



OPINIÃO PÚBLICA E
INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Realização:

CW7 INTELIGÊNCIA DE MERCADO

ACIPI – Associação Comercial e Industrial de Piracicaba

Objeto:

**Pesquisa de opinião para avaliar os hábitos de compras para
o Dia das Mães 2018**

Abrangência:

Cidade de Piracicaba-SP

Data da Apresentação:

08 de Maio de 2018

**TENDÊNCIA DE COMPRA
PARA O
DIA DAS MÃES**



CW7 - INTELIGÊNCIA DE MERCADO

QUEM SOMOS

Em 2006 iniciamos nossas atividades, com uma equipe de renomados profissionais especialistas em opinião pública.

A ideia era ir além daquilo que o mercado oferecia. Construir relações com nossos clientes, nos posicionando como parte integrante, auxiliando-os a alcançar GRANDES RESULTADOS.

Em menos de 3 anos, já trabalhávamos para umas das maiores empresas do Brasil e políticos de grande renome nacional.

O CW7 sempre na busca do aprimoramento da sua metodologia, desenvolveu indicadores mercadológicos exclusivos para dar um direcionamento conciso das necessidades de seus Clientes. Para isso, oferecemos um diagnóstico completo do mercado e do consumidor, e direcionamos as melhores decisões em busca do sucesso e da lucratividade.



ALGUNS DE NOSSOS CLIENTES

 Transporte Público	 Transporte Público	 Transporte Público	 Transporte Público	 Transporte Público	 Aeroportos	 Tecnologia	 Revenda de Caminhões	 Indústria de transformação
 Construtora e Empreendedora	 Construtora e Empreendedora	 Construtora e Empreendedora	 Construtora e Empreendedora	 Construtora e Empreendedora	 Construtora e Empreendedora	 Construtora e Empreendedora	 Mercado Imobiliário	 Móveis Planejados
 Produtora de aço	 Associação Comercial e Industrial	 Serviço Nacional	 Associação Comercial e Industrial	 Sindicato	 Organização Não Governamental	 Esporte Clube	 Laboratórios de Análises	 Contrutora, Logística e Combustíveis
 Indústria de Construção	 Sucroalcooleiro	 Metalúrgica	 Produtos em Aço Galvanizado	 Fabricação de Condutores Elétricos	 Fábrica de Produtos de Limpeza	 Indústria de Bebidas	 Indústria de Bebidas	 Sistema de Saneamento Básico
 Educação	 Comunicação	 Comunicação	 Comunicação - Rádio	 Universidade	 Educação	 Educação	 Educação	 Educação
 Rede Bancária	 Redes Associativistas de Farmácias	 Plano de Saúde	 Cooperativa Médica	 Hospital	 Convênio Odontológico	 Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares	 Supermercado	 Rede de Farmácias



☰ Índice

Equipe



Especificações
Técnicas



Metodologia



Resultados
Gerais




Dashboards



Contato



 Clique no item
para acessar a
respectiva página

Equipe



Augusto da Silva Rocha

- Estatístico pela Universidade Federal de São Carlos - UFSCAR
- Pós-Graduado em Administração de Empresas com Ênfase em Marketing, pela Universidade Federal de São Carlos - UFSCAR
- Mestre em Estatística pela Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR

Cássia Pires de Almeida Pousa

- Jornalista pela Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP
- Publicitária pela Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP
- Collhunter of consumer behavior and Insights – ESPM
- Especialista em Estatística pela AFSTAT.
- Member of European Society for Opinion and Marketing Research – ESOMAR

Raquel de Freitas Banuth

- Psicóloga pela Universidade de São Paulo -USP
- Mestre em Antropologia pela Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP

Walton Pousa Neto

- Administrador de Empresas pela Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP
- Pós-Graduado em Pesquisa de Mercado, Opinião Pública e Mídia pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo – FESPSP
- Professor Universitário da disciplina Pesquisa de Marketing – FATEP

Bruna K. Vasconcelos Oliveira

- Cientista Social e Mestre em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará – UFC
- Doutora em Ciências Política pela UNICAMP

Maria Clarete Bueno Silveira Pires de Almeida

- Psicopedagoga pela Universidade de Sorocaba
- Pós-Graduada em Psicopedagogia pela Universidade de Sorocaba
- Mestre em Educação pela Universidade de Sorocaba

Wesley Lopes Honório

- Publicitário e Mestre em Educação pela Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP
- Pós-Graduado em Marketing Político e Eleitoral pela Universidade de São Paulo – USP
- Professor de várias disciplinas ligadas a comunicação e publicidade - UNIMEP

Vinicius Pettan Tedesco

- Arquitetura, Engenharia e Planejamento Urbano pela Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP

Especificações Técnicas



Esta pesquisa de opinião tem como objetivo detectar tendências de compra para o Dia das mães em Piracicaba – SP.

Esse trabalho é resultado de parceria firmada entre a Associação Comercial e Industrial de Piracicaba (ACIPI) e a CW7 Pesquisas para a confecção de uma série de estudos e pesquisas que retratem tendências de compra em datas comemorativas no varejo de Piracicaba e elementos de inteligência mercadológica, norteadores de estratégias.

O estudo foi coordenado e tem a responsabilidade técnica de Walton Pousa Neto, diretor geral da CW7 INTELIGÊNCIA DE MERCADO, administrador de empresas, especialista em Pesquisa de Mercado, Opinião Pública e Mídia, Professor Universitário de Pesquisa de Marketing.

Todo o planejamento do estudo, coleta dos dados, processamento dos dados, análise estatística do estudo foram desenvolvidos pela equipe CW7 Pesquisas, que conta com profissionais de diferentes segmentos e especialistas em Pesquisa de Opinião Pública, Mídia e Mercado.

A metodologia aplicada neste estudo foi a quantitativa por amostragem aleatória estratificada. As entrevistas foram feitas pessoalmente, através de questionário estruturado padrão, aplicados por pesquisadores do Instituto CW7, treinados e supervisionados.

As pesquisas quantitativas têm base em metodologias estatísticas e são adequadas para quantificar opiniões e atitudes explícitas e conscientes dos entrevistados. Os seus resultados permitem projeções para a população representada.

A pesquisa quantitativa emprega estatísticas descritivas.

Metodologia CW7



Universo do Estudo: moradores com idade acima de 16 anos do Município de Piracicaba – SP.

Amostra: 400 entrevistas com moradores com idade acima de 16 anos do Município de Piracicaba – SP, garantindo uma margem de erro de 4,8% com um nível de confiança de 95%.

Coleta de dados: A pesquisa foi realizada por uma equipe composta por 8 pesquisadores e 2 supervisores, entre os dias 03/04 de Maio de 2018.

O estudo foi coordenado e tem a responsabilidade técnica de Walton Pousa Neto, diretor geral da CW7 PESQUISAS, administrador de empresas, especialista em Pesquisa de Mercado, Opinião Pública e Mídia, Professor Universitário de Pesquisa de Marketing.

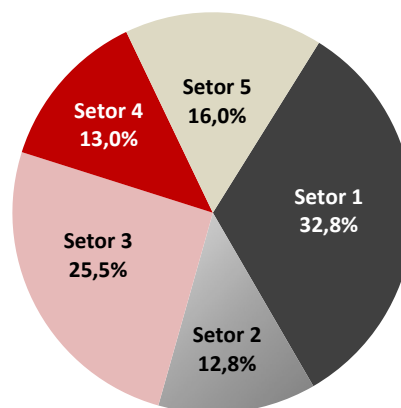
Todo o planejamento do estudo, coleta dos dados, processamento dos dados, análise estatística do estudo foram desenvolvidos pela equipe CW7 Pesquisas, que conta com profissionais de diferentes segmentos e especialistas em Pesquisa de Opinião Pública, Mídia e Mercado.

PERFIL GERAL DA AMOSTRA

Distribuição Geográfica

Base amostral: 400 entrevistados

SETOR	BAIRROS	Total	%
Setor 1	SANTA TEREZINHA, VILA SÔNIA, PARQUE PIRACICABA, MARIO DEDINI, JARDIM PRIMAVERA, VILA INDUSTRIAL, VILA FÁTIMA, VILA REZENDE, NHOQUIM, ALGODOAL, JARDIM MONUMENTO, NOVA PIRACICABA, TERRAS DE PIRACICABA	131	32,8%
Setor 2	CENTRO, CIDADE ALTA, SÃO DIMAS, SÃO JUDAS	51	12,8%
Setor 3	PAULISTA, PAULICÉIA, JARAGUÁ, VILA CRISTINA, CAMPESTRE	102	25,5%
Setor 4	JARDIM ELITE, JARDIM AMÉRICA, VILA INDEPENDÊNCIA, VILA MONTEIRO, JARDIM BRASÍLIA, SANTA CECÍLIA, BAIRRO VERDE, ÁGUA BRANCA	52	13,0%
Setor 5	PIRACICAMIRIM, DOIS CÔRREGOS, CECAP, ALVORADA, POMPÉIA	64	16,0%
TOTAL		400	100%

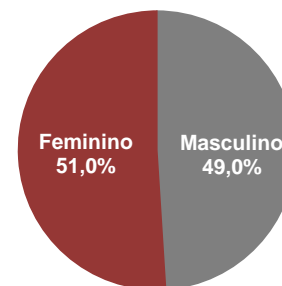


PERFIL GERAL DA AMOSTRA

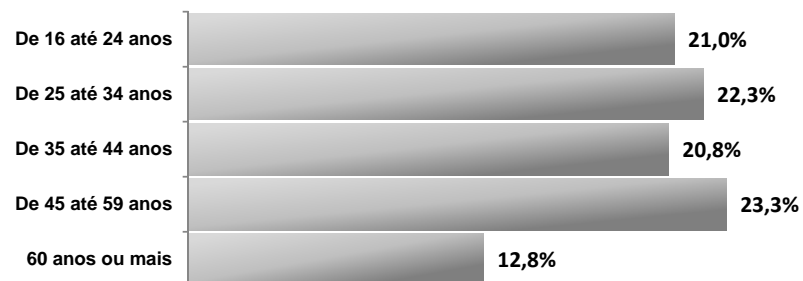
Dados demográficos

Base amostral: 400 entrevistados

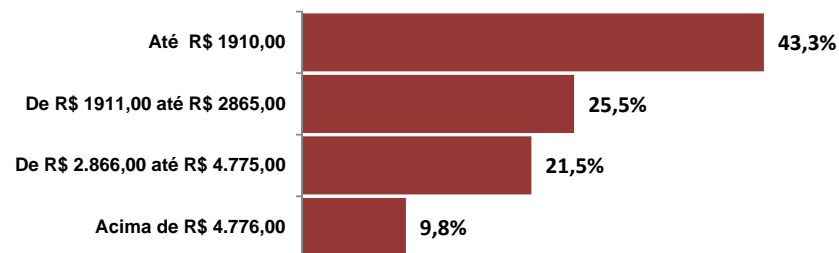
GÊNERO	Citações	%
Masculino	196	49,0%
Feminino	204	51,0%
TOTAL	400	100%



FAIXA ETÁRIA	Citações	%
De 16 até 24 anos	84	21,0%
De 25 até 34 anos	89	22,3%
De 35 até 44 anos	83	20,8%
De 45 até 59 anos	93	23,3%
60 anos ou mais	51	12,8%
TOTAL	400	100%



RENDA FAMILIAR MENSAL	Citações	%
Até R\$ 1910,00	173	43,3%
De R\$ 1911,00 até R\$ 2865,00	102	25,5%
De R\$ 2.866,00 até R\$ 4.775,00	86	21,5%
Acima de R\$ 4.776,00	39	9,8%
TOTAL	400	100%

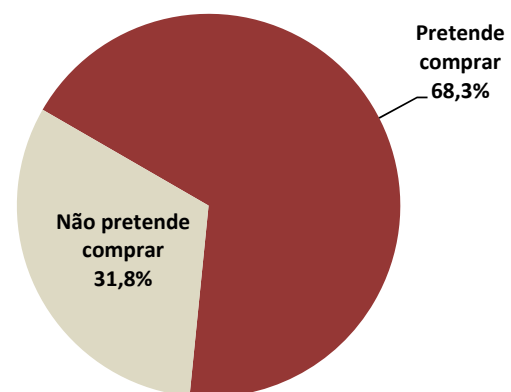


PRETENSÃO DE COMPRA NO DIA DAS MÃES

No Dia das Mães você pretende comprar algum presente?

Base amostral: 400 entrevistados

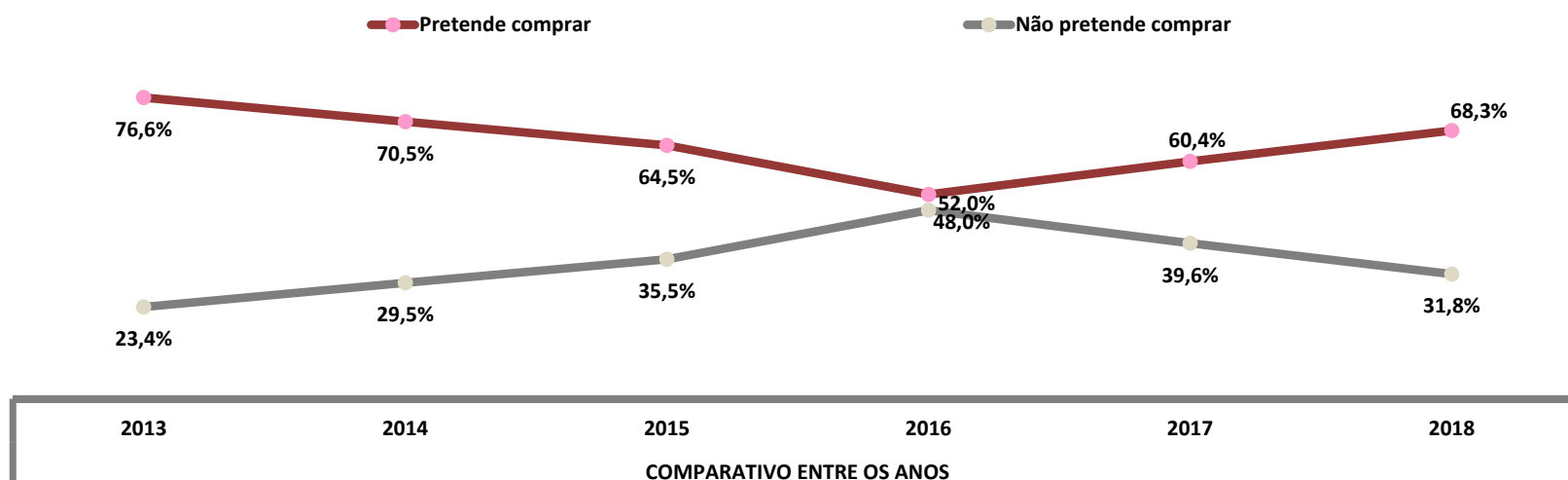
PRETENSÃO DE COMPRA NO DIA DAS MÃES	Citações	%
Pretende comprar	273	68,3%
Não pretende comprar	127	31,8%
TOTAL	400	100%



COMPARATIVO - PRETENSÃO DE COMPRA NO DIA DAS MÃES

No Dia das Mães você pretende comprar algum presente?

COMPARATIVO - PRETENSÃO DE COMPRA NO DIA DAS MÃES	COMPARATIVO ENTRE OS ANOS					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Pretende comprar	76,6%	70,5%	64,5%	52,0%	60,4%	68,3%
Não pretende comprar	23,4%	29,5%	35,5%	48,0%	39,6%	31,8%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%



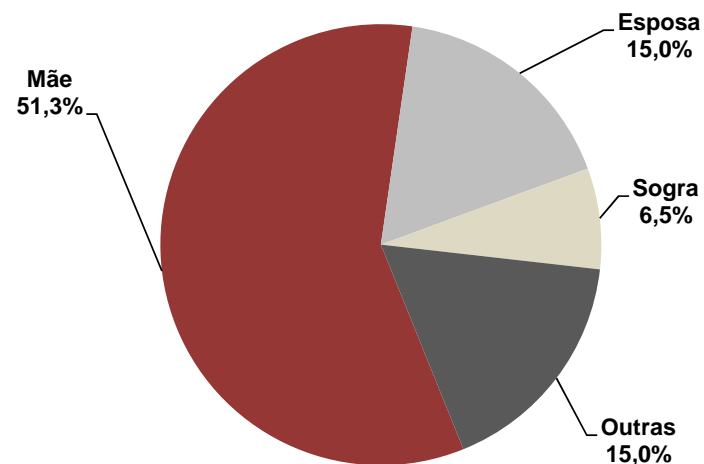
QUEM PRETENDE PRESENTEAR

Quem você pretende presentear?

Base Amostral: 273 Entrevistados que pretendem comprar presente do Dia das Mães

QUEM PRETENDE PRESENTEAR	Citações	%
Mãe	205	51,3%
Esposa	60	15,0%
Sogra	26	6,5%
Avó	19	4,8%
Irmã	19	4,8%
Para ela mesma	11	2,8%
Nora	8	2,0%
Madrinha	3	0,8%

Essa questão é de resposta múltipla, ou seja, o entrevistado poderia citar mais de uma resposta, com isso o total excede 100%



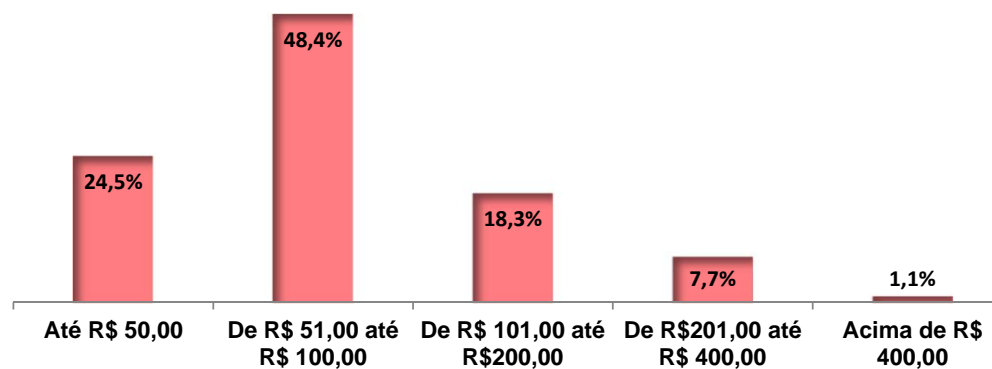


VALOR QUE PRETENDE GASTAR

Qual valor você pretende gastar no presente do Dia das Mães?

Base Amostral: 273 Entrevistados que pretendem comprar presente do Dia das Mães

VALOR QUE PRETENDE GASTAR	Citações	%
Até R\$ 50,00	67	24,5%
De R\$ 51,00 até R\$ 100,00	132	48,4%
De R\$ 101,00 até R\$200,00	50	18,3%
De R\$201,00 até R\$ 400,00	21	7,7%
Acima de R\$ 400,00	3	1,1%
TOTAL	273	100%

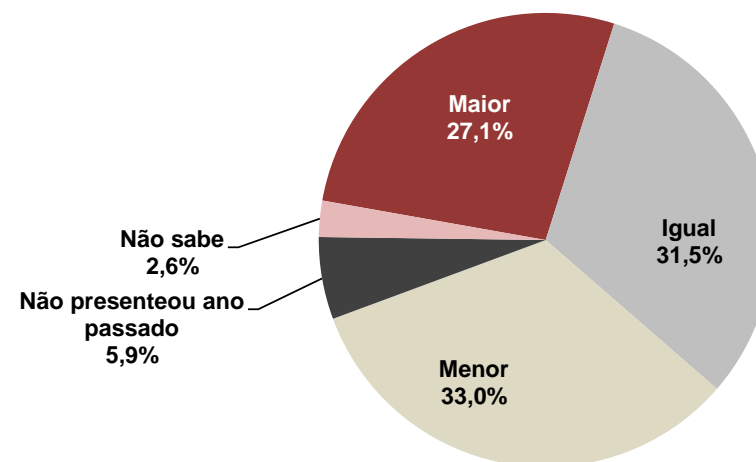


COMPARATIVO DE GASTOS COM O ANO ANTERIOR

O valor que pretende gastar é maior, igual ou menor ao que você gastou no ano passado, caso tenha presenteado?

Base Amostral: 273 Entrevistados que pretendem comprar presente do Dia das Mães

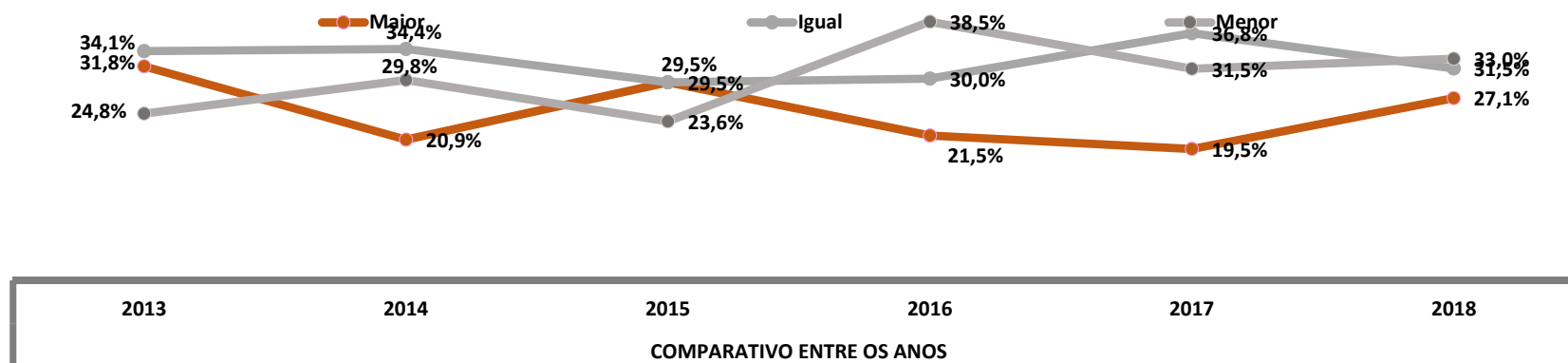
COMPARATIVO DE GASTOS COM O ANO ANTERIOR	Citações	%
Maior	74	27,1%
Igual	86	31,5%
Menor	90	33,0%
Não presenteou ano passado	16	5,9%
Não sabe	7	2,6%
TOTAL	273	100%



COMPARATIVO - GASTOS COM O ANO ANTERIOR

O valor que pretende gastar é maior, igual ou menor ao que você gastou no ano passado, caso tenha presenteado?

COMPARATIVO - GASTOS COM O ANO ANTERIOR	COMPARATIVO ENTRE OS ANOS					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Maior	31,8%	20,9%	29,5%	21,5%	19,5%	27,1%
Igual	34,1%	34,4%	29,5%	30,0%	36,8%	31,5%
Menor	24,8%	29,8%	23,6%	38,5%	31,5%	33,0%
Não presenteou ano passado	3,4%	8,5%	4,3%	6,9%	10,6%	5,9%
Não sabe	5,9%	6,4%	13,2%	3,1%	1,7%	2,6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%



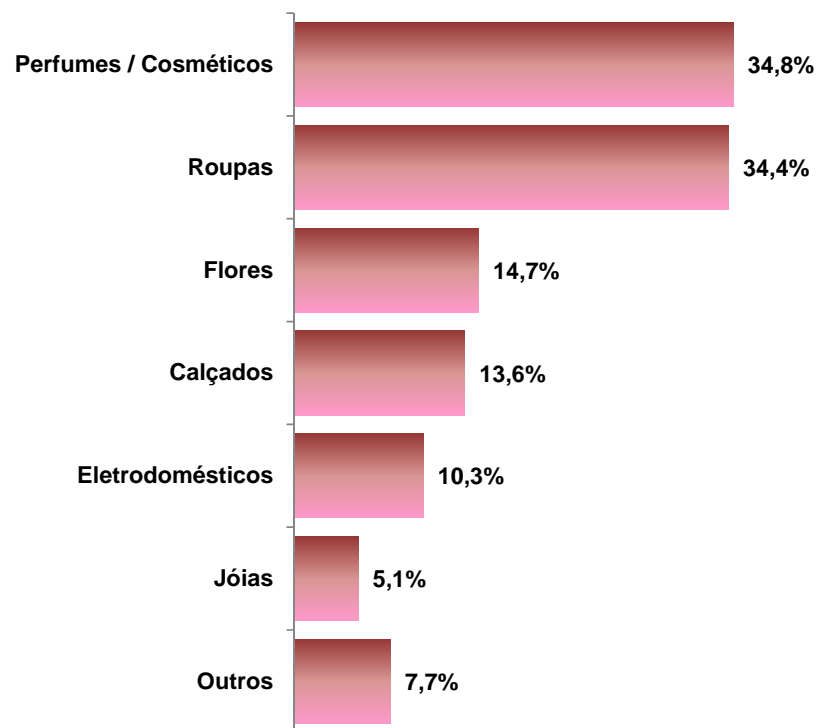
PRESENTE QUE PRETENDE COMPRAR

Que tipo de Presente ou Produto você pretende comprar?(Espontânea -Múltipla)

Base Amostral: 273 Entrevistados que pretendem comprar presente do Dia das Mães

PRESENTE QUE PRETENDE COMPRAR	Citações	%
Perfumes / Cosméticos	95	34,8%
Roupas	94	34,4%
Flores	40	14,7%
Calçados	37	13,6%
Eletrrodomésticos	28	10,3%
Jóias	14	5,1%
Ainda não definiu	7	2,6%
Celular	6	2,2%
Bijouteria	3	1,1%
Bolsa	2	0,7%
Secador	1	0,4%
TV	1	0,4%
Vinho	1	0,4%

Essa questão é de resposta múltipla, ou seja, o entrevistado poderia citar mais de uma resposta, com isso o total excede 100%



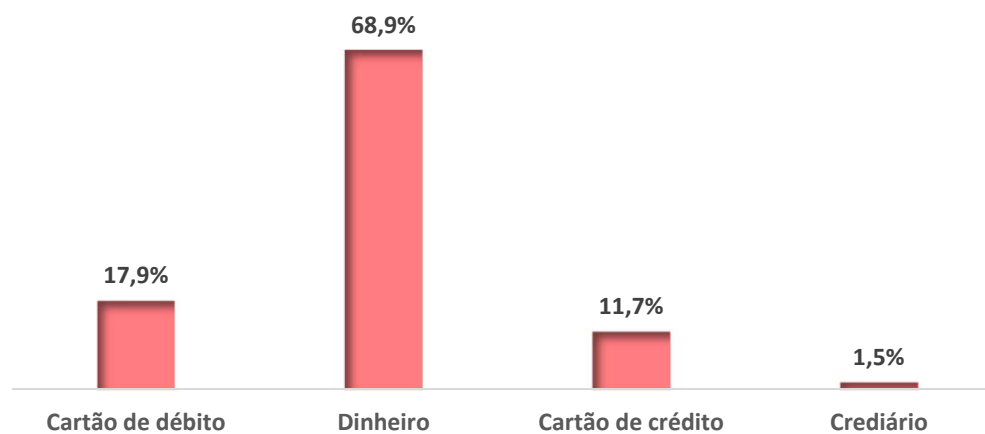
FORMA DE PAGAMENTO

Qual a forma de pagamento que pretende utilizar?

Base Amostral: 273 Entrevistados que pretendem comprar presente do Dia das Mães

FORMA DE PAGAMENTO	Citações	%
À vista	237	86,8%
À prazo	36	13,2%
TOTAL	273	100%

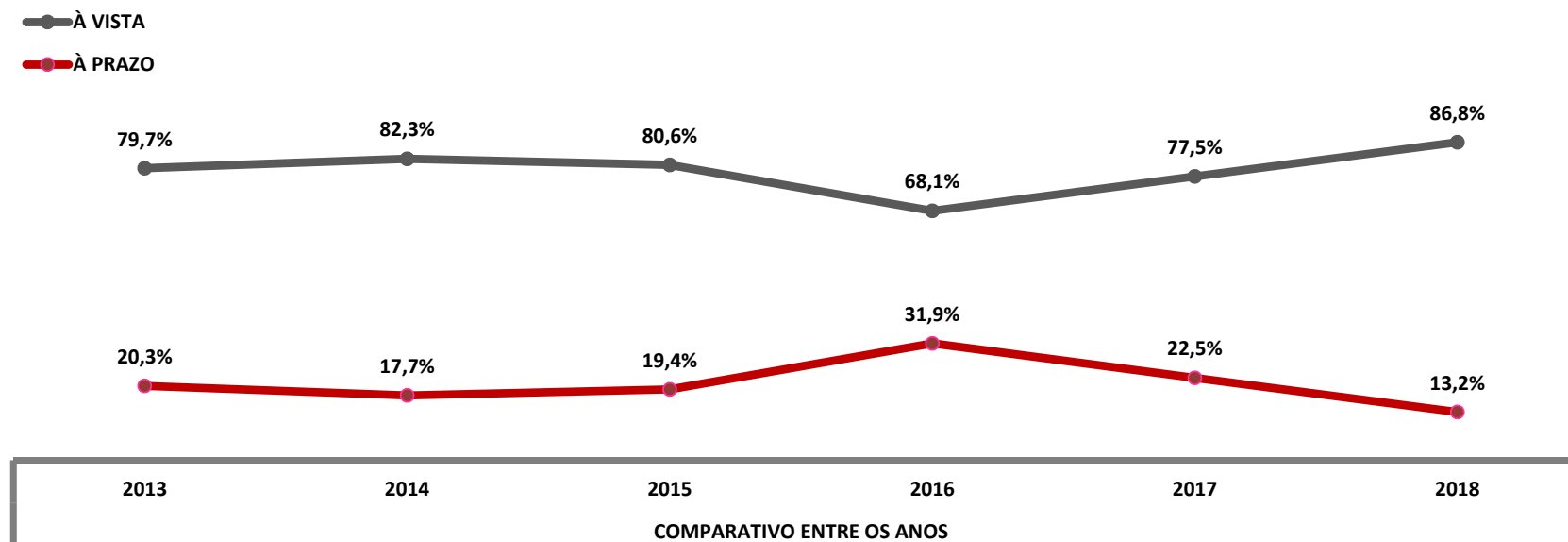
Especificação do pagamento



COMPARATIVO - FORMA DE PAGAMENTO

Qual a forma de pagamento que pretende utilizar?

COMPARATIVO - FORMA DE PAGAMENTO	COMPARATIVO ENTRE OS ANOS					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
À VISTA	79,7%	82,3%	80,6%	68,1%	77,5%	86,8%
À PRAZO	20,3%	17,7%	19,4%	31,9%	22,5%	13,2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%



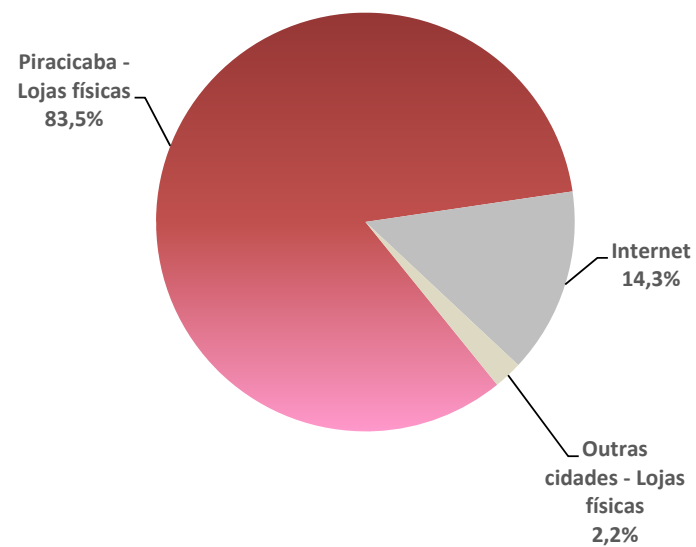
LOCAL DA COMPRA

Onde pretende fazer sua COMPRA do Dia das Mães?

Base Amostral: 273 Entrevistados que pretendem comprar presente do Dia das Mães

LOCAL DA COMPRA	Citações	%
Piracicaba - Lojas físicas	228	83,5%
Internet	6	14,3%
Outras cidades - Lojas físicas	39	2,2%

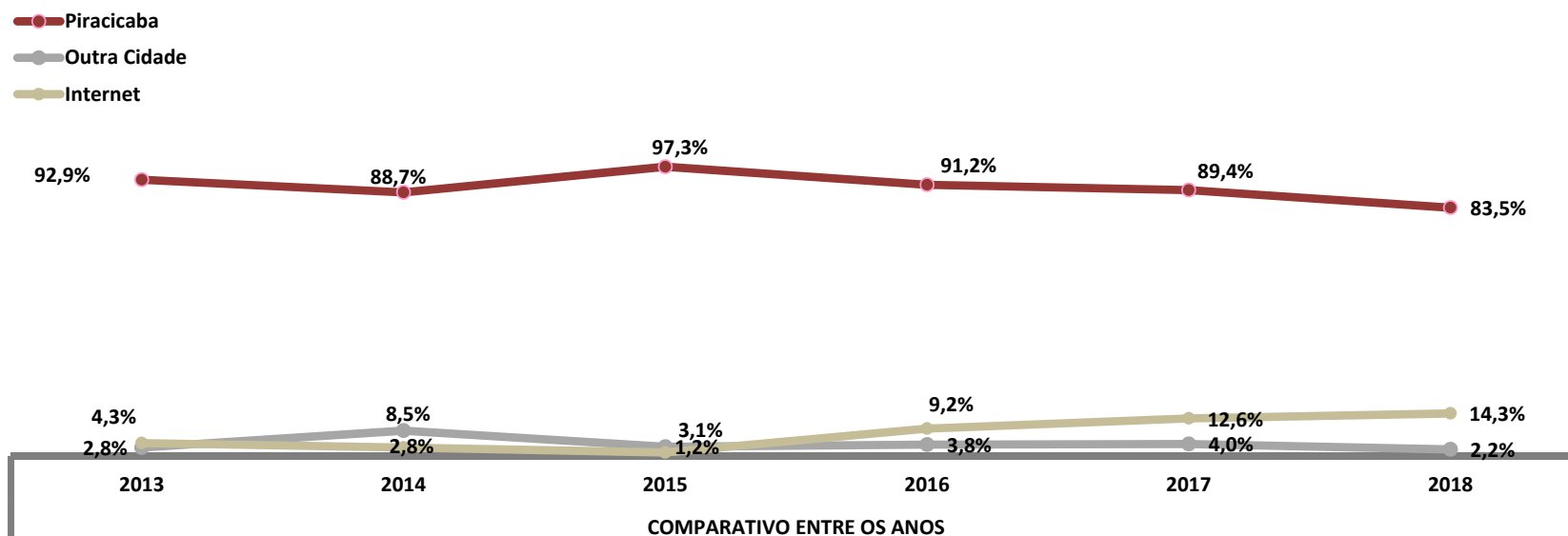
Essa questão é de resposta múltipla, ou seja, o entrevistado poderia citar mais de uma resposta, com isso o total excede 100%



LOCAL DA COMPRA

Onde pretende fazer sua COMPRA do Dia das Mães?

LOCAL DA COMPRA	COMPARATIVO ENTRE OS ANOS					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Piracicaba	92,9%	88,7%	97,3%	91,2%	89,4%	83,5%
Outra Cidade	2,8%	8,5%	3,1%	3,8%	4,0%	2,2%
Internet	4,3%	2,8%	1,2%	9,2%	12,6%	14,3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%





68,3% pretendem presentear
8% a mais que no ano de 2017



48,4% gastarão de R\$51,00 até R\$ 100,00



33% gastarão um valor MENOR ao que gastou em 2016



34% presentearão com vestuário
34% com perfumes e cosméticos



86,8% efetuarão o pagamento à vista.



83,5% pretendem comprar o presente em Piracicaba

A intenção de compra de presentes para o dia das mães em 2018 obteve o melhor resultado desde 2014, atingindo 68,3% de intenção entre os entrevistados. Em 2017 foram 60,4%, em 2016 tivemos 52% de intenção e em 2015 tivemos 64,5%. Em 2014 tivemos 70,5%, um empate técnico com esse ano de 2018.

Portando, esse ano deve ser o melhor ano do comércio para a data dos últimos 3 anos, e quem sabe, até dos últimos 4 anos.

O ticket médio deve ficar entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00 para pelo menos 48% dos entrevistados.

Esse valor deve ser pago à vista por pelo menos 86% dos entrevistados, bem acima dos 68,1% de 2016.

Outro dado importante deste estudo é referente ao local de compra dos presentes, onde mais de 83% pretendem comprar seus presente aqui em Piracicaba.

Se confirmando essas informações, o ano de 2018 promete ser de melhora nas vendas para os comércios de Piracicaba, o que ajudará em muito a retomada da economia e consequentemente a queda do desemprego na cidade.

Walton Pousa Neto



OPINIÃO PÚBLICA E
INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Rua Alexandre Herculano, 120 • JK Center • Piracicaba/SP
(19) 3435.3785 | (19) 3371.2848

www.cw7pesquisas.com.br