



# EXPECTATIVA DE VENDAS

**2º semestre 2024**



Observar e entender como serão as vendas no segundo semestre de 2024 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.

**65,1% das empresas do comércio varejista acreditam que as vendas no segundo semestre de 2024 serão melhores em relação ao primeiro semestre do ano.**

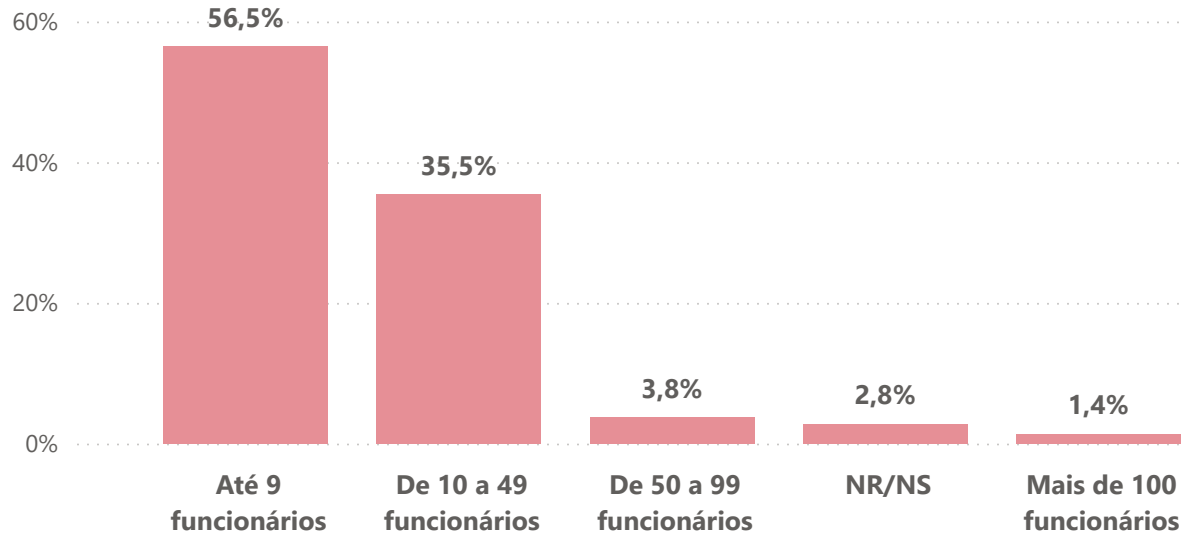
Para 26,7% das empresas, o volume de vendas aumentou no primeiro semestre de 2024 em relação ao mesmo período do ano de 2023. Já para o primeiro semestre deste ano se comparado com o segundo semestre do ano passado, 25,3% observaram aumento nas vendas.

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 das Crianças (25,1%), Dia dos Pais (25,1%) e a Black Friday (17,3%). Ao todo, 40,0% dos empresários esperam ser beneficiados pelas vendas do período.

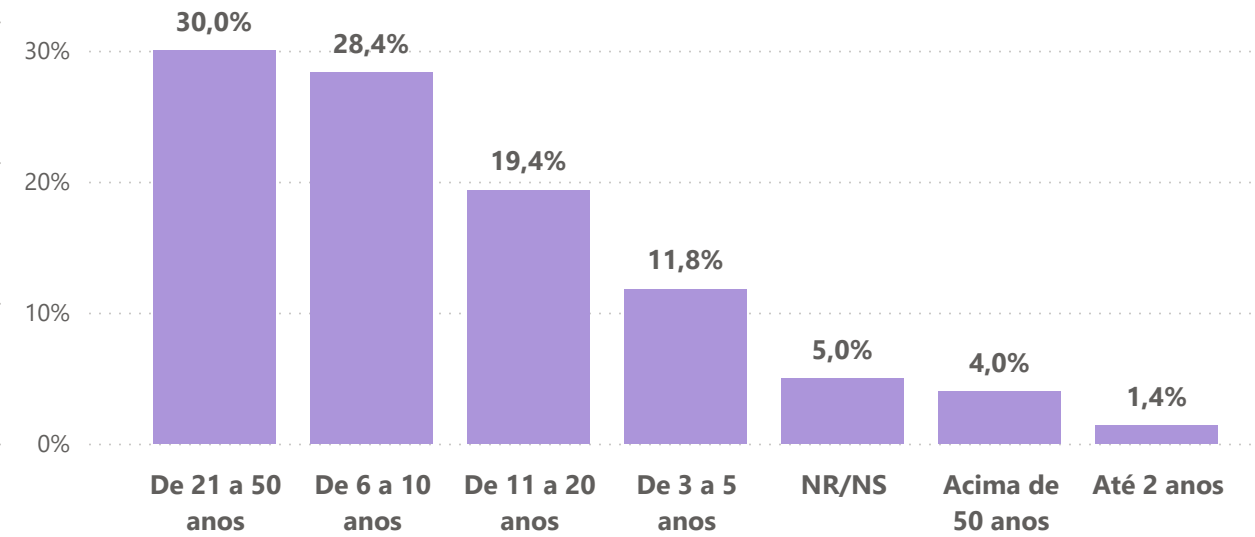
De acordo com os empresários e representantes, 48,6% irão realizar promoções, 37,1% irão investir em ações de divulgação/propaganda e 12,0% prestarão atendimento diferenciado a seus clientes.



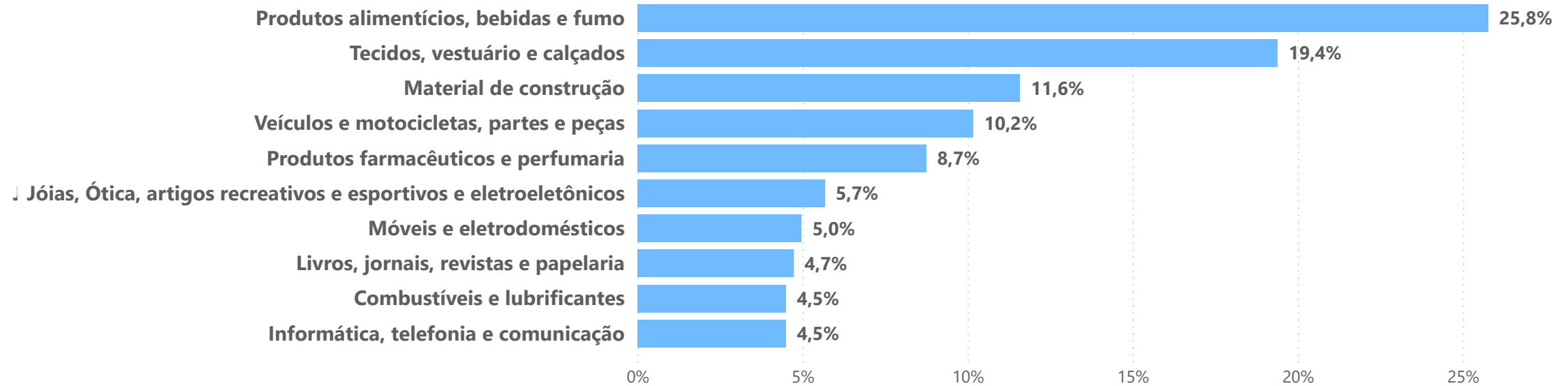
## Quantos funcionários têm a sua empresa?



## Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?



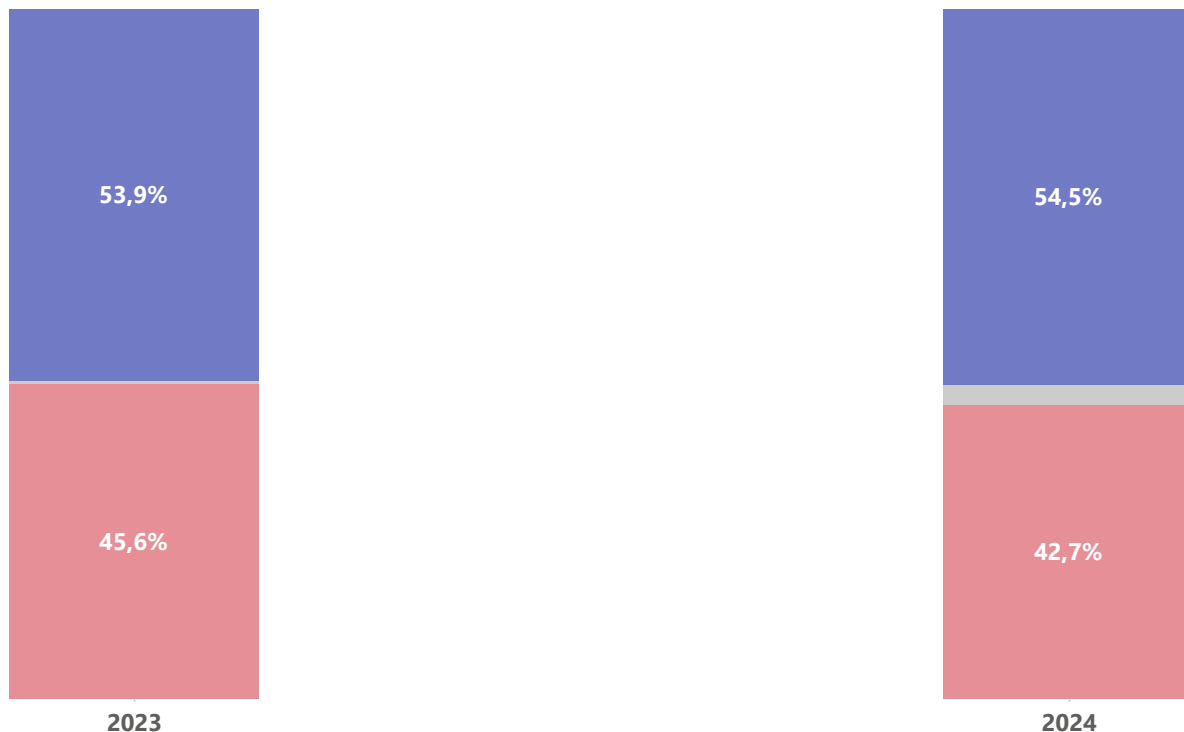
## Segmento



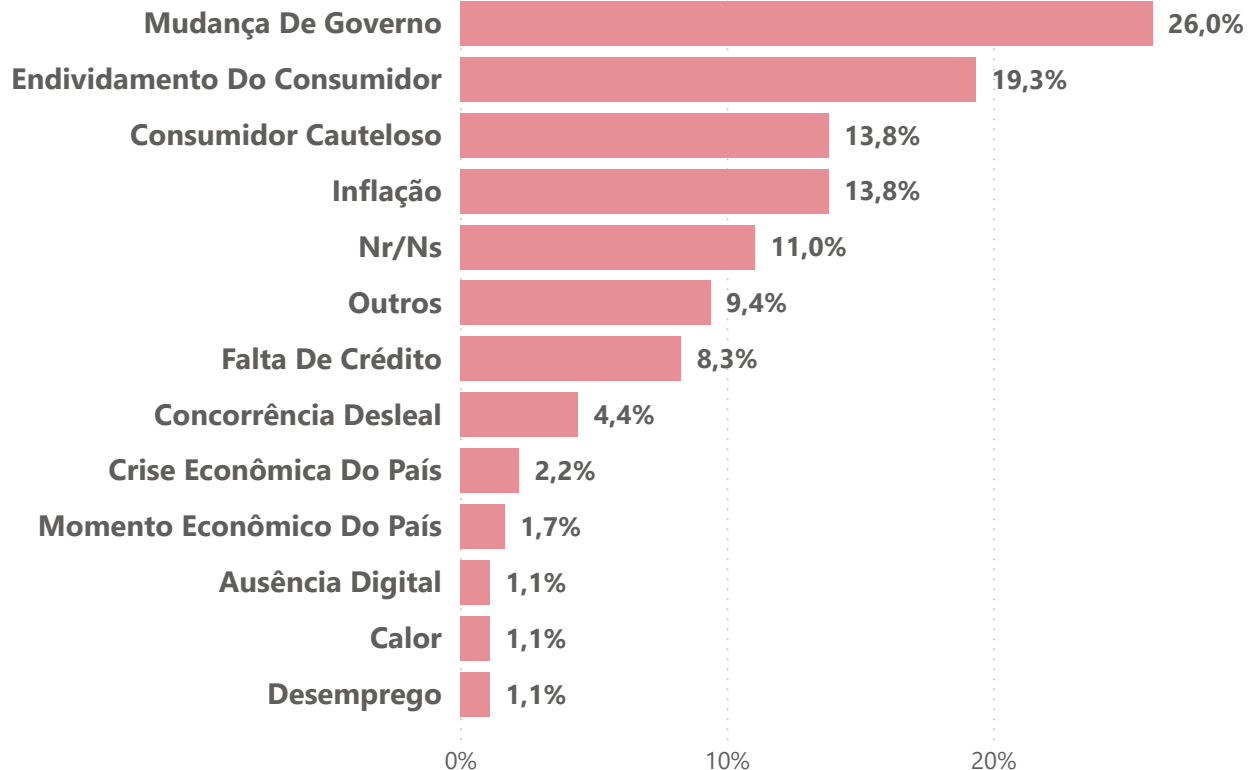


As vendas no 1º semestre desse ano alcançaram suas expectativas?

● Não ● NR/NS ● Sim



Por que as vendas não alcançaram suas expectativas?



Mais da metade (54,5%) dos empresários do Comércio Varejista alcançaram suas expectativas de vendas no primeiro semestre de 2024, enquanto 42,7% se desapontaram com os resultados. Quando avaliados os resultados desse ano com os do ano passado, as proporções foram similares.

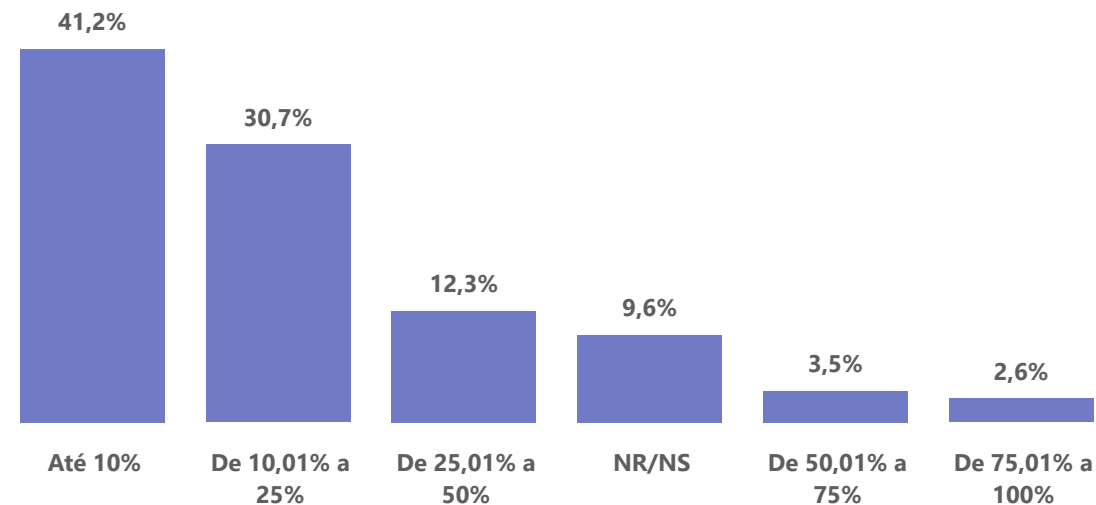
Entre as justificativas apresentadas para os resultados abaixo do esperado, a mais informada foi a mudança de governo (26,6%). Outras justificativas como endividamento do consumidor (19,3%), consumidor cauteloso (13,8%) e inflação (13,8%) foram apresentadas. Em outros, motivos como baixo fluxo de clientes, falta de recursos, aumento do preço dos combustíveis, claro fora de época e mais foram apresentados.

Como foram as vendas no 1º semestre desse ano em relação ao mesmo período do ano passado?

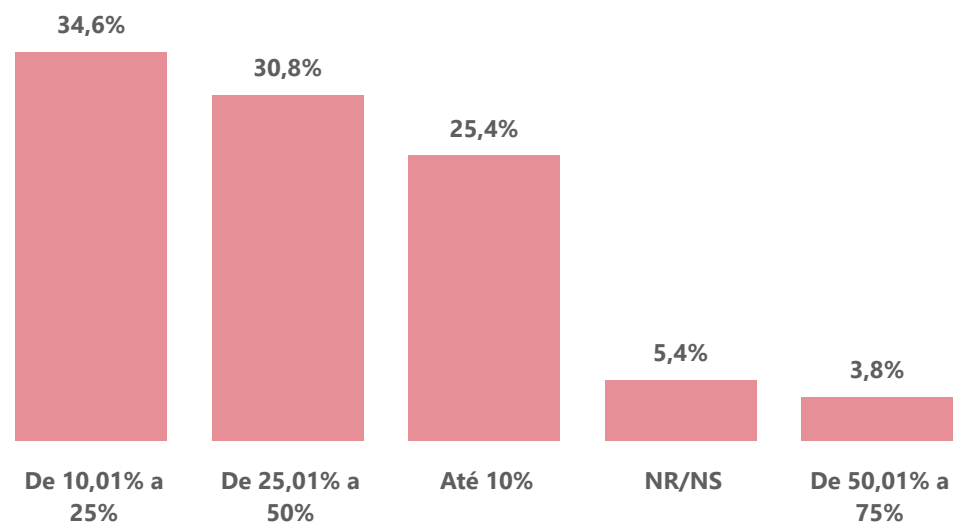
● Iguais ● Melhores ● NR/NS ● Piores



Quanto em termos percentuais? (Melhores)



Quanto em termos percentuais? (piores)



Se comparado ao mesmo período em 2023, 38,3% das empresas tiveram resultados de vendas equivalentes no primeiro semestre de 2024, 30,6% tiveram resultados piores e 26,7% tiveram resultados melhores. Comparando os resultados dessa pesquisa com a realizada em 2023, a percepção de piora dos resultados reduziu e de resultados equivalentes ao dos períodos avaliados, aumentaram expressivamente.

A variação de aumento de vendas frente ao primeiro semestre do ano passado mais frequente foi de até 10,0%, para 41,2% dos estabelecimentos.

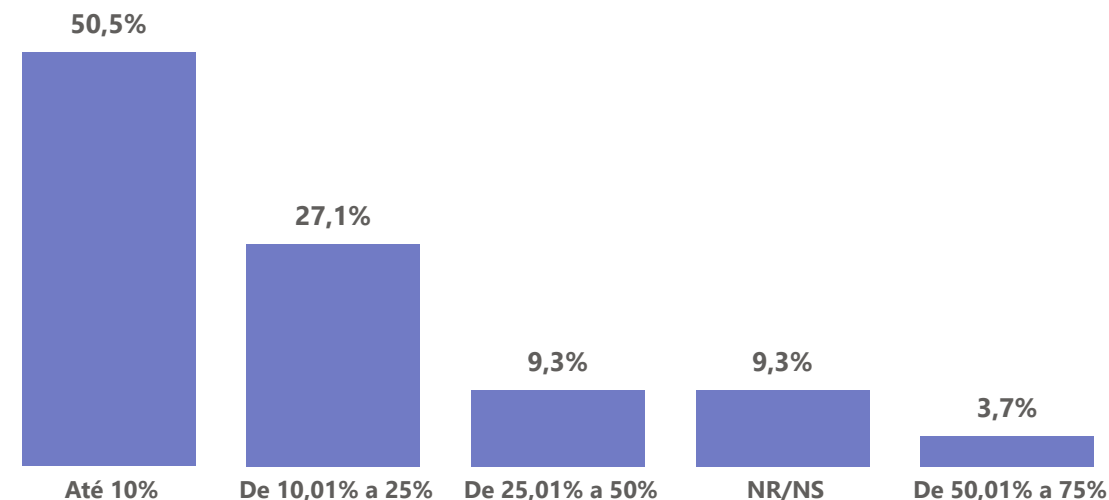
Já para aqueles que obtiveram resultados piores, a variação percentual mais frequente foi de 10,01% a 25%, para 34,6%.

Como foram as vendas no 1º semestre de 2024 em relação ao 2º semestre do ano passado?

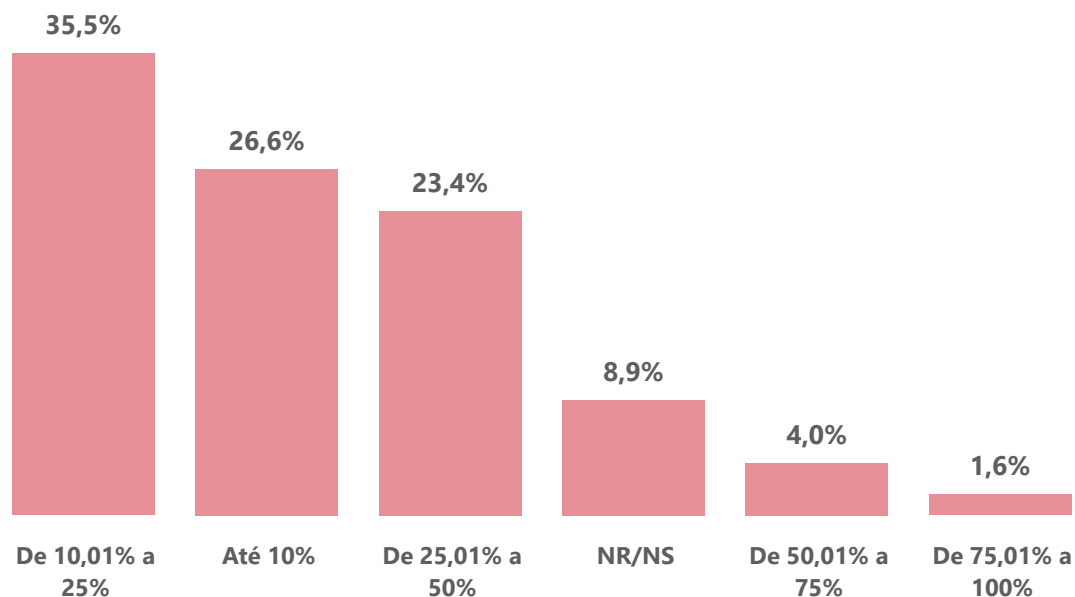
● Iguais ● Melhores ● NR/NS ● Piores



Quanto em termos percentuais? (Melhores)



Quanto em termos percentuais? (piores)



Se comparado o primeiro semestre desse ano com o segundo semestre de 2023, 38,3% das empresas tiveram resultados de vendas iguais, enquanto 25,3% 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 50,5% dos estabelecimentos.

Entre as empresas que obtiveram resultados piores, a variação percentual mais frequente foi de 10,01% a 25%, para 35,5%.

# Motivos para vendas melhores/piores

2024

Acredita que as vendas no 2º semestre de 2024 serão melhores que as do 1º semestre de 2024?

● Não ● NR/NS ● Sim

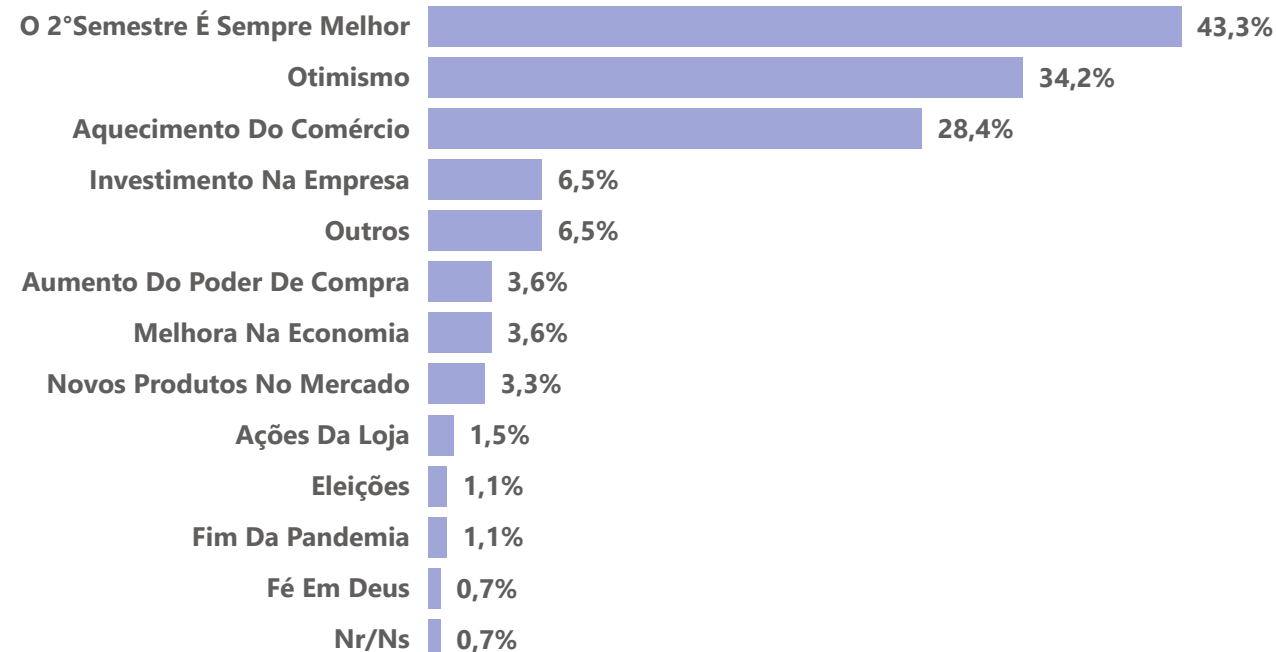


Quais motivos que podem dificultar as vendas no semestre?



% empresas (total não soma 100%)

Por qual motivo?



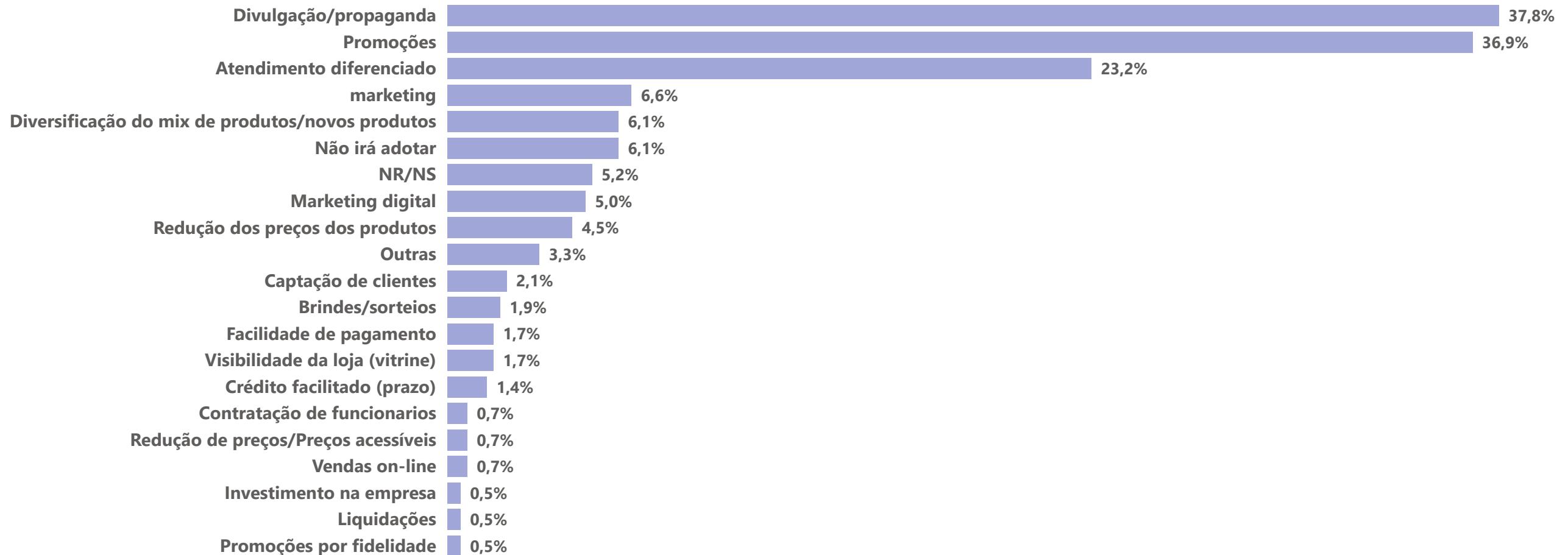
% empresas (total não soma 100%)

O otimismo para o segundo semestre predomina entre os empresários. 65,1% acreditam que o período será melhor que o primeiro semestre. Como justificativa, 43,3% disseram que o segundo semestre é melhor para eles, 34,2% apontaram o otimismo, 28,4% indicaram o aquecimento do comércio e em outros, motivos como medidas do governo, mudança de endereço, baixa de taxa de desemprego e mais apareceram.

Para aquelas com expectativas de resultados piores (29,2%), os motivos mais indicados foram: preço alto dos produtos (27,0%), momento econômico do país (12,3%), consumidor cauteloso (11,3%) e mudança de governo (10,6%).



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



% empresas (total não soma 100%)

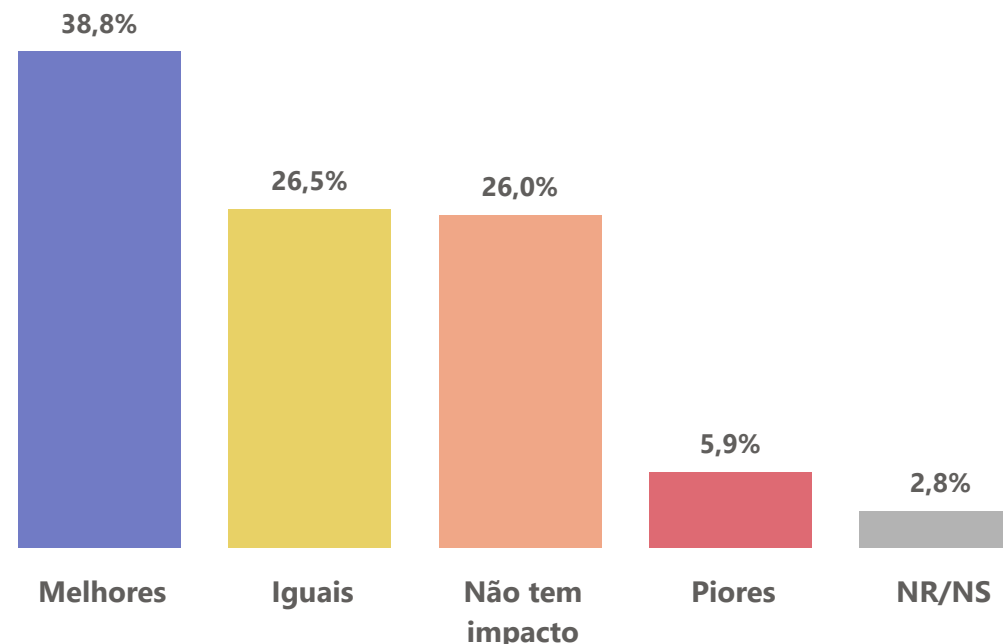
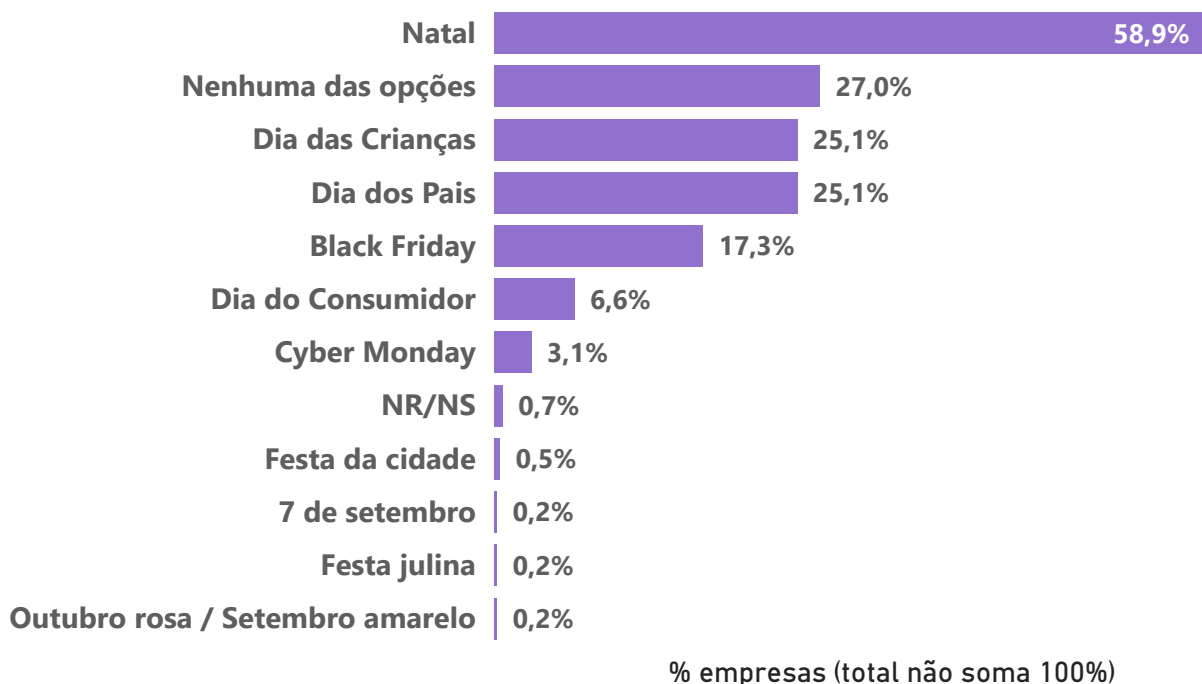
As medidas adotadas pelas empresas para impulsionar as vendas nesse período serão divulgação e propaganda (37,8%), promoções (36,9%), e atendimento diferenciado (23,2%).





Quais datas comemorativas apresentam impacto positivo para seu negócio?

O(a) sr(a) acredita que, nessas datas, as vendas em 2024, comparadas a 2023 serão...

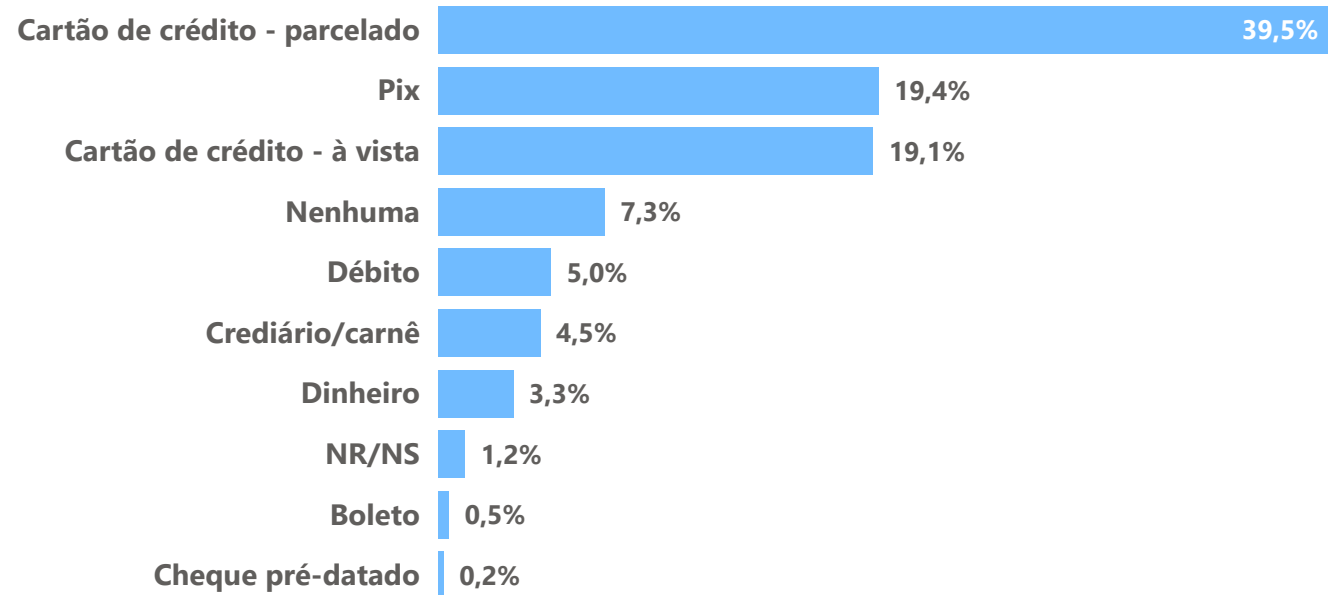


Entre as datas comemorativas do segundo semestre, o Natal aparece maior percentual de empresas que disseram que a data impacta positivamente (58,9%), em seguida aparece o Dia das Crianças e Dia dos Pais (25,1% e 25,1%, respectivamente).

A expectativa para as datas comemorativas do segundo semestre desse ano frente ao ano passado é de melhores resultados para 38,8%, enquanto para 26,5% é de resultados iguais.



Qual a forma de pagamento deverá SOBRESSAIR no semestre?



A forma de pagamento que deverá se sobressair no período é o cartão de crédito parcelado, de acordo com 39,5% das empresas. Em seguida aparece o Pix (19,4%) e o cartão de crédito à vista (19,1%).



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 02 a 10 de julho de 2024. Foram avaliadas 423 empresas, havendo pelo menos 39 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

**Coordenadora Estudos Econômicos:** Gabriela Filipe Martins

**Analista de economia:** Fernanda Caroline Golçalves

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

**Analista de pesquisa:** Devid Lima da Silva

**Pesquisadores:** Daianne Francielle da Silva, João Vitor Gomes dos Santos e Polyane Pereira Casagrande

**Menor aprendiz:** Arthur Jonathan Ramos Leandro

**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