

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista

Resultados Consolidados do MS

Uso do 13º. Salário e Compras de Natal de 2015

Catálogo Bibliográfica

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista – Natal de 2015.

Campo Grande: FMB, novembro de 2015.

Anual

1. Natal. 2. Expectativas ao consumo. 3. Comércio 4.Local.

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 Óticas do Estado de Mato
Grosso do Sul

ORGANIZAÇÕES CONVENIADAS

Fundação Manoel de Barros – FMB
Universidade Anhanguera - UNIDERP

COORDENAÇÃO DA PESQUISA

Celso Correia de Souza – FMB
José Francisco dos Reis Neto – FMB
Regiane Dedé de Oliveira - IPF

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 Natal de 2015
Local:	Todos os municípios, Mato Grosso do Sul
Período:	26 a 31 de outubro de 2015.
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, aplicado nas principais áreas de circulação de pessoas. Pesquisa transversal, descritiva, não probabilística, com nível de confiança de 95%.
Coordenação:	Celso Correia de Souza, Dr. José Francisco dos Reis Neto, Dro.
Equipe de apoio	Adriana Brites Felix Fabiana M. Arakaki V. da Cunha Janaina Militão Moraes

Tabela de Amostragem da Pesquisa

Cidade	PEA aproximada	Probabilidade positiva de compra	Erro (%)	Amostra
Aparecida do Taboado	12.000	0,75	8,5	100
Aquidauana/Anastácio	20.000	0,85	4,8	200
Campo Grande	400.000	0,80	4,3	400
Chapadão do Sul	11.000	0,50	8,7	100
Corumbá/Ladário	42.000	0,90	4,2	200
Dourados	98.000	0,90	4,1	200
Naviraí	22.000	0,90	4,2	200
Nova Andradina	23.000	0,50	6,8	200
Ponta Porã	40.500	0,85	6,7	100
São Gabriel do Oeste	11.000	0,77	8,2	100
Três Lagoas	65.000	0,88	4,5	200

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

Sumário Executivo

Uso do 13º. Salário – Em dezembro, Mato Grosso do Sul (MS) deverá receber um valor aproximado de R\$ 1,35 bilhão em salário, proveniente dos empregos formais, mais R\$ 283,2 milhões dos proventos de aposentados, pensionistas e segurados. Soma-se a isto a parcela do 13º. salário, composto de R\$ 871,0 milhões dos empregos formais e R\$ 142,0 milhões dos aposentados, pensionistas e segurados, sem considerar a parcela do 13º. salário das empregadas domésticas. Estima-se que haverá uma injeção de aproximadamente R\$ 2,67 bilhões na economia do MS.

Tabela 1 – Estimativa do Montante do Salário Formal e da Entrada da Parcela do 13º. Salário nas Cidades Pesquisadas e em Mato Grosso do Sul, em dezembro de 2015.

Cidade	Montantes estimados (R\$ milhões)	
	Salário Dez/2015	Parcela do 13o. Salário
Aparecida do Taboado	9,72	6,46
Aquidauana/Anastácio	11,07	7,65
Campo Grande	709,03	473,21
Chapadão do Sul	13,78	7,99
Corumbá/Ladário	48,16	39,88
Dourados	117,91	67,37
Naviraí	20,91	12,76
Nova Andradina	17,06	9,44
Ponta Porã	18,37	17,17
São Gabriel do Oeste	11,78	5,61
Três Lagoas	86,10	46,00
Total das cidades pesquisadas	1.063,90	693,54
Total estimado para o MS	1.347,47	871,14
	-	-
Aposentados, pensionistas e segurados	283,20	142,00

Fonte: Pesquisa da FMB e dados do RAIS de dezembro de 2014

É uma importância significativa para a economia de Mato Grosso do Sul, pois com a entrada dos salários e as gratificações natalinas, as atividades do comércio e serviços receberão uma boa parcela delas. A pesquisa revela que as pessoas irão utilizar deste dinheiro para um conjunto de aplicações. O uso do 13º. salário vai desde o pagamento de contas atrasadas (35%), reserva para o pagamento das contas do início do ano de 2016 (8%), tais como IPTU, IPVA, matrícula escolar, entre outras, poupar (15%) e uma parte para as despesas e compras de presentes natalinos (19%). A aplicação do 13º. salário depende da situação financeiro de cada um. O que se observa é que aqueles que irão receber a gratificação natalina irão procurar liquidar as suas dívidas, reservar uma parcela para as despesas de início de ano, investir e, por fim, gastar na festa do final do ano. (12%) dos consumidores irão

utilizar a parte da gratificação para a aquisição de bens duráveis ou reformar a sua casa. Em “tempos bichudos”, a melhor forma é liquidar as contas que custam mais caro, considerando os juros dos empréstimos, cartões e cheques não cobertos.

Condições financeiras – A situação política e econômica do Brasil reflete no humor do sul-mato-grossense, que, diferente dos anos anteriores, está mais pessimista com a sua situação presente e futura. Na comparação entre a situação atual com 2014, (73%) dos consumidores relatam que este ano eles estão mais apertados financeiramente, do que no ano passado. Ao olhar para 2016, apenas (35%) acreditam que a sua situação financeira irá melhorar e outros (28%) não sabem analisar o que irá ocorrer. A primeira análise desta percepção é que o comércio e o serviço sofrerão uma possível retração em 2016, se a economia brasileira não melhorar. O consumidor ao relatar sua estabilidade ou piora financeira irá retrair-se e diminuirá as compras de bens semiduráveis e duráveis, gastando o mínimo para a sua subsistência e para o cumprimento das suas obrigações legais.

Mesmo com este cenário desanimador, o consumidor relata que ainda pretende em 2016 investir em bens duráveis, como comprar ou trocar de carro (11%) ou de casa (8%), comprar bens semiduráveis, como eletrodomésticos ou eletroeletrônicos (12%) ou comprar um computador portátil (8%). São compromissos de compra com número de prestações mais longas, indicando que estes consumidores acreditam que irão superar a crise atual. Outros (10%) pretendem realizar uma viagem de férias e (8%) pretendem pagar faculdades.

Ida às compras – O Natal em Mato Grosso do Sul deverá movimentar R\$174,8 milhões em presentes, adicionando-se ainda as outras compras para a ceia de Natal, viagens e diversões que sempre ocorrem nesta época. No entanto, face a crise econômica, este valor é (18,6%) menor do que o estimado no ano passado, sem considerar a inflação acumulada no período, da ordem de (9,8%). Quase (81%) dos consumidores irão às compras, gastando R\$135 por presente, com a possibilidade de (52%) dos consumidores comprarem até 2 presentes. Aqui também se observa valores inferiores aos estimados no ano passado.

A Tabela 2 apresenta o resumo das estimativas consideradas para as cidades pesquisadas e uma prospecção para o Mato Grosso do Sul para o ano de 2015 e retrospectiva dos anos 2014 e 2013.

Tabela 2 - Estimativa de compras para as Compras de Natal - triênio de 2013 a 2015

Cidades	2015			2014			2.013		
	% de consumidores que irão às compras	Valor Estimado em Compras (R\$)	Valor Médio do Presente (R\$)	% de consumidores que irão às compras	Valor Estimado em Compras (R\$)	Valor Médio do Presente (R\$)	% de consumidores que irão às compras	Valor Estimado em Compras (R\$)	Valor Médio do Presente (R\$)
Aparecida do Taboado	74	1.223.404	137	75	1.383.582	154	82	1.537.592	156
Aquidauana	82	1.961.066	119	91	2.013.176	111	92	2.802.429	152
Campo Grande	80	43.230.453	135	91	51.440.772	141	94	58.985.190	157
Chapadão do Sul	77	1.245.962	147	85	1.305.085	140	82	1.954.808	216
Corumbá	89	3.453.333	93	91	4.201.253	110	87	5.123.478	140
Dourados	76	9.306.274	125	90	11.774.471	134	89	17.105.455	196
Naviraí	83	2.011.364	110	90	3.006.791	145	90	3.283.640	158
Nova Andradina	86	2.653.313	135						
Ponta Porã	85	3.002.885	87	90	4.215.682	116	88	4.568.706	127
São Gabriel do Oeste	78	1.106.496	129	91	1.120.253	112	91	1.686.123	169
Três Lagoas	84	6.793.592	125	82	7.687.245	145	71	8.212.977	178
Total das 13 cidades	81	75.988.141	122	86	91.318.318	133	87	108.155.554	165
Total no MS	81	174.838.647	135	87	214.871.126	156	89	236.701.110	166

Quem recebe e o tipo do presente – A mãe (21%), filhos (19%), pai (12%) e esposos(as) ou namorados(as) (18%), são os principais entes queridos para quem os consumidores comprarão presentes. Vale lembrar que cada comprador pensa em comprar pelo menos 2 presentes, que poderá aumentar as atividades e montantes de vendas prevista para este Natal.

A proposta de presentear neste Natal segue a observada em anos anteriores. As principais escolhas de presentes para este Natal serão roupas (25%), brinquedos (18%), calçados (12%) ou perfumaria (11%). Com a redução de compras neste ano, os presentes tornam-se mais úteis do que como uma homenagem e lembrança do dia de Natal. O dinheiro do presente deve ser bem empregado.

Local preferido para as compras – Em todo estado as lojas do centro são as preferidas, pois são as escolhidas de (87%) dos consumidores, seguido das lojas nos bairros (7%) e das compras pela internet (5%). Em Campo Grande destacam-se as lojas do centro (59%), o Shopping Campo Grande (17%), o Shopping Norte Sul Plaza (8%), o Shopping Bosque dos Ipês (3%) e o Camelódromo (8%). Em Dourados os consumidores preferem as lojas do centro (65%), bairros (2%) e o Shopping Avenida Center (29%). Em Corumbá e Ladário as lojas do centro é a escolha de (93%) e (3%) irão comprar nas lojas da Bolívia. Em Ponta Porã as lojas do centro é a escolha de quase (82%) dos compradores e (18%) dos compradores desta cidade irão comprar nas lojas do Paraguai.

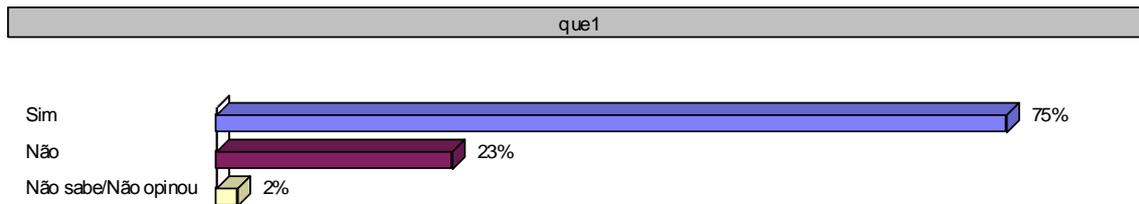
Sem nenhuma surpresa, as comprar de Natal ocorrerão quase nesta data. Os consumidores deixarão para os últimos momentos, quando irão às compras natalinas faltando menos de 10 dias para o Natal (32%) e (22%) na véspera do Natal. Em torno de (28%) ainda não sabem em que momento farão as compras. Este fluxo de compradores provocará um acúmulo de transações econômicas, a qual deverá ser controlada pelos lojistas com mais vendedores, treinados e capacitados, para atender esta massa de consumidores, ávidos em comprar. Novamente, o comércio deverá se preparar para suportar tal demanda.

Forma de pagamento e decisão de compra – A maioria dos consumidores deverá comprar à vista em dinheiro, cartão de débito ou cheque (47%), à vista com o cartão de crédito (9%). Já as compras a prazo serão realizadas com o cartão de crédito (23%) ou outras formas oferecidas pela loja (22%). Quando a opção do consumidor for pagamento parcelado, prevalecerá o pagamento em três parcelas (60%). A forma escolhida de pagamento pelo consumidor é interessante para o empresário, pois haverá a entrada de caixa de recursos em espécie ou com baixo risco de inadimplência. No entanto, mesmo não pesquisado neste ano, nos anos anteriores os consumidores relataram o desejo do pagamento das suas compras de preferência à vista, e isto conduz ao processo de negociação com o lojista de desconto no preço do produto ou serviço, sem prejudicar a qualidade e troca de marca do presente. Assim sendo, o empresário deve estar preparado para esta estratégia de negociação de preço e desconto, como uma possibilidade de aumentar as suas vendas e compensar a redução do faturamento, frente a mudança de comportamento de compra deste ano, com o consumidor gastando menos.

Resultado da Pesquisa

Uso do 13º. Salário

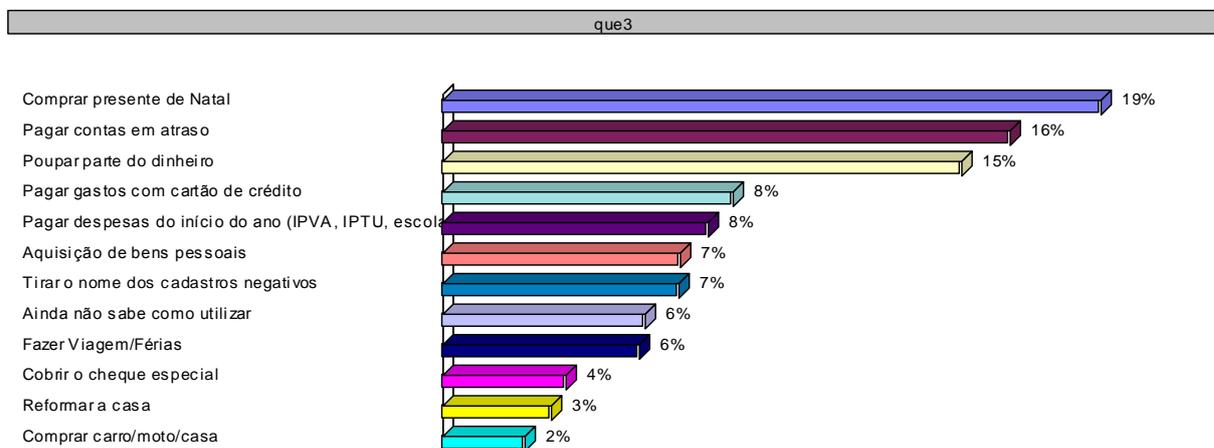
O(a) sr(a) irá receber o 13o. Salário?



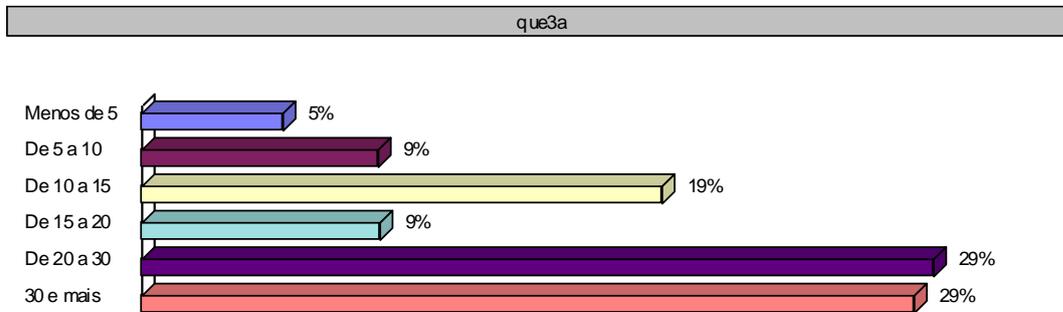
O(a) sr(a) já recebeu alguma parcela do seu 13o. Salário?



Na relação abaixo, escolha as suas 5 melhores opções para o uso do seu 13o. Salário:

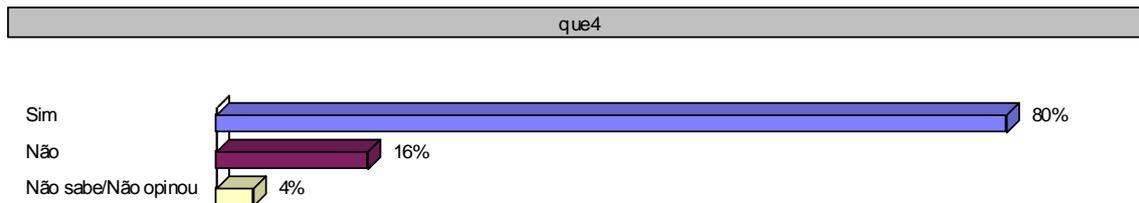


Pensando nas suas compras de Natal, quanto por cento do seu 13º Salário você irá gastar nesta festa (presentes e outras compras)?

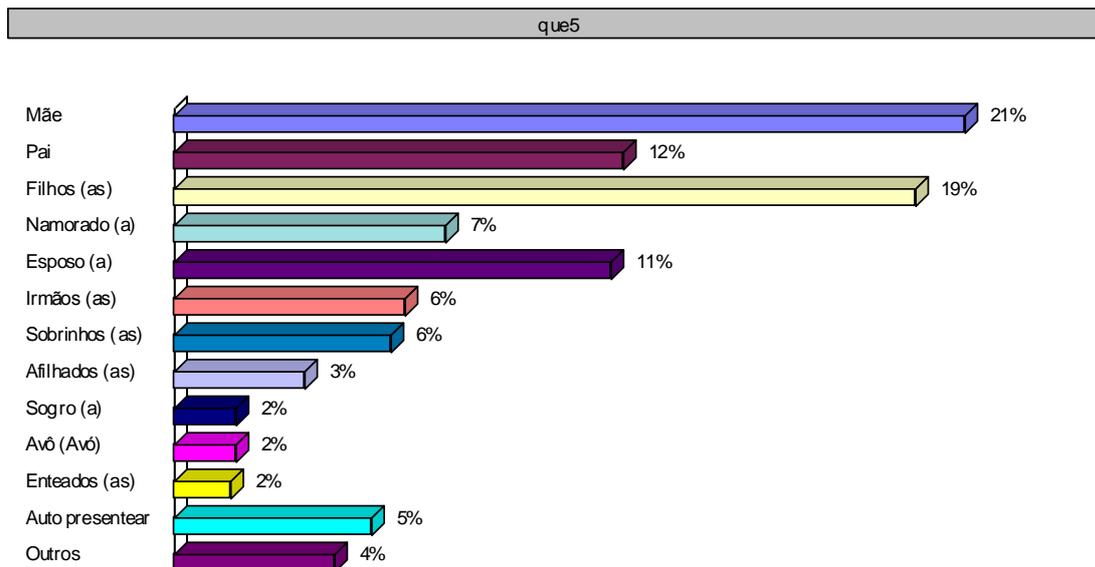


Compras de Natal

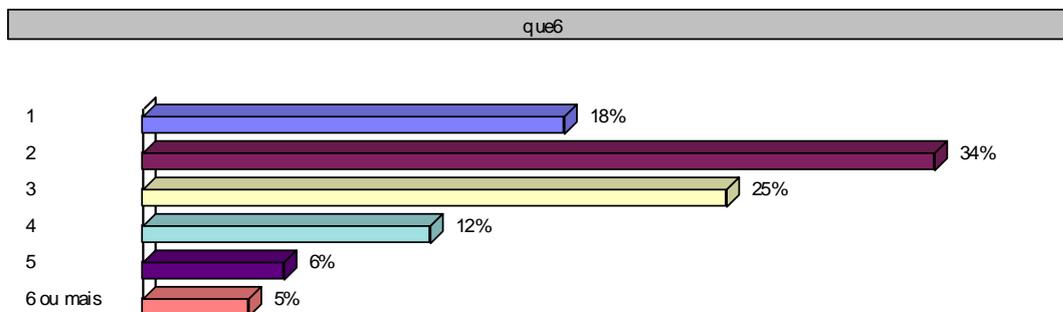
O(a) Sr(a) irá fazer compras de Natal?



Quem o(a) Sr(a) pretende dar presentes?

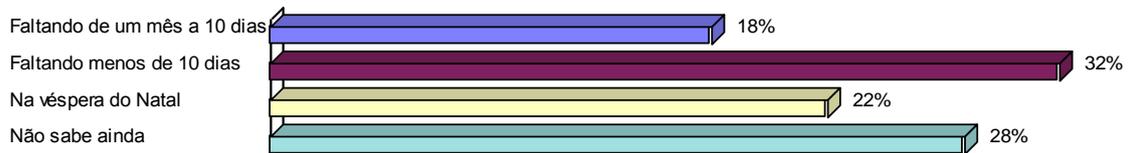


Quantas pessoas o(a) Sr(a) pretende presentear?



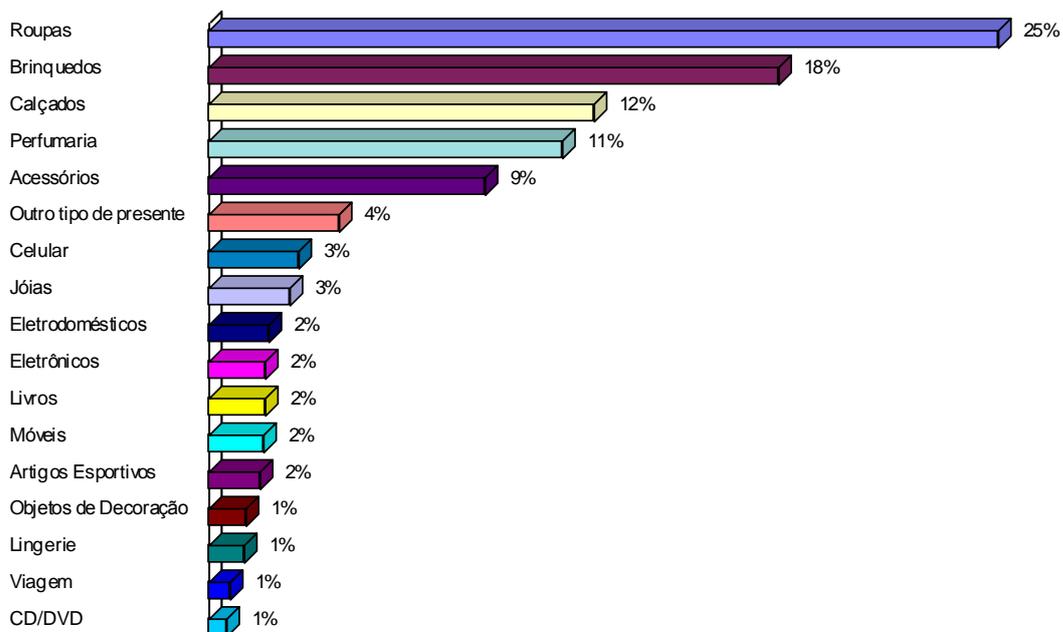
Quando o(a) Sr(a) irá fazer as suas compras de Natal?

que.7



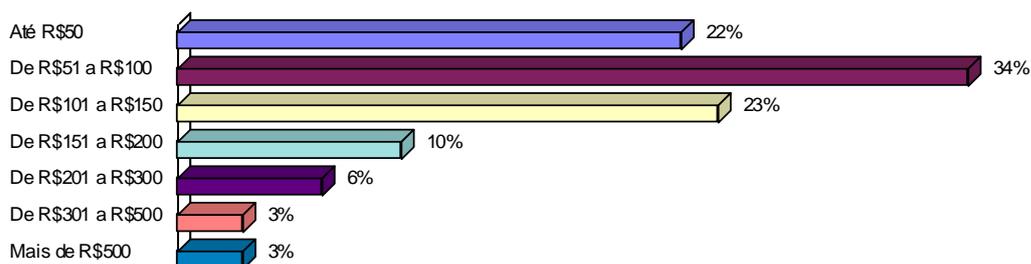
O que o(a) Sr(a) pretende comprar neste Natal?

que7

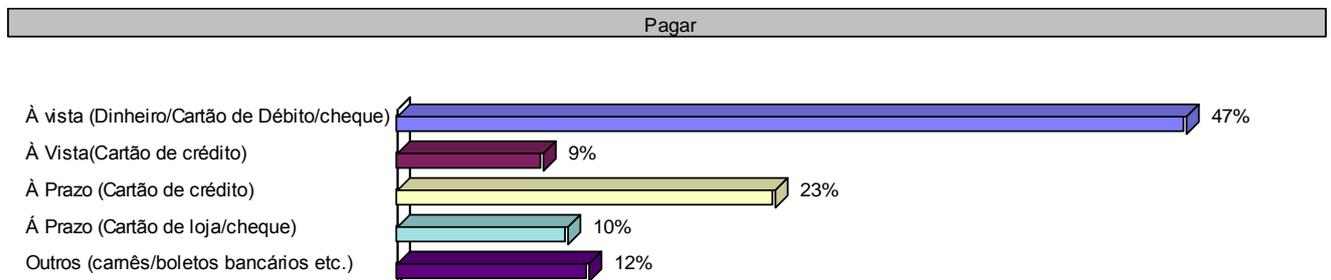


Quanto o(a) Sr(a) pretende investir em cada presente neste Natal?

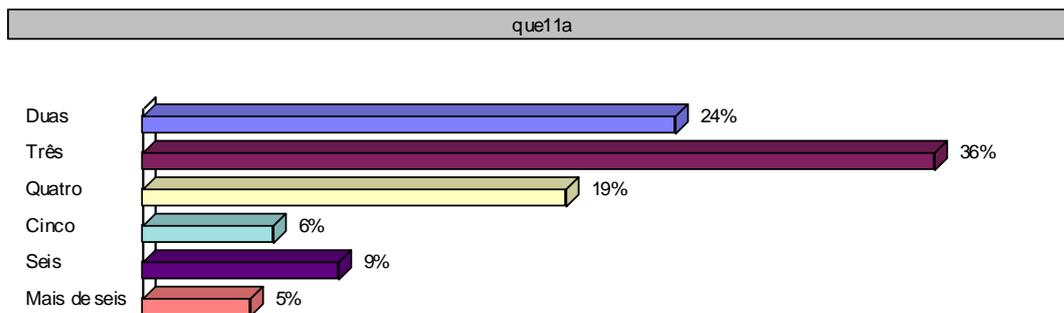
que9



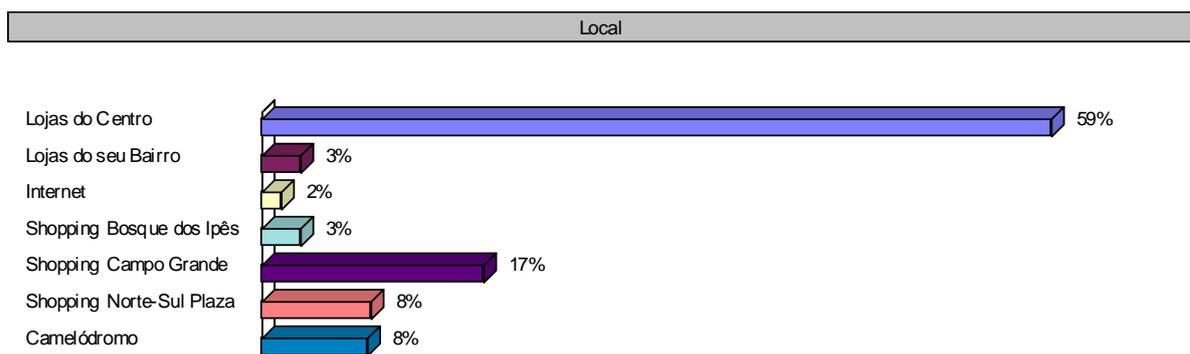
Como o Sr.(a) pretende pagar suas compras de Natal?



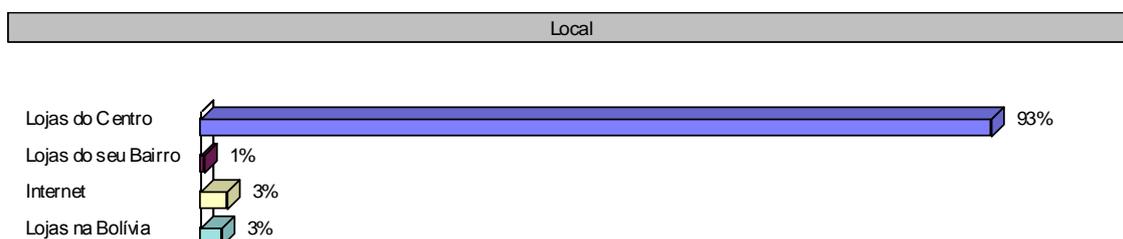
Pensando numa compra parcelada, em quantas vezes o(a) Sr(a) escolheria para dividir o pagamento dos presentes de Natal?



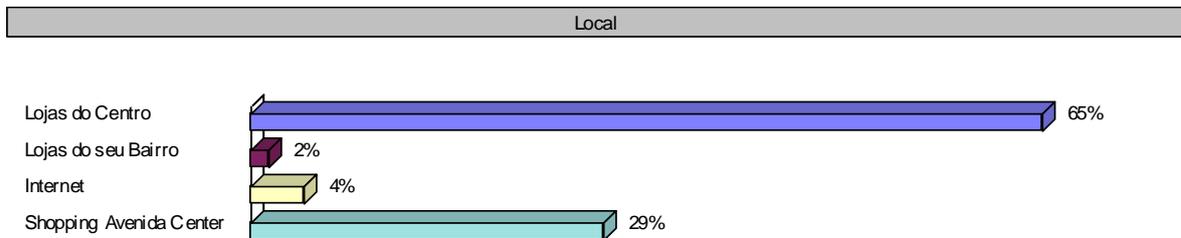
Local que irá comprar o presente? Campo Grande



Local que irá comprar o presente? Corumbá e Ladário



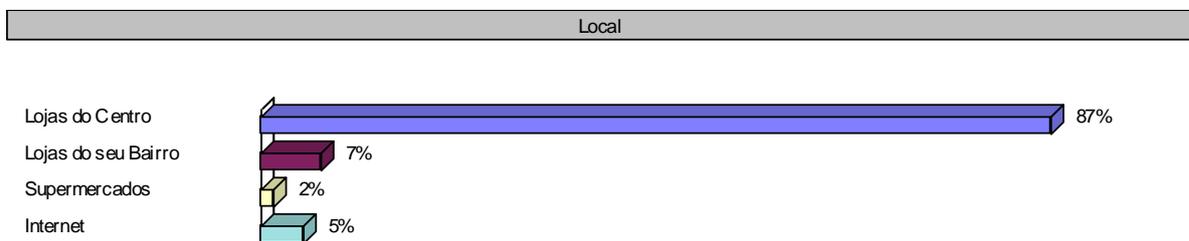
Local que irá comprar o presente? Dourados



Local que irá comprar o presente? Ponta Porã

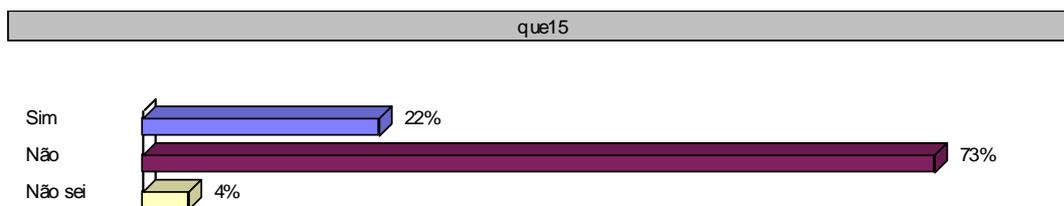


Local que irá comprar o presente? Demais cidades do MS

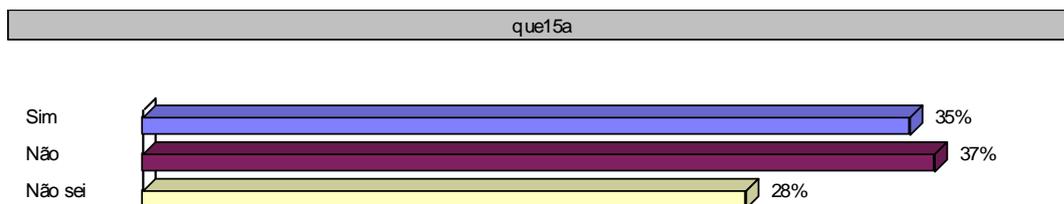


Condições Financeiras

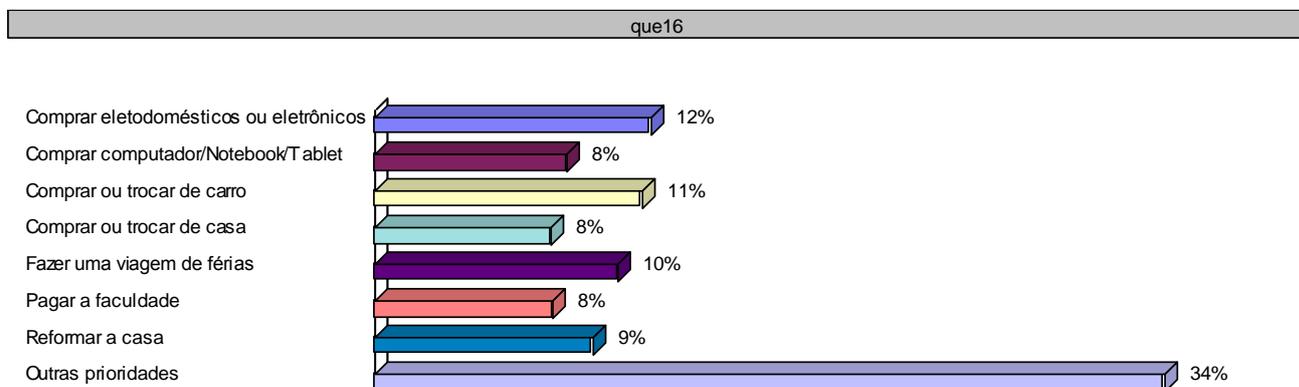
O Sr(a) acha que 2015 foi melhor, financeiramente, que o ano de 2014?



O Sr(a) julga que 2016 será melhor, financeiramente, do que 2015?



Quais são as suas prioridades de consumo de bens duráveis para o ano de 2016?

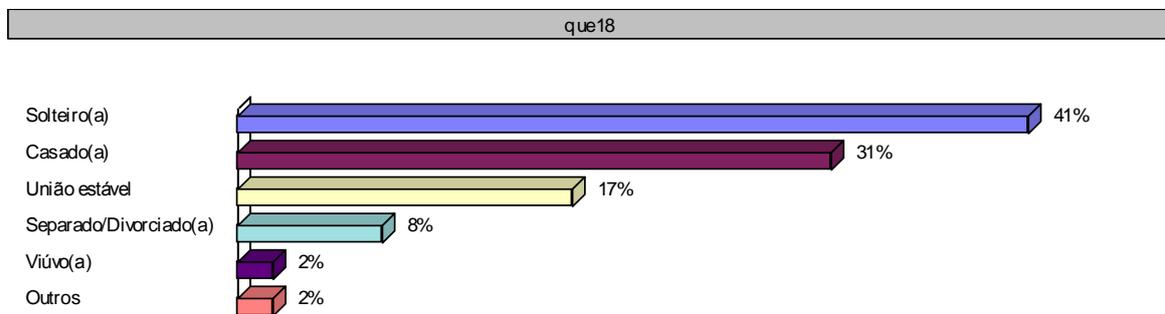


Perfil Demográfico dos Entrevistados

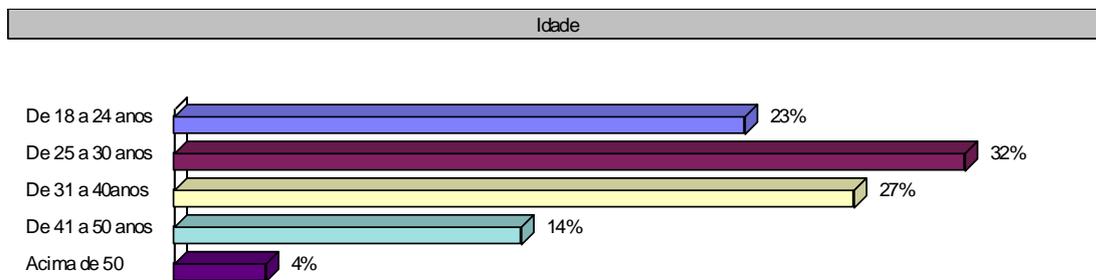
Sexo?



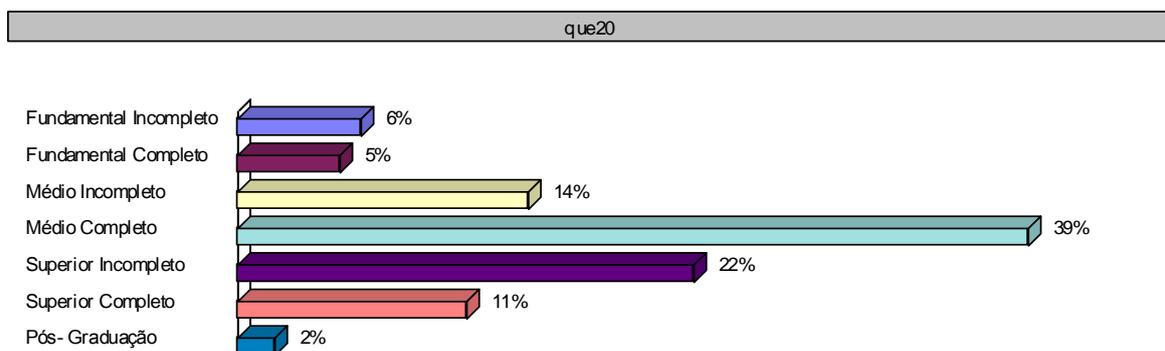
Qual seu estado civil?



Qual a sua idade?



Qual é o seu grau de instrução?



Qual sua renda familiar?

