



**Relatório sobre a Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia dos
Pais 2014 em ARAPIRACA/AL**

IFEPA/AL

Arapiraca, 05/08/2014

Sumário

1	INTRODUÇÃO	0
2	ASPECTOS MERCADOLÓGICOS	0
3	POPULAÇÃO	0
4	PERFIL DOS ENTREVISTADOS – ARAPIRACA	1

SUMÁRIO DE GRÁFICOS

<i>Figura 14- Sexo (%)</i>	<i>1</i>
<i>Figura 15 - Faixa Etária (%)</i>	<i>1</i>
<i>Figura 16 - Nível de Escolaridade (%)</i>	<i>2</i>
<i>Figura 17 – Renda (%)</i>	<i>2</i>
<i>Figura 18 - Consumidores que irão comemorar o Dia dos Pais</i>	<i>3</i>
<i>Figura 19 - Onde os consumidores pretendem comemorar o Dia dos Pais (%)</i>	<i>4</i>
<i>Figura 20 - Consumidores que irão comprar presentes o Dia dos Pais</i>	<i>5</i>
<i>Figura 21 - Motivos pelos quais os consumidores não irão presentear no Dia dos Pais</i>	<i>6</i>
<i>Figura 22- Valor que os consumidores pretendem gastar com comemoração/presente no Dia dos Pais (%)</i>	<i>7</i>
<i>Figura 23 - Formas de pagamento que os consumidores pretendem utilizar para pagar os presentes do Dia dos Pais (%)</i>	<i>8</i>
<i>Figura 24 - Locais onde os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia dos Pais (%)</i>	<i>9</i>
<i>Figura 25 - Motivos que os consumidores levam em consideração ao escolher uma loja para realizar suas compras (%)</i>	<i>11</i>

SUMÁRIO DE TABELAS

<i>Tabela 14- Distribuição dos entrevistados segundo disposição de gênero, por renda.....</i>	<i>3</i>
<i>Tabela 15 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia dos Pais, por sexo.</i>	<i>4</i>
<i>Tabela 16 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia dos Pais, por renda.</i>	<i>4</i>
<i>Tabela 17- Distribuição dos entrevistados segundo os locais onde pretendem comemorar o Dia dos Pais, por faixa sexo.</i>	<i>5</i>
<i>Tabela 18 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais onde pretendem comemorar o Dia dos Pais, por faixa renda.</i>	<i>5</i>
<i>Tabela 19- Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Pais, por sexo.....</i>	<i>6</i>
<i>Tabela 20 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Pais, por renda.....</i>	<i>6</i>
<i>Tabela 21 - Produtos que os consumidores pretendem comprar para o Dia dos Pais</i>	<i>7</i>
<i>Tabela 22 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizadas na compra dos presentes para o Dia dos Pais, por sexo.</i>	<i>8</i>
<i>Tabela 23 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizadas na compra dos presentes para o Dia dos Pais, por renda.</i>	<i>9</i>
<i>Tabela 24- Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia dos Pais, por sexo. ..</i>	<i>10</i>
<i>Tabela 25 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia dos Pais, por renda</i>	<i>10</i>
<i>Tabela 26 - Distribuição dos entrevistados segundo os motivos na escolha do local para as compras para o Dia dos Pais, por sexo.</i>	<i>11</i>
<i>Tabela 27 - Distribuição dos entrevistados segundo os motivos na escolha do local para as compras para o Dia dos Pais, por renda.....</i>	<i>12</i>

1 INTRODUÇÃO

O Dia dos Pais é um período de grande movimentação econômica no comércio em geral. Por isso, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Alagoas – Fecomércio/AL, em parceria com a Prefeitura de Arapiraca, através da Secretária Municipal de Indústria, Comércio e Serviços – SEMICS, e a UFAL, realizaram este trabalho com o intuito de traçar um quadro de expectativas do ponto de vista dos consumidores. Para o empresário conhecer a realidade do mercado consumidor e potencializar a capacidade de acertar na elaboração de estratégias mais adequadas a percepção das pessoas.

2 ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

O levantamento foi realizado nos dias 21 a 25 de Julho de 2014 no município de Arapiraca. Os questionários foram compostos por perguntas abertas e fechadas e aplicados pelo método de pesquisa direta.

O tamanho mínimo da amostra foi determinado em 385 questionários, com nível de confiança de 95% e margem de erro de 5%.

Vale ressaltar que, nas questões de múltiplas respostas, a totalização dos índices não fecha em 100%.

A coleta de dados foi orientada pela coordenação de pesquisa e pelos supervisores de campo do Instituto Fecomércio/AL de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento – IFEPD/AL.

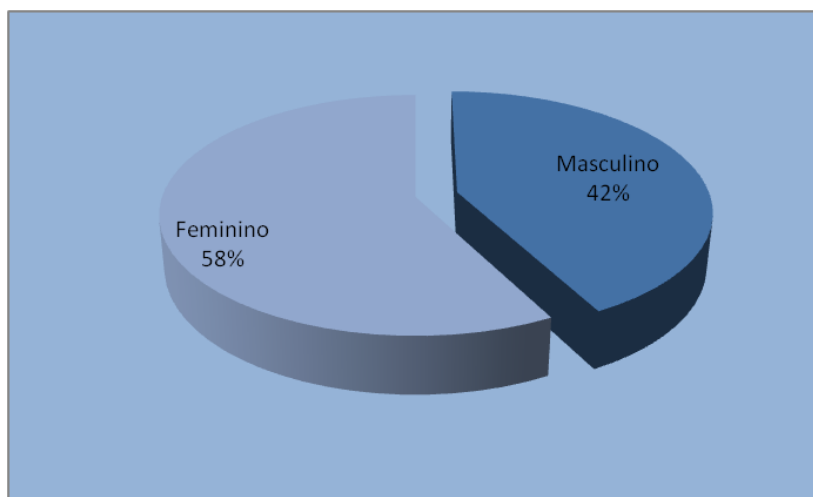
Após o trabalho de campo, as informações coletadas foram avaliadas, validadas e processadas com o software estatístico SPSS.

3 POPULAÇÃO

Consumidores em potencial residentes no município de Arapiraca estimado em torno de 227.640.

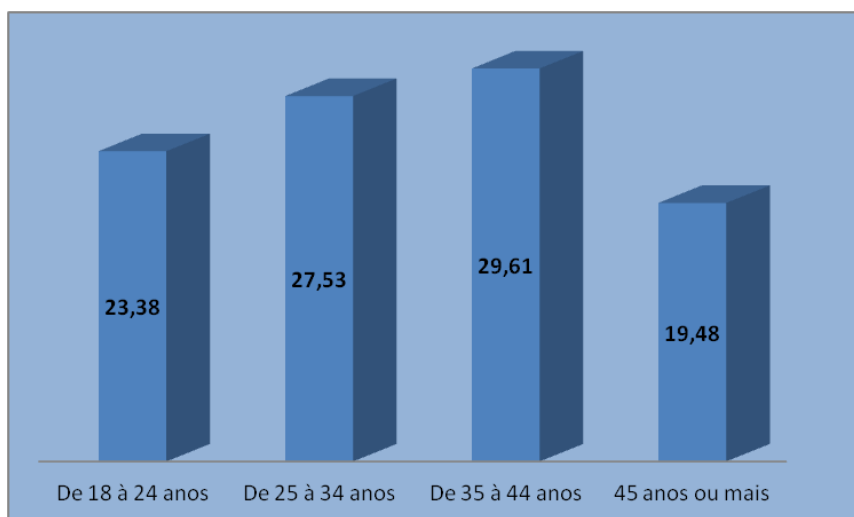
4 PERFIL DOS ENTREVISTADOS – ARAPIRACA

Figura 1- Sexo (%)



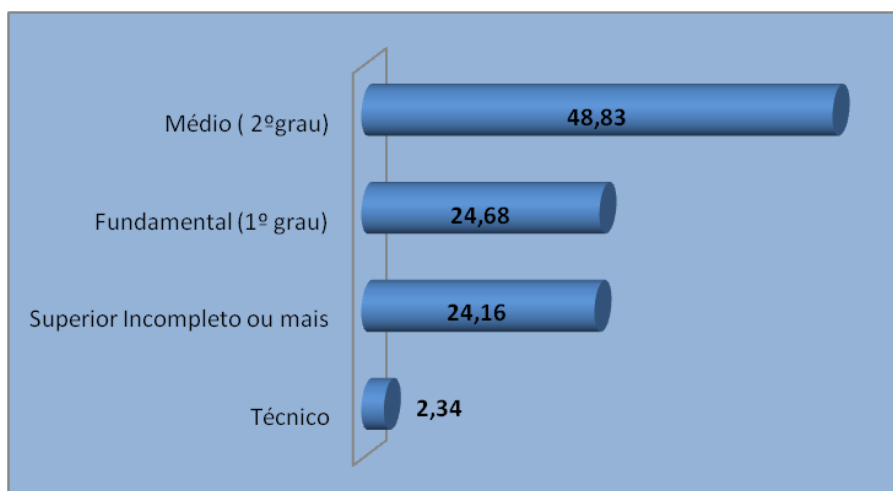
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 2 - Faixa Etária (%)



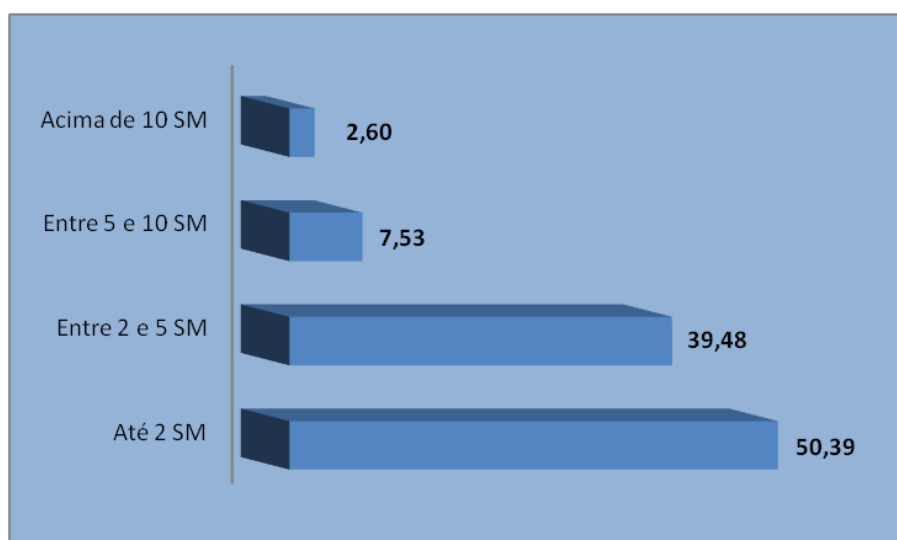
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 3 - Nível de Escolaridade (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 4 – Renda (%)



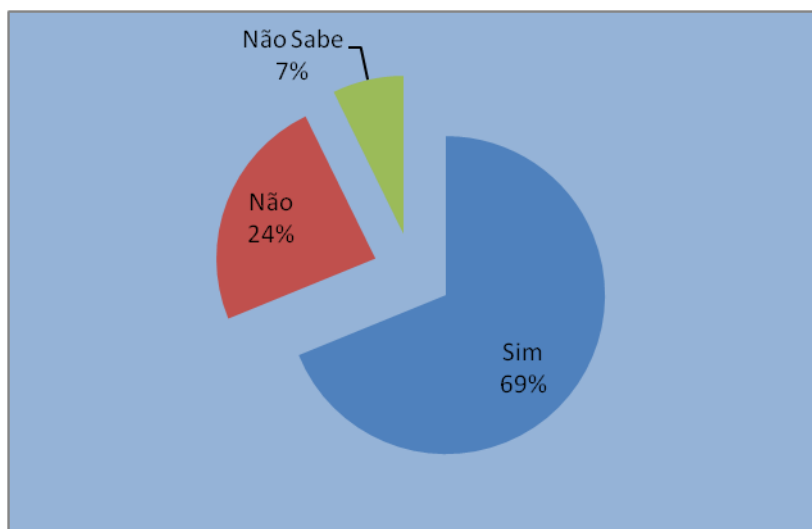
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 1- Distribuição dos entrevistados segundo disposição de gênero, por renda

Sexo	Renda			
	%			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
Masculino	39,17	46,05	44,83	42,60
Feminino	60,82	53,94	55,17	57,40
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 5 - Consumidores que irão comemorar o Dia dos Pais



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 2 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia dos Pais, por sexo.

	Sexo	
	%	
	Masculino	Feminino
Sim	68,71	68,78
Não	23,93	23,98
Não sabe	7,36	7,24
Total	100,00	100,00

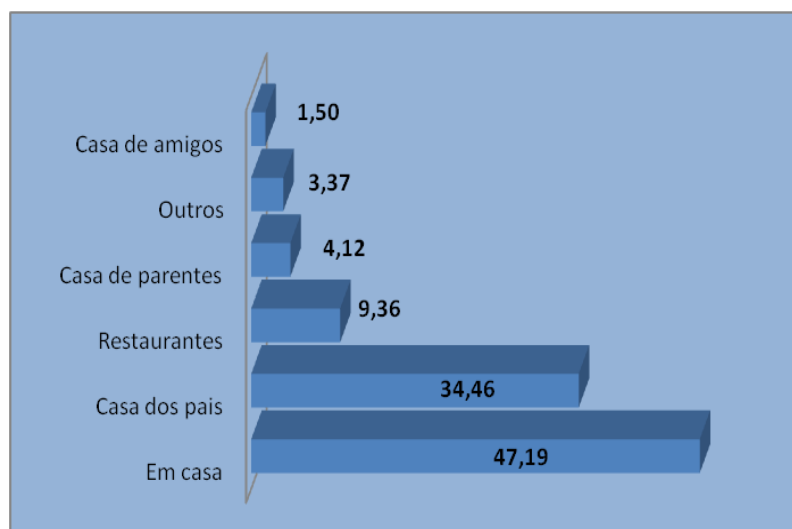
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 3 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia dos Pais, por renda.

	Renda			
	%			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
Sim	68,56	68,42	62,07	100,00
Não	26,29	21,05	31,03	0,00
Não sabe	5,15	10,53	6,90	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 6 - Onde os consumidores pretendem comemorar o Dia dos Pais (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 4- Distribuição dos entrevistados segundo os locais onde pretendem comemorar o Dia dos Pais, por faixa sexo.

	Sexo	
	%	
	Masculino	Feminino
Em casa	47,37	47,37
Casa dos pais	33,33	34,87
Casa de amigos	1,75	1,32
Casa de parentes	7,02	1,97
Restaurantes	7,89	10,53
Outros	2,63	3,95
Total	100,00	100,00

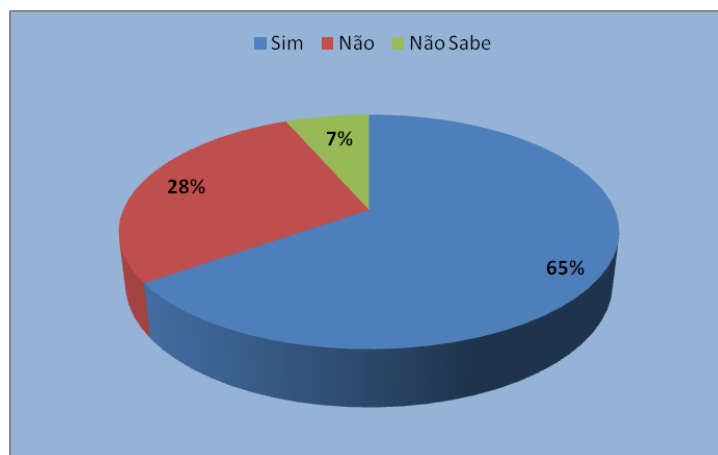
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 5 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais onde pretendem comemorar o Dia dos Pais, por faixa renda.

	Renda			
	%			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
Em casa	47,01	50,48	50,00	10,00
Casa dos pais	39,55	35,24	5,56	10,00
Casa de amigos	0,75	1,90	5,56	0,00
Casa de parentes	5,22	1,90	11,11	0,00
Restaurantes	3,73	8,57	22,22	70,00
Outros	3,73	1,90	5,56	10,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

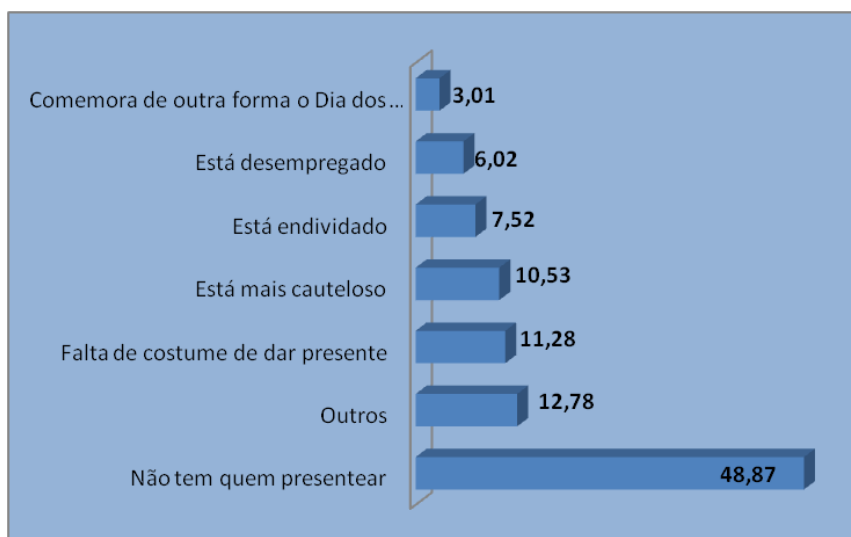
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 7 - Consumidores que irão comprar presentes o Dia dos Pais



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 8 - Motivos pelos quais os consumidores não irão presentear no Dia dos Pais



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 6- Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Pais, por sexo.

	Sexo	
	%	
	Masculino	Feminino
Sim	60,74	68,33
Não	33,13	24,89
Não sabe	6,13	6,79
Total	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 7 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Pais, por renda.

	Renda			
	%			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
Sim	62,89	65,79	72,41	80,00
Não	31,44	25,66	24,14	20,00
Não sabe	5,67	8,55	3,45	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

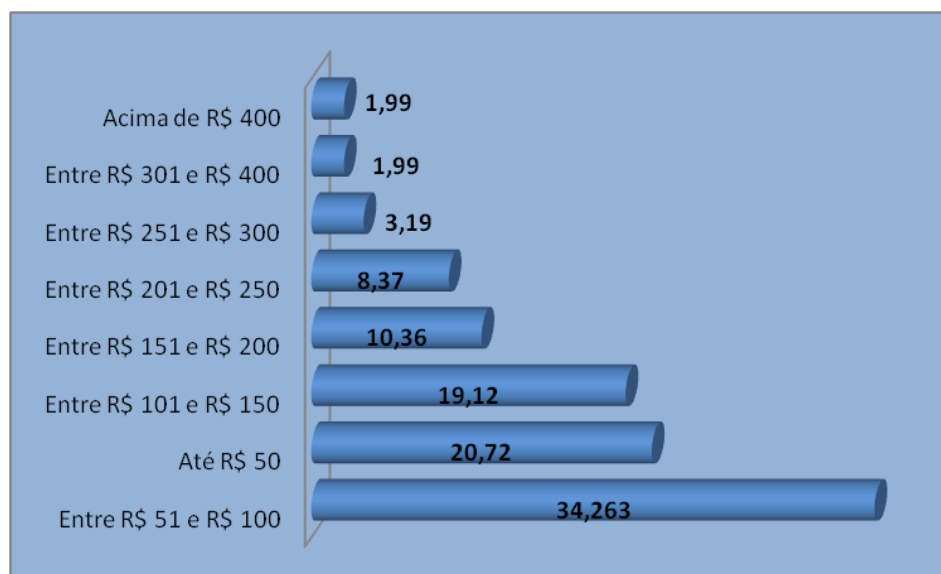
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 8 - Produtos que os consumidores pretendem comprar para o Dia dos Pais

Produto	%
Vestuário	56,54
Calçados	22,69
Perfumes	18,92
Carteira	12,31
Óculos/Relógio	8,14
Eletrô/Eletrônicos	6,15
Cinto	5,38
Celular/Smartphone	5,38
Tablet	3,46
Barbeador/cortador de cabelo	3,46
Livros	3,46
CD'S/DVD'S	2,70
Material Esportivo	2,31
Cesta de Café da Manhã	1,16
Câmera Digital	1,15
Outros	0,26
Computador	0,00
Viagem	0,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 9- Valor que os consumidores pretendem gastar com comemoração/presente no Dia dos Pais (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 10 - Formas de pagamento que os consumidores pretendem utilizar para pagar os presentes do Dia dos Pais (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 9 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizadas na compra dos presentes para o Dia dos Pais, por sexo.

	Sexo	
	%	
	Masculino	Feminino
A Vista / Dinheiro	56,57	42,67
A Vista / Cartão de Débito	6,06	9,33
Cartão de Crédito/Rotativo	10,10	8,00
Cartão de Crédito/Parcelado	27,27	38,67
Cheque	0,00	0,67
Carnê/Crediário	0,00	0,67
Total	100,00	100,00

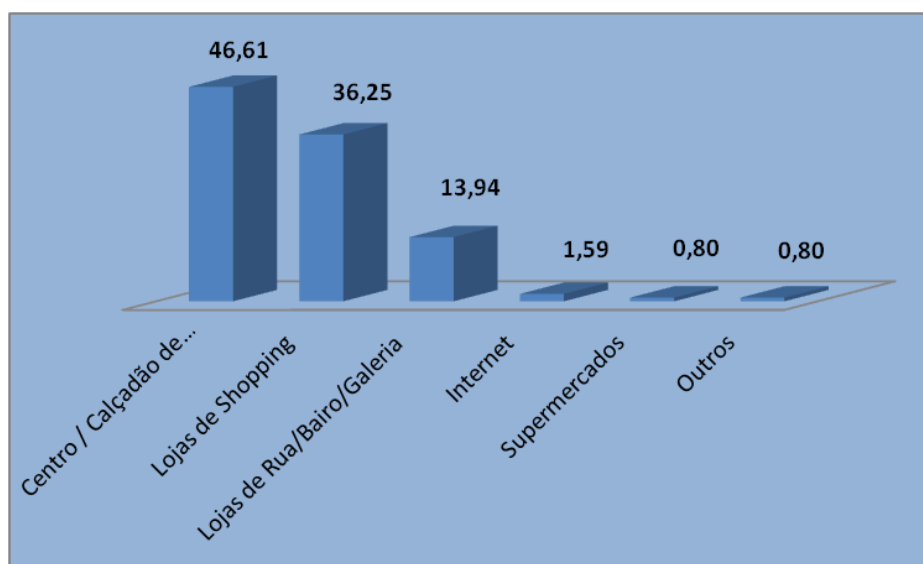
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 10 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizadas na compra dos presentes para o Dia dos Pais, por renda.

	Renda			
	%			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
A Vista / Dinheiro	54,47	44,44	23,81	71,43
A Vista / Cartão de Débito	8,94	4,04	14,29	28,57
Cartão de Crédito/Rotativo	13,01	5,05	4,76	0,00
Cartão de Crédito/Parcelado	23,58	44,44	57,14	0,00
Cheque	0,00	1,01	0,00	0,00
Carnê/Crediário	0,00	1,01	0,00	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 11 - Locais onde os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia dos Pais (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 11- Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia dos Pais, por sexo.

Locais	Sexo	
	%	
	Masculino	Feminino
Lojas de Shopping	37,37	35,76
Lojas de Rua/Bairro/Galeria	13,13	14,57
Supermercados	1,01	0,66
Centro de Maceió	45,45	47,02
Internet	1,01	1,99
Outros	2,02	0,00
Total	100,00	100,00

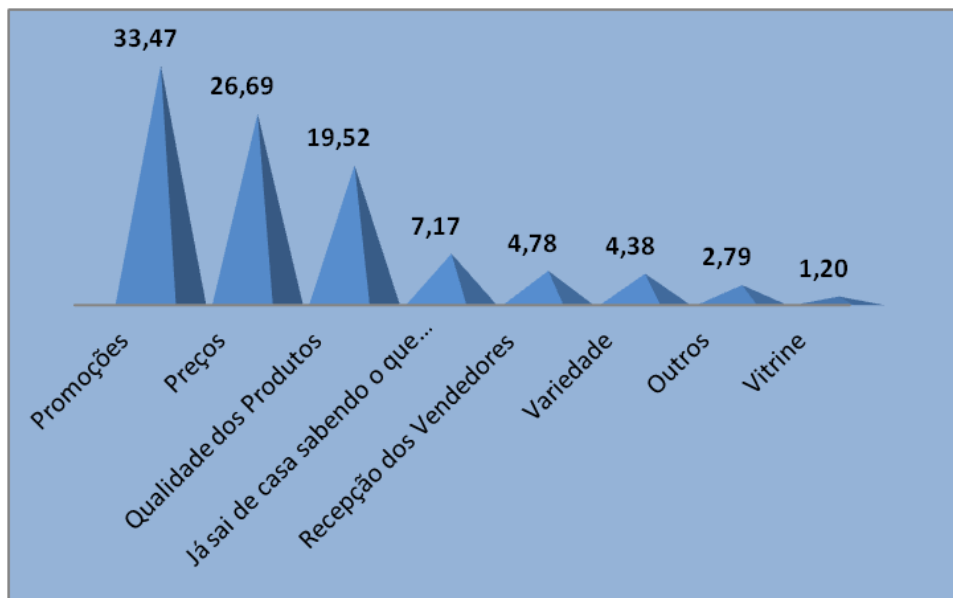
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 12 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia dos Pais, por renda

Locais	Renda			
	%			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
Lojas de Shopping	26,02	42,42	57,14	62,50
Lojas de Rua/Bairro/Galeria	17,89	11,11	4,76	12,50
Supermercados	1,63	0,00	0,00	0,00
Centro de Maceió	52,85	43,43	33,33	25,00
Internet	0,81	2,02	4,76	0,00
Outros	0,81	1,01	0,00	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 12 - Motivos que os consumidores levam em consideração ao escolher uma loja para realizar suas compras (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 13 - Distribuição dos entrevistados segundo os motivos na escolha do local para as compras para o Dia dos Pais, por sexo.

Locais	Sexo	
	%	
	Masculino	Feminino
Promoções	32,32	34,44
Preços	23,23	28,48
Qualidade dos Produtos	23,23	17,22
Vitrine	1,01	1,32
Variedade	6,06	3,31
Recepção dos Vendedores	3,03	5,96
Já sai de casa sabendo o que comprar	8,08	6,62
Outros	3,03	2,65
Total	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 14 - Distribuição dos entrevistados segundo os motivos na escolha do local para as compras para o Dia dos Pais, por renda.

Locais	Renda			
	%			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
Promoções	39,84	25,25	38,10	25,00
Preços	26,83	28,28	19,05	25,00
Qualidade dos Produtos	18,70	20,20	19,05	25,00
Vitrine	1,63	0,00	4,76	0,00
Variedade	2,44	6,06	9,52	0,00
Recepção dos Vendedores	0,81	9,09	4,76	12,50
Já sai de casa sabendo o que comprar	8,13	7,07	4,76	0,00
Outros	1,63	4,04	0,00	12,50
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD