

Expectativas do Comércio Varejista - Dia das Mães 2022



Área de Estudos Econômicos

Fecomércio MG
CNC Sesc Senac
e Sindicatos Empresariais

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.

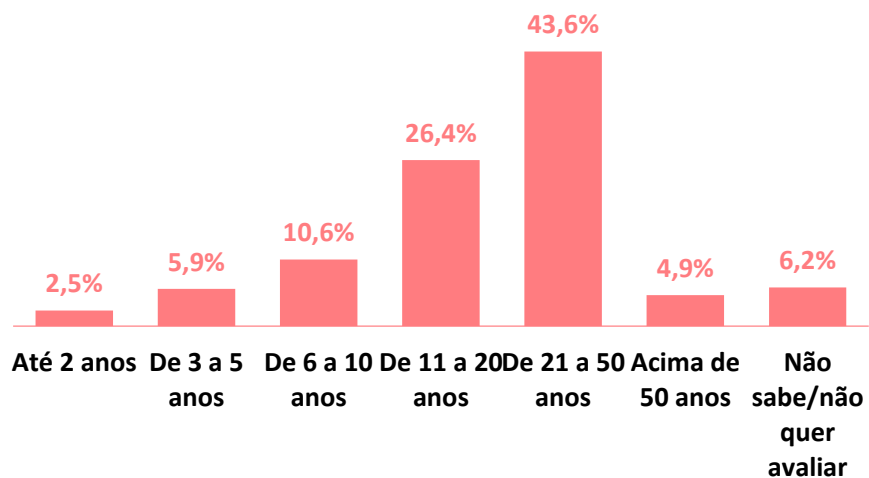
A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de captar a percepção, as estratégias e as tendências a serem adotadas pelos empresários do comércio varejista do estado com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pelo Dia das Mães.

O período que envolve o Dia das Mães afeta 61,3% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais

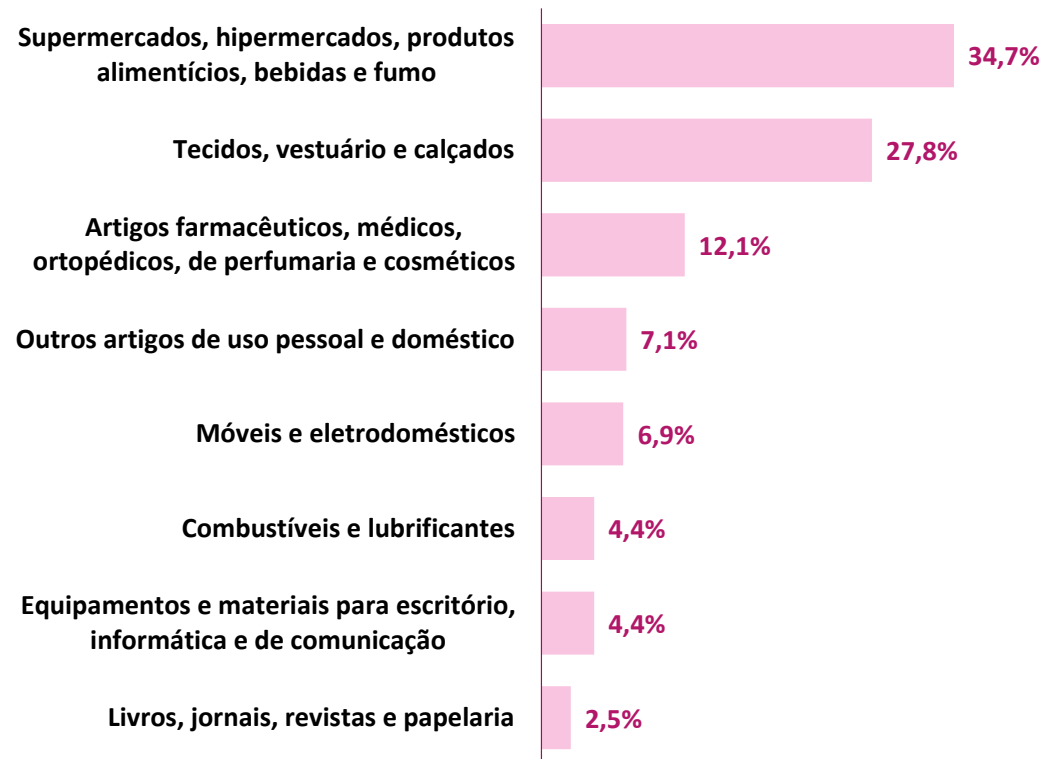
O valor afetivo da data é o motivo mais frequente para os empresários estarem confiantes no crescimento dos negócios, se comparado ao ano de 2021. Para expandir as vendas no período, 44,2% realizarão promoções e liquidações e investirão em propaganda/divulgação para atrair o consumidor.

Perfil das empresas

Tempo de atuação da empresa



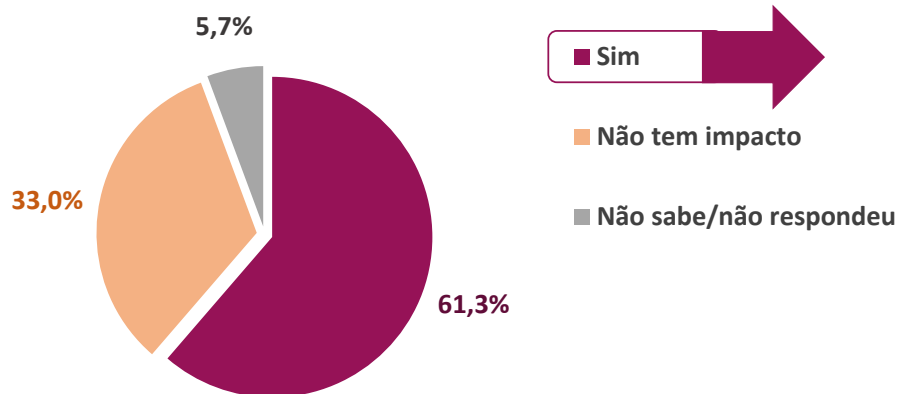
Segmento da empresa



67,7% das empresas de Minas Gerais possuem até nove pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas

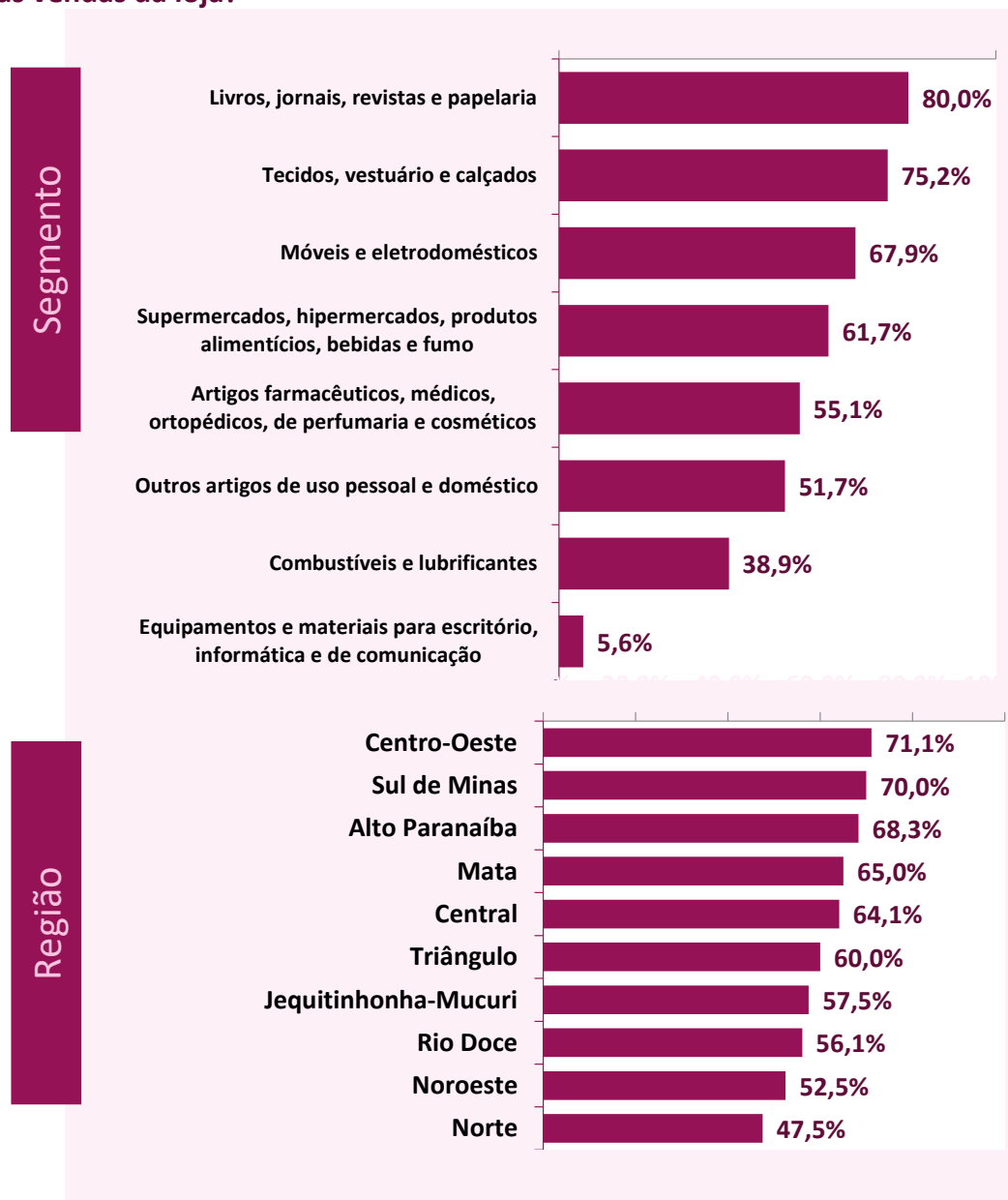
Impacto do Dia das Mães na venda da loja

A data altera as vendas da loja?



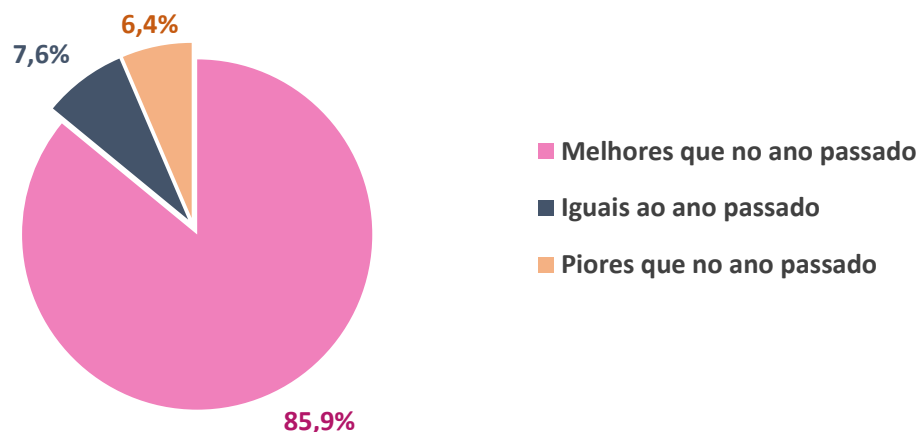
O período do Dia das Mães gera impacto para 61,3% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais. O impacto ocorre, principalmente, no segmento de livros, jornais, revistas e papelaria (80,0%). O segmento menos impactado, segundo os empresários, é o de equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação.

9,8% das empresas afirmaram que irão contratar funcionários temporários para as vendas do período



Expectativa de vendas

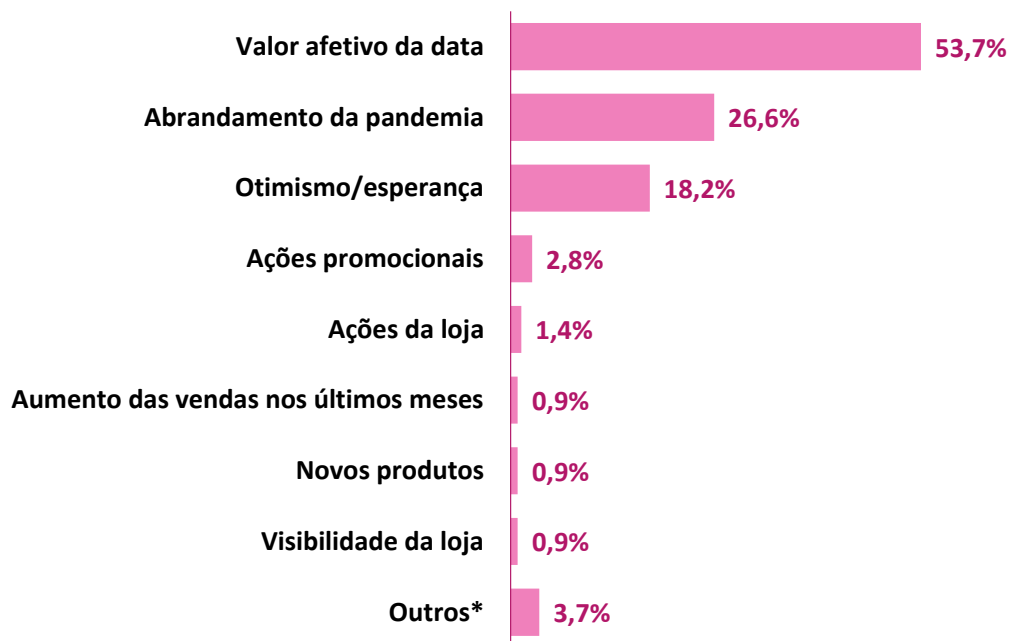
Como serão as vendas em relação ao ano passado?



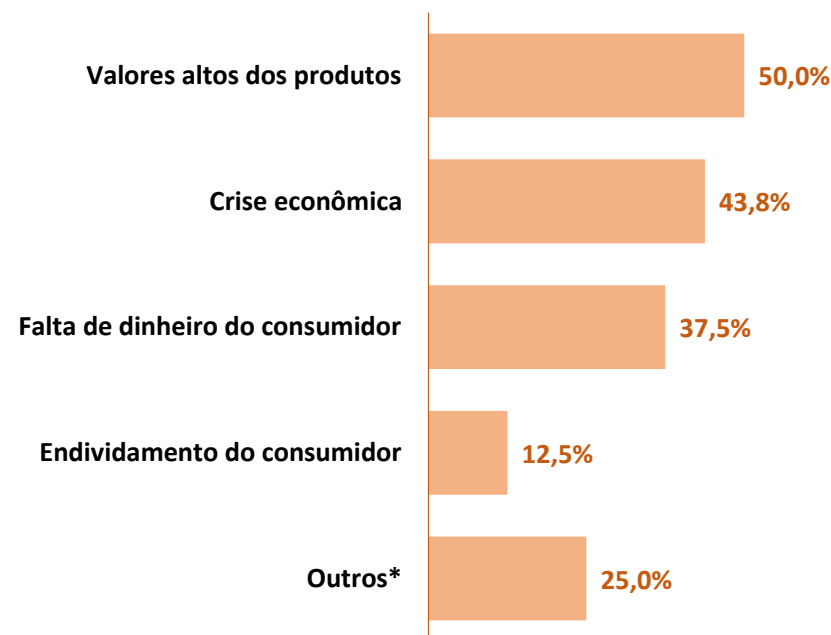
Entre as empresas que são impactadas pela data em Minas Gerais, 85,9% acreditam que as vendas neste ano serão melhores que as do ano passado. O valor afetivo da data (53,7%) foi o principal motivo apontado para a expectativa por esse resultado.

Os valores altos dos produtos (50,0%) e a crise econômica (43,8%) fazem, aproximadamente, 6,4% das empresas acreditarem que as vendas no período serão inferiores às de ano de 2021.

Motivo para vendas melhores ⁽¹⁾



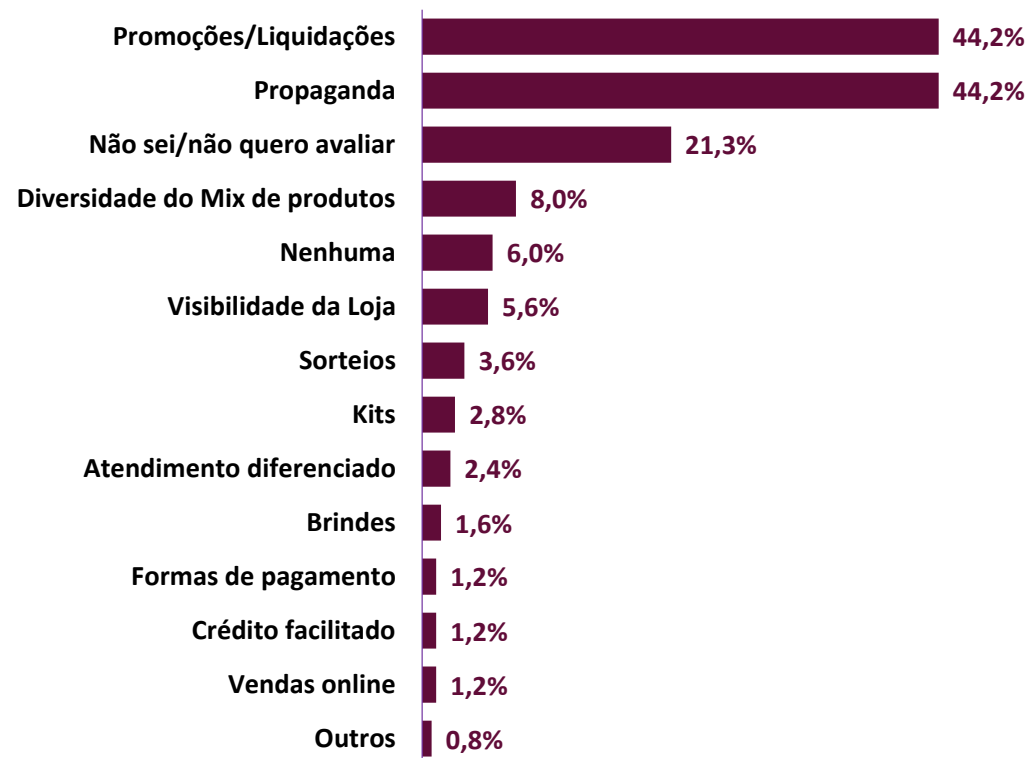
Motivo para vendas piores ⁽¹⁾



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⁾



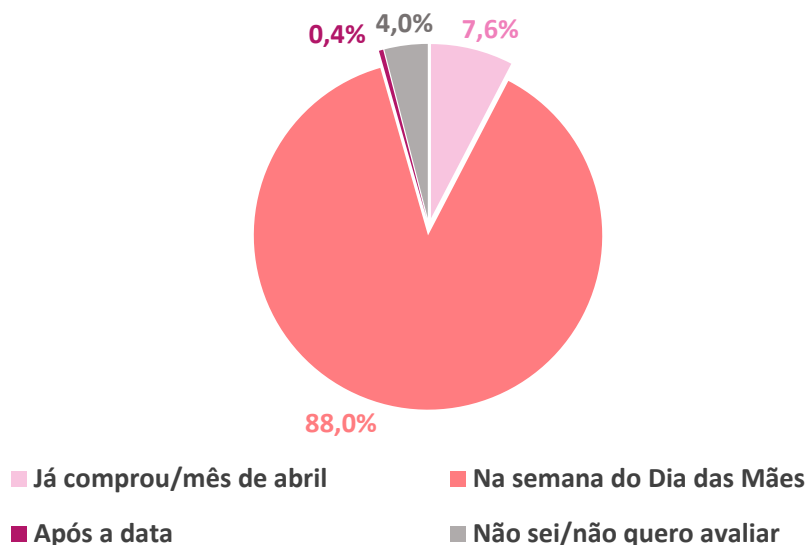
Para melhorar as vendas no período, 44,2% pretendem realizar promoções e liquidações e investir em propagandas para atrair o consumidor.

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

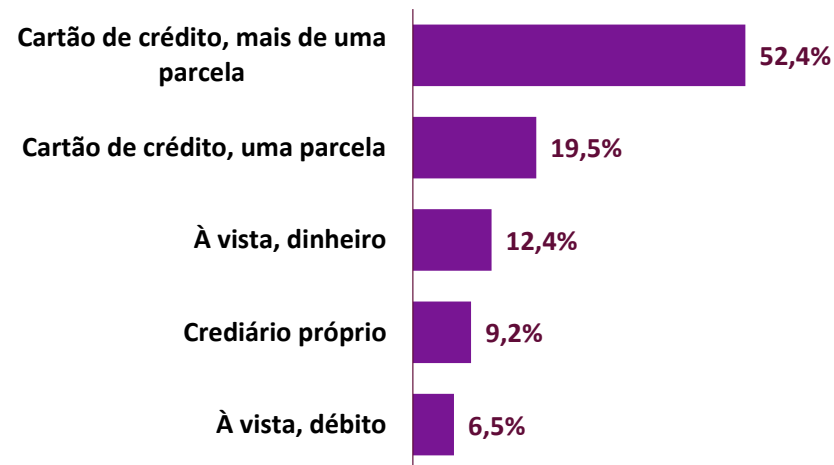
Outros: redes sociais e parcerias.

Perfil das compras

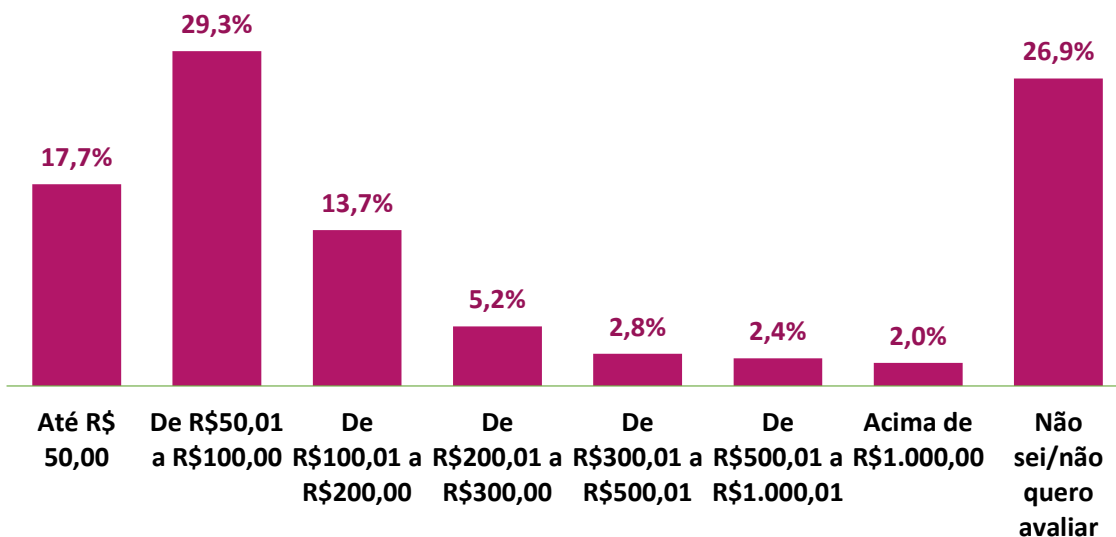
Quando acredita que o consumidor irá realizar as compras da data?



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?



Para 88,0% dos empresários acreditam os consumidores comprarão os presentes na semana do Dia das Mães.

47% 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.

Metologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra do comércio varejista de produtos alimentícios do estado 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 30 de março e 6 de abril de 2022. Foram avaliadas 406 empresas, sendo pelo menos 38 em cada região de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo). A amostra avaliada perfaz uma margem de erro da ordem de 5,0%, a um intervalo de confiança de 95%.

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

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

Equipe Técnica - Estudos Econômicos

Responsável:	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Assistente de economia:	Gabriela Felipe Martins
Analista de pesquisa:	Devid Lima da Silva
Pesquisadores:	Filipe do Nascimento Souza, Joyce do Nascimento Silva, Jhenifer Grejeanski da Silva

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@fecomercomg.org.br | www.fecomercomg.org.br


Fecomércio MG
CNC Sesc Senac
e Sindicatos Empresariais