

17% dos consumidores do ABC planejam gastar menos no Dia das Mães

Amanda Lemos

A segunda melhor data para o comércio, o Dia das Mães sofrerá com a prolongada retração econômica em razão da pandemia. Reflexo disso é o gasto médio planejado por consumidores do ABC: 17% dos entrevistados para a Pesquisa de Intenção de Compras (PIC) da Universidade Metodista dizem que o valor do presente vai diminuir este ano, enquanto quase metade (46,3%) promete gastar igual ao ano passado e 26,3% disseram que vão aumentar o valor.

Apesar da retração, a previsão é que o preço médio do presente seja de R\$ 154, ou seja, mais que os R\$ 149 do ano passado em termos nominais. Mas, descontada a inflação de 11,3% acumulada no período de um ano, a variação real é uma redução de 6,9% no ticket médio por lembrança, segundo a pesquisa.

Já para aqueles que pretendem sair na data, o gasto médio planejado para presentes, almoço, passeios, entre outros, será de R\$ 204,30, valor também 17% menor do que o observado em 2021, em termos nominais. Se descontada a inflação acumulada, a queda do gasto médio planejado pelas famílias será de 25%.

“Em razão da lenta recuperação do mercado, e em especial da trajetória dos salários médios, que ainda registram variação negativa nas últimas pesquisas de desocupação realizadas pelo IBGE, junto à aceleração da inflação contribuem para explicar este comportamento”, explica o professor da Metodista e coordenador da pesquisa, Sandro Maskio.

A movimentação econômica na região com a compra de presentes para dia 8 tende a ser de R\$ 119,7 milhões. Este valor é 1% maior que o estimado em 2021 em termos nominais. Descontando a inflação, o giro com compra de presentes deverá encolher cerca de 9%.

Menos internet

Com a menor taxa de contágio da pandemia, redução das internações e mortes e maior flexibilização à circulação de pessoas, a internet perdeu espaço como local de compra (31,3%), especialmente para os shoppings (30,6%) presenciais. No primeiro ano de pandemia, as compras virtuais chegaram a 65% das preferências, e no ano passado a 63%.

As mães serão as principais presenteadas (74,2%), seguidas das avós (10,4%). Em relação a 2021, as sogras foram as que mais perderam participação (1,6%) após representarem 11% das homenageadas em 2021. Vestuário (42,3%), perfumes e cosméticos (19,6%) continuam a dominar a preferências dos consumidores para presentear no Dia das Mães

Nos 10 anos de PIC das Mães, observa-se uma perda de movimentação com a compra de presentes de cerca de 34%, explicada pela retração acumulada pela economia local no período e seus efeitos sobre a renda, diz prof. Maskio.

<https://www.reporterdiario.com.br/noticia/3096354/17-dos-consumidores-do-abc-planejam-gastar-menos-no-dia-das-maes/>

Veículo: Online -> Site -> Site Repórter Diário - Santo André/SP

Seção: Economia