

PESQUISA PULSO BRASIL FIESP/CIESP

REDUÇÕES E PARCELAMENTO: EXPECTATIVAS PARA O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO AO DIA DAS MÃES EM 2016

ABRIL/2016

Sumário executivo

A pesquisa sobre a intenção de compra para os presentes de dia das mães é elaborada anualmente, desde 2011, pela Federação e pelo Centro das Indústrias do Estado de São Paulo e realizada pelo Instituto *Ipsos Public Affairs*. Seu objetivo é conhecer as expectativas de compra do consumidor brasileiro com relação aos presentes para o dia das mães. Esta edição foi realizada com uma amostra de 1.200 pessoas entre os dias 13 e 30 de março de 2016.

A data do dia das mães em 2016 parece não estimular o consumidor brasileiro como antes já que 45% das pessoas se declararam dispostas a comprar, enquanto 50% delas não pretendem comprar. No ano passado, estes percentuais eram de 47% (sim) e 46% (não).

O *ticket* médio também deverá sofrer reduções em 2016, já que o percentual de pessoas que pretendem gastar menos com presentes saltou de 12% em 2015 para 30% em 2016. Baixou também o percentual daquelas que estimam ter o mesmo gasto que tiveram no ano passado (de 49% em 2015 para 35% em 2016, indo ao menor nível da série).

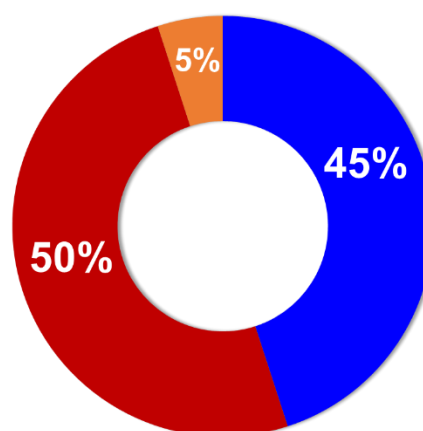
O principal motivo para esta redução é o aumento do endividamento (51% das pessoas que pretendem comprar presentes em 2016 estão mais endividadas que estavam ano passado, ante 38%, na pesquisa 2015). E, embora a maioria siga optando por pagar à vista (78%), a parcela de pessoas que preferem o parcelamento aumentou (22% em 2016, ante 14% em 2015). Dentre os itens de preferência, vestuário e perfumaria permanecem na liderança.

Os gastos com o presente do dia das mães: quanto?

Os consumidores brasileiros estão menos dispostos a comprar presentes para o dia das mães esse ano, do que estavam no ano passado. Isso porque 50% dos entrevistados afirmaram que não pretendem gastar com presentes em 2016, enquanto 45% deles pretendem gastar e 5% não souberam opinar ou não responderam.

Apesar de ser a segunda data mais importante para o varejo, o dia das mães de 2016 deve ser pior que a maioria dos anos investigados pela pesquisa, em que normalmente se observava um equilíbrio entre os consumidores que estavam dispostos a comprar o presente do dia das mães os que não estavam. Em 2015, por exemplo, 47% das pessoas pretendiam comprar presentes, enquanto o percentual delas que não pretendia comprar era de 46%.

Gráfico 1 – Pretende comprar presente para o dia das mães (%)



■ Sim ■ Não ■ Não sabe/Não respondeu

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

Desde o início da série histórica da pesquisa, em 2011, esta é a segunda vez em que o percentual de pessoas que não pretendem comprar presente é maior que as que pretendem, como se pode observar na Tabela 1. Em 2014, quando isto também aconteceu, 48% delas não pretendia comprar, enquanto 45% tinham intenção de compra.

Tabela 1 - Pretende comprar presente para o dia das mães (%)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sim	48	47	46	45	47	45
Não	45	47	45	48	46	50
Não sabe/Não respondeu	7	6	9	7	7	5

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

Para captar o quanto os entrevistados estão dispostos a gastar com o presente, foi solicitado que comparassem se o valor dispendido seria maior, menor ou igual ao do ano

anterior. Dentre as pessoas que pretendem comprar o presente no dia das mães, 35% delas acreditam que o valor será igual; 30%, que o valor será menor e 25%, que o valor será maior. Se comparado aos anos anteriores, o percentual de pessoas que pretendem comprar um presente com valor menor ao do ano passado é 2,5 vezes maior que o observado na pesquisa de 2015, como mostra a Tabela 2.

Tabela 2 – Comparando ao gasto do dia das mães do ano passado, esse valor será, em %:

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Maior	25	25	26	25	21	25
Menor	10	15	14	9	12	30
Igual	47	42	40	41	49	35
Não sabe/ Não respondeu	18	18	20	25	18	10

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

Em seguida, as pessoas que se disseram dispostas a comprar o presente de dia das mães foram questionadas a respeito do percentual de aumento ou redução do gasto que estimam ter em 2016, se comparado àquele realizado em 2015.

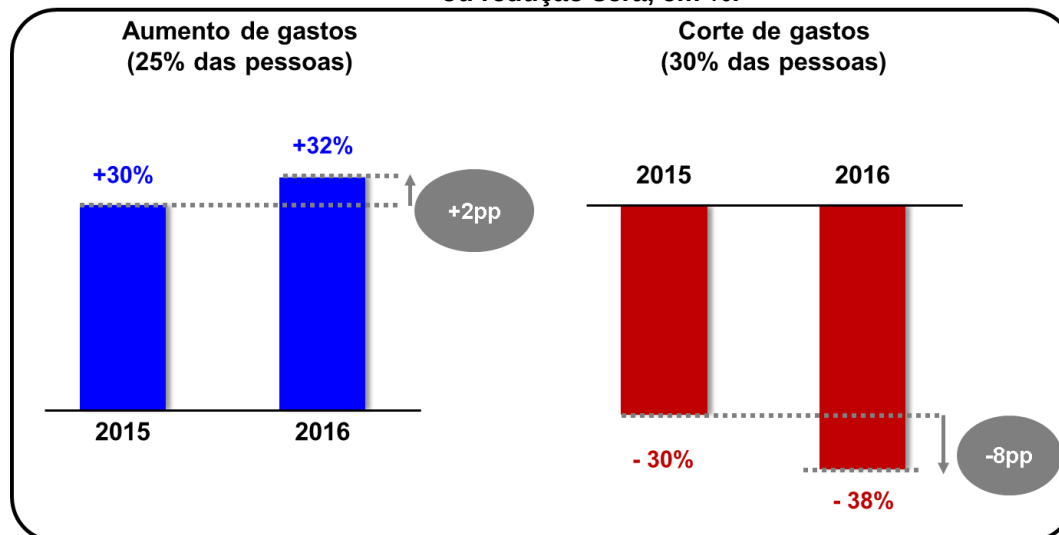
Aquelas que pretendem comprar o presente neste ano e gastar mais do que no ano passado acreditam que vão pagar, em média, 32% a mais. Os que pretendem comprar o presente gastando menos, esses avaliam que vão despendar, em média, 38% a menos que no ano anterior.

Tabela 3 - Esse aumento ou diminuição no valor do presente será de quanto, em %

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Maior	27	39	41	34	30	32
Menor	24	35	33	34	30	38

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

Quadro 1 – Comparando ao gasto do dia das mães do ano passado, o valor de aumento ou redução será, em %:



Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

Nota-se, portanto, que as pessoas que pretendem reduzir gastos o farão em magnitude maior que o aumento daquelas que pretendem gastar mais com o presente. Em 2015, esta situação era mais equilibrada: as que acreditavam gastar mais, pensavam em dispendar 30% mais que em 2014, e as que julgavam gastar menos, pensavam em fazê-lo reduzindo, também, 30% do valor gasto.

Em relação às motivações destas reduções de gasto, as pessoas que pretendem comprar presente e gastar menos declararam que suas principais razões são: por estar mais endividado (51%), por estar com um salário menor (23%) e por estar desempregado neste ano, sendo que não estava no ano passado (14%), conforme se observa na tabela 4.

Tabela 4 - Por que o gasto desse ano será menor do que o ano passado?*

	2015	2016
Estou mais endividado e assim tenho menos dinheiro disponível	38	51
Estou empregado, mas com um menor salário	26	23
Este ano estou desempregado e o ano passado não estava	17	14
Outros	19	12

* Não disponível para anos anteriores

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

No lado oposto, os motivos seguem padrões parecidos. Ou seja, as pessoas dispostas a gastar mais esse ano o farão por estarem menos endividadas que no ano passado (46%) e por estarem com um salário melhor (21%). Para 10% delas, o aumento se dará pelo fato de que os presentes estejam mais caros este ano do que estavam em 2015 (tabela 5).

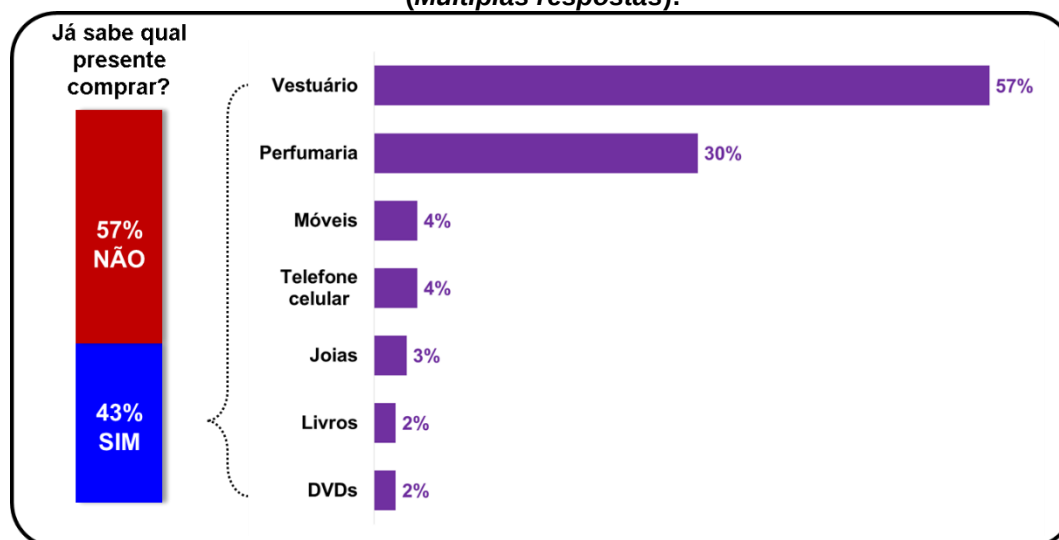
Tabela 5 - Por quê o gasto desse ano será maior do que o ano passado, em%

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Estou menos endividado e assim tenho mais dinheiro disponível	35	38	51	30	35	46
Continuo empregado, mas com melhor salário	27	21	14	19	24	21
Produtos estão mais caros este ano	3	3	6	7	2	10
Outros	35	38	29	44	39	23

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

O perfil dos gastos com o presente do dia das mães: o quê?

Aos que comprarão presente do dia das mães, foi questionado, também, se eles já sabiam o que iriam comprar, sabendo que poderiam escolher mais de uma resposta. E enquanto 43% afirmavam que sim, os outros 57% disseram que ainda não sabiam.

**Quadro 2 – O que pretende comprar, em %
(Múltiplas respostas):**

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

No caso das pessoas que irão presentear suas mães e já têm conhecimento do que pretendiam comprar, os destaques foram: 57% vestuário (45% em 2015), 30% perfumaria (36% em 2015), 4% telefone celular (6% em 2015), 4% móveis (2% em 2015), 3% joias (4% em 2015), 2% livros e 2% DVDs (1% em 2015).

O perfil dos gastos com o presente do dia das mães: como?

Em relação à forma de pagamento do presente de dia das mães para 2016, 78% dos entrevistados pretendem escolher a opção “à vista” e 22% deles, parcelada. Em 2015, o percentual de pessoas que pretendia pagar o presente “à vista” era de 85%, enquanto 14% deles, preferia a forma parcelada.

Tabela 6 - Como pretende fazer o pagamento do presente do Dia das Mães (%):

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
À vista	81	80	82	79	85	78
Parcelado	19	20	18	16	14	22
Não Sabe/ Não respondeu	0	0	0	5	1	0

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

Portanto, em comparação ao ano passado e mesmo aos outros anos em que a pesquisa foi aplicada, a expectativa é mais pessimista em relação ao dia das mães 2016. Isso porque a parcela da população brasileira que não pretende comprar presentes é maior do que a que pretende (50% não frente a 45% sim), situação presenciada somente no ano de 2014 (48% não ante 45% sim). No entanto, comparativamente a 2014, as expectativas para 2016 mostram-se piores, dado que naquele ano, o percentual de indecisos era maior (7% em 2014, ante 5% em 2016). Isto significa que, além de maioria, a parcela de pessoas que não pretende comprar presentes para o dia das mães aumentou, tanto em relação ao ano passado quanto em relação ao maior nível da série, registrado em 2014.

Acrescente-se a isto o fato de que, dentre as pessoas que pretendem comprar presentes, aumentou significativamente a parcela daquelas que precisarão diminuir os seus gastos (30% em 2016, ante 12% em 2015). Aqueles que pretendem gastar mais agora somam 25% (aumento de 4 pontos percentuais em relação ao ano de 2015), mas é preciso lembrar que o percentual de indecisos baixou (de 18% em 2015 para 10% em 2016), assim como baixou o percentual de pessoas que estimam ter o mesmo gasto do ano anterior (de 49% em 2015 para 35% em 2016, indo ao menor nível da série). Ou seja, estas quedas, se somadas, são equivalentes ao incremento daquelas pessoas que terão de gastar menos com o presente de dia das mães em 2016.

O principal motivo apontado para a redução no valor do presente é por estar mais endividado que no ano passado (51% das pessoas que pretendem comprar presentes em 2016, ante 38% em 2015). Dentre os itens investigados, vestuário e perfumaria continuam como preferências. E a maioria segue optando por pagar à vista (78%), embora este percentual seja menor que o registrado em 2015 (85%) e devido ao aumento na parcela de pessoas que preferem o parcelamento (22% em 2016, ante 14% em 2015).

Apêndice**Tabela 7 – Pessoas que pretendem comprar presente no dia das mães? Em %**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sim	48	47	46	45	47	45
Não	45	47	45	48	46	50
Não sabe/Não respondeu	7	6	9	7	7	5

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

Tabela 8 - Comparado ao gasto do Dia das Mães do ano passado, esse valor será, em %:

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Maior	25	25	26	25	21	25
Menor	10	15	14	9	12	30
Igual	47	42	40	41	49	35
Não sabe/ Não respondeu	18	18	20	25	18	10

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

Tabela 9 – Esse aumento ou diminuição no valor do presente será de quanto em média, em % (apenas para pessoas que responderam maior ou menor na questão anterior)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Maior	27	39	41	34	30	32
Menor	24	35	33	34	30	38

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

Tabela 10 - Por que o gasto desse ano será maior do que o ano passado?

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Estou menos endividado e assim tenho mais dinheiro disponível	35	38	51	30	35	46
Este ano estou empregado e o ano passado não estava	25	30	18	31	22	9
Continuo empregado, mas com melhor salário	27	21	14	19	24	21
Não sabe/ Não respondeu	9	1	6	9	8	8
Produtos estão mais caros este ano	3	3	6	7	2	10
Ano passado não presenteei		6		2	1	1
O presente escolhido está mais caro			3	1	4	
Quero comprar um presente melhor		1	0	1		1
Está guardando para poder gastar mais	1					1
Para realizar o sonho de consumo da mãe		0	2		2	1
Outros					1	
No ano passado dividiu o presente com a irmã	0					
Por Merecimento						1
Familiar vai ajudar na compra do presente			0			1

Tem mais mulheres para presentear, sogra,
tia

1

Por ter conseguido dinheiro emprestado 0

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

Tabela 11 - Por que o gasto desse ano será menor do que o ano passado? (Em %)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Estou mais endividado e assim tenho menos dinheiro disponível					38	51
Este ano estou desempregado e o ano passado não estava	19	28	19	24	17	14
Estou empregado, mas com um menor salário					26	23
Não sabe/ Não respondeu	22	13	16	23	7	2
Contenção de despesas / Economizar	16	20	6	12	2	3
Está pagando prestações / Dívidas	20	4	18	10		
Está ganhando pouco	13	14	5	7		3
Está sem dinheiro	4	9	13	11		1
Está tudo muito caro			10	11	6	2
O presente escolhido está mais barato			6	2	4	
Presente que a mãe escolheu vai ser mais barato	2	6				
Está investindo em educação / Curso	1	2				1
Está pagando reforma da casa		2	3			
Está com pessoa doente em casa	3					
Somente lembrancinha			2			
Por presentear em outras datas comemorativas		2				
Aumentou o número de presentes			1	0		
Ano passado familiar ajudou na compra do presente			1			
Outros					0	
Irá dividir o valor com mais irmãos						0

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

Tabela 12 - Já sabe o que vai comprar? Em %

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sim	35	33	35	40	43	43
Não	65	67	65	60	57	57

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

Tabela 13 - O que pretende comprar, em %:
(Múltiplas respostas, permite respostas "Sim" ou "Não" para cada item)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Geladeira	0	1	0	0	1	1
Fogão	0	3	3	2	0	0
Micro-ondas	6	5	7	4	3	1
Aparelho de som/mp3	1	1	1	1	1	0
DVD	4	3	3	3	1	2

TV	1	3	0	2	2	1
Telefone celular	0	9	4	10	6	4
Computador	0	0	0	1	0	0
Câmera fotográfica	3	0	2	0	0	1
Móveis	2	2	1	4	2	4
Automóvel, motocicleta	0	0	1	0	1	1
Vestuário	49	31	43	45	45	57
Perfumaria	29	33	39	34	36	30
Joias	3	7	5	10	4	3
Livros	4	2	1	1	1	2

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016

Tabela 14 - Como pretende fazer o pagamento do presente do Dia das Mães (%):

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
À vista	81	80	82	79	85	78
Parcelado	19	20	18	16	14	22
Não Sabe/ Não respondeu	0	0	0	5	1	0

Fonte: Pesquisa Fiesp e Ciesp-IPSOS. Abril/2016