



Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Mato Grosso do Sul

Dia dos Namorados de 2011

Junho de 2011

Apoio:



SINDICATO DO COMÉRCIO
VAREJISTA DE PARANAÍBA
SINCOPAP





Catálogo Bibliográfico

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Mato Grosso do Sul – Dia dos Namorados.

Campo Grande: FMB, junho de 2011.

Anual

1. Dia dos Namorados. 2. Expectativas ao consumo. 3. Comércio 4.Local.

FECOMERCIO/MS

Diretoria Executiva

Diretor Presidente

Edison Ferreira de Araújo

1º Vice Presidente

Denire Carvalho

2º Vice Presidente

José Alcides dos Santos

Diretor 1º Secretário

Hilário Pistori

Diretor 2º Secretário

Manoel Ribeiro Bezerra

Diretor 1º Tesoureiro

Sebastião José da Silva

Diretor 2º Tesoureiro

Roberto Rech

INSTITUTO FECOMÉRCIO

Presidente do IF.

Edison Ferreira de Araújo.

Diretor Superintendente do IF.

Thales de Souza Campos

BASES SINDICAIS

- ✓ Sindicato do Comércio Varejista de Campo Grande
- ✓ Sindicato do Comércio Varejista de Corumbá
- ✓ Sindicato do Comércio Varejista de Três Lagoas
- ✓ Sindicato do Comércio Atacadista e Varejista de Dourados.
- ✓ Sindicato dos Revendedores de Veículos Automotores de Campo Grande – SINDIVEL/CG
- ✓ Sindicato do Comércio Varejista de Ponta Porã
- ✓ Sindicato do Comércio Varejista de Amambai
- ✓ Sindicato dos Comerciantes de Aparecida do Taboado
- ✓ Sindicato do Comércio Varejista de Naviraí
- ✓ Sindicato do Comércio Varejista de Paranaíba
- ✓ Sindicato dos Varejistas de Produtos Farmacêuticos MS
- ✓ Sindicato dos Centros de Formação de Condutores de Mato Grosso do Sul – Auto Escolas – SINDCFC-MS
- ✓ Sindicato dos Empregadores no Comércio de Nova Andradina
- ✓ Sindicato dos Proprietários de Salões de Barbeiros, Cabeleireiros e Instituto de Beleza para Senhoras e Similares
- ✓ Sindicato das Óticas do estado de Mato Grosso do Sul
- ✓ Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios de Campo Grande
- ✓ Sindicato do Comércio Varejista de Materiais de Construção de Campo Grande
- ✓ Sindicato dos Despachantes no Estado de Mato Grosso do Sul
- ✓ Sindicato dos Representantes Comerciais Autônomos e Empresas de Repres. MS
- ✓ Sindicato do Comércio Varejista de Aquidauana



Organizações Conveniadas

Fundação Manoel de Barros – FMB

Universidade Anhanguera – UNIDERP

Coordenação da Pesquisa

Celso Correia de Souza – FMB

José Francisco dos Reis Neto – FMB

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DA PESQUISA

Objetivos:	Levantar junto aos habitantes das cidades de Aquidauana, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Naviraí, Paranaíba, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo do Dia dos Namorados de 2011.
Local:	Aquidauana, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Naviraí, Paranaíba, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas
Período:	19 a 25 de maio de 2011.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra no Dia dos Namorados.
População:	População economicamente ativa de Aquidauana, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Naviraí, Paranaíba, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas (vide tabela abaixo).
Coleta de Dados:	Entrevista numa amostra especificada na tabela abaixo, empregando um questionário estruturado, com perguntas fechadas, aplicado nos principais áreas de circulação de pessoas. Pesquisa transversal, descritiva, não probabilística, com nível de confiança de 95%, com 1.781 entrevistas.
Coordenação:	Celso Correia de Souza, Dr. José Francisco dos Reis Neto, Dro.
Equipe de apoio	Adriana Brites Felix Aline Pereira Filii Driele Evelin Santos Vargas Fabiana M. Arakaki V. da Cunha José Estevão Moraes Palma, MSc. Julio Cezar da Gama Fernandes, Esp. Lya Alves Corrêa dos Reis, Esp. Raul Assef Castelão
Equipe de pesquisa de campo	Carlos Henrique dos Santos Liberal; Cleyton Cesar Amatt; Daisy Marques Pereira; Diego Antonio da Silva; Diego Pereira Coelho; Eliúcia de Freitas Lopes Especolin Gonçalves; Fatima Maria Alves Dias Barros; Julio Cezar de Souza Barros; Karen Kely Alves; Vanuza Rodrigues de Souza; Viviane Maria Oliveira dos Santos Ferreira; Wanessa Priscila Gaigher do Nascimento;

Tabela de Amostragem da Pesquisa

Cidade	PEA aproximada	Probabilidade positiva de compra	Erro (%)	Amostra
Aquidauana	18.000	0,50	6,8	200
Campo Grande	400.000	0,80	4,3	400
Chapadão do Sul	11.000	0,50	9,8	100
Corumbá	41.000	0,50	6,8	200
Dourados	79.000	0,50	6,8	200
Naviraí	22.000	0,50	6,8	200
Paranaíba	20.000	0,50	6,8	200
São Gabriel do Oeste	11.000	0,50	9,8	100
Três Lagoas	65.000	0,50	6,8	200

Legenda: PEA – População Economicamente Ativa.

Sumário Executivo

Esta pesquisa de opinião pública é a continuação de uma série de avaliações sobre o comportamento e expectativa de consumo durante as diversas datas festivas do comércio lojista. É realizada em nove cidades de Mato Grosso do Sul: Aquidauana, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Naviraí, Paranaíba, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas. Este trabalho é realizado pela FECOMERCIO/MS, em convênio com a Fundação Manoel de Barros e a Universidade Anhanguera- Uniderp.

As cidades pesquisadas somam um PIB estadual de aproximadamente 62%, com uma contribuição da atividade do comércio e serviços ao redor de 32% do PIB, valor expressivo na economia sul-mato-grossense. Foram entrevistadas 1.781 pessoas, de forma voluntária e anônima, que estavam circulando no centro ou em pontos de grande movimentação da sua cidade, durante os dias 19 a 25 de maio de 2011. A pesquisa teve a consideração de um nível de confiança estatística de 95% e um erro amostral de 4,3%.

Valor e quantidade de presentes – O Dia dos Namorados é uma data festiva de expressão para o comércio lojista, perdendo apenas para o Natal e Dia das Mães. Estima-se que quase 69% da população economicamente ativa irão às compras nesta data, comprando pelo menos um presente para a sua amada num valor médio para o estado de R\$ 98,00. Com isto, deverá circular no mais diversos estabelecimentos comerciais de Mato Grosso do Sul, aproximadamente, R\$ 109 milhões. Em pouco mais de um mês depois do Dia das Mães, volta o comércio lojista ter uma boa oportunidade de realizar bons negócios, pois continua a intenção do consumidor em comprar à vista e no dinheiro.

O quadro abaixo mostra as previsões de compra para as cidades pesquisadas.

Cidade	Valor Estimado em Compras (R\$)	Valor médio do presente (R\$)
Aquidauana	1.887.917	112
Campo Grande	24.173.776	84
Chapadão do Sul	749.927	93
Corumbá	3.258.475	128
Dourados	4.090.161	79
Naviraí	1.132.748	101
Paranaíba	1.250.505	93
São Gabriel do Oeste	1.718.182	187
Três Lagoas	3.863.750	78
MS	108.785.679	98

Formas de Pagamento – A pesquisa indica que os pagamentos dos presentes serão à vista. Quase 64,8% dos compradores irão pagar à vista no dinheiro ou empregando o cartão de débito, e 25% utilizarão o cartão de crédito. São indicações de baixo risco para o empresário, pois pagamentos em cheque serão ao redor de 3%, principalmente em cidades do interior. As compras a prazo, seja por meio do cartão de crédito, da loja ou cheque pré-datado, terão escolha de pagamento em poucas parcelas: 40% escolheram até 2 parcelas e 34% em 3 parcelas. O consumidor continua mostrando que tem conhecimento da sua posse financeira e da sua intenção de controlar as suas dívidas, não as alongando, mas não deixando de comprar um presente para a sua namorada.

Local das compras – Nas diversas cidades pesquisadas as lojas do centro da cidade são as preferidas para as compras, seguida das lojas dos seus bairros. Em Campo Grande, não é diferente, mas aparece o Shopping Campo Grande como o segundo lugar escolhido por 33% dos consumidores. Os supermercados foram lembrados por mais de 4% dos compradores.

Presentes e decisão na escolha – As namoradas e os namorados receberão presentes que, aparentemente, são úteis. Quando perguntado o que deverá presentear, os compradores responderam que comprarão roupas (21%), perfumes (17%), calçados (10%) e flores (7%). Já, quando perguntado o que gostariam de receber no Dia dos Namorados, a resposta foi muito semelhante. Eles querem roupas (20%), perfumes (17%), calçados (11%) e relógio (6%).

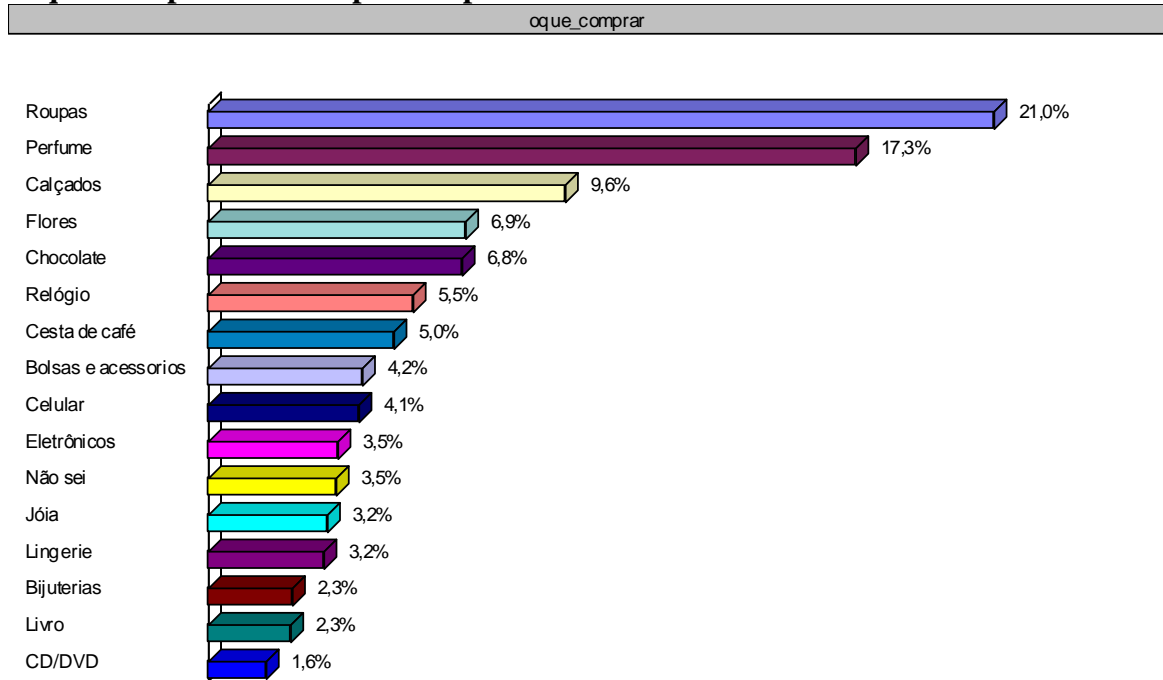
Ao comprar os seus presentes os consumidores levarão em conta algumas considerações importantes. Comprar ou não comprar o presente está associado ao desconto de preço para 26% dos namorados. Ainda, dizem que deverão considerar a marca do produto (18%) e a promoção de preço (14%). Tem baixa consideração mercadológica, ou seja, pouca importância na escolha do presente a propaganda (5%), sorteios e brindes (4%) e nome da loja (4%). Esta percepção do consumidor indica que o lojista deve estar preparado para negociar preços e mostrar o valor relativo entre a marca do produto e a sua qualidade.

Local de comemoração da data – A maioria dos namorados irá comemorar a data em festa na sua própria casa (42%). No entanto, haverá uma boa movimentação fora de casa, pois 22% comemorarão em restaurantes, 11% em bares e boates, 9% em motéis. Mais de 6% dos namorados deverão viajar para o interior ou para outro estado. As atividades de serviço, hospedagem e alimentação também aproveitarão desta data, pois haverá muitos casais fora de casa, aproveitando a data e divertindo.

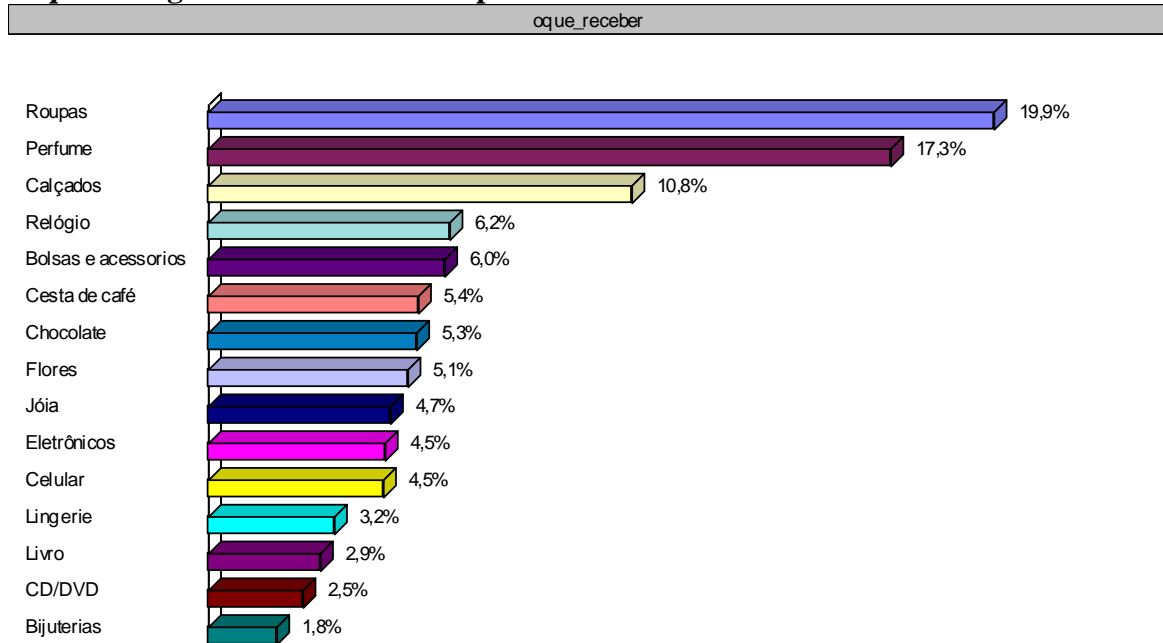
Resultado da Pesquisa

Características da Compra

O que você pretende comprar de presente?



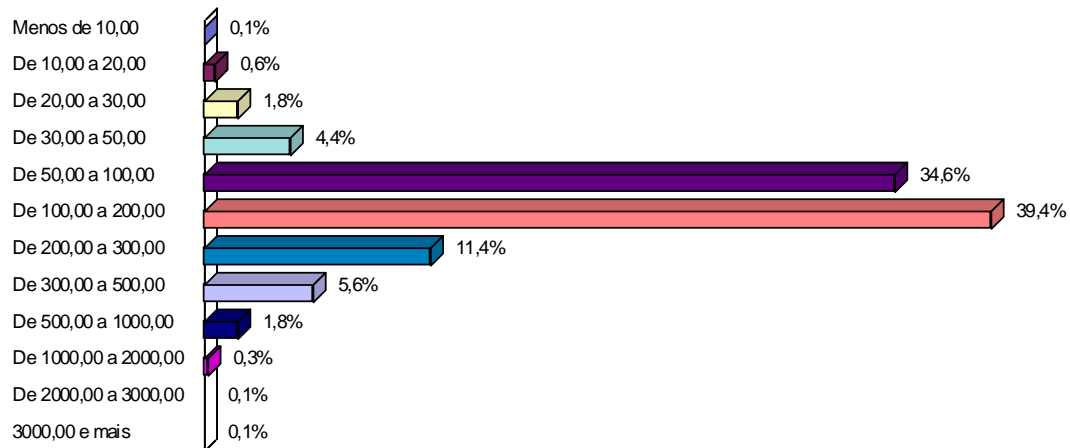
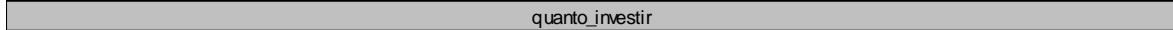
O que você gostaria de receber de presente neste Dia dos Namorados?



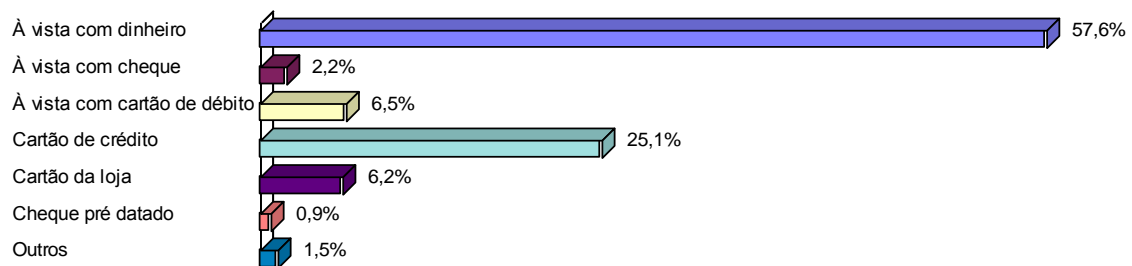
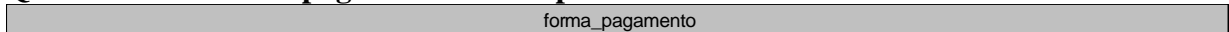
Quantos presentes pretende comprar



Quanto pretende investir em cada presente?

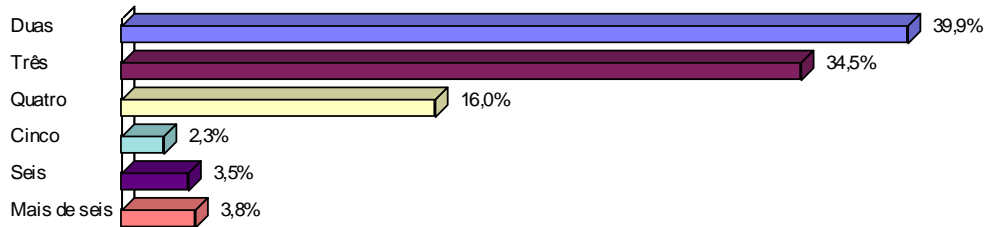


Qual será a forma de pagamento do seu presente?



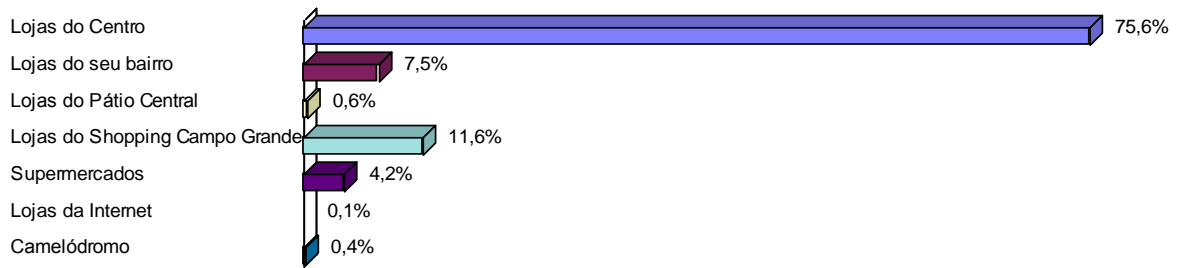
Se a sua escolha for a prazo, em quantas vezes você gostaria de pagar o seu presente?

quantas_vezes



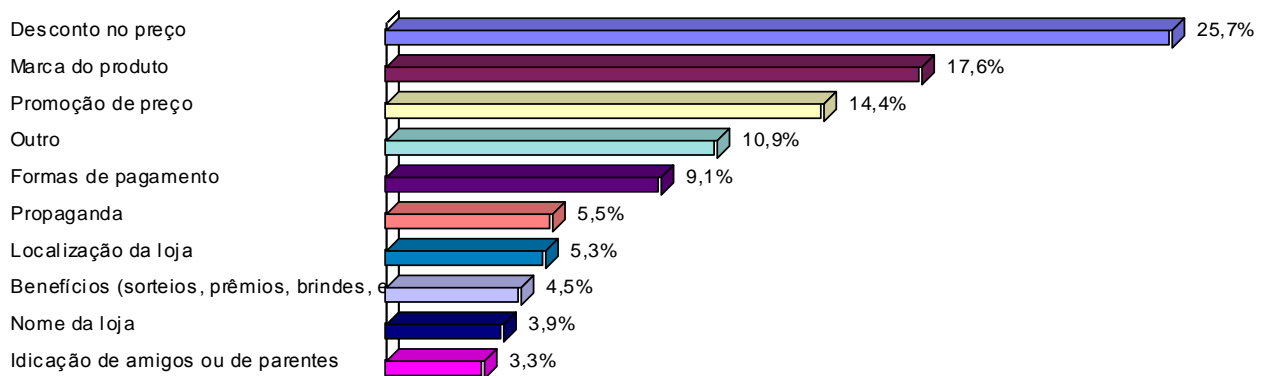
Na sua preferência, em que local você irá comprar o seu presente?

local_compra



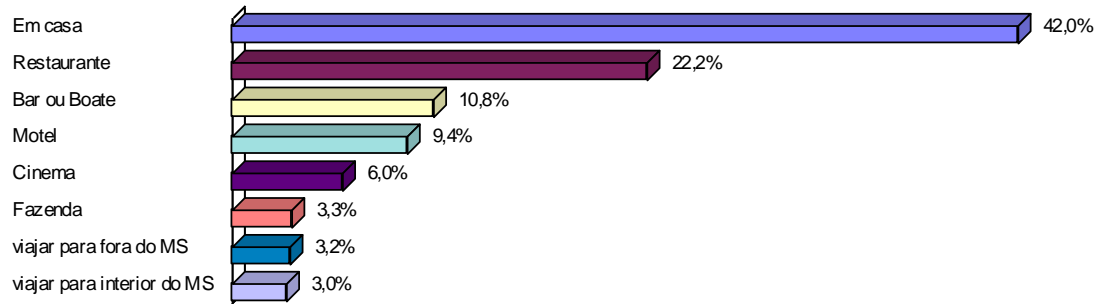
Quais os itens decisivos na escolha do seu presente do dia dos Namorados?

decisao_escolha



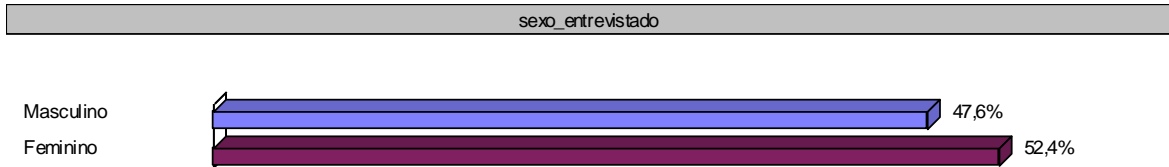
Você pretende comemorar o Dia dos Namorados em que lugar?

lugar_comemorar

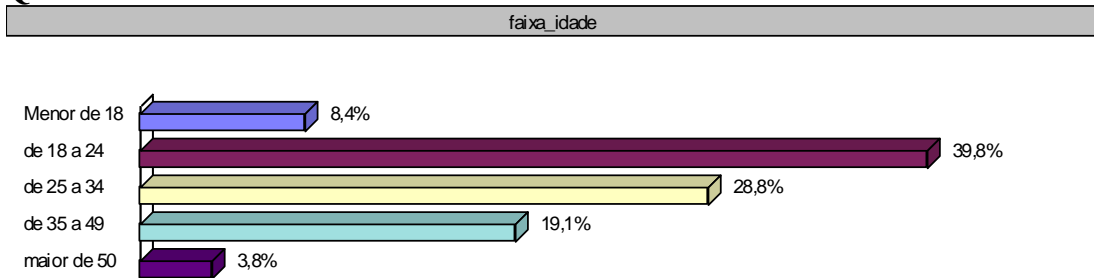


Perfil Demográfico do Entrevistado

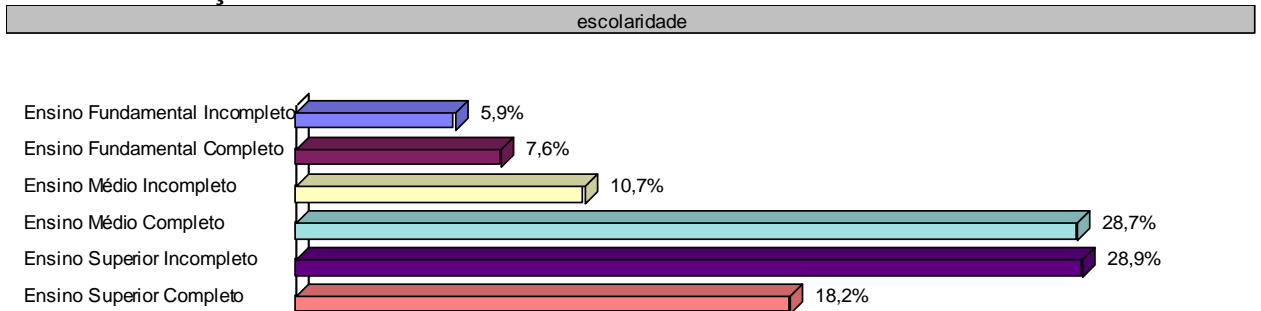
Sexo do entrevistado:



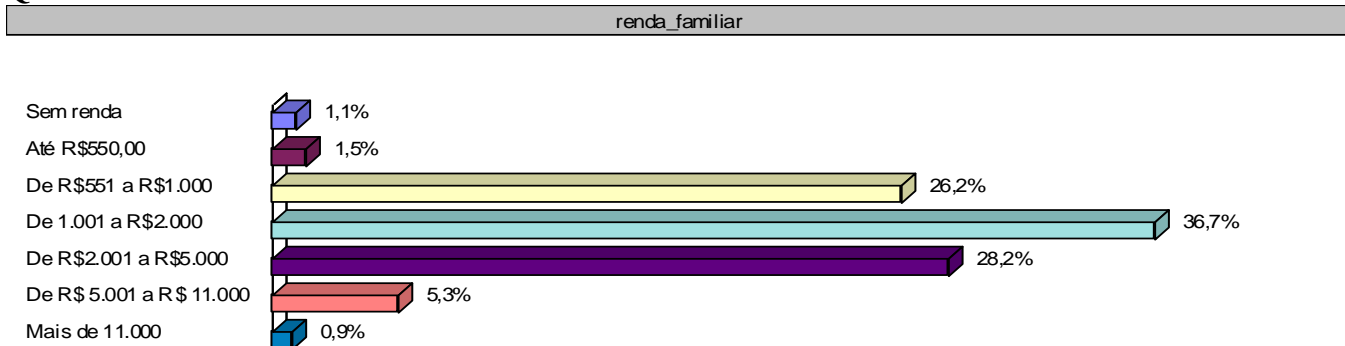
Qual é a sua faixa de idade?



Grau de Instrução:



Qual é a sua renda familiar?



Seu estado civil é:

estado_civil

