



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

IFEPD/AL

Maceió, 30/07/2014

Sumário

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

SUMÁRIO Gráficos

<i>Figura 1- Sexo (%)</i>	<i>1</i>
<i>Figura 2 - Faixa Etária (%)</i>	<i>1</i>
<i>Figura 3 - Nível de Escolaridade (%)</i>	<i>2</i>
<i>Figura 4 – Renda (%)</i>	<i>2</i>
<i>Figura 5 - Consumidores que irão comemorar o Dia dos Pais</i>	<i>3</i>
<i>Figura 6- Onde os consumidores pretendem comemorar o Dia dos Pais (%)</i>	<i>5</i>
<i>Figura 7 - Consumidores que irão comprar presentes o Dia dos Pais</i>	<i>6</i>
<i>Figura 8 - Motivos pelos quais os consumidores não irão presentear no Dia dos Pais</i>	<i>7</i>
<i>Figura 9- Valor que os consumidores pretendem gastar com comemoração/presente no Dia dos Pais (%)</i>	<i>8</i>
<i>Figura 10 - Produtos que os consumidores pretendem comprar para o Dia dos Pais</i>	<i>9</i>
<i>Figura 11 - Formas de pagamento que os consumidores pretendem utilizar para pagar os presentes do Dia dos Pais (%)</i>	<i>9</i>
<i>Figura 12 - Locais onde os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia dos Pais (%)</i>	<i>11</i>
<i>Figura 13- Motivos que os consumidores levam em consideração ao escolher uma loja para realizar suas compras (%)</i>	<i>12</i>

SUMÁRIO TABELAS

<i>Tabela 1- Distribuição dos entrevistados segundo disposição de gênero, por renda.....</i>	<i>3</i>
<i>Tabela 2- Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia dos Pais, por sexo.....</i>	<i>4</i>
<i>Tabela 3 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia dos Pais, por renda.....</i>	<i>4</i>
<i>Tabela 4 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais onde pretendem comemorar o Dia dos Pais, por faixa sexo</i>	<i>5</i>
<i>Tabela 5 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais onde pretendem comemorar o Dia dos Pais, por faixa renda</i>	<i>6</i>
<i>Tabela 6 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Pais, por sexo.....</i>	<i>7</i>
<i>Tabela 7 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Pais, por renda.....</i>	<i>8</i>
<i>Tabela 8- Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizadas na compra dos presentes para o Dia dos Pais, por sexo</i>	<i>10</i>
<i>Tabela 9 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizadas na compra dos presentes para o Dia dos Pais, por renda</i>	<i>10</i>
<i>Tabela 10 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia dos Pais, por sexo... </i>	<i>11</i>
<i>Tabela 11 - - Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia dos Pais, por renda</i>	<i>12</i>
<i>Tabela 12 - Distribuição dos entrevistados segundo os motivos na escolha do local para as compras para o Dia dos Pais, por sexo</i>	<i>13</i>
<i>Tabela 13 - Distribuição dos entrevistados segundo os motivos na escolha do local para as compras para o Dia dos Pais, por renda</i>	<i>13</i>

1 INTRODUÇÃO

O Dia dos Pais é um período de grande movimentação econômica no comércio em geral. Por isso, a Federação do Comércio realizou 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 potencializa 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. 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.

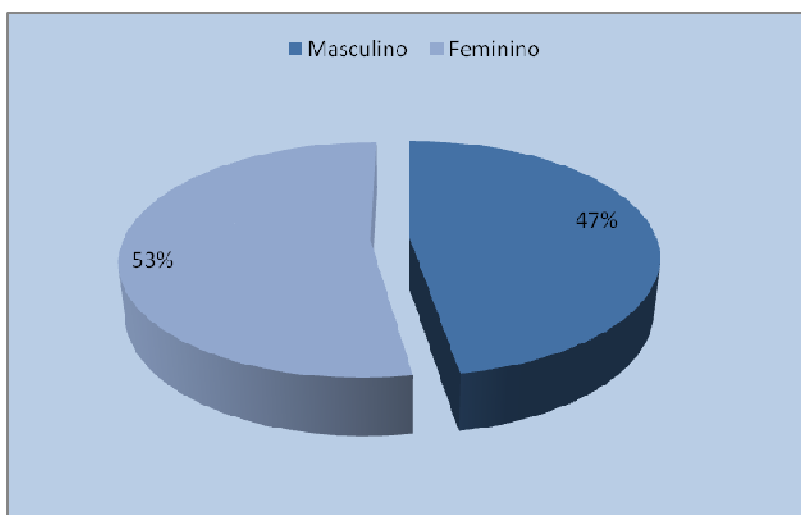
Após o trabalho de campo, as informações coletadas foram avaliadas, validadas e processadas com o software estatístico SPSS.

3 POPULAÇÃO

Consumidores em potencial residentes no município de Maceió estimado em torno de 644.502.

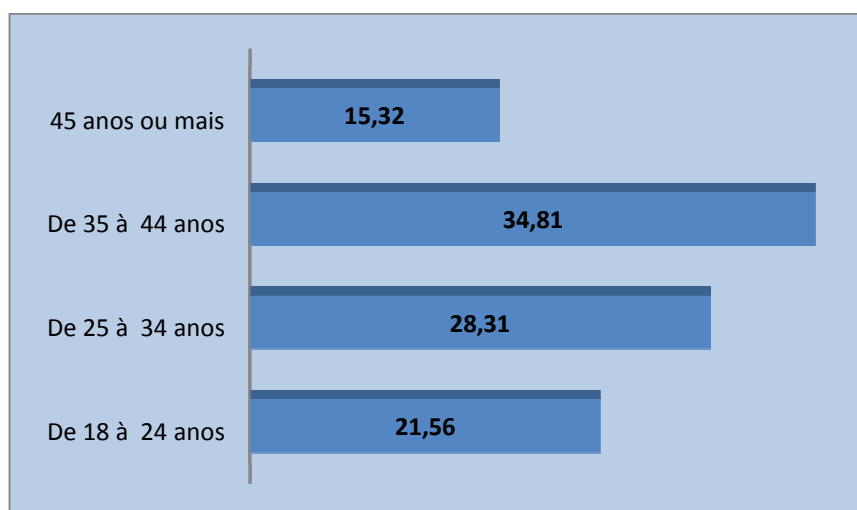
4 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Figura 1- Sexo (%)



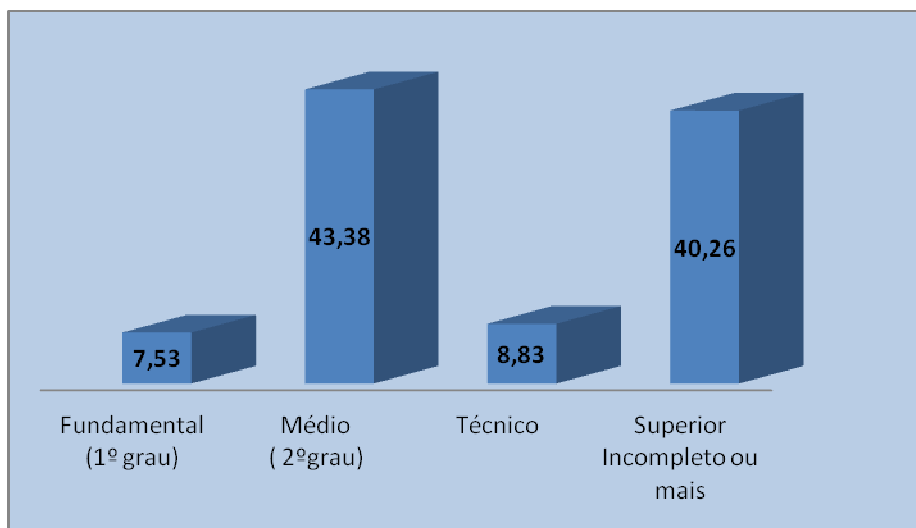
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 2 - Faixa Etária (%)



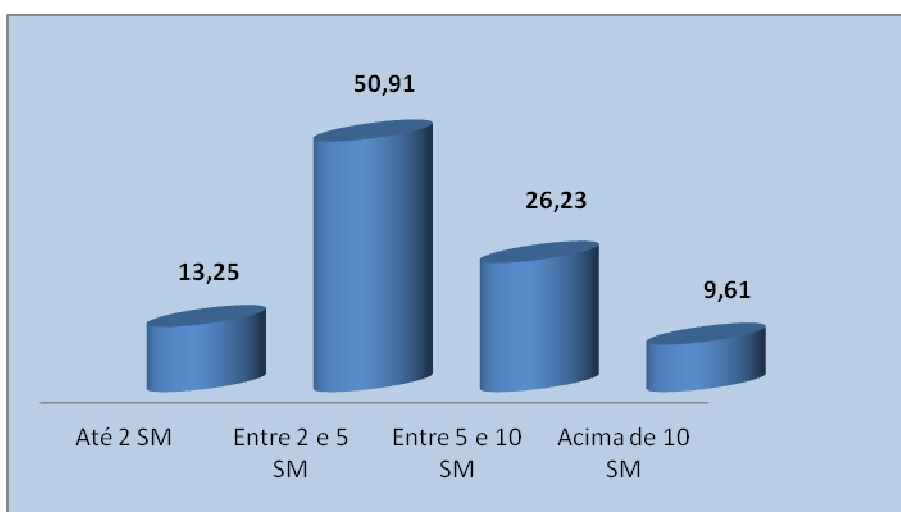
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 3 - Nível de Escolaridade (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 4 – Renda (%)



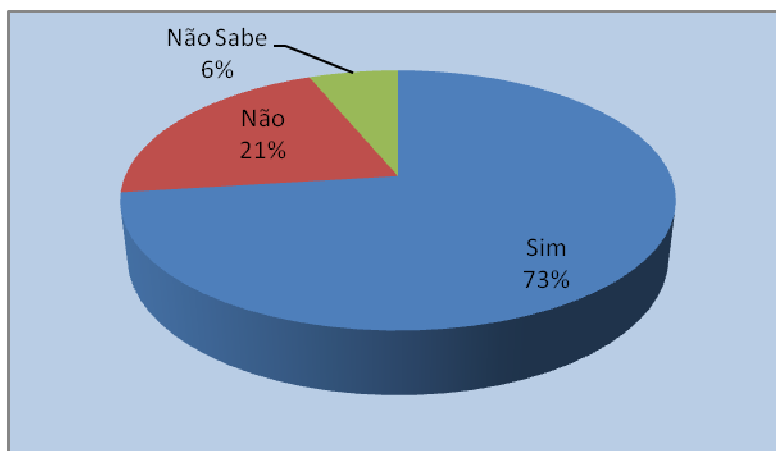
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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	49,02	45,92	47,52	51,35
Feminino	50,98	54,08	52,48	48,65
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	70,88	74,88
Não	23,08	18,72
Não sabe	6,04	6,04
Total	100,00	100,00

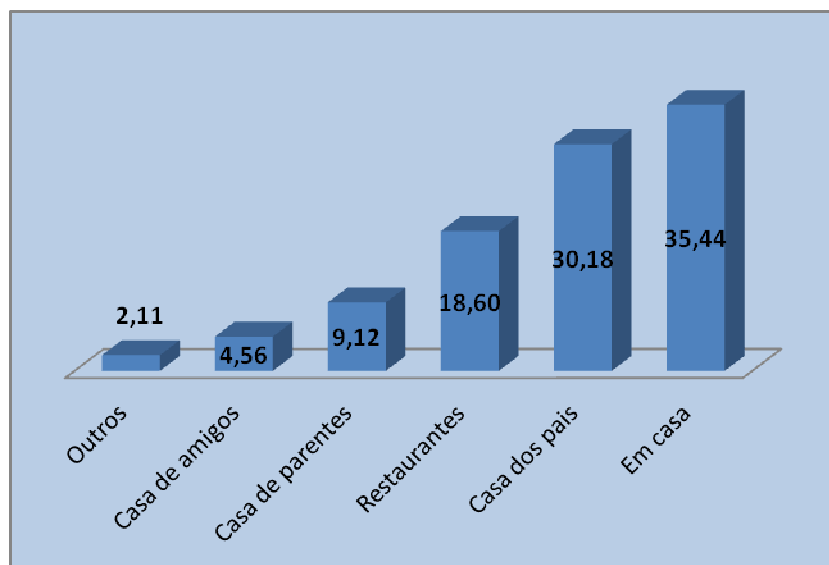
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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	56,86	76,02	76,24	70,27
Não	25,49	19,39	21,78	18,92
Não sabe	17,65	4,59	1,98	10,81
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	33,59	37,01
Casa dos pais	33,59	27,27
Casa de amigos	4,58	4,55
Casa de parentes	7,63	10,39
Restaurantes	18,32	18,83
Outros	2,29	1,95
Total	100,00	100,00

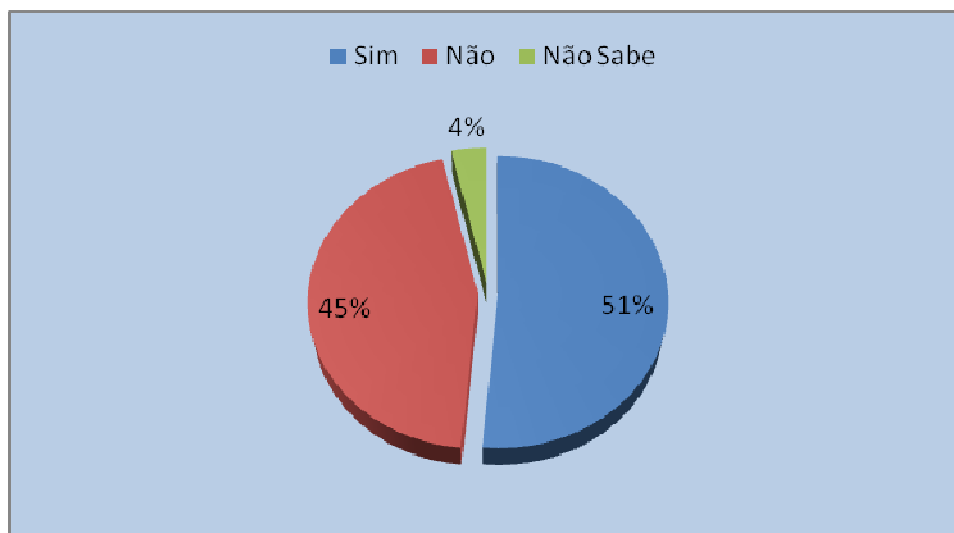
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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	25,81	41,61	25,32	42,31
Casa dos pais	45,16	29,53	31,65	11,54
Casa de amigos	0,00	4,03	7,59	3,85
Casa de parentes	12,90	8,05	6,33	19,23
Restaurantes	9,68	15,44	26,58	23,08
Outros	6,45	1,34	2,53	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

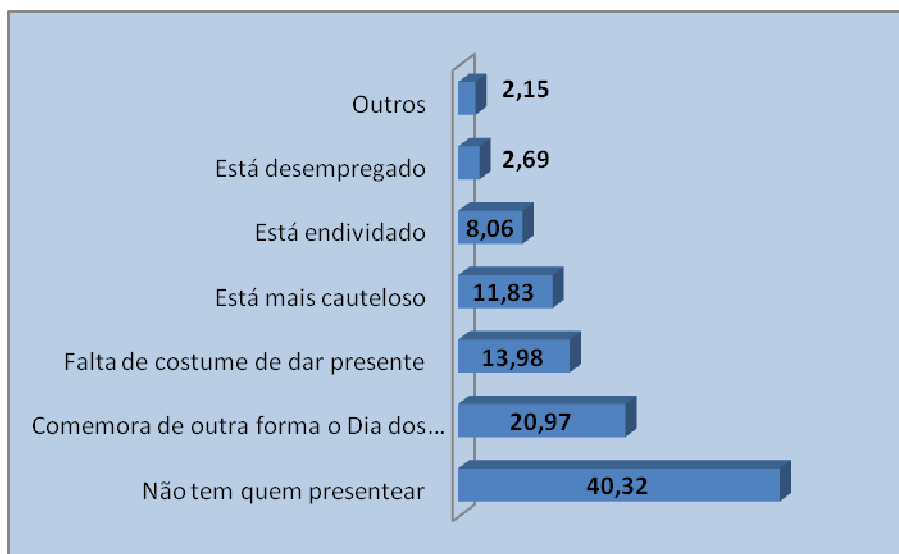
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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	54,95	48,28
Não	41,21	48,28
Não sabe	3,85	3,45
Total	100,00	100,00

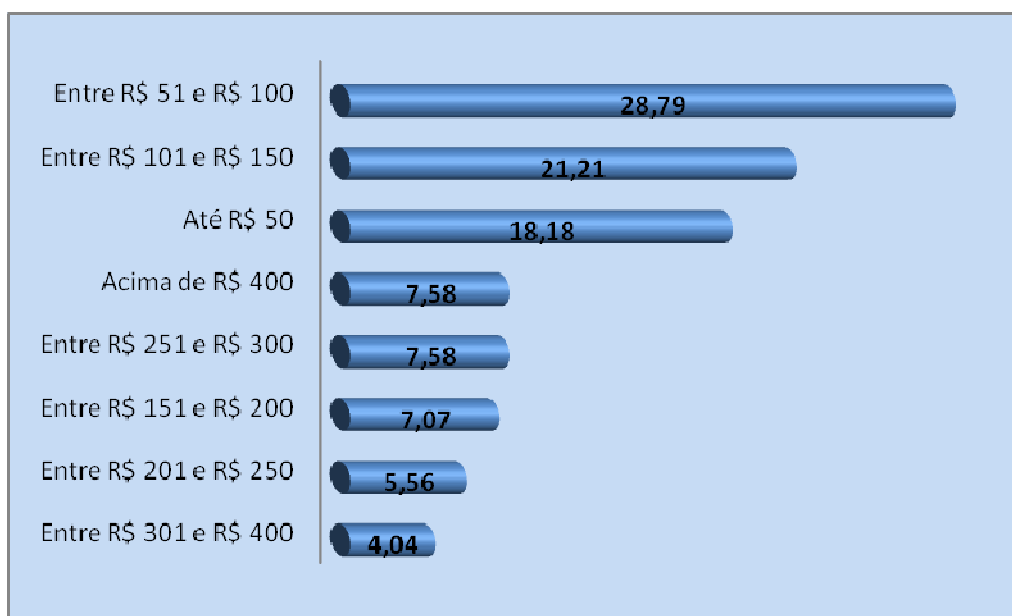
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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	49,02	50,51	57,43	43,24
Não	45,10	46,94	39,60	48,65
Não sabe	5,88	2,55	2,97	8,11
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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



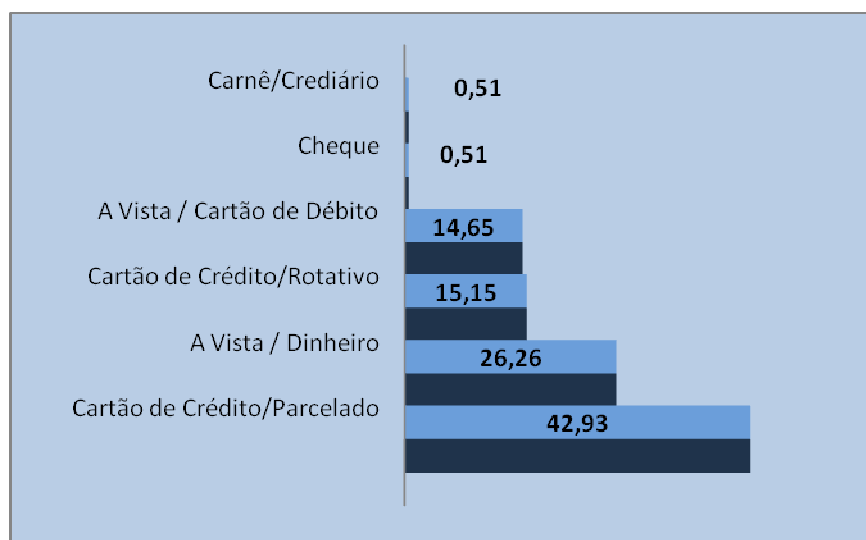
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 10 - Produtos que os consumidores pretendem comprar para o Dia dos Pais

PRODUTOS	%
Vestuário	45,96
Cinto	11,61
Calçados	10,61
Tablet	10,61
Perfumes	7,58
Barbeador/cortador de cabelo	7,58
Computador	7,07
Carteira	6,56
Eletrônicos	6,06
CD'S/DVD'S	6,06
Celular/Smartphone	5,05
Câmera Digital	5,05
Material Esportivo	3,54
Livros	3,03
Cesta de Café da Manhã	3,03
Óculos/Relógio	2,02
Viagem	1,52
Outros	0,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 11 - 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 8- 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	29,00	23,47
A Vista / Cartão de Débito	16,00	13,27
Cartão de Crédito/Rotativo	18,00	12,24
Cartão de Crédito/Parcelado	37,00	48,98
Cheque	0,00	1,02
Carnê/Crediário	0,00	1,02
Total	100,00	100,00

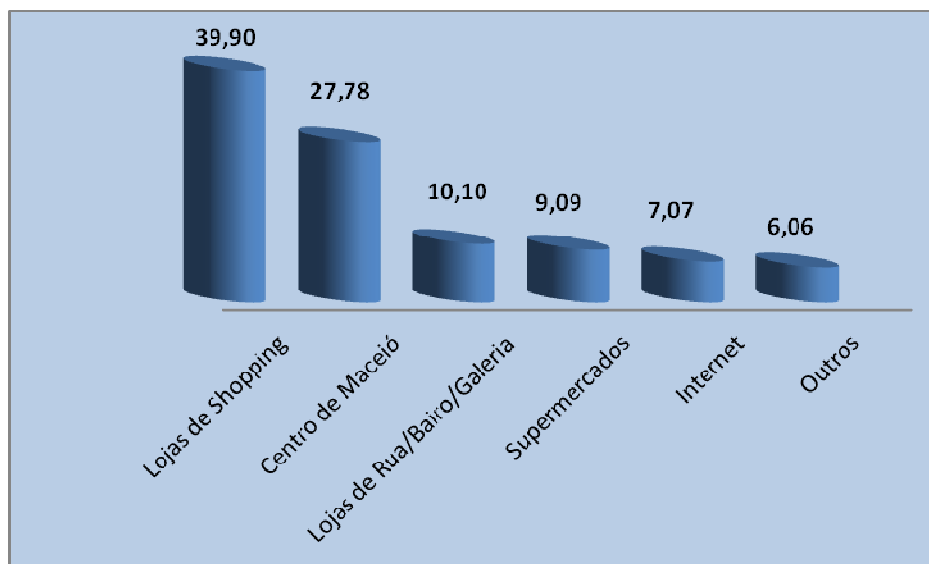
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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

	Renda			
	%			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
A Vista / Dinheiro	16,00	26,26	31,03	25,00
A Vista / Cartão de Débito	20,00	13,13	13,79	18,75
Cartão de Crédito/Rotativo	4,00	16,16	15,52	25,00
Cartão de Crédito/Parcelado	60,00	43,43	37,93	31,25
Cheque	0,00	0,00	1,72	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 12 - Locais onde os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia dos Pais (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 10 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia dos Pais, por sexo

Locais	Sexo	
	%	
	Masculino	Feminino
Lojas de Shopping	37,00	42,86
Lojas de Rua/Bairro/Galeria	16,00	4,08
Supermercados	7,00	11,22
Centro de Maceió	32,00	23,47
Internet	5,00	9,18
Outros	3,00	9,18
Total	100,00	100,00

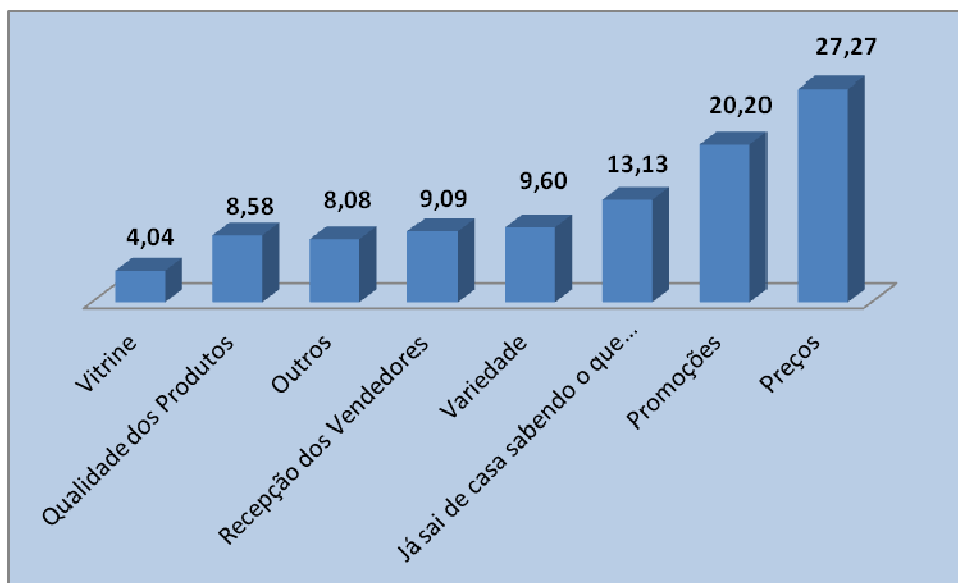
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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

Locais	Renda			
	%			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
Lojas de Shopping	40,00	35,35	46,55	43,75
Lojas de Rua/Bairro/Galeria	12,00	10,10	8,62	12,50
Supermercados	4,00	9,09	12,07	6,25
Centro de Maceió	32,00	33,33	18,97	18,75
Internet	0,00	8,08	8,62	6,25
Outros	12,00	4,04	5,17	12,50
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 13- 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 12 - 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	20,00	20,41
Preços	29,00	25,51
Qualidade dos Produtos	13,00	4,08
Vitrine	3,00	5,10
Variedade	8,00	11,22
Recepção dos Vendedores	10,00	8,16
Já sai de casa sabendo o que comprar	10,00	16,33
Outros	7,00	9,18
Total	100,00	100,00

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 renda

Locais	Renda			
	%			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
Promoções	20,00	22,22	18,97	12,50
Preços	40,00	28,28	25,86	6,25
Qualidade dos Produtos	12,00	7,07	8,62	12,50
Vitrine	8,00	4,04	3,45	0,00
Variedade	4,00	7,07	13,79	18,75
Recepção dos Vendedores	12,00	7,07	10,34	12,50
Já sai de casa sabendo o que comprar	0,00	15,15	10,34	31,25
Outros	4,00	9,09	8,62	6,25
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD