

FACULDADES ALVES FARIA - ALFA

CENTRO DE PESQUISAS ECONÔMICAS E MERCADOLÓGICAS – ALFA /CDL

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2013 – GOIÂNIA

1. INTRODUÇÃO.

Resultados da pesquisa social aplicada, baseada em questionários, sobre intenção de compras para o Dia das Mães em 2013. Trabalho realizado pelo Centro de Pesquisas Econômicas e Mercadológicas – Faculdades Alves Faria (ALFA) e Câmara de Dirigentes Lojistas de Goiânia (CDL Goiânia) entre os dias 22 a 27 de abril de 2013.

Foram realizadas 493 entrevistas em diversos locais da grande Goiânia, como corredores comerciais de grande circulação e shoppings. A pesquisa colheu também informações sócio-econômicas sobre os consumidores. Os resultados apresentados são comparativos ao ano de 2012.

A pesquisa possui duas finalidades: 1) – acadêmica: professores e alunos colocam em prática a teoria trabalhada em sala de aula nos cursos de Ciências Econômicas, Administração de Empresas e Turismo das Faculdades Alves Faria; 2) – econômica: a Câmara de Dirigentes Lojistas de Goiânia ajuda seus associados a montarem estratégias de vendas para o Dia das Mães.

A equipe técnica responsável pela pesquisa é formada por professores da ALFA, coordenados pelo Profº MS. Aurélio Troncoso

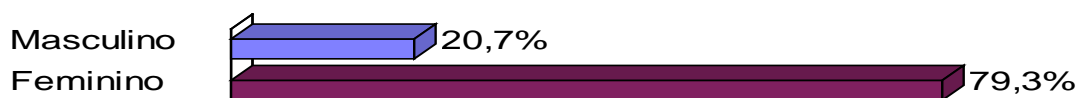
A. DISTRIBUIÇÕES SÓCIO-ECONÔMICAS.

SEXO 2012



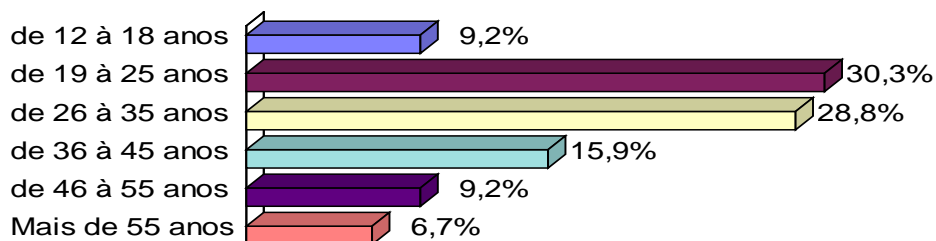
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

SEXO - 2013



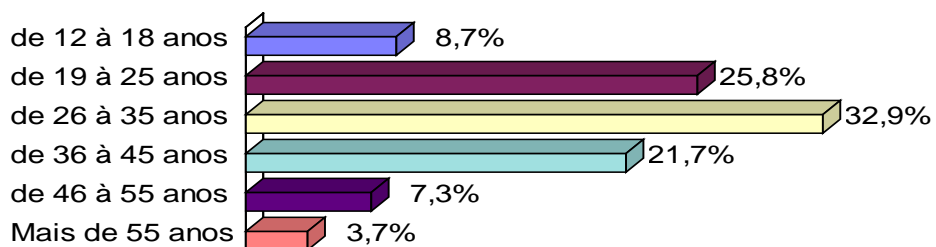
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

FAIXA_ETARIA 2012



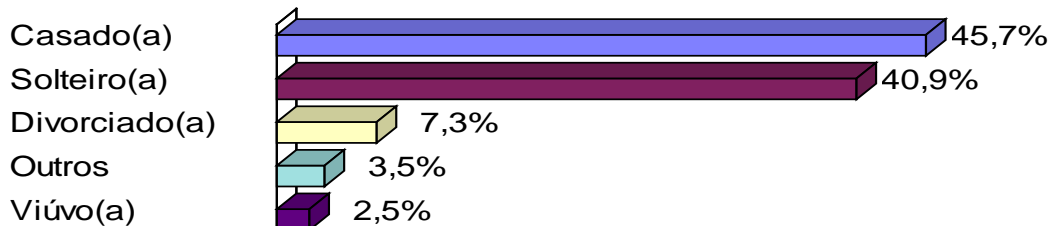
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

FAIXA_ETARIA - 2013



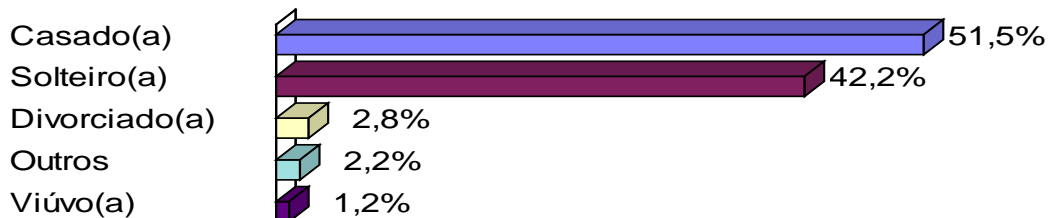
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

ESTADO_CIVIL 2012



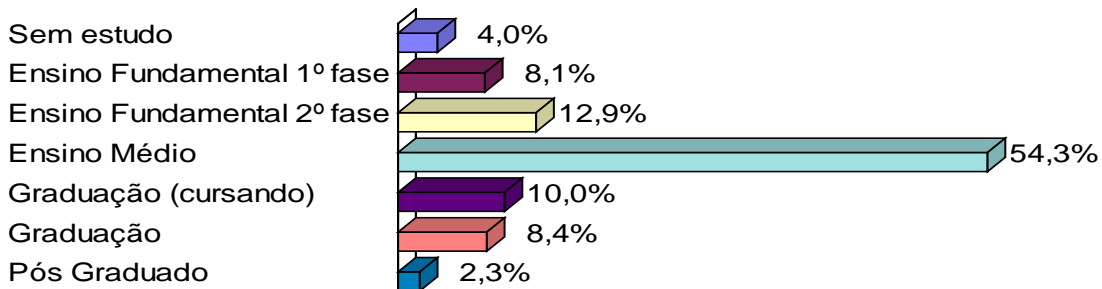
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

ESTADO_CIVIL - 2013



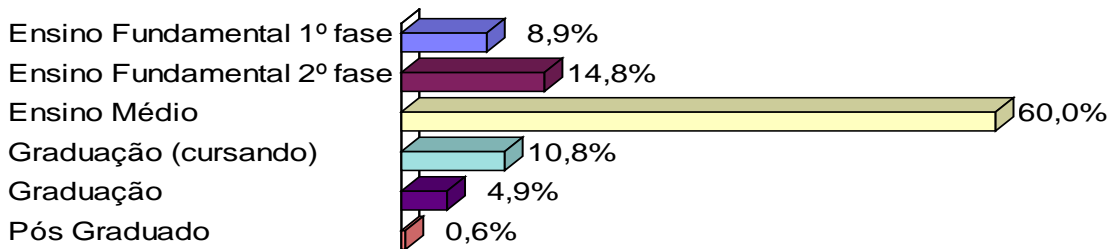
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

ESCOLARIDADE 2012



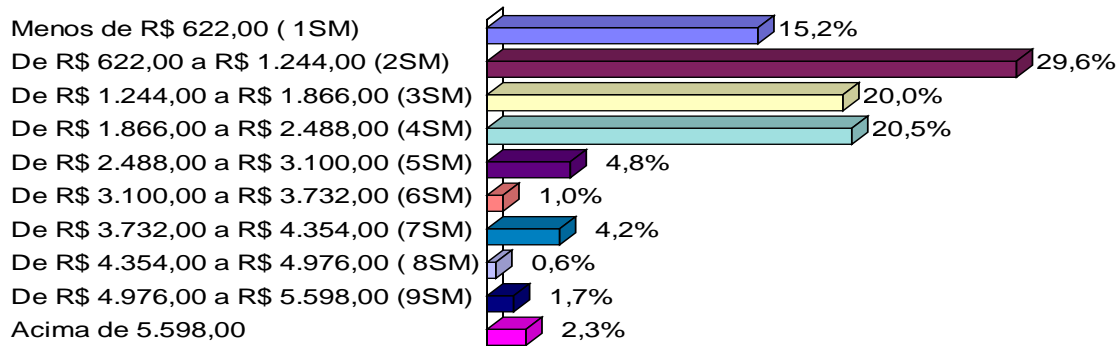
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

ESCOLARIDADE - 2013



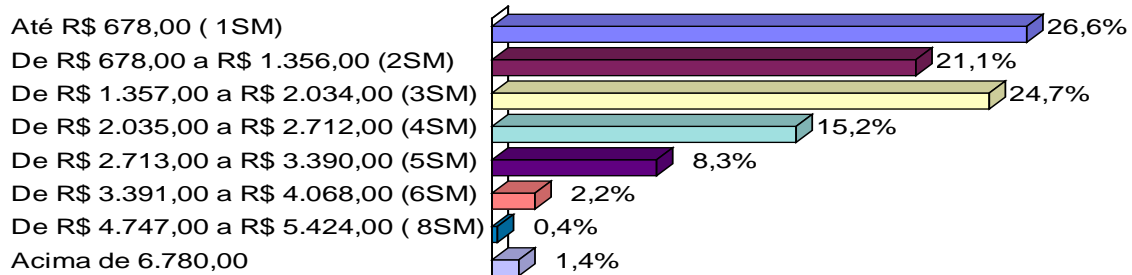
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

RENDA_MENSAL_FAMILIA 2012



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

RENDA_MENSAL_FAMILIA - 2013



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

POSSUI FILHOS 2012



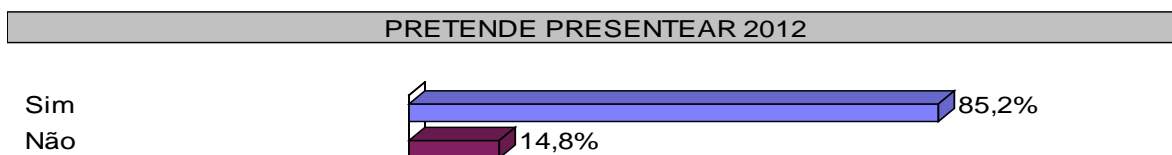
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

POSSUI FILHOS - 2013

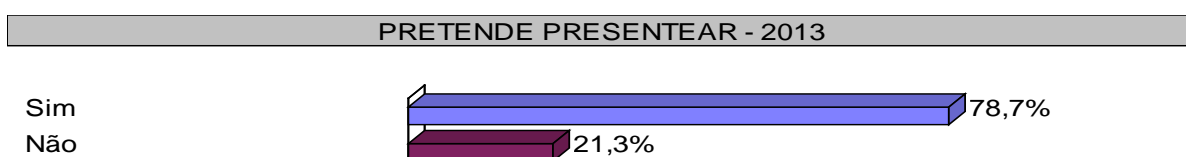


FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

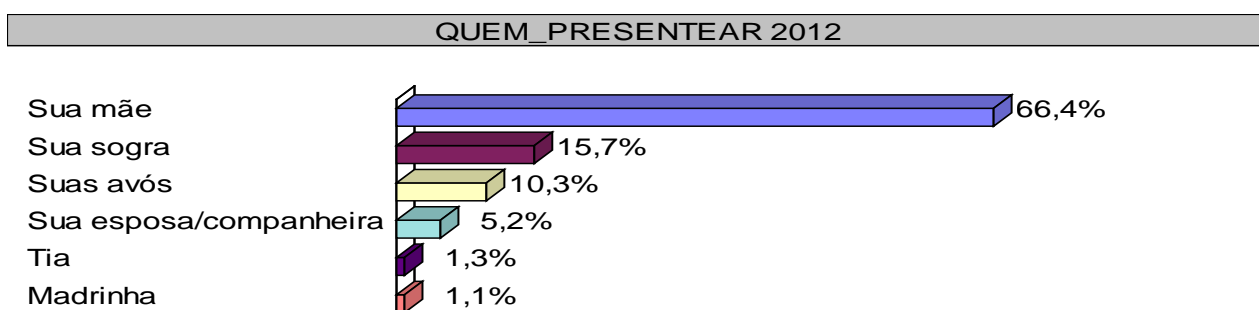
B. DISTRIBUIÇÃO QUANTO À INTENÇÃO DE PRESENTEAR.



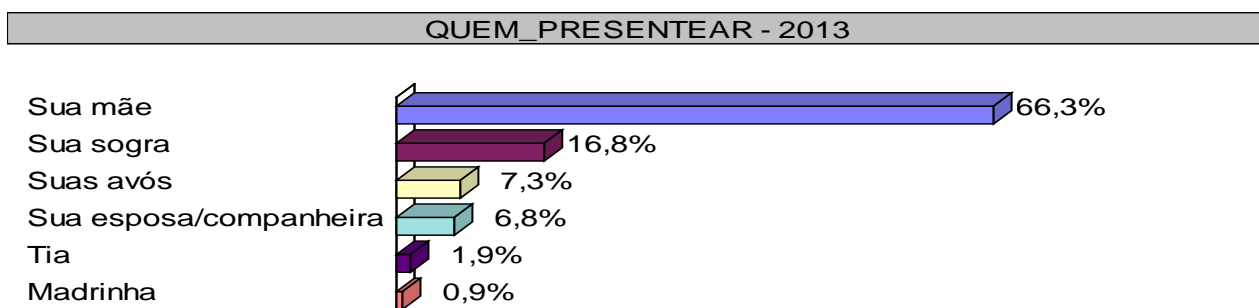
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

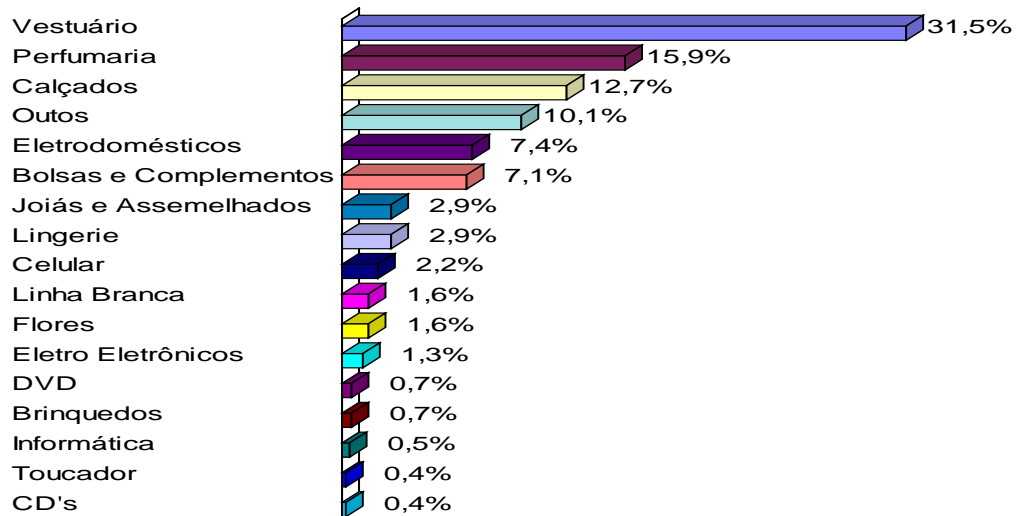


FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012



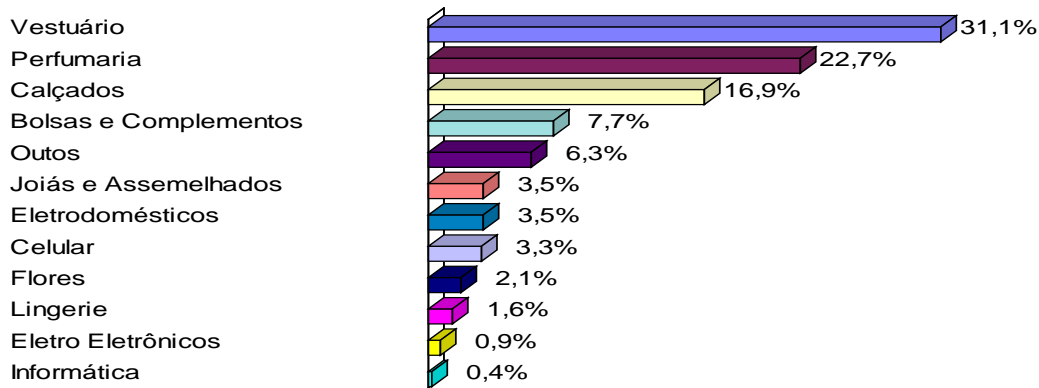
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

OUQUE_PRETENDE_COMPRAR 2012



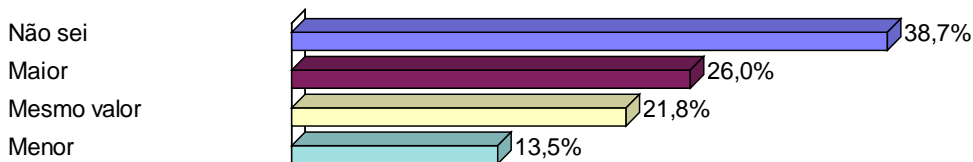
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

OUQUE_PRETENDE_COMPRAR - 2013



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2011 PARA 2012

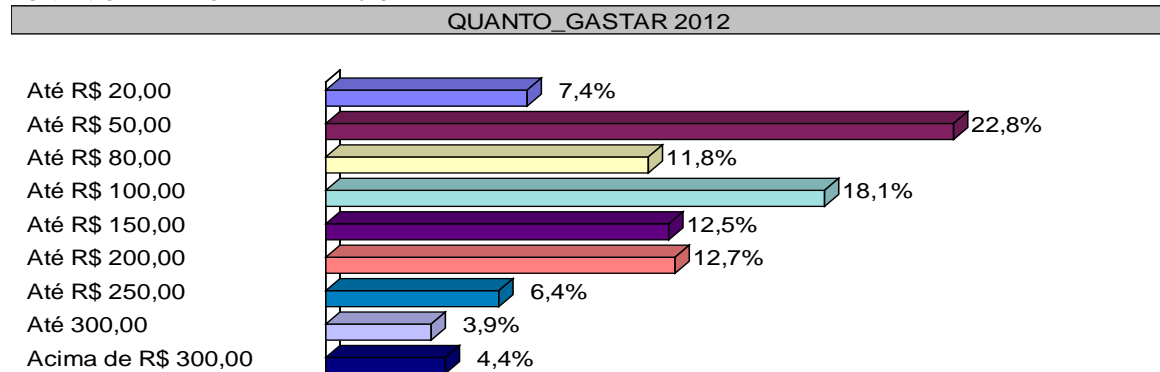


FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2012

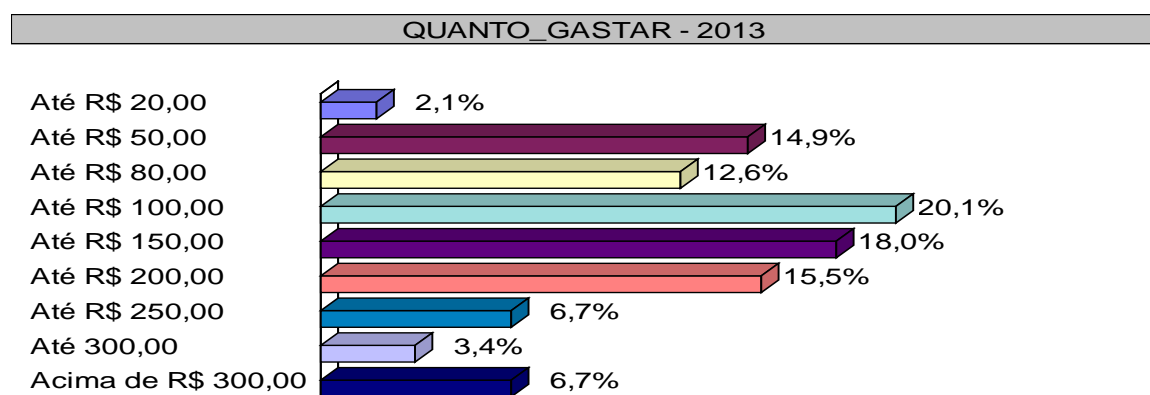
COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2012 PARA 2013



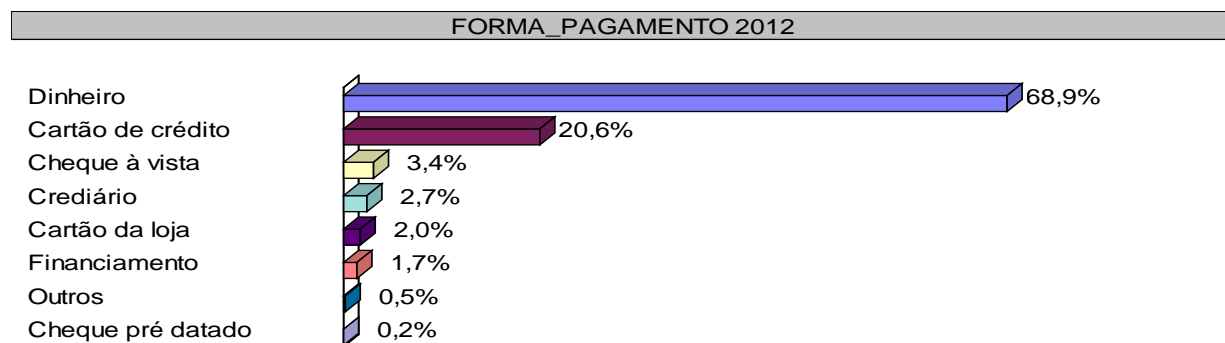
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

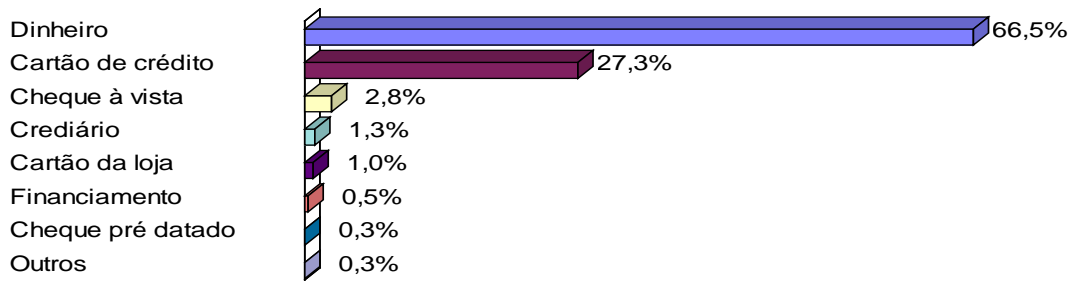


FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013



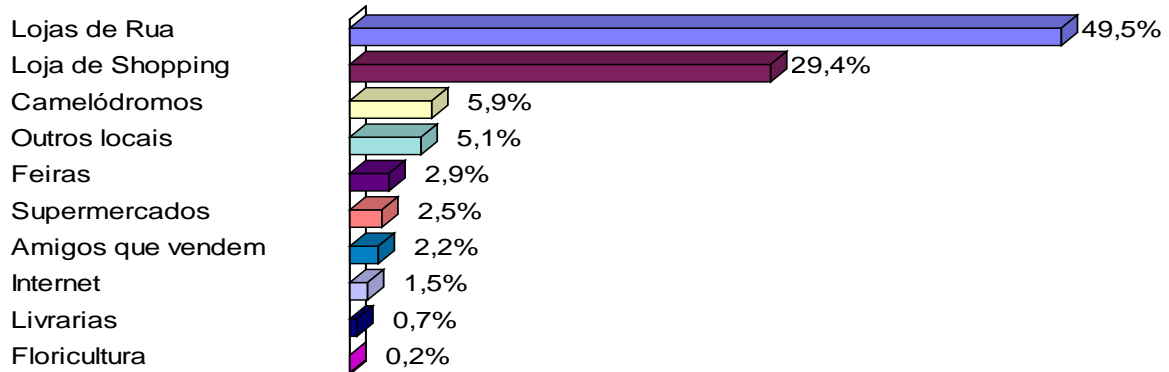
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

FORMA_PAGAMENTO - 2013



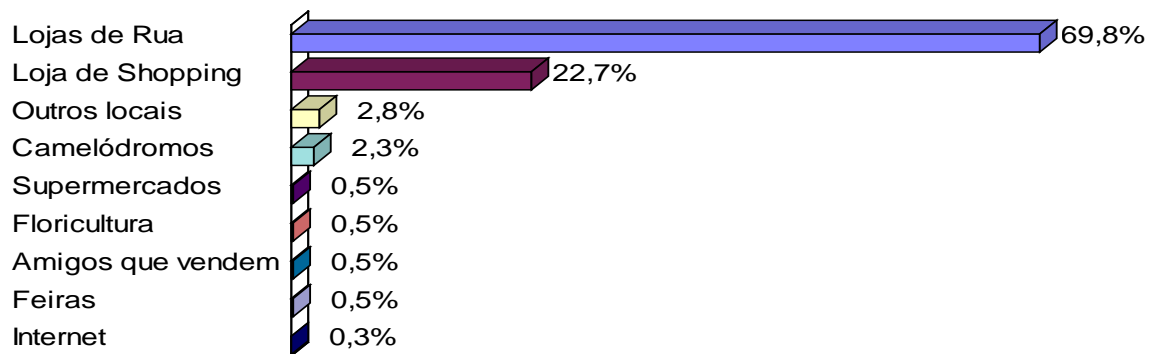
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

LOCAL DA COMPRA 2012



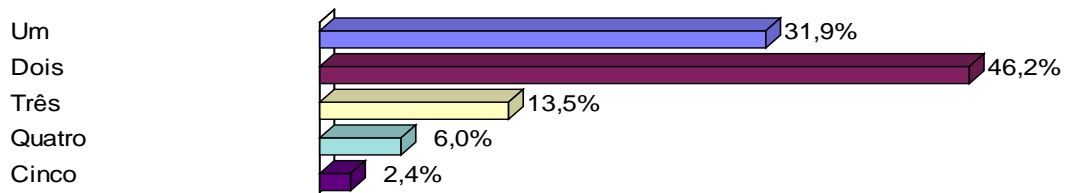
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

LOCAL_COMPRA - 2013



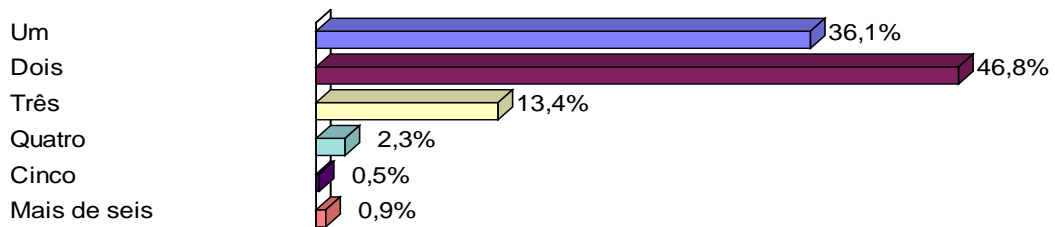
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

NR_FILHOS_MÃES 2012



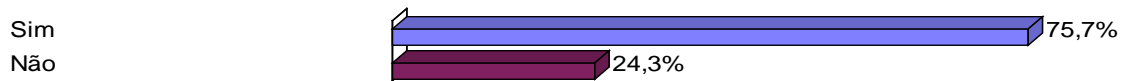
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

NR_FILHOS_MÃES - 2013



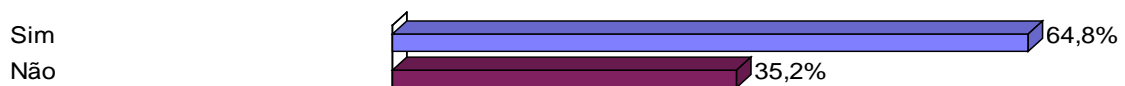
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

MAE_RECEBEU_PRESENTE_ULTIMO_DIA 2012



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2012

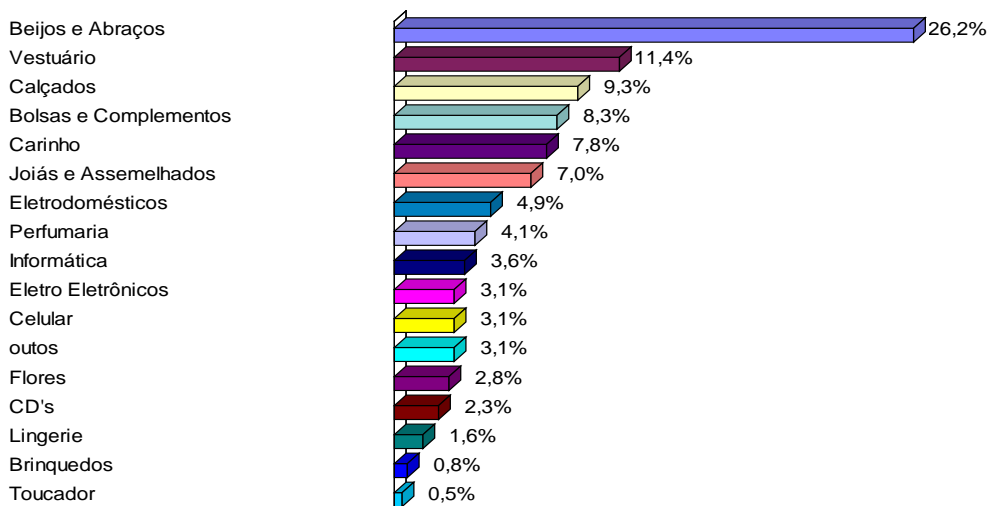
MAE_RECEBEU_PRESENTE_ULTIMO_DIA - 2013



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

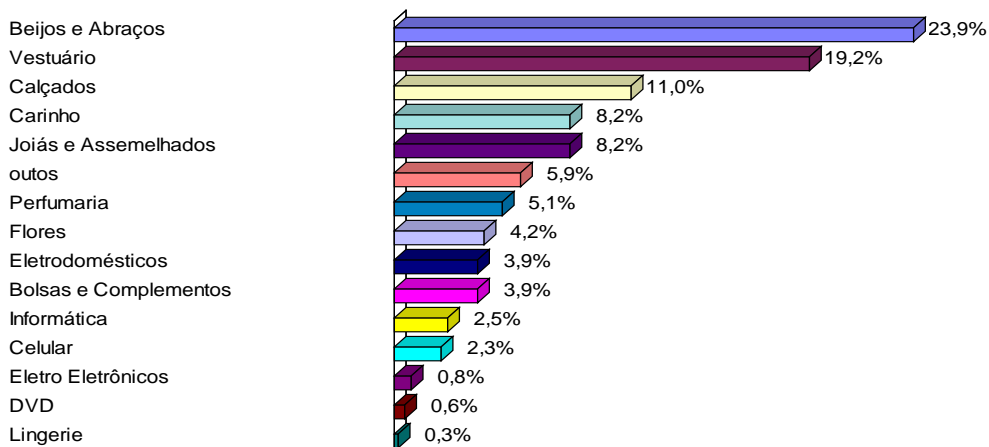
C. DISTRIBUIÇÃO DO QUE AS MÃES PRETENDEM GANHAR.

O QUE MÃES GOSTARIAM GANHAR 2012



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2012

O QUE MÃES GOSTARIAM GANHAR - 2013



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

ANÁLISE DA PESQUISA

A pesquisa apresentou variáveis importantes para o comércio varejista de Goiânia. Como acontece todos os anos foram entrevistados mais mulheres do que homens. A faixa etária ficou entre 19 a 45 anos em sua grande maioria, mais de 51% são casados, 42,2% solteiros, divorciados e viúvos. Mais de 60% dos entrevistados têm ensino médio, com renda entre R\$ 678,00 a R\$ 3.390,00.

Dos entrevistados 55,2% disseram ter filhos, 78,7% pretendem presentear alguém neste Dia das Mães, 6,5% a menos que no Dia das Mães de 2012. Isso não quer dizer que o volume de vendas irá cair.

Quando perguntados o que vão presentear no Dia das Mães 2013, mais de 66% vão presentear as mães, 16,8% as sogras, 7,3% as avós, as esposas com 6,8% e tia e madrinhas com 2,8%.

Quando perguntados o que pretendem presentear, vestuário aparece em primeiro lugar com 33,1%, seguido de perfumaria com 22,7%; calçados com 16,9%; bolsas e complementos com 7,7%; jóias e assemelhados e eletrodomésticos com 3,5% e celular com 3,3%, os demais itens somados 11,3%.

Em relação ao valor do presente 38,9% estão indefinidos em relação ao valor do presente, 25% disseram que o valor será superior ao presente de 2012, aqueles que disseram ser o mesmo valor de 2012 somam 18,8% uma queda de 3% em relação ao ano anterior, 17,3% disse que será menor um aumento de 3,8% em relação a 2012.

Mais de 81% vão dar presentes entre R\$ 50,00 a R\$ 200,00, um aumento de 3% em relação a 2012.

Porém, as pessoas que pretendem presentear com valores de R\$ 250,00 a acima de R\$ 300,00 somam 16,8%, um aumento de 2,1%.

A forma de pagamento escolhida este ano continua sendo dinheiro com 66,5% uma queda de 2,4% em relação ao ano passado; cartão de crédito com 27,3%, um aumento de 6,7%; cheque à vista aparece com 2,8%, com queda de 0,6%; crediário, cartão de loja, financiamento e cheque pré-datado somados representam juntos 3,4%.

Quanto ao local de compra, as lojas de rua serão mais uma vez mais procuradas que os shoppings: 69,8% disseram que vão comprar seus presentes nas lojas de rua, um aumento de 20,3% em relação ao ano passado; 22,7% disseram que farão suas compras nos shoppings da cidade, uma queda de 6,7%; os camelódromos aparecem com 2,3%, uma queda de 3,6% em relação a 2012, floriculturas, supermercados, venda de amigos, feiras e internet somados representam 5,1%.

O que eles vão dar? O que elas querem receber?

Resposta a uma pergunta feita para aquelas que disseram ser mães: o que gostariam de ganhar? Mais de 23% disseram: “Beijos e Abraços”.

22,7% dos filhos pretendem presentear as mães com vestuários, mas apenas 19,2% delas gostariam de ganhar roupas.

22,7% dos filhos disseram que vão presentear suas mães com perfumaria, mas somente 5,1% delas gostariam de ganhar perfume.

16,9% gostariam de dar calçados, mas somente 11% delas gostariam de ganhar calçados.

7,7% disseram que vão dar bolsas e complementos, mas apenas 3,9% gostariam de ganhar bolsas e complementos.

3,5% disseram que pretendem dar jóias e assemelhados, mas 8,2% das mães gostariam de ganhar esse tipo de presente.

Mais de 8% das mães gostariam de ganhar “Carinho”.

A pesquisa mostra que existe uma cautela entre as pessoas em relação a seus gastos. Em comparação a 2012, houve uma queda de 6,5% no número de pessoas que pretendem presentear, mas aumentou os índices daqueles que vão presentear sogras, esposas, tias, etc. O Dia das Mães é a segunda melhor data

para o varejista, perdendo apenas para o Natal. O cenário que se forma é que neste Dia das Mães as pessoas deverão andar mais para comprar o presente. Isso se deve ao aumento expressivo pelo interesse em lojas de rua.

Acreditamos que haverá um aumento no volume de vendas entre 8% a 10%, podendo chegar a até 12% no caso das lojas de rua.

Professor Ms. Aurélio Troncoso
Coordenador do Centro de pesquisas Economicas e Mercadológicas
CEPEM – CDL/ALFA
aurelio.troncoso@alfa.br – 85997019 / 62327250-86