



## **PERFIL E COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES NO MUNICÍPIO DE NAVIRAÍ-MS**

**Coordenadores**

**André Carvalho Baida – IFMS**

**Jaiane Aparecida Pereira – UFMS**

**Marcelo da Silva Mello Dockhorn – UFMS**

**Naviraí-MS**

**2017**

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>APRESENTAÇÃO DO PROJETO</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>ANÁLISE DOS DADOS</b> .....	<b>6</b>
2.1	PERFIL DOS ENTREVISTADOS .....	6
2.2	ANÁLISE DOS MOTIVOS EM CADA UM DOS SEGMENTOS INVESTIGADOS .....	11
2.2.1	<b>Elerodomésticos</b> .....	12
2.2.2	<b>Móveis e Decorações</b> .....	16
2.2.3	<b>Eletrônicos</b> .....	20
2.2.4	<b>Informática</b> .....	24
2.2.5	<b>Roupas e Confecções Adulto</b> .....	28
2.2.6	<b>Roupas e Confecções Infantis</b> .....	32
2.2.7	<b>Artigos Esportivos</b> .....	36
2.2.8	<b>Calçados</b> .....	40
2.2.9	<b>Acessórios</b> .....	44
2.2.10	<b>Confecção de Cama, Mesa e Banho</b> .....	48
2.2.11	<b>Supermercado – Alimentação do Lar</b> .....	52
2.2.12	<b>Supermercado – Produtos de Limpeza</b> .....	56
2.2.13	<b>Produtos de Beleza e Estética</b> .....	60
2.2.14	<b>Material de Construção e Reforma</b> .....	64
2.2.15	<b>Manutenção para Casa</b> .....	68
2.2.16	<b>Material Escolar e de Escritório</b> .....	72
2.2.17	<b>Combustível</b> .....	76
2.2.18	<b>Peças e Manutenção de Veículos</b> .....	80
2.2.19	<b>Carro, Moto ou Outro Veículo</b> .....	84
2.3	ANÁLISE GERAL .....	88
<b>3</b>	<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>89</b>

## 1 APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O presente projeto teve origem com uma demanda da Associação Comercial e Empresarial de Naviraí (ACEN) e do Sindicato do Comércio Varejista de Naviraí e Região (Sindivarejo-Naviraí). Os associados identificaram que não conhecem o perfil e os hábitos de compra do consumidor do município. Para que essa necessidade fosse suprida, buscou-se parcerias com o Instituto Federal de Mato Grosso do Sul (IFMS) e a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), visando a realização de uma pesquisa de opinião.

A partir dessa parceria, diversas reuniões com os representantes de cada entidade foram realizadas no intuito de pensar a melhor forma para operacionalização da pesquisa. O grupo de trabalho foi formado pela equipe listada no quadro 1.

### Quadro 1: Grupo de Trabalho

Membro da Equipe	Instituição
Alex Fabiane Pereira	ACEN
André Carvalho Baida	IFMS
Isa Monteiro	ACEN
Jaiane Aparecida Pereira	UFMS
Marcelo da Silva Mello Dockhorn	UFMS
Paulo Schimidt	Sindivarejo-Naviraí
Valdenice de Oliveira	ACEN

Com base nas discussões desenvolvidas pelo grupo de trabalho, chegou-se ao seguinte objetivo geral da pesquisa: Analisar a motivação para a compra no comércio varejista de Naviraí. De forma específica, buscou-se: (1) identificar o perfil do consumidor no comércio varejista de Naviraí; (2) descrever os motivos que levam os consumidores à compra no comércio varejista de Naviraí; e (3) descrever os motivos que levam os consumidores a não comprar no comércio varejista de Naviraí.

Além do grupo de trabalho, outros colaboradores fizeram parte da pesquisa, sendo listados no quadro 2.

**Quadro 2: Grupo de Apoio**

Membro da Equipe	Instituição
Cícero Teixeira Silva Costa	IFMS
Fábio da Silva Rodrigues	UFMS
Flávio Felix Medeiros	IFMS
Márcia Barreiro	ACEN
Marco Antonio Costa da Silva	UFMS
Sibelly Resch	UFMS
Wesley Osvaldo Pradella Rodrigues	UFMS

Como consequência do apoio de todas as equipes e a propósito de alcançar os objetivos, realizou-se a pesquisa de opinião, por meio de formulário semiaberto. Os formulários foram aplicados no dia 16 de setembro de 2017 por acadêmicos do IFMS, da UFMS e da UNIESP, totalizando 42 pesquisadores, coordenados por 6 professores. A coleta de dados ocorreu nos 5 principais supermercados da cidade de Naviraí e também nas ruas do centro, nas quais o comércio é intenso. A amostra contou com 444 respostas, que posteriormente, foram inseridas na plataforma *Google Forms* para análise.

Para análise dos dados foi realizada, a princípio, uma categorização dos motivos que levam o consumidor a comprar ou não comprar no comércio de Naviraí. Esse agrupamento foi realizado por meio da proximidade entre as respostas e a definição de um conceito que as explica. O quadro 3 mostra cada uma das categorias e uma breve explicação de como foi realizado o agrupamento.

**Quadro 3: Categorização dos Motivos**

<b>Categoria</b>	<b>Agrupamento</b>
<b>Comodidade</b>	A comodidade está aliada ao conforto e a facilidade de comprar um produto de modo rápido e prático.
<b>Acesso</b>	O acesso aos produtos está relacionado à localidade no sentido geográfico, sendo a compra facilitada devido ao fato do consumidor morar perto da loja.
<b>Tradição</b>	A tradição está ligada ao costume de comprar na cidade, envolvendo a continuidade de um hábito.
<b>Confiança</b>	A confiança engloba aspectos de segurança e qualidade na hora da compra, com garantia visual do produto.
<b>Entrega</b>	A entrega envolve rapidez na obtenção do bem ou serviço, devido aos aspectos logísticos.
<b>Crediário</b>	O crediário está relacionado à possibilidade de comprar o produto com condições de prazo e parcelamento diferenciados.
<b>Percepção Positiva</b>	Nesta categoria foram agrupados os aspectos positivos citados, como o fato das lojas serem boas e estarem preparadas para satisfazer os clientes.
<b>Fomento Local</b>	O fomento local inclui a necessidade de valorizar o comércio local e fazer o dinheiro permanecer no município.
<b>Preço Bom</b>	Percepções de preço bom, acessível, justo, igual aos concorrentes e até barato.
<b>Caro</b>	Percepções de preço alto, injusto e caro.
<b>Atendimento Bom</b>	Atendimento em nível satisfatório.
<b>Atendimento Ruim</b>	Atendimento em nível insatisfatório.
<b>Variedade Boa</b>	Várias opções e diversidade.
<b>Variedade Ruim</b>	Falta de opção.
<b>Não Compra</b>	Quando o respondente não usa o bem ou serviço.
<b>Outros</b>	Agrupando motivos sem expressão quantitativa.
<b>Pesquisa de Preço</b>	Quando o respondente faz pesquisa de preço antes de comprar.

Após categorização, passe-se a análise dos dados de cada um dos aspectos investigados.

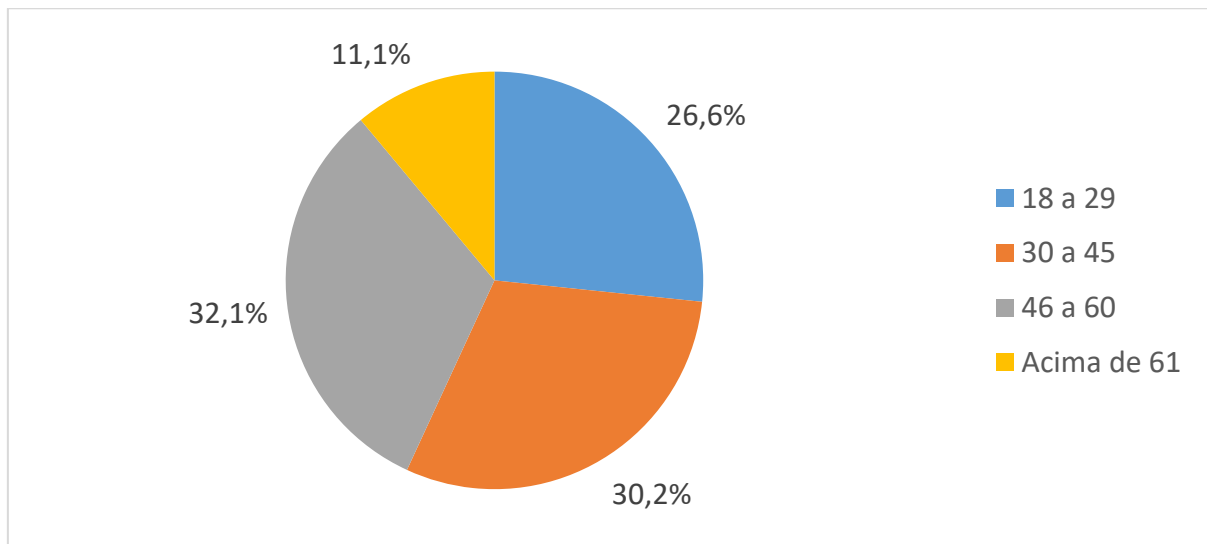
## 2 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados foi dividida em duas etapas: (1) perfil dos entrevistados; e (2) análise dos motivos em cada um dos segmentos pesquisados.

### 2.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

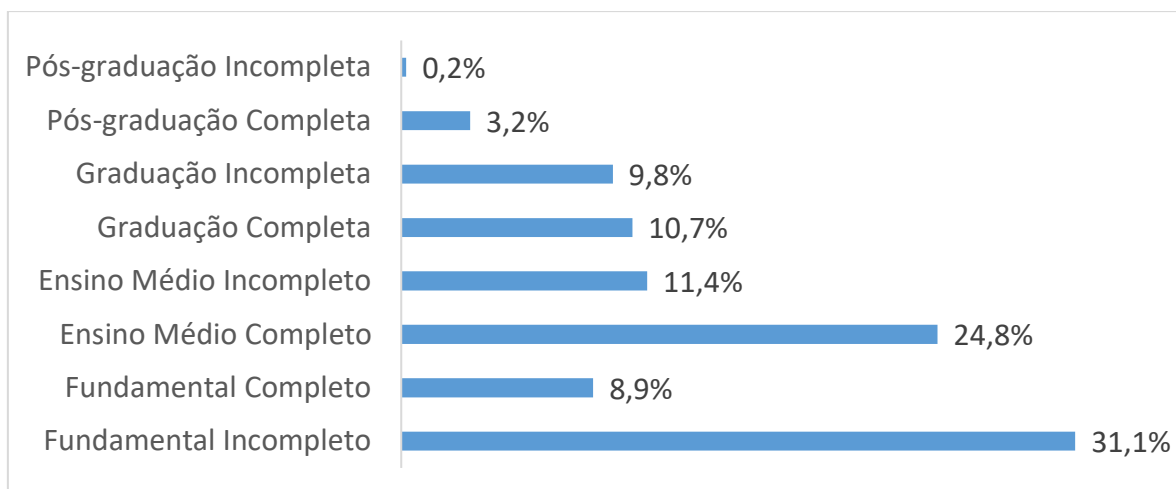
Com relação ao sexo, foram entrevistados 52,1% do sexo masculino e 47,9% do sexo feminino. A faixa etária dos respondentes foi mostrada na figura 1.

**Figura 1: Faixa Etária**



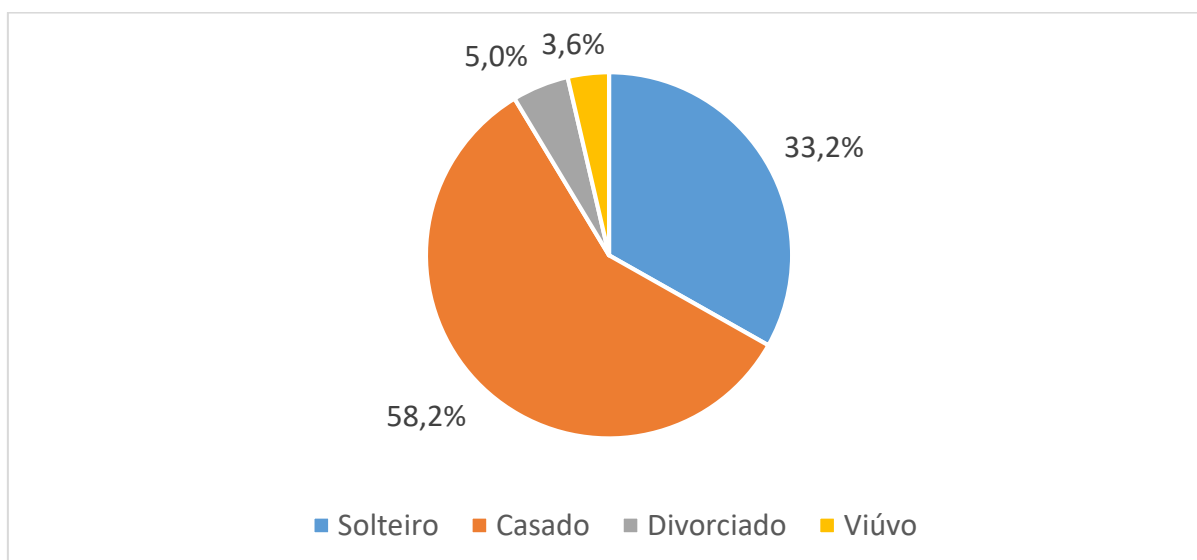
Pode-se observar que a distribuição de faixa etária foi bastante homogênea, podendo representar a amostra de forma satisfatória.

Quando se trata da escolaridade dos respondentes, os resultados são apresentados na figura 2.

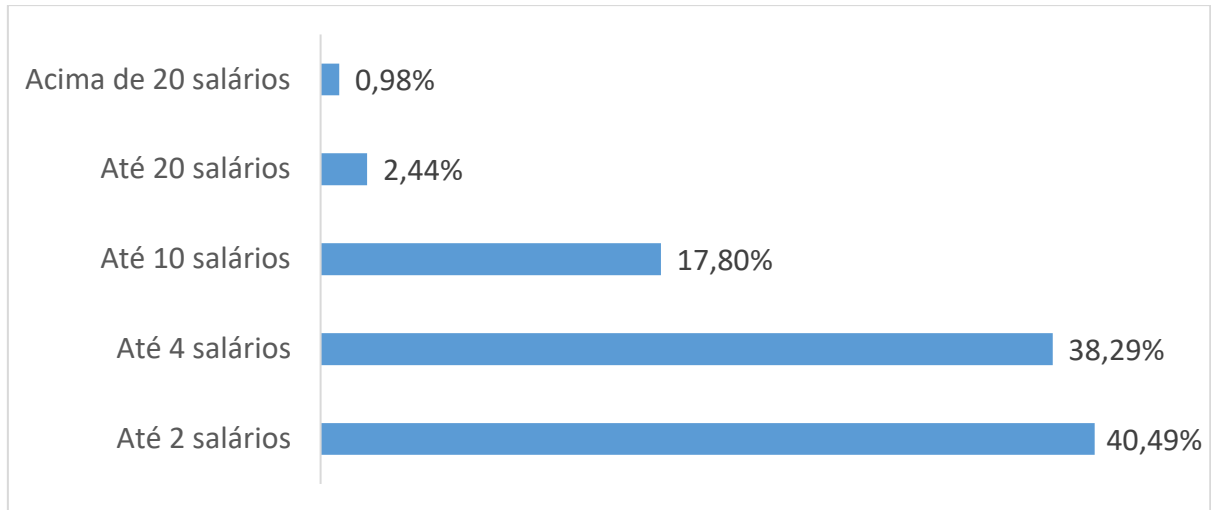
**Figura 2: Escolaridade**

Observa-se uma maior incidência no nível Fundamental Incompleto (31,1%), seguida do Ensino Médio Completo (24,8%). Em terceiro lugar aparece Ensino Médio Incompleto (11,4%). Somados os níveis de educação fundamental e básica, tem-se (76,14%), o que mostra a baixa escolaridade dos entrevistados.

Na figura 3 é mostrado o estado civil dos respondentes.

**Figura 3: Estado Civil**

Na figura 4 é apresentada a renda familiar declarada pelos respondentes, agrupada de acordo com o número de salários mínimos recebidos.

**Figura 4: Renda Familiar Declarada**

Em relação à renda familiar, pode ser notada a predominância entre as faixas de até 2 e até 4 salários mínimos. Ao considerar o número de pessoas com atividade remunerada na família, a predominância foi 2 pessoas (47,6%) e 1 pessoa (38,7). Apenas 13,7% das famílias tem de 3 ou mais pessoas com atividade remunerada.

Com relação à profissão declarada pelos respondentes, a figura 5 apresenta uma nuvem de palavras com todas as profissões citadas, sendo que as maiores palavras são mais representativas na amostra.

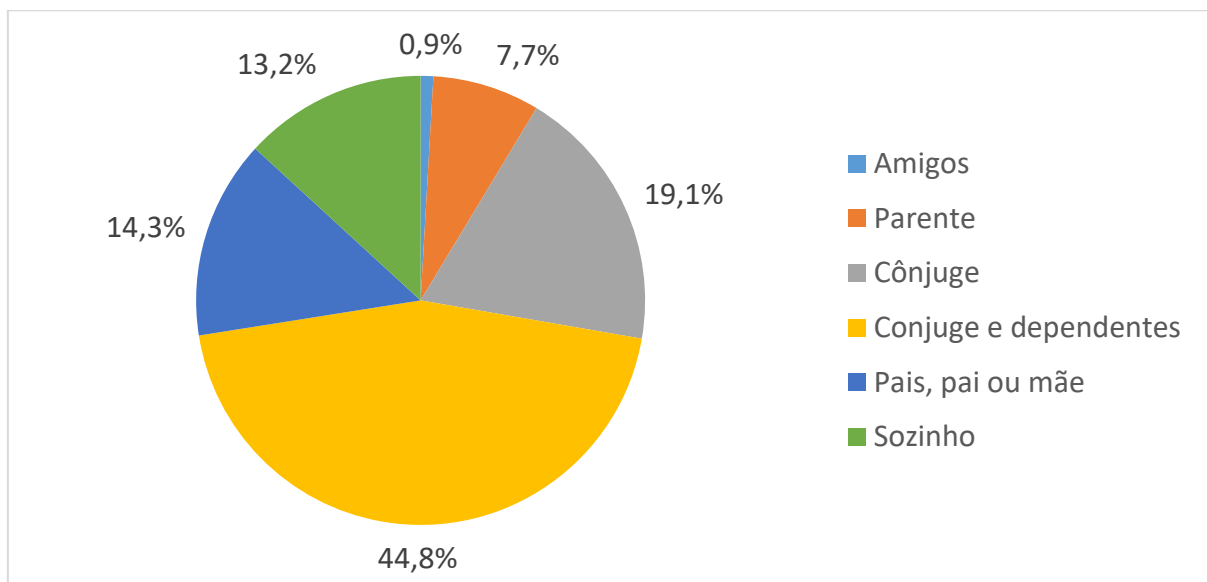
**Figura 5: Profissões Declaradas**



De forma coerente com a alta incidência de domicílios com apenas um provedor, a figura 5 apresenta a profissão “Do Lar” (11,9%) como uma das mais citadas, ou seja, mulheres casadas que não exercem atividade remunerada. Dentre os respondentes que declaram exercer atividade remunerada a predominância em ordem de importância está em: auxiliar de produção (9,0%), serviços gerais (7,7%), motorista (5,8%), vendedor (4,6%), aposentado (4,4%), professor (4,4%), pedreiro (4,1%), auxiliar administrativo (3,4%), servidor público (3,4%), comerciante (3,1%), estudante (3,1%) e trabalhador rural (3,1%). As demais profissões citadas representam 32,0% da amostra.

A figura 6 refere-se às respostas da pergunta: mora com quem?

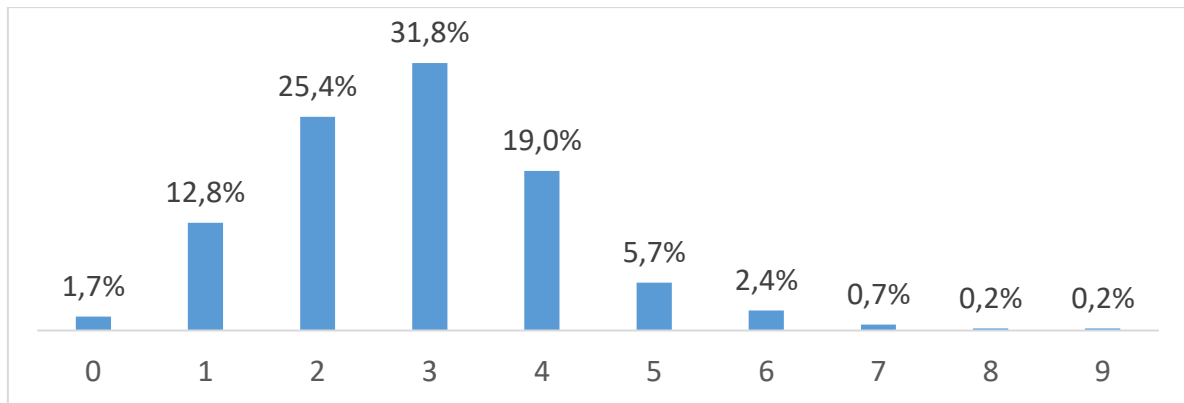
**Figura 6: Mora com Quem?**



Constata-se que a maior frequência ocorre com aqueles que moram com o cônjuge e dependentes (44,8%).

Na figura 7 apresenta-se a quantidade de pessoas que moram na mesma residência, exceto o respondente.

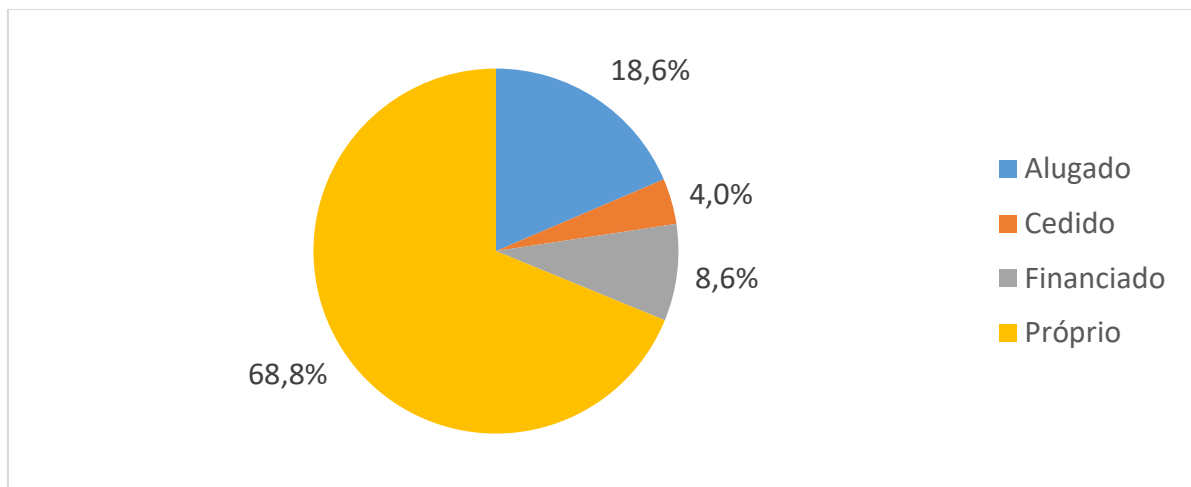
**Figura 7: Quantidade de Pessoas que Moram na Residência**



Verifica-se que a maior predominância é de residências com quatro indivíduos (31,8%), incluindo o respondente, seguido de três indivíduos (25,4%), somando com o respondente.

Na figura 8 é apresentada a condição de posse do imóvel habitado pelo respondente.

**Figura 8: Condição de Posse do Imóvel**



Grande parte dos entrevistados possuem imóvel próprio (68,8%). A segunda maior incidência de respostas recai sobre imóvel alugado (18,6%).

Ao serem indagados em relação ao local onde habitam, a partir das respostas, foi criada uma nuvem de palavras, sendo mostrada na figura 9.

**Figura 9: Local de Residência**



Pode-se observar na figura 9, que a maior frequência (tamanho maior) está nos respondentes que declaram morar no centro da cidade (39,6%). Depois segue os principais bairros: Jardim Paraíso (14,6%), Residencial Ipê (4,7%), Residencial Portinari (4,2%), Odérico de Matos (3,7%), Sol Nascente (3,2%) e Zona Rural (3,0%). O restante (27%) citam outros bairros. Além disso, destaca-se respondentes de Sete Quedas, Iguatemi e Itaquiraí, que vem da região para comprar no comércio da cidade.

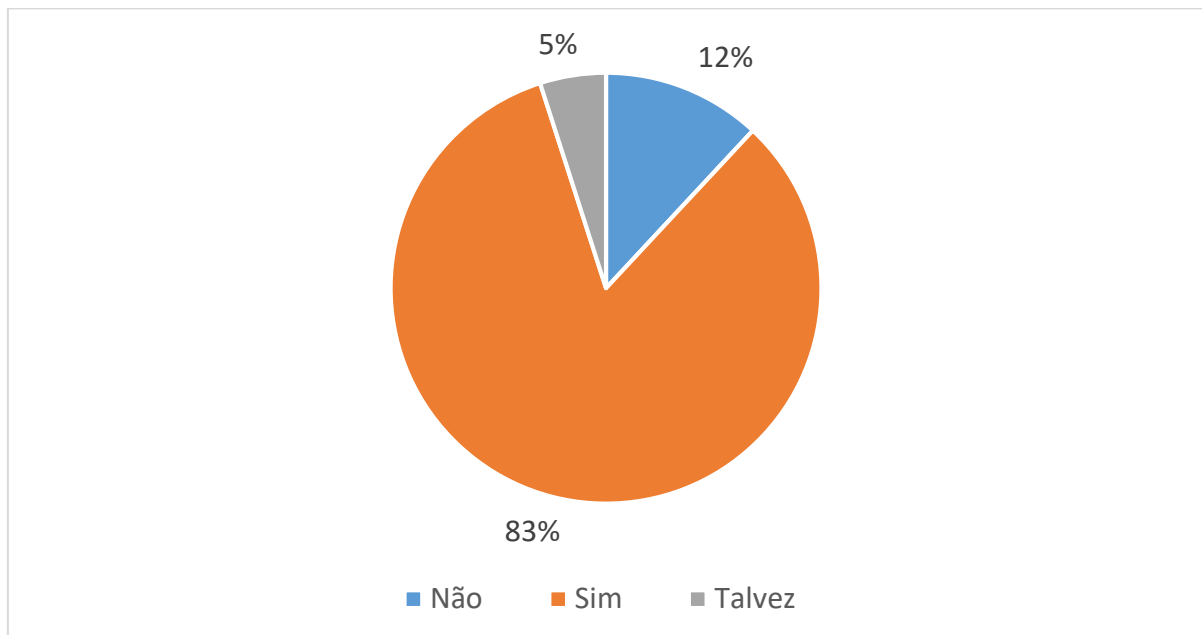
## 2.2 ANÁLISE DOS MOTIVOS EM CADA UM DOS SEGMENTOS INVESTIGADOS

Dentro de cada um dos segmentos investigados, foram mostradas as respostas por meio de figuras e tabelas, como segue: (1) respostas à pergunta: se precisasse de \_\_\_\_\_, compraria em Naviraí?; (2) motivos para a compra em Naviraí; (3) motivos para NÃO compra ou TALVEZ em Naviraí; (4) locais preferidos para a compra, além de Naviraí; (5) comparação da motivação ao relacionar com a faixa de renda; e (6) respostas por faixa de renda, sem considerar os motivos.

### 2.2.1 Eletrodomésticos

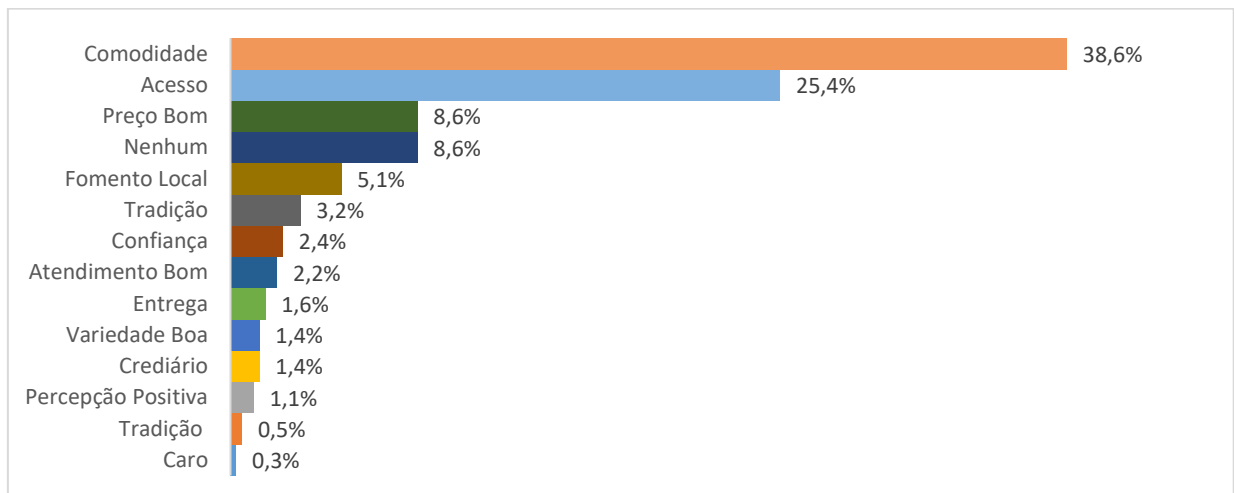
Os eletrodomésticos incluem geladeira, fogão, micro-ondas, ar-condicionado, máquina de lavar, entre outros. A partir da indagação: se precisasse de eletrodomésticos, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 10.

**Figura 10: Compraria Eletrodomésticos em Naviraí**



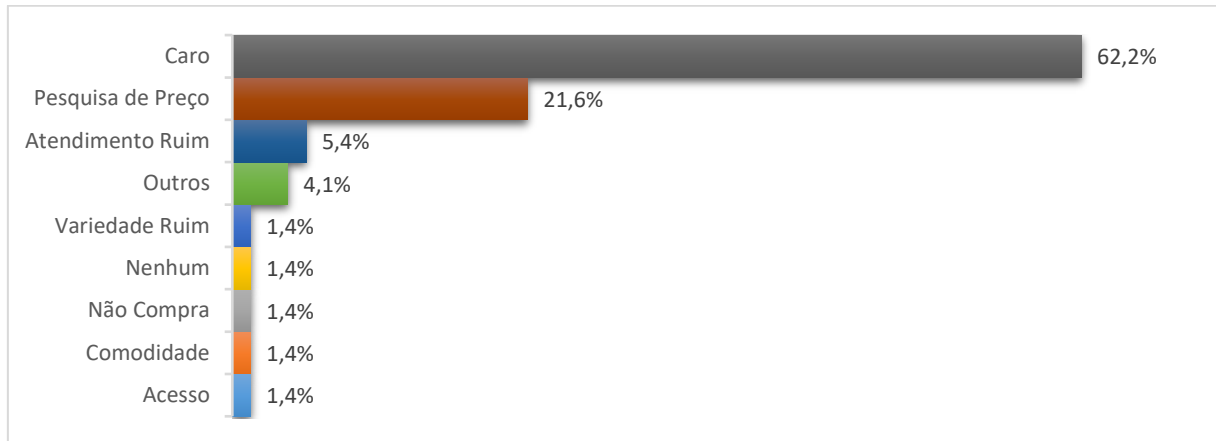
Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 11.

**Figura 11: Motivos para a Compra de Eletrodomésticos em Naviraí**



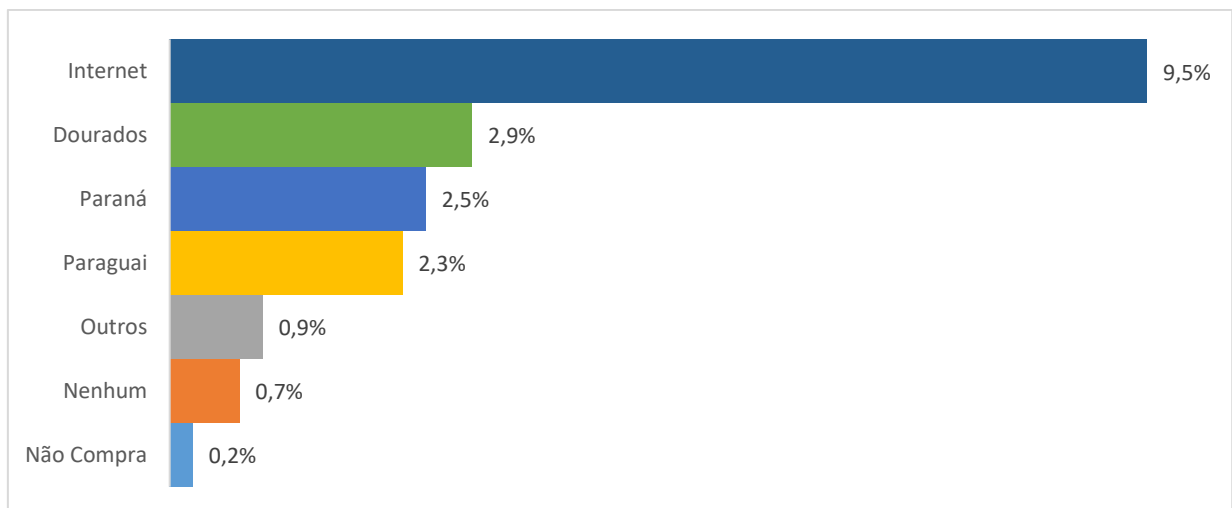
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 12.

**Figura 12: Motivos para Não Compra ou Talvez de Eletrodomésticos em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 13.

**Figura 13: Locais Preferidos para a Compra de Eletrodomésticos**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de eletrodomésticos em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda<sup>1</sup> destes, os resultados são apresentados nas tabelas 1, 2 e 3.

<sup>1</sup> Nesta pesquisa, a categorização das classes sociais foi considerada como segue: até 2 salários mínimos, Classe E; de 2 até 4 salários mínimos, Classe D; de 4 a 10 salários mínimos, Classe C; de 10 a 20 salários mínimos, Classe B; e, acima de 20 salários mínimos, Classe A.

**Tabela 1: SIM – Compra Eletrodomésticos em Naviraí**

SIM - Compra Eletrodomésticos em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Percepção Positiva	0,7%	0,8%	1,7%	-	-
Credidiário	2,9%	-	1,7%	-	-
Variedade Boa	1,4%	1,5%	1,7%	-	-
Entrega	2,1%	1,5%	-	14,3%	-
Atendimento Bom	1,4%	2,3%	3,4%	-	-
Confiança	3,6%	2,3%	1,7%	-	-
Tradição	5,7%	2,3%	1,7%	-	-
Fomento Local	2,9%	6,1%	3,4%	14,3%	50,0%
Nenhum	7,1%	12,2%	6,8%	-	-
Preço Bom	12,1%	6,1%	8,5%	-	-
Acesso	23,6%	26,0%	27,1%	14,3%	25,0%
Comodidade	36,4%	38,9%	40,7%	57,1%	25,0%
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

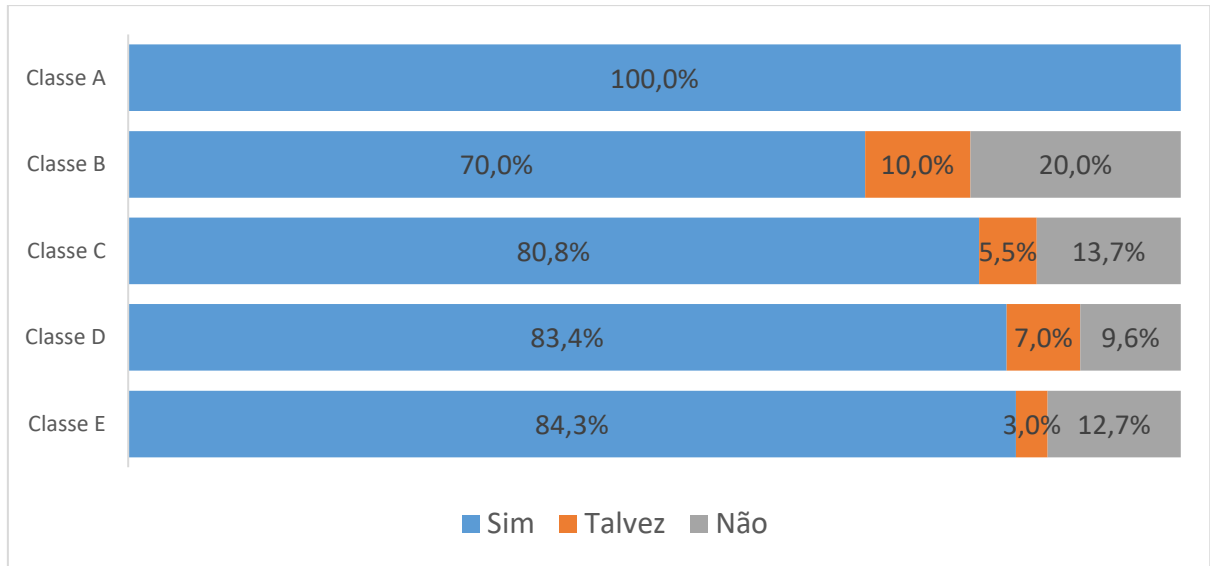
**Tabela 2: NÃO – Compra Eletrodomésticos em Naviraí**

NÃO - Compra Eletrodomésticos em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Não Compra	4,8%	-	-	-	-
Nenhum	-	-	-	50,0%	-
Variedade Ruim	-	6,7%	-	-	-
Outros	9,5%	-	-	-	-
Preço Ruim	85,7%	93,3%	100,0%	50,0%	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

**Tabela 3: TALVEZ – Compra Eletrodomésticos em Naviraí**

TALVEZ - Compra Eletrodomésticos em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	-	9,1%	-	-	-
Comodidade	20,0%	-	-	-	-
Outros	-	-	25,0%	-	-
Atendimento Ruim	-	-	50,0%	-	-
Pesquisa de Preço	80,0%	90,9%	25,0%	100,0%	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

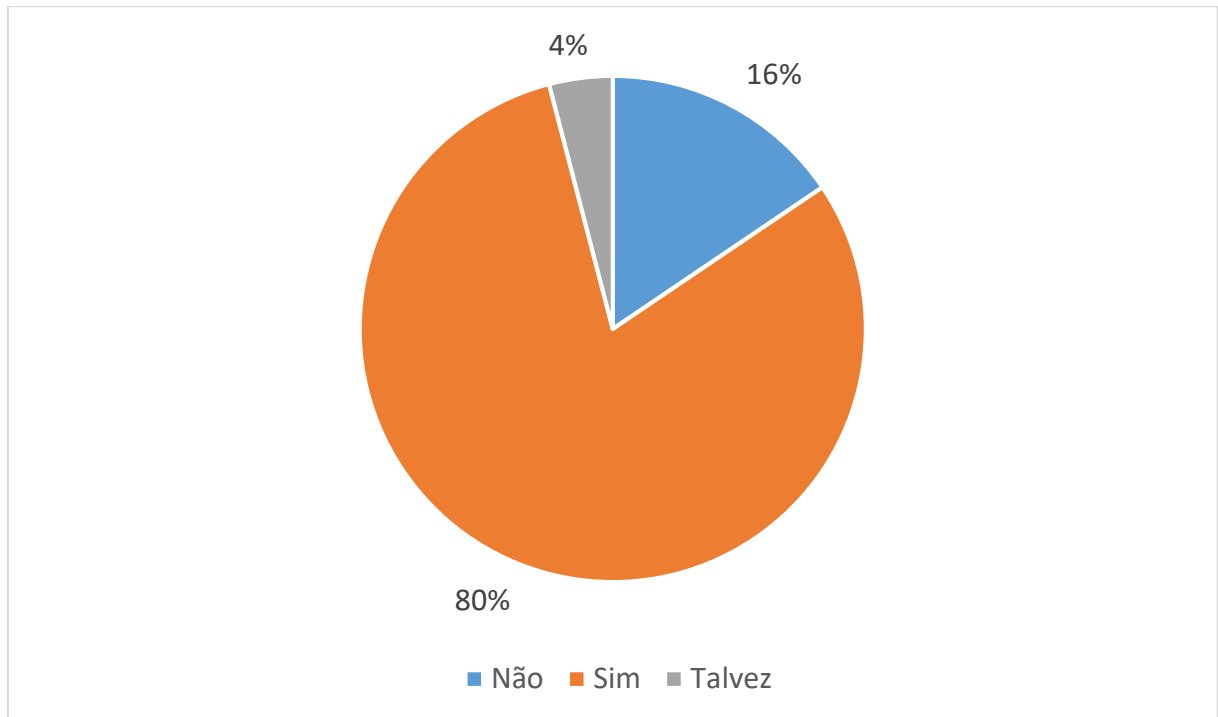
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 14.

**Figura 14: Compra de Eletrodomésticos em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.2 Móveis e Decorações

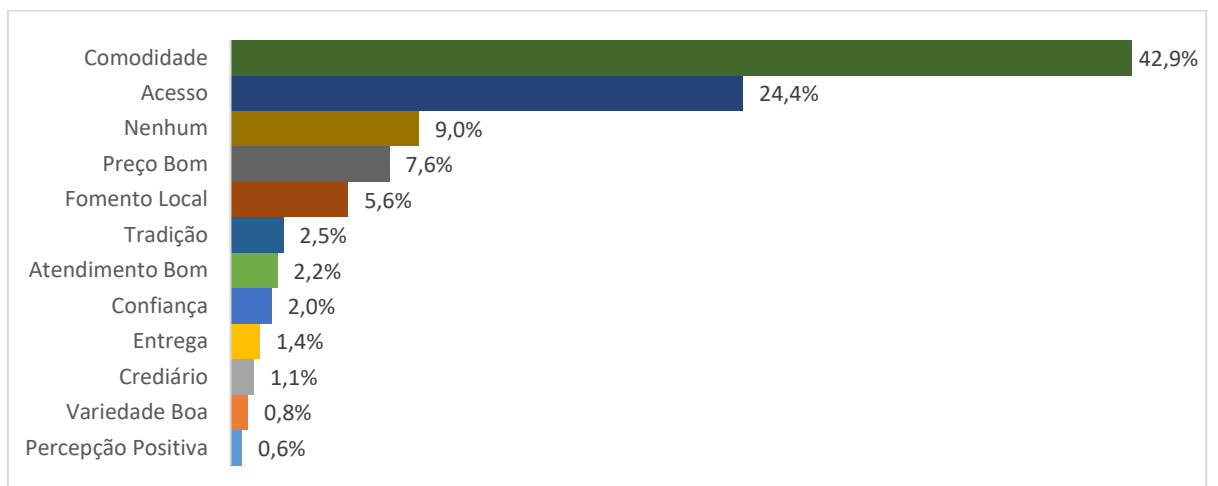
A partir da indagação: se precisasse de móveis e decorações, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 15.

**Figura 15: Compraria Móveis e Decorações em Naviraí**



Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 16.

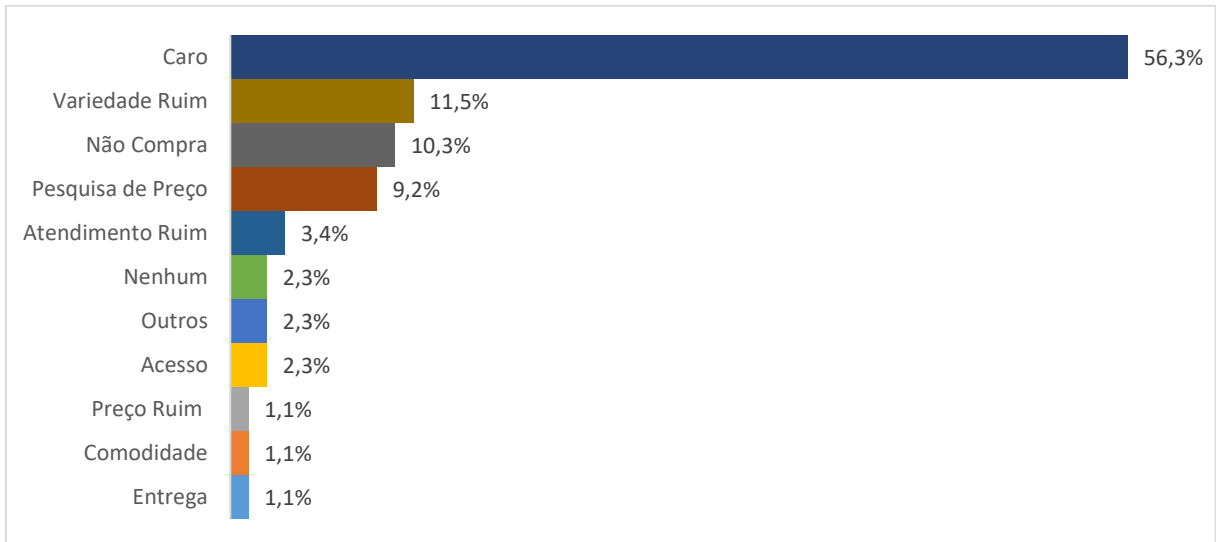
**Figura 16: Motivos para a Compra de Móveis e Decorações em Naviraí**





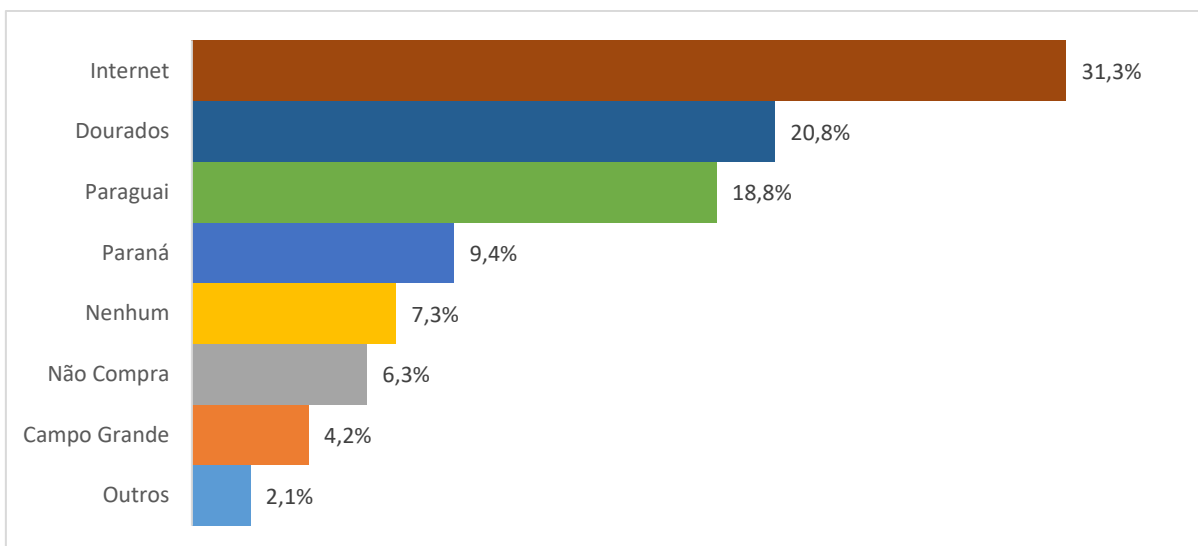
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 17.

**Figura 17: Motivos para Não Compra ou Talvez de Móveis e Decorações em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 18.

**Figura 18: Locais Preferidos para a Compra de Móveis e Decorações**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de móveis e decorações em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 4, 5 e 6.

**Tabela 4: SIM – Compra Móveis e Decorações em Naviraí**

SIM - Compra Móveis e Decorações em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Percepção Positiva	-	0,8%	1,7%	-	-
Variedade Boa	1,9%	-	-	-	-
Credíário	1,9%	-	1,7%	-	-
Entrega	1,9%	0,8%	-	20,0%	-
Confiança	3,8%	0,8%	-	-	-
Atendimento Bom	3,1%	0,8%	3,4%	-	-
Tradição	3,1%	2,3%	1,7%	-	-
Fomento Local	3,8%	6,2%	5,2%	20,0%	50,0%
Preço Bom	8,1%	5,4%	12,1%	-	-
Nenhum	4,4%	16,2%	5,2%	-	-
Acesso	26,3%	24,6%	20,7%	-	25,0%
Comodidade	41,9%	42,3%	48,3%	40,0%	25,0%
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

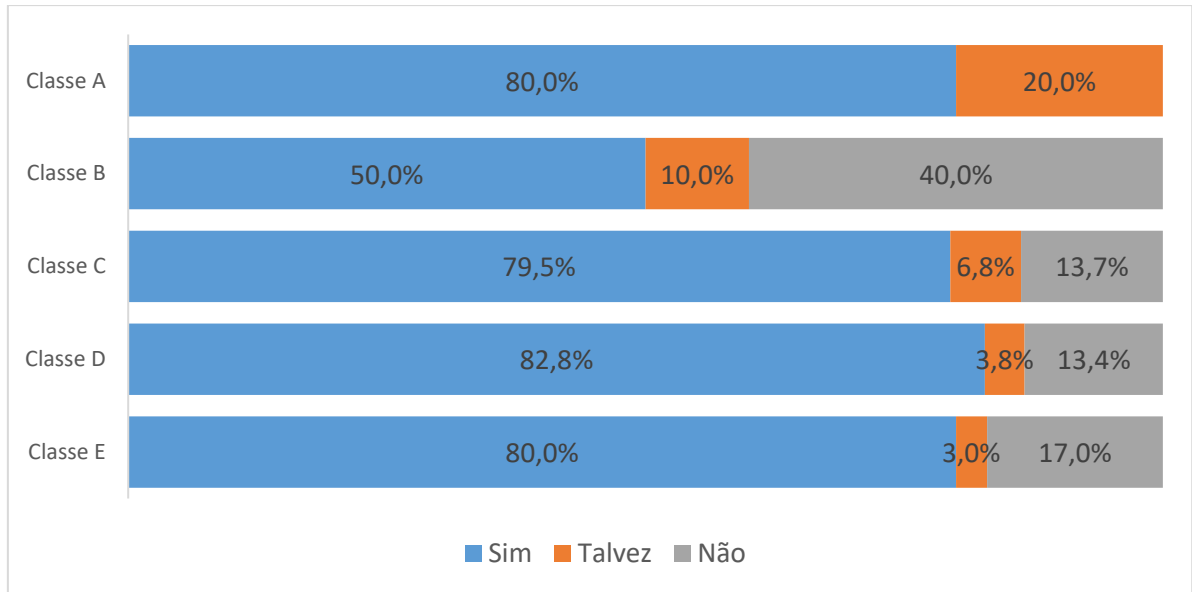
**Tabela 5: NÃO – Compra Móveis e Decorações em Naviraí**

NÃO - Compra Móveis e Decorações em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	-	4,8%	-	-	-
Outros	2,9%	-	-	-	-
Atendimento Ruim	2,9%	-	-	25,0%	-
Nenhum	2,9%	-	-	25,0%	-
Variedade Ruim	2,9%	9,5%	30,0%	-	-
Não Compra	17,6%	9,5%	-	-	-
Preço Ruim	70,6%	76,2%	70,0%	50,0%	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Tabela 6: TALVEZ – Compra Móveis e Decorações em Naviraí**

TALVEZ - Compra Móveis e Decorações em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	-	16,7%	-	-	-
Comodidade	-	-	20,0%	-	-
Atendimento Ruim	-	-	20,0%	-	-
Entrega	-	16,7%	-	-	-
Não Compra	16,7%	-	-	-	-
Outros	-	-	20,0%	-	-
Variedade Ruim	16,7%	16,7%	20,0%	100,0%	100,0%
Pesquisa de Preço	66,7%	50,0%	20,0%	-	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

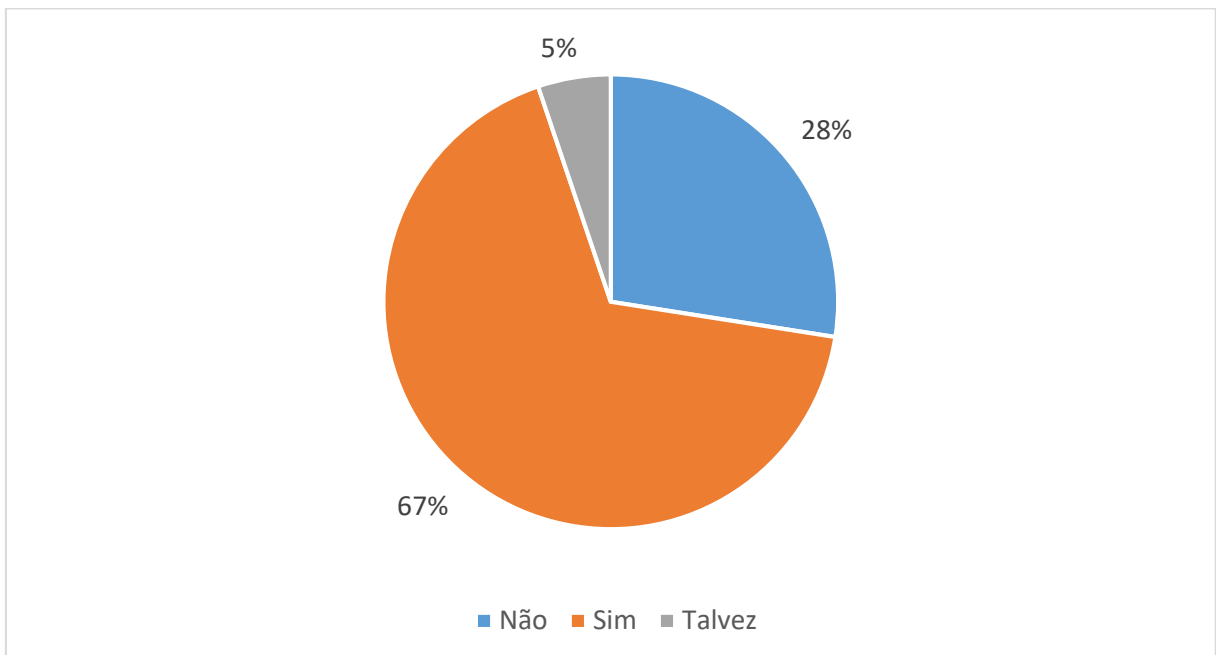
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 19.

**Figura 19: Compra de Móveis e Decorações em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.3 Eletrônicos

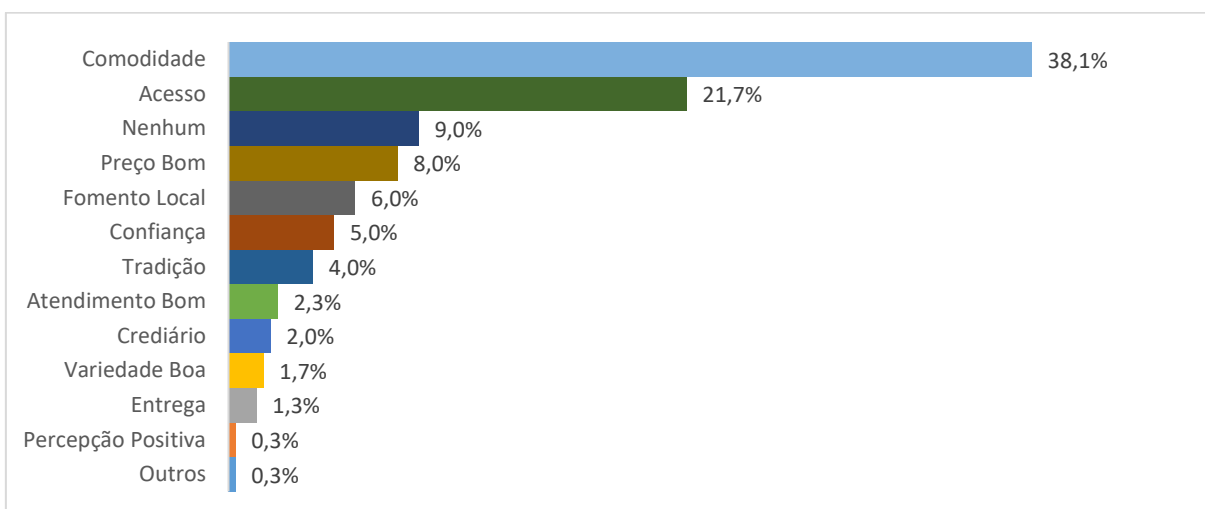
Os eletrônicos englobam televisão, DVD, aparelho de som, entre outros. A partir da indagação: se precisasse de eletrônicos, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 20.

**Figura 20: Compraria Eletrônicos em Naviraí**



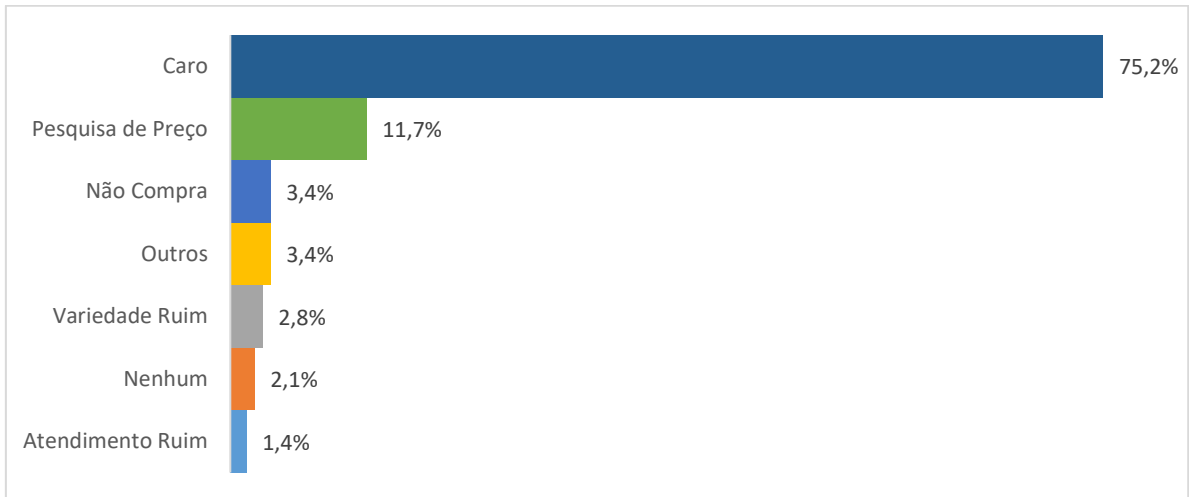
Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 21.

**Figura 21: Motivos para a Compra de Eletrônicos em Naviraí**



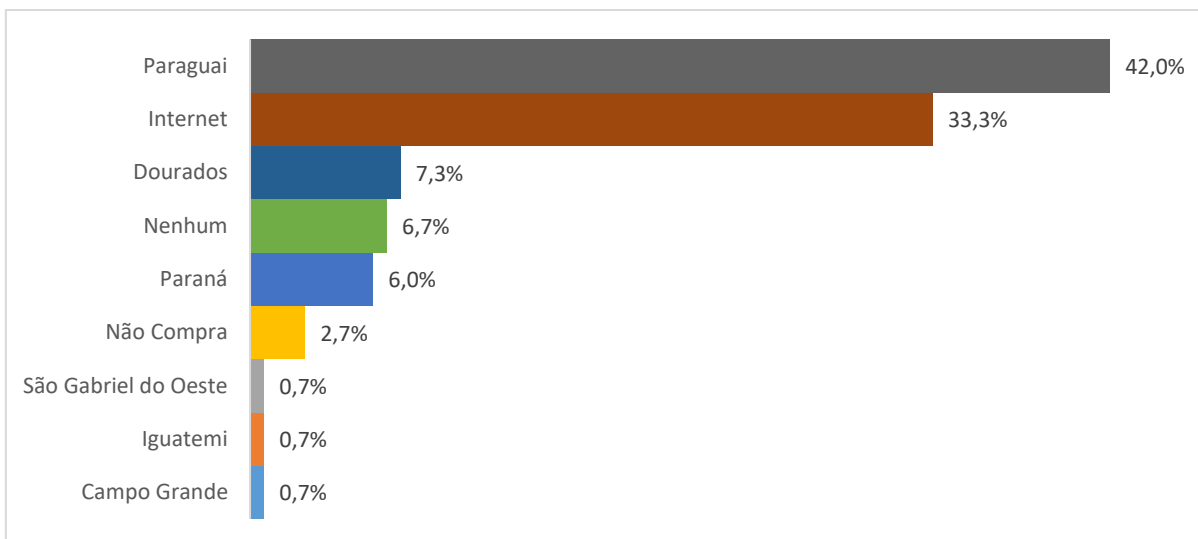
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 22.

**Figura 22: Motivos para Não Compra ou Talvez de Eletrônicos em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 23.

**Figura 23: Locais Preferidos para a Compra de Eletrônicos**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de eletrônicos em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 7, 8 e 9.

**Tabela 7: SIM – Compra Eletrônicos em Naviraí**

SIM - Compra Eletrônicos em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Variedade Boa	1,7%	1,9%	-	20,0%	-
Atendimento Bom	3,4%	1,9%	2,8%	-	-
Entrega	3,4%	-	-	-	-
Fomento Local	3,4%	6,5%	5,6%	20,0%	50,0%
Credíário	4,2%	0,9%	-	-	-
Tradição	5,0%	3,7%	5,6%	-	-
Confiança	5,9%	3,7%	2,8%	-	-
Nenhum	5,9%	12,1%	11,1%	-	-
Preço Bom	10,1%	6,5%	8,3%	-	-
Acesso	17,6%	24,3%	19,4%	-	25,0%
Comodidade	39,5%	37,4%	44,4%	60,0%	25,0%
Percepção Positiva	-	0,9%	-	-	-
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

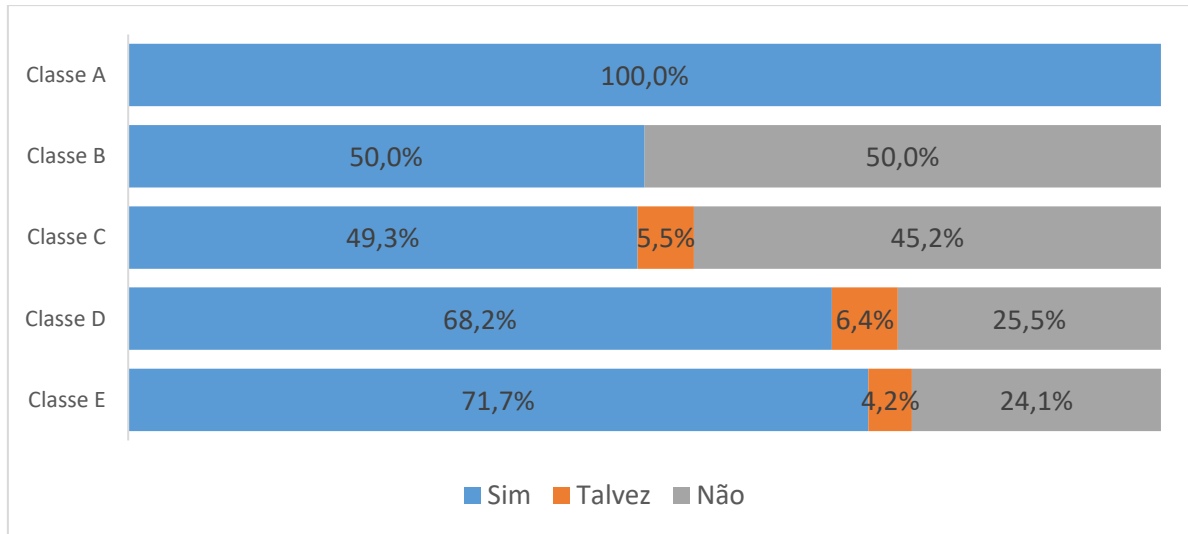
**Tabela 8: NÃO – Compra Eletrônicos em Naviraí**

NÃO - Compra Eletrônicos em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Nenhum	2,5%	2,5%	-	20,0%	-
Variedade Ruim	2,5%	-	3,0%	20,0%	-
Outros	5,0%	-	-	-	-
Não Compra	7,5%	2,5%	-	-	-
Caro	82,5%	95,0%	97,0%	60,0%	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

**Tabela 9: TALVEZ – Compra Eletrônicos em Naviraí**

TALVEZ - Compra Eletrônicos em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	-	10,0%	-	-	-
Não Compra	-	10,0%	-	-	-
Outros	-	10,0%	-	-	-
Pesquisa de Preço	85,7%	70,0%	75,0%	-	-
Comodidade	14,3%	-	-	-	-
Atendimento Ruim	-	-	25,0%	-	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	-	-

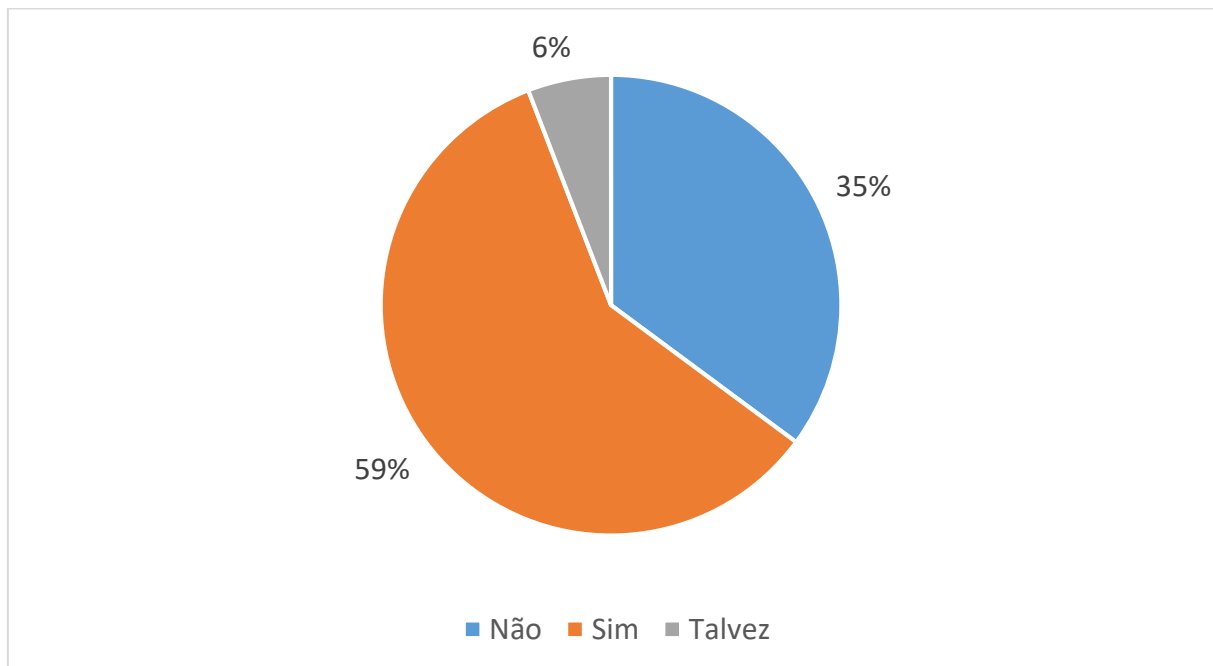
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 24.

**Figura 24: Compra de Eletrônicos em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.4 Informática

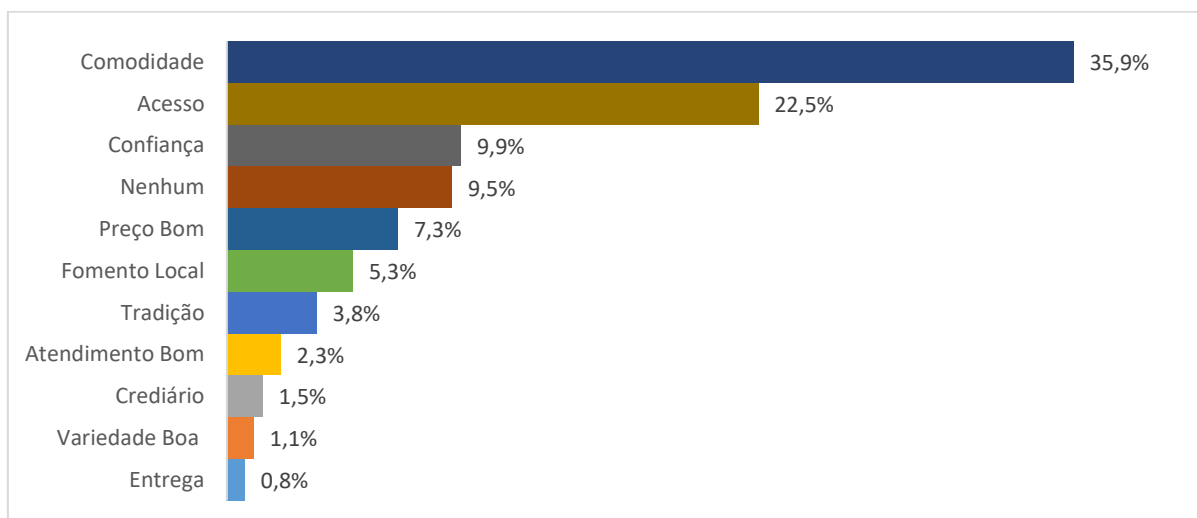
A informática inclui computadores, *smartphones*, *tablets*, entre outros. A partir da indagação, se precisasse de informática, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 25.

**Figura 25: Compraria Informática em Naviraí**



Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 26.

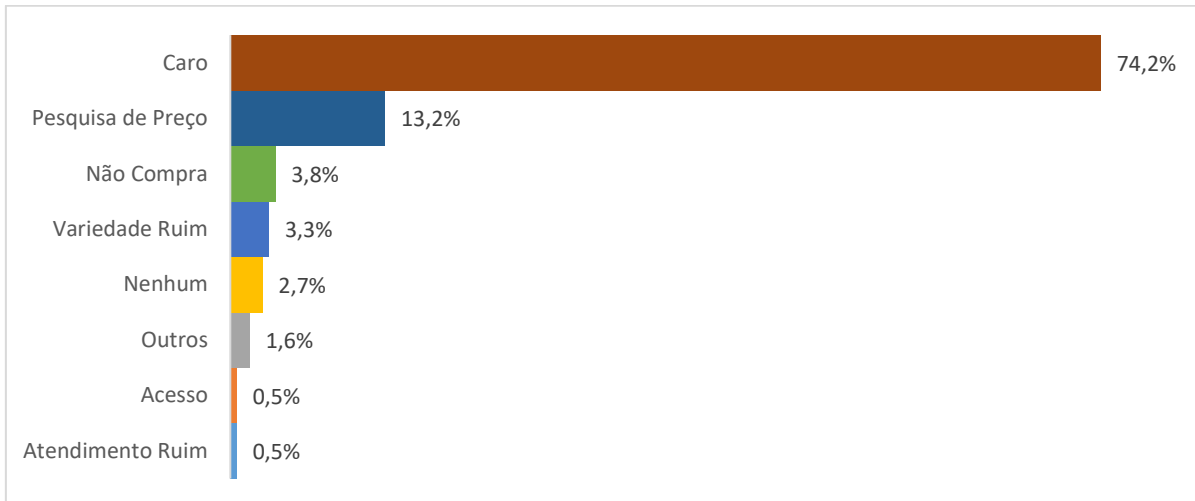
**Figura 26: Motivos para a Compra de Informática em Naviraí**





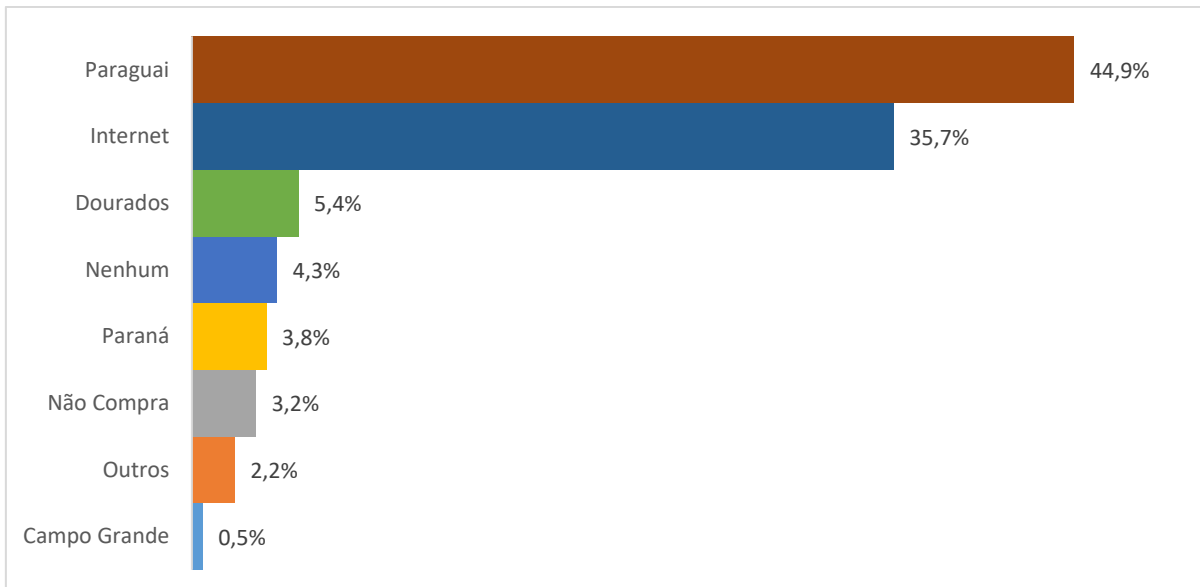
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 27.

**Figura 27: Motivos para Não Compra ou Talvez de Informática em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 28.

**Figura 28: Locais Preferidos para a Compra de Informática**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de informática em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 10, 11 e 12.

**Tabela 10: SIM – Compra Informática em Naviraí**

SIM - Compra Informática em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	24,1%	21,9%	17,2%	-	33,3%
Atendimento Bom	2,8%	2,1%	3,4%	-	-
Comodidade	37,0%	36,5%	31,0%	50,0%	-
Confiança	10,2%	7,3%	17,2%	-	-
Credíário	2,8%	-	3,4%	-	-
Entrega	1,9%	-	-	-	-
Fomento Local	3,7%	6,3%	-	50,0%	66,7%
Nenhum	3,7%	14,6%	13,8%	-	-
Preço Bom	9,3%	5,2%	6,9%	-	-
Tradição	3,7%	4,2%	6,9%	-	-
Variedade Boa	0,9%	2,1%	-	-	-
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

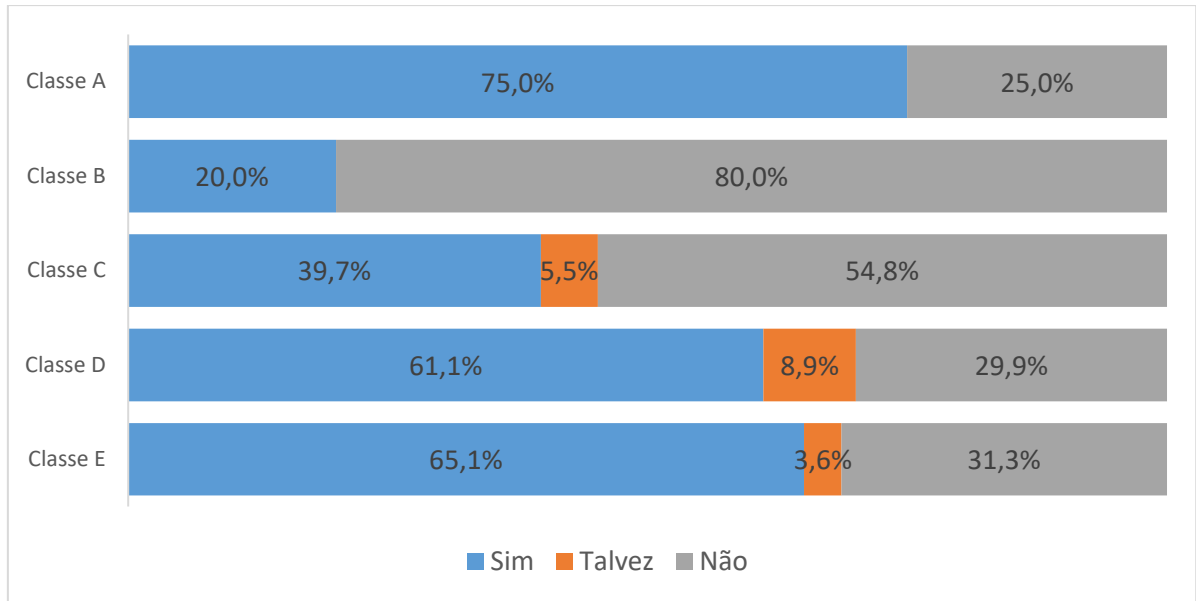
**Tabela 11: NÃO – Compra Informática em Naviraí**

NÃO - Compra Informática em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Não Compra	9,6%	2,1%	-	-	-
Nenhum	1,9%	4,3%	2,5%	12,5%	-
Outros	5,8%	-	-	-	-
Caro	76,9%	91,5%	95,0%	87,5%	100,0%
Variedade Ruim	5,8%	2,1%	2,5%	-	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Tabela 12: TALVEZ – Compra Informática em Naviraí**

TALVEZ - Compra Informática em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	-	7,1%	-	-	-
Não Compra	16,7%	-	-	-	-
Pesquisa de Preço	83,3%	85,7%	100,0%	-	-
Caro	-	7,1%	-	-	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	-	-

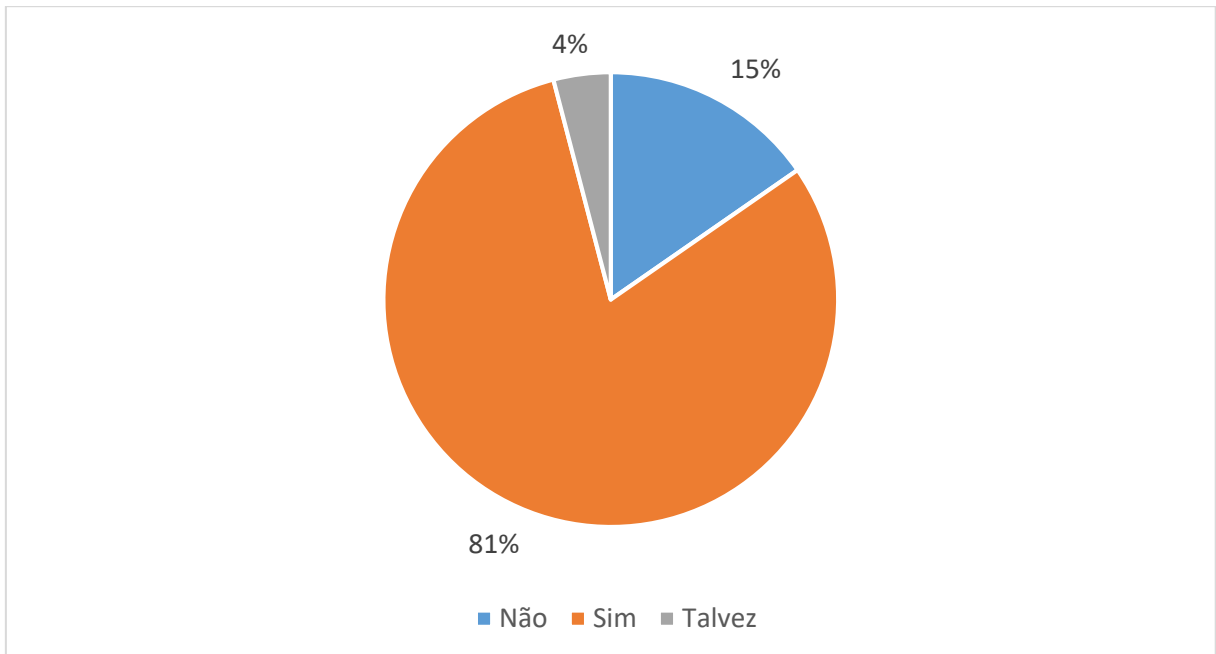
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 29.

**Figura 29: Compra de Informática em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.5 Roupas e Confeções Adulto

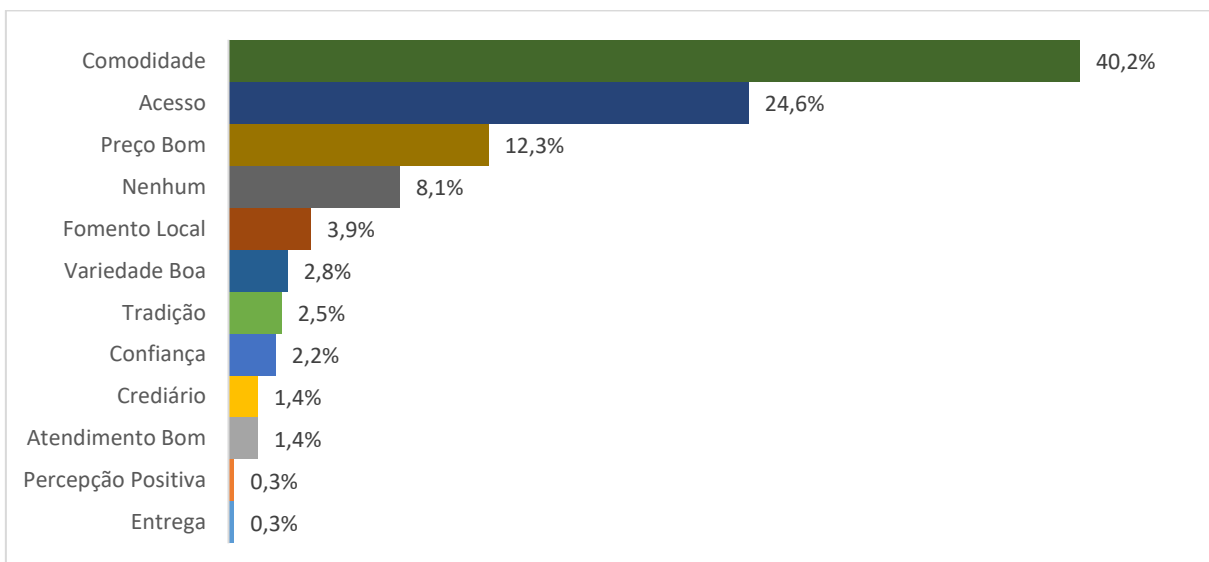
A partir da indagação, se precisasse de roupas e confeções adulto, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 30.

**Figura 30: Compraria Roupas e Confeções Adulto em Naviraí**



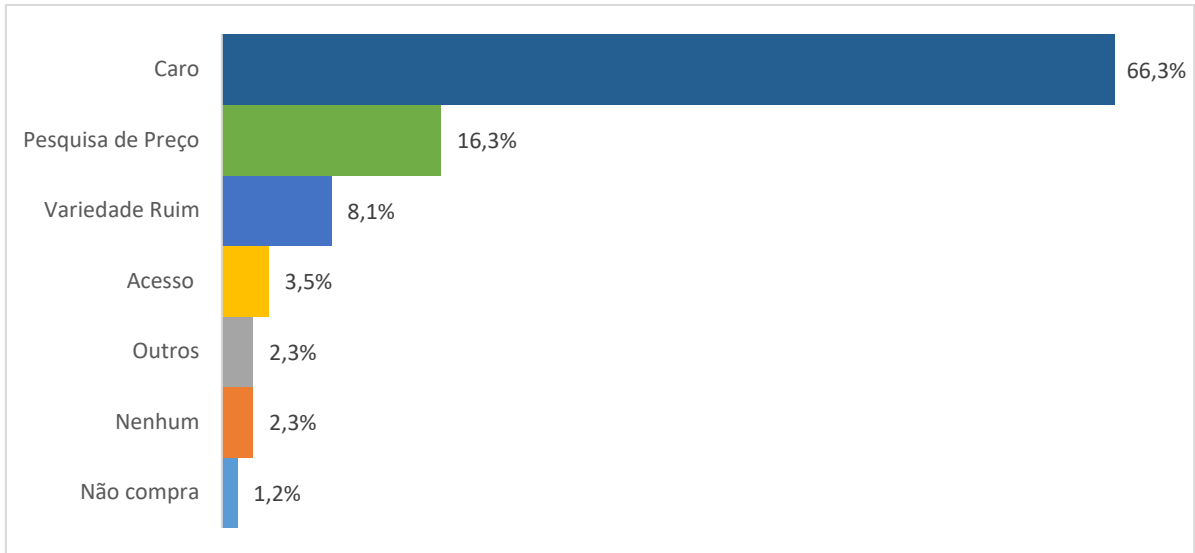
Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 31.

**Figura 31: Motivos para a Compra de Roupas e Confeções Adulto em Naviraí**



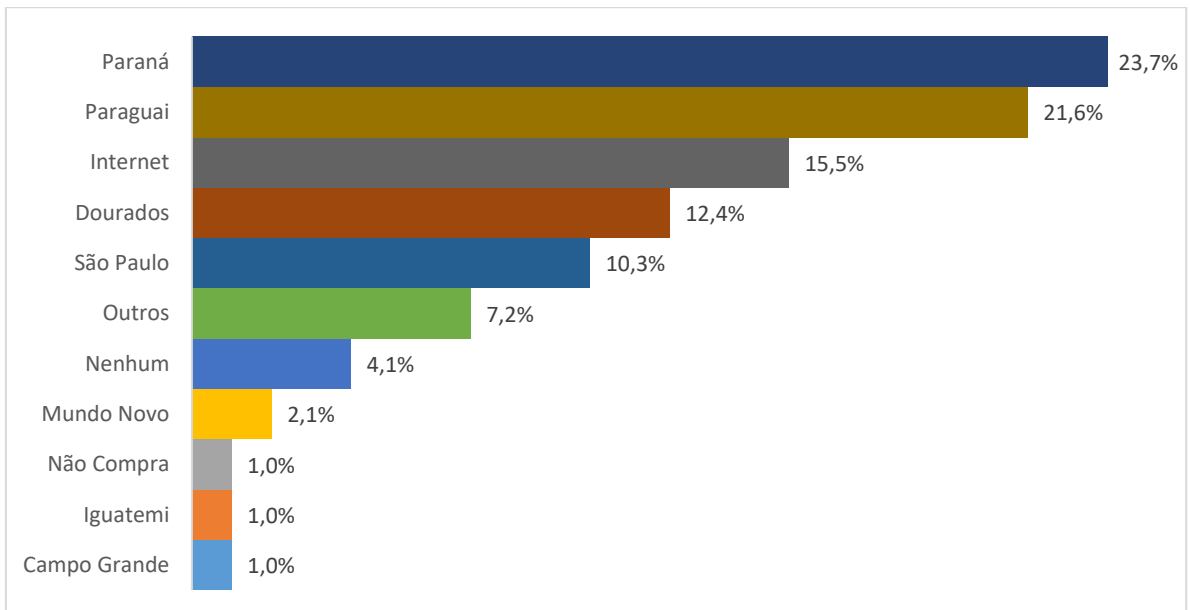
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 32.

**Figura 32: Motivos para Não Compra ou Talvez de Roupas e Confecções Adulto em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 33.

**Figura 33: Locais Preferidos para a Compra de Roupas e Confecções Adulto**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de roupas e confecções adulto em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 13, 14 e 15.

**Tabela 13: SIM – Compra Roupas e Confecções Adulto em Naviraí**

SIM - Compra Roupas e Confecções Adulto em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Percepção Positiva	-	0,7%	-	-	-
Entrega	0,8%	-	-	-	-
Fomento Local	1,6%	4,4%	3,5%	16,7%	50,0%
Atendimento Bom	2,4%	-	1,8%	-	-
Tradição	2,4%	2,9%	3,5%	-	-
Credíário	3,1%	0,7%	-	-	-
Nenhum	3,9%	12,4%	5,3%	-	25,0%
Variedade Boa	3,9%	1,5%	5,3%	-	-
Confiança	5,5%	-	1,8%	-	-
Preço Bom	18,1%	9,5%	8,8%	16,7%	-
Acesso	18,9%	27,0%	26,3%	16,7%	25,0%
Comodidade	39,4%	40,9%	43,9%	50,0%	25,0%
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

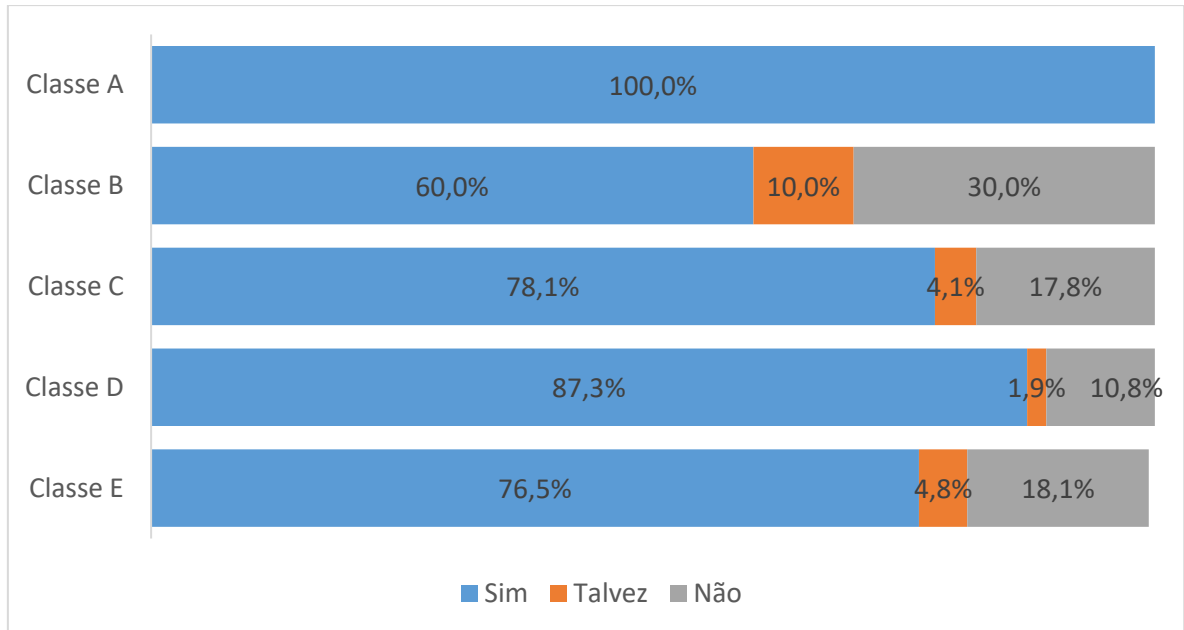
**Tabela 14: NÃO – Compra Roupas e Confecções Adulto em Naviraí**

NÃO - Compra Roupas e Confecções Adulto em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Nenhum	-	-	-	33,3%	-
Acesso	3,3%	-	-	-	-
Não compra	3,3%	-	-	-	-
Outros	3,3%	5,9%	-	-	-
Variedade Ruim	10,0%	5,9%	7,7%	0,0%	-
Preço Ruim	80,0%	88,2%	92,3%	66,7%	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

**Tabela 15: TALVEZ – Compra Roupas e Confecções Adulto em Naviraí**

TALVEZ - Compra Roupas e Confecções Adulto em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	12,5%	33,3%	-	-	-
Variedade Ruim	12,5%	33,3%	-	-	-
Pesquisa de Preço	75,0%	33,3%	100,0%	100,0%	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

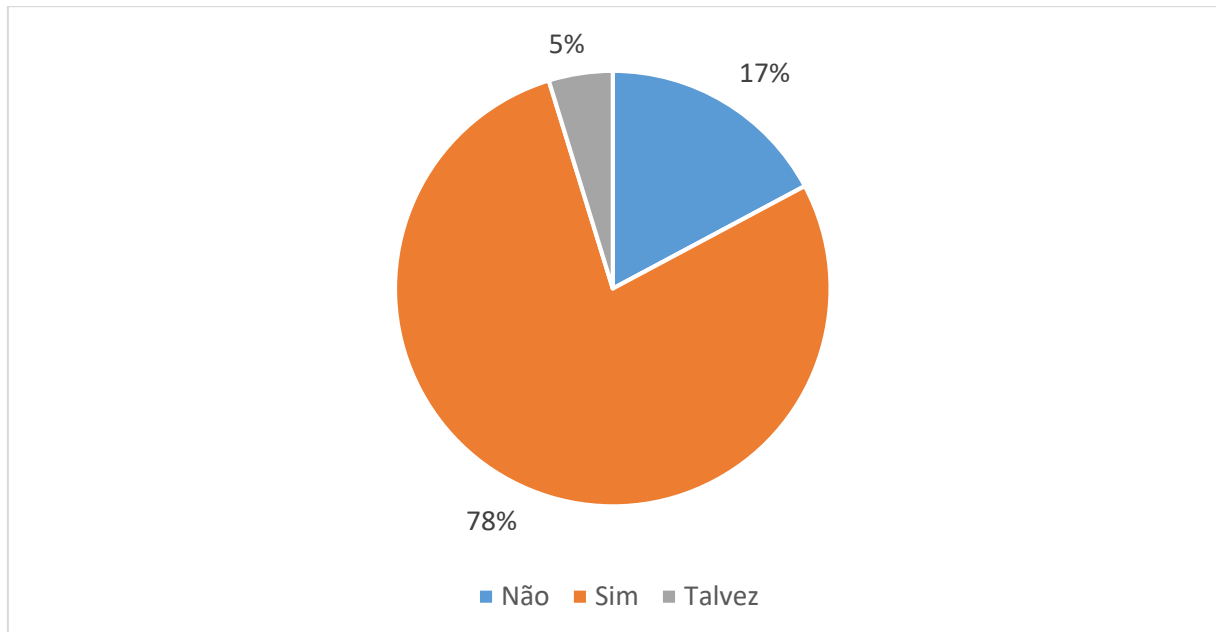
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 34.

**Figura 34: Compra de Roupas e Confeções Adulto em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.6 Roupas e Confeções Infantis

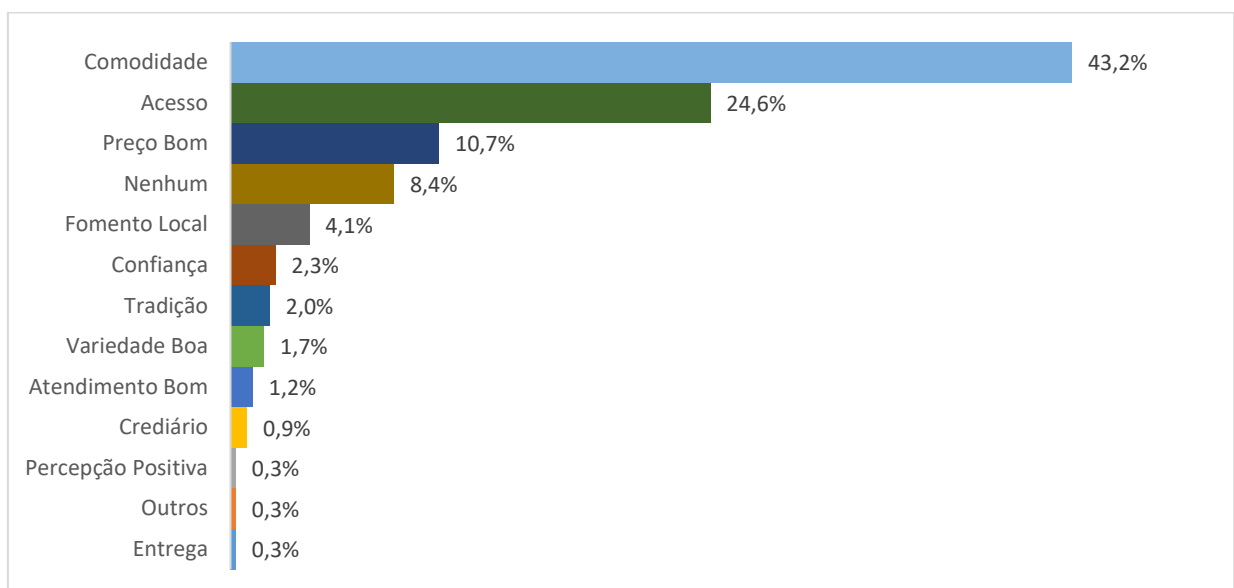
A partir da indagação, se precisasse de roupas e confeções infantis, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 35.

**Figura 35: Compraria Roupas e Confeções Infantis em Naviraí**



Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 36.

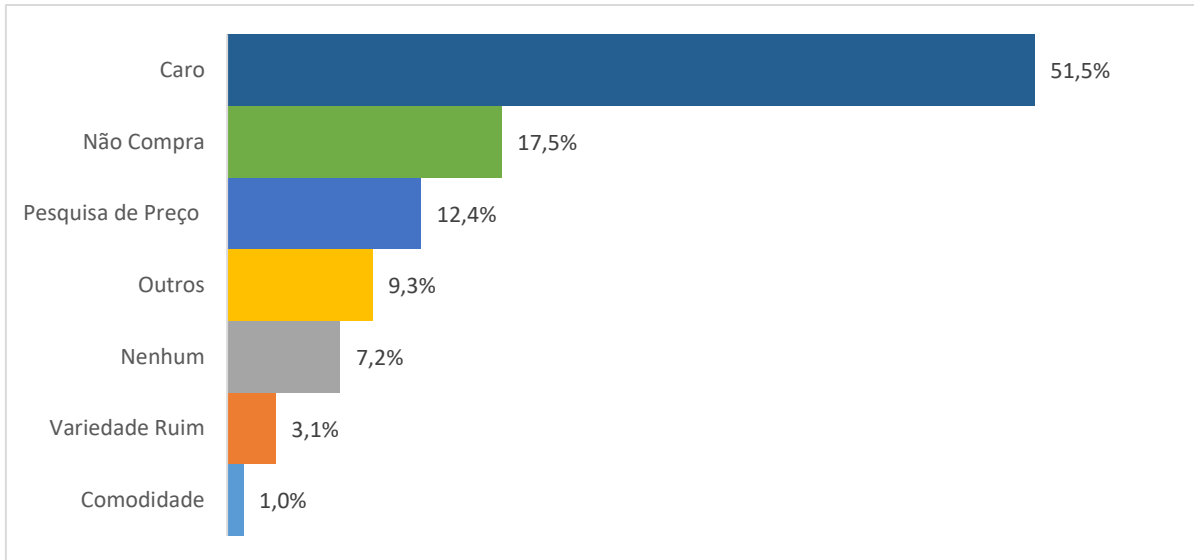
**Figura 36: Motivos para a Compra de Roupas e Confeções Infantis em Naviraí**





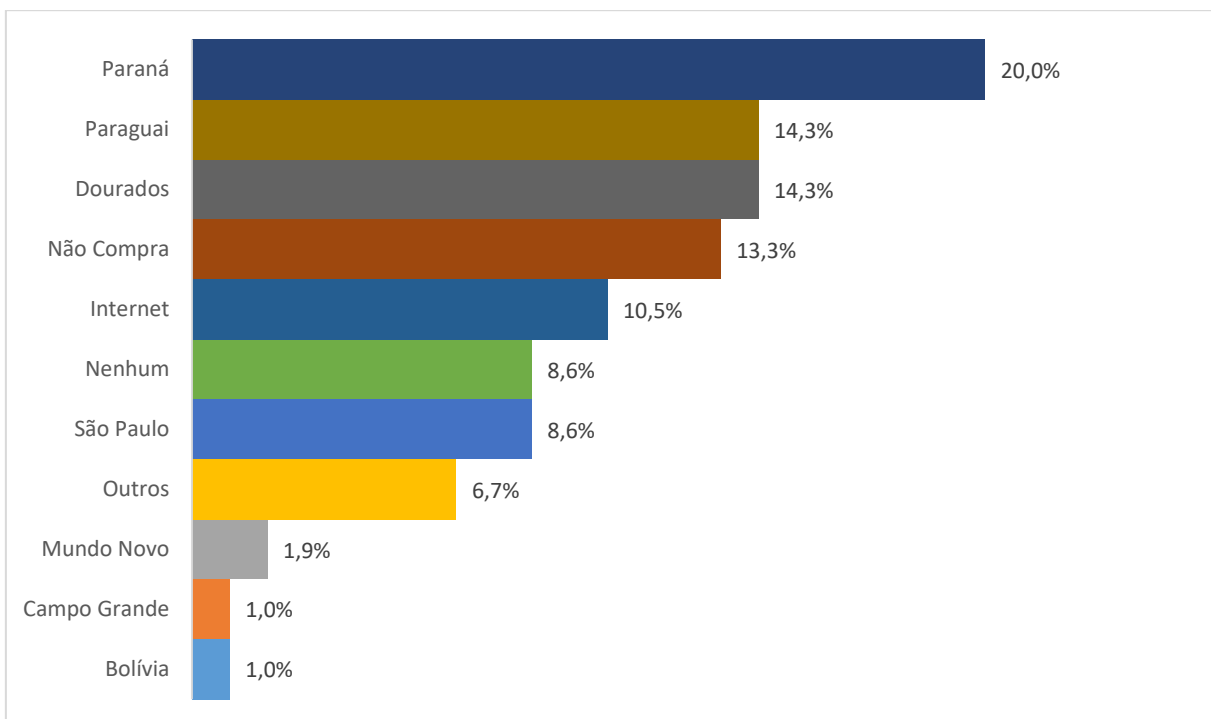
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 37.

**Figura 37: Motivos para Não Compra ou Talvez de Roupas e Confeccões Infantis em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 38.

**Figura 38: Locais Preferidos para a Compra de Roupas e Confeccões Infantis**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de roupas e confecções infantis em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 16, 17 e 18.

**Tabela 16: SIM – Compra Roupas e Confecções Infantis em Naviraí**

SIM - Compra Roupas e Confecções Infantis em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	18,9%	27,9%	23,6%	16,7%	25,0%
Atendimento Bom	1,6%	-	1,8%	-	-
Comodidade	47,2%	41,1%	47,3%	50,0%	25,0%
Confiança	4,7%	0,8%	1,8%	-	-
Credíário	2,4%	-	-	-	-
Entrega	0,8%	-	-	-	-
Fomento Local	1,6%	4,7%	3,6%	16,7%	50,0%
Nenhum	3,9%	13,2%	7,3%	-	-
Outros	-	0,8%	-	-	-
Percepção Positiva	-	0,8%	-	-	-
Preço Bom	13,4%	9,3%	7,3%	16,7%	-
Tradição	2,4%	1,6%	3,6%	-	-
Variedade Boa	3,1%	-	3,6%	-	-
Sim Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

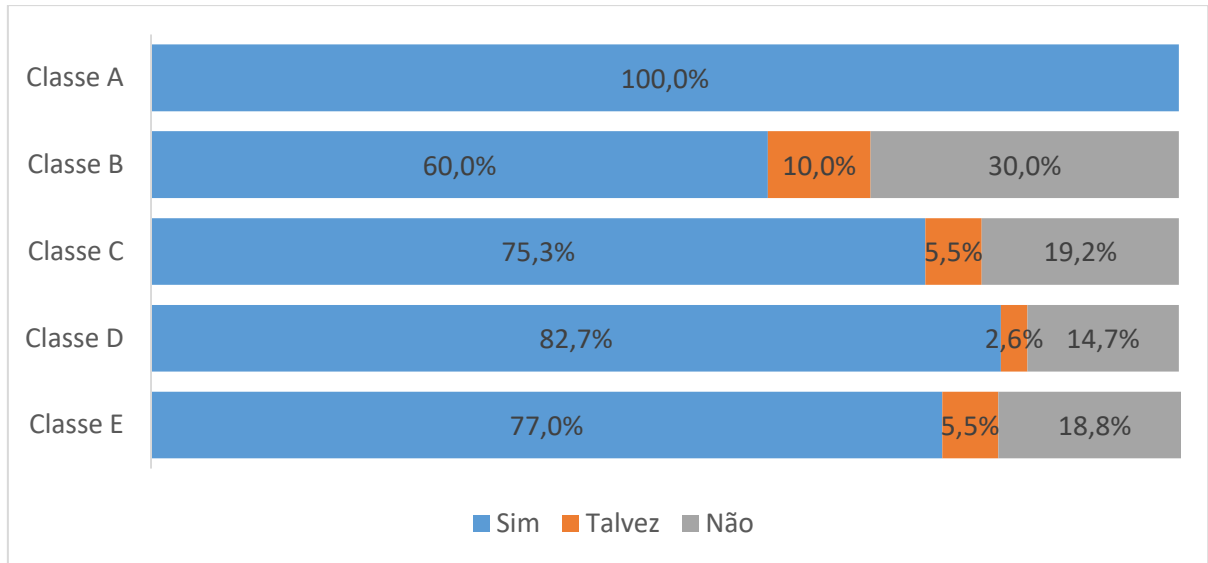
**Tabela 17: NÃO – Compra Roupas e Confecções Infantis em Naviraí**

NÃO - Compra Roupas e Confecções Infantis em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Não Compra	25,8%	30,4%	7,1%	-	-
Nenhum	6,5%	4,3%	-	33,3%	-
Outros	3,2%	8,7%	7,1%	-	-
Caro	58,1%	56,5%	85,7%	66,7%	-
Variedade Ruim	6,5%	-	-	-	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

**Tabela 18: TALVEZ – Compra Roupas e Confecções Infantis em Naviraí**

TALVEZ - Compra Roupas e Confecções Infantis em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	11,1%	25,0%	-	-	-
Outros	22,2%	25,0%	-	-	-
Pesquisa de Preço	55,6%	50,0%	75,0%	100,0%	-
Rápido Acesso	11,1%	-	-	-	-
Variedade Ruim	-	-	25,0%	-	-
Talvez Total			100,0%		-

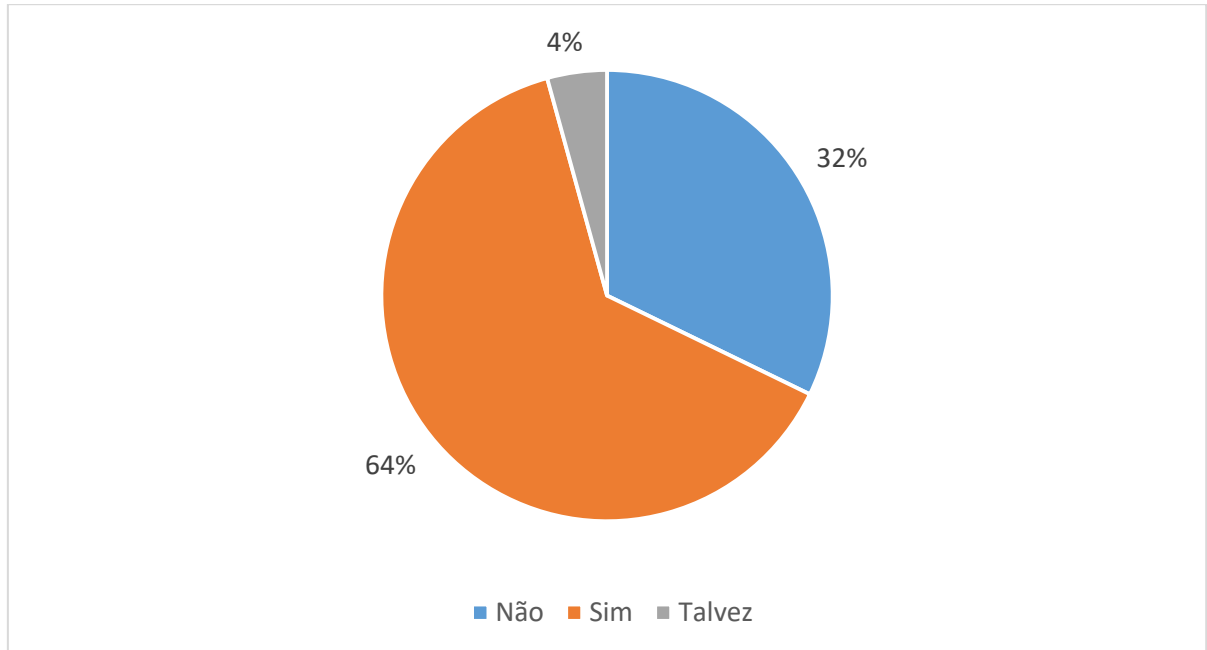
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 39.

**Figura 39: Compra de Roupas e Confeções Infantis em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.7 Artigos Esportivos

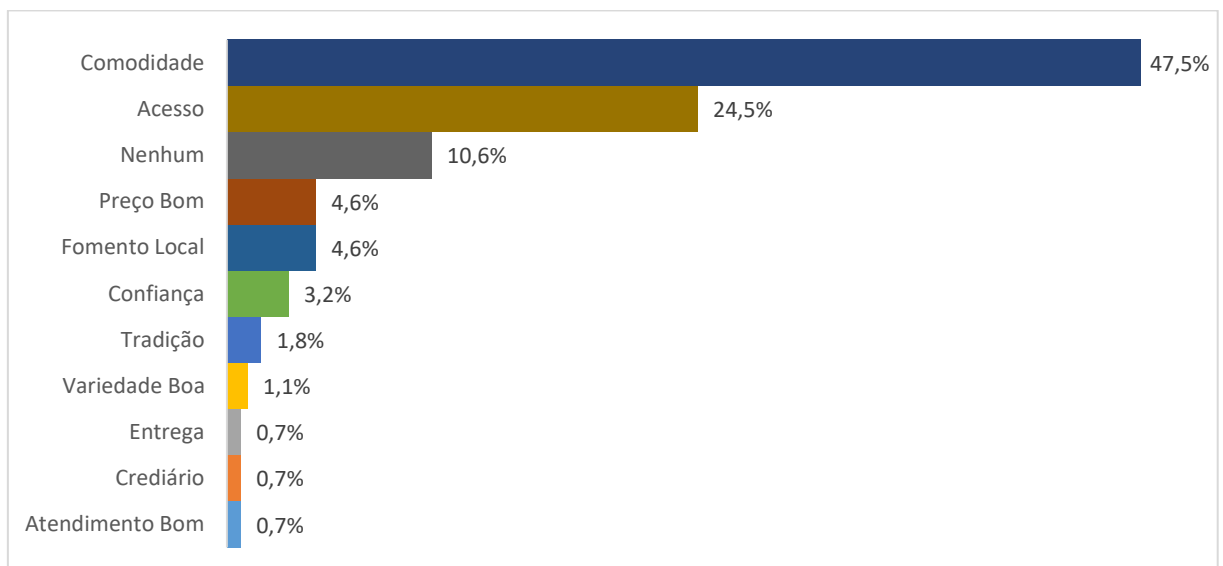
A partir da indagação, se precisasse de artigos esportivos, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 40.

**Figura 40: Compraria Artigos Esportivos em Naviraí**



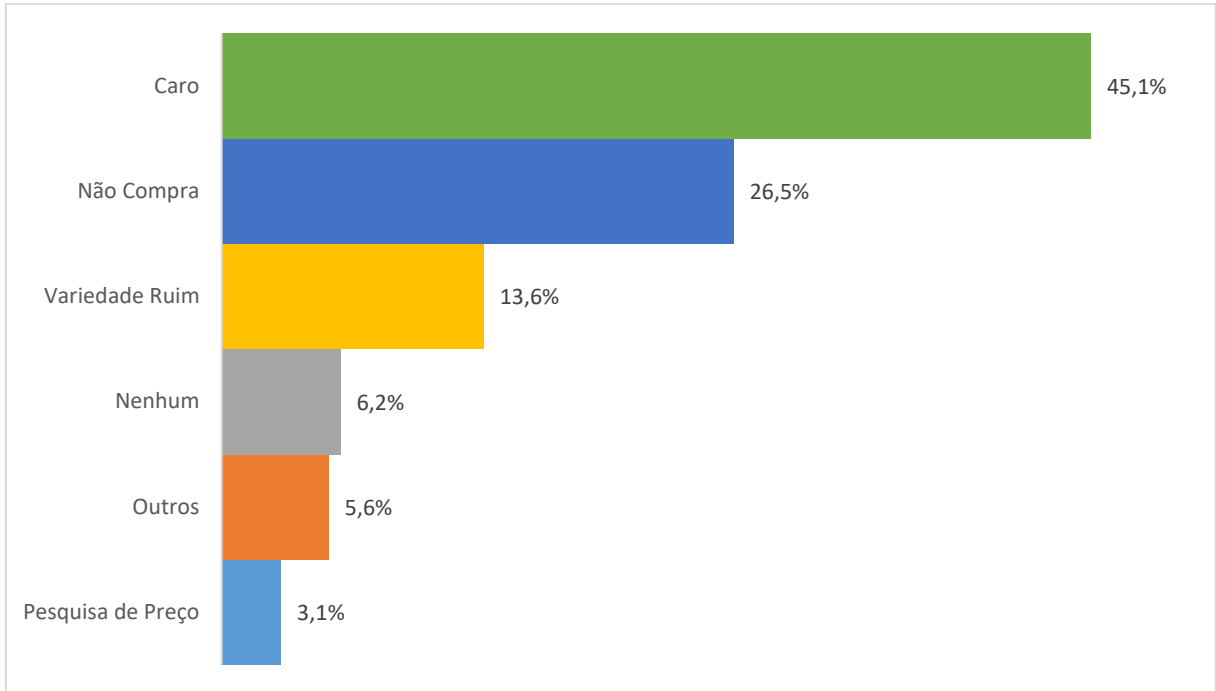
Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 32.

**Figura 32: Motivos para a Compra de Artigos Esportivos em Naviraí**



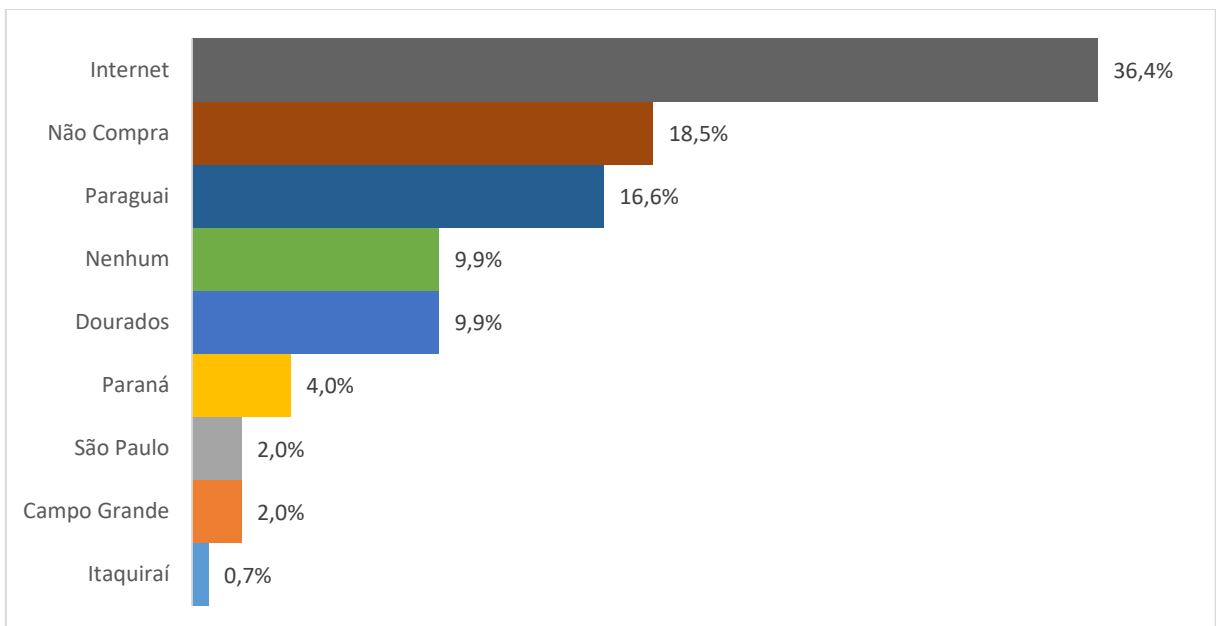
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 41.

**Figura 41: Motivos para Não Compra ou Talvez de Artigos Esportivos em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 42.

**Figura 42: Locais Preferidos para a Compra de Artigos Esportivos**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de artigos esportivos em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 19, 20 e 21.

**Tabela 19: SIM – Compra Artigos Esportivos em Naviraí**

SIM - Compra Artigos Esportivos em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	22,4%	28,4%	21,1%	-	33,3%
Atendimento Bom	0,9%	-	-	-	-
Comodidade	48,3%	46,1%	52,6%	66,7%	-
Confiança	6,9%	-	2,6%	-	-
Credíário	1,7%	-	-	-	-
Entrega	1,7%	-	-	-	-
Fomento Local	1,7%	4,9%	5,3%	33,3%	66,7%
Nenhum	6,0%	16,7%	10,5%	-	-
Preço Bom	5,2%	2,9%	5,3%	-	-
Tradição	2,6%	1,0%	2,6%	-	-
Variedade Boa	2,6%	-	-	-	-
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

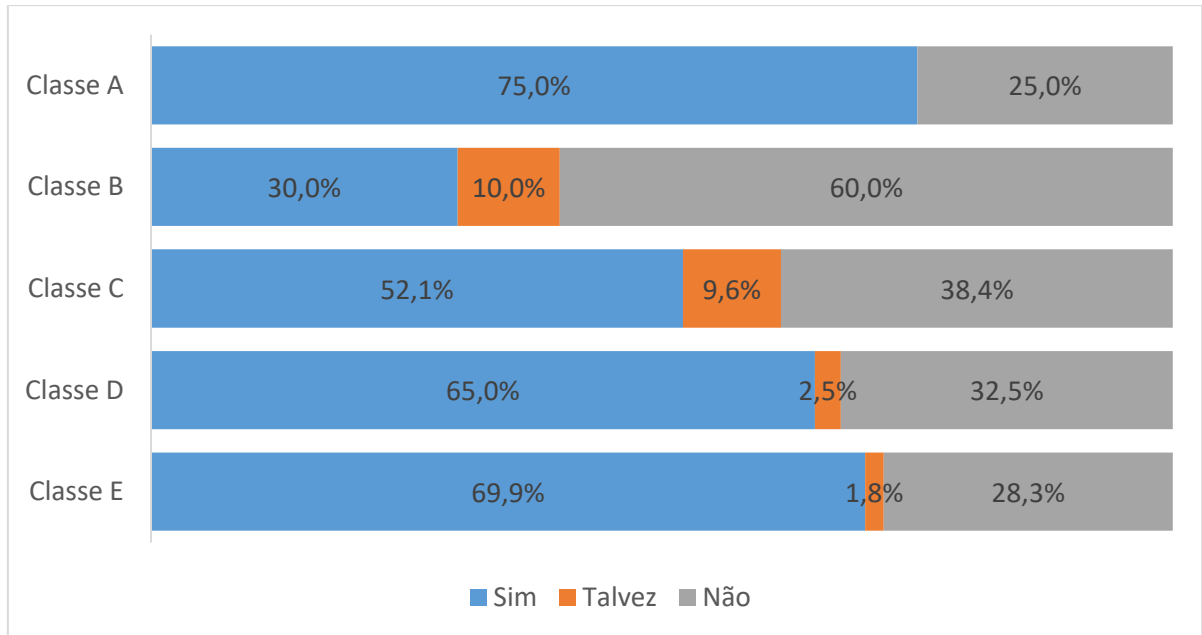
**Tabela 20: NÃO – Compra Artigos Esportivos em Naviraí**

NÃO - Compra Artigos Esportivos em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Não Compra	29,8%	27,5%	25,0%	16,7%	-
Nenhum	10,6%	9,8%	-	16,7%	-
Outros	2,1%	-	-	-	-
Preço Ruim	44,7%	51,0%	60,7%	16,7%	100,0%
Variedade Ruim	12,8%	11,8%	14,3%	50,0%	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Tabela 21: TALVEZ – Compra Artigos Esportivos em Naviraí**

TALVEZ - Compra Artigos Esportivos em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Não Compra	33,3%	-	14,3%	-	-
Outros	33,3%	25,0%	42,9%	-	-
Pesquisa de Preço	-	25,0%	42,9%	100,0%	-
Variedade Ruim	33,3%	50,0%	-	-	-
Nenhum	33,3%	-	-	-	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

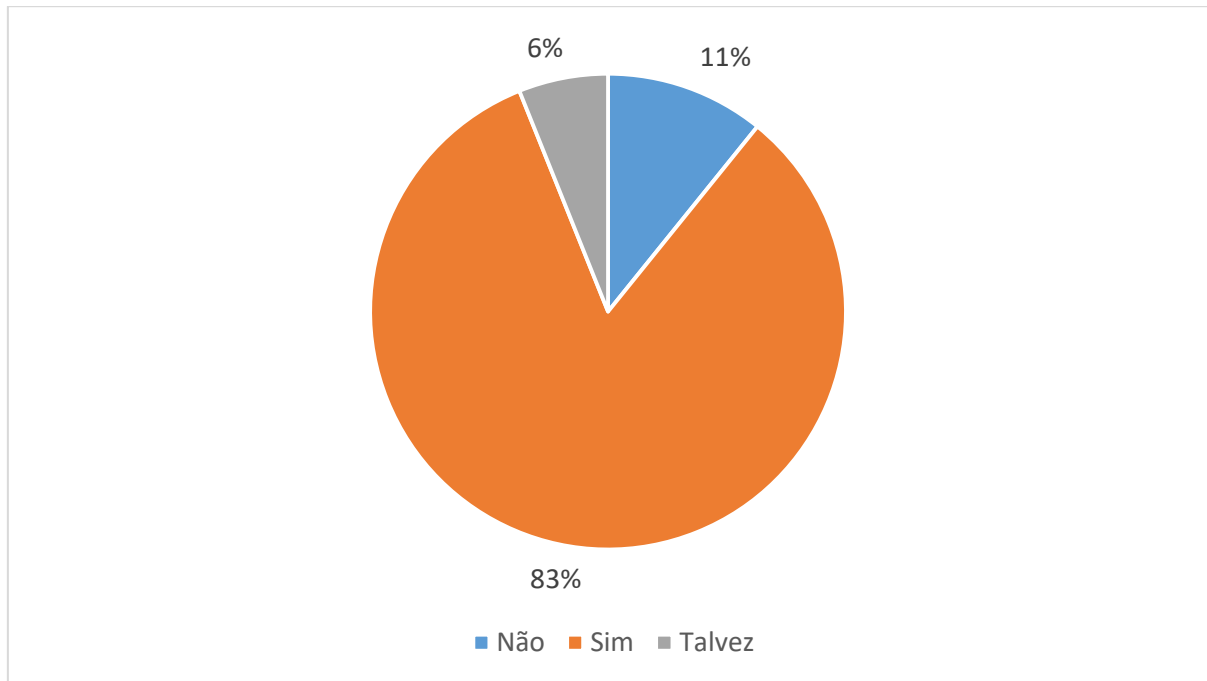
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 43.

**Figura 43: Compra de Artigos Esportivos em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.8 Calçados

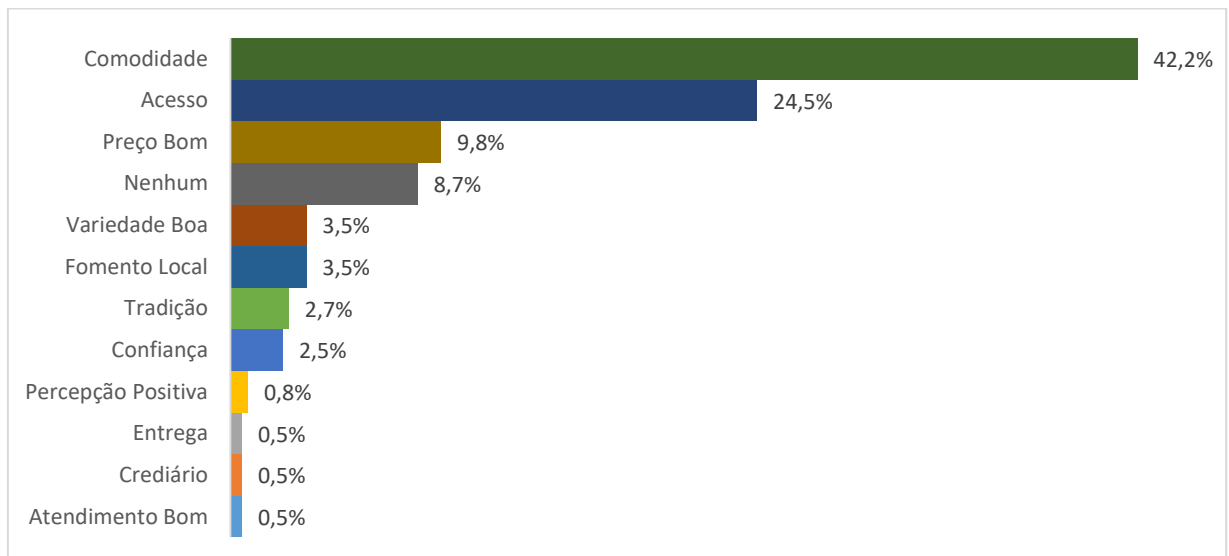
A partir da indagação, se precisasse de calçados, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 44.

**Figura 44: Compraria Calçados em Naviraí**



Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 45.

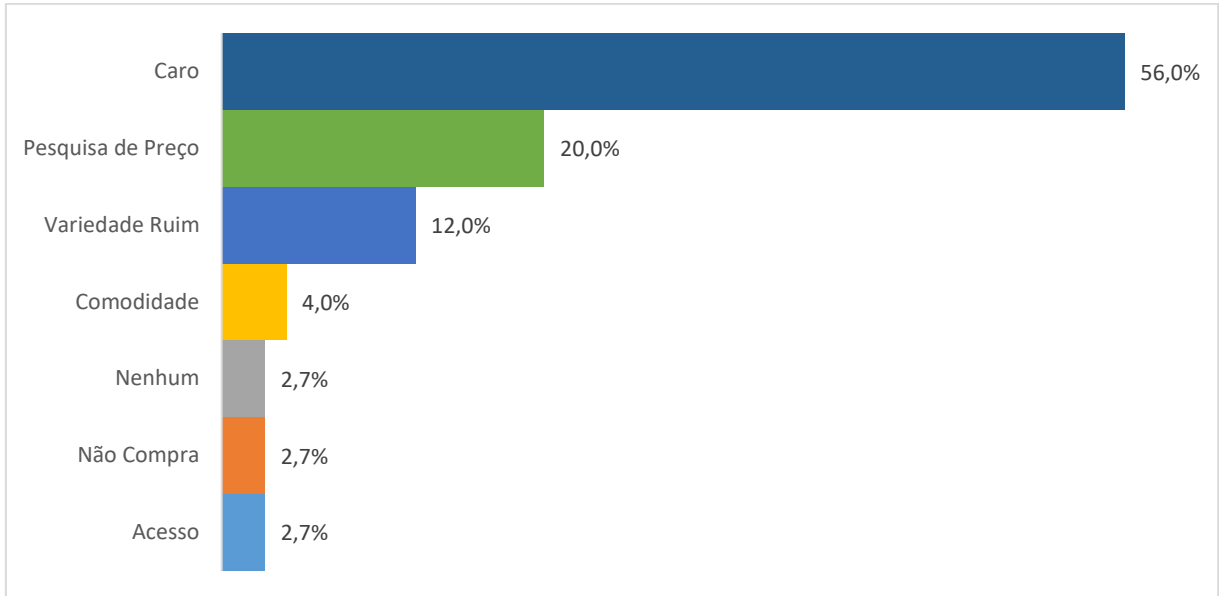
**Figura 45: Motivos para a Compra de Calçados em Naviraí**





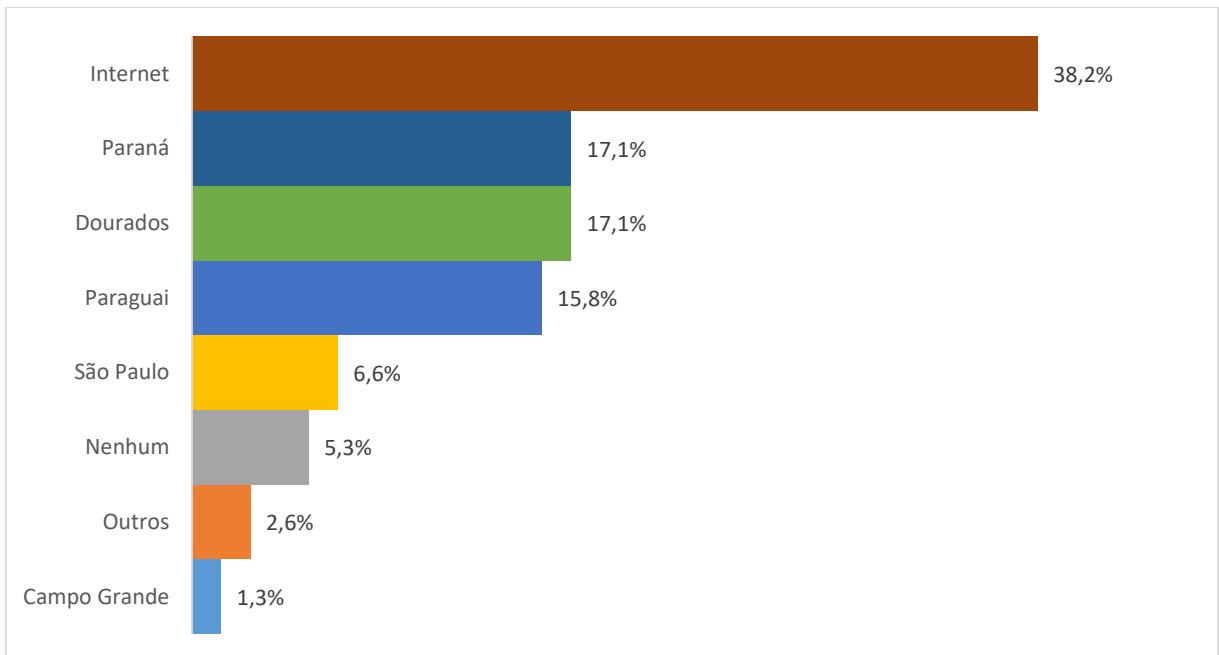
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 46.

**Figura 46: Motivos para Não Compra ou Talvez de Calçados em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 47.

**Figura 47: Locais Preferidos para a Compra de Calçados**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de calçados em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 22, 23 e 24.

**Tabela 22: SIM – Compra Calçados em Naviraí**

SIM - Compra Calçados em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	18,1%	28,6%	29,6%	0,0%	25,0%
Atendimento Bom	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Comodidade	43,1%	39,8%	44,4%	75,0%	25,0%
Confiança	3,5%	1,5%	1,9%	0,0%	0,0%
Crediário	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Entrega	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Fomento Local	2,1%	3,8%	1,9%	25,0%	50,0%
Nenhum	6,9%	12,0%	7,4%	0,0%	0,0%
Percepção Positiva	0,7%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Preço Bom	13,2%	9,0%	5,6%	0,0%	0,0%
Tradição	4,2%	1,5%	3,7%	0,0%	0,0%
Variedade Boa	4,2%	3,0%	5,6%	0,0%	0,0%
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

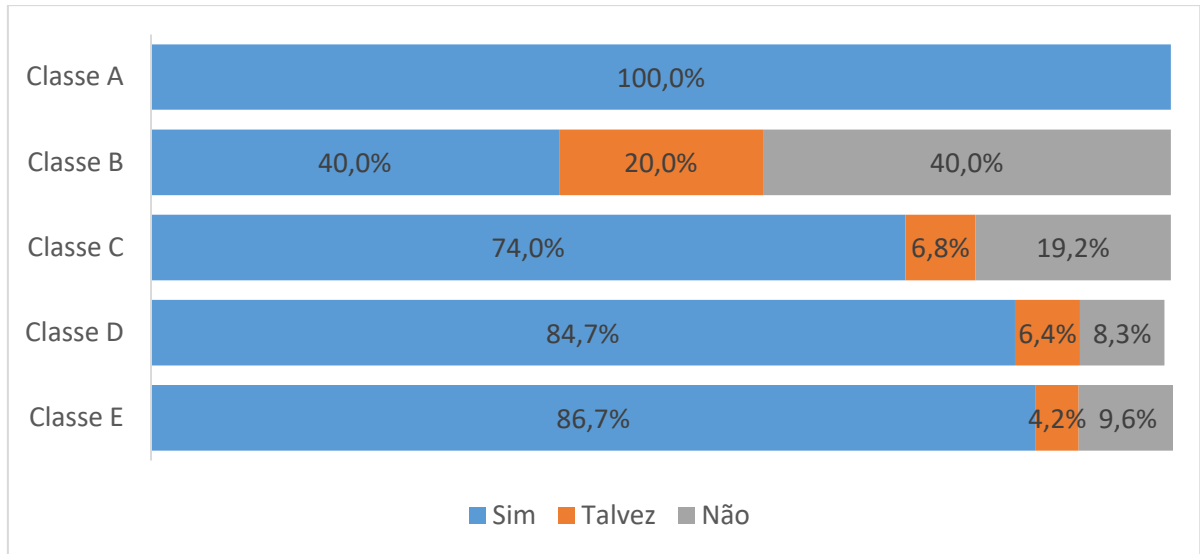
**Tabela 23: NÃO – Compra Calçados em Naviraí**

NÃO - Compra Calçados em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Comodidade	0,0%	0,0%	7,1%	0,0%	-
Não Compra	6,3%	0,0%	0,0%	0,0%	-
Nenhum	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	-
Caro	93,8%	100,0%	71,4%	50,0%	-
Variedade Ruim	0,0%	0,0%	21,4%	25,0%	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

**Tabela 24: TALVEZ – Compra Calçados em Naviraí**

TALVEZ - Compra Calçados em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%	-
Comodidade	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%	-
Não Compra	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	-
Pesquisa de Preço	42,9%	70,0%	60,0%	100,0%	-
Variedade Ruim	14,3%	20,0%	40,0%	0,0%	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

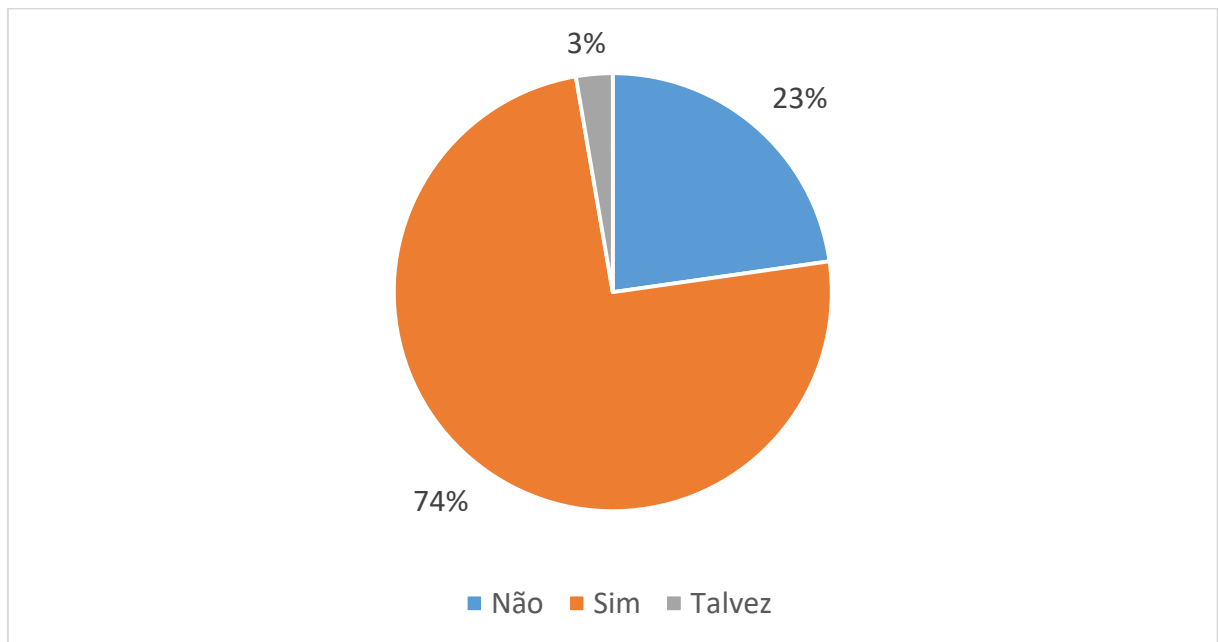
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 48.

**Figura 48: Compra de Calçados em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.9 Acessórios

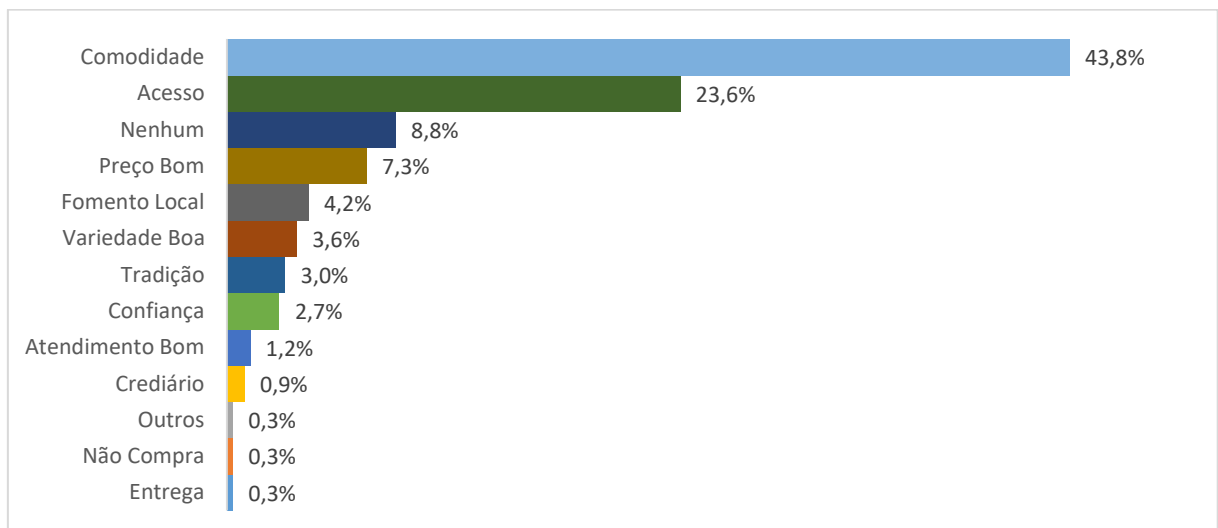
Os acessórios envolvem relógios, joias, bolsas, cintos, gravatas, entre outros. A partir da indagação, se precisasse de acessórios, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 49.

**Figura 49: Compraria Acessórios em Naviraí**



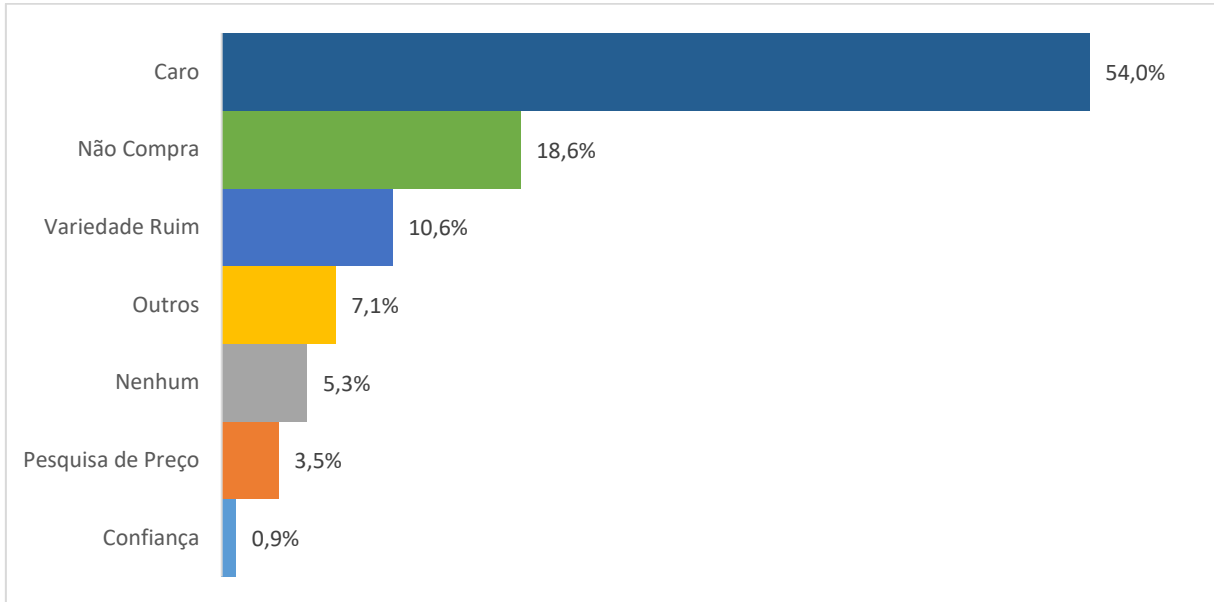
Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 50.

**Figura 50: Motivos para a Compra de Acessórios em Naviraí**



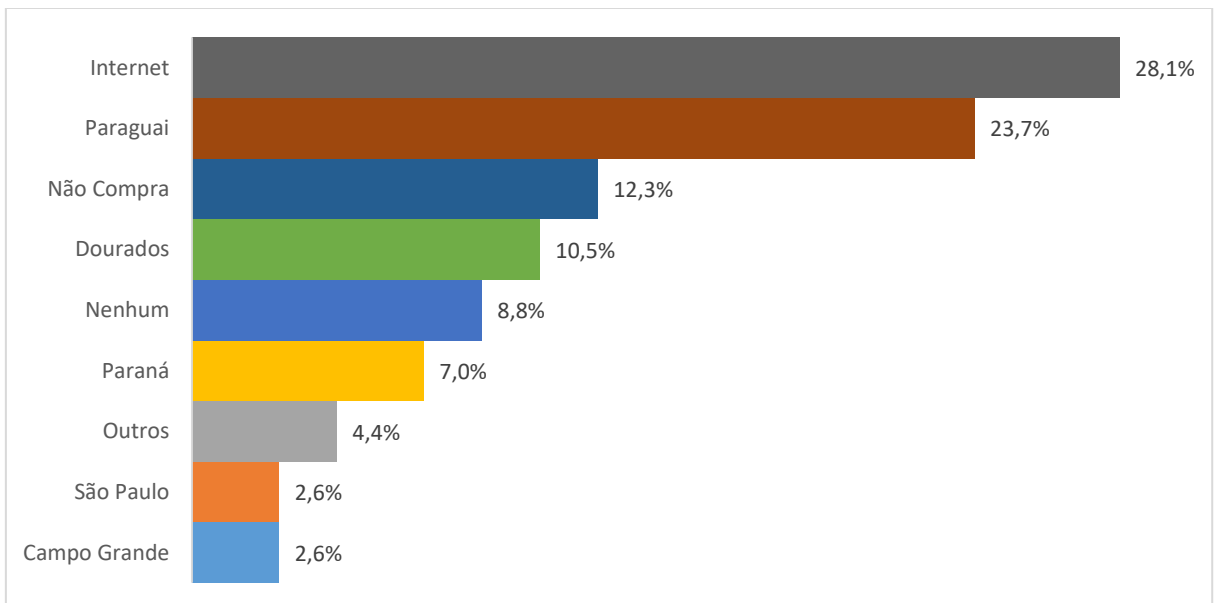
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 51.

**Figura 51: Motivos para Não Compra ou Talvez de Acessórios em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 52.

**Figura 52: Locais Preferidos para a Compra de Acessórios**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de acessórios em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 25, 26 e 27.

**Tabela 25: SIM – Compra Acessórios em Naviraí**

SIM - Compra Calçados em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	18,3%	27,9%	25,6%	-	33,3%
Atendimento Bom	1,5%	0,0%	2,3%	-	-
Comodidade	46,6%	43,4%	46,5%	-	-
Confiança	5,3%	0,0%	4,7%	-	-
Atendimento Bom	0,8%	0,0%	-	-	-
Crediário	2,3%	0,0%	-	-	-
Entrega	0,8%	0,0%	-	-	-
Fomento Local	2,3%	4,9%	2,3%	100,0%	66,7%
Nenhum	4,6%	12,3%	7,0%	-	-
Outros	0,8%	0,0%	-	-	-
Preço Bom	9,2%	6,6%	4,7%	-	-
Tradição	3,8%	2,5%	4,7%	-	-
Variedade Boa	3,8%	2,5%	2,3%	-	-
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Tabela 26: NÃO – Compra Acessórios em Naviraí**

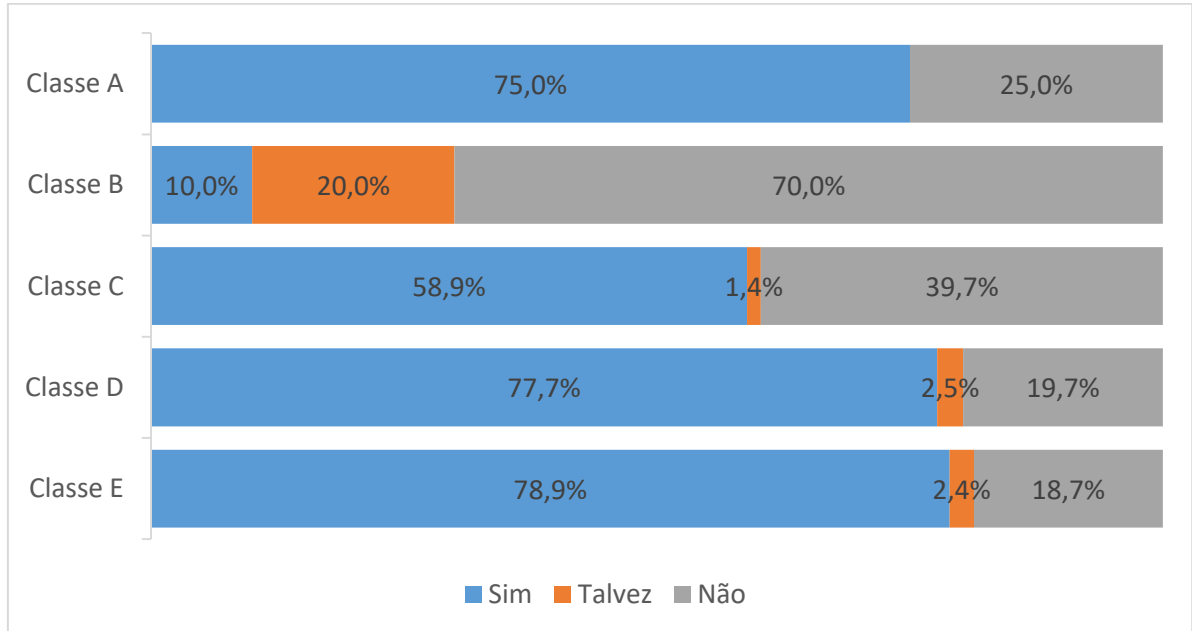
NÃO - Compra Acessórios em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Não Compra	38,7%	19,4%	6,9%	-	-
Nenhum	9,7%	3,2%	6,9%	14,3%	-
Outros	3,2%	-	10,3%	-	-
Preço Ruim	41,9%	64,5%	72,4%	42,9%	100,0%
Variedade Ruim	6,5%	12,9%	3,4%	42,9%	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Tabela 27: TALVEZ – Compra Acessórios em Naviraí**

TALVEZ - Compra Acessórios em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	-	50,0%	-	-	-
Comodidade	50,0%	-	-	-	-
Não Compra	25,0%	-	-	-	-
Pesquisa de Preço	25,0%	50,0%	-	50,0%	-
Variedade Ruim	-	-	100,0%	50,0%	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 53.

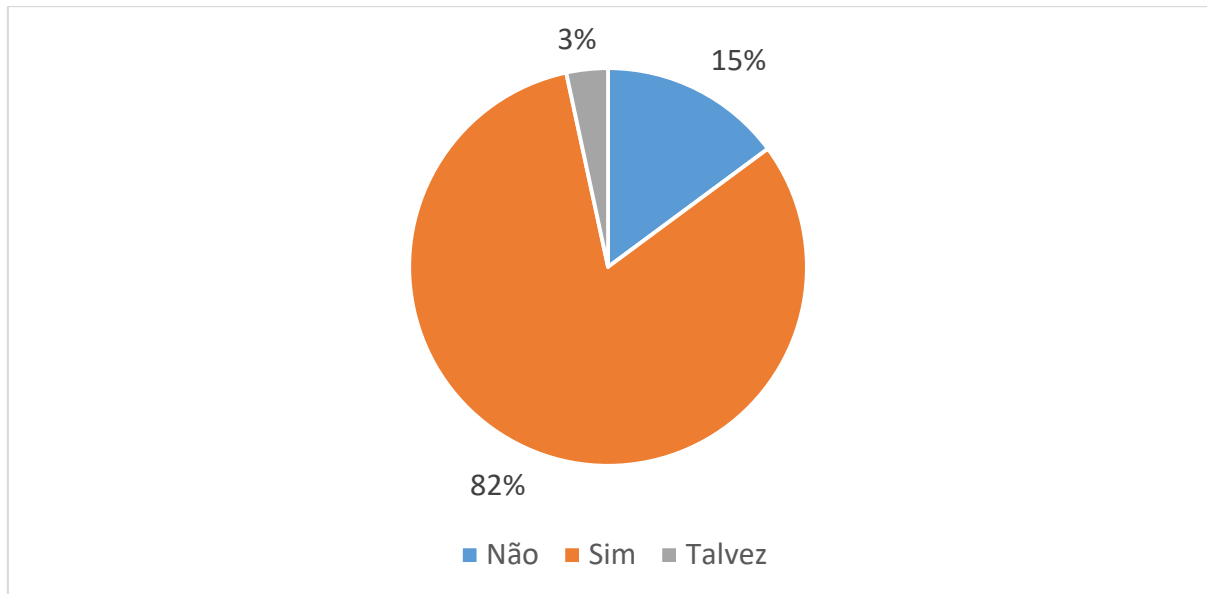
**Figura 53: Compra de Acessórios em Naviraí por Faixa de Renda**



### 2.2.10 Confeção de Cama, Mesa e Banho

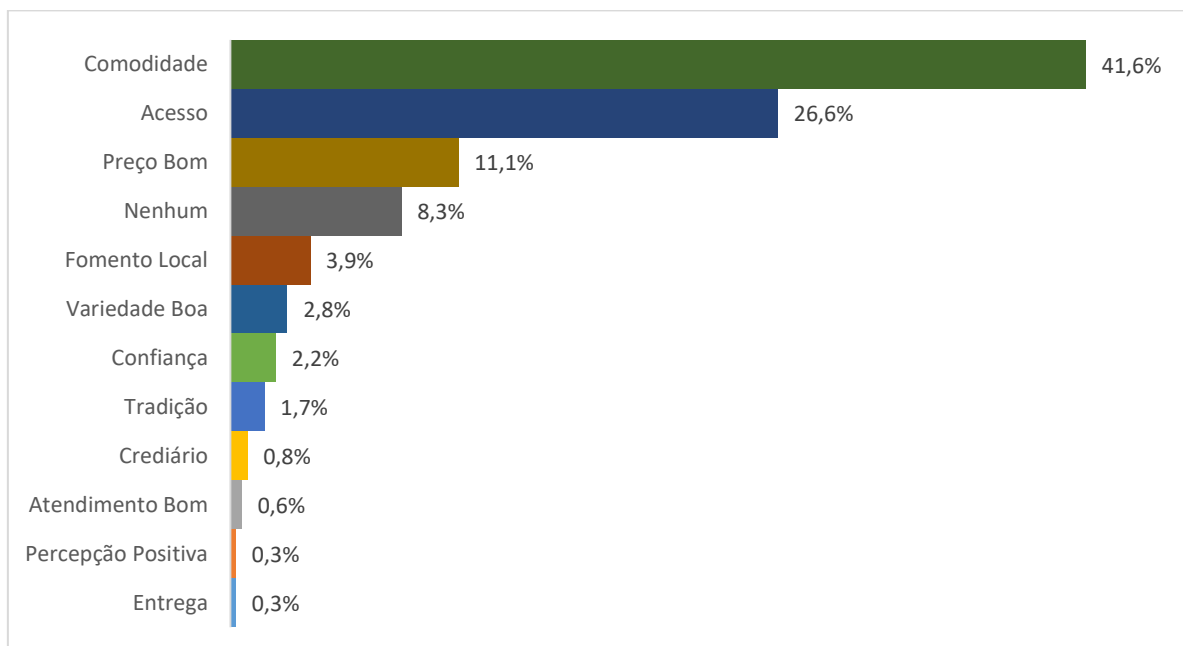
A partir da indagação, se precisasse de confecção de cama, mesa e banho, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 54.

**Figura 54: Compraria Confeção de Cama, Mesa e Banho em Naviraí**



Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 55.

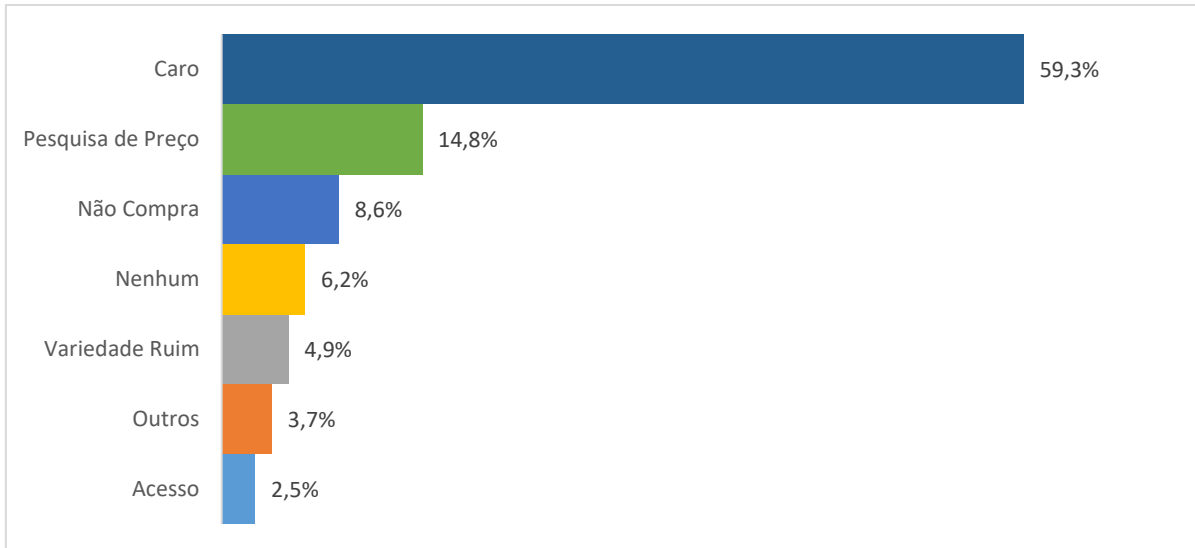
**Figura 55: Motivos para a Compra de Confeção de Cama, Mesa e Banho em Naviraí**





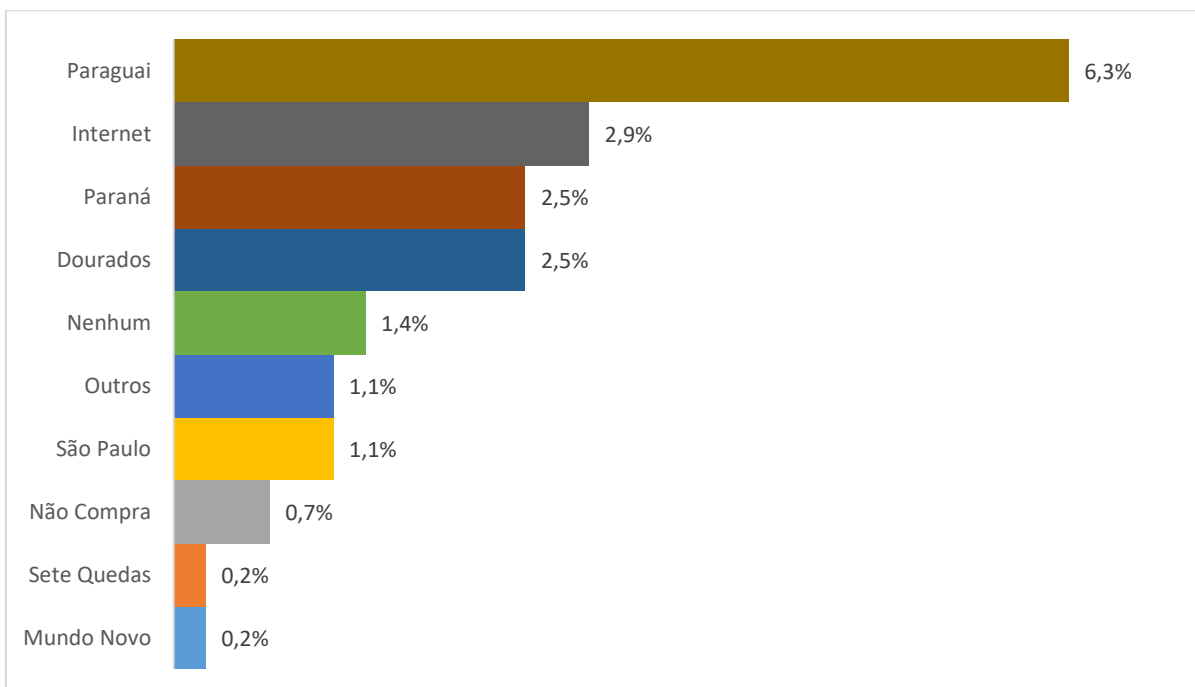
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 56.

**Figura 56: Motivos para Não Compra ou Talvez de Confeção de Cama, Mesa e Banho em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 57.

**Figura 57: Locais Preferidos para a Compra de Confeção de Cama, Mesa e Banho**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de confecção de cama, mesa e banho em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 28, 29 e 30.

**Tabela 28: SIM – Compra Confecção de Cama, Mesa e Banho em Naviraí**

SIM - Compra Confecção de Cama, Mesa e Banho em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	21,3%	28,0%	32,1%	33,3%	25,0%
Atendimento Bom	1,5%	-	-	-	-
Comodidade	43,4%	42,4%	37,7%	33,3%	25,0%
Confiança	4,4%	-	3,8%	-	-
Credíário	1,5%	-	1,9%	-	-
Entrega	0,7%	-	-	-	-
Fomento Local	2,2%	4,5%	1,9%	16,7%	50,0%
Nenhum	5,1%	12,1%	7,5%	-	-
Percepção Positiva	-	0,8%	-	-	-
Preço Bom	14,0%	9,8%	9,4%	16,7%	-
Tradição	2,2%	1,5%	1,9%	-	-
Variedade Boa	4,4%	0,8%	5,7%	-	-
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

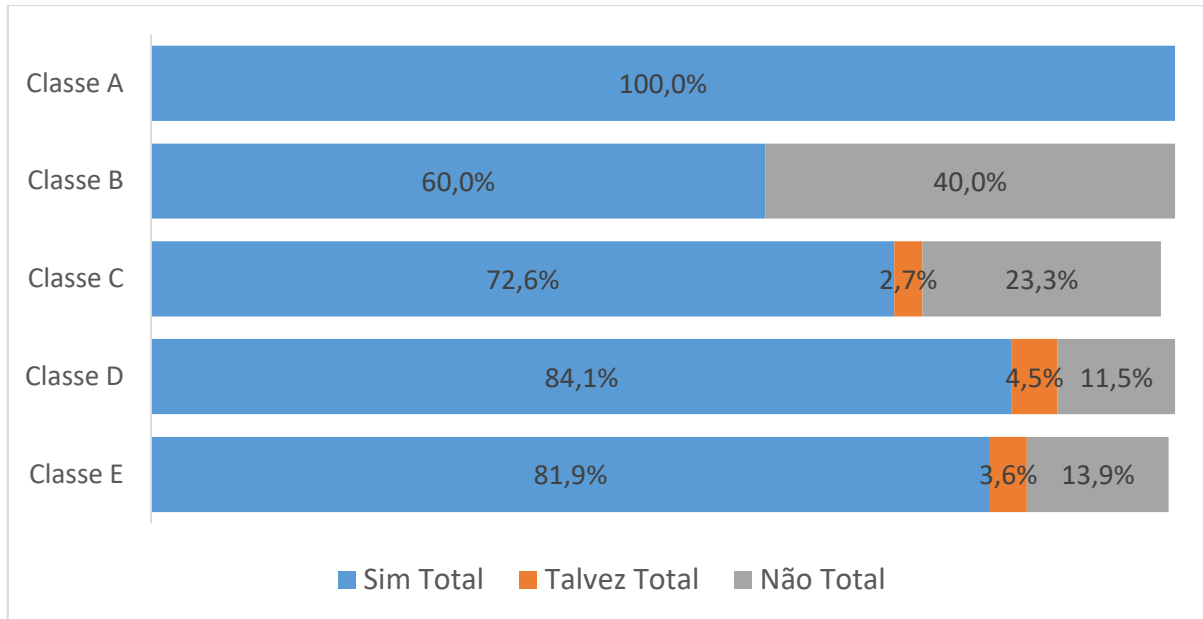
**Tabela 29: NÃO – Compra Confecção de Cama, Mesa e Banho em Naviraí**

NÃO - Compra Confecção de Cama, Mesa e Banho em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Não Compra	17,4%	16,7%	-	-	-
Nenhum	8,7%	16,7%	-	25,0%	-
Outros	-	5,6%	-	-	-
Caro	65,2%	55,6%	94,1%	75,0%	-
Variedade Ruim	8,7%	5,6%	5,9%	-	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

**Tabela 30: TALVEZ – Compra Confecção de Cama, Mesa e Banho em Naviraí**

TALVEZ - Compra Confecção de Cama, Mesa e Banho em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Outros	33,3%	14,3%	-	-	-
Pesquisa de Preço	66,7%	85,7%	100,0%	-	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	-	-

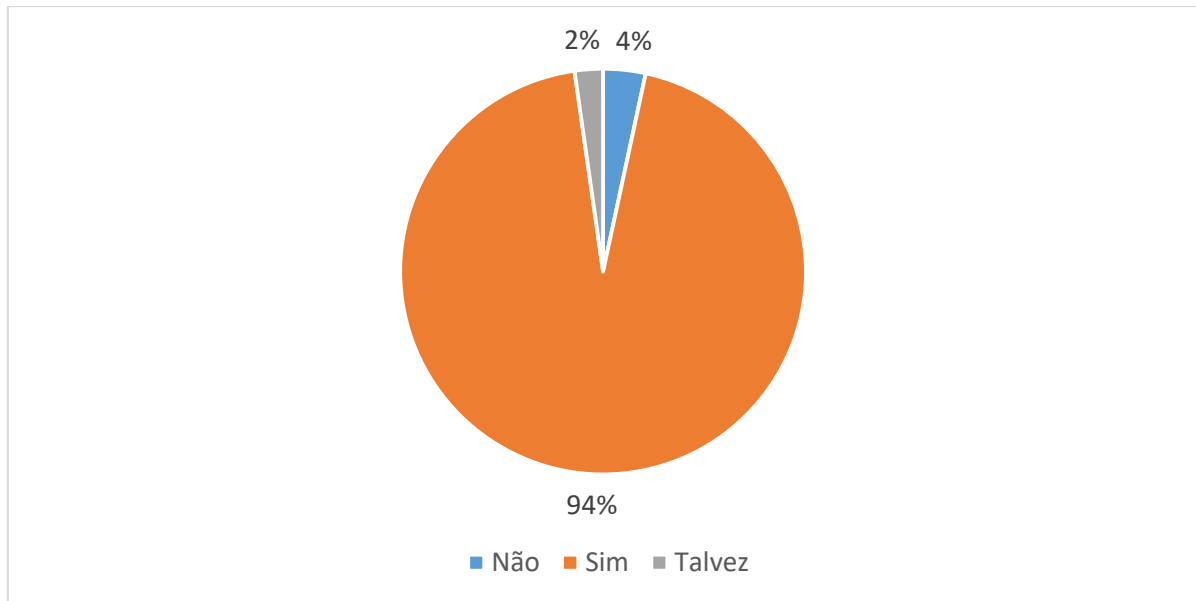
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 58.

**Figura 58: Compra de Confeção de Cama, Mesa e Banho em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.11 Supermercado – Alimentação do Lar

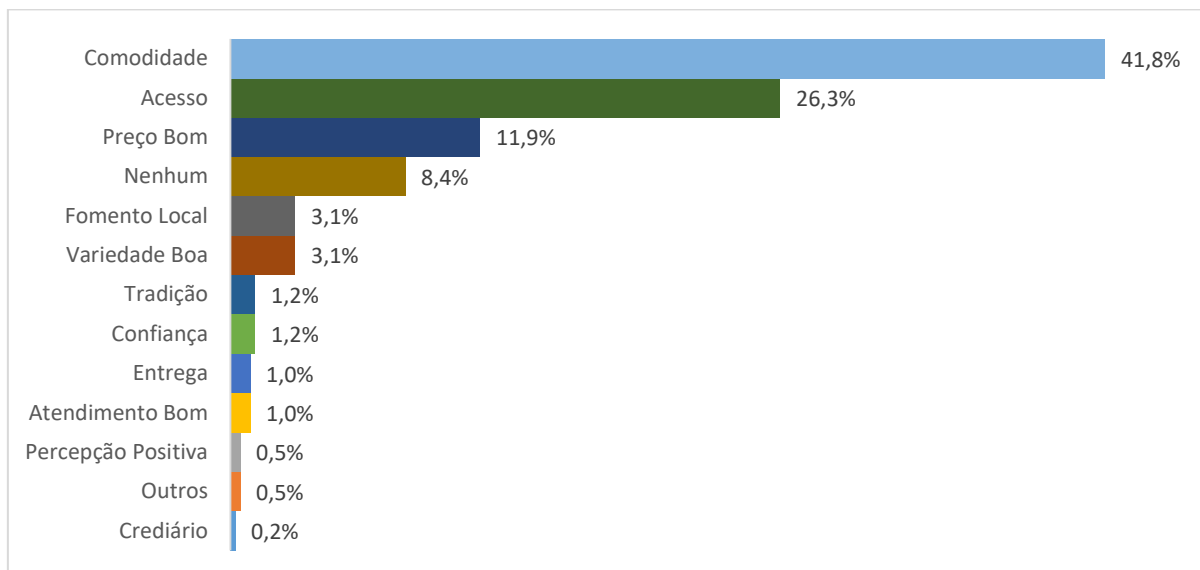
A partir da indagação, se precisasse de supermercado – alimentação do lar, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 59.

**Figura 59: Compraria Supermercado – Alimentação do Lar em Naviraí**



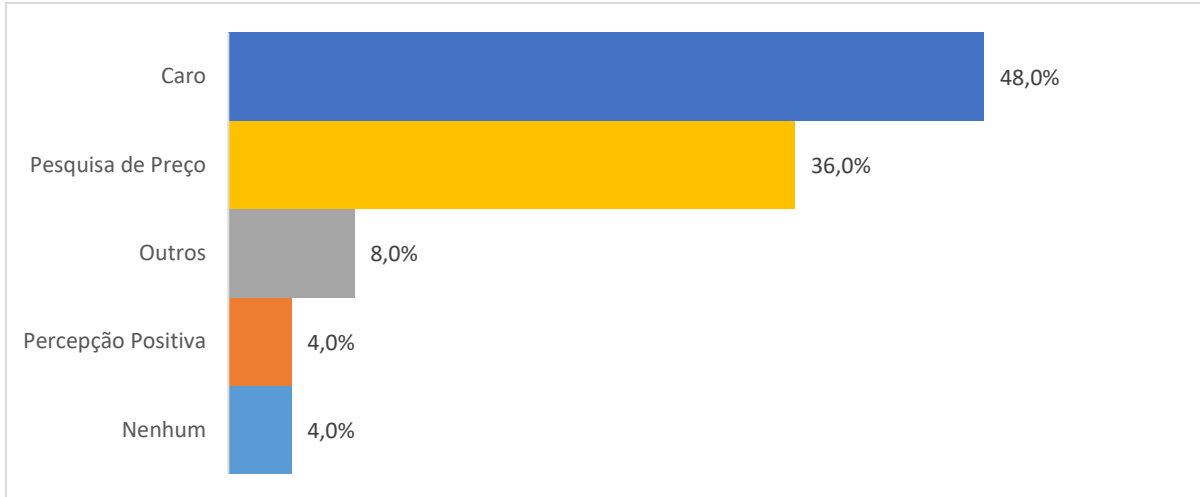
Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 52.

**Figura 52: Motivos para a Compra de Supermercado – Alimentação do Lar em Naviraí**



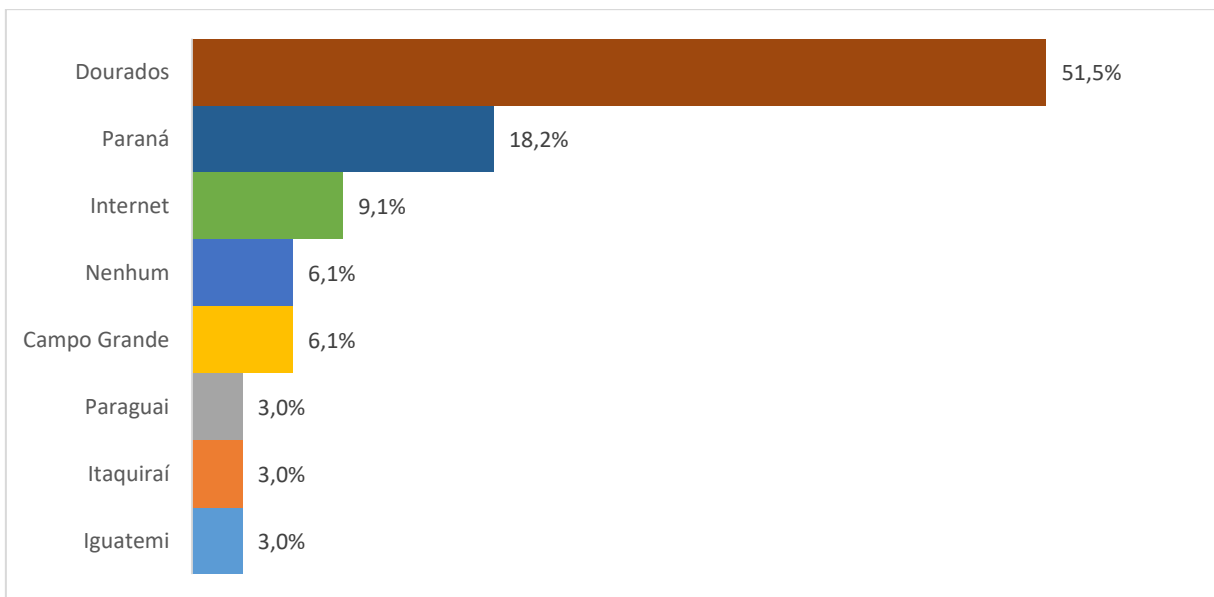
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 60.

**Figura 60: Motivos para Não Compra ou Talvez de Supermercado – Alimentação do Lar em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 61.

**Figura 61: Locais Preferidos para a Compra de Supermercado – Alimentação do Lar**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de supermercado – alimentação do lar em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 31, 32 e 33.

**Tabela 31: SIM – Compra Supermercado – Alimentação do Lar em Naviraí**

SIM - Compra Supermercado - Alimentação do Lar em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	22,6%	28,1%	30,9%	25,0%	25,0%
Atendimento Bom	1,3%	-	1,5%	-	-
Credíário	0,6%	-	-	-	-
Comodidade	41,5%	43,2%	38,2%	62,5%	25,0%
Confiança	2,5%	0,7%	-	-	-
Entrega	2,5%	-	-	-	-
Fomento Local	1,9%	2,7%	2,9%	12,5%	50,0%
Nenhum	5,0%	11,6%	8,8%	-	-
Outros	-	1,4%	-	-	-
Percepção Positiva	0,6%	-	-	-	-
Preço Bom	15,1%	8,2%	14,7%	-	-
Tradição	1,9%	0,7%	1,5%	-	-
Variedade Boa	4,4%	3,4%	1,5%	-	-
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Tabela 32: NÃO – Compra Supermercado – Alimentação do Lar em Naviraí**

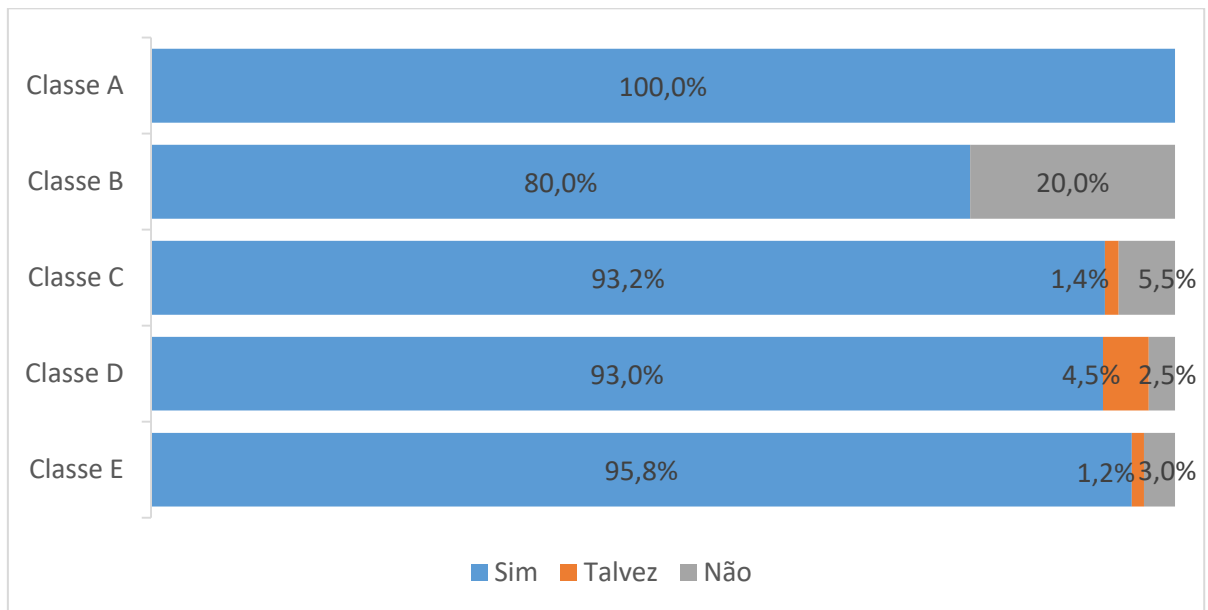
NÃO - Compra Supermercado - Alimentação do Lar em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Outros	20,0%	-	-	-	-
Nenhum	-	-	-	50,0%	-
Percepção Positiva	-	25,0%	-	-	-
Caro	80,0%	75,0%	100,0%	50,0%	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

**Tabela 33: TALVEZ – Compra Supermercado – Alimentação do Lar em Naviraí**

TALVEZ - Compra Supermercado - Alimentação do Lar em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Outros	-	14,3%	-	-	-
Pesquisa de Preço	100,0%	85,7%	100,0%	-	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	-	-

No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 62.

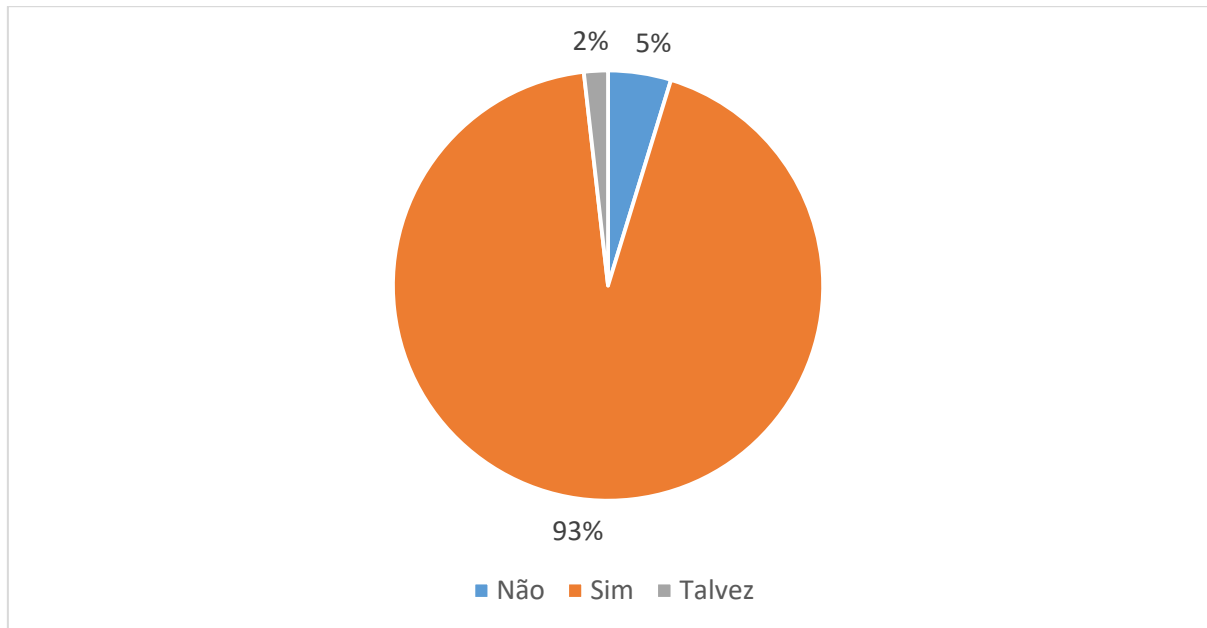
**Figura 62: Compra de Supermercado – Alimentação do Lar em Naviraí por Faixa de Renda**



### 2.2.12 Supermercado – Produtos de Limpeza

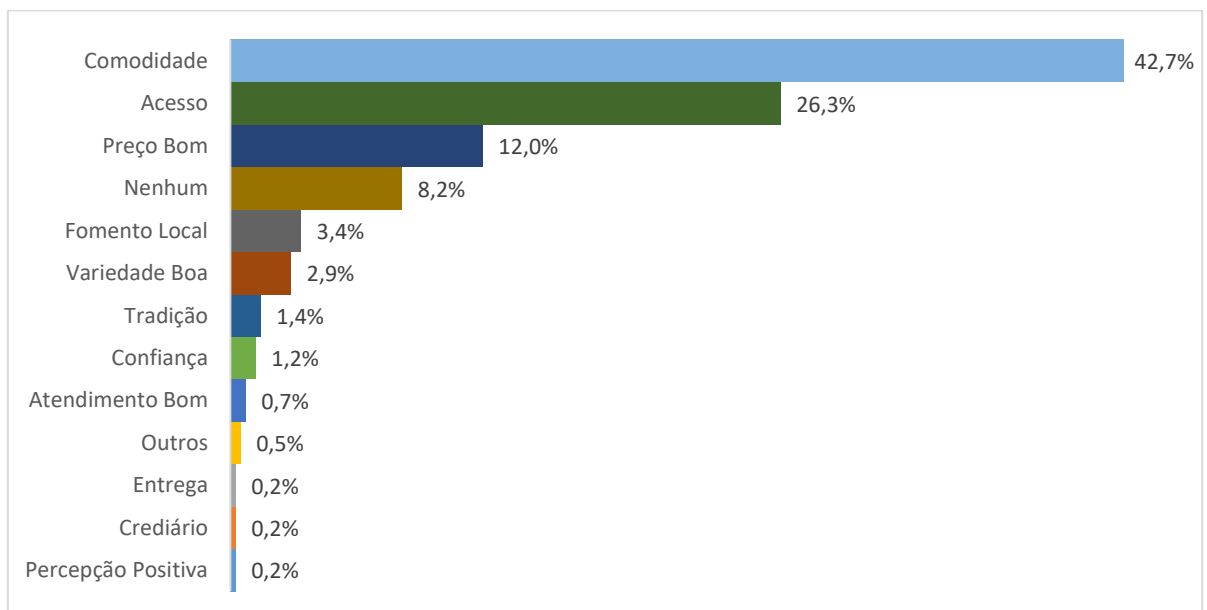
A partir da indagação, se precisasse de supermercado – produtos de limpeza, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 63.

**Figura 63: Compraria Supermercado – Produtos de Limpeza em Naviraí**



Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 64.

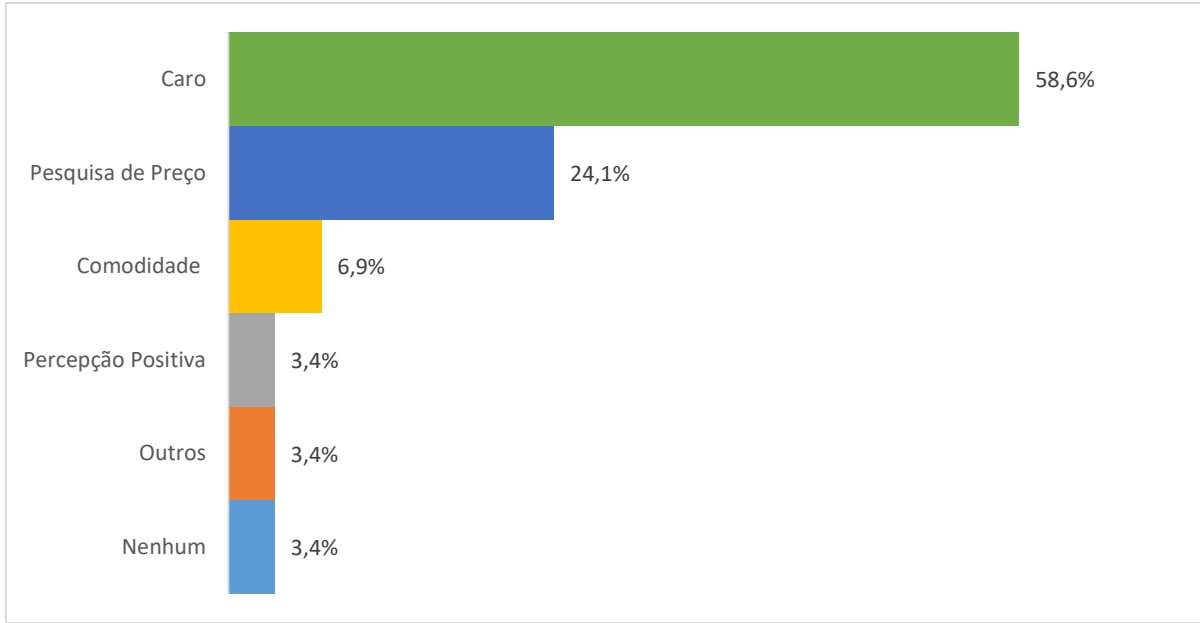
**Figura 64: Motivos para a Compra de Supermercado – Produtos de Limpeza em Naviraí**





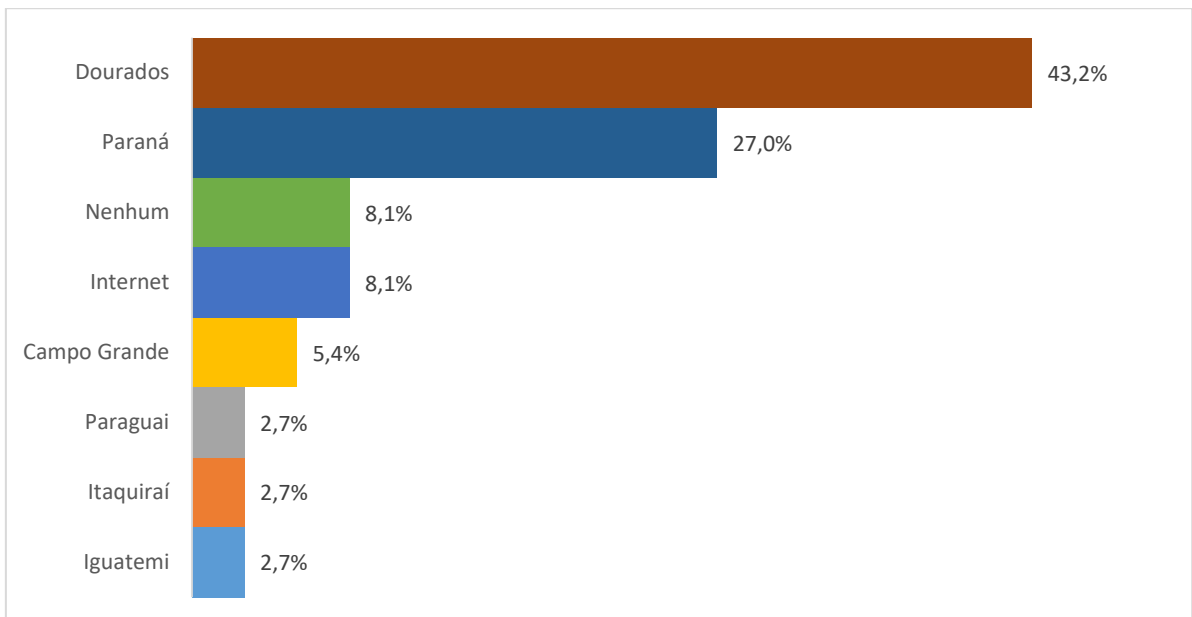
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 65.

**Figura 65: Motivos para Não Compra ou Talvez de Supermercado – Produtos de Limpeza em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 66.

**Figura 66: Locais Preferidos para a Compra de Supermercado – Produtos de Limpeza**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de supermercado – produtos de limpeza em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 34, 35 e 36.

**Tabela 34: SIM – Compra Supermercado – Produtos de Limpeza em Naviraí**

SIM - Compra de Supermercado - Produtos de Limpeza em Naviraí					
	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	21,4%	27,9%	34,4%	28,6%	25,0%
Atendimento Bom	1,3%	-	1,6%	-	-
Percepção Positiva	-	0,7%	-	-	-
Comodidade	42,8%	44,2%	37,5%	57,1%	25,0%
Confiança	2,5%	0,7%	-	-	-
Crediário	0,6%	-	-	-	-
Entrega	0,6%	-	-	-	-
Fomento Local	1,9%	3,4%	3,1%	14,3%	50,0%
Mercado bom	-	-	-	-	-
Nenhum	5,0%	11,6%	7,8%	-	-
Outros	-	0,7%	-	-	-
Preço Bom	16,4%	8,2%	12,5%	-	-
Tradição	2,5%	0,7%	1,6%	-	-
Variedade Boa	5,0%	2,0%	1,6%	-	-
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Tabela 35: NÃO – Compra Supermercado – Produtos de Limpeza em Naviraí**

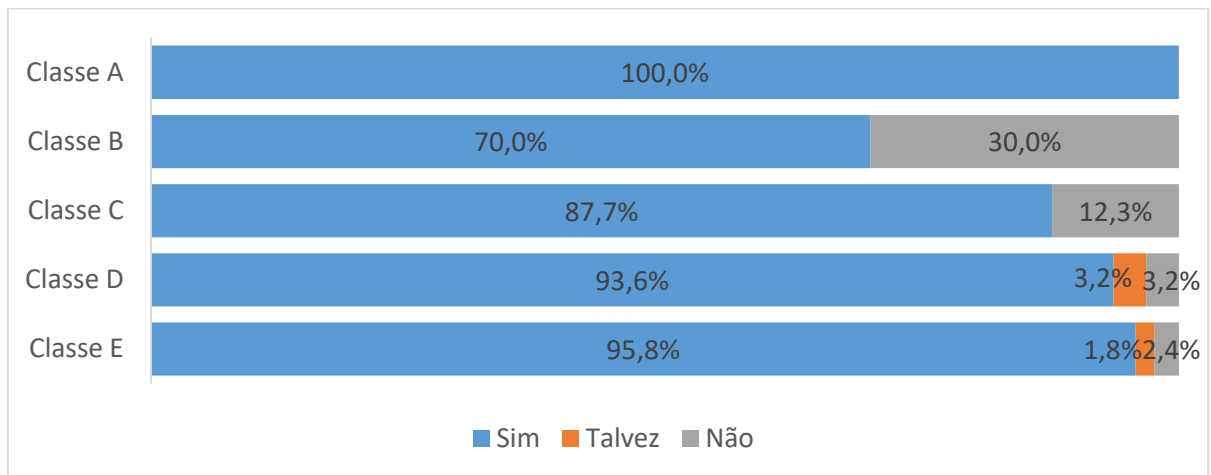
NÃO - Compra de Supermercado - Produtos de Limpeza em Naviraí					
	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Comodidade	25,0%	-	-	-	-
Nenhum	-	-	-	33,3%	-
Outros	-	20,0%	-	-	-
Percepção Positiva	-	20,0%	-	-	-
Caro	75,0%	60,0%	100,0%	66,7%	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

**Tabela 36: TALVEZ – Compra Supermercado – Produtos de Limpeza em Naviraí**

TALVEZ - Compra de Supermercado - Produtos de Limpeza em Naviraí					
	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Comodidade	33,3%	-	-	-	-
Pesquisa de Preço	66,7%	100,0%	-	-	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	-	-	-

No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 67.

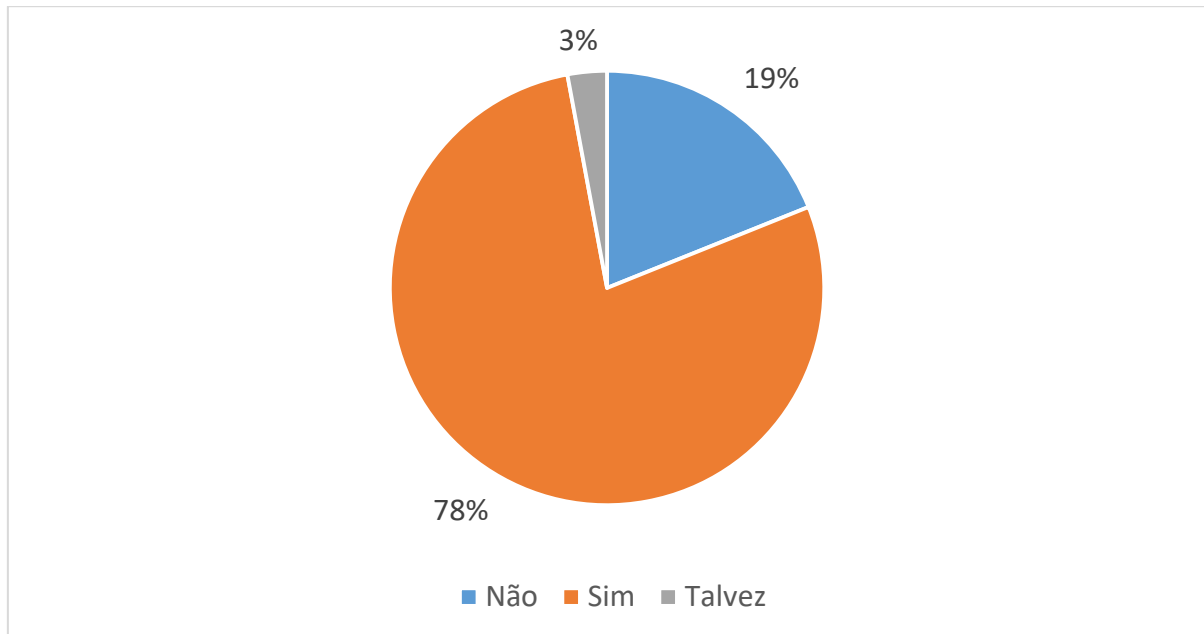
**Figura 67: Compra de Supermercado – Produtos de Limpeza em Naviraí por Faixa de Renda**



### 2.2.13 Produtos de Beleza e Estética

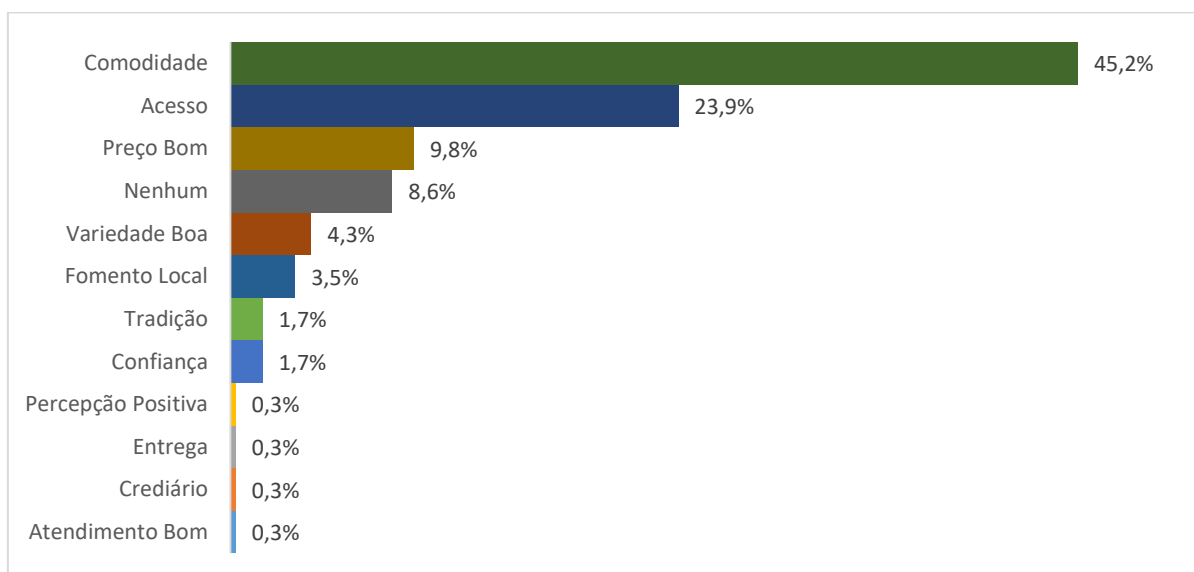
A partir da indagação, se precisasse de produtos de beleza e estética, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 68.

**Figura 68: Compraria Produtos de Beleza e Estética em Naviraí**



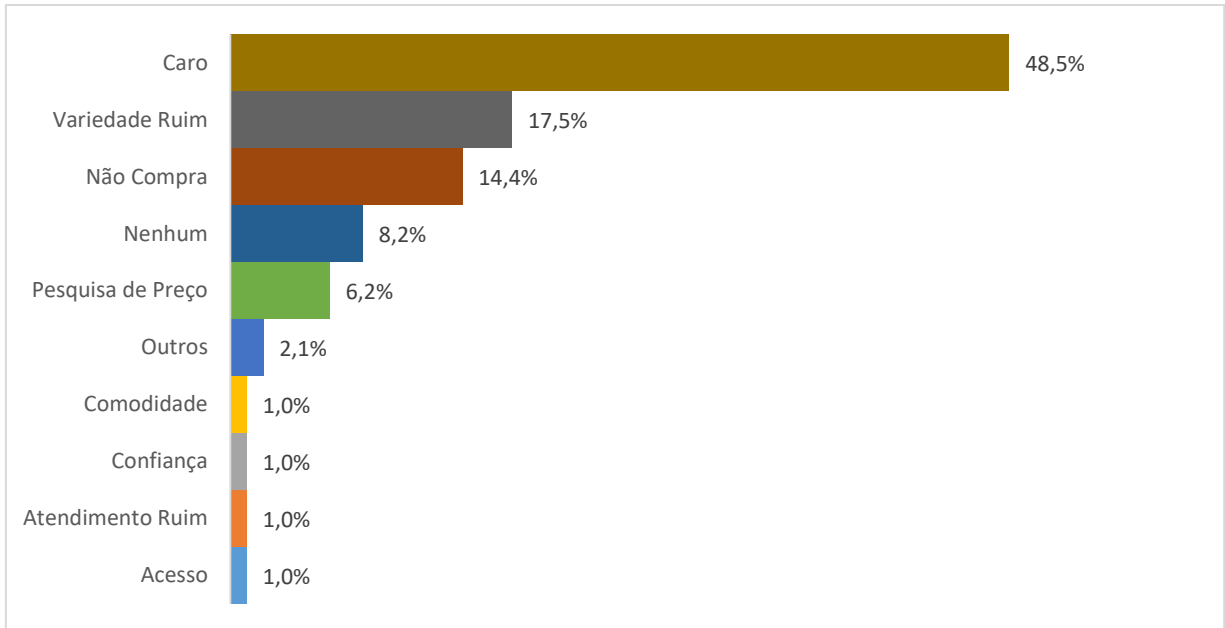
Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 69.

**Figura 69: Motivos para a Compra de Produtos de Beleza e Estética em Naviraí**



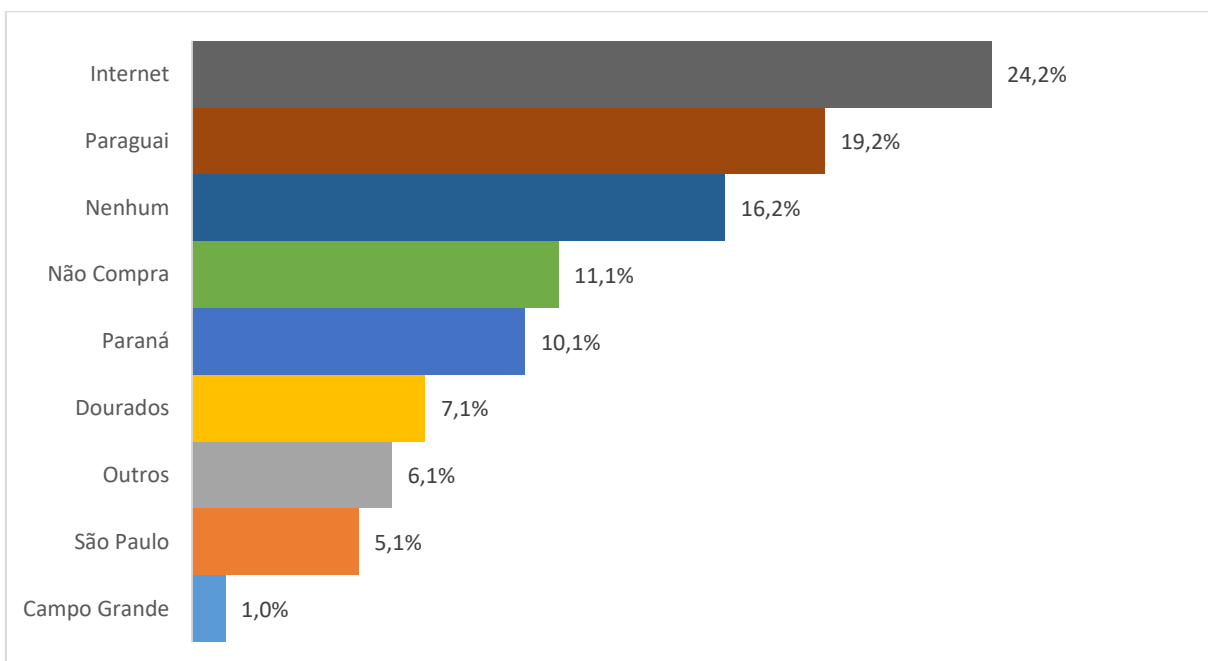
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 70.

**Figura 70: Motivos para Não Compra ou Talvez de Produtos de Beleza e Estética em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 71.

**Figura 71: Locais Preferidos para a Compra de Produtos de Beleza e Estética**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de produtos de beleza e estética em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 37, 38 e 39.

**Tabela 37: SIM – Compra Produtos de Beleza e Estética em Naviraí**

SIM - Compra de Produtos de Beleza e Estética em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	19,6%	27,6%	26,0%	16,7%	33,3%
Atendimento Bom	0,7%	-	-	-	-
Comodidade	42,8%	48,0%	48,0%	50,0%	-
Percepção Positiva	0,7%	-	-	-	-
Confiança	3,6%	-	-	-	-
Credíário	0,7%	-	-	-	-
Entrega	0,7%	-	-	-	-
Fomento Local	2,2%	2,4%	4,0%	16,7%	66,7%
Nenhum	4,3%	12,2%	8,0%	-	-
Preço Bom	16,7%	4,1%	8,0%	16,7%	-
Tradição	2,2%	0,8%	2,0%	-	-
Variedade Boa	5,1%	4,1%	4,0%	-	-
Sim Total	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%

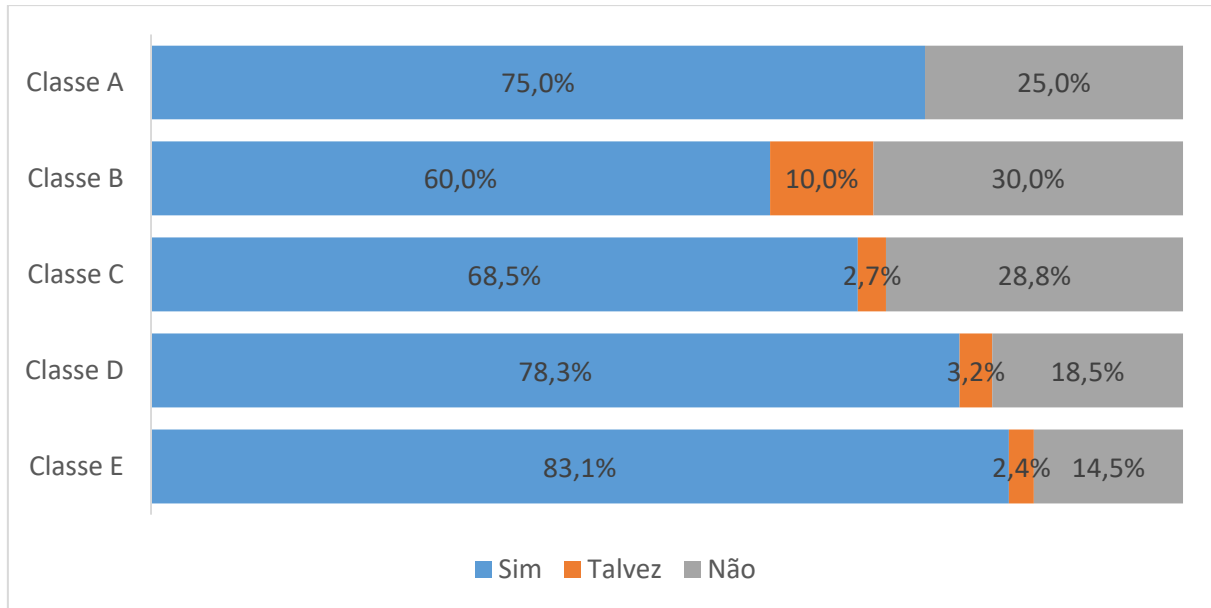
**Tabela 38: NÃO – Compra Produtos de Beleza e Estética em Naviraí**

NÃO - Compra Produtos de Beleza e Estética em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Comodidade	4,2%	-	-	-	-
Não Compra	25,0%	17,2%	9,5%	-	-
Nenhum	12,5%	10,3%	-	33,3%	-
Outros	-	3,4%	-	-	-
Caro	50,0%	44,8%	76,2%	33,3%	100,0%
Variedade Ruim	8,3%	24,1%	14,3%	33,3%	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Tabela 39: TALVEZ – Compra Produtos de Beleza e Estética em Naviraí**

TALVEZ - Compra Produtos de Beleza e Estética em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	-	20,0%	-	-	-
Confiança	-	20,0%	-	-	-
Pesquisa de Preço	75,0%	20,0%	100,0%	-	-
Variedade Ruim	25,0%	40,0%	-	100,0%	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

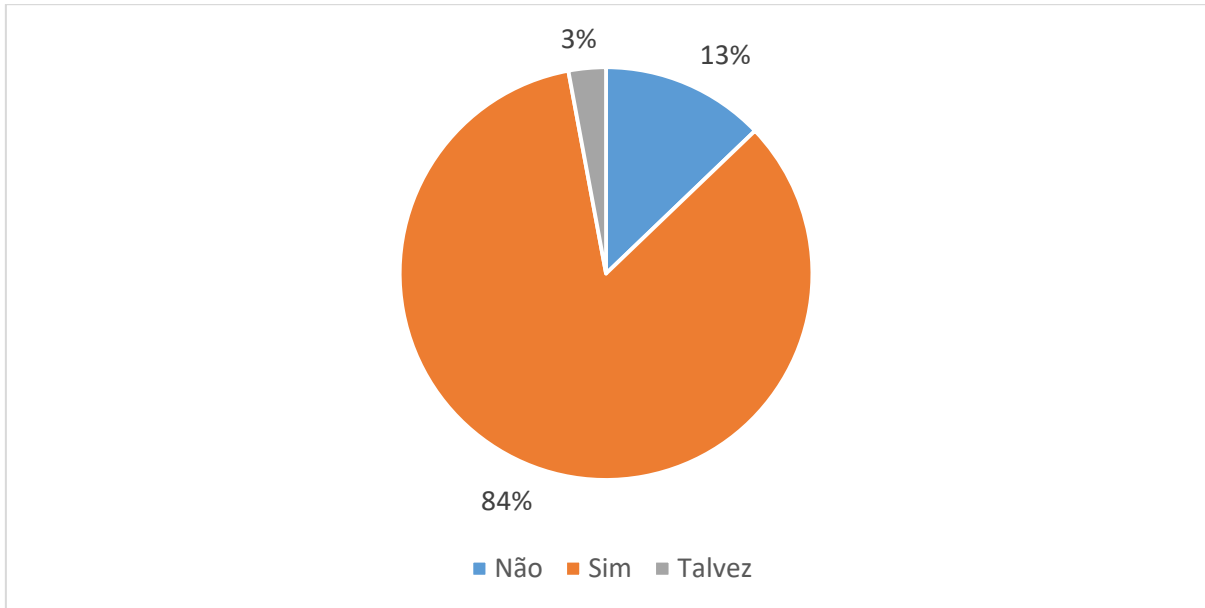
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 72.

**Figura 72: Compra de Produtos de Beleza e Estética em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.14 Material de Construção e Reforma

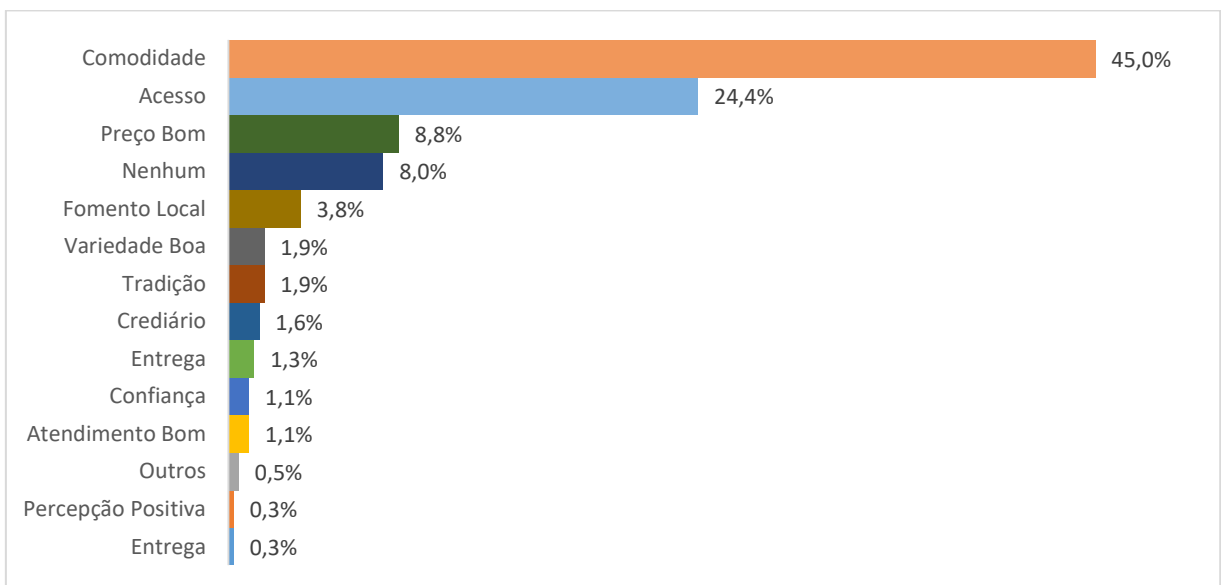
A partir da indagação, se precisasse de material de construção e reforma, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 73.

**Figura 73: Compraria Material de Construção e Reforma em Naviraí**



Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 74.

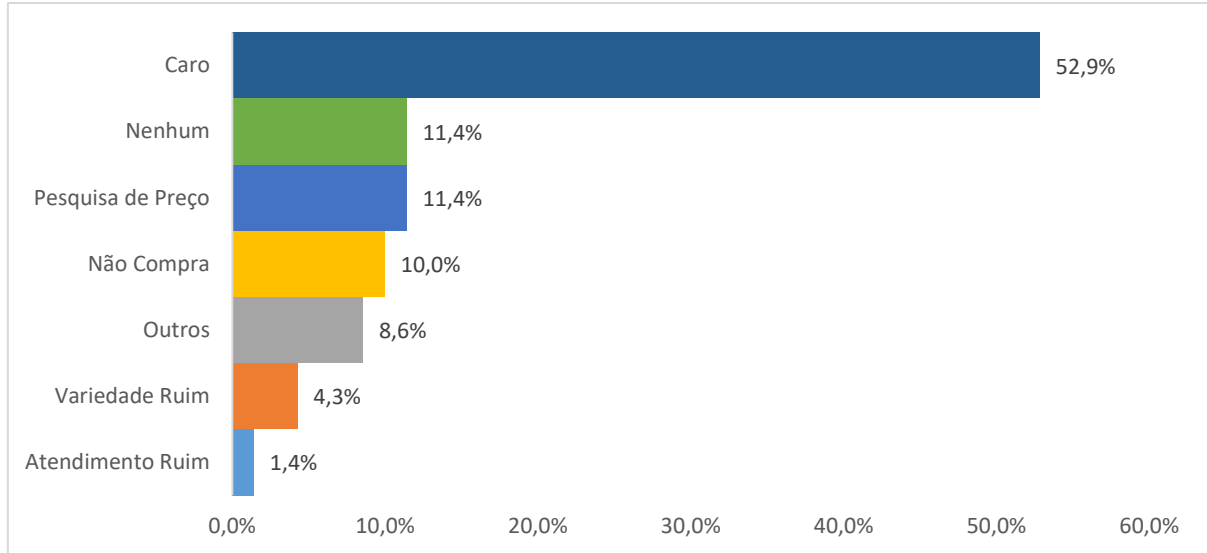
**Figura 74: Motivos para a Compra de Material de Construção e Reforma em Naviraí**





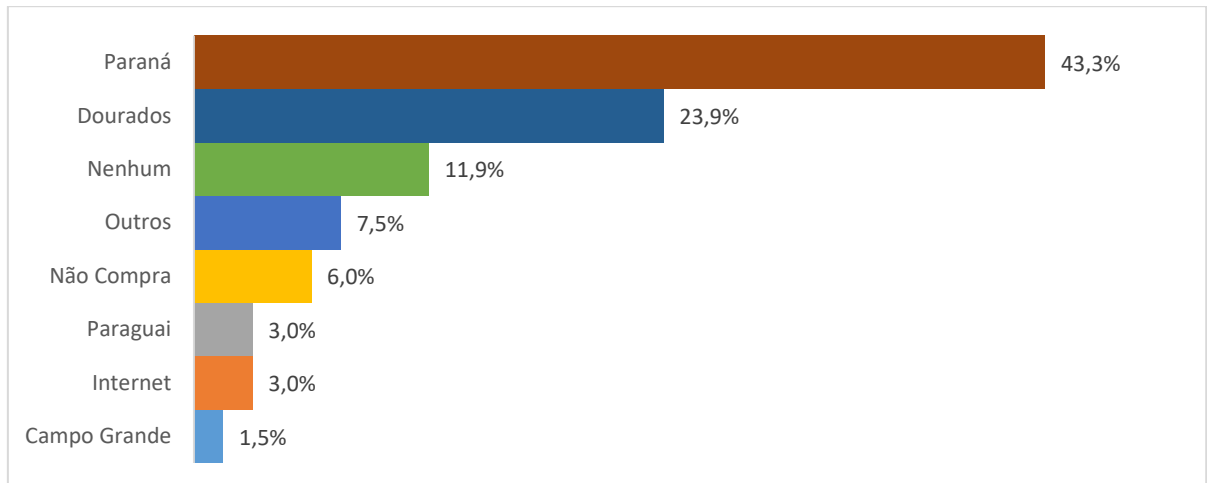
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 75.

**Figura 75: Motivos para Não Compra ou Talvez de Material de Construção e Reforma em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 76.

**Figura 76: Locais Preferidos para a Compra de Material de Construção e Reforma**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de material de construção e reforma em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 40, 41 e 42.

**Tabela 40: SIM – Compra Material de Construção e Reforma em Naviraí**

SIM - Compra de Materiais de Construção e Reforma em Naviraí					
	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	18,1%	28,9%	27,4%	37,5%	25,0%
Atendimento Bom	0,7%	0,8%	3,2%	-	-
Comodidade	43,8%	44,5%	46,8%	50,0%	25,0%
Confiança	2,1%	0,8%	-	-	-
Credíário	2,8%	-	1,6%	-	-
Entrega	4,2%	-	-	-	-
Fomento Local	2,8%	2,3%	4,8%	12,5%	50,0%
Nenhum	4,9%	13,3%	6,5%	-	-
Outros	1,4%	-	-	-	-
Percepção Positiva	0,7%	-	-	-	-
Preço Bom	13,2%	6,3%	6,5%	-	-
Tradição	3,5%	0,8%	1,6%	-	-
Variedade Boa	2,1%	2,3%	1,6%	-	-
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

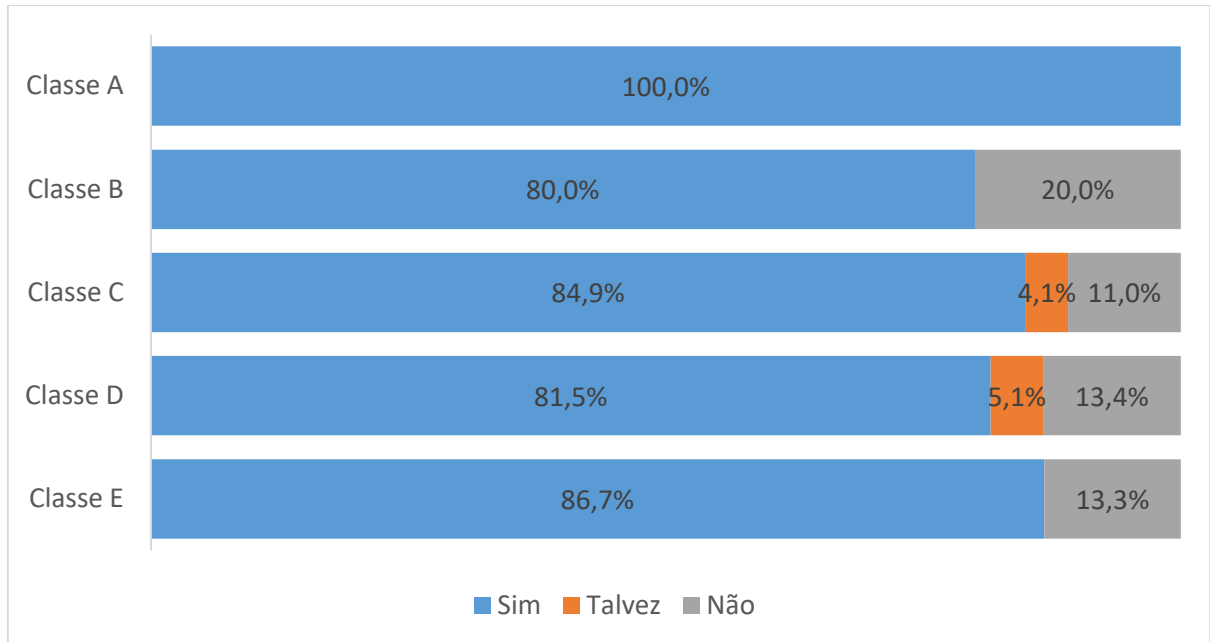
**Tabela 41: NÃO – Compra Material de Construção e Reforma em Naviraí**

NÃO - Compra de Materiais de Construção e Reforma em Naviraí					
	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Não Compra	22,7%	4,8%	-	-	-
Nenhum	18,2%	9,5%	-	50,0%	-
Outros	13,6%	4,8%	-	-	-
Caro	40,9%	81,0%	100,0%	50,0%	-
Variedade Ruim	4,5%	-	-	-	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

**Tabela 42: TALVEZ – Compra Material de Construção e Reforma em Naviraí**

TALVEZ - Compra de Materiais de Construção e Reforma em Naviraí					
	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	-	12,5%	-	-	-
Atendimento Ruim	-	12,5%	-	-	-
Pesquisa de Preço	-	62,5%	100,0%	-	-
Variedade Ruim	-	12,5%	-	-	-
Talvez Total	-	100,0%	100,0%	-	-

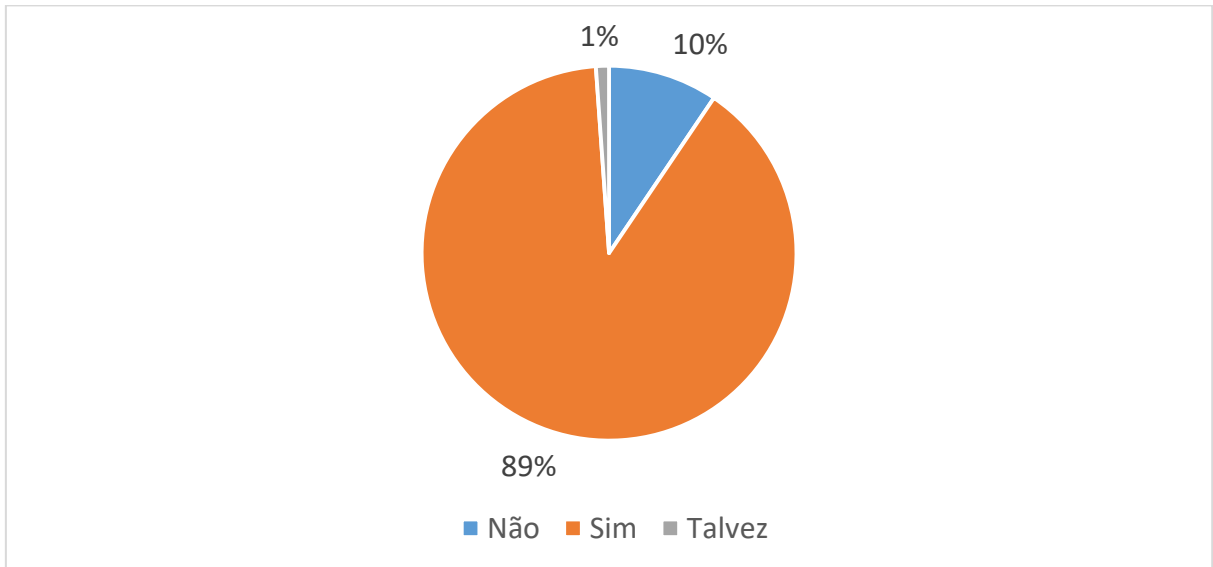
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 77.

**Figura 77: Compra de Material de Construção e Reforma em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.15 Manutenção para Casa

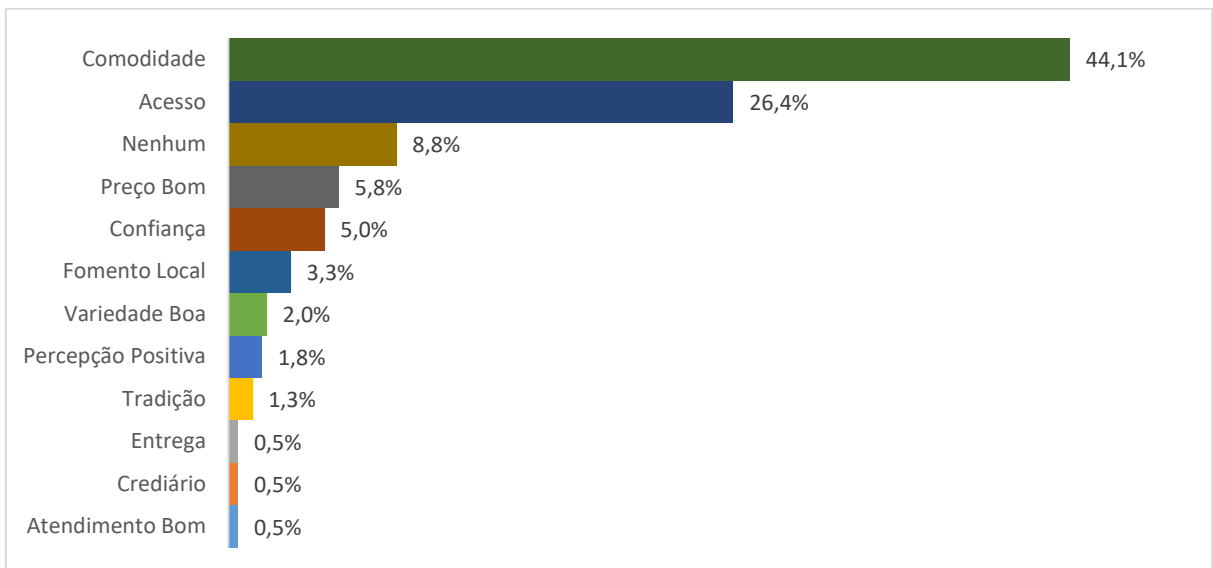
A manutenção para casa inclui serviços de jardinagem, pedreiro, encanador, entre outros. A partir da indagação, se precisasse de manutenção para casa, contrataria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 78.

**Figura 78: Contrataria Manutenção para Casa em Naviraí**



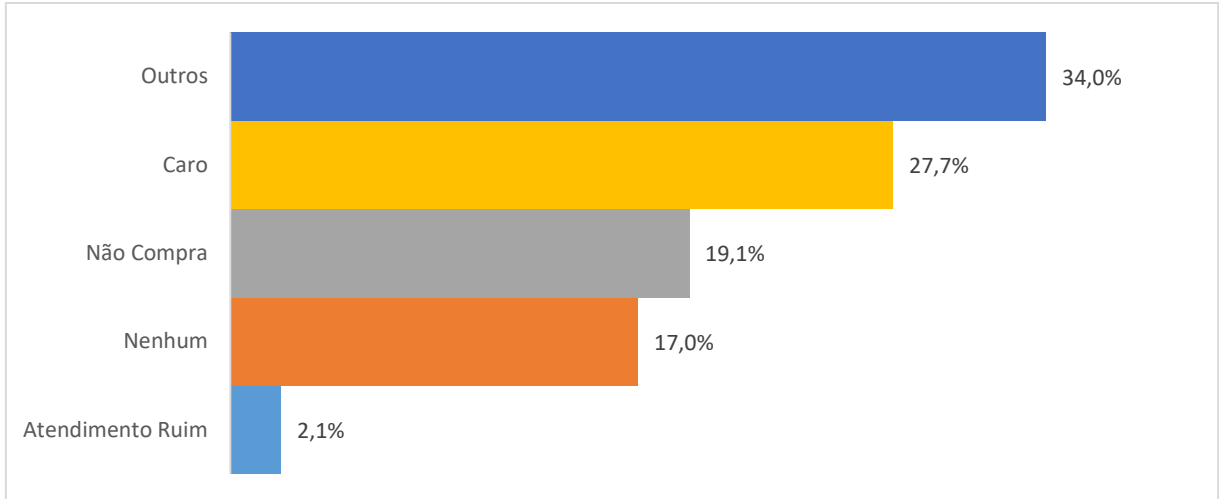
Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 79.

**Figura 79: Motivos para a Contratação de Manutenção para Casa em Naviraí**



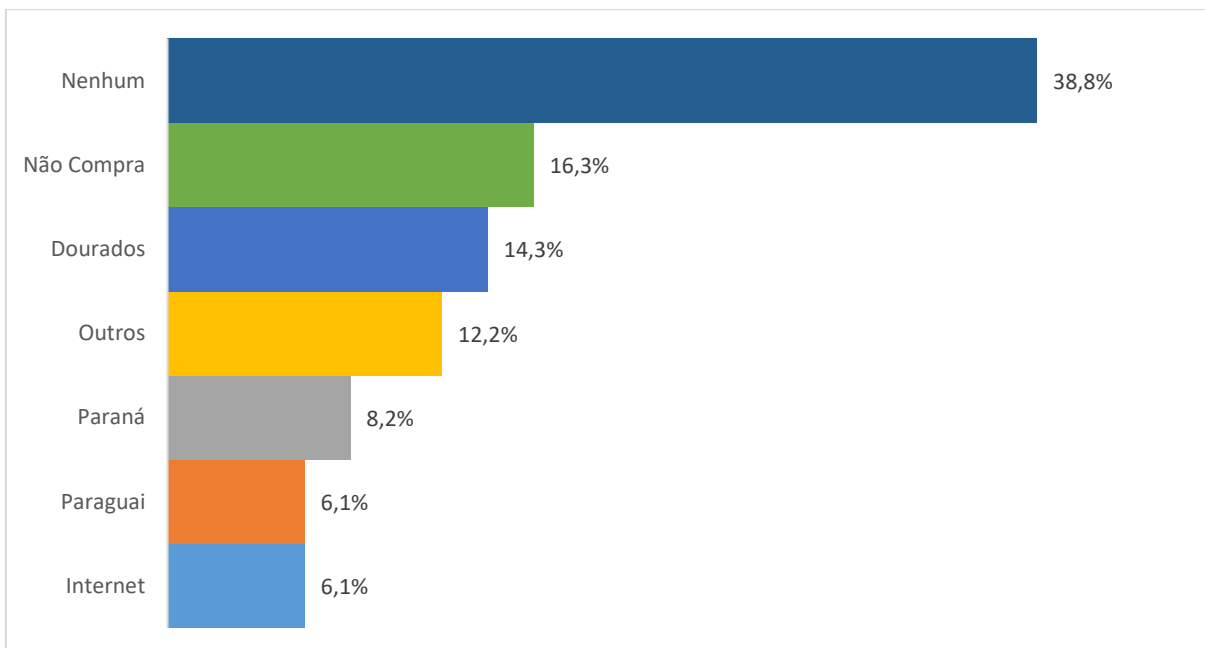
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 80.

**Figura 80: Motivos para Não Contratação ou Talvez de Manutenção para Casa em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a contratação são apresentados na figura 81.

**Figura 81: Locais Preferidos para a Contratação de Manutenção para Casa**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de manutenção para casa em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 43, 44 e 45.

**Tabela 43: SIM – Contratação de Manutenção para Casa em Naviraí**

SIM - Contrata Manutenção da Casa em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Acesso	20,6%	30,6%	28,4%	33,3%	25,0%
Atendimento Bom	0,7%	-	-	-	-
Comodidade	44,0%	44,4%	44,8%	55,6%	25,0%
Confiança	6,4%	3,5%	7,5%	-	-
Atendimento Bom	-	-	1,5%	-	-
Crediário	1,4%	-	-	-	-
Entrega	0,7%	-	-	-	-
Fomento Local	2,1%	2,8%	3,0%	11,1%	50,0%
Nenhum	6,4%	12,5%	7,5%	-	-
Percepção Positiva	2,1%	0,7%	3,0%	-	-
Preço Bom	9,9%	3,5%	3,0%	-	-
Tradição	2,1%	0,7%	1,5%	-	-
Variedade Boa	3,5%	1,4%	-	-	-
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

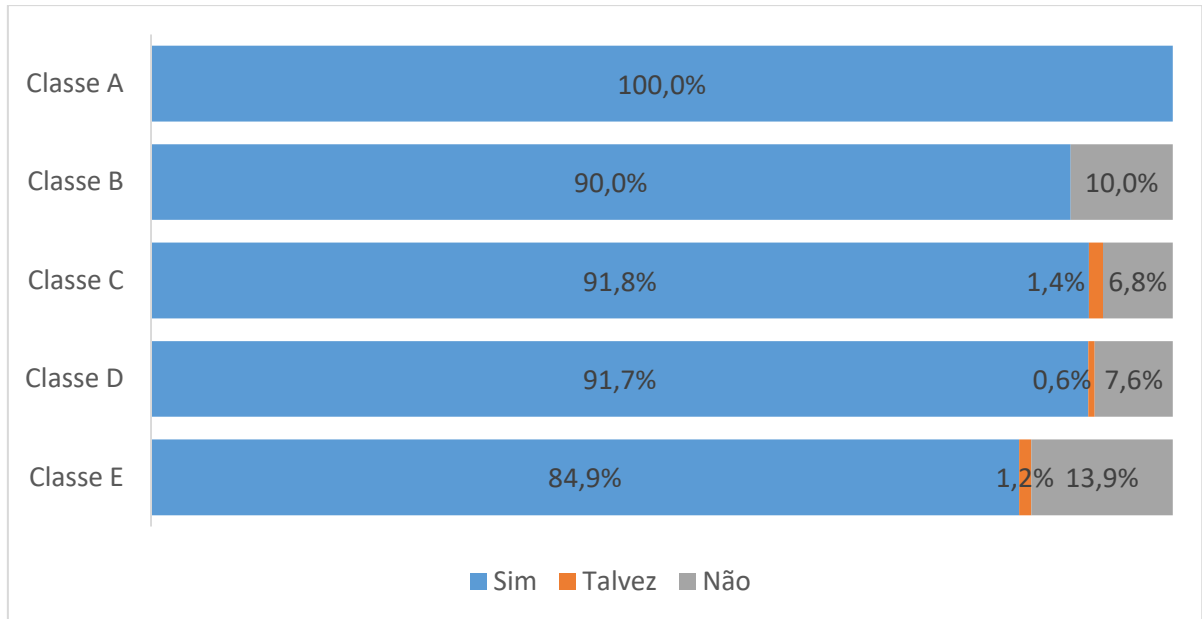
**Tabela 44: NÃO – Contratação de Manutenção para Casa em Naviraí**

NÃO - Contrata Manutenção da Casa em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Não Compra	26,1%	8,3%	-	-	-
Nenhum	17,4%	16,7%	-	100,0%	-
Outros	30,4%	33,3%	60,0%	-	-
Caro	26,1%	41,7%	40,0%	-	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

**Tabela 45: TALVEZ – Contratação de Manutenção para Casa em Naviraí**

TALVEZ - Contrata Manutenção da Casa em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Outros	-	100,0%	-	-	-
Atendimento Ruim	-	-	100,0%	-	-
Não Compra	100,0%	-	-	-	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	-	-

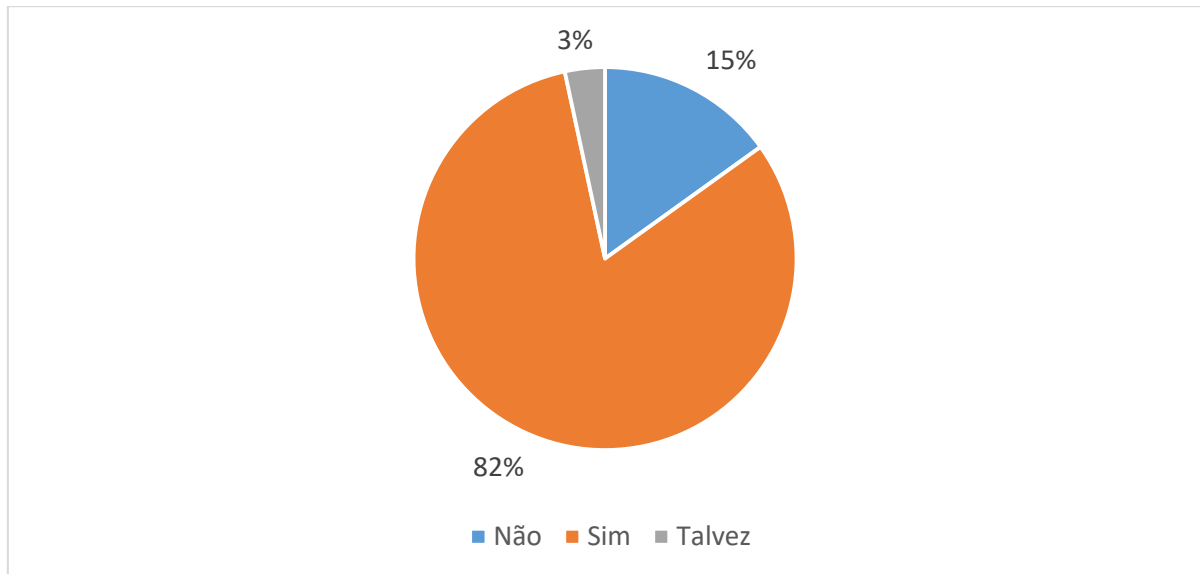
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 82.

**Figura 82: Contratação de Manutenção para Casa em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.16 Material Escolar e de Escritório

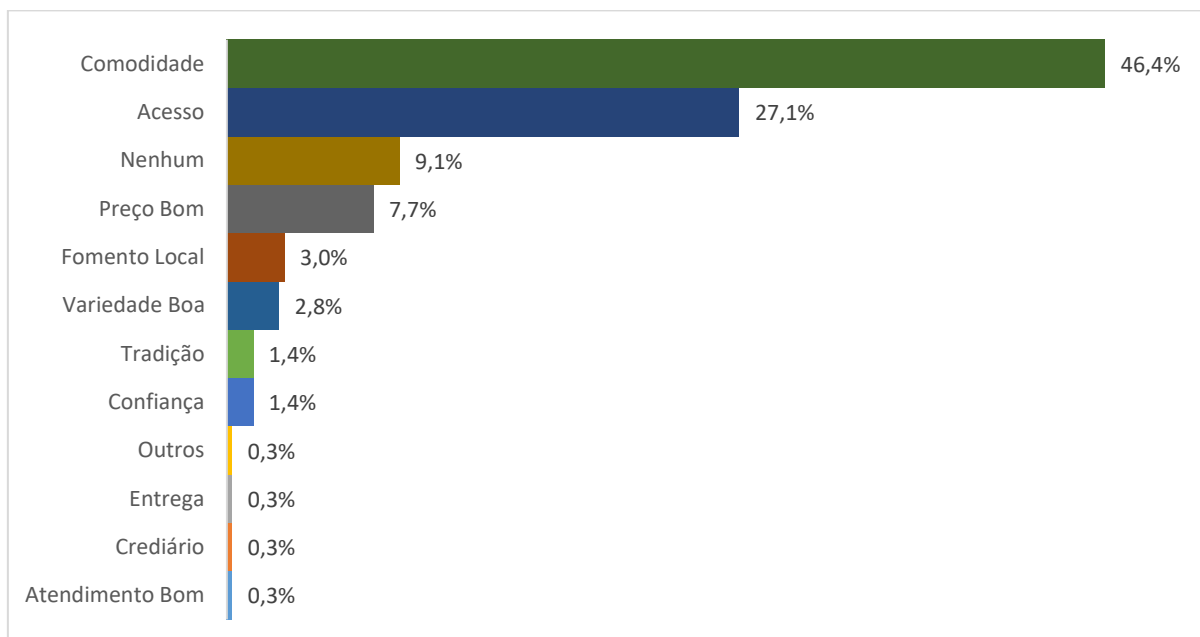
A partir da indagação, se precisasse de material escolar e de escritório, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 83.

**Figura 83: Compraria Material Escolar e de Escritório em Naviraí**



Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 84.

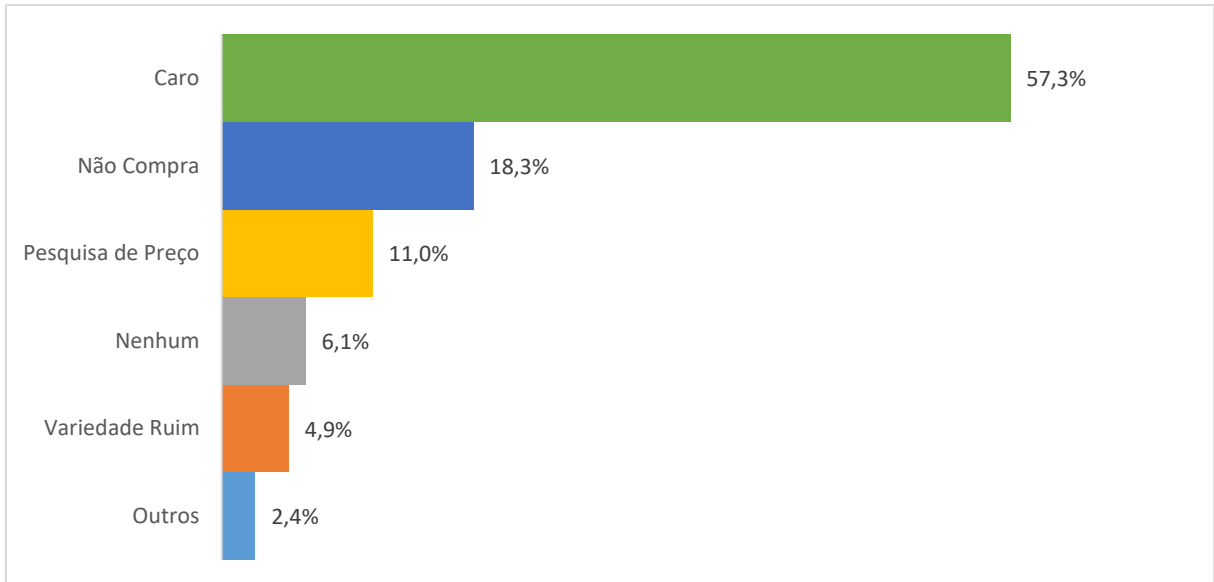
**Figura 84: Motivos para a Compra de Material Escolar e de Escritório em Naviraí**





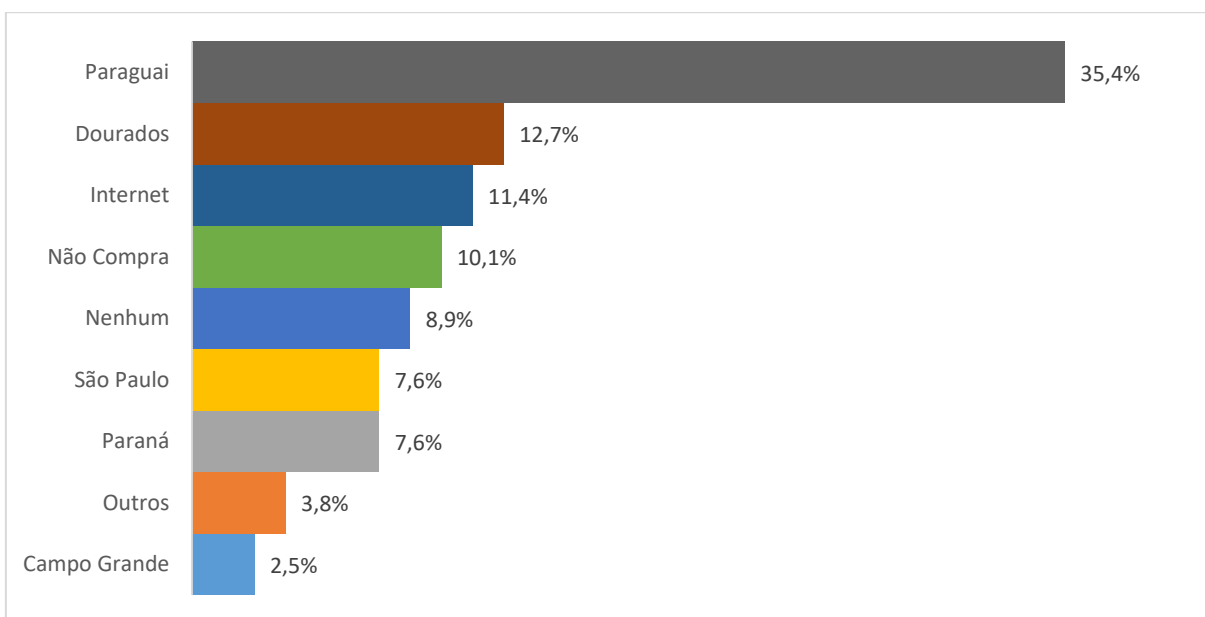
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 85.

**Figura 85: Motivos para Não Compra ou Talvez de Material Escolar e de Escritório em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 86.

**Figura 86: Locais Preferidos para a Compra de Material Escolar e de Escritório**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de material escolar e de escritório em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 46, 47 e 48.

**Tabela 46: SIM – Compra Material Escolar e de Escritório em Naviraí**

SIM - Compra de Material Escolar e de Escritório em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Atendimento Bom	0,7%	-	-	-	-
Crediarío	0,7%	-	-	-	-
Entrega	0,7%	-	-	-	-
Outros	0,7%	-	-	-	-
Confiança	2,1%	0,8%	1,8%	-	-
Tradição	2,1%	0,8%	1,8%	-	-
Variedade Boa	3,6%	1,6%	3,5%	-	-
Fomento Local	2,1%	2,4%	1,8%	25,0%	50,0%
Preço Bom	12,1%	4,8%	5,3%	-	-
Nenhum	5,7%	14,3%	7,0%	-	-
Acesso	22,9%	31,0%	29,8%	25,0%	25,0%
Comodidade	46,4%	44,4%	49,1%	50,0%	25,0%
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

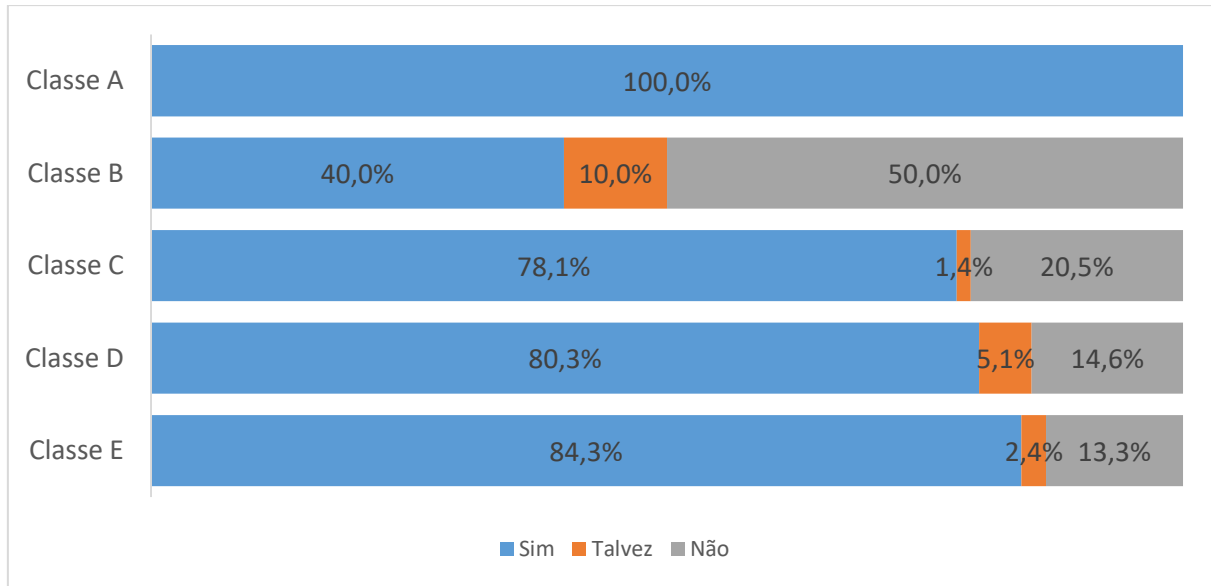
**Tabela 47: NÃO – Compra Material Escolar e de Escritório em Naviraí**

NÃO - Compra de Material Escolar e de Escritório em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Variedade Ruim	-	8,7%	6,7%	-	-
Nenhum	9,1%	8,7%	-	20,0%	-
Não Compra	22,7%	17,4%	6,7%	20,0%	-
Caro	68,2%	65,2%	86,7%	60,0%	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

**Tabela 48: TALVEZ – Compra Material Escolar e de Escritório em Naviraí**

TALVEZ - Compra de Material Escolar e de Escritório em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Outros	-	12,5%	-	-	-
Comodidade	25,0%	-	-	-	-
Variedade Ruim	-	12,5%	-	-	-
Não Compra	50,0%	-	-	-	-
Pesquisa de Preço	25,0%	75,0%	100,0%	100,0%	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	-	-

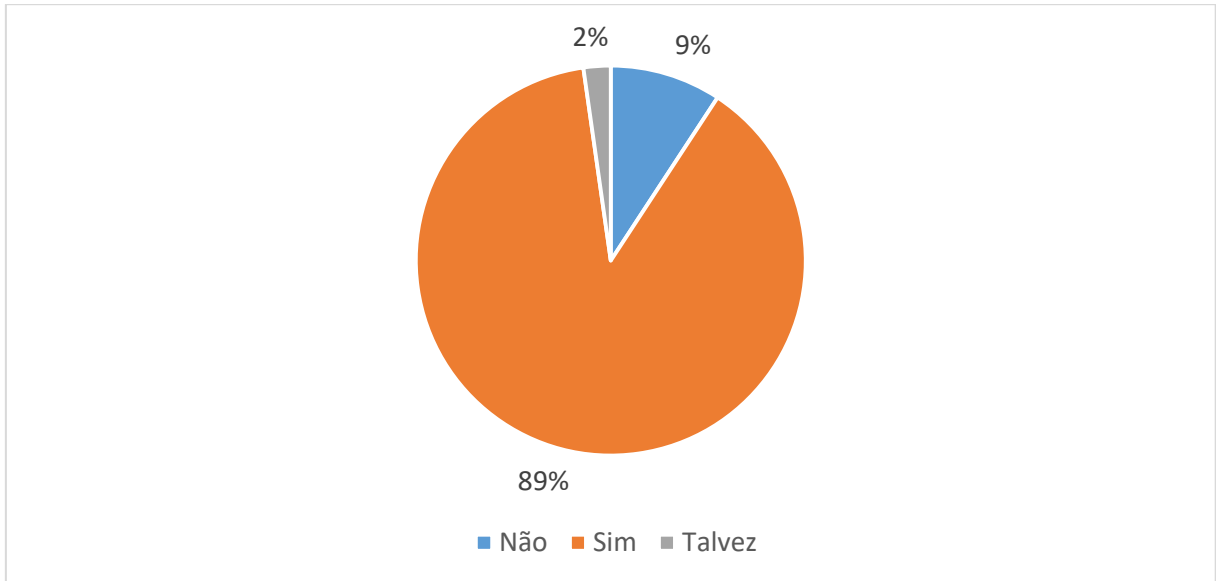
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 87.

**Figura 87: Compra de Material Escolar e de Escritório em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.17 Combustível

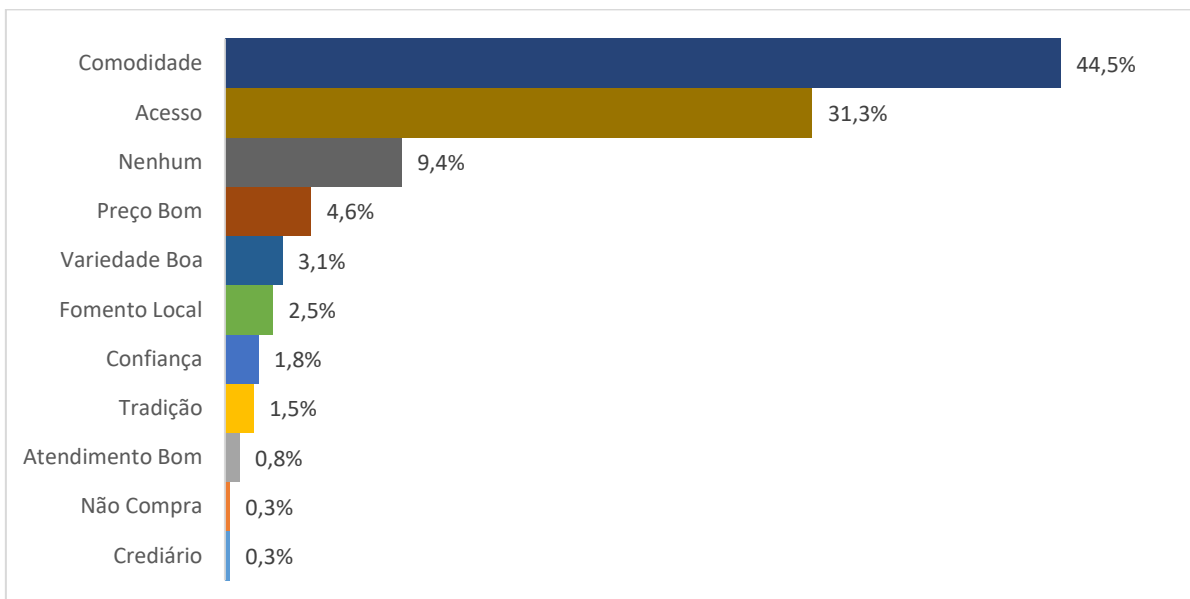
A partir da indagação, se precisasse de combustível, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 88.

**Figura 88: Compraria Combustível em Naviraí**



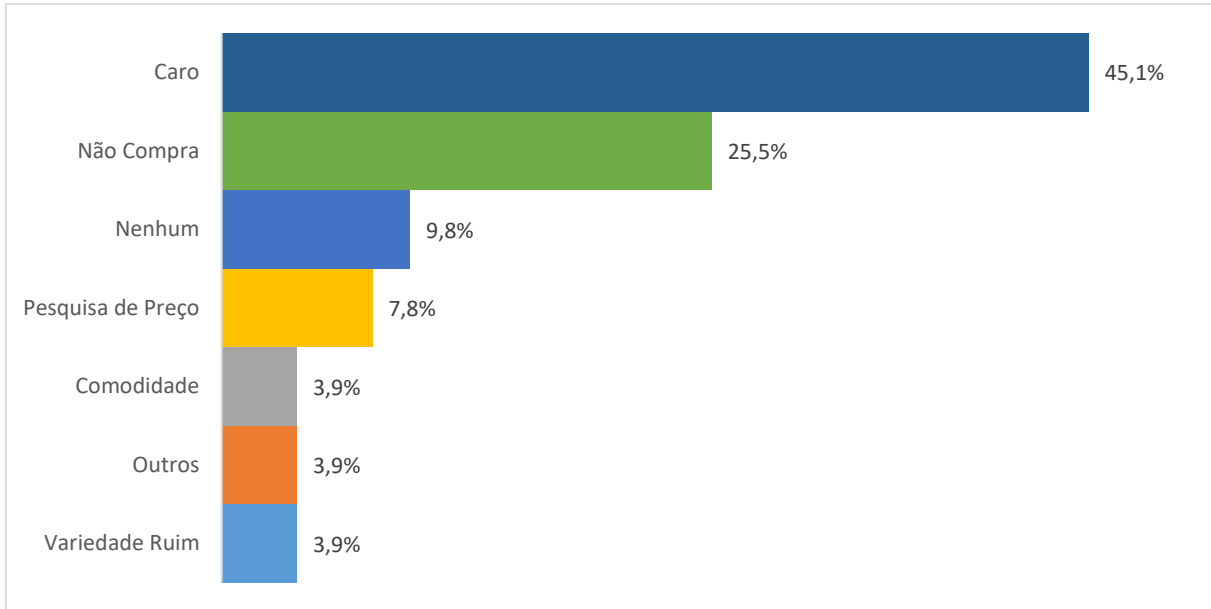
Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 89.

**Figura 89: Motivos para a Compra de Combustível em Naviraí**



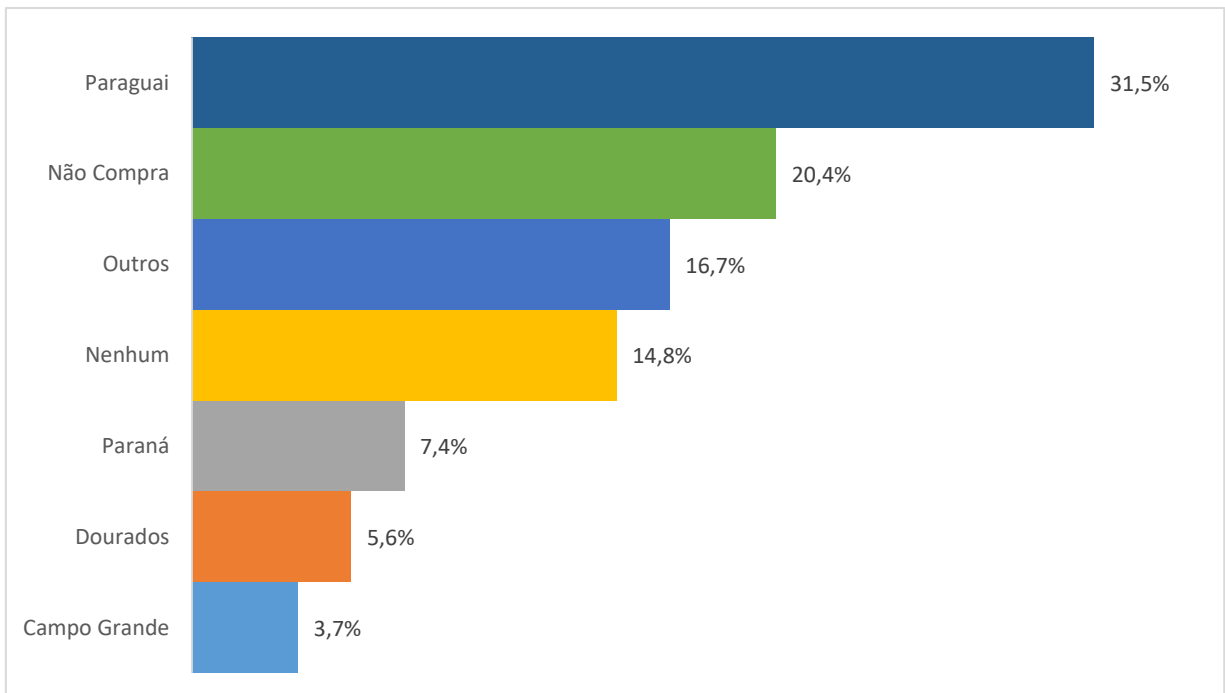
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 90.

**Figura 90: Motivos para Não Compra ou Talvez de Combustível em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 91.

**Figura 91: Locais Preferidos para a Compra de Combustível**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de combustível em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 49, 50 e 51.

**Tabela 49: SIM – Compra Combustível em Naviraí**

SIM - Compra Combustível em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Credário	0,7%	-	-	-	-
Não Compra	0,7%	-	-	-	-
Atendimento Bom	0,7%	1,4%	-	-	-
Tradição	2,8%	0,7%	1,5%	-	-
Confiança	4,3%	0,7%	-	-	-
Fomento Local	1,4%	2,1%	1,5%	12,5%	50,0%
Variedade Boa	1,4%	6,2%	1,5%	-	-
Preço Bom	6,4%	4,1%	3,0%	-	-
Nenhum	7,8%	11,7%	7,6%	-	-
Acesso	28,4%	31,7%	39,4%	25,0%	25,0%
Comodidade	44,7%	41,4%	45,5%	62,5%	25,0%
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

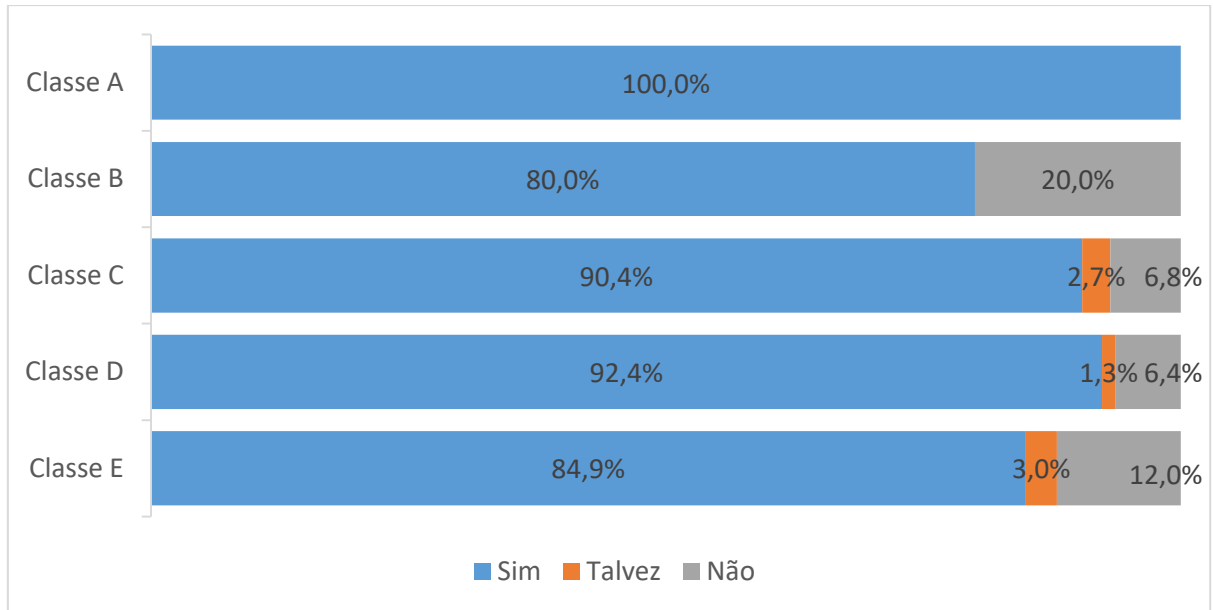
**Tabela 50: NÃO – Compra Combustível em Naviraí**

NÃO - Compra Combustível em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Variedade Ruim	5,0%	10,0%	-	-	-
Nenhum	20,0%	-	-	50,0%	-
Não Compra	50,0%	10,0%	-	-	-
Preço Ruim	30,0%	80,0%	100,0%	50,0%	-
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

**Tabela 51: TALVEZ – Compra Combustível em Naviraí**

TALVEZ - Compra Combustível em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Comodidade	20,0%	-	-	-	-
Acesso	-	50,0%	50,0%	-	-
Não Compra	40,0%	-	-	-	-
Pesquisa de Preço	40,0%	50,0%	50,0%	-	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	-	-

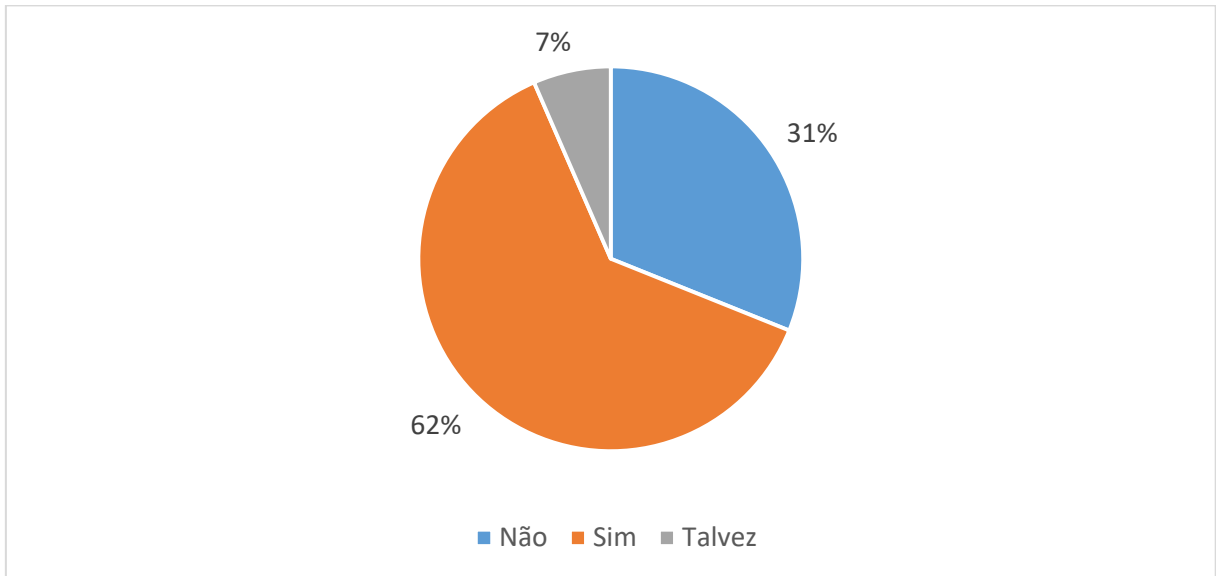
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 92.

**Figura 92: Compra de Combustível em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.18 Peças e Manutenção de Veículos

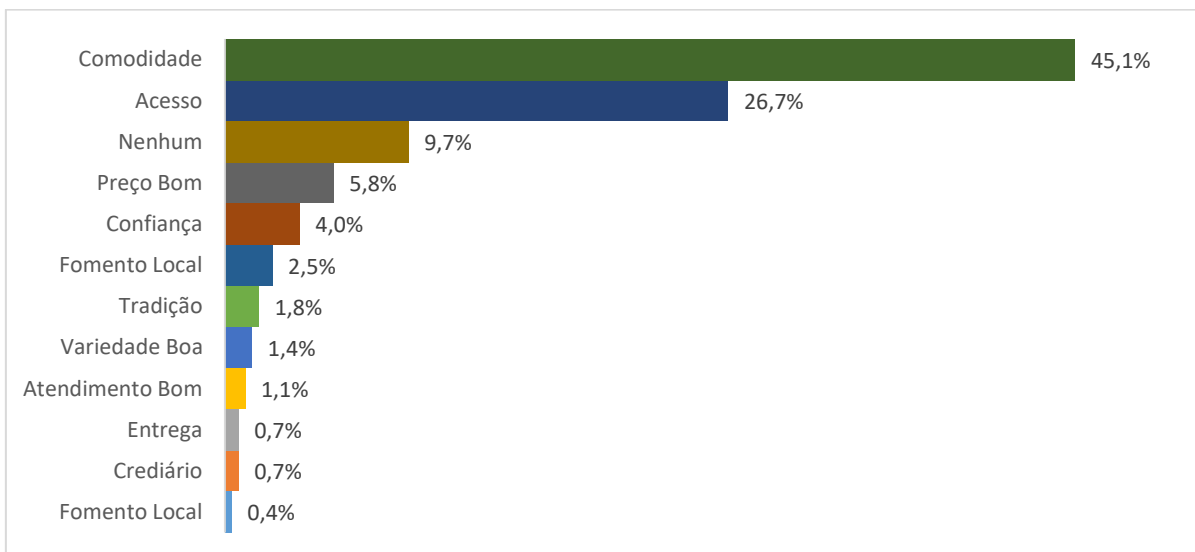
Peças e manutenção de veículos envolvem pneus e autopeças. A partir da indagação, se precisasse de peças e manutenção de veículos, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 93.

**Figura 93: Compraria Peças e Manutenção de Veículos em Naviraí**



Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 94.

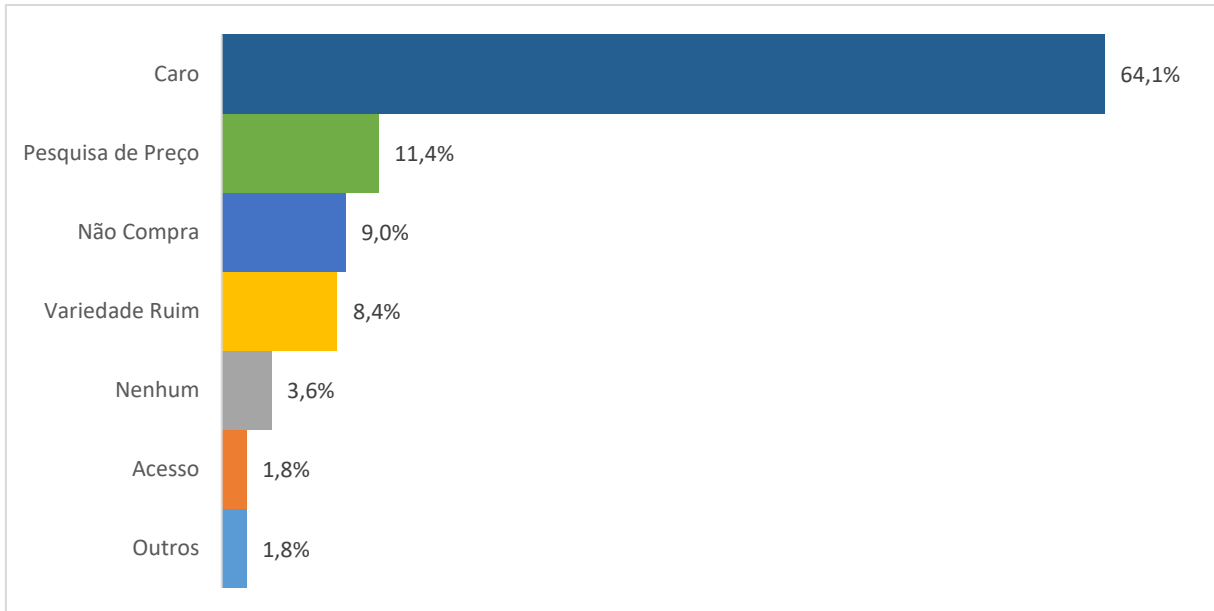
**Figura 94: Motivos para a Compra de Peças e Manutenção de Veículos em Naviraí**





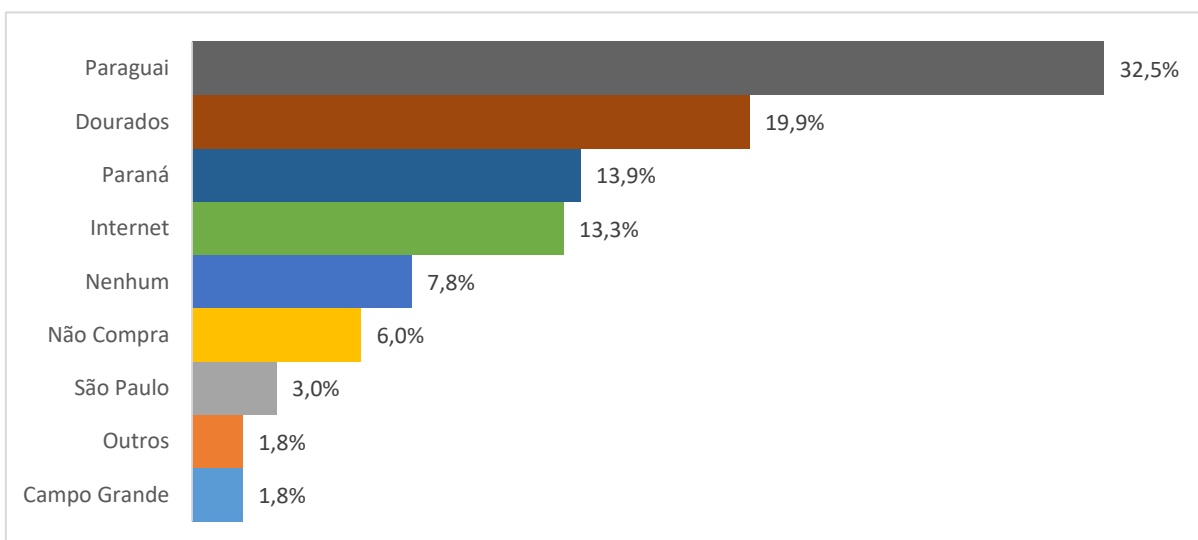
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 95.

**Figura 95: Motivos para Não Compra ou Talvez de Peças e Manutenção de Veículos em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 96.

**Figura 96: Locais Preferidos para a Compra de Peças e Manutenção de Veículos em Naviraí**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de peças e manutenção de veículos em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 52, 53 e 54.

**Tabela 52: SIM – Compra Peças e Manutenção de Veículos em Naviraí**

SIM - Compra Peças e Manutenção de Veículos em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Atendimento Bom	1,8%	-	-	-	-
Crediarío	0,9%	1,1%	-	-	-
Entrega	1,8%	-	-	-	-
Variedade Boa	1,8%	1,1%	2,3%	-	-
Tradição	2,7%	1,1%	2,3%	-	-
Fomento Local	0,9%	3,3%	-	50,0%	66,7%
Confiança	6,4%	2,2%	4,7%	-	-
Preço Bom	8,2%	4,3%	4,7%	-	-
Nenhum	7,3%	14,1%	9,3%	-	-
Acesso	20,0%	27,2%	37,2%	-	33,3%
Comodidade	48,2%	45,7%	39,5%	50,0%	-
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

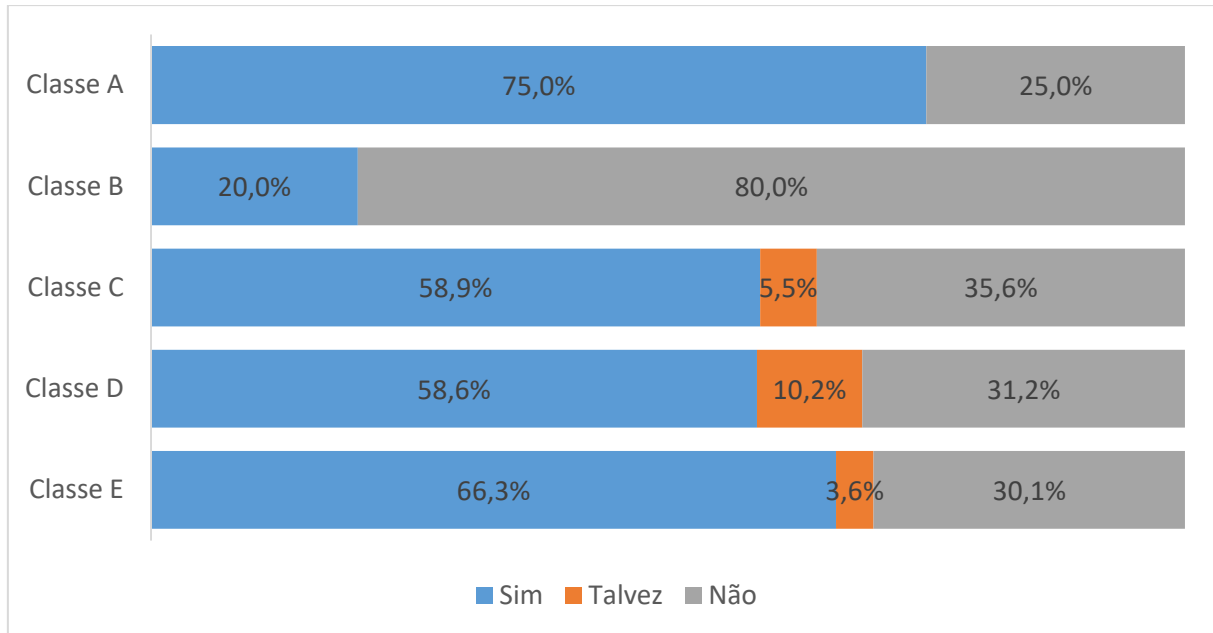
**Tabela 53: NÃO – Compra Peças e Manutenção de Veículos em Naviraí**

NÃO - Compra Peças e Manutenção de Veículos em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Outros	2,0%	-	-	-	-
Nenhum	10,0%	-	-	12,5%	-
Variedade Ruim	4,0%	2,0%	19,2%	25,0%	-
Não Compra	22,0%	4,1%	-	-	-
Caro	62,0%	93,9%	80,8%	62,5%	100,0%
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-

**Tabela 54: TALVEZ – Compra Peças e Manutenção de Veículos em Naviraí**

TALVEZ - Compra Peças e Manutenção de Veículos em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Disponibilidade	-	6,3%	-	-	-
Não Compra	16,7%	-	-	-	-
Outros	-	18,8%	-	-	-
Variedade Ruim	-	12,5%	-	-	-
Pesquisa de Preço	83,3%	62,5%	-	-	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	-	-	-

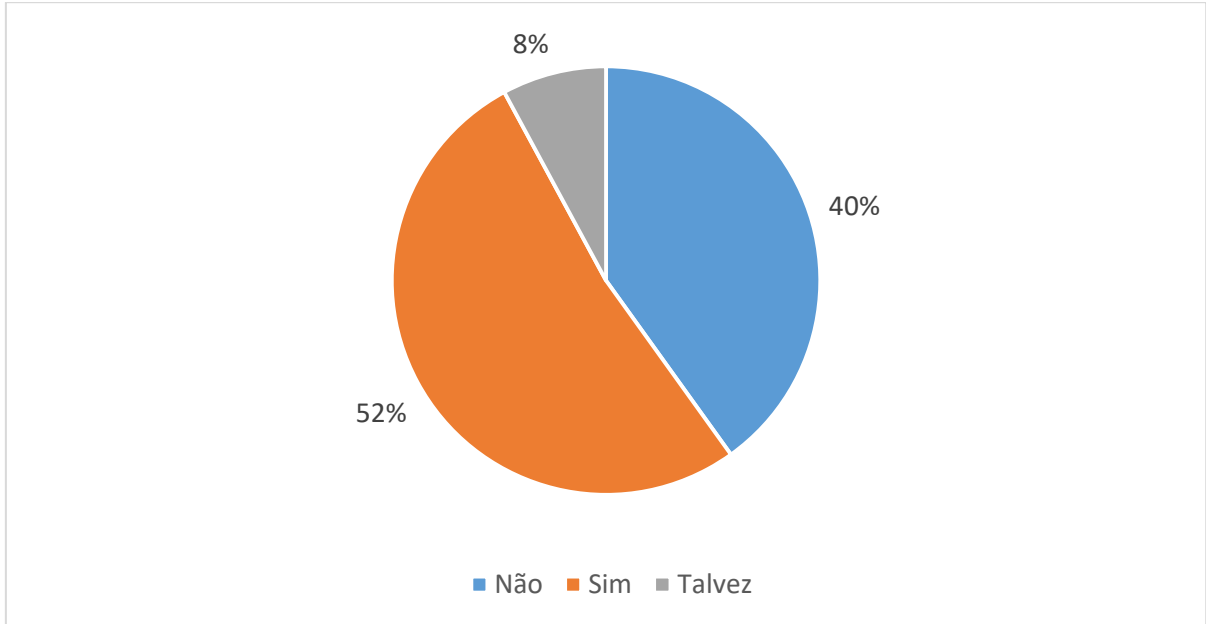
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 97.

**Figura 97: Compra de Peças e Manutenção de Veículos em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.2.19 Carro, Moto ou Outro Veículo

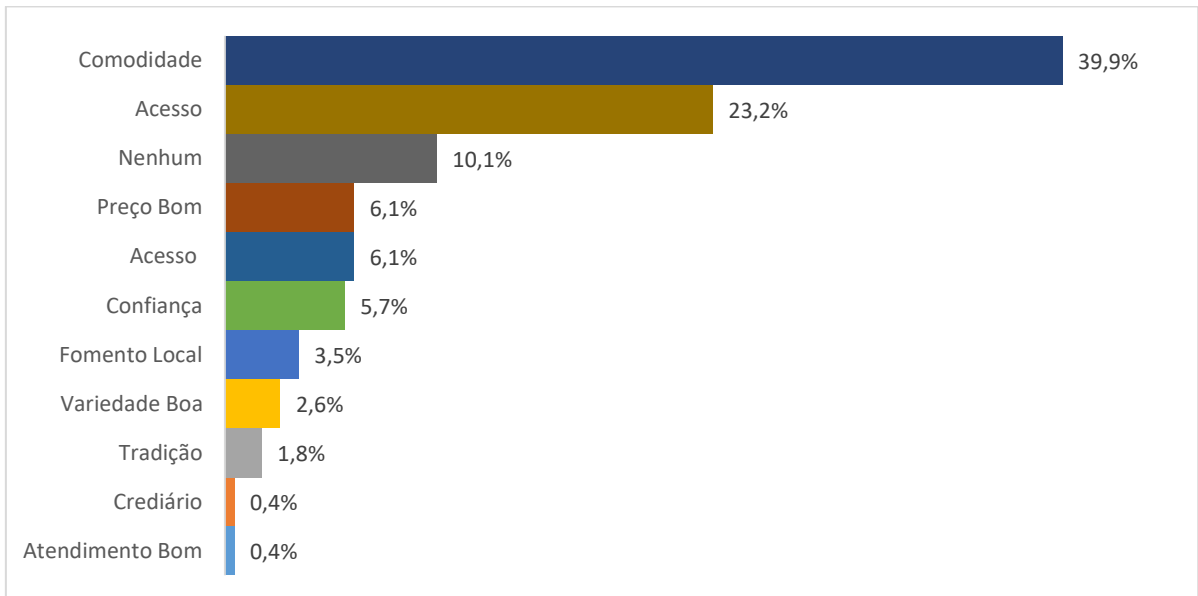
A partir da indagação, se precisasse de carro, moto ou outro veículo, compraria em Naviraí? As respostas foram mostradas na figura 98.

**Figura 98: Compraria Carro, Moto ou Outro Veículo em Naviraí**



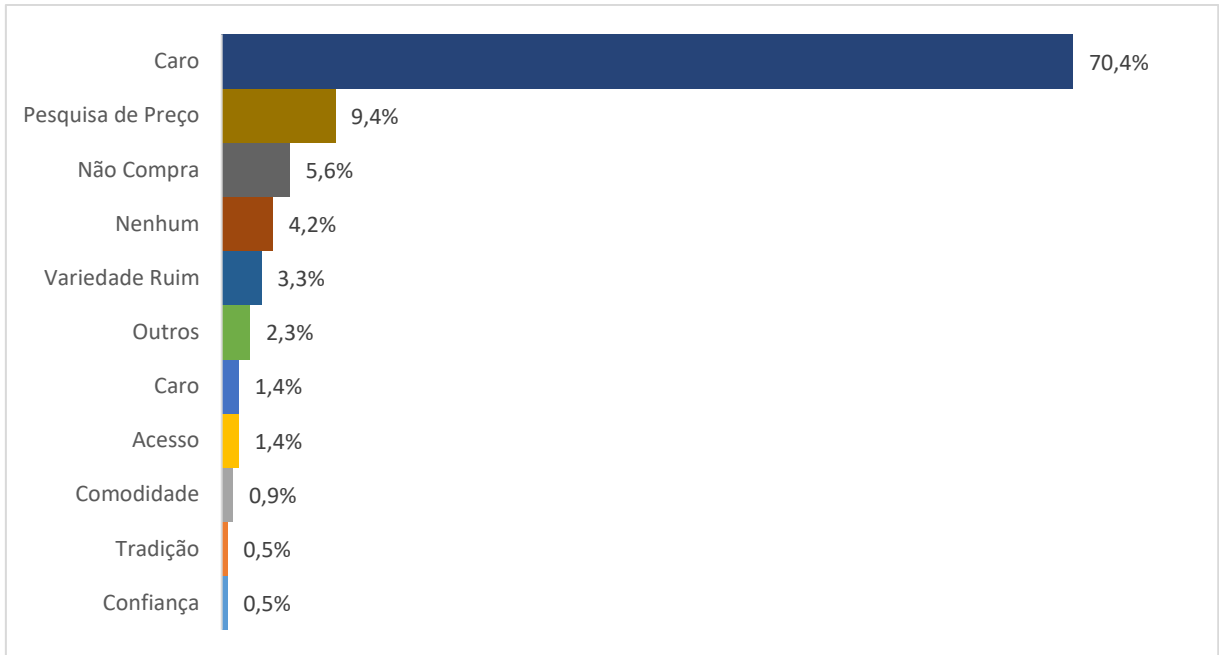
Com relação aos entrevistados que responderam SIM, os motivos citados foram mostrados na figura 99.

**Figura 99: Motivos para a Compra de Carro, Moto ou Outro Veículo em Naviraí**



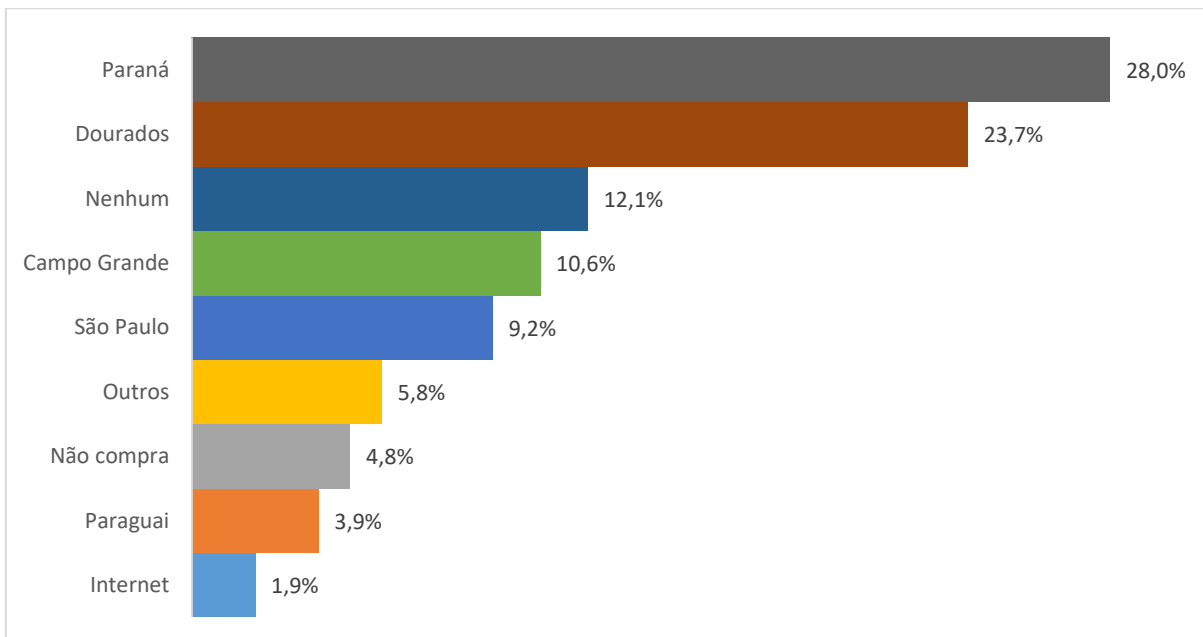
No que se refere aos entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os motivos citados foram mostrados na figura 100.

**Figura 100: Motivos para Não Compra ou Talvez de Carro, Moto ou Outro Veículo em Naviraí**



Dentre os entrevistados que responderam NÃO ou TALVEZ, os locais preferidos para a compra são apresentados na figura 101.

**Figura 101: Locais Preferidos para a Compra de Carro, Moto ou Outro Veículo**



Ao relacionar as motivações dos entrevistados para a compra de carro, moto ou outro veículo em Naviraí, considerando os que responderam SIM, NÃO e TALVEZ, com a faixa de renda destes, os resultados são apresentados nas tabelas 55, 56 e 57.

**Tabela 55: SIM – Compra Carro, Moto ou Outro Veículo em Naviraí**

SIM - Compra Carro, Moto ou Outro Veículo em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Atendimento Bom	1,1%	-	-	-	-
Credciário	1,1%	-	-	-	-
Tradição	2,1%	1,4%	2,7%	-	-
Variedade Boa	6,4%	-	-	-	-
Fomento Local	1,1%	4,1%	-	33,3%	66,7%
Confiança	7,4%	2,7%	8,1%	-	-
Preço Bom	8,5%	2,7%	5,4%	33,3%	-
Nenhum	10,6%	12,2%	10,8%	-	-
Acesso	22,3%	35,1%	32,4%	-	33,3%
Comodidade	39,4%	41,9%	40,5%	33,3%	-
Sim Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

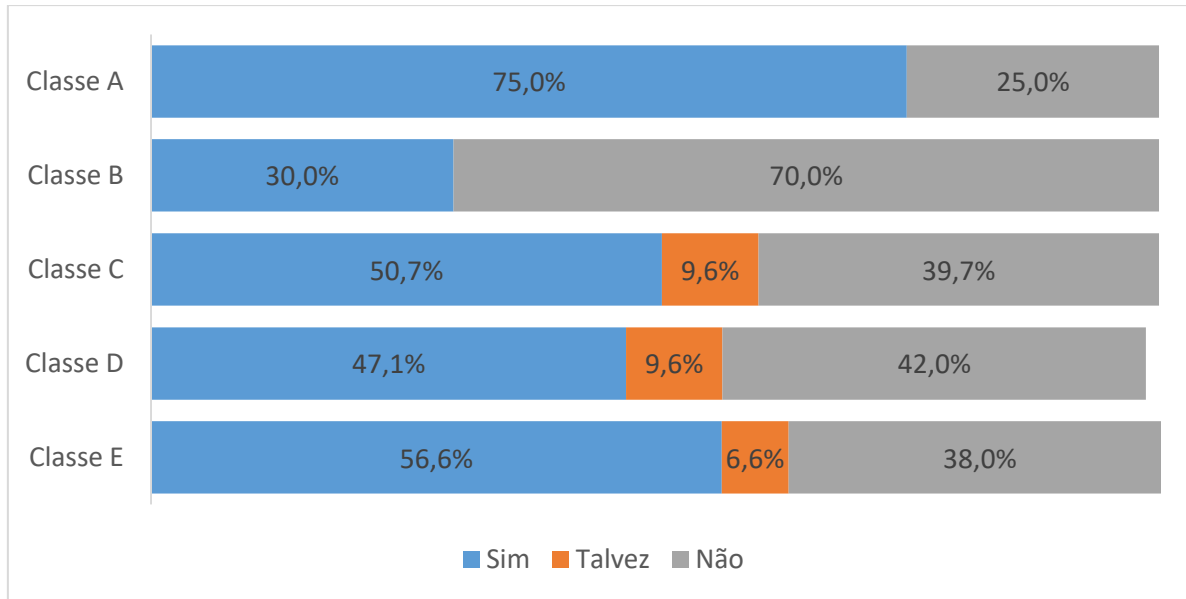
**Tabela 56: NÃO – Compra Carro, Moto ou Outro Veículo em Naviraí**

NÃO - Compra Carro, Moto ou Outro Veículo em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Tradição	-	1,5%	-	-	-
Outros	1,6%	1,5%	3,4%	14,3%	-
Nenhum	6,3%	4,5%	-	14,3%	-
Não Compra	17,5%	-	-	-	-
Variedade Ruim	4,8%	6,1%	13,8%	-	-
Caro	69,8%	86,4%	82,8%	71,4%	100,0%
Não Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Tabela 57: TALVEZ – Compra Carro, Moto ou Outro Veículo em Naviraí**

TALVEZ - Compra Carro, Moto ou Outro Veículo em Naviraí					
Motivação	Classe E	Classe D	Classe C	Classe B	Classe A
Outros	9,1%	13,3%	14,3%	-	-
Variedade Ruim	18,2%	13,3%	42,9%	-	-
Pesquisa de Preço	63,6%	73,3%	42,9%	-	-
Talvez Total	100,0%	100,0%	100,0%	-	-

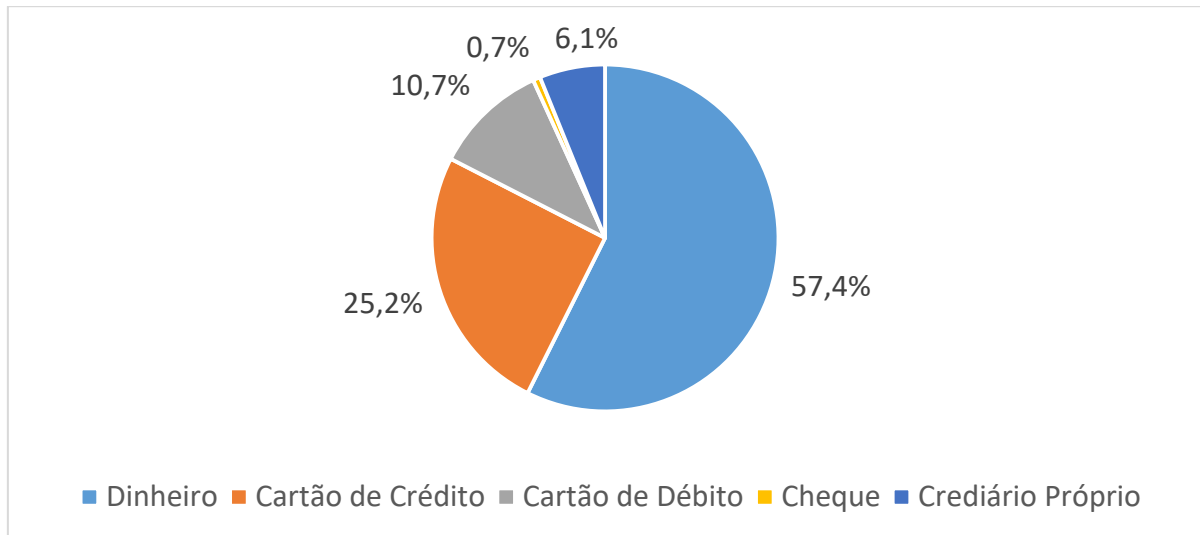
No que concerne somente as respostas por faixa de renda, sem considerar a motivação, os resultados são mostrados na figura 102.

**Figura 102: Compra de Carro, Moto ou Outro Veículo em Naviraí por Faixa de Renda**

### 2.3 ANÁLISE GERAL

Além de cada um dos itens pesquisados, também foi indagado sobre a preferência do consumidor com relação ao pagamento. As respostas foram mostradas na figura 103.

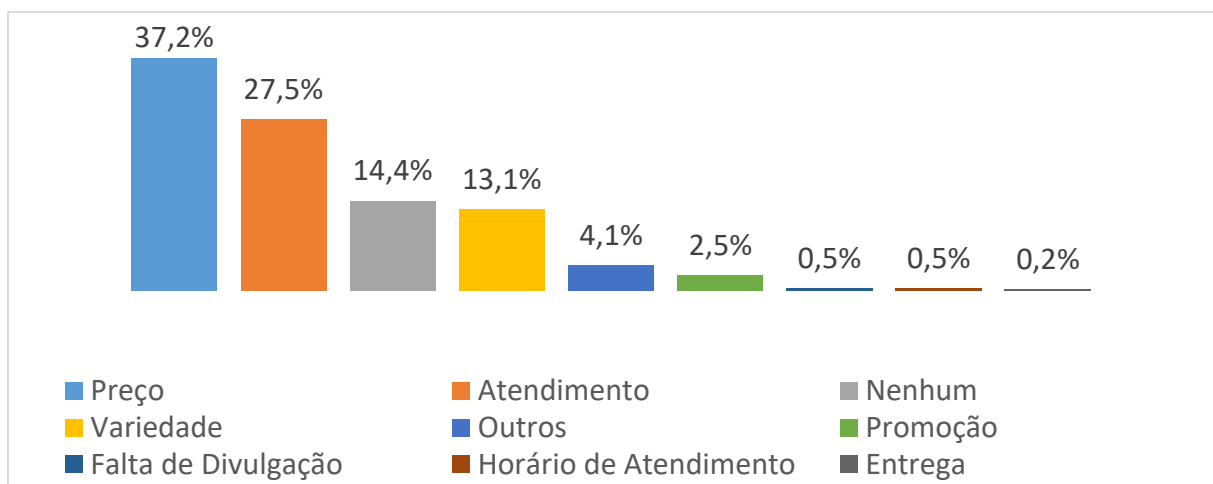
**Figura 103: Preferência para Pagamento**



De modo geral, observa-se que a preferência é pelo pagamento em dinheiro (57,4%). Contudo, os cartões de crédito (25,2) e débito (10,7%) também são relevantes. Apesar disso, ainda existem clientes que preferem o crediário (6,1%).

Também foi pedido para que o entrevistado respondesse: qual o ponto fraco do comércio em Naviraí? As respostas são mostradas na figura 104.

**Figura 104: Ponto Fraco do Comércio em Naviraí**





### **3 CONCLUSÃO**

A presente pesquisa buscou envolver vários segmentos e pode ser vislumbrada como um trabalho inicial para que as empresas conheçam o perfil dos seus clientes e, com base nesse conhecimento, possam desenvolver estratégias mais adequadas para atraí-los. Devido à diversidade de segmentos, é necessária uma análise individual e pormenorizada pelos gestores, considerando as particularidades de cada empresa e seu ambiente competitivo.

Apesar dessa abrangência, muitas informações podem servir de suporte para pesquisas mais específicas, seguindo um direcionamento peculiar. Sendo assim, reitera-se a necessidade de filtrar as informações mais relevantes e adequá-las a cada segmento.