



Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista

Resultados Consolidados de Mato Grosso do Sul

Dia das Crianças de 2011

Setembro de 2011

Apoio:



SINDICATO DO COMÉRCIO
VAREJISTA DE PARANAÍBA
SINGOVAP



Catálogo Bibliográfica

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Mato Grosso do Sul – 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:	Onze cidades de Mato Grosso do Sul
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 Júlio 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	400adultos 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

Ida às compras – Em todo estado, quase 75% dos consumidores irão comprar presentes para os seus filhos, netos, sobrinhos e afilhados. Da pesquisa realizada no final de setembro em 11 cidades sul-mato-grossenses, pode-se estimar que vá circular R\$110 milhões, nos mais diversos estabelecimentos do comércio varejista. Isto caracteriza como a terceira melhor data para os lojistas, ficando atrás apenas do Natal e Dia das Mães.

Pesquisas anteriores nesta data, exclusivamente para Campo Grande, indicam uma crescente intenção de compra para este ano, pois em 2009 foi estimado um potencial de compra de 63% dos consumidores e um montante de R\$20 milhões e, em 2010, considerou-se a ida às compras de 58% de consumidores, gerando uma receita estimada de R\$17,5 milhões. Em 2009 o campo-grandense declarou a sua pretensão de gastar ao redor de R\$100 por presente, em 2010 de R\$80, e agora, em 2011 estima gastar em média R\$124. Considerando a inflação anotada para este período e o erro amostral da pesquisa, os valores médios dos presentes estão muito próximos nesses três últimos anos, mas a quantidade de pais, mães, tios, avós e outros familiares deverá crescer este ano. Com a massa de renda familiar aumentada, a percepção da estabilidade econômica brasileira e o sentimento de afeição às crianças farão os compradores irem às compras e proporcionam uma maior circulação de dinheiro na economia sul-mato-grossense.

Abaixo é apresentada uma tabela com o resumo das estimativas consideradas para as cidades pesquisadas e uma projeção para o Mato Grosso do Sul.

Cidades	% de consumidores que irão às compras	Valor Estimado em Compras (R\$)	Valor Médio do Presente (R\$)
Aquidauana/Anastácio	93	1.645.833	98
Campo Grande	73	36.021.700	124
Chapadão do Sul	73	835.185	105
Corumbá/Ladário	87	3.400.326	95
Dourados	55	4.588.229	106
Naviraí	85	1.877.164	101
Paranaíba	70	1.215.035	87
São Gabriel do Oeste	77	1.268.495	149
Três Lagoas	78	5.479.481	109
MS	75	110.096.943	93

Quem recebe e o tipo do presente – Os consumidores declararam que comprarão até dois presentes para os filhos e enteados (58%), sobrinhos (23%), netos (10%) e irmãos (5%).

Destaca-se o espírito humanitário de mais de 3% dos entrevistados que deverão comprar 10 ou mais presentes para as crianças em creches e orfanatos.

De uma forma geral, para as onze cidades pesquisadas, quem irá comprar presentes para as suas crianças e adolescentes deverão escolher brinquedos (49%), roupas e vestuários (29%), calçados (8%), eletrônicos (5,6%) e celulares (3,4%). Caracterizada pela data, não aparece nenhuma surpresa para a escolha dos presentes elegidas pelos adultos, e estão muito próximos das escolhas dos anos anteriores.

Local preferido para as compras – Com a existência dos atuais e das novas entradas de shoppings centers e semelhantes, como grandes centros de oferecimento de lojas, a análise destaca Campo Grande e Dourados, das demais cidades. Em Campo Grande o consumidor persiste na escolha das lojas do centro (44%) e, nesta data, aparece o Camelódromo em segundo lugar, na escolha de 19% dos compradores. Seguem-se os Shoppings Norte Sul Plaza (11%) e Campo Grande (11%). 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.

Em Dourados, os consumidores escolhem as lojas do centro (54%), seguido do Shopping Avenida Center (12%). Nas demais cidades, a preferência dos consumidores é para as lojas do centro da sua cidade (71%), às lojas dos bairros (10%) e feiras (8%). A escolha de compras pela internet pouco aparece, sendo a escolha de quase 3% dos consumidores.

Forma de pagamento e decisão de compra – Novamente, como em outras datas festivas, o consumidor prefere pagar as suas compras à vista. Esta escolha será realizada em dinheiro (62%), em cartão de débito (6%) ou em cheque (0,9%). Parte desta escolha também será realizada por meio de cartão de crédito (20%), 64% dos quais também optam pela forma de pagamento parcelado. Aqueles que escolheram pagar as suas compras de forma parcelada, 64% preferem pagar em 2 a 3 parcelas, e utilizarão do carnê da loja (6,6%), de cartão da loja (3,5%) e do cheque pré-datado (0,4%). Operações com cheques estão cada vez menores e os consumidores têm preferido o dinheiro em espécie ou em moeda eletrônica, diminuindo, sensivelmente, o risco assumido pelo lojista.

O preço aparece como determinante para a realização da compra. Os compradores querem desconto (36%) e promoções (19%) no preço. Ainda aparece a forma de pagamento (11%), subtendido como as várias opções de pagamento, seja ele à vista como à prazo, e marca do produto (8,6%).

Pouco aparece como fator de escolha de compra do consumidor o nome da loja (1,4%), benefícios como sorteios, prêmios, brindes (1,6%) e propaganda (3,2%). A localização da loja é importante para a decisão de compra para apenas 5% dos consumidores.

Estas informações de comportamento dos consumidores são muito importantes para os lojistas. As estratégias de vendas devem ser direcionadas as vendas à vista, no oferecimento da oportunidade dos consumidores perceberem os descontos e promoções para os produtos com marcas reconhecidas por eles. É um caminho difícil, mas as pequenas ações podem ser percebidas pelos consumidores e provocar um aumento relativo nas vendas e no faturamento das lojas.

Afinal, o que as crianças e os adolescentes querem? – Esta resposta foi obtida com a entrevista de 100 crianças e adolescentes de 2 a 15 anos de idade, em Campo Grande.

Se os seus pais ou parentes levassem junto para a escolha e compra do seu presente, 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.

Um pouco mais da metade das crianças e adolescentes, 56%, declararam que não ganharam presentes no ano passado. As crianças que receberam presentes, até 10 anos, ganharam mais brinquedos do que vestuários, e os adolescentes ganharam celulares.

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.

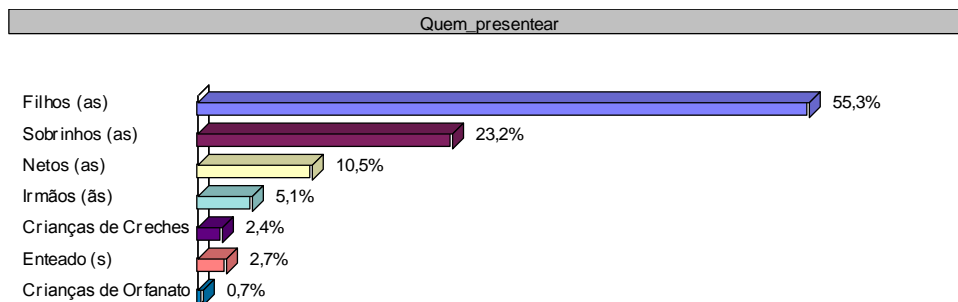
Na faixa de 6 anos até 15 anos aparecem preferências em ganhar vestuários, calçados e acessórios, o que não passa na escolha dos mais jovens.

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.

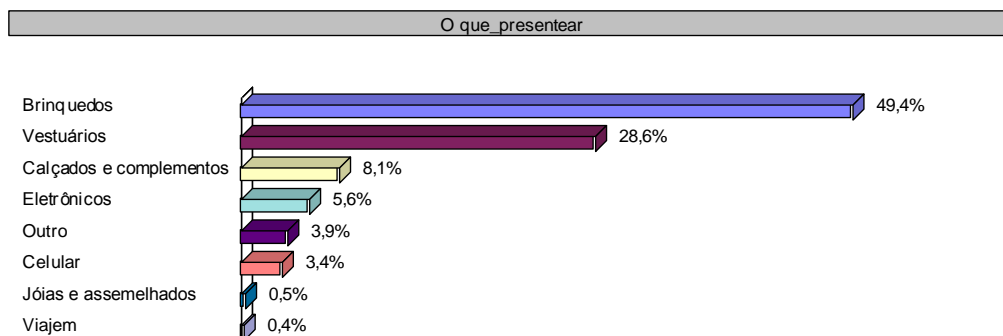
Resultado da Pesquisa

Características da Compra

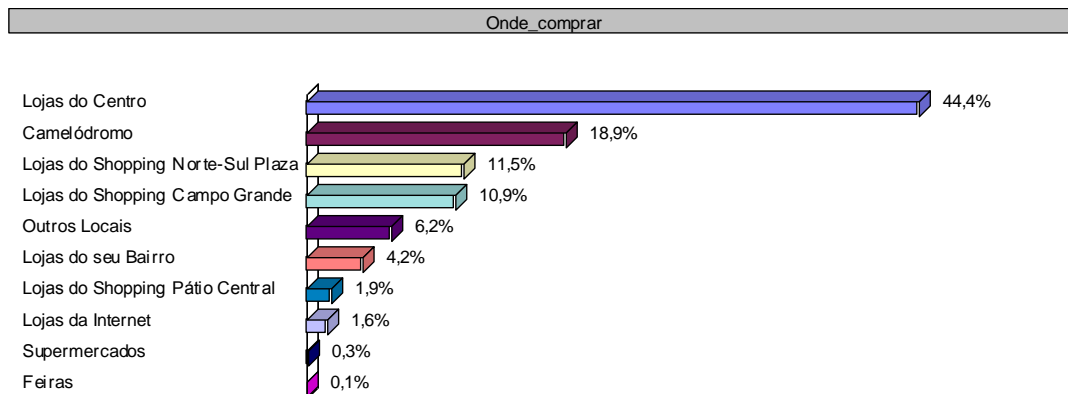
Quem você pretende presentear?



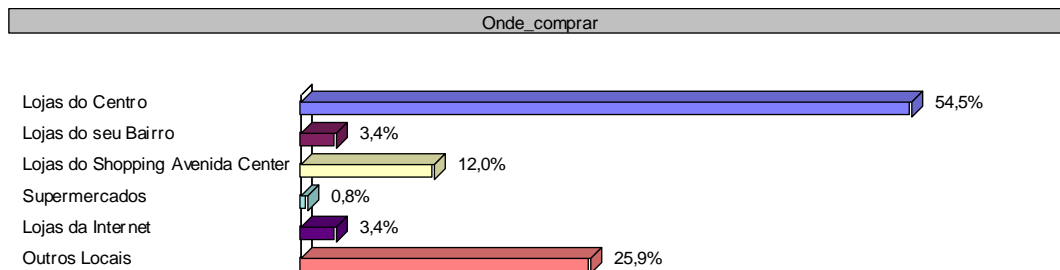
O que você pretende dar de presente?



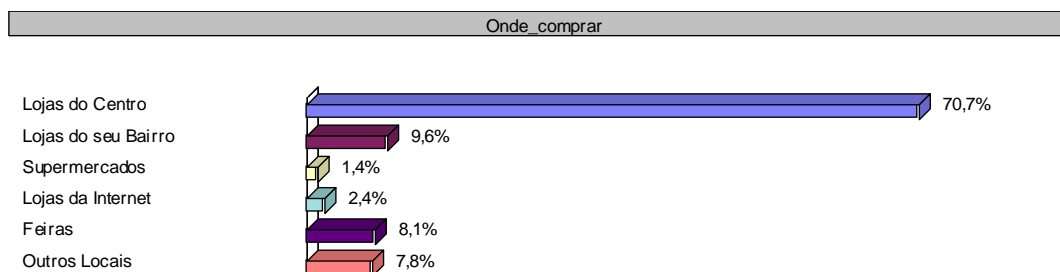
Onde pretende comprar? - Campo Grande



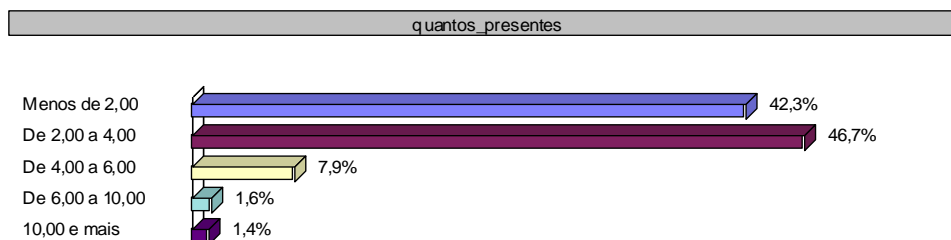
Onde pretende comprar? - Dourados



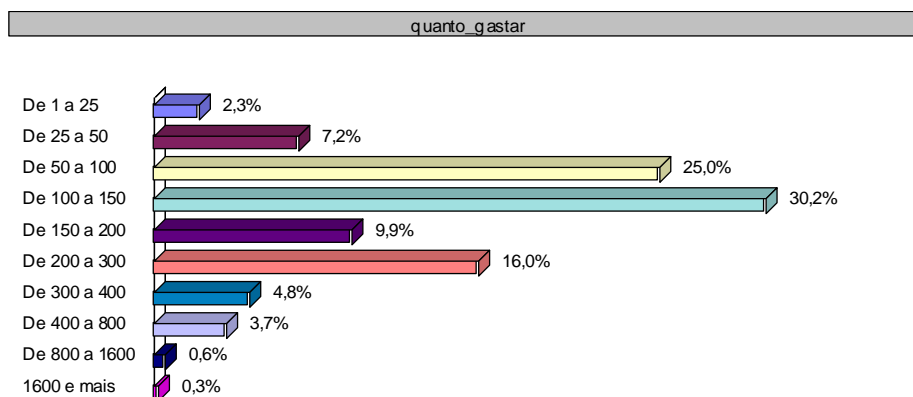
Onde pretende comprar? - Todas as cidades, excluindo Campo Grande e Dourados



Quantos presentes você irá comprar?

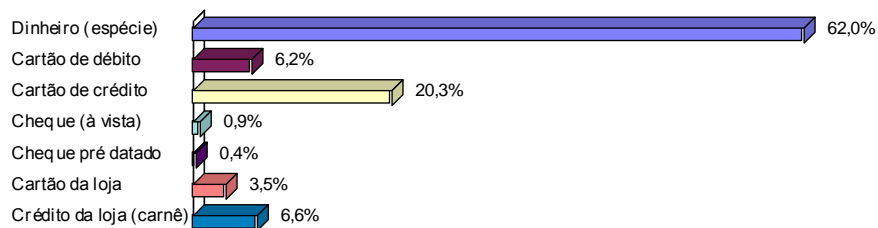


No geral, quanto você pretende gastar nos presentes



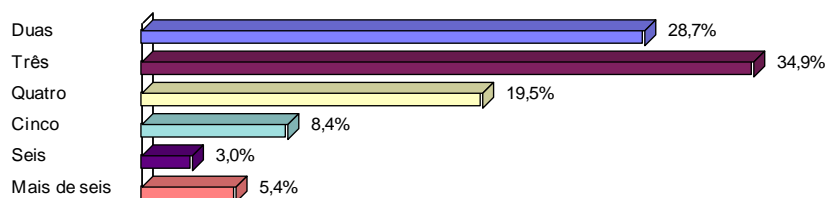
Como pretende pagar?

Como pagar



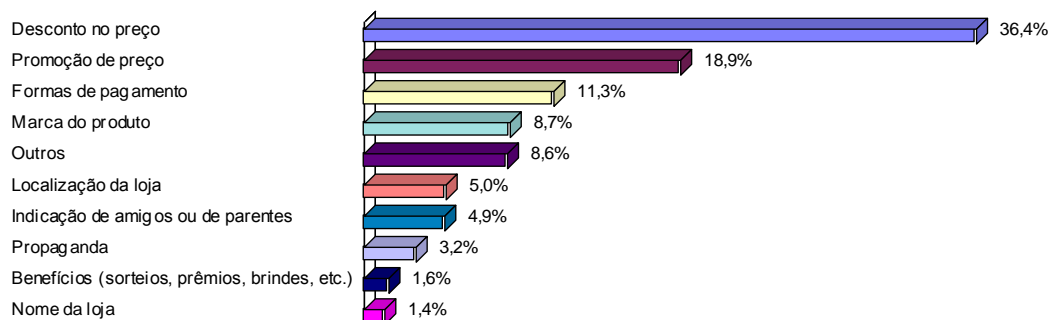
Se a sua opção for à forma parcelada, em quantas vezes você deseja dividir?

num parcelas

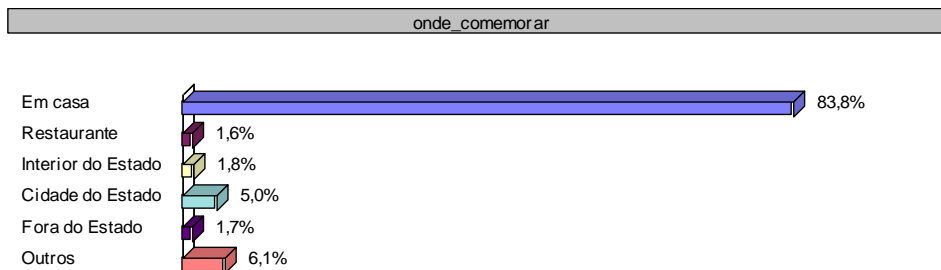


Quais os itens decisivos na escolha de seu presente do Dia das Crianças?

item decisivo

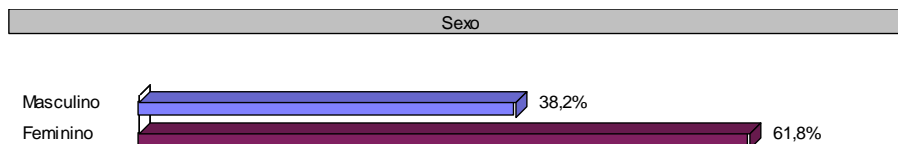


Onde pretende comemorar o Dia das Crianças?

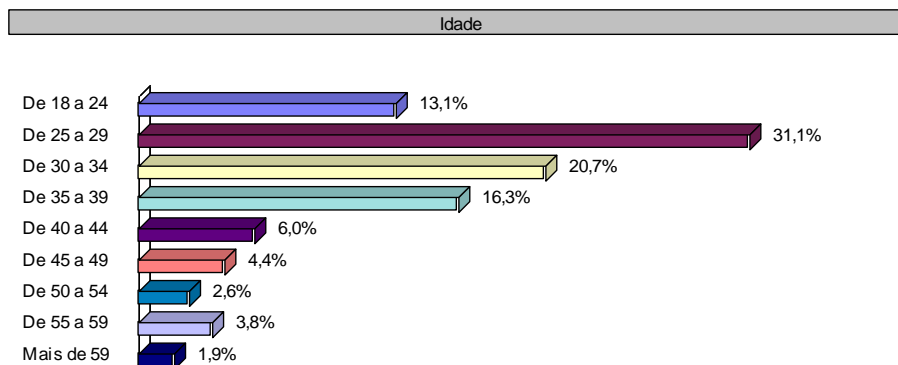


Perfil Demográfico dos Entrevistados

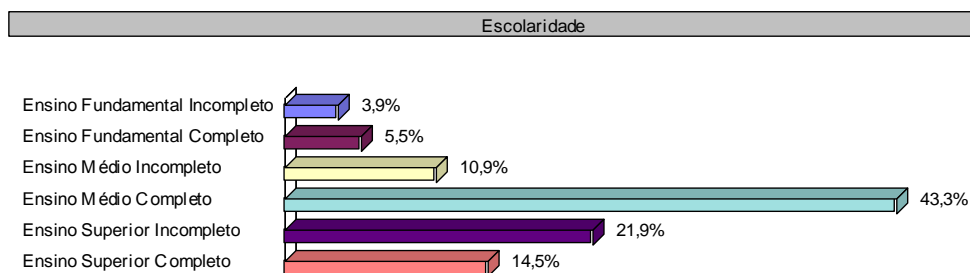
Sexo do entrevistado:



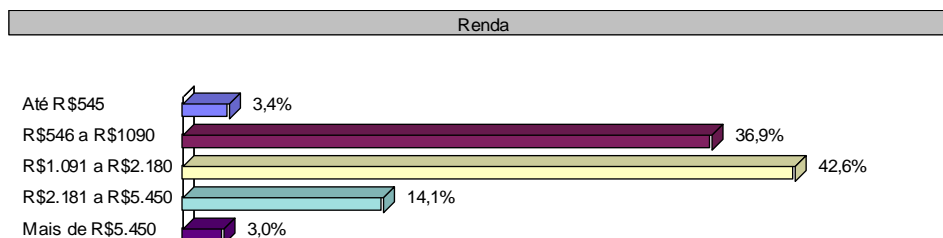
Qual a sua faixa de idade:



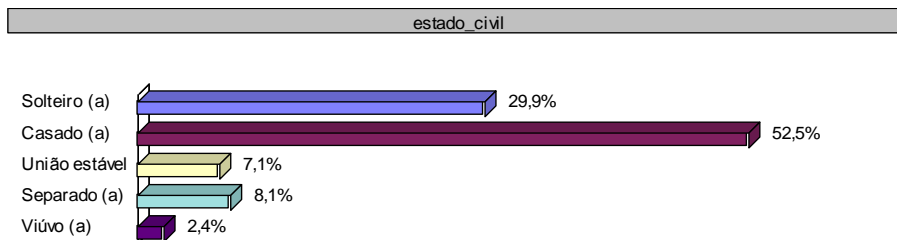
Grau de instrução:



Qual sua renda familiar:

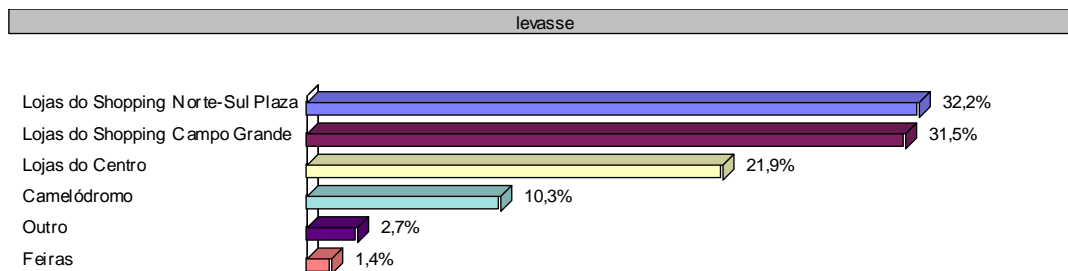


Estado Civil:

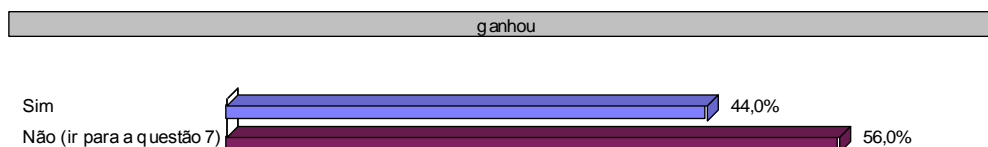


Pesquisa com as crianças e adolescentes de Campo Grande

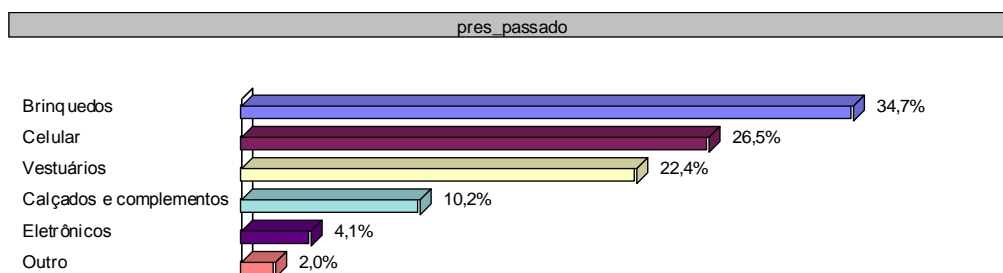
Onde você gostaria que seus pais ou responsáveis o (a) levasse para comprar seu presente?



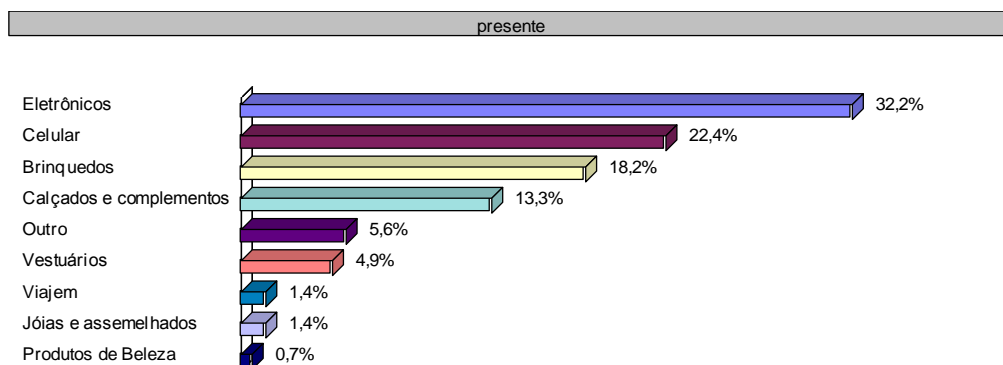
Você ganhou presente no Dia das Crianças no ano passado?



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

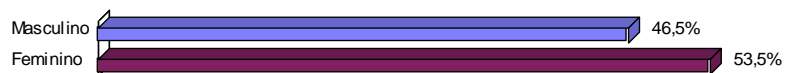
idade/presente do ano passado	Brinquedos	Vestuários	Eletrônicos	Calçados e complementos	Celular	Outro
2 a 5 anos	77,8	22,2	0,0	0,0	0,0	0,0
6 a 10 anos	47,1	23,5	5,9	17,6	5,9	0,0
11 a 15 anos	8,7	21,7	4,3	8,7	52,2	4,3
TOTAL	34,7	22,4	4,1	10,2	26,5	2,0

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

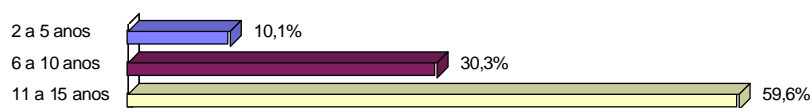
Sexo:

sexo



Qual sua faixa etária:

idade



Qual sua Escolaridade?

escolaridade

