



# **DIA DAS MÃES**

- EMPRESÁRIOS -

## **2023**

**Setor de Economia e Inteligência**

# METODOLOGIA

## Objetivo:

Sondar a expectativa dos lojistas de Belo Horizonte em relação às vendas para o Dia das Mães 2023.

## Informações técnicas:



### **Pesquisa quantitativa:**

Pesquisa via telemarketing



### **Público alvo:**

Empresários de Belo Horizonte



### **Amostra:**

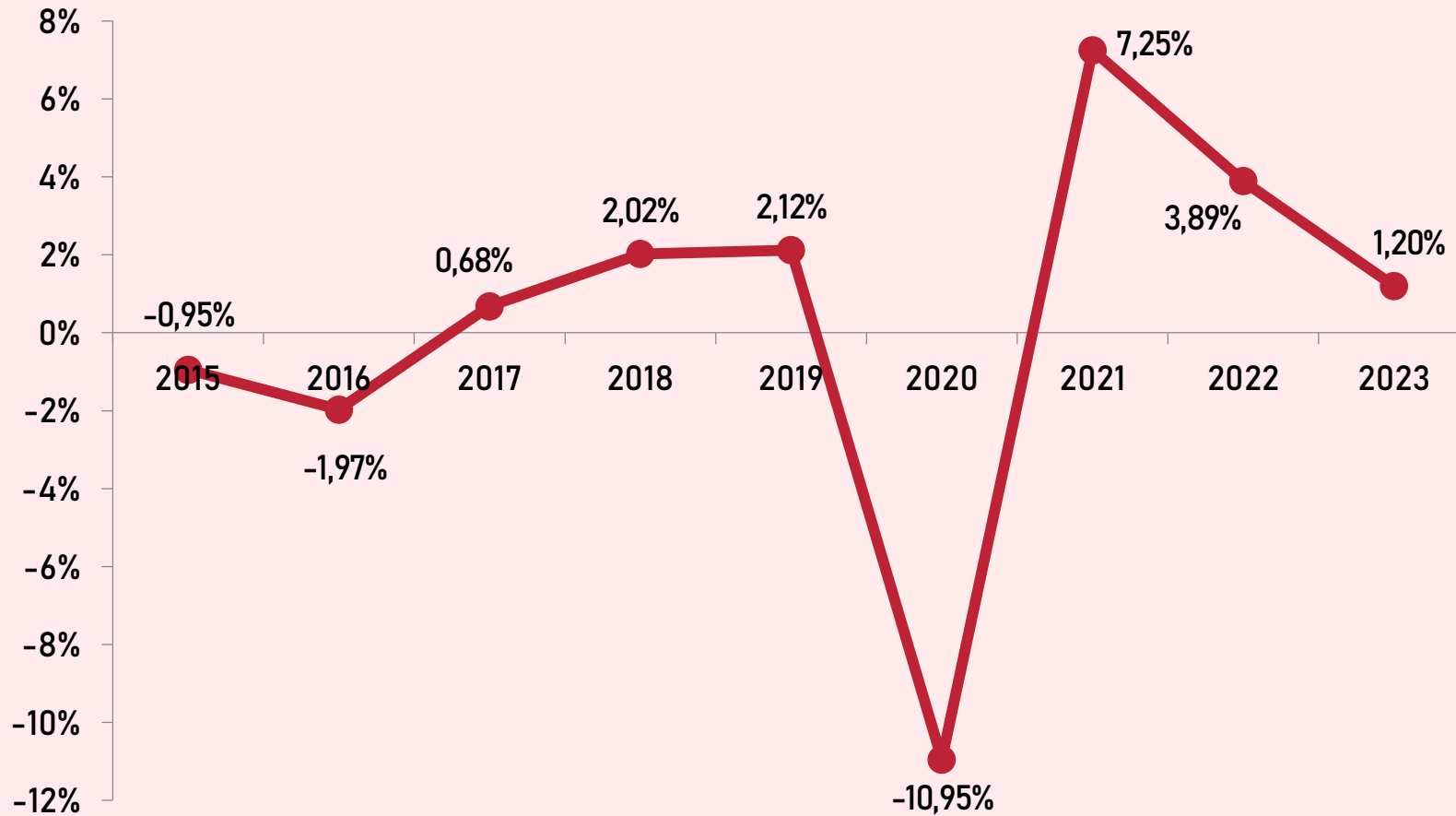
Total de 303 entrevistados. Considerando-se uma amostra aleatória com intervalo de confiança de 95%, obtém-se um erro amostral de aproximadamente 5,6%.



### **Período:**

Pesquisa realizada entre os dias 31 de março e 12 de abril de 2023

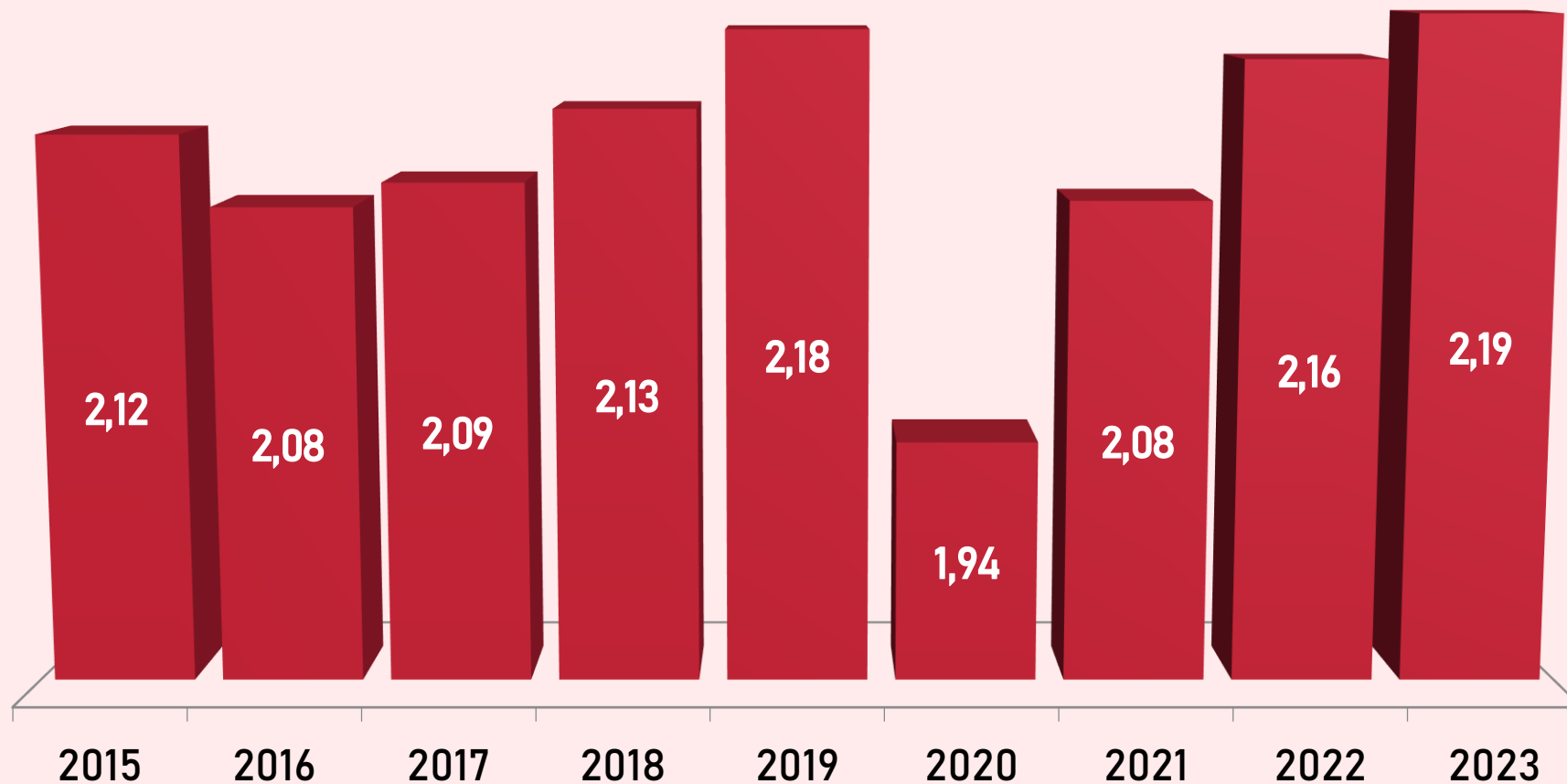
# PREVISÃO DE FATURAMENTO PARA MAIO/2023



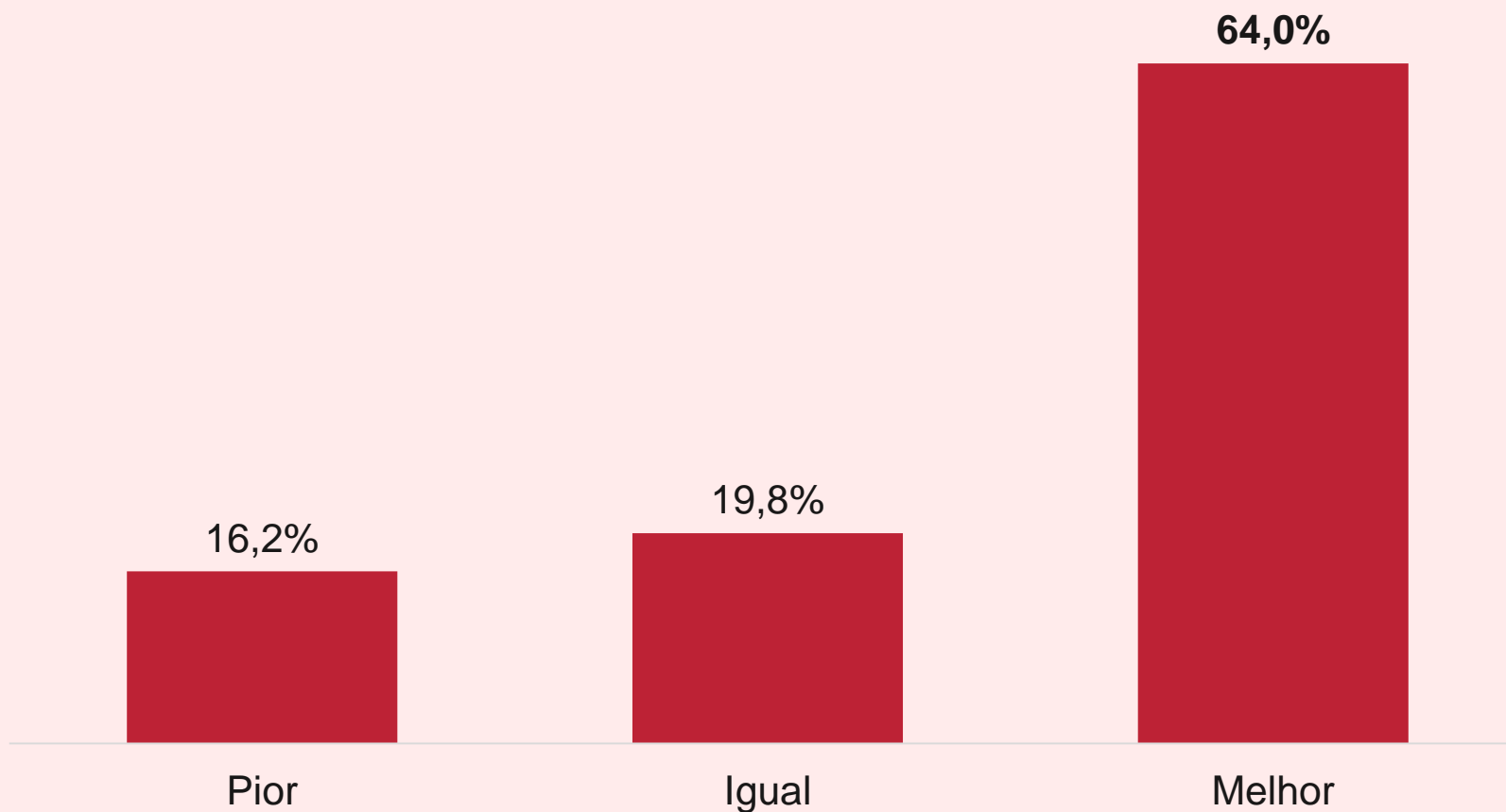
A previsão da CDL/BH é de um **crescimento** de 1,20% no mês de maio em relação ao mesmo período do ano anterior, representando a entrada de um montante de R\$2,19 bilhões na economia da capital.

# PREVISÃO DE FATURAMENTO PARA MAIO/2023

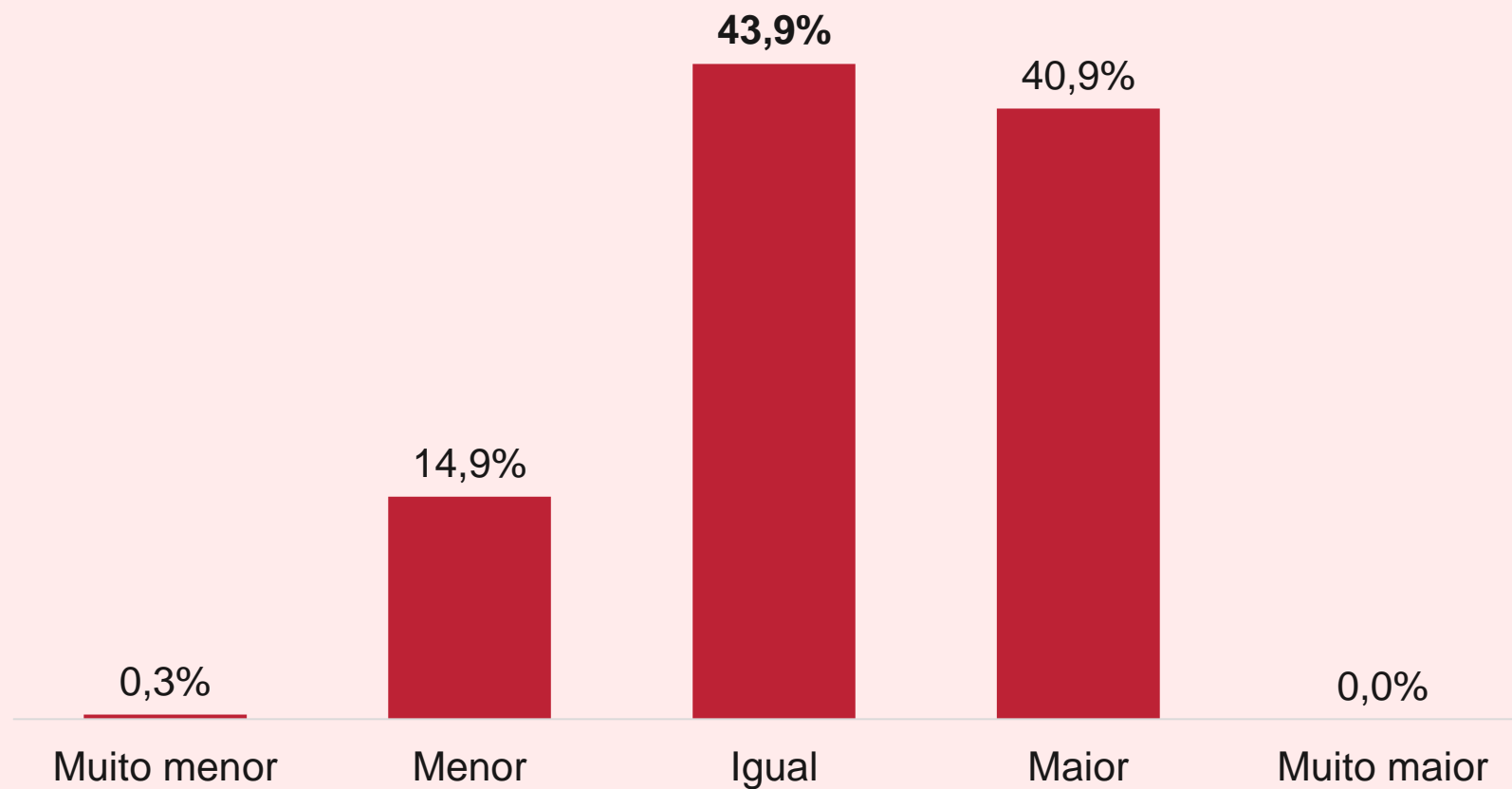
## Montante vendas (em R\$ bilhões)



Com relação ao ano passado, qual sua expectativa para as vendas no Dia das Mães?



O volume do seu estoque para o Dia das Mães, em comparação ao ano passado, será:



O que você acredita que mais pode prejudicar as vendas do Dia das Mães esse ano?

75,6%

Aumento do preço dos produtos

11,6%

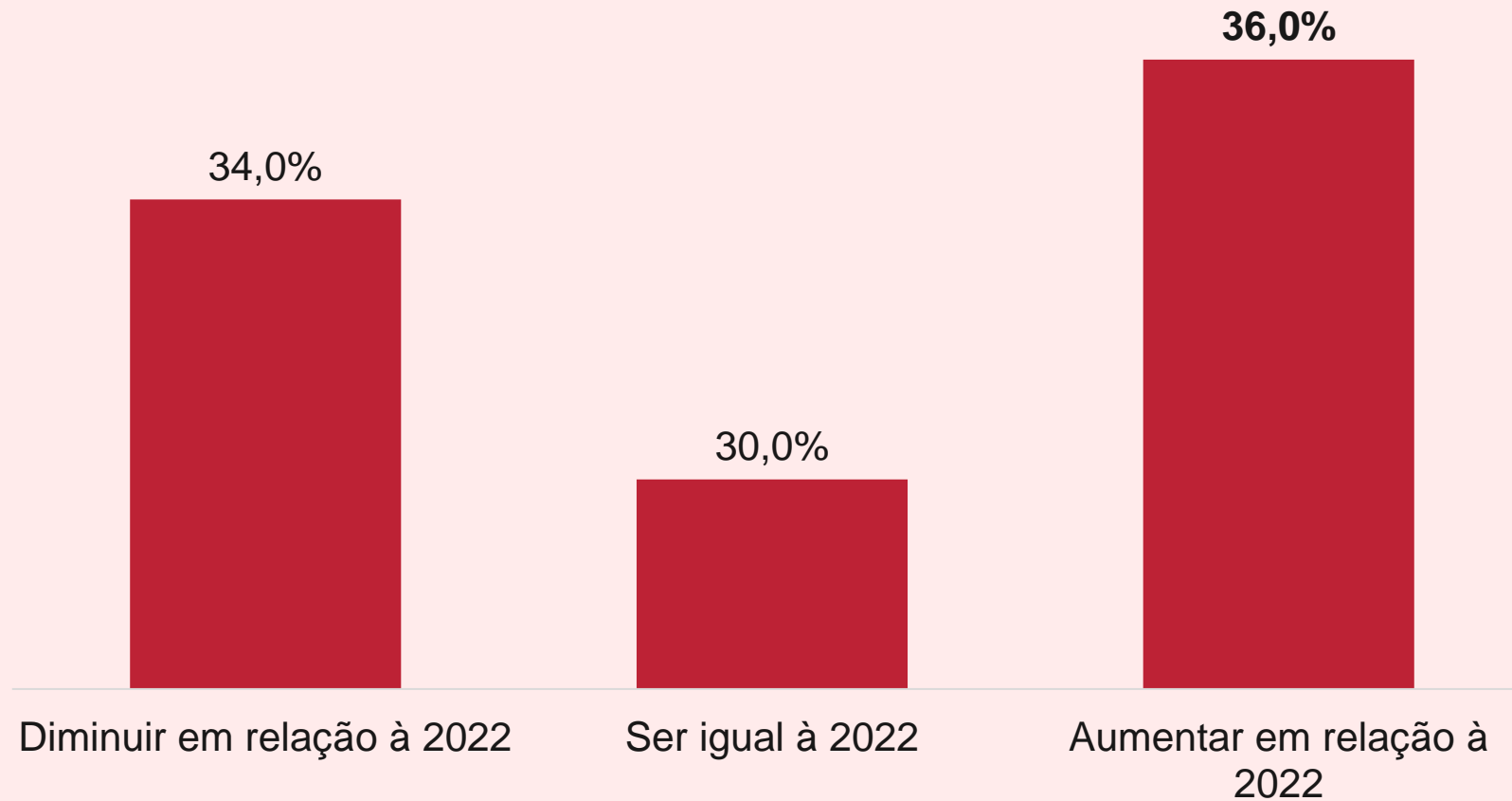
Desemprego

5,3%

Aumento da inadimplência

**2,3%** acreditam que **nada** pode prejudicar as vendas

Qual sua expectativa de gastos dos consumidores com as compras para o Dia das Mães deste ano?





# TOP 9 PRODUTOS COM MAIOR SAÍDA

- RESPOSTA MÚLTIPLA -



Roupas – 31,0%



Calçados – 13,9%



Flores – 12,2%



Acessórios – 8,3%



Relógios, cintos, óculos, carteiras, etc.



Produtos de beleza – 8,3%



Cremes, hidratantes, maquiagens, etc.



Cama, mesa e banho – 7,9%



Artigos de decoração – 7,3%



Produtos personalizados – 5,9%



Canecas, garrafas, etc.



Bolsas e mochilas – 5,6%



**Nota:** outras respostas apresentaram frequência inferior a 5%.



R\$186,63

TICKET MÉDIO POR PRODUTO

55%

dos entrevistados  
esperam a compra de  
**1 presente**



# R\$186,63

TICKET MÉDIO POR PRODUTO

Esse valor representa um **aumento de 59,5% no ticket médio por produto** em relação à 2022 mas, como neste ano espera-se a compra de apenas 1 presente, representa uma **redução de 20,2% no gasto total.**

# FORMA DE PAGAMENTO

**48,5%**



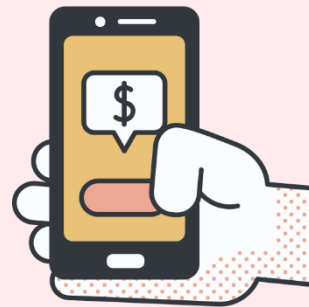
Parcelado no  
cartão de crédito

**35,3%**



À vista no cartão  
de crédito

**14,2%**



PIX

**2,0%**



Cartão de  
débito

Das compras  
parceladas, espera-se  
que sejam divididas em  
4 parcelas.





**47,9%**  
dos entrevistados  
investirão em alguma  
ação publicitária para  
aumentar as vendas para  
o Dia das Mães

# ESTRATÉGIAS PARA ATRAIR CONSUMIDORES

- RESPOSTA MÚLTIPLA -

73,6%

Divulgação  
dos produtos

40,6%

Variedade de  
produtos

32,3%

Decoração  
da loja

25,4%

Flexibilidade ou  
facilidade de  
pagamento

16,8%

Aperfeiçoar o  
atendimento

**Nota:** outras respostas foram “conceder descontos” (3,3%), “oferecer promoções” (3,3%), “nenhuma” (2,3%), “distribuição de brindes” (1,7%) e “venda online” (1,3%).

# DIVULGAÇÃO DOS PRODUTOS

- RESPOSTA MÚLTIPLA -



INSTAGRAM  
75,2%



FACEBOOK  
16,5%



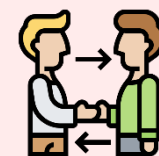
WHATSAPP  
45,5%



NÃO VAI DIVULGAR  
10,9%



DECORAÇÃO NA VITRINE  
20,1%



BOCA A BOCA  
4,0%



SITE DA EMPRESA  
17,5%



CARRO DE SOM  
0,3%



64% esperam vendas melhores que em 2022



75,6% acreditam que o aumento no preço do produtos é o que mais prejudicará as vendas



**R\$186,63**

TICKET MÉDIO POR PRODUTO

Mais da metade dos entrevistados esperam a compra de **1 presente**



43,9% manterão o mesmo estoque que em 2022



36% esperam aumento dos gastos dos consumidores em relação à 2022



47,9% investirão em alguma ação publicitária para aumentar as vendas



O Instagram será o principal meio de divulgação dos produtos (75,2%)



Roupas serão os itens de maior saída



48,5% esperam pagamento parcelado no cartão de crédito



# INSIGHTS

- Criar estratégias para divulgar os produtos otimizando os possíveis custos operacionais. Evite custos adicionais.
- Ampliar e promover o alcance de diversos nichos de consumidores através das redes sociais e canais de comunicação com o cliente.
- Planejar os estoques em consonância com a demanda esperada de forma mais assertiva para evitar prejuízos com estoques parados.
- Incrementar os espaços da loja com sinalização dos preços, totens e promoções direcionadas ao público alvo.
- Aproveitar as datas especiais de forma estratégica.
- Caprichar no pós-venda (fidelização do cliente).
- Oferecer um atendimento excelente.
- Treinar os colaboradores e criar bonificações para alcance de metas de vendas.
- Encante o seu cliente e ofereça um atendimento impecável para que ele volte a comprar na sua loja.
  
- Sempre conheça o perfil de consumo do seu cliente, use essa informação a seu favor e boas vendas!

# Responsáveis pela elaboração da pesquisa:

**Larissa Fernandes**

Gerente de Planejamento e Inteligência

**Ana Paula Bastos**

Coordenadora do Setor de Economia e Inteligência

**Raquel Marinho**

Estatística

**Aline Costa**

Técnico de Pesquisa

**Silma Evangelista**

Estatística

**Júlia Santarelli**

Técnico de Pesquisa

**Virgínia Mesquita**

Analista de Economia

**Luciana Marques**

Técnico de Pesquisa

