



Relatório sobre a Pesquisa Intenção de Compra para o Dia dos Mães 2014

IFEPA/AL

Maceió, 07/05/2014

Sumário

1	INTRODUÇÃO	0
2	ASPECTOS MERCADOLÓGICOS	0
3	PERFIL DOS ENTREVISTADOS	1
4	RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA	3
5	RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA	7

SUMÁRIO GRÁFICOS

<i>Figura 01 - Sexo</i>	<i>1</i>
<i>Figura 02- Faixa Etária</i>	<i>1</i>
<i>Figura 3 - Escolaridade</i>	<i>2</i>
<i>Figura 4 - Renda Familiar</i>	<i>2</i>
<i>Figura 5 - Consumidores que irão comemorar o Dia das Mães</i>	<i>3</i>
<i>Figura 6 - Locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia das Mães</i>	<i>3</i>
<i>Figura 7 - Consumidores que irão comprar presentes o Dia das Mães</i>	<i>4</i>
<i>Figura 8 - Motivos pelos quais os consumidores não irão presentear no Dia das Mães</i>	<i>4</i>
<i>Figura 9 - Valor que os consumidores pretendem gastar com comemoração/presente no Dia das Mães (%)</i>	<i>5</i>
<i>Figura 10 - Formas de pagamento que os consumidores pretendem utilizar para pagar os presentes do Dia das Mães (%)</i>	<i>6</i>
<i>Figura 11 - Locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia das Mães (%)</i>	<i>6</i>
<i>Figura 12 - Motivos que os consumidores levam em consideração ao escolher uma loja para realizar suas compras</i>	<i>7</i>
<i>Figura 13- Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia das Mães, por sexo</i>	<i>11</i>
<i>Figura 14- Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia das Mães, por renda</i>	<i>11</i>
<i>Figura 15 - Distribuição dos entrevistados segundo os motivos que os levam à comprar, por sexo</i>	<i>12</i>
<i>Figura 16 - Distribuição dos entrevistados segundo os motivos que os levam à comprar, por sexo</i>	<i>12</i>

SUMÁRIO TABELAS

<i>Tabela 1 - Produtos que os consumidores pretendem comprar para o Dia das Mães</i>	<i>5</i>
<i>Tabela 2- Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia das Mães, por sexo</i>	<i>7</i>
<i>Tabela 3 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia das Mães, por faixa de renda.....</i>	<i>8</i>
<i>Tabela 4 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia das Mães, por faixa etária</i>	<i>8</i>
<i>Tabela 5 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia das Mães, por sexo.....</i>	<i>8</i>
<i>Tabela 6 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia das Mães, por renda.....</i>	<i>9</i>
<i>Tabela 7 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia das Mães, por faixa etária....</i>	<i>9</i>
<i>Tabela 8 - Distribuição dos entrevistados segundo o valor que os consumidores pretendem gastar com comemorações/presentes para o Dia das Mães, por faixa de sexo</i>	<i>9</i>
<i>Tabela 9 - Distribuição dos entrevistados segundo o valor que os consumidores pretendem gastar com comemorações/presentes para o Dia das Mães, por faixa etária.....</i>	<i>10</i>
<i>Tabela 10 - Distribuição dos entrevistados segundo o valor que os consumidores pretendem gastar com comemorações/presentes para o Dia das Mães, por faixa de renda</i>	<i>10</i>
<i>Tabela 11 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizadas na compra dos presentes para o Dia das Mães, por sexo</i>	<i>10</i>
<i>Tabela 12 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizadas na compra dos presentes para o Dia das Mães, por faixa renda.....</i>	<i>11</i>

1 INTRODUÇÃO

A Federação do Comércio realizou pesquisa para saber o potencial de consumo da população de Maceió para as comemorações do Dia das Mães. A pesquisa foi realizada pelo Instituto Fecomércio/AL de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento – IFEPD/AL, nos dias 24 e 30 de abril de 2014.

Estas pesquisas são realizadas com consumidores em geral questionando-os acerca das suas intenções de compras em datas comemorativas, o resultado deste estudo ajuda os comerciantes a se prepararem com estoques e ações promocionais de marketing para melhor atender os clientes e, em consequência, obter maior lucro.

2 ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

O universo contemplado nessa pesquisa foi a população do município de Maceió com idade a partir de 18 anos.

O levantamento foi realizado nos dias 24 e 30 de abril de 2014. 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%.

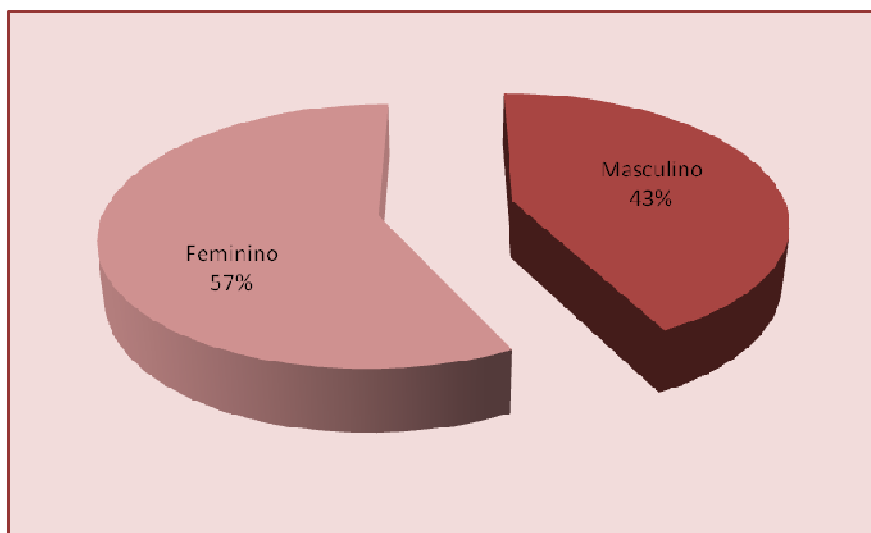
Vale ressaltar que, nas questões de múltiplas respostas, a totalização dos índices não fecha em 100%.

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 software estatístico.

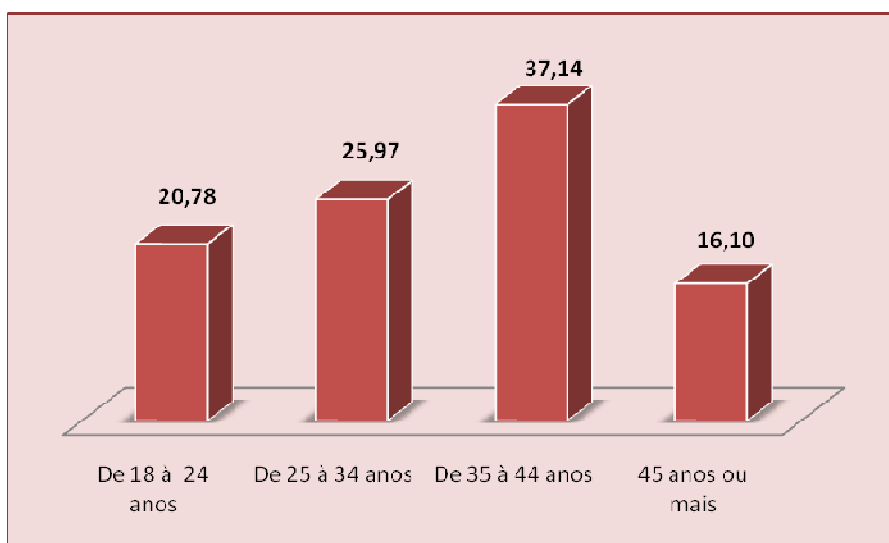
3 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Figura 01 - Sexo



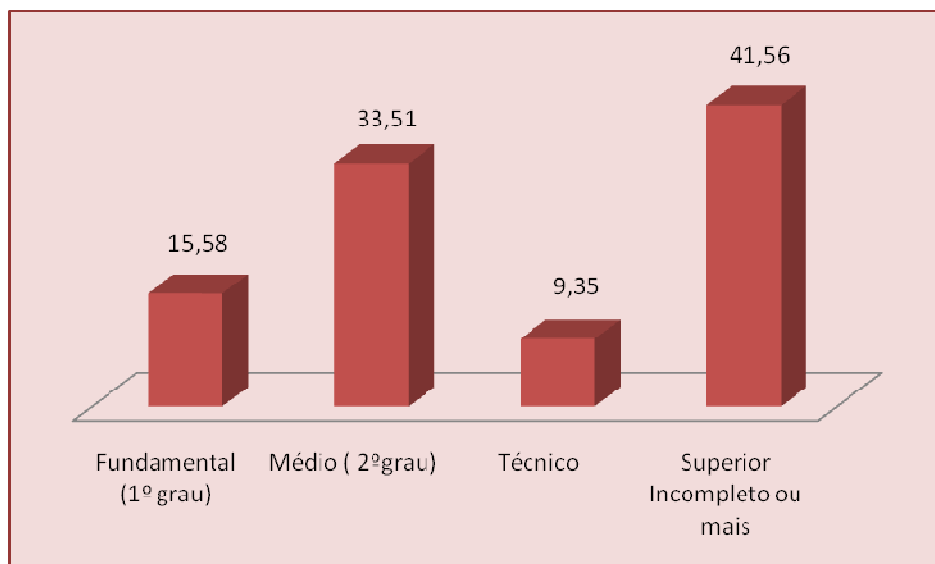
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 02- Faixa Etária



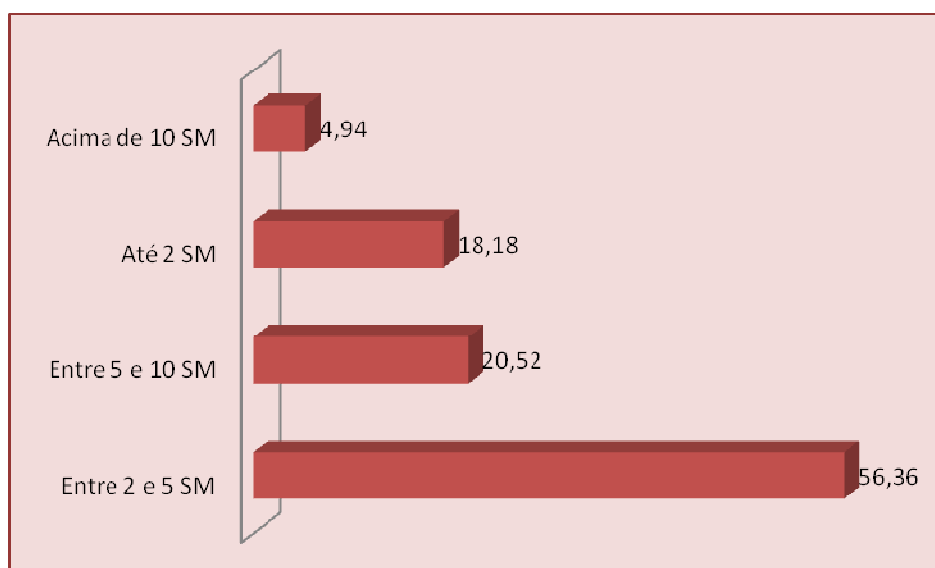
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 3 - Escolaridade



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

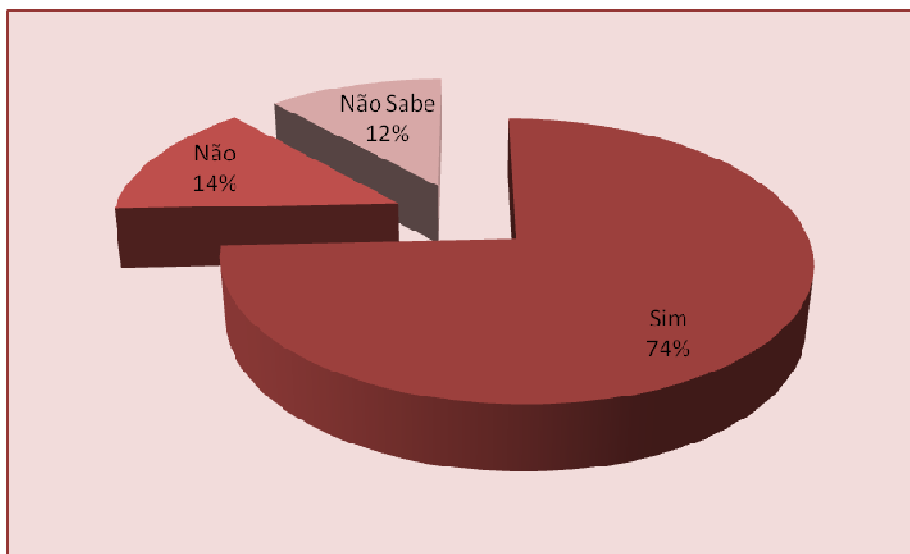
Figura 4 - Renda Familiar



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

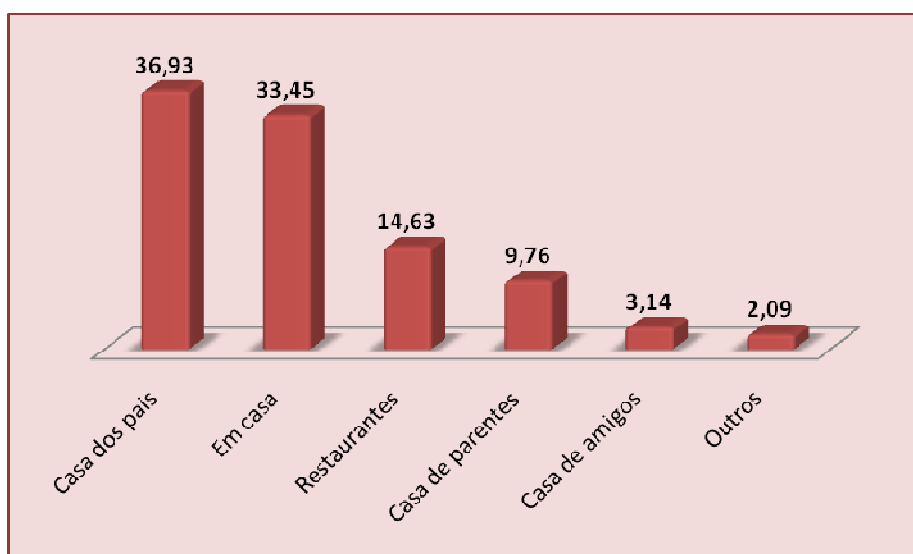
4 RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA

Figura 5 - Consumidores que irão comemorar o Dia das Mães



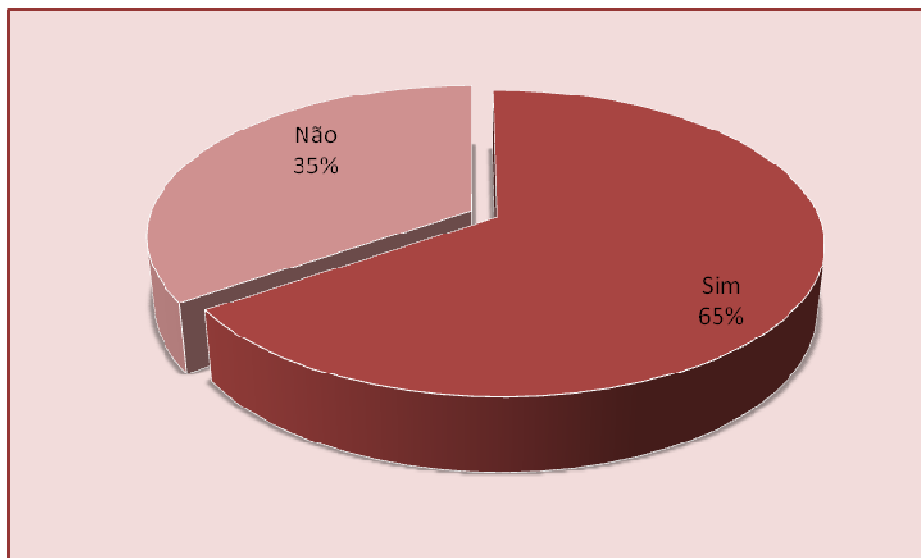
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 6 - Locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia das Mães



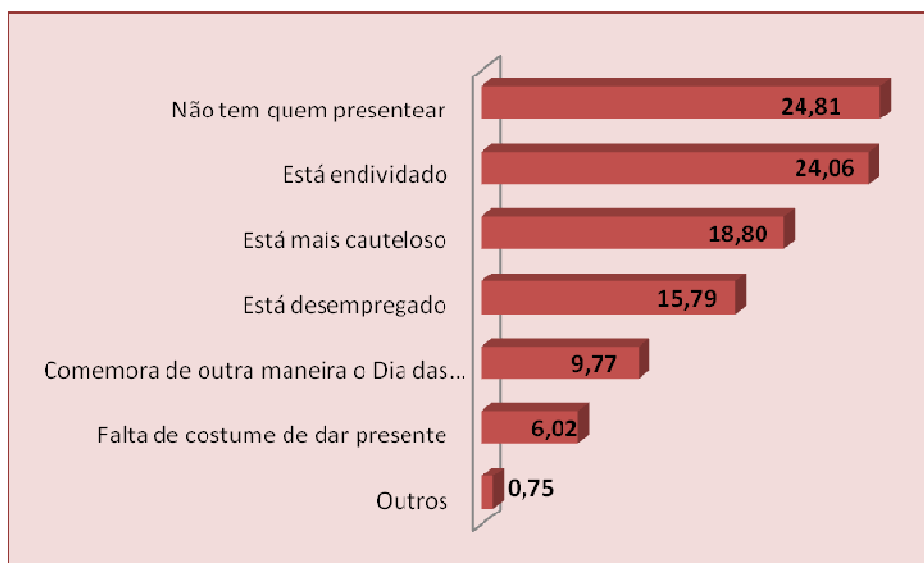
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 7 - Consumidores que irão comprar presentes o Dia das Mães



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 8 - Motivos pelos quais os consumidores não irão presentear no Dia das Mães



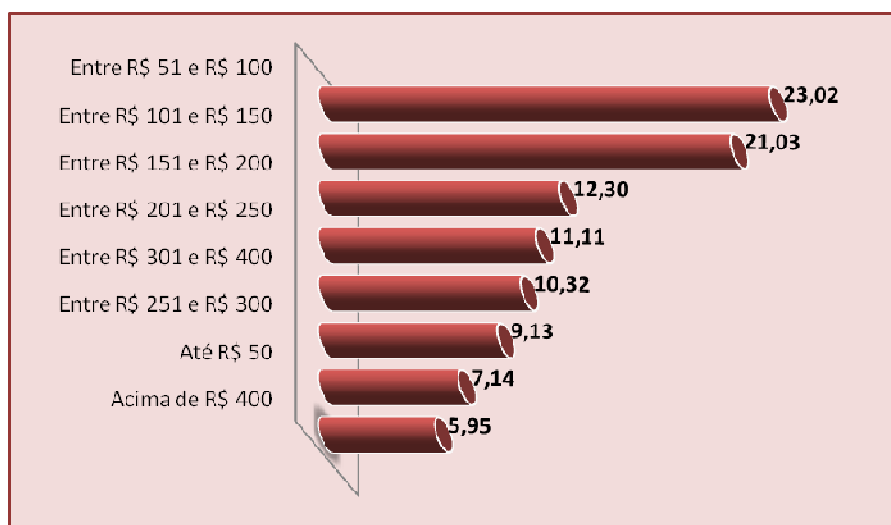
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 1 - Produtos que os consumidores pretendem comprar para o Dia das Mães

Presentes	%
Vestuário	36,12
Cesta de Café da Manhã	10,32
Bolsas/Acessórios	7,94
Calçados	7,54
Jóias/Bijuterias	7,14
Celular/smartphone	6,75
Perfumes	5,16
Óculos/Relógios	5,16
Flores	4,76
CD/DVD	4,37
Guarda Roupa/Cama	3,17
Geladeira	2,78
Fogão	2,78
Computador	2,38
Microondas	2,38
Máquina de Lavar	1,98
Livros	1,59
Tablet	1,59
Viagem	1,59
Câmera Digital	1,19

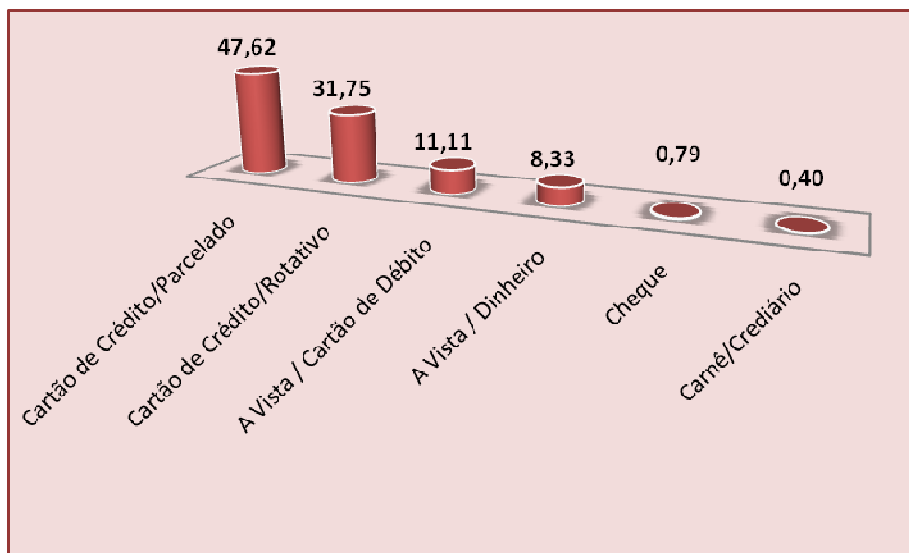
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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



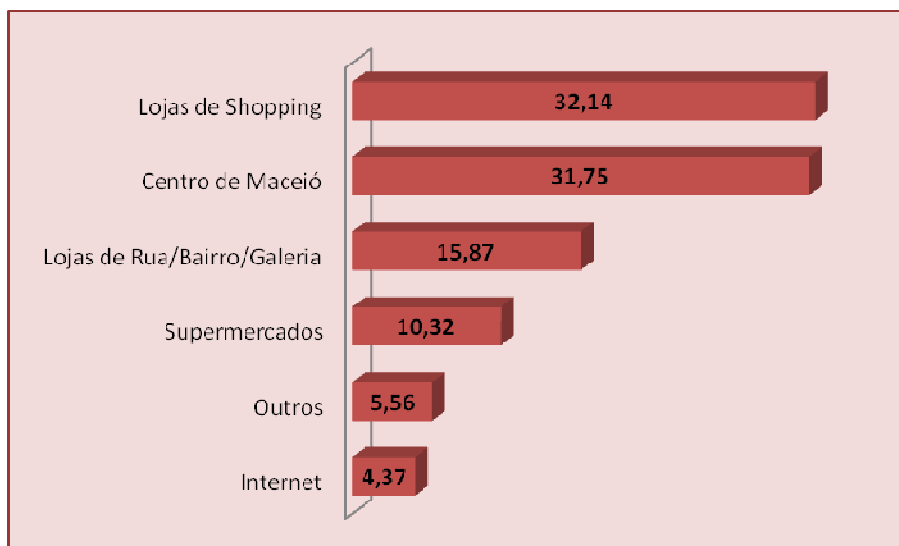
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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



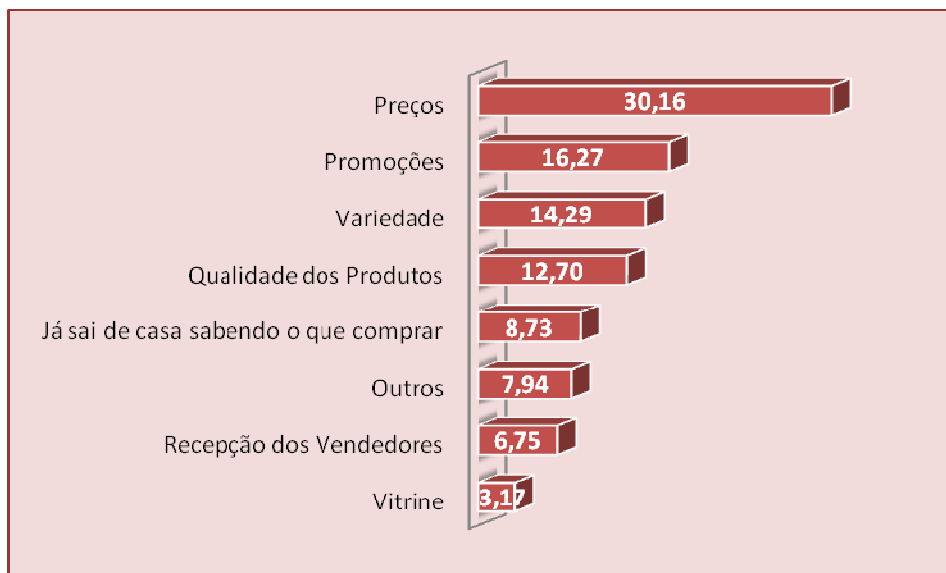
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 11 - Locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia das Mães (%)



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

5 RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA

Tabela 2- Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia das Mães, por sexo

Sexo	Pretende dar algum presente para o Dia das Mães	
	Valores %	
	Sim	Não
Masculino	43,65	40,60
Feminino	56,35	59,40
Total	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 3 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia das Mães, por faixa de renda

Renda	Pretende dar algum presente para o Dia das Mães	
	Valores %	
	Sim	Não
Até 2 SM	17,06	20,30
Entre 2 e 5 SM	53,97	60,90
Entre 5 e 10 SM	23,02	15,79
Acima de 10 SM	5,95	3,01
Total	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 4 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia das Mães, por faixa etária

Idade	Pretende dar algum presente para o Dia das Mães	
	Valores %	
	Sim	Não
De 18 à 24 anos	24,60	13,53
De 25 à 34 anos	26,59	24,81
De 35 à 44 anos	35,32	40,60
45 anos ou mais	13,49	21,05
Total	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 5 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia das Mães, por sexo

Sexo	Pretender comemorar o dia das Mães		
	Valores %		
	Sim	Não	Não Sabe
Masculino	43,36	42,59	37,78
Feminino	56,64	57,41	62,22
Total	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 6 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia das Mães, por renda

Renda	Pretender comemorar o dia das Mães		
	Valores %		
	Sim	Não	Não Sabe
Até 2 SM	16,08	27,78	20,00
Entre 2 e 5 SM	56,99	48,15	62,22
Entre 5 e 10 SM	22,03	20,37	11,11
Acima de 10 SM	4,90	3,70	6,67
Total	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 7 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia das Mães, por faixa etária

Idade	Pretender comemorar o dia das Mães		
	Valores %		
	Sim	Não	Não Sabe
De 18 à 24 anos	20,63	24,07	17,78
De 25 à 34 anos	27,62	18,52	24,44
De 35 à 44 anos	35,31	40,74	44,44
45 anos ou mais	16,43	16,67	13,33
Total	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 8 - Distribuição dos entrevistados segundo o valor que os consumidores pretendem gastar com comemorações/presentes para o Dia das Mães, por faixa de sexo

Sexo	Quanto pretende gastar com presentes no Dia das Mães							
	%							
	Até R\$ 50	Entre R\$ 51 e R\$ 100	Entre R\$ 101 e R\$ 150	Entre R\$ 151 e R\$ 200	Entre R\$ 201 e R\$ 250	Entre R\$ 251 e R\$ 300	Entre R\$ 301 e R\$ 400	Acima de R\$ 400
Masculino	44,44	43,10	41,51	45,16	39,29	65,22	38,46	33,33
Feminino	55,56	56,90	58,49	54,84	60,71	34,78	61,54	66,67
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 9 - Distribuição dos entrevistados segundo o valor que os consumidores pretendem gastar com comemorações/presentes para o Dia das Mães, por faixa etária

Idade	Quanto pretende gastar com presentes no Dia das Mães							
	%							
	Até R\$ 50	Entre R\$ 51 e R\$ 100	Entre R\$ 101 e R\$ 150	Entre R\$ 151 e R\$ 200	Entre R\$ 201 e R\$ 250	Entre R\$ 251 e R\$ 300	Entre R\$ 301 e R\$ 400	Acima de R\$ 400
De 18 à 24 anos	38,89	18,97	30,19	32,26	32,14	17,39	11,54	13,33
De 25 à 34 anos	22,22	39,66	20,75	19,35	21,43	43,48	19,23	13,33
De 35 à 44 anos	27,78	29,31	35,85	32,26	21,43	39,13	61,54	46,67
45 anos ou mais	11,11	12,07	13,21	16,13	25,00	0,00	7,69	26,67
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPE

Tabela 10 - Distribuição dos entrevistados segundo o valor que os consumidores pretendem gastar com comemorações/presentes para o Dia das Mães, por faixa de renda

Renda	Quanto pretende gastar com presentes no Dia das Mães							
	%							
	Até R\$ 50	Entre R\$ 51 e R\$ 100	Entre R\$ 101 e R\$ 150	Entre R\$ 151 e R\$ 200	Entre R\$ 201 e R\$ 250	Entre R\$ 251 e R\$ 300	Entre R\$ 301 e R\$ 400	Acima de R\$ 400
Até 2 SM	16,67	27,59	24,53	12,90	14,29	8,70	3,85	0,00
Entre 2 e 5 SM	72,22	60,34	56,60	54,84	50,00	43,48	34,62	53,33
Entre 5 e 10 SM	11,11	12,07	15,09	32,26	28,57	34,78	46,15	20,00
Acima de 10 SM	0,00	0,00	3,77	0,00	7,14	13,04	15,38	26,67
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPE

Tabela 11 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizadas na compra dos presentes para o Dia das Mães, por sexo

Sexo	Forma de Pagamento					
	%					
	A Vista / Dinheiro	A Vista / Cartão de Débito	Cartão de Crédito/Rotativo	Cartão de Crédito/Parcelado	Cheque	Carnê/Crediário
Masculino	52,38	28,57	46,25	44,17	0,00	100,00
Feminino	47,62	71,43	53,75	55,83	100,00	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPE

Tabela 12 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizadas na compra dos presentes para o Dia das Mães, por faixa renda

Renda	Forma de Pagamento					
	%					
	A Vista / Dinheiro	A Vista / Cartão de Débito	Cartão de Crédito/Rotativo	Cartão de Crédito/Parcelado	Cheque	Carnê/Crediário
Até 2 SM	23,81	32,14	20,00	10,83	0,00	0,00
Entre 2 e 5 SM	57,14	57,14	52,50	53,33	50,00	100,00
Entre 5 e 10 SM	14,29	10,71	23,75	26,67	50,00	0,00
Acima de 10 SM	4,76	0,00	3,75	9,17	0,00	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 13- Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia das Mães, por sexo

Sexo	Local escolhido para realizar as compras pa o Dia das Mães					
	%					
	Lojas de Shopping	Lojas de Rua/Bairro/Galeria	Supermercados	Centro de Maceió	Internet	Outros
Masculino	43,21	37,50	34,62	46,25	54,55	57,14
Feminino	56,79	62,50	65,38	53,75	45,45	42,86
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 14- Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia das Mães, por renda

Renda	Local escolhido para realizar as compras pa o Dia das Mães					
	%					
	Lojas de Shopping	Lojas de Rua/Bairro/Galeria	Supermercados	Centro de Maceió	Internet	Outros
Até 2 SM	18,52	17,50	15,38	18,75	18,18	0,00
Entre 2 e 5 SM	46,91	37,50	61,54	62,50	63,64	71,43
Entre 5 e 10 SM	25,93	35,00	19,23	16,25	18,18	21,43
Acima de 10 SM	8,64	10,00	3,85	2,50	0,00	7,14
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 15 - Distribuição dos entrevistados segundo os motivos que os levam à comprar, por sexo

Sexo	Motivos que levam a escolher uma loja							
	%							
	Promoções	Preços	Qualidade dos Produtos	Vitrine	Variedade	Recepção dos Vendedores	Já sai de casa sabendo o que comprar	Outros
Masculino	46,34	44,74	50,00	12,50	38,89	41,18	40,91	50,00
Feminino	53,66	55,26	50,00	87,50	61,11	58,82	59,09	50,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 16 - Distribuição dos entrevistados segundo os motivos que os levam à comprar, por sexo

Renda	Motivos que levam a escolher uma loja							
	%							
	Promoções	Preços	Qualidade dos Produtos	Vitrine	Variedade	Recepção dos Vendedores	Já sai de casa sabendo o que comprar	Outros
Até 2 SM	21,95	15,79	9,38	12,50	25,00	5,88	22,73	15,00
Entre 2 e 5 SM	63,41	67,11	40,63	50,00	38,89	47,06	40,91	55,00
Entre 5 e 10 SM	12,20	13,16	40,63	25,00	30,56	29,41	31,82	25,00
Acima de 10 SM	2,44	3,95	9,38	12,50	5,56	17,65	4,55	5,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD