



---

# **Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Campo Grande, MS**

## **Dia dos Namorados de 2011**

**Junho de 2011**

**Apoio:**



SINDICATO DO COMÉRCIO  
VAREJISTA DE PARANAÍBA  
SINCOPAP





## Catlogação Bibliográfica

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Campo Grande – 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 das cidades de Campo Grande a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo do Dia dos Namorados de 2011.
Local:	Campo Grande
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 203 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**

O Dia dos Namorados volta a movimentar o comércio varejista de Campo Grande, quando 72% dos entrevistados irão às compras. O valor médio do investimento em presente será de R\$ 84, movimentando um valor expressivo de R\$ 24,2 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 83%, utilizando o pagamento com dinheiro vivo, cheque ou cartão de débito. O uso do cartão de crédito é indicado por mais de 15% dos possíveis compradores, ficando muito reduzido as compras a prazo. Para os poucos compradores a prazo, 54% escolhem pagar até em 2 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 (35%), promoção de preço (17%) e marca do produto (17%). O campo-grandense julga importante alguns benefícios que devem estar associados à compra, como por exemplo, sorteios prêmios e brindes, estes indicados por quase 10% dos consumidores. Já a propaganda, localização da loja e forma de pagamento passa não ser relevante na sua escolha de compra. Esta percepção do comprador deve ser levado em conta pelo lojista, pois é um indicativo de que o comércio lojista deverá estar preparado para discutir a relação entre o preço e a qualidade do produto, pois o comprador quer redução de preço.

O perfil das compras deve seguir na busca de presentes úteis e tradicionais para estas festas e dos outros eventos familiares. As roupas seguem como primeira escolha para 29% dos compradores, seguido de perfume na preferência para 20% e relógio para 9%. Quando perguntado o que gostaria de ganhar, o entrevistado não fugiu muito da escolha do que irá comprar, com pequenas diferenças. Roupas aparecem na escolha de 27%, seguido de perfumes (18%), calçados (9%) e bolsas e acessórios (9%).

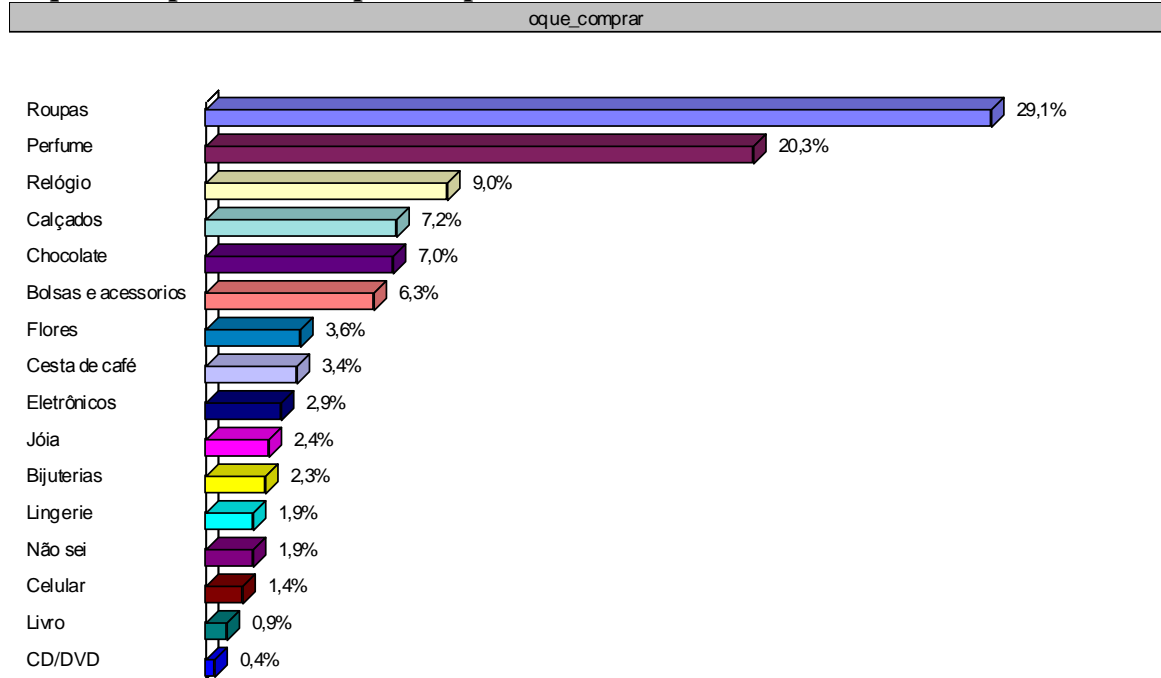
As lojas do centro da cidade têm a preferência de 62% dos compradores, seguida das lojas do Shopping Campo Grande (33%).

A grande maioria das festividades para a comemoração do Dia dos Namorados será em casa (29%). Outras escolhas são de comemorar o dia em restaurante (23%), cinema (16%), bar ou boate (16%) ou no motel (11%). Apenas 6% dos campo-grandenses deverão viajar nesta data, ou para o interior ou para fora do estado.

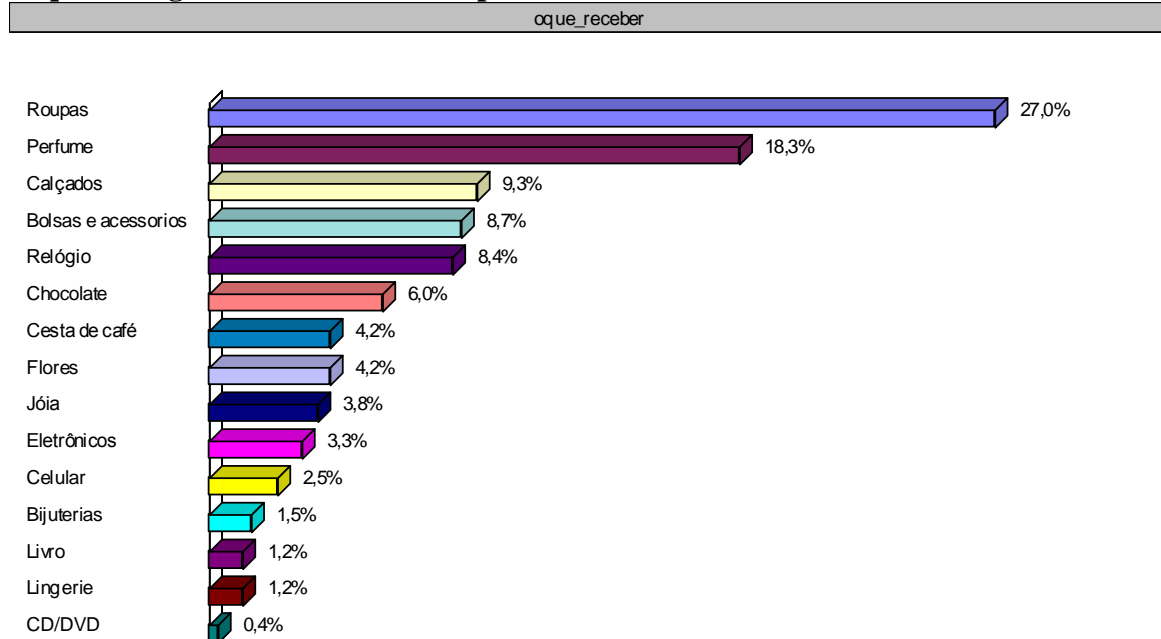
## Resultado da Pesquisa

### Características da Compra

#### O que você pretende comprar de presente?

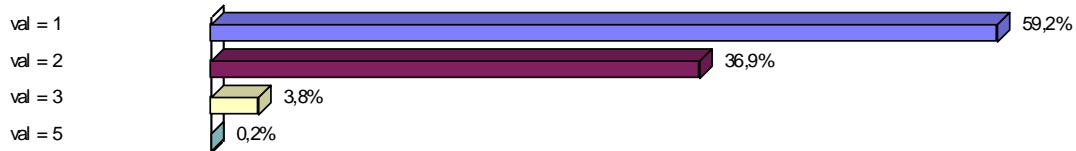


#### O que você gostaria de receber de presente neste Dia dos Namorados?



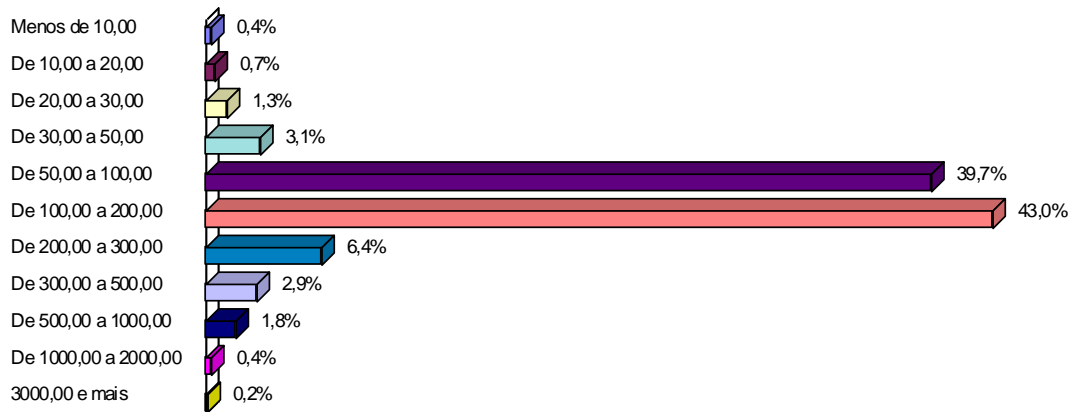
## Quantos presentes você ira comprar?

quantos\_presentes



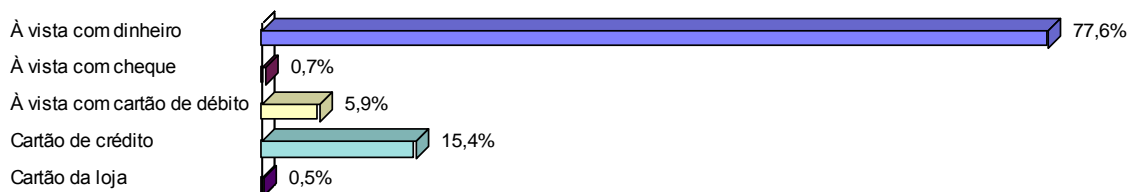
## Quanto pretende investir em cada presente?

quanto\_investir



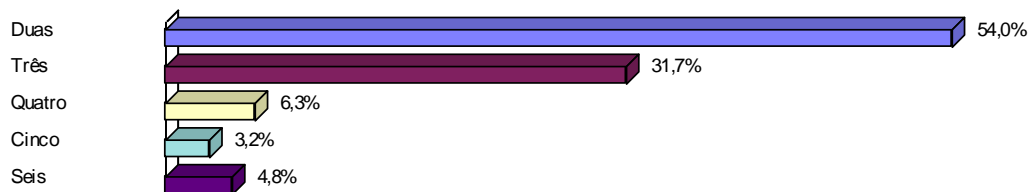
## Qual será a forma de pagamento do seu presente?

forma\_pagamento



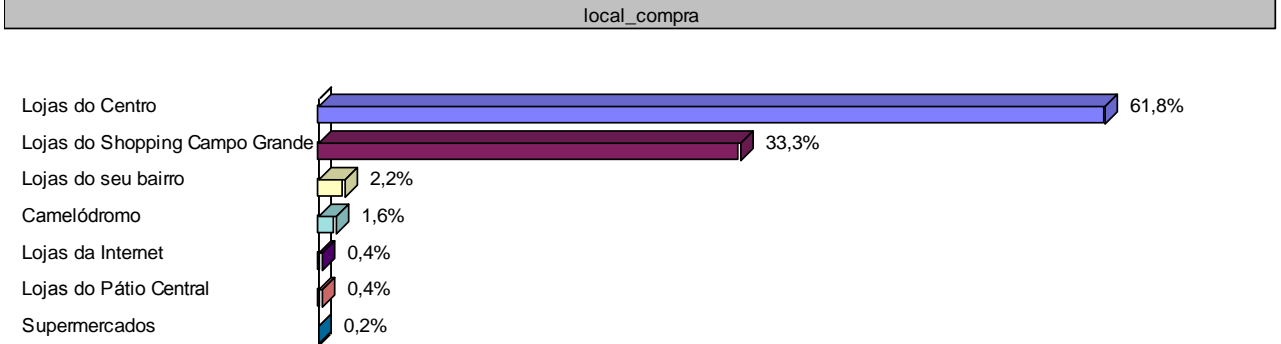
## Se a sua escolha for a prazo, em quantas vezes você gostaria de pagar o seu presente?

quantas\_vezes

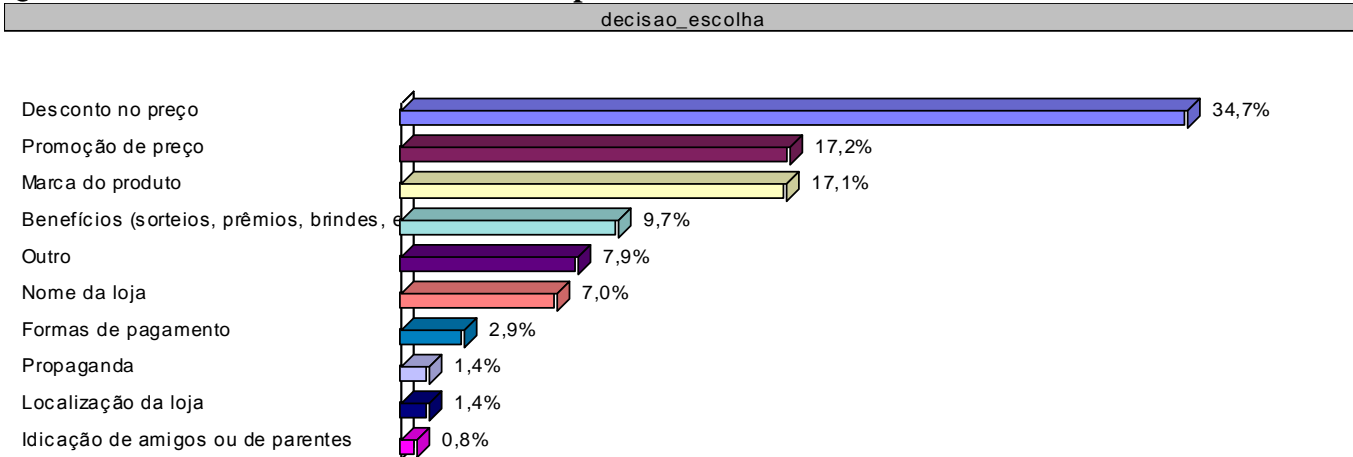




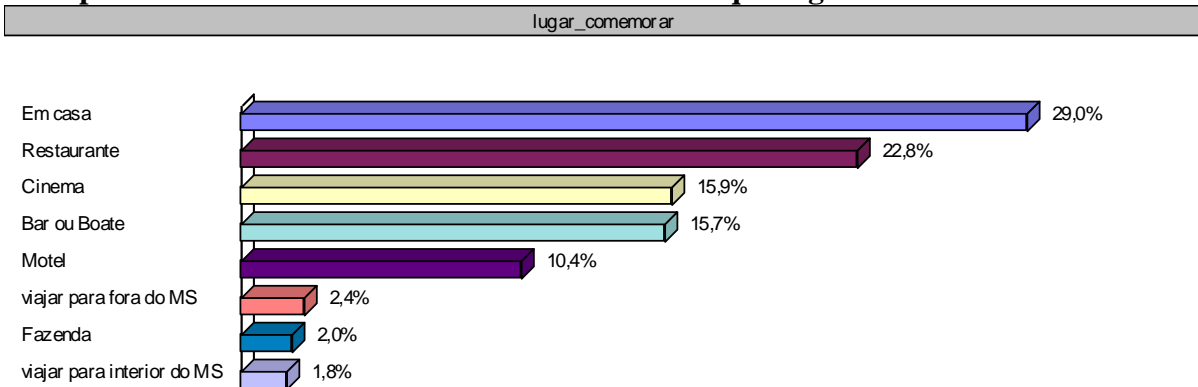
### Na sua preferência, em que local você irá comprar o seu presente?



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



### Você pretende comemorar o Dia dos Namorados em que lugar?

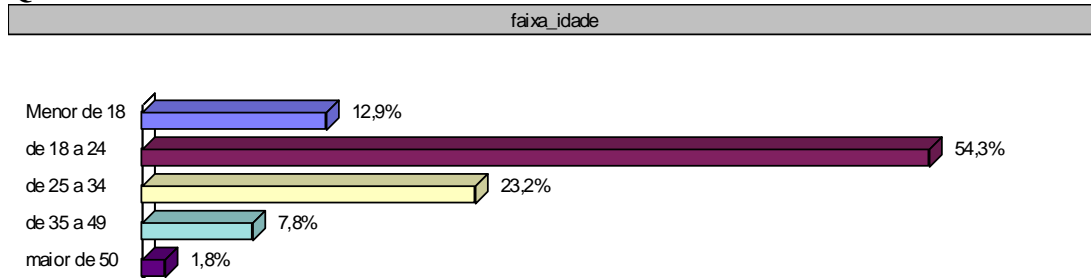


## Perfil Demográfico do Entrevistado

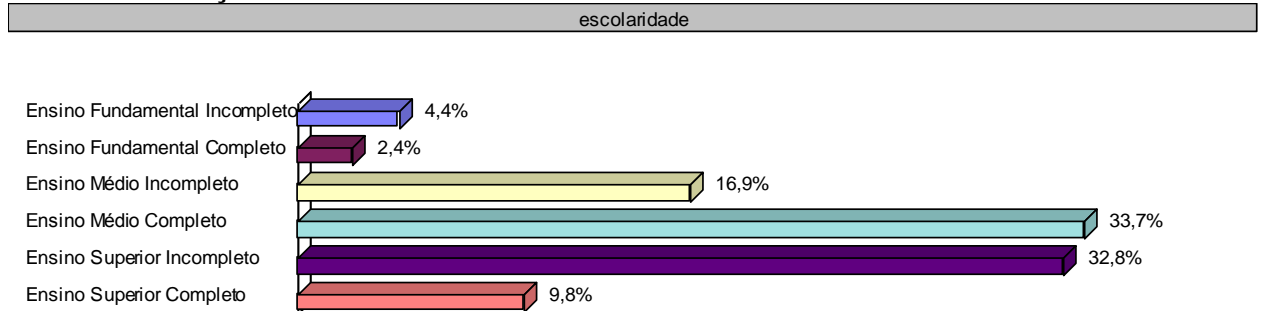
### Sexo do entrevistado:



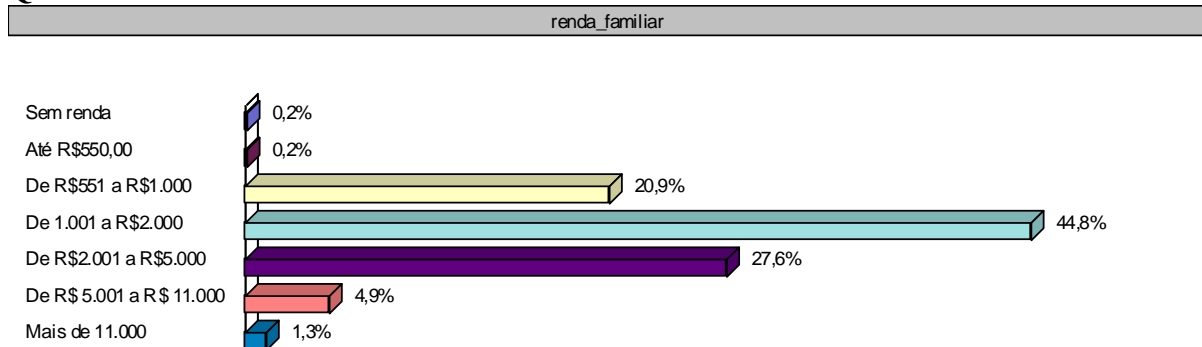
### Qual é a sua faixa de idade?



### Grau de Instrução:



### Qual é a sua renda familiar?



**Seu estado civil é:**

estado\_civil

