

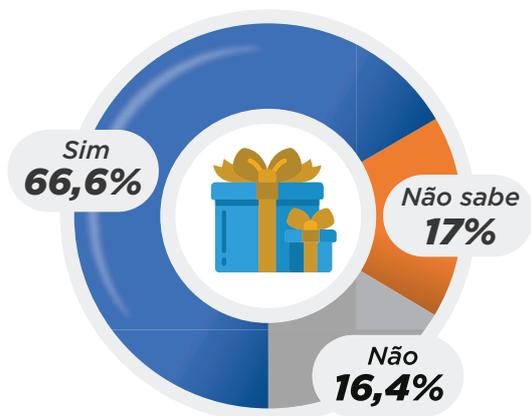
Análise da Pesquisa de Intenção de Consumo para o Dia das Mães

São Luís | 2022

Fecomércio MA

Instagram Facebook fecomercio.ma Website www.fecomercio-ma.com.br

Irão comprar algum produto?



Intenção de Consumo

Considerada a segunda melhor época do ano para o varejo, atrás apenas do Natal, o Dia das Mães de 2022 deve impactar positivamente o comércio de São Luís. A pesquisa de Intenção de Consumo para a data, realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio-MA), aponta que 66,6% dos entrevistados pretendem presentear, representando um avanço de 5,1 pontos percentuais (p.p) em relação ao último levantamento, realizado em 2019, quando 61,1% tinham a mesma pretensão.

O resultado revela ainda a primeira alta na intenção de consumo no Dia das Mães desde o ano de 2017, quando a intenção de presentear alcançou 79,9%. Dessa forma, o estudo sinaliza uma possível retomada gradual do aumento do consumo neste período comemorativo.

Quantidade de produtos

Em relação ao número de presentes, 90,7% dos entrevistados pretendem comprar de um

(58,7%) a dois (32%) produtos no Dia das Mães de 2022. Isto representa um aumento de 10,3 p.p em comparação a 2019, quando 80,4% dos entrevistados declararam comprar até dois presentes.

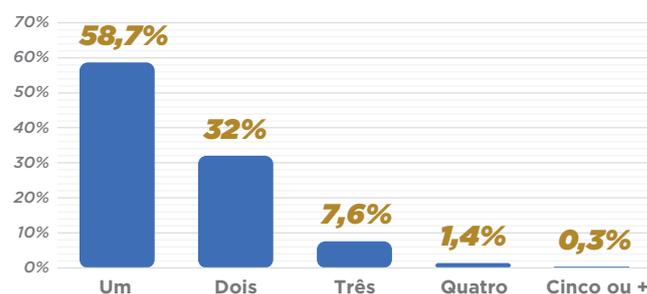
A pesquisa mostra que o encarecimento do preço dos presentes, dado o aumento dos custos puxado pela inflação, tem concentrado a preferência dos consumidores em comprar até dois produtos para presentear.

Tipo de presente

Quanto aos presentes preferidos neste ano, as principais escolhas dos consumidores têm sido pelos itens de perfumaria e cosméticos (30%), seguido de vestuários e acessórios (24,9%), sapatos, carteiras, cintos ou bolsas (14%), chocolate, bombons ou trufas com (9,2%), joias e bijuterias (8,6%).

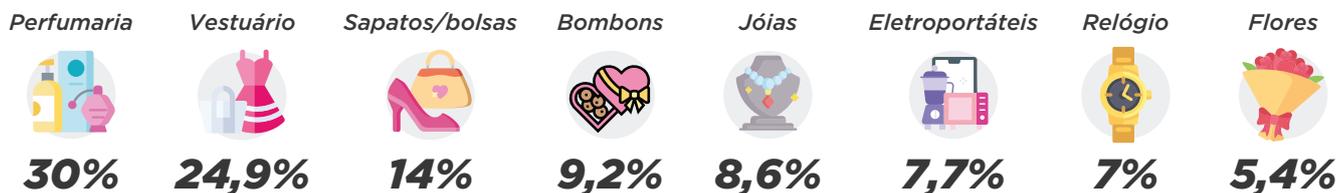
Contudo, a preferência por estes itens vem diminuindo a cada pesquisa e isso pode ser explicado pelo encarecimento do preço dos produtos e a redução do nível de renda disponível para consumo. Em 2018 por exemplo, os itens de perfumaria e cosméticos, alcançaram 41,1%, o que

Quantos produtos serão comprados?





O que pretendem comprar?



demonstra uma queda 11,1 p.p em relação a este ano. Joias e bijuterias também apresentaram perda de 8,2 p.p entre 2018 e 2022.

Intenção de comemorar

De acordo com a pesquisa, o otimismo do consumidor ludovicense na intenção de celebrar a data também veio com bônus em 2022. Neste ano, 74,7% dos entrevistados demonstram que devem comemorar o Dia das Mães, uma alta de 5.9 p.p em relação a 2019.

A flexibilização total das atividades e o fim das restrições econômicas e sociais elaboradas para combater a COVID-19 têm contribuído para que mais pessoas possam celebrar a data, revelando uma tendência de aumento para os próximos anos.

Locais de comemoração

O Dia das Mães novamente se posiciona como uma data comemorativa mais caseira, tendo os entrevistados em sua maioria, declarado a intenção de celebrar o dia em casa ou em

residências de parentes, alcançando 79% de preferência.

Locais de alta circulação, como praias ou clubes e as igrejas têm aumentado no estudo. A flexibilização total das medidas sanitárias que restringiam a circulação de pessoas e o apelo emocional da data contribuem para melhorar estas preferências.

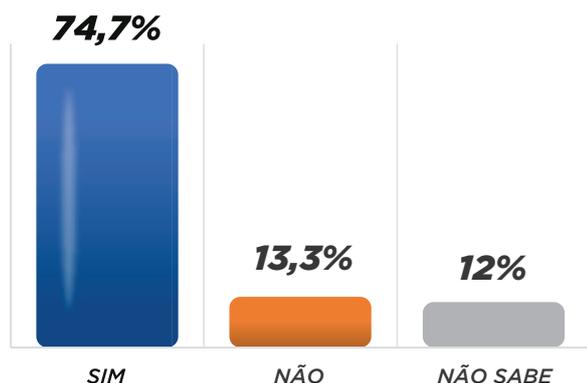
Nível de gastos

Sobre o valor médio da compra para o Dia das Mães, o levantamento deste ano apontou estabilidade em relação a 2019. O aporte de 2022 para a cesta de compras está estimado em R\$ 259,00, enquanto 2019 ficou estimado em R\$ 260,00. Porém, o resultado deste ano está acima do valor médio da pesquisa de 2018, que ficou em R\$ 244,00.

O resultado demonstra uma influência do nível de rendimento local e da inflação que tem incentivado a redução do potencial de gastos no Dia das Mães. Neste mesmo período em 2018 e 2019, o rendimento médio ludovicense era de, respectivamente, R\$ 1.801,50 e R\$ 2.279,30, e com maior renda disponível para compra, os consumidores puderam ampliar sua cesta de presentes. No Dia das Mães de 2022, isto não tem se repetido, dado que a renda média do consumidor ludovicense estacionou em R\$ 1.920,30, o que é 15,75% menor em comparação a 2019.

Além da menor disponibilidade de renda, a inflação colaborou para reduzir o poder de compra da população de São Luís e elevar a percepção do valor médio do presente. Com uma

Irão comemorar a data?





inflação acumulada elevada, o consumidor programa-se para se adequar ao valor do presente, sem alterar o valor total da compra.

Para este ano, o valor por presente alcançou R\$ 169,00 e em 2019 o valor ficou em R\$ 144,00, atingindo uma variação de +17,36%. Contudo, esta variação positiva ainda está abaixo da inflação acumulada no período que foi de 21,99%, o que pode influenciar para que os consumidores gastem ainda mais com o presente.

Formas de pagamento

Em relação a forma de pagamento, 62,2% dos entrevistados declararam que pretendem utilizar o cartão de crédito na hora das compras, seguido do pagamento à vista com dinheiro (21%) e do cartão de débito (19,2%).

Por se tratar de uma data comemorativa com forte apelo emocional, a necessidade em presentear de acordo com o gosto da pessoa pode ser, também, um fator essencial para a maior utilização do crédito. Um ponto de destaque é a baixa preferência pela utilização do crediário ou

(40,1%) para realizar as suas compras. Porém, houve uma queda de 16 p.p em relação a preferência por esse local quando comparado a 2019.

O levantamento demonstra que a preferência pela Rua Grande cresceu ao longo dos anos. Nos últimos quatro anos, houve um aumento também de 16 p.p na intenção de comprar nesse local, o que está alinhado ao período de entrega das obras de requalificação da Rua Grande e do seu entorno, além da queda do rendimento médio do ludovicense que pode sinalizar uma possível migração dos consumidores em relação aos locais de consumo.

A pesquisa revela ainda a queda de 21,1 p.p de preferência nas lojas de rua, bairro ou galerias no agregado de 2018 a 2022. Outro destaque do estudo, é o aumento da compra pela internet, que apresentou crescimento de 8,7 p.p em relação ao mesmo período de 2018, fortemente alavancado pelo cenário pandêmico, sendo uma ferramenta estratégica aos empresários que pretendem alcançar novos mercados através deste canal digital.

Como pretendem pagar?

Cartão de Crédito



62,2%

À vista com dinheiro



21%

Cartão de Débito



19,2%

Crediário/Carnê



0,4%

carnê para as compras, um modo de pagamento mais dedicado para produtos da linha branca (eletrodomésticos e eletroportáteis).

Locais para comprar

Os entrevistados na sua maioria ainda preferem as lojas situadas nos shoppings centers

Dias para a compra

A pesquisa apontou que 29,6% dos entrevistados ainda não têm dia certo para comprar os presentes do Dia das Mães e que 33% dos consumidores pretendem ir às compras nas sextas ou sábados.

Em comparação aos anos anteriores, as sextas-feiras têm sido um dia relevante para os consumidores realizarem suas compras, que tendem a se concentrar em dias mais próximos dos finais da semana, permitindo ao consumidor ter mais calma e tempo para gastar com maior tranquilidade.

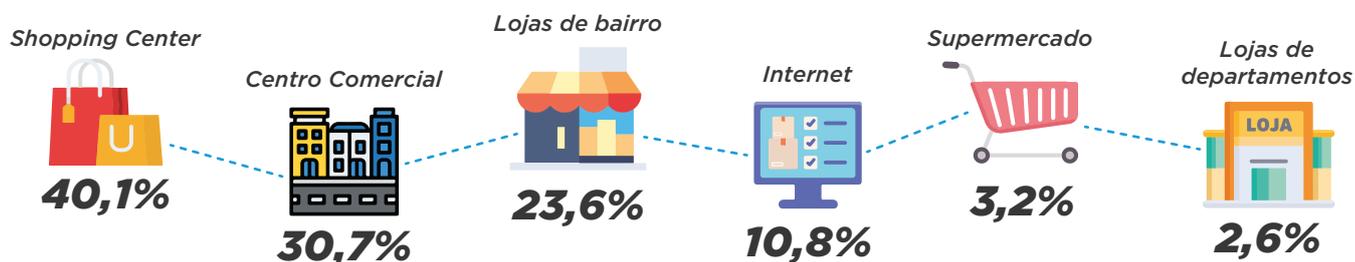
Influência sobre a compra

Do público entrevistado, 44,8% dos entrevistados argumentaram que as promoções e os descontos dos produtos seriam atrativos para entrar nas lojas. Em 2018, 56,8% dos





Onde irão comprar?



consumidores declararam esta preferência, contra 45,2% em 2019.

A percepção da alta dos presentes, causada pela inflação, pode ser um motivo crível para alterar o entendimento dos consumidores que as lojas não devem apresentar promoções e descontos nesta data. Os preços dos produtos são atrativos para 38,4% dos consumidores, muito próximo do que foi estimado na Pesquisa realizada em 2019.

Metodologia

A Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia das Mães foi realizada nos dias 4 e 5 de abril de 2022, no município de São Luís. Para o levantamento, 700 pessoas foram entrevistadas em diversos pontos da cidade, com o objetivo de abranger ao máximo do perfil dos consumidores locais. O público-alvo são consumidores com idade igual ou superior a 18 anos, que possam reproduzir o perfil de consumo local. O nível de confiança do levantamento é de 95% e erro amostral de 3,7% para mais ou menos.

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão

PRESIDENTE

José Arteiro da Silva

VICE PRESIDENTES

Vilson Estácio Maia; Antonio de Sousa Freitas; Mauricio Aragão Feijó

DIRETORES

Ivanilde Sampaio da Silva; Djalma Souza Chaves; João Borges Lira; José William Câmara Ribeiro; Manoel Antonio Souza Barbosa; Antonio Luiz Monteiro Malta Filho; José Ivan Ferreira; Reginaldo Pacheco de Sousa; Benilton Gonçalves Diniz; Antonio Josiel Santos Sousa; Francisco Eraldo Rodrigues de Moura.

SUPLENTES DA DIRETORIA

Luis Joaquim Braga Sobrinho; Paulo Henrique da Silva; João de Lima Filho; Marcello Viest Advincula collares; José dos Santos; Antonio Sousa Pereira; Euclides Antônio Vieira; Ecio Gaston de Araújo; Jordana Jessica Oliveira Souza; Maria dos Remédio Evangelista de Sousa; Rafael Mendes Alcântara Gomes.

CONSELHO FISCAL

José Pereira de Santana; Ivaldo Miranda Campos; Antonio Íris de Oliveira; Nagib Câmara Ribeiro; Raimunda Holanda da Silva; Flordilix Almeida de Amorim.

SUPERINTENDENTE

Max de Medeiros

ASSESSOR DA PRESIDÊNCIA

José Ahirton Batista Lopes

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Jovanna Abreu; Rosana Carneiro

EQUIPE TÉCNICA

Wilson França – Economista
Francisco Estevam Martins de Oliveira – Estatístico

DIAGRAMAÇÃO

Cleiton Costa

CONTATO

Avenida dos Holandeses, s/n - Quadra 24 - Calhau
Edifício Francisco Guimarães e Souza - São Luís-MA
Cep: 65071-380 | (98) 3194 2400

www.fecomercio-ma.com.br

ascom@fecomercio-ma.com.br

presidencia@fecomercio-ma.com.br