



**Relatório sobre a  
Pesquisa Intenção de  
Compra para o Dia  
dos Namorados 2013**

**IFEPD/AL**

**Maceió, 06/06/2013**

## Sumário

|          |                                          |          |
|----------|------------------------------------------|----------|
| <b>1</b> | <b>INTRODUÇÃO</b>                        | <b>0</b> |
| <b>2</b> | <b>ASPECTOS MERCADOLÓGICOS</b>           | <b>0</b> |
| <b>3</b> | <b>POPULAÇÃO</b>                         | <b>0</b> |
| <b>4</b> | <b>PERFIL DOS ENTREVISTADOS</b>          | <b>1</b> |
| <b>5</b> | <b>RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA</b>  | <b>3</b> |
| <b>6</b> | <b>RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA</b> | <b>7</b> |

### SUMÁRIO - Gráficos

|                                                                                                                         |   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| Figura 01 - Sexo                                                                                                        | 1 |
| Figura 02- Idade (%)                                                                                                    | 1 |
| Figura 3 - Escolaridade                                                                                                 | 2 |
| Figura 4 - Renda Familiar                                                                                               | 2 |
| Figura 5 - Consumidores que irão comemorar o Dia dos Namorados                                                          | 3 |
| Figura 6 – Tipo de comemoração que os consumidores pretendem fazer no Dia dos Namorados                                 | 3 |
| Figura 7 - Consumidores que irão comprar presentes o Dia dos Namorados                                                  | 4 |
| Figura 8 - Motivos pelos quais os consumidores não irão presentear no Dia dos Namorados                                 | 4 |
| Figura 10 - Valor que os consumidores pretendem gastar com comemoração/presente no Dia dos Namorados (%)                | 5 |
| Figura 11 - Formas de pagamento que os consumidores pretendem utilizar para pagar os presentes do Dia dos Namorados (%) | 6 |
| Figura 12 - Locais onde os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia dos Namorados (%)                    | 6 |
| Figura 13 - Motivos que os consumidores levam em consideração ao escolher uma loja para realizar suas compras (%)       | 7 |

## SUMÁRIO - TABELAS

|                                                                                                                                                          |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <i>Tabela 1 - Produtos que os consumidores pretendem comprar para o Dia dos Namorados .....</i>                                                          | <i>5</i>  |
| <i>Tabela 2- Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Namorados, por sexo.....</i>                       | <i>7</i>  |
| <i>Tabela 3 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Namorados, por faixa de renda.....</i>            | <i>7</i>  |
| <i>Tabela 4 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Namorados, por faixa etária .....</i>             | <i>8</i>  |
| <i>Tabela 5 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia dos Namorados, por sexo .....</i>                                             | <i>8</i>  |
| <i>Tabela 6 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia dos Namorados, por renda...8</i>                                              |           |
| <i>Tabela 7 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia dos Namorados, por faixa etária .....</i>                                     | <i>9</i>  |
| <i>Tabela 8 - Distribuição dos entrevistados segundo os produtos pretendem comprar para o Dia dos Namorados, por faixa de sexo.....</i>                  | <i>9</i>  |
| <i>Tabela 9 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizadas na compra dos presentes para o Dia dos namorados, por sexo.....</i>  | <i>9</i>  |
| <i>Tabela 10 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizadas na compra dos presentes para o Dia dos namorados, por sexo.....</i> | <i>10</i> |
| <i>Tabela 11 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia dos namorados, por sexo.....</i>                                    | <i>10</i> |
| <i>Tabela 12 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia dos namorados, por faixa renda.....</i>                             | <i>10</i> |

## 1 INTRODUÇÃO

O dia dos Namorados é data romântica do calendário do varejo e destaca-se por movimentar as vendas de artigos masculinos e femininos. A data é considerada a terceira melhor do comércio varejista e reforça a forma de emoção como motivo para compras.

O clima festivo é focado na troca de presentes, o que contribui para movimentar diversas categorias de produtos, tais como, vestuário, floricultura, calçados, perfumaria, eletrônicos, livraria, além de serviços, como restaurantes e hotelaria.

Nesse sentido, a Federação do Comércio realizou este trabalho com o intuito de traçar um quadro de expectativas do ponto de vista dos consumidores. Para o empresário conhecer a realidade do mercado consumidor potencializa a capacidade de acertar na elaboração de estratégias mais adequadas a percepção das pessoas.

## 2 ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

O universo contemplado nessa pesquisa foi a população do município de Maceió com idade a partir de 18 anos.

O levantamento foi realizado nos dias 24 a 31 de Maio de 2013. Os questionários foram compostos por perguntas abertas e fechadas e aplicados pelo método de pesquisa direta.

O tamanho mínimo da amostra foi determinado em 385 questionários, com nível de confiança de 95% e margem de erro de 5%.

Vale ressaltar que, nas questões de múltiplas respostas, a totalização dos índices não fecha em 100%.

A coleta de dados foi orientada pela coordenação de pesquisa e pelos supervisores de campo do Instituto Fecomércio/AL de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento – IFEPD/AL.

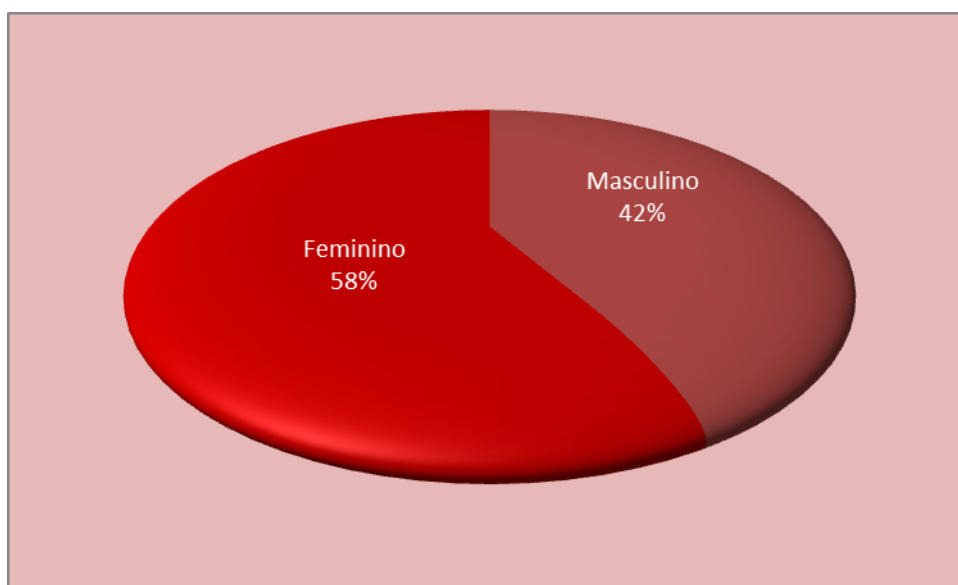
Após o trabalho de campo, as informações coletadas foram avaliadas, validadas e processadas com o software estatístico.

## 3 POPULAÇÃO

Consumidores em potencial residentes no município de Maceió com idade superior a 18 anos estimado em torno de 644.502.

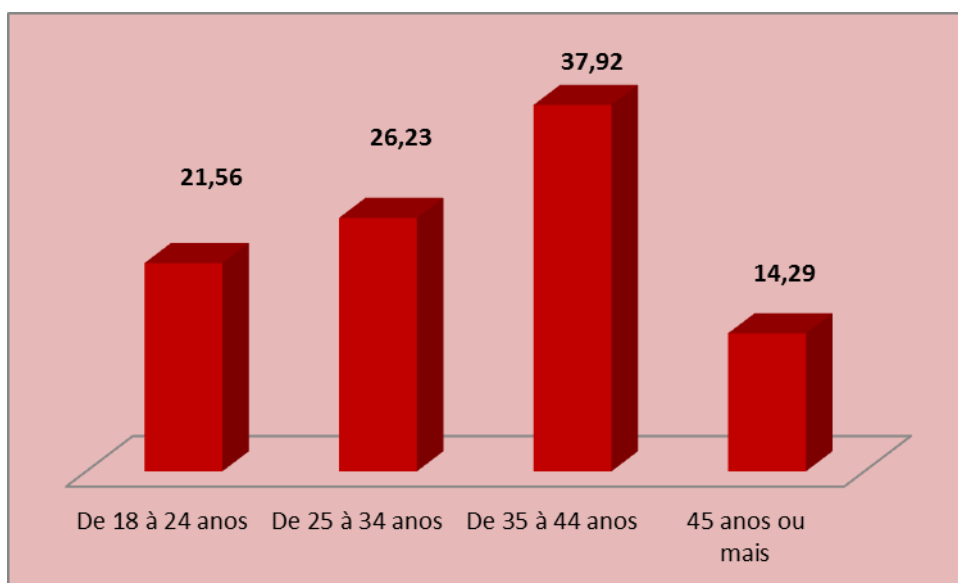
#### 4 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Figura 01 - Sexo



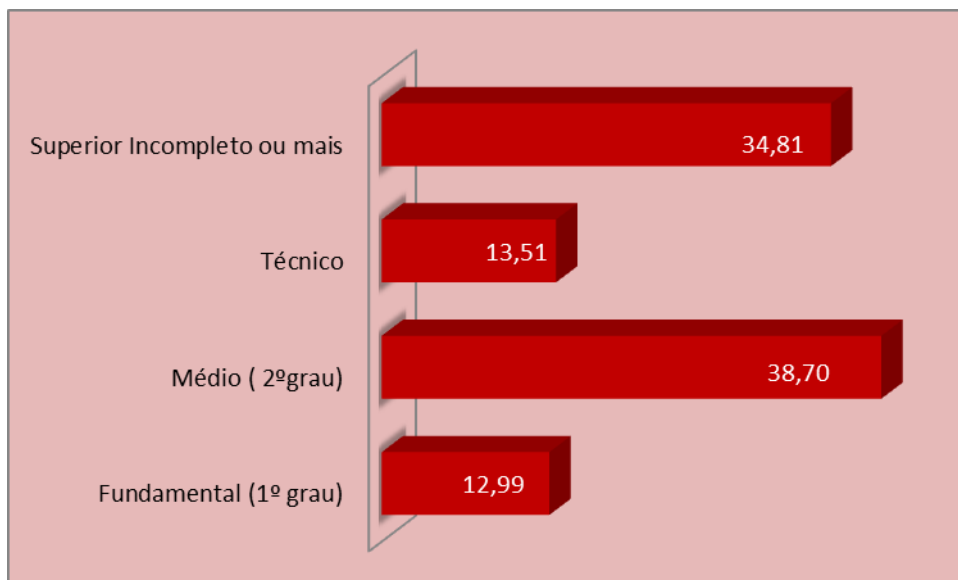
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 02- Idade (%)



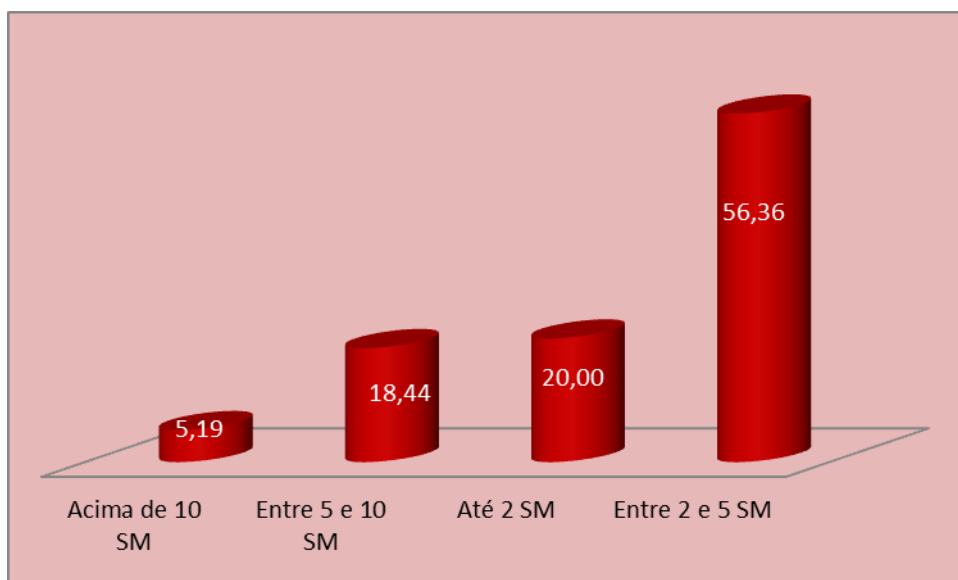
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Figura 3 - Escolaridade**



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

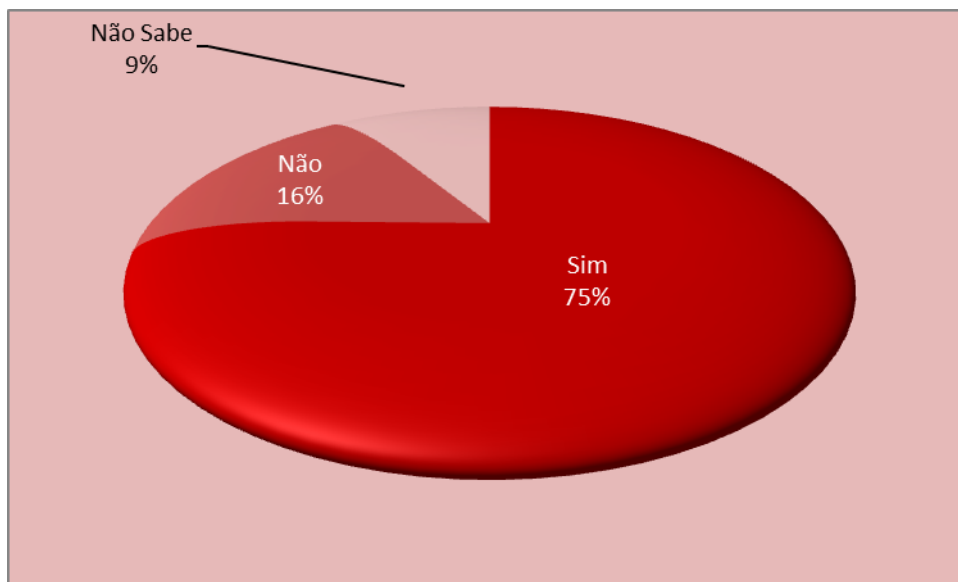
**Figura 4 - Renda Familiar**



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

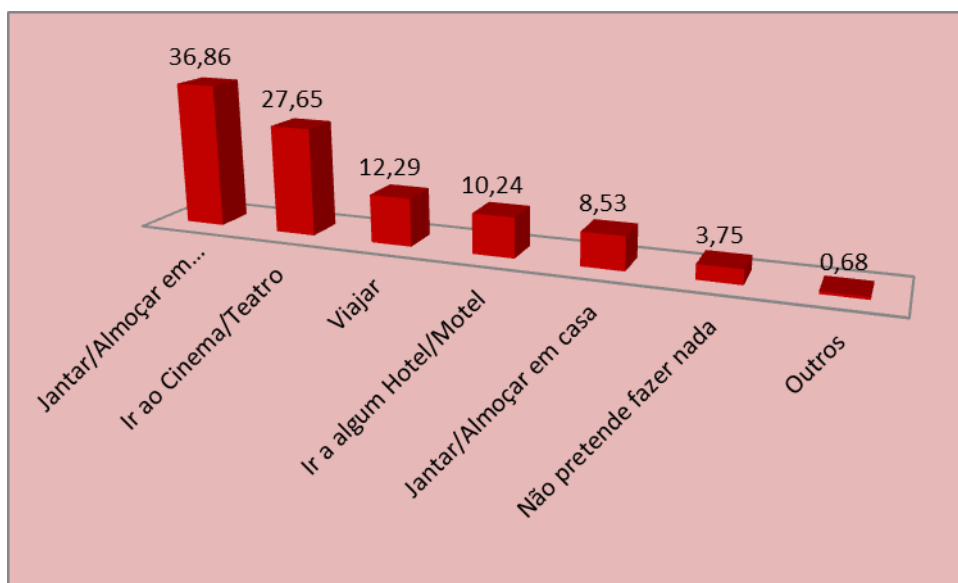
## 5 RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA

**Figura 5 - Consumidores que irão comemorar o Dia dos Namorados**



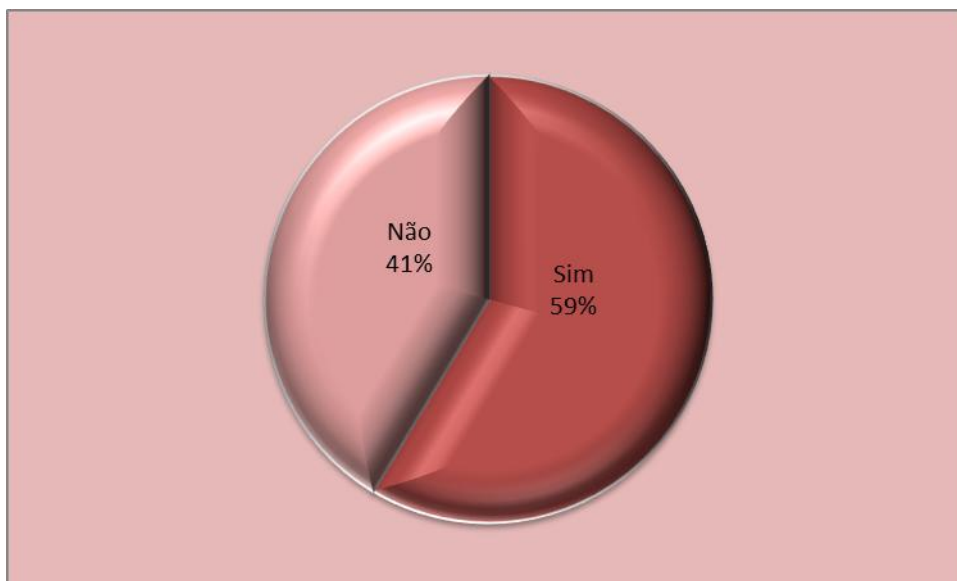
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Figura 6 – Tipo de comemoração que os consumidores pretendem fazer no Dia dos Namorados**



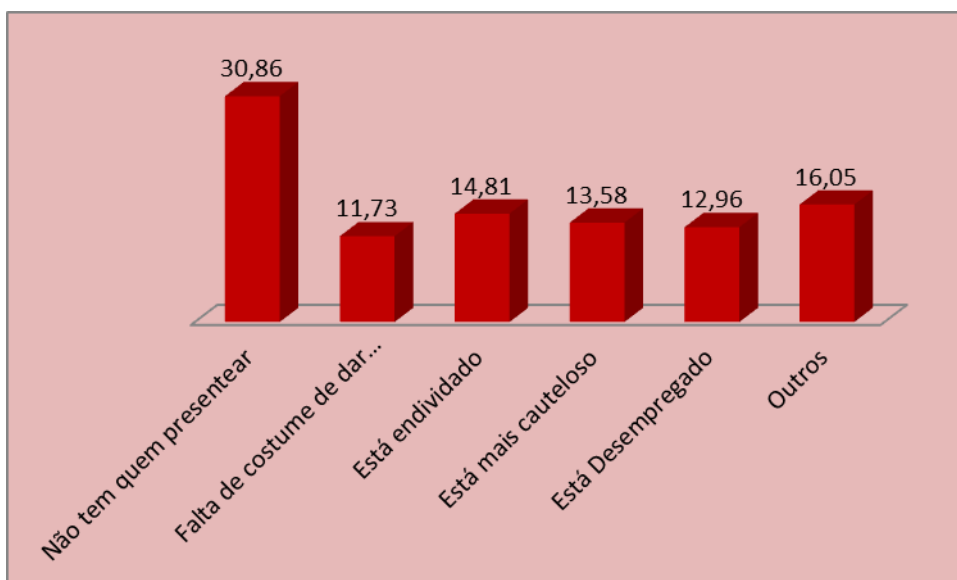
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Figura 7 - Consumidores que irão comprar presentes o Dia dos Namorados**



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Figura 8 - Motivos pelos quais os consumidores não irão presentear no Dia dos Namorados**



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Tabela 1 - Produtos que os consumidores pretendem comprar para o Dia dos Namorados**

| Presente                     | %     |
|------------------------------|-------|
| Vestuário                    | 35,87 |
| Flores                       | 15,70 |
| Cesta de Café da manhã       | 15,70 |
| Perfumes/cosméticos          | 12,56 |
| Jóias/Bijuterias             | 11,66 |
| Calçados                     | 8,97  |
| Celular/smartphone           | 7,17  |
| Bolsas e Acessórios          | 6,28  |
| Óculos/relógio               | 5,83  |
| Viagem                       | 3,14  |
| CD/DVD                       | 2,69  |
| Eletrônicos/Eletrodomésticos | 2,69  |
| Computador                   | 2,24  |
| Livros                       | 1,79  |
| Tablet                       | 1,79  |
| Câmera Digital               | 1,35  |
| Produtos de Sexy Shop        | 1,30  |

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Figura 9 - Valor que os consumidores pretendem gastar com comemoração/presente no Dia dos Namorados (%)**



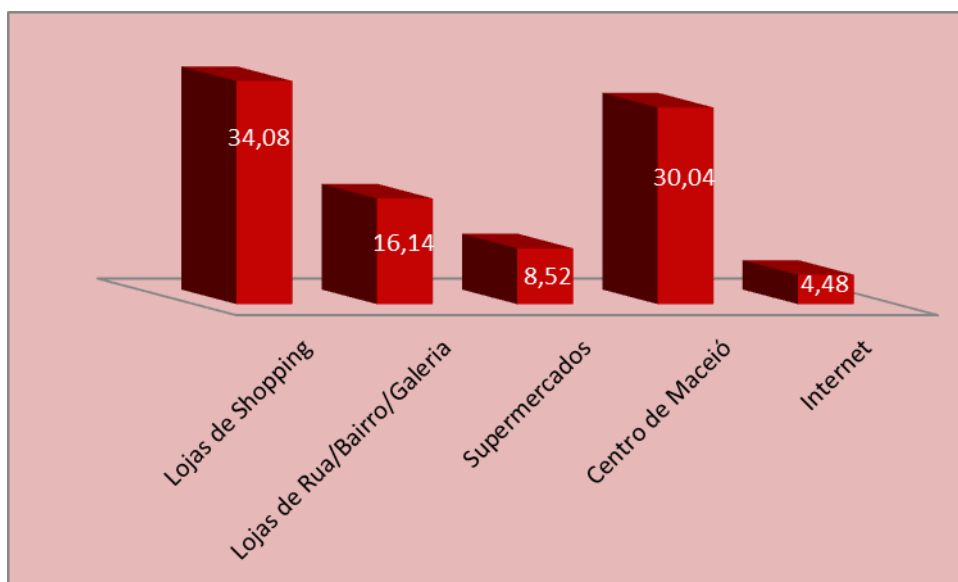
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Figura 10 - Formas de pagamento que os consumidores pretendem utilizar para pagar os presentes do Dia dos Namorados (%)**



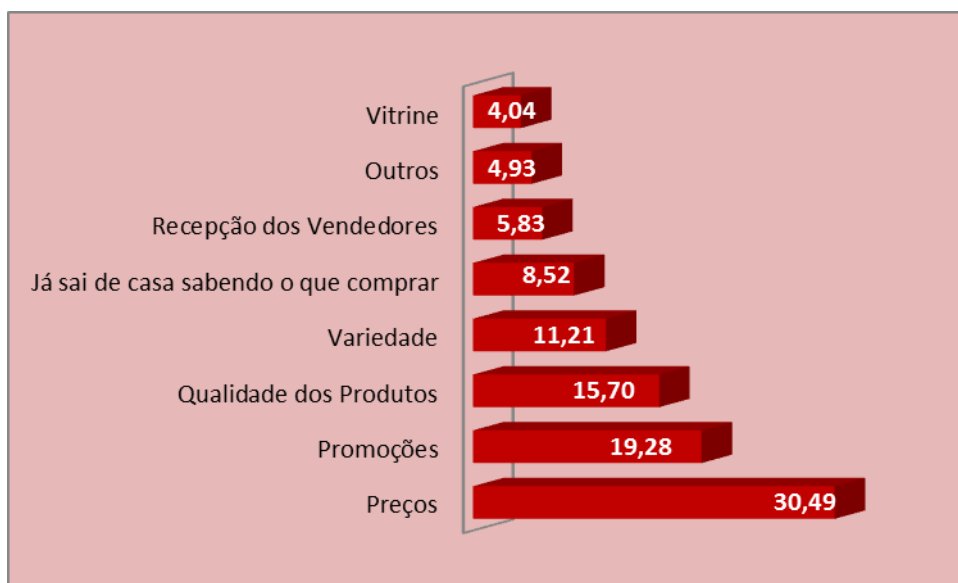
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Figura 11 - Locais onde os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia dos Namorados (%)**



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 12 - Motivos que os consumidores levam em consideração ao escolher uma loja para realizar suas compras (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

## 6 RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA

Tabela 2- Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Namorados, por sexo

| Resposta | Sexo      |          |
|----------|-----------|----------|
|          | Valores % |          |
|          | Masculino | Feminino |
| Sim      | 59,38     | 56,00    |
| Não      | 38,75     | 41,78    |
| Não sabe | 1,88      | 2,22     |
| Total    | 100,00    | 100,00   |

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 3 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Namorados, por faixa de renda

| Resposta | Renda     |                |                 |                |
|----------|-----------|----------------|-----------------|----------------|
|          | Valores % |                |                 |                |
|          | Até 2 SM  | Entre 2 e 5 SM | Entre 5 e 10 SM | Acima de 10 SM |
| Sim      | 54,55     | 57,14          | 56,34           | 75,00          |
| Não      | 45,45     | 41,47          | 38,03           | 20,00          |
| Não sabe | 0,00      | 1,38           | 5,63            | 5,00           |
| Total    | 100,00    | 100,00         | 100,00          | 100,00         |

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Tabela 4 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Namorados, por faixa etária**

| Resposta | Idade           |                 |                 |                 |
|----------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|          | Valores %       |                 |                 |                 |
|          | De 18 à 24 anos | De 25 à 34 anos | De 35 à 44 anos | 45 anos ou mais |
| Sim      | 68,67           | 55,45           | 51,37           | 60,00           |
| Não      | 30,12           | 41,58           | 45,89           | 40,00           |
| Não sabe | 1,20            | 2,97            | 2,74            | 0,00            |
| Total    | 100,00          | 100,00          | 100,00          | 100,00          |

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Tabela 5 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia dos Namorados, por sexo**

| Resposta | Sexo      |          |
|----------|-----------|----------|
|          | Valores % |          |
|          | Masculino | Feminino |
| Sim      | 78,13     | 73,33    |
| Não      | 16,88     | 15,11    |
| Não sabe | 5,00      | 11,56    |
| Total    | 100,00    | 100,00   |

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Tabela 6 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia dos Namorados, por renda**

| Resposta | Renda     |                |                 |                |
|----------|-----------|----------------|-----------------|----------------|
|          | Valores % |                |                 |                |
|          | Até 2 SM  | Entre 2 e 5 SM | Entre 5 e 10 SM | Acima de 10 SM |
| Sim      | 67,53     | 77,88          | 78,87           | 65,00          |
| Não      | 22,08     | 13,36          | 15,49           | 20,00          |
| Não sabe | 10,39     | 8,76           | 5,63            | 15,00          |
| Total    | 100,00    | 100,00         | 100,00          | 100,00         |

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Tabela 7 - Distribuição dos entrevistados que pretendem comemorar o Dia dos Namorados, por faixa etária**

| Resposta | Idade           |                 |                 |                 |
|----------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|          | Valores %       |                 |                 |                 |
|          | De 18 à 24 anos | De 25 à 34 anos | De 35 à 44 anos | 45 anos ou mais |
| Sim      | 84,34           | 73,27           | 71,92           | 74,55           |
| Não      | 6,02            | 19,80           | 16,44           | 21,82           |
| Não sabe | 9,64            | 6,93            | 11,64           | 3,64            |
| Total    | 100,00          | 100,00          | 100,00          | 100,00          |

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Tabela 8 - Distribuição dos entrevistados segundo os produtos pretendem comprar para o Dia dos Namorados, por faixa de sexo**

| Presente                     | Masculino (%) | Feminino (%) |
|------------------------------|---------------|--------------|
| Vestuário                    | 34,38         | 37,01        |
| Flores                       | 16,67         | 14,96        |
| Cesta de Café da manhã       | 15,63         | 15,75        |
| Perfumes/cosméticos          | 12,50         | 12,60        |
| Jóias/Bijuterias             | 12,50         | 11,00        |
| Calçados                     | 9,38          | 8,66         |
| Celular/smartphone           | 8,33          | 6,30         |
| Bolsas e Acessórios          | 5,21          | 7,09         |
| Óculos/relógio               | 5,21          | 6,30         |
| Viagem                       | 4,17          | 2,36         |
| Livros                       | 3,13          | 0,79         |
| Computador                   | 3,13          | 1,57         |
| Eletrônicos/Eletrodomésticos | 3,13          | 2,36         |
| CD/DVD                       | 2,08          | 3,15         |
| Tablet                       | 2,08          | 1,57         |
| Câmera Digital               | 1,04          | 1,57         |
| Produtos de Sexy Shop        | 1,04          | 1,57         |

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Tabela 9 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizadas na compra dos presentes para o Dia dos namorados, por sexo**

| Forma de Pagamento          | Sexo      |          |
|-----------------------------|-----------|----------|
|                             | Valores % |          |
|                             | Masculino | Feminino |
| A Vista / Dinheiro          | 16,67     | 10,24    |
| A Vista / Cartão de Débito  | 10,42     | 13,39    |
| Cartão de Crédito/Rotativo  | 23,96     | 29,92    |
| Cartão de Crédito/Parcelado | 47,92     | 44,09    |
| Cheque                      | 0,00      | 2,36     |
| Carnê Crediário             | 1,04      | 0,00     |
| Total                       | 100,00    | 100,00   |

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Tabela 10 - Distribuição dos entrevistados segundo formas de pagamento utilizadas na compra dos presentes para o Dia dos namorados, por sexo**

| Forma de Pagamento          | Renda     |                |                 |                |
|-----------------------------|-----------|----------------|-----------------|----------------|
|                             | Valores % |                |                 |                |
|                             | Até 2 SM  | Entre 2 e 5 SM | Entre 5 e 10 SM | Acima de 10 SM |
| A Vista / Dinheiro          | 19,05     | 13,71          | 7,32            | 6,25           |
| A Vista / Cartão de Débito  | 19,05     | 11,29          | 9,76            | 6,25           |
| Cartão de Crédito/Rotativo  | 40,48     | 24,19          | 24,39           | 25,00          |
| Cartão de Crédito/Parcelado | 21,43     | 48,39          | 56,10           | 62,50          |
| Cheque                      | 0,00      | 1,61           | 2,44            | 0,00           |
| Carnê Creditário            | 0,00      | 0,81           | 0,00            | 0,00           |
| Total                       | 100,00    | 100,00         | 100,00          | 100,00         |

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Tabela 11 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia dos namorados, por sexo**

| Locais de compra            | Sexo      |          |
|-----------------------------|-----------|----------|
|                             | Valores % |          |
|                             | Masculino | Feminino |
| Lojas de Shopping           | 37,50     | 31,50    |
| Lojas de Rua/Bairro/Galeria | 9,38      | 21,26    |
| Supermercados               | 8,33      | 8,66     |
| Centro de Maceió            | 33,33     | 27,56    |
| Internet                    | 5,21      | 3,94     |
| Outros                      | 6,25      | 7,09     |
| Total                       | 100,00    | 100,00   |

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

**Tabela 12 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia dos namorados, por faixa renda**

| Locais de compra            | Renda     |                |                 |                |
|-----------------------------|-----------|----------------|-----------------|----------------|
|                             | Valores % |                |                 |                |
|                             | Até 2 SM  | Entre 2 e 5 SM | Entre 5 e 10 SM | Acima de 10 SM |
| Lojas de Shopping           | 45,24     | 30,65          | 29,27           | 43,75          |
| Lojas de Rua/Bairro/Galeria | 7,14      | 12,90          | 29,27           | 31,25          |
| Supermercados               | 7,14      | 8,06           | 7,32            | 18,75          |
| Centro de Maceió            | 38,10     | 34,68          | 19,51           | 0,00           |
| Internet                    | 2,38      | 4,84           | 7,32            | 0,00           |
| Outros                      | 0,00      | 8,87           | 7,32            | 6,25           |
| Total                       | 100,00    | 100,00         | 100,00          | 100,00         |

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD