



Federação do Comércio de Bens, Serviços
e Turismo do Estado de Mato Grosso do Sul



Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista

Resultados de Chapadão do Sul

Dia dos Namorados de 2014

Maio de 2014

Catologação Bibliográfica

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista sobre a intenção de compra no Dias dos Namorados de 2014.

Campo Grande: FMB, maio de 2014.

Anual

1. Dia dos Namorados. 2. Expectativas ao consumo. 3. Comércio e Lazer.

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.

Regiane Dedé de Oliveira

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 da cidade a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo do Dia dos Namorados de 2014.
Local:	Chapadão do Sul, Mato Grosso do Sul
Período:	14 a 23 de maio de 2014.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra no Dia dos Namorados.
População:	População economicamente ativa (vide tabela abaixo).
Coleta de Dados:	Entrevista numa amostra especificada na tabela abaixo, empregando um questionário estruturado, com perguntas fechadas, aplicado nas principais áreas de circulação de pessoas. Pesquisa transversal, descritiva, não probabilística, com nível de confiança de 95%.
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	11.300	0,50	9,8	100
Aquidauana/Anastácio	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/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

O comércio de Chapadão do Sul deverá movimentar ao redor de R\$1,1 milhão em compras de presentes neste Dia dos Namorados. O valor médio de cada presente ficará próximo de R\$135 e estima-se que 78% da população economicamente ativa irá às compras de pelo menos um presente para o seu amado.

Os presentes que gostariam de comprar estarão distribuídos em flores (21%), roupas (11%) e perfumes (9%). No entanto, quando perguntado o que gostariam de receber de presente, as preferências ficaram para calçados (10%), perfumes (10%) e flores (11%)

Os locais principais para as compras serão: lojas do centro da cidade (99%) e 1% dos compradores deverão utilizar as lojas virtuais da internet.

As compras serão à vista (62%), a prazo com cartão de crédito (9%), carnê ou cartão da loja (24%) ou com cheque pré-datado (5%). Se o pagamento escolhido for a prazo, a divisão será em até três vezes (78%).

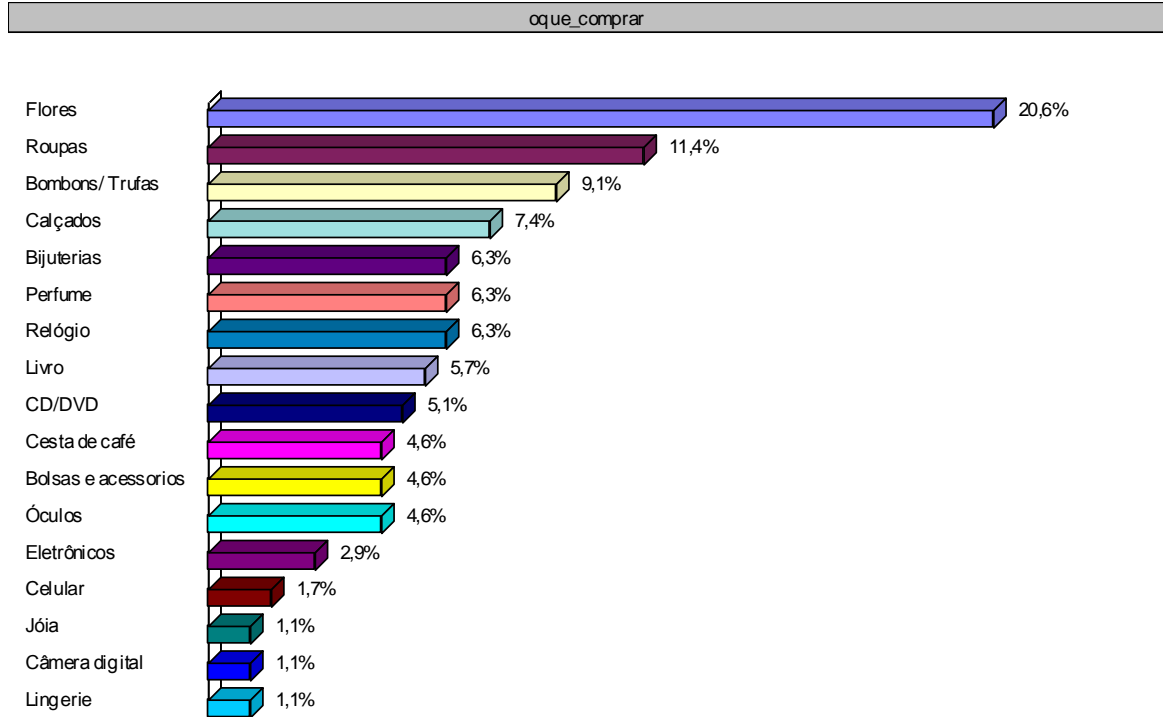
A comemoração do Dia dos Namorados acontecerá em casa (23%), na casa de parentes ou amigos (30%), em restaurantes (19%) ou em bar (12%).

Na tomada de decisão de compra, os itens decisivos serão a promoção (25%), o desconto do preço (22%) ou a indicação de parentes e amigos (13%), como os principais.

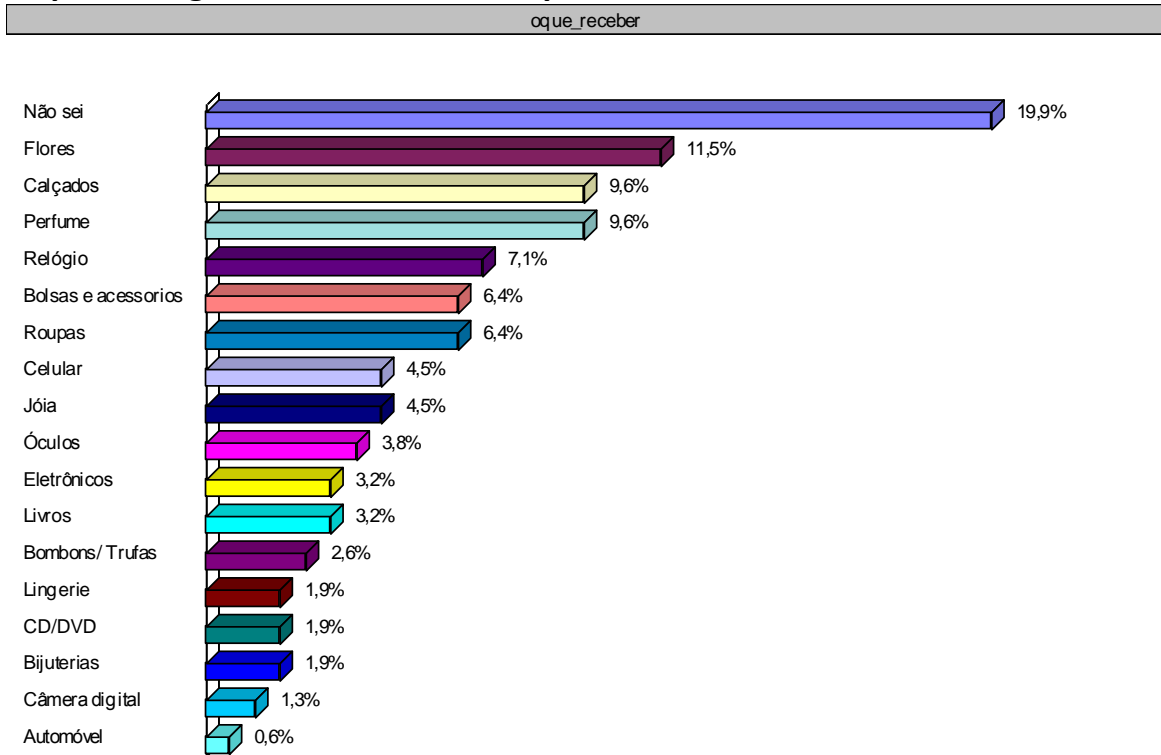
Resultado da Pesquisa

Compra para o Dia dos Namorados

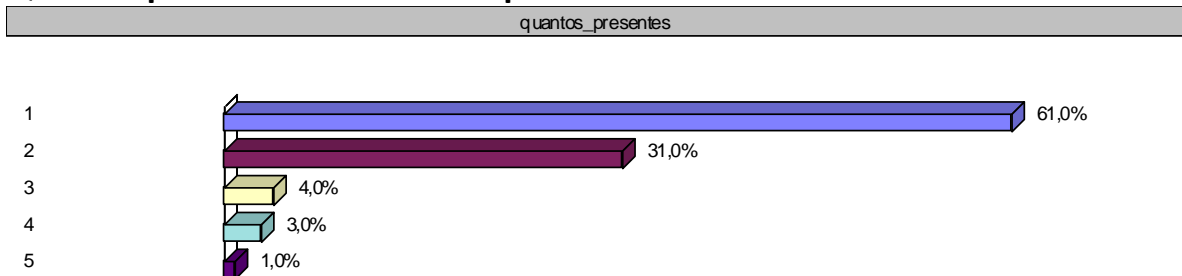
O que você pretende comprar de presente?



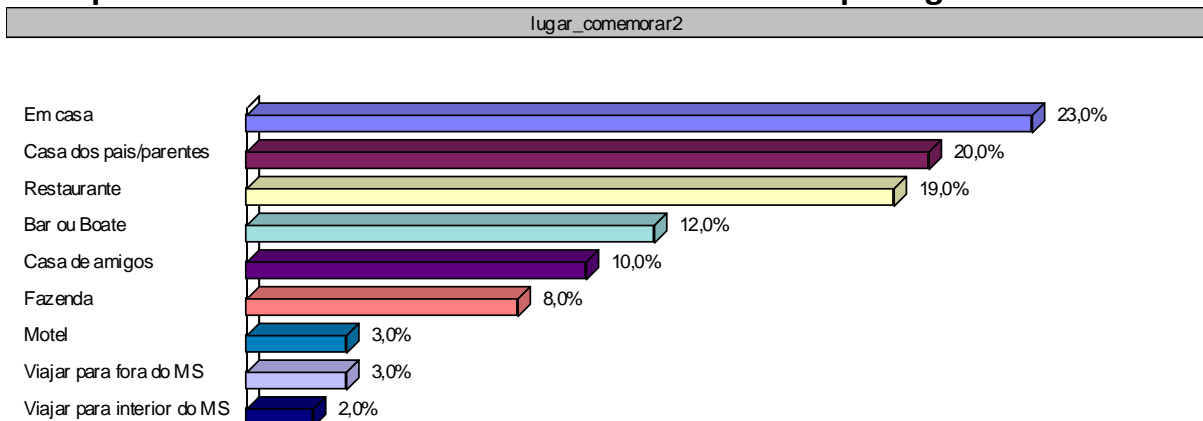
O que você gostaria de receber de presente neste Dia dos Namorados?



Quantos presentes você irá comprar?

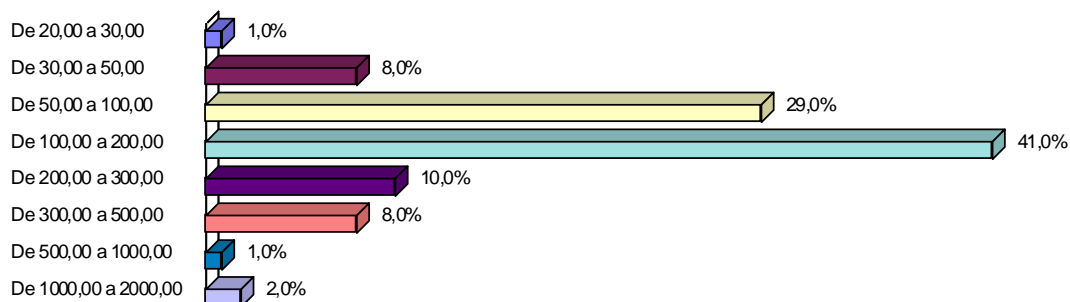


Você pretende comemorar o Dia dos Namorados em que lugar?



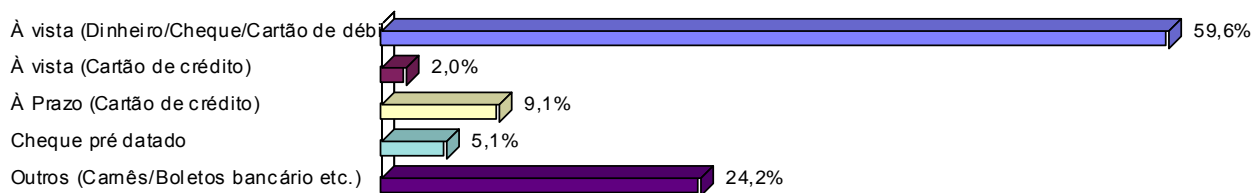
Quanto pretende gastar com presentes/comemoração?

quanto_investir



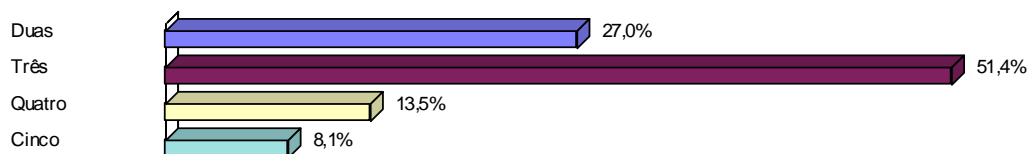
Qual será a forma de pagamento do seu presente?

forma_pagamento



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

quantas_vezes



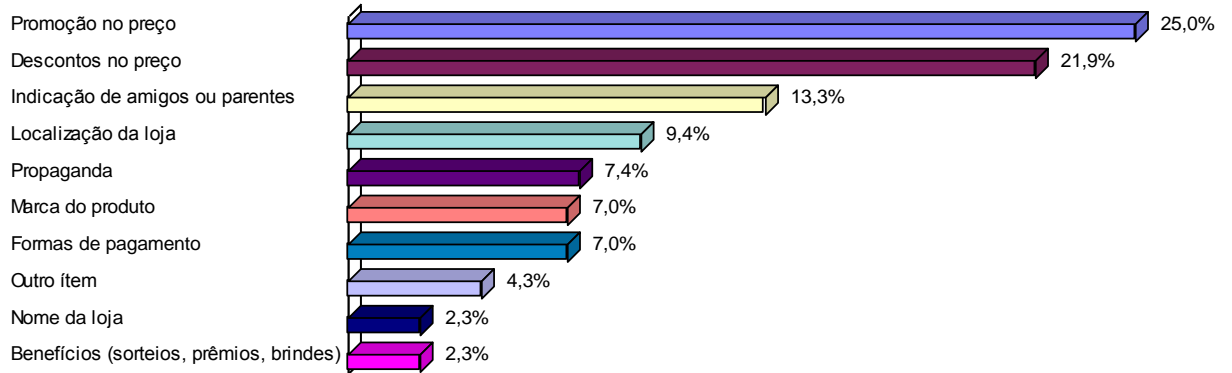
Na sua preferência, em que local você irá comprar o seu presente?

local_compra



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

decisao_escolha

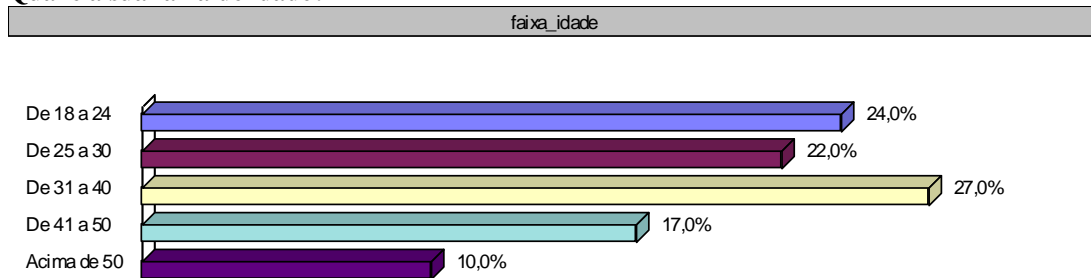


Perfil do Entrevistado

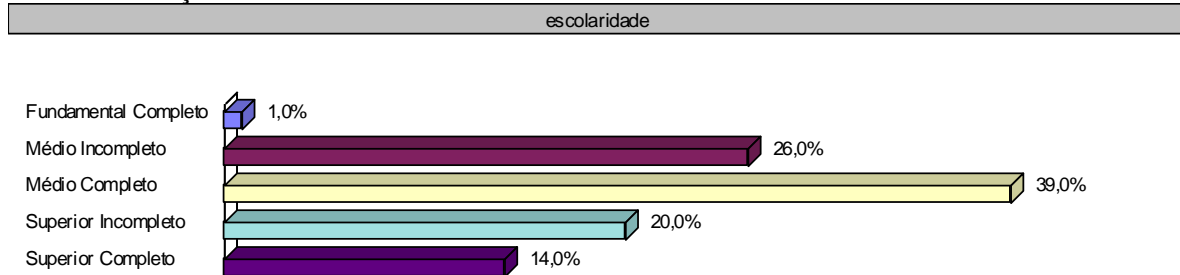
Sexo do entrevistado:



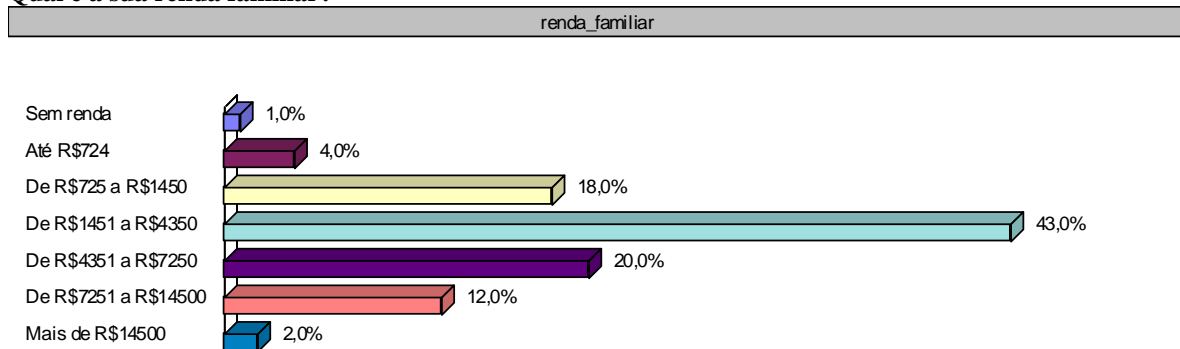
Qual é a sua faixa de idade?



Grau de Instrução:



Qual é a sua renda familiar?



Seu estado civil é:

estado_civil

