



FACULDADES ALVES FARIA - ALFA

DIRETORIA PÓS-GRADUAÇÃO EXTENSÃO E CONSULTORIA

CENTRO DE PESQUISAS ECONÔMICAS ALFA/CDL

**INTENÇÃO DE COMPRAS DO DIA DOS NAMORADOS**

**2009/2010/2011**

GOIÂNIA

2011

## 1. INTRODUÇÃO.

Este trabalho apresenta os resultados da pesquisa social aplicada, baseada em questionários, sobre intenção de compras para o dia dos namorados. Realizada pelo **Centro de Pesquisas Econômicas e Mercadológicas (CEPEM) das Faculdades Alves Farias (ALFA) e Câmara de Dirigentes Lojistas do Estado de Goiás (CDL) entre os dias 25 e 27 de maio de 2011.**

A pesquisa teve como objetivo mensurar as intenções de compras para o Dia dos Namorados de 2011. Utilizamos os seguintes critérios: foram realizadas 482 entrevistas em diversos locais da Grande Goiânia, dentre eles se destacam Av. Bernardo Sayão, Centro, Av. 85 e Shoppings. A pesquisa colheu informações sócio-econômicas, de intenção de compras e características dos namorados.

Na seção sócio-econômica, os entrevistados responderam as seguintes questões:

- Sexo<sup>1</sup>?
- Qual a sua escolaridade?
- Qual é a sua faixa etária?
- Qual a renda?

De posse dessas informações, identificamos a influência que características sócio-econômicas têm em relação à intenção de compras para o dia dos Namorados.

Na seção de intenção de compras, os entrevistados responderam as seguintes questões :

- Quem você pretende presentear?
- O que pretende presentear?
- Quanto você pretende gastar?
- Onde pretende comprar?
- Qual a forma de pagamento preferida?

---

<sup>1</sup> Essa pergunta não foi feita diretamente ao entrevistado e, sim, respondida pelo entrevistador através dos traços físicos do entrevistado.

De posse dessas informações, foi possível medir quais as preferências dos entrevistados para o Dia dos Namorados.

Na questão direcionada ao perfil dos namorados, foi perguntado:

- Como você define seu namorado?
- Qual a característica física que você mais gosta?
- Qual a nota você daria para o seu namorado hoje?

De posse dessas informações, foi possível inferir qual a relação entre os namorados, suas preferências, afetividade e as características físicas.

Na questão direcionada ao desejo de receberem presentes:

- Você ganhou presente no ano passado?
- O que você gostaria de ganhar neste Dia dos Namorados?

De posse destas informações, mensuramos a quantidade de namorados (as) que ganharam presentes no ano anterior e a preferência pelo que ganhar este ano.

Essa pesquisa possui duas finalidades principais: a primeira é acadêmica, onde professores e alunos colocam em prática a teoria trabalhada em sala de aula nos cursos das Faculdades Alves Faria (ALFA); a segunda tem cunho econômico-comercial e propicia à Câmara de Dirigentes Lojistas de Goiânia (CDL) instrumentos para auxiliar seus associados a montarem suas estratégias de vendas para o Dia dos Namorados.

## **2. METODOLOGIA.**

A pesquisa realizada seguiu os critérios teóricos e práticos de uma pesquisa social aplicada, baseada em questionários realizados pessoalmente, onde o entrevistado é questionado diretamente pelo entrevistador.

Como população útil para essa pesquisa, foram consideradas todas as pessoas de ambos os sexos com faixa etária a partir de 16 anos de idade. A amostra foi selecionada seguindo o critério da conveniência, onde o entrevistador escolhe o entrevistado de forma aleatória.

Foram aplicados 482 questionários. Segundo a teoria da amostragem, populações acima de cem mil elementos são consideradas grandes populações, como é o caso do número de pessoas que poderão presentear alguém no Dia dos Namorados. A amostra mínima com um nível de significância de 95% e com margem de erro de 5% seria de aproximadamente 378 questionários.

A pesquisa foi realizada entre os dias 25 e 27 de maio de 2011, atendendo ao pedido da entidade patrocinadora, no caso, a Câmara de Dirigentes Lojistas de Goiânia.

Os entrevistadores foram recrutados e selecionados dentro dos quadros discentes das Faculdades Alves Faria nos cursos de Ciências Econômicas, Administração de Empresas e Turismo. Todos receberam treinamento específico para esse trabalho.

Foi realizada uma pesquisa piloto nos limites das Faculdades Alves Faria, com aplicação de 100 questionários, para servir como refinamento do questionário e treinamento dos entrevistadores. Os resultados obtidos na pesquisa piloto foram corroborados pelos resultados da pesquisa definitiva.

A equipe técnica responsável pela pesquisa é formada por professores da ALFA, coordenados pelo Prof<sup>o</sup> Ms. Aurélio Troncoso.

## **3. CONSTATAÇÕES DA PESQUISA.**

Foram entrevistadas 494 pessoas entre os dias 25 e 27 de maio 2011, em locais de comércio de rua: Av.85 , Avenida Bernardo Sayão, Centro e Shoppings.

A população pesquisada apresentou as seguintes distribuições sócio-econômicas:

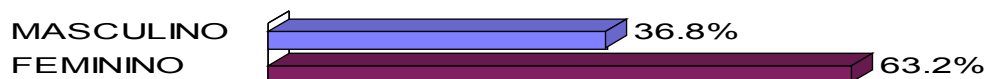
**A. DISTRIBUIÇÕES SÓCIO-ECONÔMICAS.**

**SEXO 2009**



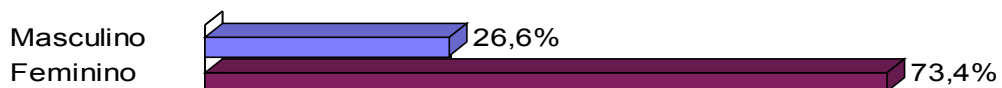
**FONTE – CDL/ALFA – 2009**

**SEXO - 2010**



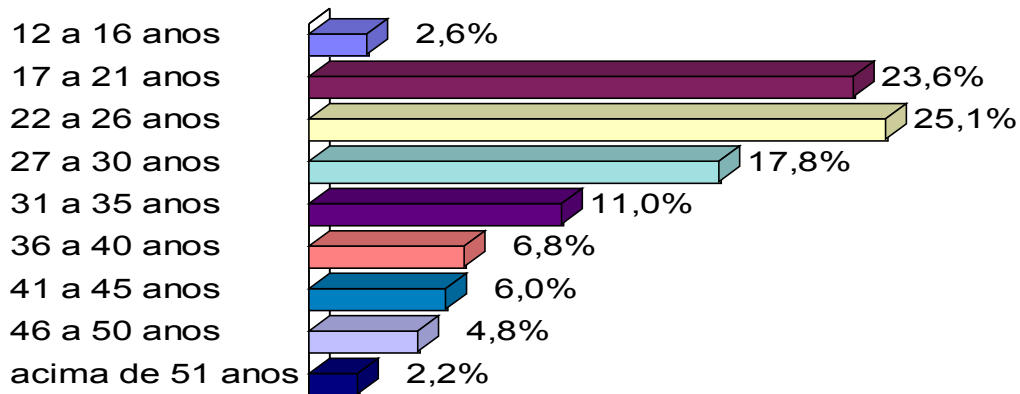
**FONTE – CDL/ALFA – 2010**

**SEXO - 2011**



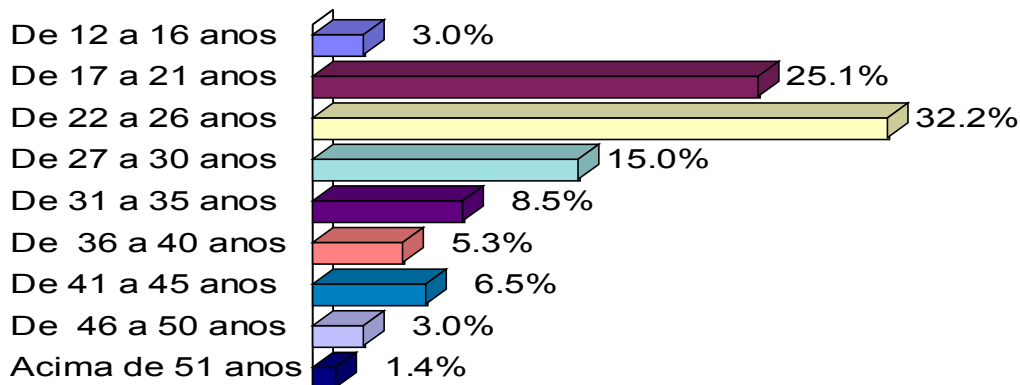
**FONTE – CDL/ALFA – 2011**

### QUAL SUA FAIXA ETÁRIA 2009



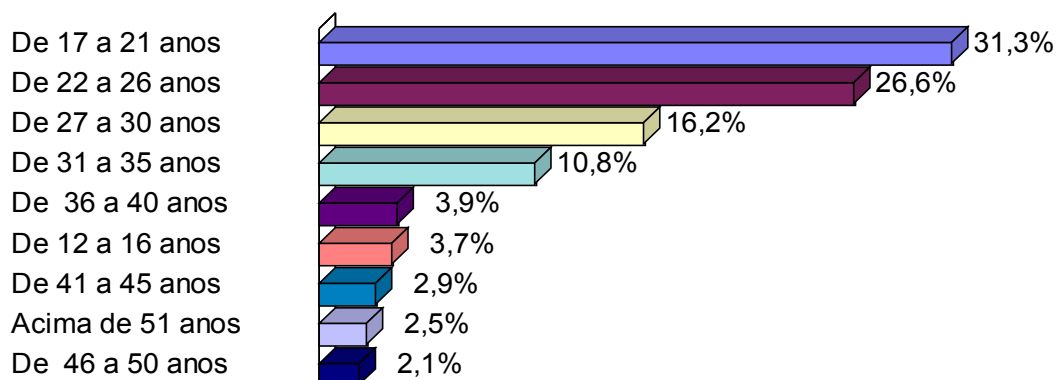
FONTE – CDL/ALFA – 2009

### QUAL SUA FAIXA ETÁRIA - 2010



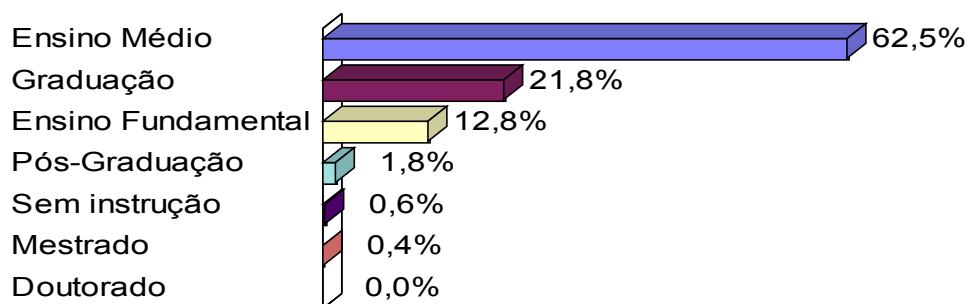
FONTE – CDL/ALFA – 2010

### QUAL SUA FAIXA ETÁRIA - 2011



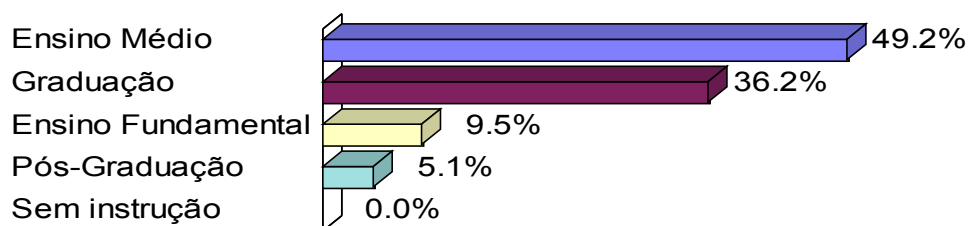
FONTE – CDL/ALFA – 2011

### ESCOLARIDADE 2009



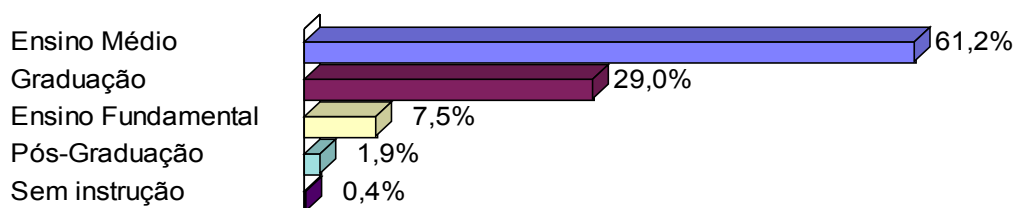
FONTE – CDL/ALFA – 2009

### ESCOLARIDADE - 2010



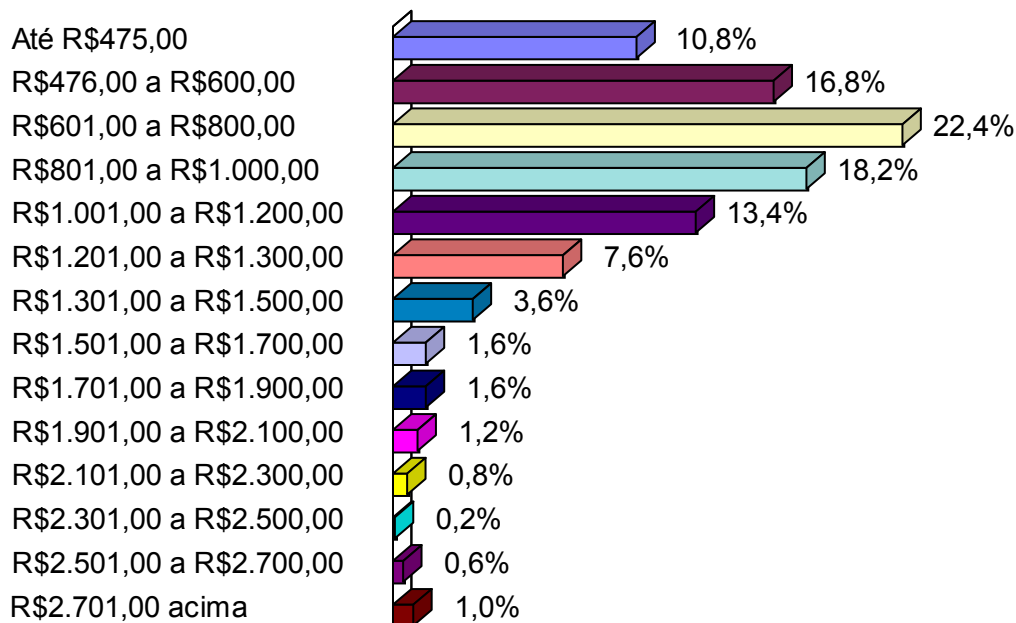
FONTE – CDL/ALFA – 2010

### ESCOLARIDADE - 2011



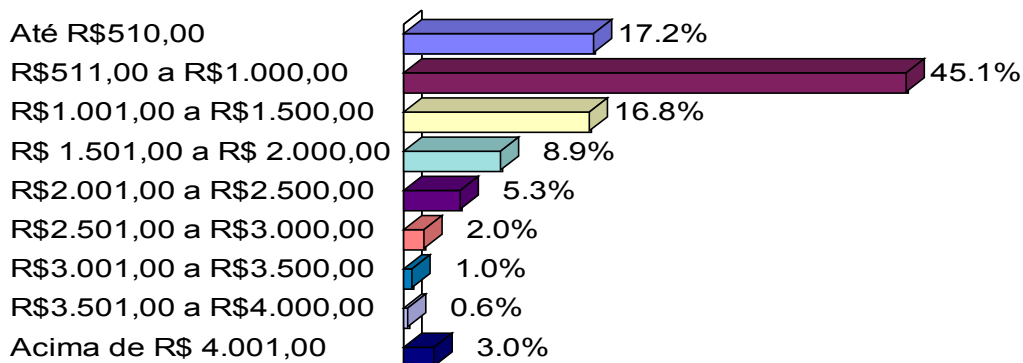
FONTE – CDL/ALFA – 2011

### RENDA MENSAL 2009



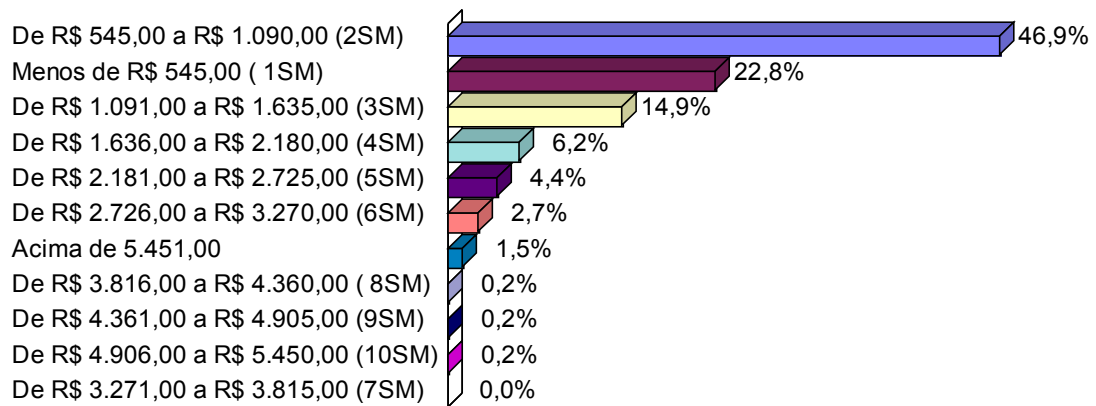
FONTE – CDL/ALFA – 2009

### RENDA MENSAL -2010



FONTE – CDL/ALFA – 2010

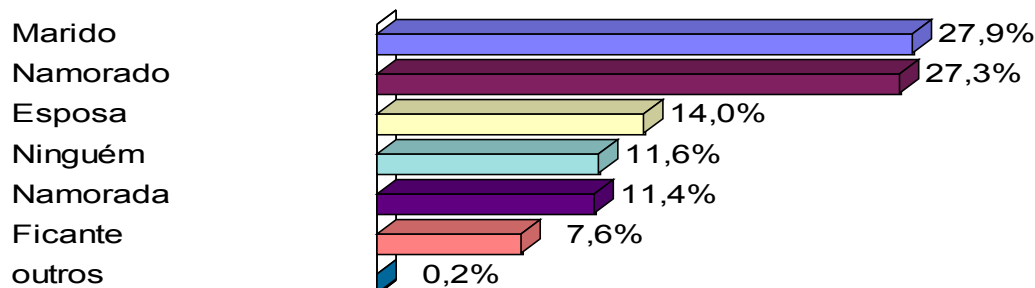
## RENDA MENSAL - 2011



**FONTE – CDL/ALFA – 2011**

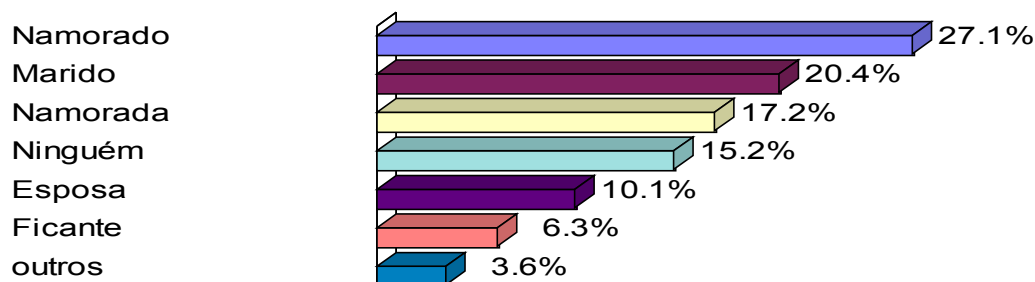
### 3.2 DISTRIBUIÇÃO QUANTO INTENÇÃO DE PRESENTEAR.

#### QUEM PRESENTEAR 2009



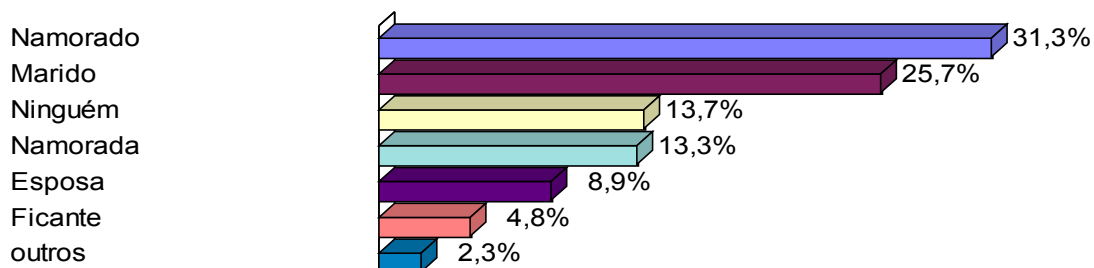
FONTE – CDL/ALFA – 2009

#### QUEM PRESENTEAR - 2010



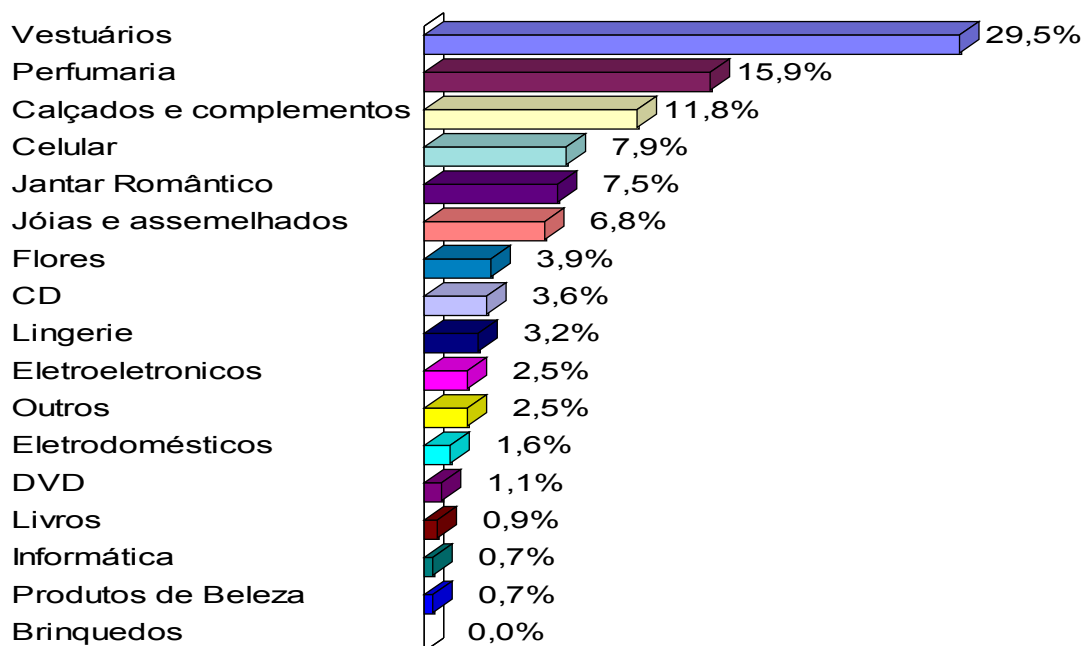
FONTE – CDL/ALFA – 2010

#### QUEM PRESENTEAR - 2011



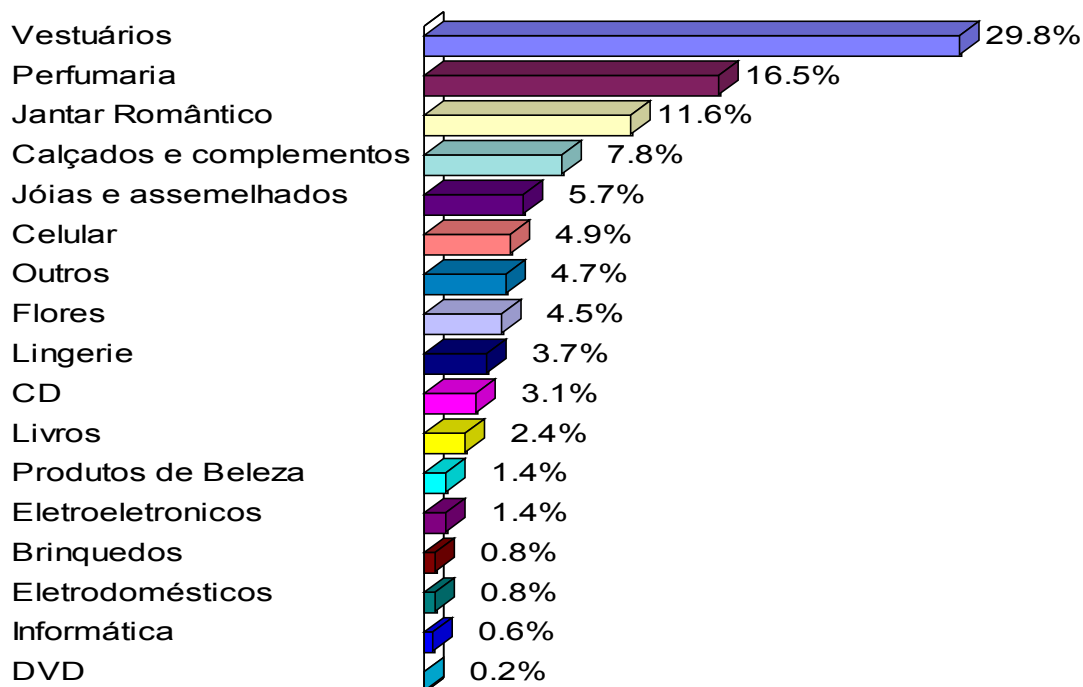
FONTE – CDL/ALFA – 2011

## O QUE PRESENTEAR 2009



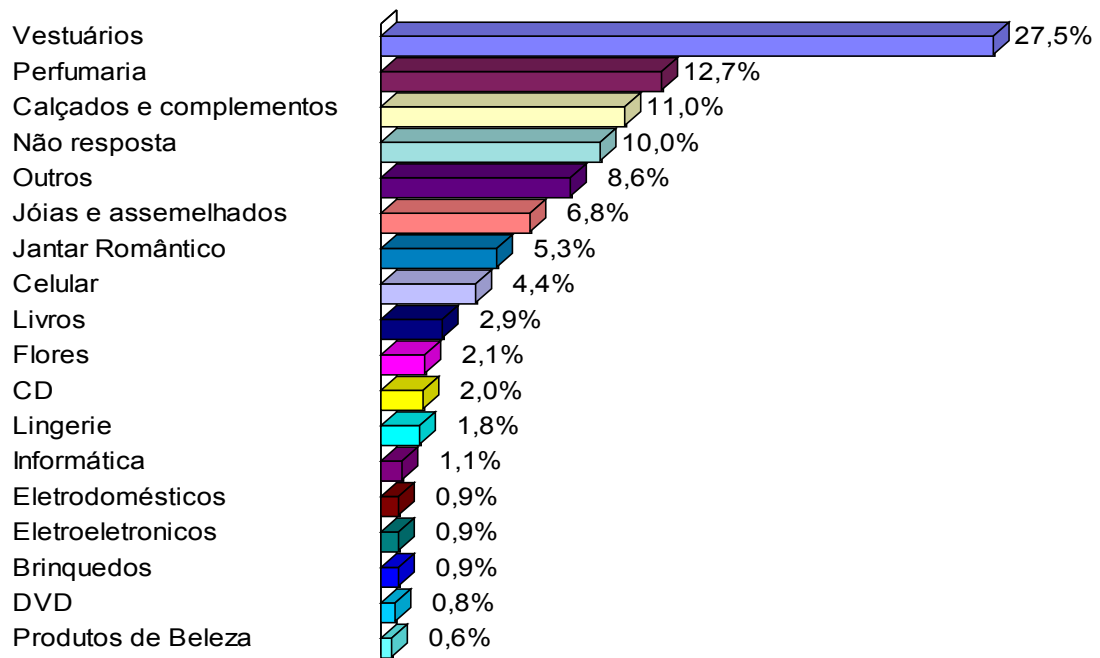
FONTE – CDL/ALFA – 2009

## O QUE PRESENTEAR - 2010



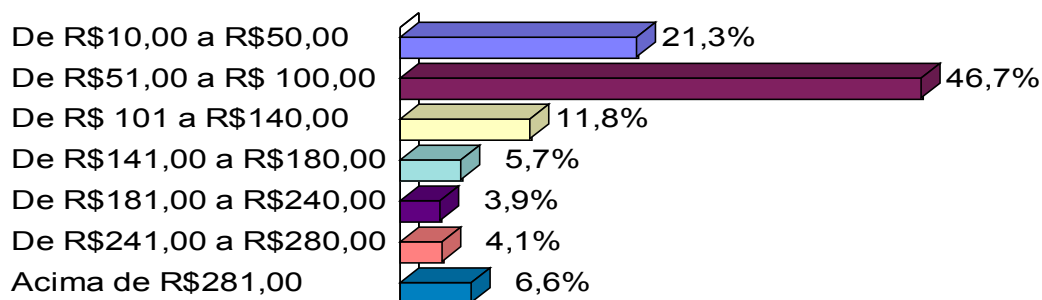
FONTE – CDL/ALFA – 2010

## O QUE PRESENTEAR - 2011



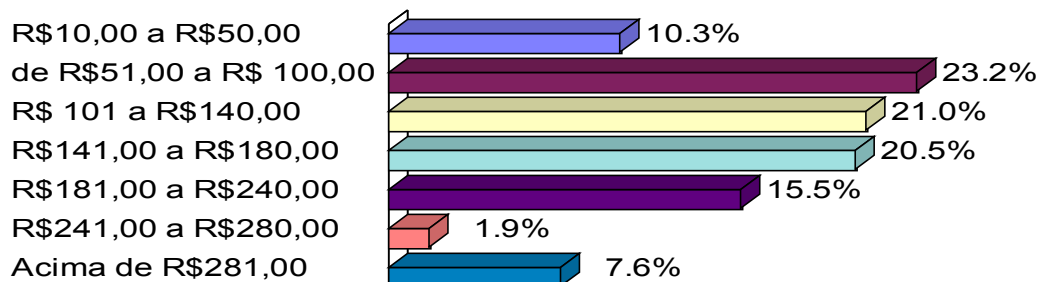
FONTE – CDL/ALFA – 2011

### QUANTO GASTAR 2009



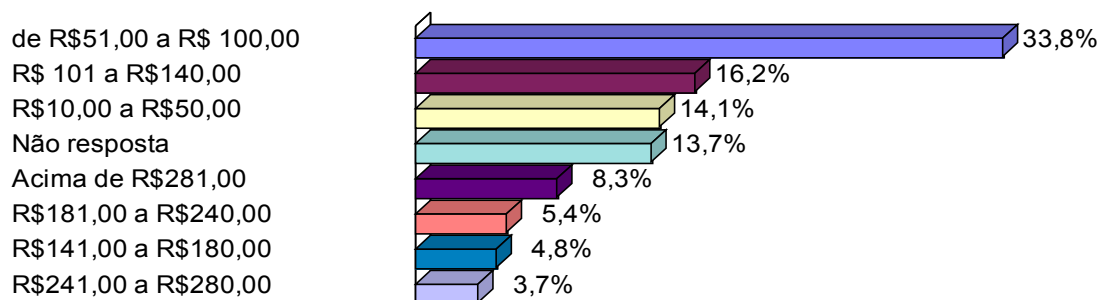
FONTE – CDL/ALFA – 2009

### QUANTO GASTAR - 2010



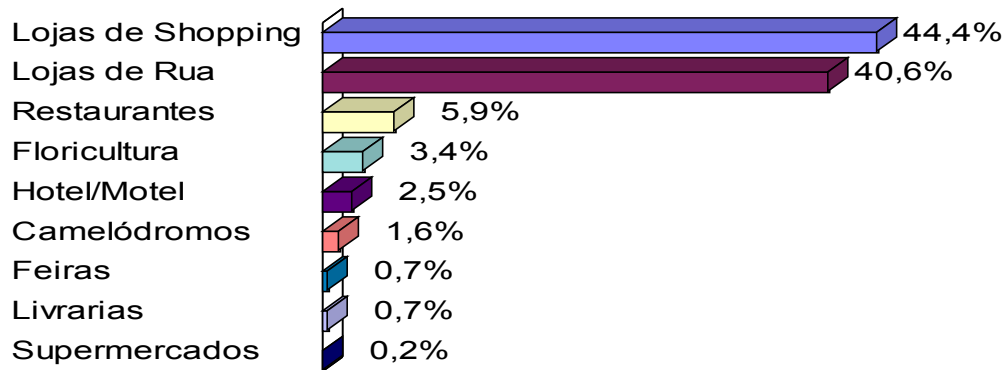
FONTE – CDL/ALFA – 2010

### QUANTO GASTAR - 2011



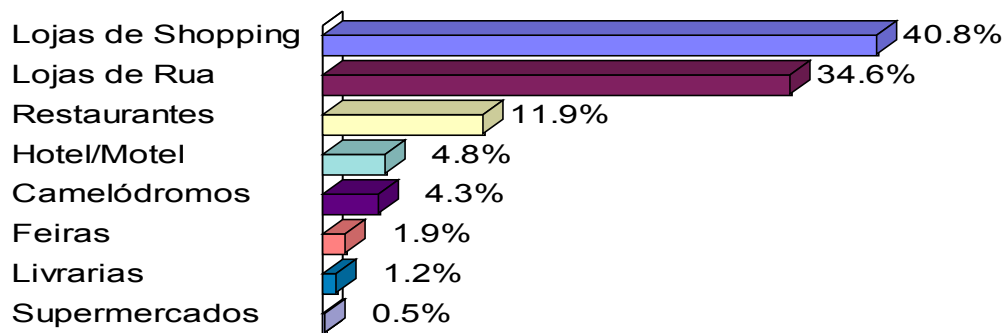
FONTE – CDL/ALFA – 2011

### ONDE COMPRAR 2009



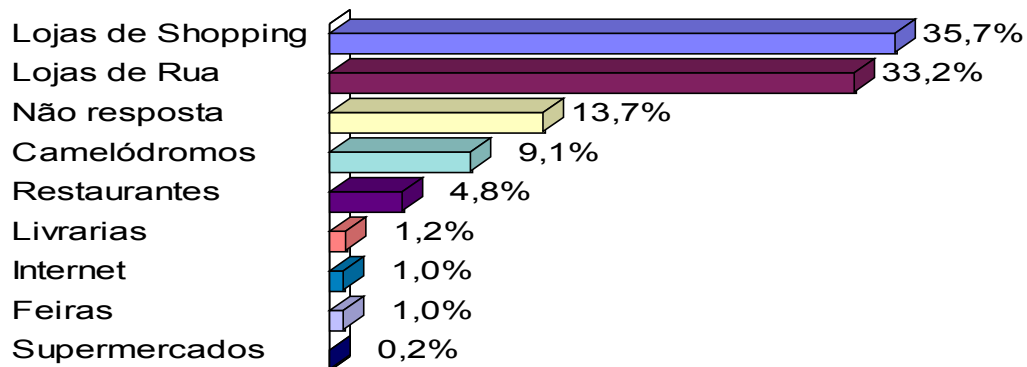
FONTE - CDL/ALFA - 2009

### ONDE COMPRAR - 2010



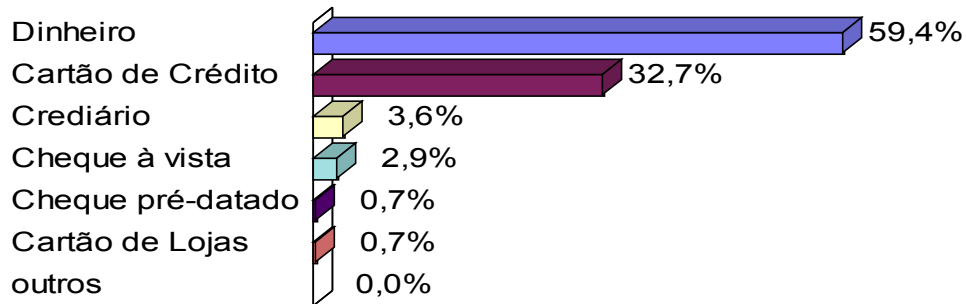
FONTE - CDL/ALFA - 2010

### ONDE COMPRAR - 2011



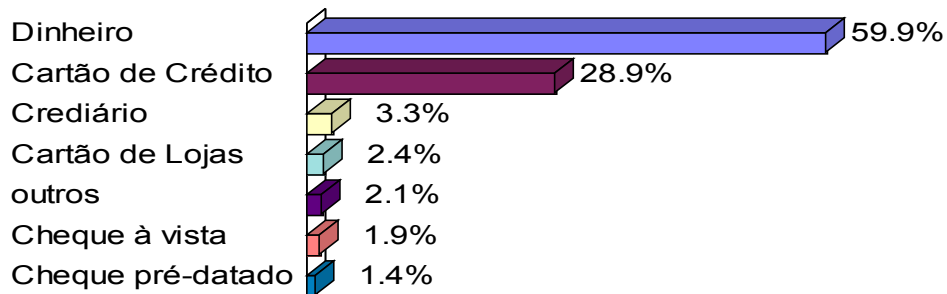
FONTE - CDL/ALFA - 2011

### COMO PAGAR 2009



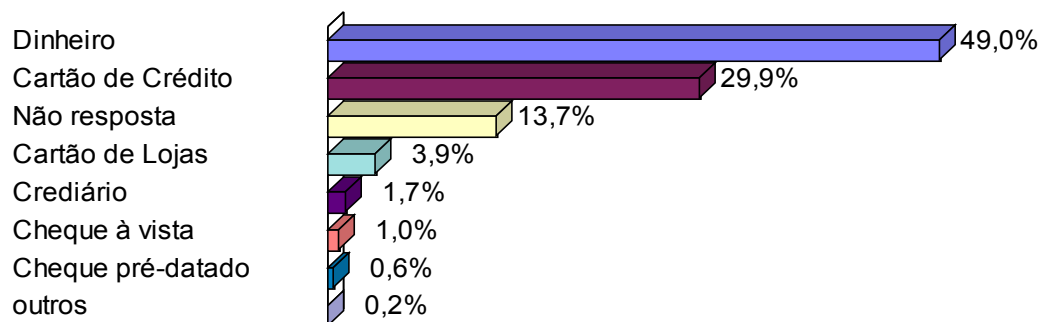
FONTE – CDL/ALFA – 2009

### COMO PAGAR - 2010



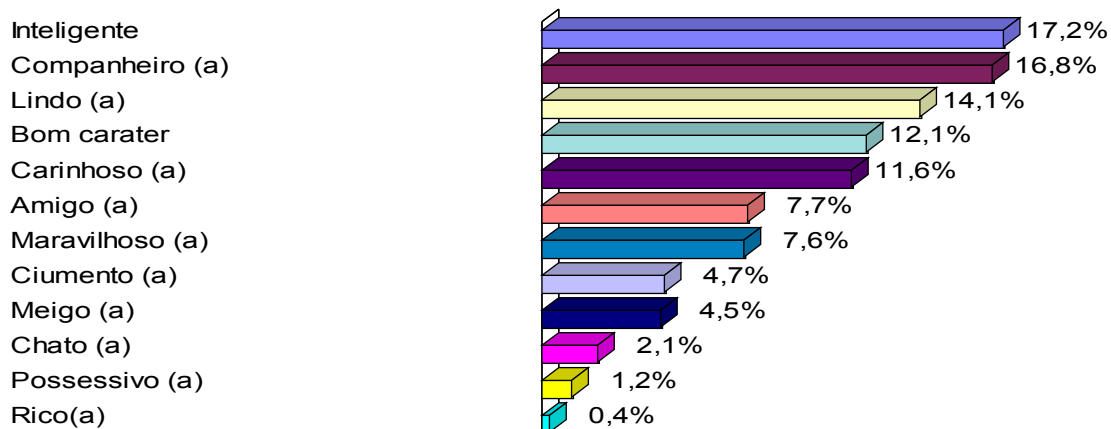
FONTE – CDL/ALFA – 2010

### COMO PAGAR - 2011



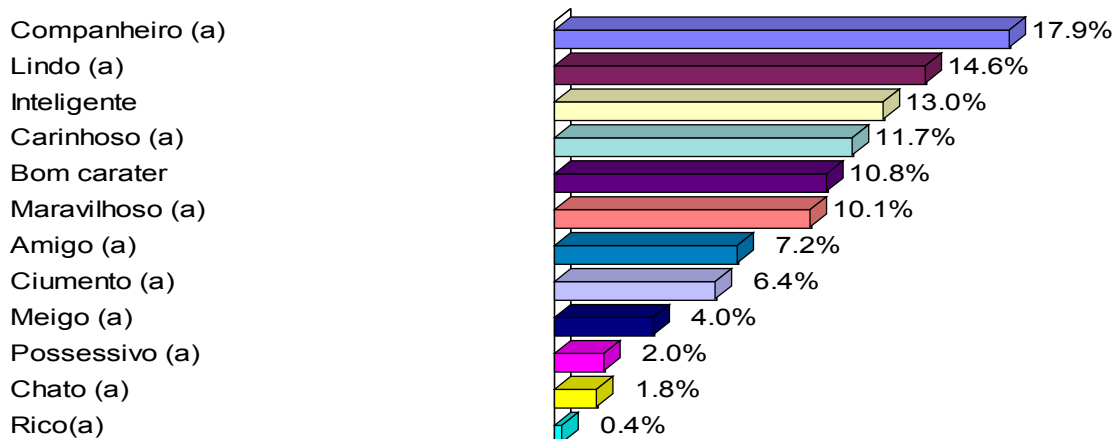
### 3.3 Distribuição Quanto aos Atributos e Características Pessoais dos Namorados

CARACTERISTICAS DO NAMORADO 2009



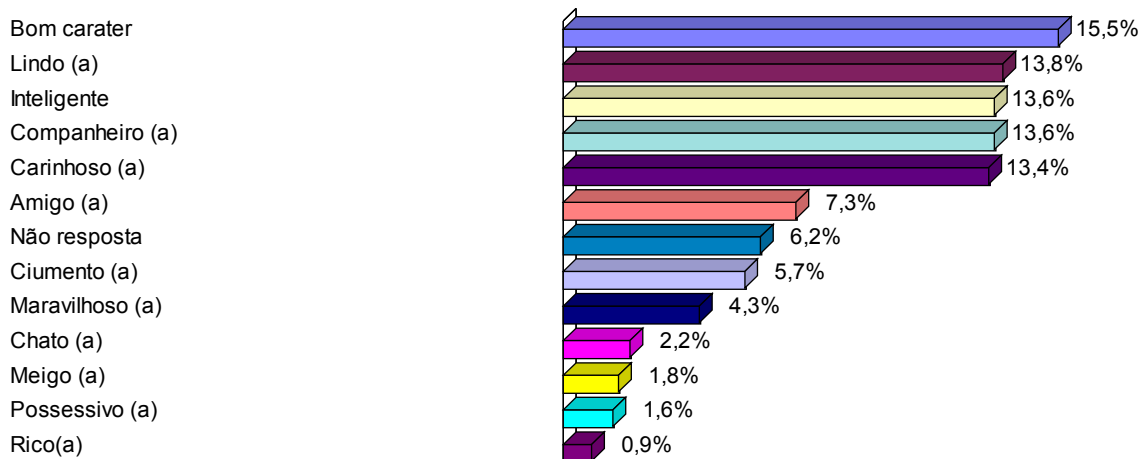
FONTE – CDL/ALFA – 2009

CARACTERISTICAS DO NAMORADOS - 2010



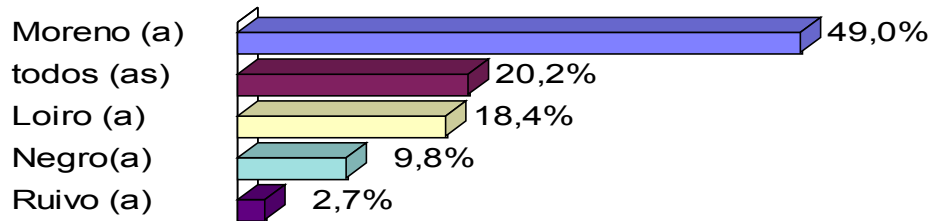
FONTE – CDL/ALFA – 2010

CARACTERISTICAS DO NAMORADOS



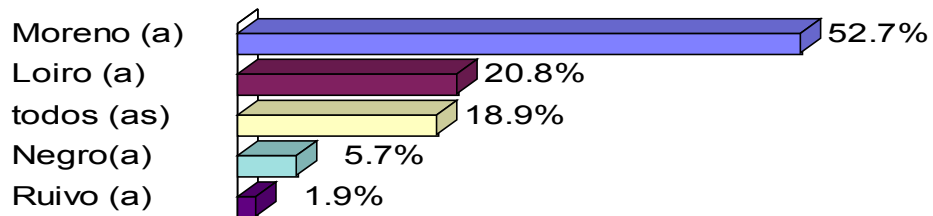
FONTE – CDL/ALFA – 2011

### GOSTA 2009



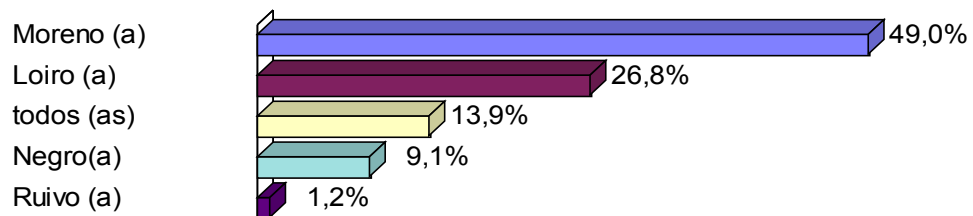
FONTE – CDL/ALFA – 2009

### GOSTA - 2010



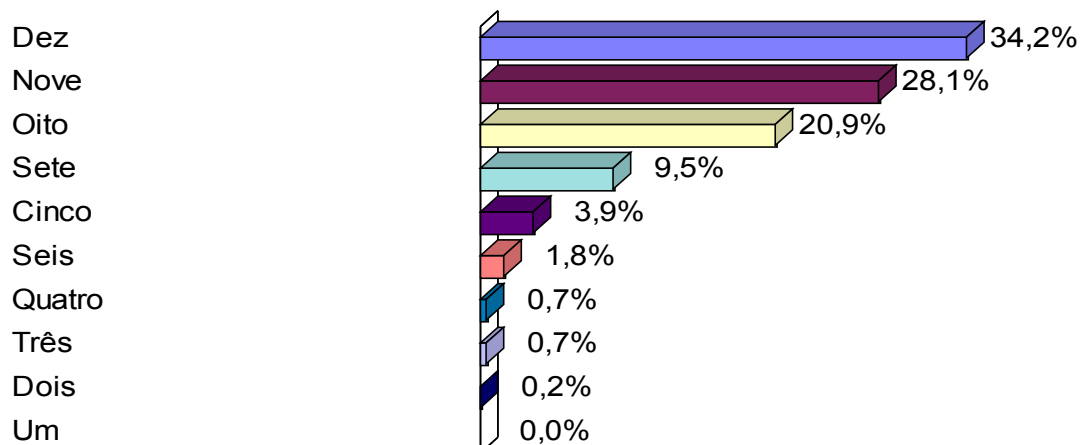
FONTE – CDL/ALFA – 2010

### GOSTA - 2011



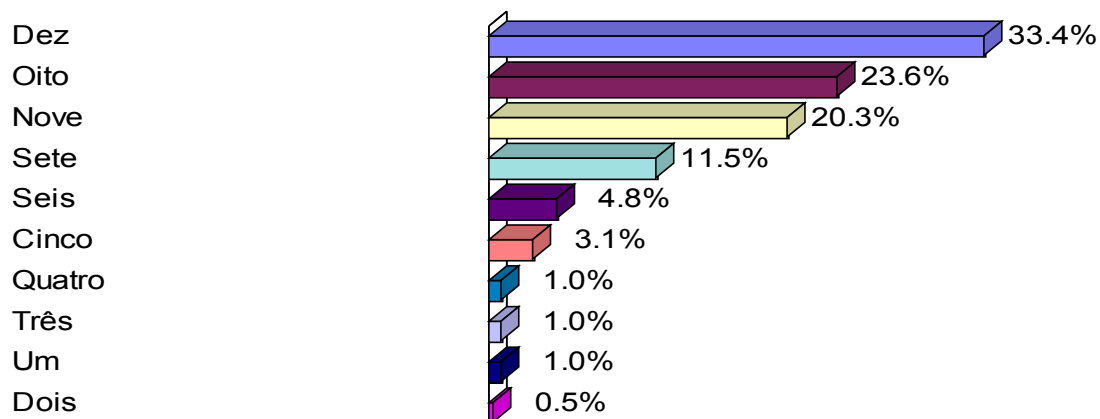
FONTE – CDL/ALFA – 2011

### NOTAS PARA OS NAMORADOS (as) 2009



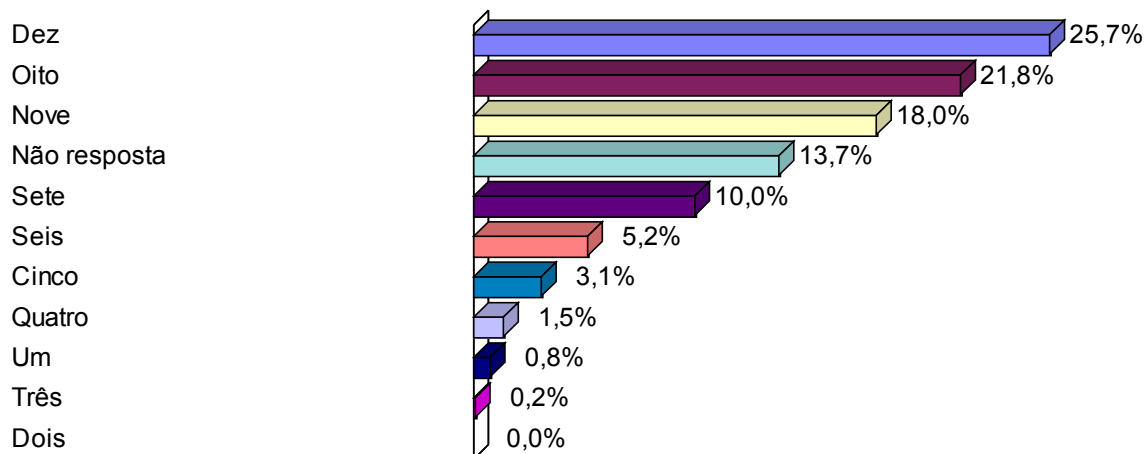
FONTE – CDL/ALFA – 2009

### NOTAS PARA OS NAMORADOS (as) - 2010



FONTE – CDL/ALFA – 2010

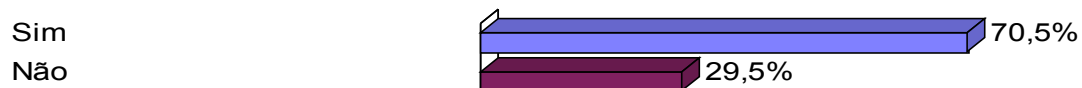
### NOTAS PARA OS NAMORADOS (as) - 2011



FONTE – CDL/ALFA – 2011

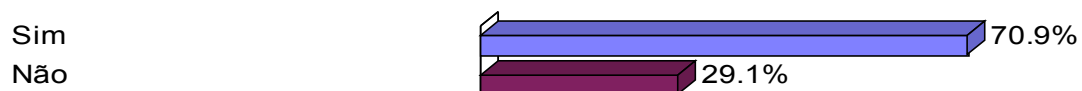
### 3.4. Distribuição do que os Namorados Pretendem Ganhar.

#### VOCÊ GANHOU PRESENTE NO ANO PASSADO? 2009



FONTE – CDL/ALFA – 2009

#### VOCÊ GANHOU PRESENTE NO ANO PASSADO? - 2010



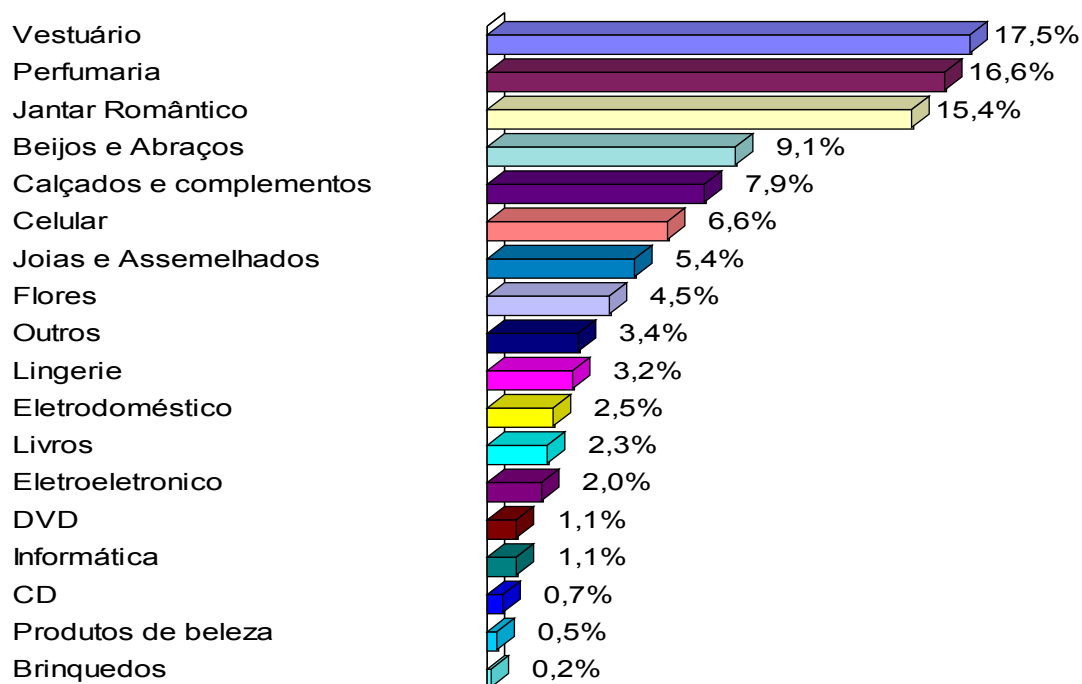
FONTE – CDL/ALFA – 2010

#### VOCÊ GANHOU PRESENTE NO ANO PASSADO? - 2011



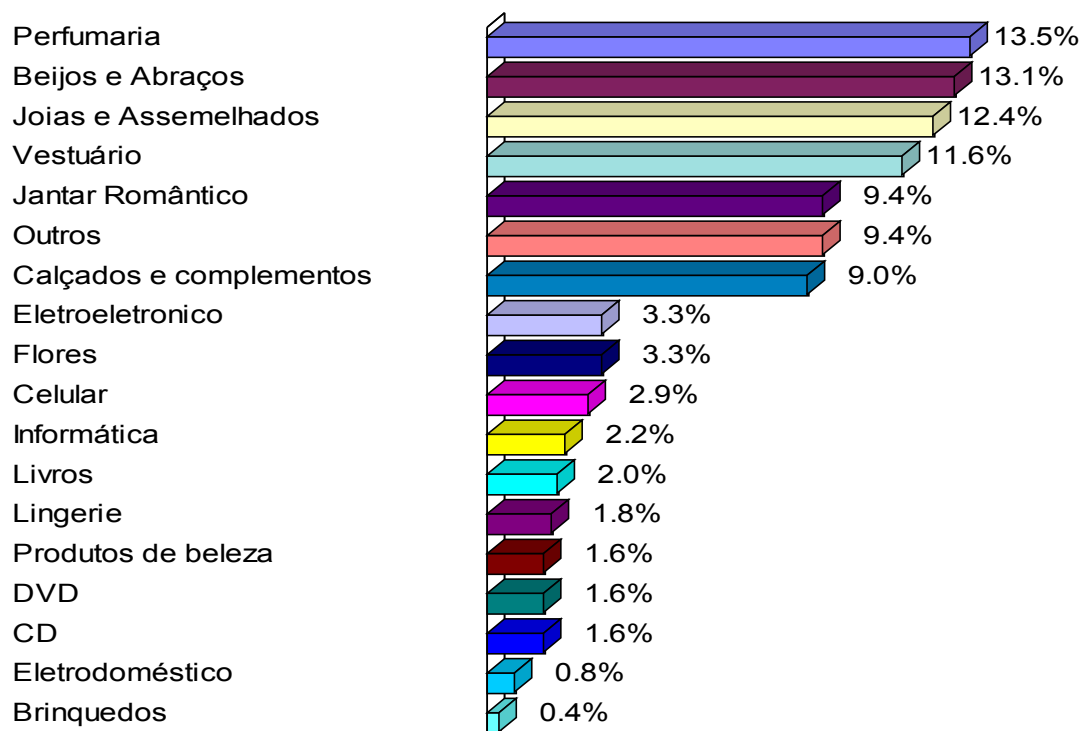
FONTE – CDL/ALFA – 2011

### O QUE GOSTARIA DE GANHAR 2009



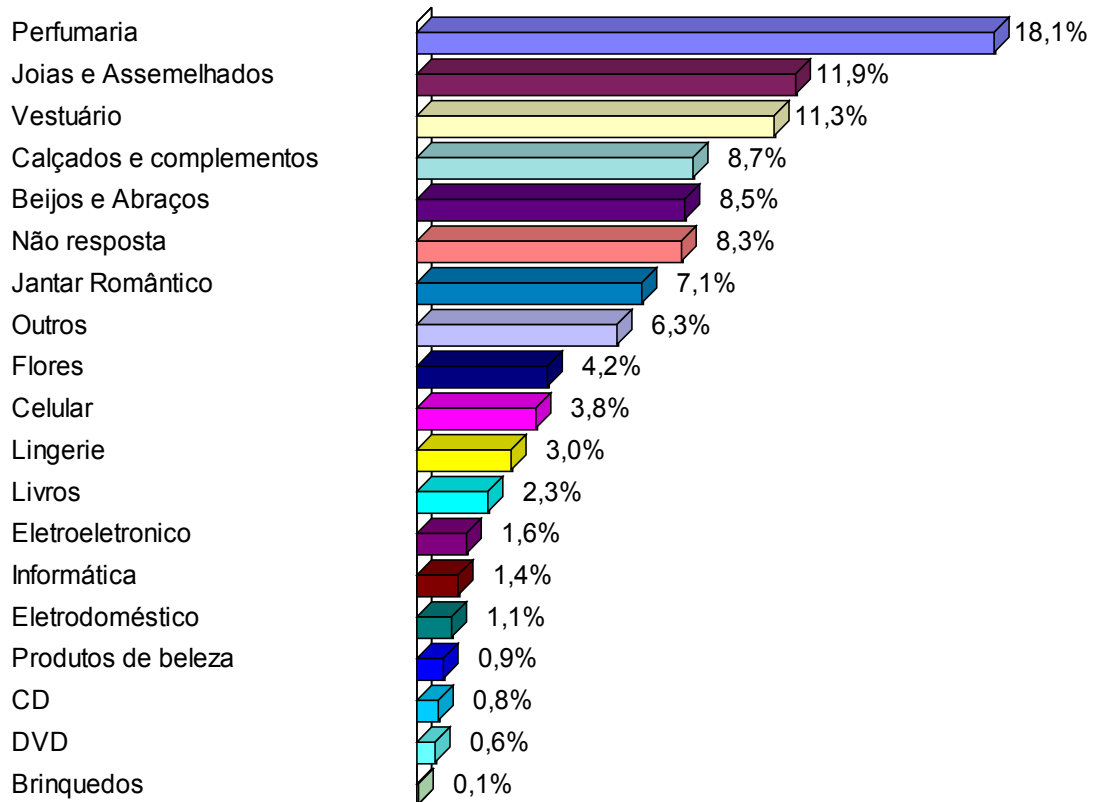
FONTE – CDL/ALFA – 2009

### O QUE GOSTARIA DE GANHAR - 2010



FONTE – CDL/ALFA - 2010

## O QUE GOSTARIA DE GANHAR - 2011



FONTE – CDL/ALFA – 2011

#### 4. CONCLUSÃO.

##### **Constatações da pesquisa de 2011:**

- Como na pesquisa de 2010, a maioria das entrevistas deste ano foi realizada com mulheres, sendo que elas correspondem a 73,4% dos entrevistados, contra 26,6% de homens.
- Quanto à faixa etária, prevaleceu as idades entre 17 e 35 anos.
- Quanto à escolaridade, prevaleceu ensino médio com 61,2%, seguido de graduação com 29% e ensino fundamental com 7,55%.
- Em 2011, mais de 90% da renda mensal dos entrevistados ficou na faixa entre R\$ 545,00 a R\$ 2.180,00.
- Em relação a quem presentear, os namorados (as) aparecem com 31,3%, seguido de marido/esposa com 25,7%. Os Ficantes aparecem com 4,8%, o que representa queda de 1,5% em relação ao ano anterior.
- Quanto ao que presentear, vestuário aparece em primeiro lugar, com 27,5%, uma queda de 2,3% em relação a 2010. Em segundo lugar, vem perfumaria, com 12,7%, o que corresponde a uma queda de 3,8% em relação a 2010. Calçados e complementos vêm em terceiro lugar, com 11%, representando um aumento de 3,2% em relação ao ano anterior. Joias e assemelhados aparecem com 6,8%, um aumento de 1,1% em relação ao ano passado.

Já o jantar romântico sofreu queda, passando de 11,6% em 2010 para 5,3% este ano – diferença de 5,7%. É bom acrescentar que vários outros produtos serão consumidos neste Dia dos Namorados, como flores, celulares, livros, lingerie, eletroeletrônicos, etc.

- O presente do Dia dos Namorados deverá ficar entre R\$ 51,00 e R\$ 140,00, mantendo a mesma média do ano anterior.
- Quanto ao local de compra do presente, os shoppings deverão ser visitados por 35,7% dos entrevistados, contra 33,2% das lojas de rua. Os camelódromos aparecem com

9,1% na intenção dos entrevistados. Os restaurantes da cidade aparecem com 4,8%, o que representa queda de 7,1% em relação a 2010.

- O dinheiro prevalece como forma preferida de pagamento para 49% dos entrevistados, o que corresponde a uma queda de 10,9% em relação ao ano anterior. Já cartão de crédito, aparece com leve aumento de 1%, passando de 28,9% em 2010 para 29,9% este ano.
- Quanto às características dos namorados (as), apareceram em ordem: Bom caráter, Lindo, Inteligente, Companheiro e Carinhoso.
- A preferência do goianiense por mais um ano é pelos Morenos(as), com mais de 49%, seguido de Loiros(as), com 26,8%.
- Quanto à nota dada aos seus parceiros (as), houve queda de 12% na nota entre 8 e 10 de 2010 para este ano, passando de 77% para 65%.
- Quando perguntados se ganharam presentes no ano de 2010, 67% disseram que sim.
- Quando foi perguntado ao entrevistado o que ele gostaria de ganhar: perfumaria aparece em primeiro lugar, com 18,1%, um aumento de 4,6%; joias e assemelhados aparecem em segundo lugar, com 11,9%, com queda de 0,5%; Vestuário vem em terceiro, com 11,3% e sem muitas alterações em relação ao ano passado; Jantar romântico aparece em quarto lugar, com 7,1%, e beijos e abraços vêm em quinto lugar, com 7,1%, representando queda de 6% em relação ao ano anterior.

### **Análise do Pesquisador**

A pesquisa de 2011 mostra que os namorados estarão mais cautelosos na hora de comprar, ao contrário de outros anos, quando o governo incentivava o consumo. Hoje, existe uma campanha de restrição de consumo por parte do governo federal, como uma tentativa de combater o processo inflacionário. Querendo ou não, estas medidas deverão atrapalhar as vendas neste Dia dos Namorados. A pesquisa mostra algumas inversões nos quesitos “o que presentear” com “o que gostaria de ganhar”. Os namorados(as) gostariam de presentear por ordem de prioridade: vestuário, perfumaria, calçados e complementos, joias e assemelhados e jantar romântico. Mas gostariam de ganhar: perfumaria, joias e assemelhados, vestuário, Calçados e complementos, beijos e abraços e jantar romântico. Pelo visto, a ordem de

preferência entre o que pretendem presentear com o que gostariam de receber não está em total harmonia.

Aurélio Troncoso  
Economista  
Coordenador do Centro de Pesquisas  
Econômicas e Mercadológicas CDL/ALFA  
[Aureliotroncoso@alfa.br](mailto:Aureliotroncoso@alfa.br)  
(62) 8489-0055 ou (62) 327-25086