

Expectativas do Comércio Varejista - Dia dos Namorados 2018



Área de Estudos Econômicos


Fecomércio MG
Sesc | Senac

Expectativa de vendas

O Dia dos Namorados destaca-se no calendário de negócios do comércio varejista pelo apelo emocional e comercial, movimentando praticamente todos os setores do comércio. Neste ano, a data será comemorada em uma terça-feira.

A adoção de ações estratégicas por parte dos empresários evidencia o destaque especial atribuído ao período, que sensibiliza consumidores de diversas faixas de idade e renda. Cabe ao empresário se estruturar para melhor aproveitar as oportunidades geradas pela data, que fecha o calendário promocional do primeiro semestre.

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 da capital mineira, com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pelo Dia dos Namorados.



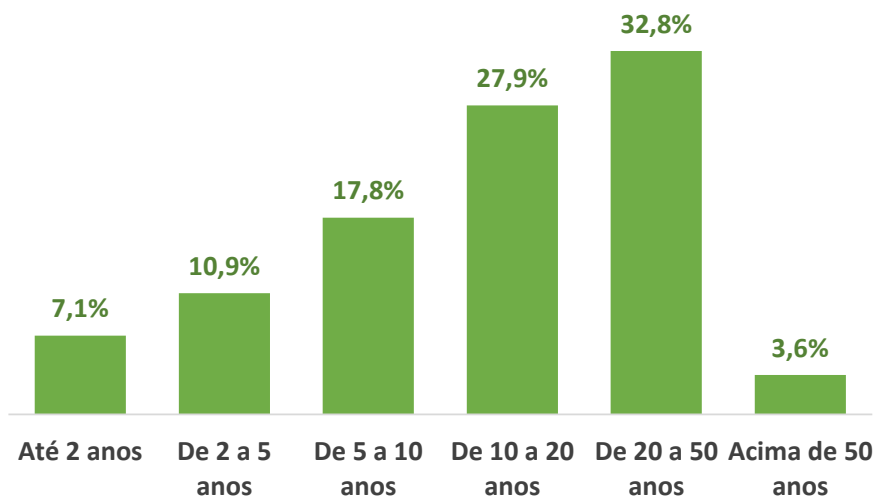
O período que envolve o Dia dos Namorados afeta 50,3% das empresas do comércio varejista da cidade de Belo Horizonte

O Dia dos Namorados gera um impacto positivo para 50,3% das empresas do comércio varejista da cidade de Belo Horizonte. O impacto ocorre, principalmente, em empresas de tecido, vestuário e calçados (71,3%), que com a chegada do frio, oferecem produtos novos.

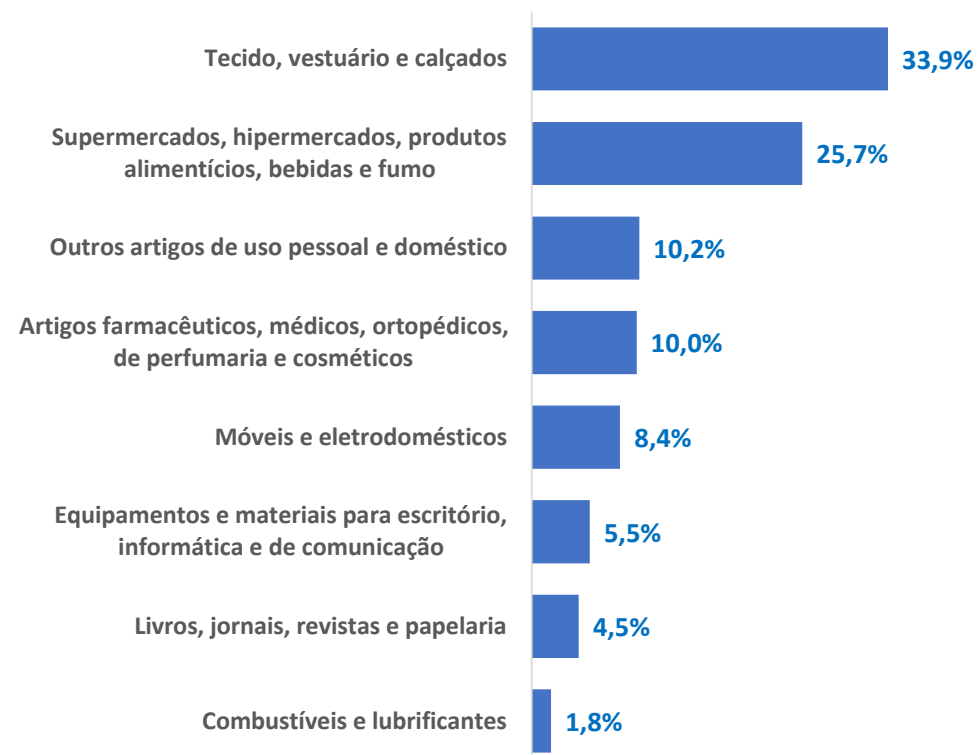
Para melhorar as vendas no período, 41,6% pretendem oferecer promoções e liquidações para atrair o consumidor e 30,3% irão investir em propaganda. Contudo, as ações planejadas para a loja e a melhora nas vendas/economia fazem com que 50,3% dos empresários acreditem que o desempenho da loja será superior ao ano de 2017.

Perfil das empresas

Tempo de atuação da empresa



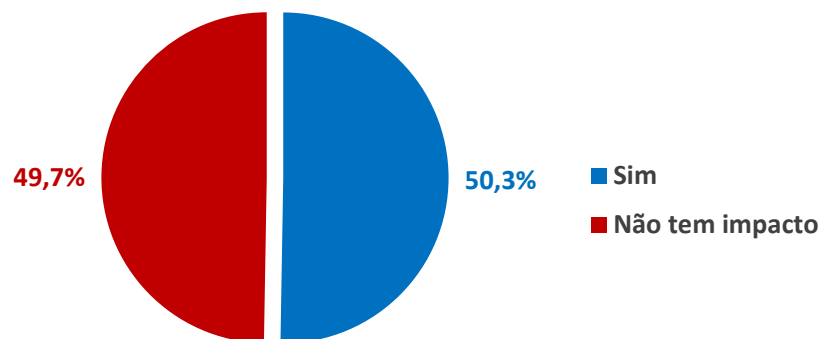
Segmento da empresa



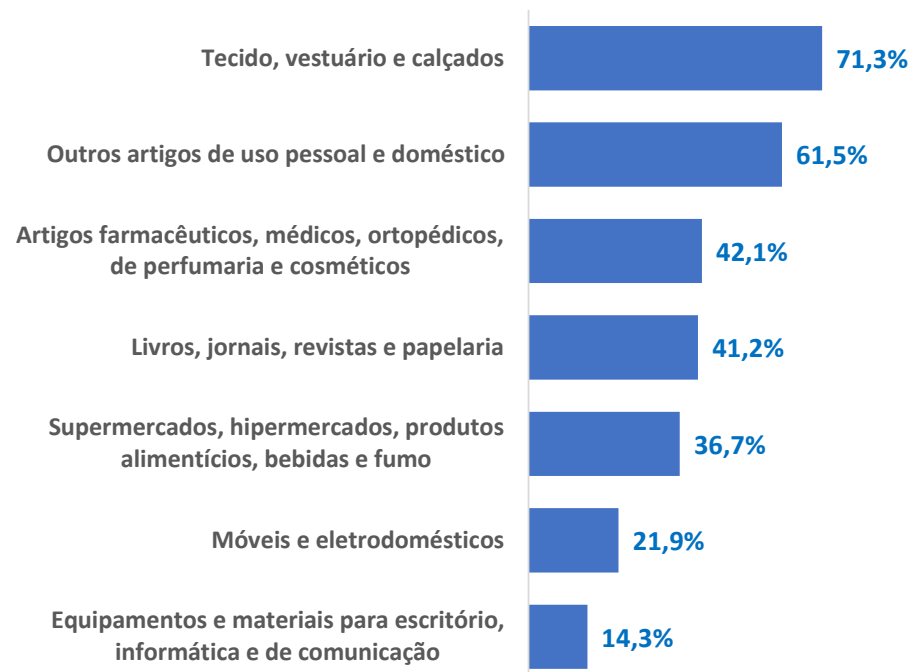
71,5% das empresas de Belo Horizonte possuem até nove pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas

Impacto do Dia dos Namorados nas vendas da loja

A data altera as vendas da loja?



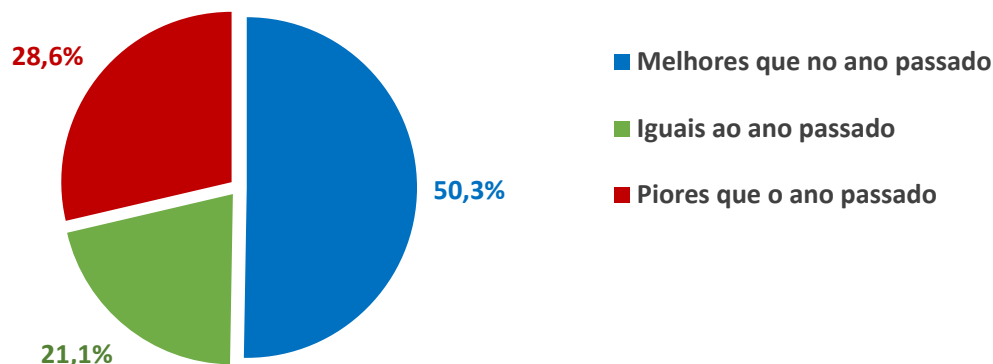
O período do Dia dos Namorados gera um impacto positivo para 50,3% das empresas do comércio varejista da cidade de Belo Horizonte. O impacto ocorre, principalmente, no segmento de tecido, vestuário e calçados (71,3%); e outros artigos de uso pessoal e doméstico (61,5%).



81,9% das lojas já receberam todas as encomendas e estão preparadas para as vendas da data

Expectativa de vendas

Como serão as vendas em relação ao ano passado?



	Expectativas nos anos anteriores			
	2017	2016	2015	2014
Melhores	52,7%	39,2%	32,7%	69,3%
Iguais	24,5%	19,1%	25,4%	24,2%
Piores	22,9%	41,8%	41,9%	6,5%

Entre as empresas que são impactadas pela data na cidade, aproximadamente 50,3% acreditam que as vendas este ano serão melhores que as do ano passado. Ações planejadas pela loja (28,0%) e a melhora na economia (19,4%) foram os principais motivos apontados para expectativa por esse resultado.

A comércio ruim (41,5%) e a crise econômica (22,6%) fazem, aproximadamente, 28,6% das empresas acreditarem que as vendas no período serão inferiores às do ano de 2017.

Motivo para vendas melhores ⁽¹⁾



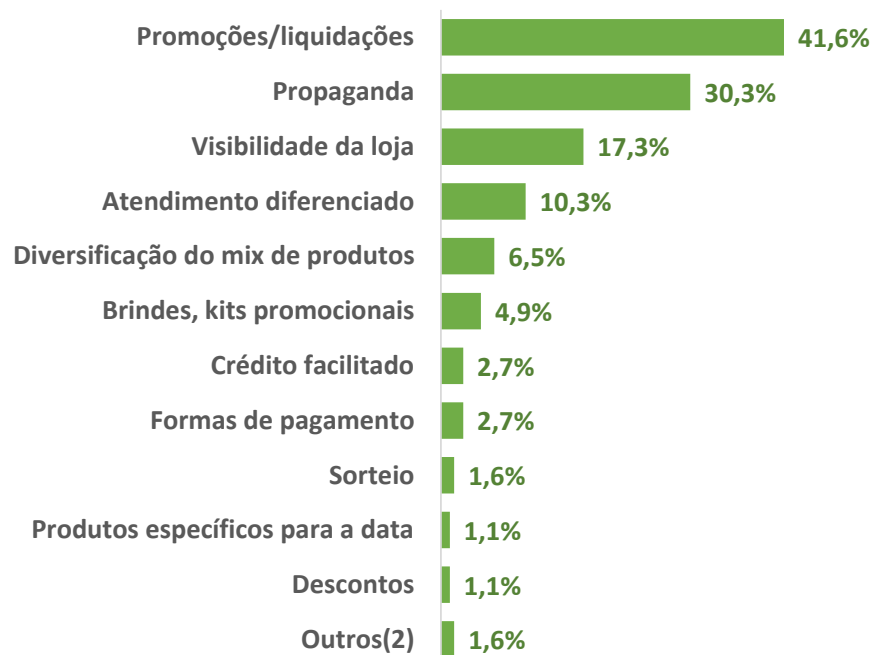
Motivo para vendas piores ⁽¹⁾



⁽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⁾



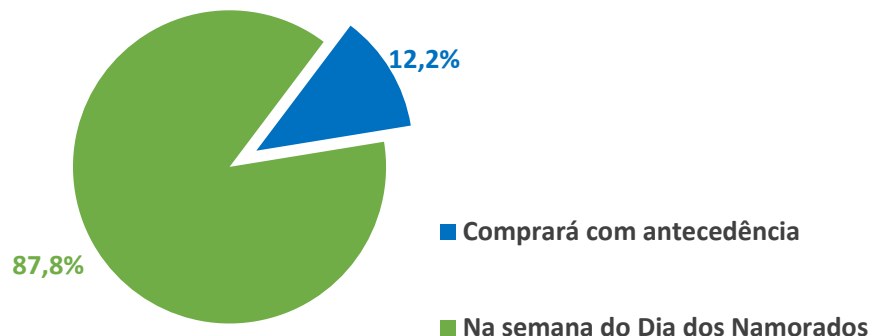
Para melhorar as vendas no período, 41,6% dos empresários pretendem realizar promoções e liquidações para atrair o consumidor, 30,3% irão investir em propaganda e 17,3% investirão na visibilidade da loja.

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

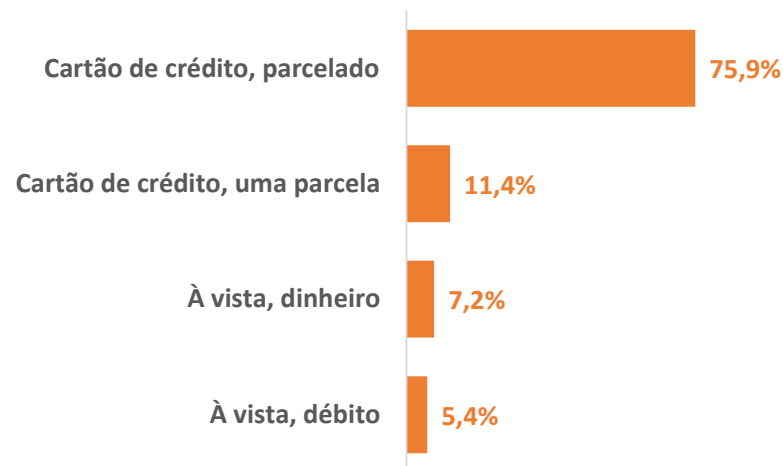
⁽²⁾ Outros itens citados: eventos, preço reduzido e parcerias

Perfil das compras

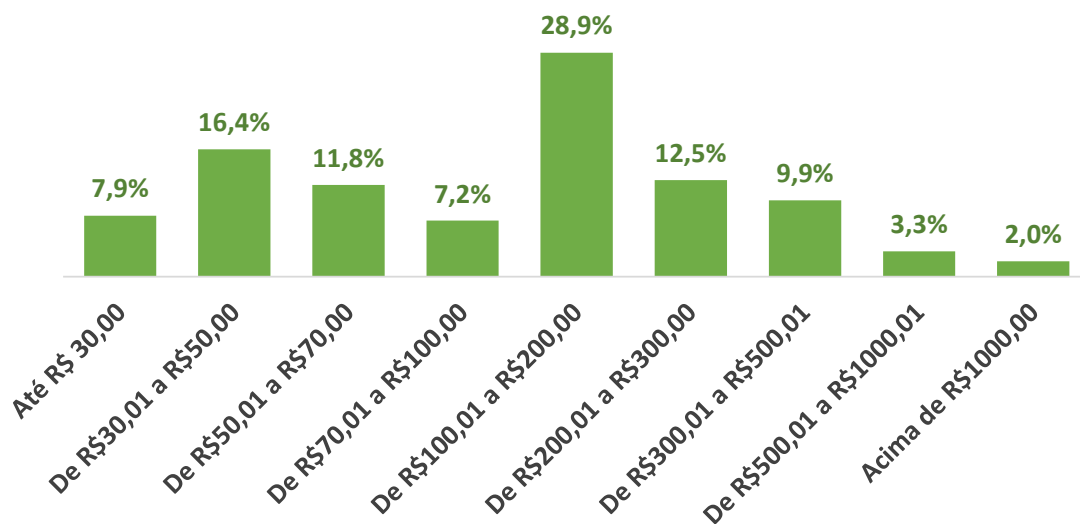
Quando acredita que o consumidor irá realizar as compras da data?



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



Qual é o gasto médio esperado para as compras de Dia dos Namorados?



Os empresários acreditam (87,8%) que os consumidores efetivarão as compras próximo à data.

Na visão deles, os consumidores devem optar por presentes entre R\$100,00 e R\$300,00, faixa apontada por 41,4% dos entrevistados, majoritariamente, com pagamentos no cartão de crédito.

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista das 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 22 e 25 de maio de 2018. Foram avaliadas 380 empresas, perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra e 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 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