O EFEITO DO SHOP-IN-SHOP SOBRE A INTENÇÃO DE COMPRA: UM ESTUDO SOBRE UMA MARCA ESPORTIVA

SÃO PAULO

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

Pesquisa sobre os efeitos do SIS da marca FILA

Essa pesquisa visa identificar os efeitos do Shop-in-shop na intenção de compra do consumidor através de um comparativo utilizando lojas que não possuem SIS.

A pesquisa deve ser feita com consumidores que forem impactados visualmente pelo SIS da FILA (consumidores que passem pelo espaço do SIS ou aqueles que façam alguma interação com os produtos ou mesmo alguém que está parado em frente ao espaço). No caso das lojas sem SIS a pesquisa deve focar em qualquer consumidor que entre na loja e pesquise produtos próximo onde estão expostos os produtos da FILA.

QUESTIONÁRIO

Nome do entrevistado:

Gênero: ( ) Masculino ( ) Feminino ( )Não declarado

Faixa etária: ( ) 18 a 25 ( )26 a 35 ( )36 a 45 ( )acima de 46 anos

1) **Você conhece a marca FILA?**

   ( ) SIM ( ) NÃO

2) **Você possui algum produto da marca FILA?**

   ( ) SIM ( ) NÃO

3) **Você já adquiriu algum produto da marca FILA?**

   ( ) SIM ( ) NÃO

As respostas abaixo deverão seguir uma escala 1 a 5 pontos, da seguinte forma:

(1) Discordo

(2) Discordo parcialmente

(3) Não concordo nem discordo

(4) Concordo parcialmente

(5) Concordo

	DISCORDO	DISCORDO PARCIALMENTE	NÃO CONCORDO NEM DISCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	CONCORDO
4) Os produtos da marca FILA possuem uma alta qualidade					
5) Os produtos da marca FILA são confiáveis					
6) Os produtos da marca FILA não duram muito					
7) É fácil encontrar os produtos da marca FILA nessa loja					
8) A marca FILA oferece uma variedade grande de produtos					
9) A exposição dos produtos da FILA me desperta o desejo de compra					
10) Os funcionários estão dispostos a ajudar sempre que necessário					
11) Os produtos ofertados possuem uma excelente relação custo x beneficio					
12) Essa marca é confiável					
13) Essa marca é referência de moda esportiva					
14) Eu gosto de olhar os produtos dessa marca.					
15) O ambiente desse espaço me desperta curiosidade					
16) Em uma próxima compra, eu comprarei um produto da marca FILA					
17) Eu consideraria comprar um produto da marca FILA no futuro					
18) Meu desejo de comprar um produto da marca FILA é alto.					

1. APÊNDICE B – PERFIL DA AMOSTRA

LOJA	n	%
Anita Calçados	117	33,8
Flavio's	148	42,8
Oscar Calçados	81	23,4
Total	**346**	**100,0**

ESTADO	n	%
Goias	148	42,8
Mato Grosso do Sul	117	33,8
São Paulo	81	23,4
Total	**346**	**100,0**

GÊNERO	n	%
Masculino	180	52,0
Feminino	165	47,7
Não declarado	1	0,3
Total	**346**	**100,0**

FAIXA ETÁRIA	n	%
18 a 25 anos	121	35,0
26 a 35 anos	115	33,2
36 a 45 anos	75	21,7
Acima de 46 anos	35	10,1
Total	**346**	**100,0**

VOCÊ CONHECE A MARCA FILA?	n	%
Não	23	6,6
Sim	323	93,4
Total	**346**	**100,0**

VOCÊ POSSUI ALGUM PRODUTO DA MARCA FILA?	n	%
Não	206	59,5
Sim	140	40,5
Total	**346**	**100,0**

VOCÊ JÁ ADQUIRIU ALGUM PRODUTO DA MARCA FILA?	n	%
Não	100	28,9
Sim	246	71,1
Total	**346**	**100,0**

PDV POSSUI SIS?	n	%
Não	204	59,0
Sim	142	41,0
Total	**346**	**100,0**

APÊNDICE C – FOTOS DOS ESPAÇOS COM E SEM O SIS

Figura 1 - Lojas que não possuem Shop-in-Shop.



Fonte: Lojas Oscar Calçados localizada em São Jose dos Campos-SP

Figura 2- Lojas que possuem Shop-in-Shop



Fonte: Loja Oscar Calçados em Taubaté e Loja Anita Calçados em Campo Grande