



Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista

Resultados Consolidados de Mato Grosso do Sul

Páscoa de 2013

Março de 2013

Apoio:



SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE PARANAIBA SINCOPAP





Catálogo Bibliográfica

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Mato Grosso do Sul – Páscoa de 2013.
Campo Grande: FMB, março de 2013.

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 Anhangüera - 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, Anastácio Campo Grande, Corumbá, Dourados, Ladário, Naviraí, Paranaíba, Ponta Porã, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo da Páscoa de 2013.
Local:	Onze cidades de Mato Grosso do Sul
Período:	12 a 16 de março de 2012.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compras na Páscoa.
População:	População economicamente ativa de Aquidauana, Anastácio, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Ladário, 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 1.660 entrevistas.
Coordenação:	Celso Correia de Souza, Dr. José Francisco dos Reis Neto, Dro.
Equipe de apoio	Adriana Brites Felix Aline Pereira Filiiu Fabiana M. Arakaki V. da Cunha

Tabela de Amostragem da Pesquisa

Cidade	PEA aproximada	Probabilidade positiva de compra	Erro (%)	Amostra
Aparecida do Taboado	11.300	0,50	9,8	100
Aquidauana/Anastácio	18.000	0,50	6,8	200
Campo Grande	400.000	0,80	4,3	400
Chapadão do Sul	11.000	0,50	9,8	100
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

Está é a terceira vez que a FECOMERCIO/MS realiza a pesquisa de opinião pública sobre o comportamento e expectativa de consumo durante a Páscoa de 2013 em onze cidades de Mato Grosso do Sul: Aquidauana, Anastácio, Campo Grande, Corumbá, Dourados, Ladário, Naviraí, Paranaíba, Ponta Porã, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas, acrescentando as cidades de Aparecida do Taboado e Chapadão do Sul. 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, atingem estas treze cidades as quais somam quase 67% do PIB estadual. Foram entrevistadas 2.003 pessoas, nos mais diversos pontos de circulação e comercialização de cada uma dessas cidades, de forma espontânea, anônima e sigilosa, durante o período de 01 a 08 de março de 2013.

Compras na Páscoa

Em comemoração à Páscoa, o comércio dessas treze cidades será beneficiado com uma circulação de mais de R\$ 43,4 milhões em compras de ovos e chocolates, superior em 11% do valor estimado do ano passado. Projetando para os municípios de Mato Grosso do Sul, estima-se uma injeção de R\$ 107,4 milhões nas vendas de ovos de Páscoa e chocolates, um crescimento estimado de 9% real em comparação a 2012. O valor médio de cada presente aumentou levemente neste ano em comparação ao ano passado, saltando de R\$71 para R\$78 para a compra de cada presente de Páscoa. Estes valores estimados podem ser superiores quando consideramos que as festas em família e as viagens deverão ativar as demais atividades de hospedagem, alimentação e bebidas..

Cidades	Consumidores que irão às compras (%)		Valor Estimado em Compras (R\$ mil)		Valor Médio do Presente (R\$)	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Aparecida do Taboado		76		603		71
Aquidauana/Anastácio	89	89	952	1.084	60	68
Campo Grande	83	82	17.837	22.083	54	68
Chapadão do Sul		87		1.342		140
Corumbá/Ladário	88	88	3.480	2.698	96	74
Dourados	82	89	4.169	4.165	64	59
Naviraí	92	92	1.462	1.917	72	95
Paranaíba	93	96	1.105	1.082	59	30
Ponta Porã	93	93	3.837	3.227	102	86
São Gabriel do Oeste	86	80	1.223	1.238	129	141
Três Lagoas	91	80	4.625	3.928	78	75
Mato Grosso do Sul	80	86	90.708	107.384	71	78

A tabela acima fornece um panorama das estimativas de compras para esta data. O valor médio de gasto em cada presente será de R\$ 78, porem observa-se que em Chapadão do Sul e São Gabriel do Oeste este valor é quase o dobro. Uma característica da economia local que representa um dos maiores rendas per capita do Mato Grosso do Sul.



Os entrevistados indicaram que poderão comprar mais de um presente, em média 2 presentes por comprador, podendo o valor estimado de receita para cada cidade ser um pouco maior do que aquele colocado na tabela anterior.

O grande beneficiário do setor comércio varejista desta data serão os supermercados, que deverão vender os seus ovos de Páscoa, chocolates e os peixes. Este setor do comércio é escolhido por mais de 53% de todos os potenciais compradores nesta data. Os compradores de Campo Grande quase 60% escolhem os supermercados e 23% as lojas do centro. Já os consumidores de Dourados, 63% preferem comprar nos supermercados e 20% no Shopping Avenida Center.

Além dessas cidades pesquisadas, estima-se que nas demais cidades de Mato Grosso do Sul também haverá uma boa circulação de dinheiro nas compras da Páscoa. Estima-se que 53% dos compradores irão aos supermercados e 35% comprarão das lojas localizadas no centro das suas cidades. Estes resultados são muito semelhantes aos observados no ano anterior, comprovando que não houve mudanças nas preferências dos compradores, permanecendo a sua satisfação e lembranças com essas lojas.

Outro fato recorrente na Páscoa é escolha por chocolates caseiros. Quase 12% dos compradores deverão adquirir este produto e estima-se que deverá circular neste segmento informal na ordem de R\$12 milhões, em todo o estado.

Apesar de 32% dos compradores não se lembrar dos preços dos ovos e chocolates no ano passado, mais de 46% tem a percepção que os preços estão mais altos. Este relato de comparação de preço é um indício de atenção e controle financeiro. Mesmo com a inflação girando ao redor de 6% ao ano, o consumidor permanece atento às variações de preços.

O ano passado observou-se que maioria das compras seria paga em dinheiro, sendo a escolha de 63%. Este ano, há uma redução para 44% e as demais opções aumentaram. Os cartões de débito, considerados compra à vista, serão utilizados por 18% dos compradores e o cartão de crédito por outros 25%. O que subiu muito foi à indicação do uso de cheques, saltando de menos de 1% em 2012 para 8% neste ano. Este destaque foi apontado em Aquidauana, Paranaíba e São Gabriel do Oeste para o cheque pré-datado, talvez caracterizando uma modalidade de negócio mais usual nestas cidades.

Os principais fatores de decisão de compra nesta Páscoa serão as marcas dos produtos (22%) e o desconto no preço ou a promoção de venda (21%). Isto está relacionado à forma de pagamento. Se paga à vista, mas se tem que perceber o valor do produto reduzido pelo desconto ou a promoção.

Consumo de Pescado

Mais de 48% dos entrevistados afirmaram que a Páscoa é uma festa do renascimento cristão e em família. Esta data tem a sua importância para as famílias e caracteriza o renascimento cristão. Como uma festa cristã, pratica-se a preferência de comer peixes. Mais 51% dos compradores irão comer peixes, dos quais 78% consumirão peixe fresco e 22% peixe seco.



Na escala de preferência desses peixes, os regionais são os mais lembrados. O pintado é a escolha de 31%, seguido pacu 19% e do dourado 14%. O preferido dos peixes secos é o bacalhau para 16%. Isto deverá movimentar além dos supermercados, as lojas especializadas em peixe, aquecendo o mercado de cada cidade antes da Sexta Feira Santa e do Domingo de Páscoa.

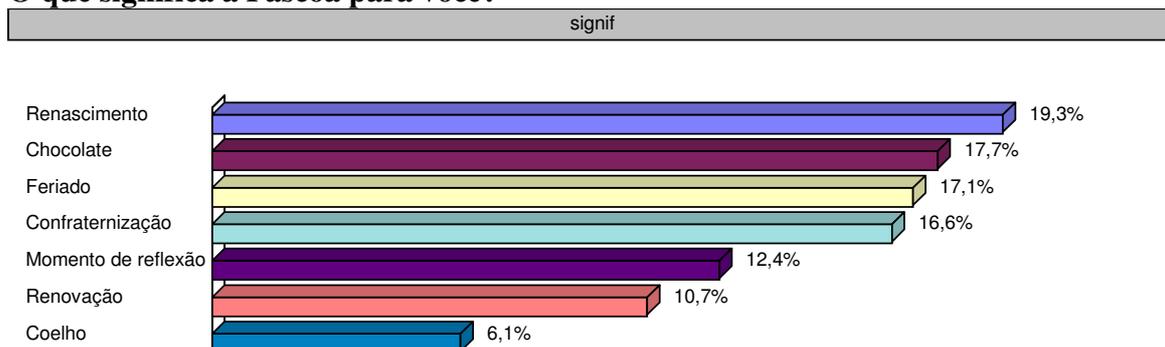
Viagens e Lazer

Quase 62% não irão viajar e apenas 12% ainda não sabem se sairão das suas cidades. Aqueles que deverão viajar, 37% deverão ir para propriedades rurais ou beira de rios, 24% irão para outras cidades no interior e 14% virão para Campo Grande. Apenas 20% deverão deslocar-se para fora do MS. Aqui também temos uma parcela do movimento econômico estadual em que uma parcela dos gastos deverá ocorrer em alimentos, bebidas e em turismo de lazer em pesqueiros e pousadas rurais.

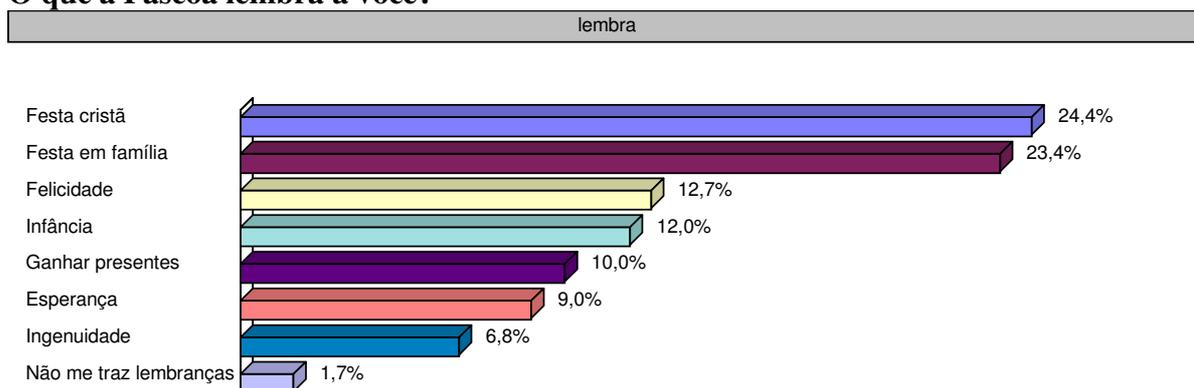
Resultado da Pesquisa Consolidada nas Onze Cidades

Sentimento Pascoal

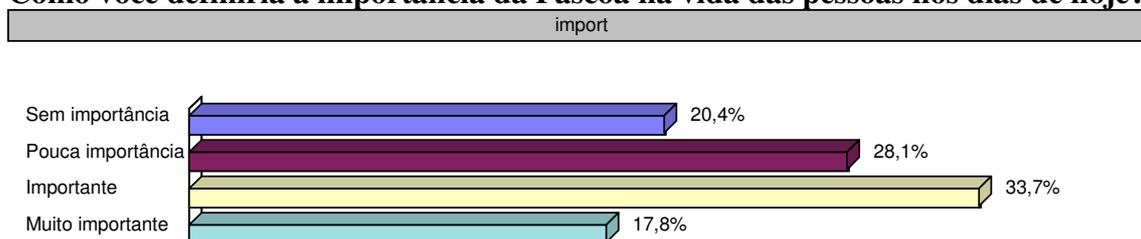
O que significa a Páscoa para você?



O que a Páscoa lembra a você?

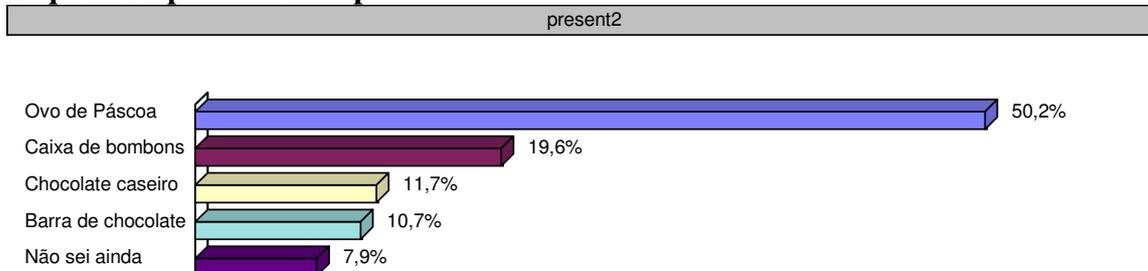


Como você definiria a importância da Páscoa na vida das pessoas nos dias de hoje?

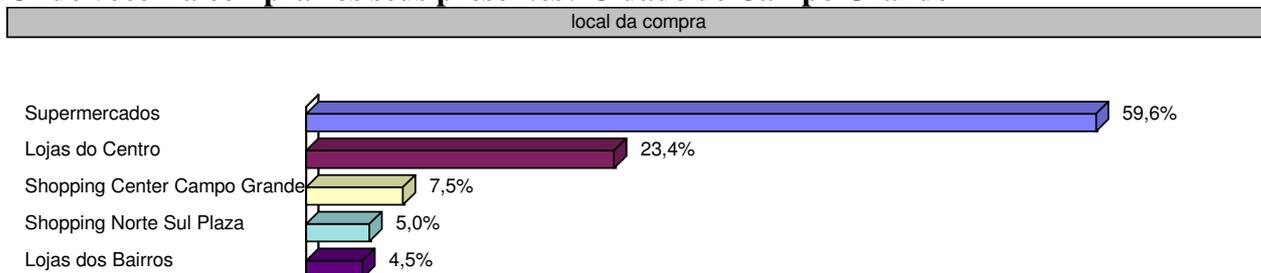


Compras na Páscoa

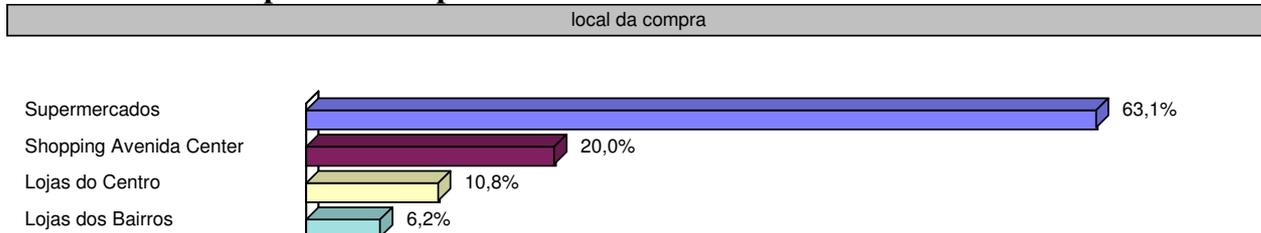
O que você pretende comprar?



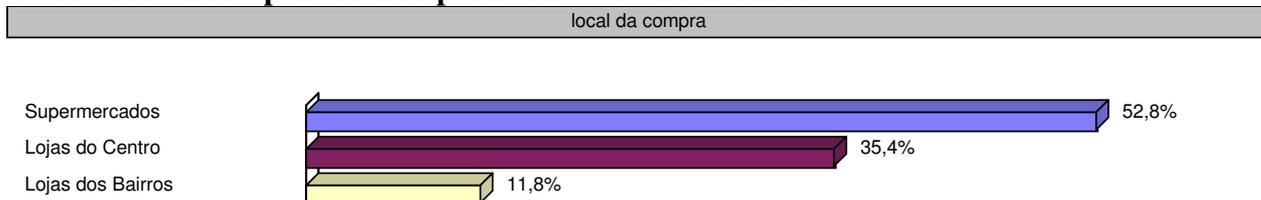
Onde você irá comprar os seus presentes? Cidade de Campo Grande



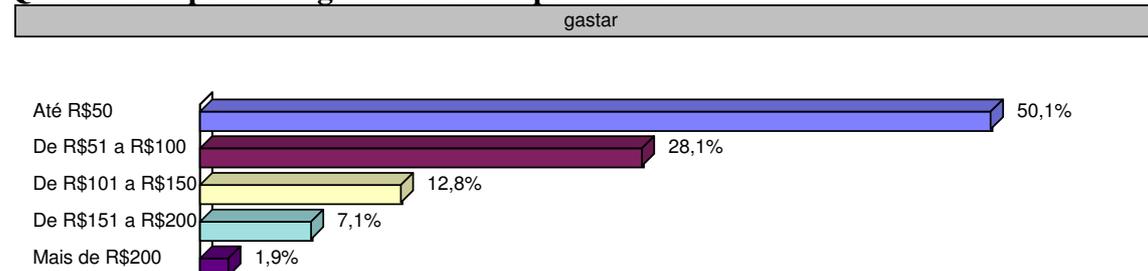
Onde você irá comprar os seus presentes? Cidade de Dourados



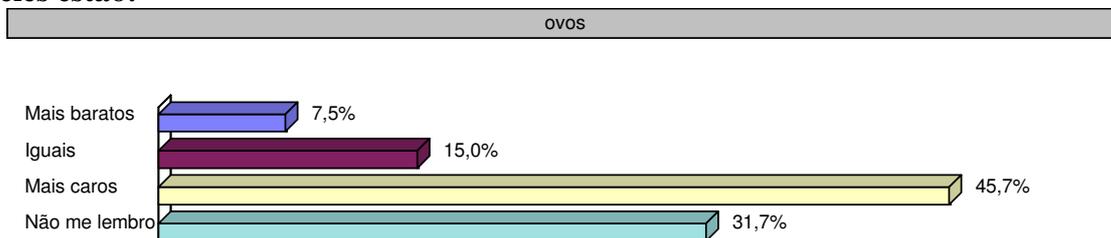
Onde você irá comprar os seus presentes? Demais Cidades



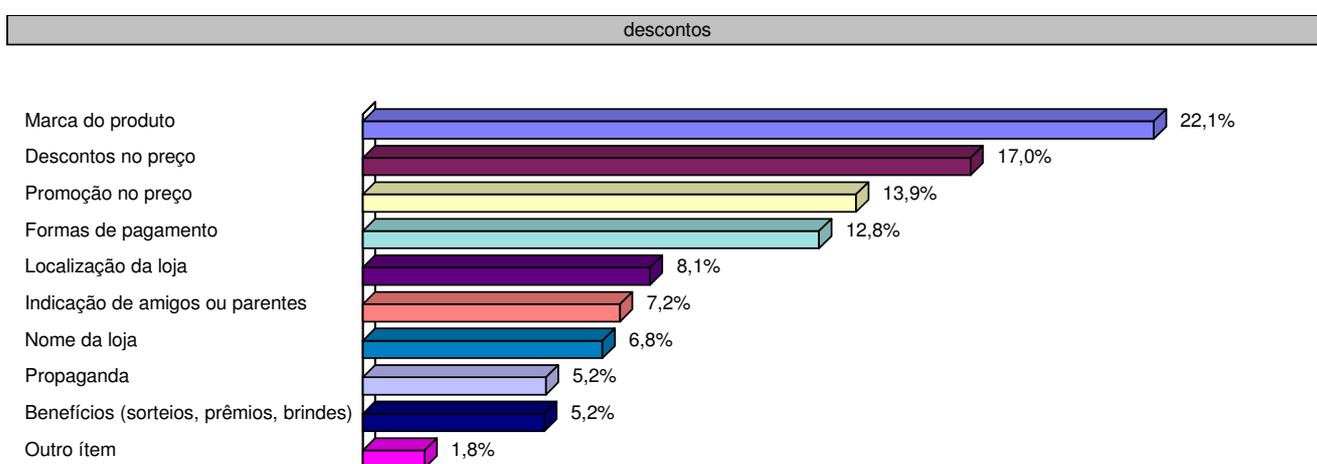
Quanto você pretende gastar em cada presente?



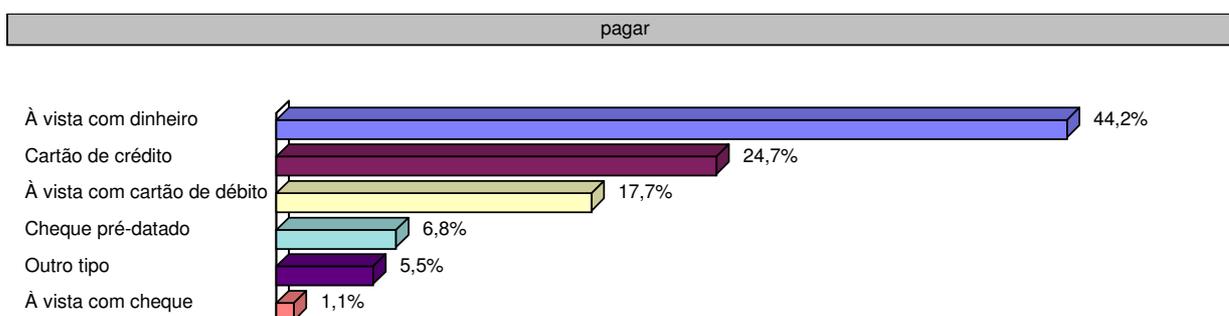
Quanto ao preço do Ovo de Páscoa, deste ano em comparação ao preço do ano passado eles estão:



Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente?

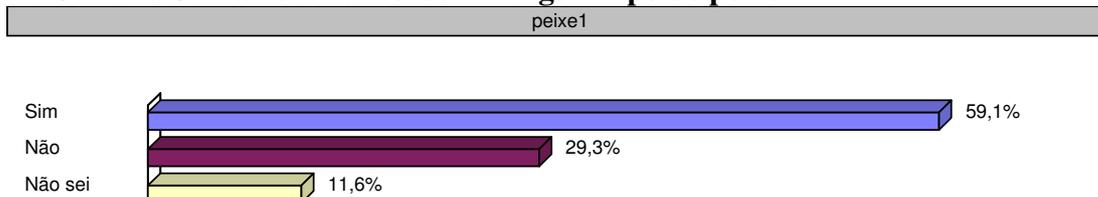


Nas suas compras de Páscoa, como você pretende pagar?



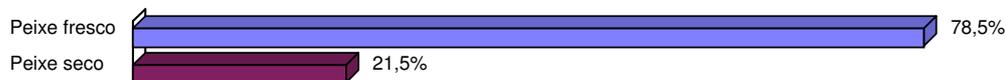
Consumo de Pescado

Na Semana Santa você vai consumir algum tipo de peixe?



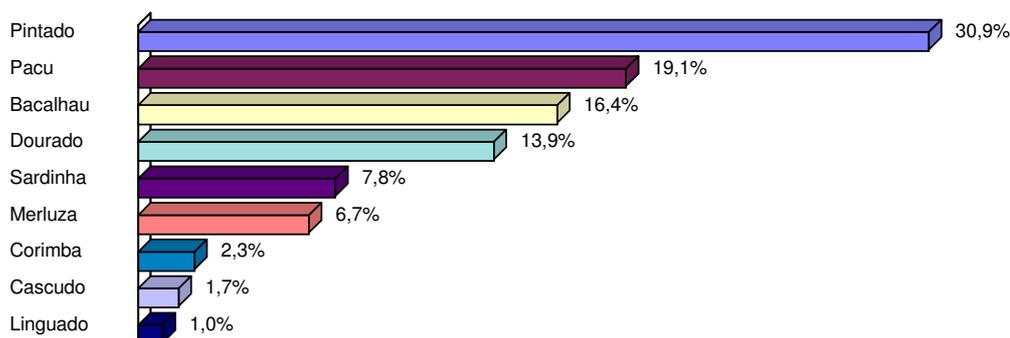
Se SIM, a sua escolha será:

peixe2



Se SIM, qual o tipo de pescado?

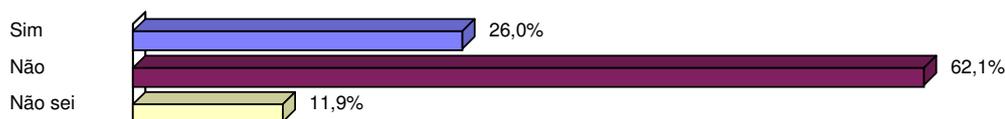
peixe3



Turismo e Lazer

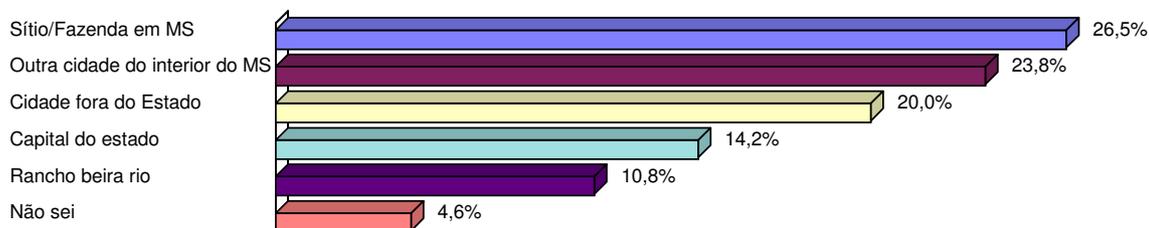
Você pretende viajar nesta Páscoa?

viajar



Se SIM, para onde pretende ir?

par_onde

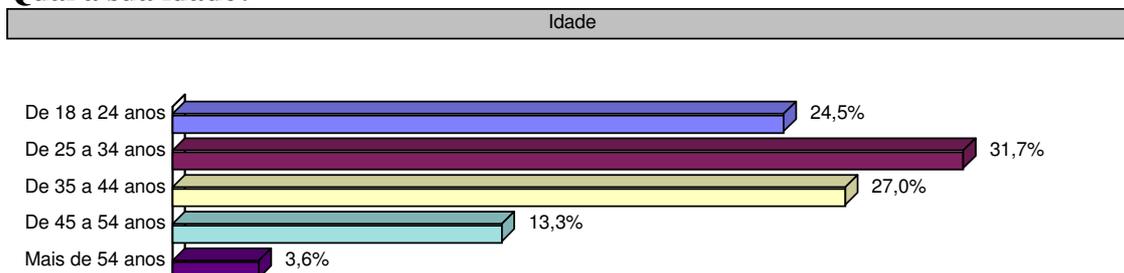


Perfil Demográfico dos Entrevistados

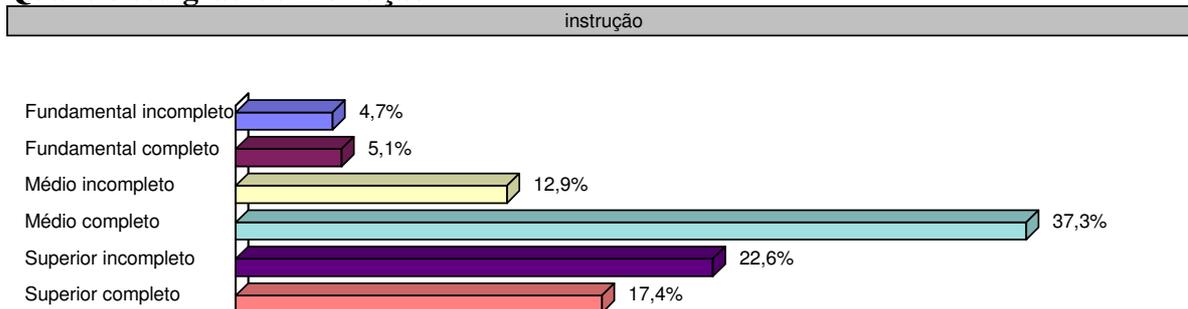
Qual o seu sexo?



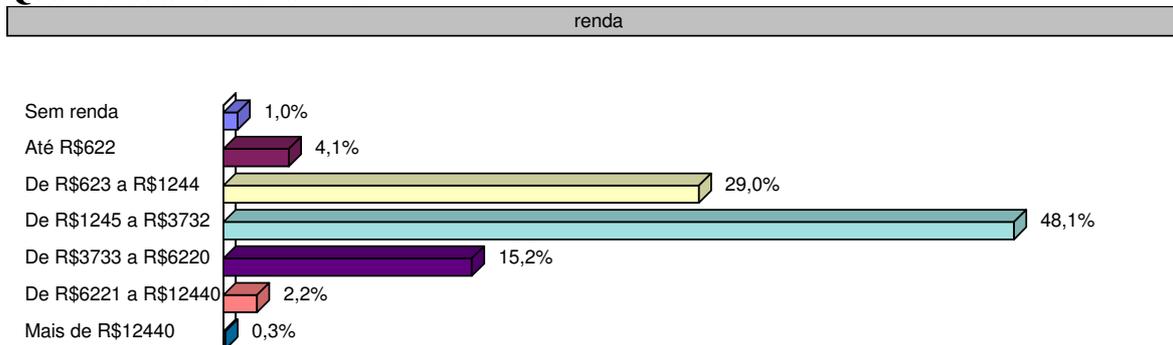
Qual a sua idade?



Qual é o seu grau de Instrução?



Qual é a sua renda familiar?



De quantas pessoas é composta a sua família?

