



Vendas de Inverno

Opinião do empresário - 2018

Área de Estudos
Econômicos

**Fecomércio MG**
Sesc | Senac

Vendas de Inverno

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

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou essa pesquisa com os empresários do comércio varejista de tecido, vestuário e calçados de Minas Gerais, com o objetivo de identificar como as empresas se planejam para o período e conhecer as expectativas de vendas.



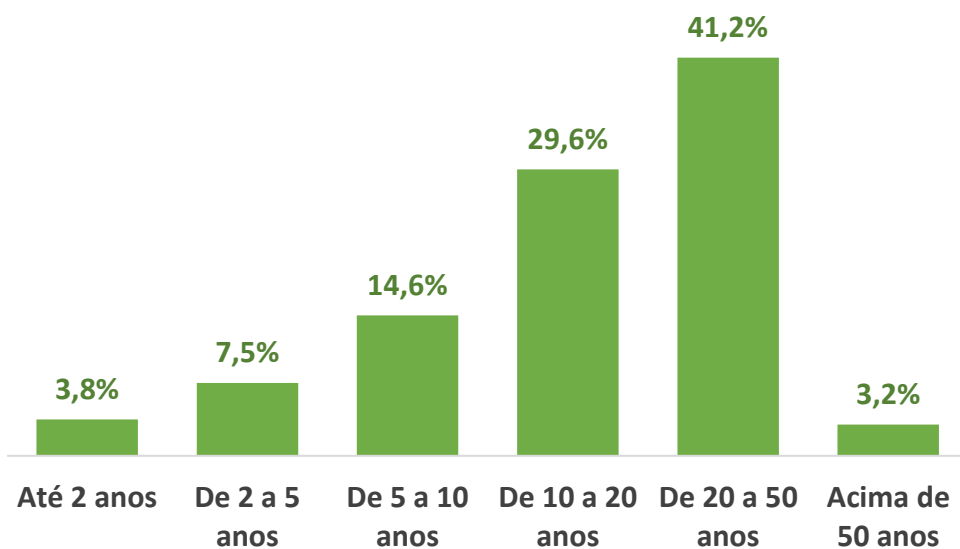
A temporada de frio impacta, de forma positiva, 70,4% do comércio de tecidos, vestuário e calçados do Estado de Minas Gerais

Das empresas impactadas pela baixa temperatura, 58,4% esperam por resultados melhores do que os obtidos no mesmo período do ano passado. Tal expectativa é sustentada pelo inverno mais rigoroso (62,6%) e pela estabilidade econômica (10,1%).

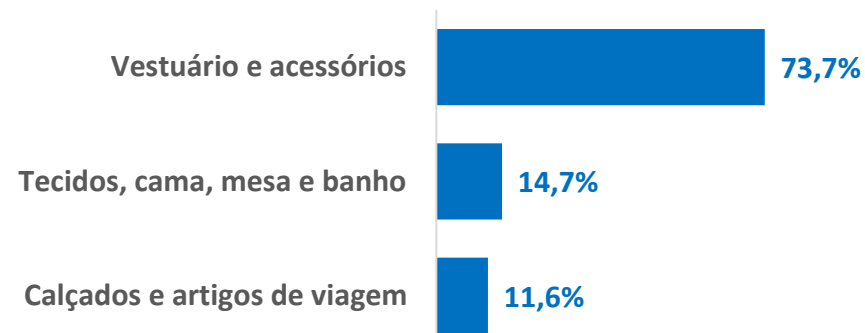
Visando às oportunidades de negócio, 83,3% dos empresários investiram ou pretendem investir em novos produtos, 68,6% em ações de propaganda e divulgação e 14,4% em contratação de funcionários temporários.

Perfil das empresas

Tempo de atuação da empresa



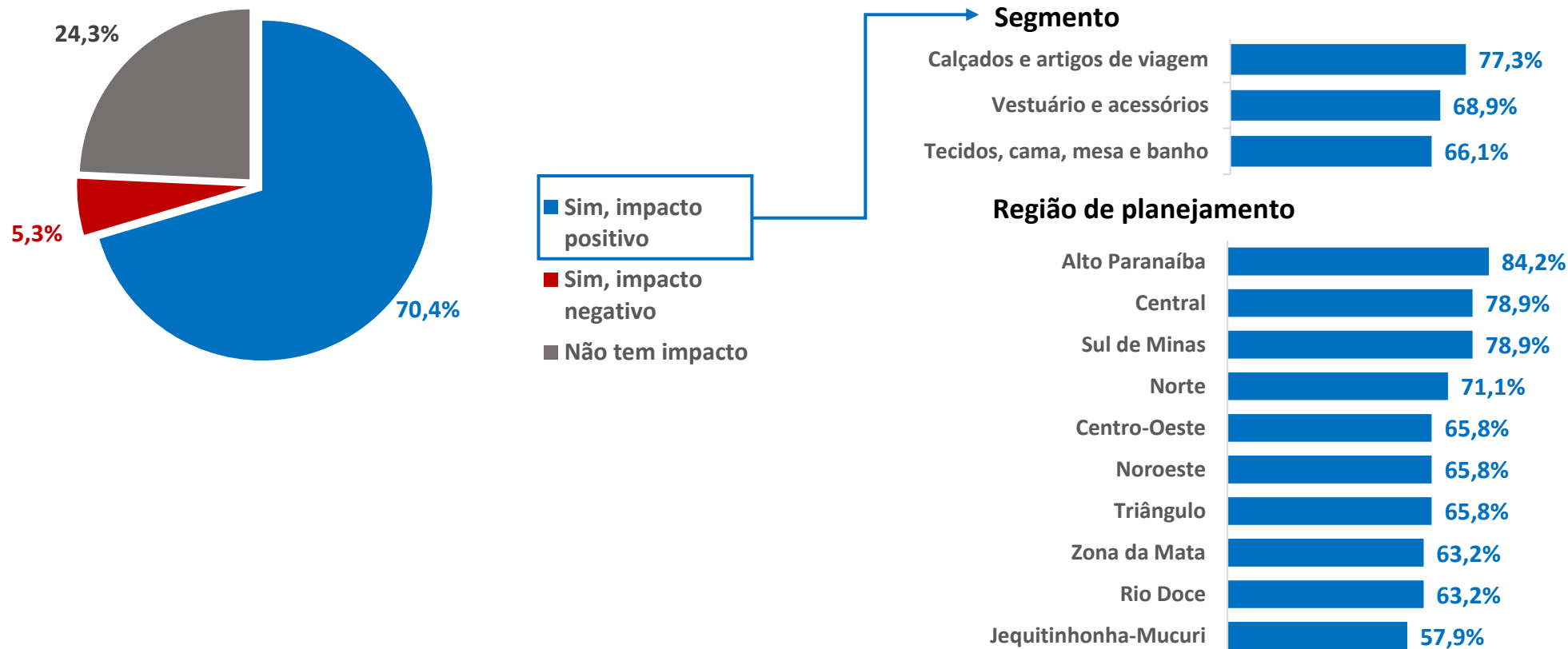
Segmento de atuação da empresa



79,0% das empresas avaliadas possuem até nove pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas

Impacto nas vendas

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

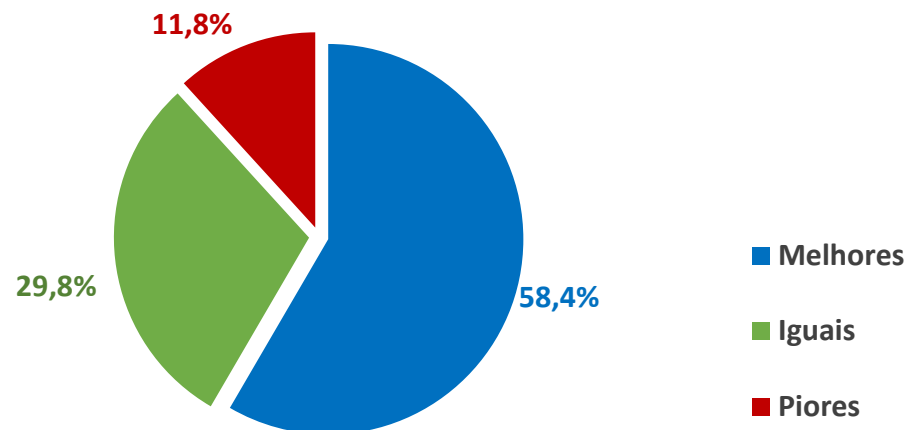


O impacto positivo do inverno nas vendas é percebido, principalmente, em empresas de calçados e artigos de viagem (77,3%). O comércio de todas as regiões do Estado é impactado, com destaques para as regiões do Alto Paranaíba (84,2%), Central (78,9%) e Sul de Minas (78,9%).

Parte do comércio percebe um impacto negativo com a chegada das baixas temperaturas (5,3%). As justificativas para as reduções nas vendas são: período curto de frio, tipo de produto vendido na loja e o hábito do consumidor de sair menos às compras no período de inverno.

Expectativa de vendas

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



Se MELHORES, por qual motivo?⁽¹⁾



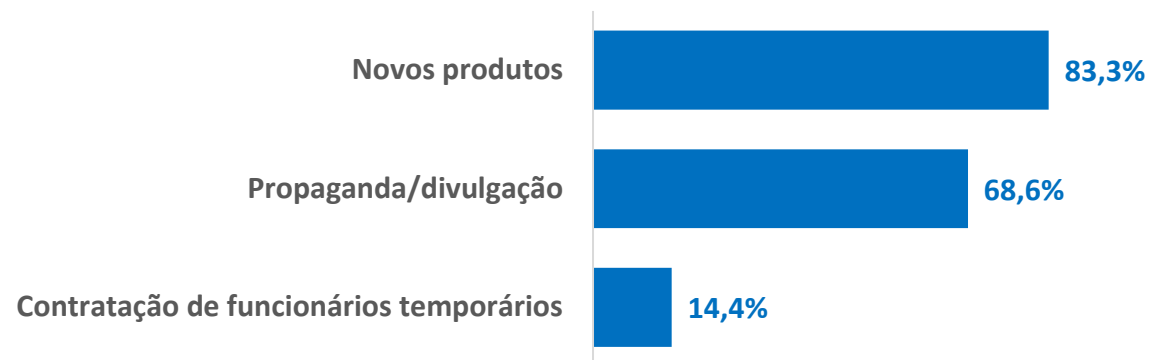
Se PIORES, por qual motivo?⁽¹⁾



⁽¹⁾Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

Investimento

Para as vendas de inverno, a loja investiu ou pretende investir em...⁽²⁾



Para aproveitar as oportunidades de vendas geradas pela chegada das baixas temperaturas é necessário que as empresas façam investimentos. Os empresários de Minas Gerais irão investir, principalmente, em novos produtos (83,3%).

Investimentos em propaganda e divulgação foram realizados ou estão programados para 68,6% das empresas impactadas pelo período, ao passo que 14,4% contrataram ou irão contratar funcionários temporários.

⁽²⁾ Percentual das empresas que são impactadas pelo período, que realizaram/realizarão investimentos.

Investimento

A loja está preparada para a nova estação? Já fez os pedidos e/ou já recebeu os produtos?

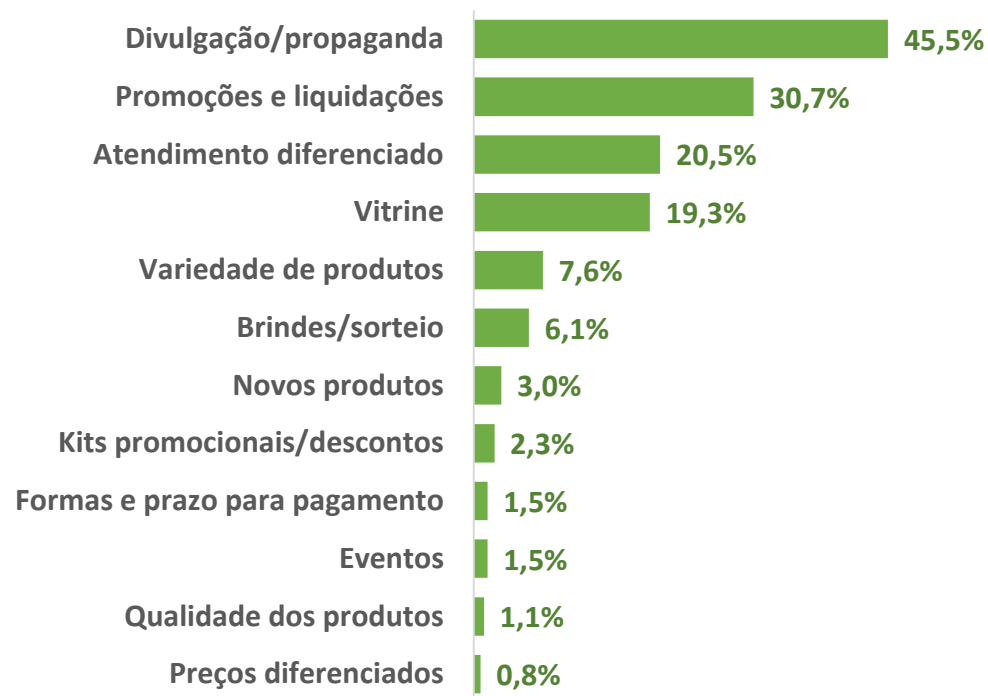


Em relação aos pedidos do ano passado, 43,9% das empresas pediu/pedirá aos fornecedores um número maior de unidades; 33,8% manteve/manterá a quantidade pedida

O preço dos fornecedores aumentou para 47,1% das empresas avaliadas; o crescimento médio, indicado pelos empresários, foi de 11,3%

Ações da loja

Quais ações a loja fará para atrair o consumidor?

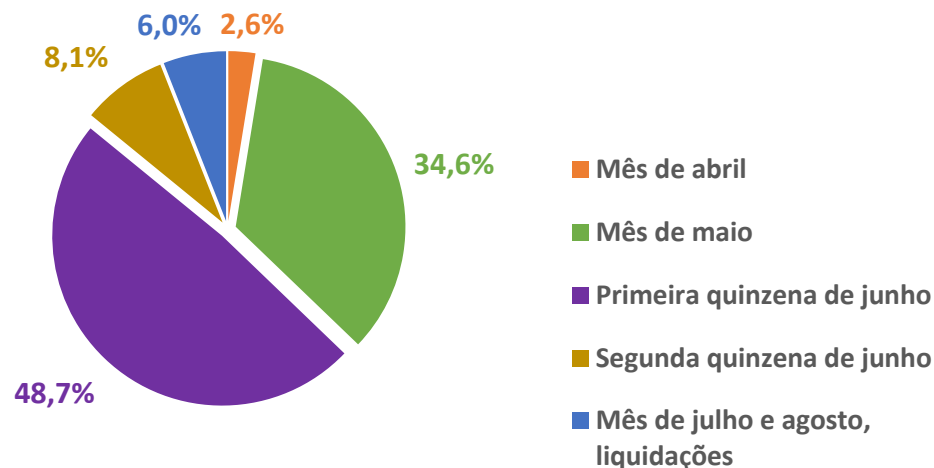


Para atrair o consumidor para as compras de inverno, os empresários investiram/invistirão em divulgação e propaganda (45,5%) e em ações promocionais (30,7%).

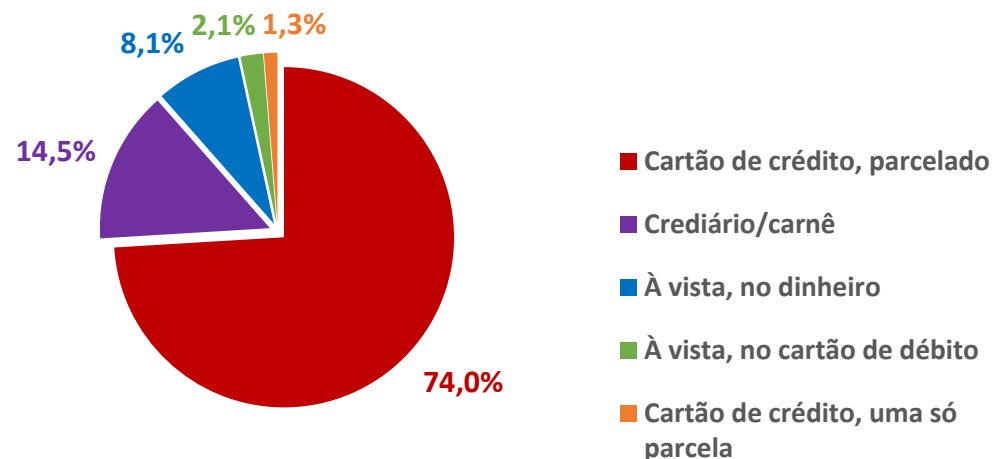
Ainda para as vendas do período, 20,5% das empresas irão oferecer um atendimento diferenciado e 19,3% irão investir na vitrine da loja.

Perfil de vendas

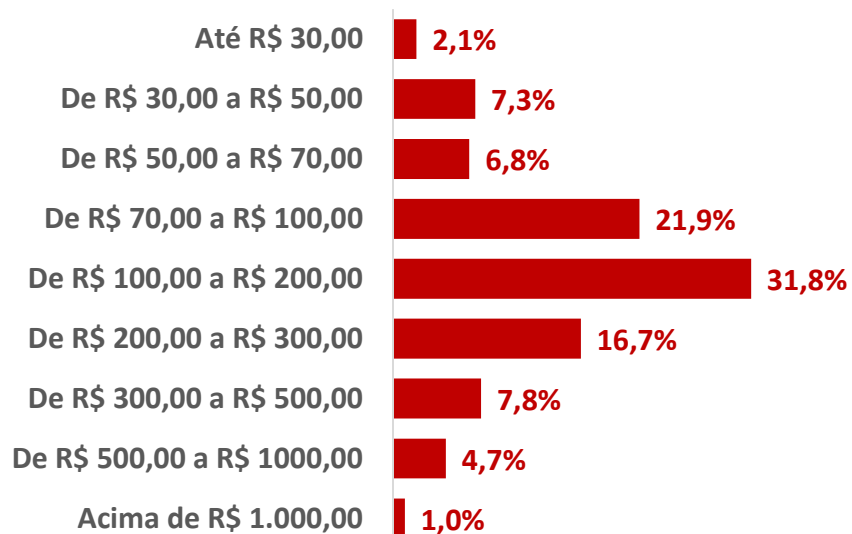
Em qual período espera maior movimento na loja para as vendas de produtos de inverno?



Qual a forma de pagamento deverá sobressair nas vendas do período de frio?



Qual o ticket médio esperado por consumidor para o período?

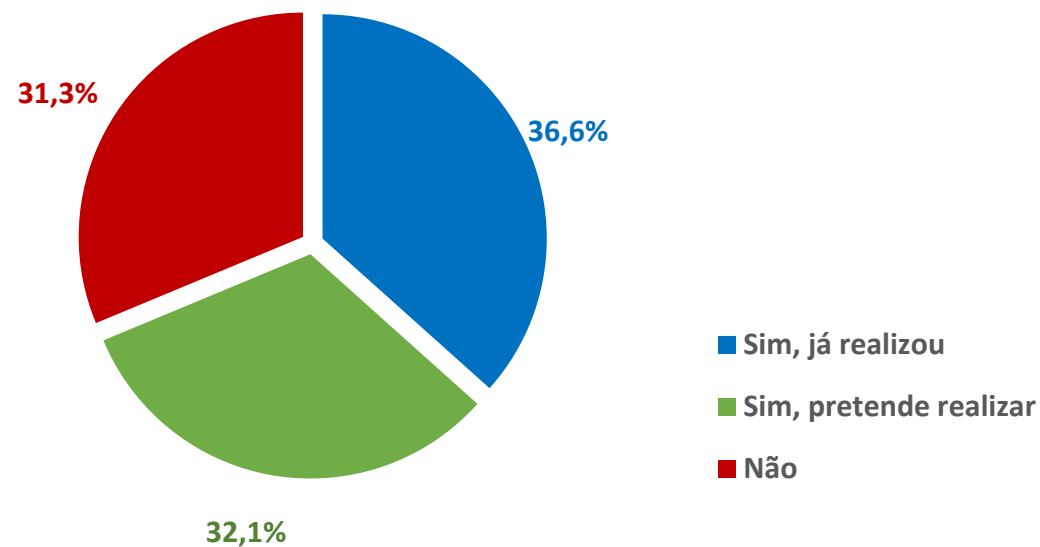


O mês de maio e a primeira quinzena de junho (momento de vendas para o Dia dos Namorados) são os momentos mais esperados pelos empresários para as vendas de produtos para o inverno.

Em sua maioria, o comércio espera por vendas a prazo: 75,3% em parcelamentos no cartão de crédito e 14,5% no crediário/carnê. Para 70,3% dos empresários, o consumidor deve gastar entre R\$70,00 e R\$300,00 com produtos da loja.

Produtos Primavera/Verão

A loja realizou ou pretende realizar ações para escoamento dos produtos Primavera/Verão?



Para esvaziar os estoques de produtos Primavera/Verão 68,7% do comércio realizou ou realizará ações. O desconto médio esperado é de 40% dos valores anteriormente praticados.

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra do comércio varejista de tecidos, vestuário e calçados de Minas Gerais. 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 9 e 15 de maio. Foram avaliadas 380 empresas, sendo 38 em cada região de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo), com recortes para empresas de vestuário e acessórios; tecidos, cama, mesa e banho e calçados e artigos de viagem. A amostra avaliada perfaz uma margem de erro da ordem de 5,0%, 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 administrativa	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Bruno Alisson Batista Gomes Filipe do Nascimento Souza Joyce do Nascimento Silva Sara Angela dos Santos
Jovem aprendiz	Pedro Borges Teixeira

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.fecomercomg.org.br