

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

Três Lagoas/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 Três Lagoas/MS.

Cabe ressaltar, que em uma sondagem realizada pelo IPF/MS, observou-se expectativas mais otimistas para o decorrer do ano, no que se refere a recuperação do comércio. Nesse processo este relatório possui o papel de contribuir com essas expectativas, preparando os empresários para o dia dos namorados.

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 Três Lagoas, 263 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%

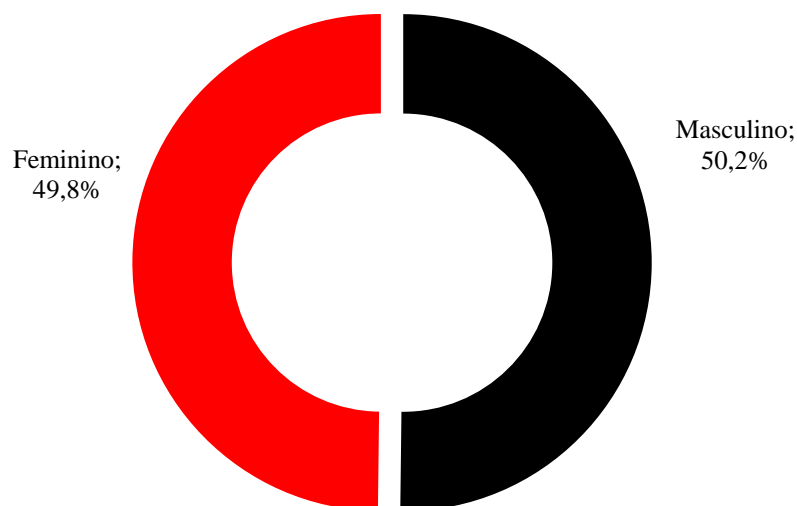
Fonte: IBGE, 2016. Elaboração: IPF/MS.

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

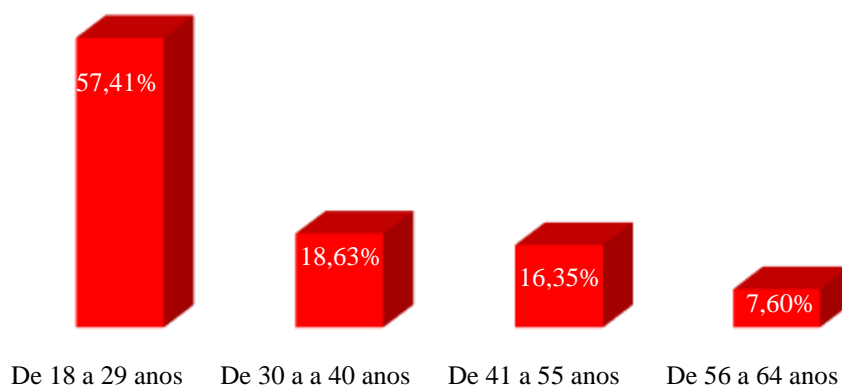
Pode-se considerar que a mesma quantidade de questionários foram aplicados entre os gêneros feminino e masculino, de modo a evidenciar as peculiaridades de cada um. A maioria dos pesquisados detém de 18 a 29 anos (57,41%), o ensino médio completo (32,70%) e possui uma renda de até 1 salário mínimo (24,33%). No que tange a situação econômico-financeira, 44,49% admitiu estar igual e 42,97% melhor na comparação ao ano passado.

Gênero



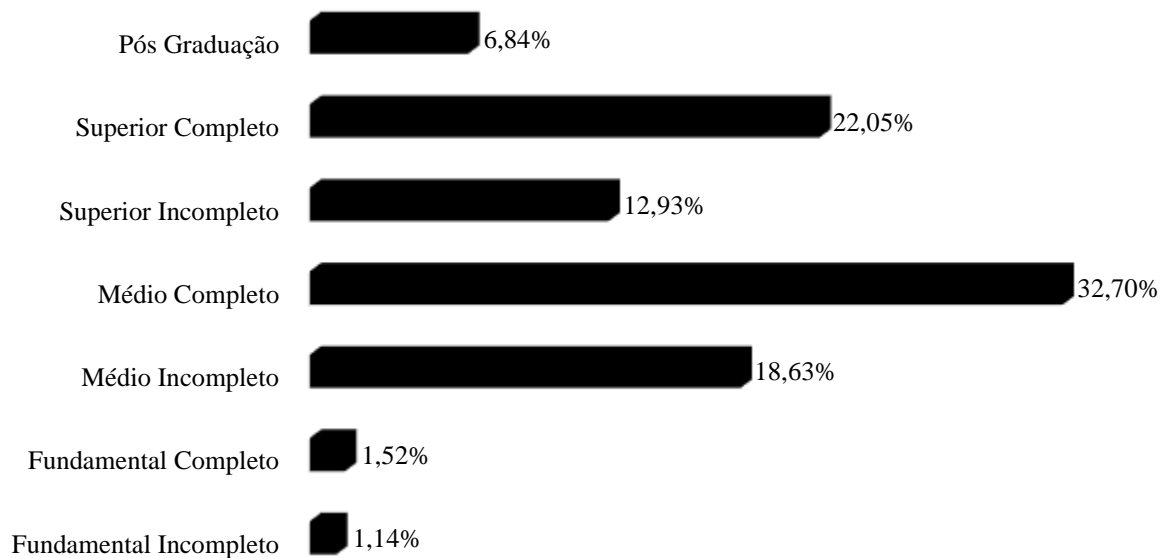
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Faixa Etária



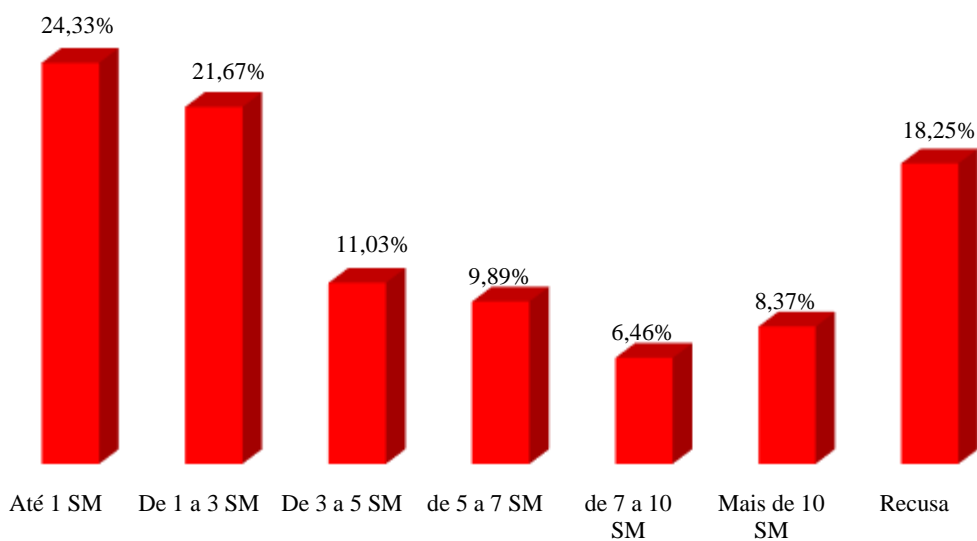
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Grau de Escolaridade



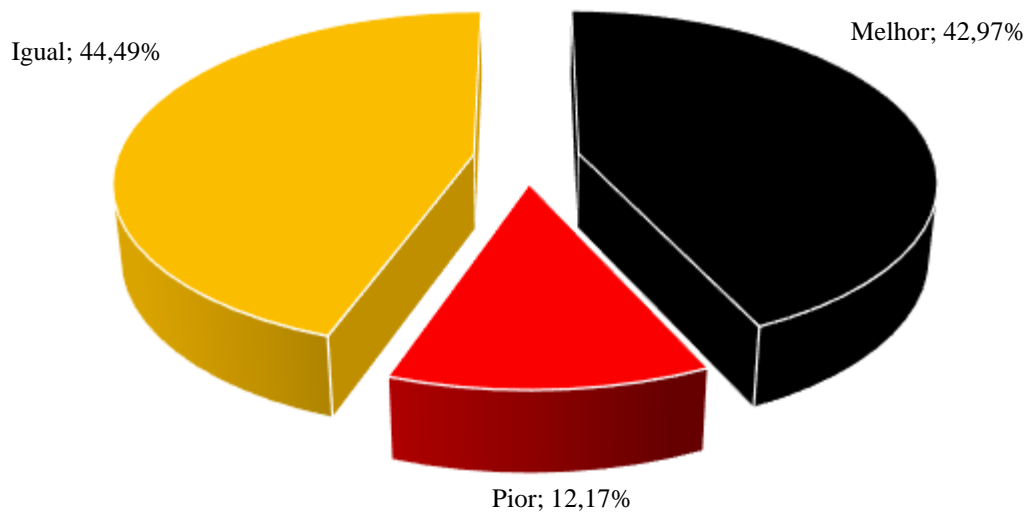
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Renda



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Avaliação da Situação Econômico-financeira

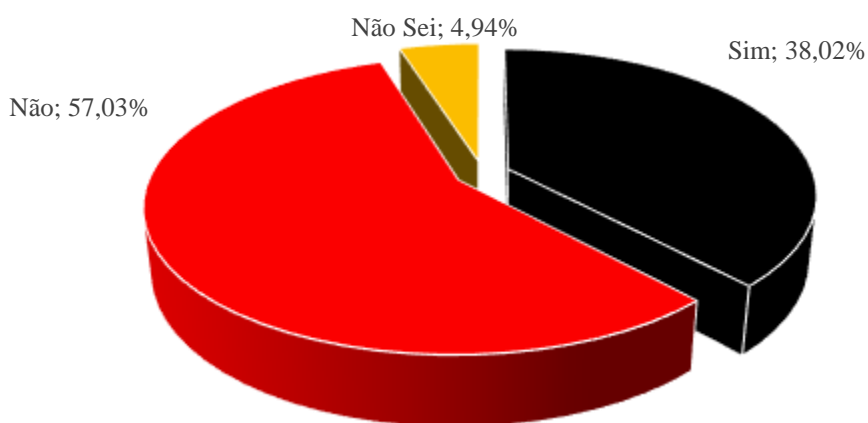


Fonte e elaboração: IPF/MS.

3. INTENÇÕES DE CONSUMO

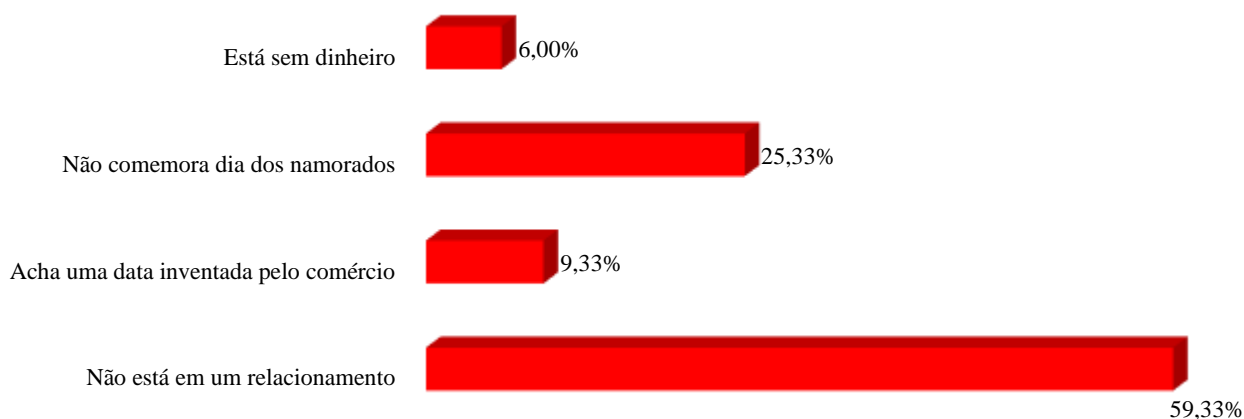
No que se referem as intenções de consumo, 38,02% dos pesquisados admitiram ter a intenção de comprar presentes para o dia dos namorados. Dentre os principais presentes se destacaram: roupas (25%), perfumes/cosméticos (13,16%) e flores (10,53%). Para tanto, gastarão entre R\$51,00 e R\$100,00 (20,35%) e entre R\$151,00 e R\$200,00 (20,35%), realizarão suas compras nas lojas do centro (65,49%), pagarão em dinheiro (63,72%) e 61,06% farão pesquisa de preço. Entre os elementos levados em consideração para as compras estiveram presentes, principalmente, a qualidade, diferencial e design do produto (48,60%). Para aqueles que não presentearão nessa data, os principais motivos estiveram atrelados a restrição orçamentária, por não comemorar a data e a falta de um parceiro.

Pretende comprar presentes para o dia dos namorados?



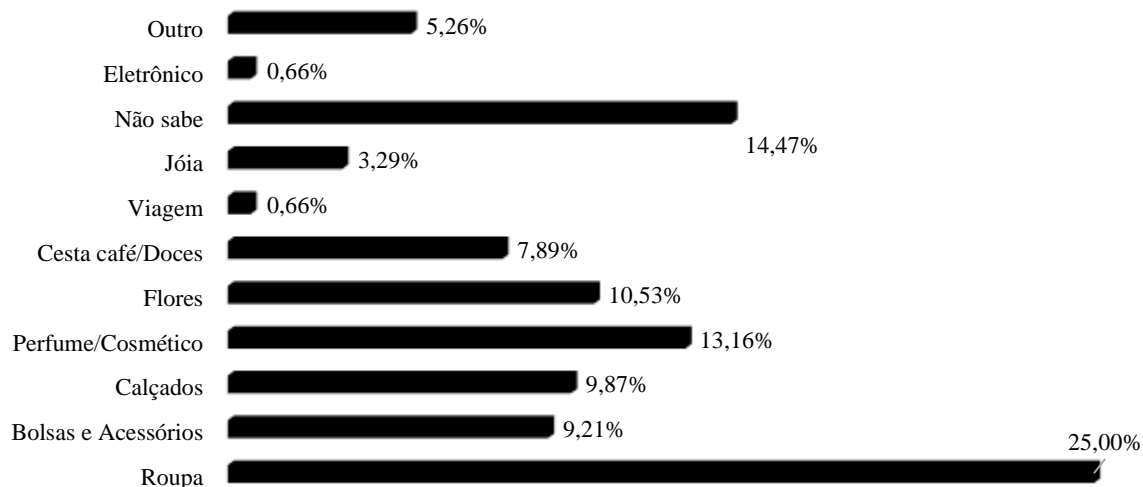
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Caso não vá comprar, qual o motivo?



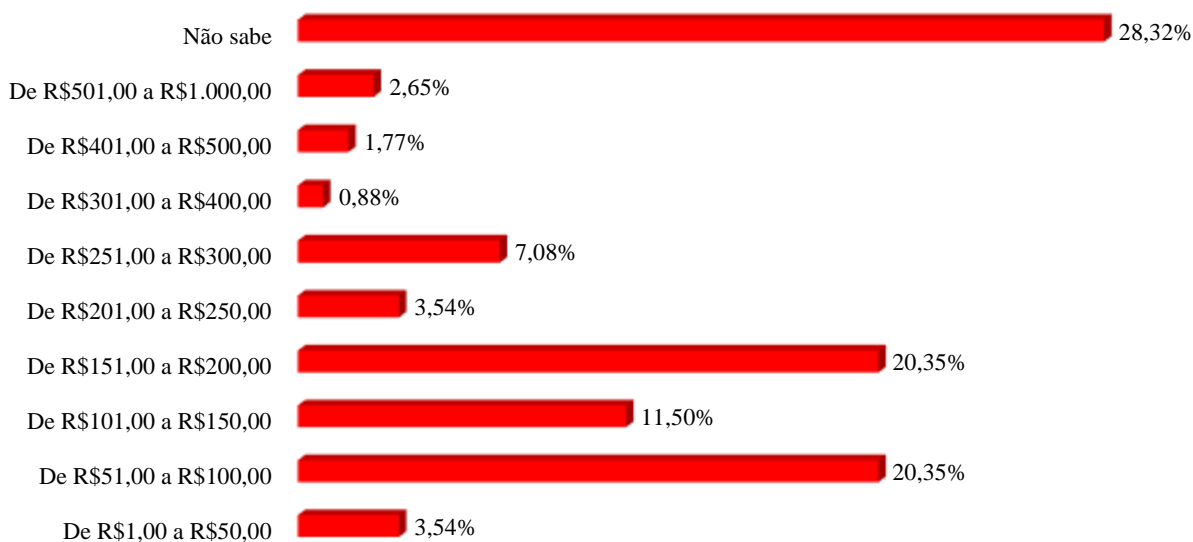
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Caso sim, o que comprará?



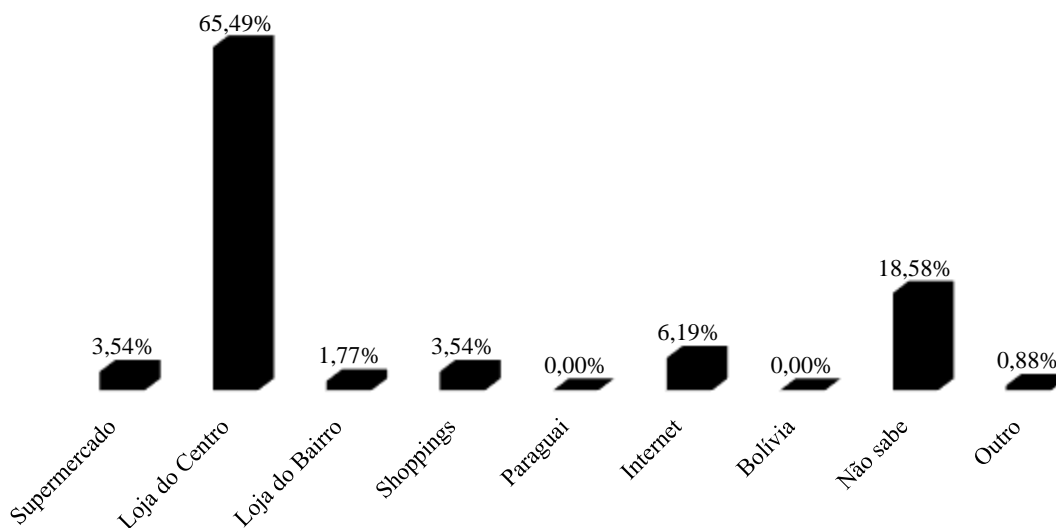
Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: Esse ranking da preferência por presentes coincide com aqueles em que os presenteados gostariam de ganhar.

Pretensões de Gastos



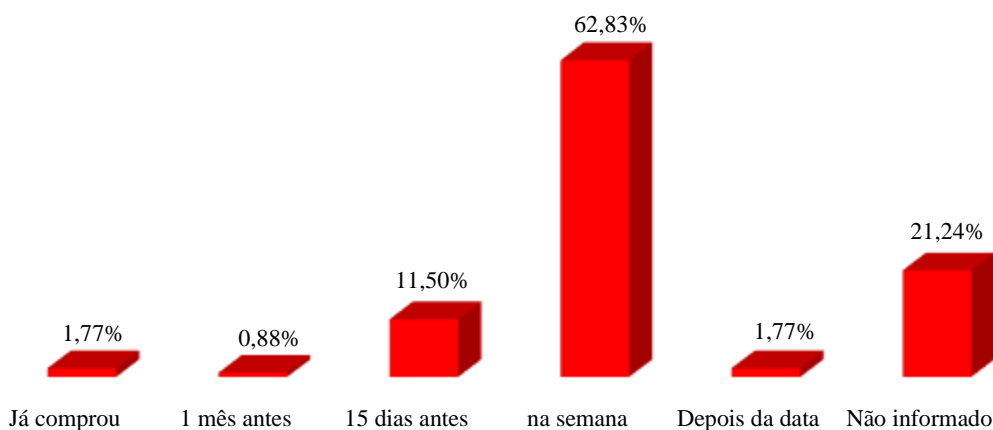
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Locais para Compras



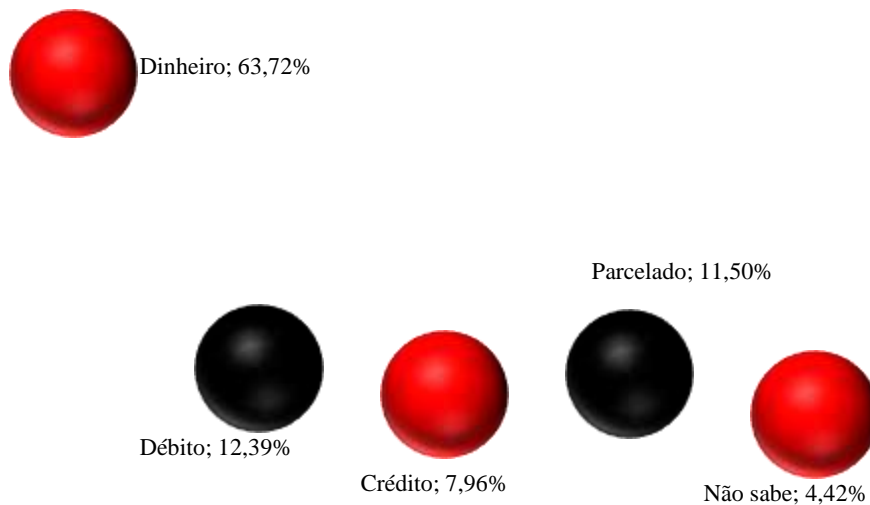
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Quando Comprará?



Fonte e elaboração: IPF/MS.

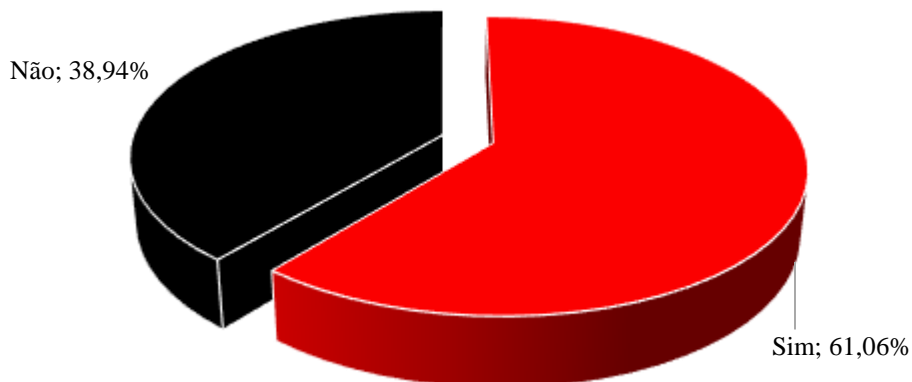
Forma de Pagamento



Fonte e elaboração: IPF/MS.

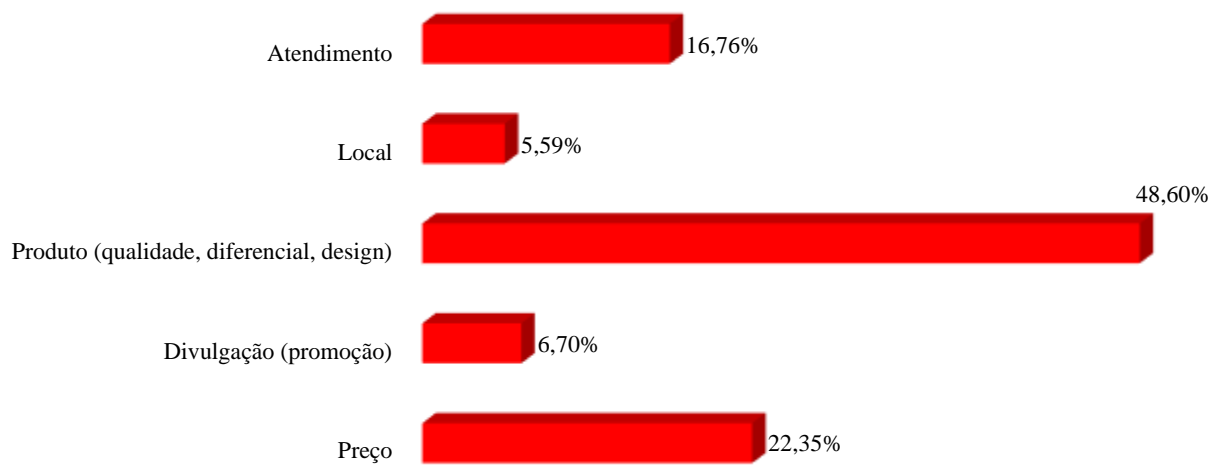
Obs.: Para aqueles que parcelarão suas compras, a maioria (38,46%) fará em 4 parcelas.

Fará Pesquisa de Preço?



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Elementos Levados em Consideração Durante a Compra

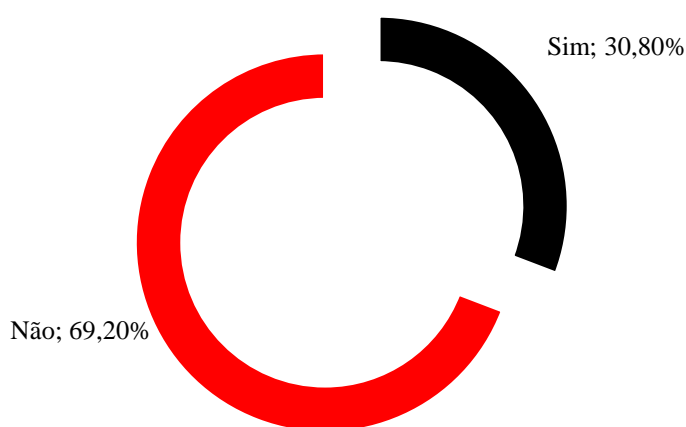


Fonte e elaboração: IPF/MS.

4. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO

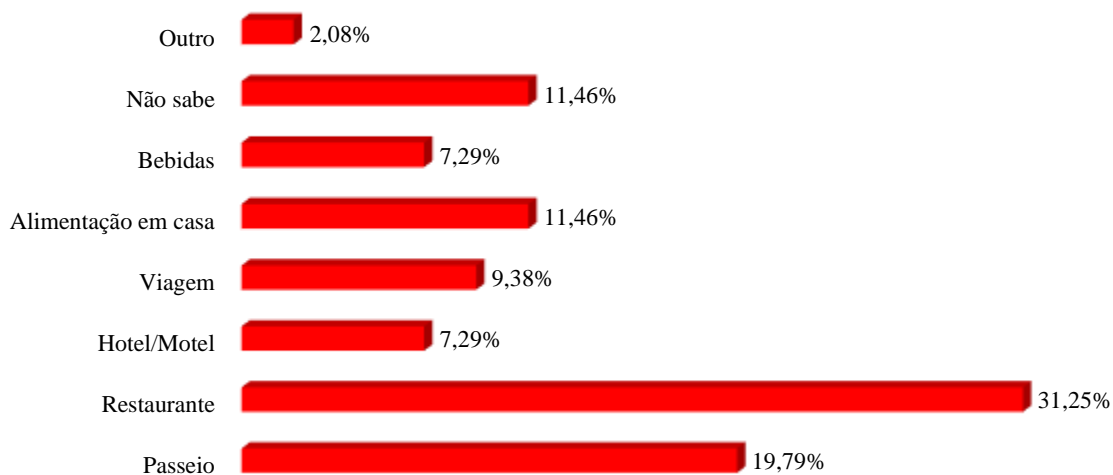
Por fim, 30,80% dos abordados na pesquisa disseram que participarão de comemorações. De modo que os passeios (19,79%), restaurantes (31,25%) e alimentação em casa (11,46%) estiveram entre as preferências, com gastos entre R\$51,00 e R\$100,00 (17,72%). Os determinantes para a escolha dos locais serão, principalmente, a tradição (11,46%), gostos, preferências (28,13%) e o clima romântico (26,04%).

Participará de Comemoração?



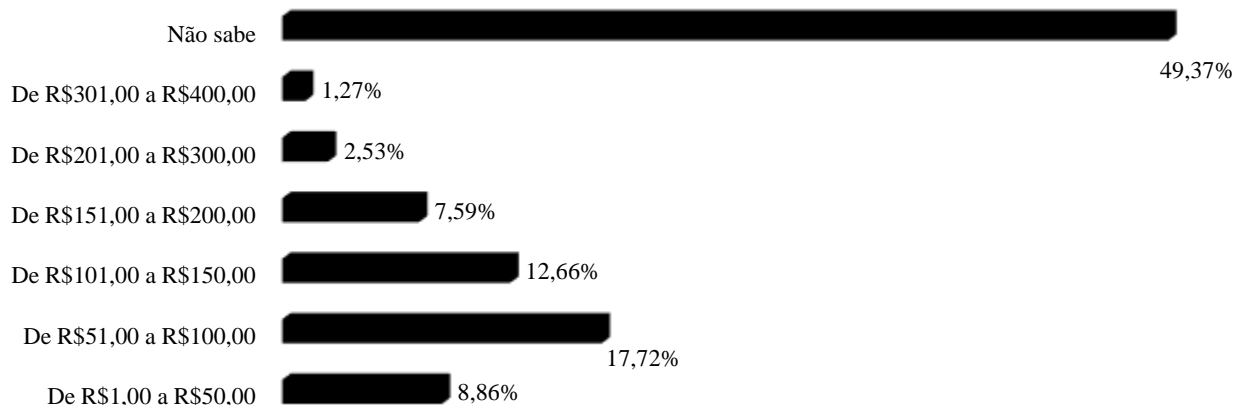
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Com o que Gastará na Comemoração?



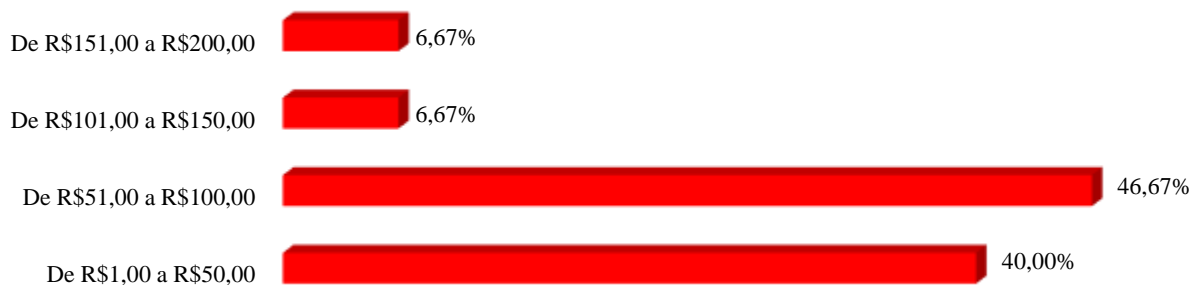
Fonte e elaboração: IPF/MS.

De quanto será o Gasto?



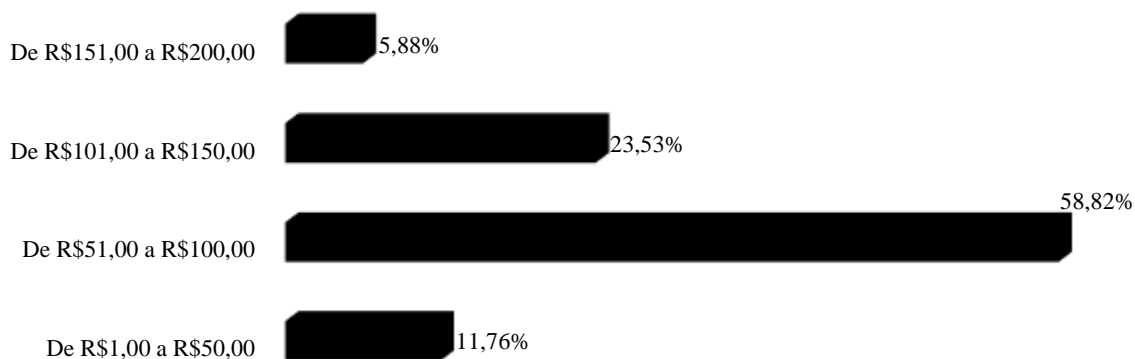
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Passeio



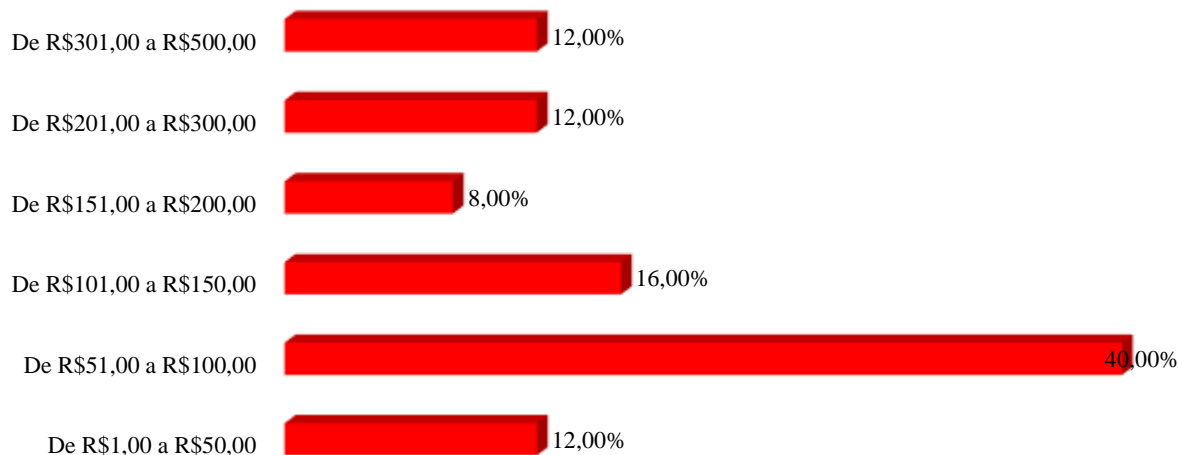
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Restaurantes



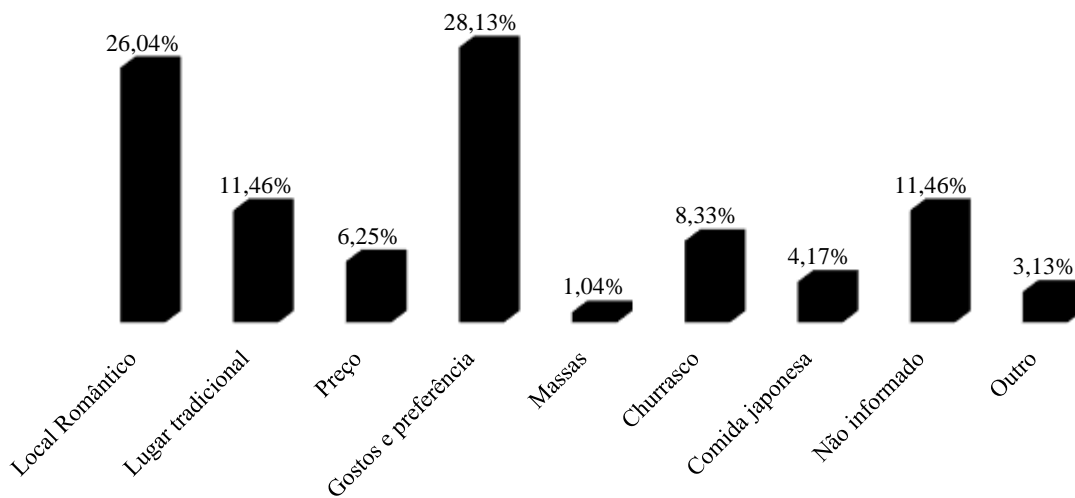
Fonte e elaboração: IPF/MS.

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 Três Lagoas/MS, uma movimentação financeira de R\$3,72 milhões, desse valor 73,52% (R\$2,74 milhões) destinado a gastos com presentes e 26,48% (R\$986 mil) com comemoração. Nesse sentido, os gastos médios previstos serão, respectivamente, de R\$124,56 e R\$55,38.

Logo, há expectativas de que haja uma redução na receita gerada pela compra de presentes, na comparação ao ano passado, de 14,2% e no valor médio de 8,75%. Embora as expectativas não sejam tão otimistas, a adoção de estratégias mais assertivas pelos empresários podem contornar essa projeção e até mesmo contribuir para a retomada do crescimento econômico da região. E é nesse sentido, que empresários já tem discretamente melhorado suas próprias expectativas para o comércio.

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, flores, 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\$986 mil previstos, 19,79% se voltaram a passeios, 31,25% a restaurantes e 11,46% 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 Três Lagoas/MS por item de comemoração.

CELEBRAÇÃO	R\$
Passeio	65,00
Restaurante	86,76
Motel/Hotel	105,00
Alimentação em casa	93,75
Bebidas	80,00

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

