

# Expectativas do Comércio Varejista - Páscoa 2017



Área de Estudos Econômicos

  
**Fecomércio MG**  
Sesc | Senac

## Expectativa de vendas

A Páscoa é uma data de forte apelo comercial para o segmento alimentício, especialmente nas linhas de chocolates, peixaria e guloseimas, cujo foco principal é o público infantil e jovem, além de movimentar artigos religiosos. O símbolo maior da data é o ovo de Páscoa, que a cada ano ganha uma novidade por parte da indústria, atraindo os consumidores.

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 do comércio varejista de gêneros alimentícios da capital mineira com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pelo Páscoa.



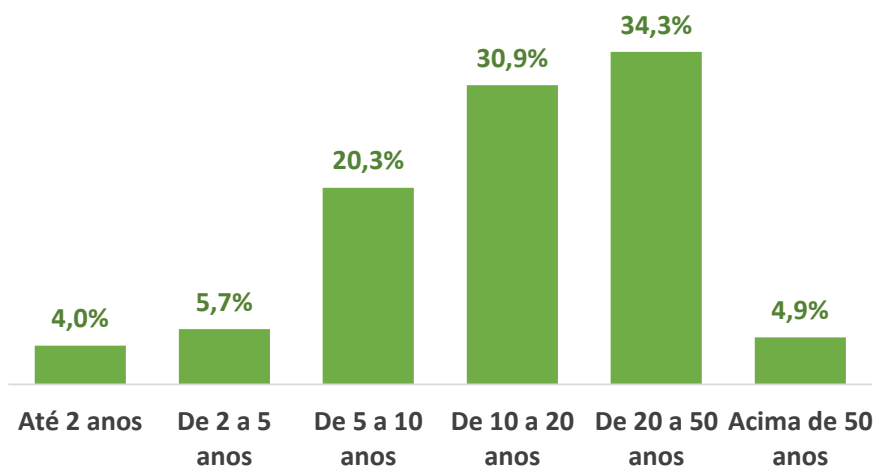
**O período que envolve o Páscoa afeta 28,6% das empresas do comércio varejista da cidade de Belo Horizonte.**

A Páscoa gera um impacto positivo para 28,6% das empresas do comércio varejista de produtos alimentícios da cidade de Belo Horizonte. O impacto ocorre, principalmente, em hipermercados e supermercados, açougue e peixarias. Mesmo que em menor escala, a data impacta nas demais classes do segmento, são elas: produtos de padaria, laticínios, doces, balas e semelhantes; hortifrutigranjeiros; bebidas; minimercados, mercearias e armazéns. Somente 1,1% das empresas do segmento deverá reforçar o quadro de funcionários para o período.

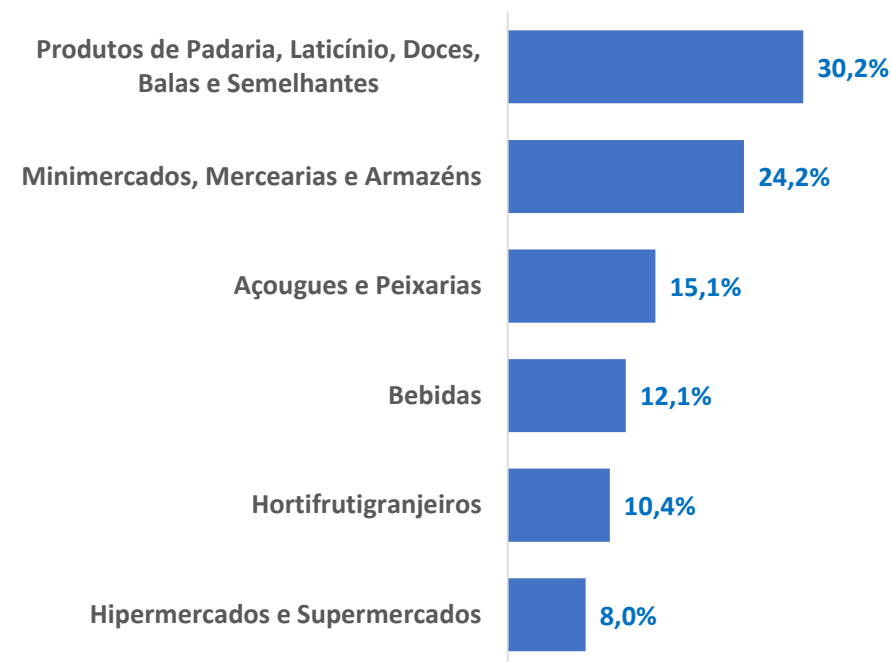
A crise econômica e o endividamento do consumidor fazem com que 25,8% dos empresários acreditem que o desempenho da loja será inferior ao ano de 2016. Para melhorar as vendas no período, 35,0% pretendem investir em promoções e liquidações para atrair o consumidor e 23,3% irão oferecer um atendimento diferenciado.

## Perfil das Empresas

### Tempo de atuação da empresa



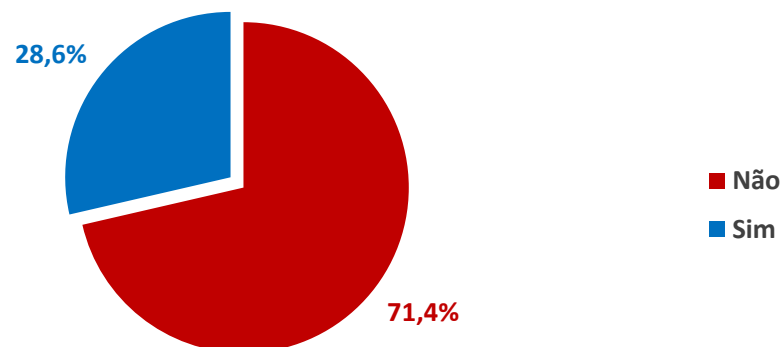
### Segmento da empresa



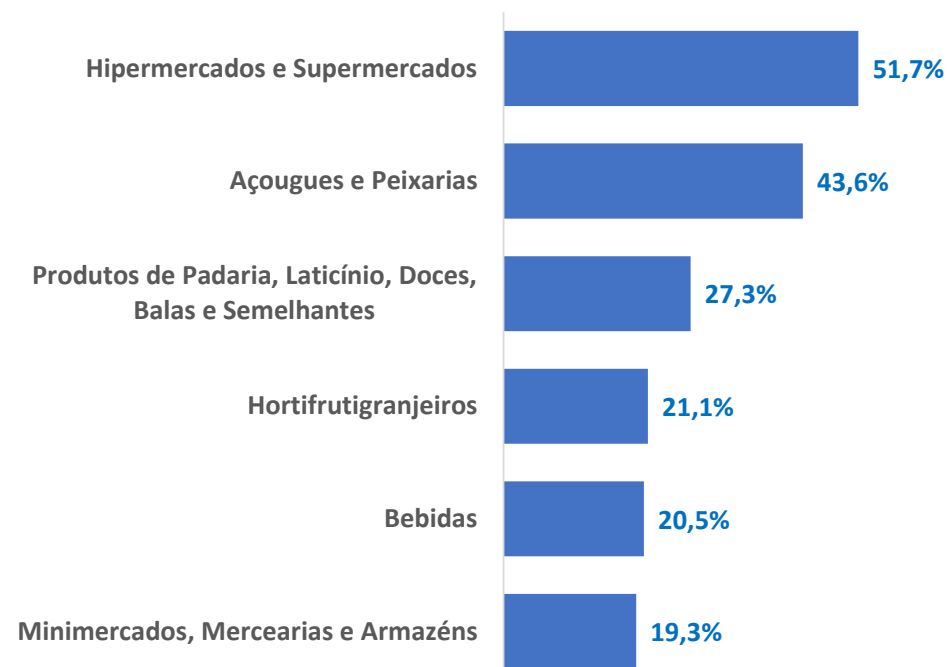
**54,0% das empresas de Belo Horizonte possuem até 9 pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas.**

## Impacto do Páscoa na venda da loja

### A data altera as vendas da loja?



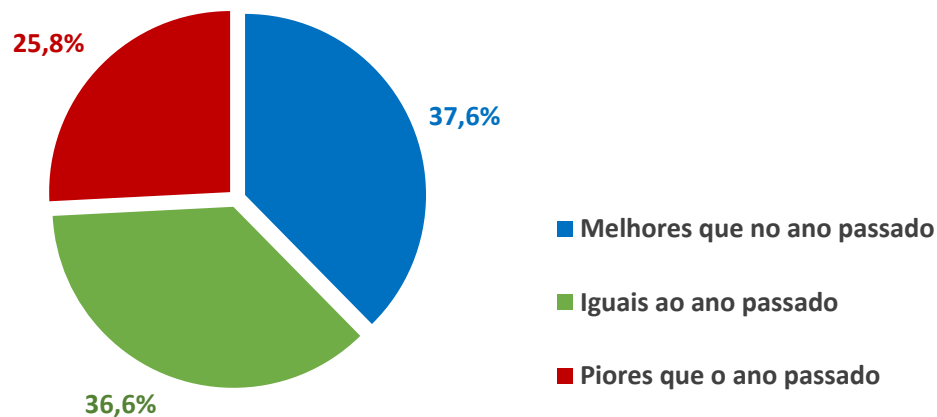
O período do Páscoa gera um impacto positivo para 28,6% das empresas do comércio varejista de gêneros alimentícios da cidade de Belo Horizonte. O impacto ocorre principalmente em hipermercados e supermercados (51,7%) e açougue e peixarias (43,6%).



**1,1% das empresas afirmaram que irão contratar funcionários temporários para as vendas do período.**

## Expectativa de Vendas

### Como serão as vendas em relação ao ano passado?



Entre as empresas que são impactadas pela data na cidade, 74,2% acreditam que as vendas este ano serão iguais ou melhores que as do ano passado. A reação do comércio (28,6%) e a realização de ações promocionais na loja (20,2%) foram os principais motivos apontados para expectativa por esse resultado.

A crise econômica (37,5%) e o endividamento do consumidor (20,8%) fazem aproximadamente 25,8% das empresas acreditarem que as vendas no período serão inferiores às do ano de 2016.

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



### Motivo para vendas piores <sup>(1)</sup>



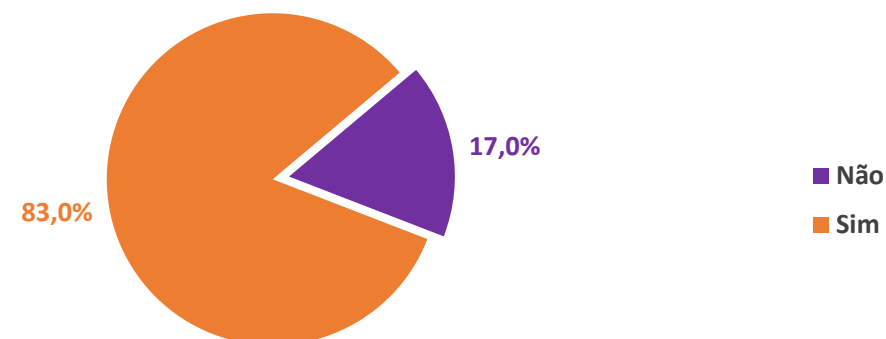
<sup>(1)</sup> Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados que citaram cada item.

## Ações para o período

Quais ações a loja adotou para melhorar as vendas no período? <sup>(1)</sup>



Acredita que a data da páscoa, no início ou fim do mês, influencia nas vendas?

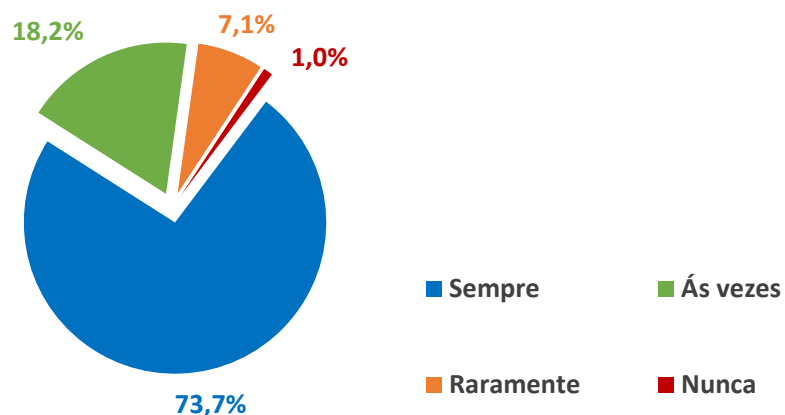


Para melhorar as vendas no período, 35,0% pretendem realizar promoções e liquidações para atrair o consumidor, 23,3% oferecerão um atendimento diferenciado e 17,5% irão investir em propaganda.

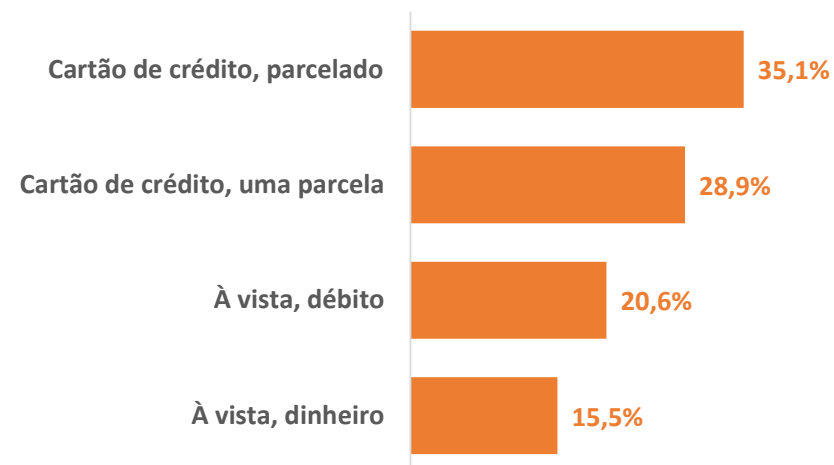
A maioria dos empresários (83,0%) acredita que a data em que a páscoa é comemorada a cada ano influencia no volume de vendas direcionadas a comemoração.

## Perfil das compras

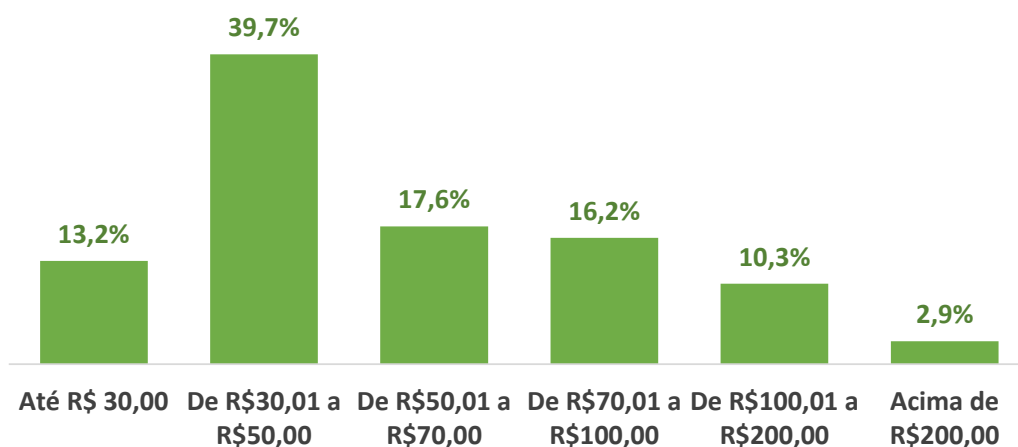
Com que frequência os consumidores realizaram pesquisa de preços?



Qual forma de pagamento acredita que irá se sobressair nas compras do período?



Qual é o gasto médio esperado para as compras de Páscoa?



Os empresários acreditam que o consumidor fará busca de preços durante as compras data. A forma de pagamento mais esperada pelos entrevistados é o cartão de crédito.

Mais da metade dos empresários esperam que o consumidor gaste, em média, um valor de até R\$50,00.

## Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista de produtos alimentícios e regiões de Belo Horizonte. 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 15 e 21 de Março/2017. Foram avaliadas 365 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 Joyce do Nascimento Silva 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