

Como o varejo de roupas enfrenta o tempo instável e as amplitudes térmicas

Com as temperaturas oscilando drasticamente em curtos períodos, lojistas enfrentam dificuldades para prever a demanda por produtos sazonais

Em um dia, consumidores podem procurar roupas de inverno, como casacos e cachecóis, e no dia seguinte, com a mudança do clima, perguntar por camisetas e roupas leves. Essa imprevisibilidade climática exige que os varejistas mantenham estoques diversos e flexíveis, prontos para atender às necessidades imediatas dos clientes.



Dias de muito frio não devem ser o padrão para o inverno deste ano, conforme informações do Climatempo. Mesmo assim, as perspectivas para a temporada outono-inverno de 2024 são positivas, considerando a instabilidade climática. O varejo de vestuário no Brasil deve alcançar a marca de 2,1 bilhões de peças vendidas no outono-inverno, um crescimento de 2,8% em relação a 2023, segundo projeções do IEMI - Inteligência de Mercado.

Também se espera que o setor atinja um faturamento de R\$ 99,6 bilhões em 2024, em valores nominais, um aumento de 5,5% em comparação com o total registrado em 2023. Entretanto, com dias quentes

em pleno inverno, a gestão de estoque torna-se crítica. Segundo William Santos, diretor comercial da VarejOnline, especializada em tecnologia para gestão de lojas, franquias e pontos de venda, os varejistas precisam equilibrar a quantidade de produtos de diferentes estações para evitar tanto a falta de mercadorias, o que pode levar a promoções forçadas e prejuízos financeiros.

vendas de roupas de inverno, enquanto um dia quente pode ver uma explosão de promoções de roupas de verão.

William afirma que as variações climáticas imprevisíveis estão forçando o varejo físico a se tornar mais ágil e tecnológico. Para ele, a preocupação dos negócios não se limita à chegada de um inverno tardio, mas também escancara a realidade cruel das instabilidades climáticas — segundo um relatório divulgado pelo Banco Mundial em maio de 2023, eventos relacionados ao clima podem levar de 800 mil a 3 milhões de brasileiros à pobreza extrema a partir de 2030.

“A capacidade de adaptar rapidamente as ofertas de produtos, a logística e as estratégias de marketing em resposta ao clima é crucial para manter a competitividade e a lucratividade no setor. Com a mudança global projetada para continuar causando flutuações climáticas, essa adaptabilidade é uma necessidade para a prosperidade do mercado varejista”, conclui o especialista. - Fonte e outras informações: (<https://varejonline.com.br>).

O que esperar economicamente deste segundo semestre?

João Victorino (*)

O primeiro semestre de 2024 chegou ao fim, e agora estamos oficialmente na segunda metade do ano

É natural que alguns planos tenham se concretizado, enquanto outros talvez não tenham saído como esperado. Mas, quando o assunto é a situação econômica do Brasil, o que podemos esperar para os próximos seis meses?

Segundo dados divulgados pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), as novas projeções posicionam o Brasil como a 8ª maior economia global em 2024. Este avanço decorre de uma previsão de crescimento de 2,2% no PIB, refletindo um ritmo de expansão estável. Tal crescimento é impulsionado pelos setores de comércio, serviços e agropecuária, além do aumento dos investimentos e do consumo das famílias, favorecidos pela redução da taxa Selic e pela queda na taxa de desemprego.

No entanto, apesar das últimas quedas da taxa Selic, o nível atual dos juros básicos no país ainda é impeditivo para quem pensa em tomar risco, empreender ou iniciar uma atividade empresarial. Afinal, apenas deixando o dinheiro parado, rende inflação (IPCA) e mais 6,4% ao ano. A atividade empreendedora precisa realmente ter uma rentabilidade muito atrativa para que o investidor decida correr o risco. É urgente que os juros continuem a cair de modo saudável, sem puxá-lo à força.

E para que os juros continuem a cair, é preciso que todos os agentes econômicos tenham confiança na autoridade monetária, e que as expectativas de inflação estejam, no jargão dos especialistas, “ancoradas”. Isso significa que estas devem convergir para uma determinada banda de oscilação, sem maiores surpresas, o que acalma os ânimos e favorece a criação de um ambiente em que mais pessoas estejam confiantes em investir por aqui no longo prazo, visto que seus investimentos não serão corroídos pela inflação.

Devemos prestar muita atenção à situação econômica atual e considerar como seremos afetados como cidadãos. Muitas questões econômicas podem parecer irrelevantes para o nosso dia a dia, mas ao analisá-las mais de perto, percebemos seus impactos inevitáveis. Um exemplo disso é a balança comercial, que este ano apresenta mais importações e menos exportações, em comparação com o ano anterior.

Outro fato que evidencia esta preocupação está nos preços dos alimentos, que haviam recuado em 2023, mas devem voltar a sofrer com a inflação. Isso acontece devido aos eventos climáticos adversos pelo país e pelo mundo, especialmente com a tragédia das chuvas que acometeram o Rio Grande do Sul. O Boletim Focus destaca um aumento do preço desses produtos em uma intensidade superior à da inflação geral, que deve encerrar o ano em torno de 3,96%.

Além disso, também temos a questão envolvendo o aumento do dólar, que afeta diretamente os nossos índices internos de inflação e acaba sendo, novamente, refletido no cotidiano das pessoas. Com o aumento do dólar, poderemos sentir impactos nos preços de produtos importados, nos custos de produção das empresas e também nas expectativas inflacionárias. E quem planeja viajar ao exterior ou fazer intercâmbios para fora do país, enfrenta outro desafio, que é a desvalorização do real.

Resumindo, são muitas variáveis para se dar conta. Portanto, se você não tem um plano financeiro bem estruturado e adaptado à sua realidade, é muito mais provável que você se perca nessa vastidão de notícias e acontecimentos, que se tornam meros ruídos em janelas de tempo mais longas. Por isso, monte seu planejamento (ou revise o que você já possui), pensando na necessidade de investir, sempre olhando para o longo prazo.

(*) - É administrador de empresas, professor de MBA do Ibmec e especialista em finanças pessoais. Idealizou e lidera o canal A Hora do Dinheiro com conteúdo gratuito (<https://ahoradodinheiro.com.br/>).

Cinco dicas para melhorar a confiança e aumentar suas vendas

Enfrentar os problemas mais comuns ao transformar sua produção artesanal em um pequeno negócio pode ser o antídoto para você transformar aquela insegurança inicial em confiança na hora de vender seu produto ou serviço.

“Saber qual é o problema do seu cliente, entender como você pode resolver e valorizar o diferencial que você entrega são os primeiros passos para elevar sua confiança”, destaca o Vice-Presidente da eduK, Ivan Pereira. À frente da operação da eduK, plataforma de geração de renda que ajudou 100 mil pessoas a gerar renda em 2022 e impactou 9 milhões em dez anos de história, o empresário compartilha as cinco dicas abaixo:

- **Conheça bem seu produto e serviço** - Quanto mais você conhecer sobre o seu produto e serviço, mais confiança terá para apresentá-lo ou defendê-lo. Da matéria-prima para fazê-lo até o processo de produção e embalagem.
- **Conheça e entenda bem seus clientes** - Conhecendo seu cliente, você saberá o que oferecer a ele e não forçar uma venda apenas para lucrar. Assim, você terá um cliente satisfeito e que confiará em suas próximas indicações. Essa dica, além de mais segurança, também fideliza o cliente.
- **Ofereça soluções a eles** - Seu produto ou serviço é uma solução que seu cliente precisa. Saber quais são as principais questões que seus produtos resolvem é de extrema importância para sua confiança e para o aumento de suas vendas.



- **Seja profissional nas etapas do seu serviço** - Tenha modelos para chegar nos preços, nos prazos de entrega e um catálogo de produtos. Também tenha modelos para informar aos clientes. É trabalhoso, mas, depois da primeira vez, você poderá replicar isso com outros clientes, alterando apenas as informações necessárias.
- **Aprenda com cada venda** - Toda venda traz um resultado, positivo ou negativo. Esse é o momento de analisar o que foi feito de bom para repetir com outros clientes ou, as partes ruins, para saber evitar na próxima vez em que isso acontecer. - Fonte e mais informações: (<https://app.eduk.com.br/>).