

# Expectativa de vendas - 1º semestre de 2021

Opinião do Comércio Varejista de Minas Gerais



Área de Estudos Econômicos

Compromisso  
com a retomada do  
comércio em Minas

 **Fecomércio MG**  
Sesc | Senac  
e Sindicatos Empresariais

## Expectativa de vendas - 1º semestre de 2021

Observar e entender como foram as vendas dos seis últimos meses de 2020 é fundamental para auxiliar o planejamento deste semestre, que contempla uma das mais importantes datas comemorativas para o comércio: o Dia das Mães. Acompanhar o comportamento dos consumidores e dos concorrentes em seus processos de escolha e gestão, respectivamente, exige uma postura atenta dos empresários, que vai além da multiplicação de lojas, estendendo-se aos canais, produtos, serviços diferenciados e atitudes sustentáveis.

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de entender como foram as vendas no último semestre de 2020, com o intuito de auxiliar e traçar o cenário empresarial para o primeiro semestre de 2021. A partir desse diagnóstico, pode-se obter um desenho estratégico para o comércio varejista.



**44,1% das empresas do comércio varejista acreditam que o primeiro semestre de 2021 será melhor que o segundo de 2020**

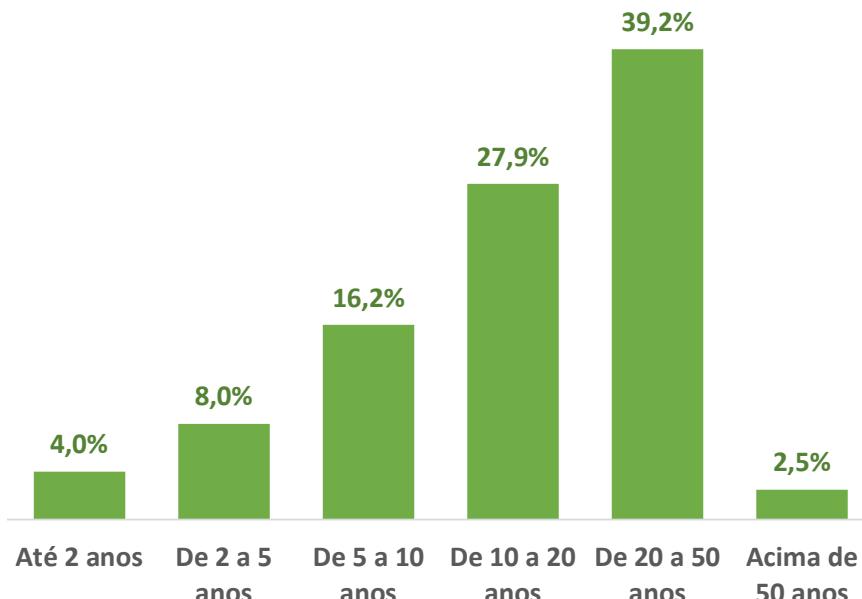
Ao todo, 40,4% das empresas viram seu volume de vendas melhorar no segundo semestre de 2020 em relação ao mesmo período do ano de 2019. Se comparado ao primeiro semestre do ano, 44,6% registraram aumento nas vendas.

Para minimizar os efeitos do cenário econômico desfavorável, é necessário que o empresário se planeje e atraia o consumidor. No primeiro semestre de 2021, 30,2% do comércio investirá em ações promocionais, ao passo que 25,9% realizará ações de divulgação/propaganda.

O Dia das Mães é a data comemorativa que mais impacta o comércio no primeiro semestre. Ao todo, 36,4% serão beneficiados pelas vendas do período. Em datas como essa, 29,9% esperam vendas melhores que em 2020.

## Perfil das empresas

### Tempo de atuação da empresa



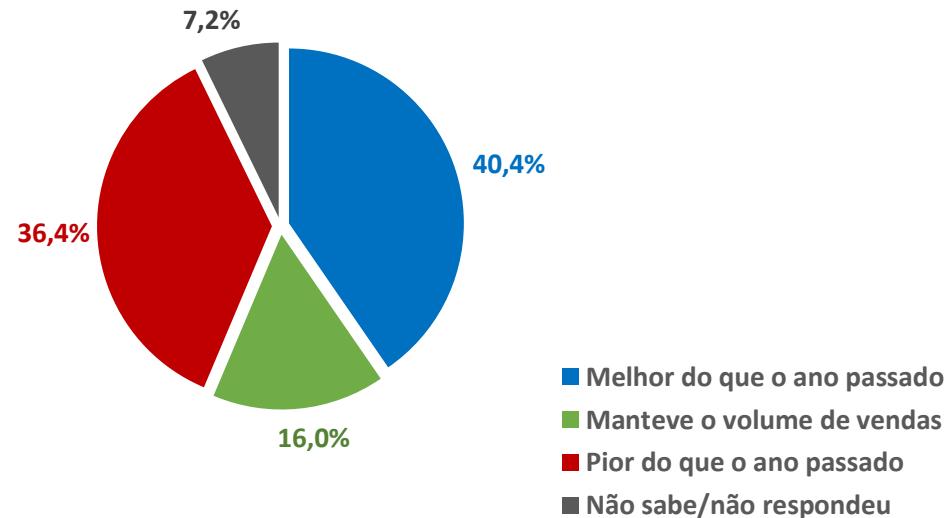
### Segmento da empresa



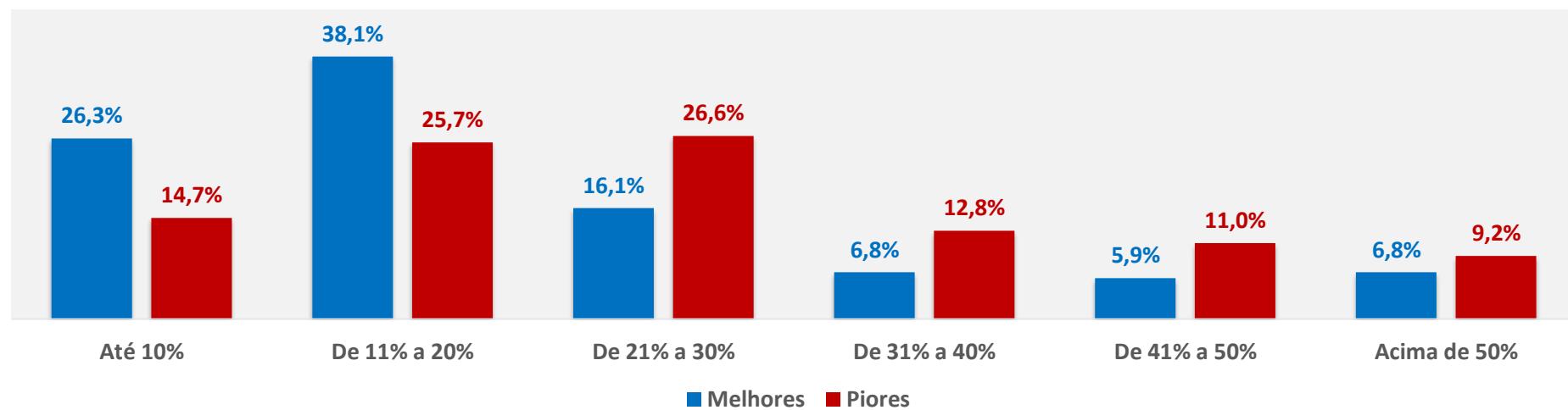
**62,6% das empresas possuem até nove empregados em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas.**

## Desempenho no semestre

**Vendas no segundo semestre de 2020, em relação ao mesmo período do ano de 2019**

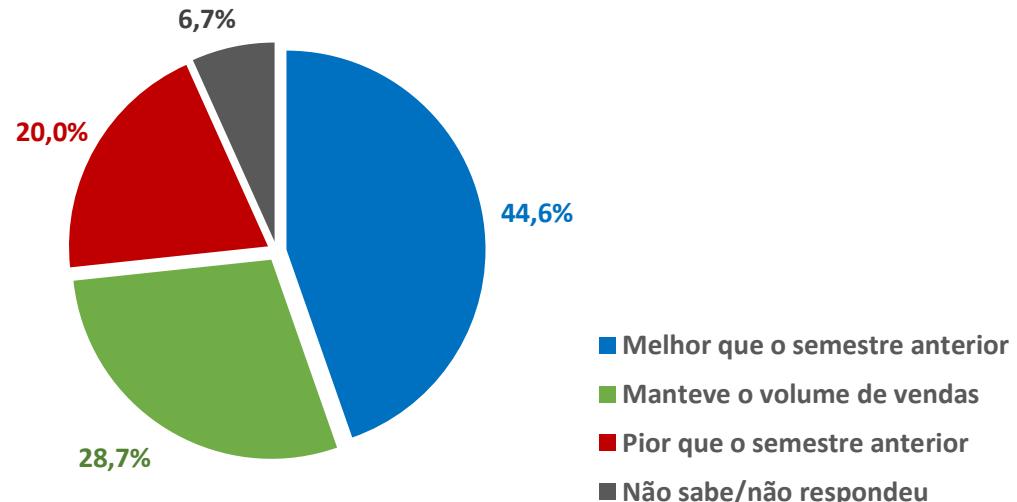


Para 40,4% das empresas, o segundo semestre de 2020 apresentou resultados melhores, frente ao mesmo período do ano de 2019. Em mais de 64% das lojas que apresentaram tal resultado, a melhora foi de até 20%.



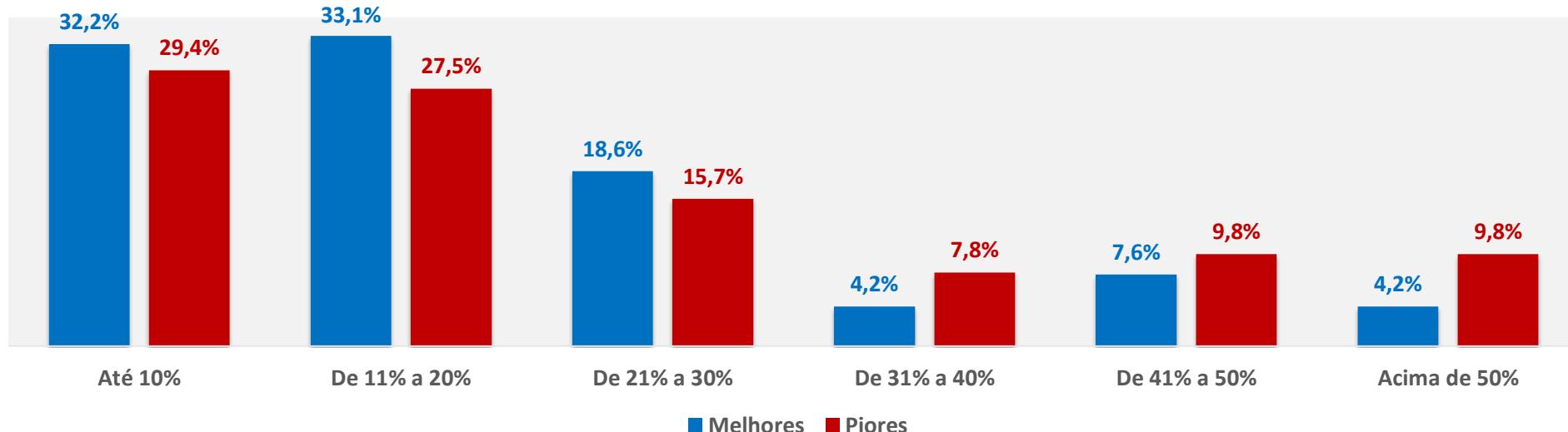
## Desempenho no semestre

**Vendas no segundo semestre de 2020, em relação ao primeiro semestre do ano**

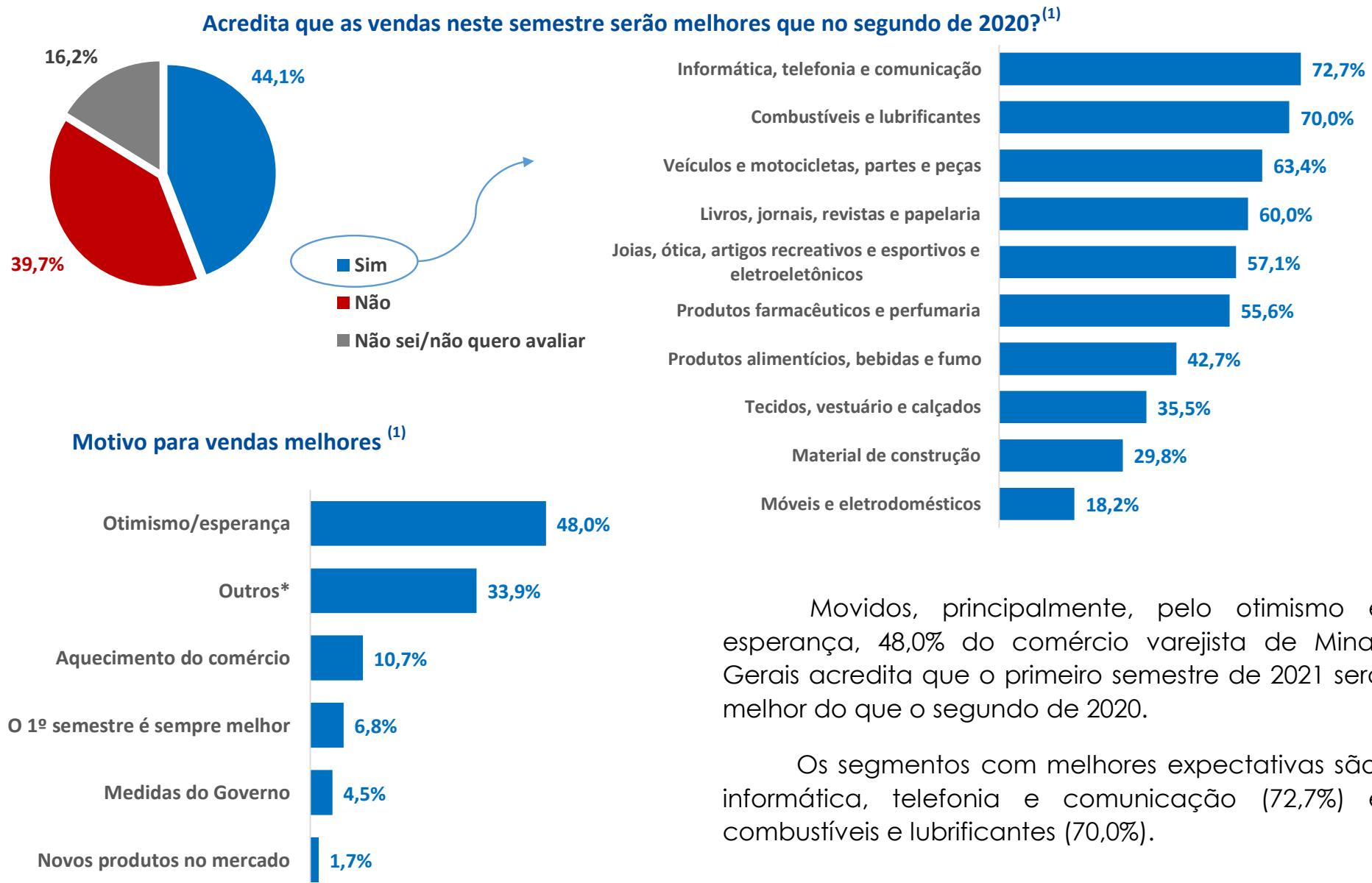


De acordo com 44,6% dos empresários, as vendas no segundo semestre de 2020 foram melhores que no primeiro. Para mais de 65%, a variação foi de até 20%.

### Percentual de alteração



## Expectativas para o volume de vendas



Outros\*: maior consumo das pessoas em isolamento social, melhora na economia, vacinação contra Covid-19, etc.

<sup>(1)</sup>Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

## Ações para o período

### Medidas que a loja irá adotar para aumentar as vendas no semestre <sup>(1)</sup>



### Motivos que podem dificultar as vendas no semestre <sup>(1)</sup>



Para melhorar as vendas no período, os empresários prometem realizar promoções (30,2%) e investir em ações de divulgação/propaganda (25,9%).

Outros motivos (73,3%), o desemprego (19,0%) e o momento econômico do país (13,2%) foram apontados como fatores que podem dificultar as vendas nos primeiros seis meses do ano.

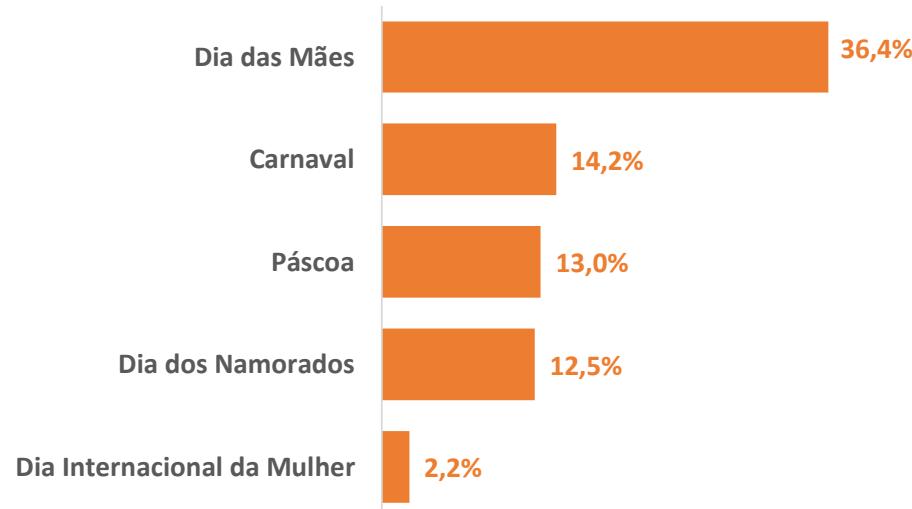
Outros\*: continuar com as vendas online, continuar com delivery, dar descontos, etc.

Outros\*\*: pandemia, fim do auxílio emergencial, falta de mercadoria, etc.

<sup>(1)</sup>Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

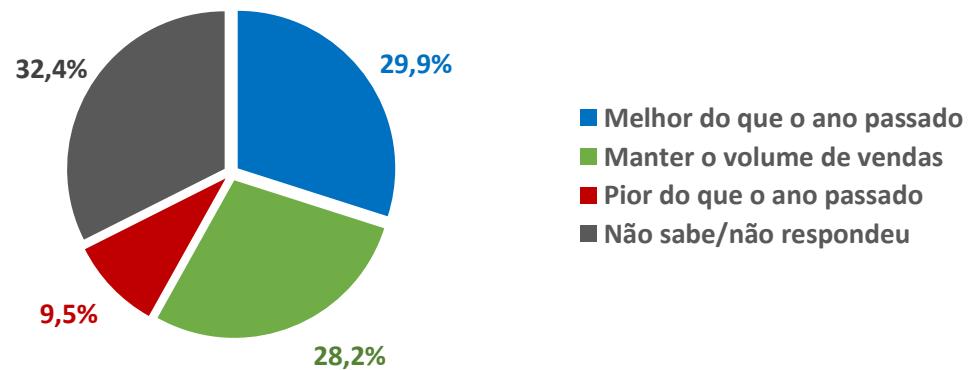
## Datas comemorativas

**Quais datas comemorativas apresentam impacto positivo para a sua loja? <sup>(2)</sup>**

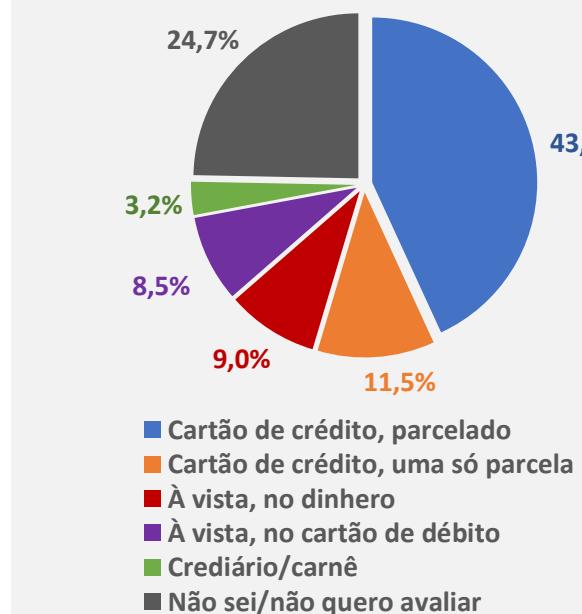


Entre as datas comemorativas do primeiro semestre, o Dia das Mães é a que mais tem impacto positivo para o comércio (36,4%), seguida pelo Carnaval (14,2%) e a Páscoa (13,0%).

**Qual a sua expectativa para as vendas nessas datas?**



**Compras pelo cartão de crédito devem sobressair no primeiro semestre**



(2)Indica o percentual do número de empresas que são impactadas positivamente pela data.

## Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra do comércio varejista de Minas Gerais. 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 7 e 27 de janeiro de 2021. Foram avaliadas 401 empresas, sendo aproximadamente 40 em cada região de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo). A amostra avaliada perfaz uma margem de erro da ordem de 5,0%, a um intervalo de confiança de 95%.

### Equipe Técnica

#### Estudos Econômicos

Responsável	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Analista de pesquisa	Carolina Barcelos Teixeira
Pesquisadores	Filipe de Nascimento Souza Joyce do Nascimento Silva

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.fecomerciomg.org.br