

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

**Campo Grande/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**

## **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> .....	7
<b>3. INTENÇÕES DE CONSUMO</b> .....	8
<b>Pretensões de Consumo</b> .....	8
<b>Pretensões de Gastos</b> .....	9
<b>Locais para Compras</b> .....	9
<b>Forma de Pagamento</b> .....	9
<b>Percentual da População que Fará Pesquisa de Preço</b> .....	10
<b>Elementos Levados em Consideração Durante a Compra</b> .....	10
<b>4. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO</b> .....	11
<b>Pretensões de Comemoração</b> .....	11
<b>Gastos com Alimentação</b> .....	12
<b>Gastos com Bebidas</b> .....	12
<b>Pretensões de Viagem</b> .....	12
<b>Principais Destinos das Viagens</b> .....	13
<b>Gastos com Viagem</b> .....	13
<b>Pretensões de Consumo de Peixe</b> .....	14
<b>Preferências – Tipos de Peixes</b> .....	14
<b>5. TENDÊNCIAS DE MOVIMENTAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA</b> .....	15

## 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
<b>Aparecida do Taboado</b>	125	24.745	9%
<b>Aquidauana/Anastácio</b>	199	72.175	7%
<b>Campo Grande</b>	265	786.797	6%
<b>Chapadão do Sul</b>	125	21.685	9%
<b>Corumbá/Ladário</b>	193	131.522	7%
<b>Dourados</b>	266	215.486	6%
<b>Naviraí</b>	198	52.367	7%
<b>Nova Andradina</b>	197	51.764	7%
<b>Ponta Porã</b>	197	88.164	7%
<b>São Gabriel do Oeste</b>	127	25.443	9%
<b>Três Lagoas</b>	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.

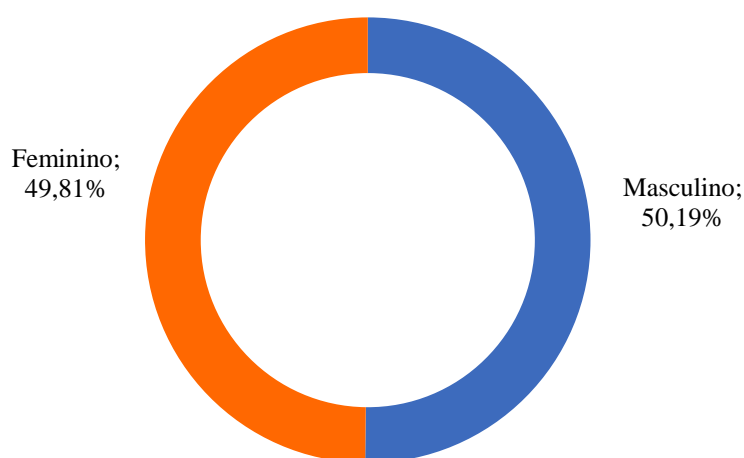
De forma a facilitar o entendimento desta pesquisas, os resultados foram estruturados em três partes: perfil dos pesquisados; intenção de consumo; intenção de comemoração. A partir do qual foi possível identificar os gastos com chocolate e comemorações, os elementos levados em consideração perante a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



## 2. PERFIL DOS PESQUISADOS

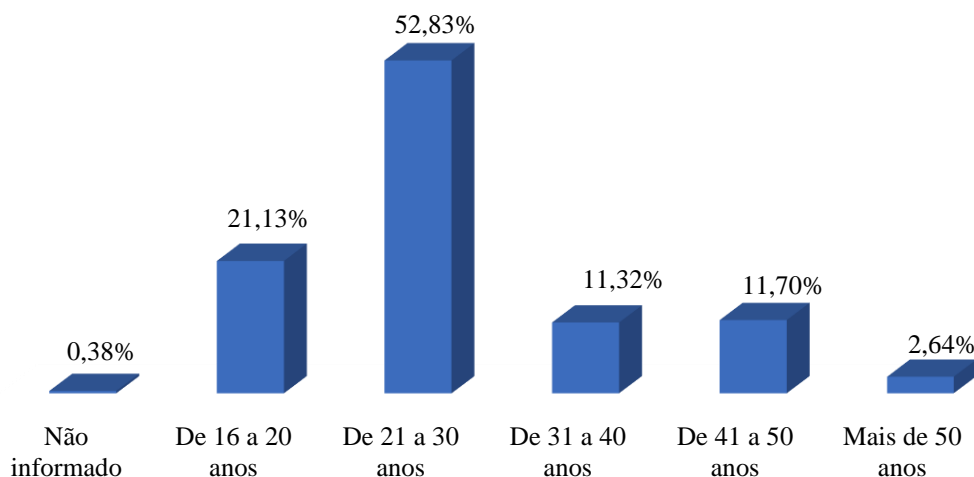
A maioria dos pesquisados tem entre 21 a 30 anos (52,83%), possui o ensino médio completo (62,26%), com renda de 1 a 3 salários mínimos (81,89%) e avalia a situação econômico-financeira deste ano igual ao do ano passado (76,98%). Cabe ressaltar ainda que de forma a captar as peculiaridades entre os gêneros, a quantidade de questionários aplicados a pessoas do gênero feminino e aquelas do gênero masculino foi próxima.

### Gênero



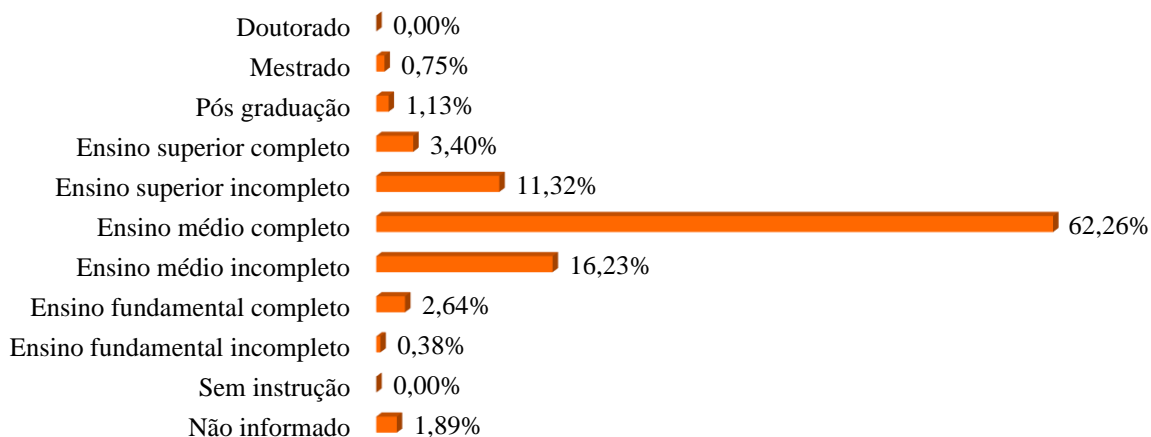
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Faixa Etária



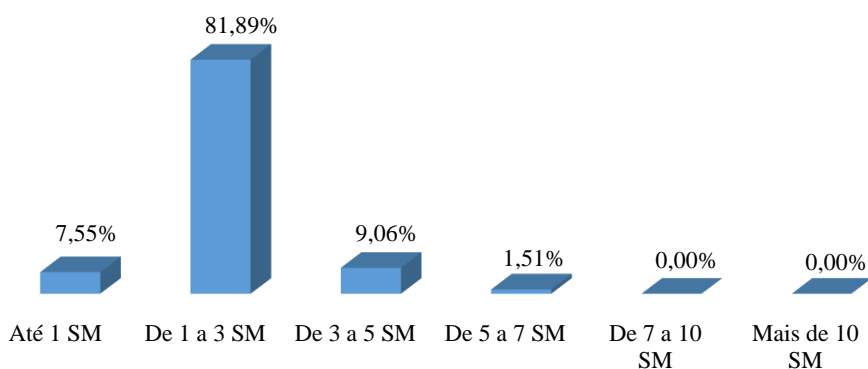
Fonte e elaboração: IPF/MS.

## Grau de Escolaridade



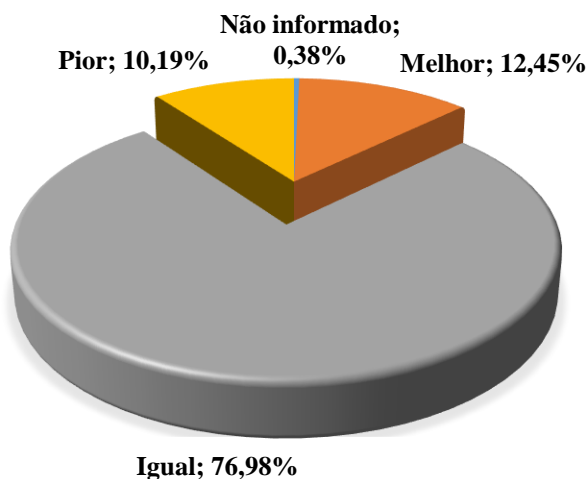
Fonte e elaboração: IPF/MS.

## Renda



Fonte e elaboração: IPF/MS.

## Avaliação da Situação Econômico-financeira



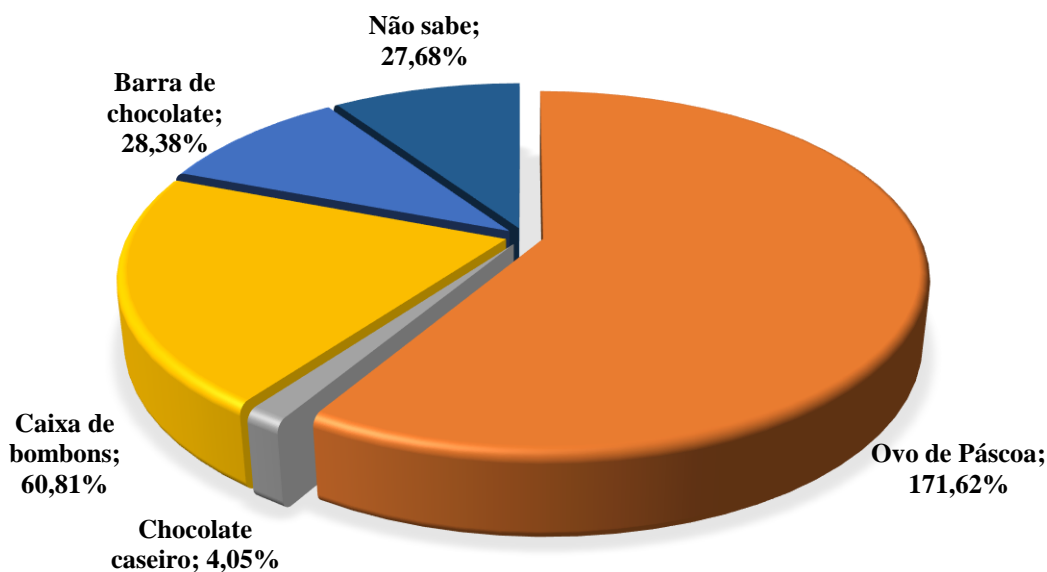
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### 3. INTENÇÕES DE CONSUMO

No que se refere às intenções de consumo para a páscoa de 2017, 46,86% dos pesquisados indicaram a possibilidade de comprar ovos de páscoa, 7,75% caixa de bombons e 1,11% chocolate caseiro. Percebe-se ainda que 27,68% da população de Campo Grande ainda não sabe o que comprará. De modo que a partir destes percentuais, há oportunidades de fomento a estratégias empresariais que visem atrair esse público. Isto porque 60,38% 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 (36%); preço (31%).

Sobre os gastos, há um percentual significativo de 15,71% da população que pretende não gastar com chocolates neste ano. Daqueles que gastarão em sua maioria (60,73%) o valor máximo será de R\$50,00. Para viabilizar essas compras, as lojas do centro foram a preferência da população (41,51%), utilizando para tanto os pagamentos em dinheiro (60,75%).

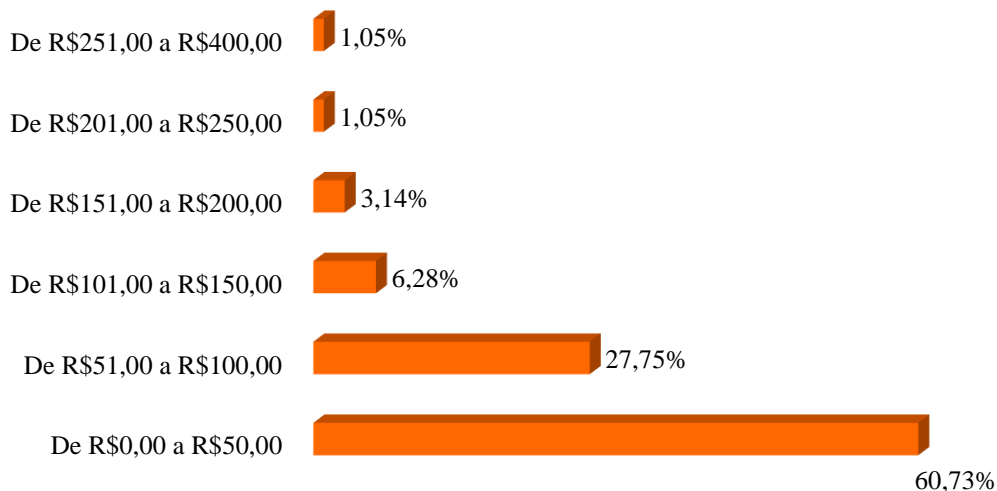
#### Pretensões de Consumo



Fonte e elaboração: IPF/MS.

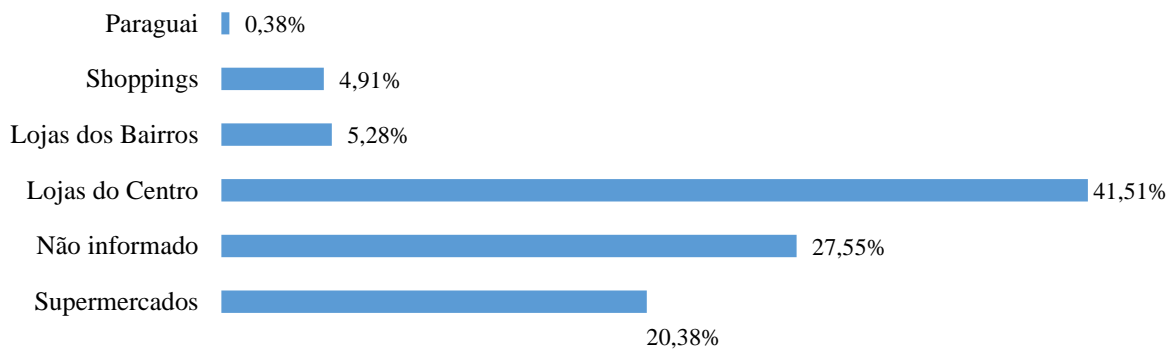


### Pretensões de Gastos



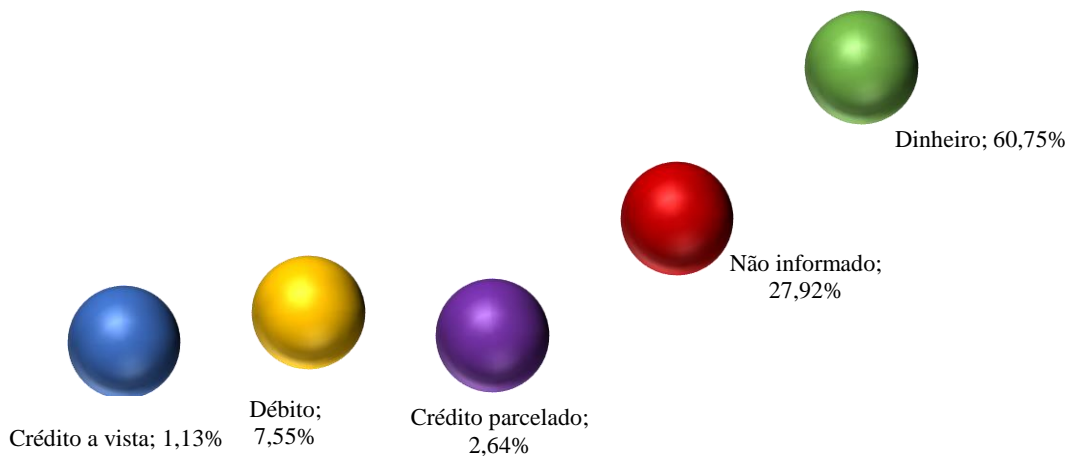
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Locais para Compras



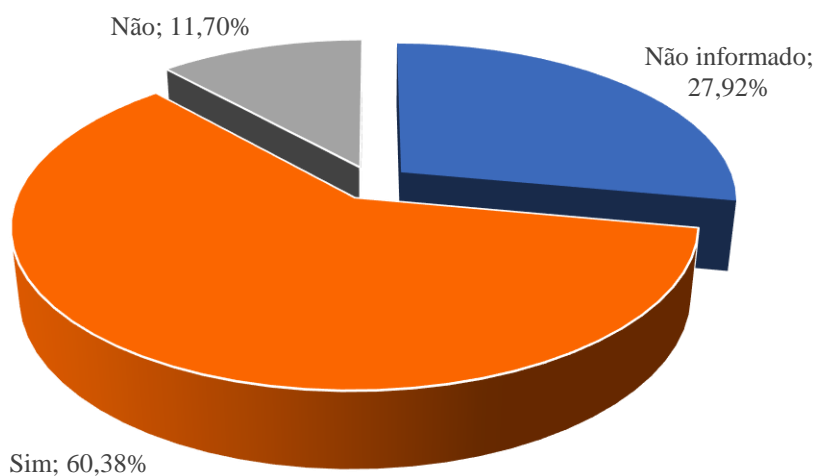
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Forma de Pagamento



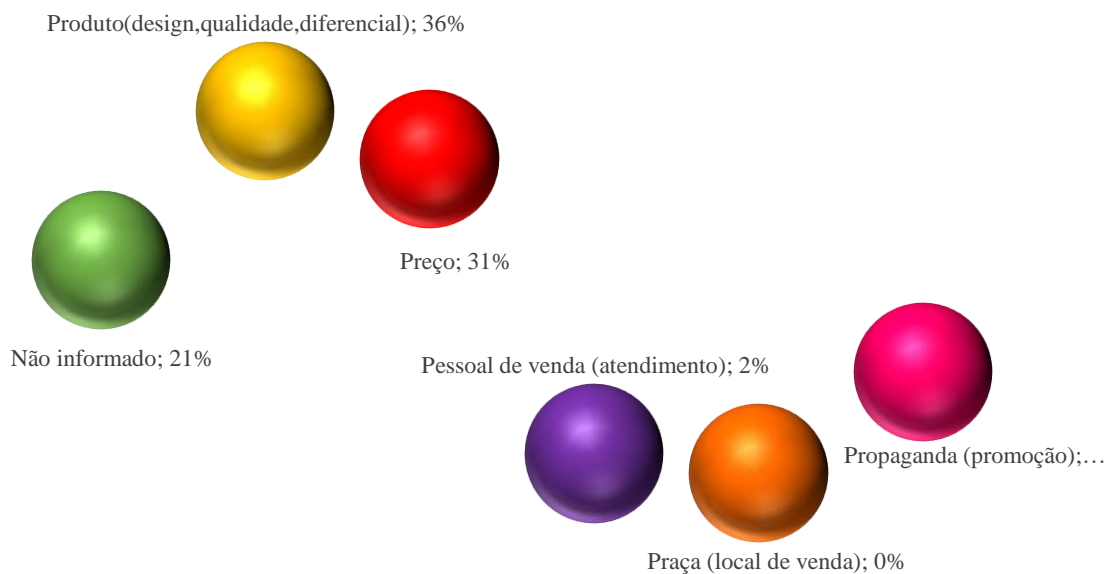
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Percentual da População que Fará Pesquisa de Preço



Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Elementos Levados em Consideração Durante a Compra

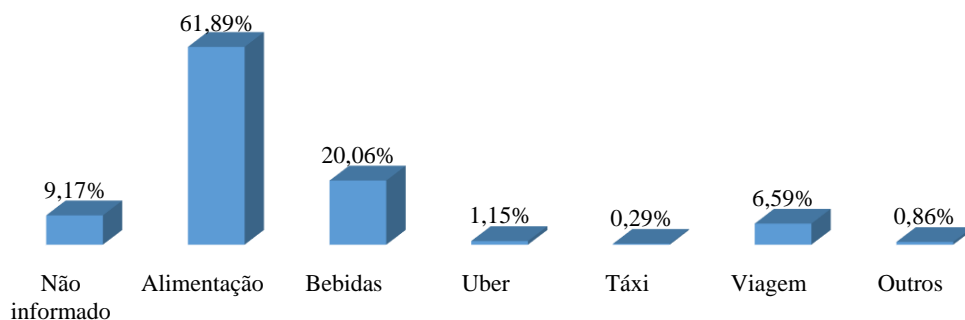


Fonte e elaboração: IPF/MS.

#### 4. INTENÇÕES DE COMEMORAÇÃO

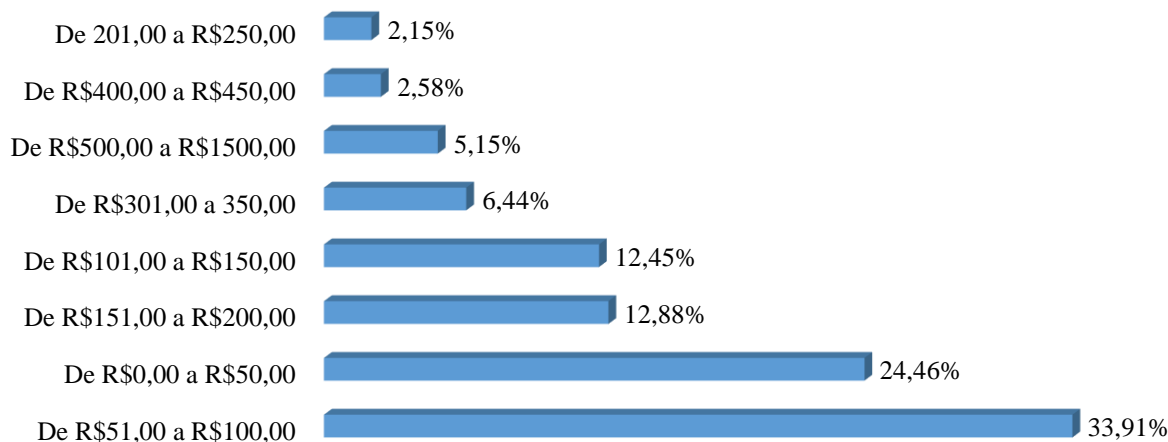
Praticamente toda população de Campo Grande participará das comemorações. De modo que, 33,91% tenderão a gastar entre R\$51,00 a R\$100,00 nessas comemorações. Desses gastos, 61,89% se voltarão à alimentação e 20,06% a bebidas. Cabe destacar ainda, que 54,34% dos pesquisados pretendem realizar essas comemorações em casa e 6,59% pretenderão viajar. Desses que viajarão os gastos variaram, principalmente, entre R\$200,00 a R\$350,00 (60,87%) e dentre os destinos estão: Miranda, Corumbá e Maringá. Ainda no que se refere à comemoração, 63,40% consumirão peixe em sua maioria pintado (25,66%) e pacu (20,38%).

#### Pretensões de Comemoração



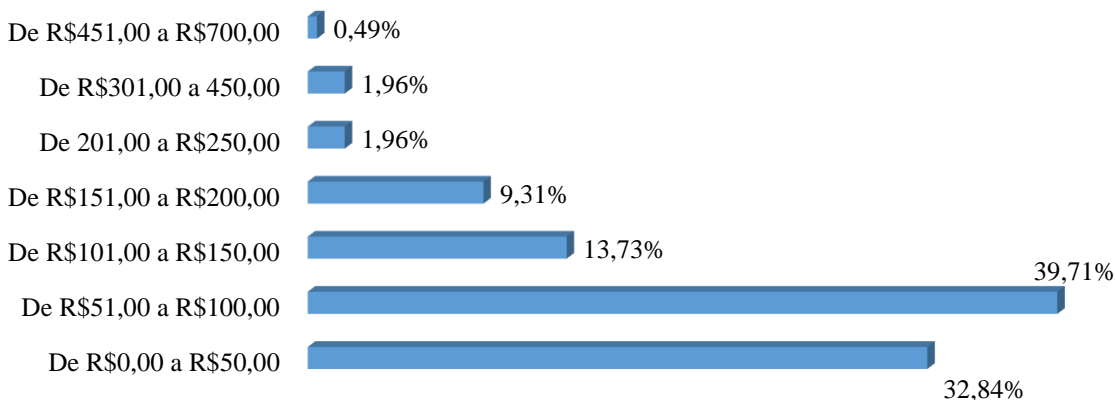
Fonte e elaboração: IPF/MS.

#### Gastos com Comemoração



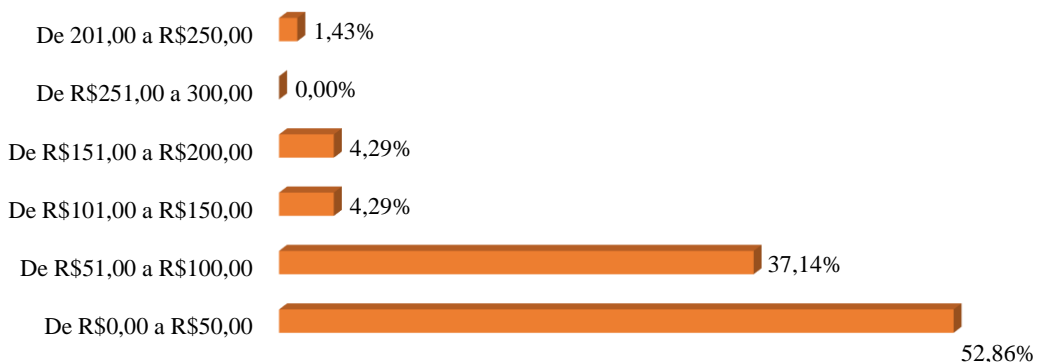
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Gastos com Alimentação



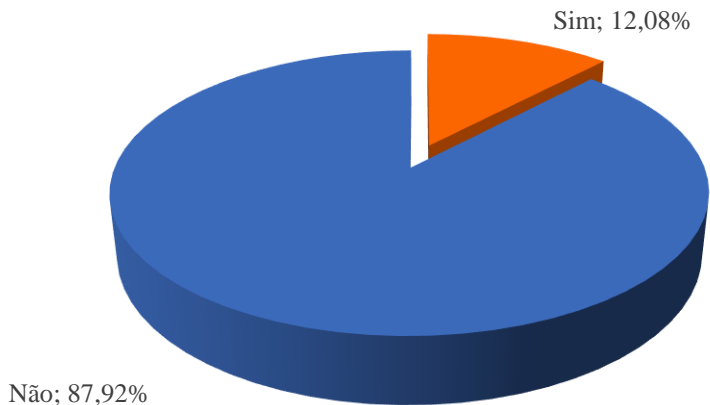
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Gastos com Bebidas



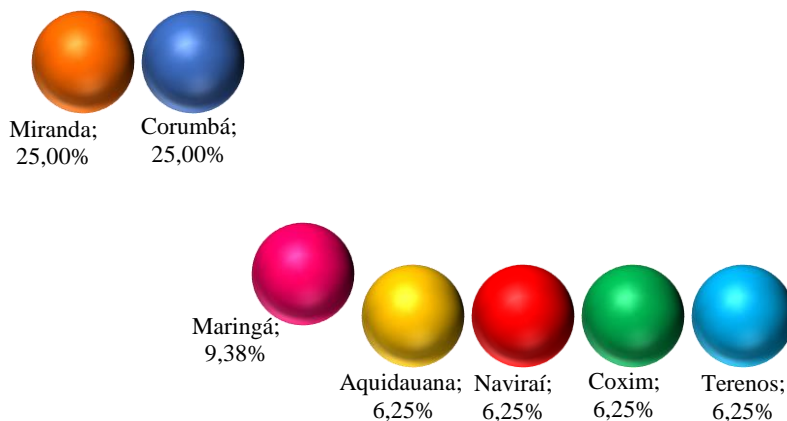
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Pretensões de Viagem



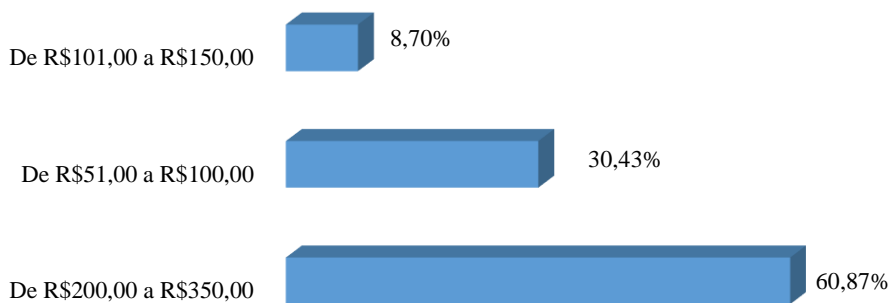
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Principais Destinos das Viagens



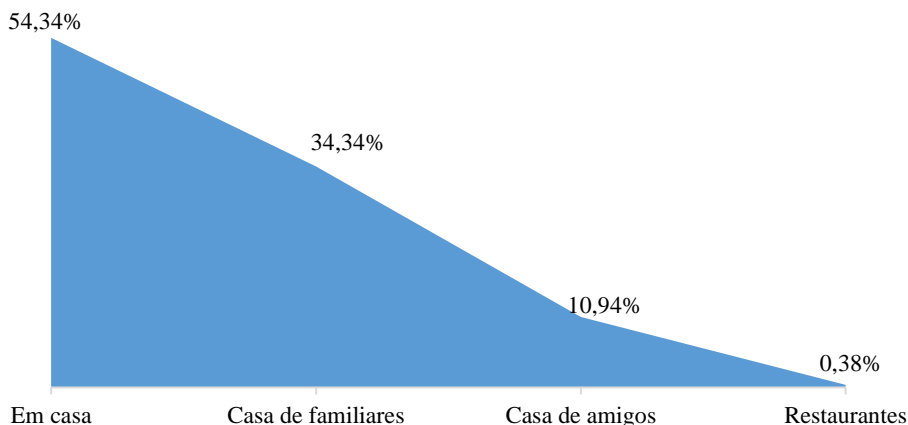
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Gastos com Viagem



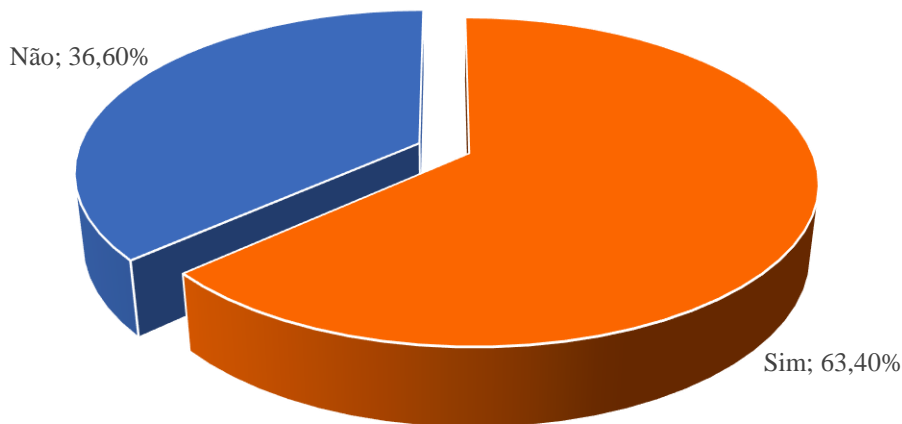
Fonte e elaboração: IPF/MS.

### Durante o feriado de Páscoa:



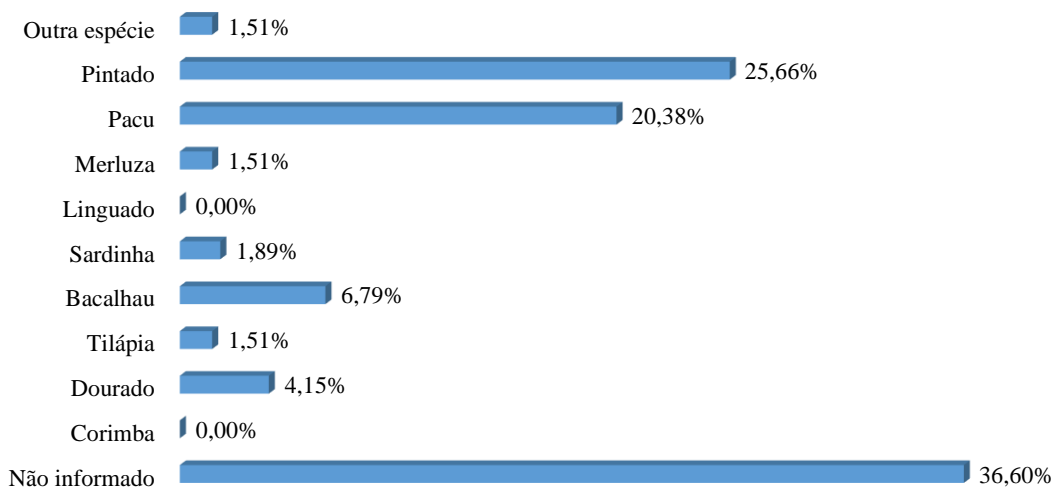
Fonte e elaboração: IPF/MS.

## 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 em Campo Grande, conforme informações de campo, os presentes de páscoa relacionados a chocolate possa movimentar aproximadamente R\$26.568.798. O gasto médio em presentes de páscoa para o município tenderá a atingir R\$57,98. No que se refere aos gastos com comemoração, haverá a possibilidade de movimentação de R\$ 62.091.115.

Desses gastos 61,89% se destinará a alimentação, 20,06% a bebidas e 6,59% a viagens. Considerando a PEA – População Economicamente Ativa, haveria gastos respectivamente de R\$38.428.191, R\$12.455.478 e R\$4.091.804 (saindo do Município). O peixe estará na alimentação de 63,40%, principalmente o pintado e o pacu. Nesse sentido, o gasto médio com comemoração seria de aproximadamente R\$157,83 para Campo Grande.

### **O que esperar então para a Páscoa de 2017 em Campo Grande?**

Uma intenção de consumo melhor que na comparação ao ano passado em 26,28 p.p, no entanto redução de 27,70% do valor médio gasto em presentes, mesmo assim há a possibilidade de aumento da receita com chocolates em função da melhora da intenção de consumo.