Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista

Resultados Consolidados de Campo Grande

Páscoa de 2012

Março de 2012

Apoio:

Catalogação Bibliográfica

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Campo Grande – Páscoa de 2012.

Campo Grande: FMB, março de 2012.

Anual

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

FECOMERCIO/MS

Diretoria Executiva
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

INSTITUTO FECOMÉRCIO

Presidente do IF.
Edison Ferreira de Araújo.

Diretor Superintendente do IF.
Thales de Souza Campos

BASES SINDICAIS

Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios de Campo Grande

Sindicato do Comércio Varejista de Materiais de Construção de Campo Grande

Sindicato dos Despachantes no Estado de Mato Grosso do Sul

Sindicato dos Representantes Comerciais Autônomos e Empresas de Repres. MS

Sindicato do Comércio Varejista de Aquidauana

Sindicato do Comércio Varejista de Campo Grande

Sindicato do Comércio Varejista de Corumbá

Sindicato do Comércio Varejista de Três Lagoas

Sindicato do Comércio Atacadista e Varejista de Dourados.

Sindicato dos Revendedores de Veículos Automotores de Campo Grande – SINDIVEL/CG

Sindicato do Comércio Varejista de Ponta Porã

Sindicato do Comércio Varejista de Amambai

Sindicato dos Comerciantes de Aparecida do Taboado

Sindicato do Comércio Varejista de Naviraí

Sindicato do Comércio Varejista de Paranaíba

Sindicato dos Varejistas de Produtos Farmacêuticos MS

Sindicato dos Centros de Formação de Condutores de Mato Grosso do Sul – Auto Escolas – SINDCFC-MS

Sindicato dos Empregadores no Comércio de Nova Andradina

Sindicato dos Proprietários de Salões de Barbeiros, Cabeleireiros e Instituto de Beleza para Senhoras e Similares

Sindicato das óticas do estado de mato grosso do sul

ORGANIZAÇÕES CONVENIADAS

Fundação Manoel de Barros – FMB

Universidade Anhanguera - UNIDERP

COORDENAÇÃO DA PESQUISA

Celso Correia de Souza – FMB

José Francisco dos Reis Neto – FMB

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DA PESQUISA

Objetivos:	Levantar junto aos habitantes das cidades de Campo Grande a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo da Páscoa de 2012.
Local:	Campo Grande, Mato Grosso do Sul
Período:	12 a 16 de março de 2012.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra na Páscoa.
População:	População economicamente ativa de Campo Grande (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 400 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 Júlio Cezar da Gama Fernandes, Esp. Lya Alves Corrêa dos Reis, Esp.

Tabela de Amostragem da Pesquisa

Cidade	PEA aproximada	Probabilidade positiva de compra	Erro (%)	Amostra
Aquidauana/Anastácio	18.000	0,50	6,8	200
Campo Grande	**400.000**	**0,80**	**4,3**	**400**
Corumbá/Ladário	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
Ponta Porã	40.500	0,50	9,8	100
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

Pela segunda vez, a FECOMERCIO/MS realiza a pesquisa de opinião pública sobre o comportamento e expectativa de consumo durante a Páscoa de 2012 na cidade de Campo Grande, MS. Esta pesquisa é uma consecução de outras realizadas pela Universidade Anhanguera-Uniderp, a qual desde 2003 vem levantando a opinião pública para as principais datas festivas de Campo Grande. Agora, a FECOMERCIO/MS, por intermédio do seu Instituto Fecomercio e o trabalho de campo da Fundação Manoel de Barros e da Universidade Anhanguera-Uniderp, assumiu essa pesquisa nesta cidade que detém 50% do PIB estadual. Foram entrevistadas 400 pessoas, nos mais diversos pontos de circulação e comercialização de cada uma desta cidade, de forma espontânea, anônima e sigilosa, durante o período de 12 a 16 de março de 2012.

Compras na Páscoa

O comércio de Campo Grande será beneficiado na semana da Páscoa com mais de R$ 17,8 milhões circulando nas compras de ovos e chocolates em comemoração à Páscoa. Ao redor de 83% da população economicamente ativa irá às compras de ovos de Páscoa (59%) ou chocolates (33%). Eles pretendem gastar em média R$ 54,00 em cada presente, e a maioria, deverá comprar até dois ovos. A forma de pagamento preferida será à vista, sendo que 74% pagarão em dinheiro e 12% com o cartão de débito. A pesquisa detecta que pagamento por meio de cheque será inexpressiva de 0,8%, diminuindo assim o risco de inadimplência do lojista. Os 15,2% restantes comprarão através do cartão de crédito.

O consumidor pesquisou os preços dos ovos e comparou com os do ano passado. É importante relatar que 64% dos compradores indicam que os preços estão mais caros, 20% não perceberam alteração de preços e apenas 2,3% disseram que estão mais baratos. No entanto, mais de 14% dos consumidores não sabem comparar os preços, pois não se lembram de quanto custava no ano passado.

Os locais preferidos de compras são: 48% em supermercados, 28% em lojas do centro, 7% em lojas dos bairros, 7,1% no Shopping Campo Grande e 8,4% no Shopping Norte Sul Plaza.

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, 69% dos consumidores deverão consumir peixes, sendo que poderá ser peixe fresco em torno de (74%). O pacu tem preferência de (24%) dos consumidores, seguido do pintado com 16% e do bacalhau (19%). Isto deverá ativar os supermercados e as lojas especializadas em peixe, movimentando o comércio antes do dia 6 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 79% dos consumidores julgam uma festa importante e deverão participar com as suas famílias. Mais de 86% deverá permanecer na sua cidade, mas daqueles que viajarão 27% irão para fazendas, sítios e pesqueiros e quase 46% viajarão para fora do estado.

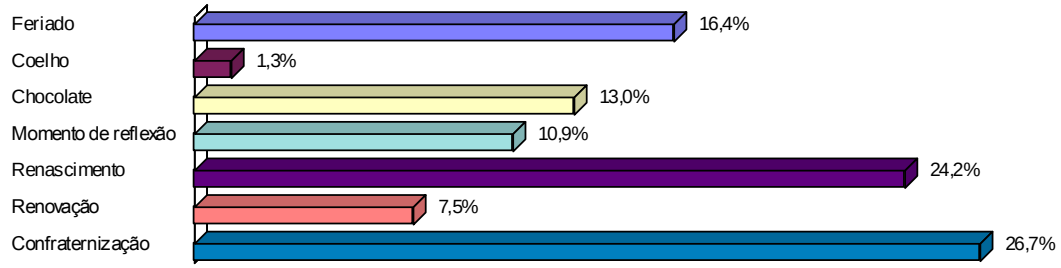
Pode-se pensar que serão poucas as pessoas que viajarão e ativarão os setores de transporte, diversão e hospedagem sul-mato-grossense. Por outro lado, é um aspecto que não deve ser menosprezado, já que estes segmentos também serão beneficiados pelo feriado prolongado, ativando os seus negócios de forma direta ou indireta. Em torno de 77.000 pessoas viajarão para fora do Estado utilizando os mais diversos tipos de transportes.

Resultado da Pesquisa

Sentimento Pascoal

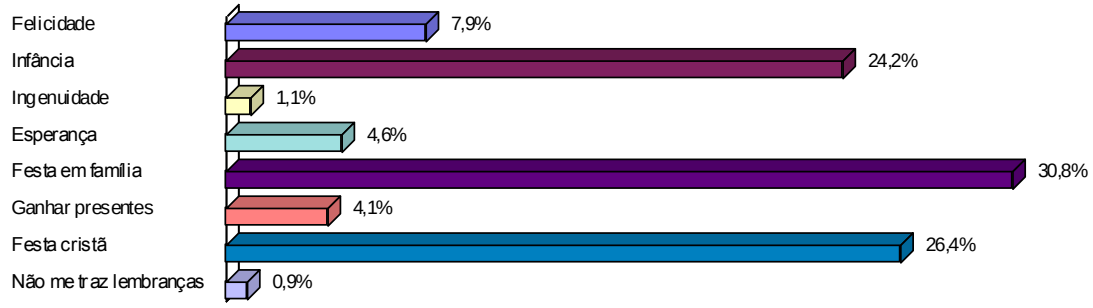
O que significa a Páscoa para você?

signif



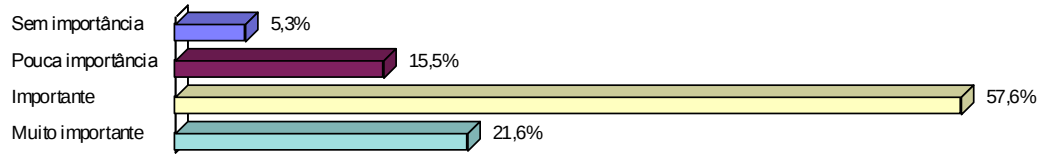
O que a Páscoa lembra a você?

lembra



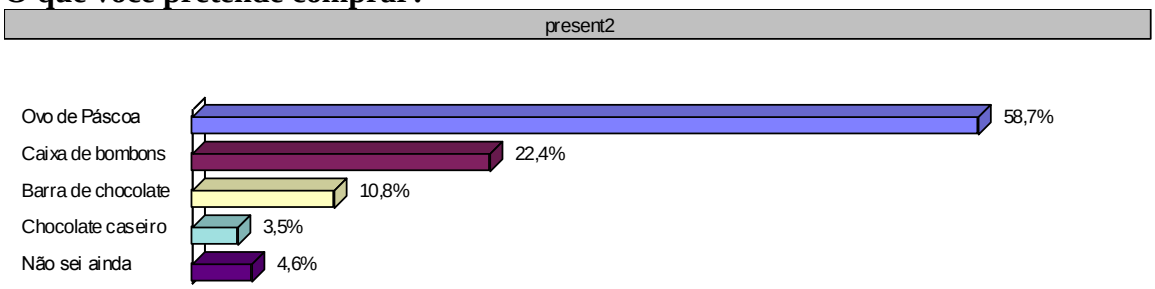
Como você definiria a importância da Páscoa na vida das pessoas nos dias de hoje?

import

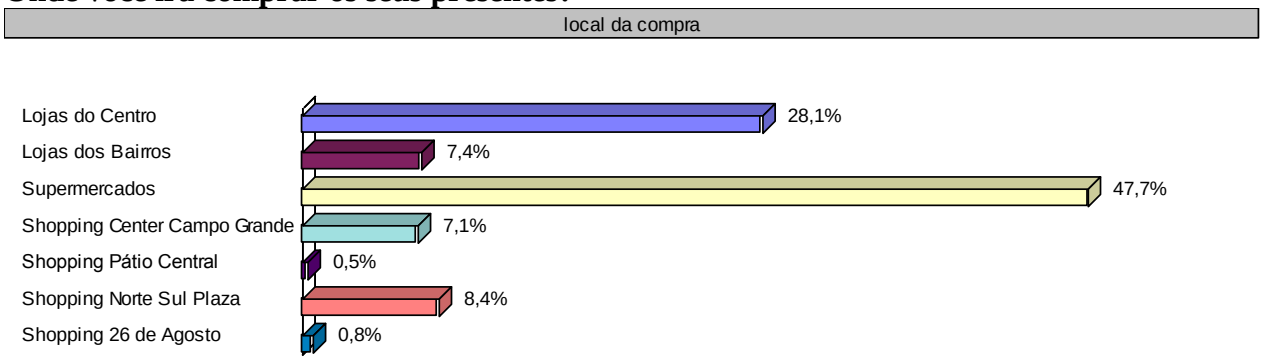


Compras na Páscoa

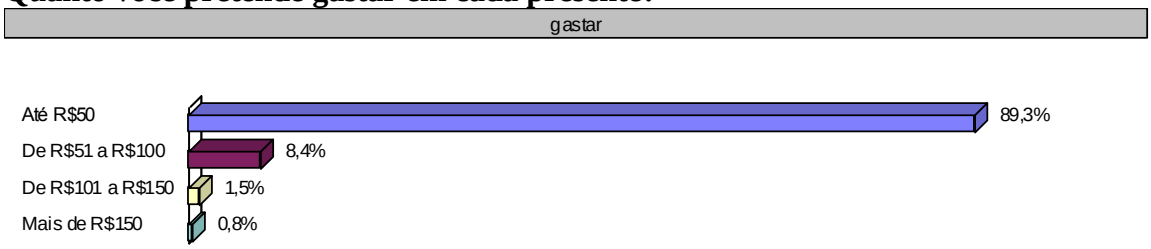
O que você pretende comprar?



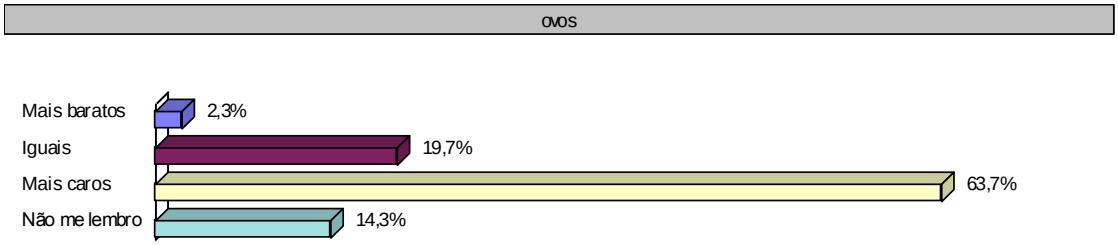
Onde você irá comprar os seus presentes?



Quanto você pretende gastar em cada presente?

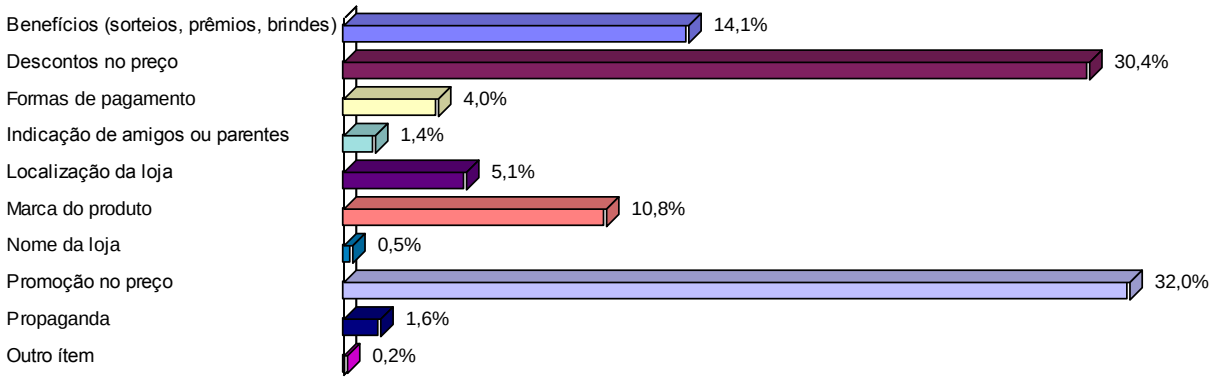


Quanto ao preço do Ovo de Páscoa, deste ano em comparação ao preço do ano passado eles estão:



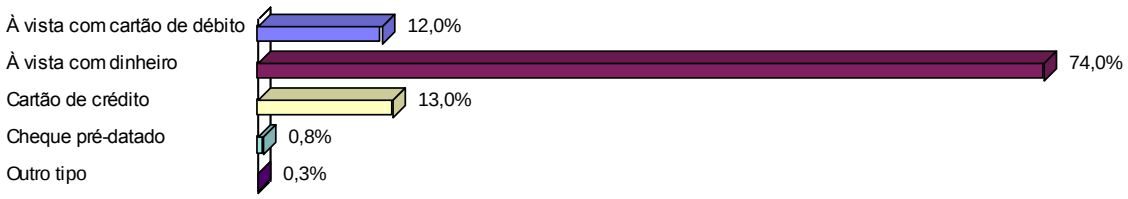
Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente?

descontos



Nas suas compras de Páscoa, como você pretende pagar?

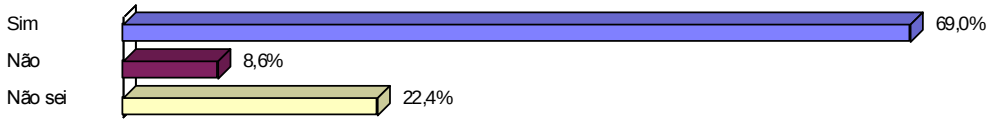
pagar



Consumo de Pescado

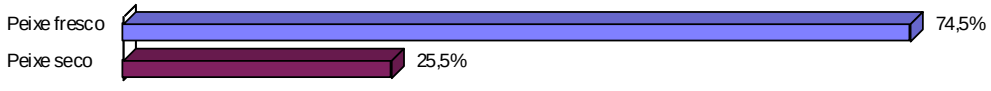
Na Semana Santa você vai consumir algum tipo de peixe?

peixe1



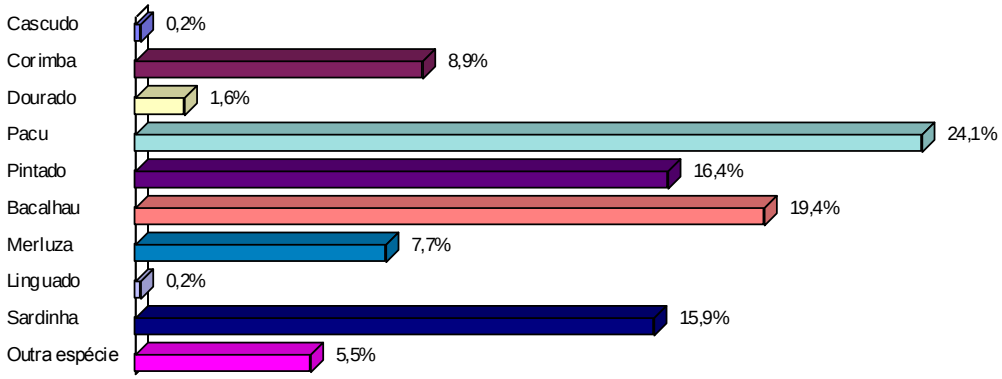
Se SIM, a sua escolha será:

peixe2



Se SIM, qual o tipo de pescado?

peixe3



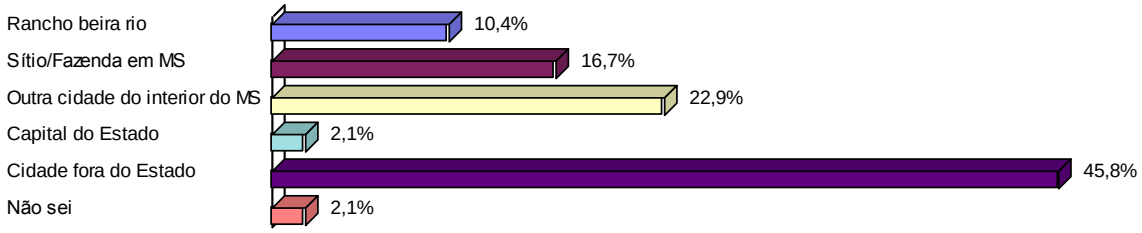
Turismo e Lazer

Você pretende viajar nesta Páscoa?

viajar

Se SIM, para onde pretende ir?

par_onde

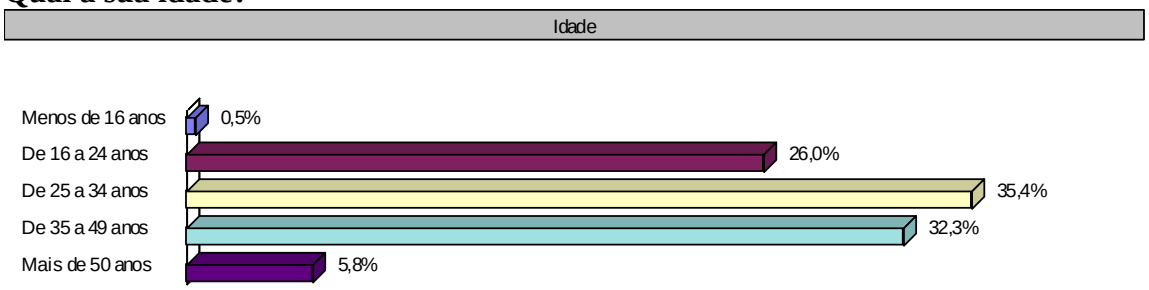


Perfil Demográfico dos Entrevistados

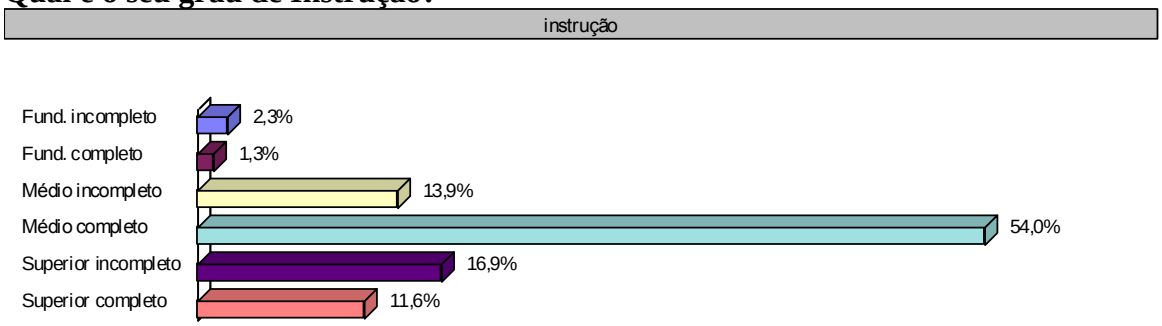
Qual o seu sexo?

sexo

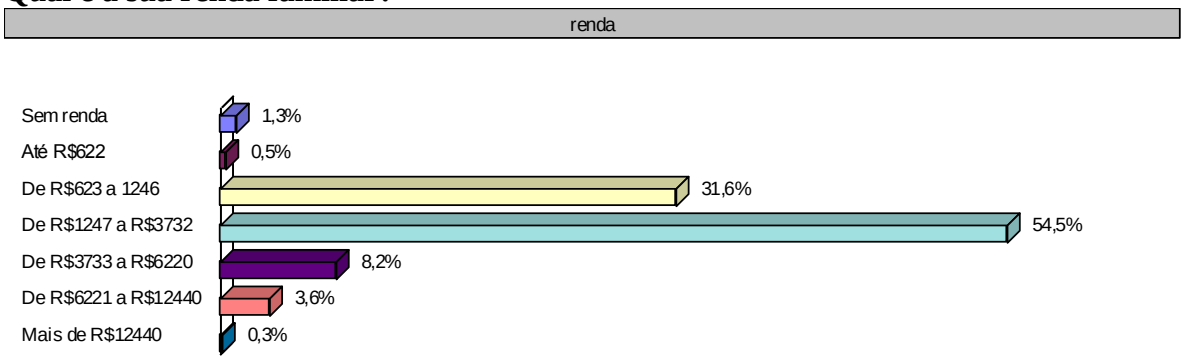
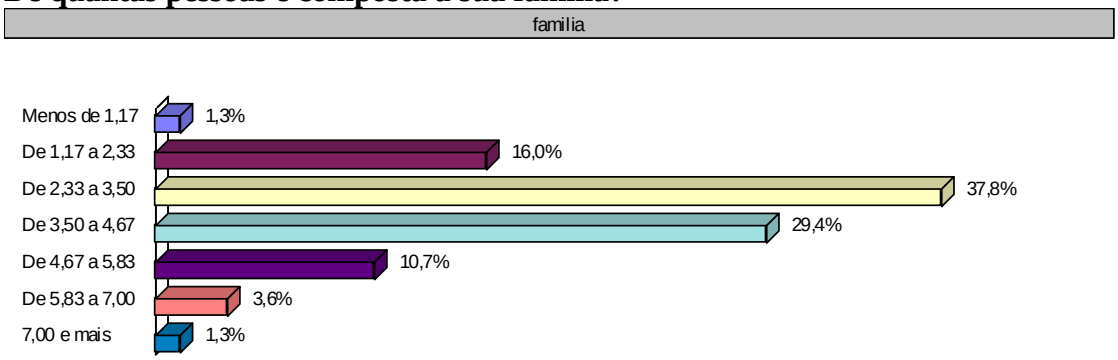
Qual a sua idade?



Qual é o seu grau de Instrução?



Qual é a sua renda familiar?



De quantas pessoas é composta a sua família?