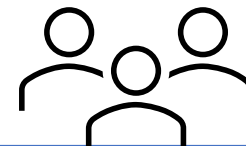


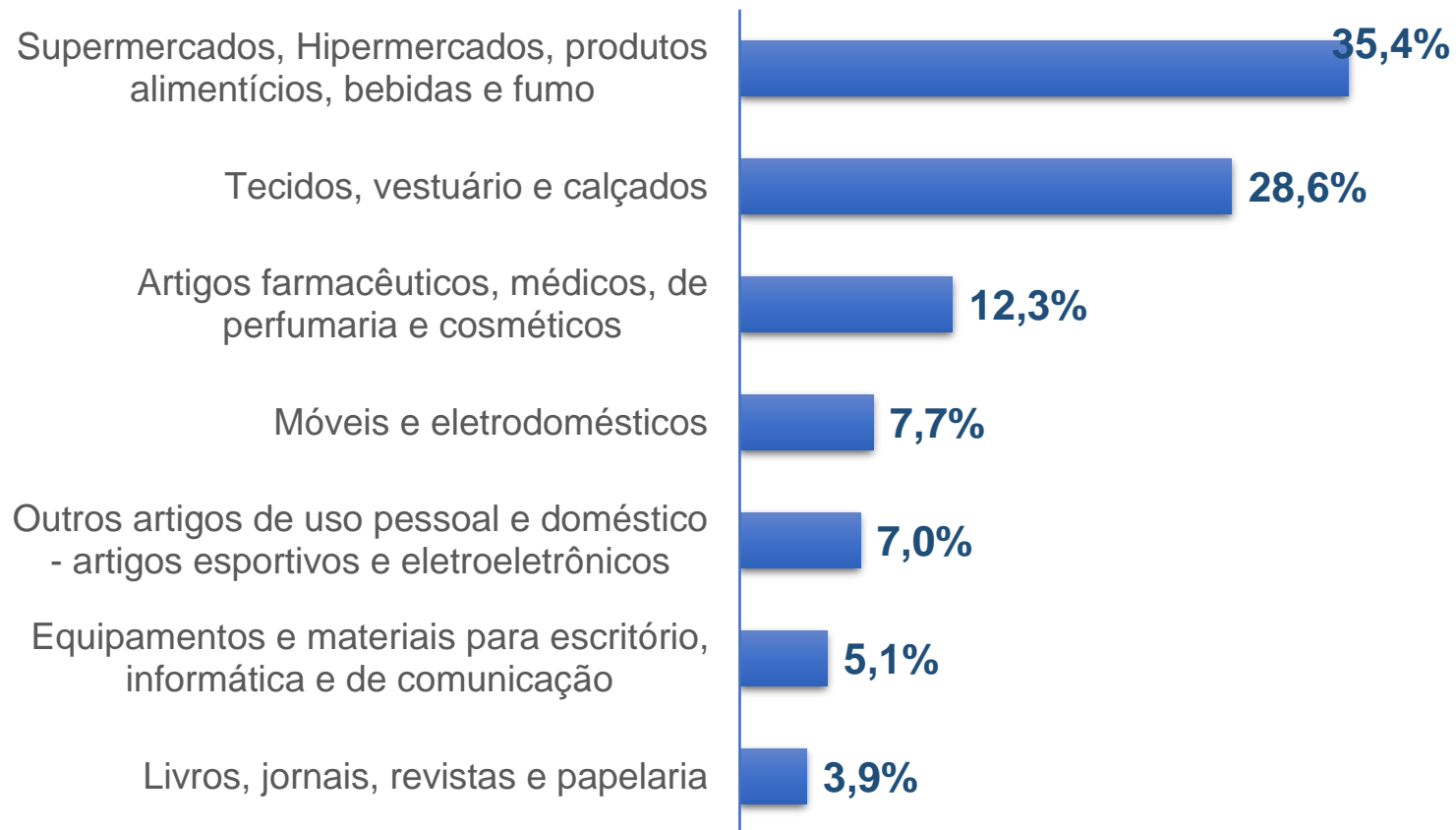


# Opinião do Comércio Varejista Copa do Mundo 2022

Núcleo de Estudos Econômicos  
Fecomércio MG



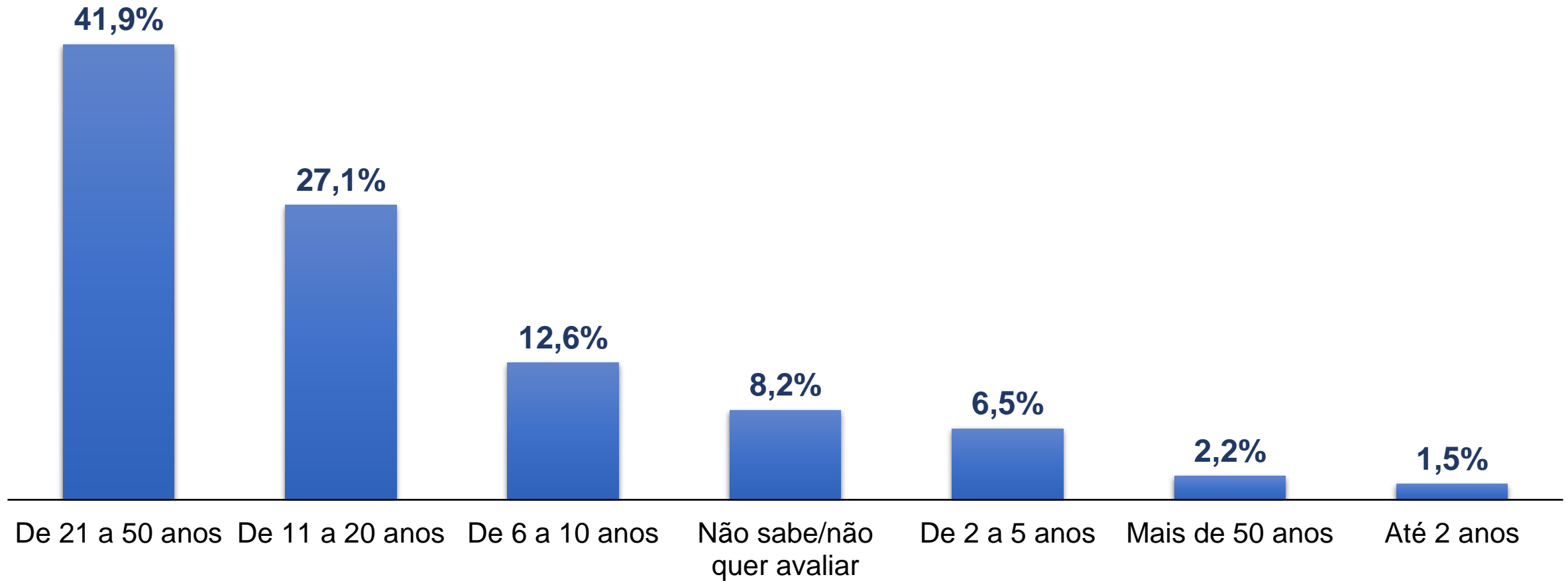
### Segmento



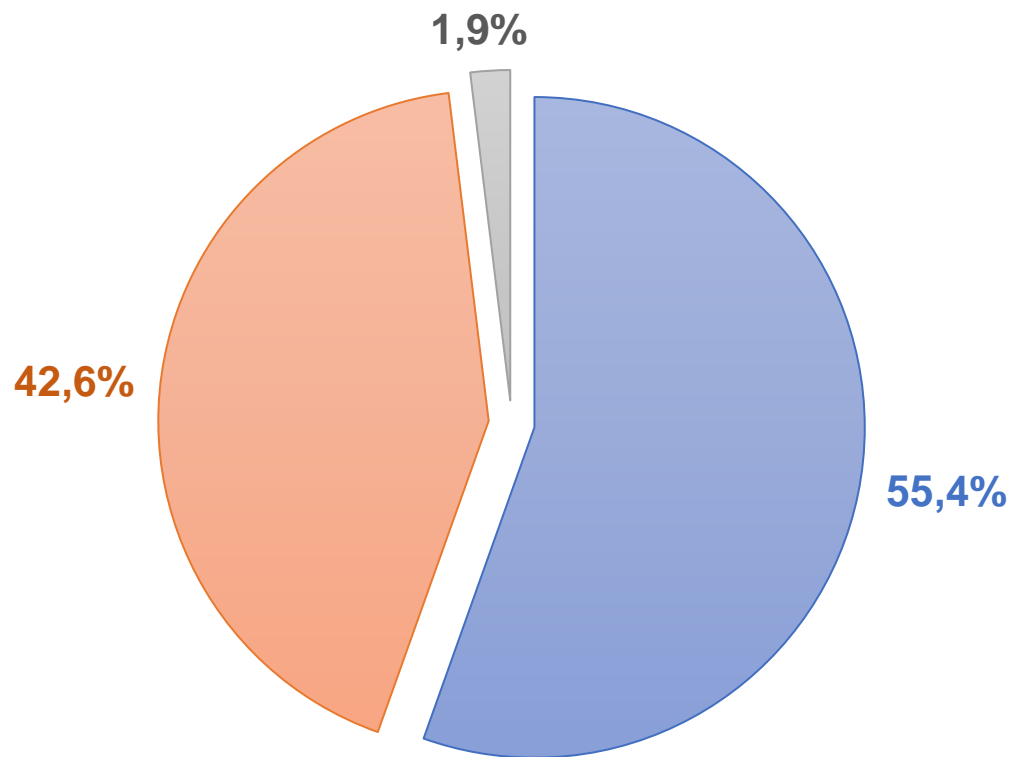
### Quantidade de funcionários

Até 9	66,34%
De 10 a 49	23,00%
De 50 a 99	2,42%
Acima de 100	0,97%
Não tem funcionários	0,73%
NS/NR	6,54%

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



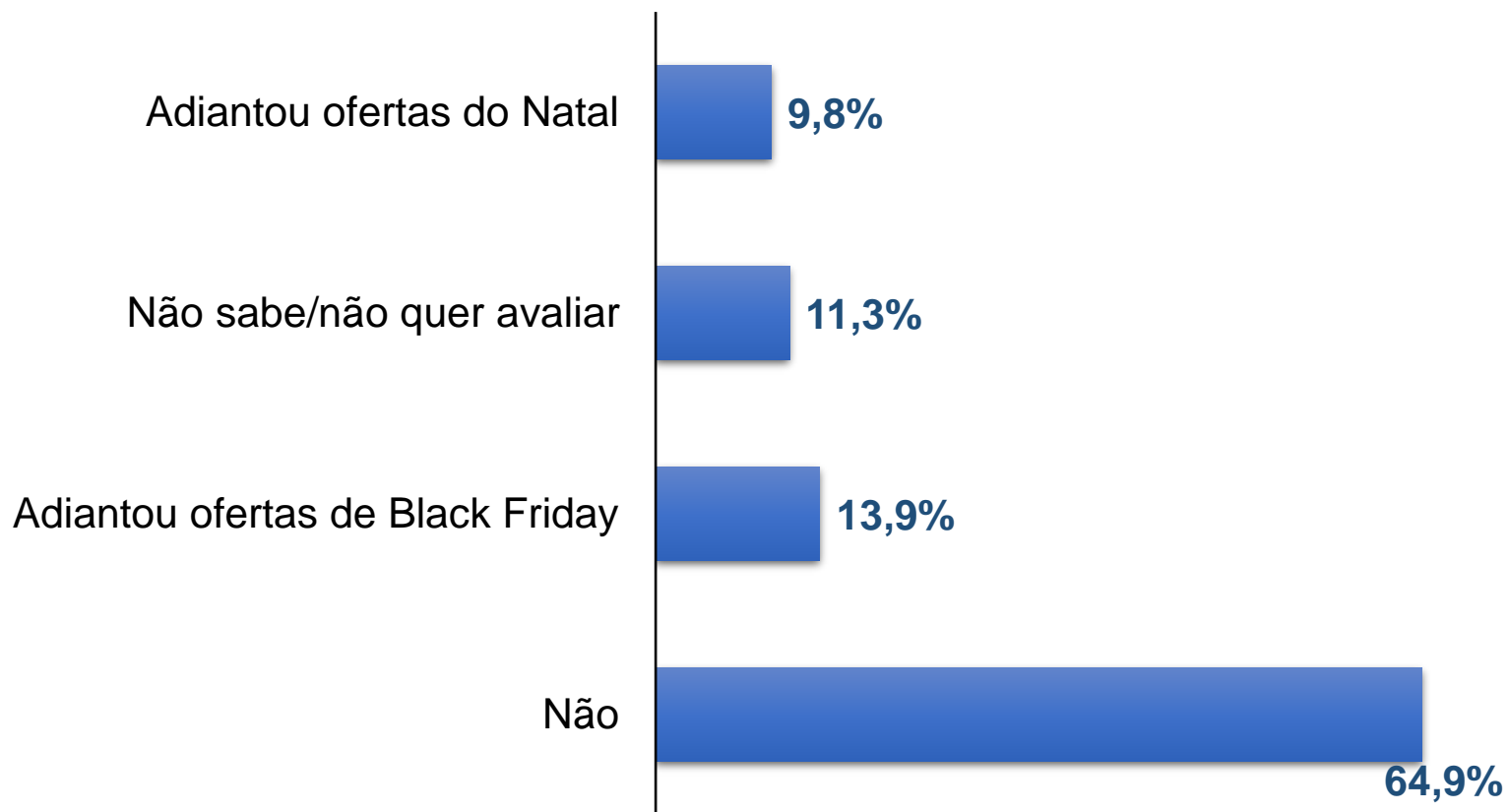
### Acredita que seu comércio será impactado pela Copa do Mundo?



42,6% das empresas do varejo mineiro acreditam que serão impactadas pela Copa do Mundo

■ Não será impactado ■ Sim ■ NS/NR

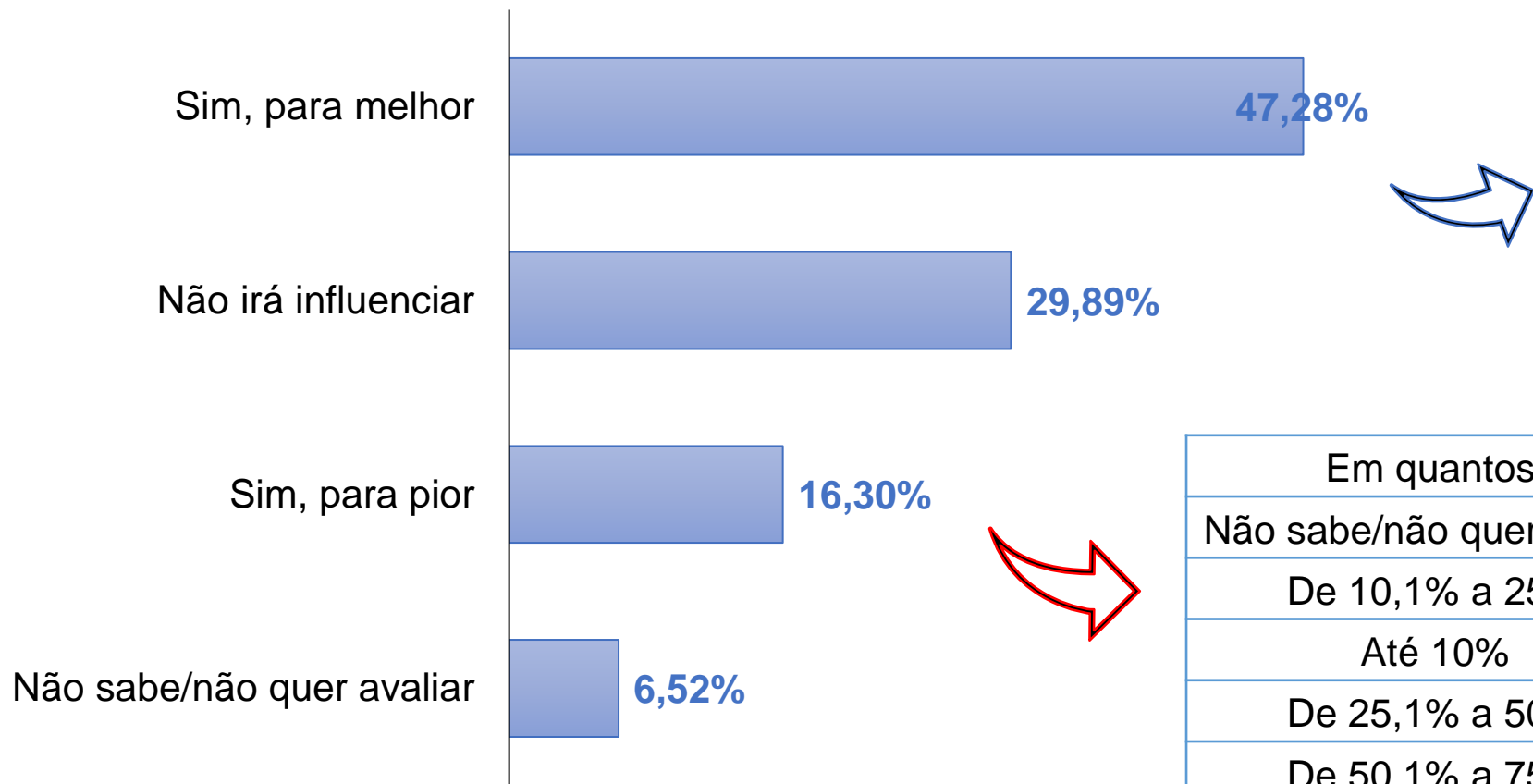
### Precisou adiantar ofertas de produtos das datas comemorativas (Natal, Black Friday)?



Entre os empresários impactados pelo período, cerca de 65% afirmaram que não precisaram adiantar ofertas de produtos para o Natal e Black Friday

Por outro lado, 9,8% afirmaram precisar adiantar ofertas de Natal, ao passo que, 13,9%, adiantaram as de Black Friday

### Acredita que a Copa do Mundo irá influenciar as vendas da Black Friday? Se sim, de que forma?

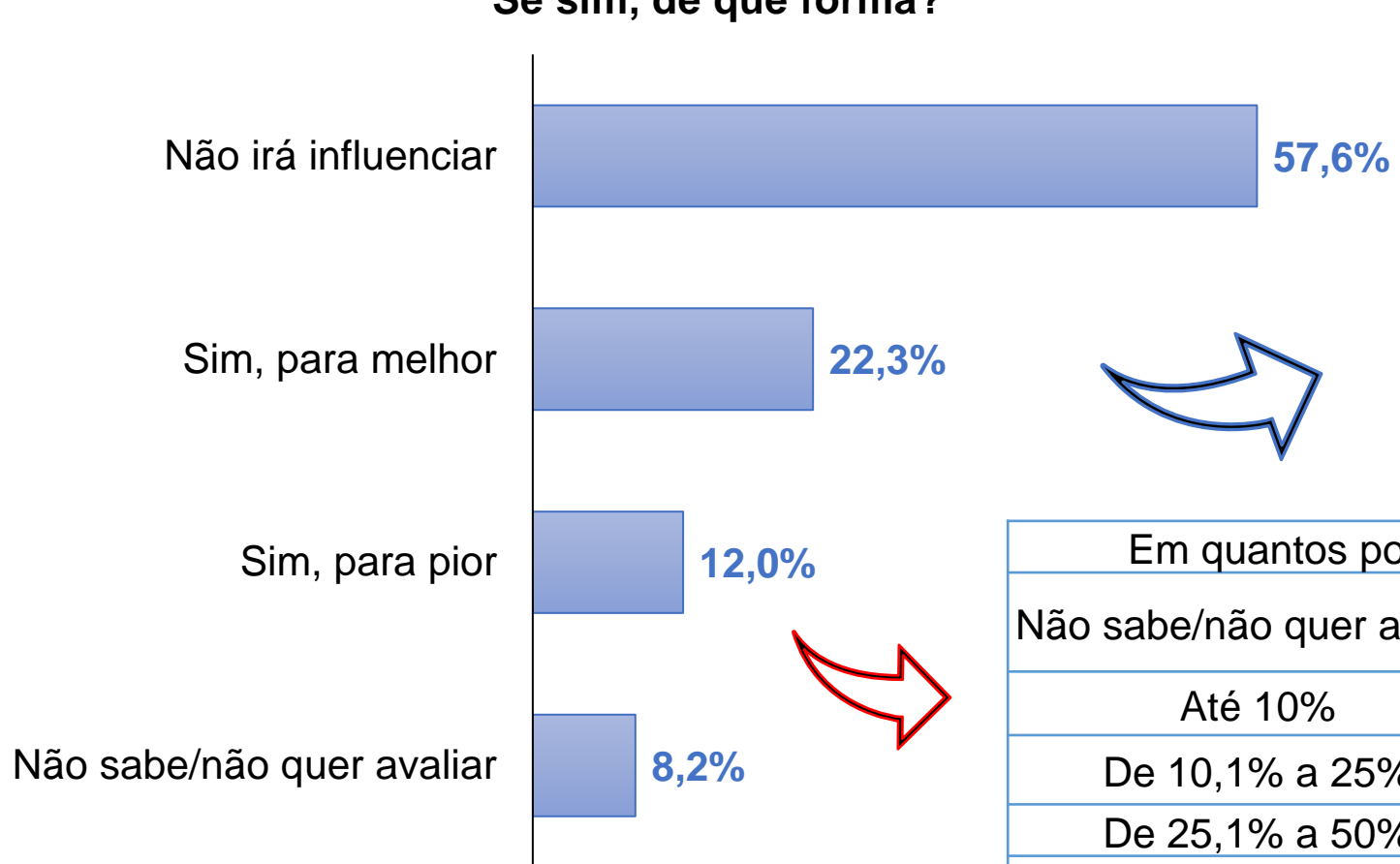


Em quantos por cento?	
Até 10%	30,53%
Não sabe/não quer avaliar	25,26%
De 10,1% a 25%	22,11%
De 25,1% a 50%	16,84%
De 50,1% a 75%	5,26%

Em quantos por cento?	
Não sabe/não quer avaliar	52,17%
De 10,1% a 25%	23,91%
Até 10%	13,04%
De 25,1% a 50%	8,70%
De 50,1% a 75%	2,17%

- Aproximadamente 47% dos empresários creem que o período da Copa do Mundo irá influenciar positivamente nas vendas da **Black Friday**. O impacto é de até 10% nas vendas, para 30,5% desses empresários. As estratégias adotadas, principalmente pelos segmentos de eletrônicos (TVs) e vestuário esportivo (camisas de futebol), podem utilizar o campeonato mundial para a promoção das vendas da data comercial;
- Por outro lado, cerca de 16% dos empresários acreditam que as vendas da Copa do Mundo irão influenciar negativamente no desempenho da **Black Friday**. O impacto de queda nas vendas esperado é de 10% a 25%, conforme 23,9% desses varejistas. A principal preocupação surge no tocante ao processo de transferência da demanda, com consumidores adquirindo bens e serviços antes da data comercial, provocando um efeito ‘esvaziamento’;
- Quase 30% creem que o período não irá influenciar na data, e 6,52% não sabem/não querem avaliar.

**Acredita que a Copa irá influenciar as vendas do Natal?  
Se sim, de que forma?**



Em quantos por cento?	
Não sabe/não quer avaliar	31,82%
De 10,1% a 25%	25,00%
Até 10%	22,73%
De 25,1% a 50%	20,45%
De 50,1% a 75%	0,00%

Em quantos por cento?	
Não sabe/não quer avaliar	43,75%
Até 10%	21,88%
De 10,1% a 25%	18,75%
De 25,1% a 50%	9,38%
De 50,1% a 75%	6,25%

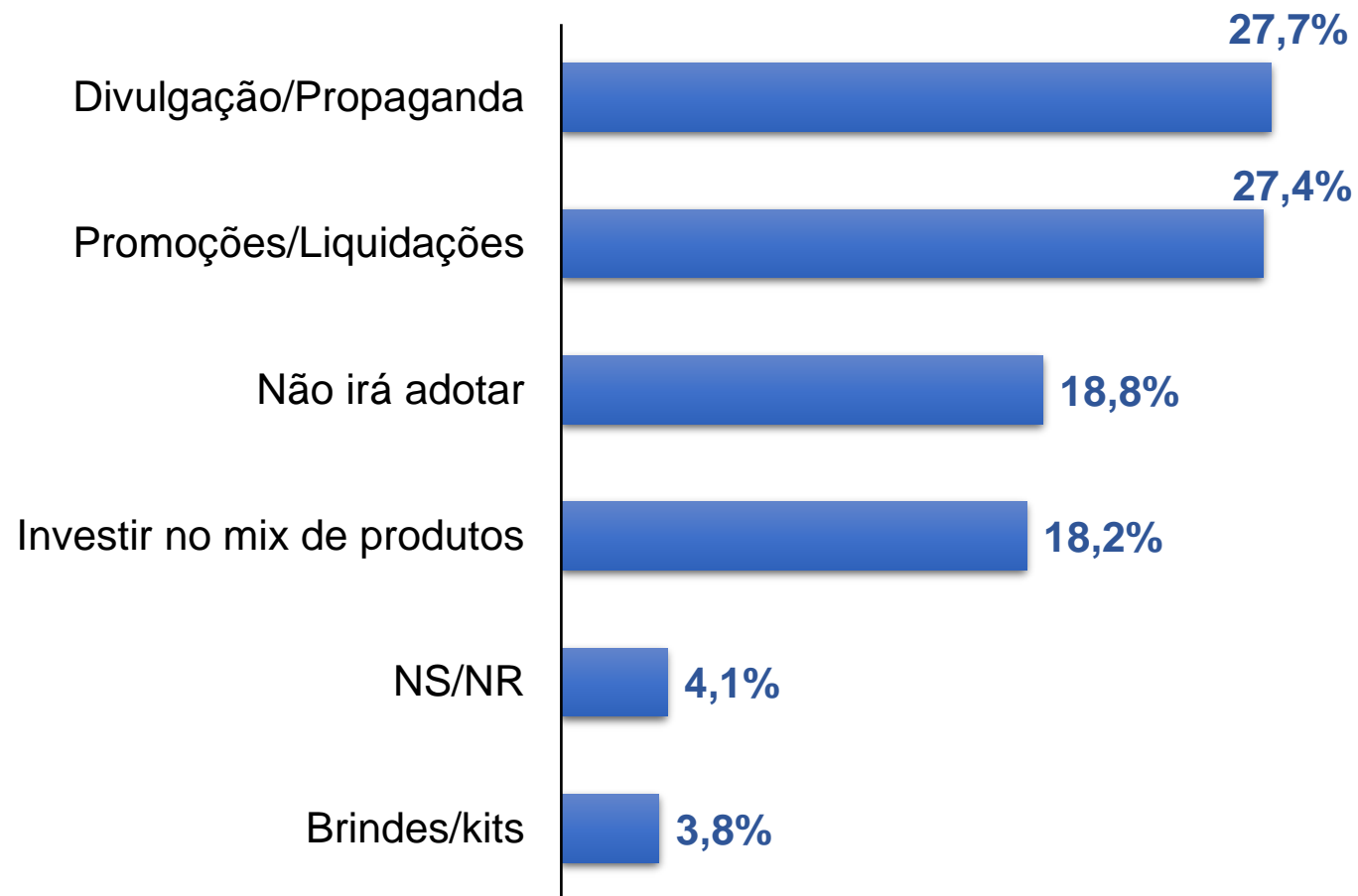


- Aproximadamente 22% dos empresários creem que o período da Copa do Mundo irá influenciar positivamente nas vendas do **Natal**. O impacto será entre 10% e 25% nas vendas, para 25% desses empresários;
- Por outro lado, cerca de 12% dos empresários acreditam que as vendas da Copa do Mundo irão influenciar negativamente no desempenho do **Natal**. O impacto de queda nas vendas esperado é de até 10%, conforme 22% desses varejistas;
- Cerca de 57% dos empresários creem que o período não irá influenciar na data, e 8,2% não sabem/não querem avaliar.

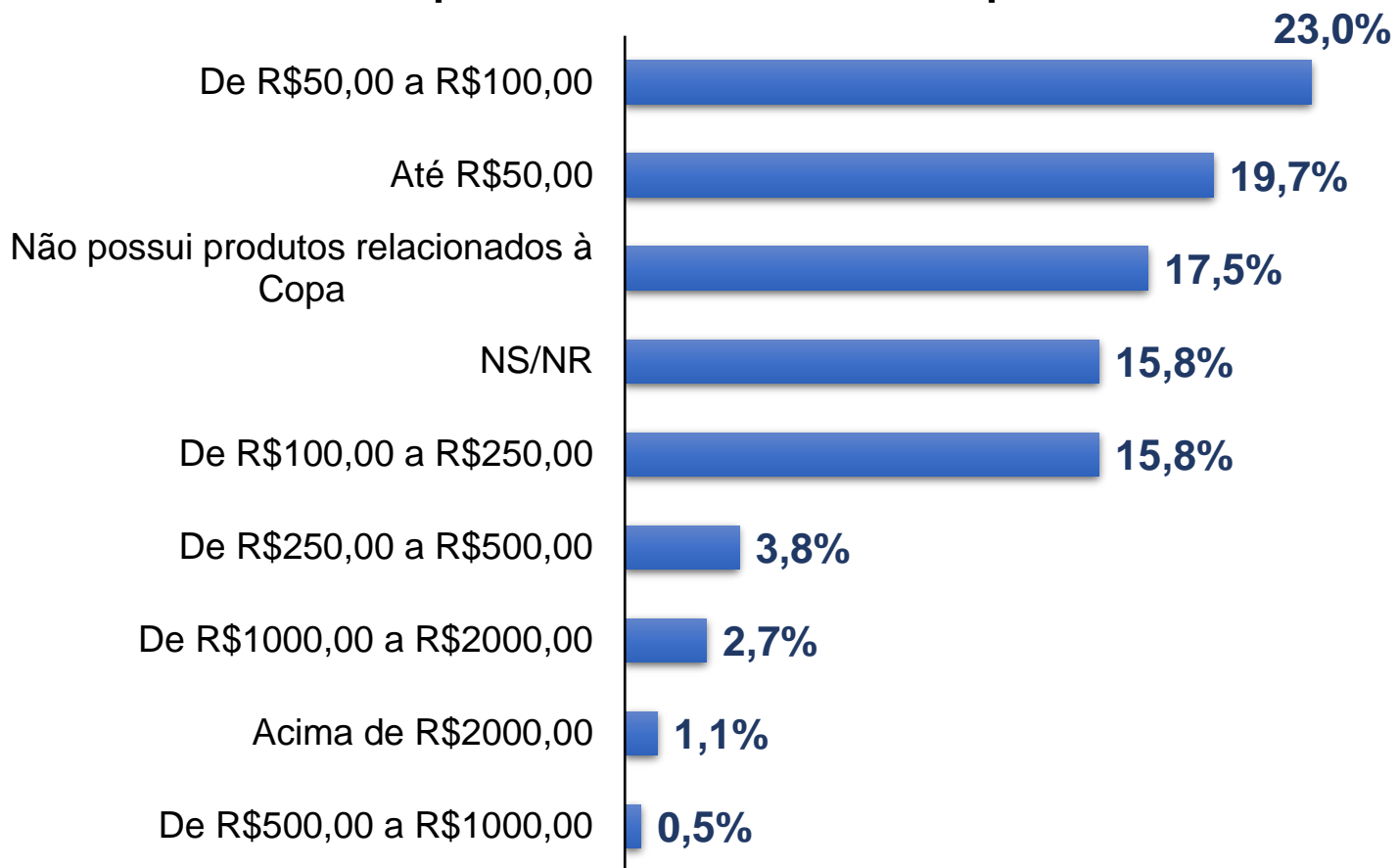
Visando atrair os clientes, 27,7% das empresas irão investir na divulgação/propaganda; 27,4% irão adotar as tradicionais promoções/liquidações; 18,2% oferecerão um maior mix de produtos; 3,8% irão disponibilizar brindes/kits.

Cerca de 19% dos empresários afirmaram não adotar quaisquer ações para o período.

### Quais ações a loja irá adotar para o período?



### Qual o ticket médio esperado gasto por consumidor com produtos relacionados à Copa?

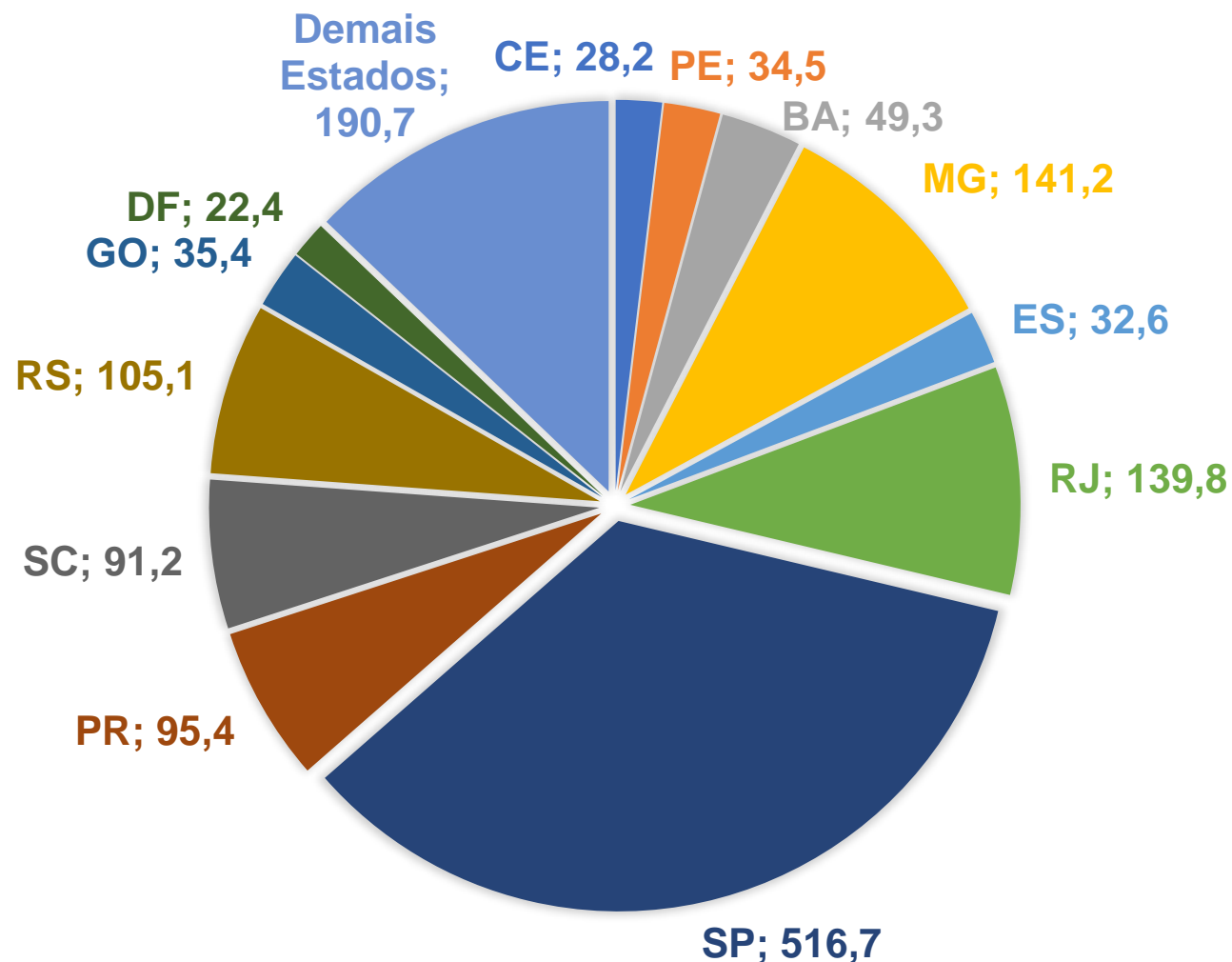


- 23% dos empresários acreditam que o ticket médio será de R\$50,00 a R\$100,00;
- Cerca de 20% acreditam que prevalecerá um ticket de até R\$50,00;
- Pouco mais de 24% acreditam em um ticket médio superior a R\$100,00.

## Expectativas de faturamento do varejo com o Mundial 2022, segundo unidades da federação

Segundo estudo da CNC<sup>1</sup>, R\$ 1,5 bilhão serão movimentados no varejo brasileiro por conta do Mundial de futebol de 2022. Em Minas Gerais, essa cifra deve atingir R\$141,2 milhões, impactando, principalmente, os segmentos de ‘móveis e eletrodomésticos’, ‘artigos de uso pessoal e eletroeletrônicos’, ‘vestuário e calçados’ e ‘hiper e supermercados’.

## Expectativa de faturamento, em milhões de R\$



<sup>1</sup> Disponível em <https://portal-bucket.azureedge.net/wp-content/2022/10/639b49b380c7ab21cb41bac4df4f5b34.pdf>

## Metodologia

Foram aplicados questionários (survey) por telefone para uma amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista do estado de Minas Gerais. As lojas foram selecionadas com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 30 de setembro a 10 de outubro de 2022. Foram avaliadas 413 empresas dos segmentos ‘supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo’, ‘tecidos, vestuário e calçados’, ‘artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos’, ‘móveis e eletrodomésticos’, ‘outros artigos de uso pessoal e doméstico – artigos esportivos e eletroeletrônicos’, ‘equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação’ e ‘livros, jornais, revistas e papelaria’. 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.

Núcleo de Economia - Responsável: Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida | Analista de economia: Gabriela Felipe Martins | Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva | Pesquisadores: Filipe do Nascimento Souza, Jhenifer Grejeanski da Silva, Rafael Rei de Oliveira