

Análise da Pesquisa de Intenção de Consumo para o **DIA das CRIANÇAS**

São Luís | 2022

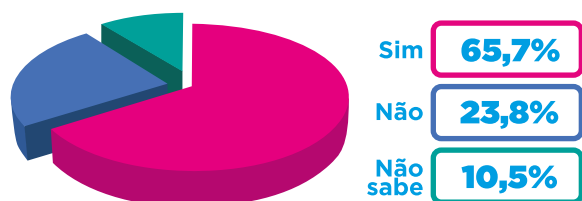
Fecomércio MA

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

Intenção de Consumo

Com mais consumidores predispostos a apresentar no Dia dos Pais 2022, o segundo domingo de agosto deve ser uma data otimista para o comércio varejista de São Luís. Na Pesquisa de Intenção de Consumo para o dia, 76,7% dos entrevistados afirmaram ter a pretensão de ir às compras.

Irão comprar algum produto?



Este é o maior patamar já alcançado para a data comemorativa em todas as pesquisas realizadas pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Maranhão (Fecomércio-MA), a partir de 2011. Além disso, o dado representa uma alta de +42% na intenção de presentear, em relação ao último levantamento apurado em 2018, quando a pretensão dos ludovicenses em comprar pelo menos um item era de 55,8%.

O aumento significativo da intenção de presentear demonstra o efeito do represamento das comemorações ao longo dos últimos dois anos de pandemia, o que tem gerado um crescimento exponencial da predisposição dos consumidores para as celebrações nas datas comemorativas este ano, a exemplo do Dia das Mães e do período junino. Esse fator comportamental de retomada dos laços afetivos por meio das festividades presenciais tem sido fundamental para driblar as

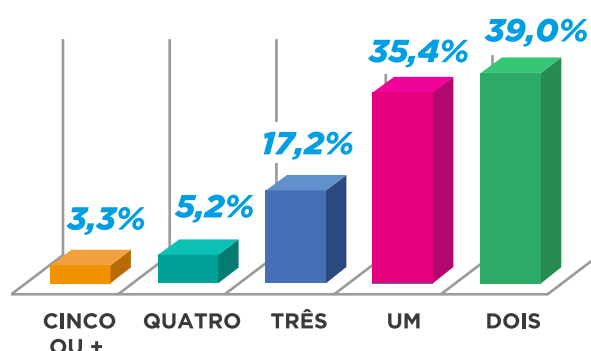
consequências da alta dos preços e incentivar o consumo nas datas sazonais.

A partir do apelo emocional da reaproximação física após a flexibilização das regras de distanciamento social, os dados da pesquisa apontam para a redução do percentual de pessoas que não pretendem presentear neste Dia dos Pais, que atingiu o menor nível histórico desde o início do levantamento. Em 2022, apenas 8,3% dos entrevistados declararam não ter a intenção de comprar presentes na data, uma queda de -78,5% em relação a 2018. Em 2014, na máxima histórica, o percentual apontado por aqueles que não pretendiam comprar presente na data era de 40,5%.

Quantidade de produtos

Em 2022, a sacola de mimos encolheu para 1,1 presentes, cerca de -17,9% abaixo da cesta de compras de 2018. Desta forma, os consumidores devem ficar mais atentos às condições de pagamento oferecidas pelas lojas, bem como eventuais promoções e descontos, de modo que possam gastar de forma mais eficiente, atingindo o objetivo de presentear, mesmo com a limitação de recursos financeiros.

Quantos produtos serão comprados?



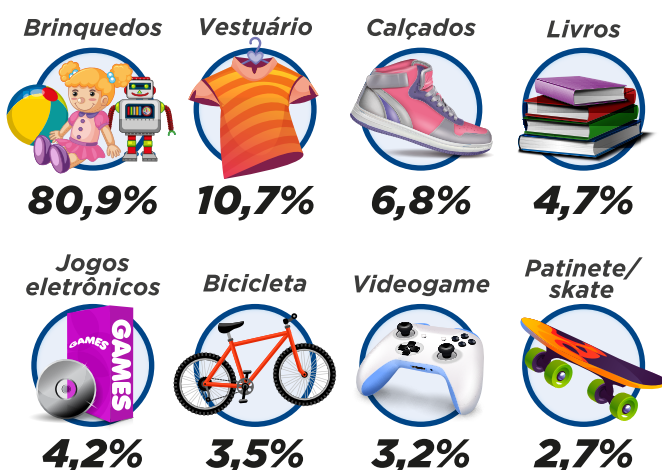
Neste cenário, a fatia de consumidores que pretende comprar apenas um produto no Dia dos Pais é de 84,9% entre os entrevistados, um aumento de +27,5% na escolha por apenas 1 presente em comparação com 2018, mostrando que o consumidor tem sentido a alta dos preços. A parcela de pessoas que deve comprar 2 presentes caiu de 25,7% em 2018 para 11,7% em 2022.

Tipo de presente

Na lista de preferências dos consumidores, os itens de vestuário e acessórios aparecem como a principal escolha para presentear, apontada por 46,1% do público entrevistado, uma alta de +60,6% em relação ao último levantamento. Os calçados estão na segunda colocação com 14,5% das intenções de compra, o que representa uma redução de -41,1% em relação a pesquisa anterior, seguido dos itens de perfumaria e cosméticos (11,1%), que também apresentaram queda de -52,9%.

Os relógios aparecem em 4º lugar (9,6%), um crescimento de +159,5% em comparação ao ano de 2018. As melhorias tecnológicas significativas pelas quais os relógios têm passado nos últimos anos contribuem para essa alta, como é o caso dos smartwatches (relógios inteligentes), que chamam cada vez mais a atenção dos consumidores pelos

O que pretendem comprar?



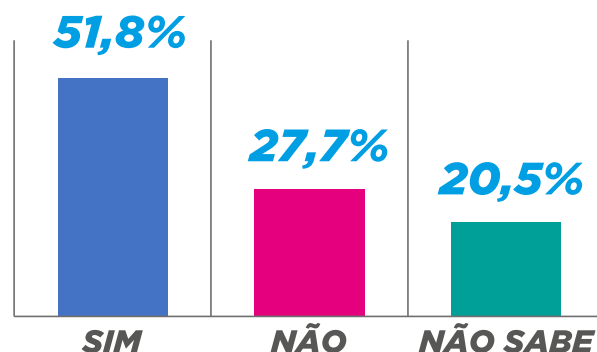
benefícios ofertados, já que estes produtos agregam valor pela interatividade, personalização e uso de aplicativos conforme as necessidades dos usuários.

Intenção de comemorar

Neste Dia dos Pais, 68,8% dos entrevistados declararam pretender celebrar a data, o que representa uma alta de +20,3% em comparação a última pesquisa, sendo o maior resultado da série histórica iniciada em 2011.

O crescimento mostra uma tendência, observada nos últimos levantamentos realizados em datas comemorativas após a pandemia da Covid-19. Os ludovicenses estão aproveitando cada vez mais essas datas para celebrar e aproximar o convívio com seus familiares.

Irão comemorar a data?



Locais de comemoração

Com 49,4% dos entrevistados declarando que pretendem comemorar no shopping center ou cinema, o resultado é o maior patamar desde que essa opção foi incluída na pesquisa como opção de local para comemoração. O estudo indica que o Dia dos Pais deve ser mais voltado para celebrações em locais com maior circulação de pessoas e opções de lazer.

Celebrar em casa ou em casa de parentes, obteve uma queda de -18,4% em relação a última pesquisa (48%). Restaurantes (0,9%) e viagens (0,2%) também tiveram redução na

preferência dos consumidores por local de comemoração. A queda destas opções pode ser explicada pela ausência de feriados ou pontos facultativos próximos ao Dia dos Pais.

Nível de gastos

O consumidor ludovicense deve desembolsar o valor médio de R\$ 210,00 por presente, R\$ 58,00 maior do que o nível de gastos apontado pelo público entrevistado em 2018, quando o valor correspondia a R\$ 152,00. O resultado representa uma alta de +38,2%, acima, inclusive, da inflação acumulada do período que é 27,9%.

Essa aceleração no valor do presente se dá pela percepção do consumidor de que os produtos de hoje estão bem mais caros do que aqueles do Dia dos Pais anterior. A alta no aporte este ano influenciou para que o valor médio da cesta de compras ficasse em R\$ 249,00, R\$ 29,00 acima do registrado em 2018.

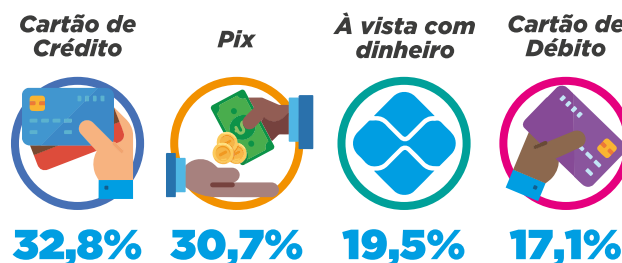
Formas de pagamento

O cartão de crédito foi apontado por 85,8% dos consumidores para a compra do presente dos pais. Isso mostra que, apesar do cenário de desestímulo ao uso do crédito, o apelo emocional da data leva os consumidores ludovicenses a recorrerem ao endividamento para não deixar de presentear neste dia.

O estrangulamento da renda das famílias neste momento de alta da inflação contribuiu para que os consumidores, em sua grande maioria, tivessem que optar por esta forma de pagamento, diferente do que ocorreu em 2018. Na última pesquisa, o cartão de crédito era a 3ª opção e atendia a fatia de 25,5%, ou seja, uma alta de +29,7% em 2022.

O PIX, por sua vez, ganhou destaque dentre as formas de pagamento, sendo a segunda principal escolha (21,1%). Esta modalidade tem aumentado rapidamente desde sua criação. Por ser uma transação mais segura e ágil, os consumidores têm preferido esta opção, assim

Como pretendem pagar?



como alguns lojistas que veem seu custo com recebíveis reduzirem com a utilização do PIX.

Locais para comprar

Quanto aos locais de compra, os entrevistados, na sua maioria, ainda preferem as lojas situadas nos shoppings centers para adquirir os mimos. A variedade de produtos e lojas, bem como o conforto e a comodidade, fazem com que esses estabelecimentos tenham a maior preferência como local de compra, alcançando 69,7% dos consumidores.

A Rua Grande, considerada o principal centro comercial de São Luís, teve uma alta de +4,9% na preferência daqueles consumidores mais cativos a esse local de compra, que buscam presentes mais acessíveis e com variedade similar aos shoppings. Já a internet tem disparado em termos de preferência, registrando alta de +465,4% em comparação a última pesquisa realizada em 2018, saltando de 2,6% para 14,7%. Esse resultado demonstra o novo cenário criado com a pandemia da Covid-19, onde muitos lojistas encontraram nas redes ou mídias sociais uma forte ferramenta para divulgar e vender seus produtos.

Dias e motivos para compra

A opção 'não ter dia certo para comprar', que historicamente sempre foi a maior preferência dos entrevistados, foi assinalada apenas por 13,7% em 2022. Neste Dia dos Pais, os principais dias escolhidos foram as segundas (24,4%) e terças (21,7%), o que demonstra que os consumidores têm buscado

Onde irão comprar?



dias mais tranquilos para encontrar o presente ideal.

Além disso, com a alta dos preços dos produtos, os consumidores seguem motivados por promoções e descontos, com 46,1% dos entrevistados declarando ser esse o principal motivo para entrarem nas lojas, seguido da variedade (26,8%) e qualidade dos produtos (24,1%). As vitrines alcançaram 21,4% dos entrevistados, o que representa um resultado seis vezes maior do apurado em 2018, quando foi preferência de 3,5% dos consumidores.

Metodologia

A Pesquisa de Intenção de Compras do Dia dos Pais foi realizada entre 4 e 6 de julho de 2022, no município de São Luís, com 700 questionários aplicados em diversos pontos de fluxo de pessoas. Os entrevistados têm idade acima de 18 anos, de modo que o tamanho da amostra foi espelhado com base na população adulta de São Luís estimada pelo último Censo Demográfico, que é de cerca de 70,6%. O intervalo de confiança da pesquisa é de 95%, com desvio-padrão de 3,7% para mais ou menos.

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

PRESIDENTE

Maurício Aragão Feijó

VICE PRESIDENTES

Vilson Estácio Maia; Manoel Antonio Souza Barbosa; Antonio de Sousa Freitas

DIRETORES

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

SUPLENTE DA DIRETORIA

Hyago Murylo Mota; Joey Jacson Viêra; Jordana Jessica Oliveira Souza; José Arteiro da Silva; José dos Santos; Luis Joaquim Braga Sobrinho; Luiz Tarquinio Pereira Cruz; Marcello Viesti Advincula Collares; Maria dos Remédios Evangelista de Sousa; Paulo Henrique da Silva; Rafael Mendes Alcântara Gomes; Raimundo Edson Fernandes Rodrigues de Sousa; Sebastião Candido Soares.

CONSELHO FISCAL

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