



Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista

Resultados Consolidados de Mato Grosso do Sul

Dia das Mães de 2012

Abril de 2012

Apoio:



SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE PARANAÍBA SINCovAP



Catálogo Bibliográfico

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Mato Grosso do Sul – Dia das Mães de 2012.

Campo Grande: FMB, abril de 2012.

Anual

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



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 Aquidauana, Anastácio, Campo Grande, Corumbá, Dourados, Ladário, Naviraí, Paranaíba, Ponta Porã, 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 2012.
Local:	Onze cidades de Mato Grosso do Sul
Período:	04 a 07 de abril de 2012.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compras na Páscoa.
População:	População economicamente ativa de Aquidauana, Anastácio, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Ladário, Naviraí, Paranaíba, Ponta Porã, 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 1.813 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 Lya Alves Corrêa dos Reis, Esp.

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
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
Ponta Porã	40.500	0,50	9,8	100
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

Novamente, a FECOMERCIO/MS realiza a pesquisa de opinião pública sobre o comportamento e expectativa de consumo durante o Dia das Mães de 2012 em onze cidades de Mato Grosso do Sul: Aquidauana, Anastácio, Campo Grande, Corumbá, Dourados, Ladário, Naviraí, Paranaíba, Ponta Porã, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas. Esta pesquisa é uma continuidade de outras realizadas pela Universidade Anhanguera-Uniderp, a qual desde 2003 vem levantando a opinião pública para as principais datas festivas em Campo Grande, MS. Agora, a FECOMERCIO/MS, por intermédio do seu Instituto Fecomercio e o trabalho de campo da Fundação Manoel de Barros e da Universidade Anhanguera-Uniderp, atingem estas onze cidades as quais somam quase 65% do PIB estadual. Foram entrevistadas 1.813 pessoas, nos mais diversos pontos de circulação e comercialização de cada uma dessas cidades, de forma espontânea, anônima e sigilosa, durante o período de 04 a 07 de abril de 2012, com um erro amostral de 6,5%.

Compras no Dia das Mães

Valor e quantidade de presentes - O Dia das Mães é uma data festiva de grande importância para o comércio, ficando atrás apenas do Natal. Estima-se que irá circular, nos mais diversos estabelecimentos comerciais localizados nos 78 municípios sul-mato-grossenses, um montante da ordem de R\$ 222,2 milhões, superior em quase 16% do observado no ano passado. Em todo o Estado, 81% dos consumidores irão às compras, gastando em média R\$ 168. Campo Grande absorverá R\$ 42,1 milhões, com 80% da população economicamente ativa indo às compras e gastando em média R\$ 131 por presente.

Cidades	% de consumidores que irão às compras	Valor Estimado em Compras (R\$)	Valor Médio do Presente (R\$)
Aquidauana	87	3.283.612	209
Campo Grande	80	42.123.752	131
Corumbá	87	5.106.603	143
Dourados	66	5.027.748	96
Naviraí	96	4.595.673	217
Paranaíba	91	3.393.182	186
Ponta Porã	68	7.034.139	257
São Gabriel do Oeste	87	2.252.609	236
Três Lagoas	89	9.148.894	158
Total das 11 cidades pesquisadas	83	81.966.212	181
Total estimado para todo o MS	81	222.245.386	168

Os homens irão comprar presentes de maiores valores quando comparado com as mulheres. Eles pretendem gastar em média R\$ 184 contra os R\$150 indicado por elas. Outra característica que se destaca é que 30% dos homens entrevistados declararam que pretendem comprar presentes com valor superior a R\$300. Já as mulheres neste patamar são apenas 16%. A diferença de valores dos presentes entre os homens e as mulheres também foi observado durante a pesquisa do Dia das Mães do ano passado. Esse comportamento de compra indica que as mulheres apresentam características de racionalidade e de maior controle da sua economia.

Um pouco mais de 48% dos consumidores comprarão um presente e 48% deverão comprar de dois a três presentes, mas terá pessoas que poderão comprar até seis presentes, no entanto será uma pequena parcela de menos de 4%.

Formas de pagamento – Se somadas às formas de pagamento à vista isto dará na ordem de 48%, pois os compradores pretendem pagar em dinheiro (40%), com o cartão de débito (7%) e 0,7% em cheque. O cartão de crédito é a escolha de 34% dos compradores e o uso de carnê da loja aparece na preferência de 16%. Nota-se que a escolha de pagamento em cheque, à vista ou a prazo, soma-se apenas 3% das pretensões de compra. Mais uma vez, como das pesquisas anteriores, de outras datas festivas de Mato Grosso do Sul, o consumidor quer pagar à vista e isto é bom para o comércio, pois diminui o risco da inadimplência e é entrada de caixa garantida.

Os itens decisivos para a compra do presente para o dia das Mães é muito coerente com as observações colhidas nas últimas pesquisas para o Natal de 2011 e Páscoa de 2012. Os consumidores querem desconto no preço do presente (22%), promoção no preço (21%) e forma de pagamento (18%). Entende-se que os consumidores querem pagar à vista, mas querem descontos e promoções aceitáveis. Menos importante, ficando numa escala de preferência menor, está os sorteios, prêmios e brindes (7%), propaganda (7%) e a localização da loja (5%). A percepção de valor na compra dos presentes fica muito no preço do produto, e o comprador está propenso a procurar um local adequado para aquisição dos bens, pois classifica a localização da loja como menos relevante, assim como o nome da loja (2%).

Para aqueles que pretendem comprar a prazo, como no caso de cheque à prazo, carnê da loja e parte das compras com o cartão de crédito, até três parcelas é a escolha de 46% e entre quatro a seis parcelas fica a escolha de 36% dos compradores. Acima disto, até mais de nove parcelas, fica a escolha de 19% dos compradores.

Local da compra – As lojas do centro das cidades serão a grande escolha dos compradores. Isto possui algumas características diferentes quando a cidade possui shoppings centers, ou estão na fronteira com outro país, como no caso de Campo Grande, Dourados, Corumbá, Ladário e Ponta Porã.

Em Campo Grande, a escolha do local de compra possui destaque para as lojas do centro (51%), Shopping Norte Sul Plaza (22%) e Shopping Campo Grande (19%). O 1,7% escolhem o Camelódromo, 1,5% as lojas dos bairros e 2,2% comprarão de lojas virtuais pela internet.

Em Dourados, a escolha do local para compra pelos consumidores divide-se em 56% nas lojas do centro da cidade, 33% no Shopping Avenida Center, 7% nas lojas dos bairros e 5% em compras pela internet.

Já em Corumbá e Ladário, os consumidores irão às compras divididas em 77% nas lojas do centro e 3% nas lojas dos bairros. No entanto, 18% dos compradores afirmaram que irão comprar nas lojas localizadas no outro lado da fronteira, na Bolívia. Num cálculo rápido, estima-se que as lojas da Bolívia irão receber um montante de quase R\$ 919 mil em vendas, infelizmente, não retidos no comércio local.

Os consumidores de Ponta Porã, 60% escolheram comprar nas lojas do centro e 39% nas lojas do Paraguai. Isto é um importe de mais de R\$2,7 milhões que deixará de permanecer no comércio local.

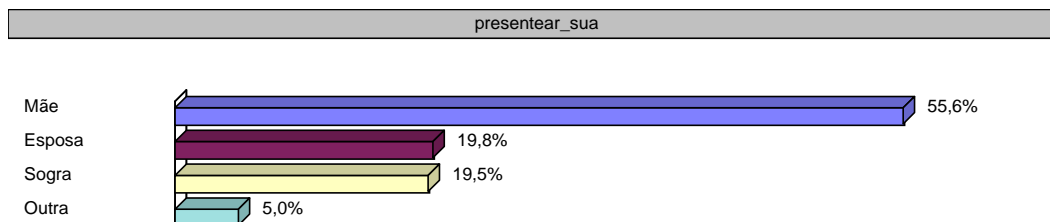
Presentes – A mãe será a grande ganhadora dos presentes nesta data. Elas são 56% da escolha, seguidas de 20% para as esposas e outros 20% para as sogras. A escolha dos presentes para elas ficou muito próxima da observada em 2011. Serão presentes úteis e característicos para as mulheres. Vestuários (16%), perfumes e cosméticos (15%), bolsas e acessórios (13%) e calçados (12%) são as principais escolhas para presentear neste dia das Mães. Porém, aparecem presentes com características mais domésticas do que pessoal. Alguns filhos escolheram eletroeletrônicos (4,6%), eletrodomésticos (4,4%) e móveis para casa (2,6%).

Para o item eletroeletrônico, o celular é o destaque para 29% dos consumidores, seguidos de 15% para televisão e 11% para câmara fotográfica digital. A novidade tablet fica na escolha de 4% dos compradores, como presente para o dia das Mães.

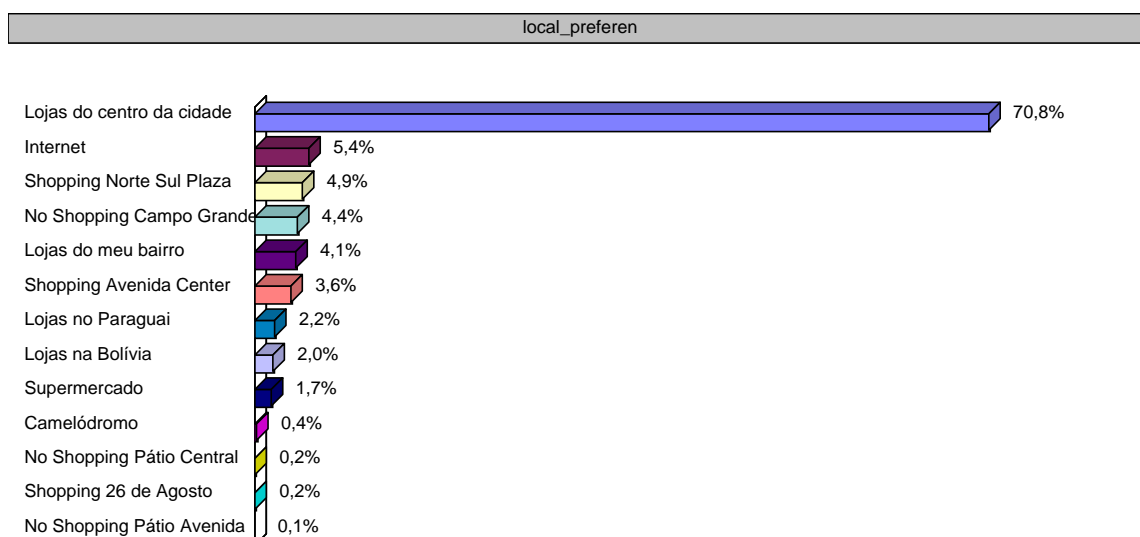
Aqueles que deverão comprar eletrodoméstico, a sua divisão ficam em: 11% para forno de micro-ondas, 11% para batedeira, 8% para refrigerador, 8% para lavadora de roupas, 8% para liquidificador, 8% para ferro a vapor.

Resultado da Pesquisa de Opinião Pública do Dia das Mães

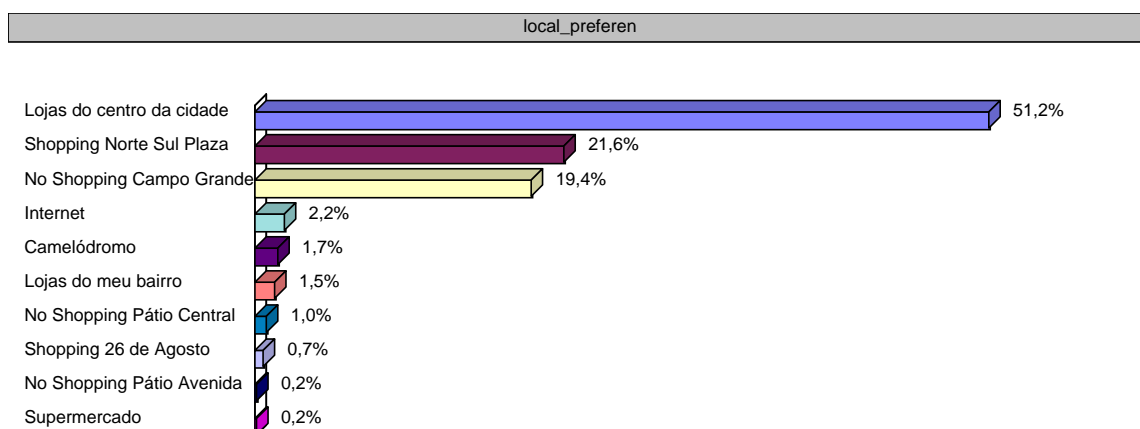
O(a) Sr(a) irá presentear a sua:



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

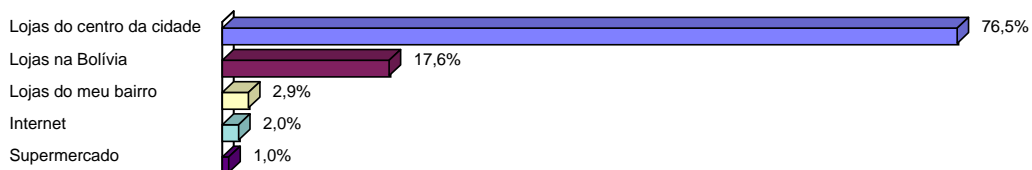


Pensando em comprar os presentes, qual é o local de sua preferência? Campo Grande



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

local_preferen



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

local_preferen

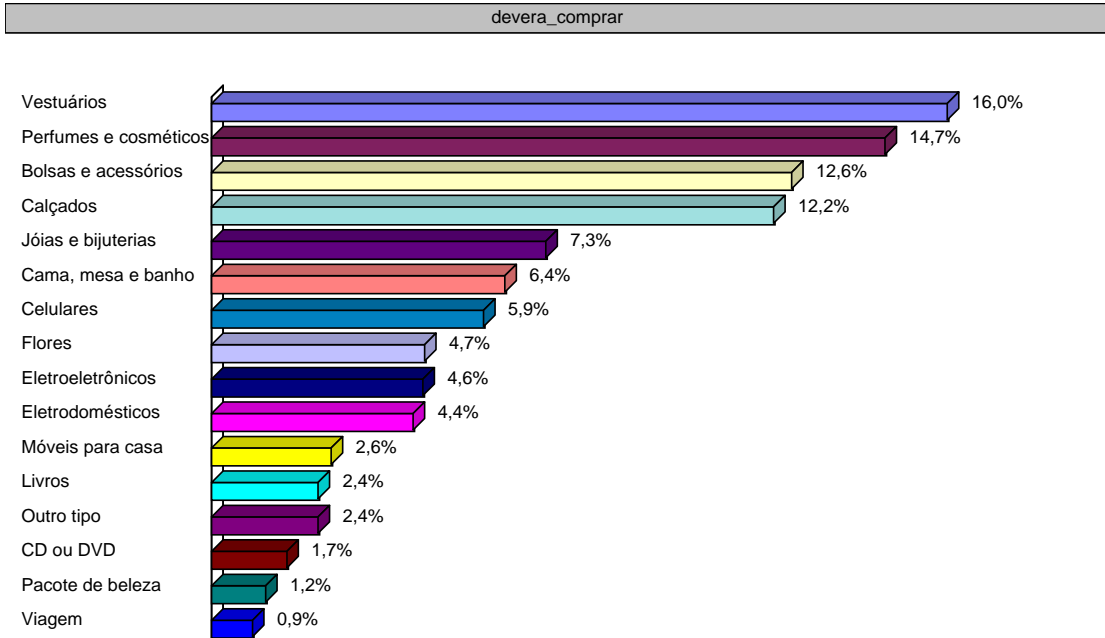


Pensando em comprar os presentes, qual é o local de sua preferência? Ponta Porã

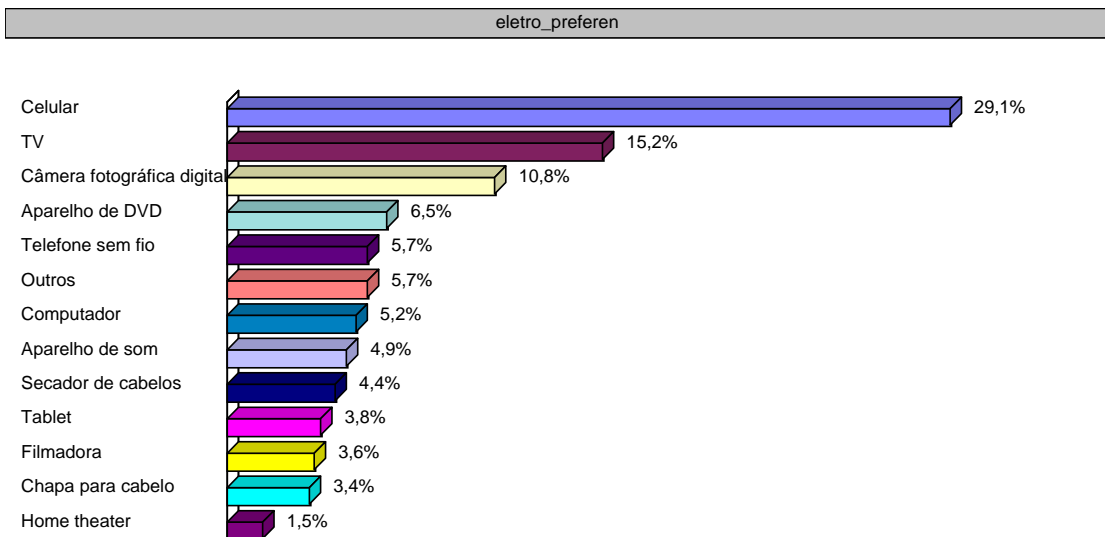
local_preferen



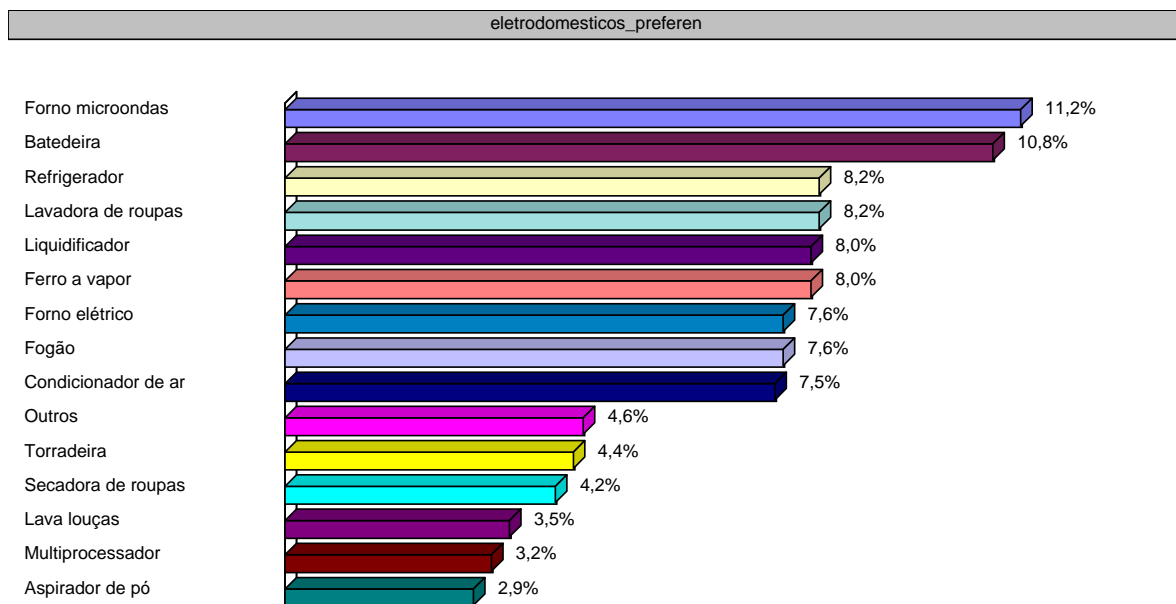
Pensando no presente do Dia das Mães, o que você deverá comprar? (escolher até 3 opções)



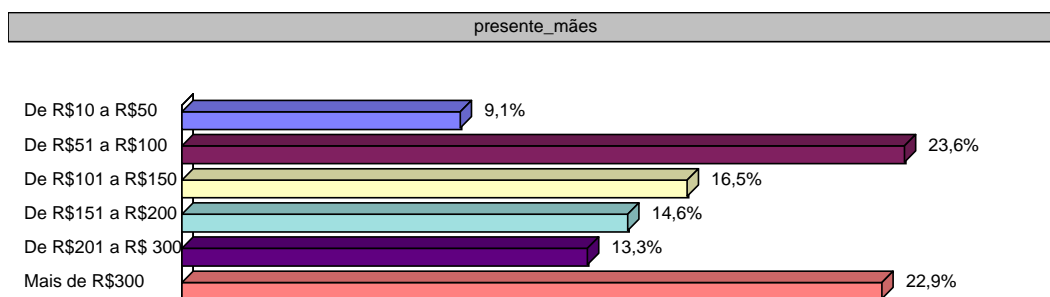
Se a sua escolha for Eletroeletrônicos, quais são as suas preferências para o presente? (escolher até 3 opções)



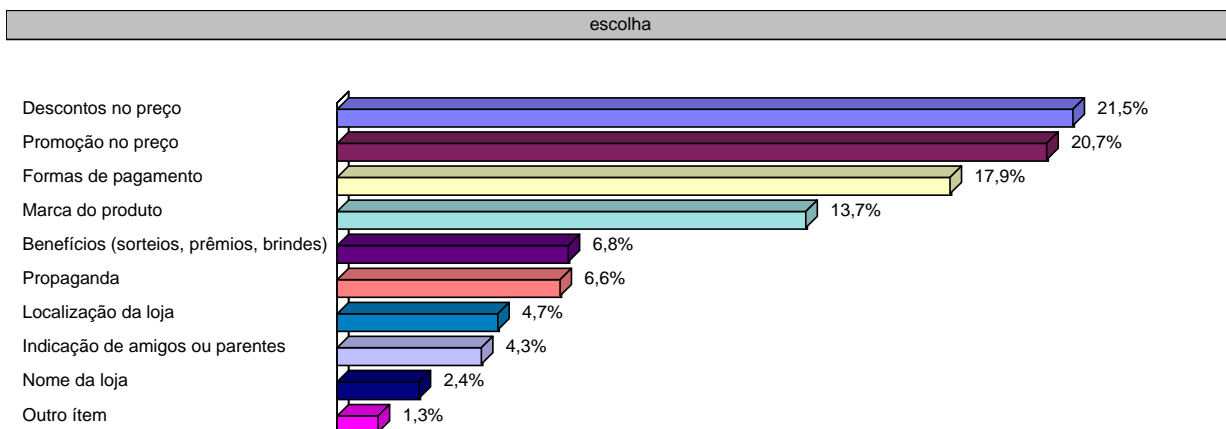
Se a sua escolha for Eletrodomésticos, quais são as suas preferências? (escolher até 3 opções)



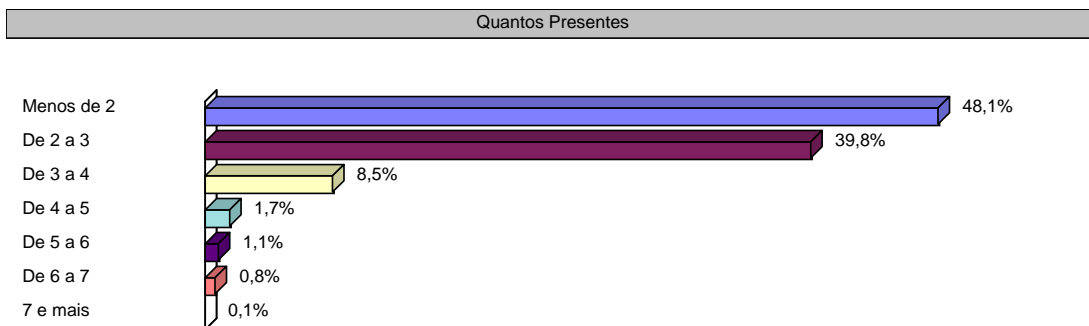
Quanto você pretende gastar em cada presente no Dia das Mães?



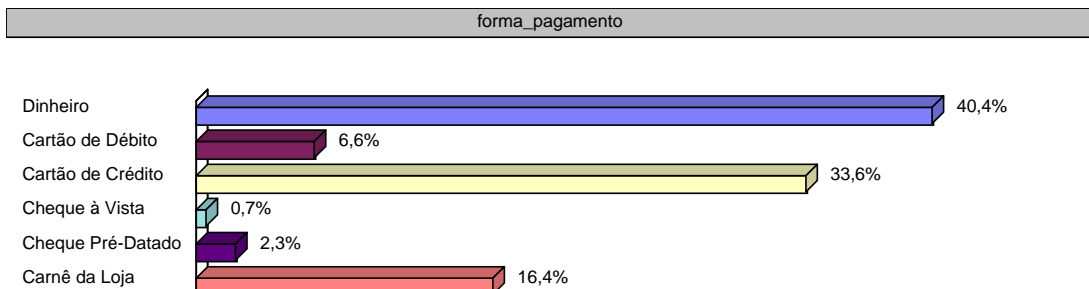
Quais serão os itens decisivos para a escolha do seu presente?



Quantos presentes você deverá comprar para o dia das Mães?

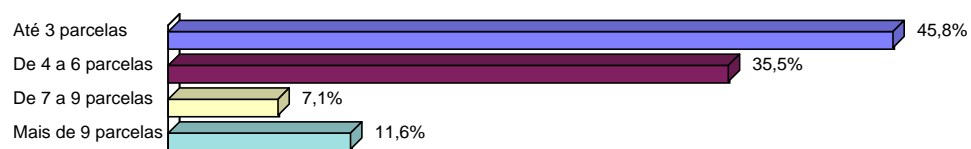


Qual será a sua forma de pagamento?



Se a compra for parcelada, como seria esse parcelamento?

compra_parcela

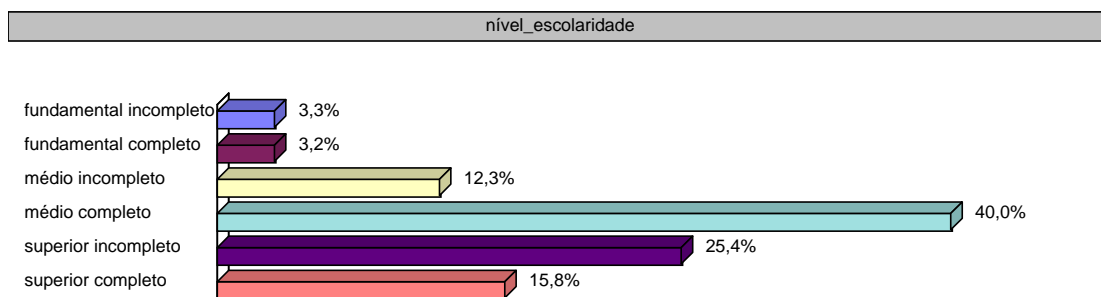


Perfil Demográfico dos Respondentes

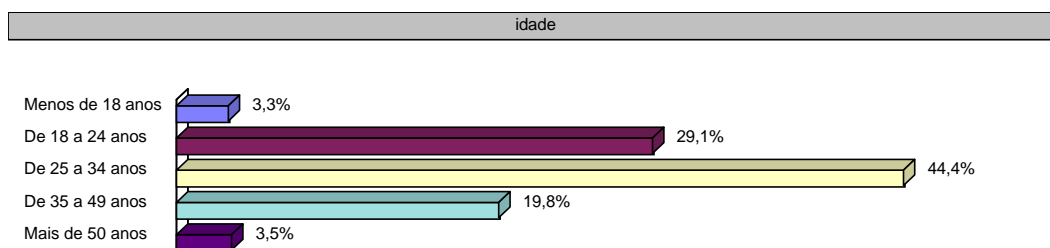
Sexo



Qual é o nível de escolaridade?



Qual a sua faixa de idade?



Qual é a sua faixa de Renda Familiar?

