

MÉTODO

Quem fez a pesquisa

A pesquisa *Os porto-alegrenses e o consumo*, neste ano, foi realizada em parceria com professores e alunos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Os coordenadores são

Clécio Falcão Araújo, Stefânia Ordovás de Almeida e Vinicius Sittoni Brasil (na foto). E o projeto faz parte da disciplina Pesquisa de Mercado, do curso de Administração da Escola de Negócios.



GIORDANO TOLDO/DIVULGAÇÃO/JC

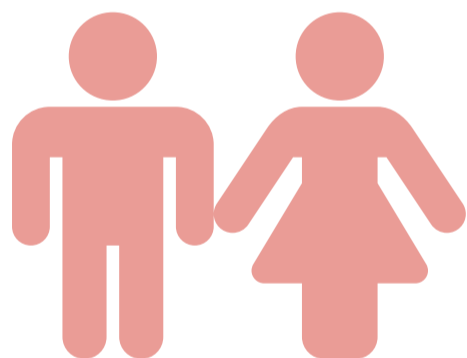
Os dados foram coletados pela equipe da Pucrs de forma online entre os dias 8 e 29 de junho de 2022 em Porto Alegre

ÍNDICE DE PÁGINAS A PARTIR DO DETALHAMENTO DE DADOS

| | | | | | | | | | | |
|---------------------|-------------------|------------------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|------------------|
| 10 a 18 | 20 | 22 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 32 |
| Reportagem especial | Sindi-atacadistas | Agas | Sindilojas | ACPA | Sincodiv | CDL | Fecomércio | Federasul | FCDL | Minuto Varejo |

Caracterização da amostra: 626 casos

Os respondentes estavam bastante distribuídos entre 17 e 84 anos, correspondendo a uma ampla faixa de consumidores do varejo. Há uma predominância bastante grande de respondentes jovens, de até 35 anos. Observa-se que esta questão apresentou **501** respondentes, **125** entrevistados optaram por não informar a idade.



Idade média **37,22** anos

Diferença entre gênero e hábito de consumo de salão de beleza

Levando em consideração a seguinte escala: sendo 1 mais de uma vez por semana; 2 ao menos uma vez por semana; 3 a cada 15 dias; 4 eventualmente; e 5 não vou. As médias entre homens e mulheres são significativamente diferentes, uma vez que as mulheres têm uma frequência maior nos salões de beleza do que os homens.

Frequências para hábito de consumo atual

| Gênero | Ir ao salão de beleza | Frequência | Porcentagem |
|--------------|-----------------------------|------------|-------------|
| Feminino | mais de uma vez por semana | 1 | 0,2% |
| | ao menos uma vez por semana | 38 | 11% |
| | a cada 15 dias | 52 | 15,1% |
| | eventualmente | 193 | 56,2% |
| | não vou | 59 | 17,2% |
| Total | | 343 | 100% |
| Masculino | mais de uma vez por semana | 1 | 0,3% |
| | ao menos uma vez por semana | 6 | 2,1% |
| | a cada 15 dias | 51 | 18,2% |
| | eventualmente | 113 | 40,5% |
| | não vou | 108 | 38,7% |
| Total | | 279 | 100% |

Hábitos de consumo atual

Frequências para hábito de consumo atual

| Ir ao shopping center | Porcentagem |
|-----------------------------|--------------|
| a cada 15 dias | 19,3% |
| ao menos uma vez por semana | 11,9% |
| eventualmente | 59,1% |
| mais de uma vez por semana | 3,3% |
| não vou | 6,2% |
| Total | 100% |

Com relação aos hábitos de consumo, a ida a shopping centers ocorre predominantemente eventualmente, para cerca de 60% da amostra. Estes dados podem ter sido afetados por um comportamento pós-pandemia, em que as pessoas ainda estão retornando paulatinamente a antigos hábitos de consumo.

Ir ao shopping center **eventualmente**: 59,105%

Frequências para compras de por itens no varejo

Frequências para móveis e itens para casa

| Móveis e itens para casa | Frequência | Porcentagem |
|--------------------------|------------|-------------|
| 1 x por ano | 162 | 25,8% |
| 2 em 2 anos | 51 | 8,1% |
| 2 x por ano | 155 | 24,7% |
| 3 em 3 anos | 27 | 4,3% |
| 4 em 4 anos | 14 | 2,2% |
| 5 em 5 anos | 21 | 3,3% |
| Raramente | 196 | 31,3% |
| Total | 626 | 100% |

No que tange à compra de móveis e itens para a casa, cerca de 50% da amostra relatou comprar estes itens entre uma vez e duas vezes por ano, praticamente em iguais proporções.



eventualmente **56,26%**



eventualmente **40,5%**