



**Perspectivas para as vendas do Comércio com base na Pesquisa
Fecomércio PA : Intenção de Consumo para o dia dos Namorados.**

Lúcia Cristina de Andrade Lisboa

Ass Econômica- Fecomércio PA

Em 09/06/2020

Sendo um dos setores econômicos mais diretamente impactados pela pandemia de COVID-19, após quase três meses de paralisação e redução de muitas das atividades, o setor sofre com as grandes perdas, como a do mês de maio, no qual apresentou queda no faturamento em média de 80% dos estabelecimentos e, para parte das micro e pequenas empresas, as perdas chegaram a 100%, sobretudo as de algumas do comércio de rua que não possuem tecnologia e infraestrutura para a prática de formas alternativas de vendas, como online, delivery, nos momentos mais críticos da pandemia, nas quais estiveram fechadas.

Além dos decréscimos na demanda diária, na fase de isolamento social e mais no lockdown, o setor perdeu as oportunidades de expansão das vendas por

ocasião do dia das mães- segunda melhor data para o varejo- antes, também tiveram perdas relacionadas as vendas específicas que ocorreram na páscoa, apesar de menor em função de estabelecimentos que comercializam produtos essenciais estavam abertos.

O dia dos namorados, que tradicionalmente também é uma data importante para movimentar as vendas para o setor de comércio e serviços, é a primeira oportunidade para a realização de vendas, com o comércio de rua e shoppings abertos, desde 20 de março quando se iniciou o isolamento social, necessário para conter a pandemia e os consequentes impactos negativos sobre as atividades econômicas. **Mas, com base na pesquisa de Intenção de Consumo para o dia dos namorados, realizada pela Fecomércio PA, os dados estatísticos indicam uma redução no volume de vendas para Belém de cerca de 20% em relação às vendas do ano passado.** Essa queda é atribuída, em grande parte a necessidade ainda de isolamento social, o horário reduzido de funcionamento das atividades; os prejuízos decorrentes da pandemia quanto à perda de emprego e de renda da população, sobretudo os autônomos, informais, trabalhadores por conta própria, etc e até a insegurança quanto à situação econômica futura, entre outros fatores.

Ressalta-se que parte dos serviços ainda permanecem ser receber público, como os restaurantes, bares e lanchonetes, os quais, em condições normais, por ocasião do dia dos namorados, sempre tem aumento na demanda. Este ano, as projeções serão também de decréscimos na demanda e faturamento visto que só funcionarão delivery para os que já estão atuando com essa forma de atendimento.

Portanto, conforme posição da CNC, “ a retração do nível geral das atividades sofre impactos da deterioração das condições de consumo, tais como as quedas dos níveis de emprego, de renda e da confiança do consumidor. Nem mesmo a menor taxa básica de juros da história e o recuo da taxa de juros nas operações livres às pessoas físicas têm servido de estímulo à contratação de

recursos para o consumo". E a confederação Nacional do Comércio -CNC projeta que " assim, como nas demais datas comemorativas já ocorridas em 2020, a pandemia desencadeada pelo novo coronavírus deverá provocar uma queda histórica no volume de vendas do varejo voltadas para o próximo Dia dos Namorados. As projeções para a média do Brasil é de uma queda histórica do varejo brasileiro, em média 43,1%, com decréscimos em todos os Estado e mais o Distrito Federal," mas alguns Estados apresentarão retração superior a essa média. **Para o Estado do Pará a estimativa da CNC é de decréscimo no volume de vendas de -30,8%.**

A seguir , Síntese dos Principais resultados da Pesquisa da Fecomércio Pará, sobre a Intenção de Compras para o dia dos Namorados: No Município de Belém.

- **Ir às Compras :** A pesquisa identificou que **59,35%** dos participantes da pesquisa pretendem ir às compras para adquirir presentes, **41%** não vão comprar presentes , destes **19,88%** justificaram o fato de não terem quem apresentar, e os outros **20,77%** por motivos diversos, como situação financeira, decidiram não apresentar este ano, outros utilizarão de outras formas de homenagear, alguns por opção, não considerarem importante , etc
- **Gasto médio :** Em média, **71,43%** dos consumidores pretendem gastar até **R\$200,00** com a aquisição do presente, sendo a **distribuição dos gastos assim estratificados:** 37,43% pretendem gastar com o presente até R\$100,00, 34% tem intenção de gastar entre R\$101,00 e R\$ 200,00, para 17,24% a intenção é de desembolar entre 201,00 e 300,00, cerca de 4,93%, pretendem comprar presentes na faixa de R\$301,00 a R\$400,00; para 2,46% os gastos se situarão no intervalo de R\$ 401,00 a 500,00 e 3,94% dos que pretendem comprar presentes estão dispostos a gastar com o mesmo valor acima de R\$500,00.

- **Formas de Pagamento: Observa-se mudança em relação ao ano anterior, o cartão de crédito será a opção para 72%, e somente 21% pretende utilizar dinheiro em espécie.** As opções por modalidades identificadas na pesquisa foram: 41% parcelado no cartão de crédito ou da loja; 30% á vista no cartão de débito; 21% á vista com dinheiro em espécie; 5% no boleto bancário de uma vez só; 1% á vista no cartão de crédito, e os demais 2% as formas de pagamentos citadas foram transferência bancária e boleto parcelado.
- **Lojas físicas X online: 50,25% pretendem comprar nas lojas físicas e 49,75% já optaram pelo comércio eletrônico,** observa-se uma grande mudança em relação ao ano passado, apesar de consideramos que após essa pandemia o consumidor passará a utilizar mais o comércio eletrônico. Porém, não há certeza de que já estão optando nessa magnitude, haja visto em função da proximidade da data de reabertura do comércio e shoppings com o dia dos namorados, isto pode ter influenciado nas respostas.
- **As categorias de produtos indicadas como as que os consumidores mais tem intenção de comprar :** Roupas, calçados 29%; Perfumes e Cosméticos 17,73%; Acessórios, bijuterias, bolsas, óculos, relógios cintos 16,25%, Jantar romântico 13,74%; Cesta de café da manhã 8%; Flores, chocolates e pelúcia 4%; celular, acessórios para notebook , eletrônicos foram citados por 5%, vinhos, livros, objetos de decoração, diversos outros citados 6,28%.