



Dia das Mães

Como será a comemoração | Jundiaí, 2023



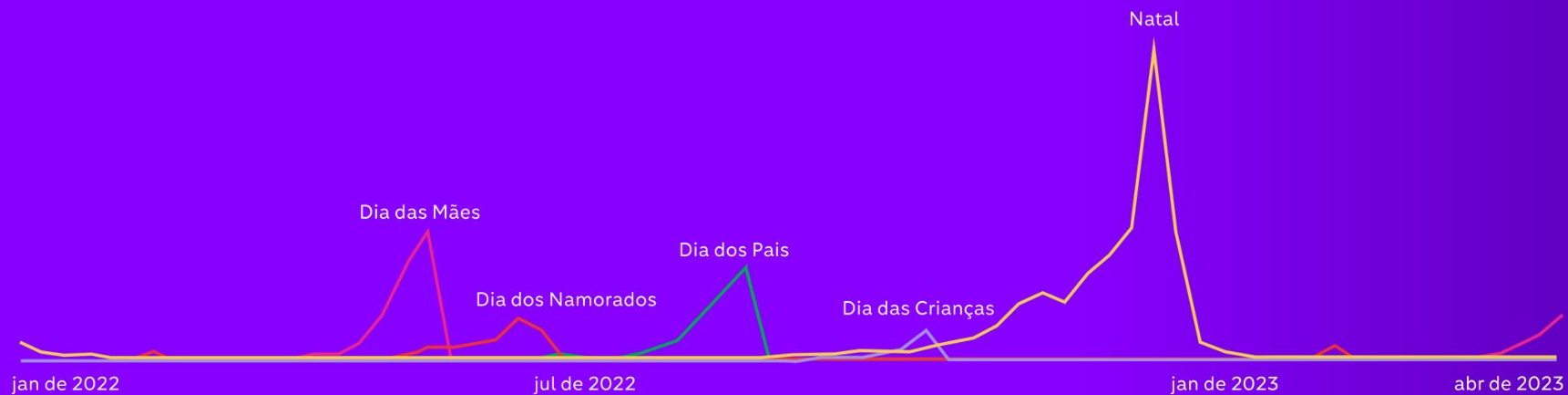
O Dia das Mães é a principal data comemorativa que abre o primeiro semestre do ano para grande parte do comércio. É também a data com maior volume de buscas no Google após o Natal.

A busca no Google pelo termo “Dia das Mães” começa a ter maior relevância em meados de abril.

Sendo que o pico de procura em 2022 foi
entre o dia 08 e 14 de maio

Em 2022, a data foi comemorada dia 08 de maio e a busca se estendeu até o dia 14. Já este ano, a data será dia 14 de maio, o que tende a estender a busca para além do dia 14.

Volume de buscas pelas datas comemorativas no Google



Os dias que fazem parte da data sazonal do Dias das Mães abrange de 8 de abril até 19 de maio. Como a data será comemorada dia 14 de maio, e a compra de presentes tende a acontecer de última hora, a busca por presentes acaba se estendendo para além do dia em si.



Uma dica para os lojistas é sobre a busca por presentes por parte dos consumidores para além do tradicional. Eletrodomésticos, por exemplo, apresentou baixa intenção de compra entre os entrevistados. Já roupas e calçados continuam tendo bom destaque. Outras categorias válidas de menção são eletrônicos, beleza e saúde, jóias e bijuterias.

As mães têm interesses além de cuidar dos filhos e da casa. Crie ofertas atrativas em diferentes categorias, pois existem mães com diferentes gostos.





Alguns termos relacionados à busca por "Dia das Mães" que surgem com mais frequência:

- Lembrancinha Dia das Mães
- Mensagem para o Dia das Mães
- Promoção de Dia das Mães
- Smartphone
- Presente para o Dia das Mães

A situação empregatícia teve uma ótima melhora com relação ao ano passado.

2022 - 56,5% dos entrevistados estavam empregados e 31% desempregado.

2023 - 76,4% estão empregados e 15,1% desempregado.



E isso reflete na intenção de compras. Em 2022, 45,75% não pretendiam comprar presentes na data. Este ano, essa parcela caiu para 33,81%.

O número de presentes cresceu também. Em 2022, 84,9% dos entrevistados que pretendiam comprar presentes iriam adquirir apenas 1 presente. Esse ano, o número caiu para 65,1%. Ou seja, os demais irão comprar mais de um presente.

Fonte: Pesquisa de Dia das Mães em Jundiaí - Noonly e Instituto de Dados Ace Jundiaí - 26 de abril a 2 de maio de 2023 | 429 entrevistas



Além do aumento na quantidade, o valor gasto pretendido cresceu junto.

2022 - 50,0% dos entrevistados pretendiam gastar até R\$ 100,00.

2023 - Essa parcela caiu para 22,16%.



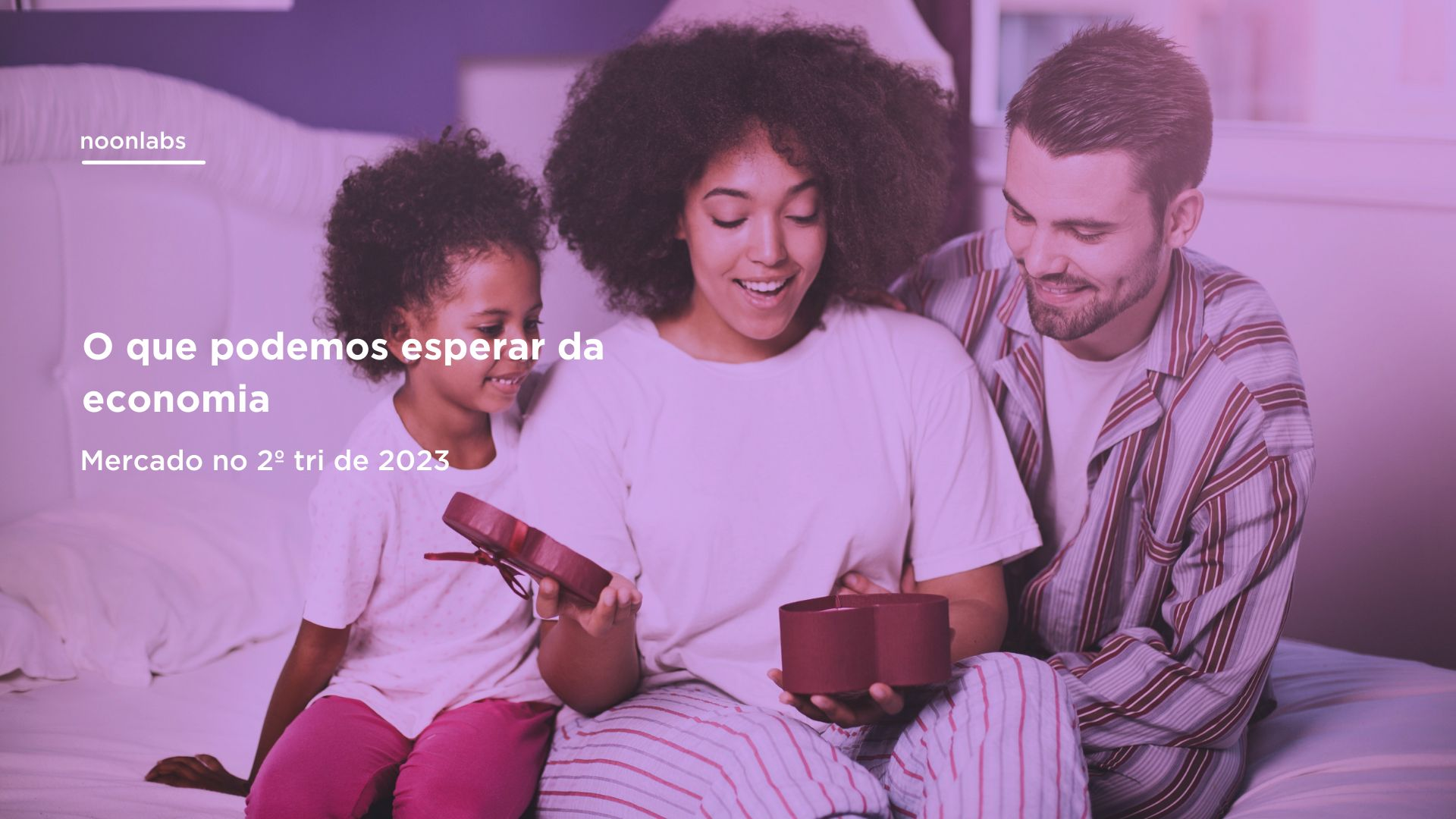
O fim de semana (dia de folga) foi o momento mais citado pelos entrevistados como ideal para ir comprar os presentes (66,36%), seguido da volta do trabalho/escola/faculdade para casa (13,64%).



noonlabs

O que podemos esperar da economia

Mercado no 2º tri de 2023



Panorama da economia e vendas do varejo e serviços

Olhando para as vendas no comércio varejista de fevereiro de 2023 (PMC), tivemos um acúmulo de 1,3% nos últimos 12 meses e 1,8% no último ano. Comparando o resultado frente à janeiro de 2023, tivemos uma queda de 0,1%. Mas é interessante lembrar que janeiro teve uma alta impulsionada provavelmente por promoções incentivadas pelos varejistas, depois de uma Black Friday e um Natal ruim. Um ponto importante é que especificamente o setor de Tecidos, vestuário e calçados teve uma queda de 1,6% no acumulado dos últimos 12 meses, visto que é um setor importante apontado pela pesquisa de campo. Todavia, acreditamos que o Dia das Mães deve conseguir impulsionar as vendas durante todo o período sazonal. A pesquisa de campo mostrou que o otimismo com relação à economia aumentou de 2022 para 2023. 28,7% acreditavam que a economia iria melhorar, este ano 56,7%. Além disso, tivemos um aumento no número de presentes e no valor do ticket médio pretendido.

Fevereiro frente a janeiro, seis das oito atividades do comércio varejista tiveram taxas negativas: Equipamentos e material para escritório informática e comunicação (-10,4%), Tecidos, vestuário e calçados (-6,3%), Outros artigos de uso pessoal e doméstico (-2,0%), Móveis e eletrodomésticos (-1,7%), Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-0,7%) e Combustíveis e lubrificantes (-0,3%). Os dois grupamentos com crescimento foram Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (1,4%) e Livros, jornais, revistas e papeleria (4,7%).

Indo para o setor de serviços, temos um acumulado dos últimos 12 meses de 7,8% (PMS). Os serviços de hotéis, restaurantes e buffets apresentaram alta também. Se a tendência continuar para os próximos meses, isso pode ser um bom indicador para o Dia das Mães.



A prévia da inflação (IPCA-15) de abril foi de 0,57%. É uma taxa inferior se comparado com março de 2023 e também menor do que em abril de 2022 (1,73%). O acumulado no ano está em 2,59%. O maior responsável pelo aumento em abril foi o setor de transportes (1,44%), com altas de preços da gasolina (3,47%), etanol (1,10%) e passagens aéreas (11,96%), além de produtos farmacêuticos (1,86%) e planos de saúde (1,20%). Já a alimentação foi o setor que apresentou menor variação de preços (0,04%).

O boletim Focus do Banco Central publicado no dia 02 de maio, aumentou a estimativa de crescimento da economia de 0,96 para 1%. A projeção da inflação para 2023 subiu de 6,04 para 6,05%.

Apesar de nem todos os indicadores macroeconômicos serem positivos, a pesquisa de campo aponta que o Dia das Mães em Jundiaí será positivo. O número de itens e o ticket médio aumentaram, além de mais pessoas estarem com intenções de compra este ano. A perspectiva de melhora da economia por parte da população de Jundiaí também pende para aumentar a sensação de segurança financeira e, conseqüentemente, reflete no consumo.

Boa parte das pessoas pretendem também sair para comemorar na data, além do presente. 19,11% dos entrevistados irão comemorar em restaurantes e bares para almoçar ou jantar. 13,02% irão pedir comida por aplicativo e 9,70% irão passear ou viajar. Então, o setor de serviços devem sentir uma melhora para a data. Já a comida dentro de casa para a comemoração foi citada por 24,11%.

Fonte: Pesquisa de Dia das Mães em Jundiaí - Noonly e Instituto de Dados Ace Jundiaí - 26 de abril a 2 de maio de 2023 | 429 entrevistas



noonlabs

Consumo dentro dos supermercados

Dia das Mães



Falando um pouco do consumo dentro de supermercados para o Dia das Mães, temos destaque para produtos utilizados para a comemoração dentro de casa, e também de outras categorias, como flores e eletroportáteis. Para a comemoração dentro de casa, a composição da cesta em 2022 foi feita principalmente de bolos, tortas e outras sobremesas de fabricação própria.

Como opção de presentes na cesta formada dentro de supermercados, fica assadeiras de vidro, cafeteiras, eletroportáteis para cabelos, flores e plantas.

Fonte: Bnex - Paper do Dia das Mães, 2023.



Categories	Faturamento de 2022 vs 2021	Quantidade de itens - 2022 vs 2021	Preço médio 2022	Preço médio 2021	Varição de preço médio 2022 vs 2021
Flores e plantas	4,86%	3,30%	R\$ 15,80	R\$ 15,57	1,49%
Outras sobremesas	10,10%	-12,60%	R\$ 23,07	R\$ 18,32	25,90%
Bolos fab. própria	9,20%	-2,00%	R\$ 34,34	R\$ 30,82	11,40%
Tortas fab. própria	-6,20%	-19,40%	R\$ 36,54	R\$ 31,41	16,30%
Assadeiras	-12,73%	-22,30%	R\$ 31,28	R\$ 27,83	12,37%
Cafeteiras	-13,40%	-11,40%	R\$ 219,96	R\$ 224,92	-2,20%
Eletrôportáteis/ cabelo	-26,60%	-24,60%	R\$ 146,53	R\$ 150,42	-2,60%

Fonte: Paper Bnex "Dia das Mães": Mais de 17 milhões de movimentações de vendas observadas.

Além de itens para preparo das refeições comemorativas, supermercados também fornecem opções de presentes para as mães. Nesse sentido percebemos o aumento no volume de Flores e Plantas, ao mesmo tempo que Assadeiras, Cafeteiras e Eletroportáteis caíram, mostrando que o público vem buscando por presentes de ticket menor.



Flores e plantas
+328%



Cafeteira
+34%



Eletrportáteis e
cabelo
+33%



Assadeira de
vidro
+4%



Torta de
fabricação
própria
-13%



Bolo de
fabricação
própria
-10%



Outras
sobremesas
-27%

Outra evidência da importância da Categoria Flores e Plantas na data é a análise comparativa do faturamento médio semanal no período comemorativo que é 328% maior do que a média semanal considerando o ano todo. Mesmo com o impacto do período inflacionário de queda no faturamento, as categorias presenteáveis, cafeteiras e eletroportáteis/cabelo, continuam significativas no varejo alimentar no período do Dia das Mães, com desempenho 34% e 33% maiores que o restante do ano.

noonlabs

Projeção do varejo para o Dia das Mães



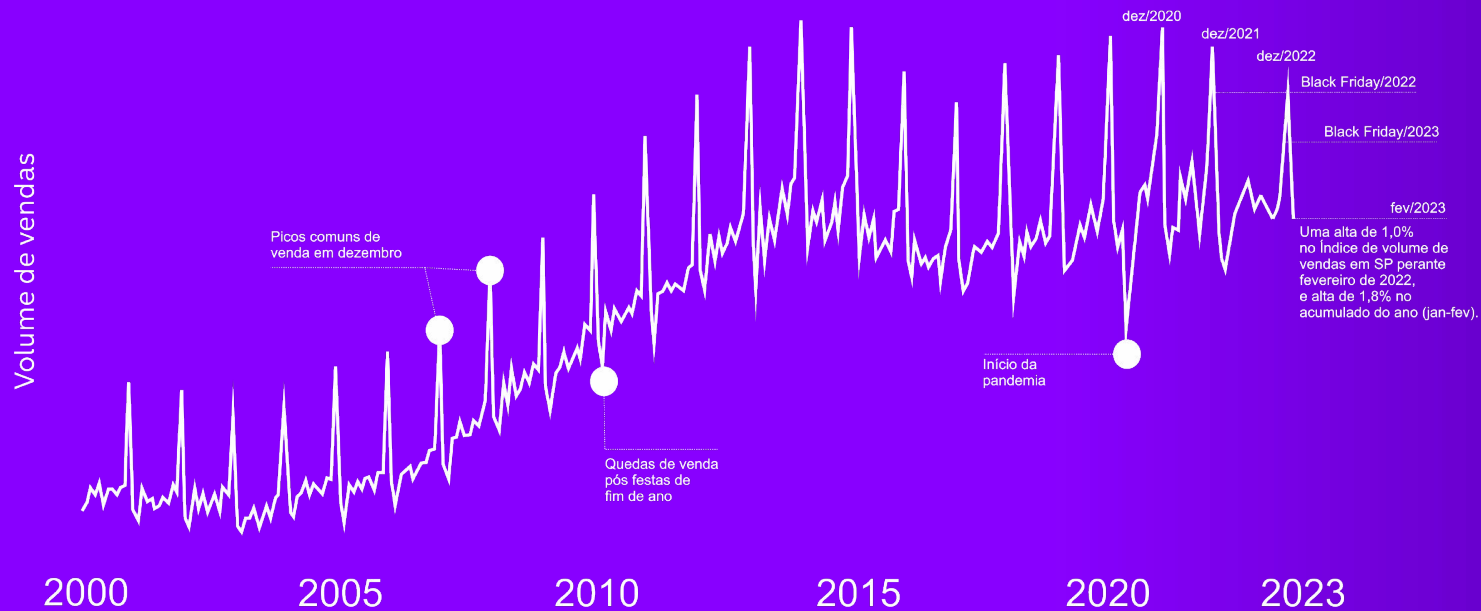
Economia e vendas do varejo

O ano de 2022 foi marcado por uma alta inflação que castigou o setor varejista, uma vez que, a população vinha contendo gastos com supérfluos para dar espaço para gastos com maior prioridade como alimentação, moradia e transporte. Além disso, o ano de 2022 foi marcado por ser um ano de eleições presidenciais, o que contribuiu com o aumento nas incertezas com relação ao cenário econômico e político nacional.

Todos esses fatores contribuíram para que o Dia das Mães de 2022 não apresentasse um bom rendimento, com -2,41% com relação ao Dia das Mães de 2021, o que ainda assim não foi um cenário tão negativo considerando que o Dia das Mães de 2021 foi o melhor em termos de volume de vendas desde quando o Índice PMC/IBGE começou a ser registrado em janeiro de 2000. Para o ano de 2023 temos um cenário um pouco mais otimista do que o ano passado. A inflação, apesar de ainda estar castigando a população, vem dando uma recuada (0,57% em abril vs 1,73% em abril de 2022). Os 3 primeiros meses do ano de 2023 que se tem registro até então, estão apresentando uma inflação consideravelmente menor do que do ano de 2022, além disso, após passarmos de 100 dias do novo governo o cenário econômico passa a ficar menos imprevisível.

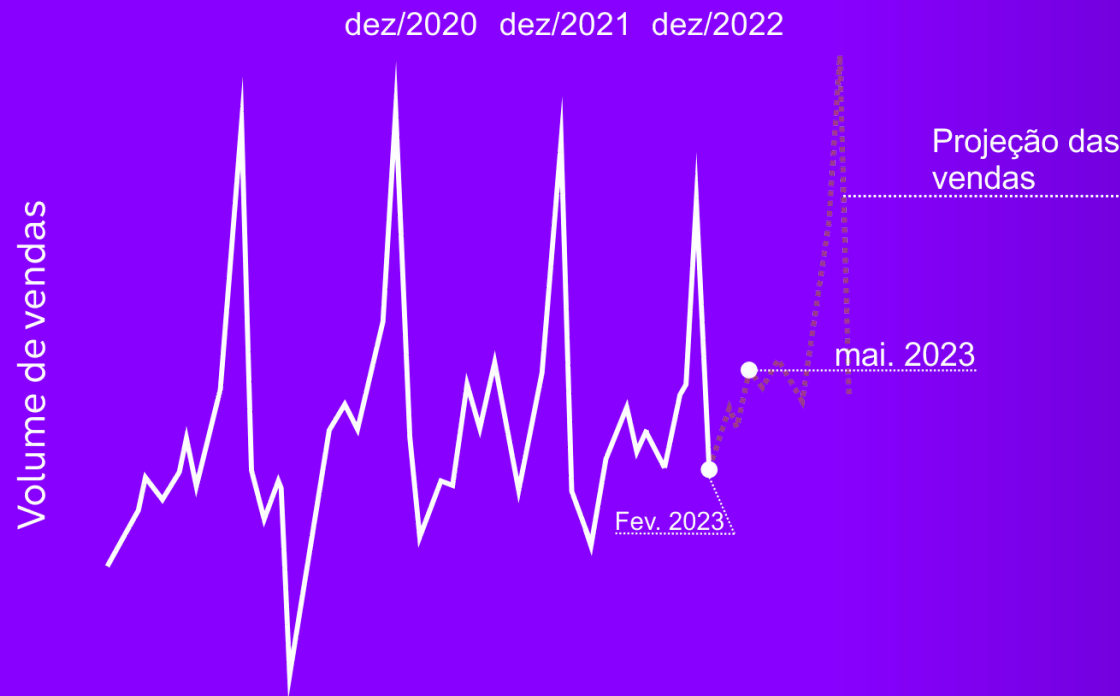
Visto isso, a expectativa é de que o Dia das Mães de 2023 seja melhor do que o Dia das Mães de 2022.

Vendas no varejo no estado de São Paulo



Para o ano de 2023 temos a previsão de aumento nas vendas de até 4,65%, o que demonstra que a economia está caminhando para uma melhora. Essa é a segunda melhor data comemorativa do ano, ficando apenas atrás do Natal, que possui cerca de 25% mais vendas que o Dia das Mães.

Projeção de vendas no varejo no estado de São Paulo\SP



O método de projeção do volume de vendas do varejo leva em conta toda a sazonalidade dos dados observados desde 2000 pelo PMC/IBGE. O resultado da projeção pode ser vista na linha pontilhada.

Levando em consideração os dados históricos observados, o método estatístico de projeção identificou um crescimento do volume de vendas no varejo de até 4,65% em relação à maio de 2022. Esse crescimento poderia ser ainda maior se não fosse a alta da inflação que castigou o consumidor principalmente durante o ano de 2022.

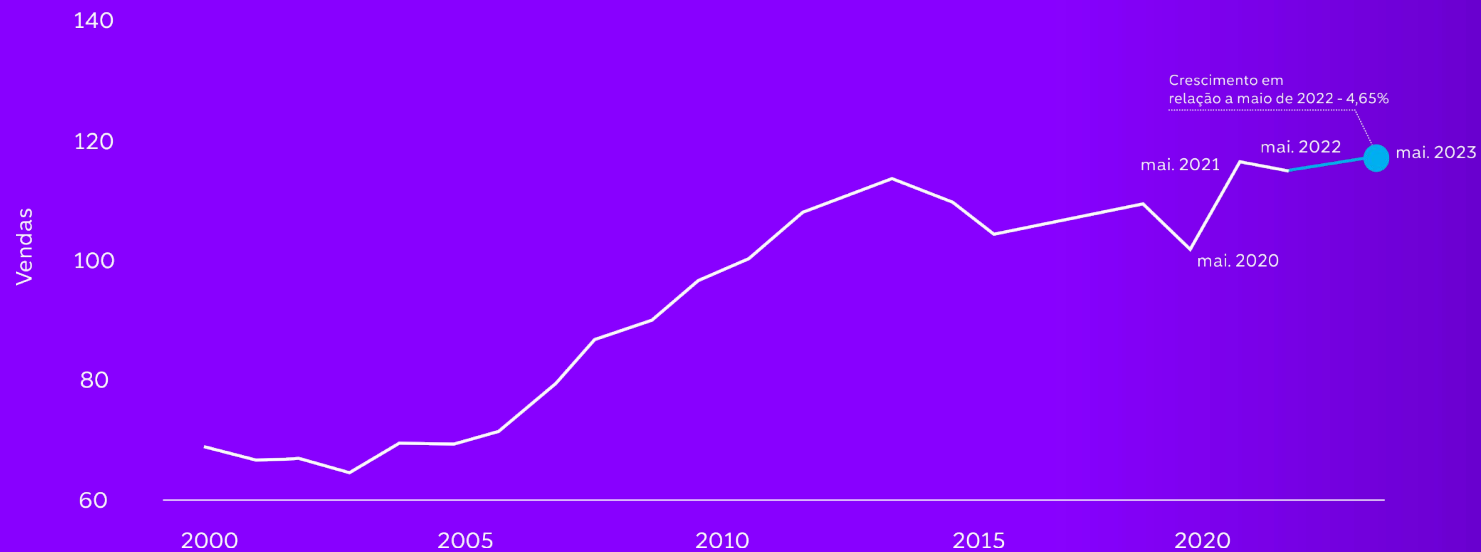
Empregos gerados em Jundiaí, SP - 2021/fevereiro de 2023



Os dados do CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados) para o município de Jundiaí mostram que o saldo entre admissões e demissões foi positivo durante todo o ano de 2022, havendo uma quebra apenas no mês de dezembro. No ano de 2023 percebemos uma diminuição no ritmo de geração de postos de trabalho, uma vez que janeiro e fevereiro terminaram com saldo próximo a zero.

Em contrapartida, a pesquisa de campo mostra que a população ainda está com boas intenções de compra para a data.

Vendas no varejo para os meses de maio no estado de SP



Em maio de 2020, observamos uma grande queda nas vendas devido à pandemia. Em 2021, tivemos uma liberação no isolamento logo antes do Dia das Mães, o que fez com que as vendas tivessem um grande salto pelo desejo de consumo reprimido da população durante os meses de isolamento, o que justifica o grande salto de vendas apontado no gráfico. Maio de 2022, o primeiro ano mais estabilizado após a vinda da pandemia, apresentou uma pequena queda com relação a 2021, porém não foi uma queda alarmante uma vez que o mês de Maio de 2021 foi positivamente atípico. Para o mês de Maio de 2023, prevemos um crescimento de até 4,65% com relação a Maio de 2022.

noonlabs

**Como está a confiança dos
consumidores em Maio de 2023**



Com a pandemia da COVID-19 ficando no passado em todo território nacional, o "novo normal" cedeu novamente espaço para o "velho normal", ou seja, comércios estão funcionando normalmente, pessoas estão nas ruas de novo, muitos dos trabalhadores que estavam alocados em home-office voltaram ao presencial e o medo da população em geral de contaminação está cada vez menor.

As vendas no mês de maio deverão apresentar uma alta com relação ao mesmo mês em 2022. Com relação a geração de empregos, a cidade de Jundiaí inicia o ano com um "sinal amarelo" de alerta, uma vez que, após dezembro ter encerrado uma sequência de 11 meses de saldo positivo na geração de empregos, o mês de janeiro também terminou com saldo levemente negativo, tendo uma tímida retomada no mês de fevereiro, isso pode levar a crer que a geração de empregos na cidade de Jundiaí teve uma diminuída de ritmo, porém, isso pode ser em virtude do ritmo elevado nos dois últimos anos, cabendo portanto, monitorar os meses seguintes para que se tenha uma conclusão assertiva.

noonlabs

Pesquisa de campo em Jundiaí

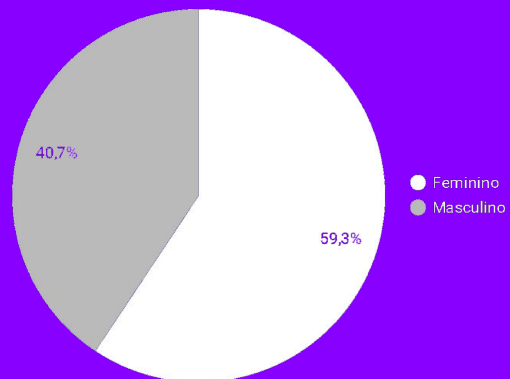
sobre o Dia das Mães



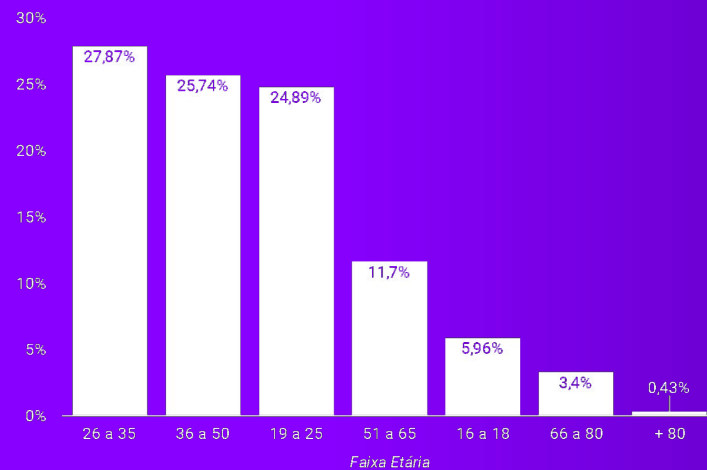
A pesquisa escutou 429 pessoas nas principais vias do Centro, Maxi Shopping e nos bairros Vila Rio Branco e Vila Arens. Dessas pessoas, a maior parte delas eram da cidade de Jundiaí, com algum destaque para Várzea Paulista e Campo Limpo Paulista.

Perfil dos entrevistados

Sexo

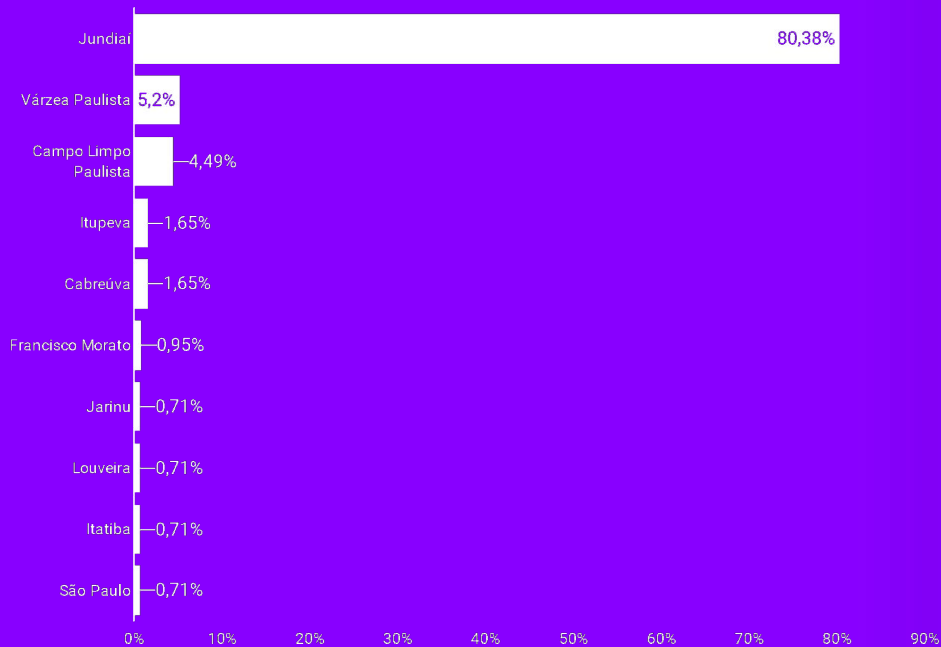


Faixa etária



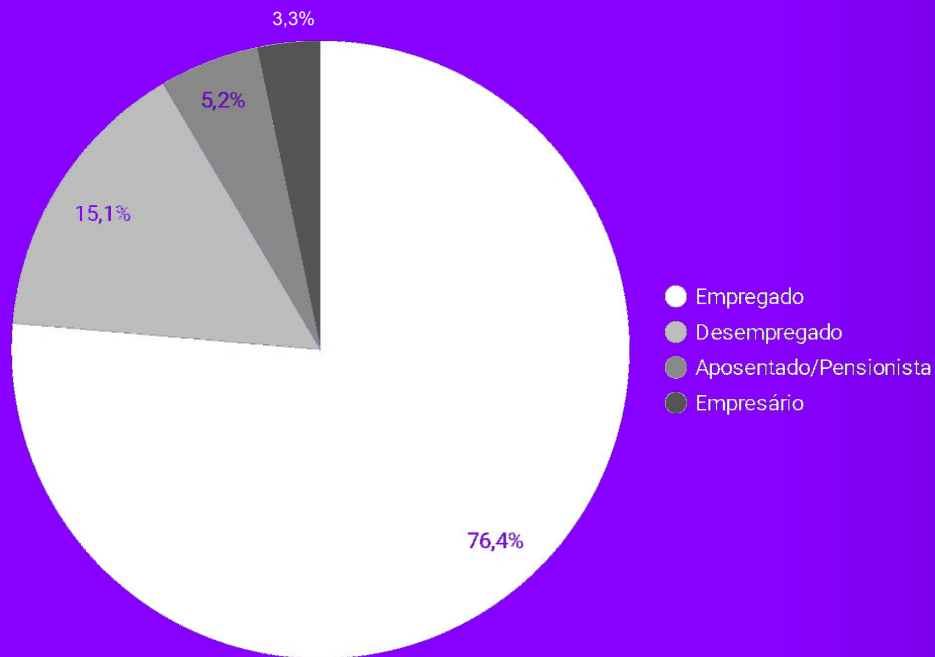
Fonte: Pesquisa de Dia das Mães em Jundiaí - Bnex/Noonly e Instituto de Dados ACE - Jundiaí - 26 a 29 de abril e 2 de maio/2023 | 429 entrevistas.

Cidade de origem dos entrevistados



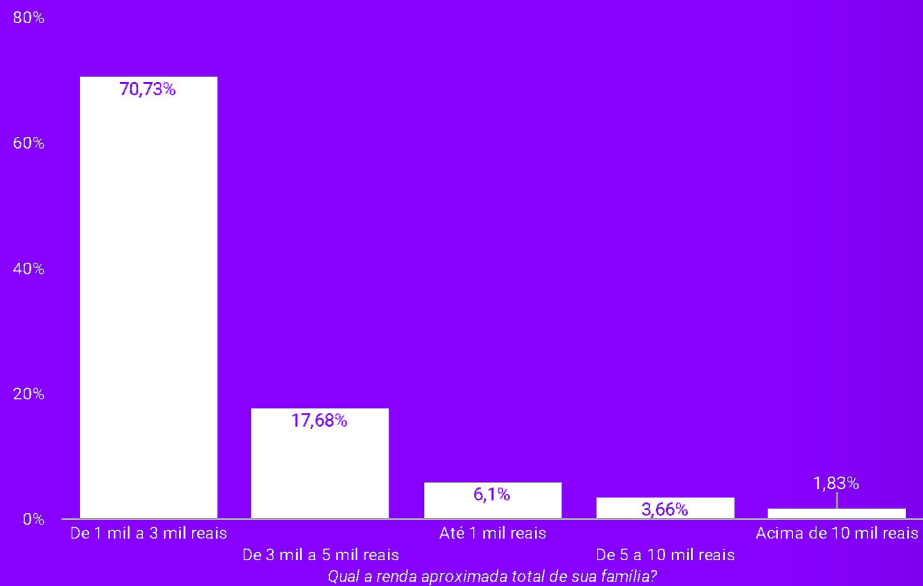
A movimentação do centro comercial de Jundiaí também atrai população de municípios próximos, principalmente de Várzea Paulista e Campo Limpo.

Situação empregatícia atual



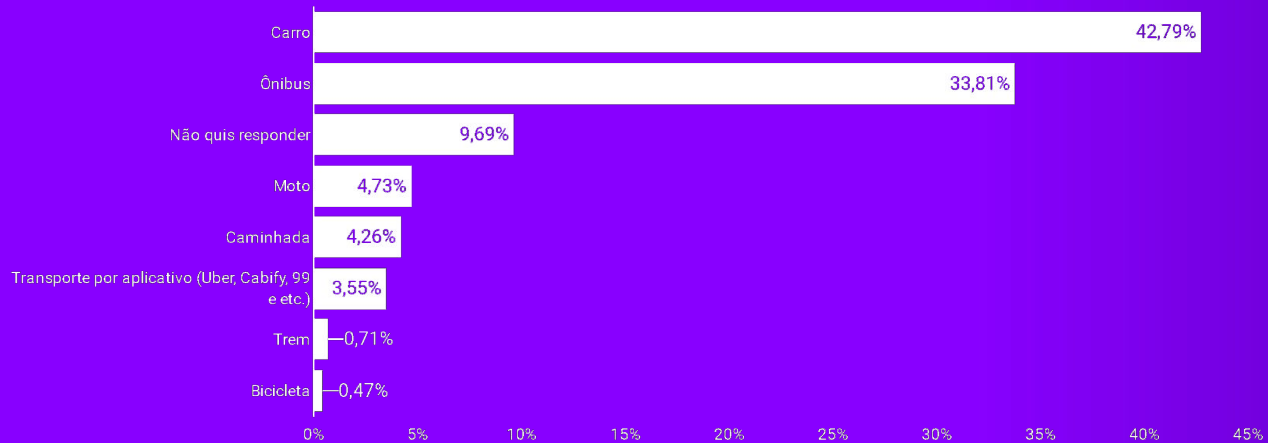
Apesar das contratações na cidade terem diminuído de ritmo, um número bem maior de pessoas declarou estar empregada nesse ano de 2023 em comparação com 2022, (76,4% contra apenas 56,5% no ano passado), fator que demonstra que a economia caminha para uma recuperação e aumenta as expectativas para um bom Dia das Mães.

Renda Familiar

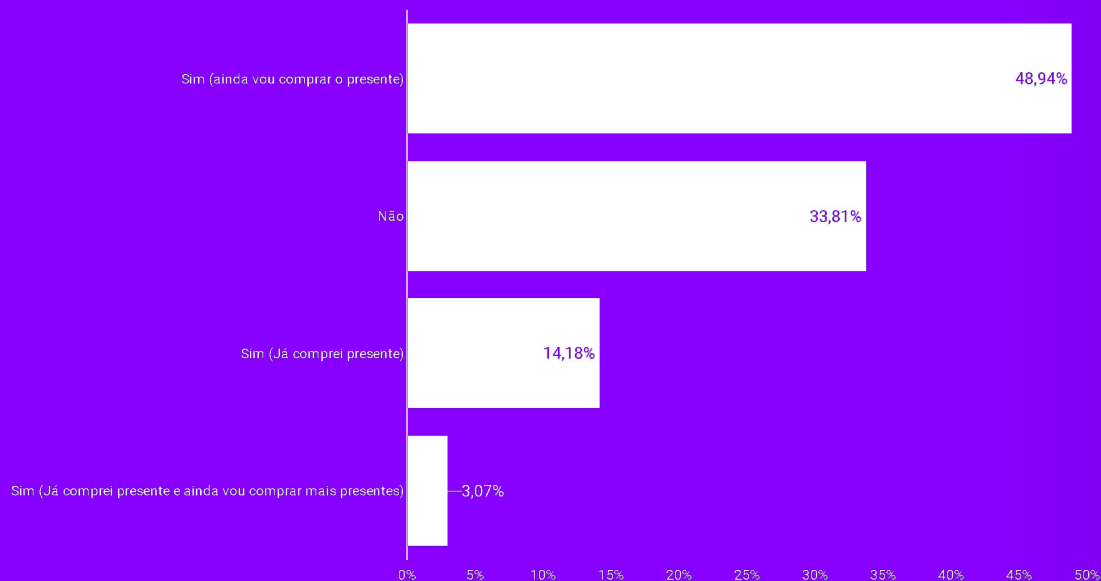


Desconsiderando as pessoas que não quiseram declarar a sua renda familiar, a maioria das pessoas escutadas são pertencentes às classes C2 (de R\$ 1.000,00 a R\$ 3.000,00 reais) e C1 (de R\$ 3.000,00 a R\$ 5.000,00 reais)

Transporte para o centro

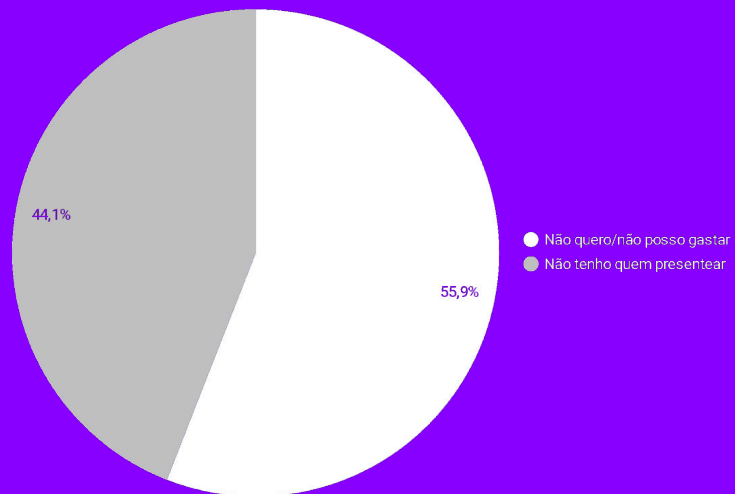


Pretende Fazer compras para o Dia das Mães?



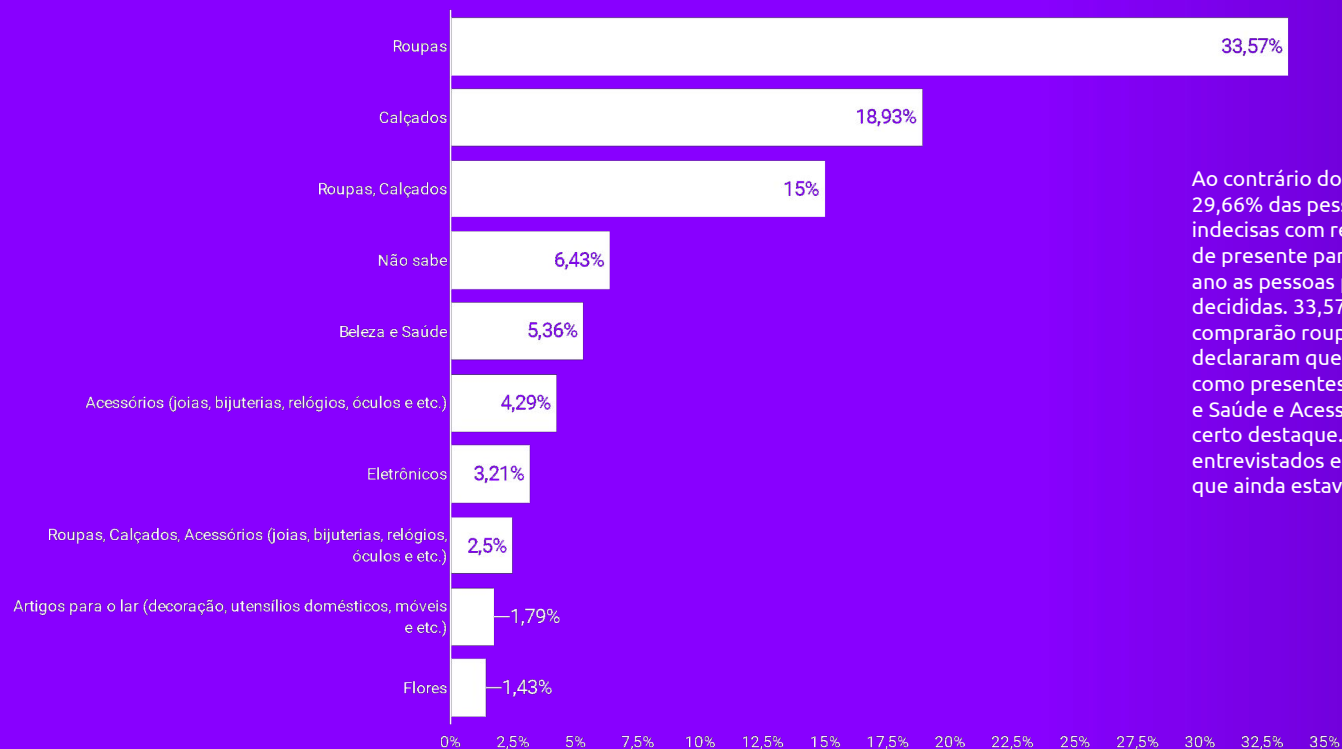
Outro fator que pode animar o comerciante para esse Dia das Mães é que nesse ano 66,19% das pessoas declararam que já compraram ou ainda vão comprar presentes para o Dia das Mães, um aumento de 11,94% em comparação com o ano passado que teve apenas 54,25%

Motivo para não comprar



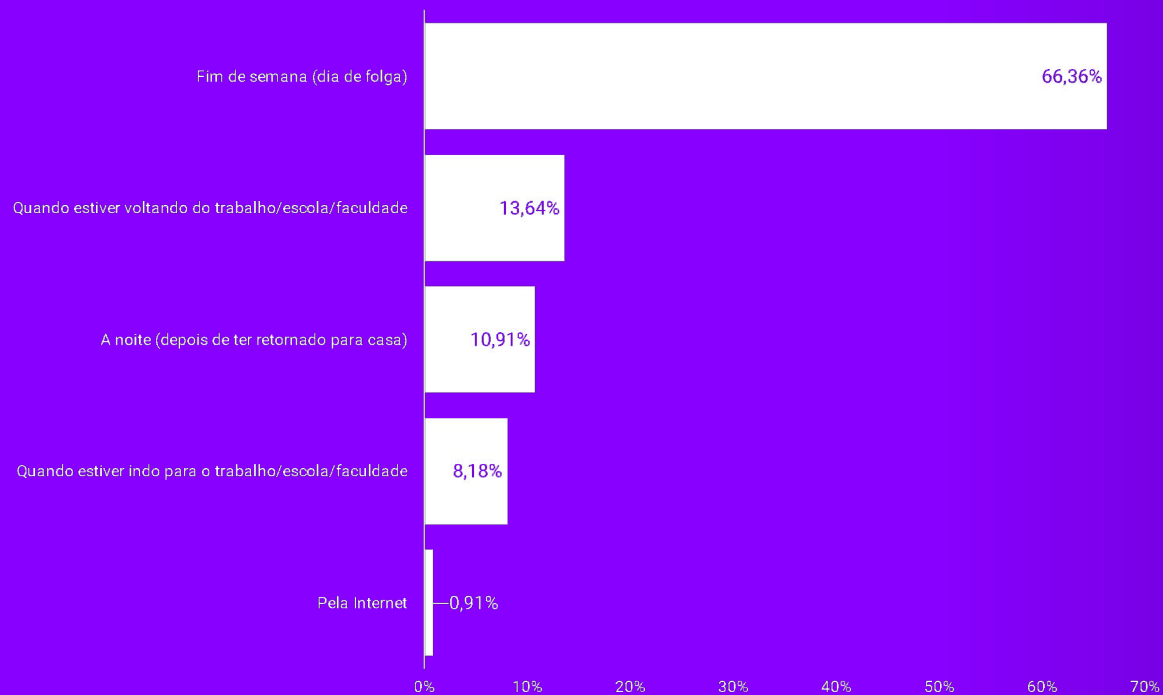
O fator econômico ainda aparece como principal motivo para não comprar presente para o Dia das Mães, com 55,9%.

O que pretende comprar?

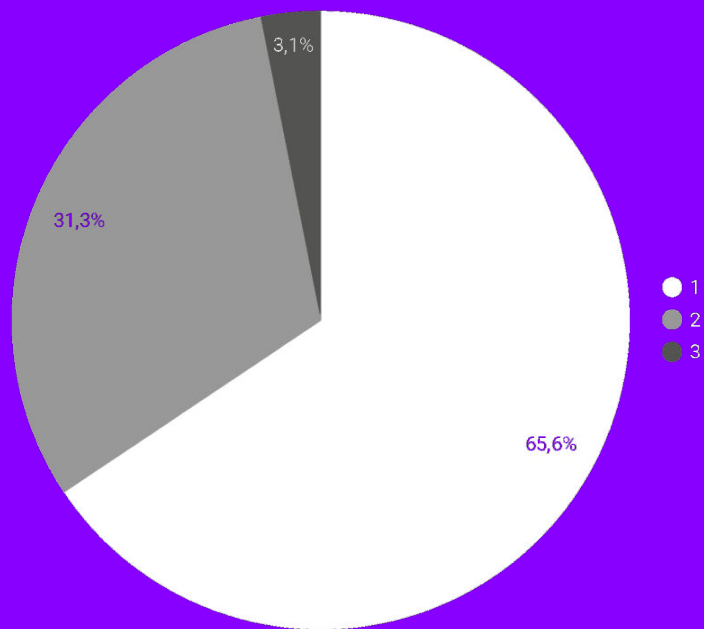


Ao contrário do ano passado, onde 29,66% das pessoas se declararam indecisas com relação ao que comprar de presente para o Dia das Mães, esse ano as pessoas parecem estar mais decididas. 33,57% declararam que comprarão roupas e 18,93% declararam que comprarão calçados como presentes. Produtos de Beleza e Saúde e Acessórios também tem um certo destaque. Apenas 6,43% dos entrevistados esse ano declararam que ainda estavam indecisos.

Em que momento comprou ou pretende comprar o presente de Dia das Mães?

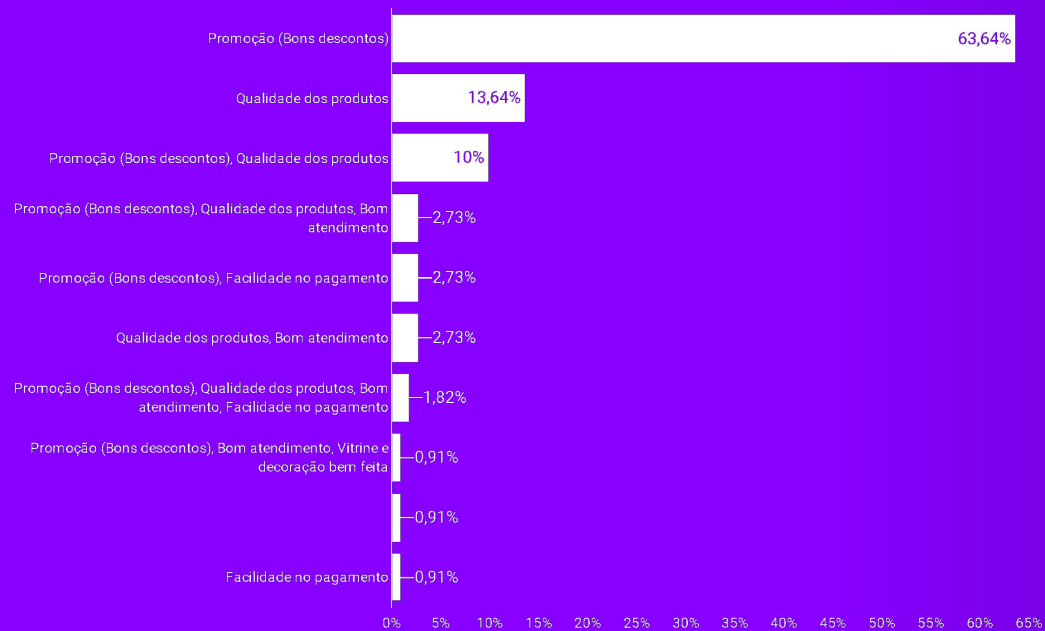


Quantos presentes pretende comprar?

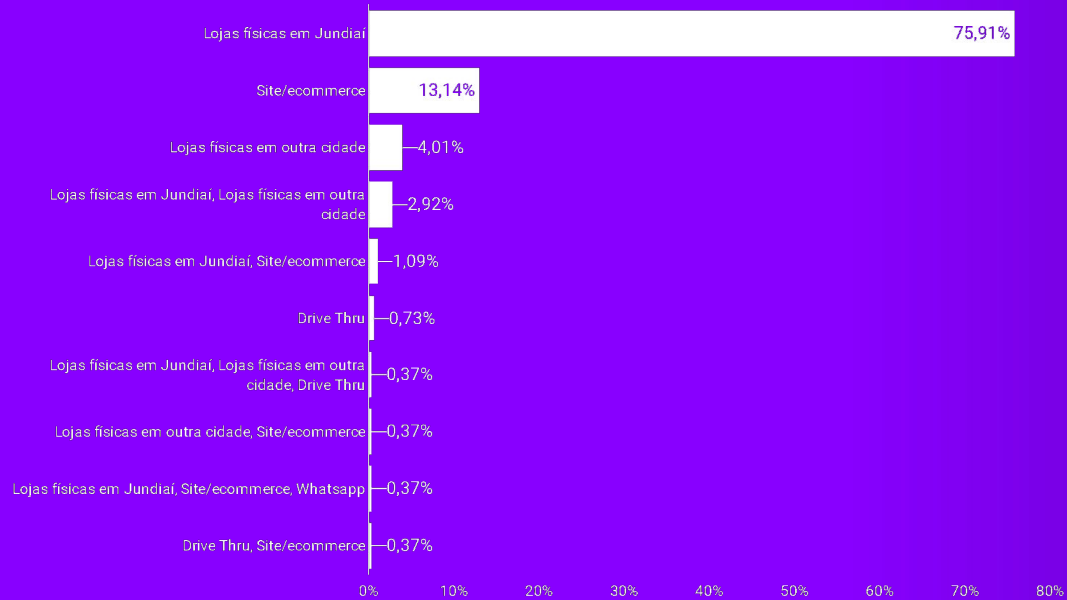


Em comparação com o ano passado, 84,9% dos entrevistados declararam que pretendem comprar apenas um presente, contra apenas 65,6% nesse ano. Tendo um número maior de pessoas que declararam que comprarão mais de 1 presentes.

O que leva em consideração ao escolher a loja?

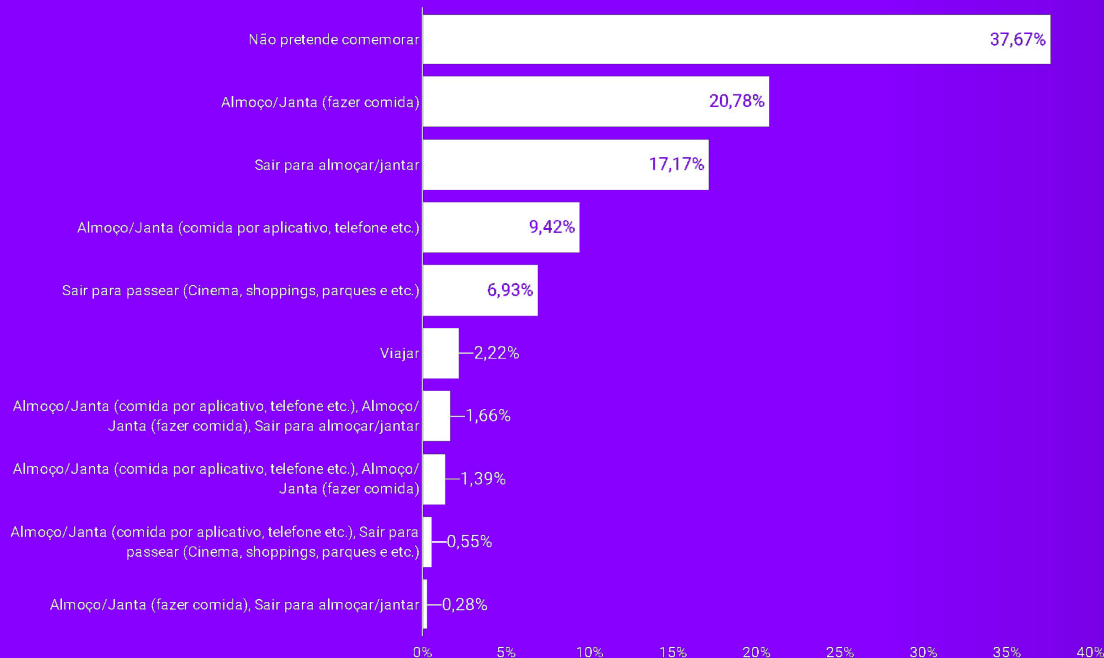


Onde pretende comprar?



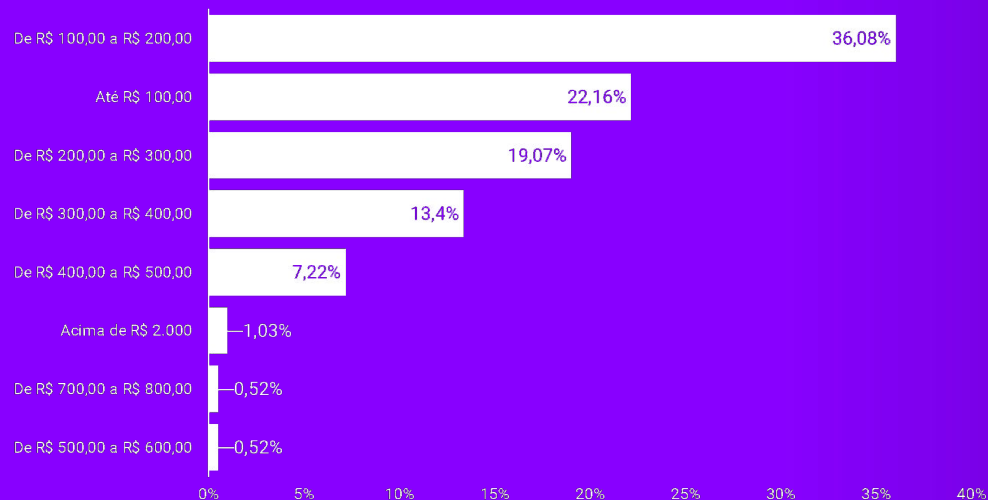
Em comparação com o ano de 2022, o maior destaque ficou para o crescimento no ecommerce, saltando de 10% para 13,1%. Lojas físicas mantêm a sua relevância tendo uma variação bem pequena, 75,9% em 2023 contra 76,3% em 2022.

Como pretende comemorar?

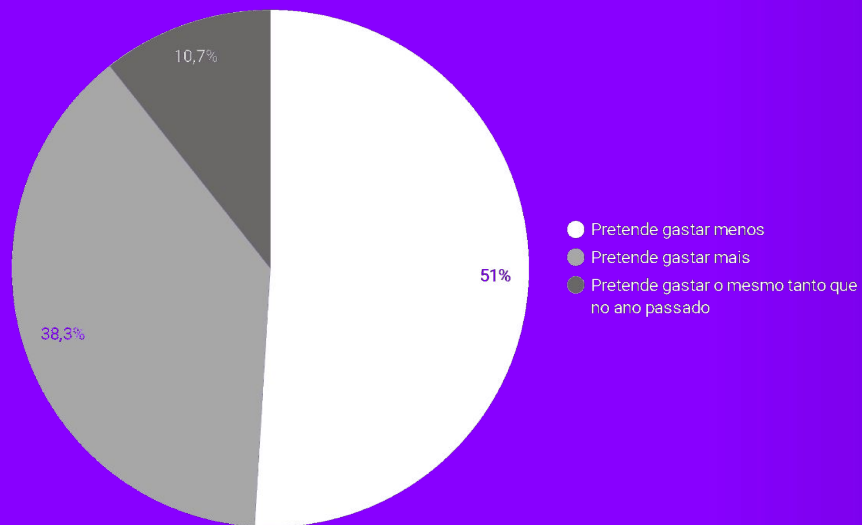


A maioria dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia das Mães declararam que pretendem fazer um jantar ou almoço em casa, seguido por sair para passear e por um jantar ou almoço em casa pedindo comida por aplicativo ou telefone. Para donos de restaurantes preparem-se para o aumento de demanda e busquem fazer campanhas de incentivo para atrair mais clientes, para os donos de supermercado temos alguns dados comparativos de 2022 x 2021 que podem ser úteis.

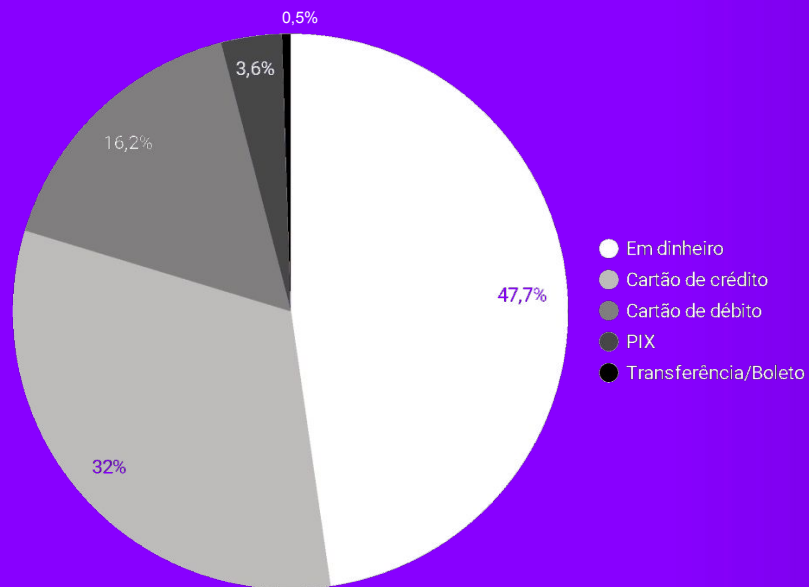
Quanto pretende gastar?



Pretensão de gasto para o Dia das Mães com relação ao ano passado

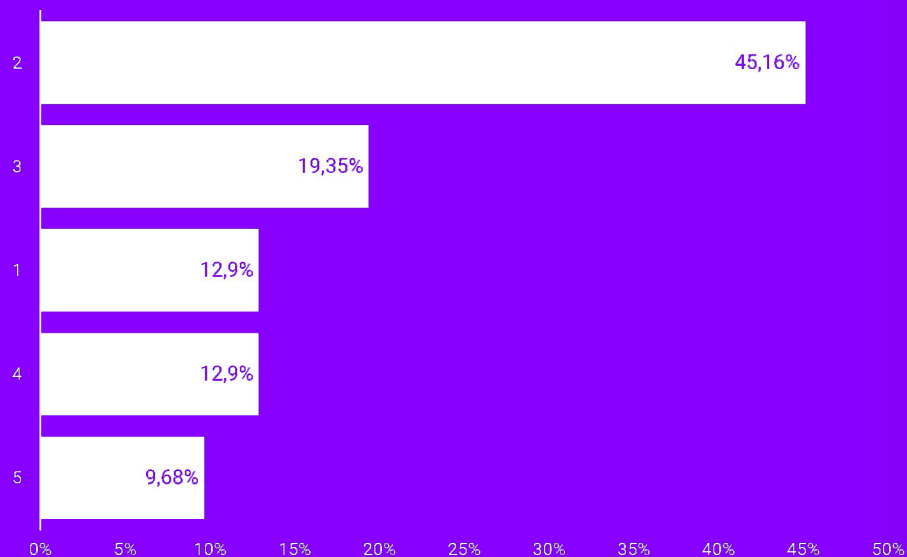


Qual a forma de pagamento?



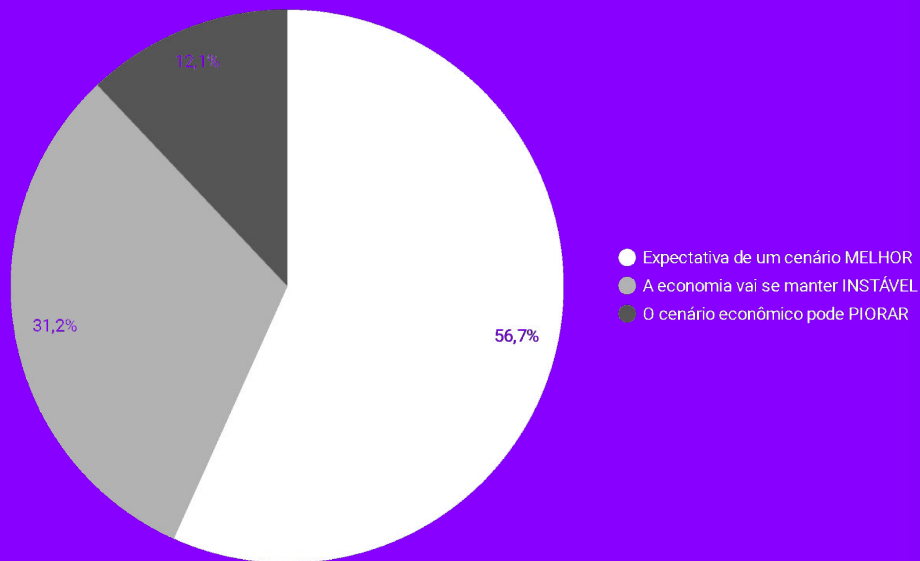
Dinheiro continua sendo a forma favorita de pagamento dos entrevistados, com 47,7%, seguido de Cartão de Crédito com 32% e cartão de débito com 16,2%, o que demonstra que a maioria das pessoas tem a pretensão de pagar suas compras à vista. O que não tira a importância do comerciante de trabalhar com formas de pagamento facilitadas, uma vez que o consumidor pode optar por aumentar o seu ticket-médio quando encontra uma forma de pagamento mais facilitada.

Pretende parcelar a compra em quantas vezes?



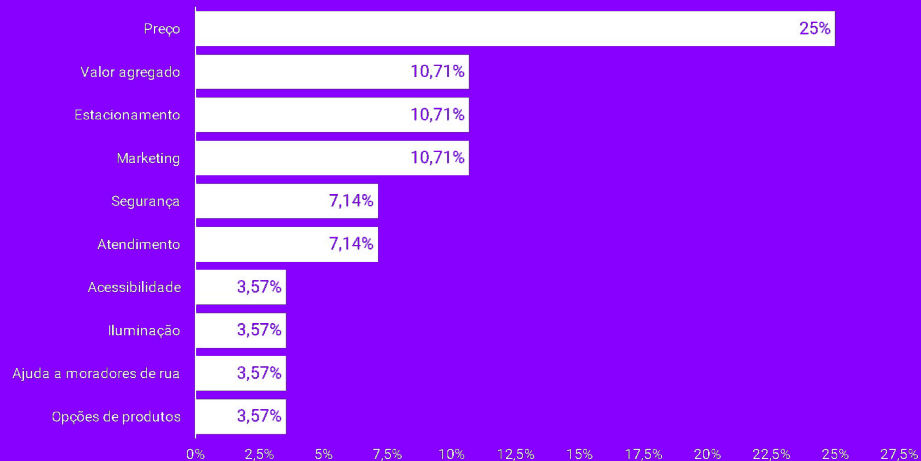
Dentre os entrevistados que optarão por parcelar os presentes de Dia das Mães, a maioria (45,16%) declarou que irá parcelar em duas vezes.

Qual a sua percepção em relação a economia para os próximos meses?



Esse ano os consumidores estão muito mais otimistas do que em 2022, 56,7% dos entrevistados declararam que o cenário econômico tende melhorar nos próximos meses, contra apenas 28,7% em 2022.

Como consumidor, o que você acha que precisa melhorar no comércio de Jundiá?



Com relação ao o que os consumidores acham que precisa melhorar no comércio de Jundiá, Preço novamente apareceu entre a maioria dos entrevistados (25%), seguido de Valor Agregado, Estacionamento e Marketing (todos com 10,71%)

noonlabs

Distribuição do potencial de consumo em Jundiaí

Categorias relevantes para o Dia das Mães



Potencial de consumo por região de Jundiaí

O potencial de consumo é segmentado por classe de renda da população. Nos permite enxergar quais regiões da cidade possuem maior potencial de consumir determinadas categorias de produtos.

É excelente para entendermos, por exemplo, onde focar uma campanha de comunicação/publicidade, entendermos se o público que estamos buscando atender reside muito longe de onde está a loja.

A seguir, apresentaremos mapas com as concentrações de alguns potenciais de consumo. Quanto mais escura for a cor no mapa, maior a concentração da característica sendo analisada. Quanto mais clara, menor a concentração.

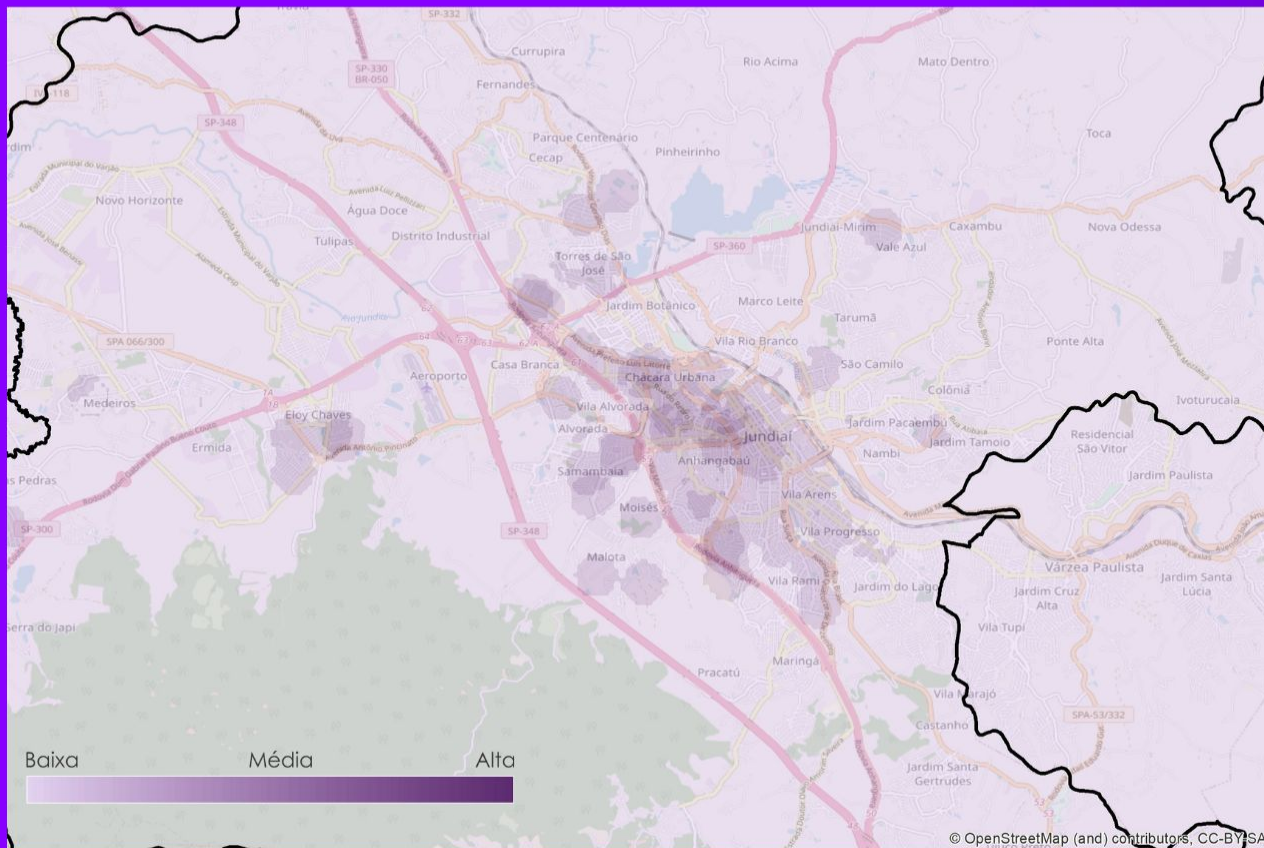


Potencial de consumo de vestuário

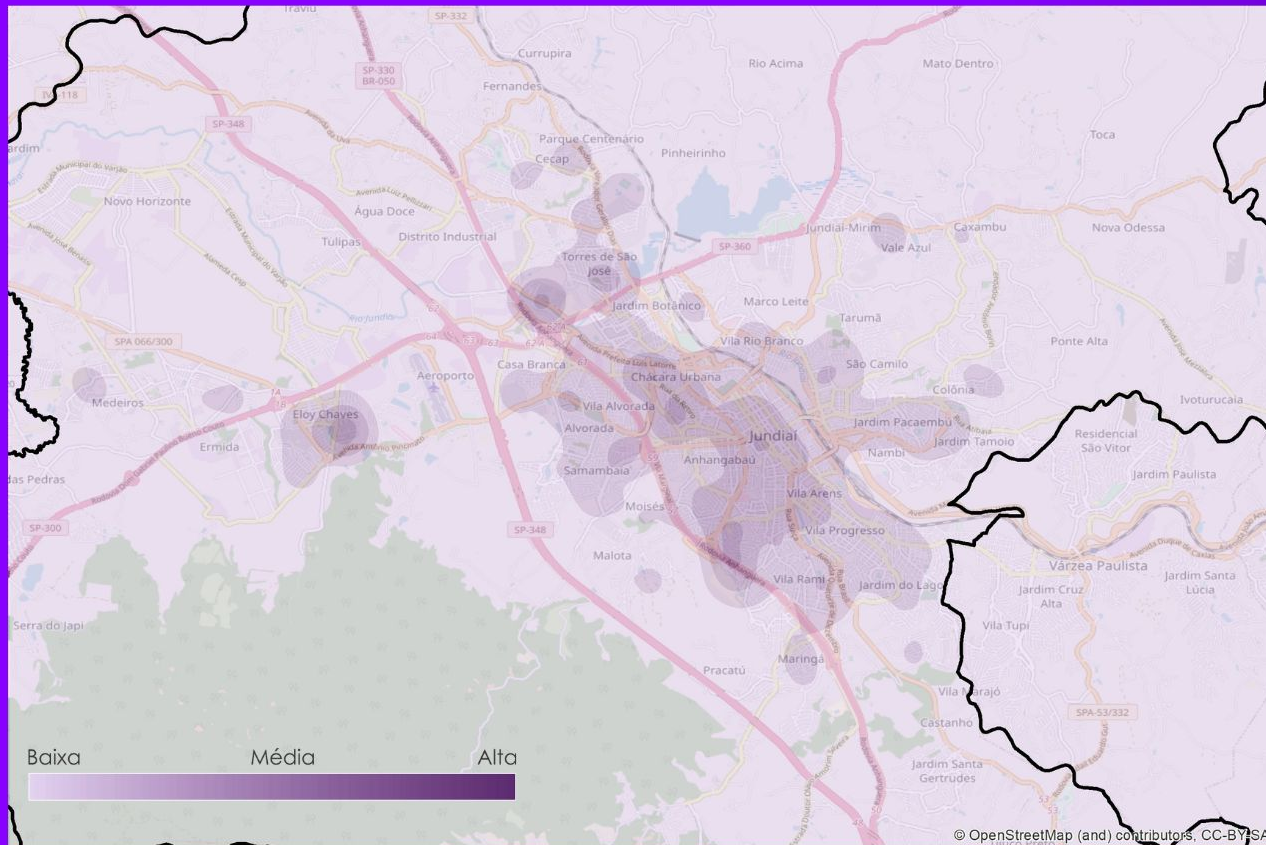
Refere-se aos gastos com roupas confeccionadas para homens, mulheres e crianças, como calças, agasalhos, saias, ternos, lingerie, shorts, camisas, camisetas, blusas, meias, pijamas, vestidos, roupas de banho.

Nos mapas de potencial de consumo de vestuário a seguir, a lógica de interpretação é: as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado. Já as regiões mais claras, possuem menor concentração.

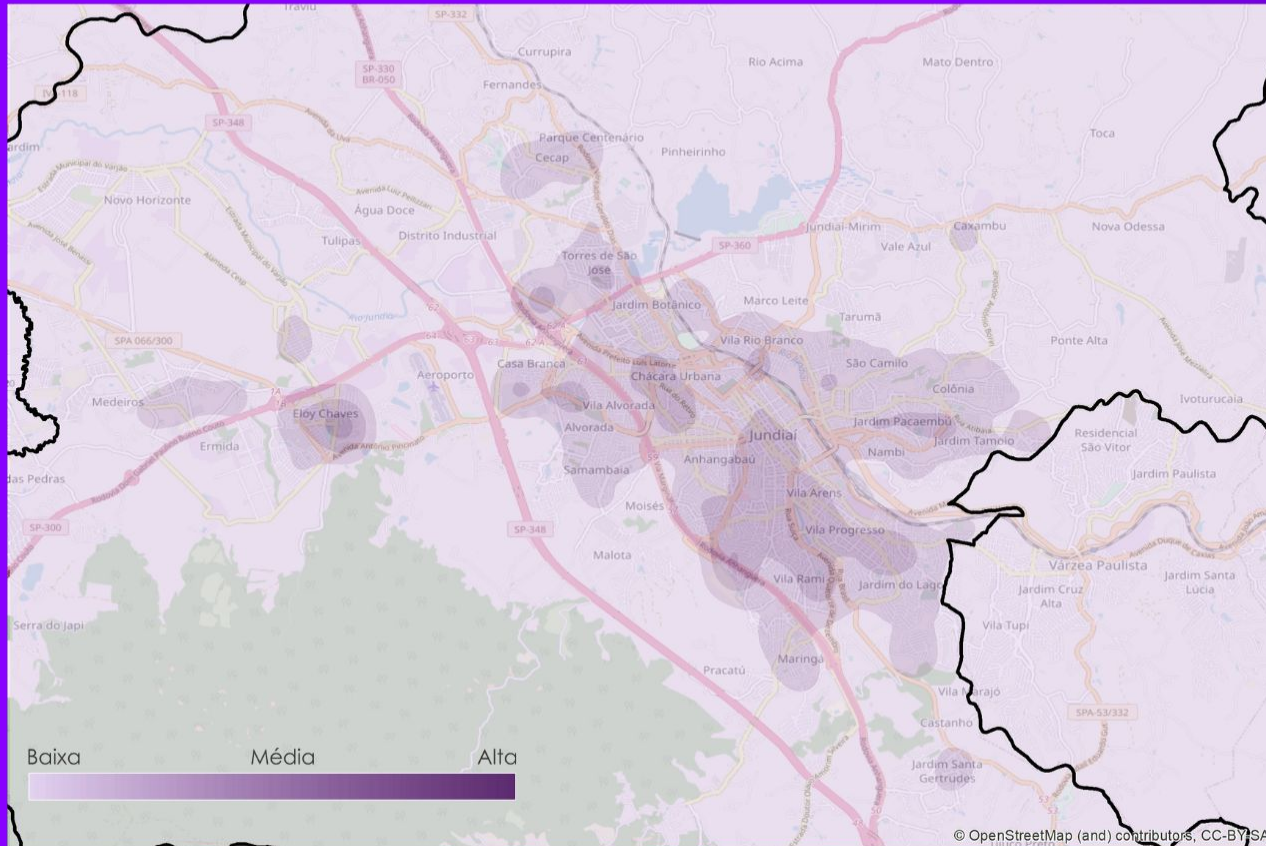
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE A



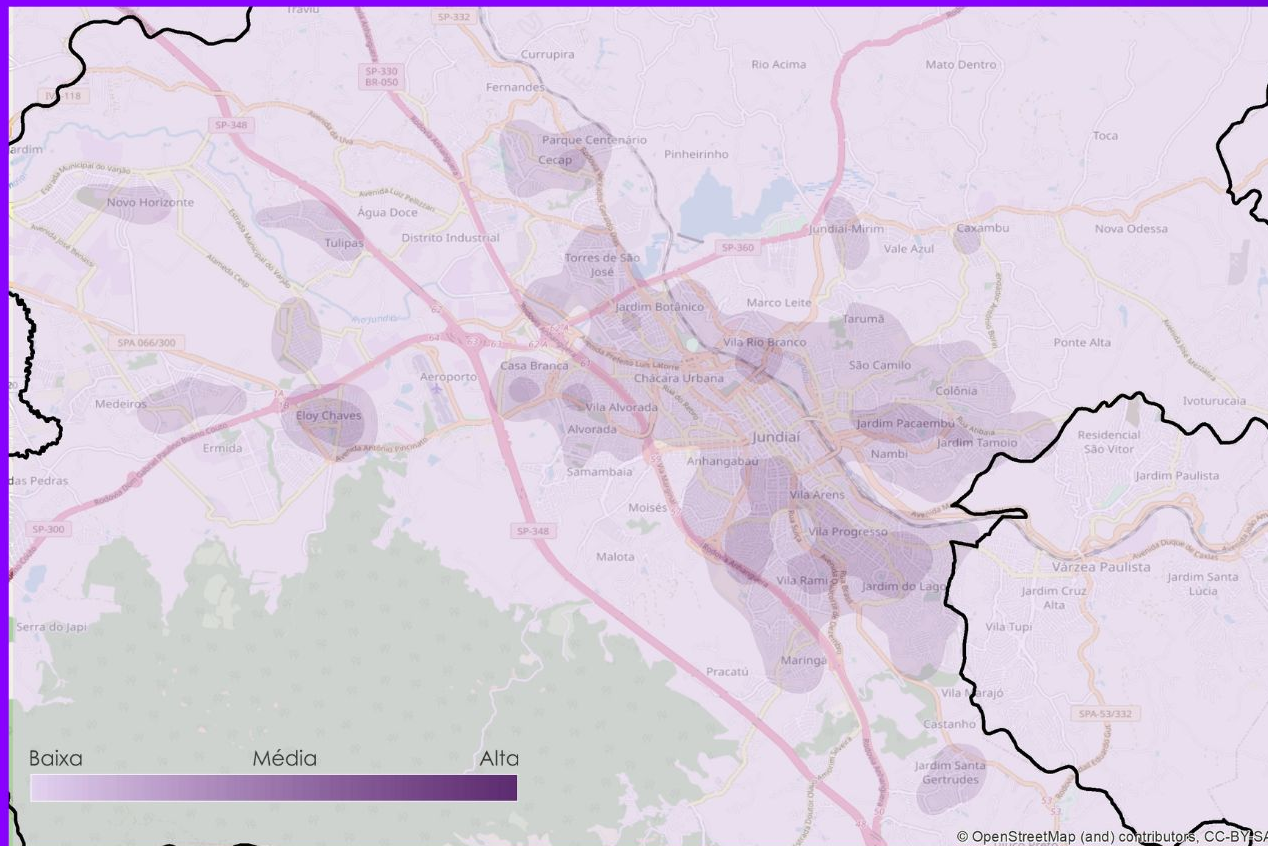
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE B1



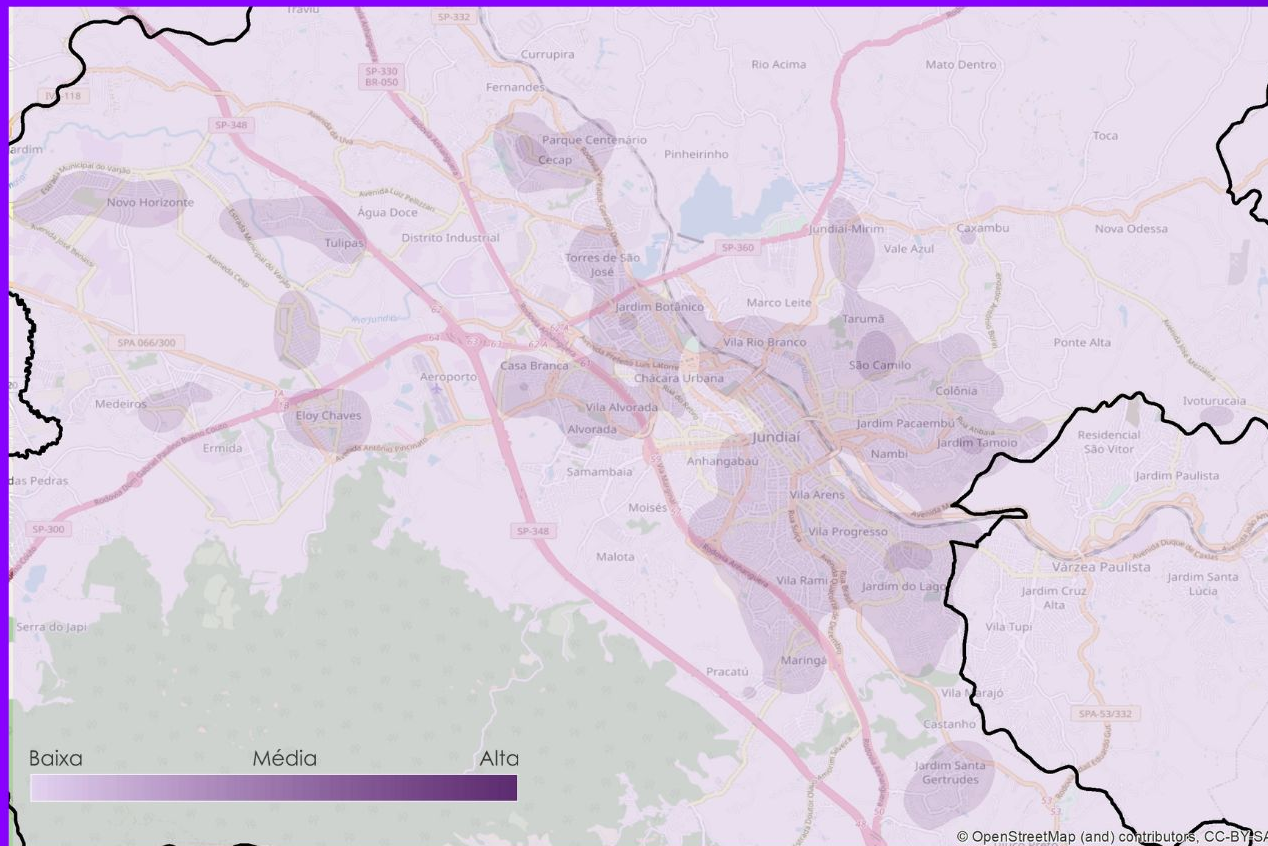
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE B2



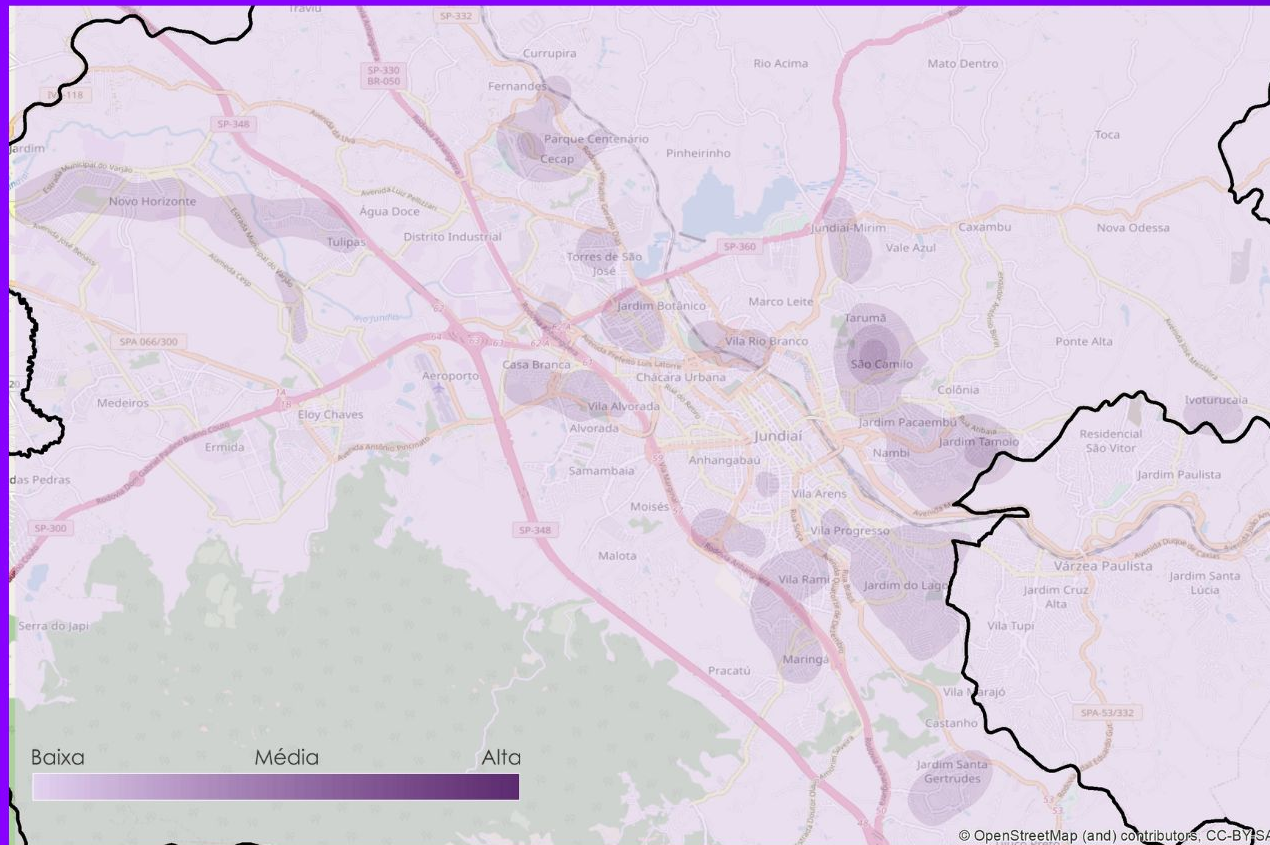
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE C1



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE C2



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE D/E



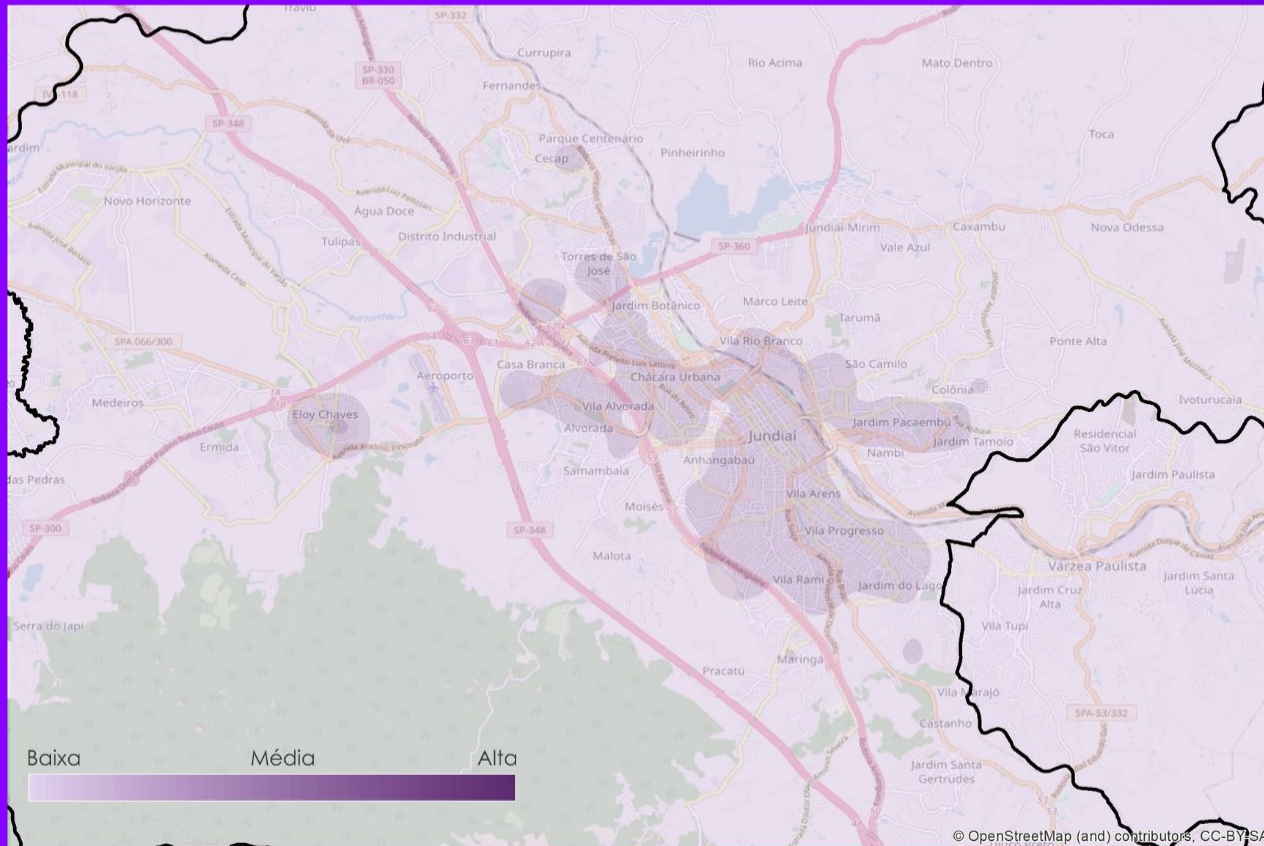


Potencial de consumo de calçados

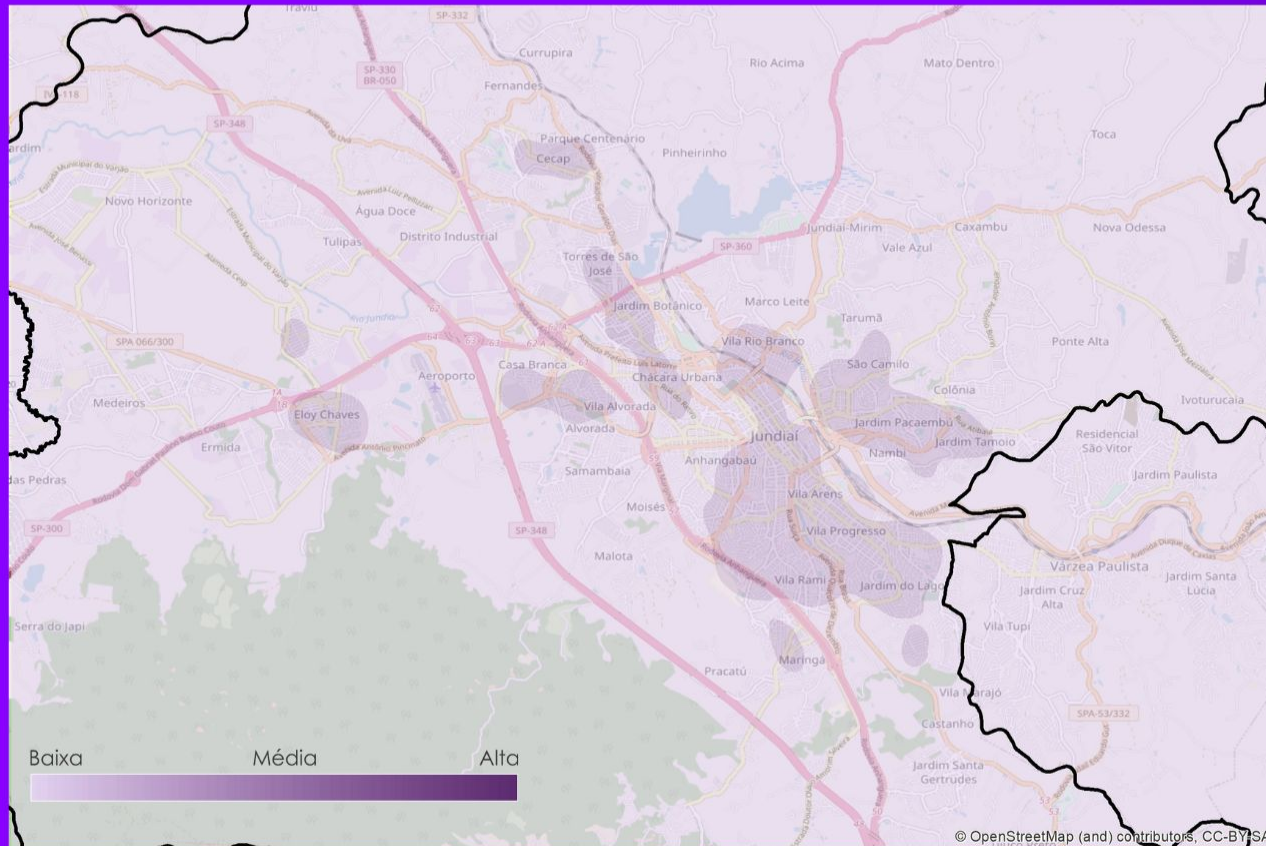
Refere-se aos gastos com sapatos, sandálias, tênis, sapatilhas, etc.

Nos mapas de potencial de consumo de calçados a seguir, a lógica de interpretação é: as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado. Já as regiões mais claras, possuem menor concentração.

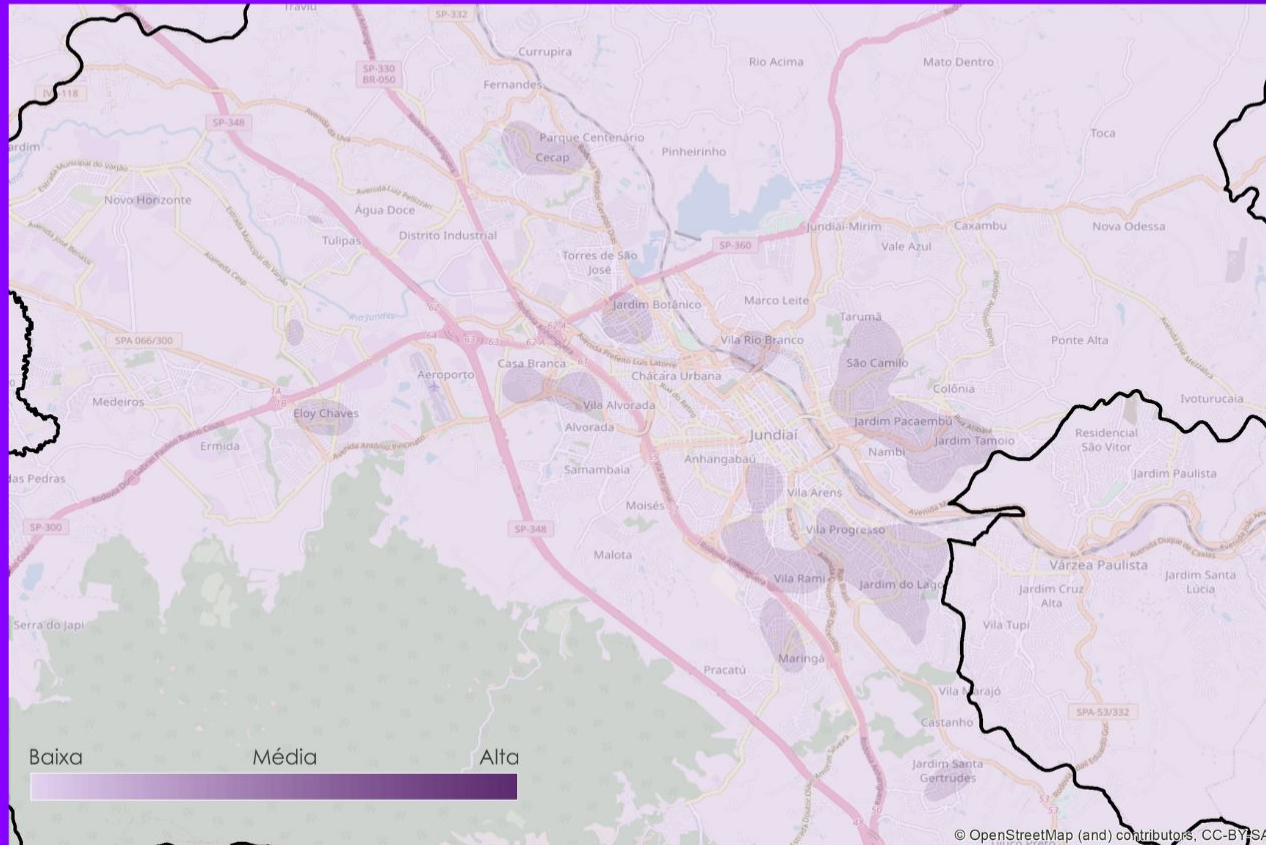
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE CALÇADOS DA CLASSE B2



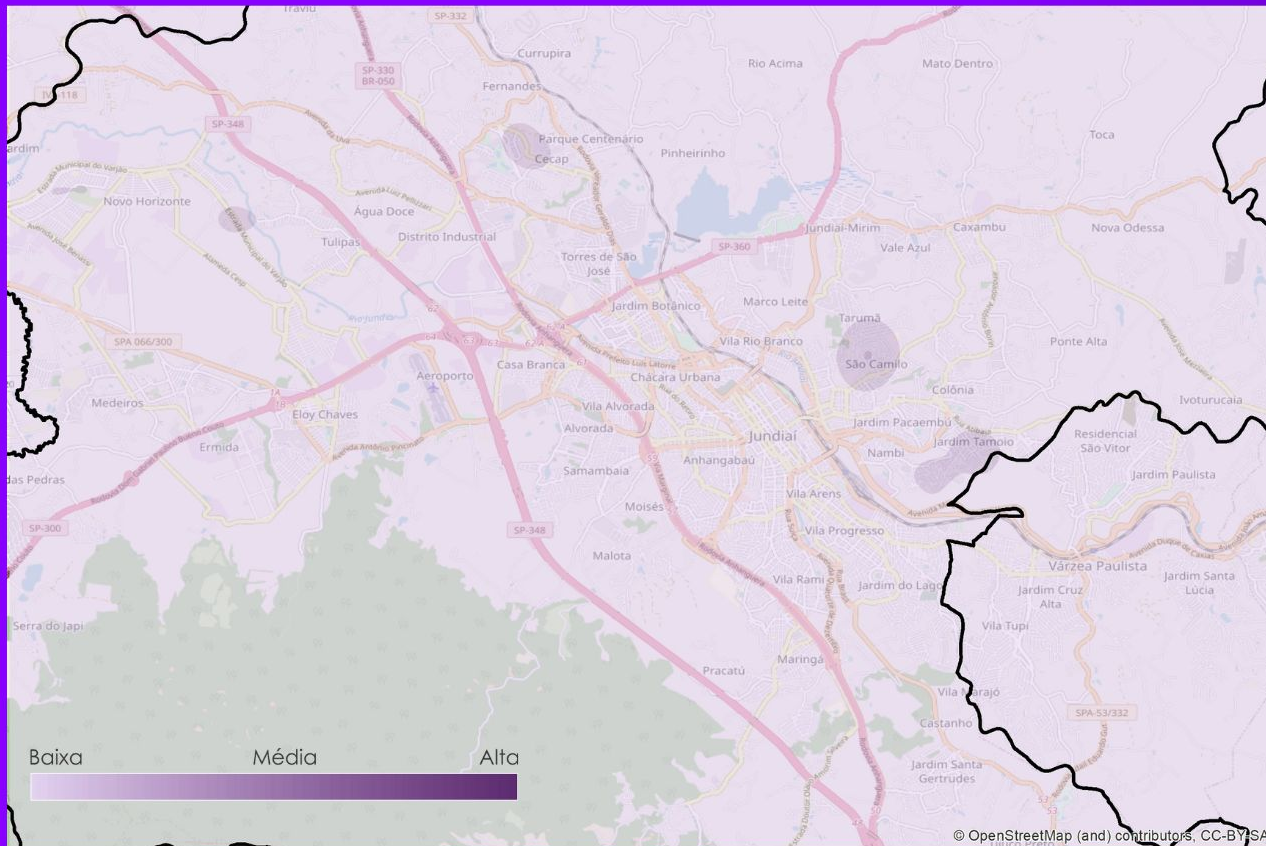
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE CALÇADOS DA CLASSE C1



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE CALÇADOS DA CLASSE C2



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE CALÇADOS DA CLASSE D/E





Alguns produtos de destaque no Dia das Mães

Este ano, 65,1% dos entrevistados irão dar mais 1 presente, os demais vão comprar mais unidades. O ticket médio também subiu (77,84% gastarão mais de R\$ 100,00).

Os produtos de destaque são roupas e calçados. Beleza e saúde, acessórios (jóias, bijuterias, óculos) também aparecem, mas com menos destaque.

Equipe

Estatística

Gustavo Brusse

Tamara Paccas

Geografia/ Marketing

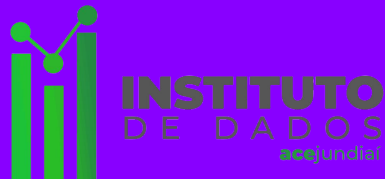
Ivan Shieh Basotti

Samuel Andrade

Especialista em varejo

Fernando Foster





(11) 3308 4300
imprensa@acejundiai.com.br



Data Science e Location Intelligence

www.noonly.com.br
samuel.andrade@noonly.com.br
(17) 99739-9268