

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de MS

Consolidado para o Mato Grosso 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, março 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/Uniderp

José Francisco dos Reis Neto –

FMB/Uniderp

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	11.300	0,75	8,5	100
Aquidauana/Anastácio	18.000	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	41.000	0,90	4,2	200
Dourados	79.000	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

Está é a quinta vez que a FECOMERCIO/MS realiza a pesquisa de opinião pública sobre o comportamento e expectativa de consumo durante o Dia das Mães, em treze cidades de Mato Grosso do Sul: Aparecida do Taboado, Aquidauana, Anastácio, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Ladário, Naviraí, Nova Andradina, Ponta Porã, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas. Esta pesquisa é uma consecução de outras realizadas pela Universidade Anhanguera-Uniderp, a qual desde 2003 vem levantando a opinião pública para as principais datas festivas de Campo Grande. O Instituto de Pesquisa Fecomercio, a Fundação Manoel de Barros e a Universidade Anhanguera-Uniderp atingem estas treze cidades, as quais somam quase (64%) do PIB estadual. Foram entrevistadas 2.000 pessoas nos mais diversos pontos de circulação e comercialização de cada uma dessas cidades, de forma espontânea, anônima e sigilosa, durante o período de 9 a 18 de abril de 2015, com nível de confiança de (95%) e erro amostral de (2,2%).

Compras no Dia das Mães

Valor Estimado - A estimativa é de que em Mato Grosso do Sul deverá circular o valor de R\$ 214,5 milhões em decorrência da ida de (81%) da população economicamente ativa à compra de presentes para as mães (70%), para as esposas (17%) ou para as sogras (13%). O valor médio de cada presente será de R\$166. A tabela, na próxima página, detalha as estimativas para 2015 e fornece dados considerados para 2014 e 2013.

A compra durante o período do Dia das Mães sofrerá uma queda relativa de (7%) em relação à estimativa de 2014, sem a correção da inflação durante o período. O consumidor deverá gastar menos este ano, comprando presentes mais modestos, possivelmente, pela percepção do atual cenário econômico brasileiro. Segundo a estimativa das pessoas indo às compras, o valor a ser gasto por presente e a forma de pagamento, são indicativos que as famílias procuram equilibrar os seus orçamentos, liquidar os empréstimos e não buscar outros financiamentos.

Presentes – As mães, esposas e sogras deverão ganhar vestuários (18%), calçados (17%), perfumes e cosméticos (16%), bolsas e acessórios (12%), flores (8%), joias e bijuterias (5%), dentre outros presentes, muito deles caracterizados como úteis ou como uma recordação pelo dia.

Em torno de (4%) dos compradores deverão presentear com eletrodomésticos. Estes escolherão batedeiras (15%), forno micro-ondas (10%), condicionador de ar (9%) ou fogão (8%), entre outros aparelhos. Em torno de (3%) dos compradores indicaram que deverão comprar eletroeletrônicos neste dia. Neste segmento sobressaem celular (27%), televisão (11%), chapa para cabelo (9%) ou secador de cabelos (8%).

Cidade	2015			2014			2013		
	% de consumidores que irão às compras	Valor Estimado em Compras (R\$)	Valor Médio do Presente (R\$)	% de consumidores que irão às compras	Valor Estimado em Compras (R\$)	Valor Médio do Presente (R\$)	% de consumidores que irão às compras	Valor Estimado em Compras (R\$)	Valor Médio do Presente (R\$)
Aparecida do Taboado	84	1.640.625	164	85	1.666.667	163	93	1.047.222	94
Aquidauana	92	2.350.917	128	94	3.188.679	169	94	1.818.954	97
Campo Grande	83	40.729.167	122	88	56.088.000	160	88	43.810.517	125
Chapadão do Sul	69	1.364.000	181	76	6.315.705	142	80	1.413.333	161
Corumbá	87	6.234.667	170	87	5.816.087	159	91	4.717.542	124
Dourados	86	16.928.233	200	81	11.785.685	149	86	12.723.176	150
Naviraí	90	2.864.480	144	93	2.721.710	127	88	4.193.534	206
Nova Andradina	68	2.524.390	160					2.401.683	157
Ponta Porã	81	4.844.423	148	81	6.600.879	200	80	3.412.063	105
São Gabriel do Oeste	71	1.111.786	142	94	1.211.813	118	82	1.530.170	169
Três Lagoas	86	8.349.417	149	84	10.758.508	196	85	8.147.933	148
Total das 13 cidades	82	88.942.104	155	86	106.153.734	158	87	85.216.127	140
Total no MS	81	214.572.053	166	87	230.857.085	166	86	190.411.871	139

Formas de Pagamentos - Haverá uma grande preferência para os pagamentos à vista ou com o cartão de débito (54%), seguido de pagamentos feitos com cartão de crédito (30%). Poucos escolhem o pagamento parcelado e deverão saldar a conta em até 3 pagamentos (64%). O consumidor demonstra a sua pouca disposição em contrair novas dívidas e, quando for o caso de compras parceladas, deseja liquidá-las o mais rápido possível, dentro da sua capacidade do orçamento familiar. Por outro lado, presume-se que isto será uma boa oportunidade para os empresários, os quais terão uma redução do risco de inadimplência. Porém, estes devem preparar-se ao oferecer um bom produto, preço adequado e pronto para negociar descontos. O comprador com dinheiro nas mãos irá solicitar isso das lojas.

Local para as Compras - As lojas dos centros das cidades são as preferidas para as compras. Em Campo Grande, as lojas localizadas no centro é a escolha de (67%) dos compradores, seguido de (10%) para o Shopping Campo Grande, (8%) para o Shopping Norte Sul Plaza, (2%) para o Shopping Bosque dos Ipês, (8%) para as lojas localizadas em bairros e (3%) comprarão de lojas virtuais pela internet.

Em Dourados, a escolha pelos consumidores do local para as compras divide-se em (76%) nas lojas do centro da cidade, (15%) no Shopping Avenida Center, (2%) nas lojas dos bairros e (5%) em compras pela internet.

Já em Corumbá e Ladário, os consumidores irão às compras divididas em (89%) nas lojas do centro e (2%) nas lojas dos bairros. No entanto, (4%) dos compradores afirmaram que irão comprar nas lojas localizadas no outro lado da fronteira, na Bolívia. Compras pela internet é a escolha de quase (4%) dos compradores.

Dos consumidores de Ponta Porã, (84%) escolheram comprar nas lojas do centro e (16%) nas lojas do Paraguai.

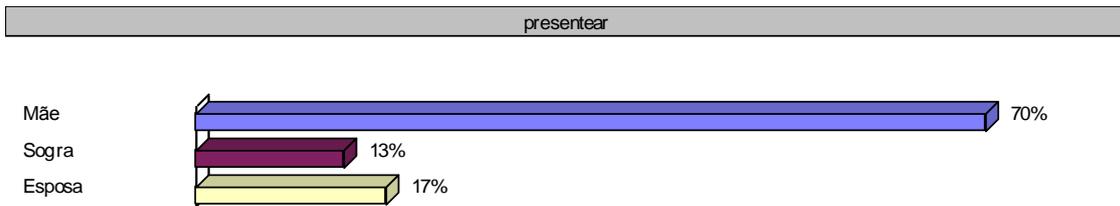
Nesta pesquisa há uma forte diminuição de compras na Bolívia e no Paraguai, motivadas pela valorização do dólar frente ao real.

Nas demais cidades pesquisadas, (90%) escolherão as lojas no centro, (4%) no bairro e (4%) comprarão pela internet.

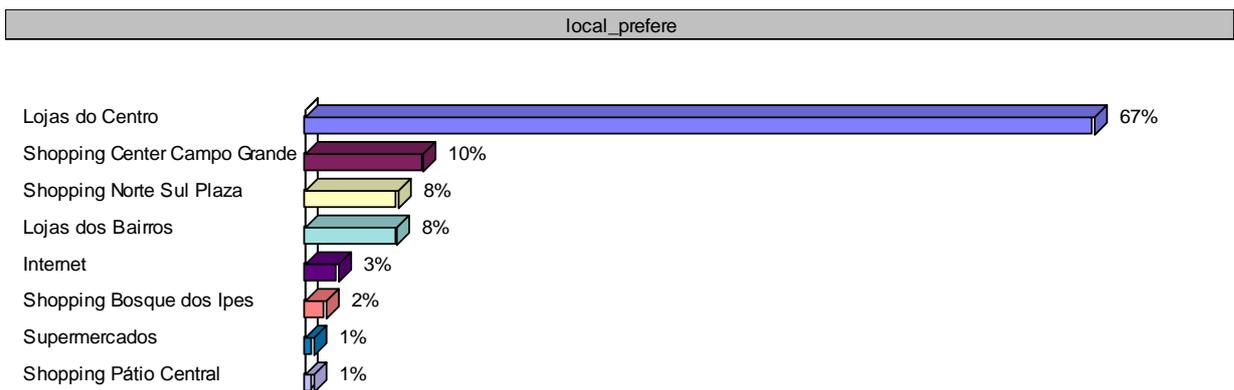
Resultado da Pesquisa

Compras do Dia das Mães

O(a) Sr(a) irá presentear a sua:



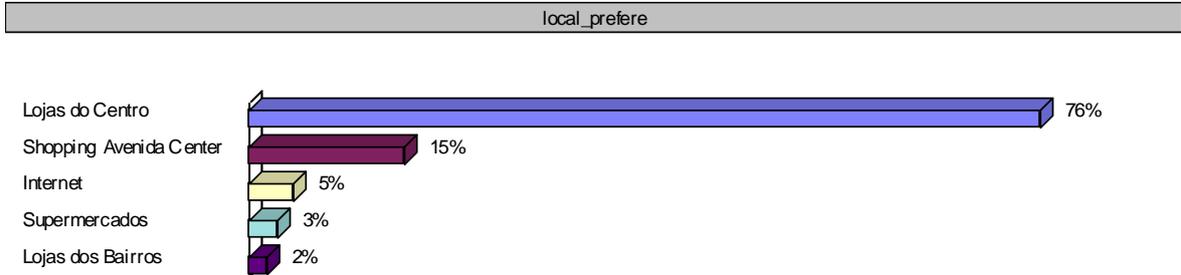
Pensando em comprar os presentes, qual é o local de sua preferência? Campo Grande



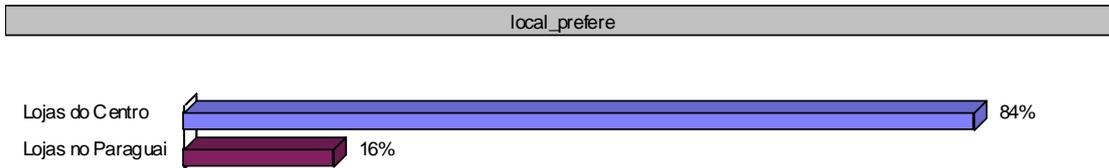
Pensando em comprar os presentes, qual é o local de sua preferência? Corumbá



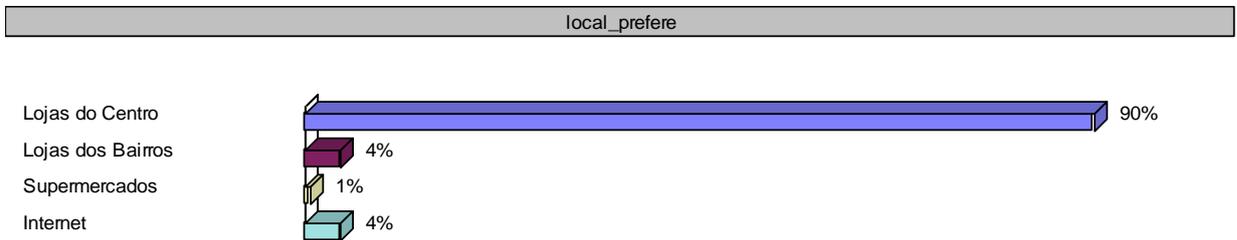
Pensando em comprar os presentes, qual é o local de sua preferência? Dourados



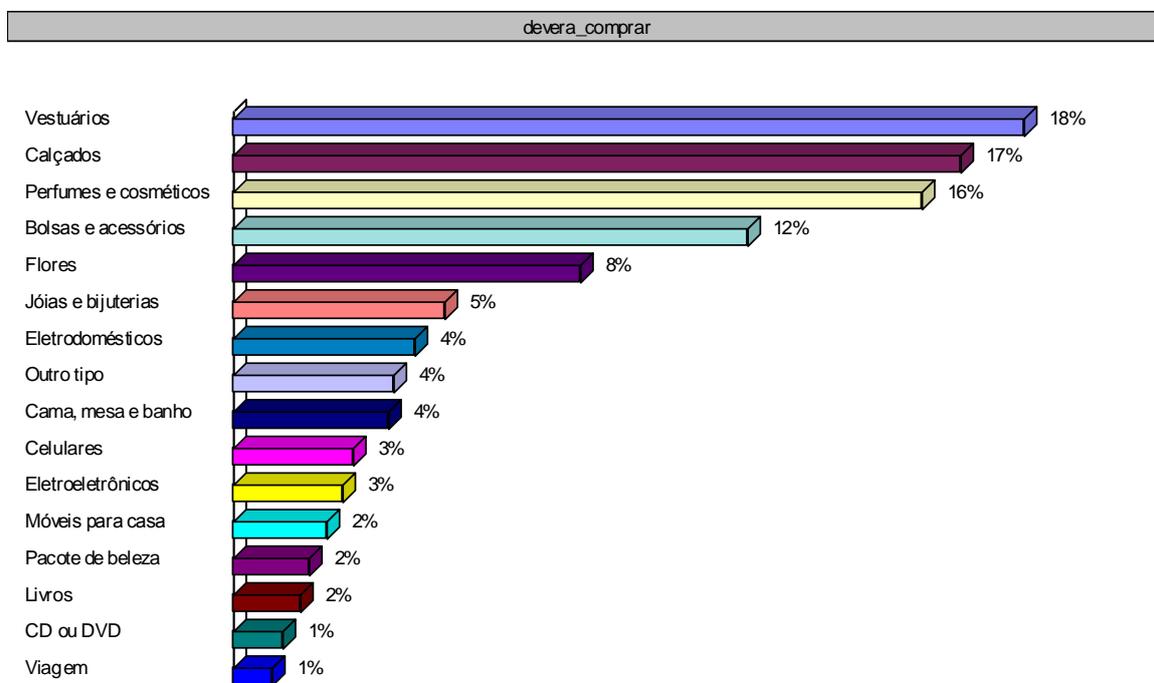
Pensando em comprar os presentes, qual é o local de sua preferência? Ponta Porã



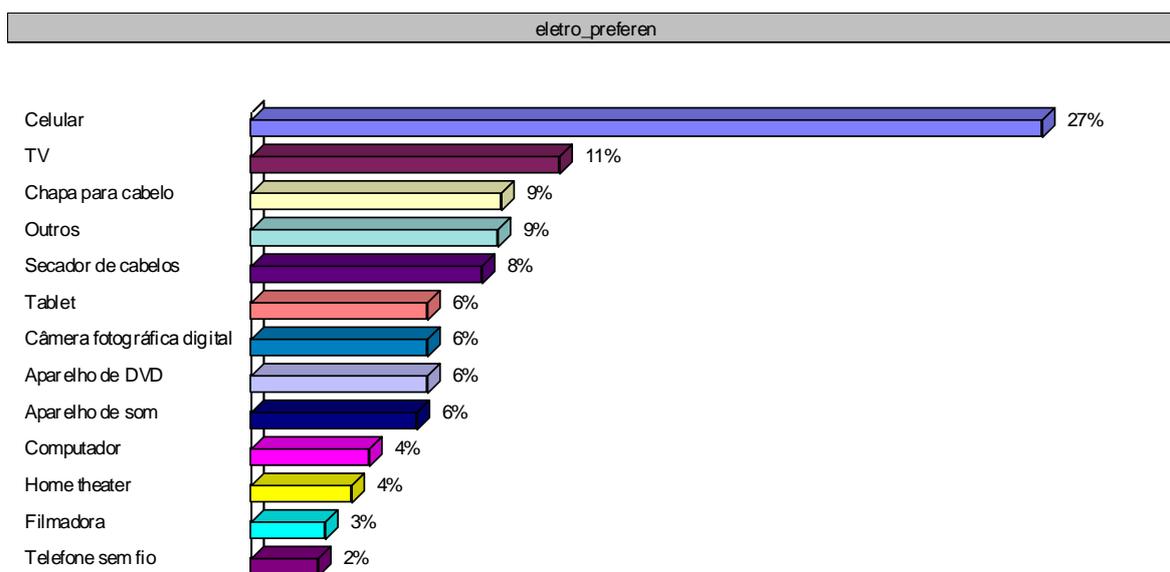
Pensando em comprar os presentes, qual é o local de sua preferência? Demais Cidades



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

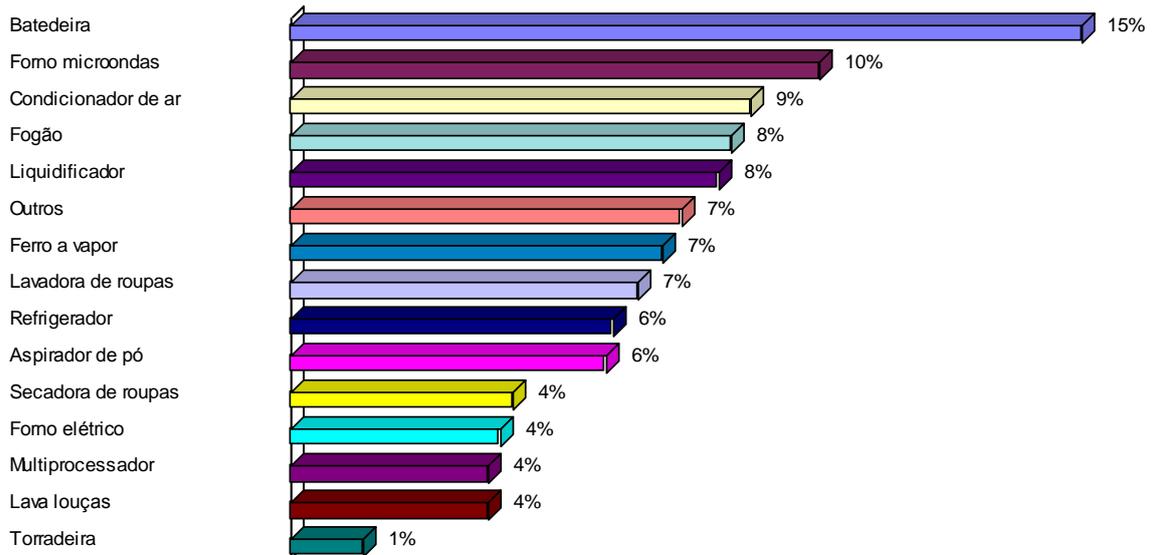


Se a sua escolha for Eletroeletrônicos, quais são as suas preferências para o presente? (escolher até 3 opções)



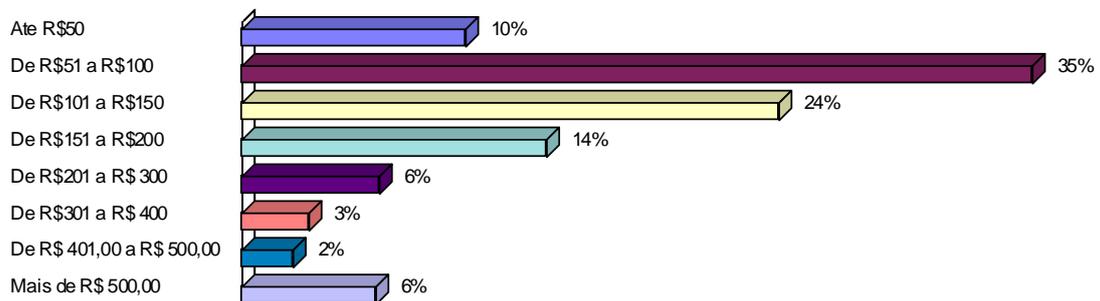
Se a sua escolha for Eletrodomésticos, quais são as suas preferências? (escolher até 3 opções)

eletrodomesticos_preferen

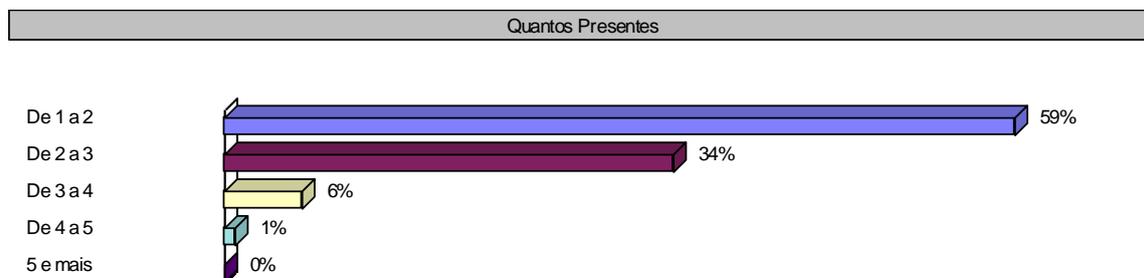


Quanto você pretende gastar em cada presente no Dia das Mães?

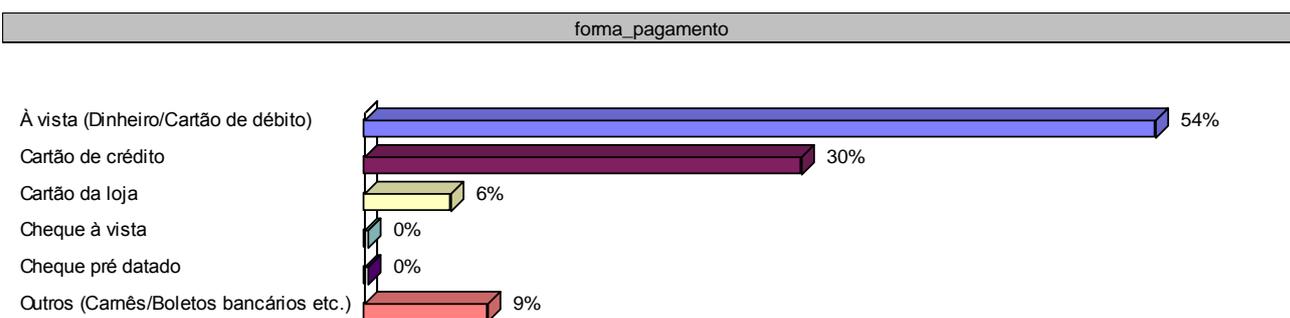
presente_mães



Quantos presentes você deverá comprar para o dia das Mães?



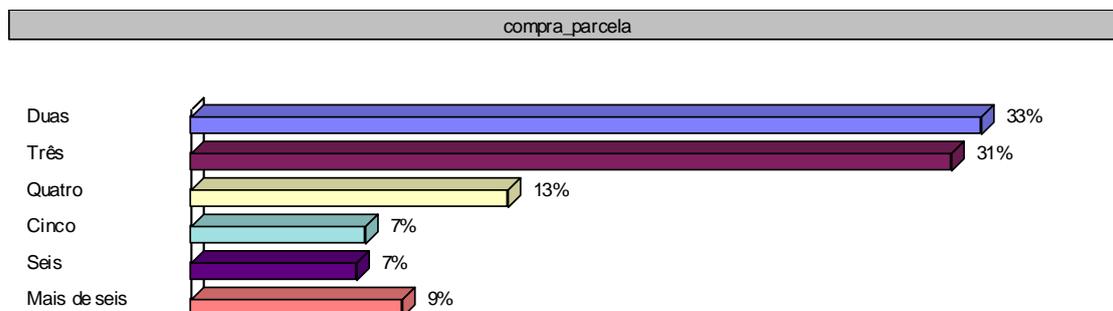
Qual será a sua forma de pagamento?



Formas de pagamento das compras por cidade pesquisada (% da linha)

Forma de pagamento	À vista (Dinheiro/Cartão de débito)	Cartão de crédito	Cartão da loja	Cheque à vista	Cheque pré datado	Outros (Carnês/Boletos bancários etc.)	TOTAL
Cidade							
Aparecida do Taboado	32	42	11	1	2	11	100
Aquidauana/Anastácio	83	14	2	0	0	2	100
Campo Grande	44	39	9	0	1	7	100
Chapadão do Sul	58	28	0	1	0	13	100
Corumbá/Ladário	48	30	7	0	0	15	100
Dourados	56	34	8	0	0	2	100
Naviraí	62	26	1	0	0	13	100
Nova Andradina	50	25	7	1	1	15	100
Ponta Porã	27	58	6	0	0	10	100
São Gabriel do Oeste	55	15	17	1	0	12	100
Três Lagoas	70	23	2	0	0	4	100
TOTAL	54	30	6	0	0	9	100

Se a compra for parcelada, como seria esse parcelamento?



Número de parcelas das compras a prazo por cidade pesquisada (% por linha)

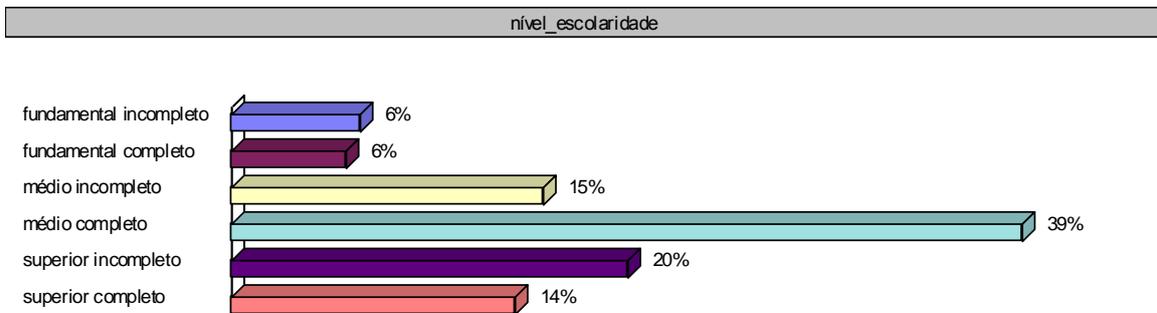
Número de parcelas	Duas	Três	Quatro	Cinco	Seis	Mais de seis	TOTAL
Cidade							
Aparecida do Taboado	18	24	13	15	17	14	100
Aquidauana/Anastácio	19	19	22	0	13	28	100
Campo Grande	52	33	6	5	1	4	100
Chapadão do Sul	53	31	8	3	6	0	100
Corumbá/Ladário	23	38	11	9	9	9	100
Dourados	31	24	25	8	3	10	100
Naviraí	51	32	7	5	3	3	100
Nova Andradina	18	23	24	11	13	11	100
Ponta Porã	7	55	8	5	13	12	100
São Gabriel do Oeste	30	32	20	11	2	5	100
Três Lagoas	33	24	13	6	7	17	100
TOTAL	33	31	13	7	7	9	100

Perfil Demográfico dos Entrevistados

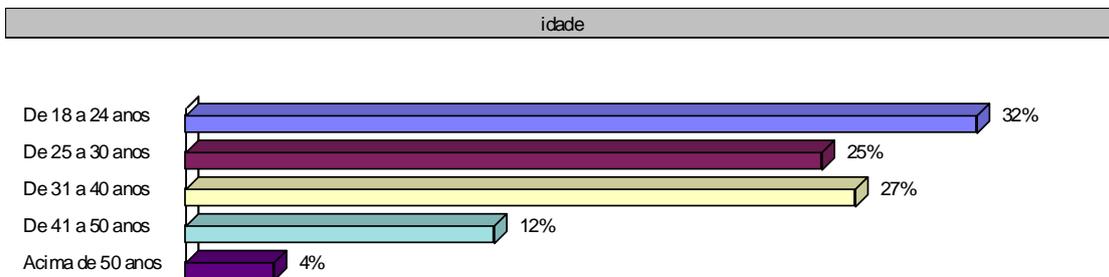
Sexo



Qual é o nível de escolaridade?



Qual a sua faixa de idade?



Qual é a sua faixa de Renda Familiar?

