

2016 PESQUISA DE INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS PAIS



Caxias
4 a 9 de julho





Economia inicia recuperação

José Arteiro da Silva

PRESIDENTE DO SISTEMA FEComércio/MA

Atualmente estamos passando por um processo lento e gradual de recuperação econômica. O maior problema, ainda longe de solução, é o orçamento público tanto na esfera federal quanto estadual. Nesse sentido, as alternativas para diminuir o déficit orçamentário passam pela redução dos gastos do governo ou o aumento de impostos, sendo que este último afeta diretamente a demanda na economia num primeiro momento e poderia, ainda, limitar o crescimento do PIB levando em consideração o curto prazo. Diante desse cenário, a recuperação dos indicadores econômicos ainda é tímida, mas já é motivo de alívio em alguns aspectos na comparação com os últimos anos. Se ainda não foram suficientes para deixarem os empresários otimistas, foi o necessário para deixar o ambiente promissor.

A inflação, por exemplo, já começa a apresentar sinais de enfraquecimento que refletem nas condições necessárias para uma longa trajetória de recuperação do poder de compra da moeda e a capacidade de consumo da população. Embora os problemas sociais causados pelo enfraquecimento do mercado de trabalho possam demandar um período maior para o seu restabelecimento com índices de emprego semelhantes ao do período pré- crise, observase um maior ânimo dos empresários do comércio em revisar suas expectativas de investimento que eram baixas diante da crise, buscando equilibrar o nível correto de investimento com

suas vendas e possibilidades de renovação de seu estoque.

Com a chegada do mês de agosto, novas perspectivas surgem no horizonte dos empresários do comércio, dentre elas teremos uma data festiva muito importante que é o Dia dos Pais. É um momento importante para realizar a venda de estoques antigos de produtos que se depreciam

em termos de perda de valor, permitindo que haja um redimensionamento do tamanho do estoque e a recomposição por novos produtos, otimizando as possibilidades de faturamento no comércio varejista. Nessa perspectiva, os planejamentos estratégicos das empresas começam a mudar e, na medida em que os resultados positivos de vendas surgem com ações como promoções e demais ferramentas que tornem seus produtos e empreendimento mais atrativos, as probabilidades de regeneração da capacidade econômica se tornam mais concretas.

Assim, já podemos afirmar que o início deste segundo semestre de 2016 poderá ser determinante para a reabilitação dos indicadores econômicos

de crescimento da economia, além de se formatar como um cenário favorável à implementação de medidas de ajuste fiscal e tributário que possibilitarão o ressurgimento das condições necessárias para a redução dos juros praticados na oferta de crédito aos consumidores e empresários, trazendo para a economia maranhense um panorama de desenvolvimento equilibrado e promissor.

“Com a chegada do mês de agosto, novas perspectivas surgem no horizonte dos empresários do comércio.”

ANÁLISE DA PESQUISA DE INTENÇÃO DE CONSUMO PARA O DIA DOS PAIS 2016 EM CAXIAS

A Pesquisa de Intenção de Consumo para o Dia dos Pais 2016 em Caxias, realizada 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), aponta que 80,3% dos consumidores pretendem comprar algum produto para presentear em função da data, enquanto 16,6% não irão comprar produto, e 3,1% não sabe ou não respondeu. Na comparação com o mesmo período do ano passado, os dados indicam para uma expressão melhora, apresentando alta de 30,15% para consumidores que pretendem comprar algum produto para presentear, redução de 47,63% entre os consumidores que não comprariam e redução também no número de indecisos em 53,73%.

A pesquisa entrevistou 600 pessoas em Caxias, entre homens e mulheres com mais de 18 anos nos principais pontos de circulação de consumidores nesta cidade. A margem de erro da amostra é de 3,7% e o nível de confiança da pesquisa é de 95%.

Levando em consideração o corte por faixa etária, revela-se em Caxias que a faixa de idade de 21 a 35 anos mantém o maior índice de intenção de compras com 86,7%. Entre as pessoas até 20 anos, o percentual

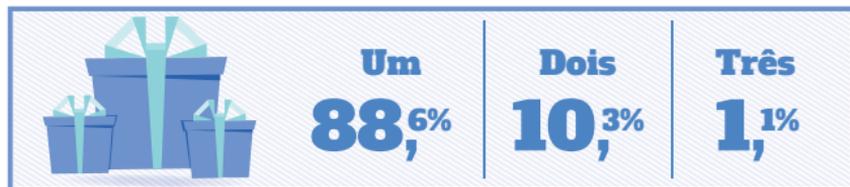
é de 82,9% e reduz para 76,3% para as pessoas acima de 36 anos. O nível de intenção de consumo também é crescente em função da escolaridade. Em Caxias, a pesquisa indica esta tendência de elevação do consumo conforme elevação da escolaridade, com índice de 73,8% para quem possui o ensino fundamental, 81,4% para quem possui ensino médio e de 90,3% para quem possui o ensino superior.

Quando o indicador utilizado na pesquisa é a renda familiar mensal para intenção de compra, nota-se que aqueles que possuem renda de até 3 salários mínimos tem 77% de intenção de compra e que eleva-se para 86,1% para quem possui renda de 3 até 6 salários mínimos e chega a 95,4% para quem possui rendimentos mensais superiores a 6 salários mínimos. Como parte dos componentes responsáveis pela elevação das intenções de compra neste ano, adiciona-se o maior número de promoções ofertadas pelos lojistas, diante da necessidade de redução de seus estoques e a busca de sua renovação. Isto pode significar um provável início da recuperação do mercado consumidor, com uma retomada da atividade econômica, possibilitando o provável fim do período de recessão da economia local.

Produtos

De acordo com a pesquisa, 88,6% dos entrevistados demonstraram interesse em comprar até um produto, enquanto 10,3% demonstraram interesse em comprar dois produtos e os demais (1,1%) apresentaram o desejo de comprar três ou mais produtos. Comparando-se estes dados com os dados obtidos em 2015, observa-se um aumento de 18,93% entre aqueles com desejo de consumir um produto e redução de 50% para os consumidores com intenção de consumir até dois produtos.

A lista de produtos preferidos pelos consumidores para o Dia dos Pais deste ano é liderada pelos artigos de vestuário com 44,9% de intenção de consumo e





O que pretendem comprar?



itens como sapatos, bolsas e cintos com 17%. Estes dois tipos de produtos que lideram a preferência do consumidor registraram, respectivamente, reduções de 14,96% e 12,37% nas intenções de compra em relação ao ano passado. Também aparecem nas escolhas dos consumidores neste ano os artigos de perfumaria com 9,9%, relógios com 9,5%, celulares com 8,8% e materiais esportivos com 7,2. Destes itens elencados ao serem analisados levando em consideração a pesquisa de 2015, observa-se que o item perfumaria teve uma redução de 24,43%, relógios tiveram um ligeiro aumento de 3,26%, os celulares tiveram uma expressiva elevação de intenção de compra com 109,52%, assim como os materiais esportivos com 500%.

Em relação à renda dos consumidores, os artigos de vestuários possuem a maior relevância entre as famílias com renda familiar mensal inferior a 3 salários mínimos, com 45,6% na intenção de consumo. Entre os que possuem renda de 3 a 6 salários mínimos este índice atinge 41,9% e 29% para os que possuem renda superior a 6 salários mínimos. Para os consumidores com renda mais elevada (superior a 6 salários mínimos), tem maior relevância os produtos como relógios com 21,4%, sapatos, carteiras e cintos com 19,9%, e perfumaria com 13,9% na intenção de consumo.

Comemoração e gastos

No que diz respeito às comemorações do Dia do País, 84,1% afirmaram que vão celebrar a data de alguma forma, enquanto 15,3% informaram que não comemorarão a data e 0,6% não sabe ou não respondeu. Em comparação ao mesmo período do ano passado, houve uma elevação de 23,49% entre os que desejam comemorar a data.

Em relação à amostra da pesquisa por gênero, as mulheres se apresentam menos predispostas às comemorações com 83,6% de intenção de celebrar a data em relação aos homens onde este índice é de 84,6%. Quanto à faixa etária, os consumidores com idade até 20 anos apresentaram 90,5% de intenção de comemorar, já aqueles com idade entre 21 até 35 anos o indicador reduz para 88,7% e recua para 79,3% dentre aqueles com idade acima de 36 anos. De acordo com o nível de escolaridade, o índice registra 75,6% entre aqueles com ensino fundamental, subindo para 86% entre os consumidores com o ensino médio e atingindo 94,7% entre aqueles com ensino superior.



Irão comemorar a data?

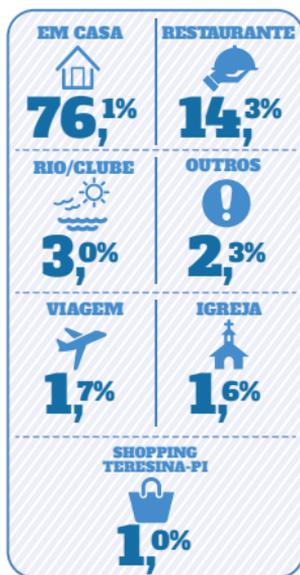
Sim
84,1%



Não
15,3%



Onde pretendem comemorar?



Na avaliação por renda, a intenção de comemorar é de 83,3% entre as pessoas com renda de até 3 salários mínimos, crescendo para 87,3% entre os consumidores com renda de 3 até 6 salários mínimos e de 97,7% entre aqueles com mais de 6 salários mínimos mensais. Para os que pretendem comemorar, 76,1% devem celebrar a data em casa. Apenas 14,3% demonstraram interesse em ir a restaurantes, 3% em ir a algum clube ou rio, e 1,7% pretendem viajar. Quando comparado com 2015, a intenção de ficar em casa no Dia dos Pais reduziu 7,53%, enquanto a predisposição de ir a restaurantes subiu 44,4%.

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 entre 51 a 100 reais, indicada por 48,2% dos entrevistados, seguida pela faixa de até 50 reais apontada por 21,3%, e pela faixa de 151 até 200 reais, com 11,4%. Outros valores também citados foram de 101 até 150 reais com 6,5%, de 251 a 300 reais com de 5%, de mais de 400 reais com 4,9%, e as duas faixas seguintes de 201 a 250 reais e de 351 a 400 reais com o mesmo índice de 1,2%.

A média do valor do presente pretendido pelo consumidor este ano foi calculado em 110 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 126 reais. O valor médio do presente quando comparado ao valor do ano passado, teve uma leve alta de 1,85%, mas quando analisamos o valor médio da compra, observamos uma forte redução de 10,64%, motivado, principalmente, pela queda no número de presentes pretendidos pelos consumidores caxienses este ano.

As mulheres aparecem com mais predisposição aos gastos do que os homens, sendo que para elas, o valor médio do presente é de 119 reais e o valor médio das compras é de 135 reais, enquanto para eles o valor médio do presente é de 102 reais e o valor médio das compras é de 117 reais.



Como pretendem pagar?

À vista
com dinheiro



53,9%

Cartão
de crédito



29,3%

Crediário
/ casar



12,5%

À vista
com cartão de débito



4,5%

% por renda familiar

À Vista (com dinheiro ou cartão de débito)

< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
61,9	51,4	59,9

Cartão de Crédito

< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
28,5	27,3	23,8

* SM - Salário Mínimo

Quanto à faixa etária, considerando-se apenas o valor médio da compra, a pesquisa demonstra que entre os mais jovens, com até 20 anos, o valor médio é de 124 reais, passando a 134 reais entre aqueles com 21 a 35 anos e recuando a 122 reais entre aqueles com mais de 36 anos.

Na avaliação dos valores médios das compras de acordo com a renda dos consumidores, a pesquisa demonstra que a predisposição de gastos é decrescente em função da renda. Para os consumidores com renda de até 3 salários mínimos, o valor médio das compras é de 128 reais, passando a 126 reais para aqueles com renda de 3 a 6 salários mínimos e de 111 reais para aqueles com mais de 6 salários mínimos. Foram registradas quedas na pretensão de gastos em todas as faixas de renda em comparação ao ano passado, sendo de -7,9% para a faixa de renda de até 3 salários mínimos, de -32,6% para a faixa de renda de 3 a 6 salários mínimos e de -47,1% para a faixa de renda superior a 6 salários mínimos.

Pagamentos e onde comprar

A forma de pagamento preferida pelos consumidores para o Dia dos Pais deste ano continua sendo a modalidade de pagamento a vista em dinheiro, que registrou 53,9% da indicação entre os entrevistados, tendo 29,3% optado pelo uso do cartão de crédito e apenas 4,5% optado pelo uso do cartão de débito. Já 12,5% optaram pelo uso de carnês/crediário como modalidade preferencial de pagamentos. Em relação ao ano passado, a preferência pelo pagamento à vista em dinheiro reduziu 13,62%, enquanto a tendência pelo uso do cartão de crédito diminuiu 4,25%.

Em face à análise sobre a preferência relacionada à forma de pagamento, observa-se que a redução do uso do cartão de crédito deve-se à percepção dos altos juros cobrados pelas operadoras de cartão de crédito.



Quanto pretendem gastar?

De R\$ 51 a R\$ 100	Até R\$ 50	De R\$ 151 a R\$ 200
48,2%	21,3%	11,4%
De R\$ 101 a R\$ 150	De R\$ 251 a R\$ 300	Mais de R\$ 400
6,5%	5,0%	4,9%
De R\$ 201 a R\$ 250	De R\$ 351 a R\$ 400	De R\$ 301 a R\$ 350
1,2%	1,2%	0,3%

	Média do valor geral da compra	Média do valor por presente
Total	R\$ 126⁰⁰	R\$ 110⁰⁰
Homens	R\$ 117⁰⁰	R\$ 102⁰⁰
Mulheres	R\$ 135⁰⁰	R\$ 119⁰⁰



Onde pretendem comprar?



Lojas no Centro

80,1%

Outros

7,1%

Lojas de bairro

5,4%

Comércio em Teresina - PI

1,8%

Comércio informal

1,7%

Supermercados

1,6%

Catálogo

1,3%

Internet

1,0%



Dia preferido para ir às compras



A redução dos pagamentos à vista com dinheiro diminuiu em função da economia estar em um período de recessão com fraco consumo e o nível de endividamento das famílias ainda impacta sobre as vendas no varejo.

Quanto aos locais em que os consumidores pretendem comprar os presentes para o Dia dos Pais, 80,1% apontam a preferência pelas lojas no Centro, Calçadão e adjacências, em seguida estão as lojas de rua/bairro com 5,4%, supermercados com 1,6%, internet com 1%, comércio em Teresina com 1,8% e o comércio informal com 1,7% da preferência do consumidor. No corte por faixa etária, as lojas do Centro, calçadão e adjacências se destacam entre todas as faixas de idade com índices variando de 79,2% a 80,6%. Ao analisarmos a preferência por lojas de rua/bairro, observa-se uma maior variação na preferência dos consumidores de até 20 anos com 10,3% da preferência, reduzindo para 5,6% entre os jovens de 21 a 35 anos, e de 3,2% para pessoas a partir dos 36 anos.

Na avaliação por faixa de renda, os consumidores com renda até 3 salários mínimos apresentam 80,7% de preferência por fazer suas compras em lojas no centro/calçadão e adjacências, enquanto entre aqueles com renda entre 3 a 6 salários mínimos o índice por esta preferência diminuiu para 78,3% e recua para 64,7% para aqueles com renda superior a 6 salários mínimos.

Dias e motivações

Em relação ao dia em que os consumidores pretendem ir às compras, 32,7% disseram não ter dia certo para fazer as compras, 20,5% revelaram o sábado com

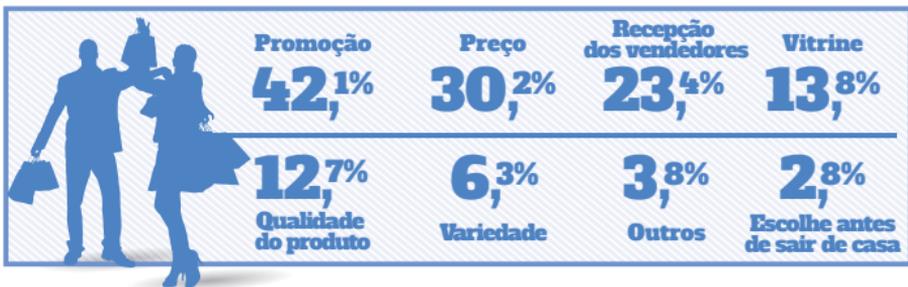
dia preferencial e 16,1% a segunda-feira. Também são citados, com menor relevância, a sexta-feira com 10,9%, a quarta-feira com 8%, a terça-feira com 5,5%, a quinta-feira com 4,6% e os domingos com 1,7%. O estudo também apontou quais os motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas e efetuarem as compras. Para 42,1% dos entrevistados, as promoções são o fator primordial no momento das compras, já 30,2% apontam para os preços como o fator que mais influencia nessa hora. Outros motivos que também formaram a lista de motivações dos consumidores foram a qualidade dos produtos com 12,7%, as vitrines com 13,8%, recepção dos vendedores com 23,4% e 6,3% indicaram a variedade como atrativo principal na escolha da loja. Porém, 2,8% dos entrevistados afirmaram que escolhem as lojas antes de sair de casa e 2,8% indicaram outros motivos que definem sua escolha por determinada loja.

Ao analisar as opções do lojista face ao preparo de sua loja para o atendimento aos consumidores, pondera-se sobre a necessidade de aumentar o volume de promoções, em um cenário onde a concorrência já pratica a flexibilização dos preços (descontos), de forma a garantir o volume de vendas razoável e que permita a renovação de seus produtos com vistas a tornar seu empreendimento mais atrativo ao público em geral.

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



Quais os motivos para comprar?



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 Iris de Oliveira; José Ivan Ferreira; Reginaldo Pacheco de Sousa; Luís 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

Eduardo Campos – Economista
Francisco Estevam Martins de Oliveira – Estatístico

CAPA E DIAGRAMAÇÃO

Cleiton Costa

CONTATO

Av. 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

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.