

ESTUDO SOBRE SEGURANÇA NOS LOCAIS DE COMPRA

2007

Recolher para Conhecer, Conhecer para Decidir

Índice

1	Metodologia	4
2	Síntese	9
3	Análise de Resultados	13



Metodologia

Objectivos

4

O presente estudo teve como principal objectivo aferir junto da População Portuguesa o nível de confiança depositado nos diferentes locais de compra, designadamente:

- Qual a percepção e o grau de confiança que a população deposita nos locais de Compra, em termos de segurança, procurando designadamente saber o que o consumidor espera da Segurança de uma loja de supermercado;
- Quais são os elementos considerados importantes que devem estar presentes num local de compra, para assegurar padrões mínimos de segurança, procurando designadamente:
 - Saber se a Segurança presente numa loja/supermercado é um factor tranquilizador ou de incómodo;
 - Quando se escolhe uma loja/supermercado para ir fazer compras, se tem em conta a Segurança desse mesmo local;
 - Saber se os consumidores preferem ter um Segurança na loja/supermercado que seja mais evidente/visível ou se preferem antes uma segurança mais discreta/menos visível;
 - Saber se os consumidores preferem que a Segurança seja feita por uma Empresa de Segurança ou por funcionários da própria loja/supermercado;
- Quais os locais de compra (nome da insígnia) em que se sente mais OU menos seguro? E porquê?
- Nível de vitimização de furto e/ou roubo num local de compra? E em que locais específicos (determinado Centro Comercial, em determinada loja, parque de estacionamento, ou outras instalações)?



Metodologia

5

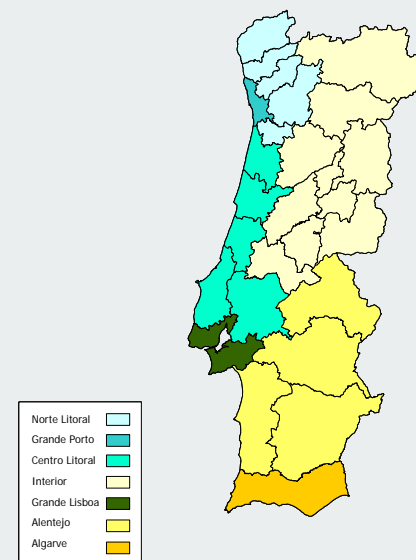
Universo

O Universo é constituído pelos indivíduos com 18 e mais anos de idade, residentes em Portugal Continental.

Amostra

A amostra é constituída por 1.002 indivíduos, com a seguinte distribuição, proporcional, por região GfK:

REGIÃO	ENTREVISTAS
Norte Litoral	189
Grande Porto	129
Centro Litoral	157
Interior	155
Grande Lisboa	284
Alentejo	50
Algarve	38
TOTAL	1.002



Metodologia

Recolha de informação

6

A informação foi recolhida através de entrevista directa e pessoal, em total privacidade, com base em questionário elaborado pela **INTERCAMPUS**, a partir dos objectivos enumerados e com base nas indicações do Cliente.

Os trabalhos de campo decorreram de 14 a 23 de Setembro de 2007, e foram realizados por 46 entrevistadores, recrutados e treinados pela **INTERCAMPUS**, que receberam uma formação adequada às especificidades deste estudo.

A recolha incidiu nos fins-de-semana, durante todo o dia e nos dias úteis entre as 18h e as 22h.



Metodologia

Controlos de Qualidade

7

Foi realizado um controlo de qualidade, respeitando-se as seguintes etapas:

1. Em relação ao desenho do questionário, foi verificado o correcto ajustamento entre os objectivos do projecto e o questionário, bem como identificadas as perguntas que respondem a cada um dos objectivos. Foi igualmente feita uma revisão da consistência entre as perguntas e as categorias de resposta, da sequência lógica das respostas e dos filtros.
2. Os entrevistadores tiveram formação prévia. A incorporação de novos entrevistadores não superou, em nenhum caso, mais de 25% do total de entrevistas.
3. Após darem entrada no Departamento de Campo, os questionários foram imediatamente revistos, sendo detectados eventuais erros de preenchimento ou ausência de informação. Caso a caso, foi feita uma avaliação dos procedimentos a adoptar, que poderiam ir de um novo contacto com o inquirido (obtenção de informação em falta) à simples anulação da entrevista (por exemplo se se verificar uma taxa de não resposta superior a 10% do total das perguntas).
4. Os questionários aprovados pelo Departamento de campo foram gravados em suporte informático, sendo elaborado um relatório por entrevistador com toda a informação relevante em termos de não resposta, saltos correctamente dados, preenchimento de perguntas abertas ..., realizando-se o teste em relação à consistência e articulação da informação obtida, sendo os questionários com informação incorrecta devolvidos ao Departamento de campo.



Metodologia

Controlos de Qualidade

8

5. Foi realizada uma supervisão de cerca de 20% do trabalho de cada entrevistador através de um novo contacto telefónico com o entrevistado. Para esse efeito utilizou-se um questionário de supervisão cuja concepção visa verificar se foram respeitadas as indicações apresentadas em relação a: local da entrevista, método de selecção do entrevistado, condições de realização da entrevista, questionário, apresentação de listas e tempo de duração da entrevista.
6. Na gravação informática dos questionários, com base em cerca de 50% de transcrição das perguntas abertas, foram elaborados os planos de codificação respectivos (para cada pergunta deste tipo), para que estas sejam codificadas de acordo com o mesmo.
7. Já com base no ficheiro global do estudo, foi feita uma validação do ficheiro informático, testando-se a consistência dos dados recolhidos a dois níveis: validação dos códigos das respostas, pergunta a pergunta, e uma validação da articulação entre as perguntas (saltos e filtros), respeitando-se a estrutura do questionário utilizado. Em caso algum foram feitas correcções automáticas da informação. A partir deste momento, o ficheiro informático encontrou-se apto a ser tabulado e tratado com base em software concebido para o efeito.
8. O relatório final entregue ao Cliente foi revisto pelo Responsável de Projecto.
9. Os questionários, em papel, serão guardados durante um ano.





Síntese

Síntese

10



74% dos clientes de lojas/supermercados/hipermercados sentem-se **seguros** (65%) e **muito seguros** (9%) quando vão às compras

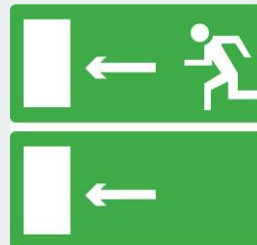
14% nunca pensou no aspecto segurança vs compras

10% sentem-se pouco seguros (8%) e nada seguros (2%)

Aspectos considerados importantes do ponto de vista da segurança e que devem estar presentes numa loja/ supermercado/ hipermercado e também referidos como os 3 aspectos mais valorizados:



Seguranças

Saídas
emergência

PSP

Aspectos importantes

47%

32%

22%

Os 3 aspectos mais valorizados

63%

61%

42%



Síntese

11



65% não tem em consideração a segurança quando escolhe o local de compras e 28% nunca pensou nisso provavelmente porque...

... 95% dos inquiridos nunca foi vítima, nunca assistiu e não conhece nenhuma vítima de assalto ou tentativa de assalto no interior ou no parque de estacionamento de uma loja / supermercado / hipermercado

No entanto, a presença visível de **elementos de segurança** (segurança privada/polícia) representa para 60% um **factor tranquilizante**.

E para 57% dos inquiridos a **força** de segurança que transmite **mais segurança** são os **agentes da PSP**.



Síntese

12

Estabelecimento onde se sente mais seguro



%

13

Motivos

Existência de
seguranças (71%)

11

Existência de
seguranças (68%)

10

Existência de
seguranças (35%)

10

Estabelecimento onde se sente menos seguro



%

10

Motivos

Não tem seguranças
(71%)

9

Não tem seguranças
(68%)

4

Muita
confusão(35%)

31

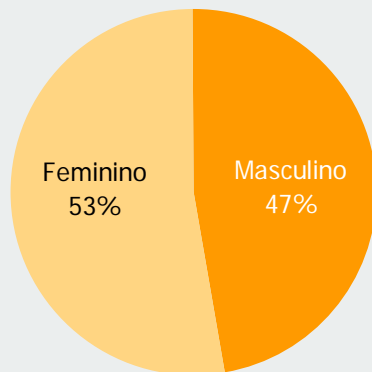
3

Análise de Resultados

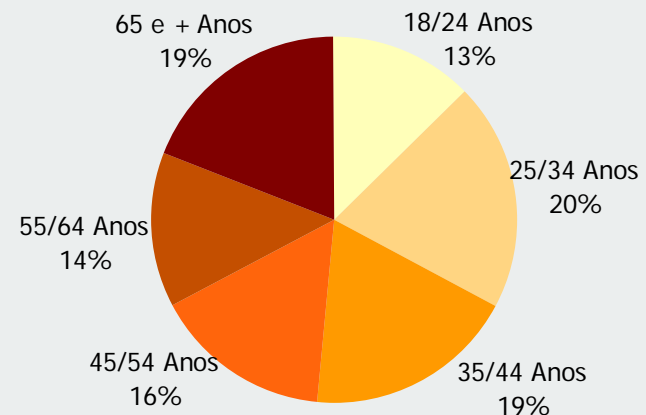
Caracterização da amostra

14

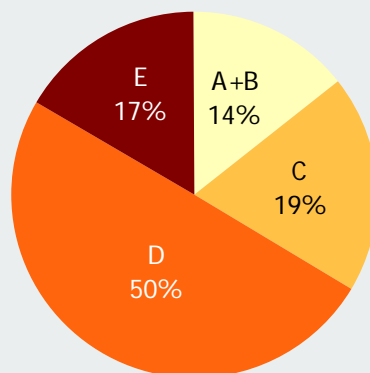
SEXO



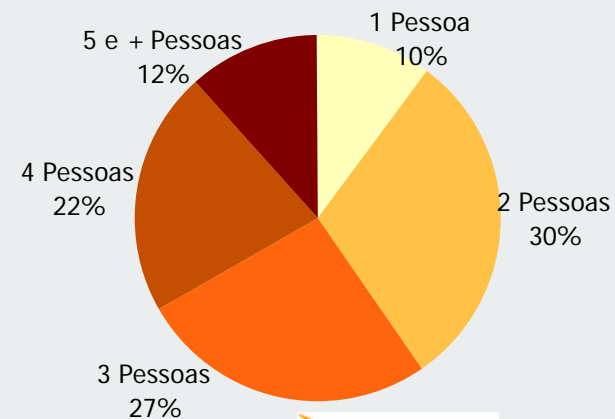
IDADE



STATUS SOCIAL



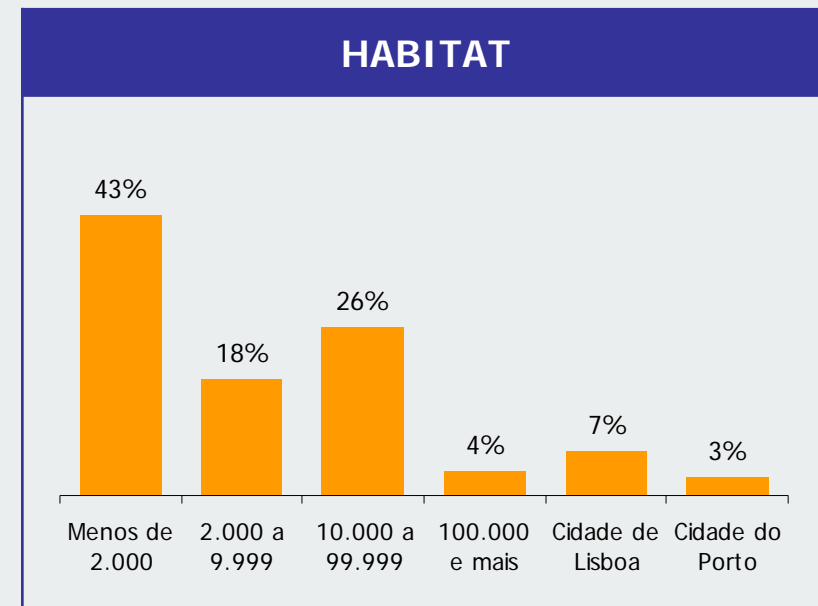
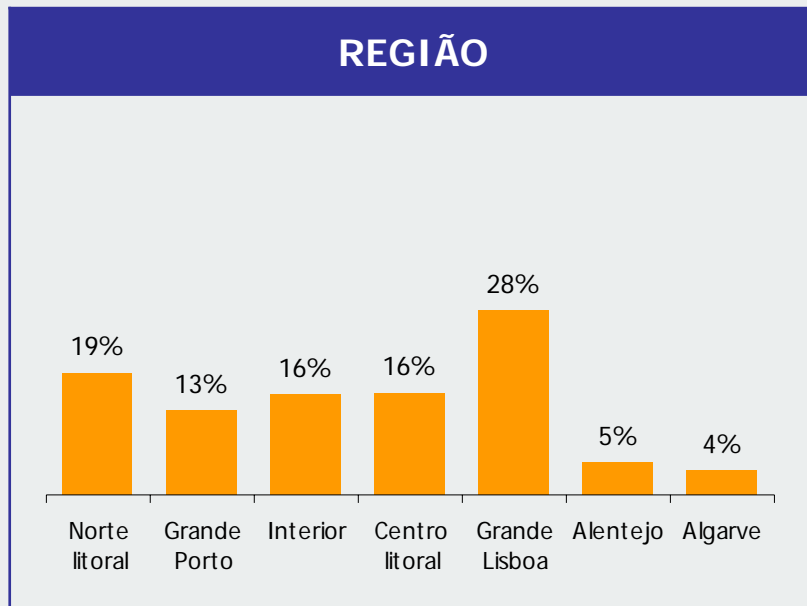
AGREGADO FAMILIAR



Base: Amostra total (1002)

Caracterização da amostra

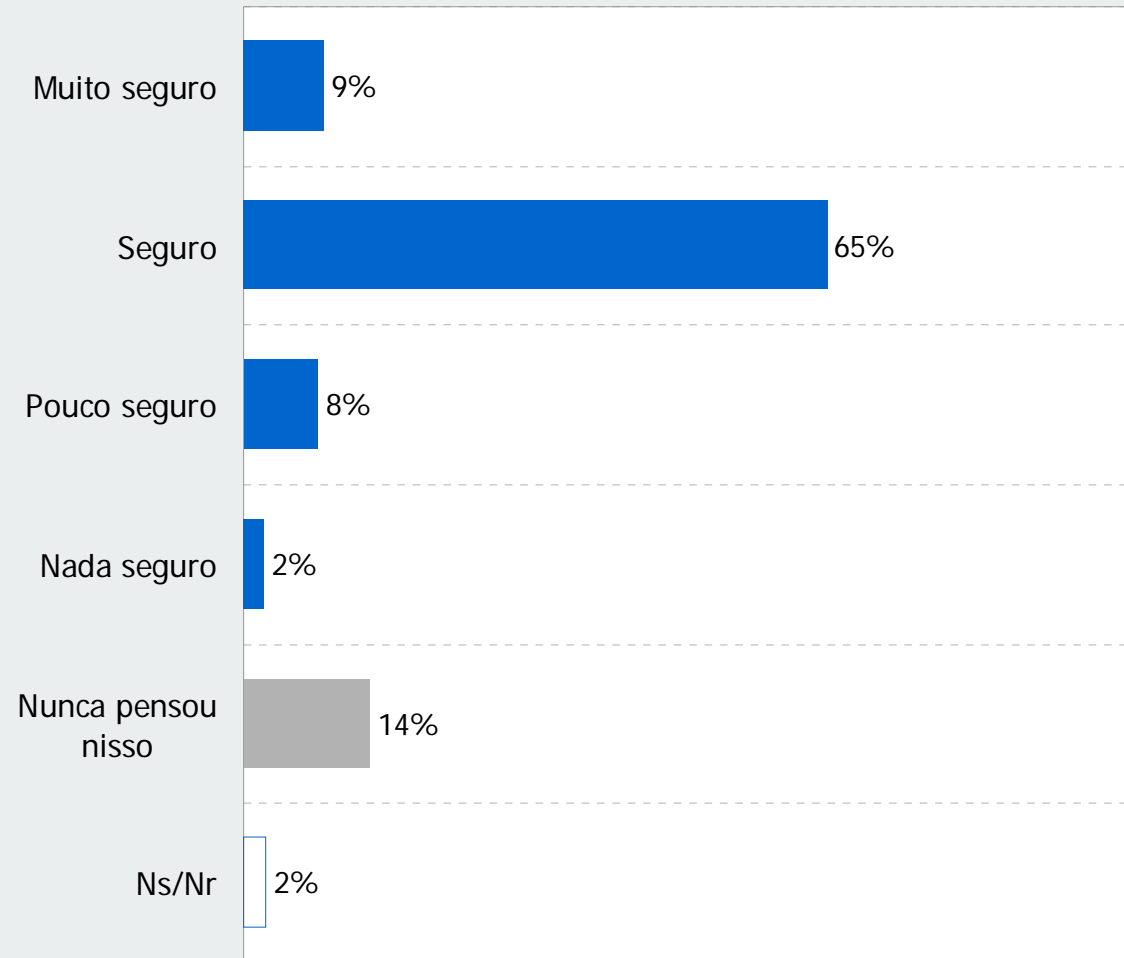
15



Base: Amostra total (1002)



Sentimento de segurança quando vai às compras



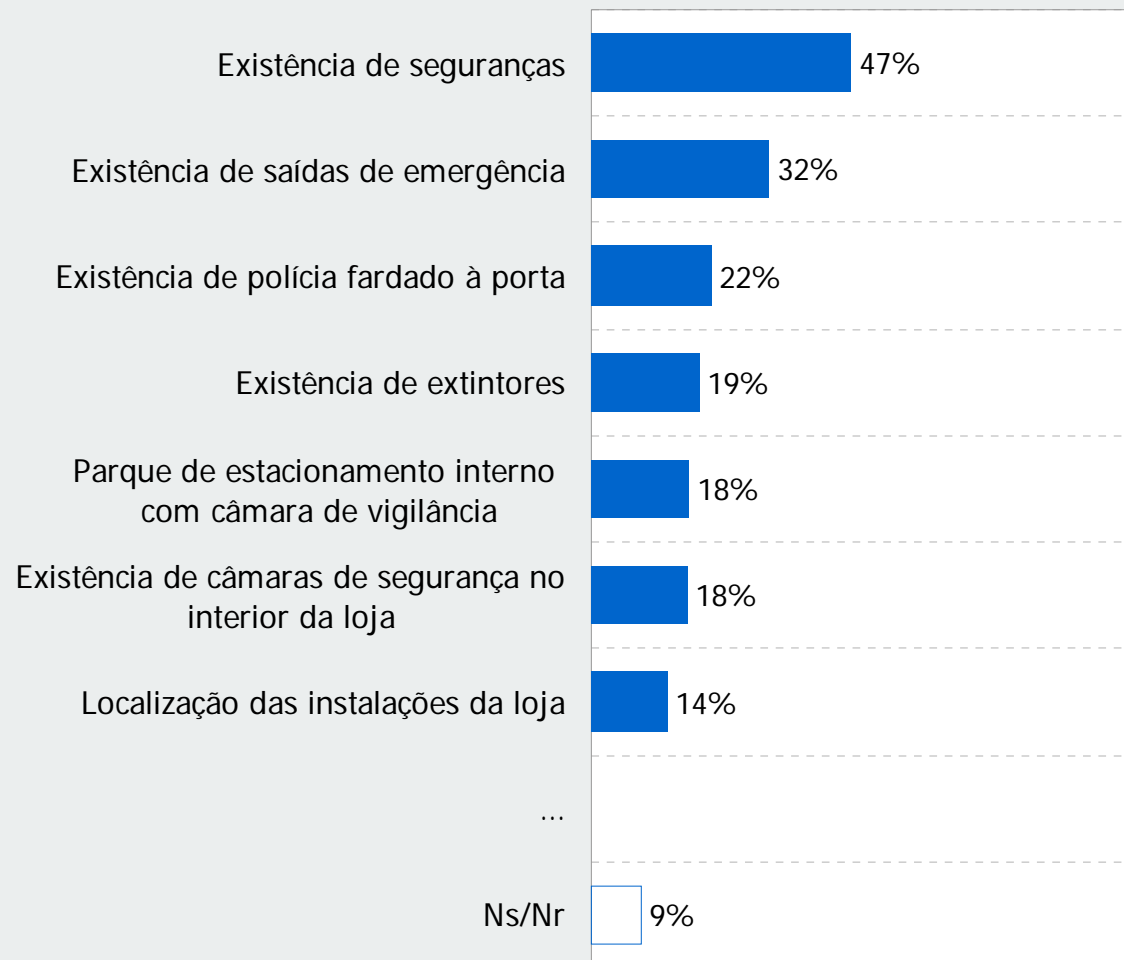
16

Base: Total (1002)

P.1 – Nos tempos que correm a segurança é cada vez mais um tema em discussão e, nesse sentido, gostaria que me dissesse, de uma forma geral, como se sente quando vai às compras a uma LOJA / SUPER / HIPERMERCADO? (LER – UMA SÓ RESPOSTA)



Aspectos mais importantes relacionados à Segurança



17

Base: Total (1002)

P.2 – Quais são os aspectos que considera importantes do ponto de vista da segurança e que devem estar presentes numa LOJA / SUPER / HIPERMERCADO? (NÃO LER – NÃO SUGERIR – VÁRIAS RESPOSTAS POSSÍVEIS)



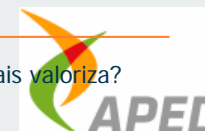
Aspectos mais valorizados relacionados à Segurança

18

	TOTAL	1º Aspecto Referido	2º Aspecto Referido	3º Aspecto Referido
✓ Existência de seguranças	63%	24%	23%	16%
✓ Existência de saídas de emergência	61%	25%	19%	17%
✓ Existência de polícia fardado à porta	42%	19%	14%	10%
✓ Existência de extintores	39%	12%	14%	13%
✓ Parque de estacionamento interno com câmara de vigilância	34%	6%	13%	15%
✓ Existência de câmaras de segurança no interior da loja	34%	8%	9%	17%
✓ Localização das instalações da loja	22%	6%	7%	10%
Ns/Nr	0%	0%	1%	3%

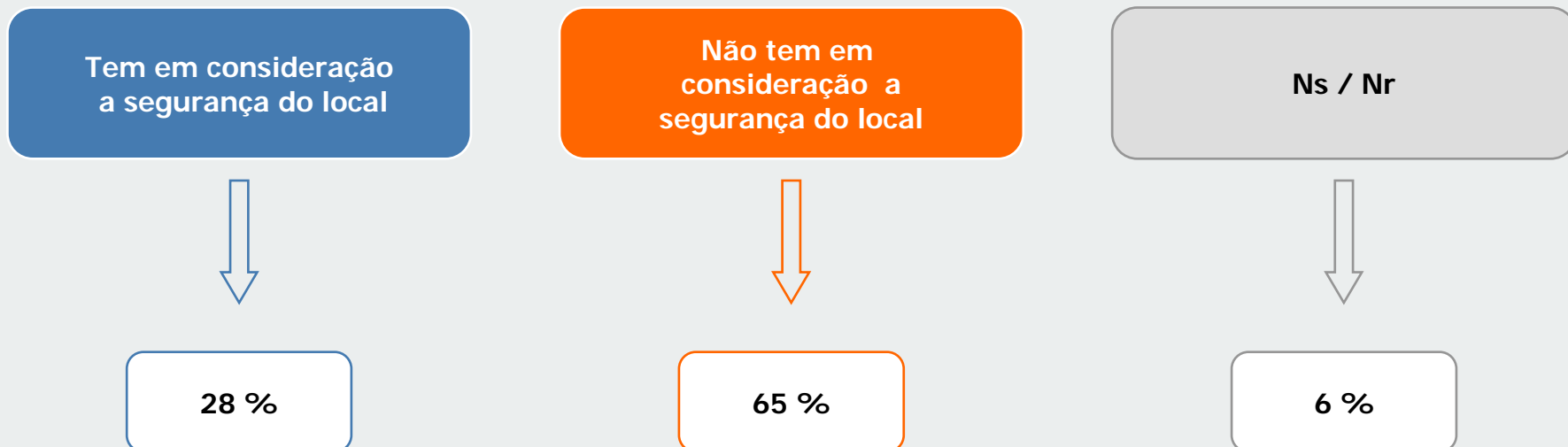
Base: Total (1002)

P.3 – Poder-me-ia dizer quais são desta lista os TRÊS aspectos relativos à segurança numa LOJA / SUPER / HIPERMERCADO que mais valoriza?
(MOSTRAR LISTA 1 – REGISTRAR POR ORDEM DE REFERÊNCIA – MÁXIMO TRÊS RESPOSTAS)



Tem em consideração a segurança para a escolha do local de compras?

19



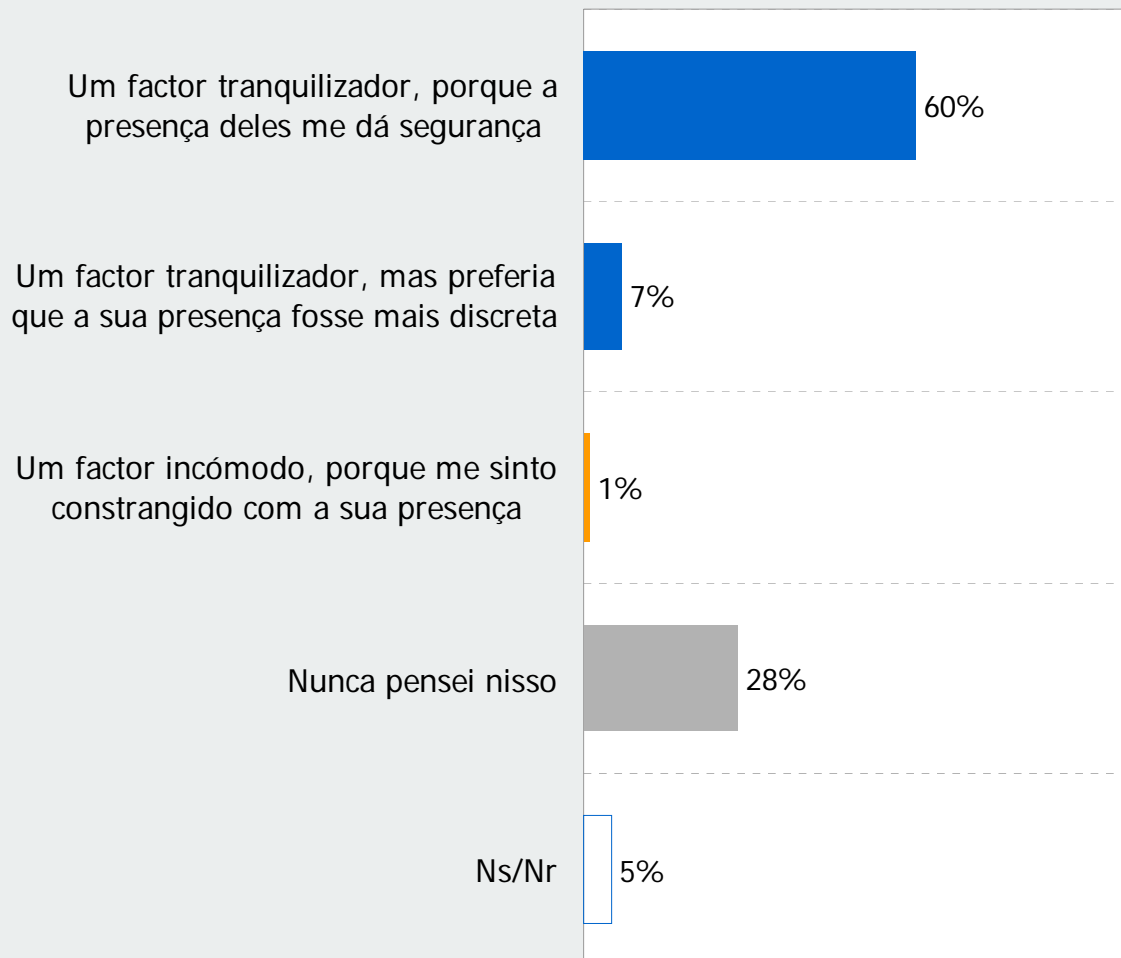
Base: Total (1002)

P.4 Quando escolhe uma LOJA / SUPER / HIPERMERCADO para fazer compras, tem em consideração a segurança desse local? (LER – UMA SÓ RESPOSTA)



Sentimento com relação a elementos de segurança visíveis

20



Base: Total (1002)

P.5 Para si, o facto dos elementos de segurança (segurança/polícia) numa LOJA / SUPER / HIPERMERCADO estarem visíveis representa? (LER – UMA SÓ RESPOSTA)



Força de segurança que transmite mais confiança

- Funcionário de Empresa Privada

21



Porque é que a presença de uma Empresa Privada transmite mais segurança?

✓ Formação/especialização	14%
✓ É mais discreto	10%
✓ É mais seguro	10%
✓ É o suficiente	9%
✓ Está sempre presente	8%
✓ Mantém respeito	7%
✓ Estão mais atentos as pessoas	6%
✓ São competentes	5%
✓ Experiência em vigilância	4%
✓ Empresas credíveis/empresas de prestígio	4%
✓ Intimida os assaltantes	4%
✓ São mais cuidadosos/agem com mais calma	3%
...	
Ns/Nr	14%

Base: P.6: Total (1002) / P.7: Entrevistados que acham que a empresa privada transmite mais confiança (261)

P.6 Independentemente da importância que atribui à presença de elementos de segurança em LOJAS / SUPERS / HIPERMERCADOS, gostaria que me dissesse que tipo de força de segurança transmite mais confiança/segurança: um segurança de uma empresa privada, da própria loja ou um agente da PSP? **(UMA SÓ REPOSTA)**

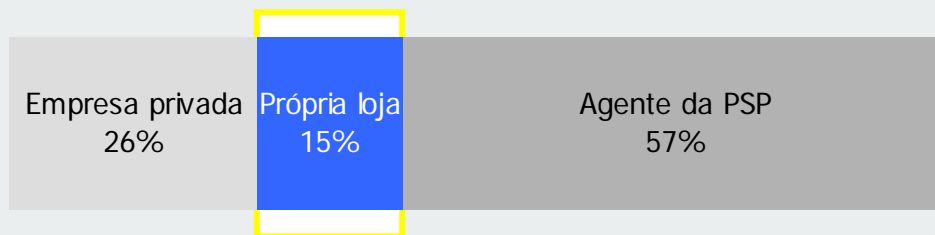
P.7 E porque é que acha que a presença de um **(REFERIR RESPOSTA DADA NA P.6)** transmite mais confiança/segurança?



Força de segurança que transmite mais confiança

- Funcionário da Própria Loja

22



Porque é que a presença de um funcionário da Própria Loja transmite mais segurança?

✓ Conhece melhor a loja	32%
✓ É o suficiente	16%
✓ É mais discreto	15%
✓ Estão sempre presentes	10%
✓ Mantêm respeito	7%
✓ São mais atentos	6%
✓ Dá mais segurança	5%
...	
Ns/Nr	14%

Base: P.6: Total (1002) / P.7: Entrevistados que acham que funcionários da própria loja transmitem mais confiança (154)

P.6 Independentemente da importância que atribui à presença de elementos de segurança em LOJAS / SUPERS / HIPERMERCADOS, gostaria que me dissesse que tipo de força de segurança transmite mais confiança/segurança: um segurança de uma empresa privada, da própria loja ou um agente da PSP? **(UMA SÓ REPOSTA)**

P.7 E porque é que acha que a presença de um **(REFERIR RESPOSTA DADA NA P.6)** transmite mais confiança/segurança?

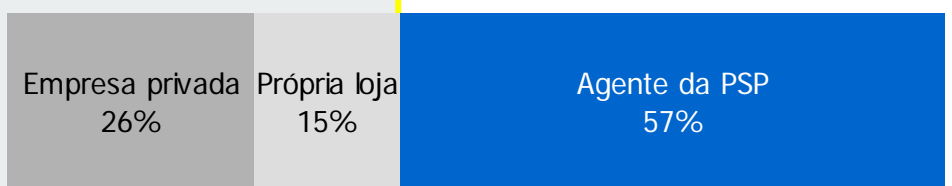


Força de segurança que transmite mais confiança

- Agente da PSP

23

Porque é que a presença de um Agente da PSP transmite mais segurança?



✓ Representa a polícia/é uma força militar	35%
✓ Impõe mais respeito	27%
✓ Dá mais segurança/é a segurança máxima	16%
✓ São mais preparados	8%
✓ Têm autonomia para agir	8%
✓ Dá mais confiança	6%
✓ Está armado	5%
✓ A farda impõe respeito	5%
✓ Tem mais poder	5%
✓ Inibe a presença de ladrões	4%
✓ São mais competentes	3%
...	
Ns/Nr	5%

Base: P.6: Total (1002) / P.7: Entrevistados que acham que a presença de um agente da PSP transmite mais confiança (574)

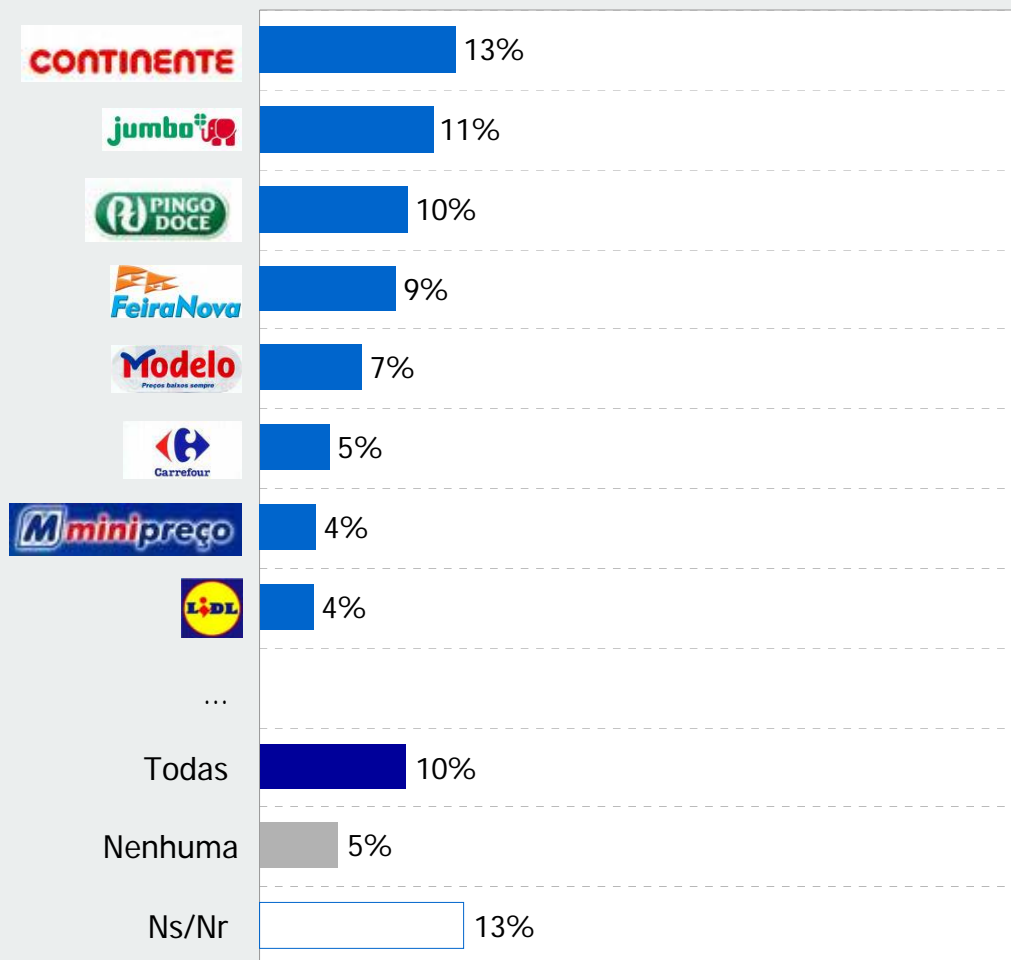
P.6 Independentemente da importância que atribui à presença de elementos de segurança em LOJAS / SUPERS / HIPERMERCADOS, gostaria que me dissesse que tipo de força de segurança transmite mais confiança/segurança: um segurança de uma empresa privada, da própria loja ou um agente da PSP? **(UMA SÓ REPOSTA)**

P.7 E porque é que acha que a presença de um **(REFERIR RESPOSTA DADA NA P.6)** transmite mais confiança/segurança?



Loja que se sente mais seguro

24



Base: Total (1002)

P.8 – Gostaria que me dissesse, de uma forma geral, quando vai às compras, em que LOJA / SUPER / HIPERMERCADO se sente mais seguro(a)? (RESPOSTA ESPONTÂNEA. NÃO LER. REGISTRAR A RESPOSTA DO ENTREVISTADO – UMA SO RESPOSTA)



Motivos para se sentir mais seguro

25

	Total	CONTINENTE	jumbo	PINGO DOCE
✓ Existência de seguranças	38%	71%	68%	35%
✓ Existência de saídas de emergência	23%	32%	36%	20%
✓ Localização das instalações da loja/super/hipermercado	22%	24%	32%	31%
✓ Existência de câmaras de segurança no interior da loja	16%	23%	28%	7%
✓ Parque de estacionamento interno	12%	29%	25%	5%
✓ Existência de extintores	12%	18%	23%	6%
✓ Existência de polícia fardado (PSP) à porta	8%	6%	6%	13%
✓ Hábito/é a que normalmente faz compras	5%	5%	2%	6%
✓ É um lugar pequeno	2%	0%	0%	8%
✓ É uma loja muito sossegada	1%	0%	0%	7%
...				
Sente-se seguro em todos/não tem medo	3%	2%	2%	0%
Nenhum	3%	0%	0%	0%
Ns/Nr	19%	1%	1%	2%

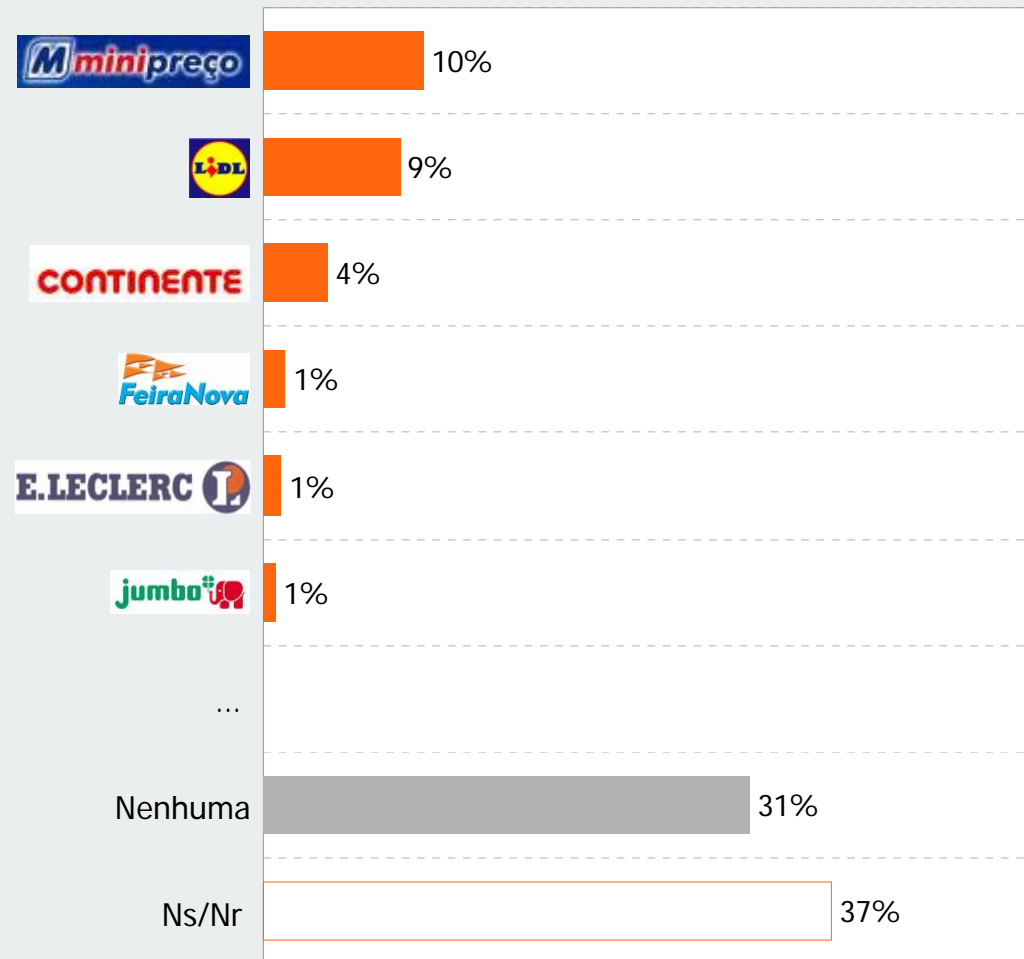
Base: Se sente mais seguro na Loja: (1002) (128) (113) (96)

P.8a – Disse-me que a LOJA / SUPER / HIPERMERCADO em que se sente mais seguro para fazer compras era (referir nome mencionado na P.8). Porque motivos? (**MOSTRAR LISTA 2 – VARIAS RESPOSTAS POSSIVEIS**)



Loja que se sente menos seguro

26






Base: Total (1002)

P.9 – E em que LOJA / SUPER / HIPERMERCADO se sente menos seguro? (RESPOSTA ESPONTÂNEA. NÃO LER. REGISTRAR A RESPOSTA DO ENTREVISTADO – UMA SÓ RESPOSTA)

Motivos para se sentir menos seguro

27

	Total			
* Não tem seguranças	11%	60%	43%	5%
* Localização das instalações da loja	7%	18%	29%	10%
* Não tem saídas de emergência	6%	30%	12%	12%
* Não tem policia fardado (PSP) à porta	5%	22%	17%	7%
* Não tem parque de estacionamento interno com câmaras de vigilância	4%	17%	11%	5%
* Paragens de transportes públicos longe ou em locais isolados	3%	4%	16%	10%
* Não tem câmaras de segurança no interior da loja	2%	9%	5%	0%
* Muita confusão	1%	3%	1%	20%
* Conhecimento de existência/tentativa de assalto aos clientes dentro da própria loja	1%	3%	2%	15%
* Conhecimento de existência/tentativa de assalto no parque de estacionamento	1%	0%	5%	15%
* Loja muito grande	1%	0%	0%	15%
* Conhecimento de existência/tentativa de assalto nas casas de banho	↓ 1%	0%	0%	10%
...				
Nunca se sentiu inseguro	4%	1%	0%	0%
Nenhum	14%	0%	0%	0%
Ns/Nr	50%	2%	2%	0%

Base: Se sente menos seguro na Loja:

(1002)

(103)

(89)

(41)

P.9b – Disse-me que a LOJA / SUPER / HIPERMERCADO em que se sente menos seguro para fazer compras era (REFERIR NOME MENCIONADO NA P.9). Porque motivos? (MOSTRAR LISTA 3 – VARIAS RESPOSTAS POSSIVEIS)



Situações adversas já ocorridas

28

Ser vítima de assalto ou tentativa de assalto no interior ou no parque de estacionamento de uma Loja / Super / Hipermercado



1%

Assistir a um assalto ou tentativa de assalto no interior ou no parque de estacionamento de uma Loja / Super / Hipermercado



2%

Conhecer uma vítima de assalto ou tentativa de assalto no interior ou no parque de estacionamento de uma Loja / Super / Hipermercado



4%

Nenhuma



95%









Base: Total (1002)

P.10 – Qual das seguintes situações já lhe aconteceu? (MOSTRAR LISTA – VÁRIAS RESPOSTAS POSSÍVEIS)



Local onde ocorreu a situação adversa

29

	Situação 1: <i>Ser vítima...</i>	Situação 2: <i>Assistir...</i>	Situação 3: <i>Conhecer uma vítima...</i>
	40%	-	8%
	20%	28%	14%
	20%	11%	27%
	20%	11%	3%
	-	22%	22%
	-	17%	5%
	-	-	11%
	-	-	5%
Outras respostas	-	22%	16%
Ns/Nr	-	-	11%
	(5)	(18)	(37)

Base: Referiram as situações

Base: Total (1002)

P.10a – Para cada uma das situações que me acabou de referir, poder-me-ia dizer em que LOJA / SUPER / HIPERMERCADO é que isso aconteceu? (RESPOSTA ESPONTÂNEA. NÃO LER. REGISTRAR A RESPOSTA DO ENTREVISTADO. MAIS DO QUE UMA RESPOSTA POSSIVEL)

