



**Pesquisa de Intenção de Compras de Dia
das Mães 2016
Resultados Consolidados do 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:	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

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.

Outra novidade é a expectativa de gastos com alimentação para as confraternizações em casa de familiares, próprias e restaurantes. Essa medição serve para auxiliar a tomada de decisões de mercados, padarias, rotisserias, churrasarias pra viagem e restaurantes.

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.

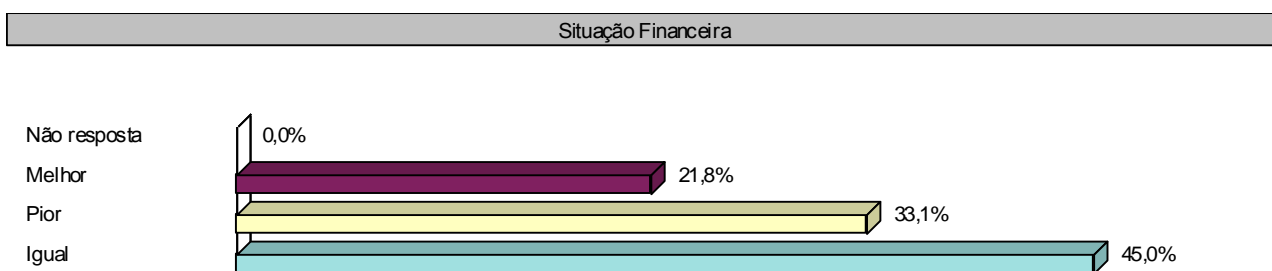
A pesquisa é realizada em locais de grande fluxo com o intuito de facilitar a abordagem dos respondentes.

A amostra para o estado do Mato Grosso do Sul foi de 2000 entrevistados, em 13 cidades e a pesquisa ocorreu de 08 a 18 de fevereiro de 2016.

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

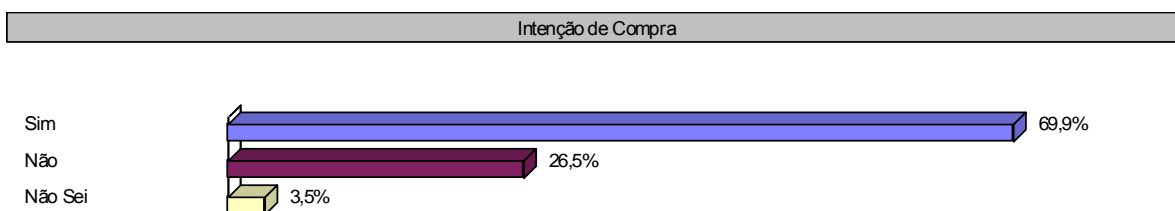
Situação Financeira

Quanto à situação financeira comparada ao ano passado 45% da população acredita estar igual, 33,1%, julgam que está pior e 21,8% diz estar melhor.



Intenção de Compra

No Mato Grosso do Sul 69,9% da população economicamente ativa deve ir às compras e 3,5% ainda está indeciso.



O valor médio gasto por pessoa com presentes de dia das mães no Mato Grosso do Sul é estimado em R\$ 129,46 e a média de presentes a serem comprados será de 1,4 presentes por potencial cliente.

O comércio com presentes de dia das mães deve movimentar o montante superior a 159 milhões de reais.

A população que deve presentear esse ano tem 11,1% inferior à do ano passado (81% da População Economicamente Ativa), ainda temos uma parcela de indeciso (3,5%) que tem o potencial de injetar mais 8 milhões de reais na economia.

Ainda em relação ao ano passado, o valor médio dos presentes está 22% menor.

A expectativa é de um gasto presentes 26% menor no estado.

A perda real do gasto médio em 22% está intimamente ligada com a evolução da situação financeira das famílias, como pudemos observar anteriormente, 33,1% das famílias declaram ter uma situação financeira pior do que em 2015.

A redução da renda das famílias trouxe uma queda na confiança na prospecção dos gastos em presentes para o dia das mães, o cenário econômico de crise é refletido diretamente na expectativa de queda de vendas no comércio.

O maior valor médio de compra de presentes de dia das mães foi observado em Aquidauana/Anastácio, com R\$176,98, seguido por Três Lagoas com R\$ 140,96 e por Nova Andradina com R\$132,53.

Segundo pesquisa a cidade que sentirá menor impacto no comércio nesse período será Nova Andradina onde o volume de vendas deve ser igual ao do ano passado a perda seria só da inflação no período que gira em torno de 10%.

Ainda segundo a pesquisa a cidade que sentirá o maior impacto nas vendas de dia das mães será Naviraí, com vendas estimadas 48% menores que o período no ano passado.

Podemos ver na tabela 1 a seguir o comparativo do MS e das cidades pesquisadas em relação ao ano de 2015.

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 das Mães						
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 em Compras (R\$ mil)	Valor Médio do Presente (R\$)
Aparecida do Taboado	85,1	1.069	104,65	84	1.641	164
Aquidauana/Anastácio	60,9	2.156	176,98	92	2.351	128
Campo Grande	59,2	27.935	117,97	83	40.729	122
Chapadão do Sul	59,3	744	114,06	69	1.364	181
Corumbá/Ladário	79,5	4.085	122,33	87	6.235	170
Dourados	83	10.731	131,93	86	16.928	200
Naviraí	56,7	1.499	120,18	90	2.864	166
Nova Andradina	83	2.530	132,53	68	2.524	160
Ponta Porã	69	2.855	102,17	81	4.844	148
São Gabriel do Oeste	58	748	117,24	71	1.112	142
Três Lagoas	83	7.605	140,96	86	8.349	149
Mato Grosso do Sul	69,9	159.467	129,46	81	214.572	166

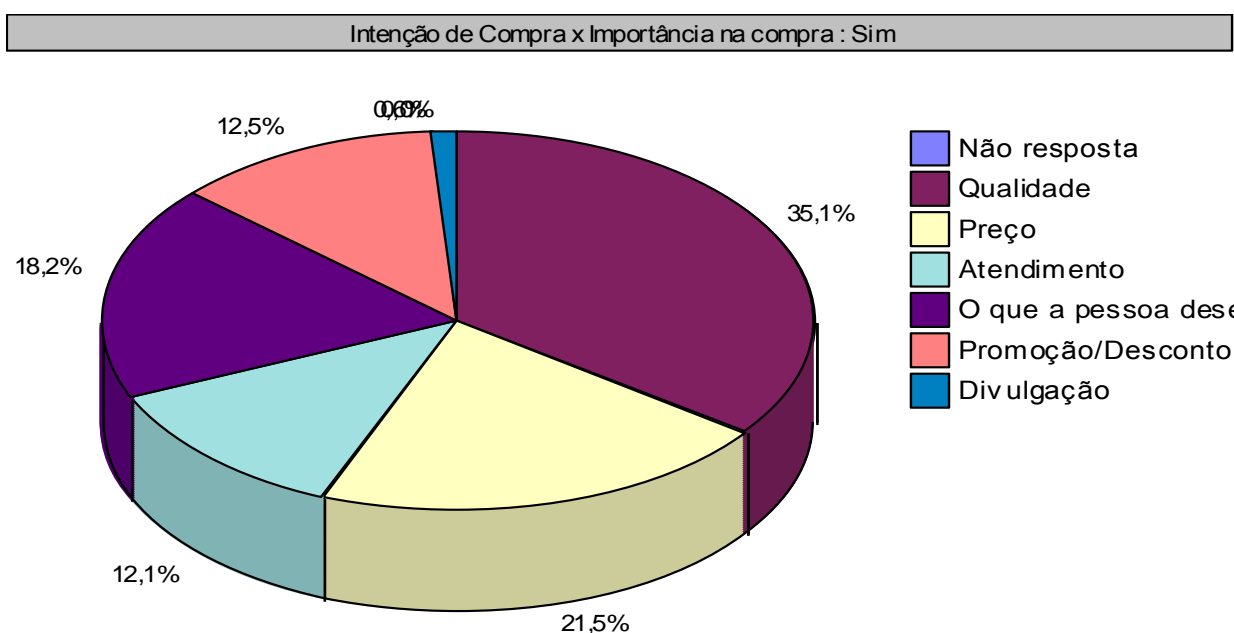
Perfil do comprador

A pesquisa revelou que 81% da população economicamente ativa deve ir às compras no Mato Grosso do Sul e o consumidor de dia das mães deste ano é formado majoritariamente por:

- Homens (57,6%);
- Jovens, com idade entre 18 e 29 anos (46,4%);
- Em relação ao grau de escolaridade, esses consumidores tem em sua maioria o ensino médio completo (33,6%);
- A maioria é assalariada (43,5%);
- A renda da maior parte das famílias fica entre 1 a 3 salários mínimos (45,7%);
- Essas famílias são formadas em sua maioria por 3 pessoas (32,1%);
- A maioria presenteará com apenas 1 presente (66,9%);
- O presenteado mais citado é a mãe (61,4%);
- Os presentes mais citados foram vestuário (27%), perfume/cosmético (19%) e calçado (12,5%);
- Os locais preferidos para compras são as lojas do centro (72,2%);
- A maioria dos consumidores (73,7%) sinalizou que irá fazer pesquisa de preços antes de tomar a decisão de compra;
- Os pagamentos deverão ser feitos em dinheiro (67%%), e parcelado (14,6%);
- A maioria dos parcelamentos não passará de 3 X (62,1%).

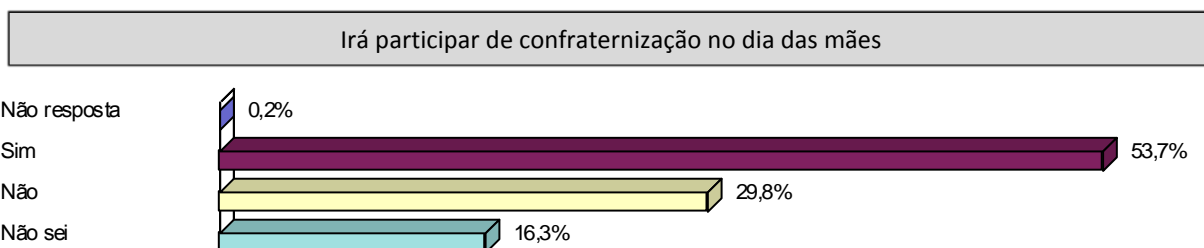
Fatores Decisivos na Compra

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 vale a pena investir em produtos de qualidade, sendo que 35,1% dos entrevistados elegeram esse item como o mais importante na decisão de compra, o preço interfere em apenas 21,5% do seu potencial cliente. Por isso exponha produtos de qualidade e não tenha receio de colocar os preços em suas vitrines.

Refeição de Confraternização

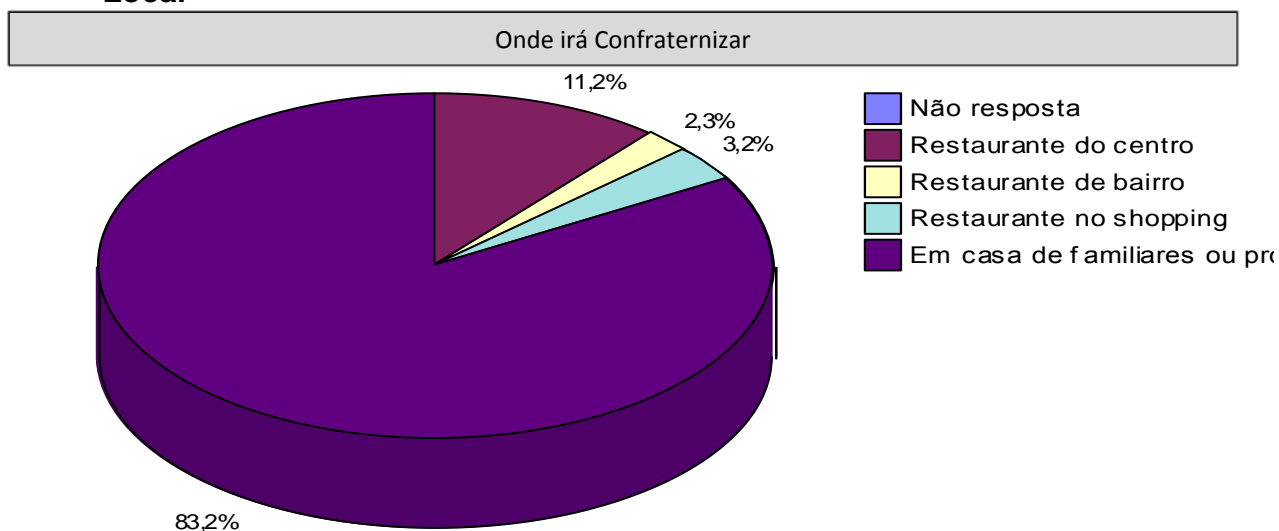


Muitas famílias têm como costume, confraternizar almoçando ou jantando fora de casa no dia das mães, seja em casa de familiares ou restaurantes.

A pesquisa revelou que, no Mato Grosso do Sul 53,7% da população deve confraternizar no dia das mães.

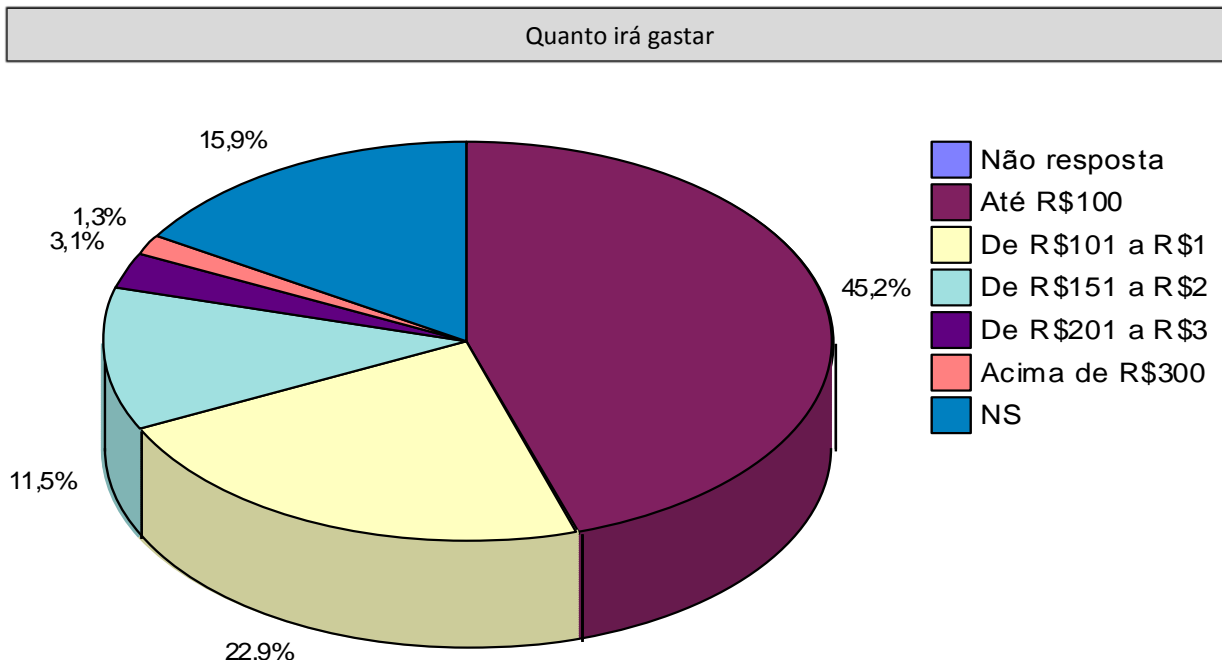
O gasto médio aferido na pesquisa com alimentação foi de R\$ 99,67 por comprador, estimando um movimento de R\$ 67,4 milhões no segmento.

Local



Dos que confraternizarão, 83,2% o fará em casa de familiares ou receberão familiares em casa, excelente oportunidade de vendas para churrascarias, padarias, rotisseries e mercados de oferecerem pratos prontos e sobremesas.

Quanto deve Gastar com Alimentação



Dos que irão confraternizar 45,2% gastará até R\$100,00.

Conclusão

As lojas que devem receber mais clientes são as do seguimento de vestuário, perfumes/cosméticos e calçados.

A média de compra é acima de 1 presente por cliente, uma ótima alternativa é investir em vendas casadas ex.:compre pra mãe e ganhe 30% de desconto no presente da esposa ou sogra.

As lojas de centro serão os principais pontos de compra desses consumidores, que tem intenção de pagar suas compras à vista em dinheiro.

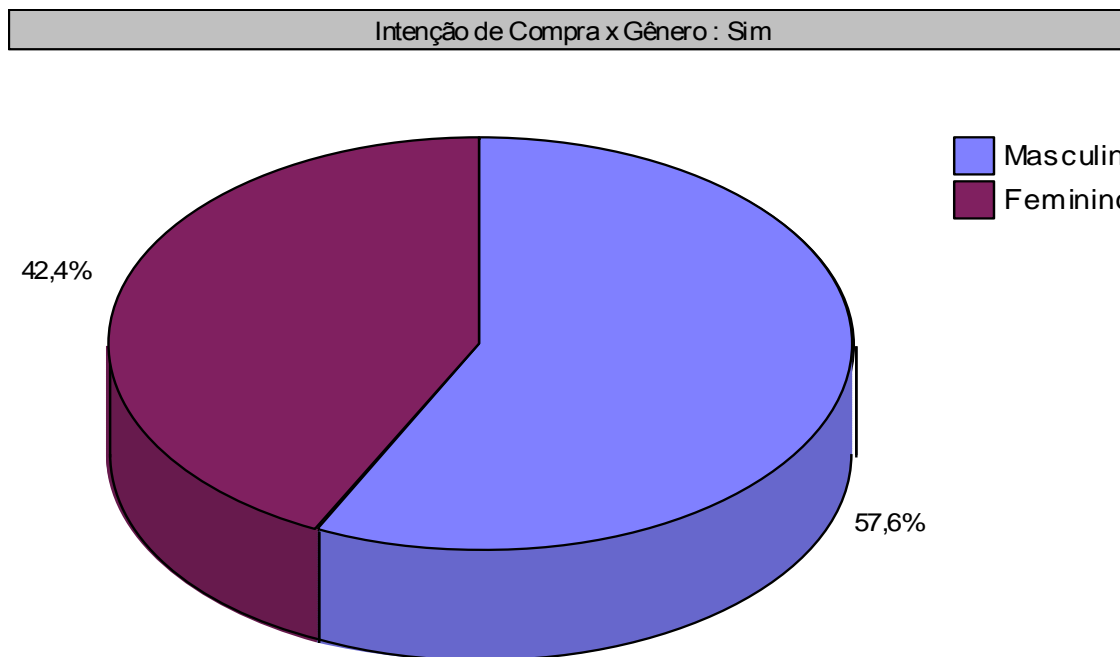
Invistam em produtos de qualidade e vitrines chamativas, sempre muito bem precificadas, lembrem-se o consumidor quer produtos de qualidade muito mais do que pechinchas.

Com forme apontado na pesquisa 8,1% dos consumidores ainda não sabem o que vão comprar, por isso a divulgação pode ser um grande diferencial para atrair esses indecisos nessa época.

O mercado de alimentação tem uma ótima oportunidade a frente, podendo oferecer serviços de entregas, massas com molho prontas, carnes, sobremesas, bebidas e etc. para as confraternizações de dia das mães.

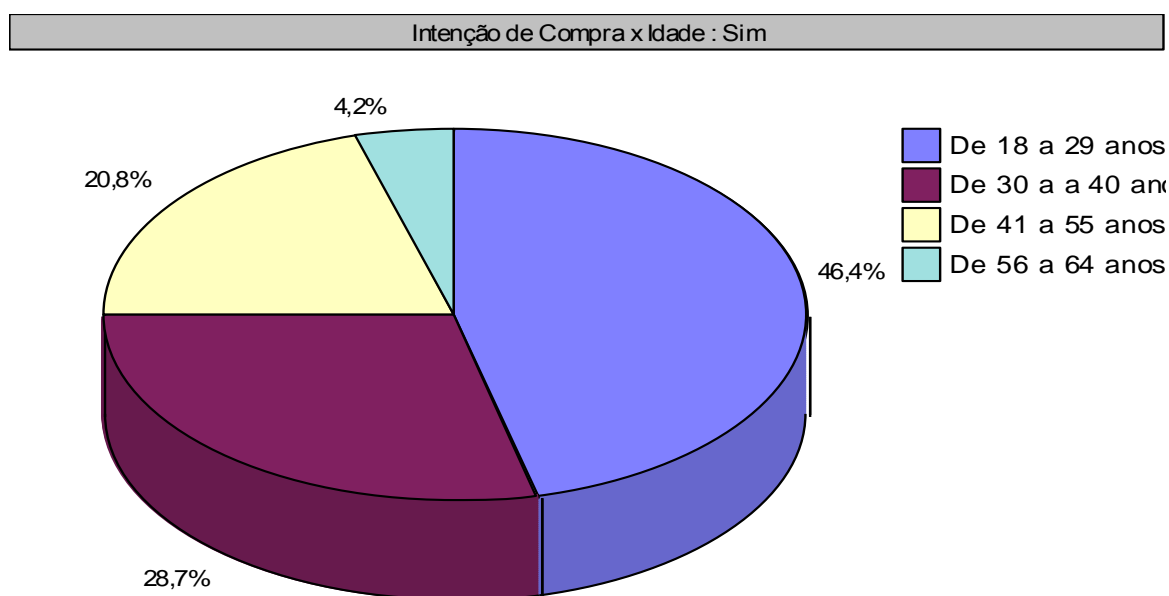
Resultados da Pesquisa

Gênero



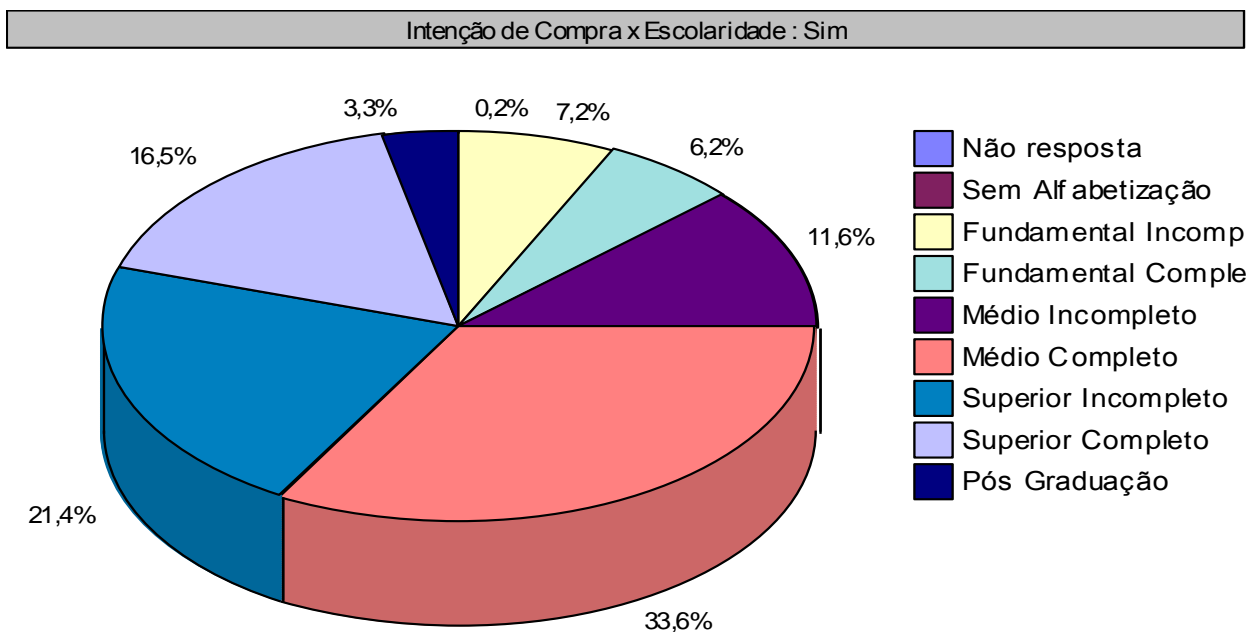
Daqueles que irão às compras, a maioria é do gênero masculino (57,6%).

Idade



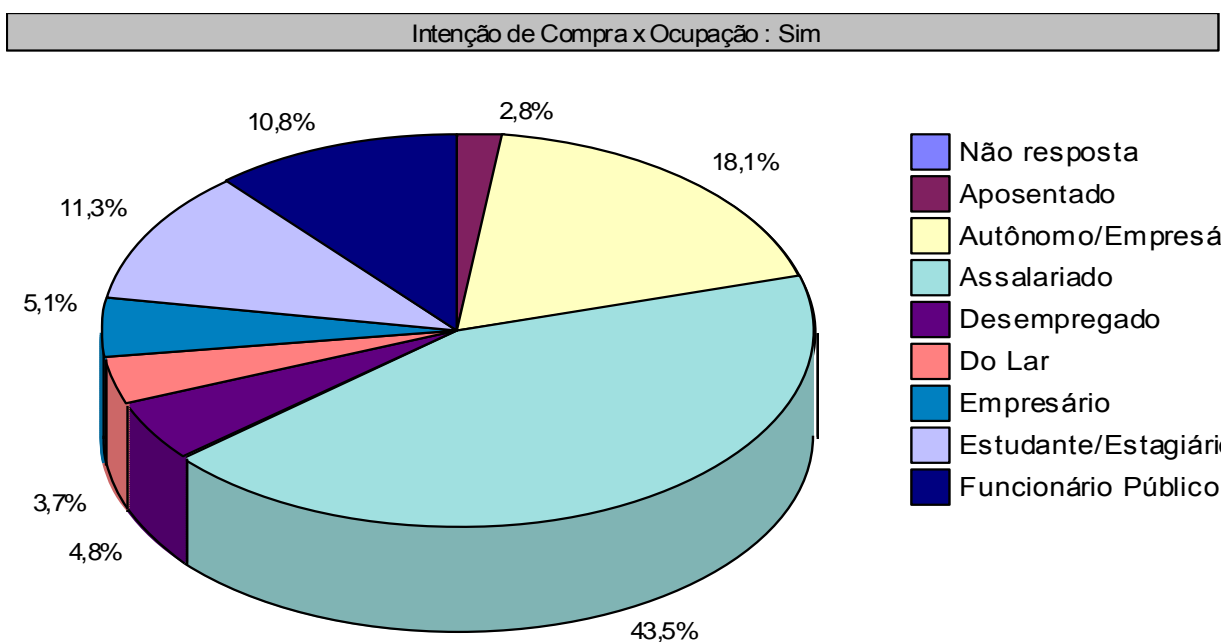
Daqueles que irão às compras, a maioria tem entre 18 e 29 anos (46,4%).

Escolaridade



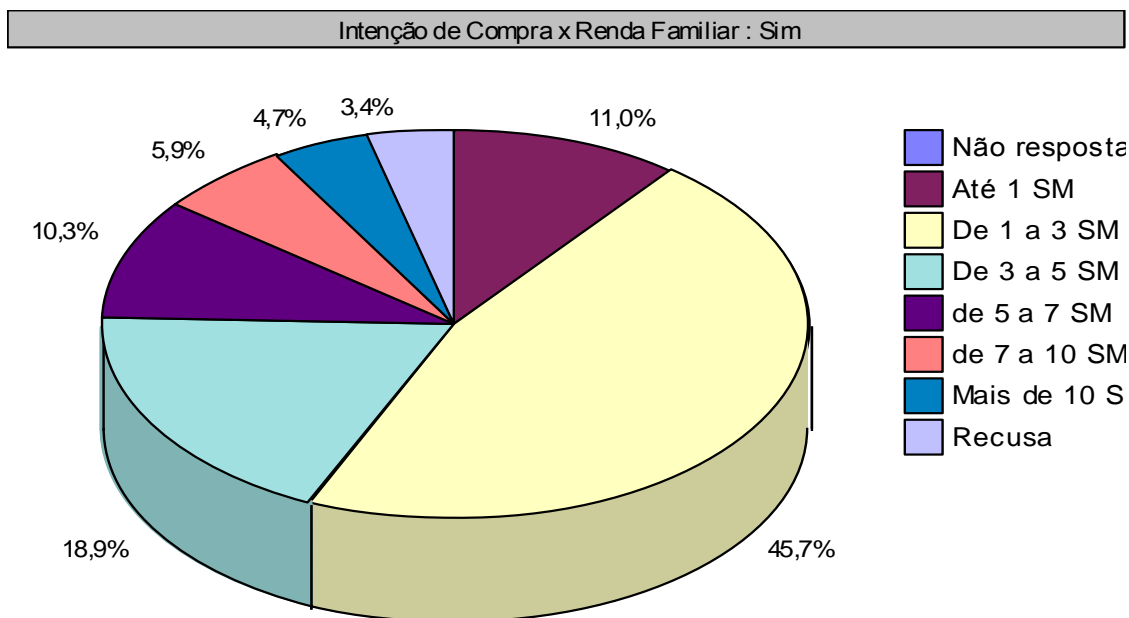
Daqueles que irão às compras, a maioria tem ensino médio completo (33,6%).

Ocupação



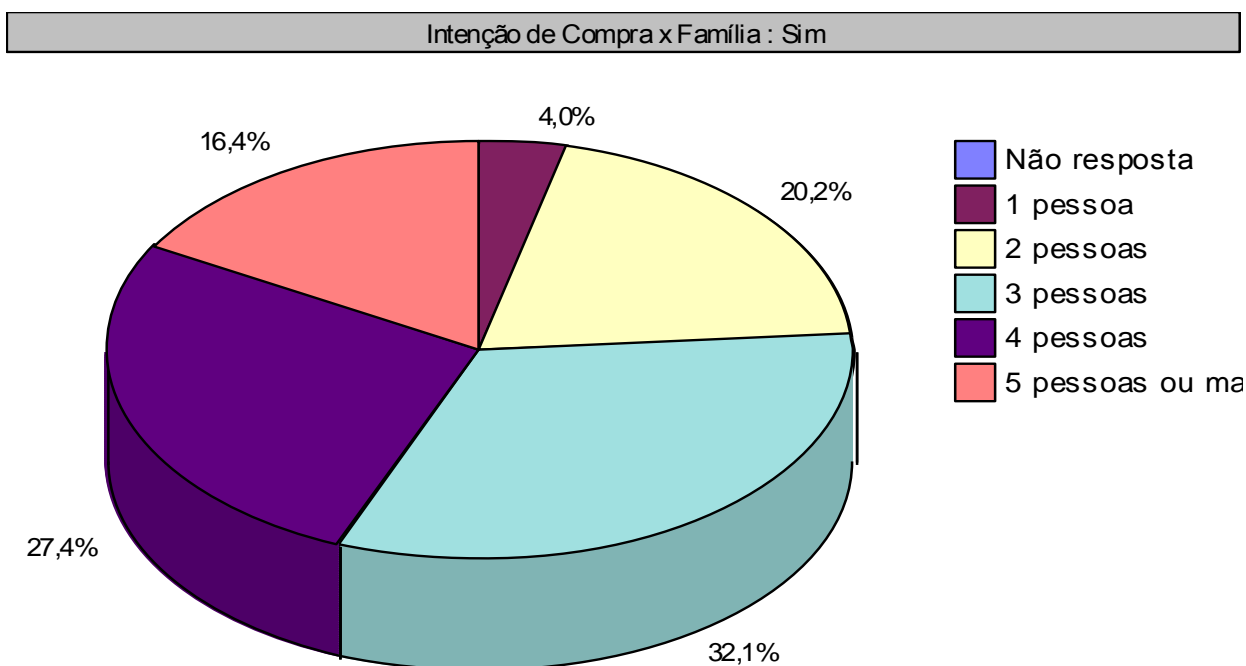
Daqueles que irão às compras, a maioria é assalariado (43,5%).

Renda Familiar



Daqueles que irão às compras, a maioria ganha de 1 a 3 salários mínimos (45,7%).

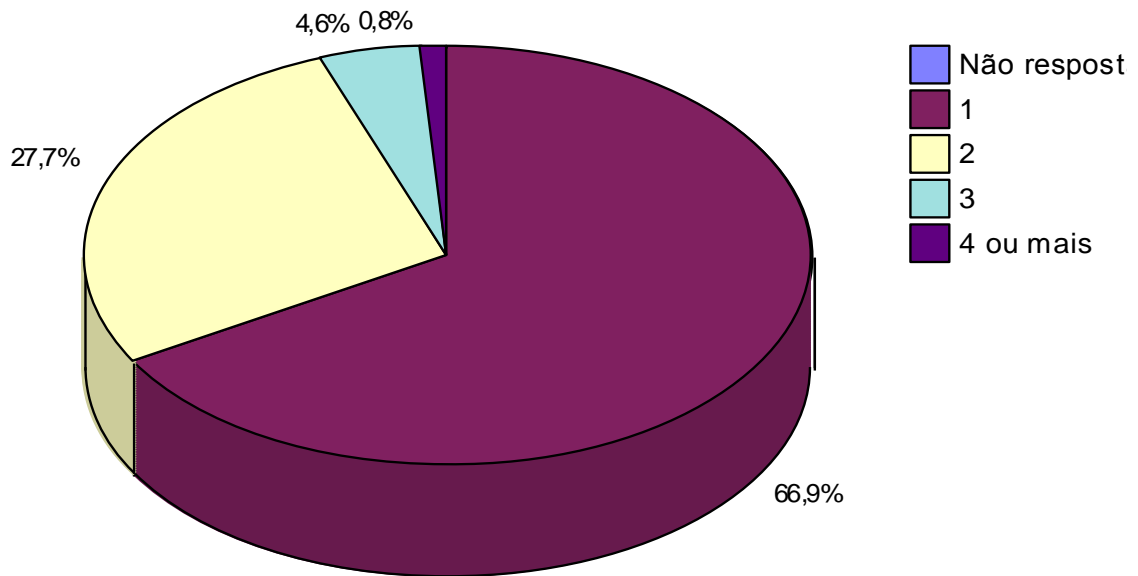
Tamanho da família



Daqueles que irão às compras, a maioria tem família de 3 pessoas (32,1%).

Número de Presentes

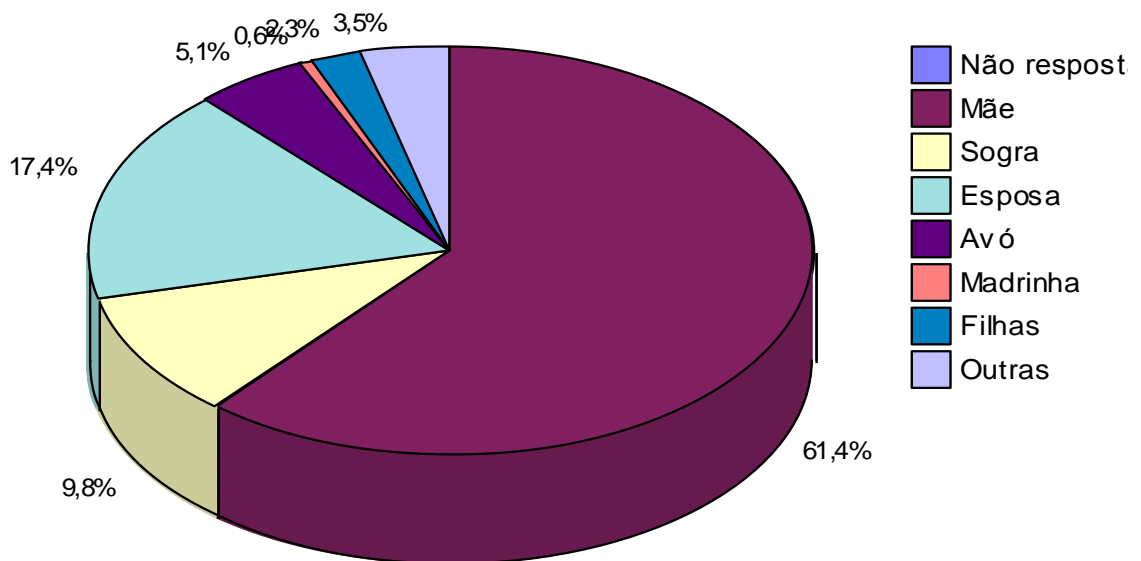
Intenção de Compra x Número de presentes : Sim



Daqueles que irão presentear, 66,9% comprará apenas um presente.

Quem Pretende Presentear

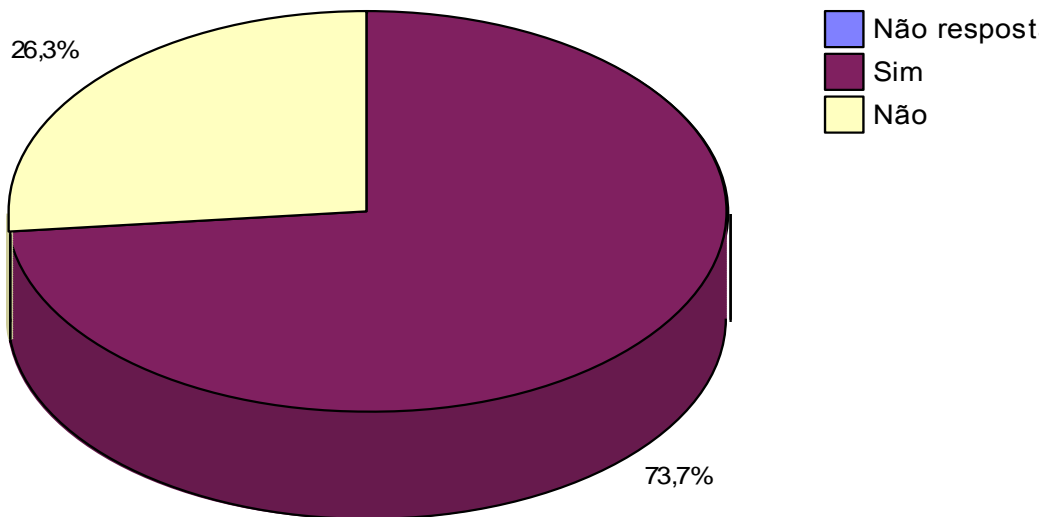
Intenção de Compra x Quem Pretende Presentear : Sim



Daqueles que irão presentear, 61,4% presenteará a mãe.

Pesquisa de Preço

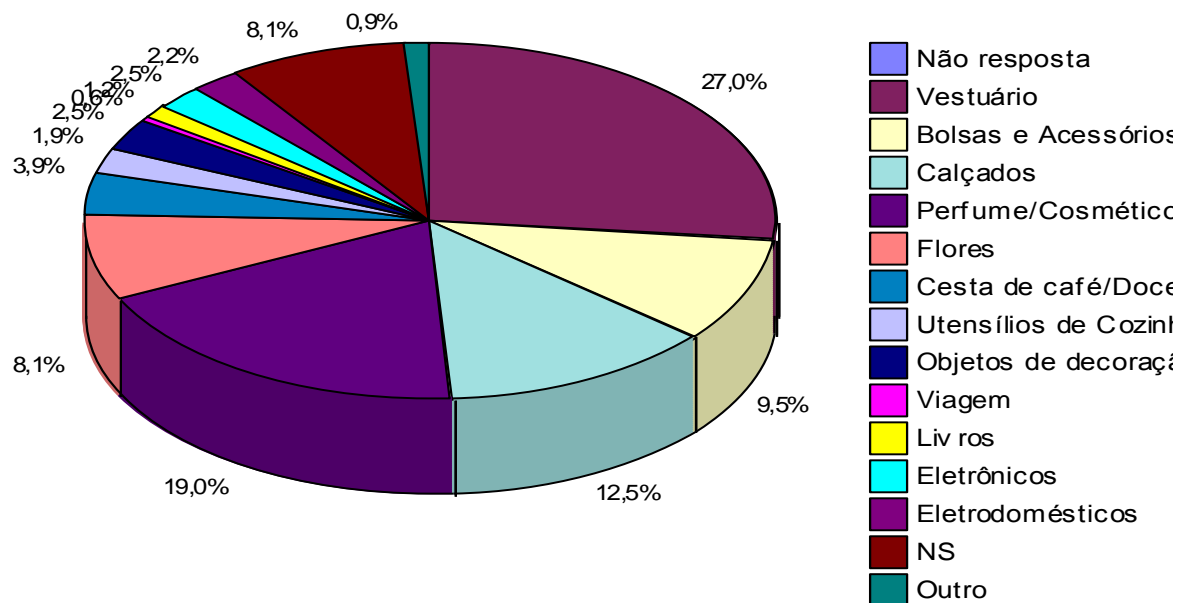
Intenção de Compra x Pesquisa de Preço : Sim



Daqueles que irão às compras, a maioria vai fazer pesquisa de preço (73,7%).

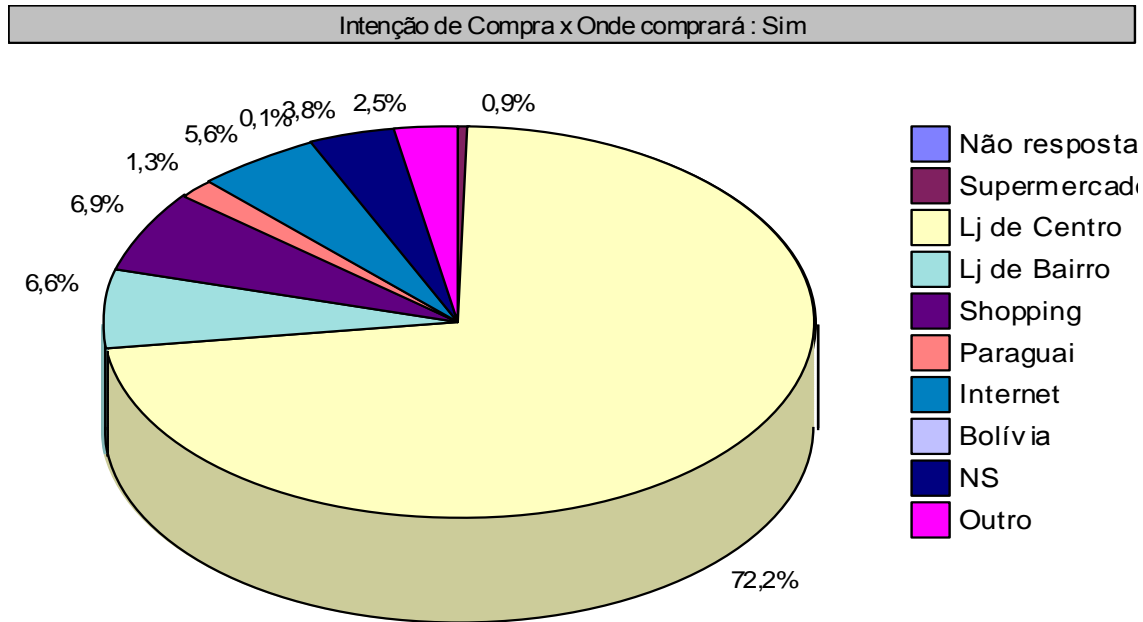
O que vai comprar

Intenção de Compra x O que vai comprar : Sim



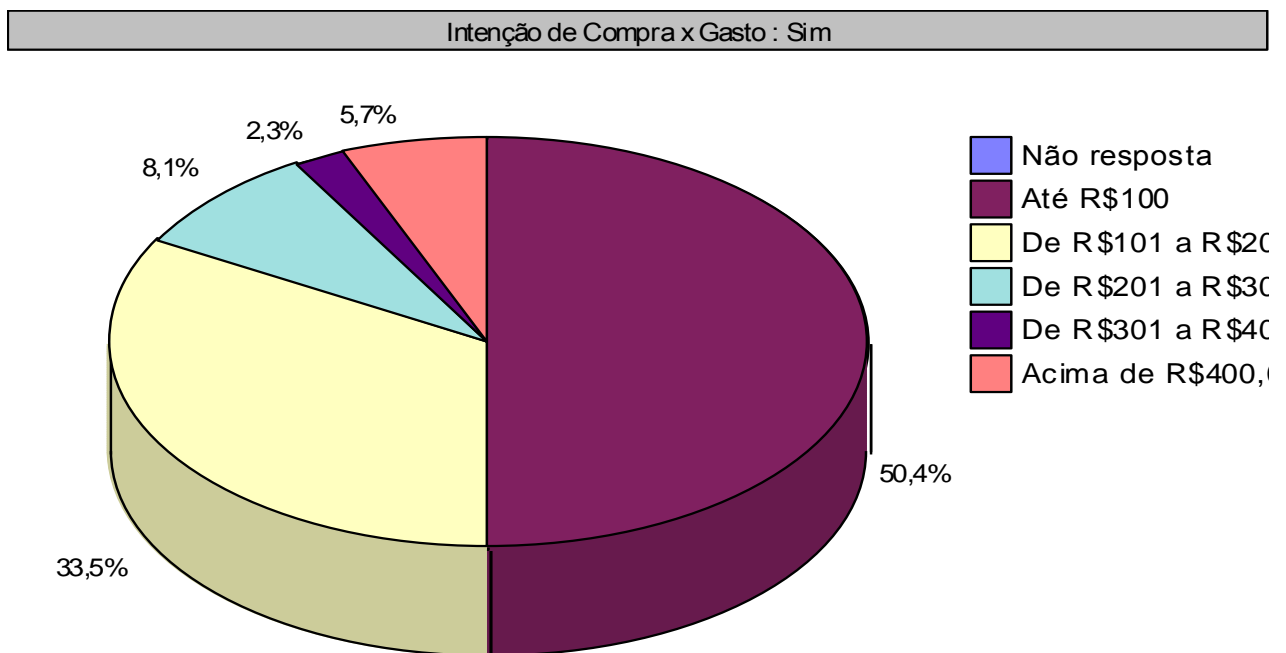
Daqueles que irão às compras, a maioria vai comprar vestuário (27%).

Onde vai comprar



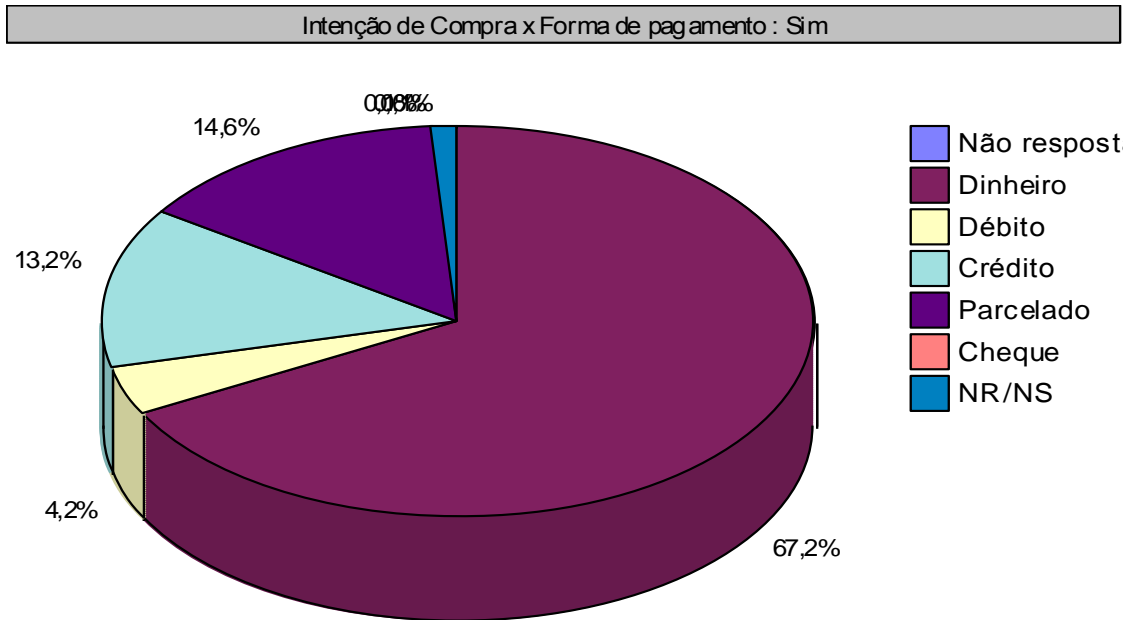
Daqueles que irão às compras, a maioria irão comprar em Lojas do Centro (72,2%).

Quanto irá gastar



Daqueles que irão às compras, a maioria vai gastar até R\$100,00 (50,4%).

Forma de Pagamento



Daqueles que irão às compras, a maioria vai pagar à vista em dinheiro (67,2%).