

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Chapadão do Sul

Dia das Mães de 2015

Abril de 2015

Catálogo Bibliográfica

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista – Dia das Mães de 2015.

Campo Grande: FMB, abril de 2015.

Anual

1. Dia das Mães. 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 IPF.

Edison Ferreira de Araújo.

Diretor Superintendente do IPF.

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

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 durante o Dia das Mães de 2015
Local:	Todos os municípios, Mato Grosso do Sul
Período:	09 a 18 de abril de 2015.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra no Natal.
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 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 comércio de Chapadão do Sul será beneficiado na semana do Dia das Mães com R\$ 1,36 milhão circulando nas compras de presentes em decorrência de 69% da população economicamente ativa indo às compras de presentes com o valor médio de R\$181.

As grandes homenageadas neste dia serão as mães (59%), as esposas (25%) e as sogras (17%).

O local preferido para as compras será no centro da cidade (86%), nas lojas dos bairros (2%) ou pela internet (12%).

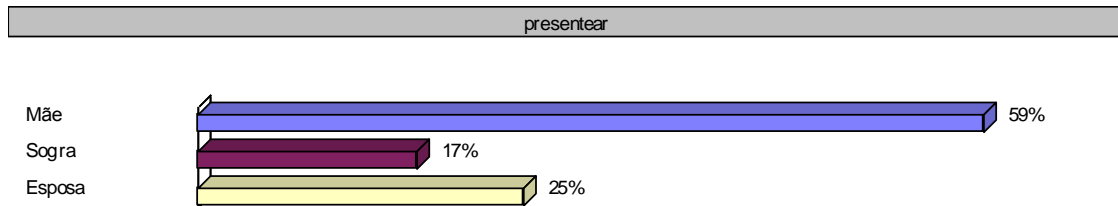
Predominam os presentes relacionados às flores (23%), calçados (21%), joias (13%), bolsas e acessórios (8%), vestuário (8%), entre outros tipos de presentes. Alguns filhos escolheram comprar presentes diferentes: (3%) pretendem comprar eletroeletrônicos e (3%) deverão escolher eletrodomésticos. A escolha dos eletroeletrônicos ficará distribuída entre (36%) para celulares, para televisão (9%), máquina fotográfica (9%), DVD (9%), filmadora (9%), computador (9%), entre outros. Os eletrodomésticos ficaram entre as escolhas: batedeira (13%), condicionador de ar (13%), lava louças (13%), lava roupas (13%), refrigerador (13%), entre outros.

As compras deverão ser pagas à vista, em dinheiro ou por meio do cartão de débito (58%), com o uso do cartão de crédito (28%) e outros tipos de pagamentos (13%). Quando a opção for o pagamento das compras a prazo, (84%) dos consumidores pretendem saldar em até três parcelas.

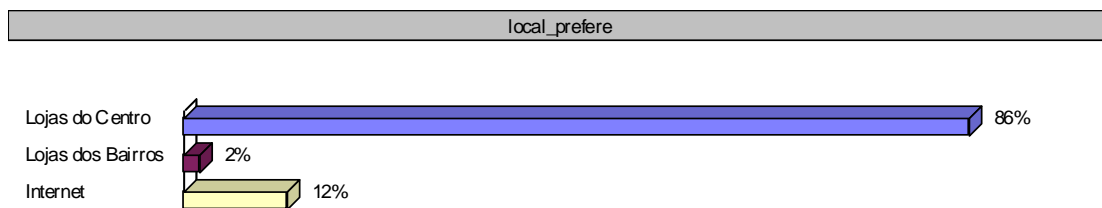
Resultado da Pesquisa

Compras do Dia das Mães

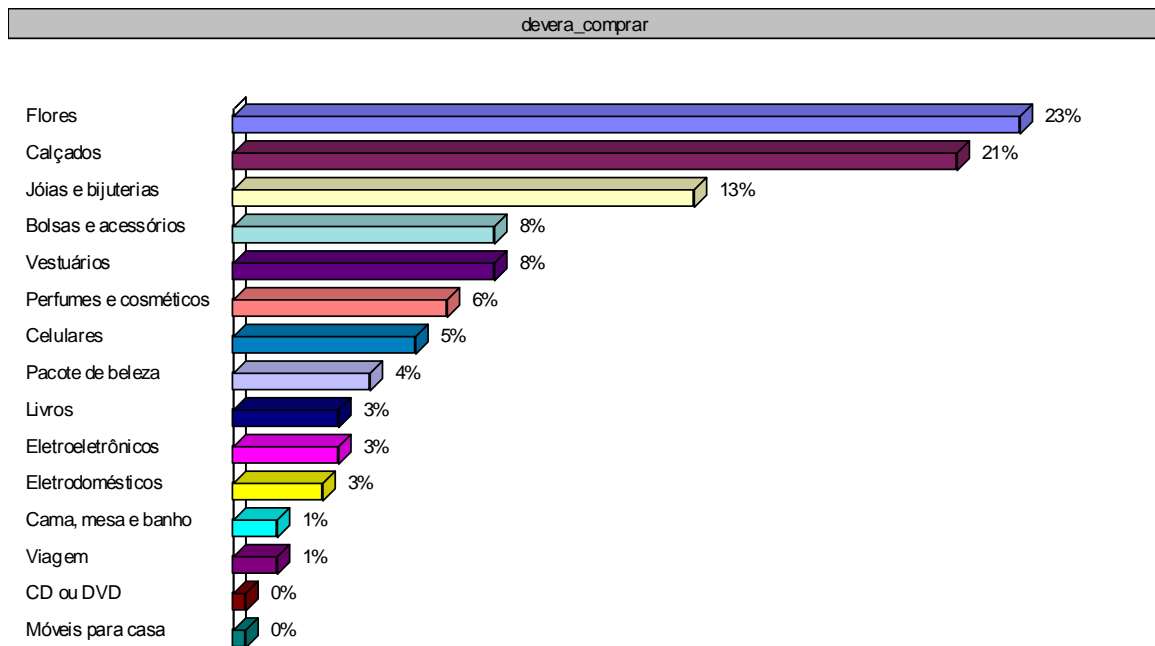
O(a) Sr(a) irá presentear a sua:



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

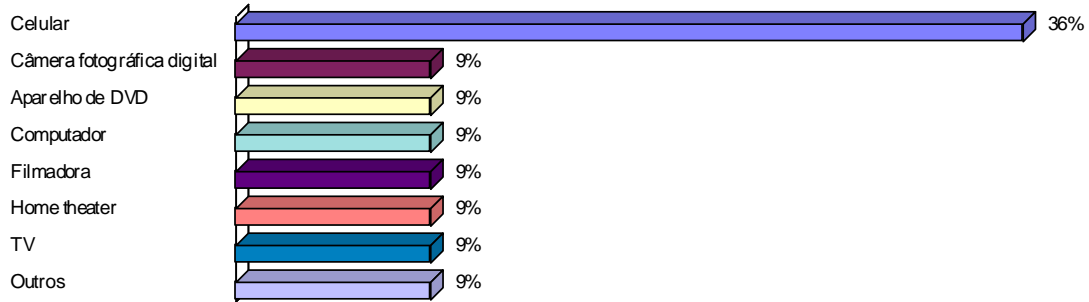


Pensando no presente do Dia das Mães, o que você deverá comprar? (escolher até 3 opções)



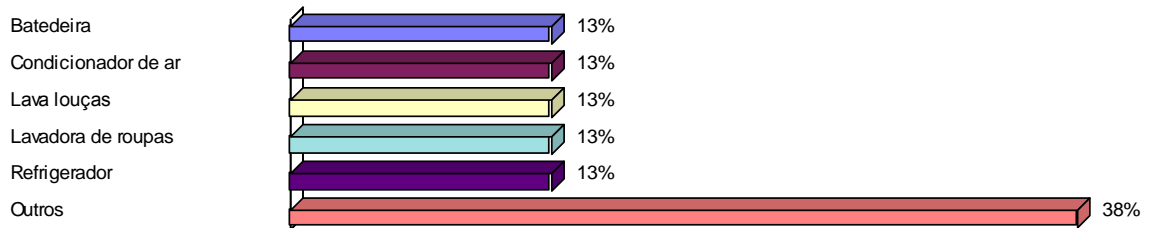
Se a sua escolha for Eletroeletrônicos, quais são as suas preferências para o presente? (escolher até 3 opções)

eletro_preferen



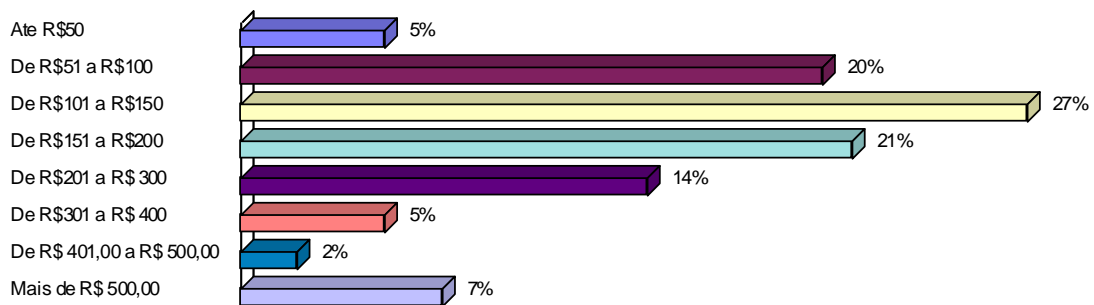
Se a sua escolha for Eletrodomésticos, quais são as suas preferências? (escolher até 3 opções)

eletrodomesticos_preferen

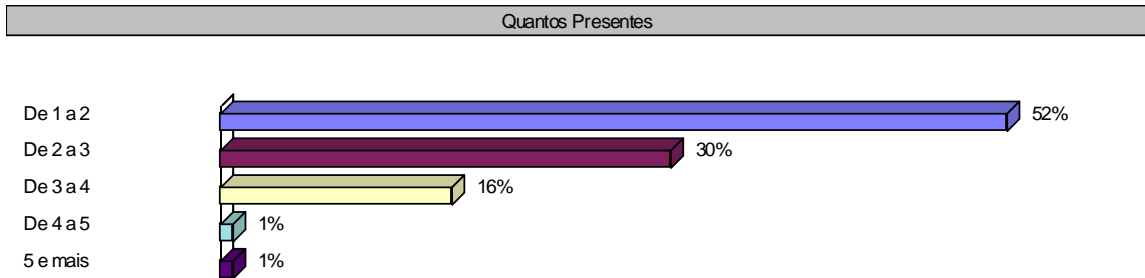


Quanto você pretende gastar em cada presente no Dia das Mães?

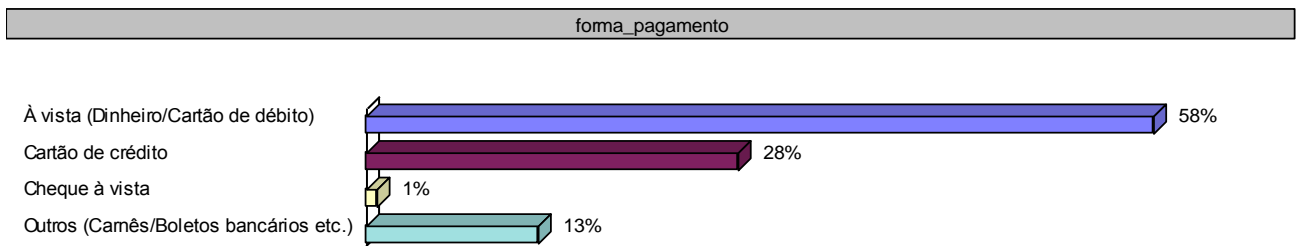
presente_mães



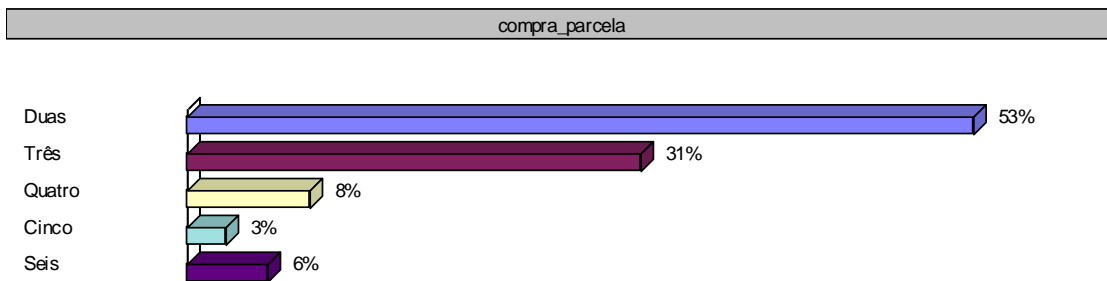
Quantos presentes você deverá comprar para o dia das Mães?



Qual será a sua forma de pagamento?

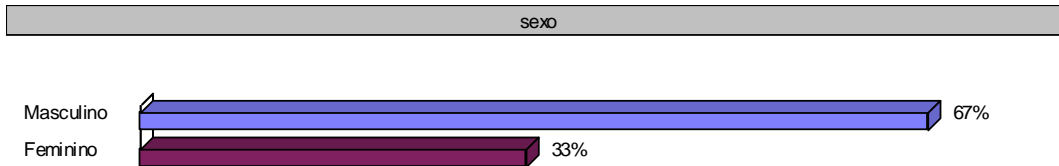


Se a compra for parcelada, como seria esse parcelamento?

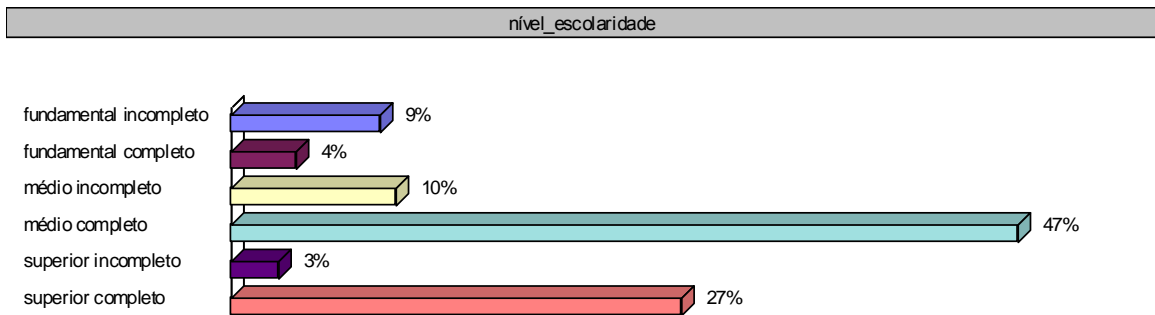


Perfil Demográfico dos Entrevistados

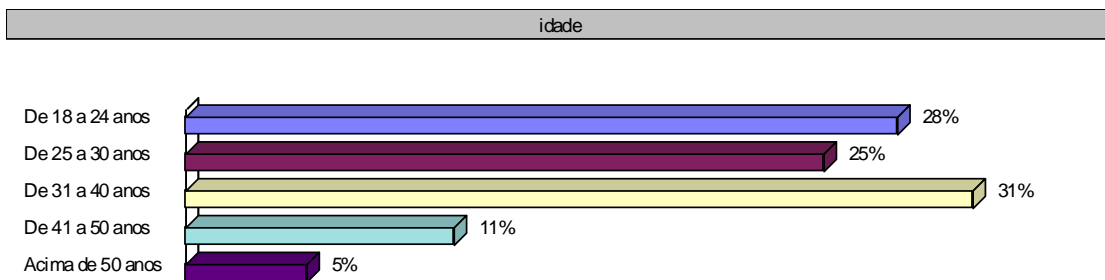
Sexo



Qual é o nível de escolaridade?



Qual a sua faixa de idade?



Qual é a sua faixa de Renda Familiar?

