



# Resultado das vendas

Dia das Mães - 2023



· Fecomércio MG



· Sesc



· Sindicatos  
Empresariais

---

Sistema Comércio

---

## 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 Pesquisa & Inteligência da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de captar os resultados após as estratégias adotadas pelos empresários do comércio varejista do estado para engajar as vendas no Dia das Mães.

**51,1% das empresas participantes obtiveram resultados melhores ou iguais que no ano passado.**

Entre as empresas que tiveram resultados melhores, a variação média foi de até 25,0% para 63,4% das empresas entrevistadas.

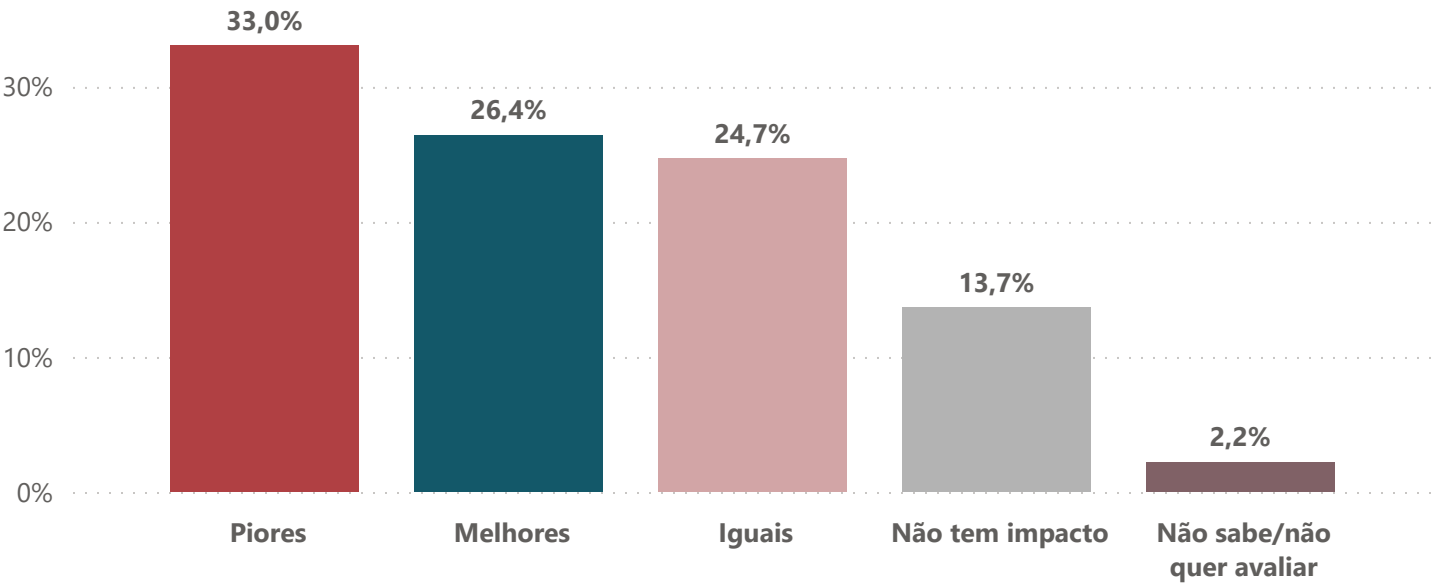
Os produtos que mais contribuíram nas vendas dessas empresas foram roupas, carnes, calçados, bebidas e perfumaria.

Na opinião de 30,1% dos entrevistados, após a data, ainda haverá procura por produtos para apresentar as mães, por parte dos consumidores.

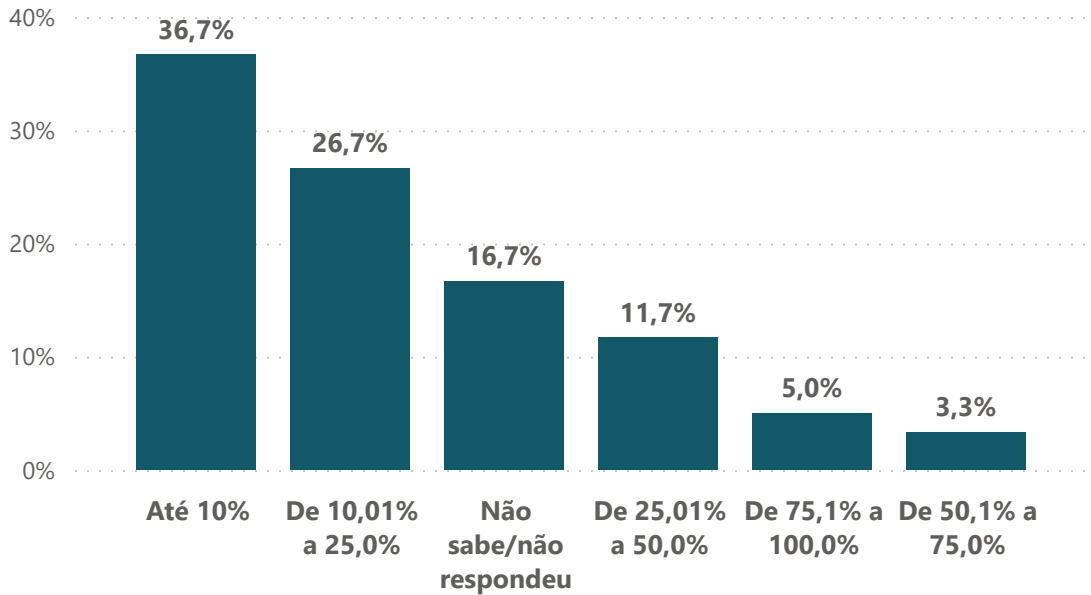
A maioria das empresas participantes (58,2%) tiveram suas expectativas para a data atendidas.

# Resultados das vendas

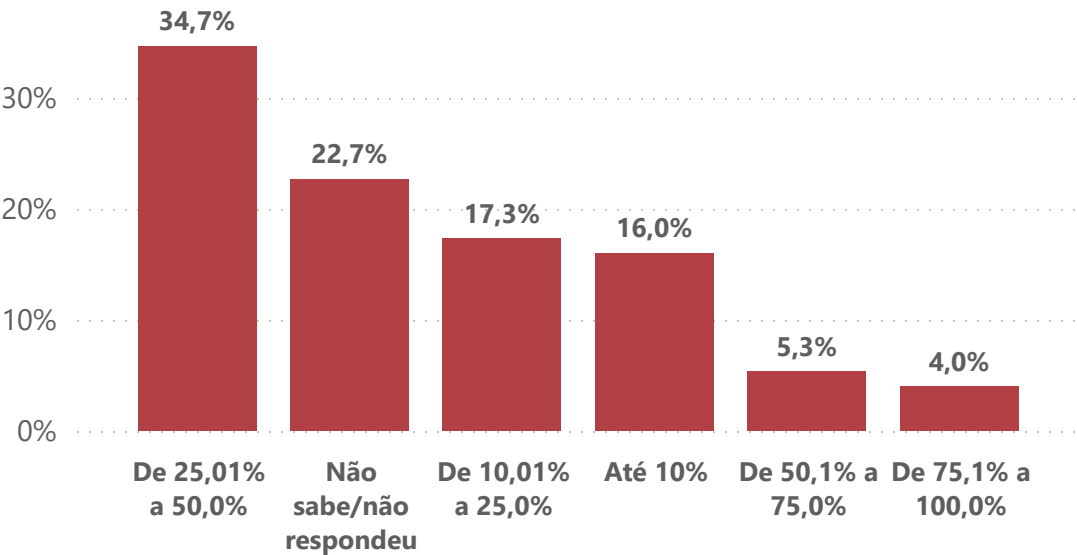
Comparando o Dia das Mães de 2023 com respeito a 2022, acredita que as vendas foram:



Impacto percentual médio nas vendas em relação a 2022 - Melhores



Impacto percentual médio nas vendas em relação a 2022 - Piores



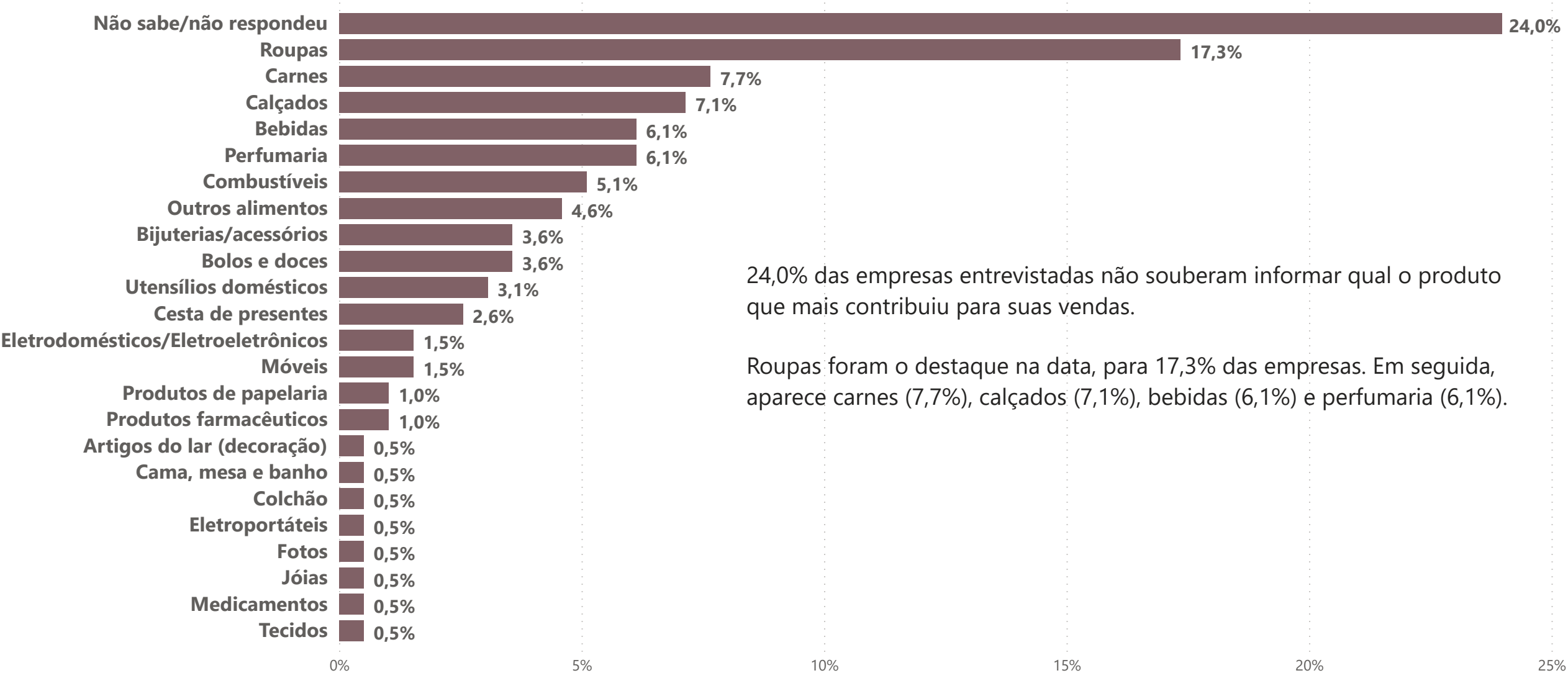
Apesar de boa parte dos empresários entrevistados (33,0%) ter a percepção de resultados piores de vendas se comparado ao ano passado, a maioria (51,1%) obteve resultados satisfatórios de vendas, sendo esses iguais ou melhores.

Quando melhores, os resultados variaram, em média, até 25,0% para 63,4% das empresas.

Em contrapartida, a percepção de variação para aqueles com percepção de resultados piores nas vendas foi mais intensa, atingindo até 50%, em média, em 68% das empresas.

# Produto que mais se destacou

Qual produto mais contribuiu para suas vendas no Dia das Mães?

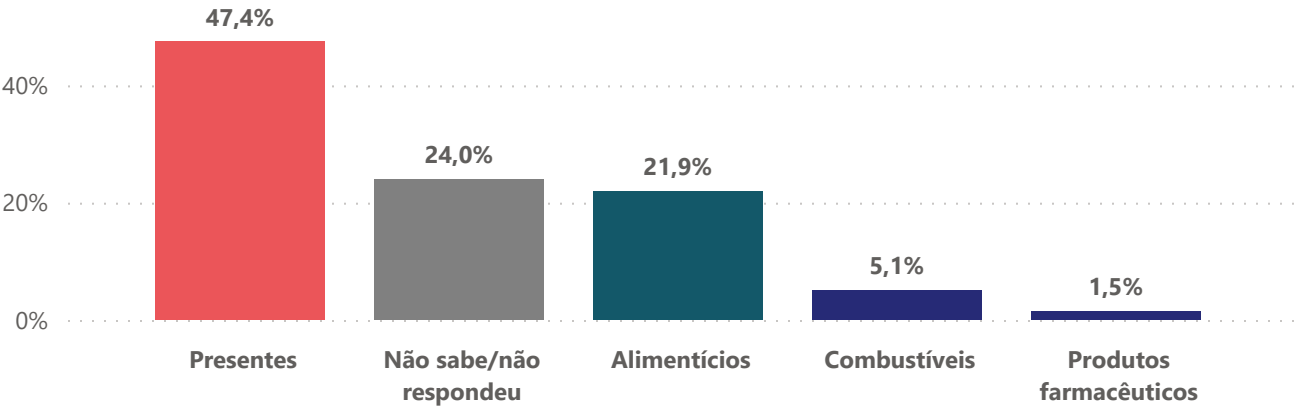


24,0% das empresas entrevistadas não souberam informar qual o produto que mais contribuiu para suas vendas.

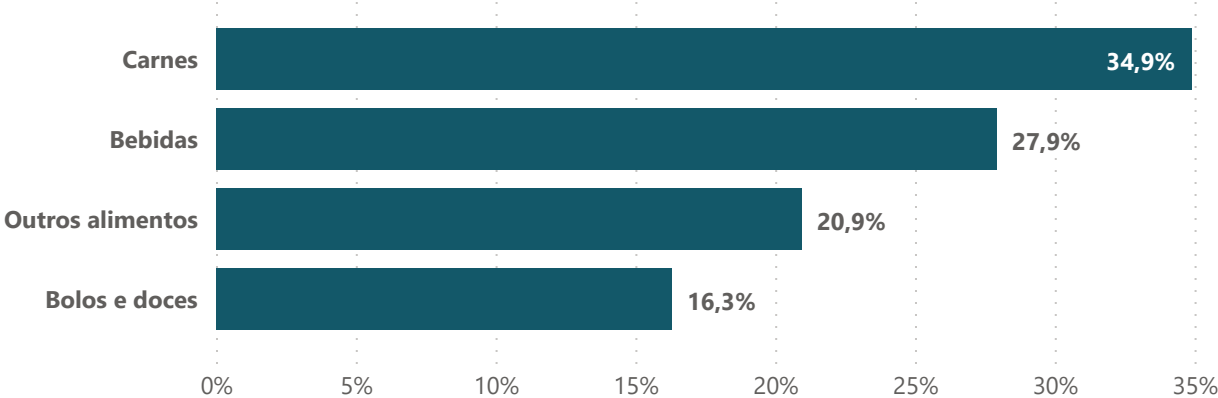
Roupas foram o destaque na data, para 17,3% das empresas. Em seguida, aparece carnes (7,7%), calçados (7,1%), bebidas (6,1%) e perfumaria (6,1%).

# Produto que mais se destacou

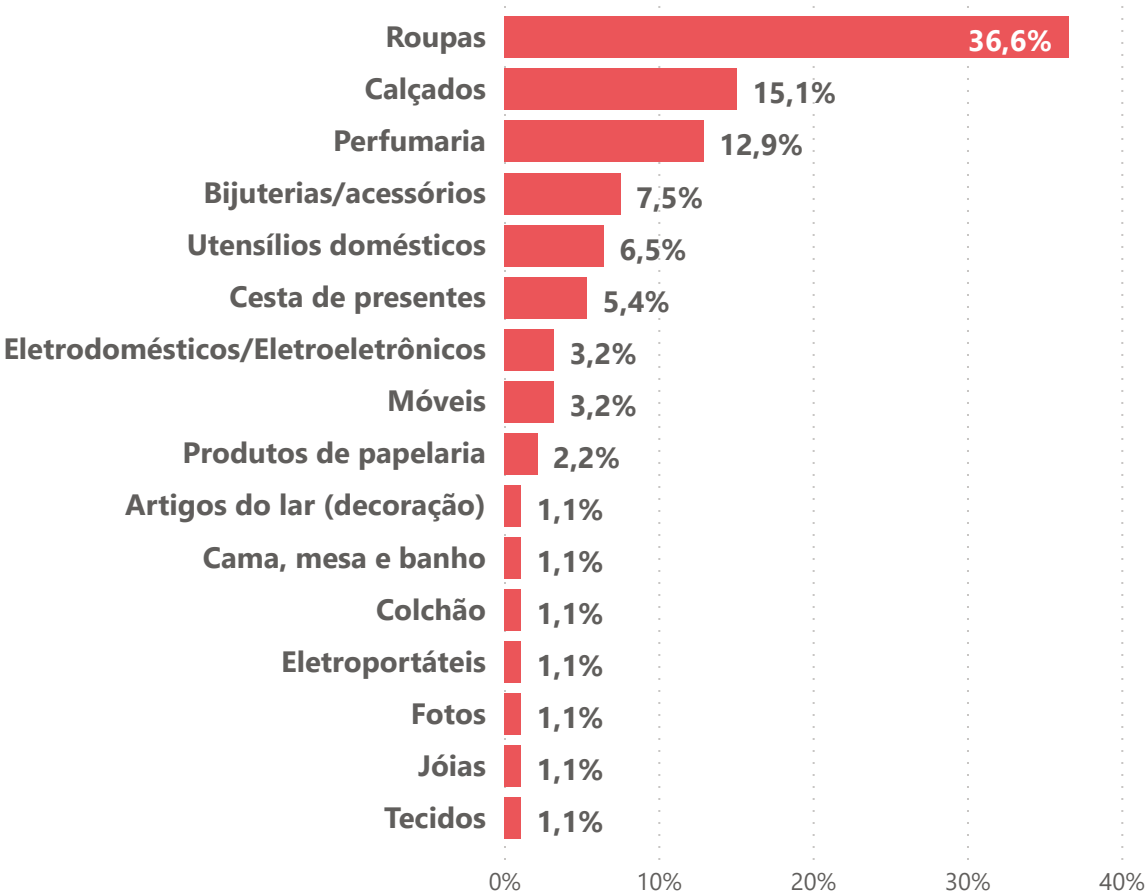
Grupos de produtos



Qual produto mais contribuiu para suas vendas no Dia das Mães?



Qual produto mais contribuiu para suas vendas no Dia das Mães?



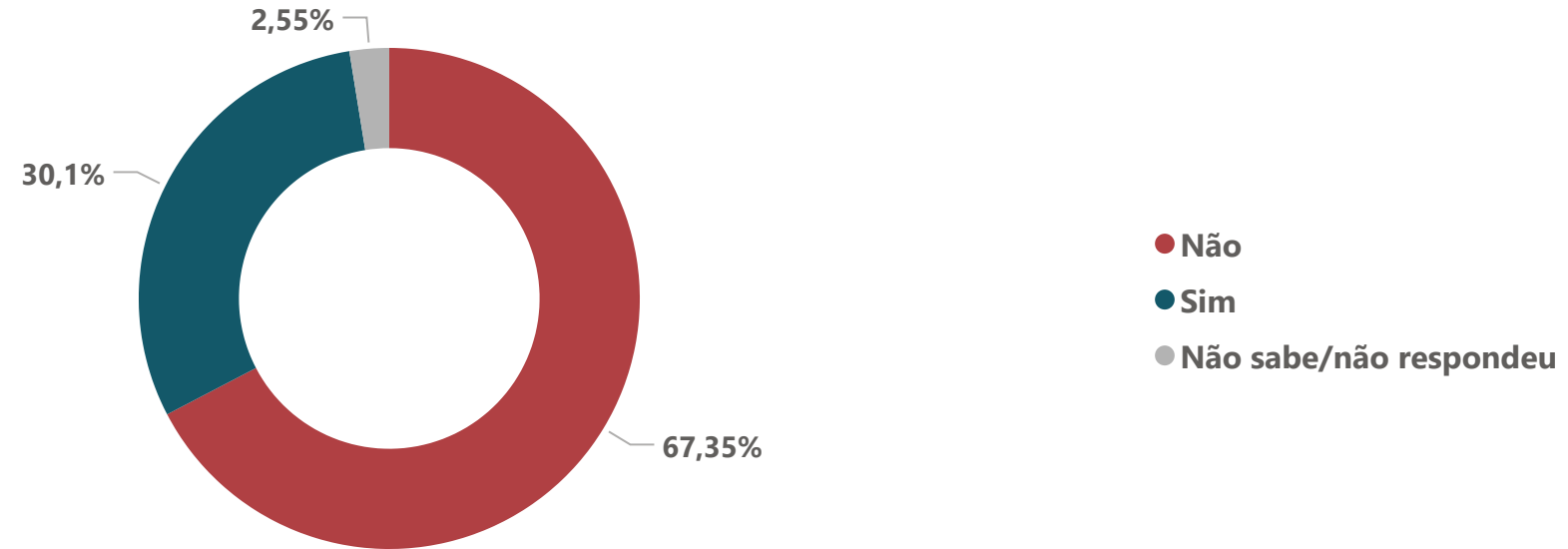
Em 47,4% das empresas entrevistadas, os produtos registrados eram da categoria de presentes. Dentro dessa categoria, 36,6% dos presentes eram roupas, 15,1% eram calçados e 12,9% perfumaria.

Estando de forma representativa na amostra, as empresas do segmento alimentício registraram o destaque de produtos que fazem parte da compra para a realização de jantar e comemorações do dia, havendo destaque para carnes (34,9%) e bebidas (27,9%).

Ainda, há a parcela de empresas que não conseguiram ou não quiseram informar roupas, 15,1% eram calçados e 12,9% perfumaria.

## Compras após a data

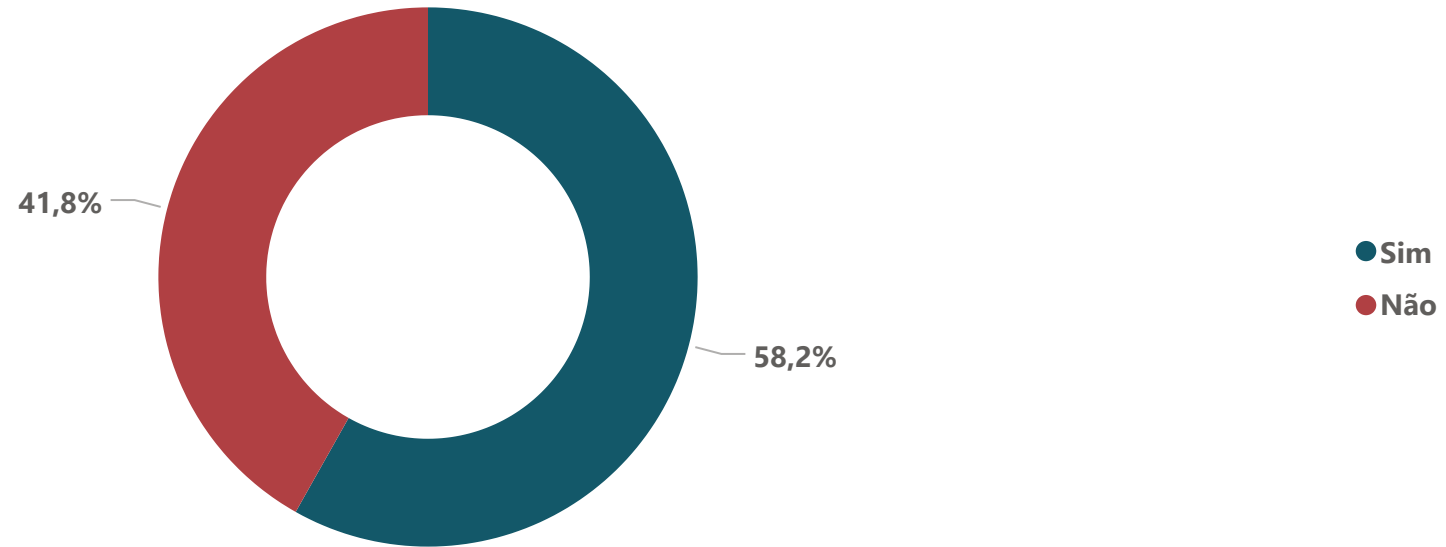
Acredita que nesses próximos dias (incluindo hoje) ainda haverá consumidores procurando por produtos para presentear?



Para a maioria das empresas entrevistadas que foram impactadas pela data, os consumidores já realizaram as devidas compras e, para 30,1% delas, após a data ainda haveria procura de itens para presente das mães, por parte dos clientes.

## Resultados Dia das Mães

As vendas nesse Dia das Mães atenderam suas expectativas?



Com um resultado bem animador para o Comércio, nesse levantamento, 58,2% das empresas entrevistadas tiveram suas expectativas de vendas atendidas.

## Metodologia

Levantamento do tipo survey telefônico com o comércio varejista de estado de Minas Gerais. O levantamento foi realizada entre os dias 25 de abril e 12 de maio de 2023. Foram avaliadas 228 empresas das regiões de planejamento - Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo).

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

#### Núcleos 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 Francielle da Silva, Rafael Rei de Oliveira e Polyane Pereira Casagrande

**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](mailto:economia@fecomerciomg.org.br) | [www.fecomerciomg.org.br](http://www.fecomerciomg.org.br)



Sistema Comércio