



# Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Campo Grande

## Dia das Crianças de 2011

Setembro de 2011

Apoio:



SINDICATO DO COMÉRCIO  
VAREJISTA DE PARANAÍBA  
SINCOPAP



## Catálogo Bibliográfico

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Campo Grande – Dia das Crianças.

Campo Grande: FMB, setembro de 2011.

Anual

1. Dia das Crianças. 2. Expectativas ao consumo. 3. Comércio 4. Local.

## **FECOMERCIO/MS**

### **Diretoria Executiva**

#### **Diretor Presidente**

Edison Ferreira de Araújo

#### **1º Vice Presidente**

Denire Carvalho

#### **2º Vice Presidente**

José Alcides dos Santos

#### **Diretor 1º Secretário**

Hilário Pistori

#### **Diretor 2º Secretário**

Manoel Ribeiro Bezerra

#### **Diretor 1º Tesoureiro**

Sebastião José da Silva

#### **Diretor 2º Tesoureiro**

Roberto Rech

## **INSTITUTO FECOMÉRCIO**

### **Presidente do IF.**

Edison Ferreira de Araújo.

### **Diretor Superintendente do IF.**

Thales de Souza Campos

## **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**

Fundação Manoel de Barros – FMB

Universidade Anhanguera - UNIDERP

## **COORDENAÇÃO DA PESQUISA**

Celso Correia de Souza – FMB

José Francisco dos Reis Neto – FMB

## ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DA PESQUISA

Objetivos:	Levantar junto aos habitantes das cidades de Aquidauana, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Naviraí, Paranaíba, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo do Dia das Crianças de 2011.
Local:	Campo Grande
Período:	19 a 23 de setembro de 2011.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra no Dia das Crianças.
População:	População economicamente ativa de Aquidauana, Anastácio, Campo Grande, Chapadão do Sul, Corumbá, Dourados, Ladário, Naviraí, Paranaíba, São Gabriel do Oeste e Três Lagoas (vide tabela abaixo).
Coleta de Dados:	Entrevista numa amostra especificada na tabela abaixo, empregando um questionário estruturado, com perguntas fechadas, aplicado nos principais áreas de circulação de pessoas. Pesquisa transversal, descritiva, não probabilística, com nível de confiança de 95%, com 401 entrevistas.
Coordenação:	Celso Correia de Souza, Dr. José Francisco dos Reis Neto, Dro.
Equipe de apoio	Adriana Brites Felix Driele Evelin Santos Vargas Fabiana M. Arakaki V. da Cunha Julio Cezar da Gama Fernandes, Esp. Lya Alves Corrêa dos Reis, Esp.
Equipe de pesquisa de campo	Carlos Henrique dos Santos Liberal Cleyton César Amatt Elizangela dos Santos Rodrigues Fatima Maria Alves Dias Barros Gessika Chaves Tiago Júlio Cezar de Souza Barros Karen Kely Alves Luiz Antonio V. da Cunha Arruda Raquel Delizier Barros Vanuza Rodrigues de Souza Wanessa Priscila Gaigher do Nascimento

**Tabela de Amostragem da Pesquisa**

Cidade	PEA aproximada	Probabilidade positiva de compra	Erro (%)	Amostra
Aquidauana/Anastácio	18.000	0,50	6,8	200
Campo Grande	400.000	0,80	4,3	400 adultos 100 crianças
Chapadão do Sul	11.000	0,50	9,8	100
Corumbá/Ladário	41.000	0,50	6,8	200
Dourados	79.000	0,50	6,8	200
Naviraí	22.000	0,50	6,8	200
Paranaíba	20.000	0,50	6,8	200
São Gabriel do Oeste	11.000	0,50	9,8	100
Três Lagoas	65.000	0,50	6,8	200

Legenda: PEA – População Economicamente Ativa.

## Sumário Executivo

Mais de 73% dos consumidores de Campo Grande irão às compras nestas semanas que antecedem o dia das Crianças. É bem superior aos 58% dos consumidores do ano passado e dos 63% de 2009. Estima-se um montante de R\$36,0 milhões em compras nos mais diversos pontos da cidade. Em 2010 foi estimada a importância de R\$ 17,5 milhões movimentados e em 2009 aproximadamente R\$20,0 milhões. O valor médio do presente será de R\$124, superior aos estimados em 2010, considerado R\$100 e de 2009, ao redor de R\$80, por compras de vários tipos de presentes. Descontado a inflação acumulada dos últimos 12 meses, em Campo Grande, da ordem de 7,74%, o valor de cada presente para este ano é levemente superior ao estimado no ano passado. Presume-se que esta seja um indicativo que os consumidores campo-grandenses percebem uma melhoria econômica e pretendem presentear os seus filhos com um valor maior do que o ano passado. Este ano os homens vão gastar um pouco mais do que as mulheres, praticando valores de R\$112 e R\$106, respectivamente.

Os filhos (60%), sobrinhos (20%) e netos (12%) deverão receber alguma lembrança neste dia. Destaca-se, ainda, a intenção de realizar uma ação social neste dia, quando os compradores relatam que deverão presentear as crianças de creches e orfanatos (1,3%).

Os entrevistados preferem comprar os seus presentes para as crianças nas lojas localizadas no Centro (44%), Camelódromo (19%), Shopping Campo Grande (10,9%), Shopping Norte-Sul Plaza (11,4%), e nos Bairros (4%). O novo shopping 26 Agosto não aparece na pesquisa, pois durante o período de entrevistas junto aos consumidores ele não estava disponível para as compras. Mas, uma parcela dos compradores deverá ir até lá e experimentar as novidades oferecidas pelos lojistas.

Já as crianças possuem preferências diferentes. O Shopping Norte-Sul Plaza (32%) e Shopping Campo Grande (31%) são os seus locais preferidos. Alguns ainda escolheram as lojas do Centro (22%) e o Camelódromo (10%) e outros locais (4%). Na faixa de idade de 2 a 5 anos escolhem as lojas do Centro (40%), já as crianças entre 6 a 10 anos e os adolescentes preferem os Shoppings.

Compra à vista será predominante. Mais de 75% dos compradores indicaram que irão pagar à vista, ou com dinheiro, ou por meio do cartão de débito. Mais de 21% dos compradores

deverão pagar as suas compras utilizando o cartão de crédito, principalmente, para as compras acima de R\$75,00. O uso de cheques não aparece como uma forma de pagamento em Campo Grande. Isto será, sem dúvida nenhuma, uma boa opção para os lojistas, pois terão os seus riscos de inadimplência bem reduzidos e entrada imediata de montante líquido em caixa.

A característica do presente na escolha dos adultos será de brinquedos (40%), vestuários (34%), calçados (8,5%), aparecendo também a compra de celulares (5 %) e eletrônicos (10%).

Este ano as crianças querem brinquedos e eletrônicos, entendidos como equipamentos de jogos, aparelhos portáteis de som, brinquedos teleguiados, entre outros. Os adolescentes preferem celulares, de preferência os mais modernos, de última geração.

Na faixa de 6 anos até 15 anos aparecem preferências em ganhar vestuários, calçados e acessórios, o que não passa na escolha dos mais jovens.

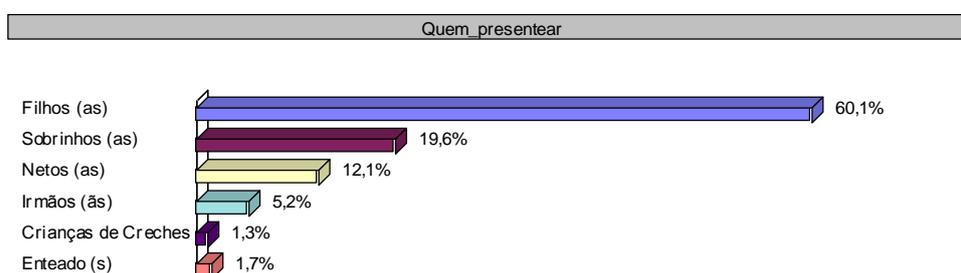
Isto contrasta com a escolha dos adultos. Os pais e parentes escolhem brinquedos, possivelmente, para os mais novos, o que vai de encontro com as preferências das crianças. No entanto, vestuários e calçados aparecem em maior intensidade para a escolha dos adultos do que na preferência de ganhar das crianças e adolescentes. Os eletrônicos não são a escolha dos adultos, ficando aquém na intenção de ganhar das crianças. Os pais e parentes querem dar presentes mais úteis, e as crianças e os adolescentes querem diversão, novidade e moda. Um conflito a ser administrado pelos pais e parentes neste Dia das Crianças.

## Resultado da Pesquisa

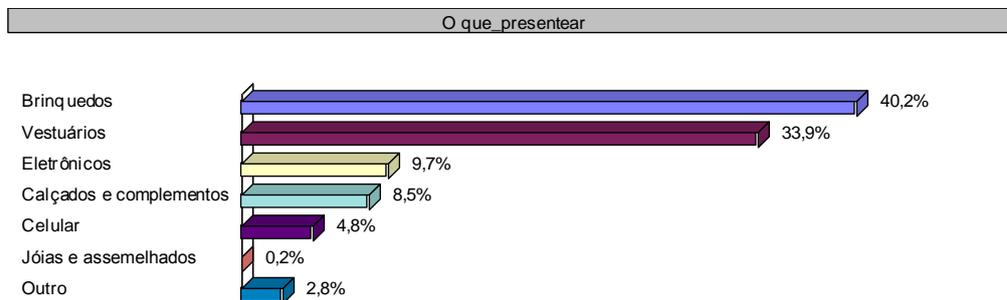
### Características da Compra

#### Pesquisa com os adultos consumidores

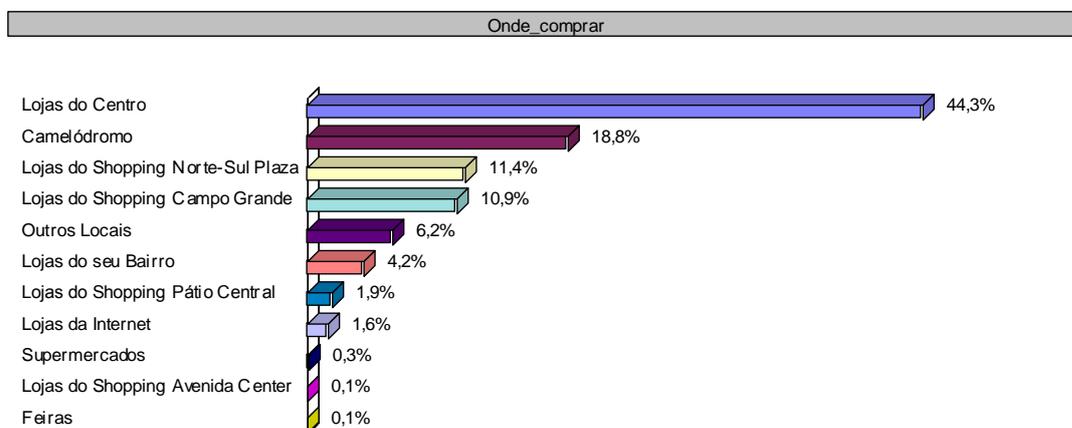
##### Quem você pretende presentear?



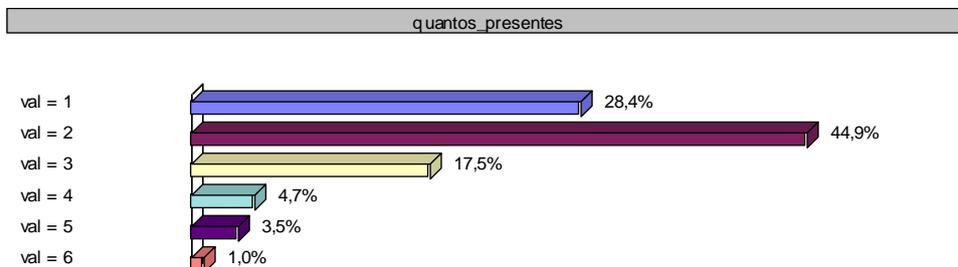
##### O que você pretende dar de presente?



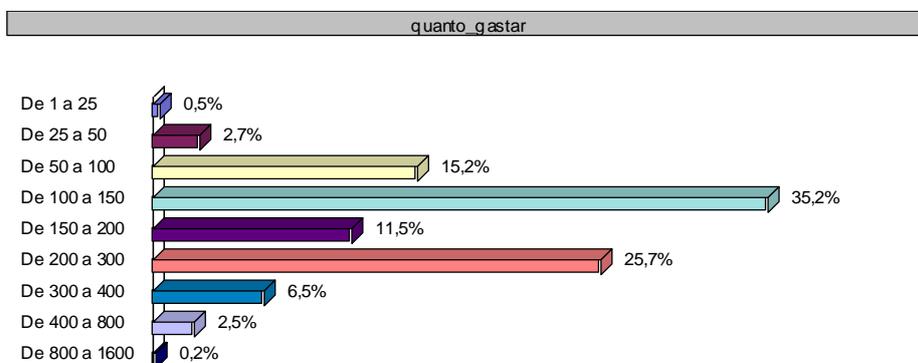
##### Onde pretende comprar?



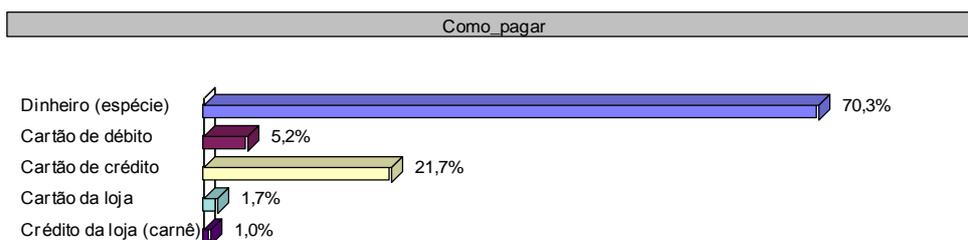
### Quantos presentes você irá comprar?



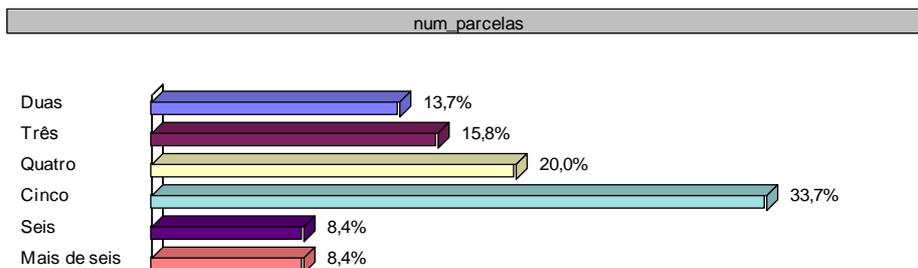
### No geral, quanto você pretende gastar nos presentes



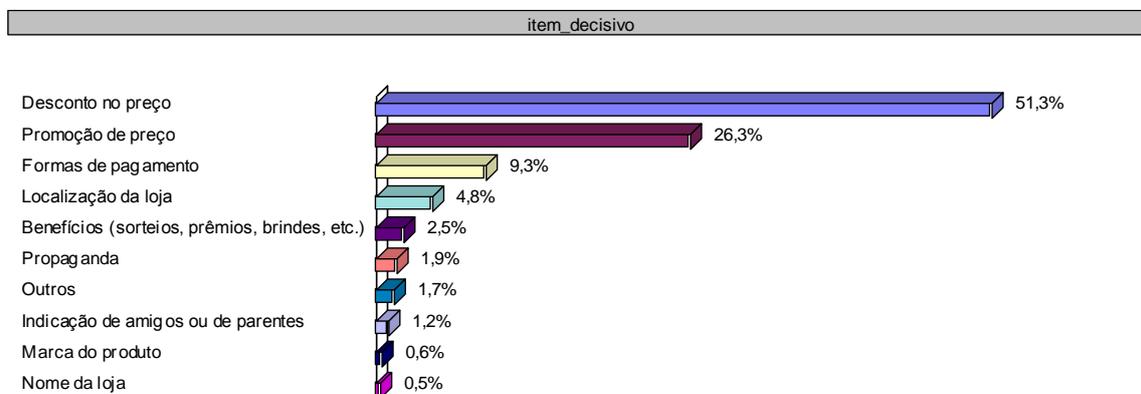
### Como pretende pagar?



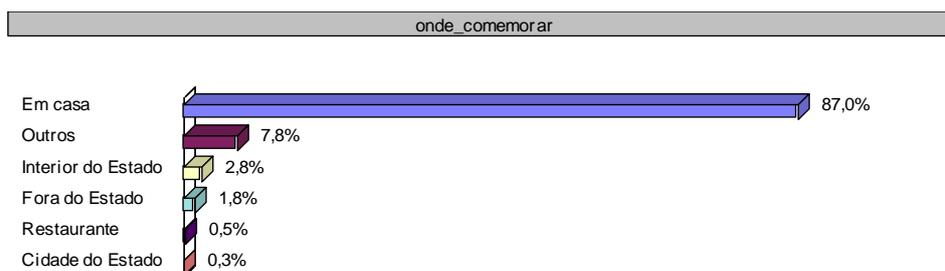
### Se a sua opção for na forma parcelada, em quantas vezes você deseja dividir?



## Quais os itens decisivos na escolha de seu presente do Dia das Crianças?

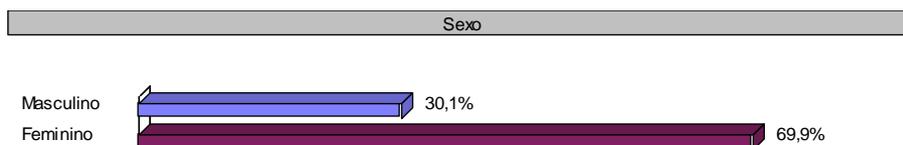


## Onde pretende comemorar o Dia das Crianças?

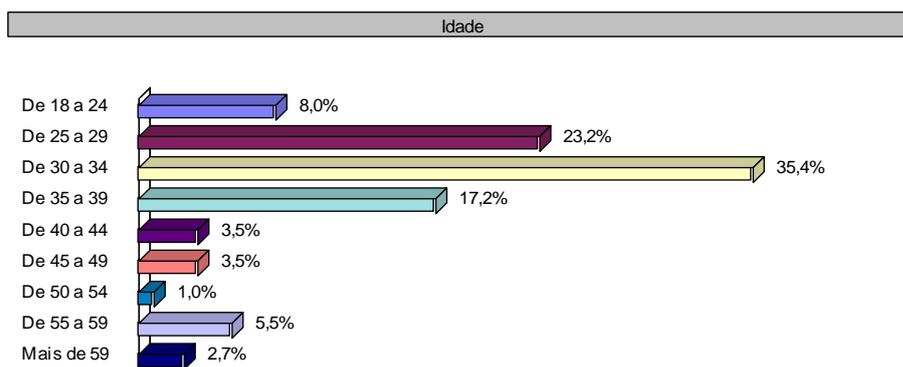


## Perfil Demográfico dos Entrevistados

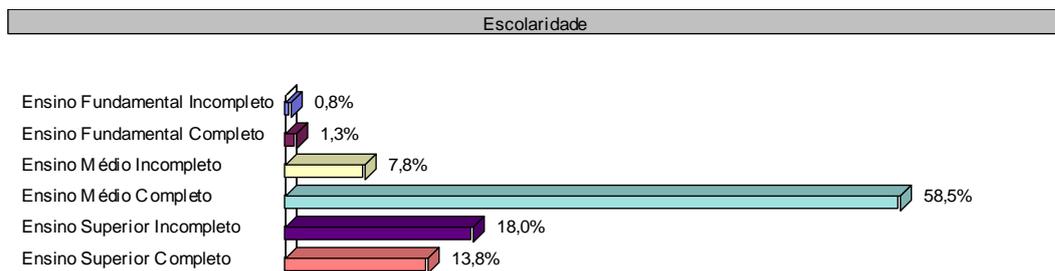
### Sexo do entrevistado:



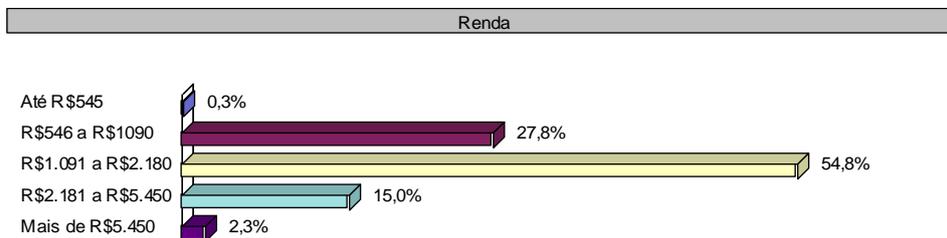
### Qual a sua faixa de idade:



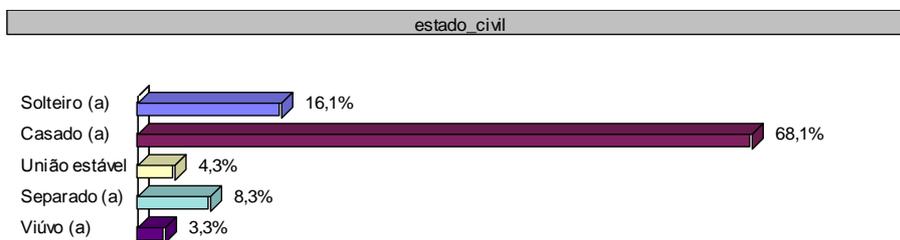
### Grau de instrução:



### Qual sua renda familiar:



### Estado Civil:

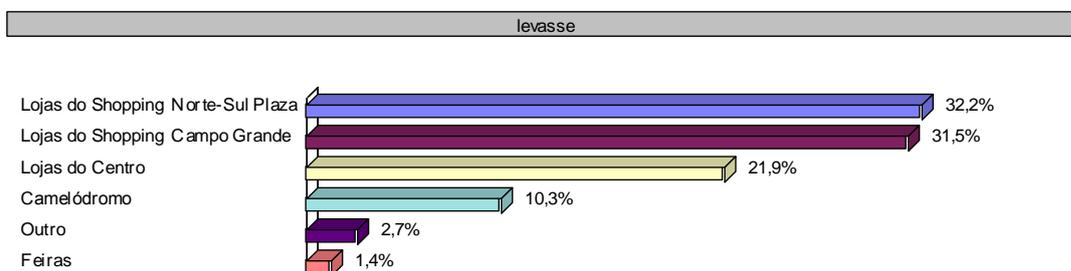


## Pesquisa com as crianças e adolescentes de Campo Grande

### Resultado da Pesquisa

#### Características da Compra

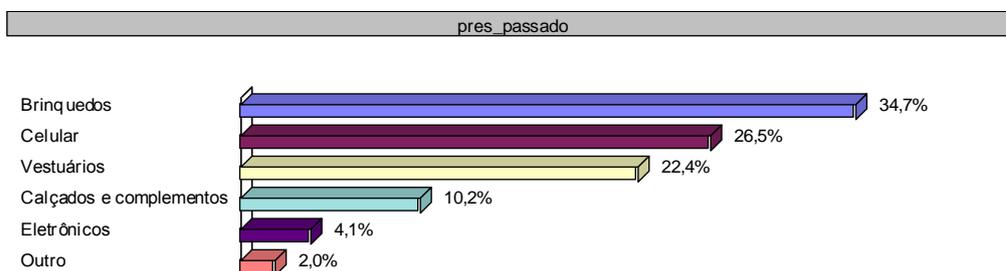
Onde você gostaria que seus pais ou responsáveis o (a) levasse para comprar seu presente?



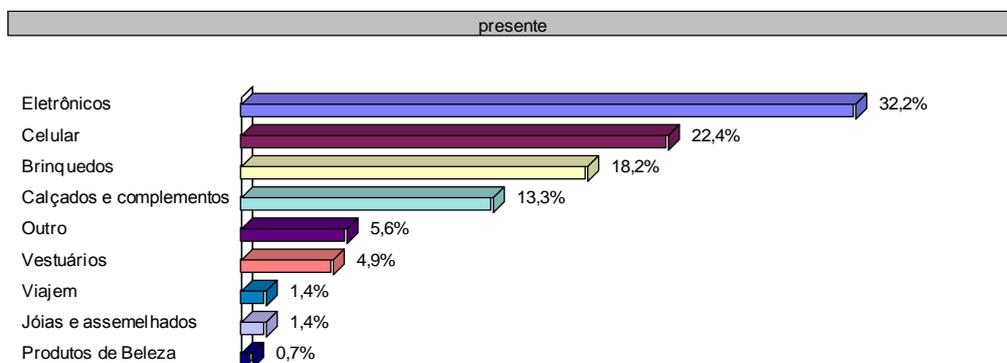
Você ganhou presente no Dia das Crianças no ano passado?



Que presente você ganhou no ano passado?



### Que presente você gostaria de ganhar neste dia das crianças?



### Características de Local e Presentes por Idade da Criança Respondente

#### Idade versus preferência do local de compras (%)

idade/local	Lojas do Centro	Lojas do Shopping Campo Grande	Lojas do Shopping Norte-Sul Plaza	Camelódromo	Feiras	Outro
2 a 5 anos	40,0	26,7	13,3	20,0	0,0	0,0
6 a 10 anos	25,0	27,5	32,5	7,5	2,5	5,0
11 a 15 anos	17,8	34,4	34,4	10,0	1,1	2,2
TOTAL	22,1	31,7	31,7	10,3	1,4	2,8

#### Idade versus presente que ganhou no ano passado

idade/presente do ano passado	Brinquedos	Vestuários	Eletrônicos	Calçados e complementos	Celular	Outro
2 a 5 anos	77,8	22,2	0,0	0,0	0,0	0,0
6 a 10 anos	47,1	23,5	5,9	17,6	5,9	0,0
11 a 15 anos	8,7	21,7	4,3	8,7	52,2	4,3
TOTAL	34,7	22,4	4,1	10,2	26,5	2,0

### Idade versus o presente que gostaria de ganhar (%)

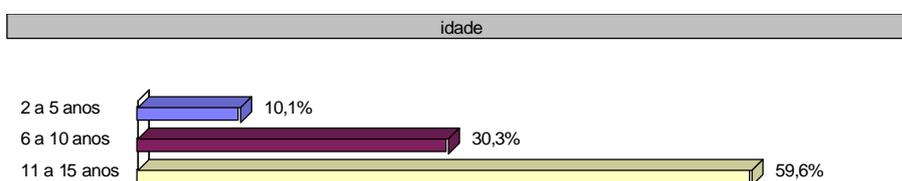
idade/presente	Brinquedos	Vestuários	Eletrônicos	Calçados e complementos	Celular	Jóias e assemelhados	Viajem	Produtos de Beleza	Outro
2 a 5 anos	80,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0
6 a 10 anos	37,5	0,0	30,0	12,5	10,0	0,0	0,0	0,0	10,0
11 a 15 anos	3,3	7,7	36,3	14,3	29,7	2,2	2,2	1,1	3,3
TOTAL	18,4	5,0	32,6	12,8	22,0	1,4	1,4	0,7	5,7

## Perfil Demográfico dos Entrevistados

### Sexo:



### Qual sua faixa etária:



### Qual sua Escolaridade?

