



# Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista

## Resultados Consolidados de Três Lagoas

### Páscoa de 2013

Março de 2013

Apoio:



SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE PARANAIBA SINCOPAP





### **Catálogo Bibliográfica**

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Três Lagoas – 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 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 Três Lagoas a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo do Páscoa de 2013.  |
| Local:           | Três Lagoas, Mato Grosso do Sul  |
| Período:         | 01 a 08 de março de 2013.  |
| Universo:        | População economicamente ativa que pretende realizar compra na Páscoa.   |
| População:       | População economicamente ativa de 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 100 entrevistas. |
| Coordenação:     | Celso Correia de Souza, Dr.<br>José Francisco dos Reis Neto, Dro.  |
| Equipe de apoio  | Adriana Brites Felix<br>Aline Pereira Filiiu<br>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**

A pesquisa de opinião pública da FECOMERCIO/MS sobre o comportamento e expectativa de consumo durante a Páscoa de 2013 na cidade de Três Lagoas, MS, foram entrevistadas 200 pessoas, nos mais diversos pontos de circulação e comercialização de cada uma desta cidade, de forma espontânea, anônima e sigilosa, durante o período de 01 a 08 de março de 2013.

### **Compras na Páscoa**

O comércio de Três Lagoas será beneficiado na semana da Páscoa com mais de R\$ 3,8 milhões circulando nas compras de ovos e chocolates em comemoração à Páscoa. Ao redor de 80% da população economicamente ativa irá às compras de ovos de Páscoa (59%) ou chocolates (15%). A economia informal deverá também receber uma parcela deste dinheiro, pois quase 11% dos compradores irão adquirir chocolates ou ovos caseiros. Eles pretendem gastar em média R\$74,00 em cada presente, e a maioria, deverá comprar até dois ovos. A forma de pagamento preferida será à vista, sendo que 49% pagarão em dinheiro e 22% com o cartão de débito.

O consumidor pesquisou os preços dos ovos e comparou com os do ano passado. É importante relatar que 58% dos compradores indicam que os preços estão mais caros. No entanto, mais de 32% dos consumidores não sabem comparar os preços, pois não se lembram de quanto custava no ano passado.

Os locais preferidos de compras são: 46% em supermercados, 41% em lojas do centro e 13%.

### **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. Isto é comprovado quando se verifica que quase 61% dos compradores afirmam isto e que 38% sinalizam como importante esta festa na vida das pessoas. Na sexta-feira que antecede esta data, há a tradição religiosa de comer peixe. Com relação a esse hábito, 57% dos consumidores deverão consumir peixes, sendo que poderá ser peixe fresco em torno de 87% e o peixe seco 13%. O pintado tem preferência de 27% dos consumidores, seguido do bacalhau com 12% e do pacu com 11%. Isto deverá ativar os supermercados e as lojas especializadas em peixe, movimentando o comércio antes do dia 31 de março e proporcionando uma entrada de caixa extra no comércio local.

### **Viagens e Lazer**

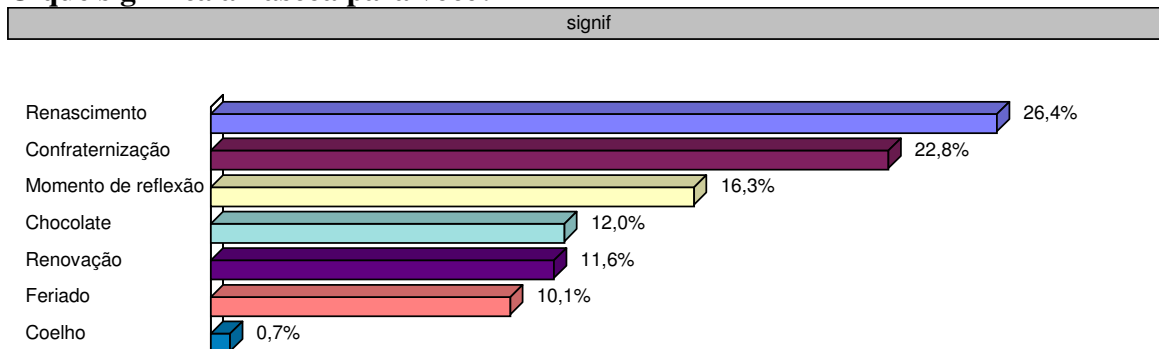
Mais de 59% deverá permanecer na sua cidade, mas daqueles que viajarão 37% irão para fazendas, sítios e pesqueiros e quase 42% viajarão para fora do estado.

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.

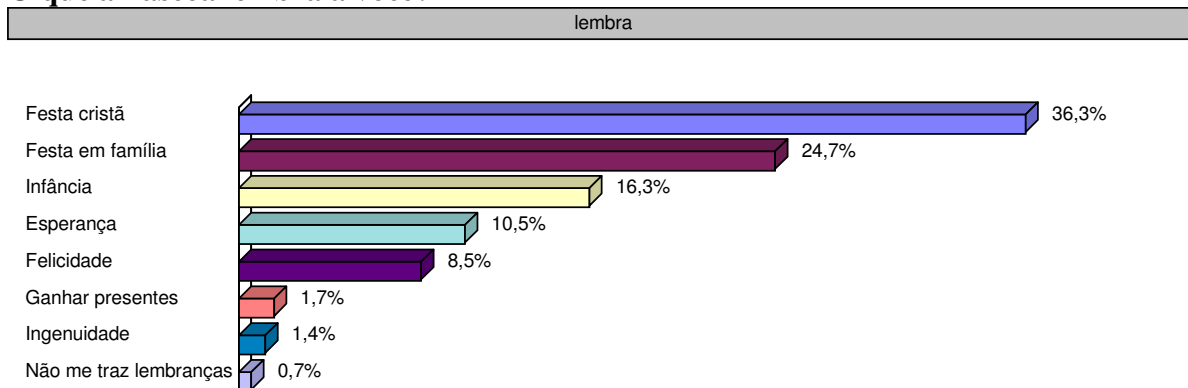
## Resultado da Pesquisa

### *Sentimento Páscoa*

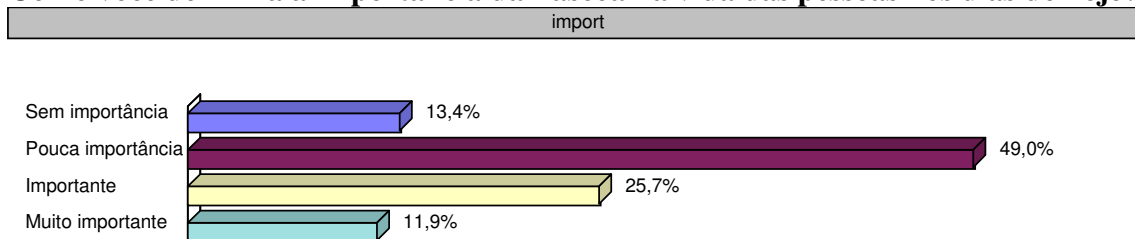
#### O que significa a Páscoa para você?



#### O que a Páscoa lembra a você?

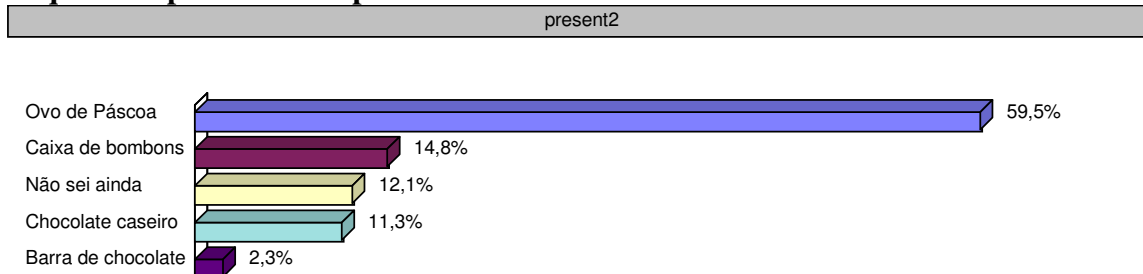


#### Como você definiria a importância da Páscoa na vida das pessoas nos dias de hoje?

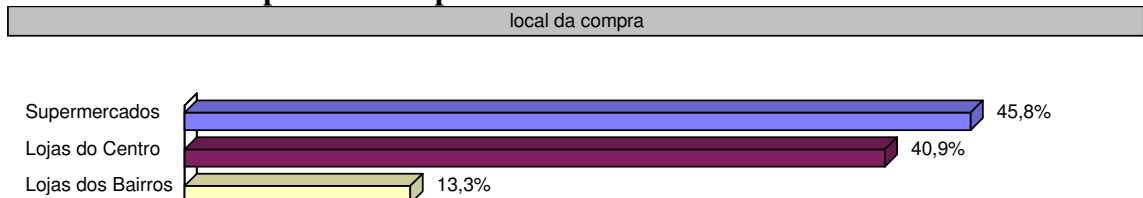


## Compras na Páscoa

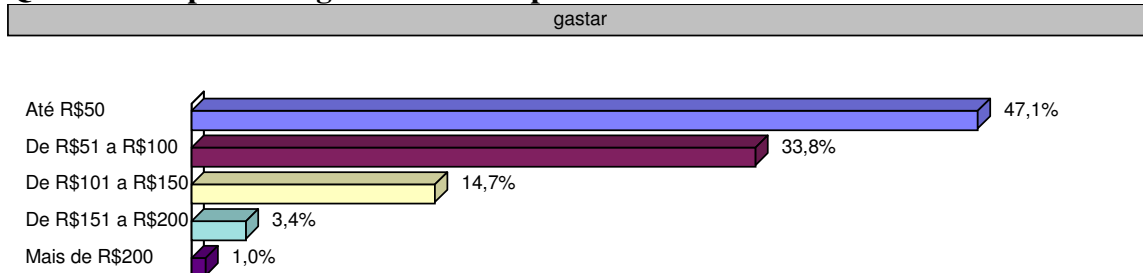
### O que você pretende comprar?



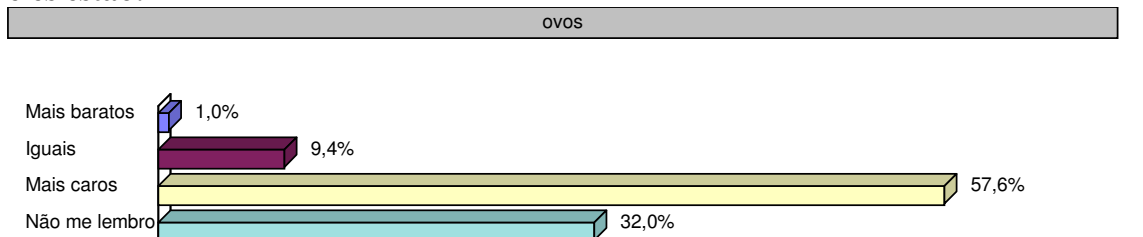
### Onde você irá comprar os seus presentes?



### Quanto você pretende gastar em cada presente?

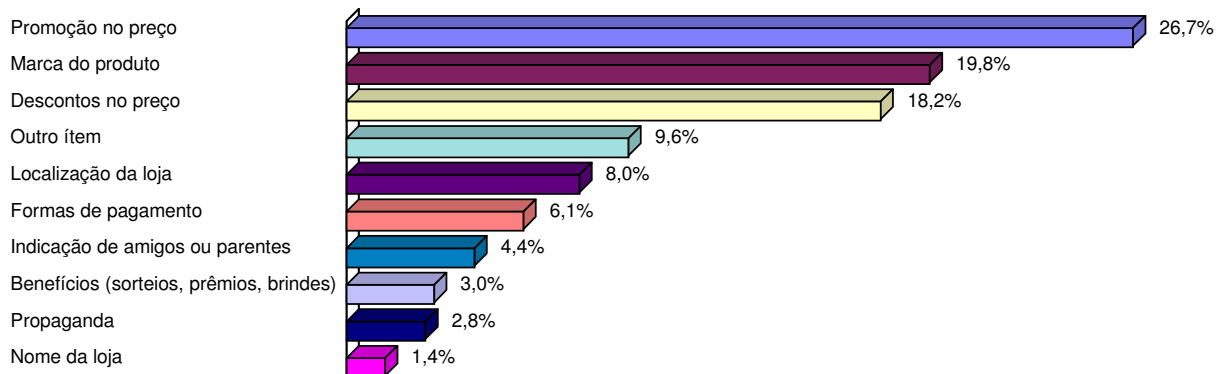


### Quanto ao preço do Ovo de Páscoa, deste ano em comparação ao preço do ano passado eles estão:



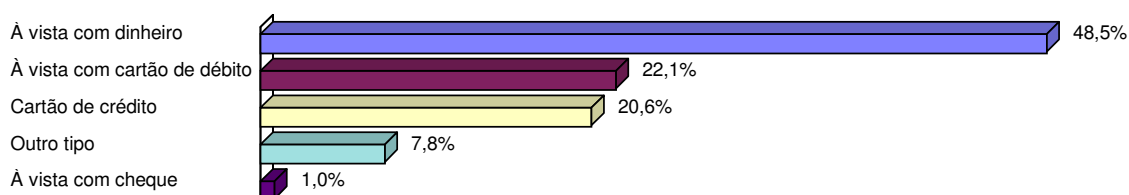
### Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente?

descontos



### Nas suas compras de Páscoa, como você pretende pagar?

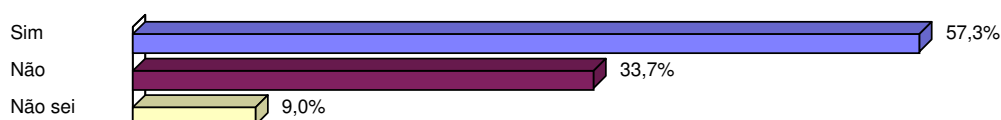
pagar



### Consumo de Pescado

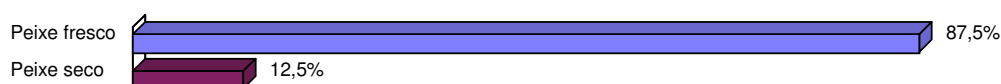
#### Na Semana Santa você vai consumir algum tipo de peixe?

peixe1



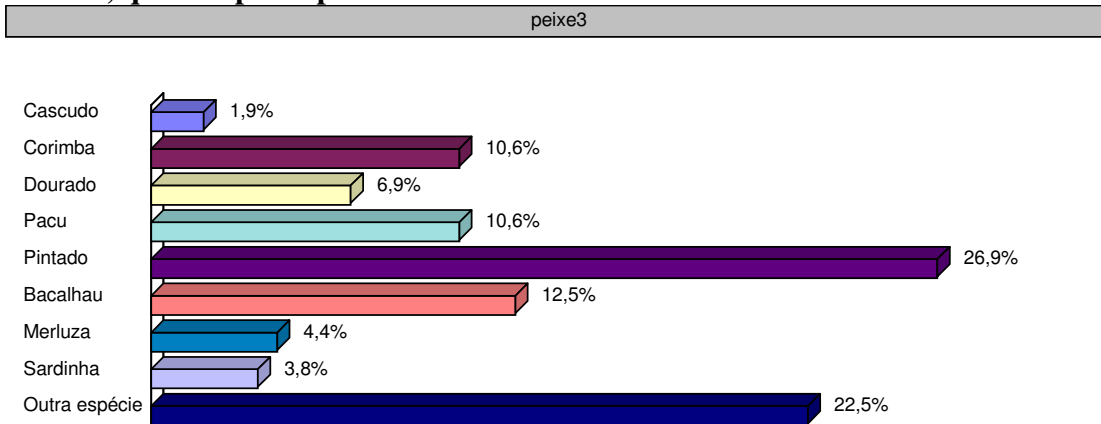
#### Se SIM, a sua escolha será:

peixe2



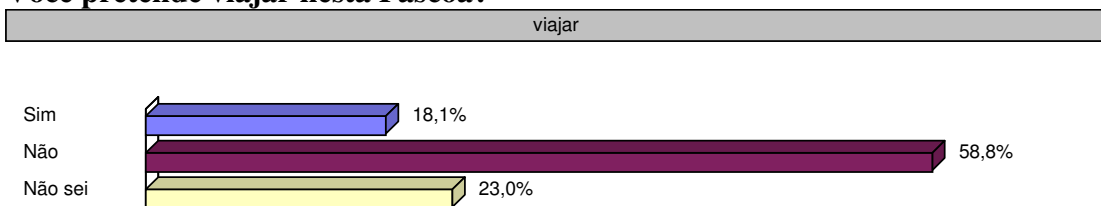


### Se SIM, qual o tipo de pescado?

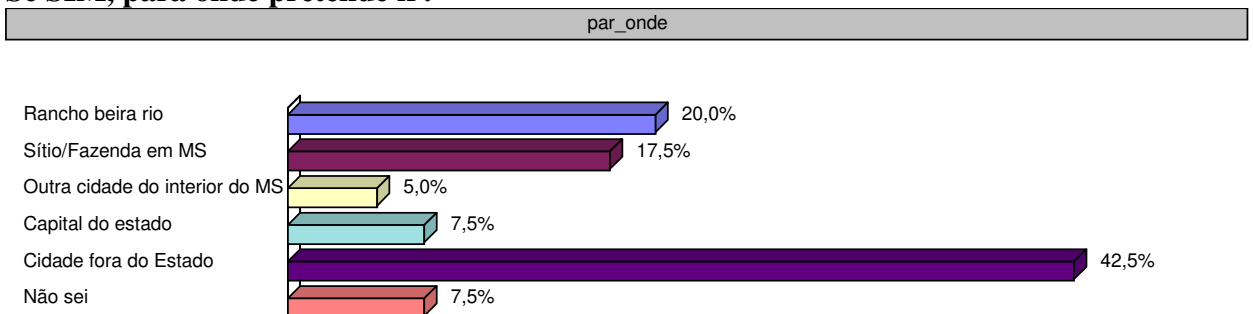


### Turismo e Lazer

#### Você pretende viajar nesta Páscoa?

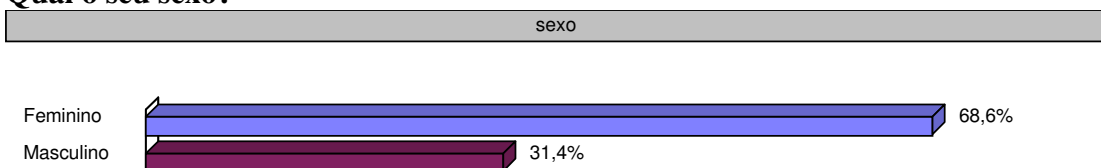


#### Se SIM, para onde pretende ir?

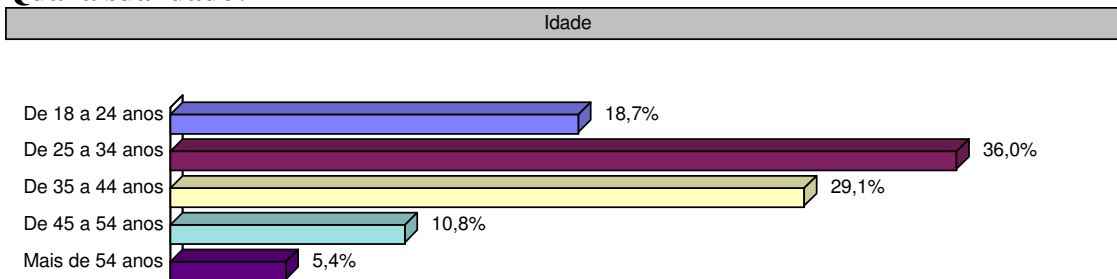


### Perfil Demográfico dos Entrevistados

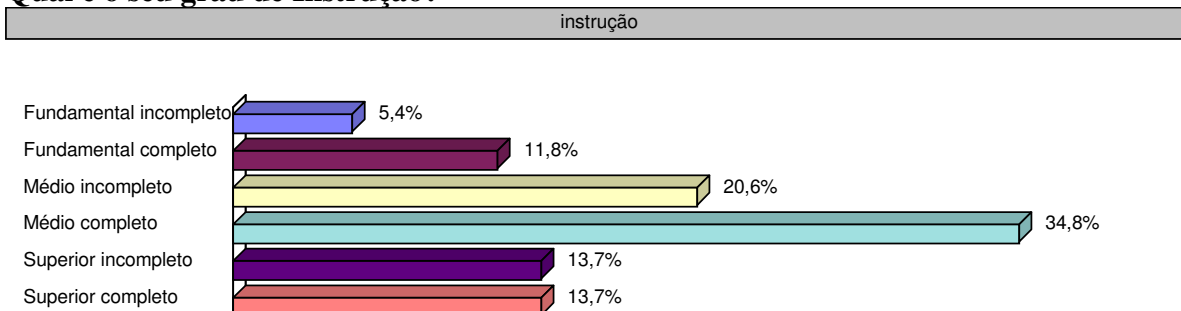
#### Qual o seu sexo?



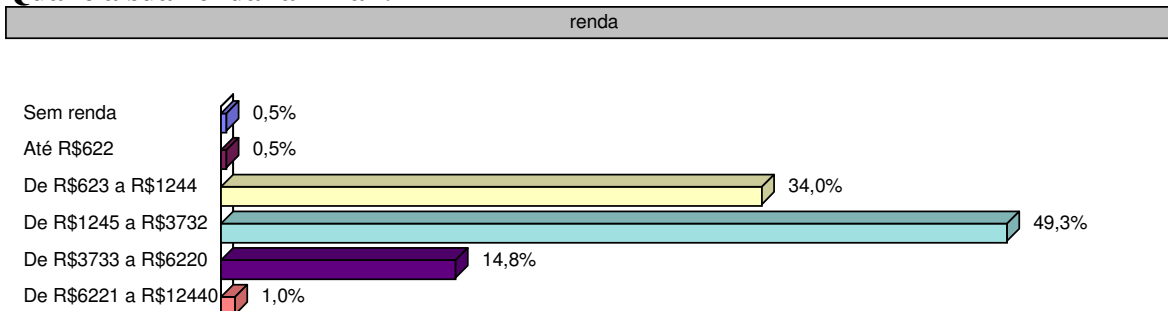
### Qual a sua idade?



### Qual é o seu grau de Instrução?



### Qual é a sua renda familiar?



### De quantas pessoas é composta a sua família?

