

# 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

<b>OBJETIVO GERAL</b>	O estudo tem como objetivo geral avaliar a imagem e qualidade dos serviços oferecidos atualmente pelos supermercados do Paraná.
<b>UNIVERSO</b>	universo é composto pelos moradores do Paraná e responsáveis ou corresponsáveis pelas compras em supermercados.
<b>AMOSTRA</b>	A amostra envolveu 2.015 entrevistas junto aos consumidores de supermercados paranaenses.
<b>MARGEM DE ERRO</b>	A margem de erro é de 2%, considerando grau de confiança de 95%, satisfatória para análise estatística.
<b>PERÍODO DE CAMPO</b>	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.

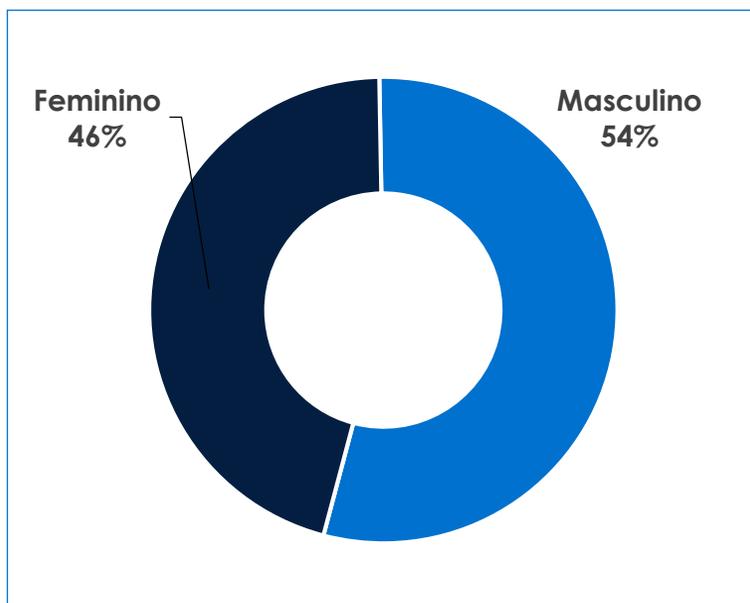


# Perfil do Consumidor Paranaense Entrevistado

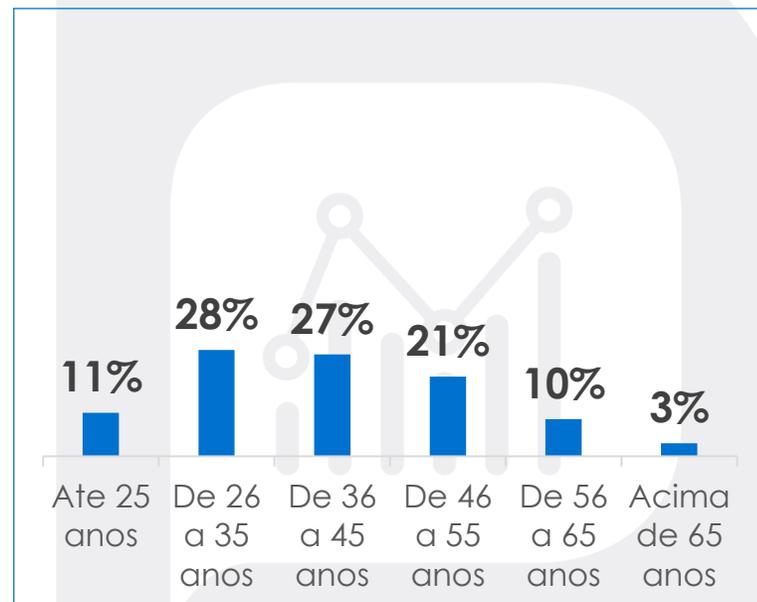
---

APRAS

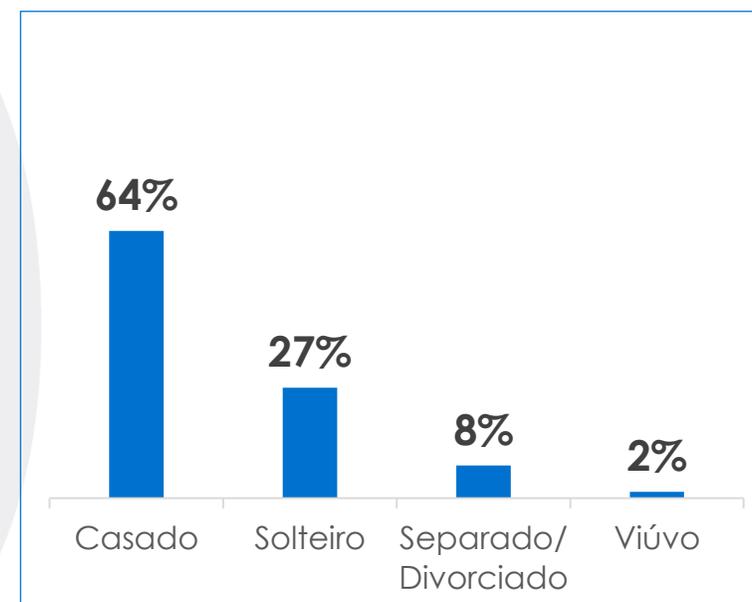
## GÊNERO



## 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.

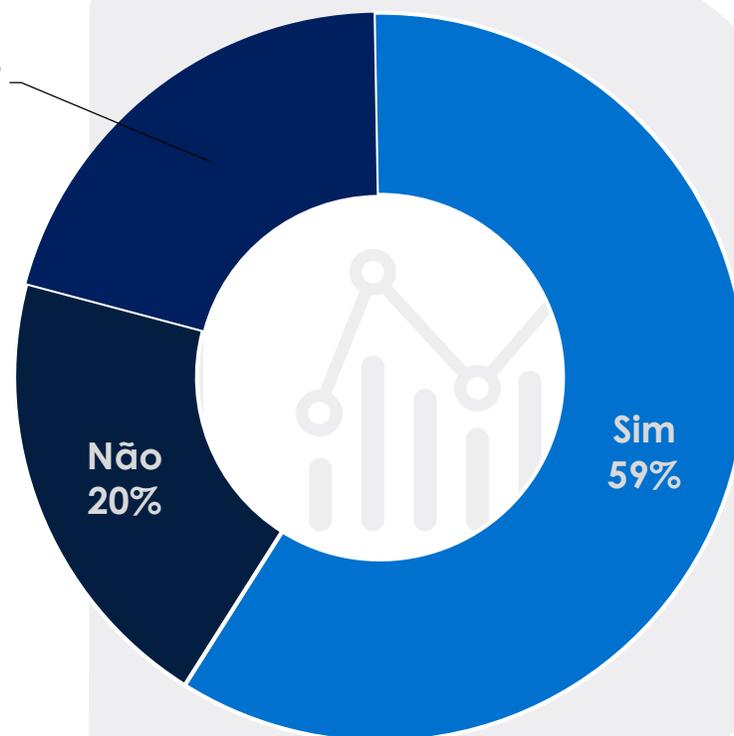
# Avaliação da Imagem dos Supermercados do Paraná

---

APRAS

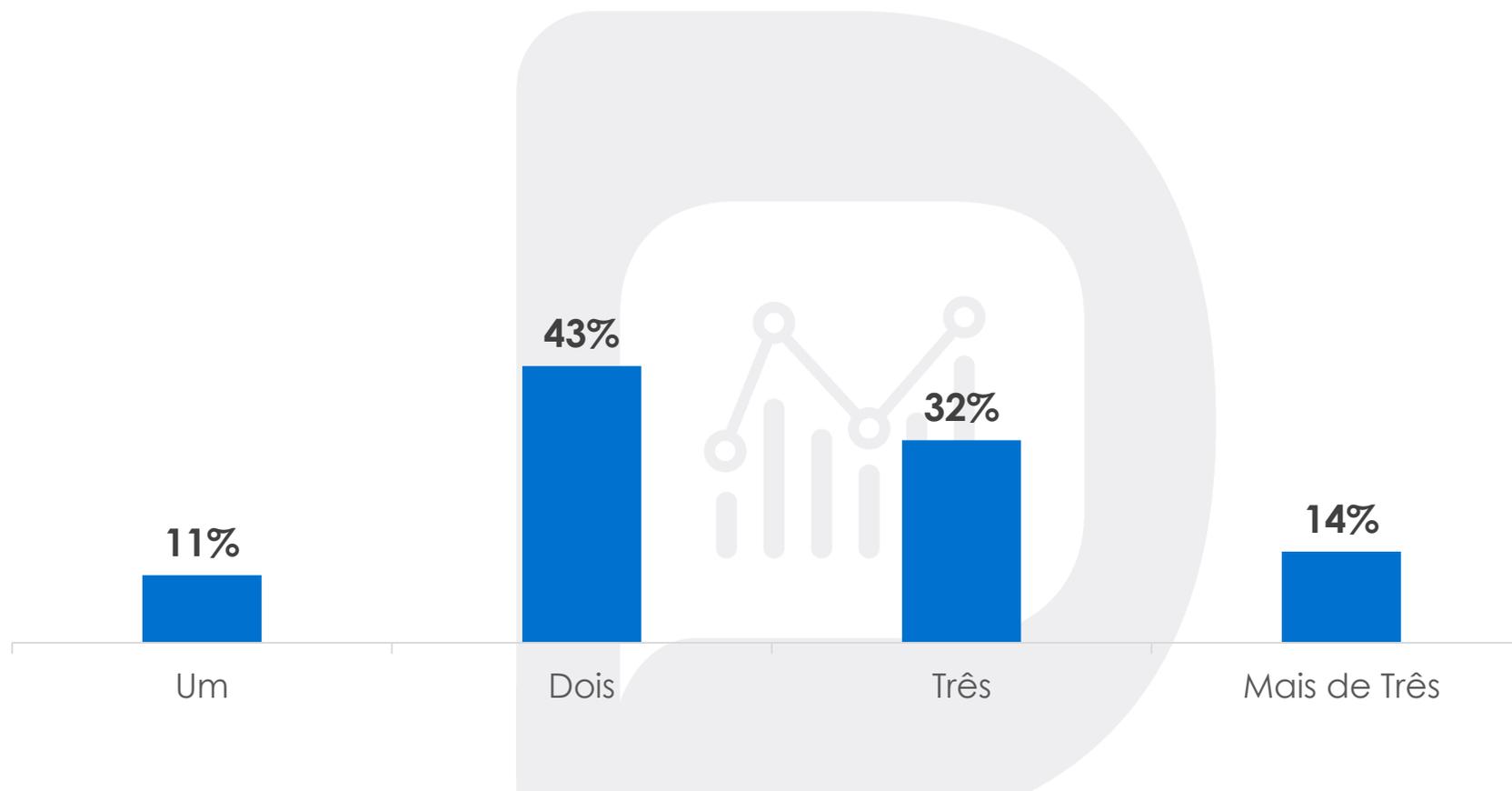
## Percentual de consumidores paranaenses que tem o hábito de realizar suas compras sempre nos mesmos SUPERMERCADOS (Resposta Única)

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	%
<b>Condor</b>	<b>54%</b>
<b>Muffato</b>	<b>31%</b>
<b>Festval</b>	<b>18%</b>
<b>Walmart</b>	<b>12%</b>
<b>Angeloni</b>	<b>11%</b>
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%
<b>TOTAL DE ENTREVISTAS</b>	<b>2.015</b>

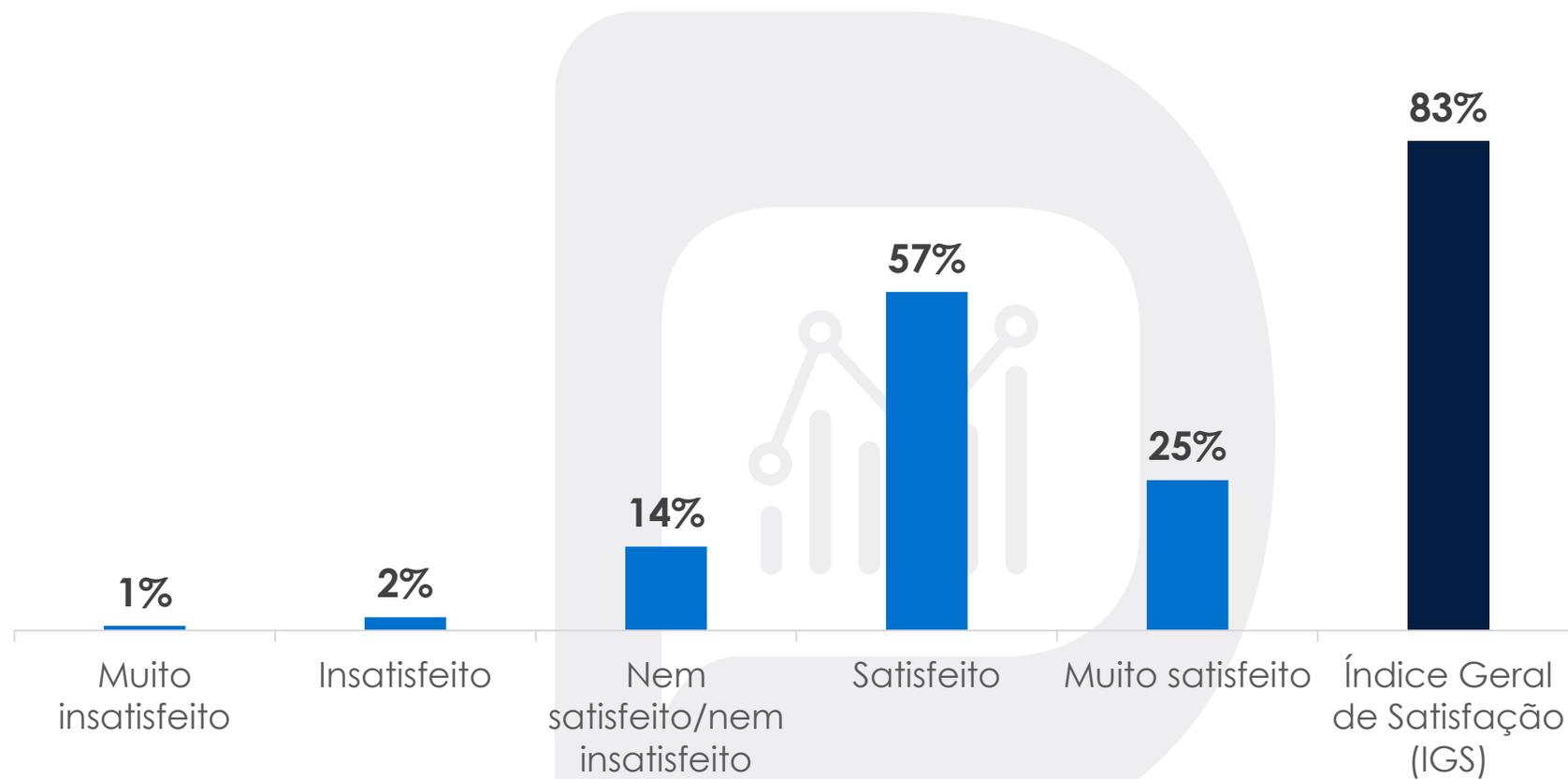
O supermercado preferido pelos paranaenses é o **Condor**, seguido do **Muffato, Festval, Walmart e Angeloni**.

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

CRITÉRIOS	%
<b>Localização</b>	<b>45%</b>
<b>Preços praticados</b>	<b>33%</b>
<b>Variedade de produtos e marcas</b>	<b>32%</b>
<b>Promoções</b>	<b>28%</b>
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%
<b>TOTAL DE ENTREVISTAS</b>	<b>2.015</b>

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%
<b>NPS = % Promotor - % Detrator</b>			<b>19%</b>

- ✓ 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	%
<b>Ter mais Promoções</b>	<b>42%</b>
<b>Aumentar a Variedade de produtos e marcas</b>	<b>32%</b>
<b>O Atendimento nos Caixas</b>	<b>28%</b>
<b>Ter mais benefícios como Clube de descontos</b>	<b>27%</b>
<b>A Qualidade dos Produtos do Açougue</b>	<b>24%</b>
<b>O Atendimento em geral</b>	<b>22%</b>
<b>A Qualidade dos Produtos Hortifruti</b>	<b>21%</b>
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%
<b>TOTAL DE ENTREVISTAS</b>	<b>2.015</b>

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](mailto: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