

Expectativas do Comércio Varejista - Dia das Mães 2021



Área de Estudos Econômicos

**Fecomércio MG**
Sesc | Senac

Expectativa de vendas

O Dia das Mães, comemorado no segundo domingo de maio, consiste na segunda melhor data comemorativa para o comércio varejista, só perdendo para o Natal. A data destaca-se pelo forte apelo emocional e comercial, gerando oportunidades de negócios, principalmente para as atividades direcionadas ao público feminino, tais como: vestuário, calçados, adornos pessoais, decoração/lar, artigos do lar, perfumaria, dentre outras. O Dia das Mães também abre possibilidades de negócios para o segmento de turismo de lazer e serviços em geral, que abrange restaurantes, institutos de beleza, organizações culturais, agências de viagens, rede hoteleira etc.

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de captar a percepção, as estratégias e as tendências a serem adotadas pelos empresários do comércio varejista do estado com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pelo Dia das Mães.

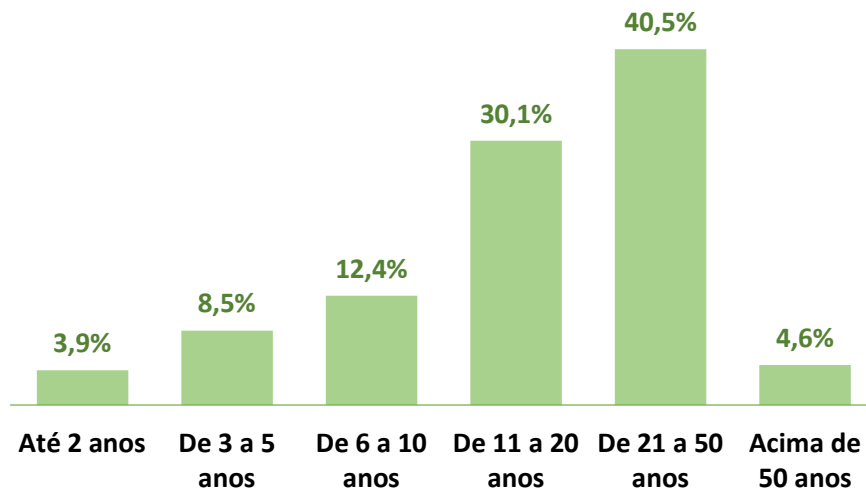


O período que envolve o Dia das Mães afeta 66,3% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais

Principalmente o otimismo/esperança (79,2%) faz com que 23,2% dos empresários estejam confiantes no crescimento dos negócios, se comparado ao ano de 2020. Para expandir as vendas no período, 40,6% pretendem realizar promoções e liquidações e 36,2% têm a intenção de investir em propaganda/divulgação para atrair o consumidor.

Perfil das empresas

Tempo de atuação da empresa



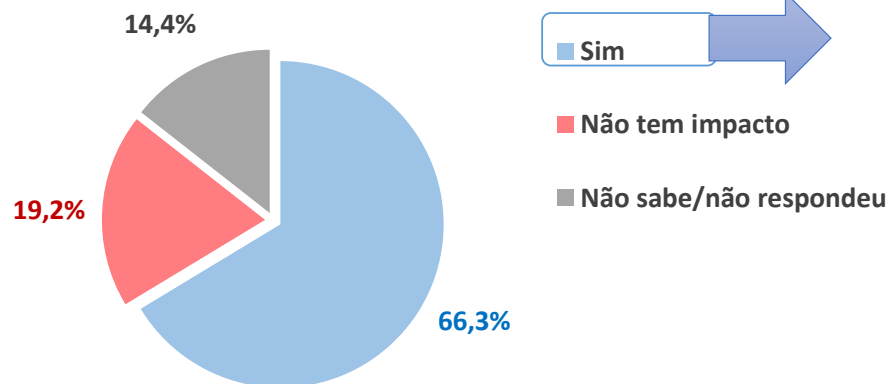
Segmento da empresa



75,7% das empresas de Minas Gerais possuem até nove pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas

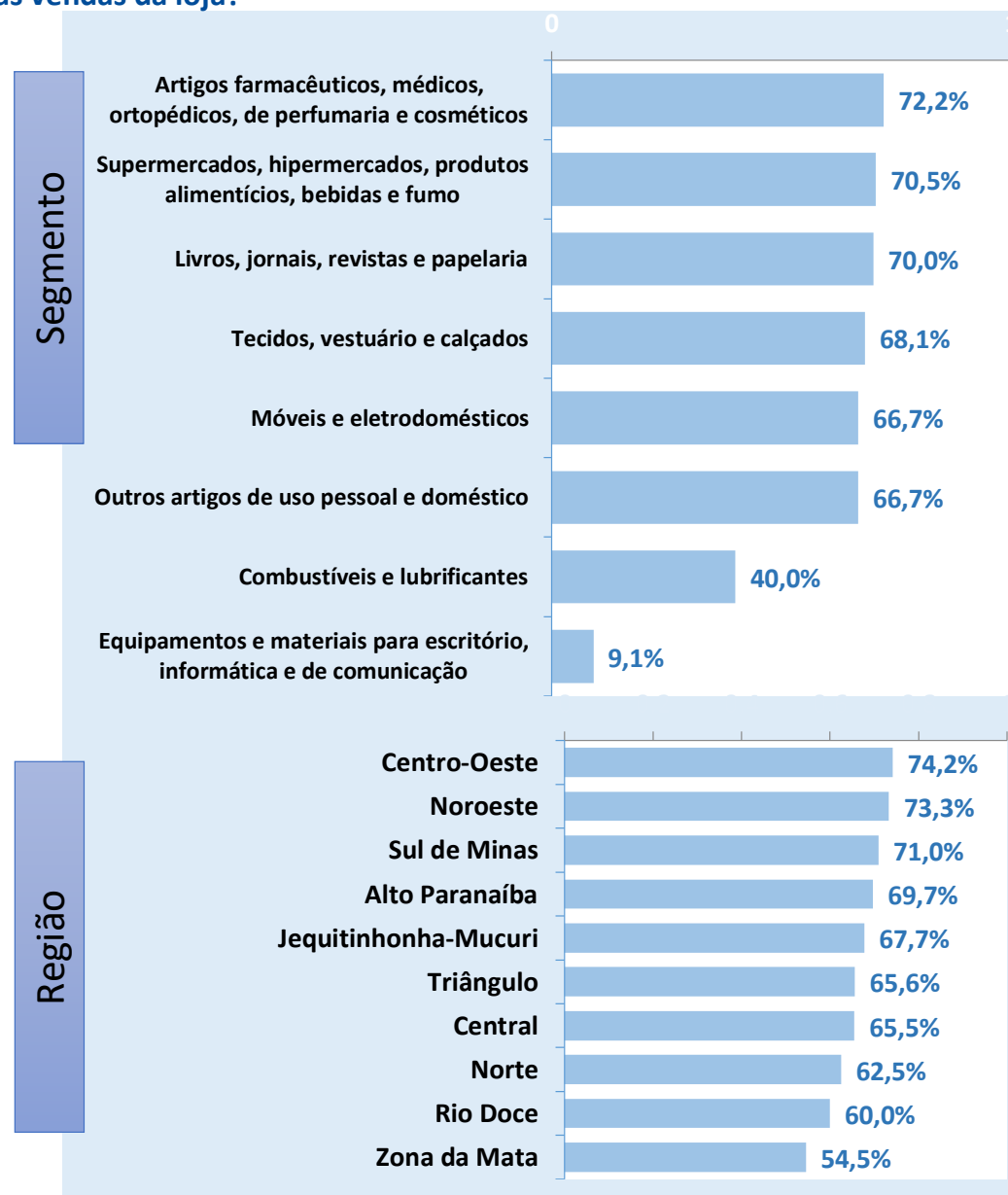
Impacto do Dia das Mães na venda da loja

A data altera as vendas da loja?



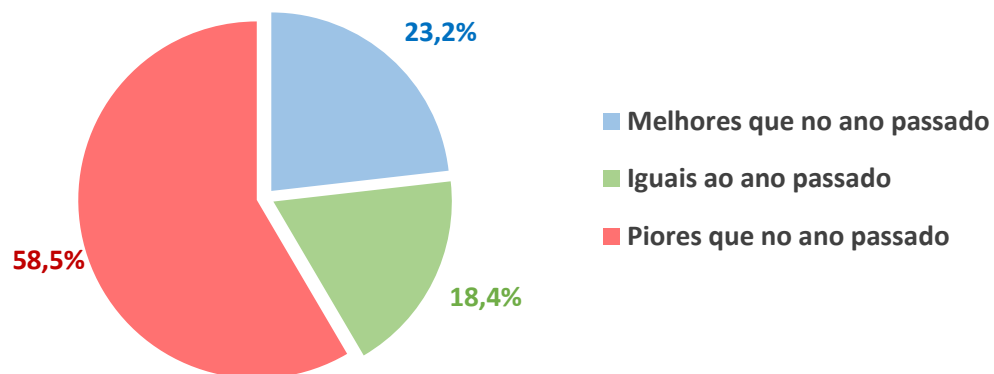
O período do Dia das Mães gera um impacto positivo para 66,3% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais. O impacto ocorre, principalmente, no segmento de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (72,2%).

2,9% das empresas afirmaram que irão contratar funcionários temporários para as vendas do período



Expectativa de vendas

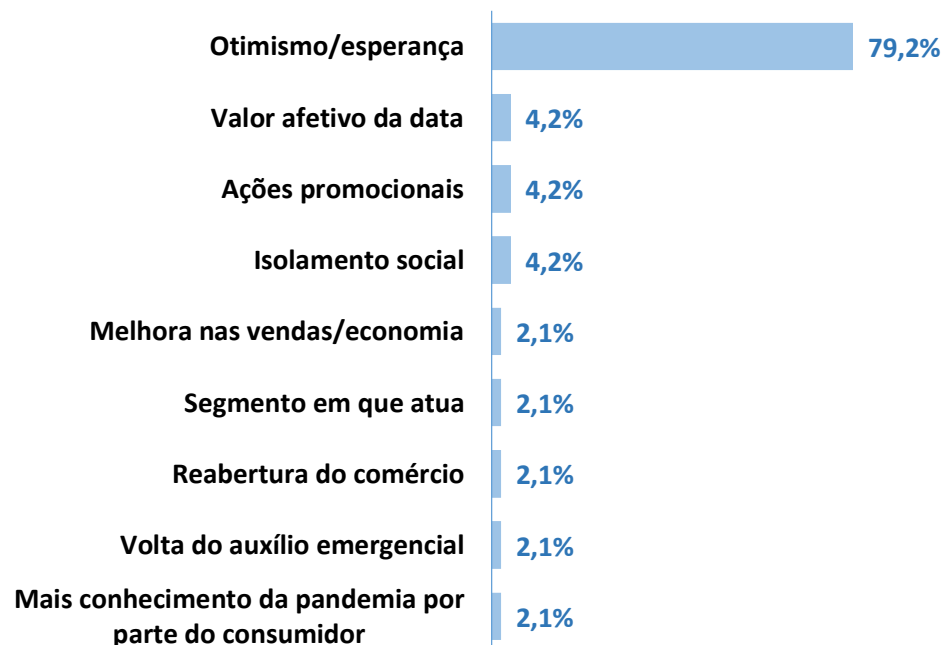
Como serão as vendas em relação ao ano passado?



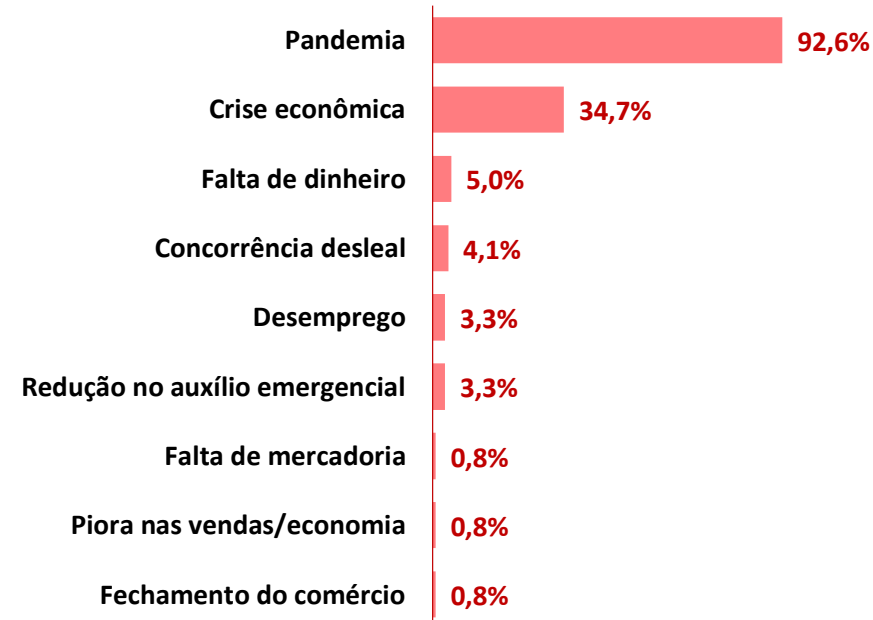
Entre as empresas que são impactadas pela data em Minas Gerais, 23,2% acreditam que as vendas neste ano serão melhores que as do ano passado. O otimismo/esperança (79,2%) foi o principal motivo apontado para a expectativa por esse resultado.

A pandemia (92,6%) e a crise econômica (34,7%) fazem, aproximadamente, 58,5% das empresas acreditarem que as vendas no período serão inferiores às do ano de 2020.

Motivo para vendas melhores ⁽¹⁾



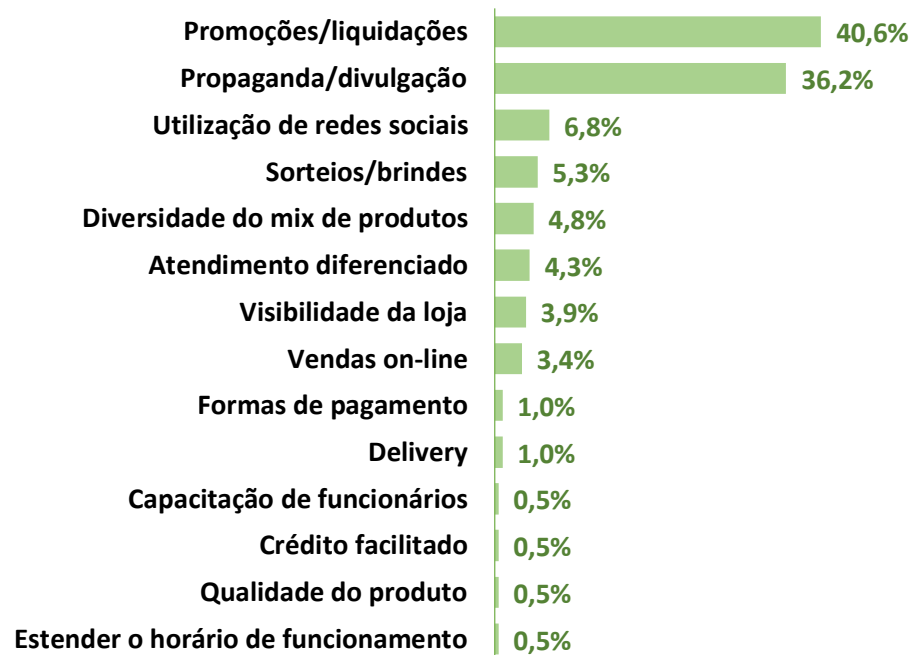
Motivo para vendas piores ⁽¹⁾



¹Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados que citaram cada item.

Ações para o período

Quais ações a loja adotou para melhorar as vendas no período? ⁽¹⁾

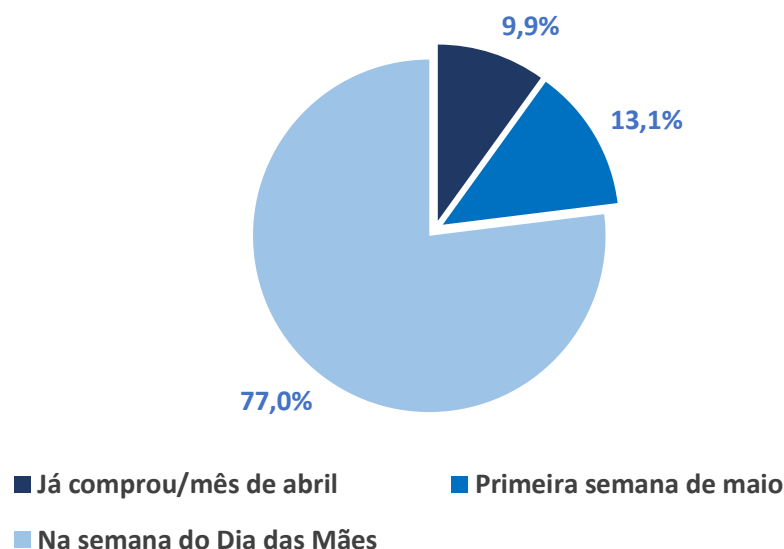


Para melhorar as vendas no período, 40,6% pretendem realizar promoções e liquidações e 36,2% têm a intenção de investir em propaganda/divulgação para atrair o consumidor.

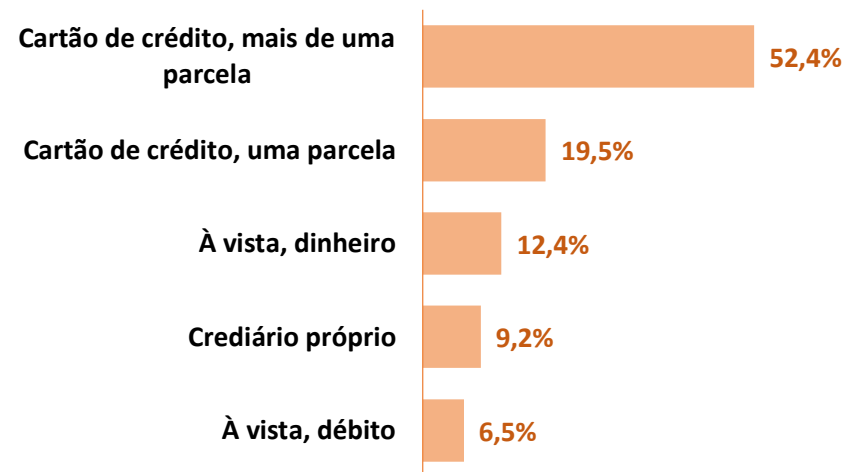
¹Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados que citaram cada item.

Perfil das compras

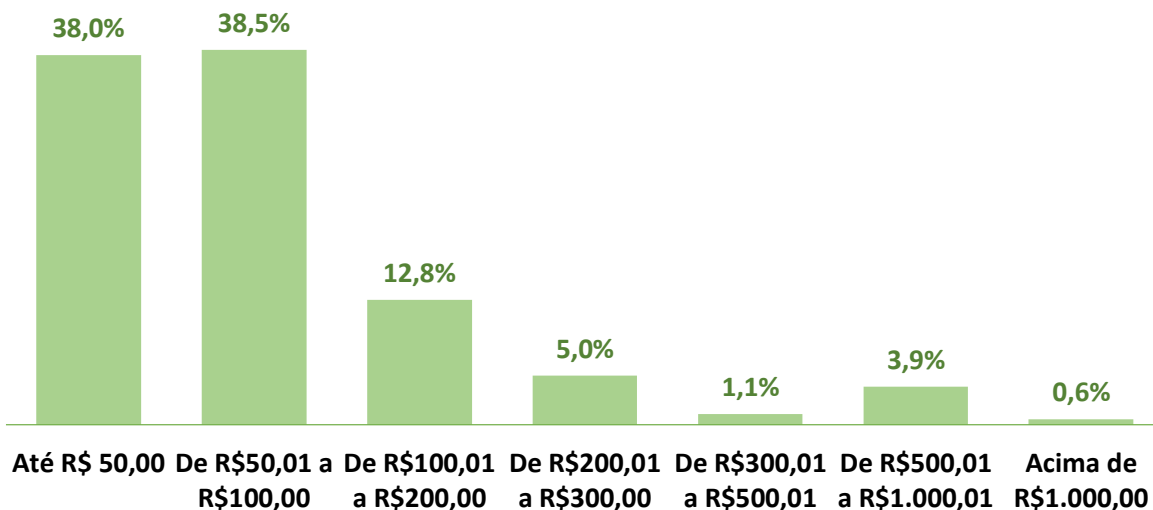
Quando acredita que o consumidor irá realizar as compras da data?



Qual a forma de pagamento acredita que irá se sobressair nas compras do período?



Qual é o gasto médio esperado para as compras de Dia das Mães?



Os empresários acreditam (77,0%) que os consumidores comprarão os presentes na semana do Dia das Mães.

Mais de 76% dos empresários esperam que o consumidor gaste, em média, um valor de até R\$100,00 em compras, majoritariamente, feitas com pagamentos no cartão de crédito.

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra do comércio varejista de Minas Gerais. O método utilizado para a seleção das lojas foi definido com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 5 e 12 de abril de 2021. Foram avaliadas 312 empresas, sendo pelo menos 29 em cada região de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo). A amostra avaliada perfaz uma margem de erro da ordem de 5%, a um intervalo de confiança de 95%.

Equipe Técnica

Estudos Econômicos

Responsável	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Analista de pesquisa	Carolina Barcelos Teixeira
Assistente de economia	Gabriela Felipe Martins
Pesquisadores	Filipe do Nascimento Souza Jhenifer Grejeanski da Silva Joyce do Nascimento Silva

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Estado de Minas Gerais.
Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG.
CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324
economia@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br