

Para 62,6% dos  
empresários da RMR  
faturamento do  
Dia dos Pais 2013  
será maior que  
o de 2012



# Maioria dos empresários e gerentes da Região Metropolitana do Recife, em especial os do comércio, espera que as vendas do Dia dos Pais em 2013 superem as de 2012

Para 62,6% dos empresários e gerentes entrevistados na Região Metropolitana do Recife (RMR), o faturamento do Dia dos Pais de 2013 será maior que o obtido em 2012. As perspectivas são melhores nos shopping centers da área analisada, onde 76,9% esperam vender mais este ano em relação ao ano passado, ao passo que no comércio tradicional esse percentual é de 60,0% e nos serviços é de 57,1%. Vale salientar também que, para 20,4% dos estabelecimentos consultados, o faturamento de 2013 será pelo menos igual ao obtido em 2012, percentual que alcança 23,5% nos serviços e 21,7% no comércio tradicional, enquanto nos shoppings representa 12,8% (Gráfico 1).

Essas expectativas se traduzem na estimativa de que o crescimento do faturamento no Dia dos Pais, em comparação a 2012, seja de 10,3% no varejo, valor que para os shopping centers é de 14,9%, para os serviços (alimentação) representa 9,4% e para o Comércio Tradicional, 8,9% (Gráfico 2). Os dados evidenciam, portanto, que a comemoração do Dia Pais

terá impacto maior nos estabelecimentos dos shoppings em relação aos demais.

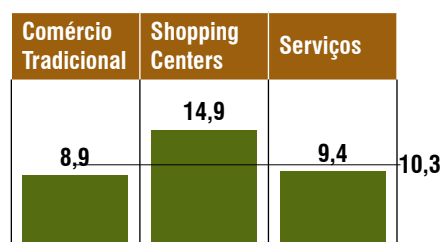
## Ação proativa predomina em especial no comércio. Promoções e realização de campanhas publicitárias são as iniciativas predominantes

Para cumprir as expectativas de faturamento, 77,7% das empresas adotam pelo menos uma ação especial para o Dia dos Pais. As lojas de serviços se destacam: praticamente todas programam estratégias de vendas. No comércio tradicional, esse percentual deverá ser de 82,2% e nos shoppings de 57,1%. Por consequência, é maior o percentual de empresários e gerentes dos estabelecimentos dos shoppings que declararam não adotar nenhuma ação específica de vendas (Gráfico 3).

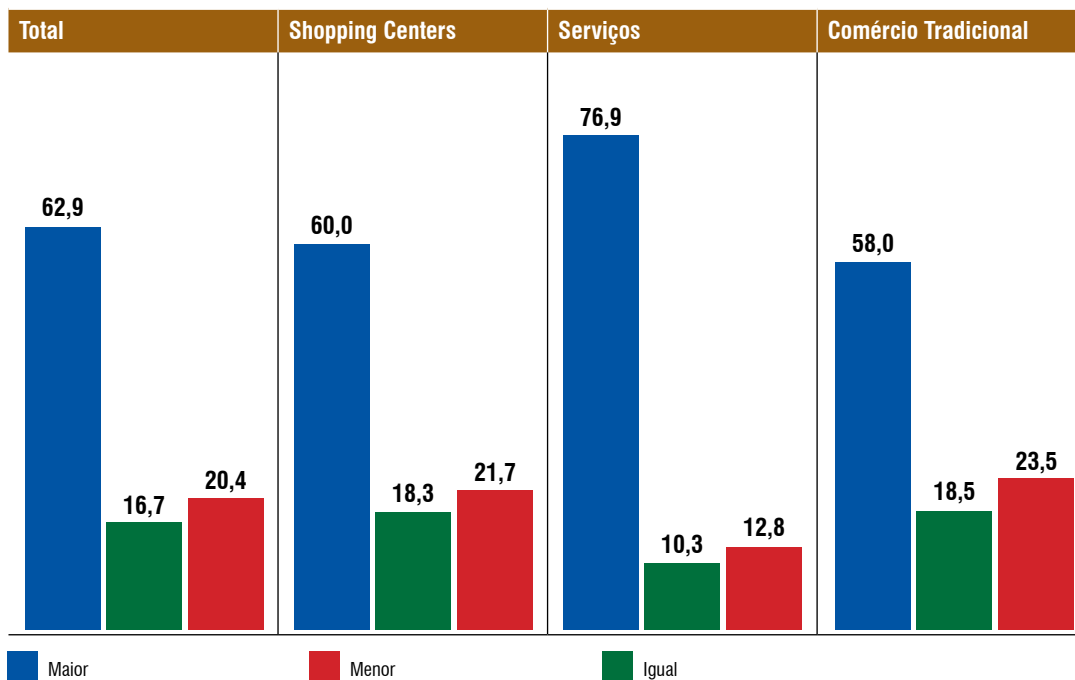
Entre os estabelecimentos que adotam estratégias de venda, é possível destacar a importância das promoções (36,4%), das campanhas publicitárias (23,1%) e do incentivo à equipe (13,5%). Essas estratégias mostram diferenciada relevância

para o comércio e nos serviços. No comércio, prevalecem as promoções (37%), seguidas pelas campanhas publicitárias (24,3%) e pelo incentivo à equipe (12%). Nos serviços, a estratégia prioritária de incremento das vendas também é a realização de promoções (34,2%); mas as campanhas publicitárias e o incentivo à equipe ganham relevância semelhante como ação complementar de incremento das vendas, ambas sendo mencionadas por 19% dos empresários e gestores (Gráfico 4).

**Gráfico 2** Estimativa média de crescimento esperado no faturamento do Dia dos Pais (2013 em relação a 2012)



**Gráfico 1** Expectativa do faturamento no Dia dos Pais 2013 comparado ao do ano anterior (%)



## Mais de 80% dos empresários e gerentes não pretendem recorrer a empregos temporários

Questionados sobre a contratação temporária de mão de obra, a grande maioria dos estabelecimentos (80,9%) afirmou não pretender oferecer vagas para o Dia dos Pais, tanto no comércio tradicional (83,9%) como nos serviços (79,8%) e, em menor escala, mas também em proporção elevada, nos shoppings (75,6%). Por isso, será contratado para o Dia dos Pais na RMR um contingente de 251 trabalhadores, equivalente a uma média de 3,5 empregados por estabelecimentos que pretendem contratar. Esse número, para o comércio tradicional, equivale a 4,2 trabalhadores/estabelecimento contratante; para os serviços (alimentação), a 3,5; e para os shoppings, 2,4. Do total de contratações em regime temporário, 48,2% delas serão realizadas por estabelecimentos do comércio tradicional, 33,5% por estabelecimentos de serviços e 18,3% pelas lojas dos shoppings (Tabela 1).

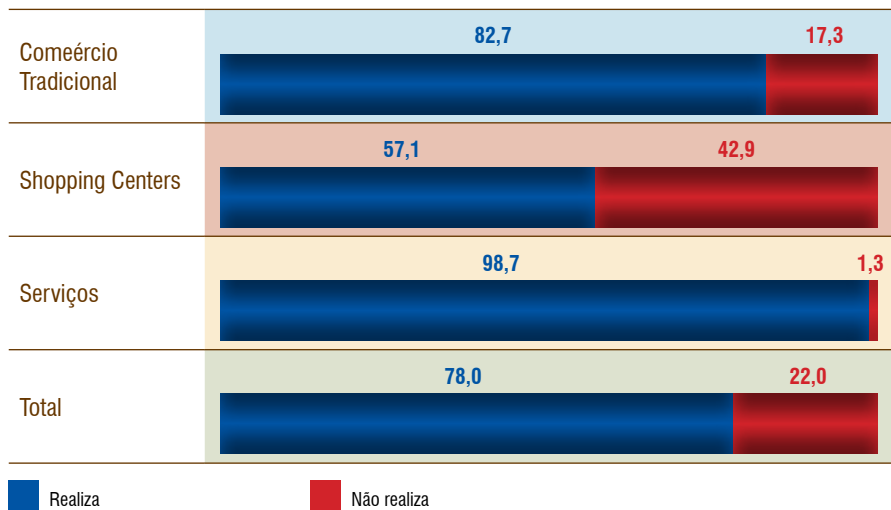
## Ambiente econômico é visto como obstáculo a um melhor desempenho das vendas no Dia dos Pais

Quanto às dificuldades declaradas pelos empresários e gestores para ampliar as vendas no varejo da RMR no Dia dos Pais 2013, eles destacam a carga tributária (32,4%), depois o endividamento do cliente (28,4%) e a inflação (21,5%). Para os empresários e gerentes do comércio tradicional, é maior a importância relativa do endividamento dos clientes, com 35% das respostas, o mesmo ocorrendo nos serviços (34,6%). Por outro lado, os estabelecimentos dos shoppings declararam que a carga tributária (36,1%) é o fator de maior entrave para impulsionar as vendas (Gráfico 5).

## Expectativa é de vender mais por meio de cartões de crédito, especialmente no comércio. Mas os shoppings também apostam nas vendas à vista

Em relação à forma de pagamento majoritária esperada neste Dia dos Pais 2013, é grande a expectativa de que os pagamentos sejam efetuados através de cartões de crédito

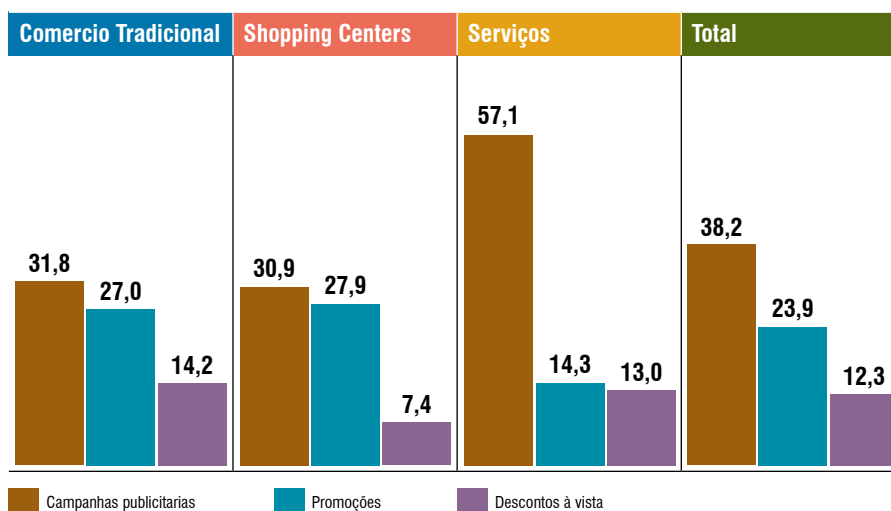
**Gráfico 3** Realização de estratégias para aumentar as vendas no Dia dos Pais (%)



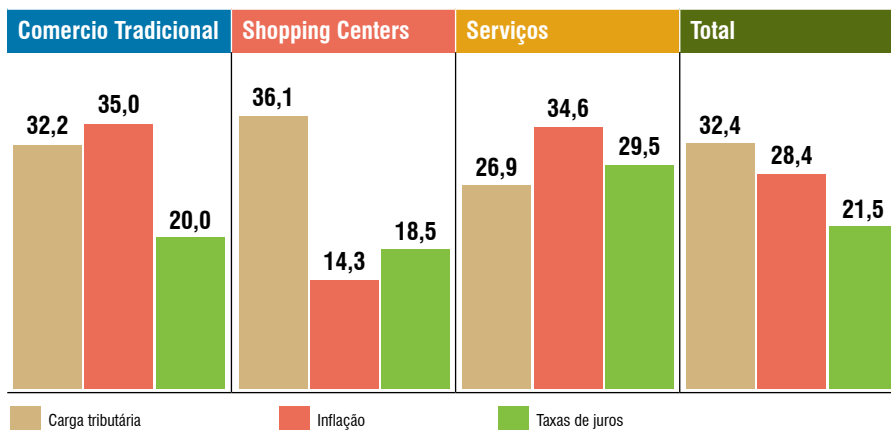
**Tabela 1** Pretensão de contratação de mão de obra temporária para o Dia dos Pais

Pretensão	Comércio		Serviços		Shopping		Total	
	Quantidade	%	Quantidade	%	Quantidade	%	Quantidade	%
Sim	29	16,1	24	20,2	19	24,4	72	19,1
Não	151	83,9	95	79,8	59	75,6	305	80,9
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100,0</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>	<b>78</b>	<b>100,0</b>	<b>377</b>	<b>100,0</b>

**Gráfico 4** Estratégias adotadas para o aumento das vendas no Dia dos Pais (%)



**Gráfico 5** Principais dificuldades para alavancar as vendas (%)



ou de loja (75,6%), principalmente nos serviços (91,0%) e no comércio tradicional (81,1%). Também se espera receber relativa proporção de pagamentos à vista (22,3%), modalidade de pagamento mais esperada pelos estabelecimentos dos shoppings (38,7%), enquanto no comércio tradicional a perspectiva é que 16,1% dos pagamentos sejam efetuados dessa forma. Nos serviços (alimentação), corresponde a 11,5% (Gráfico 6).

## Síntese

A maioria dos empresários e gerentes da Região Metropolitana do Recife (cerca de 83%), em especial os dos estabelecimentos dos shoppings (que estimam ver suas vendas

crescerem 14,9%), espera que o Dia dos Pais em 2013 seja igual ou melhor que o de 2012. A maioria (62,6%) projeta vender mais.

Em face dessa expectativa positiva, os empresários e gerentes assumem postura proativa, realizando campanhas publicitárias (38,2%), especialmente nos serviços (57,1%), e promoções (23,9%), especialmente nos que atuam nos shopping centers (27,9%) e no comércio tradicional (27,0%). Mas alguns traços do ambiente econômico são vistos como obstáculo a um melhor desempenho das vendas no Dia dos Pais, em especial a carga tributária (32,4%) e o grau de endividamento dos consumidores, fator destacado por 28,4% dos entrevistados.

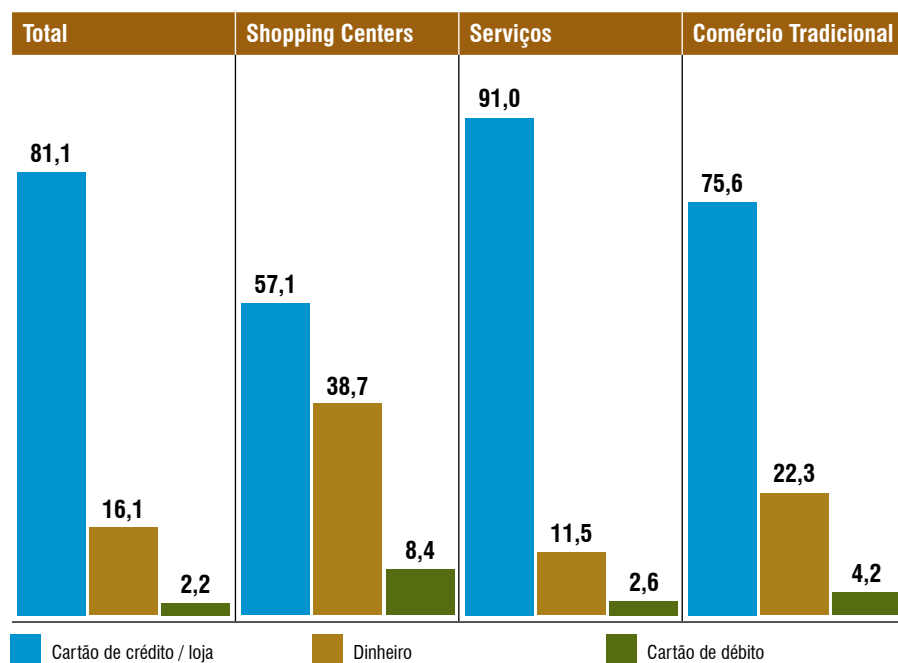
Aproximadamente três em cada quatro empresários ou gerentes ouvidos na pesquisa apostam no domínio das vendas via cartão de crédito, mas nos shoppings os pagamentos à vista (cartão de débito ou dinheiro) são esperados por 47,1% dos entrevistados.

A criação de empregos temporários será limitada, pois apenas um em cada cinco entrevistados deve adotar essa estratégia, gerando um número médio de 3,5 empregados por estabelecimentos que pretendem contratar.

## Aspectos metodológicos

Foi realizada na Região Metropolitana do Recife uma pesquisa direta com 377 estabelecimentos, 68,4% dos quais relacionados ao comércio geral (total de 258 estabelecimentos, sendo 69,8% no comércio tradicional e 30,2% em lojas de shopping centers) e 31,6% aos serviços (total de 119 estabelecimentos). Nos estabelecimentos comerciais, foram pesquisados os segmentos de vestuário/acessórios, calçados/acessórios, eletroeletrônicos, perfumarias/cosméticos, informática/celular, revenda de bebidas, supermercados, livrarias/papelarias, cine-foto-som/ópticas e artigos esportivos. Nos serviços de alimentação, foram ouvidos bares/Lanchonetes e restaurantes/pizzarias. A pesquisa foi realizada nos seguintes municípios: Abreu e Lima, Cabo de Santo Agostinho, Camaragibe, Jaboatão dos Guararapes, Olinda, Paulista, Recife e São Lourenço da Mata.

**Gráfico 6** Formas de pagamento majoritária esperada no Dia dos Pais 2013 (%)



## Sondagem de Opinião

Empresários | RMR

### Fecomércio-PE

Rua do Sossego, 264, Boa Vista, Recife-PE, Cep: 50050-080  
Tel.: (81) 3231.5393 | Fax: (81) 3222.9498

Presidente: Josias Silva de Albuquerque

### Instituto Fecomércio-PE

Centro de Pesquisa (Cepesq)

Av. Visconde de Suassuna, 114, Santo Amaro, Recife-PE, Cep: 50050-540  
Tel.: (81) 3231.6175 | Fax: (81) 3423.3024  
E-mail: pesquisa@fecomerccio-pe.com.br ou pesquisafecomercio-pe@hotmail.com

Diretor executivo: Osvaldo Ramos

Equipe técnica: Lailze Santos e Urbano da Nóbrega

Economistas responsáveis: Tania Bacelar, Osmil Galindo e Fábio Oliveira

Pesquisadores: Alcione Nunes, Anderson Jean, Janduíra Reis, Márzia Vasconcelos,

Paulo Francisco, Paulo Roberto, Rosinete Ferreira, Severina do Nascimento

Edição: Lucila Nastássia

Revisão: Laércio Lutibergue

Design: André Marinho e Thiago Maranhão

Tiragem: 500 exemplares

Impressão: Gráfica Flamar

  
**Fecomércio PE**  
Sesc | Senac  
Instituto Fecomércio

  
**SEBRAE**