



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



Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista

Resultados de Três Lagoas

Páscoa de 2014

Março de 2014

Catálogo Bibliográfica

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Três Lagoas – Páscoa de 2014.

Campo Grande: FMB, março de 2014.

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.

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 Três Lagoas a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo da Páscoa de 2014.
Local:	Três Lagoas, 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 Três Lagoas será beneficiado na semana da Páscoa com mais de R\$ 4,2 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 (47%), caixa de bombons (19%), barra de chocolate (12%) ou chocolates caseiros (15%) que movimentará a economia informal. Os consumidores pretendem gastar em média R\$79,00 em cada presente, e a maioria, deverá comprar até dois ovos.

Os locais preferidos de compras são: 42% em supermercados, 35% em lojas do centro e 22% em lojas dos bairros.

O consumidor pesquisou os preços dos ovos e comparou com os do ano passado. É importante relatar que 62% dos compradores indicam que os preços estão mais caros. No entanto, mais de 25% 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 (13%) e da oferta de promoção e brindes (49%).

A forma de pagamento preferida será à vista, sendo que 66% pagarão em dinheiro, 9% com o cartão de crédito e 19% 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, 52% dos consumidores deverão consumir peixes. O pintado tem preferência de 21% dos consumidores, seguido do dourado com 8% e do pacu com 12%. A escolha do bacalhau será feita por 16% 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\$64,00 por comprador, estimando-se um montante de R\$1,78 milhão em pescados e derivados.

Viagens e Lazer

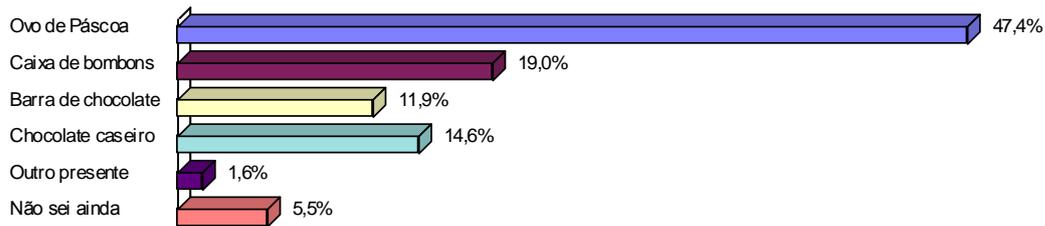
Quase 52% deverão permanecer na sua cidade, mas os demais pretendem viajar para dentro ou para fora do MS. O gasto médio estimado por viagem é de R\$224,00, perfazendo um montante de R\$1,99 milhão. É um valor significativo que ativará os setores de transporte, hospedagem, alimentação e diversão sul-mato-grossense.

Resultado da Pesquisa

Compra de Páscoa

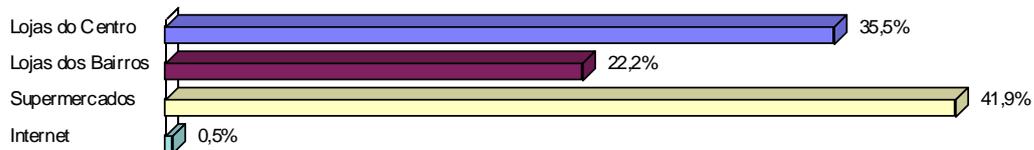
O que você pretende comprar?

present2



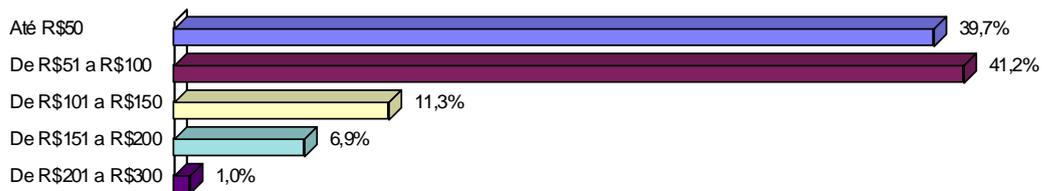
Onde você irá comprar os seus presentes?

local da compra



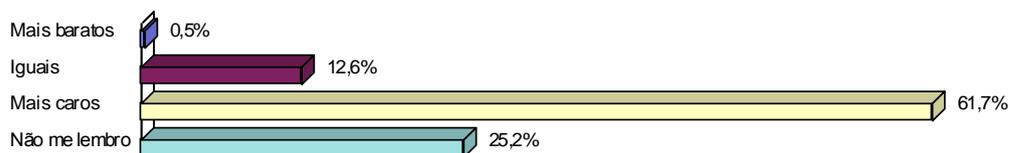
Quanto você pretende gastar em cada presente?

gastar



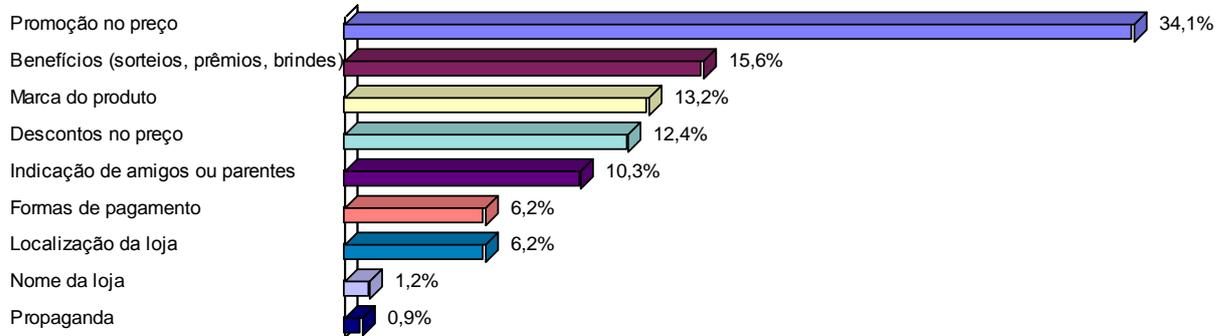
Quanto ao preço do Ovo de Páscoa, deste ano em comparação ao preço do ano passado eles estão:

ovos



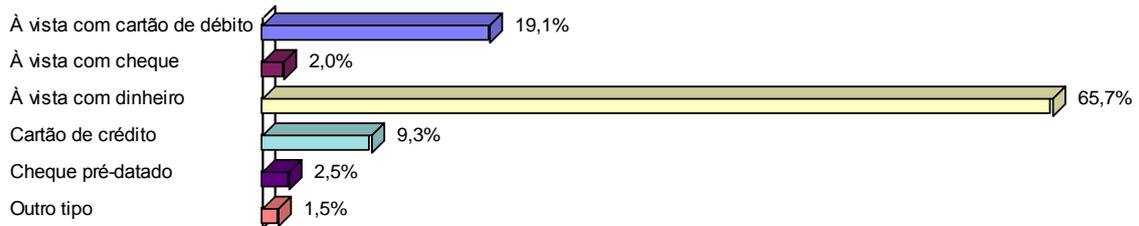
Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente?

descontos



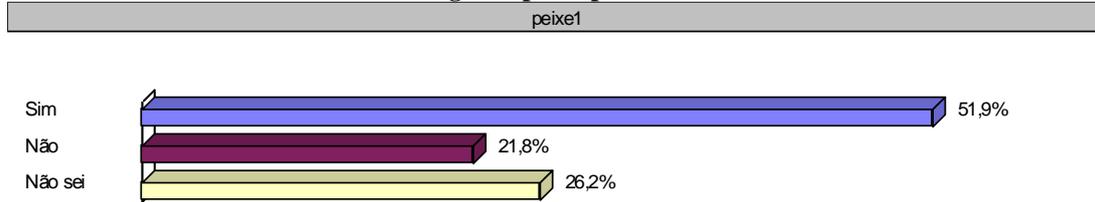
Nas suas compras de Páscoa, como você pretende pagar?

pagar

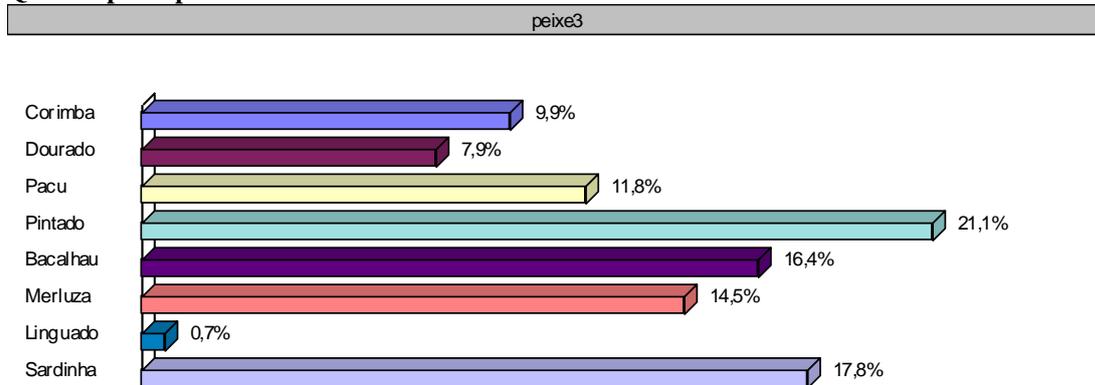


Consumo de Peixe

Na Semana Santa você vai consumir algum tipo de peixe?



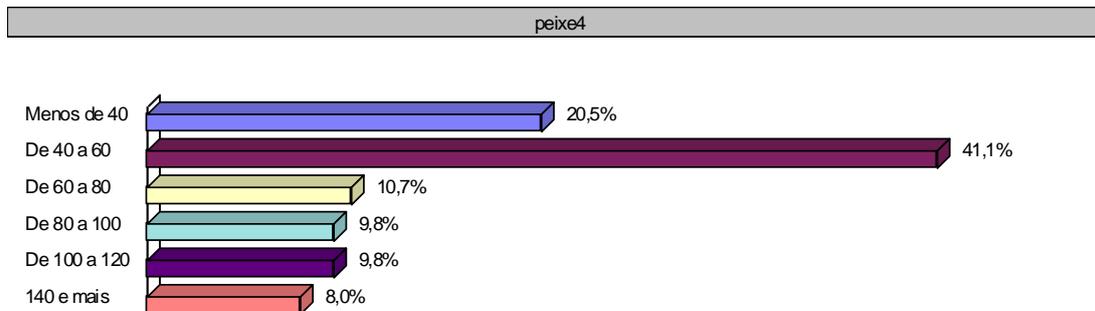
Qual o tipo de pescado?



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

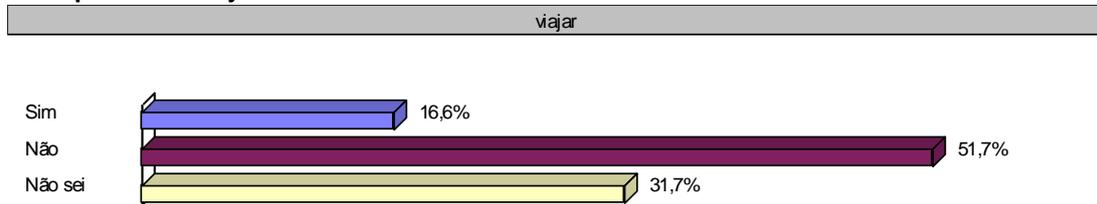
Mínimo = 25, Máximo = 200

Média = 63,88 Desvio-padrão = 39,96

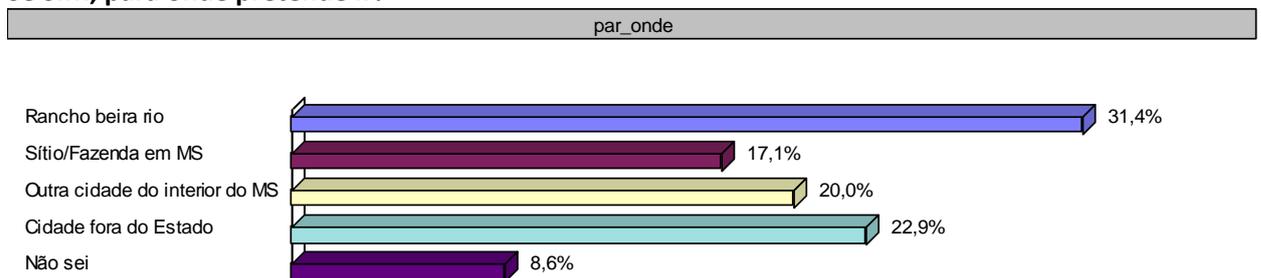


Viagem e Lazer

Você pretende viajar nesta Páscoa?



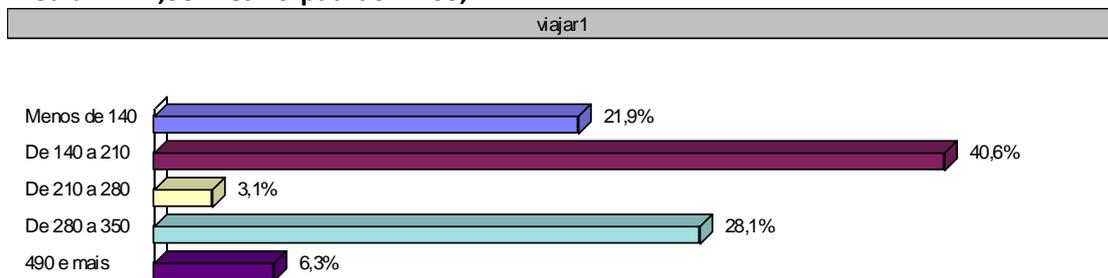
Se SIM, para onde pretende ir?



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

Mínimo = 80, Máximo = 500

Média = 224,38 Desvio-padrão = 103,24



Perfil do Entrevistado

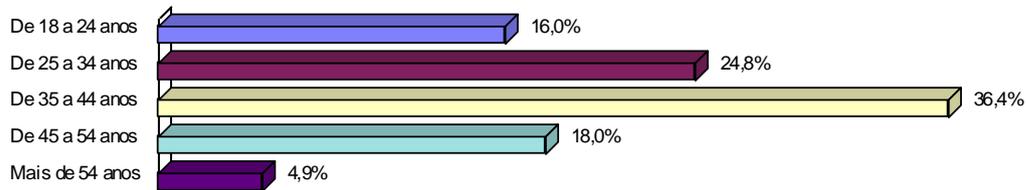
Qual o seu sexo?

sexo



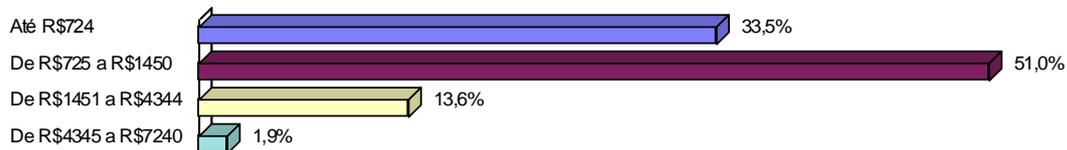
Qual a sua idade?

idade



Qual é a sua renda familiar?

renda



De quantas pessoas é composta a sua família?

familia

