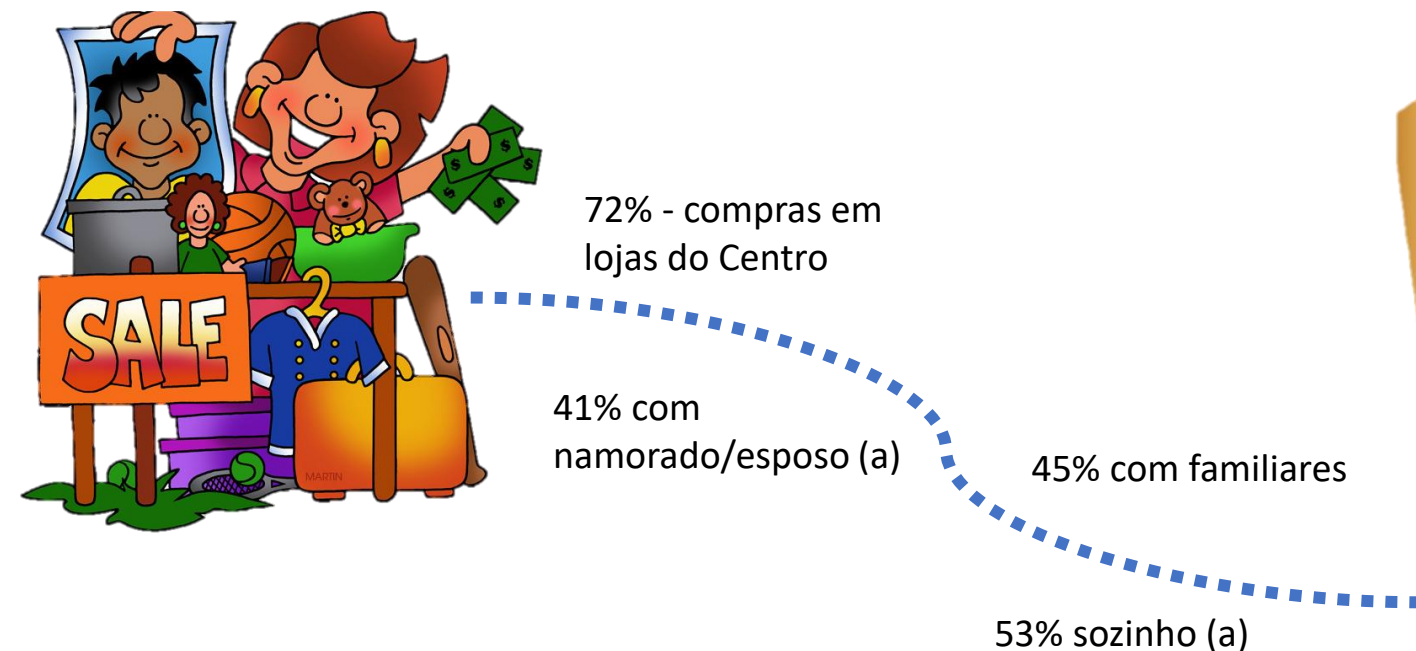


REVIVA CAMPO GRANDE/MS:
TENDÊNCIAS E PERCEPÇÕES
DE EMPRESÁRIOS E
CONSUMIDORES DA RUA 14
DE JULHO

PARTE 1



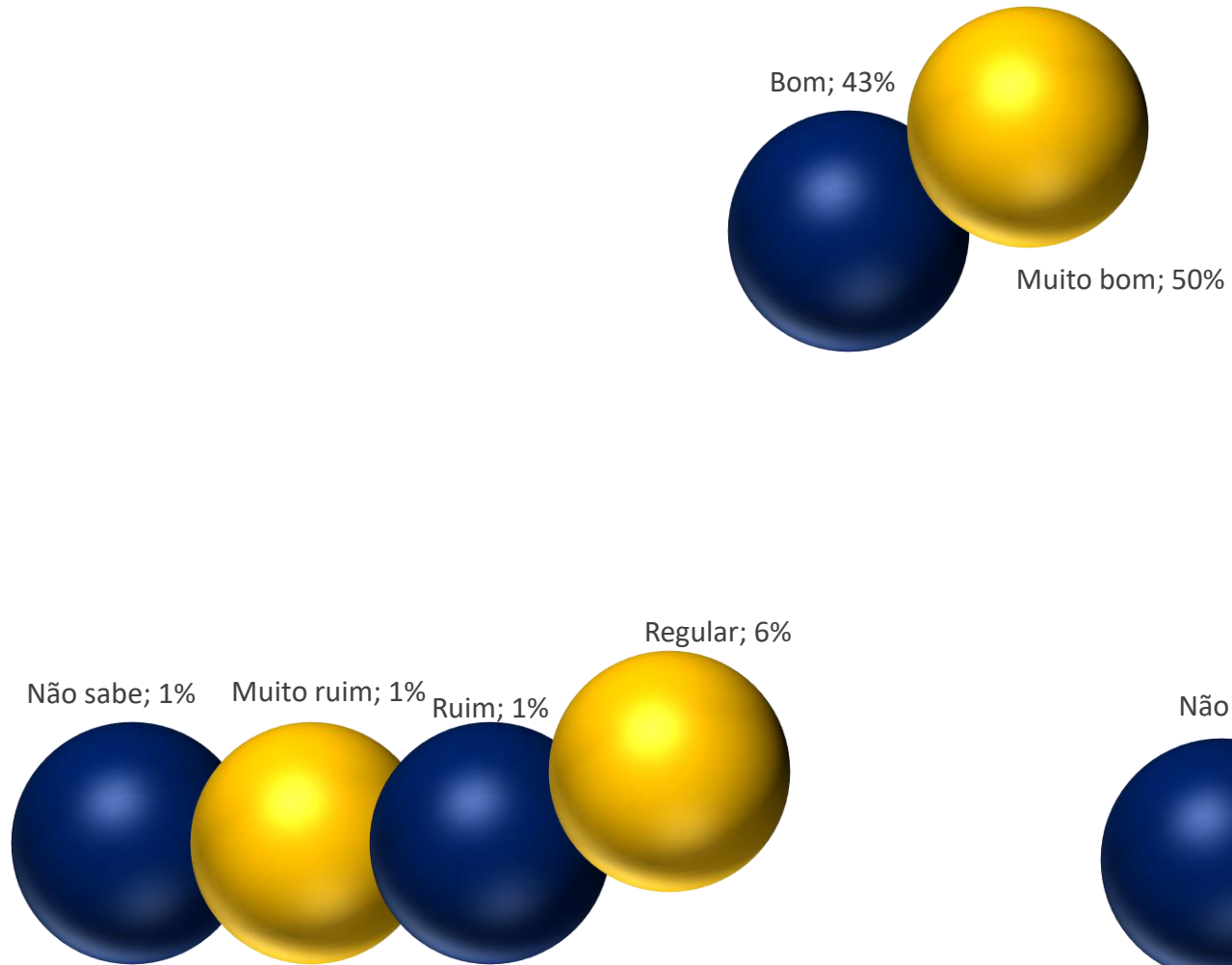
Além das perspectivas das compras nas lojas físicas, o que se busca na Rua 14 de Julho e como a população gostaria de frequentá-la?



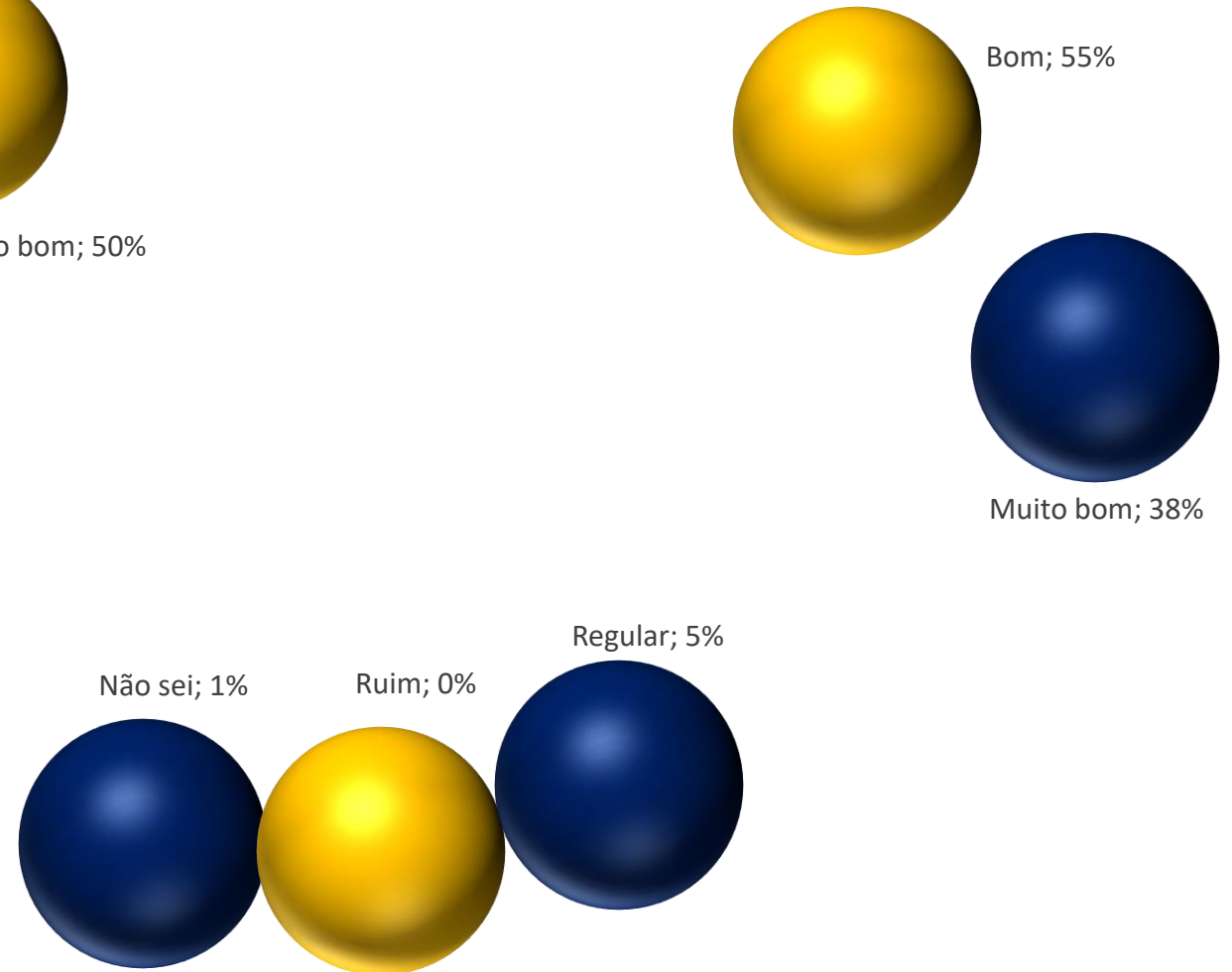
Mais que variedades e serviços básicos,
Busca por ATRATIVIDADE!

Pode corroborar com essas intenções, as avaliações positivas sobre a Rua 14 de Julho após as Obras

Consumidores



Empresários



Ou até mesmo algumas sugestões de atratividade...



Consumidores

1º Eventos culturais (42%)

2º Segurança (40%)

3º Curiosidade (27%)

3º Preços (27%)

4º Gastronomia (22%)



Empresários

1º Estacionamento (50%)

2º Eventos culturais (38%)

3º Atendimento (33%)

4º Preços (32%)

5º Gastronomia (25%)

Oportunidades????

De 56 a 65 anos, a maior atratividade é a gastronomia (40%) e eventos culturais (47%)

Já para aqueles com mais de 65 anos, a segurança (64%)

Os eventos culturais foram os prediletos para aqueles entre 26 e 45 anos, seguidos pela segurança (+45%)

Para os mais jovens, de 18 a 25 anos, os preços precisam ser atrativos (48%)

A preferência pela maioria, independentemente da idade será pela compra na região central, seguida pelos Shoppings, principalmente, para os que possuem entre 56 e 65 anos

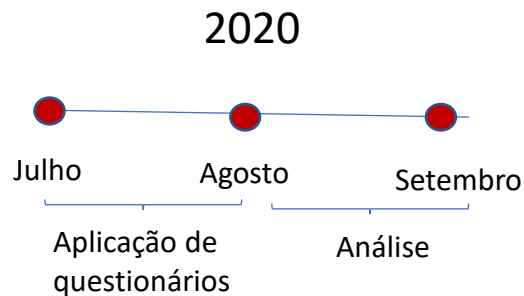
Classes B e E – Gastronomia

Classes A e D – Espaço para conversar

Classe A – Estacionamento

Classe D - Preços

Procedimentos Metodológicos



Consumidores

- Amostra estratificada proporcional por classe social
- 357 abordagens, 95% de confiança e 5% de margem de erro/Julho de 2020
- Análise estratificada por microrregião e por classe social

Empresários

- Amostra aleatória simples
- 350 abordagens, 95% de confiança e 5% de margem de erro/Julho de 2020
- Análise estratificada por microrregião

REALIZAÇÃO



ORIENTAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PROJETO

Central de Projetos (Prefeitura)

Catiana Sabadin Zamarrenho

Juliana de Mendonça Casadei

Fernanda Nascimento

COORDENAÇÃO E ANÁLISE DA PESQUISA

Daniela Teixeira Dias – IPF/MS

EQUIPE TÉCNICA – APOIO

Leandro Lins– ÓTIMA Consultoria e Inteligência de Mercado