

Expectativa do Empresário

Dia das mães
2023



Expectativa de vendas para o Dia das Mães

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.

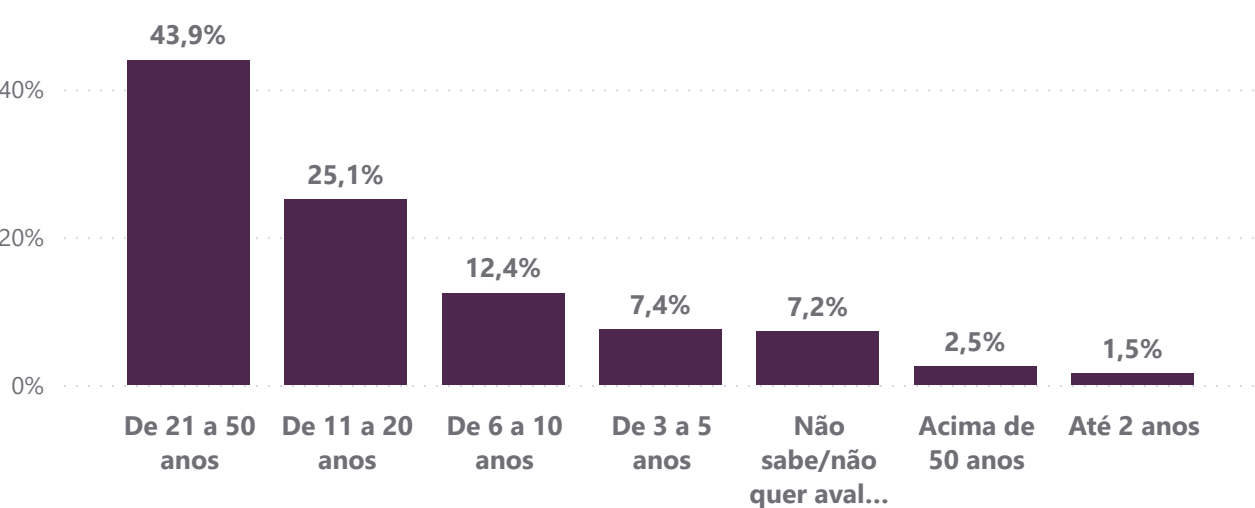
O período que envolve o Dia das Mães afeta 79,7% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais

O otimismo/esperança por resultados melhores é o motivo mais frequente para os empresários estarem confiantes no crescimento dos negócios, se comparado ao ano de 2022. Para expandir as vendas no período, 28,9% realizarão promoções e liquidações e 25,7% investirão em propaganda e divulgação para atrair o consumidor.

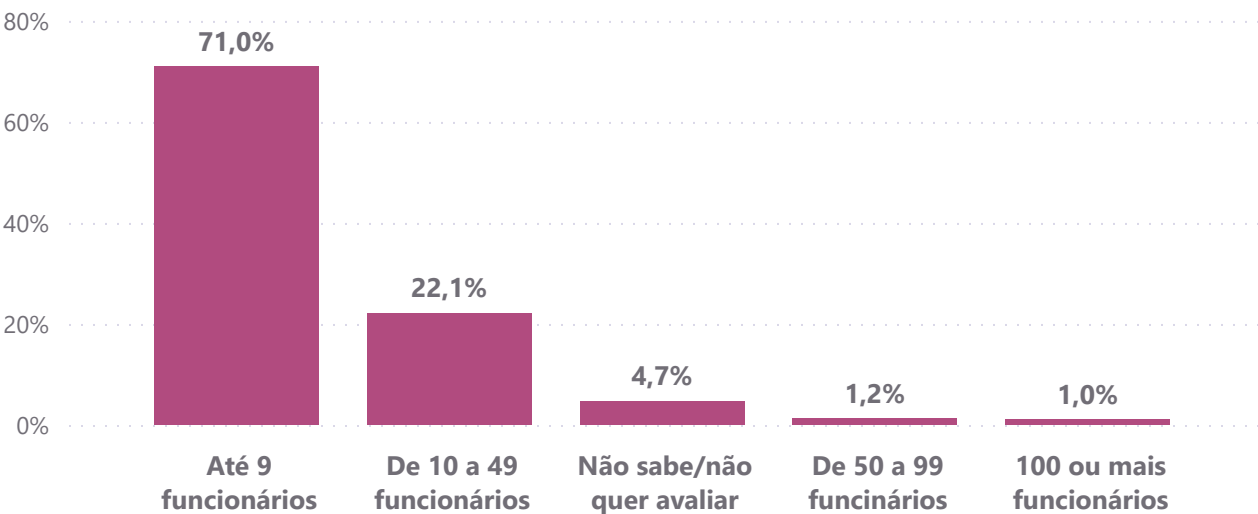
Ainda, para 84,4% dos que são impactados pela data, os consumidores deixarão para comprar os presentes na semana do dia das mães. O cartão de crédito, na opinião de 52,1%, será a forma de pagamento que se sobressairá às demais.

Perfil das empresas

Há quanto tempo a sua empresa atua no mercado?



Quantos empregados tem na sua empresa?

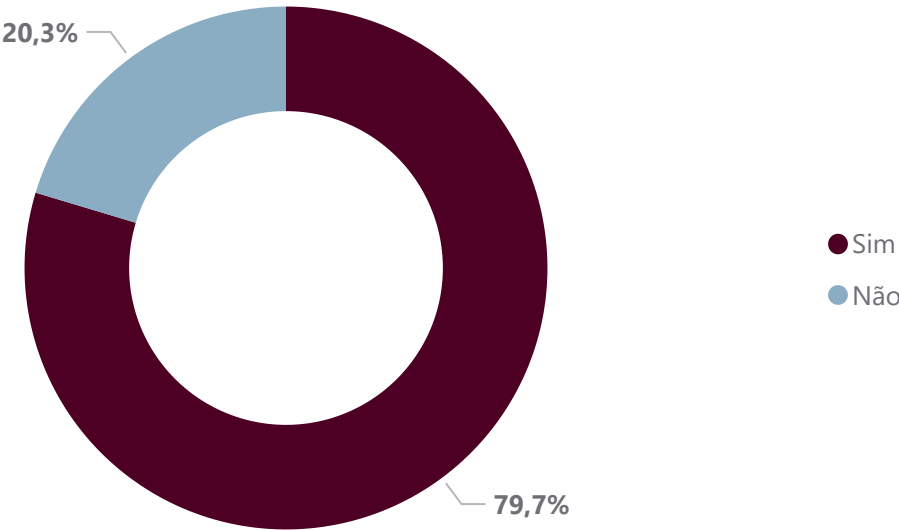


Segmento

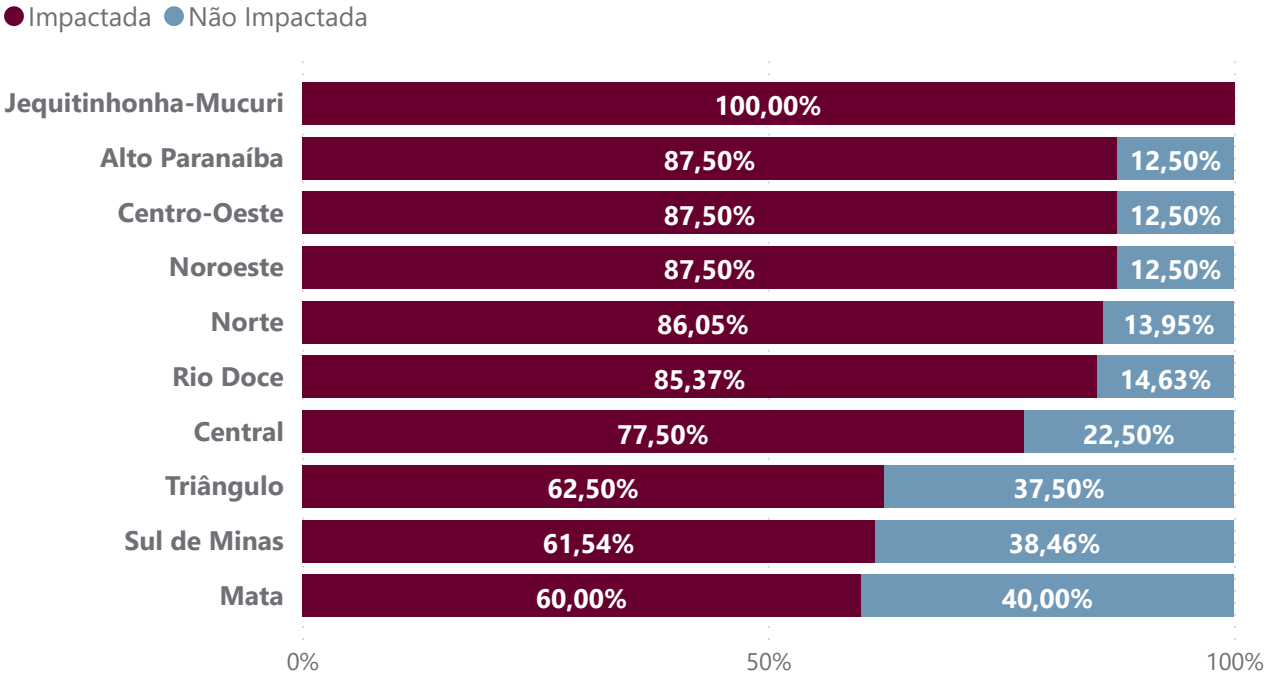


Impacto do Dia das Mães nas vendas

Altera as vendas



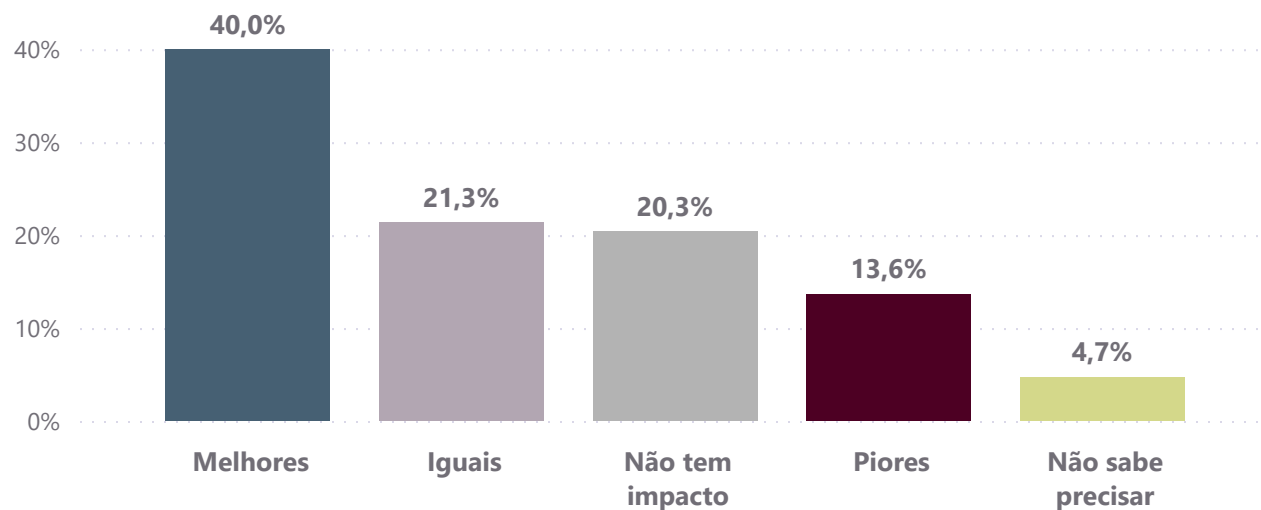
Regiões com impacto da data



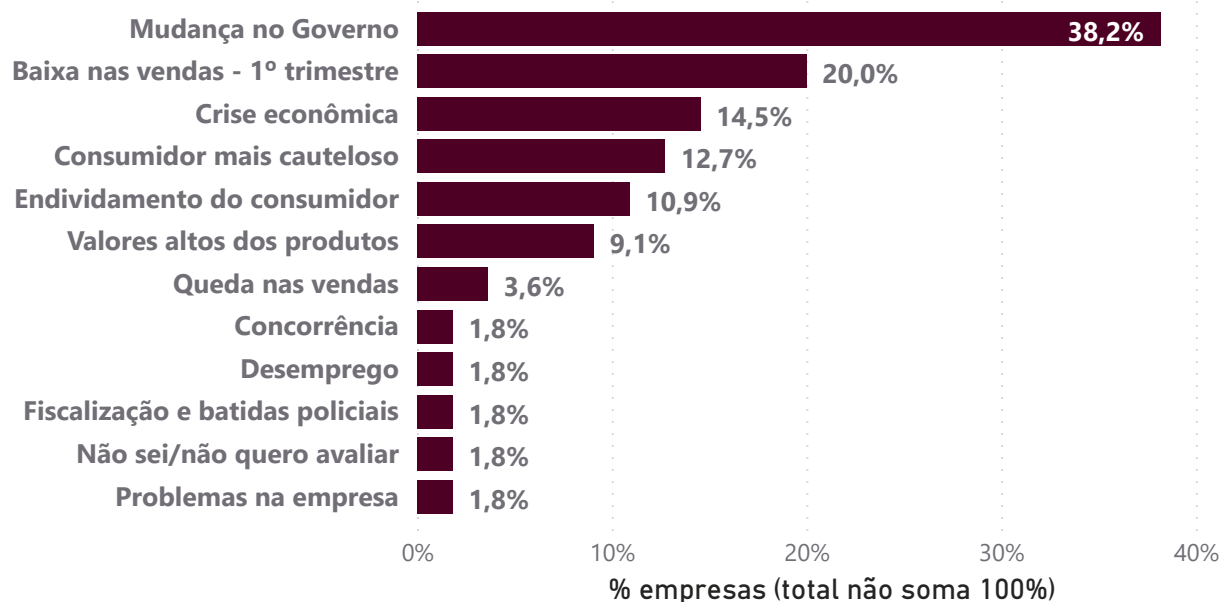
O período do Dia das Mães gera impacto para 79,7% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais. Olhando por região, de acordo com os entrevistados, o comércio de Jequitinhonha-Mucuri é totalmente impactado, enquanto que na mata, 60% é impactado.

Expectativa de vendas

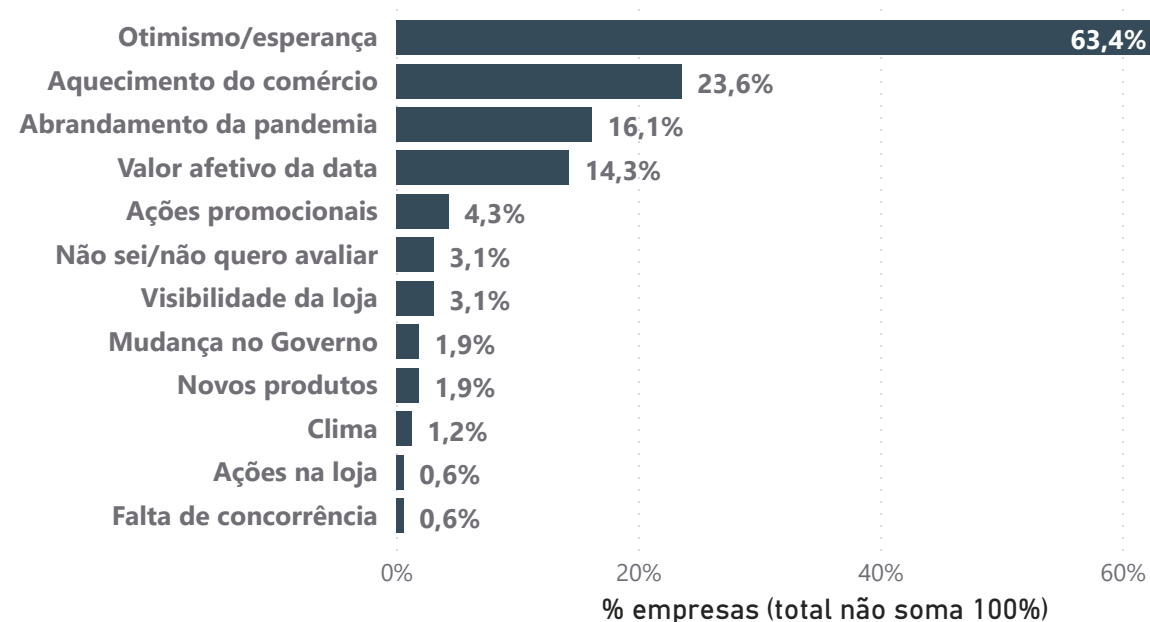
As vendas para o Dia das Mães em relação ao ano passado serão:



Motivos Piores



Motivos melhores



O período do Dia das Mães gera impacto para 79,7% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais. Olhando por região, de acordo com os entrevistados, o comércio de Jequitinhonha-Mucuri é totalmente impactado, enquanto que na mata, 60% é impactado.

A mudança de Governo (38,2%), baixa nas vendas no 1º trimestre (20,0%) e crise econômica (14,5%), fazem com que oximadamente, 13,6% das empresas acreditem que as vendas no período serão inferiores às de ano de 2022.

Ações para o período

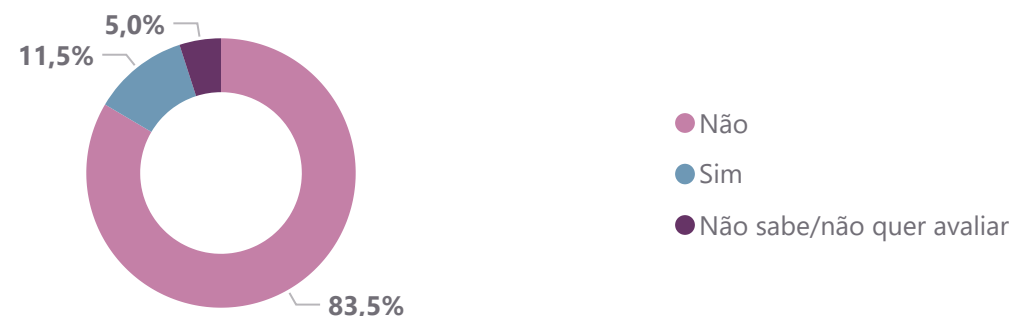
Ações adotadas



No ano passado o(a) Sr(a) contratou funcionários temporários para o período de vendas do Dia das Mães?



Irá contratar esse ano?

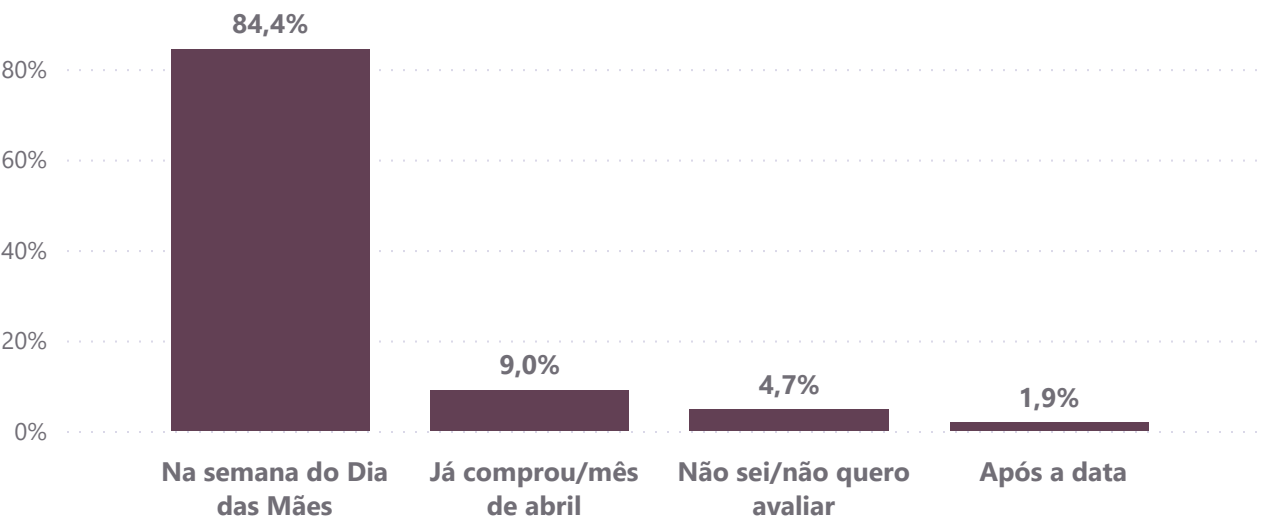


Para melhorar as vendas no período, 28,9% das empresas impactadas pela data pretendem realizar promoções e liquidações e 25,7% investir em propagandas para atrair o consumidor.

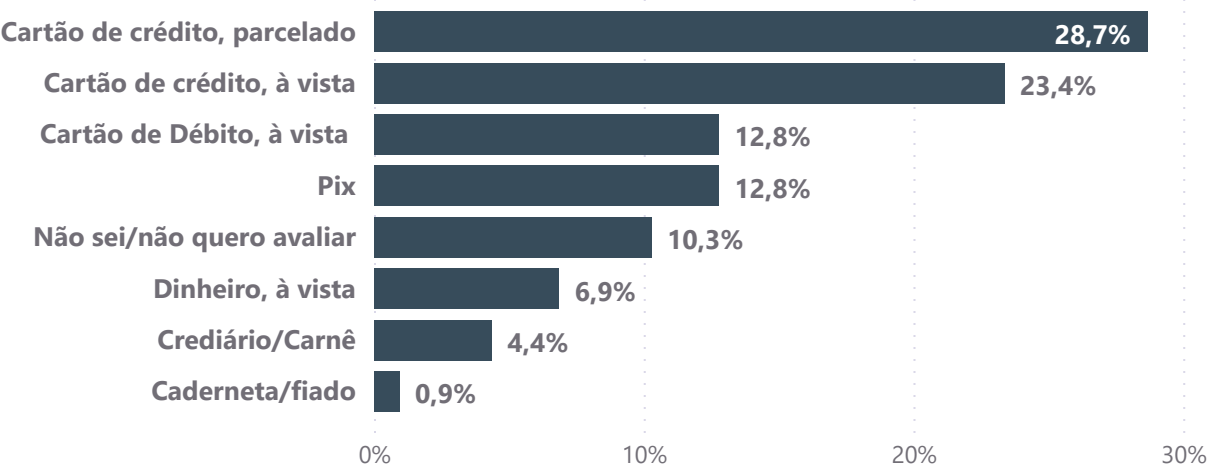
Outra ação realizada por 11,5% dessas empresas é a contratação de funcionários temporários a fim de melhorar o atendimento ao consumidor - um aumento de 4,3% desse tipo de contratação frente ao ano anterior.

Perfil das compras

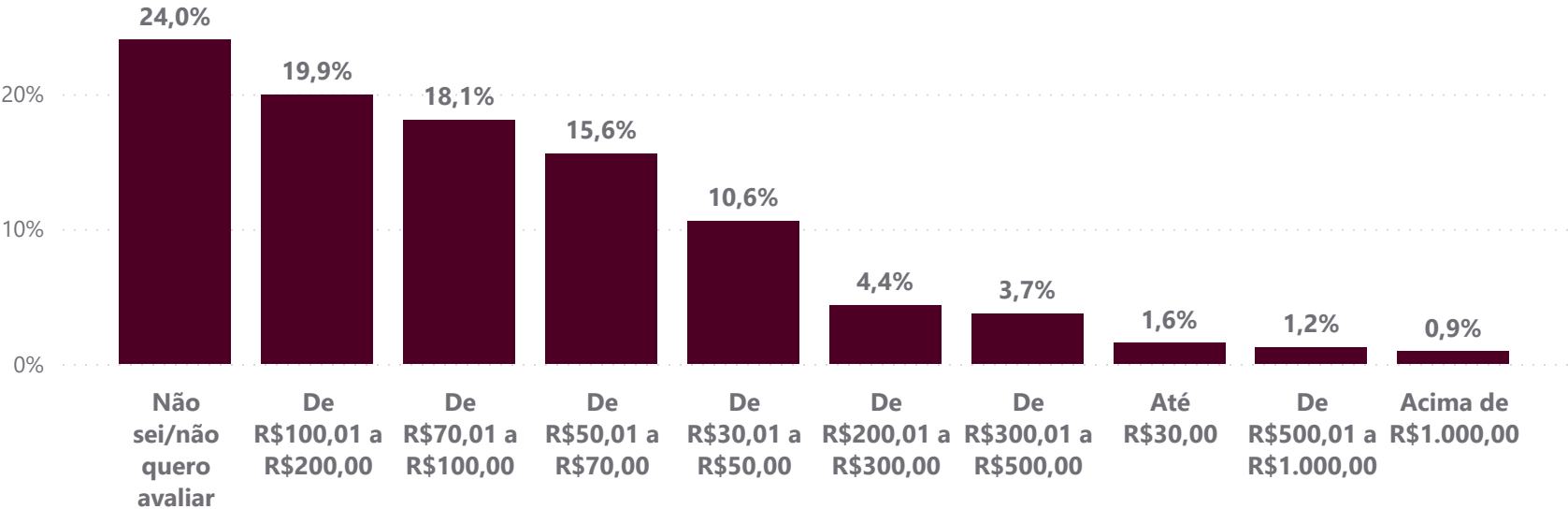
Quando o(a) Sr(a) acredita que o consumidor irá realizar as compras da data?



Qual a forma de pagamento deverá sobressair nas compras para o Dia das Mães?



Qual o ticket médio esperado por consumidor para o Dias das Mães?



Para 84,4% dos empresários impactados pela data acreditam que os consumidores comprarão os presentes na semana do Dia das Mães.

O crédito parcelado é, para 28,7% dos donos de estabelecimentos, a forma de pagamento que deverá sobressair na data. Ainda, 45,9% dos empresários esperam que o consumidor gaste, em média, um valor de até R\$100,00 em compras.

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra do comércio varejista de produtos alimentícios do estado de Minas Gerais. A pesquisa foi realizada entre os dias 27 março e 12 de abril de 2023. Foram avaliadas 403 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

Núcleo Estudos Econômico e de Inteligência & Pesquisa

Responsável: Stefan Wilson D'Amato

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Pesquisadores: Daianne Rafael Rei de Oliveira, Polyane Pereira Casagrande

Núcleo de Mercado e consumo

Responsável: Marcelo de Oliveira Nunes da Silveira

**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



Sistema Comércio

