
Pesquisa de Intenção de Compras de Natal e 13° salário 2016 Resultados de Campo Grande MS



Fonte: <http://favim.com/image/188010/>

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 DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO FECOMÉRCIO

Presidente do IPF.

Edison Ferreira de Araújo.

Diretor Superintendente do IPF.

Nilde Clara de Souza Benites Brum

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 o comportamento e a expectativa de consumo durante o Natal e 13º salário de 2016.
Local:	Campo Grande, Mato Grosso do Sul
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra.
População:	População economicamente ativa (vide tabela abaixo).
Coleta de Dados:	Aplicação de questionário estruturado, com perguntas fechadas e abertas, 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
Campo Grande	400.000	4,3	400

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

INTRODUÇÃO

O Natal é a data comemorativa mais importante para o comércio. Trata-se da data mais esperada pelos lojistas, nela são depositadas todas as expectativas de vendas e de reuniões familiares. Um momento de trocas de presentes, de modo a fazer o outro especial.

Trata-se de um período também, em que parcela significativa da população economicamente ativa (PEA) recebe o 13º salário. A partir do qual, tende a estimular uma injeção de dinheiro na economia.

Por isso, a Fecomércio/MS, junto ao SEBRAE/MS e IPF/MS realizam sistematicamente essa pesquisa com o intuito de identificar o perfil dos potenciais consumidores de 2016, verificando também as formas de utilização do 13º salário.

A novidade, para este ano, em relação ao ano passado, volta-se a uma avaliação mais aprofundada do perfil do consumidor de forma que a pesquisa passa a ser 100% espontânea com o público-alvo, ou seja, abordando tanto a parcela da população que terá a intenção de presentear, quanto à parcela que não presenteará e aqueles que estão em dúvida.

Outra novidade é a expectativa de gastos com comemoração, durante as confraternizações em casa de familiares, restaurantes e viagens. Essa medição tende a auxiliar na tomada de decisões de diversos segmentos do comércio, voltados a alimentação, como de mercados, padarias, rotisseries, churrascarias e restaurantes.

Nota-se nesse sentido que o intuito desta pesquisa é de orientar o comerciante para esta data, disponibilizando a ele informações, que lhe permita conhecer melhor seu cliente em potencial e as tendências de consumo. Assim a pesquisa foi realizada em locais de fluxo significativo, com o intuito de facilitar a abordagem dos respondentes.

Para tanto, a amostra para o município de Campo Grande foi de 400 entrevistados e ocorreu de 23 a 31 de outubro de 2016. Foram aplicadas 27 questões, sendo 4 abertas e 23 fechadas (respostas múltiplas e únicas).

RESUMO DA PESQUISA

Neste Natal, estima-se que deverá circular no mercado varejista da cidade de Campo Grande R\$829 milhões do salário de novembro pago no início de dezembro, mais uma parcela de R\$415 milhões do saldo do 13º salário dos empregos formais, isto sem considerar as parcelas que deverão receber os aposentados, os pensionistas e os segurados.

Da população economicamente ativa, que receberá a parcela do 13º salário neste final de 2016, 44% utilizará parte dele para o pagamento de contas em atraso (cheque especial, cartão de crédito, negativação de crédito, etc.), 17% poupará uma parcela, 8% farão compras de Natal e 9% reservarão para as despesas do início do ano.

Ao entrevistar a população economicamente ativa da cidade, verificou-se que 53% da população está disposta a ir às compras, 45% não possuem expectativa de presentear e 2% dessa população ainda está indecisa.

A pesquisa ainda revelou que a média de presentes a serem comprados deverá chegar a 2,5 presentes por potencial cliente e terá um valor médio para cada presente de R\$204,00. Podendo assim, injetar R\$ 43,2 milhões reais no comércio de presentes.

Quanto à situação financeira comparada ao ano passado, 55% da população acredita estar pior que o ano passado. A maioria ainda presenteará com roupas (32%), seguido de brinquedos (26%).

O principal local de compra apontado são as lojas do centro da cidade (70%). A maioria fará pesquisa de preço (89%) e pagará em dinheiro (83%). Dos que parcelarão suas compras (3%), farão em três vezes ou mais (86%). O item de maior importância na escolha do presente foi a qualidade (41%).

Quanto à comemoração do Natal, 72% dos entrevistados comemorarão. O gasto com comemoração da maioria da população (28%) deve ser acima de R\$200,00.

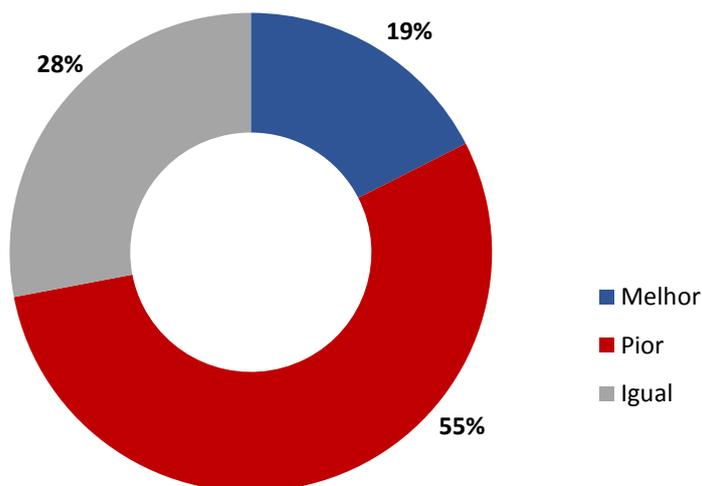
A previsão é que a comemoração de Natal seja responsável por um gasto médio de R\$ 147,00 e pela movimentação total de R\$ 42,4 milhões, dentre os principais segmentos que poderão ser beneficiados estão: mercados, rotisseries, padarias e restaurantes.

PERFIL DO COMPRADOR

A pesquisa indicou que o potencial cliente do Natal 2016 possui algumas características, tais como: São majoritariamente mulheres (51%) jovens, entre 18 e 29 anos (44%), tem o ensino médio completo (54%) e são assalariados (40%). Possuem renda familiar de 1 a 3 salários mínimos (57%) e famílias de 3 pessoas (35%).

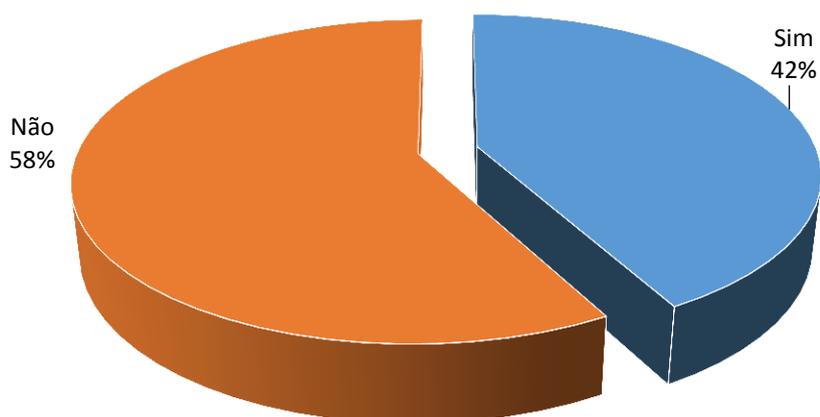
RESULTADOS DA PESQUISA

1- Situação Financeira



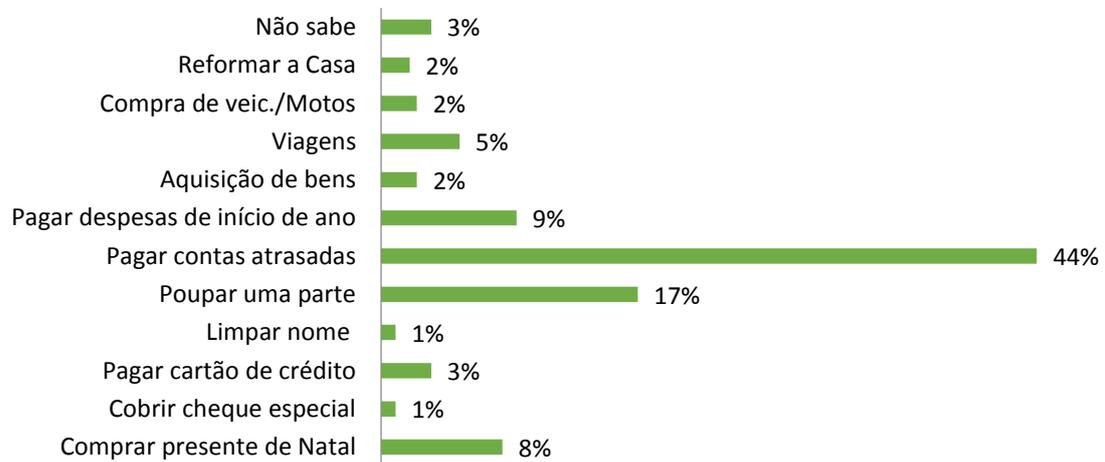
- 55% acredita que a situação financeira está pior.

2- Receberá o 13º salário?



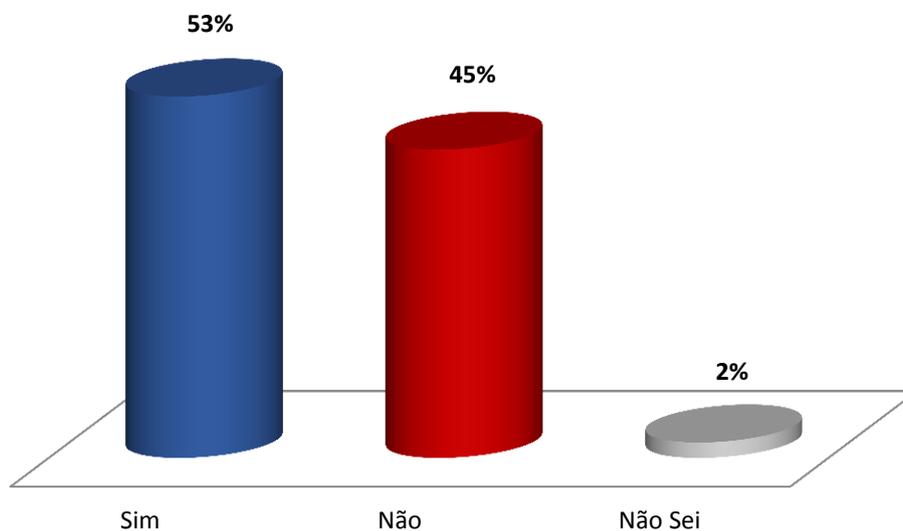
- 42% da população economicamente ativa receberá o 13º salário.

3- Como será utilizado o 13º salário?



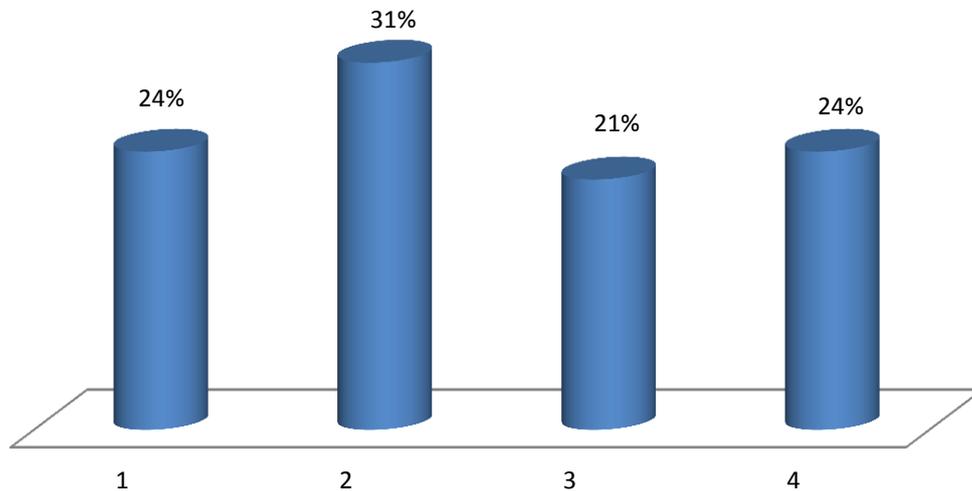
- 44% usará o 13º salário para pagar contas atrasadas.

4- Intenção de compra



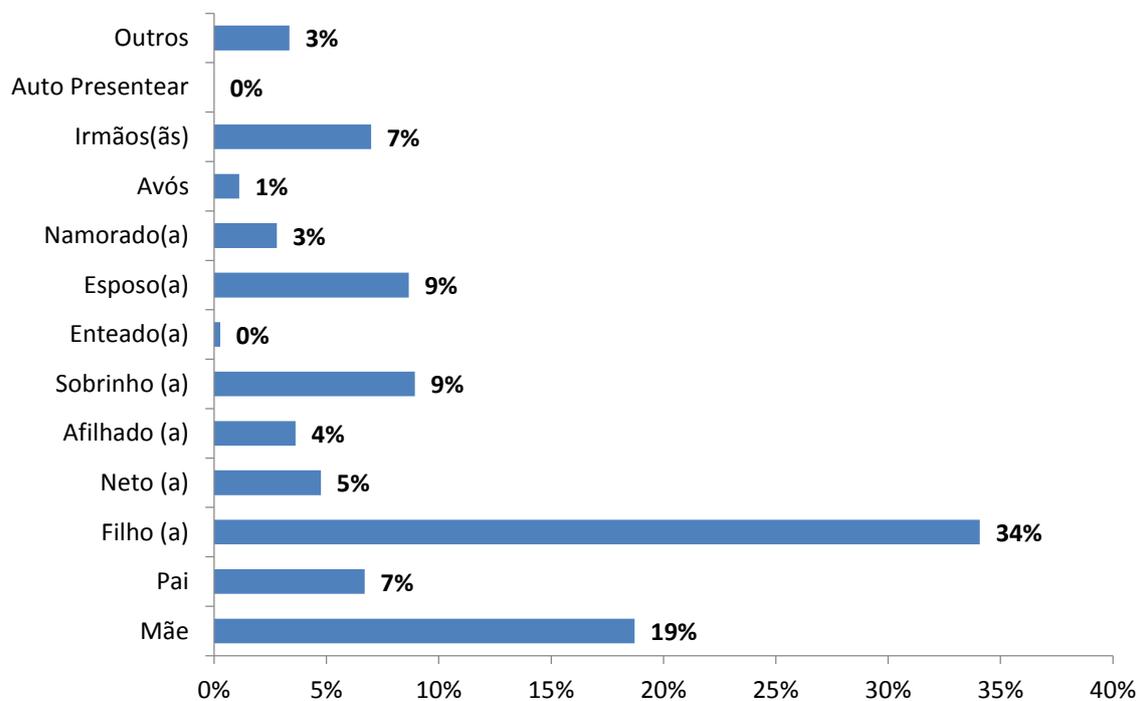
- 53% da população deverá ir às compras.

5- Número de Presentes



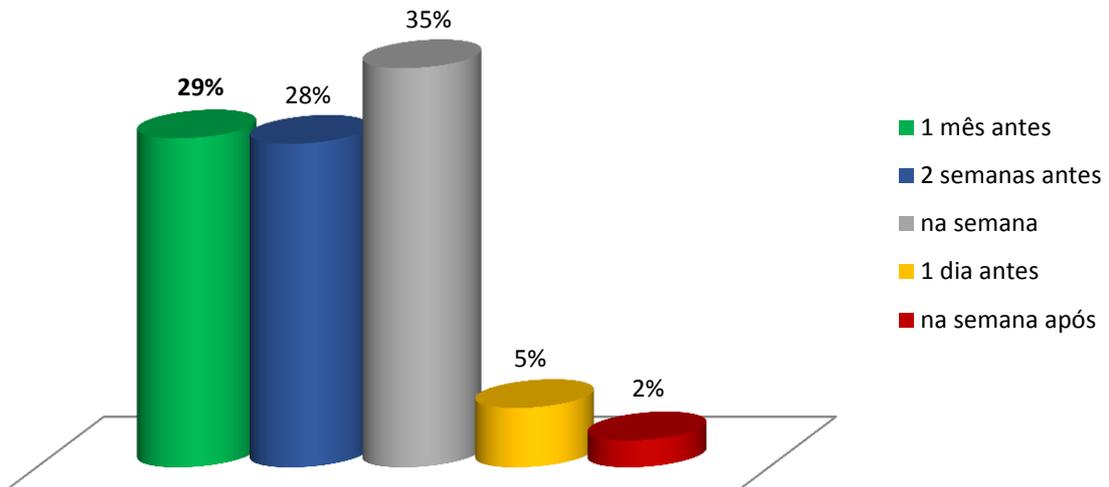
- 31% comprará 2 presentes de natal.

6- Quem será presenteado?



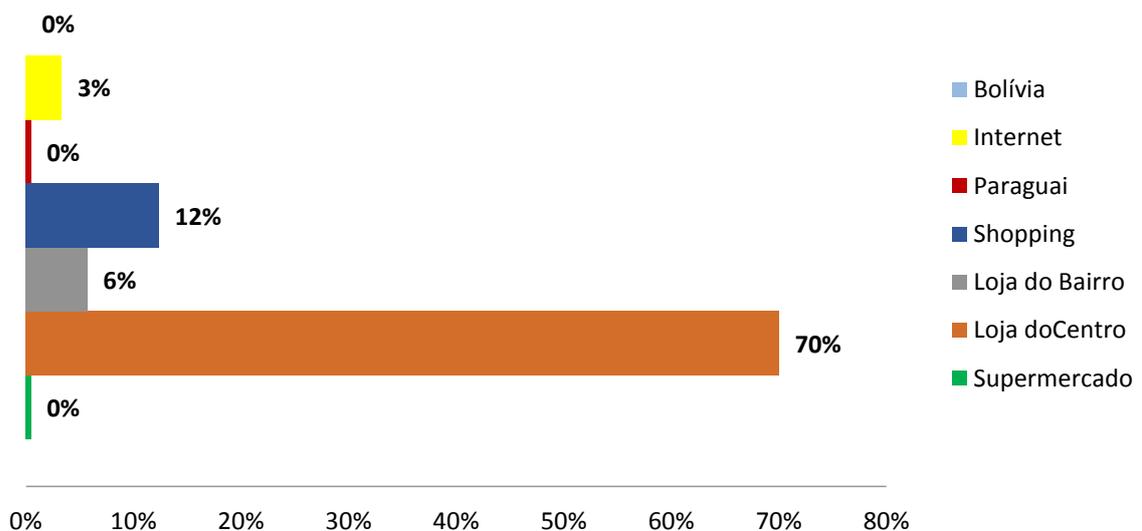
- 34% presentearão o filho(a).

9- Quando ?



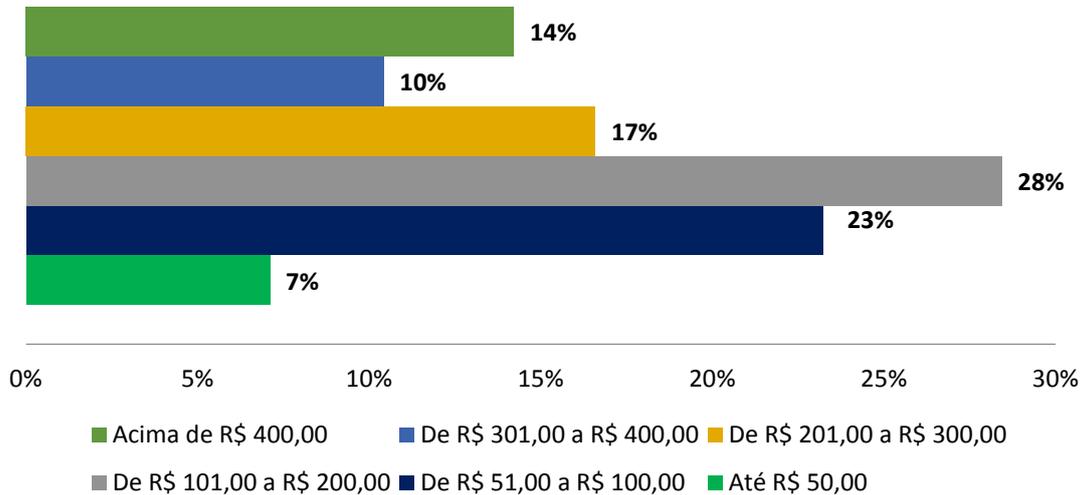
- 35% deverão comprar na semana do Natal.

10-Local de Compras



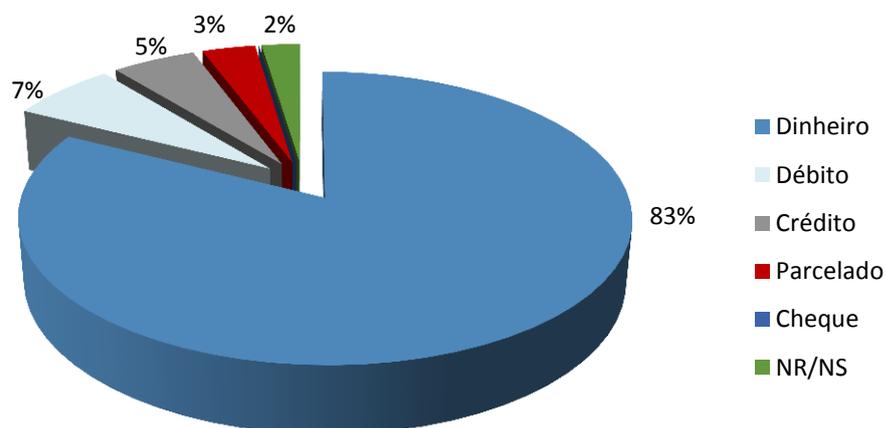
- 70% das pessoas deverão comprar em lojas do centro da cidade.

11-Gasto



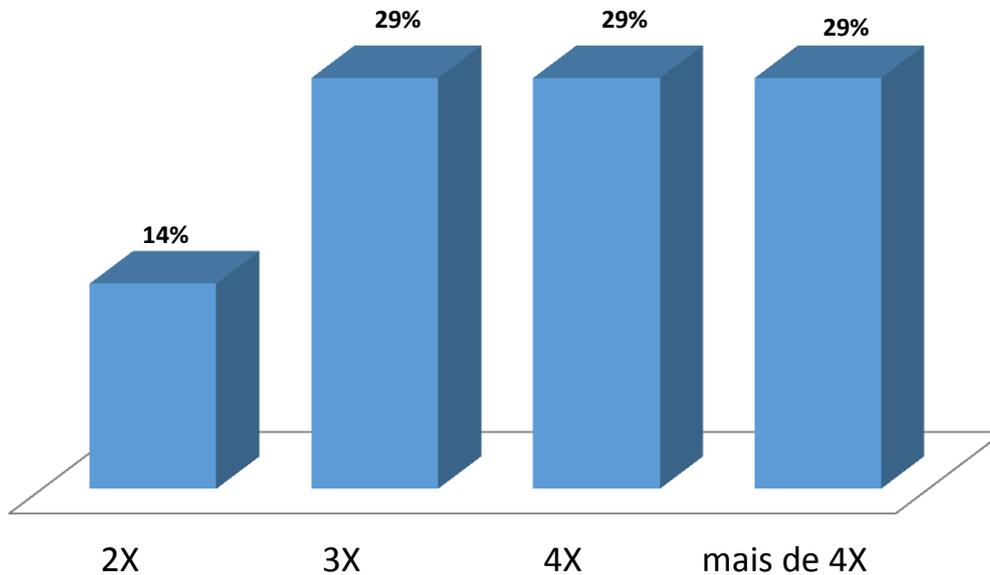
- 28% gastarão entre R\$101,00 e R\$200,00.

12-Forma de pagamento



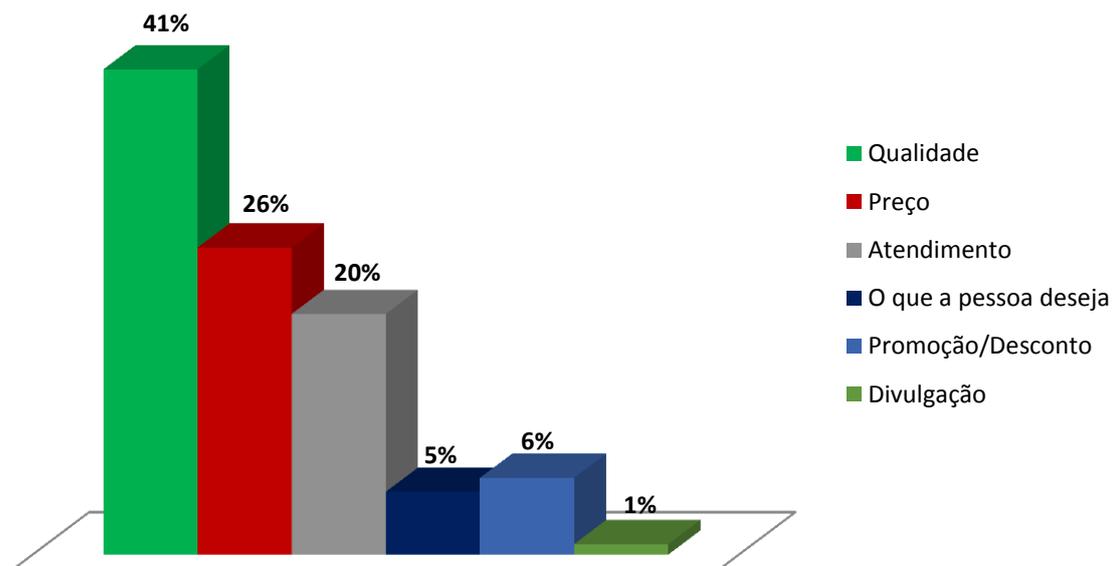
- 83% pagarão em dinheiro.

13-Parcelamento



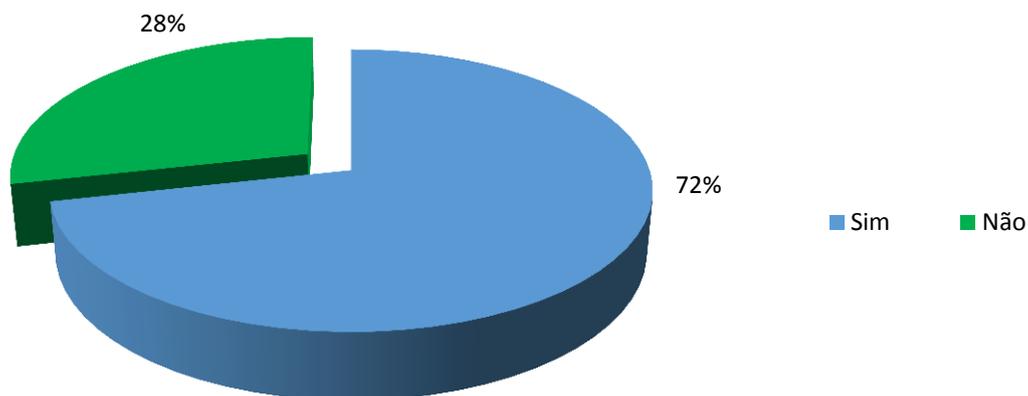
- Das compras parceladas, 86% serão em três vezes ou mais.

14-Itens decisivos



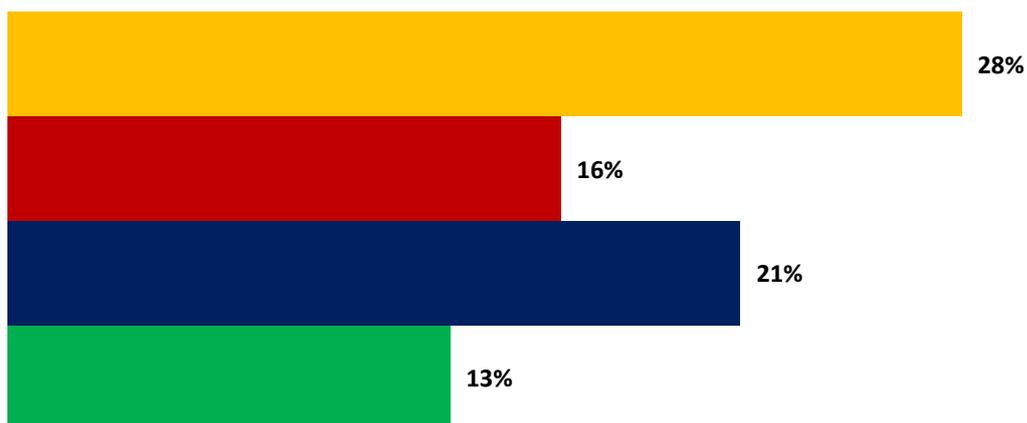
- 41%, julgaram a qualidade como principal fator na decisão de compra.

15-Comemoração



- 72% deve comemorar o Natal.

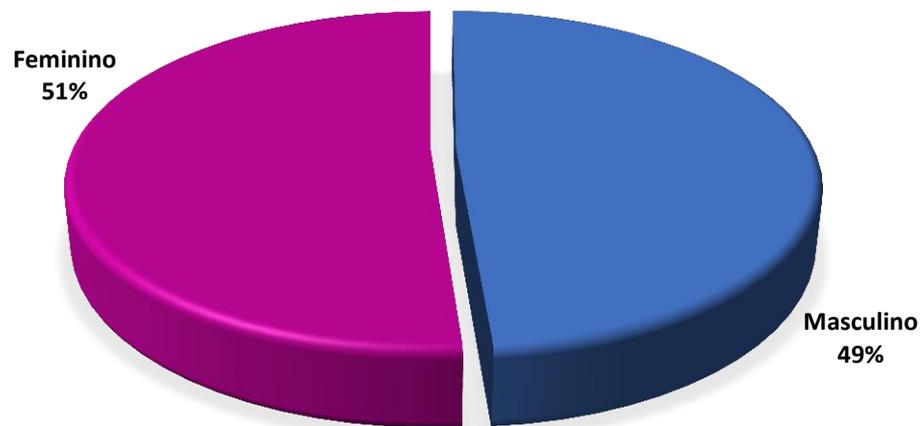
16-Gasto com comemoração



■ Acima de R\$ 200 ■ De R\$ 101,00 a R\$ 150,00 ■ De R\$ 51,00 a R\$ 100,00 ■ Até R\$ 50,00

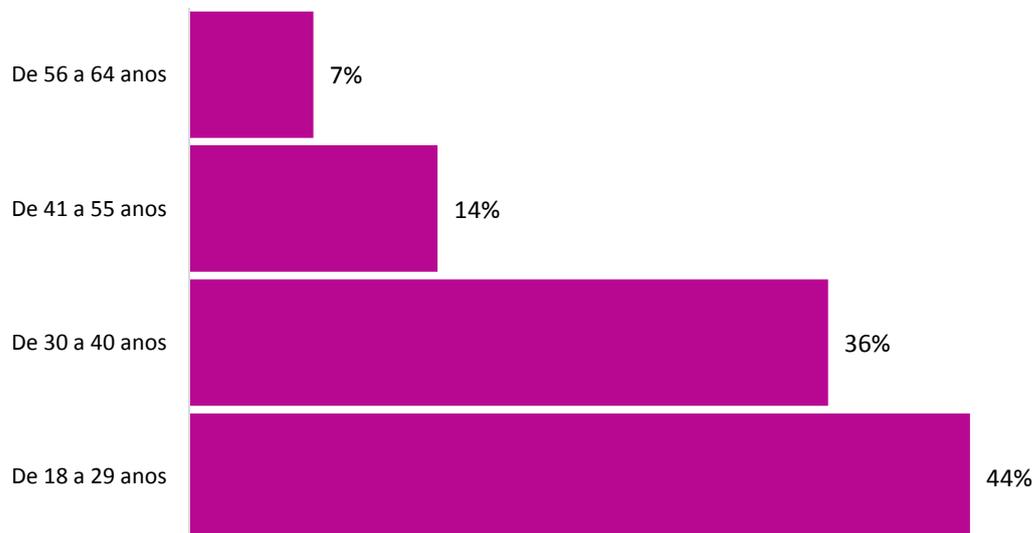
- 28% dos que comemorarão, gastarão acima de R\$200,00.

17-Gênero



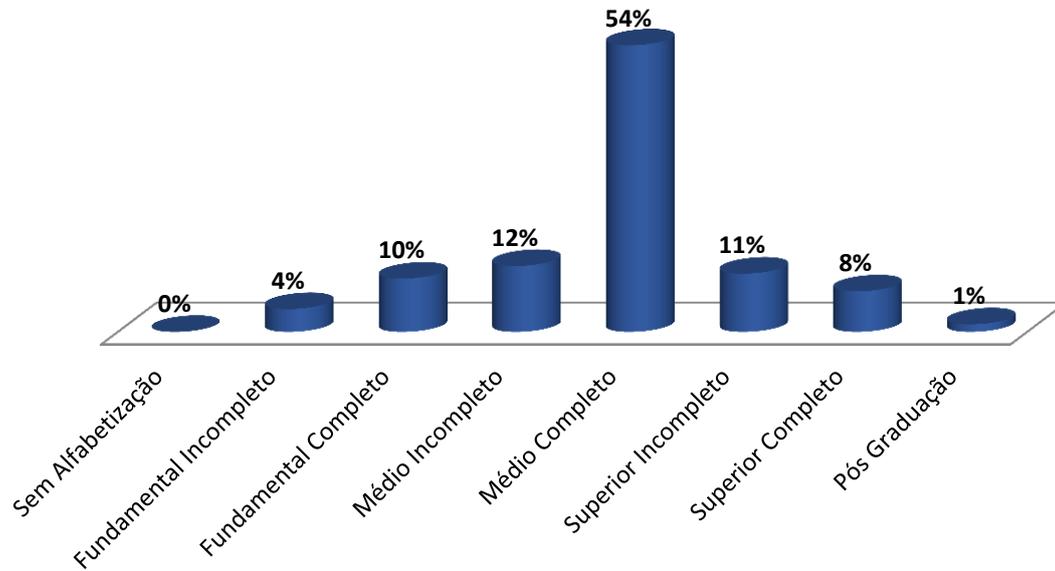
- 51% de quem presenteará é do sexo feminino.

18-Idade



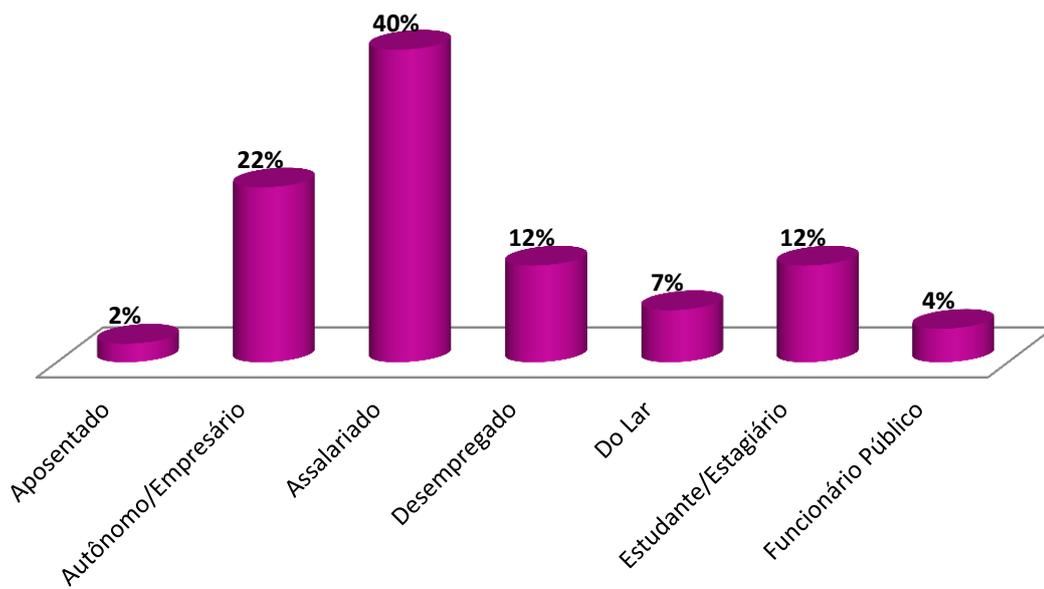
- 44% de quem presenteará tem entre 18 e 29 anos.

19-Escolaridade



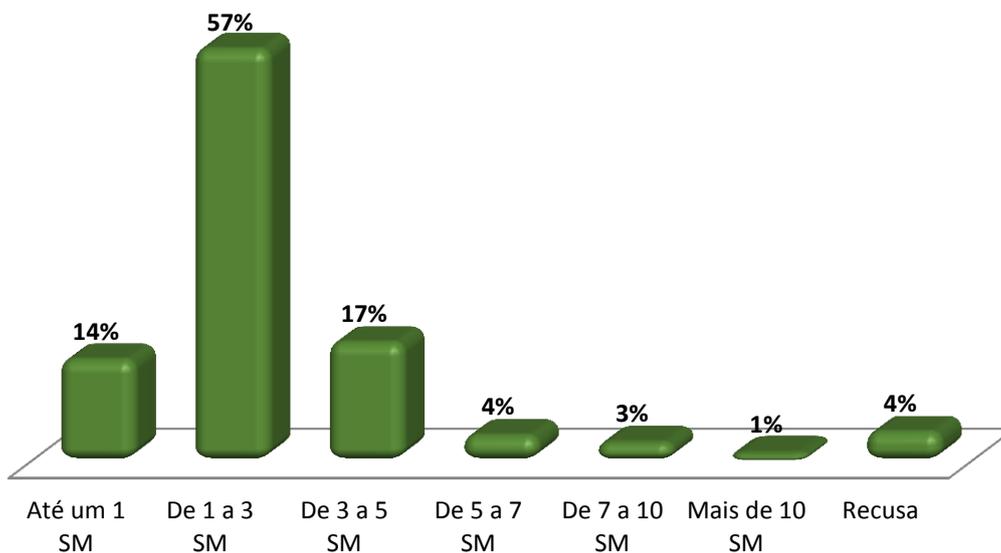
- 54% de quem presenteará tem o ensino médio completo.

20-Ocupação



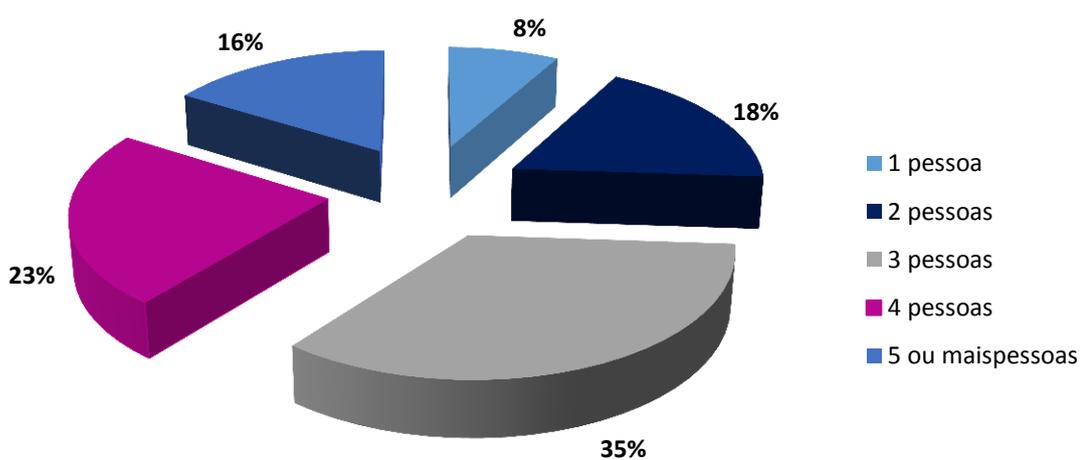
- 40% de quem comprará é assalariado.

21-Renda Familiar



- 57% de quem deve comprar tem renda familiar de 1 a 3 salários mínimos.

22-Tamanho da família



- 35% dos que presentearão fazem parte de famílias de 3 pessoas.