



**Pesquisa de Intenção de Compras de Dia
das Mães 2016
Resultados de Nova Andradina MS**

Abril 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 das mães de 2016.
Local:	Nova Andradina, Mato Grosso do Sul.
Universo:	População economicamente ativa.
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. Renata dos Santos Silva.

Tabela de Amostragem da Pesquisa

Cidade	PEA aproximada	Erro (%)	Amostra
Nova Andradina	23.000	6,8	200

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

Introdução

O dia das mães é um período de intensificação de movimento do comércio, considerado um segundo Natal para os lojistas, por isso 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, podendo ser identificado o percentual da população que vai às compras, quem tem dúvida e quem não vai comprar.

O intuito é de orientar o comerciante para esta data dando a ele ferramentas para conhecer melhor seu cliente em potencial e as tendências de consumo. A pesquisa é realizada em locais de grande fluxo com o intuito de facilitar a abordagem dos respondentes.

A amostra para o município de Nova Andradina foi de 200 entrevistados e ocorreu de 08 a 18 de fevereiro de 2016.

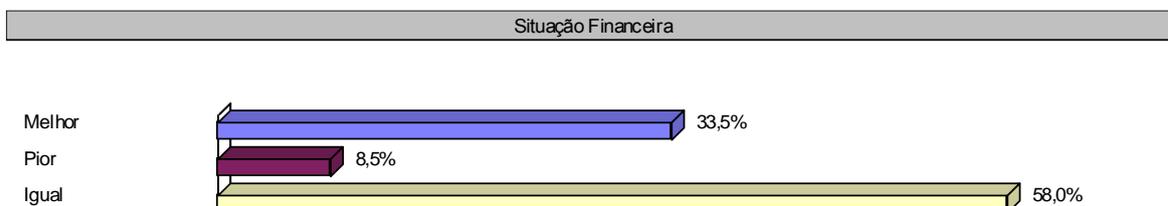
Foram aplicadas 26 questões, sendo 3 abertas e 23 fechadas (respostas múltiplas e únicas).

Quanto à situação financeira comparada ao ano passado 58% da população acredita estar igual, 33,5%, julgam que está melhor e 8,5% diz estar pior.

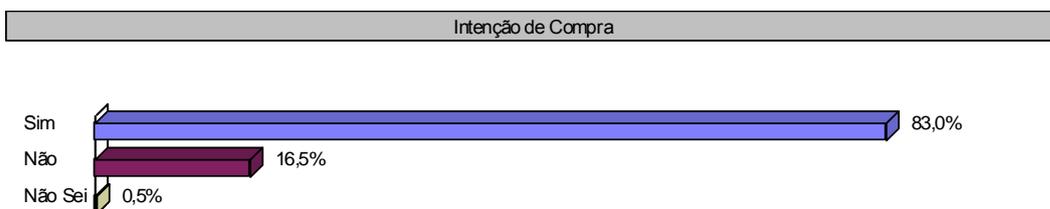
Em Nova Andradina 83% da população economicamente ativa deve ir às compras e 0,5% ainda está indeciso.

O valor médio dos presentes de dia das mães é estimado em R\$ 132,53 e o comércio deve movimentar um montante superior a 2,5 milhões de reais com presentes de dia das mães.

Situação Financeira comparada ao ano anterior



Intenção de Compra



Perfil do Comprador(a)

Para auxiliar o comerciante com informações úteis para aumentar suas vendas, é muito importante que este entenda qual é o perfil de quem vai às compras, ou seja, de seu potencial cliente.

O cliente desse dia das mães em Nova Andradina têm o seguinte perfil, que pode ser analisado com mais informações nos gráficos a seguir :

São majoritariamente homens (62,7%) jovens, entre 18 e 29 anos (43,4%), tem o ensino médio completo (38,6%) e são assalariadas (44,6%).

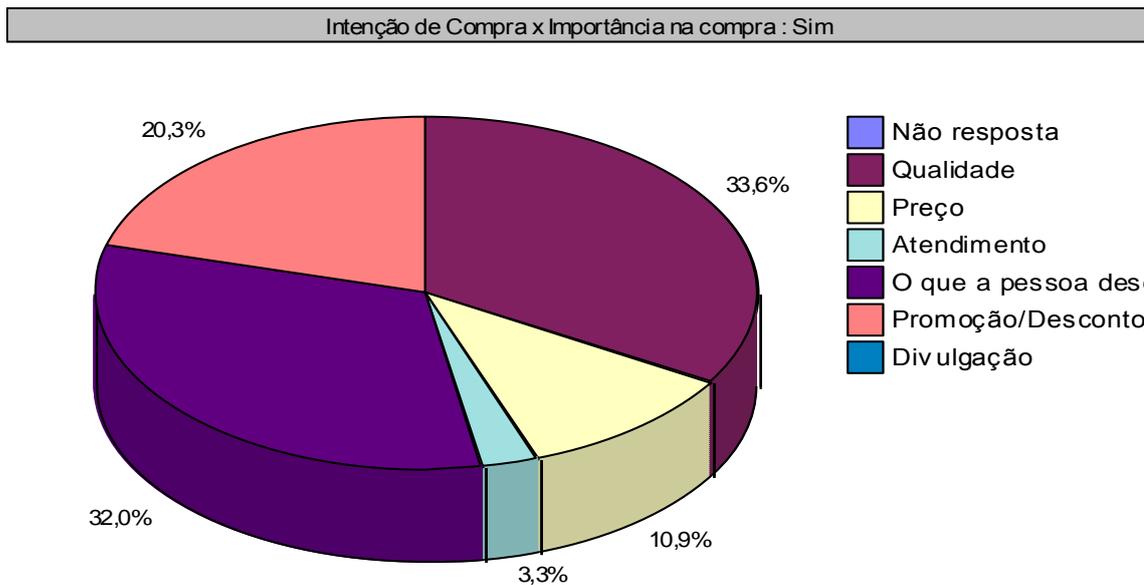
Possuem renda familiar de 1 a 3 salários mínimos (83,1%) e famílias de 4 pessoas (54,2%).

Dos potenciais compradores (60,2%) comprará apenas 1 presente e 61,2% presentearão a mãe.

Ainda podemos concluir dessa pesquisa que a maioria dos potenciais compradores (86,1%) farão pesquisa de preço e presentearão com peças de vestuário (58,2%), quanto ao local de compras, o mais citado são as lojas do centro (95,8%).

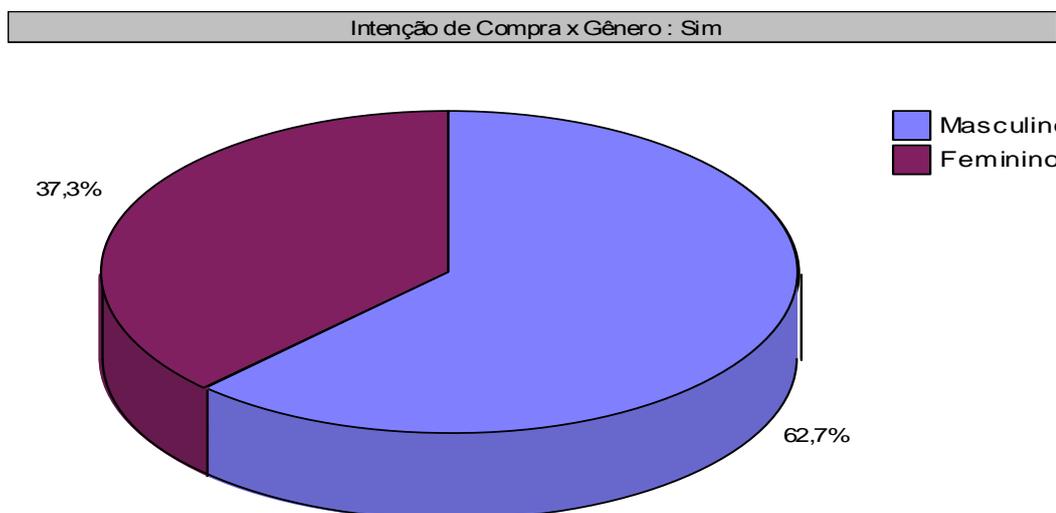
A maioria dos compradores deve gastar entre R\$101,00 e R\$ 200,00 (43,4%) e pagará em dinheiro, à vista (84,3%).

Para que o comerciante possa entender melhor o que é mais importante na decisão de compras de seu potencial cliente, os entrevistados foram questionados quanto aos itens abaixo tendo a opção de escolher até três.



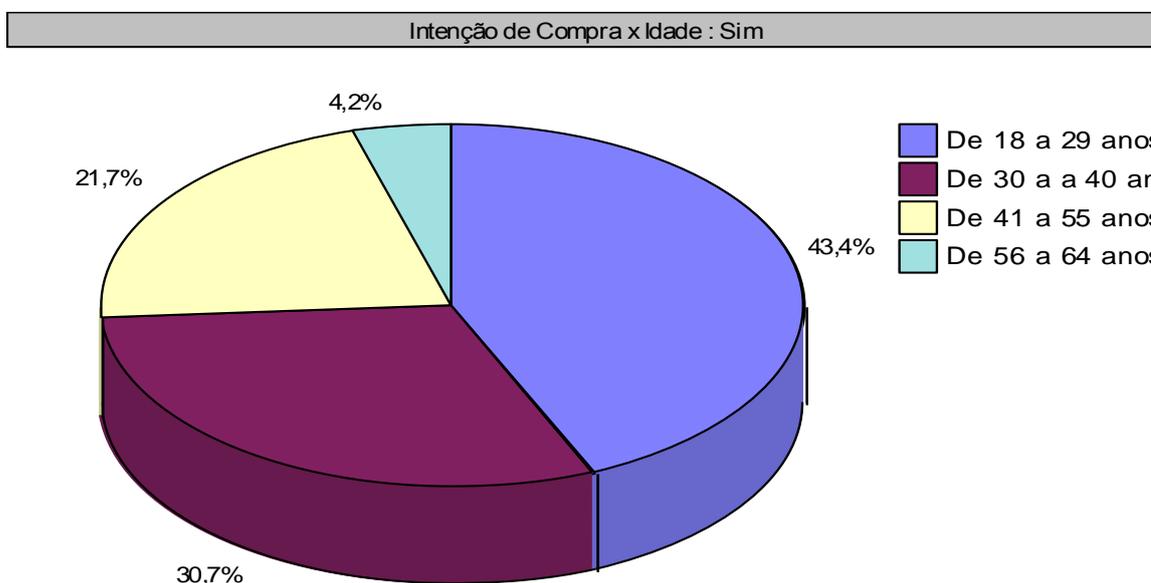
Por isso não importa onde esteja localizada a loja, vale a pena investir em produtos com qualidade outro fator decisivo será o que a mãe gostaria de ganhar, informações que serão encontradas mais a frente nessa pesquisa.

Gênero



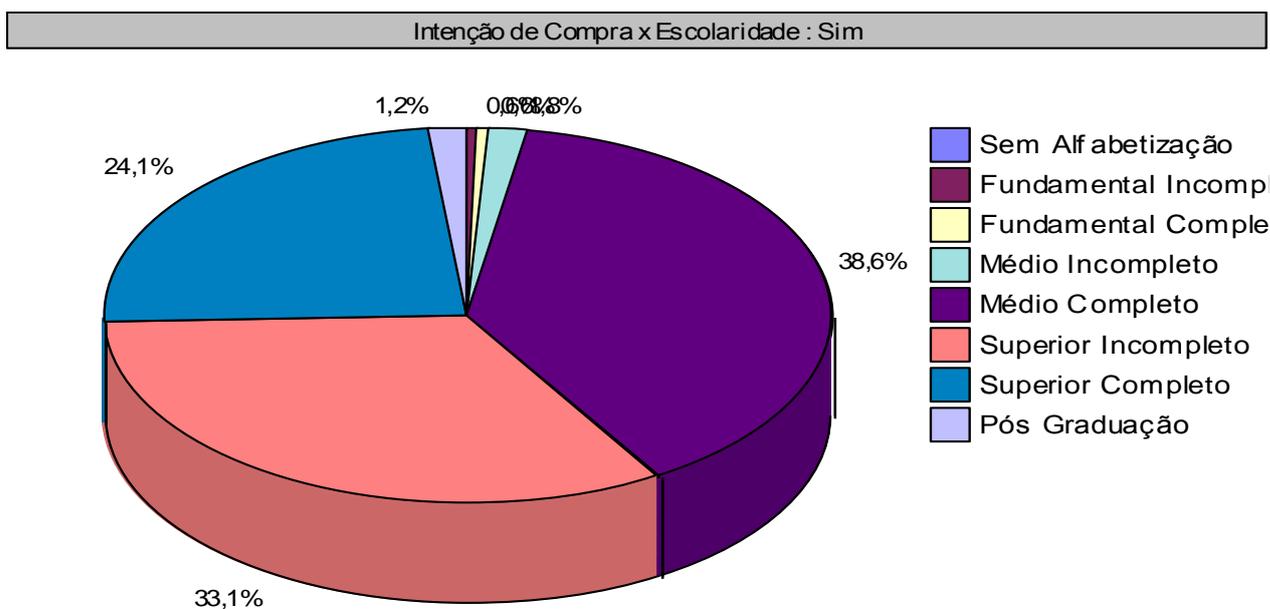
Daqueles que irão as compras, 62,7% são do gênero masculino.

Idade



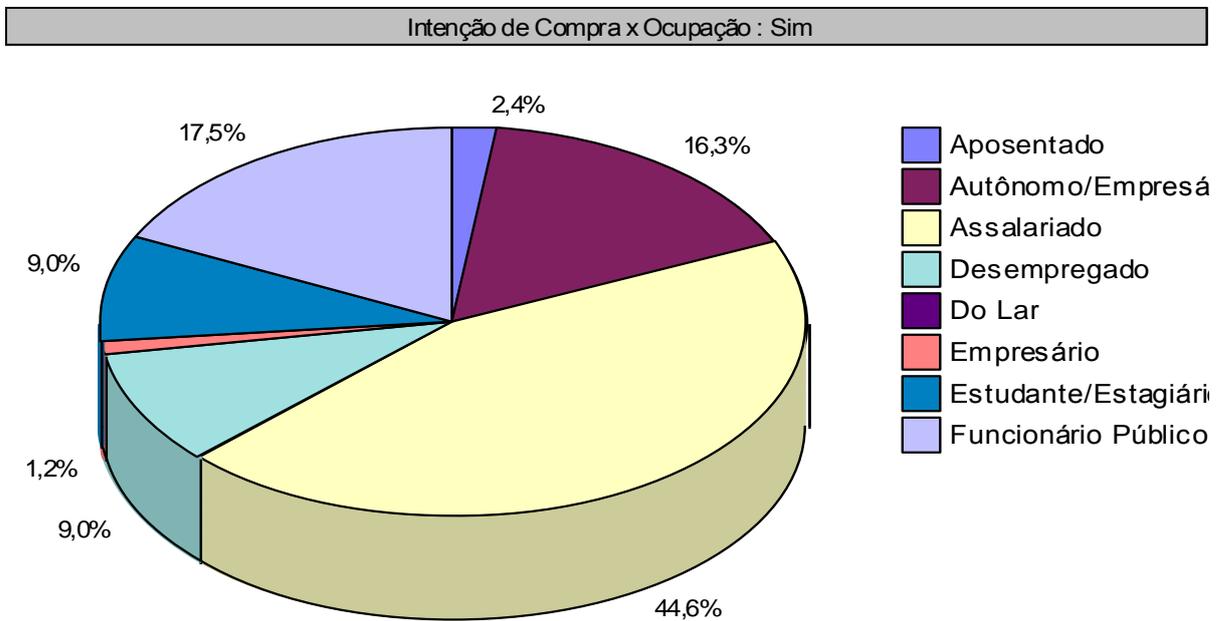
Daqueles que irão as compras, 43,4% tem entre 18 e 29 anos.

Escolaridade



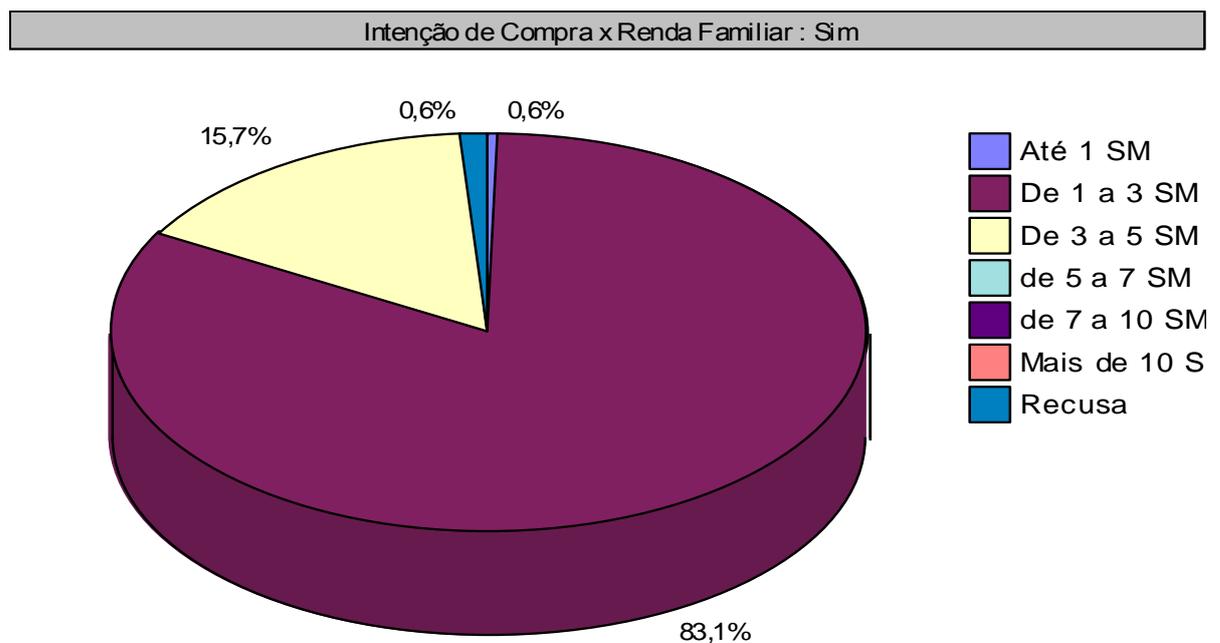
Daqueles que irão as compras, 38,6% tem ensino médio completo.

Ocupação



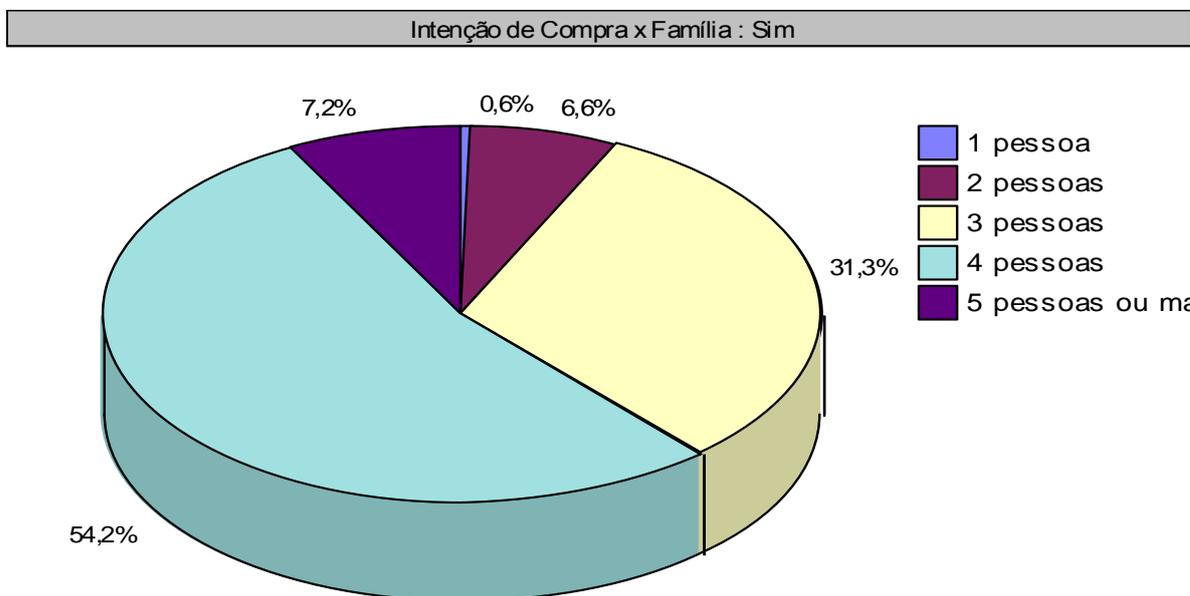
Daqueles que irão as compras, 44,6% são assalariados.

Renda Familiar



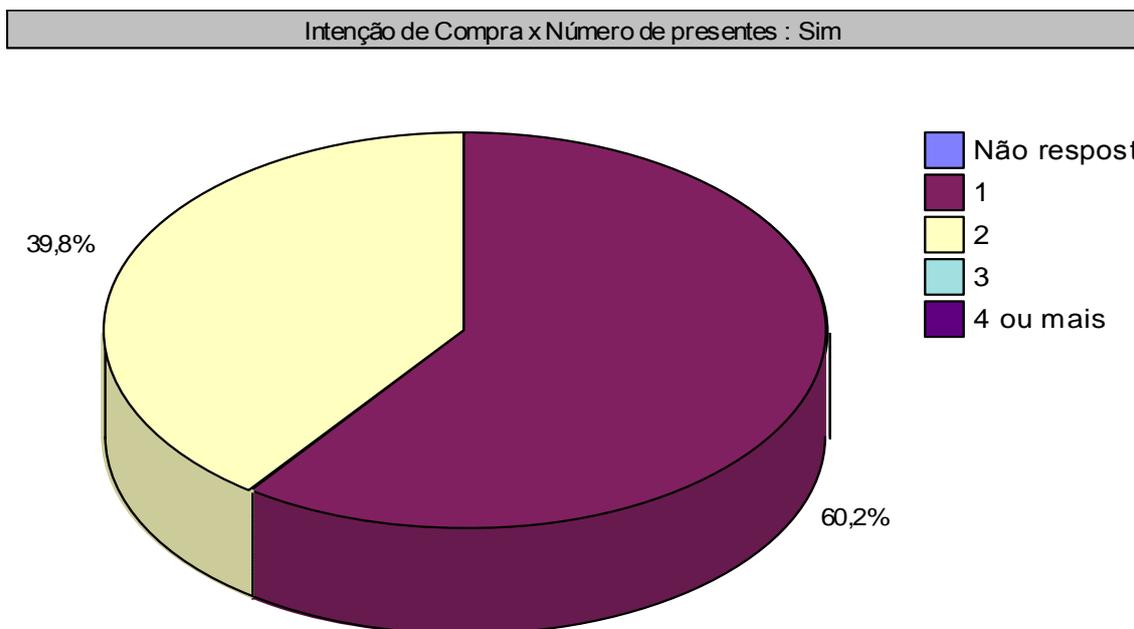
Daqueles que irão as compras, 83,1% tem renda familiar de 1 a 3 salários mínimos.

Tamanho da família



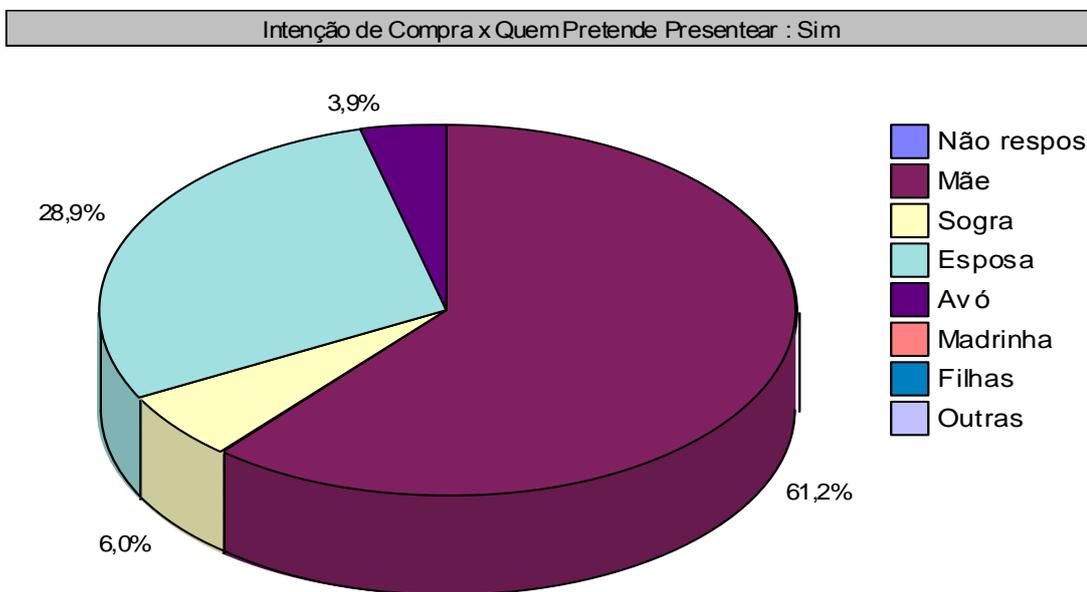
Daqueles que irão as compras, 54,2% tem família de 4 pessoas.

Número de Presentes



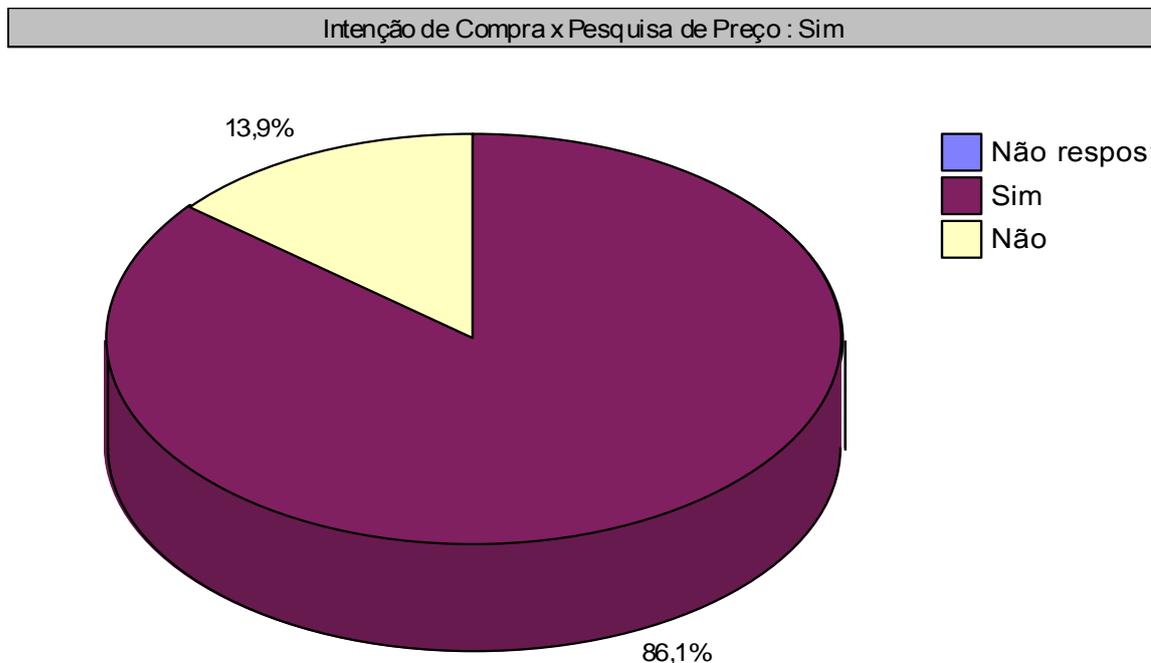
Daqueles que irão às compras 60,2% darão apenas 1 presente.

Quem Pretende Presentear



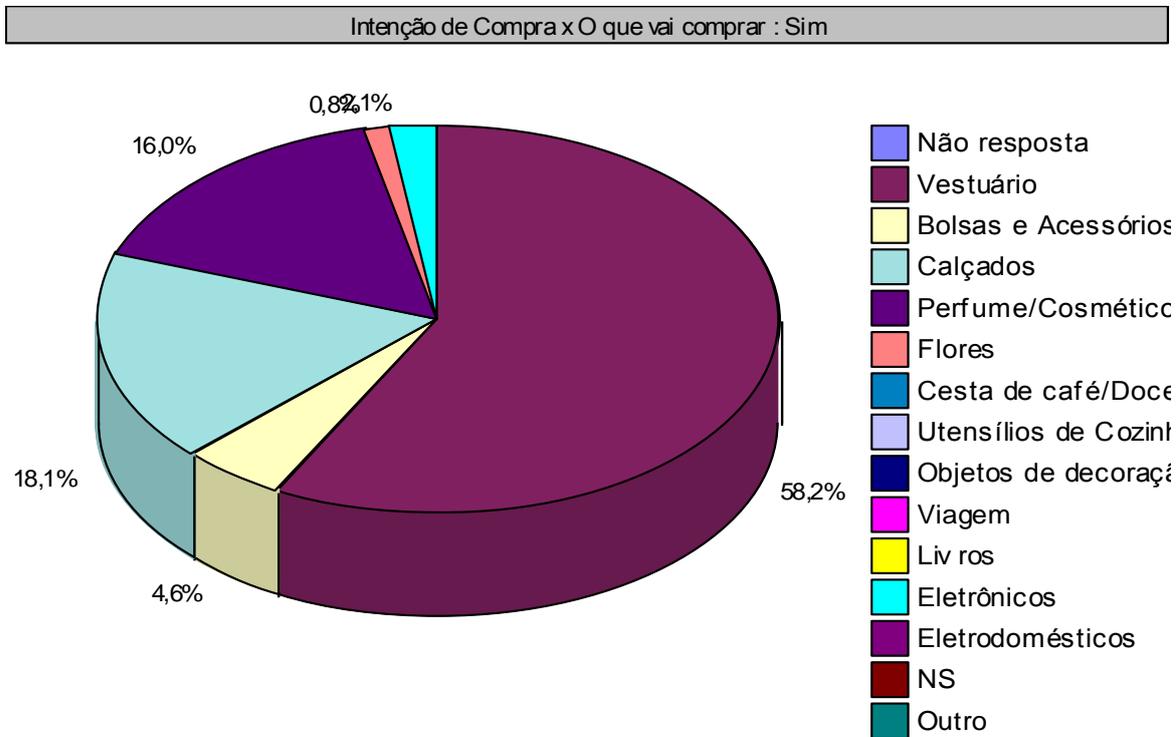
Daqueles que irão presentear, 61,2% presentearão as mães.

Pesquisa de Preço



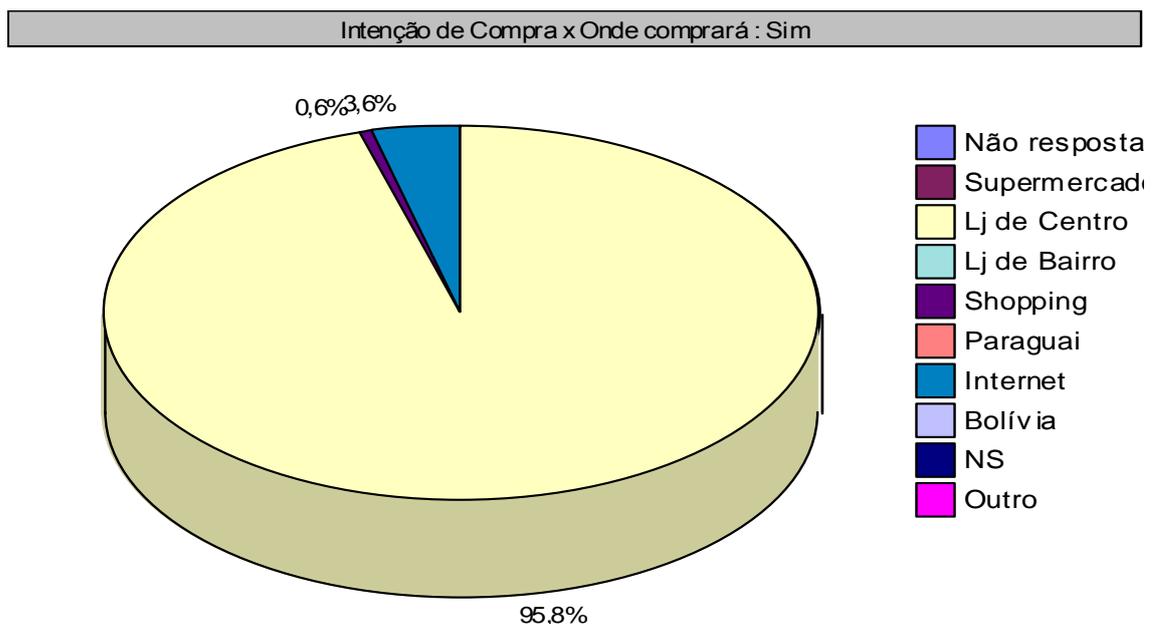
Daqueles que irão as compras, 86,1% deverão fazer pesquisa de preço.

O que vai comprar



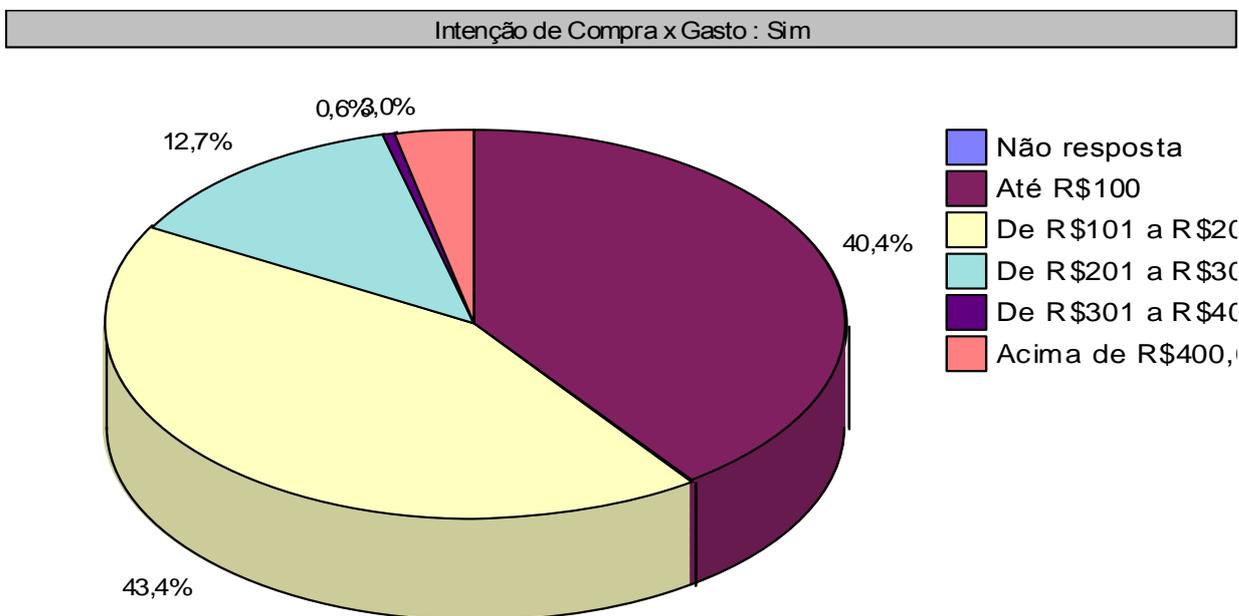
Daqueles que irão as compras, 58,2% comprarão presentes de Vestuário.

Onde vai comprar



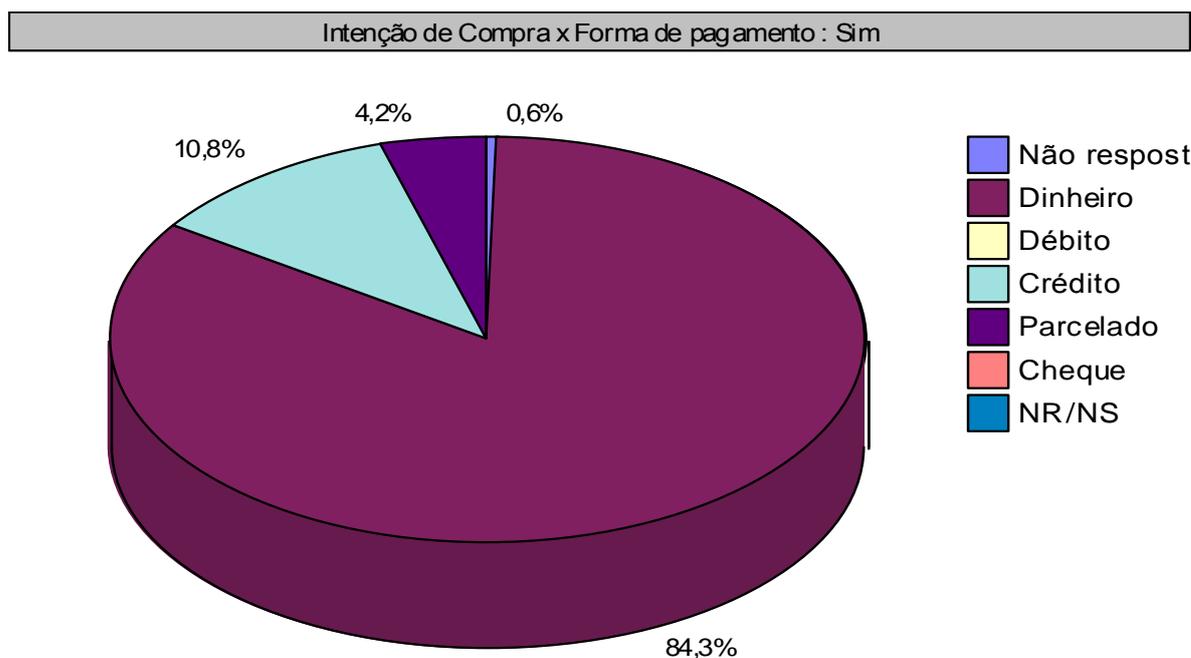
Daqueles que irão as compras, 95,8% comprarão em lojas do centro.

Quanto irá gastar



Daqueles que irão as compras, 43,4% gastará de R\$101,00 a R\$200,00.

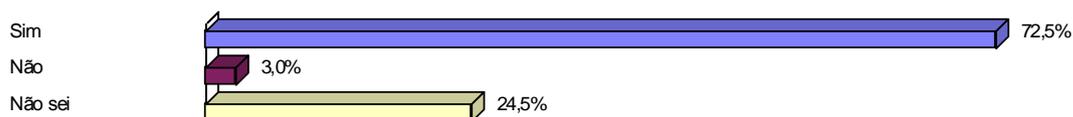
Forma de Pagamento



Daqueles que irão as compras, 84,3% pagarão à vista, em dinheiro.

Refeição Fora do Lar

Refeição fora do lar



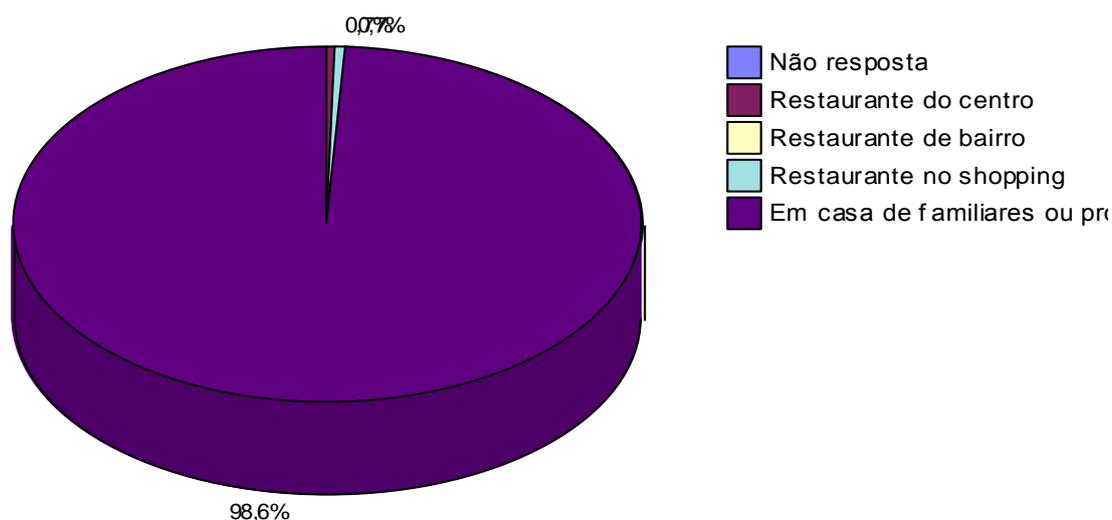
Muitas famílias têm como costume, confraternizar almoçando fora de casa no dia das mães, seja em casa de familiares ou restaurantes.

A pesquisa revelou que, em Nova Andradina 72,5% da população deve almoçar fora no dia das mães e 30,7% ainda está indecisa.

O gasto médio projetado na pesquisa com alimentação fora do lar será de R\$ 84,63 por comprador, estimando um movimento de R\$ 1,4 milhão em alimentação fora do lar.

Local

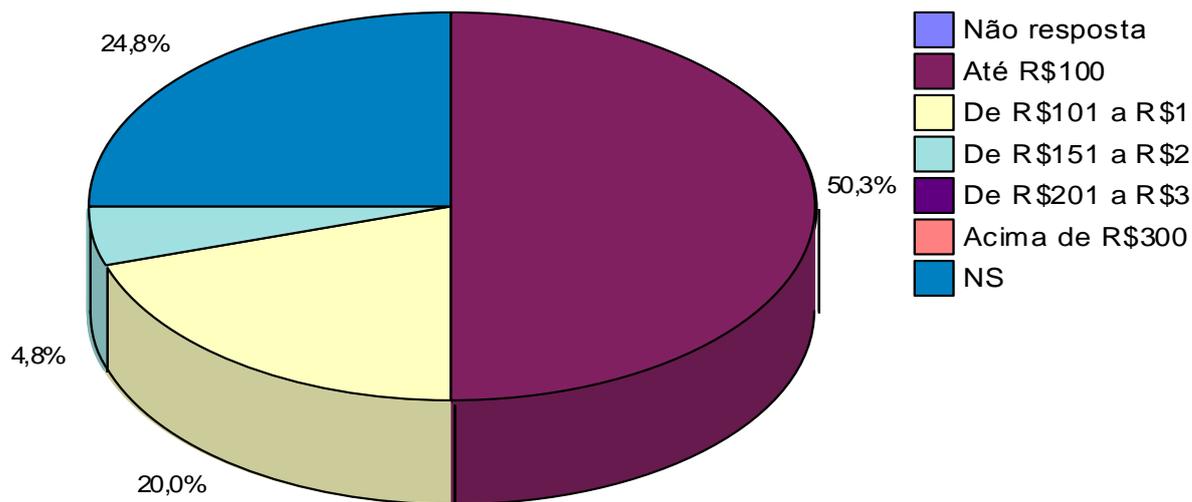
Refeição fora do lar xLocal da refeição : Sim



Dos que farão refeição fora do lar, 98,6% as fará em casa de familiares ou receberá visitas.

Quanto deve Gastar com Alimentação

Refeição fora do lar x Gasto com refeição : Sim



Dos que irão fazer refeição fora 50,3% gastará até R\$100,00, devido ao tipo encontro, em casa de familiares, a maior movimentação deve ser em mercados, rotisseries e padarias para comprar alimentos preparados para levar.