

# Dia dos Pais

## Região do Grande ABC/SP

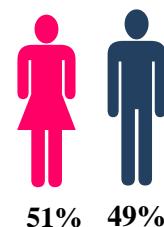
Este relatório tem como objetivo divulgar os resultados da Pesquisa de Intenção de Compra dos consumidores do Grande ABC para o Dia dos Pais de 2021. O trabalho de campo para a PIC ocorreu no período de 08 a 30 de julho, resultando em 346 questionários validados. Destes, 257 entrevistados afirmaram que presentearão ao menos uma pessoa neste Dia dos Pais. O estudo apresenta margem de erro de 4,0 pontos percentuais, com 95% de confiança.

Aproximadamente 63% dos entrevistados tem renda familiar de até cinco salários mínimos. Na outra ponta, 16% declararam renda de 10 ou mais salários mínimos.

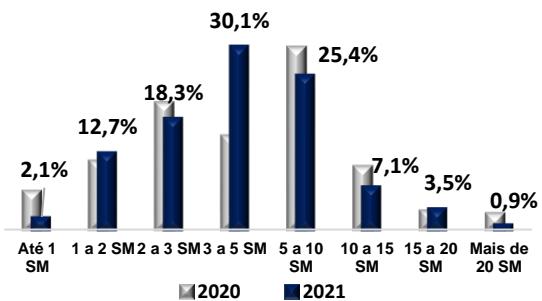
Os entrevistados apontaram que os principais presenteados serão especialmente os pais, seguido dos maridos e sogros.

Do total de entrevistados que declararam que presentearão, 70% deverão presentar apenas uma pessoa e outros 25%, duas pessoas. Aproximadamente 25% do total de 346 entrevistados afirmaram que não deverão presentar ninguém este ano.

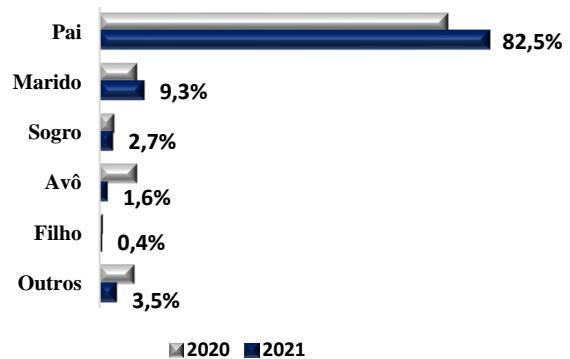
### Sexo dos entrevistados



### Renda das famílias



### Pessoas a serem presenteadas



### PIC – Dia das Mães

Nesta pesquisa, os principais determinantes que definirão a escolha dos presentes serão o desejo da pessoa a ser presenteada (52,5%), seguido do preço (25,3%), qualidade do produto (7,4%) e desconto/promoção (2,7%), entre outros fatores. Chama atenção a queda do fator qualidade do produto, comparativamente ao ano passado.

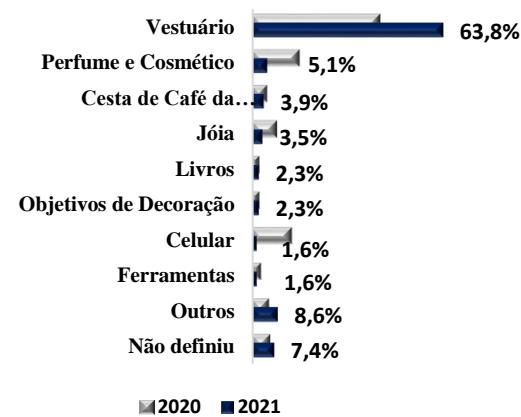
#### Principais determinantes na escolha dos presentes



■ 2020 ■ 2021

Dentre os presentes mais procurados, destacam-se os vestuários (63,8%), que revelaram forte aumento de preferência em relação ao ano passado, seguidos de perfumes e cosméticos (5,1%) e cesta de café da manhã (3,9%). Estes três itens representam cerca de 72% dos itens preferidos para presentear neste Dia dos Pais. É importante destacar que os itens de vestuário, preferidos na escolha dos consumidores, apresentam amplas possibilidades de escolha e composição, possibilitando importante flexibilidade de escolha.

#### Principais presentes selecionados



■ 2020 ■ 2021

#### Estabelecimento das compras



4

Em meio às restrições ainda presentes ao funcionamento de algumas atividades econômicas, em especial o comércio, as formas preferidas pelos entrevistados para aquisição dos presentes são majoritariamente digitais (41,6%). Ainda assim, 31,1% declararam que deverão realizar as compras presencialmente, frente a pouco mais de 11% na pesquisa do ano passado.

# Dia dos Pais

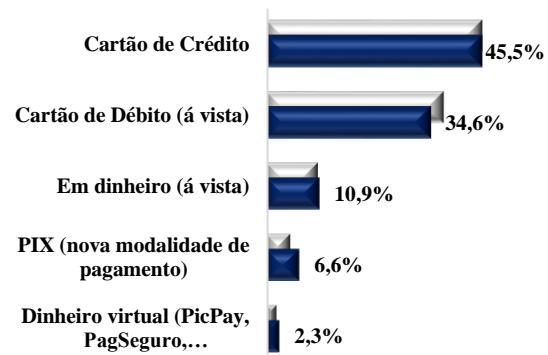
## Região do Grande ABC/SP

Com relação às formas de pagamento, as preferências apontadas foram os cartões de crédito (45,5%) e de débito (34,6%). Mesmo com a preferência de aquisições por meio digital, os mecanismos de pagamento como PIX e outras formas eletrônicas se revelaram preferidos por apenas cerca de 9% dos consumidores.

O preço médio que consumidores do ABC revelaram estar dispostos a pagar por presente é de R\$ 160. Comparado aos R\$ 118 registrados no Dia dos Pais do ano passado, houve aumento nominal de 35%. Com inflação acumulada de 8,35% nos últimos 12 meses (até março), o aumento real foi de 25%.

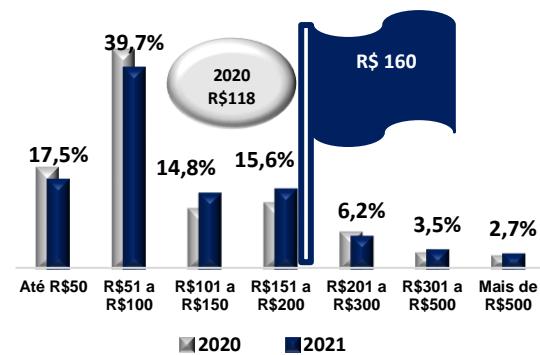
Com relação aos gastos planejados para este Dia dos Pais (mais de um presente), os entrevistados revelaram pretender desembolsar R\$ 219. Em comparação com o ano passado, quando o gasto planejado foi de R\$ 144, registra-se um aumento nominal de 51%. Considerando a inflação acumulada em 12 meses, houve aumento real de aproximadamente 40%. Apesar do elevado desemprego, as elevações do preço médio e da disposição a gastar refletem, além da melhor adaptação às restrições da pandemia, houve pequena melhora no índice de confiança do consumidor apontado pela sondagem da Fecomércio.

### Forma de Pagamento



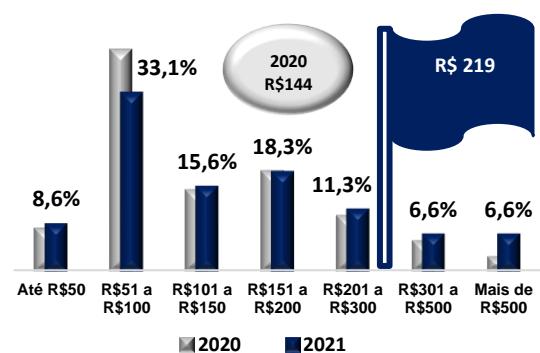
■ 2020 ■ 2021

### Preço médio por presente



■ 2020 ■ 2021

### Gasto médio total



5

### PIC – Dia das Mães

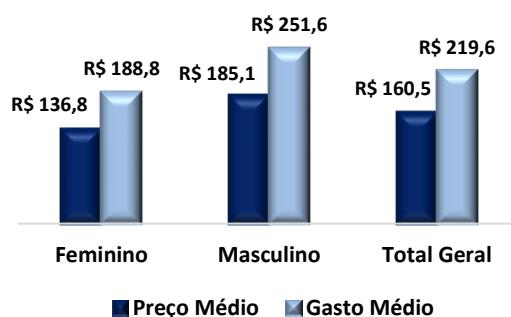
Assim como nas pesquisas anteriores, os homens demonstraram maior propensão (R\$ 251,60) ao gasto que as mulheres (R\$ 188,80). Os homens também se mostraram dispostos a pagar preço médio maior por presente.

Segundo avaliação dos entrevistados, cerca de 50% declararam ser propensos a alterar a data de compra de presentes às pessoas de seu convívio com objetivo de aproveitar períodos promocionais, como a Black Friday. Estes eventos, como a recém realizada Amazon Prime Day, devem ser incluídos como fatores estratégicos pelos gestores do setor de varejo.

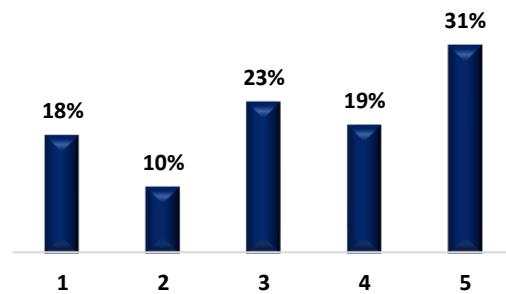
O detalhamento da disposição a gastar pelo nível de renda demonstra correlação positiva entre a renda familiar e as variáveis preço por presente e gasto total planejado. Comparativamente à pesquisa realizada no Dia dos Pais de 2020, os consumidores com renda familiar acima de 15 salários mínimos foram os que declararam maior ampliação na disposição a gastar.

Na mesma linha, os que declararam preferência em pagar com cartão de crédito apresentaram disposição média a gastar de R\$ 247, acima do gasto médio programado pela amostra de consumidores.

#### Preço e gasto por gênero do entrevistado



**Preços diferenciados em datas com a Black Friday ou Prime Day tendem a alterar a programação de compra de presentes**  
(Escala entre pouco provável, 1 a certamente, 5)



#### Renda e disposição a gastar

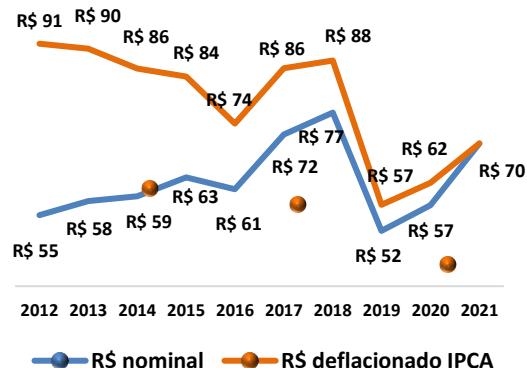


# Dia dos Pais

## Região do Grande ABC/SP

Este Dia dos Pais terá movimentação econômica melhor que a do ano passado, puxada pela melhor adaptação dos consumidores e comerciantes aos desafios impostos pela pandemia e à melhora no grau de confiança do consumidor. A isso se somam as menores restrições ao funcionamento dos estabelecimentos de comércio em relação ao ano passado. Estima-se para os sete municípios do Grande ABC que os consumidores dispendam cerca de R\$ 70,2 milhões com compras de presentes. O que representa aumento nominal de 23% em relação a 2020. Quando descontada a inflação de 8,3% dos 12 meses anteriores, o aumento real será de 13,5%.

### Movimentação econômica com a compra de presentes (milhões de R\$)



Apesar da recuperação em relação ao ano passado, a série da última década apresenta trajetória descendente em termos reais. O desafio posto ao comércio varejista está em compreender as alterações no comportamento do consumidor e a partir destas estabelecer estratégias ativas para retomada da movimentação com a compra de presentes.



Universidade Metodista de São Paulo  
Reitor: Prof. Dr. Marcio Araujo Oliverio

**PIC – Dia das Mães**

Diretor do Campus Rudge Ramos  
Direção: Me. Marcelo dos Santos

**EQUIPE DO OBSERVATÓRIO ECONÔMICO**

Prof.<sup>a</sup>. Ma. Silvia Cristina da Silva Okabayashi  
Coordenadora do Curso de Ciências Econômicas

Prof. Dr. Sandro Renato Maskio  
Professor e Coordenador da Pesquisa

Prof. Dr. Moisés Pais dos Santos  
Professor Pesquisador

URL:<http://www.metodista.br/observatorio-economico>



A serviço do desenvolvimento do Grande ABC.  
Patrocine esta iniciativa!  
E-mail: [observatorio.economico@metodista.br](mailto:observatorio.economico@metodista.br)  
Tel: 4366-5035