



O Carnaval é um dos feriados mais esperados do ano no país, geralmente dura três dias terminando na quarta-feira de cinzas. Inúmeras cidades e estabelecimentos lucram bastante com esta data, visto que, é uma época de diversão, de sair da rotina, viajar e descansar.

Este ano mais de 1,5 milhão de pessoas aproveitaram o carnaval da capital mineira, segundo dados da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (Belotur). Após investimentos da prefeitura e de patrocinadores a capital conseguiu movimentar diversos setores que antes deixavam de lucrar com a data. De acordo com a Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV), houve um aumento de 50% na procura dos serviços turísticos em relação ao ano anterior. Pensando nisso, a área de **Estudos Econômicos** em parceria com o **Núcleo de Turismo** da **Fecomércio MG** realizaram esta pesquisa no intuito de identificar os resultados dos empresários do comércio varejista no carnaval 2015.

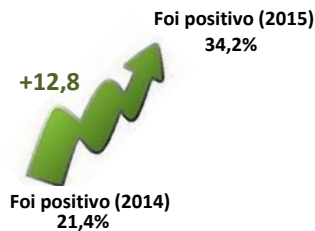
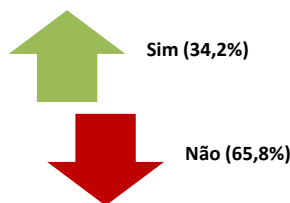
Perfil das empresas

59,3% das empresas de Belo Horizonte possuem até 9 pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas.



Impacto no comércio

O carnaval de rua de Belo Horizonte este ano foi positivo para o comércio (em geral)



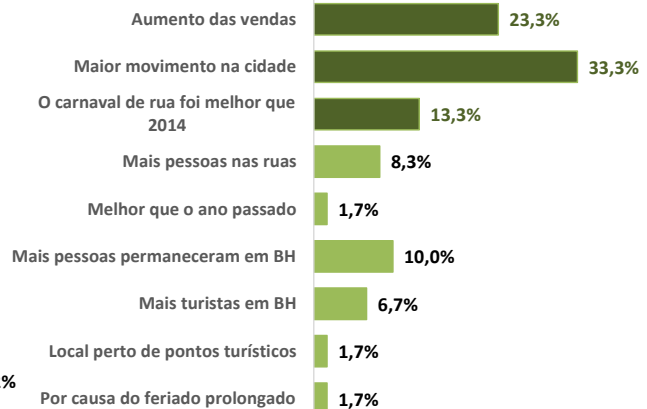
Melhora nas vendas no carnaval		
Ano	Esperado	Realizado
2014	31,3%	21,4%
2015	26,7%	34,2%

9,9%
7,5%

Se não, por qual motivo*

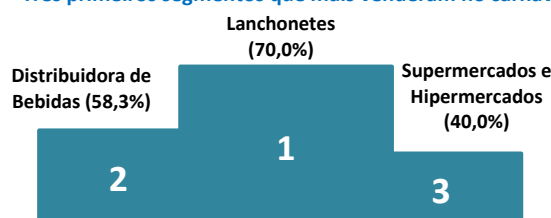


Se sim, por qual motivo*



* Perguntas com respostas espontâneas.

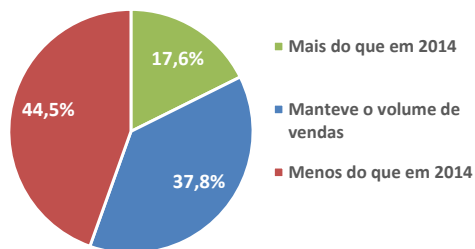
Três primeiros segmentos que mais venderam no carnaval



41% dos empresários da região Centro-Sul afirmaram que as vendas este ano foram melhores.

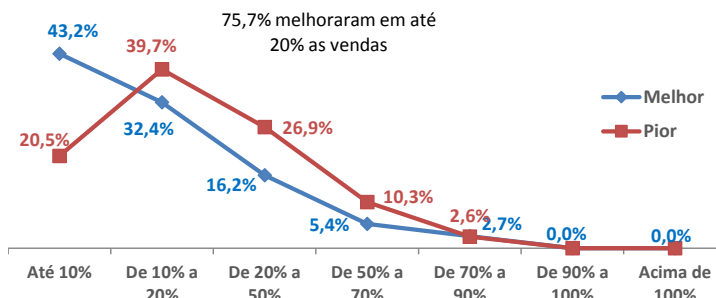
Resultados das vendas

Acredita que neste carnaval a sua loja vendeu:



Em 2014, 9,4% dos empresários afirmaram que a loja vendeu mais no carnaval se comparado ao ano anterior.

Percentual de vendas maior/menor



Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra estratificada das atividades econômicas do Comércio Varejista e regiões de Belo Horizonte. O universo pesquisado foram as empresas do segmento de 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 20 e 23 de fevereiro/15. O número de entrevistas foi de 249 empresas perfazendo uma margem de erro da ordem de 6,0% para a amostra a um intervalo de confiança de 95%.

Equipe Técnica

Estudos Econômicos

Responsável	Luana Thamiris da Silva de Oliveira
Analista de Economia	Caio César Soares Gonçalves
Assistente Administrativo	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Daylla Themis Vilefort Campos Sato
	Karen Martins Falcão Vieira
	Marcos Vinicius Martins de Sousa
	Sabrina Cristina Sousa Santos
Estagiário	Vinicius Alves Silva Madeira

Núcleo de Turismo

Responsável	Lúcia Vieira
Analista de Turismo	Mariana Lima
Estagiário	Milena Soares