

# Expectativa de vendas - 1º semestre de 2019

Opinião do Comércio Varejista de Minas Gerais



Área de Estudos Econômicos

  
**Fecomércio MG**  
Sesc | Senac

  
80 anos

## Expectativa de vendas - 1º semestre de 2019

Observar e entender como foram as vendas no segundo semestre de 2018 é fundamental para auxiliar o planejamento deste semestre, que contempla uma das mais importantes datas comemorativas para o comércio, o Dia das Mães. 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, estendendo-se 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 último semestre do ano de 2018 e para auxiliar e traçar um cenário empresarial para o primeiro semestre de 2019. A partir daí, pode-se obter um desenho estratégico para o comércio varejista.



**73,0% das empresas do comércio varejista acreditam que o primeiro semestre de 2019 será melhor que o segundo de 2018**

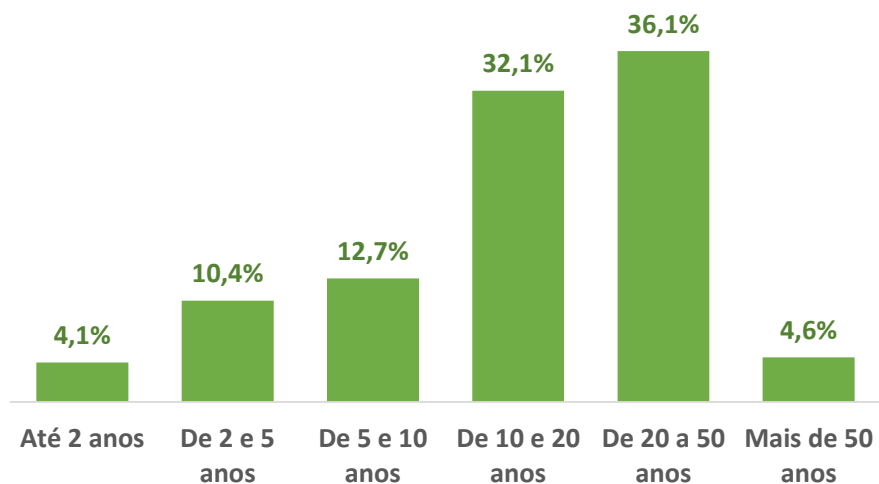
41,7% das empresas viram seu volume de vendas reduzir no segundo semestre de 2018 em relação ao mesmo período de 2017. Se comparado ao primeiro semestre do ano, 44,3% observaram aumento nas vendas.

Para minimizar os efeitos do cenário econômico desfavorável, é necessário que o empresário se planeje e atraia o consumidor. No primeiro semestre de 2019, 27,1% do comércio realizará ações promocionais e de liquidação, ao passo que 25,1% investirá em ações de mídia/propaganda.

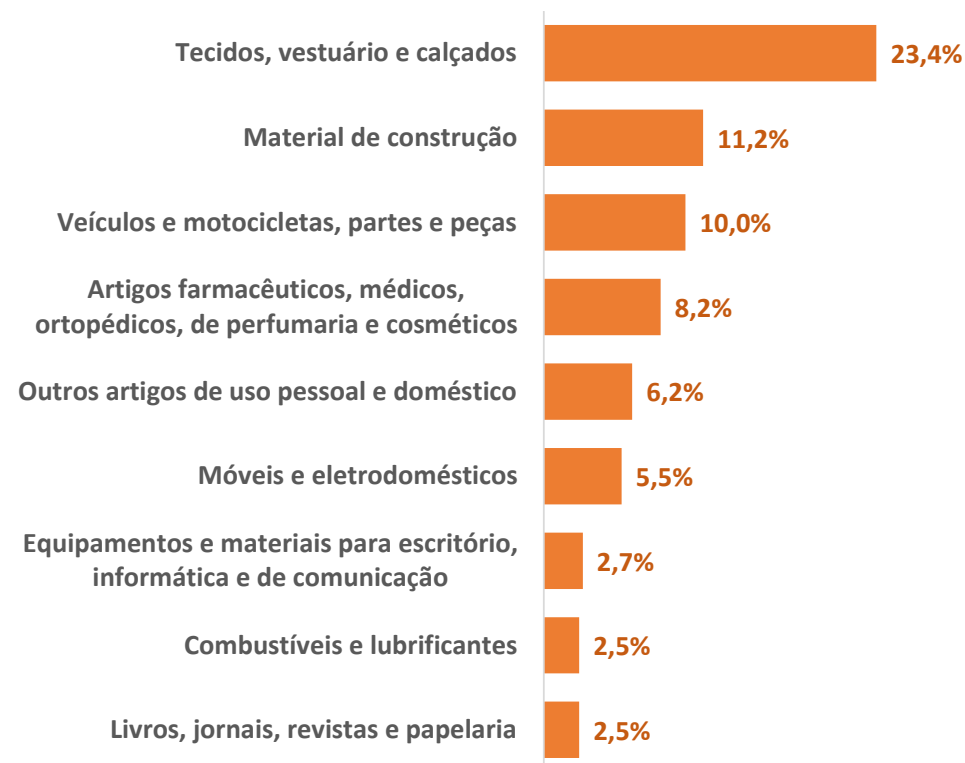
O Dia das Mães é a data comemorativa com mais impacto para o comércio no primeiro semestre. Ao todo, 43,0% serão impactados pelas vendas do período. Para datas como essa, 78,9% esperam vendas melhores que em 2018.

## Perfil das empresas

### Tempo de atuação da empresa



### Segmento da empresa

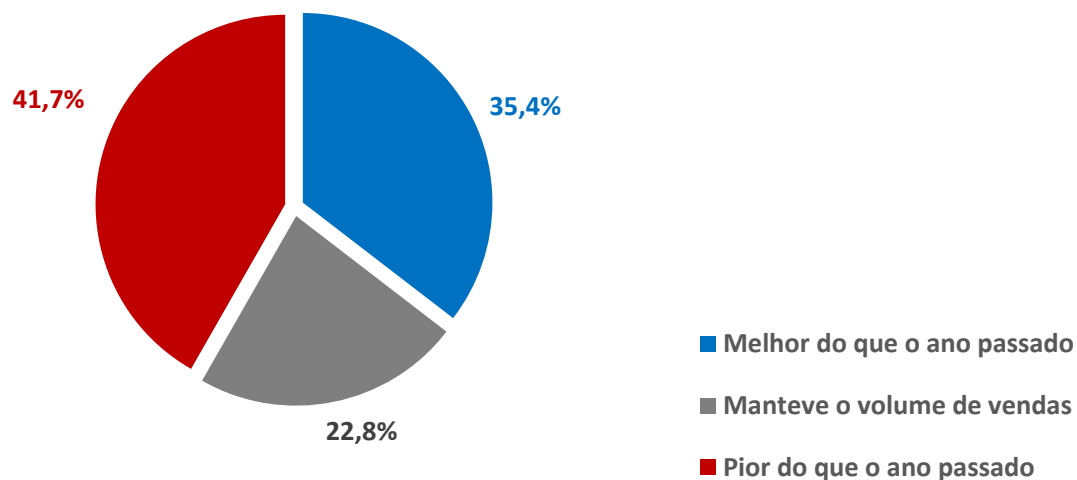


**70,9% das empresas possuem até nove empregados em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas.**

## Desempenho no semestre

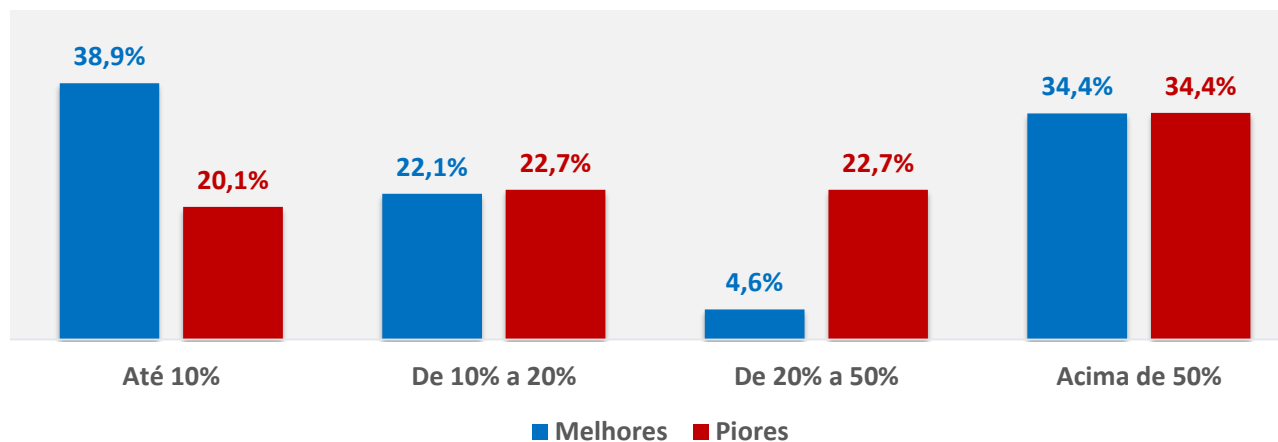
**Para 53,7% dos empresários, as vendas do semestre não alcançaram as expectativas**

Vendas no segundo semestre de 2018, em relação ao mesmo período do ano de 2017



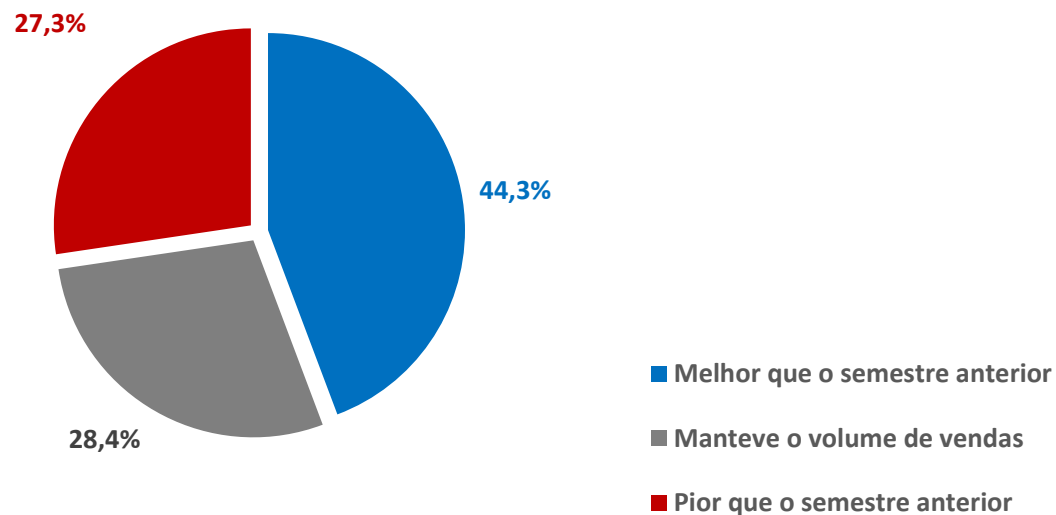
Para 41,7% das empresas, o segundo semestre de 2018 apresentou resultados piores, frente ao mesmo período do ano de 2017. Em mais de 57,1% das lojas que apresentaram tal resultado, a piora foi acima de 20%.

### Percentual de alteração



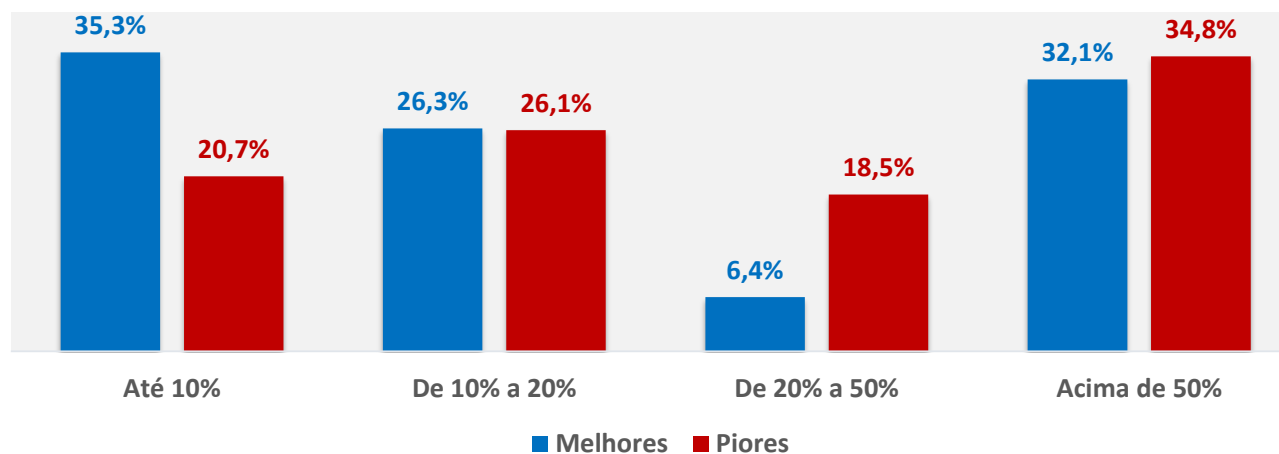
## Desempenho no semestre

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



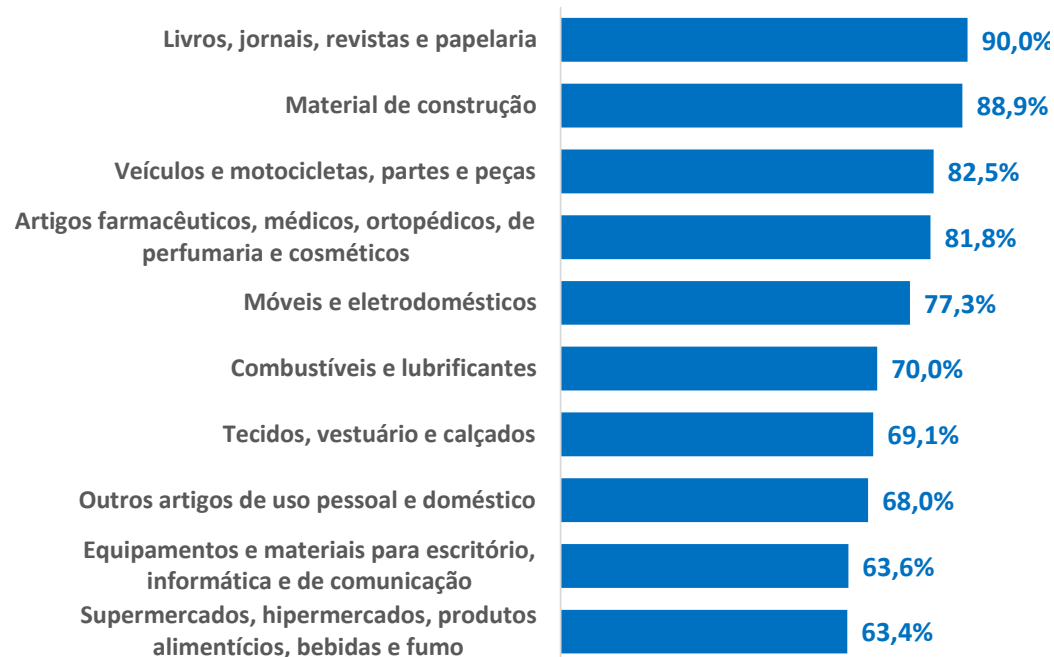
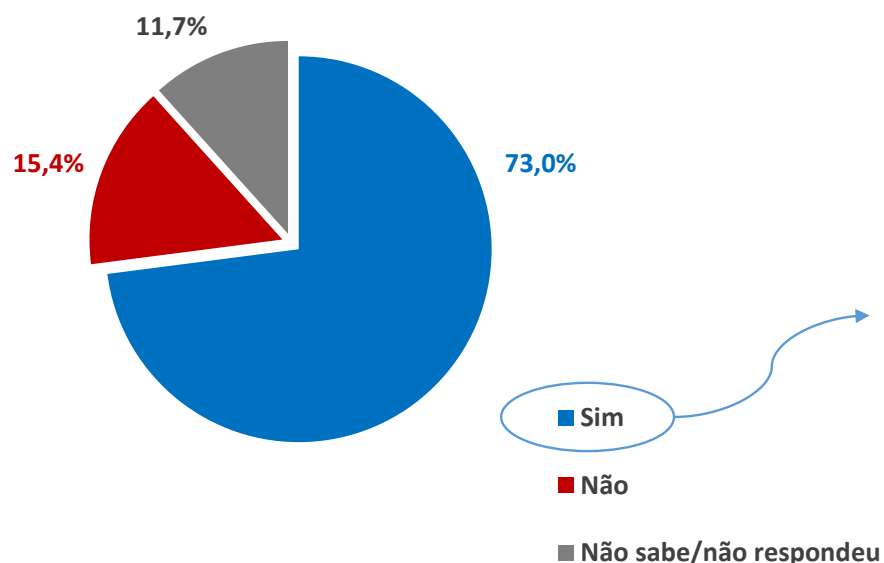
De acordo com 44,3% dos empresários, as vendas no segundo semestre de 2018 foram melhores que no primeiro. Para 35,3% deles a variação foi de até 10%.

### Percentual de alteração

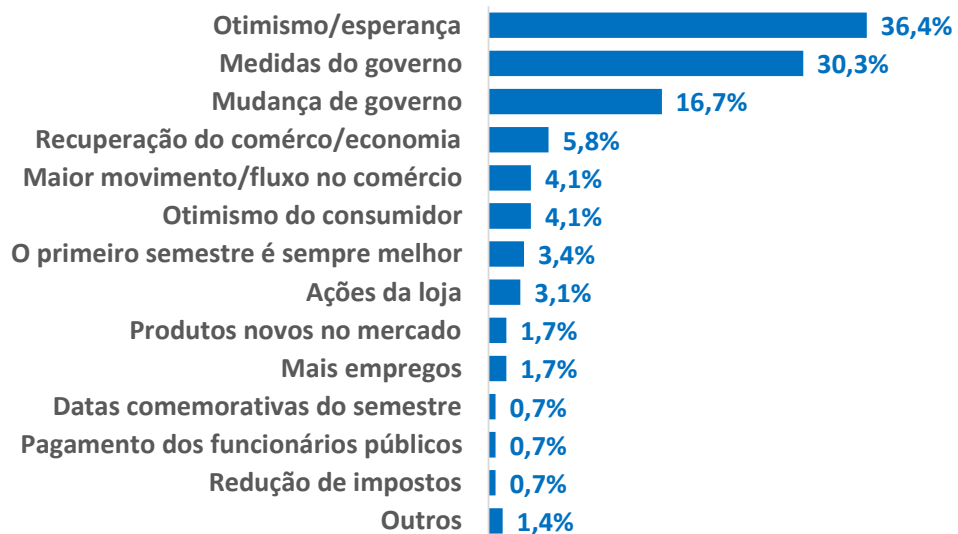


## Expectativas para o volume de vendas

Acredita que as vendas neste semestre serão melhores que no segundo de 2018?<sup>(1)</sup>



Motivo para vendas melhores<sup>(1)</sup>



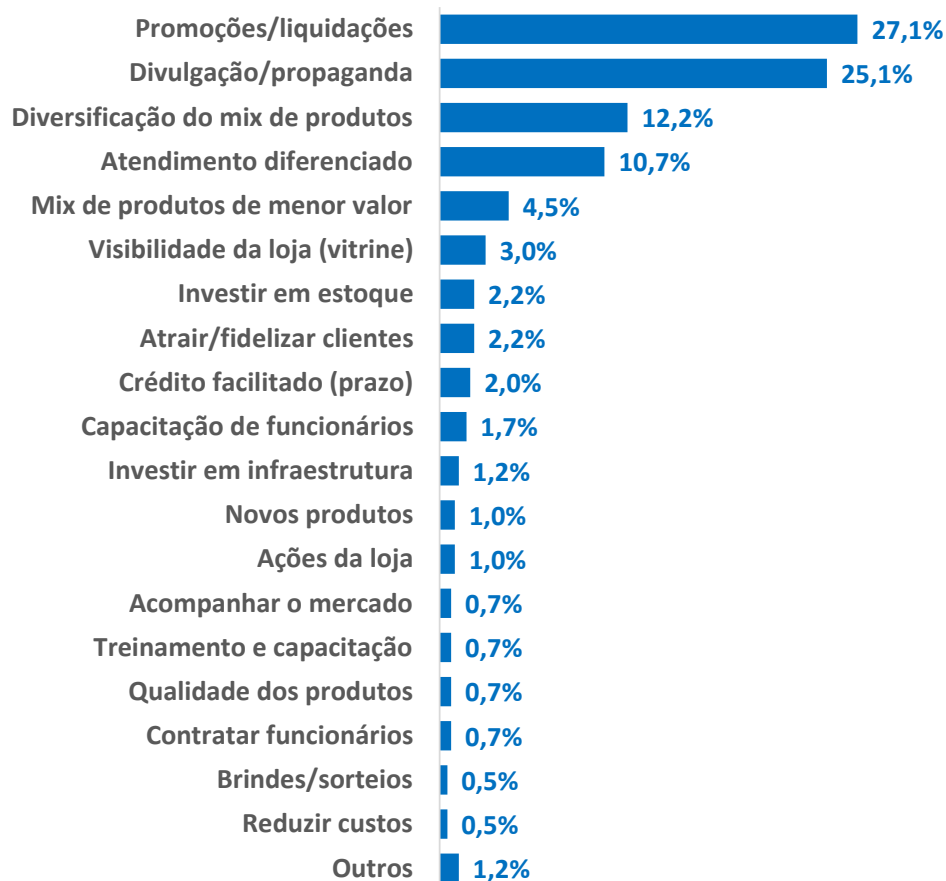
Movidos, principalmente, pelo otimismo e esperança e pelas medidas propostas pelo governo, 39,8% do comércio varejista da cidade acredita que o primeiro semestre de 2019 será melhor do que o segundo de 2018.

Os segmentos com melhores expectativas são: livros, jornais, revistas e papelaria (90,0%) e material de construção (88,9%).

<sup>(1)</sup>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 <sup>(1)</sup>



### Motivos que podem dificultar as vendas no semestre <sup>(1)</sup>



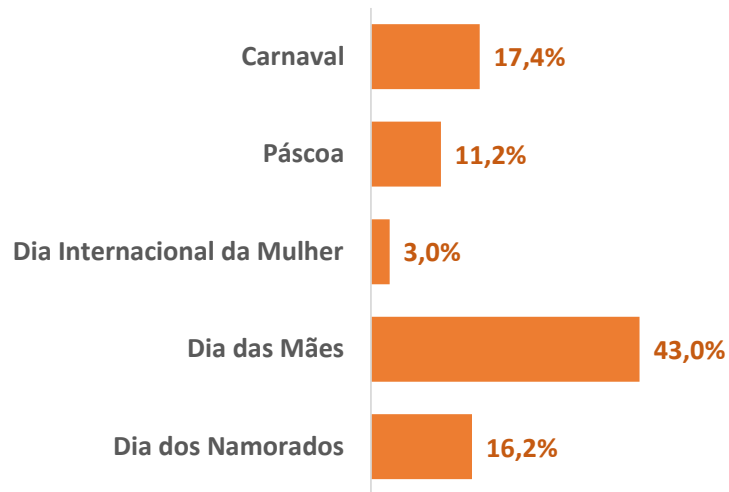
Para melhorar as vendas no período, os empresários prometem realizar promoções/liquidações (27,1%) e investir em ações de mídia/propaganda (25,1%).

O momento econômico do país (15,9%) e o desemprego e a falta de dinheiro e crédito para os consumidores (14,2%) foram apontados como fatores que podem dificultar as vendas nos primeiros seis meses do ano.

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

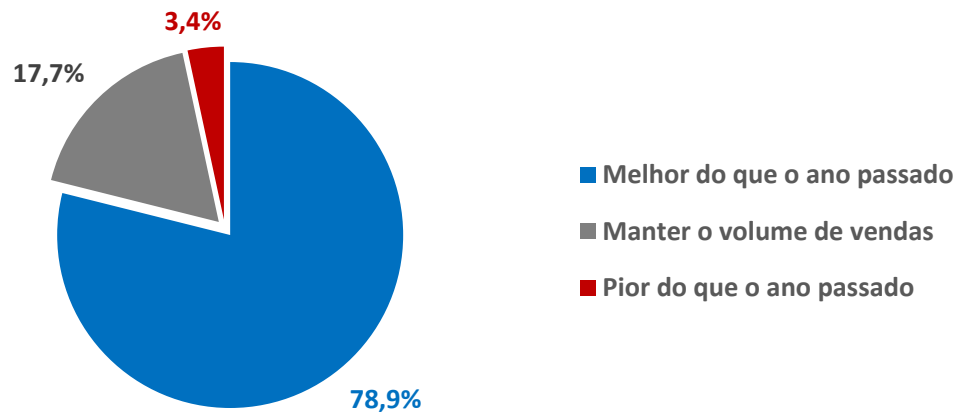
## Datas comemorativas

Quais datas comemorativas apresentam impacto positivo para a sua loja? <sup>(2)</sup>

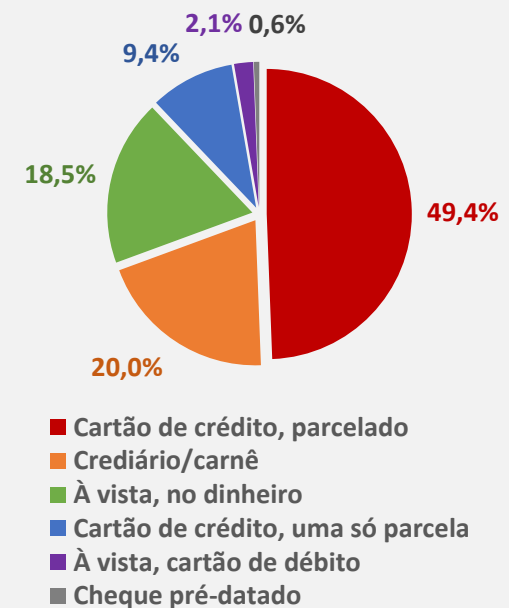


Entre as datas comemorativas do primeiro semestre, o Dia das Mães é a que mais tem impacto positivo para o comércio (38,5%), seguida pelo Carnaval (16,9%) e o Dia dos Namorados (16,4%).

Qual a sua expectativa para as vendas nessas datas?



Compras pelo cartão de crédito devem sobressair no primeiro semestre



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



## Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra do comércio varejista 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 2 e 14 de janeiro de 2019. Foram avaliadas 402 empresas, sendo pelo menos 40 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%.

### 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
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