

PESQUISA INTENÇÕES DE COMPRAS PARA A PÁSCOA NATAL-RN



Sumário

| | |
|---|----------|
| 1. ASPECTOS TÉCNICOS DA PESQUISA | 3 |
| 2. SÍNTESE DOS RESULTADOS | 4 |
| Intenções de compras | 4 |
| Gastos..... | 4 |
| Local e período de compras | 5 |
| Motivação e local de comemoração..... | 6 |
| Consumo de peixe..... | 7 |
| Pretensões de viagem..... | 7 |
| 3. GRÁFICOS INTERATIVOS | 8 |
| Intenções de Compras | 8 |
| Gastos..... | 11 |
| Local e período de compras | 13 |
| Motivação para ir às compras | 15 |
| Consumo de peixe..... | 16 |
| Pretensões de viagem..... | 17 |
| Perfil dos entrevistados | 20 |

1. ASPECTOS TÉCNICOS DA PESQUISA

A Semana Santa é uma tradição religiosa católica, que celebra a paixão, a morte e a ressurreição de Jesus Cristo. Inicia no Domingo de Ramos, e se encerra no Domingo de Páscoa. Como faz parte do costume o consumo de pescado na Sexta-feira Santa ou Sexta-feira da Paixão (dia em que é feriado nacional), e a troca de ovos de chocolate no domingo de Páscoa, o período é de boa movimentação nos supermercados e lojas especializadas em peixes e chocolates.

Com o intuito de identificar o possível comportamento do consumidor em relação a esta data comemorativa, bem como suas intenções de compras, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, por meio do seu Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio, realizou a pesquisa “Intenções de Compras para a Páscoa 2016”, entre os dias 19 e 22 de fevereiro, no município de Natal (RN). Foram entrevistadas 650 pessoas, distribuídas nas quatro regiões administrativas da cidade (Norte, Sul, Leste e Oeste). A pesquisa tem uma margem de erro de 3,8%, e um nível de confiança de 95%.

Para poder caracterizar o perfil e os interesses dos consumidores durante o período que antecede a Semana Santa e a Páscoa, foi elaborado um questionário composto, em sua totalidade, por questões fechadas e abertas. A coleta de dados foi feita através da técnica de observação extensiva, com entrevistas diretas e individualizadas junto ao público alvo.

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

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

A pesquisa proporcionará aos analistas de mercado, comerciantes, empreendedores e aos meios de comunicação, as tendências do mercado que servem como fonte de informações do negócio local, no que se refere às necessidades e expectativas dos consumidores.

2. SÍNTESE DOS RESULTADOS

Intenções de compras

Entender os hábitos do consumidor no período da Páscoa é fundamental para que o comércio possa atender aos clientes e contribuir para sua total satisfação. O resultado da pesquisa IPDC/Fecomércio RN apontou que 66,9% dos consumidores natalenses pretendem comprar algum presente de Páscoa, enquanto que 33,1% devem deixar a data passar em branco por vários motivos como falta de dinheiro, para economizar, desemprego, por não comemorar a data ou ainda por ter contas a pagar. A intenção de compras nesta data ficou praticamente estável em relação ao ano passado, com variação de apenas 0,02%. Em 2015, 65,8% dos entrevistados pretendiam comprar um presente para alguém na Páscoa.

Entre os que pretendem comprar, nota-se que a grande maioria dos consumidores natalenses presenteará, como de costume nesta época do ano, com produtos relacionados ao setor de chocolates (95,9%); seguido pelo setor de vestuário/calçados (6,5%) e pelos brinquedos (2,1%). Os maiores beneficiados com presentes serão filhos (42,5%); sobrinhos (18,4%); pais (18,2%); esposo (a) (15,6%); namorado (a) (10,3%); netos (8%); irmãos (7,1%); amigos (5,5%) e afilhados (5,3%).

Entre os que tem a intenção de comprar chocolates, os ovos devem continuar sendo as mercadorias mais procuradas pelos consumidores durante a Páscoa (71,5%); seguido das caixas de bombons (22,3%). As barras de chocolates representam, por sua vez, 6,5% do total da intenção de consumo dos entrevistados. Logo após surgem as cestas de chocolates e os chocolates caseiros, ambos, com 2,4%, percentual que assegura um nicho de mercado bastante considerável.

Gastos

Na distribuição dos gastos com os presentes de Páscoa, observou-se que 44,5% deles pretendem gastar até R\$ 50,00 em suas compras. Já 40,6% dos consumidores responderam que desejam gastar entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00; e 11,2% dos entrevistados esperam gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00. Outros 3,6% irão às compras com o intuito de desembolsar acima de R\$ 200,00. Além disso, 71,2% deles afirmaram que irão realizar pesquisa de preço antes de fazer a aquisição dos produtos.

O preço médio do presente pretendido pelo consumidor natalense para as compras de Páscoa é de R\$ 78,80. Esta média de gastos é menor do que a registrada pela mesma pesquisa em 2015, que havia sido de R\$ 93,07.

Já em relação à forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores tem como objetivo pagá-las à vista, em dinheiro ou no cartão de débito. Essas opções foram as mais citadas (80%) pelos natalenses, seguidas pela compra parcelada no cartão de crédito parcelado ou rotativo (18,8%). É importante frisar que os consumidores estão pouco dispostos a se endividar, procurando realizar a maioria de suas compras à vista.

O consumidor pretende pesquisar os preços dos ovos e comparar com os do ano passado. É importante relatar que 90,3% dos compradores acreditam que os preços estarão mais altos e apenas 7,7% acham que os preços estarão iguais ou mais baixos. No entanto, 2% dos consumidores não sabem comparar os preços, pois não lembram quanto custavam estes produtos no ano passado.

Outra informação que a pesquisa revela é que 35,8% dos consumidores natalenses devem aumentar os gastos na Semana Santa e Páscoa 2016, quando comparado com a mesma data do ano passado. Porém, 25,8% dizem que pretendem diminuir os valores gastos, enquanto 36,6% acreditam que permanecerão igual às cifras desembolsadas para as compras.

Local e período de compras

A grande maioria (71,1%) dos consumidores natalenses pretende adquirir o presente durante a semana que antecede a data comemorativa. Contudo, vale um destaque para a preferência pelo período de quinze dias antes, com 23,5% das intenções. Outros entrevistados

revelam que irão às compras trinta dias antes da celebração (3,6%). Essa questão é bastante importante, pois retrata sobre a preferência para um melhor dimensionamento funcional do comércio para o período.

Como local de compras, a preferência será pelos supermercados de comércio de rua (35,8%), seguido das lojas especializadas de shoppings, com 27%. As lojas especializadas em chocolates de comércio de rua aparecem com 18,5% das intenções; seguidas dos supermercados em shoppings (14%).

Motivação e local de comemoração

A escolha do presente de Páscoa será feita em função da marca do produto oferecido pelo comércio (50,6%); pelas ofertas e promoções (47,4%); pelos brindes (7,6%); pela localização da loja (5,3%); pela forma de pagamento (2,5%); pela indicação de parentes ou amigos (1,6%); e ainda pela propaganda (1,1%). Tal análise sugere que o mercado ofertante atente para uma ampliação do mix com qualidade uma vez que o consumidor tem se mostrado mais exigente e com maior poder de escolhas.

No que se refere ao local onde eles pretendem comemorar a data, 71,5% dos consumidores entrevistados disseram que desejam celebrar a data em casa; 21,5% vão à casa de parentes; 3% pretendem ir ao shopping/restaurante; e outros 1,4% irão à casa de amigos.

Perguntados se receberam presentes na páscoa do ano passado, 52,8% dos entrevistados afirmaram que sim, foram beneficiados com presentes na data; enquanto 46,9% disseram que não foram contemplados com lembranças durante as comemorações da Páscoa do ano de 2015.

Consumo de peixes

Outro aspecto fundamental, característico da data, que não pode ser desconsiderado, é que além da troca de ovos e chocolates entre os parentes e amigos, é tradição do consumo de pescado. Com relação a esse comportamento, 78,9% dos consumidores entrevistados deverão consumir peixes e crustáceos nessa Semana Santa. Isto deverá ativar os supermercados e as lojas especializadas em peixes, movimentando o comércio antes da Páscoa, com um gasto médio de R\$61,28.

Pretensões de viagem

A data é importante, pois não só movimentará comércio, mas também o setor de serviços por causa do feriadão da Semana Santa e Páscoa. A pesquisa verificou que 25,5% dos consumidores deverão viajar neste período, distribuídos em 53,3% interior do estado, 29,3% com destino ao litoral do RN e 17,4% a outro estado. Entre os que pretendem viajar na data, 43,7% devem desembolsar até R\$ 200,00 com a viagem; 37,7% entre R\$ 201,00 e R\$ 300,00; e 18% acima dos R\$ 500,00. São valores interessantes que ativarão os setores de transporte, hospedagem, alimentação e diversão.

Dentre os que desejam viajar, a maioria pretende se locomover de carro (69,5%), enquanto ônibus aparece como segunda alternativa (19,2%). O percentual dos que pretendem viajar de avião é de 4,2%.

Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

3. GRÁFICOS INTERATIVOS

Intenções de Compras

Gráfico 1 – O (a) Sr. (a) pretende comemorar a Páscoa?

Fonte: FECOMERCIORN

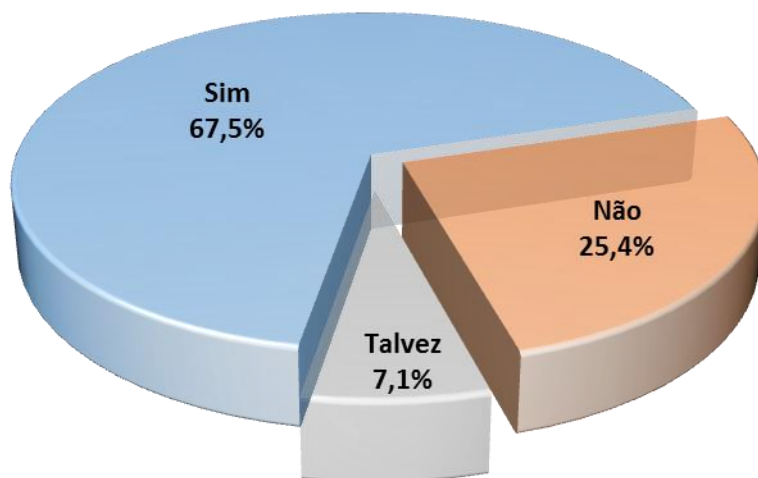


Gráfico 2 – O (a) Sr. (a) pretende presentear alguém durante a Semana Santa/Páscoa?

Fonte: FECOMERCIORN

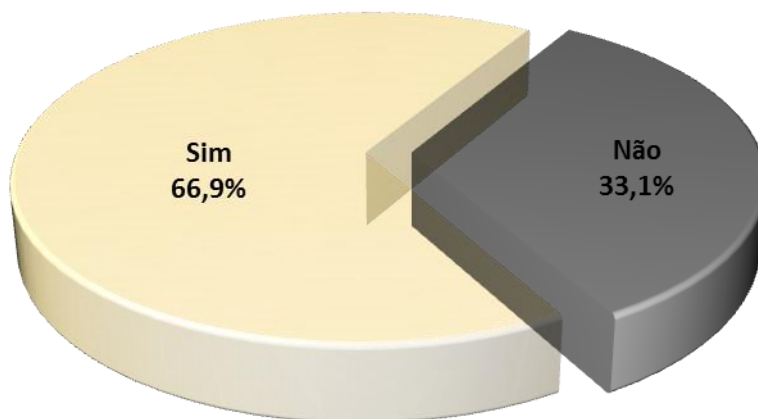


Tabela 1 – (Se respondeu “não” na anterior) Por qual motivo o (a) Sr. (a) não pretende presentear?

Fonte: FECOMERCIORN

| Motivo | % |
|---------------------------------|-------|
| Falta de dinheiro | 38,9% |
| Poupar | 13,1% |
| Desemprego | 10,0% |
| Não costuma presentear | 8,6% |
| Dívidas/Contas em atraso | 7,2% |
| Religião | 6,8% |
| Não comemora a data | 4,5% |
| Não tem ninguém para presentear | 4,1% |
| Não tem tradição | 4,1% |
| Outros | 2,7% |

Tabela 2 – Quem o (a) Sr. (a) pretende presentear nesta data? (Múltipla resposta)

Fonte: FECOMERCIORN

| Pessoas | % |
|--------------|-------|
| Filhos | 42,5% |
| Sobrinhos | 18,4% |
| Pai/Mãe | 18,2% |
| Esposo (a) | 15,6% |
| Namorado (a) | 10,3% |
| Netos | 8,0% |
| Irmãos | 7,1% |
| Amigos | 5,5% |
| Afilhados | 5,3% |
| Noivo (a) | 0,7% |
| Avó | 0,5% |
| Primo (a) | 0,5% |
| Outros | 0,2% |
| Clientes | 0,2% |
| Enteados | 0,2% |
| Nora | 0,2% |
| Sogra | 0,2% |

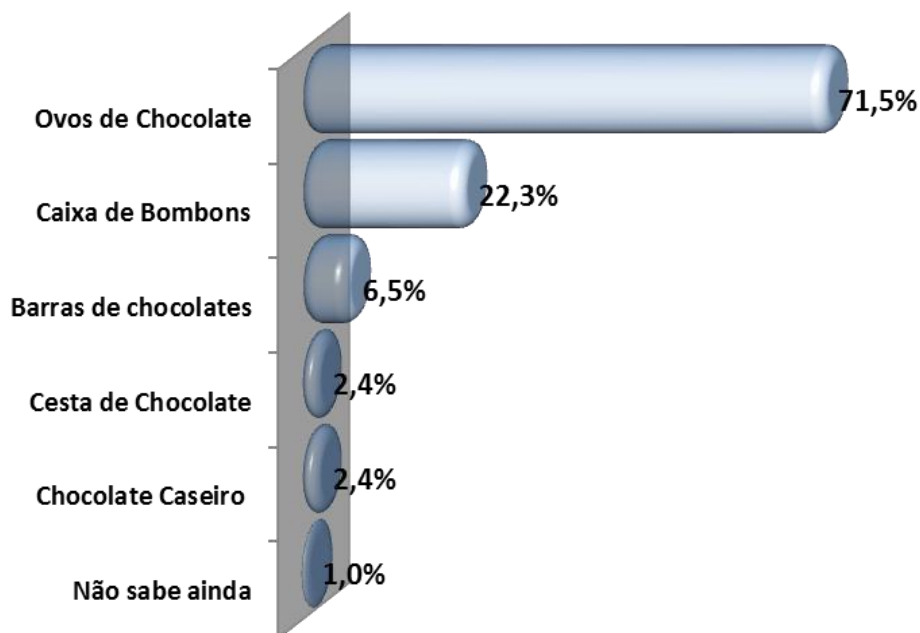
Tabela 3 – Com qual (is) produtos o (a) Sr.(a) pretende presentear? (Múltipla resposta)

Fonte: FECOMERCIORN

| Produtos | % |
|---------------------|-------|
| Chocolates | 95,9% |
| Vestuário | 5,1% |
| Brinquedos | 2,1% |
| Calçados | 1,4% |
| Vinhos/Bebidas | 0,9% |
| Flores/Rosas | 0,7% |
| Objetos decorativos | 0,2% |
| Artigo religioso | 0,2% |
| Bíblia | 0,2% |
| Livro | 0,2% |
| Viagem | 0,2% |

Gráfico 3 – Se for comprar chocolates (Próprio/Presente) qual tipo o (a) sr.(a) pretende comprar? (Múltipla resposta)

Fonte: FECOMERCIORN



Gastos

Gráfico 4 – Quanto o (a) Sr. (a) pretende gastar com o presente neste período de Semana Santa/Páscoa?

Fonte: FECOMERCIORN

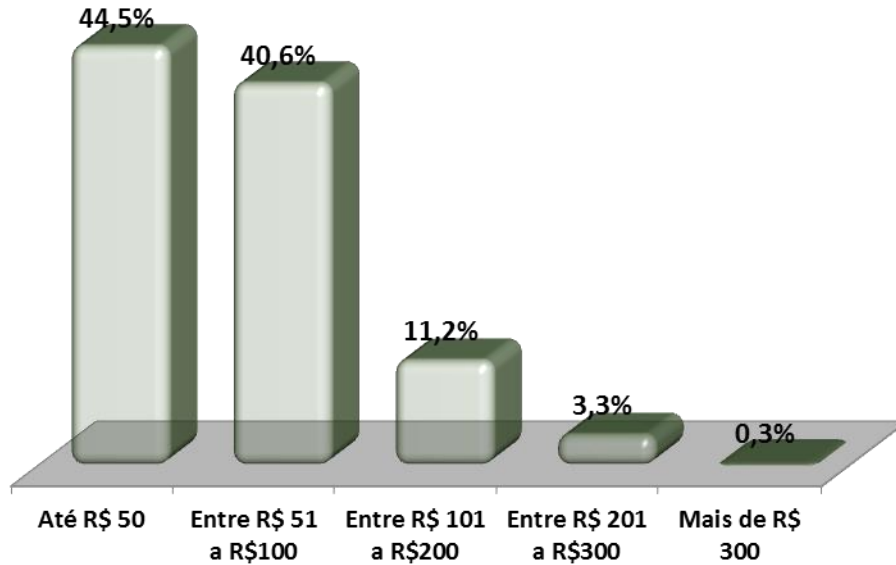


Gráfico 5 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr.(a) deseja utilizar?

Fonte: FECOMERCIORN

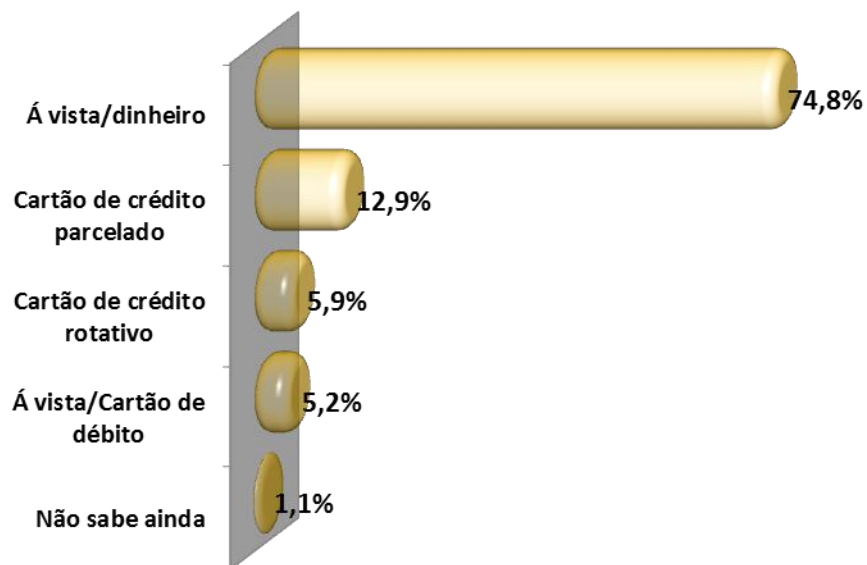


Gráfico 6 – Quanto aos preços cobrados por produtos nessa páscoa, o Sr. (a) acredita que eles estarão:
 Fonte: FECOMERCIORN

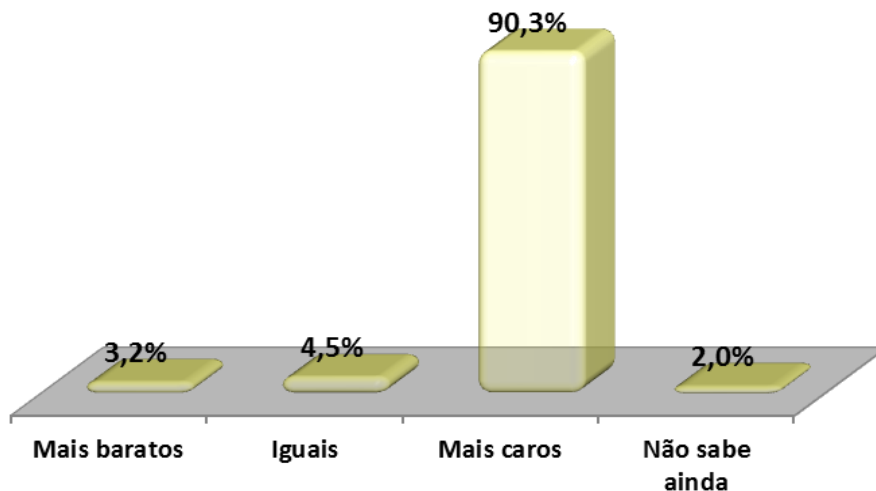


Gráfico 7 – O (s) seu (s) gasto (s) com itens ligados a Semana Santa nesse ano em comparação com ano passado irá?
 Fonte: FECOMERCIORN

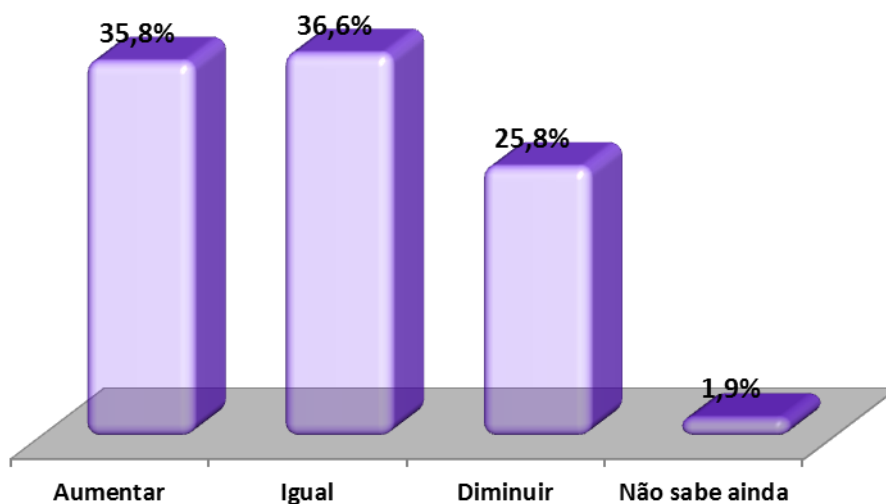


Gráfico 8 – Você presenteou alguém na Páscoa do ano passado?

Fonte: FECOMERCIORN

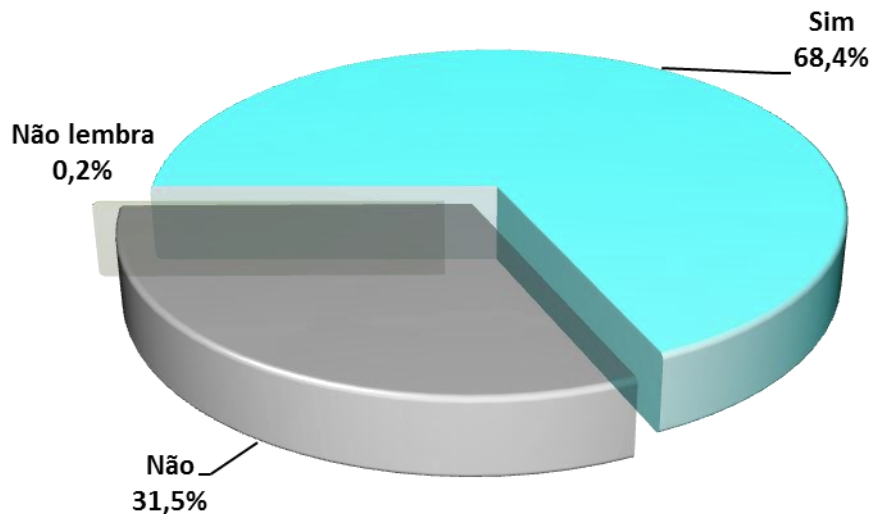
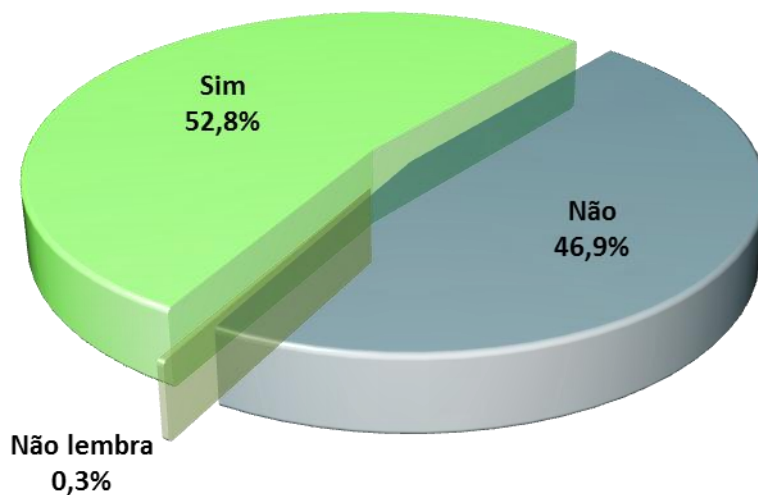


Gráfico 9 – Você recebeu presente na Páscoa do ano passado?

Fonte: FECOMERCIORN



Local e quando compra

Gráfico 10 – Quando irá realizar a compra?

Fonte: FECOMERCIORN

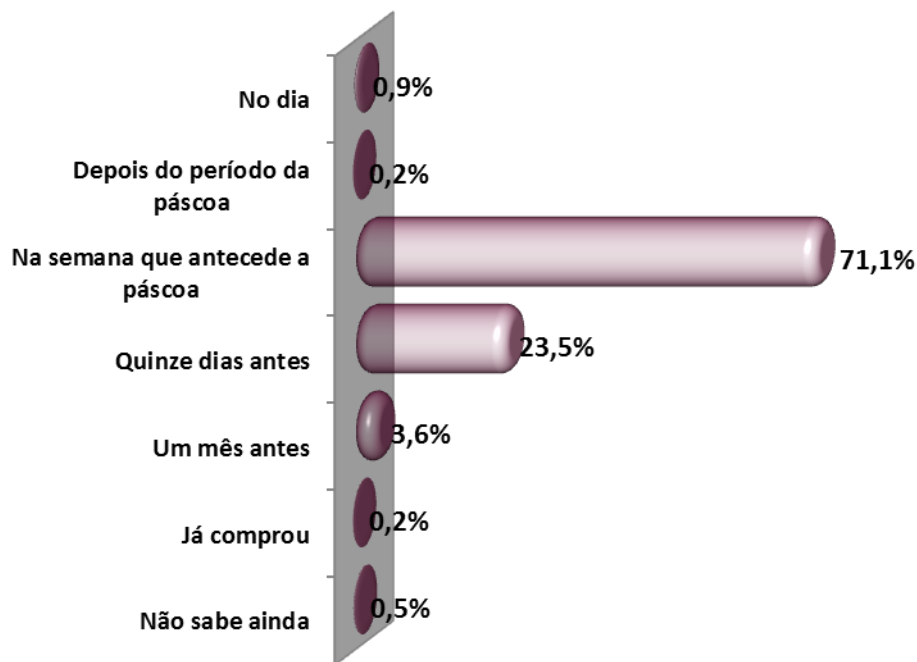


Gráfico 11 – Onde o (a) Sr.(a) pretende comprar o presente?

Fonte: FECOMERCIORN



Motivação para ir às compras

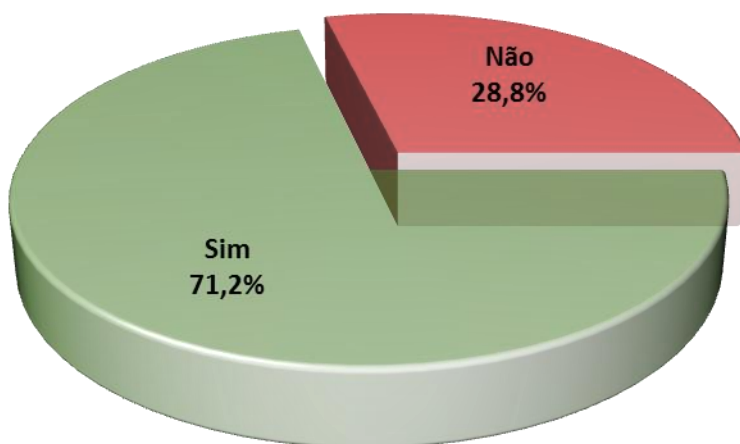
Tabela 4 – Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente?(Múltipla resposta)

Fonte: FECOMERCIORN

| Fatores | % |
|---------------------------------|-------|
| Marca do produto | 50,6% |
| Oferta e promoções | 47,4% |
| Brindes | 7,6% |
| Localização da loja | 5,3% |
| Formas de pagamento | 2,5% |
| Indicação de amigos ou parentes | 1,6% |
| Propaganda | 1,1% |
| Nome da loja | 0,9% |
| Qualidade | 0,7% |
| Variedade | 0,5% |
| Atendimento | 0,2% |

Gráfico 12 – O (a) Sr. (a) irá realizar pesquisa de preço antes de comprar?

Fonte: FECOMERCIORN



Consumo de Peixes

Gráfico 13 – Na Semana Santa o (a) Sr. (a) vai consumir peixes e crustáceos?

Fonte: FECOMERCIORN

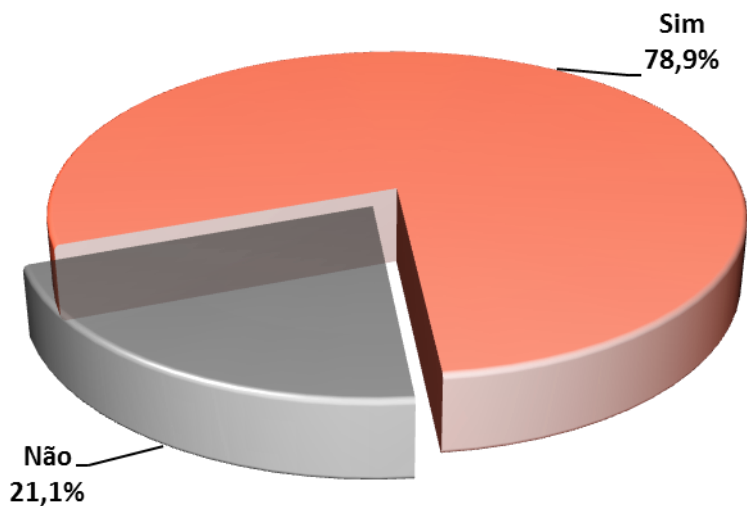


Gráfico 14 – Quanto o (a) Sr. (a) pretende gastar nas suas compras de pescados (R\$)?

Fonte: FECOMERCIORN

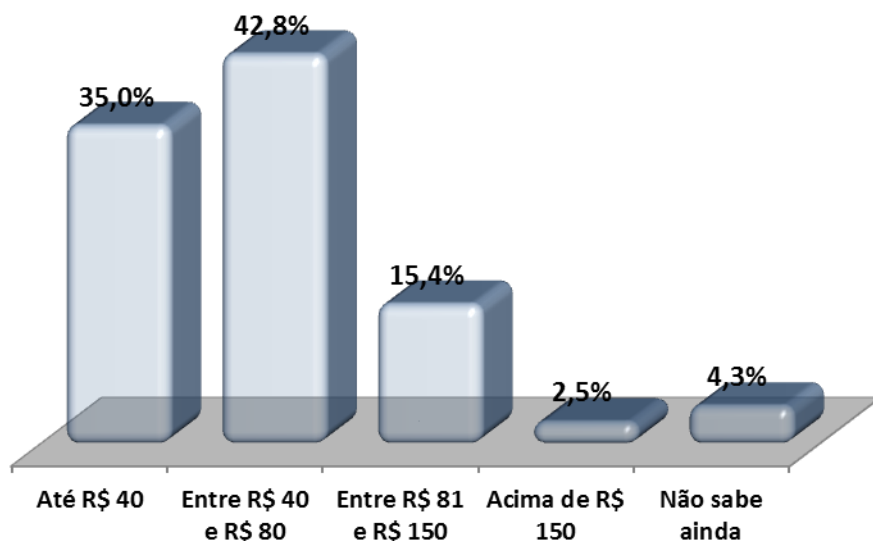


Tabela 5 – Onde o (a) Sr.(a) pretende comemorar a Páscoa?

Fonte: FECOMERCIORN

| Local | % |
|------------------|-------|
| Em casa | 71,5% |
| Casa de parentes | 21,5% |
| Shopping | 2,5% |
| Casa de amigos | 1,4% |
| Trabalho | 0,6% |
| Restaurante | 0,5% |
| Não sabe ainda | 0,5% |
| Pousada | 0,5% |
| Retiro | 0,5% |
| Viajando | 0,5% |

Pretensões de Viagem

Gráfico 15 – O (a) Sr. (a) pretende viajar durante o feriadão da Semana Santa/páscoa?

Fonte: FECOMERCIORN

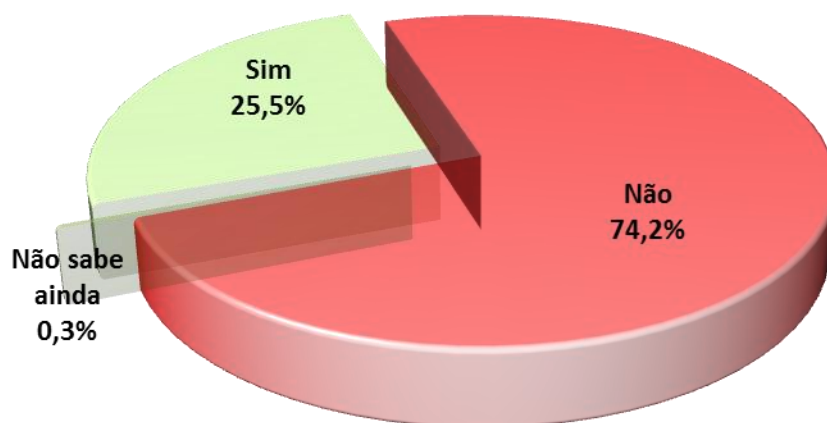


Gráfico 16 – Qual o motivo da viagem?

Fonte: FECOMERCIORN

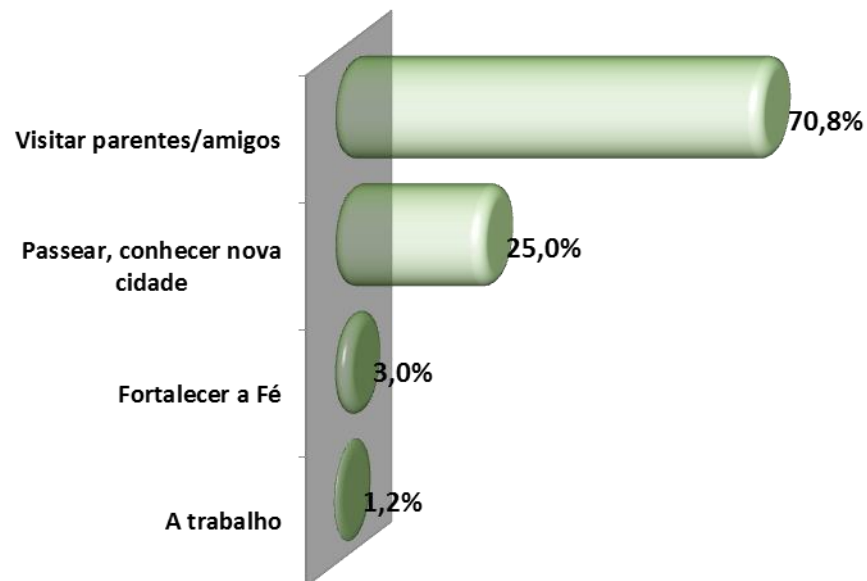


Gráfico 17 – Qual o destino?

Fonte: FECOMERCIORN

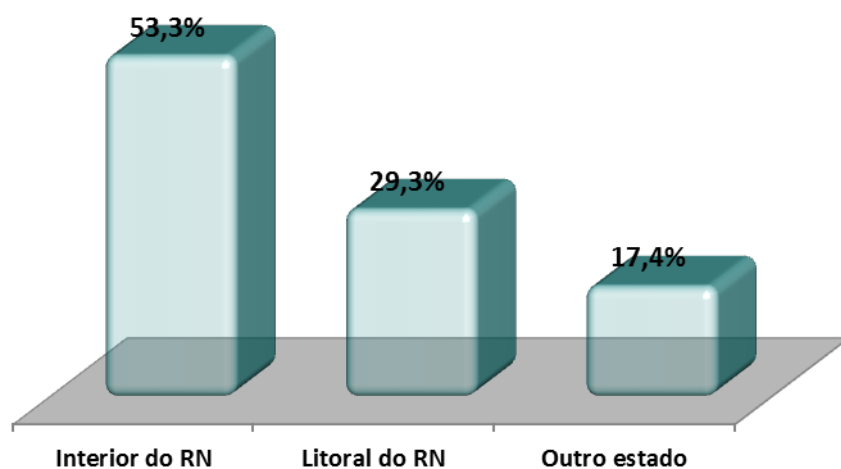


Gráfico 18 – Qual o meio de transporte utilizado para viajar?

Fonte: FECOMERCIORN

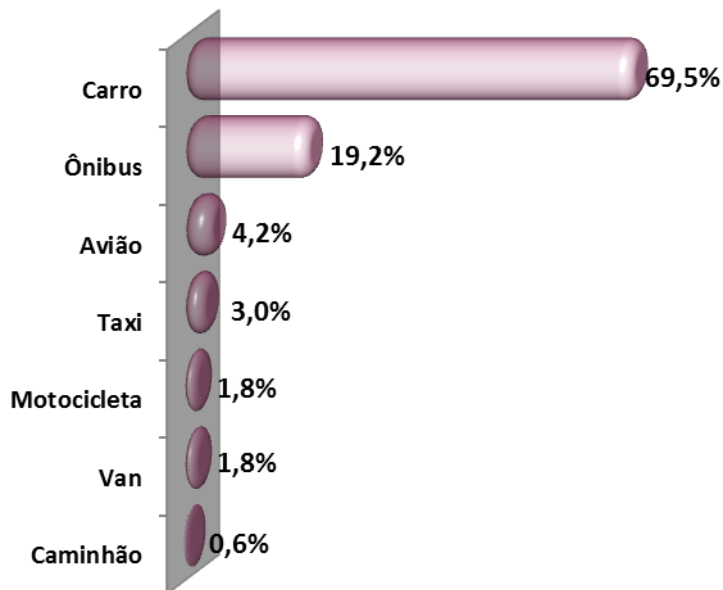
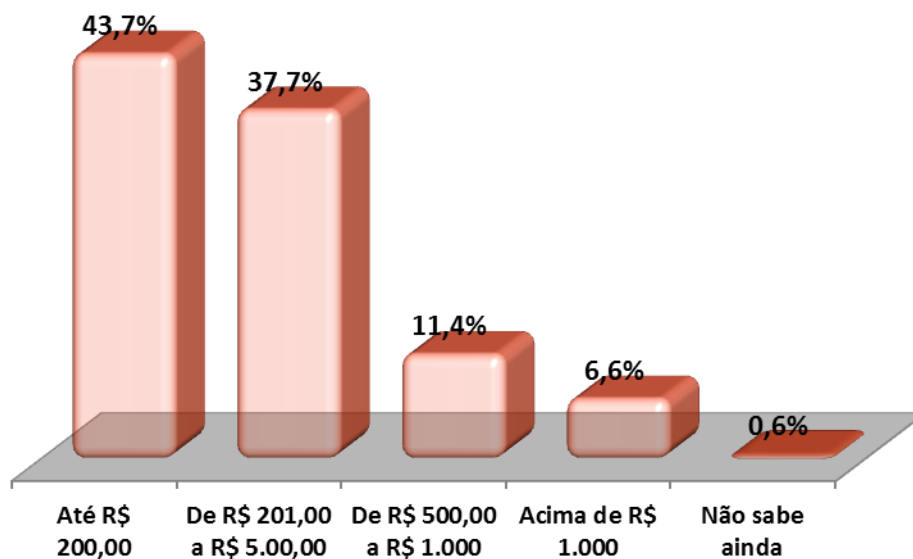


Gráfico 19 – Na sua viagem, qual o seu gasto médio, incluindo todos os itens?

Fonte: FECOMERCIORN



Perfil dos Entrevistados

Gráfico 20 – Sexo
Fonte: FECOMERCIO/RN

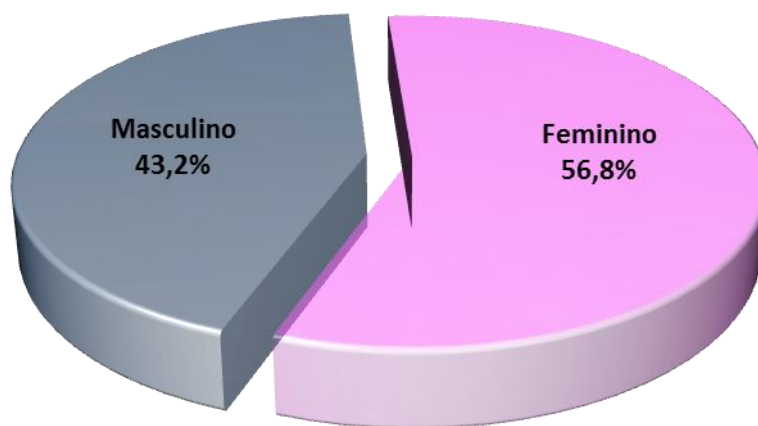


Gráfico 21 – Faixa etária
Fonte: FECOMERCIO/RN

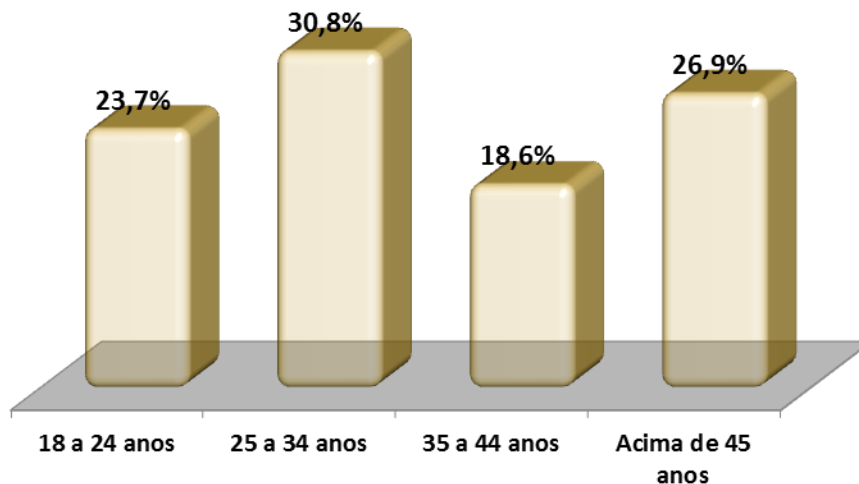


Gráfico 22 – Escolaridade
Fonte: FECOMERCIO/RN

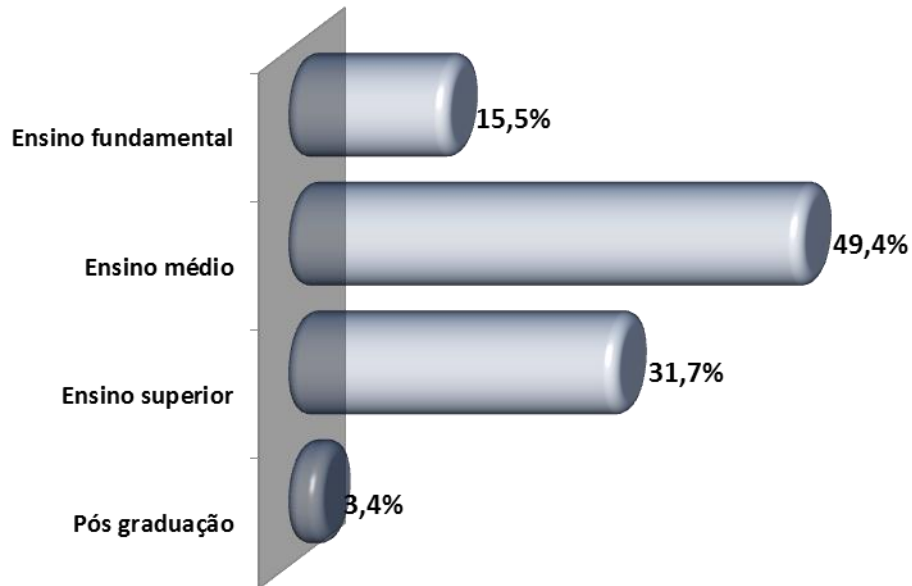
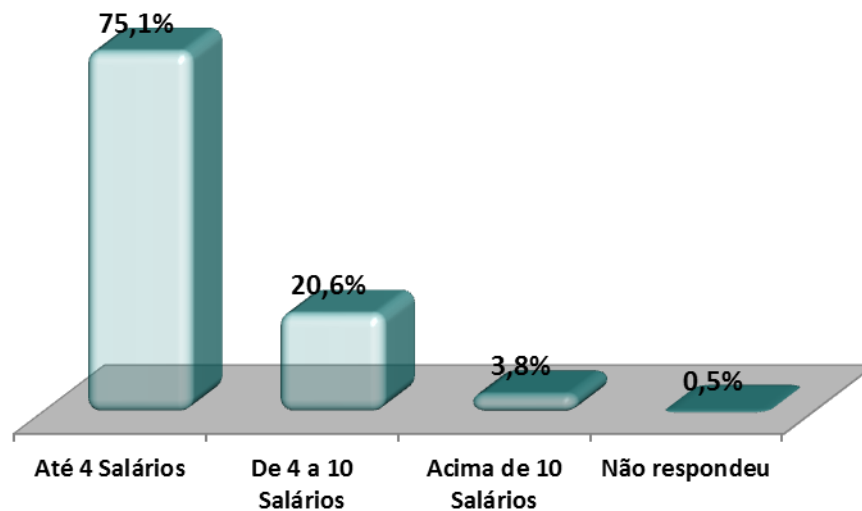


Gráfico 23 – Renda familiar
Fonte: FECOMERCIO/RN



**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

Tiago Chacon
Estatístico