



# Expectativa de Vendas

2º Semestre  
2023

 ·  ·  ·  · 

Sistema Comércio

## Expectativa de vendas - 2º semestre de 2023

Observar e entender como serão as vendas no segundo semestre de 2023 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 Pesquisa e Inteligência 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.

**68,2% das empresas do comércio varejista acreditam que as vendas no segundo semestre de 2023 serão melhores em relação ao primeiro semestre do ano.**

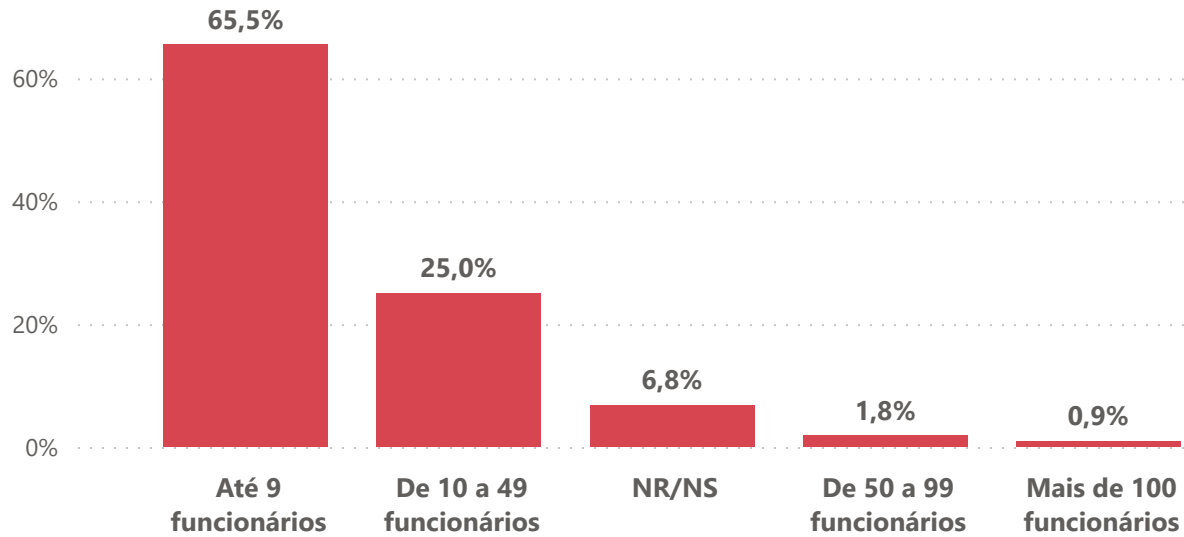
Para 28,2% das empresas, o volume de vendas aumentou no primeiro semestre de 2023 em relação ao mesmo período do ano de 2022. Já para o primeiro semestre deste ano se comparado com o segundo semestre do ano passado, 30,5% observaram aumento nas vendas.

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 (26,6%), Da das Crianças (19,0%) e a Black Friday (18,8%). Ao todo, 40,0% dos empresários esperam ser beneficiados pelas vendas do período.

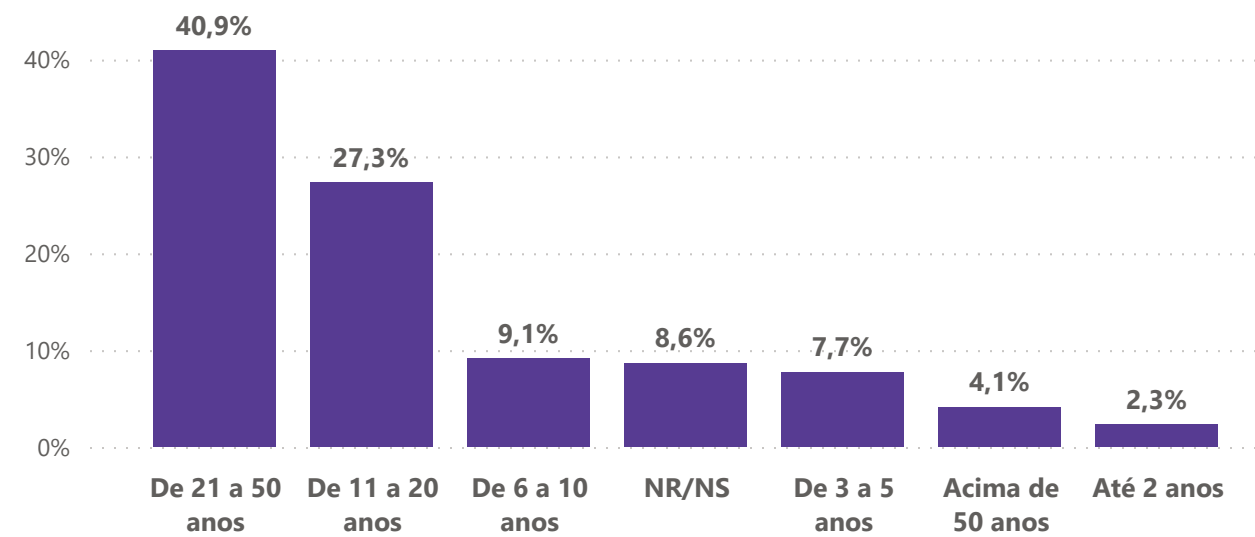
De acordo com os empresários e representantes, 48,6% irão realizar promoções, 37,1% irão investir em ações de divulgação/propaganda e 12,0% prestarão atendimento diferenciado a seus clientes.

## Perfil das empresas

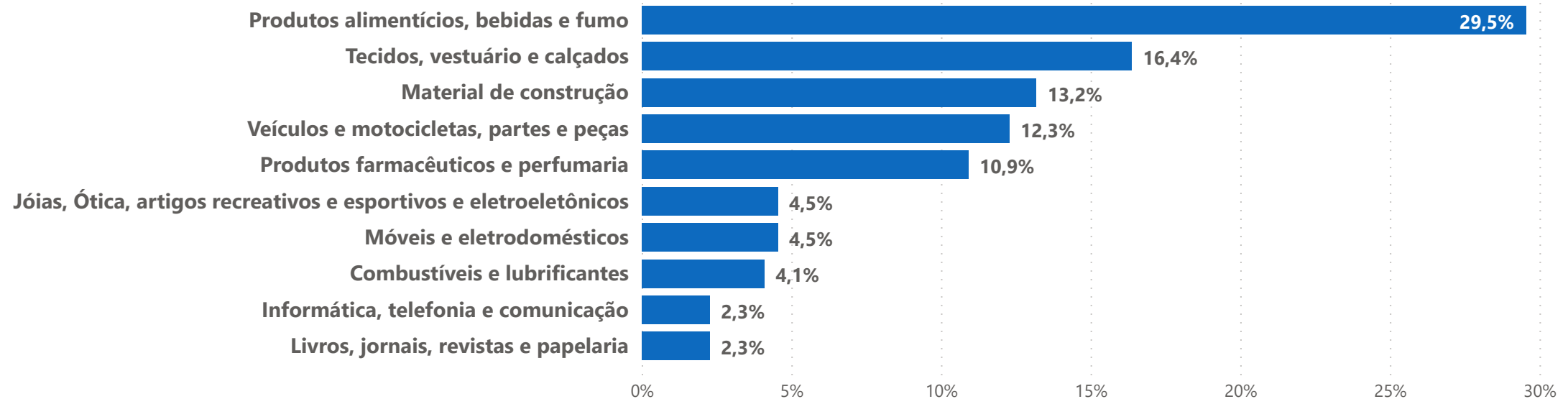
### Quantos funcionários têm a sua empresa?



### Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?

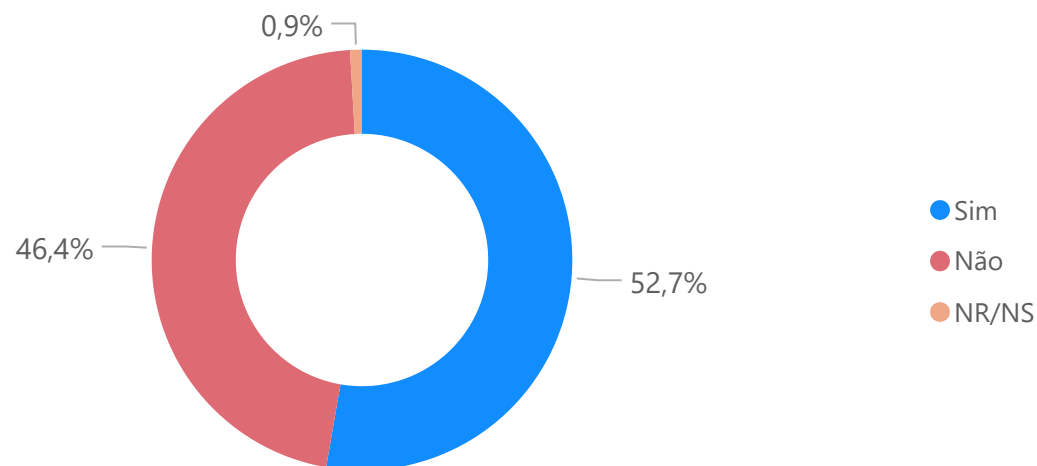


### Segmento

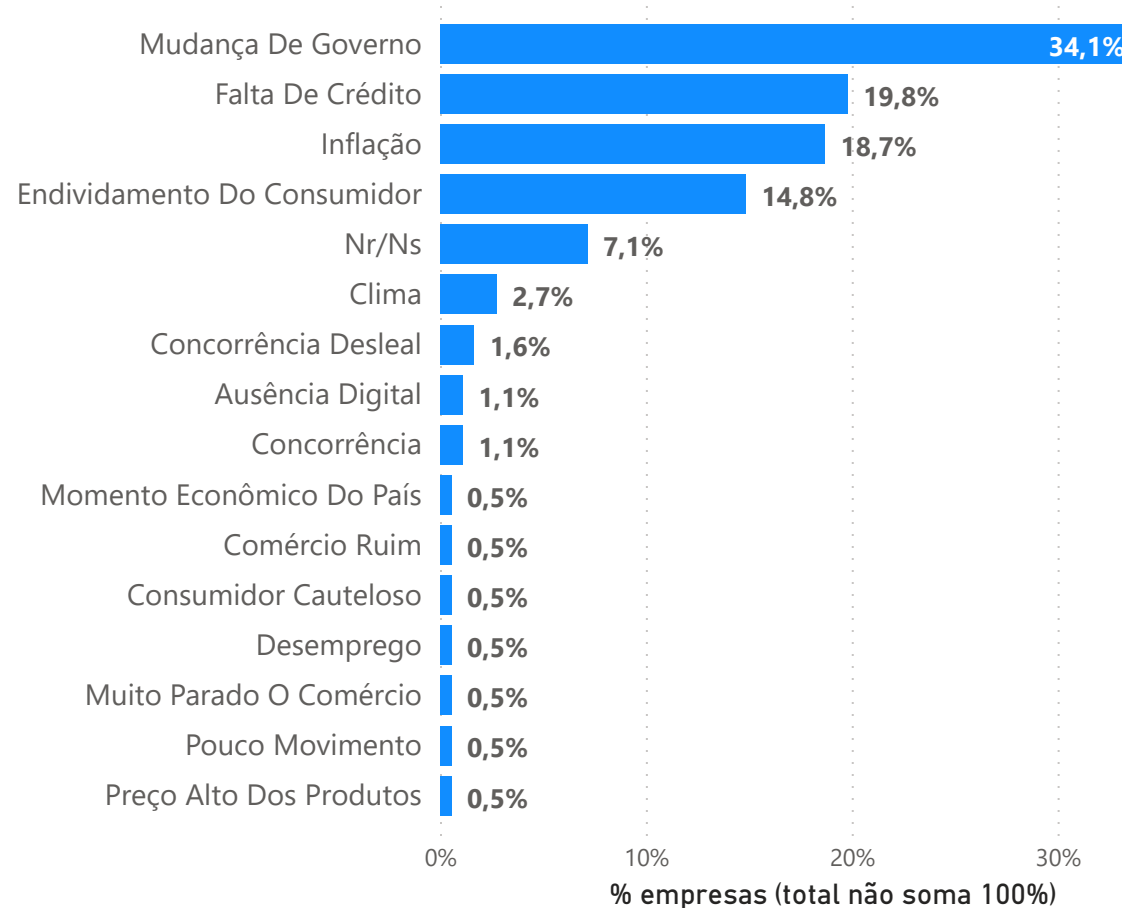


## Desempenho no semestre

As vendas no 1º semestre de 2023 alcançaram suas expectativas?



Por que as vendas não alcançaram suas expectativas?

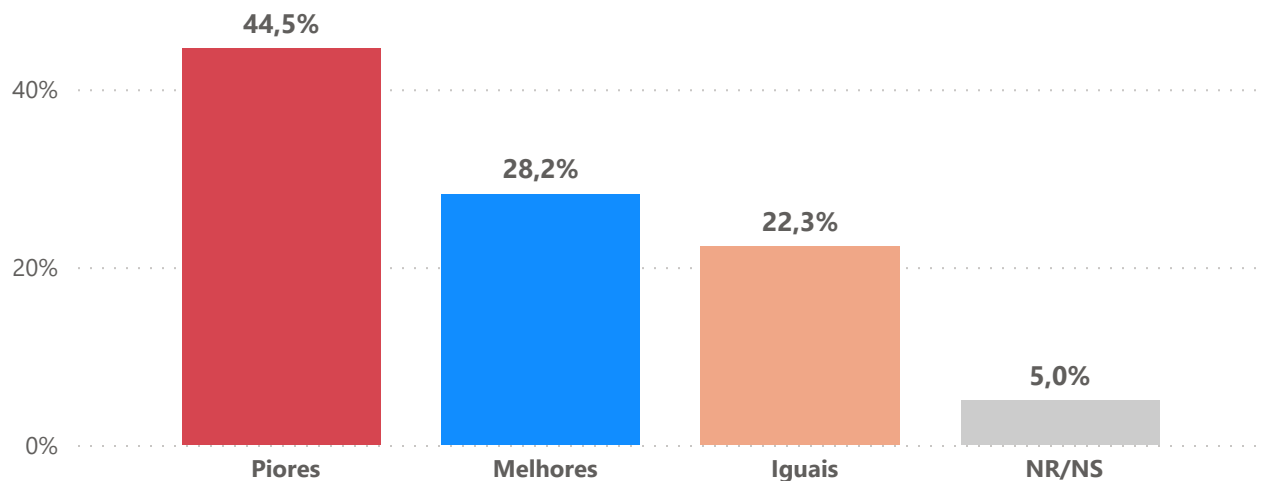


Mais da metade dos empresários do Comércio Varejista alcançaram suas expectativas de vendas no primeiro semestre de 2023, enquanto 46,4% se desapontou com os resultados.

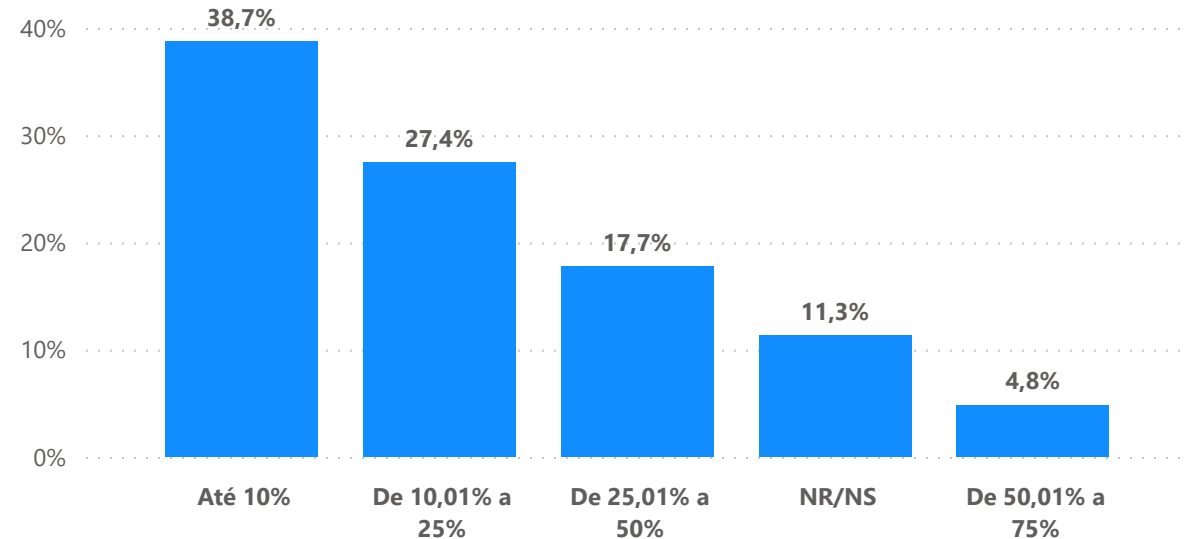
Entre as justificativas apresentadas para os resultados abaixo do esperado, a mais informada foi a mudança de governo. Outras justificativas como falta de crédito para investir em seus negócios, inflação alta e endividamento do consumidor foram apresentadas.

## Desempenho no semestre

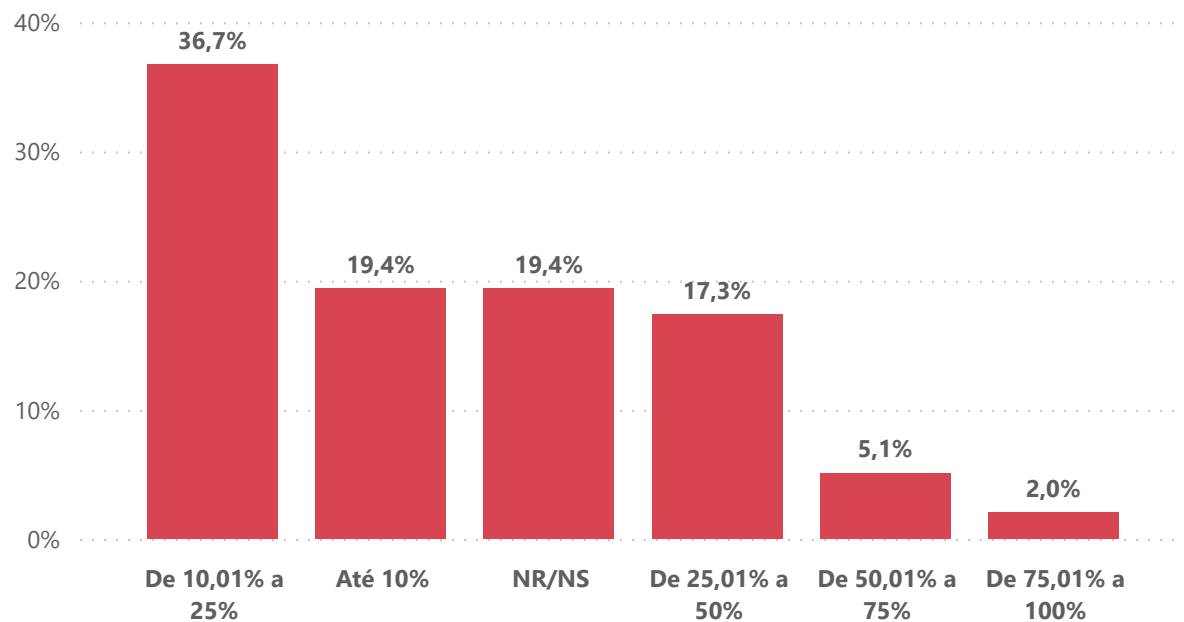
Como foram as vendas no 1º semestre de 2023 em relação ao mesmo período de 2022?



Quanto em termos percentuais? (Melhores)



Quanto em termos percentuais? (piores)



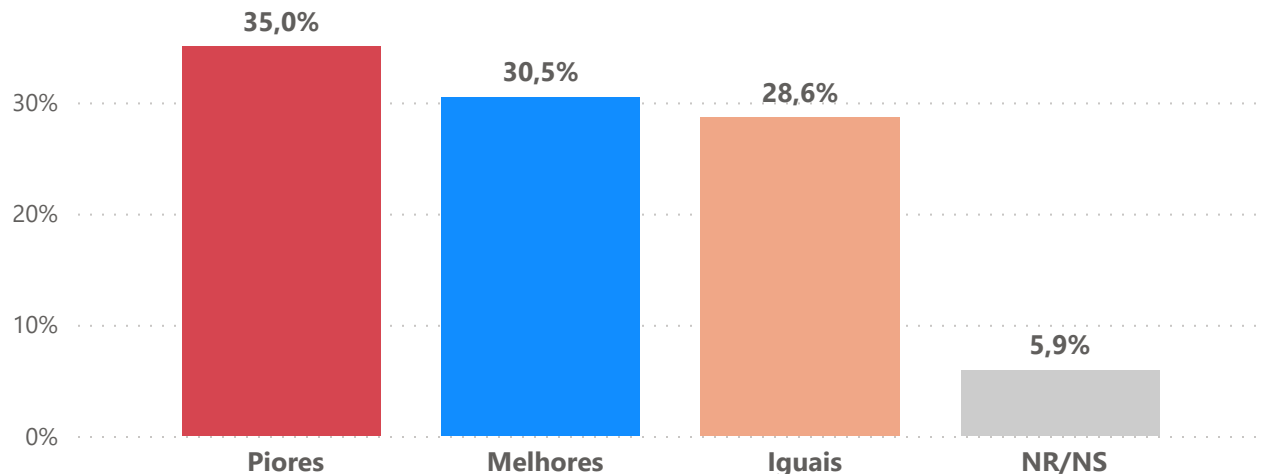
Se comparado ao mesmo período em 2022, 44,5% das empresas tiveram resultados de vendas piores no primeiro semestre de 2023, enquanto 28,2% tiveram resultados melhores.

A variação de aumento de vendas frente ao primeiro semestre do ano passado mais frequente foi de até 10,0%, para 38,7% dos estabelecimentos.

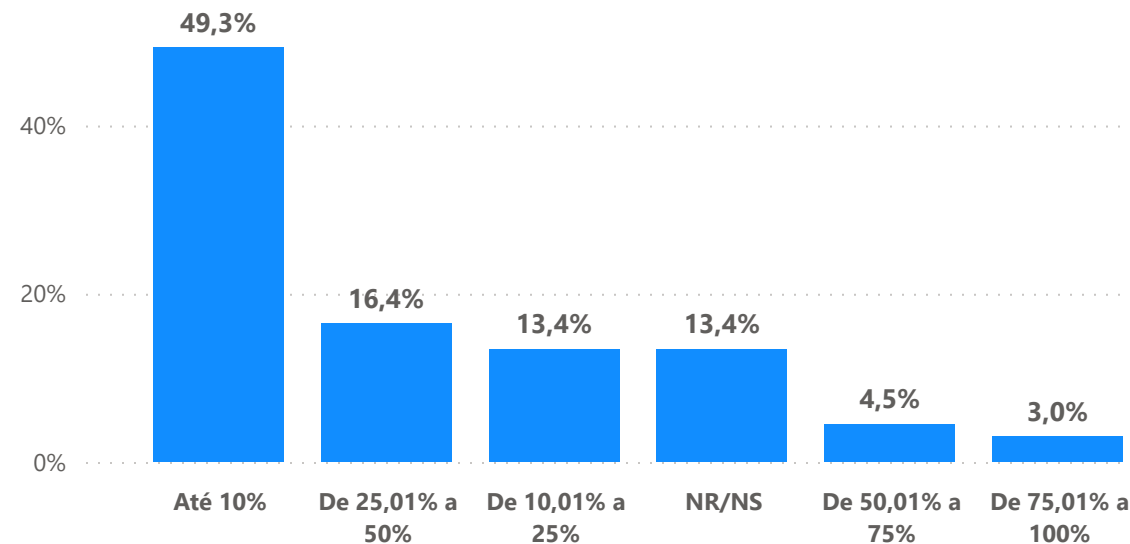
Já para aqueles que obtiveram resultados piores, a variação percentual mais frequente foi de 10,01% a 25%, para 36,7%.

## Expectativa/medidas de vendas

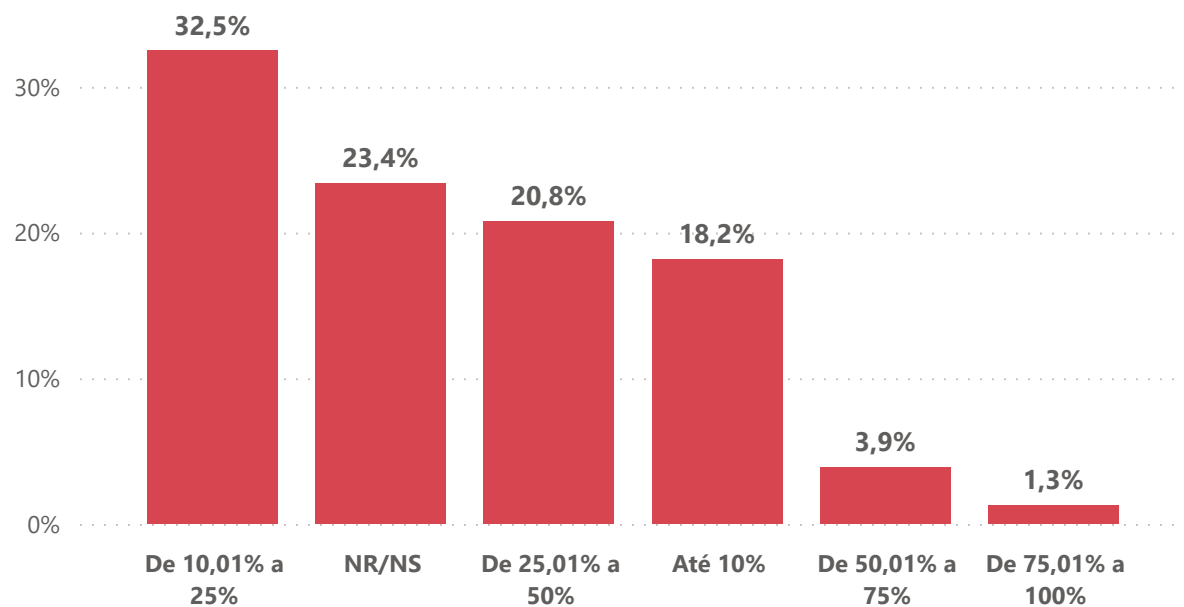
Como foram as vendas no 1º semestre de 2023 em relação ao 2º semestre do ano passado?



Quanto em termos percentuais? (Melhores)



Quanto em termos percentuais? (piores)



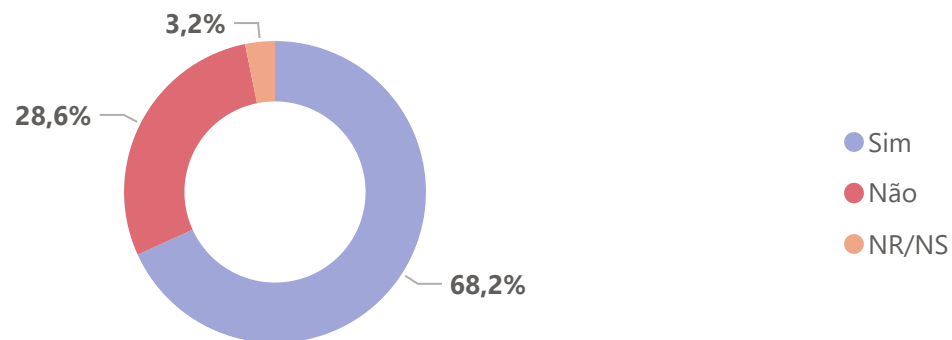
Se comparado o primeiro semestre com o segundo semestre de 2022, 35,0% das empresas tiveram resultados de vendas piores no primeiro semestre de 2023, enquanto 30,5% tiveram resultados melhores.

A variação de vendas frente ao segundo semestre do ano passado mais informada pelas empresas que obtiveram resultados melhores foi de até 10,0%, para quase metade (49,3%) dos estabelecimentos.

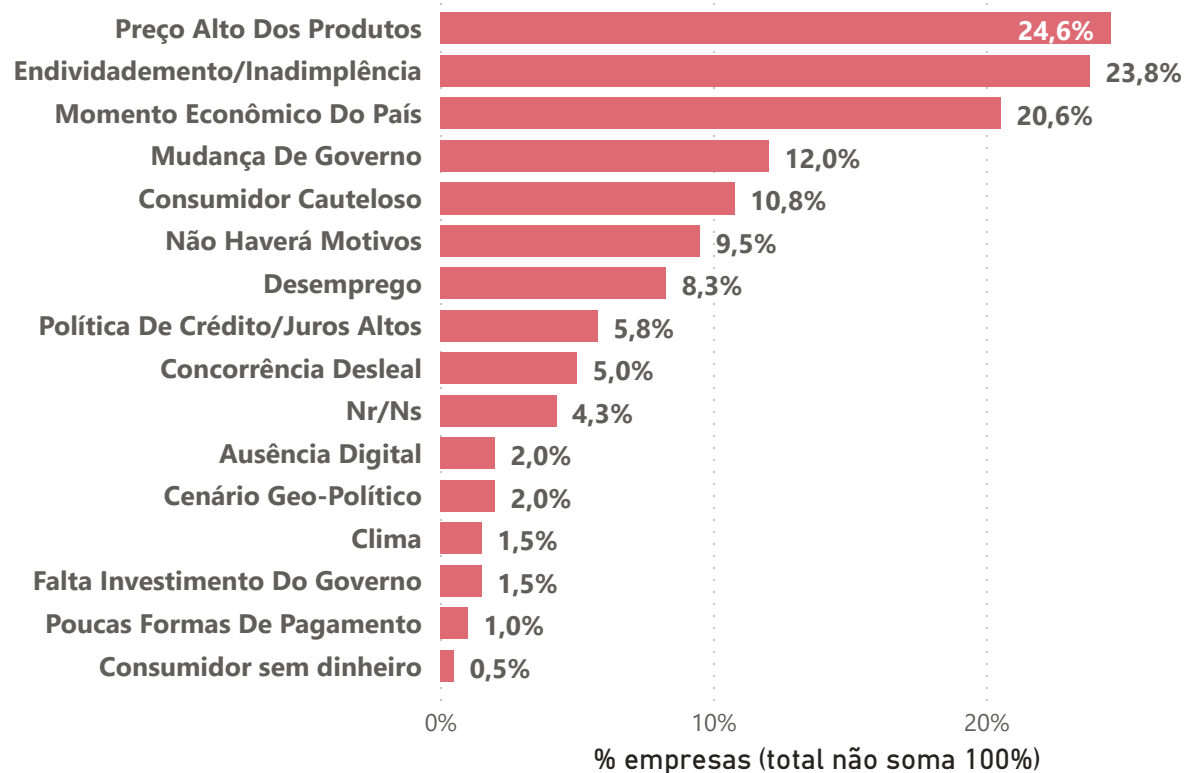
Entre as empresas que obtiveram resultados piores, a variação percentual mais frequente foi de 10,01% a 25%, para 32,5%.

## Motivos para vendas melhores/piores

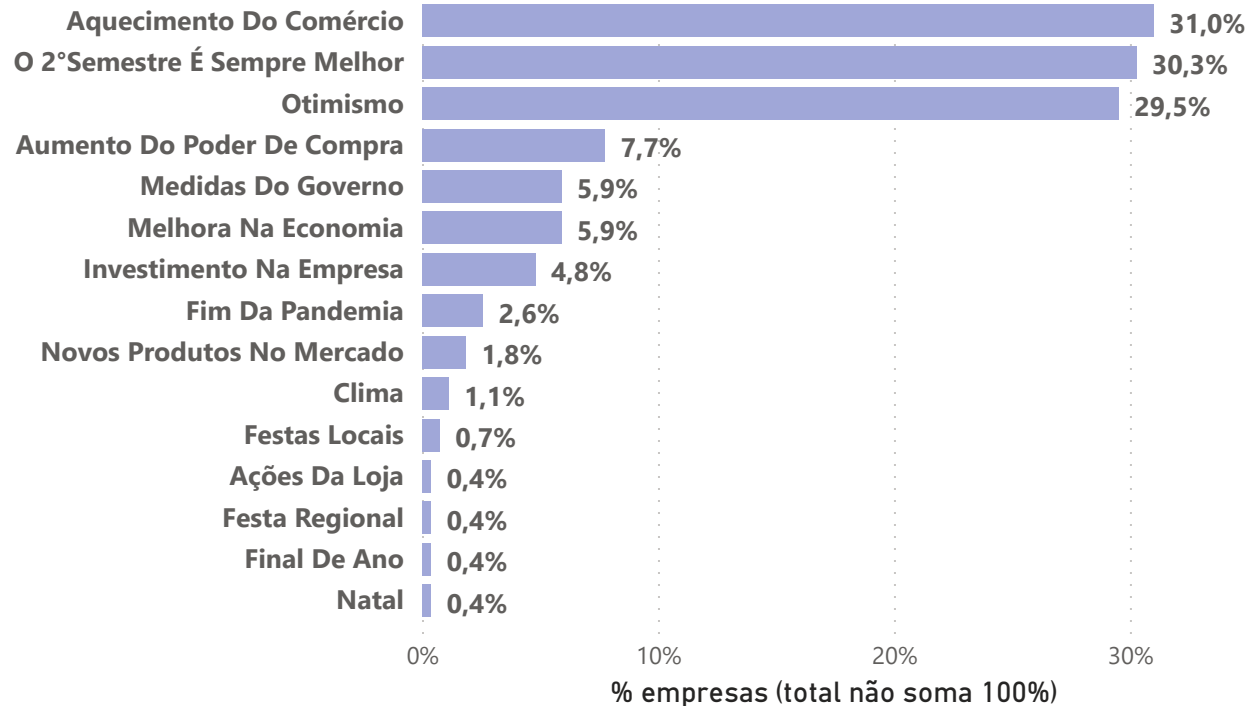
Acredita que as vendas no 2º semestre de 2023 serão melhores que as do 1º semestre de 2023?



Quais motivos que podem dificultar as vendas no semestre?



Por qual motivo?

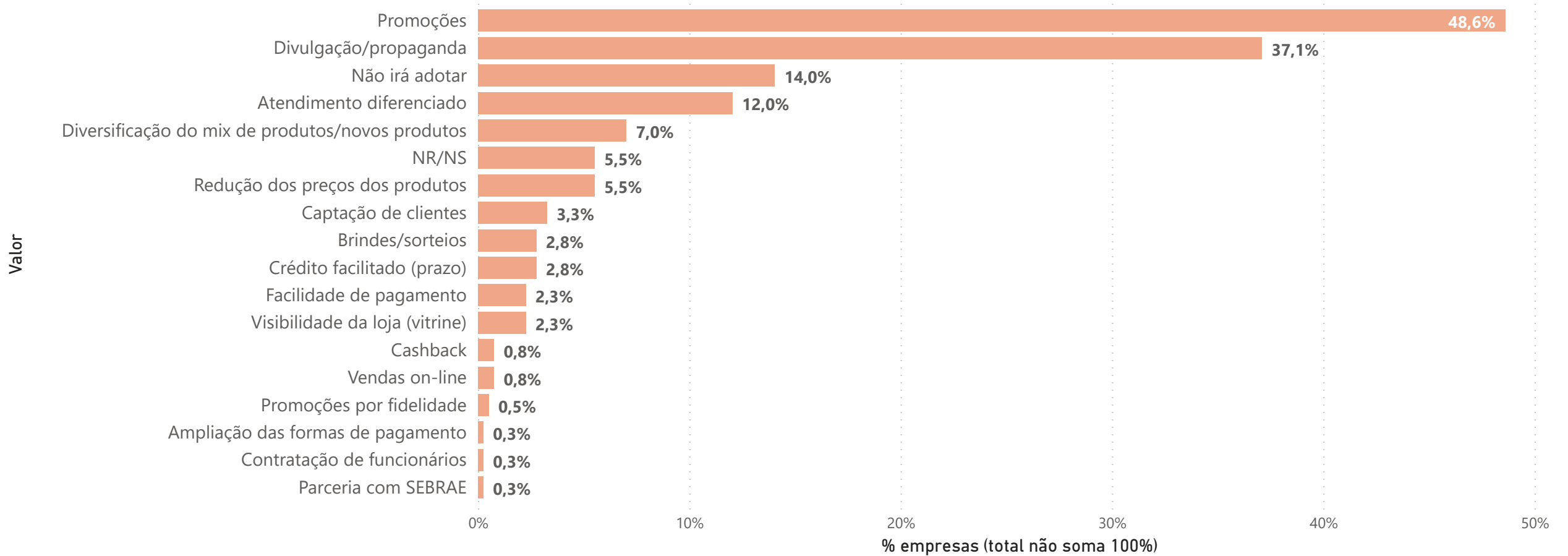


O otimismo para o segundo semestre predomina entre os empresários. 68,2% acreditam que o período será melhor que o primeiro semestre. Como justificativa, 31,0% apontaram o aquecimento do comércio e 30,3% disseram que o segundo semestre traz melhores resultados.

Para aquelas com expectativas de resultados piores (28,6%), os principais motivos foram: preço alto dos produtos (24,6%), endividamento e inadimplência do consumidor (23,8%), momento econômico do país (20,6%).

## Medidas adotadas

Quais medidas a loja irá adotar para impulsionar as vendas no semestre?

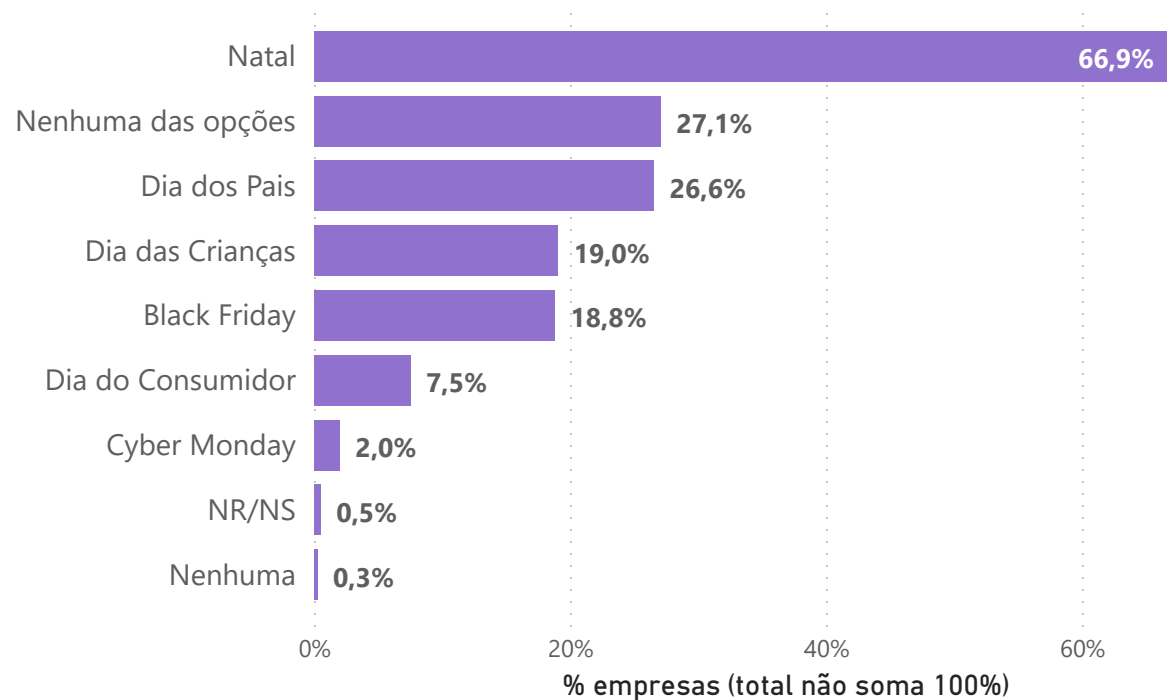


As medidas adotadas pelas empresas para impulsionar as vendas nesse período serão as promoções (48,6%), divulgação e propaganda (37,1%) e atendimento diferenciado (12,0%).

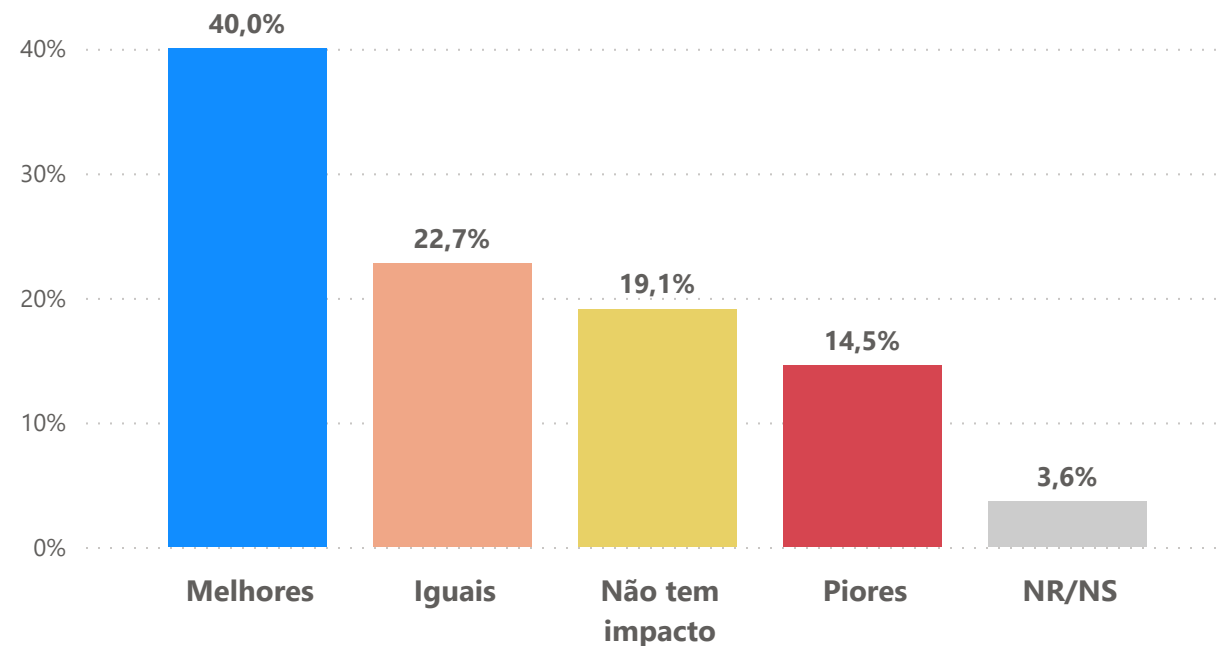


## Datas comemorativas

Quais datas comemorativas apresentam impacto positivo para seu negócio?



O(a) sr(a) acredita que, nessas datas, as vendas em 2023, comparadas a 2022 serão...

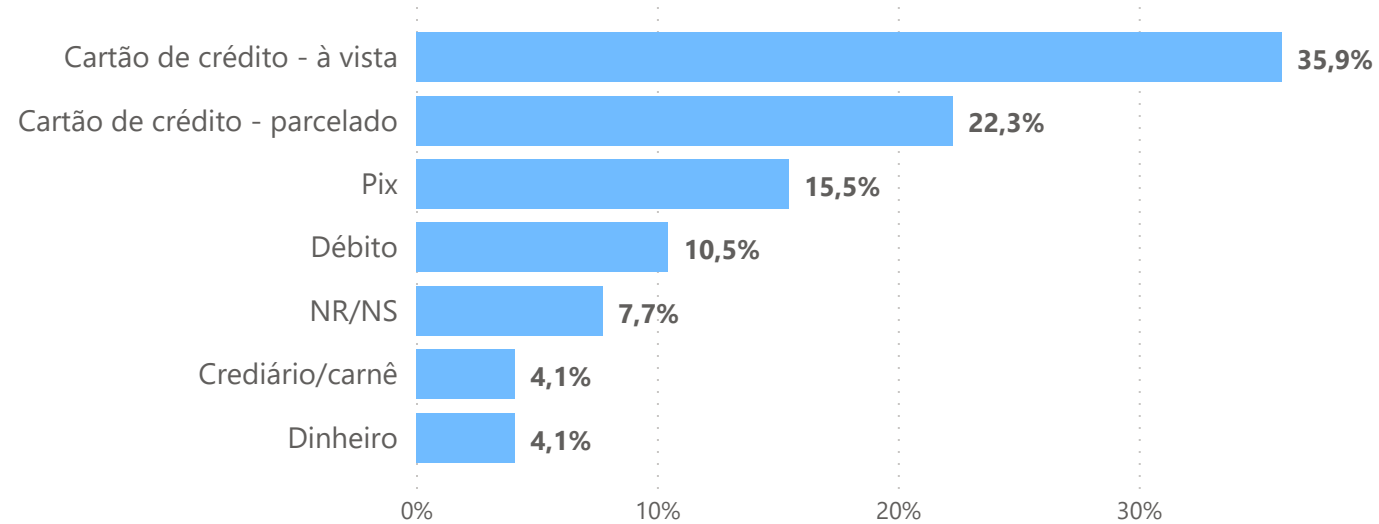


Entre as datas comemorativas do segundo semestre, o Natal aparece maior percentual de empresas que disseram que a data impacta positivamente (66,9%), em seguida aparece o Dia dos Pais (26,6%). O Dia das crianças e a Black Friday também são datas com grande percentual de empresas que são impactadas positivamente por elas.

A expectativa para as datas comemorativas do segundo semestre desse ano frente ao ano passado é de melhores resultados para 40,0%, enquanto para 22,7% é de resultados iguais.

## Forma de pagamento

Qual a forma de pagamento deverá SOBRESSAIR no semestre?



A forma de pagamento que deverá se sobressair no período é o cartão de crédito, tanto à vista quanto parcelado, de acordo com 58,2% das empresas. Em terceiro lugar aparece o pix com 15,5%, seguido do pagamento em débito (10,5%).

## Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra dos segmentos do Comércio Varejista do Estado de Minas Gerais. A pesquisa foi realizada entre os dias 26 de junho a 05 de julho de 2023. Foram avaliadas 399 empresas, havendo 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

**Assistente de economia:** Filipe do Nascimento Souza

**Pesquisadores:** Dianne Francielle da Silva, Rafael Rei de Oliveira e Polyane Pereira Casagrande

**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



Sistema Comércio