Dia das Mães

Pesquisa de Intenção de Consumo e de Comemoração dos Residentes de Mato Grosso do Sul

Fecomércio MS
Sesc | Senac | IPF

IPF
Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento
FECOMÉRCIO-MS

SEBRAE

Naviraí/MS - Abril de 2019

FECOMERCIO/MS
Diretoria Executiva
Diretor Presidente
Edison Ferreira de Araújo
1º Vice Presidente
José Alcides dos Santos
2º Vice Presidente
Adeilton Feliciano do Prado
3º Vice Presidente
Valter Mario Silva Castro
Vice-Presidentes
Otávio de Araújo Philbois
Sueide Silva Torres
Daniel da Silva Amado Felicio

Diretor 1º Secretário
Denire Carvalho
Diretor 2º Secretário
Fabiano José Lopes
Amauri Ozori Nunes
Diretor 1º Tesoureiro
Sebastião José da Silva
Diretor 2º Tesoureiro
Paulo José Schmitz
Diretor 3º Tesoureiro
Antonio Marcos Dalavale

INSTITUTO FECOMÉRCIO
Presidente do IPF.
Edison Ferreira de Araújo.
Diretor Superintendente do IPF.
Valmira Carvalho

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

COORDENAÇÃO DA PESQUISA
Daniela Teixeira Dias – IPF/MS
EQUIPE TÉCNICA – APOIO
Leandro Lins – ÓTIMA Consultoria e Inteligência de Mercado
Vanessa Schmidt - SEBRAE/MS
Liane dos Santos Pereira - SEBRAE/MS

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 4
O Dia das Mães 4
A PESQUISA 4
2. PERFIL DOS PESQUISADOS 6
Sexo 6
Faixa Etária 6
Grau de Escolaridade 7
Ocupação 7
Renda Familiar 7
Tamanho da Família 8
Avaliação da Situação Econômico-financeira 8
3. INTENÇÕES DE CONSUMO 9
Pretensões de Presentear neste Ano 9
Quantidade de Itens a Serem Comprados 10
Presenteadas 10
Presentes 10
Período de Compras 11
Percentual da População que Fará Pesquisa de Preço 11
Locais para Compras 11
Pretensões de Gastos 12
Forma de Pagamento 12
Elementos Levados em Consideração Durante a Compra 12
4. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO 13
Percentual de Pessoas que Comemorarão o Dia das Mães 13
Pretensões de Gastos com Comemorações 14
Com o quê gastará nas Comemorações do Dia das Mães? 14
Gastos com Alimentação 14
5. TENDÊNCIAS DE MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA 15

1. INTRODUÇÃO

O Dia das Mães

O dia das mães surgiu como um momento de celebração entre mães e filhos. Esse momento se iniciou a partir da história de Anna Jarvis, uma norte-americana, que homenageou a sua e outras mães dos Estados Unidos, entre 1861 e 1908, ao ser considerada uma ativista social e ao realizar diversos eventos maternais no Oeste da Virgínia. Nesses eventos, por exemplo, eram concedidas orientações acerca das condições de higiene, de modo a evitar o aumento do índice de mortalidade infantil e piqueniques para a promoção da paz (PHILLIPS, 2017).

Fala-se que o primeiro dia das mães, possivelmente foi realizado em 10 de maio de 1908, após a morte da mãe de Anna, a partir de então várias cidades vizinhas da Virgínia passaram a aderir à comemoração, que, posteriormente, estendeu-se para outros países (PHILLIPS, 2017), como o Brasil (12/05/1918). Mas foi somente em 1932 que o Presidente do Brasil, Getúlio Vargas, oficializou o evento (UNA-SUS/UFMA, 2018).

Cabe destacar, que nem sempre esse momento familiar ocorre na mesma data, mas a referência para o Brasil, Estados Unidos, Bélgica e Austrália é o segundo domingo de maio (UNA-SUS/UFMA, 2018).

A PESQUISA

Diante disso, observam-se alguns momentos voltados ao evento do dia das mães: a compra de presentes, a comemoração e o período de maior intimidade entre mães e filhos.

De acordo com Phillips (2017) isso acontece, porque o feriado é celebrado em partes, por meio de promoções e vendas do Dia das Mães, cartão com mensagens e arranjos florais.

Logo, além de ser um momento familiar, o dia das mães, também se apresenta como a segunda data mais esperada tanto no Brasil, quanto no Estado de Mato Grosso do Sul pelos empresários do comércio (IPF, 2017; CNC, 2017).

Observa-se ainda, que o ano de 2019 pode trazer um maior otimismo para Mato Grosso do Sul, visto que a intenção de consumo das famílias voltou à zona positiva, ou seja, a um ponto em que a intenção é mais facilmente transformada em um consumo efetivo (CNC, 2019). Pode-se dizer ainda que são os melhores resultados de intenção desde o início da instabilidade econômica.

Apesar desse evento, neste ano, ocorrer três semanas após a Páscoa, trata-se de uma importante oportunidade empresarial, pois há uma variedade de segmentos do comércio a serem contemplados pelo dinamismo econômico da data.

As questões que ficam nessas circunstâncias seriam: Qual a estimativa de movimentação do dia das mães em Naviraí? Como os filhos podem ser mais criativos e continuar agradando as mães? Os gastos com presentes e comemorações serão maiores, menores ou iguais aos do ano passado? O comportamento dos potenciais consumidores mudou em relação ao ano de 2018?

Logo, para responder a essas perguntas, esta pesquisa teve por objetivo avaliar as intenções de consumo e de comemoração dos residentes de Naviraí para o dia das mães.

Isto porque, o entendimento do comportamento do consumidor em suas decisões de compras, pode auxiliar e embasar as definições de estratégias empresariais, que atendam às necessidades dos potenciais clientes.

A fórmula então de estimativa de movimentação seria:

Mov. Fin.=((*População ocupada aproximada* x % de pessoas que irão as compras ou que comemorará) x Mediana de gastos)

$$\text{Gasto médio} = \sum \left(\frac{\text{Mediana de Gastos x Frequência i}}{\text{Frequência total}} \right)$$

Para tanto, foram aplicados 195 questionários em Naviraí, de 22 de fevereiro a 11 de março de 2019, considerando 95% de nível de confiança e margem de erro de 7% (Quadro 1).

De modo, a facilitar o entendimento dos resultados desta pesquisa, este relatório está estruturado em quatro partes: perfil do pesquisado; intenção de consumo e gastos com presentes para o dia das mães; intenção de comemoração e gastos com viagens, alimentação e bebidas; movimentação financeira.

Quadro 1: Detalhamento da população, margem de erro e amostra por município.

Município	Amostra	População	Margem de erro aproximada
Aparecida do Taboado	151	25.072	8%
Aquidauana/Anastácio	200	72.436	7%
Campo Grande	385	874.210	5%
Chapadão do Sul	150	23.940	8%
Corumbá/Ladário/Bonito	268	153.972	5%
Dourados	363	218.069	6%
Naviraí	195	53.188	7%
Nova Andradina	200	52.625	7%
Ponta Porã	198	89.592	7%
São Gabriel do Oeste/Coxim	195	59.221	7%
Três Lagoas	266	117.477	6%
Mato Grosso do Sul	2.571	1.739.802	De 5% a 8%

Fonte: IBGE, 2016. Elaboração: IPF/MS.

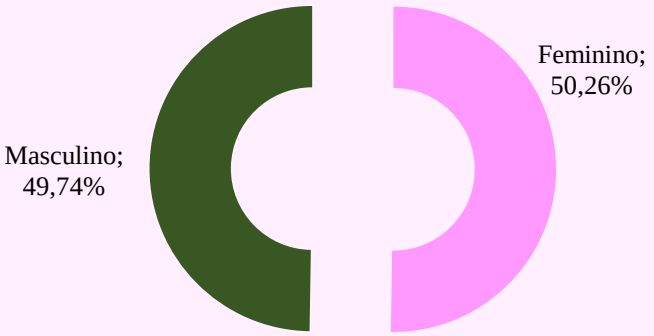
2. PERFIL DOS PESQUISADOS

A identificação do perfil dos potenciais consumidores ajuda a compreender algumas decisões de compra e comportamentos. De modo, a buscar esse entendimento, este primeiro tópico, volta-se a apresentação de dados dessa natureza.

Vale ressaltar que com o intuito de captar diferenças comportamentais, uma quantidade semelhante de questionários foi aplicada entre pessoas pertencentes aos sexos feminino e masculino.

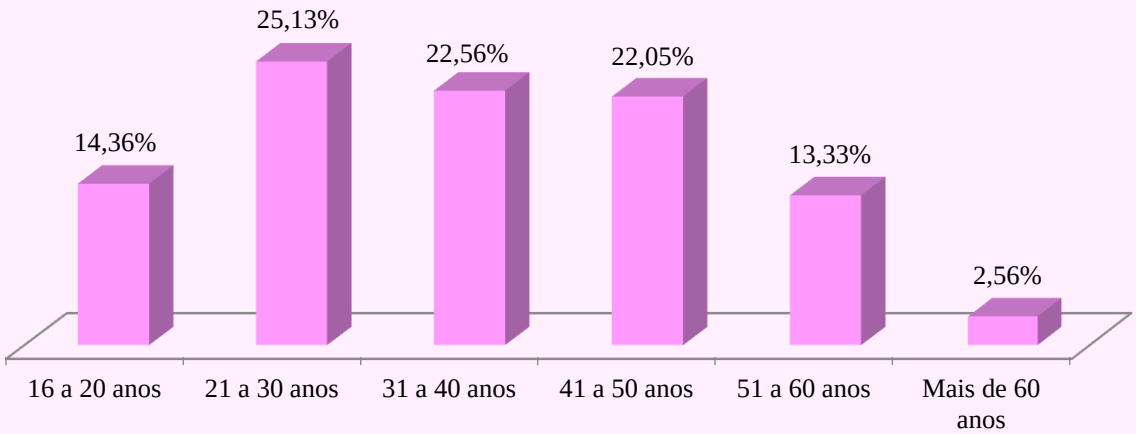
Assim, os resultados revelaram que a maioria dos abordados da pesquisa possui entre 21 e 30 anos (25,13%), detém o ensino médio completo (30,26%), ganha de 1 a 3 salários mínimos (48,72%), tem uma família composta por 4 pessoas (26,15%) e admitiu que a situação econômico-financeira de 2019 está igual ao do ano de 2018 (38,97%). Além disso, 37,95% indagaram ser assalariados e 7,69% desempregados.

Sexo



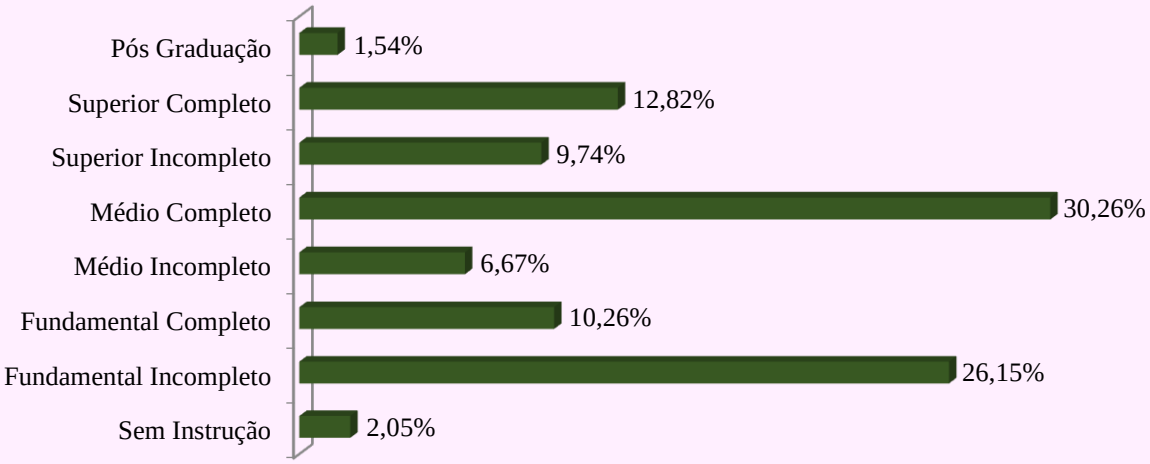
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Faixa Etária



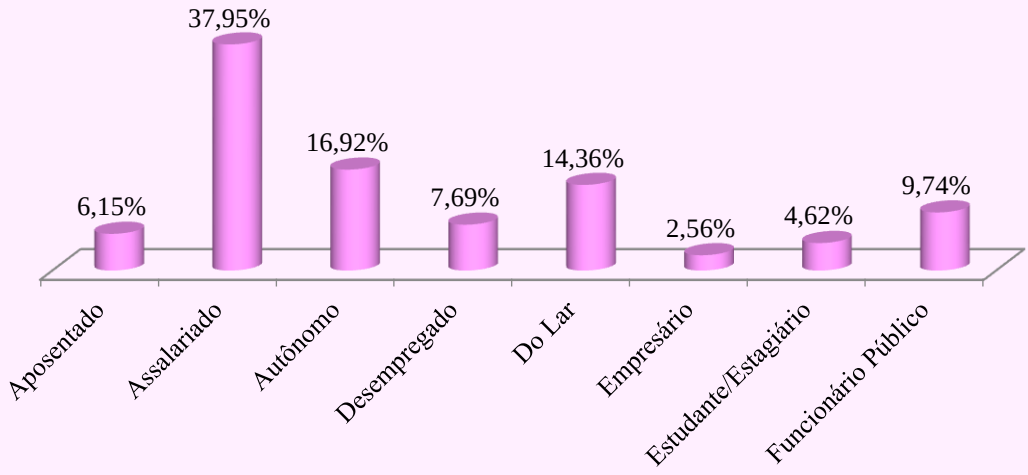
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Grau de Escolaridade



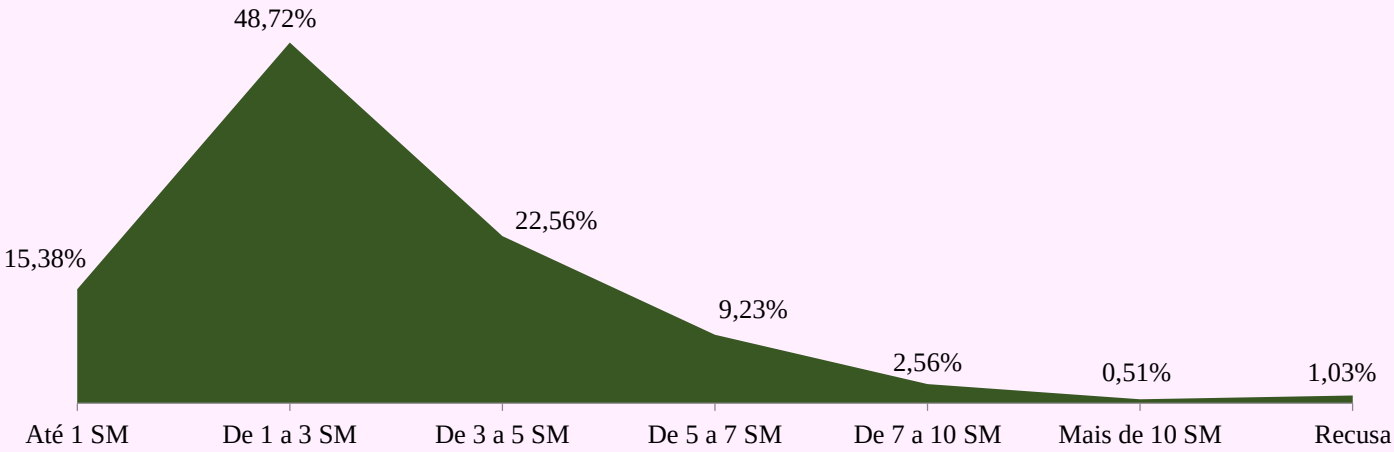
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Ocupação



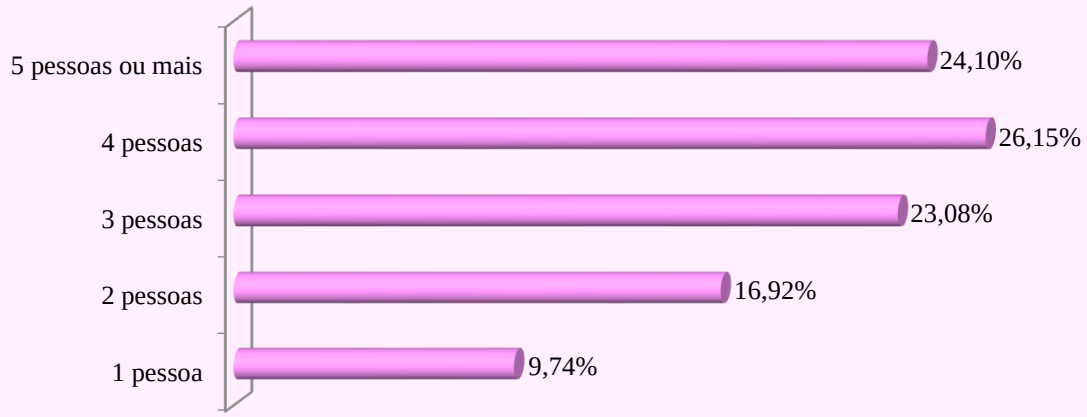
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Renda Familiar



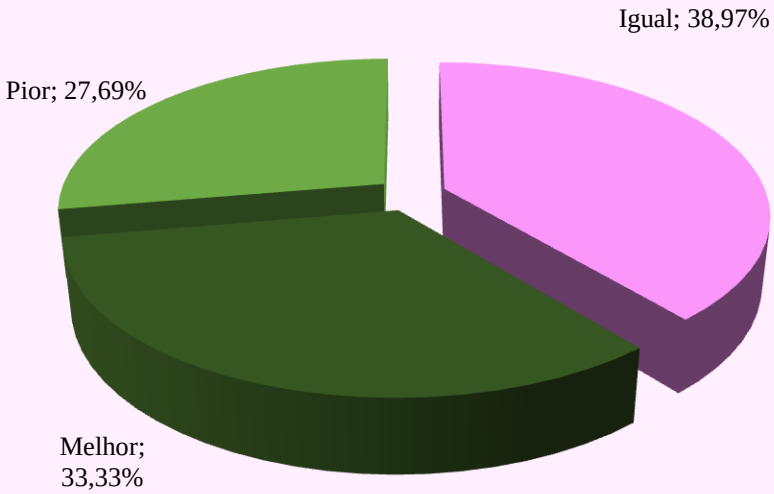
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Tamanho da Família



Fonte e elaboração: IPF/MS

Avaliação da Situação Econômico-financeira



Fonte e elaboração: IPF/MS.

3. INTENÇÕES DE CONSUMO

Na busca pela compreensão das interferências do perfil sobre o comportamento do consumidor, observou-se que a situação econômico-financeira ainda é avaliada com cautela pela população de Naviraí. Porém, mesmo diante dessa avaliação o índice de intenção de consumo chegou a zona positiva em 2019 (CNC, 2019), trazendo consigo um maior otimismo para o dia das mães e recuperação da economia.

Apesar do número de pessoas que comprarão presentes para o dia das mães, ter reduzido praticamente 13 p.p. e dos gastos médios 6,84%, em relação ao ano passado, esse cenário pode ser revertido, uma vez que os empresários poderão utilizar estratégias, de modo a aproveitarem a zona positiva do consumo.

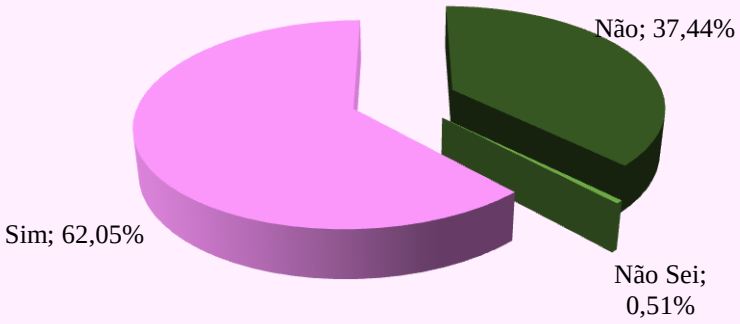
Mas se existe esse clima de uma recuperação mais intensa da economia, por que a projeção para Naviraí é negativa? Uma das justificativas para essa questão se volta ao fato de que com essa melhoria da intenção de consumo, houve também aumentos inflacionários. Além disso, para que haja a manutenção desse clima de melhora, há necessidade de que as interferências políticas sejam positivas. Logo, há um cenário positivo, mas cauteloso, uma vez que ainda está volátil a influências de fatores externos e internos da economia.

Com isso, em 2019, 62,05% da população do Estado comprarão presentes e a mãe será a principal beneficiada (62,28%). Dentre as preferências de presentes se destacam: roupas (24,09%), perfumes/cosméticos (15,33%) e calçados (8,76%). As compras ocorrerão em lojas do centro (91,60%), com pagamento em dinheiro (73,08%).

A pesquisa de preço será realizada por 64,71%, o preço (21,69%), produto (34,39%) e atendimento (24,34%) serão os elementos considerados no momento da tomada de decisão.

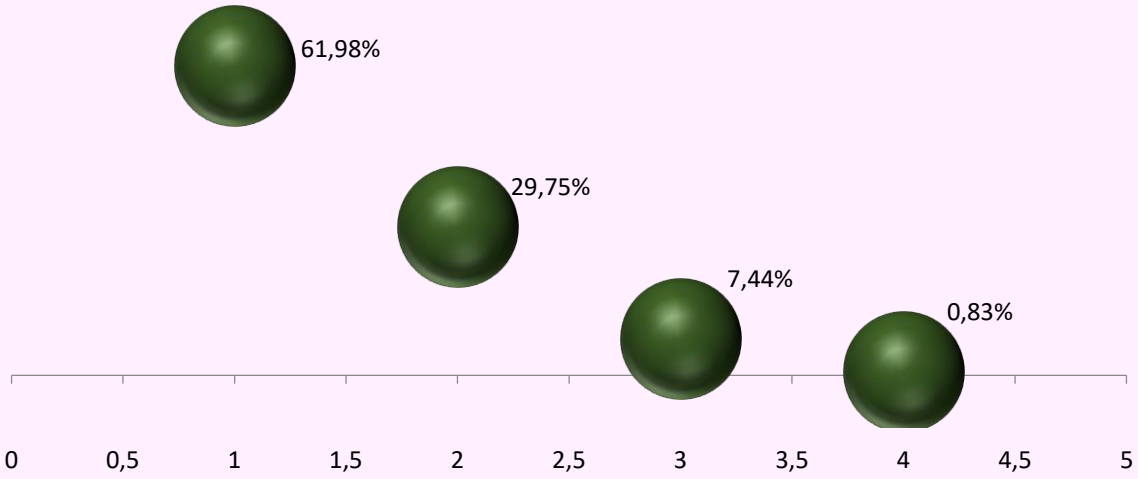
Acerca da forma de pagamento, apesar da maioria preferir o pagamento em dinheiro, a utilização do cartão de crédito voltou a se destacar.

Pretensões de Presentear neste Ano



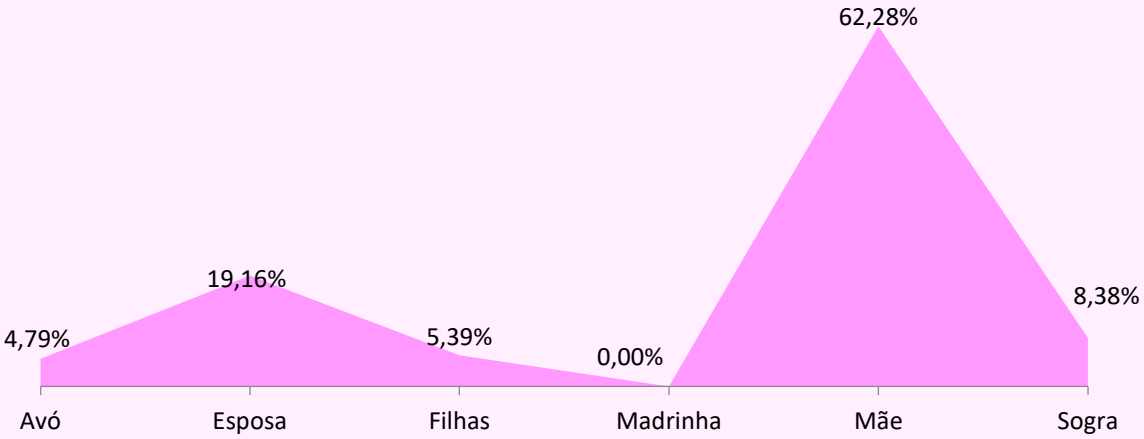
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Quantidade de Itens a Serem Comprados



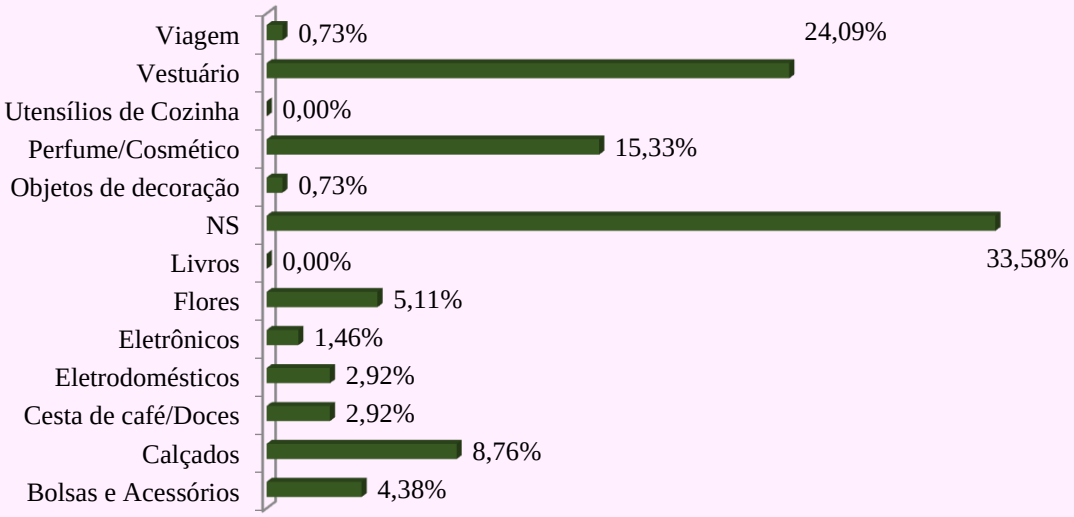
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Presenteadas



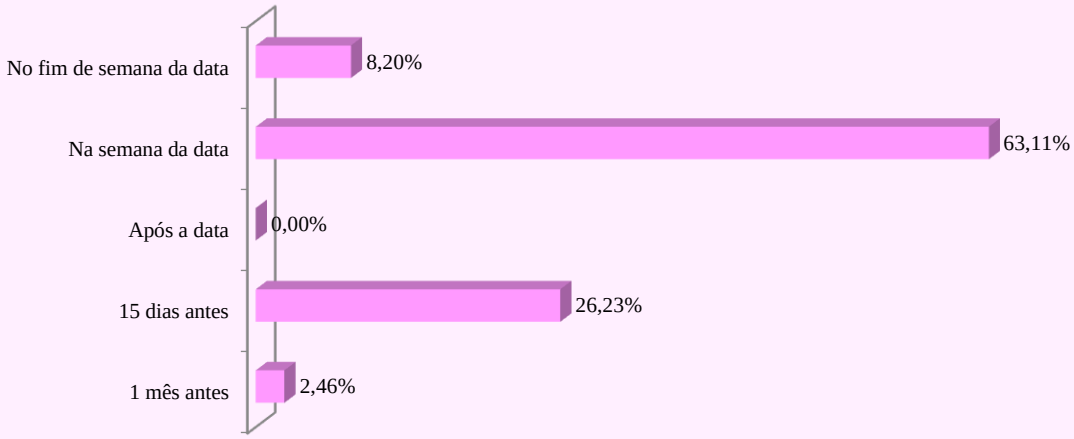
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Presentes



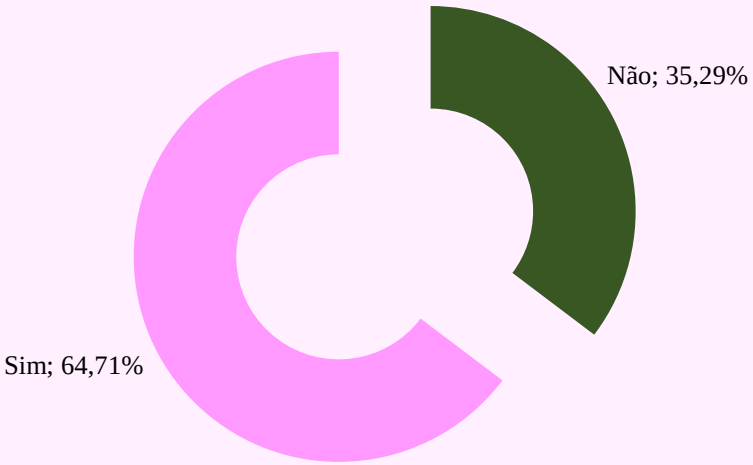
Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: Está incluso em outros: Cesta café, celular, dinheiro, massagem, livro, viagem, relógio, serviço do salão de beleza, carro, artesanato e artigos religiosos.

Período de Compras



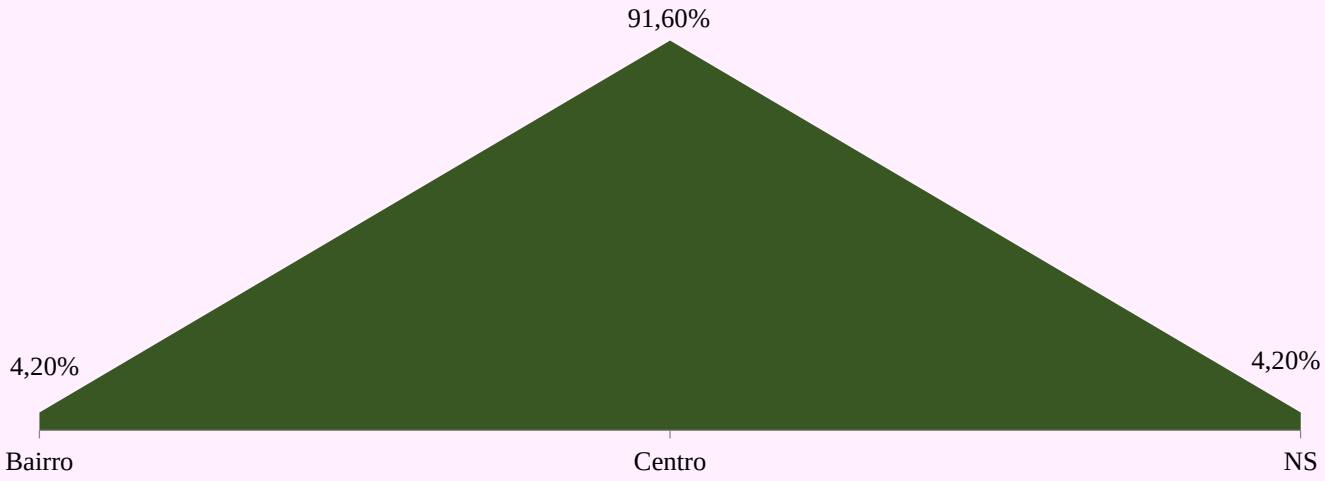
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Percentual da População que Fará Pesquisa de Preço



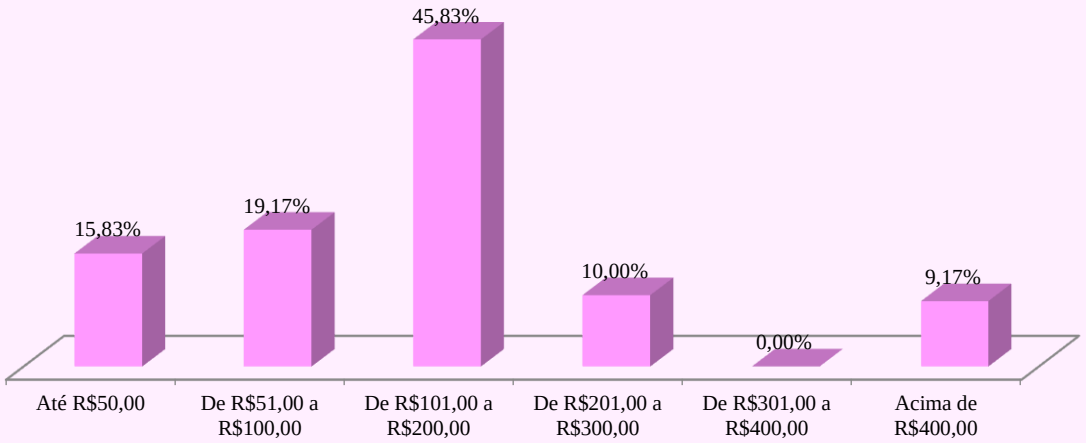
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Locais para Compras



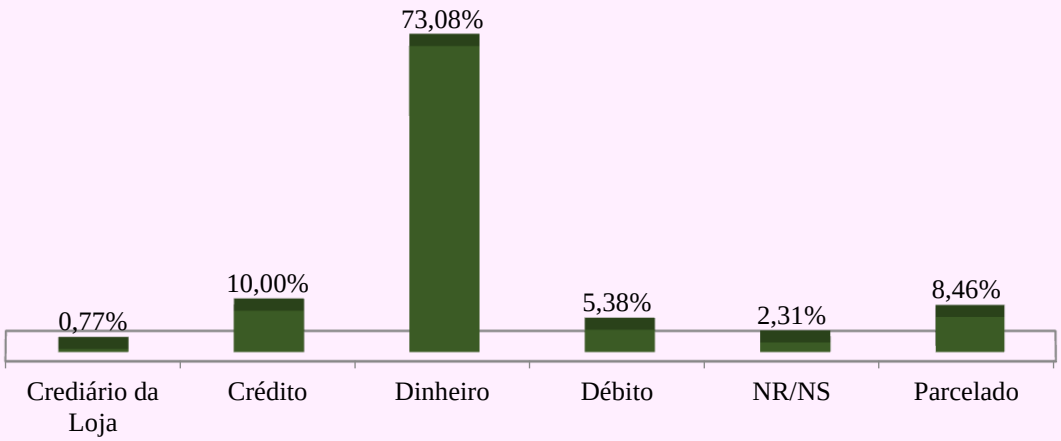
Fonte e elaboração: IPF/MS. Está incluso em outros: Salão de beleza, Sebo, supermercados, outro Estado e revista.

Pretensões de Gastos



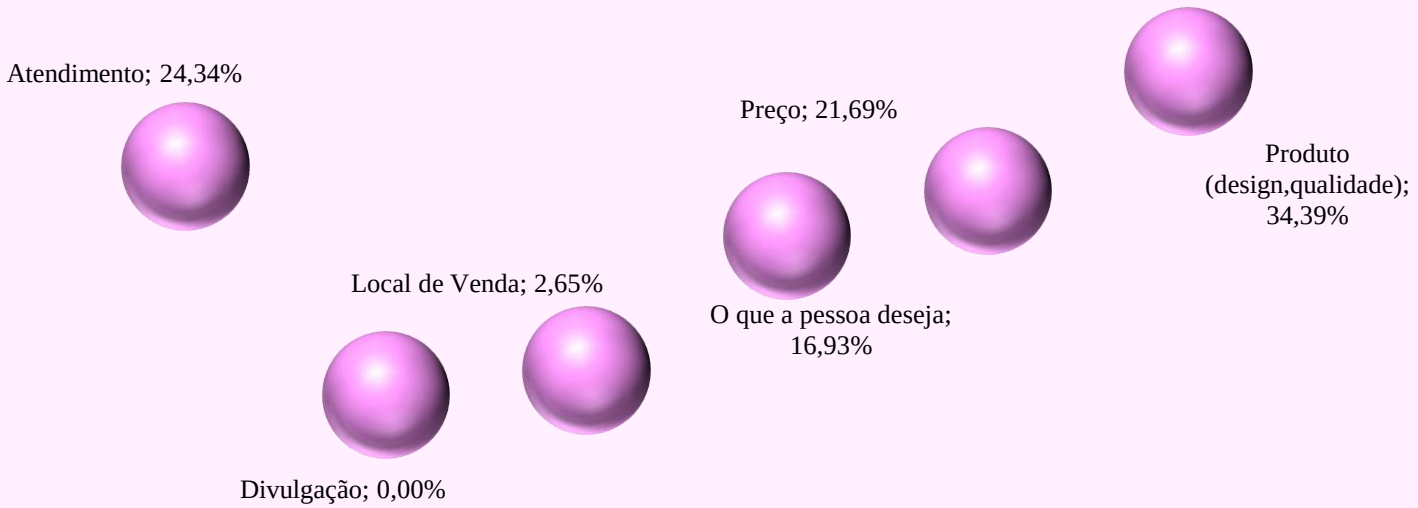
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Forma de Pagamento



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Elementos Levados em Consideração Durante a Compra



Fonte e elaboração: IPF/MS.

4. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO

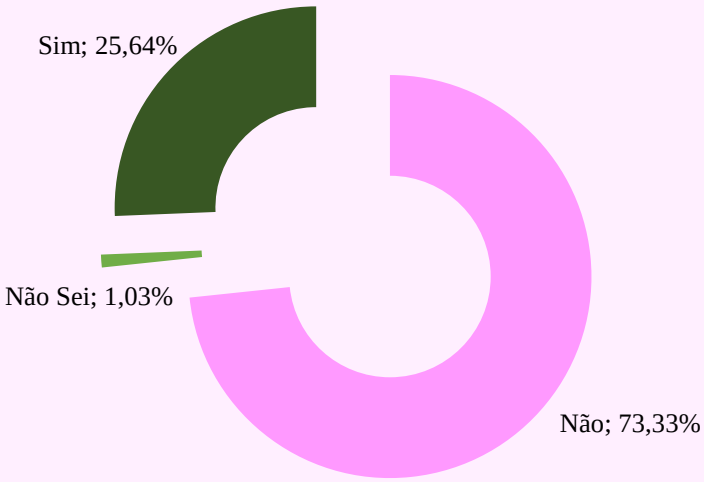
No que se referem às intenções de comemoração, também houve uma retração significativa, na comparação ao ano passado e uma maior priorização pela compra de presentes.

Nota-se assim que 25,64% da população participarão de comemorações, enquanto que em 2018, esse percentual era de 83,25%. Os gastos também caíram de R$163,85 para R$129,52. Consequentemente, poderá haver uma queda na movimentação total.

Nas comemorações, os itens que mais se destacarão serão os alimentos (44%) e bebidas (28%). E foram justamente esses itens que mais detiveram aumentos do IPCA (IBGE, 2019). No ranking dos tops inflacionários estão: feijão; batata; laranja; tomate; cebola; trigo. Alguns tipos de carnes e bebidas oriundas das frutas, também detiveram aumentos. Esses aumentos podem estar relacionados a dois fatores: questões climáticas que influenciaram a oferta; lei da oferta e da demanda, em função do aumento da demanda efetiva.

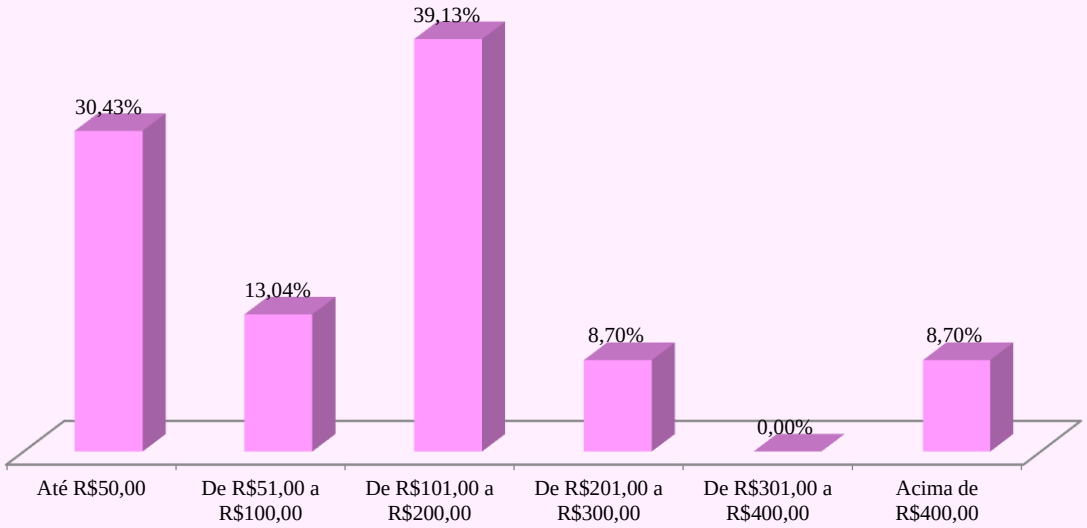
Apesar disso, mesmo que em proporção inferior, as comemorações poderão injetar na economia de Naviraí, R$1,70 milhão.

Percentual de Pessoas que Comemorarão o Dia das Mães



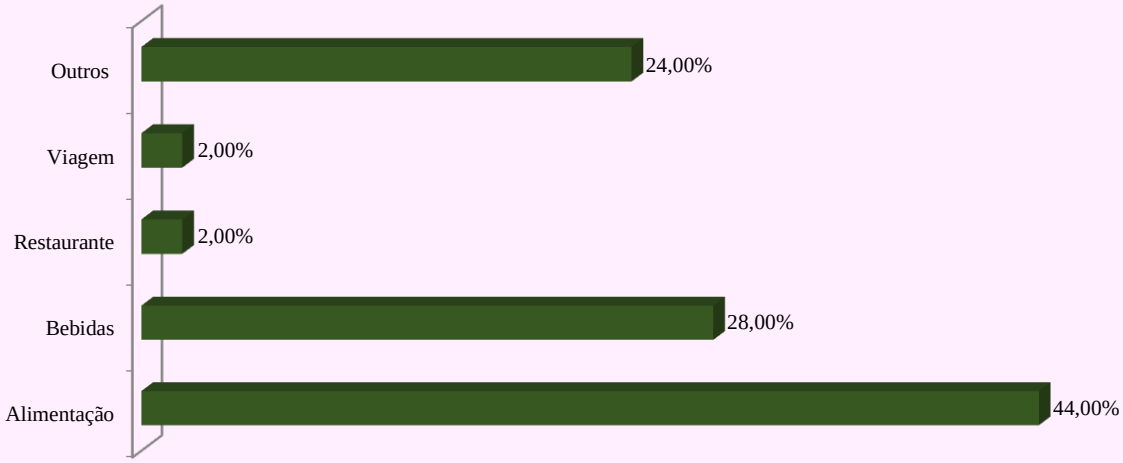
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Pretensões de Gastos com Comemorações



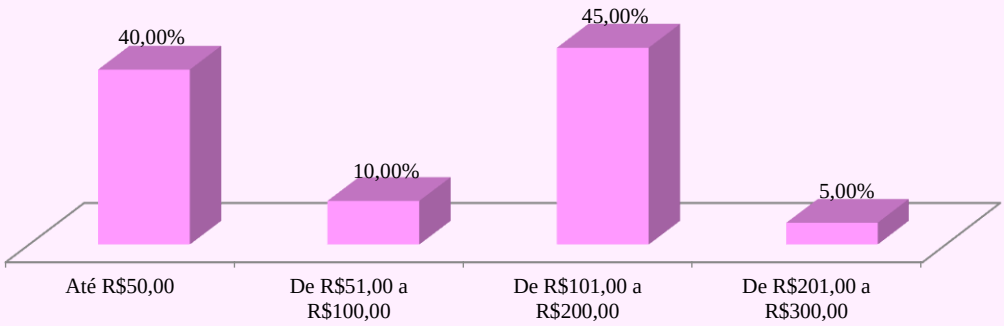
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Com o quê gastará nas Comemorações do Dia das Mães?



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Alimentação



Fonte e elaboração: IPF/MS.

5. TENDÊNCIAS DE MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA

O dia das mães de 2019 movimentará R$4,26 milhões, desses, 60,23% destinados à compra de presentes (R$2,57 milhões) e 39,77% às comemorações (R$1,7 milhão).

Apesar de serem números expressivos, a projeção reflete uma queda superior a 20%, na comparação ao ano passado. Essa queda poderá ocorrer em função, dos impactos de algumas variáveis, tais como a inflação e o comportamento do consumidor sobre as comemorações dessa data.

No que se refere à inflação, pode-se dizer que diversos produtos pertencentes à cesta básica, ou mesmo ao setor de alimentos e bebidas, detiveram crescimento dos preços, na comparação ao ano passado. Dentre esses itens, estão: o feijão (+ de 100%), batata inglesa (+ de 100%), tomate (38,12%), carnes (+ de 20%).

Produtos esses relevantes às comemorações e/ou que possuem um importante peso no orçamento familiar. Não se pode dizer, que esse seja o único motivo para a queda de mais de 20 p.p. do número de pessoas que comemorarão e dos gastos com comemorações, mas que possui efeitos sobre o comportamento da população.

Esse aumento dos preços pode estar associado à lei da oferta e demanda e às questões climáticas, que impactaram na redução da quantidade ofertada de alguns desses produtos.

Sobre a lei da oferta e demanda, nota-se que a intenção de consumo das famílias retornou a zona positiva neste ano (CNC, 2019). O que implica dizer que uma intenção pode ser mais facilmente transformada em um consumo efetivo. Com o aumento do consumo efetivo, conforme visualizado na pesquisa mensal do comércio (PMC – IBGE, 2019), os ofertantes tendem a aumentar, em pequenas proporções, os preços.

Soma-se a isso o fato de que no ano passado, para algumas datas comemorativas já havia ocorrido uma mudança do comportamento dos consumidores, uma vez que as experiências familiares e comemorações passaram a superar em alguns momentos a compra de presentes.

Neste ano, a compra de presentes passou a ganhar novamente maiores repercussões. Com isso, estima-se que o gasto médio com presentes possa alcançar R$144,29 e com comemorações R$129,52.

Outra tendência comportamental se volta as influências dos efeitos verificados da ideia do “almoço compartilhado”.

O que se quer dizer com o “almoço compartilhado”, é que os membros de cada família tendem a possuir uma contribuição para que o almoço do dia das mães ocorra, seja com a compra de ingrediente, com a oferta de dinheiro, com um prato pronto ou mesmo com bebidas. Há ainda algumas outras possibilidades citadas por alguns pesquisados durante uma sondagem realizada pelo IPF/MS, sobre as divisões de responsabilidades entre presentes e almoço.

Mesmo diante desse cenário, há a possibilidade de reversão, ao considerar as melhoras do índice de confiança do empresário (CNC, 2019), do número de admissões frente às demissões (CAGED, 2019), da intenção de

consumo (CNC, 2019) e dos resultados do volume de vendas neste ano (SIDRA IBGE, 2019).

O que resta então aos empresários? Com certeza, de se preparem para essa data, em que haverá a procura por artigos do vestuário, do aumento do número de indecisos na busca pelo presente e das compras na região central.

A importância da qualidade do produto e atendimento estão entre os principais elementos levados em consideração no momento da compra. Sobre a forma de pagamento, mesmo que o dinheiro seja a preferência, o cartão de crédito também deteve um grau de participação significativo. O cadastro positivo, bem como a possibilidade de um crédito mais barato e redução da taxa de endividamento podem ter influenciado nesse resultado.

Nas comemorações, a alimentação em casa será a preferência da maioria, já as viagens não estão na lista de principais atividades a serem realizadas nessa data.

Observa-se assim, que o fomento pela intenção de consumo, a partir do comportamento dos potenciais clientes, poderá ser a principal estratégia para o dia das mães.

E uma das sacadas que pode ser utilizada, está descrita no Método de Harvard, no processo de negociação. Nesse método, a negociação deve conter a confiança, credibilidade e o despertar de emoções e experiências. De modo, que o cliente não entenda a relação apenas como de compra e venda, mas de troca de emoções e a possibilidade de que as suas necessidades sejam supridas.

Logo, conhecimento técnico dos produtos, opções perante as possíveis necessidades dos clientes, facilitações, cortesias, promoções, formas de pagamento e abordagem podem ser diferenciais atrativos. Tudo isso, na tentativa de amenizar os efeitos de fatores negativos (como a inflação) sobre o comércio de bens e serviços, aproveitando o melhor momento para vendas, desde o início da instabilidade econômica.

Quadro 2: Resumo comparativo dos resultados das intenções de consumo e de gastos com presentes do dia das mães.

Itens	2019			2018		
	% de pessoas que irão as compras	Gasto Médio R$	Movimentação total R$	% de pessoas que irão as compras	Gasto Médio R$	Movimentação total R$
Aparecida do Taboado	70,20%	144,32	1.270.069	85,99%	154,35	1.551.256
Aquidauana/Anastácio	55,50%	97,82	1.966.262	54,73%	116,94	2.124.729
Bonito	84,96%	148,63	1.307.985	-	-	-
Campo Grande	60,00%	142,29	32.116.469	57,25%	130,08	28.723.234
Chapadão do Sul	31,33%	157,56	515.508	51,97%	138,24	443.028
Corumbá/Ladário	56,30%	90,05	3.358.351	73,74%	137,90	5.531.675
Coxim	54,17%	145,35	1.084.733	-	-	-
Dourados	66,94%	136,59	9.321.065	69,17%	131,47	8.930.929
Naviraí	62,05%	144,29	2.568.524	75,38%	154,90	2.707.396
Nova Andradina	68,50%	137,42	2.076.105	57,79%	93,06	1.306.132
Ponta Porã	66,67%	144,53	3.624.623	60,80%	132,50	3.154.088
São Gabriel do Oeste	75,76%	156,62	1.354.017	72,22%	146,33	1.122.846
Três Lagoas	70,68%	143,12	5.465.030	77,70%	158,88	5.866.426
Total dos Municípios pesquisados	63,48%	137,81	66.028.741	66,65%	137,88	61.461.739
MS	63,48%	137,81	110.409.960	66,65%	137,88	105.406.404

Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: São apenas estimativas.

Quadro 3: Resumo dos resultados das intenções de comemorações e de gastos para o dia das mães.

Itens	2019			2018		
	% de pessoas que Comemorarão	Gasto Médio R$	Movimentação total R$	% de pessoas que Comemorarão	Gasto Médio R$	Movimentação total R$
Aparecida do Taboado	35,10%	106,18	516.692	77,56%	162,67	1.529.010
Aquidauana/Anastácio	86,50%	76,75	1.940.134	41,00%	87,50	1.266.838
Bonito	83,46%	111,17	996.620	-	-	-
Campo Grande	61,56%	110,66	28.971.017	45,71%	113,91	22.436.867
Corumbá/Ladário	95,56%	73,19	4.632.941	58,38%	110,10	4.023.166
Coxim	23,96%	153,57	613.029	-	-	-
Dourados	23,97%	133,54	5.281.727	36,83%	123,73	4.531.110
Naviraí	25,64%	129,52	1.695.849	83,25%	163,85	3.514.765
Nova Andradina	24,00%	97,37	1.506.989	83,33%	87,83	1.925.840
Ponta Porã	25,76%	135,00	1.570.221	40,40%	133,17	2.410.236
São Gabriel do Oeste	34,34%	190,56	985.040	81,22%	151,43	1.478.861
Três Lagoas	22,93%	114,35	2.037.354	79,48%	145,31	6.425.104
Total dos Municípios pesquisados	41,15%	106,82	50.747.611	57,28%	130,26	49.541.798
MS	41,15%	106,82	82.100.875	57,28%	130,26	97.284.633

Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: São apenas estimativas.

Quadro 4: IPCA em % no acumulado de 12 meses – março 2019/março 2018 (referência Campo Grande).

Top 10 IPCA – Março – 19/Março - 18	mar/19
Feijão - carioca (rajado)	184,14
Batata-inglesa	130,11
Feijão - preto	99,3
Repolho	98,74
Laranja - pera	43,46
Tomate	38,12
Cebola	27,25
Mamão	23,57
Alface	22,64
Farinha de trigo	20,21

Fonte: SIDRA IBGE (2019). Elaboração: IPF/MS.