

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 MS - Abril de 2019

FECOMERCIO/MS**Diretoria Executiva****Diretor Presidente**

Edison Ferreira de Araújo

1º Vice Presidente

José Alcides dos Santos

2º Vice Presidente

Adeilton Feliciano do Prado

3º Vice Presidente

Valter Mario Silva Castro

Vice-Presidentes

Otávio de Araújo Philbois

Sueide Silva Torres

Daniel da Silva Amado Felicio

Diretor 1º Secretário

Denire Carvalho

Diretor 2º Secretário

Fabiano José Lopes

Amauri Ozori Nunes

Diretor 1º Tesoureiro

Sebastião José da Silva

Diretor 2º Tesoureiro

Paulo José Schmitz

Diretor 3º Tesoureiro

Antonio Marcos Dalavale

INSTITUTO FECOMÉRCIO**Presidente do IPF.**

Edison Ferreira de Araújo.

Diretor Superintendente do IPF.

Valmira Carvalho

BASES SINDICAISSindicato do Comércio Varejista de
Gêneros Alimentícios de Campo GrandeSindicato do Comércio Varejista de
Materiais de Construção de Campo GrandeSindicato dos Despachantes no Estado de
Mato Grosso do SulSindicato dos Representantes Comerciais
Autônomos e Empresas de Repres. MSSindicato do Comércio Varejista de
AquidauanaSindicato do Comércio Varejista de Campo
GrandeSindicato do Comércio Varejista de
CorumbáSindicato do Comércio Varejista de Três
LagoasSindicato do Comércio Atacadista e
Varejista de Dourados.Sindicato dos Revendedores de Veículos
Automotores de Campo Grande –
SINDIVEL/CGSindicato do Comércio Varejista de Ponta
PorãSindicato do Comércio Varejista de
AmambaiSindicato dos Comerciantes de Aparecida
do TaboadoSindicato do Comércio Varejista de
NaviraíSindicato do Comércio Varejista de
ParanaíbaSindicato dos Varejistas de Produtos
Farmacêuticos MSSindicato dos Centros de Formação de
Condutores de Mato Grosso do Sul – Auto
Escolas – SINDCFC-MSSindicato dos Empregadores no Comércio
de Nova AndradinaSindicato dos Proprietários de Salões de
Barbeiros, Cabeleireiros e Instituto de
Beleza para Senhoras e SimilaresSindicato das Empresas de Asseio e
Conservação de Mato Grosso do Sul**COORDENAÇÃO DA PESQUISA**

Daniela Teixeira Dias – IPF/MS

EQUIPE TÉCNICA – APOIOLeandro Lins – ÓTIMA Consultoria e
Inteligência de Mercado

Vanessa Schmidt - SEBRAE/MS

Liane dos Santos Pereira - SEBRAE/MS

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
O Dia das Mães.....	4
A PESQUISA.....	4
2. PERFIL DOS PESQUISADOS	6
Sexo.....	6
Faixa Etária	6
Grau de Escolaridade	7
Ocupação	7
Renda Familiar.....	7
Tamanho da Família.....	8
Avaliação da Situação Econômico-financeira	8
3. INTENÇÕES DE CONSUMO	9
Pretensões de Presentear neste Ano	9
Quantidade de Itens a Serem Comprados	10
Presenteadas	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.....	14
Com o quê gastará nas Comemorações do Dia das Mães?.....	14
Gastos com Alimentação	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 a 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 segunda data mais esperada tanto no Brasil, quanto no Estado de Mato Grosso do Sul pelos empresários do comércio (IPF, 2017; CNC, 2017).

Observa-se ainda, que o ano de 2019 pode trazer um maior otimismo para Mato Grosso do Sul, visto que a intenção de consumo das famílias voltou à zona positiva, ou seja, a um ponto em que a intenção é mais facilmente transformada em um consumo efetivo (CNC, 2019). Pode-se dizer ainda que são os melhores resultados de intenção desde o início da instabilidade econômica.

Apesar desse evento, neste ano, ocorrer três semanas após a Páscoa, trata-se de uma importante oportunidade empresarial, pois há uma variedade de segmentos do comércio a serem contemplados pelo dinamismo econômico da data.

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 2018?

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.

A fórmula então de estimativa de movimentação seria:

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

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

Para tanto, foram aplicados 385 questionários em Campo Grande, de 22 de fevereiro a 11 de março de 2019, considerando 95% de nível de confiança e margem de erro de 5% (Quadro 1).

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	151	25.072	8%
Aquidauana/Anastácio	200	72.436	7%
Campo Grande	385	874.210	5%
Chapadão do Sul	150	23.940	8%
Corumbá/Ladário/Bonito	268	153.972	5%
Dourados	363	218.069	6%
Naviraí	195	53.188	7%
Nova Andradina	200	52.625	7%
Ponta Porã	198	89.592	7%
São Gabriel do Oeste/Coxim	195	59.221	7%
Três Lagoas	266	117.477	6%
Mato Grosso do Sul	2.571	1.739.802	De 5% a 8%

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

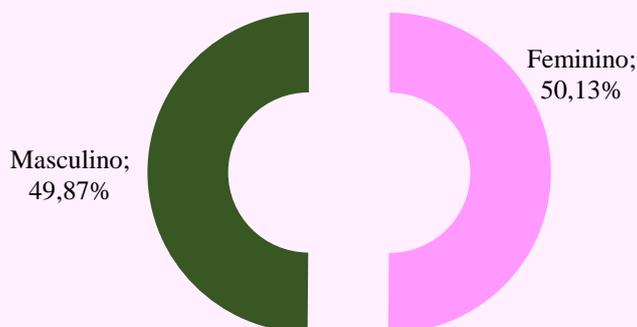
2. PERFIL DOS PESQUISADOS

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.

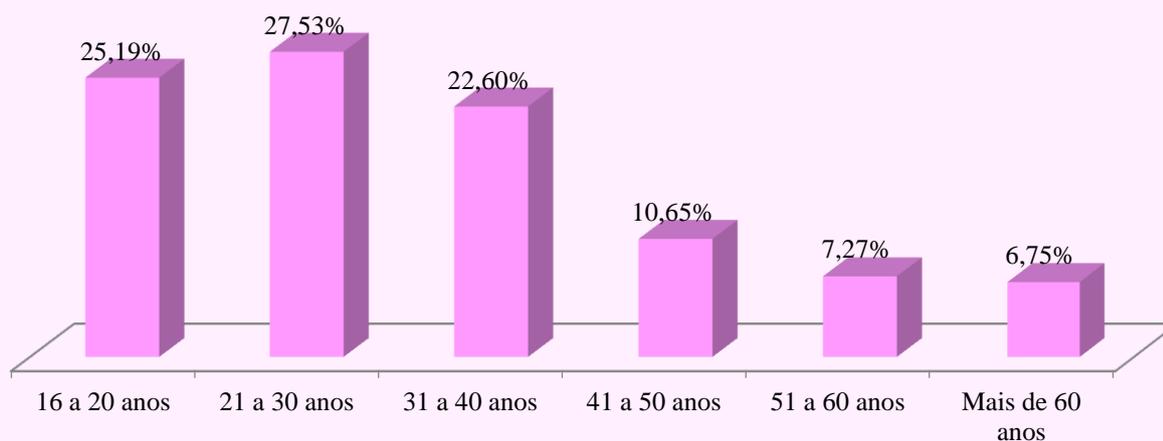
Assim, os resultados revelaram que a maioria dos abordados da pesquisa possui entre 16 e 20 anos (27,53%), detém o ensino médio completo (42,34%), ganha de 1 a 3 salários mínimos (53,25%), tem uma família composta por 3 pessoas (30,65%) e admitiu que a situação econômico-financeira de 2019 está igual ao do ano de 2018 (47,01%). Além disso, 45,45% indagaram ser assalariados e 14,03% desempregados.

Sexo



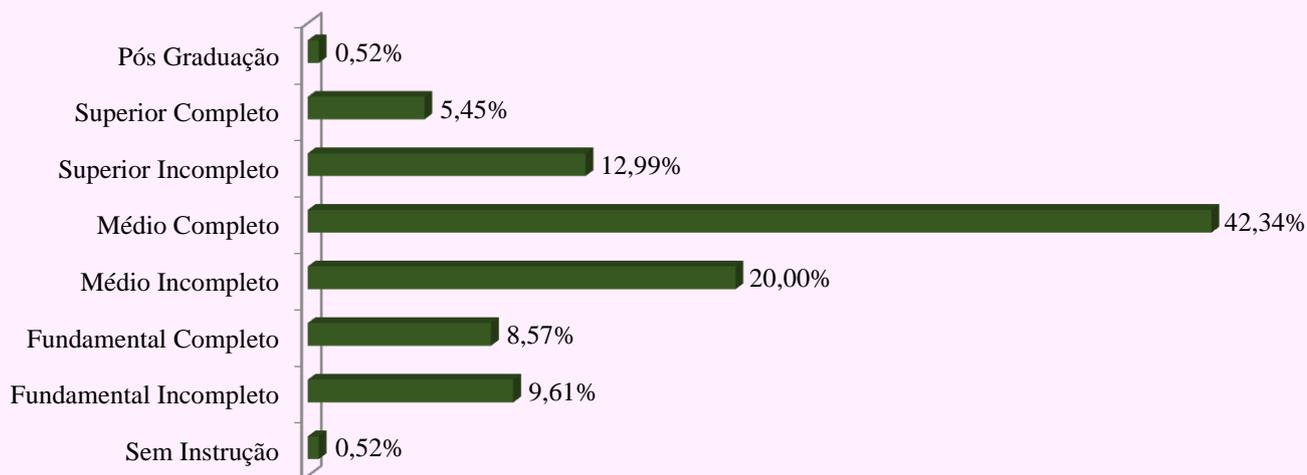
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Faixa Etária



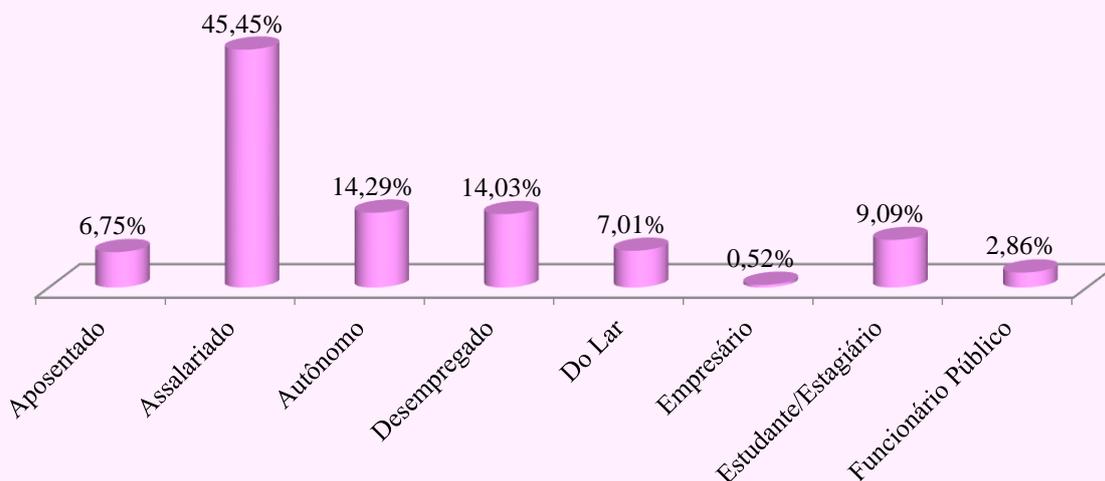
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Grau de Escolaridade



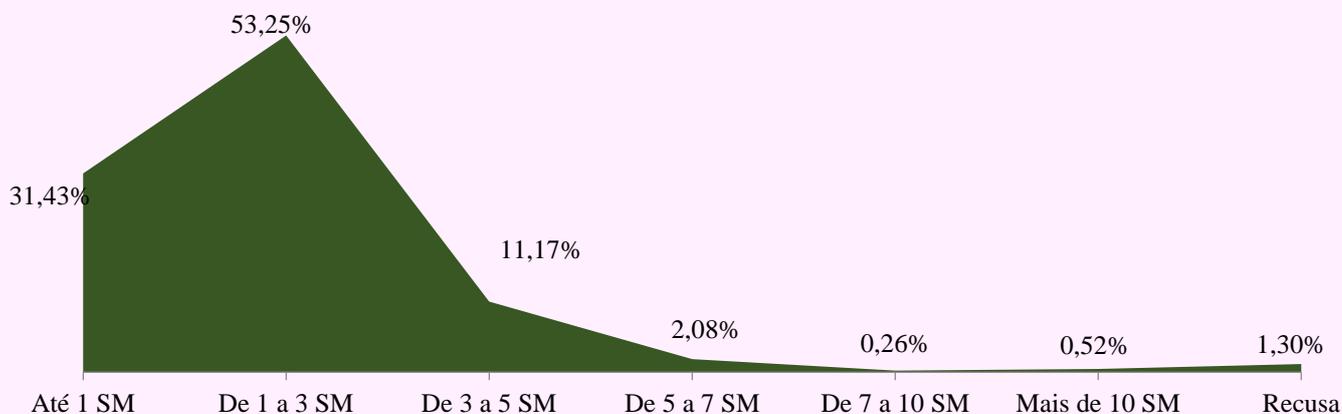
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Ocupação



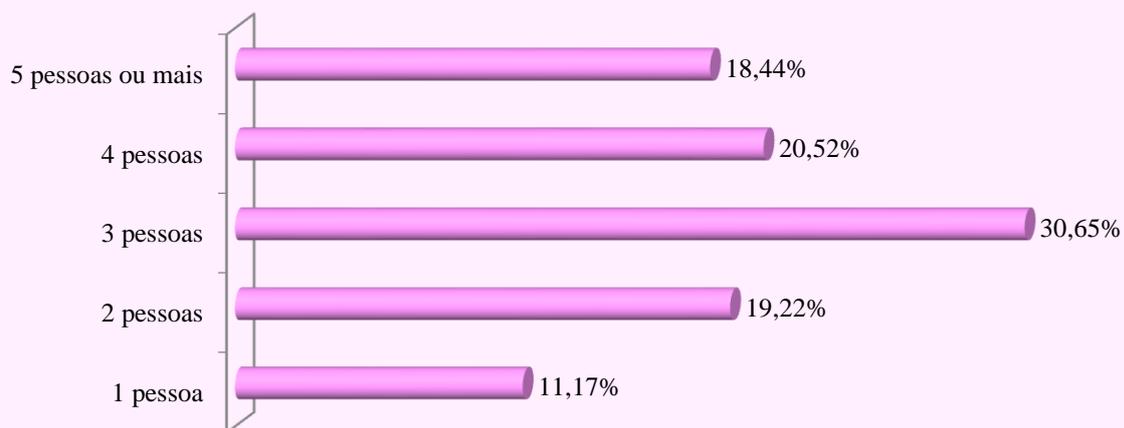
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Renda Familiar



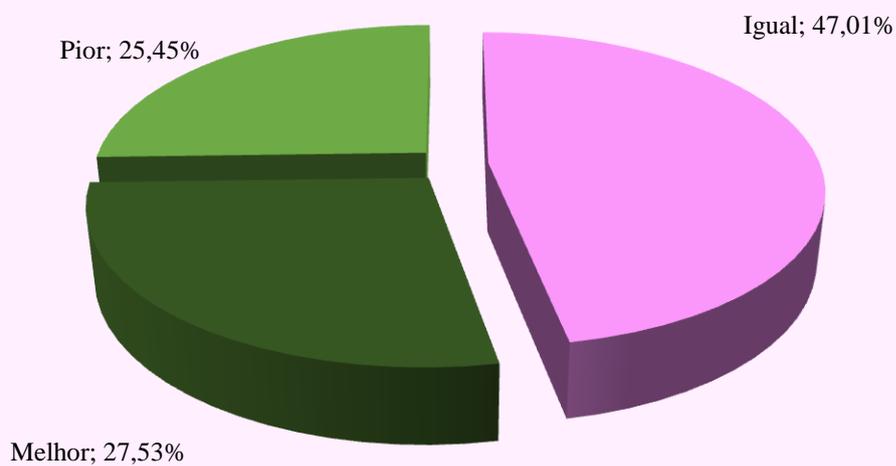
Fonte e elaboração: IPF/MS.

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 Campo Grande. Porém, mesmo diante dessa avaliação, o índice de intenção de consumo chegou a zona positiva em 2019 (CNC, 2019), trazendo consigo um maior otimismo para o dia das mães e recuperação da economia.

Com isso, tanto o número de pessoas que comprarão presentes, quanto os gastos médios aumentaram, respectivamente, 2,75 p.p. e 9,39%, na comparação ao ano passado.

Mesmo assim, a cautela ainda existe porque uma das justificativas para esse resultado, está na melhoria da intenção de consumo, que trouxe consigo os aumentos inflacionários. Além disso, para que haja a manutenção desse clima de melhora, há necessidade de que as interferências

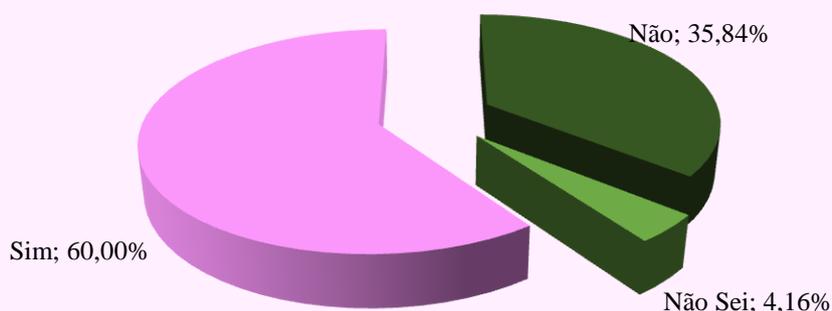
políticas sejam positivas. Logo, há um cenário positivo, mas cauteloso, uma vez que ainda está volátil a influências de fatores externos e internos da economia.

Com isso, em 2019, 60% da população de Campo Grande comprarão presentes e a mãe será a principal beneficiada (65,91%). Dentre as preferências de presentes se destacam: roupas (32,37%), perfumes/cosméticos (23,02%) e calçados (12,95%). As compras ocorrerão em lojas do centro (70,17%), com pagamento em dinheiro (68,30%).

A pesquisa de preço será realizada por 68,05%, o preço (30,85%), produto (44,03%) e o atendimento (14,18%) serão os elementos considerados no momento da tomada de decisão.

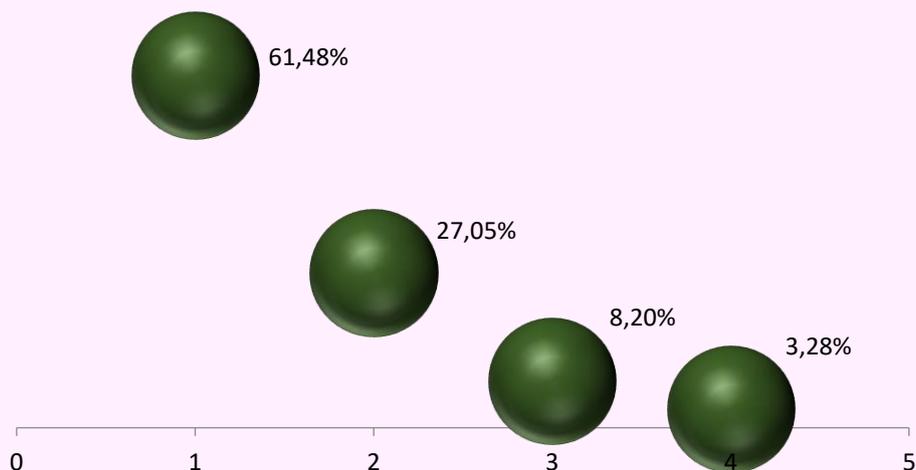
Acerca da forma de pagamento, apesar da maioria preferir o pagamento em dinheiro, a utilização do cartão de crédito voltou a se destacar (13,21%).

Pretensões de Presentear neste Ano



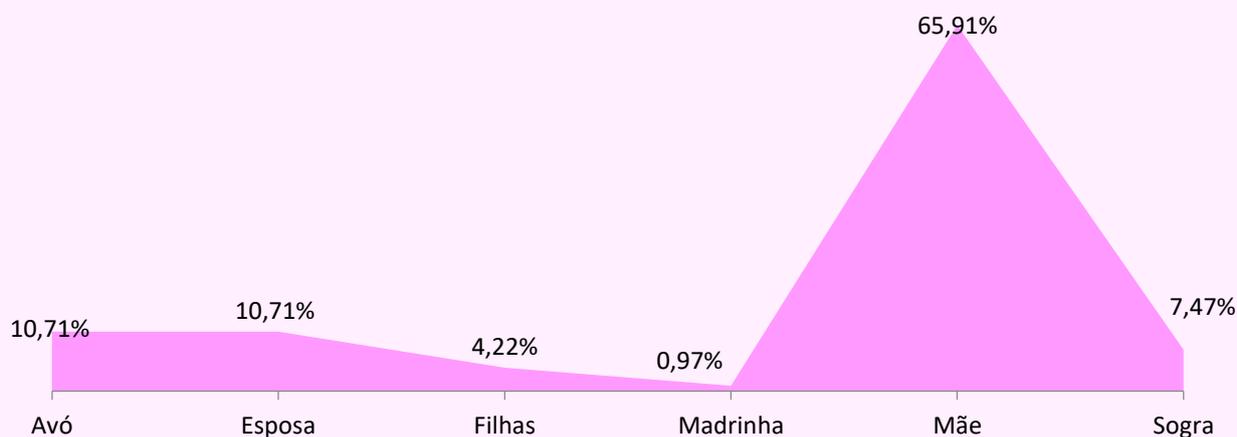
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Quantidade de Itens a Serem Comprados



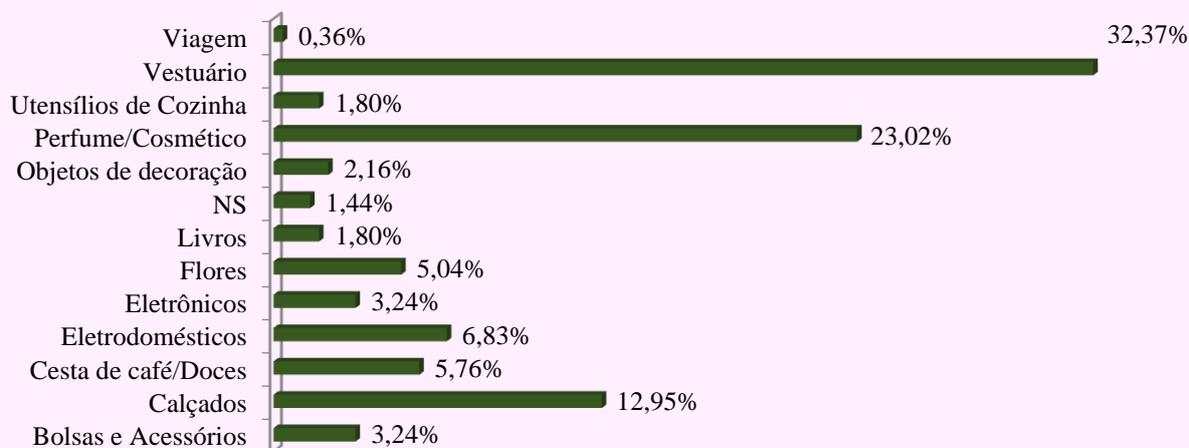
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Presenteadas



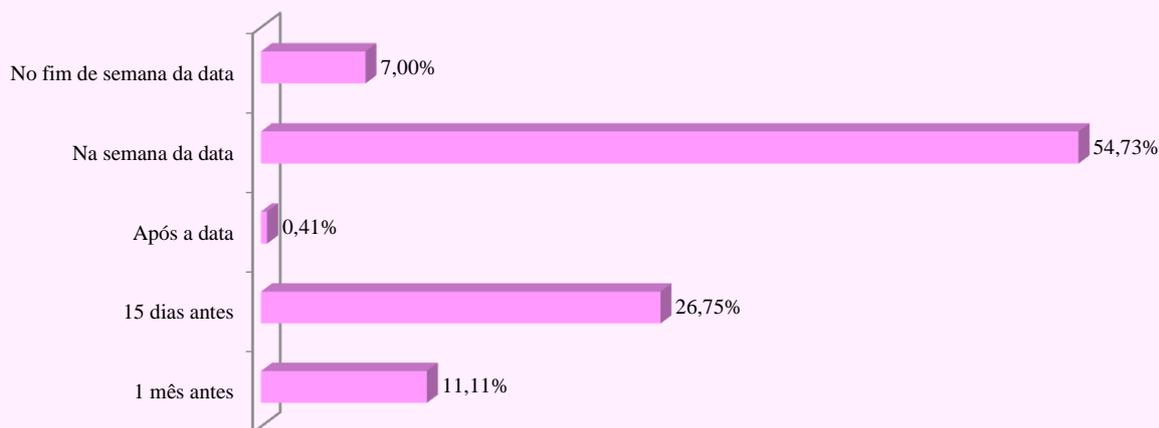
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Presentes



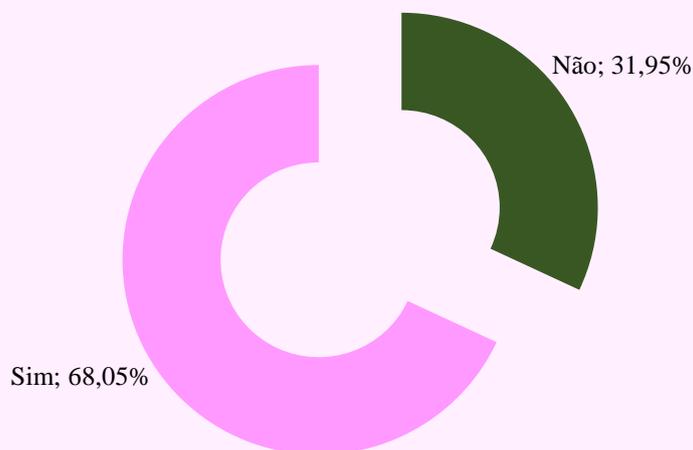
Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: Está incluso em outros: Cesta café, celular, dinheiro, massagem, livro, viagem, relógio, serviço do salão de beleza, carro, artesanato e artigos religiosos.

Período de Compras



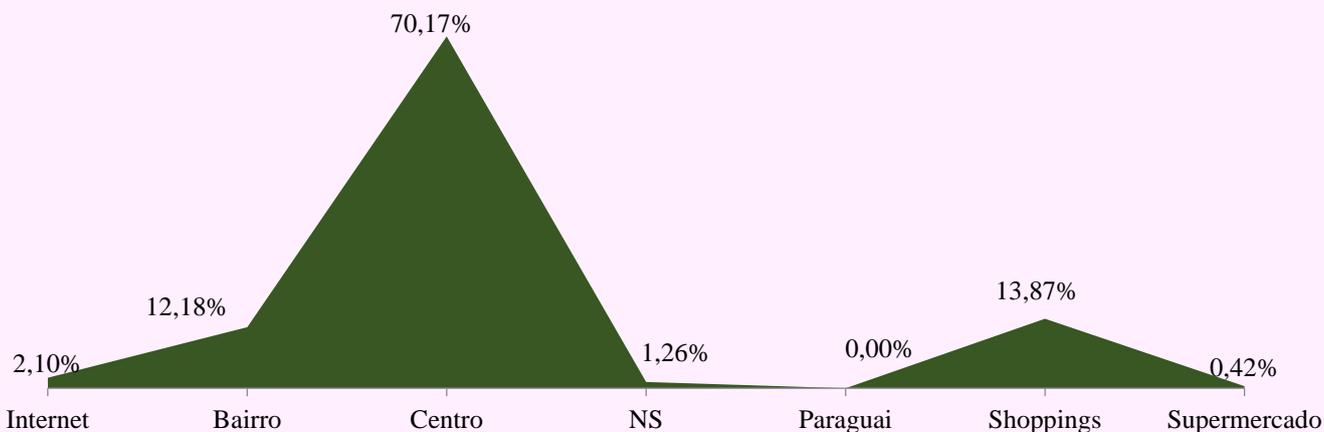
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Percentual da População que Fará Pesquisa de Preço



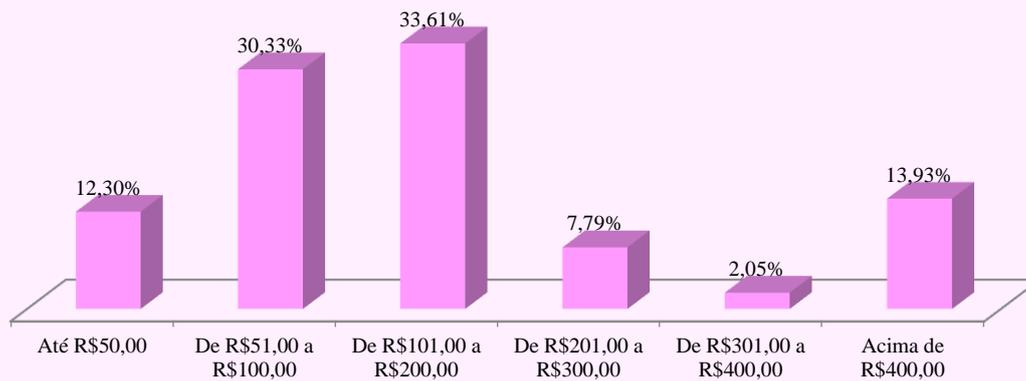
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Locais para Compras



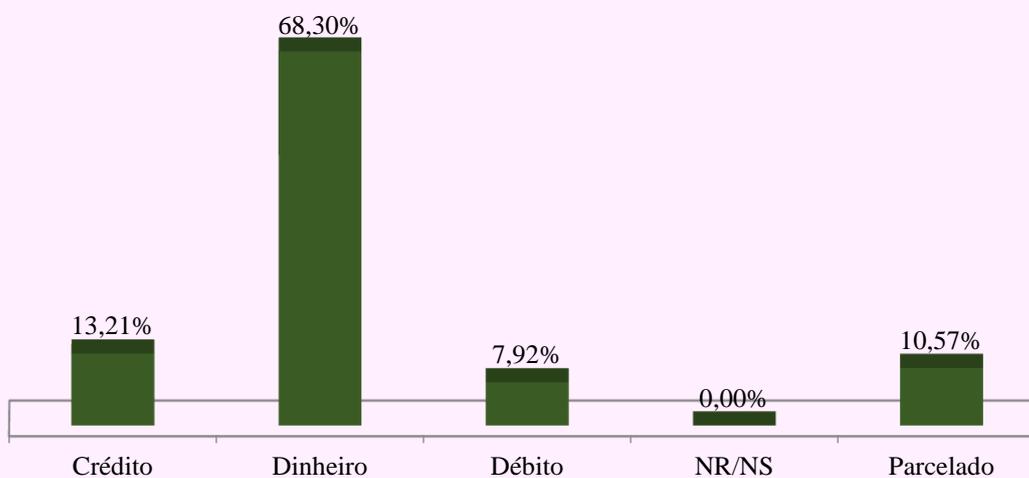
Fonte e elaboração: IPF/MS. Está incluso em outros: Salão de beleza, Sebo, supermercados, outro Estado e revista.

Pretensões de Gastos



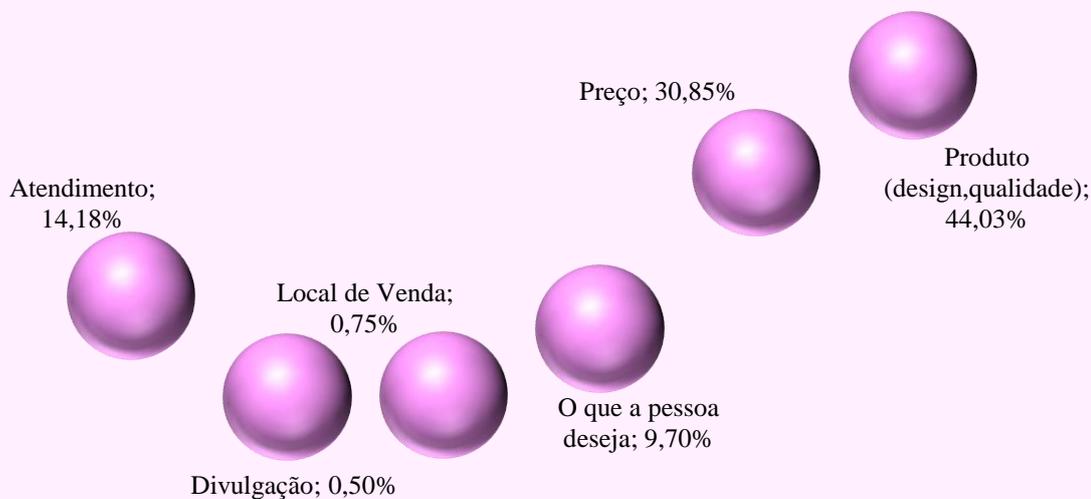
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Forma de Pagamento



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Elementos Levados em Consideração Durante a Compra



Fonte e elaboração: IPF/MS.

4. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO

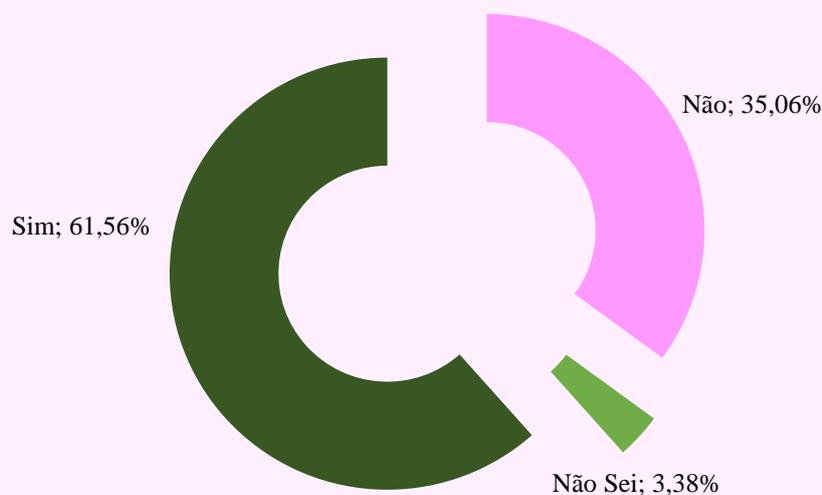
No que se referem às intenções de comemoração, houve um aumento significativo, na comparação ao ano passado.

Nota-se assim que 61,56% da população participará de comemorações, enquanto que em 2018, esse percentual era de 45,71%. Já os gastos detiveram queda e passaram de R\$113,91 para R\$110,66. Diante desses valores, poderá haver um aumento na movimentação financeira de 29,12%.

Nas comemorações, os itens que mais se destacarão serão os alimentos (64,98%) e bebidas (33,76%). E foram justamente esses itens que mais detiveram aumentos do IPCA (IBGE, 2019). No ranking dos tops inflacionários (referência Campo Grande) estão: feijão; batata; laranja; tomate; cebola; trigo. Alguns tipos de carnes e bebidas oriundas das frutas, também detiveram aumentos. Esses aumentos podem estar relacionados a dois fatores: questões climáticas que influenciaram a oferta; lei da oferta e da demanda, em função do aumento da demanda.

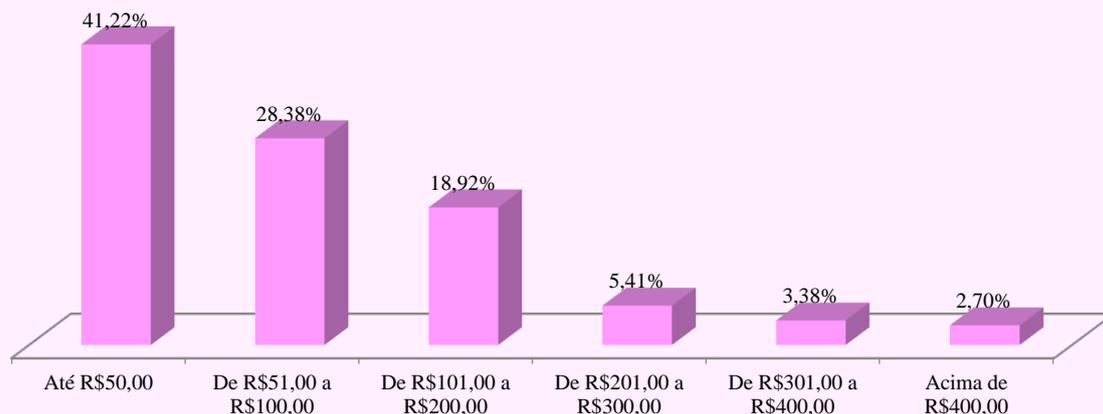
Mesmo assim, as comemorações poderão injetar na economia de Campo Grande, R\$28,97 milhões.

Percentual de Pessoas que Comemorarão o Dia das Mães



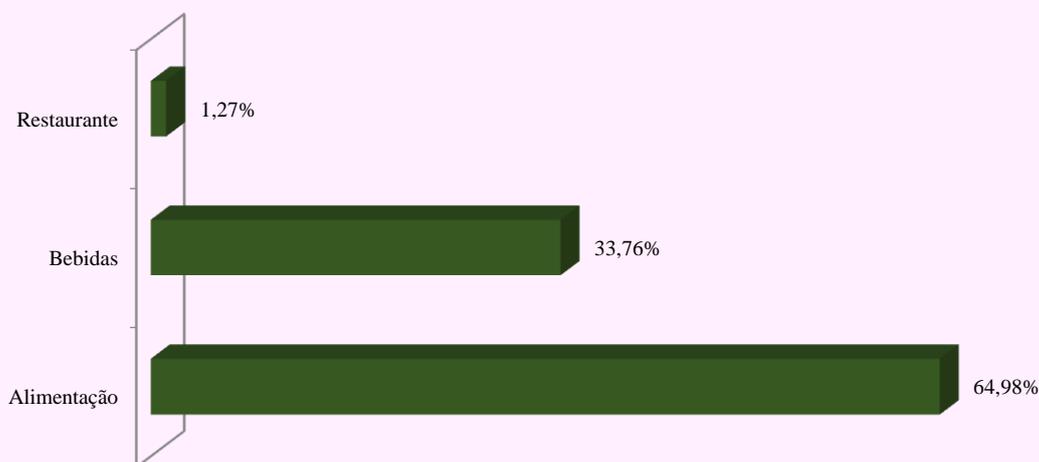
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Pretensões de Gastos com Comemorações



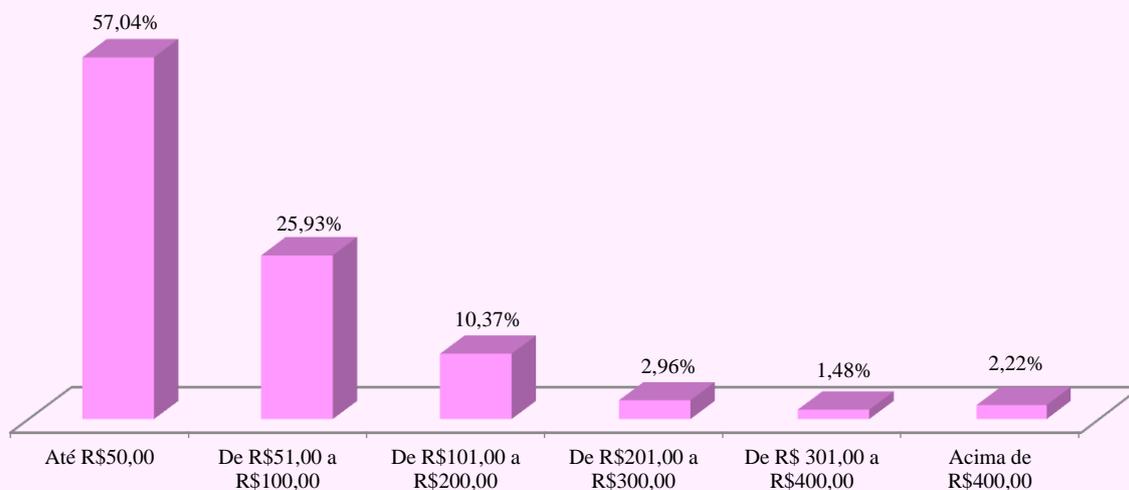
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Com o quê gastará nas Comemorações do Dia das Mães?



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Alimentação



Fonte e elaboração: IPF/MS.

5. TENDÊNCIAS DE MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA

O dia das mães de 2019 movimentará R\$61,09 milhões, desses, 52,57% destinados à compra de presentes (R\$32,12 milhões) e 47,43% às comemorações (R\$28,97 milhões).

Com esses números expressivos, a projeção reflete um crescimento de 19,40%, na comparação ao ano passado. Isto porque, tato a movimentação financeira advinda da compra de presentes (+11,81%), quanto das comemorações (+29,12%) terão aumento.

O gasto médio com presentes será de R\$142,29, um aumento de 9,39%. Já com comemorações esse valor será de R\$110,66, ou 2,86 a menos, em relação a 2018.

A partir dessas informações, observa-se que há um otimismo. De modo que alguns fatores podem ajudar a explicar esse cenário, tais como:

- houve melhoras do índice de confiança do empresário (CNC, 2019);
- o número de admissões tem superado o número de demissões – acumulado ano (CAGED, 2019);
- a intenção de consumo voltou à zona positiva (CNC, 2019);
- como a intenção de consumo melhorou, a mesma acabou sendo convertida nos resultados do volume de vendas neste ano (SIDRA IBGE, 2019).

Vale ressaltar, que apesar desse otimismo, há necessidade de cautela, porque existem fatores externos como o clima e a política que podem interferir nas expectativas e oferta de bens. Bem como um fator interno como a inflação, diante do aumento do consumo efetivo. Pois, Embora em

processo de recuperação, os indicadores econômicos ainda não são sustentáveis.

O que resta então aos empresários? Com certeza, de se preparem para essa data, em que haverá o aumento de avós presenteadas, do número de indecisos na busca pelo presente e das compras na região central.

A importância da qualidade do produto também cresceu e com ela, mesmo que o dinheiro seja a preferência, outras modalidades tiveram percentuais mais significativos, na comparação ao ano passado, como o crédito. O cadastro positivo, bem como a possibilidade de um crédito mais barato e redução da taxa de endividamento podem ter influenciado nesse resultado.

Nas comemorações, a alimentação em casa será a preferência da maioria. Observa-se assim, que o fomento pela intenção de consumo, a partir do comportamento dos potenciais clientes, poderá ser a principal estratégia para o dia das mães.

E uma das sacadas que pode ser utilizada, está descrita no Método de Harvard, no processo de negociação. Nesse método, a negociação deve conter a confiança, credibilidade e o despertar de emoções e experiências. De modo, que o cliente não entenda a relação apenas como de compra e venda, mas de troca de emoções e a possibilidade de que as suas necessidades sejam supridas.

Logo, conhecimento técnico dos produtos, opções perante as possíveis necessidades dos clientes, facilitações, cortesias, promoções, formas de pagamento e abordagem podem ser diferenciais atrativos.

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

Itens	2019			2018		
	% 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	70,20%	144,32	1.270.069	85,99%	154,35	1.551.256
Aquidauana/Anastácio	55,50%	97,82	1.966.262	54,73%	116,94	2.124.729
Bonito	84,96%	148,63	1.307.985	-	-	-
Campo Grande	60,00%	142,29	32.116.469	57,25%	130,08	28.723.234
Chapadão do Sul	31,33%	157,56	515.508	51,97%	138,24	443.028
Corumbá/Ladário	56,30%	90,05	3.358.351	73,74%	137,90	5.531.675
Coxim	54,17%	145,35	1.084.733	-	-	-
Dourados	66,94%	136,59	9.321.065	69,17%	131,47	8.930.929
Naviraí	62,05%	144,29	2.568.524	75,38%	154,90	2.707.396
Nova Andradina	68,50%	137,42	2.076.105	57,79%	93,06	1.306.132
Ponta Porã	66,67%	144,53	3.624.623	60,80%	132,50	3.154.088
São Gabriel do Oeste	75,76%	156,62	1.354.017	72,22%	146,33	1.122.846
Três Lagoas	70,68%	143,12	5.465.030	77,70%	158,88	5.866.426
Total dos Municípios pesquisados	63,48%	137,81	66.028.741	66,65%	137,88	61.461.739
MS	63,48%	137,81	110.409.960	66,65%	137,88	105.406.404

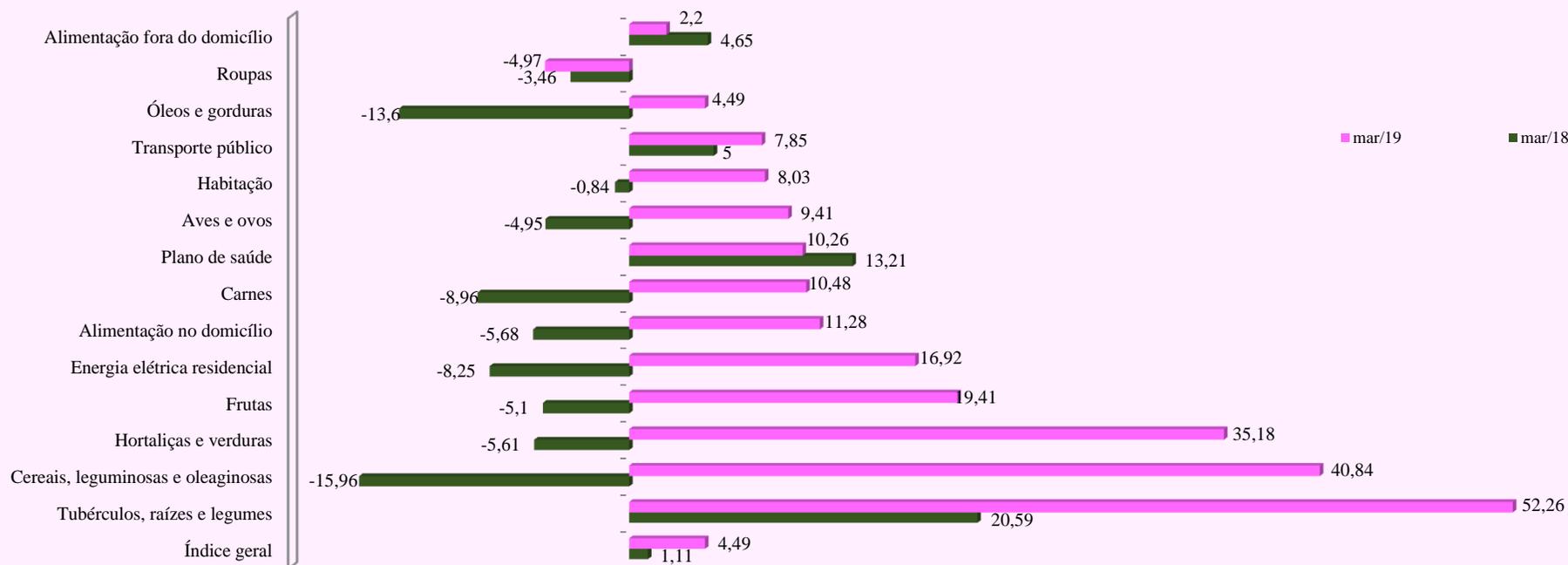
Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: São apenas estimativas.

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

Itens	2019			2018		
	% de pessoas que Comemorarão	Gasto Médio R\$	Movimentação total R\$	% de pessoas que Comemorarão	Gasto Médio R\$	Movimentação total R\$
Aparecida do Taboado	35,10%	106,18	516.692	77,56%	162,67	1.529.010
Aquidauana/Anastácio	86,50%	76,75	1.940.134	41,00%	87,50	1.266.838
Bonito	83,46%	111,17	996.620	-	-	-
Campo Grande	61,56%	110,66	28.971.017	45,71%	113,91	22.436.867
Corumbá/Ladário	95,56%	73,19	4.632.941	58,38%	110,10	4.023.166
Coxim	23,96%	153,57	613.029	-	-	-
Dourados	23,97%	133,54	5.281.727	36,83%	123,73	4.531.110
Naviraí	25,64%	129,52	1.695.849	83,25%	163,85	3.514.765
Nova Andradina	24,00%	97,37	1.506.989	83,33%	87,83	1.925.840
Ponta Porã	25,76%	135,00	1.570.221	40,40%	133,17	2.410.236
São Gabriel do Oeste	34,34%	190,56	985.040	81,22%	151,43	1.478.861
Três Lagoas	22,93%	114,35	2.037.354	79,48%	145,31	6.425.104
Total dos Municípios pesquisados	41,15%	106,82	50.747.611	57,28%	130,26	49.541.798
MS	41,15%	106,82	82.100.875	57,28%	130,26	97.284.633

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

Quadro 4: IPCA em % no acumulado de 12 meses – março 2019/março 2018 – Campo Grande.



Top 10 IPCA – Março – 19/Março - 18	mar/19
Feijão - carioca (rajado)	184,14
Batata-inglesa	130,11
Feijão - preto	99,3
Repolho	98,74
Laranja - pera	43,46
Tomate	38,12
Cebola	27,25
Mamão	23,57
Alface	22,64
Farinha de trigo	20,21

Fonte: SIDRA IBGE (2019). Elaboração: IPF/MS.