

Expectativa de Vendas

Dia das Mães 2025

 ·  Fecomércio MG ·  Sesc ·  Senac ·  Sindicatos
Empresariais

Sistema Comércio

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 e Inteligência 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 79,3% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais

A expectativa em relação às vendas é majoritariamente positiva: 46,4% dos empresários acreditam que o desempenho será melhor do que em 2024, motivados principalmente por otimismo e esperança (46,3%) e pelo valor afetivo da data (38,3%).

Por outro lado, 19,6% das empresas impactadas preveem uma queda nas vendas, apontando como causas a crise econômica (31,7%), o comportamento mais cauteloso dos consumidores (25,4%) e a baixa performance do primeiro trimestre (20,6%). Para tentar reverter esse cenário, muitos estabelecimentos estão adotando estratégias como promoções e liquidações (26,1%) e o investimento em propaganda (23,3%). A contratação de funcionários temporários também está nos planos de 6,9% das empresas, com o objetivo de melhorar o atendimento.

A maior parte dos empresários (70,7%) acredita que as compras para o Dia das Mães serão realizadas na própria semana da data. O pagamento a crédito deve ser o mais utilizado, conforme apontam 52,6% dos entrevistados. Além disso, 48% dos lojistas estimam que o consumidor gastará entre R\$70,00 e R\$200,00 nos presentes. A presença digital tem se mostrado forte: 71,4% das empresas afirmam vender pela internet, sendo o WhatsApp o canal mais utilizado (90,7%), seguido pelo Instagram (48,8%).

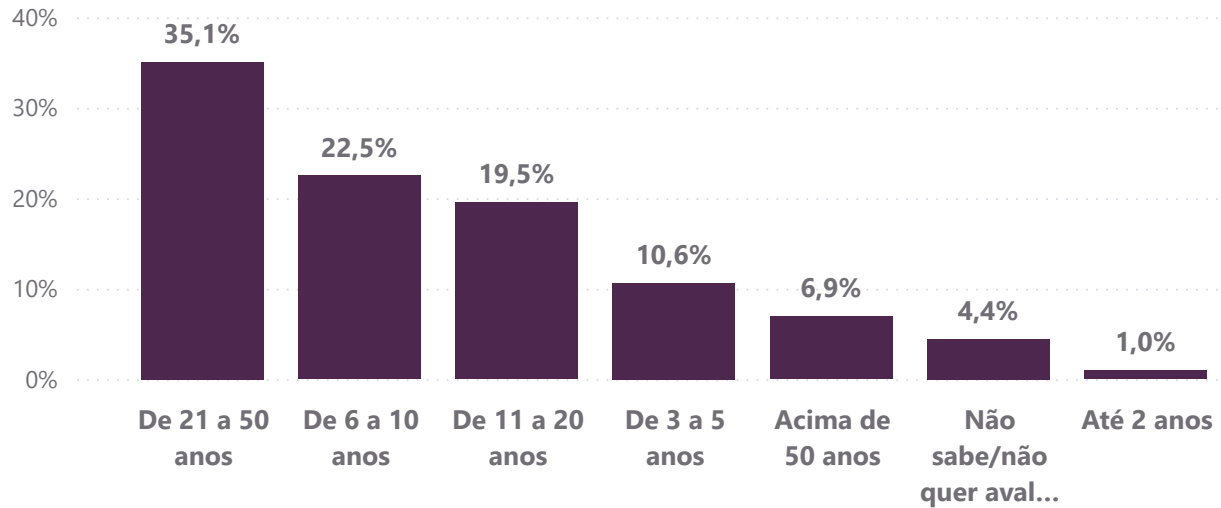
Quanto aos produtos mais procurados, há variações conforme o segmento. Em tecidos e vestuário, as vendas se concentram em roupas e calçados. No setor de artigos farmacêuticos, destacam-se perfumes, cosméticos e cestas de presente. Já no ramo alimentício, os itens mais vendidos são carnes, utensílios domésticos e chocolates, refletindo a diversidade de opções buscadas pelos consumidores para presentear na data comemorativa.

Perfil das empresas

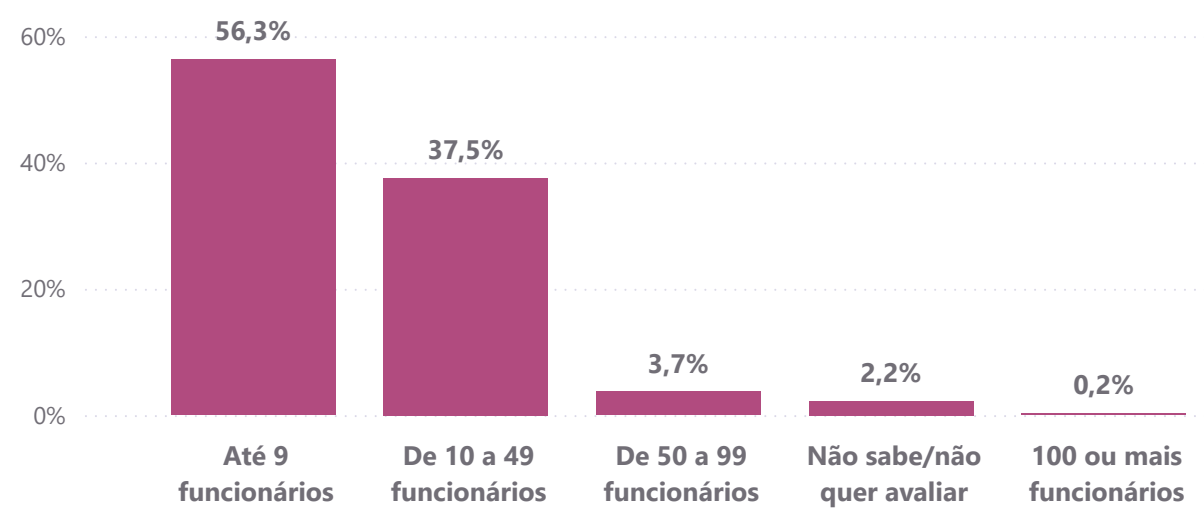
2025



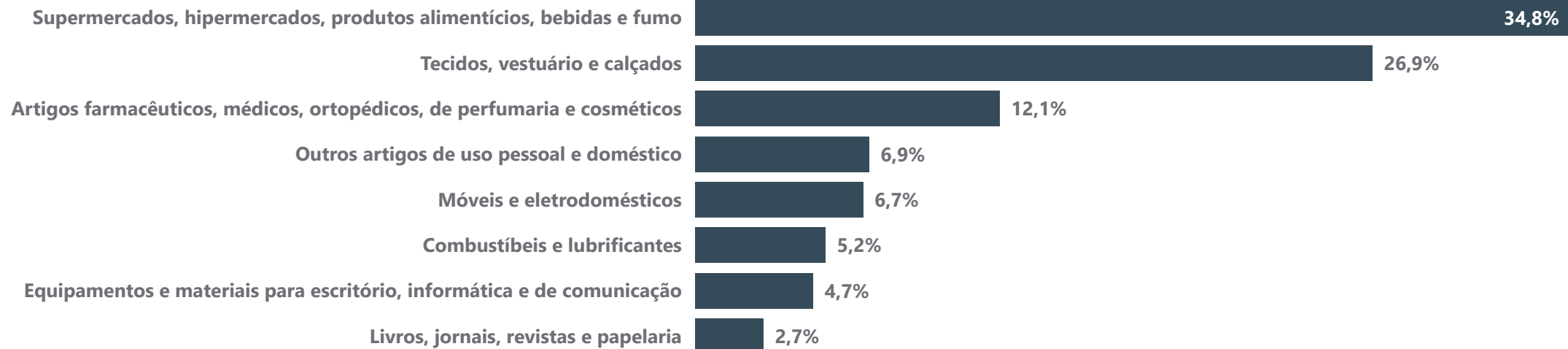
Há quanto tempo a sua empresa atua no mercado?



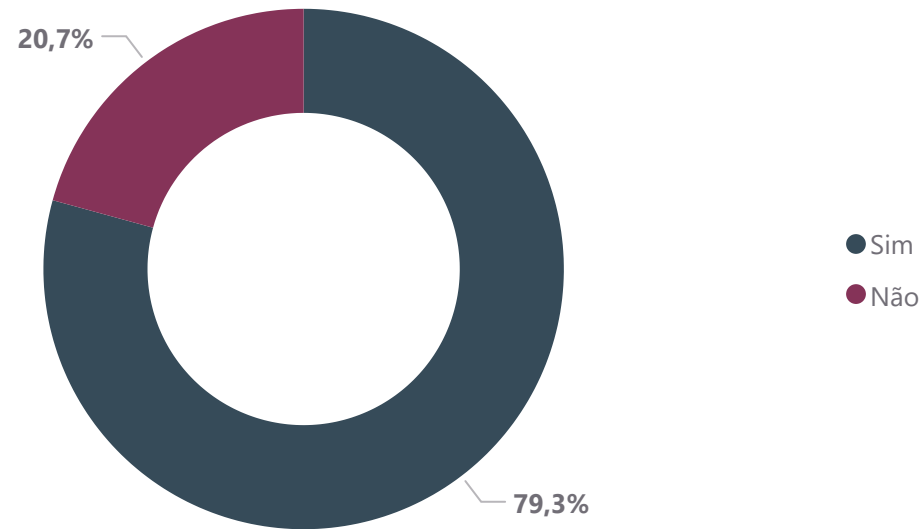
Quantos empregados tem na sua empresa?



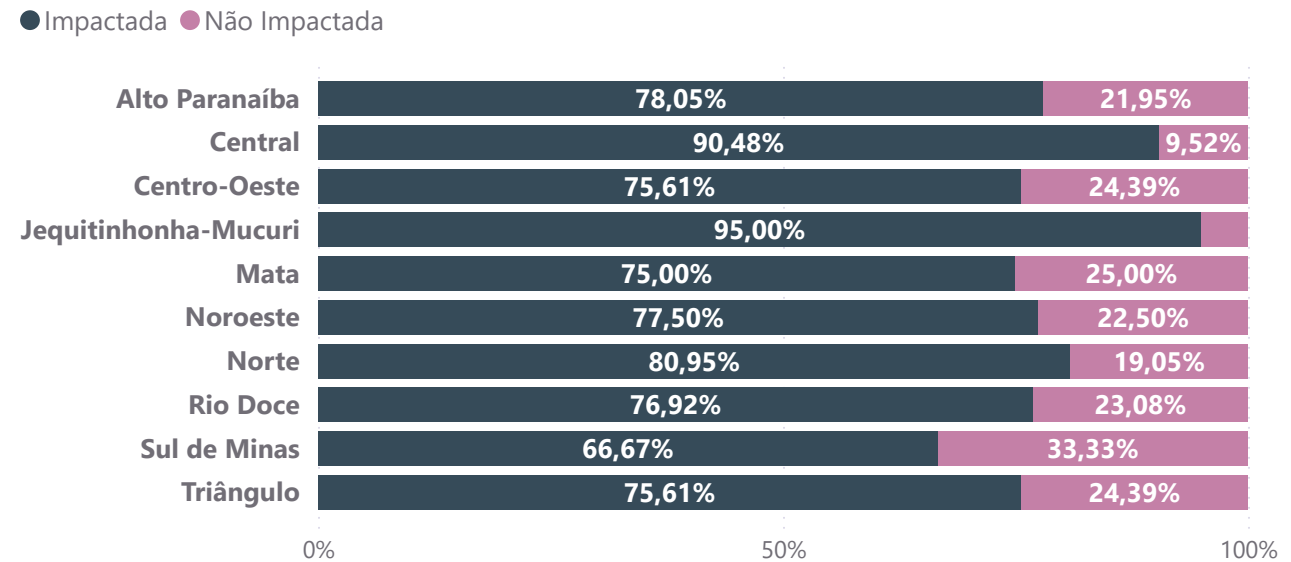
Segmento



Altera as vendas



Regiões com impacto da data



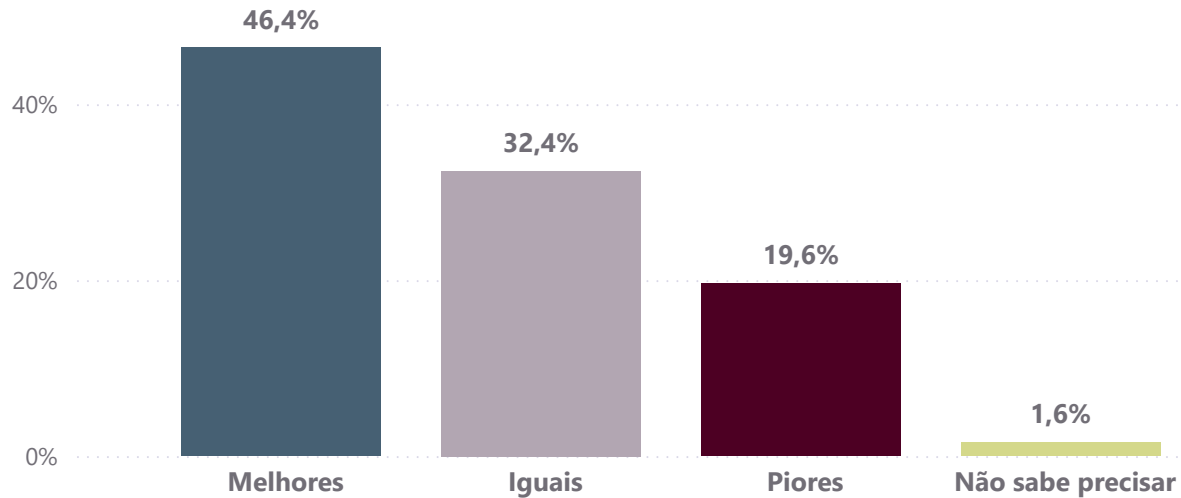
O período do Dia das Mães influencia nas vendas de 79,3% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais. Olhando por região, de acordo com os entrevistados, o comércio de Jequitinhonha-Mucuri é o que indica maior influência da data (95,0%), enquanto que no Sul de Minas, 66,7% é impactado.

Expectativa de vendas

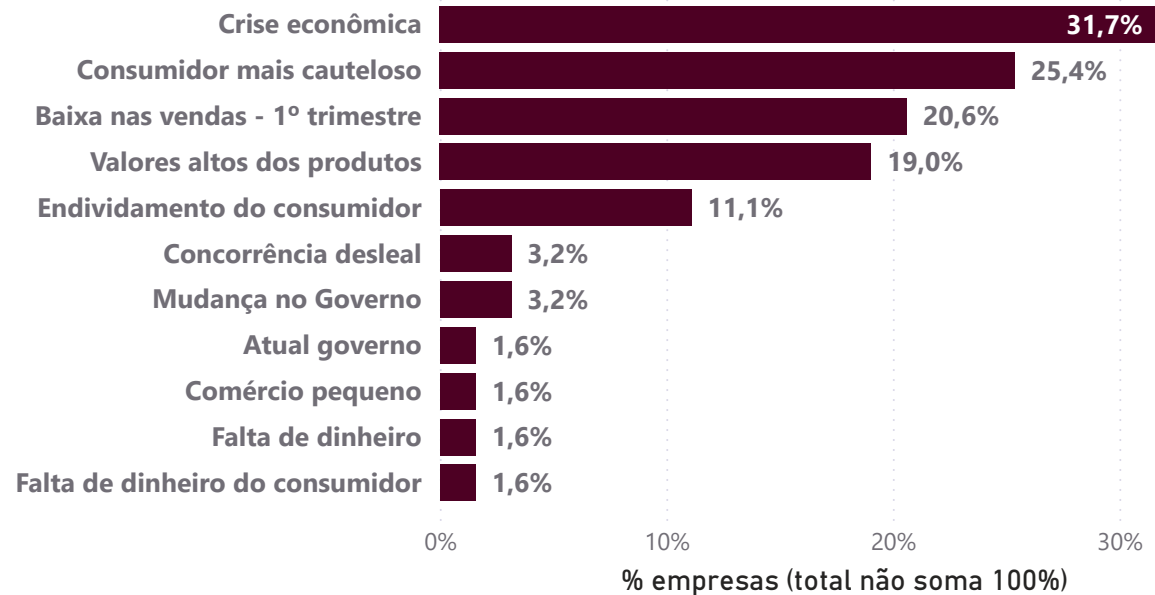
2025



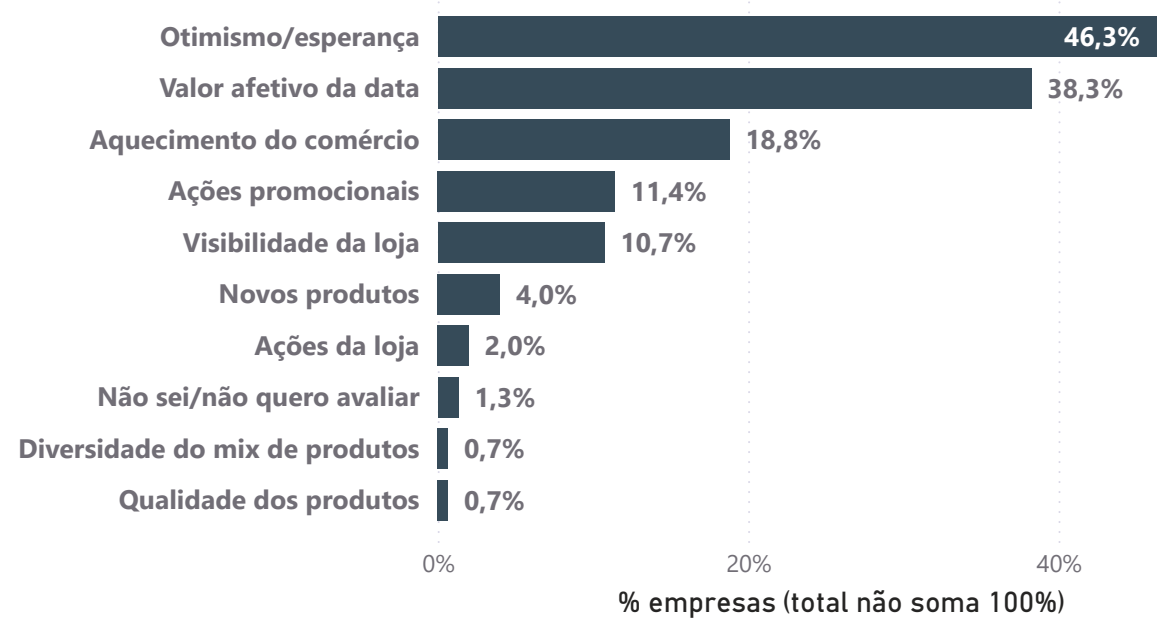
As vendas para o Dia das Mães em relação ao ano passado serão:



Motivos Piores



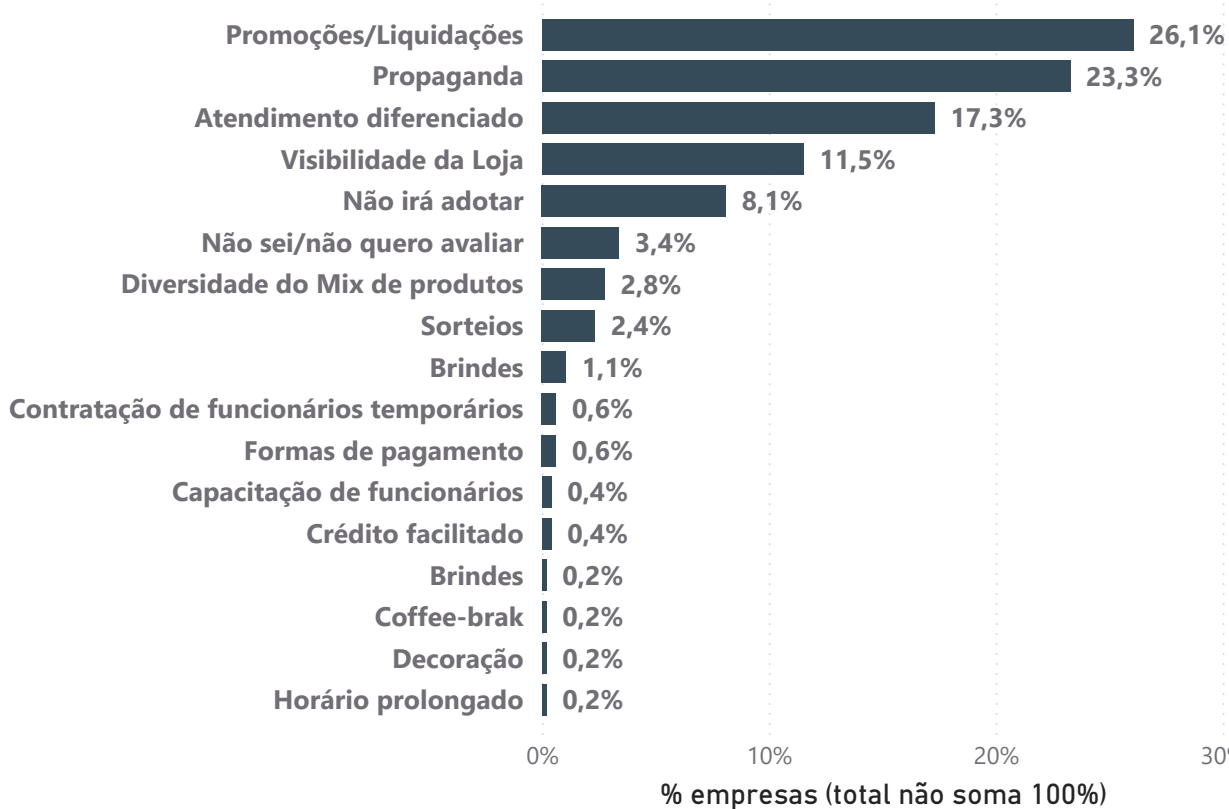
Motivos melhores



Entre as empresas que são impactadas pela data em Minas Gerais, 46,4% acreditam que as vendas neste ano serão melhores que as do ano passado. Otimismo/esperança (46,3%) foi o principal motivo apontado para a expectativa por esse resultado, seguido do valor afetivo da data (38,3%).

Crise econômica (31,7%), consumidor mais cauteloso (25,4%) e baixa nas vendas do primeiro trimestre (20,6%), fazem 19,6% das empresas impactadas acreditarem que as vendas no período serão inferiores às de 2024.

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?



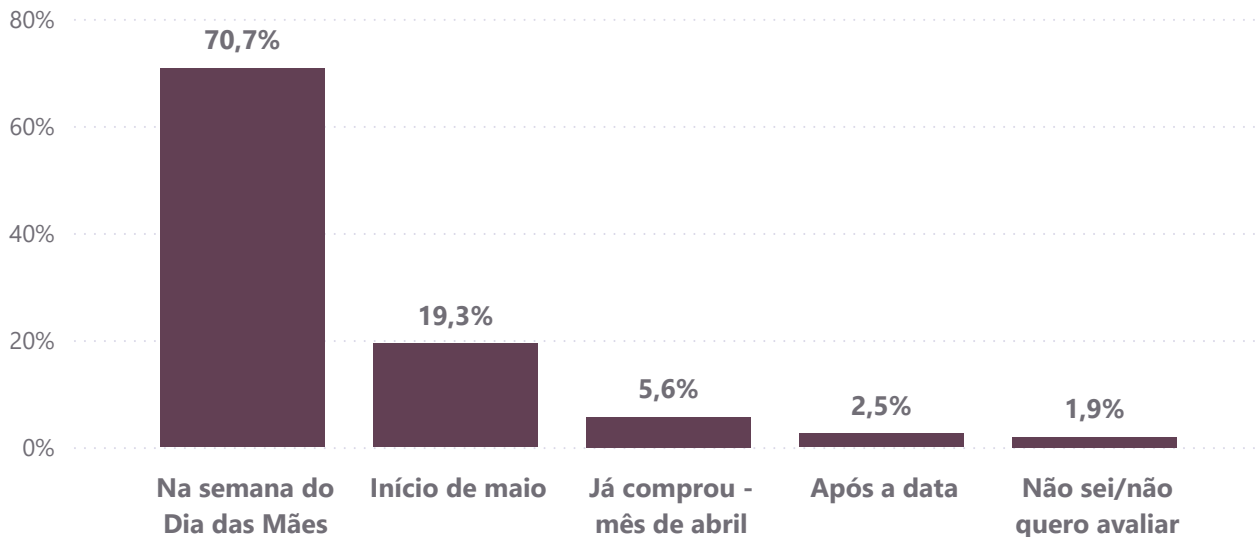
Para melhorar as vendas no período, 26,1% das empresas impactadas pela data pretendem realizar promoções e liquidações e 23,3% devem investir em propagandas para atrair o consumidor.

Outra ação realizada por 6,9% dessas empresas é a contratação de funcionários temporários a fim de melhorar o atendimento ao consumidor.

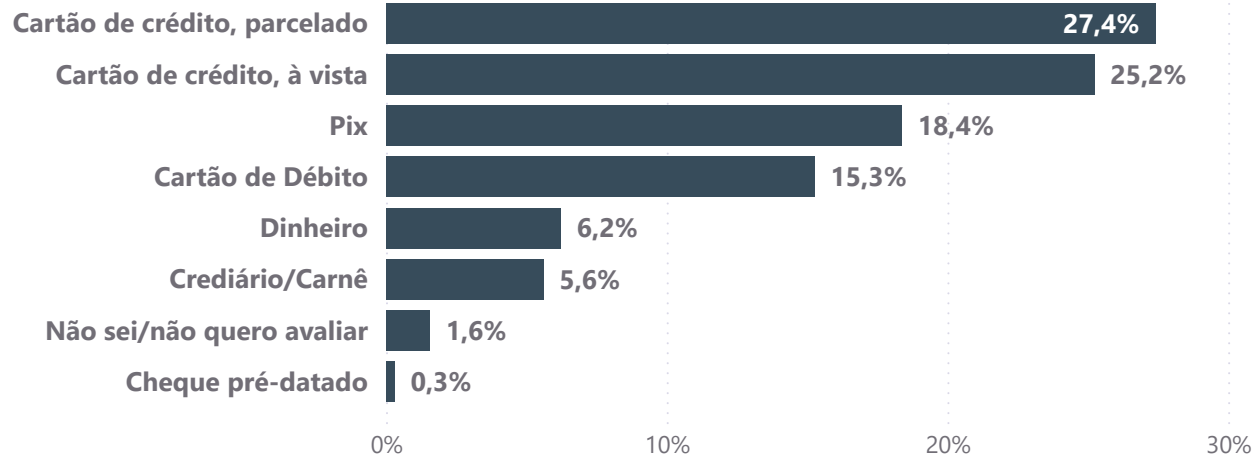
Perfil das compras

2025

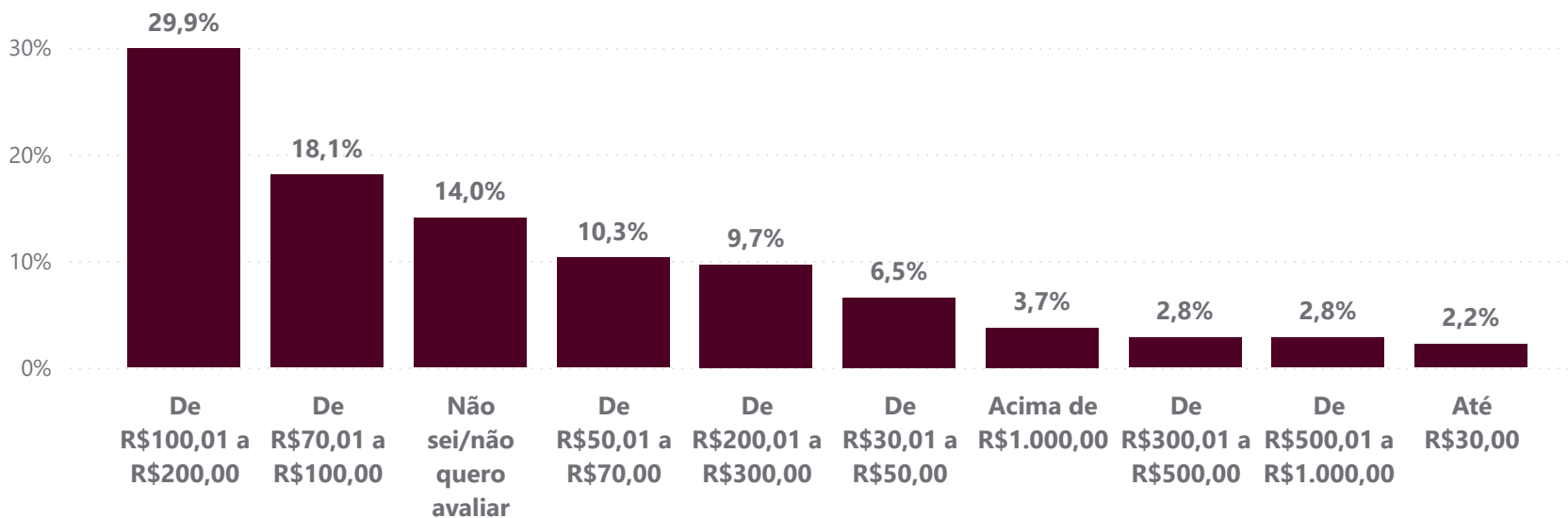
Quando o(a) Sr(a) acredita que o consumidor irá realizar as compras da data?



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 70,7% dos empresários impactados pela data acreditam que os consumidores comprarão os presentes na semana do Dia das Mães.

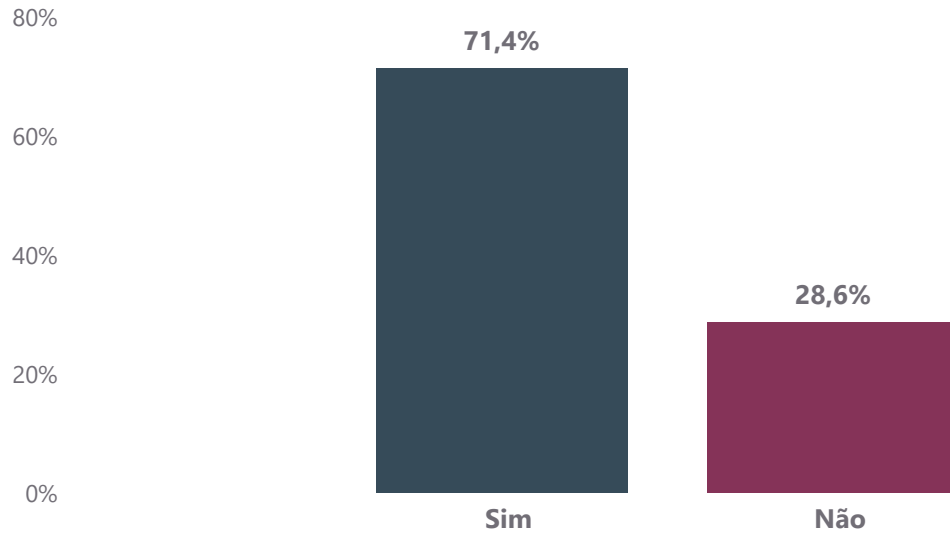
O crédito é, para 52,6% dos donos de estabelecimentos, a forma de pagamento que deverá sobressair na data. Ainda, 48%% dos empresários esperam que o consumidor gaste, em média, de R\$70,00 a R\$200,00 em compras.

Perfil das compras

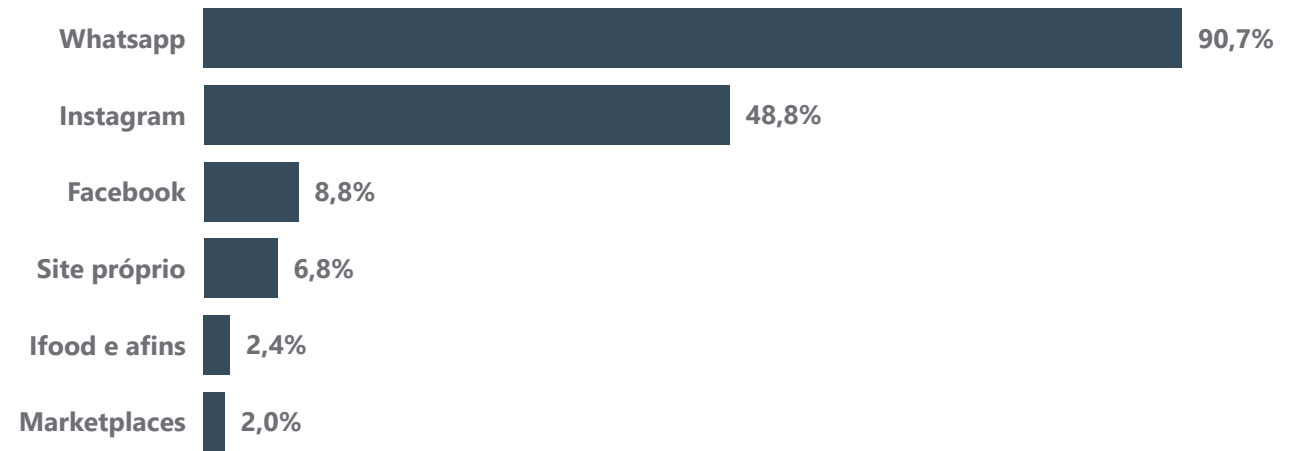
2025



Realiza vendas pela internet?



Quais canais de vendas online utiliza?

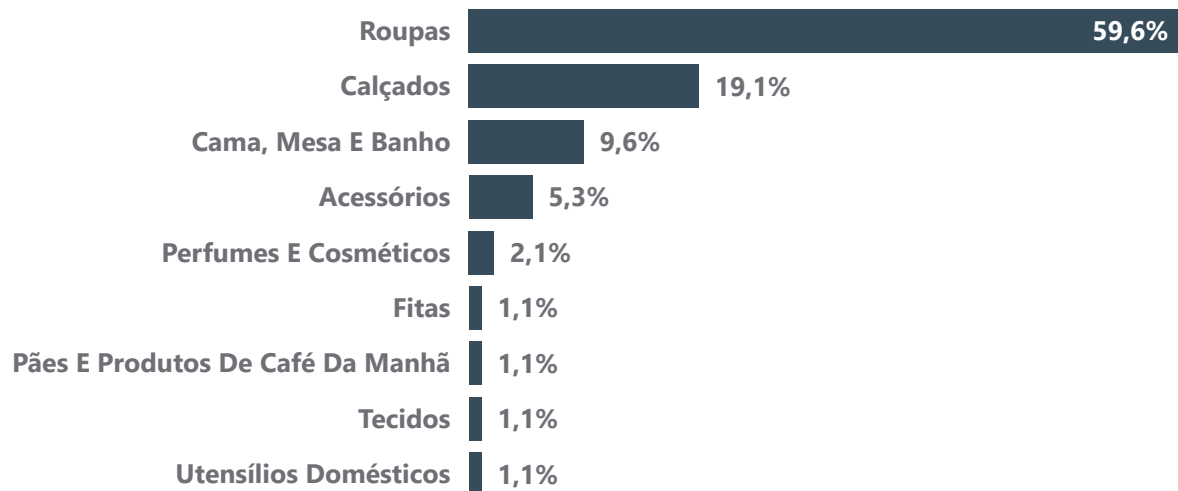


(Total não soma 100%)

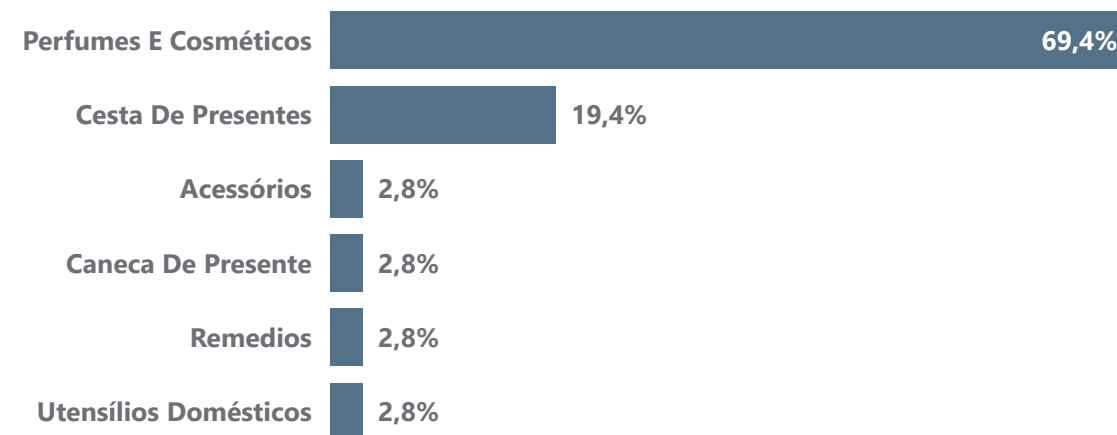
A maioria dos estabelecimentos trabalham com vendas pela internet (71,4%).

O canal de vendas on-line mais utilizado é o Whatsapp (90,7%), seguido do Instagram (48,8%).

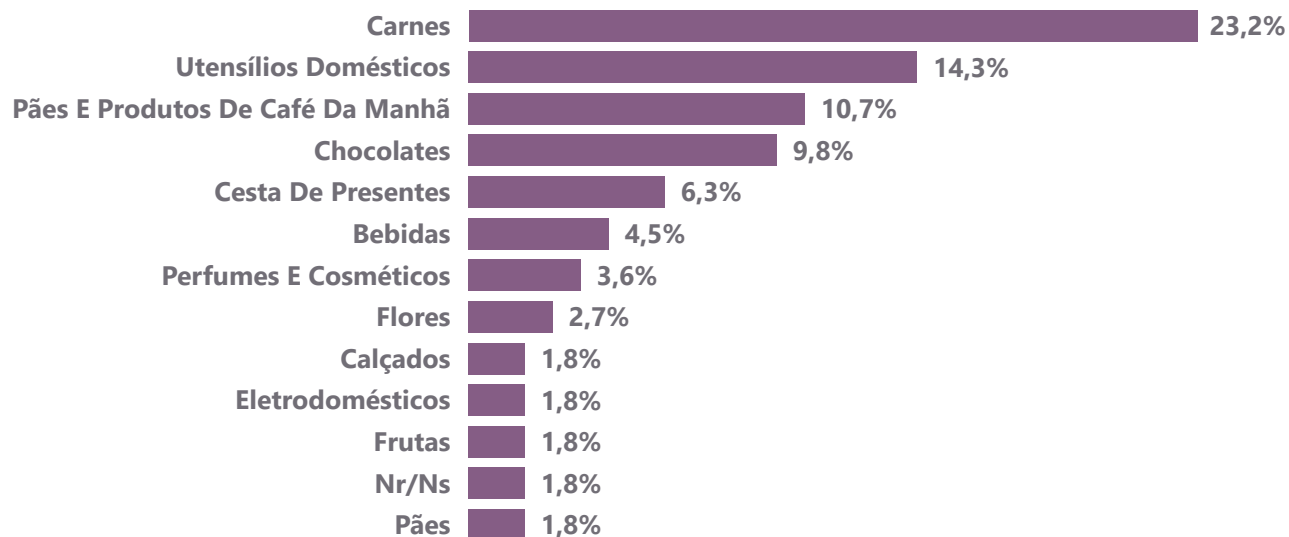
Qual tipo de produto / presente deve ter maior saída? (Tecidos e Vestuário)



Qual tipo de produto / presente deve ter maior saída? (Artigos Farmacêuticos)



Qual tipo de produto / presente deve ter maior saída? (Supermercados e afins)



Quando se trata dos produtos com maior saída, em Tecidos e Vestuário serão roupas e calçados. Já em artigo farmacêuticos, serão perfumes e cosméticos e cestas de presentes.

Já no segmento alimentício, carnes, utensílios domésticos e chocolates se destacam.

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 01 a 10 de abril de 2025. Foram avaliadas 405 empresas, havendo 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 Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável: Jorge Marinho Rolla

Supervisora Estudos Econômicos: Gabriela Filipe Martins

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins, Fernanda Caroline Gonçalves e Henrique Monteiro Braga

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Dianne Francielle da Silva, João Vítor Gomes dos Santos e Millena Ketley Nunes Scofield

Menores aprendizes: Isabelly Veloso de Oliveira e Samuel Lucas Ramos de Oliveira

**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