

Expectativas do Comércio Varejista Dia das Crianças



Dia das Crianças

O Dia das Crianças caracteriza-se pelo forte apelo emocional e comercial junto ao público infantil. A data aquece o movimento do comércio de bens e serviços dos seguintes segmentos: brinquedos, livros, jogos, vídeos, eletrônicos, vestuário, calçados, artigos esportivos, lazer, entre outros. Além disso, trata-se de um período de lançamentos dos produtos que serão comercializados no final do ano. A partir do dia 12 de outubro, o clima natalino passa a invadir o comércio.

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 estado com vista a aproveitar o ambiente de negócios gerado pelo Dia das Crianças.



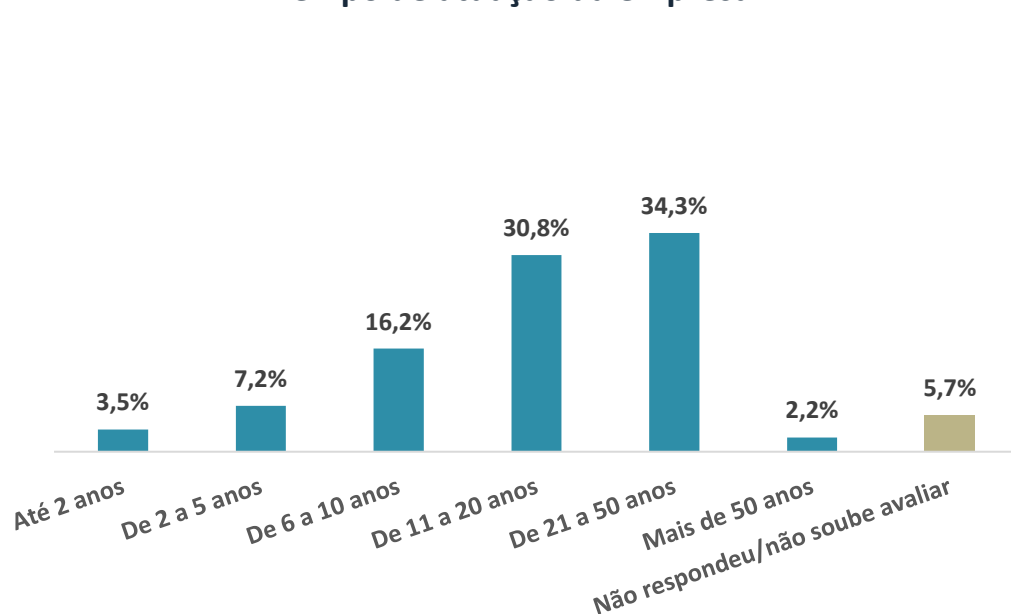
O período que envolve o Dia das Crianças afeta 45,4% das empresas do comércio varejista do estado

Devido ao contexto atual, 14,2% dos empresários acreditam que neste ano o número de vendas não será melhor que no ano passado. Desse total, 46,2% apontaram a crise econômica como um dos fatores para a expectativa negativa nas vendas. Outros fatores apontados foram a pandemia (42,3%), o desemprego (26,9%) e queda no comércio (19,2%).

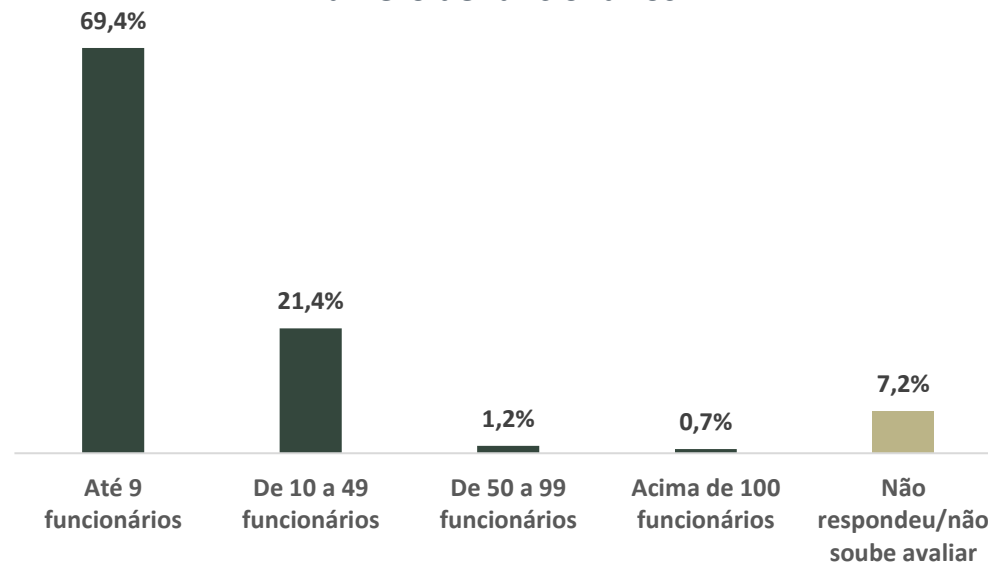
Apesar disso, o período gera um impacto positivo para 69,9% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais, que acreditam que as vendas deste ano serão melhores que no ano anterior. Dentre os motivos apresentados pelos empresários estão: valor afetivo da data (43,8%), abrandamento da pandemia (25,8%), otimismo/expectativa pela data (21,1%) e a vacinação (14,1%).

Perfil das empresas

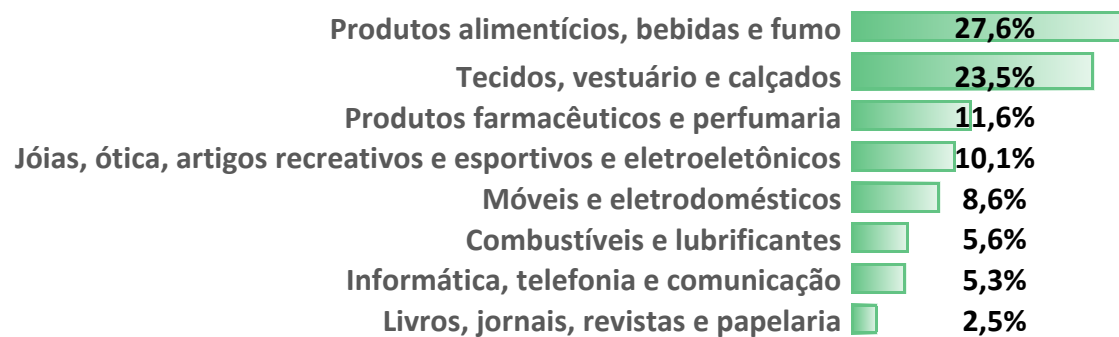
Tempo de atuação da empresa



Número de funcionários

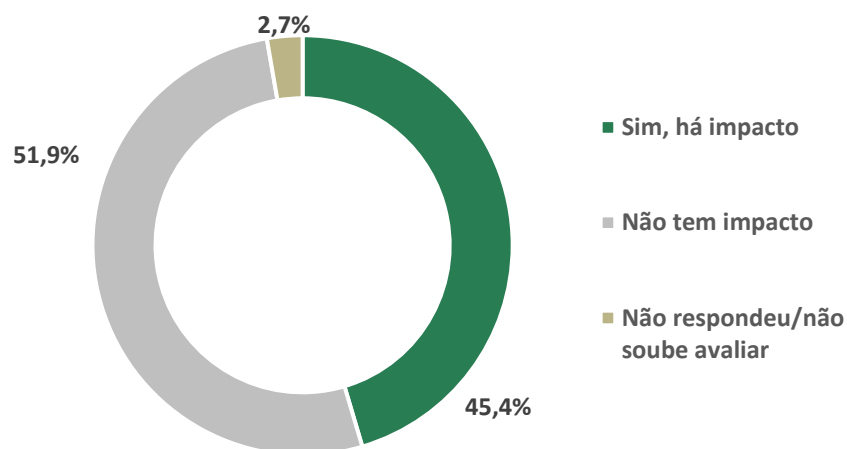


Segmento de atuação da empresa

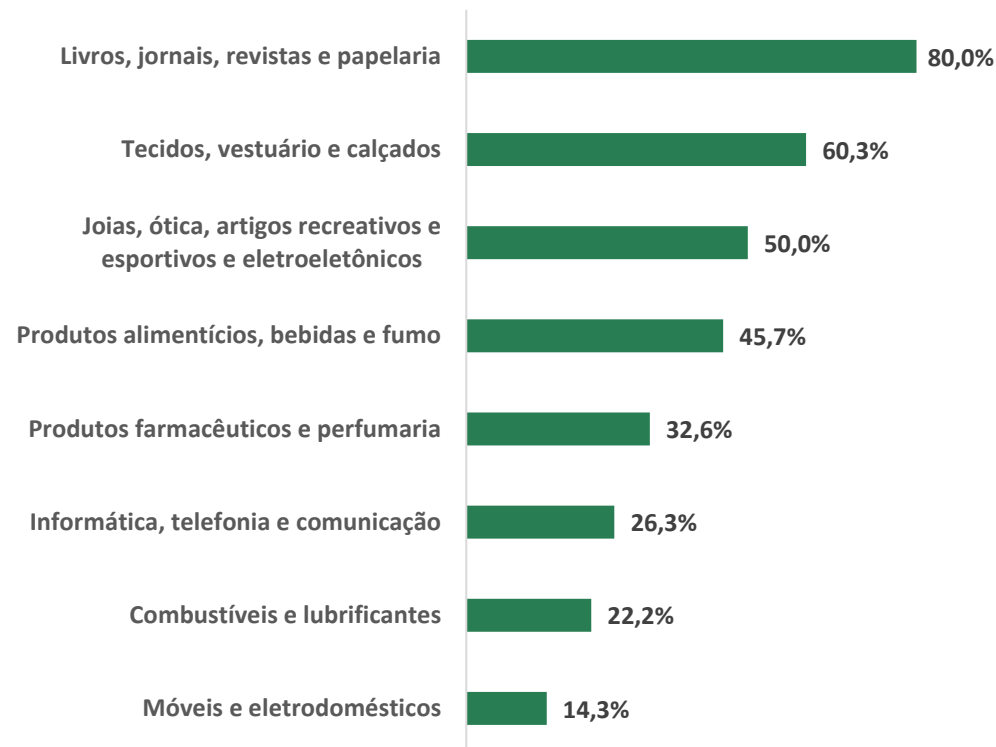


Impacto do Dia das Crianças na venda da loja

Impacto nas vendas



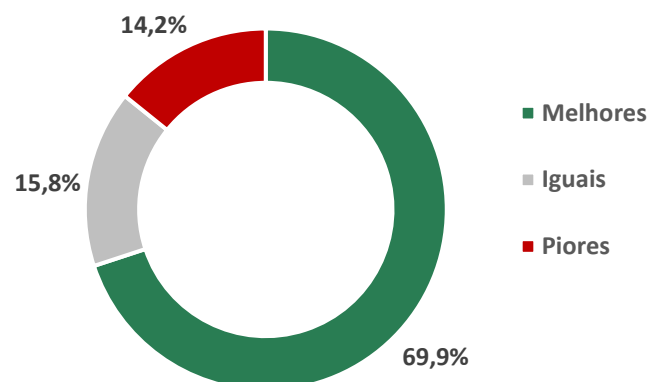
Percentual de empresas por segmento



Para 45,4% dos empresários do comércio varejista, o Dia das Crianças causa algum impacto. O segmento com maior percentual de impacto pela data é o de livros, jornais, revistas e papelaria (80,0%), seguido por tecidos, vestuários e calçados (60,3%); jóias, ótica, artigos recreativos, esportivos e eletrônicos (50,0%); e produtos alimentícios, bebidas e fumo (45,7%).

Expectativa de vendas

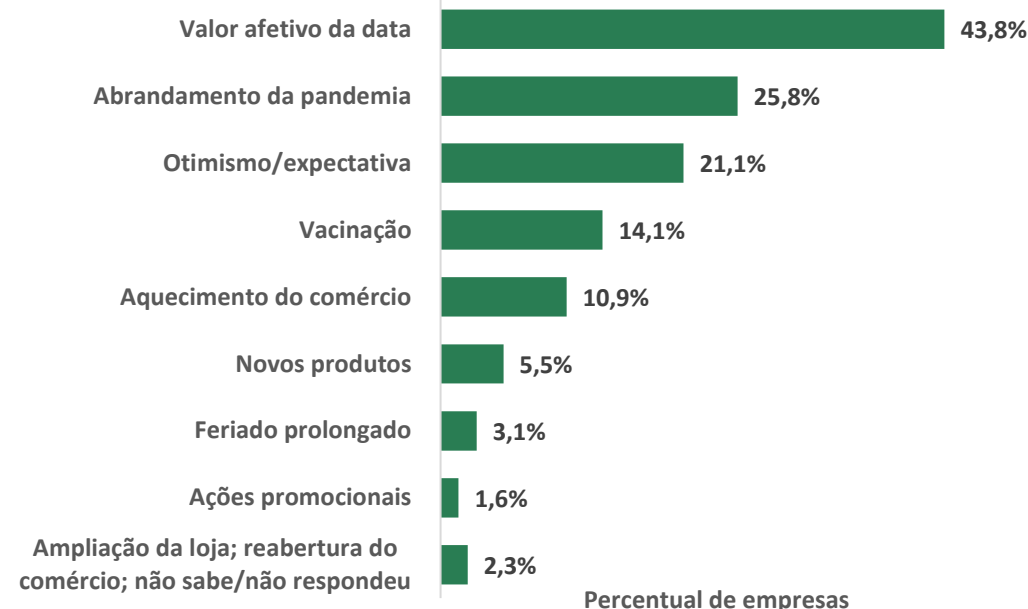
Vendas em relação ao ano anterior



Motivos para vendas piores



Motivos para vendas melhores



Dos empresários que acreditam que a data causa algum impacto em seu negócio, a maioria (69,9%) espera melhores resultados nas vendas deste ano se comparado com o ano passado. A justificativa mais frequente apresentada para essa expectativa pelos empresários é o valor afetivo da data (43,8%).

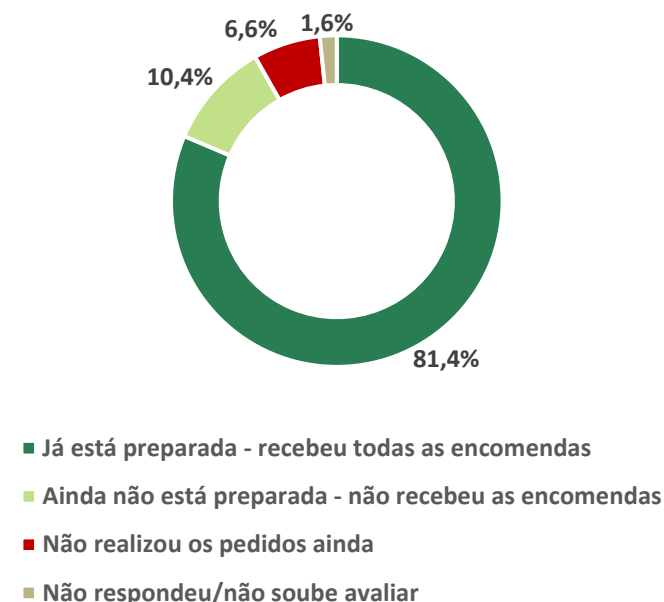
Entre os que acreditam que as vendas serão piores, os fatores apontados como importantes são a crise econômica, a pandemia e o desemprego (46,2%, 42,3% e 26,9%, respectivamente).

Ações para o período e estoque

Medidas para aumentar as vendas do período



Preparação para a data

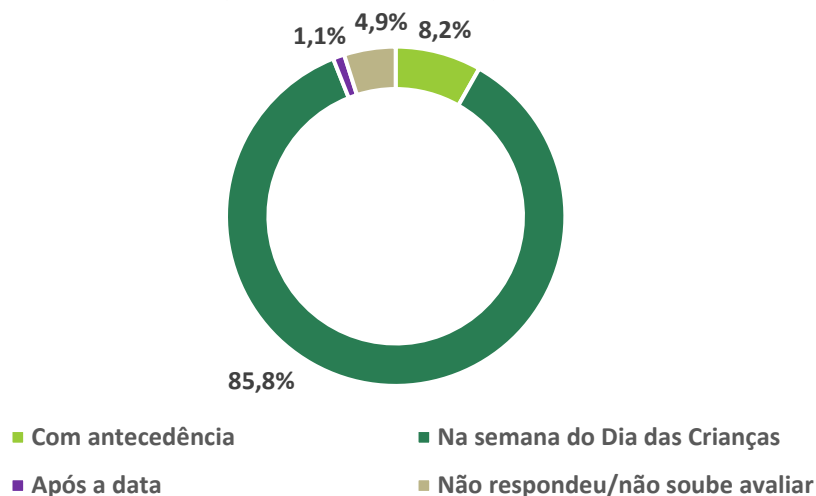


As empresas do comércio pretendem investir em diversas ações para alavancar as vendas. A ação mais adotada para o período será a propaganda (45,4% das empresas). Também se destacam pela aderência às liquidações (34,4% das empresas) e à diversidade no mix de produtos (7,1% das empresas). Outras ações informadas e que representam 1,6% das empresas são o investimento na capacitação de funcionários e na contratação de temporários.

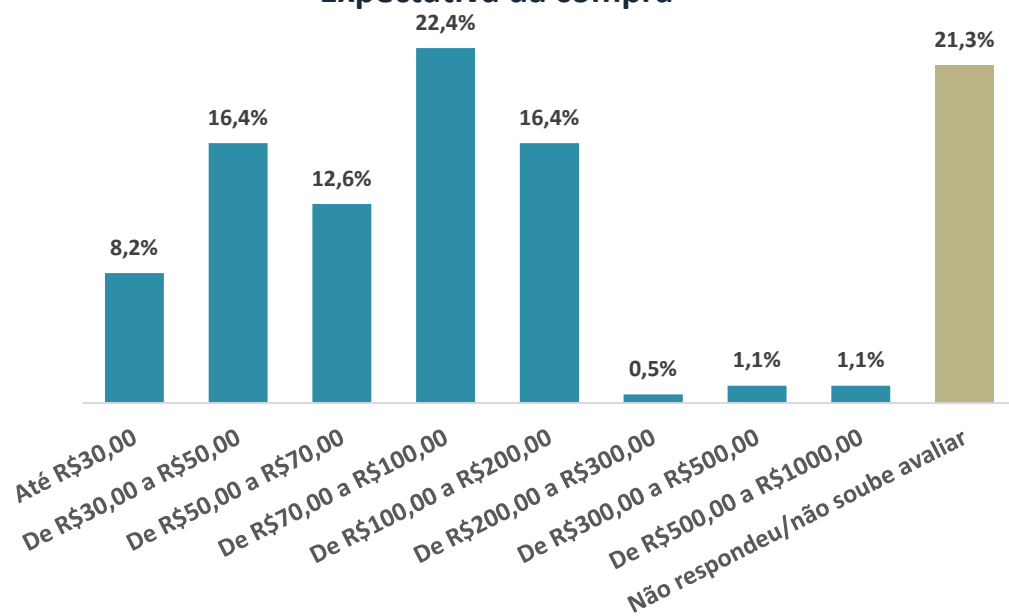
Em relação ao estoque, 81,4% do comércio está preparado, enquanto que apenas 6,6% não realizou ainda os pedidos para o Dia das Crianças.

Perfil das compras

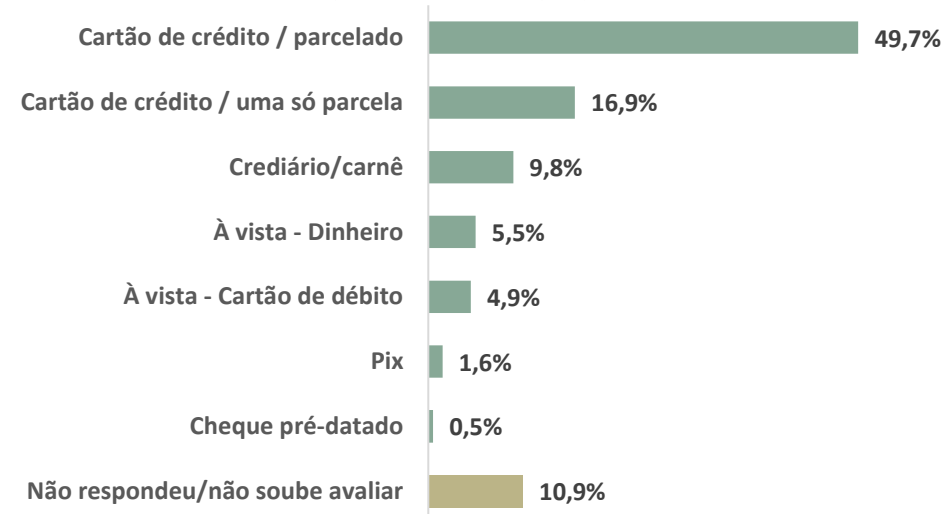
Expectativa da compra



Expectativa da compra



Principal forma de pagamento



Ao todo, 85,8% dos empresários esperam receber os consumidores para as compras na semana do Dia das Crianças.

Eles também acreditam que os consumidores optarão por pagamentos no cartão de crédito parcelado e, no geral, por presentes com valor de até R\$200,00 (76,0%).

METODOLOGIA

Foram aplicados questionários (survey) por telefone para uma amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista do estado de Minas Gerais. As lojas foram selecionadas com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 16 de setembro a 22 de setembro de 2021. Foram avaliadas 402 empresas, sendo pelo menos 39 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%.

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.

Equipe Técnica - Estudos Econômicos

Responsável:	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Assistente de economia:	Gabriela Filipe Martins
Analista de pesquisa:	Devid Lima da Silva
Pesquisadores:	Filipe do Nascimento Souza, Joyce do Nascimento Silva, Jhenifer Grejeanski da Silva

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

Fecomércio MG
CNC Sesc Senac
e Sindicatos Empresariais