

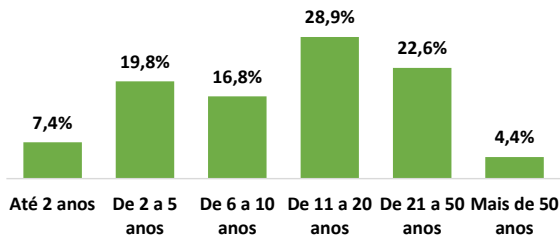


O Natal é a melhor data de vendas para o comércio varejista. É período de confraternizações, mundialmente comemorado através de trocas de presentes. Os consumidores, levados pelo apelo emocional da data, são envolvidos por um clima festivo e de confraternização. Isso tudo cria um momento positivo e de grandes expectativas. A data tem como característica a pluralidade de multiplicação de efeitos, através dos multicanais de vendas, pois movimentam diversas cadeias produtivas, cabendo a cada um oportunizar seu negócio.

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 da capital mineira com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pela maior data do comércio varejista, o Natal.

## Perfil das empresas

### Tempo de atuação da empresa



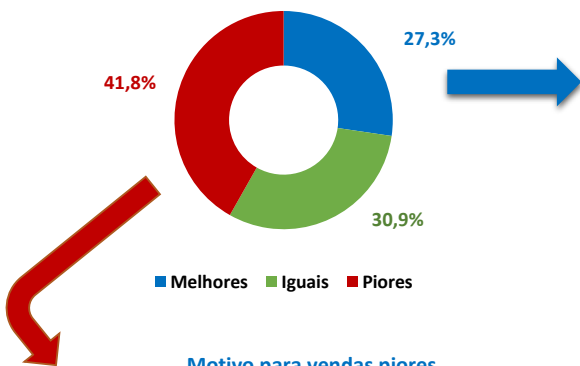
### Número de funcionários da empresa



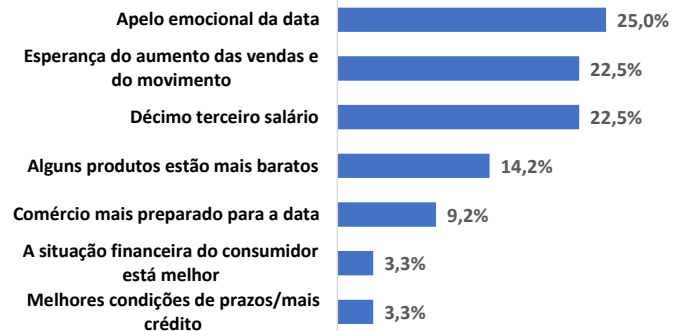
76% das empresas de Belo Horizonte possuem até 9 pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas.

## Expectativa de vendas

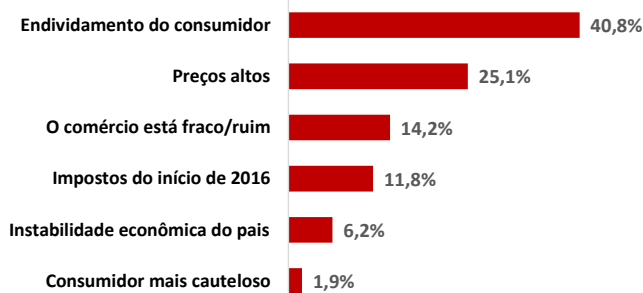
### Como serão as vendas em relação ao ano passado



### Motivo para vendas melhores



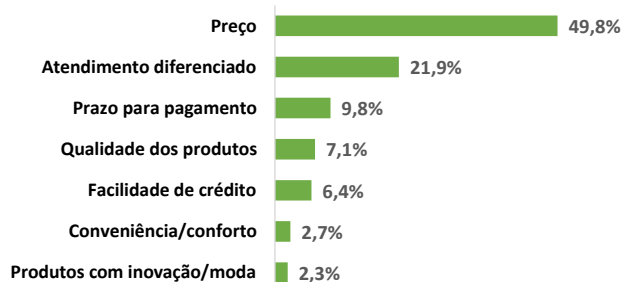
### Motivo para vendas piores



Entre as empresas que afirmaram que as vendas para o Natal neste ano serão piores que no ano passado, a redução será de, em média, 9,1%. Para as empresas que acreditam que haverá uma melhora nas vendas em relação a 2014 o aumento será de 5,4%, em média.

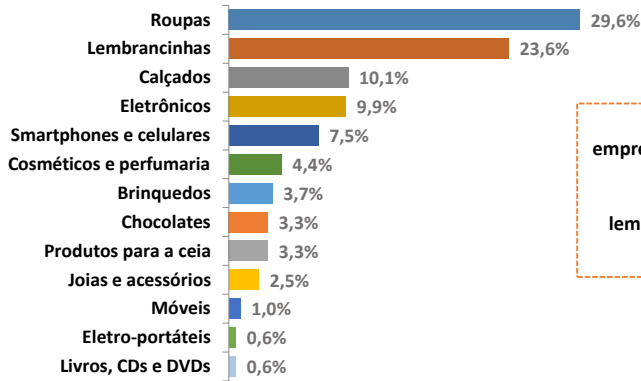
## Prioridade para as compras de Natal

### O que os consumidores irão priorizar em suas compras neste Natal?



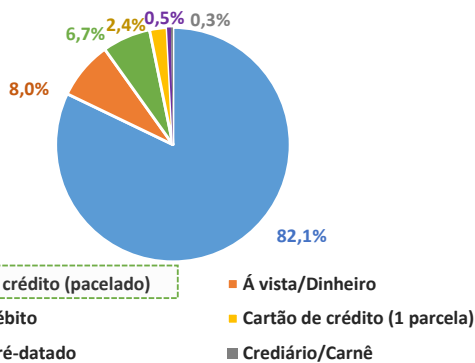
## Pretensão de compra

O que o consumidor irá comprar neste Natal, na opinião do empresário

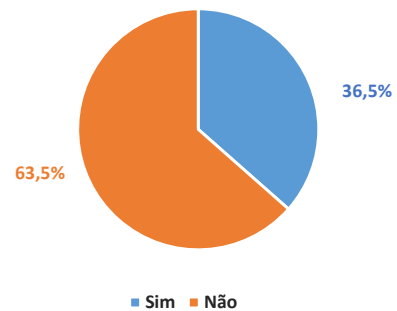


No ano de 2014, os produtos indicados pelos empresários como os preferidos para o período foram as roupas, os smartphones e os calçados. Neste ano, os smartphones deram lugar às lembrancinhas que, segundo os entrevistados, será o segundo item mais procurado para a data.

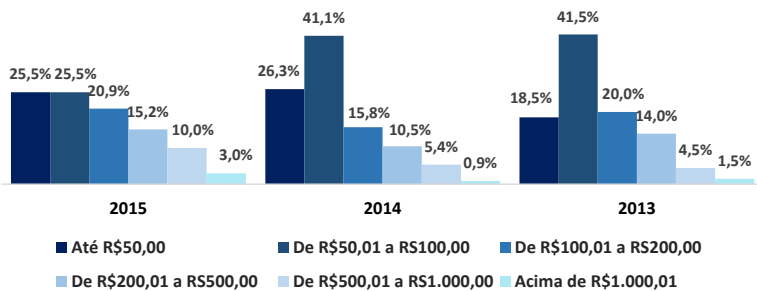
Forma de pagamento



O consumidor deverá se endividar mais neste Natal, se comparado ao ano de 2014?



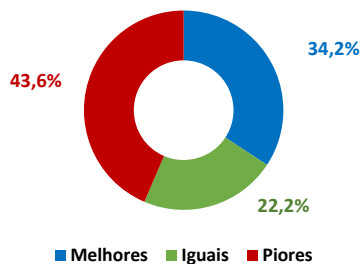
Ticket Médio



Nota-se uma mudança na distribuição do ticket médio para o Natal de 2015, na visão dos entrevistados. **51% dos empresários afirmaram que os consumidores irão gastar, em média, até R\$100,00 no presente.**

## Expectativas

Em relação ao último trimestre de 2014, as expectativas para o último trimestre de 2015 são?



No ano passado 50,4% dos empresários esperavam melhora nas vendas para último trimestre do ano em relação mesmo período de 2013. Neste ano, apenas 34,2% dos entrevistados acreditam que o último trimestre de 2015 será melhor do que o ocorrido em 2014.

## 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 20 a 26 de outubro do ano de 2015. O número de entrevistas foi de 377 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	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
	Marcos Vinicius Martins de Sousa
	Sabrina Cristina Sousa Santos
	Sara Ângela dos Santos
Jovem Aprendiz	Yanna Paula Araújo da Silva