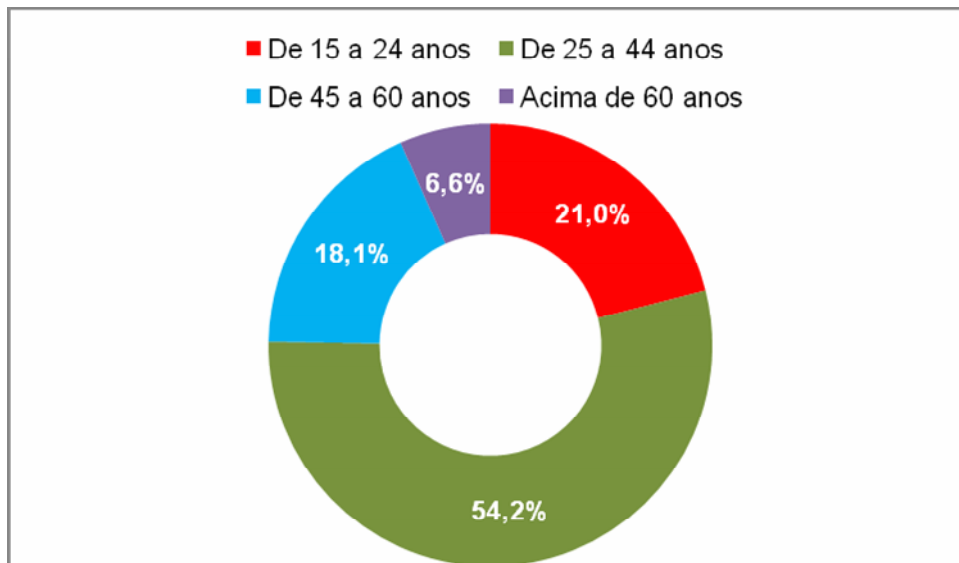


# PERFIL DOS ENTREVISTADOS

**Gráfico1. Percentual de entrevistados por faixa etária**



Sendo a faixa de 25 a 44 anos (54,2%) a maioria dos entrevistados, concluímos que recebemos informações das pessoas de melhor aceitação no mercado de trabalho, responsáveis e devidamente maduras como consumidoras e cidadãs.

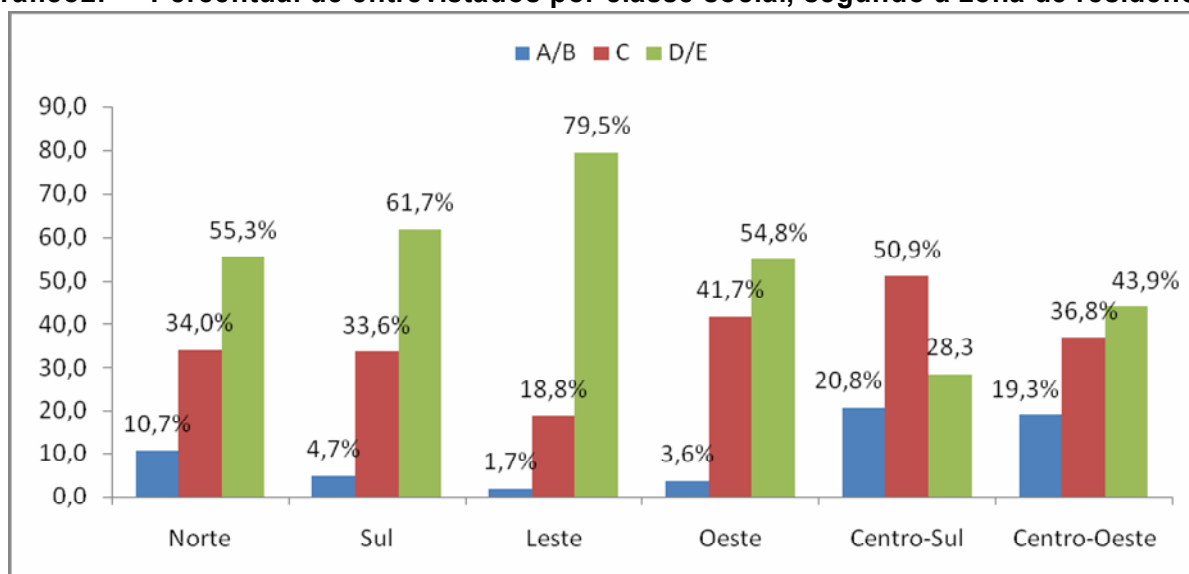
**Tabela1. Percentual de entrevistados segundo o grau de formação**

Grau de formação	%
Nunca estudou/1ª a 4ª série incompleto	5,7
1ª a 4ª série completo/ 5ª a 8ª série incompleto	17,5
5ª a 8ª série completo/Ensino Médio incompleto	18,6
Ensino Médio completo/Superior incompleto	51,7
Superior Completo	6,3
Não sabe/Não respondeu	0,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

Os índices de Ensino Médio completo/Superior Incompleto (51,7%) e Superior Completo (6,3%) dos entrevistados somados representam a maioria, mostrando o perfil de um consumidor medianamente esclarecido.

**Gráfico2. Percentual de entrevistados por classe social, segundo a zona de residência**



A classe D/E é maioria em todas as Zonas, exceto na Centro-Sul, onde a classe C predominou (50,9%).

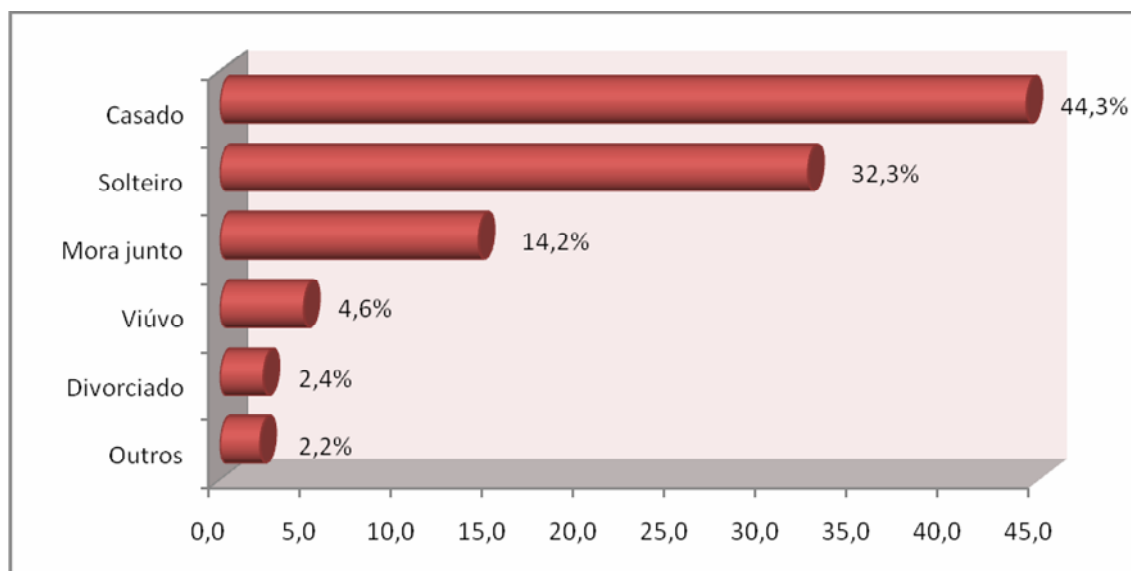
**Tabela2. Percentual de entrevistados por situação de trabalho**

Situação de Trabalho	%
Dona de Casa	31,4
Emprego com carteira assinada	16,1
Autônomo	10,0
Free-lance/Bico	7,7
Funcionário público	7,0
Estudante	5,9
Aposentado	5,9
Desempregado procura emprego	5,9
Assalariado com carteira assinada	5,0
Empresário	2,4
Profissional liberal	1,3
Estudante em estágio remunerado	0,7
Desempregado não procura emprego	0,6
Vive de renda	0,2
<b>Total</b>	<b>100</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

Por ser pesquisa residencial, Dona de Casa (31,4%) tem maior percentual. Já o somatório de Emprego c/Carteira assinada (16,1%), Autônomo (10,0%) funcionário Público (7,0%), Aposentado (5,9%) Assalariado c/carteira assinada (5,0%) perfaz um percentual de 44%.

**Gráfico3. Percentual de entrevistados por condição de estado civil**



Observa-se pelo gráfico 3 que a soma de entrevistados que se declararam Casado (44,3%) e Mora Junto (14,2%) perfaz um total de 58,5%, o que pressupõe que são partícipes de famílias estabelecidas.

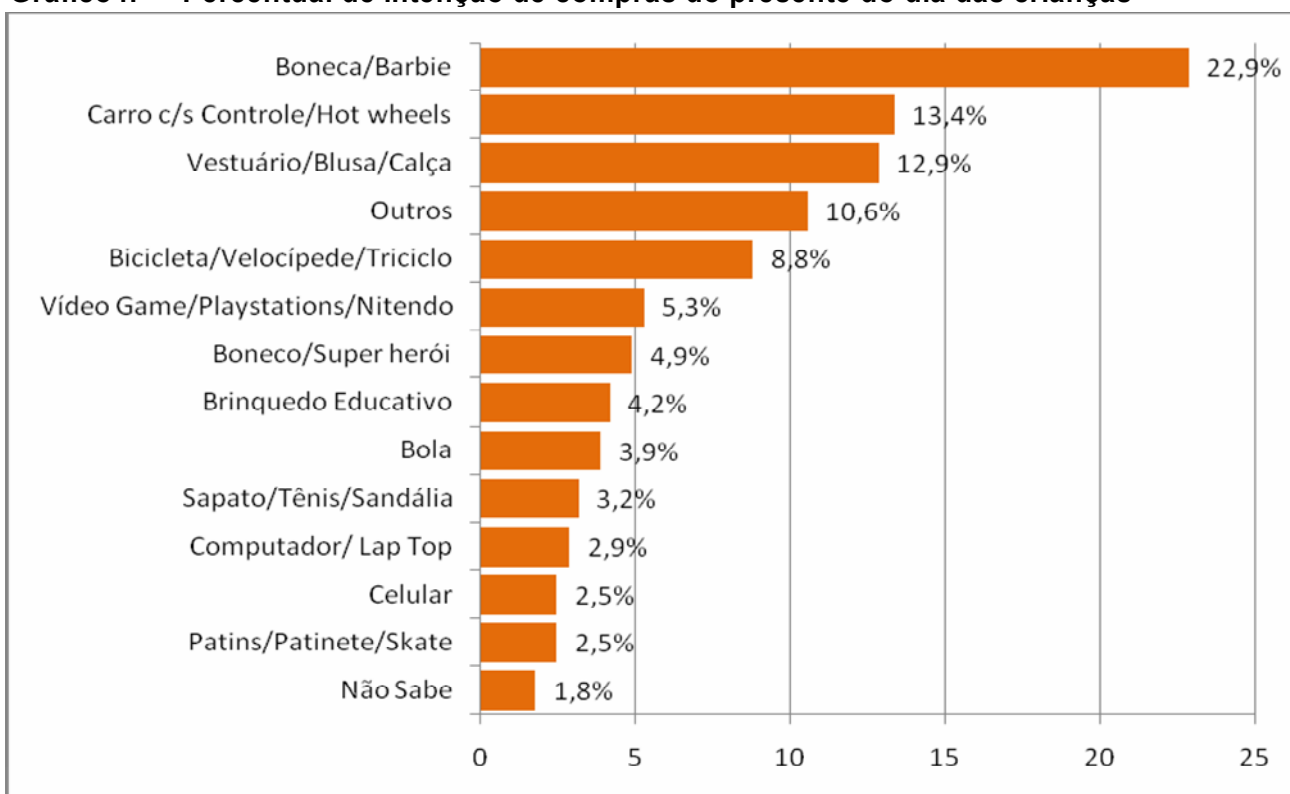
**Tabela3. Percentual de entrevistados segundo a faixa de renda**

Renda Familiar	%
Até R\$ 380,00	12,9
De R\$ 381,00 a R\$ 800,00	29,3
De R\$ 801,00 a R\$ 1.200,00	17,0
De R\$ 1.201,00 a R\$ 2.000,00	17,5
De R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	8,9
De R\$ 3.001,00 a R\$ 4.000,00	3,7
De R\$ 4.001,00 a R\$ 6.000,00	2,0
Mais de 6.000,00	1,1
Não sabe/ Recusa a responder	7,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

Cerca de 76,7% dos entrevistados estão enquadrados na faixa de renda entre R\$381,00 a R\$2.000,00. Contudo, o poder de compra desses analogicamente seria de baixo a médio consumo, porém devido à inserção financeira do mercado consumidor, essa faixa possui um grande potencial de facilidades de aberturas de crédito e isso contribui muito no aumento de gastos dessa grande parcela da população.

**Gráfico4. Percentual de intenção de compras do presente do dia das crianças**



Neste gráfico geral, vê-se grande o interesse por Boneca/Barbie (22,9%). Depois vem Carro c/controlado/Hot wheels (13,4%), Vestuário/Blusa/Calça (12,9%). Os tradicionais Bicicleta/Velocípede/Triciclo(8,8%), outrora campeões, mantêm ainda uma razoável demanda. Já os “modernos” Vídeo Game/Playstations/Nitendo (5,3%) ocupam médio interesse, mas são produtos competitivos. O item Brinquedo Educativo (4,2%) neste percentual, pode crescer se bem trabalhado publicitariamente.

**Tabela4. Grau de parentesco da criança com o entrevistado**

Grau de parentesco	%
Filho(a)	44,5
Sobrinho(a)	28,2
Neto(a)	17,8
Filho(a) de amigo(a)	3,4
Afilhado(a)	3,2
Irmão(a)	1,7
Enteado(a)	0,5
Prima	0,5
Criança carente	0,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

A soma de Sobrinhos (28,2%) com Neto (17,8%) ultrapassa a de Filho (44,5%), o que indica uma boa procura por presentes.

# TABULAÇÕES CRUZADAS

**Tabela5. Grau de parentesco das crianças com os pais ou responsáveis, segundo o tipo do presente**

O que os pais pretendem presentear	Grau de parentesco com a criança								
	Filho(a)	Sobrinho(a)	Afilhado(a)	Enteado(a)	Filho(a) de amigo(a)	Neto(a)	Irmão(a)	Criança carente	Prima
Câmera Digital	0,6								
Celular	2,8	0,9	0,7			3,2			
Computador/Lap Top	3,0	2,4	0,7			2,7	2,1		
Rádio da Barbie	0,6	0,9				1,4	8,3		
Robô	0,2	0,3	0,7						
MP3/MP4/Pen Driver	1,5	0,6		5,9		0,2			
Balança	0,1	0,1							
Bicicleta/Velocípede/ Triciclo	9,5	6,1	4,6		12,0	4,5	6,3		
Bola	2,8	6,6	2,0		2,4	6,6			
Boneca/Barbie	22,4	28,7	17,1	29,4	29,6	25,8	31,3	50,0	
Boneco/Super herói	2,9	7,3	2,0		5,6	4,5	8,3		
Brinquedo educativo	4,0	4,9	3,9		10,4	2,7	6,3		
Brinquedo musical	0,7	1,6	1,3		1,6	0,1			
Carro c/s controle/Hot W heels	13,7	12,6	11,2		12,0	21,0	14,6	50,0	6,9
Casa de boneca	1,6	1,2	0,7			0,2			
Cozinha infantil	1,9	0,7	1,3			2,4			
Patins/patinete/skate	4,0	1,5				0,5			
Jogo de montagem	0,8	0,5				0,8			
Mesa de ping pong	0,1	0,2							
Vídeo									
Game/Playstations/Nitendo	7,1	3,2	1,3		4,8	2,0	12,5		
Tênis com patins	0,1	0,2							
Sapato/Tênis/Sandália	5,0	2,8	6,6	5,9	13,6	1,0			
DVD de História	0,2				0,8	0,1			
Dinheiro	0,2	0,3		11,8					
Estojo de maquiagem	0,2	0,3							
Vestuário/Blusa/Calça	10,3	12,2	34,9	5,9	4,8	15,7	6,3		93,1
Impressora	0,1								
Campo de futebol	0,4			11,8					
Bíblia							2,1		
Livro	0,2	0,1							
Outros	1,4	3,1	10,5		0,8	2,1	2,1		
Não sabe	1,5	0,7	0,7	29,4	1,6	2,4			
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.  
 Nota: No item OUTROS foram agrupados os presentes com frequência menor que 3 respostas.

Esta tabela aponta uma grande procura por boneca de um modo geral e boneca Barbie (50%) e Carro s/c/controle/Hotwheels (50%) para presente às crianças carentes.

**Tabela6. O que os pais pretendem presentear para as crianças do sexo masculino**

O que pretende presentear	%
Carro c/s controle/Hot wheels	23,2
Vestuário/Blusa/Calça	13,1
Bicicleta/Velocípede/Triciclo	12,7
Vídeo Game/Playstations/Nitendo	10,8
Boneco/Super herói	7,8
Brinquedo educativo	5,9
Bola	4,9
Computador/Lap Top	3,6
Sapato/Tênis/Sandália	3,3
Patins/patinete/skate	2,6
Celular	1,6
MP3/MP4/Pen Driver	1,3
Jogo de montagem	1,3
Câmera Digital	0,7
Robô	0,3
Brinquedo musical	0,3
Mesa de ping pong	0,3
DVD de História	0,3
Livro	0,3
Outros	3,3
Não sabe	2,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.  
 Nota: No item OUTROS foram agrupados os presentes com frequência menor que 3 respostas.

Para o público infanto-masculino a primeira opção de presente será Carro c/s/controle/hot wheels (23%). Esta preferência pode ser refletida no grande investimento de publicidade deste produto, visto que o mesmo sempre está nos meios de comunicação influenciando as crianças e/ou os consumidores.

**Tabela7. O que os pais pretendem presentear para as crianças do sexo feminino**

O que pretende presentear	%
Boneca/Barbie	37,0
Vestuário/Blusa/Calça	11,5
Bicicleta/Velocípede/Triciclo	10,2
Celular	5,1
Cozinha infantil	4,3
Computador/Lap Top	3,8
Patins/patinete/skate	3,4
Casa de boneca	3,0
Brinquedo educativo	2,6
MP3/MP4/Pen Driver	2,1
Boneco/Super herói	1,7
Brinquedo musical	1,3
Vídeo Game/Playstations/Nintendo	1,3
Estojo de maquiagem	1,3
Livro	1,3
Jogo de montagem	0,9
Sapato/Tênis/Sandália	0,9
Dinheiro	0,9
Câmera Digital	0,4
Carro c/s controle/Hot wheels	0,4
Impressora	0,4
Bíblia	0,4
Outros	3,4
Não sabe	2,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

Nota: No item OUTROS foram agrupados os presentes com frequência menor que 3 respostas.

Bonecas/Barbies (37%) estão como a maior opção dos pais/responsáveis para presentear as meninas.

**Tabela8. Comparação entre o item pretendido pelos pais ou responsáveis como presente e a pretensão da criança**

Item de presente	O que os pais pretendem presentear (%)	O que as crianças querem ganhar (%)
Câmera Digital	0,3	0,9
Celular	2,5	2,7
Computador/Lap Top	3,0	9,4
Rádio da Barbie	0,6	0,0
Robô	0,2	0,4
MP3/MP4/Pen Driver	1,1	3,6
Balanço	0,1	0,0
Bicicleta/Velocípede/Triciclo	9,0	18,8
Bola	4,0	1,8
Boneca/Barbie	23,4	16,5
Boneco/Super herói	5,0	3,1
Brinquedo educativo	4,3	0,4
Brinquedo musical	0,9	0,0
Carro c/s controle/Hot wheels	13,7	7,1
Casa de boneca	1,1	0,9
Cozinha infantil	1,6	2,7
Patins/patinete/skate	2,5	6,7
Jogo de montagem	0,9	0,0
Mesa de ping pong	0,2	0,4
Vídeo Game/Playstations/Nitendo	5,4	19,2
Tênis com patins	0,1	0,0
Sapato/Tênis/Sandália	3,3	0,4
DVD de História	0,2	0,4
Dinheiro	0,3	0,4
Estojo de maquiagem	0,3	0,4
Vestuário/Blusa/Calça	13,2	0,4
Impressora	0,1	0,4
Outros	0,6	1,3
Não sabe	1,9	1,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

Esta tabela mostra o enorme paradoxo entre a vontade de compra dos pais e o desejo das crianças. Enquanto a maior intenção de compra é por Boneca/Barbie (23,4%), Carro c/s controle (13,7%), Vestiário/Blusa/Calça (13,2%), elas, opostamente, desejam ganhar Vídeo game/Playstations/Nitendo

(19,2%), Computador/laptop (9,4%), Bicicleta/Velocípede/Triciclo (18,8%), dentre os vários exemplos possíveis de detectar.

Outro fato observado é que apesar de estarmos em plena era da inclusão digital os pais não demonstram muito interesse em presentear seus filhos com itens que envolvam tecnologia da informação, pois, enquanto os pais desejam presentear computador ou pen driver em 4,1%, os filhos desejam ganhar em 13%.

**Tabela9. O que os pais pretendem presentear por faixa etária da criança**

O que pretende presentear	Faixa etária da Criança que receberá o presente (%)				
	Menos de 1 ano	De 1 a 4 anos	De 5 a 8 anos	De 9 a 12 anos	Mais de 12 anos
Câmera Digital				1,2	3,0
Celular		0,7		6,2	18,2
Computador/Lap Top		0,7	3,4	6,2	9,1
Robô		0,7			
MP3/MP4/Pen Driver			1,7	1,2	12,1
Bicicleta/Velocípede/Triciclo	9,7	14,4	10,2	13,0	3,0
Bola	3,2	0,7	3,4	3,1	6,1
Boneca/Barbie	22,6	21,6	17,6	11,8	
Boneco/Super herói	6,5	6,5	6,3	3,1	3,0
Brinquedo educativo	3,2	10,8	2,3	2,5	
Brinquedo musical		1,4	1,1		
Carro c/s controle/Hot wheels	12,9	15,8	18,8	7,5	
Casa de boneca		1,4	2,8		
Cozinha infantil		2,2	2,8	1,2	
Patins/patinete/skate			4,5	5,0	
Jogo de montagem		2,2	0,6	1,2	
Mesa de ping pong				0,6	
Vídeo					
Game/Playstations/Nitendo		0,7	7,4	13,0	3,0
Sapato/Tênis/Sandália		2,9	1,1	2,5	6,1
DVD de História		0,7			
Dinheiro				0,6	3,0
Estojo de maquiagem			1,7		
Vestuário/Blusa/Calça	29,0	12,2	8,0	13,7	15,2
Impressora				0,6	
Bíblia			0,6		
Livro			1,1	0,6	3,0
Outros	9,7	2,9	3,4	1,2	9,1
Não sabe	3,2	1,4	1,1	3,7	6,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

Nota: No item OUTROS foram agrupados os presentes com frequência menor que 3 respostas.

Nesta tabela, na faixa de menos de 1 ano, destacam-se Vestuário (29,0%), Boneca/Barbie(22,6%), Carro s/Controle (12,9%). Bicicleta/Velocípede/Triciclo (9,7%) apresentam altas procuras, para uma criança que está aprendendo a andar.

Na faixa de 1 a 4 anos, Boneca/Barbie (21,6%), Carro c/s/Controle (15,8%), Bicicleta/Velocípede/Triciclo (14,4%) despontam. Vestuário (12,2%) ocupa posição intermediária. Já Brinquedo Educativo (10,8%) ocupa sua maior posição nesta faixa. Nessa faixa, a procura será maior por brinquedos.

Na faixa de 5 a 8 anos, estão Carro s/c/controle (18,8%), Boneca/Barbie (17,6%),Bicicleta/Velocípede/Triciclo (10,2%). Vestuário/Blusa/Calça (8,0%). Aqui começa a surgir o interesse por Game/Playstations/Nitendo (7,4%).

De 9 a 12 anos vê-se o interesse por vestuário (13,7%). Bicicleta/Velocípede/Triciclo (13%),Game/Playstations/Nitendo(13%) estão empatados. Computador/Laptop (12,1%) a seguir.

Acima de 12 anos, o maior interesse é por Celular (18,2%), seguido por Vestuário/Blusa/calça (15,2%) e MP3/Mp4/Pendriver(12,1%)

**Tabela10. O que os pais pretendem presentear às crianças do sexo masculino, segundo a faixa etária.**

O que pretende presentear	Faixa Etária da Criança do Sexo Masculino (%)				
	Menos de 1 ano	De 1 a 4 anos	De 5 a 8 anos	De 9 a 12 anos	Mais de 12 anos
Câmera Digital				1,1	5,3
Celular		1,3		2,1	10,5
Computador/Lap Top			4,2	5,3	10,5
Robô		1,3			
MP3/MP4/Pen Driver			2,1	1,1	5,3
Bicicleta/Velocípede/Triciclo	11,8	17,7	7,4	15,8	5,3
Bola	5,9	1,3	6,3	5,3	10,5
Boneco/Super herói	5,9	8,9	11,6	4,2	5,3
Brinquedo educativo	5,9	15,2	2,1	3,2	
Brinquedo musical		1,3			
Carro c/s controle/Hot wheels	23,5	27,8	33,7	12,6	
Patins/patinete/skate			3,2	5,3	
Jogo de montagem		1,3	1,1	2,1	
Mesa de ping pong				1,1	
Vídeo Game/Playstations/Nitendo		1,3	13,7	18,9	5,3
Sapato/Tênis/Sandália		3,8	1,1	4,2	10,5
DVD de História		1,3			
Vestuário/Blusa/Calça	23,5	12,7	9,5	13,7	21,1
Livro				1,1	
Outros	17,6	2,5	3,2	1,1	5,3
Não sabe	5,9	2,5	1,1	2,1	5,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

Nota: No item OUTROS foram agrupados os presentes com frequência menor que 3 respostas.

Na faixa até 1 ano de idade, para os meninos, mostra empate em Vestuário/Blusa/Calça (23,5%) e Carro c/s/controle/Hot wheels (23,5%).

Na faixa até 4 anos, Carro/c/s/controle/hotwheels(27,8%), Bicicleta/velocípede/triciclo (17,7%) serão os mais procurados. A surpresa é Brinquedo Educativo (15,2%). Vestuário/Blusa/Calça (12,7%) vem a seguir.

Na faixa de 5 a 8 anos Carro c/s/controle (33,7%) dispara, seguido de Vídeo Game/Playstations/Nitendo (13,7%).

De 9 a 12 anos Vídeo Game/Playstations/Nitendo (18,9%) e Bicicleta/Velocípede/Triciclo (15,8%) e Vestuário/Blusa/Calça (13,7%) serão os mais procurados.

Para os meninos acima de 12 anos Vestuário/Blusa/Calça (21,1%) apresenta em disparado a maior procura. Depois, rigorosamente empatados, vem Celular (10,5%), Computador/Laptop infantil (10,5%), Bola (10,5%), Sapato/Tênis/Sandália (10,5%).

**Tabela11. O que os pais pretendem presentear às crianças do sexo feminino, segundo a faixa etária.**

O que pretende presentear	Faixa Etária da criança do sexo feminino(%)				
	Menos de 1 ano	De 1 a 4 anos	De 5 a 8 anos	De 9 a 12 anos	Mais de 12 anos
Câmera Digital				1,5	
Celular				12,1	28,6
Computador/Lap Top		1,7	2,5	7,6	7,1
MP3/MP4/Pen Driver			1,2	1,5	21,4
Bicicleta/Velocípede/Triciclo	7,1	10,0	13,6	9,1	
Boneca/Barbie	50,0	50,0	38,3	28,8	
Boneco/Super herói	7,1	3,3		1,5	
Brinquedo educativo		5,0	2,5	1,5	
Brinquedo musical		1,7	2,5		
Carro c/s controle/Hot wheels			1,2		
Casa de boneca		3,3	6,2		
Cozinha infantil		5,0	6,2	3,0	
Patins/patinete/skate			6,2	4,5	
Jogo de montagem		3,3			
Vídeo Game/Playstations/Nitendo				4,5	
Sapato/Tênis/Sandália		1,7	1,2		
Dinheiro				1,5	7,1
Estojo de maquiagem			3,7		
Vestuário/Blusa/Calça	35,7	11,7	6,2	13,6	7,1
Impressora				1,5	
Bíblia			1,2		
Livro			2,5		7,1
Outros		3,3	3,7	1,5	14,3
Não sabe			1,2	6,1	7,1

Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
-------	-------	-------	-------	-------	-------

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

Nota: No item OUTROS foram agrupados os presentes com frequência menor que 3 respostas.

O interesse dos pais em comprar Boneca ou Barbie (50%) e Vestuário/Blusa/calça (35%) para essa faixa é incontestável. Para a faixa até 4 anos Boneca ou Barbie (50%) vem disparado. Seguido depois por Vestuário/Blusa/calça (11,7%).

Na faixa de 5 a 8 anos Boneca ou Barbie(38,3%) e Bicicleta/Velocípede/Triciclo (13,6%) serão mais procurados. De 9 a 12 anos Boneca ou Barbie (28,8%), Vestuário/Blusa/Calça (13,6%) e Celular (12,1%) se destacam. Para as meninas acima de 12 anos Celular (28,6%), MP3/MP4/Pendriver (21,4%).

**Tabela12. O que os pais pretendem presentear no dia das crianças segundo a sua classificação social**

O que pretende presentear	Classe Social (%)		
	A/B	C	D/E
Câmera Digital	2,3	-	0,6
Celular	-	3,8	3,2
Computador/Lap Top	-	4,9	3,5
Robô	2,3	-	-
MP3/MP4/Pen Driver	2,3	3,3	0,6
Bicicleta/Velocípede/Triciclo	4,5	9,9	13,7
Bola	4,5	2,2	2,9
Boneca/Barbie	11,4	15,9	16,8
Boneco/Super herói	4,5	4,4	5,7
Brinquedo educativo	9,1	5,5	3,2
Brinquedo musical	2,3	0,5	0,6
Carro c/s controle/Hot wheels	11,4	10,4	15,2
Casa de boneca	2,3	1,1	1,3
Cozinha infantil	2,3	1,1	2,2
Patins/patinete/skate	6,8	2,7	2,5
Jogo de montagem	-	2,2	0,6
Mesa de ping pong	-	-	0,3
Vídeo Game/Playstations/Nintendo	6,8	9,3	5,1
Sapato/Tênis/Sandália	-	3,3	1,9
DVD de História	-	-	0,3
Dinheiro	-	-	0,6
Estojo de maquiagem	-	-	1,0
Vestuário/Blusa/Calça	9,1	12,6	12,7
Impressora	-	-	0,3
Bíblia	2,3	-	-
Livro	-	1,1	0,6
Outros	9,1	2,7	2,9
Não sabe	6,8	2,7	1,6

<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

No diferencial entre classes, a classe A/B apresenta interesse em comprar Brinquedos Educativos (9,1%). A Classe C se interessa por Vídeo Games/Playstations/Nitendo(9,3%) e a classe D/E Bicicleta/Velocípede/Triciclo (13,7%) e Carro c/s/controle/Hotwheels (15,2%).

**Tabela13. Percentual de entrevistados por zona segundo o item de presente.**

Item pretendido como presente	Zona de residência do Entrevistado					
	Norte	Sul	Leste	Oeste	Centro-Sul	Centro-Oeste
Câmera Digital	0,4	0,3	-	0,5	0,8	-
Celular	1,7	4,2	1,5	1,1	4,7	1,7
Computador/Lap Top	2,1	3,6	3,4	3,8	2,3	1,7
Rádio da Barbie	-	0,6	0,8	0,5	1,6	-
Robô	-	0,6	-	0,5	-	-
MP3/MP4/Pen Driver	2,1	0,6	-	1,1	-	4,1
Balanço	-	-	-	-	0,8	-
Bicicleta/Velocípede	12,6	4,8	12,4	9,8	6,3	7,4
Bola	5,0	2,1	2,3	2,7	9,4	7,4
Boneca/Barbie	23,0	25,1	23,7	25,1	24,2	15,7
Boneco/Super herói	6,3	5,7	3,4	5,5	6,3	2,5
Brinquedo educativo	5,9	2,4	1,1	9,8	5,5	4,1
Brinquedo musical	2,5	0,3	-	1,1	0,8	1,7
Carro c/s controle/Hot wheels	9,6	16,3	18,0	8,7	10,2	16,5
Casa de boneca	1,3	0,9	1,1	1,6	0,8	0,8
Cozinha infantil	1,7	0,3	2,6	3,3	-	1,7
Patins/patinete/skate	3,3	3,3	1,5	1,6	3,9	0,8
Jogo de montagem	1,3	0,6	1,5	1,1	0,8	-
Mesa de ping pong	-	-	-	0,5	0,8	-
Vídeo Game/Playstations	4,6	6,6	5,6	4,9	5,5	4,1
Tênis com patins	-	-	-	-	0,8	-
Sapato/Tênis/Sandália	5,0	3,3	3,4	1,6	3,1	2,5
DVD de História	-	0,6	-	-	-	-
Dinheiro	-	1,2	-	-	-	-
Estojo de maquiagem	-	0,3	0,4	-	-	1,7
Vestuário/Blusa/Calça	11,3	14,2	15,4	11,5	10,9	14,9
Não sabe	-	0,9	1,9	2,2	0,8	9,1
Impressora	-	0,3	-	-	-	-
Campo de futebol	-	-	-	1,1	-	-
Bíblia	0,4	-	-	-	-	-
Livro	-	0,6	-	-	-	1,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

Nota: No item OUTROS foram agrupados os presentes com frequência menor que 3 respostas.

As zonas Sul (4,2%) e Centro-Sul (4,7%) têm o maior interesse por celular. O item MP3/MP4/Pendriver será procurado mais na Zona Centro-Oeste (4,1%), Bicicleta/Velocípede/Triciclo será procurado mais nas Norte (12,6%) e Leste (12,4%), Sapato/Tênis/Sandália (5,0%) na Zona Norte e Brinquedo Educativo será mais procurado na Zona Oeste (9,8%).

**Tabela14. Percentual de Entrevistados por zona segundo a condição de trabalho**

Situação de Trabalhista	Zona de residência do Entrevistado (%)					
	Norte	Sul	Leste	Oeste	Centro-Sul	Centro-Oeste
Emprego com carteira assinada	20,4	16,4	12,0	13,1	26,4	10,5
Assalariado com carteira assinada	3,9	5,5	6,0	2,4	5,7	7,0
Autônomo	3,9	7,8	16,2	11,9	7,5	12,3
Funcionário público	10,7	4,7	5,1	6,0	11,3	7,0
Profissional liberal			5,1	1,2		
Free-lance/Bico	10,7	11,7	6,8	4,8	1,9	5,3
Estudante em estágio remunerado	1,0	0,8		1,2		1,8
Dona de Casa	30,1	31,3	38,5	33,3	20,8	26,3
Estudante	5,8	6,3	4,3	7,1	7,5	5,3
Aposentado	1,9	7,0	2,6	8,3	9,4	10,5
Vive de renda		0,8				
Desempregado não procura emprego	1,9		0,9			
Desempregado procura emprego	5,8	5,5	2,6	7,1	7,5	10,5
Empresário	3,9	2,3		3,6	1,9	3,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

Nas Zonas Norte e Centro-Sul, grande parte dos entrevistados se encontram com estabilidade financeira, dentro das condições: “Emprego com carteira assinada” e “Funcionário público”, num percentual em torno de 31,1% e 37,7% respectivamente. Este fato indica que nestas Zonas da Cidade há um forte indício de estabilidade financeira, o que passa mais segurança para o mercado consumidor, principalmente em relação ao crediário. Porém, isto não significa que as demais Zonas, não possuam poder de compra mais efetivo na hora de comprar os presentes.

**Tabela15. Percentual de entrevistados por classificação social, segundo o lugar pretendido para a compra do presente do dia das crianças.**

Local	Classe Social (%)		
	A/B	C	D/E
No comércio formal do centro da cidade	25,0	58,5	67,3
No camelô	2,3	-	2,2
No comércio do bairro	13,6	10,4	18,7
Nos shoppings da cidade	43,2	22,4	6,0
Nos supermercados	2,3	4,9	1,3
Livraria	2,3	0,5	0,3
Feiras	2,3	-	0,6
Outros	9,1	3,3	3,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

O centro da cidade pode esperar uma “chuva” de compras nos dias antecedentes desta data comemorativa!!!

Mais da metade das pessoas que estão nas classes “C” e “D/E” pretende realizar suas compras no Comércio Formal do Centro da Cidade, estando esta última classe se aproximando dos 70%. Já a classe “A/B”, sente-se, na sua maioria, mais confortável em fazer suas compras nos Shoppings, num total de 43,2%.

**Tabela16. Percentual de entrevistados com intenção de presentear por forma de pagamento do presente, segundo o item.**

Item	Forma de Pagamento (%)						
	A dinheiro	Cheque à vista	Cartão de débito	Cartão de crédito	Cartão de loja	Crediário o/carnê	Outros
Câmera Digital	0,5	-	-	-	-	-	-
Celular	1,5	-	-	4,8	4,5	-	10,0
Computador/Lap Top	1,4	-	-	4,1	10,9	7,7	20,0
Rádio da Barbie	0,6	-	-	0,7	-	-	-
Robô	0,2	-	-	0,4	-	-	-
MP3/MP4/Pen Driver	0,8	-	-	1,5	2,7	-	-
Balanço	0,1	-	-	-	-	-	-
Bicicleta/Velocípede/Triciclo	7,2	-	-	11,5	15,5	38,5	-
Bola	4,6	-	-	3,7	1,8	-	-
Boneca/Barbie	24,9	-	60,0	23,0	12,7	23,1	20,0
Boneco/Super herói	5,0	-	-	6,7	3,6	-	-
Brinquedo educativo	4,2	-	-	5,9	1,8	-	-
Brinquedo musical	1,1	-	-	1,1	-	-	-
Carro c/s controle/Hot wheels	16,3	100,0	40,0	7,8	5,5	15,4	30,0
Casa de boneca	1,3	-	-	0,7	0,9	-	-
Cozinha infantil	1,9	-	-	0,7	1,8	-	-
Patins/patinete/skate	2,4	-	-	3,0	3,6	-	-
Jogo de montagem	0,9	-	-	0,4	0,9	7,7	-
Mesa de ping pong	0,2	-	-	-	-	-	-
Vídeo Game/Playstations	4,7	-	-	6,3	9,1	7,7	-
Tênis com patins	0,1	-	-	-	-	-	-
Sapato/Tênis/Sandália	3,8	-	-	1,9	4,5	-	-
DVD de História	0,2	-	-	-	-	-	-
Dinheiro	0,2	-	-	-	-	-	20,0
Estojo de maquiagem	0,5	-	-	-	-	-	-
Vestuário/Blusa/Calça	12,6	-	-	13,0	19,1	-	-
Impressora	-	-	-	0,4	-	-	-
Campo de futebol	0,1	-	-	0,4	-	-	-
Bíblia	0,1	-	-	-	-	-	-
Livro	0,4	-	-	-	0,9	-	-
Não sabe	2,1	-	-	2,2	-	-	-
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

Os cartões de Loja e de Crédito serão bastante utilizados, o que garantirá mais segurança e agilidade nas vendas. Fato este devido às grandes facilidades de linhas de crédito que o mercado financeiro por está num momento estável, incentiva de forma latente e cria uma propulsão no consumidor a comprar no crediário em diversos parcelamentos denominados “parcelas suaves” com os juros inseridos proporcional. Desta forma, o consumidor sente-se mais seguro no ato da compra e as vezes sofre a compulsão de comprar mais que havia planejado.

**Tabela17. Percentual de crianças por local onde deseja que seus pais comprem o seu presente, segundo o item.**

O que a criança deseja ganhar	Onde a criança quer que compre o presente						
	Shopping	Centro da Cidade	Loja de eletroeletrônico	Comércio do Bairro	Supermercado	Banca de revista	Não Respondeu /Não Sabe
Câmera Digital	0,9	1,6	-	-	-	-	-
Celular	4,7	1,6	-	-	-	-	-
Computador/Lap Top	8,4	11,1	15,4	10,5	-	-	5,1
Robô	0,9	-	-	-	-	-	-
MP3/MP4/Pen Driver	3,7	3,2	7,7	-	-	-	2,6
Bicicleta/Velocípede/Triciclo	16,8	33,3	7,7	31,6	-	-	10,3
Bola	1,9	-	-	-	-	-	5,1
Boneca/Barbie	16,8	12,7	-	10,5	20,0	-	33,3
Boneco/Super herói	3,7	3,2	7,7	-	-	-	-
Brinquedo educativo	-	-	-	-	20,0	-	-
Carro c/s controle/Hot wheels	3,7	7,9	7,7	15,8	-	-	7,7
Casa de boneca	1,9	-	-	5,3	-	-	-
Cozinha infantil	0,9	1,6	7,7	10,5	-	-	2,6
Patins/patinete/skate	5,6	-	7,7	5,3	20,0	-	15,4
Mesa de ping pong	-	-	-	-	-	-	2,6
Vídeo							
Game/Playstations/Nitendo	26,2	19,0	30,8	10,5	-	-	7,7
Sapato/Tênis/Sandália	0,9	-	-	-	-	-	-
DVD de História	-	-	-	-	20,0	-	-
Dinheiro	-	-	-	-	-	-	2,6
Estojo de maquiagem	-	-	-	-	-	-	2,6
Vestuário/Blusa/Calça	0,9	-	-	-	-	-	-
Cama	0,9	1,6	-	-	-	-	-
Não sabe	0,9	-	-	-	20,0	-	-
Impressora	-	1,6	-	-	-	-	-
Televisão	-	1,6	-	-	-	-	-
Bíblia	-	-	7,7	-	-	-	-
Livro	-	-	-	-	-	-	2,6
Outros	-	-	-	-	-	100,0	-
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

Das crianças que querem ganhar Vídeo Game/Playstations/Nitendo, 30,8% preferem que seus pais comprem em Loja de Eletroeletrônico. Em relação à Bicicleta/Velocípede/Triciclo 33,3% desejam que seus presentes sejam comprados no Centro da Cidade. Já os produtos Boneca/Barbie,

Brinquedo/Educativo, Patins/Patinete/Skate e DVD de História, são preferidos pelas crianças a serem comprados no Supermercado, numa paridade de cerca de 20% para cada item.

Também se pode verificar uma razoável intenção de compra pela criança no Comércio do Bairro significa que ali ela já visualizou seu desejo de presente. O que pode significar uma boa presença e oferta disponível no local. E que pode ser ampliada e melhorada.

**Tabela18. Percentual de Crianças por série, segundo o item de desejo como presente do dia das crianças**

Item	Série									
	Educ. Infantil	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª	6ª	7ª	8ª	1º ciclo
Câmera Digital	1,2	-	-	1,4	1,4	-	7,1	-	-	-
Celular	3,6	-	1,9	-	2,8	2,6	7,1	-	-	-
Computador/Lap Top	8,4	7,6	7,8	7,1	8,5	15,8	14,3	7,7	50,0	-
Robô	1,2	-	-	1,4	-	-	-	-	-	-
MP3/MP4/Pen Driver	-	1,3	2,9	1,4	2,8	7,9	-	15,4	-	-
Bicicleta/Velocípede/Triciclo	21,7	26,6	25,2	21,4	18,3	18,4	7,1	-	-	-
Bola	-	1,3	2,9	2,9	1,4	2,6	-	-	-	-
Boneca/Barbie	24,1	22,8	15,5	12,9	15,5	15,8	21,4	7,7	-	-
Boneco/Super herói	3,6	3,8	3,9	4,3	-	7,9	-	7,7	-	-
Brinquedo educativo	3,5	-	-	1,4	-	-	-	-	-	-
Carro c/s controle/Hot Wheels	-	11,4	1,9	5,7	5,6	2,6	-	-	-	-
Casa de boneca	-	1,3	1,0	1,4	-	-	7,1	-	-	-
Cozinha infantil	-	5,1	1,9	-	1,4	7,9	-	-	-	-
Patins/patinete/skate	-	5,1	5,8	4,3	5,6	2,6	14,3	-	-	50,0
Mesa de ping pong	-	-	-	1,4	-	2,6	-	-	-	-
Vídeo Game/Playstations/Nitendo	-	10,1	24,3	21,4	28,2	13,2	14,3	46,2	50,0	50,0
Sapato/Tênis/Sandália	-	-	-	-	1,4	-	-	-	-	-
DVD de História	-	-	-	1,4	-	-	-	-	-	-
Estojo de maquiagem	-	-	-	1,4	1,4	-	-	7,7	-	-
Vestuário/Blusa/Calça	-	-	1,0	-	-	-	7,1	7,7	-	-
Cama	-	-	1,0	1,4	-	-	-	-	-	-
Impressora	-	-	-	1,4	1,4	-	-	-	-	-
Televisão	-	-	-	1,4	1,4	-	-	-	-	-
Bíblia	-	-	1,0	-	-	-	-	-	-	-
Livro	-	2,5	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	-	-	-	1,4	-	-	-	-	-	-
Não sabe	-	1,3	1,9	2,9	2,8	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

Na oitava série e no primeiro ciclo o desejo do presente se concentra em três produtos: Vídeo Games/Playstations/Nitendo (50,0%), Patins/Patinete/Skate (50,0%) e Computador/Laptop (50,0%)

**Tabela19. Local onde as crianças desejam que seus pais ou responsáveis os levem para comprar o presente, segundo a zona.**

Zona	Onde a criança quer que compre o presente (%)						
	Shopping	Centro da Cidade	Loja de eletroeletrônico	Comércio do Bairro	Supermercado	Banca de revista	Não Respondeu/ Não Sabe
Norte	19,8	22,0	16,7	6,7	40,0	-	19,1
Sul	34,6	22,0	-	13,3	20,0	-	23,5
Leste	21,0	46,0	16,7	40,0	-	-	18,0
Oeste	13,6	4,0	25,0	40,0	20,0	-	16,0
Centro-Sul	4,9	2,0	8,3	-	-	-	12,1
Centro-Oeste	6,2	4,0	33,3	-	20,0	100,0	11,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: IPEN/CDL-Manaus/Pesquisa de intenção de compras no dia das crianças.

Das pessoas que pretendem realizar suas compras no centro da cidade a maioria (46,0%) é residente na zona leste da cidade, enquanto, que as que comprarão no comércio do bairro há uma perspectiva igual (40%) nas zonas leste e norte.

## CONCLUSÃO

---

Esta pesquisa de intenção de compras para a data comemorativa do “Dia da Criança” na cidade de Manaus, foi elaborada de maneira minuciosa e conduzida de forma não menos criteriosa, por este Instituto de Pesquisa do Norte – IPEN, com plena utilização de seus recursos técnicos e humanos, principalmente no que concerne à abordagem e elaboração do questionário.

Seu conteúdo e resultado estão tecnicamente delineados e formatados, com ampla representação gráfica, uso de tabelas e comentários sobre o perfil e desejo de compra dos entrevistados, mediante as respostas aos questionários. Como também, no final deste trabalho, tecemos alguns comentários e recomendações, no intuito de orientar o cliente para melhor aproveitá-lo nas atividades inerentes a sua área de atuação.

Apesar de se tratar de uma investigação sobre a expectativa de consumo, e de uma atividade de cunho estatístico, esta pesquisa, também serve de base e abre caminhos para variadas nuances e observações sociológicas. A começar pela exposição de interesses díspares, opostos, que confronta duas visões de mundo, duas gerações, representadas pela que vai presentear, e a que vai receber presentes.

Das muitas nuances e observações sociológicas que a leitura dessa pesquisa nos leva, talvez a mais visível seja o desejo das crianças à inclusão digital, de possuírem “brinquedos” que lhes levem à tecnologia da informação, enquanto os pais e responsáveis mostram-se alheios, distantes, agindo como na canção profética de Renato Russo: “Como nossos Pais”.

Outro dado sociológico importante a ser observado é o da questão da ocupação geográfica: na Zona Centro-Sul, a classe C é maioria com 50,9%, enquanto na zona Leste, prevalece a classe D/E com 79,5%. Ora, isso são informações valiosas que podem instrumentalizar o comércio para poder atender a contento todo esse público consumidor, oferecendo qualidade a quem procura, preço acessível a quem precisa e diversidade de produtos.

Enfim, para concluir, explicamos que, com base na amostra retirada através de modelo estatístico com margem de erro de 4,2% para mais ou para menos e confiabilidade de 95%, foi realizada uma estimativa que detectou que 192.030 crianças na faixa de 0 a 13 anos que serão apresentadas no “DIA DA CRIANÇA”, injetando no comércio local um montante de aproximadamente R\$ 15.200.000,00 reais.