
Pesquisa de Intenção de Compras de Dia dos Pais 2016

Resultados Consolidados do MS



Julho de 2016

FECOMERCIO/MS

Diretoria Executiva

Diretor Presidente

Edison Ferreira de Araújo

1º Vice Presidente

José Alcides dos Santos

2º Vice Presidente

Adeilton Feliciano do Prado

Diretor 1º Secretário

Denire Carvalho

Diretor 2º Secretário

Fabiano José Lopes

Diretor 1º Tesoureiro

Sebastião José da Silva

Diretor 2º Tesoureiro

Valter Mario Silva Castro

INSTITUTO FECOMÉRCIO

Presidente do IF.

Edison Ferreira de Araújo.

Diretor Superintendente do IF.

Cristiane Marques Barbosa

BASES SINDICAIS

Sindicato do Comércio Varejista de
Gêneros Alimentícios de Campo Grande

Sindicato do Comércio Varejista de
Materiais de Construção de Campo
Grande

Sindicato dos Despachantes no Estado de
Mato Grosso do Sul

Sindicato dos Representantes Comerciais
Autônomos e Empresas de Repres. MS

Sindicato do Comércio Varejista de
Aquidauana

Sindicato do Comércio Varejista de Campo
Grande

Sindicato do Comércio Varejista de
Corumbá

Sindicato do Comércio Varejista de Três
Lagoas

Sindicato do Comércio Atacadista e
Varejista de Dourados.

Sindicato dos Revendedores de Veículos
Automotores de Campo Grande –
SINDIVEL/CG

Sindicato do Comércio Varejista de Ponta
Porã

Sindicato do Comércio Varejista de
Amambai

Sindicato dos Comerciantes de Aparecida
do Taboado

Sindicato do Comércio Varejista de Naviraí

Sindicato do Comércio Varejista de
Paranaíba

Sindicato dos Varejistas de Produtos
Farmacêuticos MS

Sindicato dos Centros de Formação de
Condutores de Mato Grosso do Sul – Auto
Escolas – SINDCFC-MS

Sindicato dos Empregadores no Comércio
de Nova Andradina

Sindicato dos Proprietários de Salões de
Barbeiros, Cabeleireiros e Instituto de
Beleza para Senhoras e Similares

Sindicato das Empresas de Asseio e
Conservação de Mato Grosso do Sul

ORGANIZAÇÕES CONVENIADAS

IPF-MS

SEBRAE-MS

COORDENAÇÃO DA PESQUISA

Anderson Assis Costa – IPF-MS

Rodrigo Maia Marcelo Pirani – SEBRAE-MS

Leandro Buainain Lins – Ótima Consultoria

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DA PESQUISA

Objetivos:	Levantar junto aos habitantes da cidade a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo durante o Dia dos Pais de 2016.
Local:	Todos os municípios, Mato Grosso do Sul
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra.
População:	População economicamente ativa (vide tabela abaixo).
Coleta de Dados:	Entrevista numa amostra especificada na tabela abaixo, empregando um questionário estruturado, com perguntas fechadas e abertas, aplicado nas principais áreas de circulação de pessoas. Pesquisa transversal, descritiva, não probabilística, com nível de confiança de 95%.
Coordenação:	Anderson Assis Costa – IPF-MS Rodrigo Maia Marcelo Pirani – SEBRAE-MS Leandro Buainain Lins – Ótima Consultoria
Equipe de apoio	Yara de Jesus Martins. Anderson Assis. Renata dos Santos Silva.

Tabela de Amostragem da Pesquisa

Cidade	PEA aproximada	Erro (%)	Amostra
Aparecida do Taboado	12.000	8,5	100
Aquidauana/Anastácio	20.000	4,8	200
Campo Grande	400.000	4,3	400
Chapadão do Sul	11.000	8,7	100
Corumbá/Ladário	42.000	4,2	200
Dourados	98.000	4,1	200
Naviraí	22.000	4,2	200
Nova Andradina	23.000	6,8	200
Ponta Porã	40.500	6,7	100
São Gabriel do Oeste	11.000	8,2	100
Três Lagoas	65.000	4,5	200
Mato Grosso do Sul	1.258.710	2,19	2000

Legenda: PEA – População Economicamente Ativa, Censo 2010 IBGE.

Introdução

A expectativa de vendas sempre aumenta quando se aproximam as datas comemorativas, por isso é importante que o empresário saiba quais são as expectativas dos clientes.

Portanto, a Fecomércio-MS, junto ao SEBRAE-MS e IPF-MS realizam sistematicamente essa pesquisa com o intuito de identificar o perfil deste consumidor para o ano de 2016.

A novidade é uma avaliação mais aprofundada do perfil do consumidor e a pesquisa passa a ser 100% espontânea com o público-alvo. A partir do qual se identificou o percentual da população que está disposto ou não a presentear e quem está em dúvida.

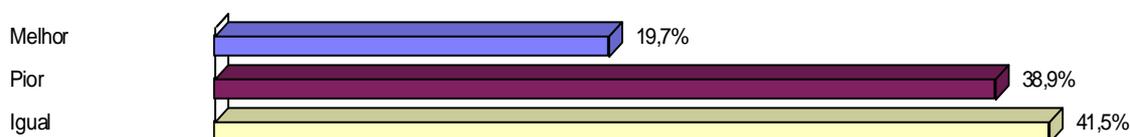
Outra novidade é a expectativa de gastos com comemoração da data para as confraternizações em casa de familiares, próprias, restaurantes e viagens. Essa medição serve para auxiliar na tomada de decisões, como em mercados, padarias, rotisseries, churrasarias e restaurantes.

Logo esta pesquisa orienta o comerciante para esta data, disponibilizando a ele informações, que lhe permita conhecer melhor seu cliente em potencial e as tendências de consumo. Assim a pesquisa foi realizada em locais de fluxo significativo, para facilitar a abordagem dos respondentes.

Para tanto a amostra para o estado do Mato Grosso do Sul foi de 2000 entrevistados, em 13 cidades e a pesquisa ocorreu de 08 a 14 de julho de 2016. Foram aplicadas 24 questões, sendo 5 abertas e 19 fechadas (respostas múltiplas e únicas).

Situação Financeira

Quanto à situação financeira comparada ao ano passado, 41,5% da população acredita estar igual, 38,9%, julgam que está pior e 19,7% diz estar melhor.



Intenção de Compra

Ao entrevistar a população economicamente ativa do estado, foi verificado que 51% da população está disposta a ir às compras e 45,2% não possuem expectativa de presentear, enquanto 3,8% ainda está indecisa.



O valor médio gasto por pessoa com presentes de dia dos pais no Mato Grosso do Sul foi estimado em R\$ 117,59 e a média de presentes a serem comprados será de 1,2 presentes por potencial cliente.

O comércio com presentes de dia dos pais deve movimentar um montante superior a 93 milhões de reais.

A população que deve presentear este ano é 27 pontos percentuais inferior à do ano passado (78% da População Economicamente Ativa), ainda há uma parcela de indecisos (3,8%), que tem o potencial de injetar mais de 7 milhões de reais na economia.

Ainda em relação ao ano passado, o valor médio dos presentes está 10% menor. Acrescenta-se a isso, a expectativa de um menor percentual de dinheiro circulando no comércio de presentes para o dia dos pais. Na comparação ao mesmo período de 2015, esse percentual tenderá a ser 42% menor. .

A perda real do gasto médio, com o presente em 10%, está relacionada com a situação financeira das famílias. Isto ao considerar que 38,9% dessas famílias declararam ter uma situação financeira pior que em 2015.

Diante disso, os consumidores tendem a agir com maior cautela e com uma menor confiança para a prospecção de gastos com presentes para o dia dos pais. Logo, admite-se a possibilidade de resultados menos satisfatórios ao comércio.

Os resultados demonstraram que o maior valor médio de compra de presentes de dia dos pais, dentre os municípios pesquisados, foi observado em Corumbá/Ladário, ao auferir R\$147,79, seguido por Três Lagoas com R\$ 145,52 e por Chapadão do Sul com R\$129,63.

Pode-se observar esses valores mais detalhados, na tabela 1, em um comparativo do MS e das cidades pesquisadas em relação ao ano de 2015. Os R\$ 93 milhões se referem a multiplicação pela quantidade média de presentes, de 1,2 para o Estado de Mato Grosso do Sul.

Tabela 1 – Dados Comparativos ao ano anterior quanto ao percentual de compradores, valor total em compras e valor médio dos presentes.

Compras de Presentes de Dia dos Pais						
Cidades	2016			2015		
	% de consumidores que irão às compras	Valor Estimado em Compras (R\$ mil)	Valor Médio do Presente (R\$)	% de consumidores que irão às compras	Valor Estimado Compras (R\$ mil)	Valor Médio do Presente (R\$)
Aparecida do Taboado	82	828	84	76	1.116	123
Aquidauana/Anastácio	48	1.168	122	88	2.382	129
Campo Grande	40,6	15.938	98	83	44.655	135
Chapadão do Sul	24	343	130	88	1.326	136
Corumbá/Ladário	62,5	3.879	148	85	3.748	105
Dourados	57,5	6.508	116	79	10.160	132
Naviraí	37,5	765	93	84	1.768	95
Nova Andradina	54	1.466	118	60	1.861	135
Ponta Porã	51	2.005	97	67	3.746	139
São Gabriel do Oeste	55	774	128	71	1.105	142
Três Lagoas	63,5	6.006	146	78	5.014	99
Mato Grosso do Sul	51	75.486	118	78	161.758	130

Obs.: Os R\$ 93 milhões citados ao longo do texto se referem à multiplicação pela quantidade média de presentes, de 1,2 para o Estado de Mato Grosso do Sul.

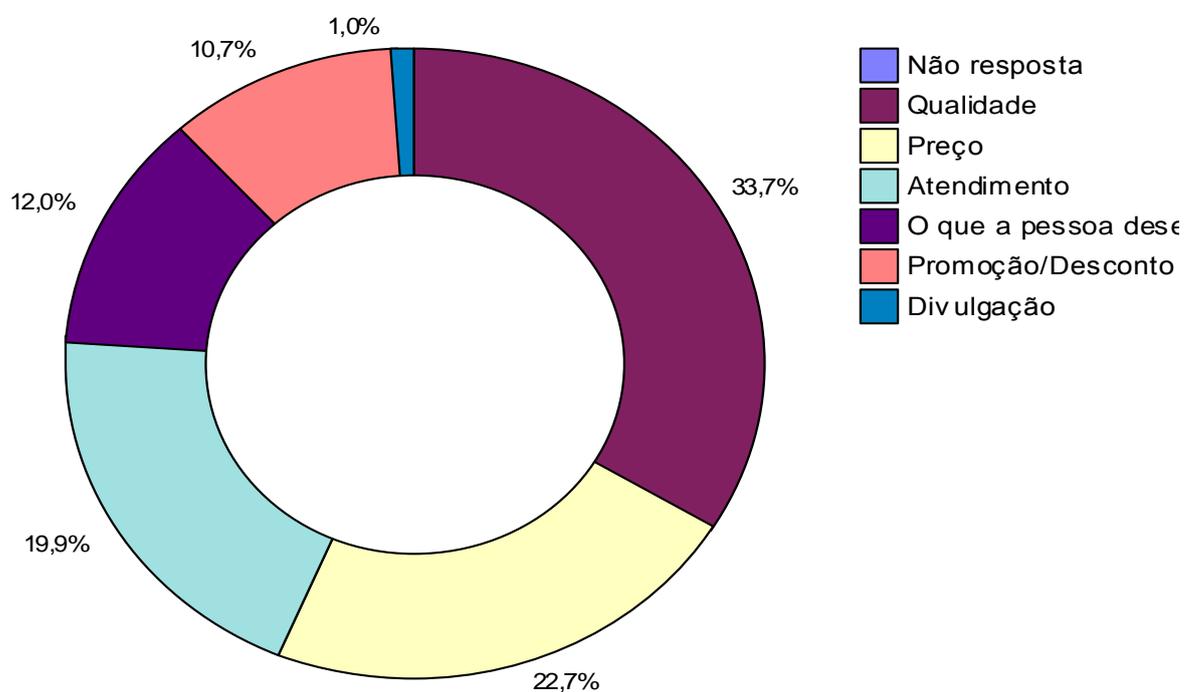
Perfil do comprador

A pesquisa revelou que 51% da população economicamente ativa devem ir às compras no Mato Grosso do Sul e o consumidor de dia dos pais deste ano é formado majoritariamente por:

- Mulheres (55,4%);
- Jovens, com idade entre 18 e 29 anos (51,8%);
- Em relação ao grau de escolaridade, esses consumidores tem em sua maioria o ensino médio completo (42,7%);
- A maioria é assalariada (50%);
- A renda da maior parte das famílias fica entre 1 a 3 salários mínimos (46,7%);
- Essas famílias são formadas em sua maioria por 3 pessoas (32,4%);
- A maioria presenteará com apenas 1 presente (78%);
- O presenteado mais citado é o pai (65,7%);
- O presente mais citado foi vestuário (43,9%), enquanto (16,8%) ainda estão indecisos com o que irão presentear.
- Os locais preferidos para compras são as lojas do centro (72,6%);
- A maioria dos consumidores (68,5%) sinalizou que irá fazer pesquisa de preços antes de tomar a decisão de compra;
- Os pagamentos deverão ser feitos em dinheiro (64,3%), e parcelado (19,4%);
- A maioria dos parcelamentos será em três vezes (39,3%).

Fatores Decisivos na Compra

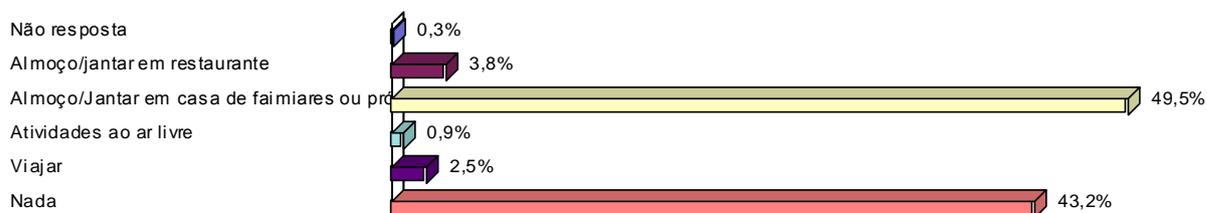
Para que o comerciante possa entender melhor o que é mais importante na decisão de compra de seu potencial cliente, os entrevistados foram questionados quanto a alguns itens. Os entrevistados poderão escolher até três fatores decisivos em suas compras.



Nesse sentido, produtos de qualidade, foram os mais destacados pelos entrevistados, 33,7% elegeram esse item como o mais importante na decisão de compra, o preço interfere em apenas 22,7% do seu potencial cliente. Assim, expor produtos de qualidade, pode ser um elemento estratégico para a conquista do cliente.

Comemoração de dia dos Pais

Muitas famílias têm como costume, confraternizar, seja a partir de atividades ao ar livre, almoçando ou jantando no dia dos pais, em suas casas, na casa de familiares ou restaurantes. Nesse sentido, foram registradas também as intenções das famílias para essa confraternização.



A pesquisa revelou que, no Mato Grosso do Sul, 56,7% da população deve comemorar o dia dos pais. Desses 56,7%, 87,4% irão a casa de familiares ou farão a comemoração em casa, 6,6% comemorarão em restaurantes, 4,3% pretendem viajar e 1,6% fazer atividades ao ar livre.

A previsão é que a comemoração de dia dos pais seja responsável por um gasto médio de R\$ 107,71 e pela movimentação total de mais R\$ 76 milhões, dentre os principais segmentos que poderão ser beneficiados estão: mercados, rotisseries, padarias e restaurantes.

Conclusão

Em função da comemoração do dia dos pais, as lojas que devem receber mais clientes são as do segmento de vestuário. A partir da pesquisa realizada, percebeu-se que a compra de presentes por cliente tenderá a ser um pouco superior a uma unidade. De modo que, as lojas do centro serão os principais pontos de compra desses consumidores. Além disso, parte significativa desses consumidores tem intenção de pagar suas compras em dinheiro.

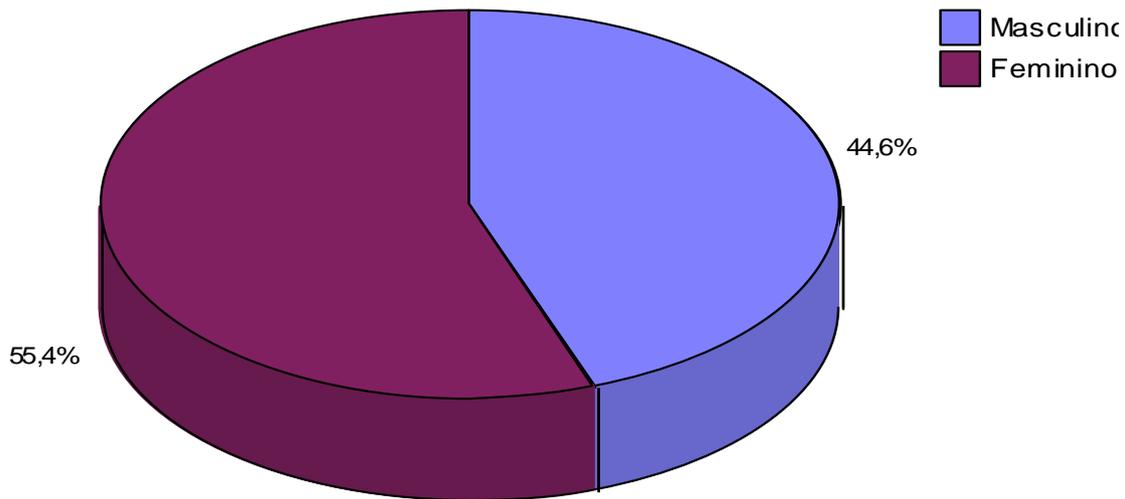
Embora o número de compras parceladas (19,4%) seja menor que aquelas em dinheiro, cabe ressaltar que essas compras vem aumentando, perante as comparações das pesquisas sazonais realizadas neste ano, também o parcelamento médio aumentou de duas para três vezes.

Ao considerar que 16,8% dos potenciais clientes ainda não sabem o que vão comprar para presentear, percebe-se que há espaço para adotar estratégias, que atraiam os consumidores, tais como, aquelas advindas de promoções, não só daquelas voltadas a preços, mas também a imagem do estabelecimento, de fidelização do cliente, a oferta de produtos de qualidade e exposição de vitrines atrativas.

Também, os segmentos de alimentação tem uma ótima oportunidade a frente, podendo oferecer serviços de entregas, massas com molho prontas, carnes, sobremesas, bebidas, dentre outros, para as confraternizações de dia das pais.

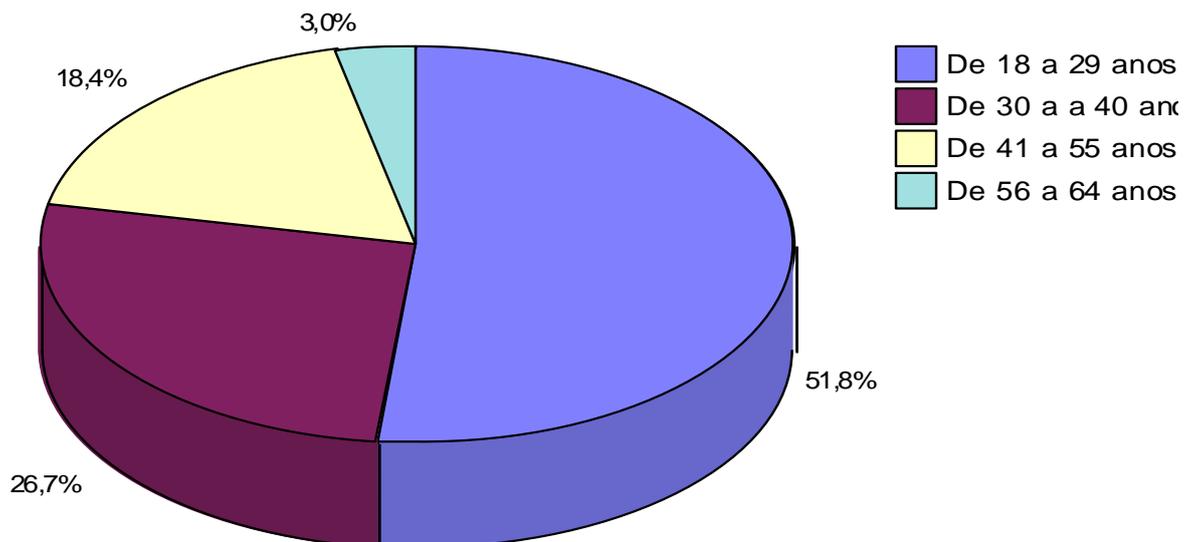
Resultados da Pesquisa

Gênero



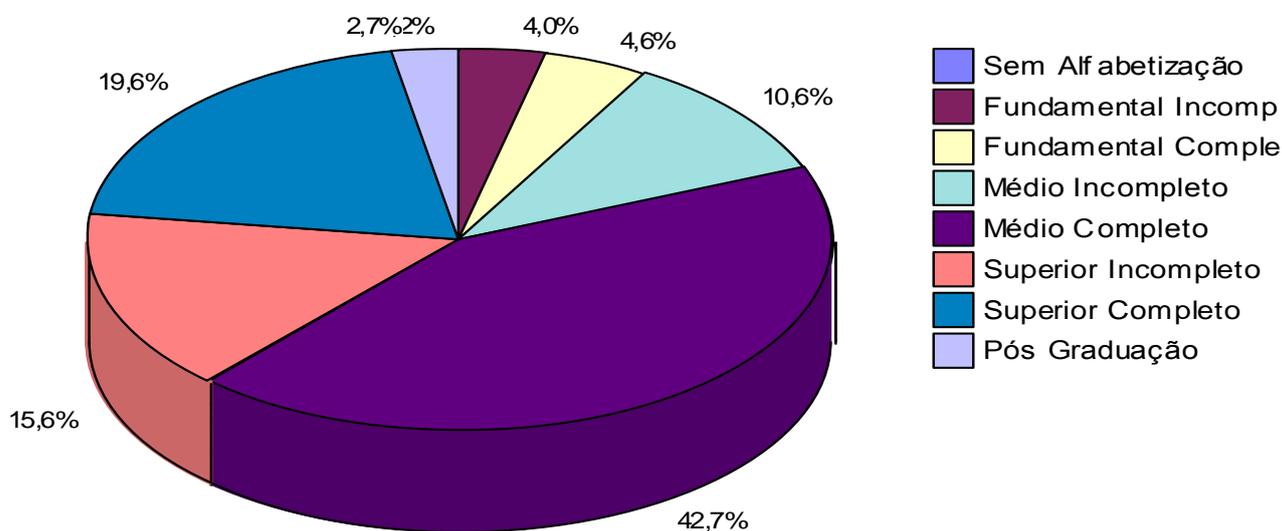
- 55,4% de quem presenteará é do sexo feminino

Idade



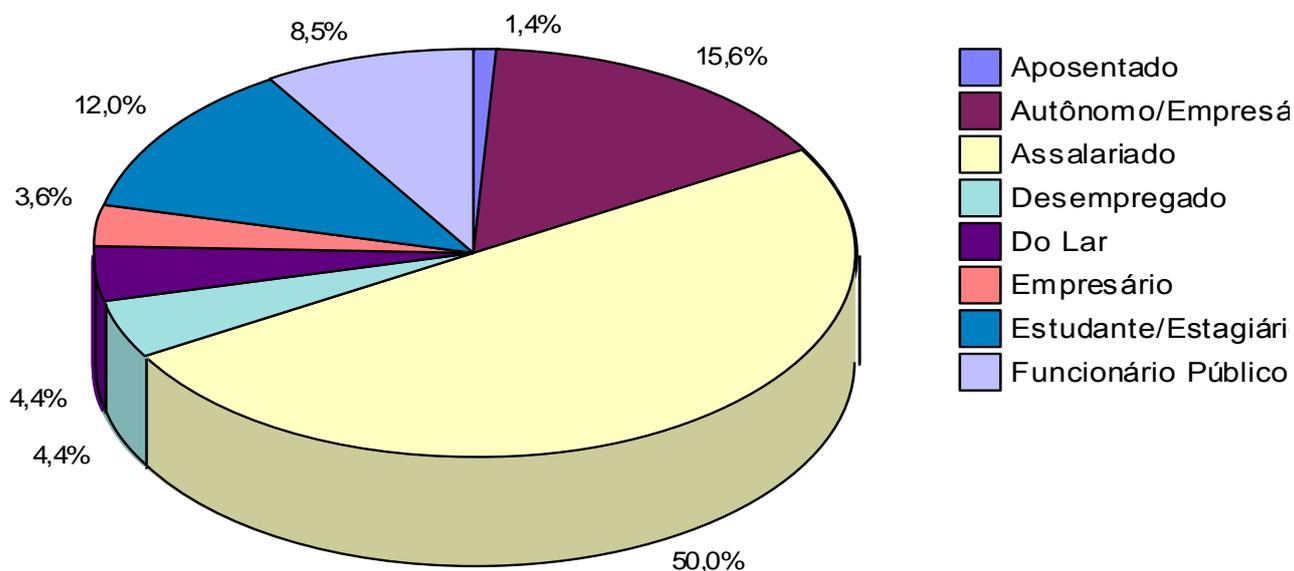
- 51,8% de quem presenteará tem entre 18 e 29 anos.

Escolaridade



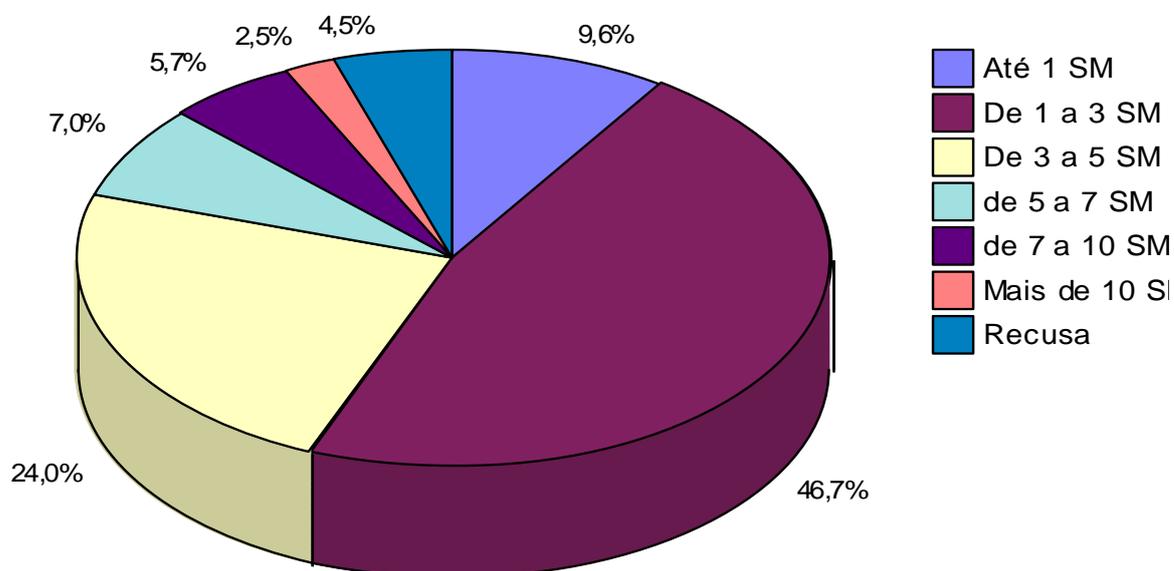
- 42,7% de quem presenteará tem o ensino médio completo.

Ocupação



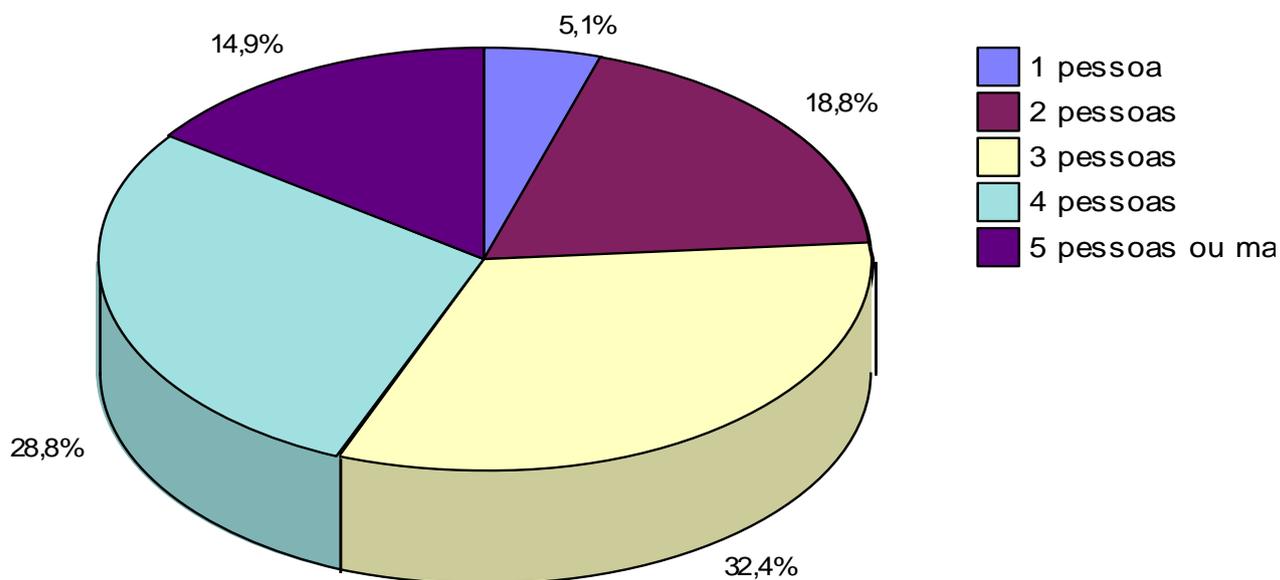
- 50% de quem comprará é assalariado.

Renda Familiar



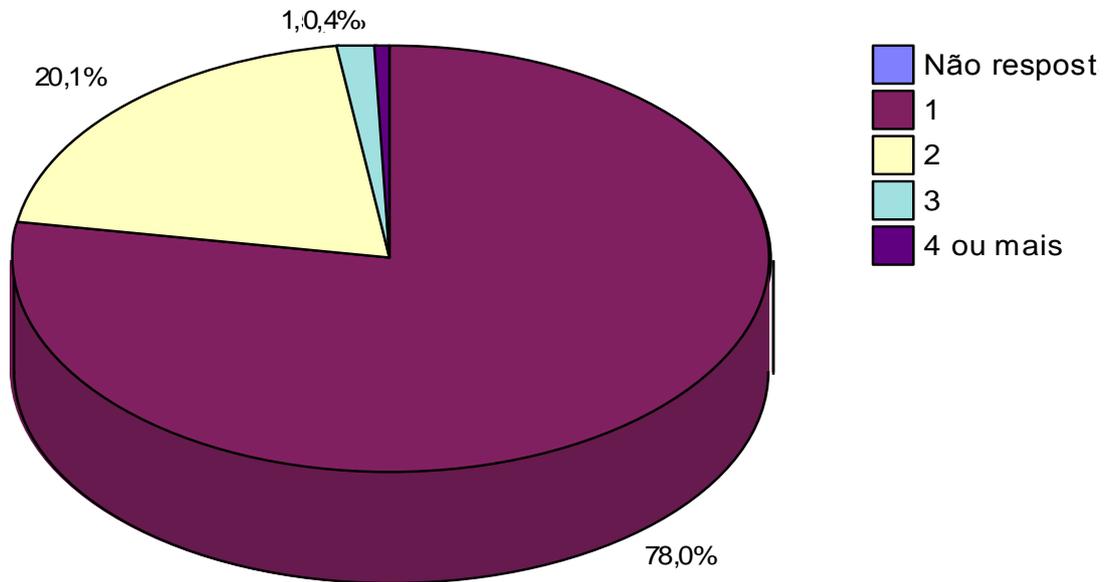
- 46,7% de quem vai comprar tem renda familiar de 1 a 3 salários mínimos.

Tamanho da Família



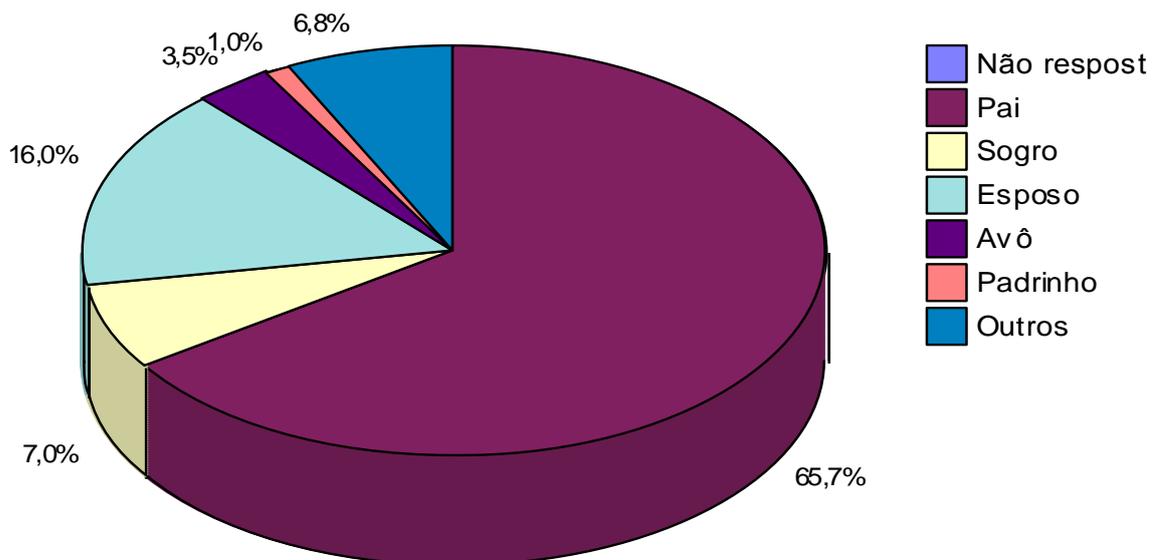
- 32,4% dos que não presentearão fazem parte de famílias de 3 pessoas.

Quantos Presentes Vai Comprar



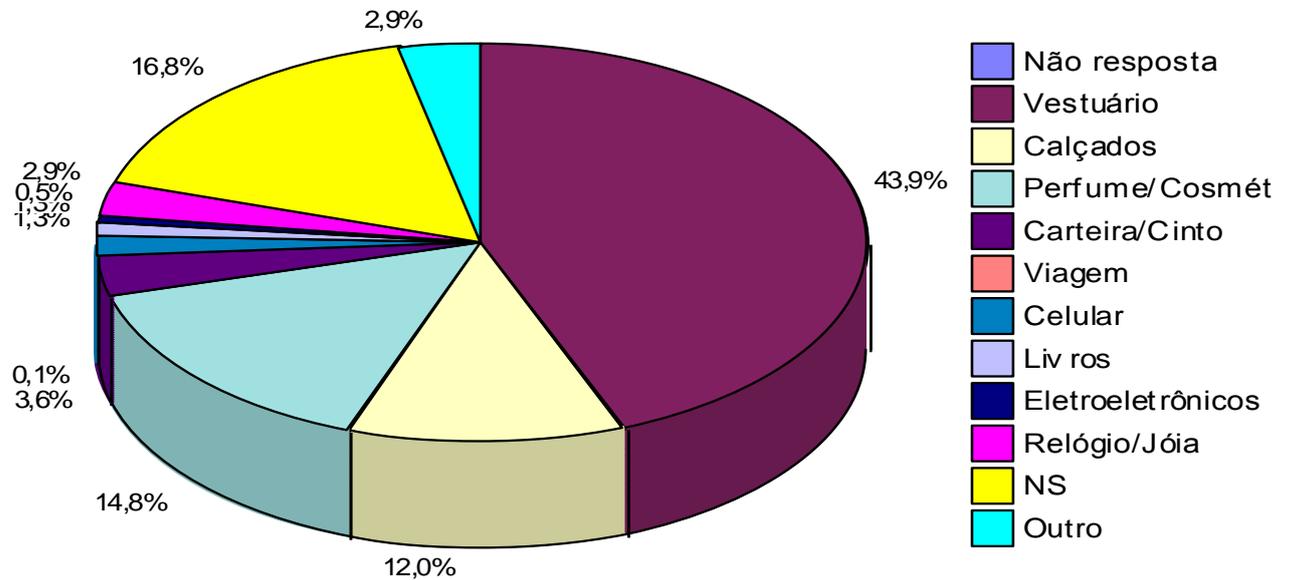
- 78% dos que irão presentear, comprarão apenas um presente.

Quem Será Presenteado



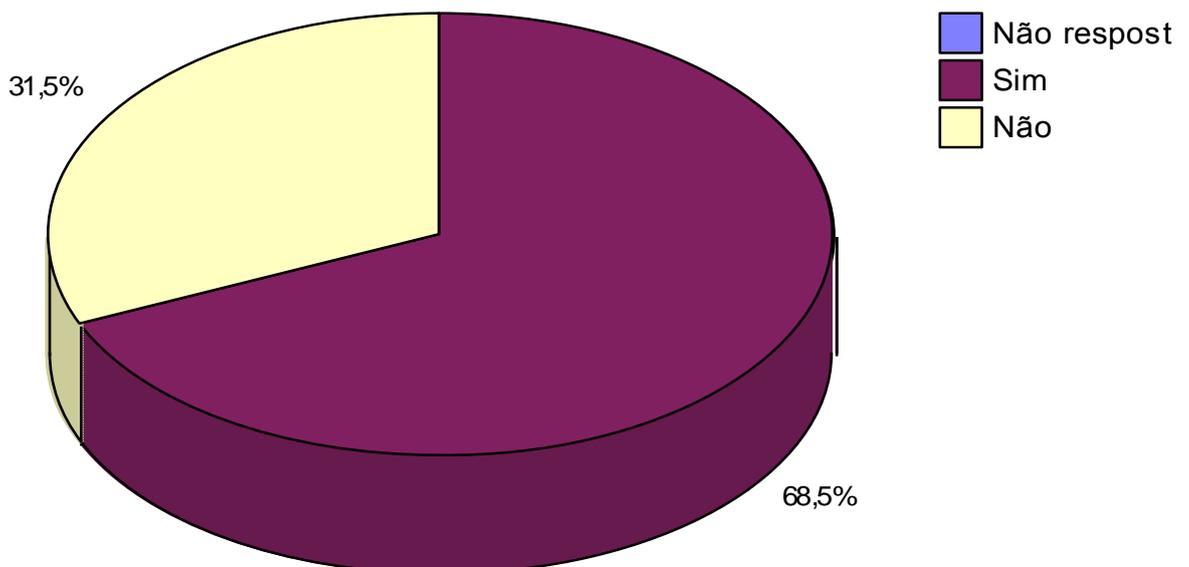
- 65,7% presentearão o pai.

Principais Presentes



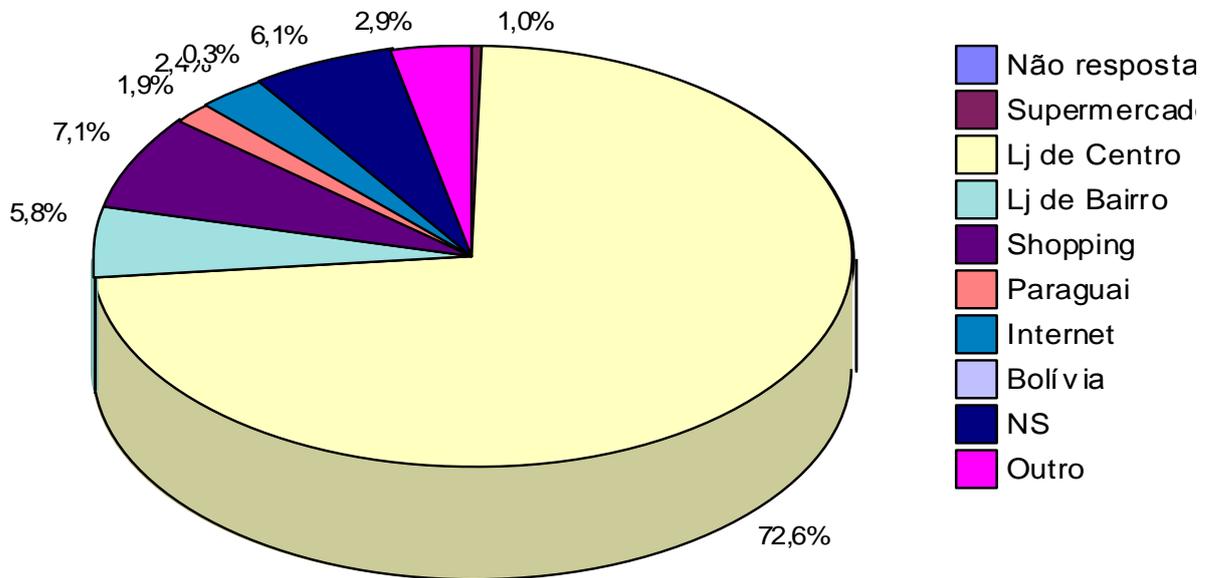
- 43,9% comprarão vestuário.

Pesquisa de Preço



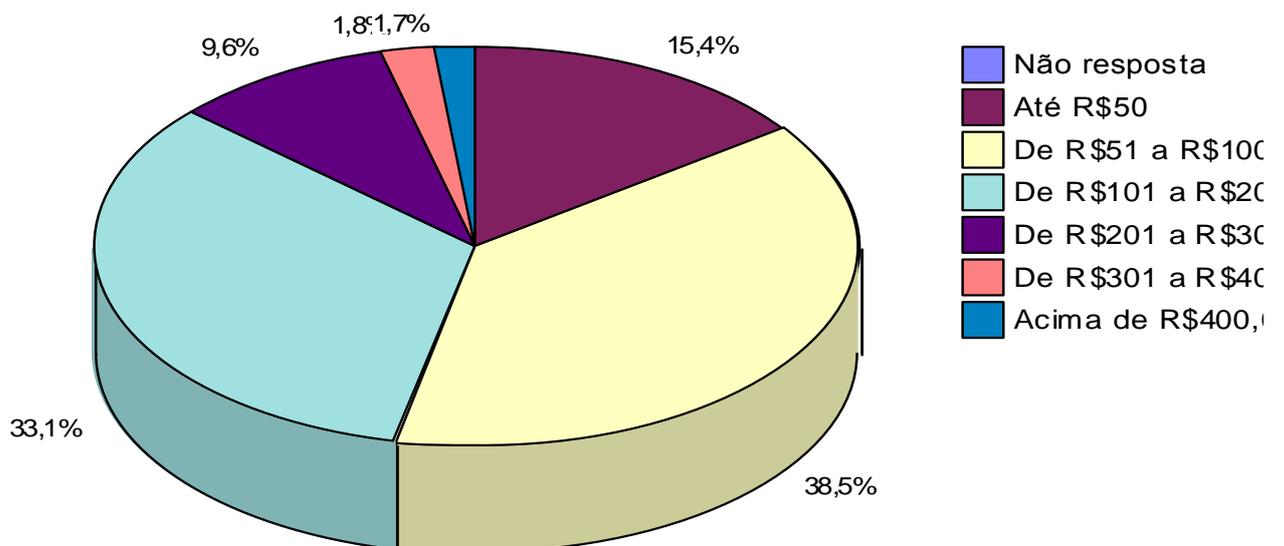
- 68,5% farão pesquisa de preço.

Local de Compras



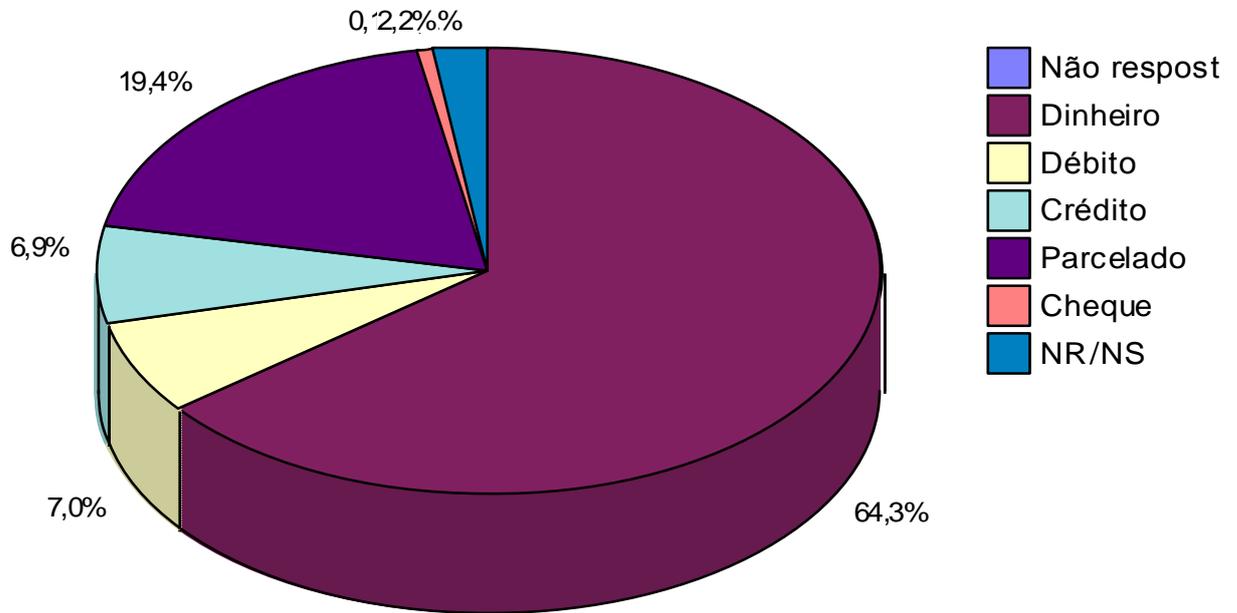
- 72,6% das pessoas farão suas compras em lojas do centro da cidade.

Gasto



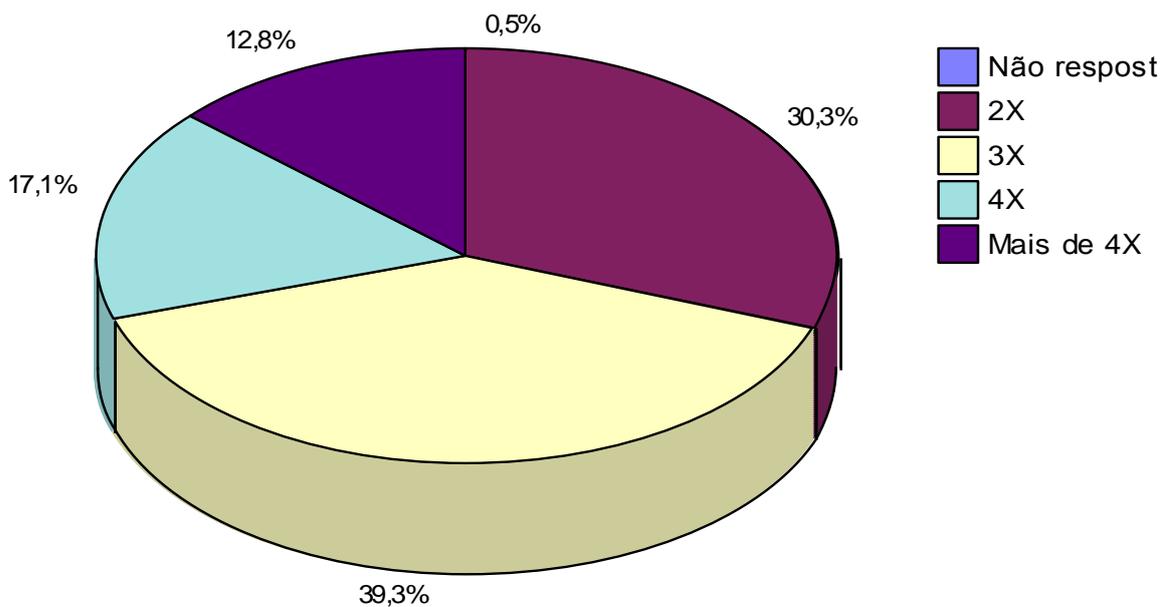
- 38,5% gastarão entre R\$51,00 e R\$100,00.

Forma de Pagamento



- 64,3% pagarão em dinheiro e 19,4% parcelado.

Parcelamento



- Das compras parceladas, 39,3% serão em 3 vezes.