



**Pesquisa de Intenção de Compras de
Páscoa 2016
Resultados de Corumbá/Ladário 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 Óticas do Estado 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:	Ponta Porã, Mato Grosso do Sul
Universo:	População economicamente ativa.
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. Renata dos Santos Silva.

Tabela de Amostragem da Pesquisa

Cidade	PEA aproximada	Erro (%)	Amostra
Ponta Porã	40.500	6,7	100

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 o IPF MS realizam sistematicamente essa pesquisa.

A partir de 2016 a novidade é uma avaliação mais aprofundada do perfil do consumidor e a pesquisa passa a ser 100% espontânea com o público-alvo, 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. A pesquisa é realizada em locais de grande fluxo com o intuito de facilitar a abordagem dos respondentes.

A amostra para o município de Ponta Porã foi de 100 entrevistados.

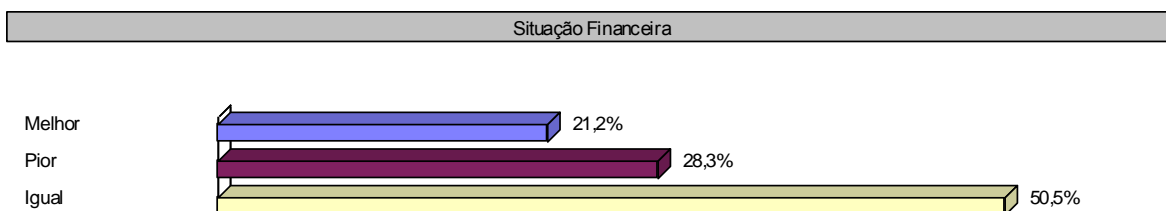
Foram aplicadas 28 questões, sendo 5 abertas, 6 fechadas escalares e 17 fechadas (respostas múltiplas e únicas).

Quanto à situação financeira comparada ao ano passado 50,5% da população acredita estar igual, 28,3%, julgam que está pior e 21,2% diz estar melhor.

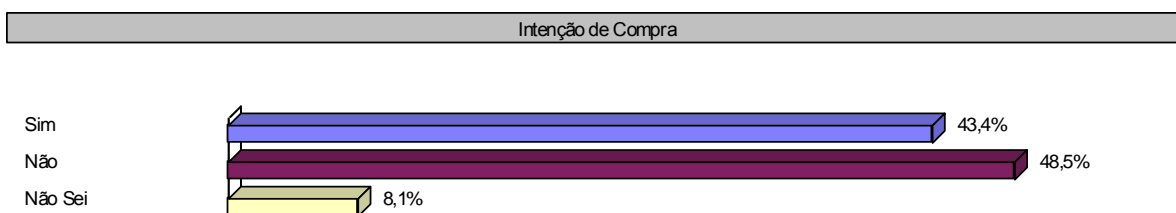
Em Ponta Porã 43% da população economicamente ativa deve ir às compras e 8,1% ainda está indeciso. A alta do dólar influenciou muito a economia de Pedro Juan Caballero, respingando em Ponta Porã o que nos mostra baixa intenção de compras na páscoa, em relação às outras cidades pesquisadas no estado.

O valor médio dos presentes de páscoa é estimado em R\$ 87,79 e o comércio deve movimentar um montante superior a 1,5 milhão de reais com presentes de páscoa.

Situação Financeira comparada ao ano anterior



Intenção de Compra



Perfil do Comprador(a)

Para auxiliar o comerciante com informações úteis para aumentar suas vendas, é muito importante que este entenda qual é o perfil de quem vai às compras, ou seja, de seu potencial cliente.

O cliente dessa páscoa em Ponta Porã têm o seguinte perfil, que pode ser analisado com mais informações nos gráficos abaixo :

São majoritariamente mulheres (51,2%) jovens, entre 15 a 22 anos (27,4%), tem o ensino médio incompleto (27,9%) e são autônomas (25,6%).

Possuem renda familiar de 1 a 3 salários mínimos (48,8%), famílias de 3 pessoas (25,6%) e 4 pessoas (25,6%);

Ainda podemos concluir dessa pesquisa que 86% das potenciais compradoras farão pesquisa de preço e em sua maioria presentearão com ovo de páscoa (81,4%), quanto ao local de compras, deverão fazer, na maioria compras em supermercados (74,4%).

A maioria das compradoras deve gastar ente R\$101,00 e R\$150,00 (51,2%) e pagará em dinheiro, à vista (88,4%).

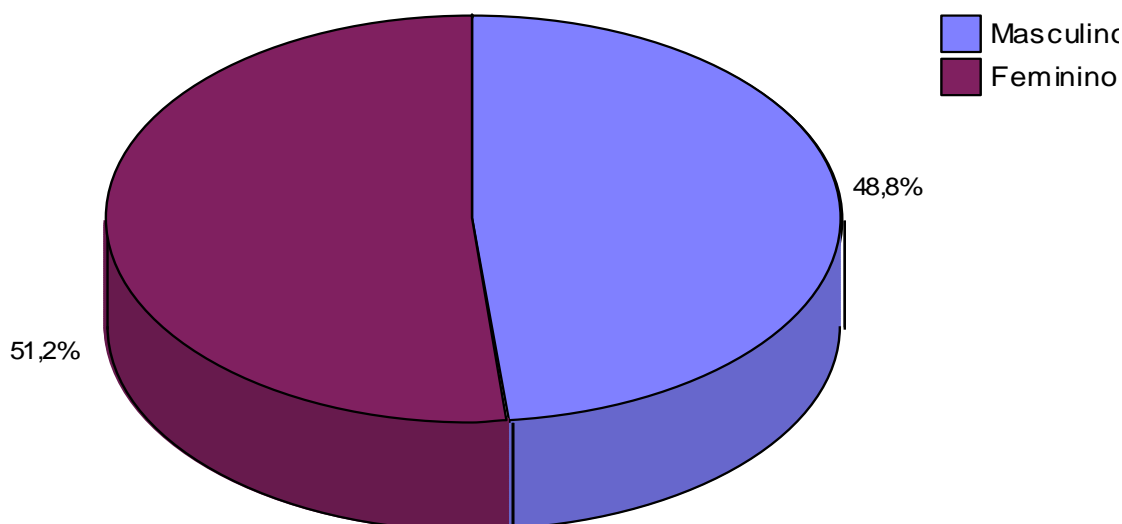
Para que o comerciante possa entender melhor o que é mais importante na decisão de compras de seu potencial cliente, foram atribuídos nota de 1 a 10, sendo 10 muito importante e 1 sem importância, para os seguintes itens, obtendo a média :

- Promoção : 9,4 ;
- Preço : 9,1 ;
- Qualidade : 8,9 ;
- Variedade : 8,3 ;
- Atendimento : 7,5 ;
- Local :6,2.

Por isso não importa onde esteja localizada a loja , vale a pena investir em promoções de preço e produtos com qualidade.

Gênero

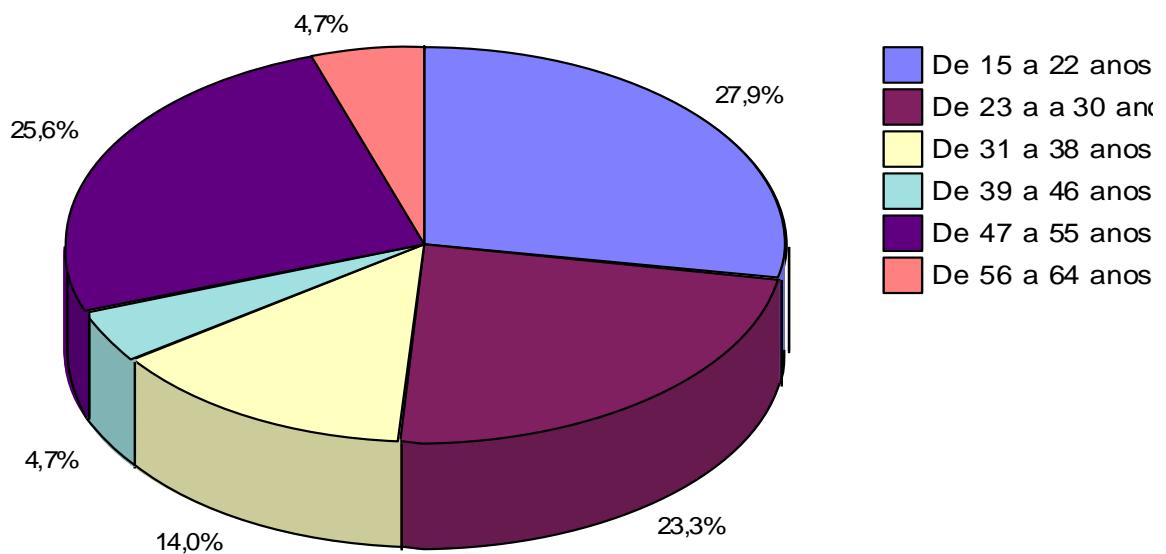
Intenção de Compra x Gênero : Sim



Daqueles que irão às compras, a maioria (51,2%) é do gênero feminino.

Idade

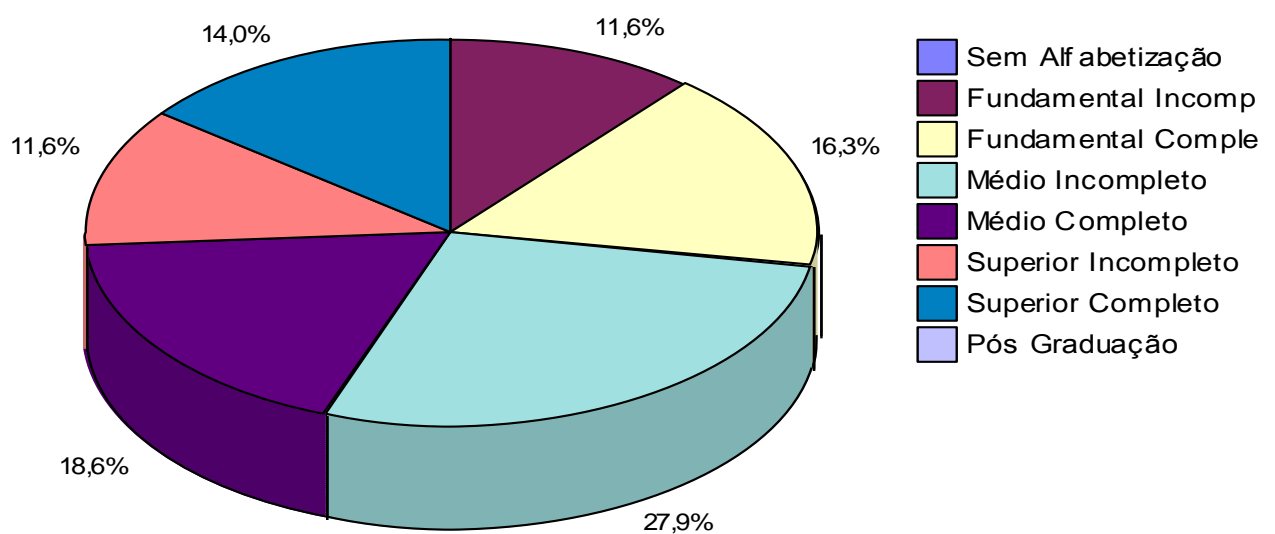
Intenção de Compra x Idade : Sim



Daqueles que irão às compras, 27,9% tem de 15 a 22 anos.

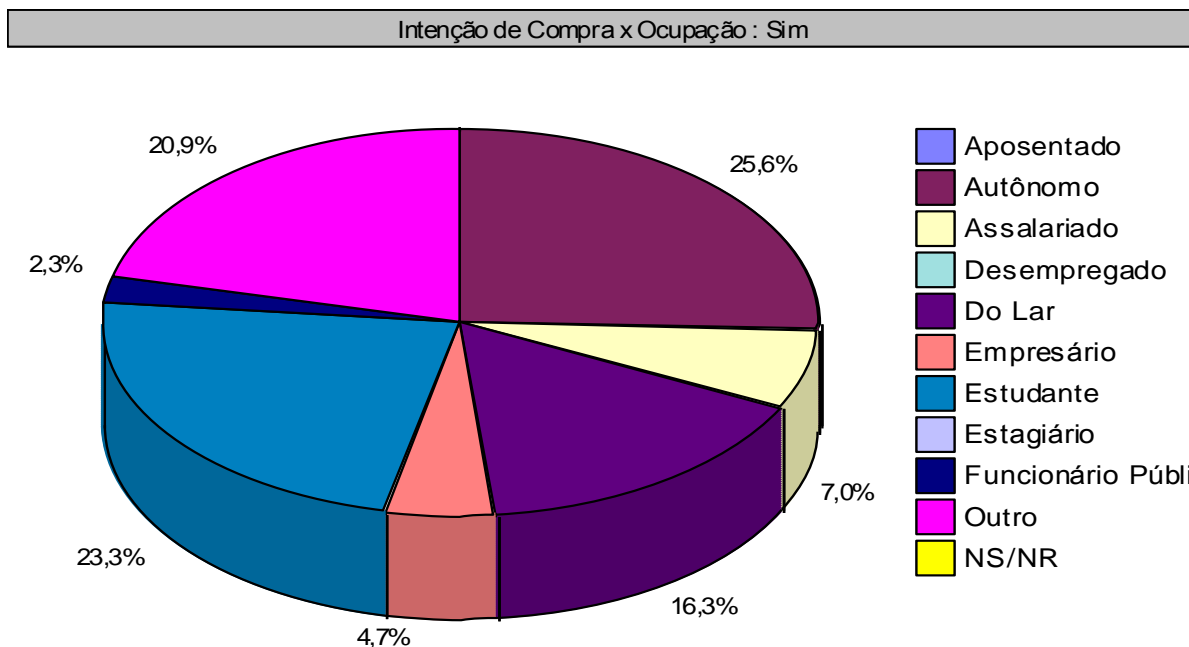
Escolaridade

Intenção de Compra x Escolaridade : Sim



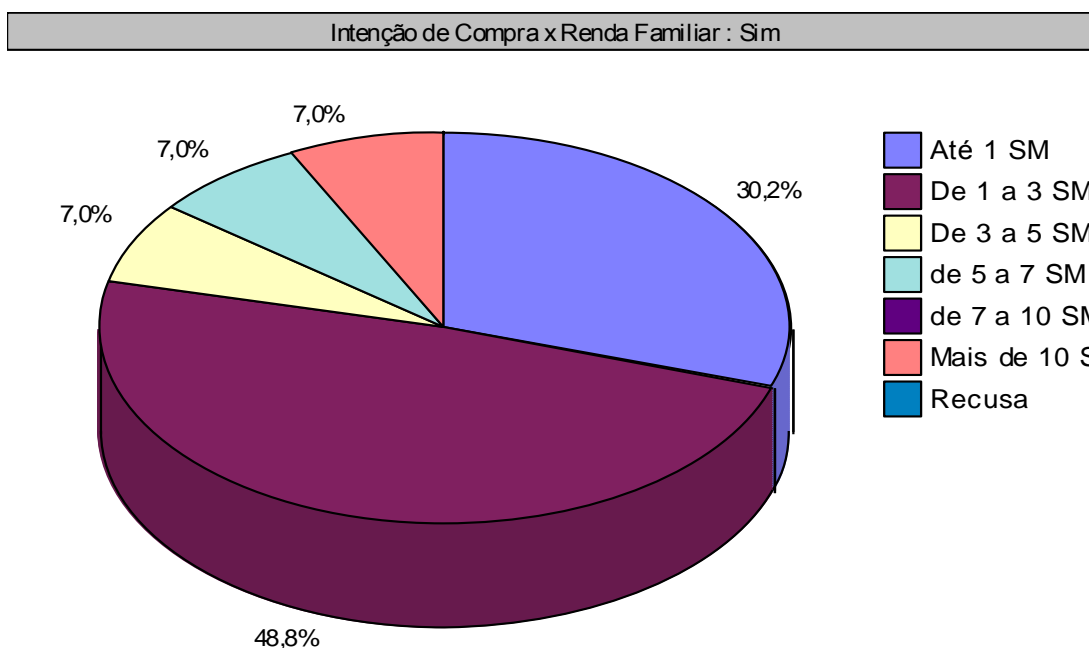
Daqueles que irão às compras, 27,9% tem o ensino médio incompleto.

Ocupação



Daqueles que irão às compras, 25,6% são autônomos.

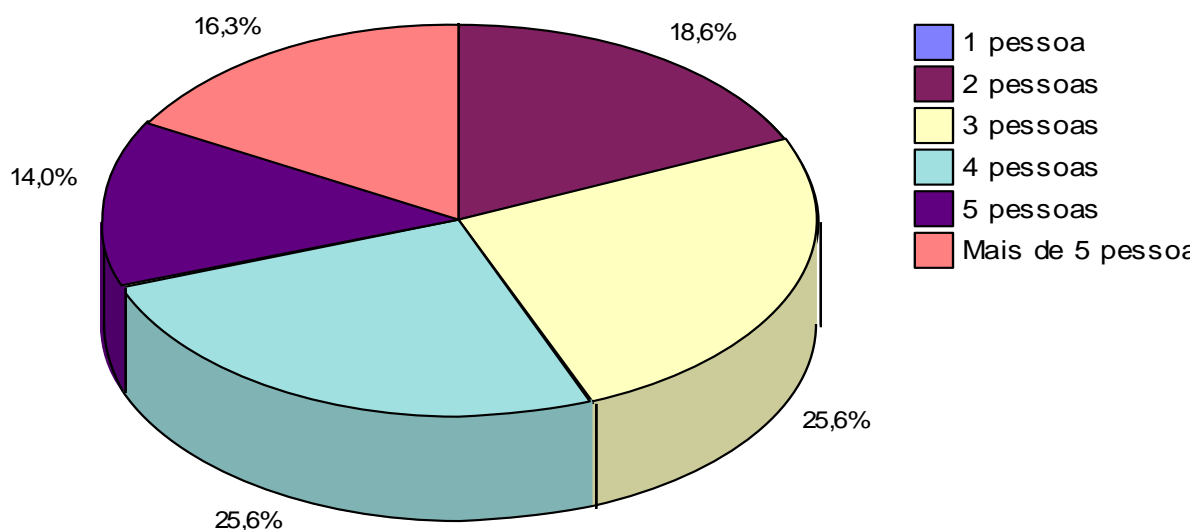
Renda Familiar



Daqueles que irão às compras, 48,8% ganham de 1 a 3 salários mínimos.

Tamanho da família

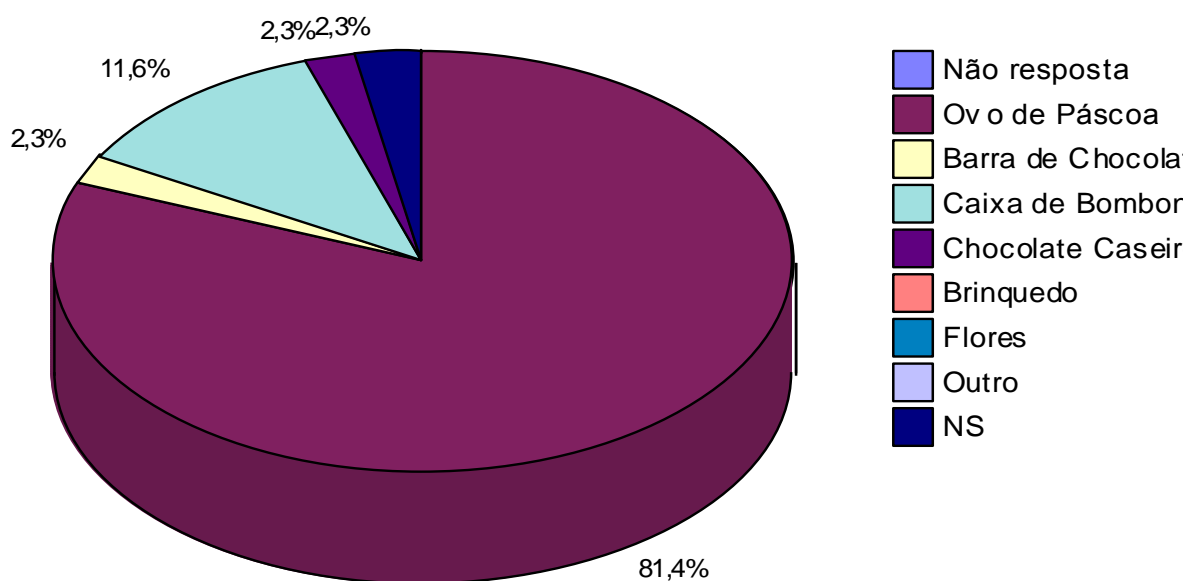
Intenção de Compra x Família : Sim



Daqueles que irão às compras, 25,6% tem famílias com 3 pessoas e 25,6% com 4 pessoas.

O que vai comprar

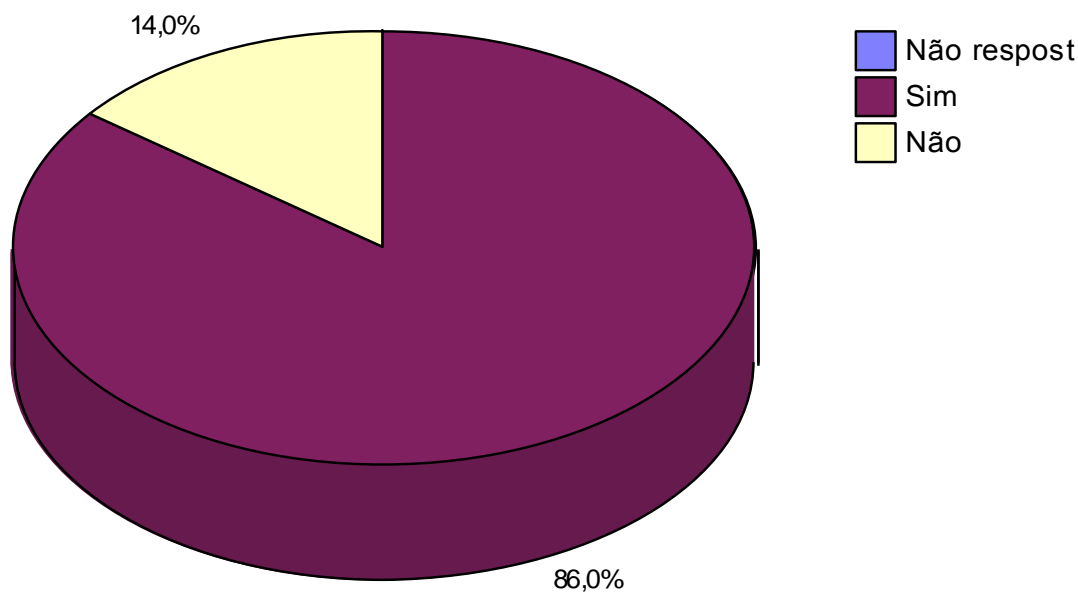
Intenção de Compra x Pretende Comprar : Sim



Daqueles que irão às compras, 81,4% vão comprar ovo de páscoa.

Pesquisa de Preço

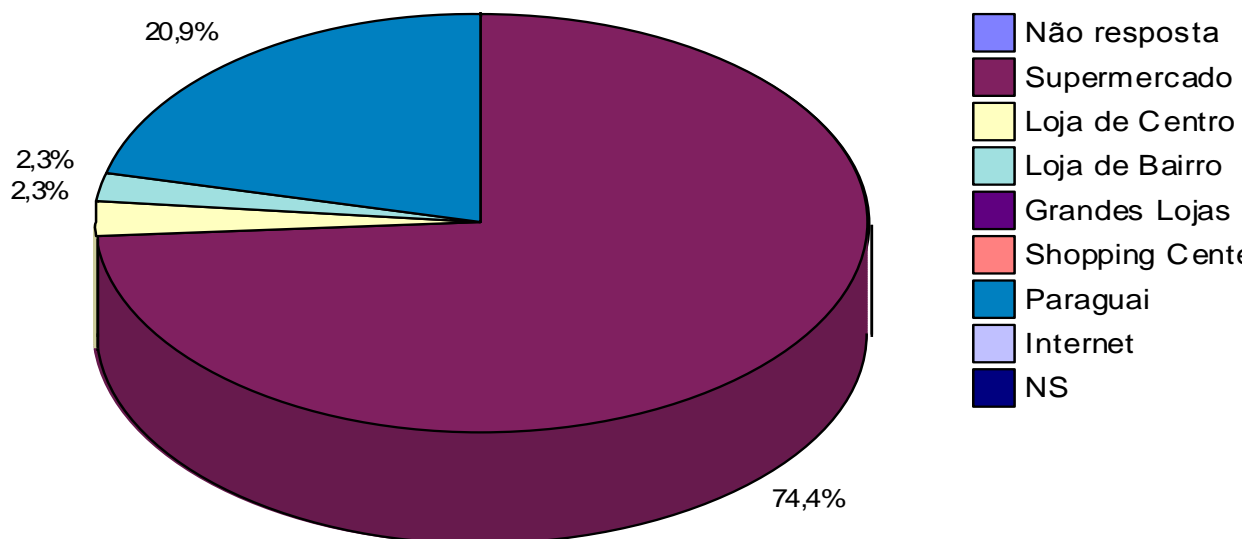
Intenção de Compra x Pesquisa de Preço : Sim



Daqueles que irão às compras, 86% vão fazer pesquisa de preço.

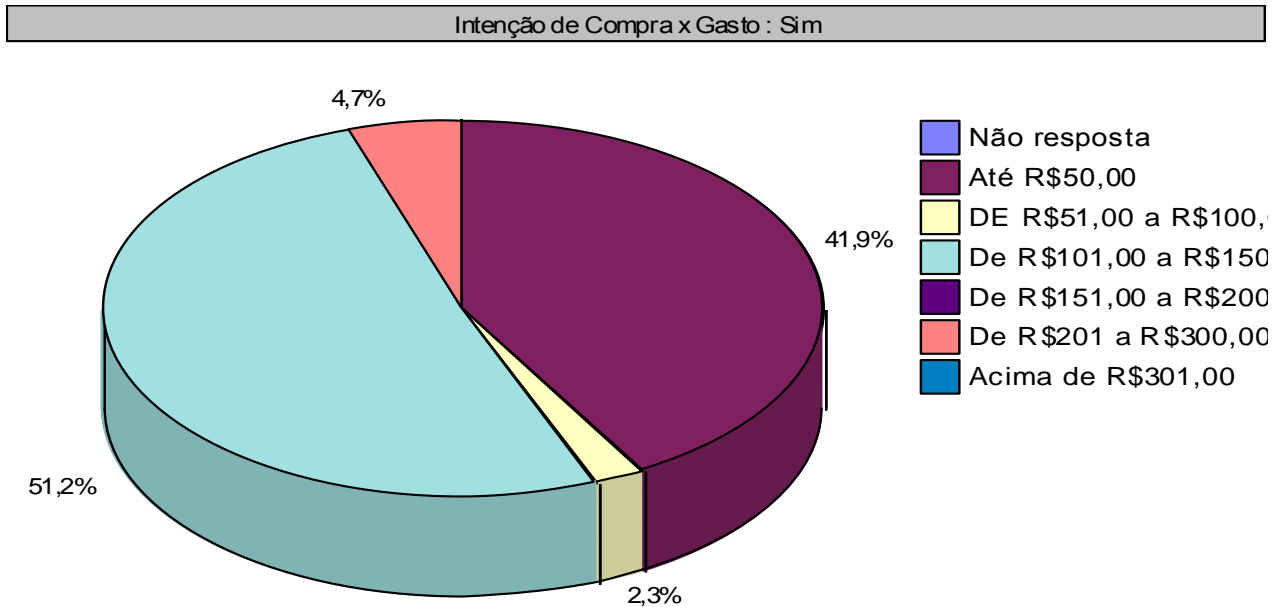
Onde vai comprar

Intenção de Compra x Onde comprará : Sim



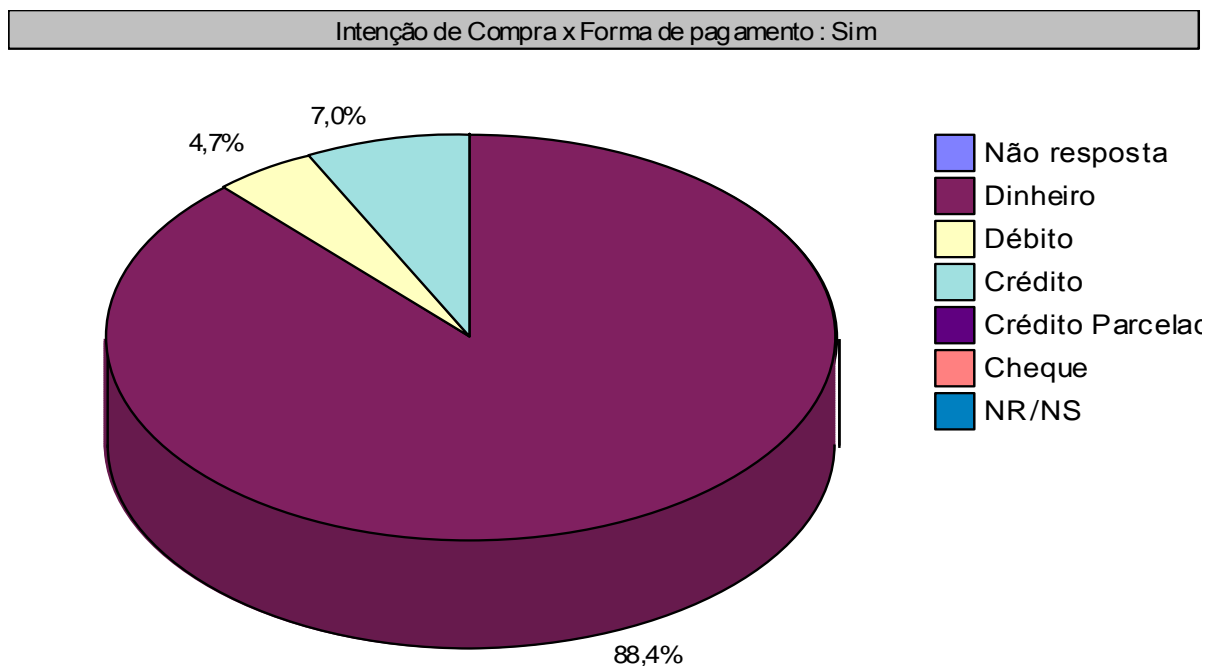
Daqueles que irão às compras, 74,4% irão comprar em supermercados.

Quanto irá gastar



Daqueles que irão às compras, 51,2% irão gastar entre R\$101,00 e R\$150,00.

Forma de Pagamento

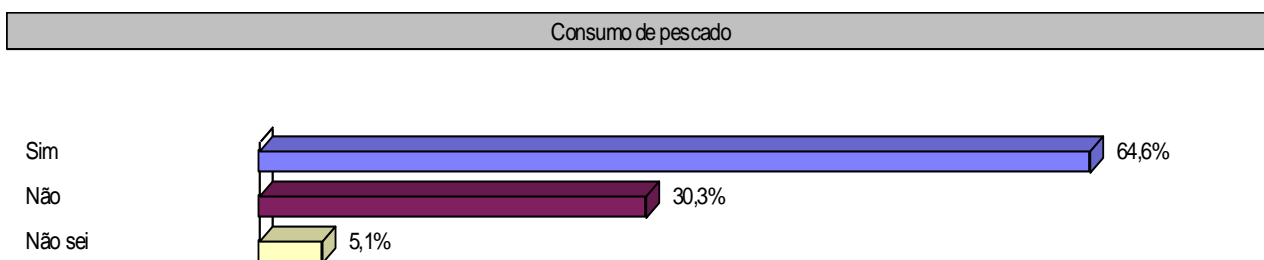


Daqueles que irão às compras, 88,4% irão pagar à vista, em dinheiro.

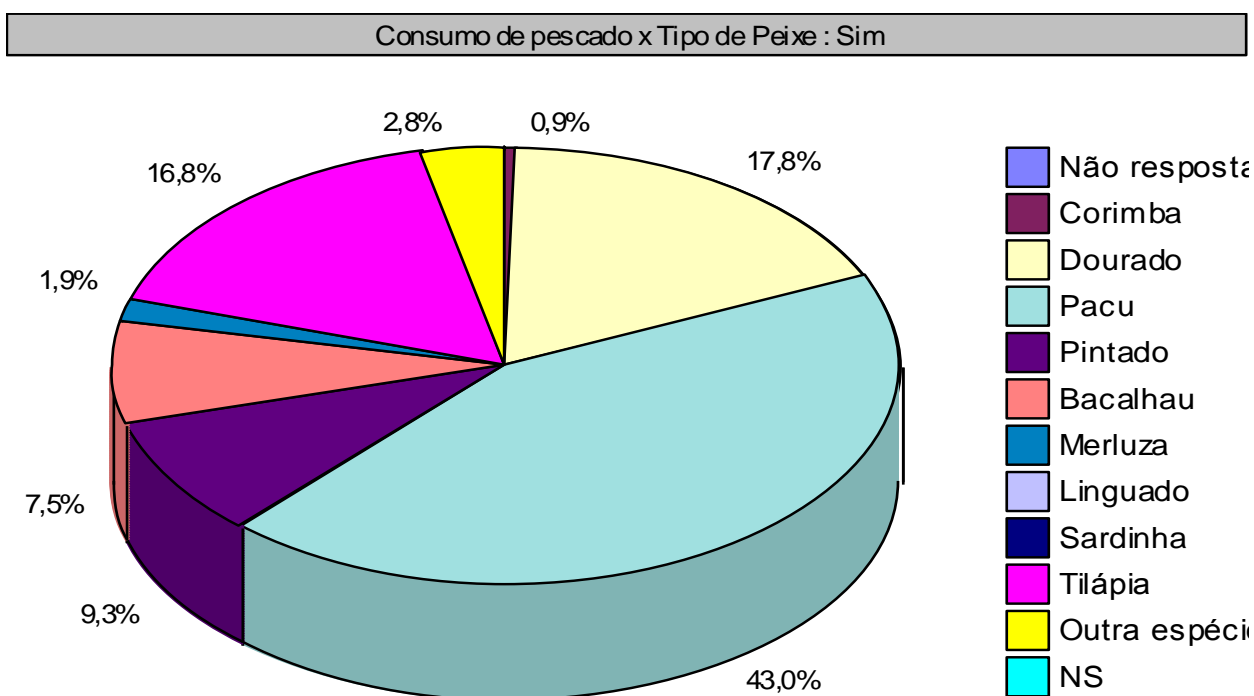
Consumo de Pescado

Como é de costume, na época de páscoa o consumo de pescado, esse também foi aferido durante a pesquisa. Com relação a esse comportamento, (64,6%) dos consumidores deverão consumir peixes, escolhendo como os principais tipos o Pacu (43%), seguido do Dourado (17,8%), Tilápia (16,8%) e Pintado (9,3%).

O gasto médio aferido na pesquisa é de R\$ 110,94 por potencial comprador, estimando um movimento de 2,9 milhões de reais em pescados e derivados. Esse comércio deverá ser maior que o de ovos de páscoa.



Tipo de Peixe

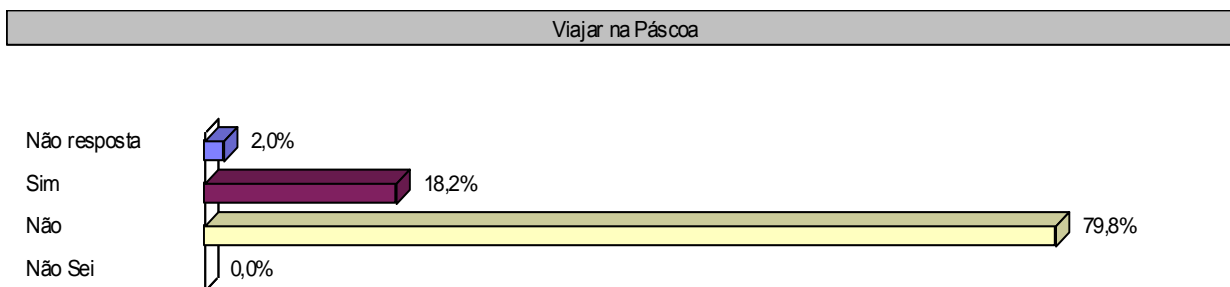


Viagem

Somente 18,2% da população deverá viajar neste período, distribuídos em:

- 50% para fora do estado;
- 16,7% dentro do estado;
- 16,7% vão para a capital;
- 11,1% vão para sítio/fazenda.

O gasto médio estimado por viagem é de R\$ 273,53, com um valor total estimado de 2 milhões de reais.



Pra onde pretende viajar

