



Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Três Lagoas, MS

Dia da Páscoa de 2011

Abril de 2011



Catálogo Bibliográfico

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Campo Grande, MS – Dia da Páscoa
Campo Grande: FMB, abril de 2011.

Anual

1. Dia da Páscoa. 2. Expectativas ao consumo. 3. Comércio e Lazer.



FECOMERCIO/MS

Diretoria Executiva - FECOMERCIO/MS

Diretor Presidente

Edison Ferreira de Araújo

1º Vice Presidente

Denire Carvalho

2º Vice Presidente

José Alcides dos Santos

Diretor 1º Secretário

Hilário Pistori

Diretor 2º Secretário

Manoel Ribeiro Bezerra

Diretor 1º Tesoureiro

Sebastião José da Silva

Diretor 2º Tesoureiro

Roberto Rech

Presidente do IF.

Edison Ferreira de Araújo.

Diretor Superintendente do IF.

Thales de Souza campos

SINDICATOS FILIADOS

Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios de Campo Grande

Sindicato do Comércio Varejista de Materiais de Construção de Campo Grande

Sindicato dos Despachantes no Estado de Mato Grosso do Sul

Sindicato dos Representantes Comerciais Autônomos e Empresas de Representação do Estado de Mato Grosso do Sul

Sindicato do Comércio Varejista de Aquidauana

Sindicato do Comércio Varejista de Campo Grande



Sindicato do Comércio Varejista de Corumbá

Sindicato do Comércio Varejista de Três Lagoas

Organizações Conveniadas

Fundação Manoel de Barros – FMB

Universidade Anhanguera - UNIDERP

Coordenação da Pesquisa

Celso Correia de Souza – FMB

José Francisco dos Reis Neto – FMB

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DA PESQUISA

Objetivos:	Levantar junto aos habitantes das cidades de Aquidauana, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Naviraí, Paranaíba, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo do Dia da Páscoa de 2011.
Local:	Aquidauana, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Naviraí, Paranaíba, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas
Período:	21 a 23 de março de 2011.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra no Dia da Páscoa.
População:	População economicamente ativa de Aquidauana, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Naviraí, Paranaíba, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas (vide tabela abaixo).
Coleta de Dados:	Entrevista numa amostra especificada na tabela abaixo, empregando um questionário estruturado, com perguntas fechadas, aplicado nos principais áreas de circulação de pessoas. Pesquisa transversal, descritiva, não probabilística, com nível de confiança de 95%, com 1.783 entrevistas.
Coordenação:	Celso Correia de Souza, Dr. José Francisco dos Reis Neto, Dro.
Equipe de apoio	Adriana Brites Felix Driele Evelin Santos Vargas Fabiana M. Arakaki V. da Cunha José Estevão Moraes Palma, MSc. Julio Cezar da Gama Fernandes, Esp. Lya Alves Corrêa dos Reis, Esp. Marcos Roberto Costa, Esp. Raul Assef Castelão
Equipe de pesquisa de campo	Arlete Paniagua de Oliveira Souza Carlos Henrique dos Santos Liberal Cícero Rodrigues Claudionor Rolim da Costa Cleyton Cesar Amatt Fatima Maria Alves Dias Barros Julio Cezar de Souza Barros Karen Kely Alves Regiane Gomes de Pontes Vanuza Rodrigues de Souza Wanessa Priscila Gaigher do Nascimento

Tabela de Amostragem da Pesquisa

Cidade	PEA aproximada	Probabilidade positiva de compra	Erro (%)	Amostra
Aquidauana	18.000	0,50	6,8	200
Campo Grande	400.000	0,65	4,6	400
Chapadão do Sul	11.000	0,50	9,8	100
Corumbá	41.000	0,50	6,8	200
Dourados	79.000	0,50	6,8	200
Naviraí	22.000	0,50	6,8	200
Paranaíba	20.000	0,50	6,8	200
São Gabriel do Oeste	11.000	0,50	9,8	100
Três Lagoas	65.000	0,50	6,8	200

Legenda: PEA – População Economicamente Ativa.

Sumário Executivo

A pesquisa de opinião pública sobre o comportamento e expectativa de consumo durante a Páscoa de 2011 foi realizada pela primeira vez em nove cidades de Mato Grosso do Sul: Aquidauana, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Naviraí, Paranaíba, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas. Desde 2003, a Universidade Anhanguera-Uniderp vem pesquisando o comportamento de compra nas principais datas festivas do comércio e a partir do ano passado a FECOMERCIO/MS estabeleceu uma parceria com a Fundação Manoel de Barros e a Universidade Anhanguera-Uniderp para a pesquisa em Três Lagoas. No Estado a atividade de comércio e serviço colabora com 46% do PIB e Três Lagoas detém quase 4,6% do PIB de Mato Grosso do Sul. Foram entrevistadas 200 pessoas, de forma voluntária e anônima, que estavam circulando no centro ou em pontos de grande movimentação da cidade, durante os dias 21 a 24 de março de 2011, considerando um erro de 6,8%.

Compras na Páscoa

O comércio de Três Lagoas será beneficiado na semana da Páscoa com mais de R\$ 2,3 milhões circulando nas compras de ovos e chocolates em comemoração à Páscoa. Ao redor de 89% da população economicamente ativa irá às compras de ovos de Páscoa (59%) ou chocolates (41%). Mesmo quando grande parte dos consumidores ainda não recebeu o salário de abril, eles pretendem gastar em média R\$ 40,00 em cada presente, e a maioria, deverá comprar até dois ovos. A forma de pagamento preferida será à vista, sendo que 75% pagarão em dinheiro e 5% com o cartão de débito. A pesquisa detecta que pagamento por meio de cheque não será expressivo, ou não deverá ocorrer, diminuindo assim o risco de inadimplência do lojista.

O consumidor pesquisou os preços dos ovos e comparou com os do ano passado. É importante relatar que 47% dos compradores indicam que os preços estão mais caros, 5% não perceberam alteração de preços. No entanto, mais de 47% dos consumidores não sabem comparar os preços, pois não se lembram de quanto custava no ano passado.

Os locais preferidos de compras são: 75% em supermercados, 16% em lojas do centro e 9% em lojas dos bairros.

Consumo de Pescado

A Páscoa é uma das principais festas cristãs em que a celebração da ressurreição de Cristo é feita com a troca de ovos e chocolates entre os parentes, amigos, adultos e crianças. Na sexta-feira que antecede esta data, há a tradição religiosa de comer peixe. Com relação a esse hábito, 64% dos consumidores deverão consumir peixes, sendo que peixe fresco é a preferência de 78% dos consumidores. O pintado é a escolha de 22% dos consumidores, seguido do pacu (13%) e o bacalhau (19%). Isto deverá ativar os supermercados e as lojas especializadas em peixe, movimentando o comércio antes do dia 22 de abril e proporcionando uma entrada de caixa extra no comércio local.



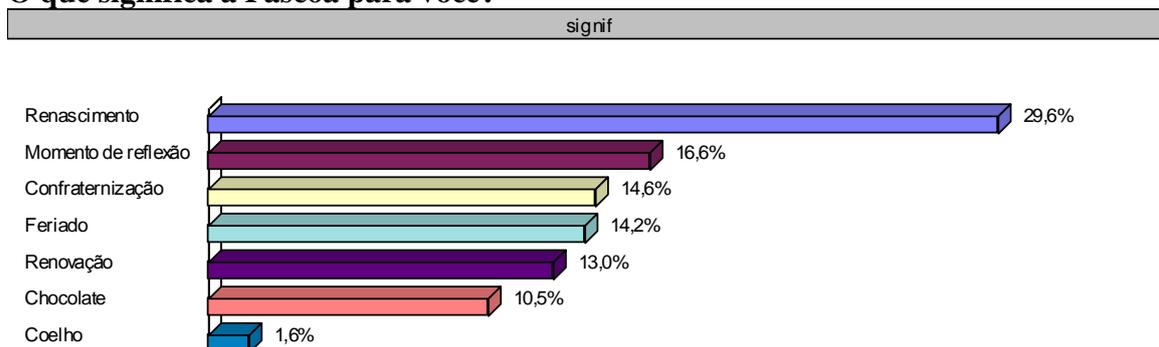
Viagens e Lazer

A Páscoa traz consigo um forte sentimento religioso de renascimento e reflexão, mas também de feriado, festa em família e confraternização. Mais de 45% dos consumidores julgam uma festa importante e deverão participar com as suas famílias. A maioria deverá permanecer em Três Lagoas (80%), mas aqueles que pretendem viajar (10%), 15% deverão viajar para a capital de MS ou outras cidades do interior do estado (25%). Pode-se pensar que serão poucas as pessoas que viajarão e ativarão os setores de transporte, diversão e hospedagem sul-mato-grossense. Por outro lado, é um aspecto que não deve ser menosprezado, já que estes segmentos também serão beneficiados pelo feriado prolongado, ativando os seus negócios de forma direta ou indireta.

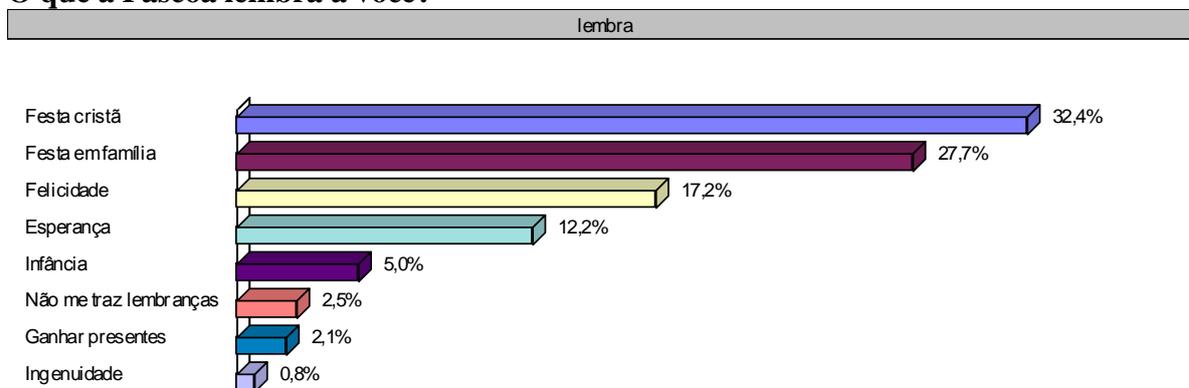
Resultado da Pesquisa

Sentimento Pascoal

O que significa a Páscoa para você?



O que a Páscoa lembra a você?



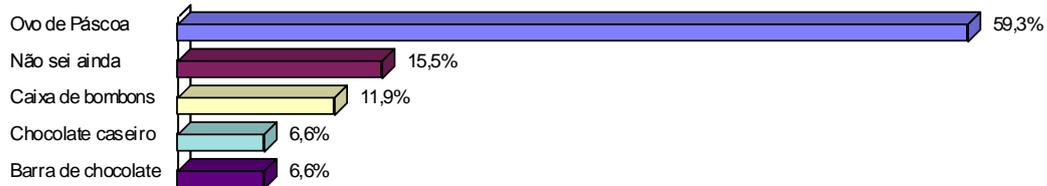
Como você definiria a importância da Páscoa na vida das pessoas nos dias de hoje?



Compras na Páscoa

O que você pretende comprar?

present2



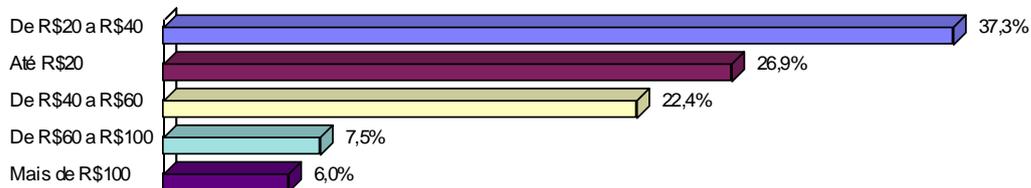
Onde você irá comprar os seus presentes?

quantos_ovos



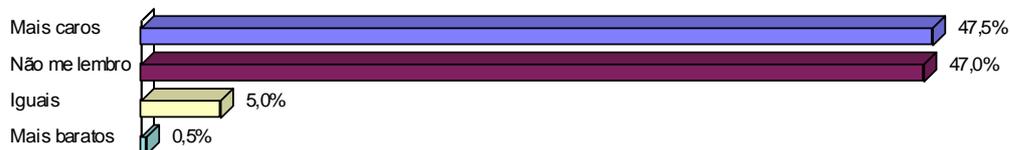
Quanto você pretende gastar em cada presente?

gastar



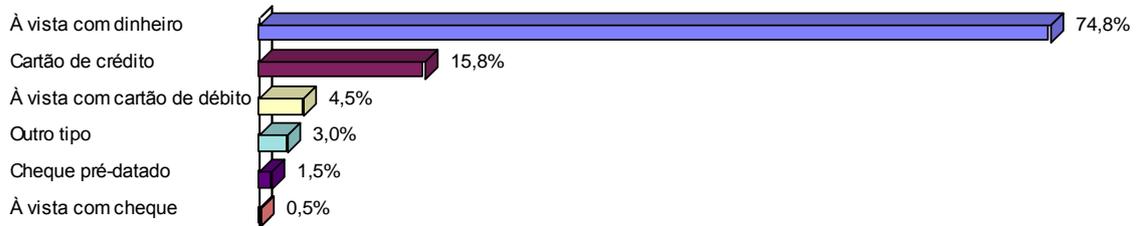
Quanto ao preço do Ovo de Páscoa, deste ano em comparação ao preço do ano passado eles estão:

ovos



Nas suas compras de Páscoa, como você pretende pagar?

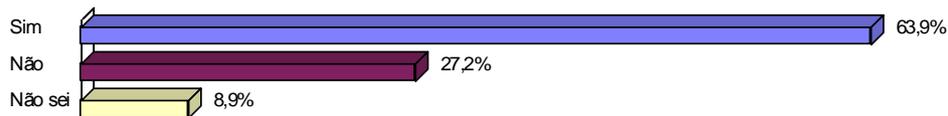
pagar



Consumo de Pescado

Na Semana Santa você vai consumir algum tipo de peixe?

peixe1



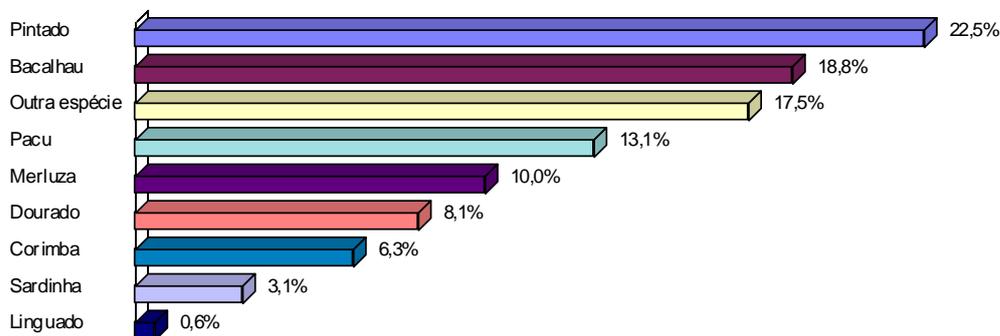
Se SIM, a sua escolha será:

peixe2



Se SIM, qual o tipo de pescado?

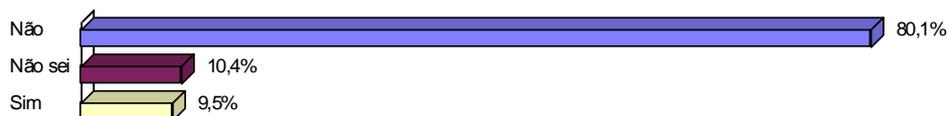
peixe3



Turismo e Lazer

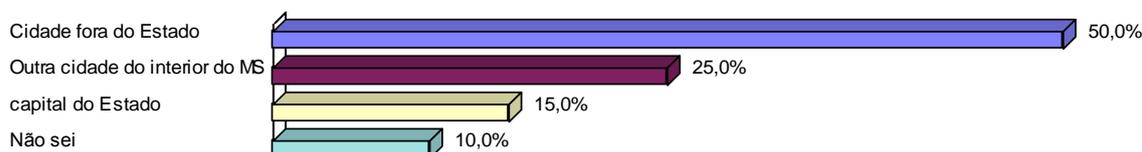
Você pretende viajar nesta Páscoa?

viajar



Se SIM, para onde pretende ir?

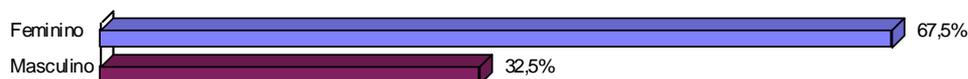
par_onda



Perfil Demográfico dos Entrevistados

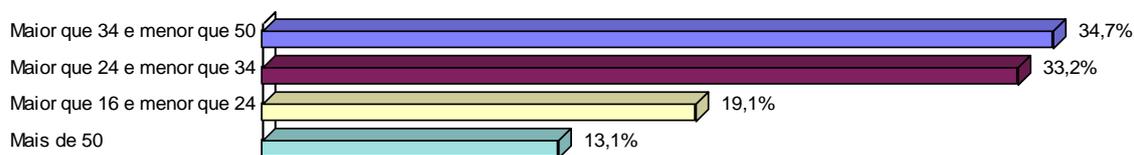
Qual o seu sexo?

SEXO



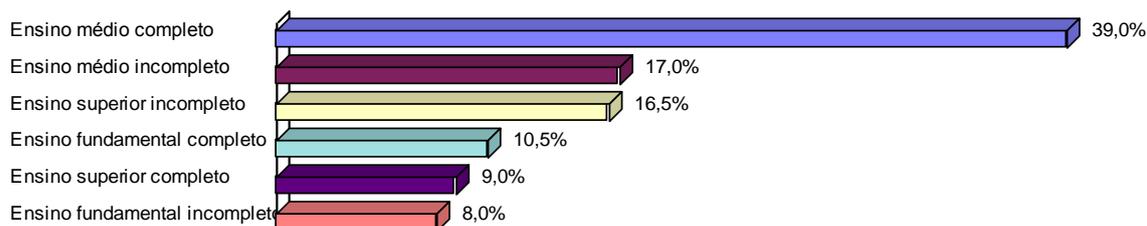
Qual a sua idade?

Idade



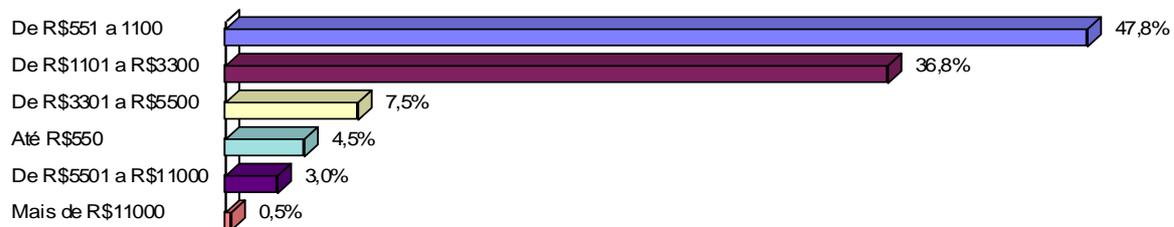
Qual é o seu grau de Instrução?

instrução



Qual é a sua renda familiar?

renda



De quantas pessoas é composta a sua família?

família

