

Economia CAPIXABA

Relatórios Consolidados 2024

EXPECTATIVA DE VENDAS



REALIZAÇÃO

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESPÍRITO SANTO, FECOMÉRCIO ES

Idalberto Moro - Presidente

Luiz Coelho Coutinho - 1º Vice-presidente

Cláudio Pagiola Sipolatti - 2º Vice-presidente

José Carlos Bergamin - 3º Vice-presidente

Wagner Corrêa – Superintendente

CENTRO UNIVERSITÁRIO FAESA

Alexandre Nunes Theodoro – Reitor

Carla Letícia Alvarenga Leite - Pró-Reitora

EXECUÇÃO

COORDENAÇÃO

Ana Carolina Júlio, Doutora – Senac ES – Coordenadora de Pesquisa

Ellen Scopel Cometti, Mestre - FAESA - Coordenadora Geral

EQUIPE TÉCNICA

Responsáveis pelo Levantamento de Dados, Análise e Apresentação dos Resultados

Ana Carolina Júlio, Doutora – Senac ES

André Spalenza, Doutor – Bolsista FAPES

Claudia Cavalcanti, Doutora - Bolsista FAPES

Eduarda Gripp, Mestre - Bolsista FAPES

Felipe Montini, Doutor - Bolsista FAPES

Gercione Dionizio Silva, Doutor - Bolsista FAPES

Ismael Passos, Mestre - Bolsista FAPES

Revieni Zanotelli, Mestre – Fecomércio ES

Responsável pelo Projeto Gráfico, Diagramação

Samuel Oliveira Cabral - Bolsista FAPES

Wendel Alexandre Albino Macedo, Mestre - Bolsista FAPES

Responsáveis pelo Metodologia aplicada na elaboração dos panoramas

Ana Carolina Júlio, Doutora – Senac ES

Richardson Schmittel, Doutor - Senac ES

Responsável pela Comunicação

Juliane Zaché – Fecomércio ES

E19 Economia capixaba relatórios consolidados 2024: Expectativa de Vendas
[recurso eletrônico] / Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Espírito Santo, Fecomércio ES; Centro Universitário FAESA - Vitória,
ES: FAESA, 2024.

42p.; il.; 30 cm.

ISBN: 978-65-01-38358-3

Modo de acesso: < https://portaldocomercio-es.com.br/?page_id=43>

1. Expectativa de vendas. 2. Economia. 3. Espírito Santo. 4. Estratégias de vendas. 5. Inovação. I. Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Espírito Santo, Fecomércio ES. II. Centro Universitário FAESA. III. Título.

CDD 658.81

CARNAVAL VAI AQUECER O TURISMO E A ECONOMIA CAPIXABA

Elaborado por: Ana Carolina Julio, Reveni C. Zanotelli, André Spalenza, Claudia Cavalcanti e Ismael Passos.

O Carnaval 2024 no Brasil deve apresentar alta pelo quarto ano consecutivo, com o faturamento devendo superar o nível pré-pandêmico, trazendo uma perspectiva positiva para o primeiro trimestre.

A Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) estima que o carnaval de 2024 movimentará, em todo o Brasil, R\$ 9 bilhões acima da média de faturamento do turismo, um incremento de 10% em relação ao impacto de 2023.

Uma data comemorativa como o carnaval movimentará o mês de fevereiro como um todo, aquecendo a economia no período anterior e posterior ao evento na maioria dos estados brasileiros.

Nesse contexto, **em todo o mês de fevereiro de 2024 cerca de R\$ 600 milhões devem ser movimentados no Turismo do Espírito Santo**, de acordo com a CNC. Confirmada essa estimativa, o resultado representará um **crescimento de 2,5%** nas atividades econômicas típicas do turismo em relação a 2023. As atividades econômicas mais diretamente envolvidas são Alimentação, Transporte de passageiros, Hospedagem, Lazer e Cultura e Eventos, mas também movimentam o comércio e os serviços como um todo.

O Carnaval do Brasil começa aqui

No Espírito Santo, em 2024, os desfiles dos blocos e escolas de samba da Grande Vitória deverão movimentar cerca de R\$ 30 milhões e gerar até seis mil empregos diretos e indiretos, segundo estimativa da Companhia de Desenvolvimento, Turismo e Inovação de Vitória (CDTIV). O tradicional e reconhecido desfile das escolas de samba da Grande Vitória acontece um final de semana antes do feriado oficial. Neste ano, a folia no Sambão do Povo ocorrerá entre os dias 02 e 04 de fevereiro e terá um dia a mais que no ano passado se contar o desfile das campeãs no dia 10 do mesmo mês.



Destinos capixabas mais procurados

Os resultados variam de acordo com o segmento e a localidade, mas os destinos mais demandados são aqueles que promovem eventos que atraem fluxo turístico, como shows e carnavais temáticos. Atualmente se verifica, também, a busca por destinos menos tradicionais de festas, mas que proporcionam um clima de maior tranquilidade, como aqueles que possuem atrativos naturais de lazer (praias e cachoeiras, por exemplo).

O interesse pelo carnaval no Espírito Santo tem sido evidente, conforme dados dos últimos 20 dias gerados pelo *Google Trends*. A pesquisa do *Google Trends* é uma ferramenta que fornece *insights* sobre as tendências de busca na internet ao longo do tempo e reflete uma crescente curiosidade e engajamento em relação ao que se é pesquisado na internet.

A seguir, visualiza-se o interesse da população capixaba nas pesquisas em relação ao tema carnaval no Espírito Santo.

Pesquisas relacionadas com o tema "Carnaval" no Espírito Santo

1	carnaval guriri 2024	Aumento repentino	⋮
2	fantasia de carnaval	Mais 700%	⋮
3	carnaval vitoria 2024	Mais 100%	⋮
4	carnaval guarapari 2024	Mais 50%	⋮
5	carnaval de vitoria 2024	Mais 50%	⋮

Fonte: *Google Trends*, acesso em 29.01.2024.

As buscas evidenciam o interesse em Vitória, Guriri e Guarapari, destacando-as como destinos preferidos devido às suas celebrações. Vitória é conhecida por seus desfiles de escolas de samba, Guriri atrai com suas festas de rua, e Guarapari é famosa por combinar diversão e beleza natural. Paralelamente, houve um aumento significativo nas buscas por fantasias de Carnaval, refletindo o entusiasmo dos foliões na busca por trajes que expressam individualidade e acompanham as tendências atuais.

No contexto de pesquisas sobre hospedagem durante o Carnaval, foi observado que os termos mais recorrentes incluíam "hotéis" e "meios de hospedagem". Notavelmente, em quinto lugar

entre as pesquisas mais frequentes, surgiu o "SESC" com um aumento significativo no volume de buscas.

Pesquisas relacionadas com o tema "Hospedagem" no Espírito Santo

1	Meios de hospedagem - Assunto
2	Hotel - Tipo de acomodação
3	Hospedagem de sitios web - Assunto
4	Barata - Inseto
5	Sesc - Assunto

Fonte: *Google Trends*, acesso em 29.01.2024.

Além disso, para aprofundar a compreensão sobre o comportamento de consumo durante o Carnaval, uma nova pesquisa incluiu termos relacionados a hospedagens. Nota-se que hotéis e pousadas tiveram um aumento significativo no volume de pesquisas. Ao analisar os termos, notou-se um aumento na procura por hospedagens na região das montanhas capixabas. Embora esses destinos não sejam tradicionalmente conhecidos pela celebração do Carnaval, essa tendência sugere que eles estão se tornando uma opção atraente para aqueles que buscam alternativas às festividades típicas dessa época do ano. A preferência por essas áreas tranquilas e naturais indica uma mudança no comportamento de turistas que desejam evitar as agitações carnavalescas.

Pesquisas relacionadas com o tema "Pousada" no Espírito Santo

1	pousadas em santa teresa es	Aumento repentino	⋮
2	pousadas em domingos martins	Mais 350%	⋮

Fonte: *Google Trends*, acesso em 29.01.2024.

Pesquisas relacionadas com o tema "Hotel" no Espírito Santo

1	hotel sheraton vitoria	Aumento repentino	⋮
2	hotel vista azul	Aumento repentino	⋮
3	hotel eco da floresta	Mais 40%	⋮

Fonte: *Google Trends*, acesso em 29.01.2024.

Opinião do Empresariado Capixaba



A entrevista realizada com Erthelvio Monteiro Nunes - Diretor de Programas Sociais e Gerente de Lazer do SESC/ES – corrobora com as tendências apontadas ao longo deste relatório. Leia a seguir!

Qual a expectativa do Sesc para este Carnaval? Qual o perfil do turista?

Falando dos hotéis de praia (Guarapari e Praia Formosa), a expectativa é lotação completa. Nas três unidades já temos 1218 hóspedes confirmados (Guarapari, Praia Formosa e Domingos Martins).

O perfil do Sesc Praia Formosa é de turistas capixabas, cerca de 60%, a maioria do norte e noroeste do Espírito Santo. Os outros 40% são de turistas de fora, que, basicamente, vêm de Minas Gerais. Como oferecemos diversão para crianças, com parque aquático, os turistas são, em sua maioria, de famílias capixabas.

Já no Sesc Guarapari, o perfil muda um pouco, com cerca de 60% de turistas de fora, como de Minas Gerais, Rio de Janeiro, norte do RJ, e em menor quantidade de Brasília e SP.

Uma novidade é que o Sesc Domingos Martins está com 50% da capacidade reservada. O hotel oferecerá programações de carnaval. Além disso, Domingos Martins conta com blocos de rua.

Enfim, nos 3 hotéis haverá programação com fanfarras, cortejos, música, e desfile de crianças.

Qual o impacto do Carnaval e dos meses de Verão para o Sesc?

Em janeiro e fevereiro, na Praia Formosa e Guarapari, são os meses de maior nível de hospedagem do turista e do comerciante. Estamos batendo recorde do turismo “raiz”, aquele que as pessoas vão para se divertir. E também estamos nos recuperando da pandemia. Cerca de 80% das reservas foram realizadas no ano passado, assim que foram disponibilizadas para comercialização. Havia uma grande expectativa pós-pandemia, e a tendência é isso se consolidar ao longo do tempo, porque as pessoas estão voltando a buscar esse tipo de atividade em nossas unidades.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Bruno Pessanha Negrís | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: Ana Carolina Júlio : Reveni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br

PÁSCOA 2024 DEVERÁ MOVIMENTAR R\$ 68,7 MILHÕES NO COMÉRCIO CAPIXABA

Elaborado por: Ana Carolina Júlio, Revieni C. Zanotelli.

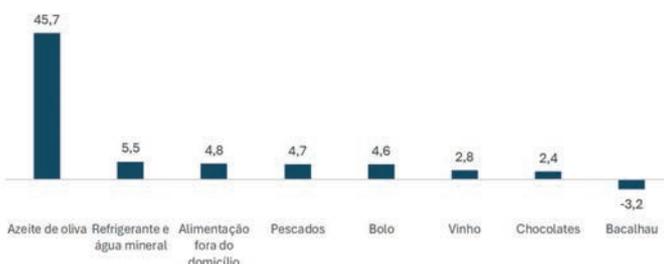
A Páscoa 2024 deverá movimentar cerca de R\$ 68,7 milhões¹ em vendas no comércio capixaba. Confirmada essa estimativa, o resultado representará um crescimento real de 2,0% no faturamento em relação a 2023. Em todo o Brasil, a alta estimada será 4,5% em relação ao ano passado, totalizando um faturamento de R\$ 3,44 bilhões.

As famílias capixabas têm mostrado maior disposição ao consumo nos últimos meses². A disposição para as compras ficou no nível de satisfação em fevereiro de 2024, acima de cem pontos (110,7 pontos), sendo 12,2% maior do que em fevereiro de 2023. Além disso, em datas especiais como a Páscoa, as famílias não deixam de consumir produtos relacionados ao momento que se comemora.

A Páscoa abre o calendário de datas comemorativas do comércio e é considerada a sexta mais relevante para o setor. Os produtos mais procurados são os Ovos de Páscoa e os chocolates. Decoração, pescados, vinhos e azeites também estão entre os produtos mais demandados. Os serviços de alimentação que oferecem a tradicional torta capixaba consumida na Semana Santa e refeições com frutos do mar também são bastante procurados.

De acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC)³, pelo segundo ano consecutivo a cesta de bens e serviços mais consumidos na Páscoa está um pouco mais cara: puxada pela alta no preço do azeite de oliva (+45,7%) os itens estão cerca de 5,2% mais caros do que em 2023.

Variações dos preços de bens e serviços mais demandados no mês da Páscoa, IPCA-15 - Brasil/Fev/23 a Fev/24



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.



Um levantamento da Fundação Getúlio Vargas (FGV)⁴ também mostrou aumento de preços em relação ao ano passado. A cesta de bens, composta por 22 produtos, pesquisada pela instituição está cerca de 10% mais cara. Neste caso, o azeite de oliva foi o item de maior crescimento, com alta de quase 40%; a batata inglesa também foi apontada como um dos itens de maior alta, ficando quase 32% mais cara.

Já o produto mais tradicional da data, o ovo de páscoa, sofreu um reajuste médio de 18% no preço de negociação com os fornecedores, mostra outro levantamento⁵. Isso fará com que se repita uma tendência já apontada em 2023: uma mudança para a compra e venda de barras de chocolates e caixas de bombons. Essa tendência pode ser constatada nos corredores dos supermercados, cujo espaço dedicado aos ovos de Páscoa estão cada vez menores.

De forma geral, devido a falta do cacau no mercado global, os preços dos produtos que possuem o fruto como matéria prima poderão ser afetados. O impacto dependerá do estoque de cacau que as empresas industriais possuem⁶, já que a compra do insumo para a produção da Páscoa deste ano pode ter sido feita no ano passado.

Outro levantamento⁷ mostrou que outros componentes do ovo de páscoa também estão afetando seu preço. O açúcar, por exemplo, teve aumento nos preços de 13,4%, de acordo com o IPCA dos últimos 12 meses. Outros preços deverão impactar o valor final dos produtos mais elaborados, como custo da mão de obra e embalagens, por exemplo. Isso pode explicar o fato de chocolates em barras e bombons terem mostrado uma elevação de preços um pouco menor.

O efeito de fenômenos naturais tem afetado a produção internacional dessas matérias-primas nos principais países produtores. Nesse contexto, os consumidores deverão pesquisar mais para tentar encontrar produtos de valores mais acessíveis. Os lojistas, por sua vez, devem estar preparados para proporcionar maior variedade e opções para todos os bolsos.

Além da venda de produtos, uma parcela do movimento econômico estadual deverá ser impulsionada pelo turismo de lazer, devido ao feriado prolongado, sendo essa uma oportunidade para os empresários potencializarem seus negócios.

¹ A estimativa é calculada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e disponibilizada para as federações estaduais para análise local.

² Intenção de Consumo das Famílias. Relatório Connect fevereiro 2024.

³ Páscoa 2024.

https://portaldocomercio.org.br/publicacoes_posts/pascoa-2024/
Cacau do Brasil. Brasília, 2022.

<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/ceplac/publicacoes/outras-publicacoes/cacau-do-brasil-versao-portugues>

⁴ <https://portal.fgv.br>

⁵ <https://www.cnnbrasil.com.br/blogs/debora-oliveira/economia/ovos-de-pascoa- ficam-18-mais-caros-para-fornecedores-e-perdem-lugar-para-chocolates-menores-e-mais-baratos/>

⁶ <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/pascoa-preco-do-cacau-dispara-e-chocolates-devem- ficar-mais-caros-dizem-especialistas/>
<https://ricconnect.rico.com.vc/analises/inflacao-do-ovo-de-pascoa/>

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Wendel Alexandre | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br

EXPECTATIVA DE VENDAS PARA O DIA DAS MÃES 2024

Elaborado por: Ana Carolina Júlio, Revieni C. Zanotelli.

Expectativas de vendas

O Dia das Mães 2024 deverá movimentar cerca de R\$ 262 milhões* em vendas no comércio do Espírito Santo. Confirmada essa estimativa, o resultado representará um crescimento real em torno de 6% no faturamento em relação a 2023, sendo destaque entre as projeções dos estados brasileiros em termos de variação percentual, estando também acima da média nacional.

Para atender à demanda sazonal na data comemorativa de 2024, os comerciantes deverão trabalhar com o quadro de funcionários existente e gerar mais 600 vagas temporárias no comércio do Espírito Santo.

De acordo com a **Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC)**, em **todo o Brasil**, foi estimado um avanço de 3,5% em relação ao ano passado, com faturamento de cerca de R\$ 13,23 bilhões. Os estados de São Paulo (R\$ 4 bilhões) e de Minas Gerais (R\$ 1,4 bilhão) foram os destaques em termos absolutos. O levantamento ainda estimou que serão criadas 25,9 mil vagas temporárias neste ano no país para atender

Produtos

O Dia das Mães é considerado o "Natal" do primeiro semestre para o comércio, devido a magnitude e a variedade de segmentos impactados por essa data comemorativa. Os produtos mais procurados no Espírito Santo serão do ramo de vestuário, calçados e acessórios, que devem responder por 43,1% do faturamento, e perfumaria e cosméticos, representando 18,3% das vendas.



Pesquisa do **CNDL/SPC Brasil** mostrou que 78% dos consumidores brasileiros devem realizar a compra de pelo menos um presente. Em média, o consumidor pretende comprar dois presentes para comemorar a data, com um valor de gasto médio de cerca de R\$ 300,00. As lojas físicas apareceram como o principal local de compra (74%), mas 37% pretendem fazer pelo menos uma das compras pela internet.

Nesse levantamento também chama atenção alguns aspectos do comportamento dos consumidores, por exemplo, o fato de 32% das pessoas que pretendem ir as compras estarem com contas em atraso, sendo que 77% estão com nome sujo atualmente. Mais uma vez, o planejamento financeiro entra como ponto de atenção como forma de evitar impactos negativos futuros no orçamento da família.

A data também é uma oportunidade para movimentar a cadeia de serviços, especialmente os serviços de alimentação como bares e restaurantes, os salões de beleza e estética, os passeios, entre outros.

Perspectivas

Uma data comemorativa sempre tem o efeito de impulsionar as vendas do comércio e dos serviços. Especialmente numa comemoração como o Dia das Mães, considerada a segunda data mais importante para o comércio brasileiro, as pessoas não deixarão de consumir produtos relacionados. As condições de consumo estão um pouco melhores esse ano em relação ao ano passado, com desaceleração da inflação e consequente queda nas taxas de juros, que aliviam o orçamento mensal das famílias. No Espírito Santo soma-se, ainda, o mercado de trabalho positivo, um dos fatores essenciais para segurança do consumo. Os lojistas, por sua vez, devem se preparar para oferecer opções para todos os bolsos. As promoções com descontos e sorteios de brindes são estratégias de vendas muito utilizadas nesse contexto.

<https://portaldocomercio.org.br/economia/dia-das-maes-vendas-devem-superar-r-19-bilhoes/>

<https://site.cndl.org.br/dia-das-maes-deve-movimentar-4021-bilhoes-de-reais-no-varejo-78-dos-consumidores-pretendem-presentear-mostra-pesquisa-cndl-spc-brasil/>

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: Ana Carolina Júlio : Reiveni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Samuel O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br



EXPECTATIVA DE VENDAS DO DIA DOS NAMORADOS 2024

Elaborado por: Ana Carolina Julio e Reveni Chiste.

Expectativas de vendas

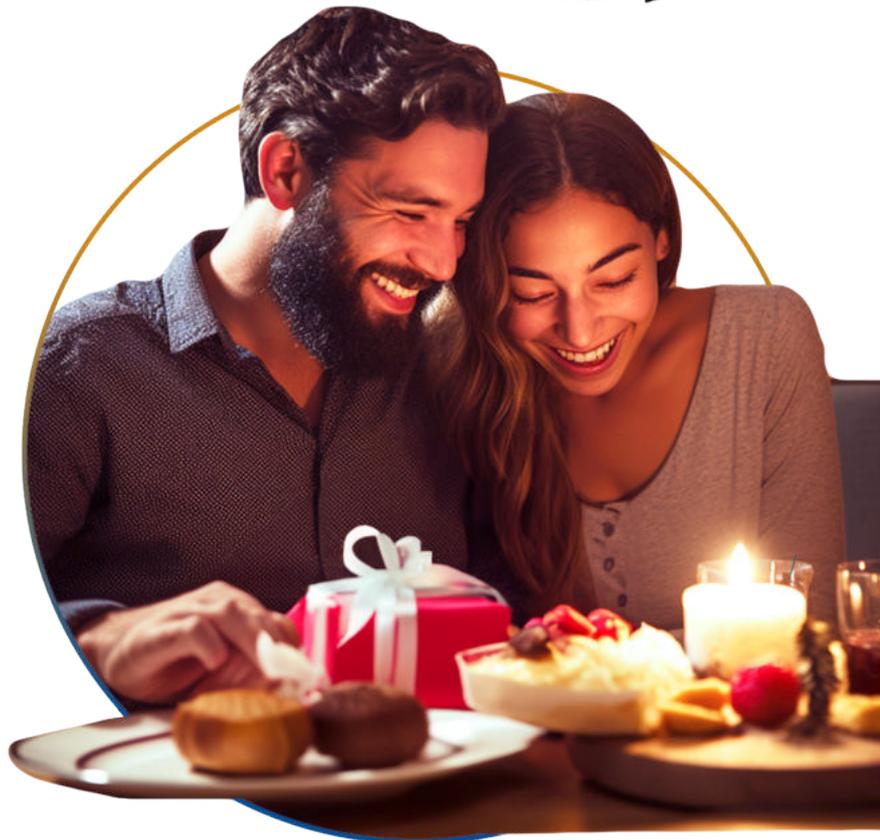
O Dia dos Namorados 2024 deverá movimentar cerca de R\$ 50 milhões em vendas no comércio do Espírito Santo. Confirmada essa estimativa, a tendência é que as vendas do Estado para a data acompanhem o desempenho nacional, com crescimento em torno de 5% em relação a 2023.

Para atender à demanda sazonal na data comemorativa de 2024, os comerciantes deverão trabalhar com o quadro de funcionários existente.

De acordo com a **Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), em todo o Brasil¹**, foi estimado um avanço de 5,6% em relação ao ano passado, com faturamento de cerca de R\$ 2,59 bilhões. Os estados de São Paulo (R\$ 830 milhões) e de Minas Gerais (R\$ 252 milhões) foram os destaques em termos absolutos.

Produtos

Os produtos mais procurados serão do ramo de vestuário, calçados e acessórios, que devem responder por 42% do faturamento. Eletroeletrônicos e utilidades (28%), supermercados (11%) e perfumaria e cosméticos (10,0%) também estão entre os produtos demandados.



Segundo a **CNDL/SPC Brasil**², sete em cada dez consumidores (67%) pretendem adquirir algum produto ou serviço para o Dia dos Namorados. Em média, o consumidor pretende comprar de um a dois presentes para comemorar a data, com um valor de gasto médio de cerca de R\$ 240,00. As lojas físicas apareceram como o principal local de compra (57%) e 33% dos consumidores pretendem fazer as compras pela internet.

Nesse levantamento também chama atenção alguns aspectos do comportamento dos consumidores, por exemplo, o fato de 32% das pessoas pretenderem ir as compras mesmo com contas em atraso, sendo que 68% estão com nome sujo atualmente.

Os dados revelam, ainda, que 29% reconhecem gastar mais do que podem na compra de presentes para o parceiro. Nesse contexto, o estudo aponta que é preciso ter disciplina e organizar os gastos, utilizando-se mais da criatividade para as comemorações. A data também movimentou o setor de serviços, especialmente, de alimentação, como bares e restaurantes, de presentes personalizados, de hotéis, entre outros.

Tendências

O Dia dos Namorados marca o início das comemorações do segundo semestre, sendo uma transição do comércio para um período que costuma ser mais agitado em termos de vendas quando comparado aos primeiros meses do ano. Sendo uma importante data comemorativa para o setor, o Dia dos Namorados é mais uma oportunidade para impulsionar as vendas e alcançar as metas de fechamento do ano.

O relatório Connect sobre a **Intenção de Consumo das Famílias (ICF)**³ de maio identificou a tendência de que o consumo cresça nos próximos meses. Isso se deve principalmente ao mercado de trabalho positivo, à época de colheita da safra do café e à chegada de datas relevantes para as vendas do comércio, como o Dia dos Namorados.

Além disso, segundo dados do Google Trends, entre a última semana de maio e primeira semana de junho houve um aumento repentino nas pesquisas de itens de vestuário na sessão de compras, com destaque para os termos “Roupas de frio (calça de moletom, casacos, jaquetas, blazer, bota e blusa) – Artigos de vestuário”, “Chocolates – Produtos”, “Cinema – Serviços” e “Jantar – Serviços”.

Em 2024, as condições de consumo mais favoráveis em relação ao mesmo período do ano passado deverão produzir impactos mais significativos nos resultados. Dificilmente as pessoas deixam de presentear em datas especiais e os consumidores buscarão o melhor custo-benefício para os presentes. Os lojistas, por sua vez, devem estar preparados para oferecer descontos e opções para todos os bolsos. As promoções de sorteios para os enamorados também têm impacto bastante positivo.

Opinião do Empresariado Capixaba:



Segundo **José Carlos Bergamin**, vice Presidente da Fecomércio-ES e diretor geral da marca **Konyk**, o Dia dos Namorados “parece que é um recorte pequeno, mas a data se transformou numa celebração de um modo geral dos adolescentes até a terceira idade, todo mundo comemora a data dos namorados. Ela está inserida num período também já de muitas festividades.”

Bergamin destaca ainda que “você vai celebrar o dia dos namorados, vai comprar um presente, mas você vai comprar a sua roupa, o seu calçado, a sua peça, para celebrar a data. Aí começa, é uma sua roupa nova, é um presente que você vai dar.

O evento que vai acontecer, seja num restaurante, seja numa casa, vai demandando muito consumo. Isso também envolve toda a parte de estética e beleza. Além dos produtos, junto com eles vem as embalagens, vem as floriculturas, ou seja, vem muita coisa junto.

Os produtos possuem valor um pouco mais agregado, um pouco mais valorizados. Por exemplo, você não vai comprar uma rasteira, vai comprar um sapato, um sapato mais fechadinho, uma bota. Você não vai comprar um shortinho, vai comprar uma calça, um agasalho. Não vai comprar uma regata, vai comprar uma camisa, que vai ter manga e tal.”

“Essa questão do valor agregado também é importante de ser pontuada. Isso tudo contribui com o faturamento”, concluiu Bergamin.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: Ana Carolina Júlio : Reveni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Samuel O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br

¹<https://portaldocomercio.org.br/economia/dia-dos-namorados-cnc-projeta-vendas-de-r-259-bilhoes/>

²<https://site.cndl.org.br/dia-dos-namorados-deve-movimentar-r-23-bilhoes-no-comercio-aponta-pesquisa-cndl-spc-brasil/>

³<https://fecomercio-es.com.br/pesquisas/intencao-de-consumo-das-familias-icf/>

EXPECTATIVA DE VENDAS DO DIA DOS PAIS 2024

Elaborado por: Ana Carolina Júlio e Reveni C. Zanotelli

Expectativa de Vendas

O Dia dos Pais 2024 deverá movimentar cerca de **R\$ 158 milhões em vendas no comércio do Espírito Santo**. Confirmada essa estimativa, o resultado representará movimentação semelhante ao ano de 2023. Ainda assim, está prevista a disponibilização de cerca de 300 vagas temporárias para atender a demanda da data.

De acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC)¹, **em todo o Brasil, foi estimado um avanço de 4,7% em relação ao ano passado, com faturamento de cerca de R\$ 7,7 bilhões**. Os estados de São Paulo (R\$ 2,3 bilhões) e de Minas Gerais (R\$ 792 milhões) serão os destaques em termos absolutos.

O levantamento estimou que deverão ser criadas 10,5 mil vagas temporárias neste ano no país para atender a demanda das vendas voltadas para o Dia dos Pais de 2024. A entidade projetou, ainda, que a taxa de efetivação deverá ser em torno de 9% após o Dia dos Pais deste ano.

Produtos

Os produtos mais procurados serão do ramo de vestuário, calçados e acessórios, que devem responder por 47% do faturamento. Eletroeletrônicos e utilidades (18%) e perfumaria e farmácias (15%) também estarão entre os produtos demandados.

De acordo com a cesta de 12 produtos para o Dia dos Pais selecionada para análise, o índice de inflação IPCA² para a Grande Vitória (divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE) acumulado nos últimos 12 meses (junho de 2023 a junho de 2024) mostrou recuo de 1,3 pontos percentuais em 2024 em comparação com 2023, passando de 6,5% para 5,2%.



Em 2024, oito itens da cesta estarão mais baratos que em 2023, entre eles, a Alimentação fora do domicílio, que obteve uma inflação acumulada de 9,9% em 2023 e recuou para 6,3% em 2024, e é o item de maior peso na composição do IPCA. De forma geral, computador pessoal é o produto que apresentará o maior aumento de preços em relação ao ano passado, com uma inflação acumulada de 11,7%.

Evolução dos preços da cesta de bens e serviços mais consumidos no Dia dos Pais – Região Metropolitana da Grande Vitória

(Variação % acumulada em 12 meses pelo IPCA/IBGE)

Itens	2023	2024
Índice geral IPCA RM da Grande Vitória	3,8	4,1
Total da cesta Dia dos Pais	6,5	5,2
Computador pessoal	-16,2	11,7
Cinema, teatro e concertos	-2,3	11,6
Alimentação fora do domicílio	9,9	6,3
Alimentação e bebidas no domicílio	5,4	5,3
Relógio de pulso	-4,5	5,3
Outras bebidas alcoólicas (fora do domicílio)	8,3	5,2
Tênis	10,0	4,6
Cerveja (fora do domicílio)	7,2	2,9
Sapato masculino	15,7	1,9
Roupa masculina	14,6	1,3
Perfume	18,1	0,8
Televisor	-14,9	-2,9

Fonte: IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Segundo a CNDL/SPC Brasil³, sete em cada dez consumidores brasileiros (68%) pretendem adquirir algum produto ou serviço para o Dia dos Pais 2024. Em média, o consumidor pretende comprar de um a dois presentes para comemorar a data, com um **gasto médio de cerca de R\$ 230,00**.

A maioria dos entrevistados (69%) pretende realizar suas compras nos canais físicos, principalmente em shoppings centers (28%), lojas de departamento (15%) e shopping populares (14%). Mas 40% pretendem comprar pela internet, sobretudo aplicativos (71%), sites (59%) e Instagram (17%). Outra informação relevante é que a pesquisa apontou que 70% acreditam que os produtos estão mais caros este ano.

No levantamento chama atenção alguns aspectos sobre as finanças pessoais dos consumidores nesse Dia dos Pais: 24% dos entrevistados costumam gastar mais do que podem com os presentes e 10% pretendem deixar de pagar alguma conta para realizar a compra. Além disso, 35% dos que pretendem presentear estão atualmente com o pagamento de alguma conta em atraso, sendo que 65% destes também estão com o nome negativado.

TENDÊNCIAS

O Dia dos Pais é considerada a quarta data comemorativa mais importante para as vendas do comércio. Datas como essa representam oportunidades para impulsionar as vendas e alcançar as metas de fim do ano. Dificilmente as pessoas deixam de presentear em datas especiais e os consumidores buscam o melhor custo-benefício para os presentes. A data também movimenta o setor de serviços, especialmente, de alimentação, como bares e restaurantes, de presentes personalizados, de hotéis, entre outros.

O relatório Connect sobre a Intenção de Consumo das Famílias (ICF)⁴ de julho de 2024 identificou que a disposição para consumir no primeiro semestre de 2024 está em um nível 10,3% maior que no primeiro semestre de 2023. Isso se deve, principalmente, a percepção de segurança no emprego atual e satisfação com a renda, fornecendo um cenário positivo para as vendas do Dia dos Pais.

A continuidade do crescimento do mercado de trabalho no Espírito Santo tem sustentado a disposição para consumir. No entanto, para que as expectativas se concretizem o comerciante precisará de estratégias para atrair o cliente e aquecer as vendas. Os estabelecimentos devem estar prontos para atender a demanda, com variedades de produtos, promoções, opções de preços e facilidades de pagamento. Além disso, agregar valor com a disponibilidade e a facilidade de canais de vendas através dos serviços on line é uma tendência que, dia após dia, tem ficado mais forte. As vendas on line cada vez mais devem ser utilizadas como ferramenta complementar ao negócio físico.

Análise da CNC⁵ apontou crescimento de 225% do faturamento do e-commerce brasileiro entre 2019 e 2022. O levantamento mostrou que embora o comércio varejista e o setor automotivo ainda não tenham recuperado totalmente o número de postos de vendas pré-pandemia, o crescimento do e-commerce e do atacarejo tem sido marcante. Outro número significativo foi que a quantidade de empresas com receitas exclusivamente on-line avançou 79,2% entre 2019 e 2022, refletindo uma mudança significativa no comportamento do consumidor. Segundo Fábio Bentes, economista da CNC, “a digitalização e o crescimento do atacarejo são tendências que vieram para ficar”. No entanto, é preciso ficar atento aos desafios macroeconômicos que podem afetar o crescimento do setor no próximo ano, como alta dos preços dos combustíveis e alta do dólar. Mas os atuais indicadores permitem esperar por resultados positivos no fechamento de 2024.

Essa tendência on line também foi observada na Pesquisa Anual do Comércio (PAC)⁶, divulgada pelo IBGE em julho de 2024 com dados de 2022. Entre 2019 e 2022, o número de empresas comerciais que passaram a usar essas formas de comercialização no Brasil aumentou cerca de 80%. A Internet apareceu no levantamento da PAC como uma das formas de comercialização de que dispõem as empresas, incluindo vendas por sites, aplicativos, mídias sociais e aplicativos de mensagens instantâneas.





Opinião do Empresariado Capixaba: Dia dos Pais e vendas on-line

Segundo o vice-presidente da Fecomércio-ES, Cláudio Pagiola Sipolatti:

“Todas as datas festivas, comemorativas, são bem utilizadas pelo comércio. O que estamos percebendo hoje é que o Dia dos Pais está tomando uma proporção diferente. Hoje você tem o pai dono de casa, o pai que está morando sozinho, passando a evidenciar outras opções de presentes. Como, por exemplo, uma airfryer hoje é um bom presente pra um pai”. Sipolatti acrescentou que “...além da airfryer, você tem uma bicicleta para o pai jovem, o pai esportista, que também viraram bons presentes para o Dia dos Pais”. Assim, outros segmentos irão usufruir desse “novo pai”, o pai saúde, o pai tecnológico, o pai que quer um novo computador, uma TV nova. O presente do Dia dos Pais foi ampliado para além do vestuário e acessórios, como camisas, cintos e shorts, por exemplo.

Sobre o Físico-Digital, Sipolatti corroborou que “o digital hoje é um complemento da loja física. As lojas físicas, atualmente, estão muito focadas em proporcionar uma experiência diferente para o cliente. A vinda de grandes marketplaces, como a Amazon, entre outros, gerou uma disputa por participação nas vendas e isso fez com que o mercado ganhasse novos desenhos. Por outro lado, o consumidor precisa fazer uma boa pesquisa, uma boa avaliação, pois está hoje correndo muito risco de fazer uma compra com fraude. Então, ele tem que procurar por aquelas empresas que tem consistência, que tem loja física ou que estão dentro de uma plataforma segura.”

Sipolatti completou ainda que o digital tem maior penetração nos grandes centros. As cidades do interior compram pela internet sim, mas no interior tem-se ainda a necessidade de ver, conferir e testar o produto, especialmente, quando a compra é de maior valor. E também, o consumidor do interior “acredita muito na loja local que ele possa, caso tenha algum problema, conversar pessoalmente”. Além disso, dependendo do produto, os prazos, o frete e o pós-venda são dificultados para uma entrega no interior.

¹ https://portaldocomercio.org.br/publicacoes_posts/dia-dos-pais-2024/

² <https://sidra.ibge.gov.br/home/ipca/grande-vitoria>

³ <https://site.cndl.org.br/>

⁴ <https://fecomercio-es.com.br/pesquisas/intencao-de-consumo-das-familias-icf/>

⁵ <https://portaldocomercio.org.br/economia/analise-da-cnc-apon-ta-crescimento-de-225-do-faturamento-do-e-commerce-brasileiro-entre-2019-e-2022/>

⁶ <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/40758-em-2022-populacao-ocupada-no-comercio-chega-a-10-3-milhoes-e-supera-patamar-pre-pandemia>

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: Ana Carolina Júlio : Reviene C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Ismael Passos : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Samuel O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br

EXPECTATIVA DE VENDAS PARA O DIA DE GLÓRIA 2024

Elaborado por: Ana Carolina Júlio e Reveni C. Zanotelli

Expectativa de Vendas

Segundo o Sindilojas Vila Velha¹, o Dia de Glória 2024 deverá movimentar cerca de **R\$ 20 milhões em vendas** no comércio da Glória, em Vila Velha, Espírito Santo. Confirmada essa estimativa, o resultado representará um crescimento de 5 a 10% nas vendas em relação ao mesmo evento no ano de 2023.

Para atender a demanda, geralmente as lojas utilizam o quadro de funcionários existente durante a semana e reforçam a equipe no dia de maior movimentação, contratando extras para o sábado, que é o dia de grande movimento.

Produtos

Os tipos de produtos oferecidos são bem variados: além do vestuário feminino, masculino e infantil, haverá ofertas de calçados, acessórios, eletrônicos, eletrodomésticos, colchões, roupas de cama, mesa e banho, moda fitness, moda praia, brinquedos, roupas de festa, entre outros. Os produtos mais procurados pelos clientes são roupas femininas, calçados femininos e roupas infantis.

O gasto médio do consumidor para as compras no Dia de Glória 2024 deverá ser em torno de **R\$ 300**.

As ações do Dia de Glória 2024 irão de 4 a 7 de setembro. Serão quatro dias de evento e a expectativa é de que cerca de 150 mil pessoas aproveitem as promoções, circulando entre os cerca de **1.200 estabelecimentos comerciais**, sendo a grande maioria participante do evento.



TENDÊNCIAS: Black Friday Fora de Época

Uma estratégia que vem sendo utilizada entre os lojistas é a “Black Friday fora de época”, com promoção de produtos na baixa temporada. A ideia é dinamizar as vendas dos estabelecimentos varejistas, fornecendo um estímulo fora das datas comerciais tradicionais, como as datas comemorativas. O “Dia de Glória” é um exemplo dessa estratégia de Marketing/Vendas.

Trabalhar com liquidações também é uma maneira de movimentar o estoque, promovendo a rotatividade do mesmo. Para isso, o lojista deve estar disposto a dar vantagens aos clientes, se preparando para o momento com treinamento de funcionários, parcerias com os fornecedores, preços mais baixos e com intensa divulgação, entre outros.

É interessante notar que, em agosto de 2024, foi divulgado na Revista Exame² o uso dessa mesma estratégia pelo Grupo Boticário, na qual as marcas do grupo se uniram para lançar uma nova data promocional no mês de agosto. A iniciativa visa turbinar as vendas fora das datas mais saturadas do cronograma comercial.

O consumidor terá acesso às ofertas dos Dias de Beleza em todos os canais de vendas, como lojas próprias, plataformas digitais e aplicativos. A novidade busca dinamizar um mês menos explorado pelo varejo, consolidando uma nova oportunidade de crescimento e engajamento com o público, com uma expectativa de 70% de aumento nas vendas em comparação com o mesmo período do ano passado.



Opinião do Empresariado Capixaba

Segundo Glenda Úrsula Amaral, presidente do Sindicato dos Lojistas do Comércio de Vila Velha:

“O Dia de Glória está na quadragésima edição e são feitas duas edições por ano. Acontecem duas edições no ano porque foi vista uma oportunidade de fazer esse tipo de evento promocional, trazendo pessoas diferentes para a Glória, mais público. Assim acontece uma em março e a outra em setembro, podendo ser flexível, especialmente a data do primeiro semestre.

O evento visa motivar aquelas pessoas que, de repente, tem muito tempo que não vem ou que não conhecem a Glória. Pessoas que estejam aqui conhecendo, daqui ou de outros municípios, pessoas que nunca tiveram aqui no Polo Moda Glória, que eles possam vir pela primeira vez.

A ideia é oferecer para o cliente uma oportunidade de produtos com descontos especiais e com valores diferenciados. O mix oferecido é muito grande e realmente é pensado em proporcionar ao cliente algo diferente do dia-a-dia do varejo.

O evento atrai novos clientes, atrai pessoas de outros bairros, de outros municípios, de Vitória, de outros lugares. Atrai pessoas do interior, enfim, todo tipo de pessoas nessa data. Nós temos um marketing forte que é feito na televisão, no rádio, enfim, é um marketing bem amplo para poder chamar o maior número de pessoas para estarem aqui nesses quatro dias.

Sobre a questão do “FIGITAL”, que é a união das operações físicas com as digitais, ela se desdobra em ações prévias ao dia da promoção. Muita gente manda mensagem para as lojas perguntando o que vai ter de promoção e as lojas já avisam e divulgam mais ou menos o que vai oferecer. A própria Unigloria faz para os seus associados uma visita com o Influencer divulgando o que terá em cada loja. Além disso, muitas lojas trabalham com o Instagram, WhatsApp, Facebook.

O cliente vem aqui para comprar nos Dias de Glória e consegue ver antes uma prévia das promoções. Depois ele continua seguindo aquela loja nas redes sociais, então o “figital” existe, sem dúvidas. No entanto, geralmente as promoções ficam restritas às lojas físicas, os clientes têm que vir às lojas. As lojas trabalham com o digital antes e o cliente pode comprar pelo meio digital dentro daquela semana. Mas se envolve as lojas físicas tendo o intermédio do meio digital. Algumas vezes o cliente entra em contato com a loja e é feita a entrega.

Sobre a questão da tendência do consumidor, hoje a gente vê que o consumidor ele pesquisa, ele pesquisa bastante, ele vai para o Instagram, ele procura o que é que está se usando ultimamente, ele segue influencers, ele procura saber o que é que está acontecendo no mercado e já muitos deles já vêm com algo em mente para comprar. Embora nesses quatro dias, como tem muito movimento, a loja não consegue atender tanto esse meio digital. Mas sem dúvida existe o cliente que entra em contato, vai comprar e vai só pedir para entregar.

O cliente não vem só andar, já vem com alguma loja já em mente para visitar, já vem pensando em qual produto que eles vão adquirir. E isso teve sim essa mudança, o cliente está mais informado.”



Opinião do Empresariado Capixaba

De acordo com Katiany Roncete Braga Machado, lojista do ramo de calçados femininos da Glória, associada ao Uniglória:

“Para nós é o segundo Natal. A gente segura as promoções ao longo do ano para fazer as nossas promoções somente no Dia de Glória. A nossa expectativa para essa data é muito alta.

O Natal ainda dá um faturamento muito bom, mas a nível de movimento o Dia de Glória é maior porque são quatro dias muito intensos, mais que o próprio Natal. Pois o Natal pega vendas ao longo do mês e o Dia de Glória, por ser somente quatro dias, tem um boom nas vendas, o que para nós é excelente. No ranking é Natal, Dia de Glória e Black Friday.

Na nossa experiência, da nossa loja, a Black Friday perde disparado para o Dia de Glória. É realmente grandioso pra gente. Em relação as contratações temporárias, geralmente a gente contrata freelancers para esses dias. Mas, principalmente no Dia de Glória, como a nossa loja faz uma promoção muito pontual, acabo não conseguindo pegar pessoas sem muita experiência, então a gente precisa treinar. As contratações já aconteceram. Tem uma pessoa aqui para agregar e no dia, exatamente, vai vir outra pessoa que já trabalhou com a gente só pra fazer esses dias pontuais.

No Dia de Glória a gente coloca na promoção o estoque que ficou do inverno, o que tem poucos pares, poucas numerações. E é isso, a nossa promoção se baseia mais ou menos nisso: o que ficou às vezes de um restante do verão. Entre março até setembro, o que ficou de calçados que tenham poucas numerações é o que entra na promoção.

Nossa loja, pontualmente, não consegue trabalhar o Dia de Glória online. Então o Instagram, ele entra, claro, como o nosso principal divulgador. Sem ele, talvez, não atrairia tantas pessoas. Então o Instagram, pra gente, é 90% divulgação da promoção. Depois o “boca a boca”, depois entra todo o marketing, mas no digital a gente não faz venda. Para nós é uma promoção que acontece só presencial.

Em relação ao ano passado, a expectativa é de que as vendas sejam mais ou menos uns 20% maiores que o ano passado. Nossa promoção começa, exclusivamente, na quarta-feira e termina no sábado (dias 4,5,6 e 7). Então acho que é por isso que dá esse movimento todo aí nesses quatro dias.

Para nós, o maior movimento é no primeiro dia, que é onde tudo que está na promoção está na frente de loja. Então está ali tudo que as clientes desejam, o que elas viram no Instagram. Então eles mandam mãe, manda pai, manda avô, manda marido, manda filho, manda qualquer um para vir comprar. E aí depois vem diminuindo um pouquinho.

No sábado, a gente também espera que o movimento dê uma aumentada esse ano, mas geralmente o primeiro dia é onde tudo acontece. Geralmente as vendas são feitas para o consumidor final mesmo. O fluxo é bem intenso e vem gente de toda a Grande Vitória, vem gente de Cariacica, Serra, Vitória, Vila Velha, Guarapari.”



Notas

¹ Sindicato dos Lojistas do Comércio de Vila Velha.

² <https://www.instagram.com/p/C-3QhSshdo9/?igsh=MXh3NDJvOXJiemVnaA%3D%3D>

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Samuel O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br

Vendas no Dia das Crianças podem alcançar o maior patamar desde 2008, varejo capixaba deve movimentar R\$ 181,67 milhões

Elaborado por: Ana Carolina Júlio e Gercione Dionizio

Expectativa de Vendas

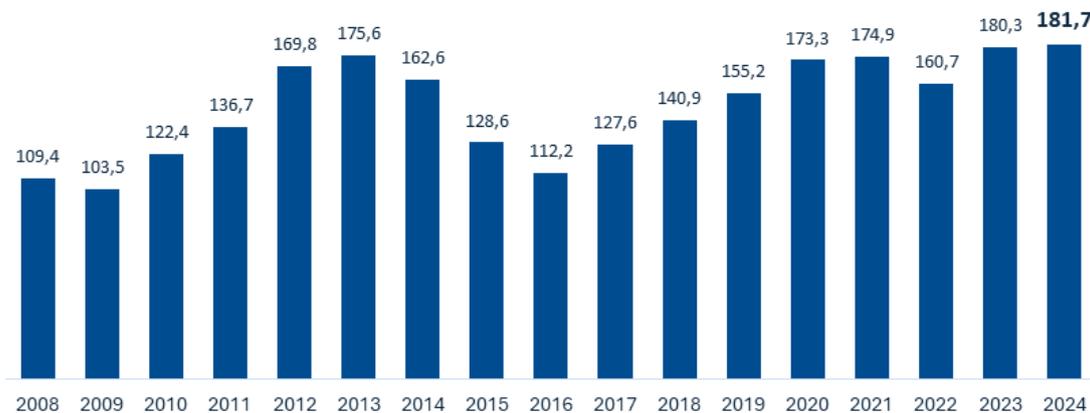
No Espírito Santo, o Dia das Crianças em 2024 deverá movimentar aproximadamente **R\$181,67 milhões em vendas no comércio varejista capixaba**, o que representa um **crescimento de mais de R\$ 1,4 milhões em comparação a 2023**, com **ticket médio projetado de R\$320,00**. A expectativa de crescimento das vendas está alinhada com o cenário positivo observado nos últimos meses.

Conforme os relatórios anteriores do Connect/Fecomércio-ES, observou-se mercado de trabalho aquecido (Relatório CAGED), redução do endividamento das famílias capixabas (Relatórios PEIC) pelo terceiro mês seguido e aumento da intenção de consumo das famílias (Relatórios ICF). Esses resultados devem impulsionar as vendas.

No Brasil, a expectativa é também de aumento nas vendas. Segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) o **crescimento das vendas no Brasil será de 2,63% em relação a 2023**. Esse crescimento implicará em um **volume de vendas de R\$ 9,35 bilhões no comércio**. Os principais estados responsáveis pela movimentação do comércio brasileiro serão São Paulo (R\$ 2,678 bilhões), Minas Gerais (R\$ 916 milhões) e Rio de Janeiro (R\$ 752 milhões).



Volume de Vendas para o Dia das Crianças, ES (R\$ milhões)



No Espírito Santo, o crescimento projetado das vendas será o **segundo consecutivo**. Além disso, esse cenário irá reforçar uma tendência de crescimento do faturamento do comércio varejista capixaba, que se mantém desde 2016, com um único recuo em 2022. Confirmada a projeção, o volume de **R\$181,67 milhões** em vendas será o maior patamar desde 2008.

Considerada uma das datas mais relevantes para o calendário comercial, o aumento das vendas do Dia das Crianças reforça as **expectativas positivas para o quarto e último trimestre do ano**.

No Espírito Santo, o crescimento projetado das vendas será o segundo consecutivo.

Vestuário e Calçados, e Utilidade Doméstica e Eletroeletrônicos deverão ser os segmentos do varejo com maior movimentação.

Os principais segmentos do Varejo, em termos de volume de vendas, serão Vestuário e Calçados (31,8%), e Utilidade Doméstica e Eletroeletrônicos (28,9%). Juntos, os segmentos irão movimentar cerca de R\$ 110,37 milhões, o que representa mais de 60% das vendas projetadas para o período.

Volume de Vendas projetada para o Dia das Crianças, ES, 2024

Segmento do Varejo	Vendas em milhões	Percentual (%)
Vestuário e Calçados	R\$ 57,83	31,8%
Utilidade Domésticas e Eletroeletrônicos	R\$ 52,54	28,9%
Farmácias e Perfumarias	R\$ 34,25	18,9%
Móveis e Eletrodomésticos	R\$ 22,12	12,2%
Hipermercado e Supermercados	R\$ 12,00	6,6%
Demais Segmentos	R\$ 2,94	1,6%
Total	R\$ 181,68	100%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Considerando os dois principais segmentos, espera-se que produtos como blusas, shorts, calças e tênis infantis, assim como computadores e smartphones sejam os principais presentes neste ano. Além disso, há expectativa de que o segmento de Brinquedos e Jogos (presente em Demais Segmentos) também seja buscado pelas famílias.

Segundo análise do **Google Trends**, a expectativa é que também haja uma demanda por produtos mais simples como cordas, carro gira-gira, patinetes, brinquedos transformes, dentre outros. A busca por esses itens reforça uma característica do Dia das Crianças que é a tendência de se buscar brinquedos para atividades recreativas realizadas ao ar livre.

Além do varejo, o setor de serviços também espera maior movimentação no Dia das Crianças.

Segundo a agenda municipal de Vitória, neste período serão realizadas apresentações teatrais (Escola Técnica Municipal de Teatro, Dança e Música - Fafi) e atividades em praças e parques (Praça da Ciência), o que contribui para que as famílias busquem serviços fora do lar, como serviços alimentares.

De acordo com essa expectativa foi possível selecionar 7 itens principais para compor a cesta de produtos mais buscados nesta data comemorativa: Roupas Infantis; Calçados e Acessórios; Brinquedos; Cinema, teatro e concertos; Lanches (fora do domicílio); refrigerantes e água mineral (fora do domicílio); e Aparelho telefônicos.

Cesta do Dia das Crianças, Variação Acumulada em 12 meses

	Grande Vitória (ES)		Brasil	
	2024	2023	2024	2023
Índice geral	4,16%	5,03%	4,24%	4,61%
Índice Cesta Dia das Crianças¹	4,15%	3,95%	1,31%	5,04%
Roupa infantil	1,42%	6,44%	0,97%	6,36%
Calçados e acessórios	3,94%	7,28%	3,26%	9,33%
Brinquedo	5,22%	-4,23%	-1,73%	4,39%
Lanche (“na rua”)	5,48%	12,59%	5,00%	8,68%
Refrigerante e água mineral (“na rua”)	6,08%	7,50%	4,90%	4,75%
Cinema, teatro e concertos	7,47%	2,85%	3,50%	6,15%
Aparelho telefônico	-0,57%	-4,78%	-6,74%	-4,37%

Nota: Dados referentes a agosto de 2023 e 2024. (1) A Cesta do Dia das Crianças foi construída com base em produtos selecionados.
 Fonte: SIDRA/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Em 2024, a expectativa é que o custo das atividades e dos presentes para o Dia das Crianças seja maior que o observado em 2023. A inflação acumulada em 12 meses da Cesta do Dia das Crianças foi 0,2 pontos percentuais (pp) superior a 2023. O principal produto que irá elevar os custos para os Dia das Crianças será “Cinema, teatro e concertos”. A inflação acumulada nos últimos 12 meses desse produto/serviço, em agosto de 2024, foi de 7,47%; 4,62pp superior ao acumulado no mesmo período em 2023 (2,85%).

Por outro lado, as famílias que buscam apresentar as crianças com Roupas, Calçados e Acessórios deverão encontrar produtos mais acessíveis em comparação a 2023. Em 2024, a inflação acumulada das roupas foi de 1,42%; 5,02pp menor que a inflação em 2023. Já a inflação de Calçados e Acessórios em 2024 foi de 3,94%; 3,34pp inferior a 2023 (7,28%).

A perspectiva para as famílias que buscam levar as crianças para atividades ao ar livre também é positiva. Espera-se que o custo da alimentação fora do lar seja mais acessível do que o observado em 2023.

Em 2024, a inflação acumulada o “lanche na rua” foi de 5,48%; 7,11pp menor que em 2023 (12,59%).

O custo da realização de atividades ao ar livre deverá ser mais acessível em 2024



Opinião do Empresariado Capixaba

José Carlos Bergamin, 3º Vice-Presidente da Fecomércio/ES, fala sobre as expectativas de vendas no estado para essa data comemorativa indicando um desempenho de 5 pp acima da média nacional, o que está alinhado com o aumento projetado para o setor de vestuário capixaba no mês de outubro, que de acordo com a CNC será 4,42 pp superior à média brasileira.

“Aqui no Espírito Santo, normalmente, nós ficamos na média nacional. No entanto, no desempenho do comércio a gente tem ficado um pouco acima dessa média. **A gente trabalha com uma expectativa que quase sempre é próximo de 5% de aumento.** E olhando o desempenho desses últimos meses a gente não vê reversão nessa expectativa, ao contrário, a gente já vê muitos movimentos do comércio mais organizado com estoque, promoções e falando na Black Friday, que já está na porta.”

E quanto ao motivo do aumento das vendas para essa data comemorativa, ele explica:

“Nós temos a parte real da economia, do poder de compra, da possibilidade real das famílias, mas a gente também tem um conteúdo muito emocional que impacta nos resultados dessas vendas mais de impulso, motivado por eventos como é o dia das crianças. As crianças que vem sendo muito valorizadas ultimamente, se presenteia muito mais, tem toda essa parte dos avós também. Os avós promovem muito consumo para os seus netos.



Lembrando que mais de 90% da população tem uma renda abaixo de cinco salários. Então, todo o comércio é organizado, toda a cadeia do consumo é organizada para alcançar esses consumidores que são muito importantes na sustentabilidade dos negócios, sustentabilidade do estado, sustentabilidade do emprego e da vida.

Então, a gente está na época da tecnologia, dos joguinhos, mas o evento, o Dia das Crianças, ainda é celebrado com muitos presentes de usabilidade, como por exemplo: calçados, roupas, acessórios, complementos de moda, desses mimos.

Não é euforia, não é festa, não esperamos nada de explosivo, mas como a gente vem numa marcha há três anos, com esses números consolidando, então está todo mundo organizado pra funcionar bem e vai funcionar bem.”

Referências

<https://portaldocomercio.org.br/economia/dia-das-criancas-deve-movimentar-r-935-bi-em-2024/>

<https://www.vitoria.es.gov.br/noticia/fafi-apresenta-espetaculo-de-circo-sonhos-em-comemoracao-ao-dia-das-criancas-51634>

<https://www.vitoria.es.gov.br/noticia/praca-da-ciencia-celebra-25-anos-com-programacao-especial-para-a-criancada-51633>

<https://trends.google.com.br/trends/>

<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/snipc>

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Claudia Cavalcanti : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br

NOVEMBRO, MÊS DA BLACK FRIDAY, DEVE MOVIMENTATAR 7,69 BILHÕES NA ECONOMIA CAPIXABA

Elaborado por: Ana Carolina Júlio , André Spalenza, Gercione Dionizio e Eduarda Gripp

Expectativa de Vendas

A Black Friday, conhecida mundialmente por seus grandes descontos e movimentação no varejo, tornou-se um dos eventos de compra mais aguardados no Brasil e no Espírito Santo.

Há uma grande expectativa para a Black Friday deste ano, especialmente considerando o desempenho marcante do Espírito Santo em novembro do ano passado, que surpreendeu ao superar até mesmo o tradicionalmente forte mês de dezembro em vendas.

Esse cenário ressalta a força crescente da Black Friday como um dos principais impulsionadores do comércio capixaba, transformando novembro em um mês estratégico para empresas de diversos segmentos. Com base nesse histórico, espera-se que a data continue a atrair consumidores com promoções atrativas, consolidando-se como um dos momentos mais aguardados do ano para o varejo.

No Espírito Santo, estima-se que em novembro, mês do evento, serão movimentados aproximadamente R\$ 7,69 bilhões em vendas no comércio varejista capixaba. A expectativa de crescimento das vendas está alinhada com o cenário positivo observado nos últimos meses.



Brasil

De acordo com o levantamento da Confederação Nacional do Comércio de bens, serviços e turismo (CNC)¹, para a Black Friday 2024 a estimativa é que o comércio brasileiro movimentará R\$ 5,22 bilhões de reais. Isso representará uma alta de 0,4% no faturamento em relação ao ano passado.

As categorias de produtos mais impactadas são as de móveis e eletrodomésticos (1,23 bilhões); Utilidades domésticas e eletroeletrônicos (1,18 bilhões); Vestuário, calçados e acessórios (1,00 bilhão); Hiper e supermercados (960 milhões); Outros Segmentos (860 milhões). Marcada para acontecer no dia 29 novembro de 2024, a Black

Friday é considerada uma data importante para as vendas do comércio. O forte apelo promocional favorece o desempenho econômico do comércio nesse período, junto ao cenário de desaceleração da inflação e da constante geração de vagas no mercado de trabalho formal.

Adicionalmente, o início da flexibilização das taxas de juros tende a contribuir para as vendas de bens duráveis, mais dependentes do crédito. A digitalização do consumo também contribui fortemente para alavancar as vendas.

Espírito Santo

A Black Friday, que há alguns anos deixou de ser apenas um evento pontual para se estender por todo o mês de novembro, tem se consolidado como uma das principais datas para o comércio no Espírito Santo.

No cenário nacional, o efeito da Black Friday sobre as vendas de novembro tem conferido ao ES uma posição de destaque. No ano passado, enquanto o Brasil apresentou um aumento de 0,1% nas vendas de bens essenciais, o Espírito Santo alcançou um impressionante crescimento de 13,3% no mesmo segmento. Esses números evidenciam a força do mercado estadual, impulsionado por estratégias eficazes e pelo aquecimento da demanda local, posicionando o Espírito Santo como um protagonista no comércio brasileiro.

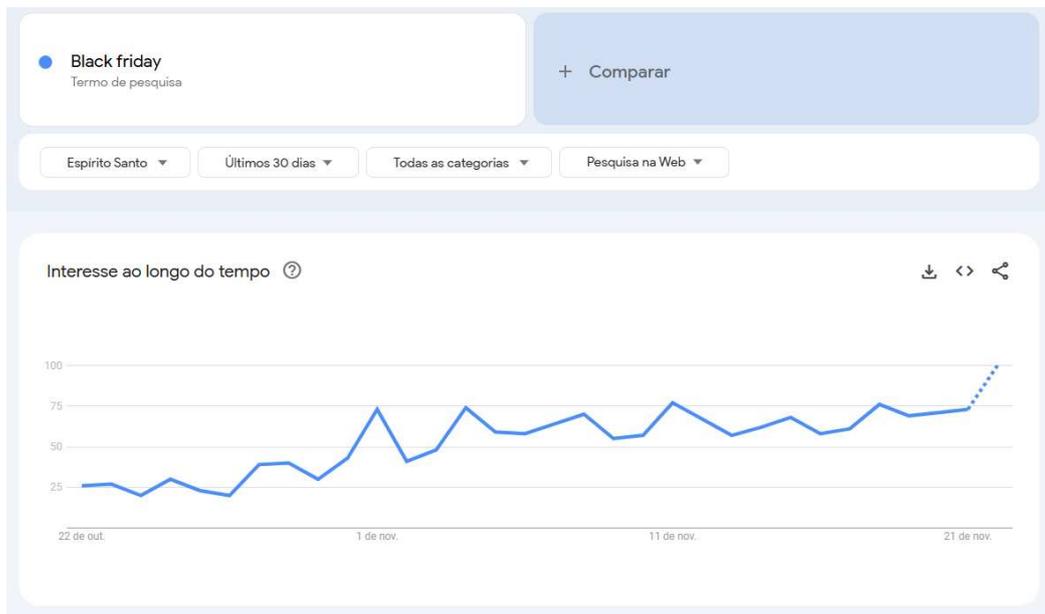
Nesse contexto, a equipe Connect elaborou as previsões de vendas para novembro². As expectativas são otimistas: estima-se uma arrecadação de R\$ 7,69 bilhões durante o mês, refletindo o impacto positivo da Black Friday. Esse número reforça o potencial da data para alavancar as vendas em diversos setores, especialmente com estratégias que combinam descontos atrativos, promoções segmentadas e a expansão das vendas digitais.

Além disso, é importante destacar que os consumidores estão cada vez mais atentos às condições de compra, valorizando não apenas o preço, mas também a experiência e a confiabilidade das marcas. Assim, empresas que apostarem em logística eficiente, atendimento de qualidade e campanhas de marketing bem direcionadas podem se beneficiar ainda mais desse cenário promissor.

No Espírito Santo, o interesse pelo evento da Black Friday tem sido evidente, conforme revelado pelos dados dos últimos 15 dias gerados pelo Google Trends.

A pesquisa do Google Trends é uma ferramenta que fornece insights sobre as tendências de busca na internet ao longo do tempo e reflete uma crescente curiosidade e engajamento em relação a ofertas, descontos e promoções associados a esta época tão aguardada. A seguir, visualiza-se o gráfico de interesse nas pesquisas em relação ao termo Black Friday.

Interesse de pesquisa ao longo do tempo (assunto: Black Friday)



Fonte: Google Trends, acesso em 22.11.2024.

Black Friday não ocorre somente no último final de semana de novembro, mas durante todo o mês

Os consumidores demonstraram um interesse significativo em diversas categorias, conforme refletido nas tendências de pesquisa. Os segmentos que despertaram maior atenção foram eletrodomésticos, eletroeletrônicos, vestuário e joias. Entre os produtos, o ar-condicionado e o vídeo game foram destacados como itens mais pesquisados, indicando uma busca intensa por ofertas e promoções. Outro destaque se deu para “tênis”, no segmento de vestuário.

Ao analisar as tendências de pesquisa no Google Trends durante o período da Black Friday, destaca-se também o aumento significativo na busca por empresas específicas e por marketplaces. Essa movimentação evidencia o interesse dos consumidores em marcas já consolidadas e na conveniência oferecida pelas grandes plataformas de e-co-

mmerce, que reúnem uma ampla variedade de produtos e promoções em um único espaço. Essa dinâmica reflete o papel estratégico das campanhas digitais e da presença online para atrair e engajar o público ao longo de todo o mês de novembro.

A data tem tudo para alavancar as vendas do último trimestre do ano. Muitos consumidores esperam esse tipo de oportunidade para negociar maiores descontos e condições de pagamento. Outro fator importante é que a Black Friday não ocorre somente no último final de semana de novembro, mas durante todo o mês de novembro. Tal qual indica a presidente do Uniglória, Glenda Úrsula Amaral, como é visto a seguir.



Opinião do Empresariado Capixaba

Glenda Ursula Amaral, presidente do Sindicato dos Lojistas do Comércio de Vila Velha

“Nós estamos entrando na melhor data do ano, que é novembro e dezembro. A Black Friday, que é a data do varejo agora em novembro, não tem sido somente a última sexta-feira do mês, como é nos Estados Unidos, mas muitos lojistas, inclusive nós, estamos antecipando a Black para ficar um mês inteiro de promoções.

Vários lojistas de móveis, de colchões, já estão com essa pegada. Lojistas de vestuário também. Então se entende que novembro é um mês para impulsionar as vendas.

A Black foi abraçada pelos brasileiros, foi abraçada pelo varejo. Ela deixou de ser uma data de fora e agora é realmente uma data que está acontecendo aqui no Brasil.

“A Black foi abraçada pelos brasileiros, foi abraçada pelo varejo. Ela deixou de ser uma data de fora e agora é realmente uma data que está acontecendo aqui no Brasil”

Os clientes que têm interesse de comprar qualquer tipo de produto ficam de olho na data porque tem boas oportunidades. Se tornou uma data muito interessante e os descontos em sua grande maioria são descontos reais. Então o varejo como um todo se prepara para isso. As pessoas falam que vão esperar para comprar na Black e não compram antes. E dessa forma, está se tornando uma grande data. Então, a gente tem uma expectativa de aumento de

10% a 15% nas vendas para esse ano. Falando no meu tipo de negócio, móveis e colchões, novembro se tornou a melhor data do ano, superando dezembro.

Falando de agosto, setembro até mesmo outubro, foram meses bem instáveis e que não foram meses muito bons. Então os lojistas estão apostando em novembro com a Black e também no Natal.”



Cenário Econômico Atual

Taxa de Juros: O Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), principal indicador da inflação no Brasil, apresentou variações mensais de 0,38% em julho, -0,02% em agosto, 0,44% em setembro e 0,56 em outubro de 2024. Esses dados indicam uma tendência de estabilização nos últimos meses, o que é positivo para o consumo, pois garante maior poder de compra e confiança do consumidor. No entanto, a inflação acumulada ao longo dos últimos anos, bem como a alta da SELIC, ainda reflete em produtos importados e em bens de maior valor agregado.

Com a Selic se mantendo em patamares elevados, o crédito para consumo segue com custos altos, o que pode desincentivar compras a prazo, especialmente para itens de maior valor, como eletrônicos e eletrodomésticos. Isso pode estimular um comportamento de compra mais focado em promoções vantajosas e condições de pagamento sem juros, como costuma ocorrer em períodos como a Black Friday.

Desemprego e Renda: O mercado de trabalho no Espírito Santo está aquecido, com a criação de 5.635 novos empregos formais em setembro de 2024, representando um aumento de 32,4% em relação a setembro de 2023. No acumulado de 2024, foram criados 37.403 empregos formais, um crescimento de 3,4% comparado ao ano anterior.

Além disso, a taxa de desemprego no Espírito Santo atingiu 4,5% no segundo trimestre de 2024, a menor desde o início da série histórica em 2012. Esse índice representa uma queda de 1,4 ponto percentual em relação ao primeiro trimestre de 2024 e de 1,9 ponto percentual em comparação ao mesmo período de 2023. Além disso, o estado registrou a sétima menor taxa de desocupação entre as unidades federativas brasileiras. A taxa de desemprego vem caindo, e os indicadores de renda mostram recuperação, favorecendo o aumento do consumo. Isso sugere um cenário positivo para a Black Friday, com os consumidores mais propensos a gastar.

Confiança dos empresários: Com a proximidade da Black Friday, a confiança dos empresários do comércio no Espírito Santo está em alta, atingindo 115,2 pontos em outubro de 2024, o maior índice da região Sudeste. Esse otimismo é impulsionado por expectativas positivas de vendas e um cenário econômico que favorece o consumo. Empresários capixabas já antecipam promoções para todo o mês de novembro, com uma projeção de aumento de 10% a 15% nas vendas, destacando a Black Friday como um dos períodos mais lucrativos do ano. A expectativa de um bom desempenho na Black Friday reflete a confiança dos consumidores e a estratégia do comércio local em aproveitar ao máximo essa data.

Dicas para o consumidor aproveitar a Black Friday

Faça uma Lista do Que Precisa

Uma lista ajuda a evitar compras por impulso e mantém o foco no que realmente importa. Muitas promoções atraem a atenção com grandes descontos, mas, no fim, você pode acabar comprando algo desnecessário. Para melhor aproveitar as promoções divida a lista em categorias: eletrônicos, roupas, itens para casa, etc.



Inclua detalhes como modelo, tamanho ou características específicas para facilitar a pesquisa. Defina também um orçamento máximo para cada item da lista.

Evite fraudes

Durante a Black Friday, é comum surgirem sites falsos ou ofertas enganosas. Por isso, é importante verificar a confiabilidade da loja. Para evitar fraudes, procure avaliações da loja no Reclame Aqui e em fóruns como o Consumidor.gov.br. Prefira comprar em sites reconhecidos. Desconfie também de preços muito baixos em lojas desconhecidas. Sites confiáveis têm o cadeado de segurança na barra de endereço (<https://>) e utilizam plataformas de pagamento seguras. Nunca compartilhe dados do cartão de crédito fora do site da loja. Para maior segurança prefira pagar com cartões virtuais ou por plataformas como PayPal, que oferecem maior proteção contra fraudes. Não clique em links recebidos por e-mail ou redes sociais que direcionem para páginas de pagamento.

Leia as Políticas de Troca e Devolução

Nem todas as lojas oferecem as mesmas condições de troca ou devolução, especialmente em promoções. Compras feitas online têm direito de arrependimento em até 7 dias úteis, mas algumas lojas podem dificultar esse processo. Dessa forma, certifique-se de que a loja oferece trocas, especialmente para produtos como roupas ou calçados. Verifique também quem arca com os custos de devolução (frete grátis nem sempre é válido para devoluções).

Aproveite Benefícios Adicionais

A fim de aumentar as economias, muitos cartões de crédito oferecem cashback, descontos ou acumulação de pontos durante promoções. Para outras vantagens, procure também por lojas que oferecem frete grátis, especialmente para compras acima de determinado valor. Procure conferir também se o programa de fidelidade das lojas tem benefícios exclusivos para a Black Friday.



Notas

¹BLACK FRIDAY DEVE FATURAR R\$ 5,22 BILHÕES EM 2024. CNChttps://portal-bucket.azureedge.net/wp-content/2024/11/Analise_Black_Friday_2024.pdf

² Os valores apresentados foram calculados com base na Pesquisa Anual de Comércio (PAC) e nas variações interanuais (em relação ao mesmo mês do ano anterior) da receita nominal de comércio observadas na Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), do IBGE. Os valores foram ajustados considerando os valores dos índices com base no Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) de cada mês específico. Esse método permite uma análise da receita bruta gerada pelo setor de comércio, proporcionando uma visão das tendências de crescimento nominal do setor no Espírito Santo.

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | **Diretor Sesc-ES:** Luiz Henrique Toniato | **Diretor Senac-ES:** Richardson Schmittel | **Superintendente Fecomércio-ES:** Wagner Corrêa | **Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES:** Cezar Wagner Pinto | **Equipe Connect Fecomércio-ES:** Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br

DEZEMBRO, MÊS DO NATAL E DAS FESTAS DE FIM DE ANO, DEVE MOVIMENTAR 7,9 BILHÕES NO VAREJO CAPIXABA

Elaborado por: Ana Carolina Júlio , André Spalenza e Eduarda Gripp

Expectativa de Vendas

○ Natal e as festas de fim de ano são, historicamente, períodos importantes para o comércio, representando um momento de alta nas vendas e de renovação nas estratégias do varejo. Essa época do ano vai além do consumo: ela mobiliza sentimentos de união, celebração e tradição, que se traduzem em uma busca por presentes, alimentos e experiências que reflitam o espírito natalino.

Para o varejo, o Natal é não apenas uma oportunidade de aquecer as vendas, mas também de se conectar emocionalmente com os consumidores, oferecendo produtos e serviços que atendam às expectativas e às necessidades de celebração. Esse período é responsável por movimentar a economia e ditar tendências que influenciam o comportamento de consumo, exigindo do setor estratégias alinhadas ao perfil do consumidor, que, ano após ano, se torna mais criterioso e consciente em suas escolhas.

No Espírito Santo, o cenário atual é particularmente promissor. Em setembro, o varejo capixaba alcançou o maior patamar dos últimos 20 anos, registrando um crescimento de 3,4%, o maior índice do país. Além disso, a inadimplência das famílias capixabas apresentou queda nos últimos quatro meses, permitindo que mais de 87 mil famílias saíssem do vermelho entre 2023 e 2024.



Esse otimismo é impulsionado por expectativas positivas de vendas e um cenário econômico que favorece o consumo. Empresários capixabas já antecipam promoções para todo o mês de dezembro. A expectativa de um bom desempenho em dezembro reflete a confiança dos consumidores e a estratégia do comércio local em aproveitar ao máximo essa data. Segundo previsões da equipe Connect, o comércio varejista capixaba deverá movimentar cerca de R\$7,9 bilhões em dezembro¹,

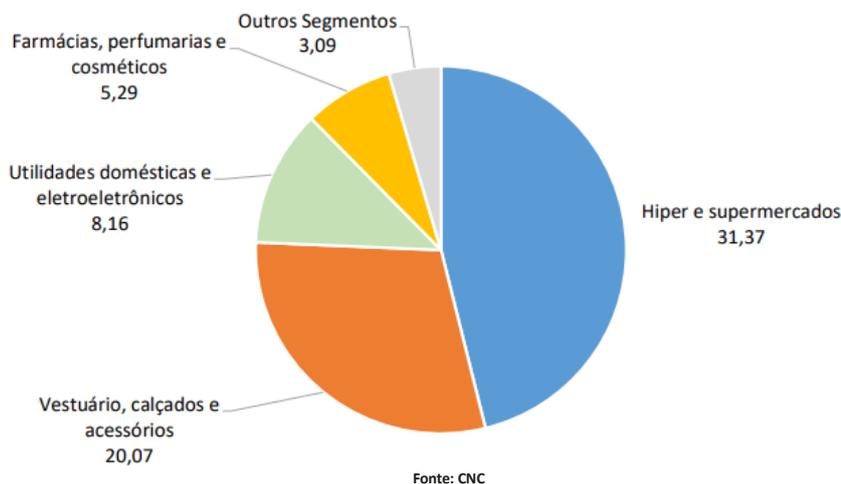
contribuindo para um total estimado de R\$ 81,3 bilhões em todo o ano de 2024. A expectativa de crescimento nas vendas reflete o cenário econômico positivo e destaca o potencial do varejo local para aproveitar o aumento da confiança e do poder de compra dos consumidores, consolidando o Natal como uma das principais datas para o comércio capixaba.

Brasil

De acordo com o levantamento da Confederação Nacional do Comércio de bens, serviços e turismo (CNC)¹, para o Natal a estimativa é que o comércio brasileiro movimente R\$ 69,75 bilhões de reais. Isso representará uma alta de 1,3% no faturamento em relação ao ano passado. Embora a expectativa seja de um volume superior ao do ano passado, ainda não se projeta que o setor alcance os níveis registrados antes da pandemia – no Natal de 2019, o montante foi de R\$ 73,74 bilhões.

No que diz respeito às contratações temporárias, estima-se que 98,1 mil trabalhadores sejam contratados neste período. As categorias de produtos mais impactadas são: Hiper e supermercados (31,37 bi); Vestuário, calçados e acessórios (20,07 bi); Utilidades domésticas e eletroeletrônicos (8,16 bi); Farmácias, perfumarias e cosméticos (5,29 bi); Outros Segmentos (3,09 bi).

Expectativa de vendas do varejo no Natal, Brasil - 2024



Quanto aos preços, os produtos, segundo a CNC, devem apresentar aumento médio de 5,8%, destacando-se livros (+12,0%), produtos para a pele (+9,5%) e alimentos consumidos no domicílio (+8,3%). Em contrapartida, itens como bicicletas (-6,2%) e brinquedos (-3,5%) devem ficar mais baratos.

Apesar do mercado de trabalho dinâmico e do aumento real da massa de rendimentos (+7% em relação a 2023), o crédito se tornou menos acessível, com altas nas taxas de juros para pessoas físicas, dificultando o financiamento de compras e influenciando o comportamento do consumidor.

O Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), principal indicador da inflação no Brasil, apresentou aumento acumulado de 3,88% em 2024 até o mês outubro. Na Grande Vitória, o aumento é de 3,56%, menor do que a média nacional, o que é positivo para o consumo, pois garante maior poder de compra e confiança para o consumidor no Espírito Santo.

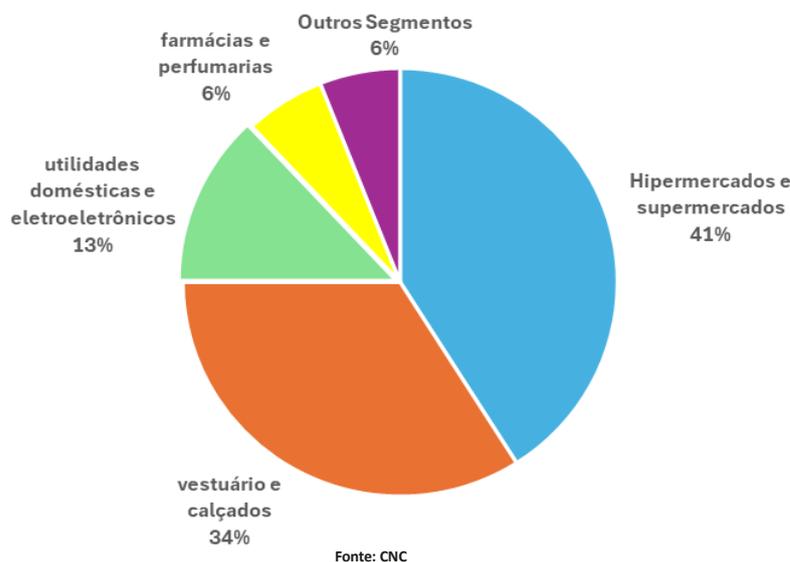
O cenário nacional reflete um equilíbrio entre desafios, como as condições de crédito e aumento de preços, e oportunidades significativas para o varejo, especialmente nos segmentos e regiões que historicamente lideram as vendas natalinas.

Espírito Santo

O Natal, dado a sua importância, movimentou todo o mês de dezembro. Nesse contexto, a equipe Connect elaborou as previsões de vendas para dezembro². As expectativas são otimistas: estima-se uma receita bruta de vendas de R\$ 7,9 bilhões durante o mês, um aumento nominal de cerca de R\$ 401 milhões em relação a dezembro de 2023,

refletindo o impacto positivo do Natal e das festas de fim de ano. Esse número reforça o potencial da data para alavancar as vendas em diversos setores, especialmente com estratégias que combinam descontos atrativos, promoções e a expansão das vendas digitais.

Distribuição de vendas do varejo no Natal, Espírito Santo - 2024



Segundo estimativas da CNC, Hipermercados e supermercados lideram com aproximadamente 41% do total, refletindo sua relevância na comercialização de alimentos e itens básicos, especialmente no período natalino. Em seguida, o segmento de vestuário e calçados corresponde a cerca de 34%, impulsionado pelo aumento significativo nas compras de presentes e roupas para as

festividades. Outros segmentos, como utilidades domésticas e eletroeletrônicos, representam cerca de 13%, enquanto farmácias e perfumarias compõem aproximadamente 6%. Já os demais segmentos, incluindo móveis e outros itens, contribuem com percentuais menores. Esses dados refletem a concentração de vendas em categorias diretamente ligadas ao consumo sazonal e à preparação para o Natal.

Contratação de Temporários



Fonte: CNC

O gráfico de Contratação de Temporários reflete diretamente o contexto econômico e as expectativas de vendas para o Natal, destacando a importância desse período para o mercado de trabalho. Em 2024, a previsão é de 289 contratações temporárias no Espírito Santo, o maior número registrado nos últimos 12 anos, impulsionado pelo aumento na expectativa de movimentação no varejo durante o Natal. Esse dado reforça o otimismo do setor, que projeta um crescimento significativo nas vendas, especialmente em categorias como hipermercados, vestuário e utilidades domésticas.

Foi observada uma recuperação desde o período mais crítico em 2020, quando apenas 120 contratações foram realizadas, devido a pandemia de Covid-19. Desde então, os números cresceram, acompanhando o fortalecimento do consumo e a recuperação da confiança dos consumidores. Em 2023, foram registradas 276 contratações, e o aumento projetado para 2024 demonstra a consolidação de um cenário mais favorável para o

comércio. Esse crescimento está alinhado com um mercado de trabalho aquecido, evidenciado pela taxa de desemprego de 4,1%, a menor da série histórica iniciada em 2012. Com mais pessoas ocupadas e com renda, a demanda potencial para as compras de fim de ano se amplia, consolidando um ambiente mais favorável para o setor varejista. As contratações temporárias são estratégicas para atender à alta demanda sazonal, especialmente no Natal, que é historicamente um dos principais períodos de vendas do ano.

Essa retomada demonstra não apenas a recuperação do varejo, mas também o impacto positivo do aumento na Intenção de Consumo das Famílias, maior capacidade de pagamento e queda na inadimplência. Esse cenário de recuperação no varejo e aumento da confiança dos consumidores é refletido também nas tendências de comportamento captadas pelas buscas na internet durante o período natalino.

Interesse de Pesquisa ao Longo do Tempo (Assunto: Natal)

Com a chegada do Natal, as buscas na internet revelam tendências para compreender o comportamento dos consumidores. Segundo dados analisados pelo Think with Google³, em 2023, o interesse por alimentos e bebidas típicos das festividades cresceu significativamente nas semanas que antecedem o Natal, destacando categorias como carnes para churrasco, bebidas alcoólicas e ingredientes para receitas tradicionais.

Durante a última semana do ano passado, as buscas por "churrasco" aumentaram em 631%, sinalizando uma forte conexão cultural com reuniões familiares e festividades. Na penúltima semana, esse crescimento foi de 366%, e na antepenúltima semana, 187%. Esses dados indicam que os consumidores iniciam os preparativos para as celebrações com antecedência, especialmente quando se trata de compras de itens alimentares.

Além disso, categorias como sobremesas, panetones e bebidas — tanto alcoólicas quanto não alcoólicas — usualmente também apresentam alta procura, refletindo a importância de uma ceia bem planejada. Para comerciantes e varejistas, isso representa uma oportunidade de alinhar suas ofertas às expectativas dos consumidores, focando em promoções, kits personalizados e variedade de produtos natalinos.

Em dezembro de 2024, essas tendências também começam a ser observadas. Na primeira semana de dezembro, o comportamento dos consumidores em relação às compras de Natal já começa a se destacar, conforme mostram os dados do Google Trends. Um dos assuntos mais buscados no Espírito Santo foi "Peru de Natal - preço", que registrou um aumento de 4.200%. Isso reflete a preocupação crescente dos consumidores com os custos dos itens tradicionais da ceia natalina. Outro destaque foi o aumento de 3.950% nas buscas por "lista de ceia de Natal simples", indicando um interesse por soluções mais práticas e econômicas para as celebrações.



Além dos itens essenciais para a ceia, algumas marcas também ganharam relevância nas buscas. A Coca-Cola, por exemplo, apresentou um aumento de 100%, consolidando seu papel como o

símbolo de momentos em família durante o Natal. Já a Bauducco cresceu 60%, reforçando a tradição dos panetones e chocotones como itens indispensáveis para a época. Esses dados podem indicar que o consumidor planeja o Natal de forma estratégica, buscando equilíbrio entre tradição, simplicidade e economia. Para atender a essa demanda, o varejo pode apostar em promoções que combinem itens clássicos da ceia, como peru, bebidas e sobremesas, além de campanhas que enfatizem praticidade, como listas e receitas para ceias.

A partir dessas informações, é possível perceber que o Natal de 2024 será marcado por um consumidor mais criterioso, que valoriza tanto o custo-benefício quanto a manutenção das tradições familiares. Essa tendência oferece ao varejo a oportunidade de se alinhar às necessidades dos consumidores e maximizar os resultados durante esse período tão especial.

Tendência:

O Consumidor Ultrarracional no Natal e Fim de Ano: Como Atender às Novas Demandas de Consumo

O Natal e o fim de ano são períodos marcados por um grande aumento no consumo, mas o perfil do consumidor mudou.

Destacam-se nas buscas categorias como: sobremesas, panetones e bebidas — tanto alcoólicas quanto não alcoólicas

De acordo com análises do Think with Google, surge o consumidor ultrarracional, que, mesmo em meio ao clima festivo, adota um comportamento altamente criterioso e fundamentado. Esse consumidor prioriza o equilíbrio entre qualidade, custo e relevância, enquanto busca experiências e práticas de compra eficientes.

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR ULTRARRACIONAL NO FIM DE ANO:

Planejamento Minucioso das Compras

Durante o Natal, o consumidor ultrarracional não age por impulso. Ele planeja suas compras com antecedência, pesquisando sobre produtos, comparando preços e analisando resenhas. Isso é visto principalmente em categorias como eletrônicos, brinquedos, roupas e alimentos natalinos, que costumam dominar a lista de compras.

Busca por Promoções Reais

Apesar do aumento na busca por promoções durante o fim de ano, este consumidor está mais atento do que nunca. Ele utiliza ferramentas como comparadores de preços e plataformas de avaliação para garantir que os descontos oferecidos são legítimos, evitando cair em falsas promoções que costumam surgir no período.

Valorização de Experiências Personalizadas

Presentear é um ato significativo no Natal, e o consumidor ultrarracional dá prioridade a itens que têm valor emocional ou prático. Personalizações, embalagens temáticas e kits prontos que oferecem conveniência e significado têm maior apelo para esse público.

Sustentabilidade e Propósito

O consumidor moderno também considera o impacto ambiental de suas escolhas. No Natal, ele opta por marcas que demonstram compromisso com práticas sustentáveis, como uso de embalagens recicláveis ou produtos feitos de forma ética. Cestas natalinas com produtos artesanais ou locais, por exemplo, são altamente valorizadas.

Digital como Principal Canal de Pesquisa

Antes de tomar qualquer decisão, o consumidor ultrarracional recorre ao digital. Ele usa o Google para encontrar ideias de presentes, verificar a disponibilidade de produtos e descobrir ofertas. Vídeos com demonstrações e avaliações, bem como anúncios bem segmentados, ajudam a captar sua atenção.



Oportunidades para o Varejo no Natal e Fim de Ano

Oferecer Transparência e Confiabilidade

Durante o Natal, os consumidores valorizam marcas que fornecem informações claras sobre produtos, condições de entrega e políticas de troca. Garantir que as expectativas sejam atendidas é essencial para conquistar a confiança desse público.

Promoções Bem Planejadas As campanhas de fim de ano devem destacar ofertas reais e criar um senso de urgência genuíno. Combos promocionais, como "leve 3 e pague 2" ou descontos progressivos, podem atrair consumidores em busca de economia sem renunciar à qualidade.

Apoiar-se em Experiências Digitais Estratégias como vitrines online, catálogos digitais e serviços de atendimento via chat ajudam o consumidor ultrarracional a encontrar o que precisa de forma rápida e eficiente. Oferecer um site intuitivo e adaptado para dispositivos móveis é essencial. Foco em Sustentabilidade Embalagens ecológicas,

produtos locais e ações sociais têm forte apelo nessa época do ano. Marcas que alinham suas campanhas de Natal com valores sustentáveis têm maior probabilidade de atrair consumidores comprometidos com essas causas.

Um Natal de Consumo Consciente

O consumidor ultrarracional redefiniu a forma como encaramos o consumo de Natal e fim de ano. Ele busca mais do que produtos — procura significado, confiança e valor real. Marcas que compreenderem esse comportamento e oferecerem soluções alinhadas a essas expectativas terão sucesso em se destacar em um mercado competitivo e repleto de oportunidades.

O segredo para cativar esse público está na combinação de transparência, personalização e propósito, garantindo que cada compra seja uma experiência positiva e memorável.



O mês de dezembro se destaca no calendário comercial, marcado pelo aumento nas vendas impulsionado pelas festas de fim de ano. Este período é estratégico para os negócios, que investem em planejamento antecipado e em estoques reforçados para atender à alta demanda por produtos sazonais e presentes.

Setores como alimentos, hortifrutis e vestuário se destacam, pois oferecem itens diretamente relacionados às celebrações de Natal e Ano Novo. Frutas especiais, roupas novas e artigos para presentes são os protagonistas das listas de compras, refletindo o entusiasmo e a tradição desta época.

Neste cenário, Flávia Rapozo, CFO da Extrafruti, e Glenda Ursula, presidente do Sindicato dos Lojistas do Comércio de Vila Velha, compartilham suas experiências sobre o preparo para este período tão importante e como as vendas de dezembro impactam positivamente os resultados anuais.



Opinião do Empresariado Capixaba

Flávia Rapozo – CFO Extrafruti

“Nessa época, dezembro, é um mês muito bom, porque tem venda de produtos de maior valor agregado. Então, a expectativa é de uma melhora considerável para esse mês. A gente aproveita e traz muitas frutas especiais para o fim do ano, fruta ligada à parte de ceia, cerejas e pêssegos, que acaba trazendo um valor agregado também nas nossas vendas”.





Opinião do Empresariado Capixaba

Glenda Ursula - Presidente do Sindicato dos Lojistas do Comércio de Vila Velha

“Nós estamos entrando na melhor data do ano, que é dezembro. A gente, por exemplo, já se prepara, até antes, lá em setembro para ter o final de ano com estoque. Muitas fábricas param em dezembro, então elas já começam a não entregar mais no final de novembro, então a gente tem que comprar com antecedência para ter o estoque disponível nesses últimos meses do ano. Falando da expectativa em geral, quando vai para vestuário e para outros campos, o Natal ele geralmente é melhor porque tem as lembranças e os presentes de Natal”.



Notas

¹ VOLUME DE VENDAS DE NATAL DEVE SOMAR R\$ 69,75 BILHÕES EM 2024. https://portal-bucket.azureedge.net/wp-content/2024/12/CNC_Previsoes_Natal_2024.pdf

² Os valores apresentados foram calculados com base na Pesquisa Anual de Comércio (PAC) e nas variações interanuais (em relação ao mesmo mês do ano anterior) da receita nominal de comércio observadas na Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), do IBGE. Os valores foram ajustados considerando os valores dos índices com base no Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) de cada mês específico. Esse método permite uma análise da receita bruta gerada pelo setor de comércio, proporcionando uma visão das tendências de crescimento nominal do setor no Espírito Santo.

³ <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/search/busca-natal-cpg/>

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: Ana Carolina Júlio : Revieni C. Zanotelli : André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br