



O Dia dos Pais marca abertura do calendário de datas comemorativas do comércio varejista do segundo semestre. O apelo emocional estimula demanda por artigos masculinos, tais como: vestuário, calçados, perfumaria, eletroeletrônicos, artigos esportivos, livrarias, CD's, dentre outros. A comemoração se dá no segundo domingo de agosto, coincidindo com as liquidações de artigos de inverno, o que contribui para gerar um ambiente de oportunidades de compras a preços mais acessíveis. A área de **Estudos Econômicos** da **Fecomércio MG** realizou esta pesquisa no intuito de identificar a expectativa dos empresários do comércio varejista para o Dia dos Pais 2015.

## Perfil das empresas

67,2% das empresas de Belo Horizonte possuem até 9 pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas.



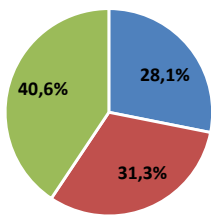
## Tempo de atuação da empresa no mercado



Até 02 anos	8,6%
De 2 a 5 anos	18,9%
De 5 a 10 anos	19,7%
De 10 a 20 anos	29,2%
De 20 a 49 anos	19,7%
Acima de 50 anos	3,9%

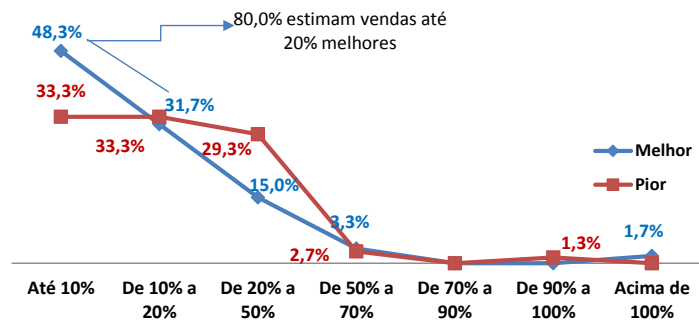
## Expectativa de vendas

Neste Dia dos Pais, sua loja irá:



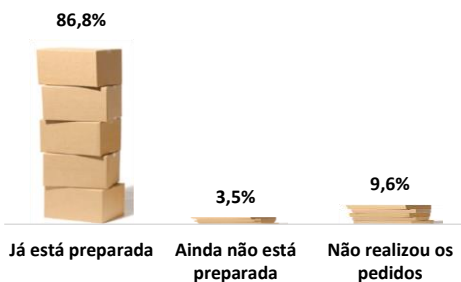
- Melhor do que o ano passado
- Manter o volume de vendas
- Pior do que o ano passado

## Percentual de vendas maior/menor



## Estratégia de Vendas

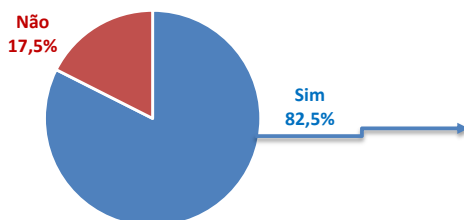
No que diz respeito aos estoques a empresa está:



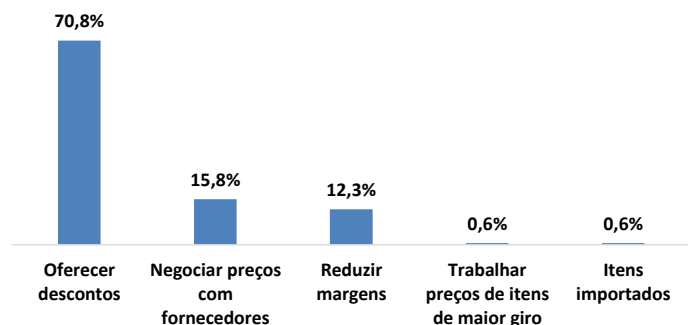
## Medidas para incrementar as vendas

Promoções	56,2%
Visibilidade da loja (vitrine)	16,6%
Crédito facilitado (prazo)	7,3%
Descontos em produtos específicos	6,0%
Brindes	5,4%
Diversificação do mix de produtos	2,7%
Ações de mídia	2,4%
Kits de produtos direcionados aos homens	1,2%
Capacitação e funcionários	1,2%
Atendimento diferenciado	0,6%
Compras a vista com desconto	0,3%

A empresa está focada em formar preços diferenciados da concorrência

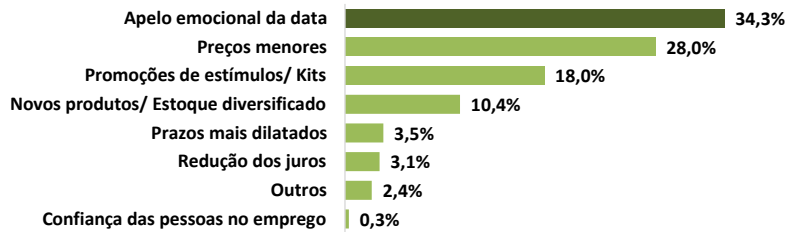


## Tipo de Ações

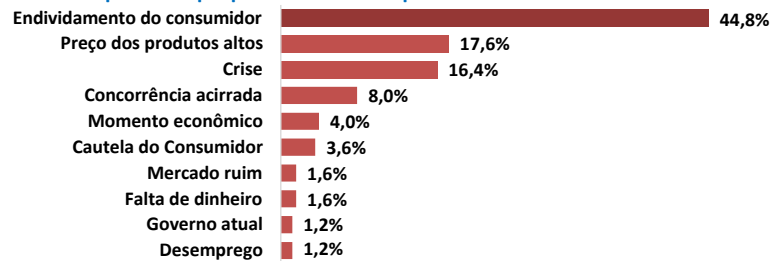


**Orientação do consumidor**

**Principal fator que pode levar os consumidores às compras**



**Principal fator que pode inibir às compras neste Dia dos Pais**

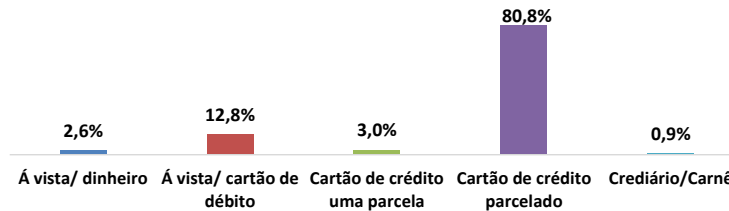


**Ticket médio - Forma de pagamento**

**Ticket médio esperado por consumidor**



**Forma de pagamento acredita que irá sobressair**



**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 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 17 a 22 de Julho/15. O número de entrevistas foi de 240 empresas perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra a um intervalo de confiança de 97%.

**Equipe Técnica**

**Estudos Econômicos**

Responsável	Luana Thamiris da Silva de Oliveira
Analista de Economia	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Assistente Administrativo	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Daylla Themis Vilefort Campos Sato
	Marcos Vinicius Martins de Sousa
	Sabrina Cristina Sousa Santos
Estagiário	Vinicius Alves Silva Madeira
Jovem Aprendiz	Yanna Paula Araújo da Silva