

Dia das Mães

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

Campo Grande - Abril de 2018

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

EQUIPE TÉCNICA – APOIO

Anderson Assis Costa – IPF/MS

Leandro Lins – Lins Consultoria/MS

Vanessa Schmidt - SEBRAE/MS

Luiz Gonçalves Ishikawa - SEBRAE/MS

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
O Dia das Mães.....	Erro! Indicador não definido.
A PESQUISA.....	Erro! Indicador não definido.
2. PERFIL DOS PESQUISADOS	4
Sexo.....	6
Faixa Etária	6
Grau de Escolaridade	7
Ocupação	7
Renda	7
Tamanho da Família.....	8
Avaliação da Situação Econômico-financeira	8
3. INTENÇÕES DE CONSUMO	8
Presenteou no Ano Passado.....	9
Pretensões de Presentear neste Ano	9
Quantidade de Itens a Serem Comprados	10
Presenteados	10
Presentes	10
Período de Compras	11
Percentual da População que Fará Pesquisa de Preço	11
Locais para Compras.....	11
Pretensões de Gastos.....	12
Forma de Pagamento	12
Elementos Levados em Consideração Durante a Compra	12
4. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO	13
Percentual de Pessoas que Comemorarão o Dia das Mães	13
Pretensões de Gastos com Comemorações.....	13
Com o quê gastará nas Comemorações do Dia das Mães.....	14
Gastos com Restaurante	Erro! Indicador não definido.
Gastos com Alimentação	14
Gastos com Bebidas	14
5. TENDÊNCIAS DE MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA	15

1. INTRODUÇÃO

O Dia das Mães

O dia das mães surgiu como um momento de celebração entre mães e filhos. Esse momento se iniciou a partir da história de Anna Jarvis, uma norte-americana, que homenageou a sua e outras mães dos Estados Unidos, entre 1861 e 1908, ao ser considerada uma ativista social e ao realizar diversos eventos maternais no Oeste da Virgínia. Nesses eventos, por exemplo, eram concedidas orientações acerca das condições de higiene, de modo a evitar o aumento do índice de mortalidade infantil e piqueniques para a promoção da paz (PHILLIPS, 2017).

Fala-se que o primeiro dia das mães, possivelmente foi realizado em 10 de maio de 1908, após a morte da mãe de Anna, a partir de então várias cidades vizinhas da Virgínia passaram a aderir à comemoração, que, posteriormente, estendeu-se para outros países (PHILLIPS, 2017), como o Brasil (12/05/1918). Mas foi somente em 1932 que o Presidente do Brasil, Getúlio Vargas, oficializou o evento (UNA-SUS/UFMA, 2018).

Cabe destacar, que nem sempre esse momento familiar ocorre na mesma data, mas a referência para o Brasil, Estados Unidos, Bélgica e Austrália é o segundo domingo de maio (UNA-SUS/UFMA, 2018).

A PESQUISA

Diante disso, observam-se alguns momentos voltados ao evento do dia das mães: a

compra de presentes, a comemoração e o período de maior intimidade entre mães e filhos.

De acordo com Phillips (2017) isso acontece, porque o feriado é celebrado em partes, por meio de promoções e vendas do Dia das Mães, cartão com mensagens e arranjos florais.

Logo além de ser um momento familiar, o dia das mães, também se apresenta como a segundo data mais esperada tanto no Brasil, quanto no Estado do Mato Grosso do Sul pelos empresários do comércio (IPF, 2017; CNC, 2017).

Observa-se nesse sentido uma variedade de segmentos do comércio a serem contemplados pelo dinamismo econômico da data. Uma vez que, segundo o IPF e o SEBRAE, em 2017 dentre os principais presentes destinados às mães estiveram: artigos do vestuário, calçados, bolsas, bijuterias/semi-joias/joias e almoço em família.

E essa é uma tendência natural dos últimos anos, conforme, evidenciados nos levantamentos do IPF e SEBRAE. As questões que ficam nessas circunstâncias seriam: Qual a estimativa de movimentação do dia das mães em Campo Grande? Como os filhos podem ser mais criativos e continuar agradando as mães? Os gastos com presentes e comemorações serão maiores, menores ou iguais aos do ano passado? O comportamento dos potenciais consumidores mudou em relação ao ano de 2017?

Logo, para responder a essas perguntas, esta pesquisa teve por objetivo avaliar as intenções de consumo e de comemoração dos residentes de Campo Grande para o dia das mães.

Isto porque, o entendimento do comportamento do consumidor em suas decisões de compras, pode auxiliar e embasar as definições de estratégias empresariais, que atendam às necessidades dos potenciais clientes.

Para tanto, foram aplicados 384 questionários em Campo Grande, de 9 a 19 de abril, considerando 95% de nível de confiança e margem de erro de 5% (Quadro 1).

Cabe destacar que o levantamento das informações desta pesquisa foi realizado pela Lins Consultoria e a análise dos dados pelo IPF, a partir do qual atualizações metodológicas foram necessárias desde 2017.

Ajustes metodológicos esses que incluem a atualização da população estimada, conforme dados do IBGE para o ano de 2016/2017; **inclusão de Bonito e Coxim** para as pesquisas do dia das mães, dia das crianças e natal; exclusão de *outliers* com 1 e 2 citações; redução da quantidade de municípios para as pesquisas do dia dos namorados e dia dos pais; e a desconsideração da quantidade de itens a serem comprados no cálculo

de movimentação financeira (como era realizado anteriormente), de modo a evitar dupla contagem com a pergunta “qual será o gasto em presentes?” Além da ponderação da participação de cada gasto citado, para que se tenha uma maior aproximação da realidade do Estado.

Por exemplo: 50% dos 100 pesquisados gastarão R\$50,00, 20% R\$100,00 e 30% R\$150,00, logicamente, o peso maior da movimentação e do gasto médio ocorrerá sobre R\$50,00. A fórmula então de estimativa de movimentação seria:

$$\text{Mov. Fin.} = ((\text{População ocupada aproximada} \times \% \text{ de pessoas que irão as compras ou que comemorará}) \times \text{Mediana de gastos})$$

$$\text{Gasto médio} = \sum \left(\frac{\text{Mediana de Gastos} \times \text{Frequência } i}{\text{Frequência total}} \right)$$

De modo a facilitar o entendimento dos resultados desta pesquisa, este relatório está estruturado em quatro partes: perfil do pesquisado; intenção de consumo e gastos com presentes para o dia das mães; intenção de comemoração e gastos com viagens, alimentação e bebidas; movimentação financeira.

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

Município	Amostra	População	Margem de erro aproximada
Aparecida do Taboado	155	25.072	8%
Aquidauana/Anastácio	199	72.436	7%
Campo Grande	384	874.210	5%
Chapadão do Sul	150	23.940	8%
Corumbá/Ladário/Bonito	196	153.972	6%
Dourados	371	218.069	6%
Naviraí	197	53.188	7%
Nova Andradina	197	52.625	7%
Ponta Porã	197	89.592	7%
São Gabriel do Oeste/Coxim	196	59.221	7%
Três Lagoas	267	117.477	6%
Mato Grosso do Sul	2.509	1.739.802	De 5% a 8%

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

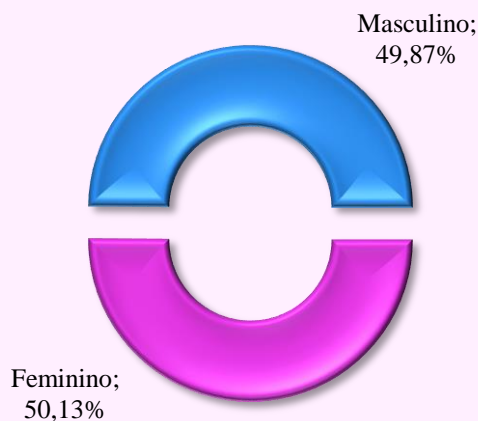
2. PERFIL DOS PESQUISADOS

A identificação do perfil dos potenciais consumidores ajuda a compreender algumas decisões de compra e comportamentos. De modo a buscar esse entendimento, este primeiro tópico, volta-se a apresentação de dados dessa natureza.

Vale ressaltar que com o intuito de captar diferenças comportamentais, uma quantidade semelhante de questionários foi aplicada entre pessoas pertencentes aos sexos feminino e masculino.

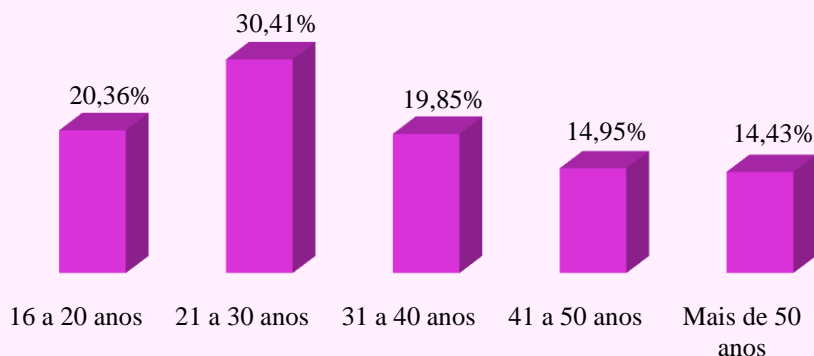
Assim, os resultados revelaram que a maioria dos abordados da pesquisa possui entre 21 e 30 anos (30,41%), detém o ensino médio completo (41,22%), ganha de 1 a 3 salários mínimos (62,89%), tem uma família composta por 3 pessoas (31,44%) e admitiu que a situação econômico-financeira de 2018 está igual ao do ano de 2017 (44,30%). Além disso, 40,92% indagaram ser assalariados.

Sexo



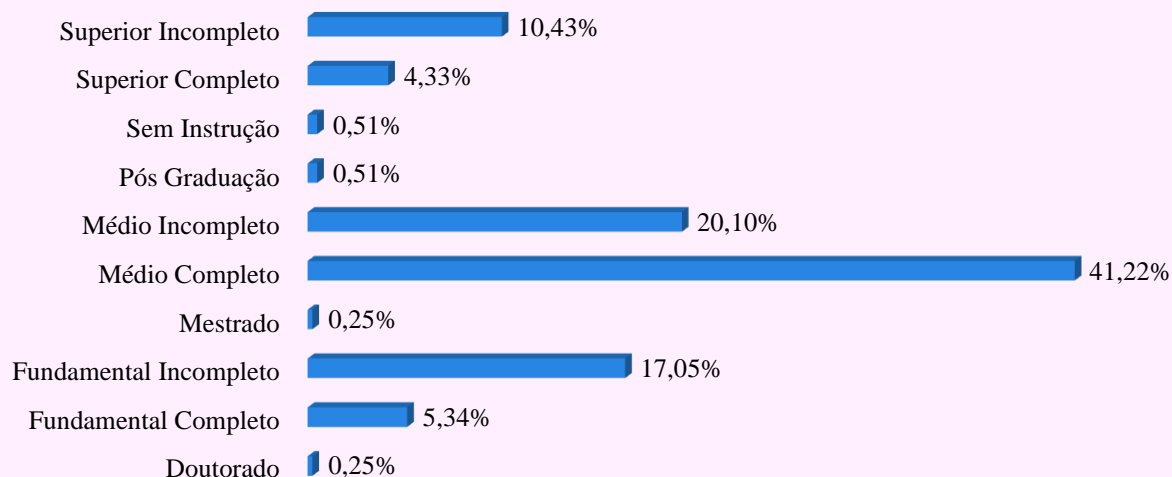
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Faixa Etária



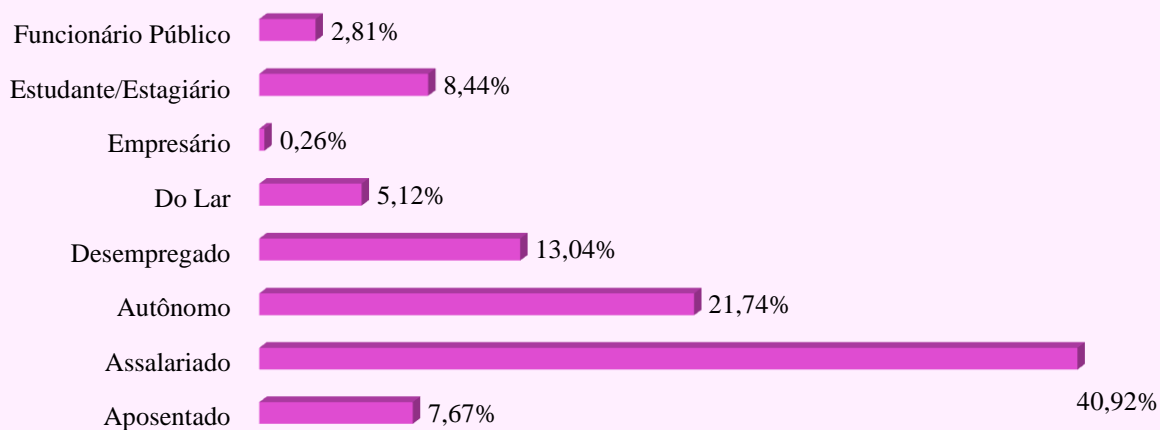
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Grau de Escolaridade



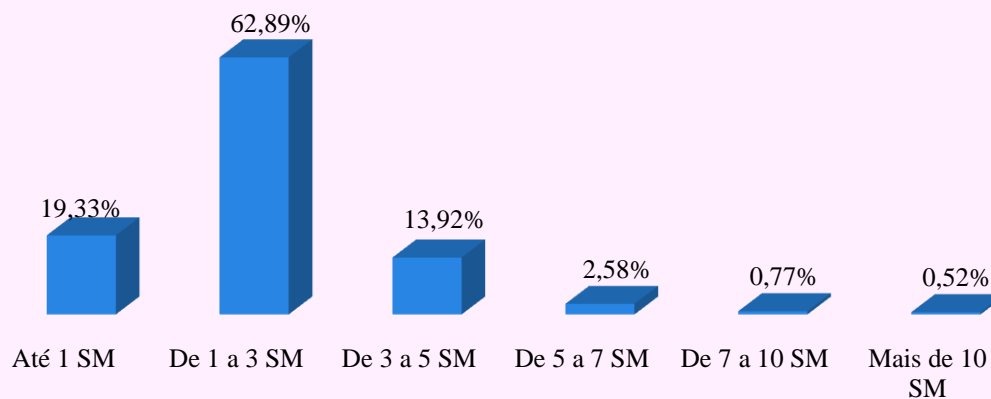
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Ocupação



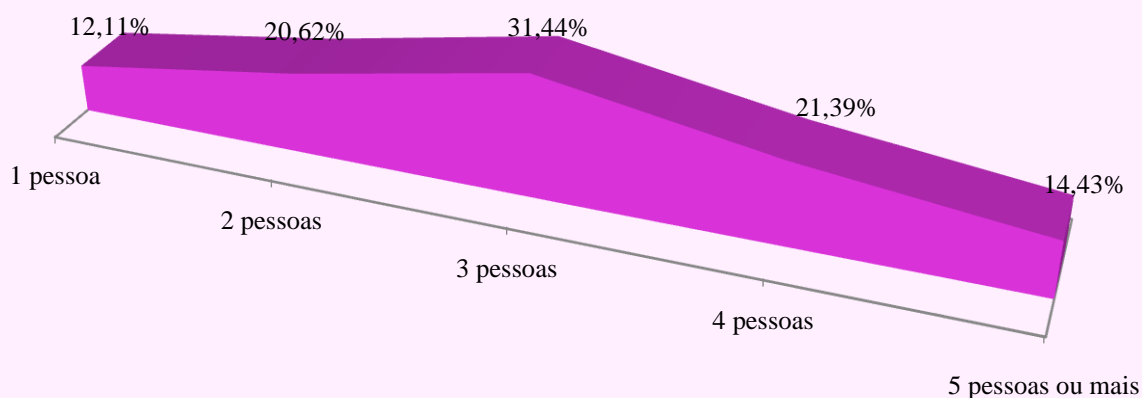
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Renda



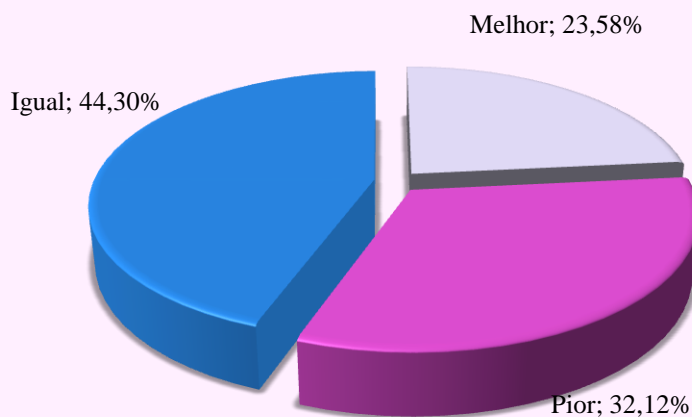
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Tamanho da Família



Fonte e elaboração: IPF/MS

Avaliação da Situação Econômico-financeira



Fonte e elaboração: IPF/MS.

3. INTENÇÕES DE CONSUMO

Na busca pela compreensão das interferências do perfil sobre o comportamento do consumidor, observou-se que a situação econômico-financeira ainda é avaliada com cautela pela população de Mato Grosso do Sul. Porém, mesmo diante dessa avaliação o índice de intenção de consumo ao longo do primeiro semestre de 2018 (CNC, 2018), apresentou melhoras significativas, ainda que esteja na zona negativa, ou seja, aquém do nível considerado

satisfatório de consumo para a recuperação plena da economia.

Esse comportamento ajuda a explicar a expectativa para o dia das mães de um discreto aumento no que tange aos gastos médios com presentes, ao projetar-se uma evolução de 18,25%, evidenciada pelos R\$110,00 em 2017, contra R\$113,08 em 2018. Por outro lado o percentual de pessoas que tenderão a ir às compras reduziu 6,82 p.p., passando de 64,07% em 2017 para 57,25%.

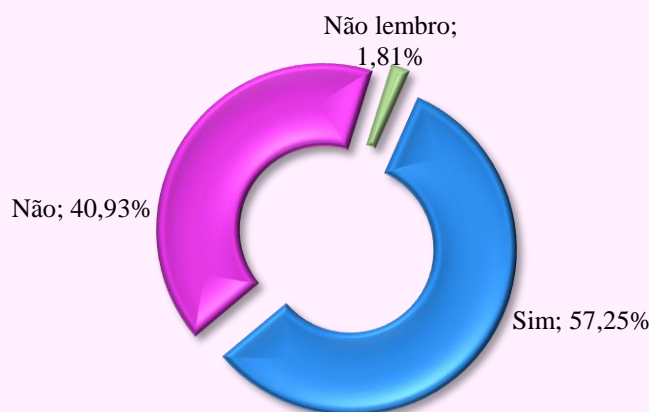
Com isso poderá haver uma movimentação de R\$28,72 milhões.

Além disso, parcela significativa da população comprará apenas um presente (72,93%) e a principal beneficiada será a mãe (64,86%). Dentre as preferências de presentes se destacam: roupas (24,06%), perfumes/cosméticos (18,42%), bolsas e acessórios (18,05%). As compras ocorrerão em lojas do centro (68,80%), com pagamento em dinheiro (78,45%).

A pesquisa de preço será realizada por 63,88%, o preço (31,36%), produto (34,32%) e atendimento (14,32%) serão os elementos considerados no momento da tomada de decisão.

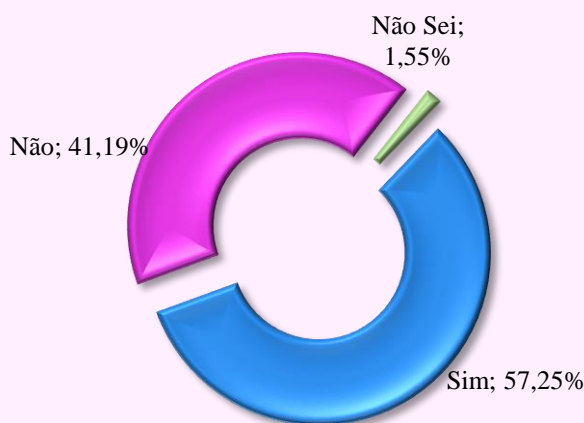
Acerca da forma de pagamento, apesar da maioria preferir o pagamento em dinheiro, aos poucos a utilização do cartão do crédito tem retomado, tanto é que aumentou o percentual de pessoas que aderiram a essa forma de pagamento na Páscoa de 2018 e no Natal de 2017, conforme as pesquisas desenvolvidas pelo IPF e SEBRAE (2018).

Presenteou no Ano Passado



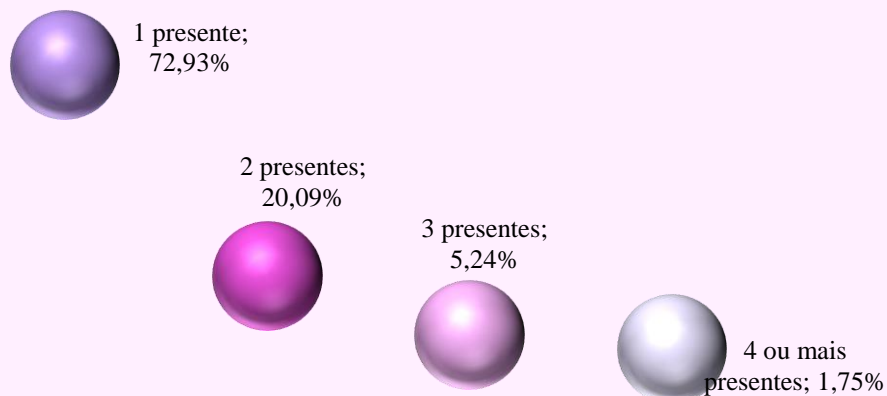
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Pretensões de Presentear neste Ano



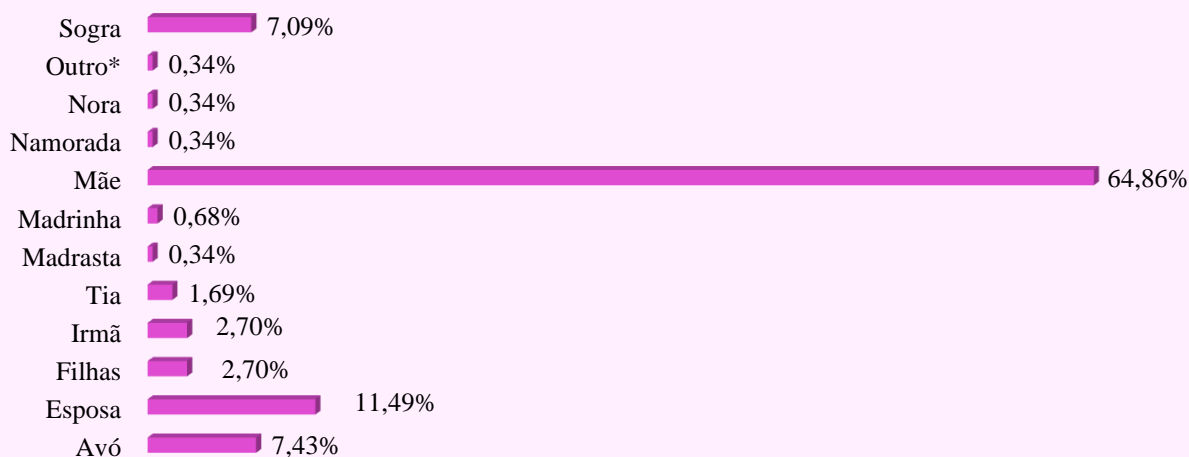
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Quantidade de Itens a Serem Comprados



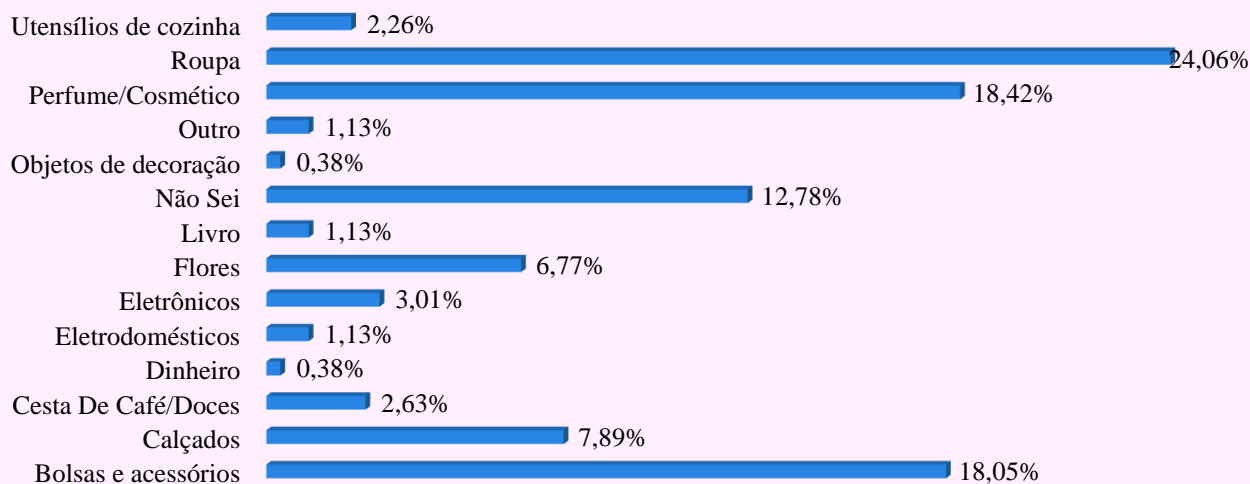
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Presenteados



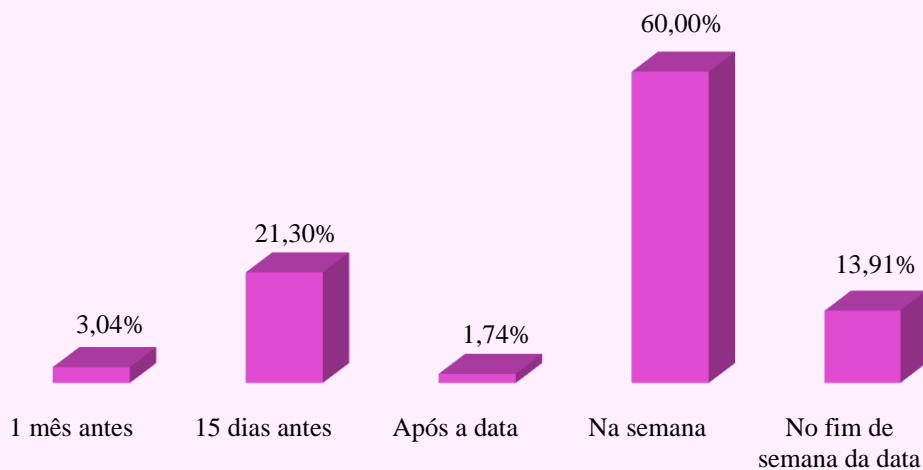
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Presentes



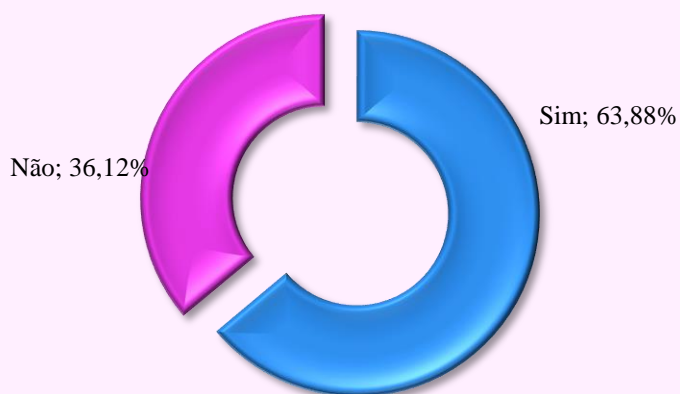
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Período de Compras



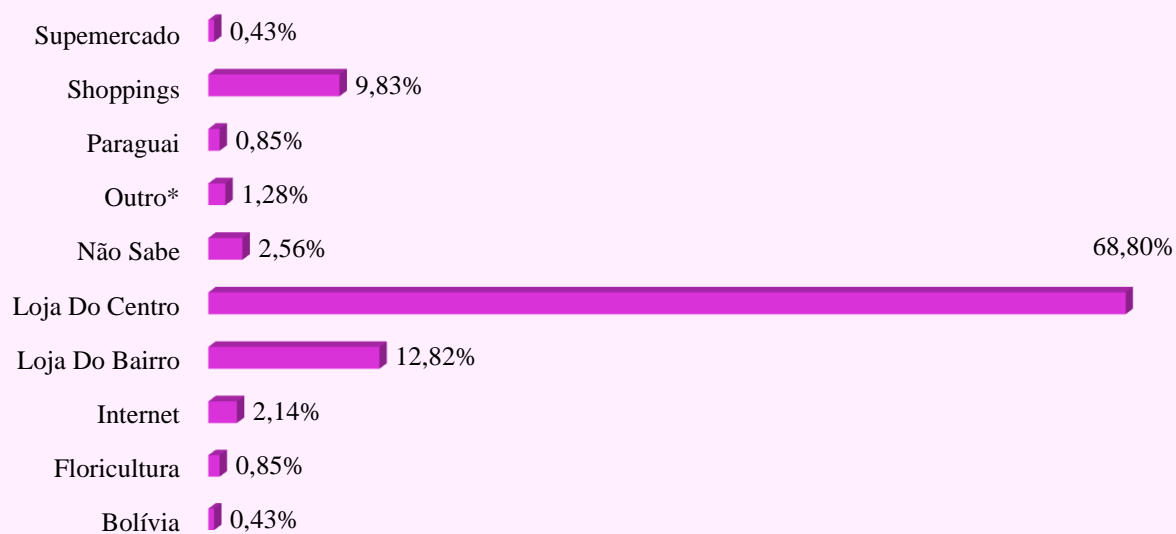
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Percentual da População que Fará Pesquisa de Preço



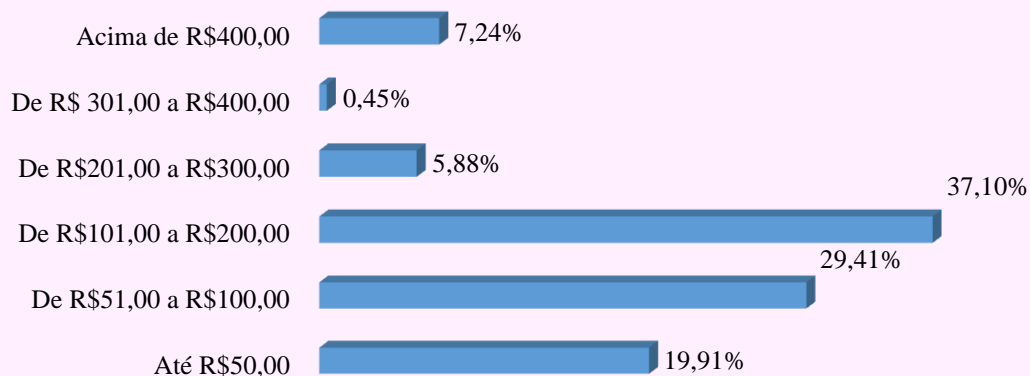
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Locais para Compras



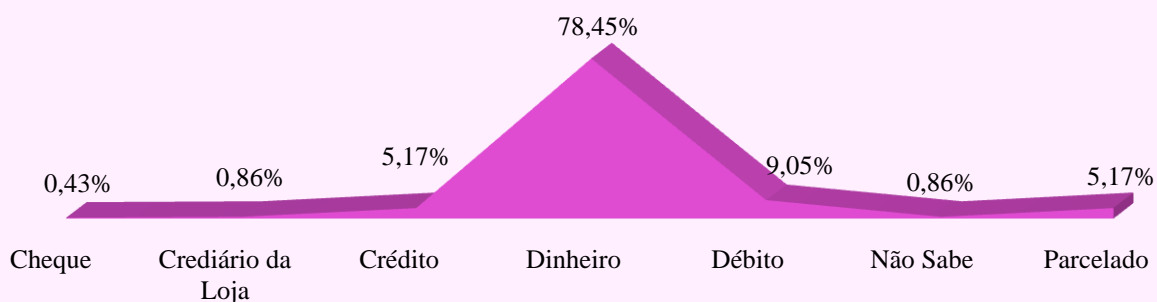
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Pretensões de Gastos



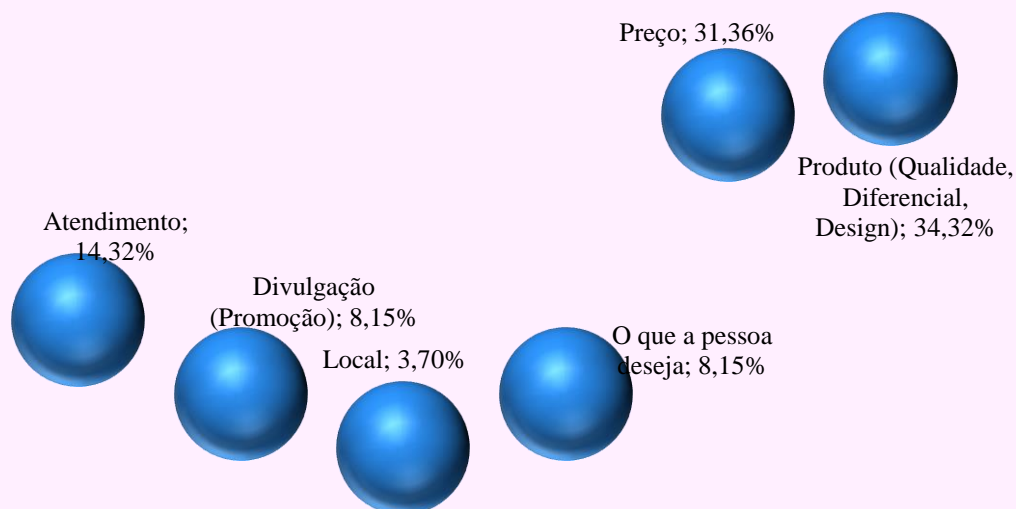
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Forma de Pagamento



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Elementos Levados em Consideração Durante a Compra



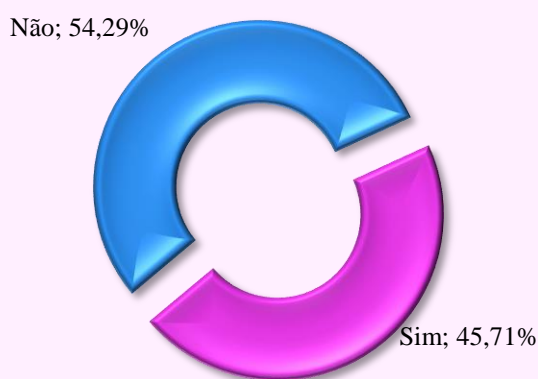
Fonte e elaboração: IPF/MS.

4. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO

Seguindo as intenções de consumo, também para as comemorações há perspectivas de que sejam decididas na semana do dia das mães. Logo, 45,71% enfatizaram que participarão das comemorações, 6,82 p.p a menos que em 2017. O gasto médio passará de R\$100,71 para R\$113,91, atingindo assim um crescimento de 13,11% em relação ao ano passado.

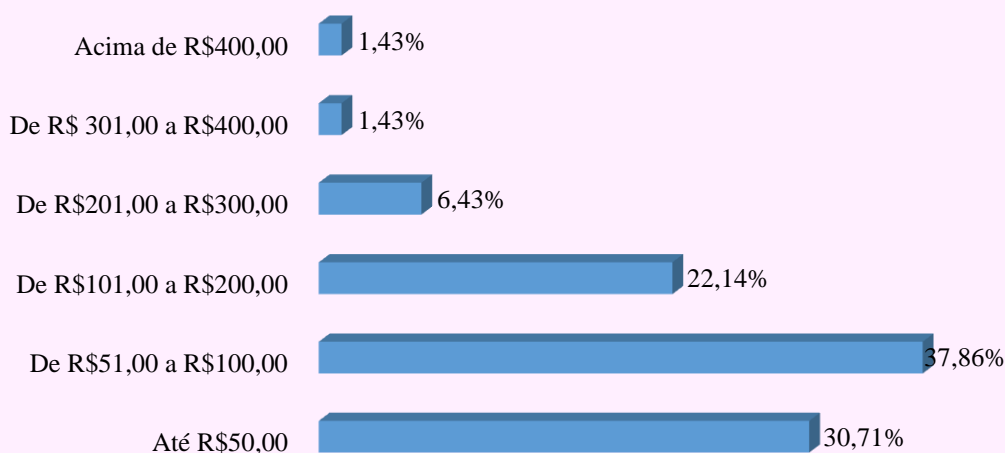
Dentre as principais atividades comemorativas se destacarão: a alimentação em (62,50%) e bebidas (53,33%). A maioria dos residentes de Mato Grosso do Sul preferirá ficar na cidade. Diante disso, a movimentação financeira poderá chegar a R\$22,44 milhões.

Percentual de Pessoas que Comemorarão o Dia das Mães



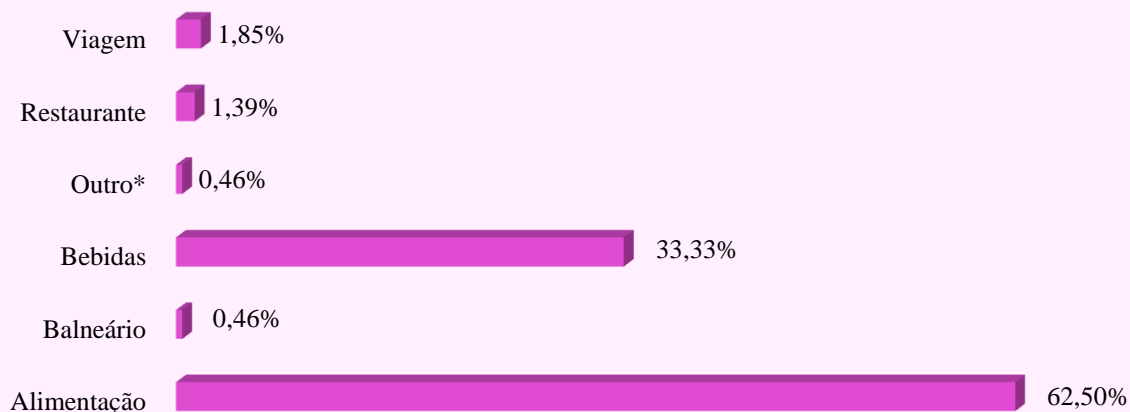
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Pretensões de Gastos com Comemorações



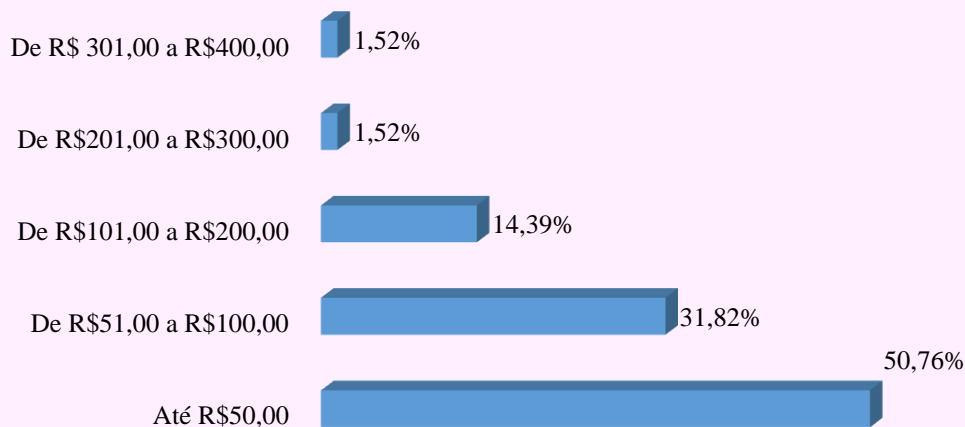
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Com o quê gastará nas Comemorações do Dia das Mães



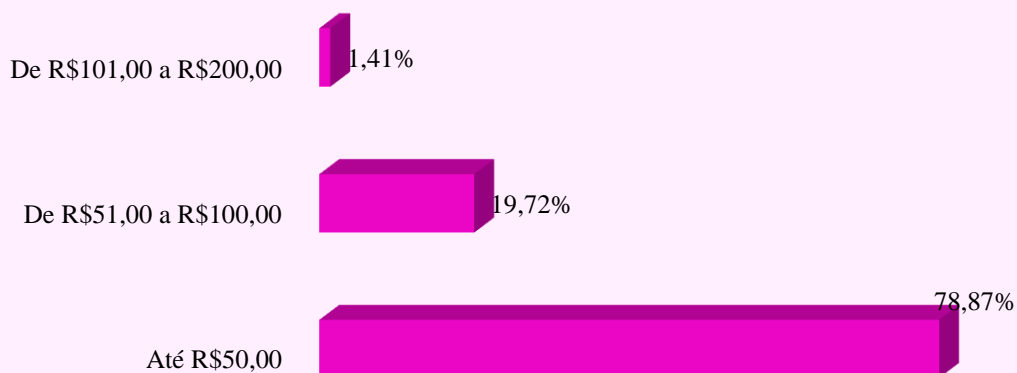
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Alimentação



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Bebidas



Fonte e elaboração: IPF/MS.

5. TENDÊNCIAS DE MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA

O dia das mães de 2018 poderá movimentar somente em Campo Grande R\$51,16 milhões, desses 56,14% destinados a compra de presentes (R\$28,72 milhões) e 43,86% as comemorações (R\$22,44 milhões).

Ressaltam-se nesse sentido, expectativas mais otimistas para o comércio com essa data comemorativa. Em relação ao ano passado, projeta-se um aumento na movimentação financeira de 5,49% com presentes. No entanto, com comemorações poderá haver queda de 10,34%.

O leve crescimento na movimentação financeira com presentes corrobora com a melhora da intenção de consumo das famílias, em função do nível de consumo atual e da perspectiva de consumo futuro. Alguns fatores justificam em partes esse comportamento, tais como, o fato de que alguns indicadores econômicos já estão melhores na comparação ao ano passado.

Outro aspecto comportamental é o fato de que embora a maioria dos pesquisados tenha a pretensão de pagar em dinheiro, a preferência pela utilização do cartão de crédito cresceu.

Além disso, o produto, preço e atendimento serão os elementos levados em

consideração no momento da compra. Também no quesito comemoração, as alimentações em casa e na casa de familiares deverão prevalecer.

De modo que mesmo com a projeção de melhora, os empresários devem aproveitar a oportunidade para atenderem as necessidades dos potenciais clientes, contornar a projeção de queda nas comemorações e de utilizar a criatividade como um diferencial para tanto. Por que não pensar em presentes que saiam do padrão, que tenham um conceito diferente e que encantem ao consumidor?

Por exemplo, em uma sondagem preliminar realizada pelo o IPF, as cestas personalizadas e flores apareceram entre os presentes alternativos citados pelas mães. Por que não incrementar os almoços em família e os presentes com essas alternativas citadas? De repente uma roupa com uma embalagem que contenha uma flor grudada ou um almoço em família que tenha uma decoração com flores. A criatividade não deve ter limites.

Logo, parece que aos poucos a retomada da economia tem intensificado os seus sinais sobre o Estado e o dia das mães poderá trazer uma confiança maior aos empresários e consumidores.

Resumo

- Gasto médio com presentes: de R\$110,00 (2017) para R\$130,08 (2018) -> +18,25%;
- % que vai as compras: de 64,07% (2017) para 57,25% (2018) -> -6,82 p.p.;
- Movimentação financeira com presentes: de R\$27,23 milhões (2017) para R\$28,72 milhões (2018) ->+5,49%;
- Gasto médio com comemorações: de R\$100,71 (2017) para R\$113,91 (2018) ->+13,11%;
- % comemorará: de 58,89% (2017) para 45,71% (2018) ->-13,17 p.p.;
- Movimentação financeira com comemoração: de R\$25,02 milhões (2017) para R\$22,44 milhões (2018) -> -10,34%;

Quadro 2: Resumo comparativo dos resultados das intenções de consumo e de gastos com presentes do dia das mães.

Itens	2018			2017		
	% de pessoas que irão as compras	Gasto Médio R\$	Movimentação total R\$	% de pessoas que irão as compras	Gasto Médio R\$	Movimentação total R\$
Aparecida do Taboado	85,99%	154,35	1.551.256	96,83%	54,29	650.328
Aquidauana/Anastácio	54,73%	116,94	2.124.729	76,88%	139,19	3.591.676
Campo Grande	57,25%	130,08	28.723.234	64,07%	110,00	27.228.828
Chapadão do Sul	51,97%	138,24	443.028	28,57%	122,28	359.745
Corumbá/Ladário Bonito	73,74%	137,90	5.531.675 + 896.957 (Bonito)	71,65%	102,72	3.986.702
Dourados	69,17%	131,47	8.930.929	72,18%	92,67	7.207.076
Naviraí	75,38%	154,90	2.707.396	57,44%	81,90	1.141.593
Nova Andradina	57,79%	93,06	1.306.132	66,98%	88,57	1.535.479
Ponta Porã	60,80%	132,50	3.154.088	61,54%	110,34	2.993.208
São Gabriel do Oeste Coxim	72,22%	146,33	1.122.846 + 1.444.768 (Coxim)	60,00%	132,36	996.459
Três Lagoas	77,70%	158,88	5.866.426	66,29%	132,20	4.688.684
Total dos Municípios pesquisados	66,65%	137,88	61.461.739 + 2.341.725 (Bonito e Coxim)	66,25%	111,86	53.813.309
MS	66,65%	137,88	105.406.403,52	66,25%	111,86	86.721.942

Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: São apenas estimativas.

Quadro 3: Resumo dos resultados das intenções de comemorações e de gastos para o dia das mães.

Itens	2018		
	% de pessoas que Comemorarão	Gasto Médio R\$	Movimentação total R\$
Aparecida do Taboado	77,56%	162,67	1.529.010
Aquidauana/Anastácio	41,00%	87,50	1.266.838
Campo Grande	45,71%	113,91	22.436.867
Chapadão do Sul	19,87%	145,00	344.831
Corumbá/Ladário Bonito	58,38%	110,10	4.023.166 + 652.353 (Bonito)
Dourados	36,83%	123,73	4.531.110
Naviraí	83,25%	163,85	3.514.765
Nova Andradina	83,33%	87,83	1.925.840
Ponta Porã	40,40%	133,17	2.410.236
São Gabriel do Oeste Coxim	81,22%	151,43	1.478.861 +1.902.853 (Coxim)
Três Lagoas	79,48%	145,31	6.425.104
Total dos Municípios pesquisados	57,28%	130,26	49.886.629 + 2.555.207 (Bonito e Coxim)
MS	57,28%	130,26	97.284.633

Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: São apenas estimativas.