



**Pesquisa de Intenção de Compras de Dia
dos Namorados 2016
Resultados de Aparecida do Taboado MS**

Maio 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 Namorados de 2016.
Local:	Aparecida do Taboado, 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. Renata dos Santos Silva.

Tabela de Amostragem da Pesquisa

Cidade	PEA aproximada	Erro (%)	Amostra
Aparecida do Taboado	12.000	8,5	100

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

Introdução

O Dia dos Namorados é uma das mais importantes datas comemorativas do comércio para os lojistas, sendo responsável por um aumento sazonal de vendas.

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 Aparecida do Taboado foi de 100 entrevistados e ocorreu de 09 a 14 de maio de 2016.

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

Resumo da Pesquisa

Ao entrevistar a população economicamente ativa da cidade foi verificado que 90% da população vão às compras e 10% não devem presentear.

O principal motivo para não presentear é não estar em um relacionamento (30%), falta de dinheiro (30%) e acha uma data inventada pelo comércio (30%).

A data deve injetar aproximadamente 1 milhão de reais no comércio de presentes e o valor médio do presente deverá ser em torno de R\$ 92,78.

A maioria ainda deverá presentear com roupas (22,5%), enquanto 21% presentearão com perfumes/cosméticos e 21% com calçados.

A maioria dos presentes deverá ser comprada na semana do dia dos namorados (83,3%).

O principal local de compra apontado são as lojas do centro da cidade (60%) seguido de lojas de bairro (33,3%).

A maioria fará pesquisa de preço (88,9%) e pagará parcelado (40%). A maioria dos parcelamentos será em três vezes (47,2%) seguido de duas vezes (33,3%).

Quanto à comemoração do dia dos namorados, 52% dos entrevistados comemorarão. Desses, 33% irão a restaurantes, 15% a motéis e 4% viajarão.

A previsão é que a comemoração de dia dos namorados seja responsável por um gasto médio de R\$ 94,50 e pela movimentação total de mais R\$590 mil, onde os principais beneficiados deverão ser os restaurantes e motéis.

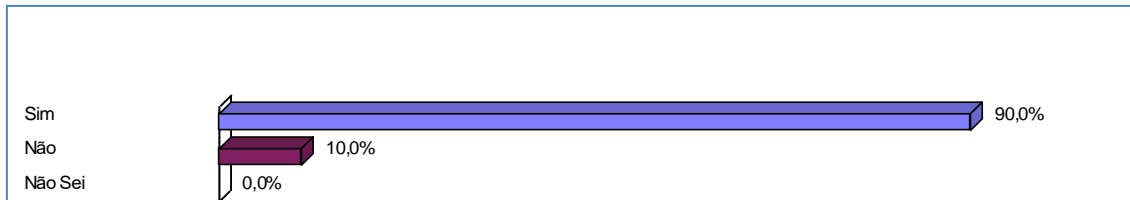
Perfil do Comprador

O cliente desse dia dos namorados têm o seguinte perfil, que pode ser analisado com mais informações nos gráficos abaixo :

São majoritariamente homens (60%) jovens, entre 18 e 29 anos (83,3%), tem o ensino superior incompleto (50%) e são assalariados (43,3%). Possuem renda familiar de 1 a 3 salários mínimos (56,7%).

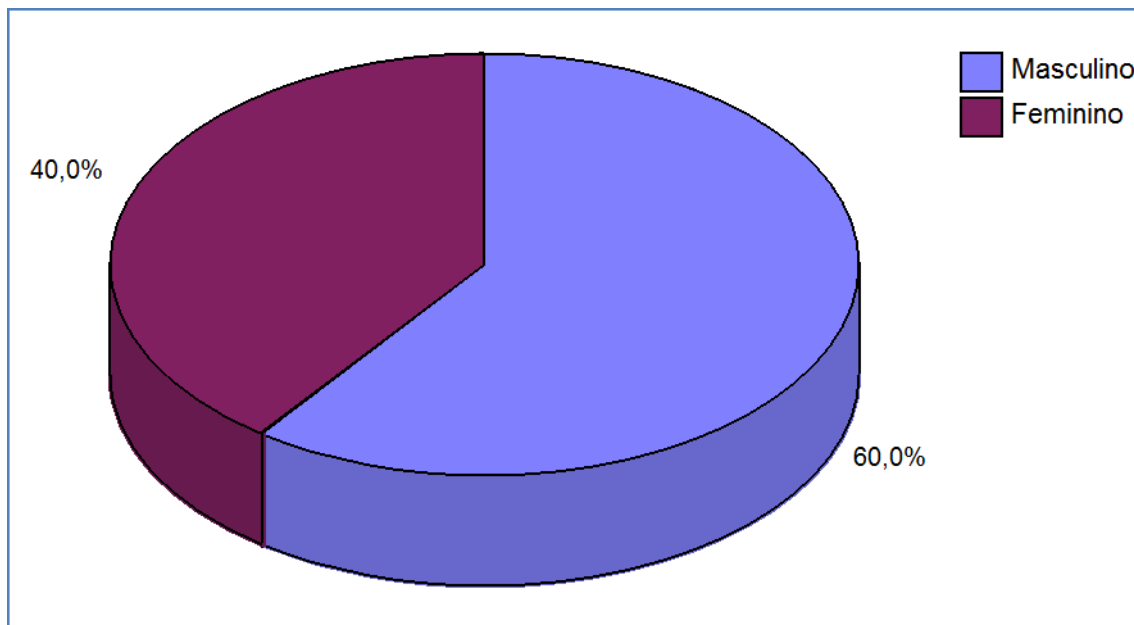
Resultados da Pesquisa

Intenção de Compra



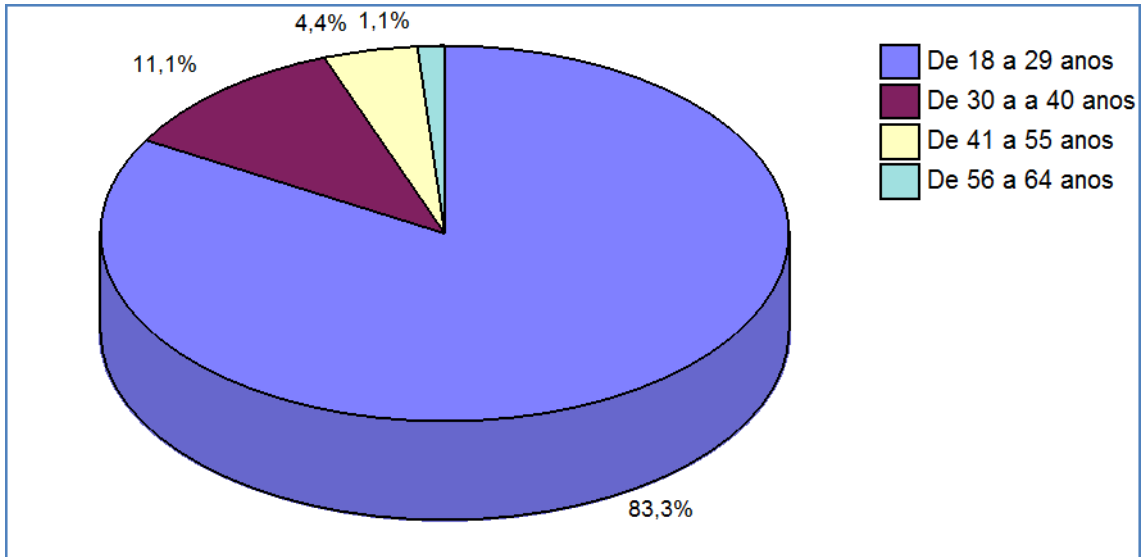
- 90% da população deverá ir às compras.

Gênero



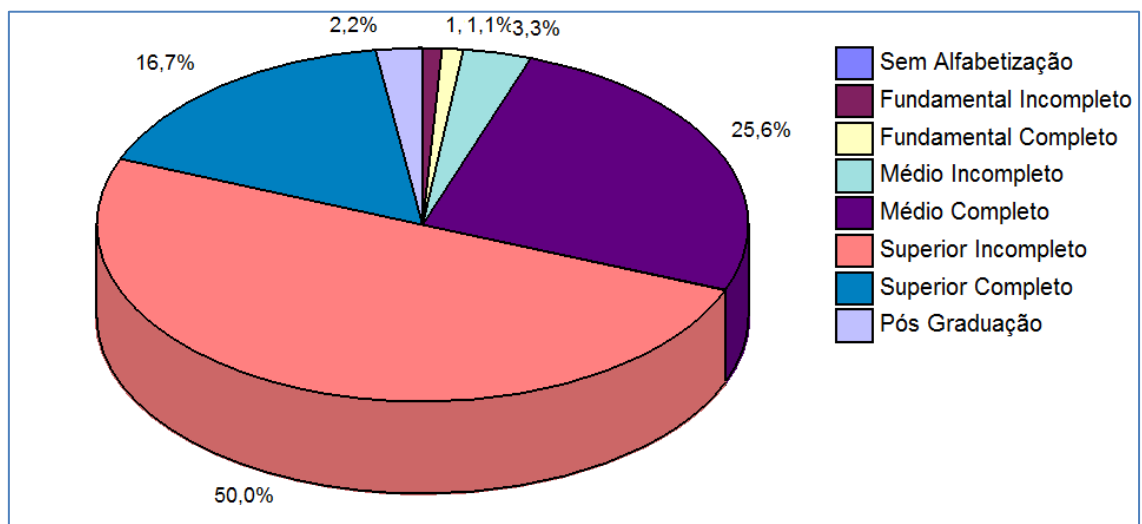
- 60% de quem presenteará é do sexo masculino

Idade



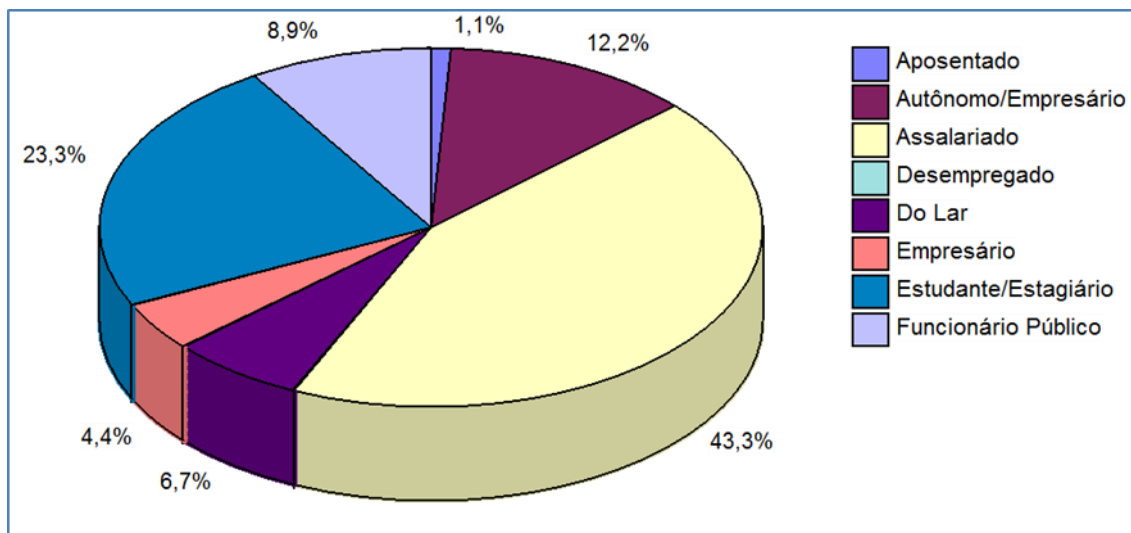
- 83,3% de quem presenteará tem entre 18 e 29 anos.

Escolaridade



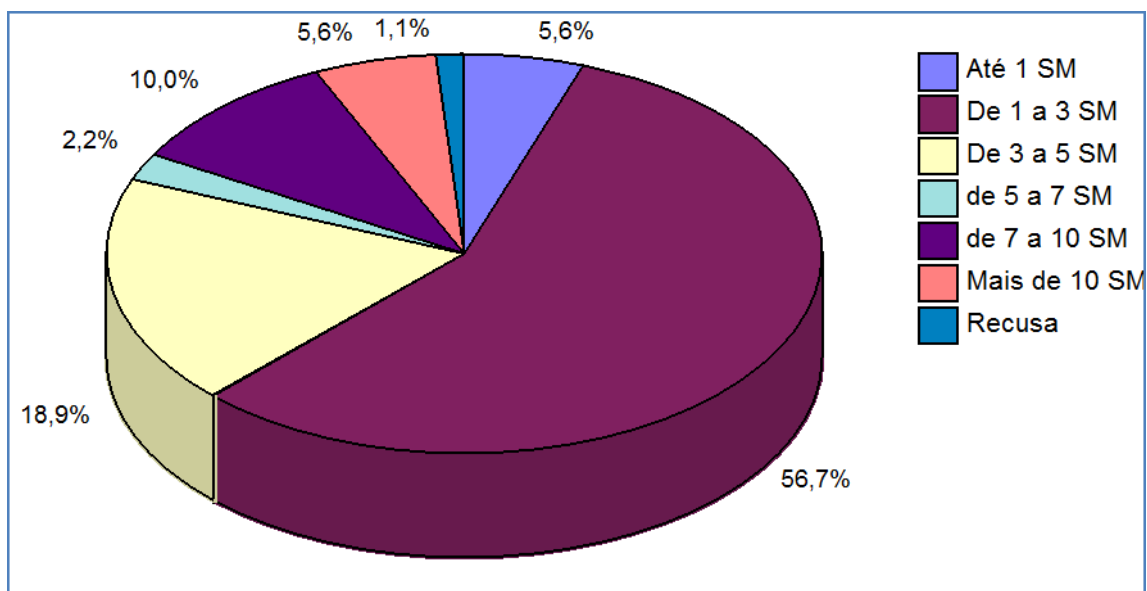
- 50% de quem presenteará tem o ensino superior incompleto.

Ocupação



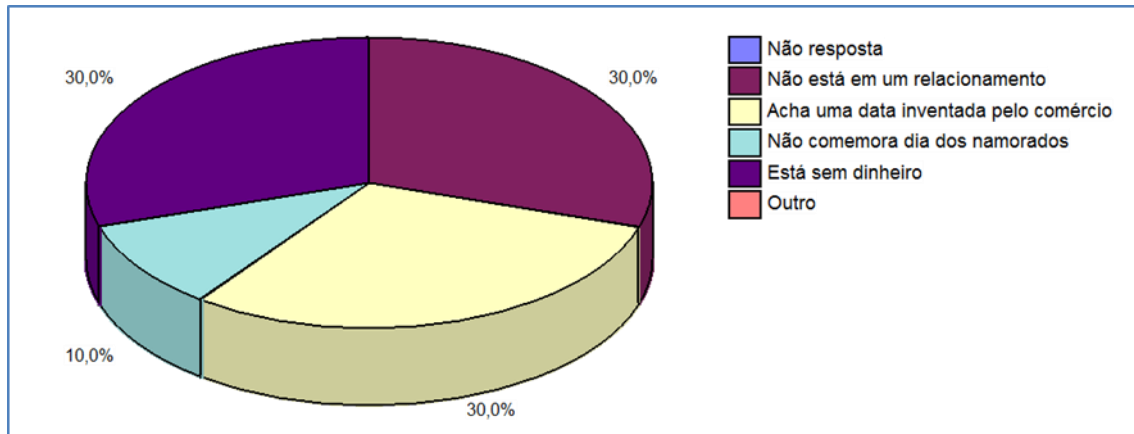
- 43,3% de quem comprará é assalariado.

Renda Familiar



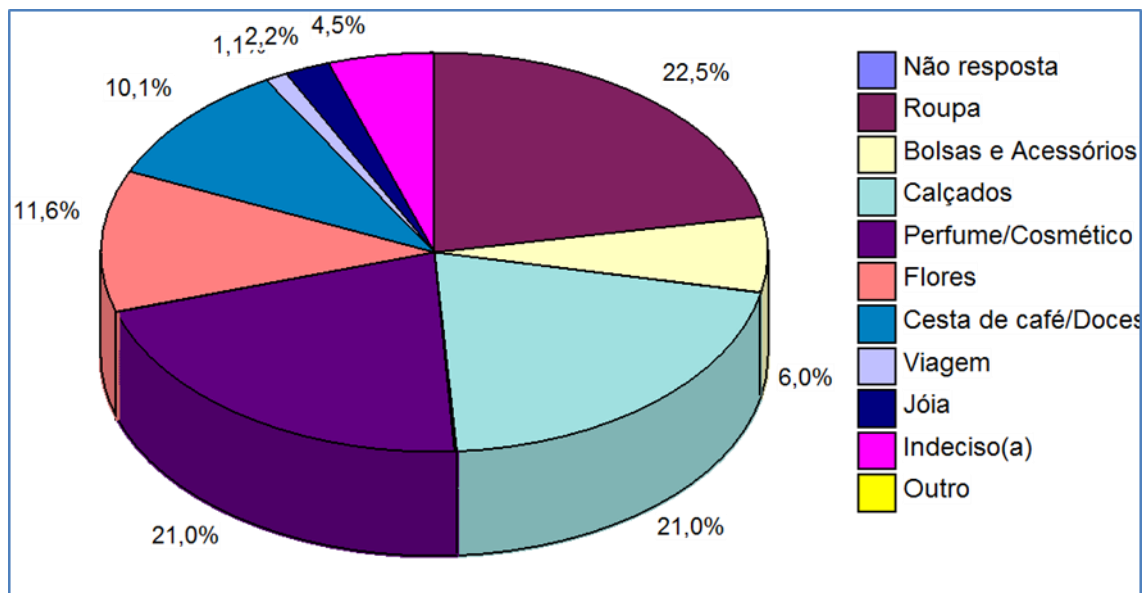
- 56,7% de quem vai comprar tem renda familiar de 1 a 3 salários mínimos.

Quem Não Vai Comprar



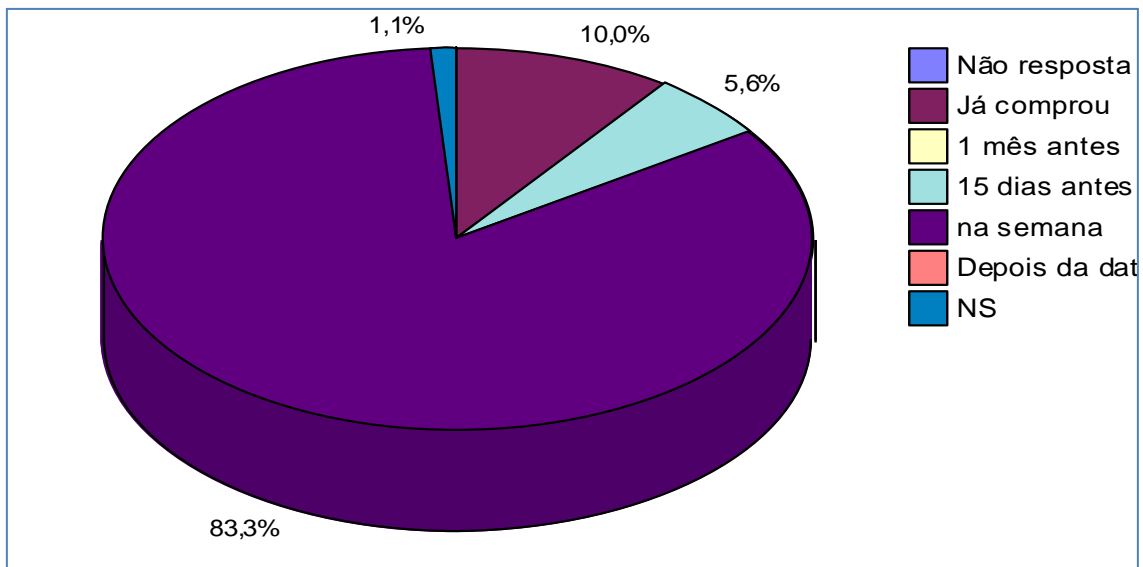
- 30% dos que não presentearão é porque não estão em um relacionamento e a mesma proporção para os que estão sem dinheiro e acham que é uma data inventada pelo comércio.

O que vai Comprar



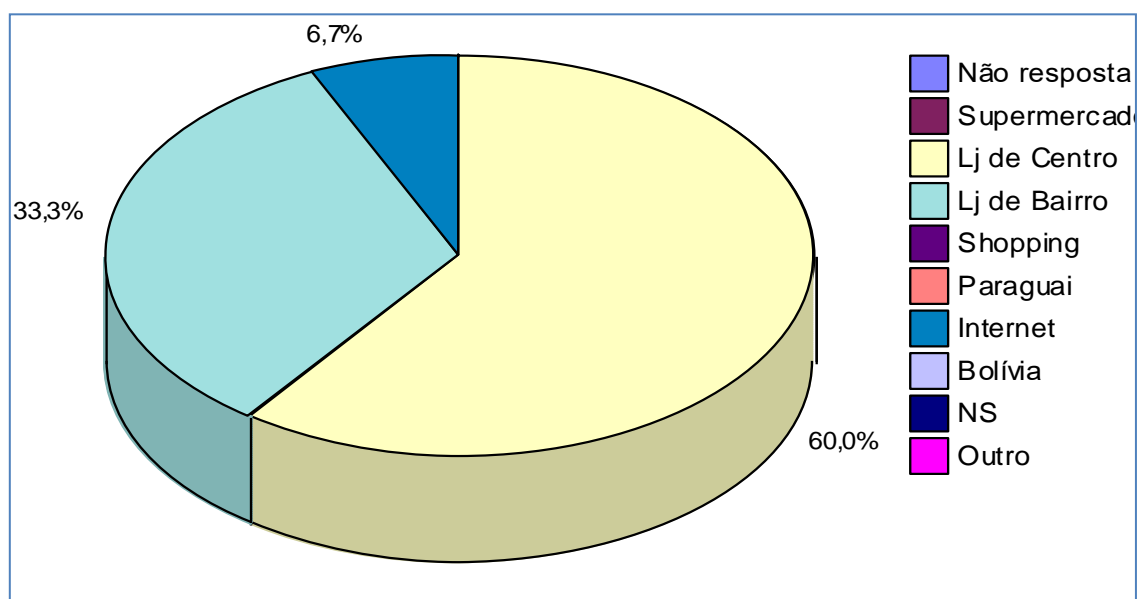
- Dos que irão presentear 22,5% presentearão com roupa.

Quando Comprarão o Presente



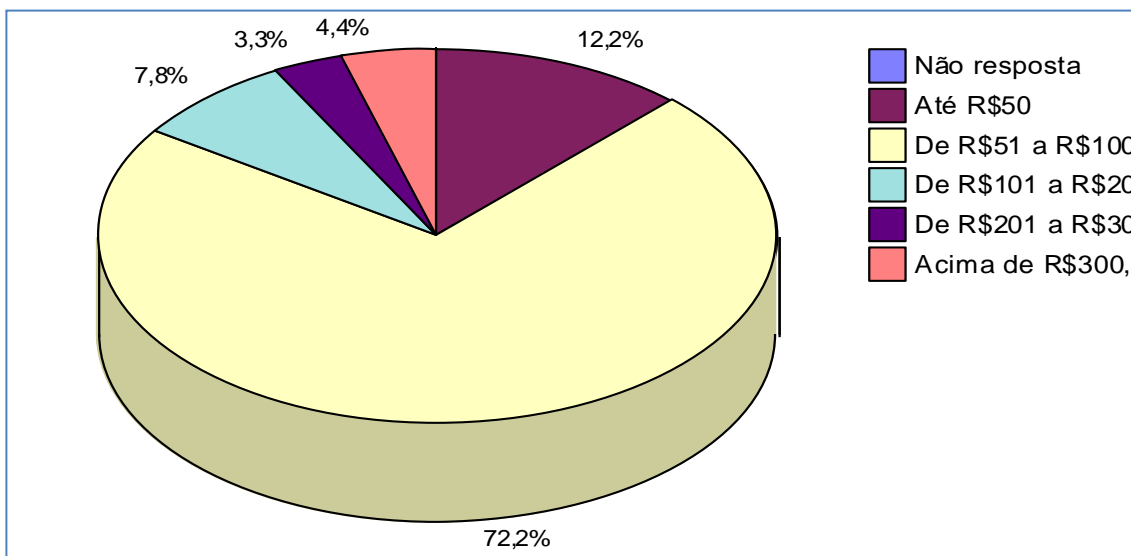
- 83,3% dos que irão presentear, comprarão o presente na semana do dia dos namorados.

Onde Comprarão



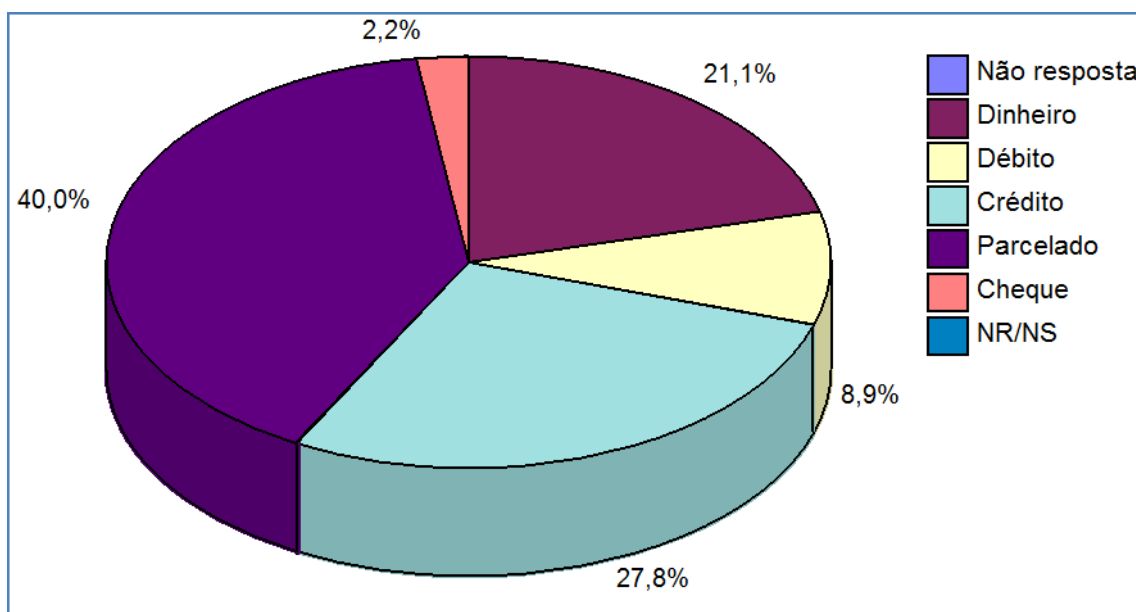
- 60% dos que presentearão, comprarão em lojas do centro da cidade

Quanto Gastarão



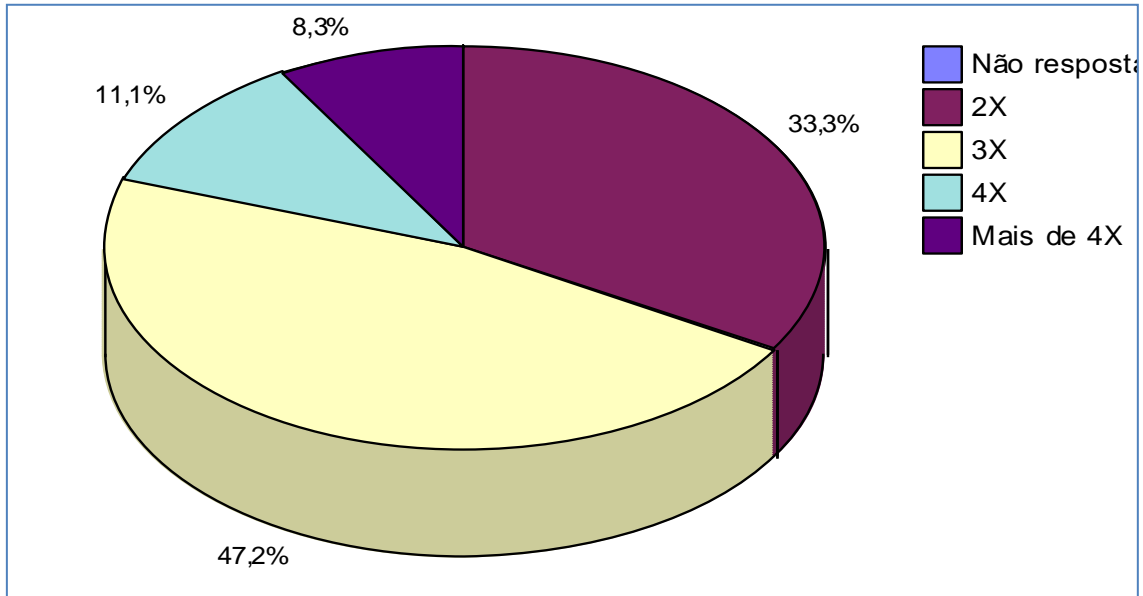
- 72,2% dos que presentearão, gastarão entre R\$51,00 e R\$100,00 com o presente.

Forma de Pagamento



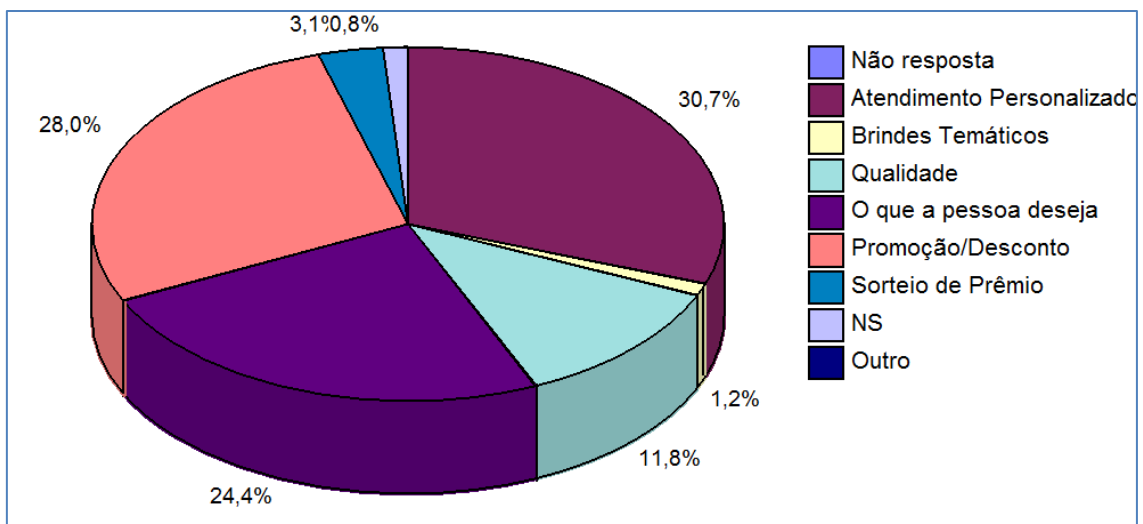
- 40% dos que presentearão pagarão parcelado.

Forma de Parcelamento



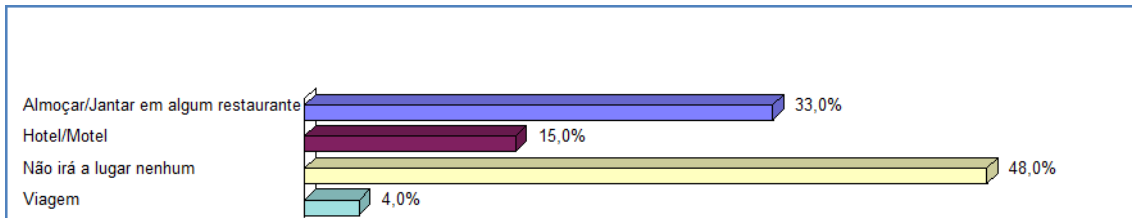
- Dos que pagarão parcelado, 47,2% pagarão em 3 vezes e 33,3% em 2 vezes.

Itens Decisivos



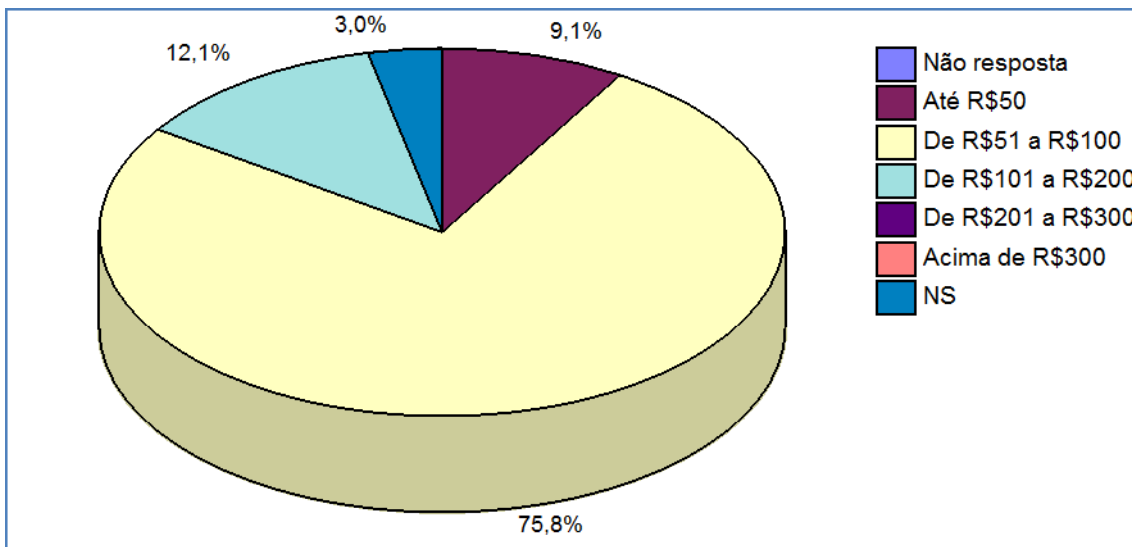
- 30,7% dos que presentearão consideram como diferencial da loja, atendimento personalizado.

Comemoração



- 33% dos que comemorarão o dia dos namorados, o farão em restaurantes.

Gasto com Comemoração



- 75,8% dos que comemorarão o dia dos namorados gastarão entre R\$51,00 e R\$100,00.