



Pesquisa de Opinião Pública do Comércio Varejista de Campo Grande, MS

Dia das Crianças de 2013

Setembro de 2013

Apoio:



SINDICATO DO COMÉRCIO
VAREJISTA DE PARANAÍBA
SINCOPAP



Catálogo Bibliográfica

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

Campo Grande: FMB, setembro de 2013.

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 da cidade de Campo Grande a opinião pública relacionada a assuntos do comportamento e da expectativa de consumo do Dia das Crianças de 2013.
Local:	Campo Grande, MS
Período:	04 a 10 de setembro de 2013.
Universo:	População economicamente ativa que pretende realizar compra no Dia das Crianças.
População:	População economicamente ativa (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%. Foram entrevistadas 105 crianças até 15 anos.
Coordenação:	Celso Correia de Souza, Dr. José Francisco dos Reis Neto, Dro.
Equipe de apoio	Adriana Brites Felix Aline Pereira Filiu Fabiana M. Arakaki V. da Cunha

Tabela de Amostragem da Pesquisa

Cidade	PEA aproximada	Probabilidade positiva de compra	Erro (%)	Amostra
Aparecida do Taboado	12.000	0,50	9,8	100
Aquidauana/Anastácio	20.000	0,50	6,8	200
Campo Grande	400.000	0,80	4,3	400
Chapadão do Sul	11.000	0,50	9,8	100
Corumbá/Ladário	42.000	0,50	6,8	200
Dourados	98.000	0,50	6,8	200
Naviraí	23.000	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

Estima-se que em Campo Grande deverá circular R\$ 42,5 milhões em compras durante o período que antecede o Dia das Crianças. Isto levando em conta que 81% da população economicamente ativa irá as compras de até 3 presentes, gastando em média R\$ 131 com os presentes.

Os filhos (44%), os sobrinhos (23%) e os netos (12%) serão os principais ganhadores de presentes. No entanto, destaca-se o espírito humanitário das pessoas, pois 2% dos consumidores irão comprar presentes para as crianças de creches e orfanatos da sua cidade.

As compras serão à vista em dinheiro e cartão de débito (51%). O cartão de crédito (40%) será o uso de pagamento à vista e parcelado. Quando o consumidor optar para pagamento a prazo, 55% preferem dividir as suas compras em até 3 parcelas.

Essas crianças e adolescentes irão ganhar brinquedos (40%), vestuários (28%), calçados (17%), celulares (4,5%) e eletrônicos (5%), caracterizados como presentes úteis e para diversão. As compras deverão acontecer nas lojas do Centro (46%), nas lojas do Bairro (2%), no Camelódromo (3,5%) e por meio da internet (1,3%). Com referência a escolha dos Shoppings, o Shopping Campo Grande será a escolha de 30% dos compradores, o Norte Sul Plaza de 13% e o Bosque dos Ipês de 1,5%.

Os consumidores consideram como itens decisivos para as compras a marca do produto (17%), a promoção de venda (17%) e desconto no preço (16%).

O que as crianças e os adolescentes querem

Em Campo Grande foram entrevistadas 105 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 (51%), Shopping Norte-Sul Plaza (12%), o Shopping Bosque dos Ipês (0,8%) e as lojas do Centro (26%) são os seus locais preferidos.

Com referência aos presentes ganhos no ano passado, 84% das crianças e adolescentes afirmaram que receberam.

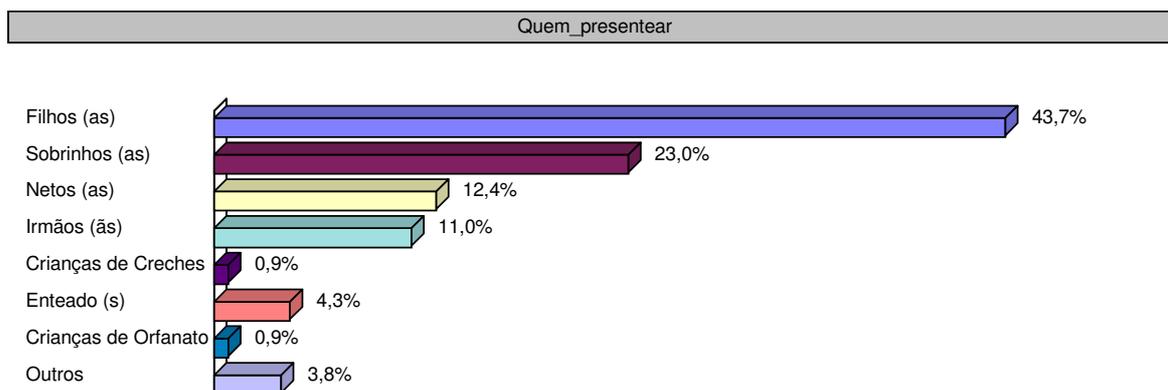
Este ano as crianças e adolescentes querem celular (24%), brinquedos (20%), eletrônicos (19%) e vestuários (12%). Os adolescentes preferem celulares, de preferência os mais modernos, de última geração, os *smartphones*.

Entre as preferências de compra e o que as crianças e adolescentes desejam ganhar, há uma diferença. A escolha dos pais e parentes recai nos brinquedos e vestuários, enquanto que as crianças e adolescentes escolhem celulares. Isto é percebido mesmo para as crianças com menores idades. Os pais e parentes deverão administrar este pequeno conflito e os empresários têm a oportunidade de poder oferecer o que as crianças realmente desejam.

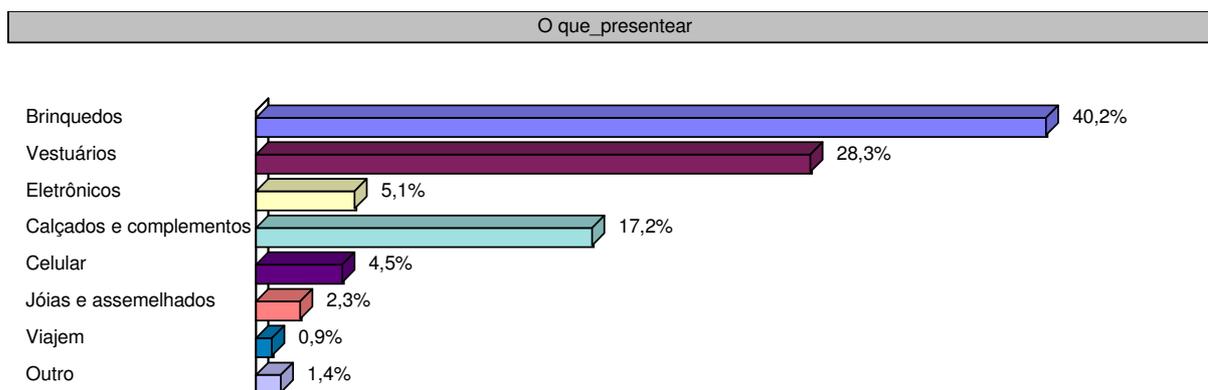
Resultado da Pesquisa

Características da Compra

Quem você pretende presentear?

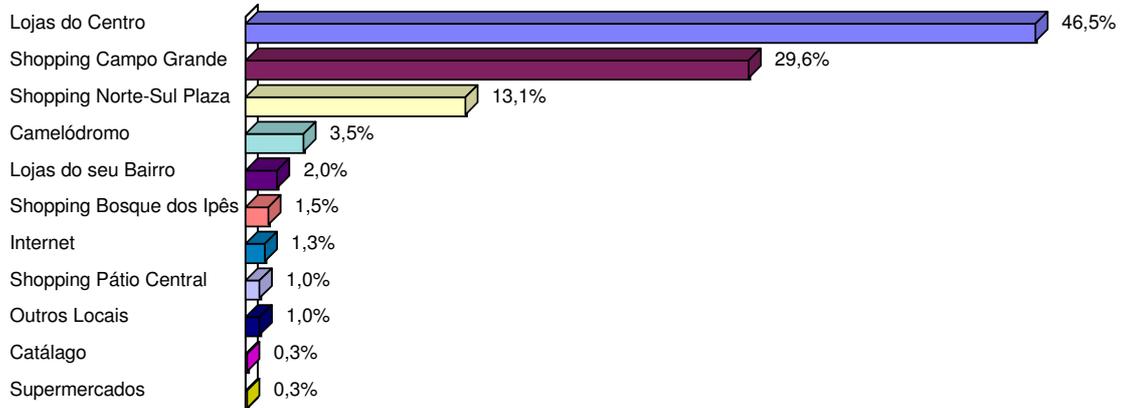


O que você pretende dar de presente?



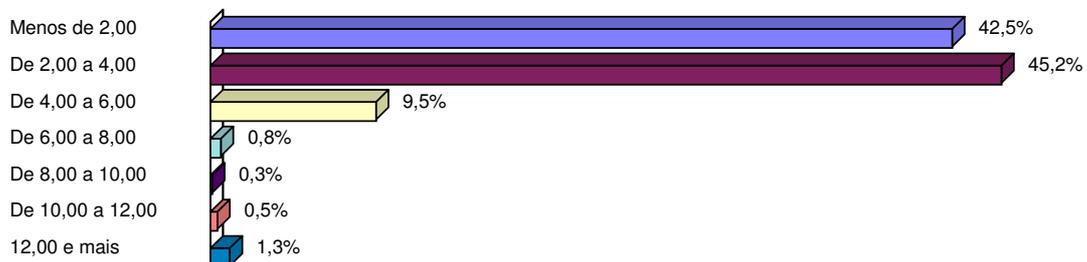
Onde pretende comprar?

Onde_comprar



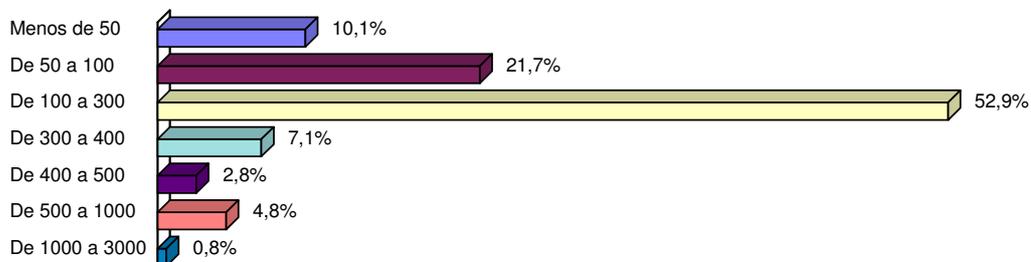
Quantos presentes você irá comprar?

quantos_presentes

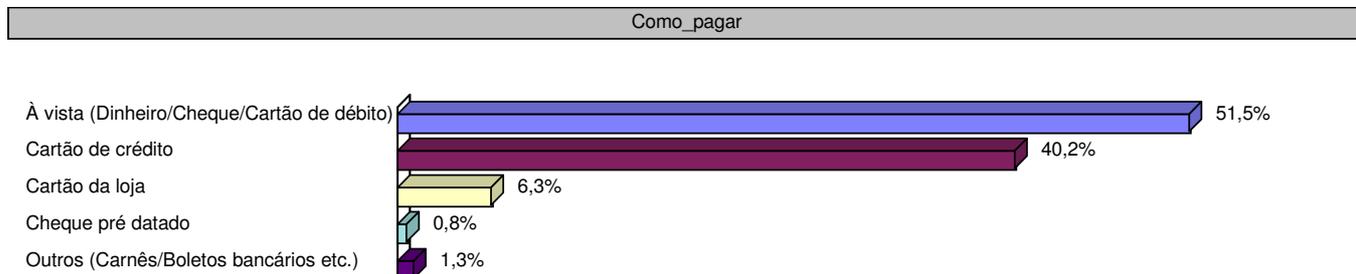


No geral, quanto você pretende gastar nos presentes

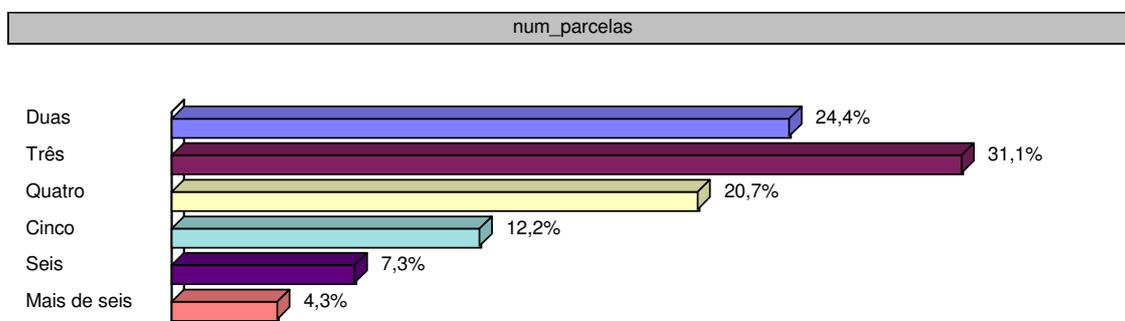
quanto_gastar



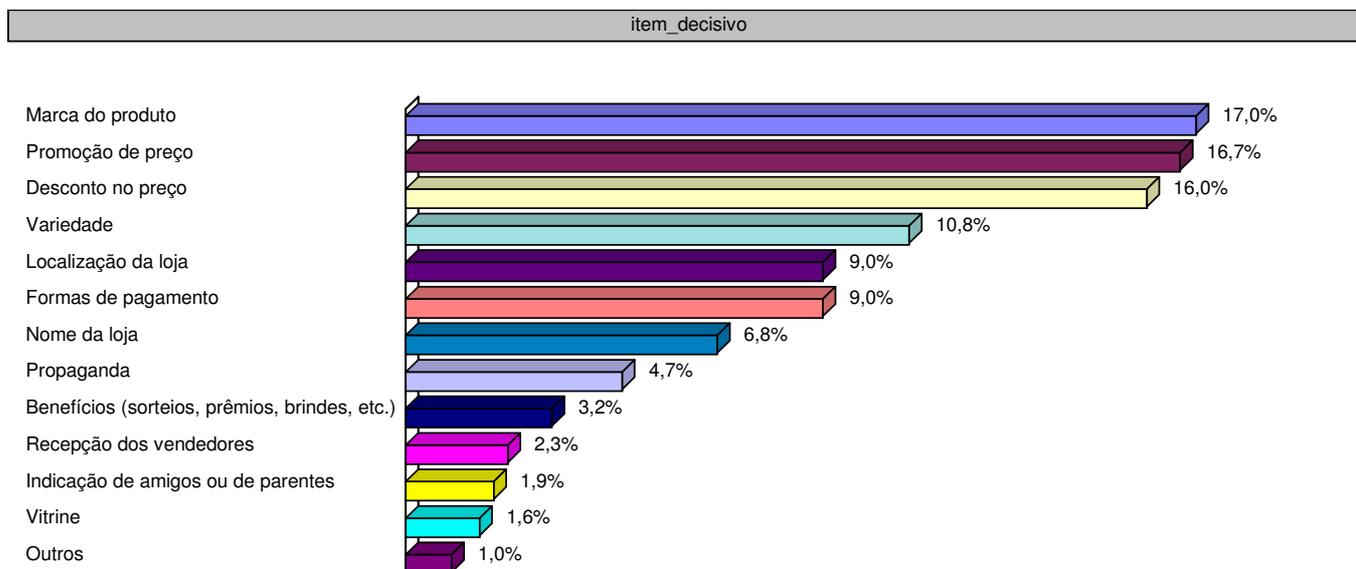
Como pretende pagar?



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

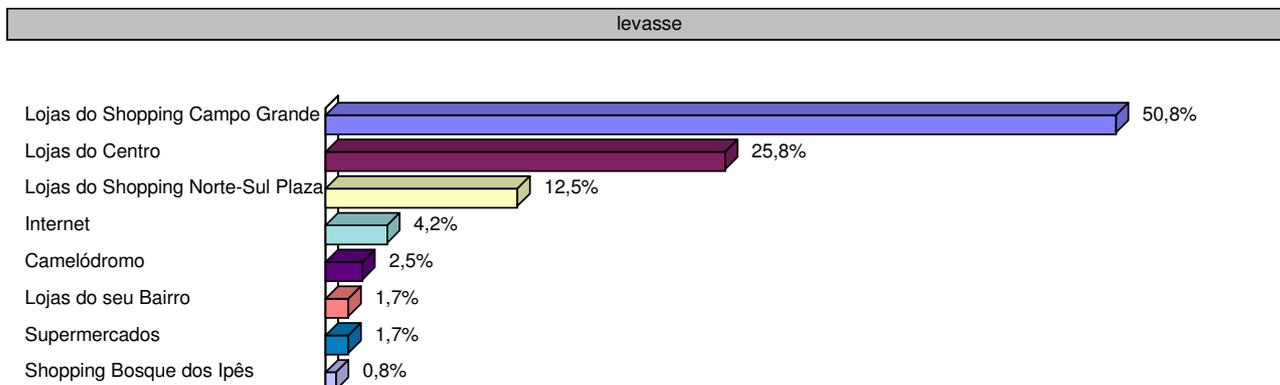


Quais os itens decisivos na escolha de seu presente do Dia das Crianças?



Pesquisa com as Crianças de Campo Grande

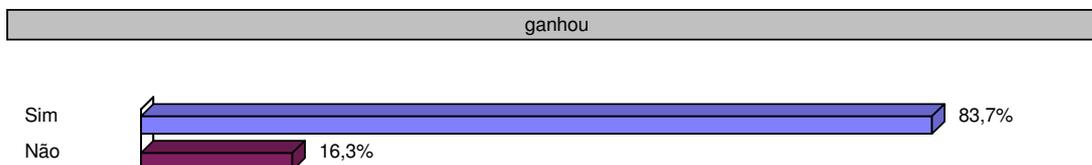
Onde você gostaria que seus pais ou responsáveis o (a) levasse para comprar seu presente?



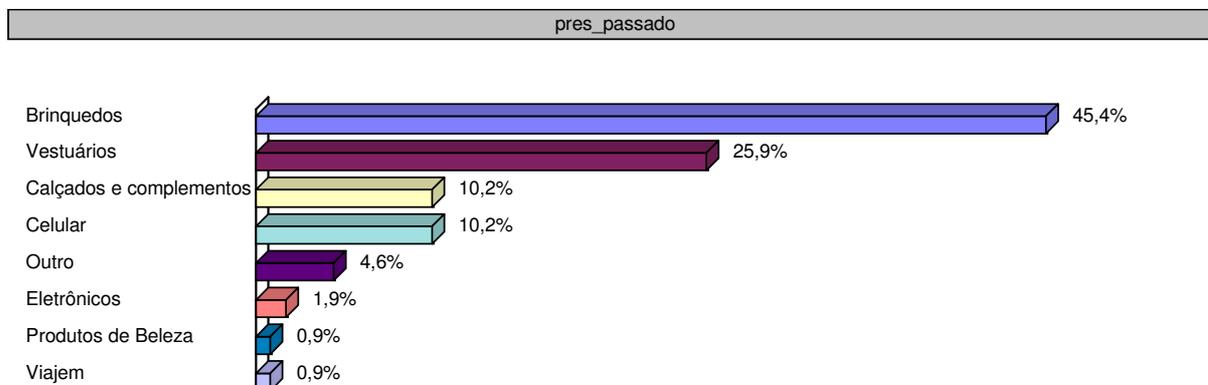
Onde gostaria que os pais ou responsáveis o levasse para comprar seu presente versus faixa etária (em %)

Local	Faixa de idade	2 a 5 anos	6 a 10 anos	11 a 15 anos	TOTAL
Lojas do Shopping Campo Grande		52,9	51,1	48,7	50,8
Lojas do Centro		23,5	25,5	28,2	25,8
Lojas do Shopping Norte-Sul Plaza		11,8	14,9	10,3	12,5
Internet		2,9	2,1	7,7	4,2
Camelódromo		0,0	2,1	5,1	2,5
Lojas do seu Bairro		2,9	2,1	0,0	1,7
Supermercados		2,9	2,1	0,0	1,7
Shopping Bosque dos Ipês		2,9	0,0	0,0	0,8
TOTAL		100	100	100	100

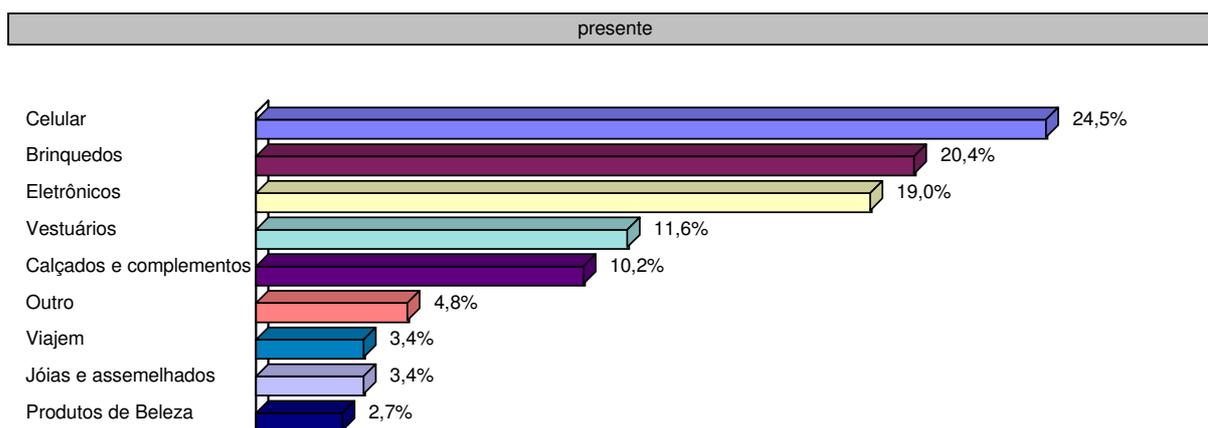
Você ganhou presente no Dia das Crianças no ano passado?



Que presente você ganhou no ano passado?



Que presente você gostaria de ganhar neste dia das crianças?



Que gostaria de ganhar neste Dia das Crianças versus a faixa etária (em %).

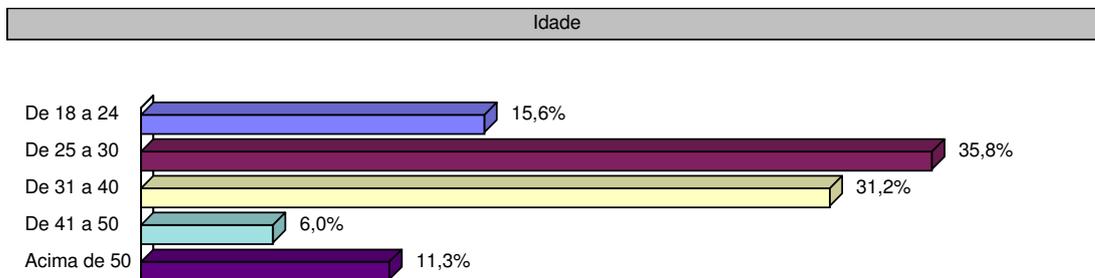
Presente	Faixa de idade	2 a 5 anos	6 a 10 anos	11 a 15 anos	TOTAL
Brinquedos		62,1	25,6	5,4	28,6
Vestuários		10,3	15,4	21,6	16,2
Eletrônicos		6,9	41,0	27,0	26,7
Calçados e complementos		6,9	15,4	18,9	14,3
Celular		17,2	33,3	48,6	34,3
Jóias e assemelhados		3,4	2,6	8,1	4,8
Viagem		0,0	2,6	10,8	4,8
Produtos de Beleza		3,4	5,1	2,7	3,8
Outro		20,7	0,0	2,7	6,7
TOTAL		100	100	100	100

Perfil Demográfico dos Entrevistados

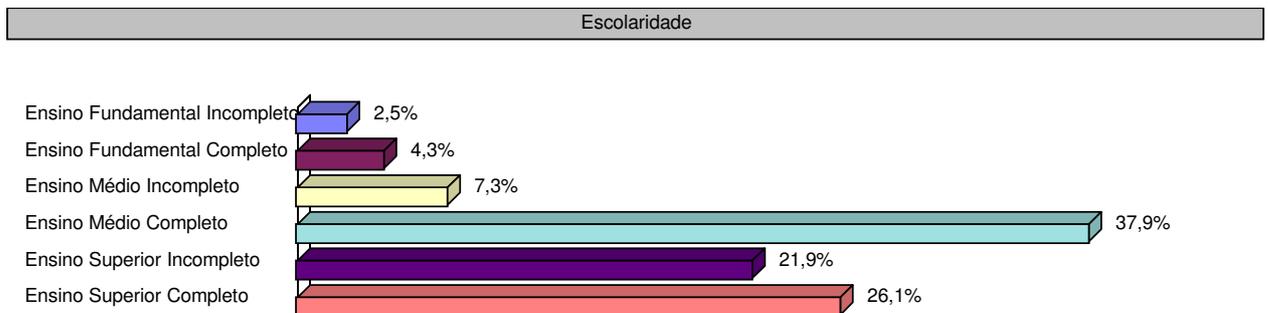
Sexo do entrevistado:



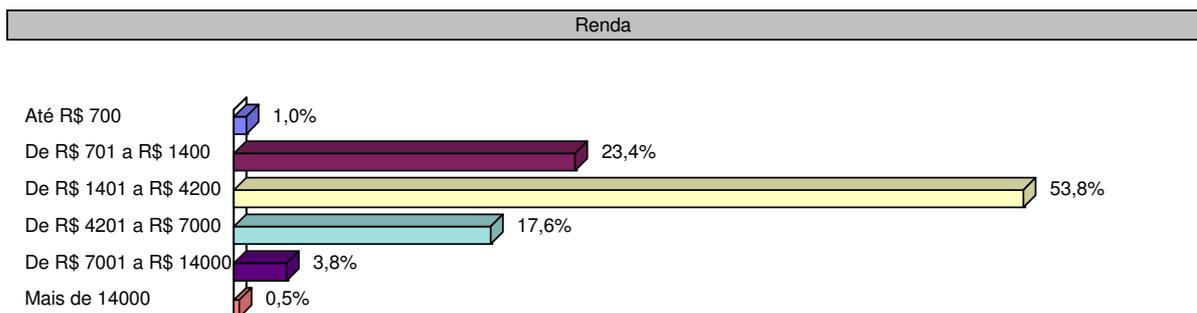
Qual a sua faixa de idade:



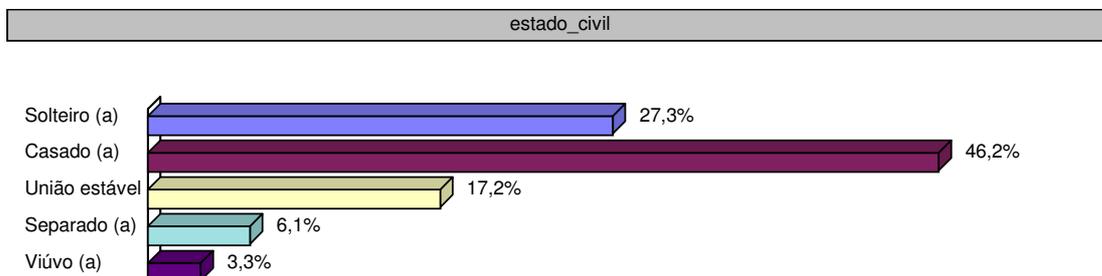
Grau de instrução:



Qual sua renda familiar:



Estado Civil:

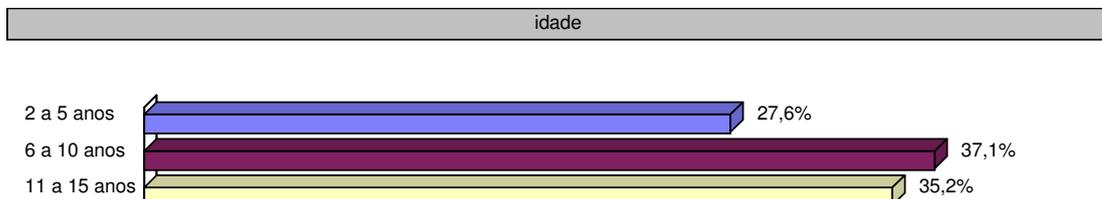


Perfil Demográfico das Crianças Entrevistadas

Sexo:



Qual sua faixa etária:



Qual sua Escolaridade?

