

PESQUISA DE INTENÇÃO DE CONSUMO E  
DE COMEMORAÇÃO DOS RESIDENTES DE  
MATO GROSSO DO SUL

PÁSCOA

 Fecomércio MS  
Sesc | Senac | IPF

 IPF  
Instituto de Pesquisa  
e Desenvolvimento  
FECOMÉRCIO-MS

 SEBRAE

Consolidado MS - Abril de 2017

## **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 IPF.**

Edison Ferreira de Araújo.

### **Diretor Superintendente do IPF.**

Valmira Carvalho

## **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*

## **COORDENAÇÃO DA PESQUISA**

Daniela Teixeira Dias – IPF/MS

Rodrigo Maia Marcelo Pirani -  
SEBRAE/MS

## **EQUIPE TÉCNICA – APOIO**

Anderson Assis Costa – IPF/MS

Leandro Lins – Ótima Consultoria/MS

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	4
<b>2. PERFIL DOS PESQUISADOS</b> .....	6
<b>Gênero</b> .....	6
<b>Faixa Etária</b> .....	6
<b>Grau de Escolaridade</b> .....	7
<b>Renda</b> .....	7
<b>Avaliação da Situação Econômico-financeira</b> .....	8
<b>3. INTENÇÕES DE CONSUMO</b> .....	9
<b>Pretensões de Consumo</b> .....	9
<b>Pretensões de Gastos</b> .....	10
<b>Locais para Compras</b> .....	10
<b>Forma de Pagamento</b> .....	10
<b>Percentual da População que Fará Pesquisa de Preço</b> .....	11
<b>Elementos Levados em Consideração Durante a Compra</b> .....	11
<b>4. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO</b> .....	12
<b>Pretensões de Comemoração</b> .....	12
<b>Gastos com Alimentação</b> .....	13
<b>Gastos com Bebidas</b> .....	13
<b>Pretensões de Viagem</b> .....	14
<b>Principais Destinos das Viagens</b> .....	14
<b>Gastos com Viagem</b> .....	15
<b>Pretensões de Consumo de Peixe</b> .....	16
<b>Preferências – Tipos de Peixes</b> .....	16
<b>5. TENDÊNCIAS DE MOVIMENTAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA</b> .....	17

## PÁSCOA

A comemoração da Páscoa tem uma vertente bíblica, sendo comemorada de diversas formas pelo mundo. São símbolos pascoais lebres e coelhos que representam a fertilidade, ovos que se voltam a rituais de fertilidade, de forma a trazer felicidade, prosperidade, saúde e proteção.

### 1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa teve como objetivo avaliar as **intenções de consumo** e de **comemoração** dos residentes de Mato Grosso do Sul para a Páscoa. Isto porque cada vez mais entender o comportamento dos consumidores perante datas comemorativas podem funcionar como auxílio e embasamento as tomadas de decisões empresariais, a partir do qual são possíveis o desenvolvimento de estratégias, de modo a atender os gostos, preferências e necessidades dos potenciais clientes.

Dentre os principais segmentos que tendem a serem movimentados durante a Páscoa estão: supermercados, hipermercados, mercados e conveniências; doçarias e chocolaterias; segmentos de produtos caseiros; restaurantes; peixarias.

De modo a atender ao objetivo proposto, foram aplicados 2.160 questionários em 13 municípios do Estado (nos locais com maior fluxo de pessoas) entre os dias 15 e 24 de março, considerando um nível de confiança de 95% e margens de erro que variaram entre 5% e 8% (Quadro 1). Cabe ressaltar que essas variações das margens de erro foram necessárias diante da restrição de aplicações de questionários próximas a uma amostra de 2.000.

Vale ressaltar ainda que a partir desta pesquisa houve uma atualização metodológica acerca da população dos municípios, para se chegar a uma informação mais próxima da realidade, conforme dados do IBGE para o ano de 2016.

**Quadro 1:** Detalhamento da população, margem de erro e amostra por município.

Município	Amostra	População	Margem de erro aproximada
Aparecida do Taboado	125	24.745	9%
Aquidauana/Anastácio	199	72.175	7%
Campo Grande	265	786.797	6%
Chapadão do Sul	125	21.685	9%
Corumbá/Ladário	193	131.522	7%
Dourados	266	215.486	6%
Naviraí	198	52.367	7%
Nova Andradina	197	51.764	7%
Ponta Porã	197	88.164	7%
São Gabriel do Oeste	127	25.443	9%
Três Lagoas	268	115.561	6%
<b>Mato Grosso do Sul - pelos municípios selecionados</b>	2.160	1.585.709	De 5% a 8%

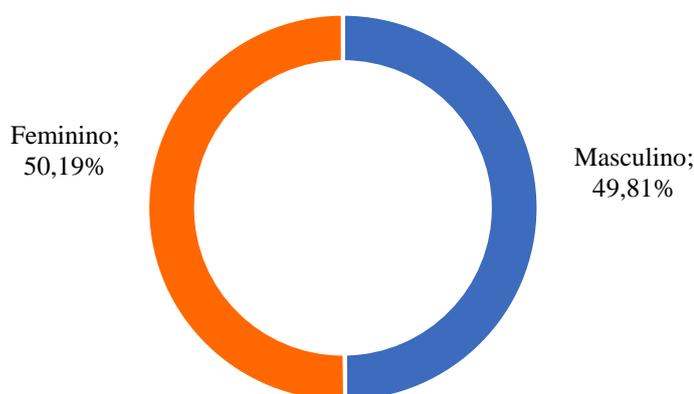
Fonte: IBGE, 2016. Elaboração: IPF/MS.

De forma a facilitar o entendimento desta pesquisas, os resultados foram estruturados em três partes: perfil dos pesquisados; intenção de consumo; intenção de comemoração. A partir do qual foi possível identificar os gastos com chocolate e comemorações, os elementos levados em consideração perante a compra, os principais locais para a realização dessas compras, bem como as pretensões de viagem.

## 2. PERFIL DOS PESQUISADOS

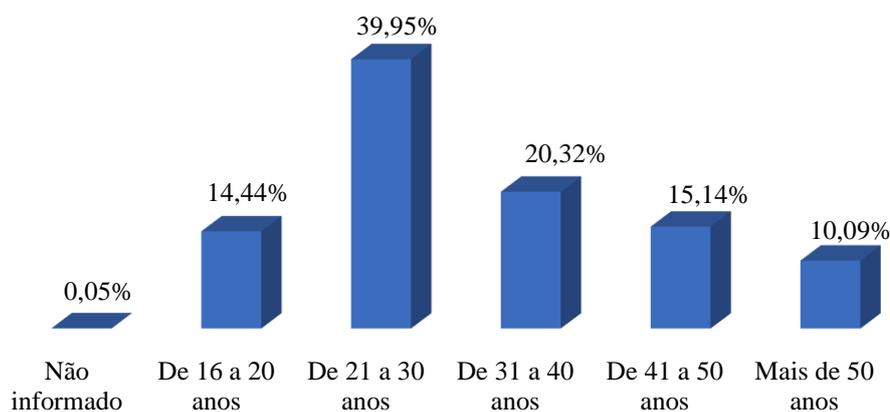
A maioria dos pesquisados tem entre 21 a 30 anos (39,95%), possui o ensino médio completo (40,05%), com renda de 1 a 3 salários mínimos (60,56%) e avalia a situação econômico-financeira deste ano igual ao do ano passado (59,40%). Cabe ressaltar ainda que de forma a captar as peculiaridades entre os gêneros, a quantidade de questionários aplicados a pessoas do gênero feminino e aquelas do gênero masculino foram próximas.

### Gênero



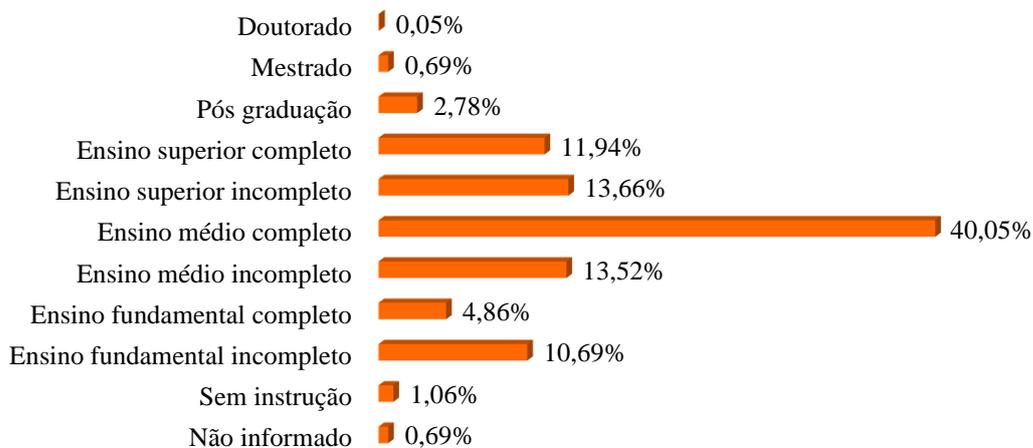
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Faixa Etária



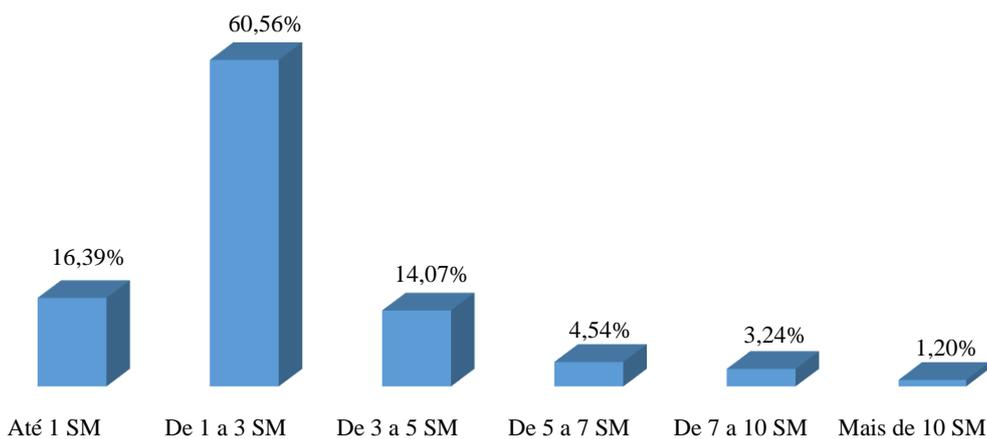
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Grau de Escolaridade



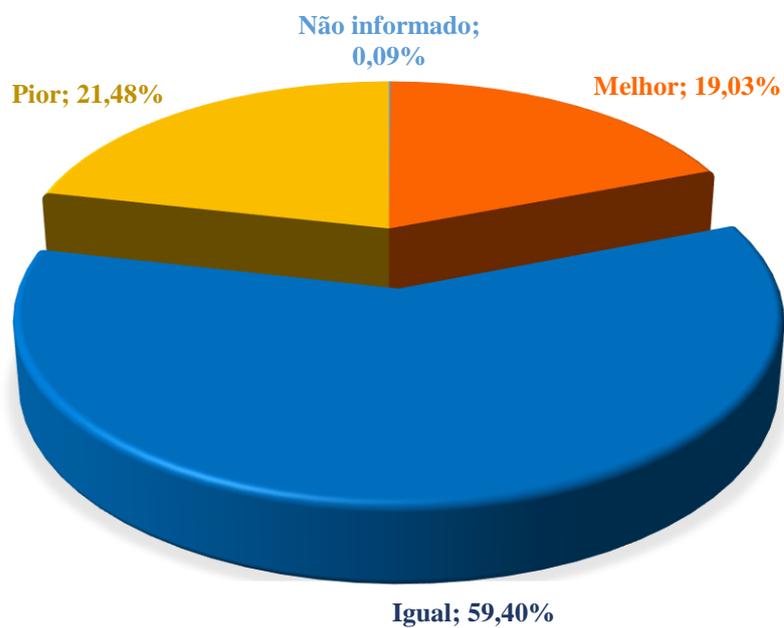
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Renda



Fonte e elaboração: IPF/MS.

## Avaliação da Situação Econômico-financeira



Fonte e elaboração: IPF/MS.

### 3. INTENÇÕES DE CONSUMO

No que se refere as intenções de consumo para a páscoa de 2017, 37,91% dos pesquisados indicaram a possibilidade de comprar ovos de páscoa, 15,01% caixa de bombons, 6,68% chocolate caseiro, 6,24% barra de chocolate e 1,83% outros presentes. Na comparação ao comportamento do consumidor do ano passado, percebe-se um aumento da preferência dos consumidores por chocolate caseiro que passou de 3,4% em 2016 para 6,68% em 2017.

Dentre os outros presentes, foram citados brinquedos e bíblias. Percebe-se ainda que 32,07% da população sul mato grossense ainda não sabe o que comprará, contra 2,7% do ano passado. De modo que a partir destes percentuais, há oportunidades de fomento a estratégias empresariais que visem atrair esse público. Isto porque 52,69% da população tenderá a fazer pesquisa de preço e dentre os principais atributos levados em consideração no momento da compra estão: design, qualidade e diferencial (31%); preço (30%) e propaganda (8%).

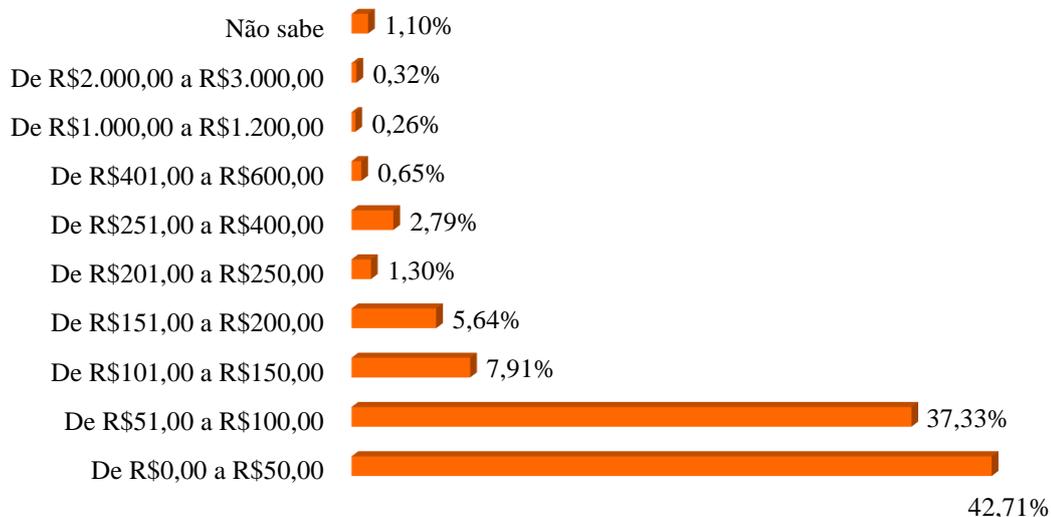
Sobre os gastos, há um percentual significativo de 28,56% da população que pretende não gastar com chocolates neste ano. Daqueles que gastarão, em sua maioria (42,71%) o valor máximo será de R\$50,00. Para viabilizar essas compras, os supermercados foram a preferência da população (38,05%), utilizando para tanto os pagamentos em dinheiro (55,22%).

#### Pretensões de Consumo



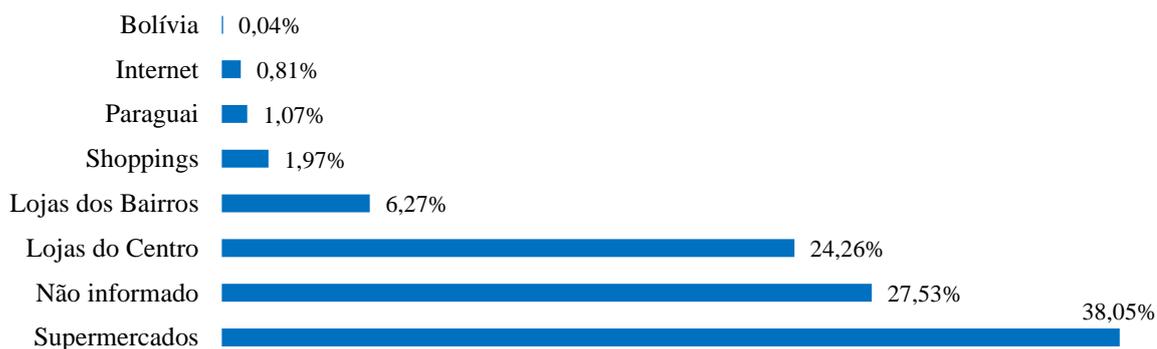
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Pretensões de Gastos



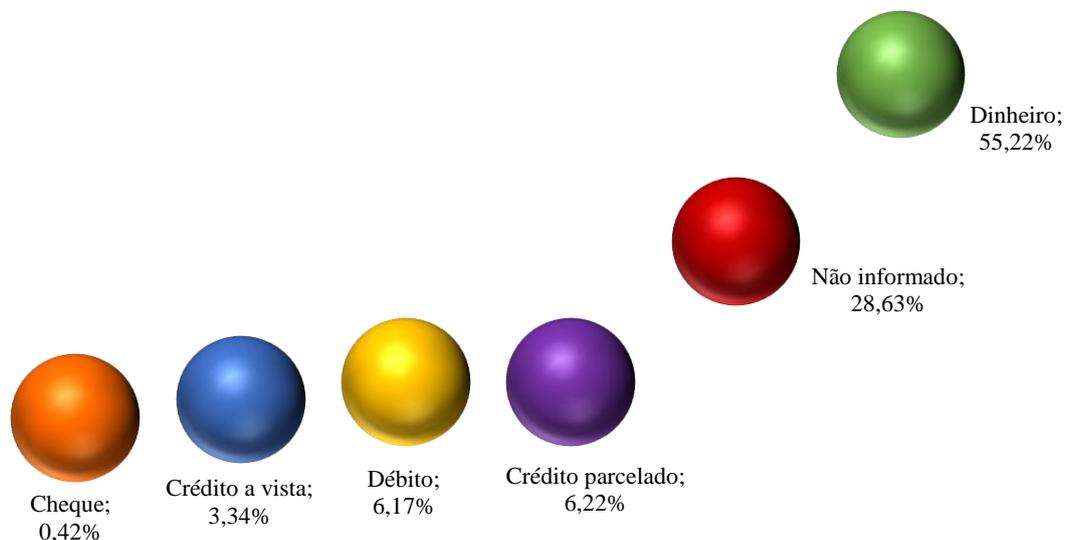
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Locais para Compras



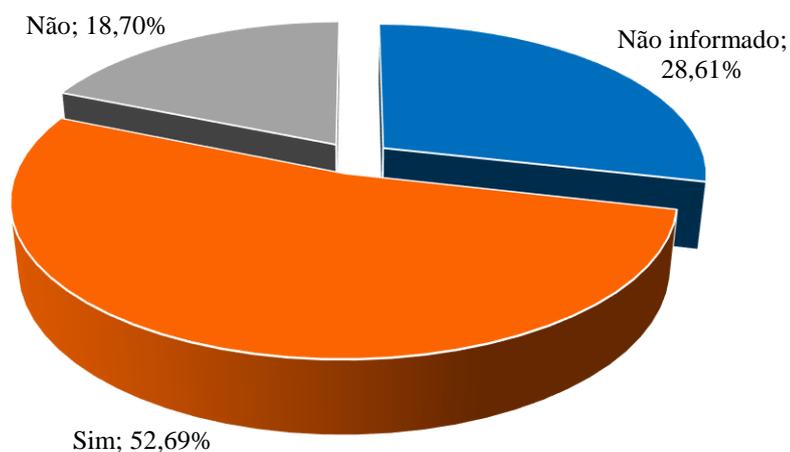
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Forma de Pagamento



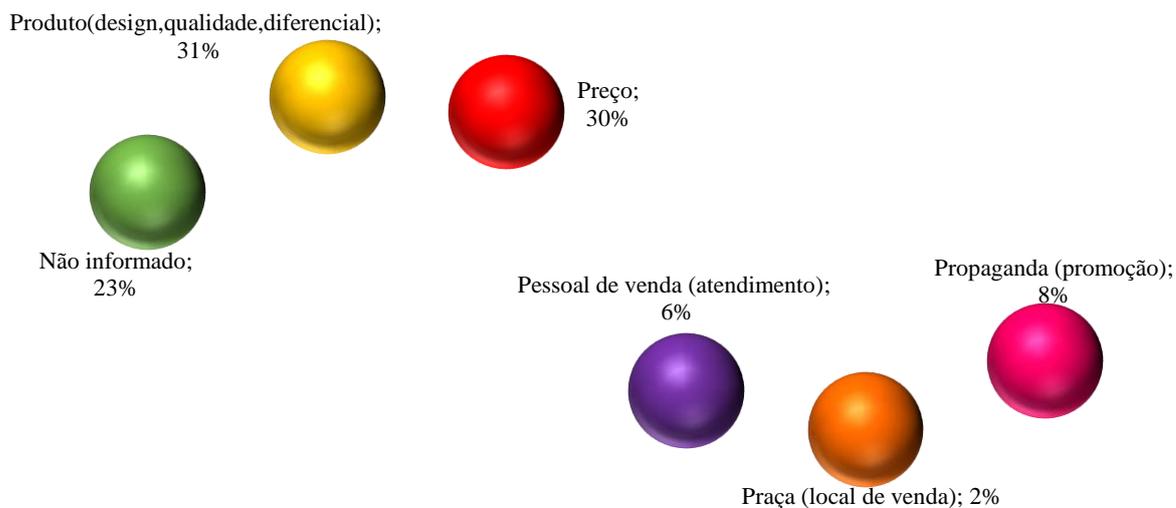
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Percentual da População que Fará Pesquisa de Preço



Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Elementos Levados em Consideração Durante a Compra

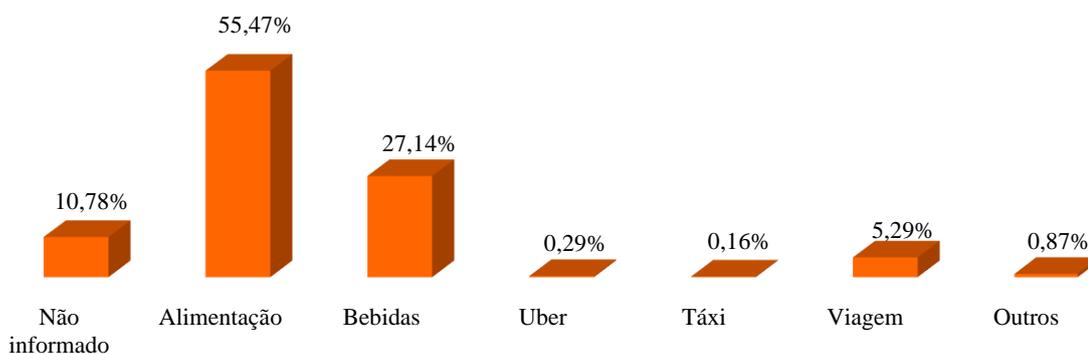


Fonte e elaboração: IPF/MS.

#### 4. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO

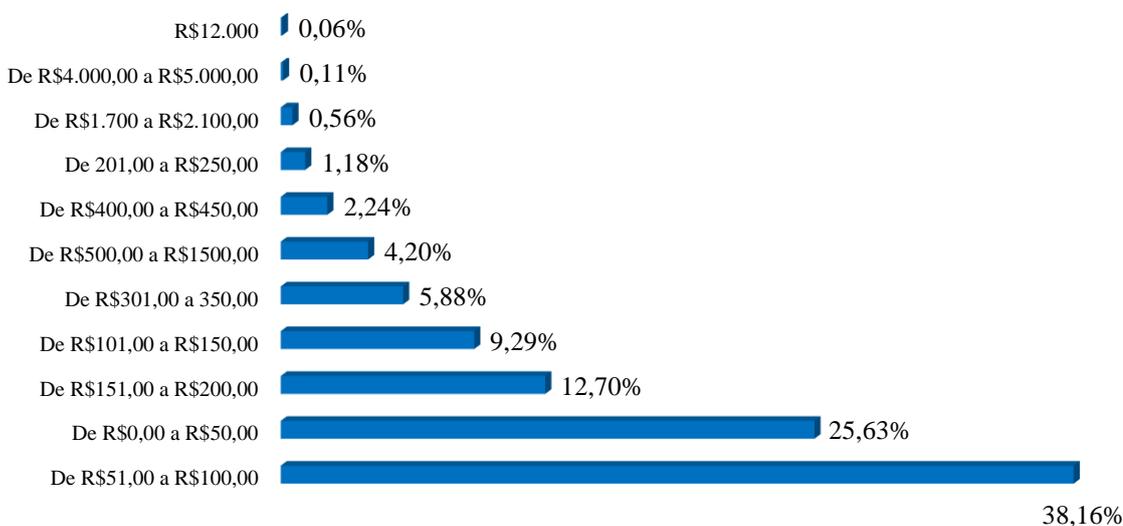
Praticamente todos os sul mato grossenses tem interesse de participar das comemorações de páscoa. De modo que, 38,16% tenderão a gastar entre R\$51,00 e R\$100,00 nessas comemorações. Desses gastos, 55,47% se voltarão a alimentação e 27,14% a bebidas. Cabe destacar ainda, que 53,06% dos pesquisados pretendem realizar essas comemorações em casa e 5,29% pretenderão viajar. Desses que viajarão os gastos variaram, principalmente, entre R\$200,00 e R\$350,00 e dentre os destinos estão: São Paulo (14,66%); Paraná (10,78%); Miranda (5,60%). Ainda no que se refere a comemoração, 66,48% consumirão peixe em sua maioria pintado (16,06%) e pacu (16,30%).

#### Pretensões de Comemoração



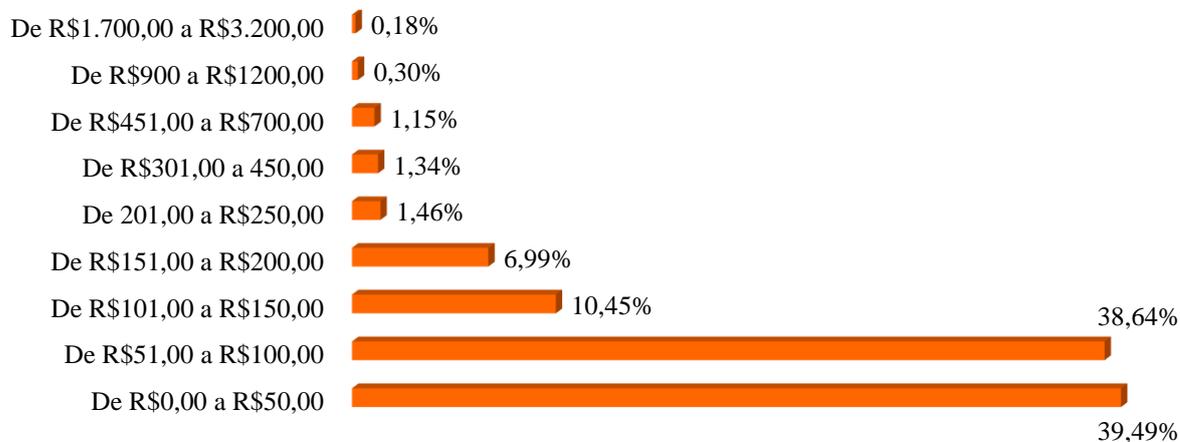
Fonte e elaboração: IPF/MS.

#### Gastos com Comemoração



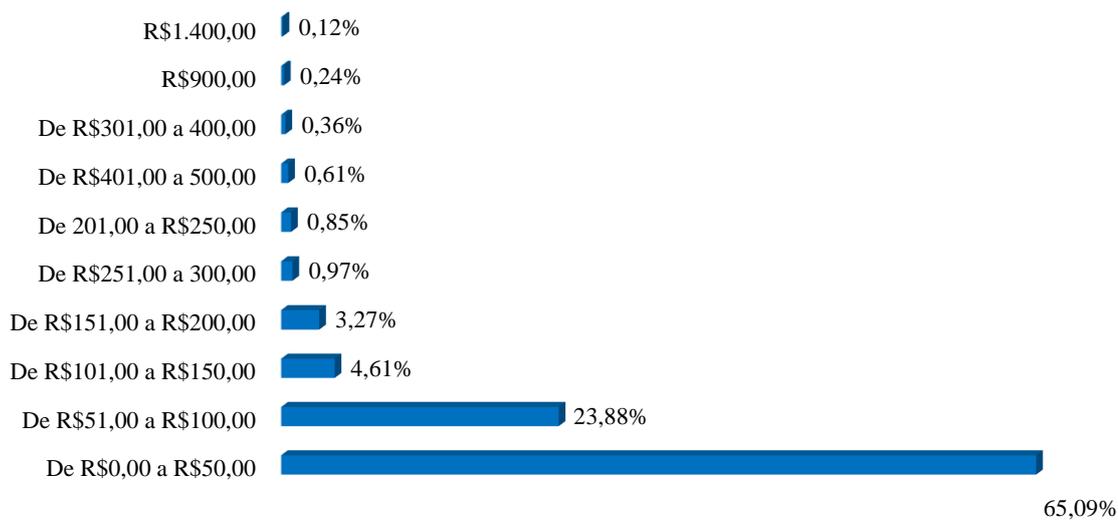
Fonte e elaboração: IPF/MS.

## Gastos com Alimentação



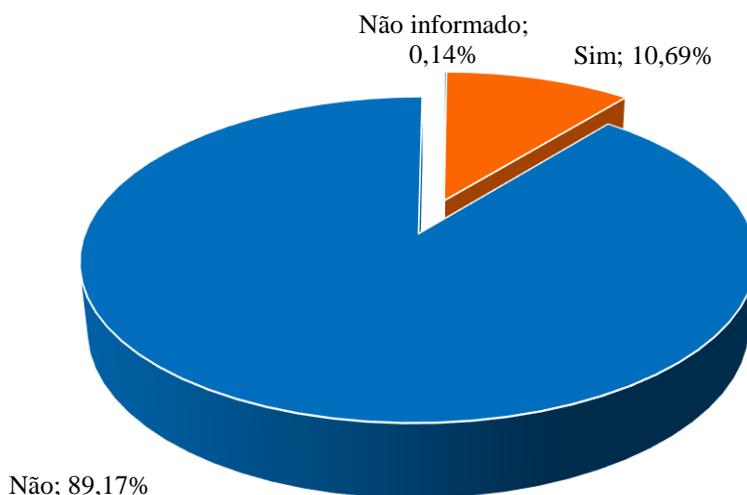
Fonte e elaboração: IPF/MS.

## Gastos com Bebidas



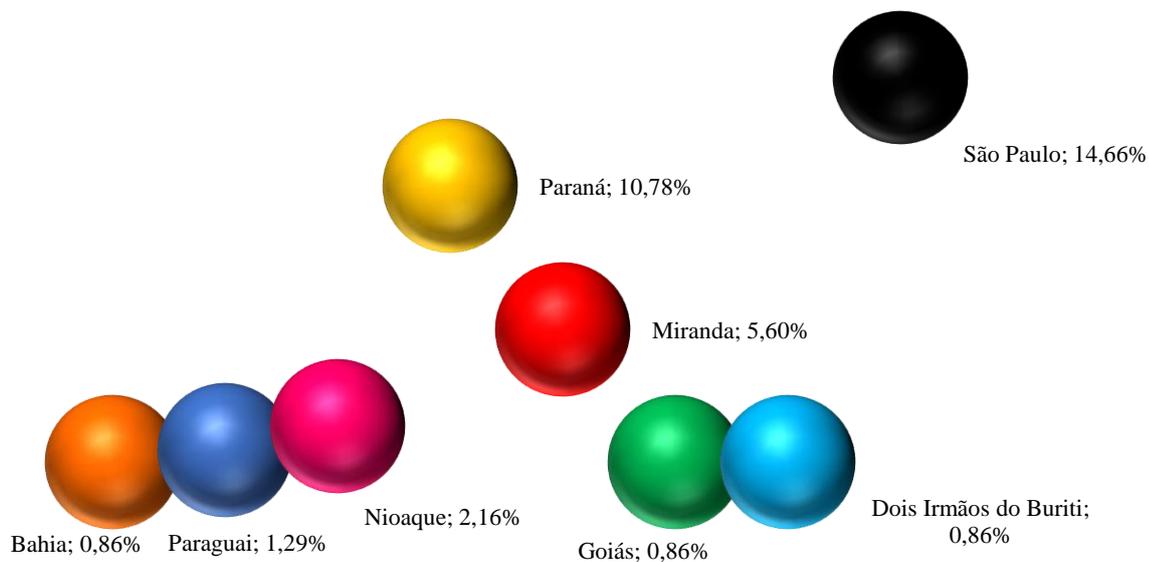
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Pretensões de Viagem



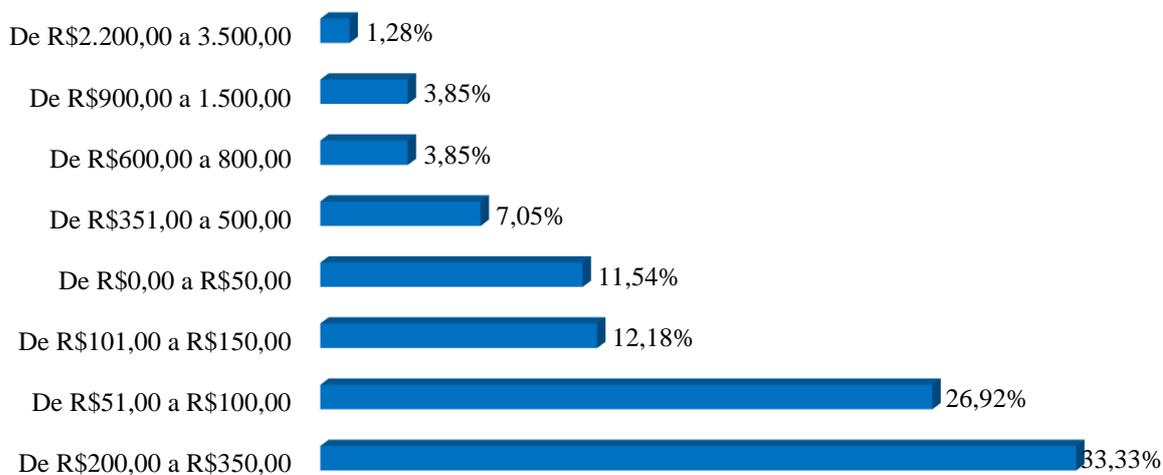
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Principais Destinos das Viagens



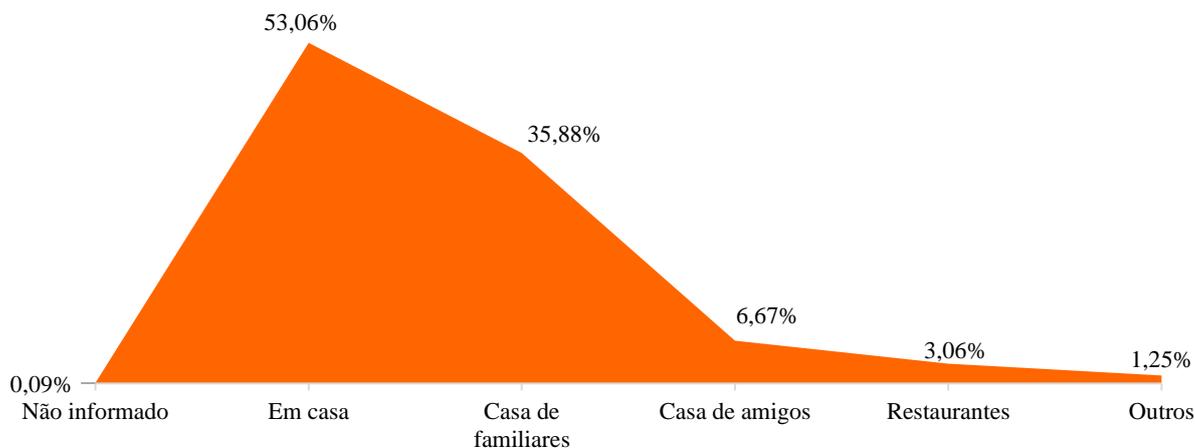
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Gastos com Viagem



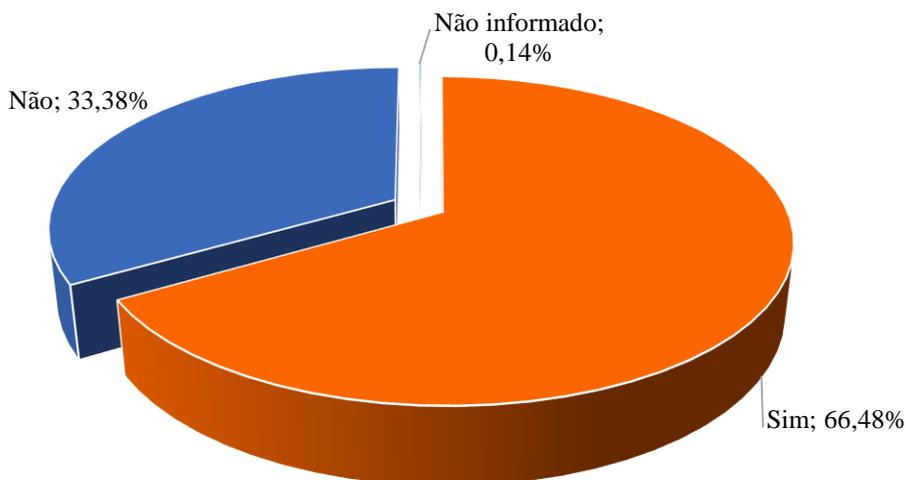
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Durante o feriado de Páscoa:



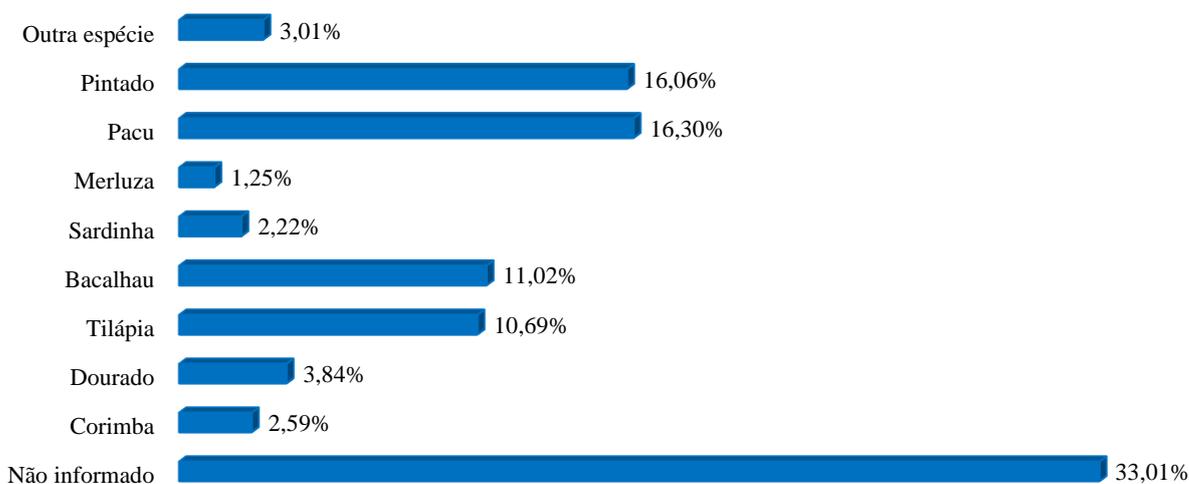
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Pretensões de Consumo de Peixe



Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Preferências – Tipos de Peixes



Fonte e elaboração: IPF/MS.

## **5. TENDÊNCIAS DE MOVIMENTAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**

Estima-se que no Mato Grosso do Sul, conforme informações de campo, os presentes de páscoa relacionados a chocolate possa movimentar aproximadamente R\$65.249.840. O gasto médio em presentes de páscoa para o Estado tenderá a atingir R\$91,49. Os municípios que registraram os maiores gastos médios foram Dourados (R\$120,15) e Três Lagoas (R\$120,03). Os menores valores estiveram em Campo Grande (R\$57,98) e Aparecida do Taboado (R\$56,19).

No que se refere aos gastos com comemoração, haverá a possibilidade de movimentação de R\$134.835.937,00. Desses gastos 55,47% se destinará a alimentação, 27,14% a bebidas e 5,29% a viagens. Considerando a PEA – População Economicamente Ativa, haveria gastos respectivamente de R\$74.793.495, R\$36.594.473 e R\$7.132.821 (saindo do Estado). O peixe estará na alimentação de 66,48% dos sul mato grossenses, principalmente o Pacu e Tilápia. Nesse sentido, o gasto médio com comemoração seria de aproximadamente R\$164,48 para o Estado.

Comemorações mais robustas tenderão a ocorrer em São Gabriel do Oeste (R\$329,20), Dourados (R\$276,02) e em Três Lagoas (R\$248,25). Aquelas com menores gastos serão em Aparecida do Taboado (R\$44,76), Ponta Porã (R\$78,90) e em Corumbá/Ladário (R\$90,00).

### **O que esperar então para a Páscoa de 2017 em Mato Grosso do Sul?**

Uma intenção de consumo melhor que na comparação ao ano passado em 13,84 p.p, aumento de 16,17% na receita gerada pela compra de produtos do chocolate e de 18,08% do valor médio gasto em presentes.

**Quadro 2:** Resumo comparativo dos resultados das intenções de consumo e de gastos com presentes de páscoa.

Municípios	2017			2016		
	% de pessoas que irão as compras	Valor estimado em compras (mil R\$)	Valor médio do presente (R\$)	% de pessoas que irão as compras	Valor estimado em compras (R\$)	Valor médio do presente (R\$)
Aparecida do Taboado	80,80%	817	56,19	83,00%	1.442	139,76
Aquidauana/Anastácio	75,38%	2.881	88,45	48,00%	720	74,74
Campo Grande	72,08%	26.569	57,98	45,80%	14.690	80,19
Chapadão do Sul	33,60%	618	96,43	65,00%	616	86,15
Corumbá/Ladário	82,90%	4.848	62,74	73,00%	1.817	59,25
Dourados	87,97%	16.276	120,15	60,00%	4.531	77,6
Naviraí	72,22%	2.567	90,67	46,00%	610	60,33
Nova Andradina	61,93%	2.560	96,31	62,50%	943	65,6
Ponta Porã	53,81%	2.330	91,27	43,00%	1.529	87,79
São Gabriel do Oeste	77,95%	1.745	115,21	72,00%	734	92,71
Três Lagoas	72,76%	3.235	120,03	62,70%	2.652	65,08
<b>Mato Grosso do Sul - pelos municípios selecionados</b>	<b>71,44%</b>	<b>65.250</b>	<b>91,49</b>	<b>57,60%</b>	<b>56.167</b>	<b>77,47</b>

Fonte e elaboração: IPF/MS. Obs.: São apenas estimativas.