

# DIA DOS NAMORADOS

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



  
Fecomércio MS  
Sesc | Senac | IPF

  
XIPF  
Instituto de Pesquisa  
& Desenvolvimento  
FECOMERCIO-MS

  
SEBRAE

**Campo Grande - 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

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

Cabe ressaltar, que em uma sondagem realizada pelo IPF/MS, observou-se que alguns empresários do município de Campo Grande, admitiram que a situação econômica para o comércio ainda está em um momento complexo, entre as empresas de médio e pequeno porte, as receitas geradas pelas vendas tem se demonstrado igual ou pior na comparação ao ano passado. Nessas circunstâncias, este relatório tem o papel de complementar essas percepções, preparando os empresários para estratégias mais assertivas, bem como informar que as intenções de consumo tenderão a melhorar 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 chocolaterias; restaurantes; hotéis/motéis; floriculturas.

De modo a atender ao objetivo proposto, foram aplicados somente em Campo Grande, 265 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
<b>Aparecida do Taboado</b>	125	24.745	7.367	9%
<b>Aquidauana/Anastácio</b>	203	72.175	8.369	7%
<b>Campo Grande</b>	265	786.797	307.936	6%
<b>Chapadão do Sul</b>	125	21.685	4.726	9%
<b>Corumbá/Ladário</b>	195	131.522	19.926	7%
<b>Dourados</b>	264	215.486	69.756	6%
<b>Naviraí</b>	194	52.367	13.135	7%
<b>Nova Andradina</b>	193	51.764	11.281	7%
<b>Ponta Porã</b>	195	88.164	12.939	7%
<b>São Gabriel do Oeste</b>	126	25.443	7.527	9%
<b>Três Lagoas</b>	263	115.561	36.503	6%
<b>Mato Grosso do Sul - pelos municípios selecionados</b>	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

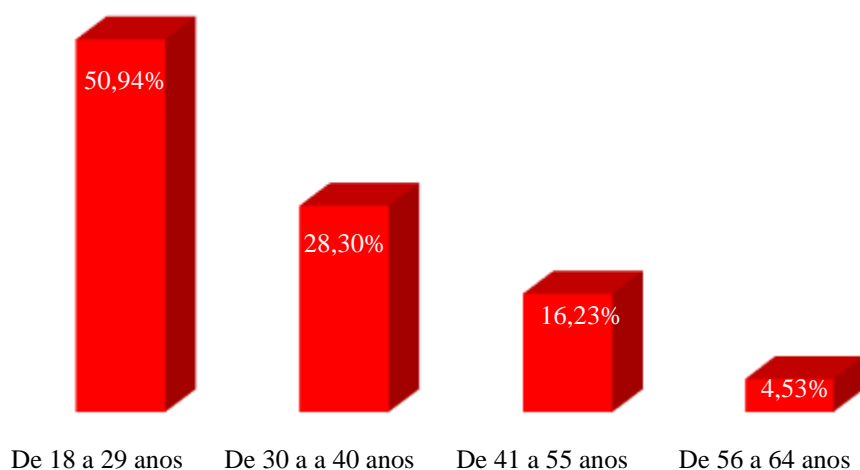
Pode-se considerar que a mesma quantidade de questionários foram aplicados entre os gêneros feminino e masculino, de modo a evidenciar as peculiaridades de cada um. A maioria dos pesquisados detém de 18 a 29 anos (50,94%), o ensino médio completo (50,19%) e possui uma renda de 1 a 3 salários mínimos (65,66%). No que tange a situação econômico-financeira, 52,45% admitiu estar igual na comparação ao ano passado.

### Gênero



Fonte e elaboração: IPF/MS.

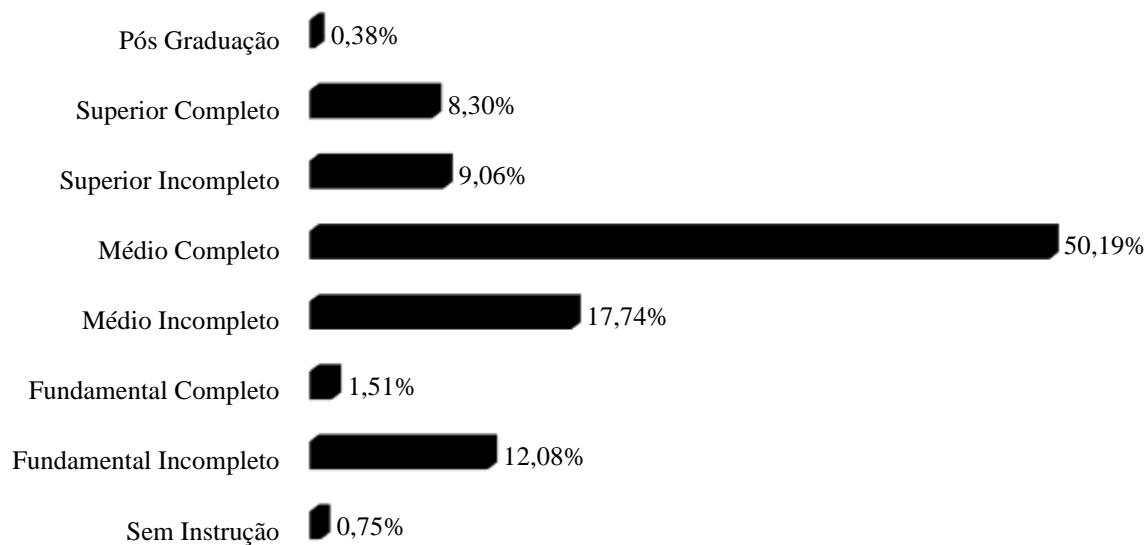
### Faixa Etária



Fonte e elaboração: IPF/MS.

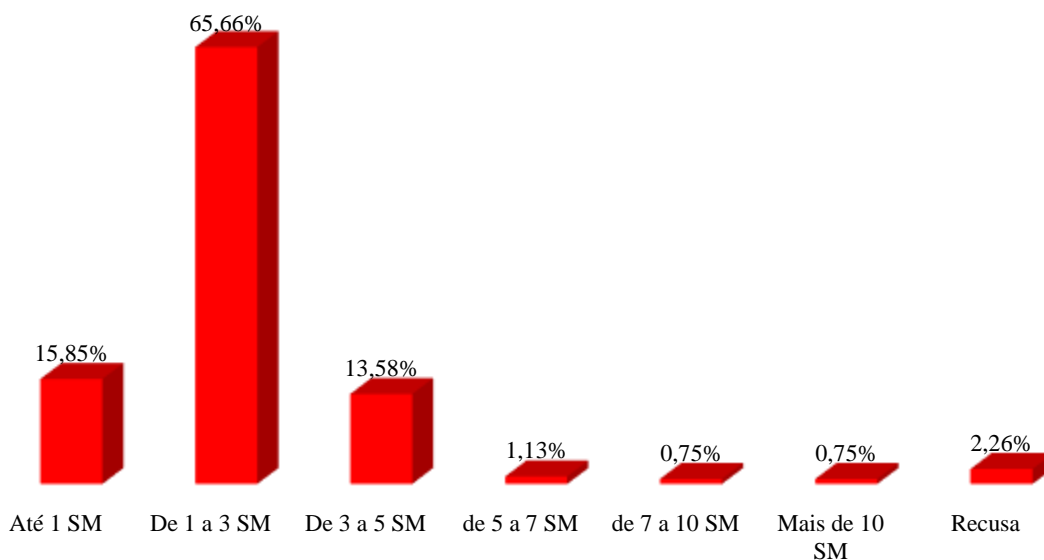


### Grau de Escolaridade



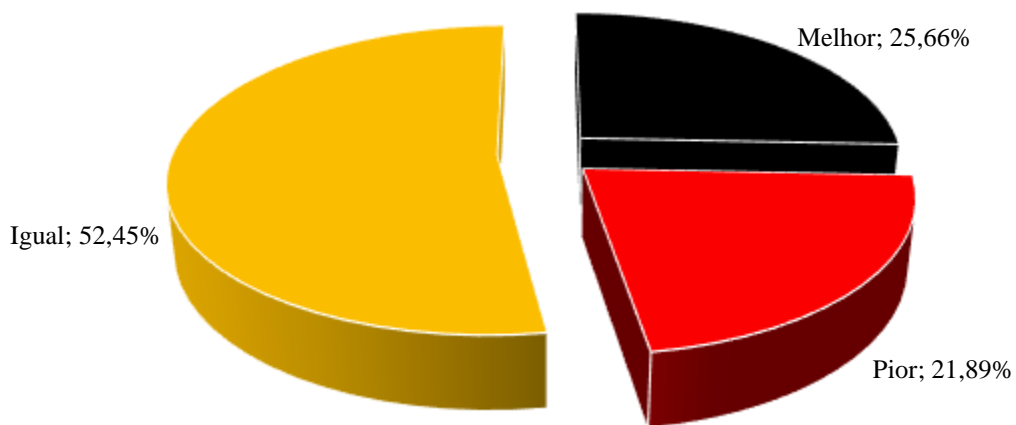
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Renda



Fonte e elaboração: IPF/MS.

## Avaliação da Situação Econômico-financeira



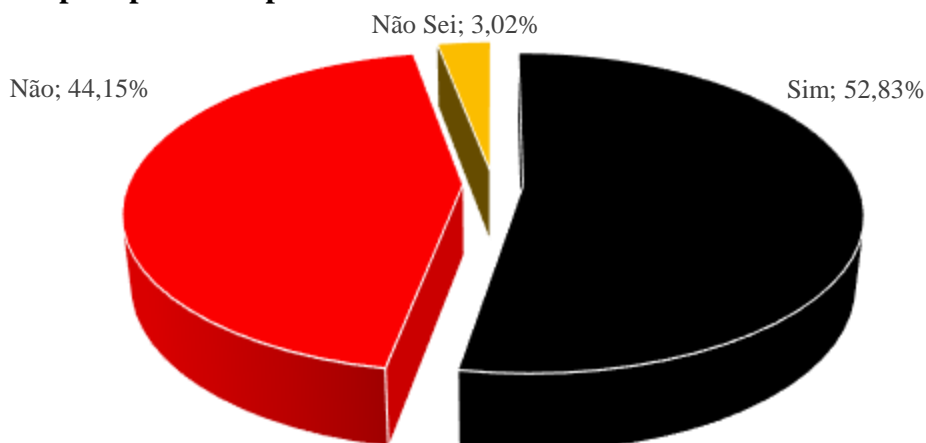
Fonte e elaboração: IPF/MS.



### 3. INTENÇÕES DE CONSUMO

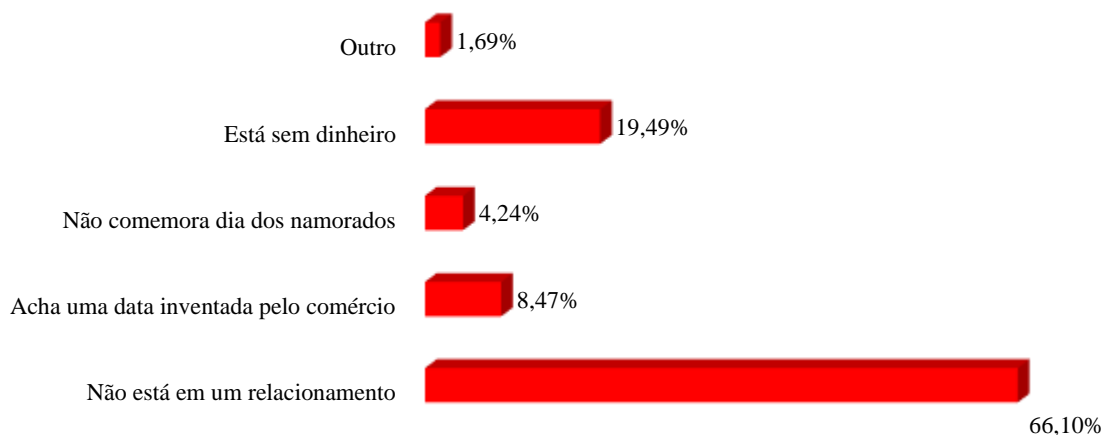
No que se referem as intenções de consumo, 52,83% dos pesquisados admitiram ter a intenção de comprar presentes para o dia dos namorados. Dentre os principais presentes se destacaram: roupas (21,29%), perfumes/cosméticos (27,74%) e flores (8,39%). Para tanto, gastarão entre R\$51,00 e R\$100,00 (32,43%), realizarão suas compras nas lojas do centro (67,35%), pagarão em dinheiro (79,05%) e 76,35% farão pesquisa de preço. Entre os elementos levados em consideração para as compras estiveram presentes, principalmente, a qualidade, diferencial e design do produto (50,68%). 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?



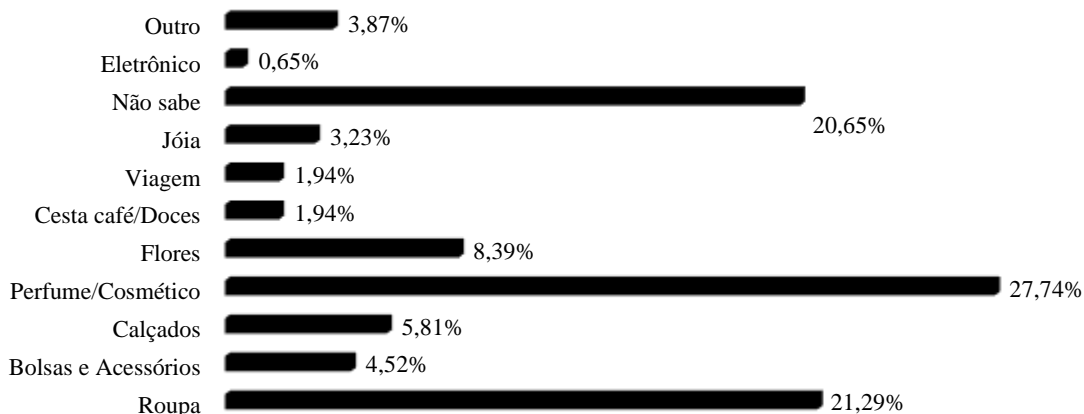
Fonte e elaboração: IPF/MS.

#### Caso não vá comprar, qual o motivo?



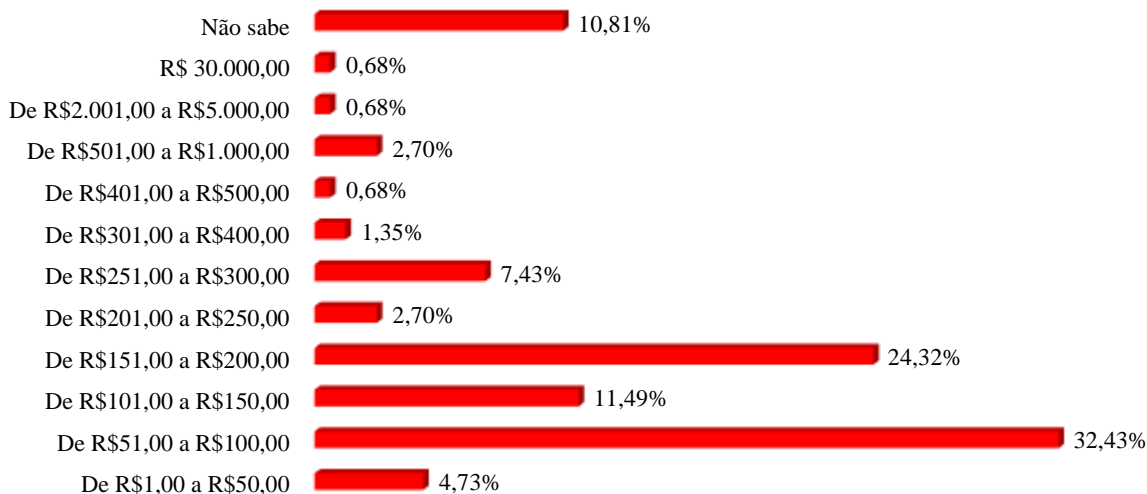
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Caso sim, o que comprará?



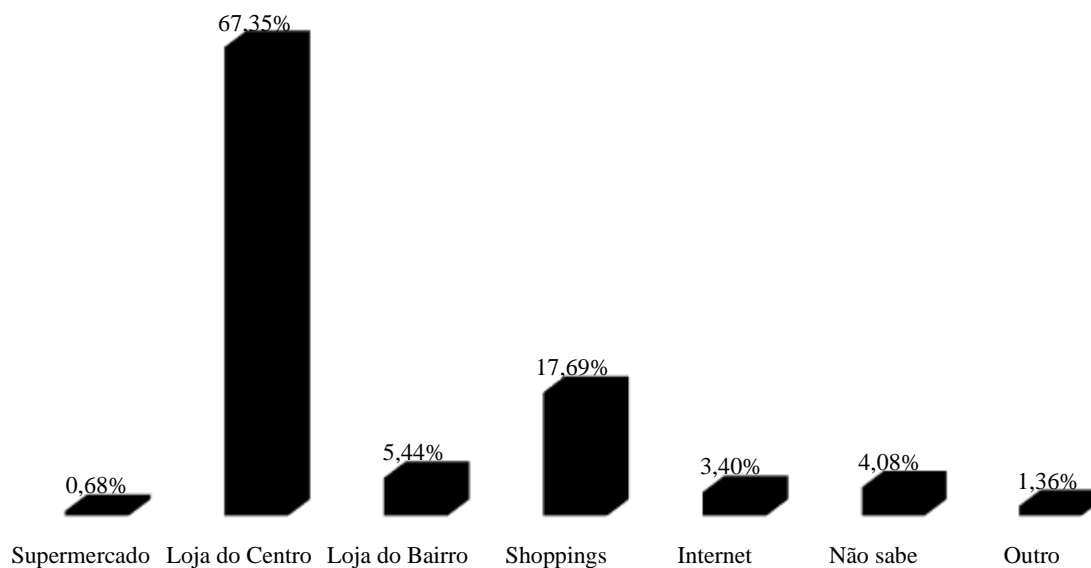
Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: Esse ranking da preferência por presentes coincide com aqueles em que os presenteados gostariam de ganhar.

### Pretensões de Gastos



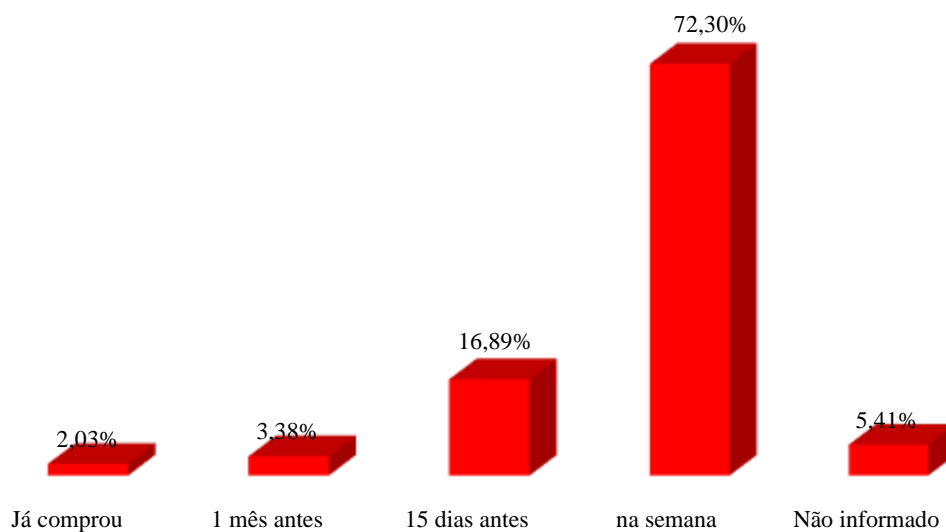
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Locais para Compras



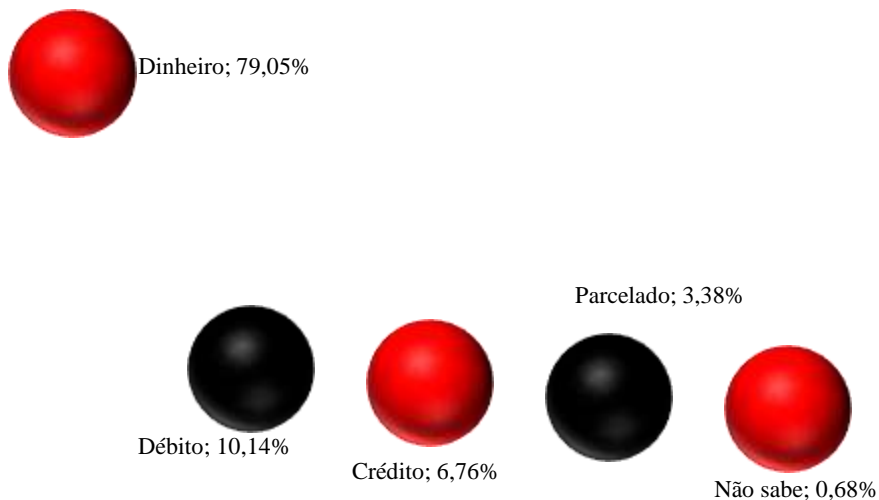
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Quando Comará?



Fonte e elaboração: IPF/MS.

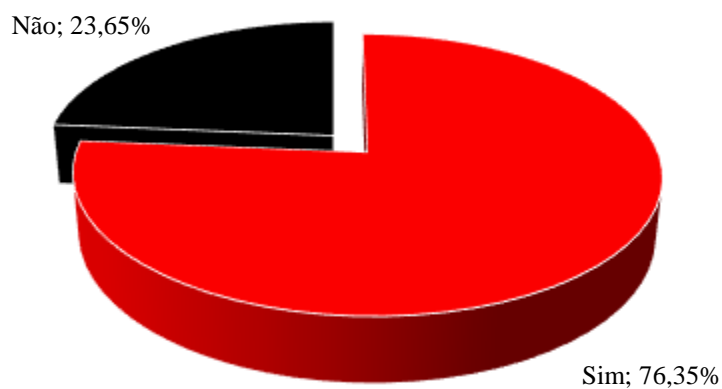
## Forma de Pagamento



Fonte e elaboração: IPF/MS.

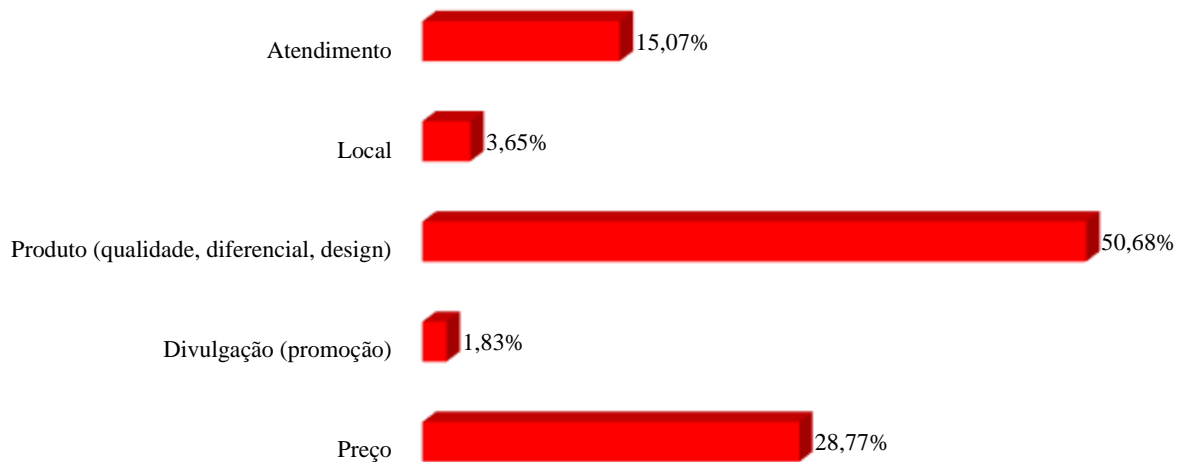
Obs.: Para aqueles que parcelarão suas compras, a maioria (60%) fará em 2 parcelas.

## Fará Pesquisa de Preço?



Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Elementos Levados em Consideração Durante a Compra

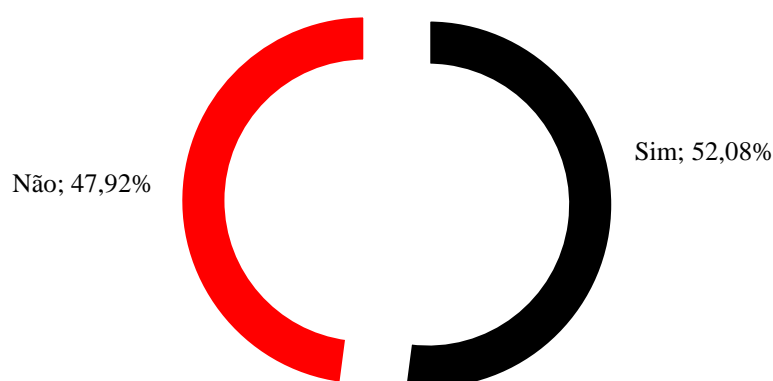


Fonte e elaboração: IPF/MS.

#### 4. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO

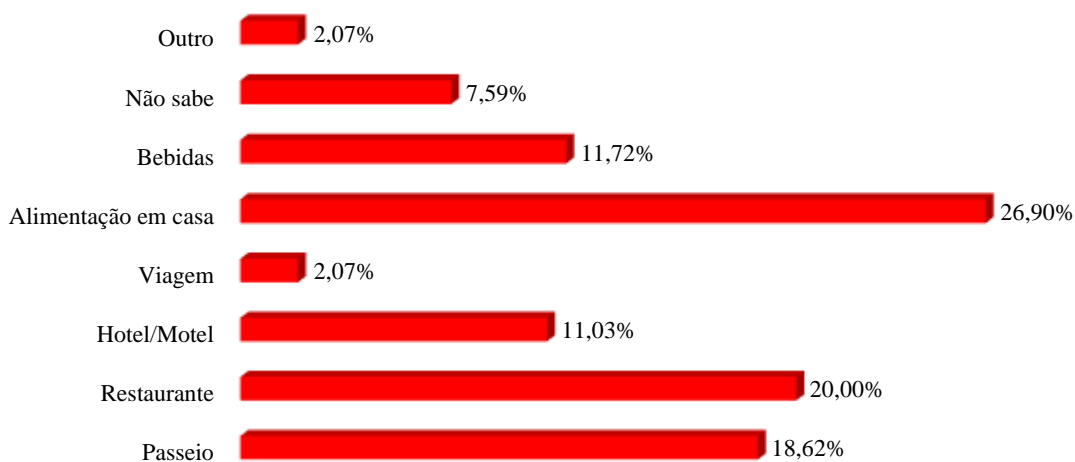
Por fim, 52,08% dos abordados na pesquisa disseram que participarão de comemorações. De modo que os passeios (18,62%), restaurantes (20%) e alimentação em casa (26,90%) estiveram entre as preferências, com gastos entre R\$51,00 e R\$100,00 (33,58%). Os determinantes para a escolha dos locais serão, principalmente, a tradição (48,15%), gostos, preferências (8,89%) e o clima romântico (28,89%).

##### Participará de Comemoração?



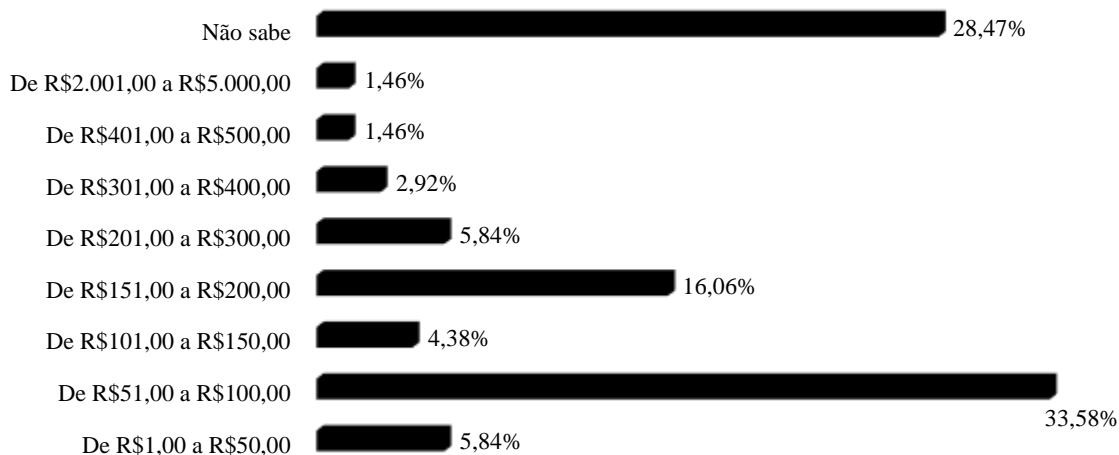
Fonte e elaboração: IPF/MS.

##### Com o que Gastará na Comemoração?



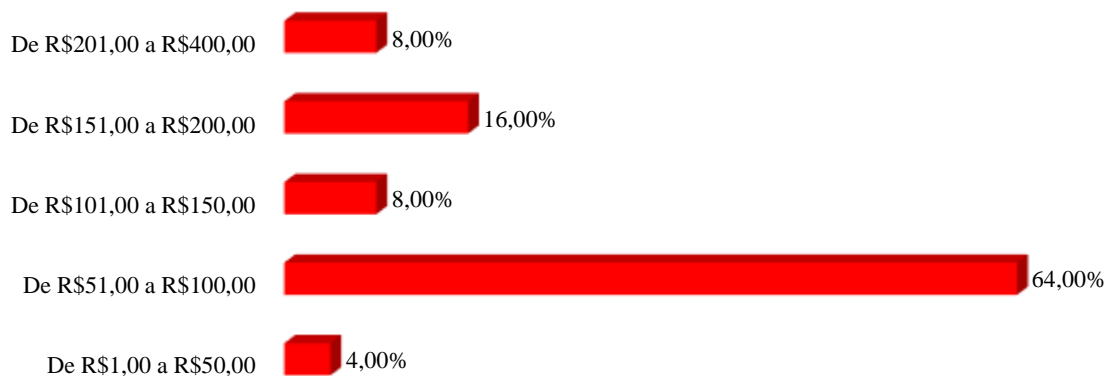
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### De quanto será o Gasto?



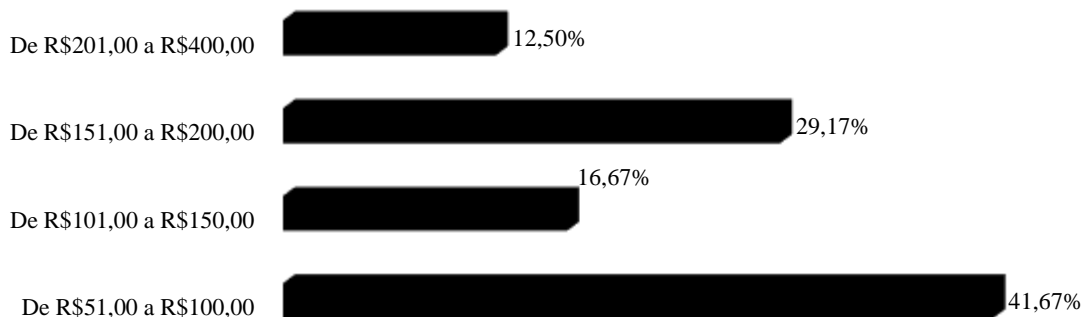
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Gastos com Passeio



Fonte e elaboração: IPF/MS.

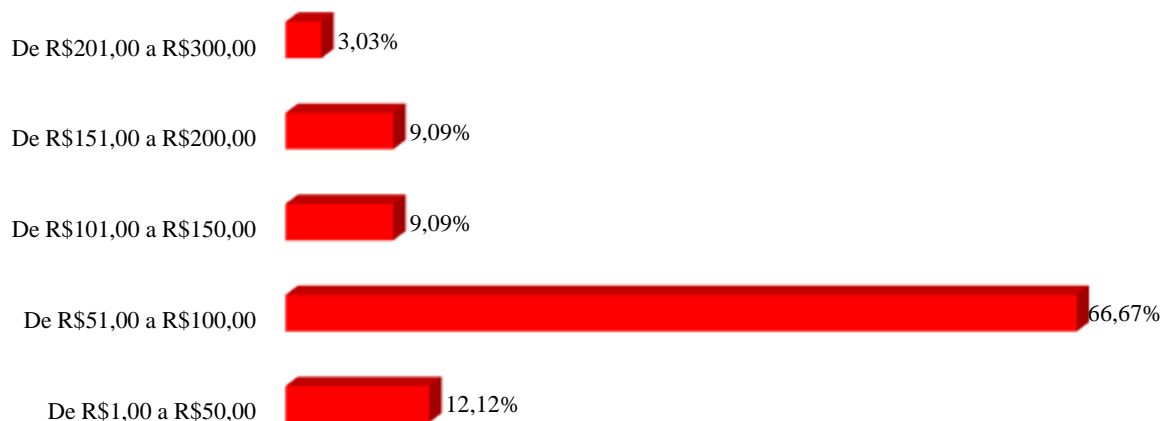
### Gastos com Restaurantes



Fonte e elaboração: IPF/MS.

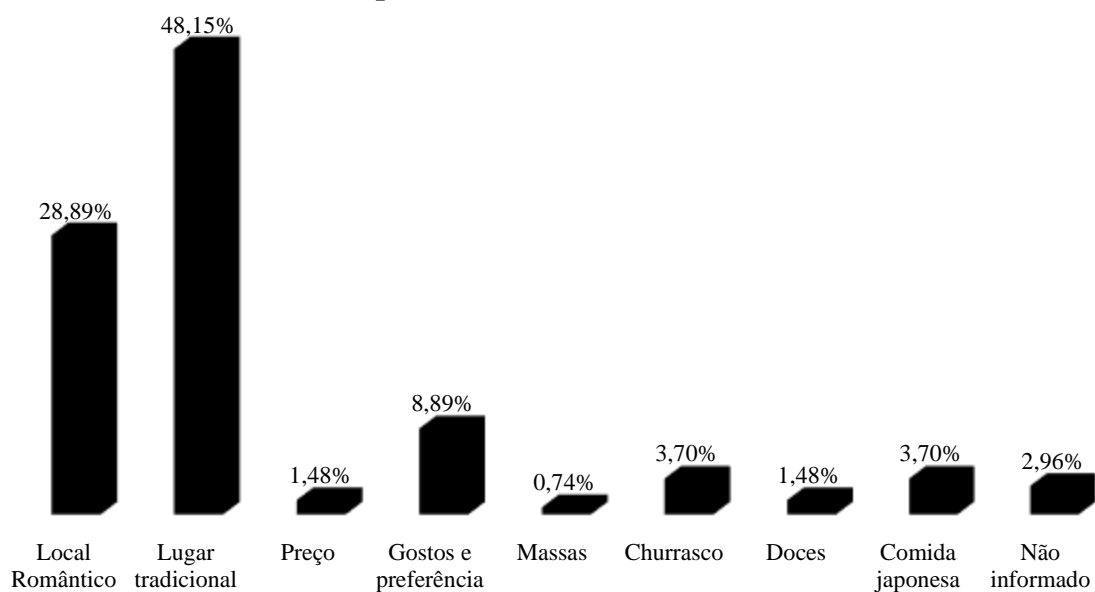


### Gastos com Alimentação em Casa



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 Campo Grande/MS, uma movimentação financeira de quase R\$60 milhões, desse valor 49,34% (R\$28,47 milhões) destinado a gastos com presentes e 50,66% (R\$29,23 milhões) com comemoração. Nesse sentido, os gastos médios previstos serão, respectivamente, de R\$138,87 e R\$92,96.

Logo, há expectativas de que haja um aumento na receita gerada pela compra de presentes, na comparação ao ano passado, de 67,9% e no valor médio de 24,45%. A partir dessas expectativas, 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\$29,23 milhões previstos, 18,62% se voltaram a passeios, 20% a restaurantes e 26,90% 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\$)
<b>Aparecida do Taboado</b>	47%	874	149,66	90%	1.002	92,78
<b>Aquidauana/Anastácio</b>	46%	4.684	181,31	62%	1.680	135,48
<b>Campo Grande</b>	53%	28.472	138,87	38%	16.962	111,59
<b>Chapadão do Sul</b>	30%	396	120,24	44%	639	132,00
<b>Corumbá/Ladário</b>	60%	9.112	173,57	67%	4.030	144,31
<b>Dourados</b>	45%	10.125	175,90	55%	7.912	145,73
<b>Naviraí</b>	57%	1.568	105,60	46%	987	98,18
<b>Nova Andradina</b>	39%	2.158	131,25	47%	1.512	138,95
<b>Ponta Porã</b>	33%	1.611	111,33	38%	1.766	114,74
<b>São Gabriel do Oeste</b>	34%	1.401	173,98	46%	795	157,04
<b>Três Lagoas</b>	38%	2.737	124,56	37%	3.190	136,50
<b>Mato Grosso do Sul</b>	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\$)
<b>Aparecida do Taboado</b>	-48%	-12,8%	61,30%
<b>Aquidauana/Anastácio</b>	-26%	178,8%	33,83%
<b>Campo Grande</b>	39%	67,9%	24,45%
<b>Chapadão do Sul</b>	-31%	-38,0%	-8,91%
<b>Corumbá/Ladário</b>	-10%	126,1%	20,27%
<b>Dourados</b>	-19%	28,0%	20,70%
<b>Naviraí</b>	24%	58,8%	7,56%
<b>Nova Andradina</b>	-17%	42,7%	-5,54%
<b>Ponta Porã</b>	-14%	-8,8%	-2,97%
<b>São Gabriel do Oeste</b>	-26%	76,3%	10,79%
<b>Três Lagoas</b>	3%	-14,2%	-8,75%
<b>Mato Grosso do Sul</b>	-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 Campo Grande/MS por item de comemoração.

CELEBRAÇÃO	R\$
Passeio	111,00
Restaurante	140,63
Motel/Hotel	96,67
Alimentação em casa	87,88
Bebidas	61,67

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

