



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

Dia das Mães de 2011

Abril de 2011

Catálogo Bibliográfico

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Mato Grosso do Sul – 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 e com as 8 outras cidades alcançam quase 62% do PIB/MS. Foram entrevistadas 1.798 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 erro de 4,2%.

Esta pesquisa vem comprovar que a data festiva do Dia das Mães é muito significativa para o comércio de Mato Grosso do Sul. É a segunda melhor data, perdendo apenas para o Natal em que a circulação de dinheiro é maior. Estima-se que neste período que antecede e vai até o Dia das Mães deverá ocorrer uma movimentação de aproximadamente R\$163 milhões nos mais diversos estabelecimentos comerciais localizados em todo território sul-mato-grossense. É uma oportunidade do comércio lojista para fazer bons negócios, pois existem indicativos que o consumidor quer comprar, e mais do que isto, quer pagar à vista. Cerca de 84% da população economicamente ativa irá às compras presentear a mãe.

Valor e quantidade de presentes – A mãe vai ser a mulher mais homenageada nesta data. Os compradores indicam que deverão presentear as mães (64%); as esposas (18%); as sogras (14%); e outras pessoas (4%). O valor médio de cada presente, no MS, ficará ao redor de R\$121, destacando-se que em São Gabriel do Oeste os compradores devem comprar presentes no valor médio de R\$202. Em Campo Grande este valor deverá ficar ao redor de R\$122, menor do que o valor estimado de R\$130 para o ano passado. Nota-se que os homens deverão gastar um pouco mais do que as mulheres. Eles deverão comprar presentes no valor de R\$139 e elas no valor de R\$103. É uma característica das mulheres serem mais econômicas e racionais, principalmente, quando ficam alerta para os sinais de aumento da inflação.

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

Cidades	Valor Estimado em Compras (R\$)	Valor médio do presente (R\$)
Aquidauana	2.371.206	134
Campo Grande	40.439.834	122
Chapadão do Sul	925.560	113
Corumbá	4.878.693	150
Dourados	4.688.031	65
Naviraí	2.300.833	138
Paranaíba	1.643.725	102
São Gabriel do Oeste	1.866.782	202
Três Lagoas	6.448.433	104
MS	163.297.964	121

Formas de Pagamento – A pesquisa sinaliza que os pagamentos dos presentes serão à vista. O levantamento indica esta preferência de compra em dinheiro para mais de 61% dos compradores e 22% pagarão com o seu cartão de crédito e 5% com o cartão de débito. Apenas 2,3% dos consumidores indicaram a intenção de pagar por meio de cheque e 7% desejam comprar a prazo utilizando o carnê da loja. Para os poucos que irão comprar a prazo, a preferência é liquidar a dívida em 3 parcelas. Esta foi a escolha de 67% e outros 24% preferem pagar em 4 ou 6 vezes. A maioria da escolha de parcelamento das compras está relacionada aos valores mais altos, aqueles presentes escolhidos como eletrodomésticos ou eletroeletrônicos. É um sintoma recorrente dos últimos anos. Os consumidores pretendem comprar e homenagear as suas pessoas queridas, mas estão mais conscientes do seu poder financeiro e não desejam alongar as suas dívidas. Neste ponto não existem diferenças entre os comportamentos das mulheres e dos homens, mas aparece para os maiores de 40 anos e para os da classe econômica D. São resultados importantes para os lojistas, pois terão diminuído os seus riscos de inadimplência.

Local das compras – Tanto em Campo Grande como nas outras cidades pesquisadas, a grande escolha são para as lojas do centro da cidade. Mas o comércio dos bairros também é indicado pelos compradores, aparentando o surgimento de concorrência e destacando também o comportamento de comodidade e proximidade, e quem sabe a empatia e amizade com estes lojistas. Um pouco superior que as pesquisas passadas são as compras em lojas virtuais, pela internet. Corumbá é o destaque. Mais de 17% dos consumidores escolheram esta forma. Mas aparece como escolha de compra em São Gabriel do Oeste (14%), Paranaíba (5%), Chapadão do Sul (2%) e em Aquidauana (2%). É uma forte concorrência ao mercado local, mais pela escolha de produtos diferenciados que o comércio da cidade não oferece.

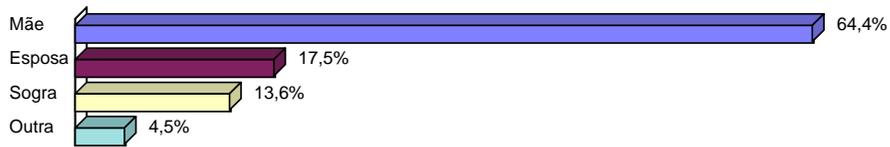
Presentes – As mães, esposas e sogras devem ficar preparadas para receberem presentes úteis. Elas deverão receber vestuários (21%), bolsas e acessórios (13%), perfumes e cosméticos (13%), calçados (12%), flores (7%), jóias e bijuterias (6%), celulares (5%), entre outros tipos de presentes. Algumas mães deverão receber presentes de uso doméstico, como eletrodomésticos e eletroeletrônicos. Principalmente, as mães e sogras de Naviraí (15%) e Chapadão do Sul (11%) deverão receber um eletrodoméstico tal como liquidificador, batedeira e lavadora de roupas. Já em Corumbá (7%) e Aquidauana (6%) os filhos, genros e maridos escolheram comprar eletroeletrônicos como TV e aparelho de DVD. Espera-se que as mães fiquem agradecidas com estes presentes domésticos e de uso da família e de utilidade do lar.

Resultado da Pesquisa

Características da Compra

O(a) Sr(a) irá presentear a sua:

presentear_sua



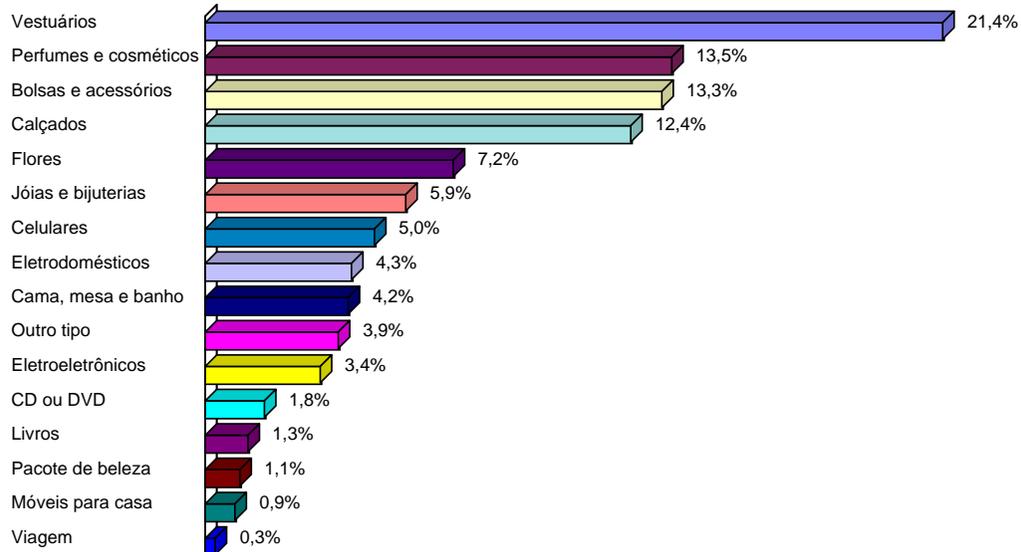
Pensando em comprar os presentes, qual é o local de sua preferência?

local_preferen



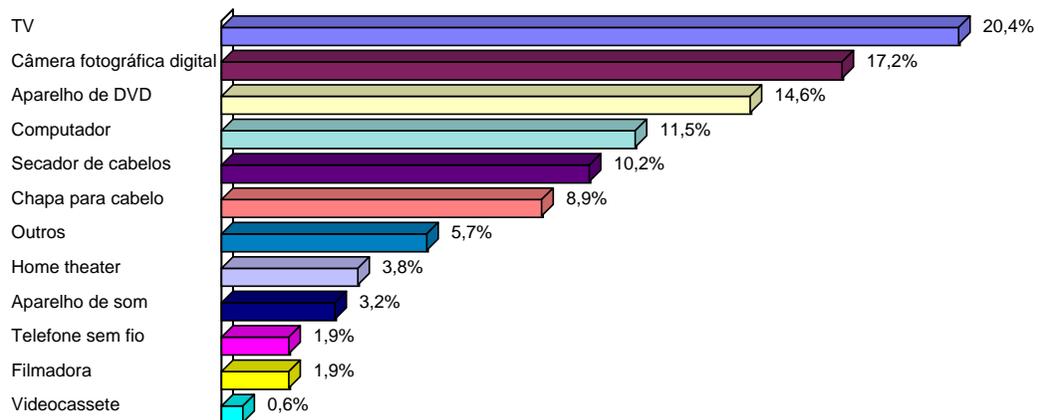
Pensando no presente do Dia das Mães, o que você deverá comprar? (escolher até 3 opções)

devera_comprar

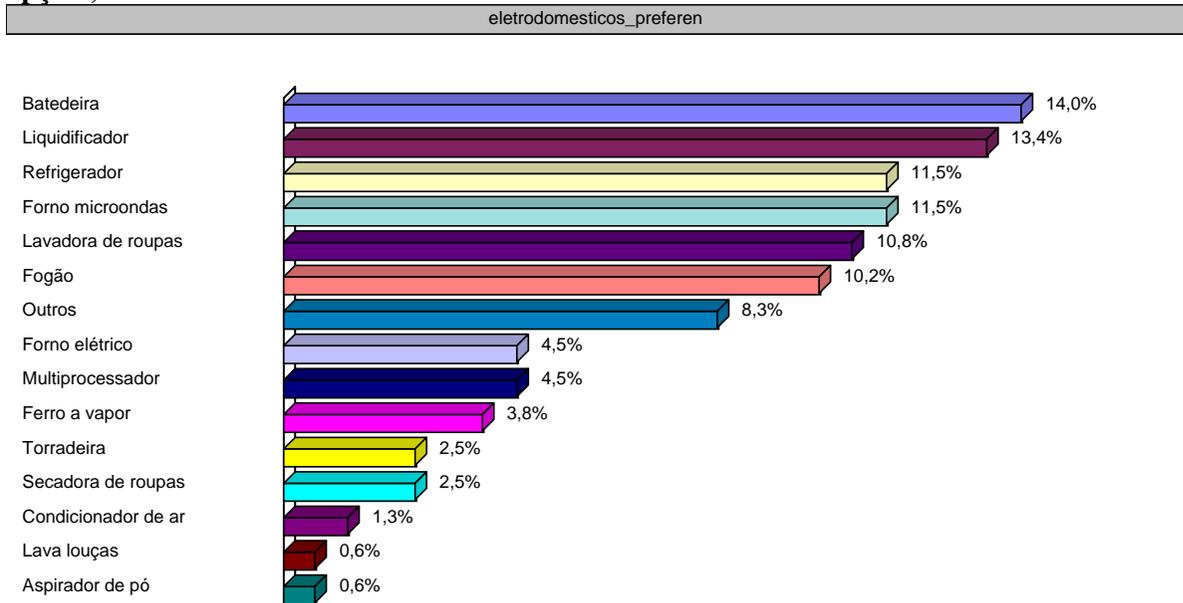


Se a sua escolha for Eletroeletrônicos, quais são as suas preferências para o presente? (escolher até 3 opções)

eletro_preferen

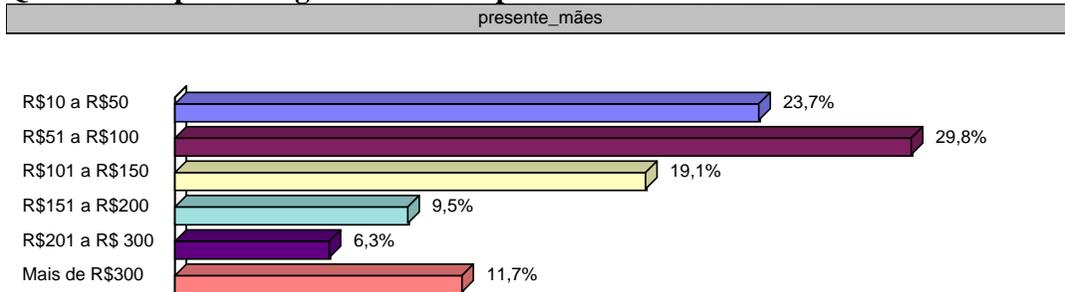


Se a sua escolha for Eletrodomésticos, quais são as suas preferências? (escolher até 3 opções)

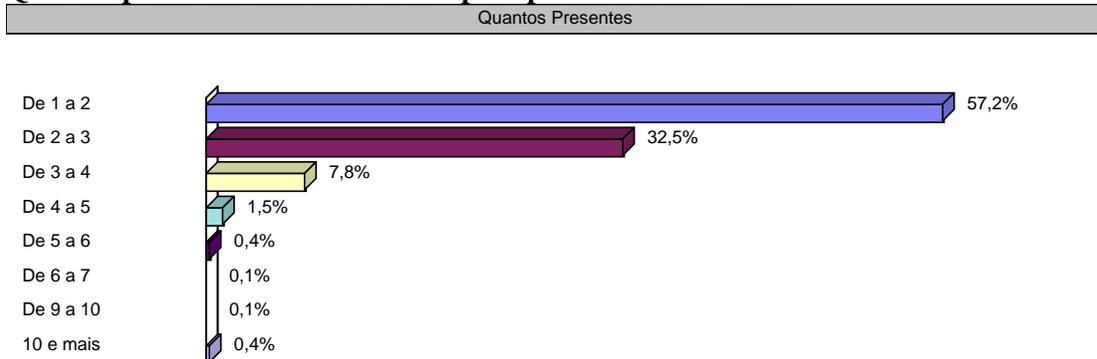


Valor da Compra e Forma de Pagamento

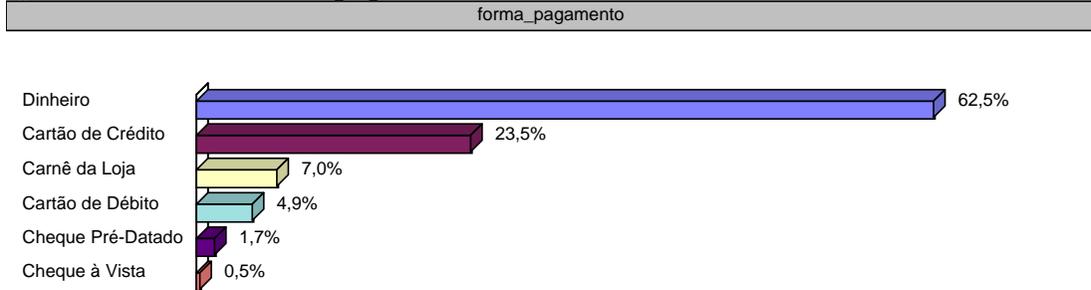
Quanto você pretende gastar em cada presente no Dia das Mães?



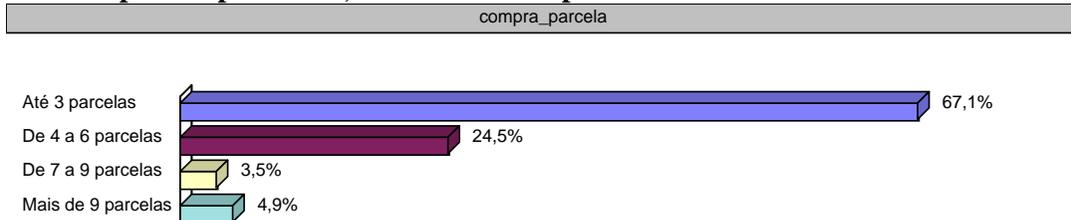
Quantos presentes você deverá comprar para o dia das Mães?



Qual será a sua forma de pagamento?



Se a compra for parcelada, como seria esse parcelamento?

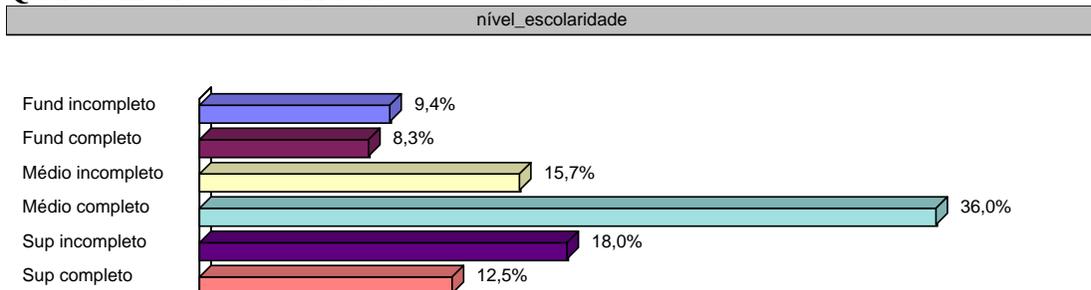


Perfil Demográfico dos Entrevistados

Sexo

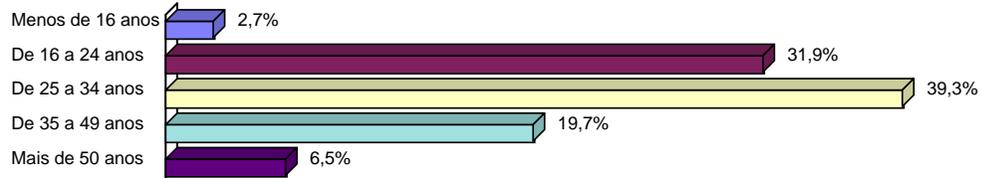


Qual é o nível de escolaridade?



Qual a sua faixa de idade?

idade



Qual é a sua faixa de Renda Familiar?

renda_familiar

