



Pesquisa Intenção de Compra Relatório Dia dos Namorados 2021



Sumário

Especificações técnicas	3
1. Visão Geral.....	<u>4</u>
2. Pretensão da Data Comemorativa	<u>4</u>

Especificações técnicas

Metodologia:

Pesquisa qualitativa e quantitativa

Técnica de pesquisa:

Survey – aplicação de formulário estruturado e semiestruturado em internet

Data de realização:

31 de maio a 06 de junho de 2021

Número de entrevistas e representatividade:

O conjunto de dados desta pesquisa é constituída por 178 observações, atingida via internet e respondida pelos possíveis consumidores do estado de Mato Grosso.

É expressamente proibida a divulgação desta pesquisa sem consentimento com a fonte fornecedora dos dados. É obrigatória a citação da fonte IPF-MT Pesquisas na utilização, divulgação e publicação dos dados totais ou parciais deste relatório. O cliente deverá entrar em acordo prévio com o Instituto quanto à forma exata e ao teor da publicação, sendo que antes dessa formalidade fica vedada a divulgação.

Dos 178 respondentes 62% são do sexo feminino e 38% do sexo masculino, com a idade média de 30 anos.

1. Visão Geral

Essa pesquisa foi efetuada através de internet, entre os dias 31 de maio até 06 de junho de 2021. A pesquisa foi realizada em formato de formulário que fica disponibilizado em um site próprio da Microsoft, logo, compartilhado o link do site por redes sociais para assim ser concluída.

2. Pretensão da Data Comemorativa

O perfil dos participantes é predominante do sexo feminino, representando 62% dos respondentes assim como 38% do sexo masculino, com uma média de 30 anos. Como pode-se observar:

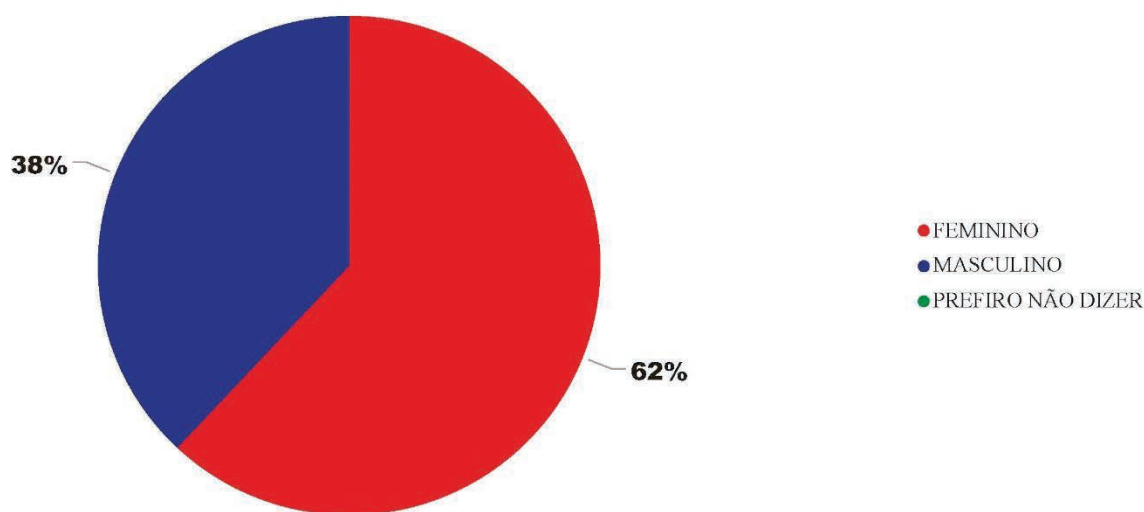


Figura 1 – Sexo dos participantes

Tabela 1: Quantidade em porcentagem da idade dos participantes

FAIXA ETÁRIA	QUANTIDADE EM %
15 até 30	29
31 até 40	37
41 até 50	22
51 ou mais	12

Com base na Tabela 1, podemos visualizar que a faixa etária está entre 31 até 40 anos de idade (37%), em seguida 15 até 30 anos (29%), 41 até 50 anos (22%), e 51 anos ou mais (12%).

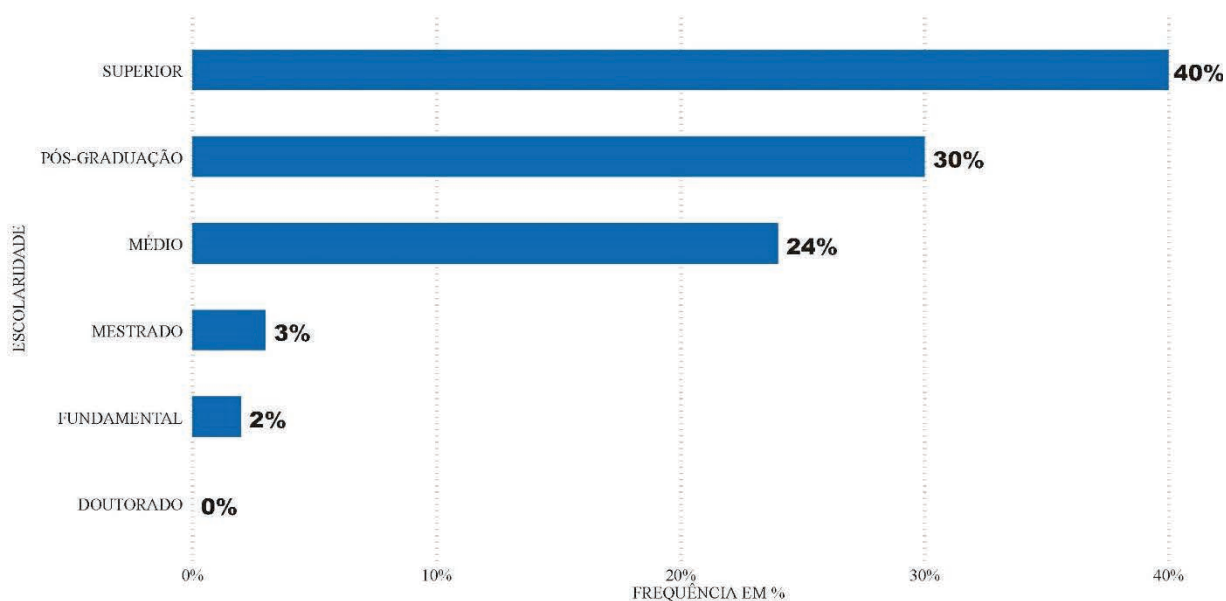


Figura 2 – Escolaridade dos participantes

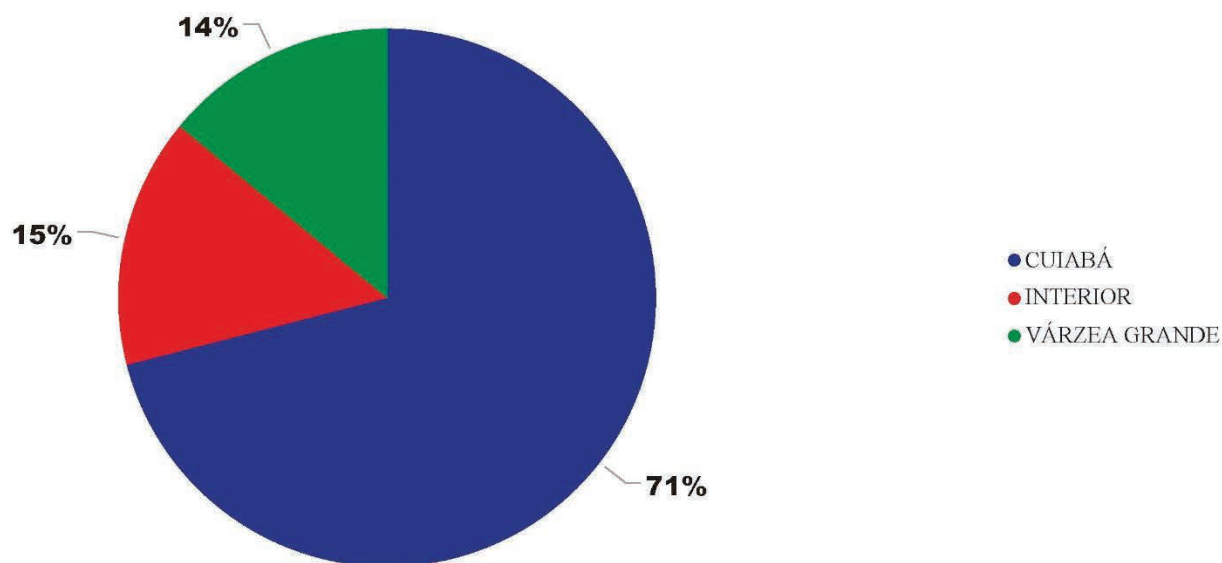


Figura 3 – Onde moram os consumidores

De acordo com as informações apresentadas, -pode se concluir que os possíveis consumidores que participaram da pesquisa são do ensino Superior (40%), Pós-Graduação (30%), Médio (24%), Mestrado (3%), Fundamental (2%), Doutorado (0%). E com majoritariamente os mesmos residem em Cuiabá (71%), Várzea Grande (14%), e no Interior (15%).

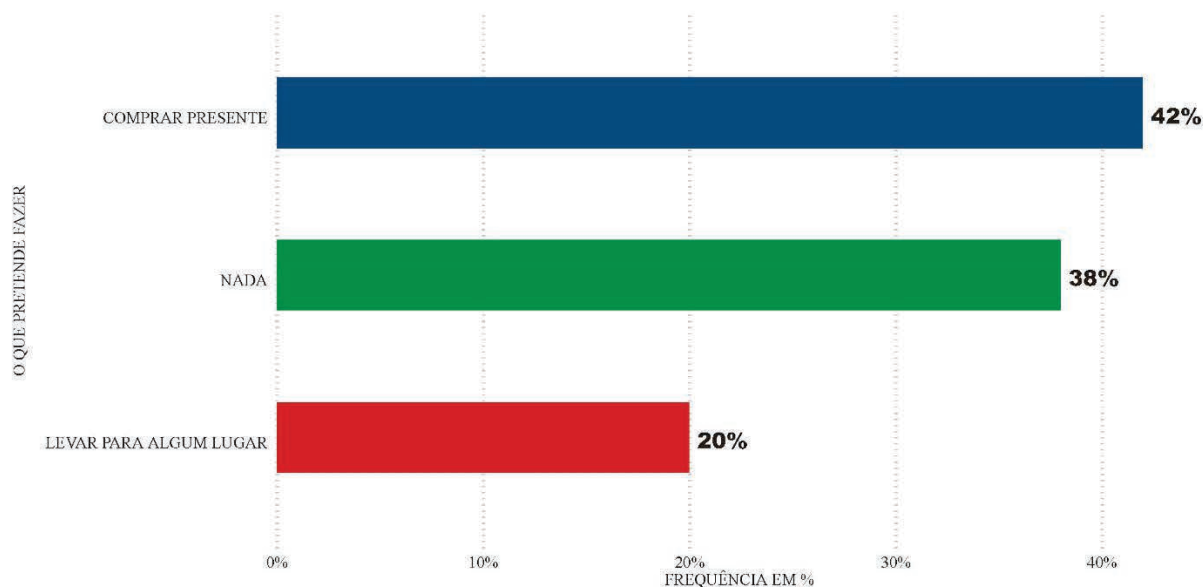


Figura 4 – O que pretende fazer para o Dia dos Namorados

Com os dados obtidos, podemos ver que 42% dos participantes pretendem comprar presente para seu parceiro(a), 20% pretendem levar para algum lugar e 38% não pretende fazer algo para esta data.

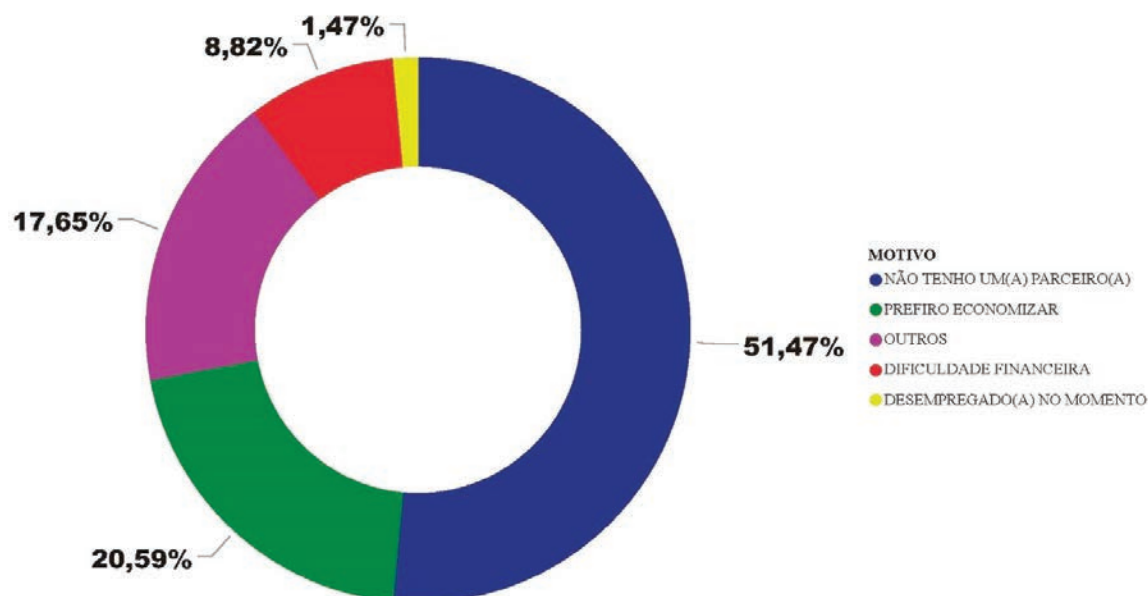


Figura 5 – Por que não?

Mesmo tendo um ótimo resultado na intenção de compra para esta data, temos os participantes que escolheram “Nada” como opção, por motivos de que “Não tem um parceiro” (51,47%), “Prefiro economizar” (20,59%), “Dificuldade financeira” (8,82%), “Desempregado(a) no momento” (1,47%) e por “Outros” (17,65%) motivos.

Os 42% dos participantes que irão comprar presente, pretendem efetuar a compra entre o dia 01 de junho de 2021 a 27 de junho de 2021. Os possíveis consumidores tendem gastar em média R\$202,16 por presente. Além do mais, 36% desejam consumir no período Matutino, 32% no período Vespertino e 32% no período Noturno. Estes clientes visam efetivar as compras no Shopping (59,46%), Shopping Popular (1,35%), Loja de Rua (21,62%), Loja Virtual (5,41%), Mercado (1,35%), Floricultura (0%), Outros (10,81%). Eles planejam comprar Roupas/Acessórios (43%), Calçados/ Acessórios (8%), Cosméticos/ Perfumes (26%), Eletrodomésticos (0%), Joias (7%), Produtos Perecíveis (Flores/ Chocolates) (1%), Aparelho Eletrônico (3%), Cartões/ Pelúcias (0%), Outros (12%). Salienta-se que o Bom Atendimento (35%) é crucial para fidelizar o cliente, mas também a Qualidade de Produtos (25%), Descontos/ Promoções (20%), Ambiente Agradável (10%), Atendimento Pós-Vendas (10%). Logo é vital evitar o Mau Atendimento (73%), Preço Acima do Mercado (16%), Má Qualidade dos Produtos (8%), e Ambiente Desagradável (3%).

Diante dos fatos analisados, temos 20% dos participantes que pretendem levar o(a) parceiro(a) para algum lugar, sendo em Restaurante (50%), Uma Viagem (11%), Ponto Turístico (11%), Outros (28%). Os que planejam ir a um Ponto Turístico, pretendem ir entre os dias 08 de junho de 2021 a 13 de junho de 2021, e desejam gastar em média R\$125,00, e visam ir a Parque, Pantanal, Chapada dos Guimarães, entre o período da Tarde a Noite. Os que destinam-se a fazer Uma Viagem, planejam ir entre os dias 11 de junho de 2021 a 25 de junho de 2021, no período entre a manhã e noite, com gastos em média a R\$1100,25. E os que pretendem ir a um Restaurante, tendem gastar em média

R\$244,44 entre os dias 11 de junho de 2021 a 12 de junho de 2021 no período da Noite, citando os possíveis restaurantes Serra, Saloon Beer, Varadero, Boi Grill, Tarumã, Vila Sushi, Talavera e Due Ladroni.



Av. Historiador Rubens de Mendonça, 3501
CPA - CEP 78049-090 - Cuiabá/MT

TEL +55 65 3648-1400

E-mail ipfmt@ipfmt.com.br

www.ipfmt.com.br