

Expectativa do Comércio Varejista

Páscoa 2023



Expectativa de vendas - Páscoa

A Páscoa é uma data de forte apelo comercial para o segmento alimentício, especialmente nas linhas de chocolates, peixaria e guloseimas, cujo foco principal é o público infantil e jovem, além de movimentar artigos religiosos. O símbolo maior da data é o ovo de Páscoa, que a cada ano ganha uma novidade por parte da indústria, atraindo os consumidores.

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 gêneros alimentícios de Minas Gerais com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pela Páscoa.

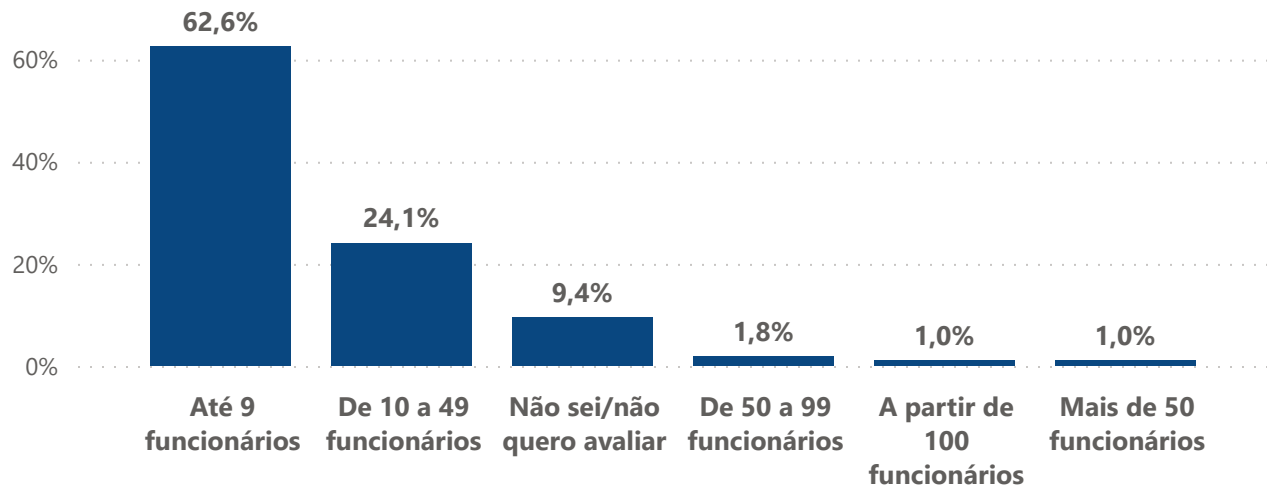
O período que envolve a Páscoa afeta mais da metade (56,5%) das empresas do comércio varejista de produtos alimentícios de Minas Gerais

A Páscoa gera um resultado positivo para 45,5% das empresas do comércio varejista de produtos alimentícios de Minas Gerais. As regiões com maior impacto da data nas vendas são: Jequitinhonha-Mucuri, Central e Alto Paranaíba. Tendo em vista o impacto da data sobre as vendas, 58% das empresas já disponibilizaram produtos associados à Páscoa. Desses produtos, 31,6% das empresas disseram que a caixa de bombom é o mais vendido, para 23,0% é o ovo de Páscoa, em seguida aparecem a barra de chocolate (13,2%) e peixes (13,2%).

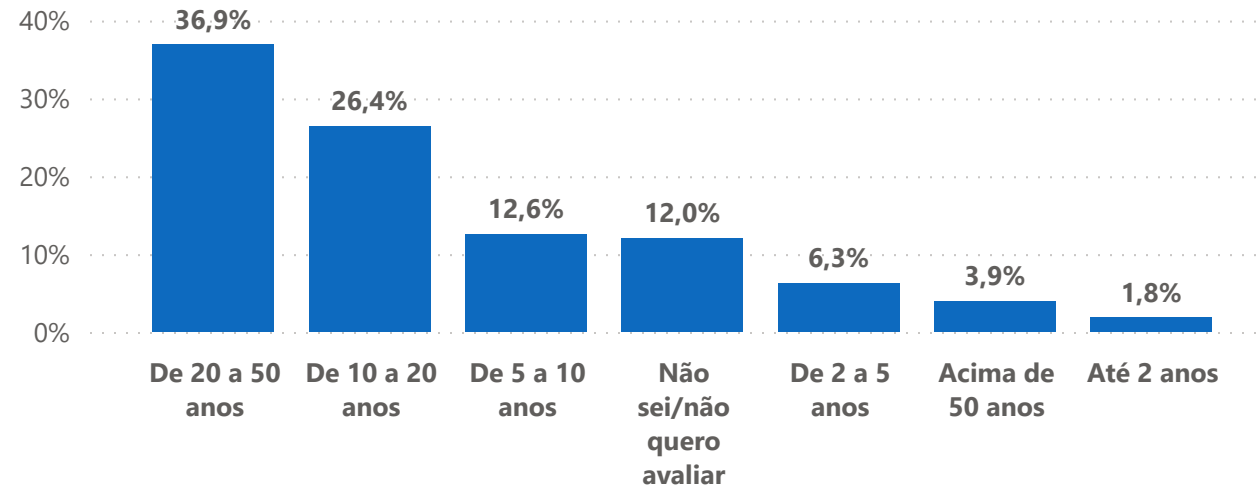
Entre os empresários que esperam aumento das vendas da data em comparação com o resultado obtido no ano passado (38,4%), o otimismo/esperança foi o motivo mais citado para tal expectativa. Para alavancar as vendas no período, 28,7% pretendem investir em promoções e liquidações para atrair o consumidor e 22,2% irão investir em divulgação. Ainda, cerca de 5,2% das empresas do segmento deverão reforçar o quadro de funcionários para o período.

Perfil das empresas - segmento alimentício

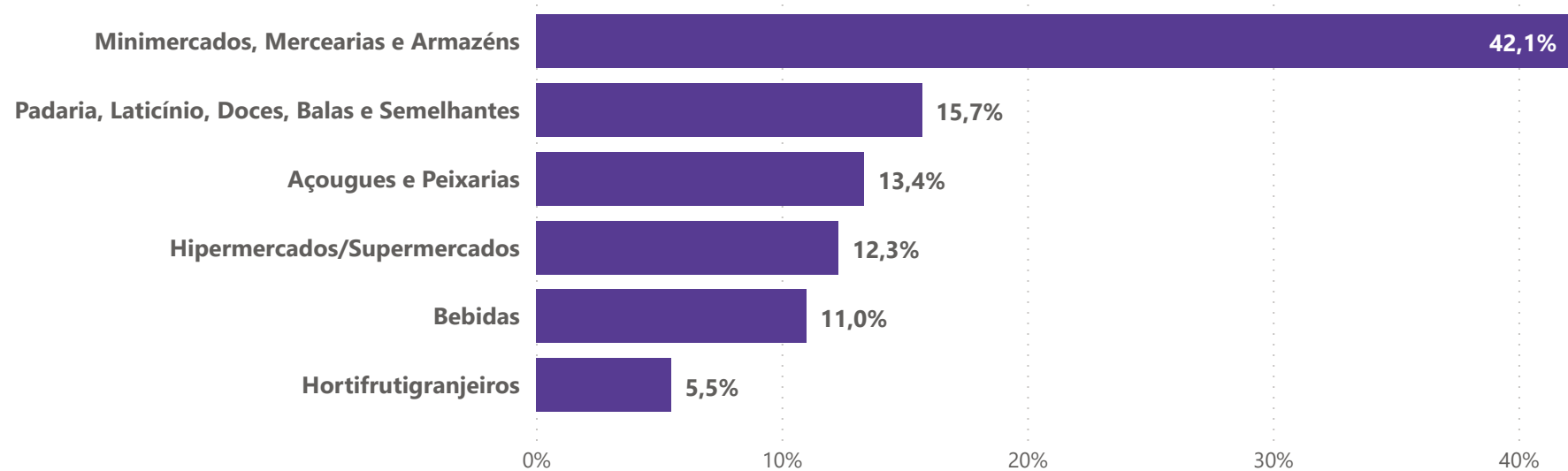
Quantidade de funcionários



Tempo de atuação

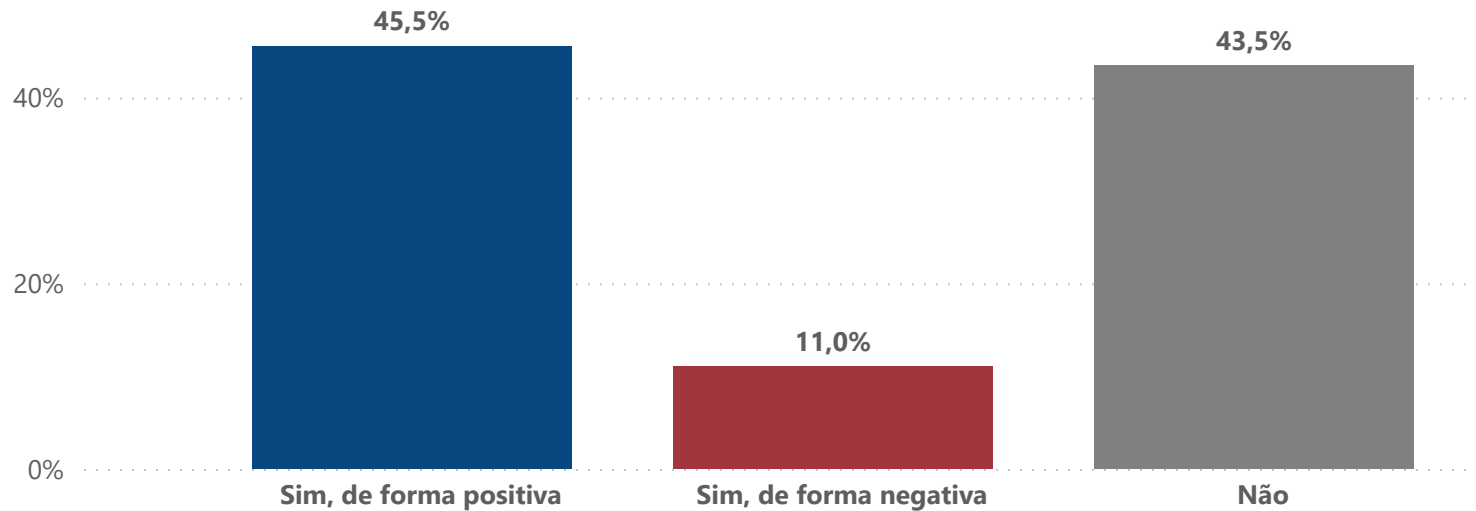


Segmento



Impacto nas vendas

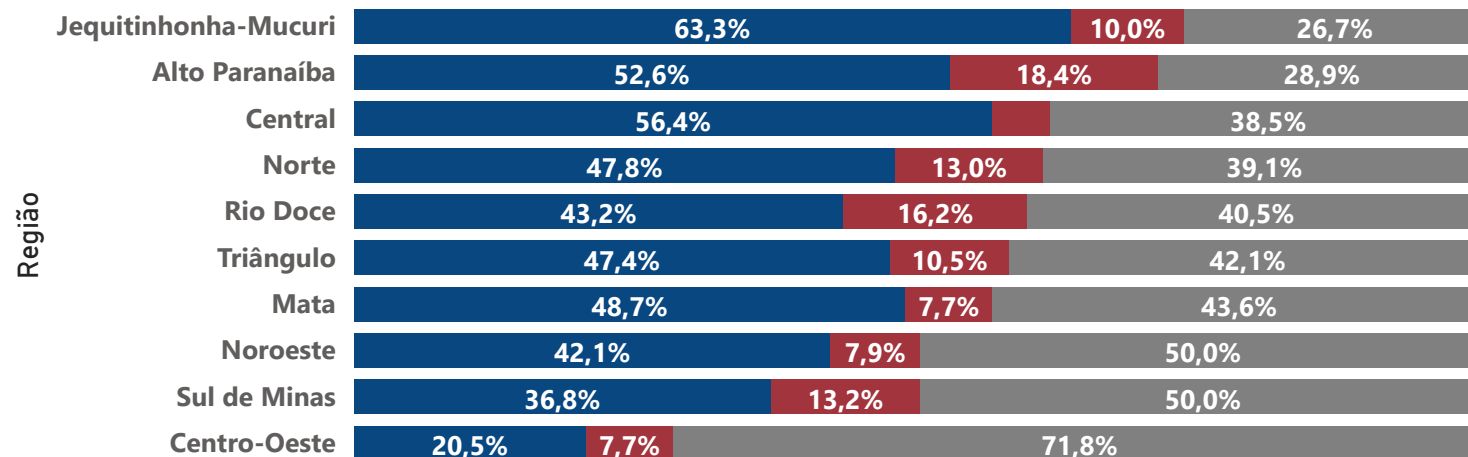
O período que abrange a Páscoa (27/02 a 16/04) influencia suas vendas?



A data impacta 56,5% do segmento alimentício do Comércio Varejista. Para 45,5%, a data influencia positivamente nas vendas.

O período que abrange a Páscoa (que pode ser do dia 27/02 a 16/04) influencia suas vendas?

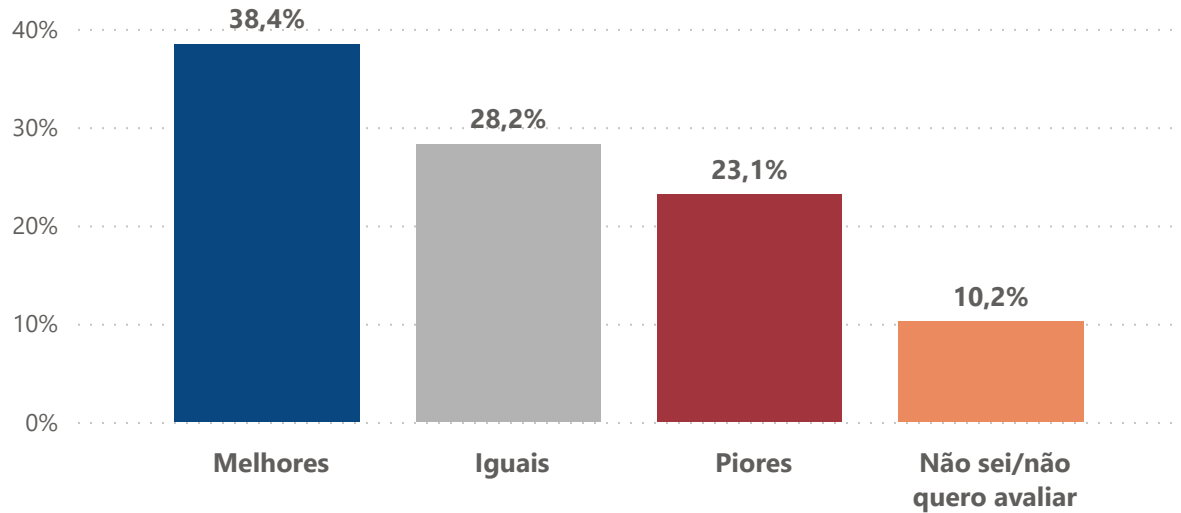
● Sim, de forma positiva ● Sim, de forma negativa ● Não



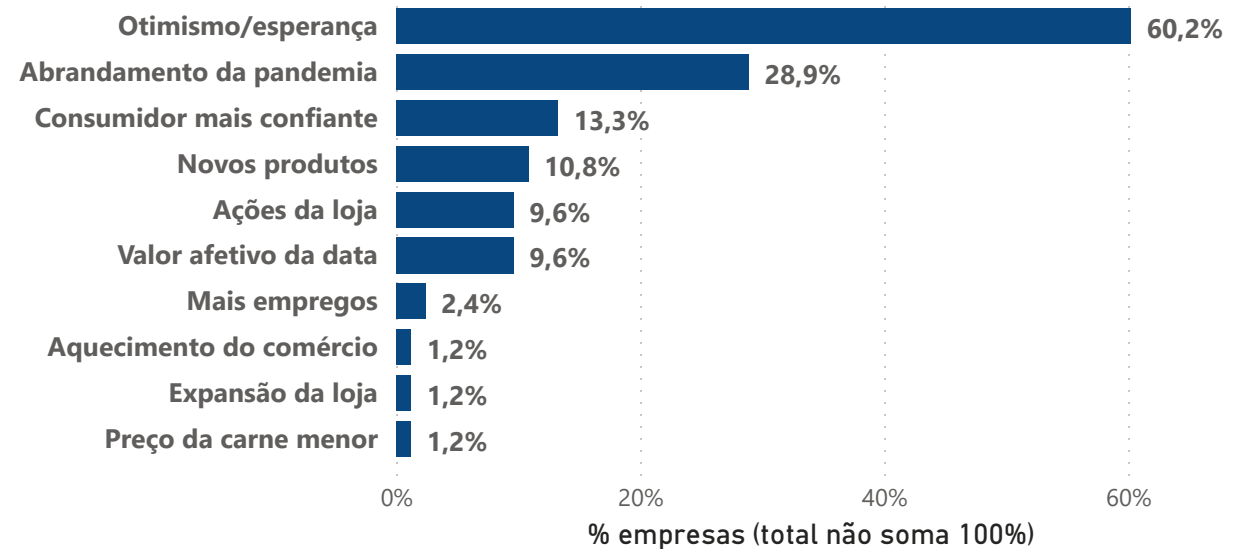
Considerando os estratos da amostra por região, Jequitinhonha, Central e Alto do Paranaíba foram os que apresentaram maior percentual de influência positiva da data.

Expectativa de vendas

Acredita que as vendas para a Páscoa, em relação ao ano anterior, serão?



Motivos - Melhores



Motivos - Piores

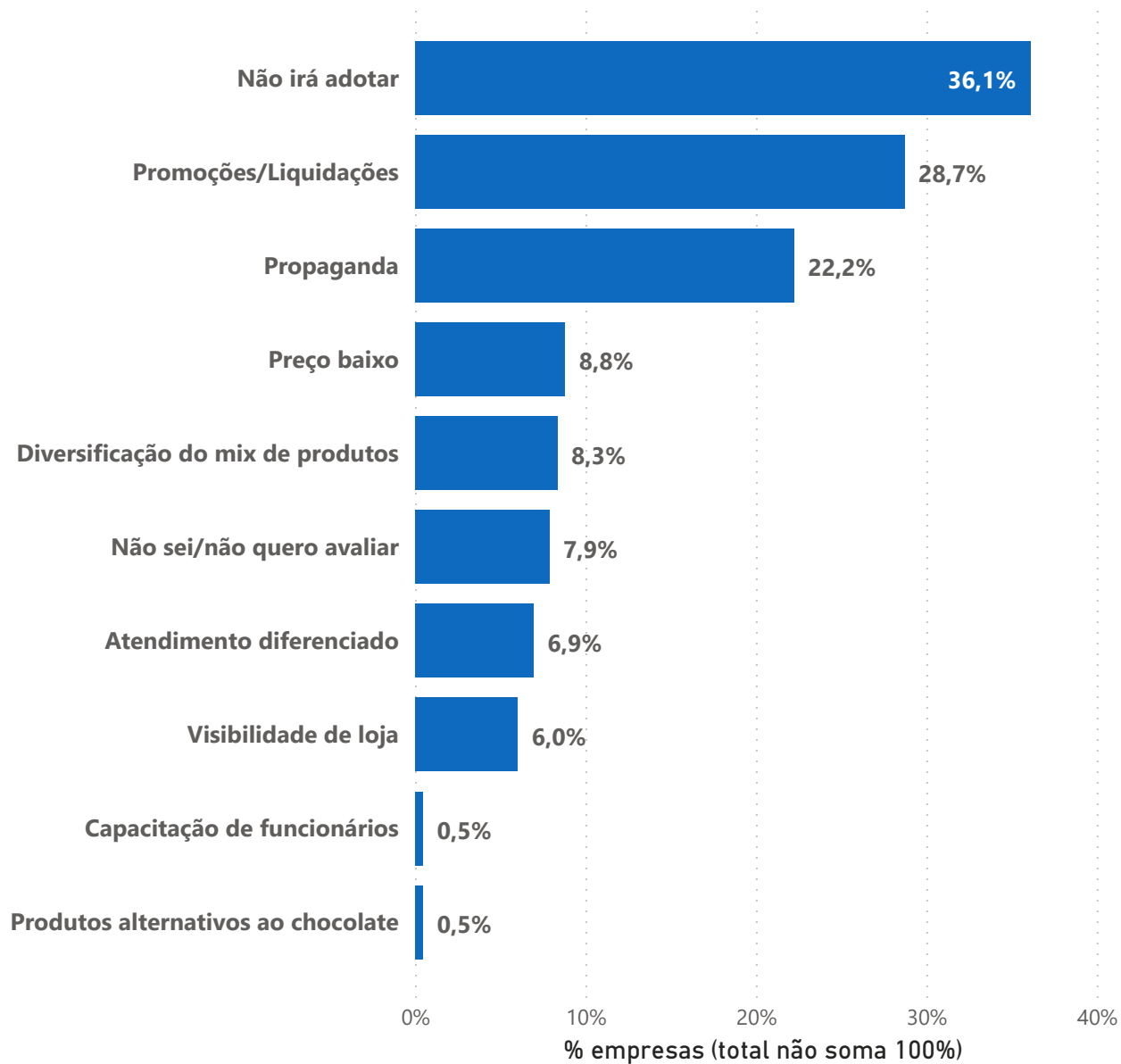


Para 38,4% das empresas que tem influencia da data, a expectativa é de que as vendas sejam melhores este ano que no ano passado, enquanto que 28,2% esperam resultados semelhantes e 23,1% esperam resultados piores.

Entre os que tem boas expectativas, os motivos que mais se destacam para tal resultado são: otimismo/esperança (60,2%), abrandamento da pandemia (28,9%) e consumidor mais confiante nesse período (13,3%). Já para aqueles com expectativa de resultados piores, a crise econômica (42,0%), seguida da mudança de Governo (24,0%) e o endividamento do consumidor (20,0%) são os motivos mais apontados para esse resultado.

Ações para o período

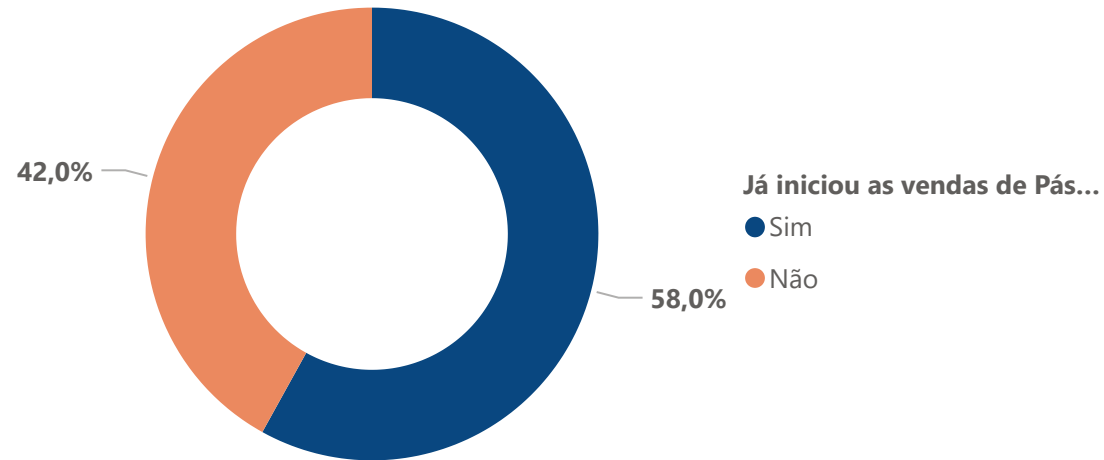
Ações adotadas para impulsionar as vendas na data



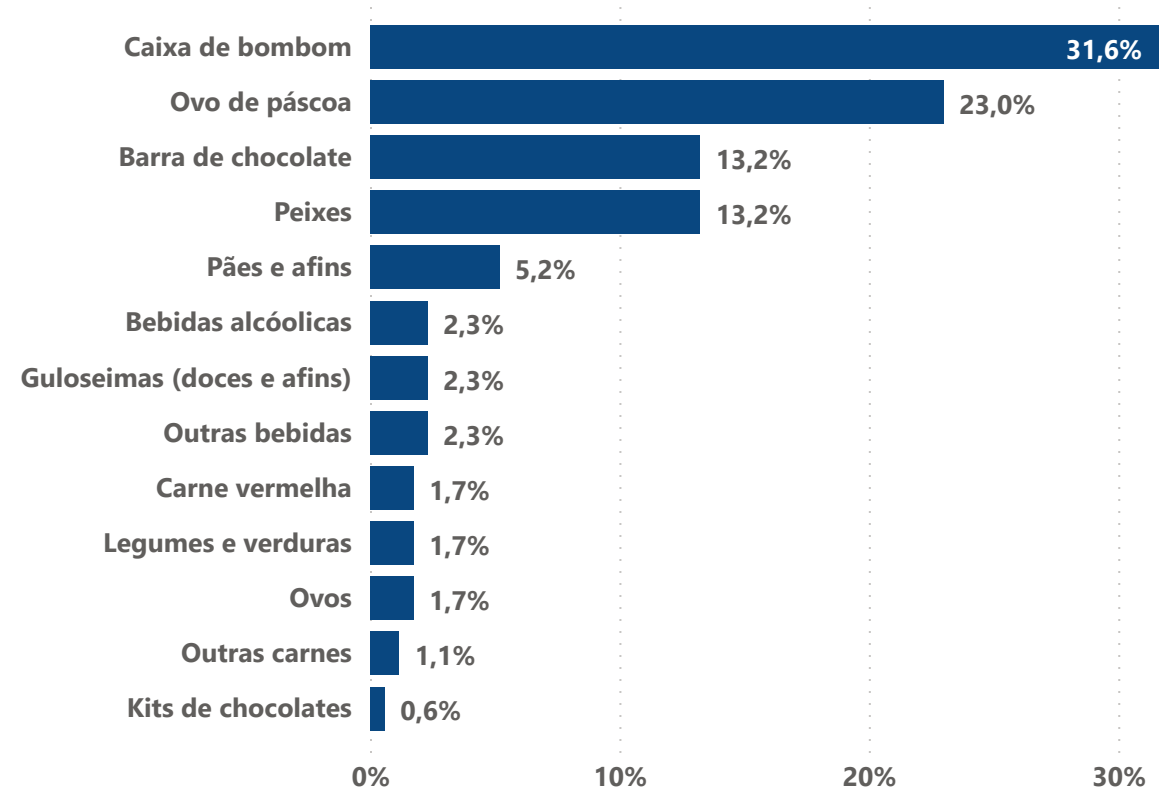
Em muitas das lojas que a data influencia, adotar algum tipo de ação para garantir bons resultados é importante, como realizar promoções e liquidações (28,7%) e propaganda (8,8%), contudo, 36,1% das lojas estão optando por não adotar qualquer ação para impulsionar suas vendas.

Vendas

Já iniciou as vendas de Páscoa?



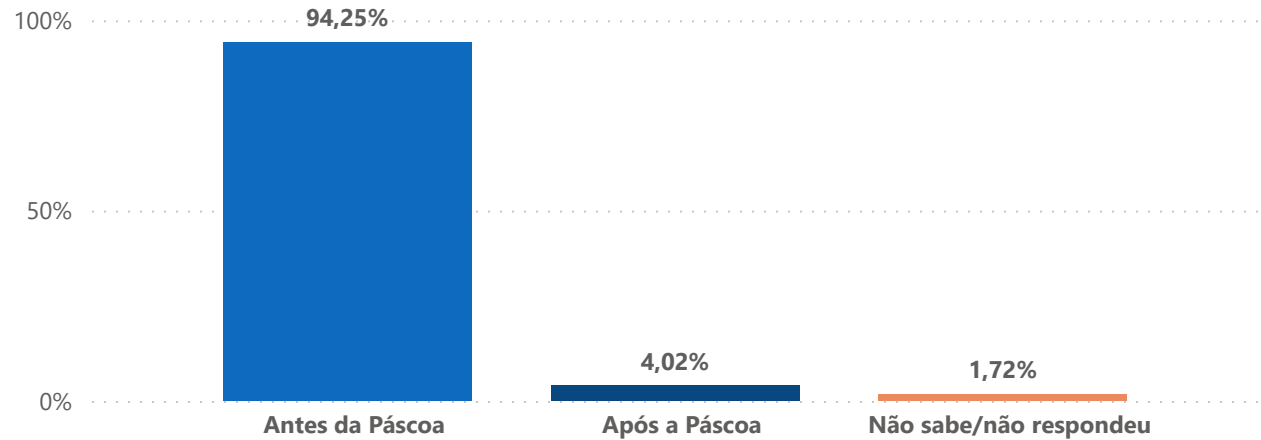
Qual o produto mais vendido nesse período?



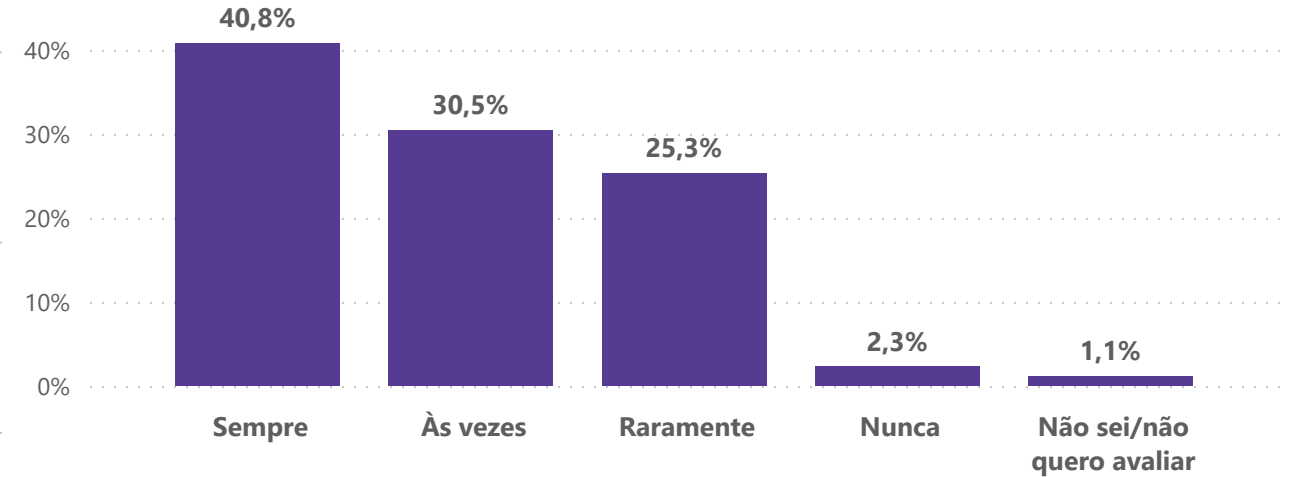
Mais da metade das lojas do segmento alimentício já iniciaram as vendas de Páscoa. Os produtos mais vendidos atrelados à data e ao período são: caixa de bombom, ovo de páscoa, barra de chocolate, peixes e pães, nessa ordem.

Perfil de compras

Em qual período você acredita que há maior procura por produtos relacionados à Páscoa?



Com que frequência acredita que os consumidores realizarão pesquisa de preços?

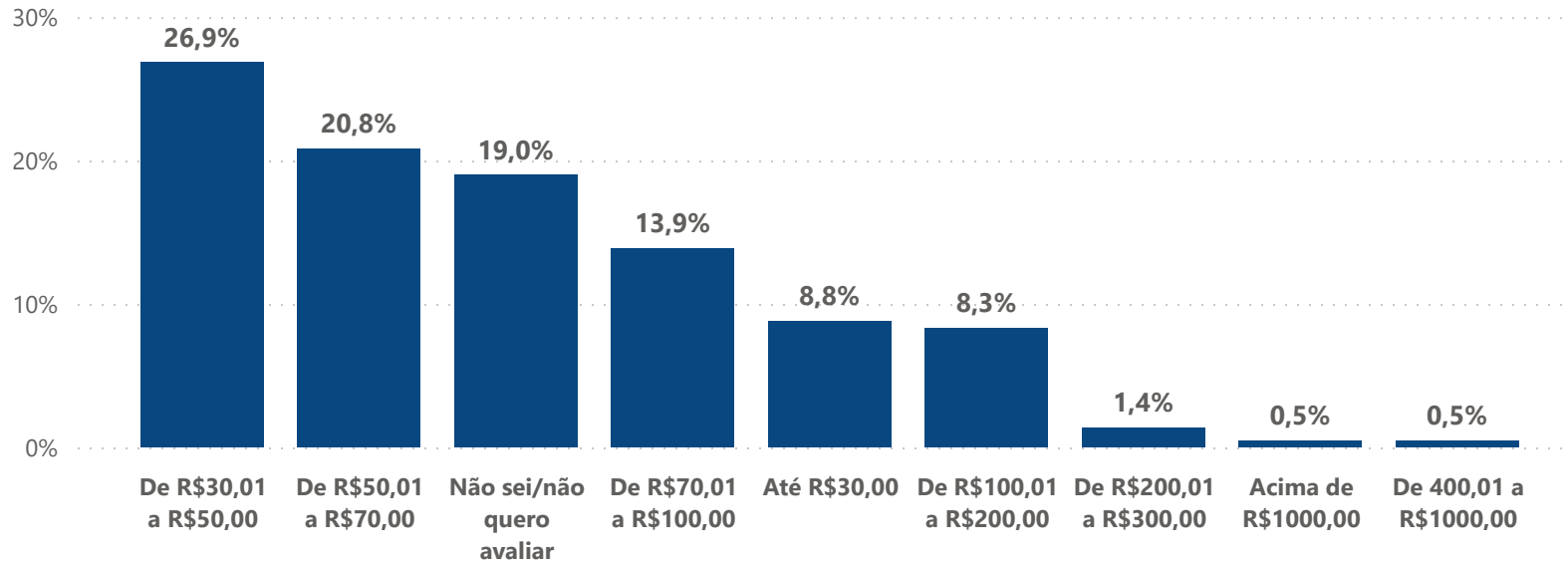


Na opinião da maioria dos empresários (94,25%), o consumidor prefere realizar as compras no período antes da Páscoa, em especial a semana que antecede à data.

Ainda, grande parte (40,8%) observa que os consumidores estão atentos às possíveis variações de preços de estabelecimento para estabelecimento, então sempre pesquisam os preços, enquanto 30,5% acreditam que a pesquisa ocorre às vezes.

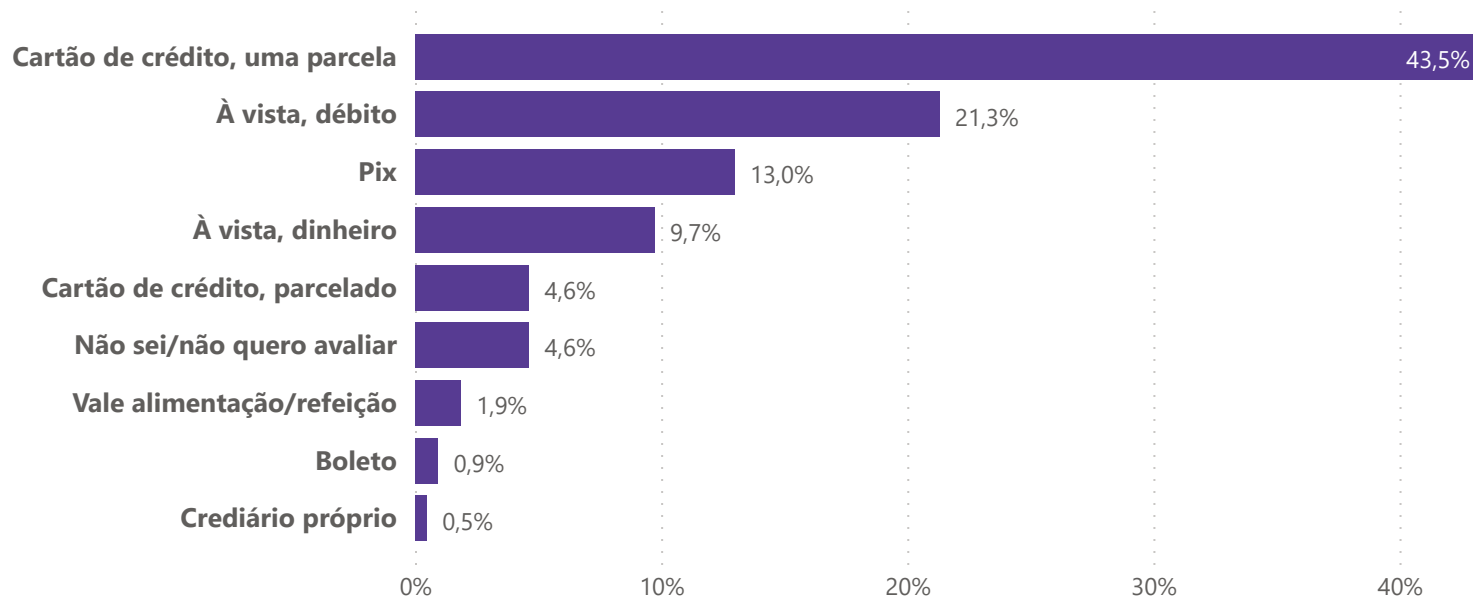
Perfil de compras

Em sua opinião, qual será o gasto médio para as compras de Páscoa?



O gasto médio deverá variar de R\$30,00 a R\$70,00, na opinião de 47,7% dos lojistas.

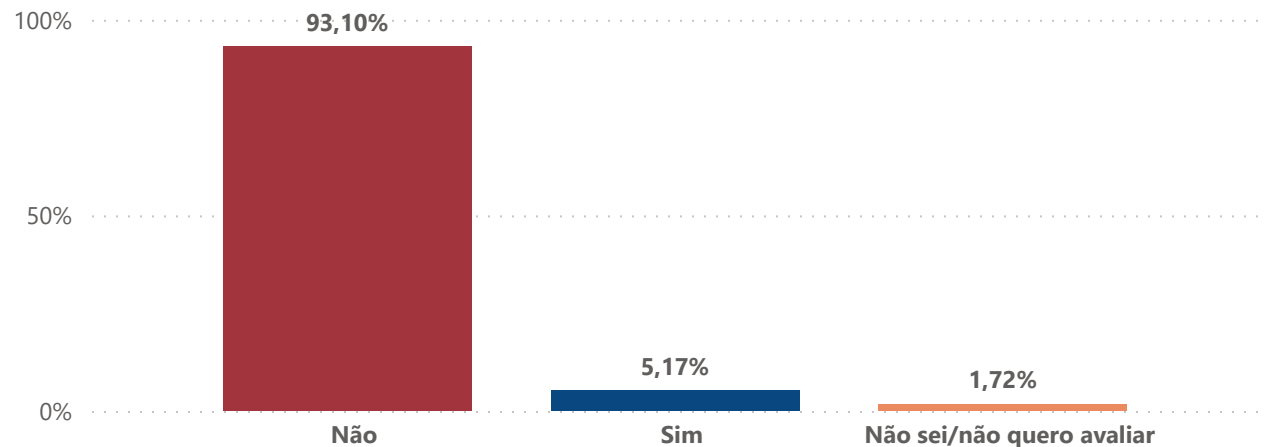
Qual a forma de pagamento o(a) Sr(a). acredita que irá se sobressair nas compras do período?



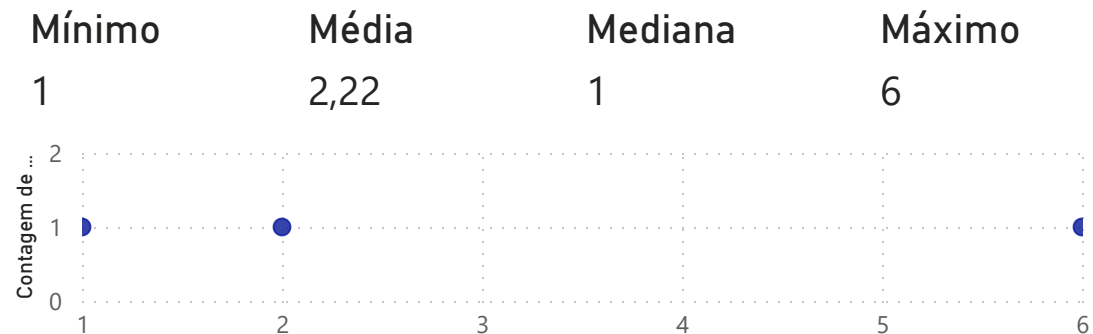
A forma de pagamento predominante é o crédito à vista para as compras de Páscoa. O débito e o pix aparecendo em seguida, com 21,3% e 13,0%, respectivamente.

Perfil de compras

A loja contratou ou pretende contratar funcionários temporários para as vendas de Páscoa?



Quantos?



Para a Páscoa, 93,1% das empresas não contrataram e não pretendem contratar funcionários temporários. Somente 5,2% adotaram essa medida para o atendimento de seus consumidores.

50% dessas empresas contrataram 1 funcionário. A contratação máxima em números foi de 6 funcionários e a mínima de 1 funcionário.

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra do comércio varejista de produtos alimentícios do estado de Minas Gerais. A pesquisa foi realizada entre os dias 01 e 08 de março de 2023. Foram avaliadas 382 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

Núcleo Estudos Econômico e de Inteligência & Pesquisa

Responsável: Stefan Wilson D'Amato

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Filipe do Nascimento Souza, Rafael Rei de Oliveira e Polyane Pereira Casagrande

Núcleo de Mercado e consumo

Responsável: Marcelo de Oliveira Nunes da Silveira

**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



Sistema Comércio

Olhar econômico

Apesar da melhoria observada no mercado de trabalho, com a queda na taxa de desemprego nos últimos meses, os lojistas estão preocupados especialmente com a inflação e a taxa de juros.

Outra preocupação dos empresários é o aumento do endividamento das famílias, que pode impactar negativamente as vendas. Os efeitos são diversos, desde a redução de renda disponível para consumo, mudança do padrão de consumo (produtos mais barato), ou até mesmo a limitação do volume de produtos adquiridos.

As mudanças para faixas superiores do consumo médio podem ser atribuídas a fatores como o aumento do salário-mínimo, a redução do desemprego e a absorção dos preços pelo consumidor para manter seu padrão de consumo.