



---

# Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista

## Resultados Consolidados de Mato Grosso do Sul

### Dia das Crianças de 2012

Setembro de 2012

Apoio:



SINDICATO DO COMÉRCIO  
VAREJISTA DE PARANAÍBA  
SINCovAP



Pesquisa de Opinião Pública Dia das Crianças de 2012



## Catálogo Bibliográfico

Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Mato Grosso do Sul – Dia das Crianças.

Campo Grande: FMB, setembro de 2012.

Anual

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

## **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 Anhangüera - 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, Anastácio, Campo Grande, Corumbá, Dourados, Ladário, Naviraí, Paranaíba, Ponta Porã, 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 2012.
Local:	Onze cidades de Mato Grosso do Sul
Período:	11 a 25 de setembro de 2012.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra no Dia das Crianças.
População:	População economicamente ativa de Aquidauana, Anastácio, Campo Grande, Corumbá, Dourados, Ladário, Naviraí, Paranaíba, Ponta Porã, 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 1.811 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

**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
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
Ponta Porã	40.500	0,50	9,8	100
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 86% dos consumidores irão comprar presentes para os seus filhos, netos, sobrinhos e afilhados, prevendo uma circulação de mais de R\$123 milhões em presentes. Este valor é, em taxa real, superior em 6% ao previsto em 2011, com o valor médio do presente de R\$112. Este ano aumentou o número de pessoas que irão as compras, mas o valor do presente sofre uma leve queda, pois em 2011 foi a intenção estimada de R\$124. O aumento de pessoas que irão as compras pode ser explicado pelo nível e estabilidade de emprego em Mato Grosso do Sul e do acréscimo da renda familiar. Mesmo com a perspectiva de aumento do endividamento das famílias, as crianças e adolescentes irão ganhar um presente ou uma lembrança neste dia.

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	Estimativa de vendas (R\$)	Valor médio do presente (R\$)
Aquidauana e Anastácio	92	1.766.972	107
Campo Grande	81	35.461.847	110
Corumbá e Ladário	91	3.910.682	101
Dourados	86	8.518.777	116
Naviraí	96	2.234.803	106
Paranaíba	89	1.936.123	109
Ponta Porã	78	7.275.901	123
São Gabriel do Oeste	88	2.281.568	155
Três Lagoas	91	6.435.434	113
<b>Total das 11 cidades pesquisadas</b>	<b>87</b>	<b>69.822.107</b>	<b>125</b>
<b>Total estimado para o MS</b>	<b>86</b>	<b>123.473.661</b>	<b>112</b>

**Quem recebe e o tipo do presente** – Os compradores declararam que comprarão até três presentes para os filhos e enteados (52%), sobrinhos (21%), netos (10%) e irmãos (11%). Destaca-se o espírito humanitário de quase 3% dos entrevistados que deverão comprar 10 ou mais presentes para as crianças em creches e orfanatos.

Os pais e parentes deverão dar brinquedos para as crianças e os adolescentes deverão receber vestuários. Quem irá comprar presentes para as suas crianças e adolescentes deverão escolher brinquedos (46%), roupas e vestuários (26%), calçados (13%), eletrônicos (5,8%) e celulares (3,9%). Caracterizada pelo Dia das Crianças, novamente, não há nenhuma surpresa na escolha dos presentes elegida pelos adultos. Isto também foi observado nas pesquisas dos anos anteriores.

**Local preferido para as compras** – De uma forma geral, observa-se que as lojas do centro das cidades são as preferidas para as compras. Em Campo Grande, 41% dos compradores escolhem as lojas do Centro, 21% o Shopping Campo Grande, 18% o Shopping Norte Sul Plaza, 16% o Camelódromo e 1,2% as lojas virtuais localizadas na Internet. Em Dourados, 55% comprarão nas lojas do Centro, 27% no Shopping Avenida Center e 3% nas lojas da Internet.

**Forma de pagamento e decisão de compra** – O pagamento na modalidade à vista será a preferida dos compradores. Seja ela em dinheiro ou por meio do cartão de débito, será a escolha de 53%. Já 31% escolherão o cartão de crédito e 14% outras formas oferecidas pela loja. Apenas 1% deverão utilizar cheques como forma de pagamento dos presentes. Se a opção do comprador for à forma parcelada, duas ou três parcelas é a escolha de 72%. Estas formas de compra e pagamento dos presentes irão favorecer os empresários, pois diminuirá o risco de inadimplência.

No entanto, como o comprador pretende comprar à vista, ele também indica algumas percepções para a sua tomada de decisão. Descrevem que os itens de decisão se compram os presentes perpassa por algumas estratégias oferecidas pelo lojista. É importante para o comprador o desconto no preço (16%), a marca do produto (14%), a promoção de preço (12%) e a forma de pagamento (12%). Em menor escala, próximo de 7%, cada uma, é destacada a variedade de produtos, a localização e o nome da loja.

Esses comportamentos dos consumidores são muito importantes para os lojistas. A venda de presentes para o Dia das Crianças será maior se os compradores perceberem estes destaques de compra quanto ao desconto no preço e na promoção. Por sua vez, os lojistas deverá adotar as estratégias de vendas à vista, no oferecimento da oportunidade dos consumidores perceberem os descontos e promoções para os produtos com marcas reconhecidas por eles.

**O que as crianças e os adolescentes querem?** – Em Campo Grande foram entrevistadas 100 crianças e adolescentes de 2 a 15 anos de idade.

Se os seus pais ou parentes os levassem junto para a escolha e compra do seu presente, o Shopping Campo Grande (30%) e Shopping Norte-Sul Plaza (26%) são os seus locais preferidos.

Com referencia aos presentes ganhos no ano passado, 75% das crianças e adolescentes afirmaram que receberam.

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.

As crianças na faixa de 2 a 5 anos querem ganhar brinquedos (42%), vestuários (23%), calçados (18%), eletrônicos (6%) e celulares (5%).



---

Na faixa de 6 anos até 10 anos aparecem preferências em ganhar brinquedos (23%), celulares (23%), eletrônicos (18%), e vestuários (12%).

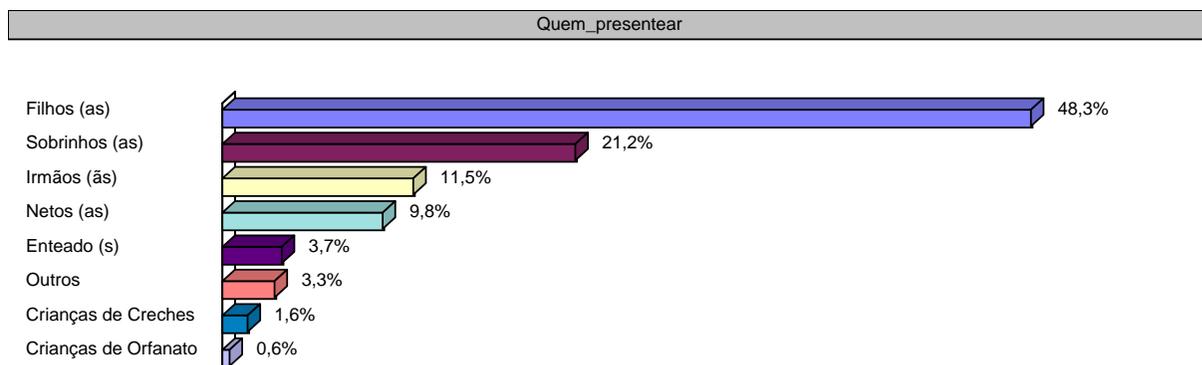
Os adolescentes com idades entre 11 e 15 anos escolhem os eletrônicos (29%), celulares (20%) e vestuários (17%).

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.

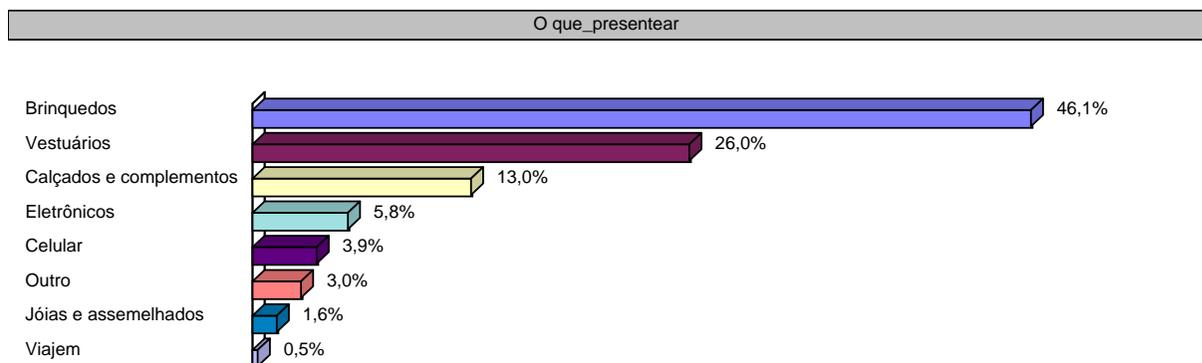
## Resultado da Pesquisa

### Características da Compra

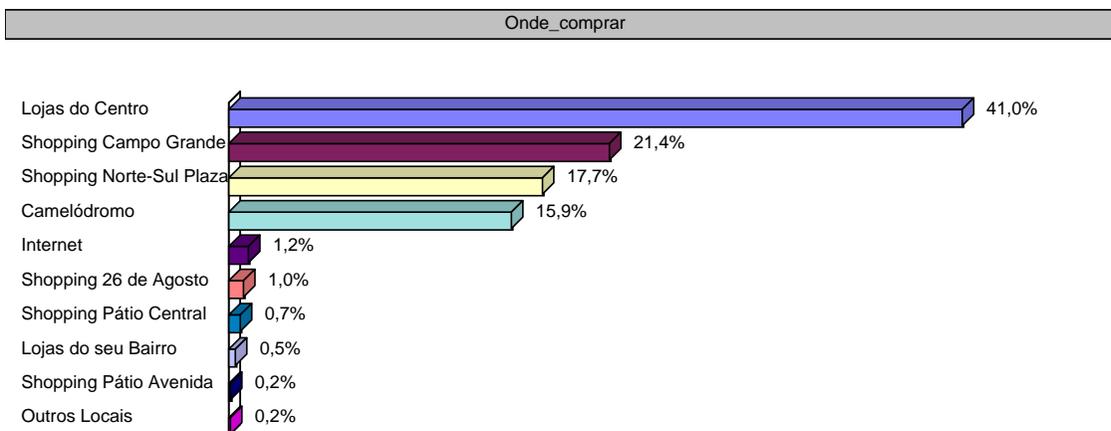
#### Quem você pretende presentear?



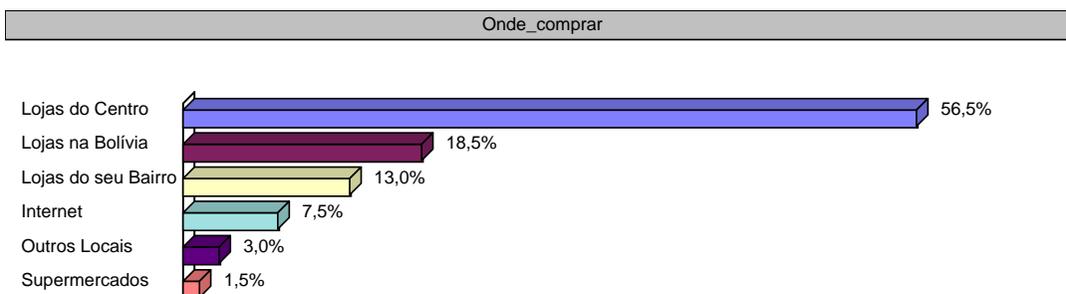
#### O que você pretende dar de presente?



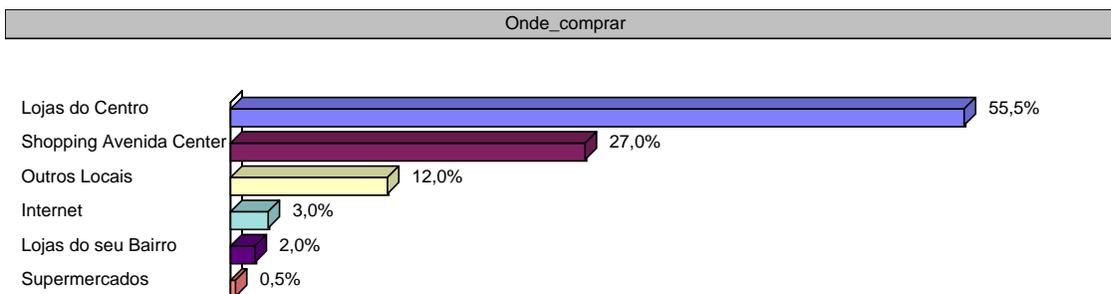
### Onde pretende comprar? Campo Grande



### Onde pretende comprar? Corumbá e Ladário

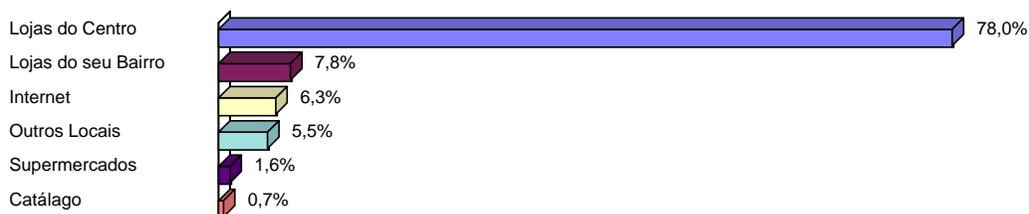


### Onde pretende comprar? Dourados



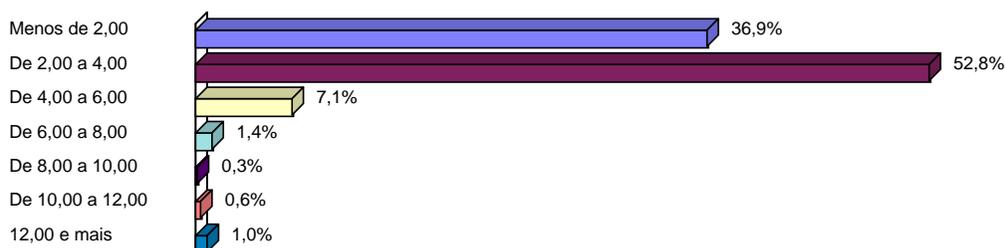
### Onde pretende comprar? Demais Cidades

Onde\_comprar



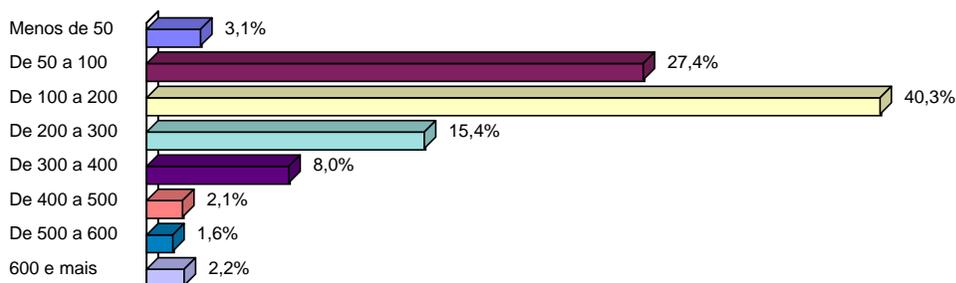
### Quantos presentes você irá comprar?

quantos\_presentes

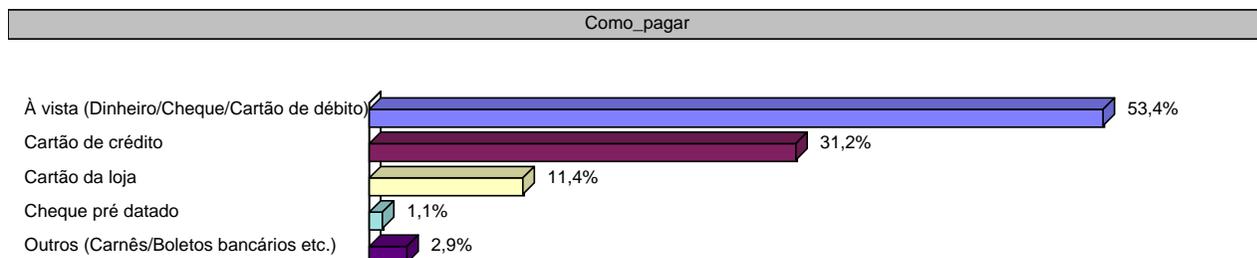


### No geral, quanto você pretende gastar nos presentes?

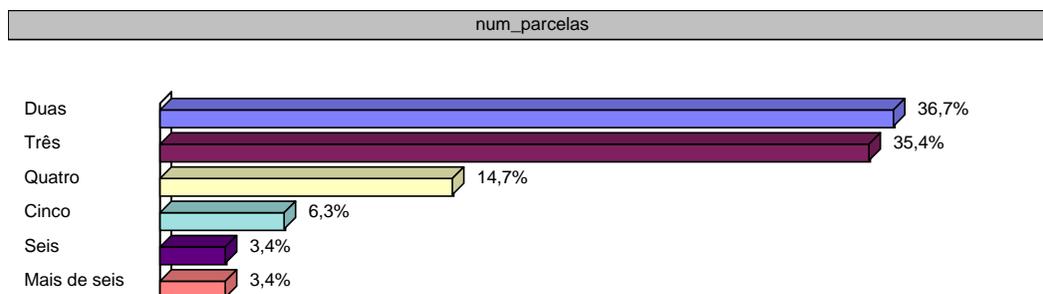
quanto\_gastar



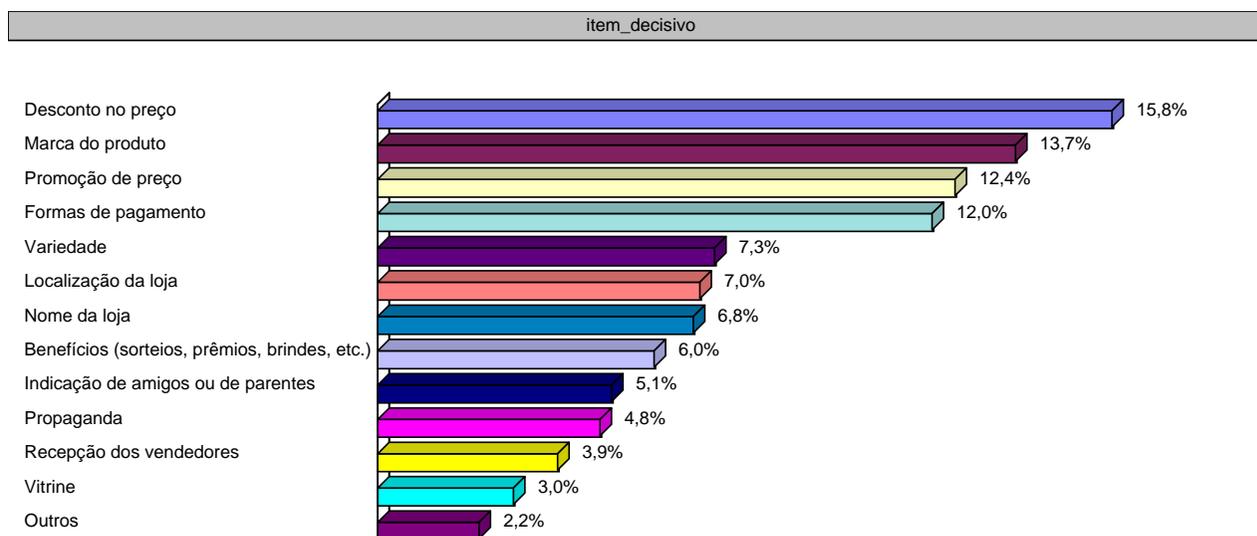
### Como pretende pagar?



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

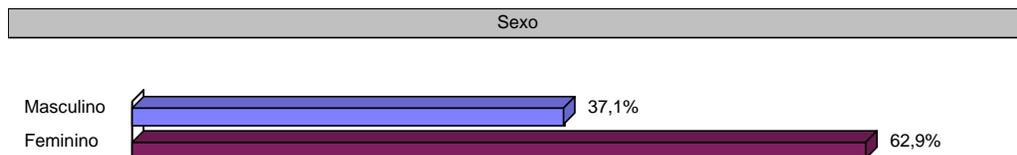


### Quais os itens decisivos na escolha de seu presente do Dia das Crianças?

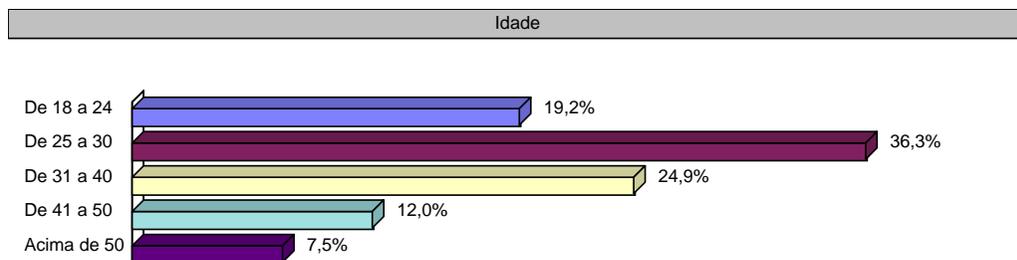


## Perfil Demográfico dos Entrevistados

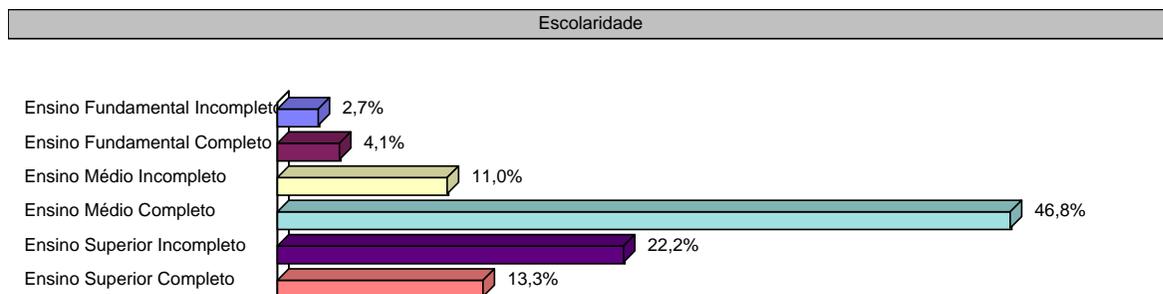
### Sexo do entrevistado:



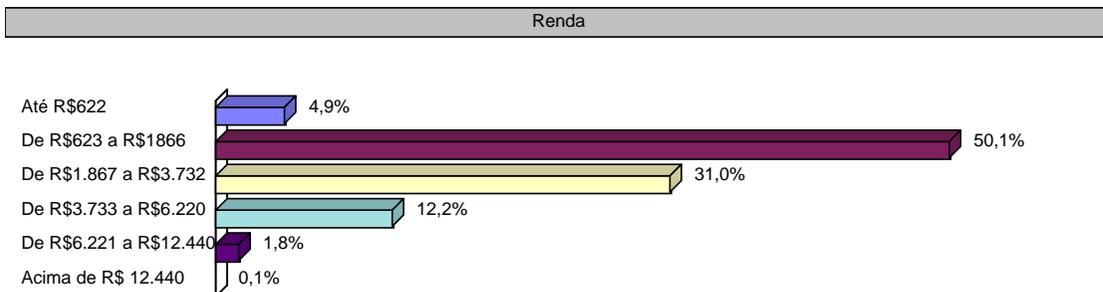
### Qual a sua faixa de idade:



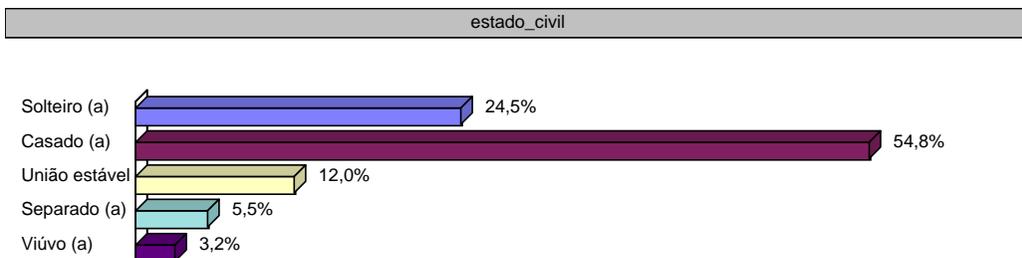
### Grau de instrução:



### Qual sua renda familiar:

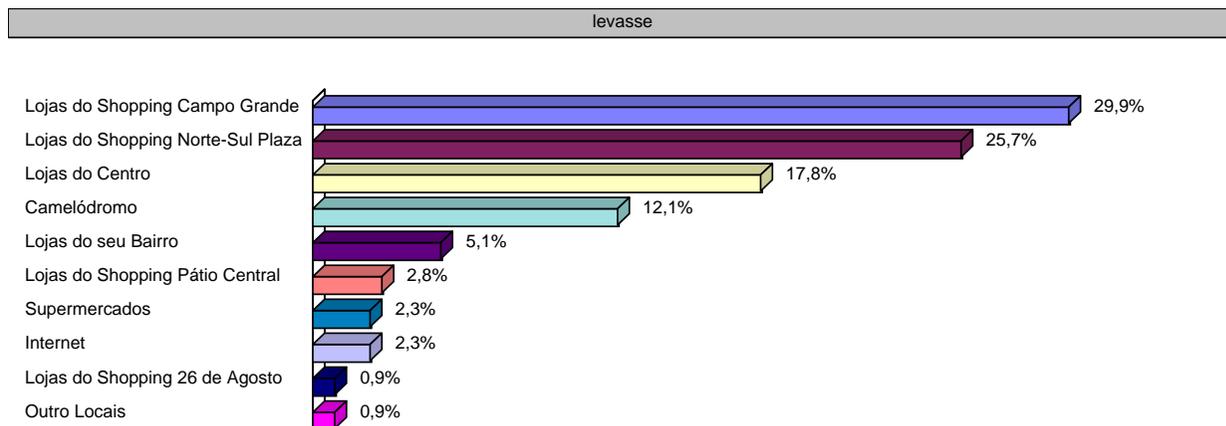


### Estado Civil:



## Pesquisa com as crianças e adolescentes de Campo Grande

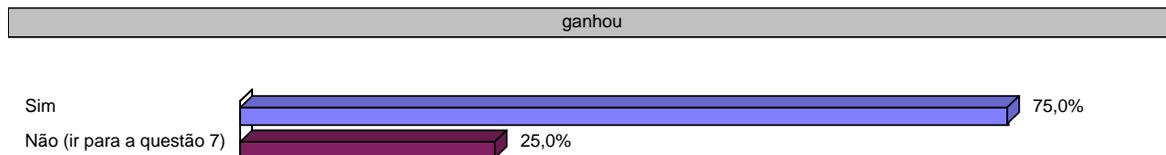
Onde você gostaria que seus pais ou responsáveis o (a) levasse para comprar seu presente?



Preferência do Local de Compra do Seu Presente versus Idade da Criança ou Adolescente (em % da Idade)

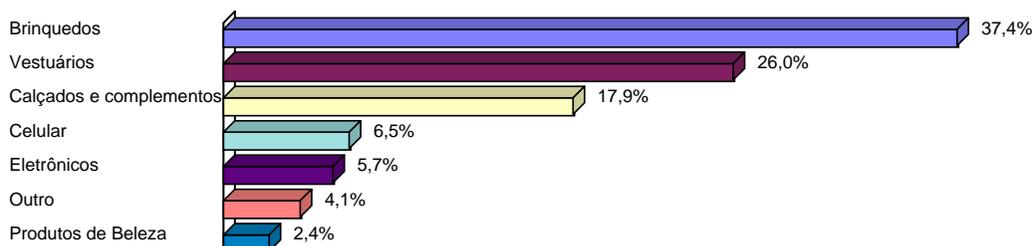
Idade/ Local	Centro	Bairro	Super- mercado	Internet	Cameló- dromo	Shop. CG	Shop. Pátio Central	Shop. NS	Shop. 26/8	Outro	TOTAL
<b>2 a 5 anos</b>	19,6	8,7	6,5	2,2	13,0	28,3	4,3	17,4	0,0	0,0	100
<b>6 a 10 anos</b>	20,0	3,8	2,5	1,3	12,5	28,7	2,5	26,3	1,3	1,3	100
<b>11 a 15 anos</b>	14,8	4,5	0,0	3,4	11,4	31,8	2,3	29,5	1,1	1,1	100
<b>TOTAL</b>	17,8	5,1	2,3	2,3	12,1	29,9	2,8	25,7	0,9	0,9	100

Você ganhou presente no Dia das Crianças no ano passado?



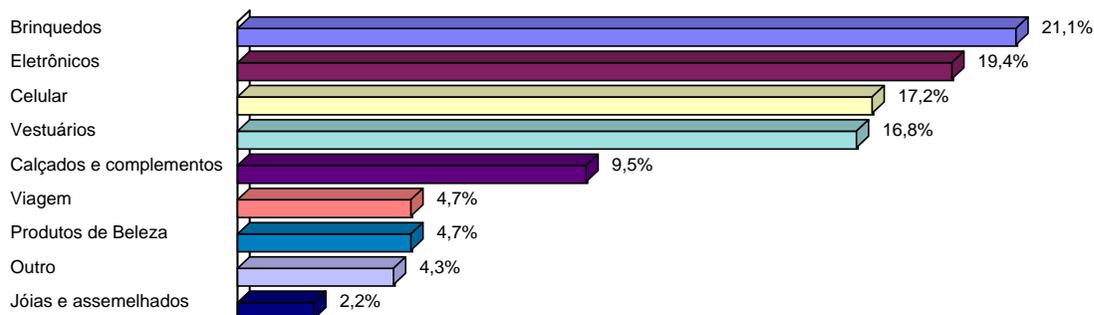
### Que presente você ganhou no ano passado?

pres\_passado



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

presente



### Que presente gostaria de ganhar versus Idade da Criança ou Adolescente ( em % da Idade)

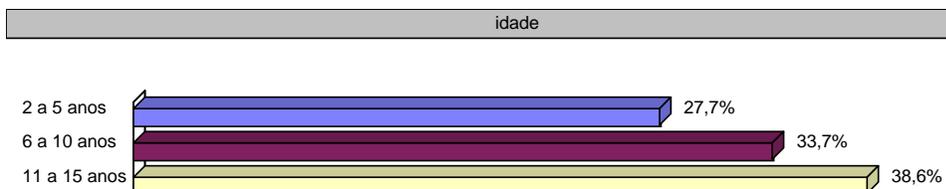
idade/presen- te	Brinque- dos	Vestu- ários	Eletrô- nicos	Calçados e comple- mentos	Celu- lar	Jóias e assem- lhados	Via- gem	Prod. de Bele- za	Ou- tro	TOTAL
2 a 5 anos	41,9	22,6	6,5	17,7	4,8	1,6	0,0	1,6	3,2	100
6 a 10 anos	23,5	12,3	18,5	6,2	23,5	1,2	6,2	3,7	4,9	100
11 a 15 anos	4,5	16,9	29,2	6,7	20,2	3,4	6,7	7,9	4,5	100
<b>TOTAL</b>	<b>21,1</b>	<b>16,8</b>	<b>19,4</b>	<b>9,5</b>	<b>17,2</b>	<b>2,2</b>	<b>4,7</b>	<b>4,7</b>	<b>4,3</b>	<b>100</b>

## Perfil da Criança ou Adolescente Entrevistado

### Sexo:



### Qual sua faixa etária:



### Qual sua Escolaridade?

