

Grupo Datacenso

Pesquisa e Inteligência de Mercado

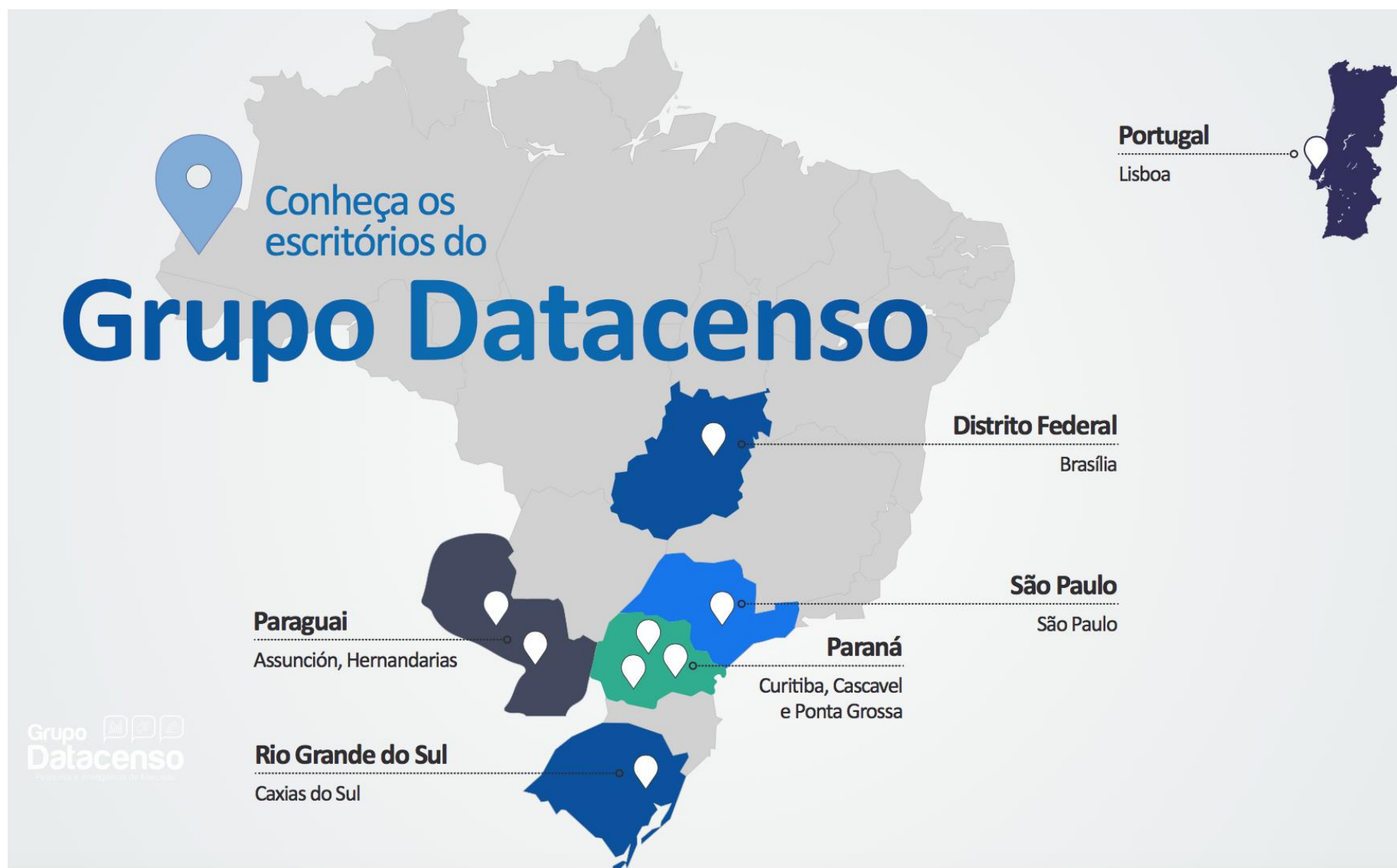


Há mais de 22 anos o Grupo Datacenso é sinônimo de excelência em serviços de **Pesquisa e Inteligência de Mercado.**

Desenvolve estudos e estratégias inteligentes, visando auxiliar e orientar seus clientes para **tomadas de decisão mais seguras e assertivas em seus negócios.**

Suas operações estão segmentadas em **3 núcleos de Inteligência:**





Prof. Dr. CLAUDIO SHIMOYAMA



- **CEO do Grupo Datacenso;**
 - **Doutor em Gestão de Negócios** pela **UFSC** – Universidade Federal de Santa Catarina;
 - **Mestre em Engenharia da Informação e Inovações Tecnológicas** pela **UFSC** – Universidade Federal de Santa Catarina;
 - **Pós-graduado em Engenharia Econômica, Marketing e Propaganda**, com especialização em **Estatística Aplicada e Desenvolvimento Executivo em Marketing** pelo **Baldwin Wallace University (Ohio-EUA)**;
 - **Economista** formado pela **FAE** – Faculdade Católica de Administração e Economia;
 - **Professor nível MBA** da **FGV** – Fundação Getúlio Vargas desde 2009 para disciplinas de Marketing, Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor;
 - **Palestrante** empresarial em diversos temas atuais;
 - **Consultor Econômico e de Marketing da ACP** – Associação Comercial do Paraná;
 - **Filiado a NMSBA** – *Neuromarketing Science & Business Association*;
 - **Diretor Técnico da AEPM** – Associação de Empresas de Pesquisa de Mercado;
 - **Conselheiro do CORECON-PR** – Conselho Regional de Economia do Paraná;
 - **Diretor da ADVB-PR** – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil;
 - **Escritor com livros e artigos publicados** nas áreas de Pesquisa e Inteligência de Mercado, Comportamento do Consumidor e Marketing.
-



DataCenso

Pesquisas Mercadológicas

PESQUISA DE SATISFAÇÃO COM OS SUPERMERCADOS PARANAENSES 2018

APRAS

OBJETIVO GERAL	O estudo tem como objetivo geral avaliar a imagem e qualidade dos serviços oferecidos atualmente pelos supermercados do Paraná.
UNIVERSO	universo é composto pelos moradores do Paraná e responsáveis ou corresponsáveis pelas compras em supermercados.
AMOSTRA	A amostra envolveu 2.015 entrevistas junto aos consumidores de supermercados paranaenses.
MARGEM DE ERRO	A margem de erro é de 2%, considerando grau de confiança de 95%, satisfatória para análise estatística.
PERÍODO DE CAMPO	A coleta de dados foi realizada por autopreenchimento online, no período de 15 a 26 de fevereiro de 2018, no Paraná.

Esta pesquisa foi coletada, tabulada e analisada pelo **DATAcenso Pesquisa e Inteligência de Mercado**, sob a responsabilidade técnica de:

Cláudio Shimoyama
Economista CORECON N.º 3313
Doutor em Engenharia de Produção – UFSC

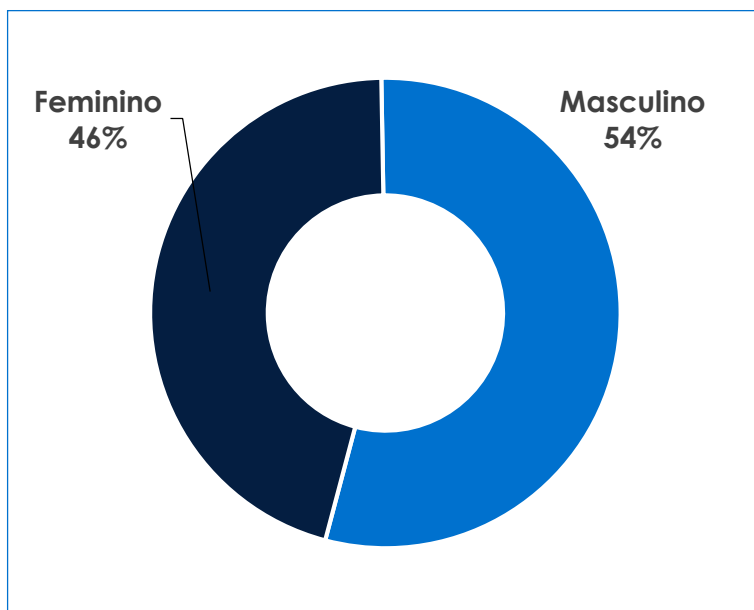
Curitiba, fevereiro de 2018.



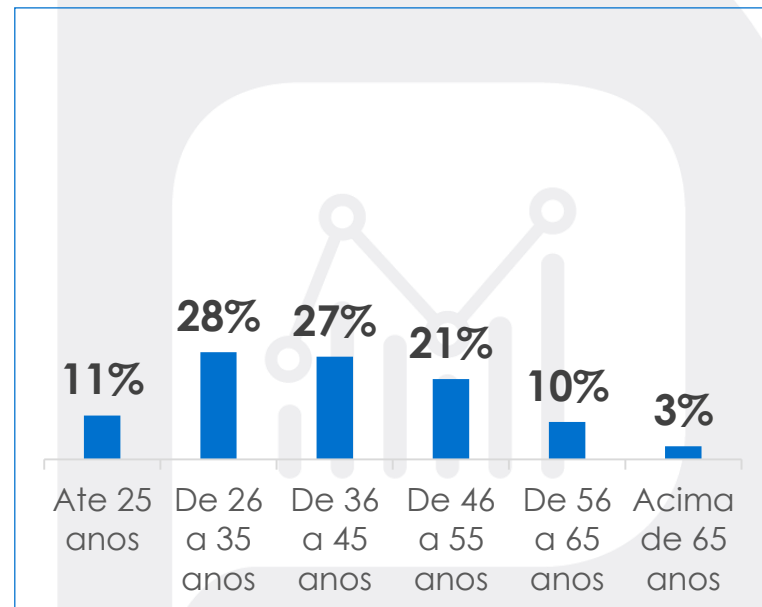
Perfil do Consumidor Paranaense Entrevistado

APRAS

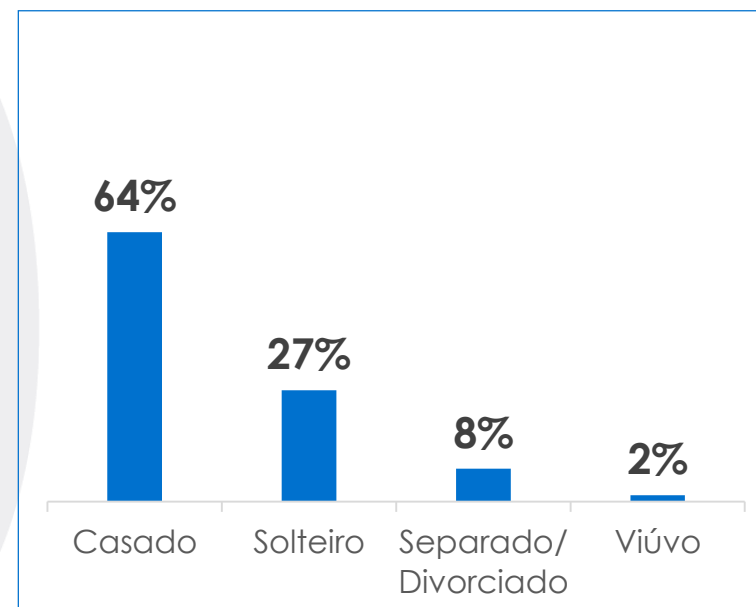
GÊNERO



FAIXA ETÁRIA



ESTADO CIVIL



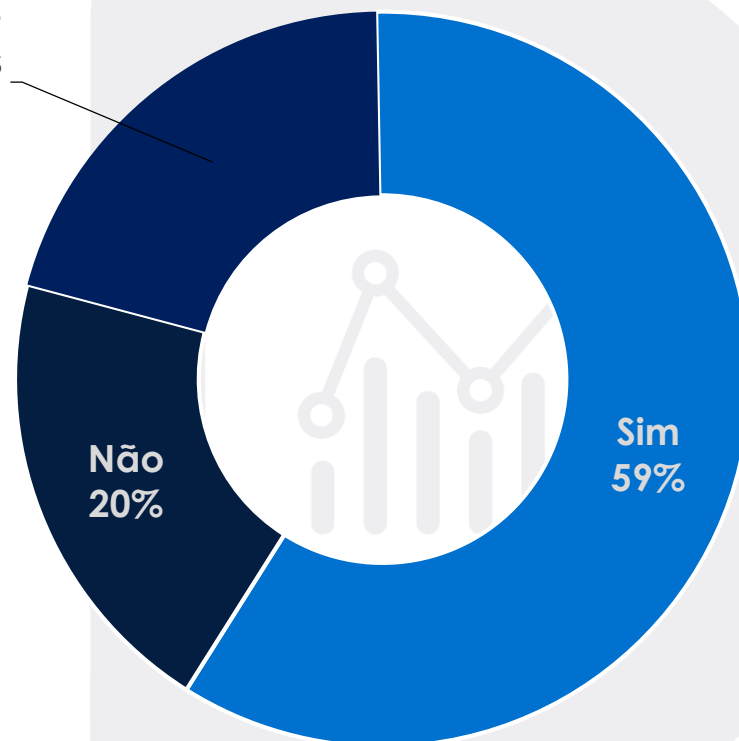
Quanto ao perfil do consumidor paranaense entrevistado, mais da metade pertence ao gênero masculino; com idade entre 26 e 55 anos; e a maioria é casado.

Avaliação da Imagem dos Supermercados do Paraná

APRAS

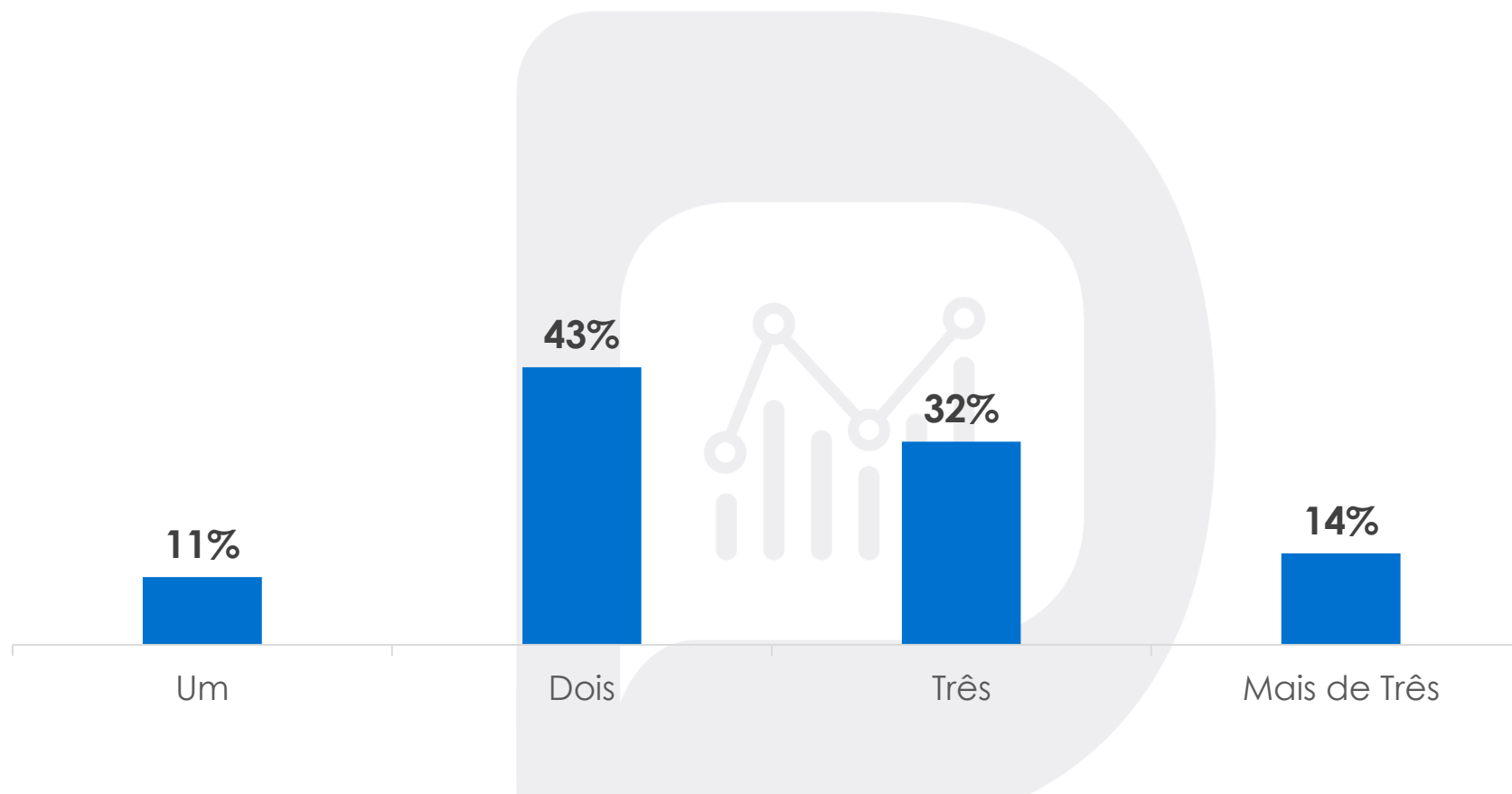
Percentual de consumidores paranaenses que tem o hábito de realizar suas compras sempre nos mesmos SUPERMERCADOS (Resposta Única)

Procura os que oferecem mais promoções
21%



A maioria dos paranaenses realiza suas compras sempre nos mesmos supermercados. Mas tem uma parte significativa que procura os que oferecem mais promoções.

Quantidade de SUPERMERCADOS que utilizam para as compras do dia a dia (Resposta Única)



Quase a metade dos paranaenses utiliza dois supermercados para as compras do dia a dia, seguido de três.

SUPERMERCADOS que mais utilizam (Resposta Múltipla)



SUPERMERCADOS	%
Condor	54%
Muffato	31%
Festval	18%
Walmart	12%
Angeloni	11%
Tozetto	9%
Cidade Canção	8%
Verona	5%
Big	6%
Carrefour	6%
Mercadorama	3%
Pão de Açúcar	3%
Talevi	3%
Atacadão	3%
Bom Dia	3%
Casa Fiesta	3%
Extra	3%
Ítalo	3%
Maxxi Atacado	2%
Jacomar	2%
Muffato Max	2%

SUPERMERCADOS	%
Rizolar	2%
Bavaresco	2%
Dal Santos	2%
Sam's Club	2%
Superpão	2%
Allmayer	1%
Agricer	1%
Cavalin	1%
Center Supermercados	1%
Rio Verde	1%
Paraná	1%
Lar	1%
Primato	1%
Assaí	1%
Tissi	1%
Ivasko	1%
Molini's	1%
Iapó	1%
Líder	1%
Patão	1%

SUPERMERCADOS	%
Vicari	1%
Barcelona	1%
São José	1%
Saviski	1%
Todo Dia	1%
Vitor	1%
Camilo	1%
Dalcenter	1%
Alvorada	1%
Palmeiras	1%
Armazém da Maria	1%
Copagril	1%
Priotto	1%
Futurama	0,5%
Goes	0,5%
Maronesi	0,5%
Outras citações	46%
TOTAL DE ENTREVISTAS	2.015

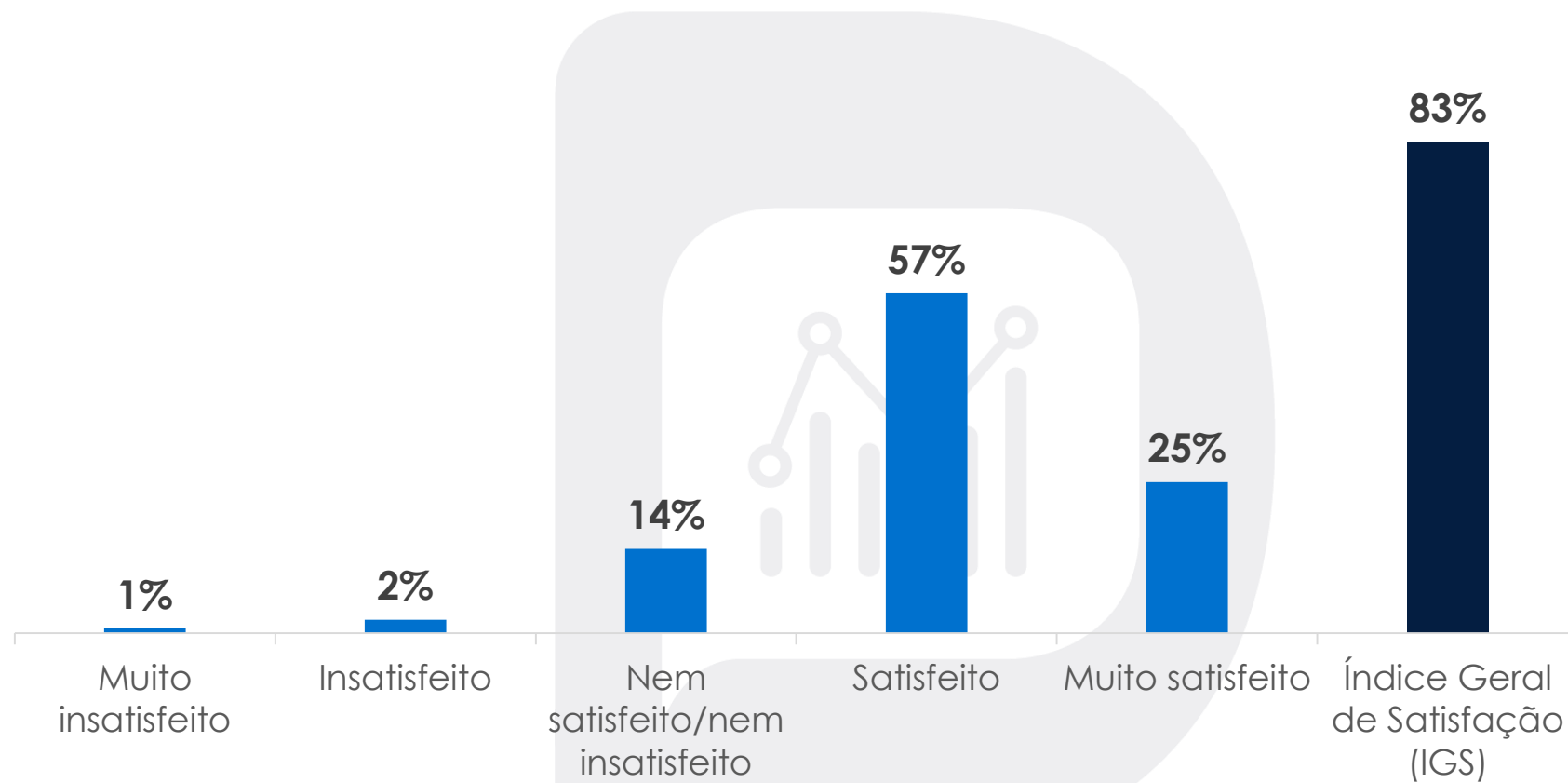
O supermercado preferido pelos paranaenses é o **Condor**, seguido do **Muffato, Festval, Walmart e Angeloni**.

Principais critérios/fatores que levam os consumidores paranaenses preferirem o SUPERMERCADO citado (Resposta Múltipla)

CRITÉRIOS	%
Localização	45%
Preços praticados	33%
Variedade de produtos e marcas	32%
Promoções	28%
Benefícios como Clube de descontos	19%
Atendimento em geral	16%
Qualidade dos Produtos Hortifruti	14%
Qualidade dos Produtos do Açougue	13%
Higiene e Limpeza do ambiente	13%
Organização e Disposição dos produtos	10%
Numero de vagas de estacionamento	10%
Atendimento nos Caixas	8%
Qualidade dos Produtos da Padaria e Rotisserie	6%
Qualidade dos produtos Secos e Molhados	5%
Segurança no local	3%
Compras Delivery (compra via internet)	0,5%
Outras citações	3%
TOTAL DE ENTREVISTAS	2.015

Os principais critérios que levam os consumidores paranaenses preferirem os supermercados são: **localização; preços praticados; variedade de produtos e marcas; e promoções.**

Índice Geral de Satisfação (IGS) com o SUPERMERCADO que tem o hábito em comprar (Resposta Única)



A maioria dos consumidores paranaenses está entre satisfeita e muito satisfeita com os Supermercados Paranaenses, apresentando um **bom** índice IGS.

			GERAL
PROMOTOR	Muito provável (nota 9 e 10)		40%
NEUTRO	Provável (nota 7 e 8)		40%
DETRATOR	Pouco provável (nota 1 a 6)		20%
NPS = % Promotor - % Detrator			19%

- ✓ O Índice **NPS dos Supermercados Paranaenses**, no geral, é de **19%**, e é considerado um resultado **baixo**, porque **uma parte significativa é de um público neutro**, e o ideal é ficar igual a 50% ou superior.
- ✓ Verifica-se que para 40% dos consumidores é altamente provável que indicariam os Supermercados Paranaenses (notas 9 e 10, promotor=encantado). Este grupo além de ser fiel, leal, indica conhecidos para o supermercado, ou seja, trás novos clientes para a empresa, fazendo publicidade positiva.
- ✓ E 20% deu nota abaixo de 6, e pertence ao grupo de detrator (relacionamento ruim com o supermercado). Este grupo pode estar falando mal da empresa, fazendo publicidade negativa.
- ✓ **Os Supermercados Paranaenses tem que fazer um trabalho no grupo dos neutros (notas entre 7 e 8) (41%), para transformá-los em promotores. E transformar o detrator pelo menos em neutro.**

Principais aspectos em que os SUPERMERCADOS precisam melhorar, visando atrair e fidelizar clientes (Resposta Múltipla)

ASPECTOS	%
Ter mais Promoções	42%
Aumentar a Variedade de produtos e marcas	32%
O Atendimento nos Caixas	28%
Ter mais benefícios como Clube de descontos	27%
A Qualidade dos Produtos do Açougue	24%
O Atendimento em geral	22%
A Qualidade dos Produtos Hortifruti	21%
A Higiene e Limpeza do ambiente	17%
A Organização e Disposição dos produtos	10%
A Qualidade dos Produtos da Padaria e Rotisserie	8%
Aumentar as vagas de estacionamento	8%
Compras Delivery (compra via internet)	7%
A Segurança no local	7%
Localização	5%
A Qualidade dos produtos Secos e Molhados	4%
Melhorar os preços praticados	2%
Outras citações	4%
TOTAL DE ENTREVISTAS	2.015

Na opinião dos consumidores paranaenses, os principais aspectos que precisam ser melhorados nos supermercados são: **ter mais promoções; aumentar a variedade de produtos e marcas; o atendimento nos caixas; ter mais benefícios como clube de descontos; a qualidade dos produtos do açougue; o atendimento em geral; e a qualidade dos produtos hortifrúti.**

Conclusão

APRAS

- A pesquisa Datacenso revela que **os consumidores paranaenses preferem realizar suas compras geralmente nos mesmos supermercados.**
 - E o **supermercado preferido (Top Of Heart)** pelos paranaenses é o **Condor**, seguido do Muffato, Festival, Walmart e Angeloni.
 - Com relação aos **fatores que levam à escolha de um Supermercado**, são principalmente, **localização; preços praticados; variedade de produtos e marcas; e promoções.** Percebe-se que a localização próxima de casa ou trabalho é o fator mais relevante na hora de escolher o supermercado para realizar suas compras.
 - **Os paranaenses estão satisfeitos com os supermercados** que tem hábito de realizar suas compras, apresentando um bom Índice Geral de Satisfação (IGS).
 - Mostra um índice de cliente promotores abaixo do mínimo ideal aceitável (50%), em que **uma parte significativa é de um público neutro, ou seja, satisfeito, mas não encantado com os produtos e serviços prestados pelos supermercados paranaenses.**
 - Os **principais aspectos que precisam serem melhorados nos supermercados**, na opinião dos consumidores paranaenses, são: **ter mais promoções; aumentar a variedade de produtos e marcas; o atendimento nos caixas; ter mais benefícios como clube de descontos; a qualidade dos produtos do açougue; o atendimento em geral; e a qualidade dos produtos hortifrúti.**
 - Em épocas de crise, o consumidor perde seu poder aquisitivo pela alta da inflação, valoriza mais seu dinheiro, e busca o supermercado que oferece menor preço e melhor atendimento.
-

O Grupo Datacenso agradece e se coloca a sua disposição!

CLAUDIO SHIMOYAMA – CEO do Grupo Datacenso

E-mail: claudio@datacenso.com.br | Skype: claudio.shimoyama

Telefone: (41) 3022-5091 | Celular: (41) 99630-0339

Rua Marechal Deodoro, 51 | sala 1607 Centro | Curitiba – PR | CEP 80020-320



DataCenso

Pesquisas Mercadológicas