

Expectativa do Comércio Varejista

Páscoa 2024



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 Pesquisa e Inteligência da Fecomércio 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 (43,3%) das empresas do comércio varejista de produtos alimentícios de Minas Gerais

A Páscoa gera um resultado positivo para 37,5% das empresas do comércio varejista de produtos alimentícios de Minas Gerais. Entre as amostras das regiões de planejamento, aquelas com maiores percentuais de impacto da data nas vendas são: Alto Paranaíba, Mata, Jequitinhonha-Mucuri e Central, nesta ordem. Tendo em vista o impacto da data sobre as vendas, 41,5% dessas empresas já disponibilizaram produtos associados à Páscoa. Desses produtos, 23,9% das empresas disseram que a caixa de bombom será o mais vendido, para 22,5% é o ovo de Páscoa, em seguida aparecem a barra de chocolate (9,9%), carnes (8,5%) ...

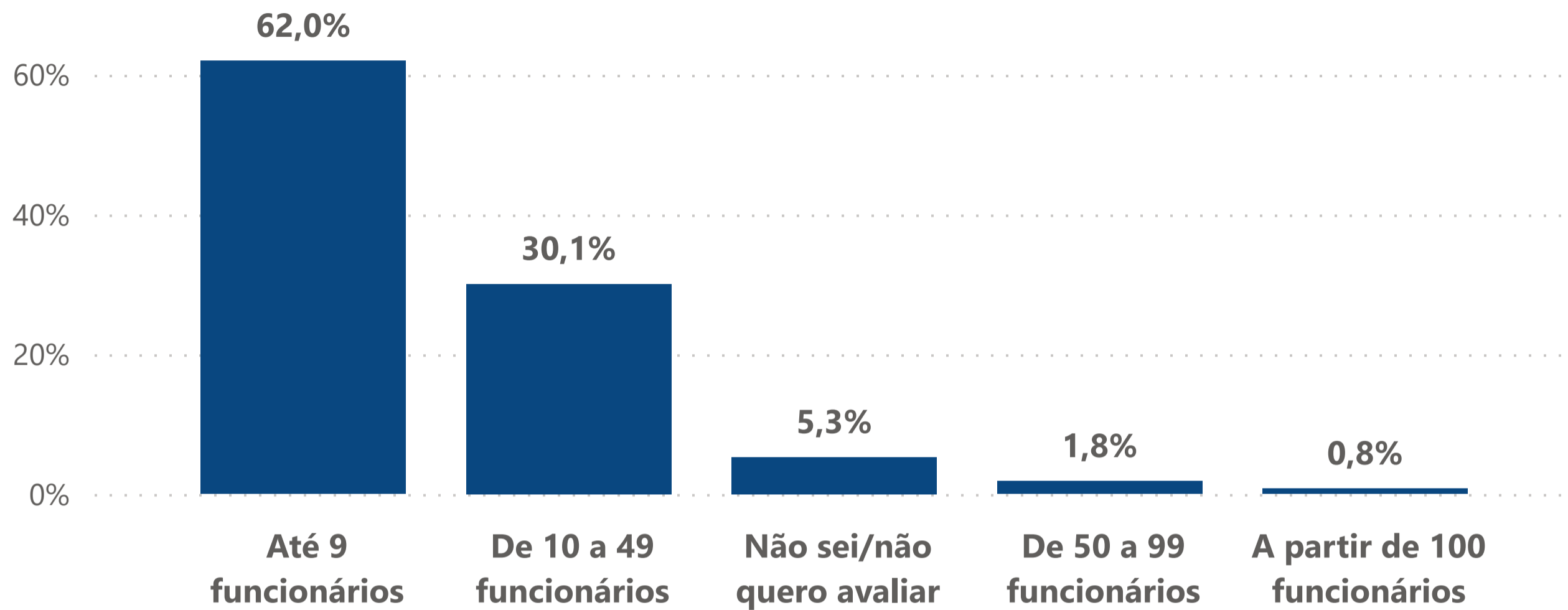
Entre os empresários impactados pela data que esperam aumento das vendas da data em comparação com o resultado obtido no ano passado (38,4%), o otimismo/esperança foi o motivo mais citado para tal expectativa, seguido de ações da loja. Para alavancar as vendas no período, 34,1% pretendem investir em promoções e liquidações para atrair o consumidor e 31,1% irão investir em divulgação.

Perfil das empresas - segmento alimentício

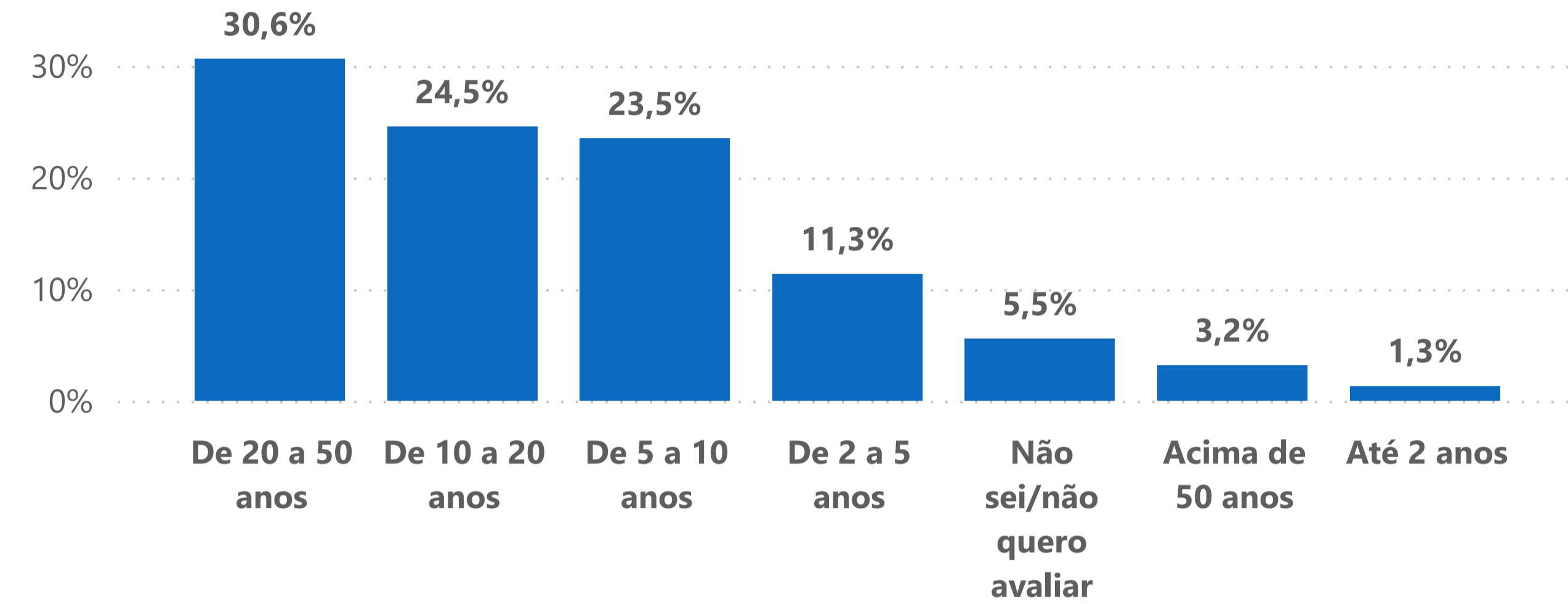
Ano

2024

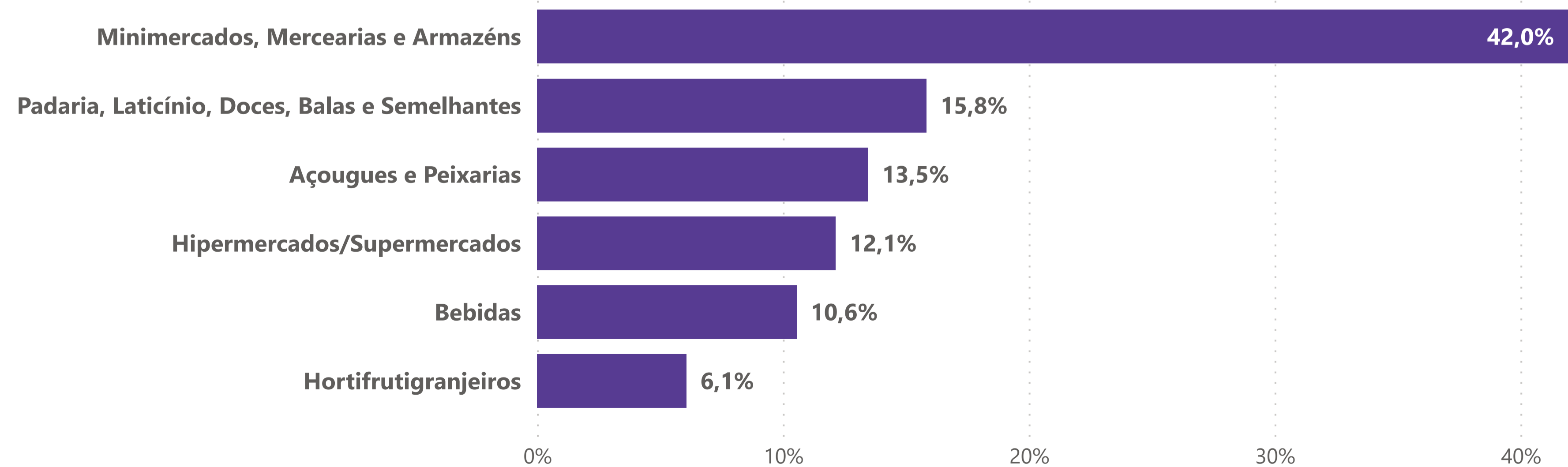
Quantidade de funcionários



Tempo de atuação



Segmento

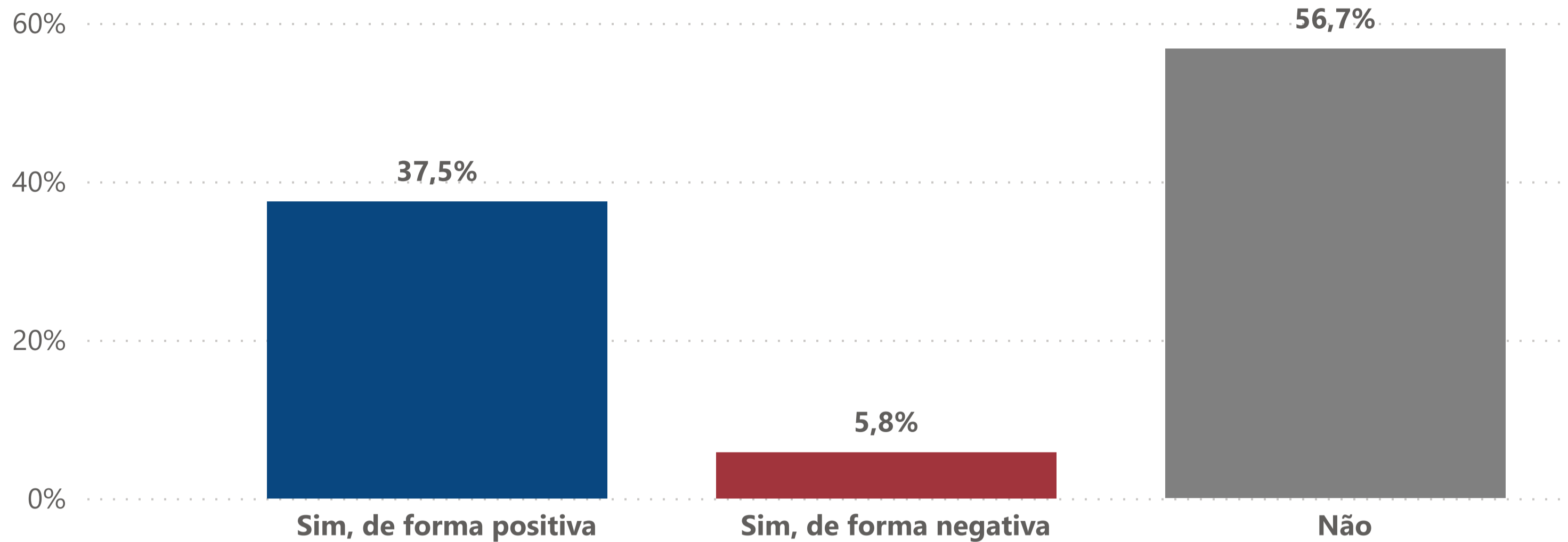


Impacto nas vendas

Ano

2024

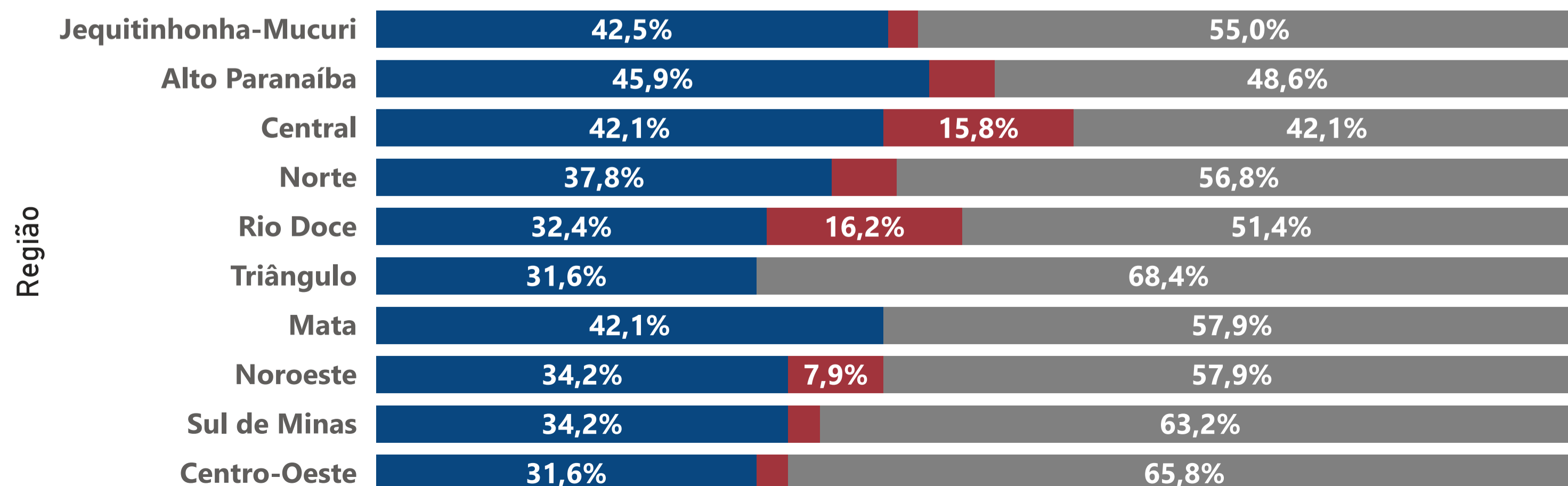
O período que abrange a Páscoa (27/02 a 16/04) influencia suas vendas?



A data impacta 43,3% do segmento alimentício do Comércio Varejista. Para 37,5%, 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



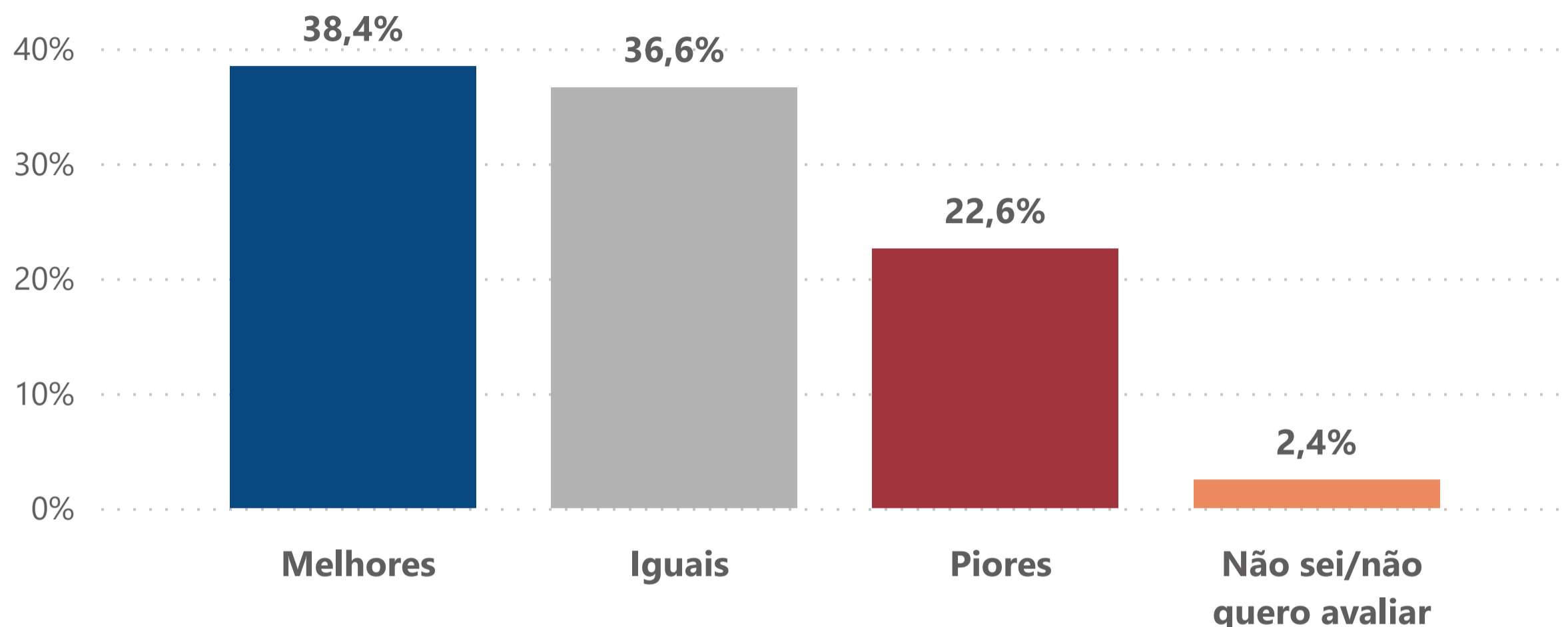
Considerando os estratos da amostra por região, Alto Paranaíba, Mata, Jequitinhonha-Mucuri e Central foram os que apresentaram maior percentual de influência positiva da data, nesta ordem.

Expectativa de vendas

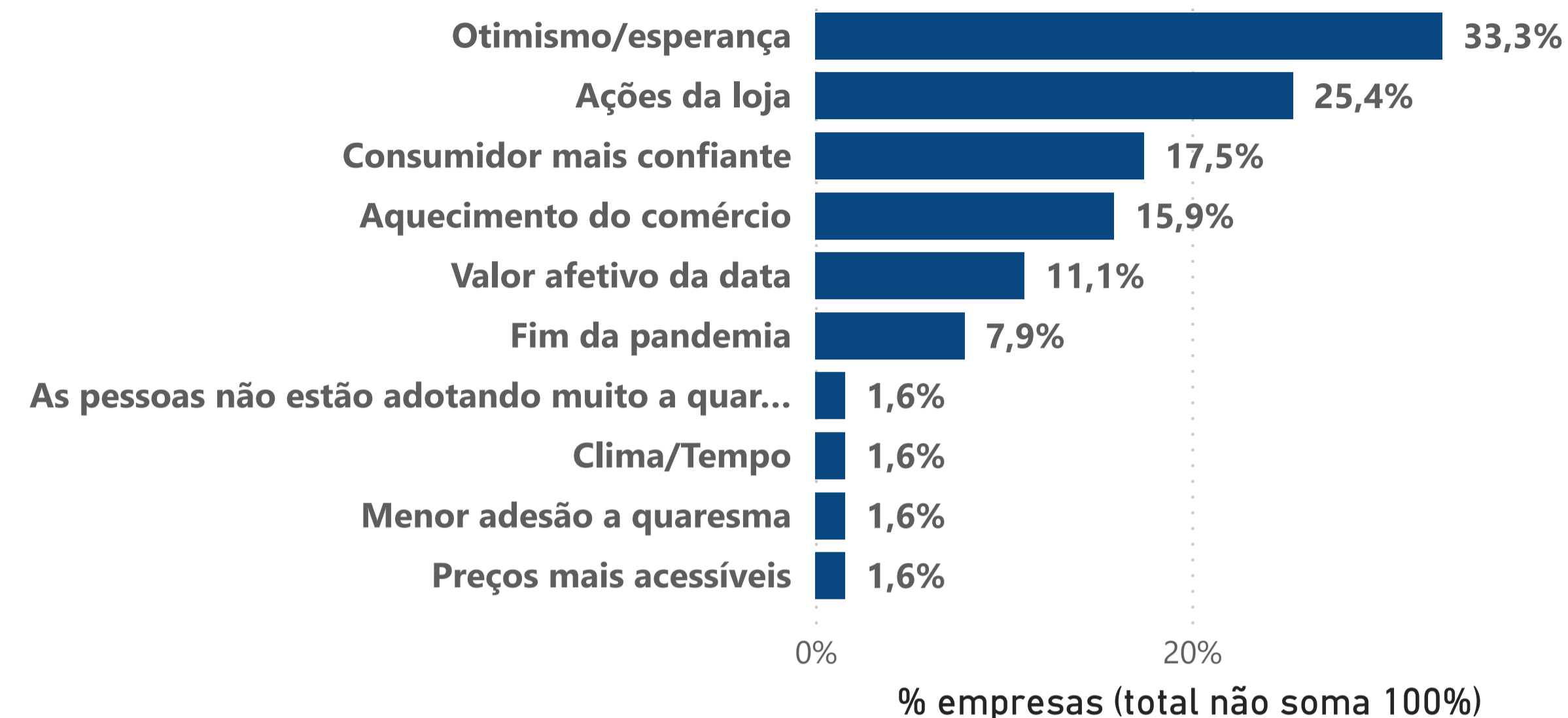
Ano

2024

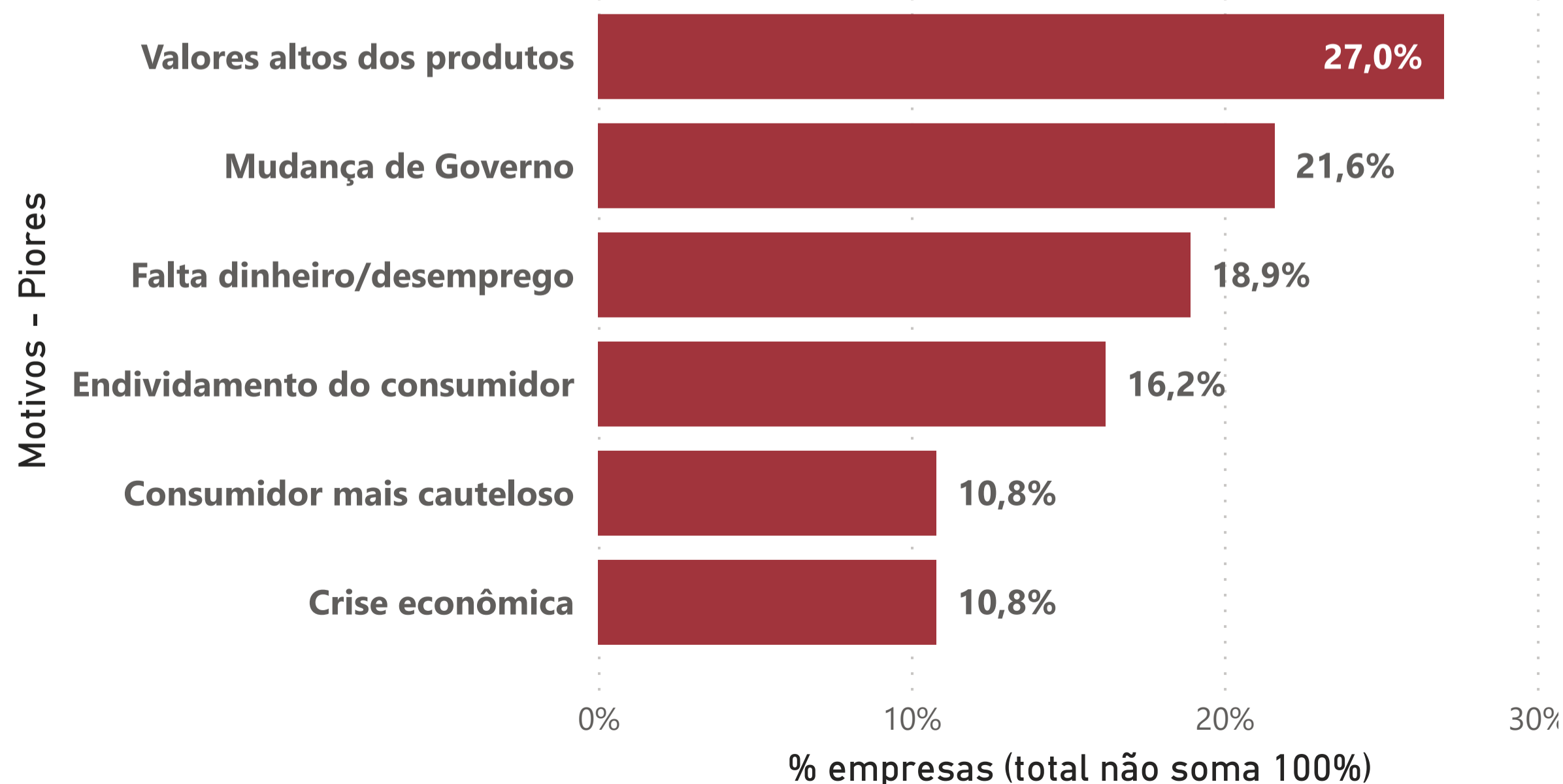
Acredita que as vendas para a Páscoa, em relação ao ano anterior, serão?



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 36,6% esperam resultados semelhantes e 22,6% esperam resultados piores.

Entre os que têm boas expectativas, os motivos que mais se destacam para tal resultado são: otimismo/esperança (33,3%), ações da loja (25,4%) e consumidor mais confiante nesse período (17,5%). Já para aqueles com expectativa de resultados piores, o valor alto dos produtos (27,0%), seguida da mudança de Governo (21,6%) e falta de dinheiro/desemprego do consumidor (18,9%) são os motivos mais apontados para esse resultado.

Ações para o período

Ano

2024

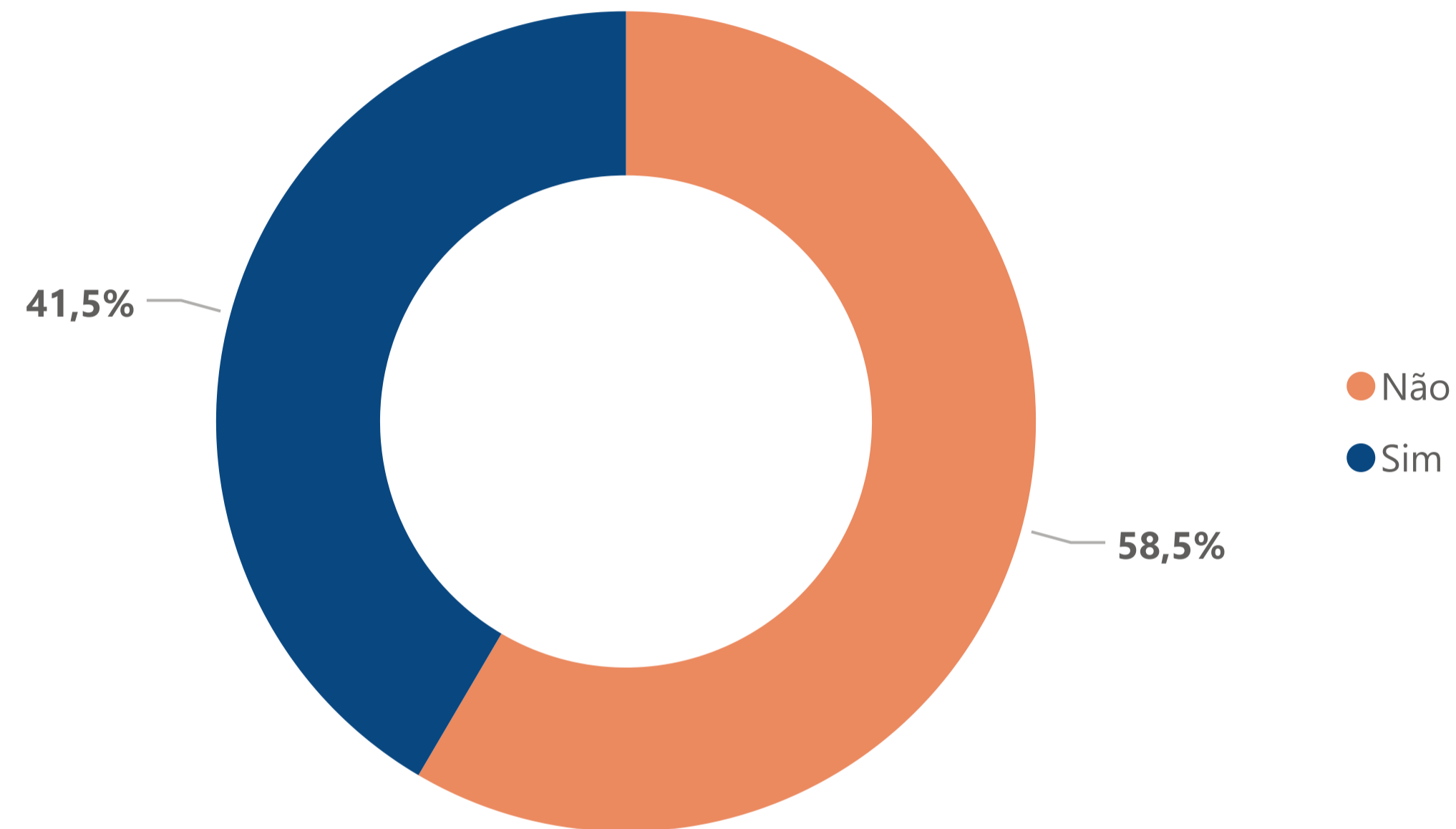


Ações adotadas para impulsionar as vendas na data

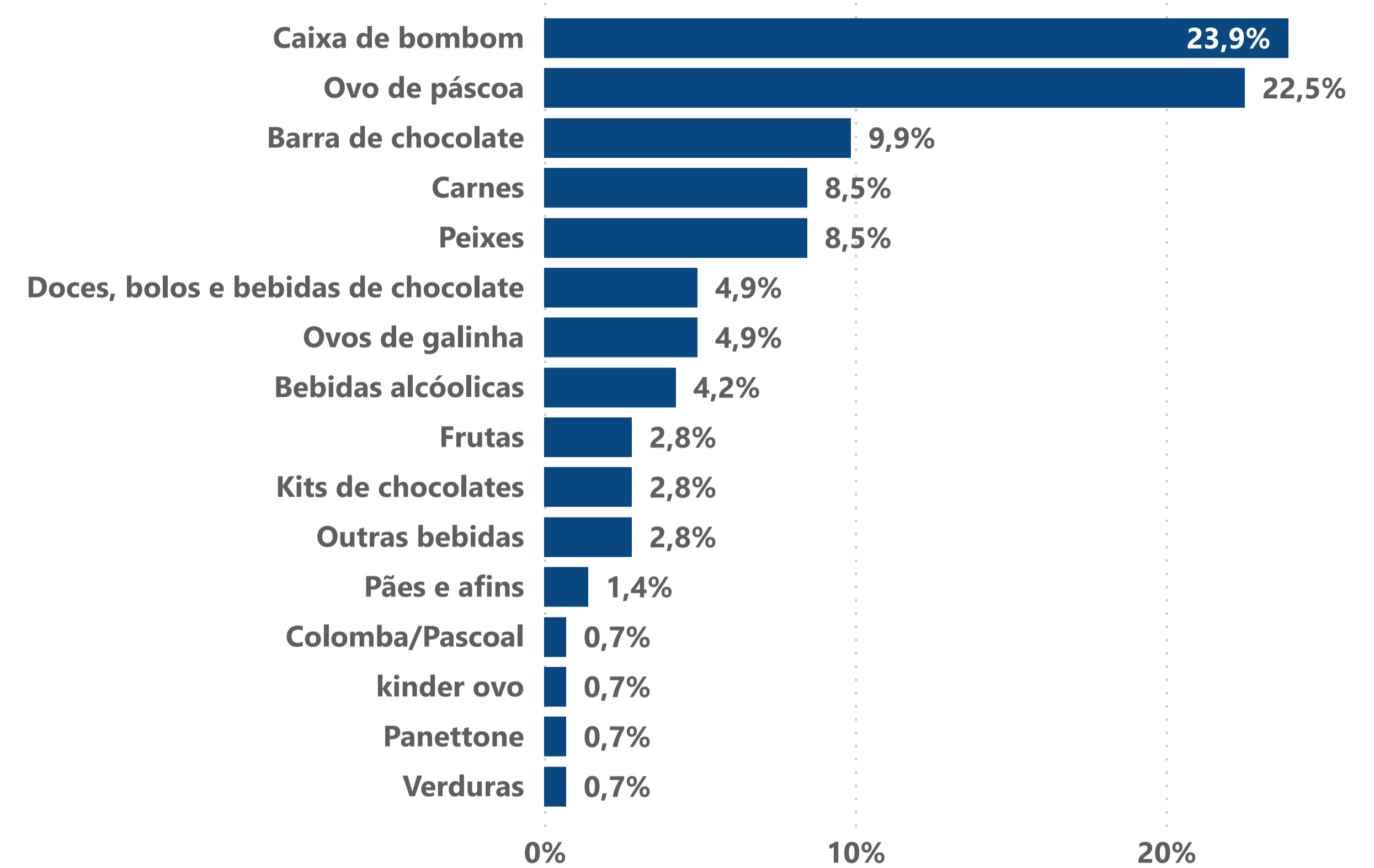


Em muitas das lojas que a data influencia, adotar algum tipo de ação para garantir bons resultados é importante, como realizar promoções e liquidações (34,1%) e propaganda (31,1%), contudo, 18,3% das lojas estão optando por não adotar qualquer ação para impulsionar suas vendas.

Já iniciou as vendas de Páscoa?



Qual o produto mais vendido nesse período?



Mais da metade das lojas do segmento alimentício ainda não iniciaram as vendas de Páscoa. Os produtos mais vendidos atrelados à data e ao período deverão ser: caixa de bombom, ovo de páscoa e barra de chocolate.

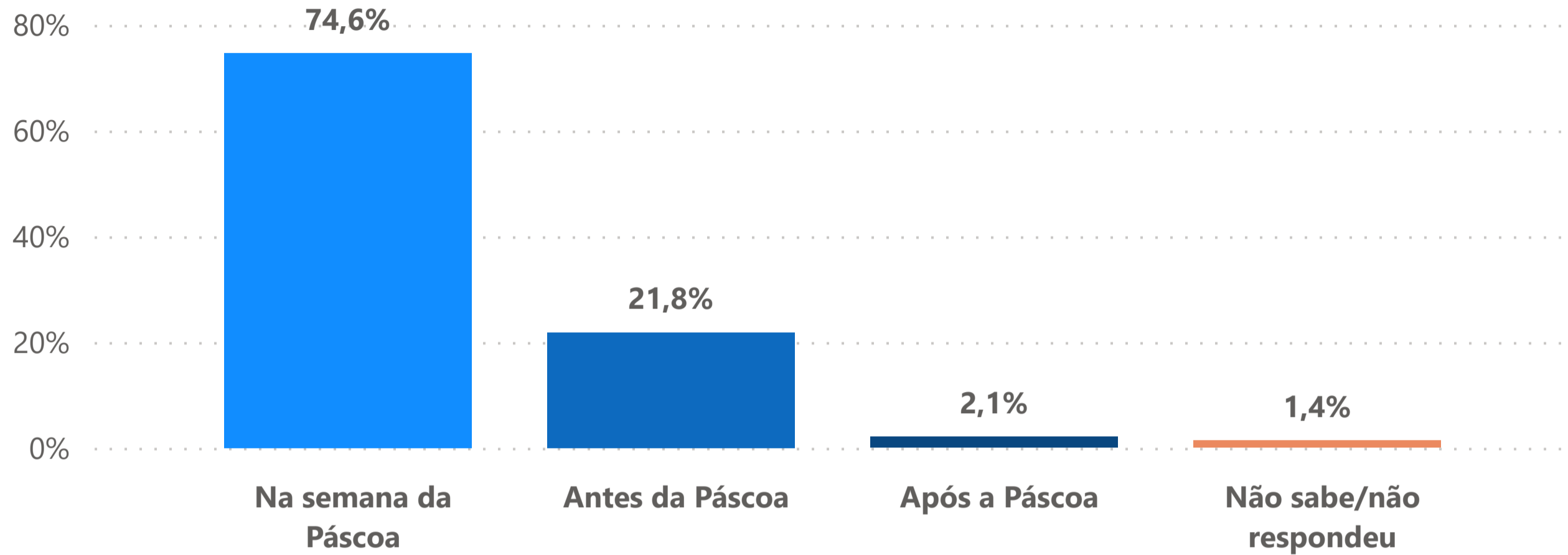
Perfil de compras

Ano

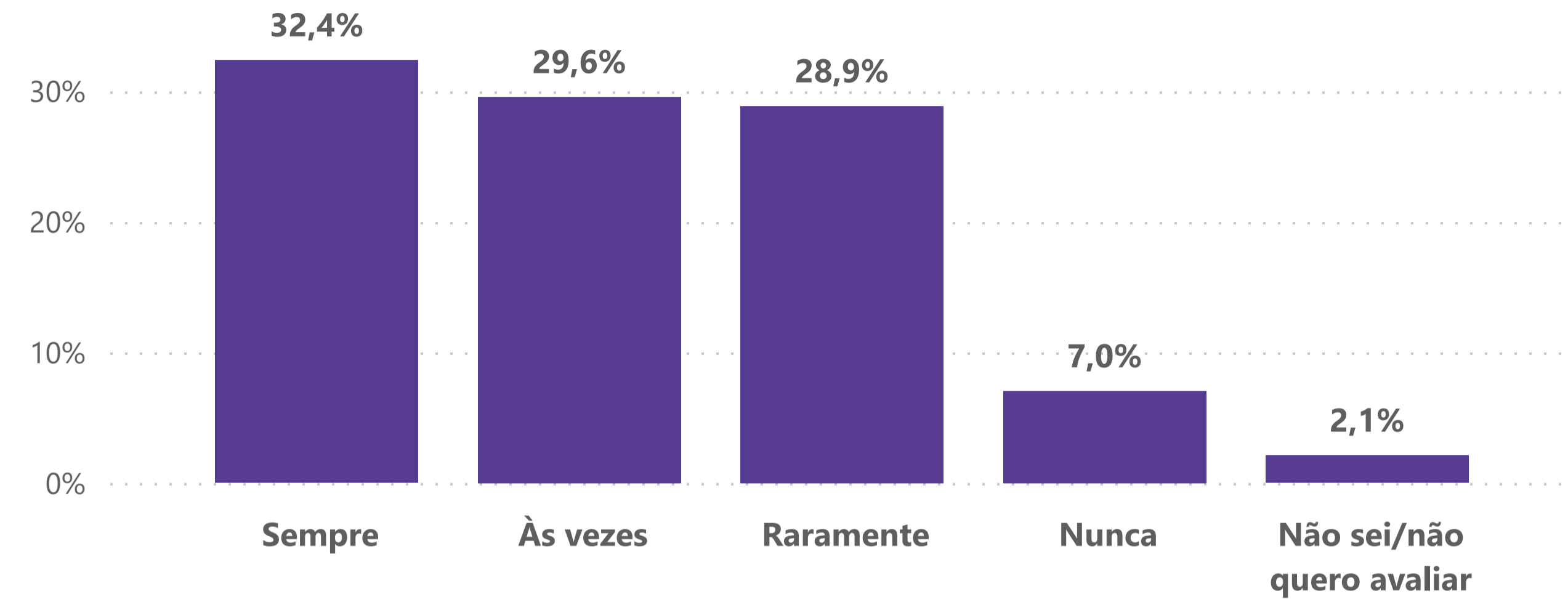
2024



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 (74,6%), o consumidor prefere realizar as compras na semana da Páscoa..

Ainda, grande parte (32,4%) observa que os consumidores estão atentos às possíveis variações de preços de estabelecimento para estabelecimento, então sempre pesquisam os preços, enquanto 29,6% acreditam que a pesquisa ocorre às vezes.

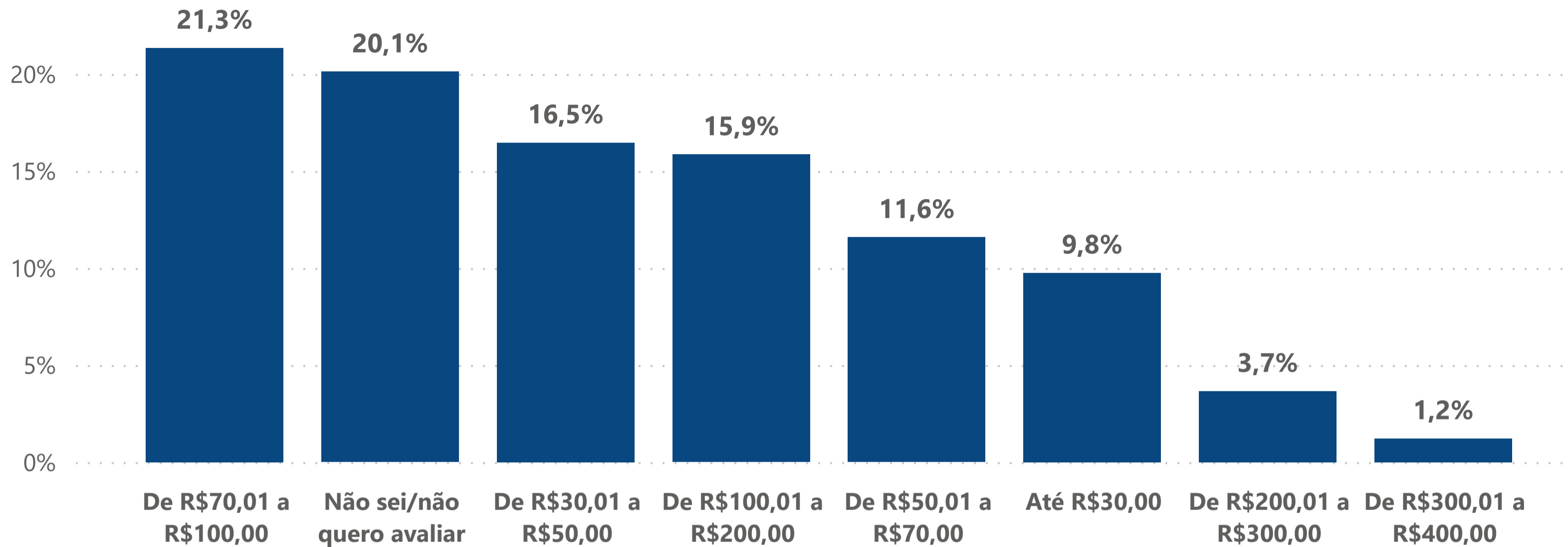
Perfil de compras

Ano

2024

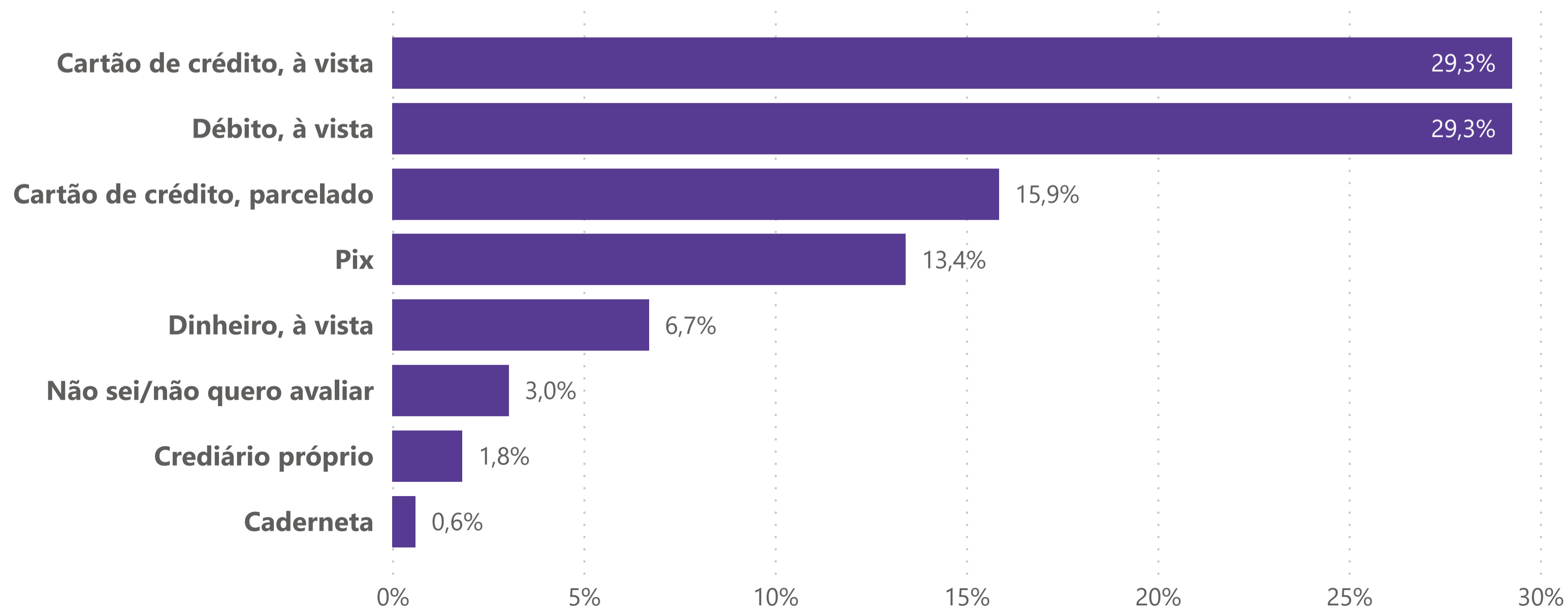


Em sua opinião, qual será o gasto médio para as compras de Páscoa?



O gasto médio deverá variar de R\$70,00 a R\$100,00, na opinião de 21,3% 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 crédito parcelado aparecem em seguida, com 29,3% e 15,9%, respectivamente.

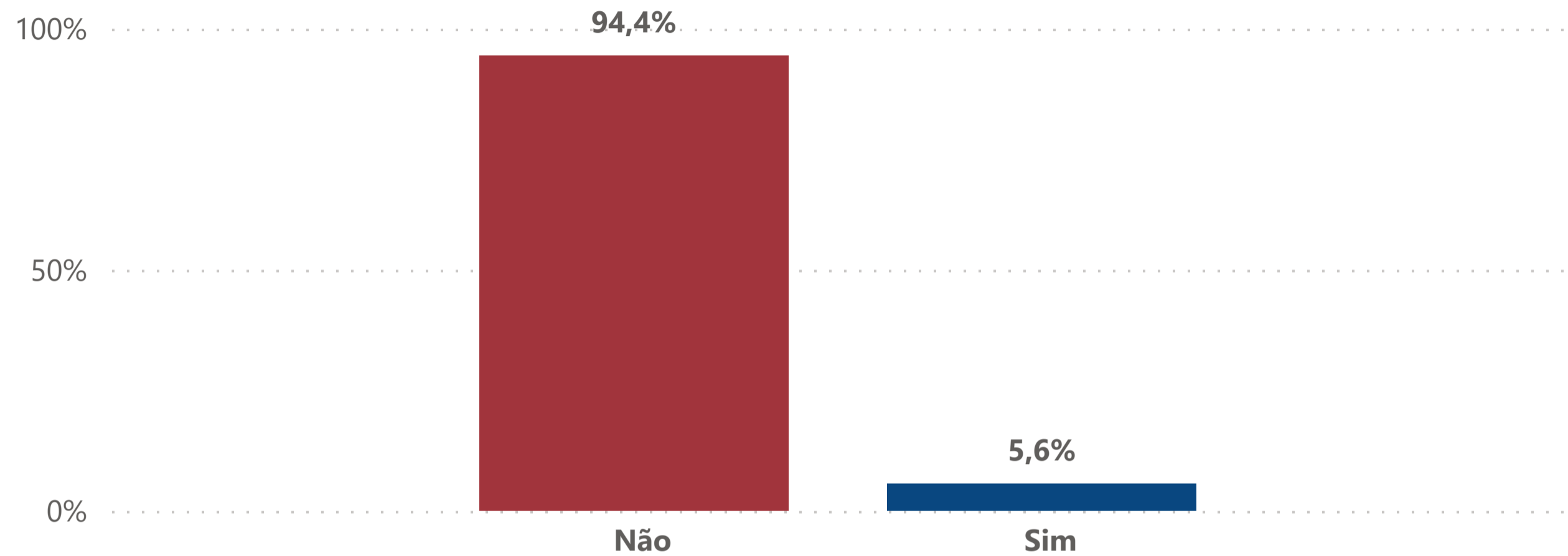
Perfil de compras

Ano

2024

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

Quantos?



Mínimo

1

Média

2,25

Mediana

2

Máximo

4

1

2

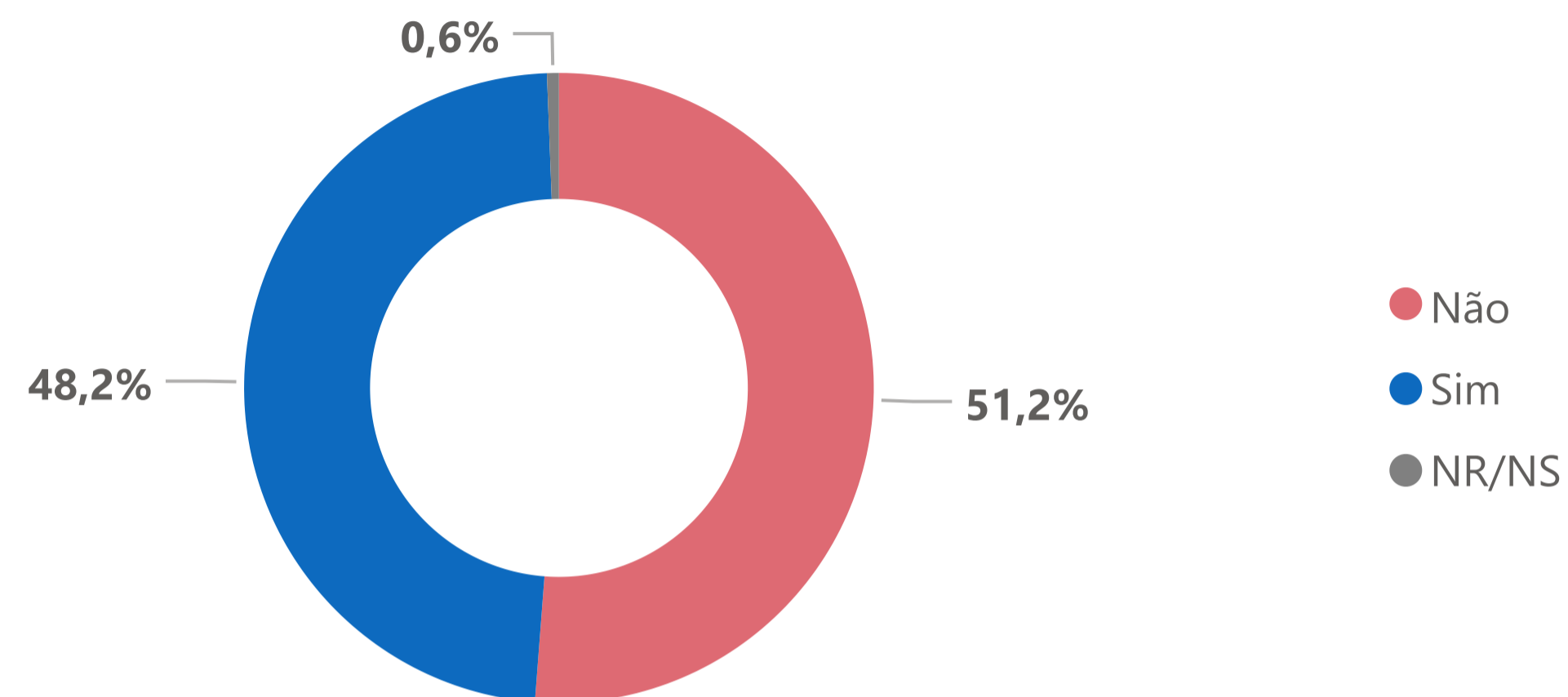
3

4

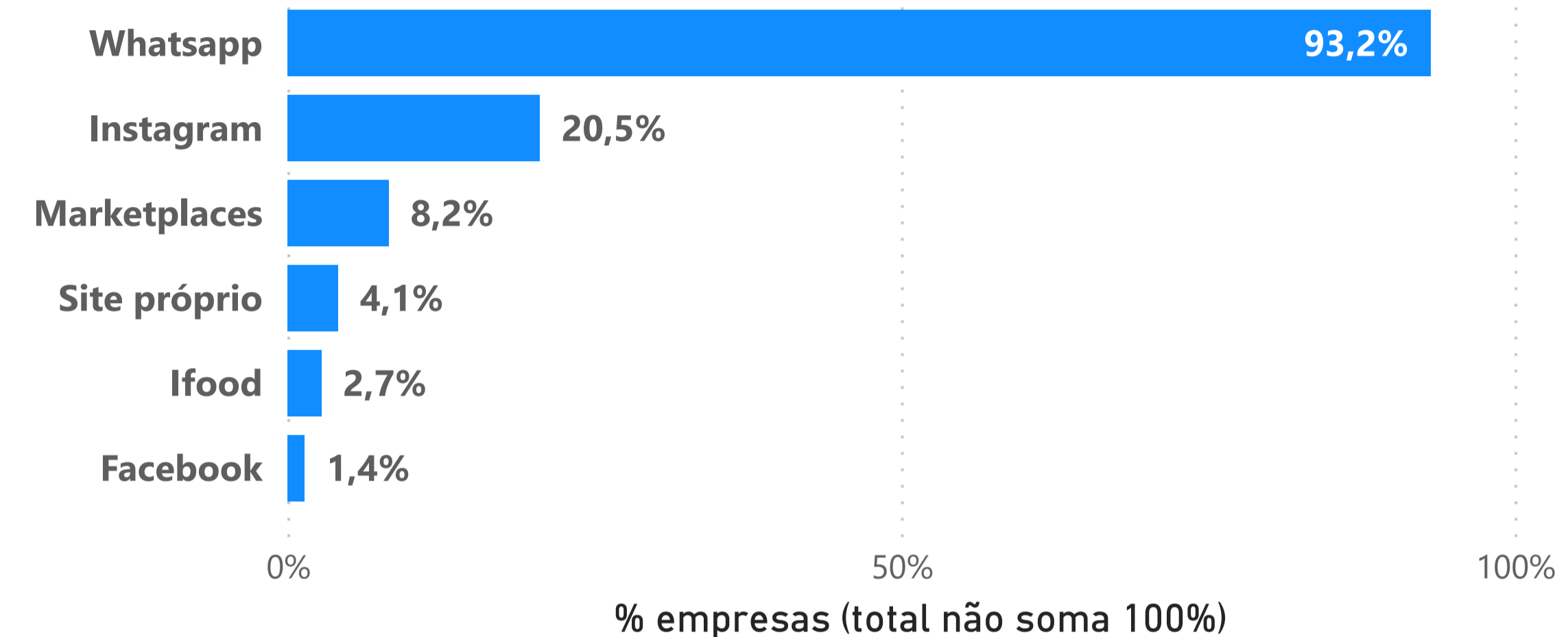
Para a Páscoa, 94,4% das empresas não contrataram e não pretendem contratar funcionários temporários. Somente 5,6% adotaram essa medida para o atendimento de seus consumidores.

50% dessas empresas contrataram ou contratarão até 2 funcionários. A contratação máxima em números informada foi de 4 funcionários.

Irá realizar promoções e divulgações em canais on-line?



Se sim, por quais canais?



Promoções e divulgações por canais virtuais serão praticadas por 48,2% das empresas pesquisadas impactadas pela data.

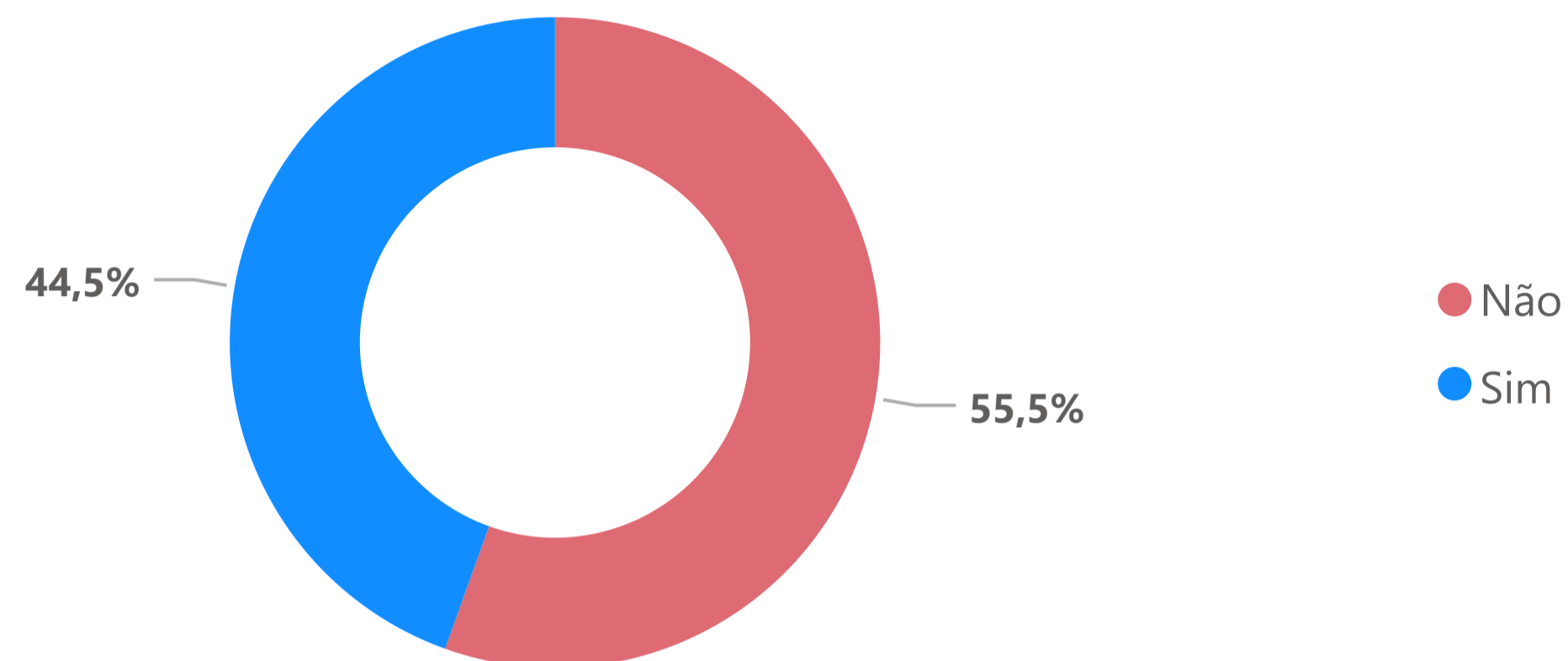
O principal canal utilizado no período será o Whatsapp, seguido do Instagram.

Perfil de compras

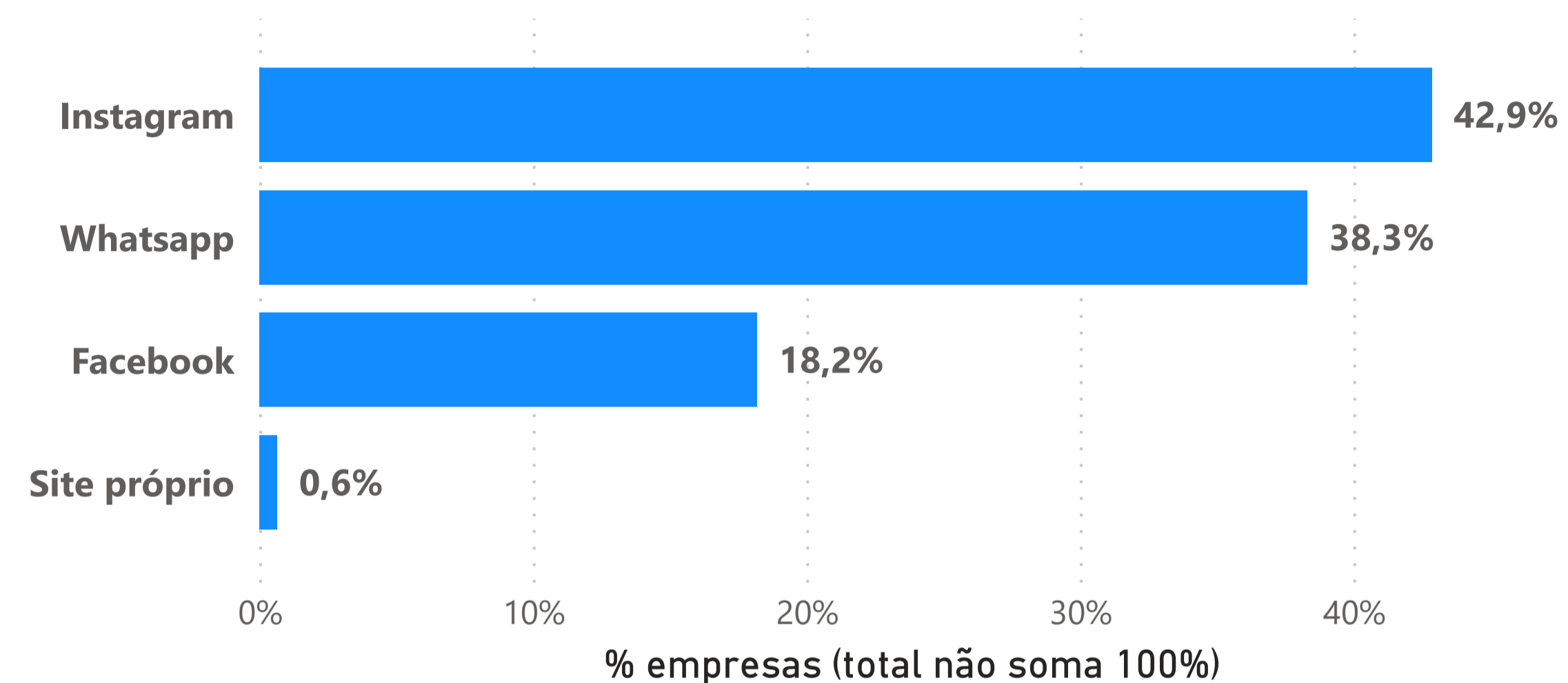
Ano

2024

Realiza vendas pela internet?



Por quais canais realiza vendas on-line?



Ainda, 44,5% das empresas entrevistadas realizam vendas pela internet.

O instagram é o principal canal virtual utilizado para quem realiza vendas pela internet, seguido do Whatsapp e Facebook.

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 21 e 27 de fevereiro de 2024. Foram avaliadas 379 empresas, sendo pelo menos 37 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 Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável: Jorge Marinho Rolla

Coordenador de Estudos Econômicos: Stefan Wilson D'Amato

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins e Gilson Jose Machado

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

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

**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