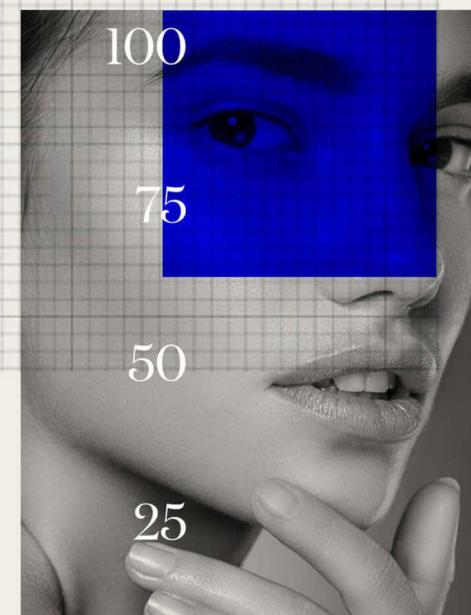


pesquisa
os impactos da
Covid na cadeia da
MODA

1ª edição



agosto/setembro 2020



SEBRAE

Tipo de pesquisa:
*quantitativa por meio de
formulário online (web survey).*

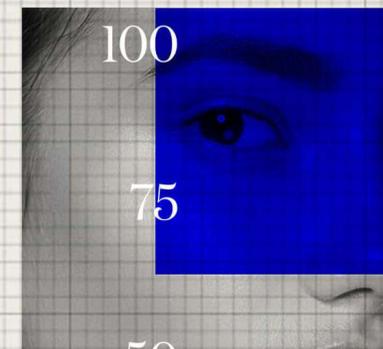
Período de realização: *27/ago./2020 a
09/set./2020*
Universo: *1,9mi de negócios*

Os dados foram ponderados por região e porte para melhor representar o universo

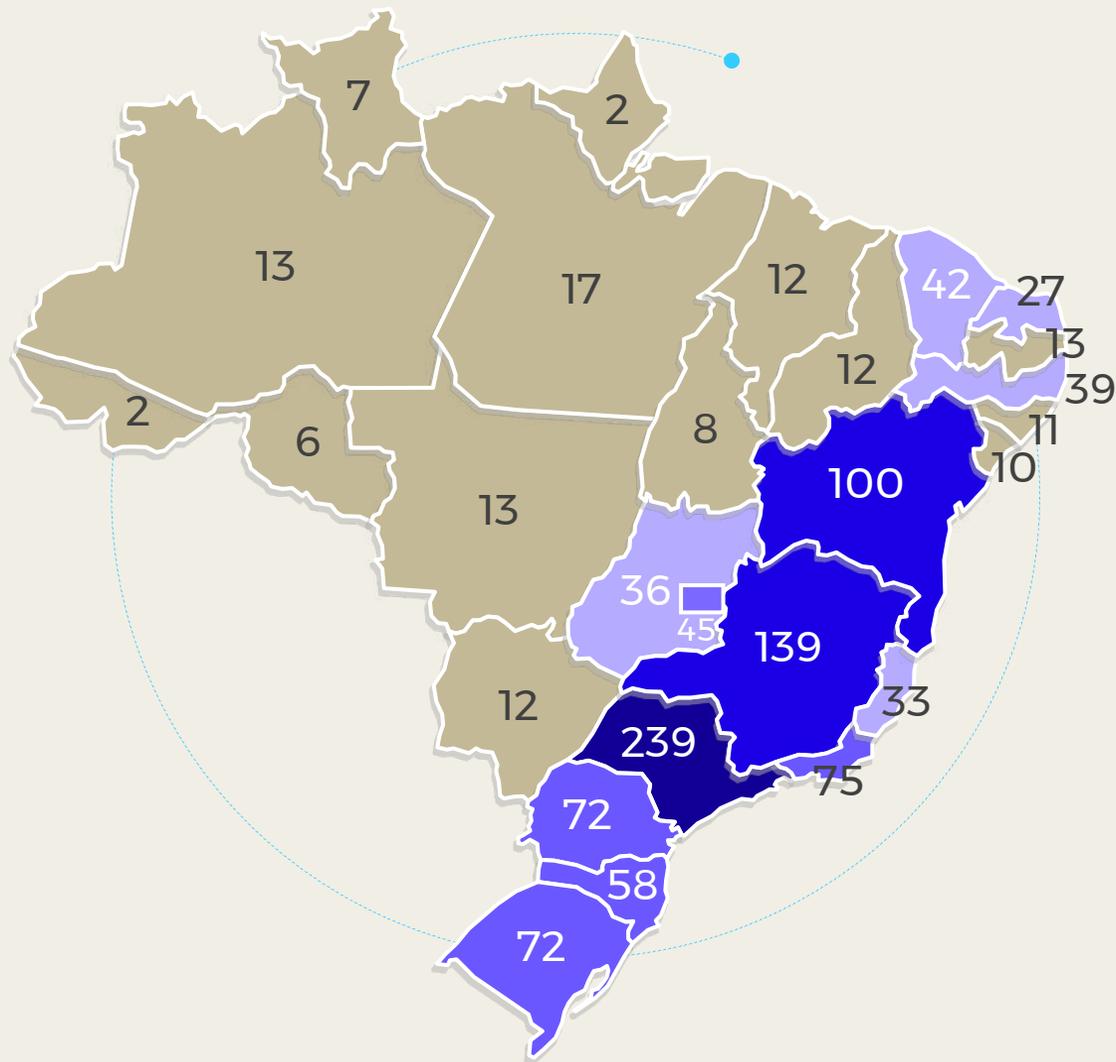
Amostra: *1.090 empresários formais de negócios da moda dos 26 estados e DF.*

Erro amostral é de *+/- 3%*.
Intervalo de confiança é de *95%*.

Para comparação com outros setores, foram utilizados os dados da 7ª edição da Pesquisa Impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios, com coleta entre 27 e 31 de agosto (datasebrae.com.br/covid)



Quantos
SOMOS?
1090
EMPRESÁRIOS

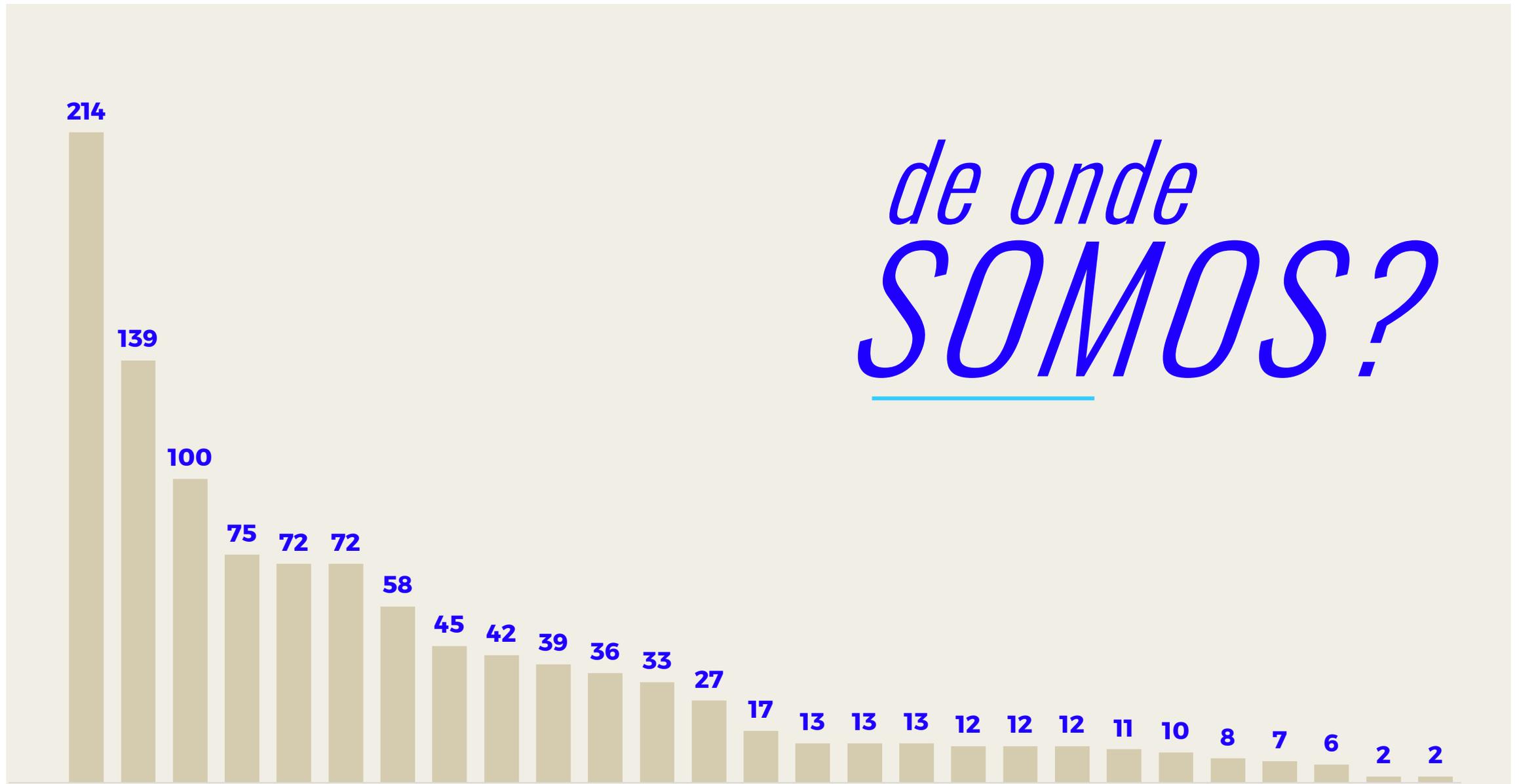


de onde
SOMOS?

26

ESTADOS + DF

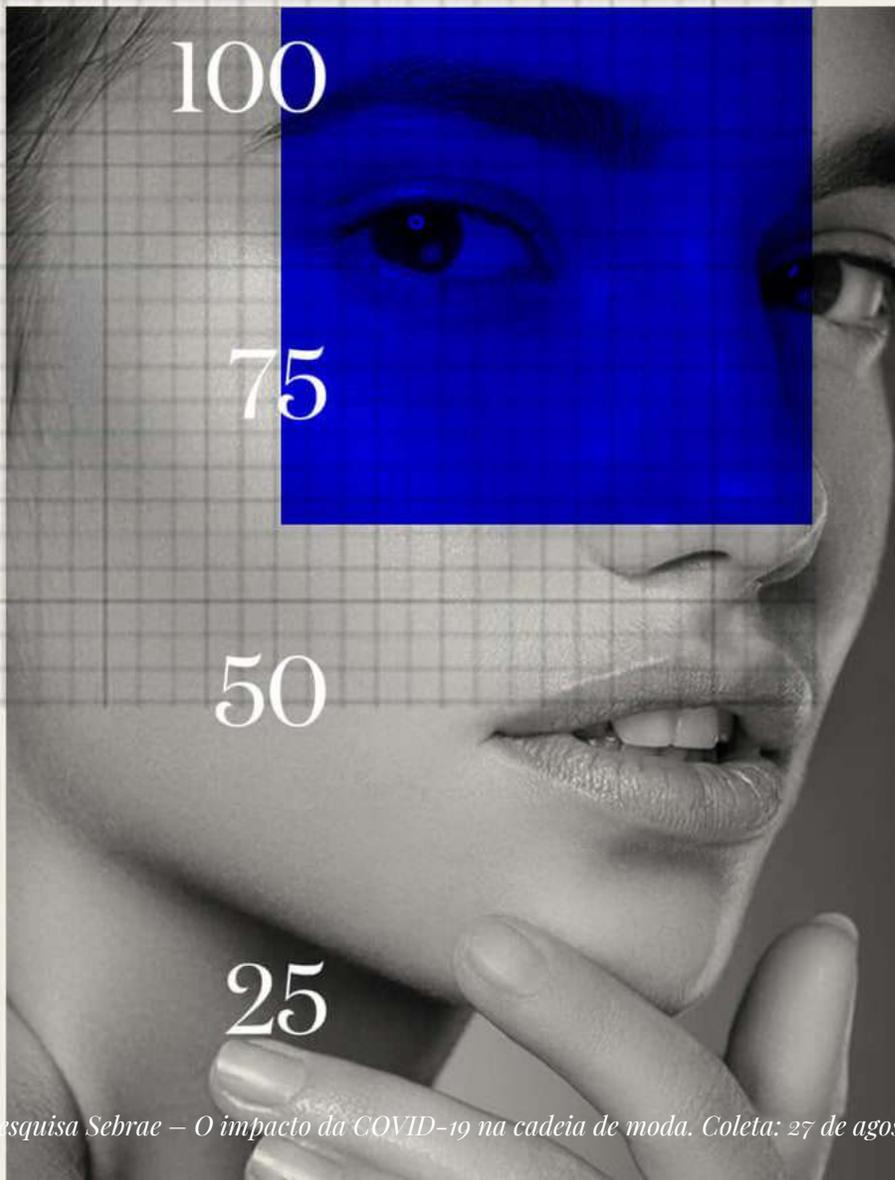
de onde
SOMOS?



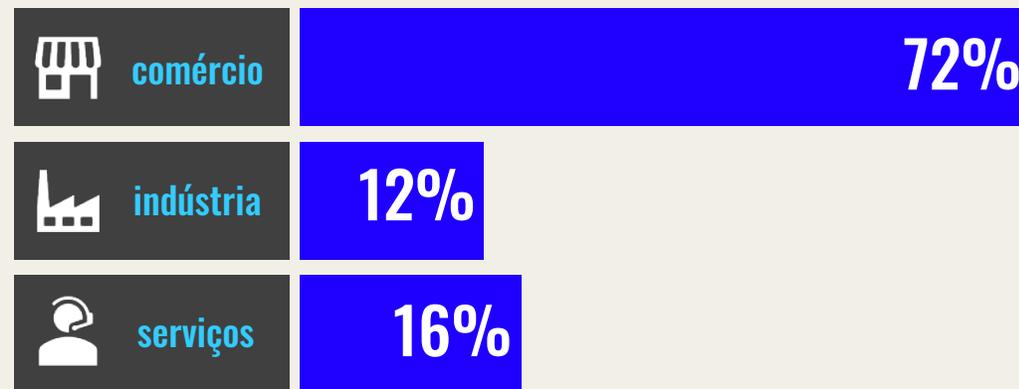
SP MG BA RJ PR RS SC DF CE PE GO ES RN PA AM MT PB MA MS PI AL SE TO RR RO AC AP

Fonte: Pesquisa Sebrae – O impacto da COVID-19 na cadeia de moda. Coleta: 27 de agosto a 9 de setembro.

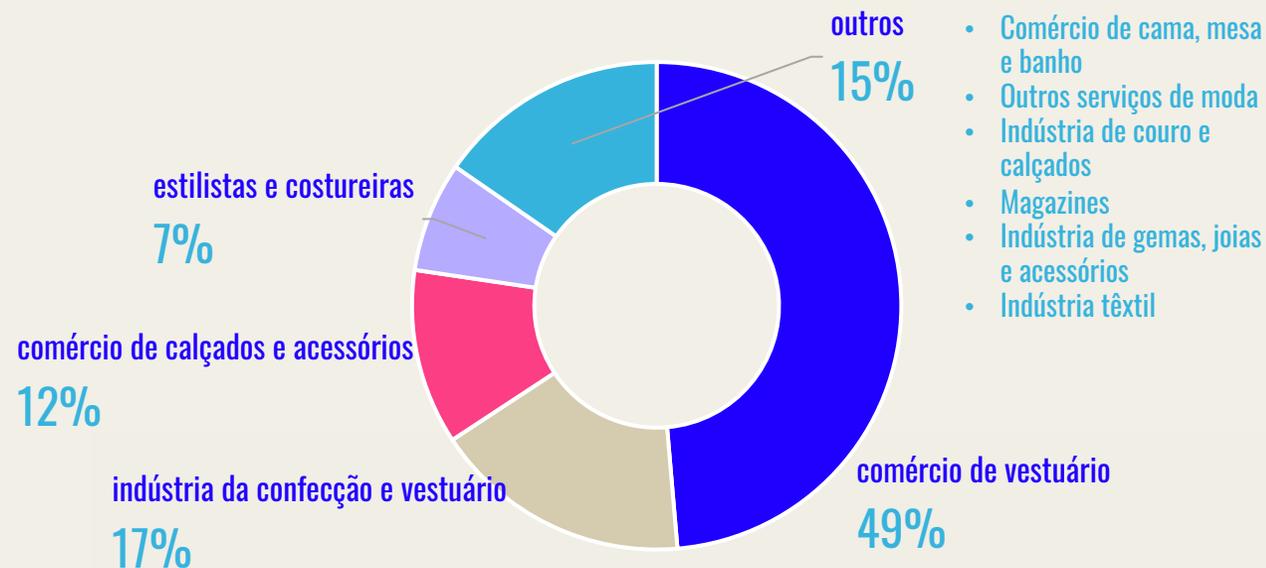
PERFIL



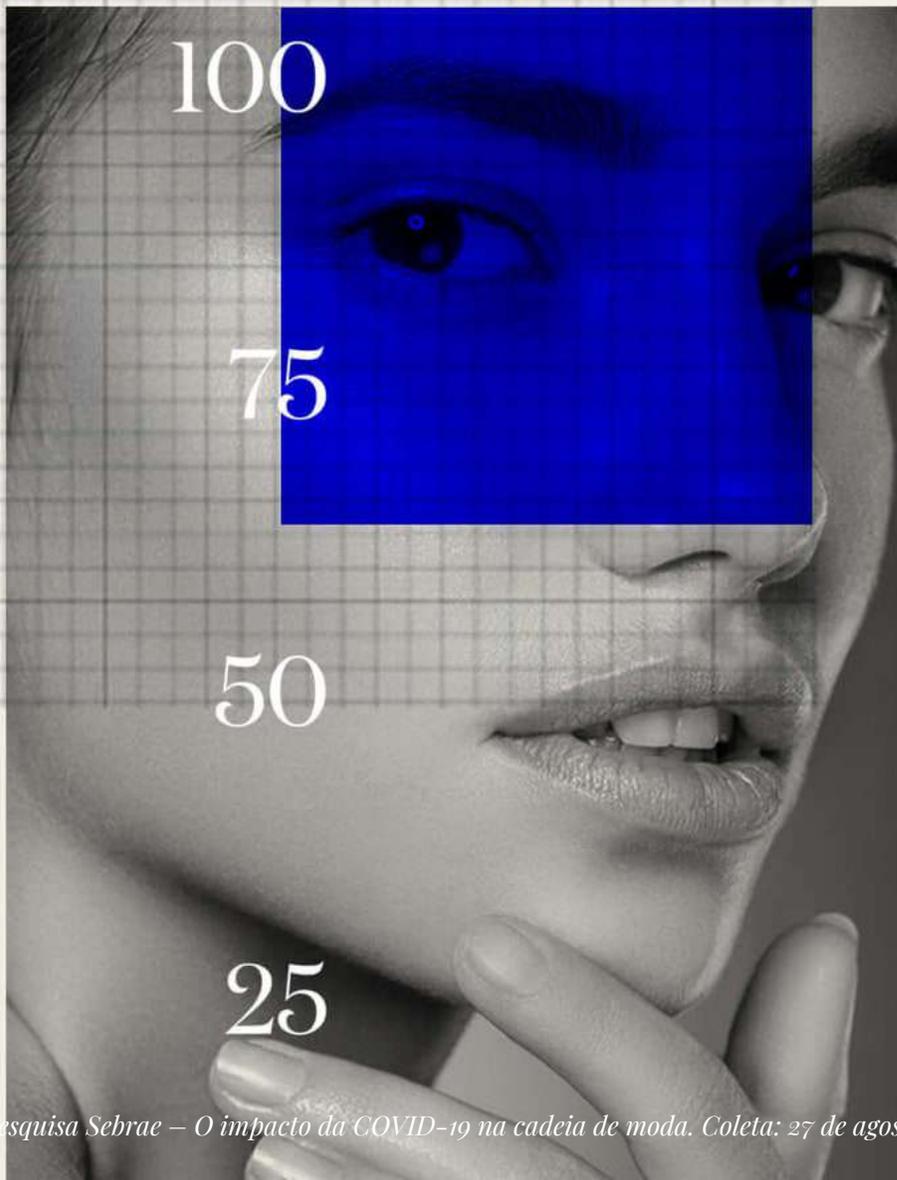
distribuição por setor:



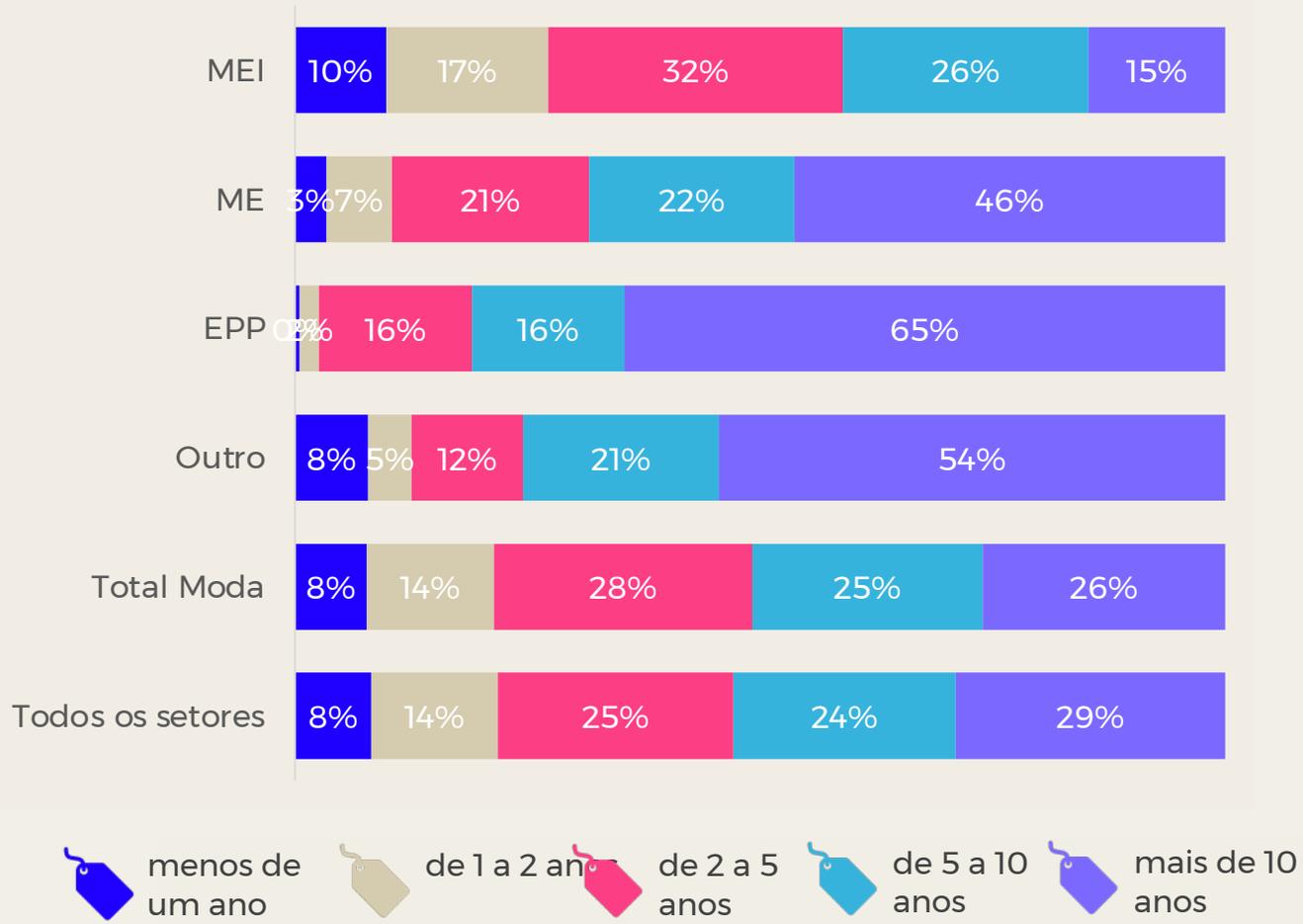
distribuição por tipo de negócio:



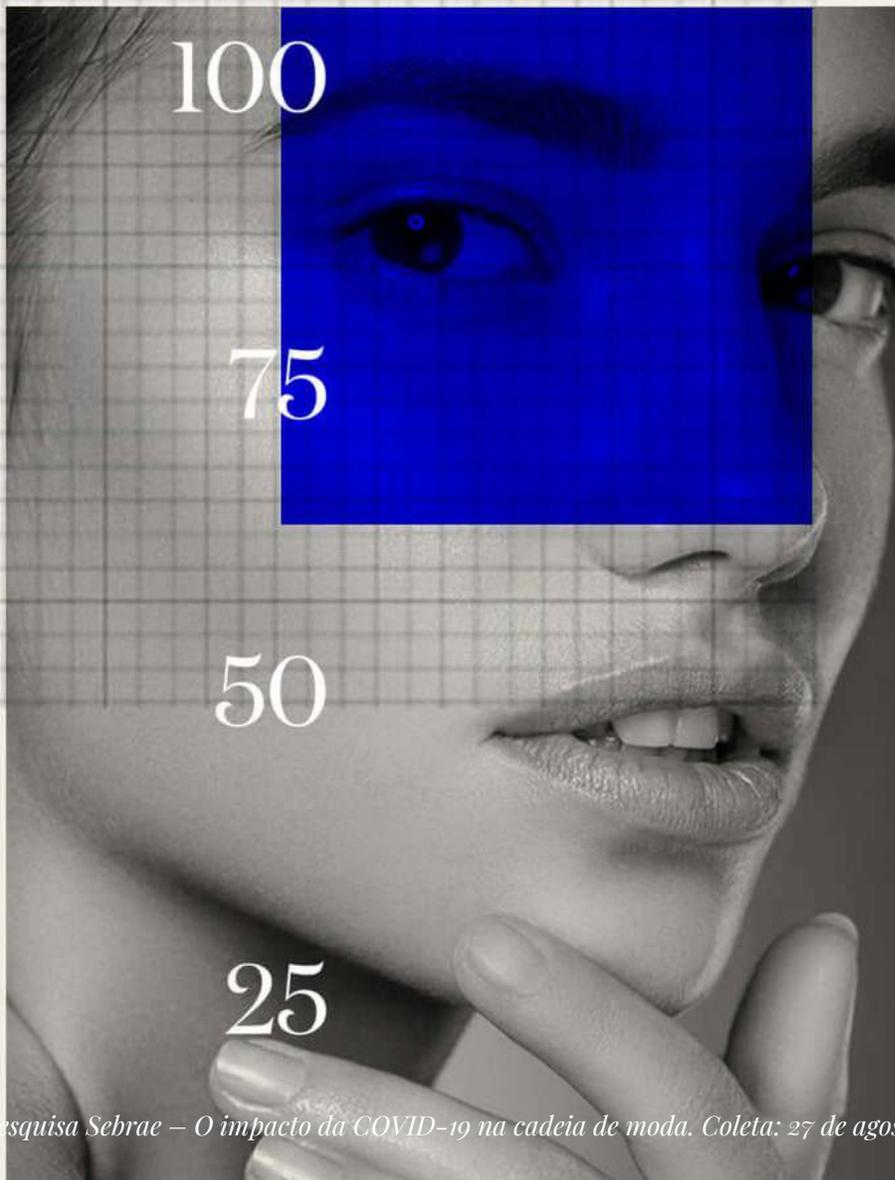
PERFIL



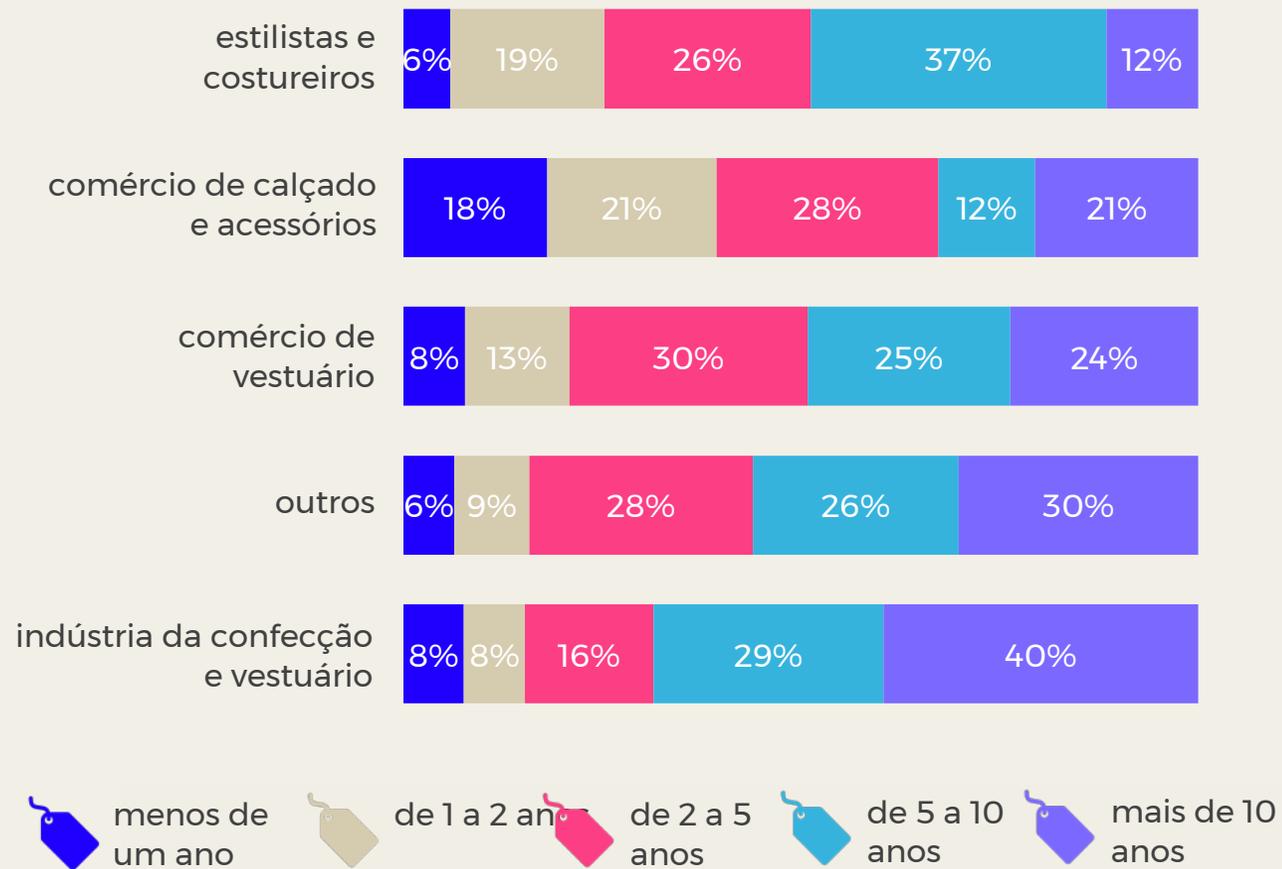
quanto tempo tem o seu negócio?
por porte:



PERFIL



quanto tempo tem o seu negócio?
por subsegmento:



PERFIL

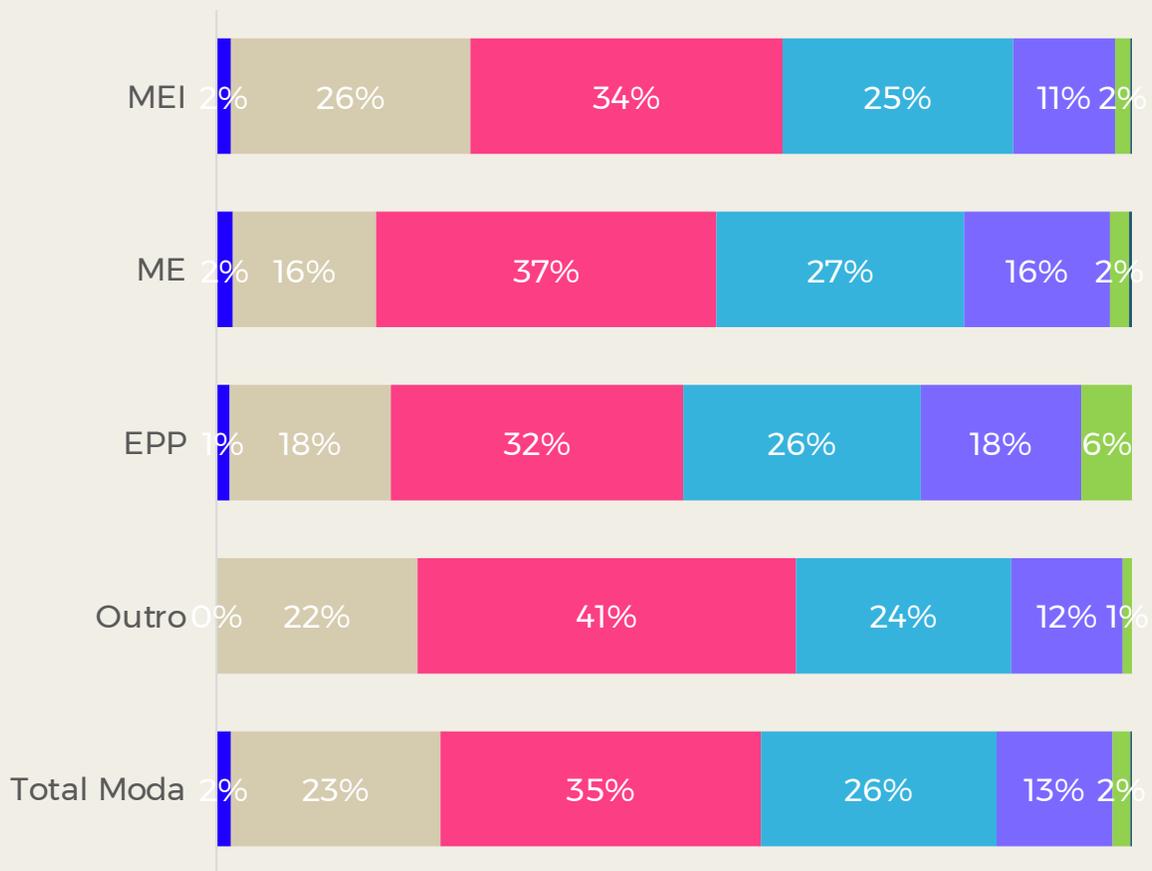
distribuição por subsegmento ou nicho de mercado:

30%
DAS EMPRESAS
atuam em mais de um nicho



PERFIL

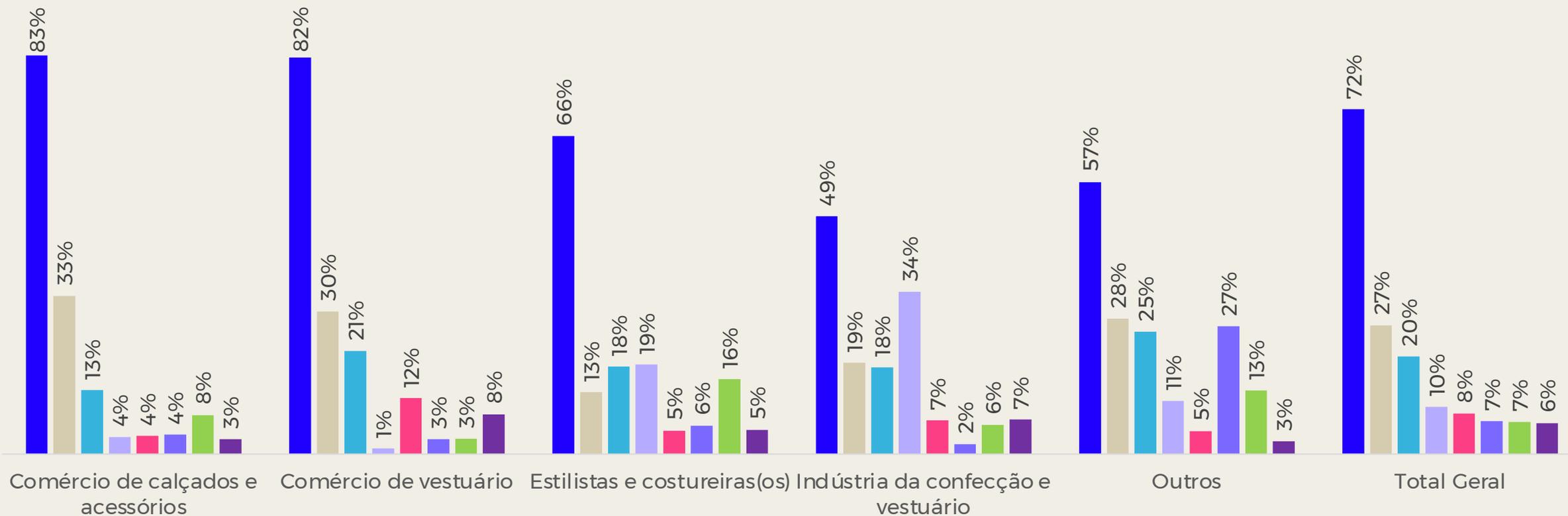
qual a idade dos empresários?



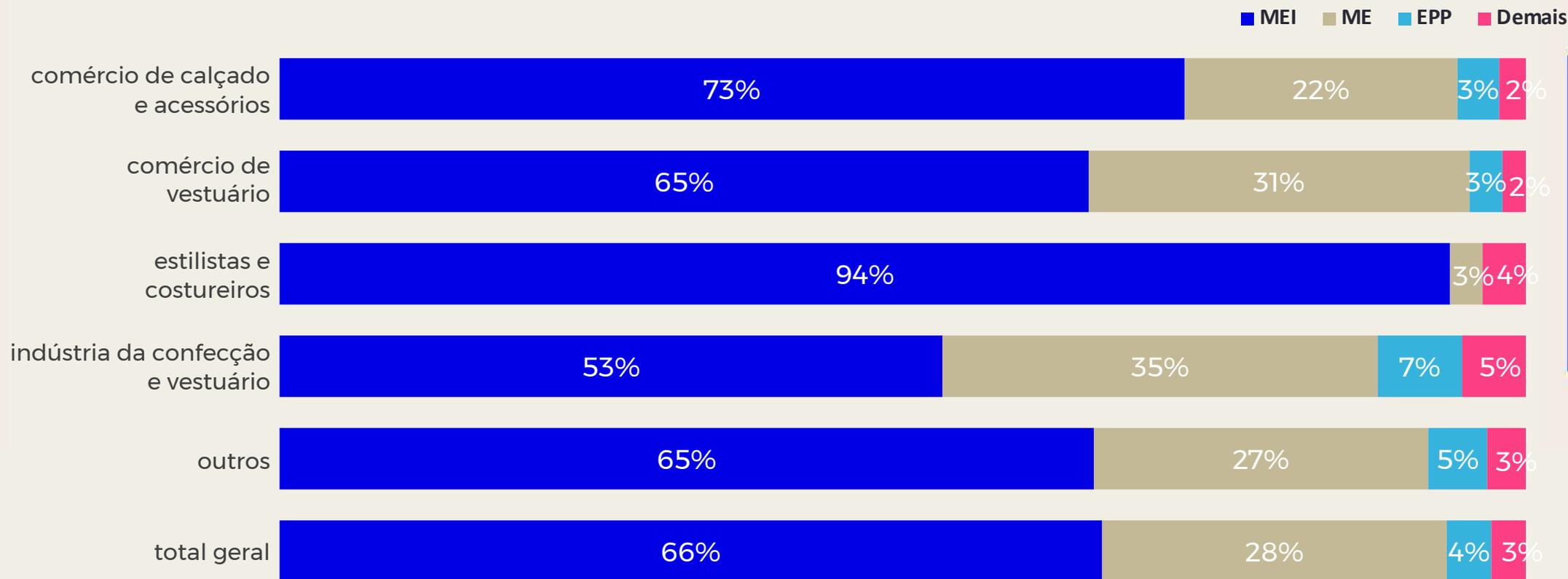
60%
dos empresários
tem menos de 45 anos

PERFIL

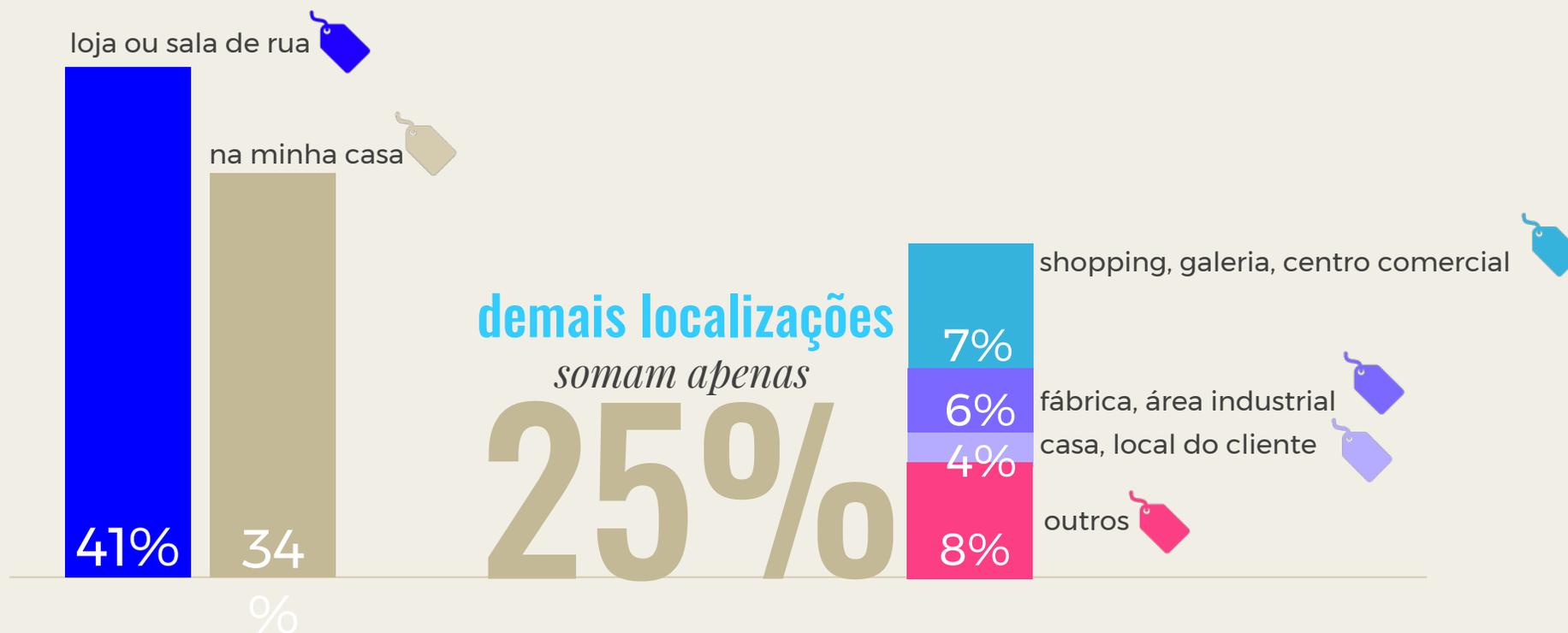
distribuição por setores X segmentos:



2/3 do setor é formado por MEIs



75% das empresas estão em lojas de rua ou no domicílio

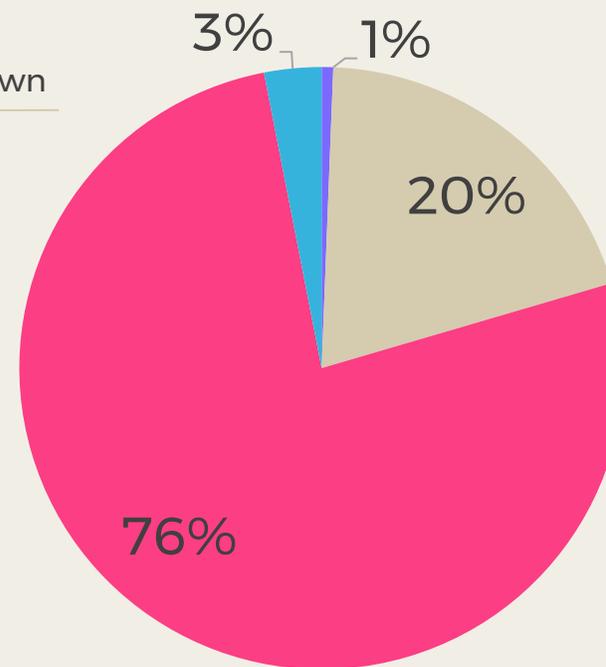


mais de ¾ dos empresários estão em municípios sem restrição de movimento

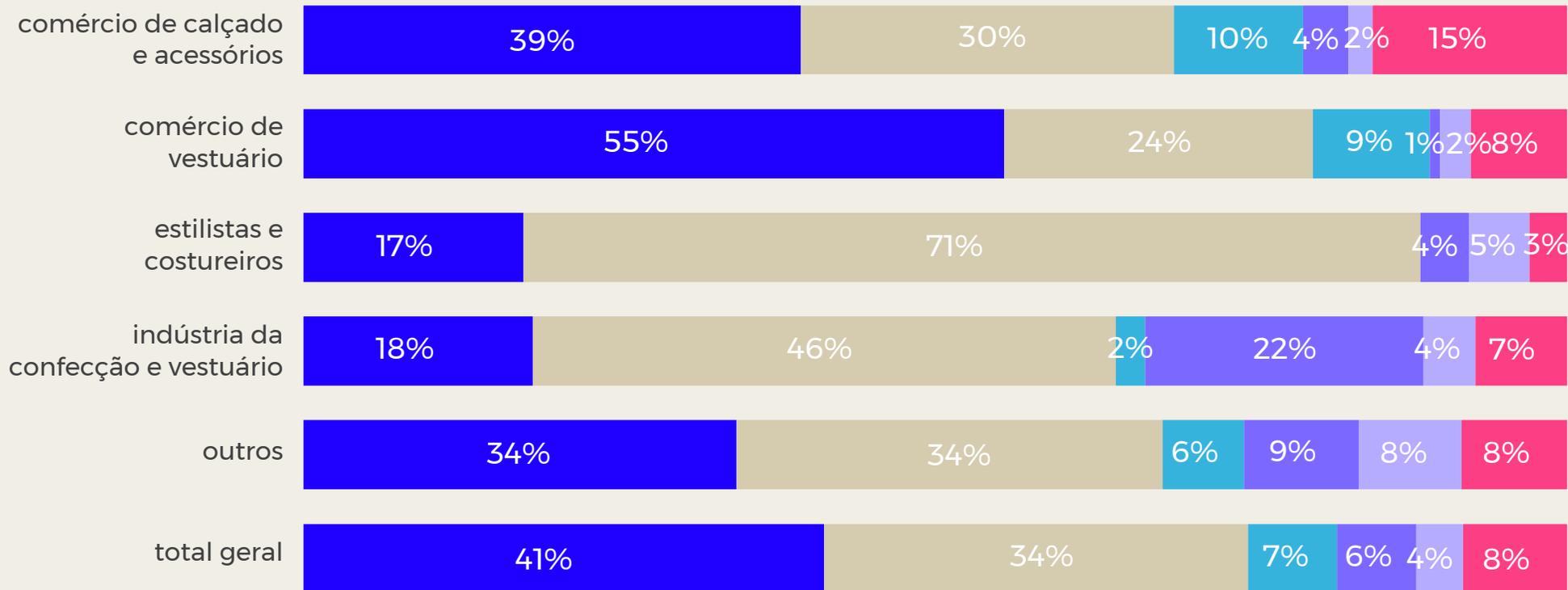
 em processo de reabertura ou reaberto  quarentena  não teve restrição  lockdown

estão abertos
ou em processo
de reabertura

76%



qual a localização do seu negócio?





com a reabertura

84%

*dos pequenos
negócios estão em
funcionamento*



4%

*dos negócios
fecharam a empresa
de vez*



sua empresa mudou o funcionamento com a crise?

ordenado por menor % de interrupção ou fechamento



estamos funcionando da mesma forma que antes da crise



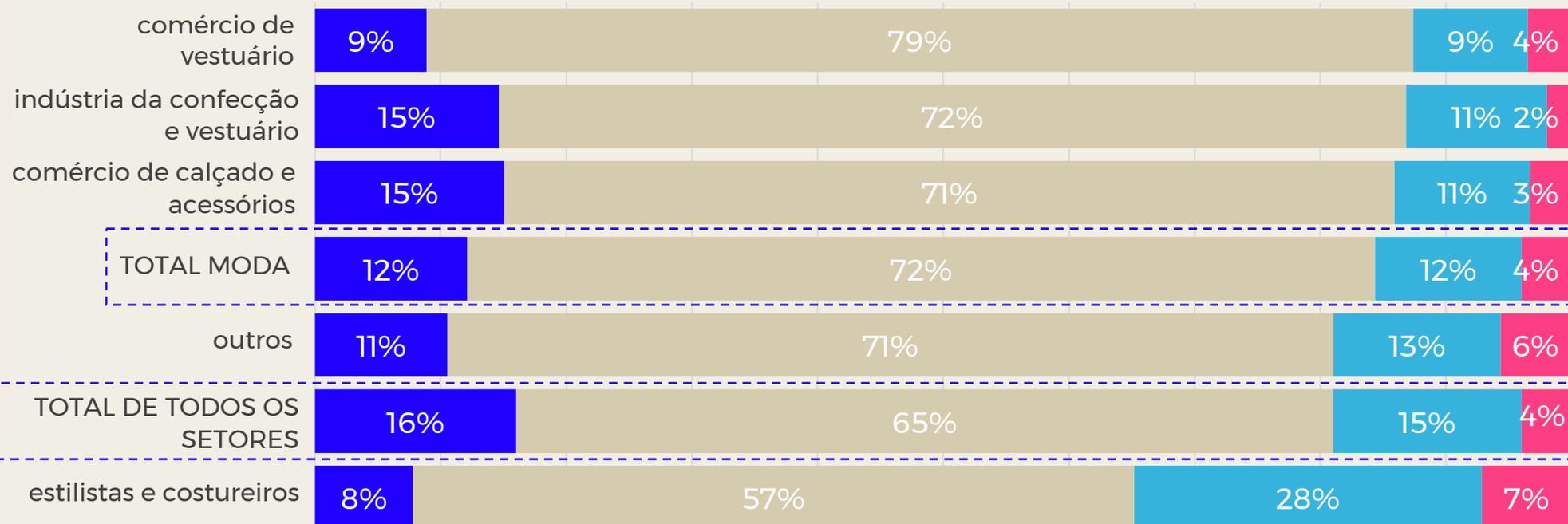
estamos com o funcionamento interrompido



estamos funcionando com mudanças por causa da crise



decidimos fechar a empresa de vez

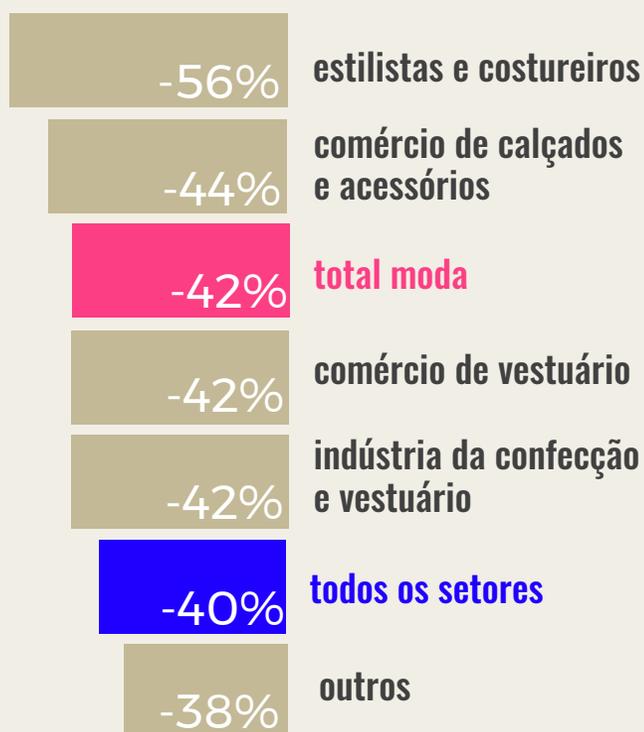


MEIs, estilistas, costureiras e moda praia estão sofrendo mais que a média

faturamento em relação a uma semana normal – por porte



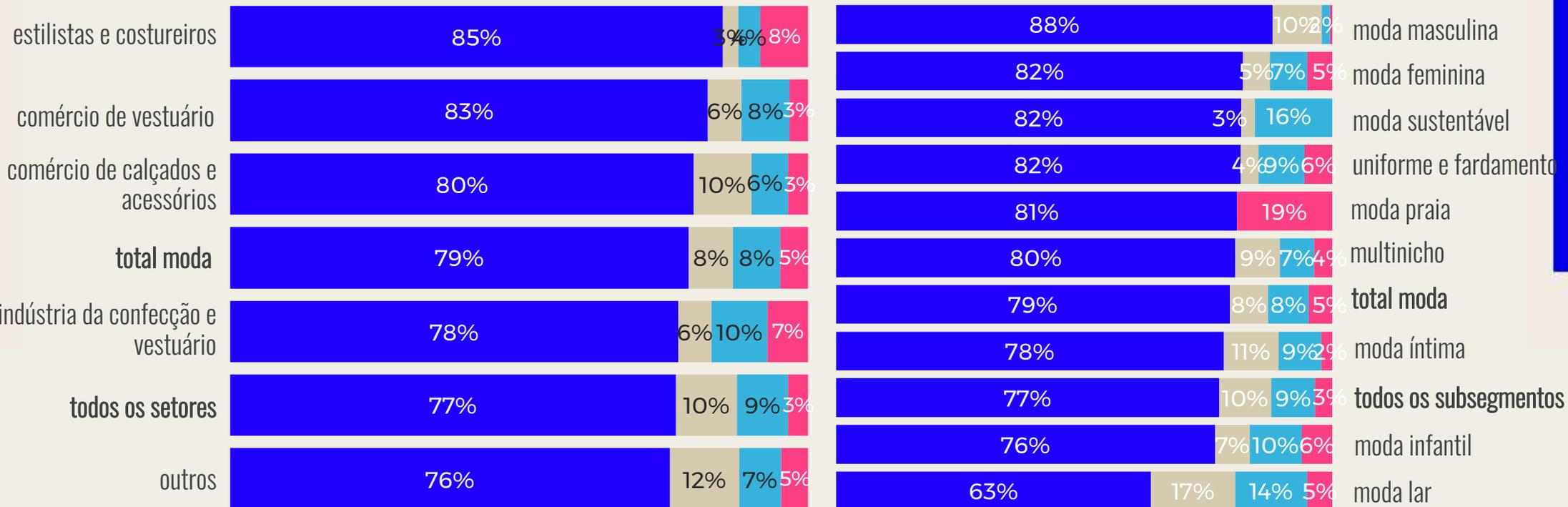
faturamento em relação a uma semana normal – por setor



faturamento em relação a uma semana normal – por subsegmento



o que aconteceu com o faturamento?



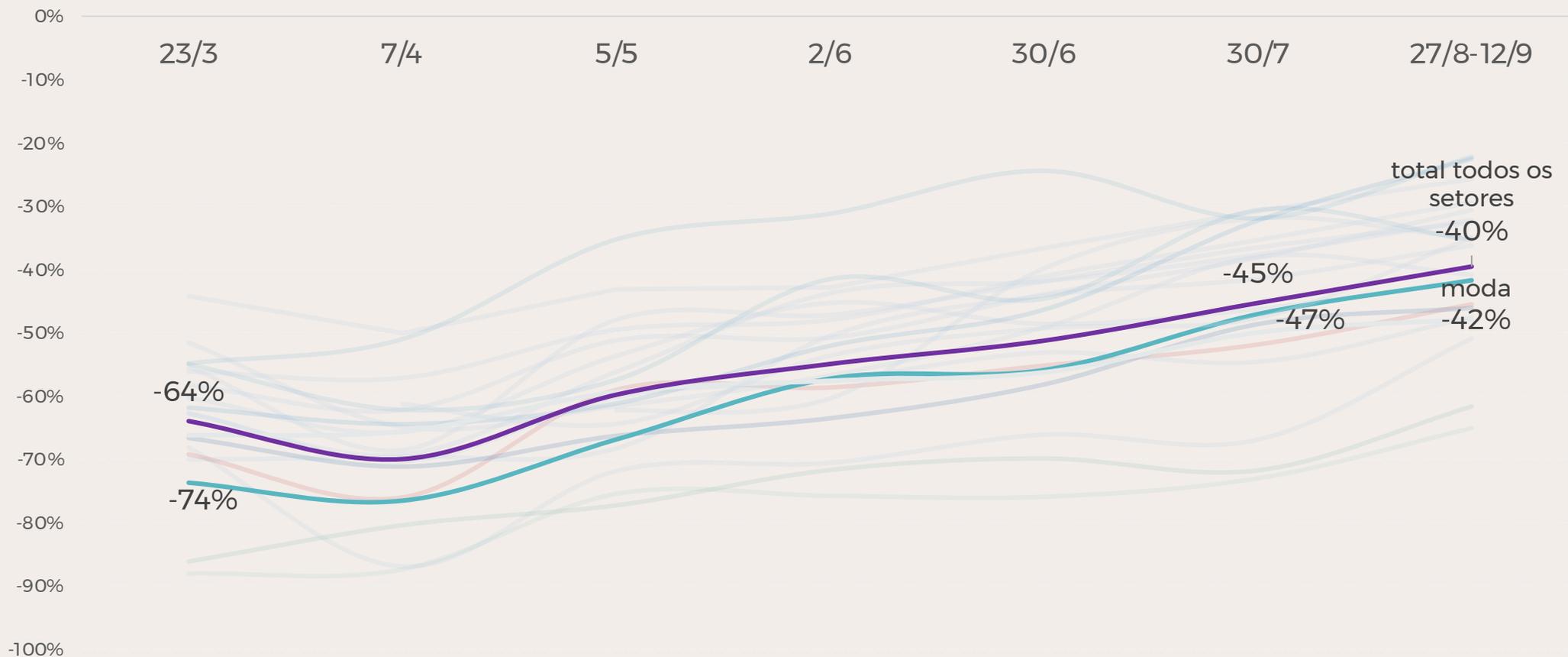


É esperada a queda brusca na venda de produtos de moda praia, uma vez que o início do movimento pandêmico se deu em meio às coleções de inverno. Além disso a dinâmica de isolamento proibiu a abertura de clubes, piscinas públicas, circulação em praias, parques e locais que gerem aglomerações trazendo retração natural da demanda.

Prevê-se a recuperação desse subsegmento entre os meses de outubro a dezembro, a partir do início das coleções de verão e período de férias escolares, coincidentes com a retomada das atividades em várias regiões, em especial o turismo.

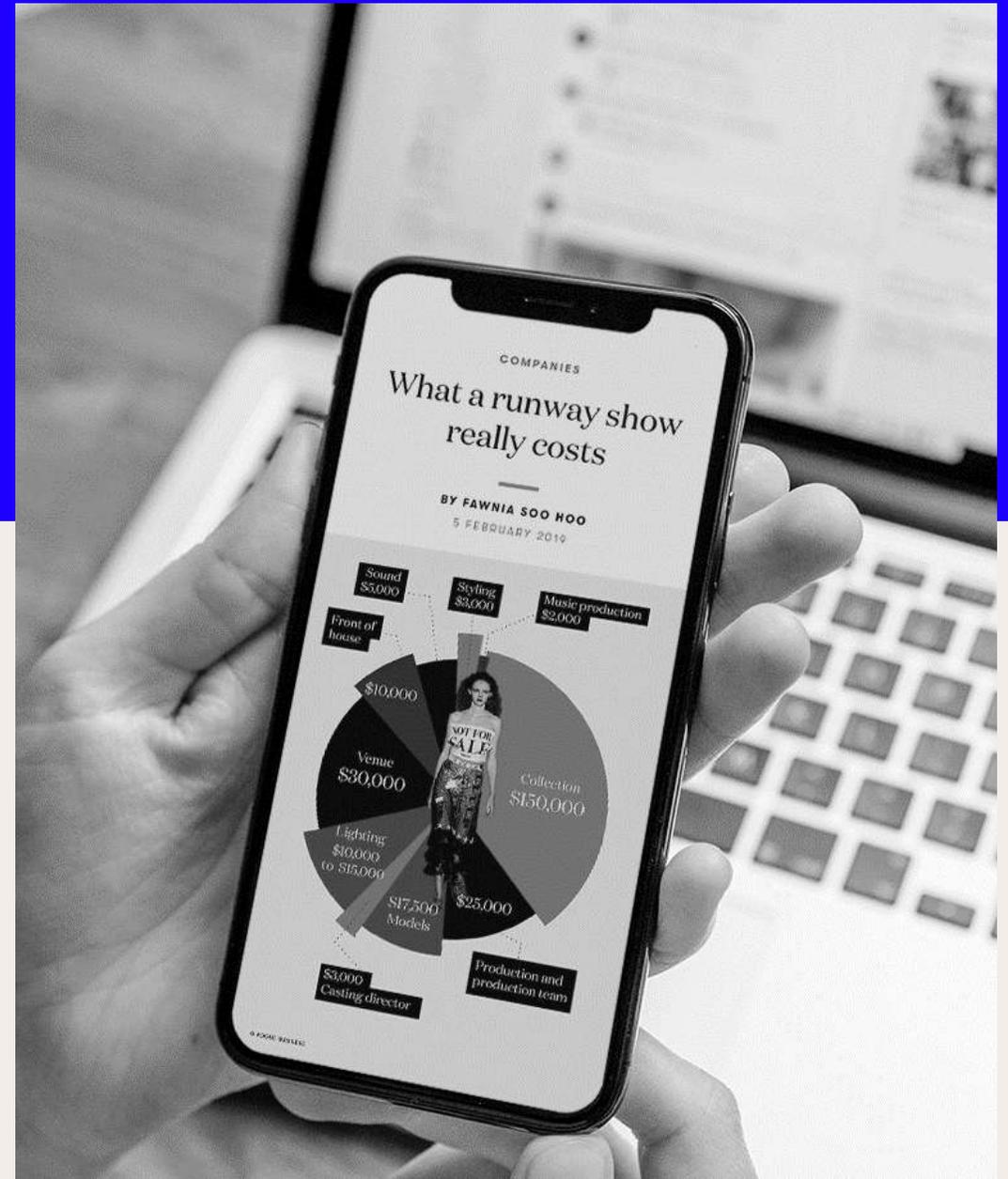
Para esses negócios recomenda-se o investimento em ações de marketing explorando canais digitais, visual merchandising e ressignificação de coleções. Live commerce, parcerias com influenciadores e intensificar a produção de conteúdo nas redes sociais são estratégias de vendas possíveis.

moda está se recuperando perto da média da economia



digital (50%) e delivery (20%)
são as estratégias mais
utilizadas pelas empresas que
tiveram aumento de vendas

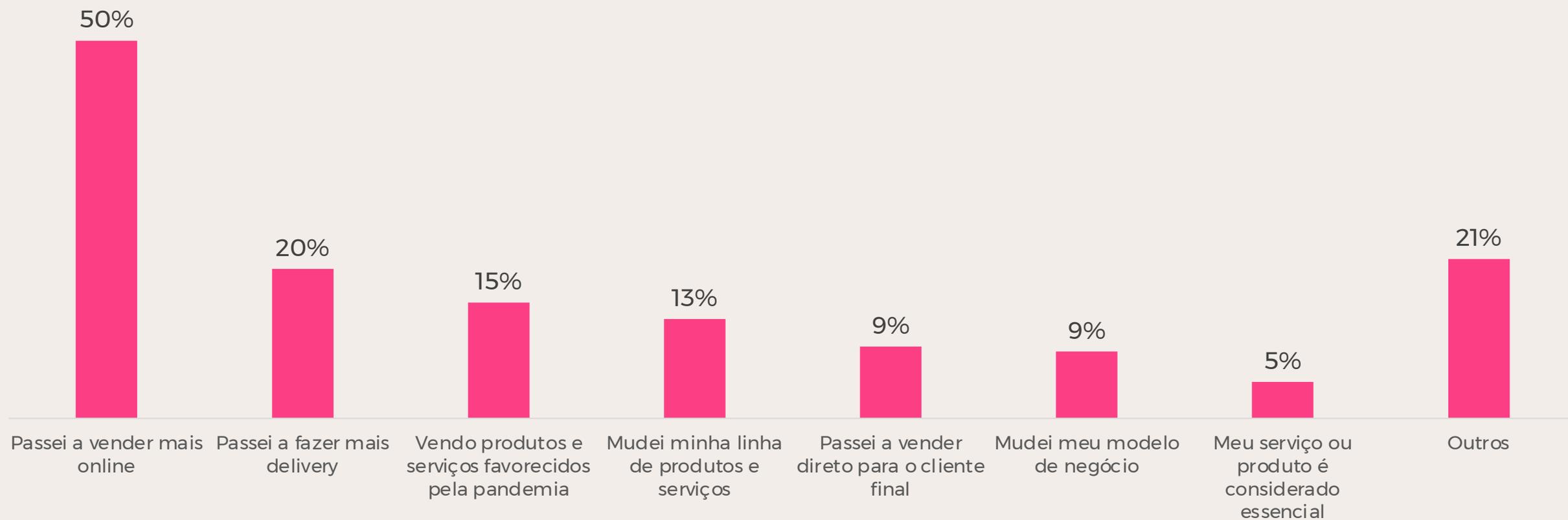
Para quem teve aumento de faturamento ou recuperou vendas no período da pandemia os caminhos foram 3: **vendas digitais, vendas por delivery, vendas de produtos favorecidos pela pandemia** (possivelmente puxado pela fabricação de máscaras)



investimento nos **canais digitais e no delivery** devem continuar como pontos fortes para 2021 e fazer parte da estratégia dos pequenos comércios

como você expandiu suas vendas?

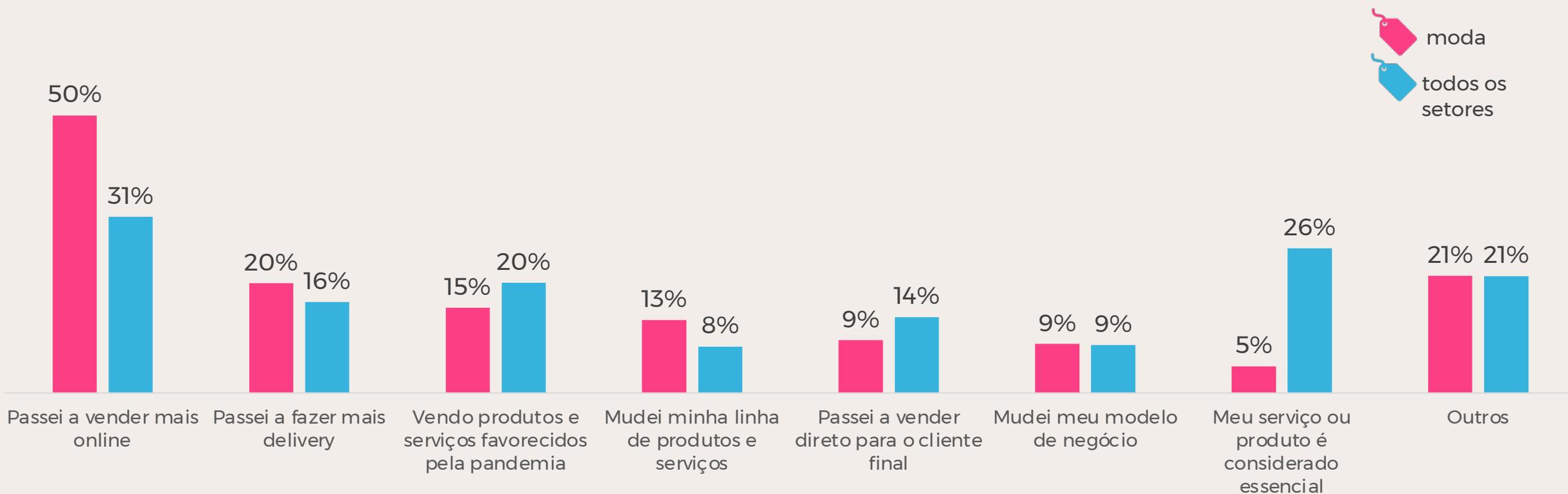
pergunta feita para aqueles que tiveram aumento de faturamento



investimento nos **canais digitais e no delivery** devem continuar como pontos fortes para 2021 e fazer parte da estratégia dos pequenos comércios

como você expandiu suas vendas?

pergunta feita para aqueles que tiveram aumento de faturamento



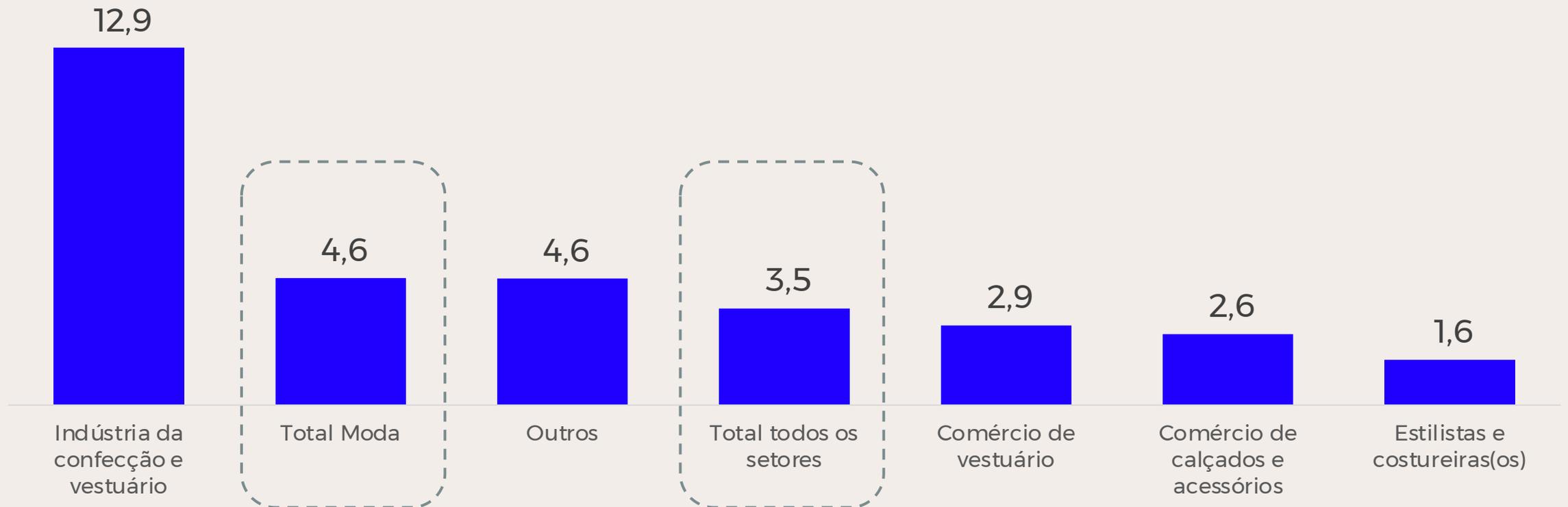
demissões e contratações: 7% dos empresários demitiram no último mês, mas 4% contrataram CLTs

Seguindo a dinâmica do aumento de produção para operação Natal, a indústria aponta uma elevação de contratações já esperada, na ordem de 11%. Esse número chega a 24% nas médias e grandes superando o percentual de demissões desse grupo. Espera-se esse mesmo movimento para o comércio em novembro e dezembro.



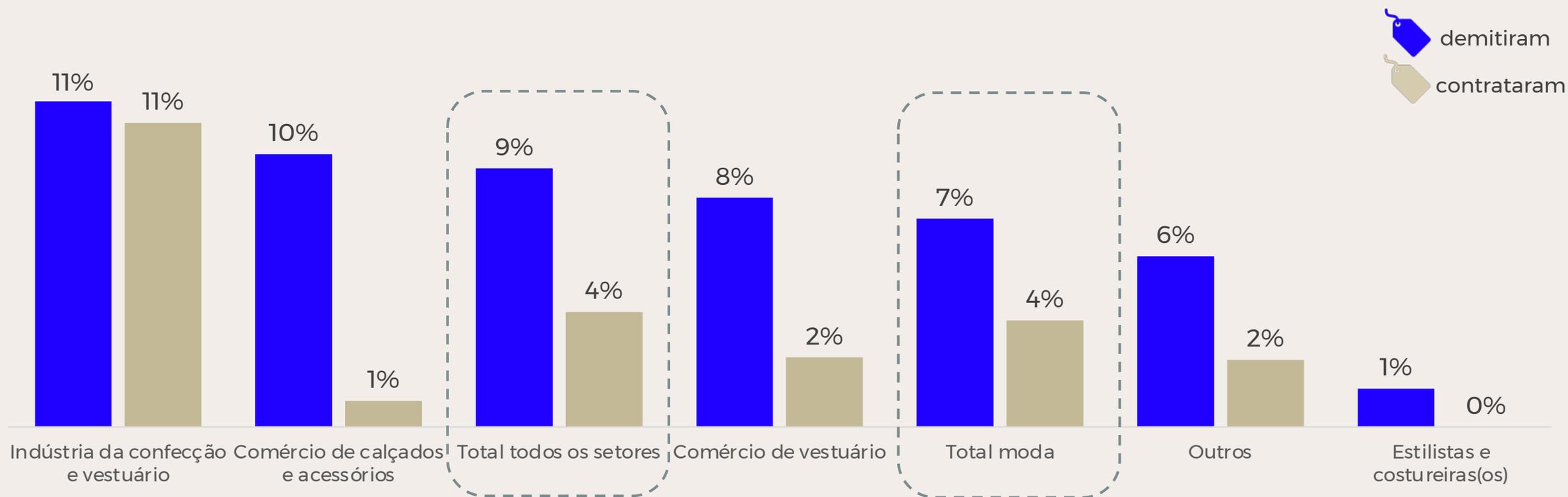
indústria é mais intensiva em mão de obra, representando 3X mais que a média do setor

número de pessoas ocupadas por tipo de estabelecimento (formais e informais)



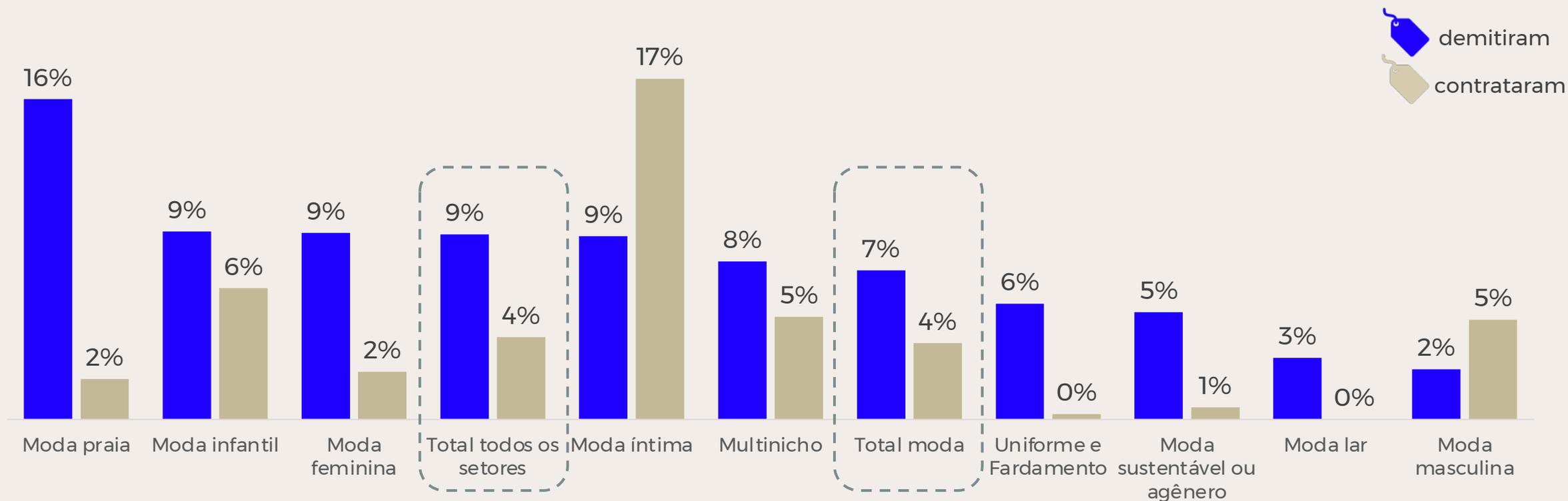
é esperado o aumento das contratações na indústria em agosto e setembro e no varejo para novembro e dezembro, em ritmo menor, mas que espera aumento de vendas

percentual de empresas que disseram ter demitido ou contratado empregados CLT nos últimos 30 dias – por setor



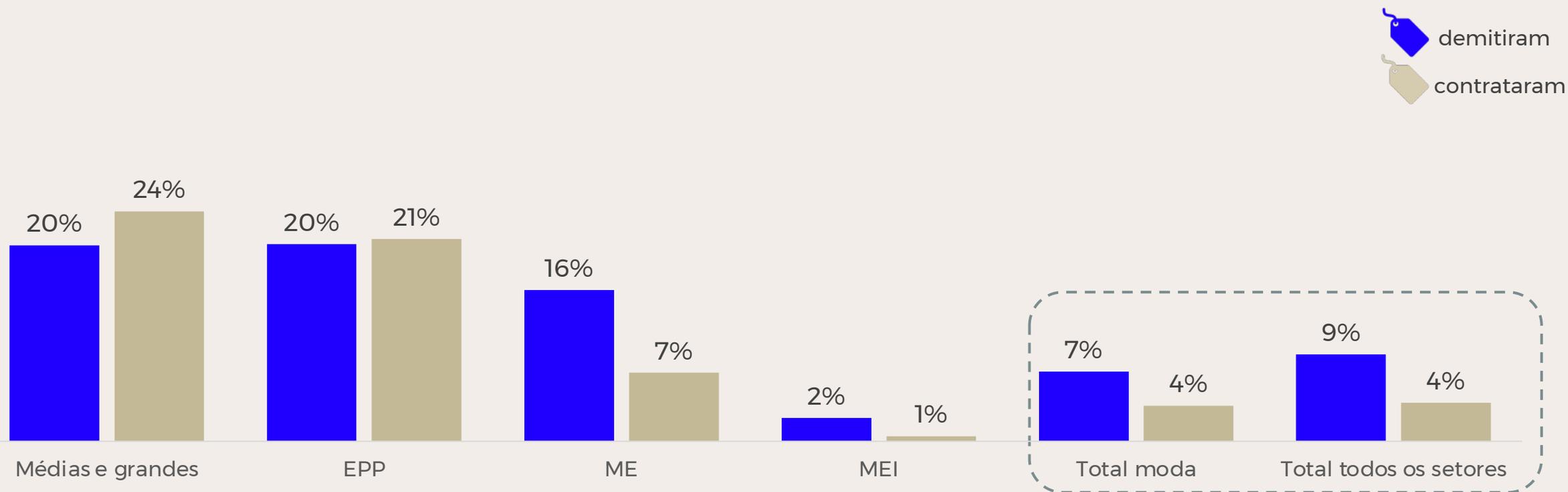
é esperado o aumento das contratações na indústria em agosto e setembro e no varejo para novembro e dezembro, em ritmo menor, mas que espera aumento de vendas

percentual de empresas que disseram ter demitido ou contratado empregados CLT nos últimos 30 dias – por subsegmento



é esperado o aumento das contratações na indústria em agosto e setembro e no varejo para novembro e dezembro, em ritmo menor, mas que espera aumento de vendas

percentual de empresas que disseram ter demitido ou contratado empregados CLT nos últimos 30 dias – por porte





quais das medidas abaixo foram tomadas para reduzir o custo da folha?



comércio de calçados e acessórios



comércio de vestuário



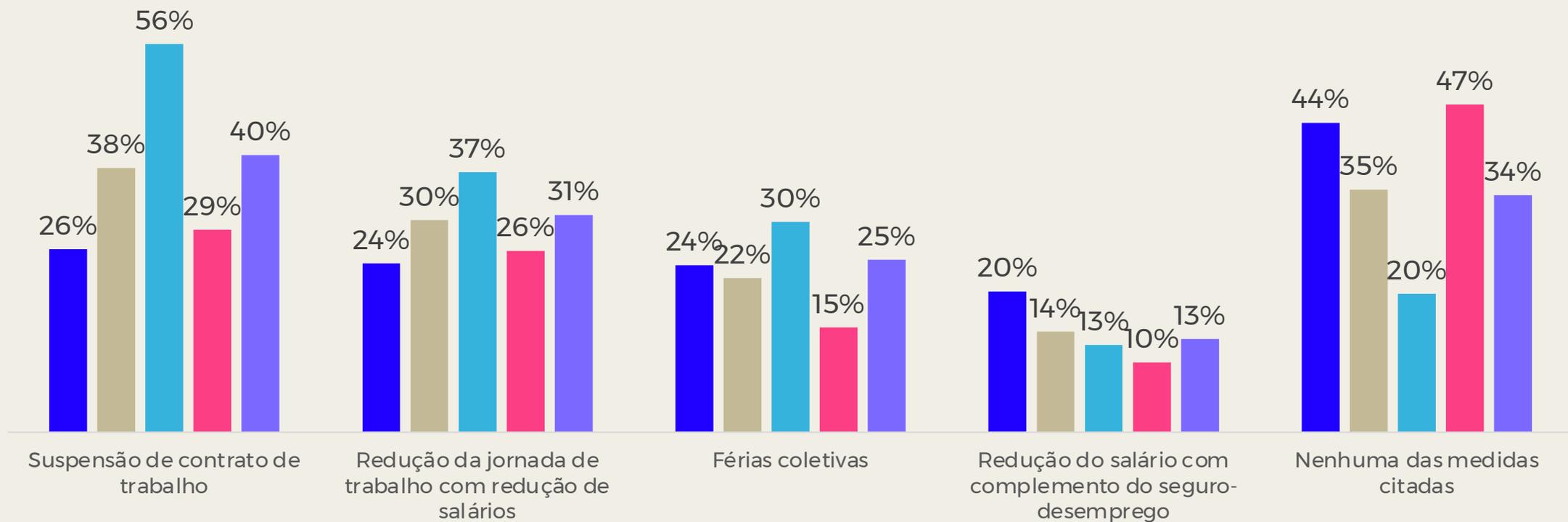
Indústria da confecção e vestuário



total todos os setores



total moda



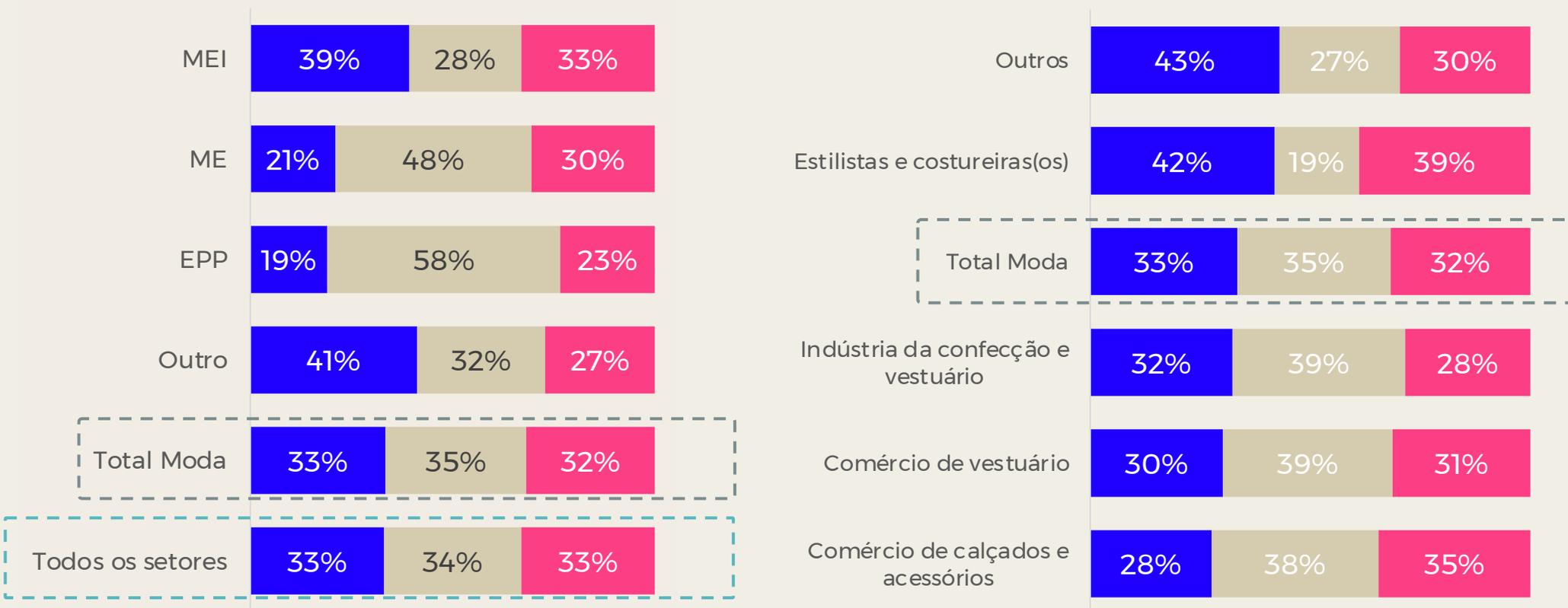


como estão as dívidas e empréstimos da sua empresa no momento?

-  não temos dívidas e empréstimos
-  temos dívidas e empréstimos e estamos em dia
-  temos dívidas e empréstimos e estamos em atraso

por porte:

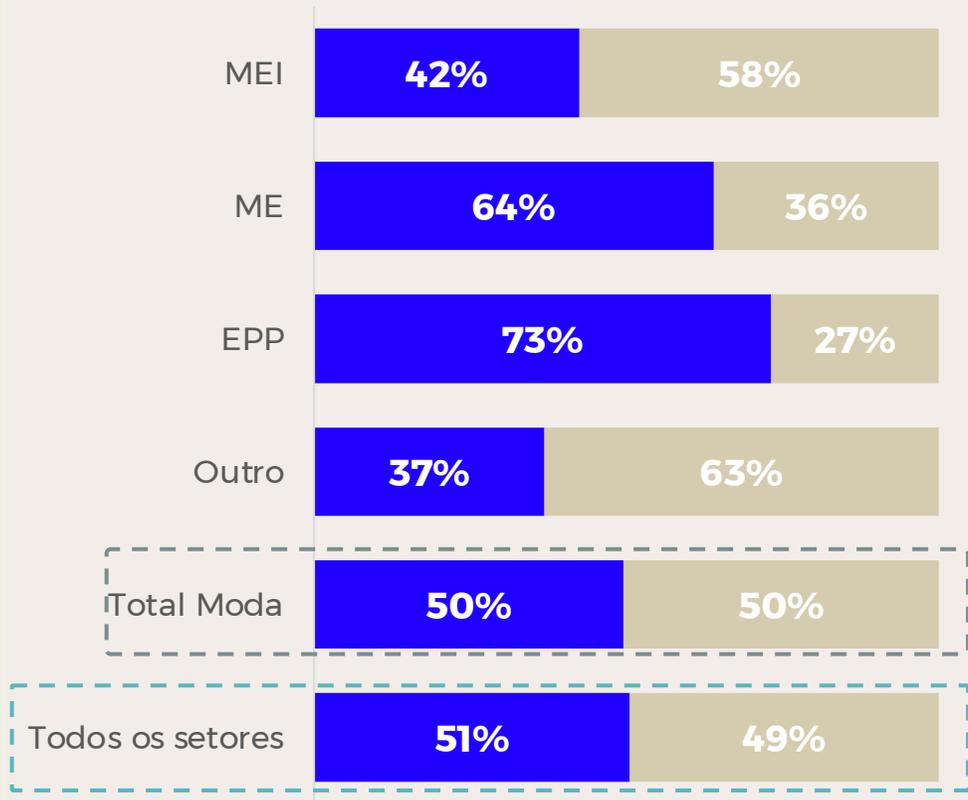
por setor:



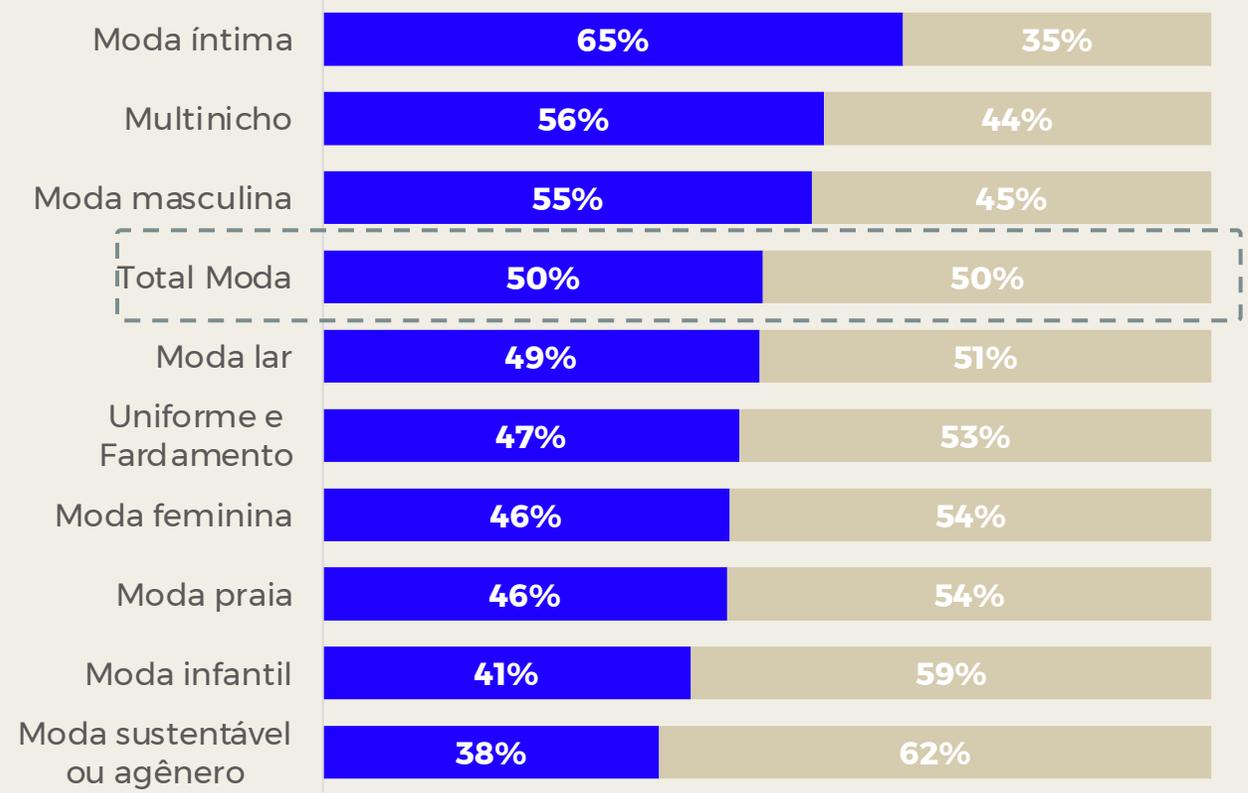
desde o começo da crise você já buscou empréstimo bancário para a sua empresa?



por porte:



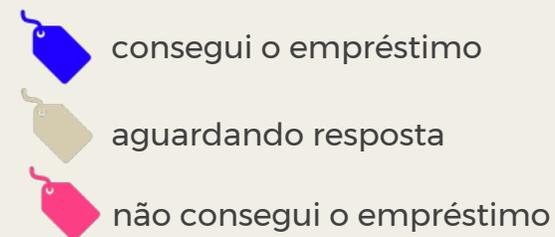
por subsegmento:



Fonte: Pesquisa Sebrae – O impacto da COVID-19 na cadeia de moda. Coleta: 27 de agosto a 9 de setembro.

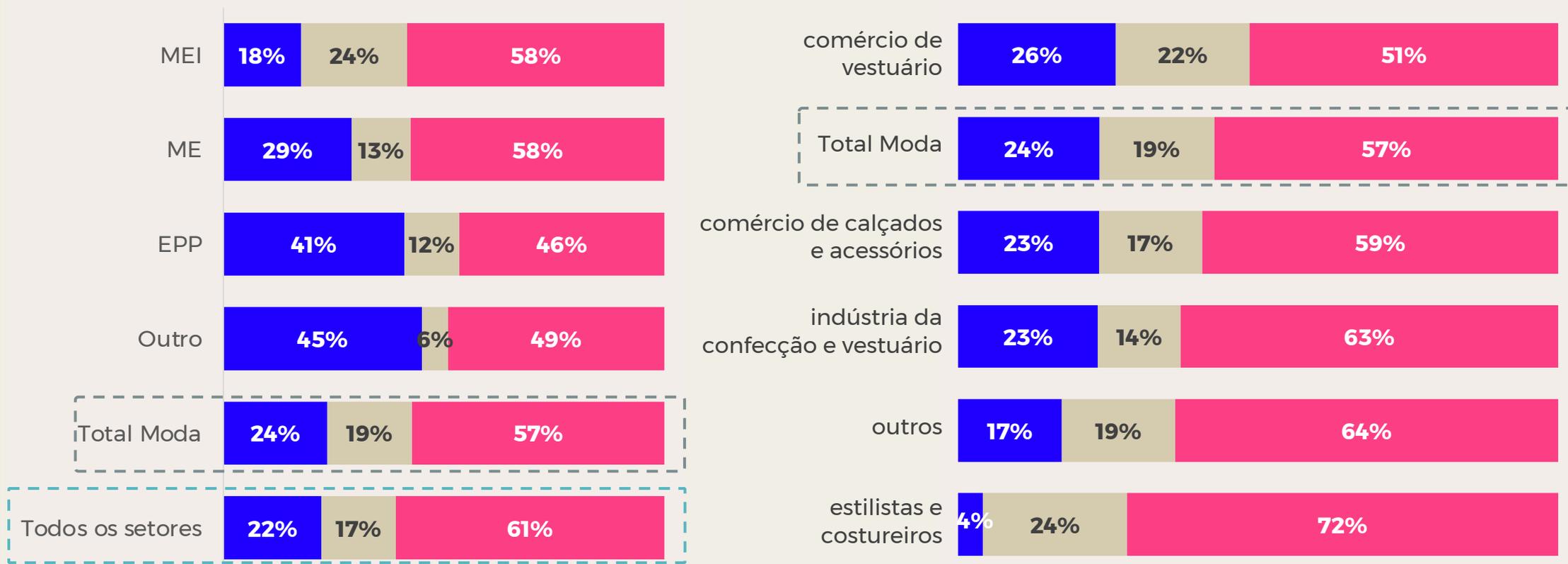


e o que aconteceu com seu pedido de empréstimo?



por porte:

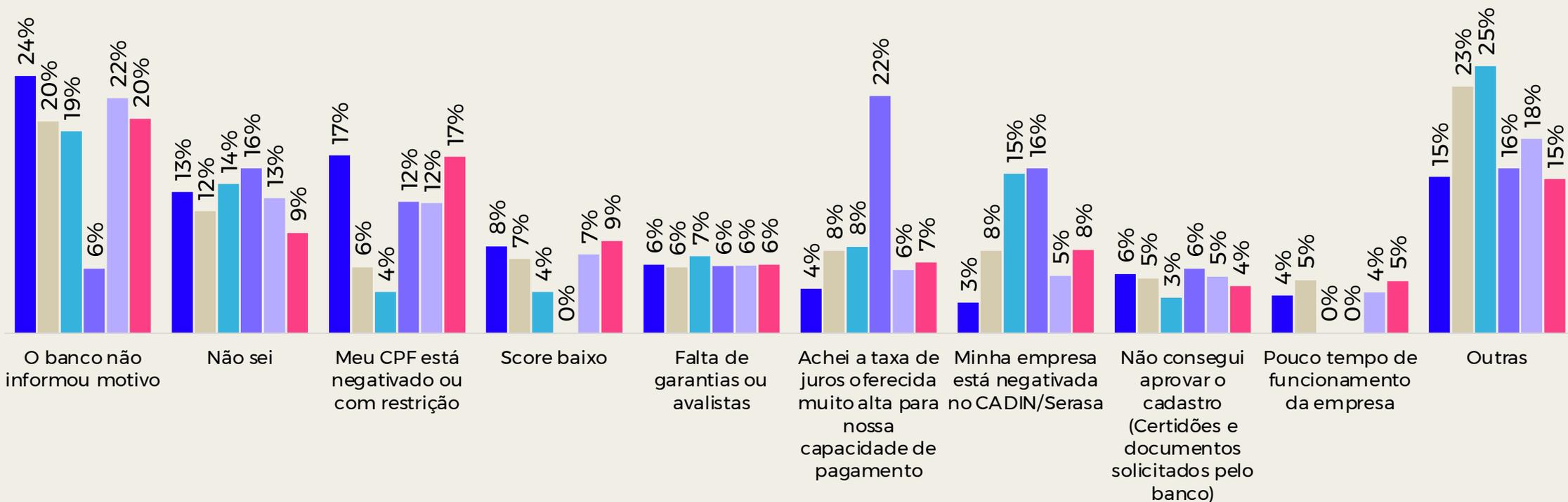
por setor:





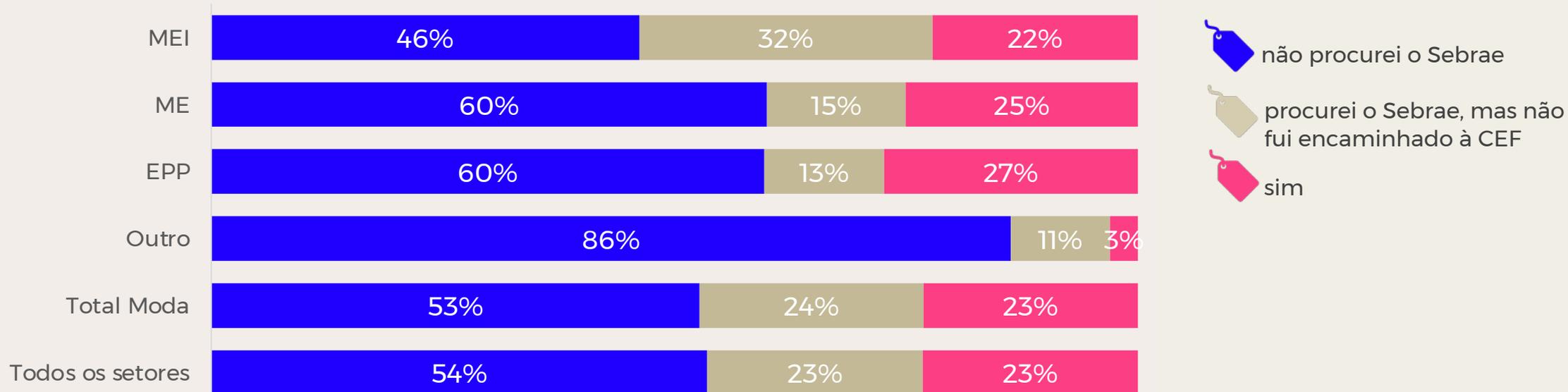
qual foi a principal razão para não ter conseguido o empréstimo?

por porte:



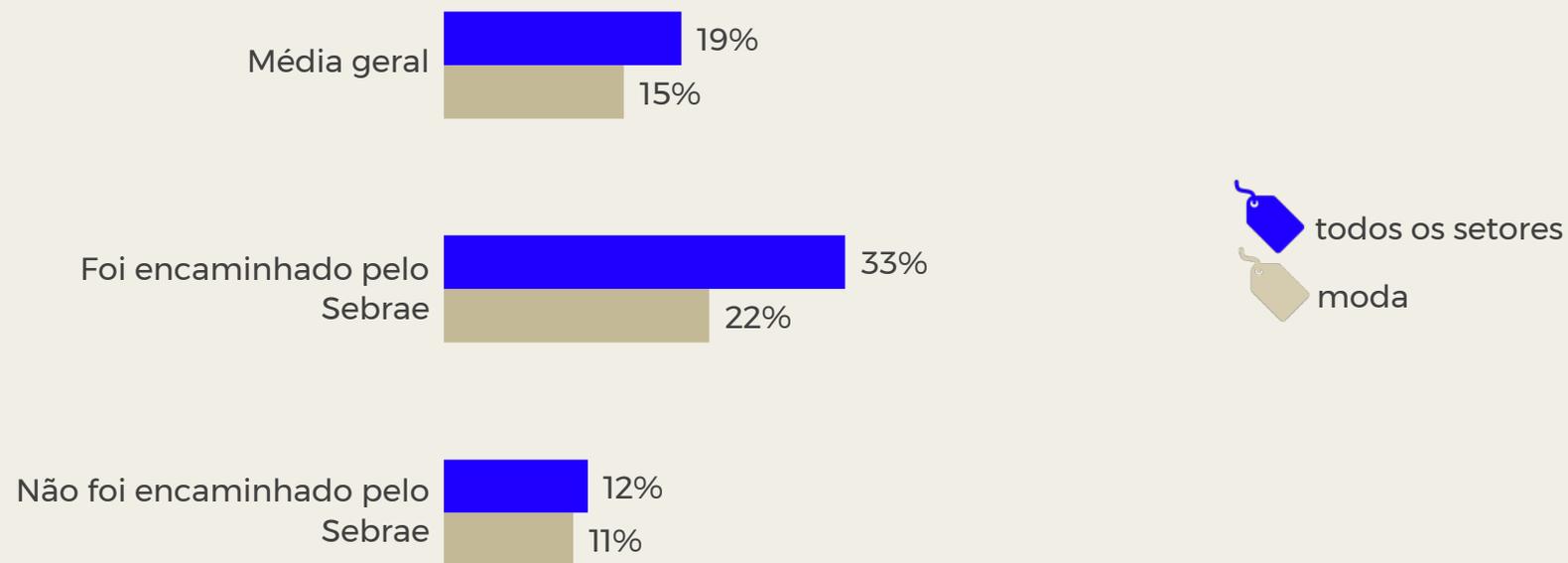
MEIs procuram mais o Sebrae. EPPs são mais encaminhadas à Caixa

you were referred to the Federal Economic Office by Sebrae?



MEIs procuram mais o Sebrae. EPPs são mais encaminhadas à Caixa

taxa de sucesso na obtenção de empréstimo na CEF:

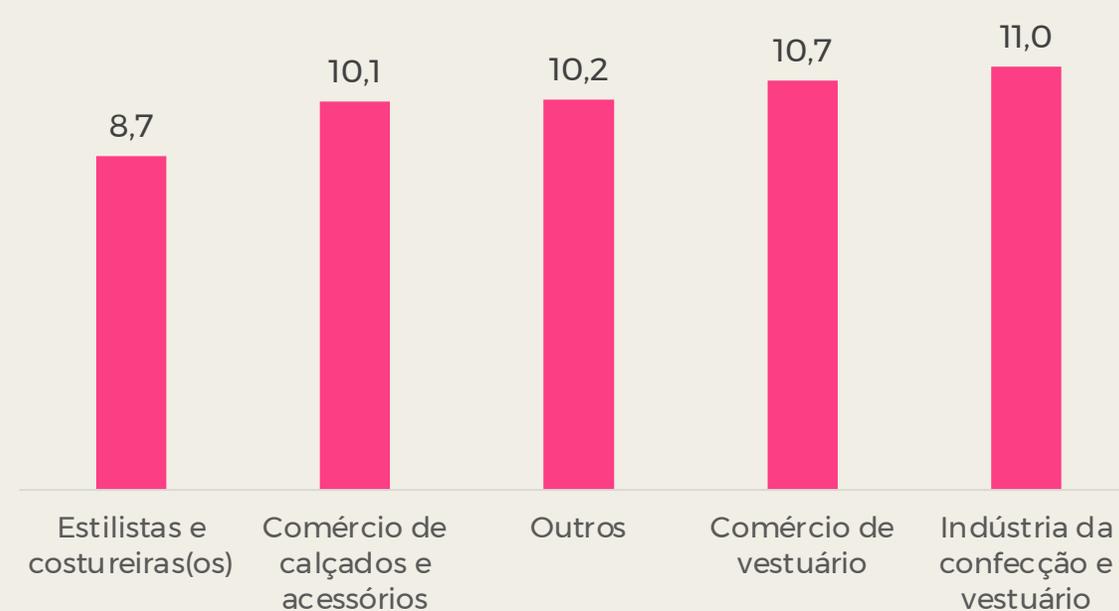
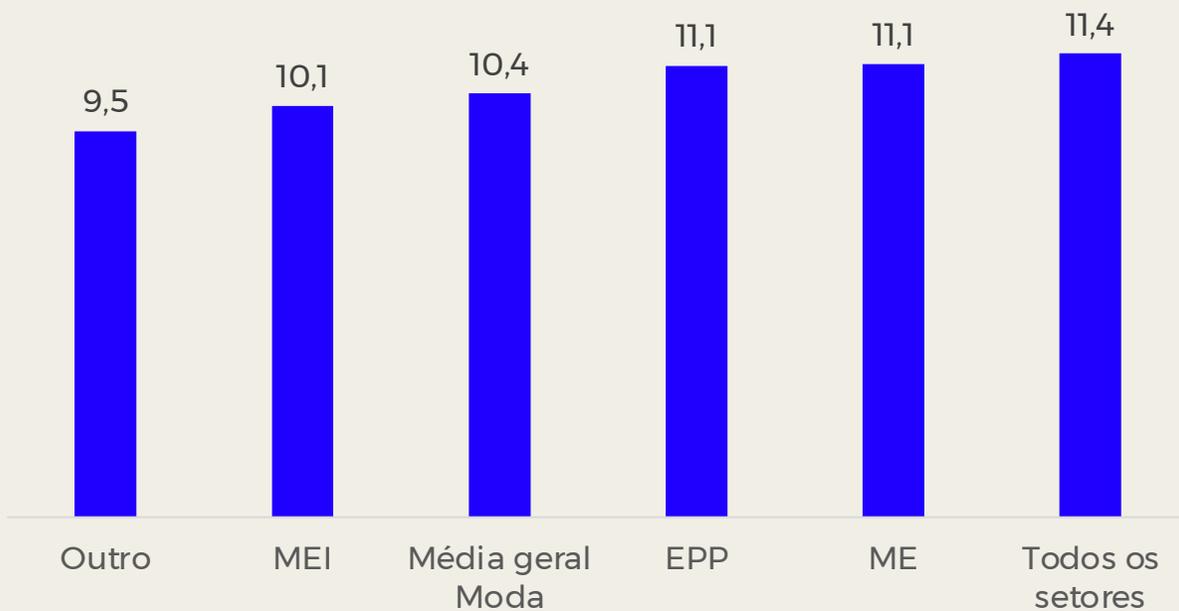


qual a média mensal de faturamento nos 6 meses anteriores ao início das medidas de restrições?

	até R\$ 6mil	de R\$ 7 a 15mil	de R\$ 16 a 30mil	de R\$ 31 a 60mil	de R\$ 60 a 100mil	de R\$ 100 a 200mil	mais de 200mil	não sei/não quero informar
MEI	58%	15%	5%	1%	1%	0%	0%	20%
ME	4%	22%	32%	24%	8%	5%	2%	4%
EPP	1%	1%	3%	19%	22%	27%	21%	6%
outros	10%	6%	4%	1%	6%	2%	42%	28%
Total Moda	40%	16%	12%	8%	4%	2%	3%	15%
Todos os setores	38%	19%	13%	8%	4%	3%	2%	11%

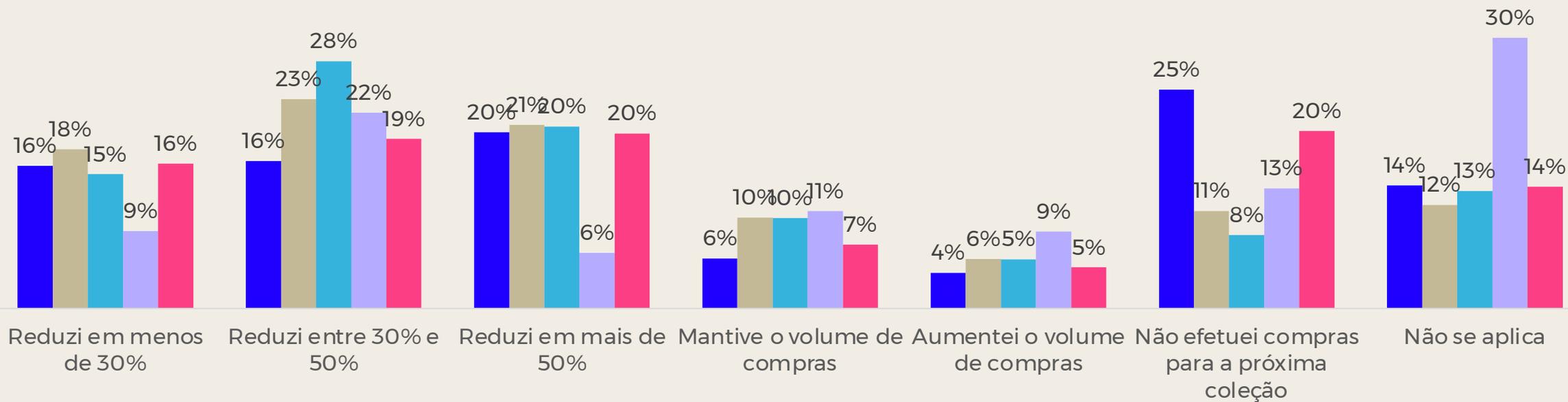
expectativa na moda é mais otimista que os demais setores

quanto meses o(a) Sr(a). acha que vai demorar para a situação da economia voltar ao normal?



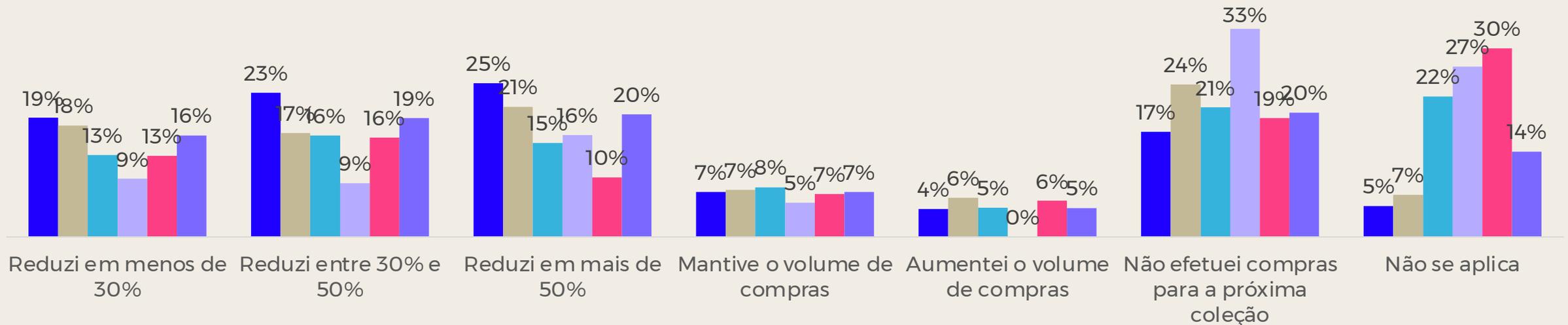
em comparação com 2019, como está o planejamento de compras para a próxima coleção?

por porte:



em comparação com 2019, como está o planejamento de compras para a próxima coleção?

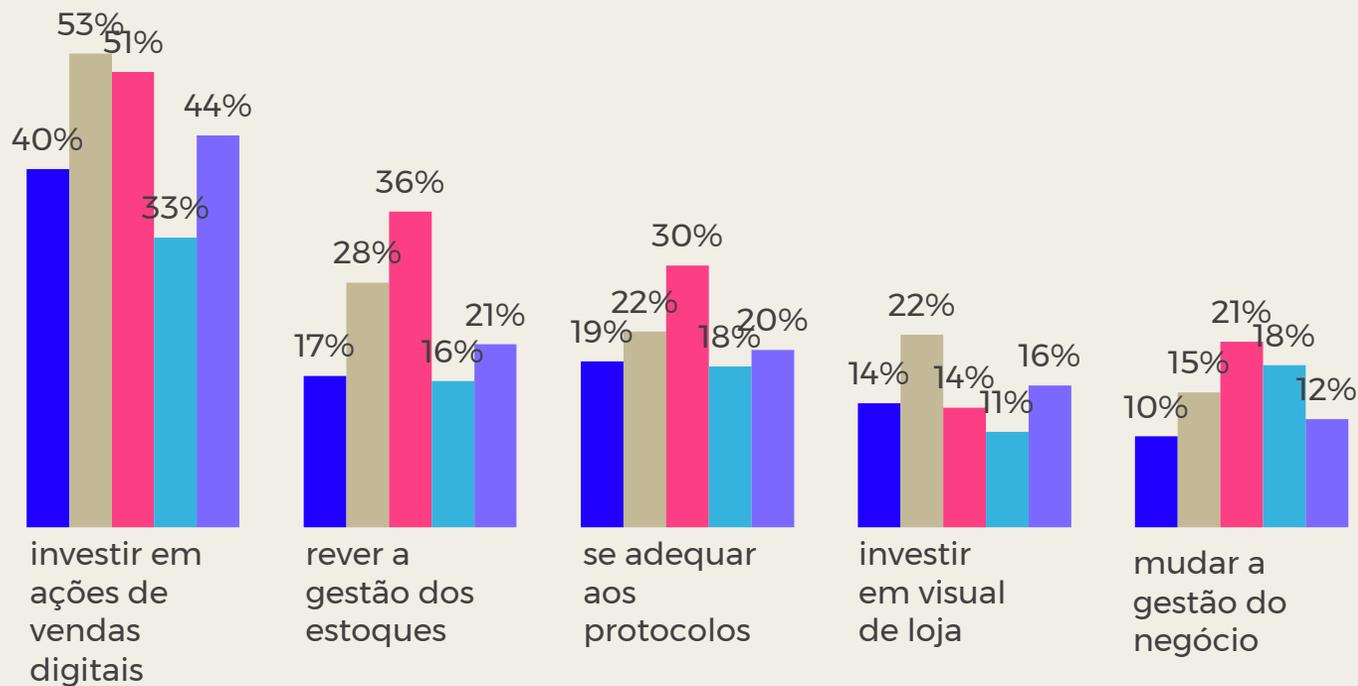
por setor:





44% dos negócios de moda pensam em investir em ações no digital

qual dessas medidas você pensa em adotar nos próximos 6 meses?

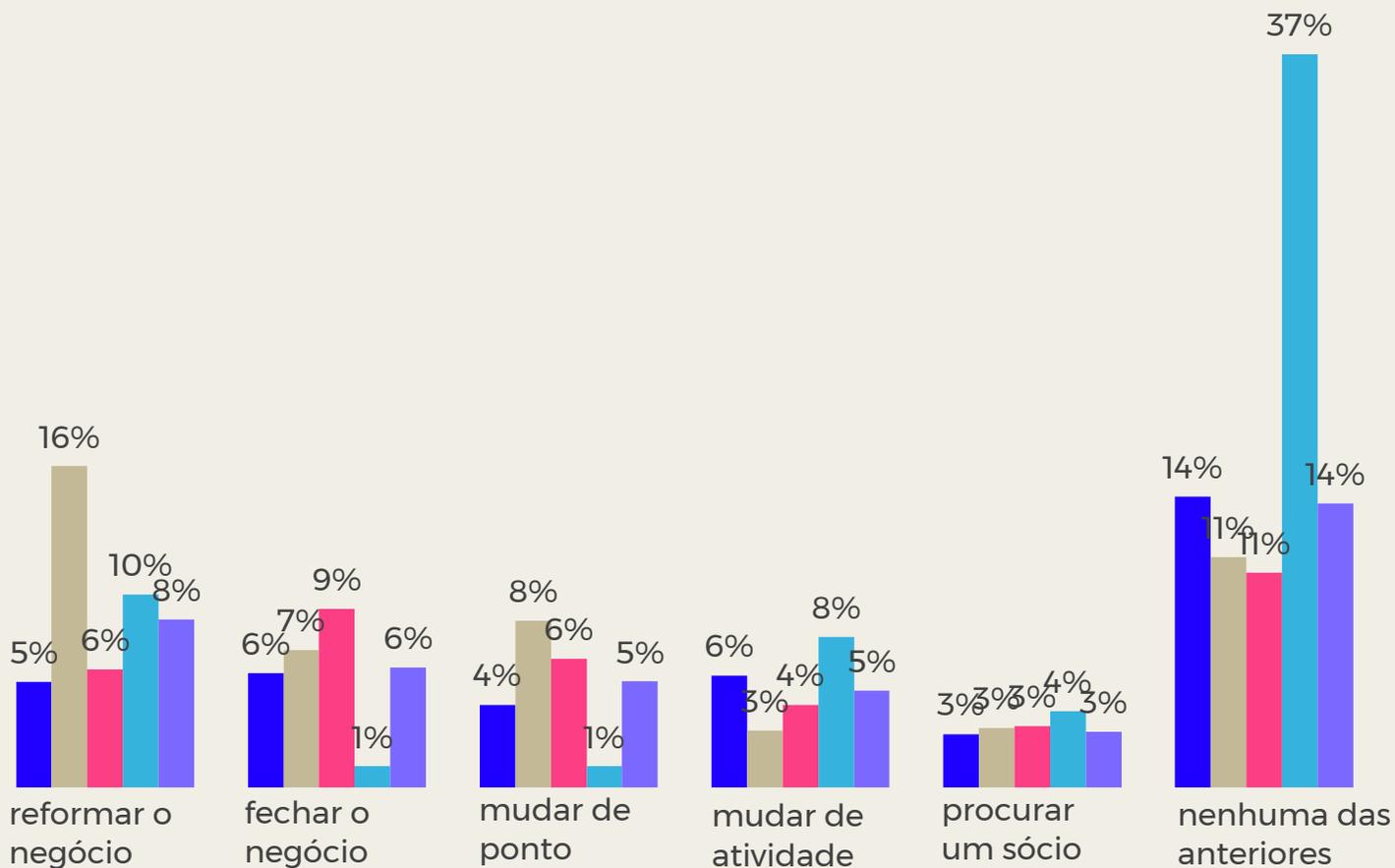




11% dos negócios consideram fechar ou mudar de atividade

qual dessas medidas você pensa em adotar nos próximos 6 meses?

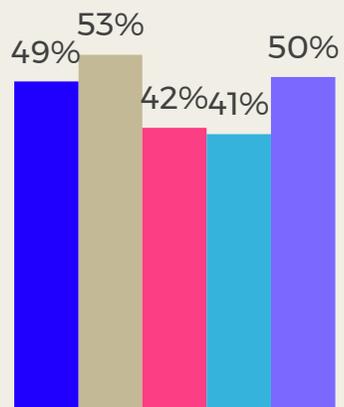
MEI ME EPP outro total moda



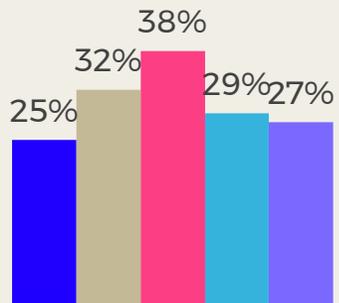


**50% apontam
capital de giro
com um grande
desafio de
sobrevivência**

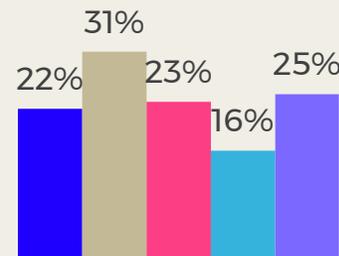
quais os maiores desafios para a retomada e sobrevivência do seu negócio?



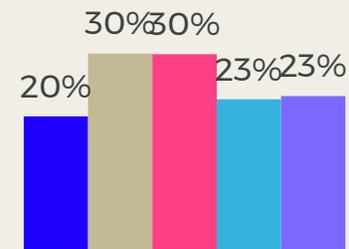
capital de giro



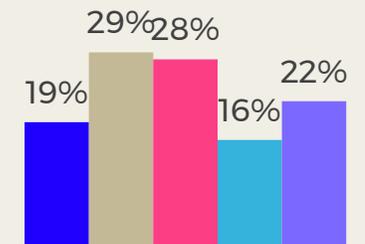
planejamento de
compras e giro de
estoques



produtos e serviços de
moda não são vistos
como essenciais



controles financeiros
pós pandemia

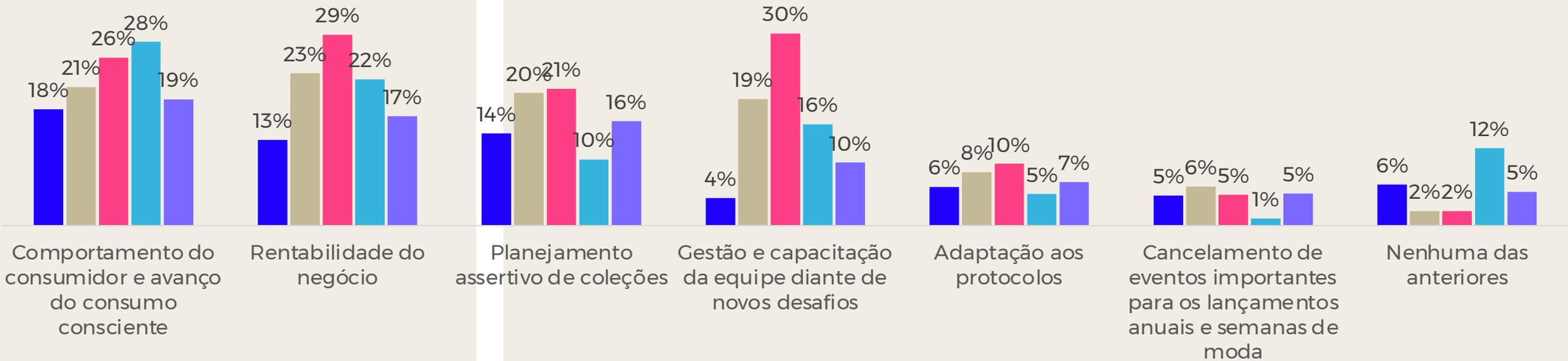


digitalização dos negócios
e vendas digitais



50% apontam capital de giro com um grande desafio de sobrevivência

quais os maiores desafios para a retomada e sobrevivência do seu negócio?





Insights:

Apesar terem acessado medidas de apoio à crise (apenas 34% dos entrevistados não acionou qualquer dispositivo contra uma média de 47% em outros setores), os negócios de moda sofrem com acesso a crédito e com a desinformação desse processo.

Essa dificuldade se reflete nos principais desafios dos negócios. Quando perguntados, os empresários apontam que capital de giro representa 50% de suas necessidades imediatas enquanto giro de estoques representa 27%. Elementos que têm ligação direta com a falta de faturamento e crédito ao longo de 2020.

Apesar de 44% desejar investir em ações digitais, 22% veem como um desafio a digitalização e as vendas online. Esse sinal se acentua na indústria e nas EPPs, onde esse número sobe para 28%. O mesmo porte é também o que mais sofre com controles financeiros e planejamento de compras.

75% dos negócios estão em lojas de bairro ou de rua e 84% estão abertos. Investir em ações de experiência no ponto de venda, considerando os aspectos de segurança e diálogo com ambientes digitais é fundamental.



Para o Sebrae, instituições e parceiros:

Oportunidades de apoio aos pequenos negócios de moda:

1. Acesso a crédito e controles financeiros
2. Digitalização de negócios
3. Planejamento de compras
4. Gestão de estoques
5. Planejamento de coleções
6. Marketing e vendas

Para o fomento do ambiente de negócios:

Oportunidades na área de políticas públicas que fortalecem pequenos negócios de moda:

1. Facilitação para concessão de crédito, com foco em capital de giro
2. Desoneração da folha salarial
3. Revisão de medidas e plano de recuperação 2021



Para empresas:

1. Fique de olho nos novos movimentos de mercado e de governo com relação a medidas de apoio linhas de crédito mais acessíveis para o seu perfil. Se possível, procure ajuda para entender a situação financeira de sua empresa, as reais necessidades de crédito e que medidas podem ser adotadas imediata para renegociação de dívidas e redução de custos.
2. Continue apostando nos canais digitais como novo canal de vendas. Crie relacionamento investindo em marketing de conteúdo, ações de interação e engajamento nas redes sociais.
3. Ainda falando do digital, live commerce, desfiles virtuais e social selling são excelentes estratégias de vendas por esse canal.
4. Seja empático e provoque uma experiência de compra com conforto e segurança



Para empresas:

5. Repense novas formas de oferecer o produto agregando serviços e pensando em funcionalidade e conveniência. Serviços como bag delivery e drive thru são alternativas que trazem versatilidade ao negócio e satisfazem os consumidores.
6. Repense o planejamento de compras do seu negócio. Resignificar e reinventar estoques é a chave da recuperação nas vendas minimizando prejuízos.



Obrigado

Equipe Sebrae:

Equipe UGE

Kennyston Lago kennyston.lago@sebrae.com.br

Equipe Competitividade

Alberto Vallim - alberto.vallim@sebrae.com.br

Anny Santos - anny.santos@sebrae.com.br

Rafael Moreira - rafael.moreira@sebrae.com.br

Verônica Tavares - veronica.tavares@sebrae.com.br

Parceiros:

ABIT

ABIV

ABVTEX

ASSINTECAL

IBGM

LABMODA SUSTENTÁVEL

MODA VERDE

SENAI CETIQT

VIMER

pesquisa
os impactos da
Covid na cadeia da
MODA

1ª edição

agosto/setembro 2020



Parceiros:

SEBRAE