

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de MS

Consolidado

Páscoa de 2015

Março de 2015

Catálogo Bibliográfico

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

Está é a quinta vez que a FECOMERCIO/MS realiza a pesquisa de opinião pública sobre o comportamento e expectativa de consumo durante a Páscoa de 2015 no Estado de Mato Grosso do Sul. Neste ao envolvendo 13 cidades: Aparecida do Taboado, Aquidauana, Anastácio, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Ladário, Naviraí, Nova Andradina, Ponta Porã, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas. Esta pesquisa é uma consecução entre outras realizadas pela Núcleo de Estudos e Pesquisas Econômica e Sociais – NEPES da Universidade Anhanguera-Uniderp, a qual desde 2003 vem levantando a opinião pública para as principais datas festivas de Campo Grande. O Instituto de Pesquisa Fecomercio, a Fundação Manoel de Barros e a Universidade Anhanguera-Uniderp, atingem estas treze cidades, as quais somam quase 65% do PIB estadual. Foram entrevistadas 2.000 pessoas nos mais diversos pontos de circulação e comercialização de cada uma dessas cidades, de forma espontânea, anônima e sigilosa, durante o período de 9 a 19 de março de 2015, com nível de confiança de 95% e erro amostral de 4,5%.

Compras na Páscoa - Chocolate

A festividade da Páscoa incentiva e fortalece o comércio local com a comercialização de ovos de páscoa e derivados de chocolate neste período. A festa acontece num momento em que as famílias estão recuperando das despesas do início do ano, do início das aulas escolares e do Carnaval que mal terminou. Neste ano, presume-se que deverá circular um valor na ordem de R\$ 111,9 milhões, em todo Mato Grosso do Sul, decorrente das compras de ovos de páscoa e chocolates. No entanto, se descontarmos a inflação de preços durante o período, é um pouco menor que o valor de 2014, que foi da ordem de R\$ 108,8 milhões. O valor médio de cada presente subiu levemente neste ano em comparação ao ano passado, de R\$77 para R\$87 para a compra de presentes de Páscoa, especificamente, em ovos de Páscoa, chocolates e derivados. A tabela, na próxima página, detalha as estimativas para 2015 e fornece dados de 2013 e 2014, para as cidades pesquisadas e a estimativa estadual.

Cidades	2015			2014			2013		
	% de consumidores que irão às compras	Valor Estimado em Compras (R\$ mil)	Valor Médio do Presente (R\$)	% de consumidores que irão às compras	Valor Estimado em Compras (R\$ mil)	Valor Médio do Presente (R\$)	% de consumidores que irão às compras	Valor Estimado em Compras (R\$ mil)	Valor Médio do Presente (R\$)
Aparecida do Taboado	80	874	91	77	756	82	76	603	71
Aquidauana	88	1.241	70	99	1.584	80	89	1.084	68
Campo Grande	79	24.602	77	88	25.000	71	82	22.083	68
Chapadão do Sul	87	906	94	73	777	97	87	1.342	140
Corumbá	88	3.318	90	91	2.618	69	88	2.698	74
Dourados	86	7.392	88	92	5.236	58	89	4.165	59
Naviraí	82	1.309	72	93	1.508	71	92	1.917	95
Nova Andradina	63	1.353	93	-	-	-	-	-	-
Ponta Porã	84	2.573	76	85	4.612	133	93	3.227	86
São Gabriel do Oeste	75	773	94	77	895	106	80	1.238	141
Três Lagoas	86	6.887	124	83	4.255	79	80	3.928	75
Total	82	51.228	88	87	48.579	78	86	42.285	88
Total estimado para o MS	81	111.989	87	88	108.899	77	86	107.384	78

O maior valor médio de cada compra de chocolates foi observado em Três Lagoas, com R\$124, seguido por Chapadão do Sul e São Gabriel do Oeste com R\$ 94 e por Nova Andradina com R\$93. São as cidades que possuem uma pujança nas atividades agrícolas (colheita de soja nos meses de janeiro e março) e industrial.

Os supermercados são os locais preferidos para a compra de ovos e chocolates, que também deverá comercializar os pescados. Este setor do comércio é escolhido por 40% de todos os potenciais compradores nesta data em Campo Grande, por 64% em Corumbá, 43% em Dourados e 41% em Ponta Porã e nas demais cidades por quase 57% dos compradores.

Os compradores escolhem comprar ovos de páscoa (45%), caixa de bombom (23%) e barras de chocolate (14%), mas, semelhante aos anos anteriores aparecem os chocolates e ovos caseiros (9%), os quais deverão movimentar uma boa parcela das atividades informais, estimando-se em R\$10,1 milhões.

Quase 53% dos consumidores relatam que na sua percepção os ovos de páscoa estão mais caros. No entanto, outros 32% não se recordam do valor praticado no ano passado. Este fato é suportado pela atenção do consumidor às pesquisas de preços, aumento do dólar americano, preço do litro da gasolina e demais notícias do contexto brasileiro. O consumidor relatando o aumento no preço do ovo de páscoa e do chocolate ficou mais retraído e pode ser esta a explicação da diminuição da intenção de compra deste ano, de 81% que irão as compras contra o prognóstico de 2014 de 87%.

As compras com a utilização de dinheiro é a escolha de 51% dos compradores. Seguem as compras com cartão de crédito (30%) e do cartão de débito (13%). As compras de chocolate e derivados deverão ser à vista, presumível face à indicação do valor médio de cada compra.

Os principais fatores de decisão de compra nesta Páscoa serão as marcas dos produtos (18%), a promoção de venda e brindes (20%) e ao desconto de preço (23%). A compra dos ovos de páscoa e chocolates estará muito relacionada às percepções de aditivos que irão ganhar: ovos com brinquedos, brindes e descontos na compra de mais de uma unidade.

Consumo de Pescado

Neste produto é forte a tradição e o sul-mato-grossense irá consumir pescados. Quase 61% dos irão comer peixes, escolhendo as espécies de peixes regionais, pintado (23%) e pacu (19%), e o peixe seco bacalhau (18%). 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, estimando-se um adicional de R\$62,2 milhões em pescados às compras da Páscoa, valor menor que o estimado para as compras de 2014, R\$69,45 milhões.

Compra de Pescado

Cidade	Compra (%)	Média (R\$)	Total (R\$ mil)
Aparecida do Taboado	78%	90	669
Aquidauana/Anastácio	75%	72	955
Campo Grande	44%	93	13.015
Chapadão do Sul	70%	90	607
Corumbá/Ladário	80%	77	2.269
Dourados	69%	65	3.767
Naviraí	47%	47	405
Nova Andradina	68%	93	912
Ponta Porã	31%	67	707
São Gabriel do Oeste	65%	93	494
Três Lagoas	57%	73	2.287
MS (estimativa)	62%	78	62.220

Viagens e Lazer

Este ano apenas 18% irão viajar, e destes, somente 14% irão para fora do MS. Estima-se que cada viajante irá gastar ao redor de R\$ 279, num total de R\$ 65,9 milhões. A viagem provocará alguns gastos indiretos do consumidor nos estabelecimentos comerciais em alimentos, bebidas e hospedagem.

Viagem			
Cidade	Sim (%)	Média (R\$)	Total (R\$ mil)
Aparecida do Taboado	32%	148	458
Aquidauana/Anastácio	11%	237	460
Campo Grande	16%	228	11.523
Chapadão do Sul	24%	185	434
Corumbá/Ladário	9%	591	2.016
Dourados	30%	192	4.871
Naviraí	14%	257	643
Nova Andradina	24%	204	714
Ponta Porã	11%	317	1.216
São Gabriel do Oeste	7%	467	275
Três Lagoas	23%	244	3.121
MS (estimativa)	18%	279	65.956

Cursos Técnicos de Qualificação

Durante esta pesquisa de campo, foi avaliado a intenção do respondente em qualificar-se, qual o curso que deseja, a forma de pagamento e o período a ser oferecido. A tabela abaixo resume as informações coletadas.

Cidade	Interesse Sim (%)	Área do Curso (%)									
		Gestão	Comércio	Saúde	Informática	Beleza	Moda	Estética	Meio Ambiente	Turismo	Gastronomia
Aparecida do Taboado	38,8	37,2	11,6	14,0	34,9	18,6	2,3	9,3	4,7	0,0	11,6
Aquidauana/ Anastácio	11,4	4,3	30,4	8,7	8,7	4,3	0,0	26,1	4,3	8,7	4,3
Campo Grande	15,7	5,6	29,6	11,1	27,8	18,5	1,9	16,7	1,9	5,6	3,7
Chapadão do Sul	72,7	28,1	26,6	15,6	53,1	12,5	6,3	7,8	6,3	3,1	4,7
Corumbá/ Ladário	59,9	53,7	31,4	15,7	24,8	8,3	4,1	5,8	11,6	7,4	6,6
Dourados	42,5	32,1	26,2	15,5	10,7	21,4	9,5	22,6	19,0	13,1	17,9
Naviraí	48,7	25,8	33,0	33,0	48,5	20,6	11,3	12,4	11,3	2,1	7,2
Nova Andradina	37,3	9,3	5,3	13,3	22,7	25,3	4,0	18,7	5,3	0,0	8,0
Ponta Porã	25,8	24,0	0,0	16,0	84,0	4,0	4,0	4,0	4,0	0,0	4,0
São Gabriel do Oeste	60,6	21,7	36,7	20,0	25,0	8,3	3,3	10,0	8,3	1,7	10,0
Três Lagoas	52,4	39,4	10,1	7,3	45,9	9,2	1,8	8,3	18,3	6,4	4,6

Observa-se que o sul-mato-grossense tem a percepção de que a competitividade pela posição de trabalho exige a melhor qualificação, quando demonstra a sua vontade em frequentar algum curso técnico, está disposto em investir e que seja oferecido no período noturno.

Disposição em investir no curso escolhido (%)

Cidade	Investir	Até R\$ 50	De R\$51 a R\$100	De R\$101 a R\$150	De R\$151 a R\$200	De R\$201 a R\$250	De R\$251 a R\$300	De R\$301 a R\$400	Acima de R\$400
Aparecida do Taboado		21	26	29	19	2	2	0	0
Aquidauana/Anastácio		17	13	9	35	4	4	0	17
Campo Grande		17	6	11	54	4	9	0	0
Chapadão do Sul		16	40	21	6	5	5	6	0
Corumbá/Ladário		12	17	20	10	16	16	5	4
Dourados		22	27	20	17	10	1	4	0
Naviraí		35	35	6	16	1	5	1	0
Nova Andradina		23	19	27	11	12	5	3	1
Ponta Porã		4	25	25	17	13	8	4	4
São Gabriel do Oeste		8	12	13	12	7	22	13	13
Três Lagoas		14	15	27	29	7	6	1	1
TOTAL		18	22	19	19	8	8	3	3

Renda familiar e o interesse em realizar cursos de qualificação

Renda familiar	Interesse	Sim (%)	Não (%)
Sem renda		73	27
Até R\$788		32	68
De R\$789 a R\$1576		36	64
De R\$1577 a R\$4728		43	57
De R\$4729 a R\$7880		47	53
De R\$7881 a R\$15760		57	43
Mais de R\$15760		60	40
TOTAL		39	61

Grau de instrução e o interesse em realizar cursos de qualificação

Grau de instrução	Interesse	Sim (%)	Não (%)
Fund. incompleto		26	74
Fund. completo		33	67
Médio incompleto		43	57
Médio completo		38	62
Sup. incompleto		50	50
Sup. completo		35	65
TOTAL		39	61

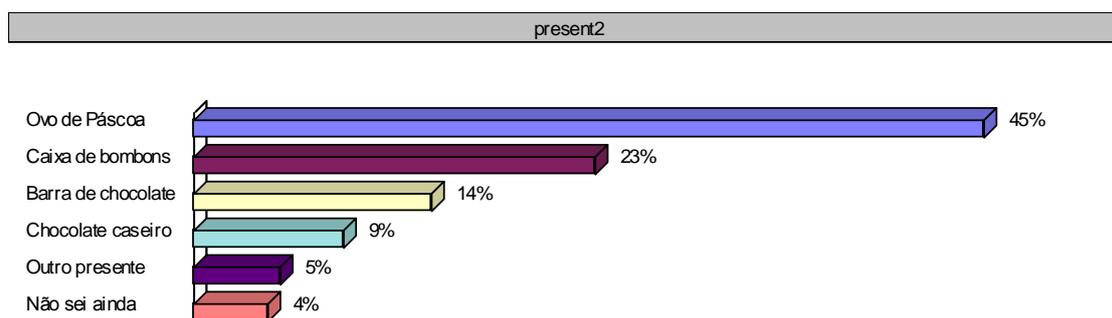
Indicação do período para a oferta do curso de qualificação

Cidade	Período	Matutino (%)	Vespertino (%)	Noturno (%)
Aparecida do Taboado		2	7	90
Aquidauana/Anastácio		0	0	100
Campo Grande		27	14	59
Chapadão do Sul		3	3	94
Corumbá/Ladário		22	12	66
Dourados		31	28	41
Naviraí		33	12	55
Nova Andradina		26	1	73
Ponta Porã		0	11	89
São Gabriel do Oeste		7	5	88
Três Lagoas		8	18	74
TOTAL		18	12	70

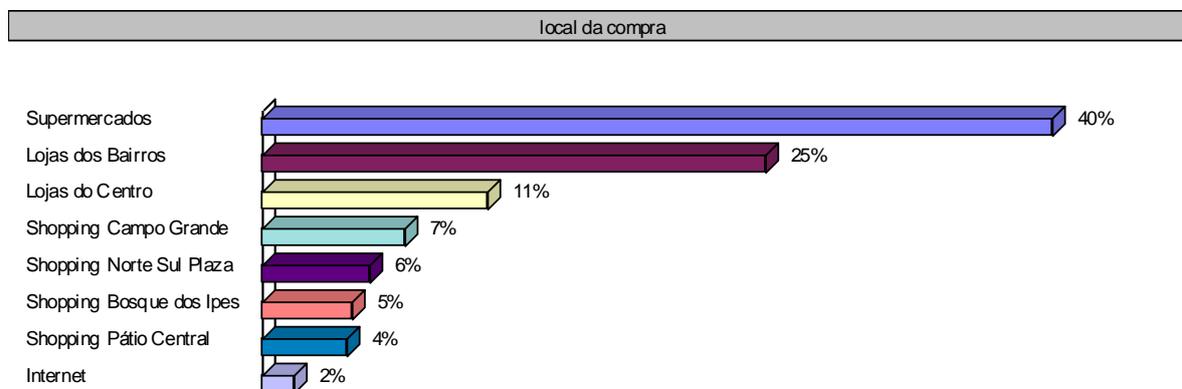
Resultado da Pesquisa

Compras de Páscoa

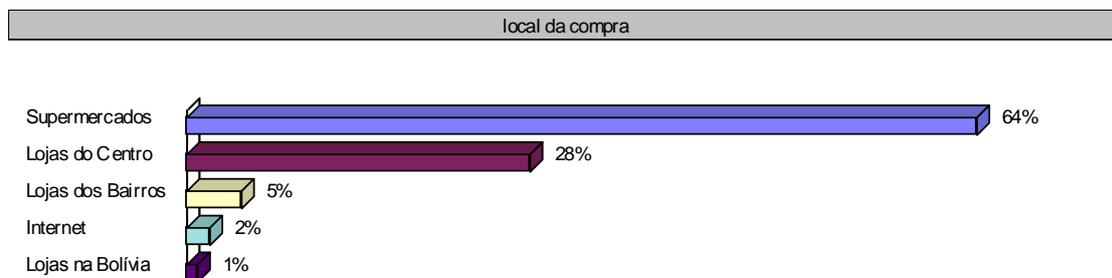
O que você pretende comprar?



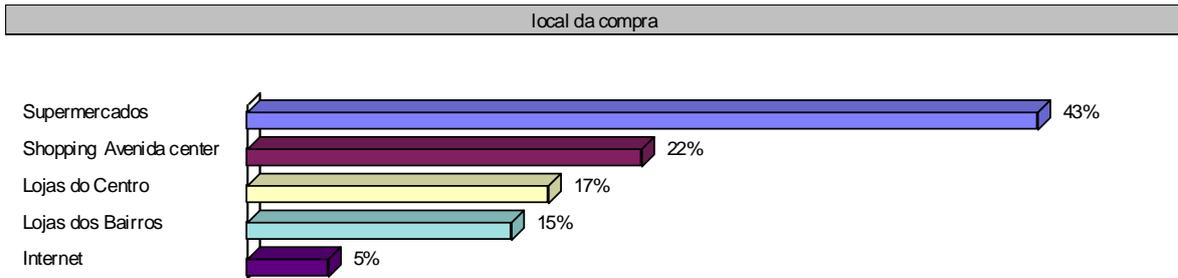
Onde você irá comprar os seus presentes? Campo Grande



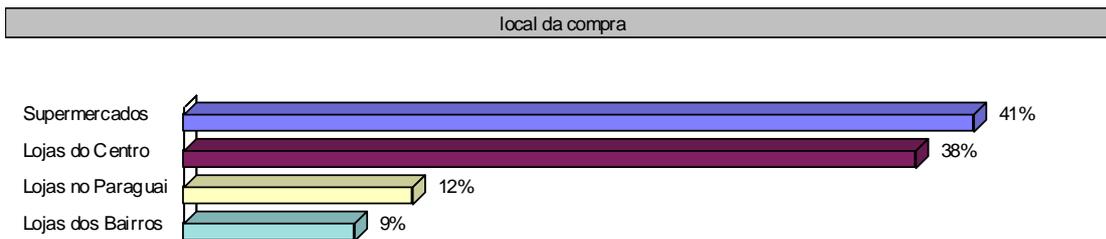
Onde você irá comprar os seus presentes? Corumbá e Ladário



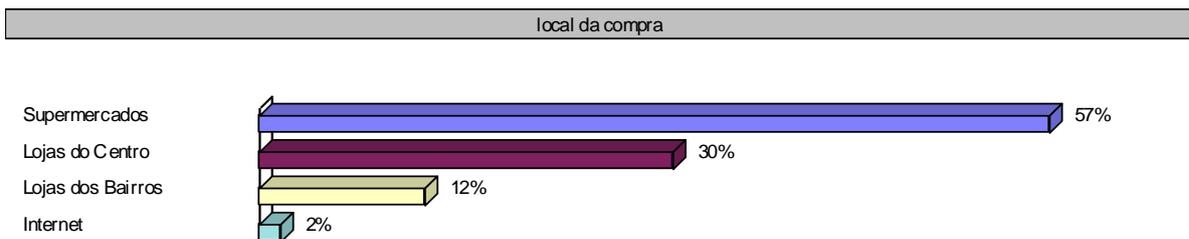
Onde você irá comprar os seus presentes? Dourados



Onde você irá comprar os seus presentes? Ponta Porã

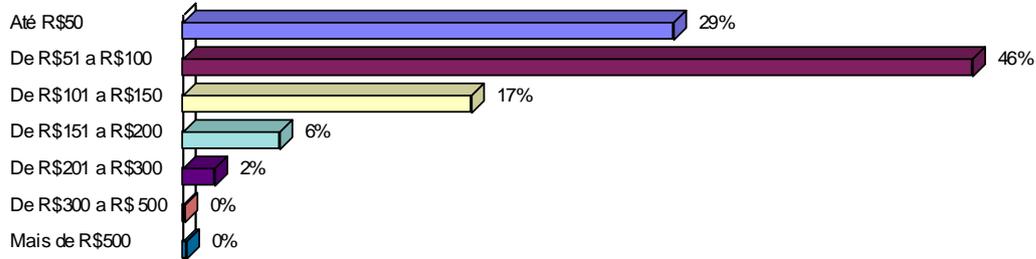


Onde você irá comprar os seus presentes? Demais Cidades



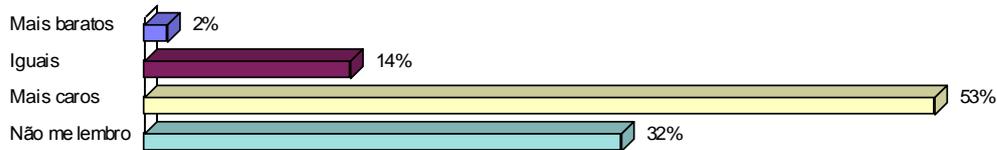
Quanto você pretende gastar em presentes?

gastar



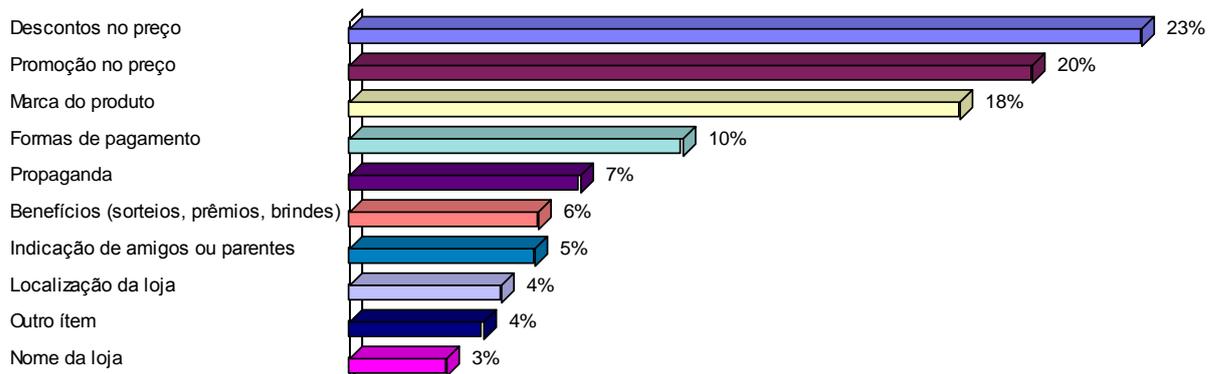
Quanto ao preço do Ovo de Páscoa, deste ano em comparação ao preço do ano passado, eles estão:

OVOS



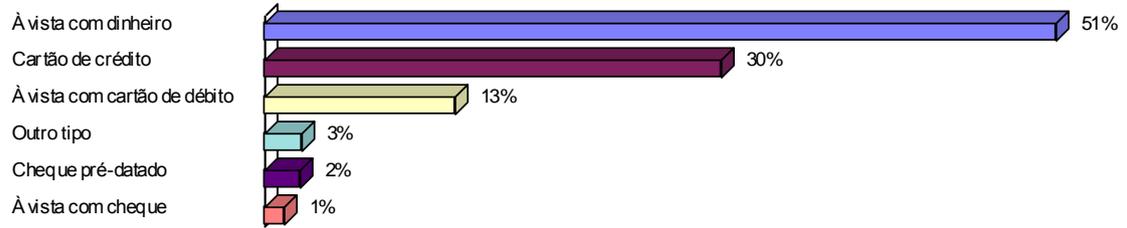
Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente?

descontos



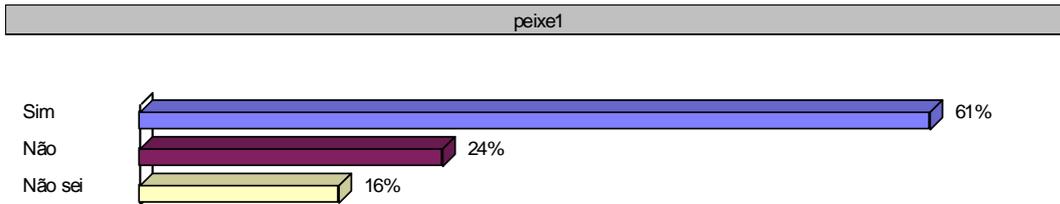
Nas suas compras de Páscoa, como você pretende pagar?

pagar

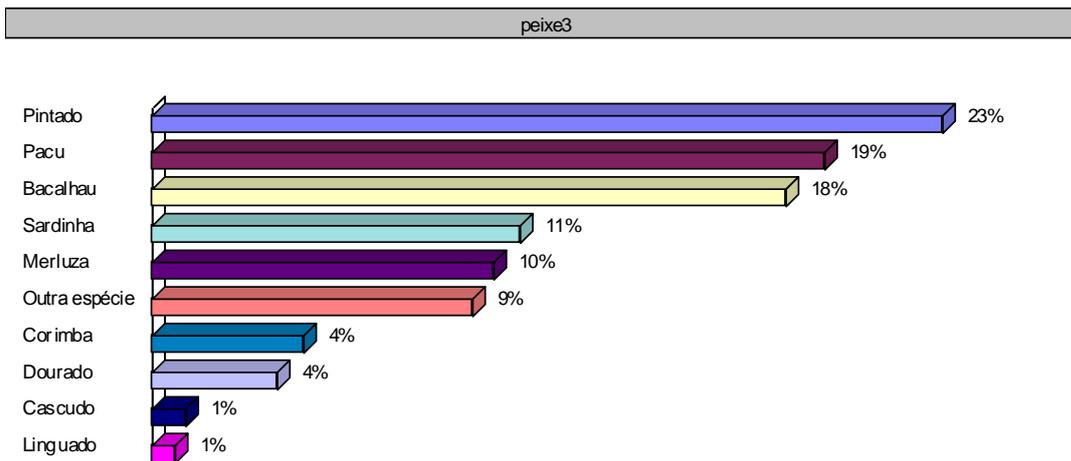


Consumo de Pescado

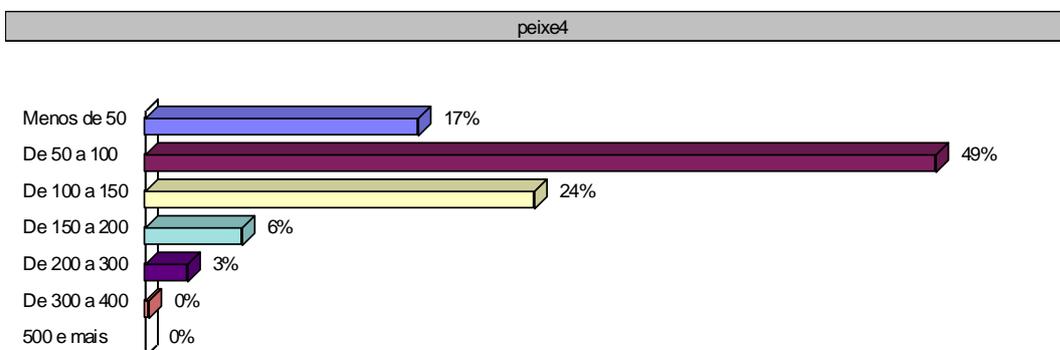
Na Semana Santa você vai consumir algum tipo de peixe?



Qual o tipo de pescado?

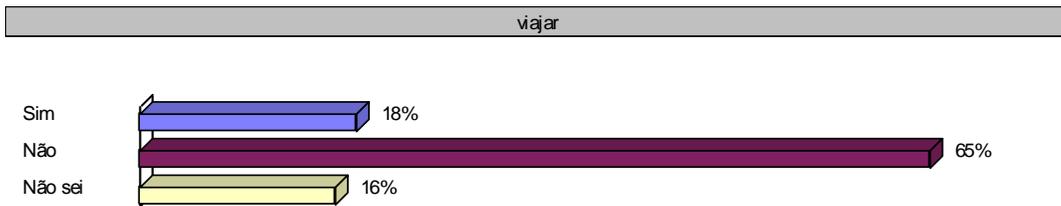


Quanto você pretende gastar nas suas compras de pescados (R\$)?

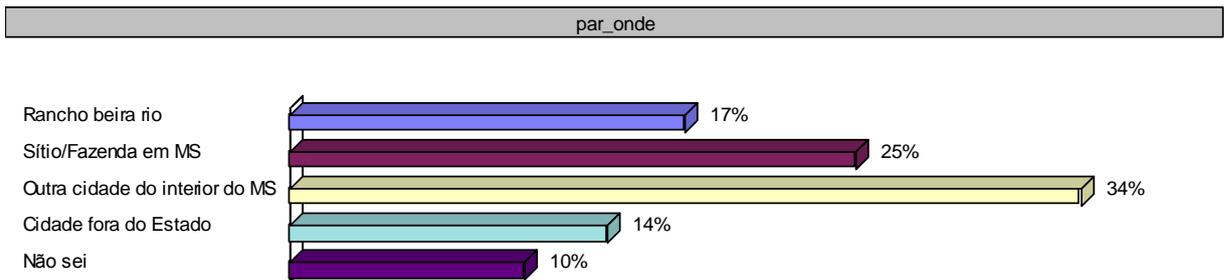


Viagem durante a Páscoa

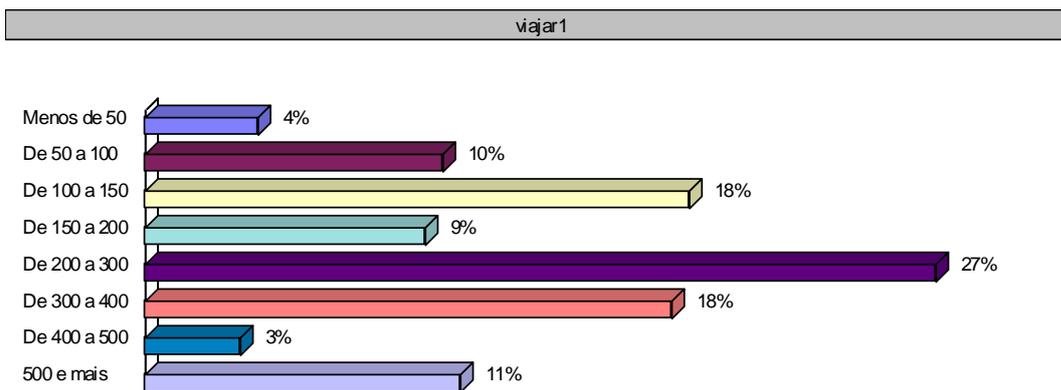
Você pretende viajar nesta Páscoa?



Se SIM, para onde pretende ir?

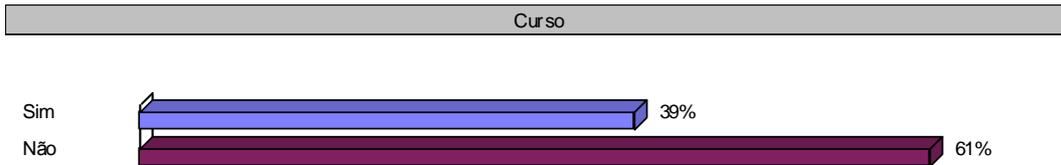


Quanto você pretende gastar durante esta sua viagem (R\$)?

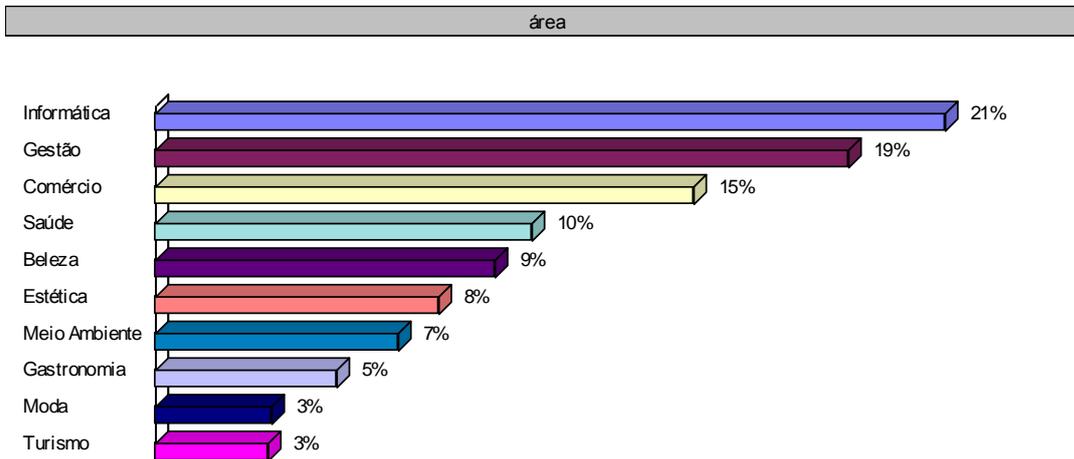


Cursos Técnicos

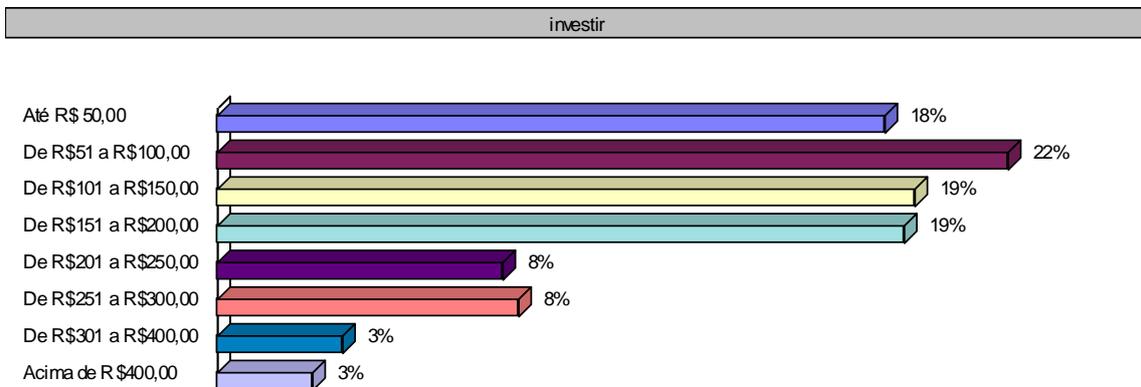
Você tem interesse em realizar cursos de qualificação?



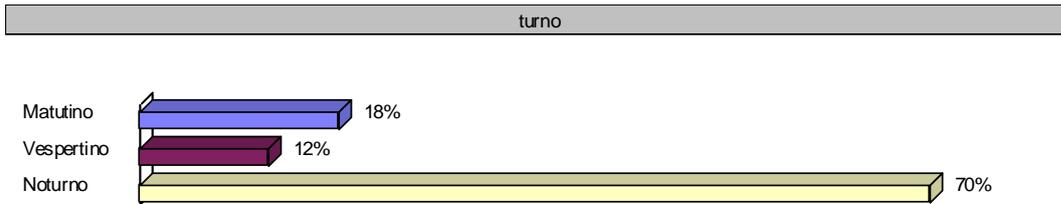
Se sim, em qual(uais) área (s)?



Quanto você estaria disposto a investir nessa qualificação mensalmente?



Em qual turno você gostaria de realizar tais cursos?

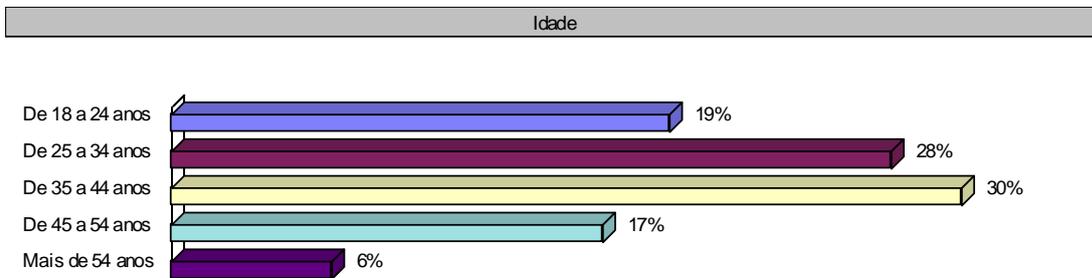


Perfil Demográfico dos Entrevistados

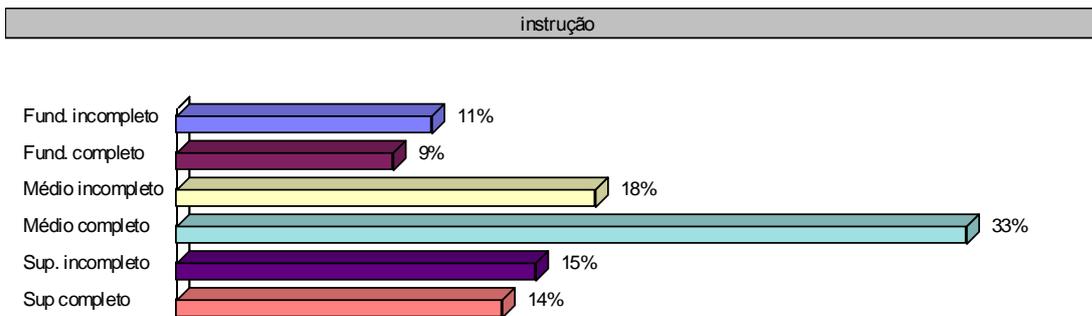
Sexo



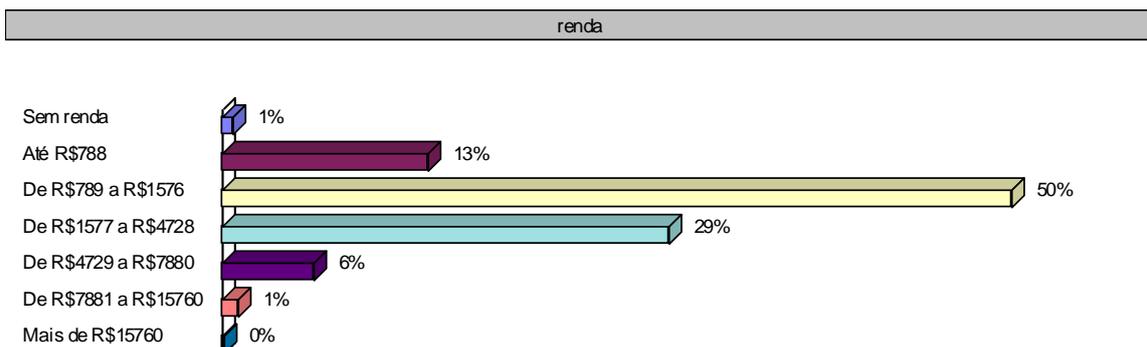
Qual a sua idade?



Qual é o seu grau de Instrução?



Qual é a sua renda familiar?



De quantas pessoas é composta a sua família?

