



# Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista

## Resultados Consolidados de Mato Grosso do Sul

### 13º. Salário e Natal de 2011

Novembro de 2011

Apoio:





## Catálogo Bibliográfica

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Mato Grosso do Sul – Natal de 2011.

Campo Grande: FMB, novembro de 2011.

Anual

1. Dia do Natal. 2. Expectativas ao consumo. 3. 13º. Salário 4. Comércio 4.MS.



## **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 Anhangüera - 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 Natal de 2011.
Local:	Onze cidades de Mato Grosso do Sul
Período:	09 a 13 de novembro de 2011.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra no Dia do Natal.
População:	População economicamente ativa de Aquidauana, Anastácio, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Ladário, 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 1.760 entrevistas.
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 Júlio Cezar da Gama Fernandes, Esp. Lya Alves Corrêa dos Reis, Esp.
Equipe de pesquisa de campo	Anderson da Silva Lopes Carlos Henrique dos Santos Liberal Cleyton César Amatt Eliszangela dos Santos Rodrigues Fatima Maria Alves Dias Barros Gessika Chaves Tiago Júlio Cezar de Souza Barros Luiz Antonio V. da Cunha Arruda Margareth Soares Duarte Raquel Delizier Barros Vanuza Rodrigues de Souza Wanessa Priscila Gaigher do Nascimento

**Tabela de Amostragem da Pesquisa**

Cidade	PEA aproximada	Probabilidade positiva de compra	Erro (%)	Amostra
Aquidauana/Anastácio	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/Ladário	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

**Uso do 13º. Salário** – Estima-se que será injetado neste ano, em MS, um montante total de R\$ 1 bilhão como 13º. Salário. No entanto, 27% dos empregados já receberam a primeira parcela. Isto corresponderá a, aproximadamente, R\$730 milhões, entrando em dezembro na economia sul-mato-grossense. Um pouco mais de 20% desta importância será destinada às compras Natalinas, mas a grande parcela estará reservada a pagar as contas em atraso (15%), separar para as despesas do início do ano (13%), como: IPVA, IPTU, escola e outras; tirar o nome dos cadastros negativos (5%) e cobrir o cheque especial (2,4%). Mas a outra parte deste dinheiro também tem destino certo. Uma parte irá para os bens duráveis (6%), como casa, carro, motocicleta, na reforma da casa (4%), ou ainda para as férias (5%) e poupança (14%).

Todo final e início de ano os sul-mato-grossenses recebem uma boa parcela de dinheiro, como complementação salarial, e o destino tem sido para as suas utilidades e liberação do passivo. A educação econômica é refletida quando eles procuram economizar e não deixar as contas para traz.

**Condições financeiras** - Ao perguntar sobre as suas condições financeiras atuais, relativas à 2010 e prospectiva à 2012, as percepções são otimistas. Mais de 66% da população de Mato Grosso do Sul afirma que 2011 foi melhor que 2010, e 74% julga que 2012 será ainda melhor. Isto irá refletir na economia local, pois o consumidor traça prioridades para o próximo ano com base neste otimismo, destacando a compra ou a troca do carro (20%), a reforma da sua casa (13%), compra de eletroeletrônicos (17%), compra ou a troca de casa (9%) e fazer uma viagem de férias (9%). Serão investimentos que deverão afetar os segmentos do comércio e dos serviços, com maior entrada de dinheiro e disponibilidades de empregos.

**Ida às compras** – Com um total de aproximadamente R\$ 1,7 bilhão, somatória da segunda parcela do 13º. e o salário de novembro, os consumidores de Mato Grosso do Sul irão às compras de Natal. Estima-se que mais de 77% comprarão presentes para os seus entes queridos. Da pesquisa realizada no final de novembro, em 11 cidades sul-mato-grossenses, pode-se avaliar que vá circular R\$ 461,1 milhões na compra de presentes natalinos, nos mais diversos estabelecimentos do comércio varejista. Isto caracteriza como a primeira melhor data para os lojistas. Fora deste valor, os consumidores deverão gastar um pouco mais nas compras da ceia de Natal e nas possíveis viagens que estão programando. Assim, uma parcela dos supermercados, agências de viagem, hotéis, restaurantes, empresas de transporte e outras atividades da cadeia de turismo também receberão parte do 13º e do salário de novembro.

Pesquisas anteriores nesta data, exclusivamente para Campo Grande, indicam uma crescente intenção de compra para este ano. Em 2008, o campo-grandense estimou gastar R\$174 por presente, em 2009 propôs gastar R\$115 e em 2010 o valor foi de R\$ 89. O valor decrescente foi motivado pelos seus ajustes aos episódios da econômica mundial, mas agora toma um folego e estima gastar R\$ 119 em cada presente e deverá comprar pelo menos 3 presentes. Tudo isto é decorrente do avanço do número de pessoas ocupadas e da massa de renda

familiar aumentada e da percepção da estabilidade econômica brasileira. Soma-se a isto a data da confraternização e da esperança de um Ano Novo.

Abaixo é apresentada uma tabela com o resumo das estimativas consideradas para as cidades pesquisadas e uma projeção para o Mato Grosso do Sul.

Cidades	% de consumidores que irão às compras	Valor Estimado em Compras (R\$)	Valor Médio do Presente (R\$)
	% de compra	Valor das Compras	Valor Médio da Compra
Aquidauana/Anastácio	86	10.402.941	224
Campo Grande	89	126.501.306	119
Chapadão do Sul	63	2.373.981	114
Corumbá/Ladário	56	6.739.509	97
Dourados	63	15.296.172	102
Naviraí	73	4.933.581	103
Paranaíba	75	3.855.000	86
São Gabriel do Oeste	85	5.178.714	184
Três Lagoas	89	18.723.882	108
<b>Mato Grosso do Sul</b>	<b>77</b>	<b>460.648.722</b>	<b>125</b>

Observação: Base de cálculo para compras médias de três presentes.

**Quem recebe e o tipo do presente** – A mãe (23%), filhos (18%), pai (15%), esposa (14%), namorada (7%) e irmãos (6%) são aqueles em que os consumidores comprarão presentes. Vale lembrar que cada comprador pensa em comprar pelo menos 3 presentes, que poderá aumentar as atividades e montantes de vendas prevista para este Natal. Soma-se a isto o auto presente, ou seja, 3% dos consumidores darão presentes para si mesmo.

Os presentes escolhidos não diferem muito das outras datas festivas analisadas. Neste Natal os consumidores irão comprar roupas (26%), brinquedos (12%), perfumaria (11%), calçados (11%), acessórios (10%), eletroeletrônicos (9%). Também, aparece na sua preferência de compra o celular (3%), pacotes de viagem (2%) e móveis (2%).

Quando perguntado o que deseja ganhar no Natal, os consumidores não diferem muito da sua intenção de compra. Relacionam roupas (19%), perfumaria (11%), calçados (11%) e eletroeletrônicos (10%), viagens (7%), acessórios (7%) e celulares (6%), como os principais.

**Local preferido para as compras** – As lojas dos centros das cidades, mesmo em Campo Grande e Dourados, são as preferidas para mais de 60% dos consumidores do estado. Em Campo

Grande destacam-se as lojas do centro (38%), o Shopping Campo Grande (24%), o Shopping 26 de Agosto e o Camelódromo (23%). Em Dourados os consumidores preferem as lojas do centro (45%), o Shopping Avenida Center (23%) e as lojas virtuais da internet (12%).

Nas demais cidades, a preferência dos consumidores é para as lojas do centro da sua cidade (71%), às lojas dos bairros (10%) e feiras (8 %). A escolha de compras pela internet pouco aparece, sendo a escolha de quase 3% dos consumidores.

**Forma de pagamento e decisão de compra** – Muitas das vezes observamos o comportamento dos consumidores relacionado às suas características de decisão de compra. De forma geral, nas onze cidades pesquisadas, a maioria dos consumidores deverá comprar à vista (76%) e a escolha de pagamento em dinheiro é a preferida para 61% deles, seguido de cartão de crédito (20%), cartão de débito (9%) e cheque (3%). Quem pretender comprar a prazo (24%) escolhe em pagar no máximo em 6 parcelas.

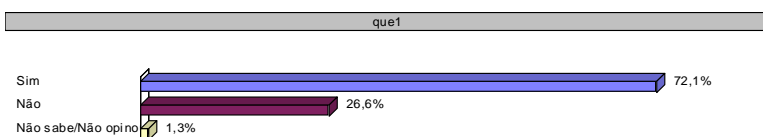
Isto leva o consumidor a exigir algumas características para a realização da transação econômica, as quais são importantes para ele. A sua decisão de compra associado ao desconto de preço (29%) e a promoção no preço (23%) está condicionada a sua forma de preferência de pagamento à vista. Ele exigirá um preço mais interessante de tal forma que perceba que o pagamento à vista é compensativo. Estes são elementos importantes a serem considerados pelos lojistas, pois a marca do produto (10%), localização da loja (5%) e o nome da loja (4,5%) têm uma participação menor na sua decisão de compra.

Outro ponto importante, repetição dos observados em outras datas festivas, é quando o consumidor vai às compras. Poucos consumidores irão às compras com antecedência. Apenas 13% deverão ir compras com até 10 dias antes do Natal. No entanto, quase metade, 48% dos consumidores irão comprar nos últimos 10 dias para o Natal e 18% na véspera. 21% ainda não sabem quando irão. Como sempre será um congestionamento nas lojas. Os comerciantes deverão destacar mais vendedores, treinados e capacitados, para atender esta massa de consumidores, ávidos em comprar. A realização dos negócios será maior quando os consumidores perceberem que as lojas podem atender suas compras à vista e as oportunidades de descontos e promoções. Vale a pena lembrar, que os consumidores deverão comprar mais de 3 presentes, cada um.

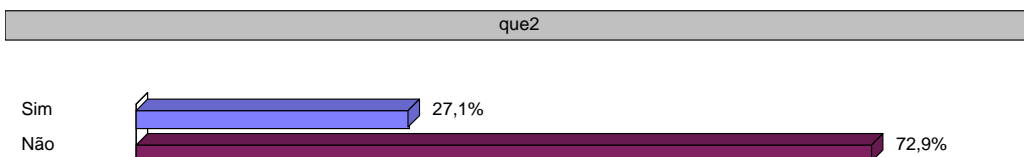
## Resultado da Pesquisa Resultado da Pesquisa

### Uso do 13º. Salário

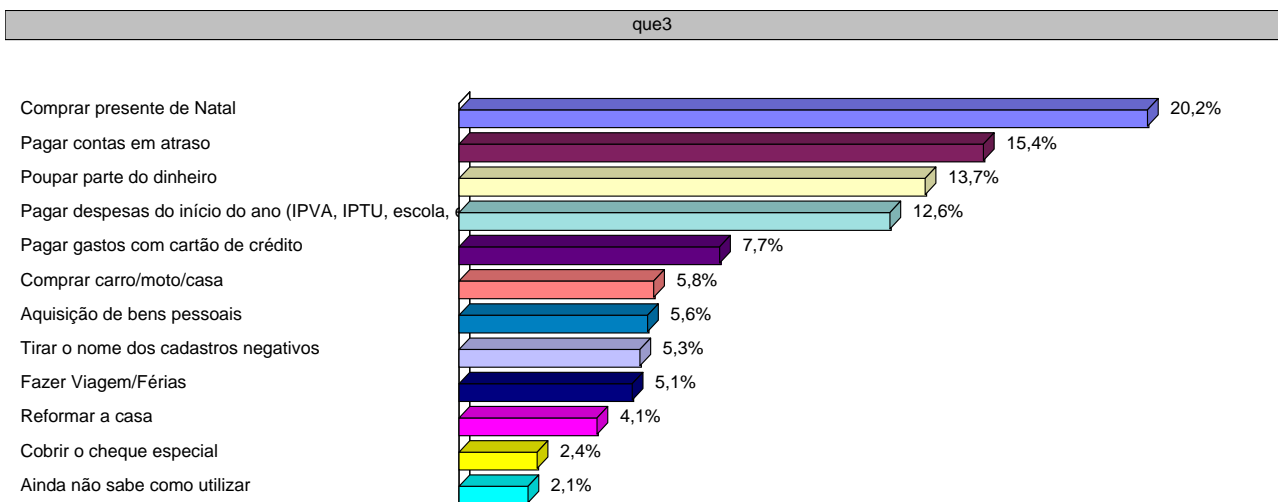
O(a) sr(a) irá receber o 13o. Salário?



O(a) sr(a) já recebeu alguma parcela do seu 13o. Salário?

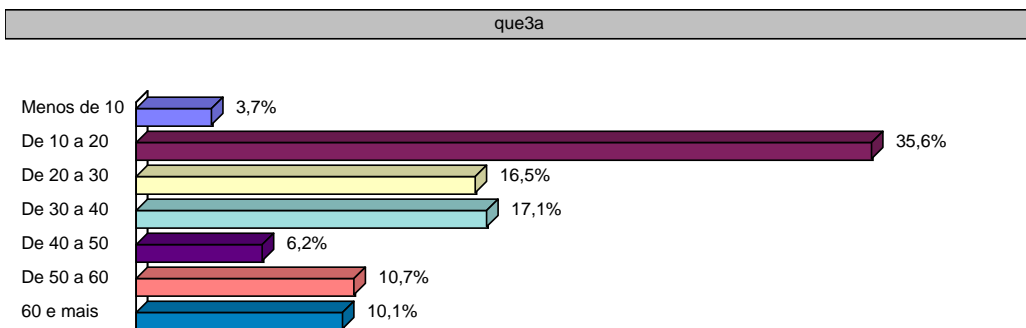


Na relação abaixo, escolha as suas 5 melhores opções para o uso do seu 13o. Salário:





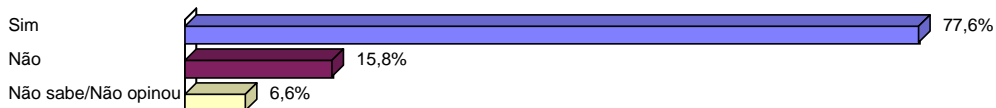
**Pensando nas suas compras de Natal, quanto por cento do seu 13º Salário você irá gastar nesta festa (presentes e outras compras)?**



## Compras de Natal

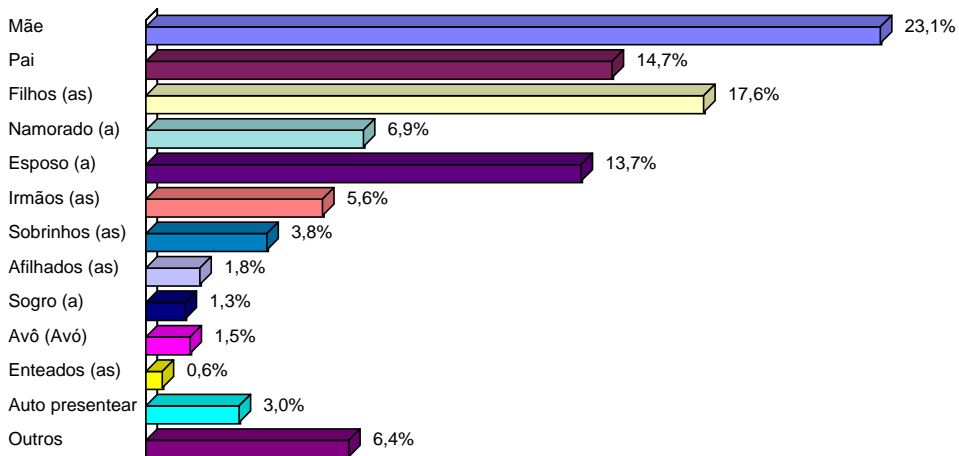
### O(a) Sr(a) irá fazer compras de Natal?

que4



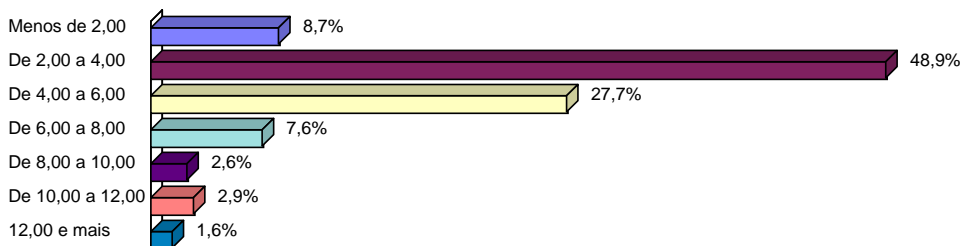
### Quem o(a) Sr(a) pretende dar presentes?

que5



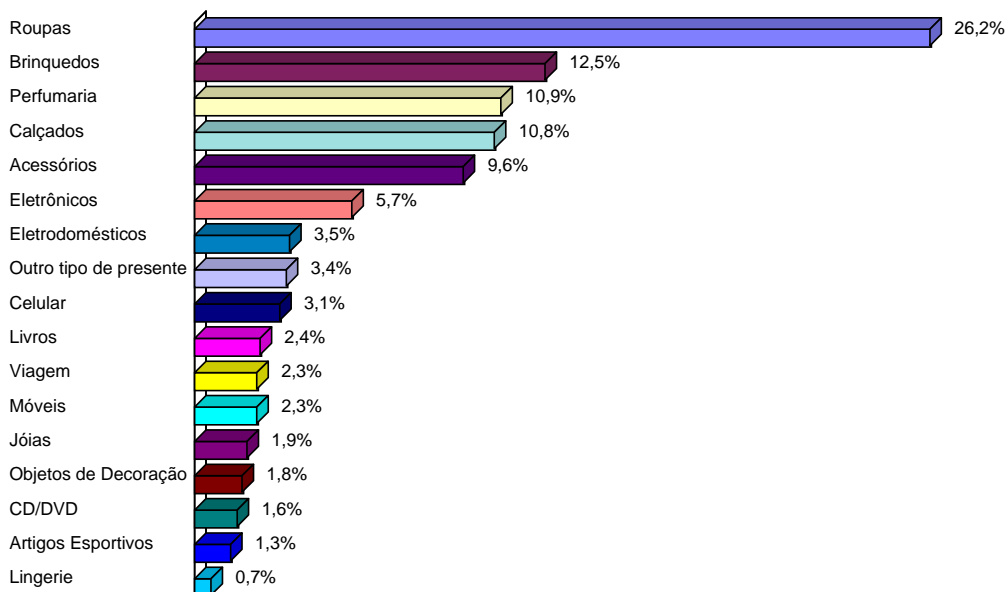
### Quantas pessoas o(a) Sr(a) pretende presentear?

que6



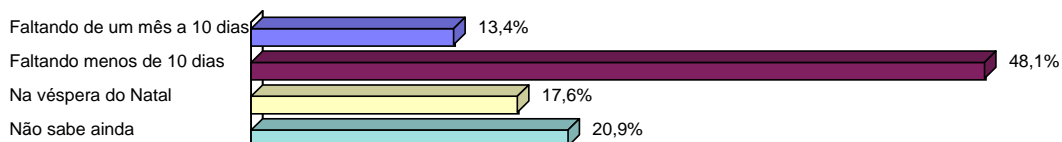
### O que o(a) Sr(a) pretende comprar neste Natal?

que7



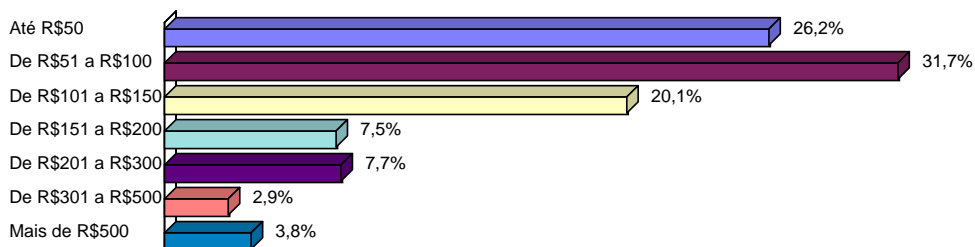
### Quando o(a) Sr(a) irá fazer as sua compras de Natal?

que8



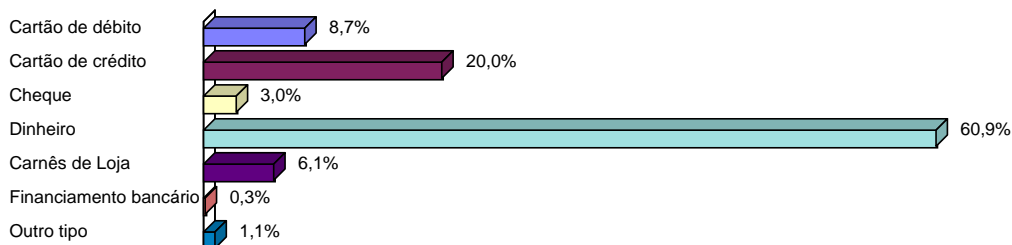
### Quanto o(a) Sr(a) pretende investir em cada presente neste Natal?

que9



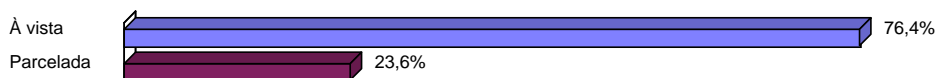
**Como o(a) Sr(a) pretende pagar as suas compras de Natal?**

que10



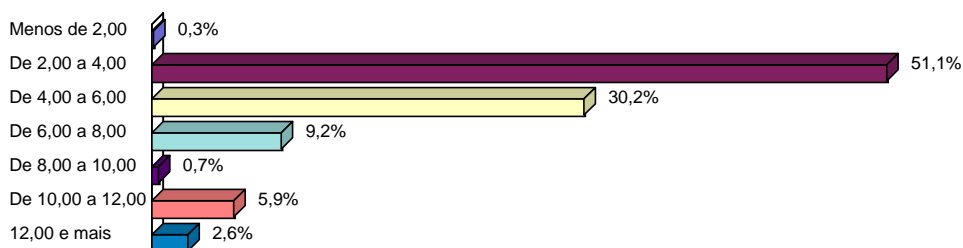
**O(a) Sr(a) pretende pagar as suas compras à vista ou parcelada?**

que11

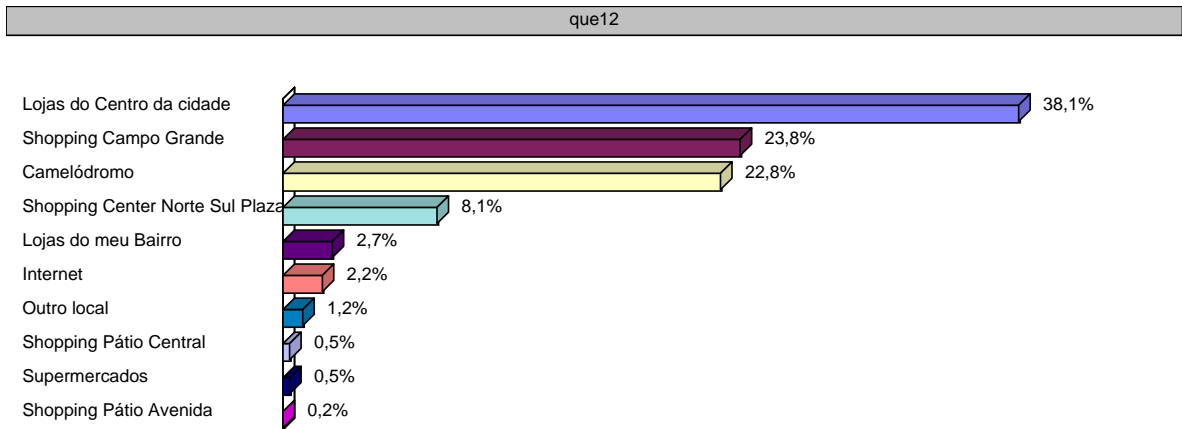


**Pensando numa compra parcelada, em quantas vezes o(a) Sr(a) escolheria para dividir o pagamento dos presentes de Natal?**

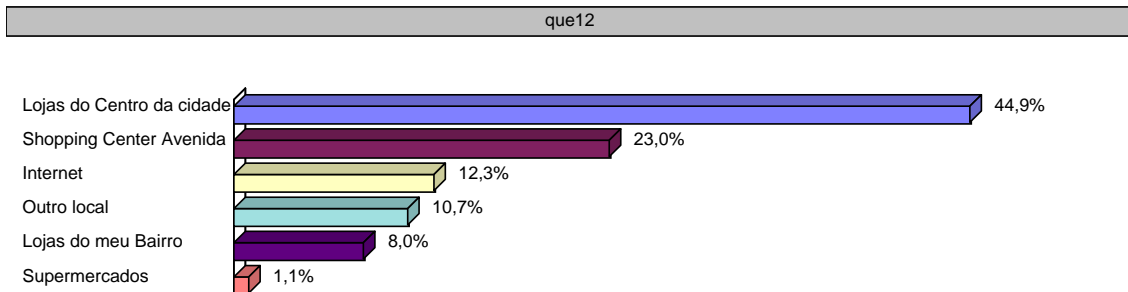
que11a



**Qual será o local preferido para fazer as suas compras de Natal? (exclusivo para Campo Grande)**



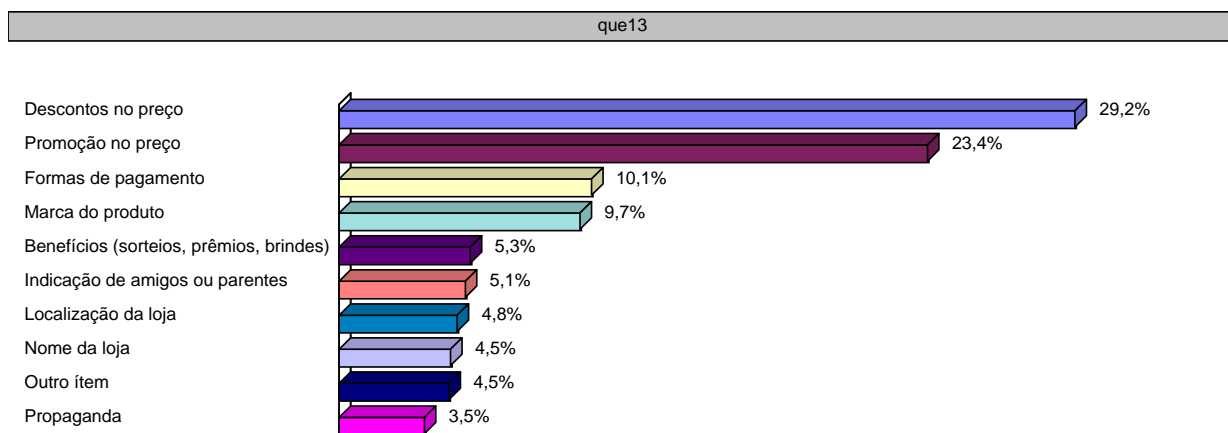
**Qual será o local preferido para fazer as suas compras de Natal? (exclusivo para Dourados)**



### Qual será o local preferido para fazer as suas compras de Natal? (% da linha)

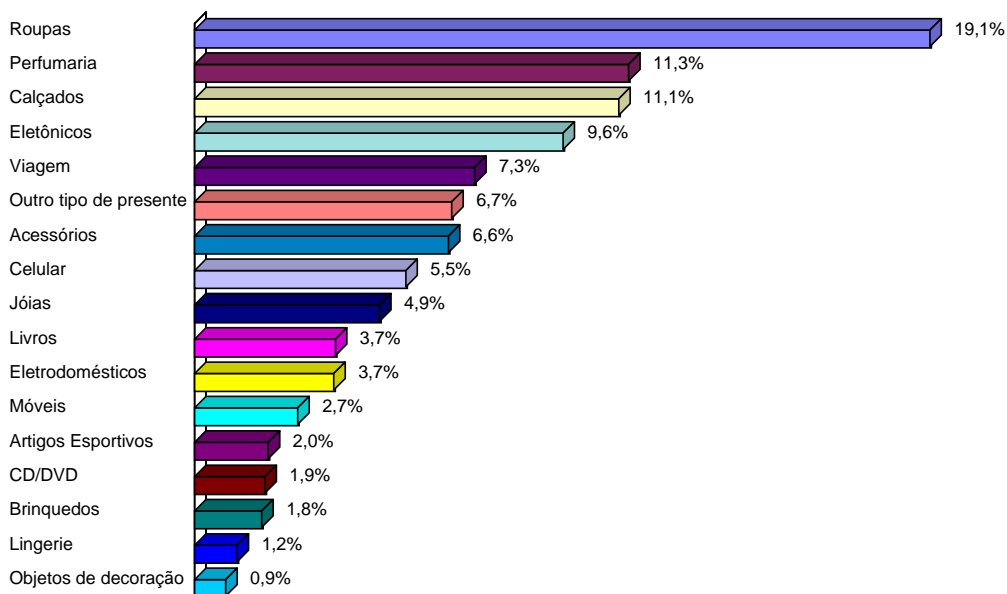
Cidade	Internet	Lojas do Centro da cidade	Lojas do meu Bairro	Supermercados	Shopping Campo Grande	Shopping Center Norte	Shopping Pátio Avenida	Shopping Pátio Central	Shopping Center Avenida	Camelódromo	Outro local	TOTAL
Aquidauana	8,2	68,3	5,3	5,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	13,0	100
Campo Grande	2,2	38,1	2,7	0,5	23,8	8,1	0,2	0,5	0,0	22,8	1,2	100
Chapadão do Sul	3,9	61,0	3,9	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	16,9	100
Corumbá	29,7	61,4	0,0	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,2	100
Dourados	12,3	44,9	8,0	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	23,0	0,0	10,7	100
Naviraí	2,0	96,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	100
Paranaíba	0,0	98,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	100
São Gabriel do Oeste	50,7	13,2	7,2	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,9	100
Três Lagoas	8,8	71,1	6,6	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	13,2	100
<b>TOTAL</b>	<b>10,6</b>	<b>56,1</b>	<b>3,8</b>	<b>3,7</b>	<b>7,5</b>	<b>2,5</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>2,3</b>	<b>7,2</b>	<b>6,2</b>	<b>100</b>

### Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente de Natal?



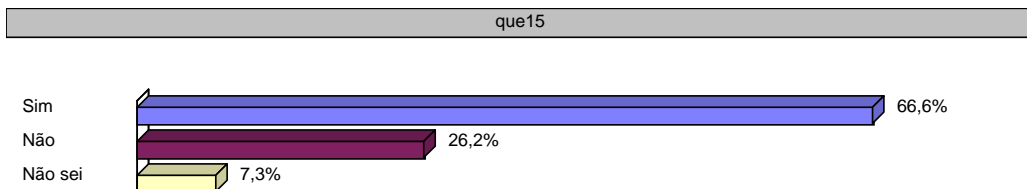
### Neste Natal o que o(a) Sr(a) gostaria de ganhar?

que14

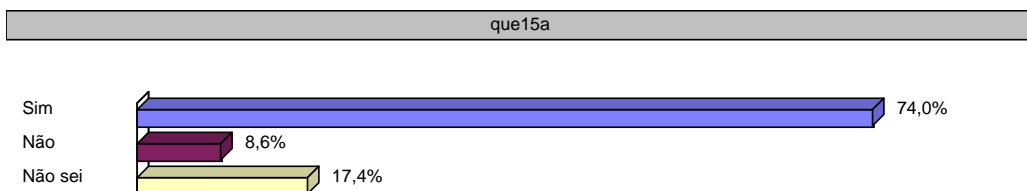


## Condições Financeira

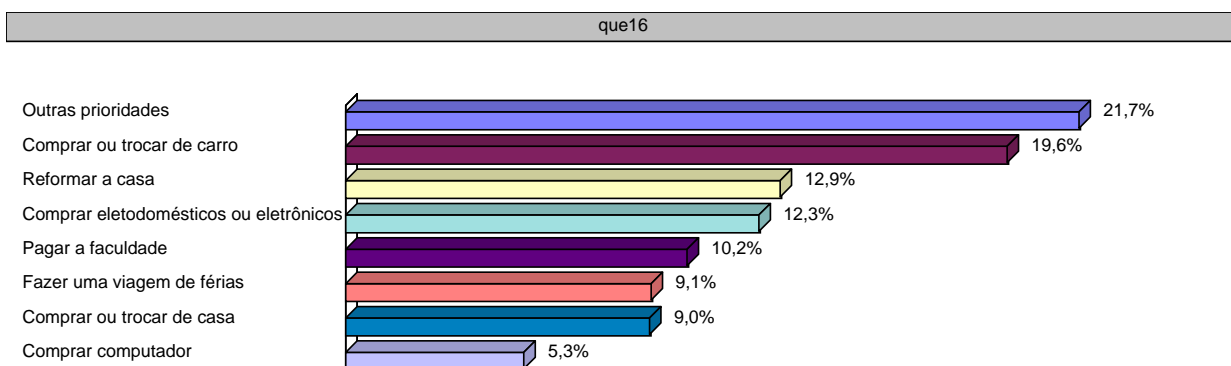
O Sr(a) acha que 2011 foi melhor, financeiramente, que o ano de 2010?



O Sr(a) julga que 2012 será melhor, financeiramente, do que 2011?



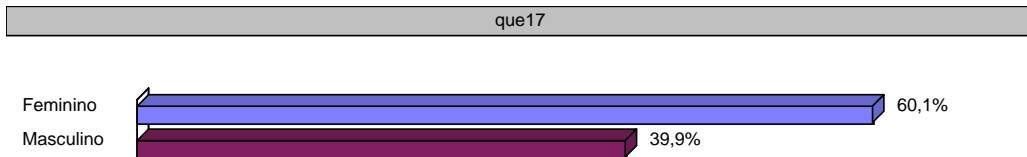
Quais são as suas prioridades de consumo de bens duráveis para o ano de 2012?



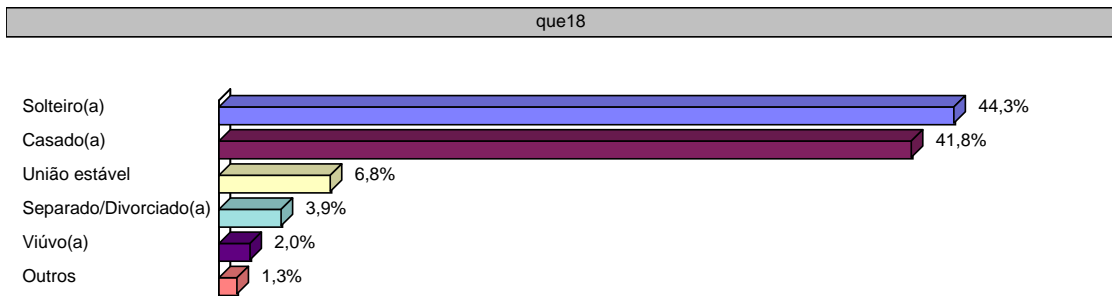


## Perfil Demográfico dos Entrevistados

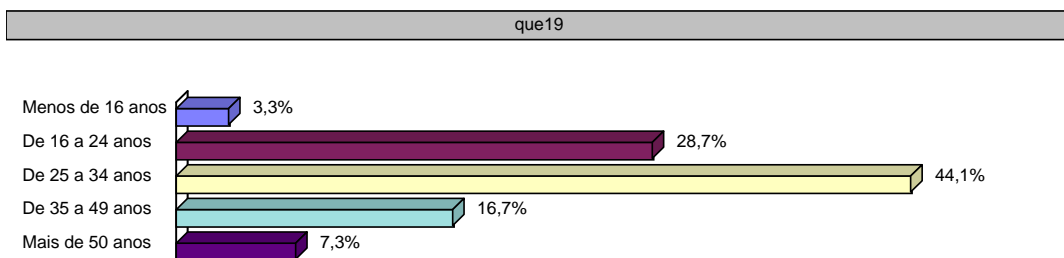
Sexo?



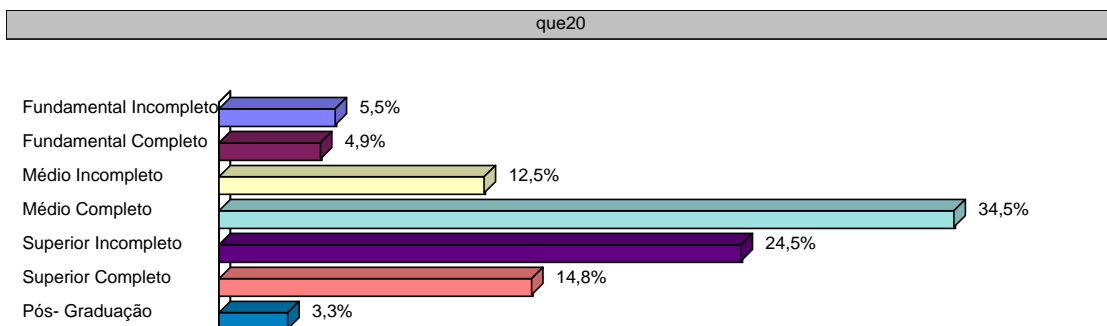
Qual seu estado civil?



Qual a sua idade?



### Qual é o seu grau de instrução?



### Qual a soma da renda da sua família?

