

Expectativas do Comércio Varejista Dia das Crianças 2016



Área de Estudos Econômicos

**Fecomércio MG**
Sesc | Senac

Expectativa de vendas

O Dia das Crianças caracteriza-se pelo forte apelo emocional e comercial junto ao público infantil. A data aquece o movimento do comércio de bens e serviços dos seguintes segmentos: brinquedos, jogos, vídeos, eletrônicos, vestuário, calçados, artigos esportivos, lazer, entre outros. Além disso, trata-se de um período de lançamentos dos produtos que serão comercializados no final do ano. A partir do dia 12 de outubro, o clima natalino passa a invadir o comércio.

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa, com o objetivo de captar a percepção, as estratégias e as tendências a serem adotadas pelos empresários da capital mineira com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pelo Dia das Crianças.



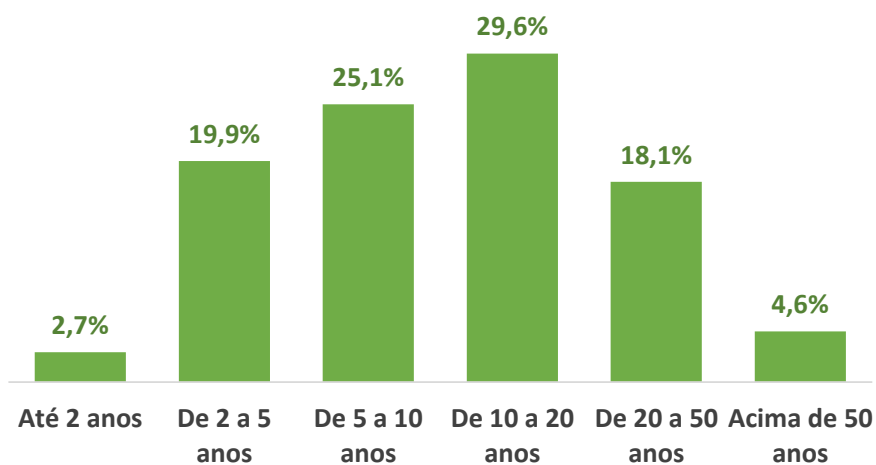
O período que envolve o Dia das Crianças afeta 31,3% das empresas do comércio varejista da cidade de Belo Horizonte.

O período gera um impacto positivo para 31,3% das empresas do comércio varejista da cidade. O impacto ocorre em diversos segmentos, com destaque às empresas que atuam com o comércio de livros, jornais, revistas e papelaria (47,4%), combustíveis e lubrificantes (42,9%) e outros artigos de uso pessoal e doméstico (41,2%).

A crise econômica é o principal motivo para que 40,3% dos empresários acreditem que o desempenho da loja será inferior ao ano de 2015. Para melhorar as vendas no período, 58,8% pretendem investir em promoções e liquidações para atrair o consumidor e 20,2% farão ações para melhorar a visibilidade da loja.

Perfil das Empresas

Tempo de atuação da empresa



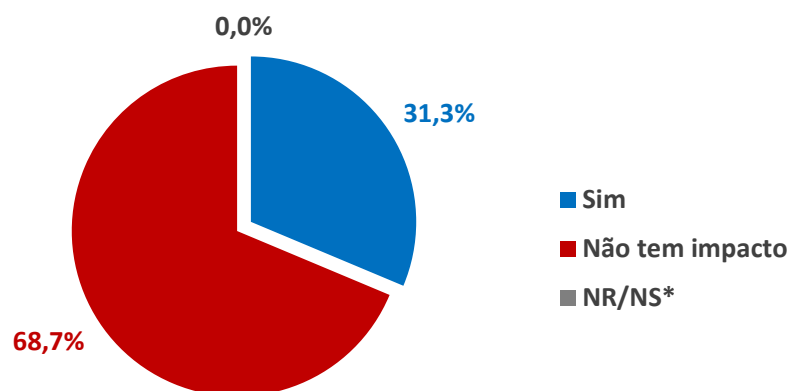
Segmento da empresa



68,6% das empresas de Belo Horizonte possuem até 9 pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas.

Impacto do Dia das Crianças na venda da loja

A data altera as vendas da loja?

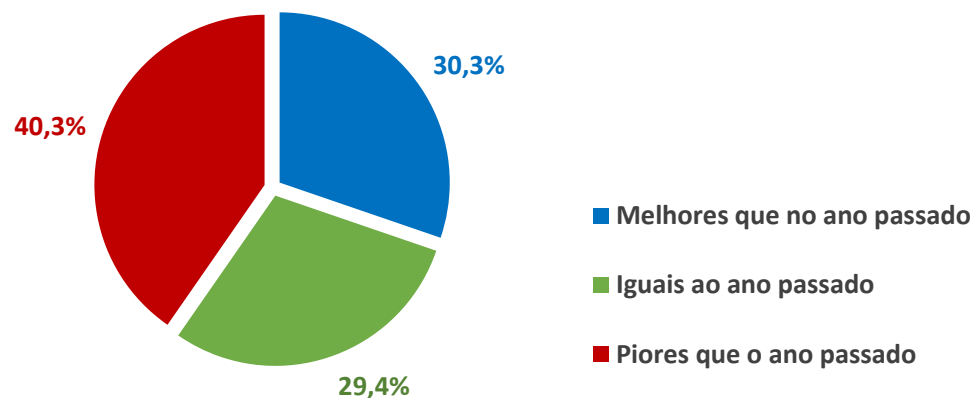


O período do Dia das Crianças gera um impacto positivo para 31,3% das empresas do comércio varejista da cidade de Belo Horizonte. O impacto ocorre em diversos segmentos, com destaque às atuantes no comércio de livros, jornais, revistas e papelaria (47,4%), combustíveis e lubrificantes (42,9%) e outros artigos de uso pessoal e doméstico (41,2%).



Expectativa de Vendas

Como serão as vendas em relação ao ano passado



Entre as empresas que são impactadas pela data na cidade, aproximadamente 60% acreditam que as vendas este ano serão iguais ou melhores que as do ano passado. O valor afetivo da data (30,6%) e realização de ações promocionais na loja (22,2%) foram os principais motivos apontados para expectativa por esse resultado.

A crise econômica (66,7%) e o endividamento do consumidor (25,0%), fazem aproximadamente 40% das empresas acreditarem que as vendas no período serão inferiores às do ano de 2015.

Motivo para vendas melhores ⁽¹⁾



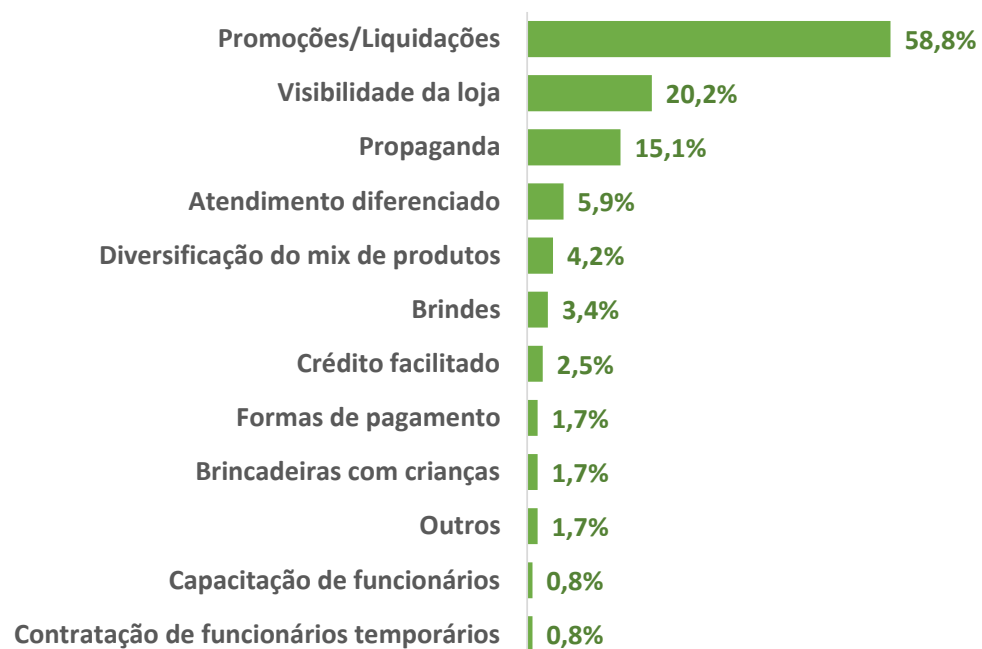
Motivo para vendas piores ⁽¹⁾



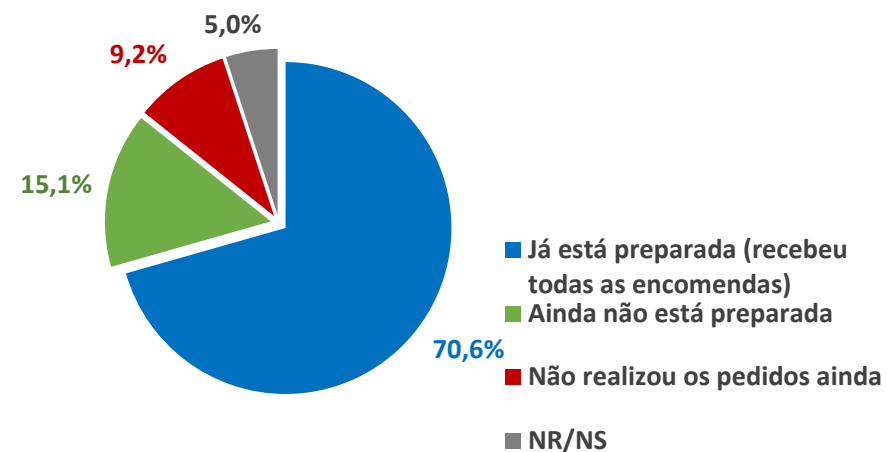
⁽¹⁾ Questão de múltiplas respostas. Número de entrevistados do grupo que citaram cada item.

Ações para o período

Medidas para incremento das vendas no período ⁽¹⁾



No que diz respeito aos estoques diria que a empresa...

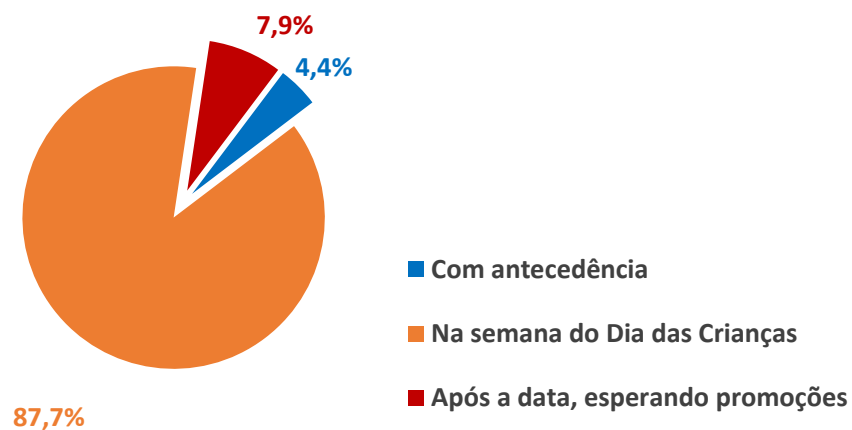


Para melhorar as vendas no período, 58,8% pretendem realizar promoções e liquidações para atrair o consumidor, 20,2% farão ações para melhorar a visibilidade da loja e 15,1% irão investir em propaganda.

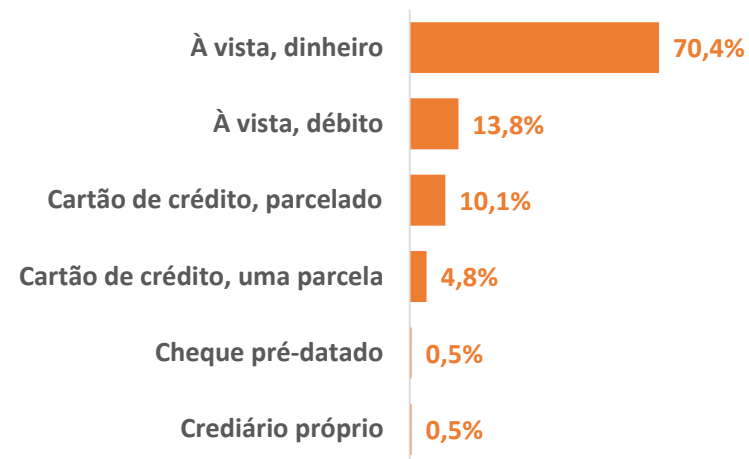
A maioria das lojas já recebeu todas as encomendas e está preparada para atender os consumidores para as compras do período (70,6%); 15,1% já realizaram os pedidos, mas ainda não estão preparadas para a data.

Perfil das compras

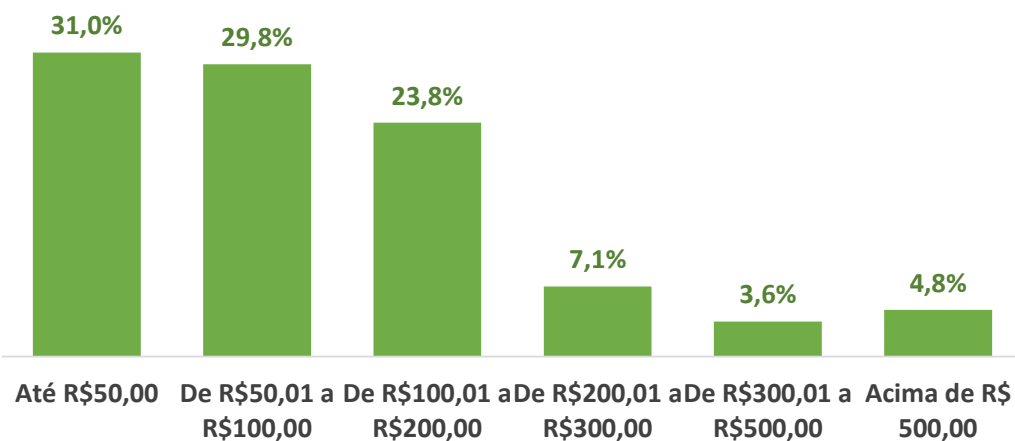
Quando o consumidor irá às compras?



Forma de pagamento mais utilizada



Gasto médio esperado por consumidor



O comércio da cidade espera receber os consumidores na semana do Dia das Crianças (87,7%).

Os empresários acreditam que os consumidores optarão por pagamentos à vista e por presentes que não devem ultrapassar o valor de R\$200,00 (84,5%).

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra proporcional às atividades econômicas do Comércio Varejista e regiões de Belo Horizonte. O universo pesquisado foram as empresas do comércio varejista da capital mineira. 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 nos dias 16 a 22 de setembro de 2016. Foram avaliadas 380 empresas 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 Administrativo	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Daylla Themis Vilefort Campos Sato Marcos Vinicius Martins de Sousa Sabrina Cristina Sousa Santos Sara Ângela dos Santos
Jovem Aprendiz	Gabriela Rocha Maulais Silva

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