

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Aquidauana e Anastácio

Dia dos Namorados de 2015

Maio de 2015

Catálogo Bibliográfica

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

Campo Grande: FMB, maio de 2015.

Anual

1. Dia dos Namorados. 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 do durante o Dia dos Namorados de 2015
Local:	Todos os municípios, Mato Grosso do Sul.
Período:	11 a 25 de maio 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 Aquidauana e Anastácio deverá movimentar durante o período que precede o Dia dos Namorados ao redor de R\$2,28 milhões em compras de presentes. O valor médio de cada presente ficará próximo de R\$129 e estima-se que (88%) da população economicamente ativa irá às compras de pelo menos um presente para o seu amado.

Quando o comprador foi indagado sobre o que deverá comprar, as respostas estão distribuídas em: perfumes (21%), roupas (17%), bombons e trufas (9%) e calçados (8%). No entanto, quando perguntado o que gostariam de receber de presentes, as preferências ficaram para: perfumes (16%), roupas (14%), relógio (11%) e calçados (10%).

Os principais locais para as compras serão: lojas do centro da cidade (90%), lojas nos bairros (2%) e (6%) dos compradores deverão utilizar as lojas virtuais da internet e (1%) catálogos de compra.

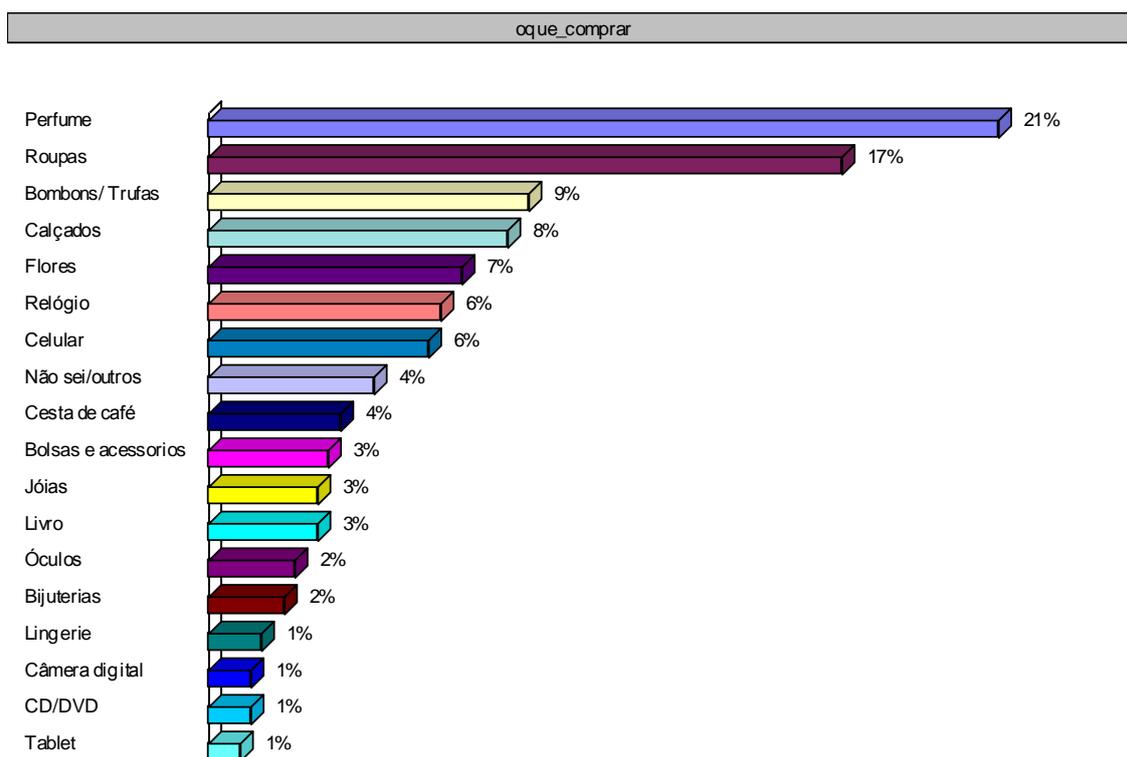
As compras serão à vista (72%), empregando o cartão de débito, cheque ou dinheiro, à vista com cartão de crédito (10%) e a prazo com cartão de crédito (16%), como as principais formas. Se o pagamento escolhido for a prazo, (58%) dividirão em até três vezes.

A comemoração do Dia dos Namorados acontecerá em casa (47%), em restaurantes (21%), bar ou boate (9%) ou em motel (7%).

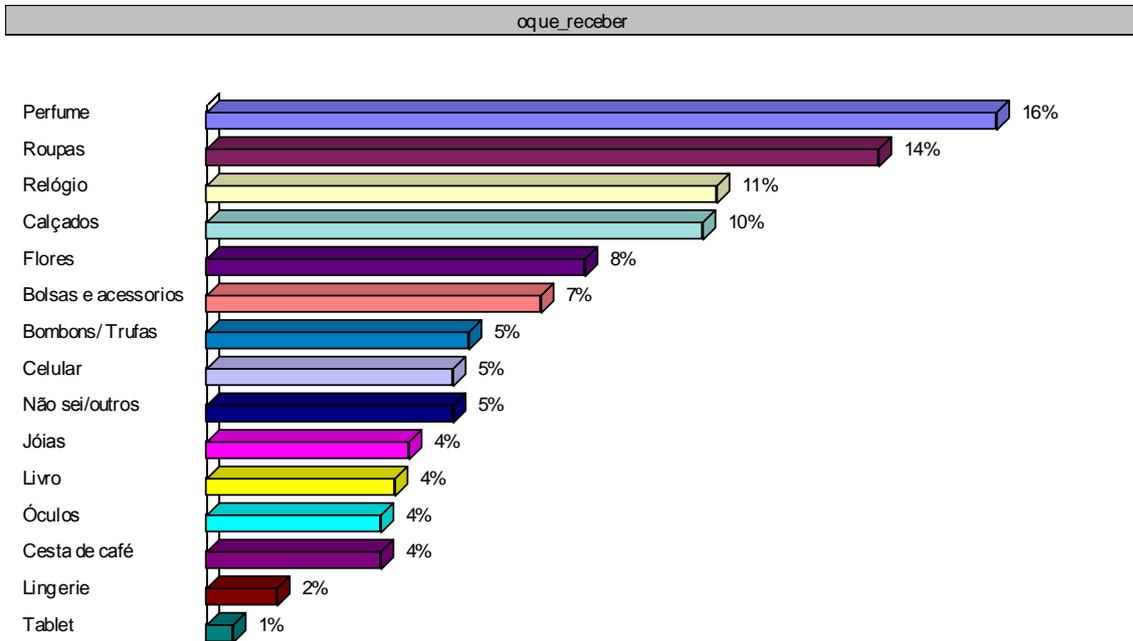
Resultado da Pesquisa

Compras do Dia dos Namorados

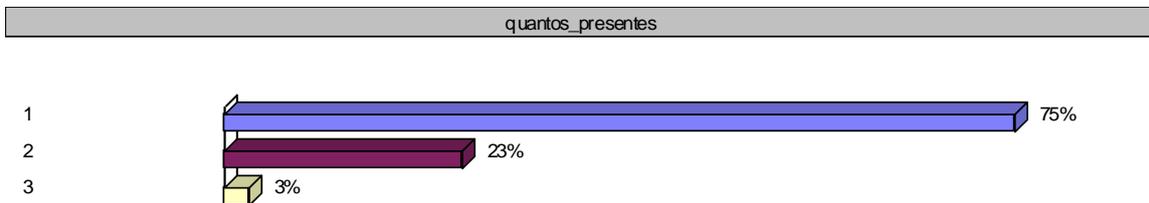
O que você pretende comprar de presente?



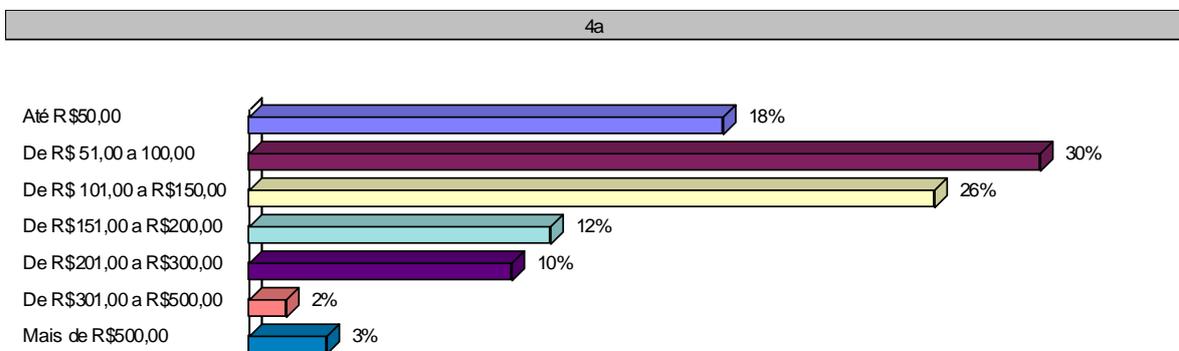
O que você gostaria de receber de presente neste Dia dos Namorados?



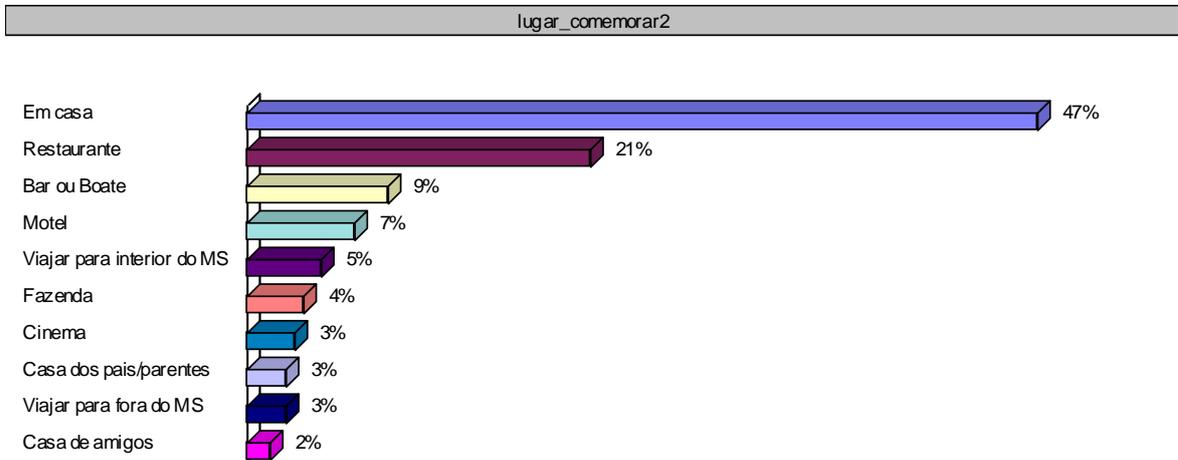
Quantos presentes você irá comprar?



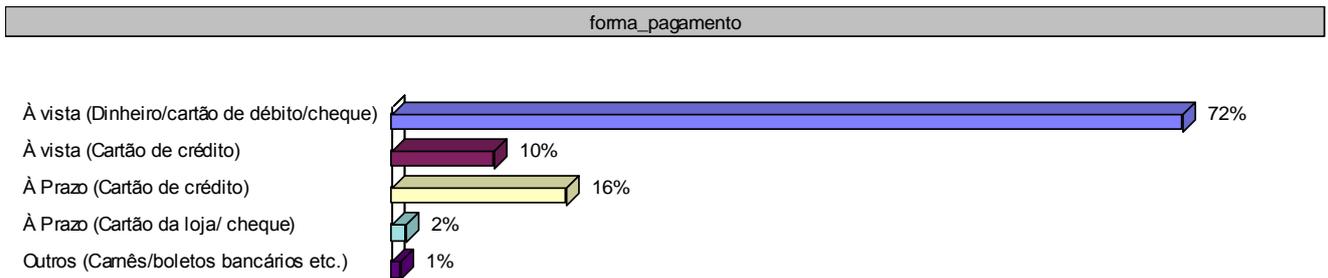
Quanto pretende gastar com cada presente?



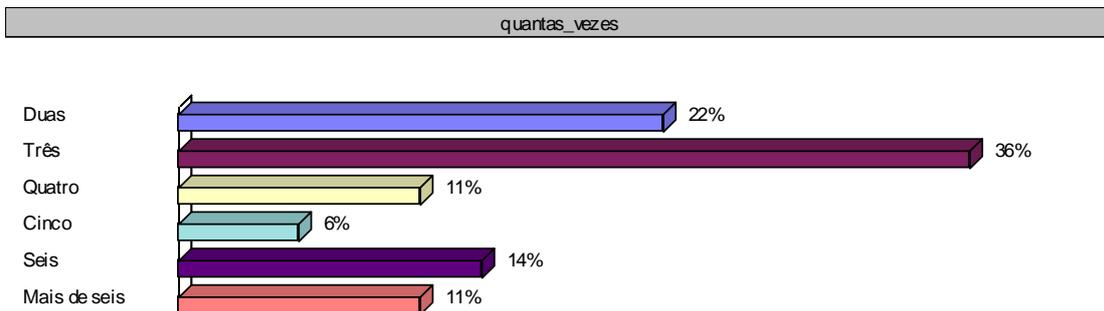
Você pretende comemorar o Dia dos Namorados em que lugar?



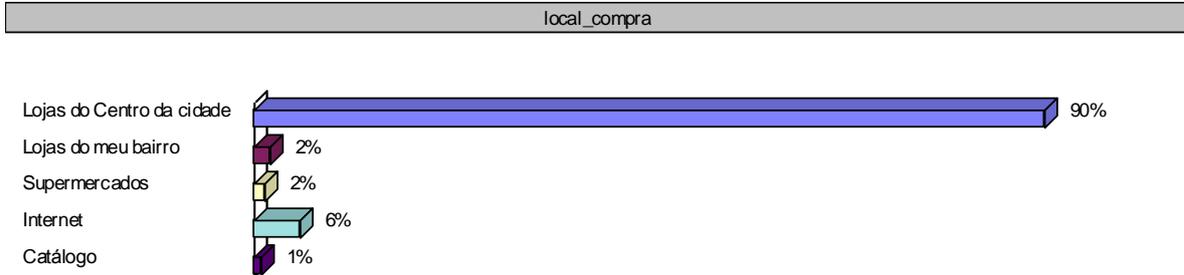
Qual será a forma de pagamento do seu presente?



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



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

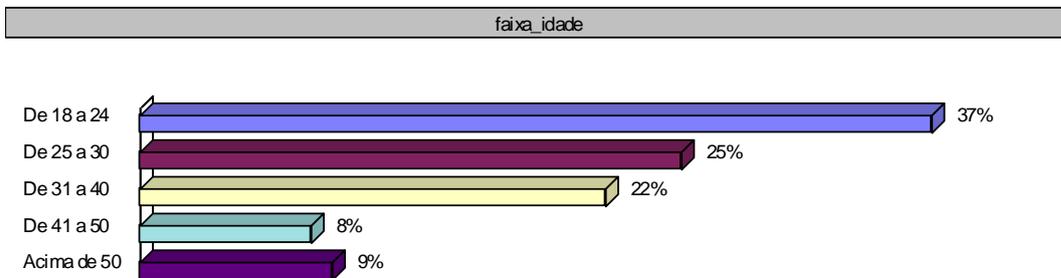


Perfil Demográfico dos Entrevistados

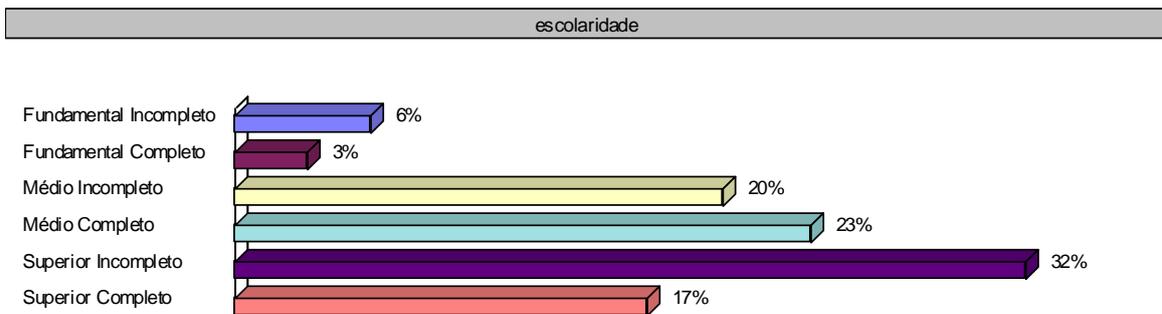
Sexo do entrevistado:



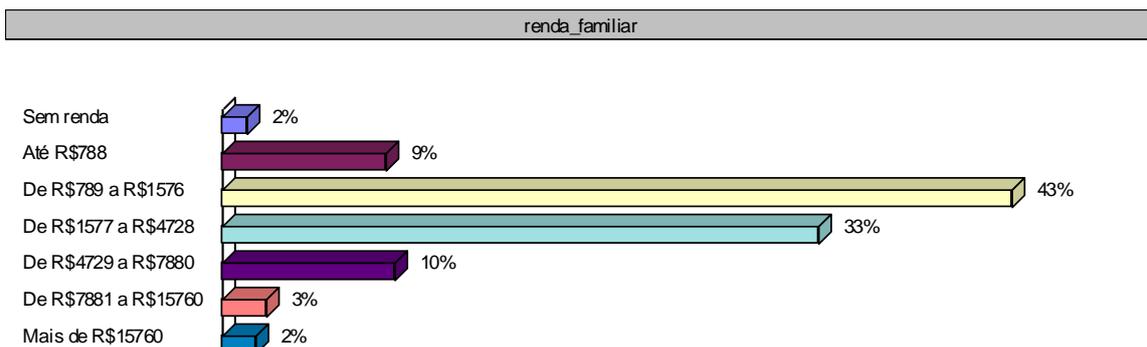
Qual é a sua faixa de idade?



Grau de Instrução:



Qual é a sua renda familiar?



Seu estado civil é:

