

PESQUISA DIA DAS MÃES - 2015



Sumário

1. ASPECTOS TÉCNICOS	3
2. SÍNTESE DOS RESULTADOS.....	4
Intenções de compras	4
Gastos.....	4
Local e quando compra.....	5
Atrativos para ir às compras	5
Passeio	6
Momento.....	6
Perfil.....	6
3. GRÁFICOS E TABELAS	7
Presentes	7
Gastos.....	9
Local e quando compra.....	10
Atrativos para ir às compras	11
Passeio	13
Momento.....	14
Perfil.....	15

1. ASPECTOS TÉCNICOS

O Dia das Mães é mais uma data comemorativa que ajuda a movimentar as vendas no comércio varejista potiguar, bem como alguns setores de serviços, a exemplo dos restaurantes. Os consumidores se deslocam para os centros comerciais com o objetivo de encontrar o presente ideal e satisfazer os desejos de suas mães. Por isso a Fecomércio RN realizou uma pesquisa com 651 (seiscentos e cinquenta e um) consumidores da cidade, entre os dias 17 e 20 de abril, procurando identificar quais suas intenções de compras para a data festiva.

A área de abrangência, ou de investigação da pesquisa, foi formada pela população residente nas quatro regiões administrativas da cidade de Natal/RN.

Em relação à metodologia empregada, utilizou-se o método de observação direta extensiva, pessoal, com a finalidade de diagnóstico quantitativo. Além disso, foi utilizada a técnica de entrevistas semi estruturadas, individualizadas, utilizando-se de questionário como instrumento de investigação. Os dados coletados são primários, observados sob a técnica de pesquisa aplicada, sendo esta descritiva com efeito exploratório.

O universo escolhido foi o da população economicamente ativa (consumidores) de Natal. Segundo o IBGE, é a população que está inserida no mercado de trabalho ou que, de certa forma, está procurando se inserir nele para exercer algum tipo de atividade remunerada.

Os resultados desta pesquisa estão sujeitos a um erro máximo permissível de 4,5% para mais ou para menos, com um nível de confiabilidade de 95%.

A análise dos dados foi feita de forma descritiva e analítica, tirando conclusões que nos auxiliem a descrever a intenção da população, através da interpretação de gráficos e tabelas.

2. SÍNTESE DOS RESULTADOS

Intenções de compras

O percentual de consumidores natalenses que almejam presentear alguém no período do Dia das Mães é de 76,7%. Para os que pretendem presentear, foi questionado, na pesquisa, sobre que tipo de produtos estão interessados em comprar. Os mais citados foram vestuários (23,6%), perfumes e cosméticos (22,2%), eletrodomésticos (14,2%) calçados e bolsas (10,2%) e artigos de decoração (3,4%). É importante lembrar que a sondagem reflete a intenção de compras, o que não pode ser considerado de forma alguma como compras efetivadas.

Quando perguntado acerca das pessoas que pretendem presentear neste Dia das Mães, destacaram-se as mães, sogras, esposas, irmãs, tias e avós. As mães receberão mais da metade dos presentes, como era de se esperar.

Foi perguntado às respondentes que eram mães o que elas gostariam de ganhar dos filhos na comemoração de seu dia: a maior parte (18,6%) manifestou desejo de receber itens de vestuário; em seguida, estão os perfumes e cosméticos (16,5%), eletrodomésticos (13,9%), calçados e bolsas (11,3%), e outros artigos que alcançaram menos de 10%, como celulares, viagens, flores, itens de decoração, joias, livros e artigos religiosos.

Gastos

Os respondentes manifestaram desejo de gastar, em média, nas compras dos presentes para o “Dia das Mães”, a quantia de R\$114,22. Em relação aos valores por faixa, cerca de 23,2% dos consumidores irão desembolsar até R\$ 50,00; 38,1% entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00; 21,6% entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00; 5,6% entre R\$ 201,00 e R\$ 300,00. É importante ressaltar que a maior parte dos entrevistados que pretendem presentear as mães este ano (61%) deverão comprar presentes, com valores de até R\$100,00. Já os presentes com valores acima de R\$300,00 foram citados por apenas 10,2% do total de respondentes.

Quanto à forma de pagamento das compras, a maioria pretende pagá-las à vista. A opção à vista, em dinheiro, foi a mais lembrada (59,9%) pelos consumidores, sendo seguida pela compra à vista no cartão de crédito (6,2%) e pela compra à vista no cartão de débito (4%). Mesmo assim, quase 30% dos entrevistados relataram que irão parcelar as compras realizadas para presentear as mães. É importante salientar que a escolha da modalidade de pagamento a vista está diretamente ligada ao grau de desconto oferecido pelas lojas. Embora que o resultado final das vendas demonstram que, na hora da compra, o recurso ao crédito aumenta consideravelmente, porém, sempre de maneira responsável.

66,2% dos consumidores que vão as compras pretendem fazer pesquisa de preços e comparar com o ano passado. 73,2% dos compradores acreditam que os preços cobrados por produtos neste dia das mães estarão mais caros, quando comparados aos preços praticados no ano passado.

Local e quando compra

Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos consumidores (49,5%), seguido pelos shoppings centers (39,4%). O restante dos destinos aparece com pouca relevância, mostrando uma grande concentração da demanda dos consumidores. Além disso, os entrevistados disseram que pretendem adquirir o presente durante a semana que antecede a data comemorativa (65,2%).

Atrativos para ir às compras

Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor natalense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com as promoções é central (45,7%), seguida pelos descontos (31,1%) e pelo atendimento (14,8%), ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra é interessante. O fator promoção confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores e o fato de que a maioria realizará pesquisa de preço para o Dia das Mães.

Passeio

Além de movimentar o comércio tradicional, o Dia das Mães também traz impactos para o setor de serviços: 23,2% dos entrevistados irão almoçar ou jantar na casa de parentes, seguidos pelos 16,4% que irão sair para almoçar ou jantar em algum restaurante. Também é grande o percentual de pessoas que não irá realizar programação alguma (52,7%), ou seja, provavelmente irá aproveitar a data para ficar em casa, lugar este escolhido principalmente pela homenageada. Mas a alternativa de almoçar na casa de familiares prevalece como um escape para quem não pretende estourar o orçamento, e também pelo fato de ser mais conveniente para a família.

Momento

Para medir o grau de otimismo do consumidor natalense, o IPDC também questionou dos entrevistados, a percepção em relação ao atual momento para compra de produtos. Deles, apenas 18,3% responderam que o momento é ótimo ou bom, enquanto que 41,2% preferiram manter a precaução e disseram que o momento é apenas regular, além dos 40,4% que afirmaram que a situação é ruim ou péssima para aquisição de produtos.

Outro dado levantado pela pesquisa é sobre a situação financeira das famílias. O gráfico 11 mostra que somente 24,7% das famílias declararam estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior, 39,8% apontaram que sua situação permaneceu igual e 35,5% consideraram que estão em pior situação.

Perfil

Os dados mostram que o consumidor do Dia das Mães deste ano é formado, majoritariamente, por mulheres (56,4%), com idade entre 25 e 44 anos (58,3%). Em relação ao grau de escolaridade, a maior parte tem ensino médio completo (49,9%) ou grau de instrução maior que isso, como ensino superior completo (27,6%). A renda familiar de até 03 salários mínimos foi a que apresentou o maior percentual (62,5%). Incluindo-se as famílias que ganham entre 03 e 06 salários mínimos (24,7%). Completa o quadro geral as famílias que têm rendimento acima de 06 salários mínimos (11,5%).

3. GRÁFICOS E TABELAS

Presentes

Gráfico 1 – O (a) Sr. (a) pretende presentear alguém durante o dia das mães?

Fonte: FECOMERCIORN

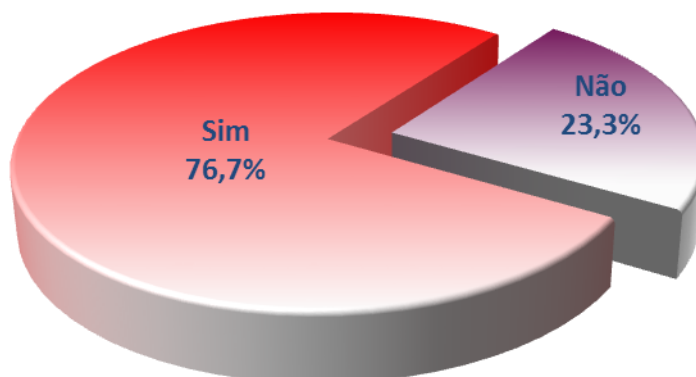


Tabela 1 – Quem o (a) Sr. (a) pretende presentear nesta data?(Múltipla resposta)

Fonte: FECOMERCIORN

Rótulos de Linha	%
Mãe	88,4%
Sogra	12,6%
Esposa	12,4%
Irmã	3,0%
Tia	2,2%
Avó	2,0%
Filha	1,2%
Amiga	0,8%
Namorada	0,2%
Bisavó	0,2%
Cunhada	0,2%
Filhos	0,2%
Madrinha	0,2%
Mae de amiga	0,2%
Madrasta	0,2%
Babá	0,2%

Tabela 2 – No dia das mães, que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessado em presentear?
(Múltipla resposta)

Fonte: FECOMERCIORN

Rótulos de Linha	%	Eletrônicos	%
Vestuário	23,6%	Relógio	0,4%
Perfume/Cosméticos	22,2%	Utensílios domésticos	0,4%
Eletrodomésticos	14,2%	Artigo religioso	0,2%
Calçados/Bolsas	10,2%	Cds	0,2%
Artigos de decoração	3,4%	Computador	0,2%
Celular	2,8%	Jarro	0,2%
Flores	2,2%	Lembrancinha	0,2%
Jóias	1,6%	Mensagem ao vivo	0,2%
Livro	0,8%	Notebook	0,2%
Dinheiro	0,6%	Presente personalizado	0,2%
Viagem	0,4%	Quadro	0,2%
Acessórios	0,4%	Toalhas	0,2%
Banquete	0,4%	Não sabe	17,0%
Chocolate	0,4%	Outros	8,2%

Tabela 3 – (Para as mães) Que tipo de presente a Sra. gostaria de ganhar?

Fonte: FECOMERCIORN

Rótulos de Linha	%	Livro	%
Vestuário	18,6%	Abrço dos filhos	0,5%
Perfume/Cosméticos	16,5%	Amor	0,5%
Eletrodomésticos	13,9%	Artigo religioso	0,5%
Calçados/Bolsas	11,3%	Carro	0,5%
Celular	7,2%	Conjunto de painelas	0,5%
Viagem	3,1%	Janelas novas	0,5%
Flores	2,1%	Produtos personalizados	0,5%
Artigos de decoração	1,5%	Saúde dos filhos	0,5%
Jóias	1,0%	Outros	5,7%
Paz	1,0%	Não sabe	13,4%

Gastos

Gráfico 2 – Quanto pretende investir na compra de presentes?

Fonte: FECOMERCIORN

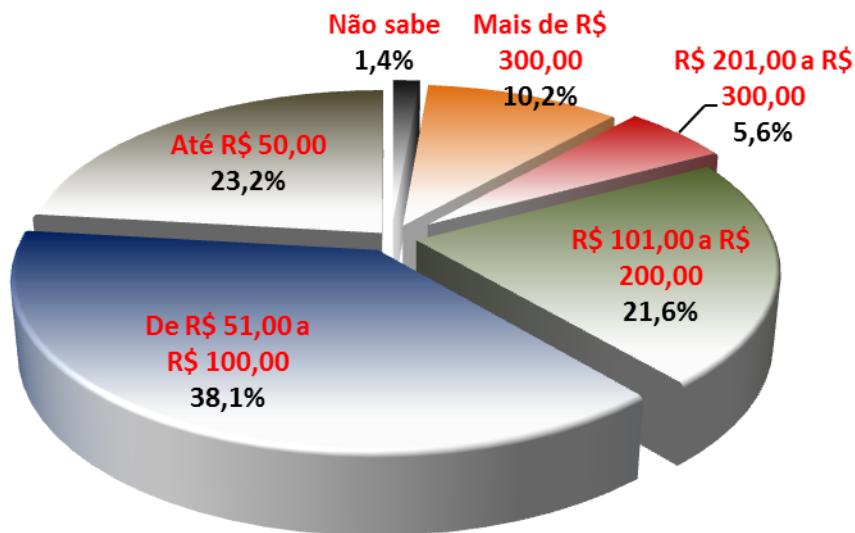
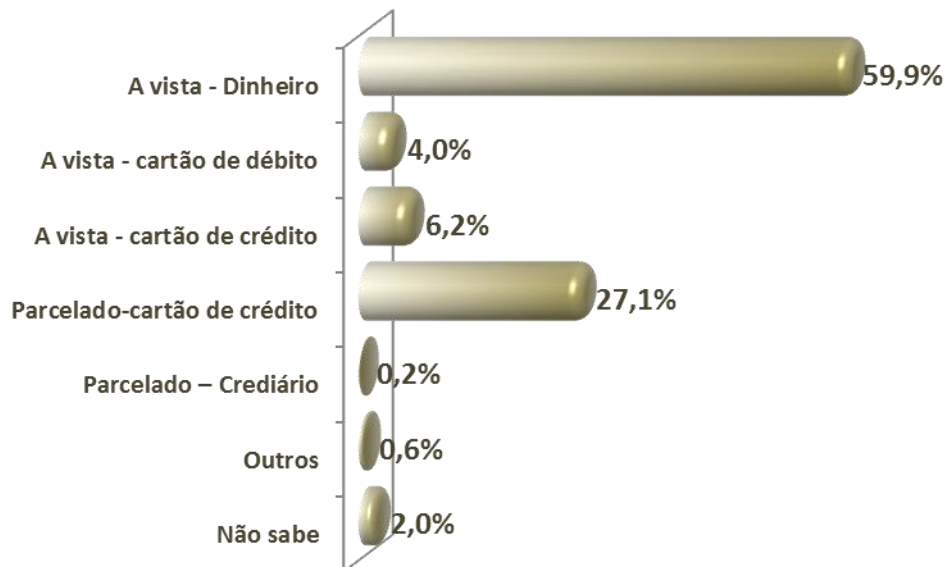


Gráfico 3 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr. (a) deseja utilizar?

Fonte: FECOMERCIORN



Local e quando compra

Gráfico 4 – Quando irá realizar as compras?

Fonte: FECOMERCIORN

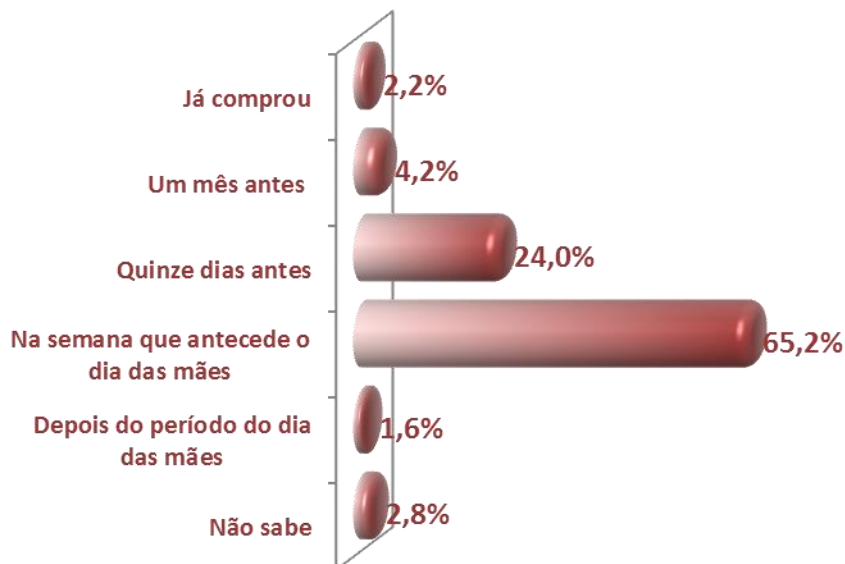
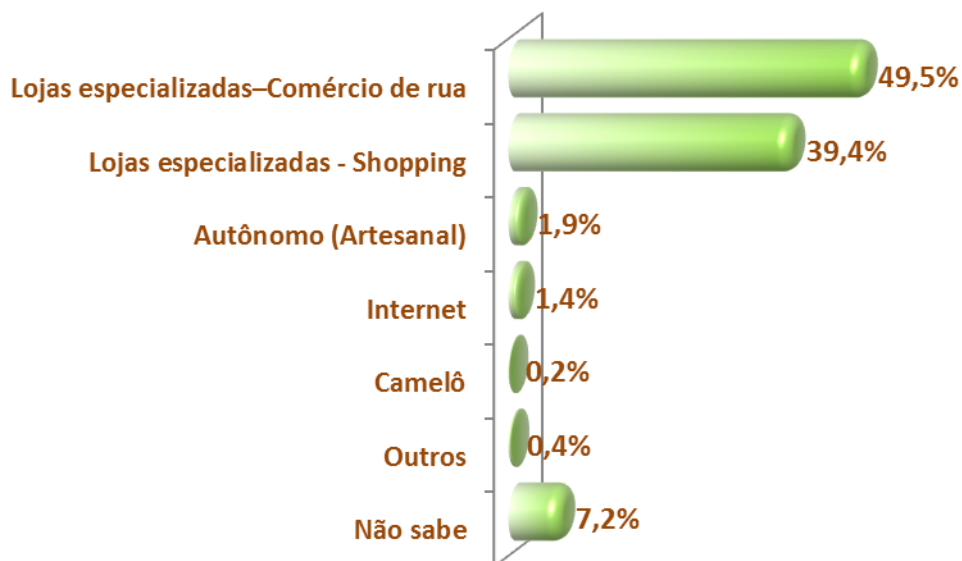


Gráfico 5 – Onde o (a) Sr. (a) pretende realizar as compras?

Fonte: FECOMERCIORN



Atrativos para ir às compras

Tabela 4 – Em sua opinião, o que as lojas poderiam fazer para atrair mais clientes?
(Múltipla resposta) Fonte: FECOMERCIORN

Rótulos de Linha	%
Promoção para cliente fiel	45,7%
Descontos	31,1%
Atendimento Personalizado	14,8%
Sorteio de Prêmios	7,6%
Brindes temáticos	7,4%
Facilidade no pagamento	5,6%
Vitrines bem montadas	3,0%
Variedades	1,2%
Divulgação	0,6%
Propaganda	0,6%
Baixar juros	0,2%
Climatização	0,2%
Estacionamentos	0,2%
Eventos	0,2%
Jardinagem	0,2%
Produtos atrativos	0,2%
Outros	3,2%
Não sabe	0,8%

Gráfico 6 – O (a) Sr. (a) pretende utilizar alguma alternativa seguinte para economizar no presente? Fonte: FECOMERCIORN

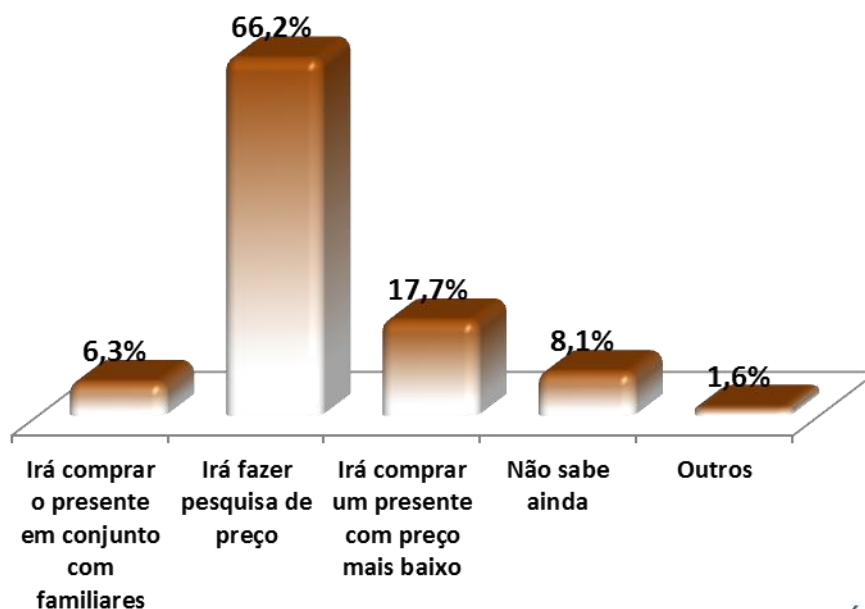
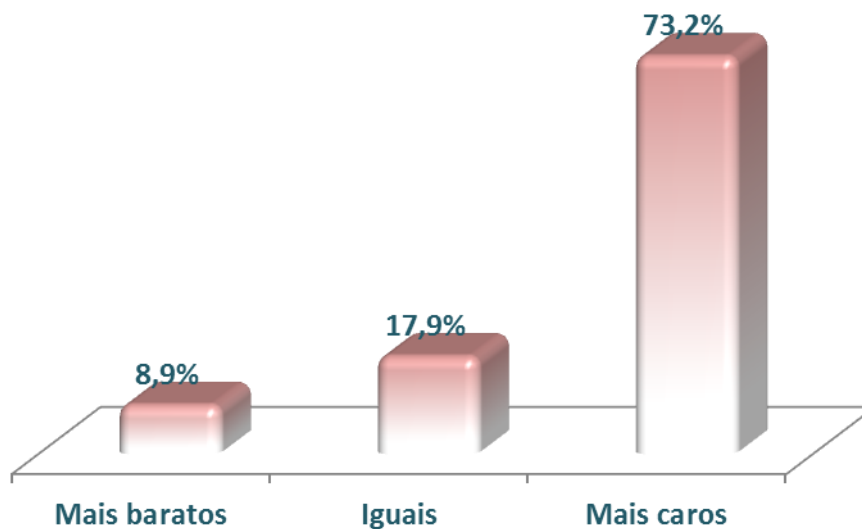


Gráfico 7 – Quanto aos preços cobrados por produtos nesse dia das mães, o Sr. (a) acredita que eles estarão:

Fonte: FECOMERCIORN



Passeio

Gráfico 8 – Irá levar sua mãe a algum passeio?

Fonte: FECOMERCIORN

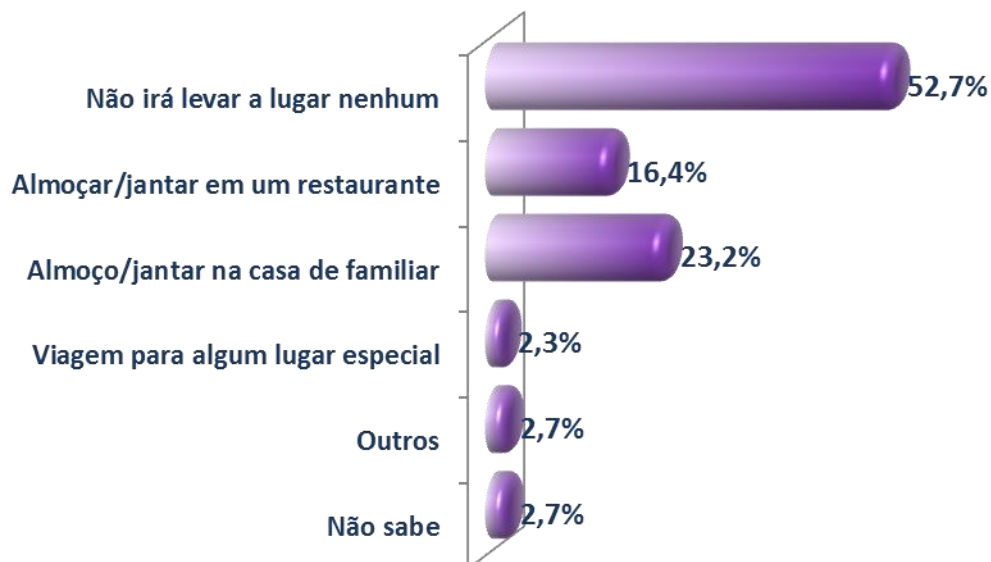


Gráfico 9 – Característica predominante para escolha do local?

Fonte: FECOMERCIORN



Momento

Gráfico 10 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?

Fonte: FECOMERCIORN

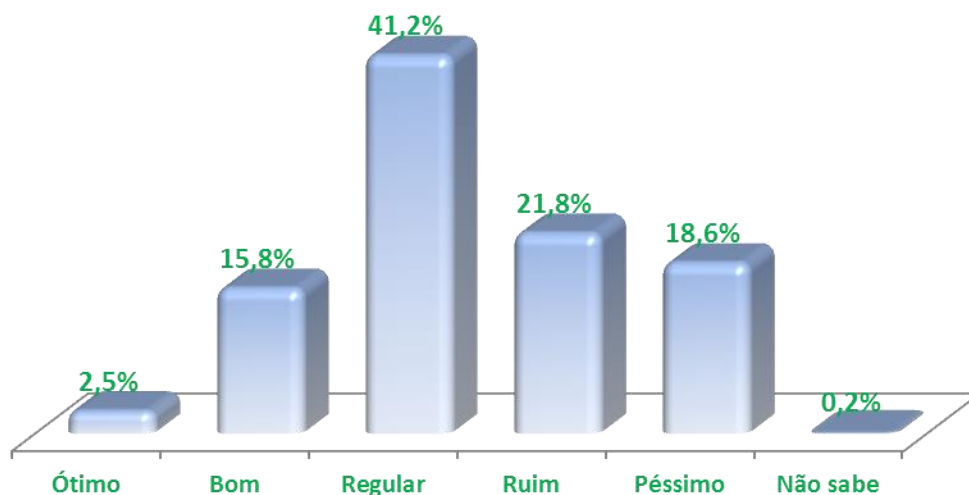
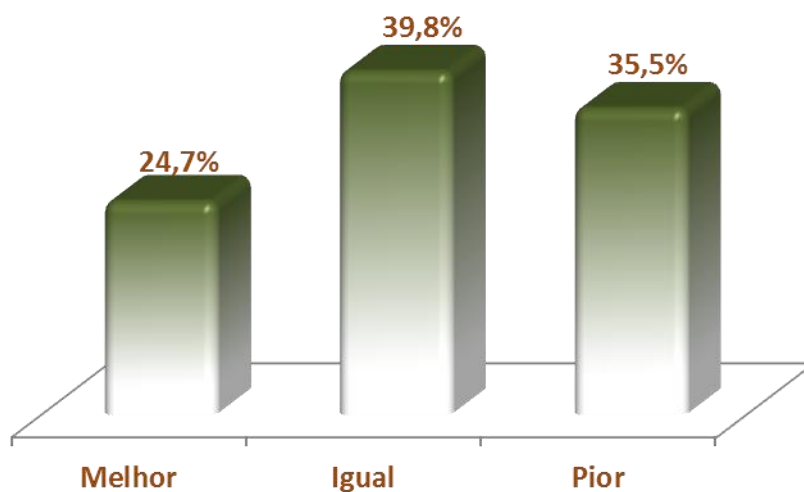


Gráfico 11 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?

Fonte: FECOMERCIORN



Perfil

Gráfico 12 – Sexo

Fonte: FECOMERCIO/RN

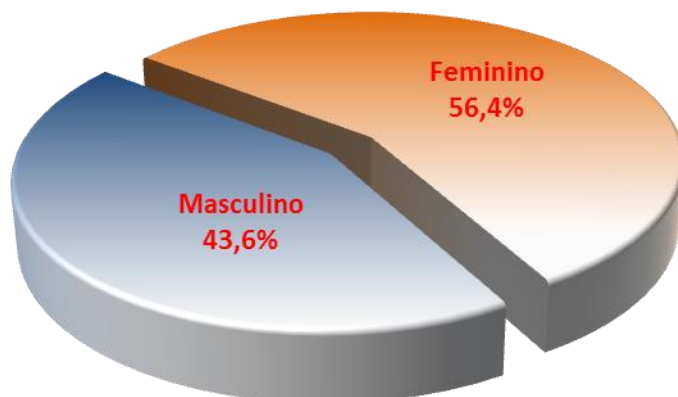


Gráfico 13 – Faixa etária

Fonte: FECOMERCIO/RN

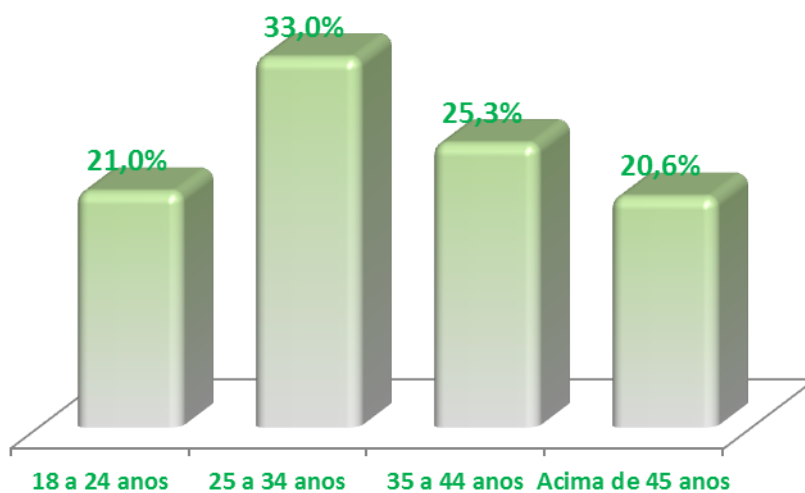


Gráfico 14 – Escolaridade

Fonte: FECOMERCIO/RN

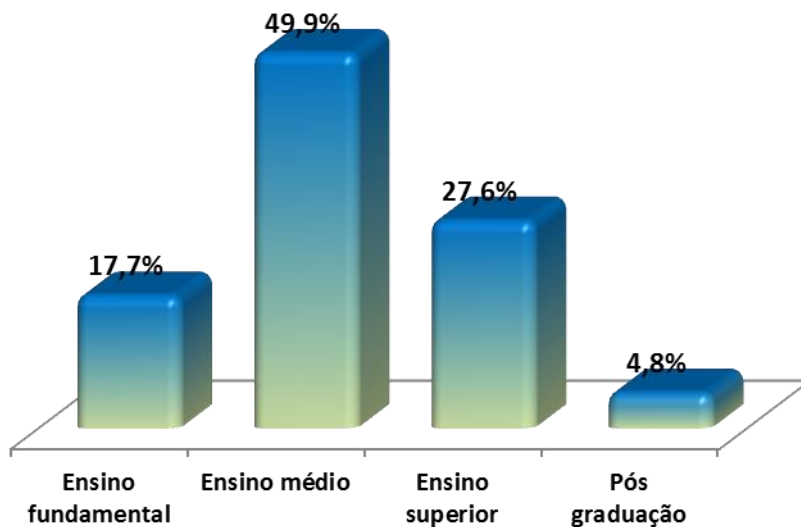
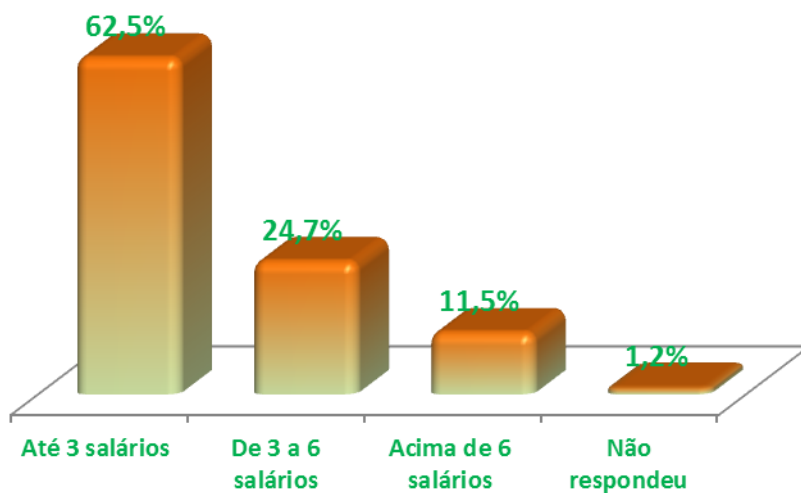


Gráfico 15 – Renda familiar

Fonte: FECOMERCIO/RN



**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO
ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE.**

**INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO DE BENS,
SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE.**

Marcelo Fernandes de Queiroz
Presidente

Marcus Guedes
Diretor Executivo

Inês Martins
Gerente Administrativa

Tiago Chacon
Responsável Técnico