

**Instituto
Fecomércio DF**

**PESQUISA SOBRE A INTENÇÃO DE
COMPRAS E A EXPECTATIVA DE
VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA
DO DF**

DIA DAS MÃES 2021



INSTITUTO FECOMÉRCIO DO DISTRITO FEDERAL

Presidente: José Aparecido da Costa Freire

Diretor Executivo: Álvaro Silveira Júnior

Estatístico: Rafael Rezende de Moraes

Economista: Lucas Miranda Moraes

Entrevistadores: Abdel Kaldas Monteiro; Abraão Nilton dos Santos; Angélica Gonçalves Menezes de Miranda; Lorraine Spigolon Corsi Moreira; Marcela Ferreira da Silva Dias e Eivaldo de Souza Silva.

Coordenadora Geral: Regina Malheiros Santos Ribeiro

SUMÁRIO

1- Apresentação.....	1
2- Metodologia.....	1
3- Distribuição amostral.....	3
4- Intenção de compras.....	4
4.1- Intenção de presentear.....	4
4.2- Motivos para não presentear.....	4
5- Ticket médio e forma de pagamento.....	5
5.1- Ticket médio.....	5
5.2- Ticket mediano.....	5
5.3- Média de Presentes.....	5
5.4- Formas de pagamento.....	6
6- Preferências.....	7
6.1-Preferência por produtos.....	7
6.2- Preferência por local de compra.....	7
6.3- Preferência por horário.....	8
6.4- Preferência por dia.....	8
7- Experiências de consumo.....	9
7.1- Índice de recompra.....	9
7.2- Índice de rejeição.....	9
8- Perfil lojista.....	11
9- Expectativa de vendas.....	12
9.1- Expectativa de vendas para a Páscoa em comparação aos dias normais.. ..	12
9.2- Expectativa de vendas para a Páscoa em comparação ao efetivamente vendido na Páscoa do ano passado.....	12
9.3- Série Histórica das expectativas de vendas ao efetivamente vendido no ano passado.....	13
10. Ticket médio e forma de pagamento.....	14
10.1- Ticket médio.....	14
10.2- Ticket mediano.....	14
10.3- Forma de pagamento.....	15
11- Estratégia de vendas.....	15
12- Preços.....	16
12.1- O que pretende em relação aos preços.....	17
12.2- Justificativa para aumento de preços.....	18
12.3- Justificativa para redução de preços.....	18
13- Estoque.....	19
14- Conclusão.....	20

1- APRESENTAÇÃO

O Dia das Mães é celebrado no Brasil, tradicionalmente, no segundo domingo do mês de maio e tem como objetivo homenagear a figura familiar materna e a maternidade. Este momento é, também, muito aguardado pelo comércio por ser a segunda data comemorativa mais importante do ano, atrás somente do Natal, produzindo, portanto, um significativo movimento nas cadeias produtivas e econômicas locais.

A Pesquisa de Expectativa de Compras e Vendas tem como principal objetivo verificar a disposição dos consumidores quanto aos gastos com presentes, assim como a expectativa de vendas dos comerciantes, para demonstrar o impacto deste consumo sazonal na economia local, notadamente, no segmento do comércio de bens, serviços e turismo do DF. O seu resultado é, ainda, importante para subsidiar o empresariado local no planejamento de melhorias para os seus negócios e tomadas de decisões.

Nesta edição 2021, foram aplicadas junto aos consumidores, perguntas como: intenção de presentear; preferências de consumo; forma de pagamento; valor esperado de compra, entre outras. No tangente ao questionário aplicado aos lojistas, foram abordadas variáveis como: expectativa de vendas; ticket médio e estratégias de vendas, entre outras.

2- METODOLOGIA

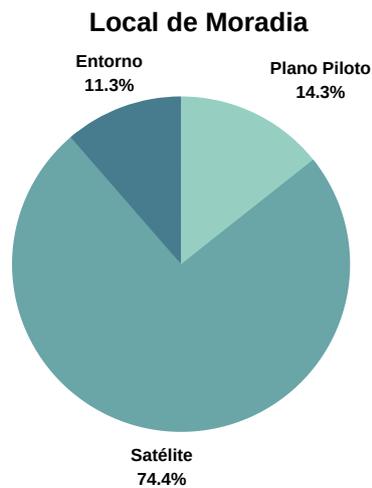
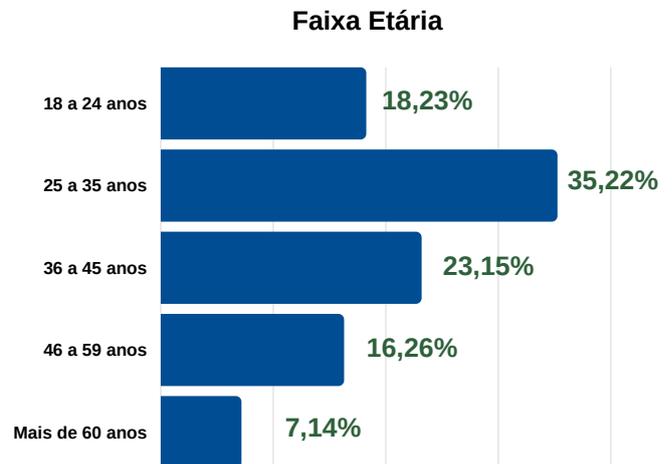
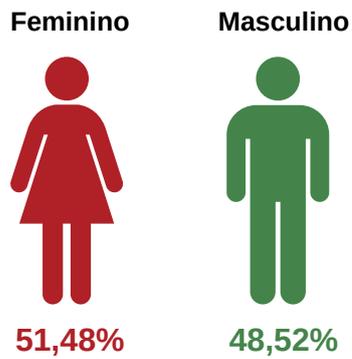
Os dados foram coletados entre os dias 29 de março e 5 de abril de 2021. A abordagem de consumidores se deu de forma aleatória, em diferentes pontos de circulação do DF, resultando em uma amostra de 406 respondentes. Já a abordagem aos lojistas, estrategicamente direcionada a partir da posição gerencial, se deu de forma telefônica, compreendendo uma amostra de 401 empresas de diferentes segmentos, concentradas em várias regiões do DF.

Para o cálculo estatístico, considerou-se um nível de confiança de 95% e margem de erro de, aproximadamente, 5%. Todos os dados financeiros são deflacionados pelo IPCA nacional e gerenciados por meio do software Microsoft Power BI, amplamente utilizado no campo de pesquisas de mercado. A pesquisa inclui, ainda, breve estudo analítico que busca compreender aspectos comportamentais de consumidores e lojistas, com vista a ampliação do conhecimento e estudo das variáveis, quantitativas e qualitativas, que influenciam no cenário econômico do comércio de bens, serviços e turismo do DF.



Consumidor

3- DISTRIBUIÇÃO AMOSTRAL

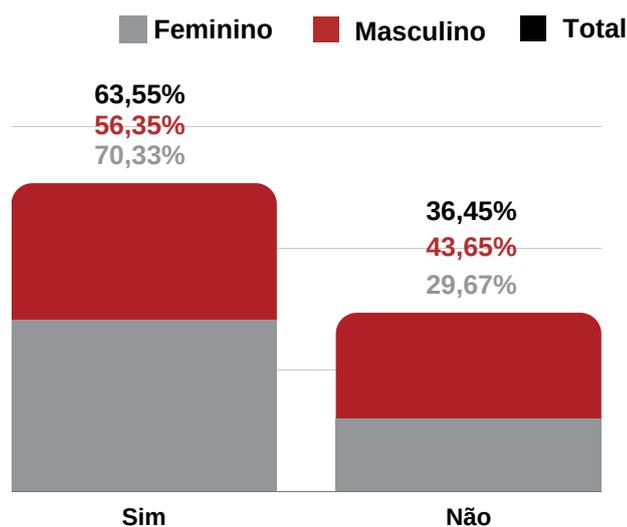


O "agente representativo" da pesquisa (maior parte dos entrevistados por categoria) é formado por mulheres (51,48%) e faixa etária 25 a 35 anos (35,22%). Houve abrangência geográfica bastante heterogênea, ou seja, pessoas que residem em diversas localidades do DF e entorno foram entrevistadas.

4- INTENÇÃO DE COMPRA

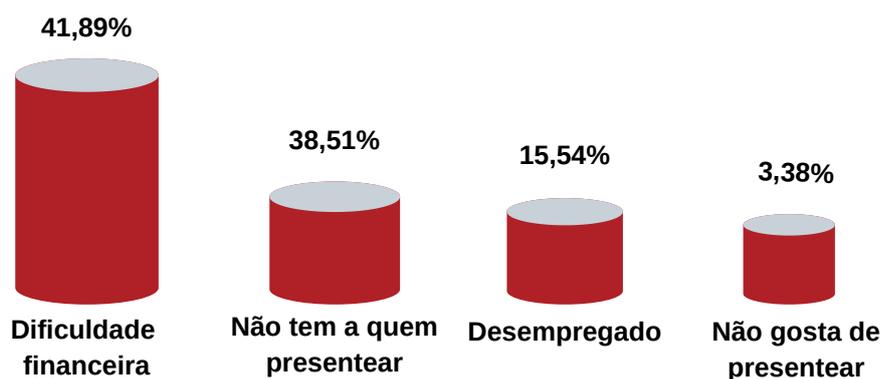
4.1- Intenção de presentear

Pretende comprar algum presente no Dia das Mães?



4.2- Motivos para não presentear

Por que não vai comprar?



- 63,55% dos entrevistados possuem a intenção de comprar presentes no Dia das Mães de 2021.
- 36,45% dos entrevistados não possuem a intenção de presentear no Dias das Mães de 2021. Destes, a maioria, 41,89%, indicou que está com dificuldade financeira.

5- TICKET MÉDIO E FORMA DE PAGAMENTO

5.1- Ticket médio



R\$ 158,71

R\$ 114,96

2018

2021

Ticket médio por gênero

Feminino	Masculino
R\$ 119,05	R\$ 109,54

5.2-Ticket mediano



R\$ 100,00

2021

Ticket mediano por gênero

Feminino	Masculino
R\$ 100,00	R\$ 100,00

5.3- Média de Presentes

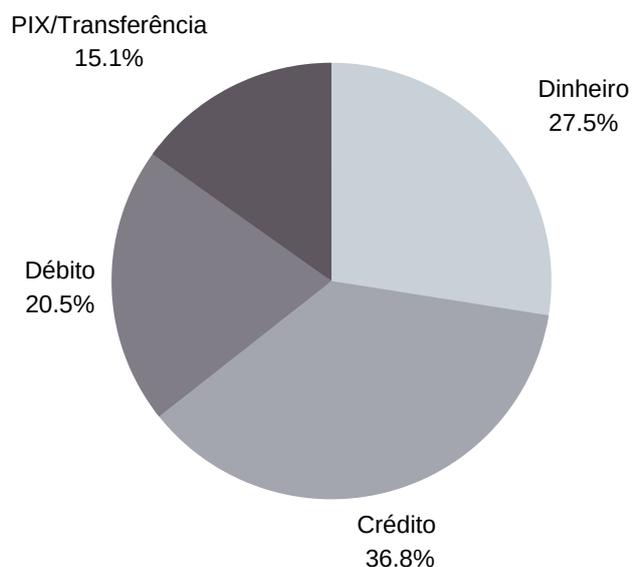


1,36

2021

- O valor médio de compra indicado pelos entrevistados para o Dia das Mães de 2021 foi de R\$ 114,96. Esse valor foi menor do que o valor médio de compra do Dia das Mães de 2018, última pesquisa realizada, cuja variação nominal foi de -27,56%. Considerando a inflação do período, medida pela calculadora do IPCA no site do IBGE, a variação real do valor médio de compras para o Dia das Mães de 2021, foi de -36,80%.
- A variação na indicação do valor médio de compra entre os gêneros apontou 8,68% maior para as mulheres em relação ao indicado pelos homens.
- Os consumidores entrevistados indicaram uma média de 1,36 presentes que irão comprar para a data comemorativa pesquisada.

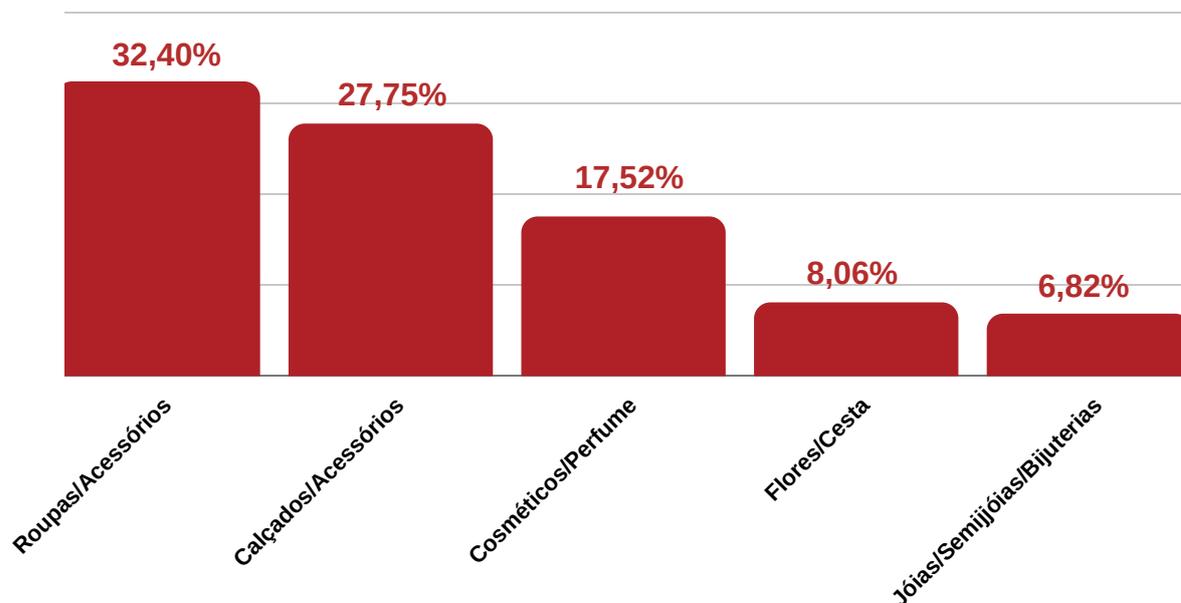
5.4- Opção de pagamento



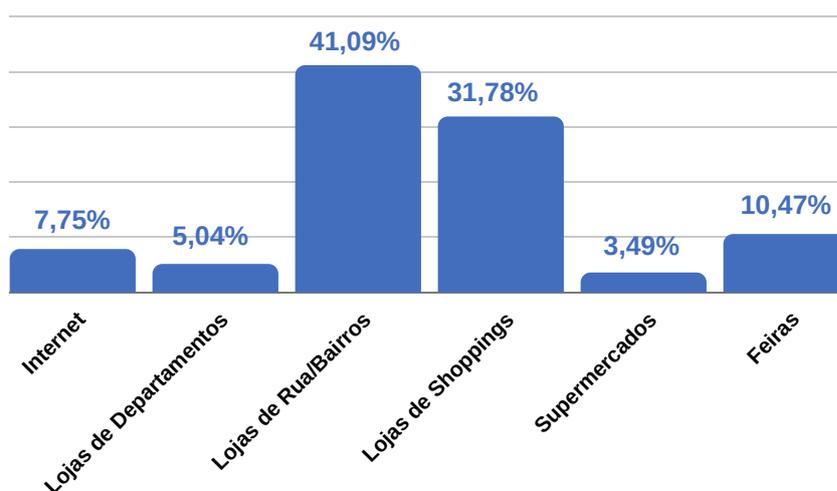
- 63,1% dos entrevistados indicaram que irão pagar as suas compras, no dinheiro (27,5%), no cartão de débito (20,5%), ou através de PIX/Transferência (15,1%). Liquidar imediatamente a compra foi a opção mais indicada pela maioria dos entrevistados.

6- PREFERÊNCIAS

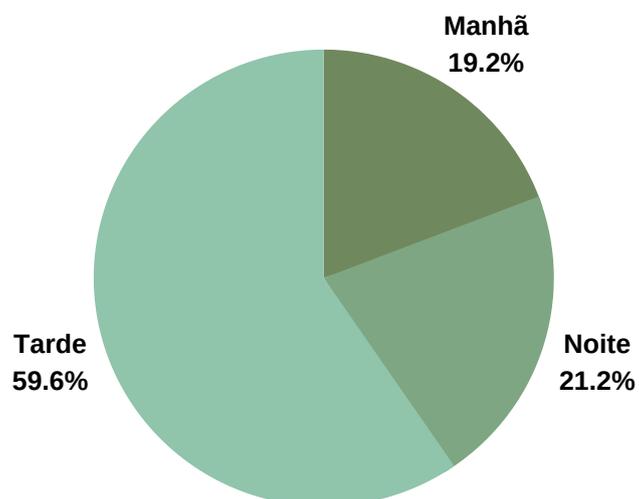
6.1- Preferência por produto (até 3 opções)



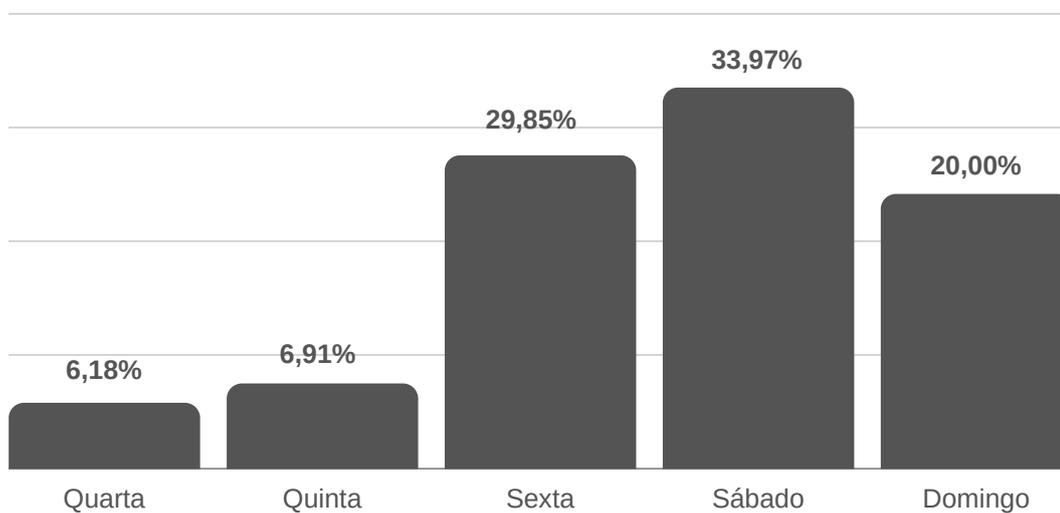
6.2- Meio mais utilizado para a compra



6.3- Preferência por horário



6.4- Preferência por dia



7- EXPERIÊNCIAS DE CONSUMO

7.1- Índice de recompra



- O índice de recompra é um indicador que demonstra o principal motivo para o consumidor retornar ao estabelecimento comercial para realizar nova compra. O estudo mostrou que o Desconto/Promoção (53,49%) é uma excelente estratégia para a fidelização do cliente.

7.2- Índice de rejeição

- O índice de rejeição é o oposto ao índice de recompra, ou seja, é o indicador que demonstra o motivo que faz com que o cliente não retorne à loja após efetuar a compra ou visitá-la. O Preço alto (46,90%) liderou e apontou que o preço acima do preço de equilíbrio do mercado competitivo é um fator determinante para a queda da clientela.





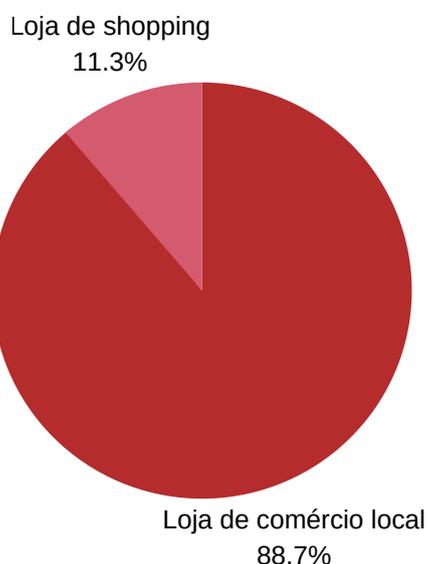
Lojista

8- PERFIL LOJISTA

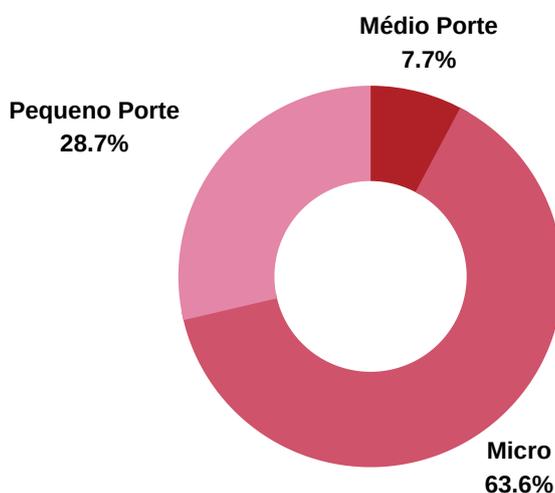
Segmentos



Tipo



Porte

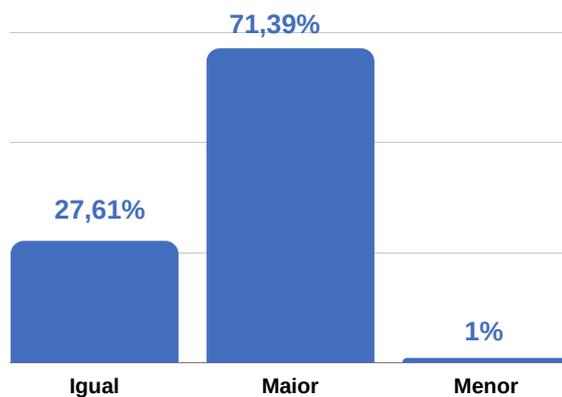


O estudo buscou abranger os segmentos diretamente impactados pela data comemorativa para obter representatividade do universo do mercado. Foi levado em consideração, também, o porte do estabelecimento e a região administrativa onde a loja está localizada. Dessa forma, foram entrevistadas micro e pequenas, médias e grandes empresas, distribuídas em diversas regiões administrativas do DF, apurando-se qual seria a expectativa de vendas para o Dia das Mães.

9- EXPECTATIVA DE VENDAS PARA O DIA DAS MÃES

9.1- Expectativa de vendas para o Dia das Mães em comparação aos dias normais de venda.

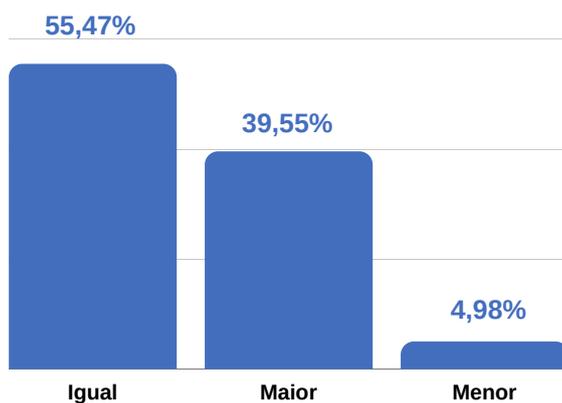
Expectativa em relação aos dias normais de vendas



Expectativa geral de crescimento médio em relação aos dias normais de +16,21%

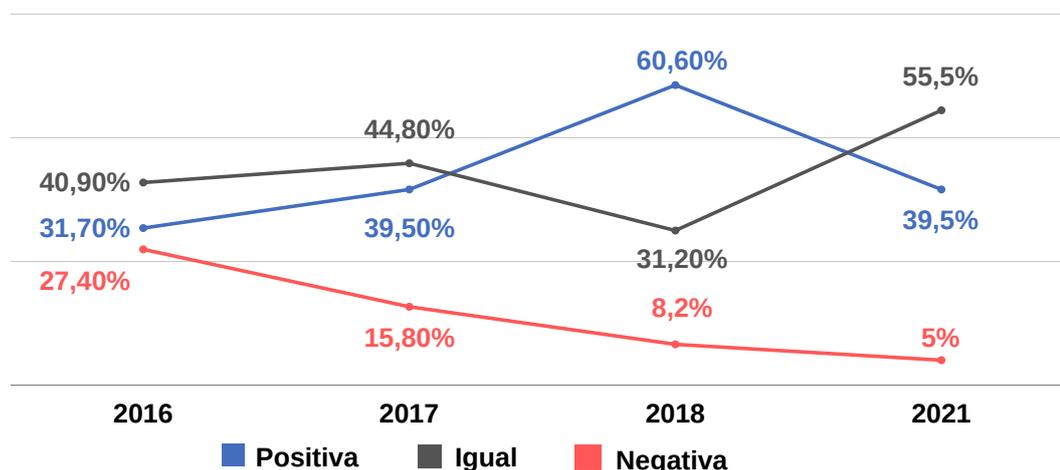
9.2- Expectativa de vendas para o Dia das Mães em comparação ao que foi efetivamente vendido no Dia das Mães do ano passado.

Expectativa em relação ao efetivamente vendido no Dia das Mães do ano passado



Expectativa geral de crescimento médio em relação ao efetivamente vendido no ano passado de +15,25%

9.3- Série Histórica das expectativas de vendas ao efetivamente vendido no ano anterior.



55,5% dos lojistas entrevistados responderam que têm expectativa de vendas iguais com relação ao efetivamente vendido no Dia das Mães do ano passado. 39,5%, esperam um montante de vendas maiores à data comemorativa do ano passado. A média da variação esperada em relação ao efetivamente vendido no ano passado resultou em +15,25% nas vendas do Dia das Mães de 2021.

Foi perguntado, também, sobre a expectativa dos lojistas sobre o Dia das Mães em relação aos dias normais de vendas e o resultado foi que para 71,39% dos lojistas entrevistados as expectativas são de vendas maiores do que em dias normais e 27,61% esperam vendas iguais. A média da variação esperada em relação aos dias normais resultou em +16,21% de vendas na data do Dia das Mães.

Vale ressaltar que no gráfico da série histórica não há os dados do ano de 2020 devido ao lockdown no período de coleta da pesquisa do Dia das Mães e do ano de 2019 devido a motivos operacionais.

10-TICKET MÉDIO E FORMA DE PAGAMENTO

10.1- Ticket médio



R\$ 120,00

2018



R\$ 189,78

2021

10.2- Ticket mediano



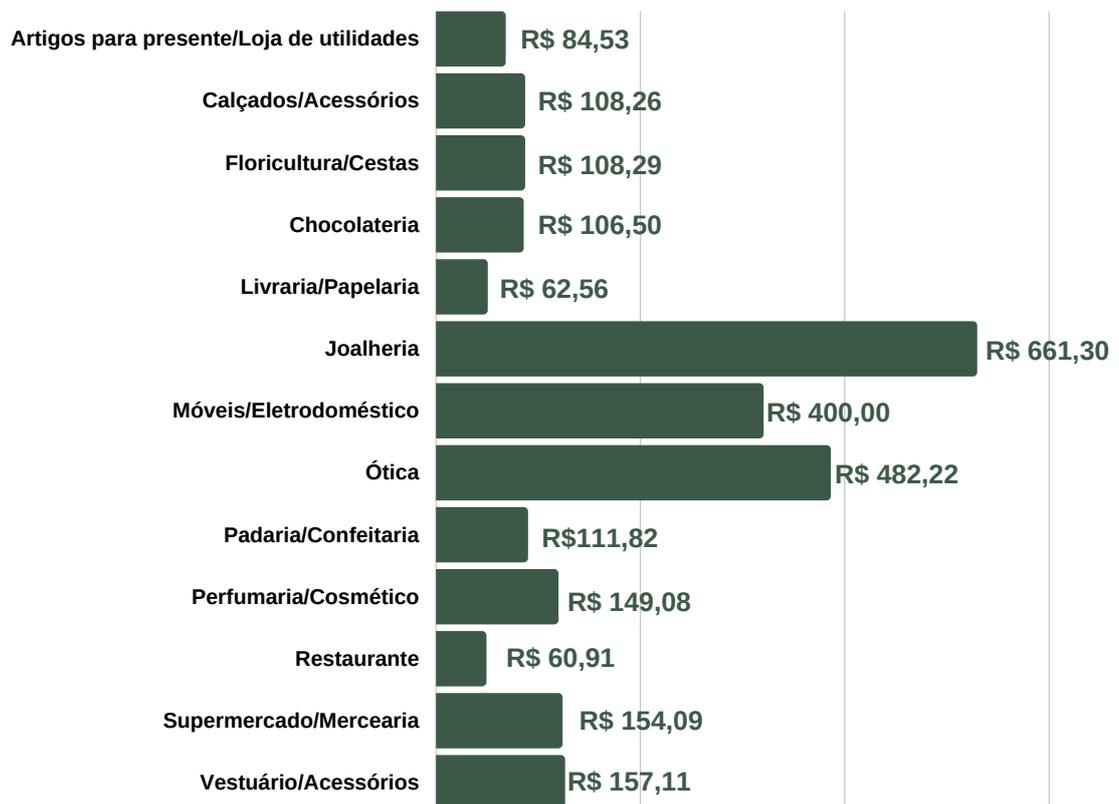
R\$ 100,00

2021

O valor de venda média (ticket médio) por cliente informado pelo lojista para o período do Dia das Mães de 2021 foi de R\$ 189,78. Houve uma variação real positiva de +37,98%, considerando a inflação acumulada do período, se comparado ao ano de 2018.

Ao compararmos o ticket médio de compra dos consumidores (R\$ 114,96) com o ticket médio de venda esperada do lojista (R\$ 189,78), é perceptível a diferença de, aproximadamente, 65,08% nos valores sendo o ticket médio do lojista maior do que o ticket médio do consumidor.

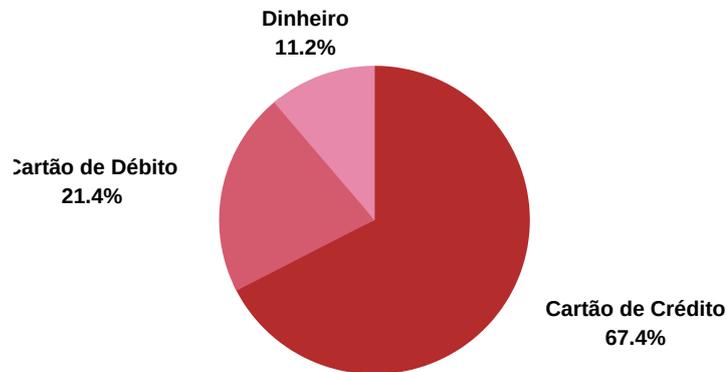
Ticket médio por segmento



Como foram pesquisados vários segmentos diferentes, extraiu-se o valor médio de vendas esperadas por segmento, conforme demonstrado no gráfico acima. O ticket mediano (R\$ 100,00) foi informado por ser considerado o mais adequado para a análise das vendas esperadas sob uma ótica geral.

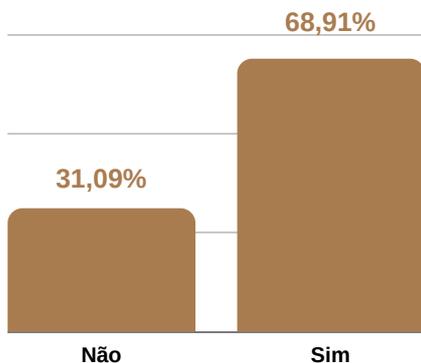
10.2- Forma de pagamento

Qual forma de pagamento acredita que será mais utilizada?

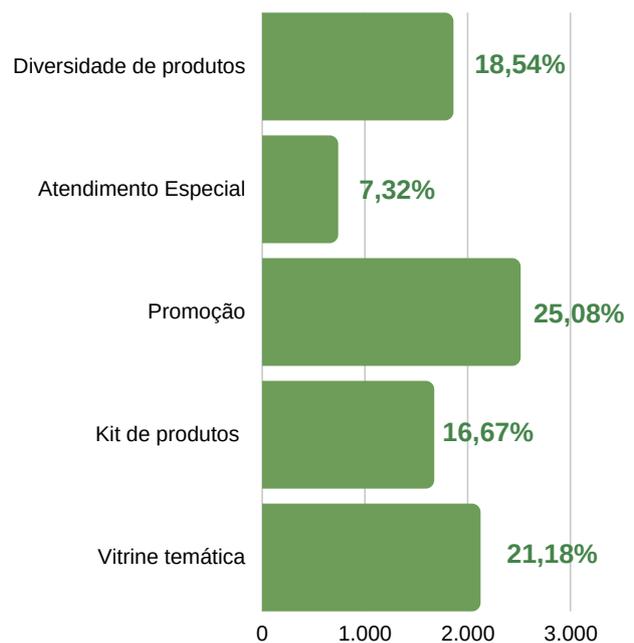


11- ESTRATÉGIA DE VENDAS

Vai usar alguma estratégia de venda?

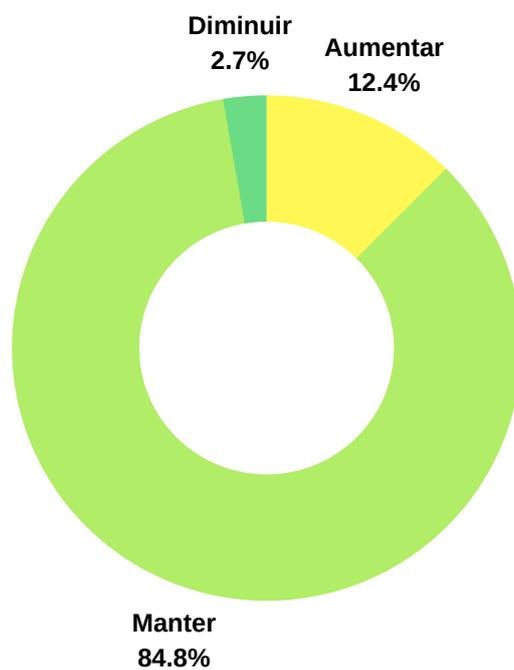


Qual estratégia (até 3 opções)?



12- PREÇOS

12.1- O que pretende em relação aos preços

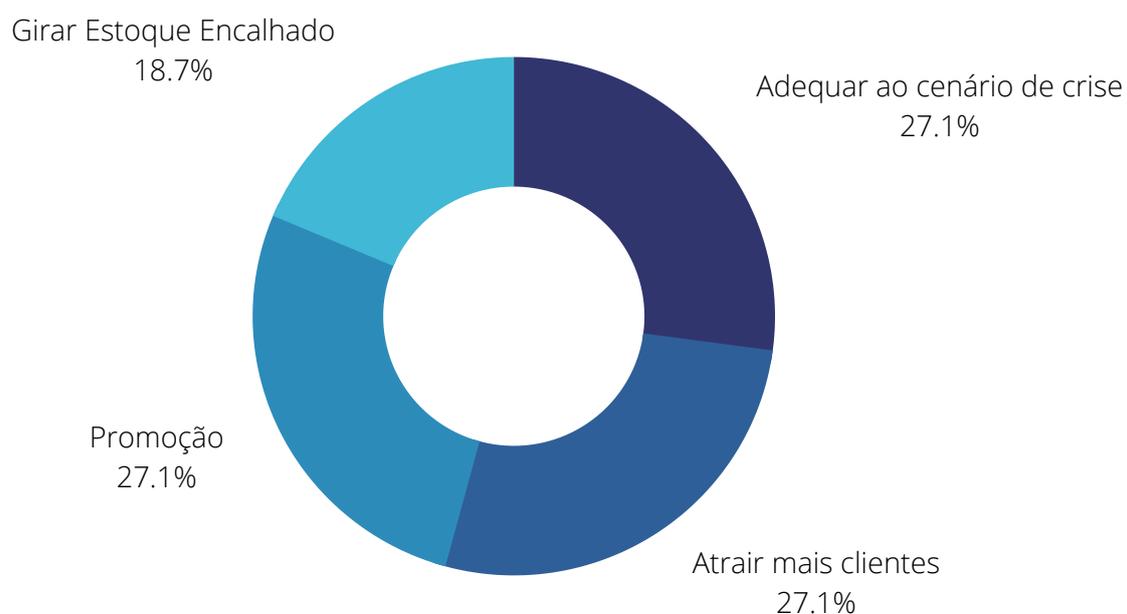


Saldo da
variação
média do
preço em
+9,98%

12.2- Justificativa para aumento dos preços

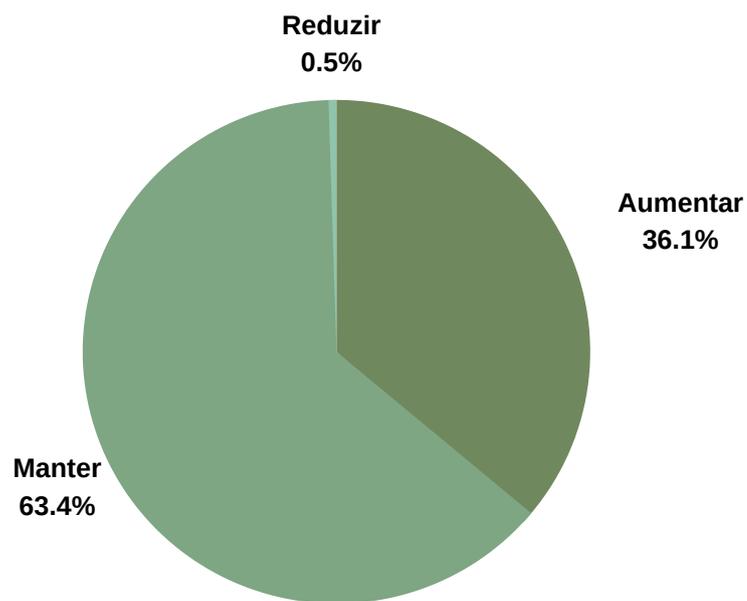
100% dos lojistas que irão aumentar o preço no Dia das Mães de 2021 indicaram a justificativa de Repasse do Fornecedor.

12.3- Justificativa para diminuição dos preços



13- ESTOQUE

O Estoque da sua empresa manteve, aumentou ou diminuiu em relação ao Dia das Mães do ano passado?



Saldo da
Variação
média do
estoque em
+23,91%

14- CONCLUSÃO

Consumidor: 63,55% dos consumidores entrevistados irão presentear neste Dia das Mães. A média do presente desses consumidores será de R\$ 114,96. Os entrevistados indicaram que irão comprar, em média, 1,36 presentes nessa data comemorativa. Em 2018 (última pesquisa realizada pelo Instituto Fecomércio DF), na mesma época, registrou-se média de R\$ 158,71, ou seja, houve neste ano, variação real de -27,56%, considerando a inflação do período. Ressalta-se que o ticket mediano pode trazer um valor mais preciso desse ticket esperado, medido no valor de R\$ 100,00 para o Dia das Mães de 2021. O dia indicado como preferido para comprar foi o sábado (33,97%) e o horário preferido foi o turno da tarde (59,6%). Os produtos mais escolhidos para presentear são: Roupas/Acessórios (32,40%); Calçados/Acessórios (27,75%) e Cosméticos/Perfumes (17,52%).

Lojistas: 55,47% dos entrevistados afirmaram que possuem expectativas de vendas iguais ao que efetivamente venderam no Dia das Mães de 2020; 39,55% possuem expectativas positivas e 4,98% possuem expectativas negativas de vendas com relação ao ano passado, com um saldo médio de variação de +15,25%. Com relação aos dias normais de vendas, 71,39% dos lojistas acreditam em vendas maiores, 27,61% em vendas iguais e 1% em vendas menores, com um saldo de variação média em +16,21%. A venda média esperada para a data comemorativa de 2021 foi de R\$ 189,78. Em 2018 (última pesquisa realizada pelo Instituto Fecomércio DF) os entrevistados sinalizaram um valor de R\$ 120,00, ou seja, variação real positiva de +37,98% em relação ao ano de 2018, considerando a inflação do período. O ticket mediano dos lojistas ficou em R\$ 100,00. A maioria dos lojistas (84,8%) indicou que irá manter os preços dos produtos em relação aos preços do ano passado. O saldo da variação entre aqueles que irão alterar os preços é de +9,98%. As estratégias mais adotadas para atrair os clientes serão a Promoção (25,08%) e a Vitrine Temática (21,18%).