



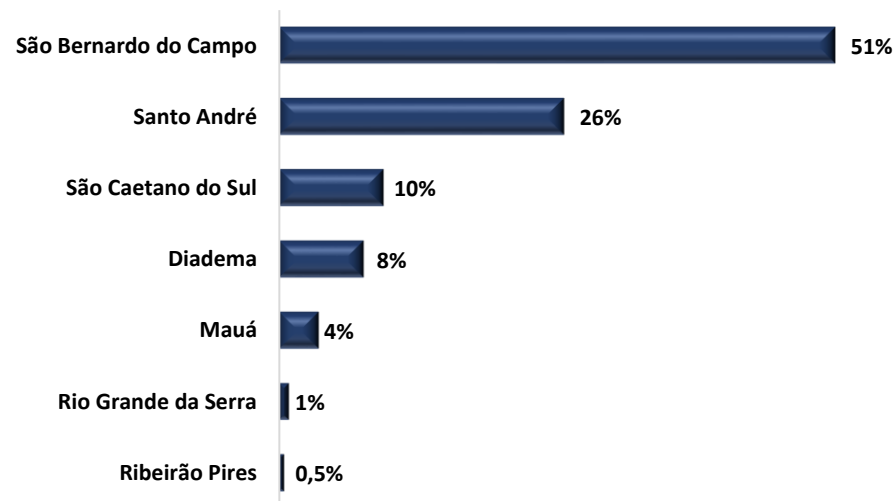
Pesquisa de Intenção de Compras DIA DAS MÃES

abril de 2020



A pesquisa

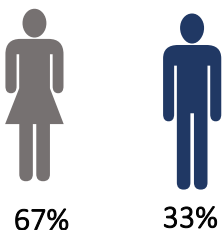
Esta pesquisa entrevistou 655 pessoas, cujas respostas foram validadas após análise crítica. A pesquisa foi aplicada entre os dias 16 e 26 de abril, tendo a amostra sido distribuída entre os 7 municípios do GABC. A aplicação do questionário foi realizada integralmente de maneira eletrônica.



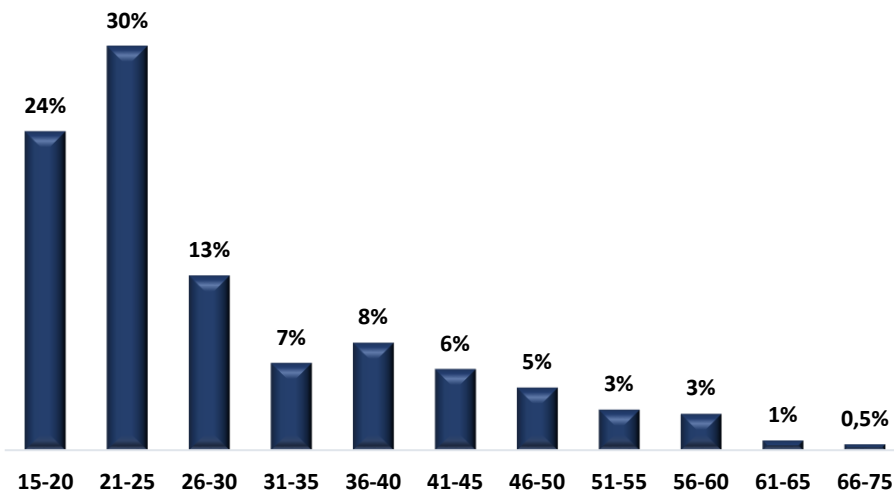
O nível de confiança da pesquisa é de 95%, com margem de erro de 2,5 pontos percentuais.

A amostra

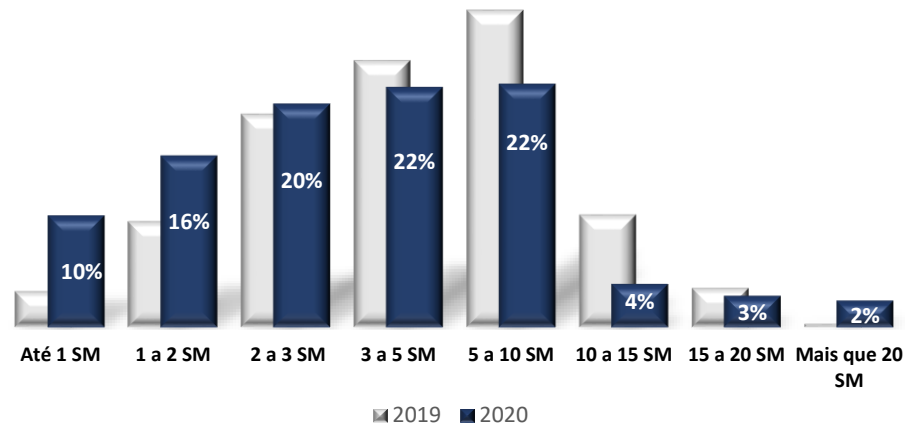
Gênero dos entrevistados



Idade dos entrevistados



Renda Familiar dos entrevistados



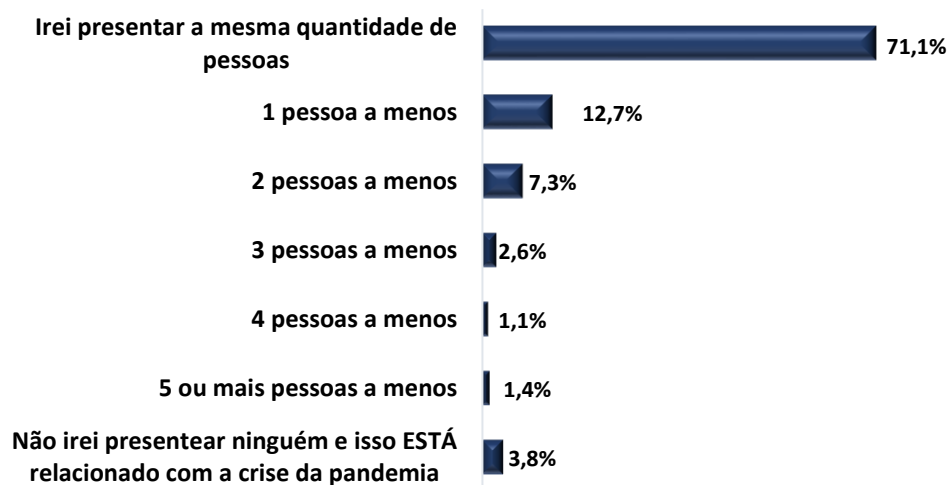
A amostra foi composta por aproximadamente 2/3 de mulheres, e 1/3 de homens.

A idade média dos entrevistados foi de cerca de 30 anos, com forte concentração entre indivíduos na faixa dos 21 aos 29 anos de idade.

Uma característica notória da composição da amostra foi a queda da renda das famílias comparada à Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia das Mães do ano passado. O que é possível observar com a elevação da frequência de famílias nas faixas menor de renda, até 3 Salários Mínimos mensais, e a redução da frequência nas faixas superiores.

Pessoas a Serem Presenteadas

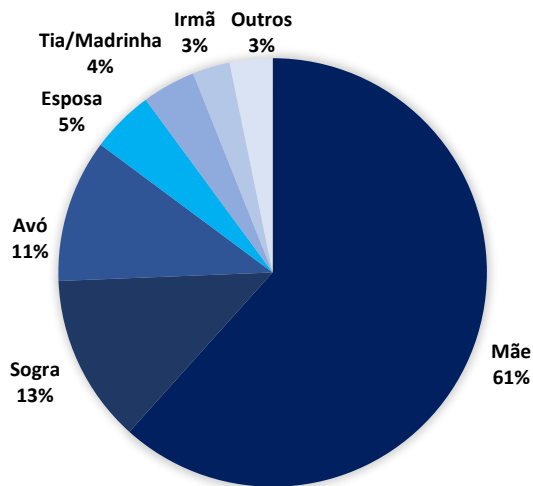
Quantidade de Pessoas a serem presenteadas



Diante do atual contexto econômico diante das ações de distanciamento social, e a conseqüente queda de atividade produtiva e comercial, pouco aproximadamente 30 % dos entrevistados afirmaram que tenderão a presentear um número menor de pessoas, comparado ao Dia das Mães do ano passado; ou mesmo não deverá presentear ninguém.

Dois fatores impactam sobre esta decisão: a queda na renda das famílias, e a maior dificuldade logística para a compra de presentes, tendo em vista as restrições ao funcionamento de diversas atividades comerciais.

Pessoas a serem presenteadas



Assim como nos anos anteriores, as aquelas que mais deverão ser homenageadas com neste Dia das Mães serão as Mães, as Sogra, as Avós e as Esposas.

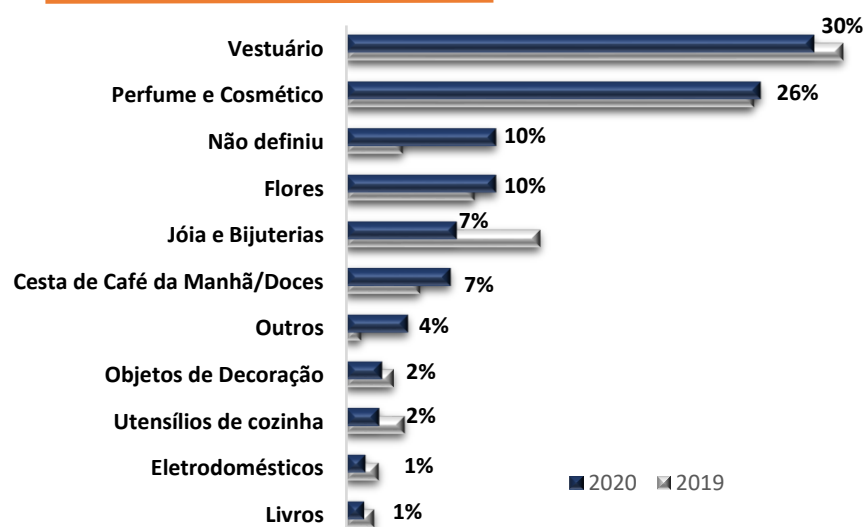
Determinantes e escolha dos presentes

Determinantes da escolha dos presentes



Os entrevistados que declararam que deverão presentear neste Dia das Mães, declararam que os principais fatores a influenciarem as suas decisões para a escolha do presente são o desejo da pessoa a ser presenteada, o preço do produto, a qualidade e as ações de desconto e promoção promovidas pelos comerciantes.

Seleção de presentes



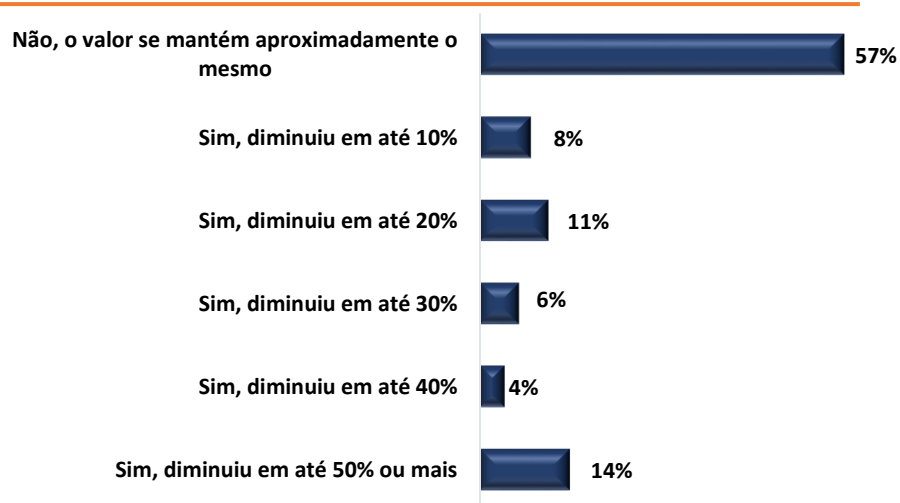
Com relação aos produtos a serem mais escolhidos, assim como nos anos anteriores, estão aos itens de vestuário e de perfumes e cosméticos.

Observa-se, contudo, uma ampliação considerável daqueles que afirmaram ainda não ter definido o presente a ser escolhido. Possivelmente explicados pelas mesmas restrições apontadas relativas à renda e à restrição das atividades comerciais.

Os demais itens a serem escolhidos para presentear podem ser vistos na lista ao lado.

Preço médio dos Presentes

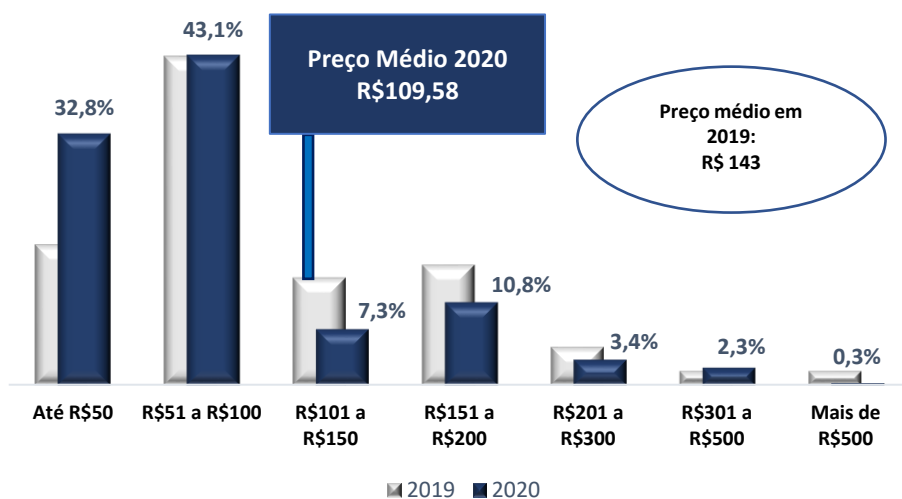
Redução na disposição a pagar pelo presente



Para mais de 40% dos entrevistados o preço médio a ser pago por presentes neste ano tende a ser menor que no ano passado. Para cerca de 14% dos entrevistados esta redução tende a ser maior de 40%.

O reflexo desta redução pode ser observada na ampliação da frequência de preços até R\$50, ao mesmo tempo em que em todas as faixas de preço acima de R\$100 houve redução da frequência.

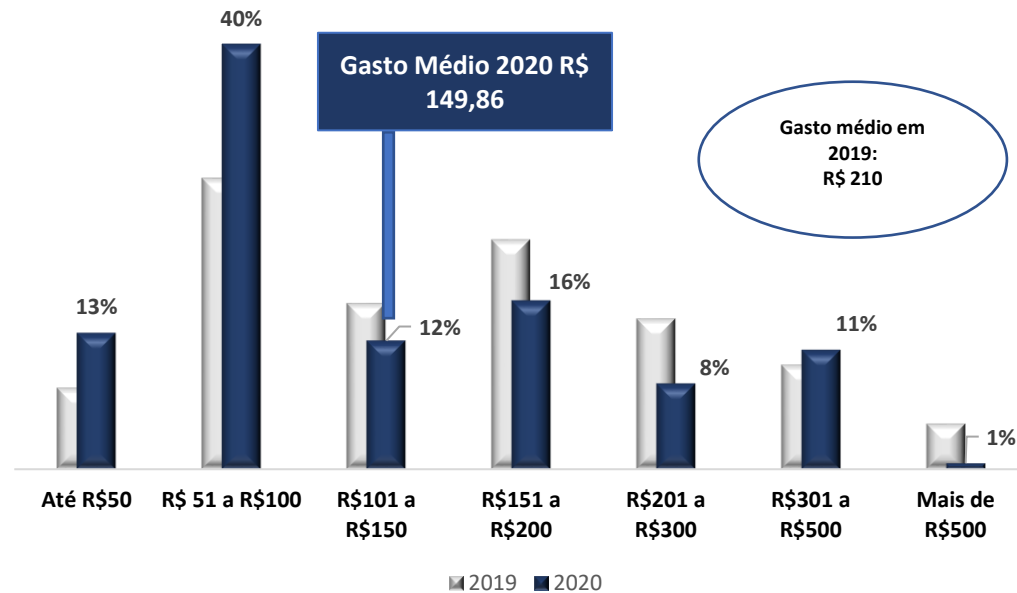
Preço Médio dos presentes



O preço médio que os entrevistados revelam estar dispostos e pretender pagar por presente é de R\$109,00. Comparado à Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia das Mães do ano anterior, quando o preço revelado foi de R\$143, houve uma redução real do preço médio de cerca de 26%, considerando a inflação de 3,3% entre abril/2018 e março/2020 (IPCA/IBGE)

Gasto Programado com o Dia das Mães

Gastos programados com a compra de presentes



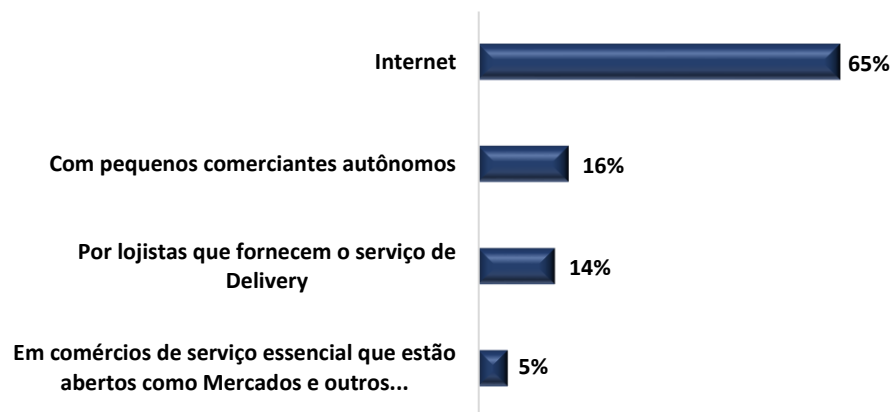
Ao serem questionados sobre o quando pretendem gastar com todas as compras de presentes programadas para este Dia das Mães, os entrevistados demonstraram uma ampliação das faixas de gasto até R\$100. Em contrapartida, houve uma redução da frequência de entrevistados dispostos a gastar valores acima de R\$100.

O gasto médio programado, segundo os entrevistados, deverão ser de cerca de R\$149 com a compra de presentes. Valor este 31% menor que os R\$210 de gastos programados em 2019, já considerando o efeito da inflação do período entre abril/2018 e março/2020 (IPCA/IBGE)

Tanto as informações relativas ao preço médio que os consumidores estarão dispostos a pagar, como dos gastos planejados, apontam que este Dia das Mães será bastante mais modesto que nos anos anteriores.

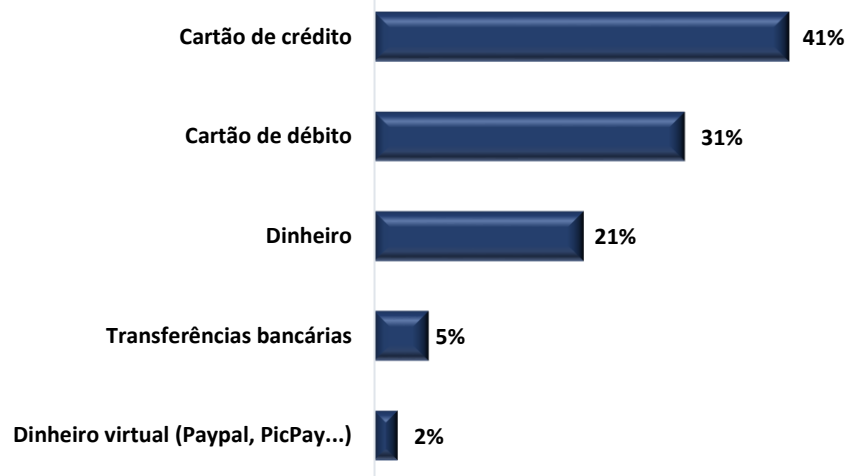
Forma de Compra e de Pagamento

Como deverão ser realizadas as compras



Outra mudança importante neste ano está na escolha das formas de realização da compra dos presentes. Com as restrições para diversas atividades comerciais, tendo em vista as orientações de distanciamento social em função da pandemia provocada pelo Corona Vírus, houve uma explosão da intenção de compras via internet. Mecanismo que deverão ser utilizado por cerca de 65% dos entrevistados. Nos anos anteriores esta opção variava entre 10% e 15%.

Formas de Pagamento

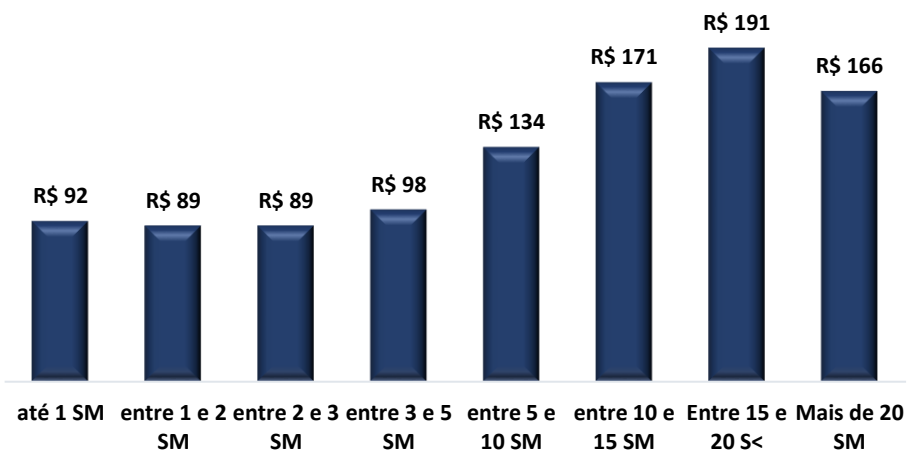


Entretanto, aproximadamente 30% dos entrevistados revelaram que realizarão as compras com lojistas/comerciantes autônomos ou que entregam no sistema delivery, entre os quais se concentram aqueles que declararam realizar os pagamentos em dinheiro.

Já com relação aos meios de pagamento, houve uma pequena ampliação da preferência pelo uso dos cartões de crédito

Preço e Gastos por Renda e Gênero

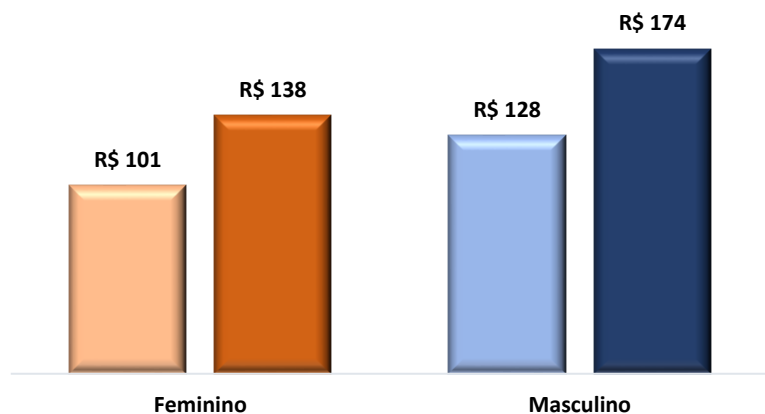
Renda e Preço Médio dos presentes



Renda e Gastos Pretendidos com presentes



Gênero, preço e gastos com presentes

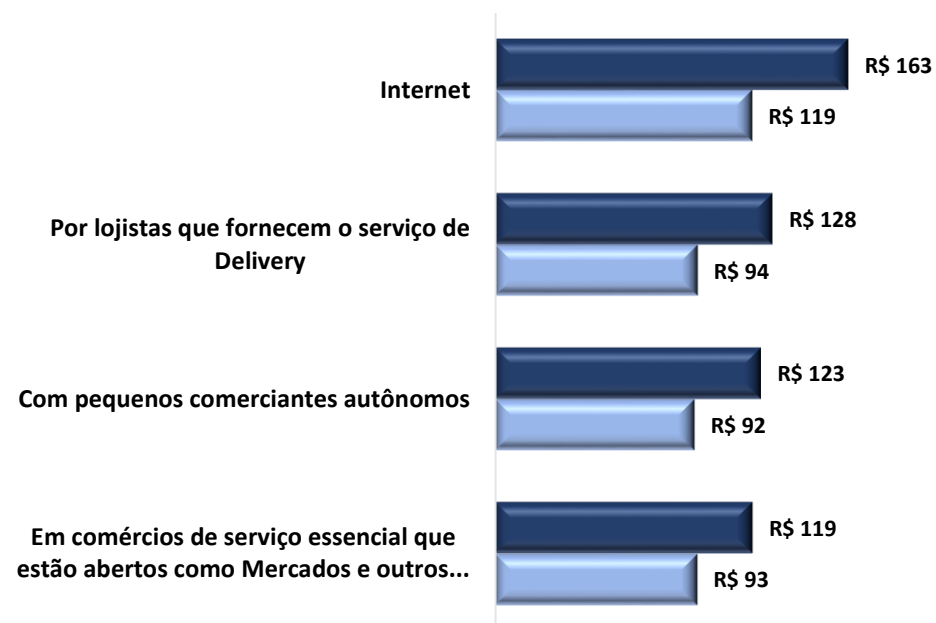


Apesar do atual cenário, marcado pela redução de renda das famílias, o efeito renda ainda exerce um impacto positivo tanto sobre a disposição do preço a ser pago por presente, quando com relação ao total de gastos programados.

Assim como nas pesquisas anteriores, os homens revelam uma disposição a pagar preços mais elevados e a efetivar um total de gastos maior que as mulheres.

Preço e Gastos e forma de aquisição

Formas de Aquisição, preço e gastos com presentes

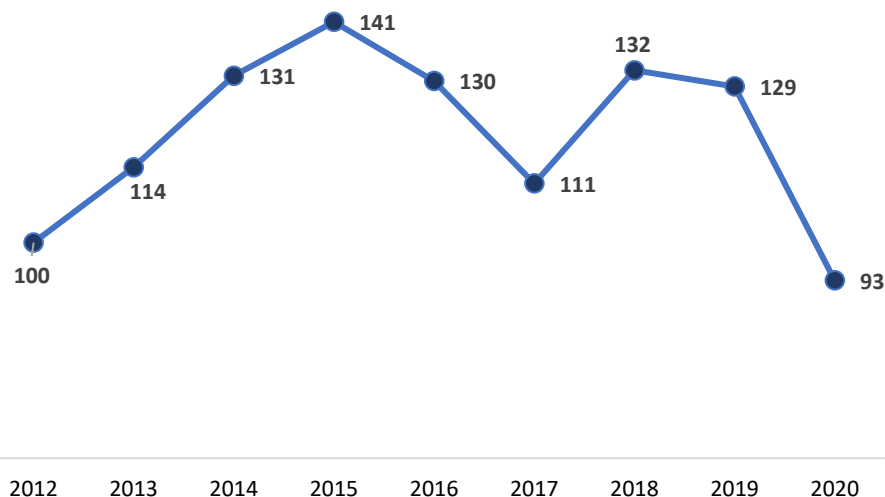


Os consumidores que tenderão a gastar mais são aqueles que tem a optar pela realização do consumo via internet, assim como a pagar preços mais elevados.

Entre os fatores explicativos para este diferencial esta tanto o efeito renda, pois esta opção tem uma preferência mais acentuada por aqueles que declararam maior renda familiar, bem como pela maior diversidade de escolhas, em especial de itens de maior valor adicionado e preços maiores. Produtos estes que tendem a ter maior disponibilidade e divulgação em redes de comércio maiores, comparativamente aos comerciantes locais e pequenos.

Projeção de Movimentação Financeira

Movimentação Financeira estimada com a compra de presentes



Nota: Os dados acima estão em valor nominais, não deflacionados

A estimativa leva em consideração o total de habitantes e de famílias do Grande ABC, bem como a proporção destas que declaram intenção em presentear neste Dia das Mães

Considerando a retração tanto dos preços médios quanto do gasto planejado, acompanhado da queda do número médio de pessoas a serem presenteadas, já havia a expectativa de uma retração na movimentação financeira neste Dia das Mães.

A projeção é que a compra de presentes movimente no Grande ABC cerca de R\$93 milhões neste Dia das Mães. Este resultado representa uma retração de aproximadamente 30% em relação ao ano passado, já descontando o efeito da inflação.

Como pode ser visualizado ao lado, desde que o Observatório Econômica começou a realizar esta pesquisa, em 2012, este ano deverá apresentar a pior movimentação financeira da série.

Principais Observações

- Queda no nível de renda das Famílias
- Redução do número de pessoas que se pretende presentear
- Redução do preço médio a ser pago por presente
- Redução do total de gastos planejados pelas famílias com a compra de presentes neste Dia das Mães
- Ampliação da opção de compras via Internet, dadas as atuais restrições importas pelas ações de distanciamento social
- Redução da Movimentação Financeira a ser proporcionada pela compra de presentes neste ano de 2020 comparado aos anos anteriores.

EQUIPE do OBSERVATÓRIO ECONÔMICO



- Prof. Dr. Marcio Araújo Oliverio
Reitor da Universidade Metodista de São Paulo
- Prof. Ms. Marcelo Santos
Diretor do Campus Rudge Ramos
- Prof.^a Ms^a Silvia Cristina da Silva Okabayashi
Coordenadora do Curso de Ciências Econômicas
- Prof. Dr. Sandro Renato Maskio
Coordenador de Estudos
- Prof. Dr. Moisés Pais dos Santos
Professor Pesquisador
- Natasha Jaccoud
Estagiária
Graduanda em Ciências Econômicas