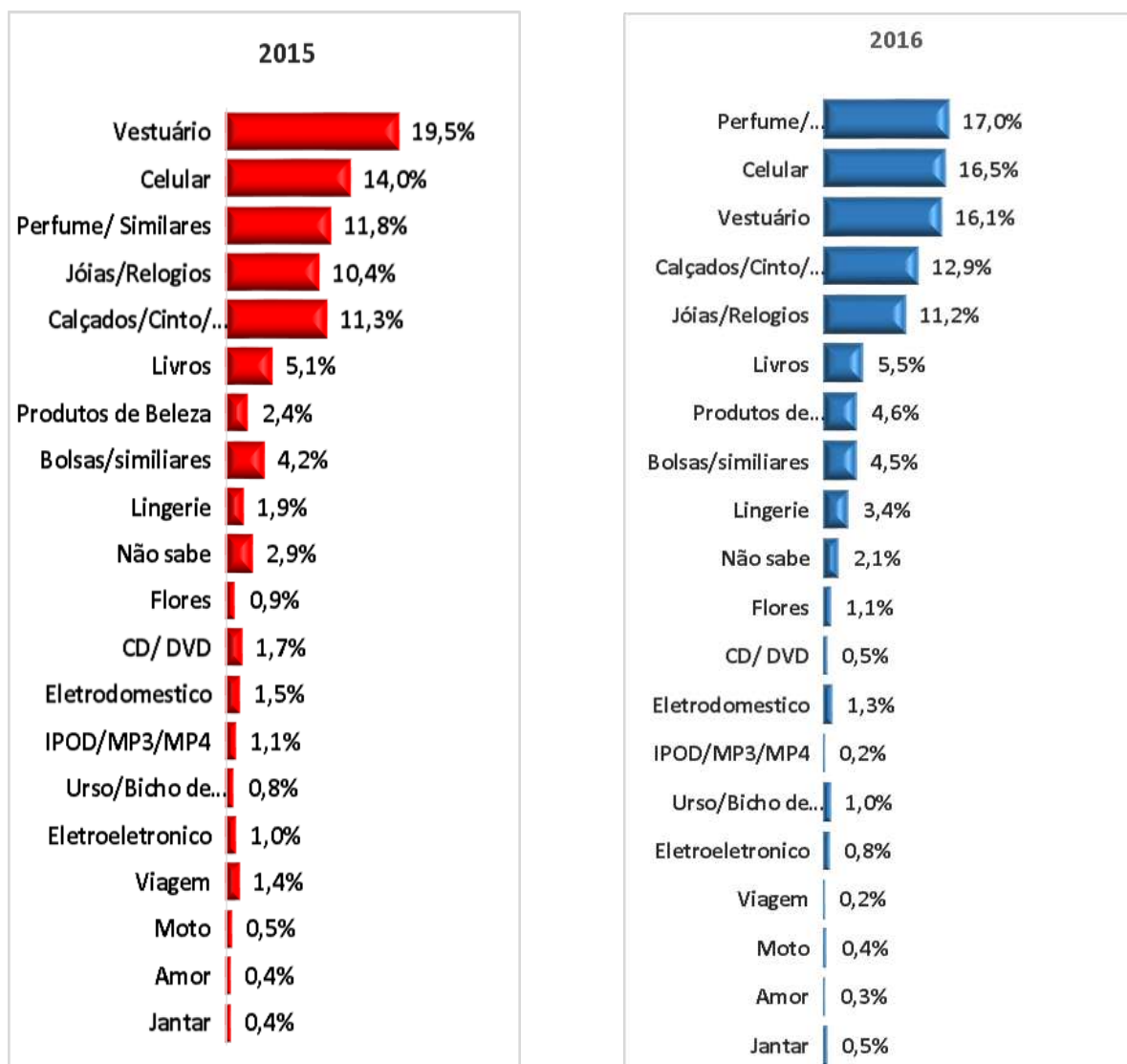


A pesquisa foi realizada no período de 24 a 30 de abril de 2016, com uma amostra de 545 questionários. Utilizou-se o dimensionamento da pesquisa probabilística com $p=0,50$ e $q=0,50$, confiabilidade 95%, margem de erro 4,2% para mais ou para menos.

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

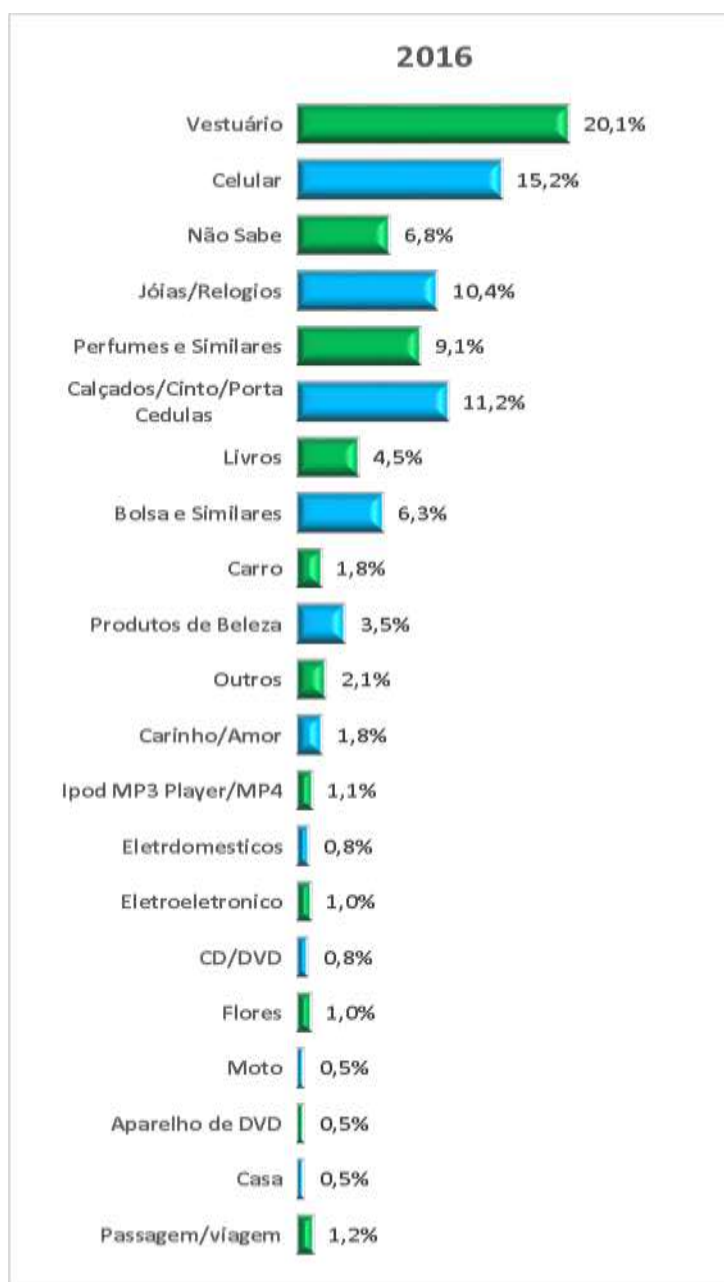
Gráfico 1 - PERCENTUAL DE ENTREVISTADOS SEGUNDO O QUE PRETENDEM PRESENTEAR NO DIA DOS NAMORADOS – 2015/2016.



Fonte: CDL-Manaus

Os dados estatísticos apresentados no Gráfico 01, 17% dos entrevistados, pretendem presentear no dia dos namorados de 2016, com perfume/similares, com celular 16,5%, com vestuário 16,1%, com calçados/cinto/porta cédulas 12,9%, joias/relógios, 11,2%, com livros 5,5%.

Gráfico 2 - PERCENTUAL DE ENTREVISTADOS, SEGUNDO O QUÊ DESEJAM GANHAR DE PRESENTE – 2016.



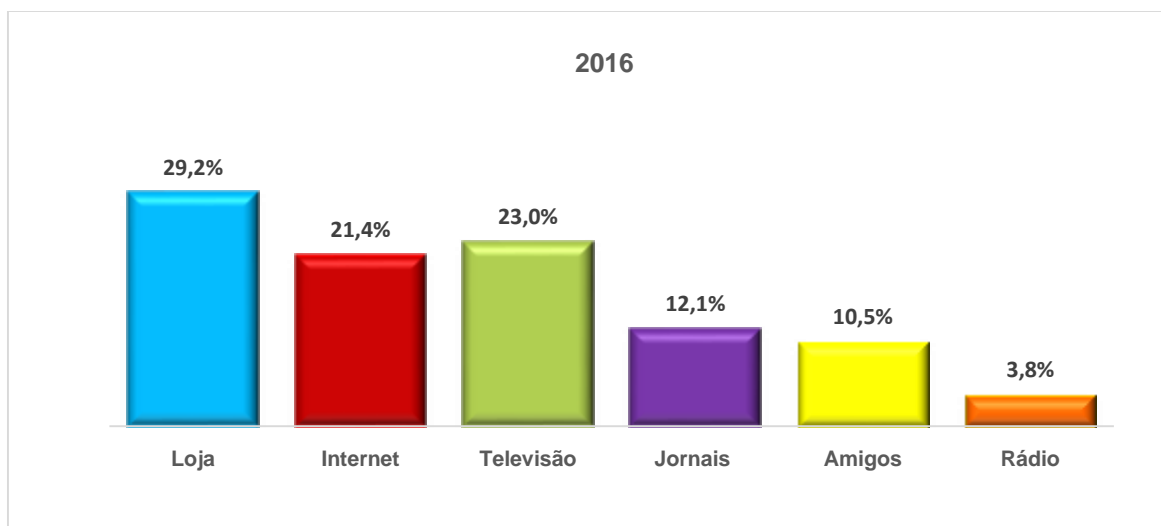
Fonte: CDL-Manaus

O gráfico 02 mostra o que os entrevistados pretendem ganhar no dia dos namorados:

- 20,1% pretendem ganhar vestuário;
- 15,2% pretendem ganhar celular;
- 11,2% pretendem ganhar calçados/cinto/porta cédulas;
- 10,4% pretendem ganhar joias e relógios;
- 9,1% pretendem ganhar perfumes/similares;
- 6,8% não sabe.
- 6,3% pretendem ganhar bolsas e similares.

Este comportamento do consumidor demonstra que independente da data comemorativa que esteja festejando, a afinidade por algo acessível e de utilização de todos, sem medo de errar, as pessoas preferem ganhar roupas/vestuários, seguido por bens duráveis e perfumaria.

Gráfico 3 - PERCENTUAL DE ENTREVISTADOS, SEGUNDO A FORMA QUE UTILIZA PARA SE INFORMAR QUANDO QUER ADQUIRIR UM PRODUTO.



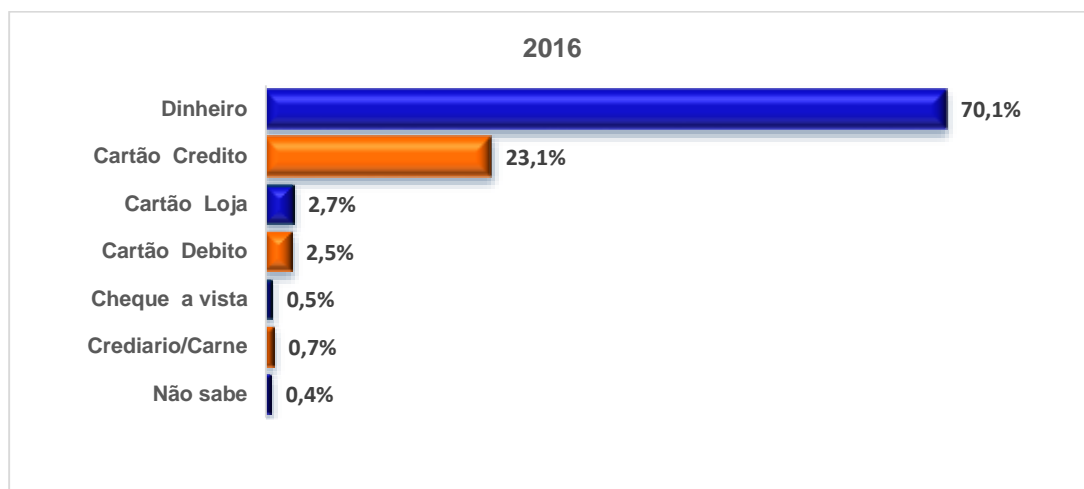
Fonte: CDL-Manaus

Quanto às fontes de informação que os consumidores se utilizam para ajudá-los a realizar suas compras:

- 29,2% preferem pesquisa na própria loja;
- 21,4% utilizam a internet;

- 23,0% utilizam a televisão;
- 12,1% utilizam os jornais;
- 10,5% com os amigos;
- 3,8% utilizam as emissoras de rádio.

Gráfico 4 - PERCENTUAL DE ENTREVISTADOS, SEGUNDO À FORMA DE PAGAMENTO

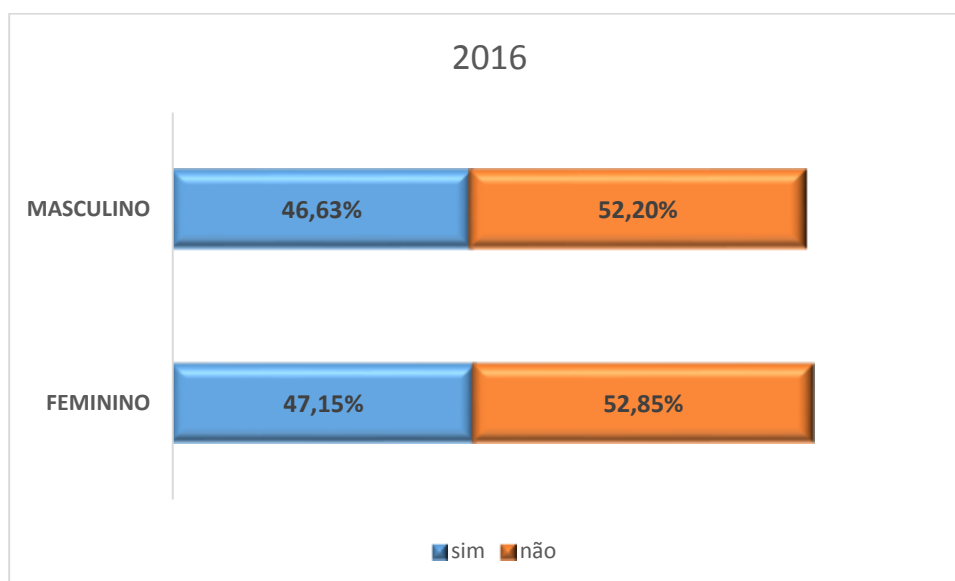


Fonte: CDL-Manaus

Quanto à forma de pagamento que será utilizado pelas pessoas ao comprarem presentes para o dia dos namorados, 70,1% dizem que vão pagar em dinheiro, 23,1% em cartão de crédito, 2,7% em cartão da loja, 0,7% em crediário ou carnê, 2,5% em cartão de débito, e 0,5% em cheque a vista e não sabe 0,4%.

Apesar de estarmos em um ano de recessão, os consumidores ainda preferem não se endividar a longo prazo com aquisições de presentes.

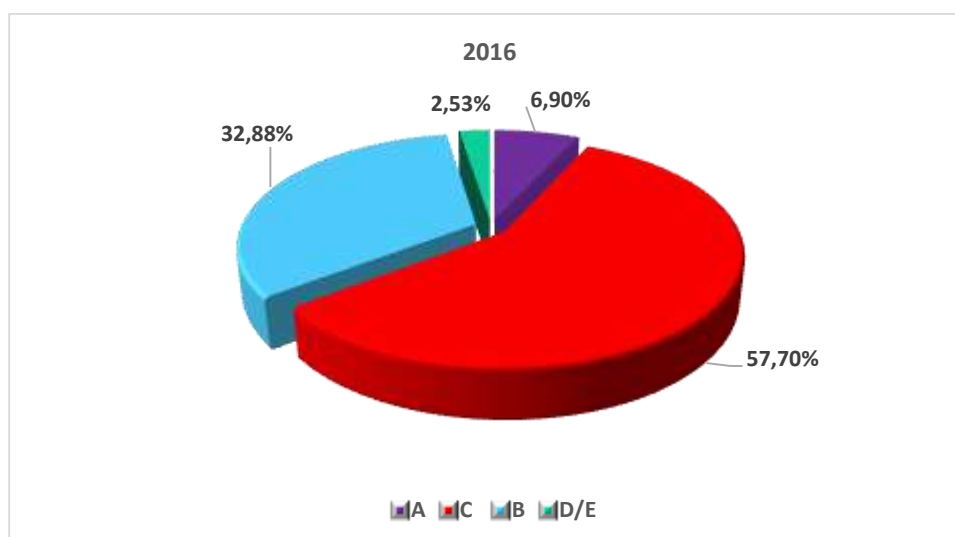
Gráfico 5 - PERCENTUAL DE PESSOAS ABORDADAS POR GENERO, SEGUNDO A INTENÇÃO DE PRESENTEAR.



Fonte: CDL-Manaus

O gráfico acima demonstra que neste dia dos namorados as mulheres estarão mais dispostas a presentear seus namorados. O número delas corresponde a 47,15%. Já os homens do total dos entrevistados somente 46,63% pretendem presentear suas namoradas.

Gráfico 5 - PERCENTUAL DE ENTREVISTADOS, SEGUNDO SUA CLASSIFICAÇÃO SOCIAL



Neste gráfico 5, a distribuição dos percentuais da classe social do Estado fica evidente que a participação das classes C com 57,70% e B com 32,88% dos entrevistados estarão mais presentes nas aquisições para o dia dos namorados.

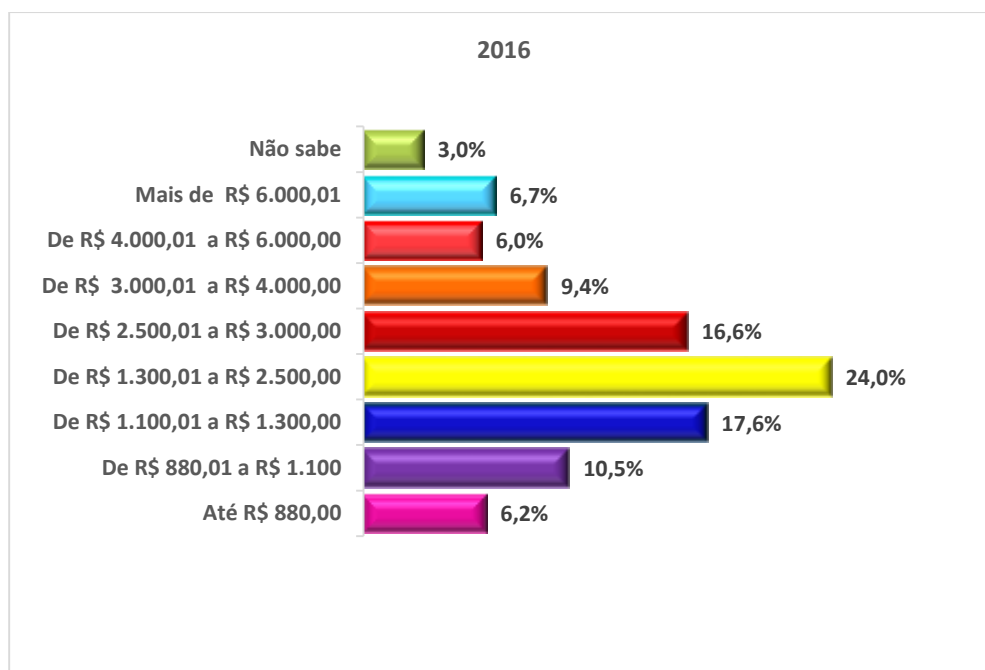
Tabela 1 - PERCENTUAL DE ENTREVISTADOS, SEGUNDO A FAIXA DE GASTO COM O PRESENTE

FAIXA DE GASTO COM PRESENTES	2016
Menos de R\$ 50,00	1,81%
De R\$ 50,01 a R\$ 80,00	6,25%
De R\$ 80,01 a R\$ 110,00	12,07%
De R\$ 110,01 a R\$ 130,00	24,93%
De R\$ 130,01 a R\$ 200,00	22,55%
De R\$ 200,01 a R\$ 400,00	12,50%
De R\$ 400,01 a R\$ 600,00	7,19%
Mais de R\$ 600,01	10,20%
Não sabe/Recusa a responder	2,50%
TOTAL %	100,00%

Com relação à pretensão de gastos (tabela 1) as estimativas são:

- 24,93% pretendem gastar de R\$ 110,01 a R\$ 130,00;
- 22,55% pretendem gastar de R\$ 130,00 a R\$ 200,00;
- 12,50% pretendem gastar de R\$ 200,01 a R\$ 400,00;
- 12,07% pretendem gastar de R\$ 80,01 a R\$ 110,00.
- 10,20% pretendem gastar mais de R\$ 600,01.

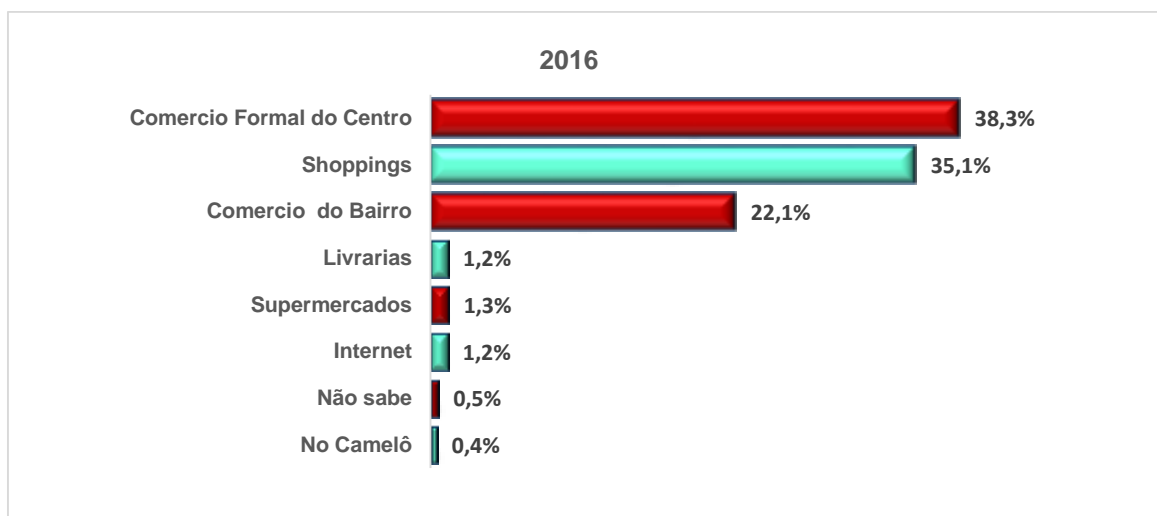
Gráfico 7 - PERCENTUAL DOS ENTREVISTADOS, SEGUNDO A RENDA FAMILIAR.



Fonte: CDL-Manaus

Quanto à renda familiar dos entrevistados, 24% ganham mensalmente de R\$ 1.300,01 a R\$ 2.500,00; 17,6% ganham entre R\$ 1.100,01 e R\$ 1.300,00; 16,6% ganham de R\$ 2.500,01 a R\$ 3.000,00; 10,5% ganham entre R\$ 880,01 a R\$ 1.100,00; 9,4% entre R\$ 3.000,01 e R\$ 4.000,00; 6,7% ganham mais de R\$ 6.000,01 6,2% ganham até R\$ 880,00, 6% ganham de R\$ 4.000,00 a R\$ 6.000,00 e 3% não sabem informar.

**Gráfico 8 - PERCENTUAL DE ENTREVISTADOS, SEGUNDO ONDE
PRETENDEM COMPRAR O PRESENTE**

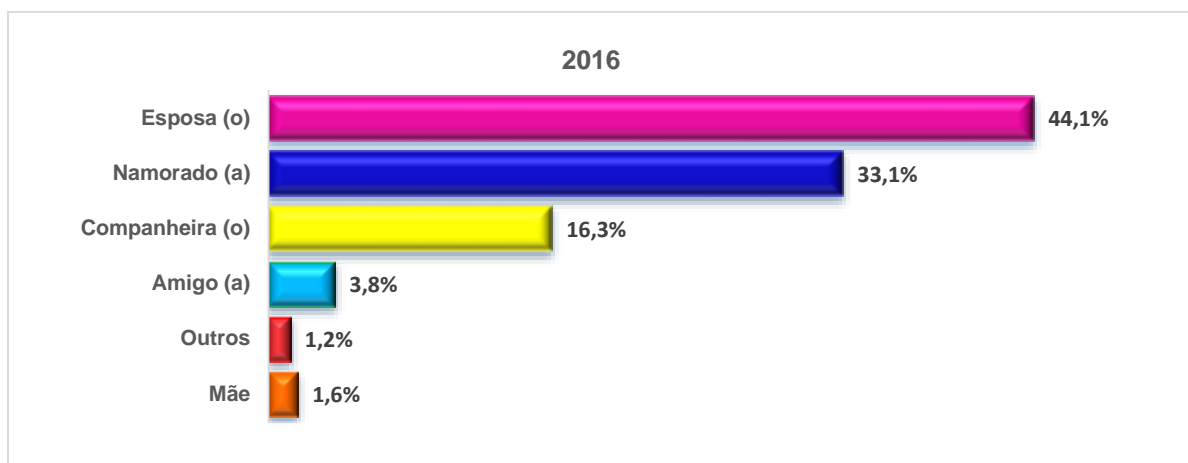


Fonte: CDL-Manaus

Com relação à opção de compra dos presentes para o dia dos namorados, 38,3 % pretendem comprar no comércio formal do Centro de Manaus, 35,1% nos shoppings, no comércio do próprio bairro, 22,1%, 1,2% em livrarias, 1,3% nos supermercados, internet com 1,2%, camelo 0,4%, não sabe 0,5%.

Esses números demonstram que o comércio tradicional da cidade, ainda é muito forte, e detém a preferência da maioria dos consumidores de Manaus. Outra característica é o papel que os Shoppings têm demonstrado, evoluindo como centro comercial muito dinâmico e não podemos deixar de comentar a participação dos comércios de bairros.

**Gráfico 9 - PERCENTUAL DOS ENTREVISTADOS QUANTO A QUEM
PRETENDEM PRESENTEAR NO DIA DOS NAMORADOS – 2016.**



Fonte: CDL-Manaus

Com relação a quem pretendem presentear, no dia dos namorados, 44,1% pretendem dar presentes aos esposos (as), 33,1% as suas namoradas (os), 16,3% aos seus companheiros (as), 3,8% aos amigos, 1,6 as mães% e 1,2% a outros.

Tabela 2 - PERCENTUAL DE ENTREVISTADOS POR ZONA, SEGUNDO O QUE PRETENDE PRESENTEAR

O QUE PRETENDE PRESENTEAR	ZONA (%)					
	Norte	Sul	Leste	Oeste	Centro Sul	Centro Oeste
Vestuário	17,9%	14,7%	22,0%	20,2%	22,6%	22,2%
Calçados/Cinto/Porta cédula	14,4%	12,2%	11,6%	9,6%	14,3%	20,4%
Celular	17,3%	16,0%	11,8%	9,9%	11,6%	11,5%
Perfume e similares	9,7%	11,8%	13,4%	10,9%	13,8%	18,8%
Jóias/Relógios	13,0%	13,7%	10,1%	12,3%	4,9%	8,5%
Livros	5,4%	5,5%	5,6%	4,1%	6,1%	7,2%
Produtos de beleza	4,2%	3,9%	4,6%	1,8%	3,3%	3,4%
Bolsas e similares	3,0%	4,7%	4,3%	2,8%	6,6%	1,7%
Lingerie	6,3%	1,9%	1,3%	1,8%	3,9%	0,0%
Não sabe	0,4%	1,3%	2,1%	6,6%	4,8%	0,3%
Flores	1,3%	2,0%	0,7%	2,1%	1,1%	0,3%
CD/DVD	1,3%	0,5%	2,4%	2,2%	0,0%	0,3%
Ipod/MP3 Player/MP4	1,4%	0,3%	0,9%	1,9%	1,1%	0,3%
Urso/Bicho de pelúcia	0,0%	0,0%	2,5%	0,8%	1,1%	0,3%
Eletrodoméstico	0,8%	0,3%	0,9%	2,7%	0,0%	1,7%
Jantar	0,6%	0,3%	0,3%	1,5%	0,6%	0,3%
Outros	0,6%	1,5%	0,8%	1,7%	0,6%	0,3%
Eletroeletrônico	0,4%	1,8%	0,3%	1,9%	0,0%	0,3%
Viagem	0,3%	0,8%	0,8%	1,9%	0,6%	0,4%
Aparelho de DVD	0,6%	0,9%	0,4%	0,9%	0,0%	0,3%
Moto	0,6%	1,4%	0,4%	0,5%	0,0%	0,3%
Videogame Jogo de quebra cabeça	0,0%	0,9%	0,0%	0,4%	2,2%	0,3%
Rádio	0,0%	0,9%	0,0%	0,3%	1,0%	0,4%
Violão	0,0%	1,5%	0,0%	0,2%	0,0%	0,4%
Bolo/Torta/Café/ Bombons	0,6%	0,0%	2,9%	0,2%	0,0%	0,4%
Televisão	0,0%	1,7%	0,0%	1,2%	0,0%	0,3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: CDL-Manaus

Quanto a preferência dos consumidores em presentear no Dia dos Namorados por zona são:

Zona Norte de Manaus:

- 17,9% Vestuários;
- 17,3% Smartphone e Celulares;
- 14,4% Calçados, Cintos e Porta Cédulas
- 13,0% Jóias e Relógios;
- 9,7% Perfumes e Similares.

Zona Sul de Manaus:

- 14,7% Vestuários;
- 16,0% Smartphone e Celulares;
- 13,7% Joias e Relógios;
- 12,2% Calçados, Cintos e Porta Cédulas
- 11,8% Perfumes e Similares.

Zona Leste de Manaus:

- 22,0% Vestuários;
- 11,8% Smartphone e Celulares;
- 13,4% Perfumes e Similares;
- 11,6% Calçados, Cintos e Porta Cédulas;
- 10,1% Joias e Relógios.

Zona Oeste de Manaus:

- 20,2% Vestuários;
- 9,9% Smartphone e Celulares;
- 10,9% Perfumes e Similares;
- 12,3% Joias e Relógios;
- 9,6% Calçados, Cintos e Porta Cédulas.

Zona Centro Sul de Manaus:

- 22,6% Vestuários;
- 13,8% Perfumes e Similares;
- 14,3% Calçados, Cintos e Porta Cédulas;
- 11,6% Smartphone e Celulares;
- 6,6% Bolsas e similares.

Zona Centro Oeste de Manaus:

- 22,2% Vestuários;
- 20,4% Calçados, Cintos e Porta Cédulas
- 18,8% Perfumes e Similares.
- 11,5% Smartphone e Celulares;
- 8,5% Joias e Relógios;

Tabela 3 - PERCENTUAL DE ENTREVISTADOS POR GÊNERO, SEGUNDO O QUÊ PRETENDE PRESENTEAR

O QUE PRETENDE PRESENTEAR	Gênero (%) 2016	
	Masculino	Feminino
Vestuário	11,8%	27,3%
Calçados/Cinto/Porta Cédulas	9,0%	19,0%
Celular	17,5%	9,9%
Perfume/Similares	13,2%	12,1%
Jóias/Relógios	11,9%	10,5%
Livros	5,2%	6,5%
Produtos de Beleza	5,7%	2,0%
Bolsas /Similares	5,2%	1,4%
Lingerie	3,8%	2,1%
Boque de Flores	1,9%	0,2%
CD/DVD	1,3%	1,6%
Ipod/ /Mp3 Player/Mp4	1,4%	1,1%
Bicho de Pelúcia	1,6%	0,3%
Eletrodoméstico	2,0%	0,3%
Bolo/Torta/Café/ Bombons	1,0%	0,6%
Eletroeletrônico	1,2%	0,3%
Viagem	1,2%	0,9%
Jantar	0,3%	0,6%
Aparelho de DVD	0,6%	0,4%
Moto	0,2%	0,6%
Outros	2,0%	0,5%
Não Sabe	2,4%	2,0%
TOTAL	100%	100%

Fonte: CDL-Manaus

Entre os entrevistados do gênero masculino, 17,5% tem a preferência de presentear aparelho de celular, 13,2% com perfumes/similares, 11,8% com vestuário e 11,9% com jóias e relógios. Dos entrevistados do gênero feminino a preferência é por vestuário com 27,3%, 19% com calçados/cintos/porta cédulas, 12,1% com perfumes e similares e 9,9% com celulares.

**Tabela 4 - PERCENTUAL DE ENTREVISTADOS POR CLASSE SOCIAL,
SEGUNDO O QUÊ PRETENDE PRESENTEAR**

O QUE PRETENDE PRESENTEAR	CLASSE SOCIAL (%) 2016		
	A/B	C	D/E
Vestuário	19,9%	19,4%	10,3%
Calçados/Cinto/Porta Cédulas	11,5%	13,2%	30,7%
Celular	12,0%	15,1%	21,8%
Perfume/Similares	12,4%	12,6%	14,6%
Jóias/Relógios	12,6%	10,7%	7,0%
Livros	4,8%	6,1%	7,4%
Produtos de Beleza	3,3%	4,7%	0,9%
Bolsas /Similares	4,7%	3,2%	0,8%
Lingerie	3,1%	3,0%	0,5%
Boque de Flores	2,0%	0,5%	1,3%
CD/DVD	0,8%	1,7%	1,0%
Ipod/ /Mp3 Player/Mp4	1,0%	0,9%	1,1%
Bicho de Pelúcia	1,2%	0,6%	0,0%
Bolo/Torta/Café manhã/ Bombons	0,7%	0,9%	0,0%
Eletrodoméstico	0,7%	1,2%	1,5%
Viagem	2,5%	0,6%	0,0%
Televisão	0,6%	0,2%	0,0%
Videogame/ Quebra Cabeça	0,6%	0,2%	0,0%
Eletroeletrônico	0,2%	1,1%	1,1%
Violão	0,6%	0,0%	0,0%
Moto	0,8%	0,3%	0,0%
Aparelho de DVD	0,5%	0,3%	0,0%
Rádio	0,3%	0,5%	0,3%
Jantar	0,7%	0,3%	0,0%
Outros	0,7%	1,1%	0,0%
Não Sabe	1,7%	2,2%	0,0%
Total	100%	100%	100%

Fonte: CDL-Manaus

Classe A/B:

- 19,9% com vestuários;
- 12,4% com perfumes e similares;
- 12,6% com jóias e relógios;
- 12,0% com celulares;
- 11,5% com calçados, cintos e porta cédulas.

Classe C:

- 19,4% com vestuários;
- 15,1% com celulares;

- 13,2% com calçados, cintos e porta cédulas.
- 12,6% com perfumes e similares;
- 10,7% com jóias e relógios.

Classe D/E:

- 30,7% com calçados, cintos e porta cédulas.
- 21,8% com celulares;
- 14,6% com perfumes e similares;
- 10,3% com vestuários;
- 7,4% com livros.

Esta tabela revela o comportamento por classe social dos consumidores quanto a sua intenção de presentear no Dia dos Namorados.

Percebe-se que enquanto as classes A/B/C preferirem presentear com vestuários, a classe D/E preferem caracterizar esta data com bens de baixo valor e de maior necessidade dos da classe.

**Tabela 5 - PERCENTUAL DE ENTREVISTADOS POR FAIXA ETÁRIA,
SEGUNDO O QUÊ PRETENDE PRESENTEAR**

O QUE PRETENDE PRESENTEAR	Faixa Etária (%) 2016			
	De 15 a 24 anos	De 25 a 44 anos	De 45 a 60 anos	Acima de 60 anos
Vestuário	18,6%	20,8%	14,1%	17,7%
Perfume e similares	16,5%	10,2%	7,5%	21,5%
Celular	14,2%	13,3%	15,9%	1,4%
Calçados/Cinto/Porta cédula	11,0%	14,2%	11,3%	10,7%
Jóias/Relógios	10,4%	11,4%	10,2%	14,9%
Livros	6,8%	5,5%	1,9%	11,2%
Lingerie	3,0%	2,5%	4,5%	0,5%
Produtos de beleza	2,8%	3,6%	8,1%	0,5%
Bolsas e similares	2,7%	3,5%	6,9%	11,2%
CD/DVD	1,7%	1,4%	1,0%	0,5%
Ipod/MP3 Player/MP4	1,5%	0,8%	1,8%	0,5%
Urso/Bicho de pelúcia	1,4%	0,9%	0,5%	0,5%
Flores	1,1%	1,3%	3,0%	0,5%
Bombons/Chocolates	0,7%	0,9%	0,5%	0,5%
Moto	0,8%	0,5%	0,5%	0,5%
Eletrodoméstico	0,4%	1,6%	1,8%	1,4%
Viagem	0,7%	1,2%	0,9%	1,4%
Eletroeletrônico	0,4%	1,3%	0,6%	1,4%
Aparelho de DVD	0,3%	0,3%	3,1%	0,5%
Violão	0,4%	0,7%	0,5%	0,5%
Jantar	1,2%	0,5%	1,8%	0,5%
Outros	1,1%	1,6%	3,1%	0,4%
Não sabe	2,7%	1,9%	0,5%	1,4%
TOTAL %	100%	100%	100%	100%

Fonte: CDL-Manaus

Com relação ao contraponto entre a faixa etária e o que pretende presentear, na faixa etária entre 15 a 24 anos, a preferência é por vestuário com 18,6%, em segundo lugar aparece perfumes/similares com 16,5% e em terceiro lugar aparecem os celulares com 14,2% das intenções de compras.

Na faixa etária entre 25 a 44 anos, a preferência é por vestuário com 20,8%, em segundo lugar aparece celulares e calçados, cintos e porta cédulas com 13,3% e 14,2% respectivamente e em terceiro lugar aparece jóias e relógios com 11,4% das preferências.

Na faixa etária de 45 a 60 anos, a primeira indicação é para celular com 15,9%, em segundo lugar aparecem vestuário com 14,1% e em terceiro lugar aparece calçados, cintos e porta cédulas com 11,3%.

Na faixa etária acima de 60 anos, a primeira indicação é de perfumes e similares com 21,5% das indicações, em segundo lugar aparece vestuários com 17,7% e em terceiro lugar joias e relógios com 14,9% respectivamente.

Tabela 6 - PERCENTUAL DE ENTREVISTADOS POR FORMA DE PAGAMENTO, SEGUNDO O QUÊ PRETENDE PRESENTEAR

O QUE PRETENDE PRESENTEAR	FORMA DE PAGAMENTO (%) 2016				
	Dinheiro	Cheque À vista	Cartão de debito	Cartão de credito	Cartão da Loja
Vestuário/ Lingerie	22,9%	24,5%	13,5%	22,2%	12,8%
Smartphone/Celulares	12,9%	35,5%	12,9%	13,6%	26,7%
Calçados/Cinto/Porta Cédulas	13,1%	12,9%	10,3%	11,3%	5,7%
Perfume/Similares	12,8%	11,9%	12,0%	13,5%	11,3%
Joias/Relógios	10,6%	0,4%	12,0%	13,8%	9,8%
Livros	5,8%	0,3%	9,1%	4,7%	0,8%
Produtos de Beleza/maquiagem	4,5%	0,3%	15,3%	2,4%	1,5%
Bolsas /Similares	3,6%	9,7%	7,5%	2,6%	9,0%
Ipod/ /Mp3 Player/Mp4	1,2%	0,3%	0,0%	2,3%	5,5%
Bouque de Flores	1,3%	0,4%	0,0%	0,6%	0,5%
CD/DVD	1,8%	0,4%	0,0%	0,5%	0,6%
Bicho de Pelúcia	1,3%	0,3%	0,0%	0,5%	0,3%
Eletrodoméstico	0,9%	0,4%	0,0%	1,4%	4,3%
Bolo/Torta/Café da manhã/ Bombons	1,1%	0,5%	0,0%	0,4%	0,1%
Jantar	0,6%	0,4%	0,0%	1,2%	5,6%
Eletroeletrônico	0,6%	0,4%	0,0%	1,5%	1,0%
Viagem	0,7%	0,4%	7,5%	1,2%	0,0%
Aparelho de DVD/ Rádio	1,1%	0,3%	0,0%	1,0%	0,1%
Outros	1,6%	0,5%	0,0%	4,0%	3,7%
Não Sabe	1,7%	0,4%	0,0%	1,8%	1,1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: CDL-Manaus

No contraponto entre o que pretende comprar e a forma de pagamento que vai utilizar, destacamos por forma de pagamento o que segue:

À vista:

- 22,6% pretendem comprar vestuário/lingerie;
- 12,9% pretendem comprar celular;

- 12,8% pretendem comprar perfumes/similares;
- 13,1% pretendem comprar calçados/cintos/porta cédulas;
- 10,6% pretendem comprar joias/relógios.

Cheque à vista:

- 35,8% pretendem comprar smartphone/celulares;
- 24,5% pretendem comprar vestuários/lingerie;
- 12,9% pretendem comprar calçados, cintos e porta cédulas;
- 11,9% pretendem comprar perfumes/similares;
- 0,4% pretendem comprar joias/relógios.

Cartão de Débito:

- 13,5% pretendem comprar vestuários/lingerie;
- 15,3% pretendem comprar produtos de beleza/maquiagem;
- 12,9% pretendem comprar smartphone/celulares;
- 12,0% pretendem comprar joias/relógios;
- 12,0% pretendem comprar perfumes/similares;

Cartão de Crédito:

- 22,2% pretendem comprar vestuários/lingerie;
- 13,8% pretendem comprar joias/relógios;
- 13,6% pretendem comprar smartphone/celulares;
- 13,5% pretendem comprar perfumes/similares;
- 11,3% pretendem comprar calçados, cintos e porta cédulas.

Cartão da Loja:

- 26,7% pretendem comprar smartphone/celulares;
- 12,8% pretendem comprar vestuários/lingerie;
- 11,3% pretendem comprar perfumes/similares;
- 9,8% pretendem comprar joias/relógios;
- 9,0% pretendem comprar bolsas e similares.

CONCLUSÃO

Conclui-se que para o Dia dos Namorados as vendas deste ano devem apresentar um **crescimento de 1,5%** em relação ao ano anterior, resultando em uma receita bruta de **R\$ 46.182.500,00** (Quarenta e seis milhões, cento e oitenta e dois mil e quinhentos reais) dividido nas diversas intenções de compras para o período e um **ticket médio de compras** de aproximadamente **R\$ 86,56** da maioria das pessoas.