FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE ALAGOAS

INSTITUTO FECOMÉRCIO DE ESTUDOS, PESQUISAS E DESENVOLVIMENTO DE ALAGOAS

Relatório sobre a Pesquisa de Intenção de Consumo na Páscoa/2017

IFEPD/AL

Maceió, abril de 2017

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

1. INTRODUÇÃO

O período de Páscoa é uma época de confraternização entre os cristãos, por isso também, é muito comum a troca de Ovos de Páscoa e da aquisição de chocolates em barra no período. Além de ter se tornado tradicionalmente um período de aquisição dos derivados do cacau, é muito comum a aquisição de frutos do mar, peixes, vinhos, azeite, já que a quaresma exige, para os praticantes (a grande maioria cristã), a não consumação de carnes bovina, porcos e etc.

O que movimenta investimentos em novos estoques, contratação de temporários, investimentos para se adequar ao período, representando a dinâmica no comércio nacional e local, que estimula o empreendedorismo, por meio de ovos caseiros, chocolates de todos os tipos e sabores, encomendas de pratos típicos, vinhos, eventos e muito mais.

Sendo assim, o Instituto Fecomércio/AL de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas, desenvolveu esta pesquisa com a intenção de mensurar a demanda dos consumidores no período para antever e comparar os níveis de consumo desses produtos e o crescimento em relação a períodos anteriores.

As pesquisas realizadas pelo Instituto Fecomércio/AL de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento – IFEPD/AL são ferramentas de trabalho que norteiam o empresário do comércio, para que este possa se preparar melhor para atender as necessidades dos seus clientes em posse dessas informações. Devido à época recessiva torna-se essencial entender a conjuntura e a evolução das vendas em nossa região, pois não existem dados oficiais coletados pelo IBGE e IPEA (apenas nas grandes regiões metropolitanas).

É por este motivo que devemos entender a dinâmica da contratação de empregos temporários no período, bem como a receitas das empresas do comércio varejista (previsão), inclusive por segmento, para sinalizar a sociedade, o governo e institutos de pesquisas, o que ocorre no mercado e onde devemos impor novas necessidades e ajuda para que não ocorram demissões em massa e perda de competitividade.

2. ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

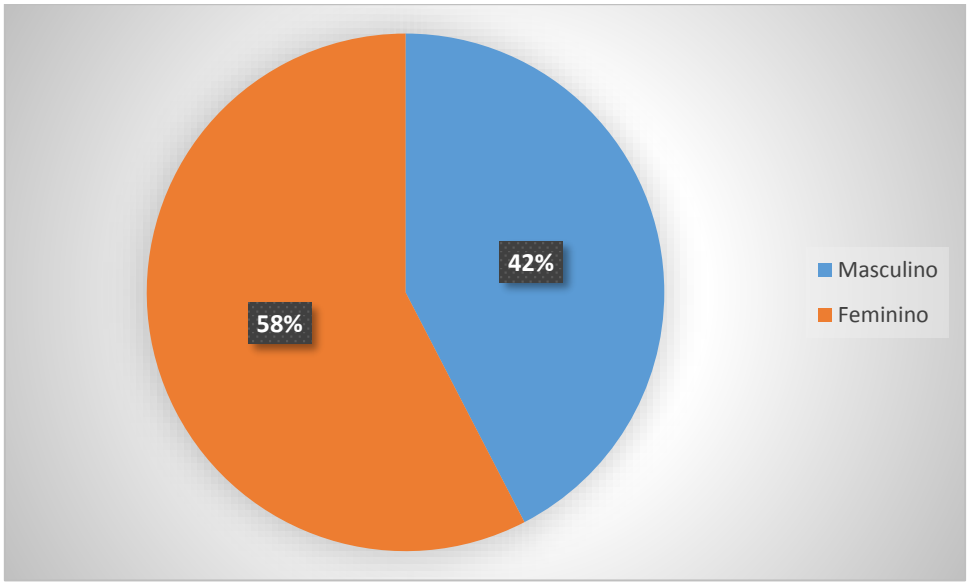
A pesquisa foi realizada pelo Instituto Fecomércio/AL de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento – IFEPD/AL no período de 29 a 31 de março de 2017. Os questionários foram compostos por perguntas abertas e fechadas e aplicados pelo método de pesquisa direta. O tamanho mínimo da amostra foi determinado em 500 questionários, com nível de confiança de 95% e margem de erro de 5%, sendo 2,5% para mais e 2,5% para menos.

3. POPULAÇÃO AMOSTRAL

A população maior de 18 anos e que sejam participantes da população economicamente ativa seja do sexo masculino ou feminino. A pesquisa foi feita de forma aleatória obedecendo os critérios da probabilidade aleatória.

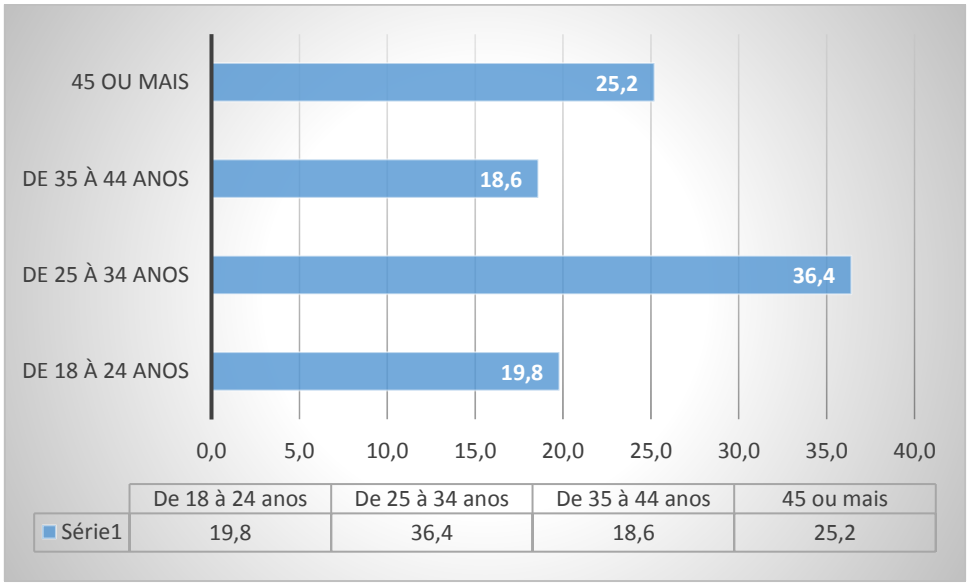
4. PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Gráfico 1 – Gênero dos entrevistados (em %)



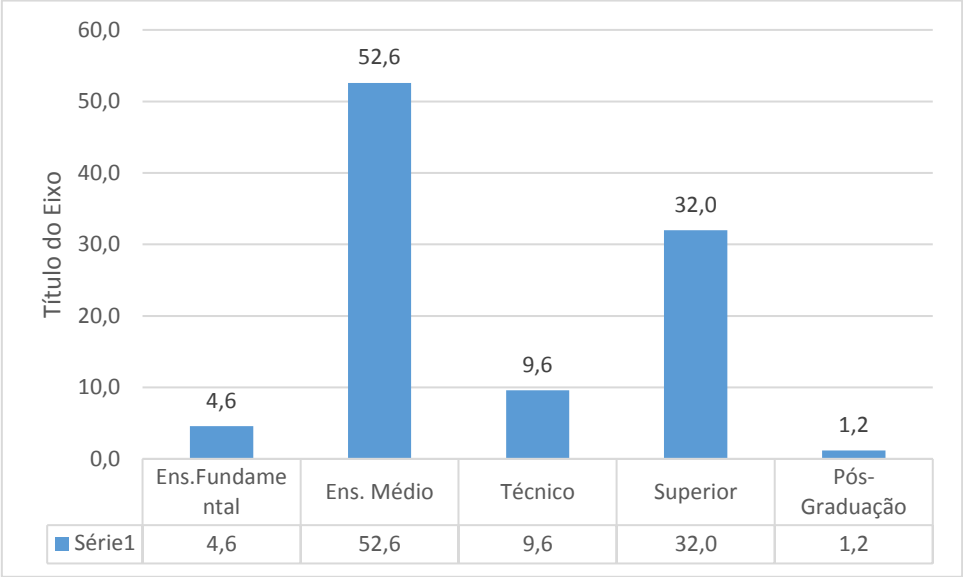
Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas de Alagoas – IFEPD/AL

Gráfico 2 – Faixa Etária dos Entrevistados (em %)



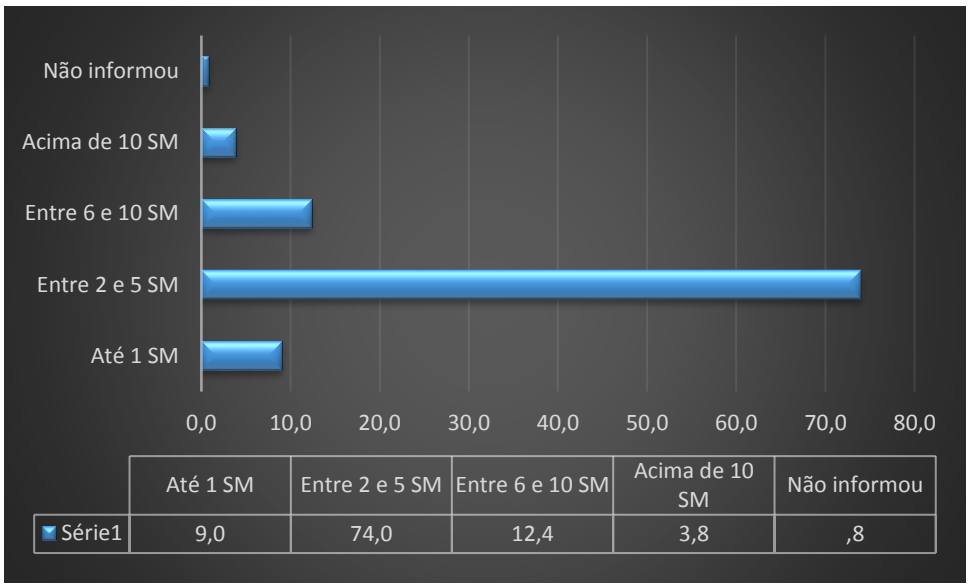
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Gráfico 3 – Nível de Escolaridade dos Entrevistados (em %)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

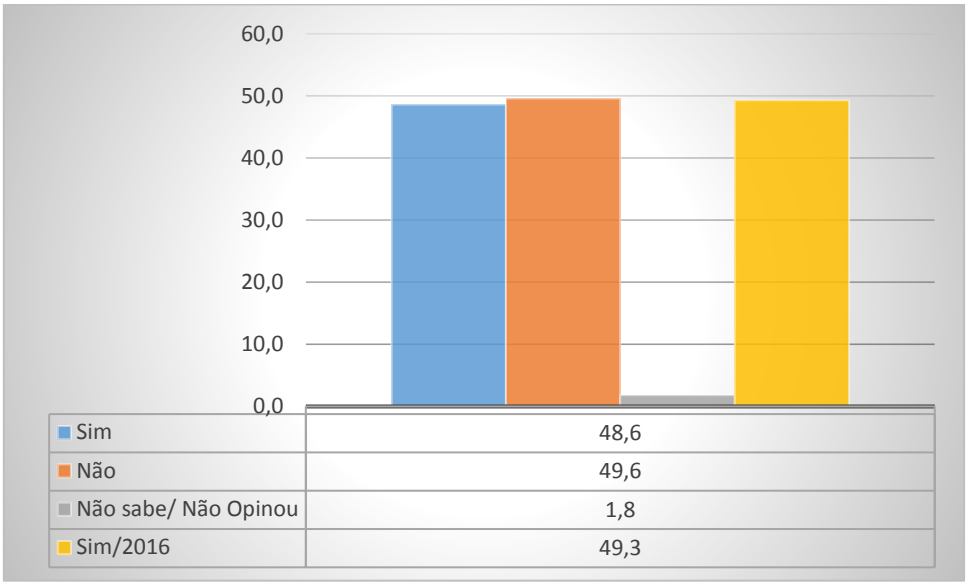
Gráfico 4 – Perfil de renda dos entrevistados (em %)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

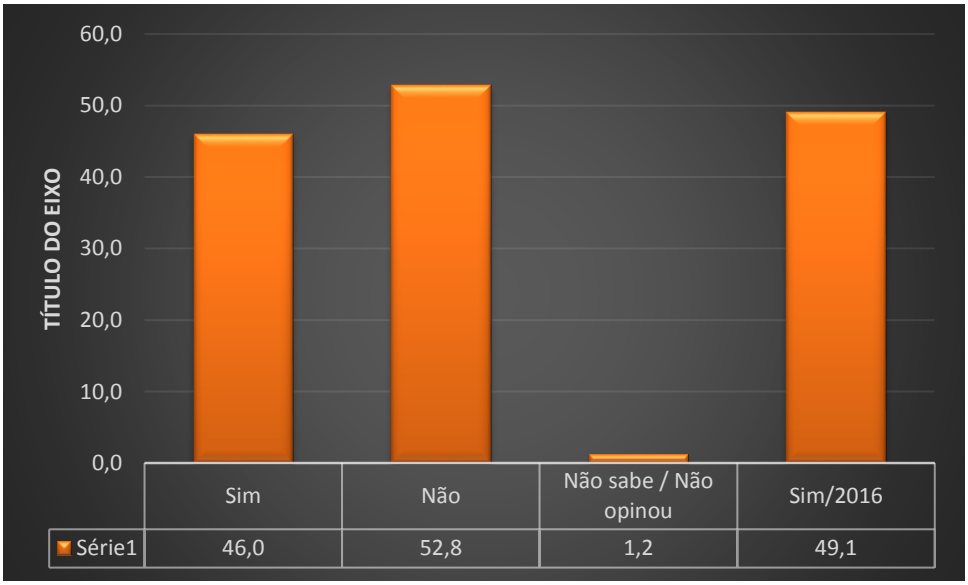
5. RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA

Gráfico 5 – O Senhor (a) pretende adquirir Ovos de Páscoa? (em %)



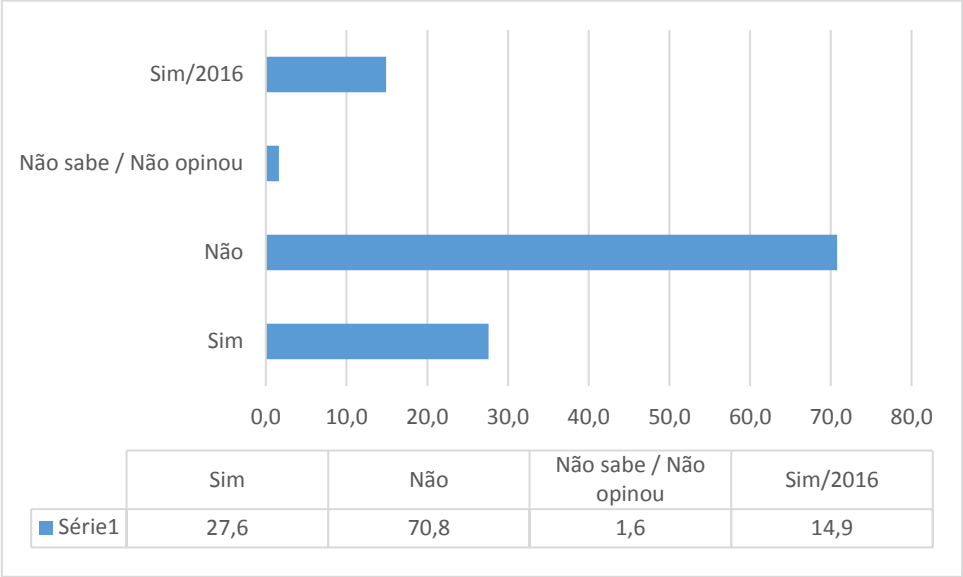
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Gráfico 6 – O Senhor (a) pretende presentear com Ovos de Páscoa? (em %)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

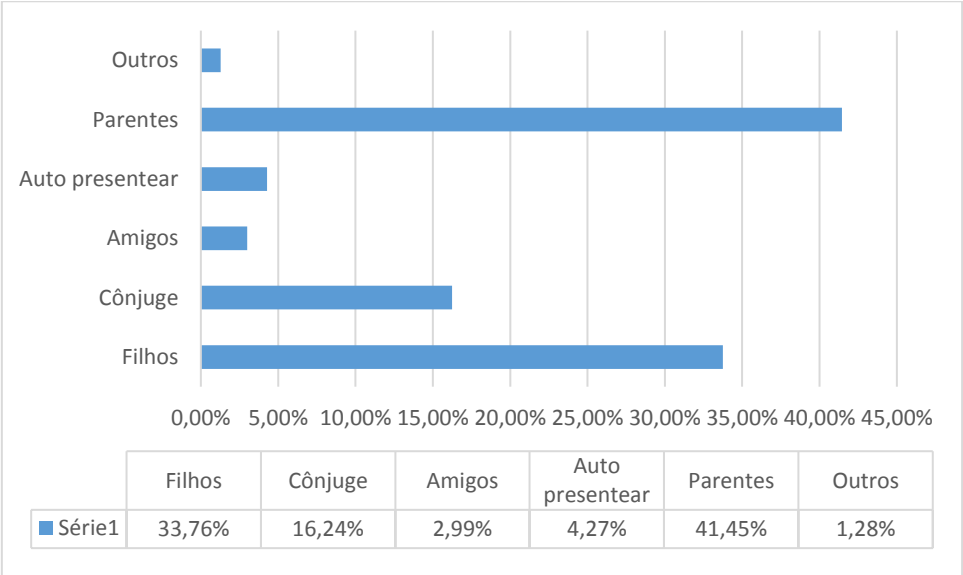
Gráfico 7 – Você irá trocar Ovos de Páscoa por Barras de Chocolate? (em %)



	Sim	Não	Não sabe / Não opinou	Sim/2016
Série1	27,6	70,8	1,6	14,9

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

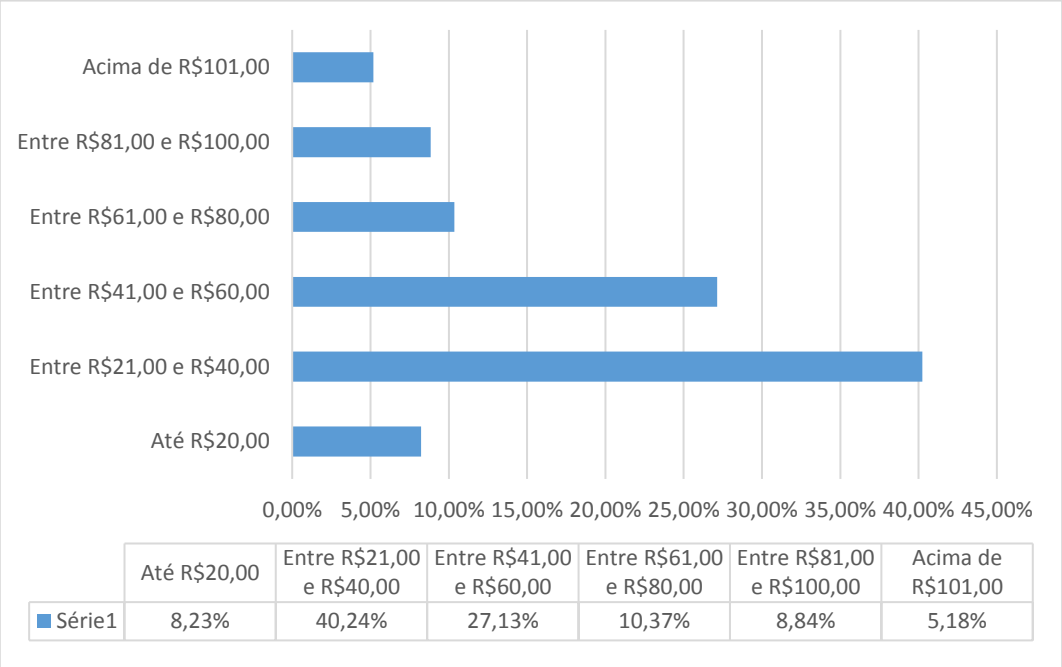
Gráfico 8 – Quem você pretende presentear com Ovos de Páscoa? (em %)



	Filhos	Cônjuge	Amigos	Auto presentear	Parentes	Outros
Série1	33,76%	16,24%	2,99%	4,27%	41,45%	1,28%

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

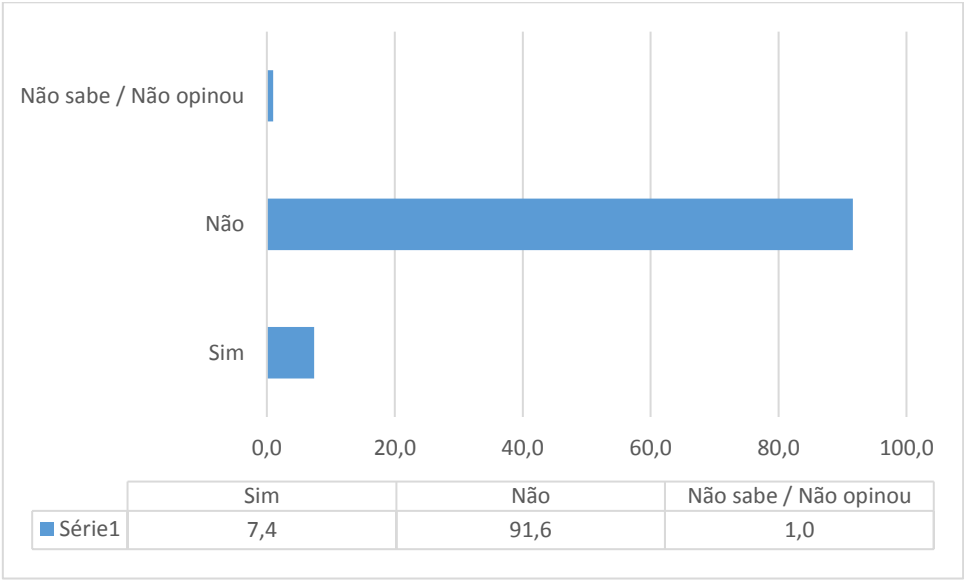
Gráfico 9 – Quanto você pretende gastar com ovos de Páscoa?



	Até R$20,00	Entre R$21,00 e R$40,00	Entre R$41,00 e R$60,00	Entre R$61,00 e R$80,00	Entre R$81,00 e R$100,00	Acima de R$101,00
Série1	8,23%	40,24%	27,13%	10,37%	8,84%	5,18%

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

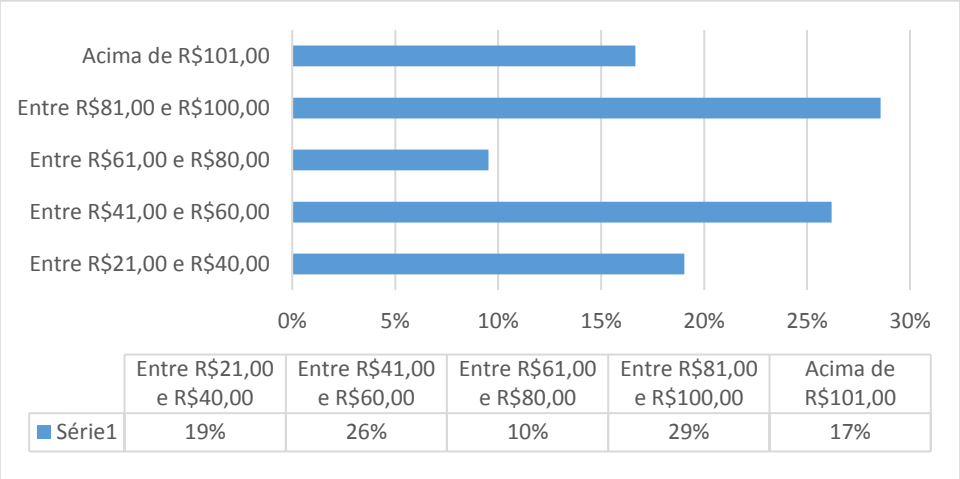
Gráfico 10 – Você pretende trocar Ovos de Páscoa de grandes marcas por Ovos Caseiros? (em %)



	Sim	Não	Não sabe / Não opinou
Série1	7,4	91,6	1,0

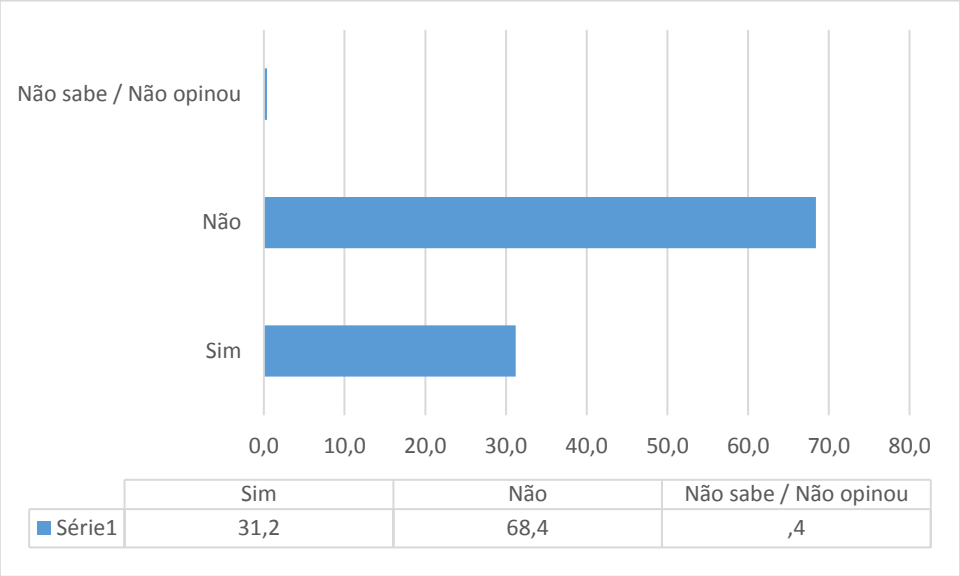
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Gráfico 11 – Quanto você pretende gastar em Ovos de Páscoa caseiro? (em %, somente para aqueles que informaram "sim")



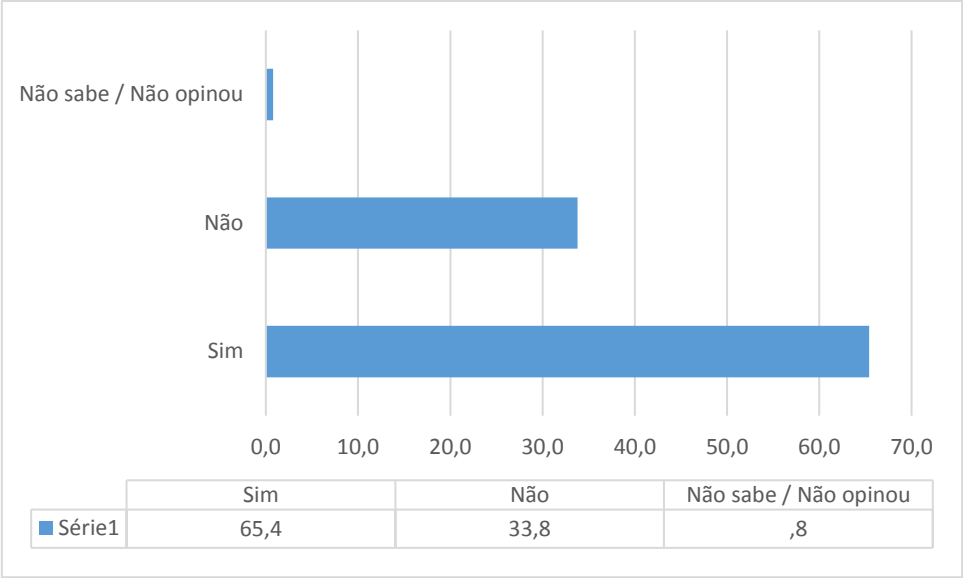
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Gráfico 12 – Você pretende adquirir vinhos para Páscoa? (em %)



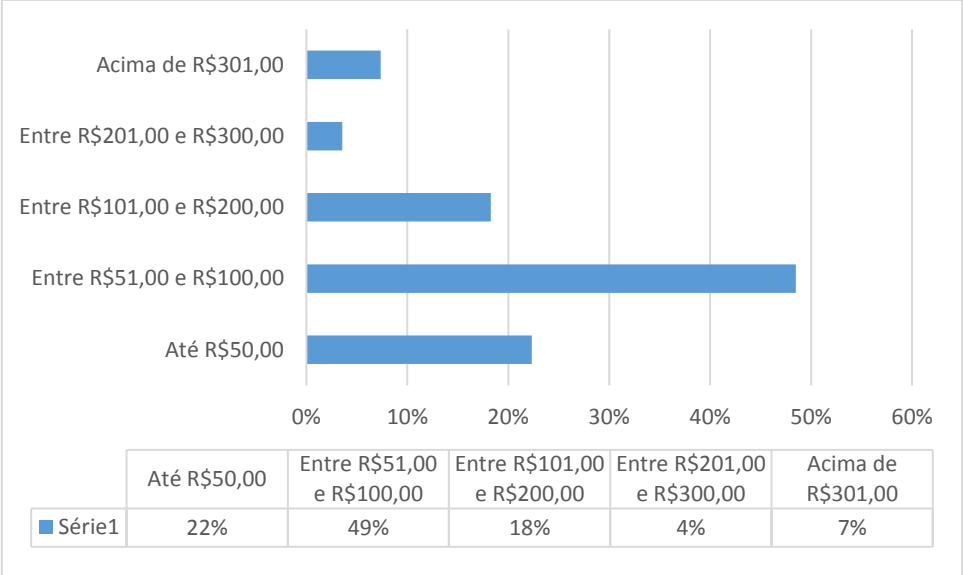
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Gráfico 13 – Você pretende adquirir frutos do mar para a Páscoa? (em %)



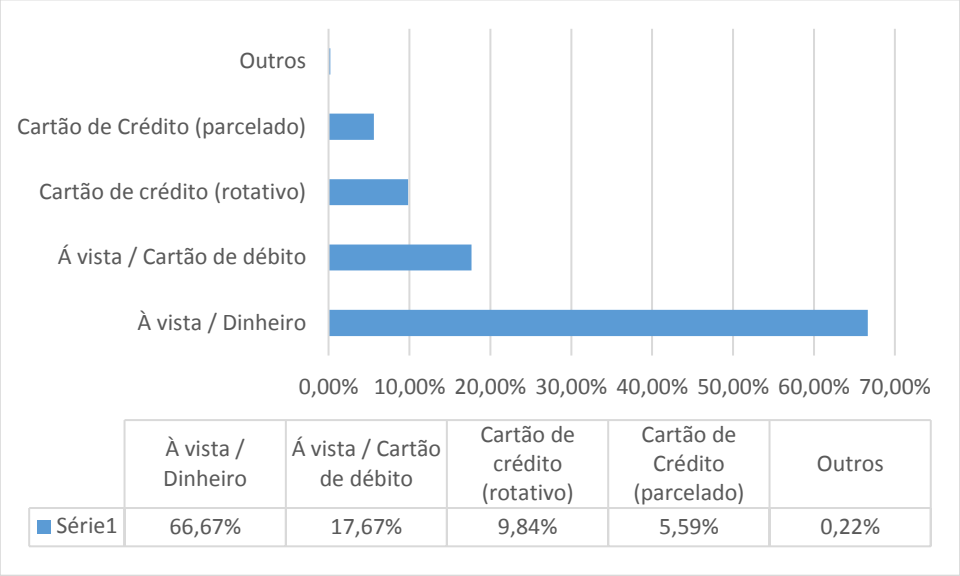
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Gráfico 14 – Quanto você pretende gastar com frutos do mar na Páscoa? (em %)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

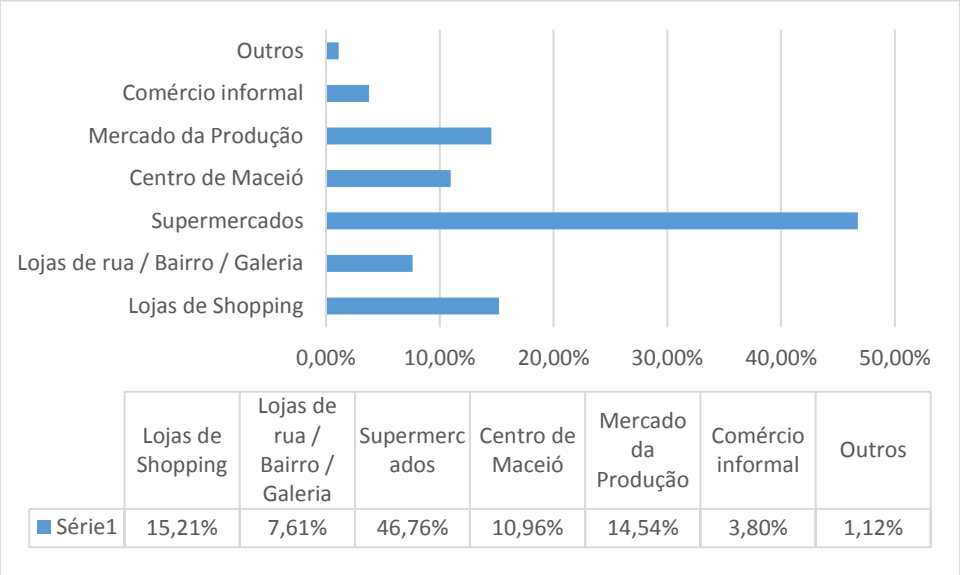
Gráfico 15 – Qual será a forma preferencial para aquisição dos produtos de Páscoa? (em %)



	À vista / Dinheiro	Á vista / Cartão de débito	Cartão de crédito (rotativo)	Cartão de Crédito (parcelado)	Outros
Série1	66,67%	17,67%	9,84%	5,59%	0,22%

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

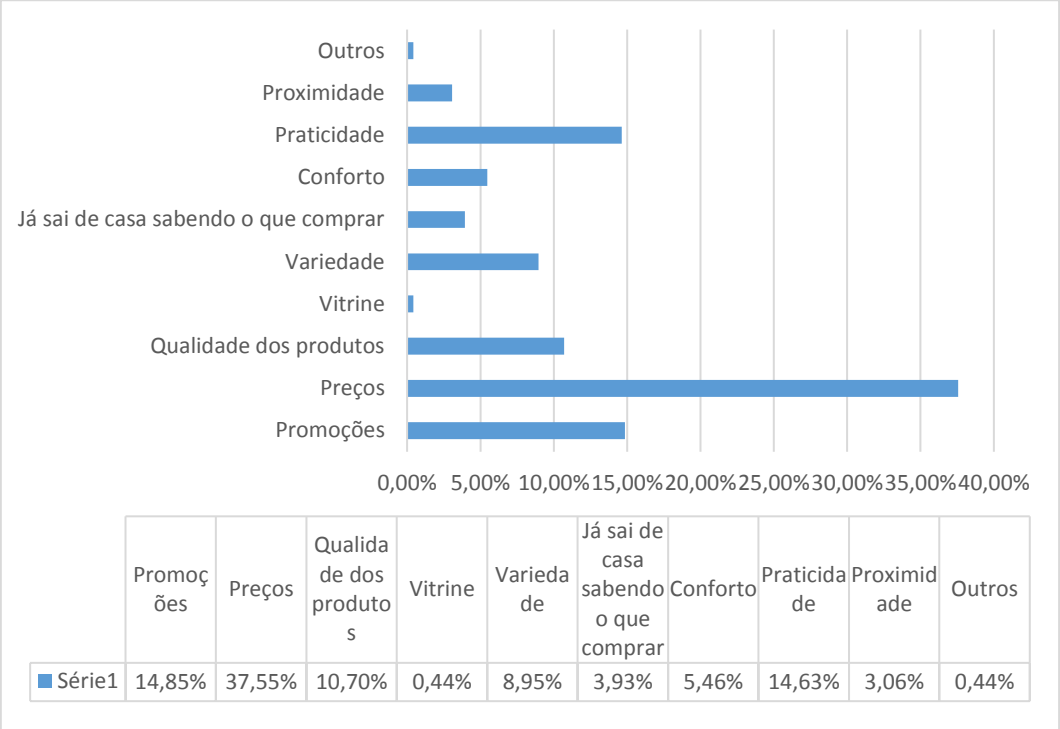
Gráfico 16 – Onde preferencialmente o senhor(a) pretende realizar suas compras de Páscoa? (em %)



	Lojas de Shopping	Lojas de rua / Bairro / Galeria	Supermercados	Centro de Maceió	Mercado da Produção	Comércio informal	Outros
Série1	15,21%	7,61%	46,76%	10,96%	14,54%	3,80%	1,12%

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Gráfico 17 – Quais fatores lhe motivam na opção pelo local de compra? (em %)



	Promoções	Preços	Qualidade dos produtos	Vitrine	Variedade	Já sai de casa sabendo o que comprar	Conforto	Praticidade	Proximidade	Outros
Série1	14,85%	37,55%	10,70%	0,44%	8,95%	3,93%	5,46%	14,63%	3,06%	0,44%

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD