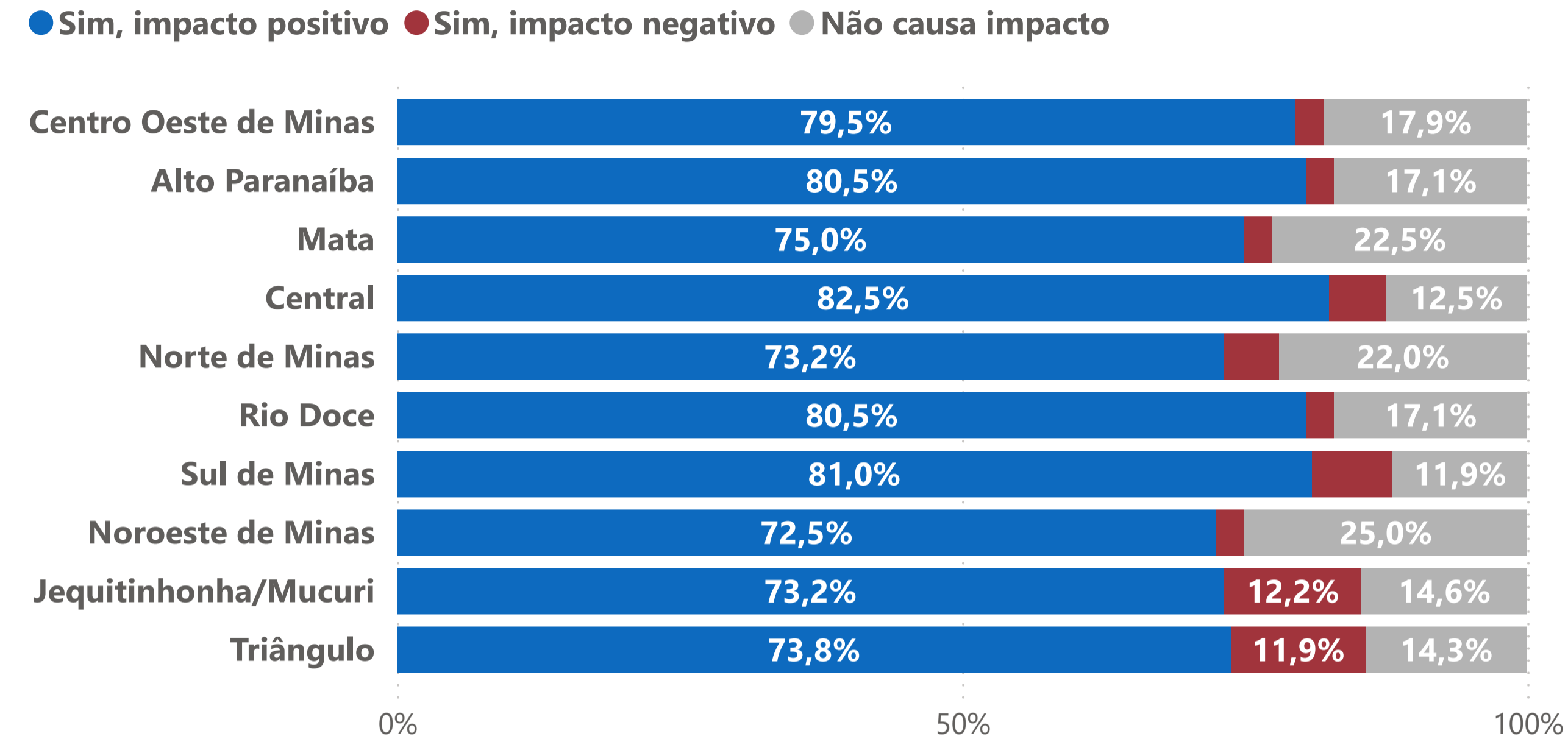
Ano

2024

A chegada do inverno, causa impacto no volume de vendas da loja?



Impacto no volume de vendas por região



A maioria das empresas (77,1%) dos segmentos abordados observam impacto positivo do período de inverno em suas vendas. Apenas 5,4% apontaram que o clima de inverno causa impacto negativo em suas vendas.

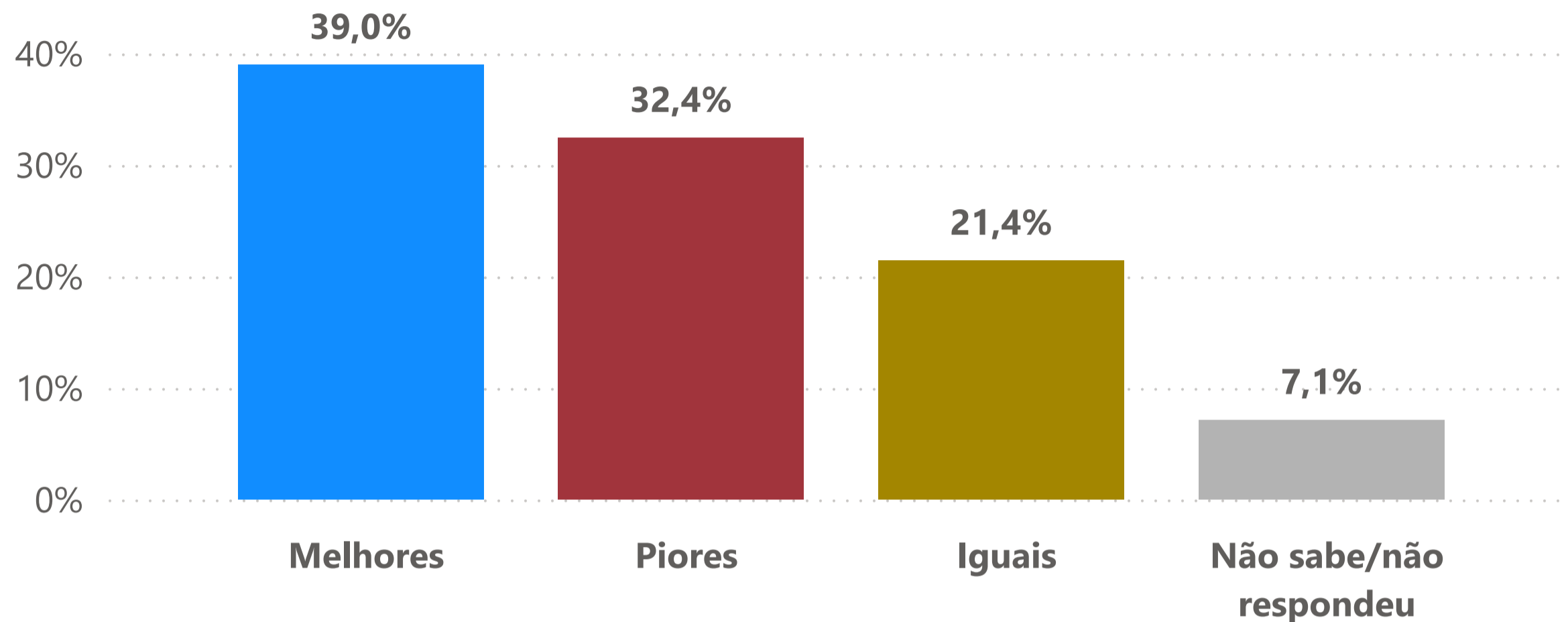
Observando o impacto positivo nas amostras das regiões por região, em todas, a maioria dos entrevistados apontaram aumento no volume de vendas devido ao inverno.

Expectativa de Vendas

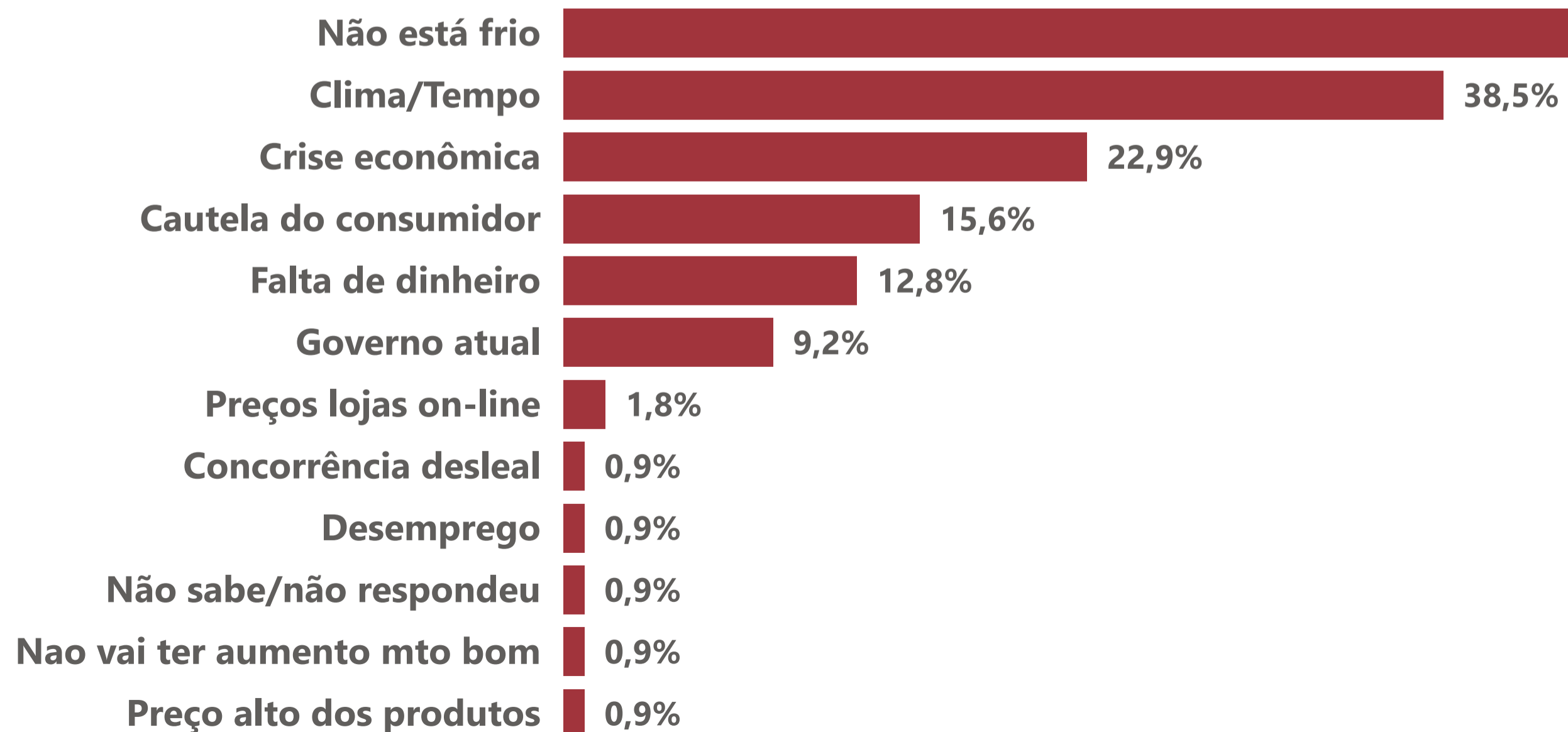
Ano

2024

Em relação a temporada de frio do ano passado, o(a) sr(a) acredita que as vendas serão...

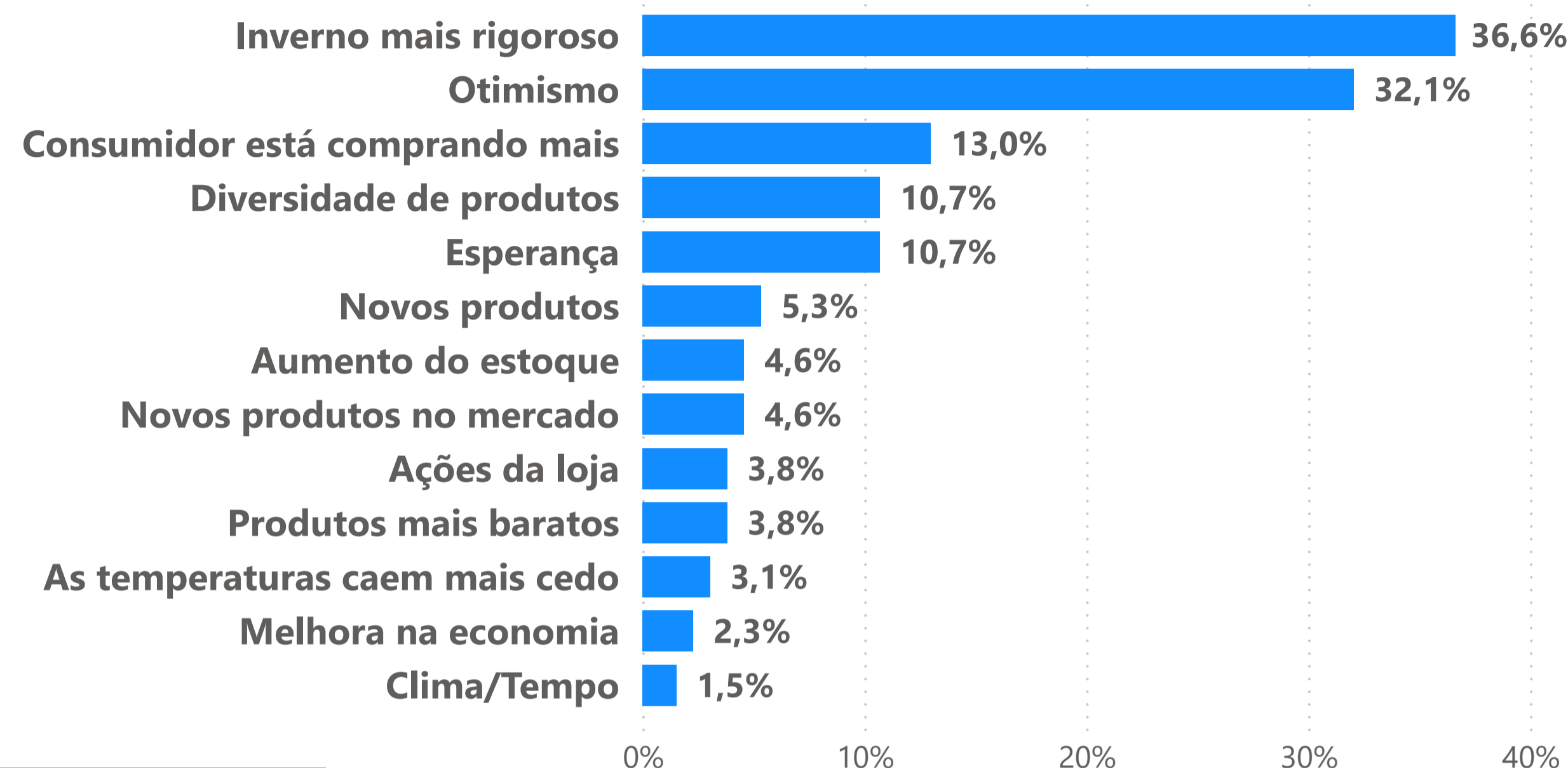


Por qual motivo? (PIORES)



% empresas (total não soma 100%)

Por qual motivo? (MELHORES)



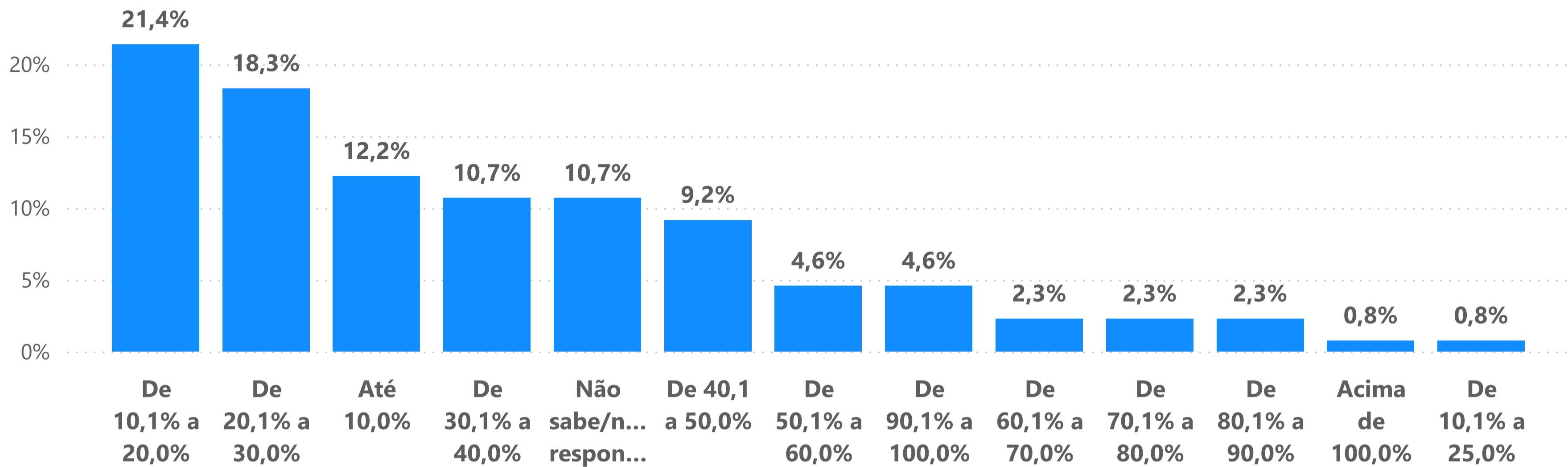
% empresas (total não soma 100%)

Grande parte (39,0%) das empresas esperam resultados melhores frente ao inverno do ano passado, enquanto 21,4% acreditam que os resultados serão iguais. Ainda, 32,4% acham que as vendas serão piores.

Diversos motivos foram apresentados para a expectativa de resultados melhores. O mais frequente deles é a percepção de que pode haver um inverno mais rigoroso, visto que não teve no ano passado. seguido do otimismo, consumidor comprando mais, e diversidade de produtos.

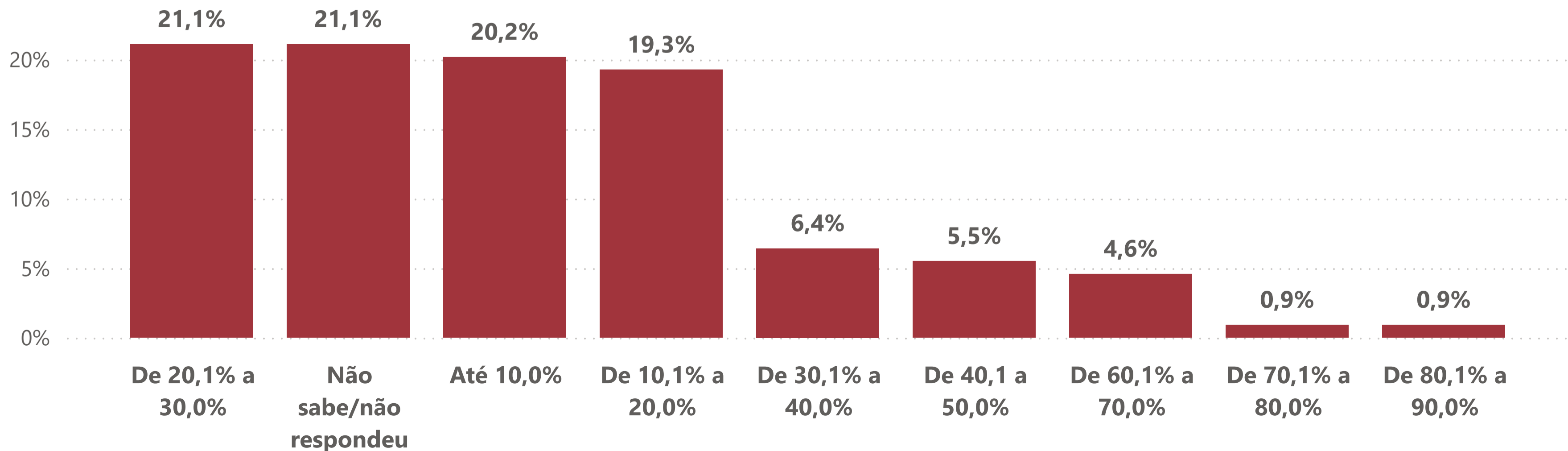
Entre os motivos que influenciam negativamente nas vendas, para os empresários, para uns o clima não tão frio, para outros o clima frio, crise econômica, cautela do consumidor e falta de dinheiro são os que mais se destacam.

Qual o percentual médio de impacto nas vendas é esperado?



A parcela que acredita no aumento do impacto percentual médio de até 10,0% a 30,0% é a que mais se destaca, representando 39,7%.

Qual o percentual médio de impacto nas vendas é esperado?



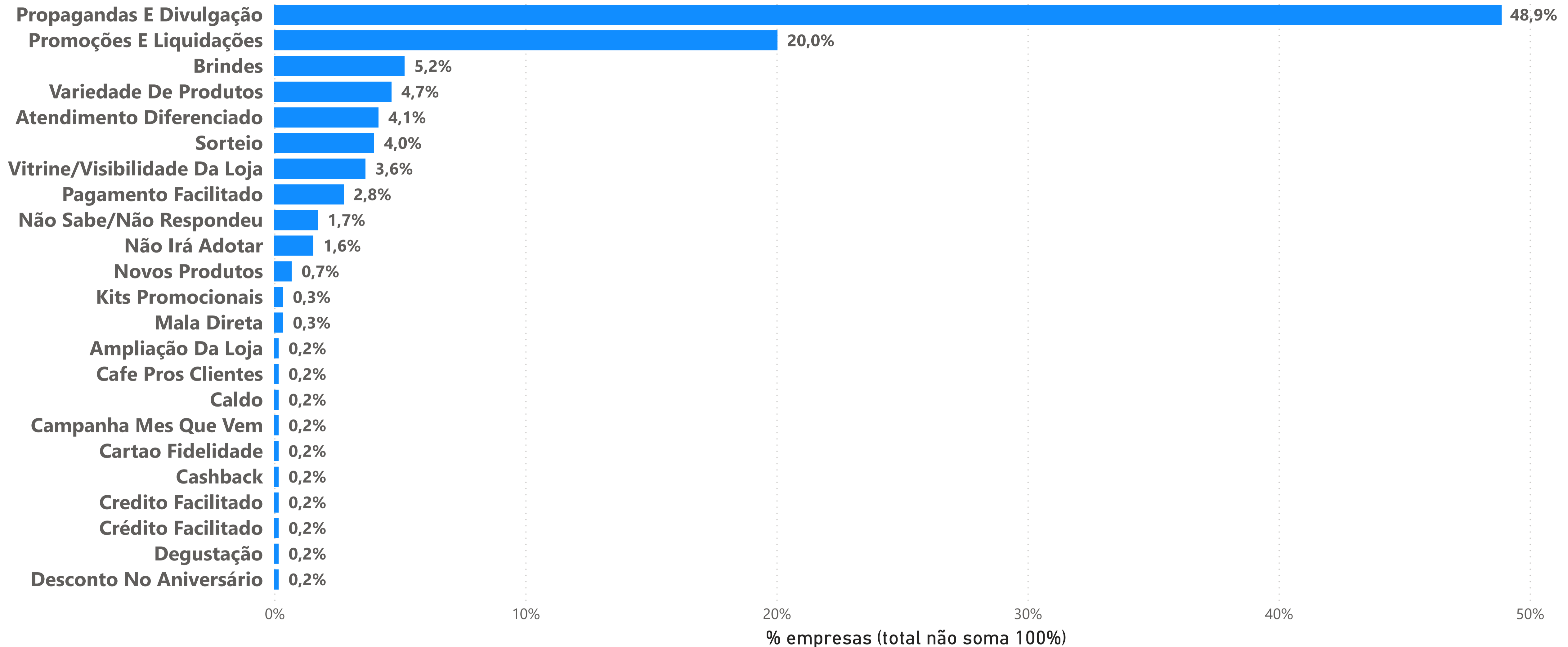
Já a parcela que se destaca na expectativa de piora das vendas, é a de empresários que aguardam desaceleração de até 30,0% (51,9%).

Ações da loja

Ano

2024

Quais ações a loja fará para atrair o consumidor?



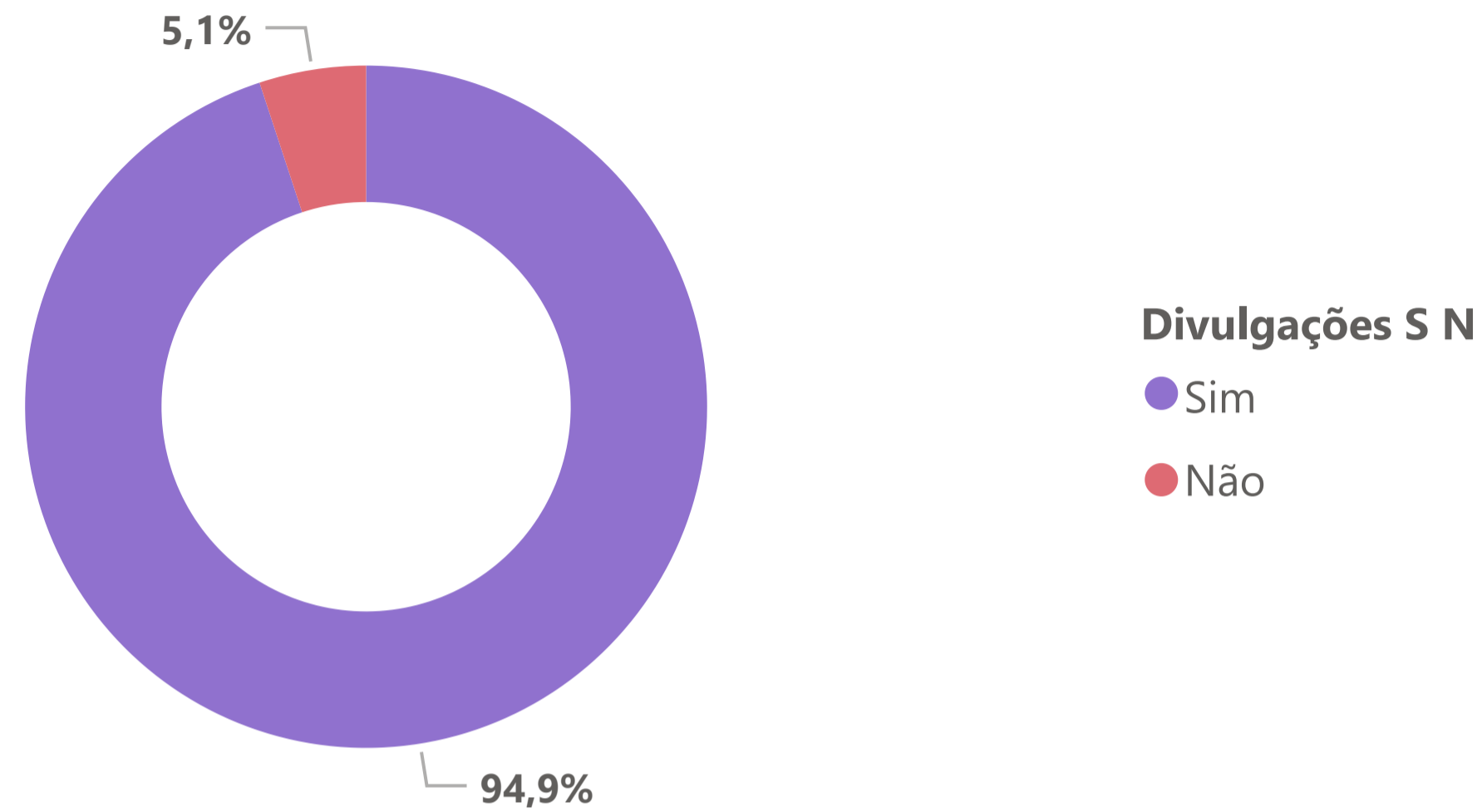
Muitas abordagens podem e são utilizadas pelos empresários para alavancar as vendas no período. As mais utilizadas são propaganda e divulgação, promoções e liquidações, nesta ordem. Há ainda a oferta de brindes, variedade de produtos e atendimento diferenciado.

Ações da loja

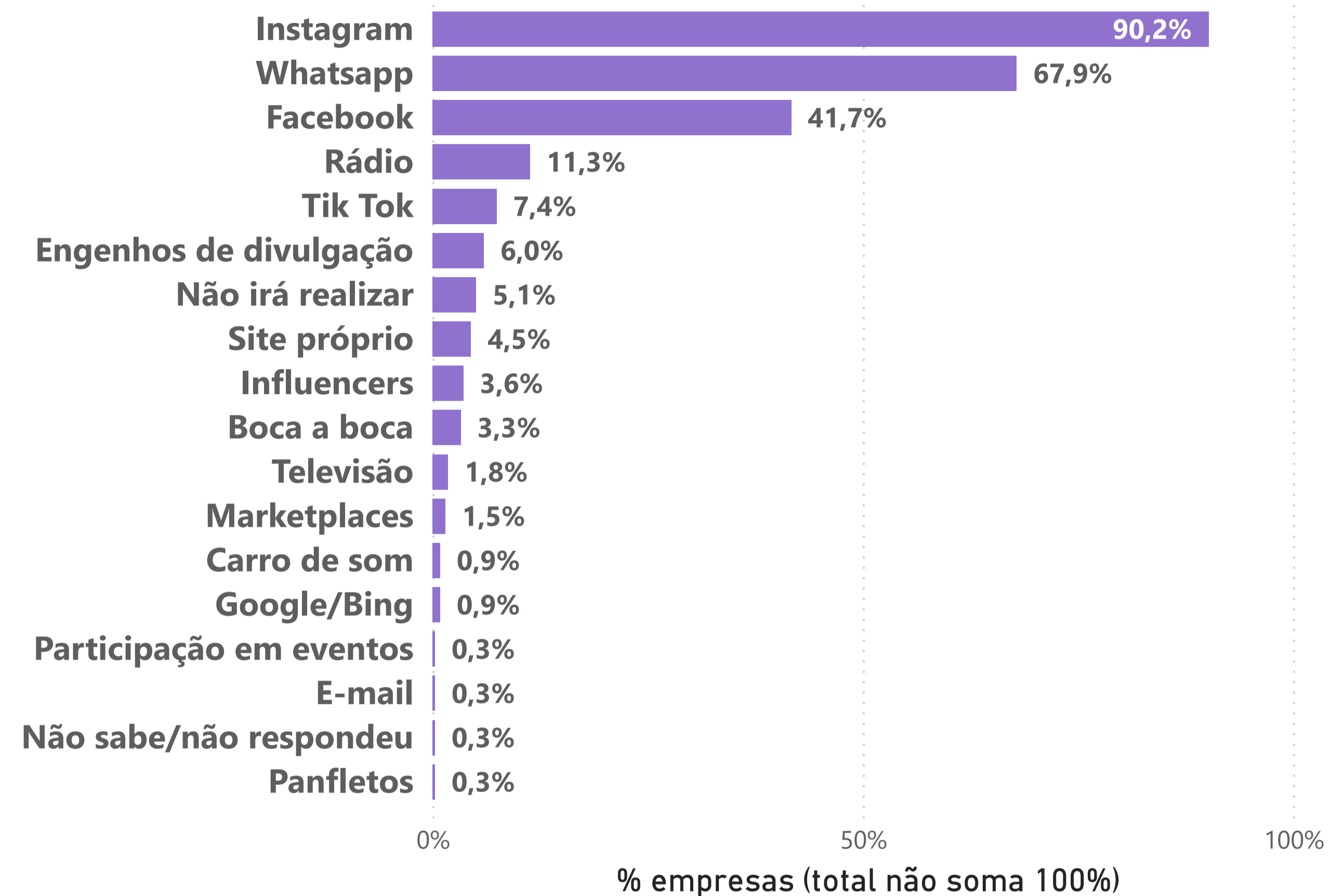
Ano

2024

Pretende realizar divulgações?

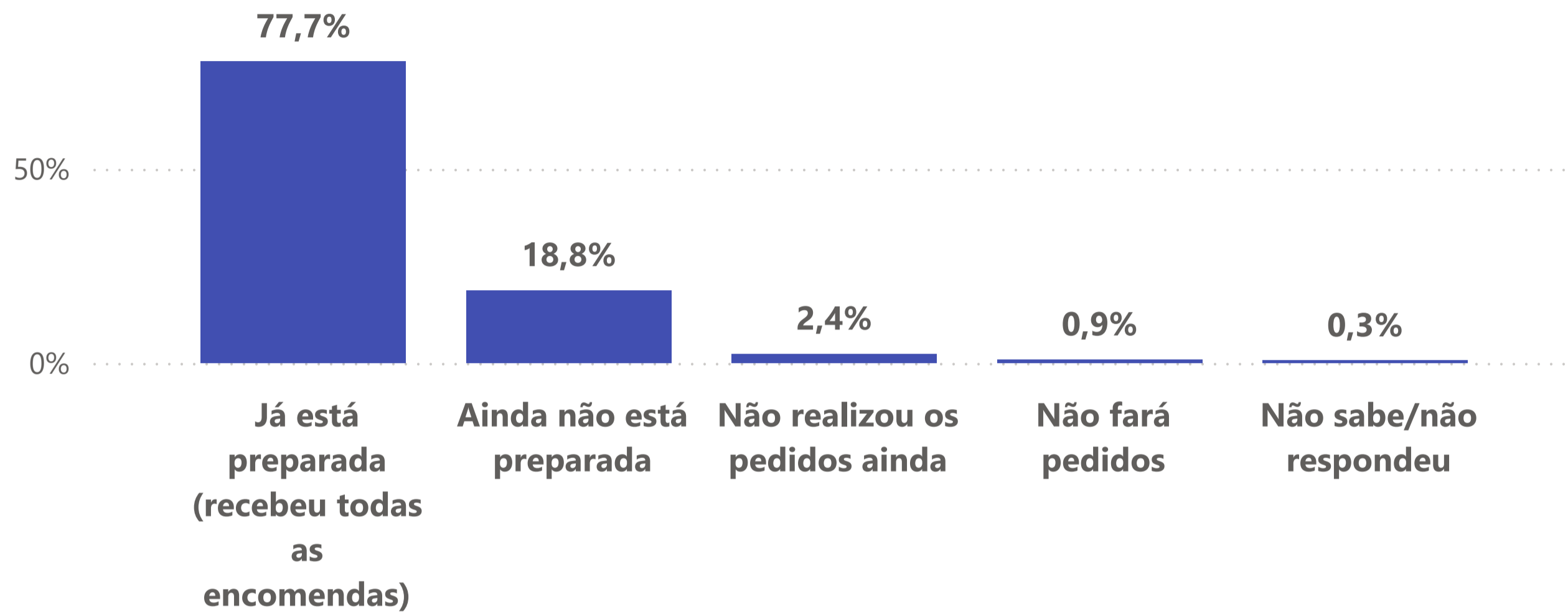


Meios de divulgação dos estabelecimentos e seus produtos

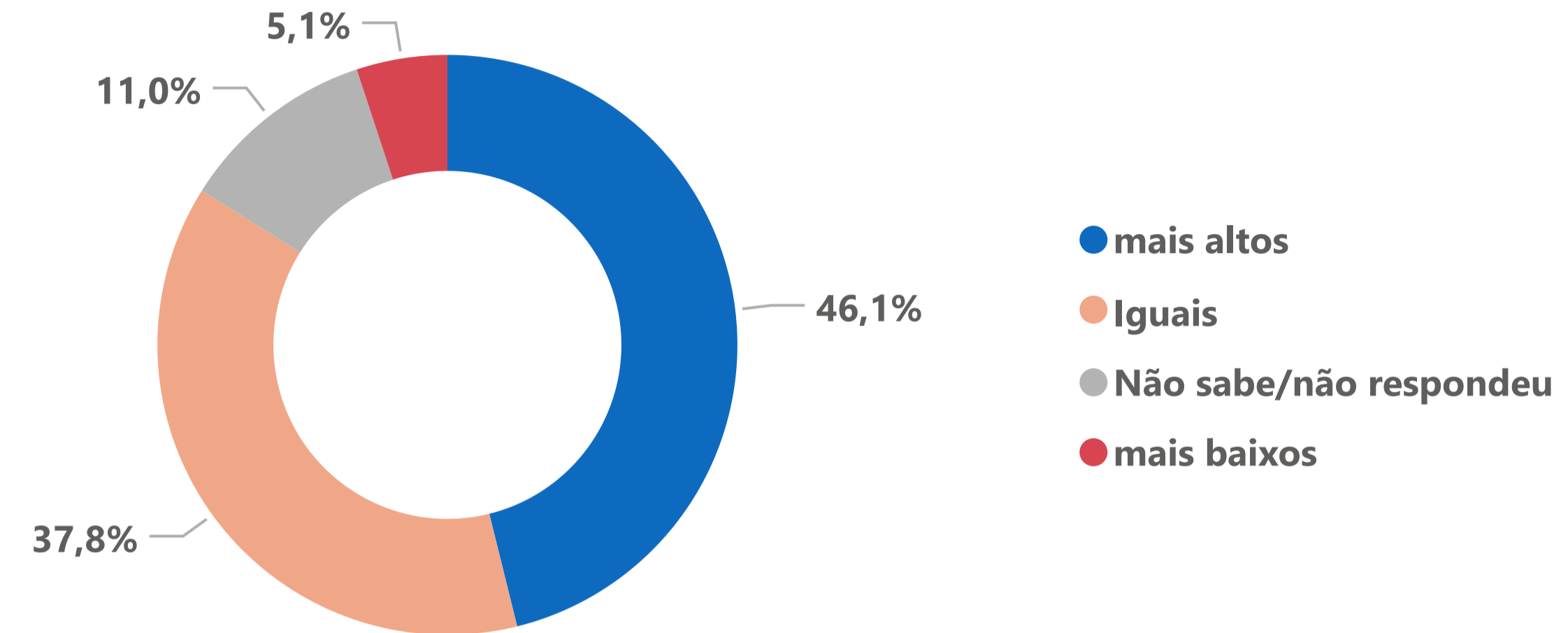


Apesar de nas ações para o período a divulgação ter aparecido junto à propagandas, aproximadamente em 50% dos casos, as divulgações serão realizadas por 94,9% dos impactos pelo inverno. Na maioria dos casos (90,2%), será no Instagram, contudo rádio aparece como opção para 11,3%.

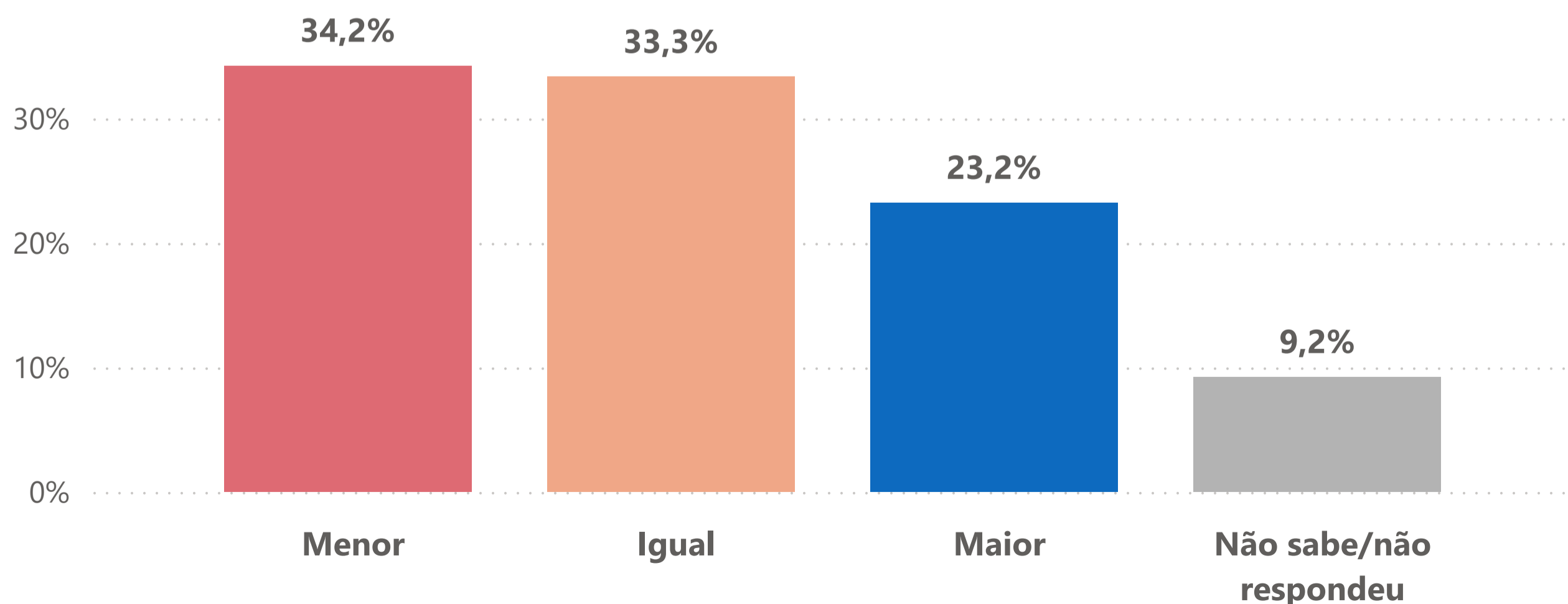
A loja está preparada para a nova estação? (já fez os pedidos, já recebeu os produtos)



E os preços cobrados pelos fornecedores, estão...



Em relação ao ano passado, o número de unidades pedidas aos fornecedores foi...



Quanto aos estoques, 77,7% das empresas encontravam-se, no momento da abordagem, preparadas, com todas as encomendas já recebidas.

Na percepção de 46,1% das empresas impactadas pela data, os preços praticados pelos fornecedores encontram-se mais altos este ano, enquanto 37,8% consideram que os preços estão iguais.

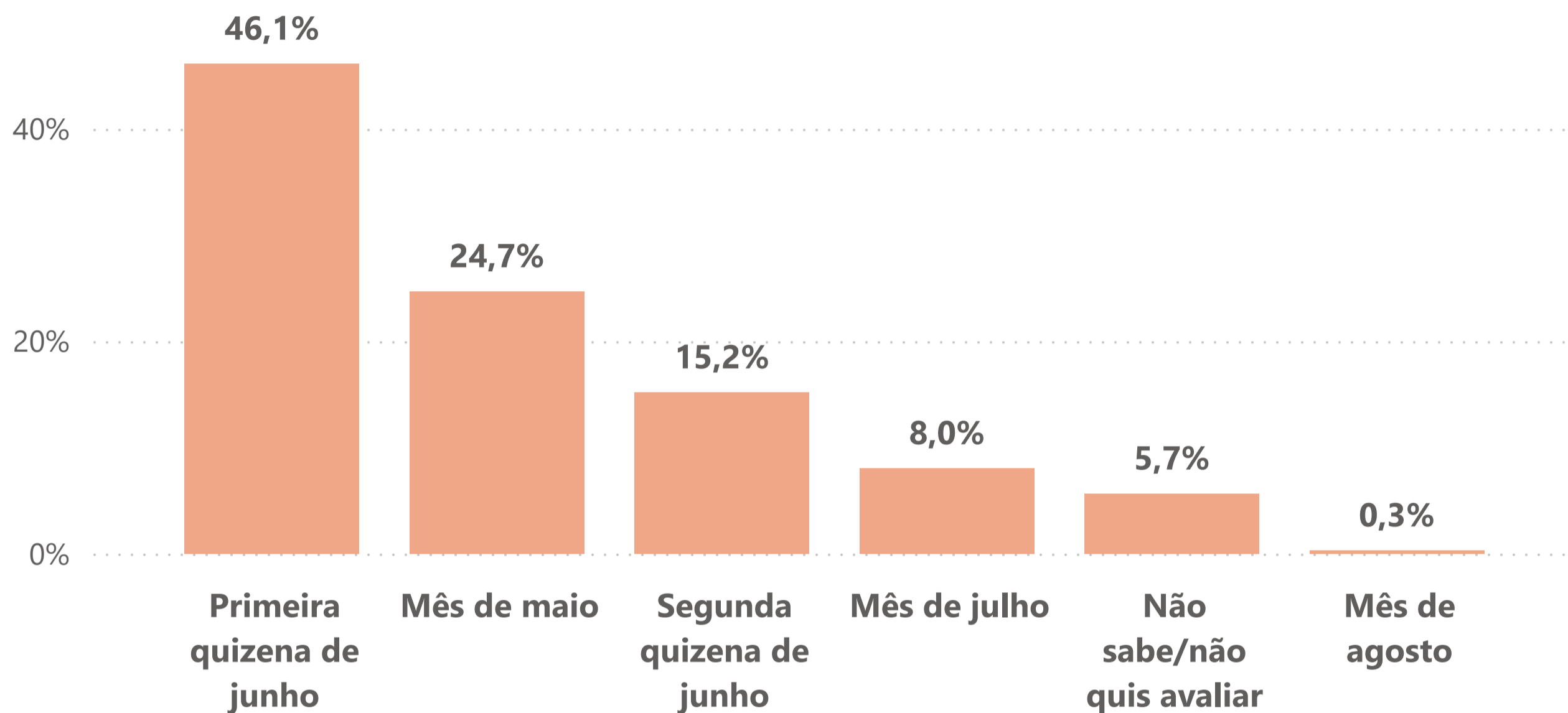
O número de itens solicitados aos fornecedores este ano foi menor ao do ano anterior para 34,2% das empresas, para 33,3% o número foi igual e maior para 23,2%.

Perfil de vendas

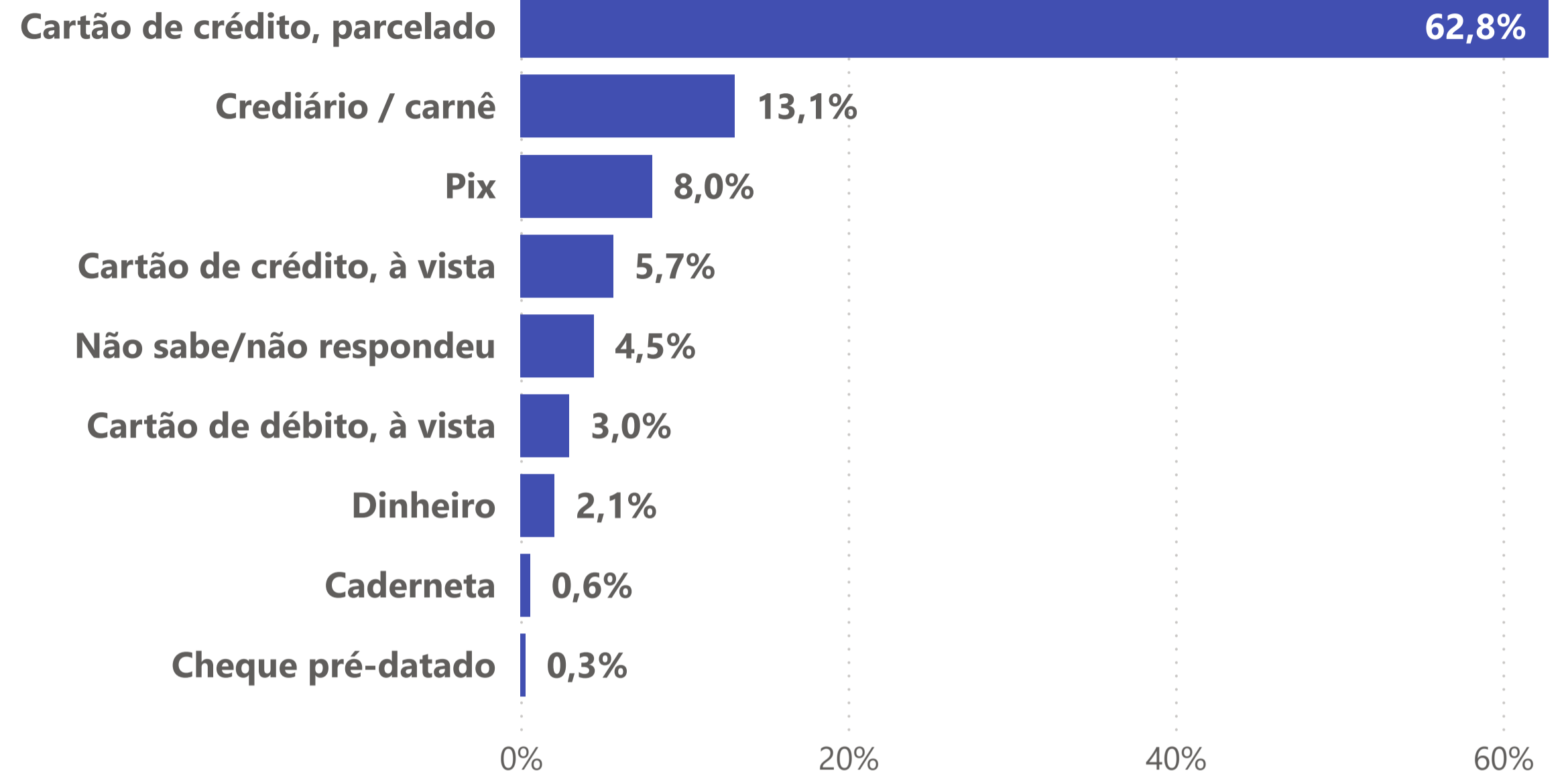
Ano

2024

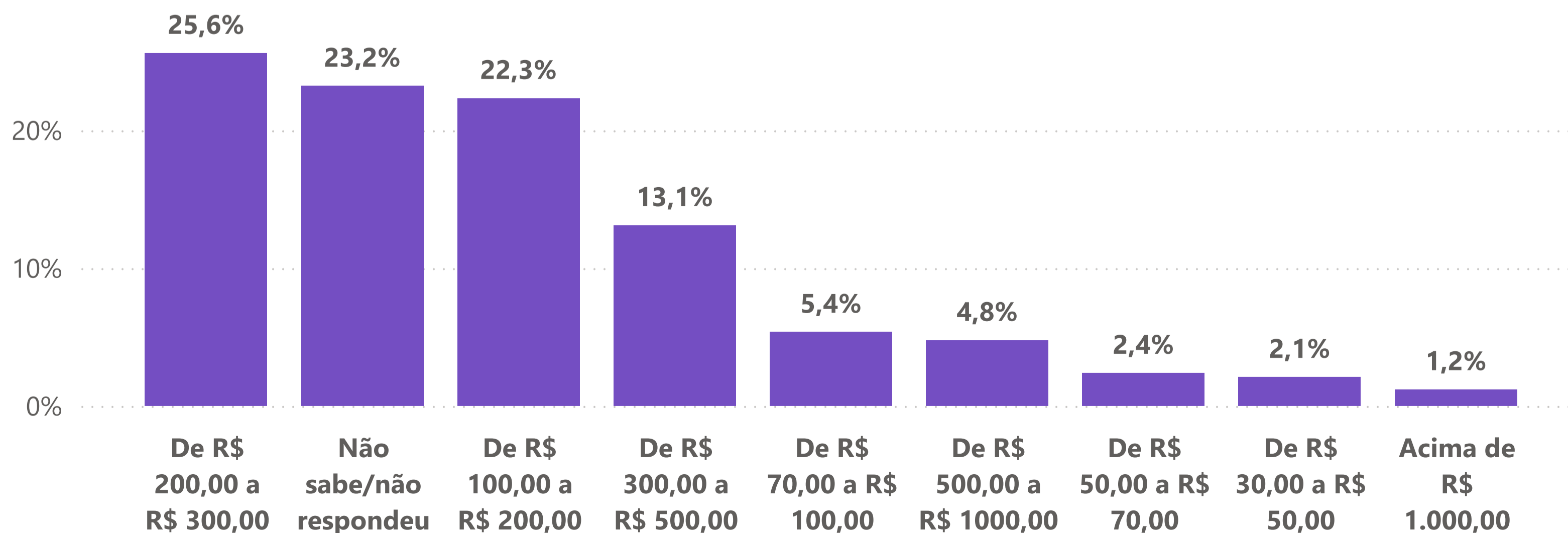
Em qual período espera maior movimento na loja para as vendas de produtos de inverno?



Qual a forma de pagamento deverá sobressair no período de frio?



Qual o ticket médio esperado por consumidor para o período?



O período em que as empresas se programam para maior movimento é na primeir quinzena de junho, em que deve haver uma busca expressiva devido ao início da estação.

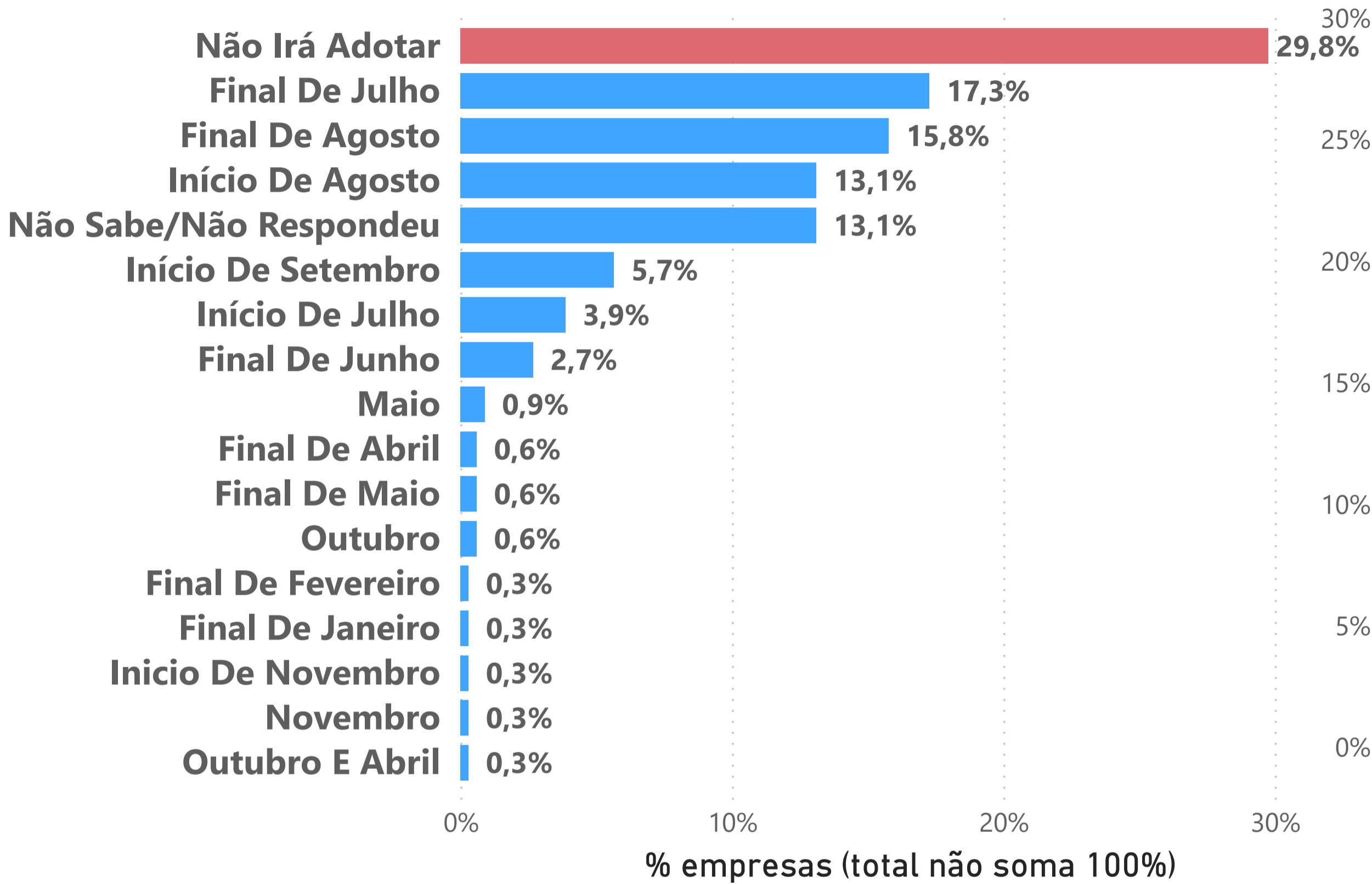
O crédito parcelado é a forma de pagamento que deverá se sobressair, na opinião de 62,8% das empresas e, para 25,6, o preço médio gasto no perí...

Previsão de liquidação

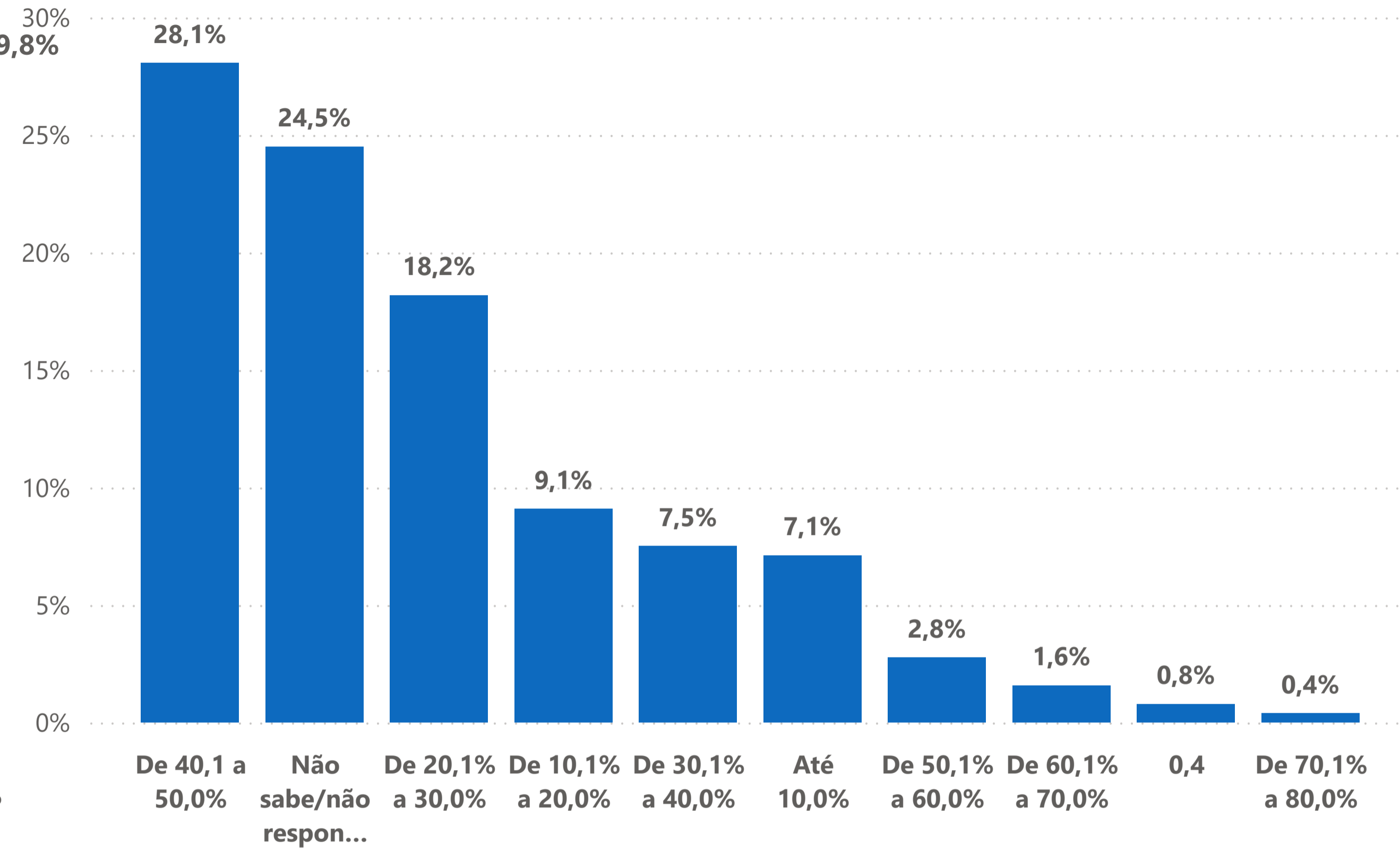
Ano

2024

Período que pretende realizar liquidações



Qual será o percentual médio de descontos?



O fim do inverno será o momento mais propício para as empresas realizarem liquidações, em especial o mês de agosto. Contudo, em julho também deve haver uma oferta expressiva de liquidações.

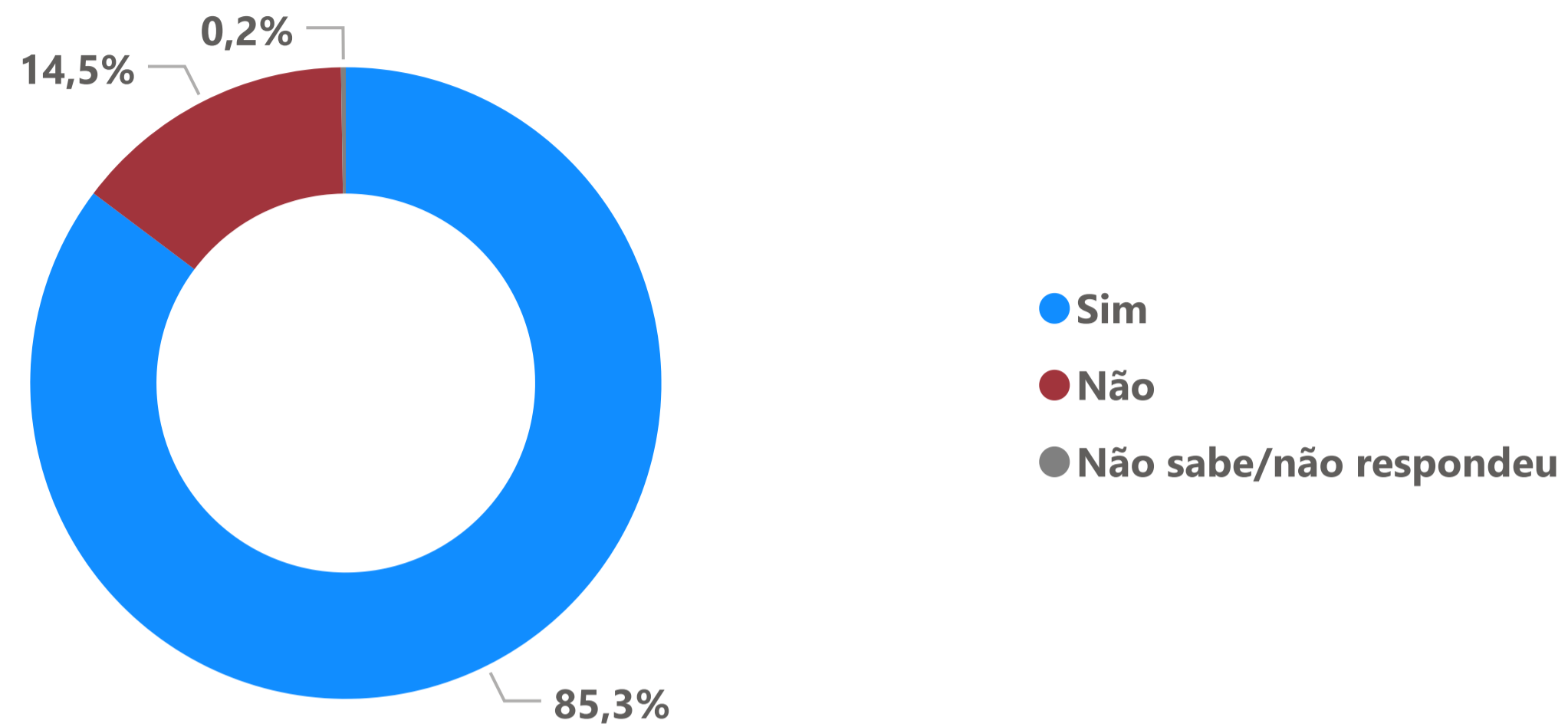
Em média, para 28,1% das empresas os produtos devem ter descontos de 40,0% a 50,0% no período de liquidações.

Vendas on-line

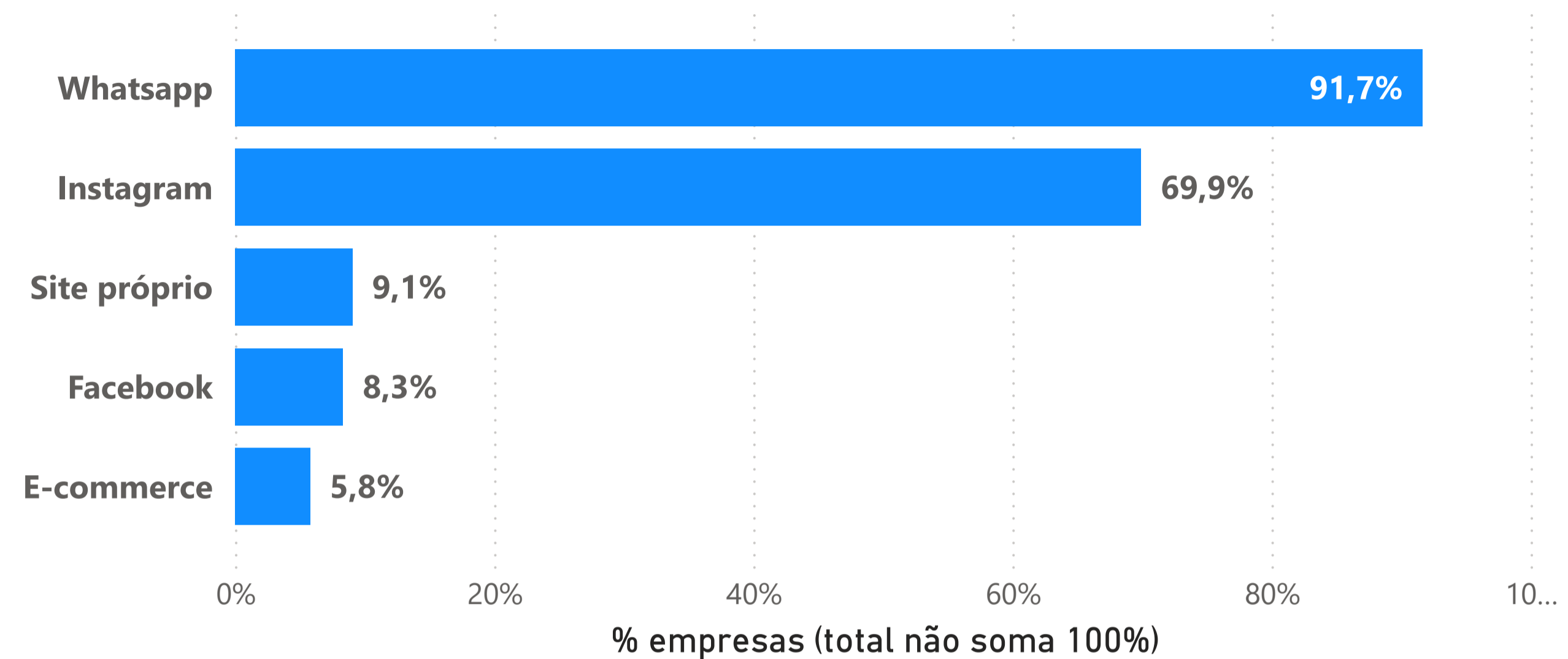
Ano

2024

Realiza vendas on-line?



Por qual meio?



As vendas on-line estão presentes na rotina de 85,3% das empresas. Dessas, 91,7% utilizam o Whatsapp para negociar e vender seus produtos, 69,9% utilizam o Instagram e 9,1% utilizam sites próprios. Apenas 5,8% possui espaços virtuais em plataformas e-commerce.

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra dos segmentos de vestuário do comércio varejista do estado de Minas Gerais. A pesquisa foi realizada entre os dias 08 e 20 de maio de 2024. Foram avaliadas 407 empresas, havendo pelo menos 39 em cada região de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo). A amostra avaliada perfaz uma margem de erro da ordem de 5,0%, a um intervalo de confiança de 95%.

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.

Equipe Técnica

Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável: Jorge Marinho Rolla

Núcleo Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenação dos Estudos Econômicos: Gabriela Filipe Martins

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, João Vitor Gomes dos Santos e Polyane Pereira Casagrande

Analista de economia: Gilson Jose Machado

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

**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@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br