

Expectativa de vendas 2º semestre de 2022

Opinião do Comércio Varejista de Minas Gerais



Área de Estudos Econômicos

Compromisso
com a retomada do
comércio em Minas

Fecomércio MG
CNC Sesc Senac
e Sindicatos Empresariais

Expectativa de vendas - 2º semestre de 2022

Observar e entender como serão as vendas no segundo semestre de 2022 é fundamental para auxiliar o planejamento deste semestre, que contempla uma das mais importantes datas comemorativas para o comércio, o Natal. Acompanhar o comportamento dos consumidores, e dos concorrentes em seus processos de escolha e gestão, respectivamente, exige uma postura atenta dos empresários do comércio, que vai além da multiplicação de lojas, estendendo-se a canais, produtos, serviços diferenciados e atitude sustentável.

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou este levantamento com o objetivo de entender como foram as vendas no primeiro semestre deste ano e para auxiliar e para auxiliar os empreendedores a traçaram um cenário empresarial para o segundo semestre do ano. A partir daí, pode-se obter um desenho estratégico para o comércio varejista.



74,8% das empresas do comércio varejista acreditam que as vendas no segundo semestre de 2022 serão melhores em relação ao primeiro semestre do ano.

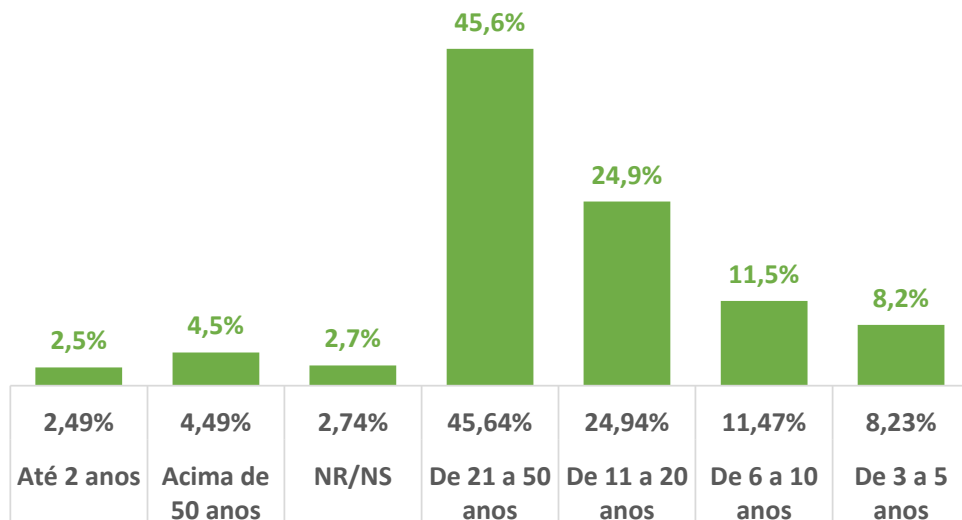
Para 51,9% das empresas, o volume de vendas aumentou no primeiro semestre de 2022 em relação ao mesmo período do ano de 2021. A percepção foi a mesma para o primeiro semestre deste ano se comparado com o segundo semestre do ano passado, em que 45,4% observaram aumento nas vendas.

O Natal é a data comemorativa com maior impacto para o comércio no segundo semestre. Outras duas datas que apresentam um bom indicativo de melhora nas vendas é o Dia dos Pais (27,7%) e a Black Friday (23,9%). Ao todo, 56,1% dos empresários esperam ser beneficiados pelas vendas do período.

De acordo com os empresários e representantes, 54,9% irão realizar promoções, 48,4% irão investir em ações de divulgação/propaganda e 27,4% irão inovar em produtos disponibilizados em seus estabelecimentos.

Perfil das empresas

Tempo de atuação da empresa



Segmento da empresa

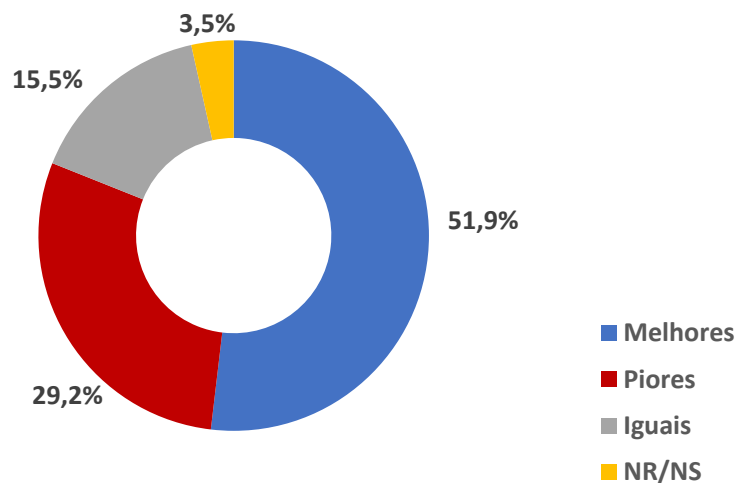


65,3% das empresas possuem até nove empregados em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas.

Desempenho no semestre

Para 57,6% dos empresários, as vendas do primeiro semestre alcançaram as expectativas

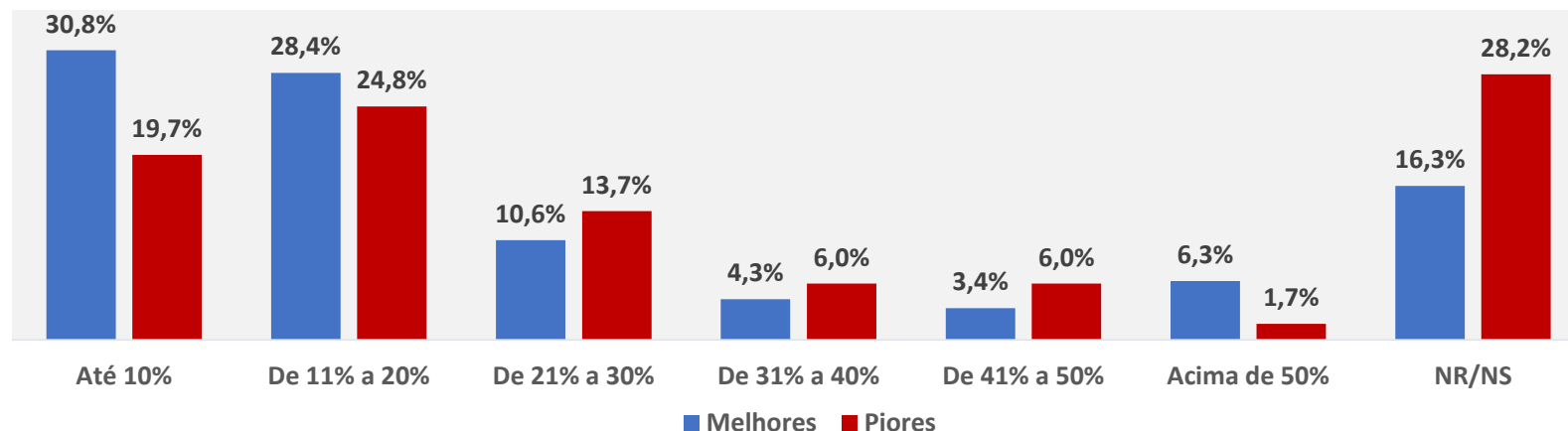
Vendas no primeiro semestre de 2022 em relação ao mesmo período do ano de 2021



Para 51,9% das empresas, o primeiro semestre de 2022 apresentou resultados melhores frente ao mesmo período do ano de 2021. 59,2% das lojas que apresentaram tal resultado apontaram que a melhora foi de até 20,0%.

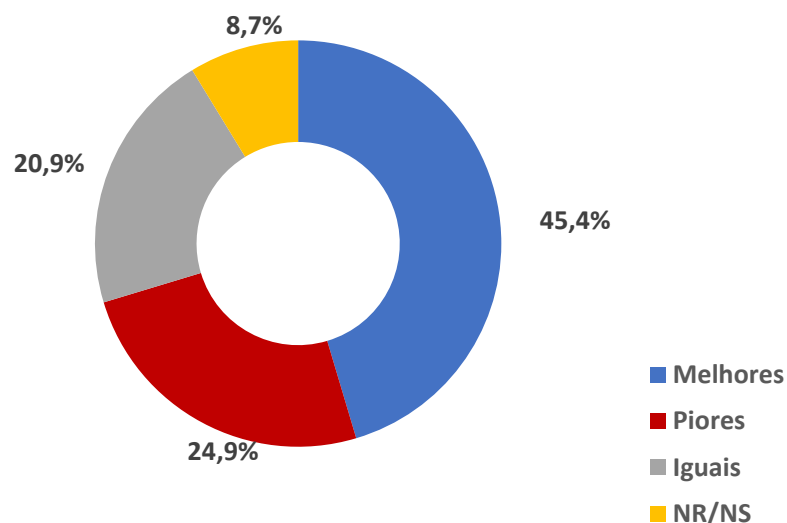
Em relação às empresas que notaram piora nos resultados (29,2%), 44,5% mensuraram a piora em até 20,0%.

Percentual de alteração



Desempenho no semestre

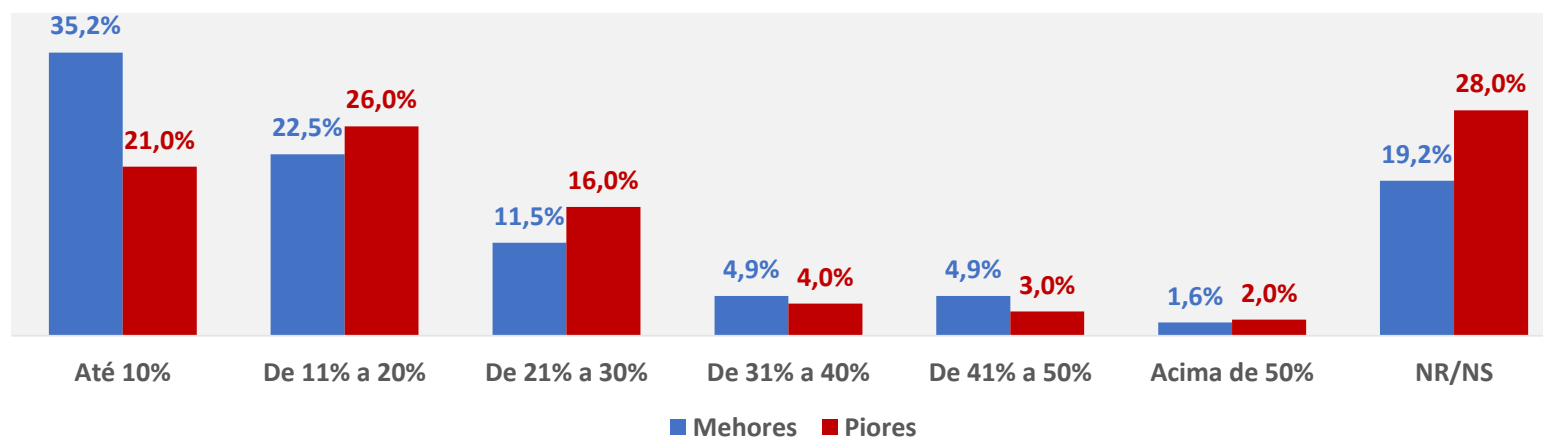
Vendas no primeiro semestre de 2022 em relação ao segundo semestre do ano passado



De acordo com 45,4% dos empresários, as vendas no primeiro semestre de 2022 foram melhores que no segundo semestre de 2021. Para 57,7% das lojas, a melhora foi até 20% superior.

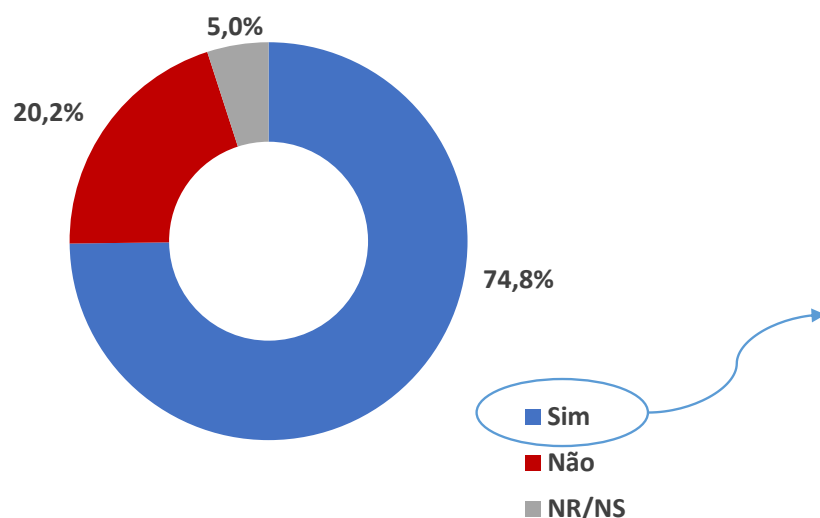
Ainda, 24,9% das empresas apresentaram piora nos resultados. Para 47,0% dos empresários, a variação chegou até 20,0% na comparação dos dois períodos.

Percentual de alteração

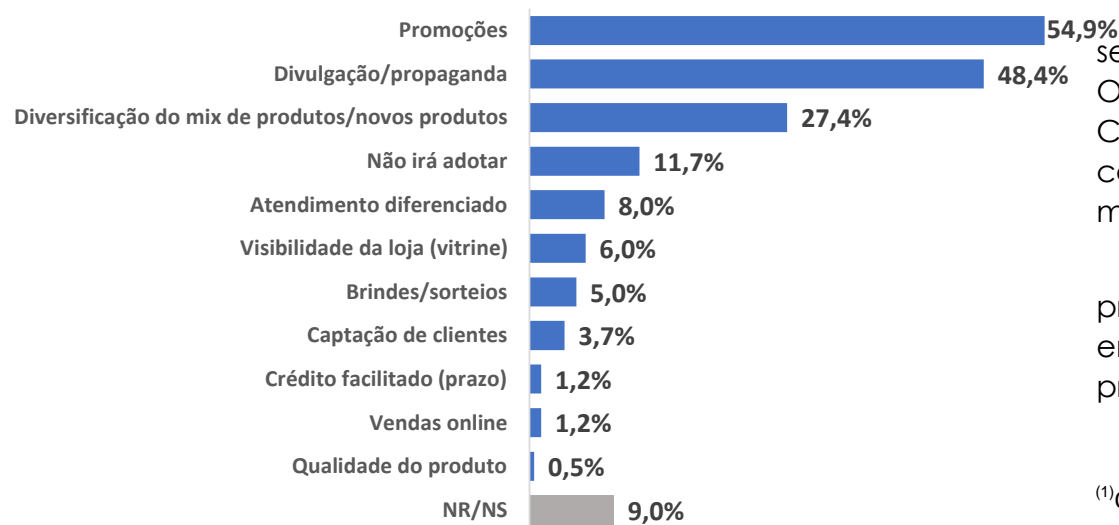


Expectativa/medidas de vendas

Acredita que as vendas neste semestre serão melhores que no primeiro de 2022?⁽¹⁾



Medidas que a loja irá adotar para aumentar as vendas no semestre⁽¹⁾



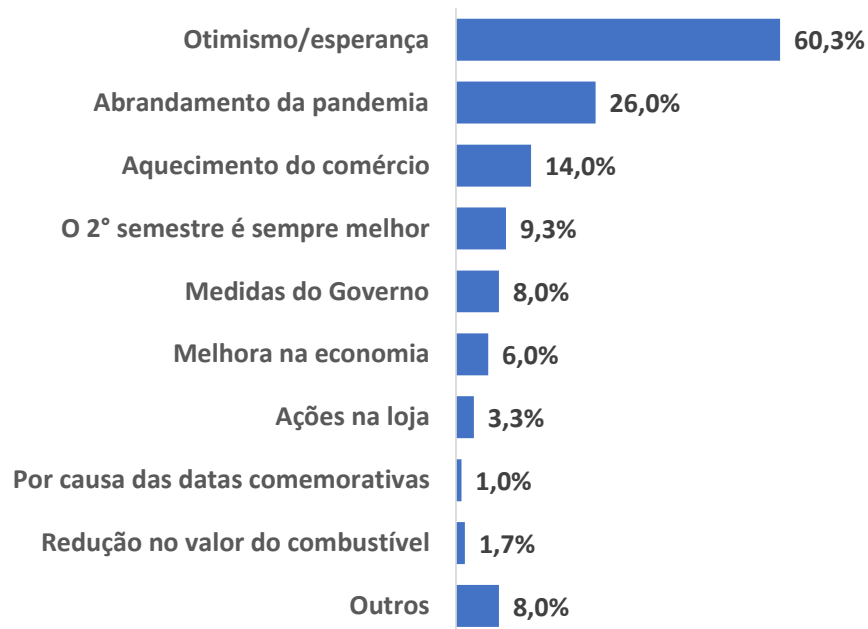
Para 74,8% do comércio varejista do Estado, o segundo semestre de 2022 será melhor do que o primeiro. Os segmentos com melhores expectativas são: Combustíveis e lubrificantes (90,9%) e tecidos, vestuário e calçados (89,9%). Contudo, em todos os segmentos, pelo menos 60% dos empresários possuem boas expectativas.

Para melhorar as vendas no período, os empresários prometem realizar promoções e liquidações (54,9%), investir em divulgação/propaganda (48,4%) e introduzir novos produtos no mercado (27,4%).

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

Motivos para vendas melhores/piores

Motivo para vendas melhores ⁽¹⁾



Motivos que podem dificultar as vendas no semestre ⁽¹⁾



O otimismo e a esperança (60,3%) e o abrandamento da pandemia (26,0%) são as respostas que mais se sobressaem dentre os motivos para expectativa de melhoria nas vendas no segundo semestre.

Os preços altos dos produtos (43,9%) e o momento econômico do país (29,4%) foram apontados como fatores que podem dificultar as vendas nos últimos seis meses do ano.

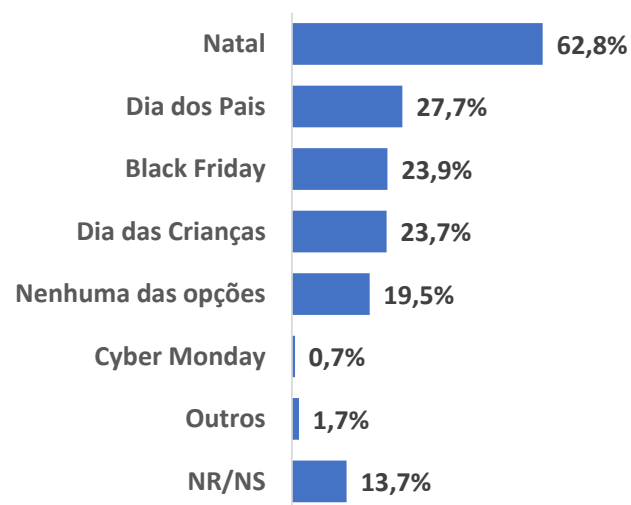
⁽¹⁾ Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

*Retorno do turismo na cidade, atendimento diferenciado, festa da cidade etc.

**Fim da colheita do café, pessimismo da mídia, concorrência desigual, falta de incentivo do Governo etc.

Datas comemorativas

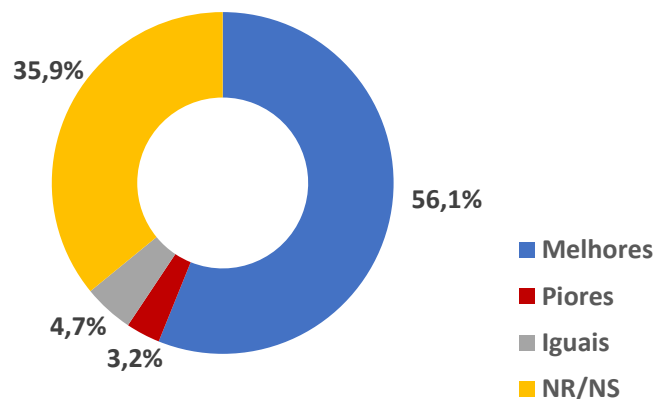
Quais datas comemorativas apresentam impacto positivo para a sua loja? ⁽²⁾



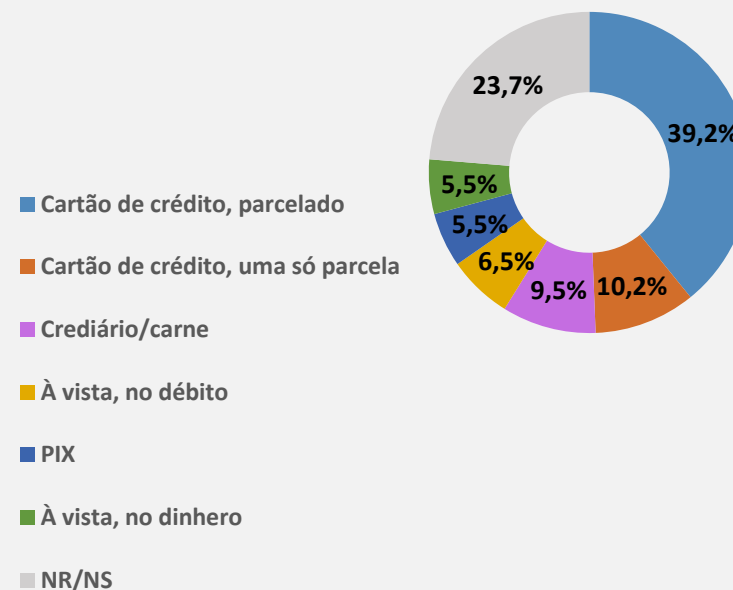
Entre as datas comemorativas do segundo semestre, o Natal é a que mais tem impacto positivo para o comércio (62,8%), seguida pelo Dia dos Pais (27,7%) e a Black Friday (23,9%). Para 56,1% dos empresários, as vendas nas data apontadas, em 2022, serão melhores comparadas com o ano passado.

O uso do cartão de crédito, parcelado ou à vista, soma 49,4% dos métodos de pagamento que devem se sobressair nesse período

O(a) sr(a). acredita que, nessas datas, as vendas em 2022, comparadas a 2021, serão...



Compras pelo cartão de crédito, parcelado, devem sobressair no segundo semestre



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

*Semana do Brasil, Dia da Independência (07/09), festa regional e férias.

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 06 e 14 de julho de 2022. Foram avaliadas 401 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

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, Rafael Rei de Oliveira, 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@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br


Fecomércio MG
CNC Sesc Senac
e Sindicatos Empresariais