



# **Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Consolidado do MS**

## **Dia dos Namorados de 2013**

**Mai de 2013**

**Apoio:**



SINDICATO DO COMÉRCIO  
VAREJISTA DE PARANAÍBA  
SINCOPAP



## Catálogo Bibliográfica

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista Consolidação de todas as cidades, MS – Dia dos Namorados.

Campo Grande: FMB, maio de 2013.

Anual

1. Dia dos Namorados. 2. Expectativas ao consumo. 3. Comércio Local.

### ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DA PESQUISA

Objetivos:	Levantar junto aos habitantes das cidades de Aparecida do Taboado, Aquidauana, Anastácio, Campo Grande, Chapadão do Sul, 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 dos Namorados de 2013.
Local:	Treze cidades de Mato Grosso do Sul
Período:	13 a 17 de abril de 2013.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compras no Dia dos Namorados.
População:	População economicamente ativa de Aparecida do Taboado, 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 2.019 entrevistas.
Coordenação:	Celso Correia de Souza, Dr. José Francisco dos Reis Neto, Dro.
Equipe de apoio	Adriana Brites Felix Aline Pereira Filiiu Fabiana M. Arakaki V. da Cunha

### Tabela de Amostragem da Pesquisa

Cidade	PEA aproximada	Probabilidade positiva de compra	Erro (%)	Amostra
Aparecida do Taboado	12.000	0,50	9,8	100
Aquidauana/Anastácio	20.000	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	42.000	0,50	6,8	200
Dourados	98.000	0,50	6,8	200
Naviraí	23.000	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
Total	741.500	0,50	2,2	2.000

Legenda: PEA – População Economicamente Ativa.

## **Sumário Executivo**

Esta pesquisa de opinião pública foi realizada pela terceira vez, com a inclusão das cidades de Aparecida do Taboado e Chapadão do Sul, perfazendo 13 cidades de grande representação econômica em Mato Grosso do Sul. Estima-se que elas sejam responsáveis por aproximadamente 65% do PIB-MS, com grande força na atividade do comércio, serviço e turismo. Foram entrevistados 2.019 consumidores, de forma voluntária e anônima, nos principais pontos de circulação e de atividade comercial, entre os dias 13 a 17 de abril de 2013, por meio de entrevistadores treinados e capacitados. A pesquisa prevê um nível de confiança dos dados em 95%, com um erro amostral estimado em 4,1%.

**Valor e procedimentos de compra** – No Dia dos Namorados deverá circular um montante da ordem de R\$177 milhões no comércio lojista sul-mato-grossense, indicando ser a terceira melhor data festiva, ficando atrás do Natal e do Dia das Mães. Quase 79% da população economicamente ativa do estado deverá ir às compras com um gasto médio por presente de R\$114, valor menor do que o observado em 2012 o qual foi estimado em R\$168 por presente. Há grande probabilidade de que cada consumidor compre até dois presentes. A retração do valor pode ser inferida ao momento econômico das pessoas, com um endividamento controlado dos seus orçamentos, escolhendo disponibilizar um menor valor para a compra de presentes aos namorados. Mesmo com o aumento da massa salarial, os consumidores não desejam muito comprar a prazo ou mesmo ampliar o seu endividamento familiar. Estão cada vez mais conscientes da sua administração financeira pessoal e as pesquisas anteriores, para as datas festivas, têm indicado que o estímulo ao consumo está em retração, motivado pela percepção do aumento da inflação, principalmente para os alimentos, e da taxa de juros para o empréstimo pessoal, oriundos do aumento da taxa Selic e da praticada pelos bancos.

A Tabela 1 representa o resumo das estimativas consideradas para as cidades pesquisadas e uma projeção para o Mato Grosso do Sul, referente às pesquisas dos dois anos anteriores e de 2013.

Tabela 1 – Estimativa de valores circulantes no período do Dias dos Namorados de 2013, 2012 e 2011, para a compra de um presente.

Ano da Pesquisa	2013			2012			2011		
Cidades	% de Consumidores	Valor em Compras (R\$)	Valor Médio do Presente (R\$)	% de Consumidores	Valor em Compras (R\$)	Valor Médio do Presente (R\$)	% de Consumidores	Valor em Compras (R\$)	Valor Médio do Presente (R\$)
Aparecida do Taboado	72	1.001.439	116	np	np	np	np	np	np
Aquidauana	92	1.890.826	103	89	2.308.580	145	94	1.887.917	112
Campo Grande	77	29.735.725	97	72	33.366.906	116	72	24.173.776	84
Chapadão do Sul	80	1.064.417	122	np	np	np	73	749.927	93
Corumbá	83	3.734.972	107	77	3.975.900	126	62	3.258.475	128
Dourados	78	9.790.504	129	61	4.869.223	82	65	5.022.097	79
Naviraí	77	1.835.030	104	92	2.740.930	135	51	1.132.748	101
Paranaíba	87	1.753.070	100	76	1.340.824	89	67	1.250.505	93
Ponta Porã	78	3.169.345	100	75	3.675.224	122	np	np	np
São Gabriel do Oeste	67	1.087.272	148	77	2.081.538	246	83	1.718.182	187
Três Lagoas	78	6.440.970	127	77	6.719.561	134	76	3.863.750	78
<b>Total estimado das cidades pesquisadas</b>	80	61.503.569	139	83	61.078.687	181	69	43.057.376	98
<b>Total estimado do MS</b>	79	176.852.964	114	81	151.033.990	168	70	108.785.679	97

Legenda: np, não pesquisado no ano.

**Forma de pagamento e decisão de compra** - Quase 75% dos consumidores comprarão um presente e a forma escolhida de pagamento por eles será 63% à vista. Para os outros 37%, que desejam pagar as suas compras a prazo, 62% escolherão em até três parcelas, pagando no cartão de crédito (28%) e outras formas proporcionadas pelos lojistas. O cheque pré-datado é a escolha de apenas 0,5% dos consumidores.

A preferência de pagar é à vista, diminuindo o risco de inadimplência para os empresários. A decisão de compra está associada à qualidade do produto (36%), à marca (20%), o desconto no preço (17%) e na forma de pagamento (7%). Esta forma de pensar do consumidor reflete na sua decisão de comprar ou não numa loja. É uma consequência de ir comprar e pagar à vista, em dinheiro, cartão de débito ou cartão de crédito, pois a percepção de valor do presente não está somente condicionada ao produto barato, mas sim a sua qualidade, marca e ao desconto no preço.

Menos importante para eles é o local da loja, a sua apresentação, como decoração e vitrine, a promoção como forma de sorteio e brinde, a propaganda e o prazo para pagamento. Sob o ponto de vista da gestão de marketing no varejo, os lojistas deverão procurar perceber quais as razões pelas quais os compradores não consideram estas perspectivas importantes na sua tomada de decisão em comprar. Ao que parece é que as lojas são, sob o olhar dos compradores, muito semelhantes, e isto não os motivam e nem os seduzem.

**Local preferido para as compras** – Em todas as 13 cidades pesquisadas, as lojas do centro são indicadas pela maioria dos consumidores. Em Campo Grande, elas são lembradas por 37% dos consumidores, seguida das lojas localizadas no Shopping Campo Grandes (28%), Norte Sul Plaza (19%), Camelódromo (5%) ou as lojas virtuais na Internet (2%). Em Dourados a escolha ficou para as lojas do centro (57%), Shopping Avenida Center (27%) e Internet (7,5%). Para estes dois grandes centros comerciais do estado, as variações na escolha do local para as compras permanecem semelhante ao do ano anterior.

Em Corumbá e Ladário a preferência fica para as lojas do centro (78%), seguida das lojas na Bolívia (11%) e compras pela Internet (7,5%). A preferência para a realização das compras na Bolívia sofreu uma redução brusca, comparando com a escolha de 29% dos compradores para o ano de 2012, percebendo a diminuição da atratividade dos seus artigos, pois os consumidores relatam a importância da qualidade do produto como fator de escolha neste ano.

Em Ponta Porã, a escolha das lojas do centro é a de 100% dos consumidores. A compra no Paraguai não aparece como indicação dos consumidores entrevistados.

Se olharmos as demais cidades, com a exclusão das anteriores, as lojas do centro são a escolha de 95%, seguidas das lojas no Bairro (2%), Internet (2%), compra por Catálogo (1%) e Supermercados (0,4%).

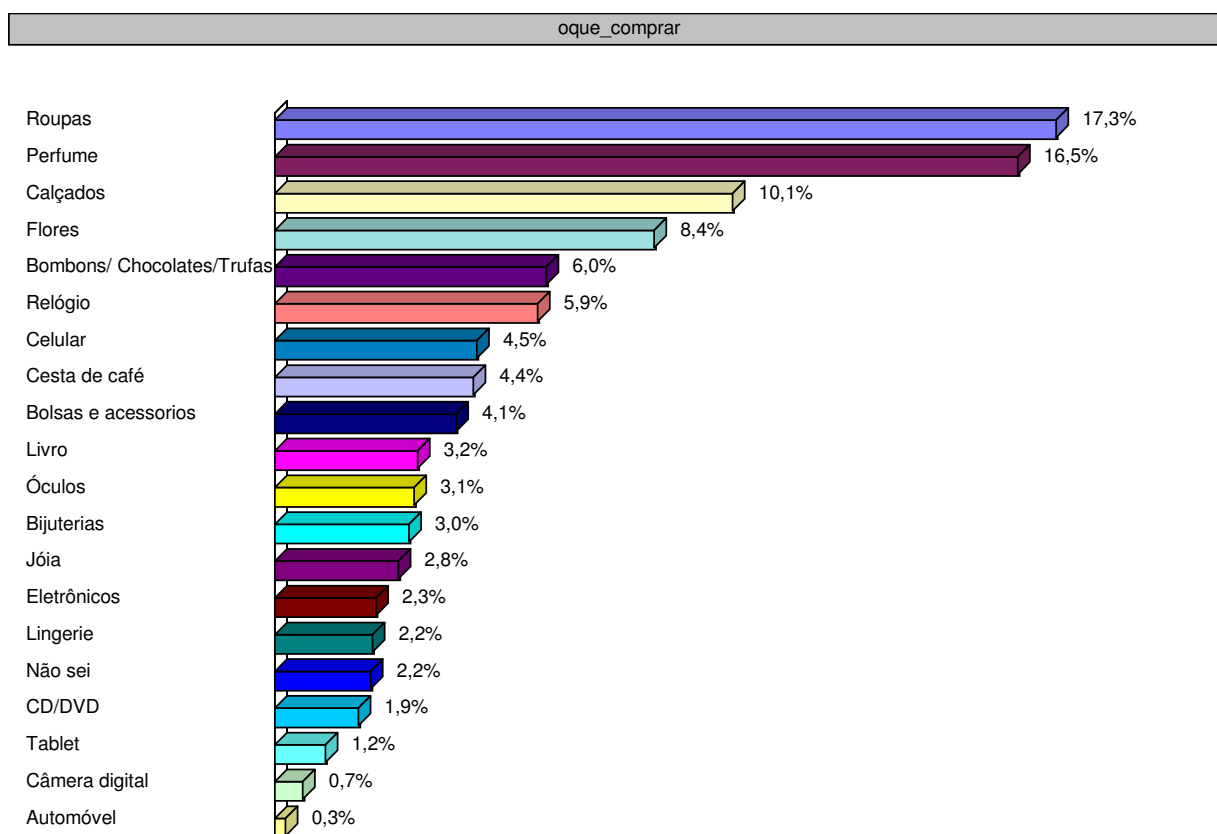
**Tipo de presente a ser comprado** – Os entrevistados foram convidados a indicar o que deverão comprar e o que gostariam de receber nesta data. Os principais presentes são aqueles considerados úteis e de uso pessoal. Os namorados deverão dar roupas (17%), perfumes (16%), calçados (10%) e flores (8%), presentes típicos desta data. Eles gostariam de ganhar algo semelhante, não muito diferente do que darão. Preferem receber roupas (15%), perfume (13%), calçados (12%) e bolsas e acessórios (7%), entre as suas principais escolhas. Em comparação ao ano passado, às intenções de qual presente dar e a sua preferência em receber são muito semelhantes.

**Onde comemorar o Dia dos Namorados** – Os namorados de Mato Grosso do Sul preferem comemorar este dia em casa. Quase 40% indicaram este local, possivelmente com um jantar ou algo parecido, que deverá ativar os supermercados, lojas de bebidas e de doces. No entanto, 19% dos namorados irão comemorar em restaurantes, 12% em bares e boates, 8% irão ao cinema, 8% em motéis, mas também aparece a casa dos pais (8%). Poucos irão viajar, pois apenas 1% viajará dentro do Mato Grosso do Sul e outros 1% para fora do estado. As distribuições dos locais preferidos para a comemoração do Dia dos Namorados é muito semelhante ao relatado na pesquisa de 2012.

## Resultado da Pesquisa

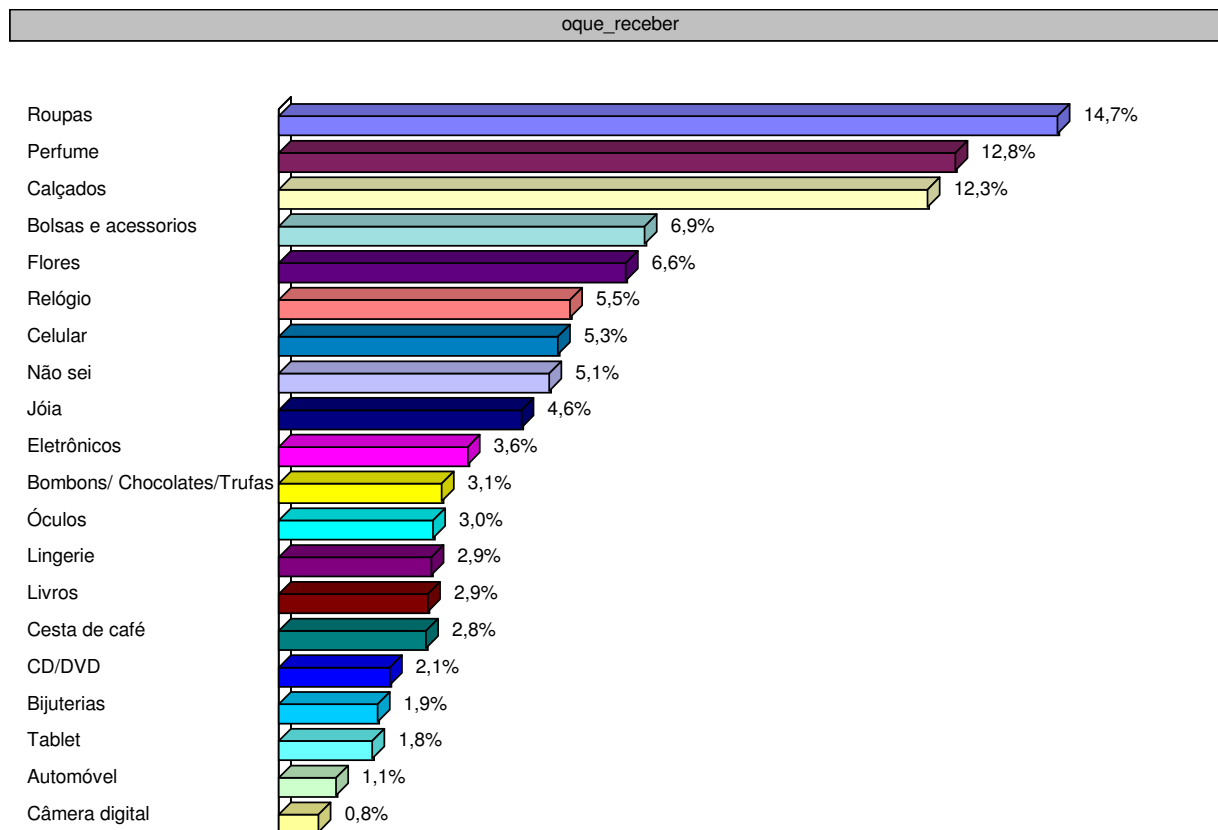
### Características da Compra

O que você pretende comprar de presente?

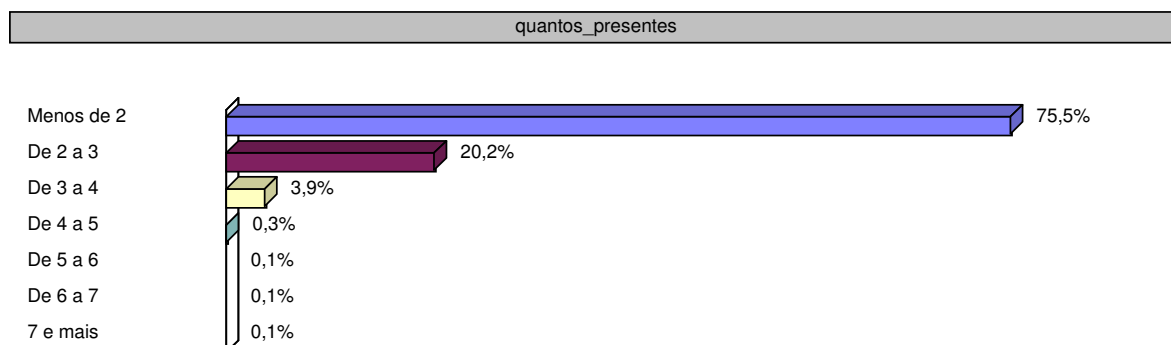




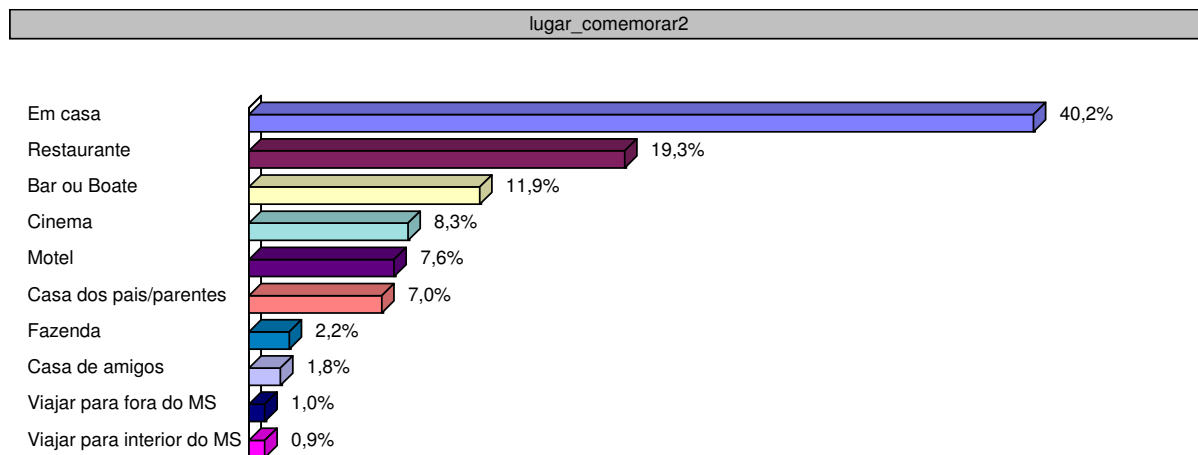
### O que você gostaria de receber de presente neste Dia dos Namorados?



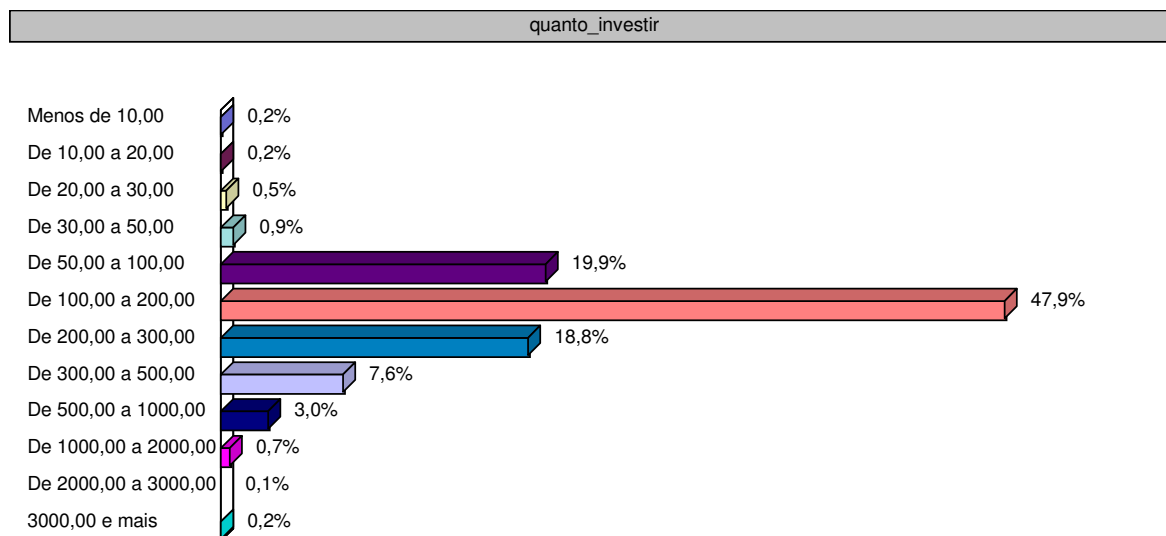
### Quantos presentes você ira comprar?



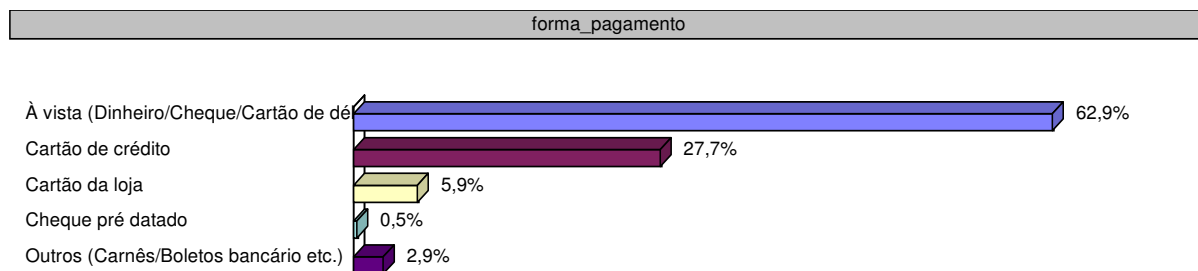
### Você pretende comemorar o Dia dos Namorados em que lugar?



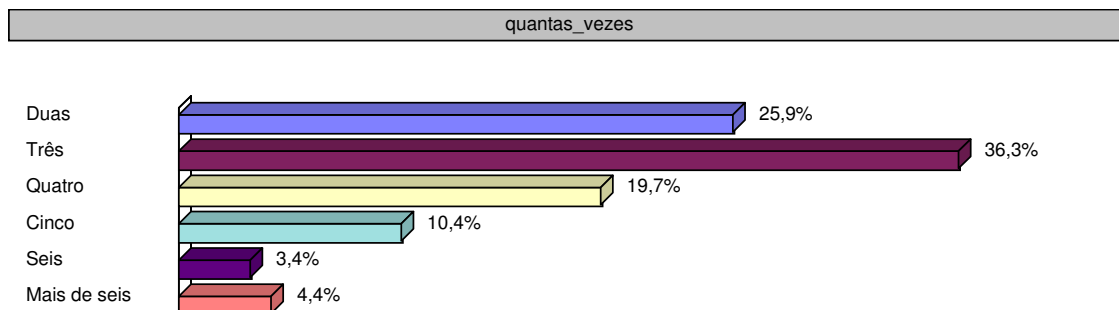
### Quanto pretende gastar com presentes/comemoração?



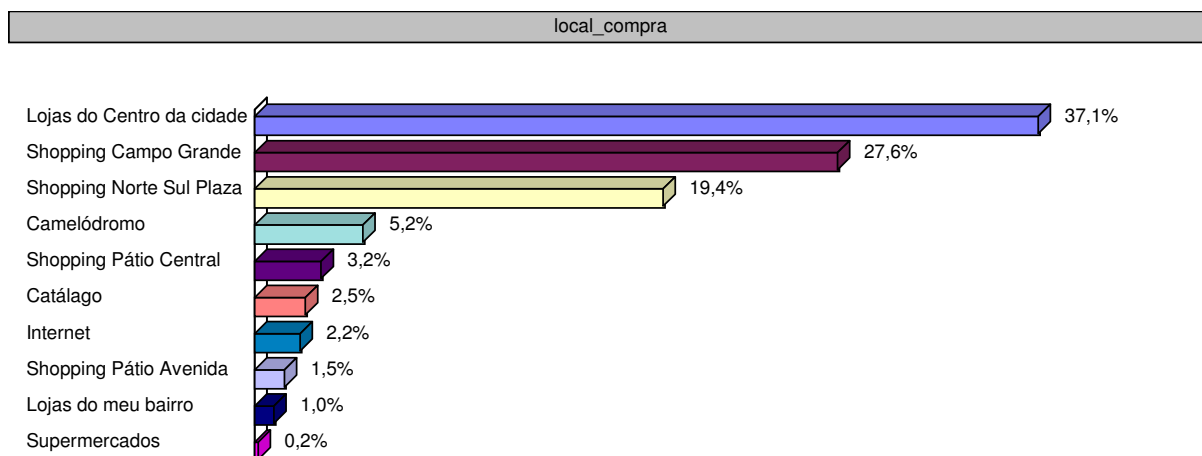
### Qual será a forma de pagamento do seu presente?



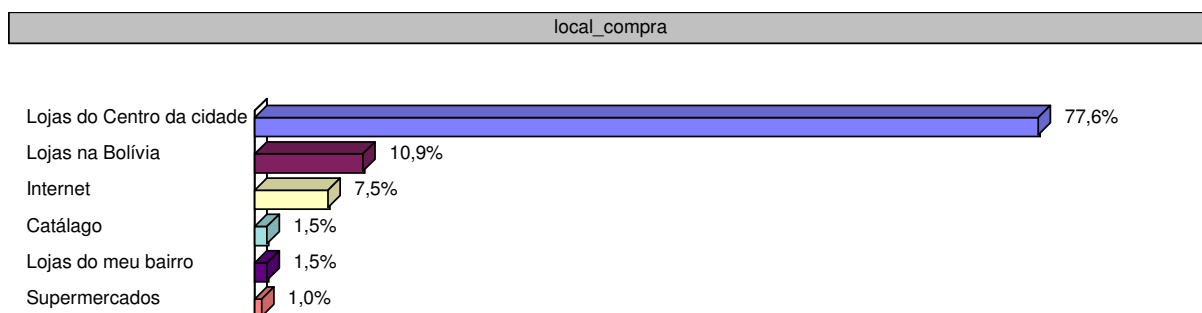
**Se a sua escolha for a prazo, em quantas vezes você gostaria de pagar o seu presente?**



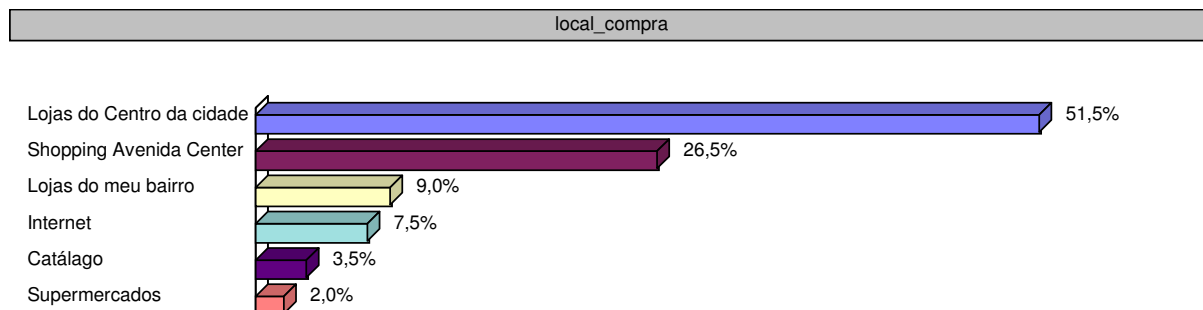
**Na sua preferência, em que local você irá comprar o seu presente? Cidade de Campo Grande**



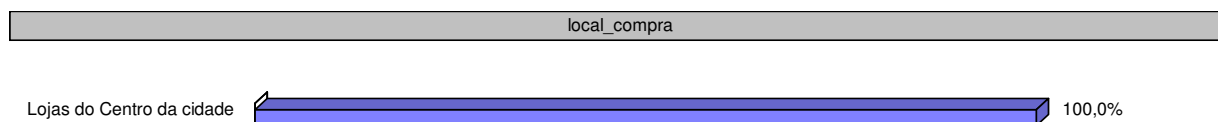
**Na sua preferência, em que local você irá comprar o seu presente? Cidade de Corumbá**



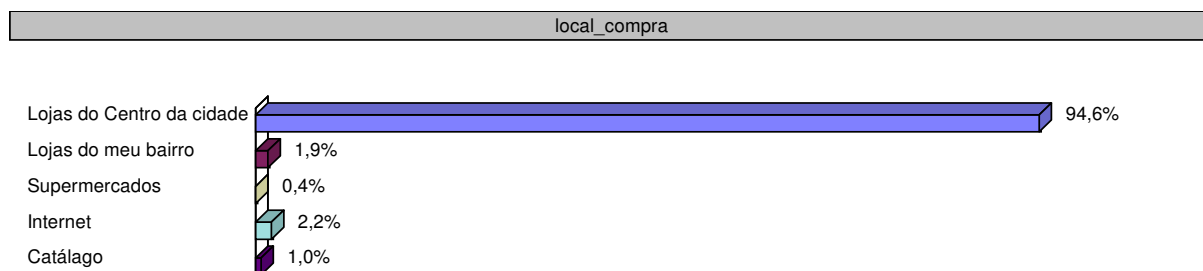
**Na sua preferência, em que local você irá comprar o seu presente? Cidade de Dourados**



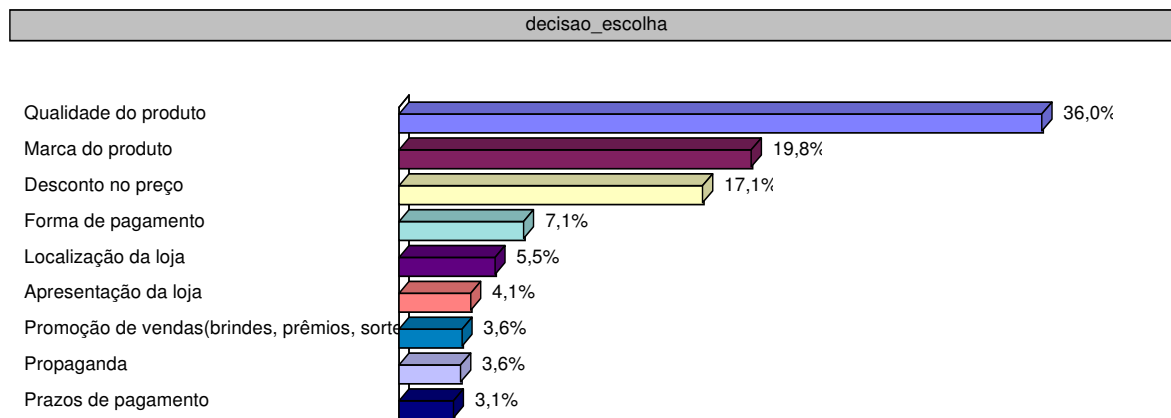
**Na sua preferência, em que local você irá comprar o seu presente? Cidade de Ponta Porã**



**Na sua preferência, em que local você irá comprar o seu presente? Demais Cidades**



**Quais os itens decisivos na escolha da loja para compra do seu presente do dia dos Namorados?**

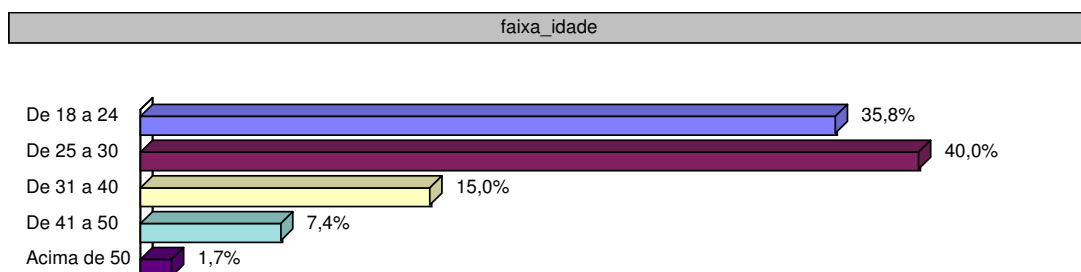


## Perfil Demográfico do Respondente

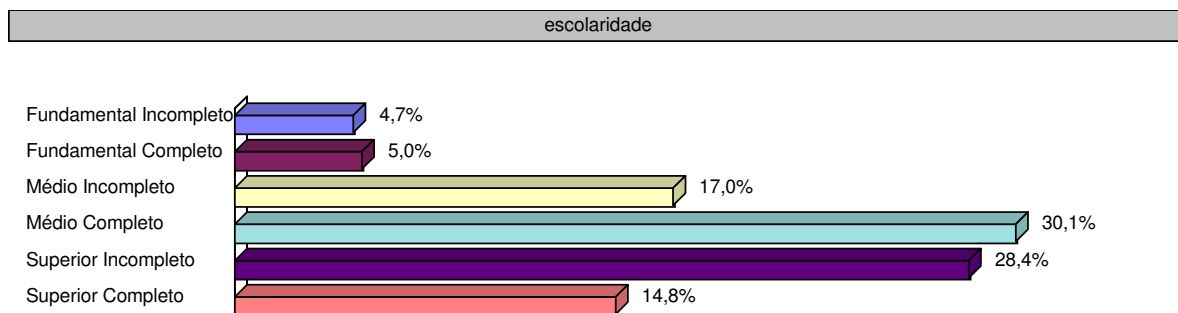
### Sexo do entrevistado:



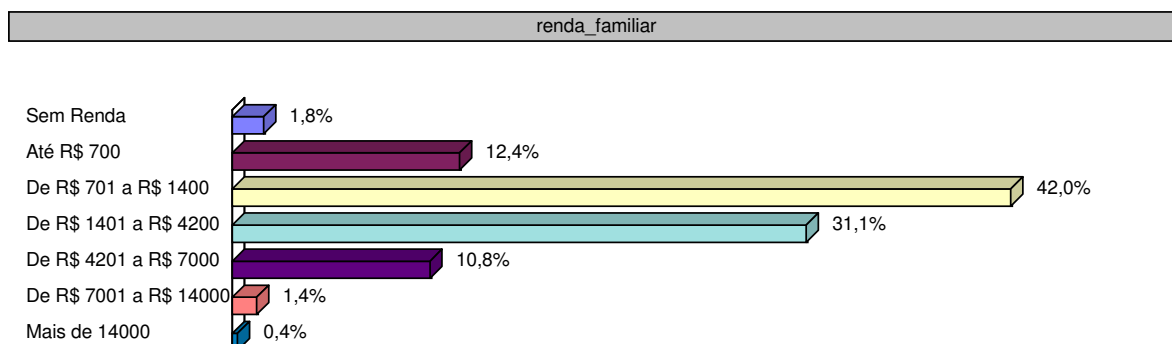
### Qual é a sua faixa de idade?



### Grau de Instrução:



### Qual é a sua renda familiar?



**Seu estado civil é:**

