

2016 PESQUISA DE INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES



Caxias
4 a 9 de Abril



55.00



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

CDL
Caxias

Sindilojas
Caxias



Recessão e crise política

José Arteiro da Silva

PRÉSIDENTE DO SISTEMA FECOMÉRCIO/MA

Desde o ano passado, o Brasil vem entrando em uma situação econômica bastante complicada. Após a eleição da presidente Dilma Rousseff para o segundo mandato, foram evidenciados alguns erros em decisões tomadas pelo Governo Federal na esfera da política fiscal e tributária brasileira, que geraram o esfriamento da atividade econômica e, conseqüentemente, o início de um complexo processo de demissão na indústria e, posteriormente, também no comércio.

Com a inflação na casa dos dois dígitos, taxas de juros em escalada, desvalorização da moeda nacional e o crescente nível de endividamento das famílias, as vendas no comércio foram enfraquecendo ao longo de 2015 e persistem em ritmo lento até hoje. Assim, com os estoques ainda do ano passado encalhados nos depósitos, os empresários foram perdendo a confiança em novos investimentos. Além disso, sem perspectivas a curto prazo para uma solução efetiva da crise política que se instalou no Governo Federal após inúmeras denúncias de corrupção, a classe empresarial foi obrigada a colocar o pé no freio e repensar as estratégias de investimentos.

Agora, o Dia das Mães, uma das datas consideradas mais importantes para acelerar as vendas no comércio varejista, aproxima-se sem gerar muita euforia no setor produtivo. Os números

calculados pela pesquisa da Fecomércio demonstram um momento extremamente preocupante para o comércio nas cidades de São Luís e Caxias. O levantamento prevê queda no índice de intenção de compras, retração na predisposição pela compra de mais de um produto para presentear e desaceleração nos valores de gastos pretendidos pelos consumidores este ano em relação a 2015.

De acordo com o estudo, vai se desenhando o pior cenário econômico para o Dia das Mães desde o início das pesquisas da Fecomércio em 2011. Com menos pessoas dispostas a ir às compras, menor poder aquisitivo dos consumidores e, principalmente, preocupação dos trabalhadores em relação à estabilidade no emprego atual, é de se esperar que os empresários do comércio aproveitem o forte apelo afetivo da data para reforçar estratégias de vendas ligadas às promoções para reduzir os atuais níveis de estoques.

Dessa forma, já podemos prever que a retomada real do ritmo de vendas no comércio maranhense deverá ficar somente para o segundo semestre deste ano, quando, provavelmente, a inflação estará convergindo para o centro da meta fiscal do Governo, a crise política deve estar parcialmente solucionada e os empresários conseguirão recuperar a confiança no desenvolvimento da nossa economia.

“É de se esperar que os empresários do comércio aproveitem o forte apelo afetivo da data para reforçar estratégias de vendas ligadas às promoções para reduzir os atuais níveis de estoques.”

ANÁLISE DA PESQUISA DE INTENÇÃO DE CONSUMO PARA O DIAS DAS MÃES 2016 EM CAXIAS

O levantamento de intenção de consumo para o Dia das Mães 2016 em Caxias, realizado pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio-MA) em parceria com o Sindicato do Comércio Lojista de Caxias (Sindilojas) e a Câmara de Dirigentes Lojistas de Caxias (CDL), indicou que 80,5% dos consumidores caxienses estão dispostos a comprar produtos para presentear na data. Já 13,2% dos entrevistados afirmaram que não irão às compras e 6,3% não sabem ou não responderam. Na comparação com o mesmo período do ano passado, o índice de intenção de consumo registra uma retração de 1,9%. A pesquisa entrevistou 600 pessoas, entre homens e mulheres com mais de 18 anos, nos principais pontos de circulação de consumidores da cidade de Caxias nos dias 4 a 9 de abril de 2016. A margem de erro da amostra é de 3,7% e o nível de confiança da pesquisa é de 95%.

Na análise por gênero, a pesquisa demonstra que as mulheres, com 82,4% de intenção de consumo, estão mais predispostas às compras do que os homens, que apresentaram 78,4% de intenção de consumo. Em relação a 2015, os homens foram os responsáveis pela queda no índice deste ano, com retração de 12,0% nas intenções de compras, enquanto as mulheres apresentaram aceleração de 8,7% no índice na comparação anual.

No corte por faixa etária, o público mais predisposto ao consumo é formado pelos mais jovens, com idade até 20 anos, que apresentou 84,6% de intenção de compras. Entre os consumidores de 21 a 35 anos, o índice cai para 81,1% e entre os mais velhos, com mais de 36 anos, chega a 78,6%. Em relação à escolaridade, a pesquisa demonstra que a intenção de consumo é crescente em função do nível de instrução do consumidor. Entre aqueles com ensino fundamental o índice é de 76,5%, avançando para 81,7%

entre aqueles com ensino médio e alcançando 93,2% entre os consumidores com ensino superior.

Quando se trata ao poder aquisitivo das famílias, o levantamento prevê que o público mais predisposto ao consumo está situado entre aqueles com renda familiar mensal superior a 6 salários mínimos, que somaram 100% de intenção de compras. Entre aqueles com renda de 3 a 6 salários mínimos o índice cai para 87,4%, chegando a 79,5% entre aqueles com renda familiar mensal inferior a 3 salários mínimos.

Produtos

Para os consumidores que estão dispostos a ir às compras neste Dia das Mães, 66,3% disseram que pretendem comprar apenas um produto, 26,5% afirmaram pretender comprar dois presentes e 5,7% demonstraram interesse em três itens para presentear. Apenas 1,6% dos consumidores



Quantos presentes serão comprados





O que pretendem comprar?



Irão comemorar a data?



entrevistados indicaram que poderão comprar quatro ou mais produtos. Em relação a 2015, este ano a intenção de comprar apenas um produto avançou 21,0%, enquanto a predisposição de adquirir dois produtos recuou 5,0% e três produtos obteve retração de 49,1%.

A lista de produtos preferidos pelos consumidores caixienses para o Dia das Mães deste ano, assim como no ano passado, continua sendo liderada pelos artigos de vestuário, com 46,2% de intenção de consumo, itens de perfumaria e cosméticos, com 24,5%, e flores, com 18,0%. O destaque foram os artigos de vestuários que experimentaram um aumento de 71,1% nas intenções de compras em relação ao ano passado, saindo da segunda para a primeira posição na lista. As flores também apresentaram avanço na intenção de consumo anual de 40,6%, mas mantiveram-se na terceira posição. Já os itens de perfumaria registraram recuo de 10,6%, o que os levou da liderança da lista no ano passado para a segunda posição este ano.

Também aparecem nas escolhas dos consumidores este ano os eletrodomésticos da linha branca, como fogão, geladeira e máquina de lavar (7,1%), as joias (4,9%), celular ou smartphone (2,5%), sapatos (2,5%), relógio (2,0%), livros (1,7%), guarda-roupa ou cama (1,7%) e chocolates (1,5%). Os eletrodomésticos conseguiram avançar 14,5% na preferência dos consumidores em relação ao ano passado. Já as joias e os celulares experimentaram quedas em relação a 2015 de 42,3% e 44,4%, respectivamente. Mas os produtos que registraram a maior retração nas intenções de compras deste ano foram os sapatos, com recuo de 64,3%.

Os artigos de vestuário, que lideram a lista de preferências deste ano, têm peso maior entre as consumidoras, que apontaram 51,1% de intenção de consumo por esses produtos, além das pessoas com mais de 36 anos (60,9%) e renda familiar mensal inferior a 3 salários mínimos (47,0%). Já os itens de perfumaria ganham mais destaque entre os homens (26,9%), consumidores com até 20 anos (26,6%) e renda familiar mensal superior a 6 salários mínimos (67,6%). Entre esses consumidores com a renda mais elevada (su-



Onde pretendem comemorar?

**EM CASA****RESTAURANTE****RIO/CLUBE****OUTROS****VIAGEM****SHOPPING em TERESINA**

perior a 6 salários mínimos) se destacam ainda as joias, com 56,1% de intenção de compras, livros (56,1%) e relógios (21,0%).

Comemoração e gastos

No que diz respeito às comemorações para o Dia das Mães, 77,3% dos consumidores afirmaram que deverão celebrar a data de alguma forma. Já 21,5% disseram que não deverão comemorar e 1,2% não sabem ou não responderam. Em comparação ao ano passado, o índice registra uma estabilização na predisposição dos consumidores à comemoração.

Em relação ao corte por gênero, as mulheres aparecem mais predispostas às comemorações, com 81,4% de intenção de celebrar a data, do que os homens, com 72,7%. Quanto à faixa etária, os consumidores com até 20 anos apresentaram 73,3% de intenção de comemorar, subindo para 78,1% entre aqueles com idade de 21 a 35 anos e alcançando 78,5% entre aqueles com mais de 36 anos. De acordo o nível de escolaridade, o índice registra 78,0% entre aqueles com ensino fundamental, caindo para 75,8% entre os consumidores com ensino médio e chegando a 83,4% entre aqueles com ensino superior. Já na avaliação por renda, a intenção de comemorar é de 76,6% entre as pessoas com renda de até 3 salários mínimos, crescendo para 83,1%

entre os consumidores com renda de 3 a 6 salários mínimos e chegando a 100% entre aqueles com mais de 6 salários mínimos mensais.

Para os que pretendem comemorar, 80,1% devem optar por celebrar a data em casa. Apenas 9,7% demonstraram interesse em ir aos restaurantes, 6,0% aos clubes, balneários ou rios, 1,1% pretendem viajar e apenas 0,4% escolheram os shoppings em Teresina. Outros 2,6% dos consumidores entrevistados não souberam ou não responderam. Quando comparado com 2015, a intenção de ficar em casa no Dia das Mães avançou 35,3%, enquanto a predisposição de ir aos restaurantes recuou 33,6%.

Entre os consumidores que irão às compras e/ou irão comemorar a data, a faixa de valores mais citada para os gastos nesse período ficou situada até 50 reais, indicada por 35,0% dos entrevistados; seguida pela faixa de 51 a 100 reais, apontada por 33,5%, e pela faixa de 151 a 200 reais, com 11,4%. Outros valores que também foram citados pelos consumidores foram mais de 400 reais (7,6%), de 251 a 300 reais (6,9%), de 101 a 150 reais (3,4%), de 351 a 400 reais (1,4%), de 201 a 250 reais (0,7%) e de 301 a 350 reais (0,1%).

Comparado com 2015, a preferência pelas faixas de gastos de até 50 reais e de 51 a 100 reais cresceu 38,3% e 18,8%, respectivamente. Enquanto a preferência pela faixa de gastos de 151 a 200 reais e acima de 400 reais recuou 15,5% e



Como pretendem pagar?

À VISTA
COM DINHEIRO**66,6%****CARTÃO**
DE DÉBITO**25,1%****CREDIÁRIO**
/ CARNE**8,8%****À VISTA**
COM CARTÃO DE DÉBITO**0,8%**

% por renda familiar

À Vista (com dinheiro ou cartão de débito)**Cartão de Crédito**

* SM - Salário Mínimo

38,2%, respectivamente.

Com isso, a média do valor do presente pretendido pelo consumidor este ano foi calculado em 87 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 123 reais. Em relação ao ano passado, o valor médio do presente registrou retração de 15,5% e o valor médio da compra também recuou 29,7%.

As mulheres aparecem com mais predisposição aos gastos do que os homens, sendo que para elas o valor médio do presente é de 88 reais e o valor médio total das compras é de 125 reais, enquanto para eles o valor médio do presente é de 86 reais e o valor médio total das compras é de 121 reais. Em comparação com o ano anterior, ambos os sexos registraram retração nos gastos, sendo que para as mulheres a retração nos gastos foi mais acentuada. Para os homens o recuo foi de 1,1% no valor médio do presente e de 17,7% no valor médio total das compras. Já para as mulheres o recuo foi de 26,6% no valor médio do presente e de 39,0% no valor médio total das compras.

Quanto à faixa etária, considerando-se apenas o valor médio total da compra, a pesquisa demonstra que o valor é decrescente em função do aumento da idade do consumidor. Entre os mais jovens, com até 20 anos, o valor médio é de 151 reais, passando a 136 reais entre aqueles com 21 a 35 anos e chegando a apenas 105 reais entre aqueles com mais de 36 anos. Em todas as faixas etárias foram registrados retrações nos valores médios dos gastos, sendo de 21,8% para aqueles com até 20 anos, de 37,0% para aqueles de 21 a 35 anos e de 27,6% para aqueles com mais de 36 anos.

Na avaliação dos valores médios totais das compras de acordo com a renda dos consumidores, a pesquisa demonstra que a predisposição de gastos também é decrescente em função da renda. Para os consumidores com renda de até 3 salários mínimos, o valor médio é de 118



Quanto pretendem gastar?



Onde pretendem comprar?





Dia preferido para ir às compras



NÃO TEM DIA CERTO

49,7%

QUINTA-FEIRA

3,7%

SÁBADO

29,5%

SEGUNDA-FEIRA

3,5%

SEXTA-FEIRA

7,7%

QUARTA-FEIRA

1,2%

TERÇA-FEIRA

3,9%

DOMINGO

0,8%

reais, passando a 170 reais para aqueles com renda de 3 a 6 salários mínimos e caindo a 100 reais para aqueles com renda superior a 6 salários mínimos mensais. E assim como no corte por gênero e por faixa etária, foram registrados recuos na pretensão de gastos em todas as faixas de renda na comparação com o ano passado, sendo de 24,3% entre as pessoas com renda de até 3 salários mínimos, de 25,1% entre aqueles com renda de 3 a 6 salários mínimos e de 66,1% entre aqueles com renda superior a 6 salários mínimos.

Pagamentos e onde comprar

A forma de pagamento preferida pelos consumidores para o Dia das Mães deste ano continua sendo a modalidade à vista, que registrou 67,4% da indicação dos entrevistados, tendo 66,6% optado pelo uso do dinheiro e 0,8% optado pelo uso do cartão de débito. Apenas 25,1% dos consumidores apontaram o cartão de crédito como a modalidade de pagamento preferencial neste período e 8,8% indicaram o carnê ou crediário das lojas.

O cartão de crédito tem peso maior na escolha dos consumidores com idade até 20 anos, com 31,0% de opção por essa modalidade de pagamento, assim como aqueles com ensino médio (32,8%) e renda familiar mensal entre 3 a 6 salários mínimos (35,4%). Já o uso do dinheiro tem peso maior na opção das pessoas com mais de 36 anos (71,6%), ensino fundamental (75,3%) e renda familiar superior a 6 salários mínimos (88,6%).

Quanto aos locais em que os consumidores pretendem comprar os presentes para o Dia das Mães, 85,9% apontaram as lojas no Centro/Calçadão e Adjacências como a preferência. Também apareceram no levantamento as lojas de bairro (3,3%), supermercados (2,2%),

comércio em Teresina (2,1%), catálogo (1,7%), comércio informal (1,1%) e internet (0,7%). Outros 3,6% não souberam ou não responderam. Na comparação com o ano passado, as lojas no Centro avançaram 36,3% na preferência dos consumidores este ano, enquanto as lojas dos shoppings em Teresina recuaram 68,2%.

Dias e motivações

Em relação ao dia em que os consumidores pretendem ir às compras, quase a metade dos entrevistados em Caxias (49,7%) disse não haver um planejamento quanto à data e quase um em cada três pessoas (29,5%) revelou que deverá ir em busca do presente para o Dia das Mães no sábado. Também foram citados, mas com menor relevância, a sexta-feira (7,7%), terça-feira (3,9%), quinta-feira (3,7%), segunda-feira (3,5%), quarta-feira (1,2%) e domingo (0,8%).

O estudo apontou também quais os motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas e efetuem as compras. Para 45,7% dos entrevistados, as promoções é o fator primordial no momento das compras, já 31,6% deles apontaram os preços como o fator que mais influencia nessa hora e 30,3% indicaram a recepção dos vendedores. Outros motivos que também formaram a lista de motivações dos consumidores foram a qualidade dos produtos (11,9%), a variedade (9,6%) e as vitrines atraentes (4,1%). Já 4,5% dos entrevistados afirmaram que escolhem as lojas antes de sair de casa e 0,4% indicaram outros motivos.

Outros dados da pesquisa de intenção de consumo para o Dia das Mães 2016 em Caxias podem ser encontrados no site da Federação do Comércio: www.fecomercio-ma.com.br



Quais os motivos para comprar?



45,7%
PROMOÇÃO

31,6%
PREÇO

30,3%
RECEPÇÃO
DOS VENDEDORES

11,9%
QUALIDADE
DOS PRODUTOS

9,6%
VARIEDADE

4,5%
ESCOLHEAS LOJAS
ANTES DE SAIR

4,1%
VITRINE

0,4%
OUTROS



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 Sampalo da Silva; Djalma Souza Chaves; José William Câmara Ribeiro; Manoel Antonio Souza Barbosa; Antonio Iris de Oliveira; José Ivan Ferreira; Reginaldo Pacheco de Sousa; Luis Joaquim Braga Sobrinho; João de Lima Filho; Paulo Henrique da Silva.

SUPERINTENDENTE FECOMÉRCIO

João Torres de Melo Saboia Neto

ASSESSOR JURÍDICO

José Ahirton Batista Lopes

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Max de Medeiros
Jovanna Abreu

EQUIPE TÉCNICA

Raimundo Nonato Paz – Economista
Francisco Estevam Martins de Oliveira – Estatístico

CAPA E DIAGRAMAÇÃO

Cleiton Costa

CONTATO

Rua do Outeiro, nº 456, Centro - São Luís - MA - Cep: 65025-670
Fone: (98) 3131.7171 / Fax: (98) 3131.7172
ascom@fecomercio-ma.com.br

SINDILOJAS CAXIAS/MA

PRESIDENTE

José Ivan Ferreira

DIRETORES

Antonio José Teixeira da Luz; Marildes Azevedo Baccelar; Manoel Maciel Cantanhede; Deuzelina Moraes de Oliveira; Ivonete Costa Vieira; Maria dos Remédios Evangelista de Sousa.

CDL CAXIAS/MA

PRESIDENTE

Maria dos Remédios Evangelista de Sousa

DIRETORES

Narciso Amâncio Neto; Marildes Azevedo Baccelar; Silvana Fontes Pinheiro; Agostinho de Jesus Maciel e Silva Neto; Anacélia Pereira da Silva; Francisca Teresa Barros Coelho; Antonia Sousa Rios.