

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE ALAGOAS
INSTITUTO FECOMÉRCIO DE ESTUDOS, PESQUISAS E
DESENVOLVIMENTO DE ALAGOAS

Relatório sobre a Pesquisa de Intenção de Consumo na Páscoa (2019)

Instituto Fecomércio de Pesquisas de Alagoas

Maceió, abril de 2019

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

Vagner Cavalcanti

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

A Páscoa chegou, momento de comunhão e reflexão para muitos. Contudo, não deixa de ser espaço para o Comércio, Serviços e microempreendedores faturarem. Seja por meio dos tradicionais Ovos de Páscoa (caseiros ou industrializados), barras de chocolate, caixas de bombom, vinhos, frutos do mar ou para aqueles que aproveitam o período para viajar e descansar.

Hoje, a Páscoa figura entre o quinto e o sexto lugar em vendas, quando comparado com as demais datas festivas. Para entender melhor o cenário de realização de consumo e para efeito comparativo, a Federação do Comércio de Alagoas, em conjunto com o Instituto Fecomércio de Pesquisas de Alagoas, foi a campo para determinar o nível de consumo da população de Maceió, com a intenção de subsidiar os empresários dos mais diversos nichos de comércio e serviços da região, permitindo-os rever e prever melhor seus níveis de estoque e de demanda, além de informar a sociedade o nível de atividade econômica da capital de Alagoas.

2. ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

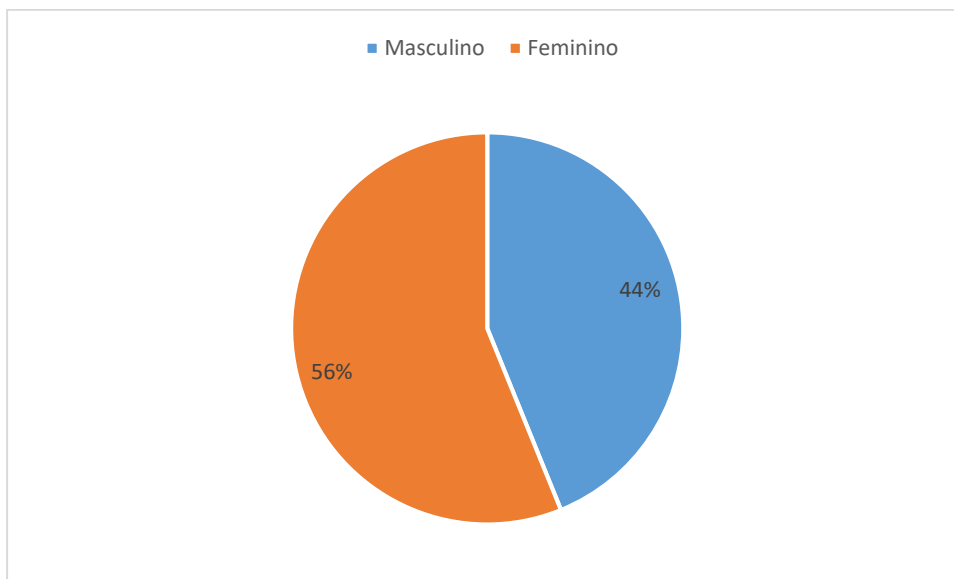
A pesquisa foi realizada pelo Instituto Fecomércio/AL de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento – IFEPD/AL no período de 01 a 03 de abril de 2019. Durante o período as entrevistas foram realizadas em ambientes de consumo de grande circulação. A técnica utilizada foi de pesquisa quantitativa/qualitativa 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%. (2,5% para mais ou para menos).

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.

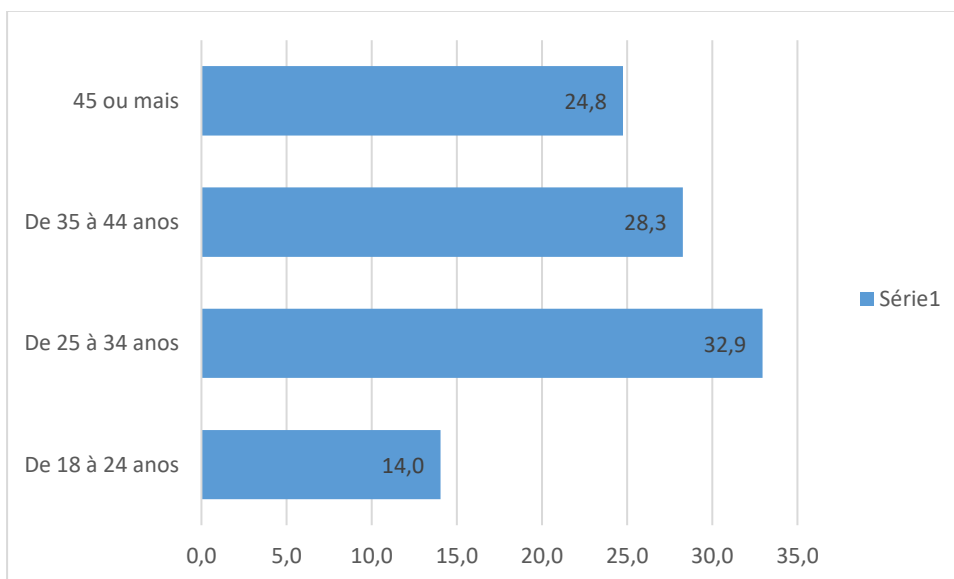
4. PERFIL DOS ENTREVISTADOS

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

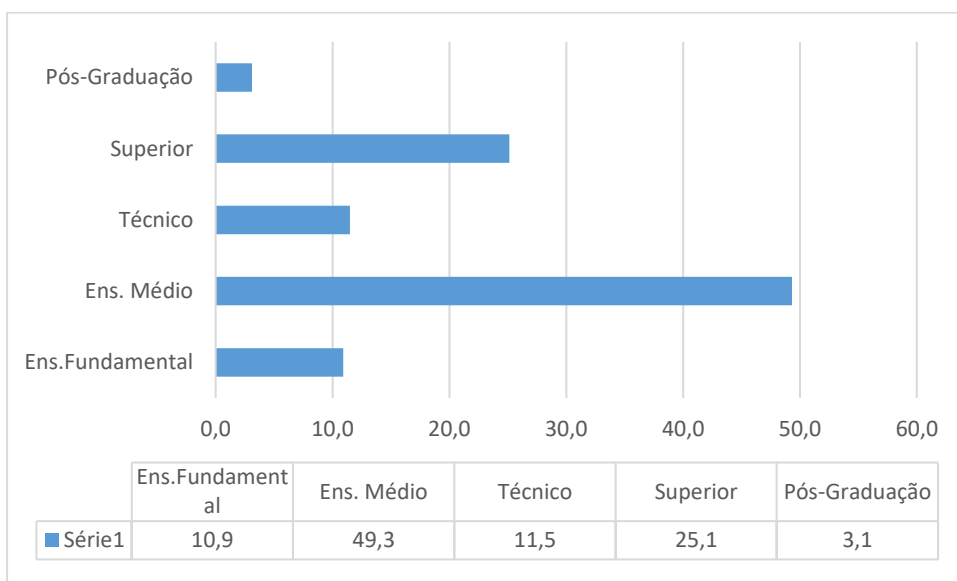


Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

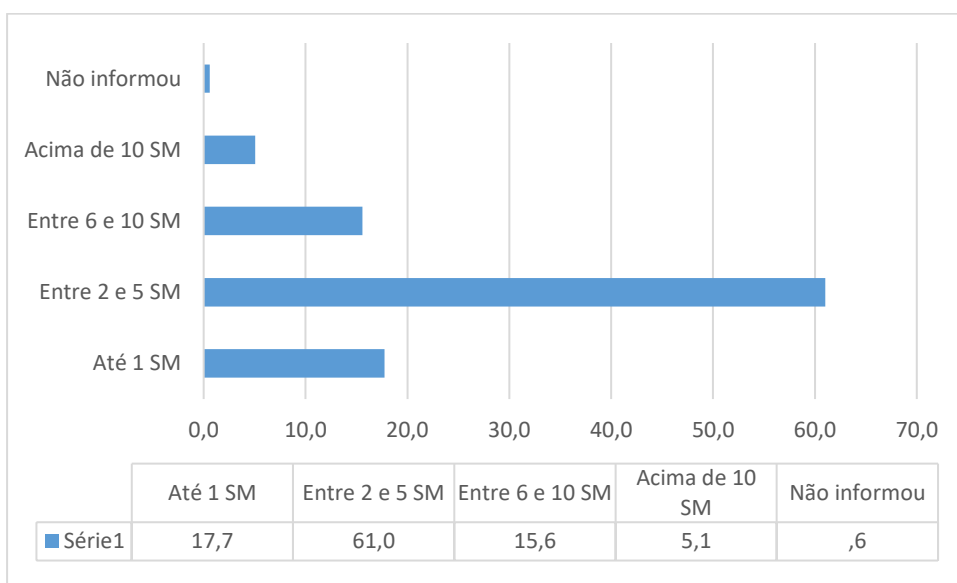
Gráfico 2 – Perfil etário dos entrevistados (em %)



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

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

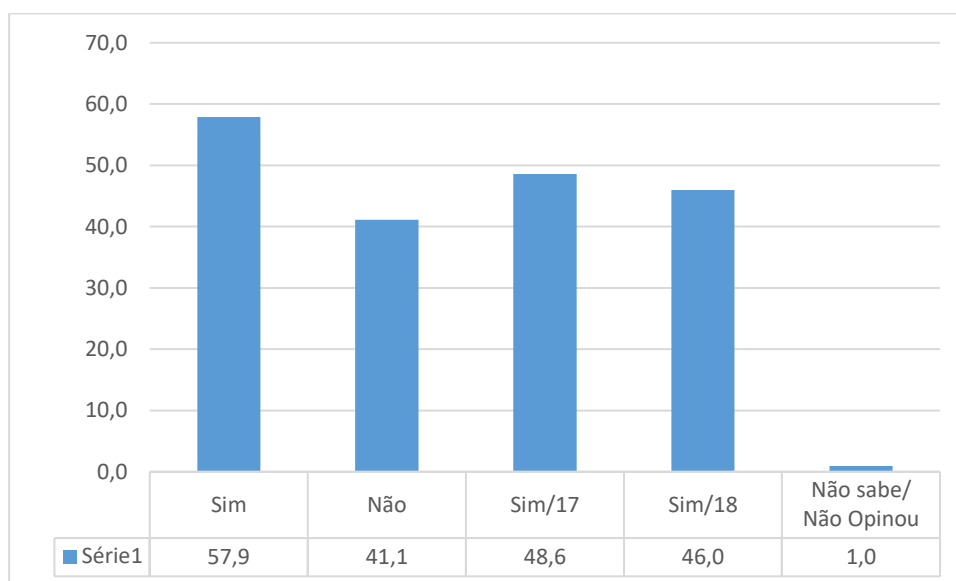
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

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

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

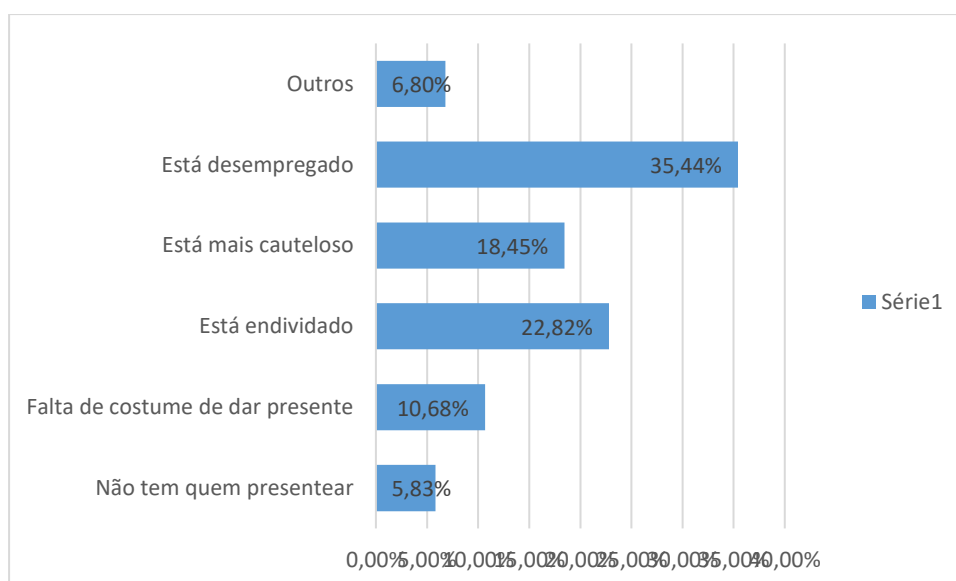
5. RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA

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

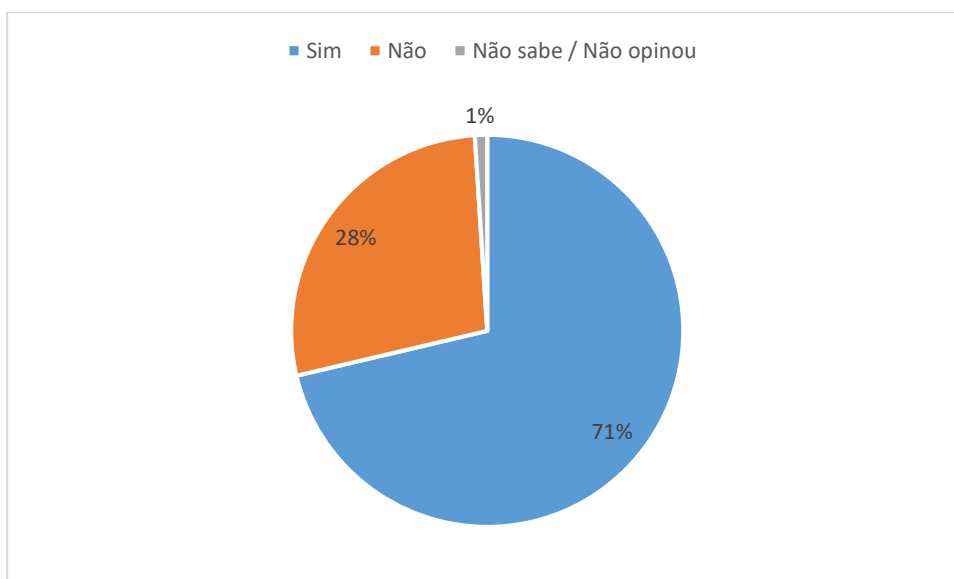


Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

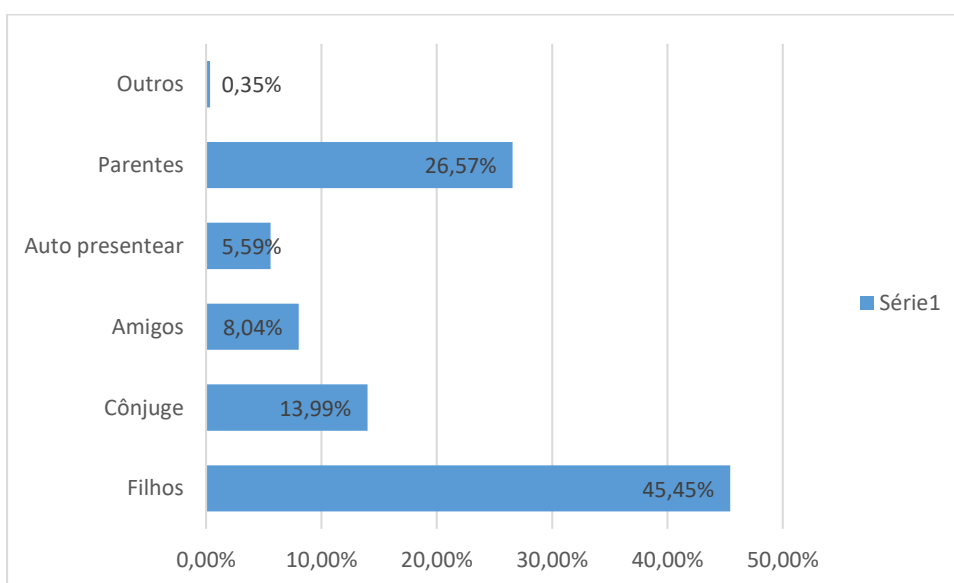
Gráfico 6 – Se o Sr.(a) NÃO vai adquirir qual seria o principal motivo? (% em relação aos 41,1% que indicaram não comprar este ano)



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

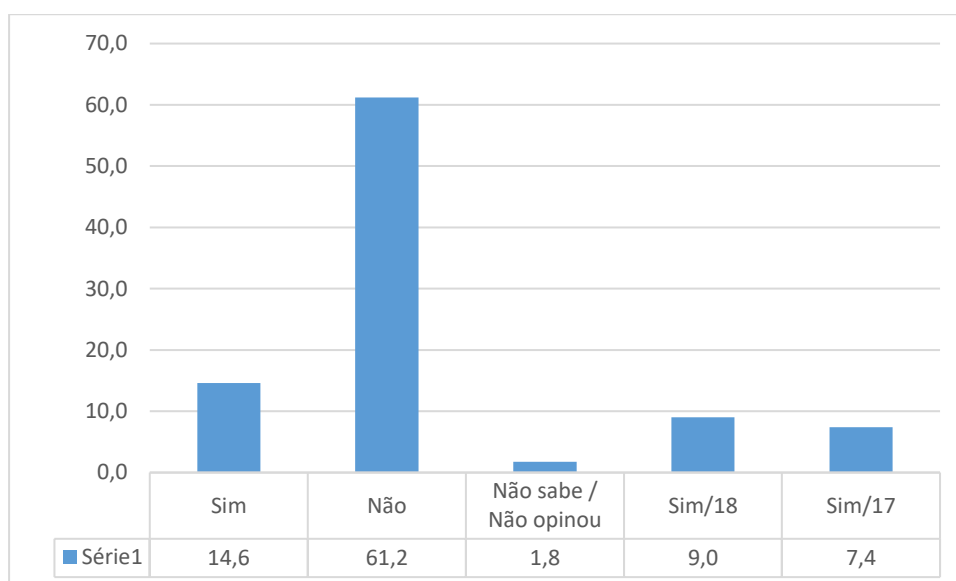
Gráfico 7 – O Sr.(a) pretende presentear alguém com Ovos de Páscoa?

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

Gráfico 8 – Quem você pretende presentear com Ovos de Páscoa?

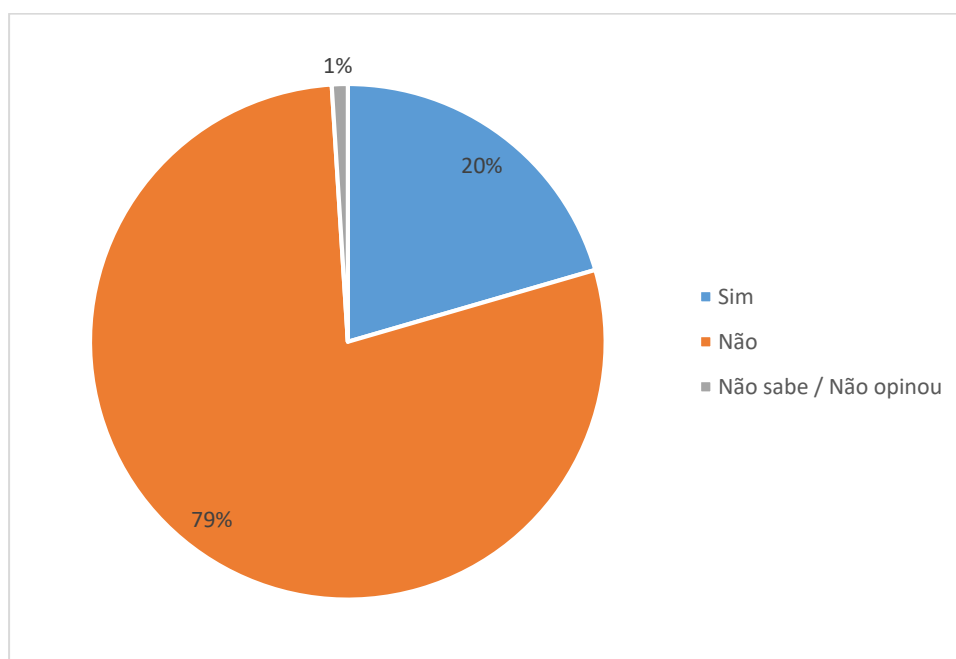
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 9 – O Sr.(a) pretende trocar Ovos de Páscoa de grandes marcas por Ovos de fabricação caseira?



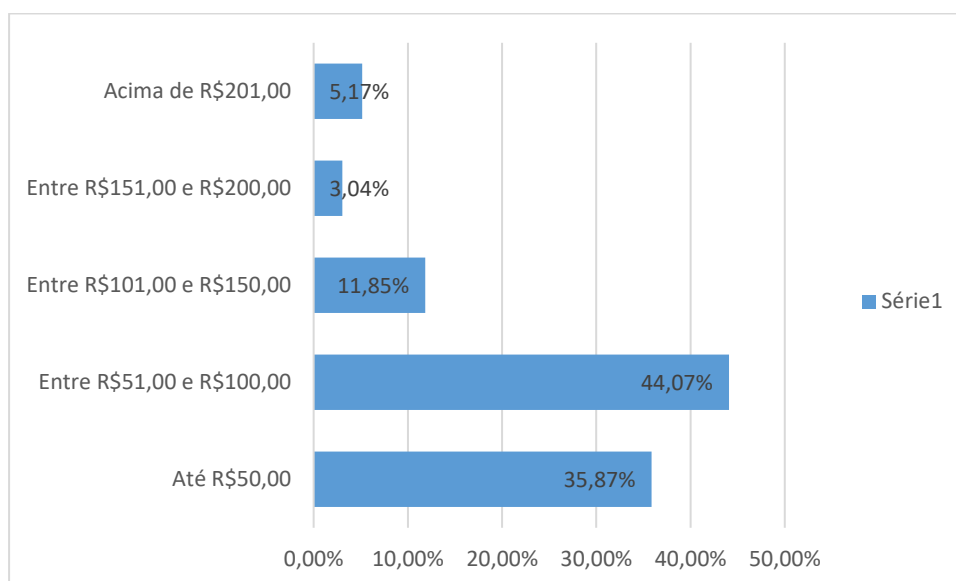
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 10 – Você pretende trocar Ovos de Páscoa de grandes marcas por barras de chocolate?



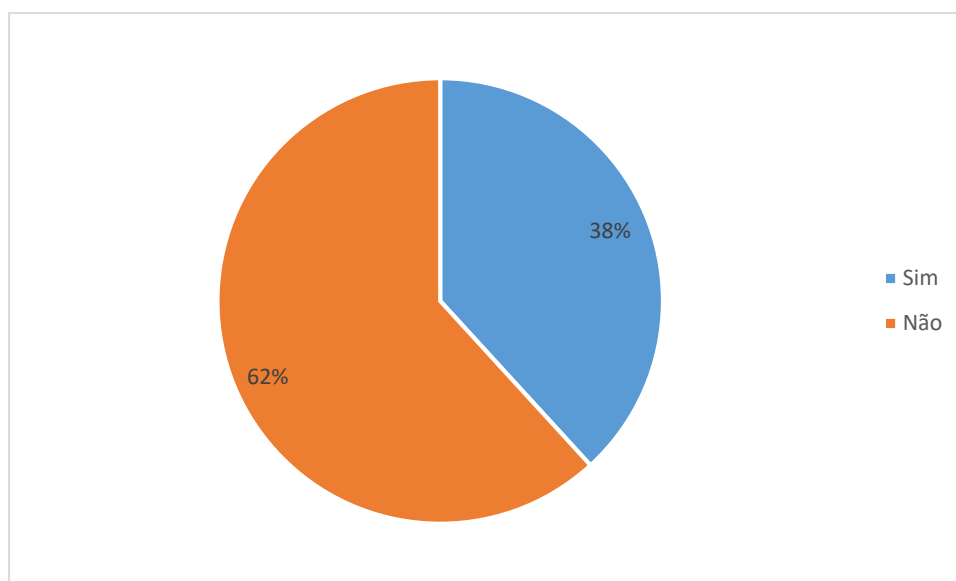
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 11 – Quanto você pretende gastar com Ovos de Páscoa, sejam eles caseiros ou industrializados e barras de chocolate?



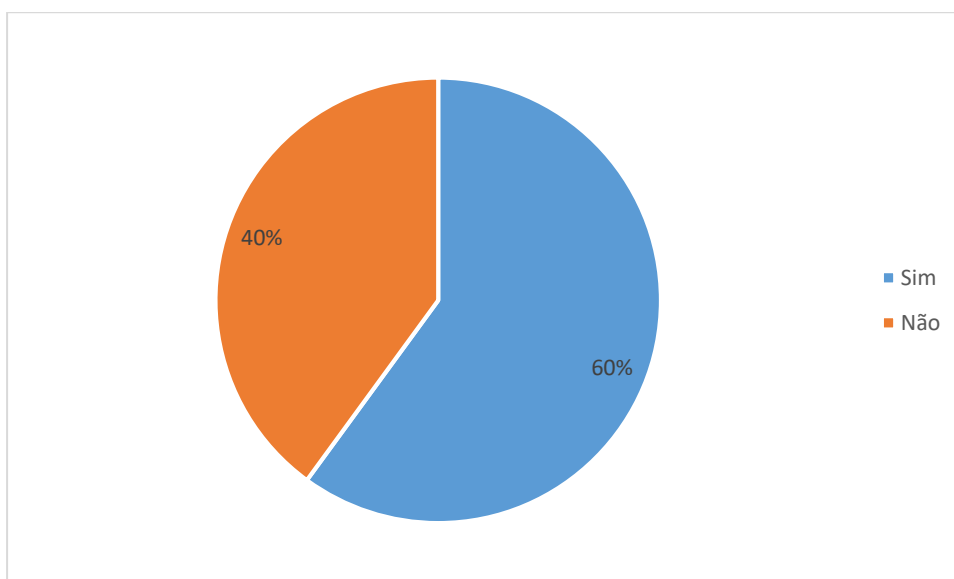
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 12 – O Sr. (a) pretende comprar vinho especialmente para a data?



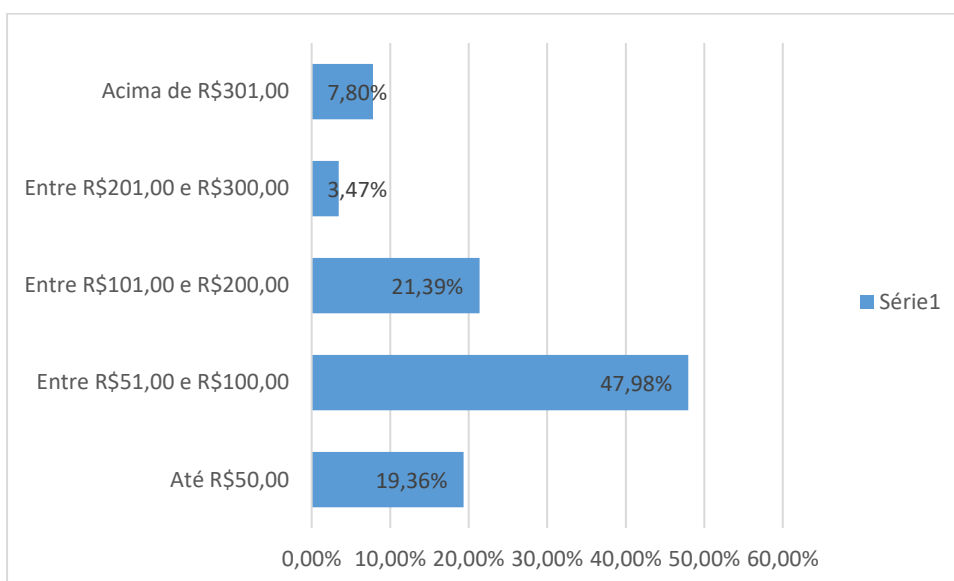
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 13 – O Sr.(a) pretende comprar frutos do mar especialmente para essa data?



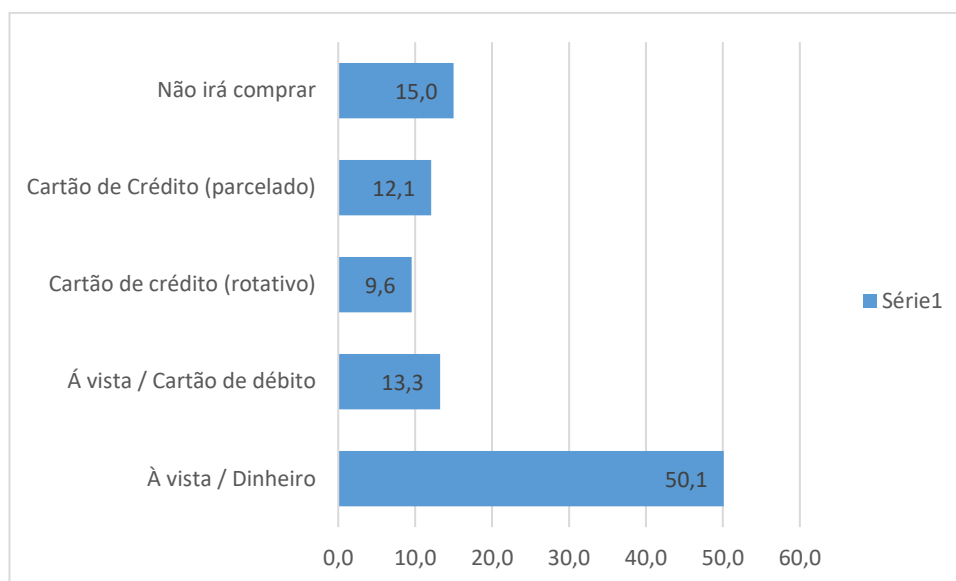
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 14 – Quanto o Sr.(a) pretende gastar adquirindo vinhos, frutos do mar e outros produtos especialmente para a data?



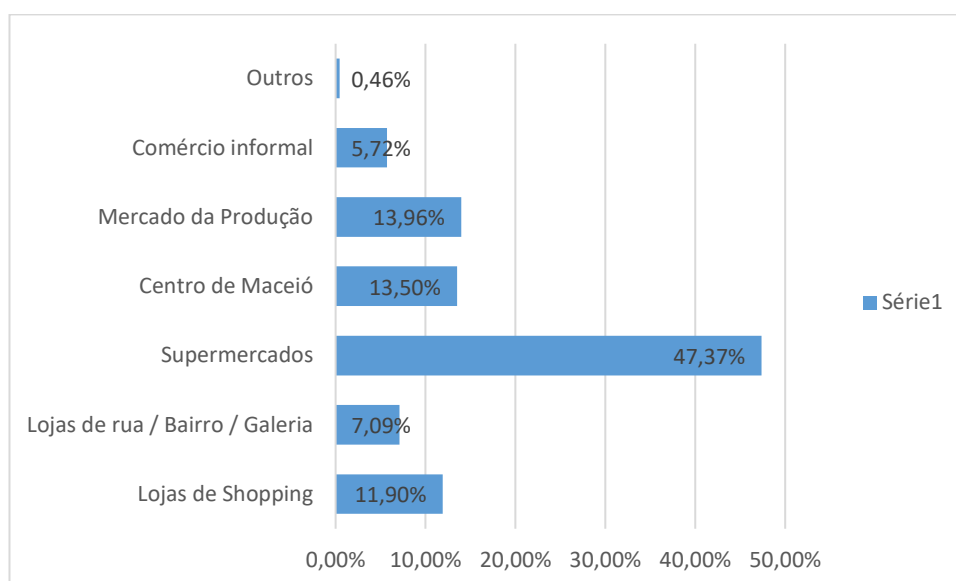
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 15 – Qual será a principal forma de pagamento dos produtos (ovos, vinhos, frutos do mar e etc.)?



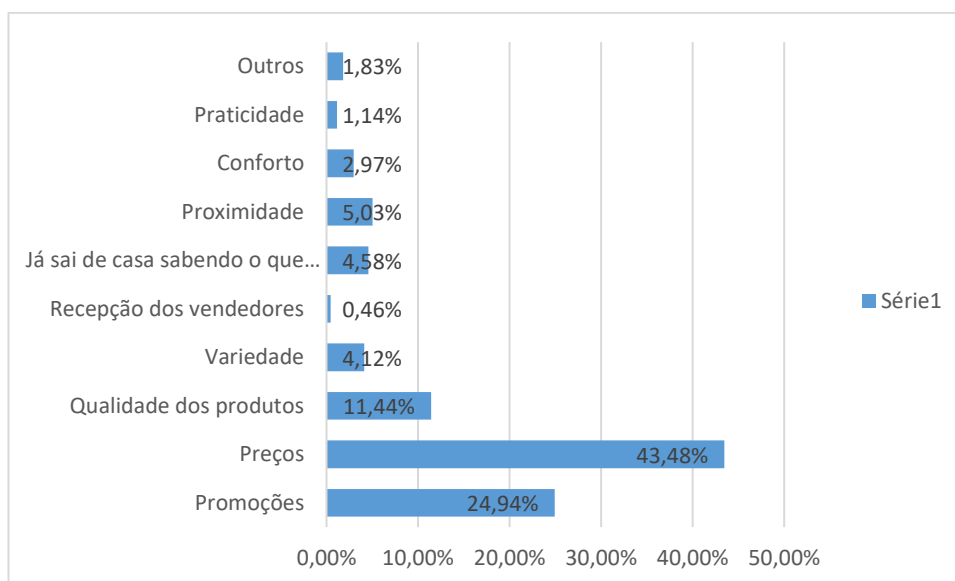
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 16 – Onde o Sr.(a) pretende realizar as compras para a Páscoa?



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

Gráfico 17 – Qual o principal motivo que lhe influencia a entrar em um determinado local de compra?



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