

Expectativa de vendas - 2º semestre de 2018

Opinião do Comércio Varejista de Minas Gerais



Área de Estudos Econômicos


Fecomércio MG
Sesc | Senac

Expectativa de vendas - 2º semestre de 2018

Observar e entender como foram as vendas nos primeiros seis meses do ano é fundamental para auxiliar o planejamento do segundo semestre, período que contempla a mais importante data comemorativa para o comércio, o Natal. Acompanhar o comportamento dos consumidores e dos concorrentes em seus processos de escolhas e gestão, respectivamente, exige uma postura atenta dos gestores, que vai além da multiplicação de lojas, e se estende a canais, produtos, serviços diferenciados e atitude sustentável.

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de entender como foram as vendas no primeiro semestre de 2018, buscando auxiliar e traçar um cenário empresarial para o segundo. Dessa forma será possível criar indicadores de percepção sobre o mercado e a conjuntura econômica. A partir deles pode-se obter um desenho estratégico para o comércio varejista.



67,3% das empresas do comércio varejista acreditam que o segundo semestre de 2018 será melhor que o primeiro

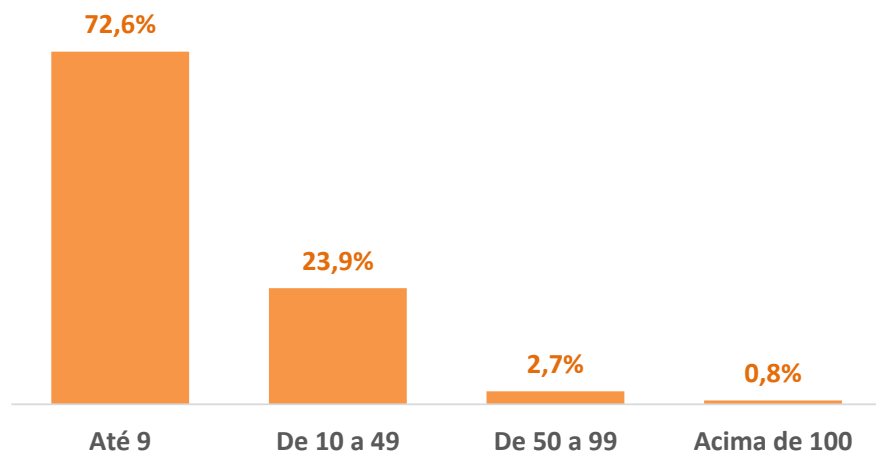
De acordo com a pesquisa, 52,4% das empresas viram seu volume de vendas reduzir no primeiro semestre de 2018, em relação ao mesmo período de 2017. Se comparado ao segundo semestre do ano de 2017, 55,1% observaram redução nas vendas.

O otimismo/esperança pela melhora do cenário faz com que 67,3% do comércio varejista espere por melhores resultados. Entre os segmentos mais otimistas destacam-se: veículos e motocicletas, partes e peças (27%) e equipamentos e materiais para escritório, informática e de comunicação (25,0%).

Para minimizar os efeitos da instabilidade do cenário econômico, é necessário que o empresário se planeje e atraia o consumidor. No segundo semestre de 2018, 28,0% do comércio realizará ações promocionais e de liquidação, ao passo que 26,1% investirá em ações de mídia/propaganda.

Perfil das empresas

Tempo de atuação da empresa



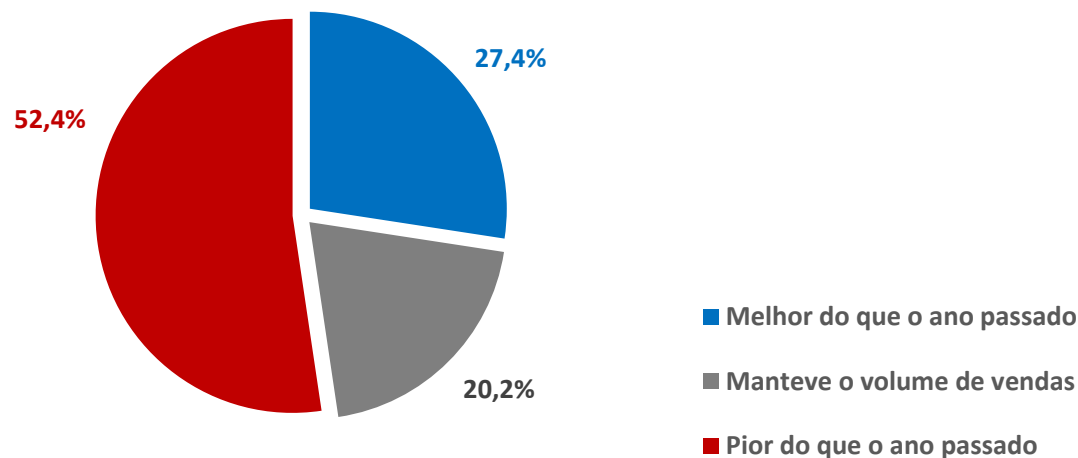
Segmento da empresa



72,6% das empresas possuem até nove empregados em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas.

Desempenho no semestre

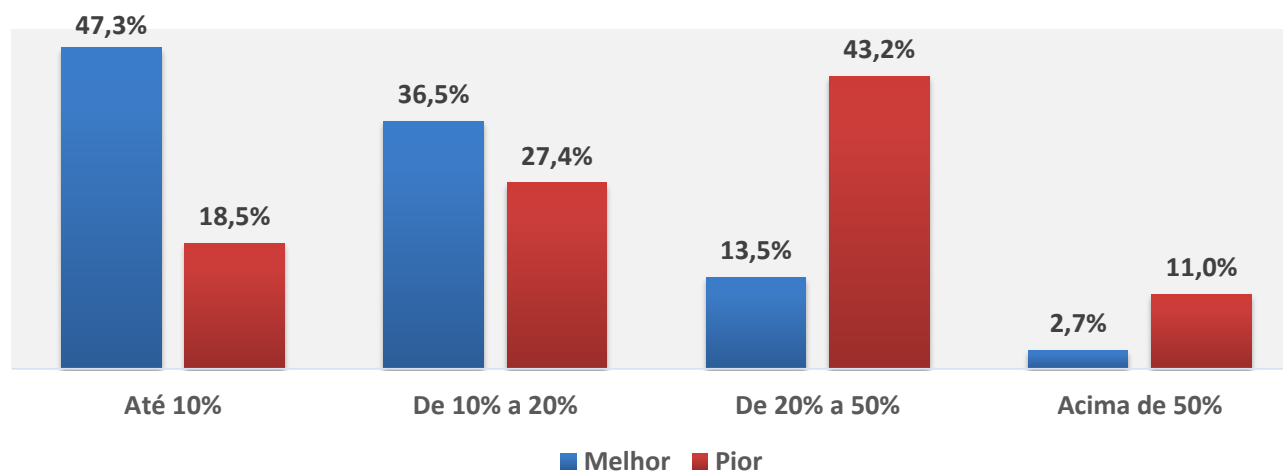
Vendas no primeiro semestre de 2018 em relação ao mesmo período do ano passado



Para 52,4% das empresas, o primeiro semestre de 2018 apresentou resultados piores, frente ao mesmo período de 2017. Para 43,2% das lojas que apresentaram tal resultado, a piora foi entre 20% e 50%.

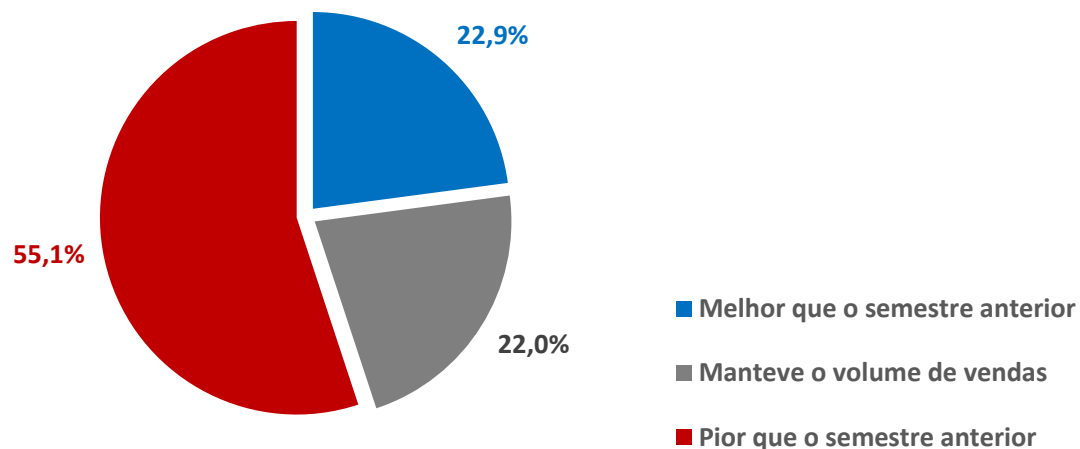
	Desempenho em avaliações anteriores	
	1º/2018	2º/2018
Melhor que no ano passado	20,0%	27,4%
Igual ao ano passado	18,1%	20,2%
Pior que no ano passado	61,9%	52,4%

Percentual de alteração



Desempenho no semestre

Vendas no primeiro semestre de 2018 em relação ao segundo semestre do ano de 2017

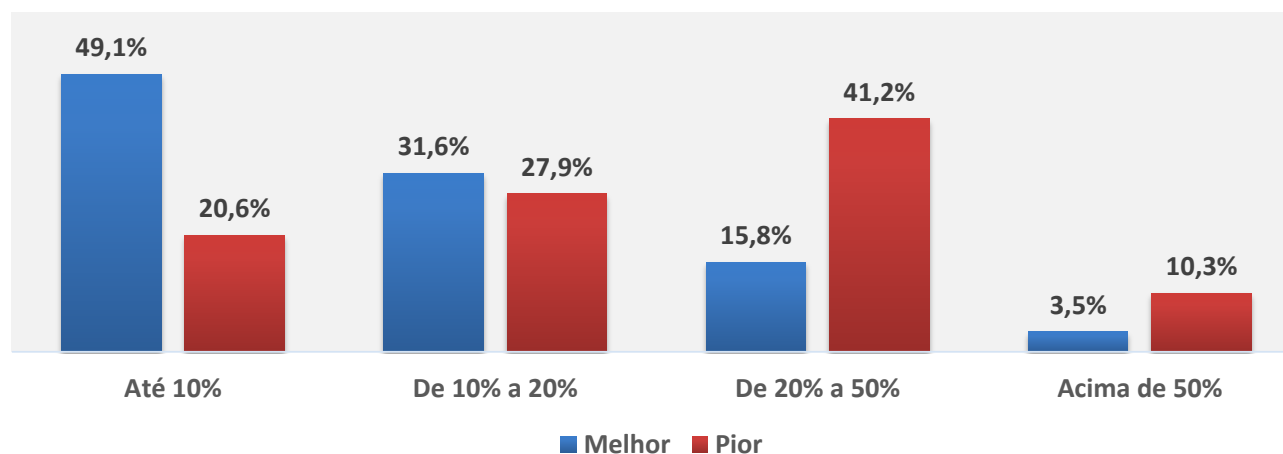


De acordo com 55,1% dos empresários, as vendas no primeiro semestre de 2018 foram piores que no segundo de 2017. Para 51,5% desses empresários, a variação foi superior a 20%.

Desempenho em avaliações anteriores

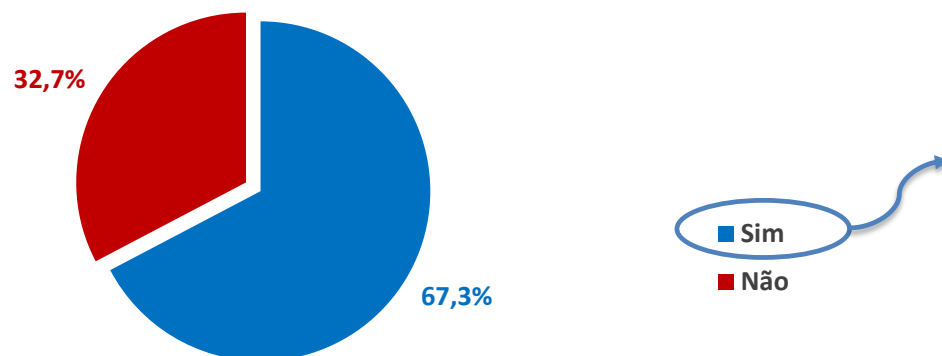
	1º/2018	2º/2018
Melhor que o semestre anterior	21,6%	22,9%
Igual ao semestre anterior	23,5%	22,0%
Pior que o semestre anterior	54,9%	55,1%

Percentual de alteração

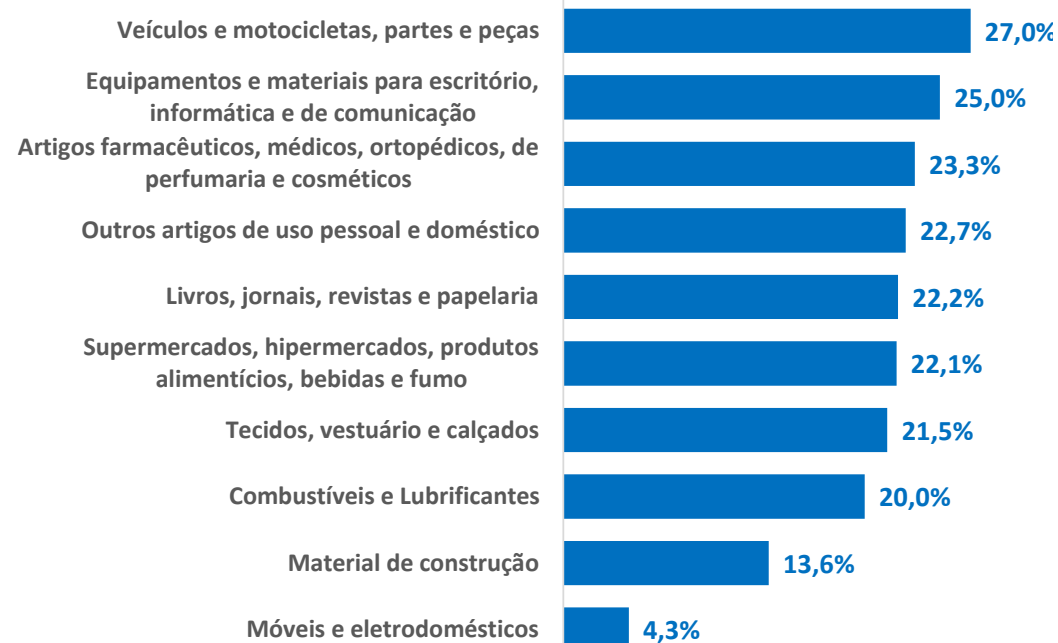


Expectativas para o volume de vendas

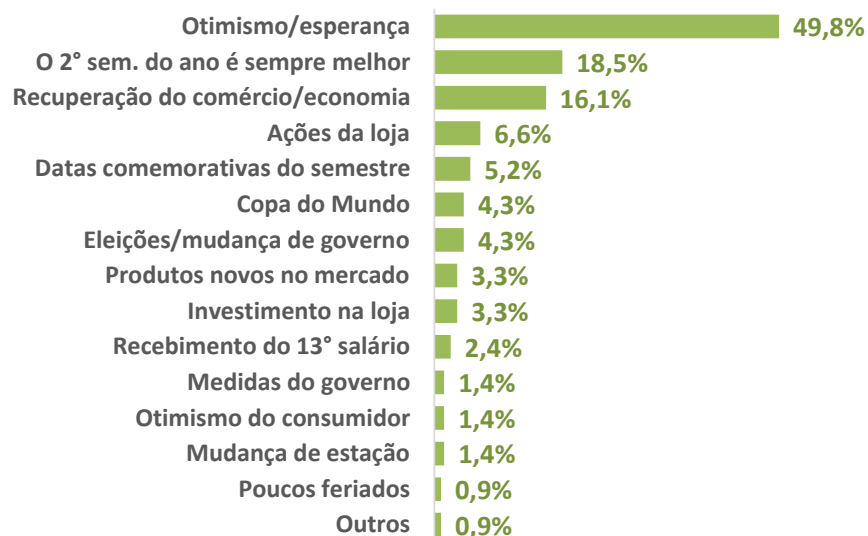
Acredita que as vendas neste semestre serão melhores que no primeiro?⁽¹⁾



Expectativas anteriores		
	1º/2018	2º/2018
Sim	78,9%	67,3%
Não	22,1%	32,7%



Motivo para vendas melhores ⁽¹⁾



Movidos, principalmente, pelo otimismo/esperança, 67,3% do comércio varejista do Estado acredita que o segundo semestre de 2018 será melhor do que o primeiro.

Os segmentos com melhores expectativas são: veículos e motocicletas, parte e peças (27%) e materiais para escritório, informática e de comunicação (25,0%).

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

Ações para o período

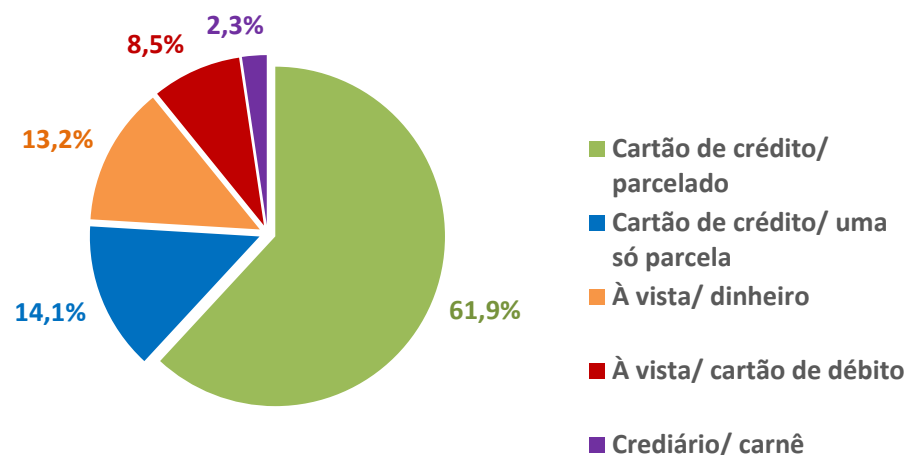
Medidas que a loja irá adotar para aumentar as vendas no semestre ⁽¹⁾



Motivos que podem dificultar as vendas no semestre ⁽¹⁾



Forma de pagamento que deverá sobressair no período



Para melhorar as vendas no período, os empresários prometem realizar promoções/liquidações (28,0%) e investir em ações de mídia/propaganda (26,1%).

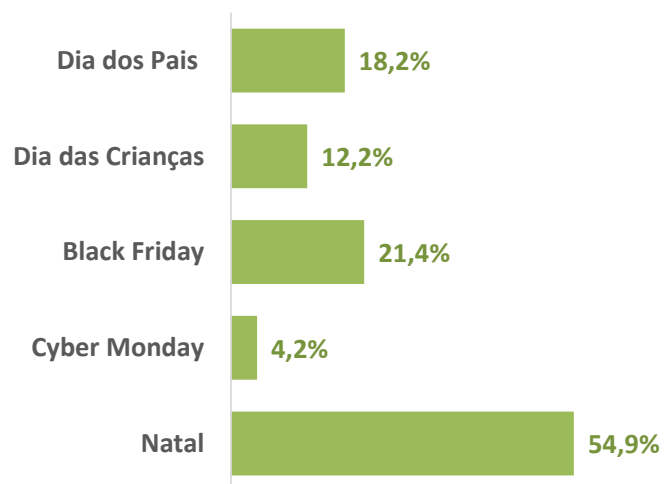
A crise econômica e/ou política (50,0%) e eventos como a Copa do Mundo, eleições e feriados (25,4%) foram apontados como os principais fatores que podem dificultar as vendas nos últimos seis meses do ano.

A forma de pagamento que deve sobressair no comércio é o cartão de crédito, modalidade apontada por 76,0% dos empresários.

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

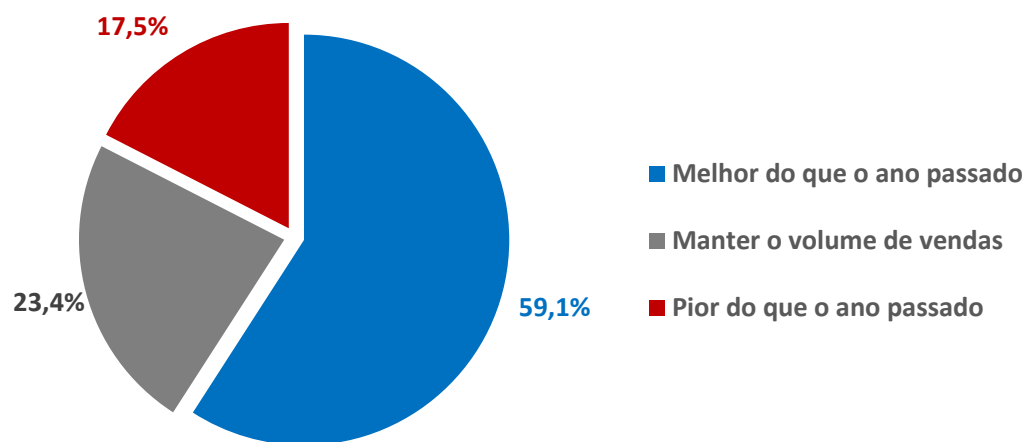
Datas comemorativas

Quais datas comemorativas apresentam impacto positivo para a sua loja? ⁽²⁾



Entre as datas do segundo semestre, o Natal é o que mais tem impacto positivo para o comércio (54,9%), seguida pela Black Friday (21,4%) e o Dia dos Pais (18,2%).

Expectativas de vendas



⁽²⁾Indica o percentual do número de empresas que são impactadas positivamente pela data.

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo *survey* telefônico, baseada em amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista de Belo Horizonte, Betim, Contagem e Uberlândia, cidades que tem maior impacto no Produto Interno Bruto (PIB) do Estado 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 11 e 15 de junho. Foram avaliadas 384 empresas, 96 em cada cidade, 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 Administrativa	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Bruno Alisson Batista Gomes
	Filipe de 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