

Pesquisa de Opinião

Dia das Mães | 2023


Fecomércio PE
CNC Sesc Senac
Sindicatos | Instituto Fecomércio


SEBRAE

APRESENTAÇÃO

A pesquisa de campo para a Sondagem do Dia das Mães teve como referência o período de 3 a 7 de abril de 2023, com necessidade de retornos pontuais entre os dias 10 e 14 para novas tentativas junto ao público empresarial.

Os principais objetivos da pesquisa são (i) sondar a intenção dos consumidores pernambucanos quanto à comemoração do Dia das Mães em 2023 e (ii) captar a expectativa dos estabelecimentos do comércio varejista e dos serviços de alimentação quanto ao desempenho das vendas relacionadas ao evento.

A “Sondagem de Opinião do Dia das Mães 2023” envolveu um plano amostral de 1.000 consumidores, com cotas entre homens e mulheres, faixas etárias a partir de 18 anos e classes de renda mensal domiciliar a partir de 1 salário mínimo, nos principais pontos de fluxo comerciais dos municípios de Recife, Jaboatão dos Guararapes, Olinda, Paulista, Cabo de Santo Agostinho, Camaragibe, São Lourenço da Mata, Abreu e Lima, Vitória de Santo Antão, Goiana, Caruaru, Garanhuns, Santa Cruz do Capibaribe, Toritama, Petrolina, Salgueiro e Serra Talhada.

Entre o público empresarial, envolvendo um plano amostral de 500 estabelecimentos, foram consultados empresários e gestores nas atividades do varejo restrito (“hipermercados e supermercados”, “vestuário, calçados, bolsas”, “artigos de cama, mesa e banho”, “móveis e eletrodomésticos”, “farmácias, perfumarias e cosméticos”, “livrarias e papelarias”, “informática e comunicação” e “outros artigos de uso pessoal e doméstico”, incluindo lojas de departamento) e dos serviços de alimentação (“restaurantes, bares e lanchonetes”), considerando ainda os tipos de empreendimento, se localizado em endereços de comércio tradicional ou espaços de shopping centers.

As informações coletadas permitem que se mensure a proporção de consumidores que intencionam comemorar o Dia das Mães 2023, formas de comemoração, valor médio previsto para a compra de presentes, formas de pagamento, locais de compras e itens pretendidos, gastos ‘fora de casa’ com restaurantes bares e lanchonetes, e motivos que explicariam a atitude daqueles que não pretendem comemorar a data.

No que concerne aos estabelecimentos, procura-se captar principalmente a expectativa de empresários e gestores das atividades de varejo e alimentação quanto ao desempenho do volume de vendas relacionadas ao Dia das Mães, justificativas que influenciam tal expectativa, a intenção de contratar mão de obra temporária para apoio às vendas e as estratégias utilizadas com o intuito de melhorar o desempenho de vendas relacionadas ao evento.

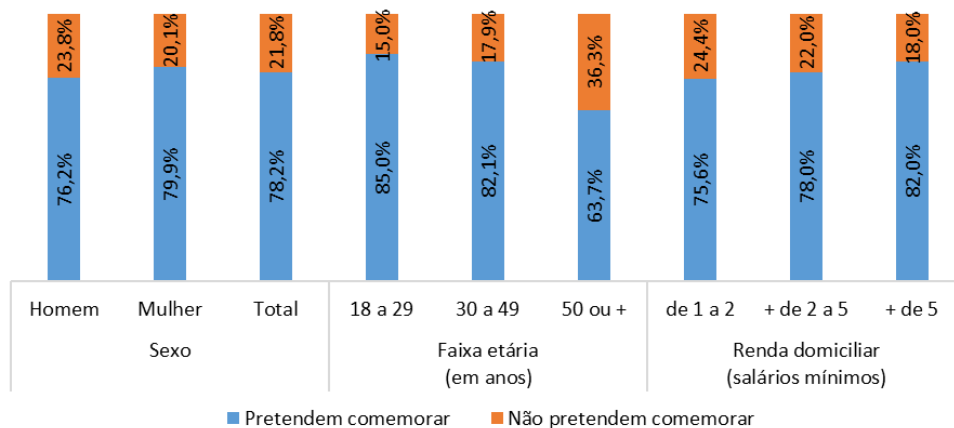
1. CONSUMIDORES

Em 2023 o percentual de consumidores que desejam comemorar o Dia das Mães no estado de Pernambuco é de 78,2% (ver Gráfico 1). Entre o público feminino a intenção é ligeiramente maior, alcançando até 79,9%.

Quando se observa a intenção por idade, verifica-se que a proporção dos que pretendem comemorar se reduz a medida em que avança a faixa etária, oscilando de 85,0% entre os mais jovens (18 a 29 anos) a 63,7% entre as pessoas com 50 anos ou mais.

Na análise por classe de renda domiciliar, o percentual de comemoração mais elevado (82,0%) se observa entre aqueles com renda domiciliar acima de 5 salários mínimos (s.m.), ficando o menor percentual (em 75,6%) na classe de 1 a 2 s.m.

Gráfico 1 - Intenção de comemorar o Dia das Mães 2023



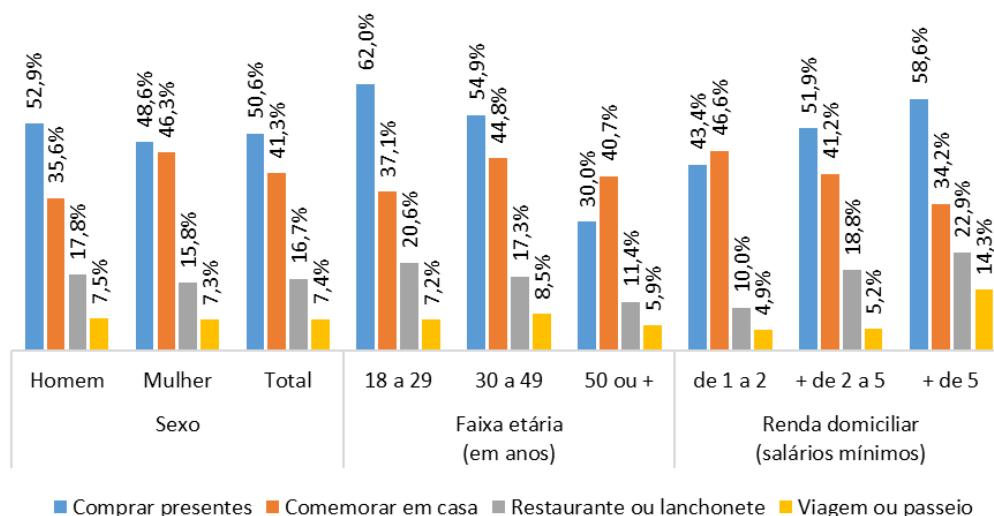
Entre os que apontam que não pretendem comemorar o Dia das Mães, excetuando os que alegam não ter mãe viva ou laço materno com outra pessoa – os quais representam aproximadamente 53% dos que não pretendem comemorar –, destacam-se entre os motivos citados o alto endividamento (segundo 17,2% dos consumidores) e o desemprego (de acordo com 16,3%), além da indisponibilidade de renda (conforme apontam 10,6%) e preço elevado dos produtos e serviços (motivo apontado por 6,6%).

Quanto às formas de comemoração (ver Gráfico 2), 50,6% dos consumidores irão presentear alguém no Dias das Mães em 2023, proporção que deve ficar em 48,6% entre as mulheres e chegar a 52,9% entre os homens. Por faixas etárias, o desejo de presentear chega a 62,0% entre as pessoas de 18 a 29 anos e fica em 30,0% entre as pessoas de 50 anos ou mais.

Por classes de renda domiciliar, a intenção de presentear alcança 58,6% entre aqueles na classe com mais de 5 salários mínimos, mas fica em 43,4% entre os consumidores que se enquadram na classe de 1 a 2 salários mínimos.

Comemorar o Dia das Mães em restaurantes ou lanchonetes é intenção de 16,7% do total dos consumidores, enquanto 41,3% pretendem apenas comemorar a data em casa com os familiares e as figuras maternas, realizando algum almoço ou jantar especial. As viagens ou passeios, por sua vez, serão opção de 7,4% dos consumidores. As comemorações fora do lar alcançam maior perspectiva de realização na faixa de renda domiciliar superior (mais 5 de salários mínimos), em que 22,9% dos consumidores sinalizam a intenção de comemorar em restaurantes e lanchonetes e 14,3% demonstram a intenção de realizar viagem ou passeio.

Gráfico 2 - Formas de comemoração do Dia das Mães 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Nota: (*) Soma maior que 100%: questão de múltipla resposta.

Entre os que pretendem presentear no Dia das Mães, a grande maioria (85,3%) declara que, até a semana de referência da pesquisa (03 a 07 de abril), ainda não havia realizado a compra dos presentes.

Sobre o momento da compra dos presentes (ver Tabela 1), 54,0% dos consumidores que pretendem presentear devem efetivar a compra na mesma semana do Dia das Mães e 19,2% pretendem fazê-lo até duas semanas antes. Os mais antecipados, que pretendem realizar a compra com até um mês (7,2%) ou mais de um mês de antecedência (11,4%), somam 18,6% dos consumidores.

Tabela 1 - Momento de realização da compra dos presentes para o Dia das Mães 2023

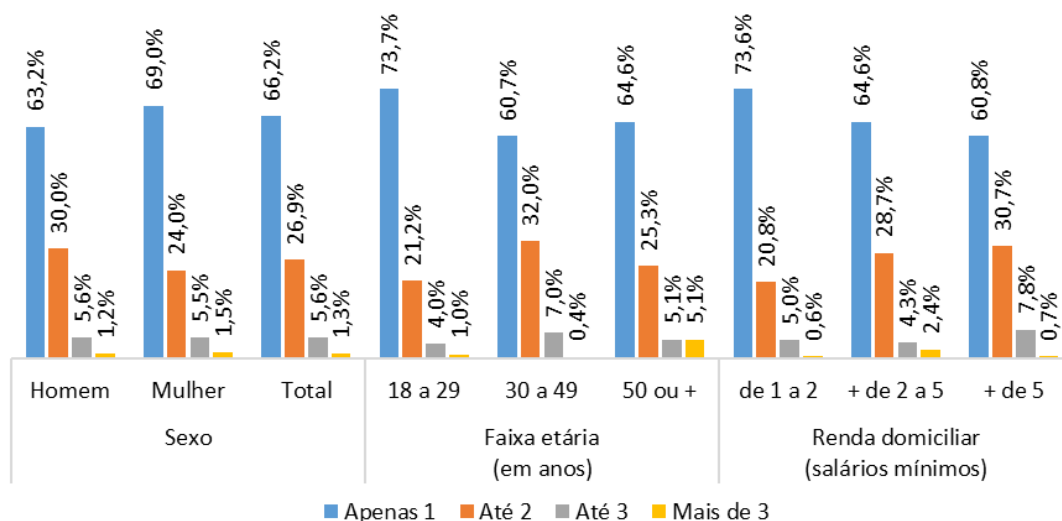
Perfil		Mais de um mês antes do Dia das Mães	Até um mês antes do Dia das Mães	Até duas semanas antes do Dia das Mães	Na mesma semana do Dia das Mães	Após o Dia das Mães	Não decidiu	Total
Sexo	Homem	13,0%	5,9%	15,8%	57,3%	0,8%	7,1%	100,0%
	Mulher	9,9%	8,4%	22,3%	50,9%	0,7%	7,7%	100,0%
	Total	11,4%	7,2%	19,2%	54,0%	0,8%	7,4%	100,0%
Faixa etária (em anos)	18 a 29	11,6%	8,0%	16,1%	58,8%	0,5%	5,0%	100,0%
	30 a 49	12,2%	4,5%	21,2%	51,4%	1,2%	9,4%	100,0%
	50 ou +	8,5%	13,4%	20,7%	50,0%	0,0%	7,3%	100,0%
Renda domiciliar (salários mínimos)	de 1 a 2	9,4%	5,6%	16,9%	59,4%	0,6%	8,1%	100,0%
	+ de 2 a 5	12,9%	9,5%	15,7%	52,4%	0,5%	9,0%	100,0%
	+ de 5	11,5%	5,8%	26,3%	50,6%	1,3%	4,5%	100,0%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE.

As compras de última hora tendem a ocorrer principalmente entre os mais jovens, com 18 a 29 anos, perfil dos consumidores em que 58,8% pretendem efetivar a compra dos presentes na mesma semana do Dia das Mães. Da mesma maneira, 59,4% das pessoas com renda domiciliar de 1 a 2 salários mínimos pretendem efetivar a compra no mesmo período.

Quanto ao número de presentes (ver Gráfico 3) que pretendem comprar, a perspectiva é de que dois terços (66,2%) dos consumidores adquiram apenas 1 presente e pouco mais de um quarto deles (26,9%) comprem até 2 itens para presentear as pessoas a quem desejam homenagear.

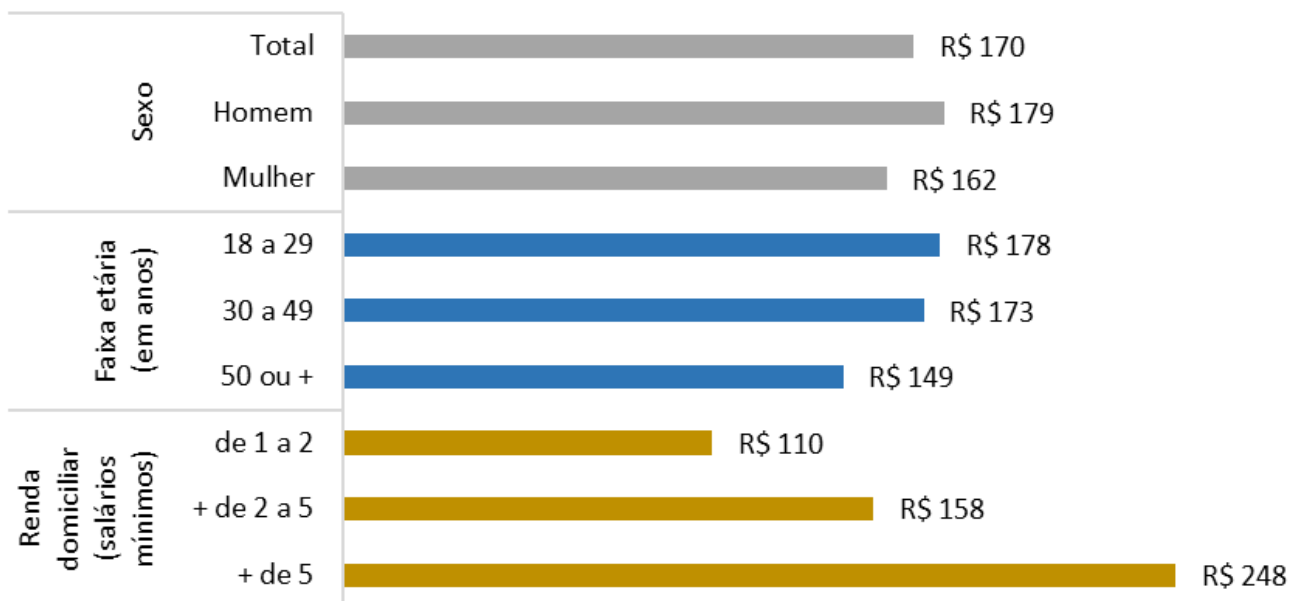
Gráfico 3 - Número de presentes que pretendem comprar para o Dia das Mães 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE.

O ticket médio dos presentes (ver Gráfico 4) foi estimado em R\$ 170 por consumidor, ficando em R\$ 162 entre as mulheres e chegando a R\$ 179 entre os homens. Na faixa etária mais jovem (18 a 29 anos), estimou-se um valor médio de R\$ 178, patamar que se reduz com o avanço da idade, ficando em R\$ 149 na faixa de 50 anos ou mais. Entre as classes de renda domiciliar, aqueles com renda acima de 5 salários mínimos pretendem gastar em média R\$ 248 por presente, enquanto aqueles com renda domiciliar até 2 salários mínimos mensais têm disposição a gastar até R\$ 110 por item.

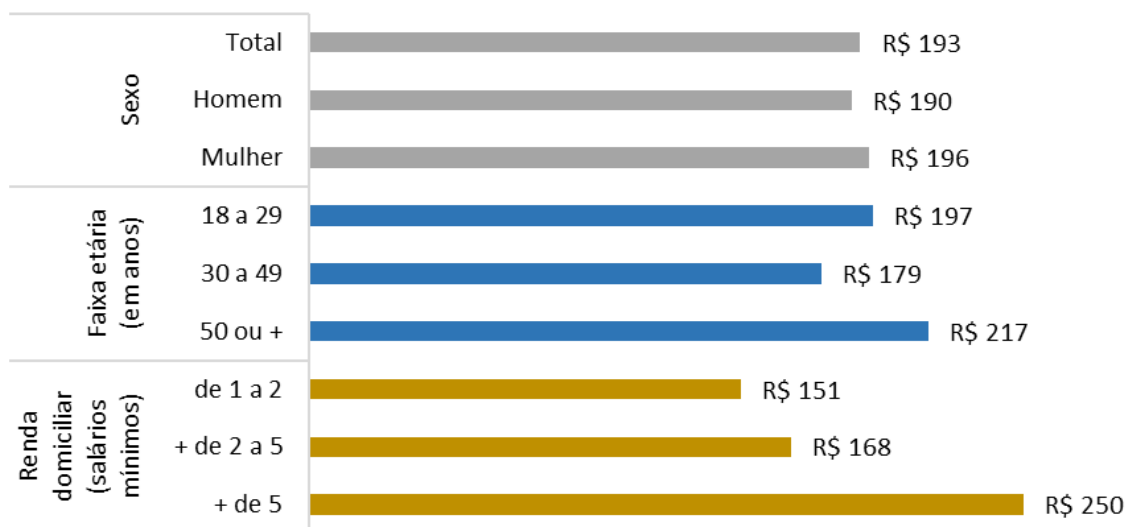
Gráfico 4 - Valor médio dos presentes para o Dia das Mães 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE.

Por sua vez, o gasto médio com as comemorações em restaurantes e lanchonetes (ver Gráfico 5) foi estimado em R\$ 193 por consumidor que pretende oferecer essa opção à pessoa homenageada. O patamar deve ficar em R\$ 151 na classe de renda com até 2 salários mínimos e chegar até 250 na classe de renda com mais de 5 salários mínimos.

Gráfico 5 - Gasto médio com a comemoração em restaurantes e lanchonetes no Dia das Mães 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE.

Sobre os locais ou canais de compra dos presentes (ver Tabela 2), 45,4% dos consumidores pretendem realizar a procura em lojas do comércio tradicional. Os shopping centers, por sua vez, serão acessados por 39,7% dos consumidores durante a procura dos presentes para o Dia das Mães. Já a procura pelos presentes no comércio eletrônico – através de sites, redes sociais ou aplicativos de market place –, deve alcançar 14,6% dos consumidores.

Consumidores na classe de renda domiciliar de até 2 salários mínimos farão a busca pelos presentes, majoritariamente, nas lojas de comércio tradicional, ao contrário da classe acima de 5 salários mínimos, cuja busca tende a ocorrer principalmente nos shopping centers.

Tabela 2 - Locais ou canais de compra dos presentes para o Dia das Mães 2023

Perfil		Comércio tradicional	Shopping center	Comércio eletrônico	Catálogo ou representante
Sexo	Homem	47,3%	39,9%	12,8%	9,9%
	Mulher	45,4%	39,7%	14,6%	8,9%
	Total	45,4%	39,7%	14,6%	8,9%
Faixa etária	18 a 29	41,2%	42,2%	13,6%	11,1%
	30 a 49	49,0%	39,6%	14,7%	8,6%
	50 ou +	45,1%	34,1%	17,1%	4,9%
Renda domiciliar (salários mínimos)	de 1 a 2	63,8%	17,5%	11,3%	12,5%
	+ de 2 a 5	46,2%	40,5%	18,6%	7,6%
	+ de 5	25,6%	61,5%	12,8%	7,1%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Nota: (*) Soma maior que 100%: questão de múltipla resposta.

Para a compra dos presentes, o cartão de crédito será a forma de pagamento mais utilizada (ver Tabela 3), alcançando a intenção de 53,8% dos consumidores que pretendem presentear no Dia das Mães. A intenção de utilizar essa forma de pagamento à prazo é de 38,1% entre os consumidores da classe de renda domiciliar de 1 a 2 salários mínimos, e alcança 65,4% entre aqueles com renda domiciliar acima de 5 salários mínimos.

Entre as formas de pagamento à vista, há um equilíbrio de intenções entre o uso do dinheiro (22,6%) e a transferência via PIX (21,9%). Essas formas de pagamento à vista ganham destaque entre as classes de renda domiciliar de até 5 salários mínimos, sobretudo na classe de até 2 salários mínimos, em que o dinheiro será utilizado por 35% dos consumidores.

Tabela 3 - Formas de pagamento dos presentes para o Dia das Mães 2023

Perfil		Dinheiro	PIX	Cartão de débito	Cartão de crédito	Crediário	Boleto bancário
Sexo	Homem	21,6%	22,3%	9,9%	52,7%	2,6%	0,4%
	Mulher	23,7%	21,3%	8,3%	54,9%	1,6%	0,0%
	Total	22,6%	21,9%	9,1%	53,8%	2,1%	0,2%
Faixa etária (em anos)	18 a 29	24,1%	25,1%	7,5%	49,7%	1,5%	0,0%
	30 a 49	20,8%	20,0%	10,6%	58,0%	2,4%	0,4%
	50 ou +	24,4%	19,5%	8,5%	51,2%	2,4%	0,0%
Renda domiciliar (salários mínimos)	de 1 a 2	35,0%	25,0%	5,0%	38,1%	3,8%	0,0%
	+ de 2 a 5	21,0%	21,4%	10,0%	57,1%	2,4%	0,5%
	+ de 5	12,2%	19,2%	12,2%	65,4%	0,0%	0,0%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Nota: (*) Soma maior que 100%: questão de múltipla resposta.

Entre os itens mais procurados (ver Tabela 4) pelos consumidores para presentear no Dia das Mães 2023 destacam-se as 'roupas' (31,9% dos consumidores) e os 'perfumes e cosméticos' (29,1%), além de 'calçados' (15,6%) e artigos de viagem, como bolsas e carteiras (12,2%). Portanto, itens de menor valor agregado, que comprometem menos o orçamento pessoal, serão os mais procurados entre os que desejam presentear. Cabe ainda destaque para os eletrodomésticos, em 5º lugar, que serão buscados por 10,1% dos consumidores, o que representa uma boa notícia para o segmento, que apresentou um bom resultado de vendas no início do ano, mas ainda acumula queda de 8% no volume de vendas em 12 meses. O mesmo se aplica aos segmentos de moda, que juntos acumulam queda de 9,7% em 12 meses e iniciaram o ano em queda, segundo dos dados da Pesquisa Mensal do Comércio (IBGE).

Tabela 4 - Itens mais procurados para presentear no Dia das Mães 2023

Perfil		Roupa	Perfume ou cosmético	Calçado	Bolsa ou carteira	Eleto-doméstico ¹	Jóia ou bijuteria	Relógio
Sexo	Homem	29,6%	30,4%	15,4%	13,4%	10,7%	9,1%	5,1%
	Mulher	34,1%	27,8%	15,8%	11,0%	9,5%	6,6%	5,1%
	Total	31,9%	29,1%	15,6%	12,2%	10,1%	7,8%	5,1%
Faixa etária (em anos)	de 1 a 2	38,1%	28,8%	15,0%	8,1%	4,4%	8,1%	3,8%
	+ de 2 a 5	30,0%	31,0%	18,1%	12,4%	10,0%	7,1%	2,4%
	+ de 5	28,2%	26,9%	12,8%	16,0%	16,0%	8,3%	10,3%
Renda domiciliar (salários mínimos)	18 a 29	29,6%	28,6%	13,6%	14,1%	9,0%	8,5%	4,5%
	30 a 49	34,3%	29,4%	18,0%	12,2%	11,4%	7,3%	4,5%
	50 ou +	30,5%	29,3%	13,4%	7,3%	8,5%	7,3%	8,5%

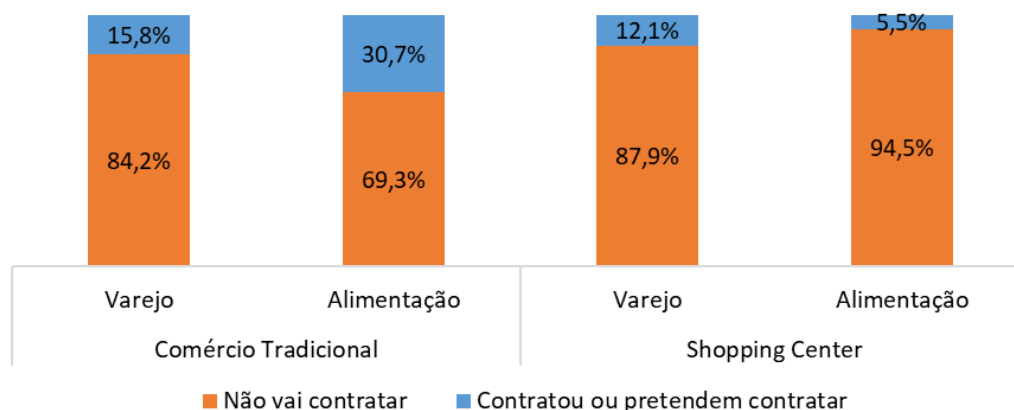
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Elaboração Ceplan Multi. Notas: (*) O somatório das categorias ultrapassa 100%, pois a questão permite múltipla resposta. (1) fogão, micro-ondas, geladeira, freezer etc.

2. ESTABELECIMENTOS

A sondagem com os estabelecimentos do comércio varejista e dos serviços de alimentação revelou que a maior intenção de contratar colaboradores temporários para apoiar com as vendas referentes ao período do Dia das Mães em 2023 ocorre entre os estabelecimentos de comércio tradicional, localizados nos principais corredores de comércio locais – ver Gráfico 6.

Entre os estabelecimentos localizados em shoppings (12,1%), a proporção das lojas de varejo que pretendem contratar temporários é muito próxima da observada entre as lojas de varejo do comércio tradicional (15,8%); já entre os serviços de alimentação, há uma ampla diferença na proporção dos que pretendem contratar quando se compara os estabelecimentos de shopping center (5,4%) e os estabelecimentos tradicionais (30,7%). Nos shopping centers, a média de colaboradores temporários foi estimada em três pessoas por estabelecimento contratante, tanto no varejo quanto nas praças de alimentação. No comércio tradicional, por sua vez, espera-se uma contratação de quatro colaboradores temporários por estabelecimento, seja nas lojas varejistas ou nos serviços de alimentação.

Gráfico 6 – Intenção de contratar colaboradores temporários para o Dia das Mães 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

Sobre a realização de estratégias para tentar alavancar as vendas voltadas para o período de Dia das Mães (ver Gráfico 7), nos shopping centers 68,8% apontaram essa intenção entre as lojas varejistas e 72,7% tomarão a mesma atitude entre os estabelecimentos de alimentação. Nos estabelecimentos tradicionais, os serviços de alimentação apresentam a maior proporção (77,2%) de empresários ou gestores que pretendem realizar alguma estratégia visando aumento de vendas, enquanto a proporção entre as lojas varejistas tradicionais se apresenta a menor (59,0%) entre os tipos de estabelecimentos investigados.

Entre os empresários e gestores do comércio tradicional, seja em lojas varejistas ou serviços de alimentação, as principais estratégias adotadas serão o uso de internet e redes sociais, seguido das ações especiais voltadas para as mães, a serem realizadas nos estabelecimentos. Essas ações, ganham maior destaque entre as lojas varejistas dos shopping centers, onde também as facilidades nas formas de pagamento e o uso de internet e redes sociais tendem a ser relevantes. Entre os estabelecimentos de alimentação dos shopping centers, cabe destaque para o investimento na qualificação dos colaboradores visando um atendimento satisfatório aos clientes.

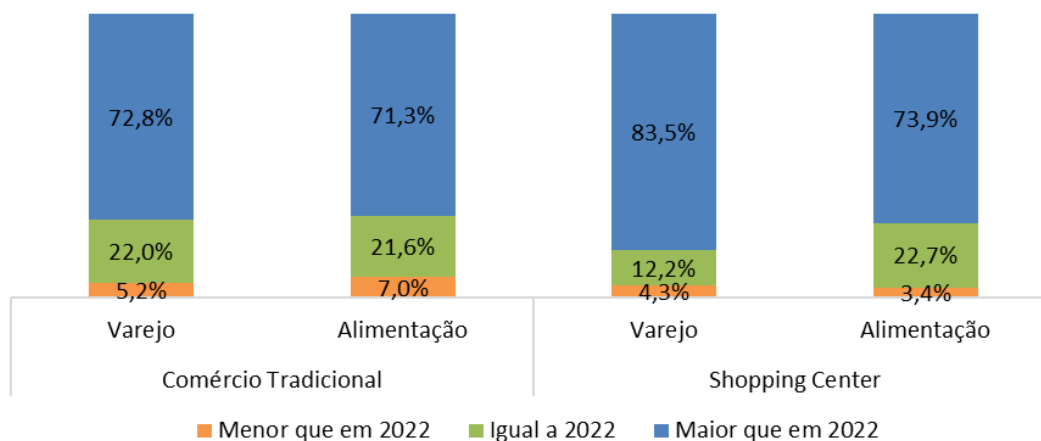
Tabela 5 - Estratégias para alavancar as vendas referentes ao Dia das Mães 2023

Estratégias	Comércio Tradicional		Shopping Center	
	Varejo	Alimentação	Varejo	Alimentação
Uso de internet ou redes sociais	59%	64%	42%	40%
Ação especial para as mães	51%	59%	62%	34%
Publicidade de rua ⁽¹⁾	42%	20%	14%	23%
Incentivos à equipe de colaboradores	22%	21%	28%	32%
Qualificação dos funcionários	14%	18%	33%	44%
Facilidades nas formas de pagamento ⁽²⁾	16%	6%	43%	20%
Abertura em horário especial	17%	33%	16%	14%
Distribuição de brindes	19%	24%	8%	10%
Publicidade indoor ⁽³⁾	22%	5%	8%	9%
Promoções e descontos	14%	2%	13%	6%
Sorteio de prêmios	6%	5%	4%	5%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio. Nota: (*) A soma das categorias ultrapassa 100%, pois a pergunta permite múltipla escolha; (1) panfletos, outdoor, ações externas, entre outras; (2) maior prazo, variedade de métodos, entre outras; (3) sinalização interna, atividades lúdicas, entre outras

Sobre a expectativa para o desempenho das vendas referentes ao Dia das Mães de 2023 em relação ao Dia das Mães de 2022, o maior percentual de empresários e gestores otimistas ocorre entre os estabelecimentos varejistas dos shopping centers, onde 83,5% esperam um maior volume de vendas este ano. Entre os empresários ou gestores dos demais tipos de estabelecimentos investigados, a expectativa otimista se mostra bastante equilibrada, oscilando de 71,3% entre os serviços de alimentação tradicionais e 73,9% entre estabelecimentos de alimentação dos shoppings centers (ver Gráfico 7).

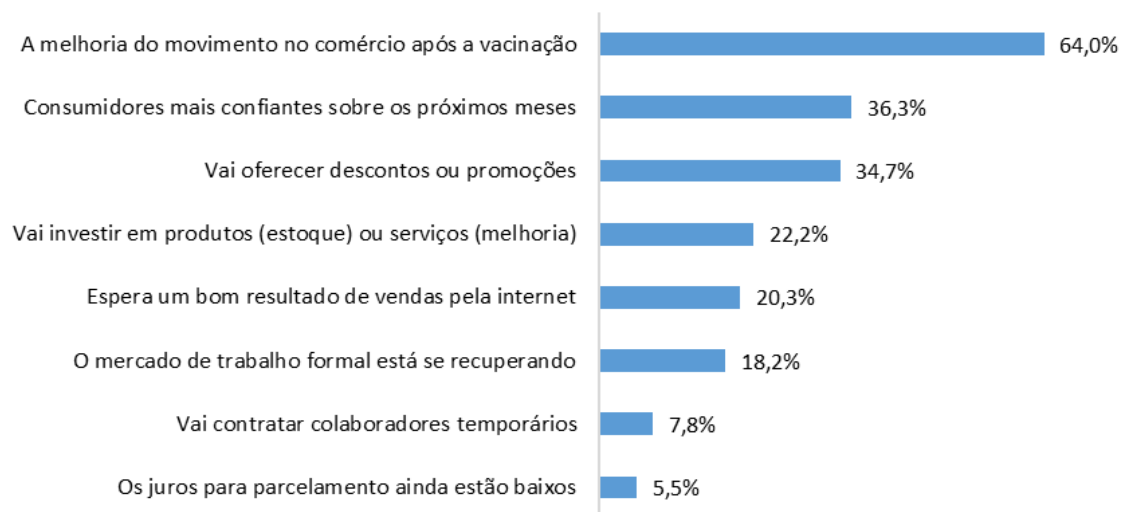
Gráfico 7 - Expectativa para o desempenho das vendas referentes ao Dia das Mães 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

Entre os empresários e gestores que se mostram otimistas sobre o desempenho das vendas para o Dia das Mães 2023, o principal motivo para a expectativa de aumento das vendas é a melhoria do movimento do comércio após o avanço da vacinação, segundo 64% deles. Além desse motivo, 36% acreditam que os consumidores estão mais confiantes sobre os próximos meses, o que ajudaria a impulsionar o consumo para a data. Destaca-se ainda que cerca 35% e 22%, respectivamente, também atribuem a expectativa positiva sobre as vendas às ações tomadas pela própria gestão, com a oferta de descontos e promoções e o investimento no estoque de produtos ou melhoria dos serviços.

Gráfico 8 - Razões para as expectativas otimistas com as vendas referentes o Dia das Mães 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

Por sua vez, entre os empresários e gestores pessimistas, os principais motivos para esperarem um desempenho negativo das vendas referentes ao Dia das Mães 2023 são o desemprego elevado e o endividamento dos consumidores, segundo apontam 53,4% e 46,7%, respectivamente. Outro motivo relevante apontado são os preços elevados reduzindo a intenção de gastos dos consumidores no período, segundo 31,4% dos empresários e gestores.

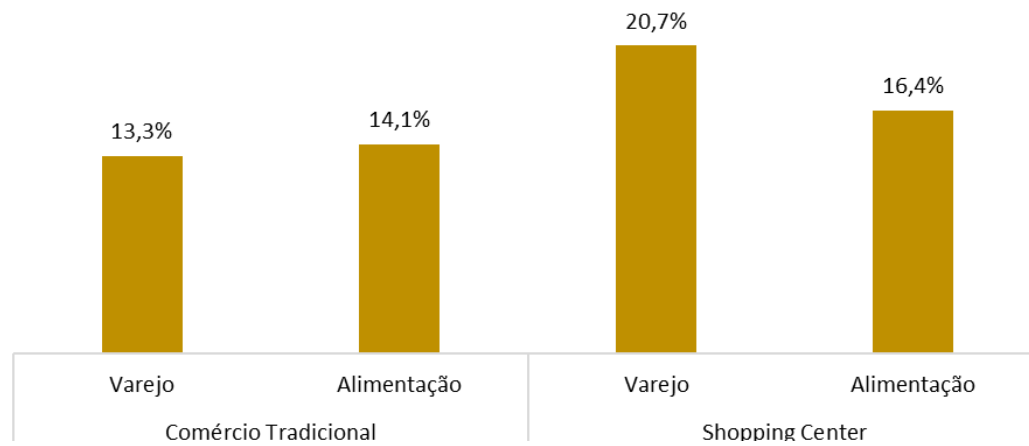
Gráfico 9 – Razões para as expectativas pessimistas com as vendas referentes o Dia das Mães 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

A sondagem revelou ainda que a estimativa de variação das vendas referentes ao Dia das Mães 2023 em relação ao mesmo período de referência no ano anterior alcança 20,7% entre as lojas varejistas dos shopping centers e fica em 13,3% entre os lojistas do varejo tradicional. Entre os serviços de alimentação, a maior perspectiva de variação também se observa nos shopping centers, onde os empresários e gestores estimam crescimento de 16,4% em volume de vendas.

Gráfico 10 - Variação média esperada no volume das vendas referentes ao Dia das Mães 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

EXPEDIENTE FECOMÉRCIO-PE

Presidente: Bernardo Peixoto

Economista: Rafael Lima

Designer Gráfico: Nilo Monteiro

EXPEDIENTE CEPLAN-PE

Jorge Jatobá | Economista

Cristiano Ferraz | Estatístico

Ademilson Saraiva | Economista

Avenida Visconde de Suassuna, nº265,
Santo Amaro, Recife-PE | CEP 50050-540
Tel.: (81) 3231-5393 / 3231-6175
www.fecomercio-pe.com.br



fecomercio-pe.com.br



@fecomerciope

Fecomércio PE
CNC Sesc Senac
Sindicatos | Instituto Fecomércio

SEBRAE