



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

## **Corumbá e Ladário**

### **Dia das Mães de 2013**

**Abril de 2013**

**Apoio:**



SINDICATO DO COMÉRCIO  
VAREJISTA DE PARANAIBA  
SINCOPAP



## Catálogo Bibliográfico

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Corumbá e Ladário – Dia das Mães de 2013.

Campo Grande: FMB, abril de 2013.

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 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 das Mães de 2013.
Local:	Treze cidades de Mato Grosso do Sul
Período:	02 a 09 de abril de 2013.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compras no Dia das Mães.
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 1.962 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

Legenda: PEA – População Economicamente Ativa.

## **Sumário Executivo**

A FECOMERCIO/MS realizou a pesquisa de opinião pública sobre o comportamento e expectativa de consumo durante o Dia das Mães de 2013 em treze cidades de Mato Grosso do Sul: 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 pesquisa da FECOMERCIO/MS, por intermédio do seu Instituto de Pesquisa Fecomércio, com o trabalho de campo, processamento e análise dos dados pela Fundação Manoel de Barros e a Universidade Anhanguera-Uniderp, atingem estas treze cidades as quais somam quase 68% do PIB estadual. Foram entrevistadas 1.962 pessoas, nos mais diversos pontos de circulação e comercialização de cada uma dessas cidades, de forma espontânea, anônima e sigilosa, durante o período de 02 a 09 de abril de 2013, com um erro amostral de 6,1%.

### **Compras no Dia das Mães**

Os comércios de Corumbá e Ladário serão beneficiados na semana do Dia das Mães com mais de R\$ 4,7 milhões circulando nas compras de presentes para as mães (65%), sogra (12%) e esposa (7%). Ao redor de 91% da população economicamente ativa irão às compras de vestuários (16%), bolsas e acessórios (11%), calçados (12%), perfumes e cosméticos (13%), celulares (2%), entre outros tipos de presentes. Alguns filhos escolheram comprar presentes diferentes: 5% pretendem comprar eletroeletrônicos e 5% deverão escolher eletrodomésticos. A escolha dos eletroeletrônicos ficará distribuída entre 23% para televisão, 10% para câmara digital, 7% para tablet e 7% para secador de cabelos. Os eletrodomésticos ficaram entre as escolhas para 16% para refrigerados, 10% para forno elétrico, 8% para condicionador de ar e 8% para fogão.

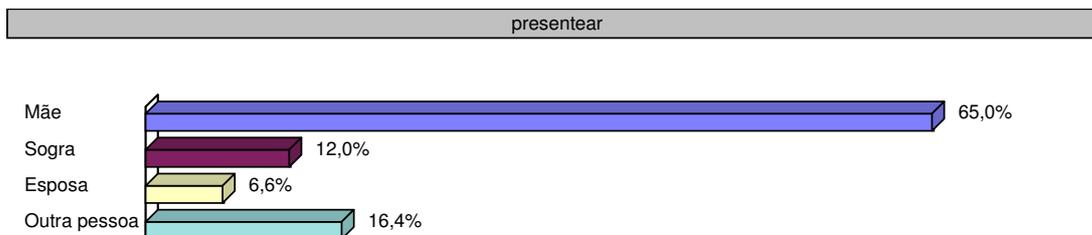
O valor médio de cada presente deverá girar ao redor de R\$124. A intenção de cada consumidor é comprar em média até dois presentes. As compras deverão ser pagas com a vista (56%), cartão de crédito (20%) ou 12% por meio do cartão da loja. O cheque não é a escolha dos consumidores destas cidades. Para aqueles que escolheram pagar a prazo, 3 parcelas foi à escolha de 69%. São os consumidores que pretendem comprar presentes de maior valor como os eletrodomésticos ou eletroeletrônicos.

O local preferido da maioria dos consumidores é o centro da cidade (74%) e as lojas do bairro (5%). As lojas da Bolívia é a escolha de 15% dos consumidores e outros 5% deverão comprar pela internet.

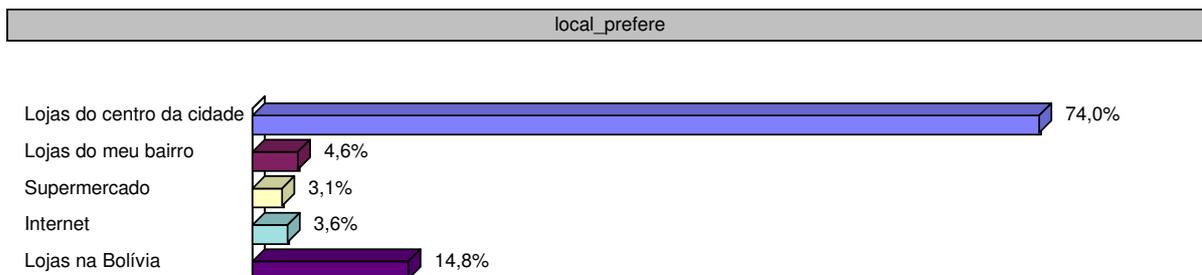
A tomada de decisão do consumidor destas cidades está relacionada à qualidade do produto (24%), forma de pagamento (16%), presumindo-se que aí esteja embutido o desconto no preço, face à preferência do pagamento a vista, marca do produto (13%), promoção (14%) e o prazo para pagamento (7%).

## Resultado da Pesquisa de Opinião Pública do Dia das Mães

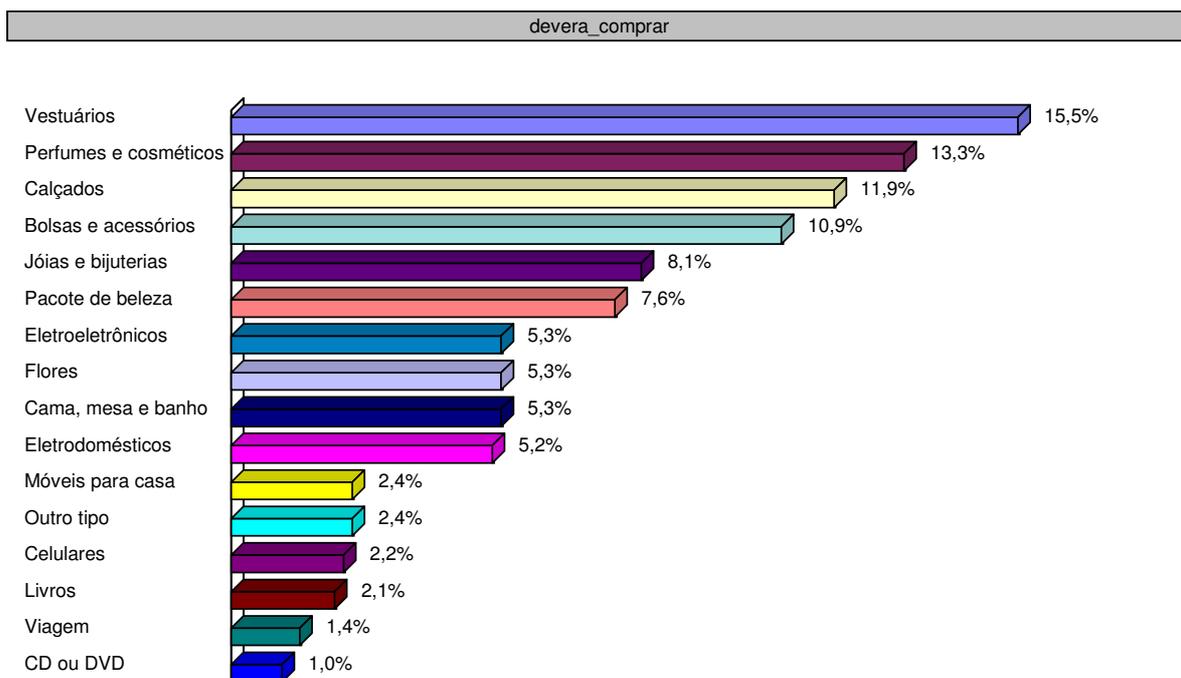
O(a) Sr(a) irá presentear a sua:



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

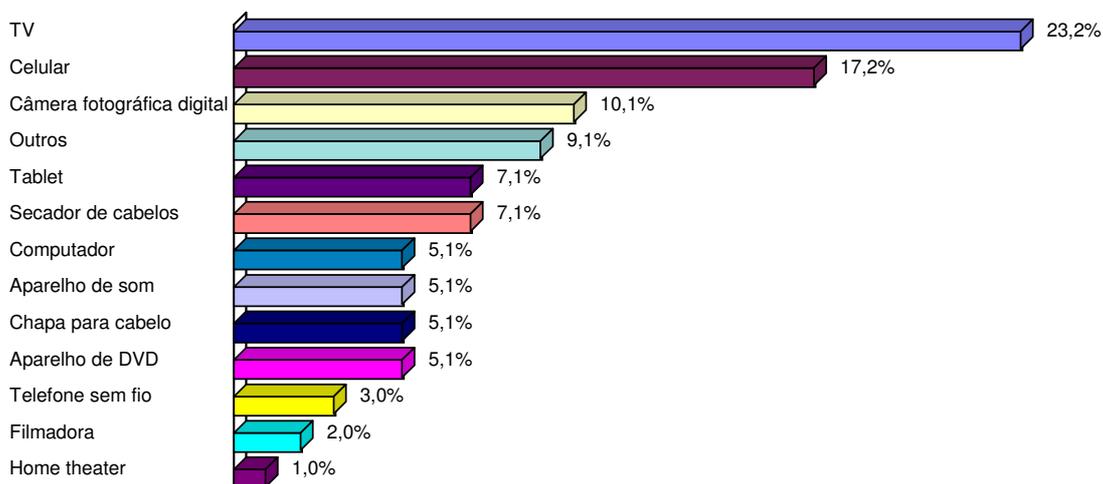


Pensando no presente do Dia das Mães, o que você deverá comprar? (escolher até 3 opções)



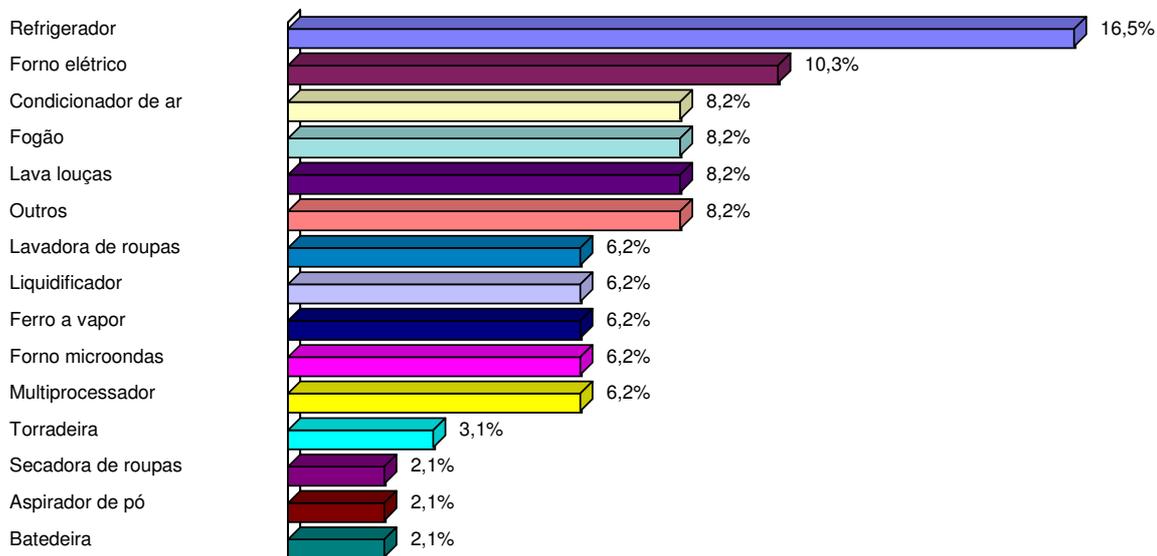
**Se a sua escolha for Eletroeletrônicos, quais são as suas preferências para o presente? (escolher até 3 opções)**

eletro\_preferen

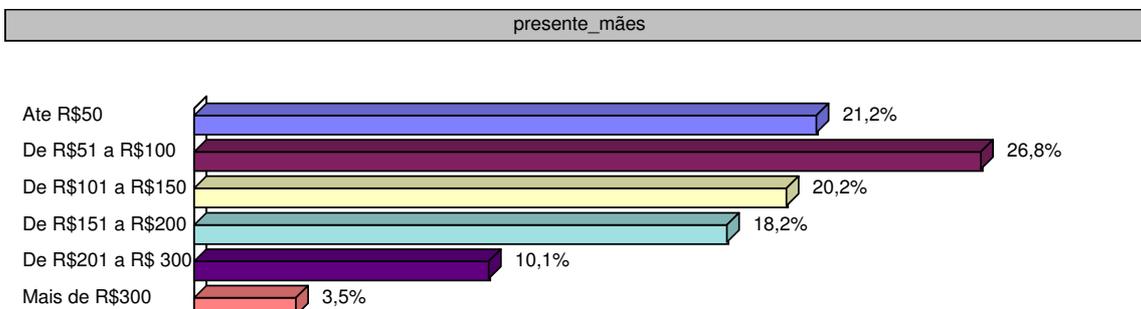


**Se a sua escolha for Eletrodomésticos, quais são as suas preferências? (escolher até 3 opções)**

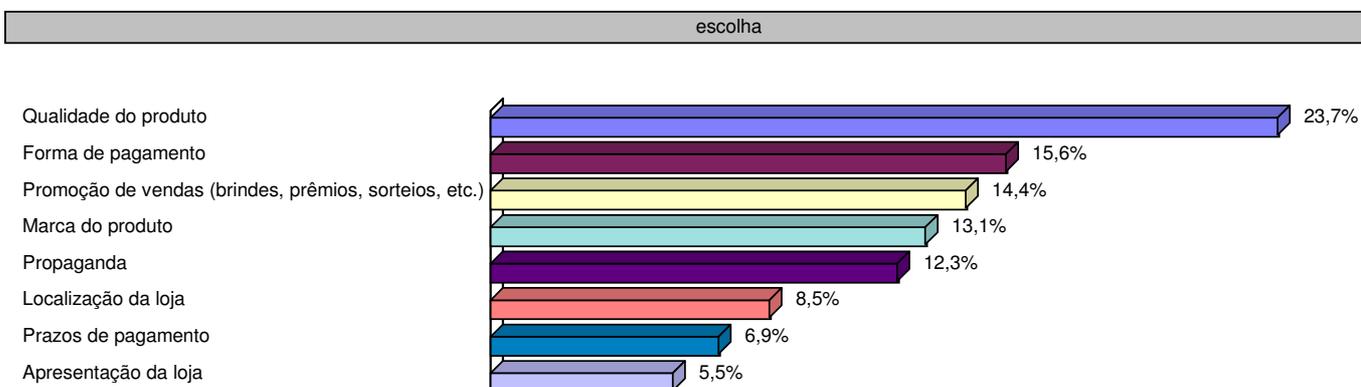
eletrodomesticos\_preferen



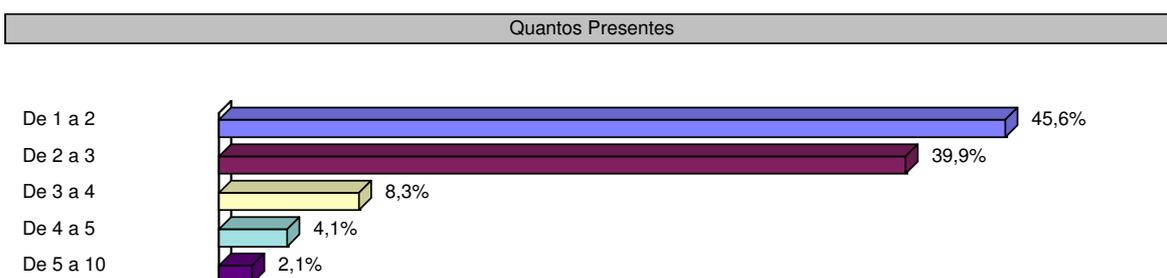
### Quanto você pretende gastar em cada presente no Dia das Mães?



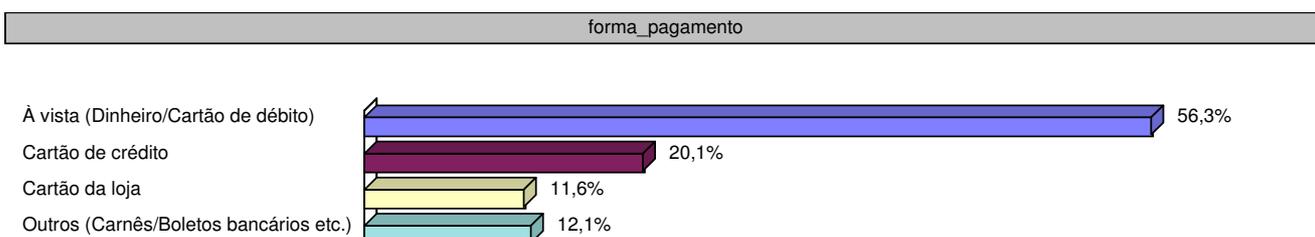
### Quais serão os itens decisivos para a escolha do seu presente?



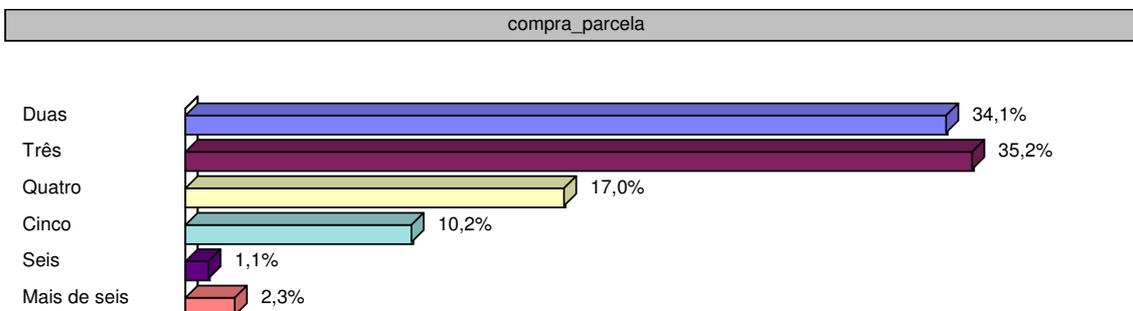
### Quantos presentes você deverá comprar para o dia das Mães?



### Qual será a sua forma de pagamento?

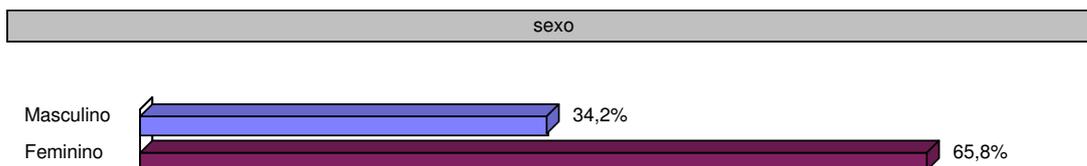


**Se a compra for parcelada, como seria esse parcelamento?**

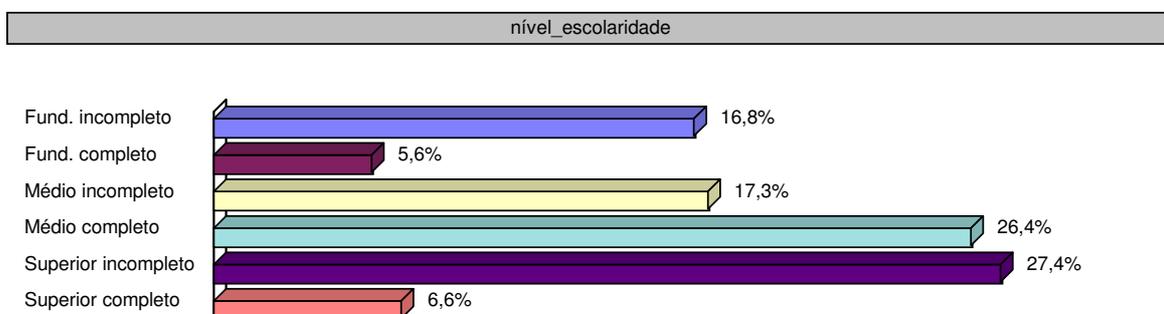


## Perfil Demográfico dos Respondentes

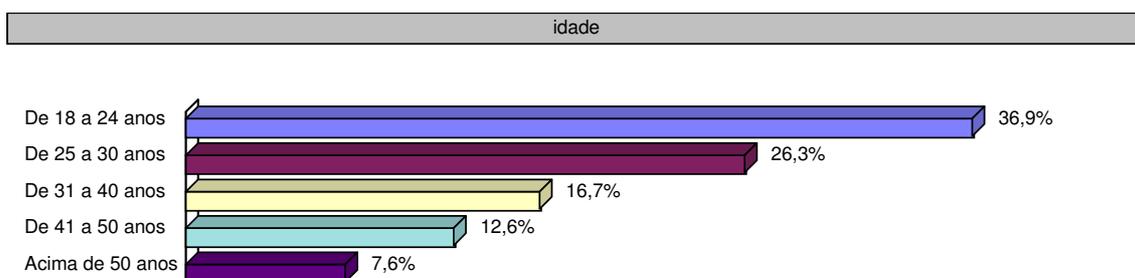
### Sexo



### Qual é o nível de escolaridade?



### Qual a sua faixa de idade?



### Qual é a sua faixa de Renda Familiar?

