

## Economia



### Dia dos Namorados: comércio projeta movimento tímido

Para o comércio, as datas comemorativas representam uma expectativa de movimentação nas lojas. Mas, neste ano, com os resultados pouco animadores da Páscoa e do Dia das Mães, a projeção de crescimento nas vendas para o Dia dos Namorados é de apenas 1%. Além do cenário econômico em geral pouco favorável, a estreia da seleção brasileira na Copa do Mundo, que acontece no dia 12 de junho, também deve prejudicar as vendas.

Segundo dados da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e do SPC Brasil, o volume de vendas a prazo na semana do Dia das Mães deste ano, entre os dias 4 e 10 de maio, caiu 3,55% em relação ao mesmo período de 2013. O resultado preocupa lojistas, pois a data, segundo eles, reflete o poder de compra do consumidor e a confiança dos empresários na economia, já que coincide com o período pós-quituação de dívidas do início do ano.

A Páscoa também apresentou um resultado negativo no segmento varejista, tendo o seu desempenho comercial apontado como o mais fraco dos últimos cinco anos. Se a projeção dos lojistas para o Dia dos Namorados se confirmar, com crescimento de somente 1%, o resultado também será o pior desde 2010.

Vale destacar que o Dia dos Namorados é comumente a terceira data mais lucrativa do comércio, atrás apenas do Natal e do Dia das Mães. Pesquisas revelam que os produtos de maior saída e os mais procurados para o período são itens de vestuário, calçados, perfumaria, floricultura, joias e bijuterias.

Os lojistas acreditam que, além de fatores como inflação em alta e aperto monetário, o jogo da estreia da seleção brasileira na Copa do Mundo consiste também um ponto negativo para o varejo. Isso porque, de certo modo, a abertura do megaevento de futebol concorre com o clima de Dia dos Namorados e, ainda, em diversas cidades, os estabelecimentos funcionarão em regime de meio expediente.

### Pesquisa aponta recuo na intenção de consumo da família brasileira

Confirmando as expectativas dos lojistas para uma movimentação tímida no comércio, estudo da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) mostrou tendência de baixa na intenção de consumo das famílias brasileiras desde o início do ano. Em maio, o indicador apresentou recuo de 2,3%, alcançando o pior índice desde 2011. De acordo com a CNC, a inflação pressionada, sobretudo nos setores de serviços e alimentos, e as altas taxas de juros são apontadas como alguns dos fatores que contribuem para a queda no ritmo da intenção de consumo.

Procure a CDL de seu município, conheça, participe e fortaleça a sua entidade.

Envie sugestões de tema para esta coluna para: [colunacdl@contatus.com.br](mailto:colunacdl@contatus.com.br)



# Homem gasta mais ao comprar com a mulher

Pesquisa com pessoas do sexo masculino do Sudeste, Nordeste e Sul do País aponta que elas influenciam mais do que as crianças

Dayane Freitas

Fazer compras no supermercado acompanhado de uma mulher faz o homem gastar mais. Esse é um dos resultados de uma pesquisa inédita realizada com 600 pessoas do sexo masculino nas regiões Sul, Sudeste e Nordeste do País.

Um total de 74% dos entrevistados, que têm entre 18 e 70 anos e frequentam ao menos uma vez por mês o supermercado, confessou que elas influenciam muito o aumento de gastos durante as compras, mais até que as crianças.

O levantamento, realizado pela consultoria especializada em varejo ToolboxTM entre os meses de fevereiro e março, foi feito por meio de um questionário on-line, além de pesquisas bibliográficas e acompanhamento de 25 consumidores homens nas suas compras.

As categorias de produtos analisadas foram hortifrutí, snacks (lanchinhos), chocolates, comida pronta congelada, iogurtes, higiene pessoal e produtos de limpeza.

E se engana quem pensa que o homem vai ao supermercado para comprar apenas para si. Dos entrevistados, 87% disseram que o objetivo é comprar produtos para família. “O homem não foge dessa responsabilidade”, disse o sócio do Grupo Toolbox, Rafael D’Andrea.

#### DIVERSÃO

Inclusive, o número de homens que vão aos supermercados mais que dobrou se comparado com as últimas três décadas, segundo a pesquisa. Hoje, 31% dos compradores são homens, mas as mulheres ainda predominam — 69%.

“Supermercado virou um lugar



D'ANDREA frisou que a maioria dos homens faz compras para a família

de diversão, quase um passeio. Tem muita variedade e lançamentos, o que atrai os homens”, avaliou o presidente da Associação Capixaba de Supermercados (Acaps), João Carlos Devens.

Pensando nesse público, a indústria está desenvolvendo mais produtos específicos para eles, principalmente de higiene pessoal. Segundo o estudo, atualmente 37% das categorias de higiene pessoal são consumidas por homens.

“A vaidade faz com que os homens se interessem também pelas novidades, o que os faz colocar a mão no bolso para comprá-las”, analisou o economista Marcelo Loyola Fraga.

Mas, para evitar gastos que comprometam o orçamento, a dica do especialista é fazer lista de compras. “É importante definir o quanto pode ser gasto por mês e adequar produtos, marcas e quantidades a este valor”, disse Loyola.

#### SAIBA MAIS

## Pesquisa teve 600 entrevistados

### A pesquisa

- > UMA PESQUISA MOSTROU QUE 74% dos homens confessam gastar mais na hora da compra quando estão acompanhados da mulher.
- > A CONSULTORIA EM VAREJO ToolboxTM entrevistou on-line 600 homens, de 18 a 70 anos de idade, em fevereiro e março.
- > OS DADOS REVELAM que o comprador masculino é, em sua maioria, casado e possui filhos (66%).
- > ELES FREQUENTAM o supermercado e são responsáveis pela compra mensal do lar (cerca de 62%).
- > APENAS 20% AFIRMAM levar lista por não saber o que comprar. Outros



HOMENS em supermercado

- 6% escolhem sempre a marca de menor preço na seção, enquanto 44% mostram-se dispostos a comprar uma marca nova ou experimentar um lançamento.
- > SEGUNDO O LEVANTAMENTO, em geral, a maior dificuldade do homem está na compreensão dos produtos, e não em sua localização na gôndola do supermercado.
- > UM TOTAL DE 60% dos entrevistados não sabe diferenciar marcas, versões e tipos para escolher um bom produto, e 40% dizem ter dificuldade em encontrar produtos na gôndola.

Fonte: ToolboxTM.