



Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Três Lagoas, MS

Dia dos Namorados de 2011

Junho de 2011

Apoio:



SINDICATO DO COMÉRCIO
VAREJISTA DE PARANAIBA
SINCOPAP





Catlogação Bibliográfica

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Três Lagoas 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 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
- ✓ 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



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 da cidade de Três Lagoas a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo do Dia dos Namorados de 2011. |
| Local: | 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 200entrevistas. |
| Coordenação: | Celso Correia de Souza, Dr. José Francisco dos Reis Neto, Dro. |
| Equipe de apoio | Adriana Brites Felix 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. Marcos Roberto Costa, Esp. Raul Assef Castelão |
| Equipe de pesquisa de campo | Carlos Henrique dos Santos Liberal Cícero Rodrigues Cleyton Cesar Amatt Diego Antonio da Silva Eliúcia de Freitas Lopes Especolin Gonçalves Fatima Maria Alves Dias Barros Julio Cezar de Souza Barros Karen Kely Alves Rosiane Maria de Jesus Lopes Vanuza Rodrigues de Souza 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

O Dia dos Namorados volta a movimentar o comércio varejista de Três Lagoas, quando 76% dos entrevistados irão às compras. O valor médio do investimento em presente será de R\$ 78, movimentando um valor expressivo de R\$ 3,8 milhões. Percebe-se que o comprador está mais conservador e preocupado com os seus gastos. Como repetida nas nossas últimas pesquisas de opinião pública de consumo do comércio varejista, a intenção de compra a vista é predominante para quase 65%, utilizando o pagamento com dinheiro vivo, cheque ou cartão de débito. O uso do cartão de crédito é indicado por mais de 28% dos possíveis compradores, ficando muito reduzido as compras a prazo. Para os poucos compradores a prazo, 73% escolhem pagar até em 2 ou 3 prestações. Relacionando a baixa intenção de comprar a prazo e o valor do presente, os lojistas não deverão temer um risco elevado.

A escolha da compra do presente deste dia será baseada na percepção do desconto de preço (17%), localização da loja (13%) e promoção de preço (28%). Indicativo de que o comércio lojista deverá estar preparado para discutir a relação entre o preço e a qualidade do produto, pois o comprador que redução de preço.

O perfil das compras deve seguir na busca de presentes úteis e tradicionais para estas festas e dos outros eventos familiares. Roupas segue como primeira escolha de 17% dos compradores, seguido de perfume na preferência para 16% e calçados para 8%. Quando perguntado o que gostaria de ganhar, o entrevistado não fugiu muito da escolha do que irá comprar, com pequenas diferenças. Perfume aparece na escolha de 26%, seguido de roupas (18%), calçados (13%) e relógio (8%).

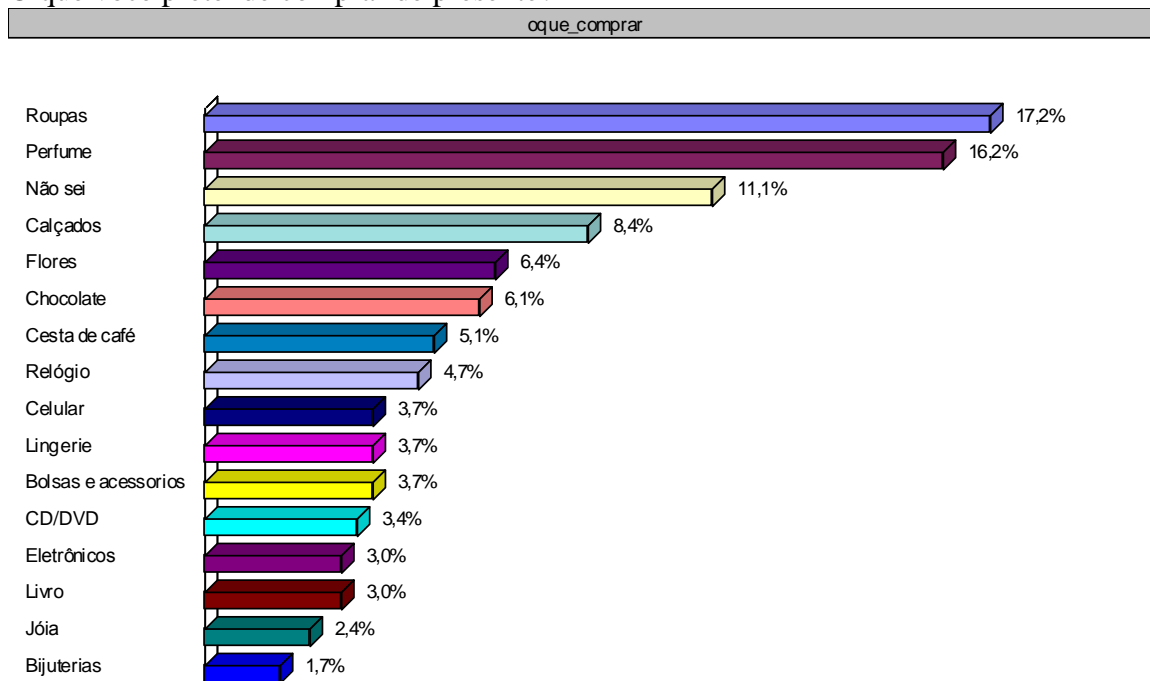
As lojas do centro da cidade têm a preferência de 92% dos compradores, seguida das lojas do seu bairro (8%).

A grande maioria das festividades para a comemoração do Dia dos Namorados será em casa (63%). Outras escolhas são de comemorar o dia em restaurante (13%) ou no motel (8%).

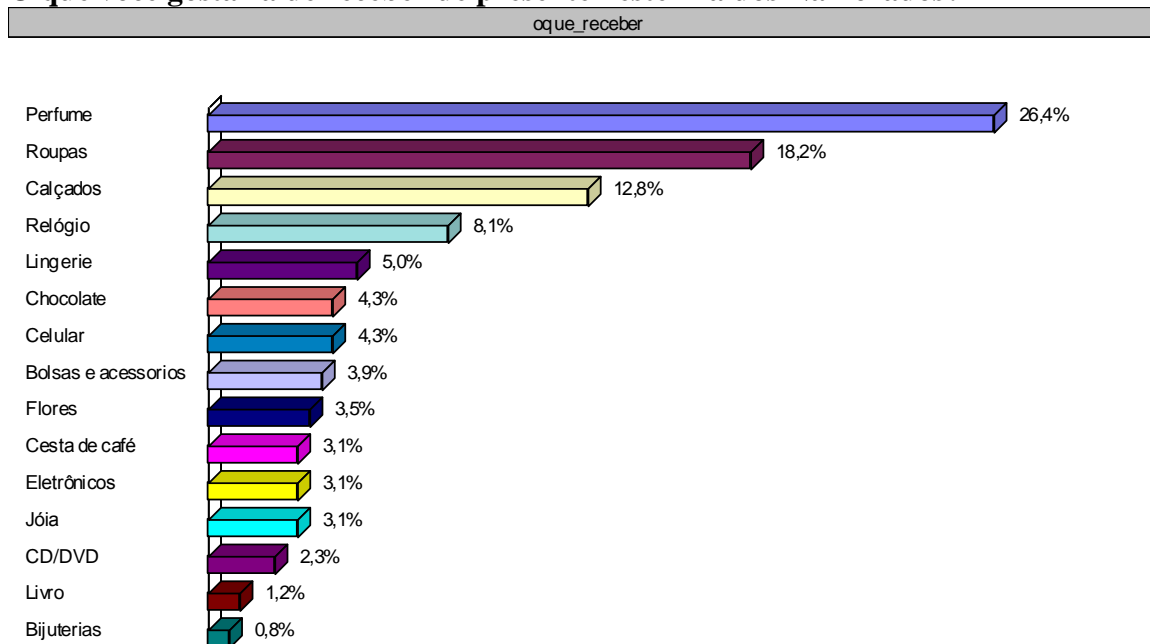
Resultado da Pesquisa

Características da Compra

O que você pretende comprar de presente?

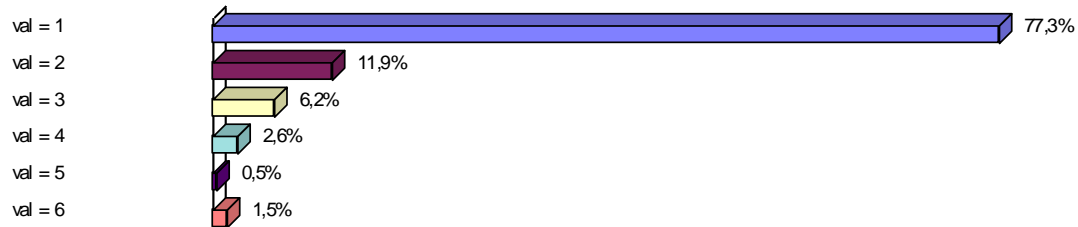


O que você gostaria de receber de presente neste Dia dos Namorados?



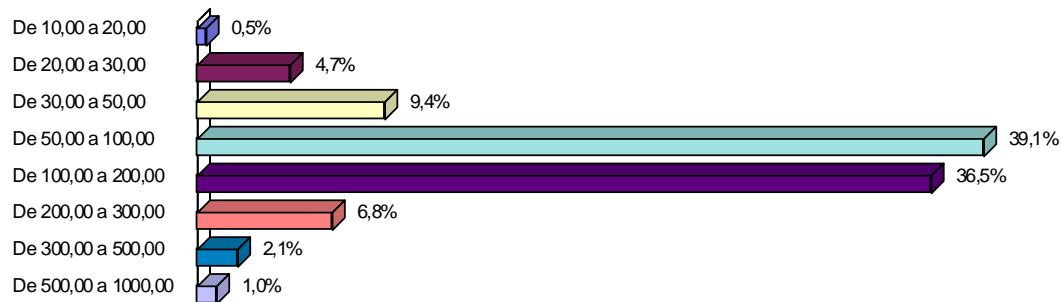
Quantos presentes você ira comprar?

quantos_presentes



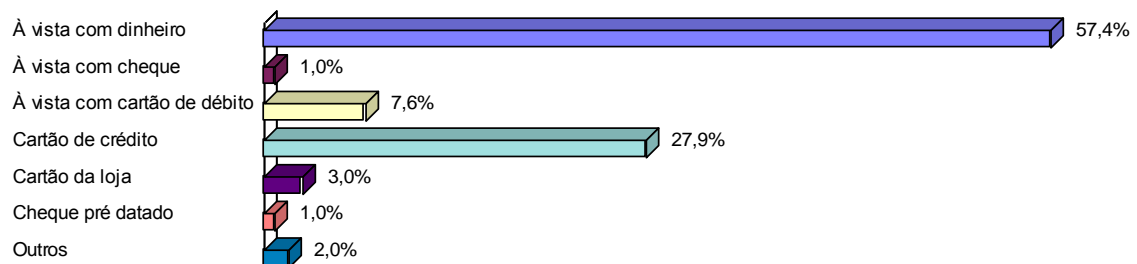
Quanto pretende investir em cada presente?

quanto_investir



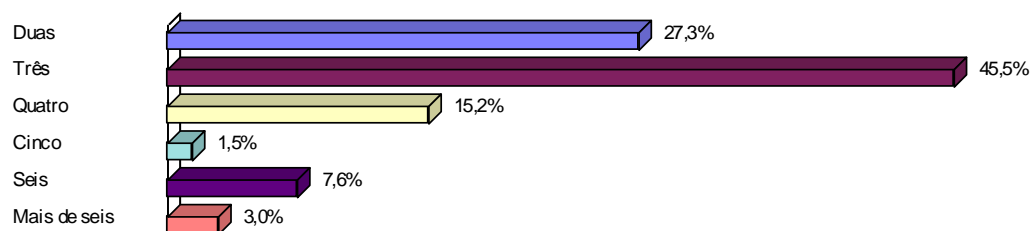
Qual será a forma de pagamento do seu presente?

forma_pagamento



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

quantas_vezes



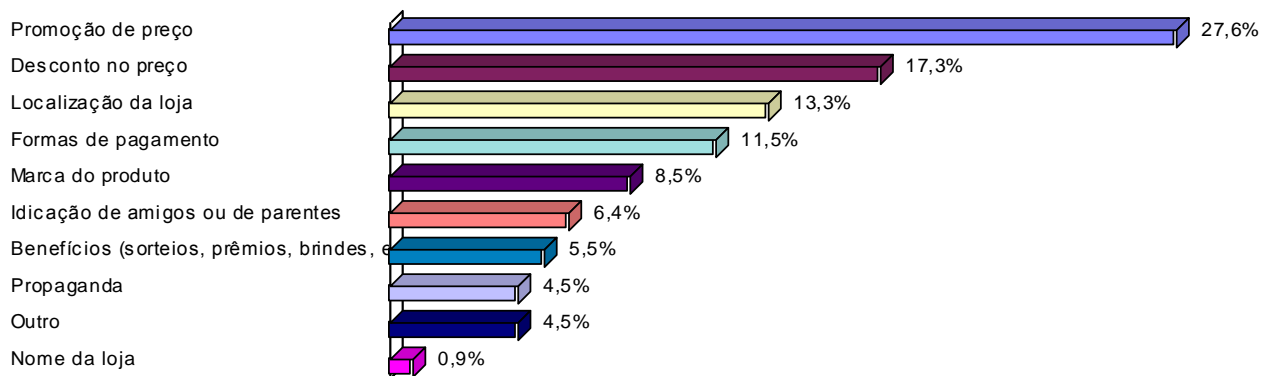
Na sua preferência, em que local você irá comprar o seu presente?

local_compra



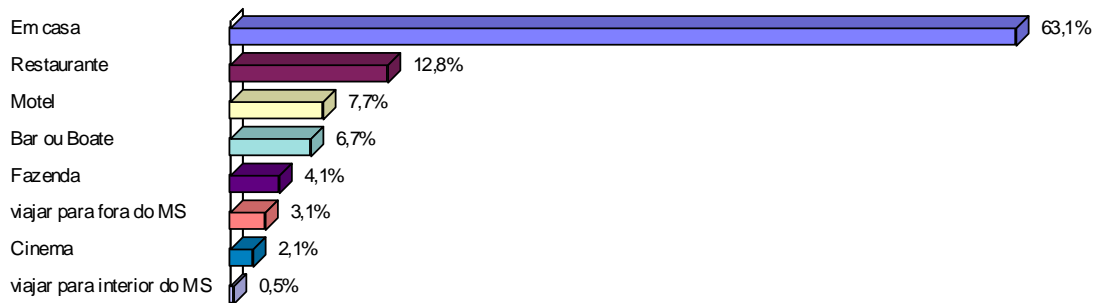
Quais os itens decisivos na escolha do seu presente do dia dos Namorados?

decisao_escolha



Você pretende comemorar o Dia dos Namorados em que lugar?

lugar_comemorar

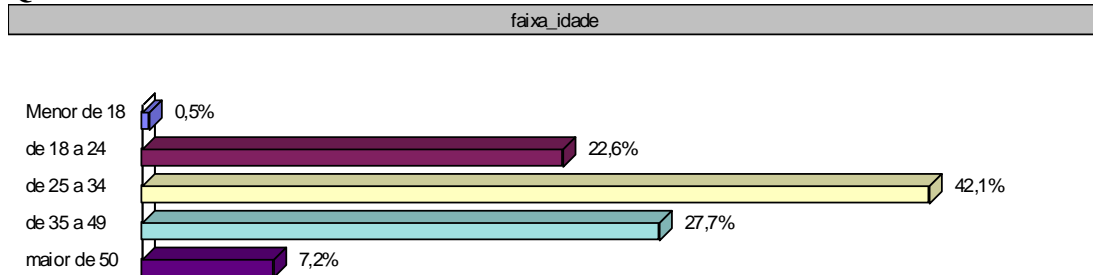


Perfil Demográfico do Entrevistado

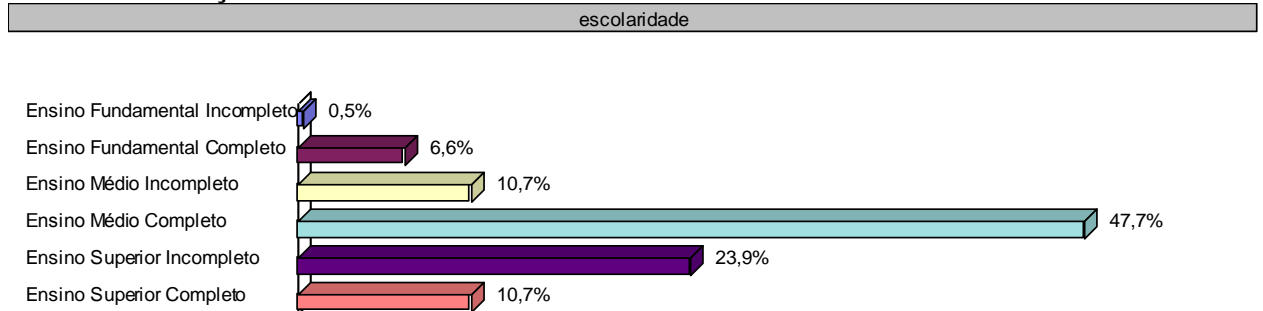
Sexo do entrevistado:



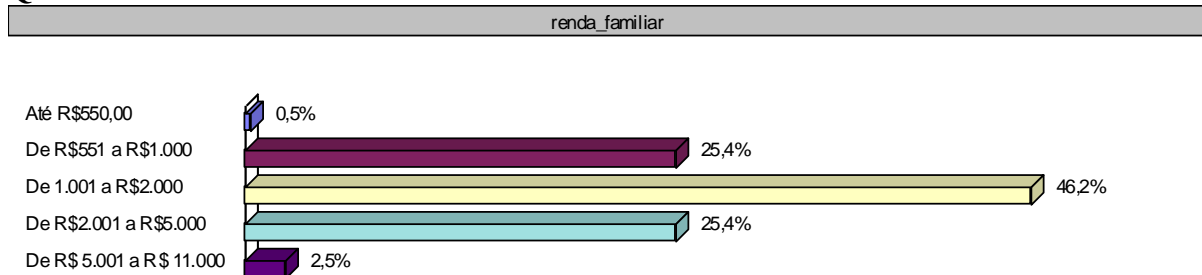
Qual é a sua faixa de idade?



Grau de Instrução:



Qual é a sua renda familiar?



Seu estado civil é:

estado_civil

