FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE ALAGOAS

INSTITUTO FECOMÉRCIO DE ESTUDOS, PESQUISAS E DESENVOLVIMENTO DE ALAGOAS

Relatório sobre a Pesquisa de Intenção de Consumo no Dia dos Namorados/2016

IFEPD/AL

Maceió, junho de 2016

Presidente da Federação do Comércio de Alagoas

Wilton Malta de Almeida

Vice-Presidente da Federação do Comércio de Alagoas

José Gilton Pereira Lima

Valdomiro Feitosa Batista

José Antonio Vieira

Arthur Georges Guillou

José de Sousa Vieira

Josinaldo Soares dos Santos

Ariel Fernandes Duarte

Vice-Presidente Administrativo da Federação do Comércio de Alagoas

Ana Luíza Araújo Freire Soares

Diretor Administrativo Adjunto da Federação do Comércio de Alagoas

Júlio Cesár Permínio Tenório

Vice-Presidente Financeiro da Federação do Comércio de Alagoas

Adeildo Sotero da Silva

Diretor Financeiro Adjunto da Federação do Comércio de Alagoas

Walter Vasconcelos Torres Vieira

Gerente Executivo da Federação do Comércio de Alagoas

Gracindo Alcântara

Assessoria de Comunicação da Federação do Comércio de Alagoas

Fabiana Barros

Sandra Peixoto

Assessoria Econômica da Federação do Comércio de Alagoas

Felippe Rocha Presado Menezes de Barros

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO ----------4

2. ASPECTOS MERCADOLÓGICOS----------4

3. POPULAÇÃO AMOSTRAL----------4

4. PERFIL DOS ENTREVISTADOS----------5

5. RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA----------7

6. RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA----------12

1. INTRODUÇÃO

Uma das datas que tem se tornado cada vez mais expressiva para o comércio varejista e para o setor de serviços (tais como motéis, cestas de café da manhã, floricultura, entre tantos outros), é o dia dos Namorados. Essa data, nos últimos anos tem competido fortemente em vendas com o Dia dos Pais, isto porque, como é um período de compra entre casais, acaba expandindo o leque de produtos desejados.

Diante disso, a pesquisa serve para elucidar os empresários dos diversos segmentos, buscando informações sobre quais os produtos que serão mais procurados, o gasto médio dos consumidores, para que os mesmos tomem decisões racionais sobre contratações, investimentos para o período, entre outras coisas.

2. ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

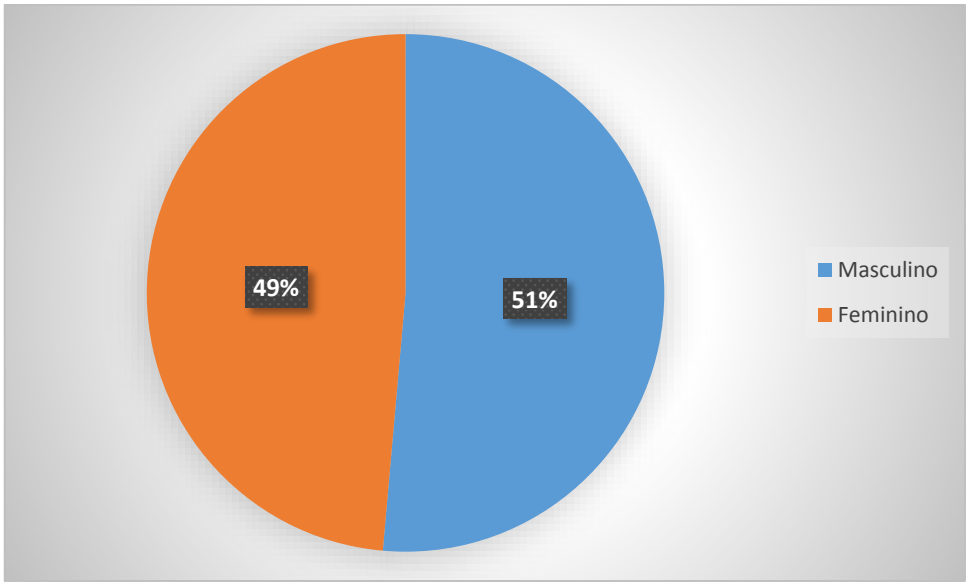
A pesquisa foi realizada pelo Instituto Fecomércio/AL de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento – IFEPD/AL no período de 30 e 31 de maio de 2016. Durante o período as entrevistas foram realizadas em ambientes de consumo de grande circulação. A técnica utilizada foi de pesquisa quantitativa por amostragem. A técnica de coleta de dados foi a de entrevista pessoal individual aplicada com base em questionário estruturado desenvolvido pelo núcleo de pesquisa do IFEPD/AL composto por 11 perguntas fechadas (entre respostas múltiplas e únicas). O tamanho mínimo da amostra estimado foi determinado em 500 entrevistados da capital de Alagoas, com nível de confiança de 95% e margem de erro de 5%.

3. POPULAÇÃO AMOSTRAL

O universo da pesquisa foi o de homens e mulheres maiores de 18 anos e que sejam participantes da população economicamente ativa, residentes da zona urbana. A pesquisa foi feita de forma aleatória obedecendo os critérios da probabilidade aleatória. Os dados foram processados eletronicamente e receberam tratamento estatístico.

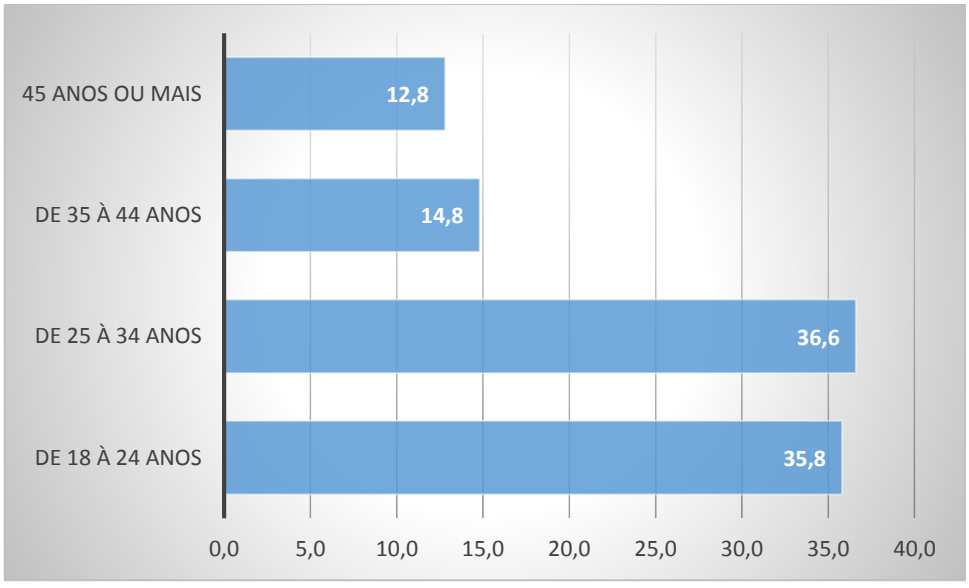
4. PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Gráfico 1 – Perfil de gênero dos entrevistados (em %)



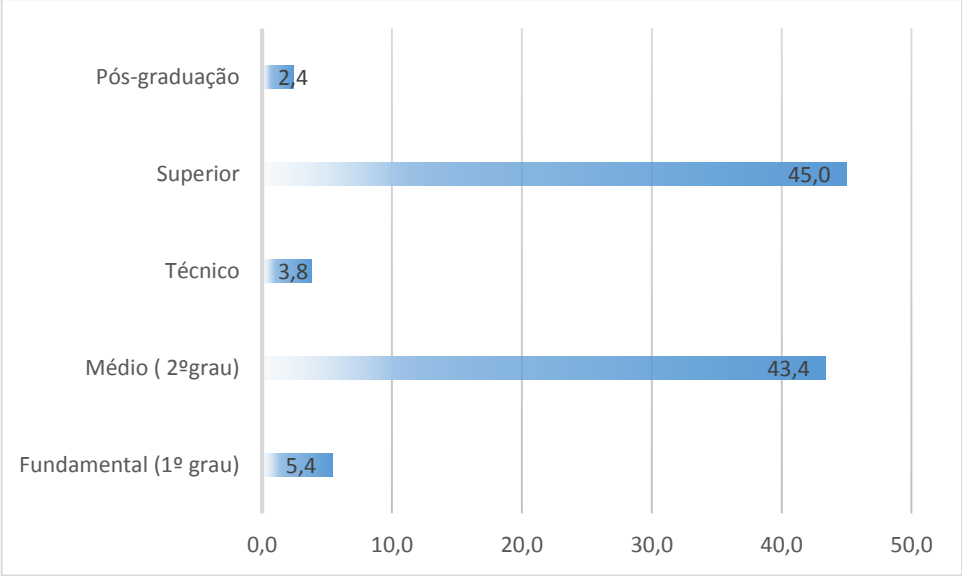
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 2 – Perfil etário dos entrevistados (em %)



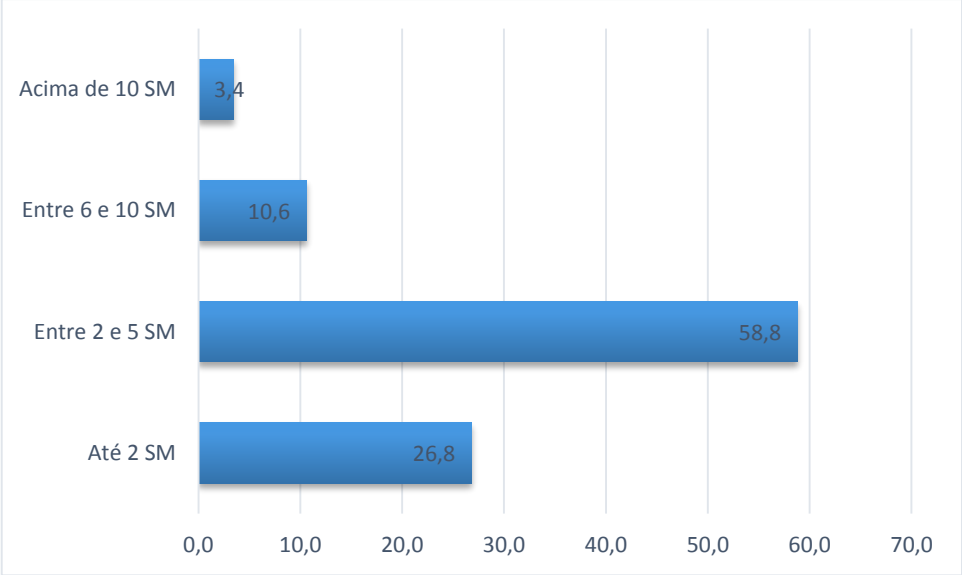
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 3 – Perfil de escolaridade dos entrevistados (em %)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

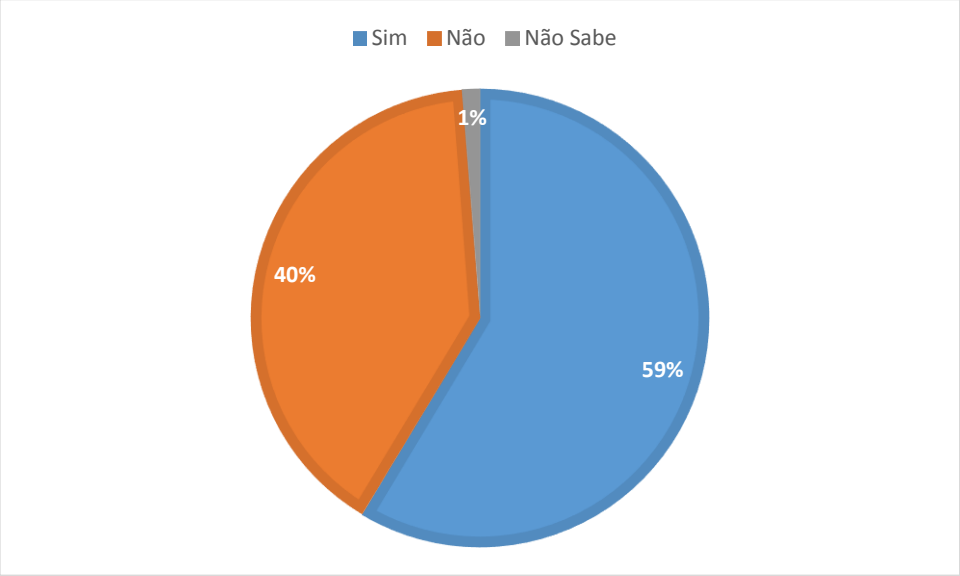
Gráfico 4 – Perfil de renda dos entrevistados (em %)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

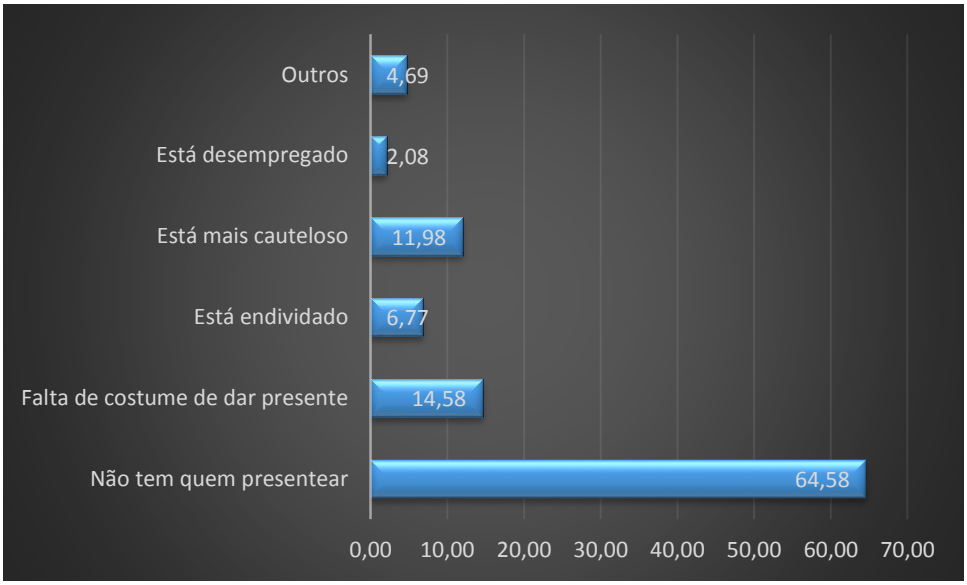
5. RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA

Gráfico 5 – O Sr.(a) pretende presentear no Dia dos Namorados?



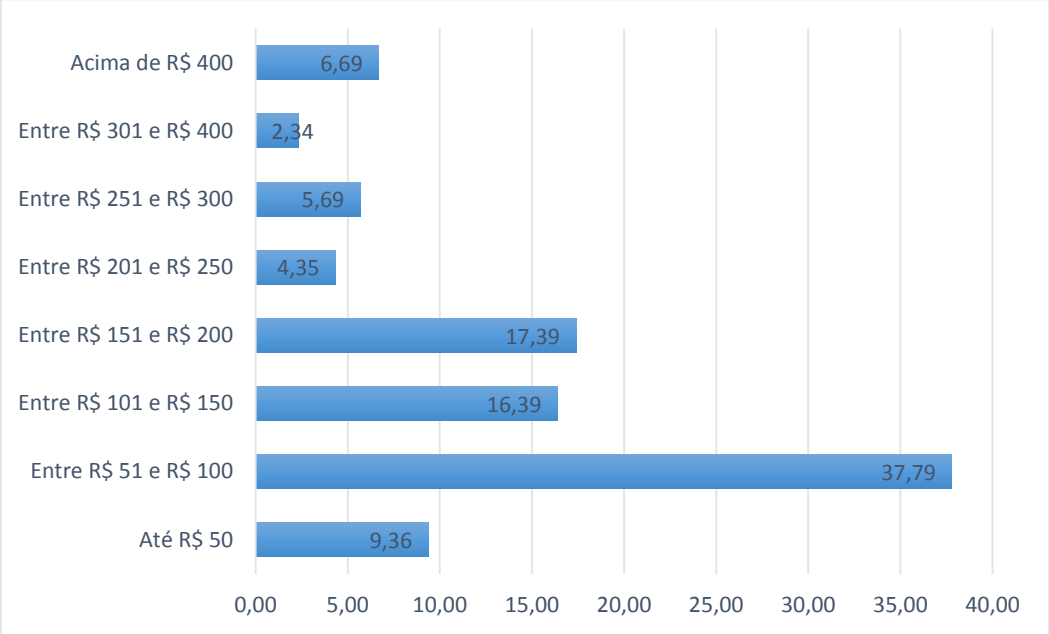
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 6 – Se "não" qual o motivo de não presentear? (apenas para os 41% entre "não" e "não sabe")



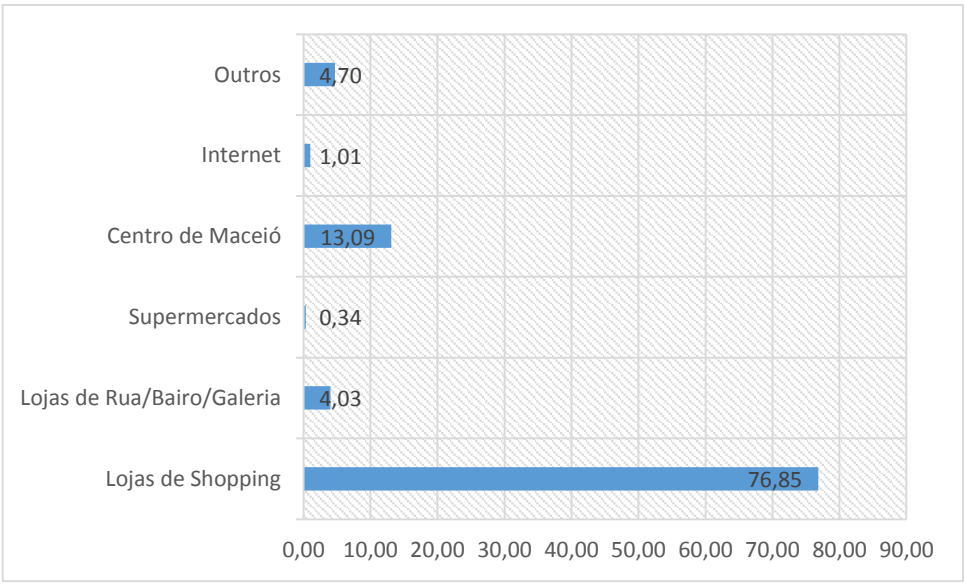
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 7 – Quanto pretende gastar com presentes? (Porcentagem dos que disseram “sim”)



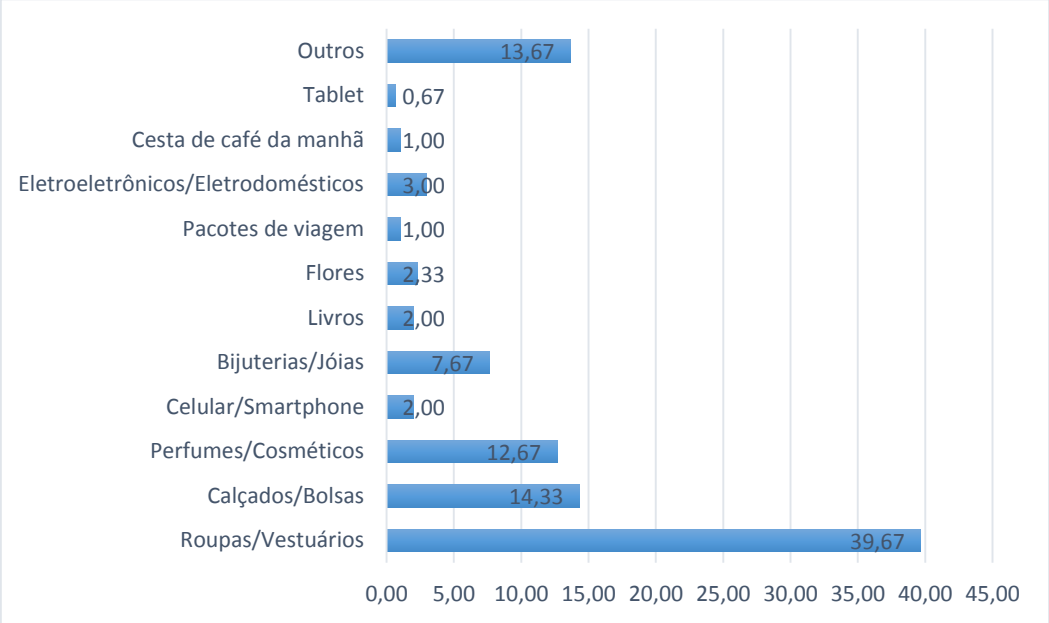
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 8 – Onde pretende adquirir os produtos para o Dia dos Namorados? (Porcentagem relativa a quem indicou presentear)



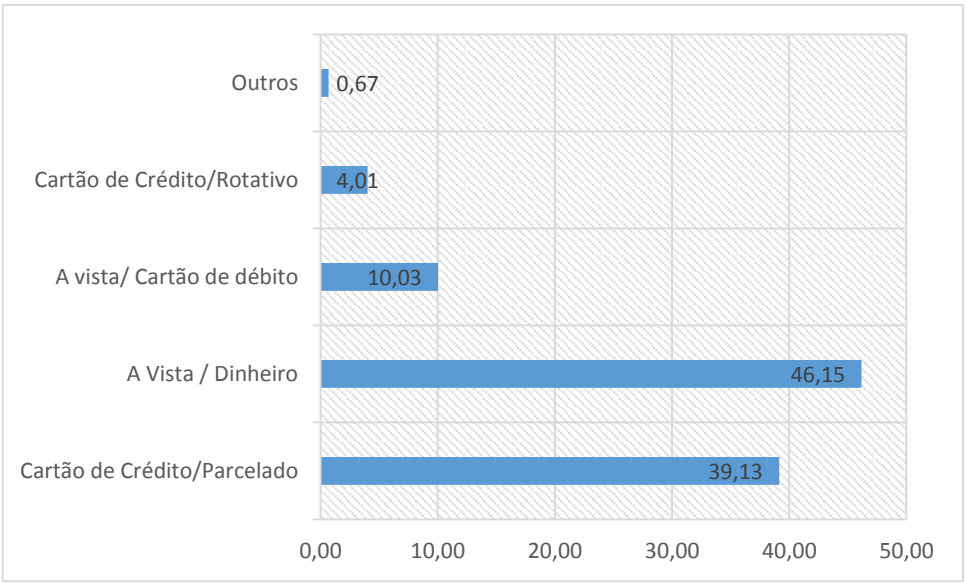
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 9 – Quais os tipos de produtos você pretende comprar no Dia dos Namorados?



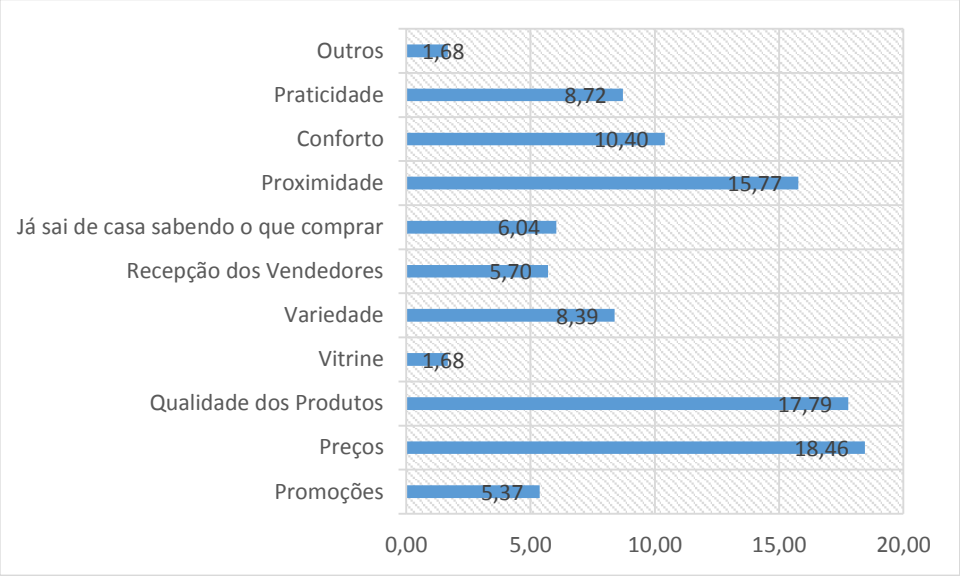
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 10 – Qual a forma de pagamento preferencial para adquirir os produtos no Dia dos Namorados? (Porcentagem relativa aos que irão presentear)



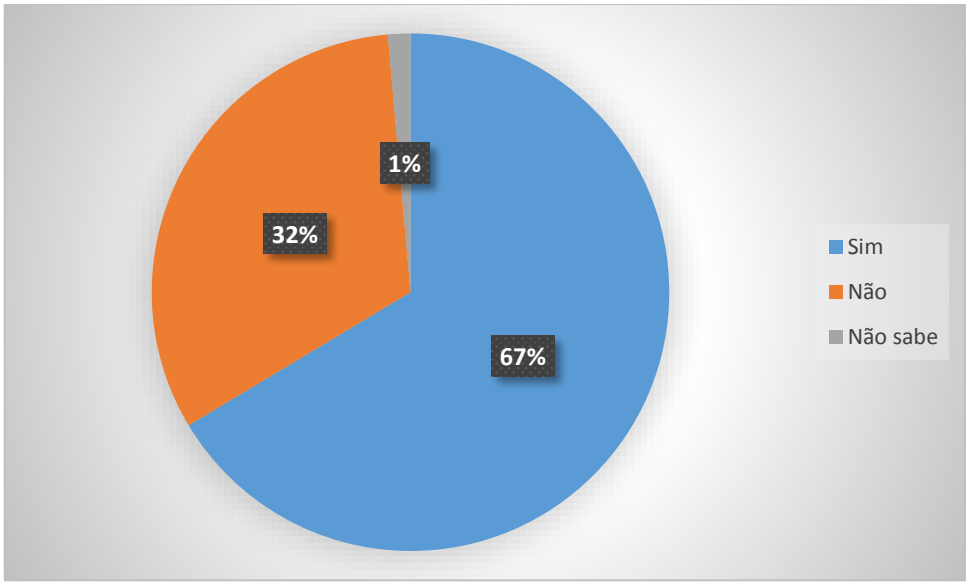
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 12 – Quais os motivos que te levam a entrar numa loja? (Porcentagem relativa aos que pretendem adquirir produtos)



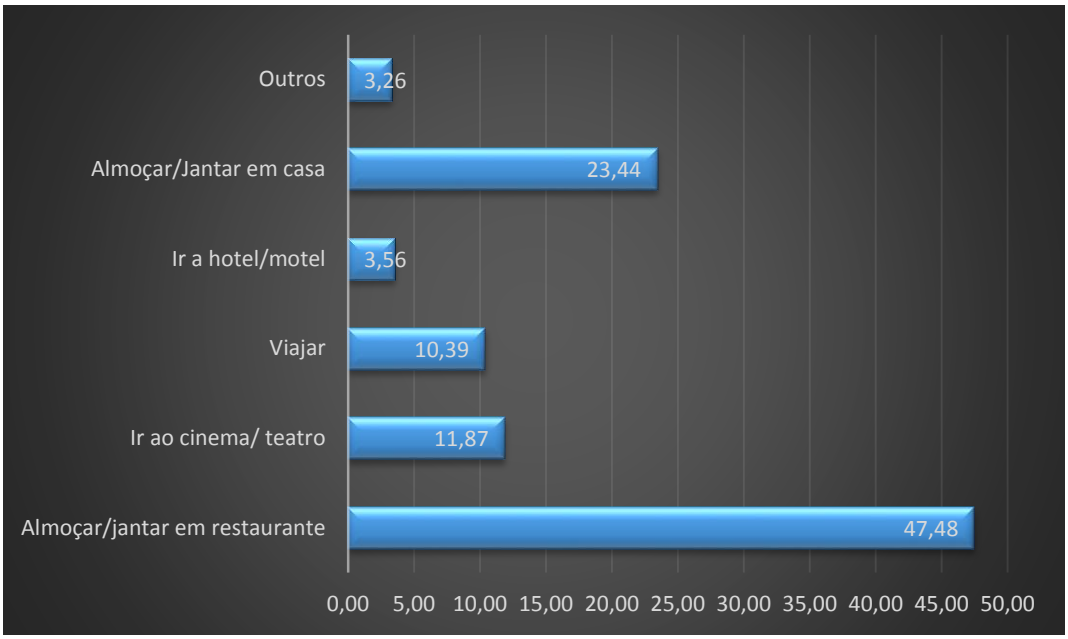
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 13 – Você pretende comemorar o Dia dos Namorados? (Se o casal sairá para comemorar)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 14 – Onde preferencialmente você pretende comemorar o Dia dos Namorados? (Porcentagem referente aos 67% que sairão para comemorar)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

6. RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA

Tabela 1 – Porcentagem de consumidores que irão presentear no Dia dos Namorados, por sexo

	Sexo		Total
	Masculino	Feminino	
Sim	65,8%	51,0%	58,6%
Não	32,7%	48,1%	40,2%
Não sabe	1,6%	0,8%	1,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Tabela 2 – Porcentagem de consumidores que irão presentear no Dia dos Namorados, por idade

	Idade				Total
	De 18 à 24 anos	De 25 à 34 anos	De 35 à 44 anos	45 anos ou mais	
Sim	57,0%	62,3%	62,2%	48,4%	58,6%
Não	41,9%	36,1%	36,5%	51,6%	40,2%
Não Sabe	1,1%	1,6%	1,4%	0,0%	1,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Tabela 3 – Porcentagem de consumidores que irão presentear no Dia dos Namorados, por escolaridade

	Escolaridade					
	Fundamental (1º grau)	Médio (2ºgrau)	Técnico	Superior	Pós-graduação	Total
Sim	66,7%	56,2%	52,6%	60,0%	66,7%	58,6%
Não	33,3%	42,9%	47,4%	38,2%	33,3%	40,2%
Não sabe	0,0%	0,9%	0,0%	1,8%	0,0%	1,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Tabela 4 – Porcentagem de consumidores que irão presentear no Dia dos Namorados, por renda

	Renda					
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 6 e 10 SM	Acima de 10 SM	22	Total
Sim	58,2%	58,5%	56,6%	64,7%	100,0%	58,6%
Não	41,0%	40,1%	41,5%	35,3%	0,0%	40,2%
Não Sabe	,7%	1,4%	1,9%	0,0%	0,0%	1,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Tabela 5 – Porcentagem de consumidores que NÃO irão presentear no Dia dos Namorados, por sexo

	Sexo		
	Masculino	Feminino	Total
Não tem quem presentear	18,3%	31,7%	24,8%
Falta de costume de dar presente	5,4%	5,8%	5,6%
Está endividado	3,1%	2,1%	2,6%
Está mais cauteloso	4,3%	4,9%	4,6%
Está desempregado	0,8%	0,8%	0,8%
Outros	0,4%	3,3%	1,8%
Irá presentear	67,7%	51,4%	59,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas