

Expectativas do Comércio Varejista - Festa Junina 2018



Área de Estudos Econômicos


Fecomércio MG
Sesc | Senac

Expectativa de vendas

Tradicionalmente as festas juninas representam potencial e se revelam como uma oportunidade para o comércio aquecer as vendas de diversos segmentos - com destaque para o de produtos alimentícios - que registram alta nos negócios durante todo o mês de junho. O movimento nos negócios tende a ser maior na segunda quinzena do mês, quando serão comemorados os dias de São João (24) e São Pedro (29).

As festas juninas têm ganhado força entre as datas comemorativas do calendário comercial. Por isso, vale a pena investir numa boa decoração e em promoções para atrair os clientes, que sempre acabam levando também outros produtos, além dos itens específicos para o período.

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa no intuito de identificar a expectativa dos empresários do comércio varejista de gêneros alimentícios para as comemorações de Festa Junina 2018.



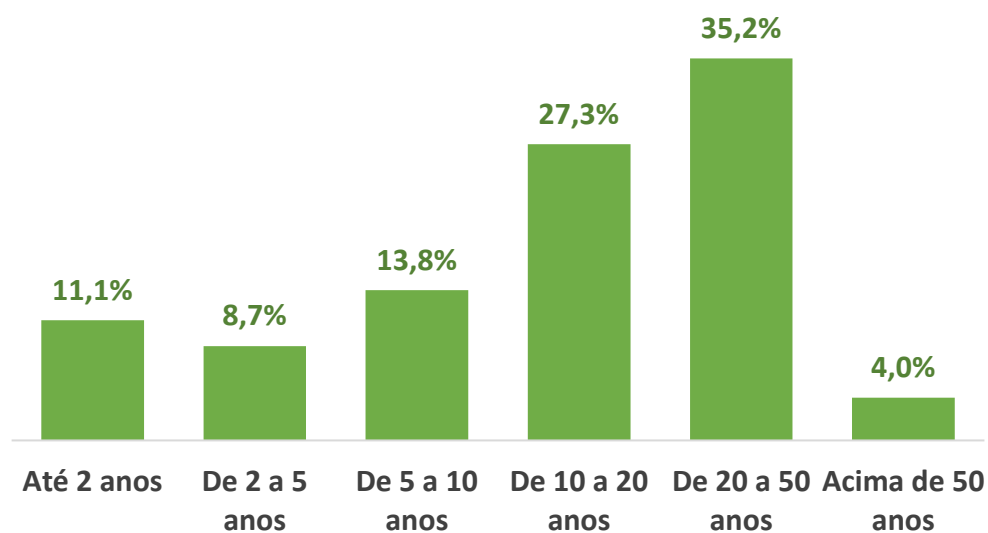
O período de Festa Junina afeta 53,8% das empresas do comércio varejista de produtos alimentícios da cidade de Belo Horizonte

As festas juninas geram um impacto positivo para 53,8% das empresas do comércio varejista de produtos alimentícios da cidade de Belo Horizonte. O impacto ocorre, principalmente, em hipermercados e supermercados; açougues e peixarias.

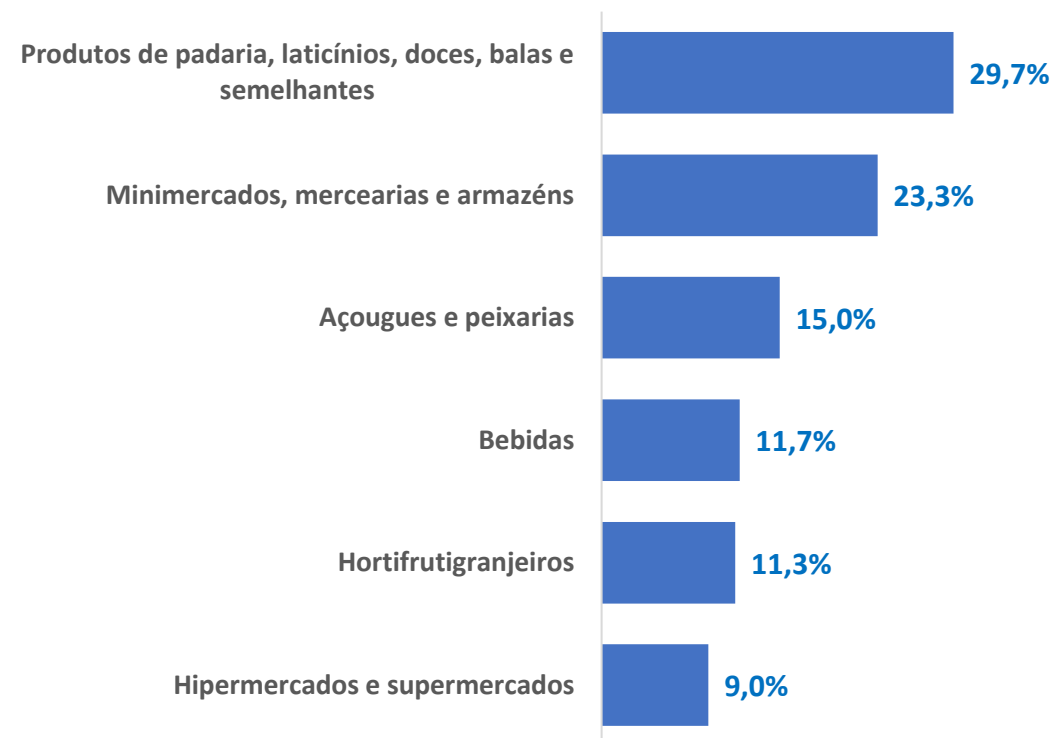
Ao todo, 65,4% das empresas impactadas pelo período irão investir em produtos específicos para as comemorações. Para melhorar o faturamento nesta data, 39,2% pretendem oferecer promoções e liquidações para atrair o consumidor, 20,3% irão investir em propaganda e 19,6% em visibilidade da loja.

Perfil das empresas

Tempo de atuação da empresa



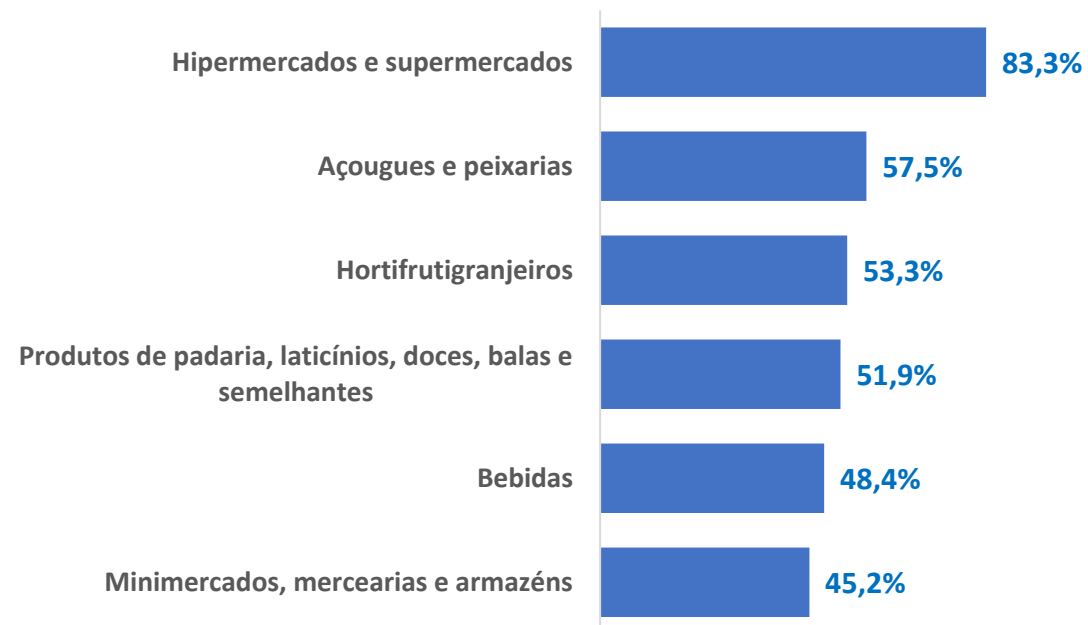
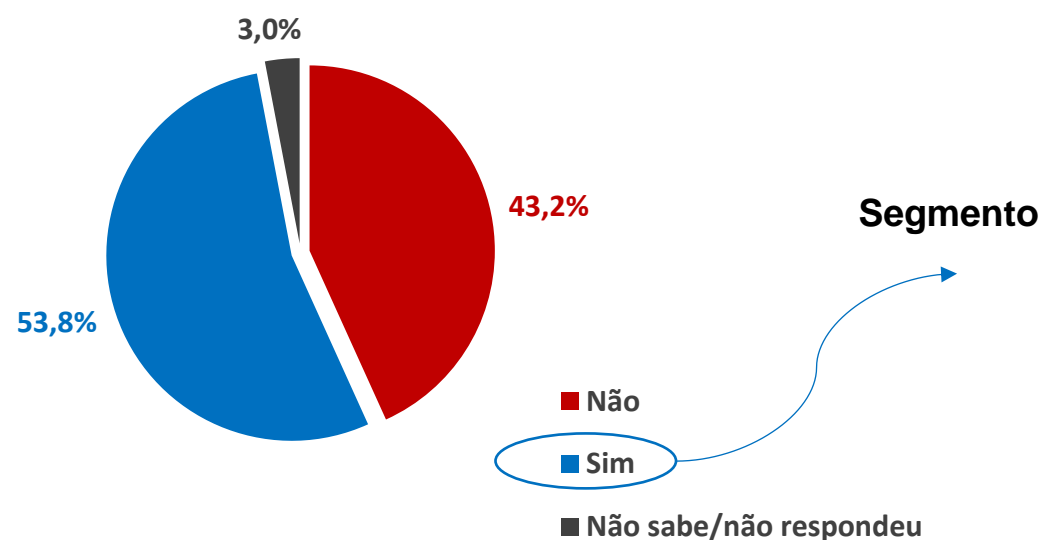
Segmento da empresa



65,0% das empresas do comércio varejista de produtos alimentícios de Belo Horizonte possuem até nove pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas

Impacto do período de Festa Junina nas vendas da loja

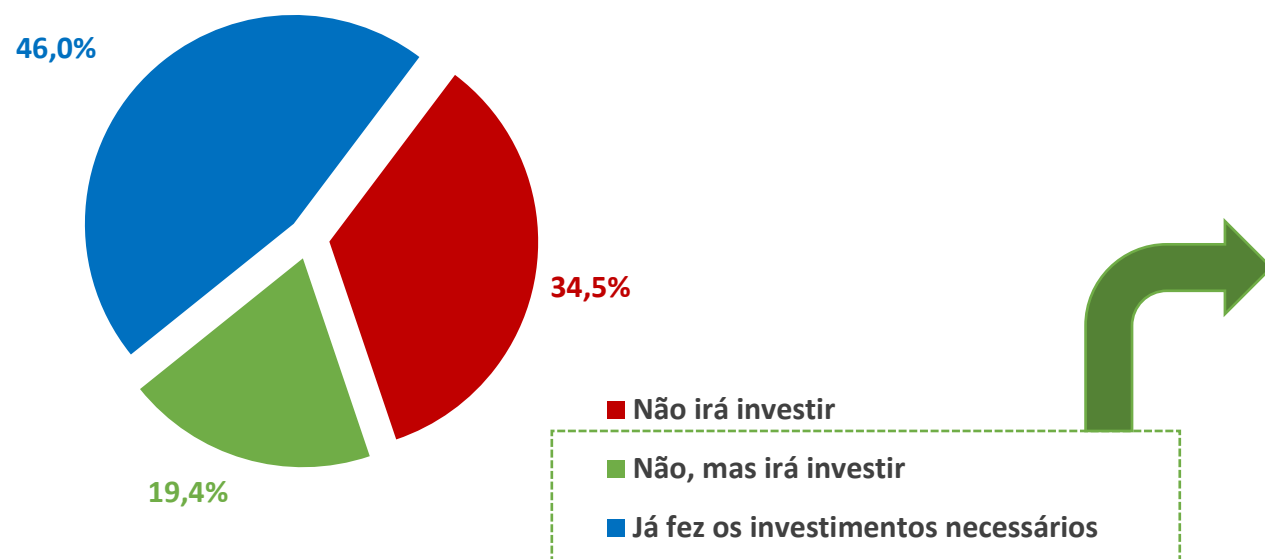
O período altera as vendas da loja?



53,8% das empresas do comércio varejista de gêneros alimentícios são afetadas, de forma positiva, pelo período de Festa Junina. Hipermercados e supermercados (83,3%) e açougues e peixarias (57,5%) são as atividades mais influenciadas pelas comemorações.

Investimento para o período

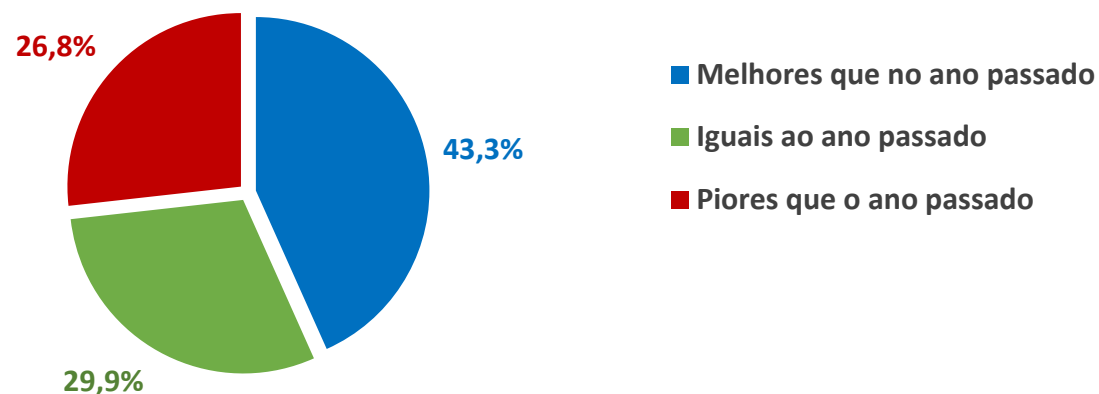
Investiu em produtos específicos para a data?



46,0% das empresas do segmento investiram em produtos para a data, enquanto 19,4% ainda não investiram, mas irão fazê-lo. Entre os produtos que serão inseridos ao mix destacam-se: canjica (69,2%), amendoim (61,5%) e doces (34,1%).

Expectativa de vendas

Como serão as vendas em relação ao ano passado?



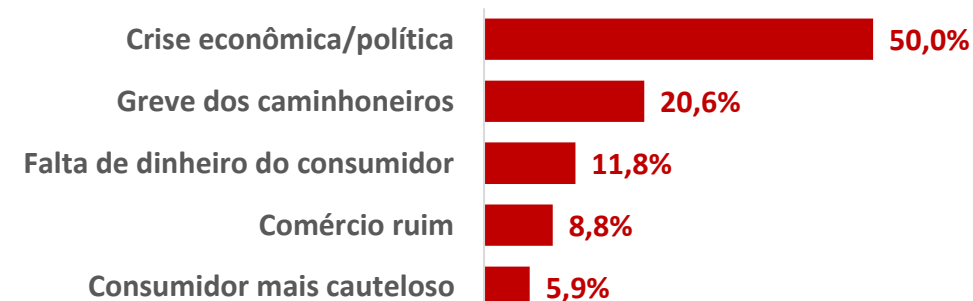
Entre as empresas que são impactadas pelo período na cidade, aproximadamente 43,3% acreditam que as vendas este ano serão melhores que as do ano passado. A expressividade da data (27,3%) e as ações da loja (20,0%) foram os principais motivos apontados para expectativa por esse resultado.

A crise econômica/política (50,0%) e a recente greve dos caminhoneiros (20,6%) fazem, aproximadamente, 26,8% das empresas acreditarem que as vendas no período serão inferiores às do ano de 2017.

Motivo para vendas melhores ⁽¹⁾



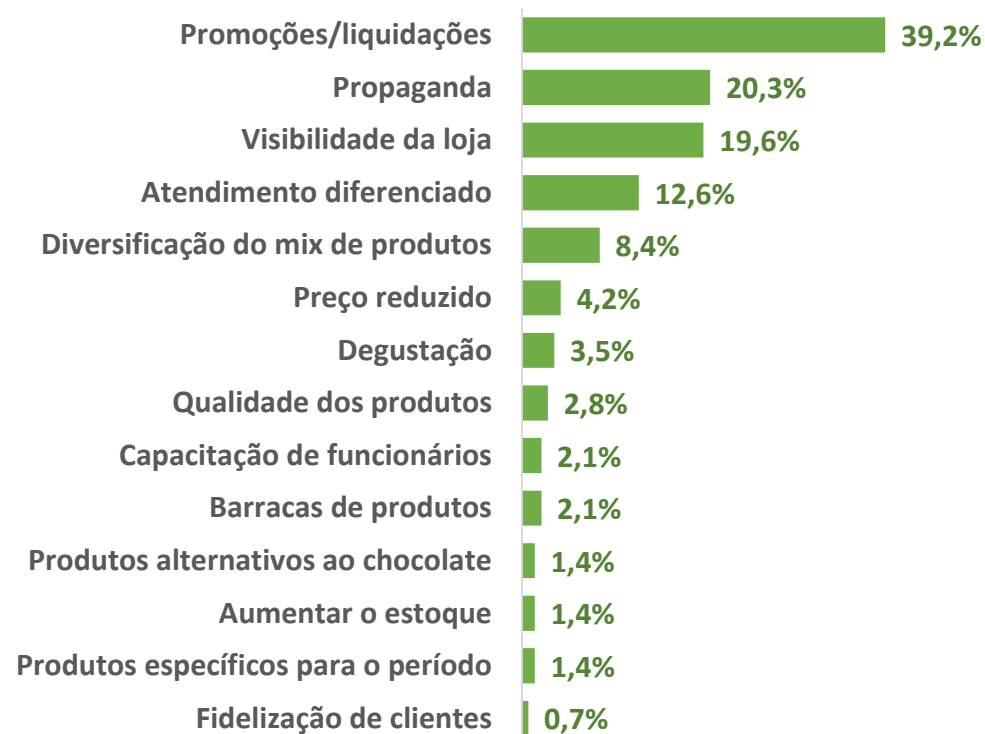
Motivo para vendas piores ⁽¹⁾



⁽¹⁾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? ⁽¹⁾



Para melhorar as vendas no período, 39,2% dos empresários realizarão promoções e liquidações para atrair o consumidor, 20,3% investirão em propaganda e 19,6% em visibilidade da loja.

⁽¹⁾Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados que citaram cada item.

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista de produtos alimentícios das regiões de Belo Horizonte. O método utilizado para a seleção das lojas foi definido com base no cadastro da área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 7 e 11 de junho de 2018. Foram avaliadas 266 empresas, perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra e um intervalo de confiança de 90%.

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 do Nascimento Souza Joyce do Nascimento Silva Sara Angela dos Santos
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