



Federação do Comércio de Bens, Serviços  
e Turismo do Estado de Mato Grosso do Sul



# **Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista**

## **Resultados de Dourados**

### **Páscoa de 2014**

**Março de 2014**

### **Catálogo Bibliográfica**

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Dourados – Páscoa de 2014.

Campo Grande: FMB, março de 2014.

Anual

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

**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.**

Regiane Dedé de Oliveira

**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 Dourados a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo da Páscoa de 2014.
Local:	Dourados, Mato Grosso do Sul
Período:	10 a 15 de março de 2014.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra na Páscoa.
População:	População economicamente ativa (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%.
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**

### **Compras na Páscoa**

O comércio de Dourados será beneficiado na semana da Páscoa com mais de R\$ 5,2 milhões circulando nas compras de ovos e chocolates em comemoração à Páscoa. Ao redor de 92% da população economicamente ativa irá às compras de ovos de Páscoa (35%), caixa de bombons (27%), barra de chocolate (21%) ou chocolates caseiros (6%) que movimentará a economia informal. Os consumidores pretendem gastar em média R\$58,00 em cada presente, e a maioria, deverá comprar até dois ovos.

Os locais preferidos de compras são: 43% em supermercados, 18% em lojas do centro e 6% em lojas dos bairros. Outros 33% dos compradores deverão escolher o Shopping Avenida Center.

O consumidor pesquisou os preços dos ovos e comparou com os do ano passado. É importante relatar que 36% dos compradores indicam que os preços estão mais caros. No entanto, mais de 28% dos consumidores não sabem comparar os preços, pois não se lembram de quanto custava no ano passado.

A escolha do presente de Páscoa será feita em função da marca do produto (18%) e da oferta de promoção e brindes (17%).

A forma de pagamento preferida será à vista, sendo que 49% pagarão em dinheiro, 32% com o cartão de crédito e 11% com o cartão de débito.

### **Consumo de Pescado**

Nas últimas pesquisas durante o período da Páscoa foi observado que esta data é uma festa cristã em que a celebração da ressurreição de Cristo é feita com a troca de ovos e chocolates entre os parentes e amigos, e preserva-se o consumo de pescado. Com relação a esse hábito, 37% dos consumidores deverão consumir peixes e outros 38% ainda não sabem. O pintado tem preferência de 17% dos consumidores, seguido do dourado com 14% e do pacu com 26%. A escolha do bacalhau será feita por 9% dos consumidores. Isto deverá ativar os supermercados e as lojas especializadas em peixe, movimentando o comércio antes da Páscoa, com um gasto médio de R\$38,00 por comprador, estimando-se um montante de R\$1,2 milhão em pescados e derivados.

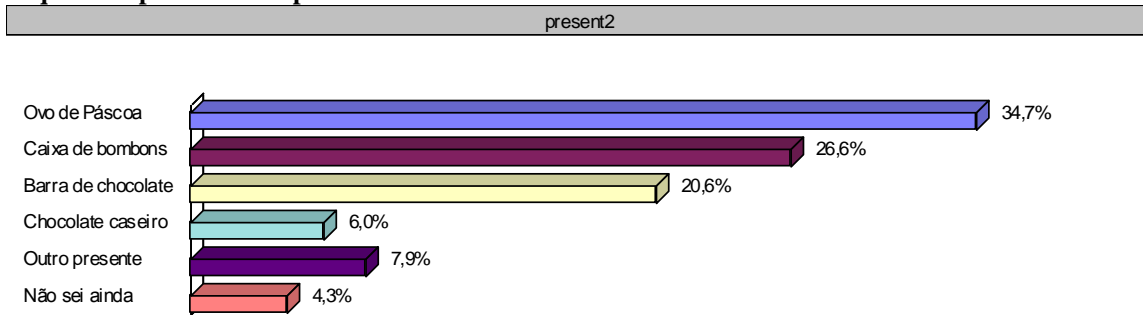
### **Viagens e Lazer**

Quase 55% deverão permanecer na sua cidade, mas os demais pretendem viajar para dentro ou para fora do MS. O gasto médio estimado por viagem é de R\$275,00, perfazendo um montante de R\$6,3 milhões. É um valor significativo que ativará os setores de transporte, hospedagem, alimentação e diversão sul-mato-grossense.

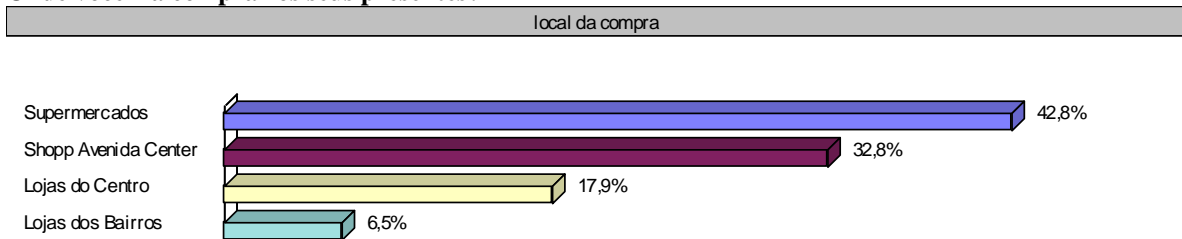
## Resultado da Pesquisa

### Compra de Páscoa

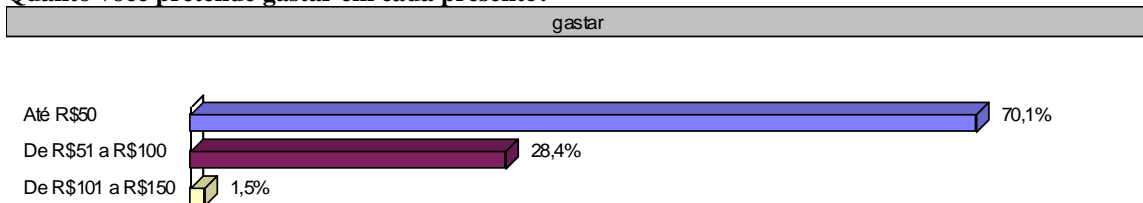
#### O que você pretende comprar?



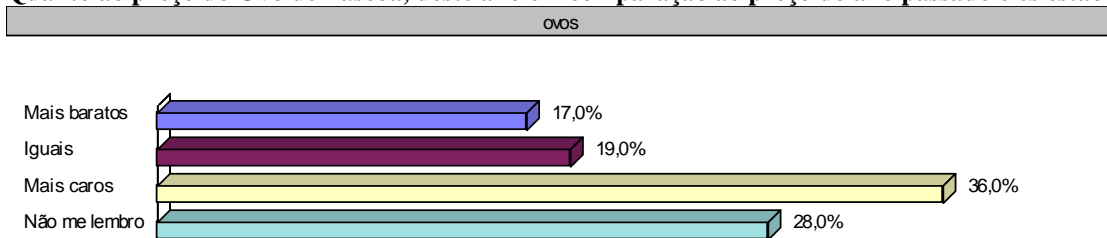
#### Onde você irá comprar os seus presentes?



#### Quanto você pretende gastar em cada presente?

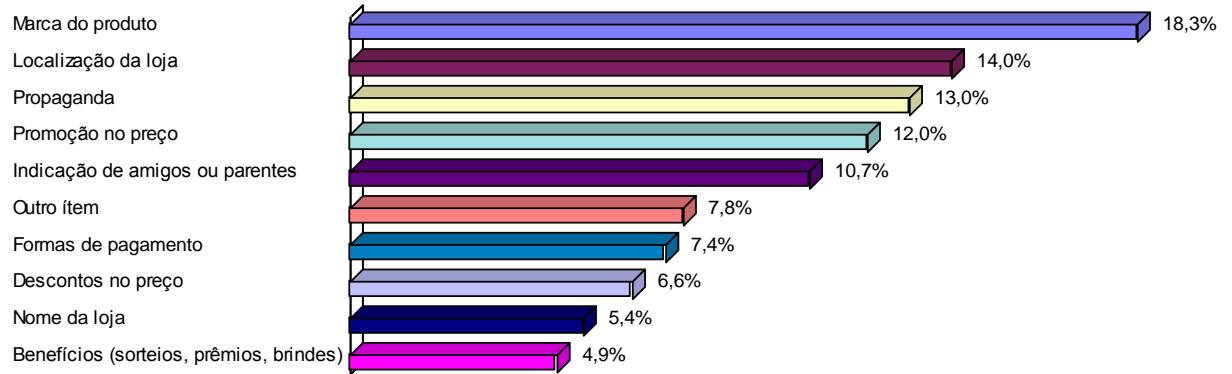


#### Quanto ao preço do Ovo de Páscoa, deste ano em comparação ao preço do ano passado eles estão:



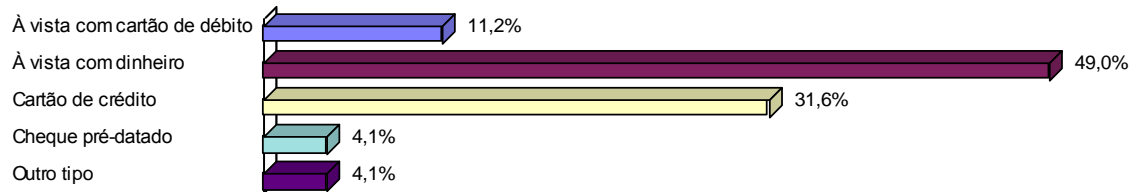
### Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente?

descontos



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

pagar

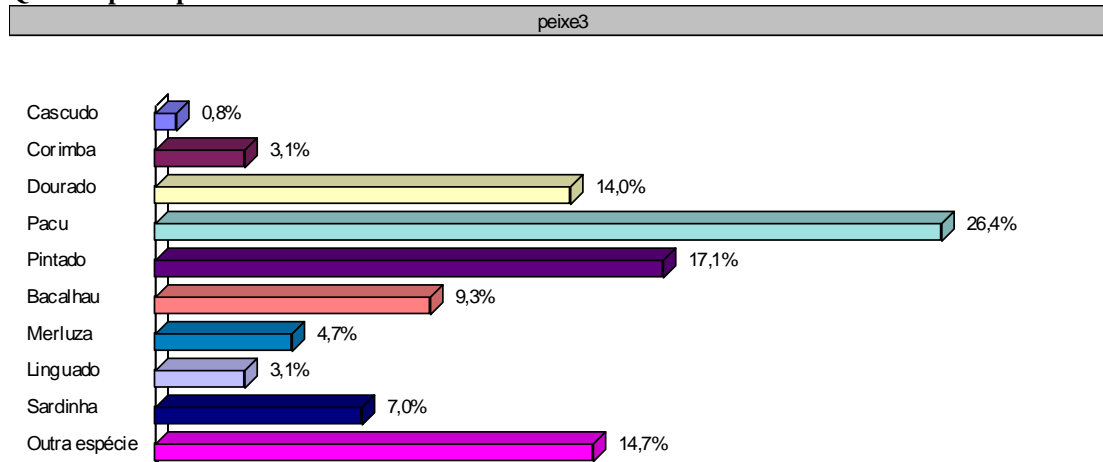


## Consumo de Peixe

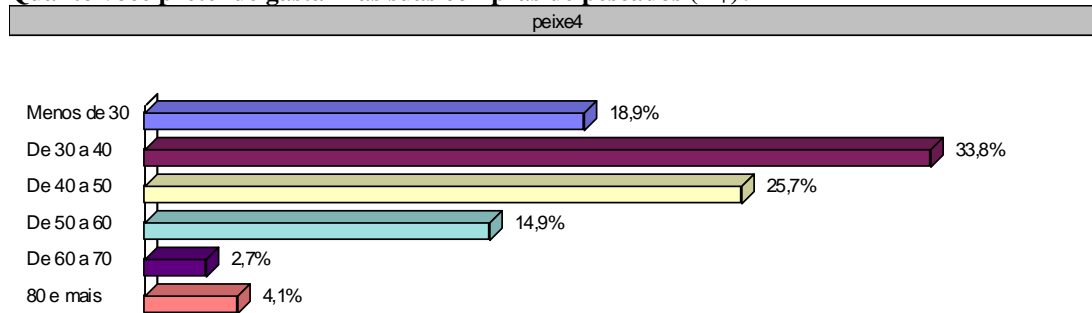
Na Semana Santa você vai consumir algum tipo de peixe?



Qual o tipo de pescado?



Quanto você pretende gastar nas suas compras de pescados (R\$)?

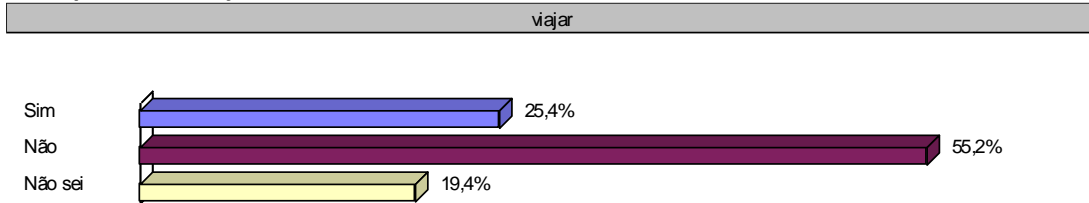


Mínimo = 20, Máximo = 100 Média = 37,50 Desvio-padrão = 15,58

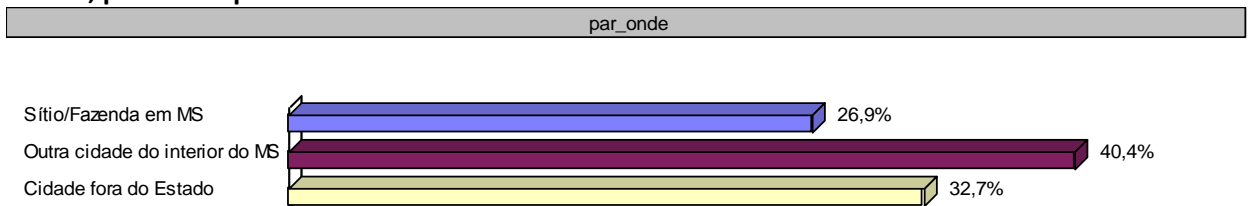


## Viagem e Lazer

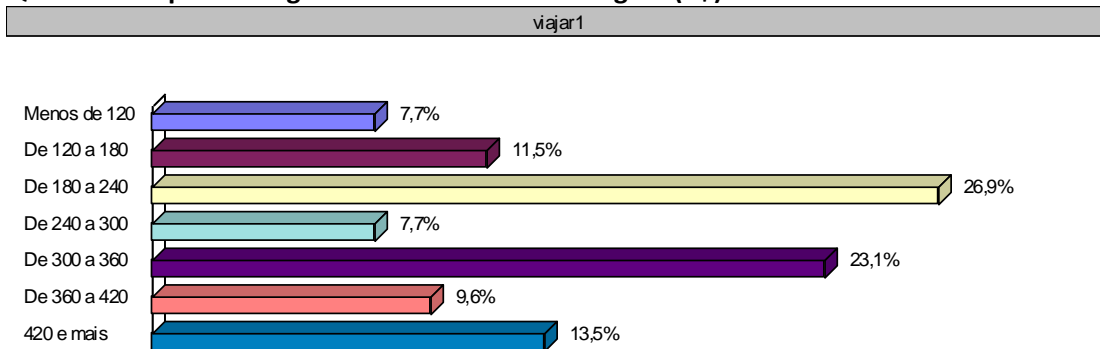
### Você pretende viajar nesta Páscoa?



### Se SIM, para onde pretende ir?



### Quanto você pretende gastar durante esta sua viagem (R\$)?



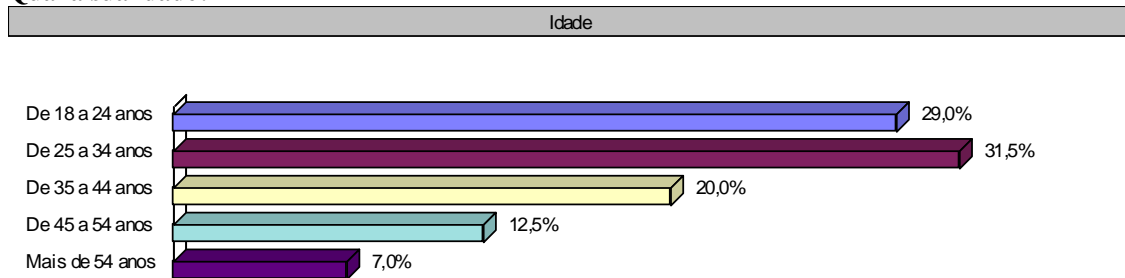
Mínimo = 100, Máximo = 500 Média = 275,00 Desvio-padrão = 121,07

## Perfil do Entrevistado

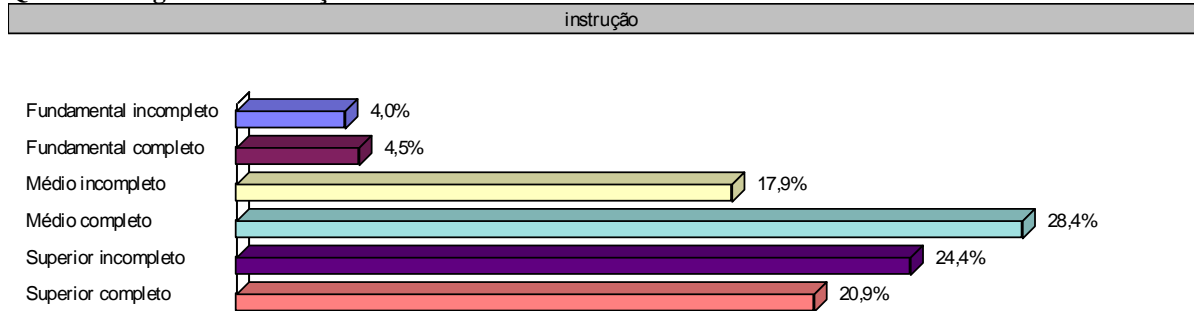
### Qual o seu sexo?



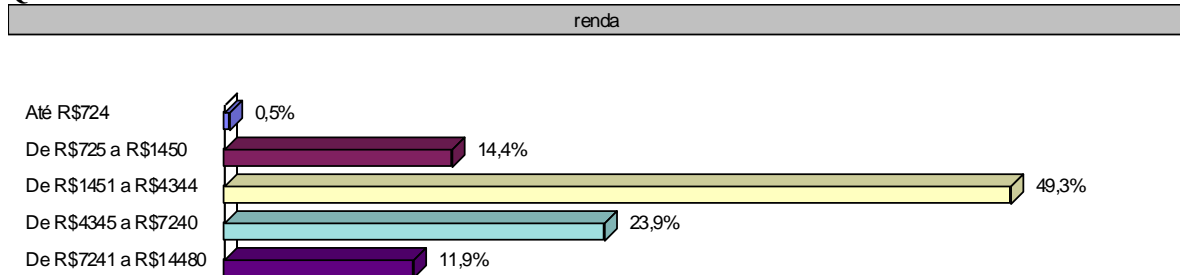
### Qual a sua idade?



### Qual é o seu grau de Instrução?



### Qual é a sua renda familiar?



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

