

Pesquisa de intenção de **compras** para o Dia das Mães 2017

São Luís-MA

6 a 10 de abril



Fecomércio MA

Federação do Comércio de Bens, Serviços
e Turismo do Estado do Maranhão

A pesquisa de intenção de consumo para o Dia das Mães 2017 em São Luís-MA, realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio-MA), demonstra que 79,9% dos consumidores pretendem comprar algum produto para presentear em função da data, enquanto 16,3% não irão comprar produto e 3,8% não sabe ou não respondeu. Na comparação com o mesmo período do ano passado, os dados indicam para uma melhora nos resultados da pretensão de comprar nessa data sazonal, apresentando aumento de 5,41% do nível de consumidores que pretendem adquirir algum produto para presentear, em contraponto à redução de -20,49% dos consumidores que afirmavam que não iriam às compras.

O resultado positivo de intenção de compras para esse período está vinculado, principalmente, à

estabilização da massa real de rendimentos salariais dos ocupados, bem como uma melhora no acesso ao crédito pelos consumidores do comércio. Em linhas gerais, o atual cenário apresenta uma tendência de

queda dos juros, representada especialmente pela última decisão do Conselho de Política Monetária (Copom) do Banco Central de reduzir em 1% a taxa Selic, que mede os juros básicos da economia e que é um referencial para as taxas de juros praticadas no mercado de crédito, trazendo o índice para 11,25% em abril.

Além disso, o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) do IBGE, que é adotado como o indicador oficial da inflação no país, nos últimos 12 meses até o mês de março acumula

4,57%, ou seja, bem próximo ao centro da meta estipulada pelo Governo Federal e estabilizada com viés de queda para os próximos meses. Dessa forma, com

Irão comprar algum produto?



Quantos presentes serão comprados?





José Arteiro da Silva
Presidente da Fecomércio-MA

O ano de 2016 começou sob forte impacto da crise econômica, sob as incertezas no cenário político federal, ameaça da inflação crescente e avanço dos níveis de desemprego da população. No entanto, após um longo processo de impeachment e a consolidação de um novo governo liderado pelo presidente Michel Temer, a economia começou a dar sinais de estabilização e retomada da confiança dos consumidores e empresários.

Nesse cenário, vai chegando ao final do ano com índices econômicos em recuperação gradual, mas constantes, principalmente no que se refere ao controle da inflação e ao nível de endividamento da população. O mercado de trabalho ainda vai demandar um pouco mais de tempo para se recuperar, o que deverá ser um desafio para o comércio que depende fortemente desse índice favorável para estabilizar níveis positivos de consumo.

Diante dessas perspectivas, embora se tenha uma possível queda do consumo na comparação anual, o Natal vai ser um importante estímulo para o comércio recuperar receitas reprimidas ao longo do ano.

Desse modo, este é o momento do empresário avançar suas vendas e utilizar esse consumo natalino como trampolim para o planejamento estratégico de 2017, que deverá iniciar com melhores perspectivas de investimentos tanto na esfera privada quanto no setor público.

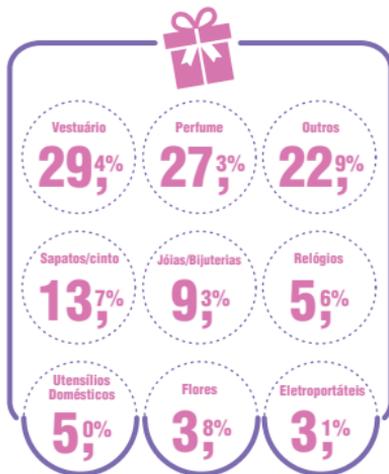
Mas, para isso se concretizar, o Brasil necessita urgentemente resolver questões econômicas internas que passam pelo controle das contas públicas, replanejamento da questão da Previdência, contenção da inflação, além de reformas política e tributária, pontos fundamentais para recolocar o país no eixo do desenvolvimento sustentável e eficiente.

as trajetórias de quedas consecutivas dos juros e da inflação, tem-se a melhora do acesso ao crédito e a tendência de recuperação da confiança do consumidor, trazendo benefícios diretos para a atividade comercial e favorecendo a normalização do consumo no varejo.

Outros dados relevantes que a Pesquisa de Intenção de Consumo para o Dia das Mães em São Luís traz são as reduções de -4,58% dos consumidores que desejam comprar apenas um produto e de -5,56% daqueles que desejam comprar apenas dois produtos. Consequentemente, o levantamento revela o avanço de 58,82% dos consumidores com a preferência de comprar três produtos. Para aqueles que desejam comprar a partir de quatro produtos também houve uma sutil melhora, embora estes dados não sejam expressivos.

Na análise da quantidade de presentes que devem ser comprados para o Dia das Mães deste ano, observa-se o comportamento do consumidor orientado para as possibilidades de maximização do crédito, disponibilizado pelo sistema de crédito das lojas e demais produtos bancários, com a finalidade de ampliar a capacidade de consumo das famílias para compras no comércio, propiciando

O que pretendem comprar?



com isso, redução da intenção em comprar apenas um ou dois produtos, e ampliando a intenção de compras daqueles que pretendem adquirir a partir de três produtos. Assim, para a data comemorativa deste ano os consumidores ludovicenses deverão buscar produtos não somente para as mães, mas também para a esposa, avós, madrinhas e outras relações de parentesco que remontem aos laços de maternidade afetiva, diferentemente dos anos anteriores em que as vendas estavam restritas especificamente aos presentes das mães.

Produtos e onde comprar

De acordo com a Pesquisa desenvolvida pela Fecomércio para o Dia das Mães, o setor de vestuário, perfumaria e sapatos/carteiras/cintos deverão ser os três primeiros segmentos em intenção de compras. Em comparação ao mesmo período do ano passado, embora o setor de vestuário venha apresentando redução em sua intenção de compras, vários outros produtos tiveram elevações nas preferências de consumo, o que deve motivar o comércio a elevar seus investimentos em novas mercadorias, bem como novas promoções visando uma estratégia para ampliar o volume e as receitas nominais de vendas.

Dessa forma, a elevação na intenção de compras nesta data importante do comércio pode incentivar a retomada no nível de investimento do empresário do setor. Segundo a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) de fevereiro divulgada pelo IBGE, as receitas nominais de vendas são positivas em 4,7% nos últimos doze meses, e o empresário do comércio pode enxergar este momento como propício para aplicar parte deste volume de receitas adquiridos nos últimos doze meses em sua atividade comercial, oferecendo, inclusive, novas vagas de trabalho para incrementar o atendimento no estabelecimento comercial.

Em relação aos locais onde estão essas lojas que deverão ser mais demandas durante o período que

Irão comemorar a data?



Onde pretendem comemorar?

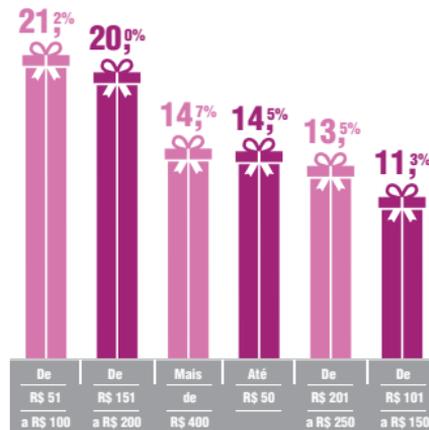


antecede o Dia das Mães, destaca-se nesta pesquisa o expressivo aumento de 52,14% da preferência pelas lojas de rua/bairro/galeria, que possuem a localização geográfica próxima à residência ou local de trabalho do consumidor como fator de atratividade e fidelização desse cliente. Verifica-se também a elevação 37,50% da tendência de vendas pela internet, explicada pela facilidade que o consumidor busca ao usar esse canal para encontrar produtos que não estão disponíveis no comércio local. Além disso, a internet possui acesso fácil e sem horários, assim como uma melhor capacidade de pesquisa e visualização de preços e produtos ofertados.

Como pretendem pagar?



Quanto pretendem gastar?



	Média do valor geral da compra	Média do valor por presente
Todas	R\$ 179,00	R\$ 130,00
De rua	R\$ 152,00	R\$ 110,00
Online	R\$ 205,00	R\$ 148,00

A redução de -19,03% pela preferência ao consumo nos shoppings pode estar ligada a uma decisão racional do consumidor de reduzir gastos com despesas inesperadas, que decorrem em função da grande variedade de serviços ofertados nestes centros de entretenimento, embora os mesmos sigam firmes na liderança quanto ao local pretendido para se realizar as compras.

Comemoração e gastos

A pesquisa avaliou também o nível de intenção dos consumidores ludovicenses em comemorar o Dia das Mães. Em comparação ao mesmo período do ano passado, houve uma melhora de 3,86% entre os que desejam comemorar a data e redução de -4,27% para quem não deseja comemorar. O aumento da intenção de celebrar de alguma forma a data está associada a uma maior confiança do consumidor em realizar seus gastos, face à sua percepção da estabilidade econômica observada em um curto prazo.

O consumidor, por ser um agente econômico, é influenciado por informações diárias sobre a economia, tais como juros e inflação, que impactam sobre suas despesas pessoais. Uma economia mais previsível e com sinais positivos colabora para um ambiente favorável à recuperação da demanda por produtos do comércio, que esteve em queda nos últimos dois



Onde pretendem comprar?



anos mediante o reflexo da forte recessão econômica vivida pelo país.

Já em relação aos locais escolhidos pelos entrevistados para celebrar o Dia das Mães, quando comparado com o mesmo período de 2016, a intenção de ficar em casa ou na casa de parentes no domingo dedicado às Mães reduziu -7,92%, enquanto que a disposição para comemorar em restaurantes dobrou, nos shopping centers e cinemas também aumentou 18,75% e a predisposição para realizar as comemorações para a praia ou clubes avançou 66,67%.

Para este ano, a intenção de comemorar a data em casa ainda lidera a preferência do consumidor. Embora se ressaltam as expectativas de maior consumo nos setores de serviço e entretenimento, reforçando a análise de confiança do consumidor no cenário econômico de curto prazo. Colaboram também para este resultado, a manutenção dos preços praticados por estes segmentos como uma estratégia de fidelização e retenção destes clientes, principalmente, em virtude da queda na demanda destes serviços nos últimos dois anos.

Dia preferido para ir as compras



Na análise sobre o valor que os consumidores pretendem gastar com presentes para o Dia das Mães, seis das nove faixas de gastos apresentaram elevações quando comparadas ao mesmo período do ano anterior. Este resultado ilustra bem a intenção do consumidor em elevar seus gastos, tendo em vista, o provável equilíbrio orçamentário do qual dispõem atualmente parcela significativa dos ludovicenses que irão às compras nesta data. Apenas três faixas apresentaram reduções: de 51 a 100 reais, de 101 a 150 reais e de 251 a 300 reais.

A média do valor do presente pretendido pelo consumidor este ano foi calculado em 130 reais, enquanto a média do valor total da compra, considerando os gastos com a comemoração e aqueles que irão comprar mais de um produto para presentear, foi calculado em 179 reais. O valor médio do presente quando comparado ao ano passado, teve uma redução de -5,11%, mas quando analisamos o valor médio da compra, onde o volume do gasto é maior, observamos uma elevação de 1,70%. O redução no valor médio por presente também é explicada pela

perspectiva do consumidor de comprar mais produtos este ano, ou seja, o ludovicense está disposto a gastar um pouco mais no geral das compras de 2017, desde que leve para casa mais presentes.

Além disso, destaca-se nesta análise a importância da contribuição do setor de serviços e entretenimento para a elevação do valor médio dos gastos, reforçando a tendência de crescimento do consumo das famílias durante este período festivo.

No corte analítico por gênero, as mulheres aparecem com mais predisposição aos gastos do que os homens, sendo que para elas o valor médio do presente é de R\$ 148 reais e o valor médio das compras é de R\$ 205 reais, enquanto para eles o valor médio do presente é de R\$ 110 reais e o valor médio das compras é de R\$ 152 reais. Quanto à faixa etária, considerando-se o valor médio do presente e da compra, respectivamente, entre os mais jovens com até 20 anos é de R\$ 93 reais e R\$ 145 reais, passando a R\$ 139 reais e R\$ 180 reais entre aqueles com 21 a 35 anos e chegando a R\$ 138 reais e R\$ 188 reais entre aqueles com mais de 36 anos.

Em relação à forma de pagamento, a modalidade à vista em dinheiro aumentou 3,99%, assim como o uso do cartão de débito avançou 5,41%. Por outro lado, a tendência pelo uso do cartão de crédito reduziu -10,16%, como também a preferência pelos crediários/carnês recuou -58,33%. Nessa perspectiva, destacam-se as novas regras para o uso do cartão de crédito em seu formato rotativo, que permitirá aos consumidores, a redução dos juros pagos,

Quais os motivos para comprar?



tornando sua dívida mais barata, reduzindo o risco de inadimplência. Além disso, a medida provisória assinada em dezembro de 2016, que garante ao comércio a prática de diferenciação de preços conforme o tipo de pagamento, deve favorecer as compras à vista para o aproveitamento dos descontos que serão oferecidos. Ou seja, essa prática oferece descontos nos produtos aos clientes que realizam suas compras pagando em dinheiro à vista, sendo benéfica ao consumidor que ganha descontos e, com isso, passa a ter mais recursos para outras finalidades, além de vantajoso para o lojista que evita pagar taxa sobre a venda com o cartão de crédito, reduzindo os custos operacionais da sua venda.

Dias e motivação

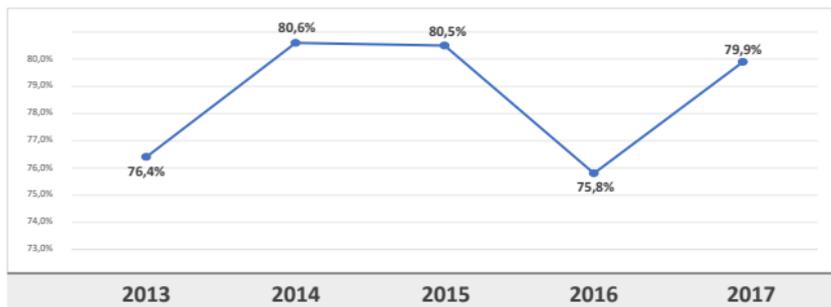
A análise referente aos dias escolhidos para se realizarem as compras é uma informação importante sob o ponto de vista estratégico para os empresários do comércio, que poderão programar seu atendimento com escalas de horário e funcionários que atendam a um maior número de pessoas em sua loja nos dias de fluxo mais intenso como o sábado e a sexta-feira, respectivamente os principais dias de compra apontados na pesquisa realizada pela Fecomércio.

No levantamento, observa-se que itens como as promoções e os preços seguem sendo avaliados pelos consumidores como fatores cada vez mais determinantes na busca pelo local para a realização das compras. Estes itens analisados devem ser aperfeiçoados pelo empresário do comércio em sua busca pela ampliação do seu mercado consumidor, bem como o auxiliará na melhora de seus resultados. Embora as promoções sigam sendo o principal motivo que levam os consumidores a entrarem nas lojas, existe a tendência constante de aprimoramento nos serviços prestados que a concorrência comercial traz, e, portanto, a necessidade de investimento constante em sua atividade empresarial e conhecimento das preferências do consumidor estarão sempre entre as ações mais assertivas que o empresário do comércio deve adotar.

Saiba mais

A pesquisa realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio-MA) entrevistou 700 pessoas, entre homens e mulheres com mais de 18 anos, nos principais pontos de circulação de consumidores de São Luís. A margem de erro da amostra é de 3,7% e o nível de confiança da pesquisa é de 95%.

EVOLUÇÃO DO CONSUMO NO DIA DAS MÃES (2013 - 2017)



*Índices de intenção de consumo registrados nas pesquisas da Fecomércio-MA

INCENTIVANDO o desenvolvimento EMPRESARIAL do Maranhão

- ▶ **Convenções Coletivas**
- ▶ **Representações**
- ▶ **Pesquisas**
- ▶ **Ciclo de Debates**
- ▶ **Ouvidoria Jurídica**
- ▶ **Cursos**
- ▶ **Certificação Digital**



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão



EXPEDIENTE

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DO MARANHÃO

PRESIDENTE

José Arteiro da Silva

VICE-PRESIDENTES

Wilson Estácio Maia; Marcelino Ramos Araújo; Antonio de Sousa Freitas

DIRETORES

Maurício Aragão Feijó; Ivanilde Sampaio da Silva; Djalmá Souza Chaves; José William Câmara Ribeiro; Manoel Antonio Souza Barbosa; Antonio Iris de Oliveira; José Ivan Ferreira; Reginaldo Pacheco de Sousa; Luís Joaquim Braga Sobrinho; João de Lima Filho; Paulo Henrique da Silva.

SUPLENTE DA DIRETORIA

Maria Cinalete Cortes Brito; Antonio Luiz Monteiro Malta Filho; Raimundo Edson Rodrigues de Sousa; Francisco Eraldo Rodrigues de Moura; José dos Santos; João Borges Lira; Euclides Antonio Viêra; Antonio José Teixeira Luz; José Ribamar Ewerton Souza; Écio Gaston de Araújo; Sebastião Cândido Soares.

CONSELHO FISCAL

Emanuel Caracas Dos Santos; José Pereira de Santana; Ivaldo Miranda Campos; Nagib Câmara Ribeiro; Raimunda Holanda da Silva; Flordilix Almeida de Amorim.

SUPERINTENDENTE FECOMÉRCIO

Max de Medeiros

ASSESSOR DA PRESIDÊNCIA

José Ahirton Batista Lopes

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Jovanna Abreu

EQUIPE TÉCNICA

Eduardo Campos – Economista
Francisco Estevam Martins de Oliveira – Estatístico

CAPA E DIAGRAMAÇÃO

Cleiton Costa

CONTATO

Avenida dos Holandeses, s/n - Quadra 04 - Jardim Renascença II
Edifício Francisco Guimarães e Souza - São Luís-MA
Cep: 65075-650 | (98) 3194 2400 | www.fecomercio-ma.com.br
ascom@fecomercio-ma.com.br | presidencia@fecomercio-ma.com.br