

## **Annexes**

### **I. Questionnaire (Portuguese version)**

Q1 Olá, sou aluna do mestrado em Gestão na Nova SBE e, neste momento, encontro-me a realizar um estudo sobre embalagens, para a minha tese. Assim, gostaria de pedir a sua colaboração neste projecto. Toda a informação que fornecer no presente questionário é confidencial e apenas será utilizada para este fim.

Q2 Qual é a sua idade? \_\_\_\_

Q3 Selecione o seu género:

- Masculino
- Feminino

Q4 Tem filhos?

- Sim, tenho: \_\_\_\_\_
- Não

Q5 Se respondeu sim na questão anterior, qual é o género deles?

- Masculino
- Feminino
- Ambos

Q6 Costuma ir ao supermercado com os seus filhos?

- Não, nunca
- Sim, às vezes
- Sim, frequentemente
- Sim, sempre
- Não tenho filhos

Q7 Quando vai às compras ao supermercado, tem em consideração a opinião dos seus filhos sobre os alimentos a comprar?

- Não
- Sim
- Não tenho filhos

Q8 Costuma comprar massa?

- Não
- Sim

Q9 Se sim, com que frequência?

- Menos de 1 vez por mês
- 1 vez por mês
- 2 vezes por mês
- 1 vez por semana
- 2 vezes por semana
- Mais que 2 vezes por semana

Q10 Tem em consideração a opinião dos seus filhos quando compra massa?

- Não
- Sim
- Não tenho filhos

Q11 É fiel a alguma marca de massa?

- Não
- Sim

Q12 Se respondeu sim, qual é a marca? \_\_\_\_\_

Q13 Conhece a marca Milaneza?

- Sim
- Não

Q14 Como avalia a sua atitude perante a marca Milaneza? Por favor, avalie os seguintes itens usando uma escala de 1 a 4, na qual 1 = "Discordo completamente" e 4 = "Concordo completamente"

	Discordo completamente	Discordo	Concordo	Concordo completamente
Gosto da marca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É divertida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É ótima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu gosto muito da marca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É prática	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É inútil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q15 Em que medida, as seguintes afirmações descrevem a sua ligação emocional à marca Milaneza? Avalie numa escala de 1 a 7, na qual 1 = "Descreve insuficientemente" e 7 = "Descreve muito bem"

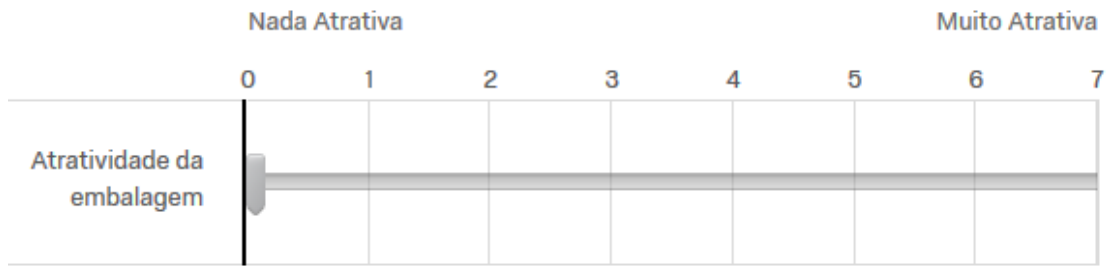
Afetuosos	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆
Querida	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆
Pacífica	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆
Amigável	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆
Afeiçoada	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆
Unida	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆
Conectada	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆
Apaixonada	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆
Encantada	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆
Cativada	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆

Q16 Por favor, preste atenção às seguintes imagens e responda às questões.

Q17



Q18 Numa escala de 1 a 7, avalie o quão atrativa considera a embalagem acima. ( 1= "Nada atrativa" e 7="Muito atrativa")



Q19 Qual é a probabilidade de adquirir este pacote de massa, se este existir em loja?

	Plausível	Implausível
Probabilidade de adquirir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q20 Qual é a probabilidade de adquirir este pacote de massa, se este existir em loja?

	Possível	Impossível
Probabilidade de adquirir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

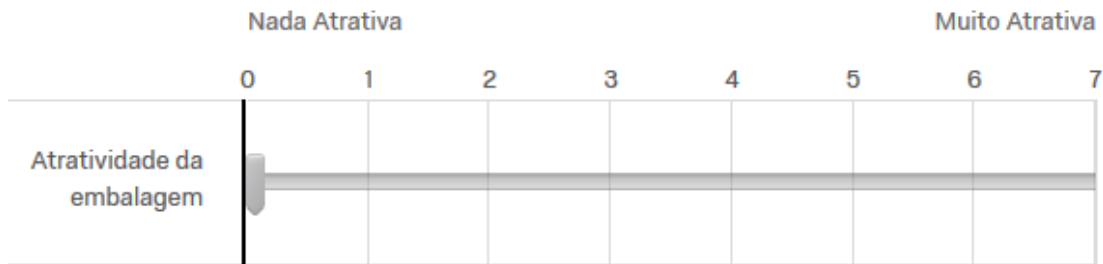
Q21 Qual é a probabilidade de adquirir este pacote de massa, se este existir em loja?

	Provável	Improvável
Probabilidade de adquirir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q22



Q23 Numa escala de 1 a 7, avalie o quão atrativa considera a embalagem acima. ( 1= "Nada atrativa" e 7="Muito atrativa")



Q24 Qual é a probabilidade de adquirir este pacote de massa, se este existir em loja?

	Plausível	Implausível
Probabilidade de adquirir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q25 Qual é a probabilidade de adquirir este pacote de massa, se este existir em loja?

	Possível	Impossível
Probabilidade de adquirir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

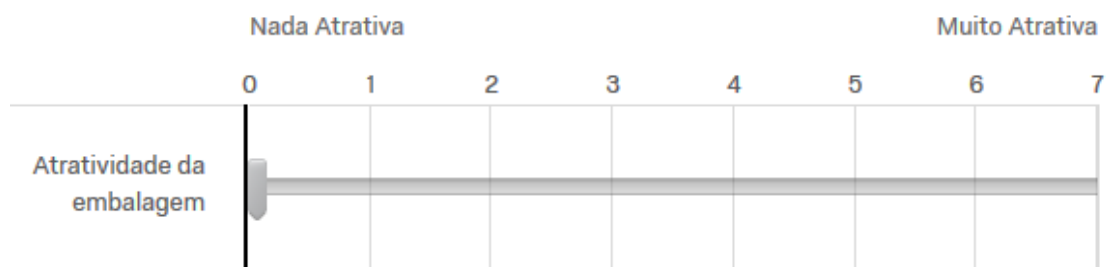
Q26 Qual é a probabilidade de adquirir este pacote de massa, se este existir em loja?

	Provável	Improvável
Probabilidade de adquirir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q27



Q28 Numa escala de 1 a 7, avalie o quão atrativo considera a embalagem acima. ( 1= "Nada atrativa" e 7="Muito atrativa"



Q29 Qual é a probabilidade de adquirir este pacote de massa, se este existir em loja?

	Plausível	Implausível
Probabilidade de adquirir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q30 Qual é a probabilidade de adquirir este pacote de massa, se este existir em loja?

	Possível	Impossível
Probabilidade de adquirir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q31 Qual é a probabilidade de adquirir este pacote de massa, se este existir em loja?

	Provável	Improvável
Probabilidade de adquirir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q32 Imagine que está num supermercado a fazer compras. Passa pelo corredor das massas e vê os pacotes de massa que se seguem:

Q33 Qual dos pacotes estaria mais predisposto(a) a comprar? Ordene as seguintes embalagens de 1 a 4 consoante a sua preferência, na qual 1 representa a sua embalagem preferida.





### III. Observation Grid of El Corte Inglés

Behavior	YES	NO	Comments
<b>Movement Attitudes</b>			
Walk through pasta corridor.	11		
Stop in the pasta corridor.	11		
Consumer were directly to pastas area.	11		In one of the sides of the corridor, there is only pasta, so consumers only can see pasta if they look to the right rather than left.
<b>Consumer's Behavior</b>			
Look to Milaneza brand first.	7		They look to the first brand that appears in the corridor (in this case, Nacional)
Look to retailer brand first.	0		They took special attention to the retailer' brands
Look to other brand first.	4		Nacional, mainly
Milaneza is the second brand to be noticed.	1		
Retailer brand is the second brand to be noticed.	0		
Look to original packaging first	6		They only noticed the original packaging, what can be explained by the wrong place of anthropomorphised packaging in the shelf
Look to anthropomorphized packaging first	0		
Pick up the original packaging	6		
Pick up the anthropomorphized packaging	0		
Pick up the retailer brand	0		
Spend time in pasta section to process nutritional information	0		0 – 5s:                      6s-10s:                      11s – 15s:    16 - 20s: 21s - 30s:                      >30s:
Spend time in pasta section to compare prices	0		0 – 5s:                      6s-10s:                      11s – 15s:    16 - 20s: 21s - 30s:                      >30s:
Spend time in pasta section to compare packages	5		0 – 5s:                      6s-10s: 1                      11s – 15s:    16 - 20s: 21s - 30s: 3                      >30s: 1
Consumer is alone	7		
Consumer has company (non children)	2		
Consumer has children	2		
Ask for children's opinion	0		
Ask company's opinion	4		
Do not ask any opinion	7		
Female	9		
Male	2		
Adult	9		
Young	0		
Elderly	3		
Child	2		
Child interesting attitudes.			They tried to pick up a certain funniest water, with a fun design, but their father did not allow them to pick up that ones, only the normal one, because it was cheaper and the benefit was the same.
Adult interesting attitudes.			They do their won purchase' choices, usually without asking any opinion. They do not compare prices but packages. The anthropomorphic packages of Milaneza's pasta are not noticed by customers because of their disposal on the shelf, preferring the usual packages.
Others			

#### IV. Marktest Retail study

