



Relatório sobre a Pesquisa Intenção de Compra para o Dia das Crianças 2012

IFEPD/AL

Maceió, 03/10/2012

Sumário

1	INTRODUÇÃO	1
2	ASPECTOS MERCADOLÓGICOS	1
3	POPULAÇÃO	2
4	PERFIL DOS ENTREVISTADOS	2
5	RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA	4
6	RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA	9

SUMÁRIO FIGURAS

Figura 1 - Sexo	2
Figura 2 - Faixa Etária (%)	2
Figura 3 - Escolaridade (%)	3
Figura 4 - Faixa de Renda (%)	3
Figura 5 - Consumidores que irão presentear no Dia das Crianças	4
Figura 6 - Valor que os consumidores pretendem gastar com comemoração/presente do Dia das Crianças (%)	4
Figura 7 - A escolha do presente foi sugestão da criança	5
Figura 8 - Locais onde os consumidores pretendem comprar para o Dia das Crianças	7
Figura 9 - Motivos que os consumidores levam em consideração ao escolher uma loja para realizar suas compras (%)	7
Figura 10 - Companhia da Criança na hora da compra	8
Figura 11 - Dia preferido pelos consumidores para realizar as compras do Dia das Crianças (%)	8

SUMÁRIO TABELAS

Tabela 1- Produtos que os consumidores pretendem comprar para o Dia das Crianças %	5
Tabela 2 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia das crianças, por sexo	9
Tabela 3 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia das crianças, por faixa de renda.	9
Tabela 4 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais onde os consumidores irão comemorar o Dia das crianças, por sexo	9
Tabela 5 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais onde os consumidores irão comemorar o Dia das crianças, por idade	10
Tabela 6 - Distribuição dos entrevistados de acordo com os tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia das crianças, por sexo.	10
Tabela 7 - Distribuição dos entrevistados segundo o valor que os consumidores pretendem gastar com comemorações/presentes para o Dia das crianças, por faixa de renda	11
Tabela 8 - Distribuição dos entrevistados segundo o valor que os consumidores pretendem gastar com comemorações/presentes para o Dia das crianças, por sexo	11
Tabela 9 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizado na compra dos presentes para o Dia das crianças, por nível de escolaridade.	12
Tabela 10 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizado na compra dos presentes para o Dia das crianças, por faixa de renda.	12
Tabela 11 - Distribuição dos entrevistados segundo Motivos que os consumidores levam em consideração ao escolher uma loja para realizar suas compras, por faixa de renda.	12

1 INTRODUÇÃO

A Federação do Comércio realizou pesquisa para saber o potencial de consumo da população de Maceió para as comemorações do Dia das Crianças. A pesquisa foi realizada pelo Instituto Fecomércio/AL de Estudos Pesquisas e Desenvolvimento - IFEPD nos dias 24 a 29 de Setembro de 2012.

A data comemorativa foi convencionada pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) e é um convite a celebração dos menores. Vale ressaltar que a data é considerada uma prévia do Natal para o comércio. A pesquisa do Dia das crianças tem a intenção de saber quanto os pais e familiares estão dispostos a gastar, o tipo de presente mais procurado, os locais preferidos de compra, a influência da criança neste processo de compra e a programação financeira para esta data. O IFEPD acredita que os dados dessa pesquisa, sobre o comportamento de compra dos consumidores para o Dia das Crianças, possam servir de balizador para decisões e planejamento por parte dos anunciantes – fabricantes e varejistas.

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 a 29 de Setembro de 2012. Os questionários foram compostos por perguntas abertas e fechadas e aplicados pelo método de pesquisa direta.

O tamanho mínimo da amostra foi determinado em 384 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.

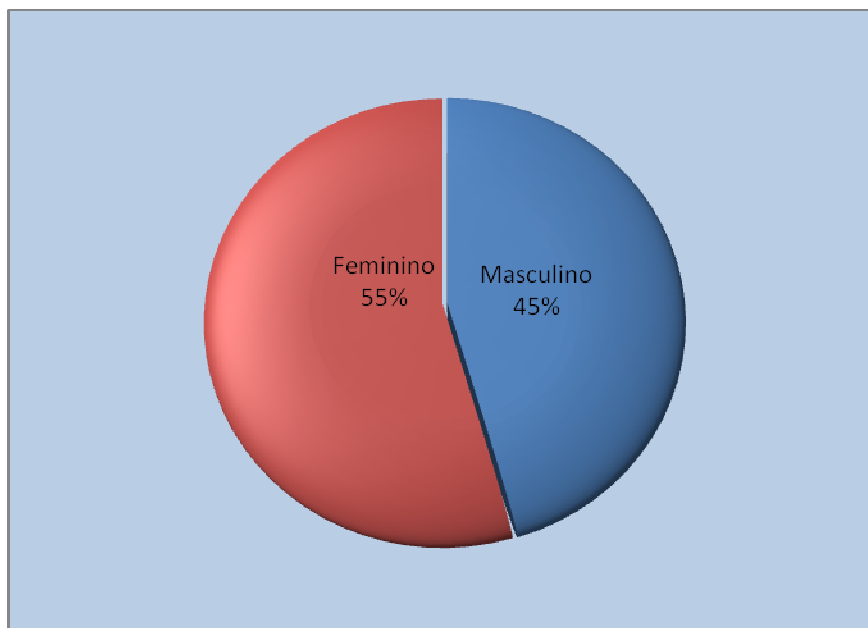
Após o trabalho de campo, as informações coletadas foram avaliadas, validadas e processadas com o software estatístico SPSS.

3 POPULAÇÃO

Consumidores em potencial residentes no município de Maceió com idade superior a 18 anos estimado em torno de 644.502.

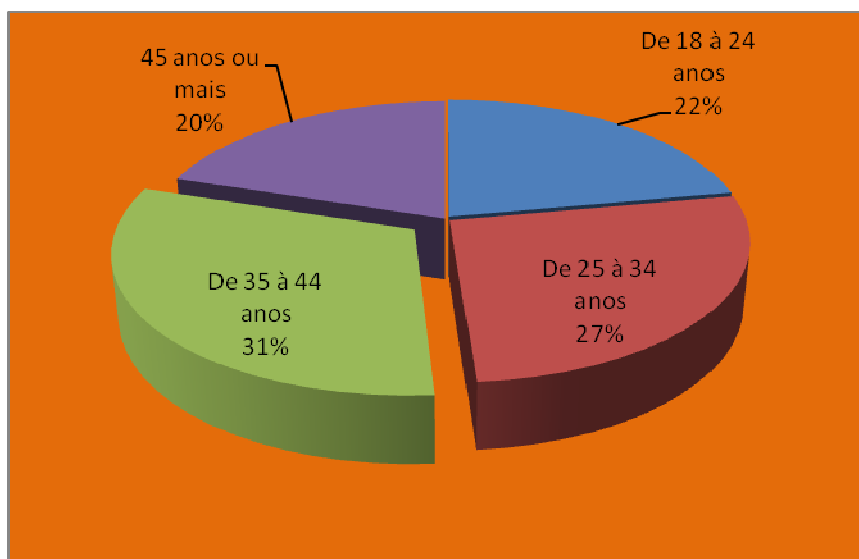
4 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Figura 1 - Sexo



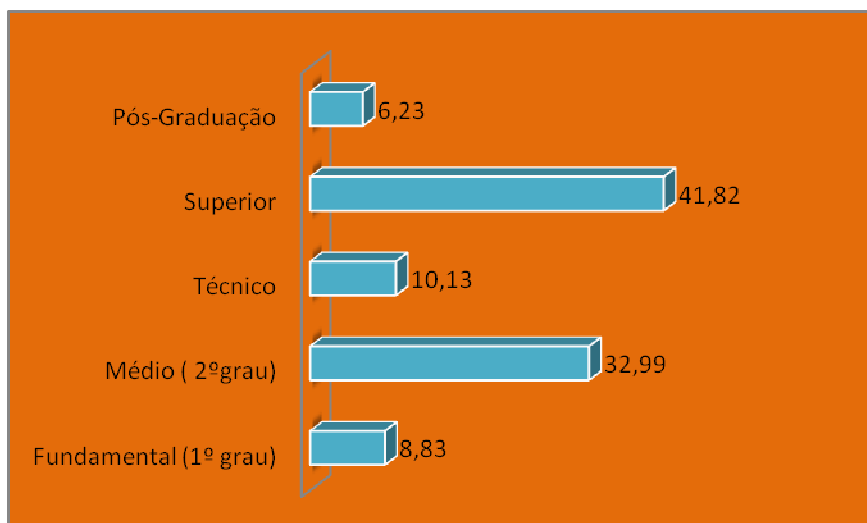
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 2 - Faixa Etária (%)



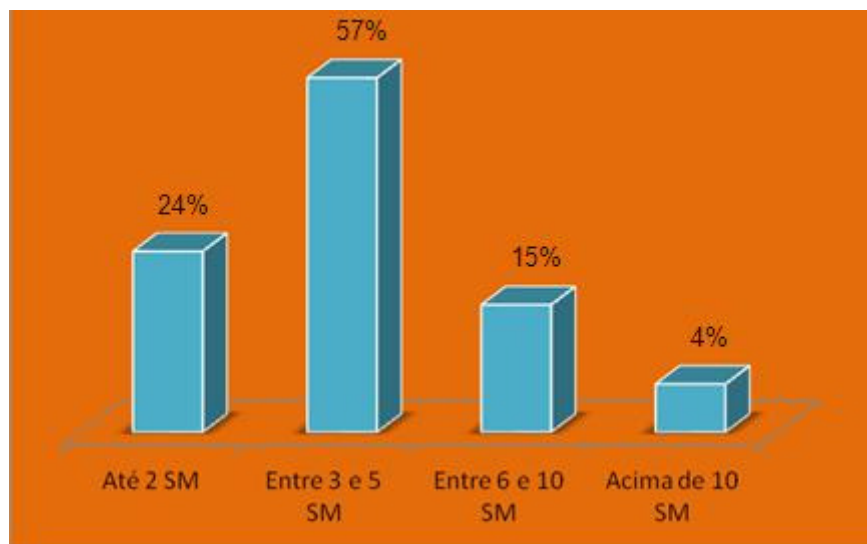
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 3 - Escolaridade (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento - IFEPD

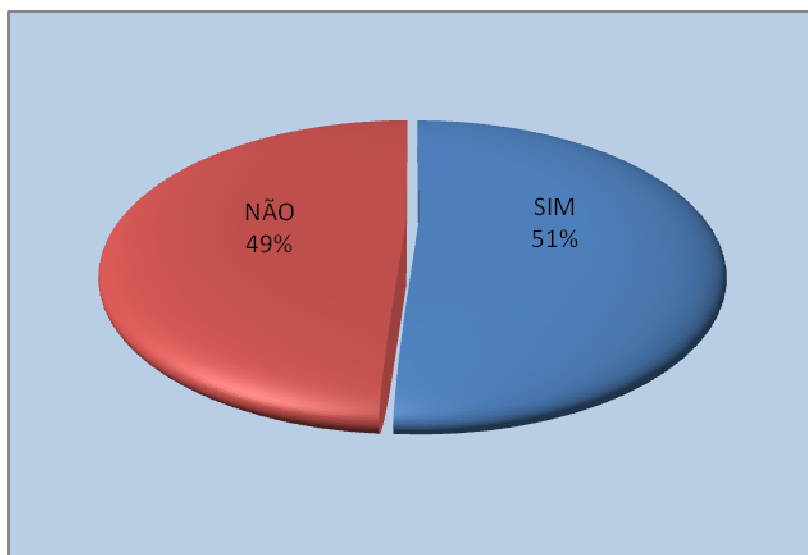
Figura 4 - Faixa de Renda (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento - IFEPD

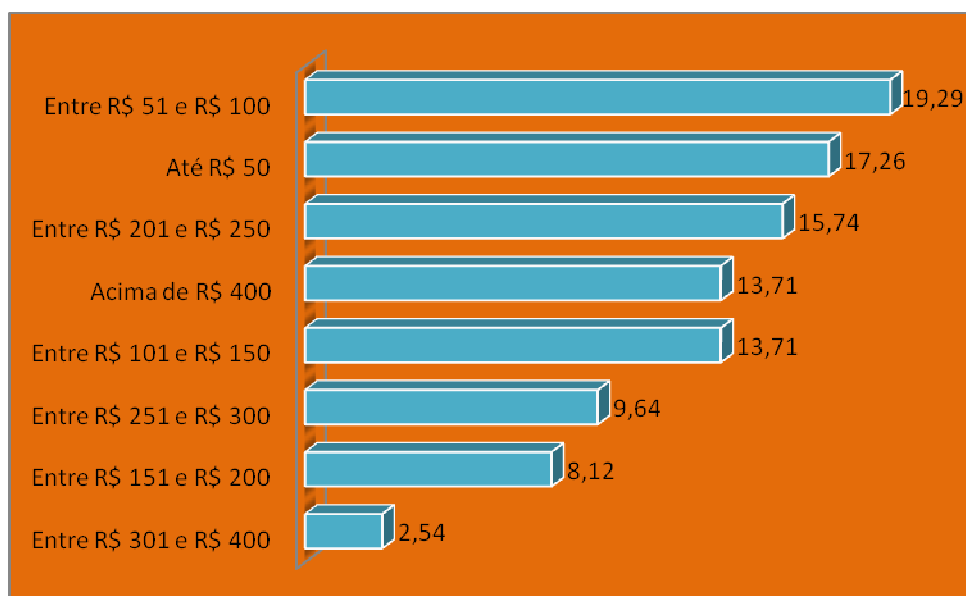
5 RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA

Figura 5 - Consumidores que irão presentear no Dia das Crianças



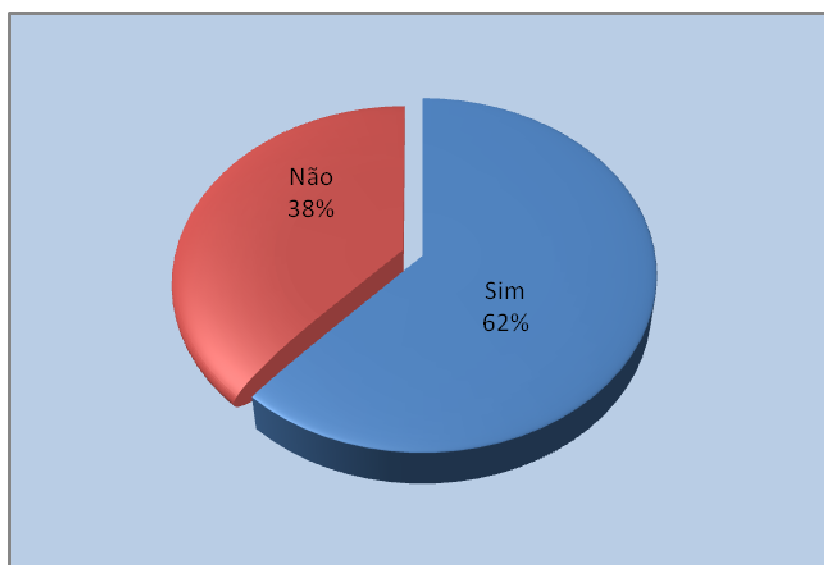
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento - IFEPD

Figura 6 - Valor que os consumidores pretendem gastar com comemoração/presente do Dia das Crianças (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento - IFEPD

Figura 7 – A escolha do presente foi sugestão da criança



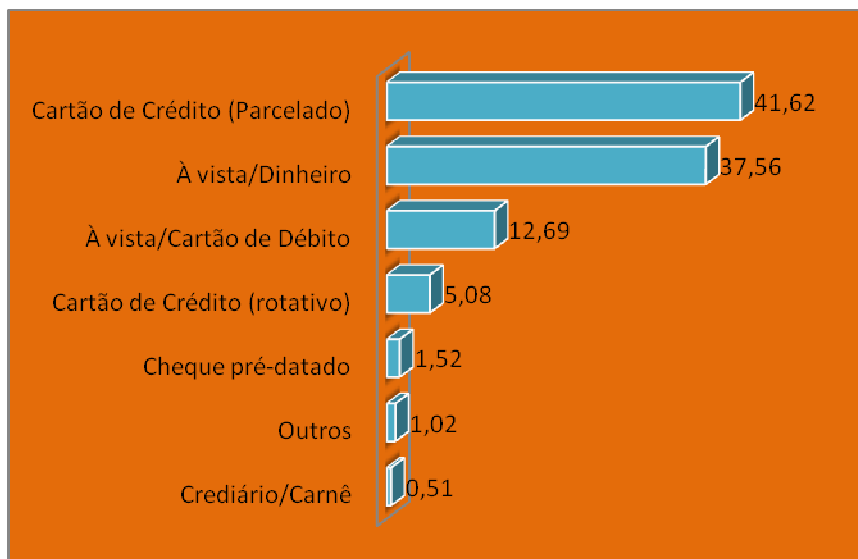
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento - IFEPD

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

Presentes	Dia das Crianças 2012 (%)
Brinquedo	26,90
Celular	18,78
Jogos	16,75
Vestuário	16,24
Artigos eletrônicos	13,77
Calçados	11,17
Bicicleta	6,12
Livros	5,08
Outros	2,50
CD/DVD	2,50
Colônia do Dia das Crianças	1,01
Óculos/Relógio	0,50

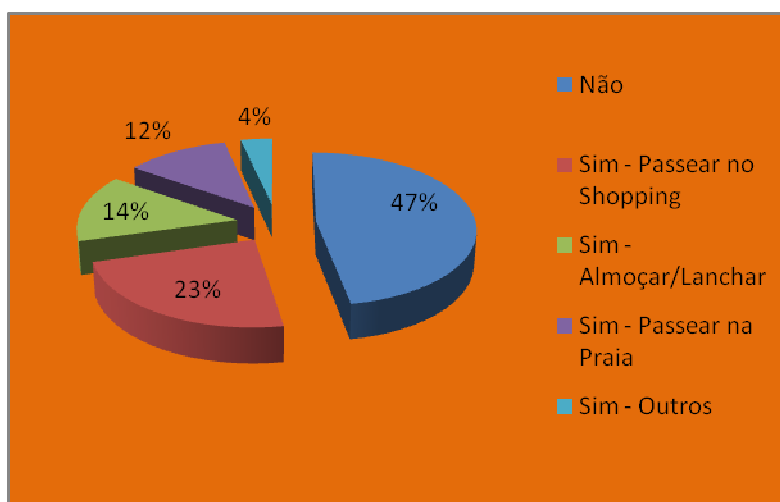
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento - IFEPD

Figura 8 - Formas de pagamento que os consumidores pretendem utilizar para pagar os presentes do Dia das Crianças %



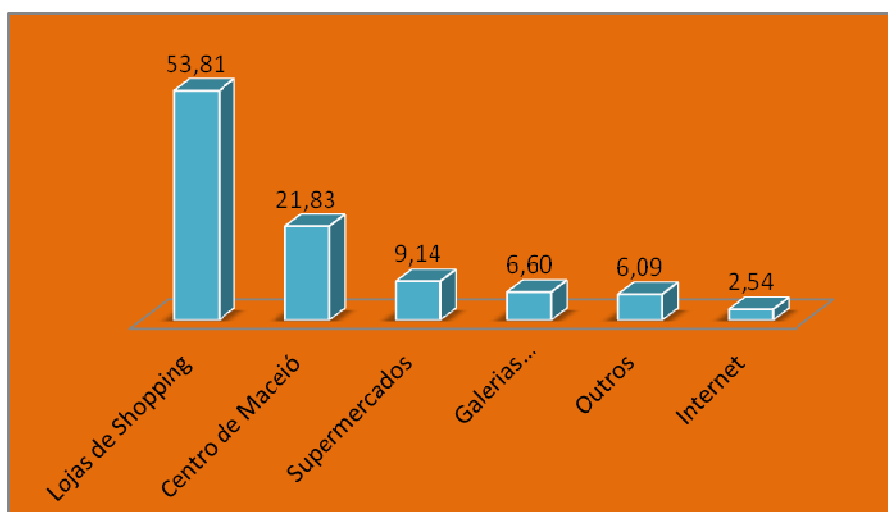
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 9 – Locais de passeio para comemorar Dia das Crianças %



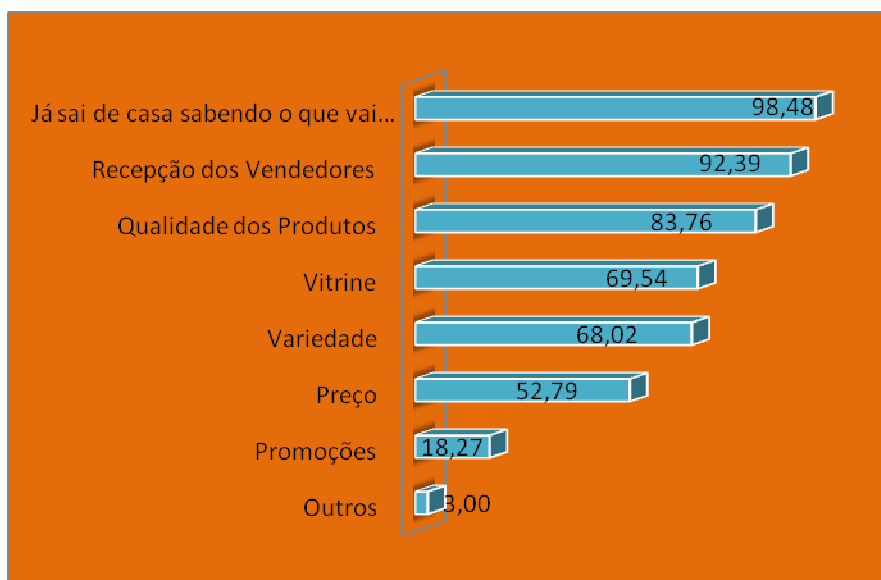
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 8 - Locais onde os consumidores pretendem comprar para o Dia das Crianças



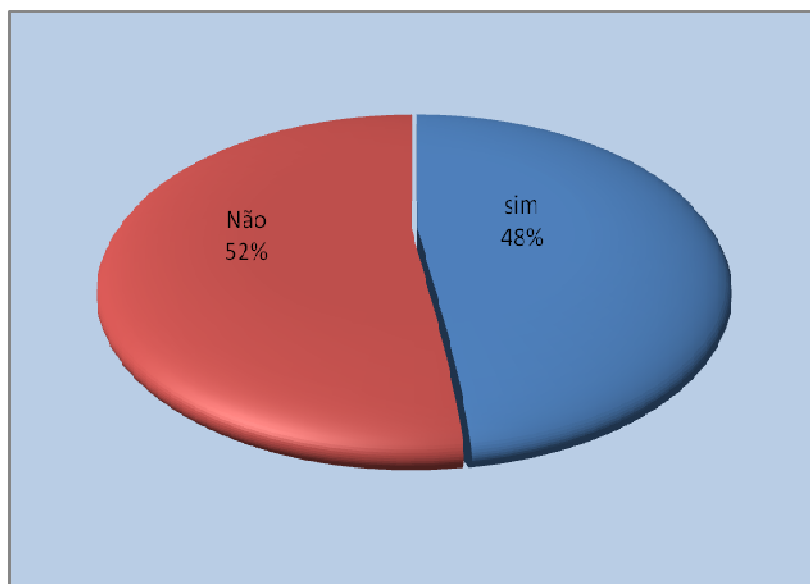
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 9 - Motivos que os consumidores levam em consideração ao escolher uma loja para realizar suas compras (%)



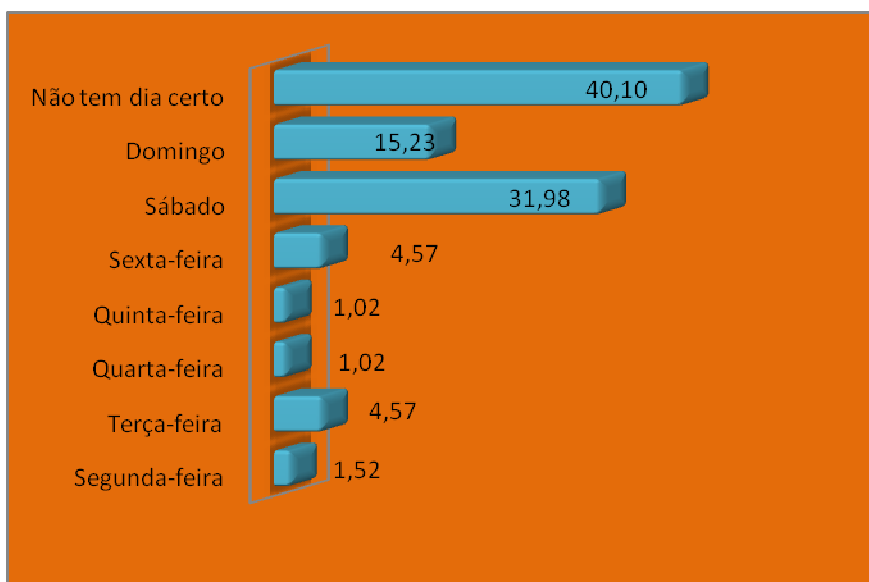
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 10 - Companhia da Criança na hora da compra



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 11 - Dia preferido pelos consumidores para realizar as compras do Dia das Crianças (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

6 RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA

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

Intenção de compra	Sexo		
	Valores em %		
	Masculino	Feminino	Total
Sim	49,14	52,85	100,00
Não	50,85	47,14	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 crianças, por faixa de renda.

Intenção de compra	Renda			
	Valores em %			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
Sim	47,96	51,56	52,17	57,59
Não	52,04	48,44	47,83	42,30
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 4 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais onde os consumidores irão comemorar o Dia das crianças, por sexo

	Sexo	
	Valores em %	
	Masculino	Feminino
Não	43,02	50,45
Passear no Shopping	24,42	22,52
Almoçar/Lanchar	12,79	15,32
Passear na Praia	12,79	10,81
Outros	6,98	0,90
Total	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 5 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais onde os consumidores irão comemorar o Dia das crianças, por idade

	Idade			
	Valores em %			
	De 18 à 24 anos	De 25 à 34 anos	De 35 à 44 anos	45 anos ou mais
Não	35,14	40,00	55,00	57,50
Passear no Shopping	32,43	26,67	18,33	17,50
Almoçar/Lanchar	8,11	11,67	16,67	20,00
Passear na Praia	16,22	18,33	6,67	5,00
Outros	8,11	3,33	3,33	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 6 - Distribuição dos entrevistados de acordo com os tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia das crianças, por sexo.

Produtos	Sexo		
	Valores em %		
	Masculino	Feminino	Total
Brinquedo	8,63%	18,27%	26,90%
Celular	11,68%	7,11%	18,78%
Jogos	7,61%	9,14%	16,75%
Vestuário	9,14%	7,11%	16,24%
Artigos eletrônicos	5,08%	8,63%	13,71%
Calçados	4,57%	6,60%	11,17%
Bicicleta	2,03%	4,06%	6,09%
Livros	1,02%	4,06%	5,08%
Outros	1,52%	3,55%	5,08%
Colônia Dia das Crianças	0,51%	0,00%	0,51%
CD/DVD	0,00%	1,02%	1,02%
Óculos/Relógio	0,00%	0,51%	0,51%

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 7 - Distribuição dos entrevistados segundo o valor que os consumidores pretendem gastar com comemorações/presentes para o Dia das crianças, por faixa de renda

Valor em R\$	Renda			
	Valores em %			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
Até R\$ 50	29,79	14,14	11,11	13,33
Entre R\$ 51 e R\$ 100	21,28	25,25	5,56	6,67
Entre R\$ 101 e R\$ 150	2,13	22,22	8,33	6,67
Entre R\$ 151 e R\$ 200	8,51	9,09	5,56	6,67
Entre R\$ 201 e R\$ 250	19,15	13,13	13,89	26,67
Entre R\$ 251 e R\$ 300	4,26	4,04	27,78	20,00
Entre R\$ 301 e R\$ 400	4,26	3,03	0,00	0,00
Acima de R\$ 400	10,64	9,09	27,78	20,00
Total	100,00	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 crianças, por sexo

Valor em R\$	Sexo	
	Valores em %	
	Masculino	Feminino
Até R\$ 50	16,27	18,01
Entre R\$ 51 e R\$ 100	20,93	18,01
Entre R\$ 101 e R\$ 150	11,63	15,31
Entre R\$ 151 e R\$ 200	5,81	9,90
Entre R\$ 201 e R\$ 250	16,28	15,31
Entre R\$ 251 e R\$ 300	13,95	6,30
Entre R\$ 301 e R\$ 400	2,32	2,70
Acima de R\$ 400	12,79	14,41
Total	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 9 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizado na compra dos presentes para o Dia das crianças, por nível de escolaridade.

Forma de pagamento	Escolaridade				
	Valores em %				
	Fundamental (1º grau)	Médio (2º grau)	Técnico	Superior	Pós-Graduação
A Vista / Dinheiro	58,82	40,68	20,00	36,78	28,57
A Vista / Cartão de Débito	5,88	11,86	30,00	8,05	28,57
Cartão de Crédito/Rotativo	0,00	1,69	5,00	9,20	0,00
Cartão de Crédito/Parcelado	29,41	44,07	30,00	44,83	42,86
Cheque	5,88	1,69	0,00	1,15	0,00
Carnê Crediário	0,00	0,00	10,00	0,00	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 10 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizado na compra dos presentes para o Dia das crianças, por faixa de renda.

Forma de pagamento	Renda			
	Valores em %			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
A Vista / Dinheiro	44,68	34,34	33,33	46,67
A Vista / Cartão de Débito	8,51	12,12	16,67	20,00
Cartão de Crédito/Rotativo	4,26	5,05	8,33	0,00
Cartão de Crédito/Parcelado	40,43	46,46	36,11	26,67
Cheque	2,13	1,01	0,00	6,67
Carnê Crediário	0,00	1,01	2,78	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 11 - Distribuição dos entrevistados segundo Motivos que os consumidores levam em consideração ao escolher uma loja para realizar suas compras, por faixa de renda.

	Renda			
	Valores em %			
	Até 2 SM	Entre 3 e 5 SM	Entre 6 e 10 SM	Acima de 10 SM
Promoções	19,15	18,18	22,22	6,67
Preço	34,04	38,38	30,56	20,00
Variedade	14,89	14,14	19,44	13,33
Vitrine	4,26	0,00	2,78	0,00
Qualidade dos Produtos	6,38	14,14	16,67	33,33
Recepção dos Vendedores	17,02	6,06	0,00	20,00
Já sai de casa sabendo o que vai comprar	2,13	7,07	8,33	6,67
Outros	2,13	2,02	0,00	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD