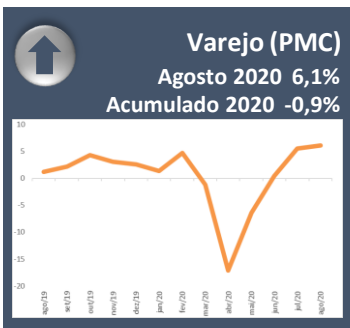
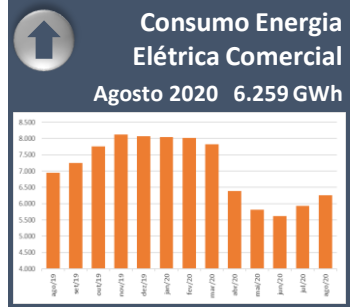
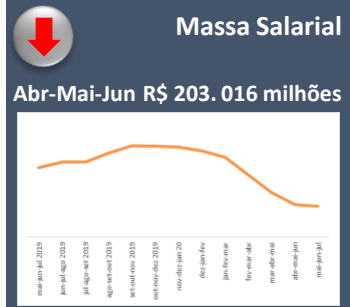
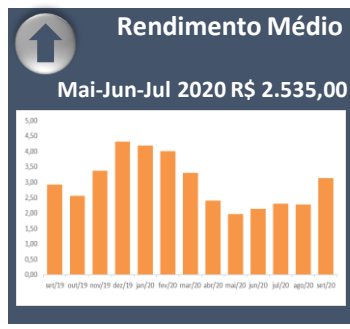
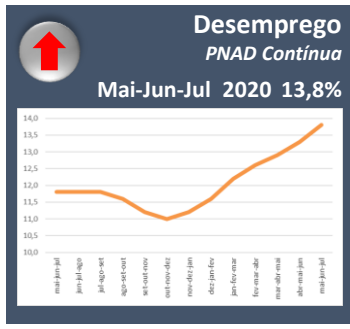
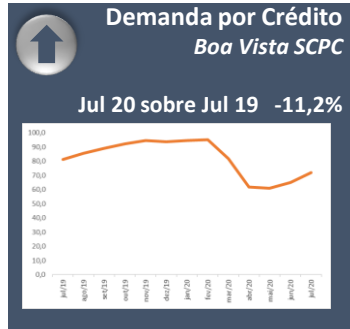


## Dashboard



## Vale a pena observar

A Fundação Getúlio Vargas em parceria com o Instituto KOF de Zurique, desenvolvem dois indicadores que avaliam a saúde econômica Global: o Barômetro Coincidente e o Antecedente da Economia Global e que vêm subindo desde Maio. O primeiro subiu 4,5 pontos em Setembro ante Agosto atingindo 85,0 pontos. O segundo subiu para 115,9 pontos, significando uma subida de 5,7 pontos no mesmo período. Estes números consolidam, no âmbito global, a retomada da atividade econômica. O Barômetro Coincidente avalia a situação atual da economia no mundo, enquanto que o Antecedente, antecipa entre 3 e 6 meses os ciclos econômicos.

## Ambiente Econômico

### Intenção de Consumo das Famílias

A CNC – Confederação Nacional do Comércio – realiza mensalmente diversas pesquisas e dentre elas a que procura medir a sensação das famílias em relação ao consumo de forma geral. Esta pesquisa é bastante ampla, cobrindo todas as regiões do Brasil e apoiada nas resposta de cerca de 18 mil questionários.

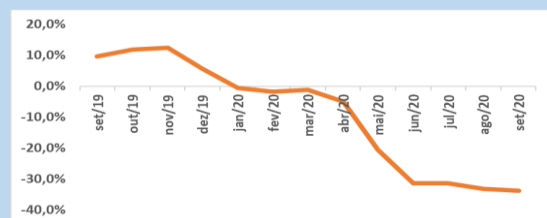
O estrago causado pela pandemia é esperado e evidente quando se analisa o que aconteceu desde o início do ano ou então de um ano para cá. O índice que mede a intenção de consumo das famílias, cujo nível satisfatório é considerado como o nível 100, estava em Setembro de 2019 em 92,5% e agora no mesmo mês de 2020 atingiu 67,6%. É importante ressaltar que este índice não supera a marca de 100 pontos desde Abril de 2015, ou seja, há mais de 5 anos.

É perceptível a constatação de que as famílias de renda mais baixa sofreram mais neste período. Agora em Setembro para famílias com renda acima de 10 salários mínimos, o índice ficou em 77,1 e para famílias com renda abaixo deste limite, foi de 65,8.

Da mesma forma segundo a região existem variações significativas ao longo do período de um ano com o Sul e o Sudeste apresentando índices melhores do que as demais regiões.

Região	Varição em 1 ano
Norte	-27,8%
Nordeste	-30,0%
Centro-Oeste	-31,4%
Sudeste	-24,4%
Sul	-25,2%
Brasil	-26,9%

A pesquisa também busca compreender qual a expectativa de consumo para os 3 meses subsequentes e o gráfico abaixo mostra a variação do índice do mês em relação ao mesmo mês do ano anterior. É possível verificar que as famílias, mesmo considerando alguma recuperação do varejo ainda se mostram seguras em relação aos seus gastos e tudo isto devido a alguma incerteza em relação ao emprego, tema também tratado pela pesquisa.



O lado positivo é que, depois de 5 quedas consecutivas em praticamente todos os indicadores avaliados mostraram recuperação positiva em relação ao mês de Agosto. Bom sinal para o consumo, bom sinal para o varejo. O cuidado com o dinheiro deve continuar, mas as famílias já se mostram mais propensas a gastar. Caberá às empresas capturar exatamente a melhor forma de convencer o consumidor, oferecendo as condições adequadas. A compreensão da insegurança do consumidor parece ser a chave mais adequada para este convencimento e aproximação. No caso de bens duráveis a tática também passa pela oferta de crédito. Um desafio interessante para o varejo.

## Destaques do Mês

### Previsão Itaú (02/10/2020)

O Mundo deve ter o PIB encolhido em 3,4% e o Brasil mais ainda com perda de 4,5%.

Taxa SELIC chegando a 2,00% a.a. e o Dólar a R\$ 5,25.

### Banco Central – Boletim Focus (19/10/2020)

As previsões para o Brasil se mantêm em relação a Setembro com o país com PIB negativo de 5,05%.

A inflação sobe e chega a 1,99% e a Taxa SELIC permanece em 2,00% no final de 2020.

### Previsão Bradesco (01/10/2020)

O PIB Brasileiro deve cair 4,5% em 2020, com os serviços puxando esta queda com 5,0%.

As vendas no varejo devem cair 4,5% no final do ano e a taxa de desemprego deve atingir 13,9%.

A inflação fica em 2,41% e o dólar atinge R\$ 5,14.

## Decifrando decisões

Nosso espaço por aqui é pequeno, mas gostaria, antes de mais nada, deixar uma recomendação interessante para aqueles que, gostam de avaliar e estudar o comportamento de consumo. Visitem a página do Think with Google ([thinkwithgoogle.com](http://thinkwithgoogle.com)) e se percam no meio de tanta informação, artigos e ferramentas que versam, especialmente, sobre consumo e marketing.

No último mês de Agosto, o Google divulgou um estudo chamado Decifrando Decisões elaborado pela sua equipe de Insights de Consumo, sediada no Reino Unido. Nesse estudo alguns temas são discutidos com profundidade e sempre com base no mar de dados armazenados e trabalhados pelo Google, quando lá escrevemos uma palavra sobre a qual buscamos informação.

A primeira constatação do estudo é que a jornada do consumidor pode não ser exatamente aquele diagrama sequencial desenvolvido e formatado pela Universidade de Stanford e que tanto nos auxilia no entendimento deste percurso. A jornada na realidade é algo realmente confuso e bagunçado.

Procurando orientar o estudo o Google buscou apoio da The Behavioural Architects, uma agência especializada em ciência comportamental.

O modelo desenvolvido chegou à figura abaixo e pode-se dizer que entre o gatilho e a compra, existem duas atividades realizadas pelos consumidores, sendo a primeira a Exploração, que é um atividade expansiva e a Avaliação que é uma atividade redutiva. Estas atividades de Exploração e Avaliação são realizadas inúmeras vezes, tanto online quanto offline, repetindo-se este ciclo até que uma decisão ou não de Compra é tomada.

Paralelamente, o estudo aponta ainda, dentre inúmeros constatados, 6 vieses que influenciam definitivamente a decisão de compra, sendo eles: análises heurísticas (descrições curtas de especificações-chave dos produtos), O Poder do Agora (quanto mais se espera pelo produto mais fraca é a resposta), Confirmação Social (base em reviews), Viés de Escassez (quanto menor o estoque, mas atraente o produto fica), Viés da Autoridade (convencimento por um especialista ou autoridade) e O Poder do Gratuito (um presente junto com uma compra pode ser grande motivador).

O estudo ainda dá dicas sobre como o marketing pode se utilizar do conhecimento da jornada e de seus influenciadores, tais como os vieses e assim tornar o produto ou a loja mais atraente para o consumidor.

Enfim, fica a recomendação de conhecer especificamente este estudo, mas também identificar todo o material disponibilizado pelo Google. Afinal de contas se somos nós mesmos que ajudamos a alimentar esta imensa massa de dados, nada melhor do que utilizarmos os resultados.

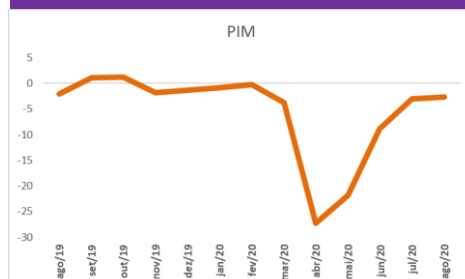


## Indústria

### Pesquisa Industrial Mensal – Produção Física - IBGE

Em Agosto 2020, a Indústria encolheu 2,7% em comparação com Agosto de 2019. Foi a décima queda consecutiva porém melhorando ao longo dos últimos meses.

Os avanços positivos ficaram por conta de veículos automotores, reboques e carrocerias com 19,2%. Vale ressaltar que este setor ainda está 22,4% abaixo do patamar de Fevereiro de 2020.



## Serviços

### Pesquisa Mensal de Serviços - IBGE

Com queda de 10,0% em Agosto de 2020 frente ao gosto de 2019 acumulando a sexta taxa negativa consecutiva e a maior desde 2011. A taxa no ano de 2020 é de -5,3% até Agosto.

Em Agosto de 2020, o volume de serviços no Brasil mostrou expansão de 2,9% frente ao mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais.

