

Dia dos Pais se torna cada vez mais relevante

Como será a comemoração novamente durante a pandemia | Jundiaí, 2021

noonly

Location Intelligence e Data Science

1. Como está o cenário do mercado para o segundo trimestre de 2021?

2. Esse Dia dos Pais será melhor do que de 2020?

3. Projeção do varejo para o Dia dos Pais

4. Pesquisa de campo em Jundiaí

5. Características de mercado e hábitos de consumo da população de Jundiaí, SP

6. Quais vias terão mais movimento no Centro nos dias que antecedem o Dia dos Pais?

7. Como é a distribuição do potencial de consumo em Jundiaí de algumas categorias relevantes para o Dia dos Pais?

8. O que devemos fazer para melhor receber nossos clientes para o Dia dos Pais?

9. Como as pessoas pretendem comemorar o Dia dos Pais?

10. Produtos de destaque para o Dia dos Pais

O Dia dos Pais é uma data comemorativa que vem ganhando força nos últimos anos. Mesmo passando pelo segundo ano em meio à pandemia e tendo as celebrações presenciais mais tímidas do que em anos regulares, a população tem intenção de presentear seus pais.

Em 2020 o Google realizou uma pesquisa que apontou que 28% dos entrevistados tinham intenção de presentear seus pais.

Já em 2021 os consumidores de Jundiaí estão bem mais otimistas

6 em cada 10

pretendem presentear seus pais

Fonte: Pesquisa do Dia dos Pais em Jundiaí - Noonly e Instituto de Dados ACE Jundiaí - 21 a 24 de Julho/ 2021
736 entrevistados

Pesquisas Google de 2020 para o Dia dos Pais mostraram que a pandemia trouxe maior planejamento para a compra do presente: as pessoas pesquisaram mais e com mais antecedência.

26% das pessoas dizem ter planejado a compra melhor devido ao coronavírus, e 22% pesquisaram mais antes de comprar

Por outro lado, em 2021 na cidade de Jundiaí, até o dia 24 de julho, apenas

2,2%

dos entrevistados já tinham comprado seu presente para o Dia dos Pais

A tendência é que compras planejadas comecem mais cedo e tenham o uso da busca online na jornada de compra mais presente. Essa parcela pequena da população pode ser um indicativo de que as pessoas estão deixando novamente as compras para a última hora. As compras online demandam naturalmente um planejamento maior, até mesmo pelo prazo de entrega do produto. E as compras de última hora favorecem as lojas físicas.

Fonte: Pesquisa do Dia dos Pais em Jundiaí - Noonly e Instituto de Dados ACE Jundiaí - 21 a 24 de Julho/ 2021
736 entrevistados

Além da velocidade de obtenção do produto que a loja física oferece, para 46% dos entrevistados, ela agrega sensorialidade no processo de compra, o que facilita a escolha.

“Comprar na loja física traz o toque, a visão do produto que pode ser sentido de perto, tudo auxiliado pela presença de um vendedor que pode ajudar e tirar dúvidas.”

Fonte: Google Survey 2020 - Dados Internos Google
| Think With Google





Apesar de algumas vantagens que a loja física traz, com a pandemia ainda presente também vem uma preocupação dos consumidores com a segurança e saúde.

O que o consumidor irá fazer durante as compras?

- 62% Evitar horários de maior fluxo
- 32% Evitar experimentar/tocar produtos
- 28% Comprar preferencialmente em lojas próximas à minha casa
- 28% Escolher lojas maiores para evitar aglomeração
- 21% Usar pagamento sem contato
- 17% Vou usar a loja apenas para retirar os produtos comprados online

Fonte: Google Survey 2020 - Dados Internos Google
| Think With Google

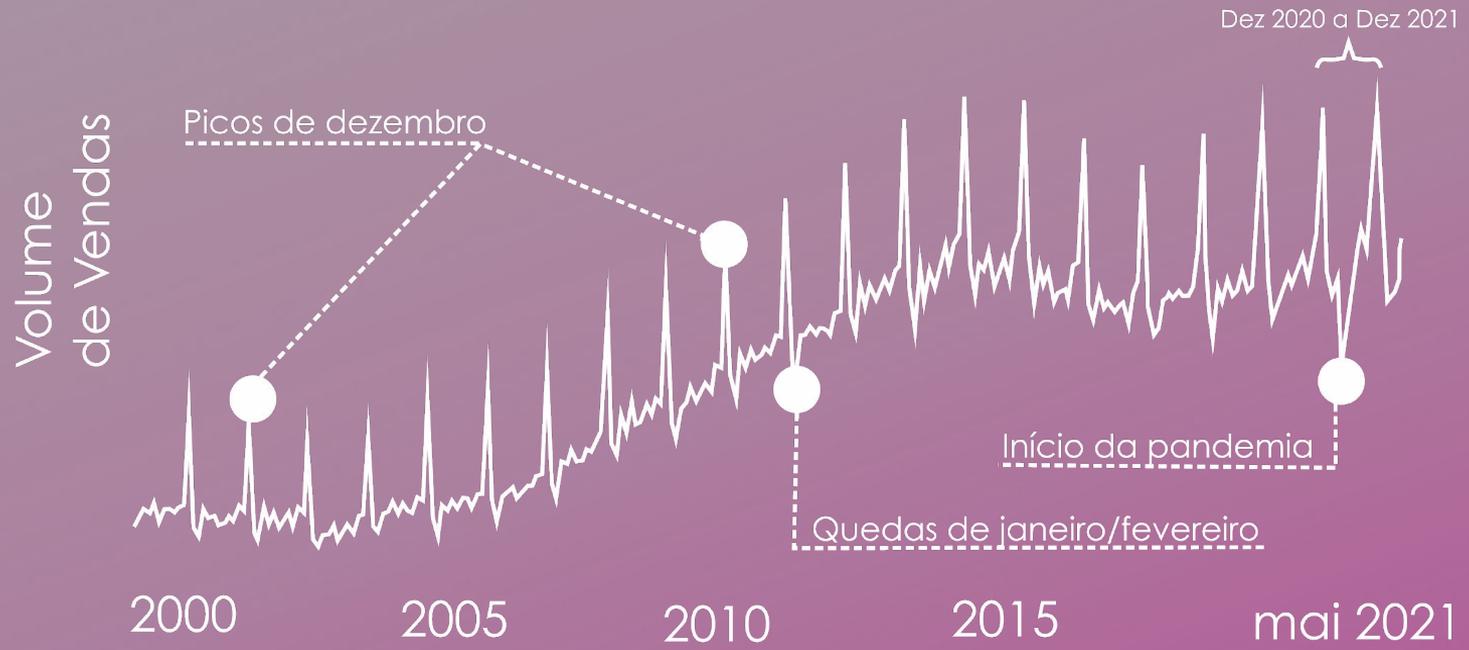


noonlabs

Como podemos nos preparar para o Dia dos Pais

Mercado no 3º tri de 2021

Vendas no varejo no estado de São Paulo



Fonte: Noonly
Dados do PMC-IBGE

A série histórica do volume de vendas no varejo é medida pela Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do IBGE e possui certas características. Nota-se que todo mês de dezembro há um pico de vendas no varejo devido ao período de festas de final de ano, como o natal e ano novo. Como consequência desse período, os meses de janeiro e fevereiro apresentam uma queda no volume de vendas no varejo devido ao aumento de impostos, matrículas escolares e gastos do início do ano.

O ano de 2020 foi um ano totalmente atípico por conta da pandemia de COVID-19, que teve início no mês de março, e resultou em uma grande redução no volume de vendas no varejo, principalmente devido às restrições de funcionamento do comércio e alto índice de isolamento social que o momento requeria.

Entretanto, a demanda represada nesse período fez com que, após relaxamento das restrições de funcionamento do comércio e a queda no índice de isolamento social, o volume de vendas no varejo voltasse a crescer no segundo semestre de 2020 acima da média dos últimos anos.

Projeção das vendas no varejo no estado de São Paulo



Fonte: Noonly
Dados do PMC - IBGE

O método de projeção do volume de vendas do varejo leva em conta toda a sazonalidade dos dados observados desde 2000 pelo PMC/IBGE. O resultado da projeção pode ser vista na linha pontilhada.

Similar ao comportamento de 2020, durante período de março e abril/2021 houve um aumento no índice de isolamento social e novas restrições de funcionamento do comércio, derrubando o volume de vendas no varejo. Entretanto, com o relaxamento dessas medidas no mês de maio/21, já conseguimos ver uma recuperação rápida e acima da média dos últimos anos, um comportamento parecido com o que ocorreu no segundo semestre de 2020.

Levando em consideração os dados históricos observados, o método estatístico de projeção identificou um crescimento do volume de vendas no varejo de 4,3% em relação à agosto de 2020, continuando o processo de recuperação econômica desde maio/2021.



noonlabs

Como está a confiança dos
consumidores para agosto
de 2021?

Com o avanço da vacinação contra a COVID-19 no estado de São Paulo, que atingiu em Julho a marca de 50% da população vacinada com a primeira dose e 20% com a segunda dose,

a confiança do consumidor começa a subir.

As vendas do varejo nos meses de abril e maio surpreenderam o mercado positivamente, mesmo em um período de restrição econômica. Isso também reflete no saldo positivo da geração de emprego e na leve queda no isolamento social da população que mostraremos a seguir.

O comportamento das vendas no varejo em 2020 mostra que, após a abertura econômica posterior a um período de restrição econômica, as vendas no varejo se recuperam acima da média devido ao represamento da demanda. Deste modo, a projeção da série temporal evidencia que a tendência de alta observada em maio de 2021 deve se manter nos próximos meses. Somando esses fatores, as vendas no dia dos pais de 2021 deve ser 4,3% maior que no dia dos pais do ano passado.

Aumento de
4,3%
nas vendas

Fonte: Noonly
Dados do PMC - IBGE

Isolamento social na cidade de Jundiaí

Redução de 6,9% no isolamento em comparação ao Dia dos Namorados de 2021



Fonte: Noonly

Dados do Sistema de Monitoramento Inteligente do Governo de São Paulo - SIMI

A photograph of a man with a beard kissing a baby on the cheek. The baby is wearing a white headband with a bow and a light-colored shirt. The image has a red overlay.

noonlabs

Projeção do varejo para o Dia dos Pais

Empregos gerados em Jundiaí, SP - 2020/2021

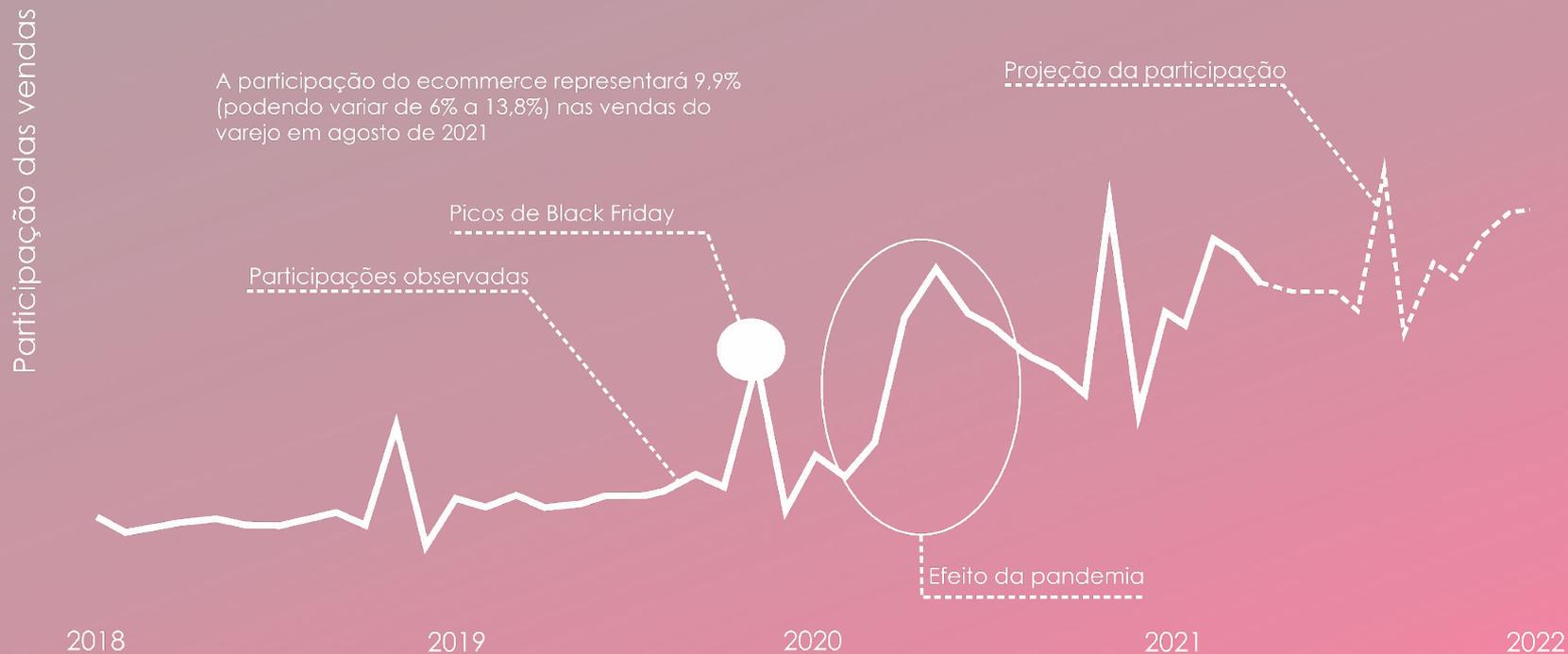


Fonte: Noonly
Dados CAGED

Os dados do CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados) para o município de Jundiaí mostram que o saldo entre admissões e demissões foi negativo na maior parte do primeiro semestre de 2020, recuperando no segundo semestre devido ao relaxamento das medidas restritivas. Nos primeiros meses de 2021, a geração de emprego mostrou um saldo positivo, mesmo no pior momento da pandemia. Em abril, quando há um período de restrição maior, há uma queda na geração de empregos na cidade. O ritmo de criação de empregos vem se recuperando desde maio com a abertura gradual da economia. Espera-se que junho, julho e agosto, com a saída das fases mais restritivas e o avanço da vacinação, o emprego volte a níveis do final de 2020.

As vendas do varejo continuam a se recuperar das fases mais restritivas da pandemia ocorridas em abril/21 quando houve grandes perdas. A geração de emprego, juntamente com as parcelas do auxílio emergencial e o menor isolamento social são fatores que sugerem um cenário de melhor vendas do varejo. Em comparação com o Dia dos Pais do ano passado, teremos um cenário um pouco melhor, devido a recuperação da abertura do comércio também ocorrida no ano passado, e a maior taxa de vacinação no Brasil e principalmente no estado de São Paulo. A projeção é de que as vendas possam ser em torno de 4,3% maior que agosto de 2021.

Projeção da participação do e-commerce no comércio varejista no estado de São Paulo



Fonte: Noonly
Dados: MCC - ENET; IBGE

Utilizando dados do estado de São Paulo estimamos uma participação do ecommerce de 6%-13,8% nas vendas do varejo, enquanto que em nossa pesquisa mostrou que 6,4% da população de Jundiaí usará ecommerce para compras no dia dos pais, o que mostra que a cidade poderá ter uma média de participação um pouco menor se comparado com o restante do estado, priorizando vendas nas lojas físicas.



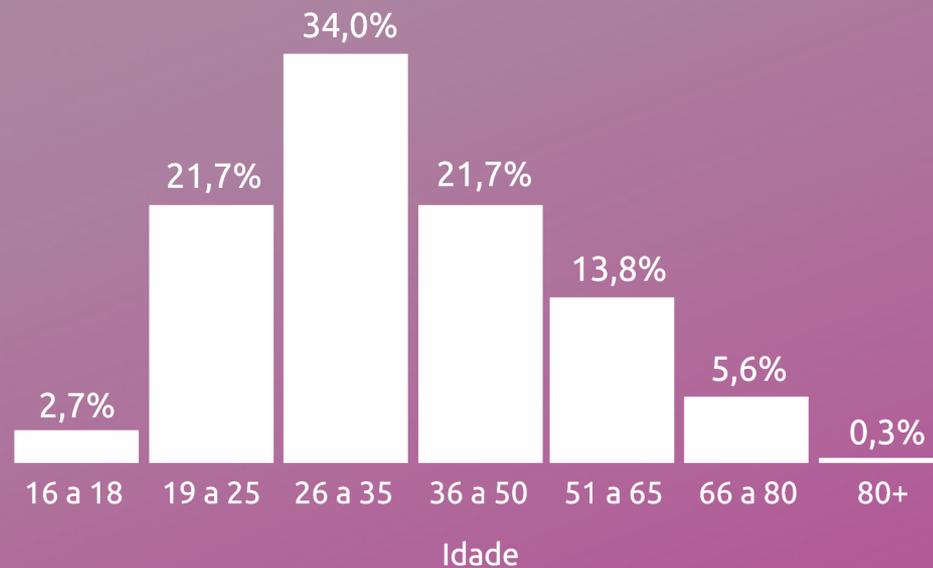
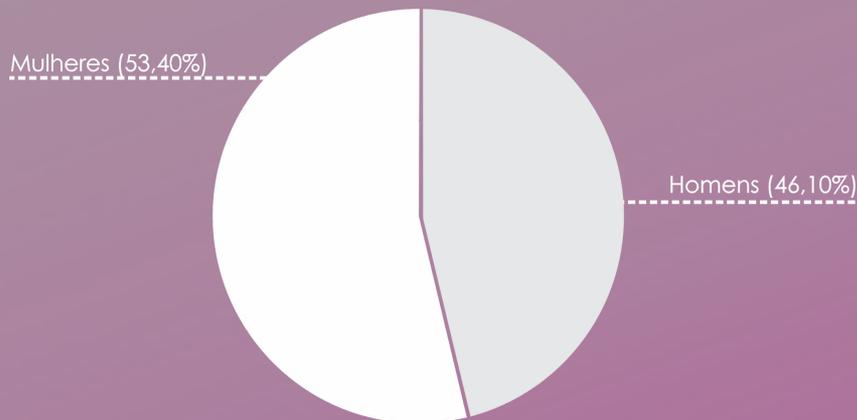
noonlabs

Pesquisa de campo em Jundiaí

sobre o Dia dos Pais

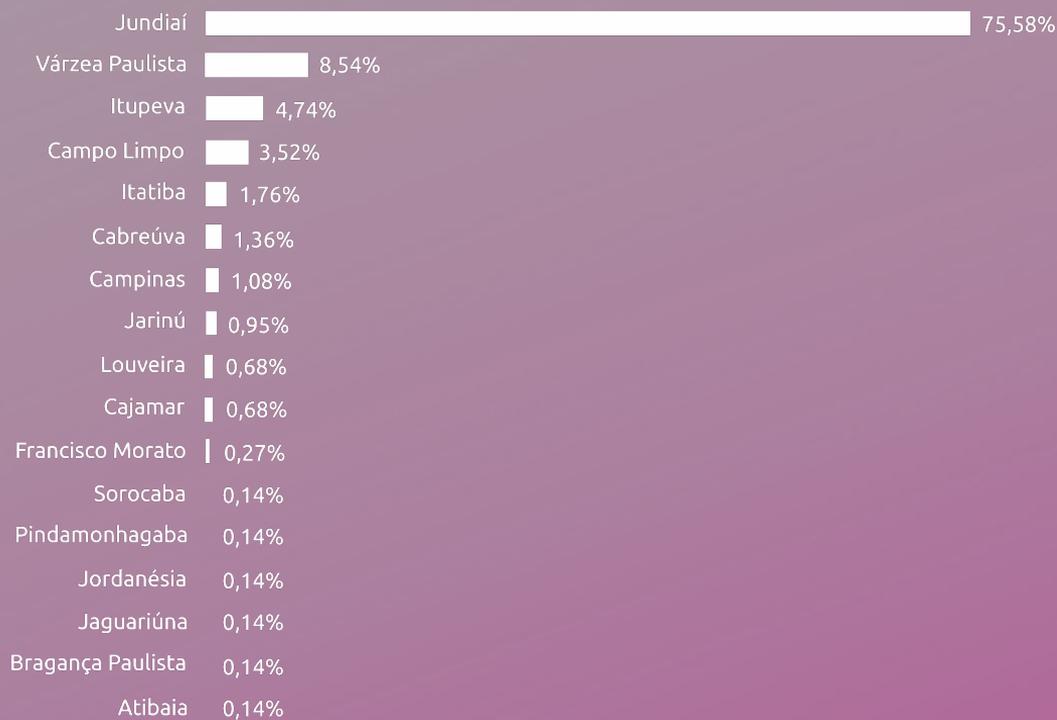
A pesquisa escutou 736 pessoas nas principais vias do centro, e nos bairros Vila Hortolândia, Vila Arens, Ponte São João, Maxi Shopping e Jundiaí Shopping. Dessas pessoas, a maior parte delas eram da cidade de Jundiaí, com algum destaque para Várzea Paulista, Itupeva e Campo Limpo.

Perfil dos entrevistados



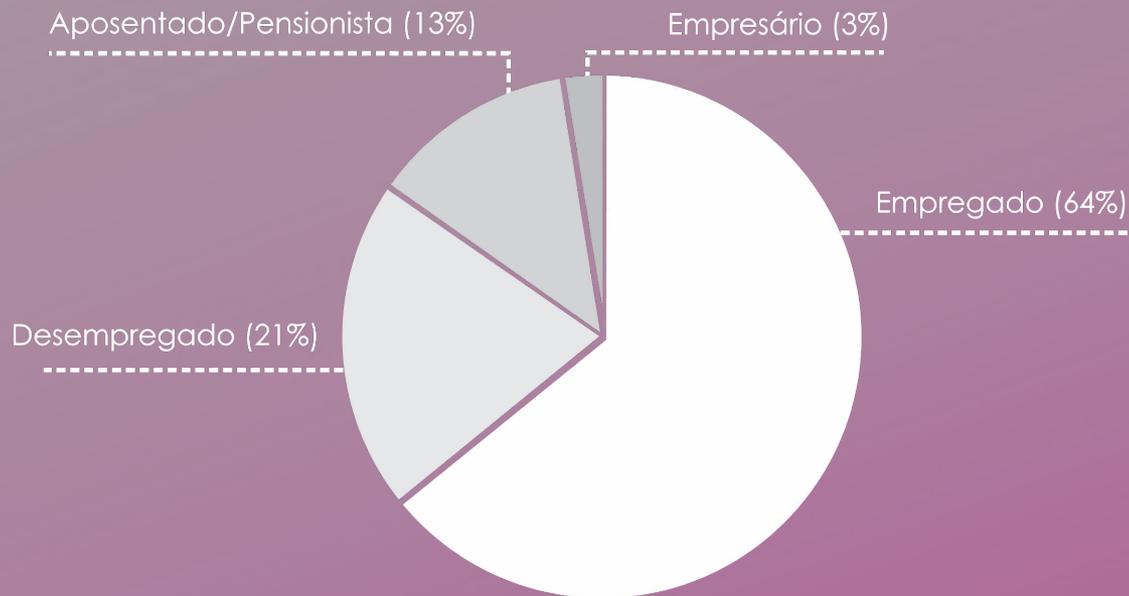
Fonte: Pesquisa do Dia dos Pais em Jundiaí - Noonly e Instituto de Dados ACE Jundiaí - 21 a 24 de Julho/ 2021 | 736 entrevistados

Cidade de origem dos entrevistados



Fonte: Pesquisa do Dia dos Pais em Jundiaí - Noonly e Instituto de Dados ACE Jundiaí - 21 a 24 de Julho/ 2021 | 736 entrevistados

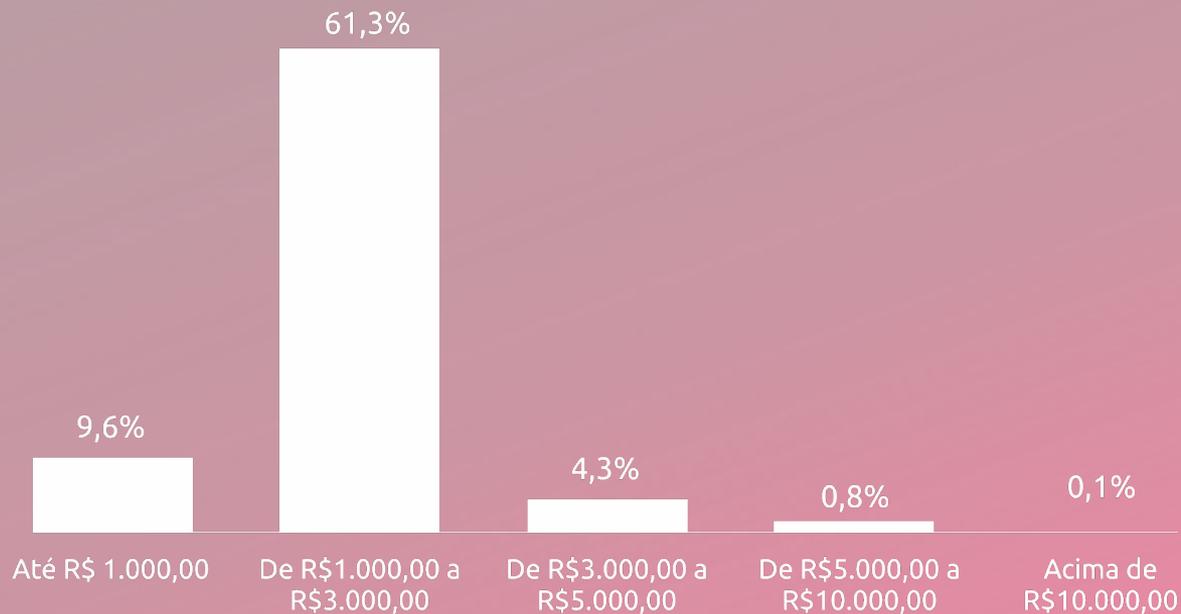
Situação empregatícia



A maioria das pessoas escutadas declararam estar empregadas. O número de pessoas que declararam estar desempregadas caiu em relação à pesquisa anterior, o que pode representar um sinal de recuperação econômica.

Fonte: Pesquisa do Dia dos Pais em Jundiaí - Noonly e Instituto de Dados ACE Jundiaí - 21 a 24 de Julho/ 2021 | 736 entrevistados

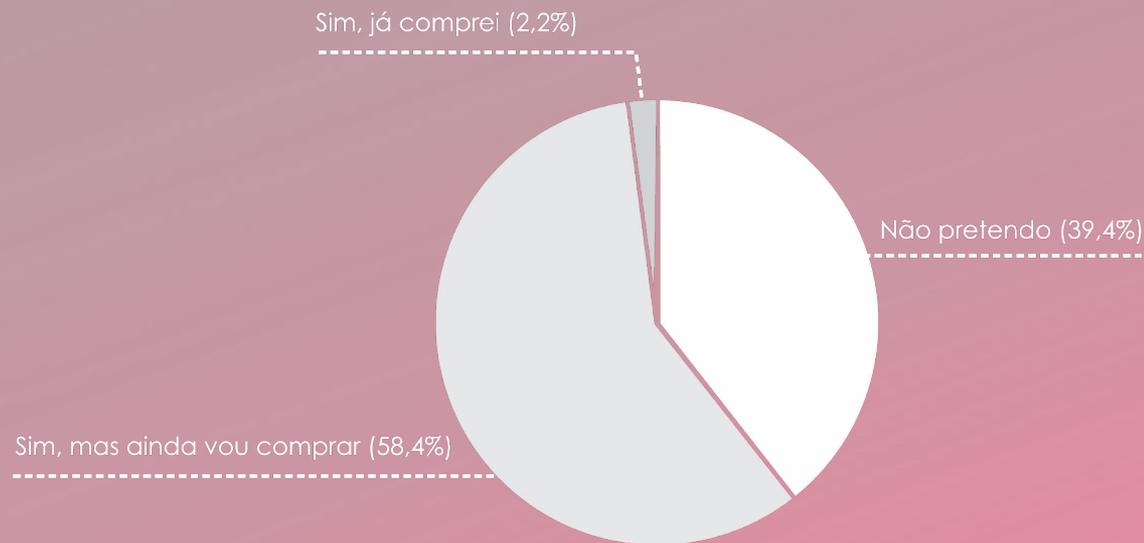
Renda familiar



Desconsiderando as pessoas que não quiseram declarar a sua renda familiar, notamos que a maioria das pessoas escutadas, e conseqüentemente, a população predominante que circulam no centro e nos bairros pesquisados, são pertencentes às classes D/E (até 1.000,00 reais), C2 e C1 (De 1.000,00 a 3.000,00 reais).

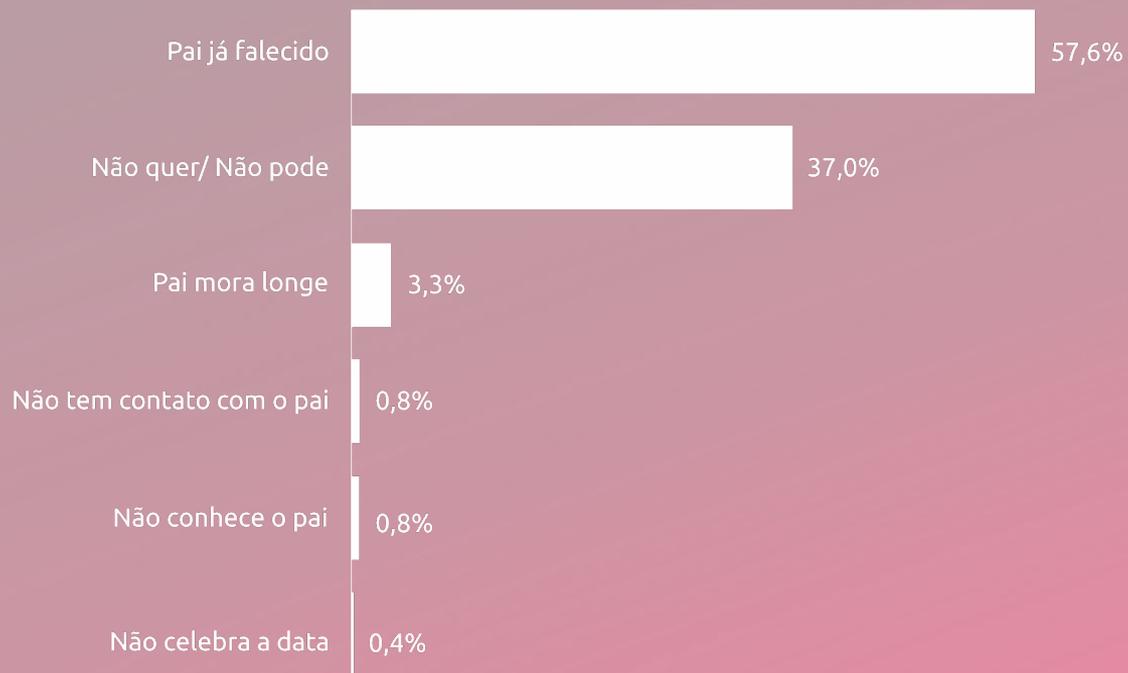
Fonte: Pesquisa do Dia dos Pais em Jundiá - Noonly e Instituto de Dados ACE Jundiá - 21 a 24 de Julho/ 2021 | 736 entrevistados

Intenção de compra no Dia dos Pais



60,6% dos entrevistados declararam que irão comprar presentes nos dias dos pais. Entretanto 96,4% dos que declararam que irão comprar presentes pretendem comprar mais próximo da data. Isso pode favorecer a compra em lojas físicas, devido a não haver tempo para entrega do produto.

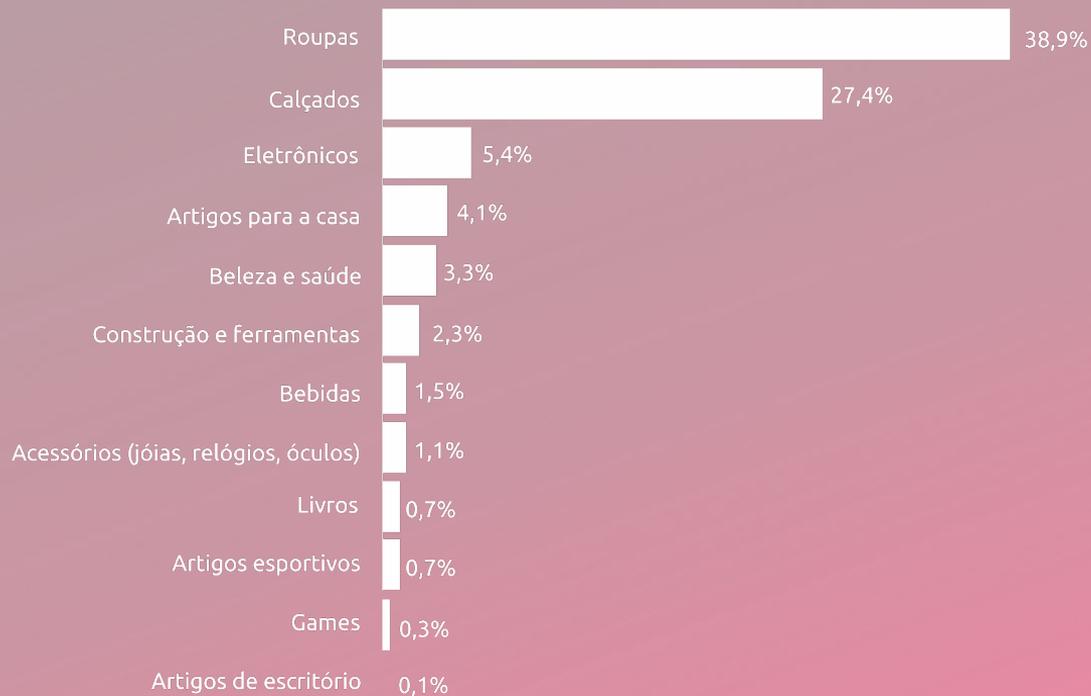
Motivo por não comprar



Fonte: Pesquisa do Dia dos Pais em Jundiaí - Noonly e Instituto de Dados ACE Jundiaí - 21 a 24 de Julho/ 2021 | 736 entrevistados

O que pretende comprar

*Os entrevistados podiam escolher mais de uma opção de compra



Dentre aqueles que declaram que irão consumir no dia dos pais, perguntamos qual seria o presente escolhido. Grande parte dos entrevistados tem a intenção de consumir Roupas e/ou Calçados. Importante que os lojistas, principalmente nesses setores se preparem para o possível aumento da demanda.

Eletrônicos, Acessórios para a casa e artigos de Beleza e Saúde masculina também terão uma procura maior nessa data comemorativa.

Quantos presentes pretende comprar?

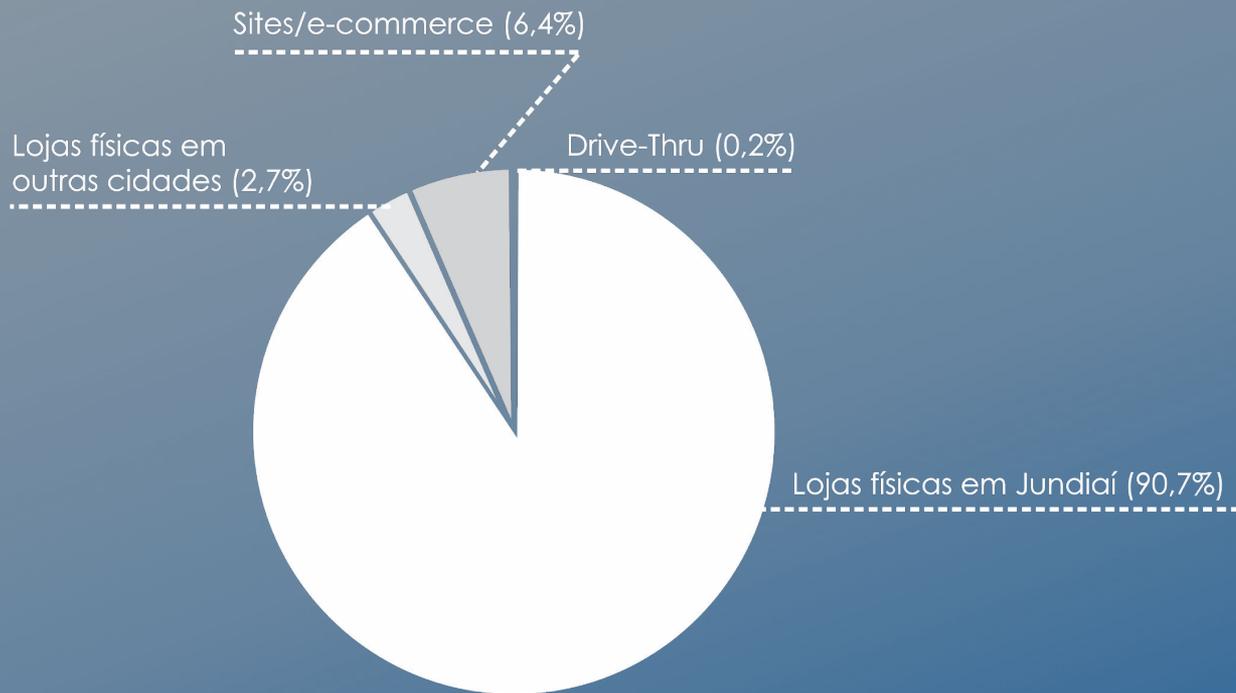
Em relação à quantos presentes os entrevistados irão comprar para o dia dos pais, a grande maioria dos entrevistados apontou para apenas um item de compra, o que pode elevar o ticket médio desta compra. 10% pretendem comprar 2 itens e menos de 1% pretendem comprar 3 ou mais itens.

O que leva em consideração ao escolher a loja?



A pesquisa também checou quais os principais motivos que atraem o consumidor na hora da compra. 33% dos entrevistados disseram que o principal motivo é o estabelecimento oferecer promoções com bons descontos, sendo mais importante que a própria qualidade dos produtos (9% dos entrevistados). Fora isso, o bom atendimento é um forte atrativo (2,6%), seguido pela facilidade no pagamento (0,4%) e vitrine e decoração bem feita (0,1%).

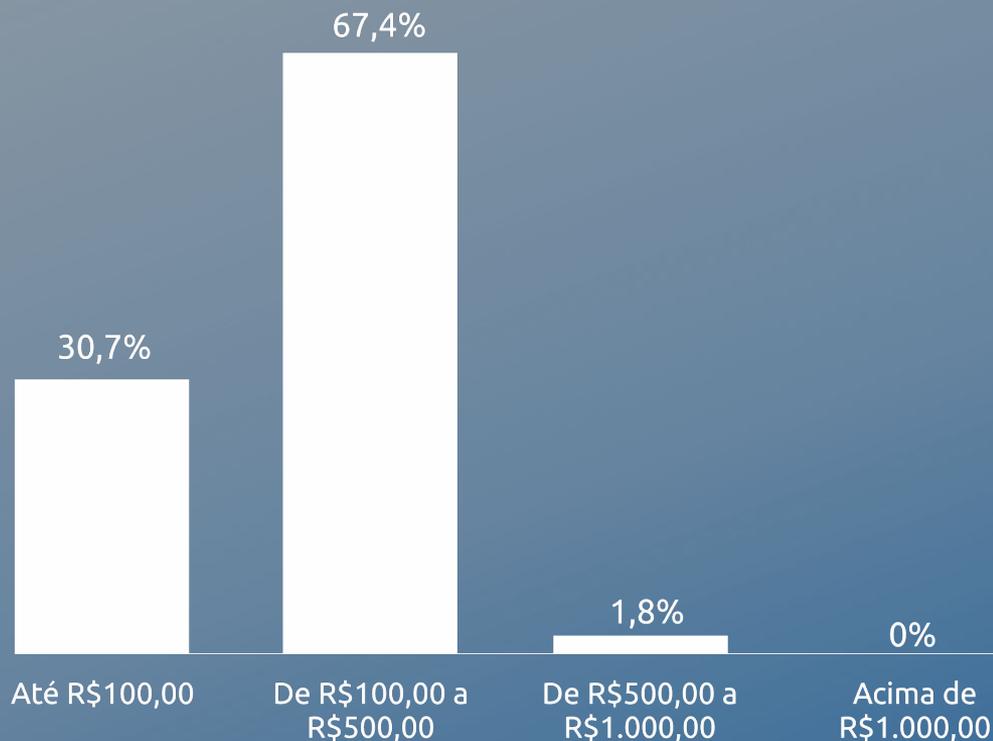
Onde pretendem comprar



A pesquisa também quis saber sobre onde as pessoas que iriam comprar presentes para o dia dos pais iriam consumir. Lojas físicas em Jundiaí formam a grande maioria (90,7%). Isso pode ser explicado, em parte, pelo fato de muitos dos entrevistados declararem que irão comprar os presentes próximo da data comemorativa, o que dificulta a compra por site/e-commerce devido ao tempo de entrega.

Fonte: Pesquisa do Dia dos Pais em Jundiaí - Noonly e Instituto de Dados ACE Jundiaí - 21 a 24 de Julho/ 2021 | 736 entrevistados

Quanto pretendem gastar



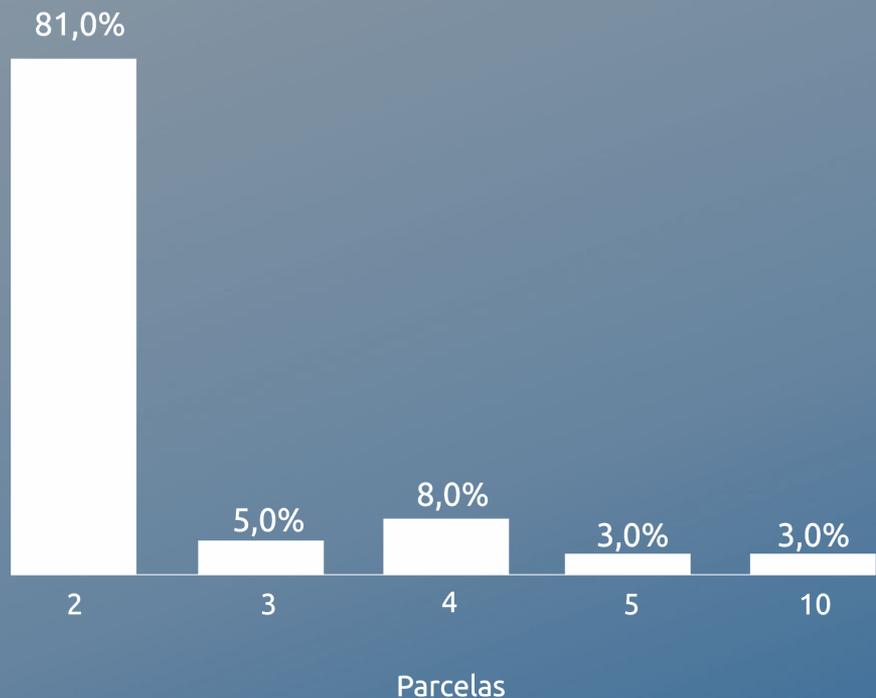
Com relação ao ticket-médio daqueles que pretendiam comemorar o dia dos pais, a maioria declarou que pretendiam gastar entre R\$ 100,00 e R\$ 500,00. Em sua maioria, apenas um item no setor de calçados e roupas.

Formas de pagamento preferida

Com relação a forma de pagamento, a maioria declarou que pretende pagar em dinheiro, seguido daqueles que declararam pagar com cartão de débito e logo em seguida com cartão de crédito. Ou seja, 77,9% dos entrevistados pretendem pagar à vista por suas compras.

54,4% Em dinheiro
23,5% Cartão de débito
21,6% Cartão de crédito
0,2% Carnê ou crediário
0,2% PIX

Das pessoas que pretendem parcelar, temos:



Ainda assim, 21,8% dos entrevistados pretendem pagar com cartão de crédito ou carnê/crediário as suas compras de dia dos pais. Considerando que essa porcentagem representa pouco mais de 1/5 do número de entrevistados, ainda é importante que o lojista se concentre na facilidade de pagamento, cabendo também considerar que, aquele consumidor que declarou que pagaria por suas compras de Dia dos Pais à vista, pode ser levado a consumir mais se notar que haverá uma facilidade no pagamento e/ou possibilidade de parcelamento sem juros.



Percepção da economia para os próximos meses

Apesar do ainda alto índice de desemprego encontrado entre os entrevistados, percebemos que a maioria ainda se manteve otimista com relação ao cenário econômico futuro, sendo que a maioria declarou crer que o cenário econômico deve ficar na mesma ou então melhorar nos próximos meses. Esse dado pode demonstrar uma melhora nos índices de confiança do consumidor para o Dia dos Pais e até mesmo em datas comemorativas futuras com o avanço da vacinação no país.

53,1% acredita em um cenário econômico melhor

31,9% acredita que ainda ficará instável

14,9% que pode piorar

Fonte: Pesquisa do Dia dos Pais em Jundiá - Noonly e Instituto de Dados ACE Jundiá - 21 a 24 de Julho/ 2021 | 736 entrevistados

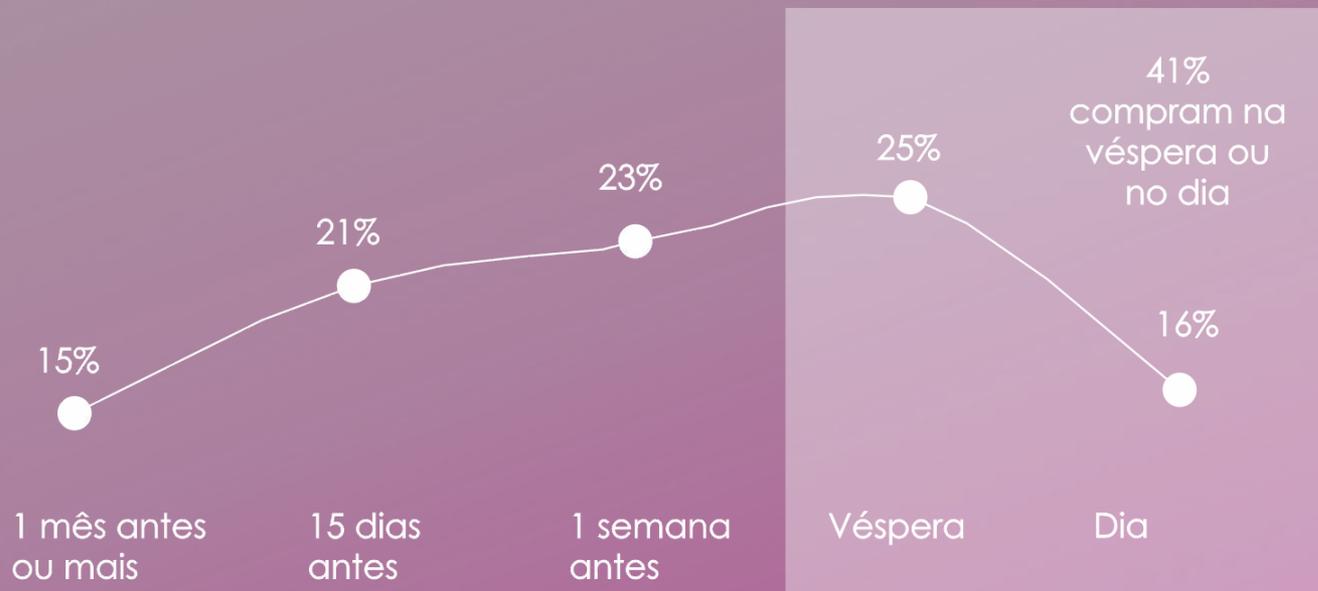


noonlabs

Características de mercado

e hábitos de consumo da população
de Jundiaí, SP

Momento da compra de presente no Dia dos Pais em 2019



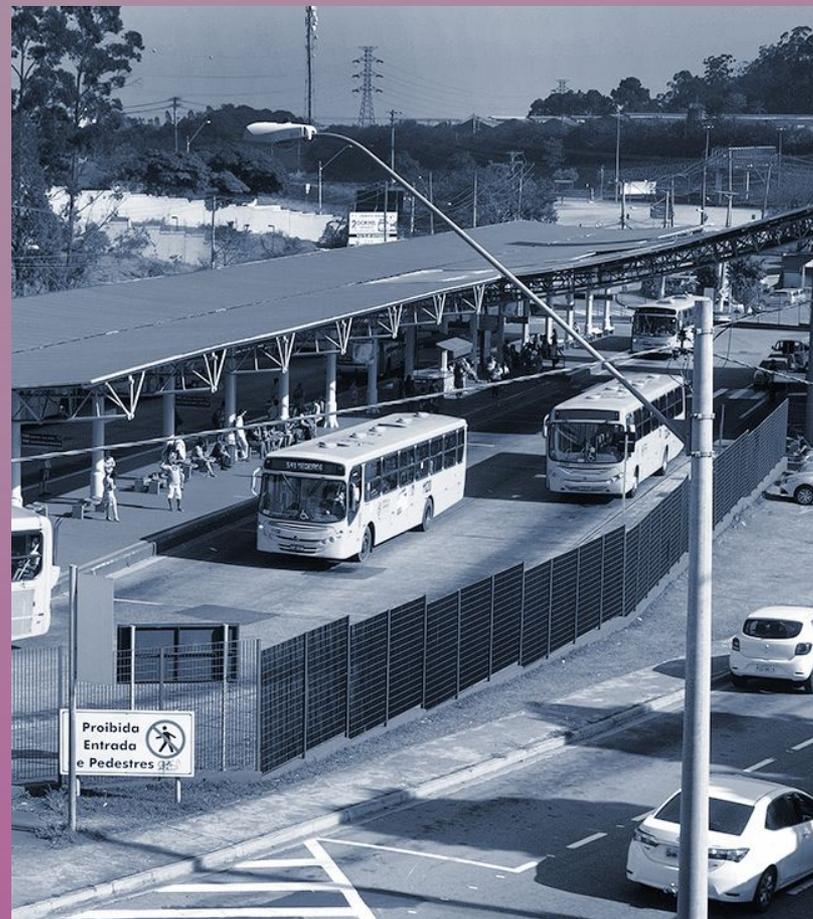
Fonte: Google Survey 2019

Analisando dados de picos de movimento no Terminal Central de Jundiaí e nos comércios da zona central da cidade, percebemos um movimento pendular das pessoas muito interessante. E entender esse movimento nos ajuda a conhecer a dinâmica da cidade e a nos preparar para receber os clientes com qualidade no atendimento em todos os momentos.

De segunda a sexta, o pico de movimento no terminal começa entre as 6h e 8h, com as pessoas chegando para o trabalho. Próxima das 9h, 10h, muitas dessas pessoas que já estão no Centro trabalhando, começam a movimentar as lojas vizinhas. Temos um pico nas lojas perto de 11h (logo antes do almoço), com um tempo de permanência mais curto, pois muitas irão almoçar e voltar ao trabalho. Equipe treinada para agilidade no atendimento é fundamental. No horário de almoço o movimento reduz, aumentando novamente perto das **15h, principalmente às sextas-feiras.**

Aos **sábados**, o pico de movimento nas lojas fica entre 10h e 13h.

Fonte: Google



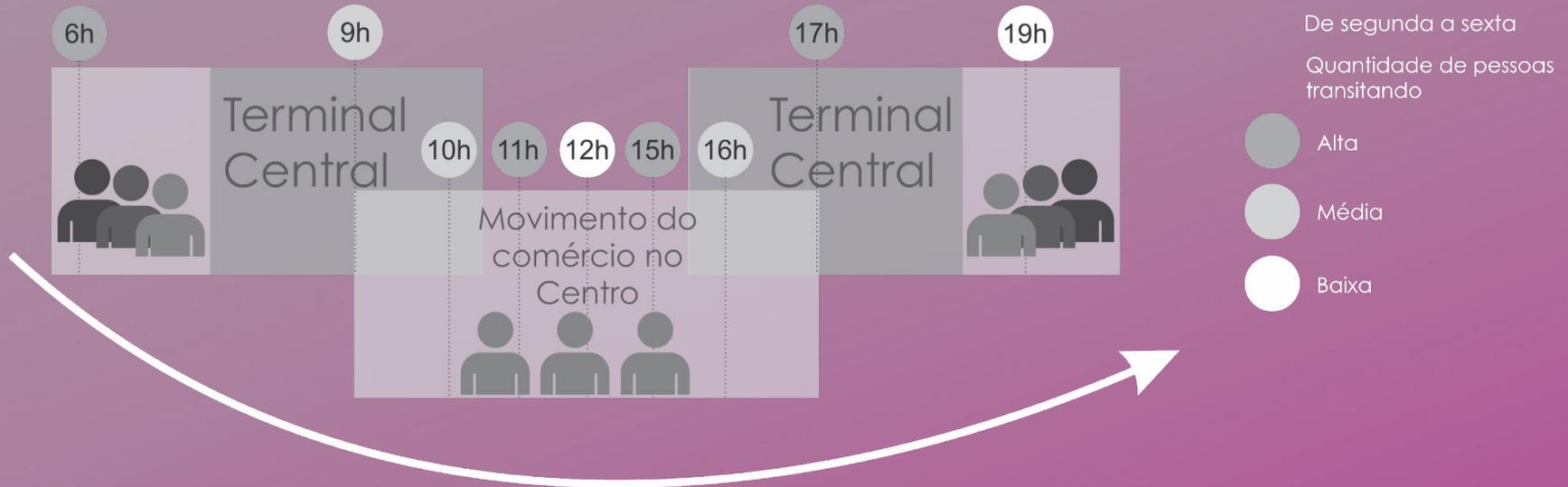
Dia de pico provável nas vendas de Dia dos Pais de 2021

Considerando que boa parte dos entrevistados ainda não compraram seus presentes, e que segundo pesquisas do Google, 41% deixa a compra do presente para a véspera e o dia da celebração, há uma boa possibilidade de que o pico das vendas ocorra no

sábado entre às 10h e 13h

Os dias próximos que antecedem o Dia dos Pais também devem ter maior movimento, como sexta-feira (06/08), principalmente entre 15h e 18h.

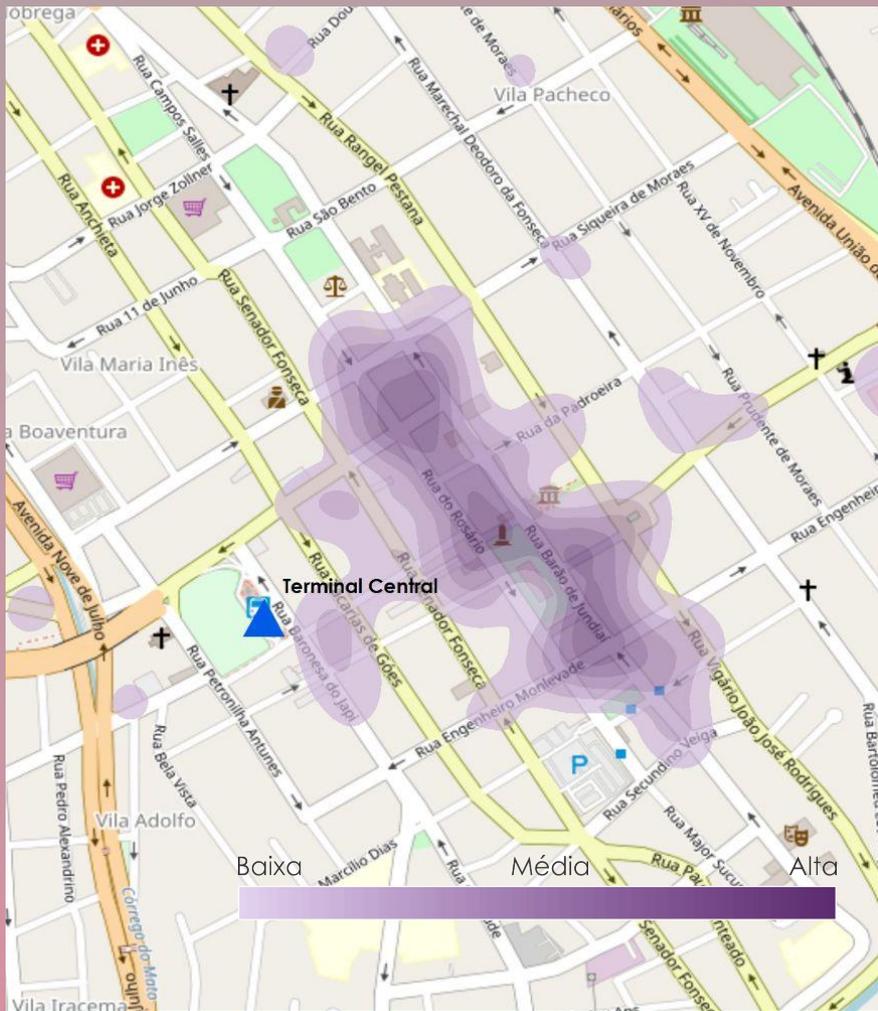
Movimento das pessoas entre o Terminal Central e o Centro de Jundiáí



noonlabs

Vias de maior movimento no Centro de Jundiaí

nos dias que antecedem o Dia dos Pais



Ao lado, podemos ver a concentração das lojas de maior faturamento situadas no Centro de Jundiaí e a localização do Terminal Central, um dos principais destinos/paradas das classes C/D/E que precisam do transporte público.

Essa concentração de lojas gera um polo comercial de rua, que juntas amplificam a polarização de pessoas até a área. Podemos pensar da seguinte forma: quanto maior a oferta e variedade de produtos, maior a chance do consumidor achar o que precisa, o que aumenta a conveniência, principalmente em uma compra de última hora (como véspera do Dia dos Pais).

Fonte: Noonly

A photograph of a man with a beard and two young children sitting on a bed, reading a book together in a dimly lit room. The man is smiling and looking at the book. The children are also looking at the book. A teddy bear is visible on the right side of the bed. The image has a blue tint.

noonlabs

Distribuição do potencial de consumo em Jundiaí

Categorias relevantes para o Dia dos Pais



Potencial de consumo por região de Jundiaí

O potencial de consumo é segmentado por classe de renda da população. Nos permite enxergar quais regiões da cidade possuem maior potencial de consumir determinadas categorias de produtos.

É excelente para entendermos, por exemplo, onde focar uma campanha de comunicação/publicidade, entendermos se o público que estamos buscando atender reside muito longe de onde está a loja.

A seguir, apresentaremos mapas com as concentrações de alguns potenciais de consumo. **Quanto mais escura for a cor no mapa, maior a concentração da característica sendo analisada. Quanto mais clara, menor a concentração.**

Dados: IBGE, 2018

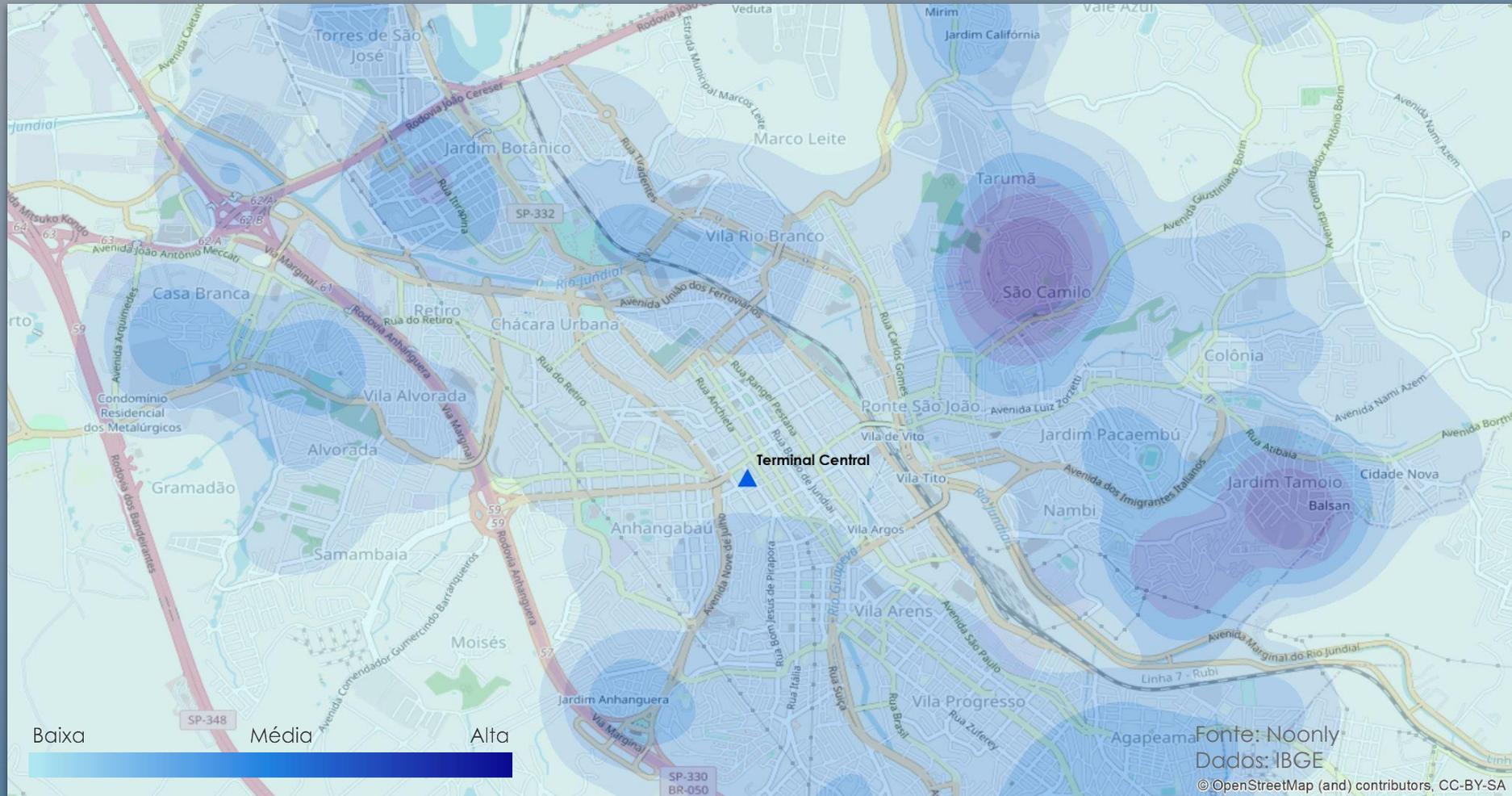


Potencial de consumo de vestuário

Refere-se aos gastos com roupas confeccionadas para homens, mulheres e crianças, como calças, agasalhos, saias, ternos, lingerie, shorts, camisas, camisetas, blusas, meias, pijamas, vestidos, roupas de banho.

Nos mapas de potencial de consumo de vestuário a seguir, a lógica de interpretação é: as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado, no caso potencial de vestuário, quanto mais clara for a cor, menor a concentração.

Áreas com maior potencial de consumo de vestuário da classe D/E



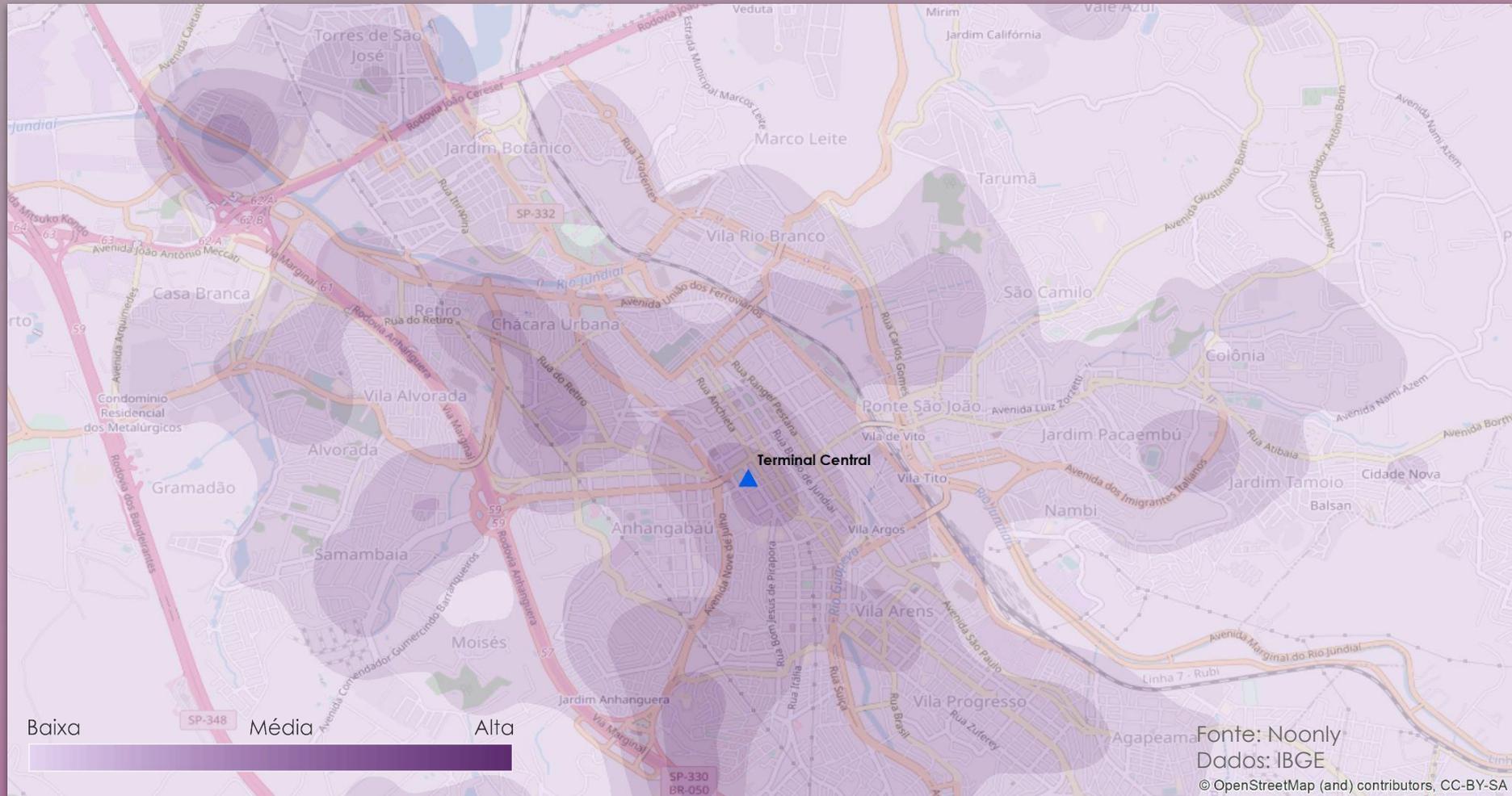


Potencial de consumo de calçados

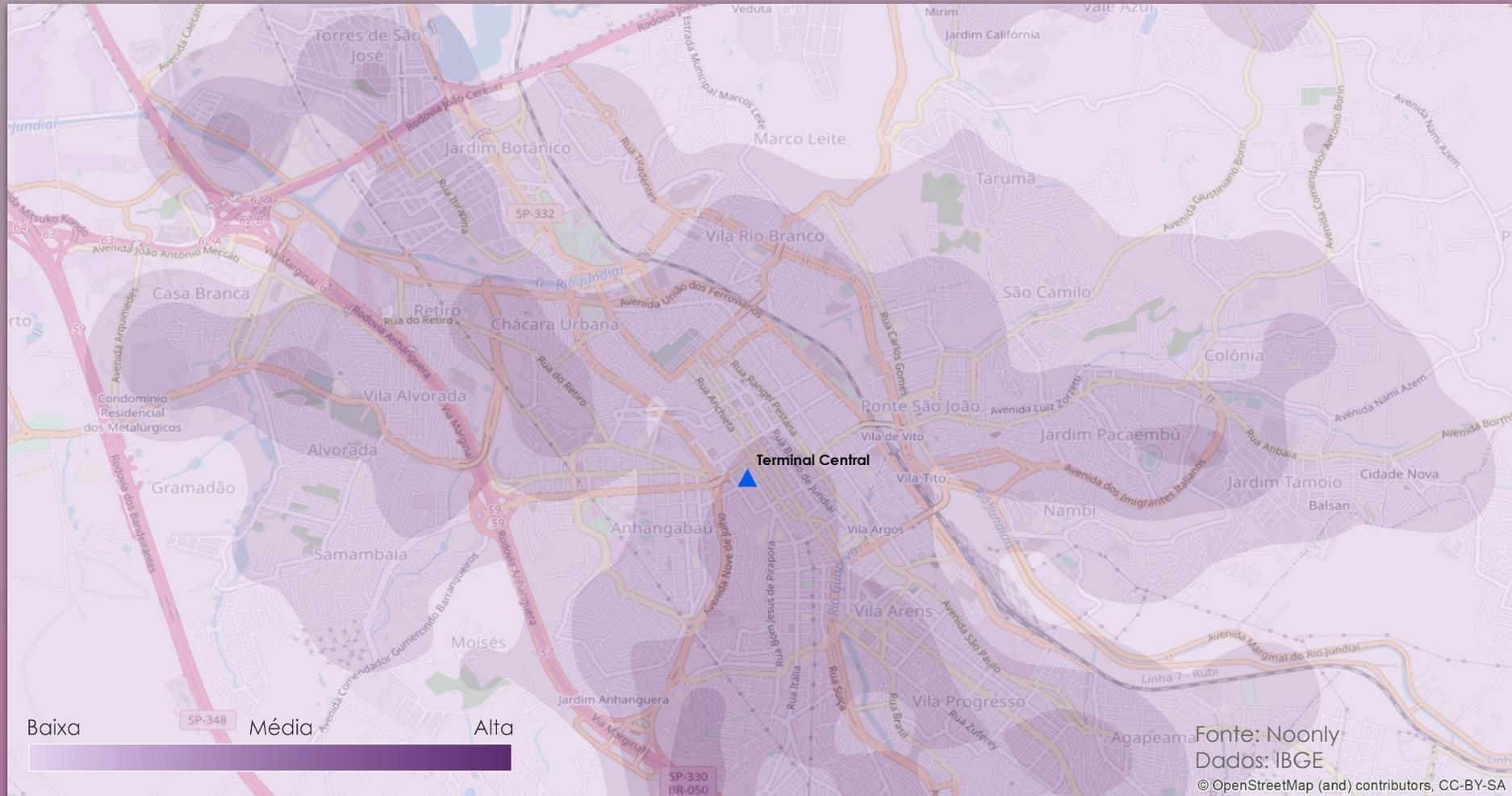
Refere-se aos gastos com sapatos, sandálias, tênis, sapatilhas, etc.

Nos mapas de potencial de consumo de calçados a seguir, a lógica de interpretação é: as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado, quanto mais clara for a cor, menor a concentração.

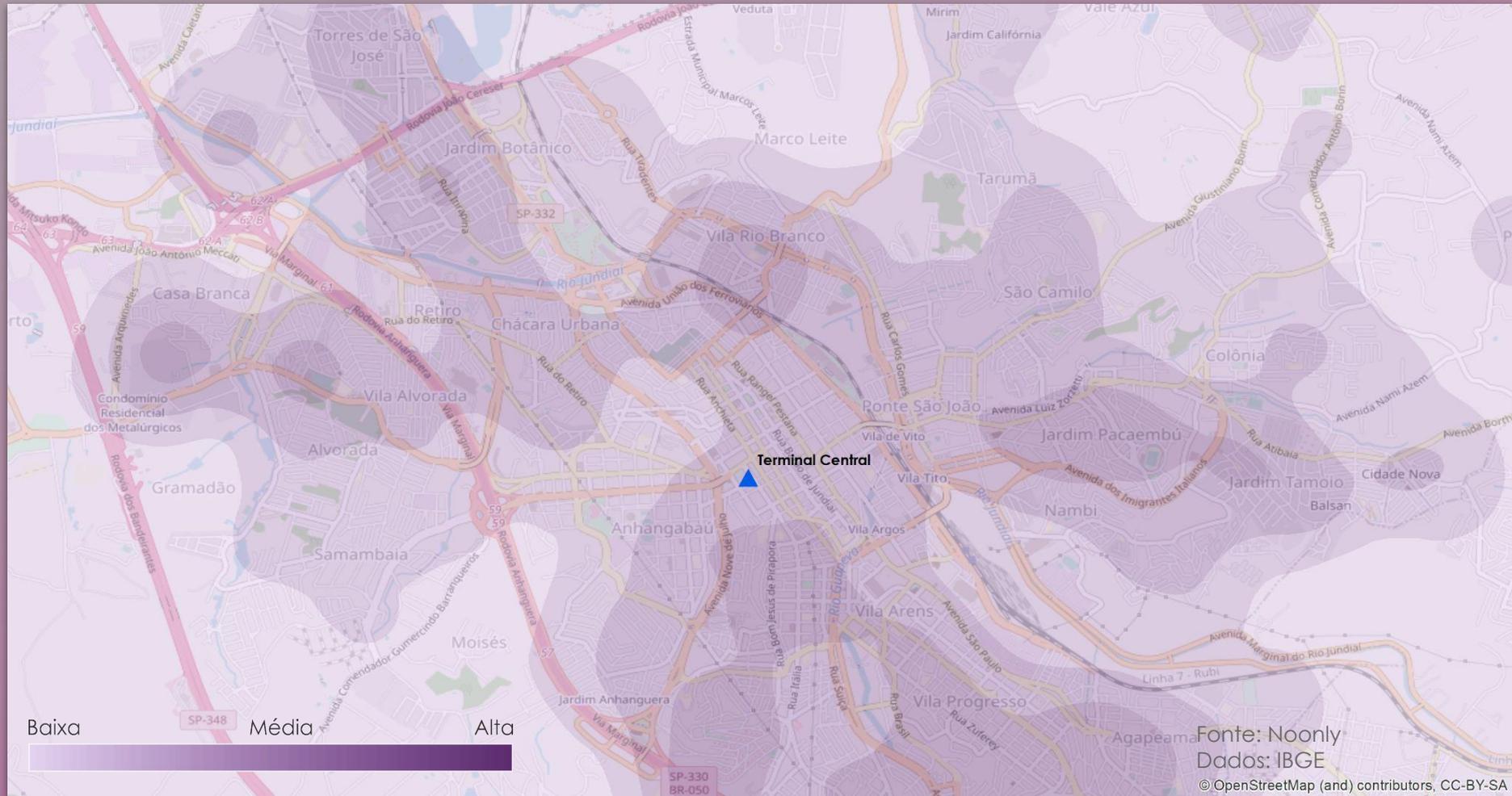
Áreas com maior potencial de consumo de calçados da classe B1



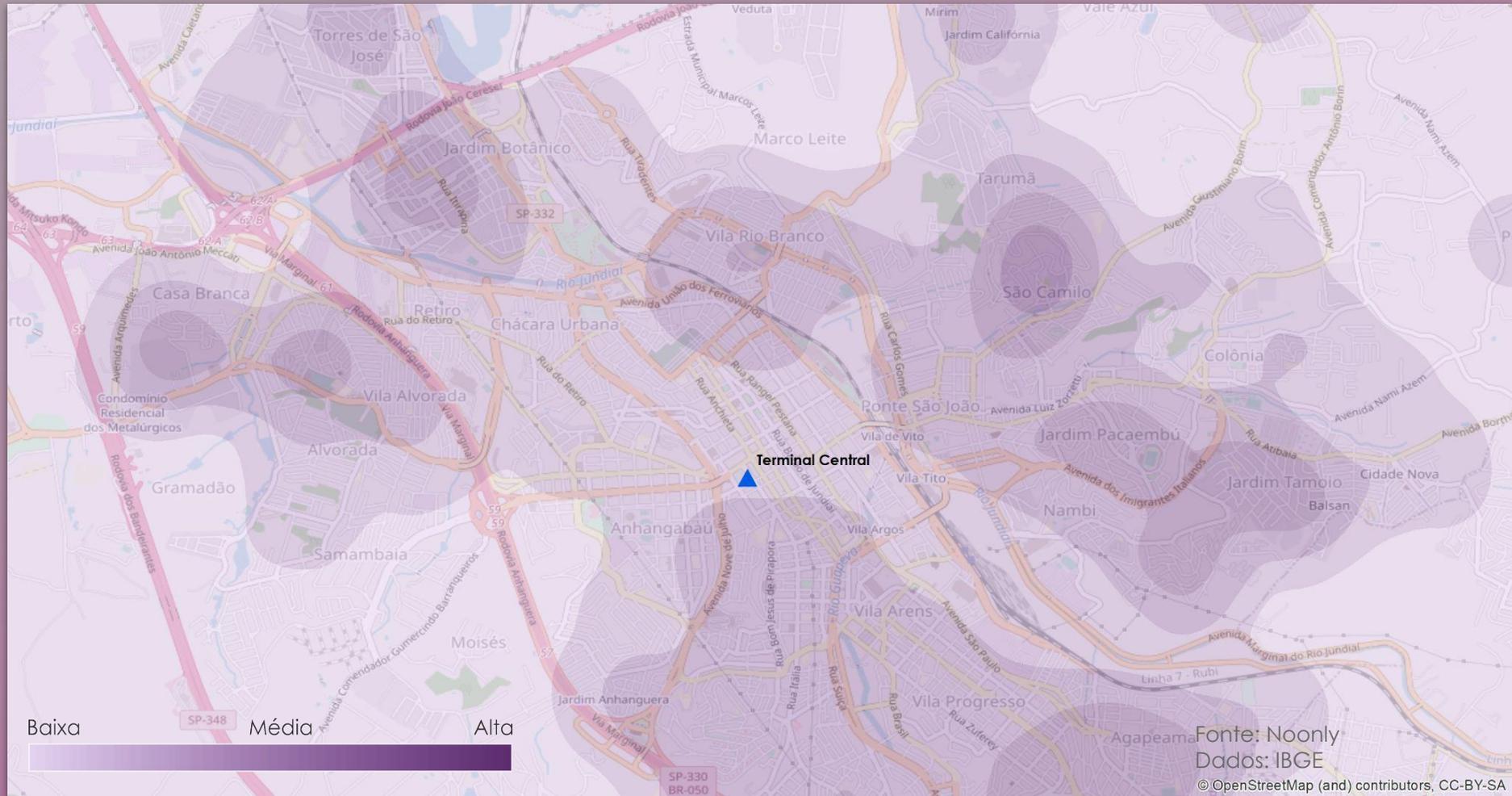
Áreas com maior potencial de consumo de calçados da classe B2



Áreas com maior potencial de consumo de calçados da classe C1



Áreas com maior potencial de consumo de calçados da classe C2



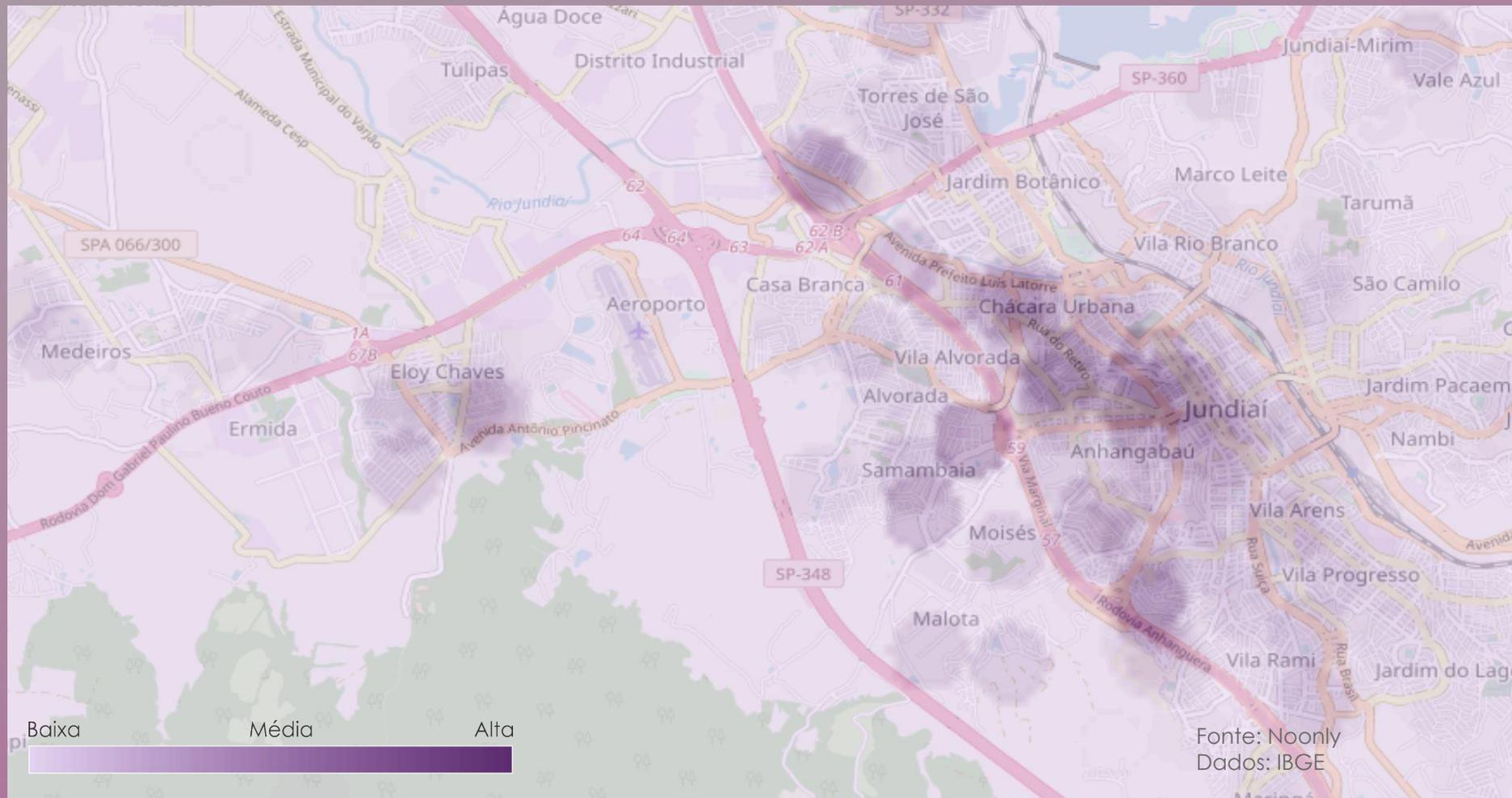


Potencial de consumo com alimentação em casa

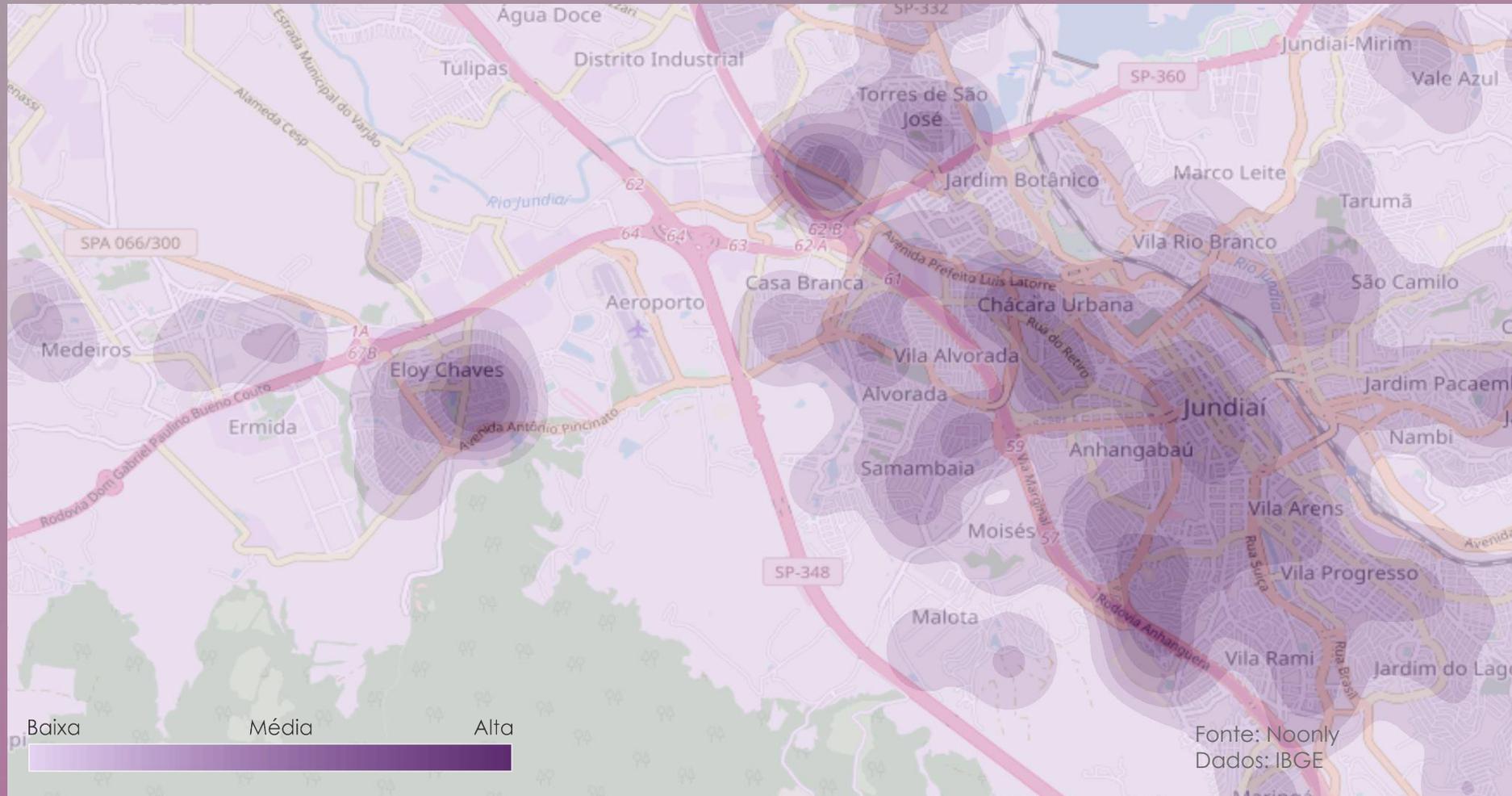
Refere-se aos gastos com alimentação dentro do domicílio, compreendendo alimentos frescos, industrializados e preparados.

Nos mapas de potencial de consumo de alimentação no domicílio a seguir, a lógica de interpretação é: As regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado, quanto mais clara for a cor, menor a concentração.

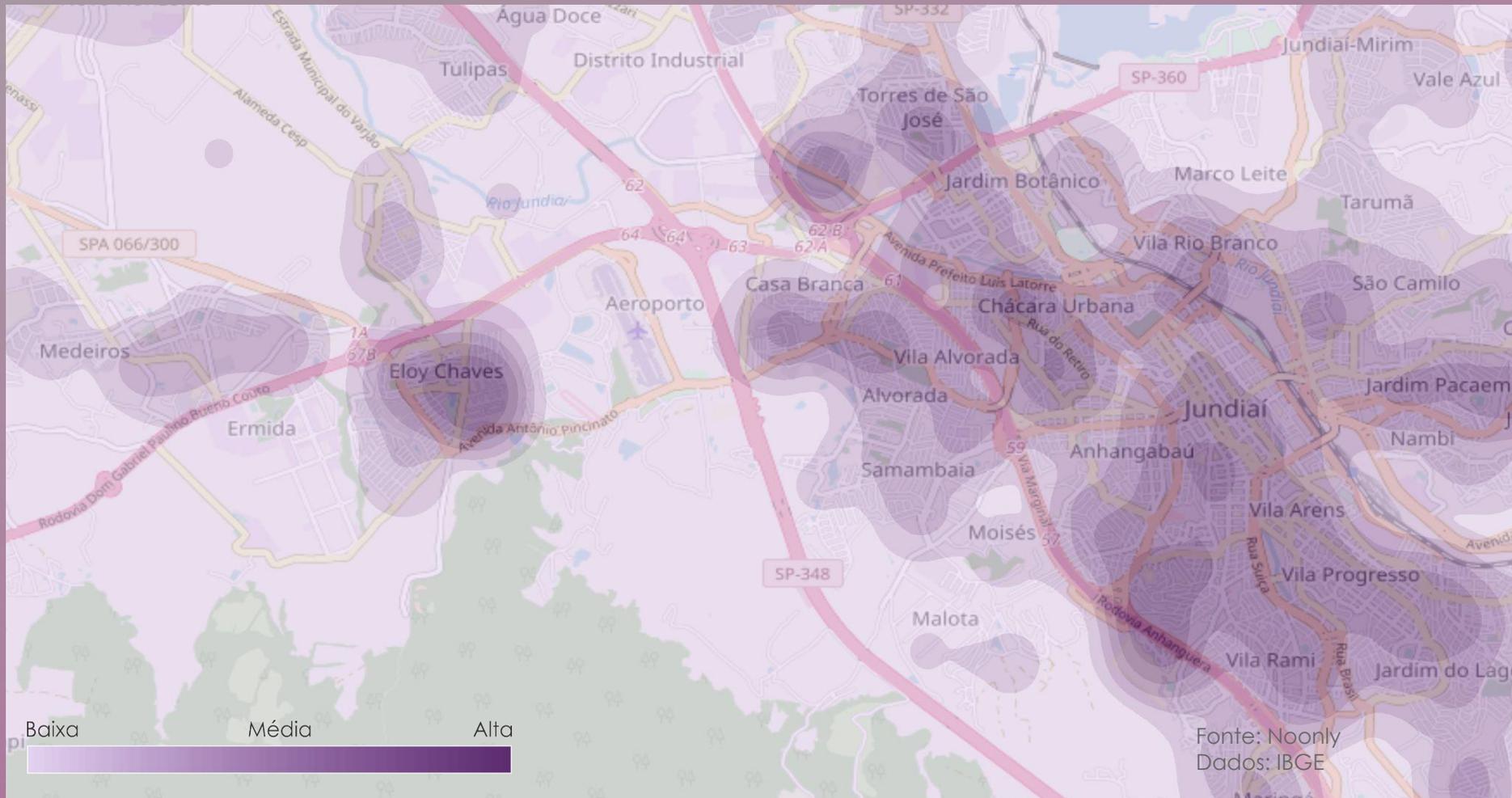
Áreas com maior potencial de consumo de alimentação no domicílio da classe A



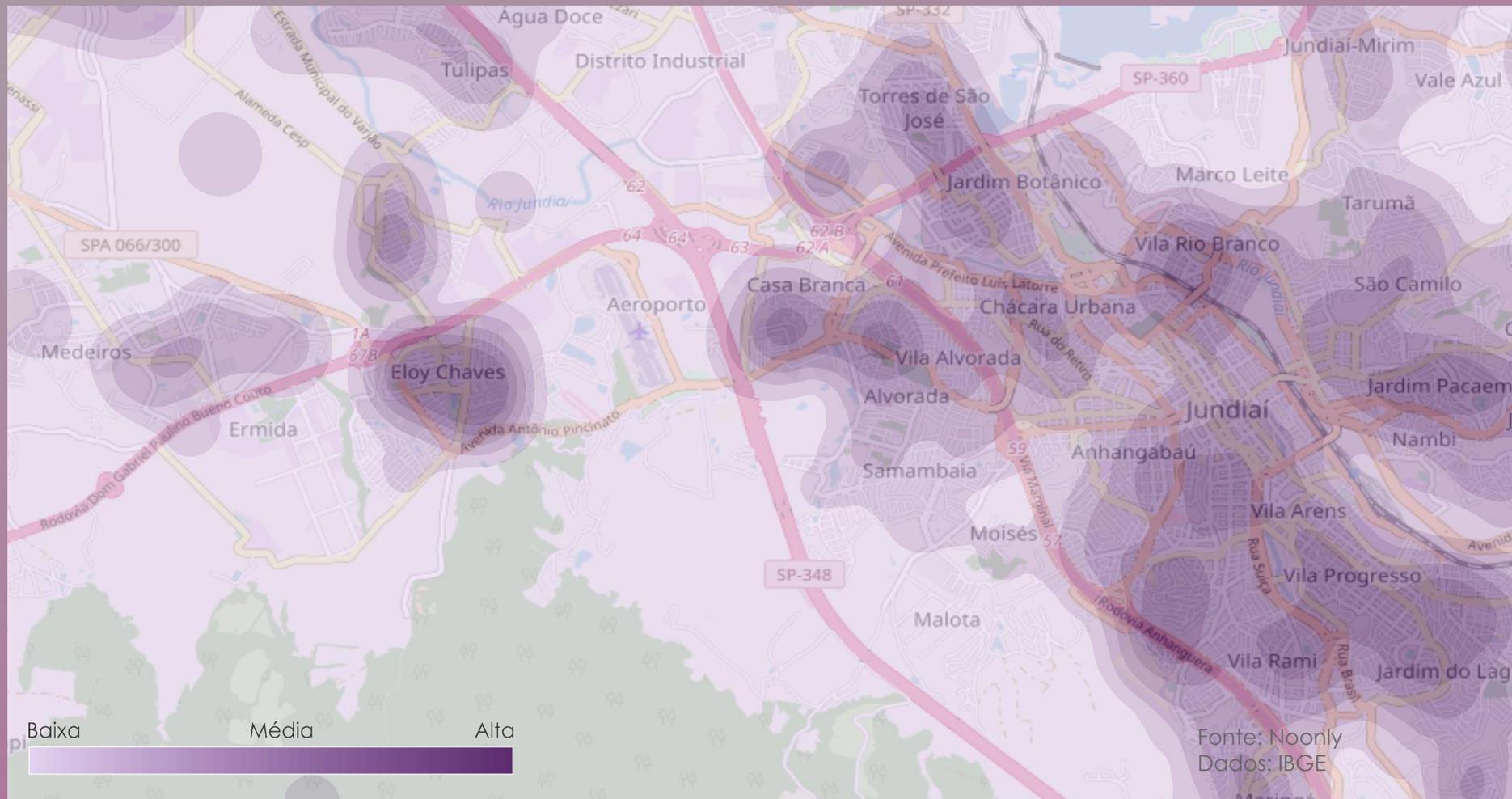
Áreas com maior potencial de consumo de alimentação no domicílio da classe B1



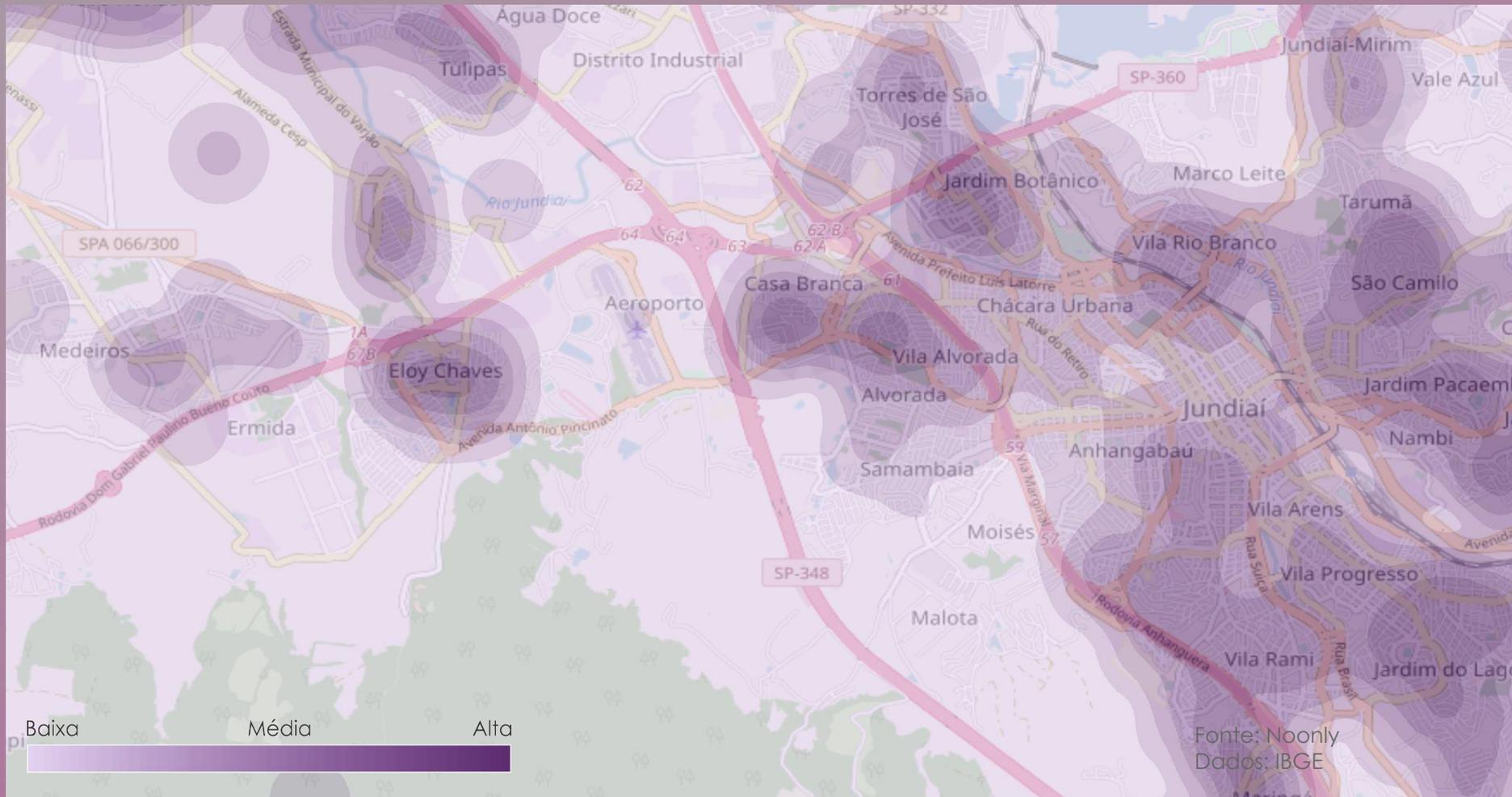
Áreas com maior potencial de consumo de alimentação no domicílio da classe B2



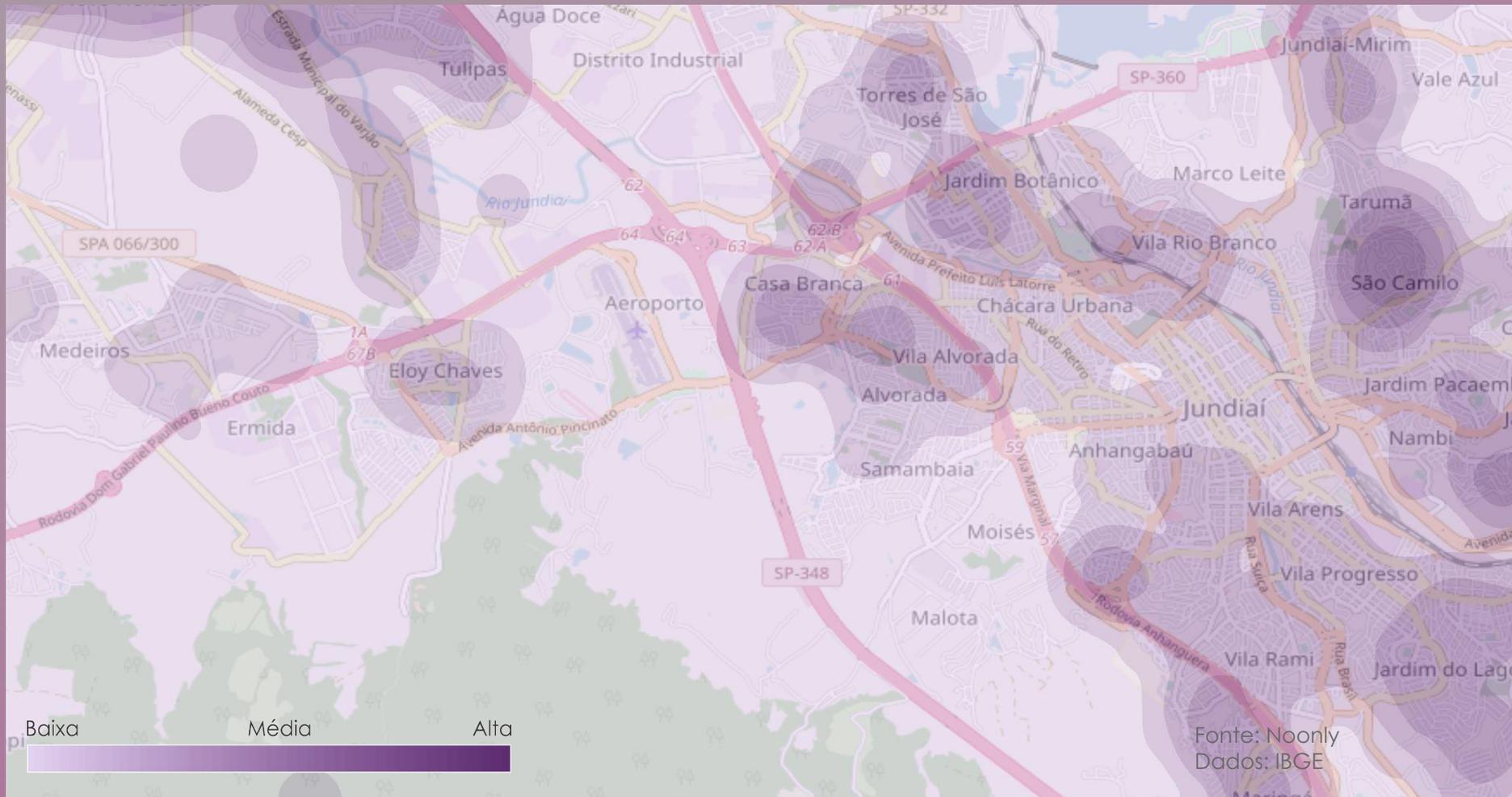
Áreas com maior potencial de consumo de alimentação no domicílio da classe C1

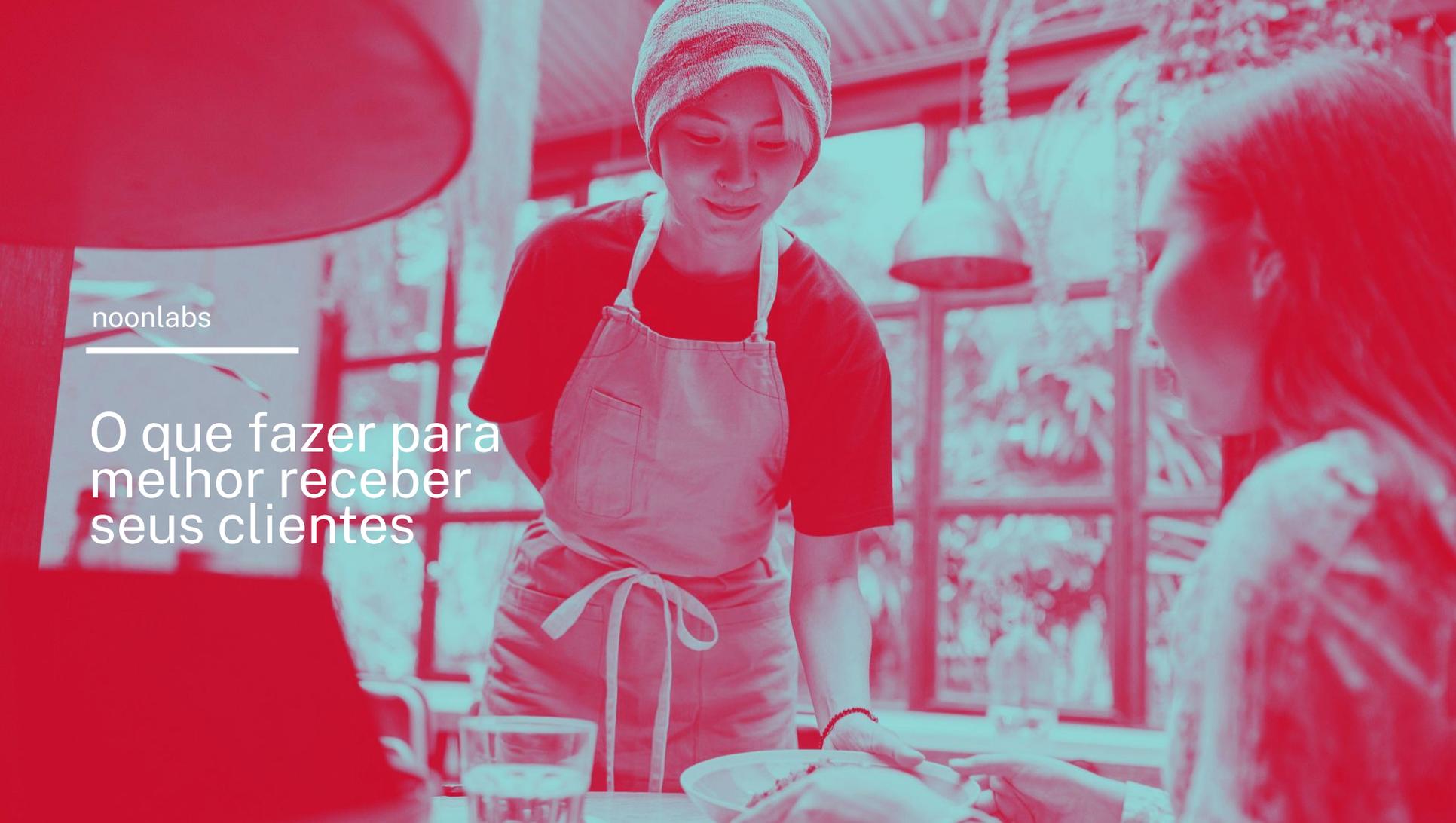


Áreas com maior potencial de consumo de alimentação no domicílio da classe C2



Áreas com maior potencial de consumo de alimentação no domicílio da classe D/E



A photograph of a woman in a headscarf and apron serving a customer in a restaurant. The image is overlaid with a red tint. The woman is standing and looking down at a plate of food on the table. The customer is sitting at the table, looking up at the server. The background shows a restaurant interior with windows and hanging plants.

noonlabs

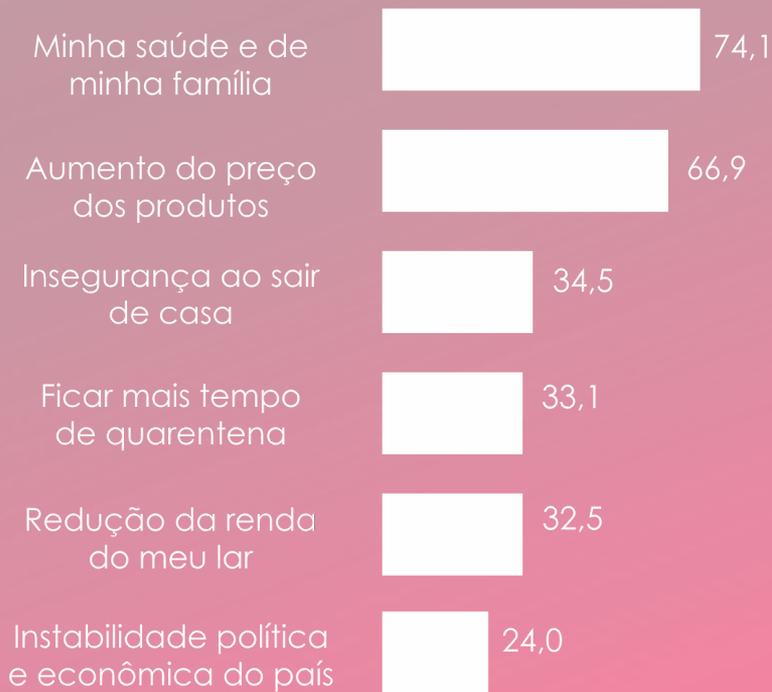
O que fazer para
melhor receber
seus clientes

Vamos olhar um pouco para as maiores preocupações dos consumidores. Assim podemos prover algumas soluções que os deixem mais confortáveis em sua jornada de compra.

Minha saúde e de minha família: preparem a loja seguindo todas as medidas de segurança. Evitem aglomerações internas, usem máscara, se possível meçam a temperatura, disponibilizem álcool em gel. O descuidado poderá afastar consumidores preocupados com sua saúde.

Aumento do preço dos produtos: sentido principalmente na categoria de alimentos, mas acaba impactando o poder de compra total. O pagamento facilitado pode incentivar o consumo, não apenas com o parcelamento, mas com a nova modalidade de pagamento Pix. Uma vantagem do Dia dos Pais é que está muito próximo do dia de pagamento, isso tende a estimular as vendas.

Quais são suas principais preocupações



Fonte: NielsenIQ



Insegurança ao sair de casa: ter os dados da sua loja atualizados online ajudam o consumidor a se preparar para a compra planejada. Não é mandatório ter site ou e-commerce (apesar de bastante recomendado), mas o consumidor conseguir te localizar no Google, ver seu endereço e horário de funcionamento, garante que ele tenha certeza que a loja estará aberta quando ele for até você. E isso ainda ajuda a reduzir a insegurança de sair de casa para encontrar uma loja fechada. Se o concorrente indica claramente que está funcionando, e sua loja talvez, o consumidor mudará de rumo.

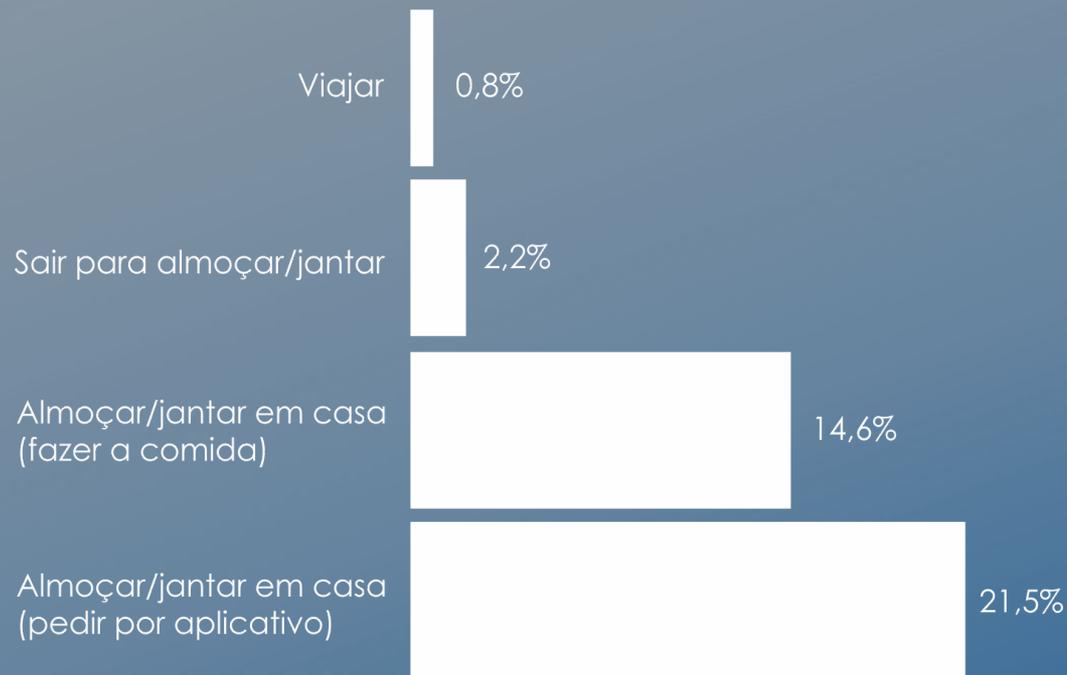
Ter presença digital ajuda na memorabilidade de sua marca e a levar o consumidor para a loja física.

noonlabs

Como as pessoas
pretendem
comemorar



Como pretendem comemorar



Além disso, buscamos saber sobre como as pessoas que pretendiam comemorar a data. A maioria das pessoas declararam que iriam jantar em casa, pedindo comida por aplicativo ou então elas mesmas fariam a comida. O que leva a crer que o mercado de restaurantes estará mais aquecido nesse dia para vendas por aplicativo. O segmento de mercados e supermercados pode notar um aquecimento na venda de produtos mais diferenciados daquelas famílias que pretendem fazer um almoço/jantar, ou até mesmo um churrasco em comemoração ao Dia dos Pais. Dessa forma, cabe aos proprietários de restaurantes e mercados se prepararem para o aumento de demanda.



noonlabs

Produtos de destaque

Dia dos Pais



Considerando o momento da economia, pandemia, isolamento social caindo, preocupações dos consumidores, alguns produtos podem se destacar nas vendas dos dias que antecedem o Dia dos pais.

- **Roupas e Calçados:** Sempre visto como uma opção em datas comemorativas, no dia dos pais promete estar com o maior destaque, até pela abertura de alguns estabelecimentos, pessoas estarão mais interessadas em estar bonitas para voltar a sair. Essas categorias foram citadas por **38,9% e 27,4% calçados** dos entrevistados respectivamente.
- **Eletrônicos:** Apesar de ter um destaque menor, produtos eletrônicos ainda apareceram entre **5,4%** dos entrevistados. Portanto, eletrônicos de menor valor, como celulares, fones de ouvido, smart watches e etc., devem ter maior procura. Cabe lembrar a importância na facilidade de pagamento nesses casos.



- **Alimentação em casa:** Ao contrário do dia dos namorados, aparentemente o programa de comer fora de casa não terá grande destaque nesse dia dos pais, porém, com um alto número de pessoas declarando que irão fazer um almoço/janta comemorativa em casa, o setor de mercados pode constatar um aquecimento na venda de vinhos, cervejas, carnes e outros itens “não essenciais” alimentícios para aquelas famílias que buscam fazer uma refeição diferenciada mesmo que em suas residências .



(11) 3308 4300

imprensa@acejundiai.com.br

noonly

ciência de dados e inteligência geográfica

Grupo Conexão Farma/GeoMeridium

www.noonly.com.br / www.conexaofarma.com.br

samuel.andrade@noonly.com.br

ivan.basotti@noonly.com.br

gustavo@noonly.com.br

fernando@noonly.com.br