

Características da população de Santa Maria

RAFAEL ILHA¹

JORGE DE ÁVILA²

RENATO RODRIGUES DIAS³

RESUMO

Este artigo objetivou conhecer as características da população urbana de Santa Maria, servindo de base para estudos na área das ciências sociais aplicadas, fornecendo ao mesmo tempo informações relevantes às empresas locais para o ajuste de suas propostas a esse mercado. O estudo realizado em 2003 e os principais resultados evidenciaram a predominância do sexo feminino e da classe “C”, respectivamente com 52% e 37%. O grau de instrução que se destacou foi o ensino fundamental com 27,75%. Destaque-se ainda que a média de pessoas por domicílio é de 3,47% e que a religião católica tem 77,75% de adeptos.

Palavras-chave: características, população, urbanas.

ABSTRACT

This framework had as objective to know the characteristics of urban population of Santa Maria, serving of base for studies in Applied Social Sciences, subsiding at the same time relevant information to the local companies to their adjustment to this market. The study realized in 2003 and the main results evidenced the predominance of the female and the “C” class, respectively with 52% and 37%. The schooling

¹ Acadêmico do Curso de Administração/Ulbra-Santa Maria – Bolsista PROICT/ULBRA

³ Professor – Orientador do Curso de Administração/Ulbra-Santa Maria (renato.dias@ulbra.br)

² Professor do Departamento de Ciências Administrativas/UFSM

degree which pointed out was the fundamental one with 27, 75%. It is also pointed out that the average person per domicile is of 3,47% and the catholic religion has 77,75% of followers.

Key words: characteristics, population, urban.

INTRODUÇÃO

O presente estudo relata a caracterização da população da cidade de Santa Maria e é resultado de pesquisa de marketing realizado durante o ano de 2003. Segundo MALHOTRA (2001, p.45) pesquisa de mercado é a identificação, coleta, análise e disseminação de informações de forma sistemática e objetiva seu uso visando a melhorar a tomada de decisões relacionadas à identificação e solução de problemas e oportunidades de marketing. Os objetivos buscados foram:

- a) Conhecer o perfil socioeconômico da população urbana da Cidade de Santa Maria, servindo de base para estudos na área das ciências sociais aplicadas.
- b) Fornecer às empresas ou organizações locais que tiverem interesse, informações relevantes sobre o mercado em que atuam, facilitando, assim, o ajuste de seus produtos ou serviços a esse mercado.

Os dados foram coletados diretamente no domicílio das pessoas sorteadas na amostra, no período compreendido entre os dias 16 de junho e 11 de julho de 2003, conforme discriminado na seção referente à metodologia empregada.

Os resultados com certeza serão úteis às organizações que souberem aproveitar tais informações, que se referem ao público consumidor local. Segundo AFFONSO (1975 – pág. 399), é condição de sucesso para o administrador reconhecer a importância do conhecimento quali-

tativos e quantitativos do mercado, isto é, as características étnicas, sociais, religiosas etc.

Como o futuro é quase sempre incerto, ainda que nem sempre a pesquisa consiga buscar todas as informações que as organizações necessitam, é um fato inegável que ela contribui significativamente para minimizar a incerteza nas tomadas de decisão, principalmente aquelas ligadas ao seu público-alvo

A pesquisa considerou as seguintes hipóteses:

Com base na pesquisa anterior, realizada em 2001, o presente estudo admitiu como hipóteses básicas as seguintes:

- a) Santa Maria possui uma população com predominância do sexo feminino.
- b) A classe socioeconômica predominante na Cidade é a “C”.
- c) O grau de instrução com maior percentual entre os habitantes é o segundo grau completo.
- d) A média de habitantes por domicílio em Santa Maria é de quatro pessoas.
- e) A religião predominante em Santa Maria é a Católica.

Embora este trabalho seja um estudo de caráter descritivo, diversas hipóteses ainda poderiam ser acrescentadas com relação ao perfil dos entrevistados e aos dados específicos, que aqui não foram incluídas pela sua grande amplitude.

O próprio resultado da pesquisa as evidencia.

As pesquisas de mercado desempenham a função de elo entre a empresa e os consumidores, na medida em que expressam as expectativas e os pontos de vista dos mesmos, o que permite a tomada de decisões adequadas.

Foi sob esta ótica que se realizou um levantamento de informações junto à população da Cidade de Santa Maria, de modo a traçar um perfil socioeconômico de seus habitantes. Partindo do pressuposto de que não existe nenhuma organização humana que consiga sobreviver sem clientes, tais informações serão extremamente importantes para todas elas. As organizações ou empresas já estabelecidas poderão melhor ajustar seus produtos ou serviços à realidade do mercado e os novos empreendimentos poderão também se adequar a essa realidade, concentrando melhor seus investimentos ou evitando despesas desnecessárias.

MATERIAL E MÉTODOS

O universo da presente pesquisa foi constituído por toda a população urbana do Município de Santa Maria, que totaliza 230.468 habitantes e 79.496 domicílios, segundo informações do censo de 2000 do IBGE. Desta população de domicílios, tomou-se uma amostra probabilística do tipo casual simples, considerando-se um nível de confiança de 95%, ou seja, admite-se um erro de até 5% para mais ou para menos nos resultados. O cálculo resultou numa amostra de

400 domicílios, distribuída proporcionalmente no mapa da Cidade de Santa Maria.

O instrumento de coleta de dados utilizado na pesquisa foi um questionário estruturado ajustado após a realização de um pré-teste. Tal questionário foi preenchido por entrevistadores devidamente treinados, todos eles acadêmicos do Curso de Administração da ULBRA e da UFSM.

Os questionários, em número de 400 (quatrocentos), foram aplicados diretamente nos domicílios sorteados, à razão de 5 (cinco) questionários por quarteirão, dentre 80 (oitenta) quarteirões também sorteados aleatoriamente no mapa da Cidade de Santa Maria.

Os dados foram tabulados em microcomputador, com o auxílio de programa específico ("Le Sphinx Plus"), visando abreviar o tempo nesta tarefa e ainda viabilizar o cruzamento das informações mais relevantes.

Após concluída a tabulação dos dados, estes foram revisados e transformados em tabelas e/ou gráficos, que são apresentados a seguir, com o propósito de facilitar a sua análise e conseqüente interpretação.

RESULTADOS

Os dados a seguir, embora sejam, na sua maioria, auto-explicativos, são apresentados em tabelas com um comentário sobre as informações mais relevantes e também com gráficos ilustrativos referentes às mais significativas.

Tabela 1 – Sexo dos respondentes – Santa Maria-RS, Junho/julho de 2003.

SEXO	FREQÜÊNCIA	%
Masculino	192	48,00
Feminino	208	52,00
Total	400	100,00

Observando-se a Tabela 1 pode-se constatar que a maioria dos entrevistados correspondeu ao sexo feminino (52%), o que vem a compro-

var que ainda se mantém a tradição, na maioria dos lares da Cidade, de o marido trabalhar fora e a mulher cuidar dos afazeres domésticos.

Tabela 2 - Composição Familiar da População de Santa Maria.

COMPOSIÇÃO FAMILIAR	FREQÜÊNCIA	MÉDIA POR DOMICÍLIO
Cônjuge masculino	300	0,75
Cônjuge feminino	313	0,78
Filhos menores de 12 anos	192	0,48
Filhos entre 12 e 18 anos	140	0,35
Filhos maiores de 18 anos	253	0,63
Outras pessoas que residem no domicílio	191	0,48
Total	400	3,47

A Tabela 2 permite verificar a composição familiar da Cidade de Santa Maria. A média de pessoas por domicílio resultou em 3,47 como mostra o total da tabela. Este resultado ficou bastante próximo ao obtido pelo IBGE no Censo de 2000, que acusou uma média de 3,32 habitantes por domicílio na zona urbana de Santa Maria e 3,28 na zona rural. Há, ainda, a considerar, o fato de que a população da Cidade deve ter crescido nestes últimos três anos, o

que comprova a precisão do resultado.

Quanto ao grau de instrução do chefe da família, a Tabela 3, abaixo, evidencia que há uma predominância do 1º grau incompleto, com 27,25% do total, ficando em segundo lugar e empatados, o 1º grau completo e o 2º grau completo, com 20,75%. A formação com curso superior completo ficou em terceiro lugar, correspondendo a 13,50% do total de entrevistados.

Tabela 3 – Grau de instrução do chefe da família – Santa Maria.

GRAU DE INSTRUÇÃO	FREQÜÊNCIA	%
Não alfabetizado	17	4,25
1º grau incompleto	109	27,25
1º grau completo	83	20,75
2º grau incompleto	27	6,75
2º grau completo	83	20,75
Superior incompleto	17	4,25
Superior completo	54	13,50
Não informaram	10	2,50
Total	400	100,00

Tabela 4 – Classes sócio-econômicas de Santa Maria.

CLASSE SÓCIO-ECONÔMICA	FREQÜÊNCIA	%
A	36	9,00
B	121	30,25
C	148	37,00
D	90	22,50
E	5	1,25
Total	400	100,00

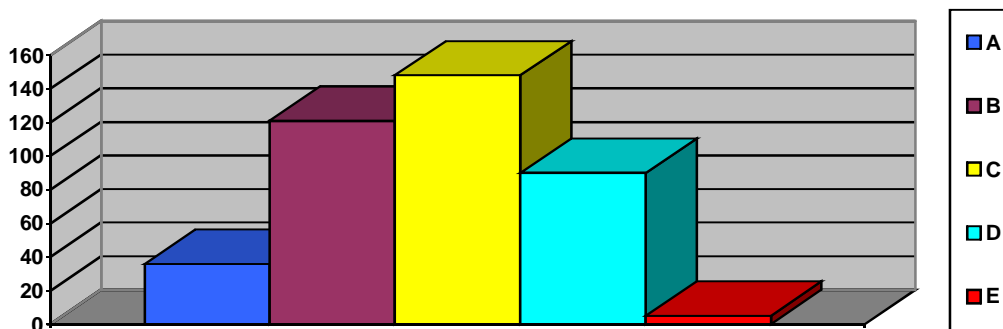


Gráfico 1 – Classificação sócio-econômica da população de Santa Maria – RS.

Neste gráfico observamos que a classe socioeconômica predominante em Santa Maria é a “C”, correspondendo a 37%. Em segundo lugar, está a classe “B”, com 30,25%. Em terceiro lugar vem a classe “D”, com 22,50% e a seguir a classe “A”, com apenas 9% e, em último lugar, a classe “E”, com 1,25%. Pode-se deduzir, destes dados, que mais da metade da população da Cidade pertence às classes mais inferiores, ou seja, “C”, “D” e “E” que, somadas, correspondem a 60,75%.

Estes dados se aproximaram bastante dos

apresentados em pesquisas realizadas em anos anteriores. O Censo realizado pelo IBGE não contempla essas informações, o que impede uma comparação com dados daquele órgão.

As informações relativas à classificação socioeconômica são extremamente relevantes para praticamente todos os setores da economia, pois se reflete diretamente no dimensionamento do mercado em segmentos específicos. Santa Maria apresenta o maior segmento de mercado concentrado na classe “C”, representando 37%, como já comentado.

Tabela 5 – Religião das famílias da população de Santa Maria.

RELIGIÃO DA FAMÍLIA	FREQÜÊNCIA	%
Católica	311	77,75
Evangélica	29	7,25
Espírita	26	6,50
Umbanda	4	1,00
Luterana	4	1,00
Assembléia de Deus	3	0,75
Testemunha de Jeová	3	0,75
Metodista	2	0,50
Mórmon	2	0,50
Adventista	1	0,25
Anglicana	1	0,25
Ateu	1	0,25
Budismo	1	0,25
Crente	1	0,25
Igreja Quadrangular	1	0,25
Não informaram	10	2,50
TOTAL	400	100,00

Na Tabela 5 pode-se observar que a grande maioria da população de Santa Maria tem o Catolicismo como religião da família, representando 77,75% do total. A religião Evangélica aparece em segundo lugar, com 7,25% e a Espírita figura em terceiro, com 6,50%. Em quarto lugar, aparecem empatadas a Umbanda e a Evangélica Luterana, com 1,00%. As demais religiões tiveram pouca porcentagem de participação, não ultrapassando a 0,75% do total. É oportuno destacar que, obviamente, existem muito mais religiões na Cidade do que as relacionadas, porém, todas elas com pouco significativo percentual.

Este resultado foi, também, semelhante ao obtido na pesquisa realizada em 2000, sendo que a variação mais significativa ficou em 1,25% a mais na religião Católica.

CONCLUSÃO

Os dados apresentados vêm a comprovar a maioria das hipóteses enunciadas.

A primeira delas, afirmava que Santa Maria tem uma população com predominância do sexo feminino, teve 52% nesta alternativa.

A segunda hipótese se referia à classe socioeconômica “C” como a predominante, o que foi confirmado, com 37,50%, ficando em segundo lugar a classe “B”, com 30,50%, em terceiro a classe “D”, com 23,50% e em quarto lugar a classe “A”, com 7%.

A terceira hipótese afirmava que o grau de instrução com maior percentual entre os chefes das famílias de Santa Maria era o segundo grau completo não foi comprovada, pois esta alternativa ficou em terceiro lugar, com 20,75%. Em primeiro lugar ficou a alternativa “1º grau in-

completo”, que hoje corresponde ao ensino fundamental, com 27,25%.

A quarta hipótese formulada no projeto referia-se à média de habitantes por domicílio em Santa Maria, afirmando que era de quatro pessoas. O resultado acusou uma média de 3,47, um pouco abaixo da suposição, o que é explicado pela constante mudança que ocorre na população, embora lenta.

A quinta e última hipótese também foi comprovada. Referia-se à religião Católica como a predominante em Santa Maria. O resultado acusou um total de 77,75% de pessoas desta religião, a grande maioria, portanto, contra 7,25% da Evangélica, que ficou em segundo lugar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARANTES, Affonso. **Administração mercadológica** 2.ed. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getulio Vargas, 1975. p. 399.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico**. Rio de Janeiro, 2000.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de marketing**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. p.45.

MATTAR, Fauze. **Pesquisa de Marketing**. Edição Compacta. São Paulo: Atlas, 1996. Ciências Humanas