

**Pesquisa de Opinião Pública do Comércio
Varejista
de
Corumbá e Ladário**

Páscoa de 2015

Março de 2015

Catálogo Bibliográfica

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista – Páscoa de 2015.

Campo Grande: FMB, março de 2015.

Anual

1. Páscoa. 2. Expectativas ao consumo. 3. Comércio 4. Local.

FECOMERCIO/MS

Diretoria Executiva

Diretor Presidente

Edison Ferreira de Araújo

1º Vice Presidente

José Alcides dos Santos

2º Vice Presidente

Adeilton Feliciano do Prado

Diretor 1º Secretário

Denire Carvalho

Diretor 2º Secretário

Fabiano José Lopes

Diretor 1º Tesoureiro

Sebastião José da Silva

Diretor 2º Tesoureiro

Valter Mario Silva Castro

INSTITUTO FECOMÉRCIO

Presidente do IF.

Edison Ferreira de Araújo.

Diretor Superintendente do IF.

Cristiane Marques Barbosa

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 da cidade a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo do durante a Páscoa de 2015
Local:	Todos os municípios, Mato Grosso do Sul
Período:	09 a 19 de março de 2015.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra no Natal.
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 nas 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 Fabiana M. Arakaki V. da Cunha Janaina Militão Moraes

Tabela de Amostragem da Pesquisa

Cidade	PEA aproximada	Probabilidade positiva de compra	Erro (%)	Amostra
Aparecida do Taboado	11.300	0,75	8,5	100
Aquidauana/Anastácio	18.000	0,85	4,8	200
Campo Grande	400.000	0,80	4,3	400
Chapadão do Sul	11.000	0,50	8,7	100
Corumbá/Ladário	41.000	0,90	4,2	200
Dourados	79.000	0,90	4,1	200
Naviraí	22.000	0,90	4,2	200
Nova Andradina	23.000	0,50	6,8	200
Ponta Porã	40.500	0,85	6,7	100
São Gabriel do Oeste	11.000	0,77	8,2	100
Três Lagoas	65.000	0,88	4,5	200

Legenda: PEA – População Economicamente Ativa, Censo 2010 IBGE.

Sumário Executivo

Compras na Páscoa

O comércio de Corumbá e Ladário será beneficiado na semana da Páscoa com um total de aproximadamente R\$ 3,3 milhões, circulando nas compras de ovos e chocolates em comemoração à Páscoa. Ao redor de (88%) da população economicamente ativa irá às compras, sendo que comprarão ovos de Páscoa (46%), caixa de bombons (24%), barra de chocolate (13%) ou chocolates caseiros (9%) que movimentará a economia informal. Os consumidores pretendem gastar em média R\$90,00 em presente relacionado ao chocolate.

Os locais preferidos de compras são: (64%) em supermercados, (28%) em lojas do centro, (5%) em lojas dos bairros.

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 quanto custavam estes produtos no ano passado.

A escolha do presente de Páscoa será feita em função do desconto de preço oferecido pelo comércio (29%), da marca do produto (25%), da oferta de promoção e brindes (17%) e forma de pagamento (9%).

A forma de pagamento preferida será à vista, sendo que (46%) pagarão em dinheiro, (23%) com o cartão de crédito e (23%) com o cartão de débito. Pelo valor da compra de cada presente, presume-se que não haverá compra a prazo.

Consumo de Pescado

A semelhança das pesquisas anteriores, durante o período de Páscoa, além da troca de ovos e chocolates entre os parentes e amigos, e preserva-se ainda o consumo de pescado. Com relação a esse comportamento, (80%) dos consumidores deverão consumir peixes, escolhendo como os principais tipos o pintado (41%), o pacu (32%), o bacalhau (9%) e merluza (7%). Isto deverá ativar os supermercados e as lojas especializadas em peixe, movimentando o comércio antes da Páscoa, com

um gasto médio de R\$77,00 por comprador, estimando-se um montante de R\$2,3 milhões em pescados e derivados.

Viagens e Lazer

Quase (9%) deverão viajar neste período, distribuídos em (34%) dentro do estado, (22%) para fora do estado e (43%) ainda não sabem para aonde irão. O gasto médio estimado por viagem é de R\$591,00, perfazendo um montante de R\$2,0 milhões. É um valor interessante que ativará os setores de transporte, hospedagem, alimentação e diversão sul-mato-grossense.

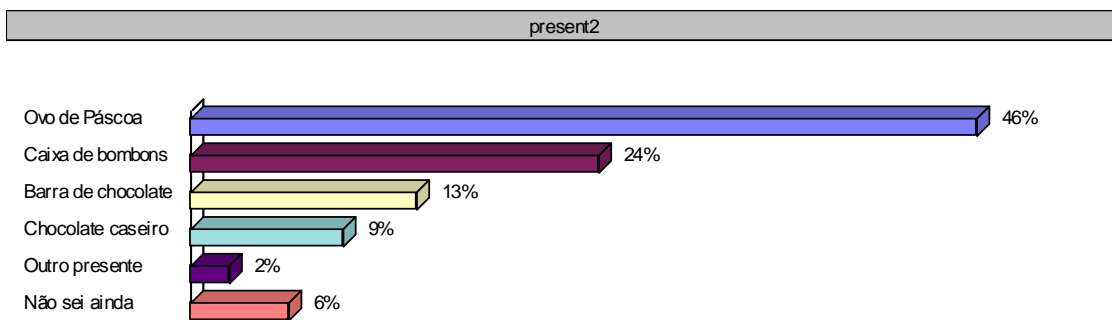
Cursos Técnicos de Qualificação

Aos entrevistados foi perguntado sobre seu interesse em participar de cursos técnicos em qualificação pessoal: (60%) indicaram interesse em cursar, escolhendo os cursos de Gestão (32%), Comércio (19%), Informática (15%) e Saúde (9%), como os principais; (12%) estão dispostos a pagar mensalmente até R\$50, (17%) entre R\$51 a R\$100, (20%) entre R\$101 a R\$150, (10%) de R\$151 a R\$200, (16%) de R\$201 a 250 e (16%) de R\$251 a R\$300. A preferência de (66%) é que os cursos a serem oferecidos ocorram durante o período noturno, (22%) o período matutino e (12%) no período vespertino.

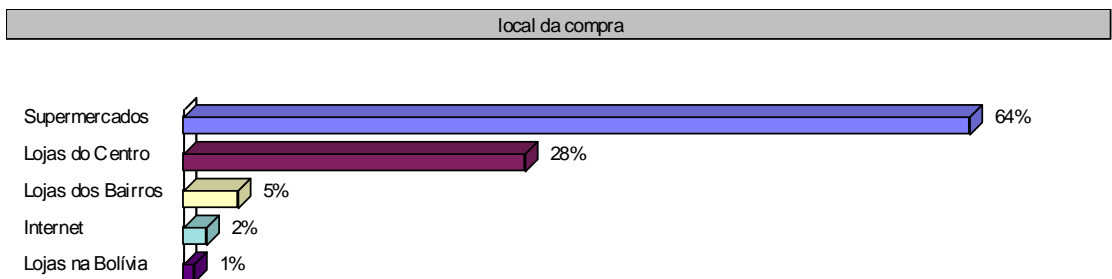
Resultado da Pesquisa

Compras de Páscoa

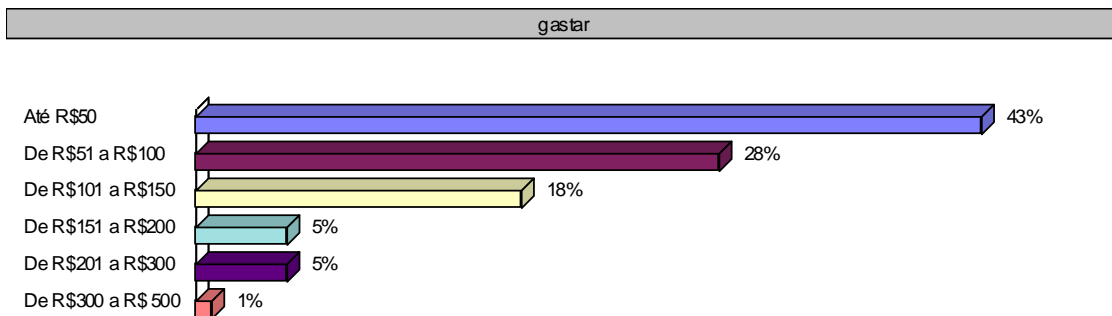
O que você pretende comprar?



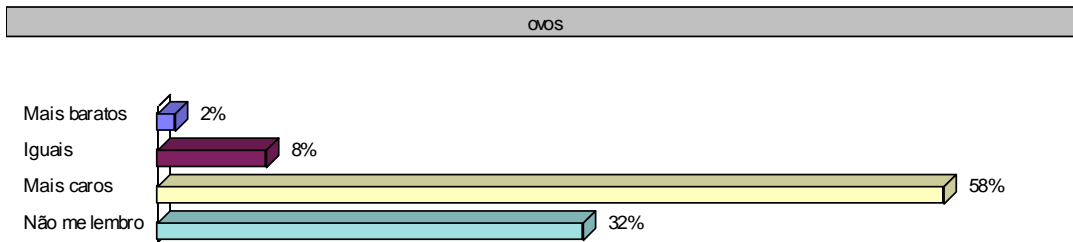
Onde você irá comprar os seus presentes?



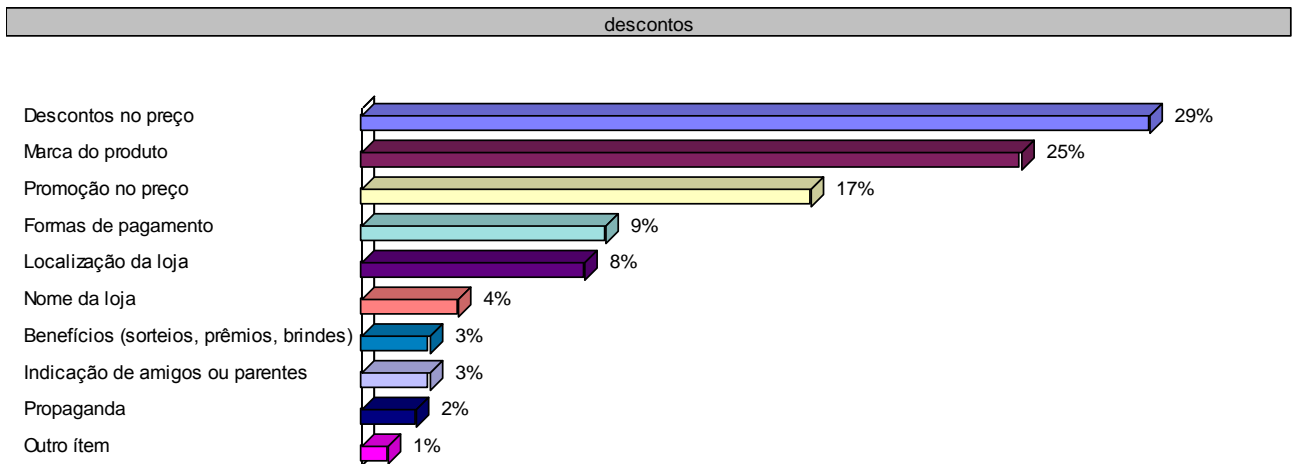
Quanto você pretende gastar em presentes?



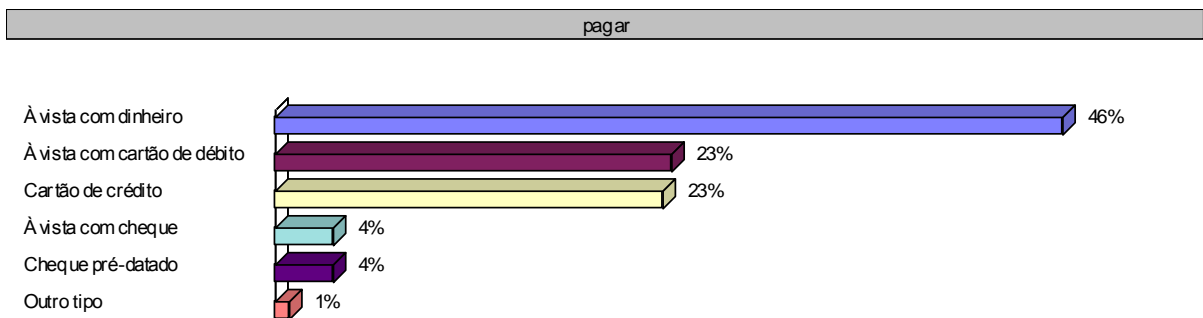
Quanto ao preço do Ovo de Páscoa, deste ano em comparação ao preço do ano passado, eles estão:



Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente?



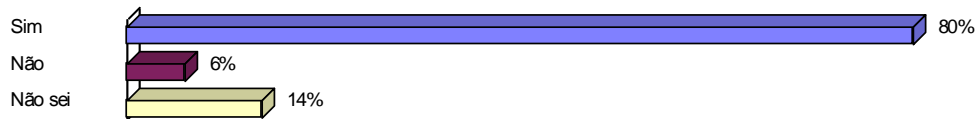
Nas suas compras de Páscoa, como você pretende pagar?



Consumo de Pescado

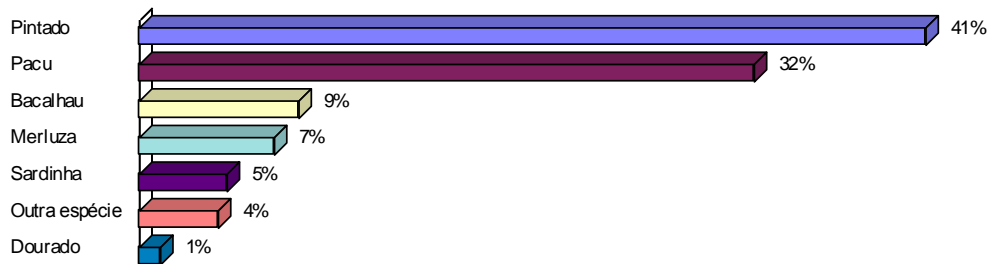
Na Semana Santa você vai consumir algum tipo de peixe?

peixe1



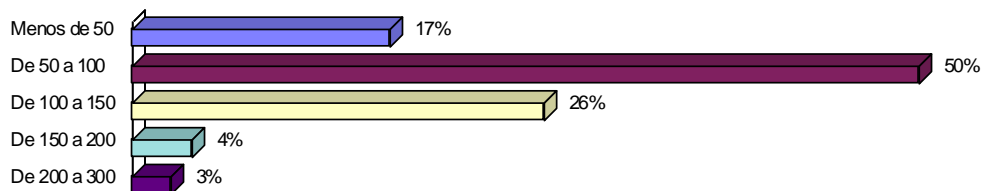
Qual o tipo de pescado?

peixe3



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

peixe4



Viagem durante a Páscoa

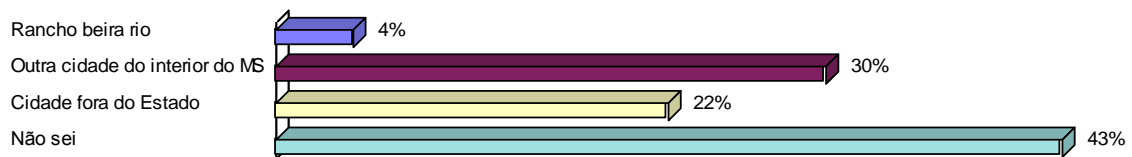
Você pretende viajar nesta Páscoa?

viajar



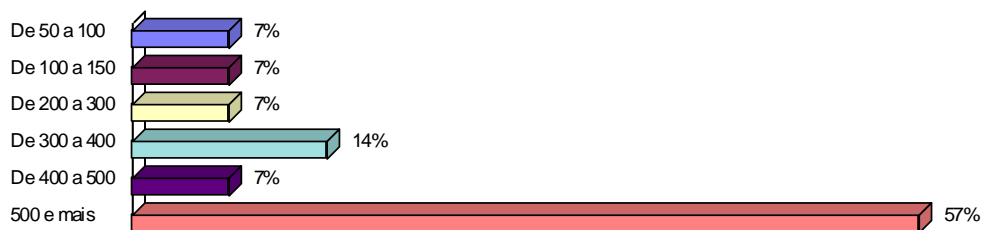
Se SIM, para onde pretende ir?

par_onde



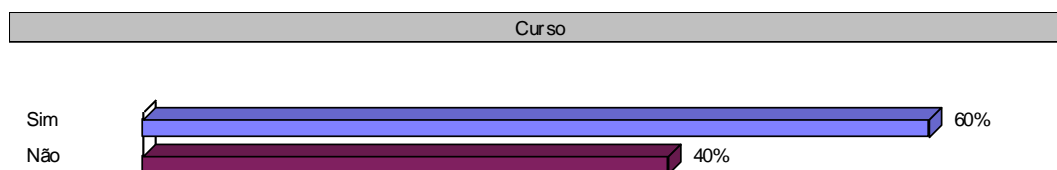
Quanto você pretende gastar durante esta sua viagem (R\$)?

viajar1

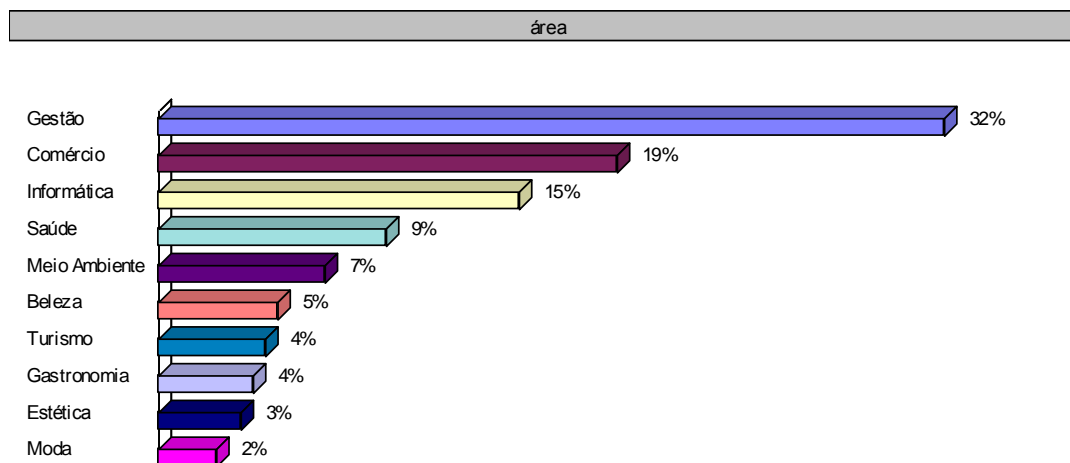


Cursos Técnicos

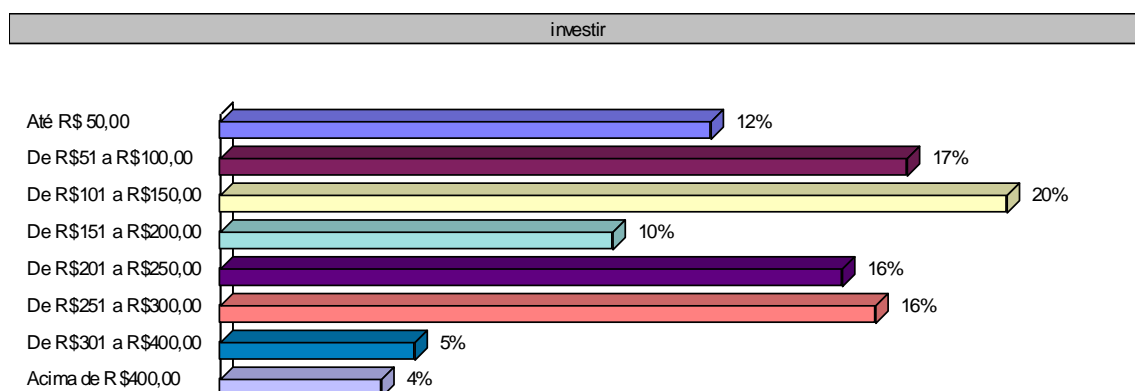
Você tem interesse em realizar cursos de qualificação?



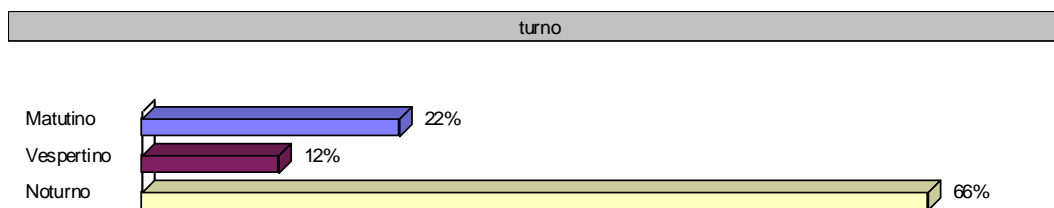
Se sim, em qual(uais) área (s)?



Quanto você estaria disposto a investir nessa qualificação mensalmente?



Em qual turno você gostaria de realizar tais cursos?

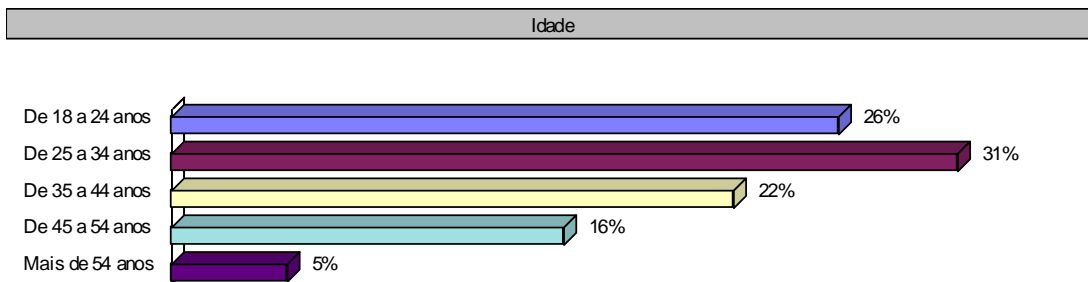


Perfil Demográfico dos Entrevistados

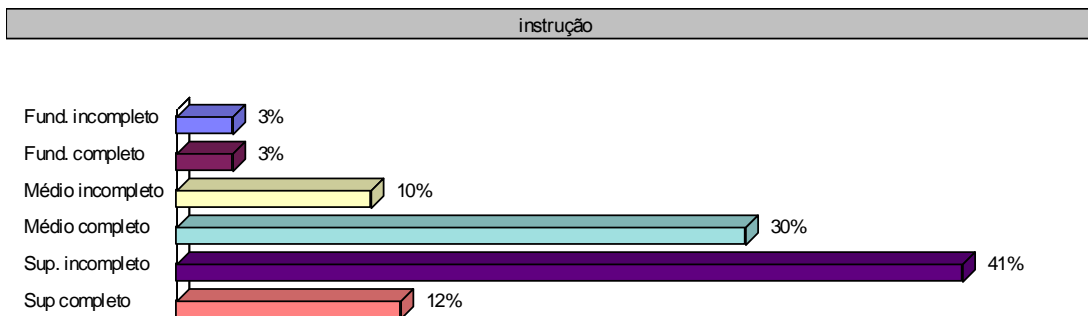
Sexo



Qual a sua idade?

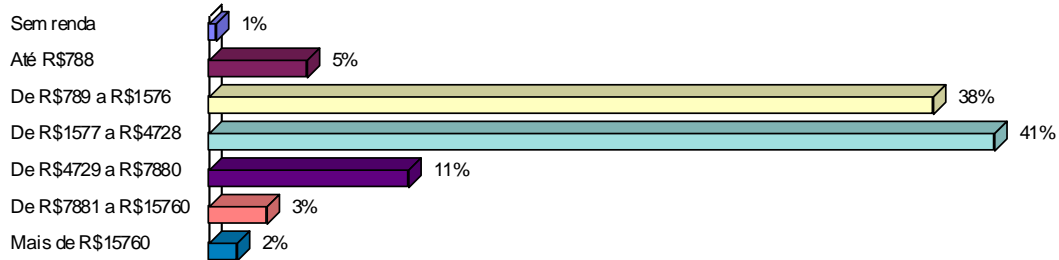


Qual é o seu grau de Instrução?



Qual é a sua renda familiar?

renda



De quantas pessoas é composta a sua família?

família

