

# Expectativas do Comércio Varejista - Dia dos Namorados 2021



Área de Estudos Econômicos

  
**Fecomércio MG**  
Sesc | Senac

## Expectativa de vendas

O Dia dos Namorados se destaca 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 um sábado.

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 de Minas Gerais, com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pelo Dia dos Namorados.



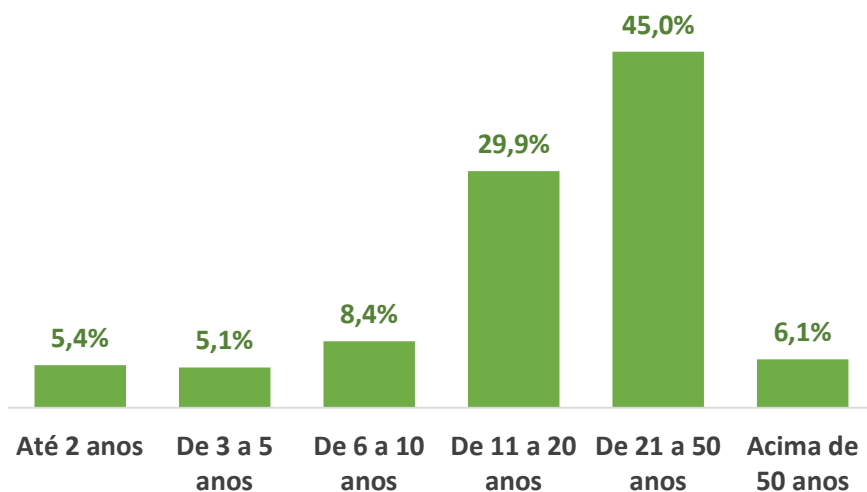
**O período que envolve o Dia dos Namorados afeta 57,4% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais**

O Dia dos Namorados gera um impacto positivo para 57,4% das empresas do comércio varejista do estado. O impacto ocorre, principalmente, em empresas de livros, jornais, revistas e papelaria (90,0%).

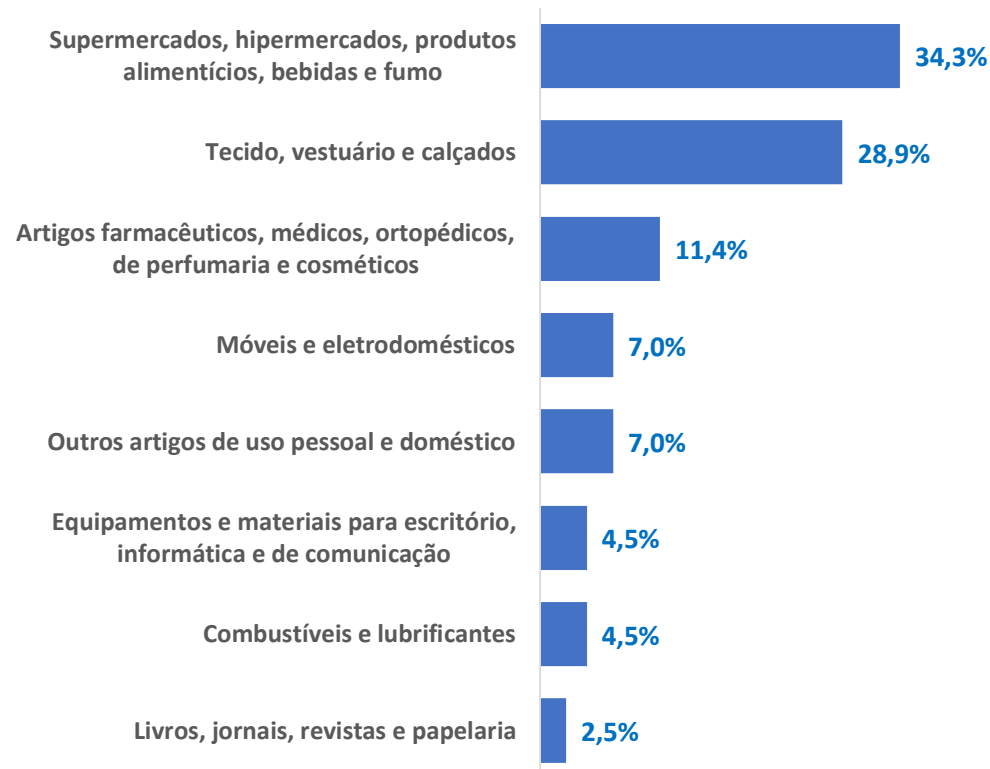
Para melhorar as vendas no período, 45,7% irão investir em propaganda e 34,8% pretendem oferecer promoções e liquidações para atrair o consumidor. Contudo, o otimismo/esperança e o valor afetivo da data fazem com que 45,7% dos empresários acreditem que o desempenho da loja será superior ao ano de 2020.

## Perfil das empresas

### Tempo de atuação da empresa



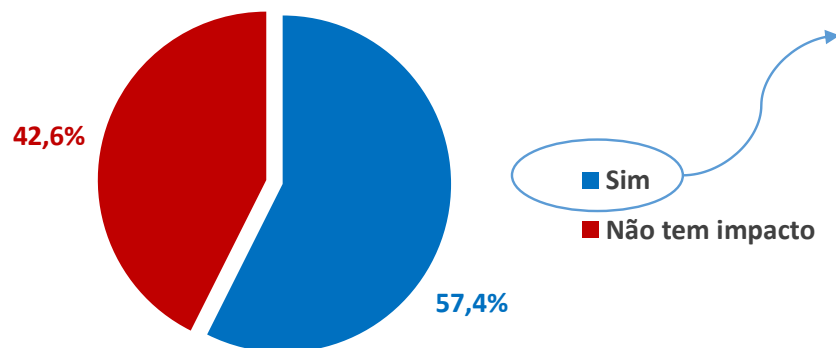
### Segmento da empresa



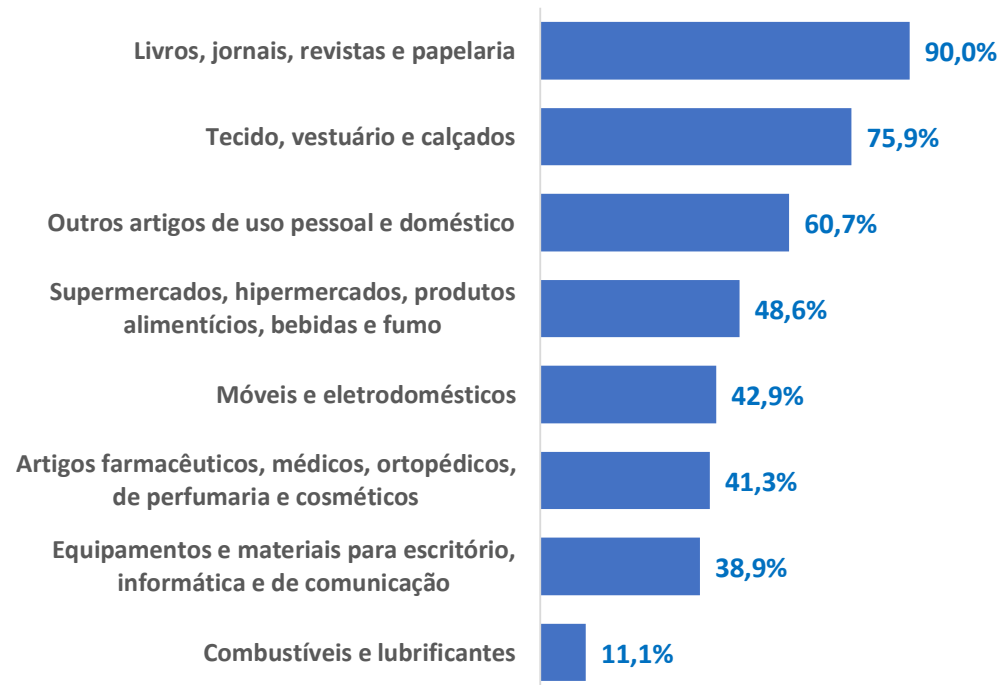
**77,6% das empresas de Minas Gerais possuem até nove pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas**

## Impacto do Dia dos Namorados nas vendas da loja

### A data altera as vendas da loja?



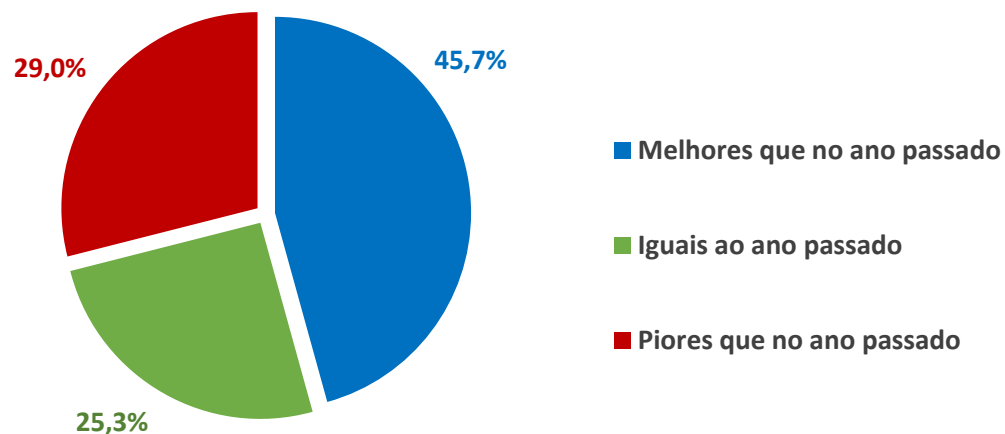
O período do Dia dos Namorados gera um impacto positivo para 57,4% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais. O impacto ocorre, principalmente, no segmento de livros, jornais, revistas e papelaria (90,0%) e tecido, vestuário e calçados (75,9%).



**66,0% das lojas já receberam todas as encomendas e estão preparadas para as vendas da data**

## Expectativa de vendas

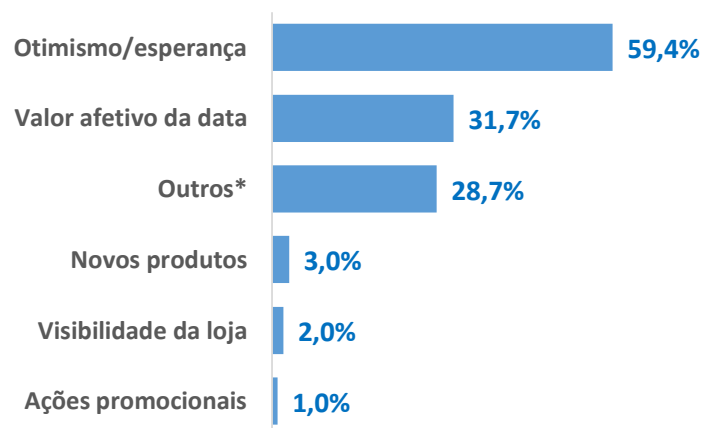
### Como serão as vendas em relação ao ano passado?



Entre as empresas que são impactadas pela data no estado, 45,7% acreditam que as vendas neste ano serão melhores que as do ano passado. O otimismo/esperança (59,4%) e o valor afetivo da data (31,7%) foram os principais motivos apontados para expectativa por esse resultado.

Por outro lado, a pandemia (78,1%) e a percepção de continuidade da crise econômica (40,6%) fazem com que 29,0% das empresas acreditem em vendas inferiores às do último ano.

### Motivo para vendas melhores <sup>(1)</sup>



### Motivo para vendas piores <sup>(1)</sup>



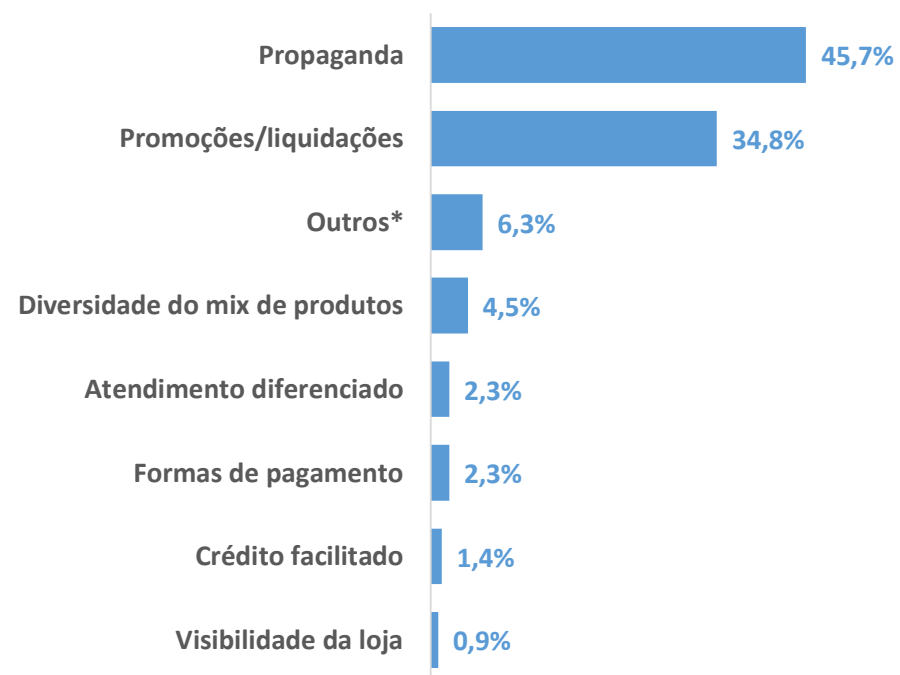
\*Flexibilização/reabertura do comércio, aumento nas vendas deste ano, vacinação da população etc.

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

\*\* Falta de dinheiro, desemprego etc.

## Ações para o período

Quais ações a loja irá adotar para melhorar as vendas no período? <sup>(1)</sup>



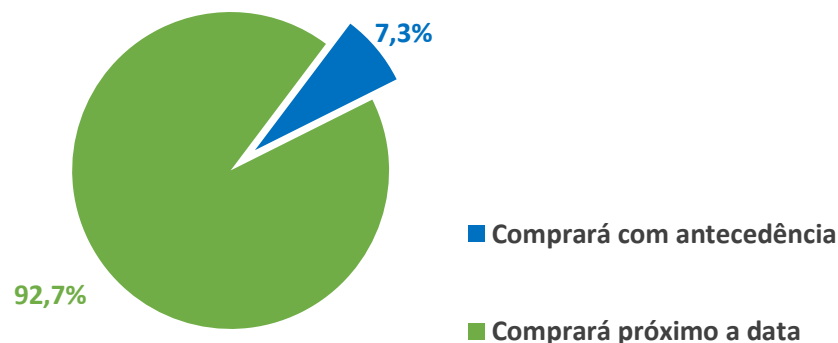
Para melhorar as vendas no período, 45,7% dos empresários irão investir em propaganda e 34,8% apostarão nas promoções e liquidações para atrair o consumidor.

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

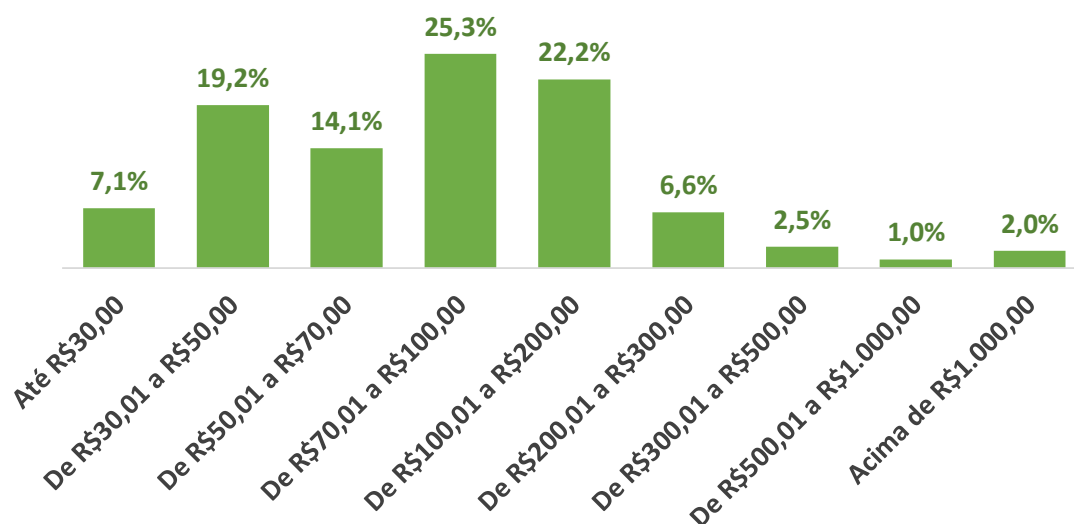
<sup>(2)</sup> Outros itens citados: sorteios/brindes e vendas on-line

## Perfil das compras

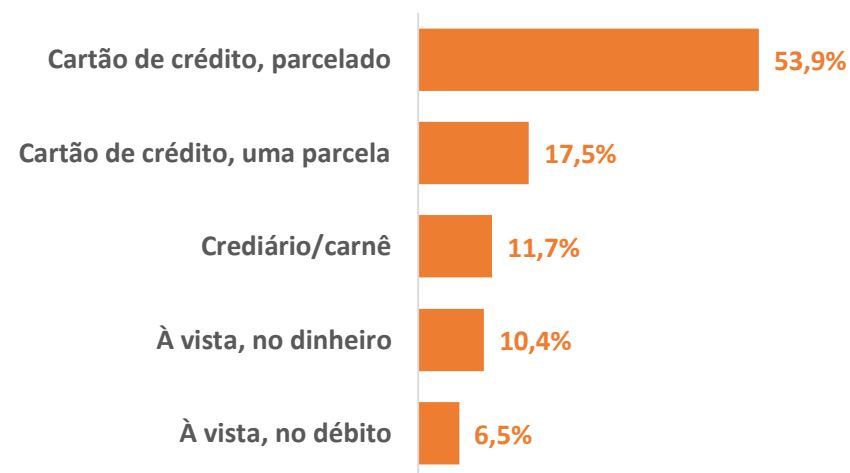
Quando acredita que o consumidor irá realizar as compras da data?



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



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



Os empresários acreditam (92,7%) que os consumidores efetivarão as compras próximo à data.

Na visão desse público, os consumidores devem optar por presentes entre R\$70,00 e R\$200,00, faixa apontada por 47,5% 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 planejamento 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 10 e 14 de maio de 2021. Foram avaliadas 402 empresas, perfazendo uma margem de erro da ordem de 5% para a amostra e um intervalo de confiança de 95%.

### Equipe Técnica

#### Estudos Econômicos

Responsável	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Analista de pesquisa	Carolina Barcelos Teixeira
Assistente de economia	Gabriela Felipe Martins
Pesquisadores	Filipe do Nascimento Souza Jhenifer Grejeanski da Silva 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