

INTENÇÃO DE COMPRA

DIA DAS CRIANÇAS 2014



Estácio de Sá Campo Grande
Graduação em Administração



Estácio de Sá Campo Grande
Graduação em Administração

Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande

Intenção de Compra para o Dia das Crianças 2014

Rua Venâncio Borges do Nascimento, 377
Jardim Tv Morena
Campo Grande - MS, 79050-700
Fone: (67) 3348-8800
www.portal.estacio.br



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
1. Perfil dos Consumidores	5
2. Intenção de compra	9
3. Escolhas de compra	10
4. Relações de dados	16
CONCLUSÃO	23





INTRODUÇÃO

A data do Dia das Crianças é uma das mais importantes para o comércio e sua movimentação. Tendo isso em vista, a Faculdade Estácio de Sá e os alunos da disciplina de Estágio Supervisionado do Curso de Administração sob orientação da Prof. Adm. M^a. Yasmin Gomes Casagrande realizaram uma pesquisa para conhecer os consumidores dessa data no ano de 2014.

A pesquisa serve como base para os empresários da cidade com informações importantes sobre o comportamento de compra dos consumidores. Tais informações podem ser aproveitadas para ações dentro do comércio, bem como para o entendimento do perfil de compra que pode ser esperado nesse período do ano.

Para que fosse colocada em prática a pesquisa foi utilizada uma amostra de 347 pessoas da cidade de Campo Grande – Mato Grosso do Sul que responderam aos questionários no período de 11 de agosto a 8 de setembro de 2014.

O questionário foi composto de 17 perguntas (sendo 16 perguntas fechadas e 1 pergunta aberta) e a grande maioria das mesmas permitia que fosse escolhida somente uma resposta.

Todos os dados foram processados e receberam tratamento para que pudessem compor este relatório final. Para um resultado satisfatório dos dados foram calculados erro amostral de 5,26% e índice de confiabilidade de 95%.

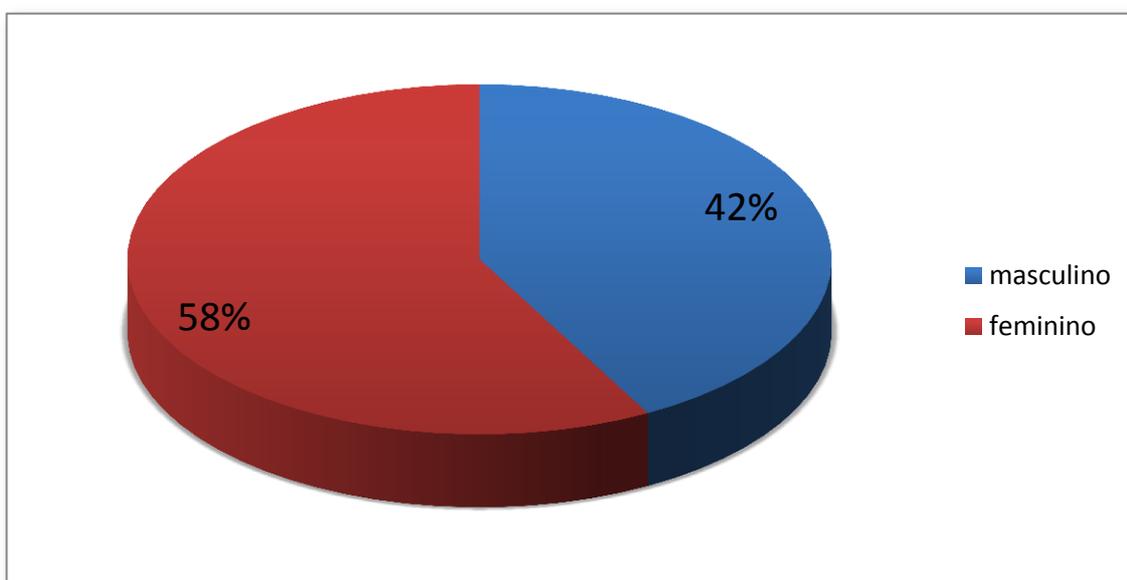
O principal objetivo foi estudar e entender qual o comportamento dos consumidores de Campo Grande – Mato Grosso do Sul frente à data comemorativa do Dia das Crianças. Para tanto, todos os dados são apresentados em 4 principais partes deste relatório: perfil dos consumidores, intenção de compra, escolhas de compra e relações de dados.



1. Perfil dos Consumidores

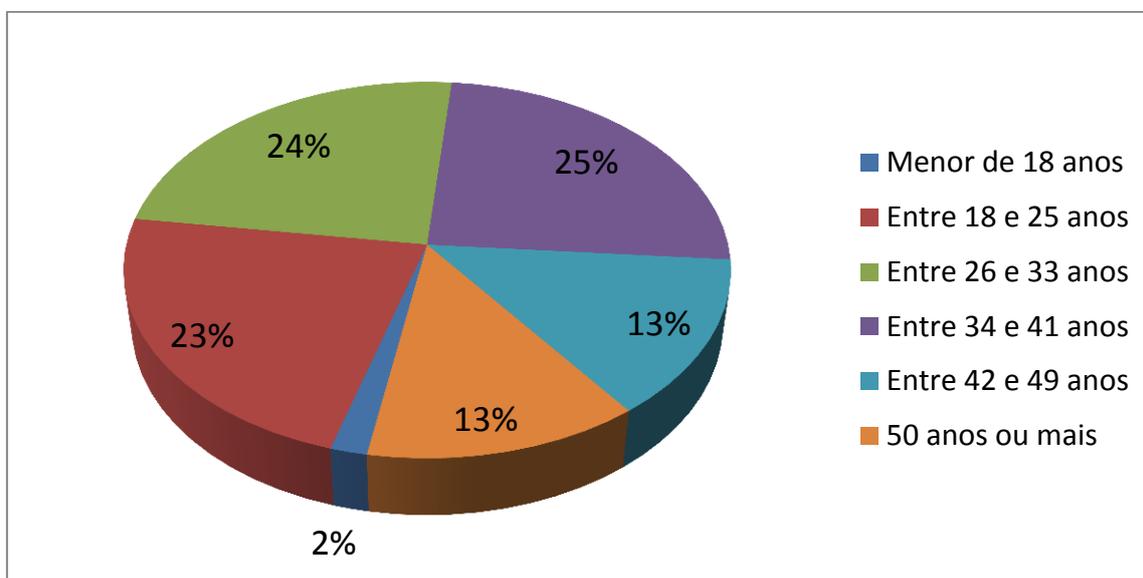
Para compreender e levantar estudos comparativos e entender quem são os consumidores, foi feita análise de perfil de 347 consumidores. Dentre as características gerais foram analisados: sexo, faixa etária, estado civil, escolaridade e renda.

Gráfico 1 – Sexo



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

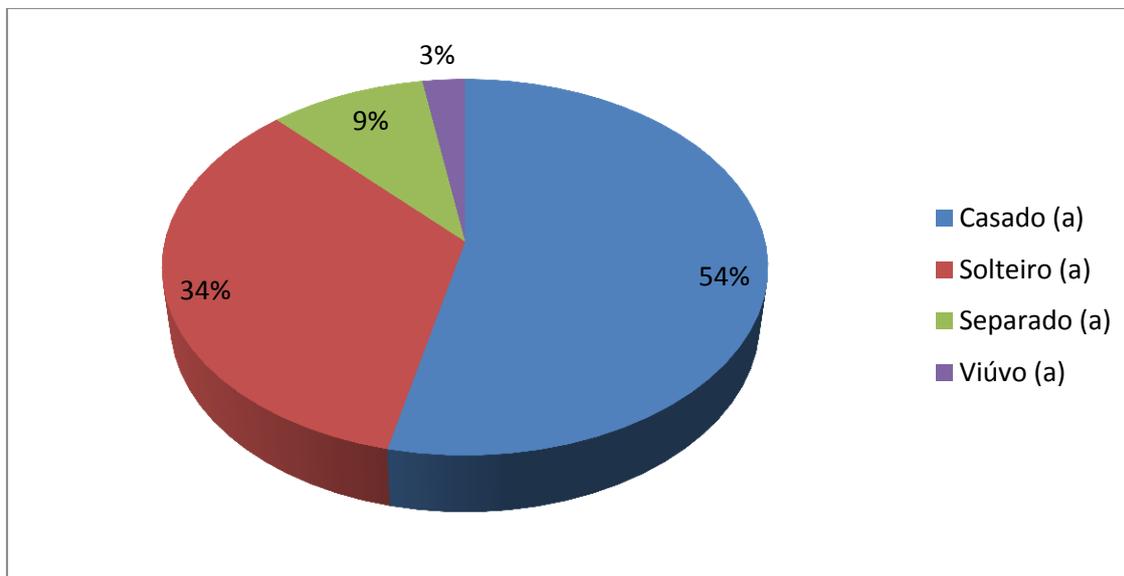
Para estabelecer o perfil dos entrevistados, a primeira pergunta do questionário foi referente ao sexo. Como mostra o Gráfico 1, 58% dos entrevistados era do sexo feminino e 42% do masculino.

Gráfico 2 – Faixa Etária

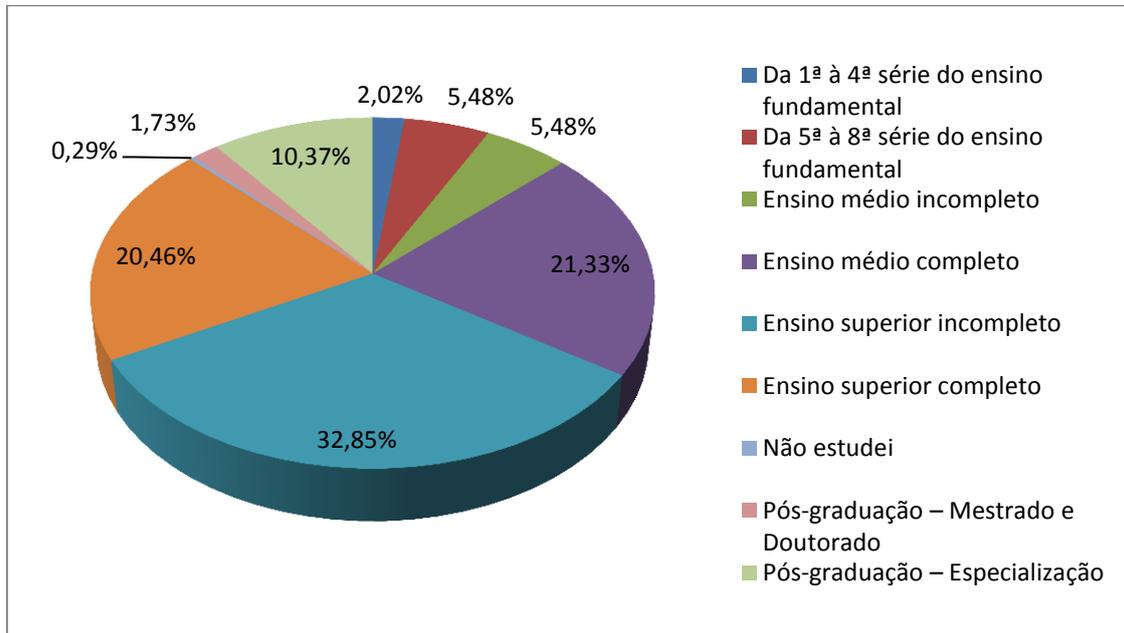
Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Conforme os dados apresentados no Gráfico 2, os participantes de 26 a 41 anos equivalem a maior parcela representativa, totalizando 49% dos entrevistados. Dentre estes, 25% representam consumidores entre 34 a 41 anos e 24% representam pessoas entre 26 a 33 anos.

Em relação ao estado civil dos 347 entrevistados, os casados representam um percentual de 54%, solteiros com 34%, separados 9% e viúvos 3% como mostra o gráfico 3.

Gráfico 3 – Estado Civil

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

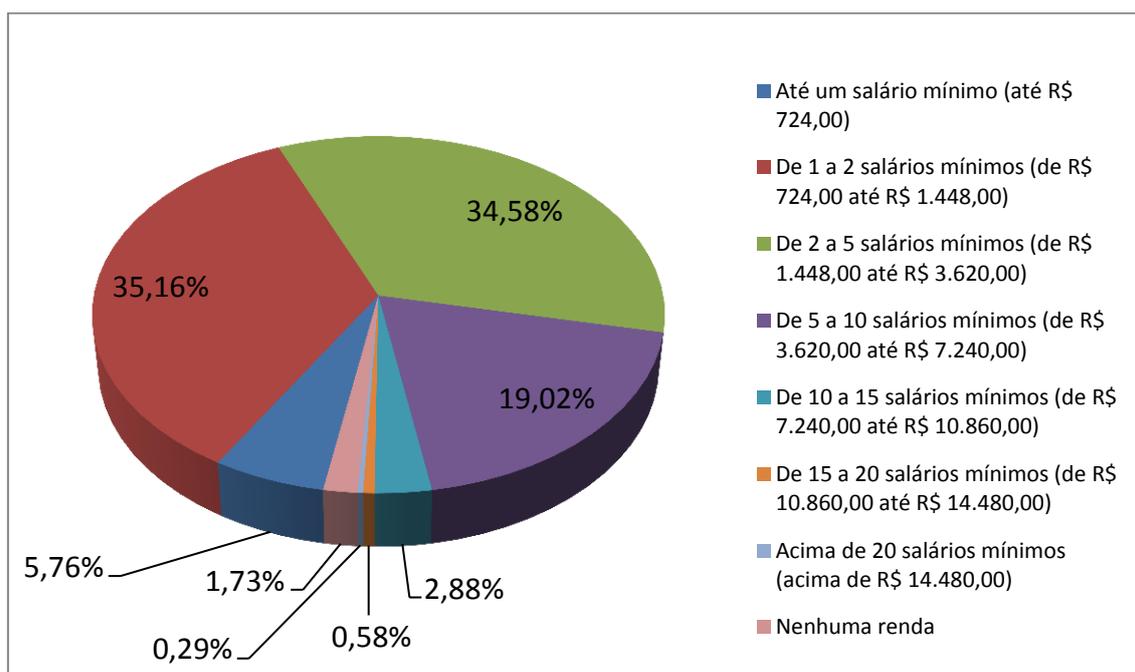
Gráfico 4 – Escolaridade

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

O gráfico 4 mostra a escolaridade dos entrevistados. Destaca-se que 32,85% dos consumidores possuem o ensino superior incompleto. Grande parte dos entrevistados, totalizando 21,33% tem ensino médio completo, seguidos pelos que possuem ensino superior completo, 20,46%, e aqueles com pós-graduação ou especialização representam 10,37%. Ensino médio incompleto representa 5,48% e com a mesma representatividade aqueles que completaram de 5ª a 8ª série do ensino fundamental. Apenas 1,73% dos entrevistados possuem pós-graduação – mestrado e doutorado e 0,29% não estudou.

Com base nas informações, é possível identificar que 53,31% dos entrevistados estão cursando ou já concluíram o ensino superior.

Gráfico 5 – Renda



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Ao analisar a renda dos entrevistados, 35,16% tem renda entre 1 a 2 salários mínimos; e 34,58% dos entrevistados possuem renda de 2 a 5 salários mínimos. Somente 19,02% dos entrevistados possuem renda de 5 a 10 salários mínimos.

2. Intenção de compra

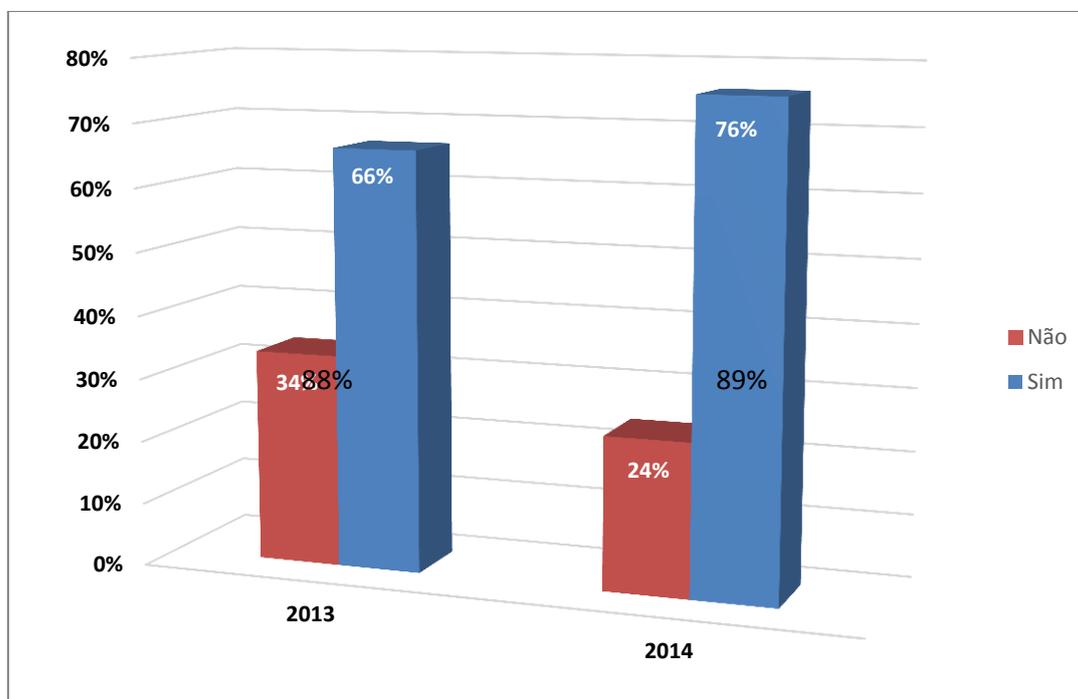
Foi perguntado aos entrevistados sobre a intenção de compra no ano de 2013 e no ano de 2014. Os dados representados nos gráficos 6 e 7 mostram as respostas obtidas.

Foi percebida uma pequena variação de um ano para o outro. Em 2014, as pessoas têm maior representação para intenção de compra do que em 2013.

A pesquisa mostra que a maioria dos entrevistados, 66%, teve intenção de realizar compra de presentes do dia das crianças no ano passado.

Ao analisar o gráfico, fica evidente que a maioria dos entrevistados, 76%, tem intenção de compra de presentes em 2014. Percebe-se que houve um aumento de 10% na intenção de compras deste ano para o ano anterior.

Gráfico 6 – Intenção de compra em 2013 e 2014

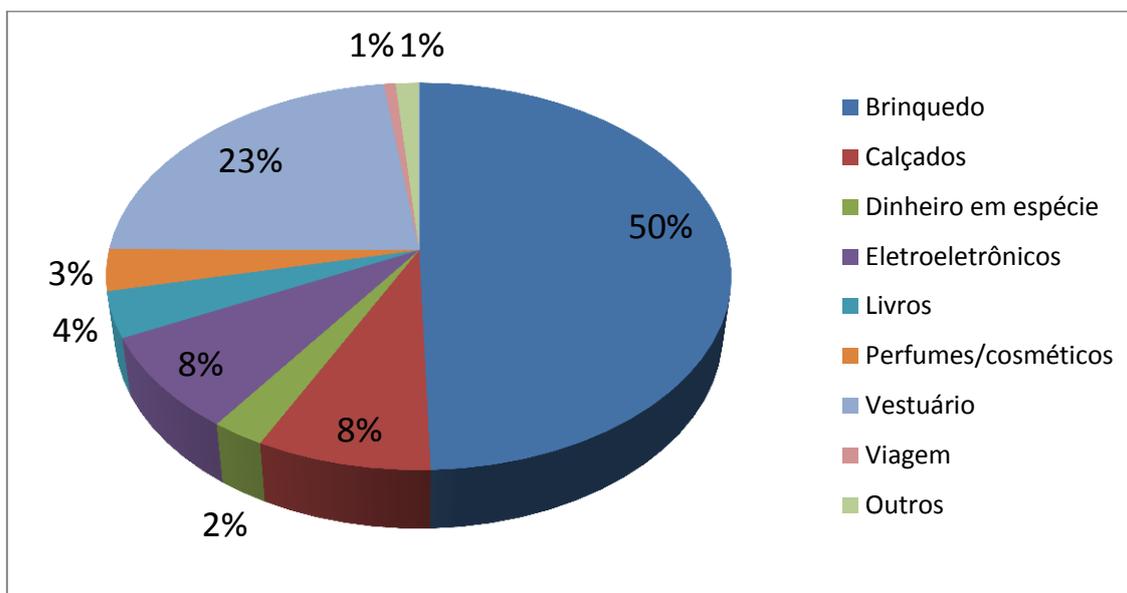


Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

3. Escolhas de compra

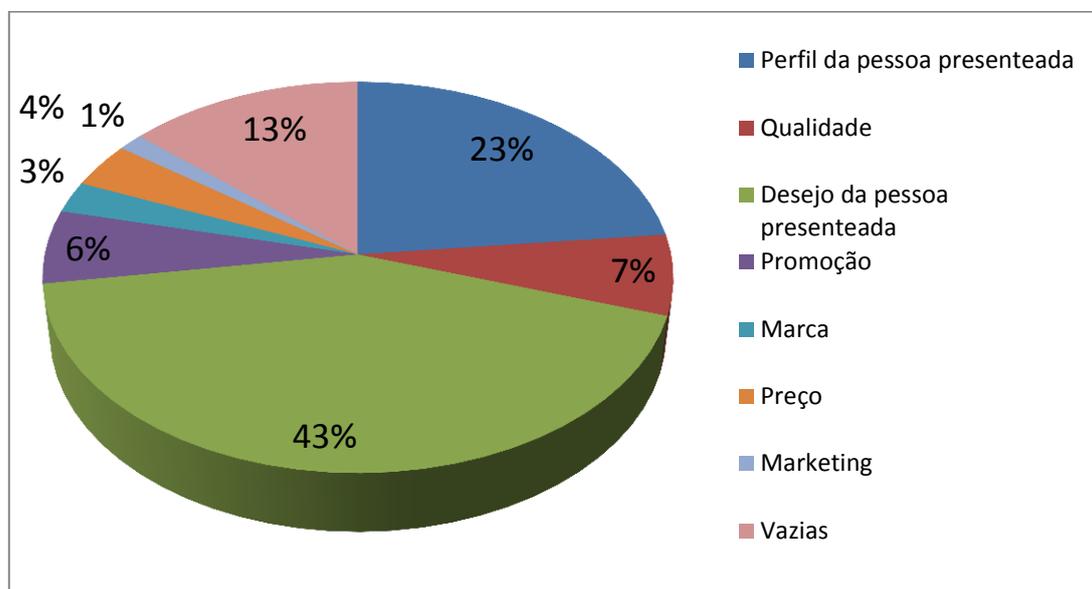
Foram analisados alguns fatores de escolha dos entrevistados para a compra de Presente do Dia das Crianças. Dentre esses fatores estão: tipo de presente, fator determinante na escolha do presente, pretensão de gasto, forma de pagamento, tipo de comércio e motivo de escolha do tipo de comércio.

Gráfico 7 – Tipo do presente



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

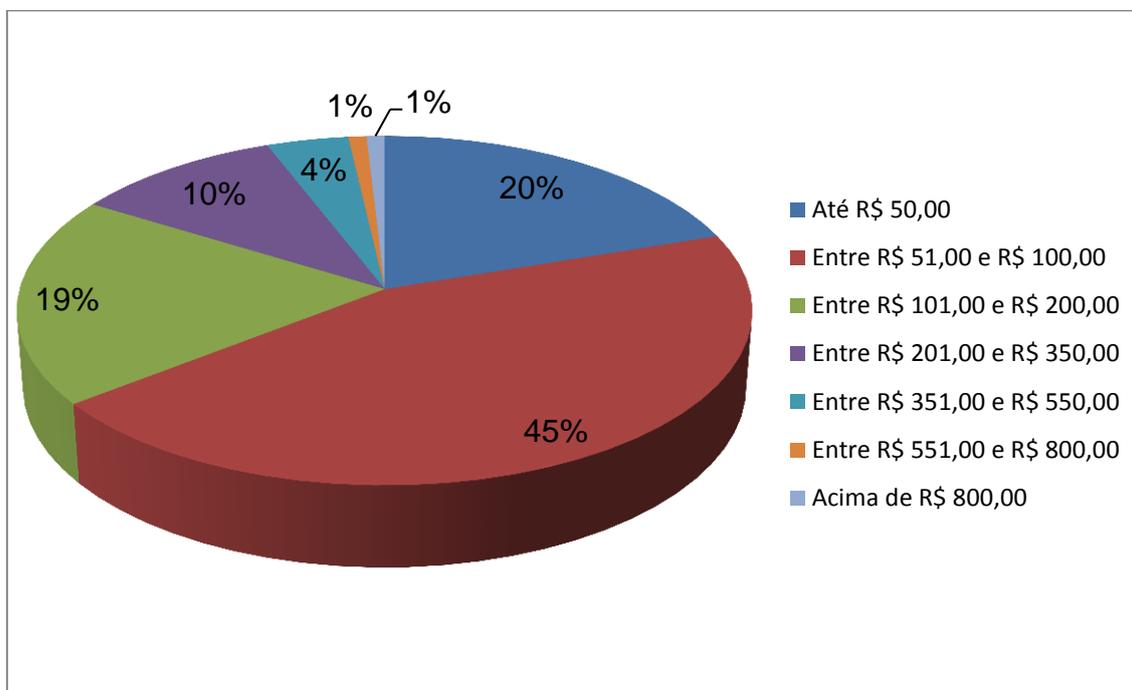
Ao analisar o Gráfico 7 em relação à pesquisa sobre a escolha do presente para o Dia das Crianças, das 347 pessoas entrevistadas somente 289 responderam essa questão, sendo que 50% preferem comprar brinquedos e 23% vestuário. Eletroeletrônicos e calçados apresentam a mesma representatividade com 8% cada. As demais opções de presente representam 11%.

Gráfico 8 – Fator determinante na escolha do presente

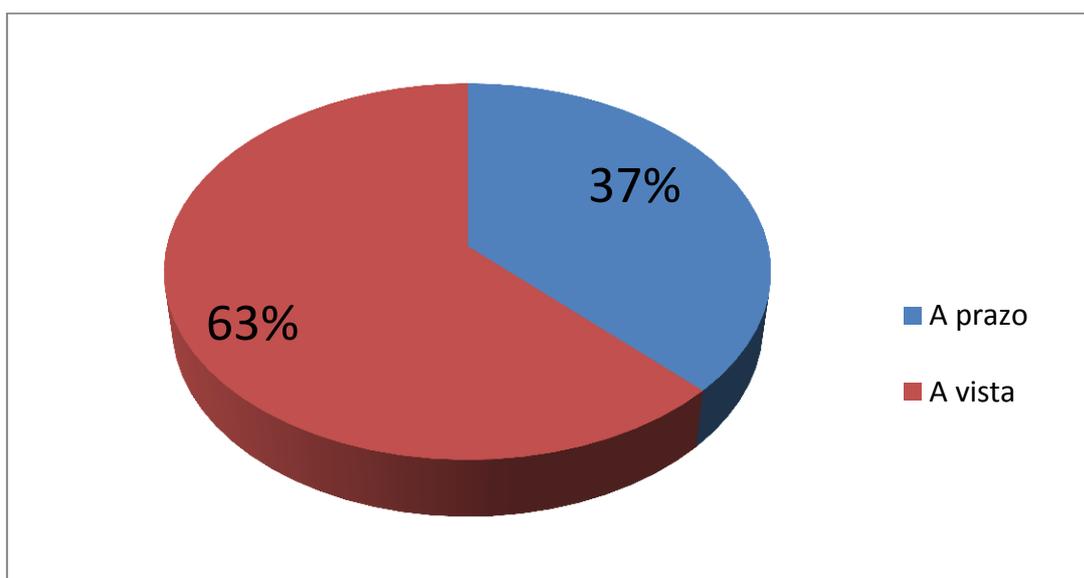
Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

No que se refere ao fator que determina a escolha do presente, os entrevistados em sua maioria responderam que o perfil e o desejo da pessoa presenteada são os fatores determinantes, somando 66% do total, sendo representada por 43% o desejo da pessoa e 23% o perfil da pessoa presenteada.

Já os dados representados no Gráfico 9 demonstram que a intenção de compra que predomina entre os entrevistados é de R\$ 51,00 e R\$ 100 representado por 45% dos entrevistados. A segunda maior porcentagem de resposta sobre a pretensão de gasto foi de até R\$ 50,00, com 20% dos entrevistados, seguidos de 19% que gastariam entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00.

Gráfico 9 – Pretensão de gasto com o presente

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Gráfico 10 – Forma de Pagamento

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

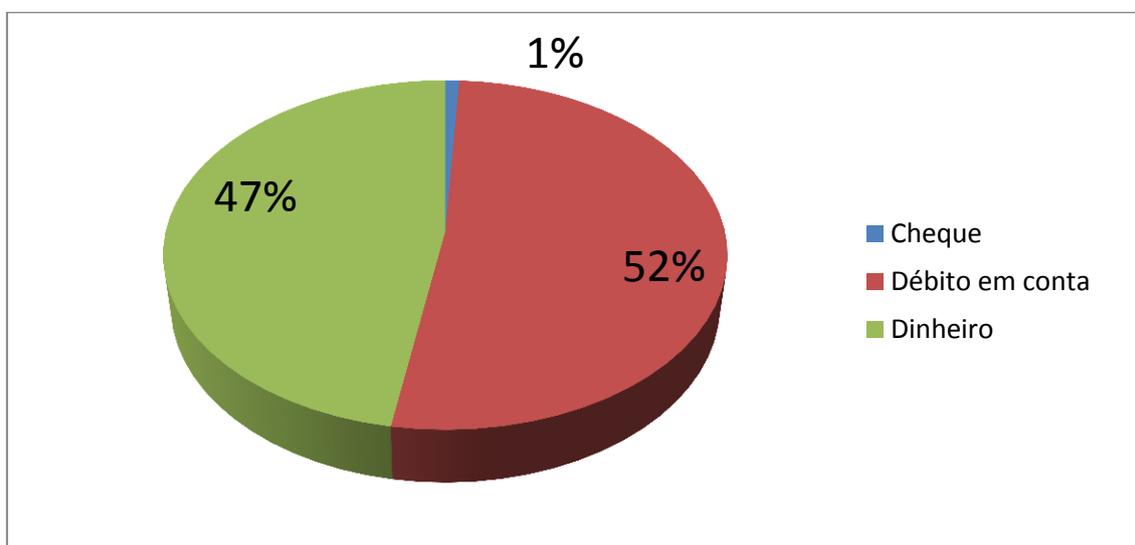
Os entrevistados foram questionados sobre a forma de pagamento que pretendem utilizar. O resultado mostrou que 63% dos entrevistados pretendem pagar o presente à vista e 37% pretendem pagar a prazo.

Para aqueles que pretendem pagar à vista suas compras, foi questionada a melhor opção dentre as três: pagamento em dinheiro, cartão de débito ou cheque. Pagamento em débito em conta foi a opção com maior percentual, com 52% dos entrevistados, como mostra o gráfico 11.

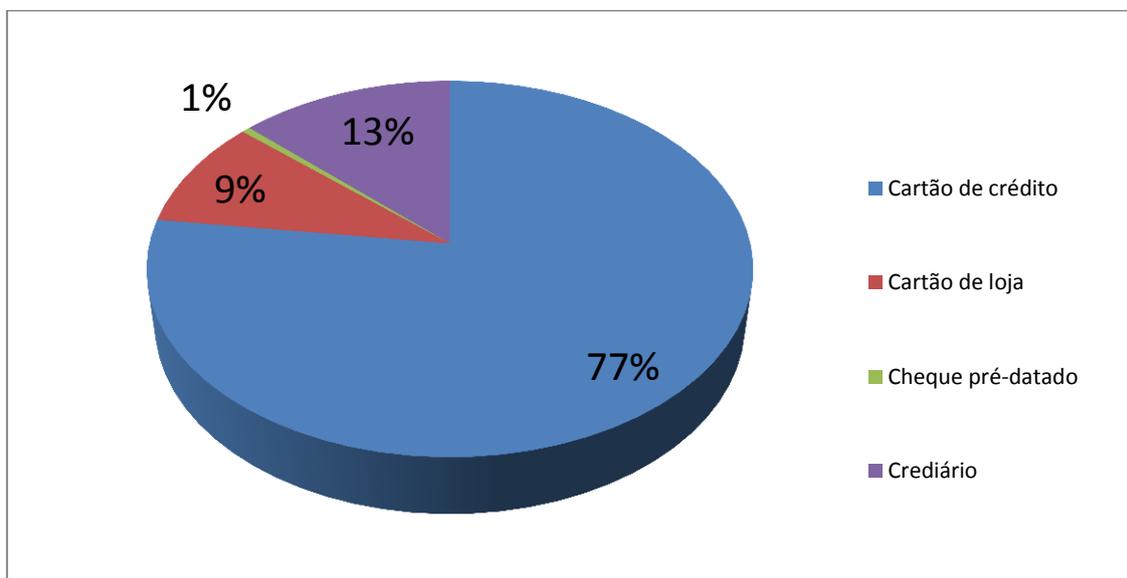
Assim como para as compras pagas à vista, para pagamento a prazo foram apresentadas opções de pagamento: cartão de crédito, cartão de loja, crediário ou cheque pré-datado.

A opção do cheque pré-datado foi a menos escolhida, representando apenas 1% dos entrevistados. Já a opção do cartão de crédito foi escolhida por 77% das pessoas entrevistadas. Os dados são mostrados no Gráfico 12.

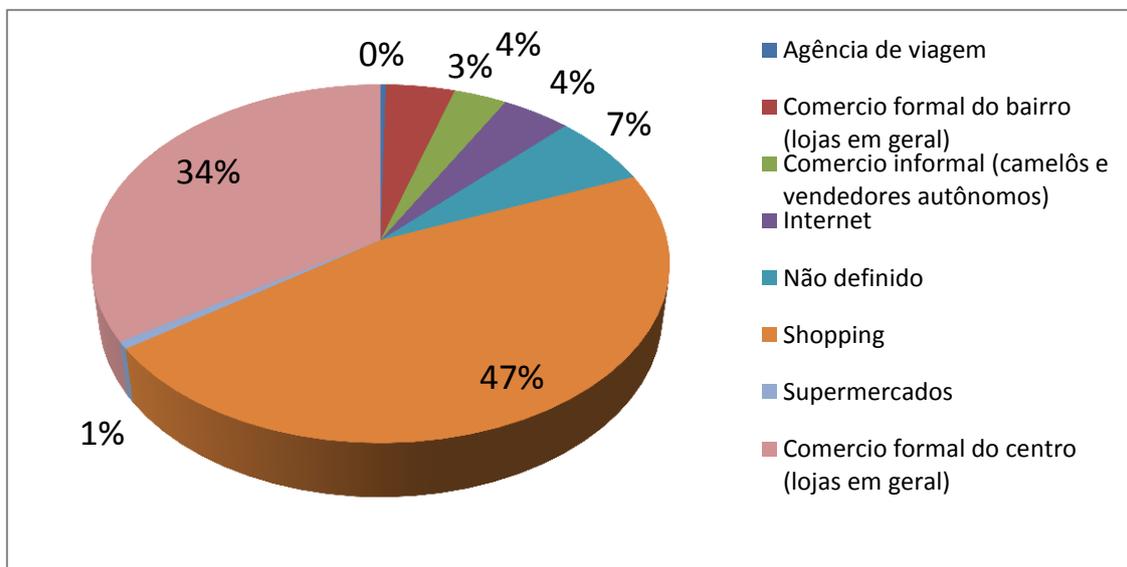
Gráfico 11 – Pagamento à vista



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Gráfico 12 – Pagamento a prazo

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Gráfico 13 – Tipo de comércio

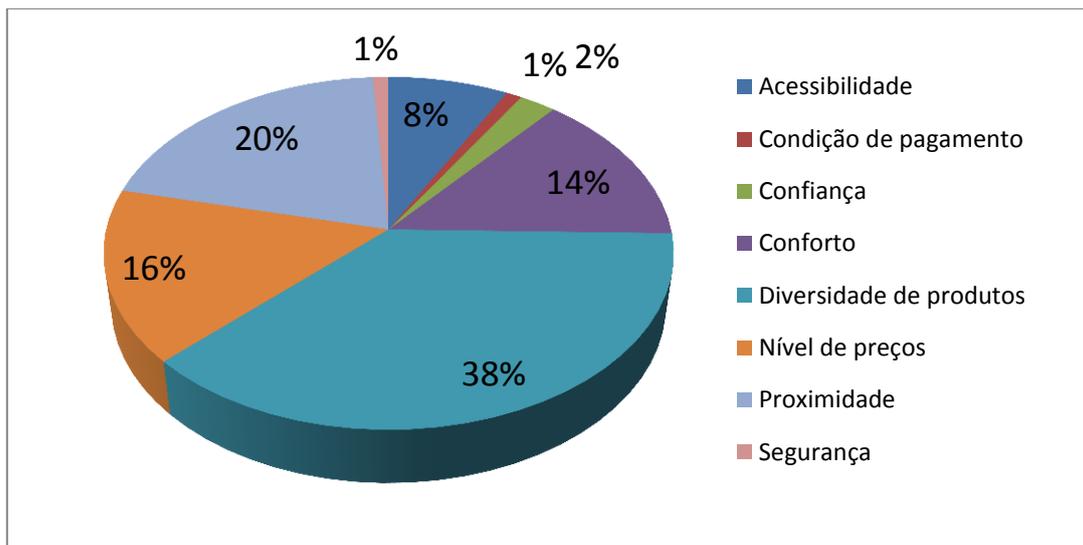
Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

O shopping, por ser um lugar onde reúne vários tipos de lojas que oferecem uma variedade de opções, tem o maior percentual, 47%, como

escolha de onde os participantes desta pesquisa farão suas compras para esta data.

Os comércios do centro também serão bem procurados pelos entrevistados, tendo como representação nesta pesquisa 34% da preferência e apenas 4% dos entrevistados preferem comprar pela internet.

Gráfico 14 – Motivo da escolha do comércio



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

As opções de presentes são muito amplas, por isso na hora de escolher o local onde comprar, as pessoas procuram onde possam encontrar a maior variedade concentrada em um mesmo lugar. Como mostra o Gráfico 14, 38% buscam o lugar baseado na diversidade de produtos que podem encontrar no comércio escolhido.



4. Relações de dados

Para que se pudesse entender os comportamentos dos consumidores de maneira aprofundada foram feitas relações entre dados encontrados nos resultados da pesquisa.

As principais relações feitas foram: relação entre renda e preço do presente, relação entre pretensão de gasto e tipo de presente, relação entre renda e forma de pagamento, relação entre preço do presente e estado civil, relação entre renda e local escolhido para compra, relação entre local de compra e pretensão de gasto.

A partir do gráfico 15, pode-se analisar que os principais valores escolhidos como pretensão de gasto no presente gira em torno de R\$ 50,00 à R\$ 100,00 para as faixas de renda de até um salário mínimo e de 1 a 2 salários mínimos, representando respectivamente 30,28% e 53,21%.

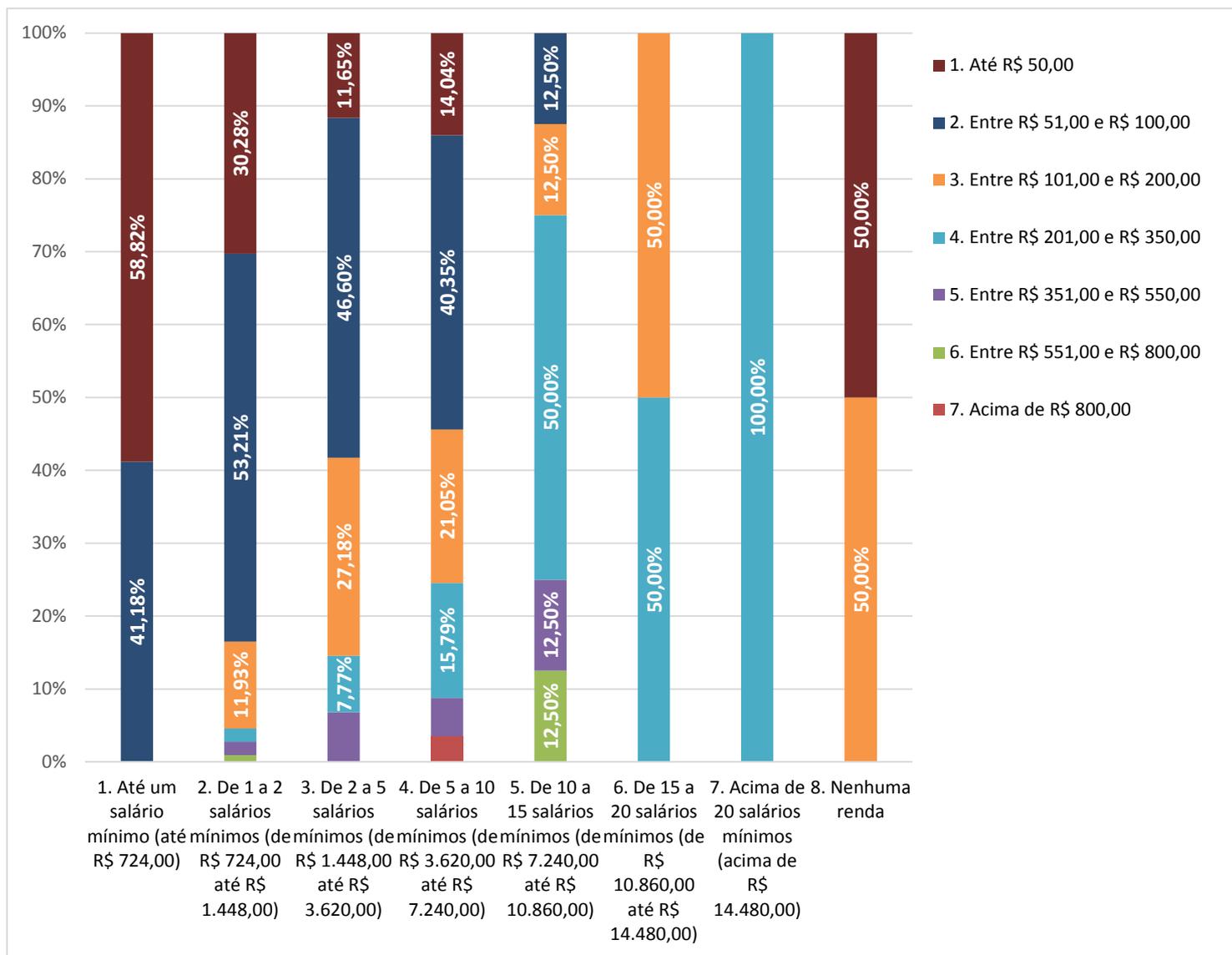
Para a faixa de renda de 15 a 20 salários mínimos a opção que tem maior representatividade é a de preço entre R\$ 101,00 e R\$ 350,00. Já a faixa de nenhuma renda, a porcentagem mais significativa fica no preço de até R\$ 50,00 e na faixa entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00 com 50% de escolha cada. Para os de renda acima de 20 salários mínimos, seu gasto totaliza em 100% para os valores entre R\$ 201,00 e R\$ 350,00.

Os valores do presente entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00 fica a cargo dos assalariados em 2 a 5 salários mínimos que representam 46,60% com essa renda.



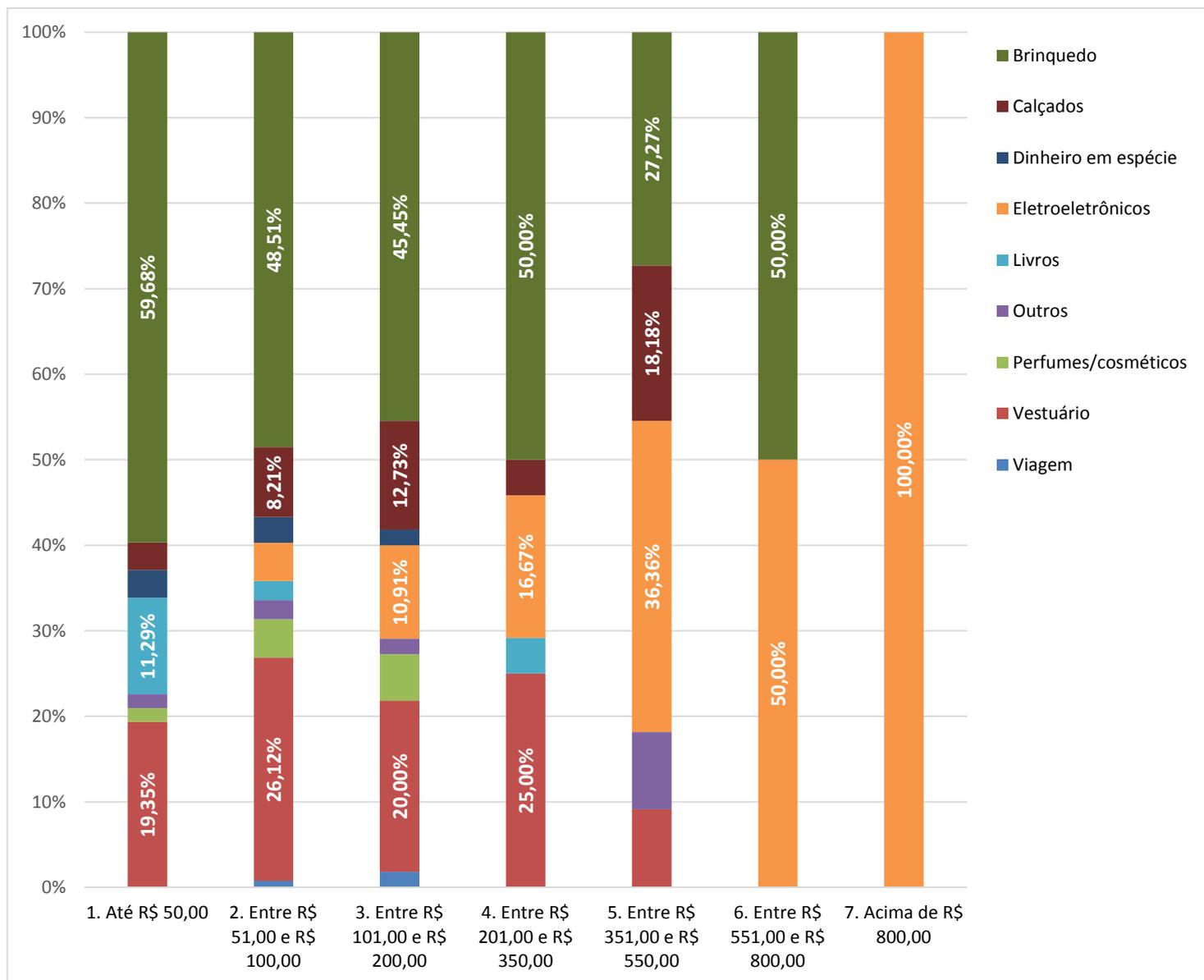


Gráfico 15 – Relação entre Renda e Preço do presente



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.



Gráfico 15 – Relação entre a pretensão de gasto e o tipo de presente

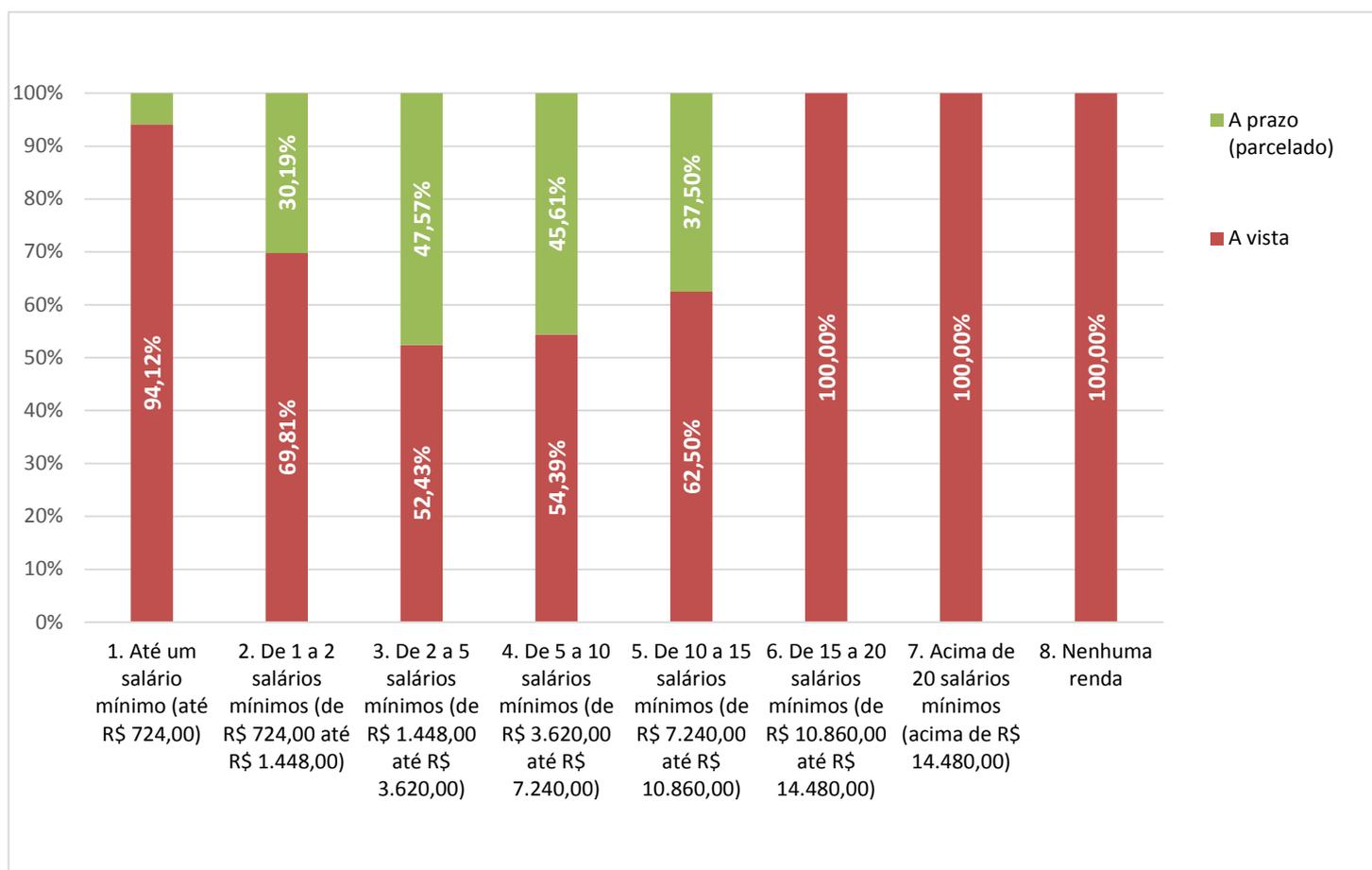
Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Analisando o gráfico 16 percebemos que na maioria dos presentes o brinquedo é o que tem a preferência na pretensão de gasto entre R\$ 50,00, e R\$ 350,00, seguido pela categoria de vestuário, livros e calçados.

No grupo de R\$ 351,00 e R\$ 550,00, podemos perceber o destaque para a categoria em eletroeletrônicos, com 36,36% da opção de compra. Na

faixa entre R\$ 551,00 e R\$ 800,00 as categorias brinquedo e eletroeletrônico aparecem com pretensão de gasto de 50% cada. E acima de R\$ 800,00, com 100% predominou a categoria eletroeletrônico.

Gráfico 17 – Relação entre Renda e Forma de Pagamento



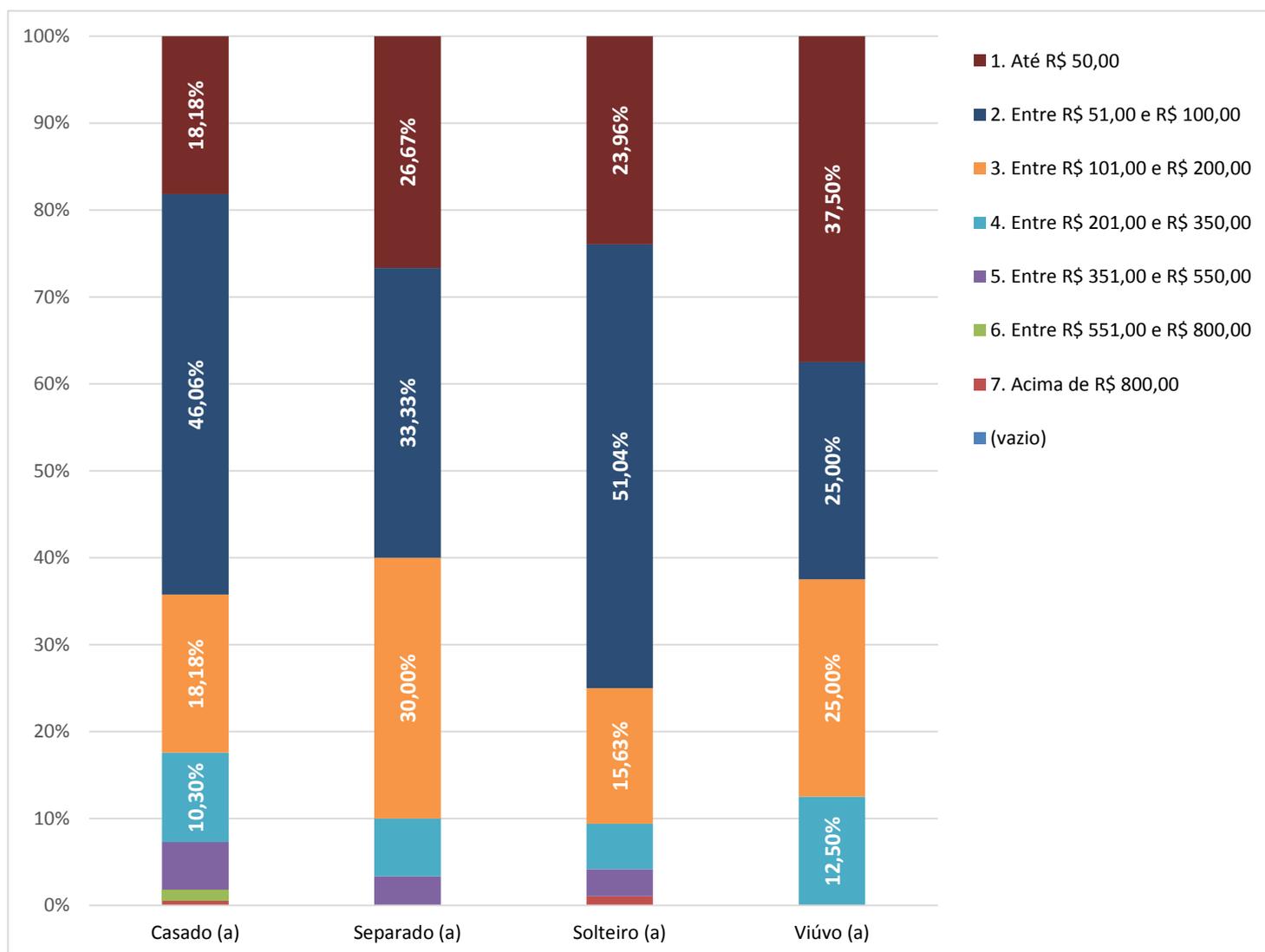
Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Em quase todas as classes sociais a forma de pagamento à vista é predominante, tendo como 100% da escolha nessa modalidade de pagamento para os entrevistados que ganham de 15 a 20 salários mínimos e acima de 20 salários mínimos.

Percebemos que há uma maior relevância no pagamento à vista para os grupos de até um salário mínimo e de 1 a 2 salários mínimos, representando 94,12% e 69,81% respectivamente.

Já para a condição de pagamento a prazo, a maior parcela de escolha fica para o grupo de entrevistados que possuem renda de 2 a 5 salários mínimos com 47,57%.

Gráfico 18 – Relação entre Preço programado e Estado Civil



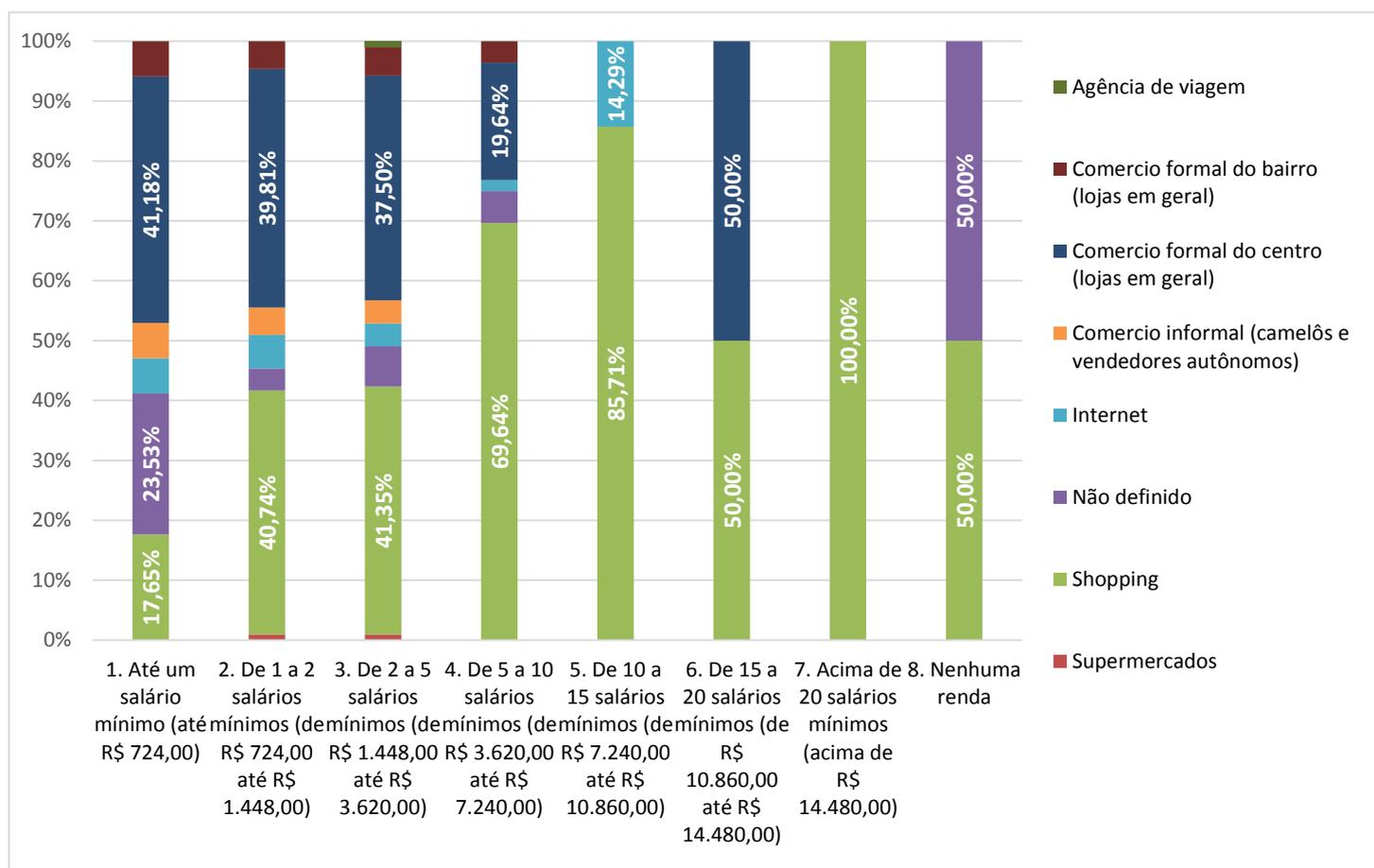
Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Pode-se analisar pelo gráfico 18, a relação entre estado civil e o preço programado que a intenção de gastos para a compra dos presentes entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00 corresponde a 46,06% dos casados, 33,33% dos separados e 51,04% dos solteiros. Para os viúvos, totalizam 37,50% para os valores até R\$ 50,00.

Observa-se também que os solteiros são os mais interessados nos presentes entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00, correspondendo com 51,04% na opção de escolha.

É possível observar também que os separados têm intenção de gastar um preço entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00 sendo representados por 30% dos entrevistados.

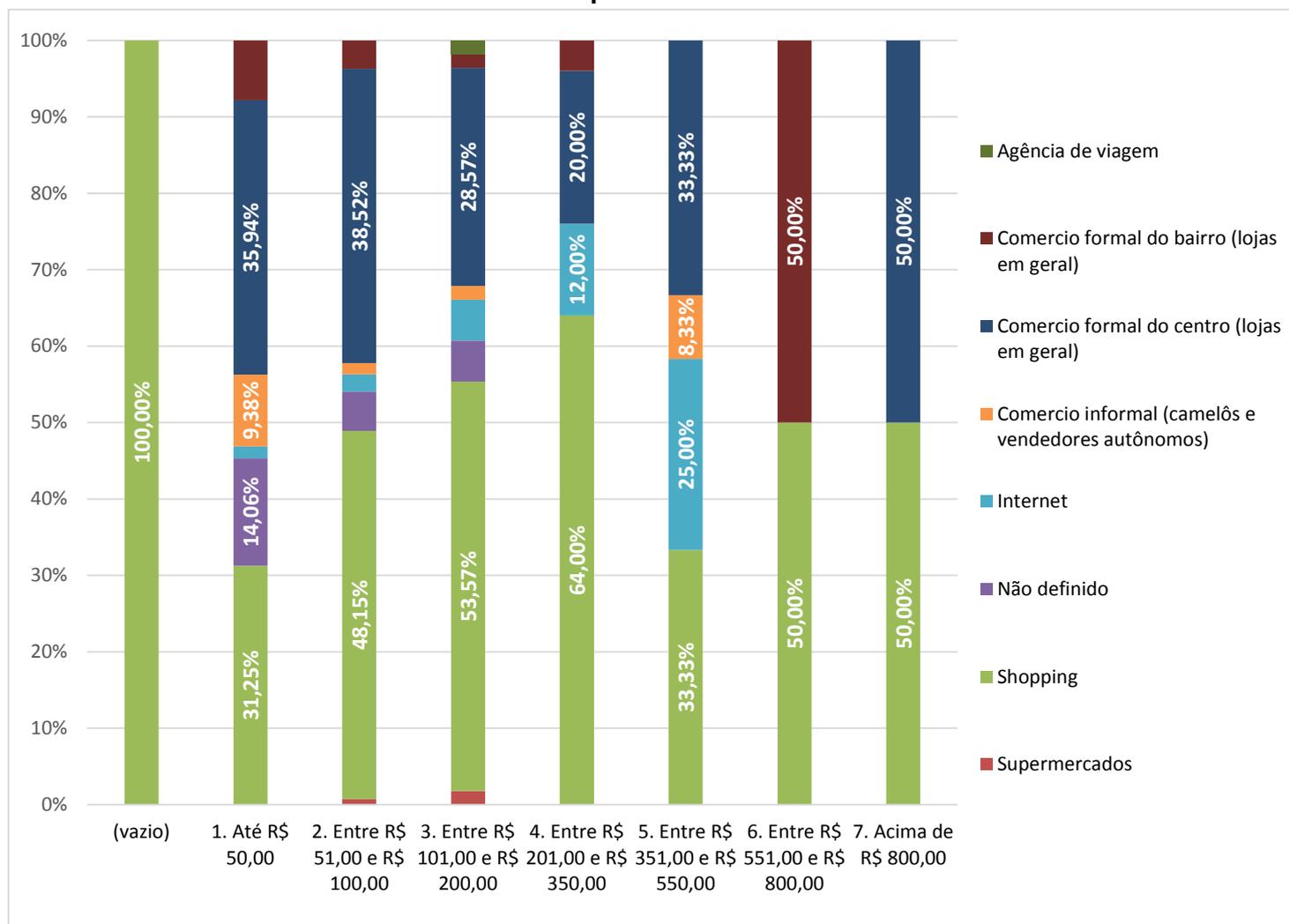
Gráfico 19 – Relação entre Renda e local escolhido para a compra do presente



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Para os dados do gráfico 19, renda e local de compra do presente, pode-se observar que o destaque é para o shopping, sendo a opção de escolha de compra para os grupos de todas as rendas na sua totalidade.

No grupo de renda entre 1 a 2 salários mínimos com 39,81% e de 2 a 5 salários mínimos com 37,50%, podemos observar que escolheram o comércio formal no centro como opção de compra.

Gráfico 20 – Relação entre Pretensão de gasto e local escolhido para a compra do presente

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Para os dados mostrados no gráfico 20, pretensão de gasto entre o local escolhido para a compra do presente, podemos observar que o shopping é em sua maioria o local pretendido para as compras e onde concentra o maior percentual de gastos é o da faixa entre R\$ 101,00 a R\$ 200,00 com 53,57% e na faixa entre R\$ 201,00 a R\$ 350,00 com 64%.

O comércio formal no centro também se destaca na opção de compra para os valores entre R\$ 51,00 a R\$ 100,00 com 38,52% de escolha.



CONCLUSÃO

Após analisar as respostas recebidas na pesquisa pode-se concluir que mais de 76% dos entrevistados tem a pretensão de comprar presentes nesta data e pretendem gastar, na maioria, de R\$ 51,00 a R\$ 100,00.

Como apresentado nos gráficos acima os itens de maior destaque como escolha para o presente são brinquedo (50%) e vestuário (23%). Os lugares mais procurados para a compra são o shopping (47%) e os comércios formais no centro (34%).

A partir dos dados da pesquisa, 63% dos entrevistados pretendem pagar suas compras à vista e destes 52% pagarão com débito em conta e 47% pagarão com dinheiro. Dos que pagarão à prazo, 77% optará pelo cartão de crédito.

Espera-se que o resultado da presente pesquisa possa ser instrumento de análise para tomadas de decisão dentro da cidade de Campo Grande, bem como seja base para futuras pesquisas sobre o tema.

