

Expectativas do Comércio Varejista

Dia dos Namorados 2022



Fecomércio MG
CNC Sesc Senac
e Sindicatos Empresariais

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 domingo.

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.



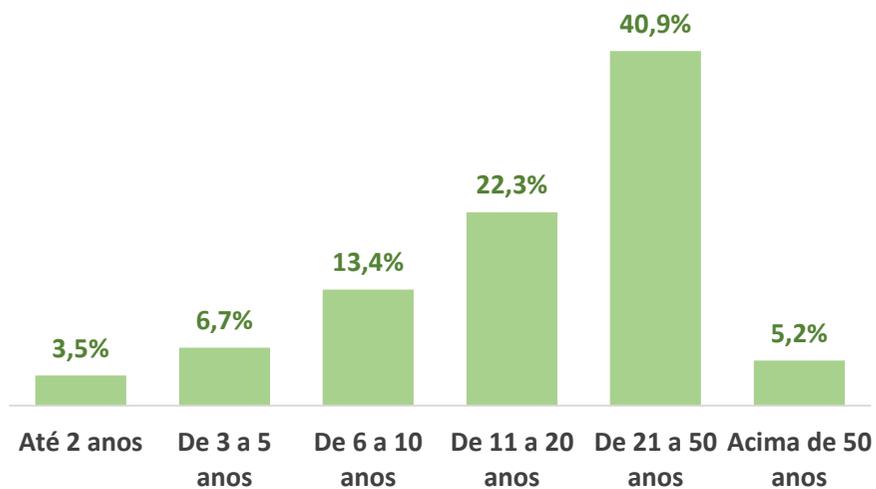
O período que envolve o Dia dos Namorados afeta 47,1% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais

Para 80,0% dos empresários do comércio varejista de Minas Gerais que sentem impacto da data, os resultados do Dia dos Namorados serão melhores se comparados aos obtidos em 2021. O impacto ocorre, principalmente, em empresas de tecidos, vestuário e calçados (70,2%).

O valor afetivo da data (42,8%) e o abrandamento da pandemia (30,9%), são os motivos que se destacam para os empresários esperarem vendas superiores. Para atrair o consumidor e garantir bons resultados, 54,7% irão investir em propaganda e 46,8% pretendem oferecer promoções e liquidações.

Perfil das empresas

Tempo de atuação da empresa



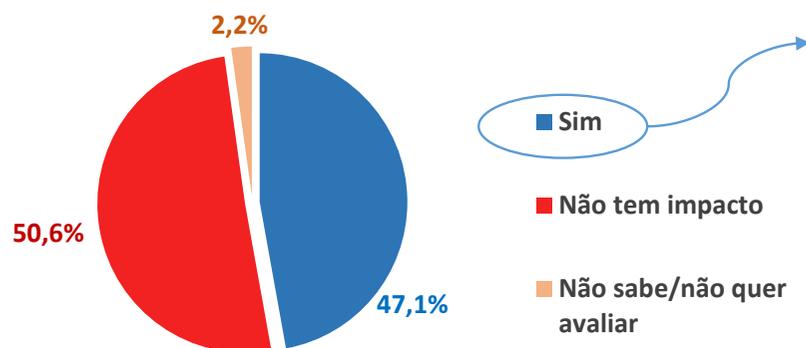
Segmento da empresa



69,5% das empresas de Minas Gerais possuem até nove pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas

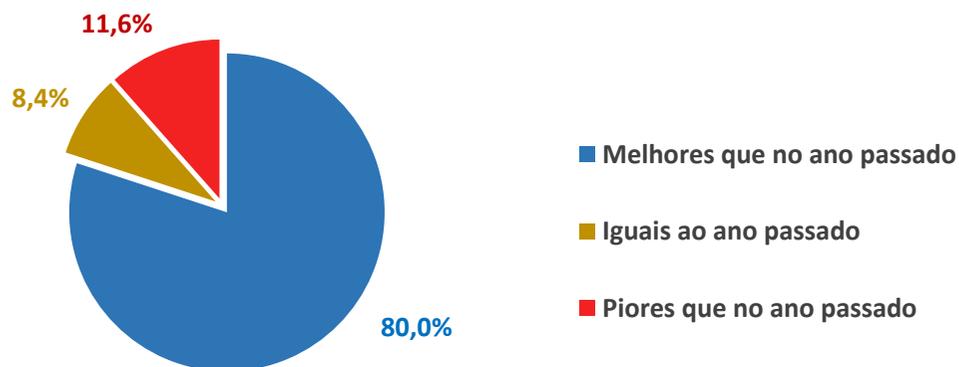
Impacto do Dia dos Namorados nas vendas da loja

A data altera as vendas da loja?



O período do Dia dos Namorados gera impacto para 47,1% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais. O impacto ocorre, principalmente, no segmento de tecidos, vestuário e calçados (70,2%), jóias, ótica, artigos recreativos e eletrônicos (62,1%) e livros, jornais, revistas e papelaria (60,0%).

Como serão as vendas em relação ao ano passado?



Entre as empresas que são impactadas pela data no estado, 80,0% acreditam que as vendas neste ano serão melhores que as do ano passado.

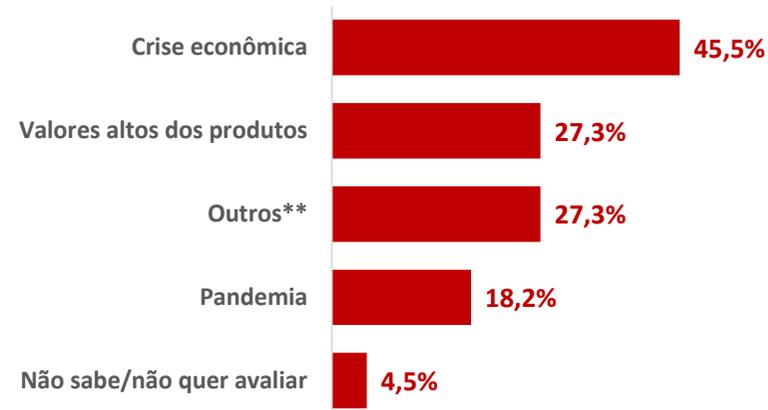
Expectativa de vendas

Motivo para vendas melhores ⁽¹⁾



O valor afetivo da data (42,8%) e o abrandamento da pandemia (30,9%), foram os principais motivos apontados para expectativa de melhores resultados.

Motivo para vendas piores ⁽¹⁾



Por outro lado, para os empresários com expectativa de resultados piores frente ao ano passado, a crise econômica (45,5%) é o motivo com maior destaque.

Para as empresas que tem expectativas de melhores resultados nesse ano frente a ano passado, 78,4% informaram já terem recebido todas as encomendas e estão preparadas para as vendas da data.

*Aumento nas vendas, auxílios do governo, liberação de FGTS etc.

** Desemprego, clima, endividamento do consumidor etc.

⁽¹⁾ Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados que citaram cada item.

Ações para o período

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



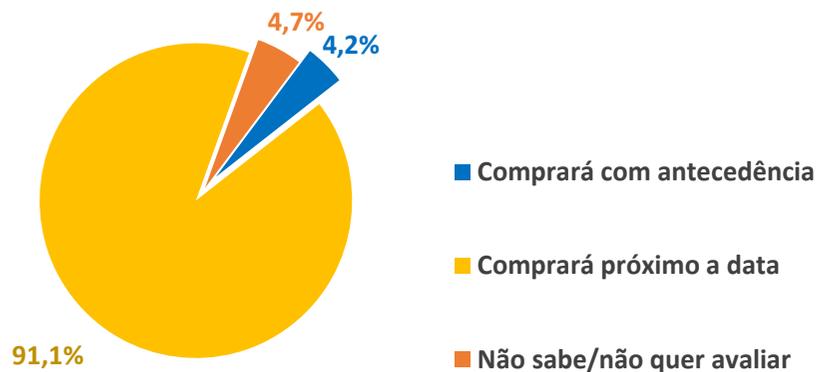
Para melhorar as vendas no período, 54,7% dos empresários irão investir em propaganda e 46,8% apostarão em promoções e liquidações para atrair o consumidor.

⁽¹⁾ Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados que citaram cada item.

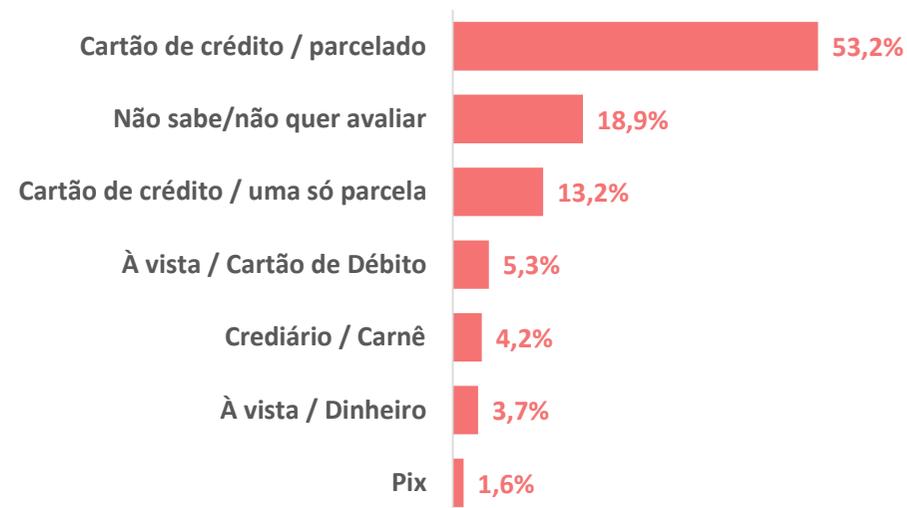
⁽²⁾ Outros itens citados: sorteios/brindes e vendas on-line

Perfil das compras

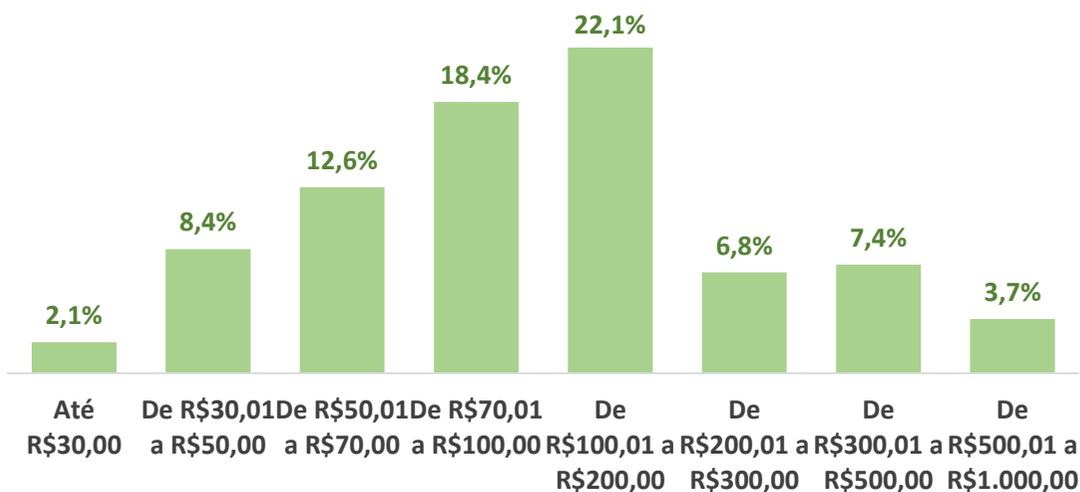
Quando acredita que o consumidor irá realizar as compras da data?



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



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



Os empresários acreditam (91,1%) 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 49,7% dos entrevistados, majoritariamente, com pagamentos no cartão de crédito.

Metologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra do comércio varejista de produtos alimentícios do estado 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 09 de maio e 17 de maio de 2022. Foram avaliadas 403 empresas, sendo pelo menos 38 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
Analista de economia:	Gabriela Felipe 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
economia@fecomercomg.org.br | www.fecomercomg.org.br


Fecomércio MG
CNC Sesc Senac
e Sindicatos Empresariais