

Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia das Crianças-2010

Estatístico Responsável: João Alves de Souza Filho

Manaus - AM

***Pesquisa de Intenção de Compras para o
Dia das Crianças-2010***

Pesquisa de Opinião: Intenção de Compras para o Dia das Crianças

Realizada no período de 31 de agosto a 11 de Setembro de 2010

Encomendado por CDL - Manaus (Câmara de Dirigentes Lojistas)

Universo: Consumidores de Manaus

Amostra: 542 pessoas

Margem de erro: 4.2%

Os dados, tabelas, gráficos e informações deste documento não poderão ser alterados e somente poderão ser divulgados desde que citada a fonte.

Formato para citação da autoria:

Fonte: CDL- Manaus / IPEN

SUMÁRIO

Apresentação	5
Metodologia	6
Apresentação dos Resultados	7
Conclusão	28
Recomendações	29
Corpo Técnico	30
Bibliografia	31
Anexos	32

1. Apresentação

Dando continuidade à parceria firmada entre este IPEN – Instituto de Pesquisas do Norte, e a CDL – Manaus – Câmara de Dirigentes Lojistas de Manaus, apresentamos nosso relatório contendo os resultados obtidos com a Pesquisa de Intenção de Compras para “O DIA DAS CRIANÇAS 2010”.

O objetivo desta pesquisa é a de prestar as informações necessárias ao CDL – Manaus sobre a intenção de compras dos consumidores de Manaus, recolhendo informações como situação econômica, social, grau de escolaridade, faixa etária dos mesmos, enfim tudo que possa contribuir para que os lojistas associados possam preparar-se para atender a demanda estatisticamente estimada.

Para a realização desta pesquisa, o IPEN contou com a participação de seis (6) pesquisadores qualificados e devidamente treinados atuando no campo, entre os dias 31 de agosto e 11 de setembro, distribuídos nas seis (6) Zonas Urbanas de Manaus, e mais outros cinco (5) colaboradores, estes divididos entre o estudo e a elaboração do questionário, supervisão, coordenação, treinamento, projeção e estudos estatísticos.

Neste trabalho apresentamos o resultado obtido com os questionários através de tabulações de intenção de compras e as informações cruzadas por gênero, estado civil, faixa etária e classificação socioeconômica, estratificado em zonas geográficas, como também elaboramos comentários explicativos nos principais gráficos, tabelas e dados apresentados.

Na conclusão oferecemos algumas recomendações pertinentes à leitura técnica da pesquisa, no intuito de detalhar ao cliente de maneira simples e didática as conclusões técnicas, implicações possíveis, expectativas e probabilidades de consumo em alguns produtos pouco estimados em percentuais nessa estimativa de intenção de compras.

Os dados para análises de maior profundidade e abrangências estarão disponibilizados anexos ao final deste relatório.

2. Metodologia

Com o objetivo de alcançar o previsto no projeto optamos pela pesquisa descritiva quantitativa, conforme detalhamento a seguir:

a) População

População de Manaus com idade superior a 15 anos.

b) Área Geográfica

O público alvo foi a população de 15 anos ou mais residentes na cidade de Manaus distribuídos nas 6 (seis) zonas geográficas com foco nos pontos de fluxo tais como: Shopping, feira e ruas de comércios nos bairros.

c) Definição da Amostragem

Foi utilizada a amostragem estratificada por zona com sorteio aleatório.

d) Dimensionamento da Pesquisa

Utilizou-se o dimensionamento da pesquisa probabilística com $p= 0,50$ e $q=0,50$, tendo uma confiabilidade de 95% e margem de erro de 4,2% para mais ou para menos, correspondendo a um total de 542 amostras.

e) Coleta de Dados

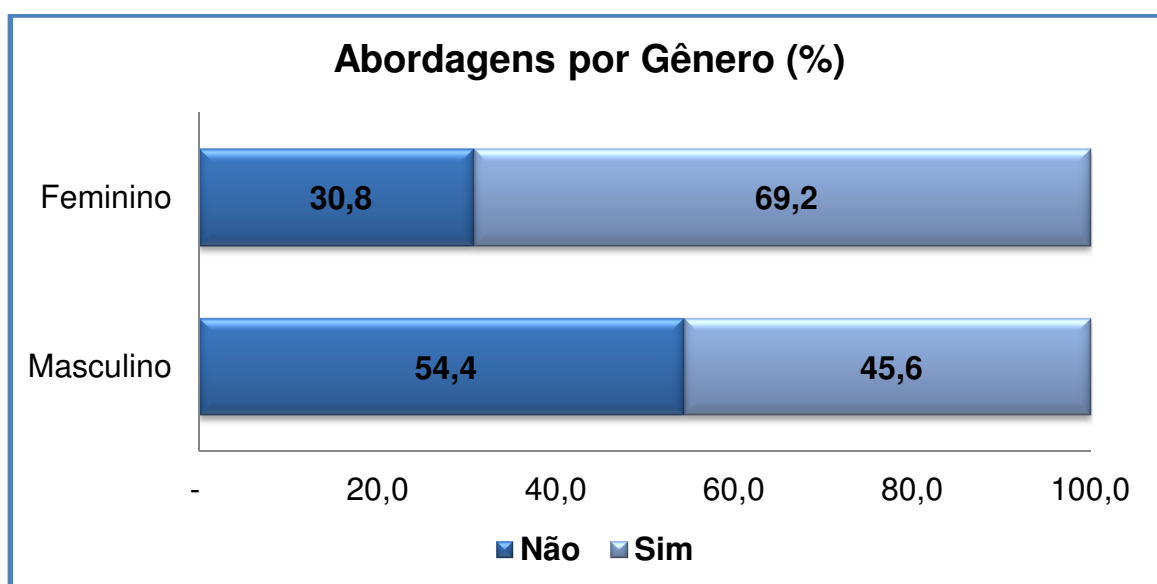
O instrumento de coleta usado foi um questionário estruturado, composto por questões fechadas e abertas. A coleta de dados se deu através de entrevista direta. A pesquisa foi realizada com 06 pesquisadores no período de 31 de agosto a 11 de setembro, com checagens das aplicações em 15% do total de entrevistas com supervisão de 02 pessoas.

Na apuração dos resultados utilizou-se o software SPHINX.

3. Apresentação dos Resultados

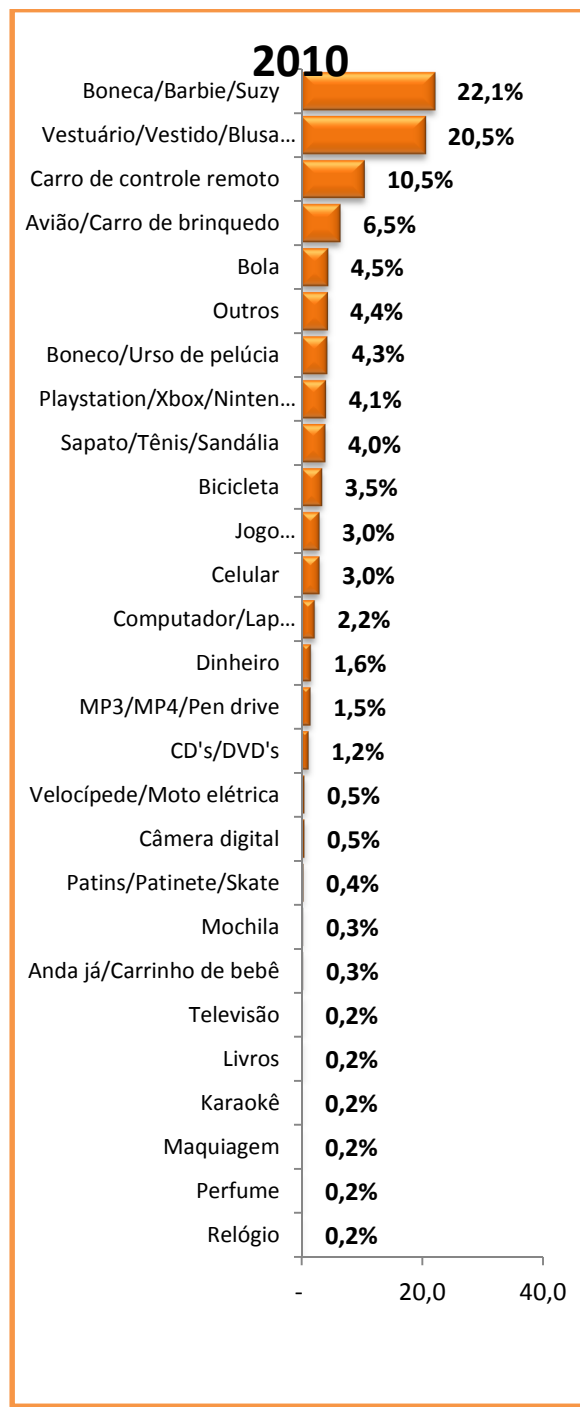
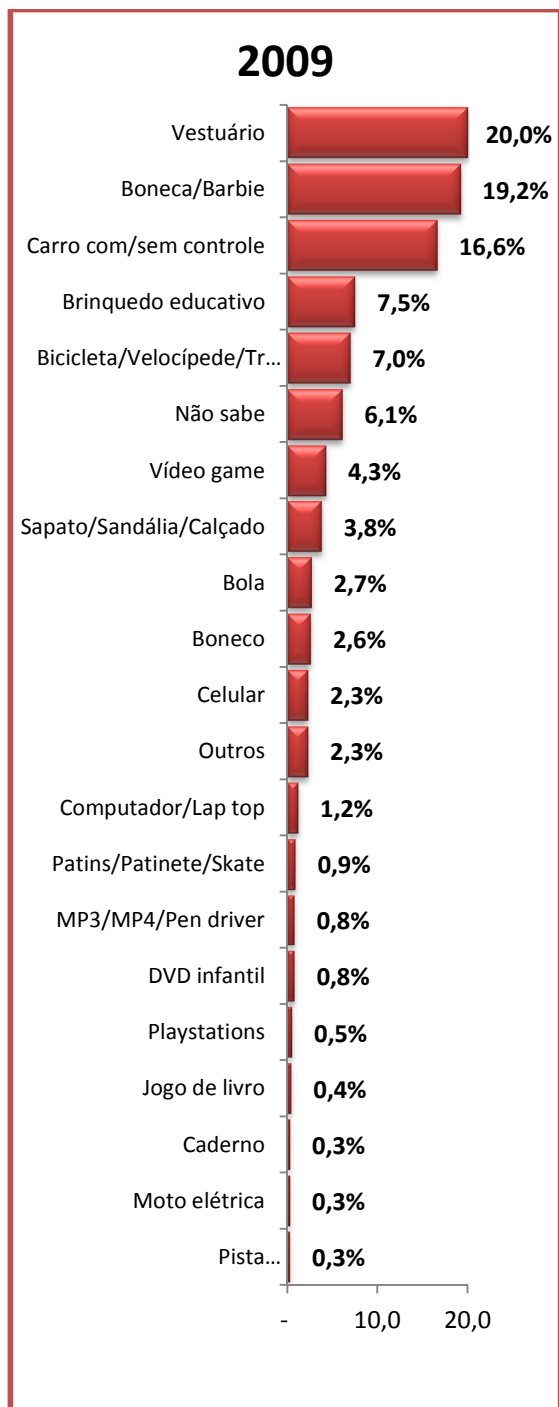
Nesta pesquisa foram abordadas 916 pessoas sendo que 57,2% delas são do sexo feminino. A intenção de presentear no dia 12 outubro “DIA DAS CRIANÇAS” foi confirmada por 59,2% das pessoas abordadas.

Gráfico1. Percentual de pessoas abordadas para realizar a pesquisa de intenção de compras para o dia das Crianças segundo o Gênero.



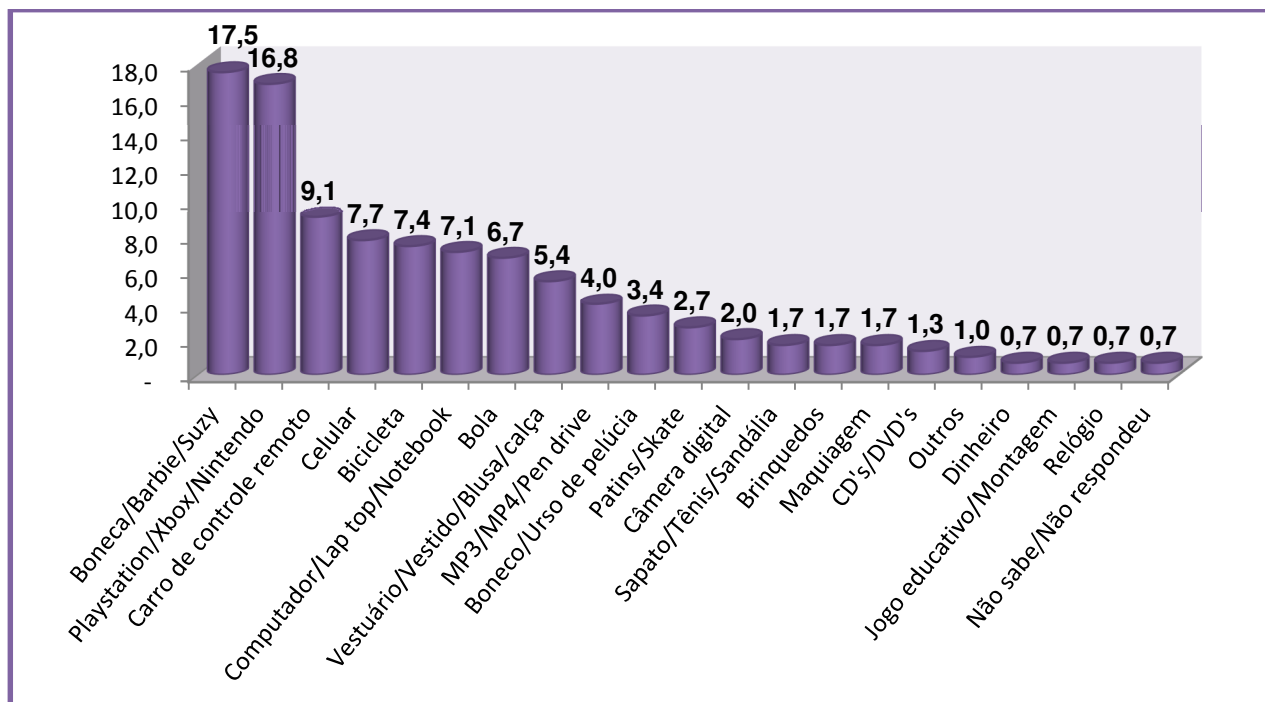
O gráfico 1 acima aponta que na abordagem realizada, 69,2% das Mulheres afirmaram a intenção de presentear, enquanto os Homens, apenas 45,6% demonstraram tal interesse.

Gráfico2. Percentual de entrevistados segundo o que pretende presentear no Dia das Crianças - 2009/2010



Nesse gráfico 2, percebe-se que Boneca/Barbie/Suzy (22,1%) e Vestuário/Vestido/Blusa (20,5%) dispararam na intenção de compras. Comparando-se com as intenções de compras do ano passado (2009), vê-se que o interesse por Bola (4,5%) aumentou consideravelmente, e por Bicicleta (3,5%) diminuiu.

Gráfico3. Percentual de criança com idade superior a 5 anos segundo o que deseja ganhar de presente – 2010.



Esse gráfico 3 apresenta os desejos das crianças com idade acima dos 5 anos, onde lideram Boneca/Barbie/Suzy (17,5%), Playstation/Xbox/Nintendo (16,8%) e Carro de controle Remoto (9,1%). Chama a atenção também o interesse por Celular (7,7%).

Tabela1. Percentual de entrevistados com pretensão de presentear por faixa etária da criança, segundo o que pretende presentear – 2010.

O que pretende presentear	Faixa Etária da Criança (%)				
	De 0 a 3 anos	De 4 a 6 anos	De 7 a 10 anos	De 11 a 13 anos	Mais de 13 anos
Câmera digital	0,2	0,2	0,4	1,0	1,2
Celular	2,4	1,7	4,2	4,5	2,4
MP3/MP4/Pen drive	0,4	0,6	1,4	2,5	4,9
Computador/Lap top/Notebook	0,7	2,1	2,6	1,8	3,7
Playstation/Xbox/Nintendo	3,2	3,9	5,8	4,2	3,7
Dinheiro	0,6	1,7	2,2	1,2	9,8
Carro de controle remoto	12,9	13,1	11,3	8,9	11,0
Sapato/Tênis/Sandália	3,5	4,3	4,5	5,9	7,3
Vestuário/Vestido/Blusa/calça	18,6	19,4	19,8	27,6	35,4
Jogo educativo/Montagem	3,8	2,1	2,8	1,8	2,4
Bola	3,7	3,1	4,9	6,5	2,4
Boneca/Barbie/Suzy	25,8	25,9	19,6	15,9	9,8
Livros	-	0,1	0,4	0,3	-
CD's/DVD's	0,7	1,9	2,8	1,7	-
Boneco/Urso de pelúcia	4,3	4,6	2,8	2,0	-
Relógio	0,1	0,1	0,5	0,2	-
Avião/Carro de brinquedo	7,2	7,9	4,9	5,9	1,2
Perfume	0,1	-	0,2	0,3	-
Patins/Patinete/Skate	0,3	0,5	0,3	0,2	-
Bicicleta	4,2	2,1	2,4	3,2	2,4
Anda já/Carrinho de bebê	0,5	0,1	0,1	-	-
Mochila	0,3	-	0,3	0,5	-
Maquiagem	0,1	-	0,1	0,3	-
Velocípede/Moto elétrica	0,9	0,4	0,3	-	-
Televisão	0,1	0,2	0,1	0,3	-
Karaokê	-	0,2	0,3	-	-
Outros	5,4	3,9	5,0	3,3	2,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Nessa Tabela 1 vê-se o alto interesse em presentear Boneca/Barbie/Suzy (25,8% e 25,9%) às crianças na faixa de 0 a 6 Anos. Na Faixa de 7 a 10 anos Vestuário/Vestido/Blusa/Calça (19,8%) supera Boneca/Barbie/Suzy (19,6%). Percebe-se também que conforme aumenta a faixa etária, aumenta gradativamente o interesse por Vestuário/Vestido/Blusa/Calça.

Tabela2. Percentual de entrevistados por sexo da criança que irá presentear segundo o que pretende presentear – 2010.

O que pretende presentear	Sexo da Criança (%)	
	Masculino	Feminino
Câmera digital	0,5	0,3
Celular	3,2	3,0
MP3/MP4/Pen drive	1,0	1,3
Computador/Lap top/Notebook	1,4	2,5
Playstation/Xbox/Nintendo	5,3	3,4
Dinheiro	2,0	1,3
Carro de controle remoto	13,7	9,9
Sapato/Tênis/Sandália	4,5	4,4
Vestuário/Vestido/Blusa/calça	19,8	21,9
Jogo educativo/Montagem	2,5	3,0
Bola	5,5	3,1
Boneca/Barbie/Suzy	-	28,0
Livros	0,2	0,2
CD's/DVD's	2,2	1,5
Boneco/Urso de pelúcia	20,8	2,4
Relógio	0,1	0,3
Avião/Carro de brinquedo	8,0	4,6
Perfume	0,1	0,1
Patins/Patinete/Skate	0,3	0,3
Bicicleta	3,1	2,6
Anda já/Carrinho de bebê	0,1	0,2
Mochila	0,2	0,2
Maquiagem	-	0,2
Velocípede/Moto elétrica	0,6	0,2
Televisão	0,1	0,2
Karaokê	0,1	0,2
Outros	4,5	4,5
Total	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Segundo esta Tabela 2, os Meninos ganharão mais Boneco/Urso de Pelúcia (20,8%), Vestuário/Vestido/Blusa/Calça (19,8%) e Carro de Controle Remoto (13,7%) respectivamente. Enquanto as Meninas ganharão mais Boneca/Barbie/Suzy (28,0%) e Vestuário/Vestido/Blusa/Calça (21,9%).

Tabela3. Percentual de entrevistados por Classe Social segundo o que pretende Presentear – 2010.

O que pretende presentear	Classe Social (%)			
	A	B	C	D/E
Câmera digital	5,7	-	0,6	-
Celular	1,9	4,5	2,5	2,4
MP3/MP4/Pen drive	1,9	2,8	1,2	-
Computador/Lap top/Notebook	1,9	2,3	2,5	1,2
Playstation/Xbox/Nintendo	5,7	4,8	3,6	4,1
Dinheiro	-	1,4	1,7	2,4
Carro de controle remoto	7,5	9,0	11,5	10,0
Sapato/Tênis/Sandália	5,7	2,3	4,7	4,1
Vestuário/Vestido/Blusa/calça	20,8	20,3	19,4	25,9
Jogo educativo/Montagem	-	5,1	2,2	2,9
Bola	-	2,5	5,5	5,3
Boneca/Barbie/Suzy	22,6	24,0	21,6	20,0
Livros	-	0,8	-	-
CD's/DVD's	-	2,0	1,2	-
Boneco/Urso de pelúcia	7,5	5,4	4,1	1,8
Relógio	-	0,3	0,1	-
Avião/Carro de brinquedo	3,8	4,0	7,3	8,8
Perfume	-	0,3	0,1	-
Patins/Patinete/Skate	-	0,3	0,6	-
Bicicleta	3,8	2,8	3,7	3,5
Anda já/Carrinho de bebê	-	-	0,6	-
Mochila	-	-	0,3	1,2
Maquiagem	-	0,6	-	-
Velocípede/Moto elétrica	1,9	0,3	0,4	1,2
Televisão	-	-	0,3	0,6
Karaokê	-	-	0,3	-
Outros	9,4	4,2	4,0	4,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Esta Tabela 2 mostra que Boneca/Barbie/Suzy predominam em todas as classes, menos nas D/E, onde predominam Vestuário/Vestido/Blusa/Calça (25,4%). Playstation/Xbox/Nintendo terá boa procura em todas as classes, assim como Carro de Controle Remoto, sendo este em maior percentual na Classe C (11,5%).

Tabela4. Percentual de entrevistados por Zona segundo o que pretende presentear – 2010.

O que pretende presentear	Zona (%)					
	Norte	Sul	Leste	Oeste	Centro Sul	Centro Oeste
Câmera digital	0,8	-	0,7	0,4	-	1,9
Celular	2,9	4,5	1,1	4,5	1,1	1,9
MP3/MP4/Pen drive	0,4	1,5	0,4	2,0	4,3	3,8
Computador/Lap top/Notebook	1,6	0,9	3,3	3,2	2,1	2,8
Playstation/Xbox/Nintendo	4,5	4,5	3,7	4,9	4,3	0,9
Dinheiro	2,9	3,6	0,4	0,4	-	-
Carro de controle remoto	7,0	15,4	5,5	13,8	11,7	6,6
Sapato/Tênis/Sandália	7,0	2,7	1,5	7,3		3,8
Vestuário/Vestido/Blusa/calça	18,5	23,4	23,8	18,2	16,0	17,0
Jogo educativo/Montagem	4,1	1,5	1,5	3,6	1,1	9,4
Bola	4,9	3,9	6,2	4,0	3,2	2,8
Boneca/Barbie/Suzy	25,5	18,1	21,2	24,3	25,5	20,8
Livros	0,4	-	-	-	1,1	0,9
CD's/DVD's	0,8	1,8	-	2,8	-	0,9
Boneco/Urso de pelúcia	4,1	3,9	4,4	2,0	3,2	12,3
Relógio	-	0,3	0,4	-	-	-
Avião/Carro de brinquedo	4,5	3,0	12,8	5,7	11,7	2,8
Perfume	-	0,3	-	-	1,1	-
Patins/Patinete/Skate	-	0,3	1,5	-	-	-
Bicicleta	5,8	0,9	7,0	2,0	1,1	2,8
Anda já/Carrinho de bebê	0,4	-	0,4	0,4	1,1	-
Mochila	-	0,3	1,1	-	-	-
Maquiagem	-	0,3	0,4	-	-	-
Velocípede/Moto elétrica	1,2	0,3	0,7	-	-	0,9
Televisão	-	-	0,4	-	2,1	-
Karaokê	-	0,6	-	-	-	-
Outros	2,5	8,3	1,8	0,4	9,6	7,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Através desta Tabela 4, pode-se perceber que Boneca/Barbie/Suzy serão mais procuradas nas Zonas Norte (25,5%), Oeste (24,3%), Centro-Sul (25,5%) e Centro-Oeste (20,8%), enquanto Vestuário/Vestido/Blusa/Calça interessam mais às Zonas Sul (23,4%) e Leste (23,8%). O item Carro de Controle Remoto também se destaca nas Zonas Sul (15,4%) e Oeste (13,8%). A procura por Bicicletas na Zona Leste (7,0%) também é considerável.

Tabela5. Percentual de entrevistados por Local de compra do presente segundo o que pretende presentear – 2010.

O que pretende presentear	Local de compra (%)								
	No comércio formal do centro da cidade	No camelô	No comércio do bairro	Nos shopping da cidade	Na internet	No supermercado	Na livraria	Na feira	Não sabe
Câmera digital	0,2	-	0,3	2,8	-	-	-	-	-
Celular	3,7	5,3	0,6	5,0	-	-	-	-	-
MP3/MP4/Pen drive	1,7	-	1,0	2,1	-	-	-	-	-
Computador/Lap top/Notebook	2,2	-	1,6	3,5	-	-	-	-	5,9
Playstation/Xbox/Nintendo	5,0	7,9	2,9	2,1	8,3	-	-	20,0	5,9
Dinheiro	1,0	7,9	0,3	2,8	-	-	-	-	35,3
Carro de controle remoto	11,7	13,2	7,7	8,5	8,3	18,2	-	-	-
Sapato/Tênis/Sandália	4,7	-	3,2	2,8	-	18,2	-	-	-
Vestuário/Vestido/Blusa/calça	20,3	26,3	20,0	25,5	8,3	9,1	-	20,0	5,9
Jogo educativo/Montagem	3,7	-	1,6	2,1	-	-	-	-	5,9
Bola	4,7	2,6	6,1	0,7	16,7	-	-	-	-
Boneca/Barbie/Suzy	19,5	15,8	27,1	26,2	50,0	36,4	-	20,0	-
Livros	0,2	-	-	-	-	-	-	-	5,9
CD's/DVD's	1,9	7,9	-	0,7	-	-	-	-	-
Boneco/Urso de pelúcia	3,2	10,5	6,5	2,8	-	9,1	-	20,0	-
Relógio	0,2	2,6	-	-	-	-	-	-	-
Avião/Carro de brinquedo	5,1	-	11,3	6,4	8,3	-	-	-	-
Perfume	0,1	-	-	0,7	-	-	-	-	-
Patins/Patinete/Skate	0,6	-	0,3	-	-	-	-	-	-
Bicicleta	3,8	-	4,5	0,7	-	-	-	20,0	-
Anda já/Carrinho de bebê	0,2	-	0,3	-	-	9,1	-	-	-
Mochila	0,1	-	1,0	-	-	-	-	-	-
Maquiagem	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Velocípede/Moto elétrica	0,4	-	1,0	0,7	-	-	-	-	-
Televisão	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-
Karaokê	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	4,6	-	2,6	3,5	-	-	100,0	-	35,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Quanto ao local de compras, esta Tabela 5 demonstra que no Comércio Formal do Centro, Boneca/Barbie/Suzy (19,5%) e Vestuário/Vestido/Blusa/Calça (20,3%) serão os produtos mais procurados. No Comércio do Bairro, Boneca/Barbie/Suzy (27,1%), Vestuário/Vestido/Blusa/Calça (20,0%) e Avião/Carro de Brinquedo (11,3%) serão os itens mais procurados. Já nos Shoppings,

Boneca/Barbie/Suzy (26,2%) e Vestuário/Vestido/Blusa/Calça (25,5%) terão as maiores procuras. Quanto aos Supermercados, aqui há o disparado destaque de Bonecas/Barbie/Suzy (36,4%).

Tabela6. Percentual de entrevistados por forma de pagamento do presente segundo o que pretende presentear – 2010.

O que pretende presentear	Forma de Pagamento (%)							
	Em dinheiro	Cheque a vista	Cheque pré-datado	Cartão de débito	Cartão de credito	Cartão de loja	Crediário/carnê	Outros
Câmera digital	0,2	-	-	-	1,1	5,3	-	-
Celular	2,7	-	-	-	3,8	5,3	6,3	-
MP3/MP4/Pen drive	1,3	-	-	-	2,5	-	-	-
Computador/Lap top/Notebook	1,2	-	-	-	5,5	-	-	-
Playstation/Xbox/Nintendo	3,3	-	-	-	6,3	-	31,3	12,5
Dinheiro	1,9	-	-	-	1,1	-	-	-
Carro de controle remoto	11,0	-	-	-	9,9	15,8	-	-
Sapato/Tênis/Sandália	4,1	-	50,0	-	3,6	-	-	-
Vestuário/Vestido/Blusa/calça	22,4	100,0	25,0	50,0	16,2	15,8	-	12,5
Jogo educativo/Montagem	3,0	-	-	-	3,0	-	-	-
Bola	4,7	-	25,0	-	3,3	-	-	25,0
Boneca/Barbie/Suzy	21,1	-	-	-	23,1	36,8	18,8	50,0
Livros	0,2	-	-	-	0,3	-	-	-
CD's/DVD's	1,0	-	-	-	2,5	-	18,8	-
Boneco/Urso de pelúcia	4,0	-	-	-	5,5	-	-	-
Relógio	0,2	-	-	-	0,3	-	-	-
Avião/Carro de brinquedo	7,5	-	-	-	4,4	5,3	-	-
Perfume	0,2	-	-	-	-	-	-	-
Patins/Patinete/Skate	0,2	-	-	-	0,5	5,3	-	-
Bicicleta	2,8	-	-	-	4,1	10,5	18,8	-
Anda já/Carrinho de bebê	0,4	-	-	-	-	-	-	-
Mochila	0,3	-	-	-	0,3	-	-	-
Maquiagem	0,2	-	-	-	-	-	-	-
Velocípede/Moto elétrica	0,4	-	-	-	0,5	-	6,3	-
Televisão	0,3	-	-	-	-	-	-	-
Karaokê	0,2	-	-	-	-	-	-	-
Outros	5,0	-	-	50,0	2,2	-	-	-
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Em relação às Formas de Pagamentos, esta Tabela 6 demonstra que Cartão de Crédito se destaca no pagamento de Bonecas/Barbie/Suzy (23,1%) e Vestuário/Vestido/Blusa/Calça (16,2%). Quando o pagamento é Em Dinheiro, este será mais usado para pagar Vestuário/Vestido/Blusa/Calça (22,4%) e Boneca/Barbie/Suzy (21,1%). O Cartão de Loja será mais usado para pagar Boneca/Barbie/Suzy (36,8%).

Tabela7. Percentual de entrevistados por grau de parentesco com a criança segundo o que pretende presentear – 2010.

O que pretende presentear	Grau de parentesco (%)									
	Filho (a)	Sobrinho (a)	Afilhado (a)	Enteado (a)	Filho (a) de parentes	Neto (a)/ Bisneto (a)	Vizinho (a)	Irmão (ã)	Primo (a)	Outros
Câmera digital	0,5	0,1	-	-	2,6	0,5	-	-	-	-
Celular	3,8	2,4	3,7	23,7	-	1,6	-	-	-	-
MP3/MP4/Pen drive	1,4	1,0	1,9	5,3	-	0,2	-	-	-	-
Computador/Lap top/Notebook	3,3	0,4	3,7	-	3,8	0,9	-	8,3	-	-
Playstation/Xbox/Nintendo	4,5	5,4	8,4	7,9	-	3,3	-	2,8	27,8	3,4
Dinheiro	0,9	1,8	2,8	-	-	2,3	-	-	-	-
Carro de controle remoto	9,4	13,5	9,3	5,3	6,4	10,6	15,8	5,6	8,3	37,9
Sapato/Tênis/Sandália	3,3	3,2	1,9	5,3	-	3,6	5,3	8,3	-	-
Vestuário/Vestido/Blusa/calça	20,5	20,2	39,3	15,8	29,5	18,8	10,5	5,6	16,7	13,8
Jogo educativo/Montagem	2,1	3,8	0,9	-	-	1,7	-	8,3	2,8	17,2
Bola	5,0	3,9	1,9	-	-	6,1	10,5	-	-	13,8
Boneca/Barbie/Suzy	22,0	24,4	10,3	13,2	43,6	21,8	36,8	47,2	38,9	13,8
Livros	0,4	0,2	-	-	-	0,3	-	-	-	-
CD's/DVD's	0,9	3,2	0,9	-	-	-	-	2,8	-	-
Boneco/Urso de pelúcia	5,2	2,8	5,6	-	-	4,3	10,5	-	-	-
Relógio	0,1	-	-	7,9	-	0,6	-	-	-	-
Avião/Carro de brinquedo	8,5	8,0	2,8	-	9,0	5,6	10,5	-	-	-
Perfume	0,4	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Patins/Patinete/Skate	0,4	0,4	0,9	-	-	0,3	-	-	-	-
Bicicleta	4,8	1,5	2,8	7,9	1,3	2,5	-	11,1	2,8	-
Anda já/Carrinho de bebê	0,2	0,1	-	-	-	0,2	-	-	-	-
Mochila	0,1	0,2	-	-	-	0,7	-	-	-	-
Maquiagem	-	0,3	-	-	1,3	-	-	-	-	-
Velocípede/Moto elétrica	0,8	0,1	-	-	2,6	0,5	-	-	-	-
Televisão	0,1	-	-	7,9	-	0,2	-	-	-	-
Karaokê	-	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-
Outros	1,6	2,7	2,8	-	-	13,0	-	-	2,8	-
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Quanto ao grau de parentesco do presenteado, esta Tabela 8 mostra que há um interessante equilíbrio entre Filho (a), Sobrinho (a) Enteadado (a) e Neto (a) quando observados os dois principais produtos a serem procurados, Vestuário/Vestido/Blusa/Calça e Boneca/Barbie/Suzy.

Tabela8. Percentual de entrevistados por Renda Familiar segundo o que pretende presentear – 2010.

O que pretende presentear	Renda familiar (%)								
	Até R\$ 510,00	De R\$ 511,00 a R\$ 800,00	De R\$ 801,00 a R\$ 1.200,00	De R\$ 1.201,00 a R\$ 2.000,00	De R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	De R\$ 3.001,00 a R\$ 4.000,00	De R\$ 4.001,00 a R\$ 6.000,00	Mais de R\$ 6.000,00	Não sabe/ recusa-se responder
Câmera digital	0,6	0,3		0,4	1,9	-	3,6	-	-
Celular	2,6	2,5	3,0	4,3	4,9	-	3,6	-	-
MP3/MP4/Pen drive	0,3	1,5	3,5	1,7	1,9	-	3,6	-	-
Computador/Lap top/Notebook	4,9	0,6	2,0	1,7	1,9	-	-	-	-
Playstation/Xbox/Nintendo	4,9	4,3	5,4	2,6	1,0	2,9	-	25,0	4,5
Dinheiro	1,4	1,2		3,4	1,0	-	10,7	-	-
Carro de controle remoto	12,1	11,1	6,9	10,8	12,6	2,9	3,6	25,0	9,1
Sapato/Tênis/Sandália	5,2	1,9	4,5	3,9	5,8	2,9	7,1	-	4,5
Vestuário/Vestido/Blusa/calça	20,2	21,6	17,3	22,4	18,4	34,3	10,7	12,5	22,7
Jogo educativo/Montagem	2,9	1,9	4,5	3,4	-	11,4	7,1	-	-
Bola	4,3	5,9	6,4	2,6	2,9	2,9	3,6	-	-
Boneca/Barbie/Suzy	19,1	21,9	25,2	25,9	22,3	14,3	17,9	25,0	18,2
Livros	0,3	-	0,5	-	1,0	-	-	-	-
CD's/DVD's	2,0	0,9	1,5	0,4	-	-	7,1	-	-
Boneco/Urso de pelúcia	3,5	3,1	3,5	6,5	5,8	11,4	3,6	-	4,5
Relógio	-	0,3	-	0,4	-	-	-	-	-
Avião/Carro de brinquedo	6,4	8,0	7,4	3,4	7,8	2,9	3,6	12,5	9,1
Perfume	-	-	-	-	1,9	-	-	-	-
Patins/Patinete/Skate	0,3	0,6	-	0,4	1,0	-	-	-	-
Bicicleta	4,9	4,3	2,0	2,6	2,9	2,9	-	-	-
Anda já/Carrinho de bebê	0,6	-	0,5	0,4	-	-	-	-	-
Mochila	0,6	0,3		0,4	-	-	-	-	-
Maquiagem		-	-	0,4	-	-	3,6	-	-
Velocípede/Moto elétrica	0,6	0,6	0,5	0,4	-	2,9	-	-	-
Televisão	0,3	0,3	0,5	-	-	-	-	-	-
Karaokê	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	1,4	6,8	5,0	1,3	4,9	8,6	10,7	-	27,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Nesta Tabela 8 vê-se um constante equilíbrio das Faixas de Rendas quanto ao interesse em comprar os principais produtos. O maior destaque em percentual está na Renda De R\$ 3.001,00 a R\$ 4.000,00, com o interesse em Vestuário/Vestido/Blusa/Calça (34,3%)

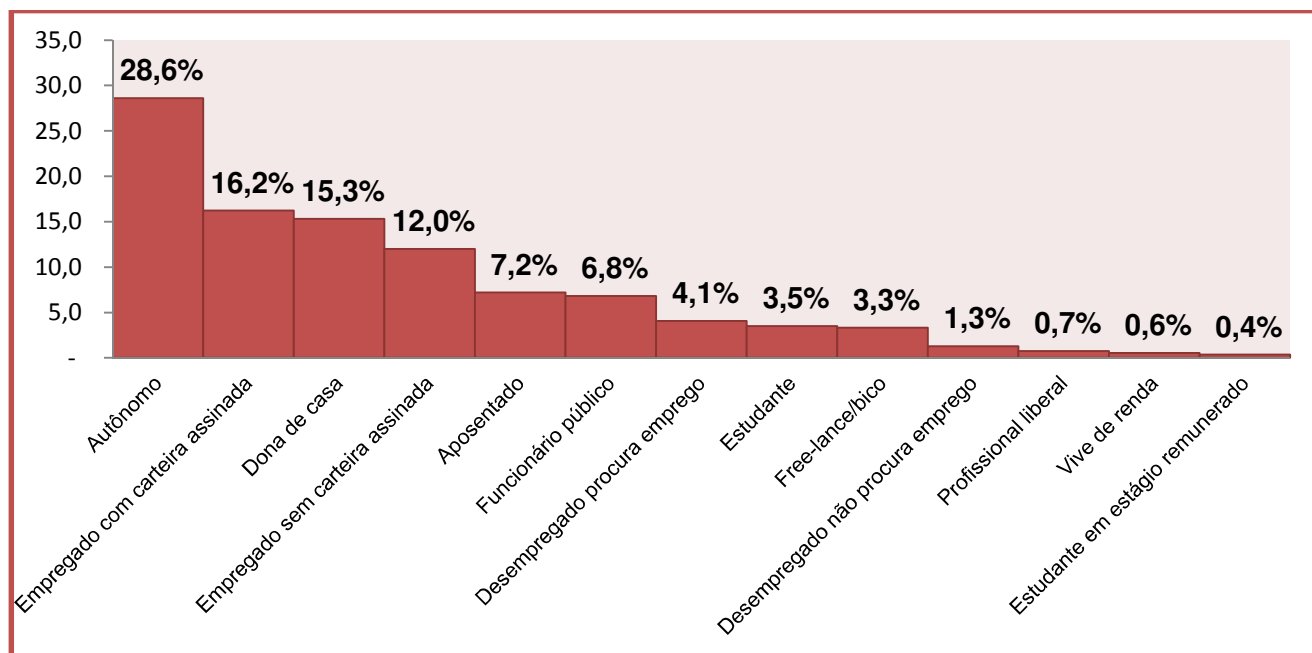
Tabela9. Percentual de entrevistados por renda familiar segundo sua condição de trabalho – 2010

Situação trabalhista	Renda familiar (%)								
	Até R\$ 510,00	De R\$ 511,00 a R\$ 800,00	De R\$ 801,00 a R\$ 1.200,00	De R\$ 1.201,00 a R\$ 2.000,00	De R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	De R\$ 3.001,00 a R\$ 4.000,00	De R\$ 4.001,00 a R\$ 6.000,00	Mais de R\$ 6.000,00	Não sabe/recusa-se responder
Empregado com carteira assinada	9,9	14,4	13,5	27,7	22,4	17,6	16,7	-	8,3
Empregado sem carteira assinada	6,9	16,0	20,2	10,9	8,2	5,9	-	-	16,7
Autônomo	23,7	27,2	34,8	30,7	32,7	29,4	16,7	33,3	25,0
Funcionário público	-	1,6	7,9	9,9	14,3	23,5	50,0	-	8,3
Profissional liberal	-	-	-	2,0	2,0	-	8,3	-	-
Free-lance/bico	4,6	4,8	2,2	2,0	-	5,9	-	-	8,3
Estudante em estágio remunerado	-	-	1,1	-	-	-	-	16,7	-
Dona de casa	29,8	18,4	11,2	6,9	4,1	5,9	-	16,7	-
Estudante	3,1	3,2	2,2	2,0	4,1	5,9	-	33,3	16,7
Aposentado	9,9	7,2	3,4	5,0	12,2	-	8,3	-	16,7
Vive de renda	1,5	-	1,1	-	-	-	-	-	-
Desempregado não procura emprego	2,3	1,6	-	1,0	-	5,9	-	-	-
Desempregado procura emprego	8,4	5,6	2,2	2,0	-	-	-	-	-
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Cruzando-se Renda Familiar com Condição de Trabalho, esta Tabela 9 destaca nas Rendas de R\$ 801,00 a R\$ 1.200,00 os Autônomos (34,8%) e os Empregados S/Carteira Assinada (20,2%). Nas faixas De R\$ 1.201,00 a R\$ 2.000,00 destacam-se Autônomos (30,7%) e Empregados C/Carteira Assinada (27,7%). Nas faixas de Renda De R\$ 2001,00 a R\$ 3.000,00 os maiores percentuais são de Autônomos (32,7%), Empregados C/Carteira Assinada (22,4%) e Aposentados (12,2%). Por fim, acima de R\$ 3001,00, Autônomos (29,4%) e Funcionários Públicos (23,5%) são os principais destaques.

Gráfico4. Percentual de entrevistados segundo a condição de trabalho – 2010.



Este Gráfico 4 indica que Autônomo (28,6%), Empregado C/Carteira Assinada (16,2%), Dona de Casa (15,3%), Empregado S/Carteira Assinada (12,0%) e Aposentados (7,2%) foram a grande maioria dos entrevistados.

Tabela10. Percentual de entrevistados por Sexo segundo a sua condição de trabalho – 2010.

Situação trabalhista	Sexo (%)	
	Masculino	Feminino
Empregado com carteira assinada	21,3	13,7
Empregado sem carteira assinada	9,6	13,2
Autônomo	37,6	24,2
Funcionário público	9,0	5,8
Profissional liberal	0,6	0,8
Free-lance/bico	2,8	3,6
Estudante em estágio remunerado	0,6	0,3
Dona de casa	-	22,8
Estudante	3,9	3,3
Aposentado	9,6	6,0
Vive de renda	0,6	0,5
Desempregado não procura emprego	1,7	1,1
Desempregado procura emprego	2,8	4,7
Total	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Cruzando-se as informações de gênero e condição de trabalho, esta Tabela 10 indica que dos Homens entrevistados 37,6% são Autônomos, contra 24,2% de Mulheres. Em relação aos Empregados C/Carteira Assinada, 21,3% deles são Homens e 13,7% Mulheres. Dos entrevistados aposentados, 9,6 % foram Homens e 6,0% Mulheres. E como último destaque, dos Funcionários Públicos entrevistados, 9,0% foram Homens e 5,8% Mulheres.

Tabela11. Percentual de entrevistados por Faixa etária segundo a sua Condição de Trabalho – 2010.

Situação trabalhista	Faixa etária (%)			
	15 a 24 anos	25 a 44 anos	45 a 60 anos	Acima de 60 anos
Empregado com carteira assinada	11,2	21,9	9,5	-
Empregado sem carteira assinada	14,6	14,6	6,9	-
Autônomo	23,6	28,2	39,7	8,6
Funcionário público	2,2	7,0	10,3	5,7
Profissional liberal	-	1,0	-	2,9
Free-lance/bico	3,4	3,3	4,3	-
Estudante em estágio remunerado	2,2	-	-	-
Dona de casa	13,5	17,3	15,5	2,9
Estudante	20,2	0,3	-	-
Aposentado	-	0,3	9,5	77,1
Vive de renda	-	1,0	-	-
Desempregado não procura emprego	3,4	0,7	1,7	-
Desempregado procura emprego	5,6	4,3	2,6	2,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Cruzando-se as informações de Faixa Etária e Condição de Trabalho, percebe-se que Na Faixa de 15 a 24 Anos, Autônomos (23,6%) e Estudante (20,2%) e Empregados S/Carteira Assinada (14,6%) são maioria. Nas faixas de 25 a 44 Anos aparecem mais Autônomos (28,2%) e Empregados C/Carteira Assinada (21,9%). Quanto às faixas de 45 a 60 Anos, Autônomo (39,7%) e Dona de Casa (15,5%) foram em maior número.

Tabela12. Percentual de Entrevistados por Faixa etária segundo o que pretende presentear – 2010.

O que pretende presentear	Faixa etária (%)			
	15 a 24 anos	25 a 44 anos	45 a 60 anos	Acima de 60 anos
Câmera digital	0,5	0,5	0,3	1,2
Celular	0,5	3,8	3,4	-
MP3/MP4/Pen drive	0,5	1,9	1,7	-
Computador/Lap top/Notebook	2,1	2,0	3,4	-
Playstation/Xbox/Nintendo	6,4	4,1	3,4	1,2
Dinheiro	4,8	0,5	0,7	7,2
Carro de controle remoto	10,7	10,4	10,5	10,8
Sapato/Tênis/Sandália	4,8	3,8	3,7	4,8
Vestuário/Vestido/Blusa/calça	20,9	21,3	19,0	15,7
Jogo educativo/Montagem	4,3	3,4	2,0	-
Bola	2,7	4,4	5,4	6,0
Boneca/Barbie/Suzy	20,3	22,4	22,4	22,9
Livros	-	-	1,0	-
CD's/DVD's	0,5	1,5	1,4	-
Boneco/Urso de pelúcia	4,8	4,0	5,4	2,4
Relógio	-	0,1	0,3	-
Avião/Carro de brinquedo	9,1	6,5	4,1	8,4
Perfume	-	0,1	0,3	-
Patins/Patinete/Skate	-	0,5	0,3	-
Bicicleta	3,7	3,8	3,1	1,2
Anda já/Carrinho de bebê	-	0,3	0,7	-
Mochila	-	0,1	1,0	-
Maquiagem	0,5	0,1	-	-
Velocípede/Moto elétrica	0,5	0,7	0,3	-
Televisão	-	0,3	0,3	-
Karaokê	-	-	0,7	-
Outros	2,1	3,3	4,8	18,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Cruzando-se as informações das Faixas Etárias com o Que Deseja Comprar, percebe-se o equilíbrio de Vestuário/Vestido/Blusa/Calça (na faixa dos 20%), Boneca/Barbie/Suzy (um pouco acima dos 20%) e Carro de Controle Remoto (em torno dos 10%) em todas as Faixas etárias.

Tabela13. Percentual de entrevistados por Grau de formação segundo o que pretende presentear – 2010.

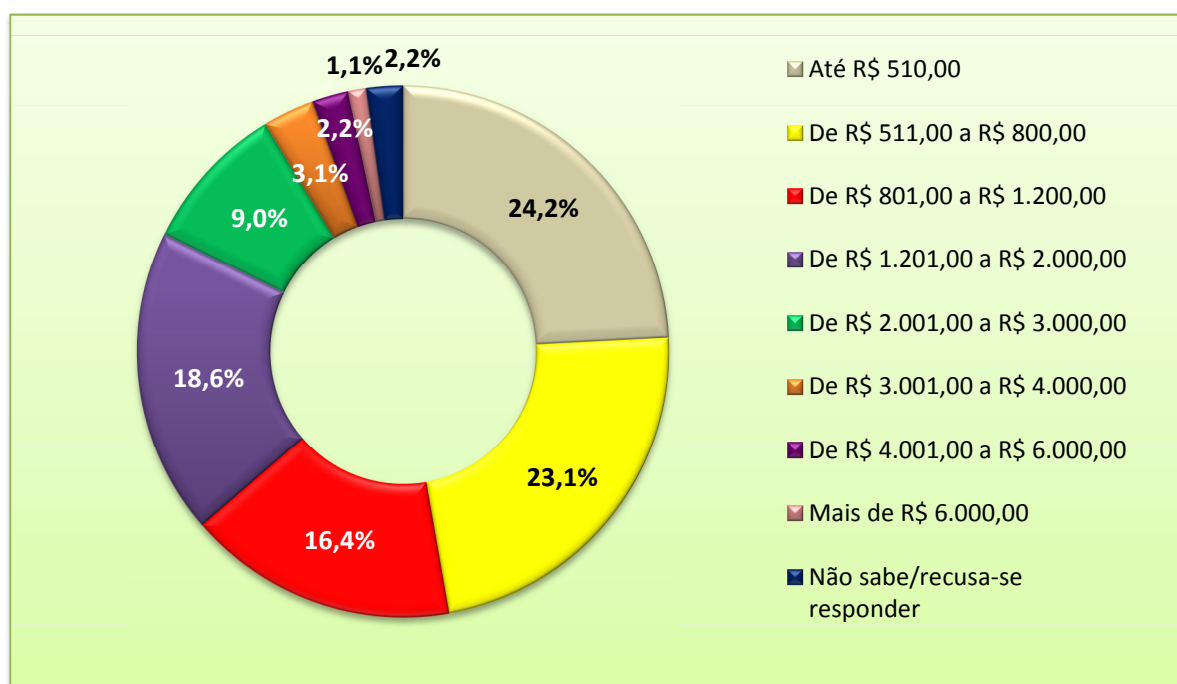
O que pretende presentear	Grau de formação do entrevistado (%)				
	Nunca estudou/1a. a 4a. série incompleto	1a. a 4a. série completo/ 5a. a 8a. incompleto	5a. a 8a. série completo/ Ensino médio incompleto	Ensino médio completo/ Ensino superior incompleto	Ensino superior completo
Câmera digital	-	0,8	0,4	0,2	3,5
Celular	-	2,3	2,0	3,9	3,5
MP3/MP4/Pen drive	-	0,4	1,2	2,2	2,4
Computador/Lap top/Notebook	3,7	0,8	3,1	2,2	3,5
Playstation/Xbox/Nintendo	1,9	4,6	4,7	4,0	2,4
Dinheiro	-	3,1	1,6	0,6	5,9
Carro de controle remoto	24,1	12,4	10,2	9,6	3,5
Sapato/Tênis/Sandália	9,3	3,1	1,2	4,9	4,7
Vestuário/Vestido/Blusa/calça	18,5	20,1	23,9	20,2	15,3
Jogo educativo/Montagem	-	-	3,5	4,2	3,5
Bola	1,9	7,3	5,1	3,7	1,2
Boneca/Barbie/Suzy	24,1	22,4	18,0	22,4	29,4
Livros	-	-	-	0,5	-
CD's/DVD's	-	0,4	1,2	1,7	1,2
Boneco/Urso de pelúcia	1,9	4,6	3,9	4,3	5,9
Relógio	-	-	0,4	0,2	-
Avião/Carro de brinquedo	3,7	5,8	8,2	6,2	7,1
Perfume	-	-	-	0,3	-
Patins/Patinete/Skate	-	0,4	0,8	0,3	-
Bicicleta	3,7	5,4	4,3	2,5	2,4
Andajá/Carrinho de bebê		0,4	0,8	0,2	-
Mochila	3,7	-	-	0,3	-
Maquiagem	-	-	-	0,2	1,2
Velocípede/Moto elétrica	-	1,2	0,4	0,3	1,2
Televisão	1,9	-	0,4	0,2	-
Karaokê	-	0,8	-	-	-
Outros	1,9	3,9	4,7	4,9	2,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Quanto ao Grau de Formação dos Entrevistados, esta Tabela 13 demonstra que Vestuário/Vestido/Blusa/Calça e Boneca/Barbie/Suzy lideram em todos os Graus de Formação, sendo a única surpresa o aparecimento de Carros de Controle Remoto (24,1%) que aparece também em primeiro junto a Nunca Estudou/1a a 4a Incompleta.

E quanto ao maior destaque em percentual, verifica-se o interesse por Boneca/Barbie/Suzy com 29,4% no Ensino Superior Completo.

Gráfico5. Percentual de entrevistados por Faixa de Renda Familiar – 2010.



Neste gráfico 5 é demonstrado o percentual de entrevistados segundo a Faixa de Renda Familiar, onde destacam-se os de renda Até R\$510,00 (24,2%); os de R\$511,00a R\$800,00 (23,1%); os De R\$801,00 a R\$1.200,00 (16,4%); e os De R\$1.201,00 a R\$2000,00 (18,6%).

Tabela14. Percentual de entrevistados por Classe social segundo a Renda familiar – 2010.

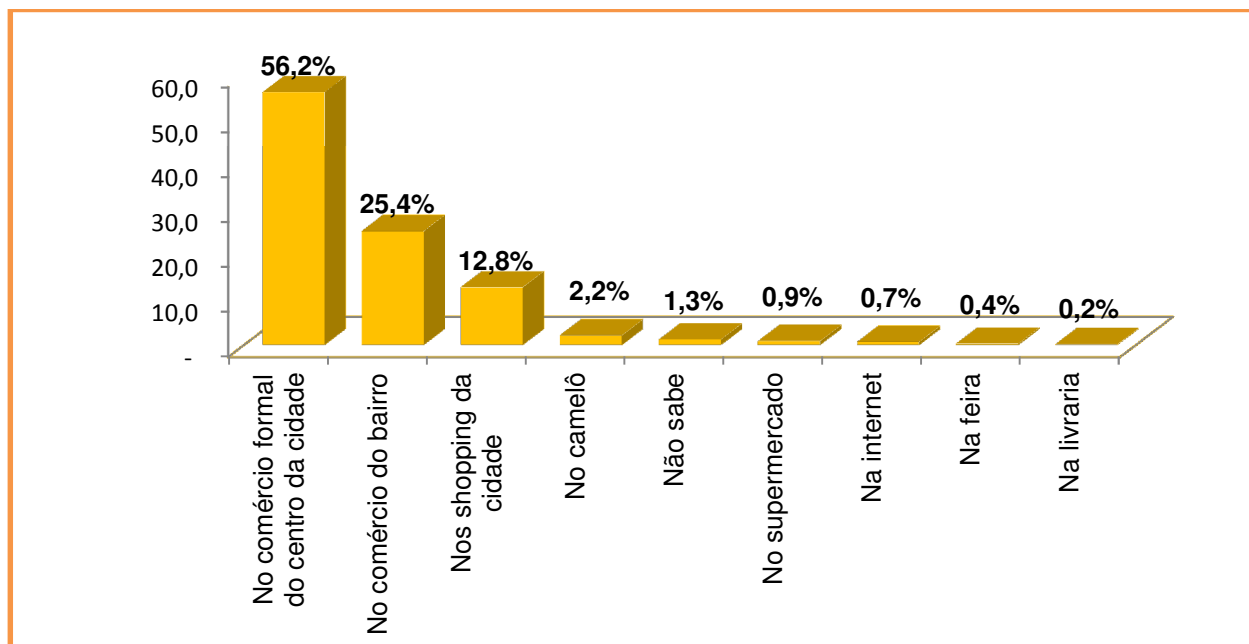
Renda familiar	Classe Social (%)			
	A	B	C	D/E
Até R\$ 510,00	-	4,6	28,9	54,9
De R\$ 511,00 a R\$ 800,00	-	11,1	28,6	33,8
De R\$ 801,00 a R\$ 1.200,00	4,2	14,4	20,4	8,5
De R\$ 1.201,00 a R\$ 2.000,00	8,3	35,9	14,6	1,4
De R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	29,2	18,3	4,8	-
De R\$ 3.001,00 a R\$ 4.000,00	16,7	6,5	1,0	-
De R\$ 4.001,00 a R\$ 6.000,00	16,7	5,2	-	-
Mais de R\$ 6.000,00	20,8	0,7	-	-
Não sabe/recusa-se responder	4,2	3,3	1,7	1,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Cruzando-se Renda Familiar e Classe Social, esta Tabela 14 indica que, dentre os entrevistados da Classe A, 29,2% são de renda De R\$2.001,00 a R\$3.000,00. Na

classe B, 35,9% são de renda De R\$ 1.201,00 a R\$2.000,00. Já a classe C aborda maciçamente de Até R\$510,00 a R\$1.200,00. Enquanto a classe D/E concentra-se mais na faixa Até R\$510,00 (54,9%).

Gráfico6. Percentual de entrevistados segundo o Local de compra do presente – 2010.



Quanto ao local de compras, este Gráfico 6 indica que o Comércio Formal do Centro da Cidade (56,2%) será o local mais procurado. Seguido de Comércio do Bairro (25,4%) e Shoppings (12,8%).

Tabela15. Percentual de entrevistados por Local de compra do presente segundo a Renda familiar – 2010.

Renda familiar	Local de compra (%)								
	No comércio formal do centro da cidade	No camelô	No comércio do bairro	Nos shopping da cidade	Na internet	No supermercado	Na livraria	Na feira	Não sabe
Até R\$ 510,00	22,4	50,0	29,8	14,1	-	40,0	-	50,0	42,9
De R\$ 511,00 a R\$ 800,00	25,3	25,0	23,4	11,3	75,0	20,0	-	50,0	14,3
De R\$ 801,00 a R\$ 1.200,00	17,9	8,3	17,7	9,9	25,0		100,0	-	-
De R\$ 1.201,00 a R\$ 2.000,00	19,6	16,7	17,7	18,3	-	20,0	-	-	14,3
De R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	7,1	-	7,1	23,9	-	20,0	-	-	-
De R\$ 3.001,00 a R\$ 4.000,00	3,2	-	1,4	8,5	-	-	-	-	-
De R\$ 4.001,00 a R\$ 6.000,00	1,3	-	1,4	7,0	-	-	-	-	14,3
Mais de R\$ 6.000,00	-	-	0,7	7,0	-	-	-	-	-
Não sabe/recusa-se responder	3,2	-	0,7	-	-	-	-	-	14,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Cruzando-se as informações do local de compras com a Renda Familiar, verifica-se nesta Tabela 15 que quem mais procurará o Comércio Formal do Centro da Cidade serão os de Renda De R\$511,00 a R\$800,00 (25,3%). No Comércio de Bairro os De Renda até R\$800,00 serão a grande maioria. Enquanto nos Shoppings, a maior procura será pelos de Renda de R\$1.201,00 a 3.000,00.

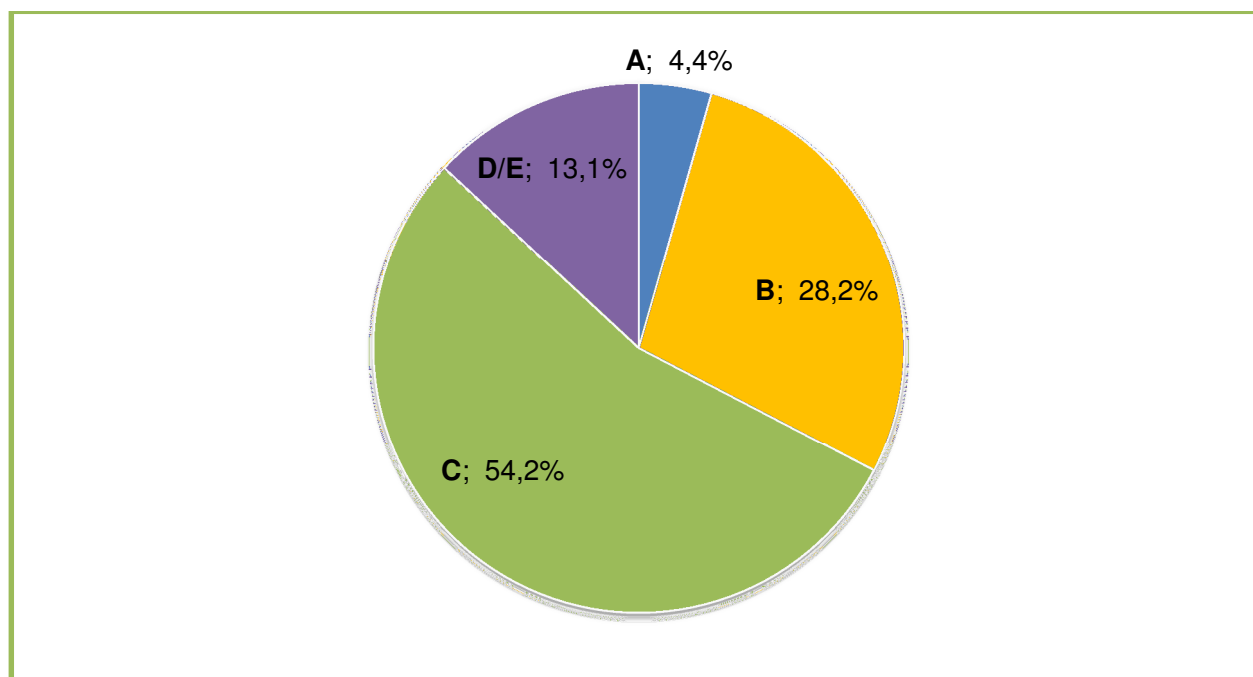
Tabela16. Percentual de entrevistados por Classe Social segundo o Local de compra do presente – 2010.

Local de compra	Classe social (%)			
	A	B	C	D/E
No comércio formal do centro da cidade	20,8	60,1	57,9	52,7
No camelô	-	1,3	2,7	2,7
No comércio do bairro	8,3	19,6	28,8	29,7
Nos shopping da cidade	62,5	17,7	7,4	8,1
Na internet	-	-	0,7	2,7
No supermercado	4,2	-	1,0	1,4
Na livraria	-	-	0,3	-
Na feira	-	-	0,3	1,4
Não sabe	4,2	1,3	1,0	1,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

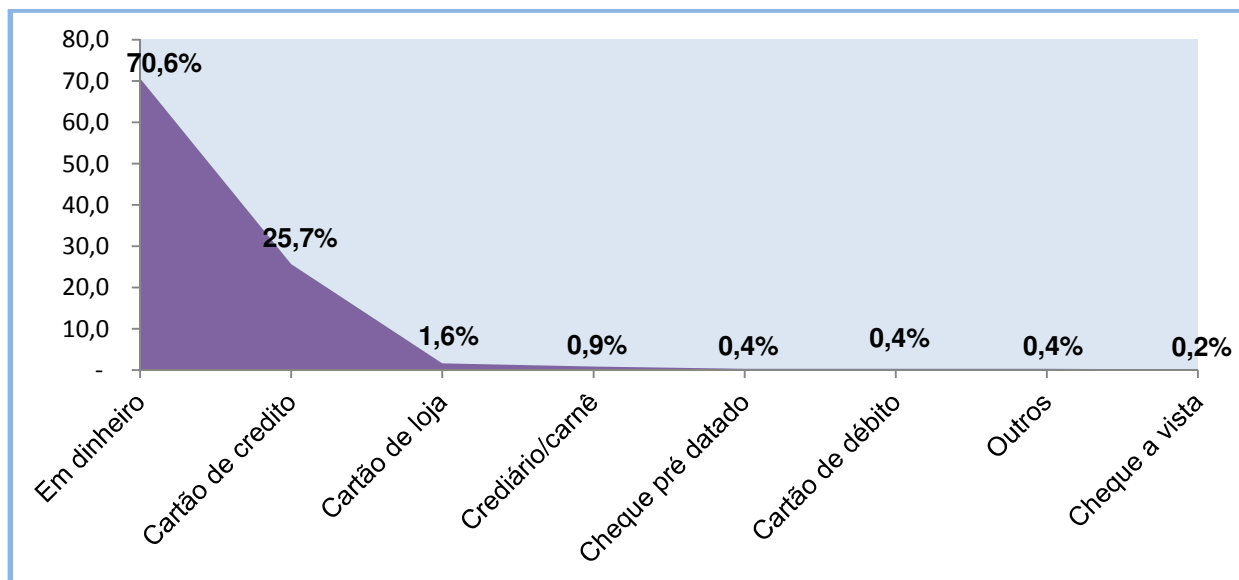
Quanto ao local de compra por Classe Social, a Classe A procurará maciçamente os Shoppings (62,5%). A Classe B optará mais pelo Comércio Formal do Centro da Cidade (60,1%), Em relação às Classes C e D/E, essas, mais de 50,0% procurarão o Comércio Formal do Centro, e um pouco menos de 30% comprarão nos Comércios do Bairro.

Gráfico7. Percentual de entrevistados por Classe Social – 2010.



Quanto à Classe Social, segundo o gráfico acima, 54,2% dos entrevistados são da Classe C, e 28,2% pertencem à Classe B.

Gráfico8. Percentual de Entrevistados segundo a forma de pagamento do presente – 2010.



Conforme aponta este Gráfico 7, Em Dinheiro (70,6%) e Cartão de Crédito (25,7%) serão as principais formas de pagamento.

4. Conclusão

Concluimos esse Relatório de Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia das Crianças – 2010 fazendo algumas considerações.

A primeira consideração a fazer é sobre a considerável hegemonia dos dois principais produtos mais procurados, Vestuário/Vestido/Blusa/Calça (20,5%), e Boneca/Barbie/Suzy (22,1%). Estes dois produtos juntos, somados, chegam a 42,6%. O terceiro produto, Carro de Controle Remoto fica com 10,5% das intenções de compras. Enquanto os demais produtos ficam em percentuais extremamente baixos de procura.

Também a seguir, faremos considerações comparativas com os dois anos anteriores a este:

ANO	ESTIMATIVA		
	Nº de Crianças	Média de gasto (por pessoa)	Valor Total
2008	193.991	87,46	R\$ 16.966.452,86
2009	148.806	98,46	R\$ 14.651.438,76
2010	170.303	154,12	R\$ 26.247.098,36

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

Conforme demonstrado acima neste dado comparativo, percebe-se que há um constante aumento na média de gastos por pessoa nestes três últimos anos. Observa-se também que o aumento atual é considerável, saltando de R\$98,46 de 2009 para R\$154,12 neste ano de 2010.

5. Recomendações

Como é de praxe em nossos Relatórios, procuramos sempre fazer algumas recomendações sobre dados que entendemos serem pertinentes, tais como:

- 1) Na Tabela 4, que demonstra o interesse pelos produtos por Zona Urbana, é significativo o interesse por Bicicletas (7,0%) na Zona Leste. Sendo este um produto de grande interesse das crianças, há aqui espaço não só para atender essa boa demanda demonstrada, mas também aumentar a oferta.
- 2) No Gráfico 6 aparece o crescimento da procura por compras no Comércio de Bairro, agora com um percentual de 25,4%. Superando a procura pelos Shoppings. O que obriga um melhor e maior olhar para este Comércio, que é salutar por descentralizar a demanda, aliviando, sobretudo, a tensão e o fluxo do Comércio do Centro da Cidade.
- 3) No gráfico 2 fica nítido a hegemonia dos dois principais produtos na intenção de compras dos entrevistados. Vestuário/Vestido/Blusa/Calça (20,5%) e Boneca/Barbie/Suzy (22,1%). Portanto, cabe aqui a diversidade de cores, tamanho etc. para o primeiro item e de preços para o segundo.
- 4) Apesar da hegemonia dos dois primeiros produtos na intenção de compras, Carro de Controle Remoto (10,5%), em terceiro lugar, apresenta-se como excelente opção e pode surpreender se houver ofertas e preços estimulantes.
- 5) Apesar de não ser um item incluído nessa pesquisa, recomenda-se um investimento na oferta de Carrinhos para Bebês para o cumprimento das novas regras do Trânsito. Este equipamento infantil é obrigatório, importante, aborda à segurança física das crianças e precisa ser pedagogicamente estimulado e oferecido.

6. *Corpo Técnico*

1. JOÃO ALVES DE SOUZA FILHO

Bacharel em Estatística

Pós-graduado em Marketing

Professor de Pesquisa de Mercado e Opinião – CIESA

1.1. EXPERIÊNCIA EM PESQUISA

Trabalha há 20 anos com pesquisa

Presta serviços para o Instituto de Pesquisa Sociais de Pernambuco – IPESPE

Presta serviços para a Cooperativa de Pesquisa de Mercado – COPEME

Presta serviços para a Fundação Perseu Abramo

Presta serviços para a CRITERIUM

Presta serviços para a Toledo e Associados

2. SILVANA DA SILVA MORAIS

Bacharel em Estatística

Licenciatura em Matemática

3. MOYSES MOTA

Escritor e Consultor de Projetos

Acadêmico de Ciências Sociais – ULBRA

3.1. EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Consultor do Zoneamento Econômico de Roraima – CPRM

Diretor de Projetos Especiais da Secretária Estadual de Saúde de Roraima

Consultor de Projetos do INSTITUTO MUITOESPECIAL – Rio de Janeiro

7. Bibliografia

COCHRAN, G. William. **Técnicas de Amostragem**. Brasil: Fundo de Cultura Brasil Portugal: 1965.

KOTLER, Philip, **Marketing para organizações que não visam o lucro**. São Paulo: Atlas, 1994.

MATAR, Fauza Najib. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 1997.

SILVA, Carlos Eduardo Lins. **O Marketing Eleitoral**. São Paulo: Publifolha, 2002.

8. *Anexos*

1) Percentual de entrevistados por Zona - 2010

Zona	%
Norte	18,8
Sul	23,4
Leste	22,0
Oeste	15,7
Centro Sul	9,6
Centro Oeste	10,5
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

2) Percentual de entrevistados por Faixa etária - 2010

Faixa etária do entrevistado	%
15 a 24 anos	16,5
25 a 44 anos	55,6
45 a 60 anos	21,4
Acima de 60 anos	6,5
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

3) Percentual de entrevistados por Estado civil - 2010

Estado civil	%
Casado	34,9
Mora junto	22,3
Divorciado	3,5
Solteiro	35,1
Viúvo	4,3
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

4) Percentual de entrevistados por Classe social - 2010

Classe Social	%
A	4,4
B	28,2
C	54,2
D/E	13,1
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

5) Percentual de entrevistados por Grau de instrução - 2010

Grau de instrução do entrevistado	%
Nunca estudou/1a. a 4a. série incompleto	4,4
1a. a 4a. série completo/ 5a. a 8a. incompleto	17,7
5a. a 8a. série completo/ Ensino médio incompleto	19,9
Ensino médio completo/ Ensino superior incompleto	49,6
Ensino superior completo	8,3
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

6) Percentual de entrevistados por Grau de formação do chefe da família - 2010

Grau de instrução do chefe da família	%
Nunca estudou/1a. a 4a. série incompleto	6,5
1a. a 4a. série completo/ 5a. a 8a. incompleto	15,5
5a. a 8a. série completo/ Ensino médio incompleto	18,8
Ensino médio completo/ Ensino superior incompleto	49,1
Ensino superior completo	10,0
Não sabe/ não respondeu	0,2
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

7) Percentual de entrevistados por Situação de Trabalho - 2010

Situação trabalhista	%
Autônomo	28,6
Empregado com carteira assinada	16,2
Dona de casa	15,3
Empregado sem carteira assinada	12,0
Aposentado	7,2
Funcionário público	6,8
Desempregado procura emprego	4,1
Estudante	3,5
Free-lance/bico	3,3
Desempregado não procura emprego	1,3
Profissional liberal	0,7
Vive de renda	0,6
Estudante em estágio remunerado	0,4
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

8) Percentual de entrevistados por Renda familiar - 2010

Renda familiar	%
Até R\$ 510,00	24,2
De R\$ 511,00 a R\$ 800,00	23,1
De R\$ 801,00 a R\$ 1.200,00	16,4
De R\$ 1.201,00 a R\$ 2.000,00	18,6
De R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	9,0
De R\$ 3.001,00 a R\$ 4.000,00	3,1
De R\$ 4.001,00 a R\$ 6.000,00	2,2
Mais de R\$ 6.000,00	1,1
Não sabe/recusa-se responder	2,2
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

- 9) Percentual de entrevistados, segundo o número de crianças que pretendem presentear – 2010.

Número de crianças que pretende presentear	%
1	31,4
2	29,4
3	20,7
4	9,1
5	5,5
6	1,3
7	1,7
8	0,2
10	0,6
11	0,2
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

- 10) Percentual de entrevistados, segundo o grau de parentesco com a criança que pretende presentear – 2010.

Grau de parentesco	%
Filho (a)	36,7
Sobrinho (a)	27,0
Afilhado (a)	2,7
Enteado (a)	1,2
Filho (a) de parentes	2,2
Neto (a)/Bisneto (a)	26,5
Vizinho (a)	0,5
Irmão (ã)	1,3
Primo (a)	0,9
Outros	1,0
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

11) Percentual de entrevistados, segundo o sexo da criança que pretende presentear – 2010.

Sexo da Criança	%
Masculino	50,9
Feminino	49,1
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

12) Percentual de entrevistados, segundo a faixa etária da criança que pretende presentear – 2010.

Faixa etária da criança	%
De 0 a 3 anos	26,9
De 4 a 6 anos	25,8
De 7 a 10 anos	31,7
De 11 a 13 anos	13,7
Mais de 13 anos	1,9
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

13) Percentual de entrevistados, segundo o que pretende presentear – 2010.

O que pretende presentear	%
Boneca/Barbie/Suzy	22,1
Vestuário/Vestido/Blusa/calça	20,5
Carro de controle remoto	10,5
Avião/Carro de brinquedo	6,5
Bola	4,5
Outros	4,4
Boneco/Urso de pelúcia	4,3
Playstation/Xbox/Nintendo	4,1
Sapato/Tênis/Sandália	4,0
Bicicleta	3,5
Celular	3,0
Jogo educativo/Montagem	3,0
Computador/Lap top/Notebook	2,2
Dinheiro	1,6
MP3/MP4/Pen drive	1,5
CD's/DVD's	1,2
Câmera digital	0,5
Velocípede/Moto elétrica	0,5
Patins/Patinete/Skate	0,4
Anda já/Carrinho de bebê	0,3
Mochila	0,3
Relógio	0,2
Perfume	0,2
Maquiagem	0,2
Karaokê	0,2
Livros	0,2
Televisão	0,2
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

14) Percentual de Crianças na faixa etária de 6 a 10 anos, segundo o que deseja ganhar de presente – 2010

O que deseja ganhar	%
Boneca/Barbie/Suzy	17,5
Playstation/Xbox/Nintendo	16,8
Carro de controle remoto	9,1
Celular	7,7
Bicicleta	7,4
Computador/Lap top/Notebook	7,1
Bola	6,7
Vestuário/Vestido/Blusa/calça	5,4
MP3/MP4/Pen drive	4,0
Boneco/Urso de pelúcia	3,4
Patins/Skate	2,7
Câmera digital	2,0
Sapato/Tênis/Sandália	1,7
Brinquedos	1,7
Maquiagem	1,7
CD's/DVD's	1,3
Outros	1,0
Dinheiro	0,7
Jogo educativo/Montagem	0,7
Relógio	0,7
Não sabe/Não respondeu	0,7
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

15) Percentual de entrevistados, segundo o local de compra do presente – 2010.

Onde pretende comprar o presente	%
No comércio formal do centro da cidade	56,2
No comércio do bairro	25,4
Nos shopping da cidade	12,8
No camelô	2,2
Não sabe	1,3
No supermercado	0,9
Na internet	0,7
Na feira	0,4
Na livraria	0,2
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

16) Percentual de entrevistados, segundo a forma de pagamento do presente – 2010.

Forma de Pagamento	%
Em dinheiro	70,6
Cartão de credito	25,7
Cartão de loja	1,6
Crediário/carnê	0,9
Cheque pré-datado	0,4
Cartão de débito	0,4
Outros	0,4
Cheque a vista	0,2
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN

17) Percentual de entrevistados, segundo a forma de pagamento do presente – 2010.

Faixa de gasto com o presente de cada criança	%
Menos de R\$ 5,00	0,2
De R\$ 5,00 a R\$ 20,00	5,0
De R\$ 21,00 a R\$ 50,00	26,8
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	31,0
De R\$ 101,00 a R\$ 200,00	17,0
De R\$ 201,00 a R\$ 300,00	7,0
De R\$ 301,00 a R\$ 400,00	3,7
Mais de R\$ 400,00	7,0
Não sabe/ Não respondeu	2,4
Total	100,0

Fonte: CDL-Manaus/IPEN