

Pesquisa de intenção de **compras** para o **Dia dos Namorados 2017**

São Luís-MA

15 a 19 de maio

Fecomércio MA

O levantamento de intenção de consumo para o Dia dos Namorados 2017 em São Luís, realizado pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio-MA), demonstra que 52,2% dos consumidores pretendem comprar algum produto para

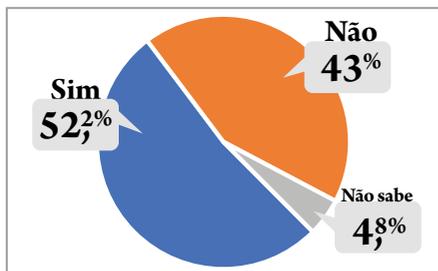
presentear em função da data, enquanto 43% não irão comprar presentes e 4,8% não sabe ou não respondeu.

Na comparação com o mesmo período do ano passado, os dados indicam para uma piora nos resultados, apresentando redução de -11,8% do nível de consumidores que pretendem adquirir algum produto para presentear e aumento de 23,5% dos consumidores que afirmam que não irão às compras.

O resultado negativo de intenção de compras para esse período está vinculado, principalmente, à percepção dos consumidores quanto ao atual cenário de instabilidade política com a crise estabelecida no Governo Federal após os desdobramentos das investigações da Operação Lava-Jato, que vem comprometendo a avaliação relacionada às expectativas econômicas e afetam as condições socioeconômicas atuais, como renda e emprego.

Mesmo com um cenário econômico com tendência favorável observado nos meses de abril e início de maio deste ano, apresentando dados melhores sobre emprego, inflação e juros, ainda não se evidenciam,

Irão comprar algum produto?



Quantos produtos serão comprados?

87,6%	4,7%	4,2%	2,7%	0,7%
Um	Dois	Cinco ou +	Três	Quatro



José Arteiro da Silva

Presidente da Fecomércio-MA

Nos últimos meses, os índices econômicos indicaram um cenário animador para o comércio varejista, com a queda da inflação, o crescimento da economia e a criação de empregos. Nesse contexto, aproxima-se o Dia dos Namorados gerando a expectativa de aquecimento nas vendas, que nesse momento, vai de encontro à percepção dos consumidores quanto ao atual cenário de instabilidade política que vem comprometendo temporariamente o consumo.

As atividades comerciais, assim como os demais setores da economia, não estão imunes às influências advindas do meio político. Embora a economia brasileira comece a dar sinais de provável recuperação econômica e o fim de dois anos de recessão, as últimas duas semanas de turbulência política tiveram efeitos imediatos na economia.

No âmbito local, a diminuição da intenção de consumo para o Dia dos Namorados 2017, demonstra que os consumidores estão mais conscientes quanto à capacidade de gastos. Porém, devemos considerar os números favoráveis dos últimos meses, como os indicadores do comércio varejista ampliado maranhense, que obteve variação positiva na comparação anual de 4,2%. Assim, vislumbramos em médio prazo, a retomada do ritmo das vendas nesse panorama econômico com tendência favorável.

Dessa forma, acreditamos que o momento tumultuado no cenário político brasileiro será superado sem interromper o caminho de recuperação econômica que estávamos trilhando em 2017.

na percepção dos consumidores, as bases sólidas para uma efetiva recuperação econômica, permitindo que instabilidades no cenário político possam ter efeitos negativos e imediatos sobre a demanda na economia, repressando temporariamente o ímpeto do consumidor em realizar gastos no comércio varejista em São Luís.

Produtos

De acordo com a pesquisa desenvolvida pela Fecomércio para o Dia dos Namorados 2017, em relação ao mesmo período do ano passado houveram reduções de -5% para quem deseja comprar um produto e de -38,1% para quem ambiciona comprar dois produtos. De fato, os consumidores estão neste momento reavaliando seus orçamentos domésticos com possíveis implicações que devem afetar suas previsões de gastos e com-

O que pretendem comprar?

Vestuário



24%

Perfume



13,6%

Calçados



12,8%

Chocolates



8%

Carteira/Bolsa



6,1%

Relógios



5,8%

Flores



4,6%

Eletrportáteis



4,6%

Lingerie



4,6%

prometer sua capacidade de pagamento de compromissos futuros.

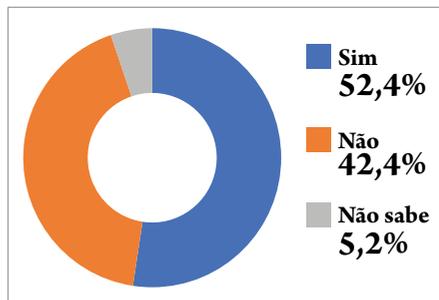
Esse pessimismo do consumidor quebra as expectativas favoráveis à recuperação econômica que vinham sendo formadas nos últimos meses e comprovadas pelos indicadores econômicos. Evidenciava-se no comércio varejista ampliado maranhense, por exemplo, variação positiva na comparação anual de 4,2% no volume de vendas, segundo a última Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do IBGE. Somam-se a este dado, as expectativas de recuperação de receitas, que em face da turbulência política, comprime momentaneamente o ímpeto do empresário em realizar novos investimentos.

Na análise dos produtos preferidos pelos consumidores, o setor de vestuário, higiene/perfumaria e calçados compõem os três primeiros segmentos em intenção de compras. Em comparação ao mesmo período do ano passado, o setor de vestuário apresentou elevação de 2,5% na intenção de compras, assim como o segmento de higiene/perfumaria avançou 8,8%, embora se ressalte que houve elevação também de inúmeros outros produtos constantes na pesquisa, evidenciando a diversificação que deve ser apresentada pelo comércio varejista local, gerando novas oportunidades de expansão das receitas pelo empresário do comércio.

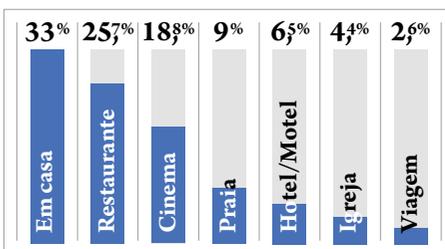
Dessa forma, é importante para o empresário perceber que o momento atual não é de reduzir investimentos, mas administrar suas finanças, aguardando a acomodação dos agentes econômicos e mantendo o atual nível de investimento, mediante a estabilização do horizonte de informações que influenciam nossa economia regional.

Por outro lado, a pesquisa apresenta

Irão comemorar a data?



Onde pretendem comemorar?



um perfil de consumidor para o Dia dos Namorados mais consciente da sua capacidade de gastos e direcionado a comprar produtos com valores menos elevados, uma vez que foram registrados quedas significativas nas intenções de compras de produtos com alto valor agregado, tais como relógios (-54,3%), celulares (-85,2%) e bebidas (-75%). Em contraponto, produtos com valores mais baixos obtiveram destaque no avanço das intenções de compras, tais como chocolates, carteiras/bolsas e material esportivo que alcançaram o dobro do percentual do ano anterior.

Comemoração e gastos

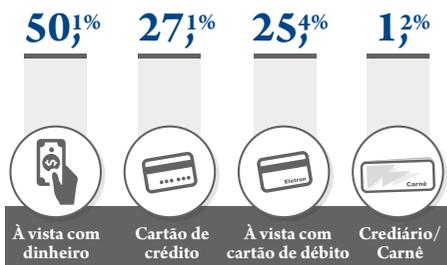
Na análise sobre a intenção de comemorar o Dia dos Namorados, observa-se a redução de -15,6% entre os que desejam celebrar a data e o aumento de 30% dos que não desejam comemorar. A piora na intenção de comemorar a data advém da necessidade de restringir novos gastos, objetivando manter a tradição de presentear, porém, limitando o valor empregado no período.

Quando comparado com o mesmo período de 2016, a intenção de ficar em casa ou na casa de parentes no Dia dos Namorados continua sendo a preferência dos

consumidores e aumentou 8,5%, enquanto a disposição de comemorar nos restaurantes, que aparece em segundo lugar na pesquisa, recuou -10,1%. Para aqueles que preferem comemorar no cinema, a intenção diminuiu -5,5%, assim como nas praias, que apresentou queda de -28%, e com as viagens, que reduziram -13,3%. O destaque deste ano foram os hotéis/motéis, que avançaram 41,3% na preferência dos consumidores ludovicenses.

De modo geral, a redução das expectativas relacionadas aos diversos locais para comemorar é uma decisão do consumidor de cortar gastos com os serviços de lazer

Como pretendem pagar?



% por renda familiar

à vista (com dinheiro ou cartão de débito)

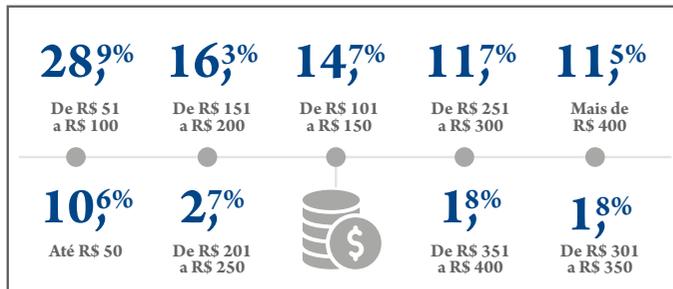
< 3 SM	3 a 6 SM	< 6 SM
82,2	67,0	63,7

cartão de crédito

< 3 SM	3 a 6 SM	< 6 SM
21,8	32,9	40,3

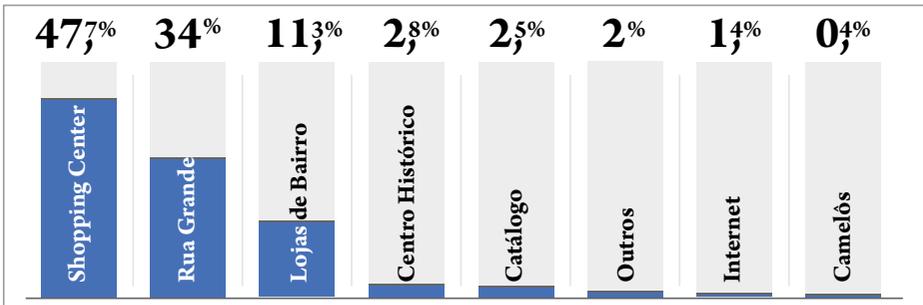
* SM - Salário Mínimo

Quanto pretendem gastar?



Média do valor geral da compra	Média do valor por presente
Total	
R\$ 176	R\$ 154
Homens	
R\$ 160	R\$ 147
Mulheres	
R\$ 193	R\$ 161

Onde pretendem comprar?



e entretenimento, que possuem valores de grande impacto na renda disponível para consumo, embora se ressalte como única exceção, a elevação da preferência neste ano por hotéis/motéis.

O enxugamento das despesas relacionadas à comemoração traz à tona a possibilidade dos setores de serviços trabalharem o marketing de seu negócio direcionado à data festiva, já que o período possibilita uma oportunidade para estes setores reverem sua forma de atrair estes clientes, que além de trazer resultados na melhora das receitas, contribuem para formação de opinião dos demais consumidores.

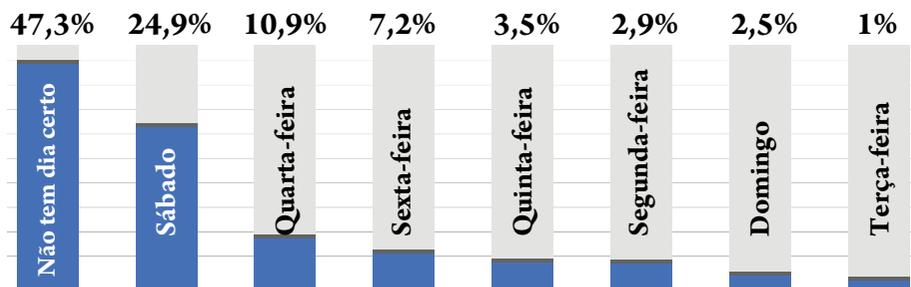
Em relação à média do valor do presente pretendido pelo consumidor este ano, ficou calculada em R\$ 154 reais, enquanto a média do valor total da compra, considerando os gastos com a comemoração e aqueles que irão comprar mais de um produto para presentear, foi calculado em R\$ 176 reais. Comparado ao mesmo período do ano passado, o valor médio do presente apresenta uma redução de -1,2%, mas quando se analisa o valor gasto médio da compra, onde o volume do gasto é maior,

observa-se uma elevação de 4,1%, que permanece no mesmo nível da inflação acumulada no período que é de 4,08%.

No perfil detalhado do consumidor mais propenso ao consumo no período, as mulheres aparecem com mais predisposição aos gastos do que os homens, sendo que para elas o valor médio do presente é de R\$ 161 reais e o valor médio das compras é de R\$ 193 reais, enquanto para eles o valor médio do presente é de R\$ 147 reais e o valor médio das compras é de R\$ 160 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\$ 120 reais e R\$ 137 reais, passando a R\$ 146 reais e R\$ 176 reais entre aqueles com 21 a 35 anos, chegando a R\$ 169 reais e R\$ 188 reais entre aqueles com mais de 36 anos.

Destaca-se nesta análise que a redução do valor médio do presente confirma a tendência de otimização dos gastos em função das expectativas negativas de curto e médio prazo formadas pelas instabilidades políticas e seus reflexos na economia local. Por isso, observa-se a tendência de

Dia preferido para ir as compras



receitas menores que no ano anterior para o comércio varejista de São Luís.

Pagamentos e onde comprar

Em relação ao ano passado, o pagamento à vista em dinheiro continua sendo a preferência dos consumidores mesmo com a redução -6%, assim como o uso do cartão de crédito, que aparece em segundo lugar, que também reduziu -2,5%. Em seguida, aponta-se o uso do cartão de débito que aumentou em 5,8%, mantendo elevada a intenção geral de pagamento à vista, onde se somando as intenção de pagamento com dinheiro e com cartão de débito alcança 75,5% dos consumidores, ou seja, três em cada quatro ludovicenses irão optar por não adiar as dívidas neste Dia dos Namorados.

Assim, embora haja neste momento a redução da intenção de compras, o levantamento demonstra que o consumidor busca adotar um maior controle do seu orçamento com a realização do pagamento à vista, fato que também é comprovado pela Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic),

realizada pela Confederação Nacional do Comércio (CNC) em parceria com a Fecomércio-MA, que indica redução do endividamento na capital maranhense em maio deste ano de -0,39% em relação ao mês anterior.

Em relação aos locais de compras, destaca-se que as lojas do shopping ainda são a preferência dos consumidores, mas apresentaram forte redução de -25,8% em face da escolha por locais mais populares como o Centro Comercial, que apresentou aumento de 69,1% e as lojas de rua/bairro/galeria (+37,8%), mediante a percepção dos consumidores de que são estabelecimentos que oferecem produtos mais populares e com preços mais acessíveis. Contudo, essa concorrência entre as praças comerciais é saudável para os consumidores e também aos empresários de São Luís. Para os consumidores, observa-se que a maior concorrência tende a produzir promoções com preços que permitam a redução de seus gastos, e para os empresários, traz a oxigenação de novas ideias para seu negócio com o intuito de gerar novas receitas e a fidelização dos clientes.

Dias e motivações

A análise referente aos dias escolhidos para os consumidores realizarem as compras deve ser observada com base na possibilidade para o lojista de reduzir custos operacionais nos dias de menor movimento, efetuando um planejamento estratégico mais assertivo para obter o melhor resultado neste período que antecede o Dia dos Namorados. A atenção dada àqueles que não têm dia certo para realizarem suas compras, que aparece em primeiro lugar na pesquisa, pode sugerir um aumento do fluxo de clientes nos últimos dias antes da data de comemoração, devendo o lojista preparar o atendimento e a distribuição de suas mercadorias no espaço físico, melhorando a visualização de seus produtos e investindo na comunicação visual de seu negócio.

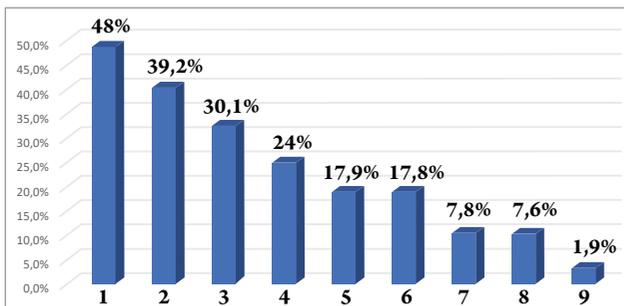
Para além dos consumidores indecisos quanto ao dia que deverão ir às compras, o levantamento demonstra que 24,9% dos consumidores deverão concentrar a ida às lojas para o sábado, revelando a necessidade de o empresário apostar principalmente no sábado que antecede a data para obter os

melhores resultados de vendas no período.

Outra perspectiva importante levantada pelo estudo da Fecomércio relacionada ao Dia dos Namorados em 2017 é quanto às motivações do consumidor para definir o local onde realizar suas compras, onde se evidenciou o maior nível de exigência do ludovicense com aumento de sua avaliação na escolha do local, destacando como maiores influenciadores as Promoções (48%), Preços (39,2%), Vitrynes (30,1%) e Qualidade dos Produtos (24%). Estes aspectos que formam a opinião do consumidor precisam ser levados em consideração pelo empresário do comércio, resultando na otimização dos investimentos em estoques e contratação de funcionários, que permitam ampliar as vendas, melhorando a comunicação com seus clientes e agilizando as mudanças na forma de atendimento deste público tão exigente no varejo.

Assim, mesmo em um cenário político tumultuado, acredita-se que em médio prazo, as condições econômicas de redução de juros e inflação controlada deverão colaborar para a retomada do ritmo das vendas, pois existe espaço para a ampliação

Quais os motivos para comprar?



- 1 - Promoções
- 2 - Preços
- 3 - Vitryne
- 4 - Qualidade dos produtos
- 5 - Recepção dos vendedores
- 6 - Variedade
- 7 - Organização da loja
- 8 - Escolhe as lojas antes de sair
- 9 - Outros

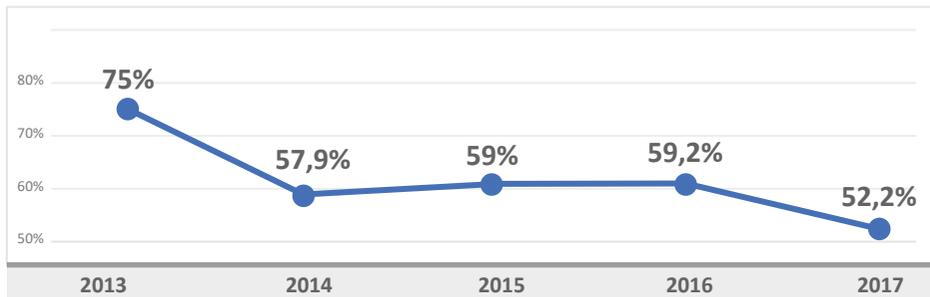
do consumo diante da expansão do crédito ofertado aos consumidores verificado ao longo dos últimos meses na economia.

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 DOS NAMORADOS (2013 - 2017)



EXPEDIENTE

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

PRESIDENTE

José Arteiro da Silva

VICE-PRESIDENTES

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

DIRETORES

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

SUPLENTES 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 DA FECOMÉRCIO MA

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