

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/2017

IFEPD/AL

Maceió, maio 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 César 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

Esse é o mês do amor. Tempo em que casais partilham presentes afim de reafirmarem suas paixões. Período em que o mercado de bens é reaquecido por diversas demandas, dentre elas: vestuário, calçados, perfumaria, floricultura, eletrônicos, livros, CD's, LP's (para os vintages) e diversos outros serviços (motéis, hotéis, viagens, restaurantes).

Mês que ultrapassou o período da Páscoa em termos de importância para o Comércio. Sendo assim, os empresários(as) dos diversos segmentos do comércio e serviços tem investido bastantes para atrair em suas lojas, enamorados(as) que estão dispostos a fazer boas compras afim de reafirmar seu interesse em sua(eu) parceira(o).

O Instituto Fecomércio de Pesquisas de Alagoas, afim de fomentar o empresariado com informações importantes sobre a demanda dos consumidores da capital alagoana, em relação aos produtos mais procurados, o valor médio que será gasto (ticket médio), local de compra, divulga os dados coletados.

2. ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

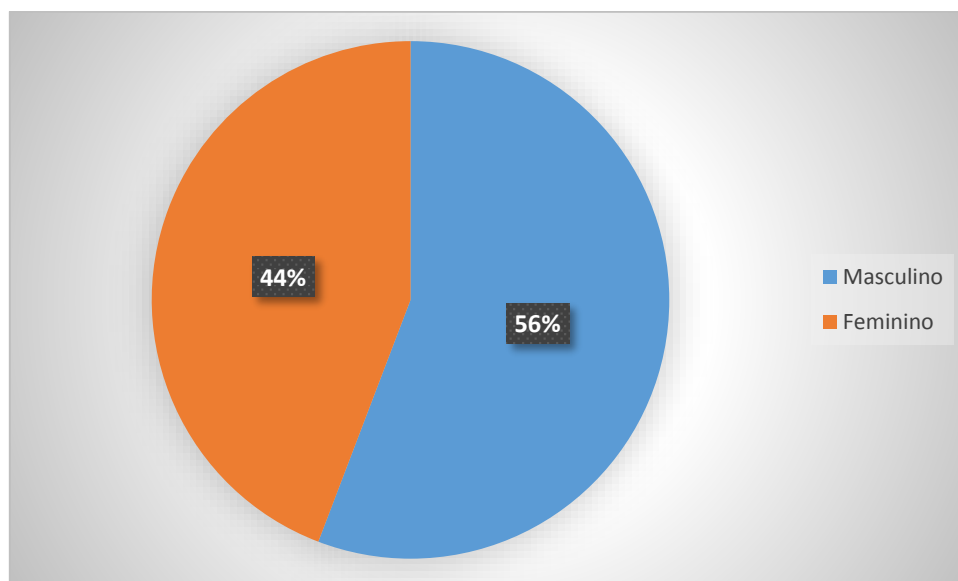
A pesquisa foi realizada pelo Instituto Fecomércio/AL de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento – IFEPD/AL no período de 17 a 19 de maio de 2017. Durante o período, as entrevistas foram realizadas em ambientes de consumo de grande circulação. A técnica utilizada foi de pesquisa quantitativa por amostragem. 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.

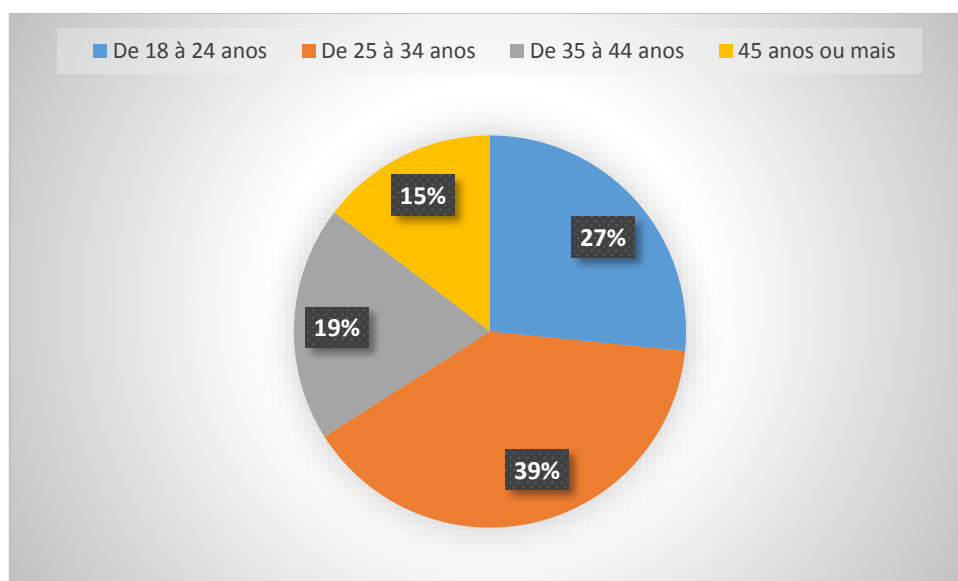
4. PERFIL DOS ENTREVISTADOS

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



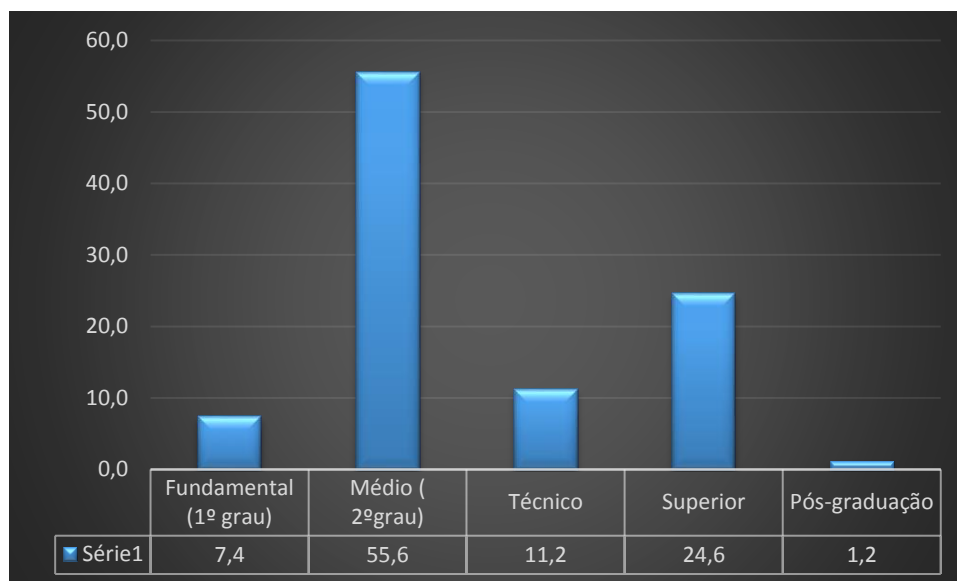
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 2 – Perfil etário dos entrevistados (em %)



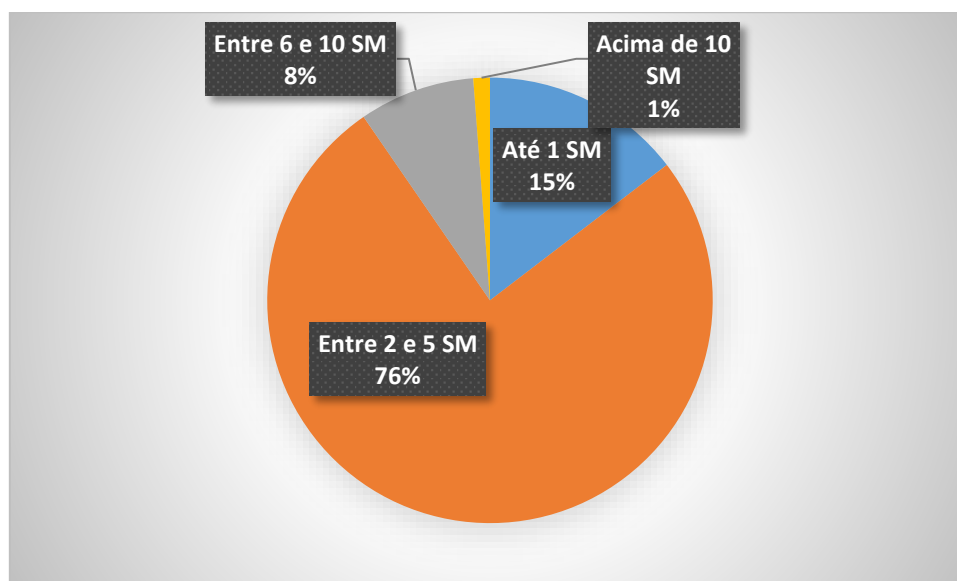
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

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



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

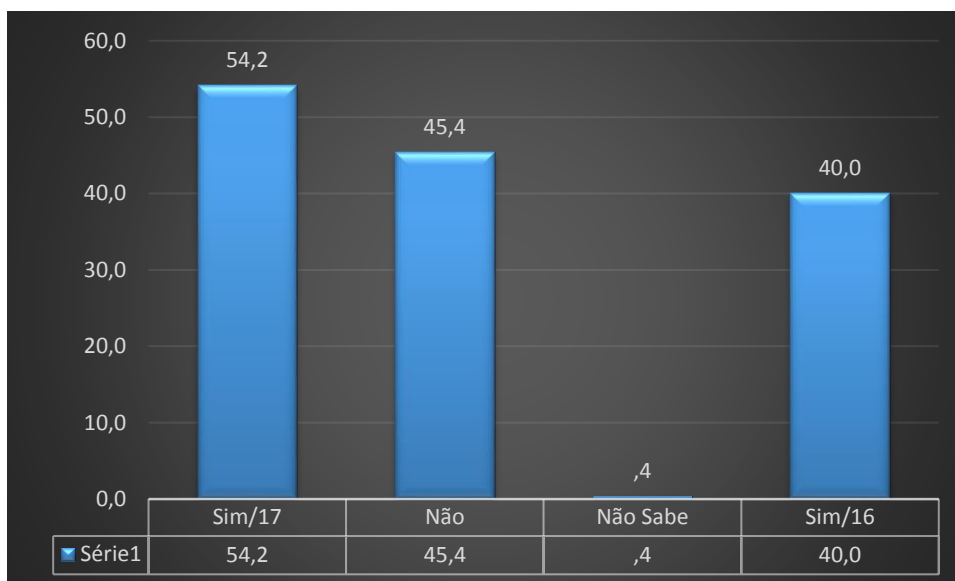
Gráfico 4 – Perfil de renda dos entrevistados (em %)



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

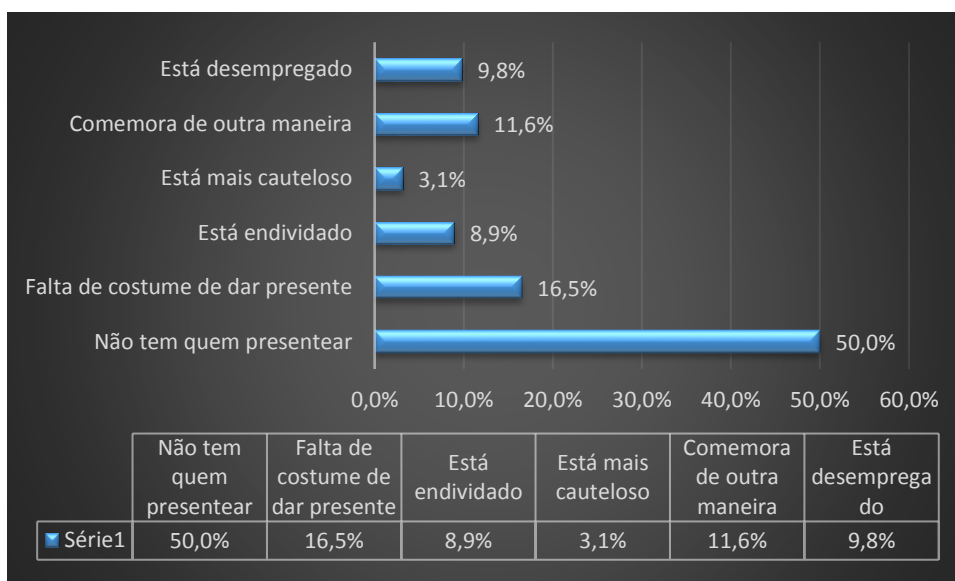
5. RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA

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



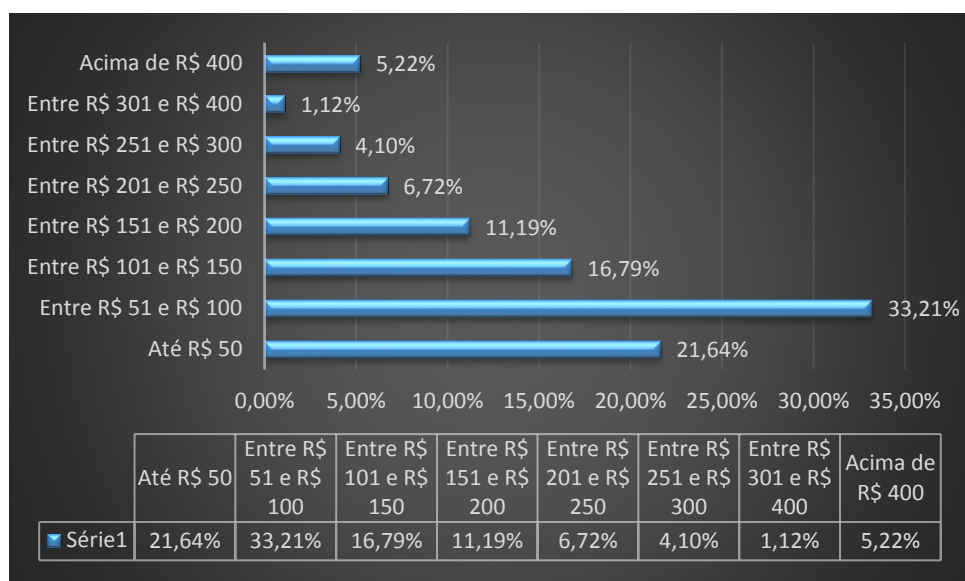
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 6 – Se “não” qual o motivo de não presentear? (apenas para os 45,8% entre “não” e “não sabe”)



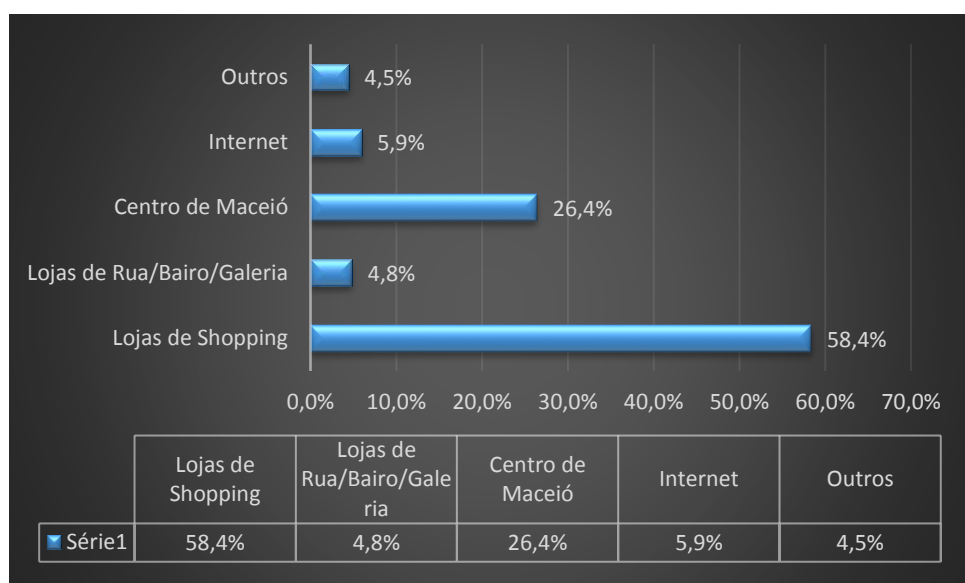
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

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



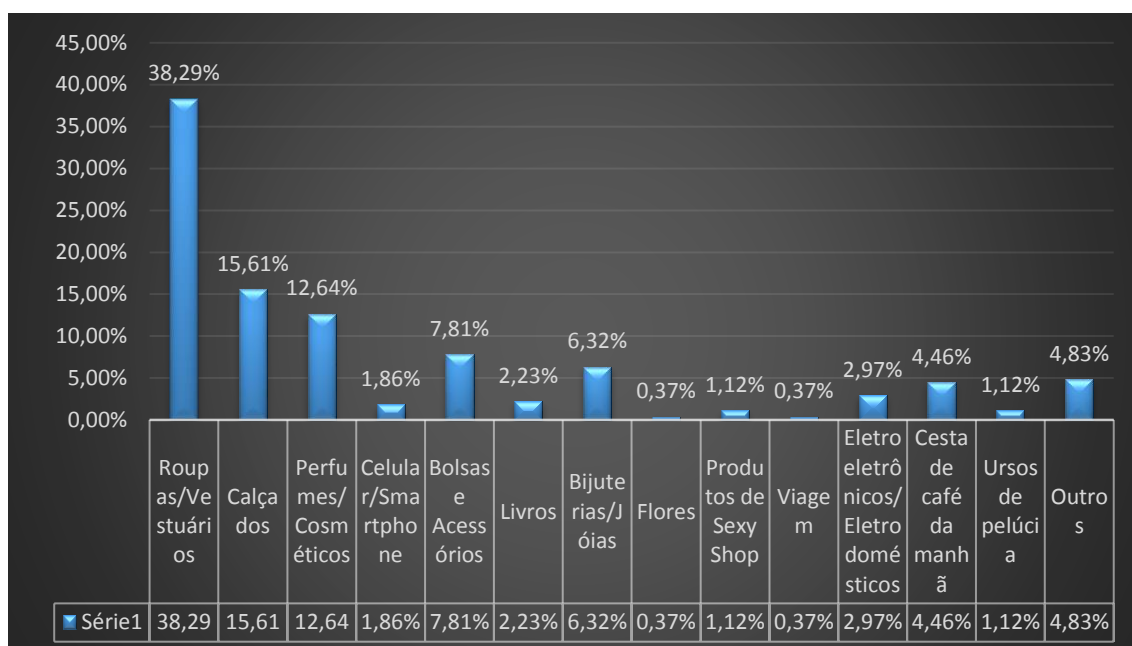
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

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



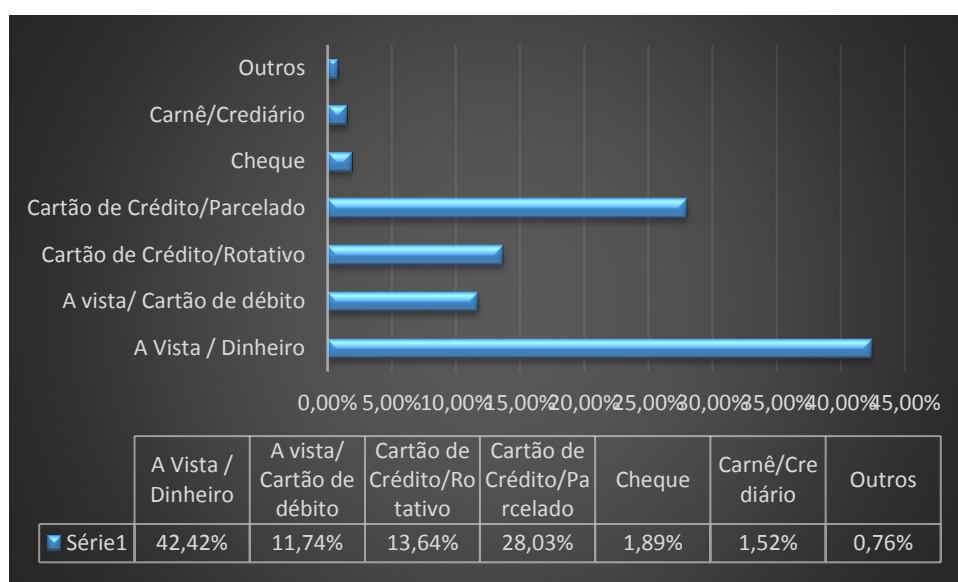
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

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



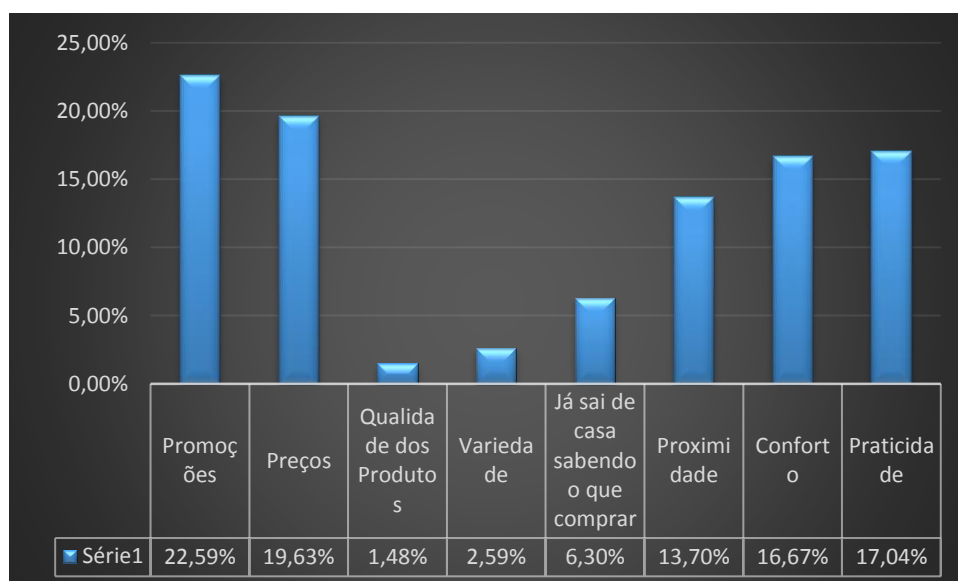
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

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



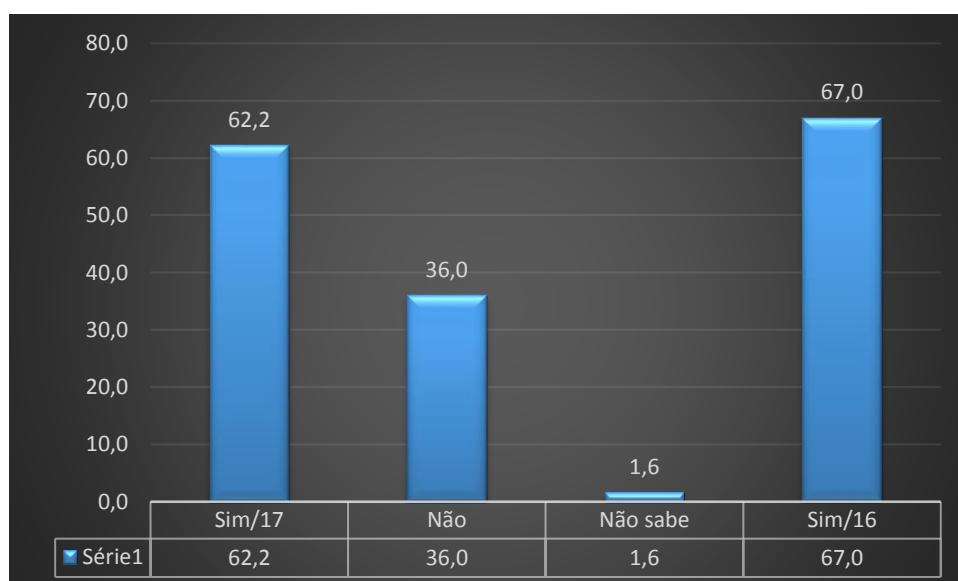
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

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



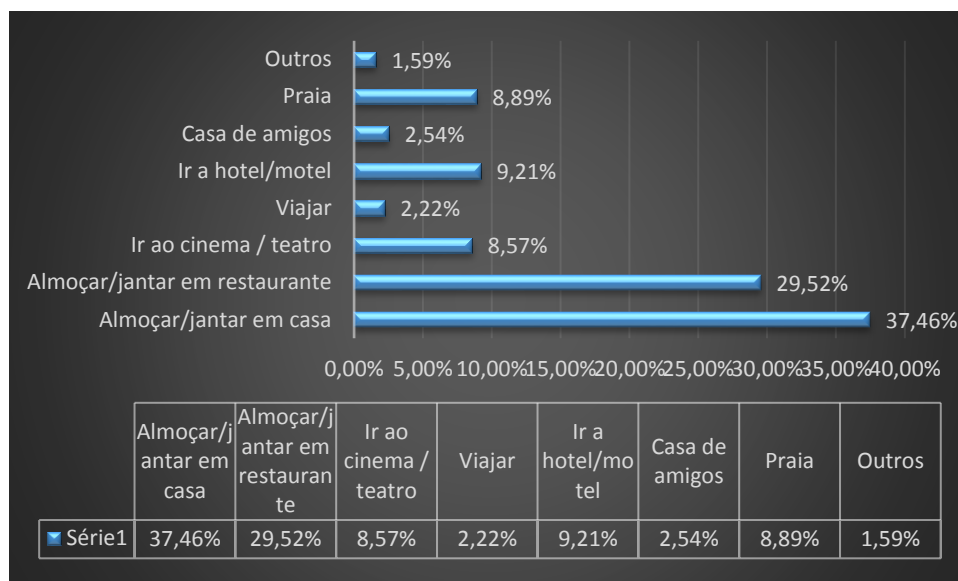
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

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 62,2% que sairão para comemorar)



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