



Pesquisa de Intenção de Compras de Páscoa 2016 Resultados Consolidados do MS

Março de 2016

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 Empresas de Asseio e
Conservação de Mato Grosso do Sul

ORGANIZAÇÕES CONVENIADAS

IPF-MS

SEBRAE-MS

COORDENAÇÃO DA PESQUISA

Anderson Assis Costa – IPF-MS

Rodrigo Maia Marcelo Pirani – SEBRAE-MS

Leandro Buainain Lins – Ótima Consultoria

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DA PESQUISA

Objetivos:	Levantar junto aos habitantes da cidade a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo durante a Páscoa de 2016.
Local:	Todos os municípios, Mato Grosso do Sul.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra.
População:	População economicamente ativa (vide tabela abaixo).
Coleta de Dados:	Entrevista numa amostra especificada na tabela abaixo, empregando um questionário estruturado, com perguntas fechadas e abertas, aplicado nas principais áreas de circulação de pessoas. Pesquisa transversal, descritiva, não probabilística, com nível de confiança de 95%.
Coordenação:	Anderson Assis Costa – IPF-MS Rodrigo Maia Marcelo Pirani – SEBRAE-MS Leandro Buainain Lins – Ótima Consultoria
Equipe de apoio	Yara de Jesus Martins. Anderson Assis. Renata dos Santos Silva.

Tabela de Amostragem da Pesquisa

Cidade	PEA aproximada	Erro (%)	Amostra
Aparecida do Taboado	12.000	8,5	100
Aquidauana/Anastácio	20.000	4,8	200
Campo Grande	400.000	4,3	400
Chapadão do Sul	11.000	8,7	100
Corumbá/Ladário	42.000	4,2	200
Dourados	98.000	4,1	200
Naviraí	22.000	4,2	200
Nova Andradina	23.000	6,8	200
Ponta Porã	40.500	6,7	100
São Gabriel do Oeste	11.000	8,2	100
Três Lagoas	65.000	4,5	200
Mato Grosso do Sul	1.258.710	2,19	2000

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

Introdução

A páscoa é um período de intensificação de movimento do comércio, principalmente de chocolates. Tendo em vista o acréscimo na atividade comercial a Fecomércio MS, junto ao SEBRAE MS e IPF MS realizam sistematicamente essa pesquisa.

A partir de 2016 a novidade é uma avaliação mais aprofundada do perfil do consumidor bem como sua situação financeira em relação ao ano passado.

Outra novidade é que pesquisa passa a medir o público indeciso, podendo ser identificado o percentual da população que vai às compras, quem tem dúvida e quem não vai comprar.

O intuito é de orientar o comerciante para esta data dando a ele ferramentas para conhecer melhor seu cliente em potencial e as tendências de consumo. Sendo assim ao final da análise o comerciante poderá encontrar dicas para vender mais para seu potencial cliente.

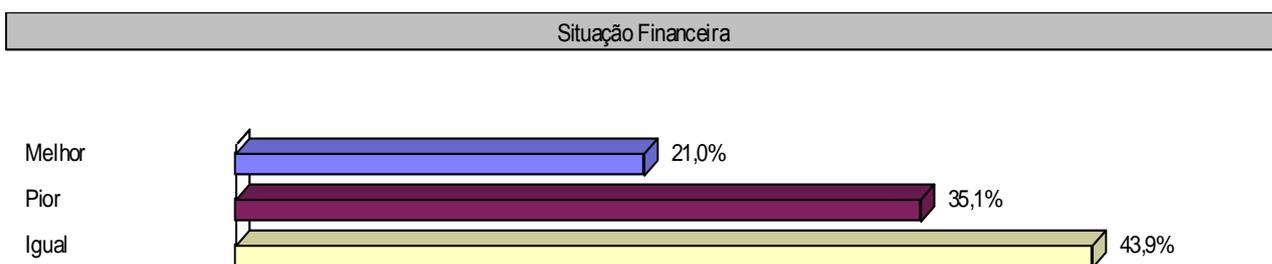
A pesquisa é realizada em locais de grande fluxo com o intuito de facilitar a abordagem dos respondentes.

A amostra para o Mato grosso do Sul aconteceu em 13 cidades e foram entrevistadas 2000 pessoas.

Foram aplicadas 28 questões, sendo 5 abertas, 6 fechadas escalares e 17 fechadas (respostas múltiplas e únicas).

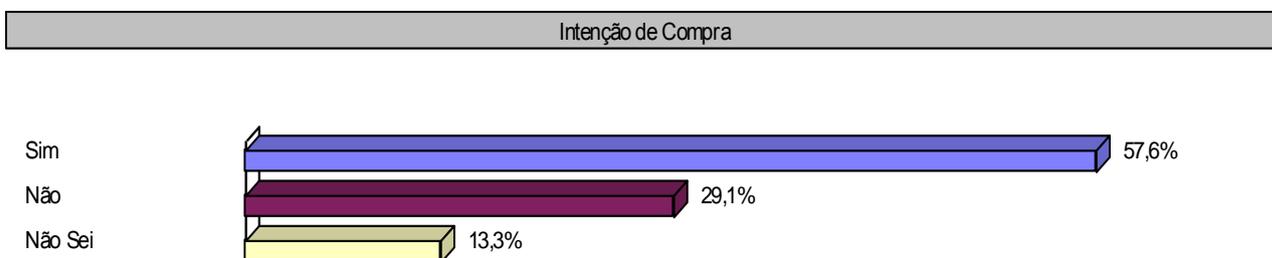
Situação Financeira

Quanto à situação financeira comparada ao ano passado 43,9% da população acredita estar igual, 35,1%, julgam que está pior e 21% diz estar melhor.



Intenção de Compra

No Mato Grosso do Sul 57,6% da população economicamente ativa deve ir às compras e 13,3% ainda está indeciso.



O valor médio dos presentes de páscoa no Mato Grosso do Sul é estimado em R\$ 77,47 e o comércio com presentes de páscoa deve movimentar o montante superior a 56 milhões de reais.

São 29% menos sul mato grossenses presenteando nessa páscoa em relação ao ano passado, desses, 13,3% ainda estão indecisos.

Ainda em relação ao ano passado, o valor médio dos presentes está 11% menor, assim devemos esperar vendas 50% menores no estado.

A perda real do gasto médio em 11% está intimamente ligada com a evolução da situação financeira das famílias, como pudemos observar anteriormente, 35,1% das famílias declaram ter uma situação financeira pior do que em 2015.

A redução da renda das famílias trouxe uma queda na confiança na prospecção dos gastos em presentes para páscoa, o cenário econômico de crise é refletido diretamente na expectativa de queda de vendas no comércio.

O maior valor médio de compra de presente de páscoa foi observado em Aparecida do Taboado, com R\$139,76, seguido por São Gabriel do Oeste com R\$ 92,71 e por Ponta Porã com R\$87,79.

Podemos ver na tabela 1 a seguir o comparativo do MS e das cidades pesquisadas em relação ao ano de 2015.

Tabela 1 – Dados Comparativos aos anos anterior quanto ao percentual de compradores, valor total em compras e valor médio dos presentes.

Compras de Presentes de Páscoa						
Cidades	2016			2015		
	% 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	83	1.442	139,76	80	874	91
Aquidauana/Anastácio	48	720	74,74	88	1.241	70
Campo Grande	45,8	14.690	80,19	79	24.602	77
Chapadão do Sul	65	616	86,15	87	906	94
Corumbá/Ladário	73	1.817	59,25	88	3.318	90
Dourados	60	4.531	77,6	86	7.392	88
Naviraí	46	610	60,33	82	1.309	72
Nova Andradina	62,5	943	65,6	63	1.353	93
Ponta Porã	43	1.529	87,79	84	2.573	76
São Gabriel do Oeste	72	734	92,71	75	773	94
Três Lagoas	62,7	2.652	65,08	86	6.887	124
Mato Grosso do Sul	57,6	56.167	77,47	81	111.989	87

Perfil do comprador

A pesquisa revelou que o consumidor de páscoa deste ano é formado majoritariamente por:

- Homens (53%);
- Jovens, com idade entre 15 e 30 anos (48,3%);
- Em relação ao grau de escolaridade, esses consumidores tem em sua maioria o ensino médio completo (30,8%);
- A maioria é assalariada (42,3%);
- A renda da maior parte das famílias fica entre 1 a 3 salários mínimos (43,3%);
- Essas famílias são formadas por 3 pessoas (33,9%) e 4 pessoas (29%);
- O presente mais citado foi o ovo de páscoa (73,1%);
- Os locais preferidos para compras são os supermercados (62%) seguidos das lojas do centro (21,1%);
- A maioria dos consumidores (79%) sinalizou que irá fazer pesquisa de preços antes de tomar a decisão de compra.
- Os pagamentos deverão ser feitos (70,7%) em dinheiro, (11,5%) no crédito para o vencimento e (11%) no débito.

Em relação ao grau de importância do que esses consumidores levam em consideração ao comprar seu presente de páscoa, numa nota de 1 a 10, podemos observar abaixo os itens do mais importante ao menos importante:

- Preço - 8,8;
- Qualidade – 8,8;
- Promoção – 8,5;
- Variedade – 8,0;
- Atendimento – 7,9;
- Local – 6,4;

Preço e qualidade despontam como fatores decisivos na hora da compra, há a oportunidade o comerciante fazer promoções à vista, haja visto que 70,7% da população deve pagar em dinheiro.

Consumo de Peixe

A tradição de comer peixe na sexta-feira santa e na Páscoa deve movimentar o comércio de pescados no Mato Grosso do Sul em 70 milhões de reais em todo o estado.

Segundo a pesquisa, quase 60% da população deverá comer peixe e 18,5% ainda está em dúvida, entre as espécies de peixes, os mais procurados serão Pacu (22%), Pintado (21,6%), Bacalhau (14,4%) e Tilápia (14,3%).

Houve uma diminuição de 5,6% no número de pessoas que irão consumir peixe, porém esse número pode ser revertido haja visto que 18,5% da população ainda está em dúvida se consumirá peixe no feriado.

O valor médio de gasto com o peixe é previsto aumentar em 23,4%. Um aumento real de 12,3% em relação ao ano passado, descontado a inflação (INPC).

O total injetado na economia em pescados e derivados deverá ser superior em todo o estado, 13,9% superior a 2015 e com um aumento real, descontado a inflação, de 2,8%.

A seguir pode ser visualizada a tabela 2 onde são encontradas a estimativa de consumo de peixe, durante o feriado de Páscoa de 2016, no Mato Grosso do Sul e separadamente nas treze cidades pesquisadas, essas informações estão em forma de painel comparativo com os dados de 2015.

A Tabela 2- Estimativa de consumo de peixe em relação a 2015

Compra de Peixe						
Cidade	2016			2015		
	Compra (%)	Média (R\$)	Total (R\$ mil)	Compra (%)	Média (R\$)	Total (R\$ mil)
Aparecida do Taboado	73%	65,75	576	78%	90	669
Aquidauana/Anastácio	47,50%	74,74	1.194	75%	72	955
Campo Grande	49,30%	107,94	21.285	44%	93	13.015
Chapadão do Sul	58%	96,23	614	70%	90	607
Corumbá/Ladário	63,50%	91,48	2.440	80%	77	2.269
Dourados	63%	85,2	5.260	69%	65	3.767
Naviraí	57,50%	76,3	965	47%	47	405
Nova Andradina	59,50%	125,91	1.723	68%	93	912
Ponta Porã	64,60%	110,94	2.453	31%	67	707
São Gabriel do Oeste	74%	98,71	803	65%	93	494
Três Lagoas	60,70%	67,8	2.675	57%	73	2.287
Mato Grosso do Sul	58,50%	96,23	70.858	62%	78	62.220

Viagens e Lazer

Este ano apenas 14,1% dos sul mato grossenses irão viajar, e 2,1% ainda não sabem.

Os principais destinos e média de gastos são:

- Interior do MS (35,1%), gasto médio R\$ 350,20;
- Fora do estado (30,9%), gasto médio R\$ 587,36;
- Capital (15,6%), gasto médio R\$ 326,36.

Estima-se que cada viajante irá gastar ao redor de R\$ 382,96, num total de quase 68 milhões de reais, 3% a mais que em 2015, porém se descontarmos a inflação de 11,08% no período, não há crescimento.

Contudo, desse montante, 6,9 milhões de reais deverão ser gastos em lazer, alimentação, bebidas e hospedagem no interior do estado e mais 2,9 milhões de reais só na capital, Campo Grande.

O restante deverá ser gasto fora do estado.

Tabela 3 - Estimativa de gastos com viagem no feriado de Páscoa, comparado a 2015

	Viagem					
	2016			2015		
Cidade	Sim (%)	Média (R\$)	Total (R\$ mil)	Sim (%)	Média (R\$)	Total (R\$ mil)
Aparecida do Taboado	12%	120,83	174	32%	148	458
Aquidauana/Anastácio	10%	430,5	861	11%	237	460
Campo Grande	11,50%	758,7	19.803	16%	228	11.523
Chapadão do Sul	18%	436,11	863	24%	185	434
Corumbá/Ladário	8%	537,5	1.806	9%	591	2.016
Dourados	8%	763,13	5.983	30%	192	4.871
Naviraí	18,50%	267,38	1.088	14%	257	643
Nova Andradina	10,50%	161,43	390	24%	204	714
Ponta Porã	18,20%	273,53	2.016	11%	317	1.216
São Gabriel do Oeste	9%	200	198	7%	467	275
Três Lagoas	33,80%	205,29	2.016	23%	244	3.121
MS (estimativa)	14,10%	382,96	67.960	18%	279	65.956

Conclusão

Os Sul Mato Grossenses que comprarão principalmente ovos de páscoa para presentear, são majoritariamente homens, jovens pertencentes à classe média e que tem seu rendimento advindo da classe assalariada.

Os supermercados e as lojas de centro serão seus principais pontos de compra desses consumidores, que tem intenção de pagar suas compras à vista em dinheiro.

Já a expectativa do gasto médio ficou em R\$77,47, 11% inferior a 2015 quando foi de R\$87,00. Esse percentual somado à inflação de 11,08% segundo o INPC do IBGE de fevereiro de 2016 nos faz perceber uma retração real do gasto prospectado em -22,08%.

Porém, a diminuição dos gastos com presente de páscoa e com viagens, deverá trazer mais ou maiores confraternizações familiares o que fez com que a expectativa de gasto com pescado subisse 13,9% em relação a 2015 e com um aumento real, descontado a inflação, de 2,8%.

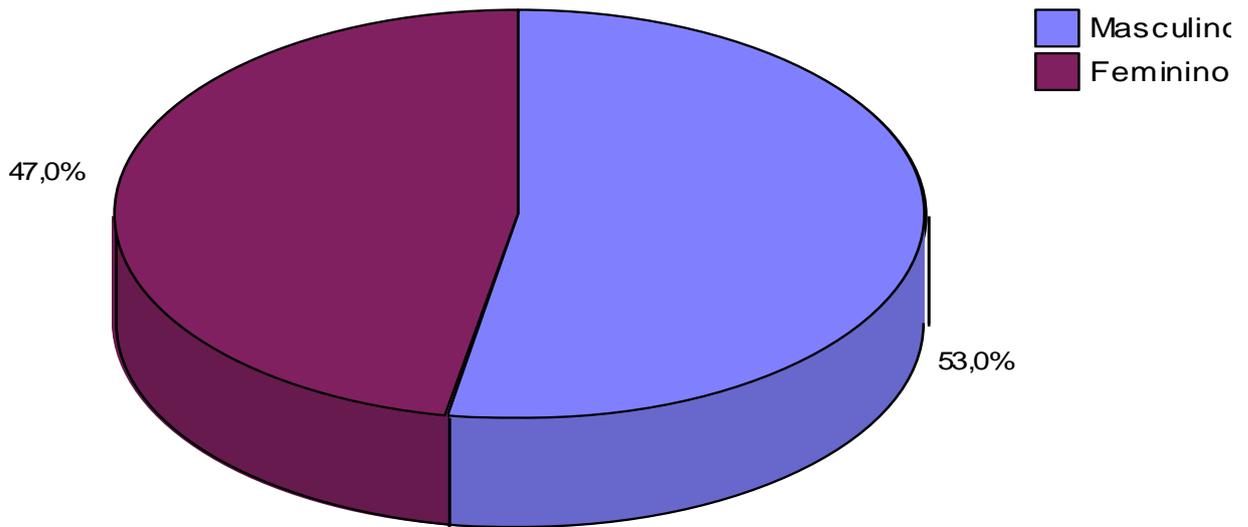
Nesse caso a evolução da renda tem um papel fundamental, já que a percepção de pior situação financeira por parte das famílias gera uma cautela em relação às datas especiais.

Com esse cenário em vista, a busca por promoções e pelo melhor preço ditarão a tônica dessa páscoa para os Sul Mato Grossenses.

Resultado da Pesquisa

Gênero

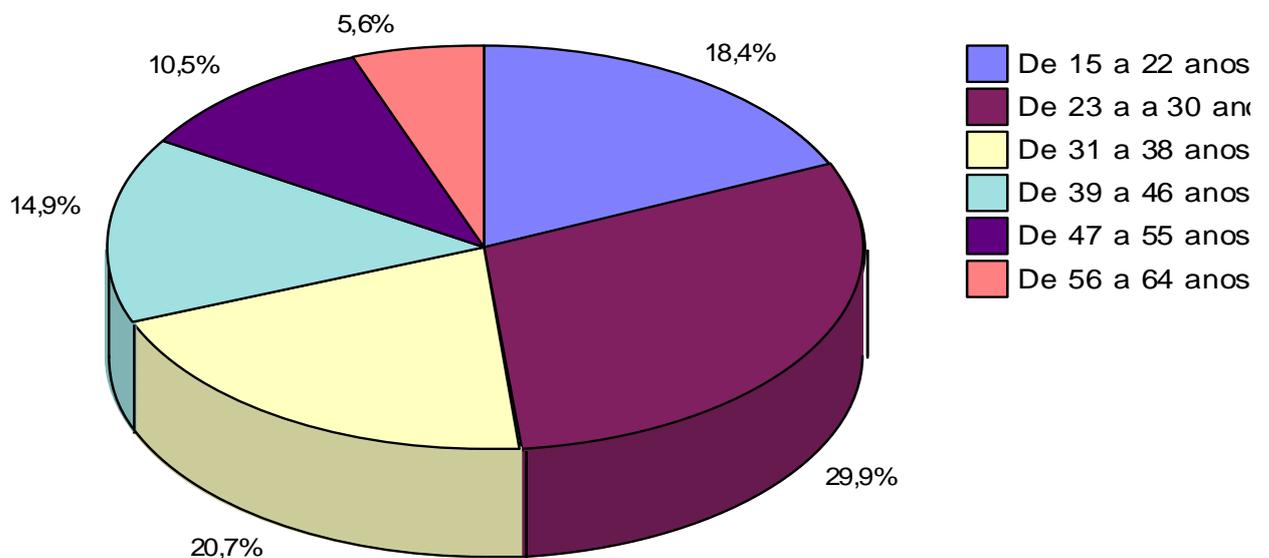
Intenção de Compra x Gênero : Sim



Daqueles que irão às compras, a maioria é do gênero masculino (53%).

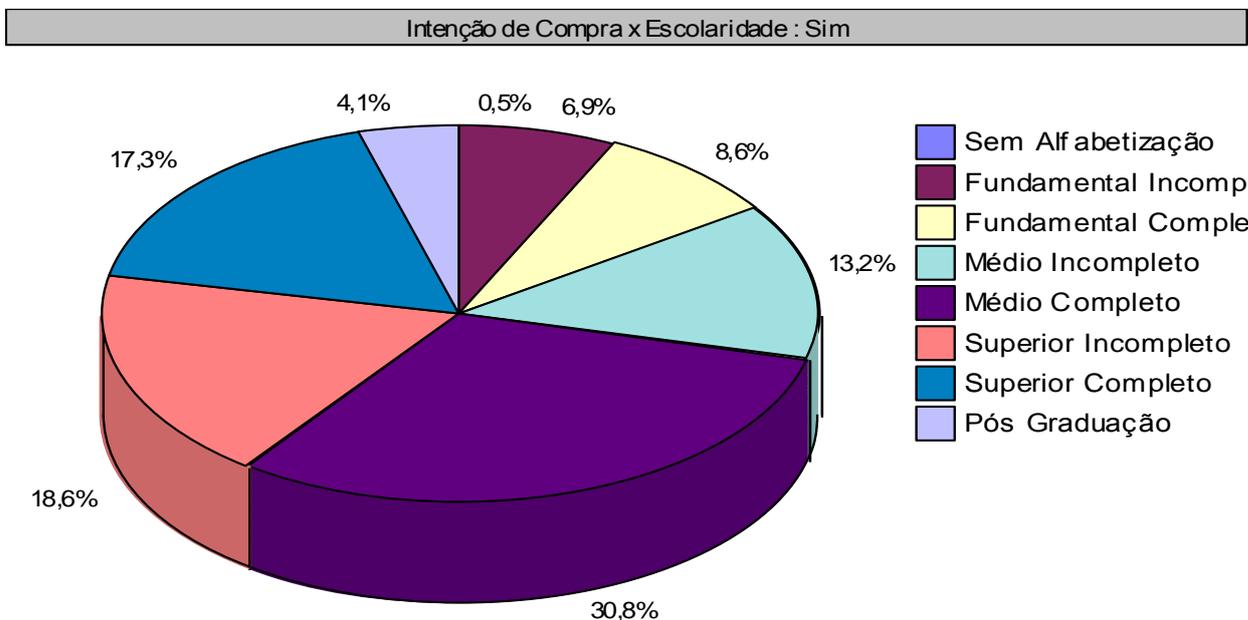
Idade

Intenção de Compra x Idade : Sim



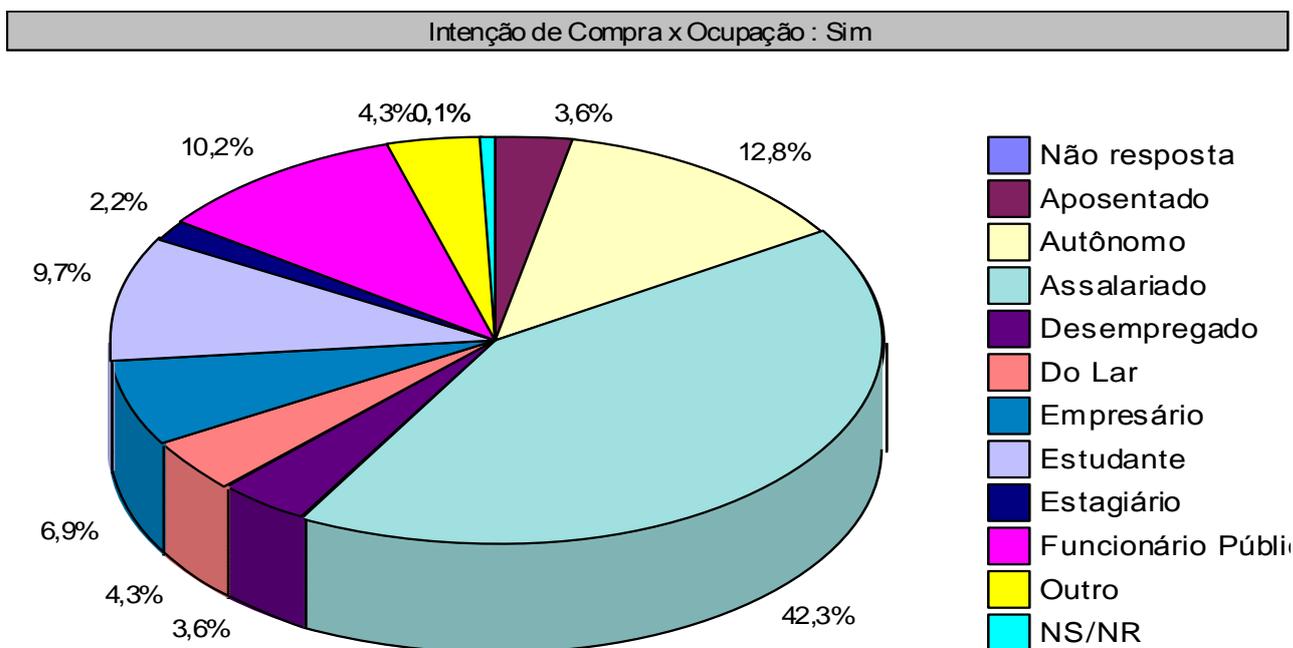
Daqueles que irão às compras, a maioria tem entre 23 e 30 anos (29,9%).

Escolaridade



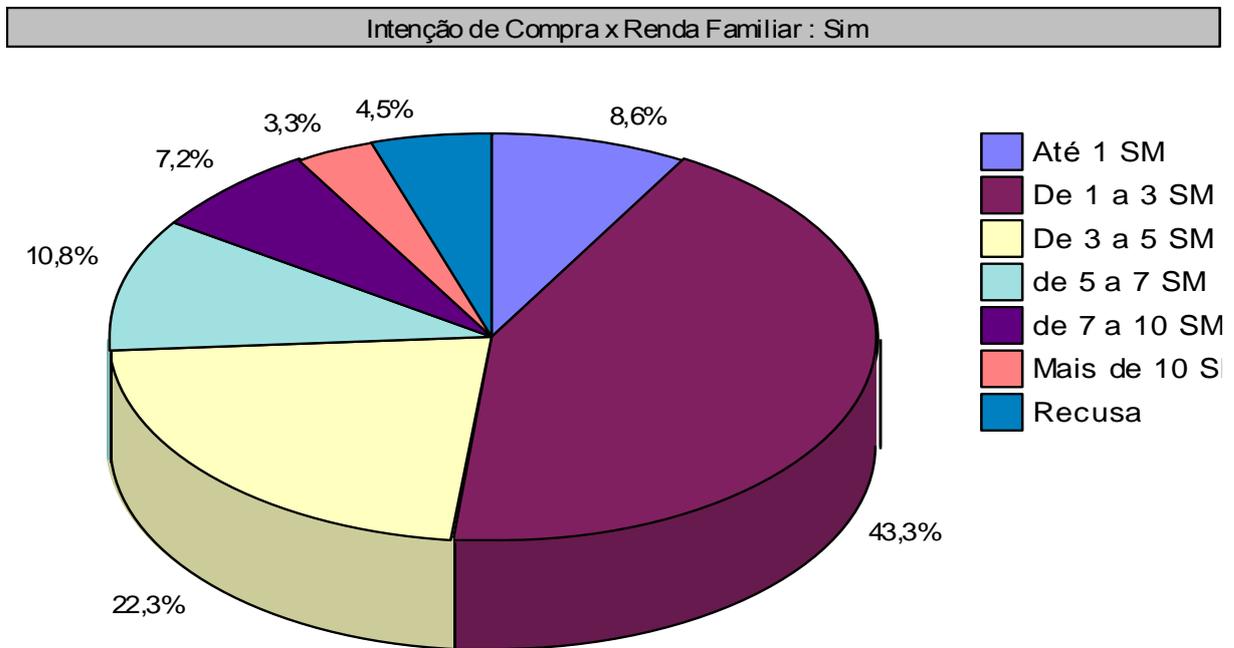
Daqueles que irão às compras, a maioria tem ensino médio completo (30,8%).

Ocupação



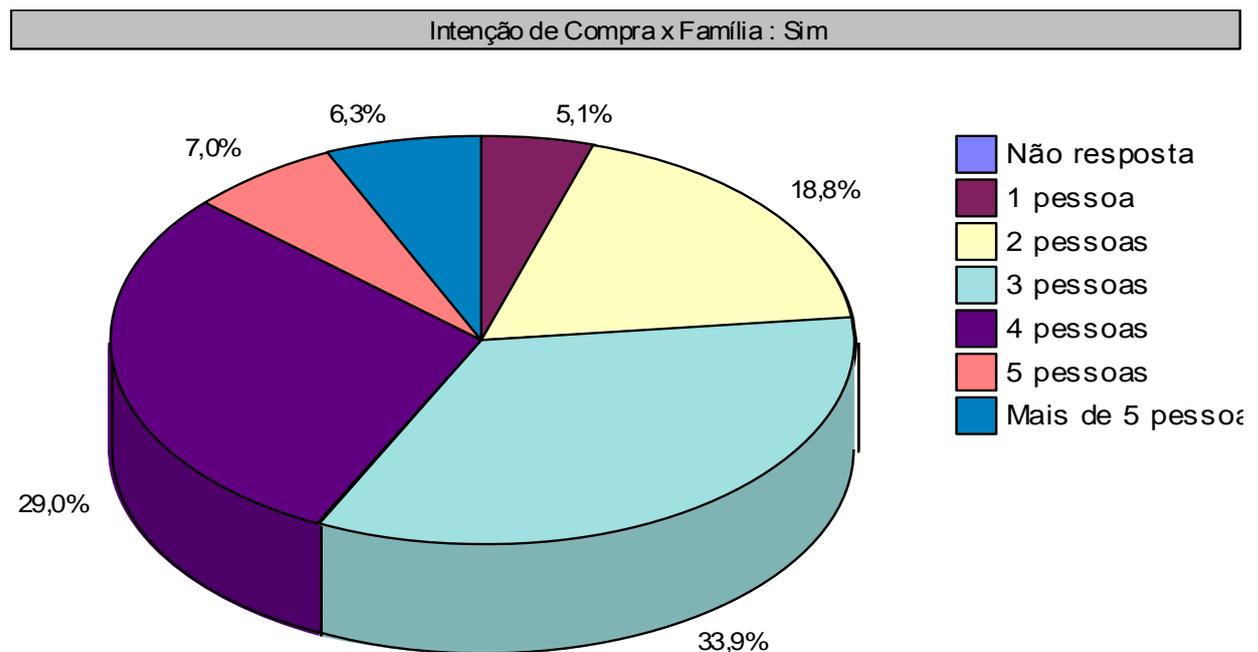
Daqueles que irão às compras, a maioria é assalariado (42,3%).

Renda Familiar



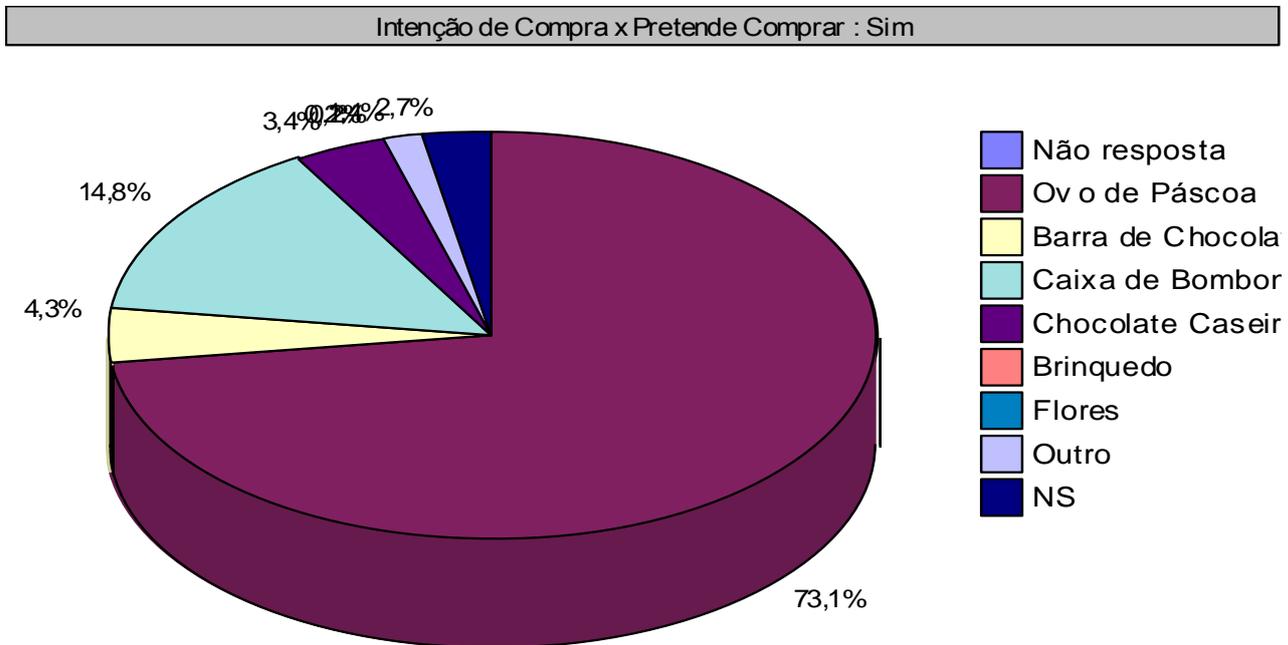
Daqueles que irão às compras, a maioria ganha de 1 a 3 salários mínimos (43,3%).

Tamanho da família



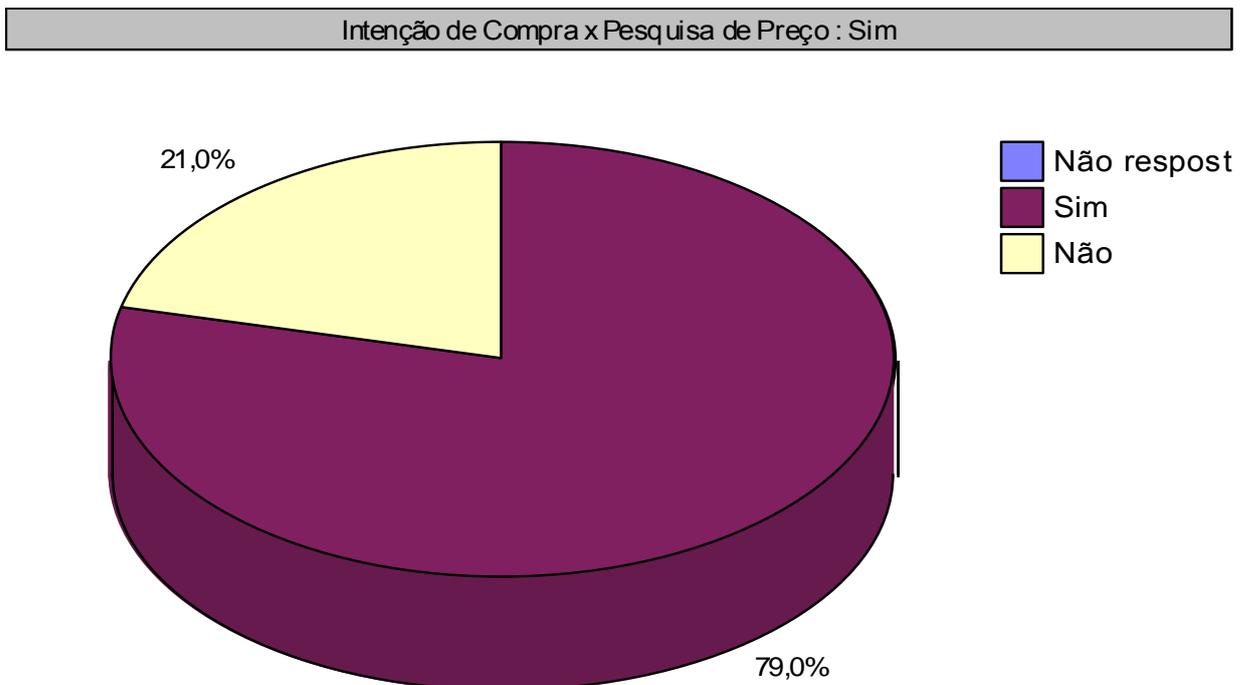
Daqueles que irão às compras, a maioria tem família de 3 pessoas (33,9%).

O que vai comprar



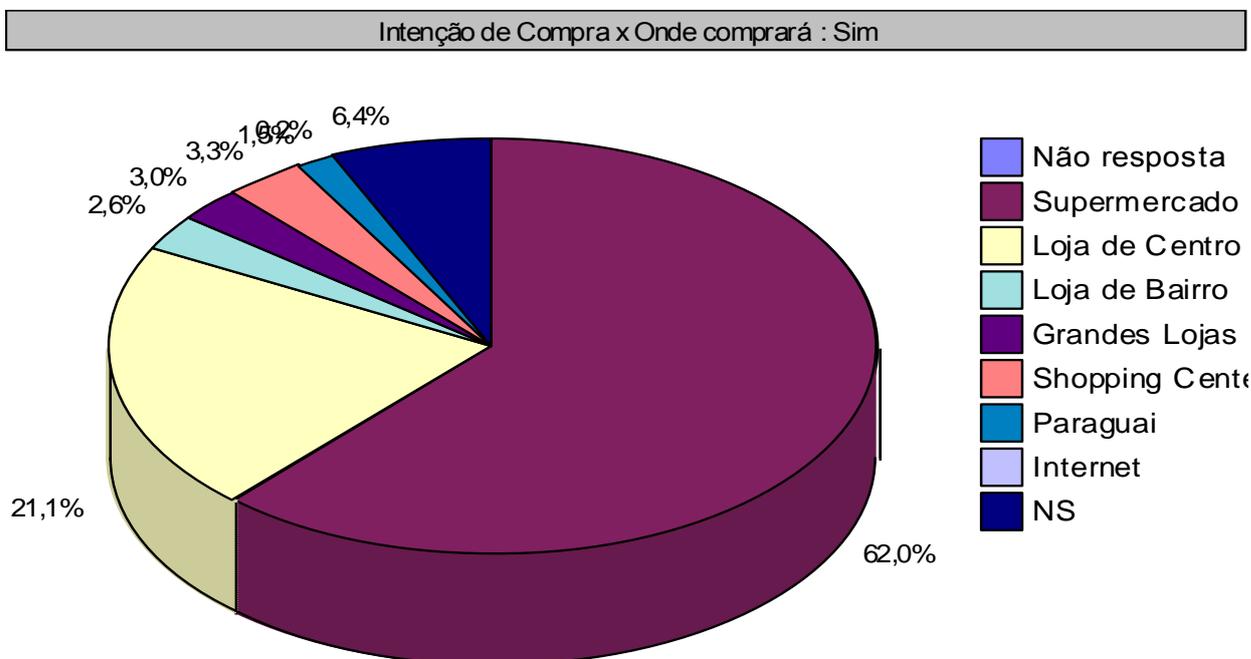
Daqueles que irão às compras, a maioria vai comprar ovo de páscoa (73,1%).

Pesquisa de Preço



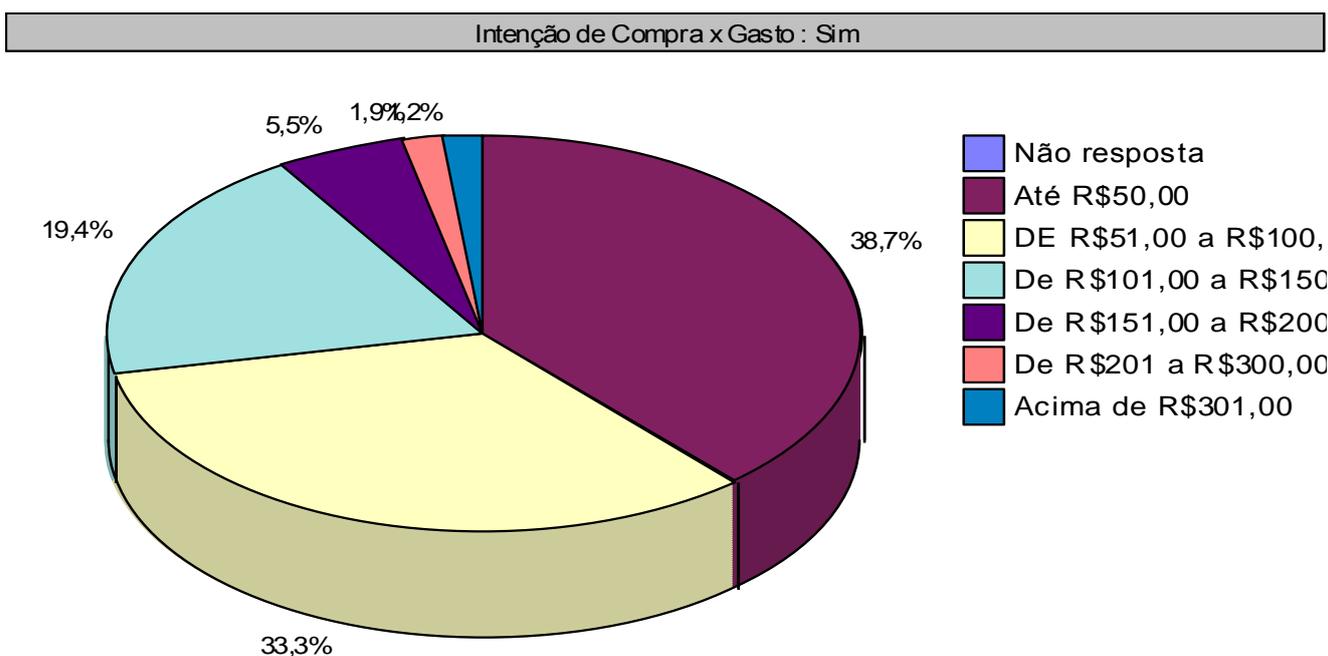
Daqueles que irão às compras, a maioria vai fazer pesquisa de preço (79%).

Onde vai comprar



Daqueles que irão às compras, a maioria irão comprar em supermercado (62%).

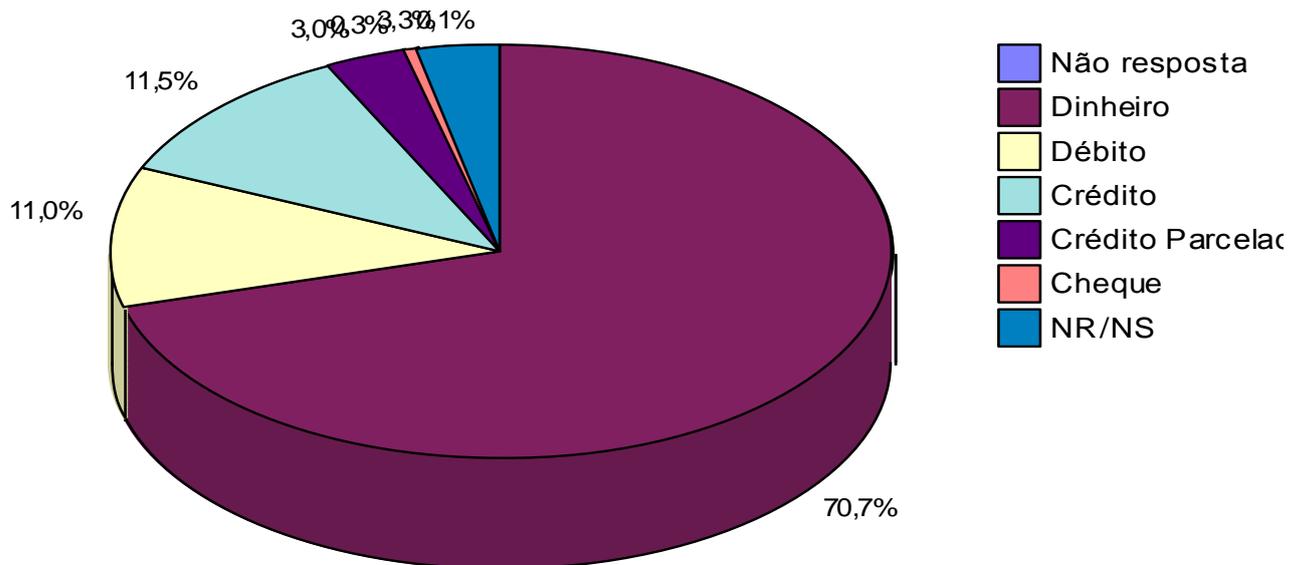
Quanto irá gastar



Daqueles que irão às compras, a maioria vai gastar até R\$50,00 (38,7%).

Forma de Pagamento

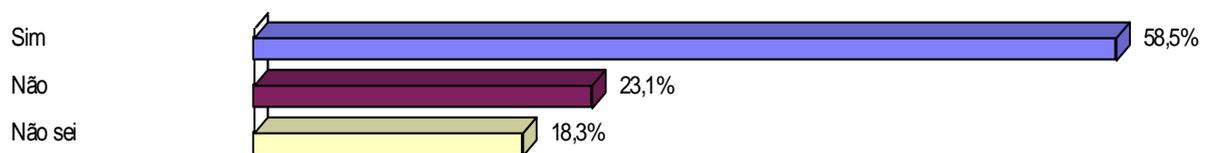
Intenção de Compra x Forma de pagamento : Sim



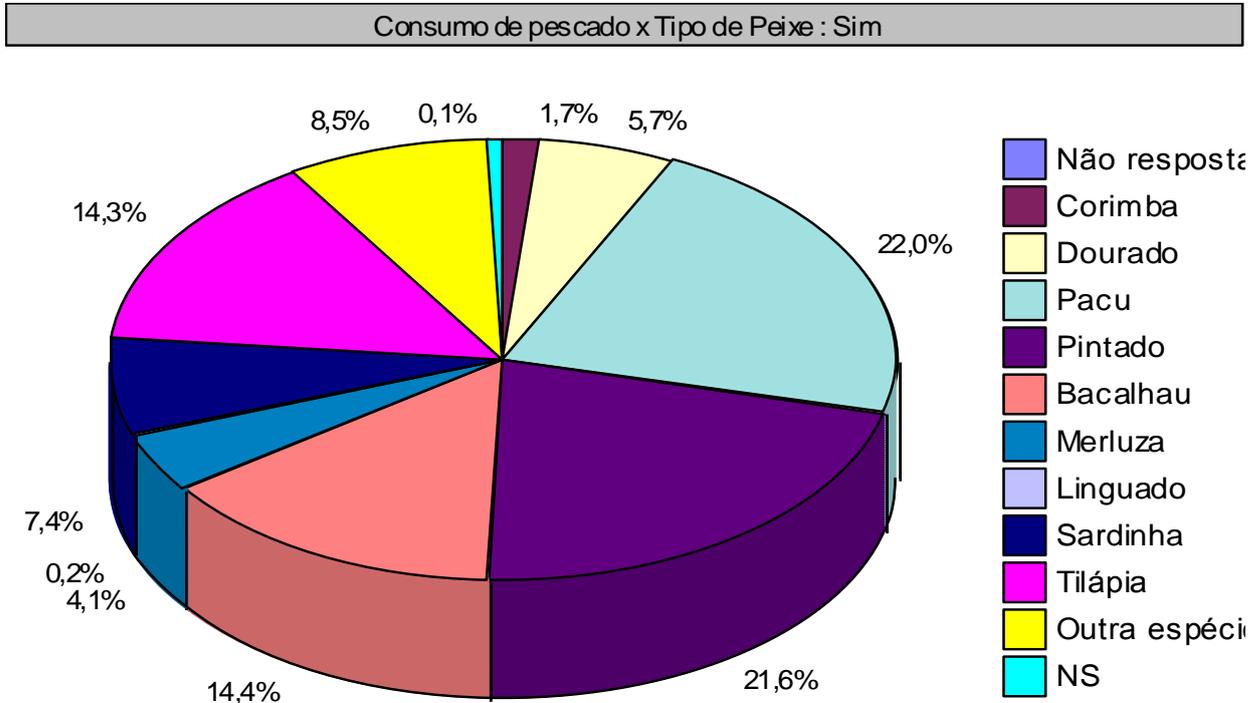
Daqueles que irão às compras, a maioria vai pagar à vista em dinheiro (70,7%).

Consumo de Pescado

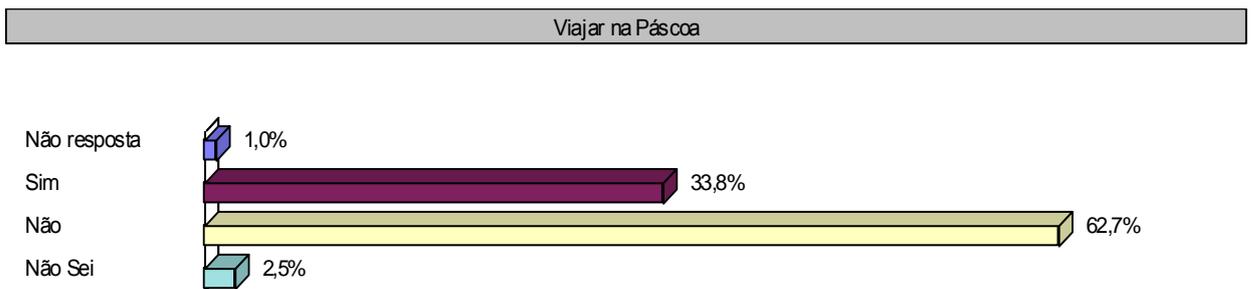
Consumo de pescado



Tipo de Peixe



Viagem



Pra onde pretende viajar

Viajar na Páscoa xPra onde pretende viajar? : Sim

