

## **Pesquisa de Expectativa das Vendas – Dia dos Pais**

A Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Minas Gerais (Fecomércio MG) através do Núcleo de Estudos Econômicos, apresenta uma ferramenta inovadora de divulgação, que poderá ser utilizada pelos sindicatos na disseminação de informações valiosas para as empresas. Esta série de pesquisas e estudos abrangem temas relevantes, desde dados coletados pela instituição com respeito às datas comemorativas até relatórios econômicos que apontam tendências de mercado, auxiliando na tomada de decisões empresariais. A pesquisa inicial foca no Dia dos Pais, buscando captar percepções, estratégias e tendências do comércio varejista mineiro para aproveitar o ambiente de negócios gerado nesta data especial.

Junte-se à Fecomércio MG nessa jornada de conhecimento e direcione suas estratégias com base em dados confiáveis. Compartilhe essas informações com sua base sindical, impulsionando o crescimento das empresas no mercado competitivo atual.

### **Dia dos Pais**

O Dia dos Pais é mais uma data comemorativa que movimenta positivamente o comércio varejista de todas as cidades. O apelo emocional estimula diversos segmentos do comércio, principalmente os voltados aos artigos masculinos, tais como: vestuário, calçados, perfumaria, eletroeletrônicos, artigos esportivos, livros, entre outros. A comemoração acontece no segundo domingo de agosto, coincidindo com as liquidações de artigos de inverno, o que contribui para gerar um ambiente de oportunidades de compras a preços mais acessíveis.

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 mineiro com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pelo Dia dos Pais.

## **O período que envolve o Dia dos Pais afeta 65,8% das empresas do comércio varejista do estado**

55,2% dos empresários do comércio varejista do estado que são afetados pela data esperam que o resultado de vendas desse ano supere o do ano passado. Os motivos apontados para tal expectativa foram, principalmente, o aumento do volume de vendas nos últimos meses (33,1%), otimismo (25,7%) e o valor afetivo da data (18,2%).

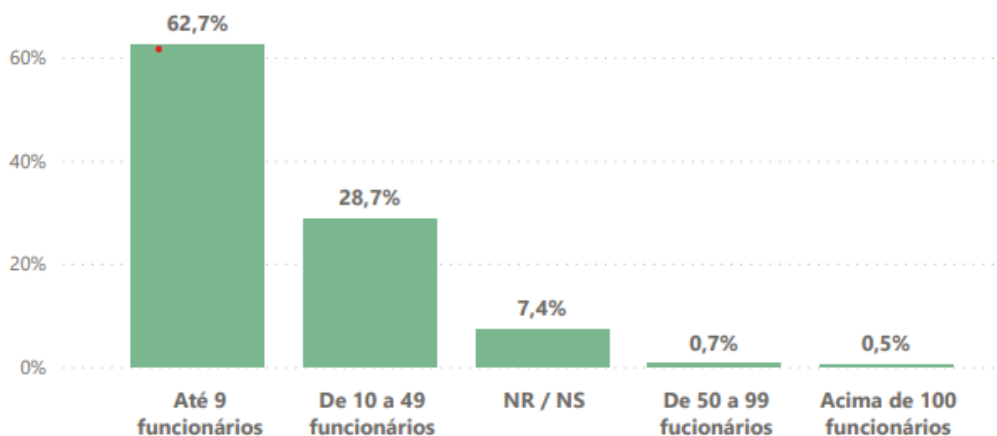
Já para aqueles que tem expectativa de piores resultados frente ao ano passado, suas principais justificativas são a crise econômica (33,3%) e consumidor cauteloso (26,2%).

Contudo, 44,4% das empresas impactadas pela data irão apostar em promoções para alavancar seus resultados. Ações como divulgação em redes sociais e propagandas também serão adotadas. Ainda, haverá investimento de 17,2% dessas empresas em produtos específicos para a data, sendo o principal a oferta de kits/cesta, seguido de roupas.

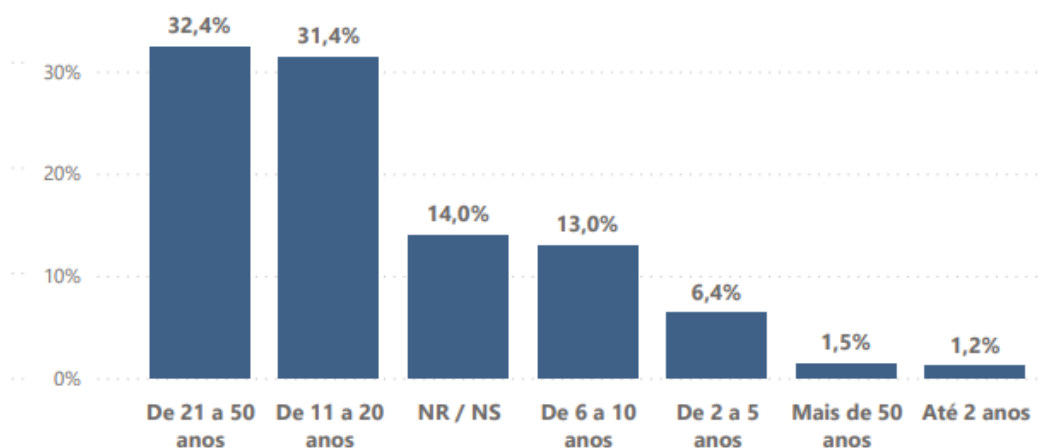
Para 85,8% das empresas, o consumidor irá às compras na semana do dia dos pais. O gasto médio esperado por consumidor é de R\$100,01 a R\$200,00 reais para 29,1% dos estabelecimentos e a principal forma de pagamento deverá ser o cartão de crédito.

## Perfil das empresas

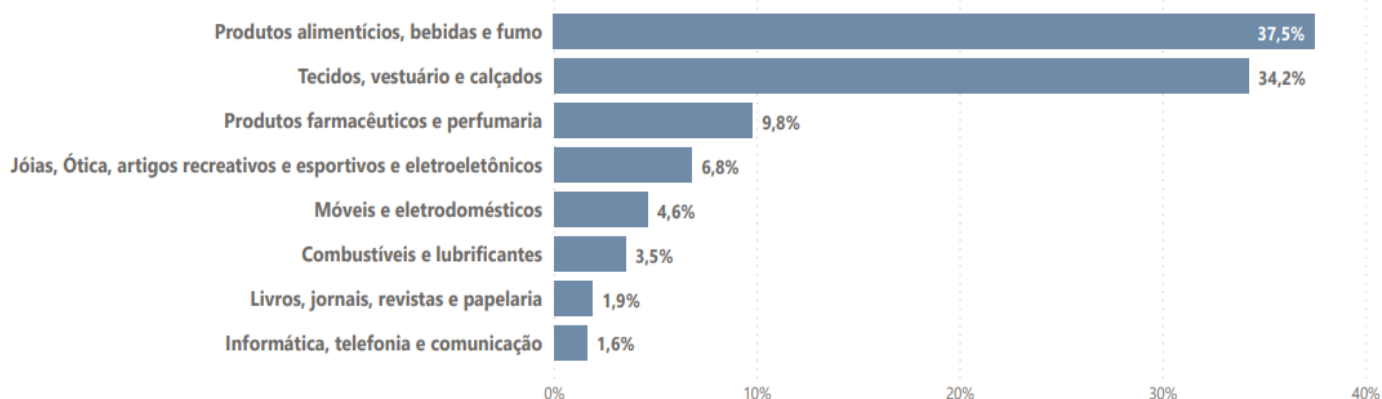
Quantos funcionários têm a sua empresa?

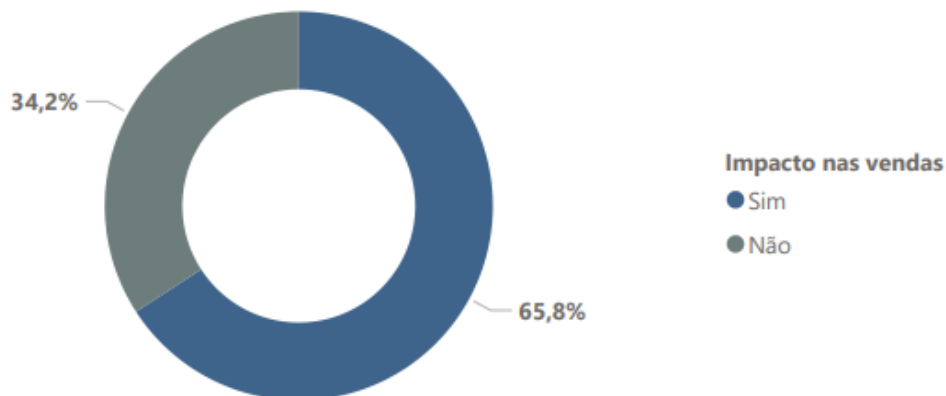


Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?

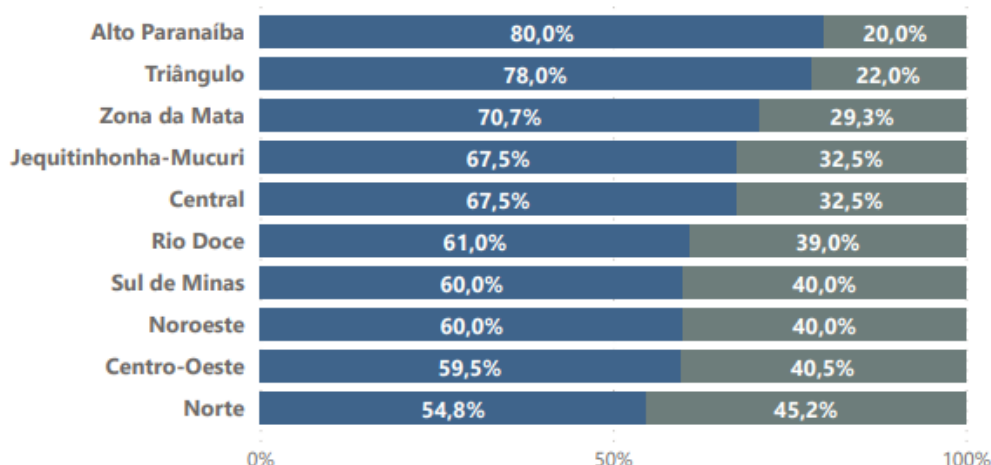


Segmento



**Impacto nas vendas****Impacto por região**

Impacto nas vendas ● Sim ● Não

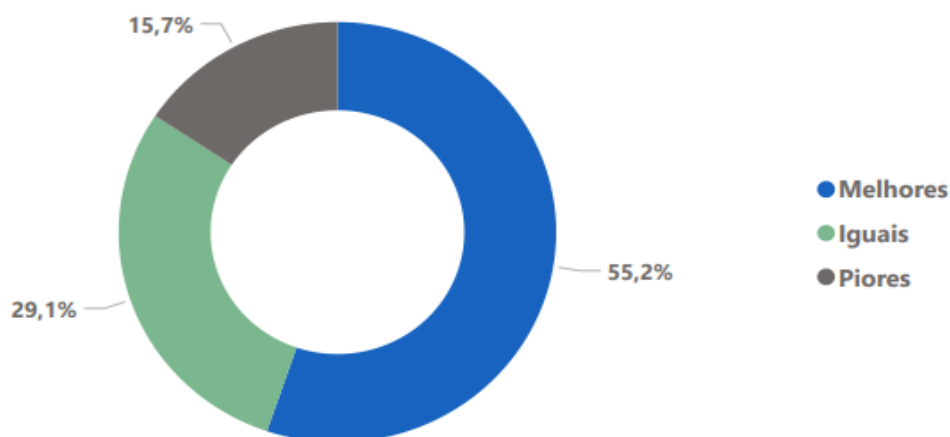


65,8% dos empresários do Comércio Varejista são impactados pela data do Dia dos Pais, seja no próprio dia ou no período que antecede e, em alguns casos, até uns dias depois.

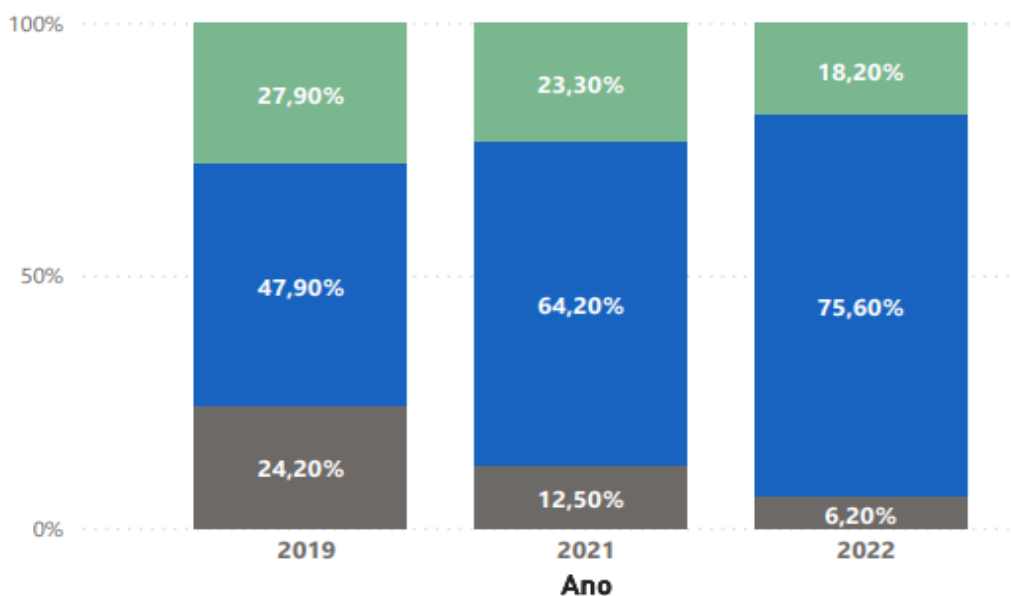
Observando as respostas dos empresários de cada região, tem-se que o Alto do Paranaíba é aquele com maior proporção dos que disseram que são impactados pela data.

## Expectativa de vendas

As vendas para o Dia dos Pais em relação ao ano passado serão?

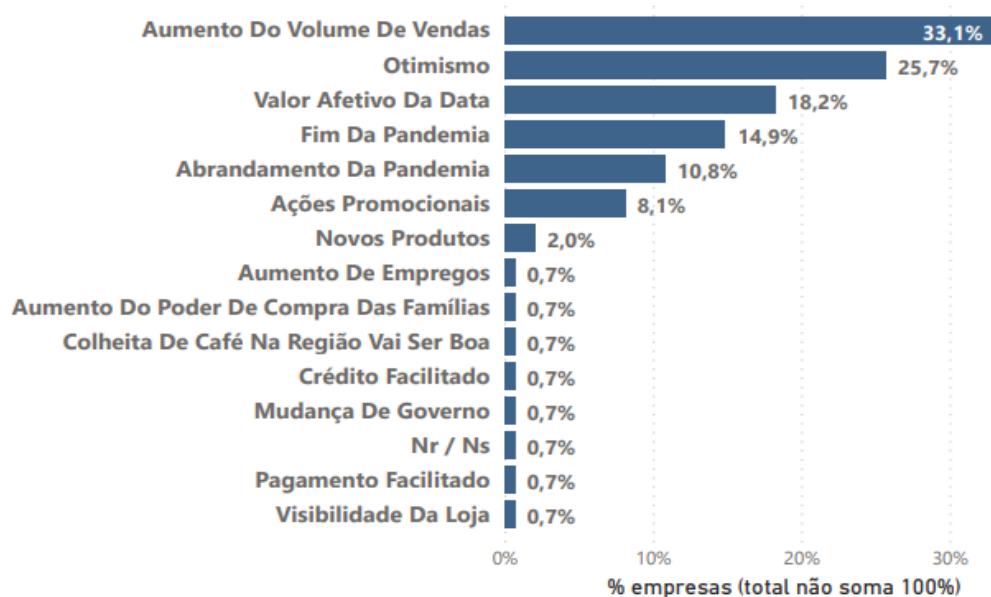
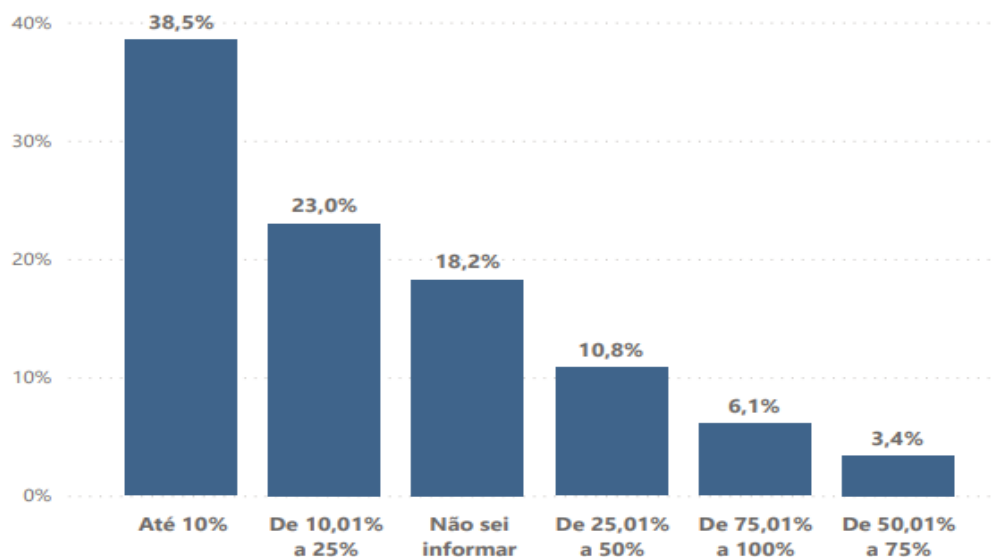


Expectativa nos anos anteriores



Entre aqueles que são impactados pela data, 55,2% acreditam que terão melhores resultados nas vendas desse ano, se comparados ao ano passado.

Essa expectativa de melhores resultados é maior apenas que de 2019 - o que pode ser explicado pela ausência da pandemia, que aumentou nos anos de 2021 e 2022 tal expectativa devido à esperança de melhoria no cenário instalado à época.

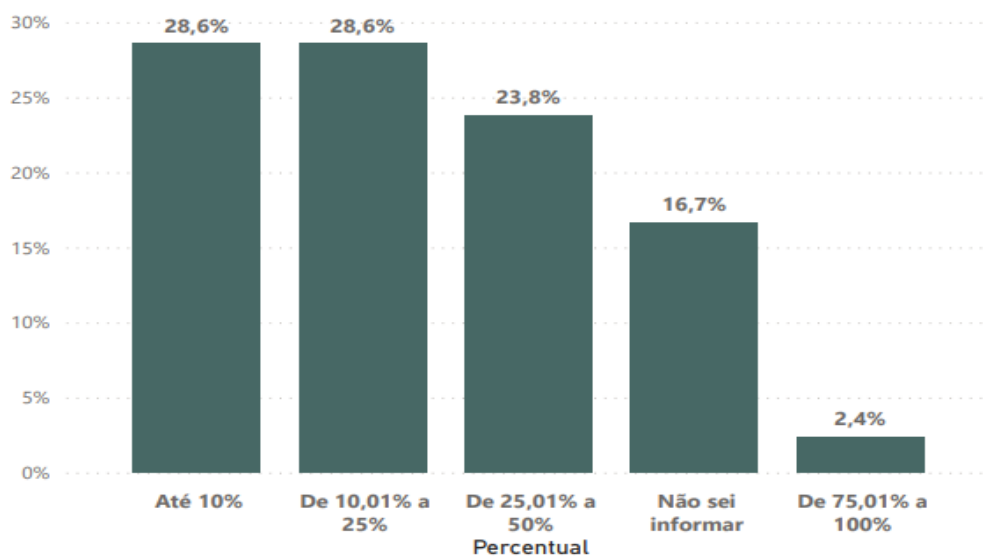
**Motivos para expectativa de melhores resultados**

**Variação percentual média esperada de aumento de vendas**


Dos motivos apresentados para a expectativa de melhores resultados, o aumento do volume de vendas nos últimos meses foi o mais apontado (33,1%), seguido do otimismo (25,7%), valor afetivo da data (18,2%) e fim da pandemia (14,9%).

Mais da metade (61,5%) desses empresários esperam que haja uma variação positiva nas vendas de até 25,0%.

**17/07/23**

ANÁLISE REALIZADA PELO NÚCLEO DE  
ESTUDOS ECONÔMICOS DA **FECOMÉRCIO**  
**MG**
**Motivos para expectativa de piora nos resultados**

**Variação percentual média esperada de redução nas vendas**


Já entre os empresários que esperam resultados insatisfatórios para o período, o principal motivo apontado é crise econômica (33,3%), seguido da percepção de que o consumidor está mais cauteloso (26,5%).

## **Ações adotadas**

Ações adotadas para impulsionar as vendas no período

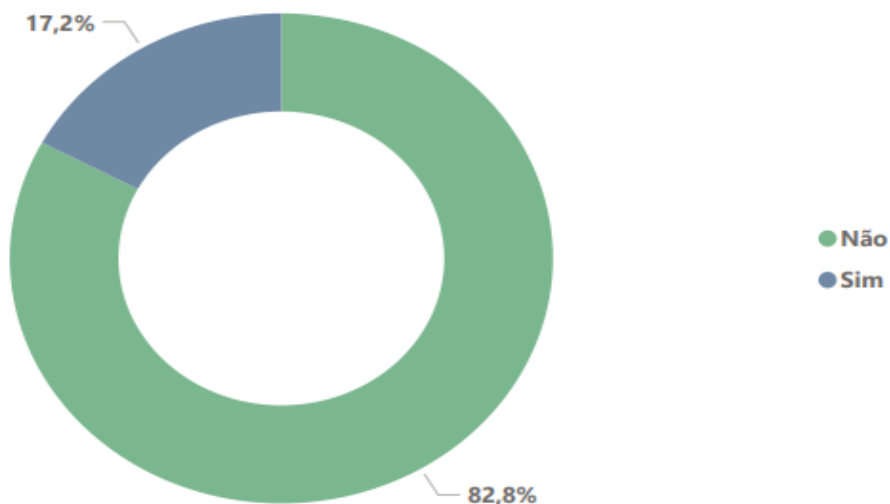


Para alavancar os resultados, 44,4% dos empresários investirão em promoções, 20,1%, 20,1% farão divulgações nas redes sociais e 19,0% propagandas.

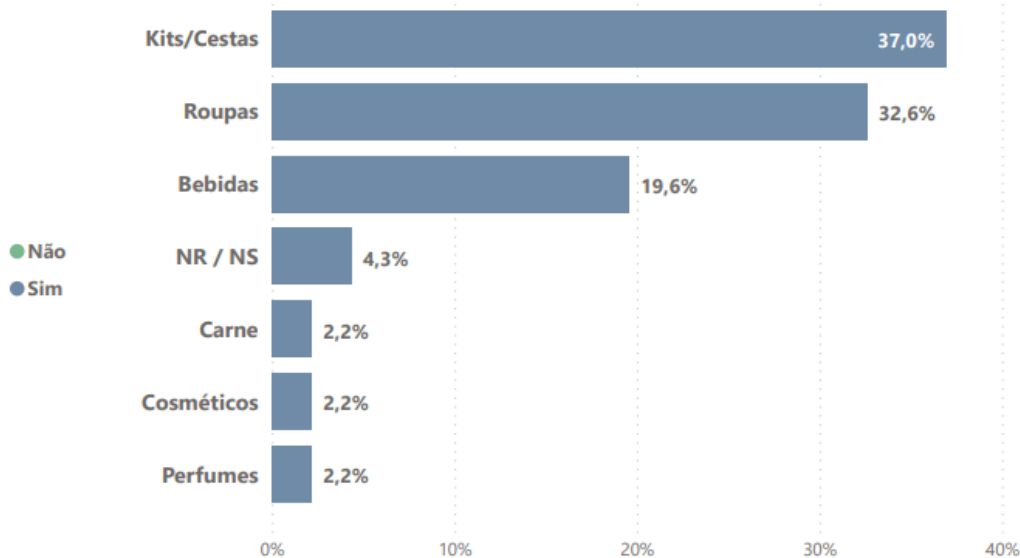


## Investimento em produtos

Inestiu ou investirá em produtos específicos para a data?



Quais os produtos?

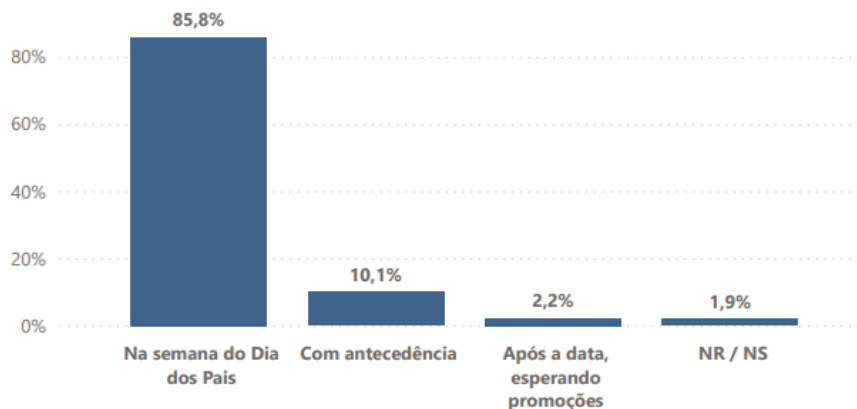


Embora a maioria (82,8%) dos empresários que são impactados pela data não investiu ou não irá investir em produtos específicos, 17,2% irá.

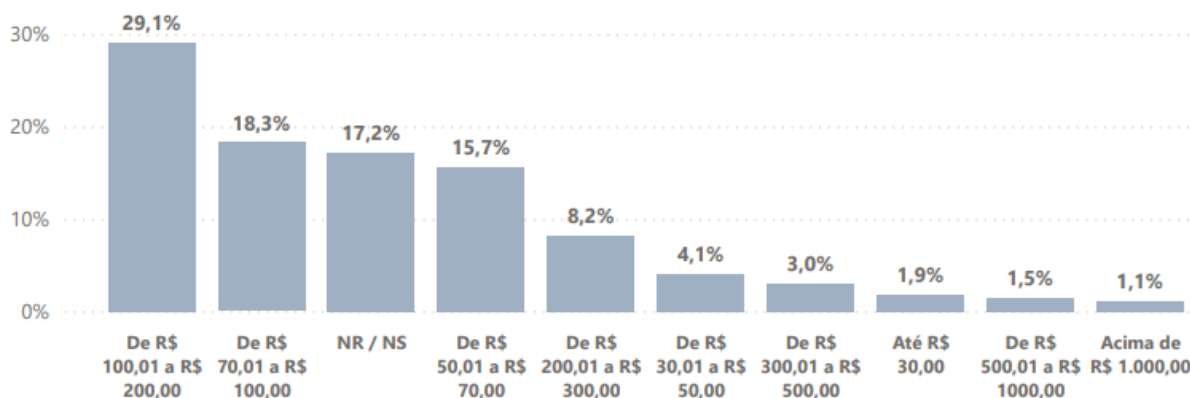
Desses, 37,0% irá investir em kits/cestas de presentes, enquanto 32,6% irá investir em roupas.

## Perfil das compras

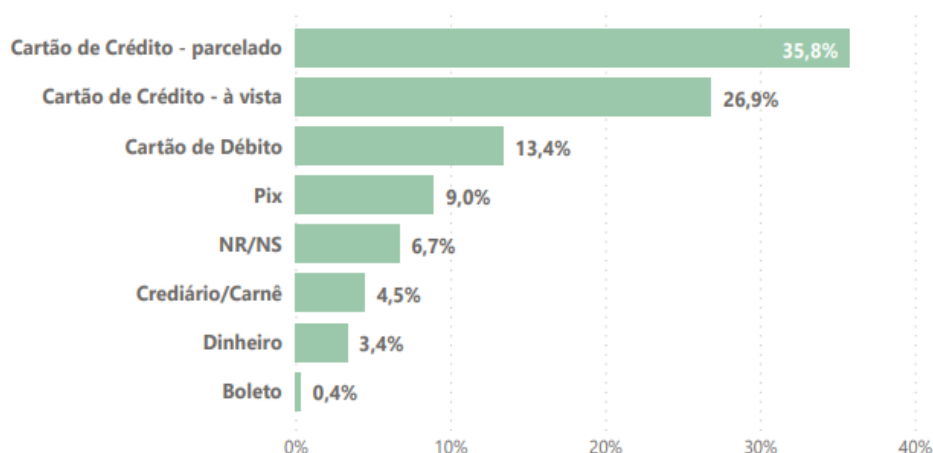
Quando o(a) Sr(a) acredita que o consumidor irá realizar as compras da data?



Qual o ticket médio esperado por consumidor para o Dia dos Pais?



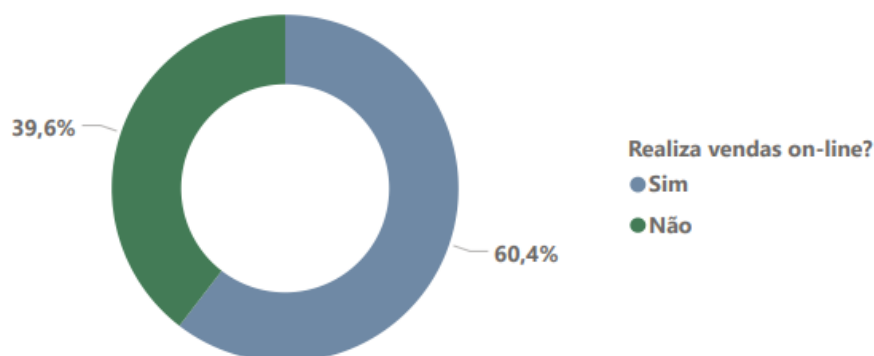
Qual a forma de pagamento deverá sobressair nas compras para o Dia dos Pais?



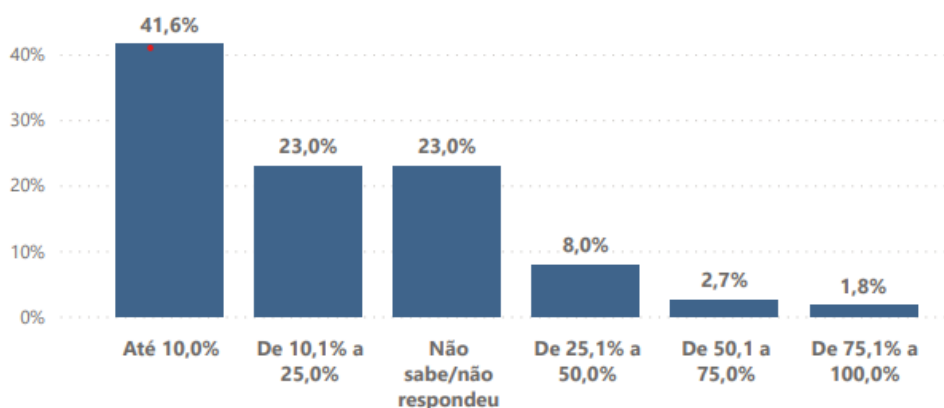
Para 85,8% das empresas, as compras serão realizadas na semana do Dia dos Pais. A forma de pagamento que deverá se sobressair será o cartão de crédito. O ticket médio esperado por 29,1% das empresas é de R\$100,01 a R\$200,00.

## Vendas on-line

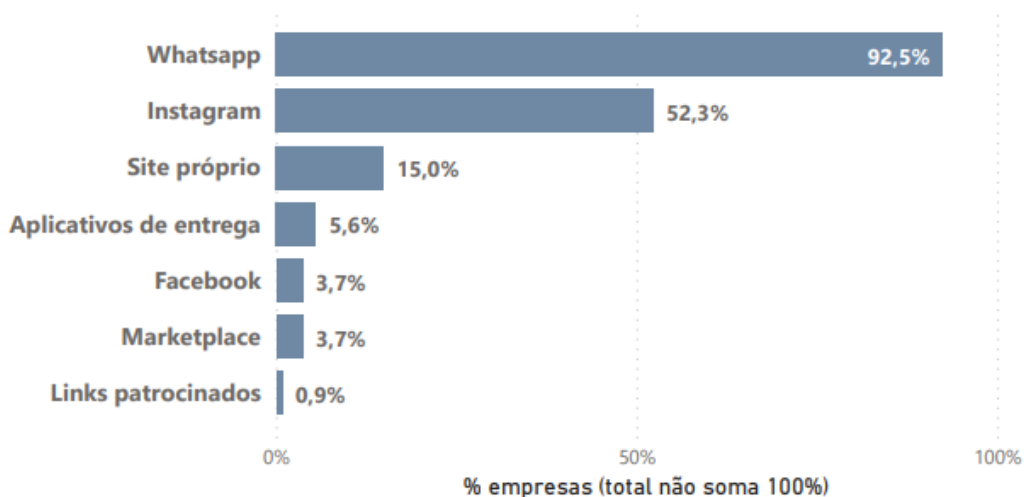
Realiza vendas on-line?



Qual o percentual das vendas online em relação ao total de vendas da loja?



Canais de venda utilizados



Entre as empresas impactadas pela data, exceto os postos de combustíveis, 60,4% realizam vendas por algum canal on-line. O principal deles é o Whatsapp, seguido do Instagram. As vendas on-line representam até 10% do total do faturamento de 41,6% das empresas. Para 23,0%, o faturamento varia de 10,1% a 25,0%.

## 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 06 a 13 de julho de 2023. Foram avaliadas 407 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:** Deivid Lima da Silva

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

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