

DIA DOS NAMORADOS

PESQUISA DE INTENÇÃO DE CONSUMO E DE COMEMORAÇÃO
DOS RESIDENTES DE MATO GROSSO DO SUL




Fecomércio MS
Sesc | Senac | IPF


IPF
Instituto de Pesquisa
e Desenvolvimento
FECOMÉRCIO-MS


SEBRAE

Nova Andradina/MS - Junho de 2017

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 IPF.

Edison Ferreira de Araújo.

Diretor Superintendente do IPF.

Valmira Carvalho

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*

COORDENAÇÃO DA PESQUISA

Daniela Teixeira Dias – IPF/MS

Rodrigo Maia Marcelo Pirani -
SEBRAE/MS

EQUIPE TÉCNICA – APOIO

Anderson Assis Costa – IPF/MS

Leandro Lins – Ótima Consultoria/MS

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUÇÃO | 4 |
| 2. PERFIL DOS PESQUISADOS | 6 |
| Gênero | 6 |
| Faixa Etária | 6 |
| Grau de Escolaridade | 7 |
| Renda | 7 |
| Avaliação da Situação Econômico-financeira | 8 |
| 3. INTENÇÕES DE CONSUMO | 9 |
| Pretende comprar presentes para o dia dos namorados? | 9 |
| Caso não vá comprar, qual o motivo? | 9 |
| Caso sim, o que comprará? | 10 |
| Pretensões de Gastos | 10 |
| Locais para Compras | 11 |
| Quando Comprará? | 11 |
| Forma de Pagamento | 12 |
| Fará Pesquisa de Preço? | 12 |
| Elementos Levados em Consideração Durante a Compra | 13 |
| 4. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO | 14 |
| Participará de Comemoração? | 14 |
| Com o que Gastará na Comemoração? | 14 |
| Gastos com Passeio | 15 |
| Gastos com Restaurantes | 15 |
| Gastos com Alimentação em Casa | 16 |
| Quais Fatores determinantes para a Escolha do Local? | 16 |
| 5. TENDÊNCIAS DE MOVIMENTAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA | 17 |

DIA DOS NAMORADOS

Comemorado no dia 12 de junho, trata-se de um momento para celebração entre os casais. Nesse dia são comuns trocas de presentes tais como de: flores e bombons. Jantares e passeios estão entre os principais atrativos dessa data.

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa, bem como as demais pesquisas sazonais do ano de 2017, teve como objetivo avaliar as **intenções de consumo** e de **comemoração** dos residentes de Mato Grosso do Sul, neste caso especificamente para o dia dos namorados. Dentre os municípios contemplados, o presente relatório se refere aos resultados de Nova Andradina/MS.

Isto porque cada vez mais entender o comportamento dos consumidores, perante datas comemorativas, pode funcionar como auxílio e embasamento as tomadas de decisões empresariais, a partir do qual são possíveis o desenvolvimento de estratégias, de modo a atender os gostos, preferências e necessidades dos potenciais clientes.

No que tange a estratégias, há potenciais segmentos que tenderão a serem movimentados em decorrência da data, dentre eles estão: supermercados, hipermercados, mercados e conveniências; doçarias e chocolatarias; restaurantes; hotéis/motéis; floriculturas.

De modo a atender ao objetivo proposto, foram aplicados somente em Nova Andradina, 193 questionários, que ajudaram a compor a amostra do Estado de Mato Grosso do Sul de 2.148 abordagens, aplicadas em 13 municípios do Estado (nos locais com maior fluxo de pessoas) de 11 a 23 de maio, considerando um nível de confiança de 95% e margens de erro que variaram entre 5% e 8% (Quadro 1). Cabe ressaltar que essas variações das margens de erro foram necessárias diante da restrição de aplicações de questionários próximas a uma amostra de 2.000.

Desde a pesquisa de páscoa de 2017, houve uma atualização metodológica acerca da população dos municípios e que se estendeu por esta pesquisa de dia dos namorados. Isso ocorreu para que se pudesse chegar a uma informação mais próxima da realidade, conforme dados do IBGE para o ano de 2016.

Quadro 1: Detalhamento da população, margem de erro e amostra por município.

| Município | Amostra | População | População ocupada | Margem de erro aproximada |
|---|---------|-----------|-------------------|---------------------------|
| Aparecida do Taboado | 125 | 24.745 | 7.367 | 9% |
| Aquidauana/Anastácio | 203 | 72.175 | 8.369 | 7% |
| Campo Grande | 265 | 786.797 | 307.936 | 6% |
| Chapadão do Sul | 125 | 21.685 | 4.726 | 9% |
| Corumbá/Ladário | 195 | 131.522 | 19.926 | 7% |
| Dourados | 264 | 215.486 | 69.756 | 6% |
| Naviraí | 194 | 52.367 | 13.135 | 7% |
| Nova Andradina | 193 | 51.764 | 11.281 | 7% |
| Ponta Porã | 195 | 88.164 | 12.939 | 7% |
| São Gabriel do Oeste | 126 | 25.443 | 7.527 | 9% |
| Três Lagoas | 263 | 115.561 | 36.503 | 6% |
| Mato Grosso do Sul - pelos municípios selecionados | 2.148 | 1.585.709 | 499.465 | De 5% a 8% |

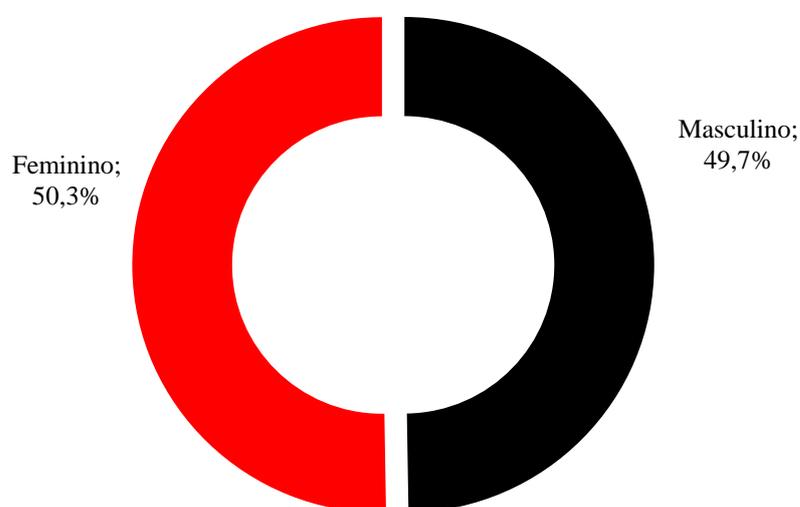
Fonte: IBGE, 2016. Elaboração: IPF/MS.

De forma a facilitar o entendimento desta pesquisa, os resultados foram estruturados em três partes: perfil dos pesquisados; intenção de consumo; intenção de comemoração. A partir do qual foi possível identificar os gastos com presentes e comemorações, os elementos levados em consideração perante a compra, os principais locais para a realização dessas compras, bem como as possibilidades de passeio.

2. PERFIL DOS PESQUISADOS

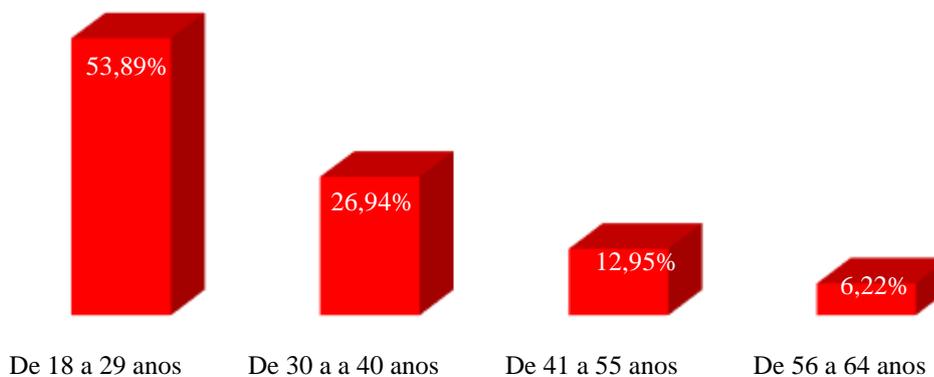
Pode-se considerar que a mesma quantidade de questionários foram aplicados entre os gêneros feminino e masculino, de modo a evidenciar as peculiaridades de cada um. A maioria dos pesquisados detém de 18 a 29 anos (53,89%), o ensino médio completo (45,08%) e possui uma renda de 1 a 3 salários mínimos (68,39%). No que tange a situação econômico-financeira, 46,63% admitiu estar igual na comparação ao ano passado.

Gênero



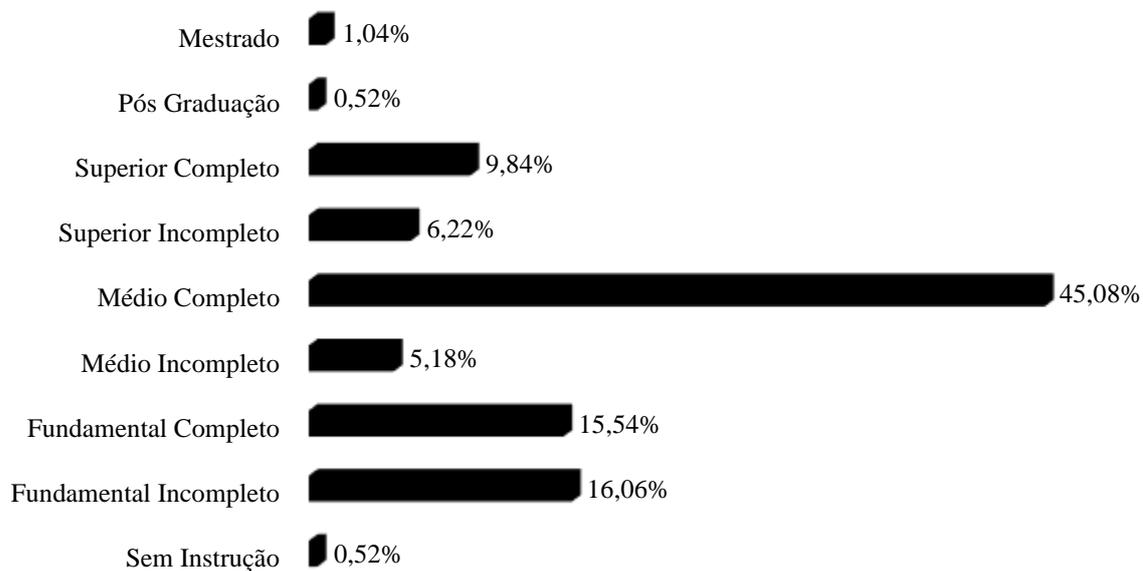
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Faixa Etária



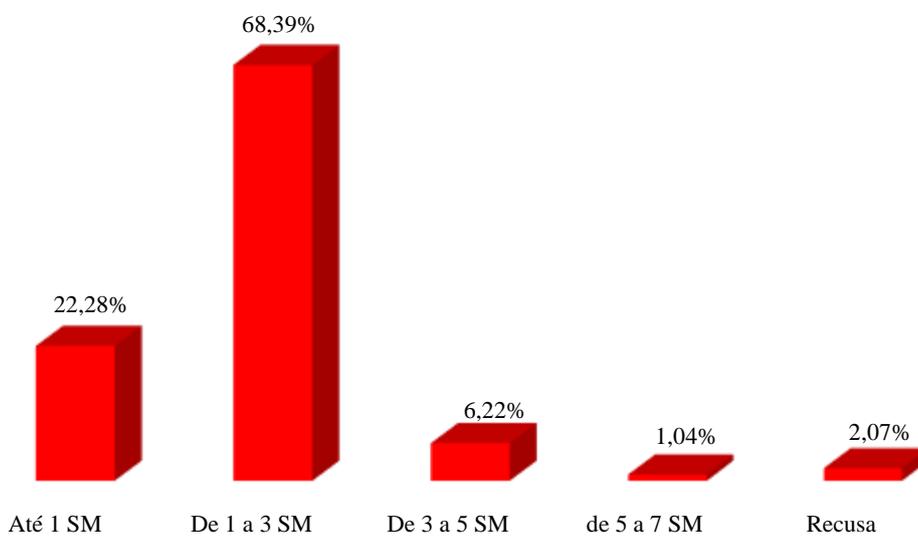
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Grau de Escolaridade



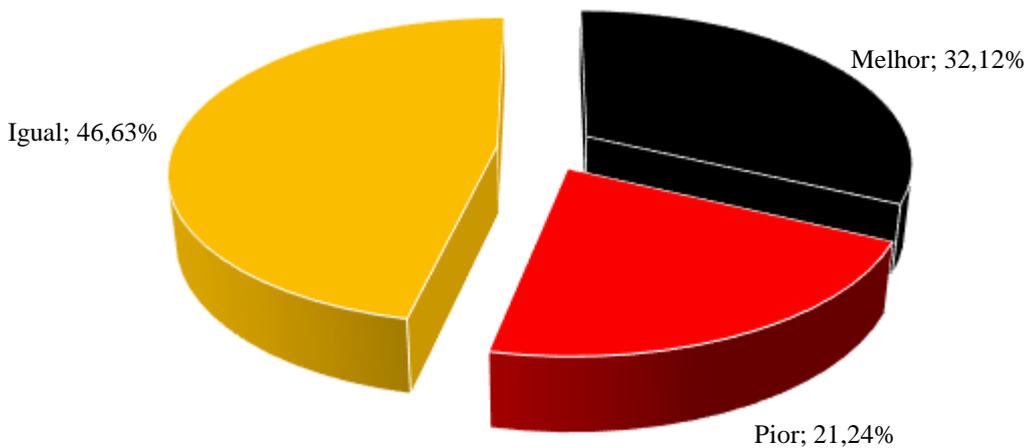
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Renda



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Avaliação da Situação Econômico-financeira

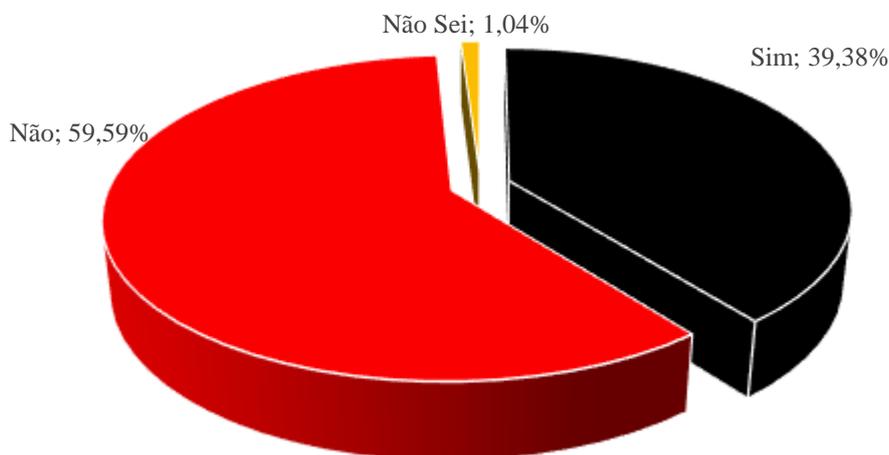


Fonte e elaboração: IPF/MS.

3. INTENÇÕES DE CONSUMO

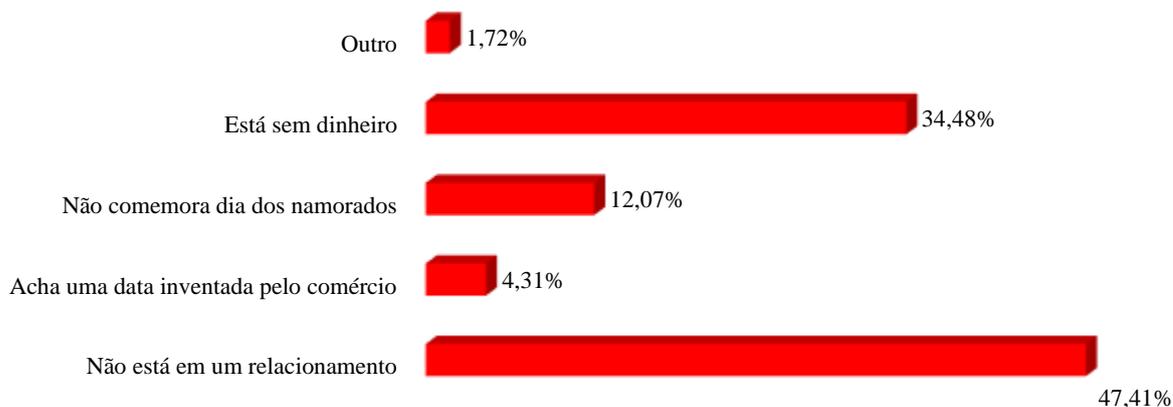
No que se referem as intenções de consumo, 39,38% dos pesquisados admitiram ter a intenção de comprar presentes para o dia dos namorados. Dentre os principais presentes se destacaram: roupas (27,17%), perfumes/cosméticos (17,39%) e flores (14,13%). Para tanto, gastarão entre R\$51,00 e R\$100,00 (39,47%), realizarão suas compras nas lojas do centro (88,31%), pagarão em dinheiro (74,03%) e 63,64% farão pesquisa de preço. Entre os elementos levados em consideração para as compras estiveram presentes, principalmente, a qualidade, diferencial e design do produto (32,79%). Para aqueles que não presentearão nessa data, os principais motivos estiveram atrelados a restrição orçamentária e a falta de um parceiro.

Pretende comprar presentes para o dia dos namorados?



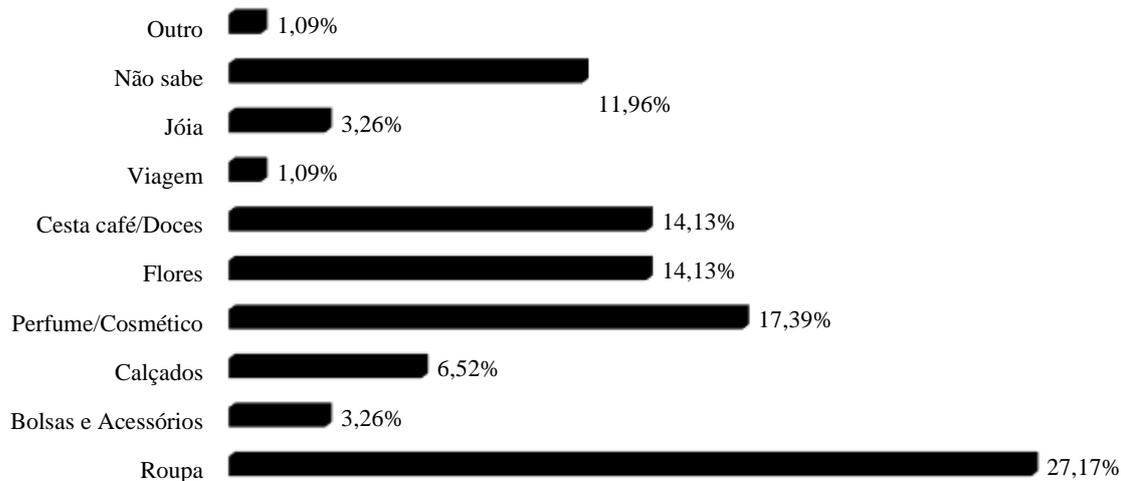
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Caso não vá comprar, qual o motivo?



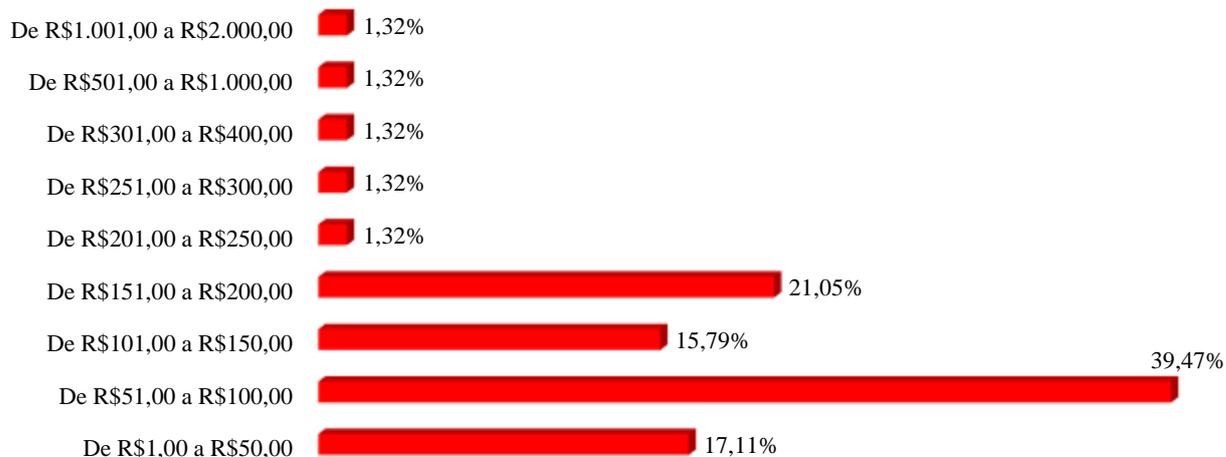
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Caso sim, o que comprará?



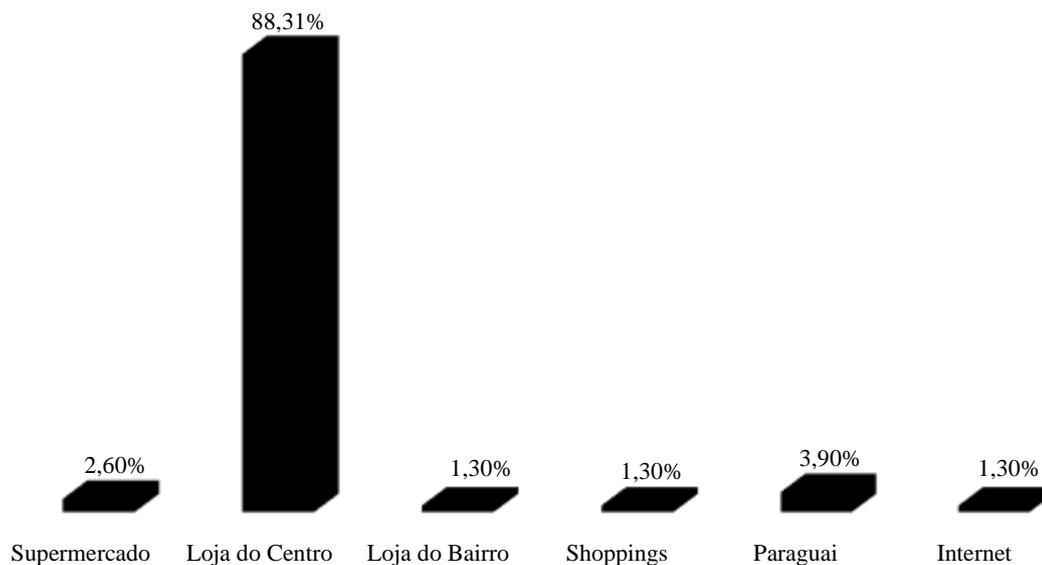
Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: Esse ranking da preferência por presentes coincide com aqueles em que os presenteados gostariam de ganhar.

Pretensões de Gastos



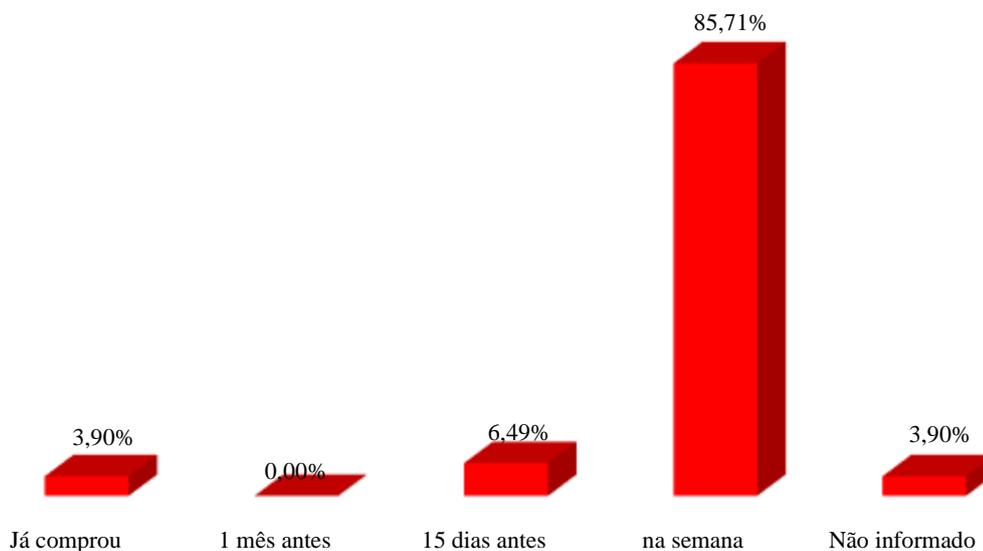
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Locais para Compras



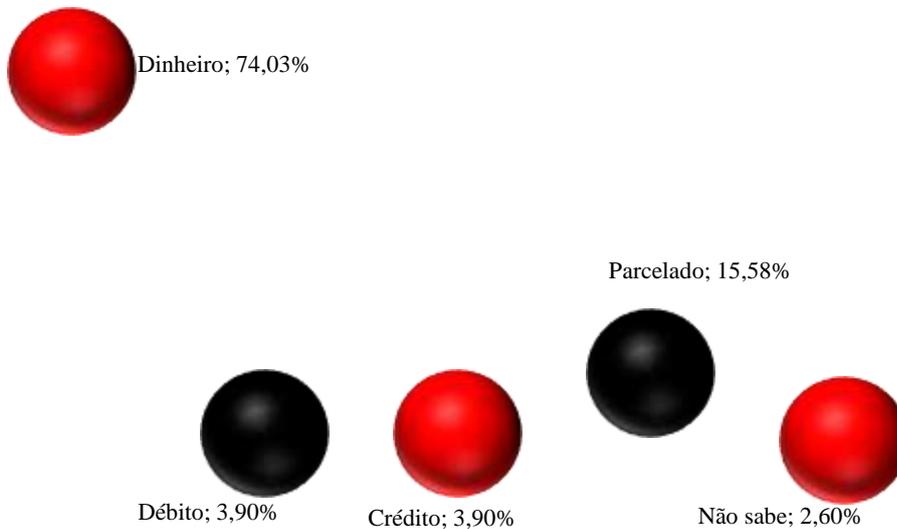
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Quando Comprará?



Fonte e elaboração: IPF/MS.

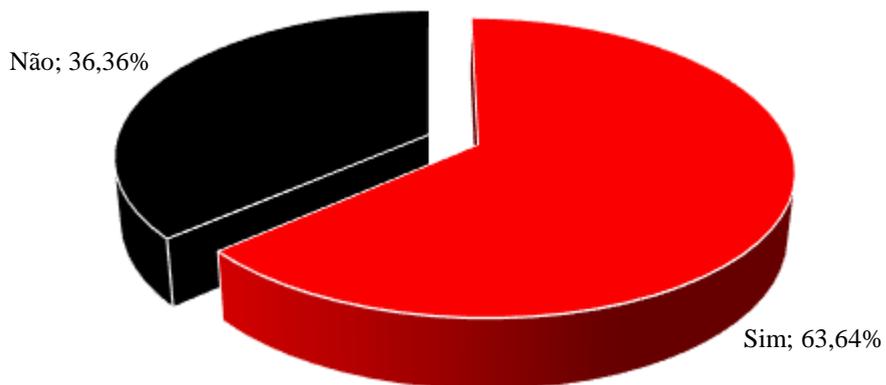
Forma de Pagamento



Fonte e elaboração: IPF/MS.

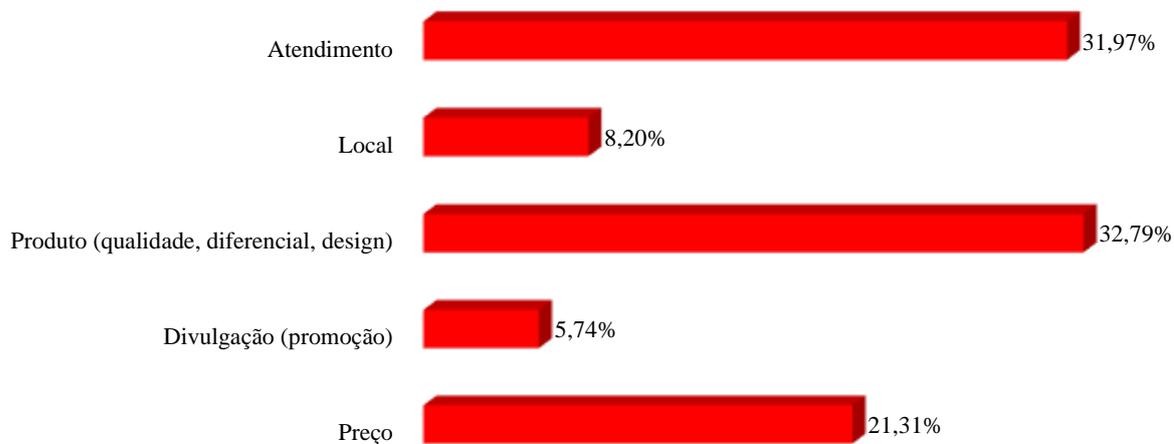
Obs.: Para aqueles que parcelarão suas compras, a maioria (41,67%) fará em 2 parcelas.

Fará Pesquisa de Preço?



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Elementos Levados em Consideração Durante a Compra

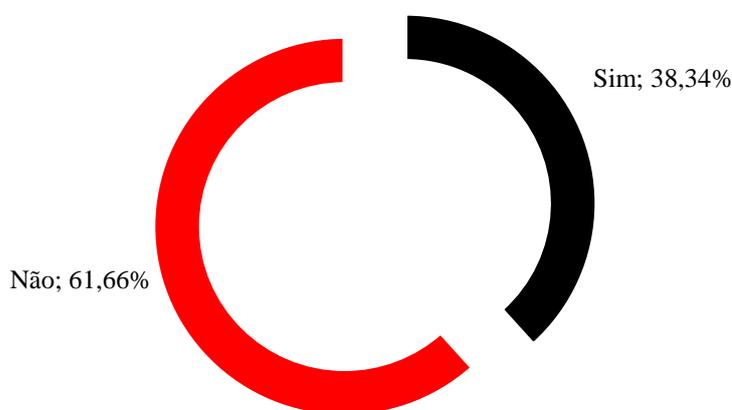


Fonte e elaboração: IPF/MS.

4. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO

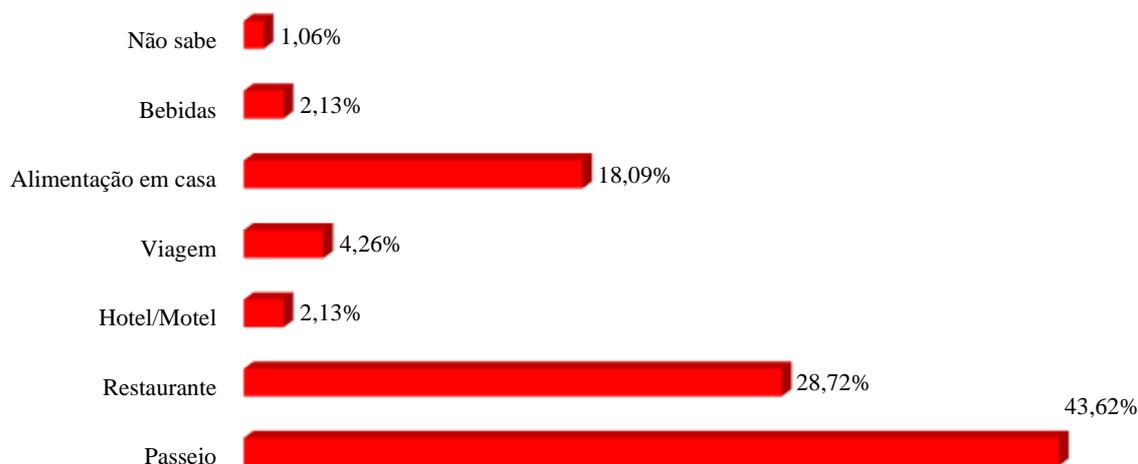
Por fim, 38,34% dos abordados na pesquisa disseram que participarão de comemorações. De modo que os passeios (43,62%), restaurantes (28,72%) e alimentação em casa (18,09%) estiveram entre as preferências, com gastos entre R\$51,00 e R\$100,00 (47,30%). Os determinantes para a escolha dos locais serão, principalmente, a tradição (29,07%), gostos, preferências (27,91%) e o clima romântico (20,93%).

Participará de Comemoração?



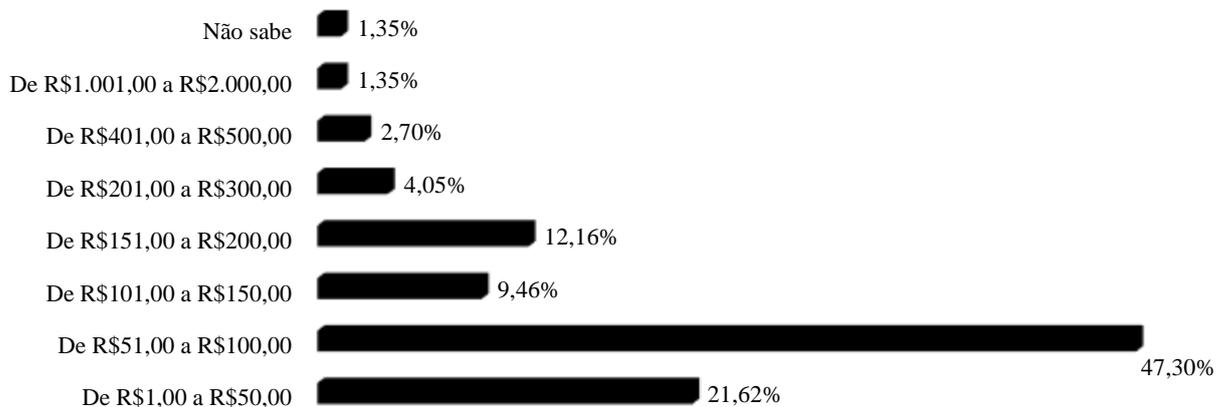
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Com o que Gastará na Comemoração?



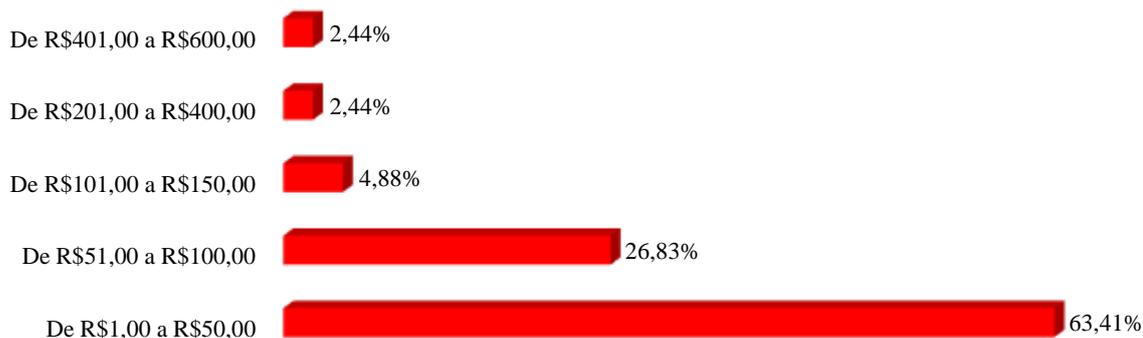
Fonte e elaboração: IPF/MS.

De quanto será o Gasto?



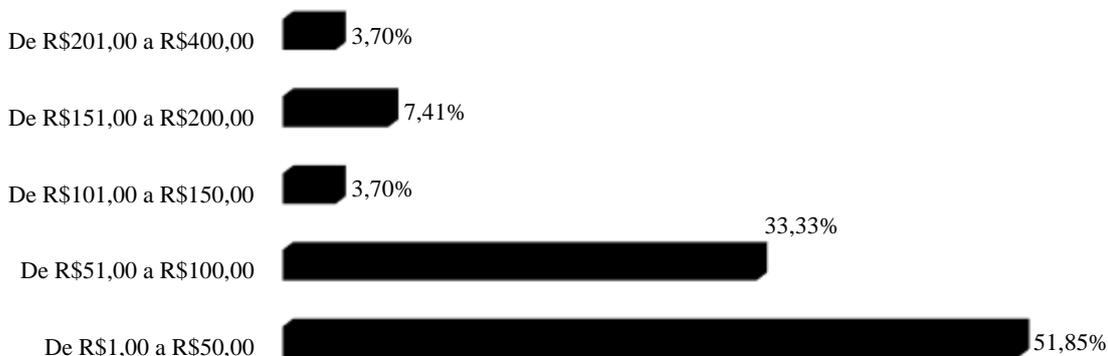
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Passeio



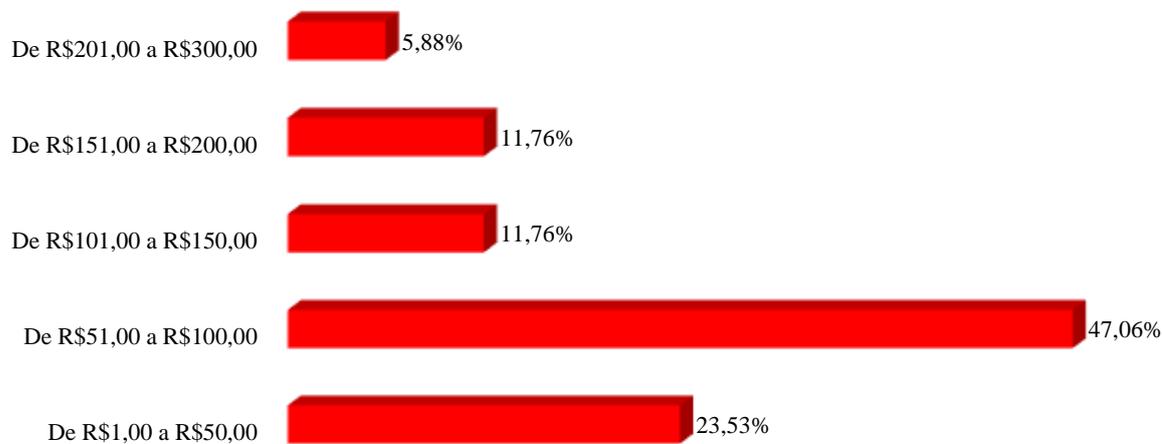
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Restaurantes



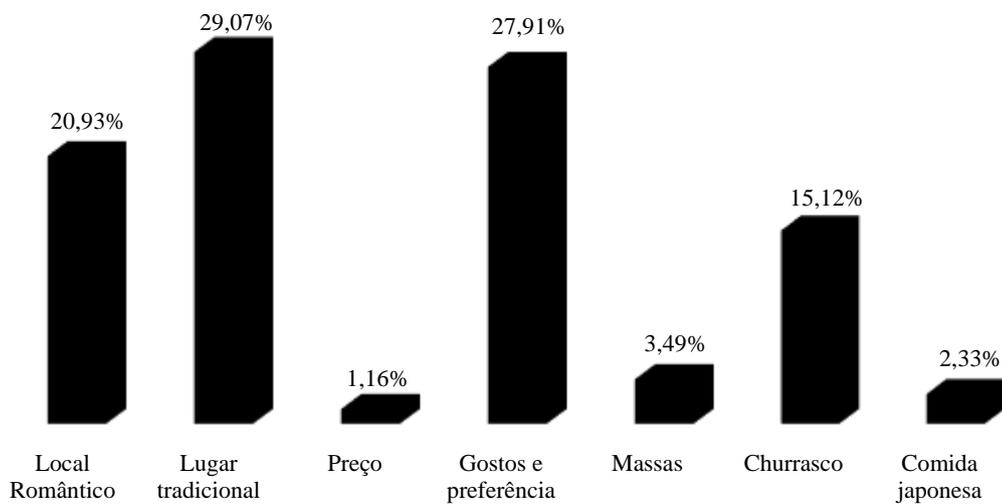
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Alimentação em Casa



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Quais Fatores determinantes para a Escolha do Local?



Fonte e elaboração: IPF/MS.

5. TENDÊNCIAS DE MOVIMENTAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

Para o dia dos namorados, estima-se para Nova Andradina/MS, uma movimentação financeira de quase R\$3,4 milhões, desse valor 65,10% (R\$2,16 milhões) destinados a gastos com presentes e 34,90% (R\$1,16 milhão) com comemoração. Nesse sentido, os gastos médios previstos serão, respectivamente, de R\$131,25 e R\$97,60.

Logo, há expectativas de que haja um aumento na receita gerada pela compra de presentes, na comparação ao ano passado, de 42,7% e redução no valor médio de 5,54%. Esse comportamento pode ser explicado em partes pela atualização metodológica, utilizando estimativas da população para o ano de 2016 em substituição as estimativas do ano de 2010.

Nota-se ainda, que ainda tenha havido essa atualização metodológica, em termos reais há expectativas de um aumento real na receita de aproximadamente 23%. Nesse sentido, parece que aos poucos o sinal de uma recuperação mais efetiva tem se intensificado. No entanto, vale ressaltar que ainda se está em um momento de instabilidade, em que as estratégias empresariais são essenciais para a retomada do crescimento econômico e para a continuidade dos negócios.

Dentre essas estratégias estão aquelas voltadas ao entendimento dos gostos, preferências e pretensões de gastos dos potenciais consumidores. Com esse entendimento, percebe-se a maioria tenderá a comprar artigos do vestuário, calçados, perfumes e cosméticos, além da oportunidade, também, de auxiliar nas escolhas dos clientes que ainda estão indecisos e aqueles que disseram estar com restrições orçamentárias sobre qual presente comprarão.

Ao verificar as intenções de comemoração, dos R\$1,16 milhão previsto, 43,62% se voltaram a passeios, 28,72% a restaurantes e 18,09% a alimentação em casa. Nesse sentido, a alimentação em casa, poderá implicar na movimentação financeira de hipermercados, supermercados, mercados, conveniências e de restaurantes que forneçam “*deliveres*”. Locais românticos e tradicionais estiveram entre os preferidos para passeios e restaurantes.

Quadro 2: Resumo comparativo dos resultados das intenções de consumo e de gastos com presentes para o dia dos namorados.

| Municípios | 2017 | | | 2016 | | |
|-----------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|
| | % de consumidores que irão as compras | Valor estimado em compras (R\$ mil) | Valor médio estimado em compras (R\$) | % de consumidores que irão as compras | Valor estimado em compras (R\$ mil) | Valor médio estimado em compras (R\$) |
| Aparecida do Taboado | 47% | 874 | 149,66 | 90% | 1.002 | 92,78 |
| Aquidauana/Anastácio | 46% | 4.684 | 181,31 | 62% | 1.680 | 135,48 |
| Campo Grande | 53% | 28.472 | 138,87 | 38% | 16.962 | 111,59 |
| Chapadão do Sul | 30% | 396 | 120,24 | 44% | 639 | 132,00 |
| Corumbá/Ladário | 60% | 9.112 | 173,57 | 67% | 4.030 | 144,31 |
| Dourados | 45% | 10.125 | 175,90 | 55% | 7.912 | 145,73 |
| Naviraí | 57% | 1.568 | 105,60 | 46% | 987 | 98,18 |
| Nova Andradina | 39% | 2.158 | 131,25 | 47% | 1.512 | 138,95 |
| Ponta Porã | 33% | 1.611 | 111,33 | 38% | 1.766 | 114,74 |
| São Gabriel do Oeste | 34% | 1.401 | 173,98 | 46% | 795 | 157,04 |
| Três Lagoas | 38% | 2.737 | 124,56 | 37% | 3.190 | 136,50 |
| Mato Grosso do Sul | 44% | 98.490 | 146,08 | 50% | 79.782 | 127,02 |

Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: São apenas estimativas, considerando a atualização da população ocupada.

Quadro 3: Resumo comparativo dos resultados das intenções de consumo e de gastos com presentes para o dia dos namorados.

| Municípios | Variações 2016/2017 | | |
|-----------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|
| | % de consumidores que irão as compras | Valor estimado em compras (R\$ mil) | Valor médio estimado em compras (R\$) |
| Aparecida do Taboado | -48% | -12,8% | 61,30% |
| Aquidauana/Anastácio | -26% | 178,8% | 33,83% |
| Campo Grande | 39% | 67,9% | 24,45% |
| Chapadão do Sul | -31% | -38,0% | -8,91% |
| Corumbá/Ladário | -10% | 126,1% | 20,27% |
| Dourados | -19% | 28,0% | 20,70% |
| Naviraí | 24% | 58,8% | 7,56% |
| Nova Andradina | -17% | 42,7% | -5,54% |
| Ponta Porã | -14% | -8,8% | -2,97% |
| São Gabriel do Oeste | -26% | 76,3% | 10,79% |
| Três Lagoas | 3% | -14,2% | -8,75% |
| Mato Grosso do Sul | -12% | 23,4% | 15,00% |

Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: São apenas estimativas, considerando a atualização da população ocupada.

Quadro 4: Resumo das intenções de comemoração para o dia dos namorados.

| Municípios | 2017 | | |
|---------------------------|-----------------------------------|---|--|
| | % de consumidores que comemorarão | Valor estimado em comemoração (R\$ mil) | Valor médio estimado com comemoração (R\$) |
| Aparecida do Taboado | 55% | 497 | 72,83 |
| Aquidauana/Anastácio | 50% | 2.169 | 107,00 |
| Campo Grande | 52% | 29.234 | 92,96 |
| Chapadão do Sul | 24% | 278 | 106,67 |
| Corumbá/Ladário | 53% | 2.993 | 71,60 |
| Dourados | 52% | 9.651 | 137,87 |
| Naviraí | 45% | 1.073 | 91,38 |
| Nova Andradina | 38% | 1.157 | 97,60 |
| Ponta Porã | 35% | 1.300 | 83,33 |
| São Gabriel do Oeste | 40% | 780 | 97,34 |
| Três Lagoas | 31% | 986 | 55,38 |
| Mato Grosso do Sul | 44% | 61.083 | 94,06 |

Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: São apenas estimativas, considerando a atualização da população ocupada.

Quadro 5: Gastos médios em Nova Andradina/MS por item de comemoração.

| CELEBRAÇÃO | R\$ |
|---------------------|--------|
| Passeio | 61,59 |
| Restaurante | 66,67 |
| Motel/Hotel | 212,50 |
| Alimentação em casa | 91,18 |
| Bebidas | 50,00 |

Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: São apenas estimativas, considerando a atualização da população ocupada.

