

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de MS

Consolidado

Dia dos Namorados de 2015

Mai 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.

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

A FECOMERCIO/MS realiza pela quinta vez a pesquisa de opinião pública sobre o comportamento e expectativa de consumo durante o Dia dos Namorados, 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 Fecomércio, a Fundação Manoel de Barros e a Universidade Anhanguera-Uniderp atingem estas treze cidades as quais somam quase 67% do PIB estadual. Foram entrevistadas 2.002 pessoas, nos mais diversos pontos de circulação e comercialização de cada uma dessas cidades, de forma espontânea, anônima e sigilosa, durante o período de 11 a 25 de maio de 2015, com nível de confiança de 95% e erro amostral de 2,4%, para os dados consolidados em todas as cidades em Mato Grosso do Sul.

Compras no Dia dos Namorados

Valor e procedimentos de compra – É previsto que para o período de vendas relacionado ao Dia dos Namorados deverá circular um montante da ordem de R\$168,6 milhões no comércio lojista sul-mato-grossense, indicando ser a terceira melhor data festiva, ficando atrás do Natal e do Dia das Mães. Aproximadamente, 82% da população economicamente ativa do estado deverá ir às compras com um gasto médio por presente de R\$ 130, inferior ao valor de R\$159 estimado para 2014.

A Tabela a seguir apresenta o resumo das estimativas consideradas para as cidades pesquisadas e uma projeção para o Mato Grosso do Sul, referente às pesquisas dos dois anos anteriores e de 2015.

	2015			2014			2.013		
	% 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	82	1.404.098	143	79	1.393.701	148	72	.001.439	116
Aquidauana	88	2.279.736	129	83	3.071.130	184	92	1.890.826	103
Campo Grande	86	42.564.103	124	68	46.843.911	172	77	29.735.725	97
Chapadão do Sul	88	1.552.655	160	78	1.158.008	135	80	1.064.417	122
Corumbá	81	5.313.508	158	89	3.895.313	104	83	3.734.972	107
Dourados	79	10.171.790	133	73	13.102.564	183	78	9.790.504	129
Naviraí	84	1.768.856	96	88	2.911.425	144	77	1.835.030	104
Nova Andradina	84	2.734.874	141						
Ponta Porã	67	3.685.500	138	79	3.812.695	119	78	3.169.345	100
São Gabriel do Oeste	71	1.066.607	137	80	1.298.984	147	67	1.087.272	148
Três Lagoas	78	5.814.453	116	82	6.027.152	113	78	6.440.970	127
Total das 13 cidades	83	78.356.180	133	80	83.514.882	145	80	61.503.569	139
Total no MS	82	168.604.105	130	80	198.528.104	159	79	176.852.964	114

Tipo de presente a ser comprado – Os compradores foram convidados a indicar o que deverão comprar e o que gostariam de receber nesta data. Os principais presentes são aqueles considerados úteis e de uso pessoal. Os namorados deverão dar perfumes (21%), roupas (20%), calçados (12%), flores (7%), e bombons ou trufas (7%), presentes típicos desta data. Quando responderam o que gostaria de ganhar, a resposta foi muito próxima da intenção de presentear. Eles preferem receber de presente nesta data, roupas (16%), perfume (16%), calçados (11%) e flores (8%), entre as suas principais escolhas. Entre as escolhas em presentear ou ganhar presente no Dia dos Namorados está muito próximo às intenções dos anos anteriores.

Forma de pagamento e decisão de compra – A principal forma de pagamento escolhida por quem vai comprar presentes será 57% à vista, empregando dinheiro, cartão de débito ou o cartão de crédito. Para os outros 24% deverão comprar a prazo empregando o seu cartão de crédito. O parcelamento se dará em 68% em três parcelas. A preferência de pagar é à vista diminui o risco de inadimplência do cliente, o que favorece os empresários.

Local preferido para as compras – Em todas as 13 cidades pesquisadas, as lojas do centro são indicadas pela maioria dos consumidores como as preferidas para as suas compras. Em Campo Grande elas são lembradas por 66,3% dos consumidores, seguida das lojas localizadas no Shopping Campo Grandes (9,2%), Shopping Norte Sul Plaza (8,4%), Shopping Bosque dos Ipês (0,3%) ou as lojas localizadas no Camelódromo (7,9%). Em Dourados, a escolha ficou para as lojas do centro ficou em (84%), Shopping Avenida Center (2%), Internet (8%) e catálogos de compras (1%).

Em Corumbá e Ladário a preferência fica para as lojas do centro (82%), seguida das lojas nos bairros (7%), na Bolívia (2%), compras pela Internet (6%) e catálogos (4%).

Em Ponta Porã os consumidores escolhem as lojas do centro (97%) e as lojas no Paraguai (3%).

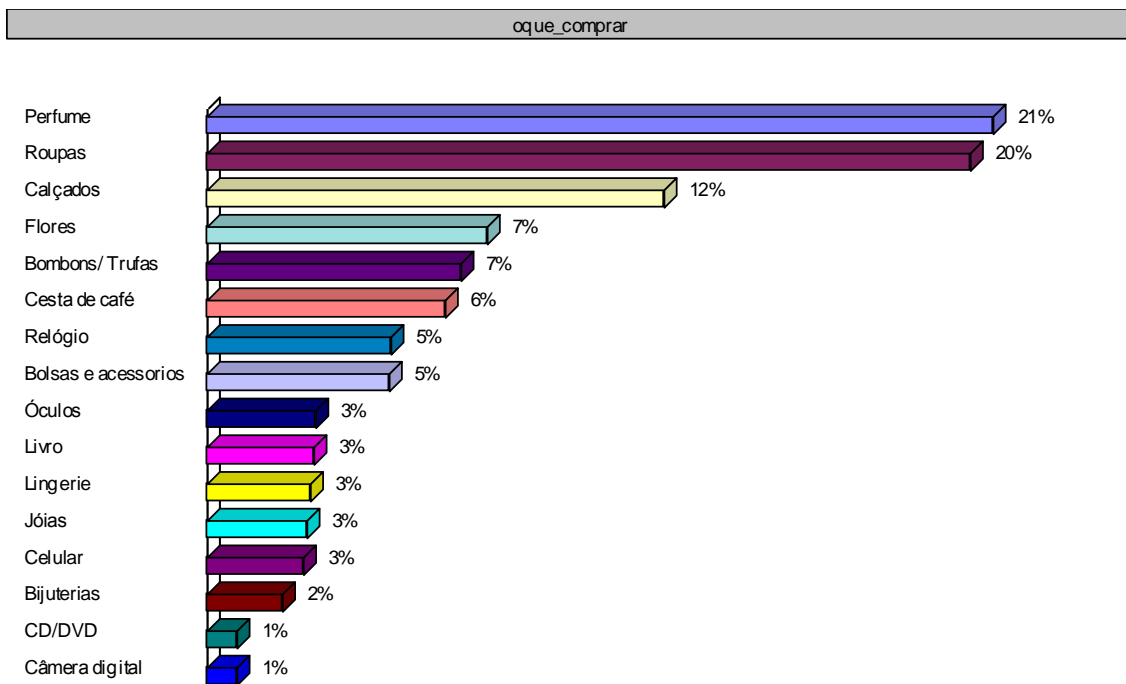
Os compradores das demais cidades pesquisadas escolhem as lojas do centro (89%), as lojas no Bairro (5%), Internet (5%) e catálogos (1%).

Onde comemorar o Dia dos Namorados – Os namorados de Mato Grosso do Sul preferem comemorar este dia em casa. Quase 46% indicaram este local, seguido de restaurantes (24%), bares e boates (8%) e motéis (6%). Estas formas de comemorações deverão movimentar os serviços de diversão e alimentação, com compras em supermercados, lojas de bebidas e doces.

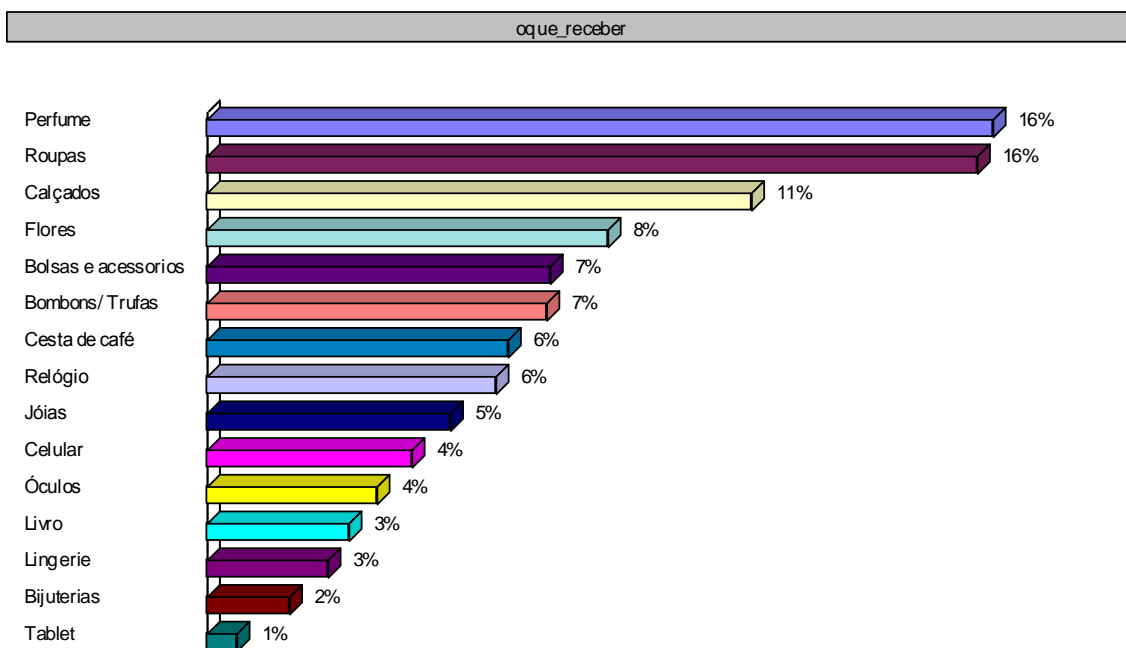
Resultado da Pesquisa

Compras do Dia dos Namorados

O que você pretende comprar de presente?

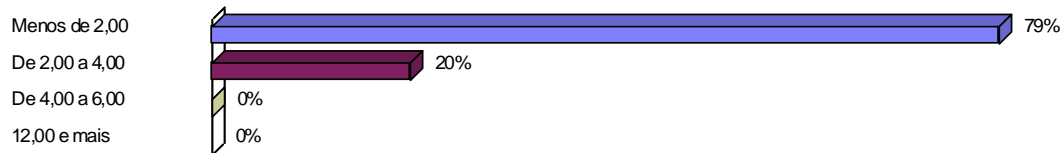


O que você gostaria de receber de presente neste Dia dos Namorados?



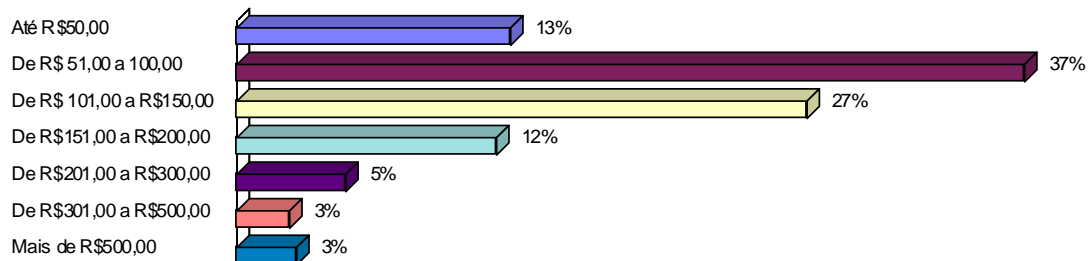
Quantos presentes você irá comprar?

quantos_presentes



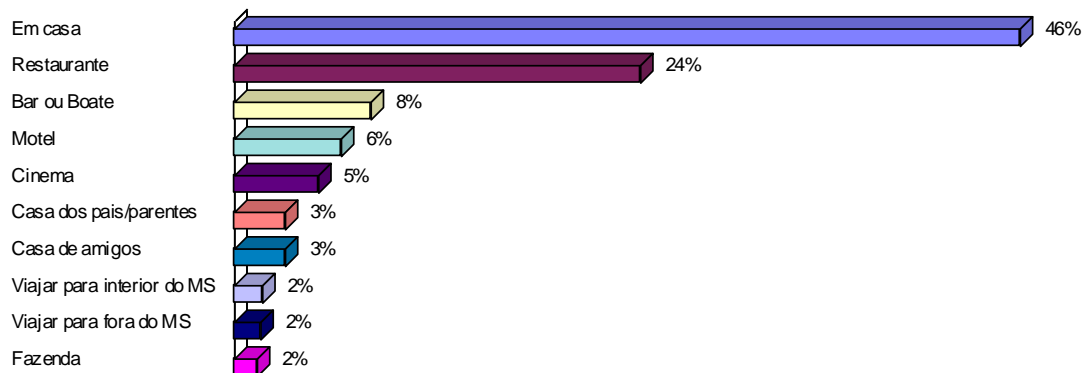
Quanto pretende gastar com cada presente?

4a

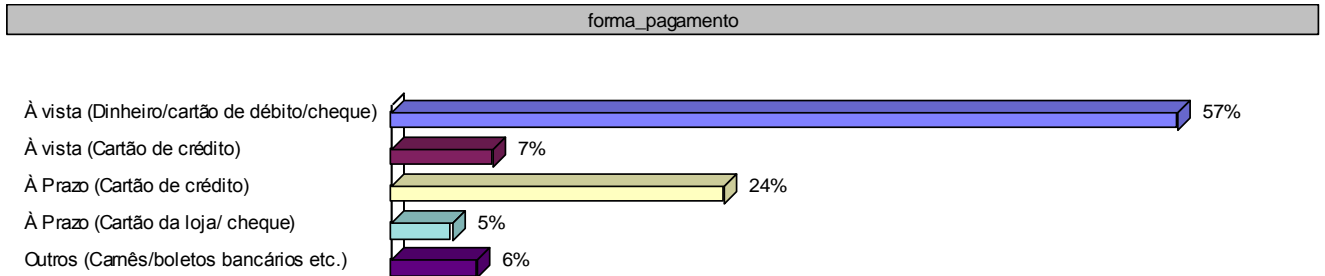


Você pretende comemorar o Dia dos Namorados em que lugar?

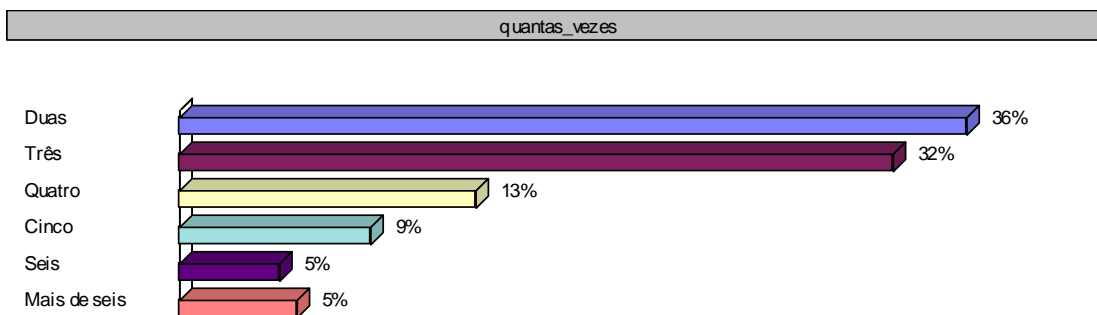
lugar_comemorar2



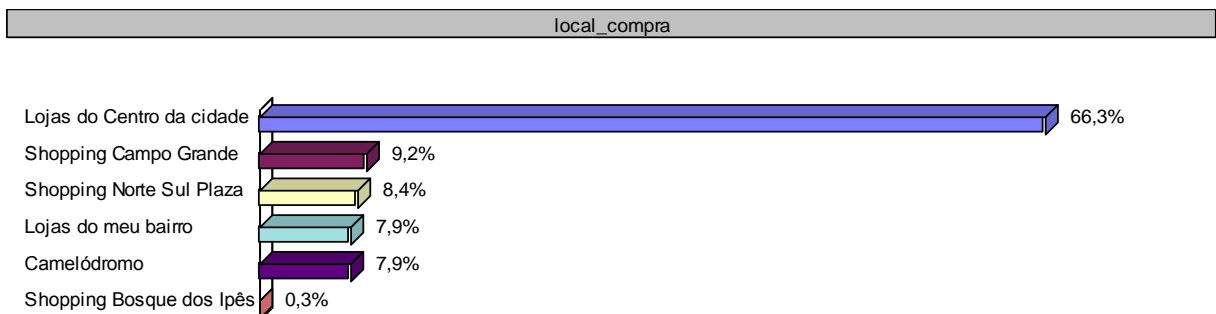
Qual será a forma de pagamento do seu presente?



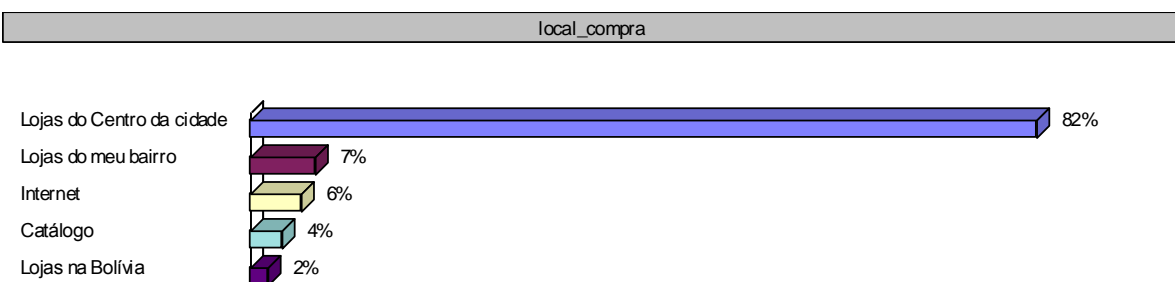
Se a sua escolha for a prazo, em quantas vezes você gostaria de pagar o seu presente?



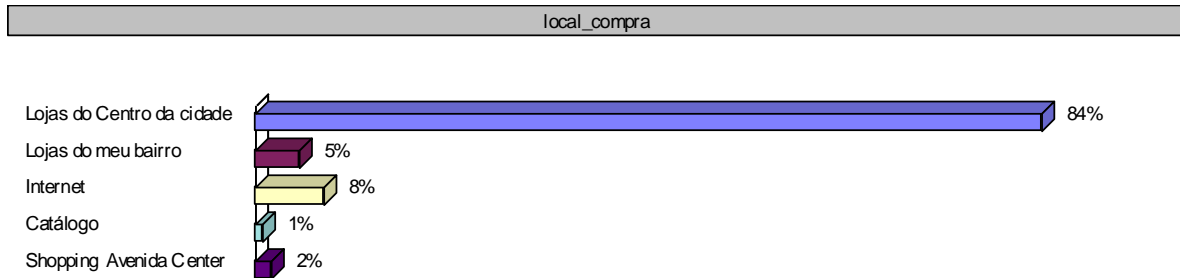
Na sua preferência, em que local você irá comprar o seu presente? Campo Grande



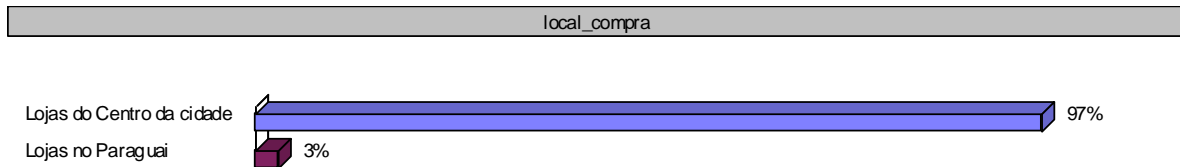
Na sua preferência, em que local você irá comprar o seu presente? Corumbá



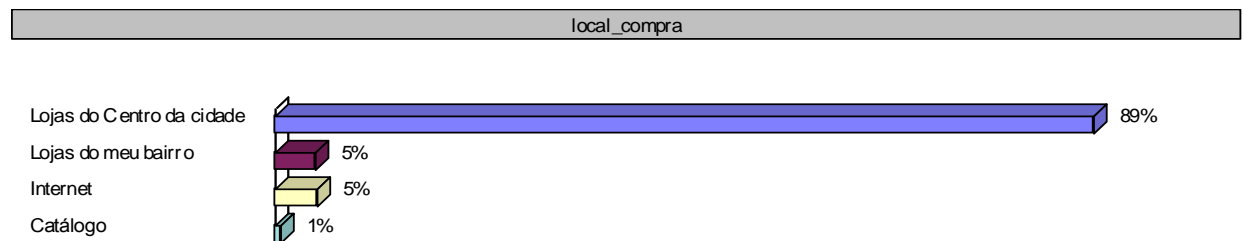
Na sua preferência, em que local você irá comprar o seu presente? Dourados



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

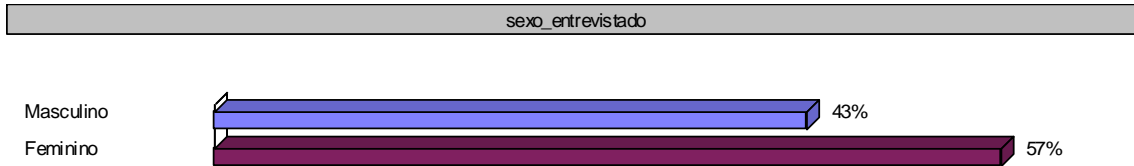


Na sua preferência, em que local você irá comprar o seu presente? Demais Cidades

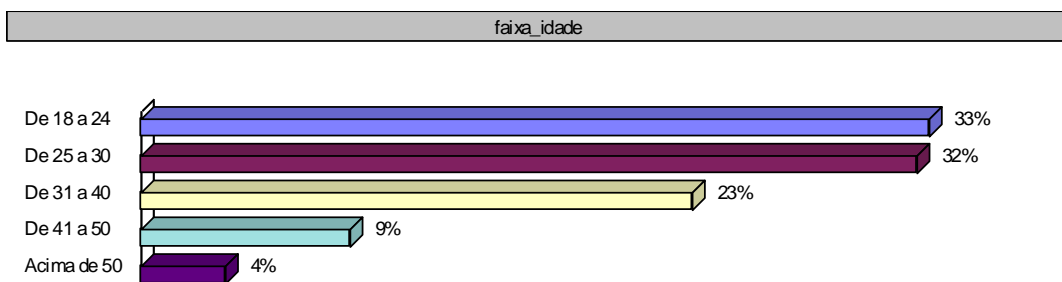


Perfil Demográfico dos Entrevistados

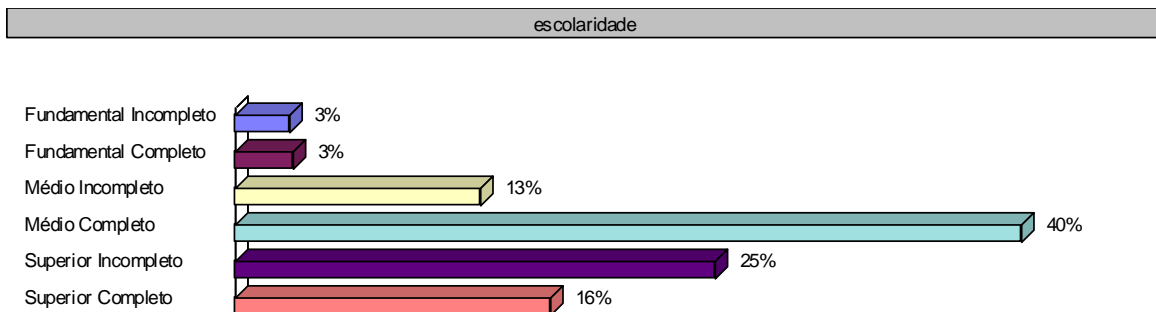
Sexo do entrevistado:



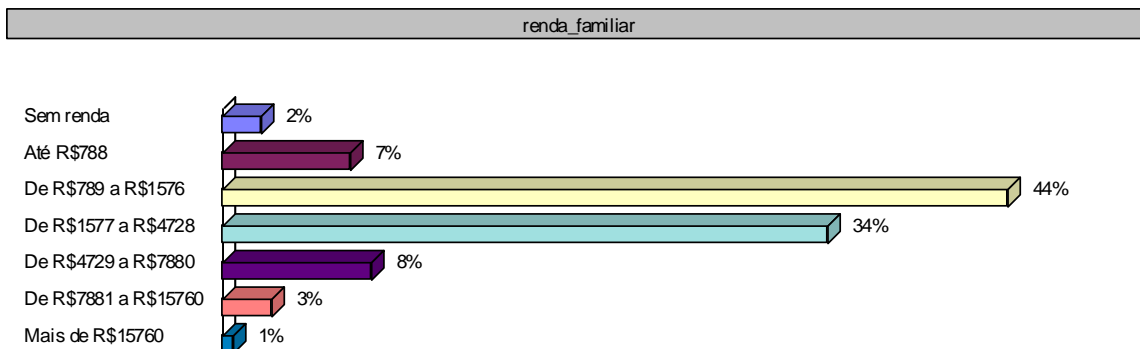
Qual é a sua faixa de idade?



Grau de Instrução:



Qual é a sua renda familiar?



Seu estado civil é:

estado_civil

