

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
FECOMERCIO-MS

 SEBRAE

Ponta Porã/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

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

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 chocolatarias; 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%
Mato Grosso do Sul - pelos municípios selecionados	2.160	1.585.709	De 5% a 8%

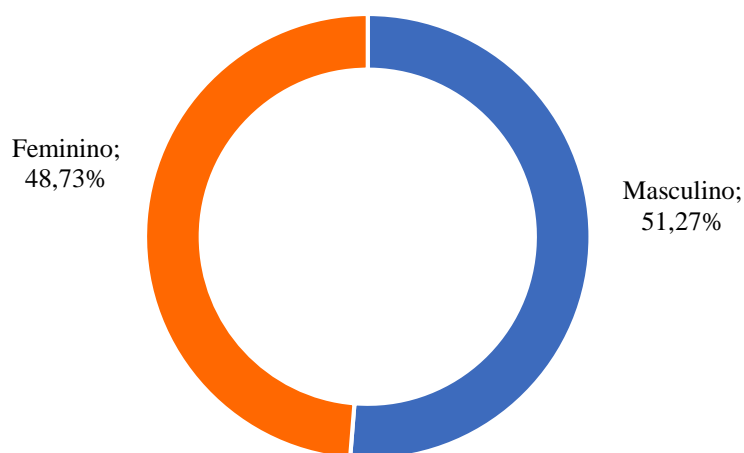
Fonte: IBGE, 2016. Elaboração: IPF/MS.

De forma a facilitar o entendimento desta pesquisa, 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

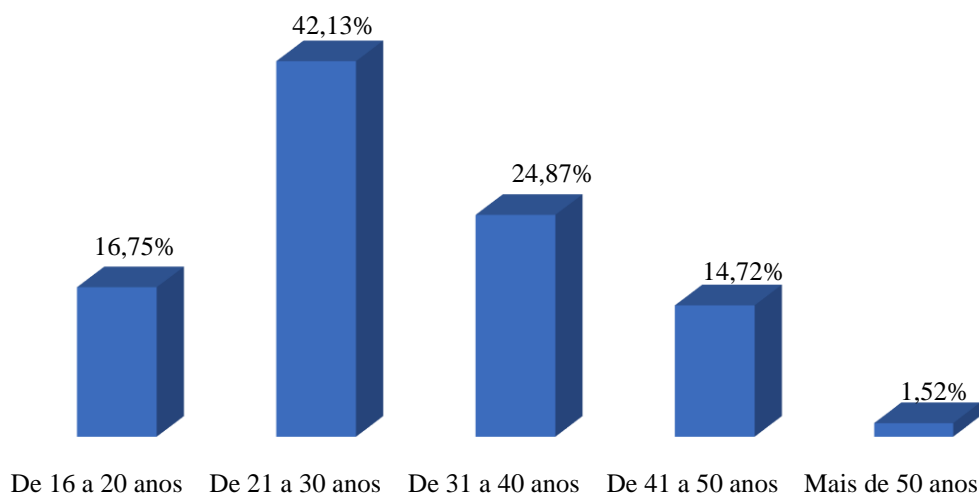
A maioria dos pesquisados tem entre 21 a 30 anos (42,13%), possui o ensino médio completo (56,85%), com renda de 1 a 3 salários mínimos (75,13%) e avalia a situação econômico-financeira deste ano igual ao do ano passado (62,94%). Cabe ressaltar ainda que de forma a captar as peculiaridades entre os gêneros, a quantidade de questionários aplicados a pessoas do gênero feminino e aquelas do gênero masculino foi próxima.

Gênero



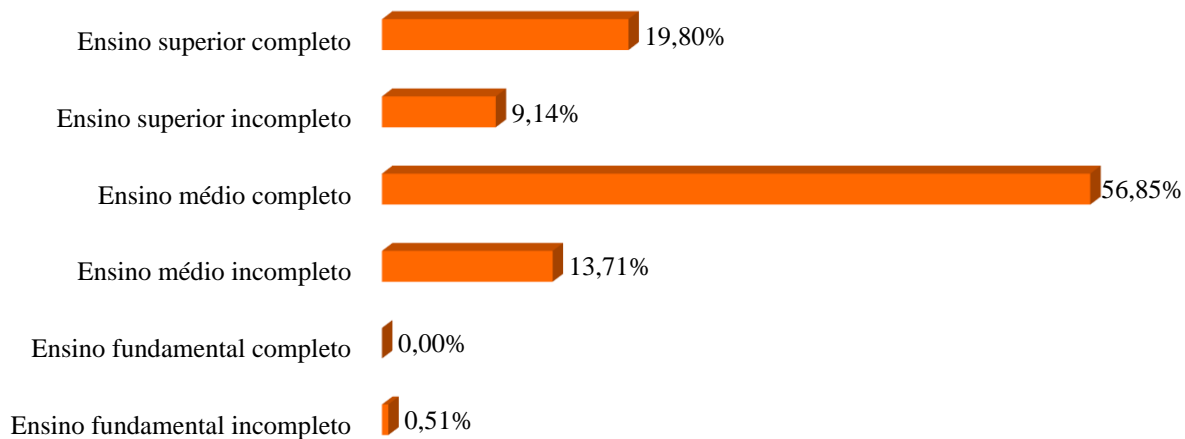
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Faixa Etária



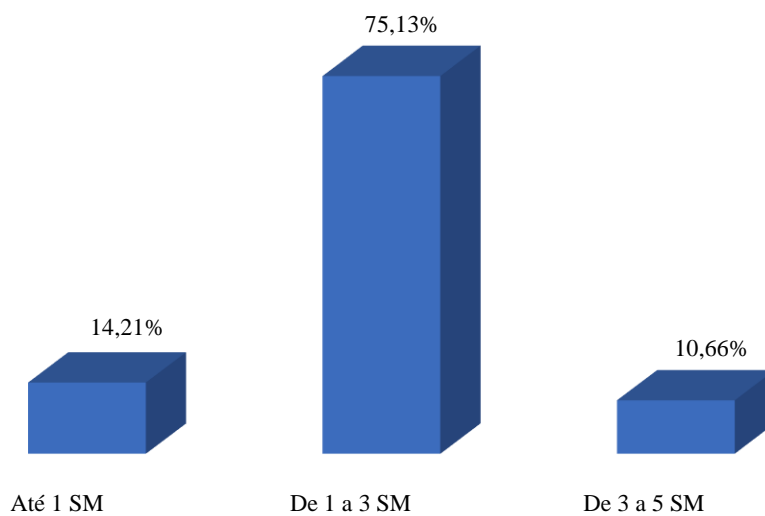
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Grau de Escolaridade



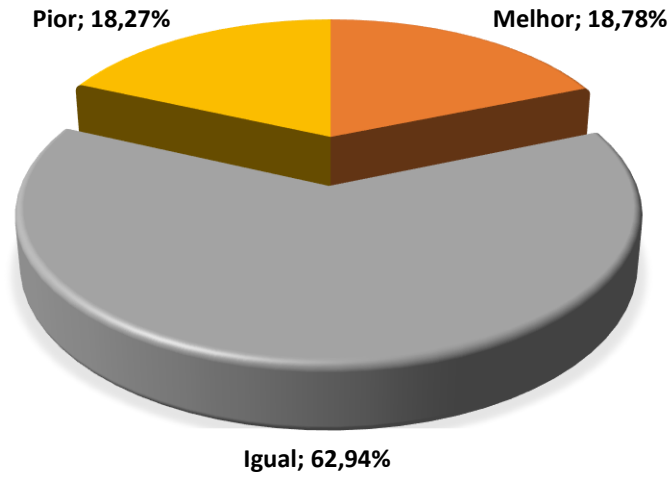
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Renda



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Avaliação da Situação Econômico-financeira



Fonte e elaboração: IPF/MS.

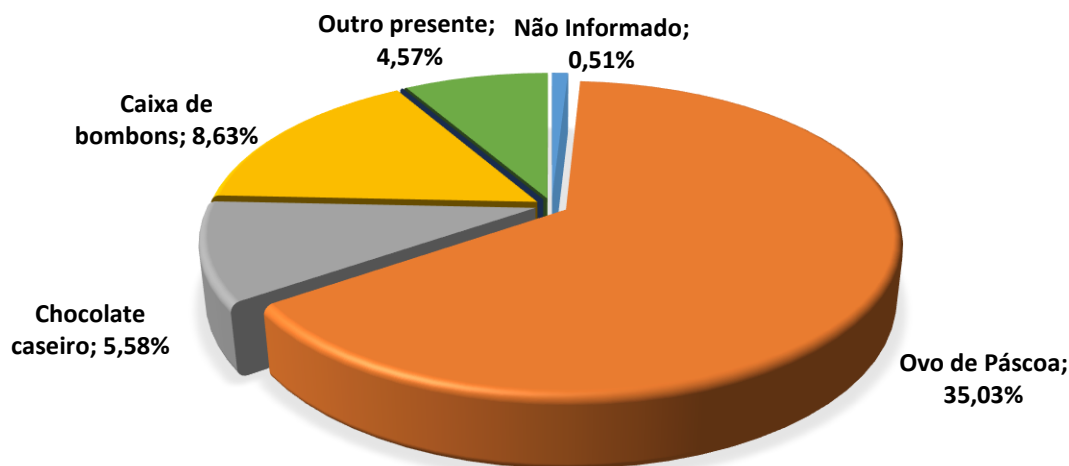
3. INTENÇÕES DE CONSUMO

No que se refere às intenções de consumo para a páscoa de 2017, 35,03% dos pesquisados indicaram a possibilidade de comprar ovos de páscoa, 8,63% caixa de bombons e 5,58% chocolate caseiro. Na comparação ao comportamento do consumidor do ano passado, percebe-se um aumento da preferência dos consumidores por chocolate caseiro que passou 2,3% em 2016 para 5,58% em 2017.

Percebe-se ainda que 45,69% da população de Ponta Porã ainda não sabe o que comprará, contra 2,3% do ano passado. De modo que a partir destes percentuais, há oportunidades de fomento a estratégias empresariais que visem atrair esse público. Isto porque 35,03% da população tenderão a fazer pesquisa de preço e dentre os principais atributos levados em consideração no momento da compra estão: design, qualidade e diferencial (34%); preço (25%).

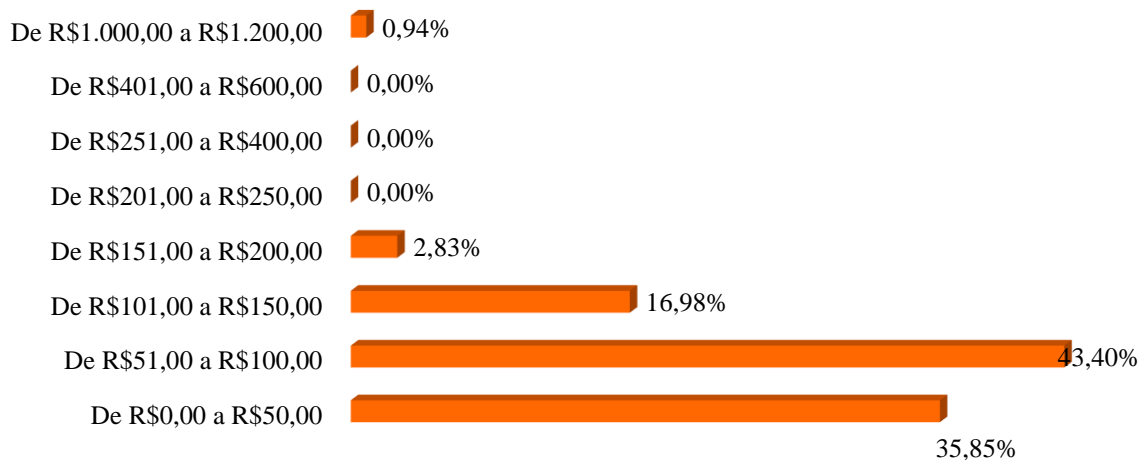
Sobre os gastos, há um percentual significativo de 32,07% da população que pretende não gastar com chocolates neste ano. Daqueles que gastarão em sua maioria (78,30%) o valor máximo será de R\$50,00. Para viabilizar essas compras, os supermercados foram à preferência da população (37,88%), utilizando para tanto os pagamentos em dinheiro (45,69%).

Pretensões de Consumo



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Pretensões de Gastos



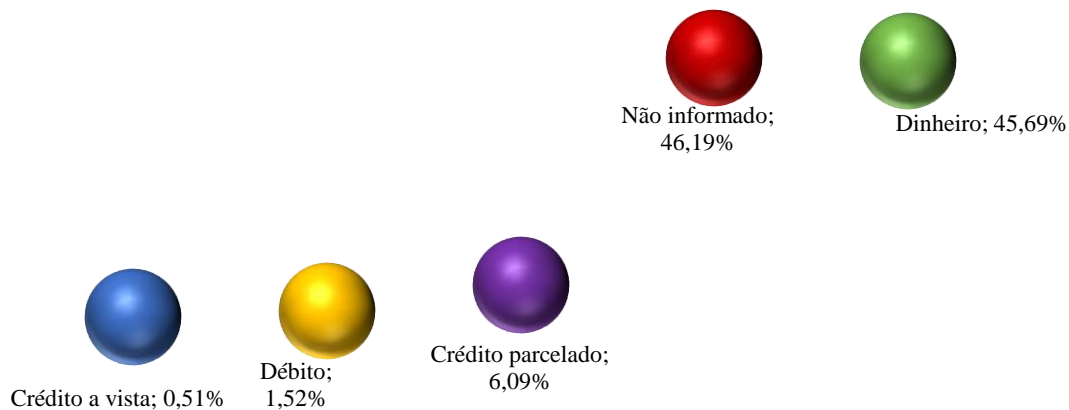
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Locais para Compras



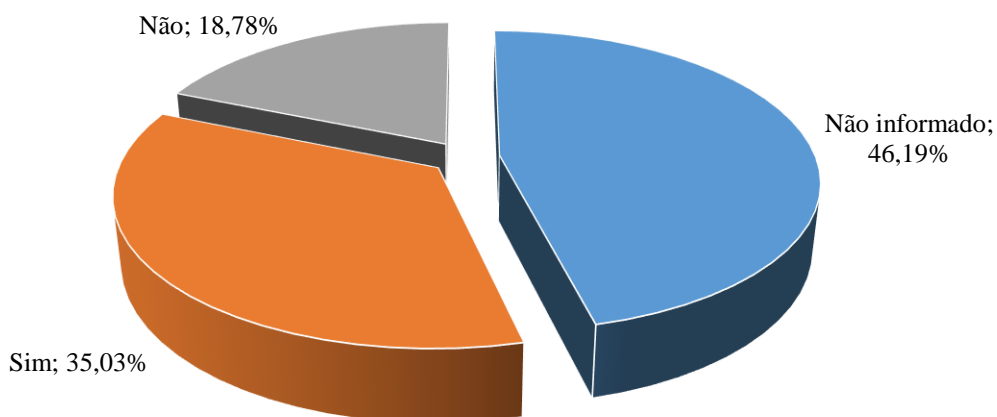
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Forma de Pagamento



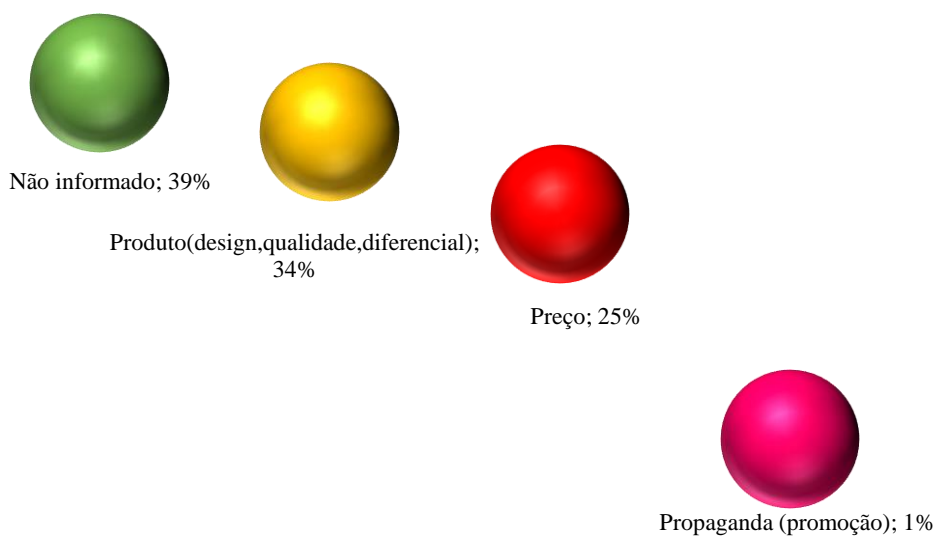
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Percentual da População que Fará Pesquisa de Preço



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Elementos Levados em Consideração Durante a Compra

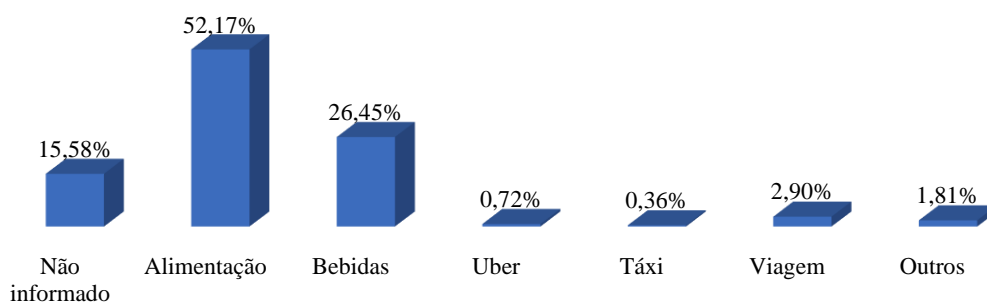


Fonte e elaboração: IPF/MS.

4. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO

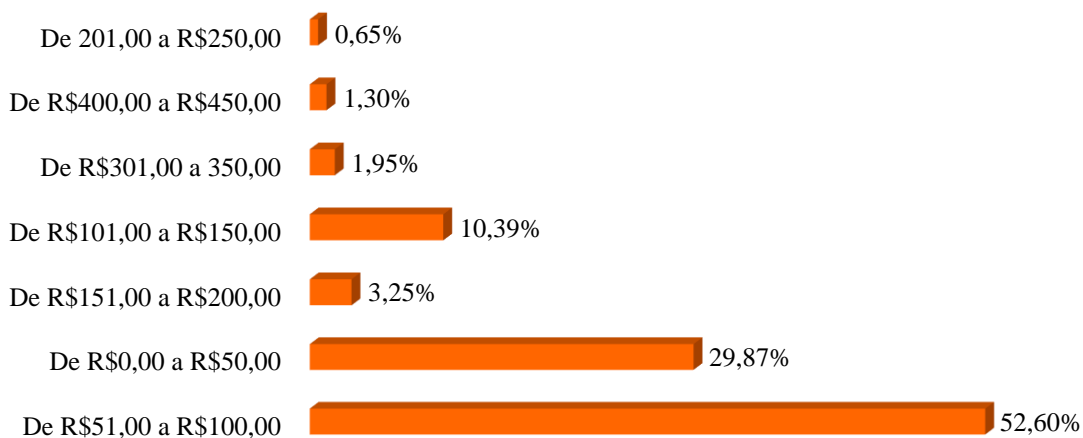
No que se refere as comemorações, 78,06% da população de Ponta Porã tem interesse de participar. De modo que, 52,60% tenderão a gastar entre R\$51,00 a R\$100,00 nessas comemorações. Desses gastos, 52,17% se voltarão à alimentação e 26,45% a bebidas. Cabe destacar ainda, que 49,75% dos pesquisados pretendem realizar essas comemorações na casa de familiares e 2,90% pretendem viajar. Desses que viajarão os gastos variaram, principalmente, entre R\$200,00 a R\$350,00 (37,50%) e dentre os destinos estão: Campo Grande e Paraná. Ainda no que se refere à comemoração, 61,42% consumirão peixe em sua maioria pacu (26,90%), bacalhau (13,71%) e dourado (10,66%).

Pretensões de Comemoração



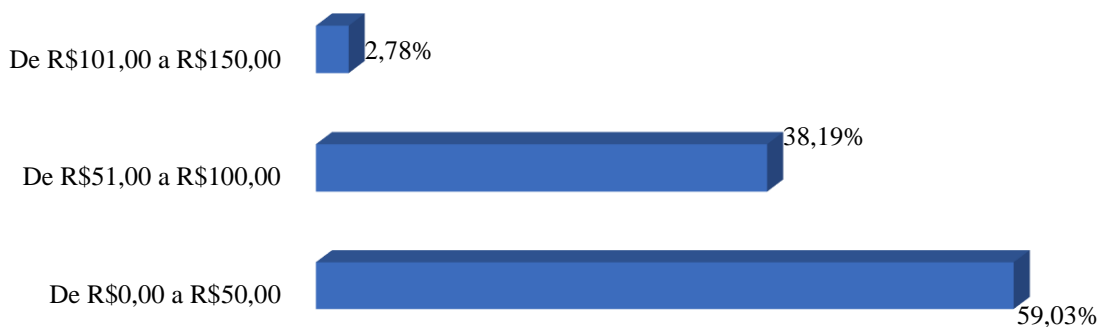
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Comemoração



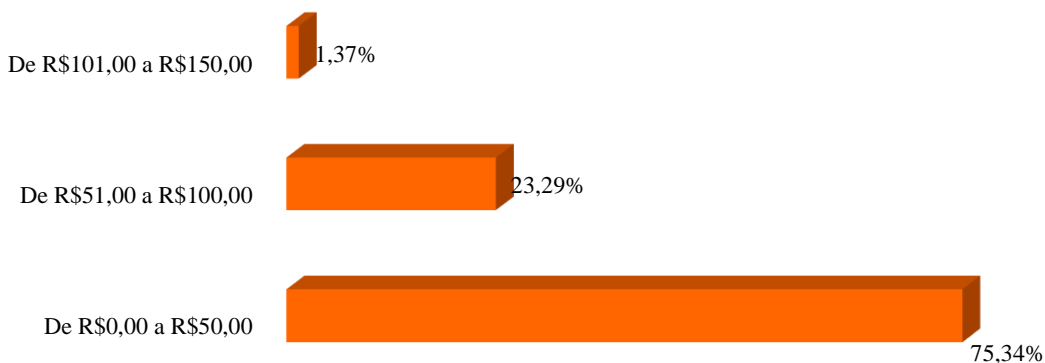
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Alimentação



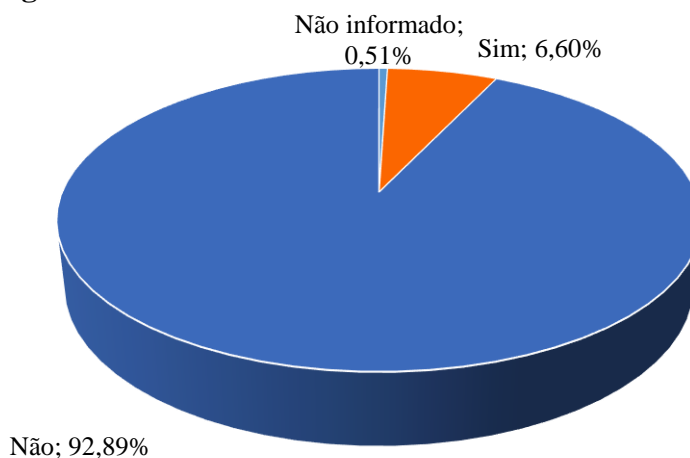
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Bebidas



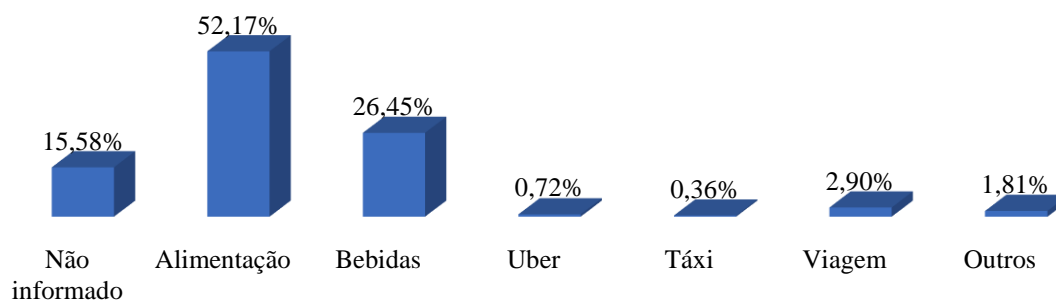
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Pretensões de Viagem



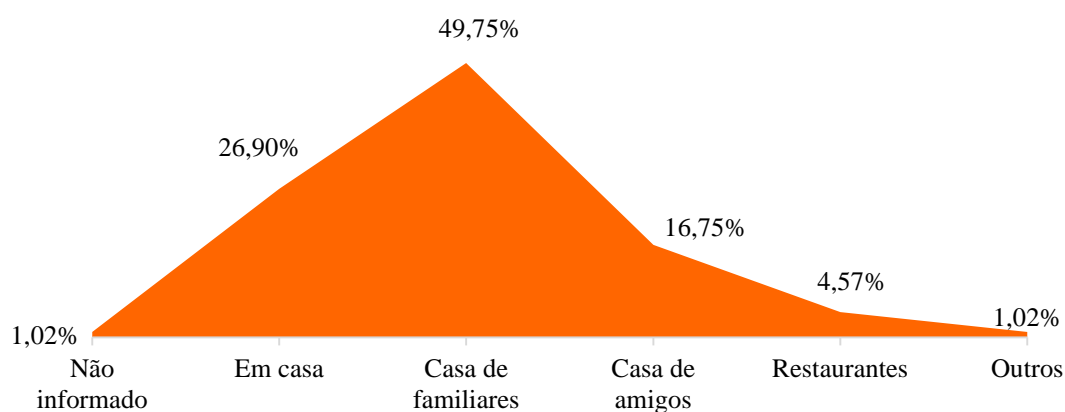
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gastos com Viagem



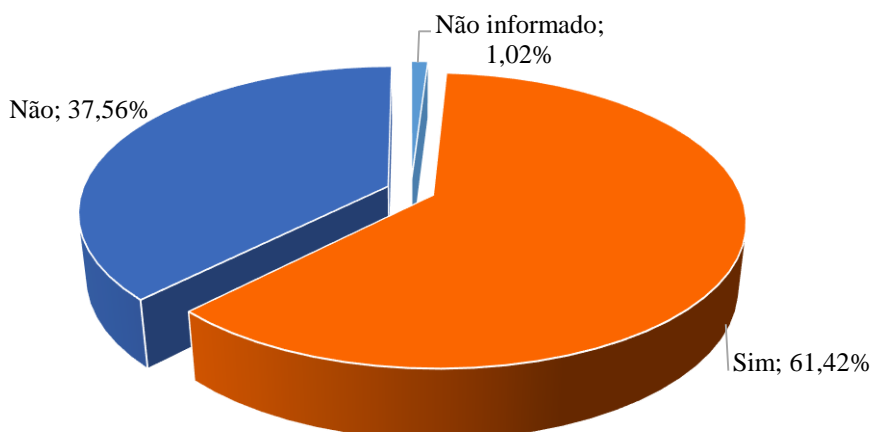
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Durante o feriado de Páscoa:



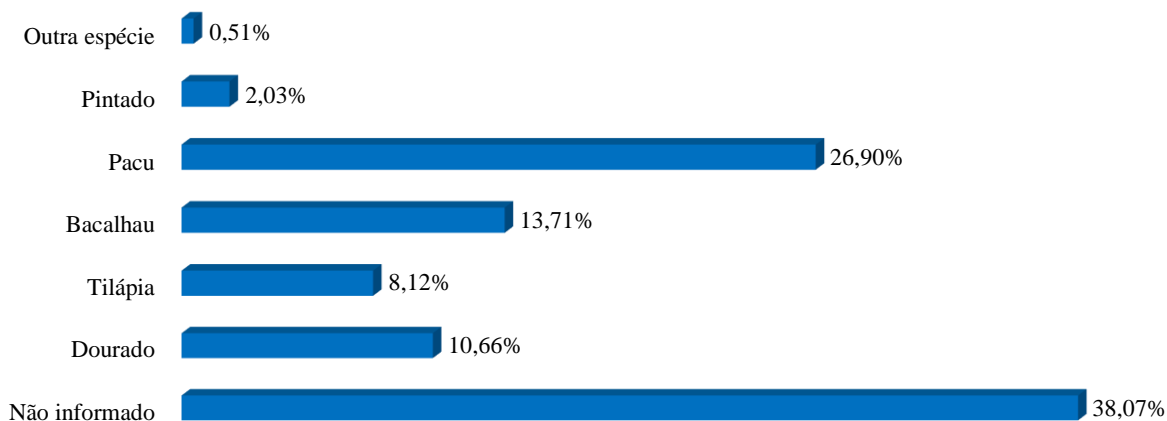
Fonte e elaboração: IPF/MS.

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 em Ponta Porã, conforme informações de campo, os presentes de páscoa relacionados a chocolate possa movimentar aproximadamente R\$2.329.784. O gasto médio em presentes de páscoa para o município tenderá a atingir R\$91,27. No que se refere aos gastos com comemoração, haverá a possibilidade de movimentação de R\$ 3.477.172.

Desses gastos 52,17% se destinará a alimentação, 26,45% a bebidas e 2,90% a viagens. Considerando a PEA – População Economicamente Ativa, haveria gastos respectivamente de R\$1.814.041, R\$919.712 e R\$100.838 (saindo do Município). O peixe estará na alimentação de 61,42%, principalmente o pacu, bacalhau e dourado. Nesse sentido, o gasto médio com comemoração seria de aproximadamente R\$78,90 para Ponta Porã.

O que esperar então para a Páscoa de 2017 em Ponta Porã?

Uma intenção de consumo melhor que na comparação ao ano passado em 10,81 p.p, aumento de 3,97% do valor médio gasto em presentes, o que pode levar também a um aumento na receitas do comércio de produtos relacionados ao chocolate.