



Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Aquidauana, MS

Dia das Mães de 2011

Abril de 2011

Catálogo Bibliográfico

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Aquidauana, MS – Dia das Mães
Campo Grande: FMB, abril de 2011.

Anual

1. Dia das Mães. 2. Expectativas ao consumo. 3. Comércio 4. Local.



FECOMERCIO/MS

Diretoria Executiva - FECOMERCIO/MS

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

Presidente do IF.

Edison Ferreira de Araújo.

Diretor Superintendente do IF.

Thales de Souza Campos

SINDICATOS FILIADOS

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 Representação do Estado de Mato Grosso do Sul

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

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 das Mães de 2011.
Local:	Aquidauana, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Naviraí, Paranaíba, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas
Período:	18 a 20 de abril de 2011.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra no Dia das Mães.
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 1.798 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 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

A pesquisa de opinião pública sobre o comportamento e expectativa de consumo durante o Dia das Mães de 2011 foi realizada pela primeira vez 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. Desde 2003, a Universidade Anhanguera-Uniderp vem pesquisando o comportamento de compra nas principais datas festivas do comércio e a partir do ano passado a FECOMERCIO/MS estabeleceu uma parceria com a Fundação Manoel de Barros e a Universidade Anhanguera-Uniderp para a pesquisa em Campo Grande. No Estado a atividade de comércio e serviço colabora com 46% do PIB e Campo Grande detêm quase 32% do PIB de Mato Grosso do Sul. Foram entrevistadas 200 pessoas, de forma voluntária e anônima, que estavam circulando no centro ou em pontos de grande movimentação da cidade, durante os dias 18 a 20 de abril de 2011, considerando um nível de confiança de 95% e um erro amostral de 6,8%.

Compras no Dia das Mães

O comércio de Aquidauana e Anastácio será beneficiado na semana do Dia das Mães com mais de R\$ 2,4 milhões circulando nas compras de presentes para as mães (53%), esposa (27%), sogra (17%) ou outras pessoas (3%). Ao redor de 98% da população economicamente ativa irão às compras de vestuários (31%), bolsas e acessórios (11%), perfumes e cosméticos (15%), calçados (6%), cama, mesa e banho (6%), entre outros tipos de presentes. Alguns filhos escolheram comprar presentes diferentes: 6% pretendem comprar eletroeletrônicos e 1% deverão escolher eletrodomésticos. A escolha dos eletroeletrônicos ficará distribuída entre 27% para chapinha para cabelo, 18% para secador de cabelo, 14% de TV e 14% para DVD. Os eletrodomésticos ficaram entre três escolhas distribuídas em 33,3% para cada uma: batedeira, liquidificador e forno de microondas.

O valor médio de cada presente deverá girar ao redor de R\$134 e a intenção de cada consumidor é comprar em média 2 presentes. As compras deverão ser à vista, em dinheiro é a escolha de 53% dos compradores, seguido de 28% no cartão de crédito, 10% no carnê da loja e 7% no cartão de débito. O cheque pré-datado é a escolha de 1,5% dos consumidores destas cidades. Para aqueles que escolheram pagar a prazo, 3 parcelas foi à escolha de 32% e entre 4 e 6 a escolha de 28%. São os consumidores que pretendem comprar eletrodomésticos ou eletroeletrônicos.

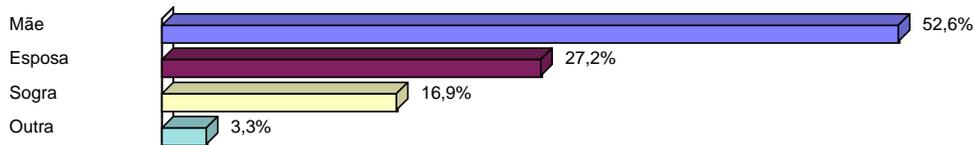
O local preferido da maioria dos consumidores é o centro da cidade (83%), seguido das lojas nos bairros (14%), supermercados (1%) e compras por meio da internet (2%).

Resultado da Pesquisa

Características da Compra

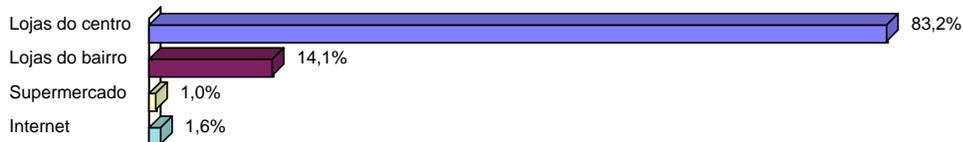
O(a) Sr(a) irá presentear a sua:

presentear_sua



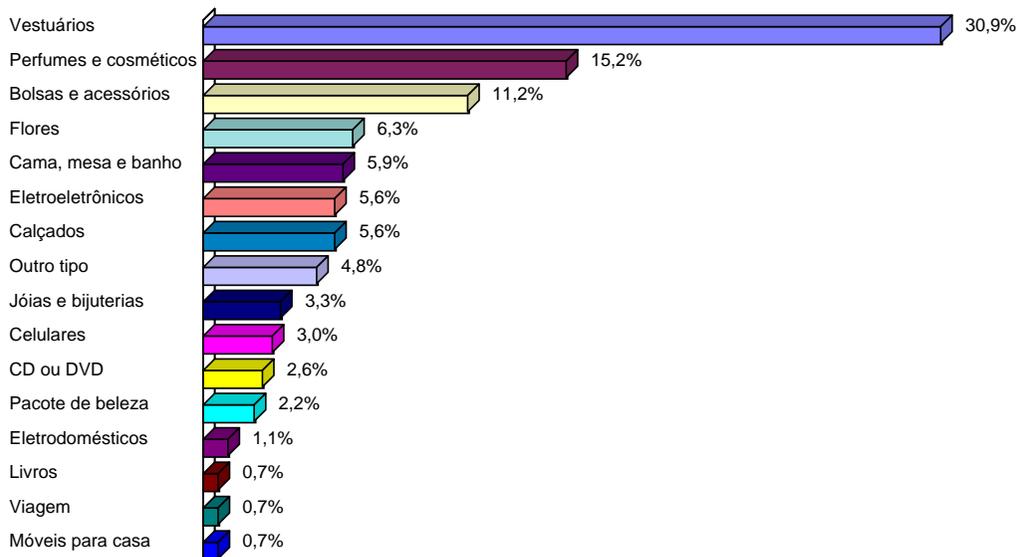
Pensando em comprar os presentes, qual é o local de sua preferência?

local_preferen



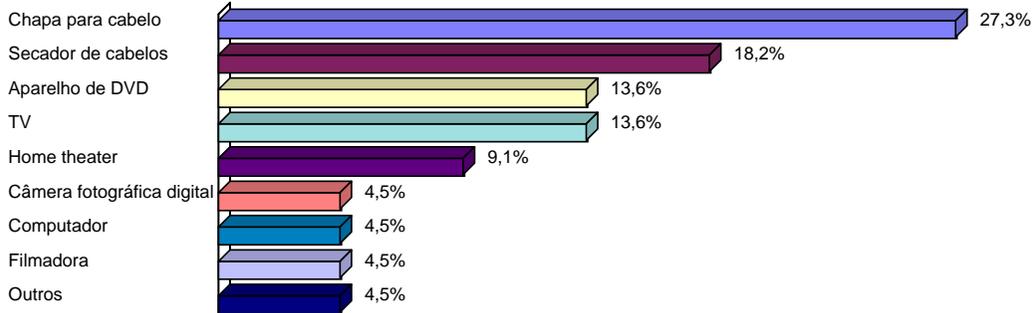
Pensando no presente do Dia das Mães, o que você deverá comprar? (escolher até 3 opções)

devera_comprar



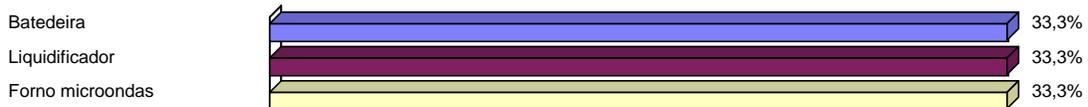
Se a sua escolha for Eletroeletrônicos, quais são as suas preferências para o presente? (escolher até 3 opções)

eletro_preferen



Se a sua escolha for Eletrodomésticos, quais são as suas preferências? (escolher até 3 opções)

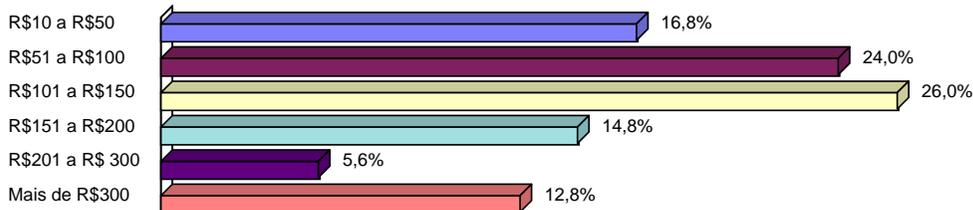
eletrodomesticos_preferen



Valor da Compra e Forma de Pagamento

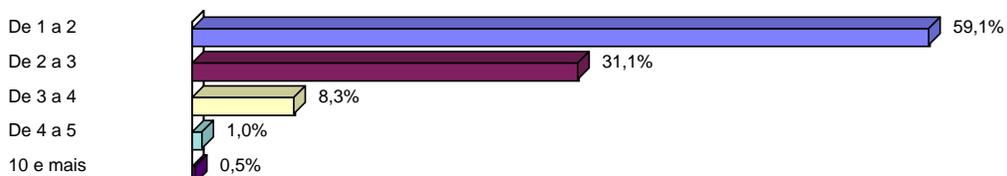
Quanto você pretende gastar em cada presente no Dia das Mães?

presente_mães



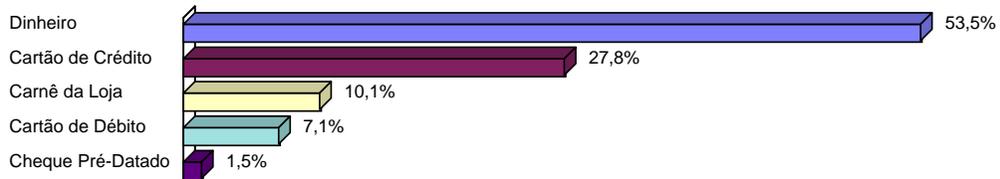
Quantos presentes você deverá comprar para o dia das Mães?

Quantos Presentes



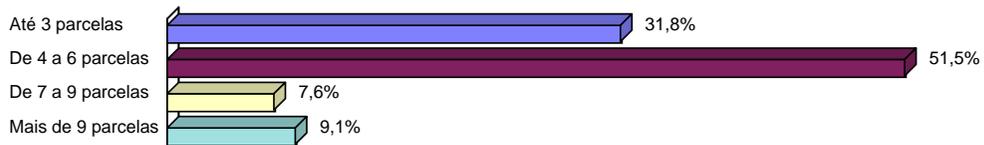
Qual será a sua forma de pagamento?

forma_pagamento



Se a compra for parcelada, como seria esse parcelamento?

compra_parcela



Perfil Demográfico dos Entrevistados

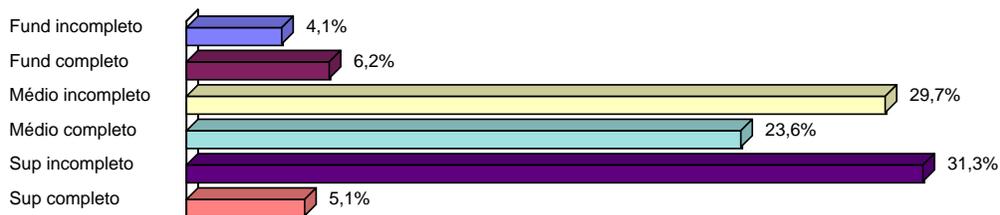
Sexo

sexo

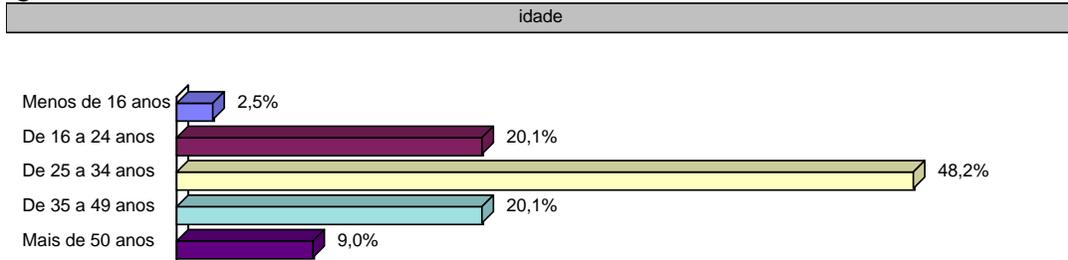


Qual é o nível de escolaridade?

nível_escolaridade



Qual a sua faixa de idade?



Qual é a sua faixa de Renda Familiar?

