



Relatório sobre a Pesquisa Intenção de Compra para o Dia dos Namorados 2014

IFEPD/AL

Maceió, 02/06/2014

Sumário

1	INTRODUÇÃO	0
2	ASPECTOS MERCADOLÓGICOS	0
3	POPULAÇÃO	0
4	PERFIL DOS ENTREVISTADOS	1
5	RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA	3
6	RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA	7

SUMÁRIO Gráficos

<i>Figura 01 - Sexo</i>	<i>1</i>
<i>Figura 02- Idade (%)</i>	<i>1</i>
<i>Figura 3 - Escolaridade</i>	<i>2</i>
<i>Figura 4 - Renda Familiar</i>	<i>2</i>
<i>Figura 5 - Consumidores que irão comemorar o Dia dos Namorados</i>	<i>3</i>
<i>Figura 6–Tipo de comemoração que os consumidores pretendem fazerno Dia dos Namorados</i>	<i>3</i>
<i>Figura 7 - Consumidores que irão comprar presentes o Dia dos Namorados</i>	<i>4</i>
<i>Figura 8 - Motivos pelos quais os consumidores não irão presentear no Dia dos Namorados</i>	<i>4</i>
<i>Figura 9 - Valor que os consumidores pretendem gastar com comemoração/presente no Dia dos Namorados (%)</i>	<i>5</i>
<i>Figura 10 - Formas de pagamento que os consumidores pretendem utilizar para pagar os presentes do Dia dos Namorados (%)</i>	<i>6</i>
<i>Figura 11 - Locais onde os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia dos Namorados (%)</i>	<i>6</i>
<i>Figura 12 - Motivos que os consumidores levam em consideração ao escolher uma loja para realizar suas compras (%)</i>	<i>7</i>

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>10</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>11</i>
<i>Tabela 12 - Distribuição dos entrevistados segundo os locais de compra para o Dia dos namorados, por faixa renda.....</i>	<i>11</i>
<i>Tabela 13 - Distribuição dos entrevistados segundo os motivos na escolha do local para as compras para o Dia dos namorados, por sexo</i>	<i>12</i>
<i>Tabela 14 - Distribuição dos entrevistados segundo os motivos na escolha do local para as compras para o Dia dos namorados, por renda</i>	<i>12</i>

1 INTRODUÇÃO

O Dia dos Namorados nos últimos anos vem ganhando destaque e tornado-se uma data comemorativa cada vez mais expressiva para os lojistas por movimentar as vendas de artigos masculinos e femininos. A data ainda é considerada a terceira melhor do comércio varejista, perdendo somente para o Natal e Dias das Mães.

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 do Estado de Alagoas 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 levantamento foi realizado nos dias 19 e 23 de Maio de 2014. 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, as totalizações dos índices não fecham 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.

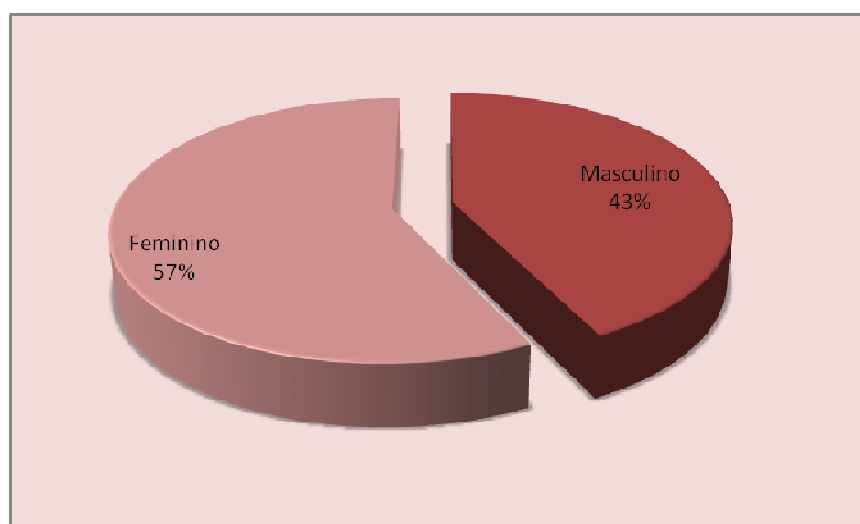
Após o trabalho de campo, as informações coletadas foram avaliadas, validadas e processadas com software estatístico.

3 POPULAÇÃO

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

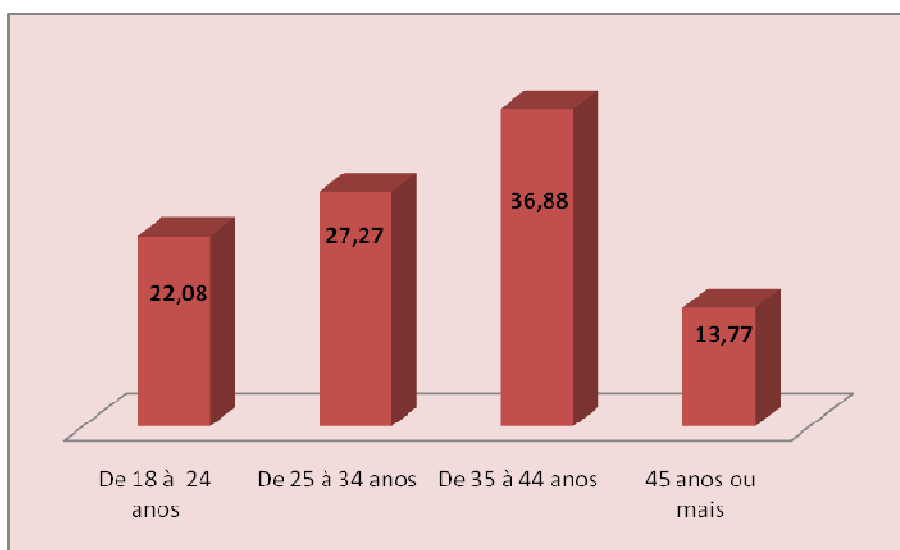
4 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Figura 01 - Sexo



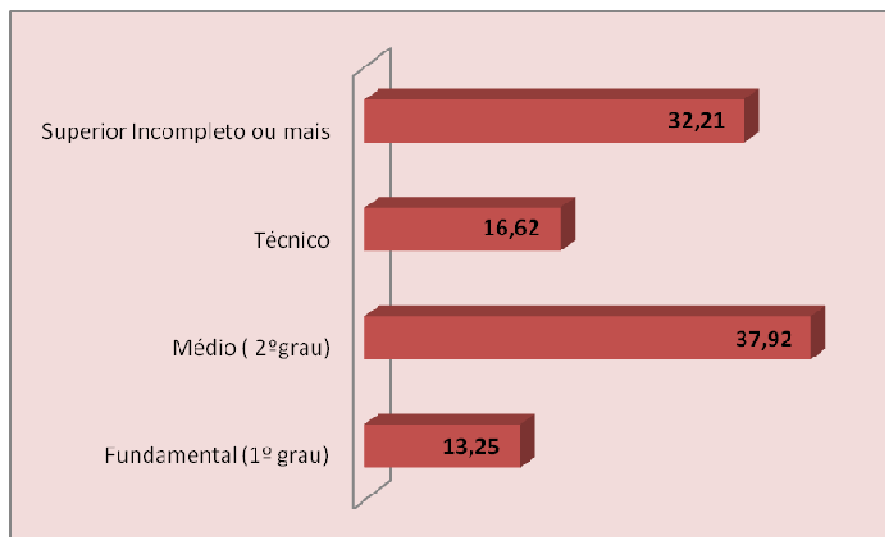
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 02- Idade (%)



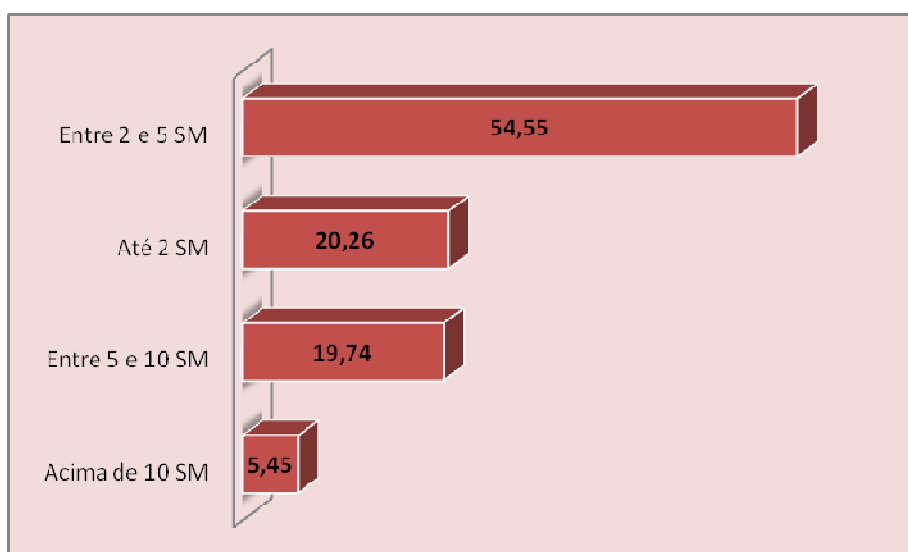
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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

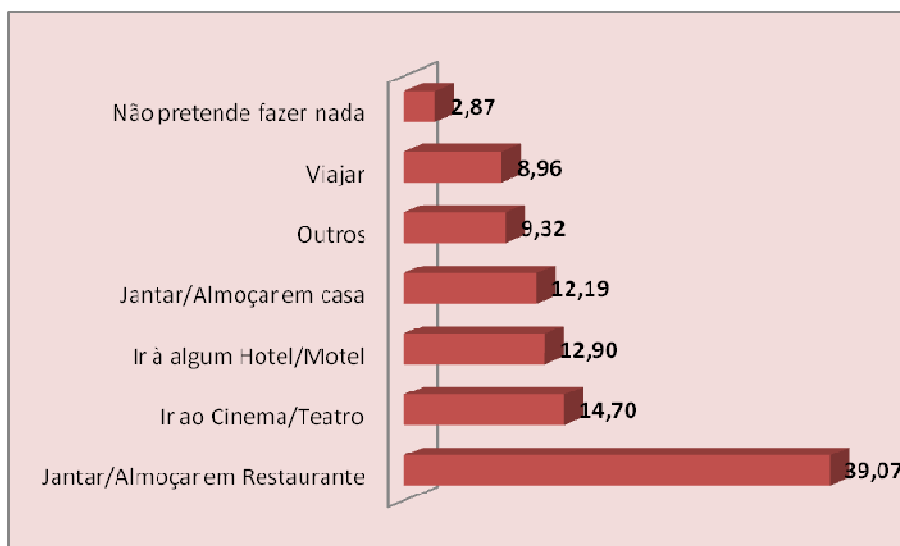
5 RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA

Figura 5 - Consumidores que irão comemorar o Dia dos Namorados



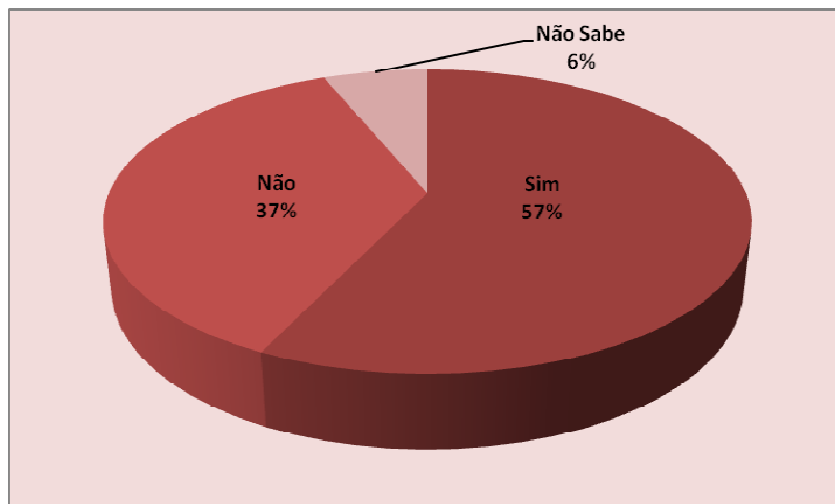
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 6–Tipo de comemoração que os consumidores pretendem fazerno Dia dos Namorados



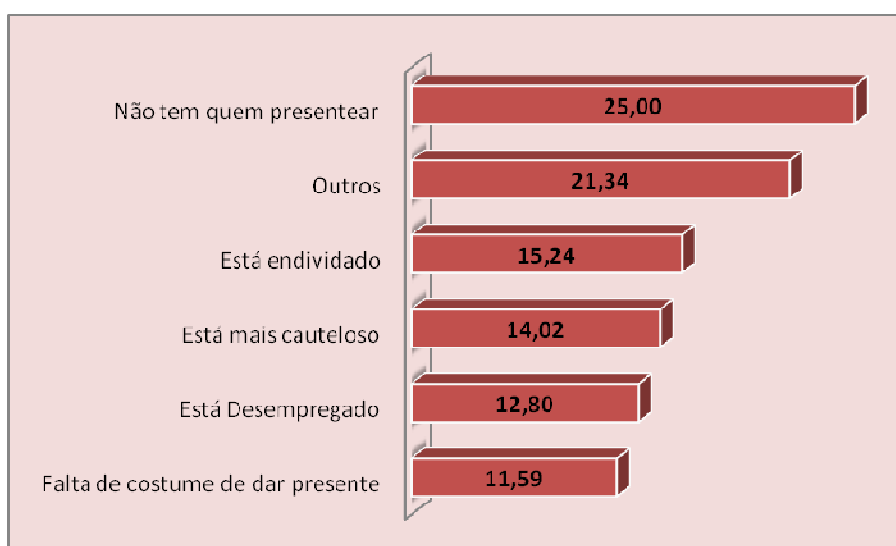
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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

Produtos	%
Roupas/Vestuário	36,20
Perfume/cosméticos	16,29
Cesta de café da manhã	14,93
Bijuterias/Jóias	14,48
Calçados/bolsas	13,57
CD's/DVD's	10,86
Flores	8,60
Celular/smartphone	6,79
livros	6,33
Óculos/relógio	5,43
Outros	3,38
Pacotes de viagem	3,17
Eletrônicos/Eletrrodomésticos	2,71
Tablet	2,26
Produtos de sexy shop	1,36

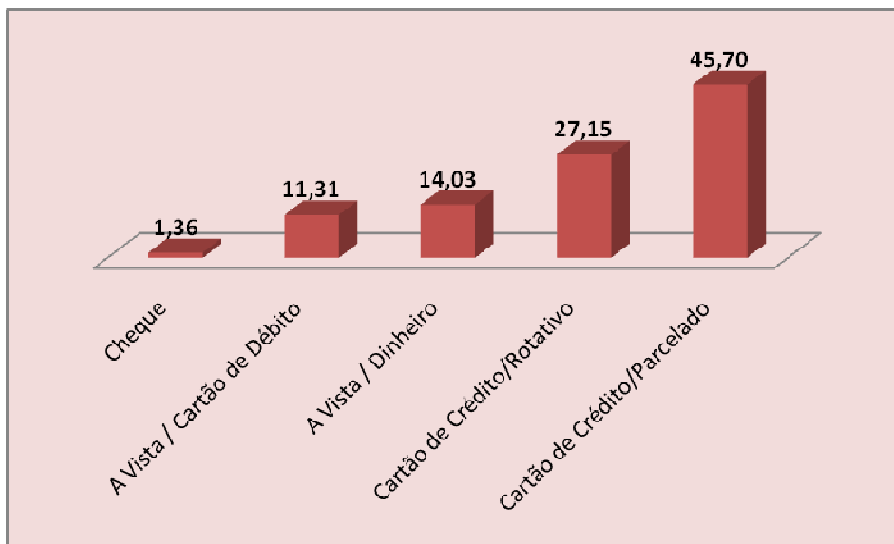
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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



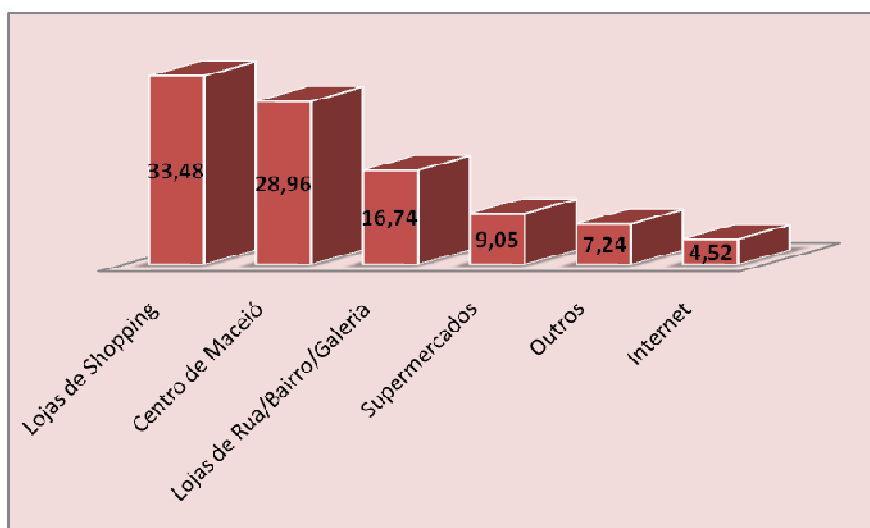
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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



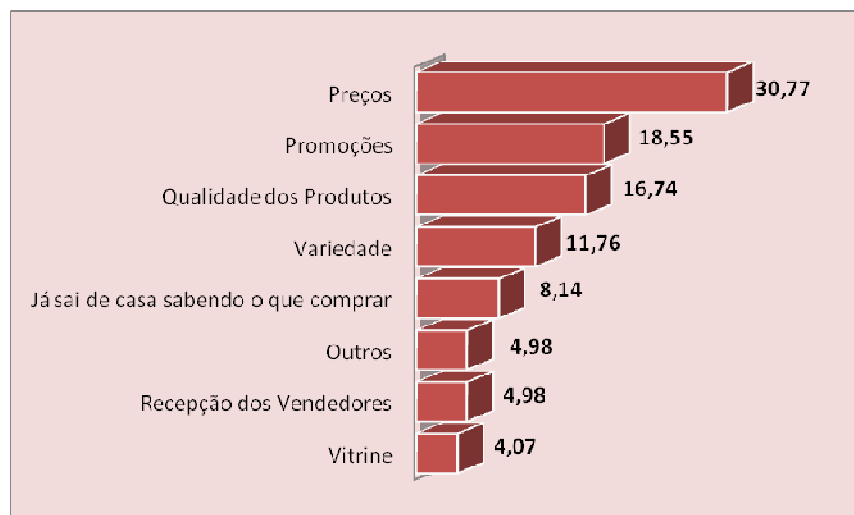
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

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.

Sexo	Pretender comprar algum presente		
	%		
	Sim	Não	Não Sabe
Masculino	42,27	45,39	29,17
Feminino	57,73	54,61	70,83
Total	100,00	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.

Renda	Pretender comprar algum presente		
	%		
	Sim	Não	Não Sabe
Até 2 SM	17,27	24,82	20,83
Entre 2 e 5 SM	55,91	53,19	50,00
Entre 5 e 10 SM	20,00	18,44	25,00
Acima de 10 SM	6,82	3,55	4,17
Total	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.

Idade	Pretender comprar algum presente		
	%		
	Sim	Não	Não Sabe
De 18 à 24 anos	24,55	19,15	16,67
De 25 à 34 anos	26,82	25,53	41,67
De 35 à 44 anos	33,64	41,84	37,50
45 anos ou mais	15,00	13,48	4,17
Total	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.

Sexo	Pretender comemorar o dia dos Namorados		
	%		
	Sim	Não	Não Sabe
Masculino	44,04	49,18	25,53
Feminino	55,96	50,82	74,47
Total	100,00	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.

Renda	Pretender comemorar o dia dos Namorados		
	%		
	Sim	Não	Não Sabe
Até 2 SM	18,05	26,23	25,53
Entre 2 e 5 SM	55,96	49,18	53,19
Entre 5 e 10 SM	21,30	16,39	14,89
Acima de 10 SM	4,69	8,20	6,38
Total	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.

Idade	Pretender comemorar o dia dos Namorados		
	%		
	Sim	Não	Não Sabe
De 18 à 24 anos	23,83	16,39	19,15
De 25 à 34 anos	28,16	26,23	23,40
De 35 à 44 anos	32,85	42,62	53,19
45 anos ou mais	15,16	14,75	4,26
Total	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.

Produto	Masculino	Feminino
Roupas/Vestuário	40,00	60,00
Calçados/bolsas	56,67	43,33
Perfume/cosméticos	30,56	69,44
Bijuterias/Jóias	40,63	59,38
livros	35,71	64,29
Flores	47,37	52,63
Óculos/relógio	33,33	66,67
CD's/DVD's	41,67	58,33
Celular/smartphone	46,67	53,33
Produtos de sex shop	33,33	66,67
Pacotes de viagem	57,14	42,86
Eletrônicos/Eletrodomésticos	50,00	50,00
Cesta de café da manhã	39,39	60,61
Tablet	60,00	40,00
Outros	41,67	58,33

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.

Sexo	Qual a forma de pagamento				
	%				
	A Vista / Dinheiro	A Vista / Cartão de Débito	Cartão de Crédito/Rotativo	Cartão de Crédito/Parcelado	Cheque
Masculino	58,06	36,00	36,67	43,56	0,00
Feminino	41,94	64,00	63,33	56,44	100,00
Total	100,00	100,00	100,00	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.

Renda	Qual a forma de pagamento				
	%				
	A Vista / Dinheiro	A Vista / Cartão de Débito	Cartão de Crédito/Rotativo	Cartão de Crédito/Parcelado	Cheque
Até 2 SM	22,58	24,00	26,67	8,91	0,00
Entre 2 e 5 SM	58,06	48,00	50,00	59,41	66,67
Entre 5 e 10 SM	16,13	24,00	16,67	21,78	33,33
Acima de 10 SM	3,23	4,00	6,67	9,90	0,00
Total	100,00	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.

Sexo	Onde pretende realizar suas compras					
	%					
	Lojas de Shopping	Lojas de Rua/Bairro/Galeria	Supermercados	Centro de Maceió	Internet	Outros
Masculino	45,95	24,32	45,00	45,31	50,00	50,00
Feminino	54,05	75,68	55,00	54,69	50,00	50,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	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.

Renda	Onde pretende realizar suas compras					
	%					
	Lojas de Shopping	Lojas de Rua/Bairro/Galeria	Supermercados	Centro de Maceió	Internet	Outros
Até 2 SM	20,27	8,11	15,00	23,44	10,00	6,25
Entre 2 e 5 SM	51,35	45,95	55,00	65,63	50,00	62,50
Entre 5 e 10 SM	18,92	32,43	20,00	10,94	30,00	25,00
Acima de 10 SM	9,46	13,51	10,00	0,00	10,00	6,25
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 13 - Distribuição dos entrevistados segundo os motivos na escolha do local para as compras para o Dia dos namorados, por sexo.

Sexo	Quais os motivos que levam a escolher uma loja							
	%							
	Promoções	Preços	Qualidade dos Produtos	Vitrine	Variedade	Recepção dos Vendedores	Já sai de casa sabendo o que comprar	Outros
Masculino	48,78	39,71	51,35	22,22	42,31	45,45	27,78	45,45
Feminino	51,22	60,29	48,65	77,78	57,69	54,55	72,22	54,55
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 14 - Distribuição dos entrevistados segundo os motivos na escolha do local para as compras para o Dia dos namorados, por renda.

Renda	Quais os motivos que levam a escolher uma loja							
	%							
	Promoções	Preços	Qualidade dos Produtos	Vitrine	Variedade	Recepção dos Vendedores	Já sai de casa sabendo o que comprar	Outros
Até 2 SM	21,95	19,12	5,41	22,22	23,08	18,18	16,67	9,09
Entre 2 e 5 SM	53,66	66,18	45,95	44,44	50,00	63,64	44,44	63,64
Entre 5 e 10 SM	19,51	7,35	37,84	22,22	23,08	0,00	33,33	27,27
Acima de 10 SM	4,88	7,35	10,81	11,11	3,85	18,18	5,56	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD