

**Pesquisa de Opinião Pública do Comércio
Varejista
de
Aparecida do Taboado**

Dia dos Pais de 2015

Julho de 2015

Catálogo Bibliográfica

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista – Dia dos Pais de 2015.

Campo Grande: FMB, Julho de 2015.

Anual

1. Dia dos Pais 2. Expectativas ao consumo 3. Comércio 4. Local

FECOMERCIO/MS

Diretoria Executiva

Diretor Presidente

Edison Ferreira de Araújo

1º Vice Presidente

José Alcides dos Santos

2º Vice Presidente

Adeilton Feliciano do Prado

Diretor 1º Secretário

Denire Carvalho

Diretor 2º Secretário

Fabiano José Lopes

Diretor 1º Tesoureiro

Sebastião José da Silva

Diretor 2º Tesoureiro

Valter Mario Silva Castro

INSTITUTO FECOMÉRCIO

Presidente do IF.

Edison Ferreira de Araújo.

Diretor Superintendente do IF.

Cristiane Marques Barbosa

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
Regiane Dedé de Oliveira - IPF

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DA PESQUISA

Objetivos:	Levantar junto aos habitantes da cidade a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo durante o Dia dos Pais de 2015
Local:	Todos os municípios, Mato Grosso do Sul
Período:	10 a 18 de julho de 2015.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compras no Dia dos Pais.
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, Dr.
Equipe de apoio	Adriana Brites Felix Fabiana M. Arakaki V. da Cunha Janaina Militão Moraes

Tabela de Amostragem da Pesquisa

Cidade	PEA aproximada	Probabilidade positiva de compra	Erro (%)	Amostra
Aparecida do Taboado	12.000	0,75	8,5	100
Aquidauana/Anastácio	20.000	0,85	4,8	200
Campo Grande	400.000	0,80	4,3	400
Chapadão do Sul	11.000	0,50	8,7	100
Corumbá/Ladário	42.000	0,90	4,2	200
Dourados	98.000	0,90	4,1	200
Naviraí	22.000	0,90	4,2	200
Nova Andradina	23.000	0,50	6,8	200
Ponta Porã	40.500	0,85	6,7	100
São Gabriel do Oeste	11.000	0,77	8,2	100
Três Lagoas	65.000	0,88	4,5	200

Legenda: PEA – População Economicamente Ativa, Censo 2010 IBGE.

Sumário Executivo

O Dia dos Pais deverá movimentar quase R\$ 1,1 milhão em presentes, estimando-se que quase 76% da população economicamente ativa irá às compras, gastando em média ponderada de R\$ 123 por presente.

Os principais ganhadores de presentes serão os pais (43%), esposo (33%), sogro (8%) e namorado (10%).

As compras deverão ser realizadas nas lojas do centro (72%), bairros (16%) ou lojas virtuais da internet (3%). 52% comprarão um presente e outros 33% até dois presentes.

Os principais presentes a serem comprados são: roupas (32%), perfumes (12%) e calçados (24%). Os que deverão receber presentes declaram que gostariam de receber neste dia, roupas (28%), calçados (22%) ou perfumes (12%), entre as diversas opções. Se for roupa, eles preferem ganhar principalmente camiseta (26%), camisa (20%) ou bermuda (15%).

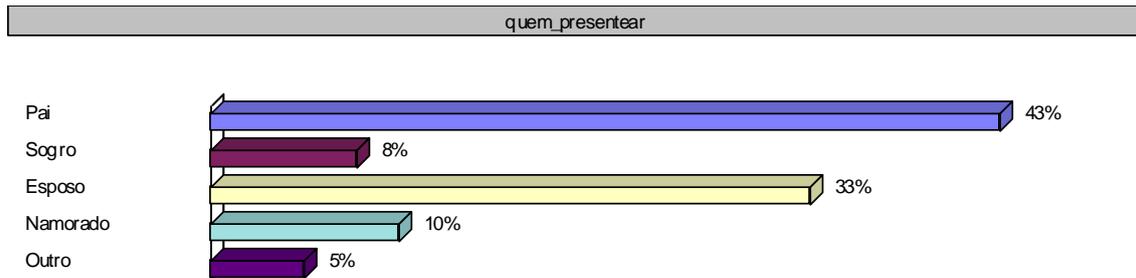
A forma de pagamento das compras será à vista em dinheiro ou cartão de débito (17%), e à vista no cartão de crédito (5%). Para pagamento a prazo, com o cartão de crédito, carnê, cartão da loja, boleto bancário e outras formas, a escolha é de 79% dos compradores, parcelando em até 3 vezes (57%).

A comemoração do Dia dos Pais será realizada em casa (81%) ou nos restaurantes (19%). Isto irá movimentar também os supermercados com vendas de alimentos e bebidas.

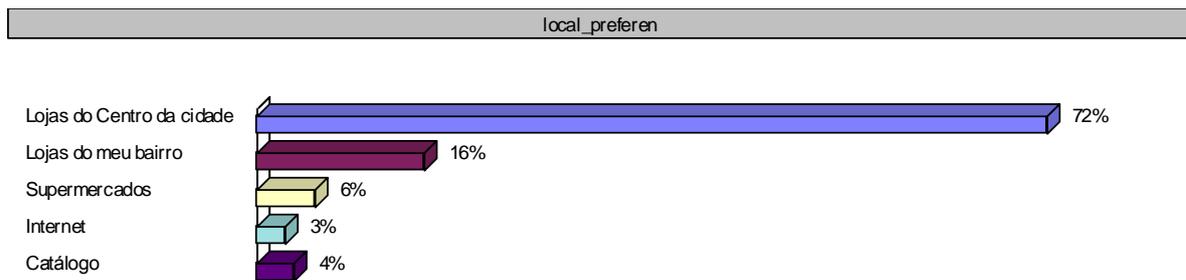
Resultado da Pesquisa

Compras do Dia dos Pais

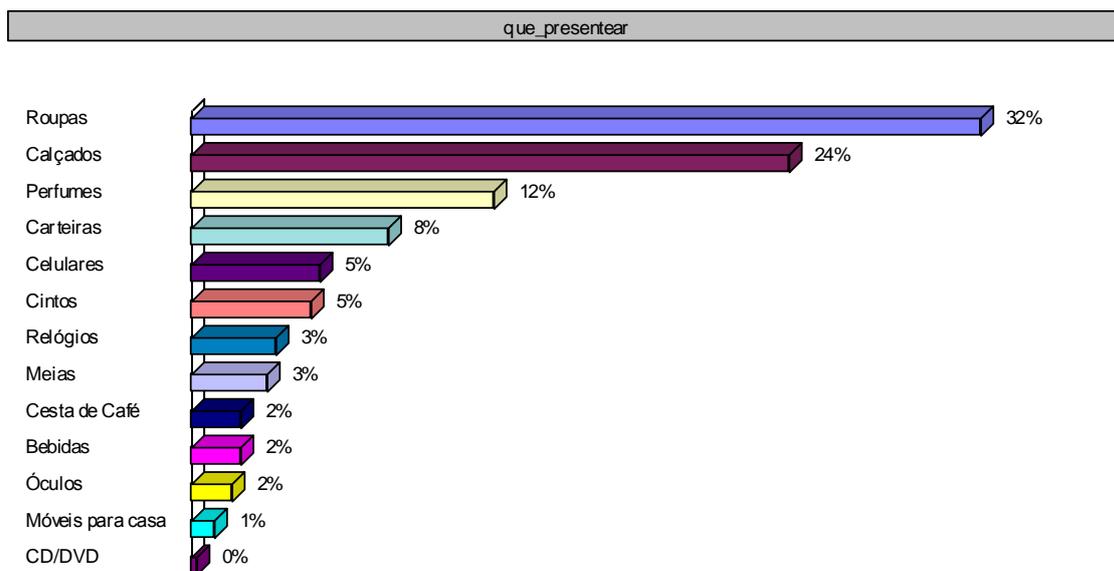
O(a) Sr(a) irá presentear o seu: (escolher até 3 opções)



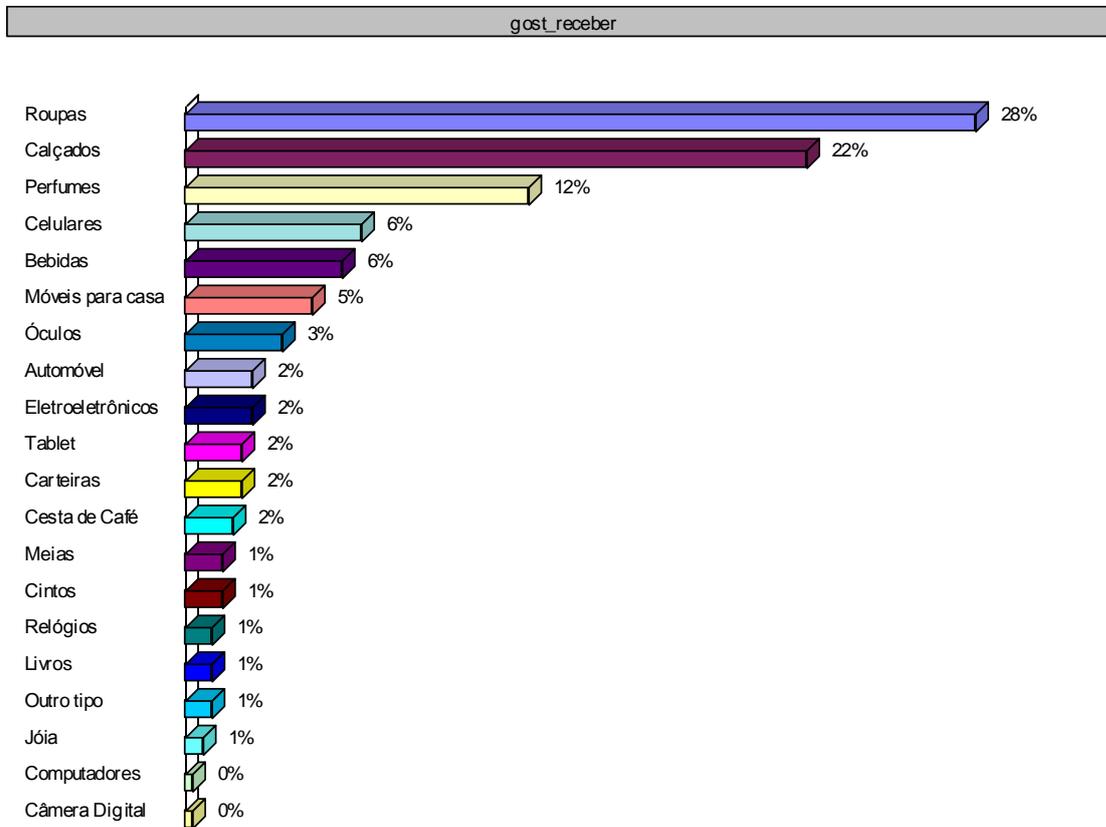
Pensando em comprar os presentes, qual é o local de sua preferência?



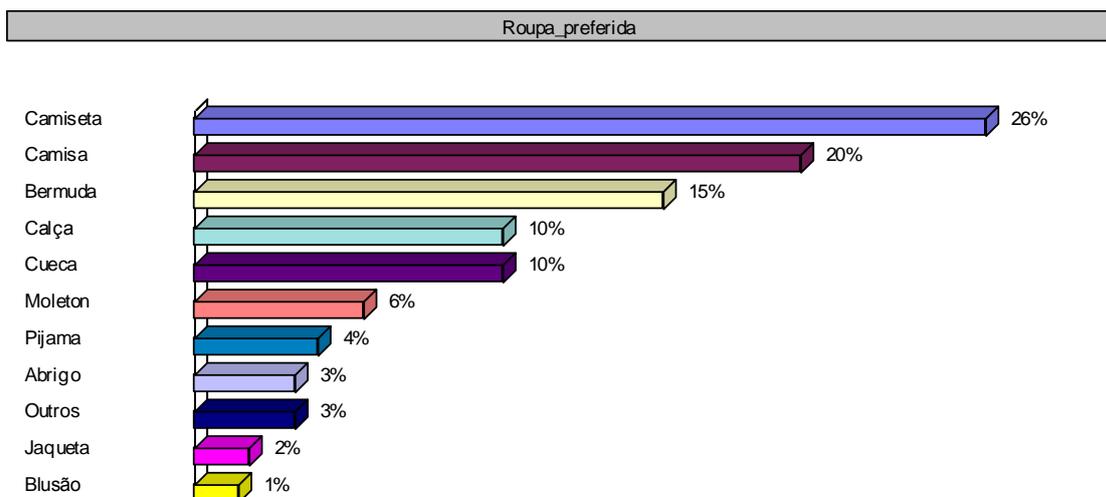
Pensando no presente do Dia dos Pais, o que você deverá comprar? (escolher até 3 opções)



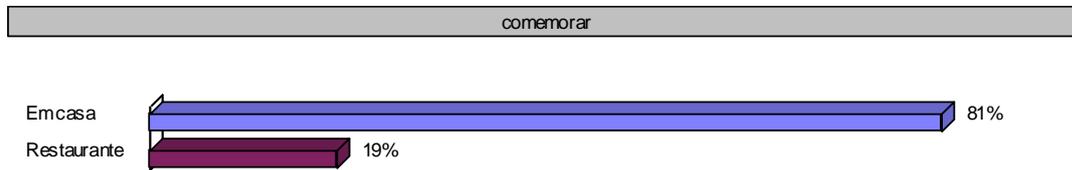
Pensando no presente do dia dos Pais, o que você gostaria de ganhar?(escolher até 3 opções)



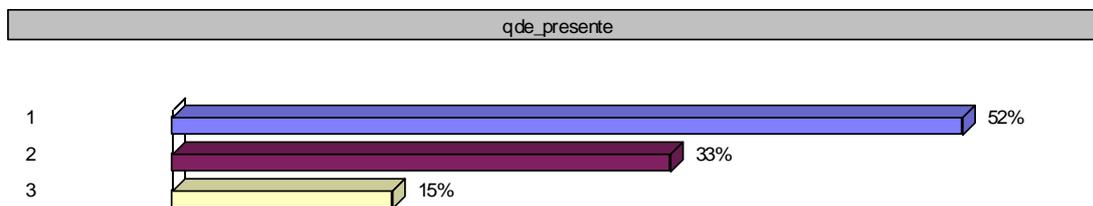
Se a sua escolha for comprar roupas, qual o tipo de sua preferência? (escolher até 3 opções)



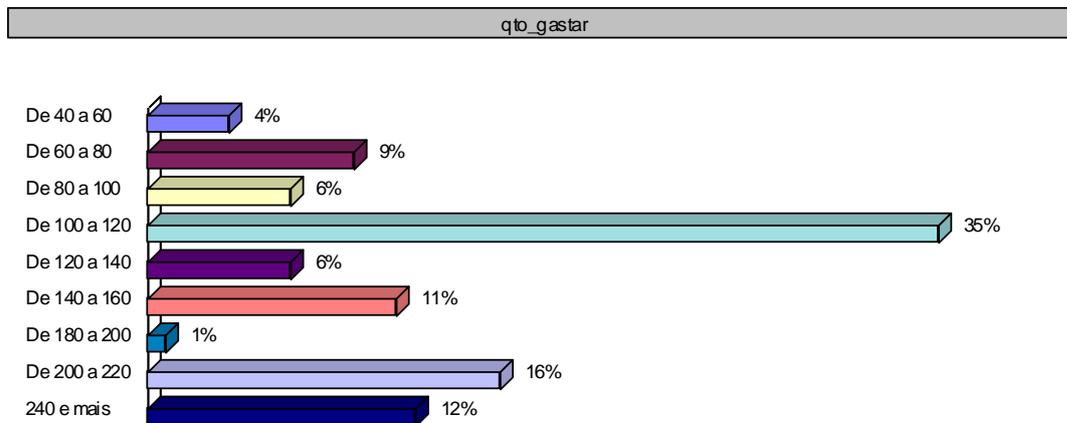
Onde pretende comemorar o Dia dos Pais?



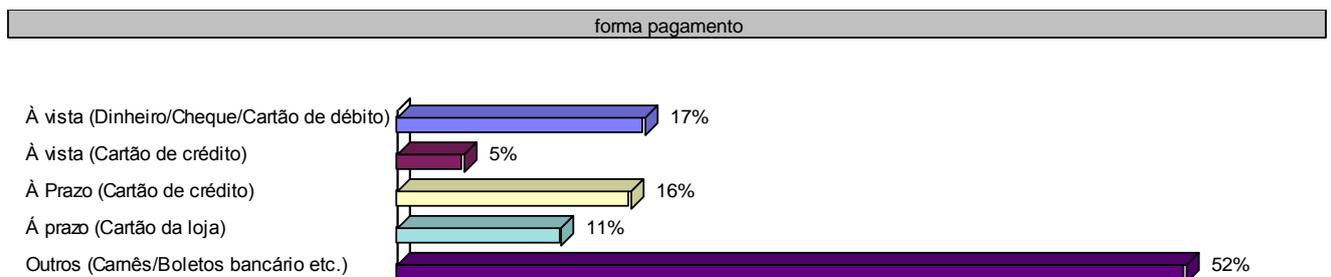
Quantos presentes você irá comprar?



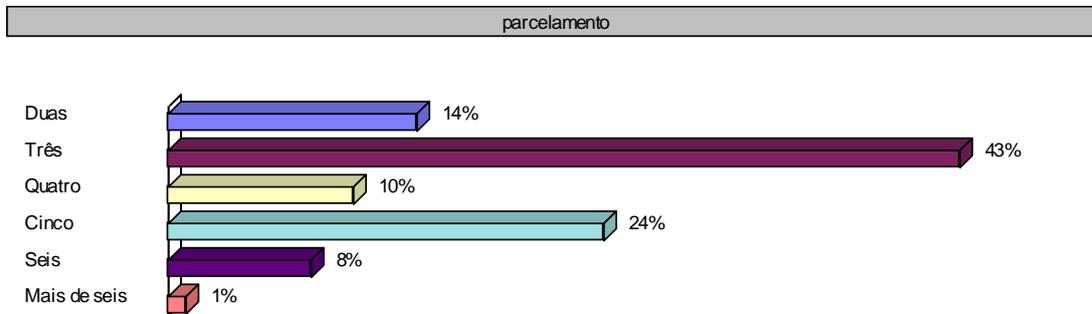
No geral, quanto você pretende gastar nos presentes?



Qual é a sua escolha da forma de pagamento dos presentes?

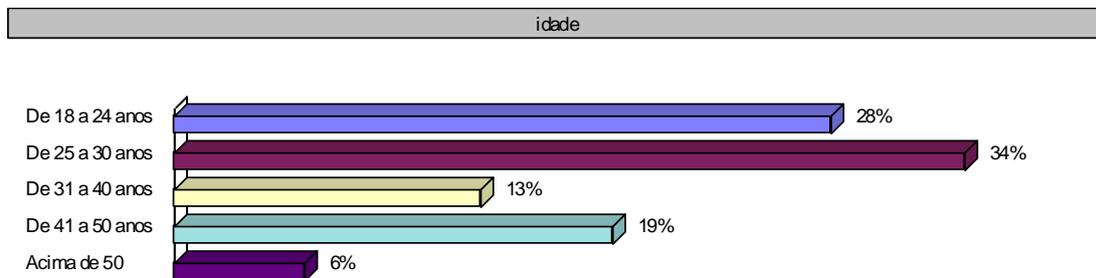


Se a sua opção foi na forma parcelada, em quantas vezes deseja dividir?



Perfil Demográfico dos Entrevistados

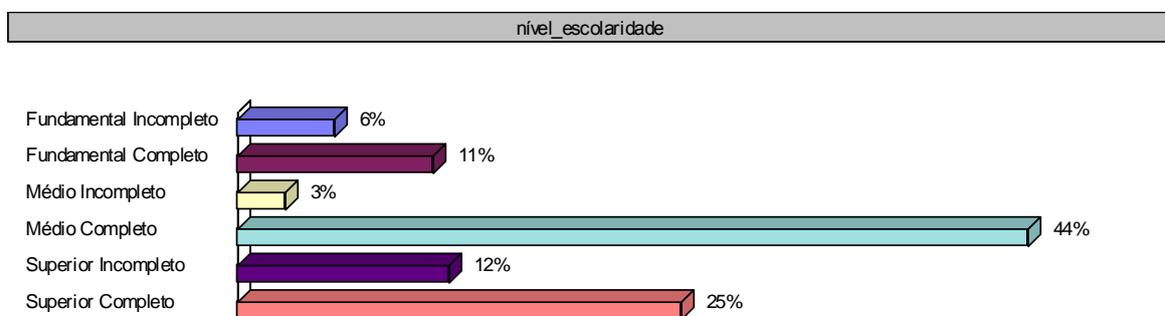
Qual a sua faixa de idade?



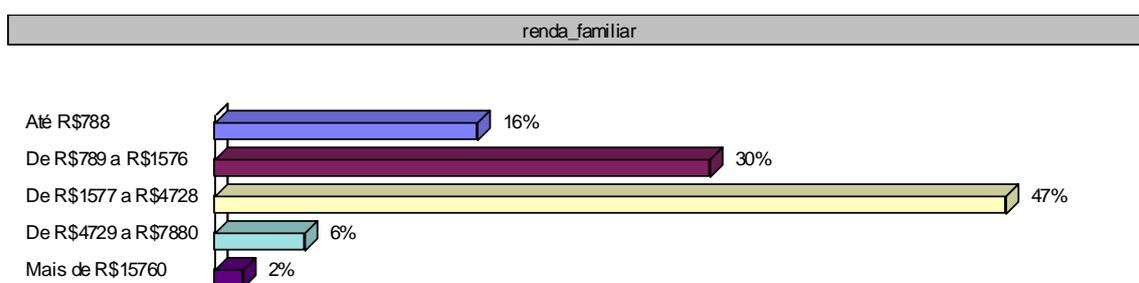
Sexo:



Qual é o nível de escolaridade?



Qual é a sua faixa de Renda Familiar?



Seu estado civil:

