

PESQUISA

Intenções de Compras para o Dia das Mães Natal-RN



Sumário

1. ASPECTOS TÉCNICOS.....	3
2. SÍNTESE DOS RESULTADOS.....	4
Intenções de compras.....	4
Gastos	5
Local e período de compra.....	5
Atrativos para os consumidores	6
Impacto no setor de serviços	Erro! Indicador não definido.
Momento econômico atual.....	7
3. GRÁFICOS E TABELAS	8
Intenções de compras.....	Erro! Indicador não definido.
Gastos	11
Local e período de compra.....	12
Atrativos para os consumidores	13
Impacto no setor de serviços	15
Momento econômico atual.....	16
Perfil	18

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, como por exemplo, os restaurantes. Procurando identificar as intenções de compras dos potiguares, o Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do RN (Fecomércio RN) realizou uma pesquisa com 601 consumidores de Natal, entre os dias 06 e 08 de abril.

Desta forma, o trabalho realizado pela instituição proporcionará aos analistas de mercado, comerciantes, empreendedores e aos meios de comunicação, o conhecimento das tendências do mercado, o que servirá como fonte de informação para pensar a logística do negócio local no que se refere às necessidades e expectativas dos consumidores.

Em relação à metodologia empregada na pesquisa, segue o método de observação direta extensiva, pessoal, com a finalidade de diagnóstico quantitativo. Além disso, foi utilizada a técnica de entrevistas semiestruturadas em locais preestabelecidos, 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 de consumidores de Natal (RN). A área de abrangência ou de investigação da pesquisa foi formada pelas quatro regiões administrativas da capital.

Os resultados desta pesquisa estão sujeitos a um erro máximo permissível de 4% 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

Considerado um bom período para o comércio varejista, o Dia das Mães se destaca pelo forte apelo emocional da data. 74,9% dos consumidores de Natal afirmaram que deverão comprar algum produto para presentear as mães, o que representa diminuição sobre a intenção de consumo registrada na pesquisa de 2015, que tinha sido de 76,7%. Dos consumidores que não pretendem presentear na data, a maioria, representada por 35,6% dos respondentes, afirmou não ter quem presentear, seguido de 29,6% dos pesquisados que afirmaram não ter dinheiro, enquanto 9,6% disseram que moram distante da mãe. 7,4%, por sua vez, afirmaram estar desempregados, 6,7% com dívidas e contas em atraso, 4,4% não costumam presentear na data, e 3,7% preferem poupar.

Entre os que irão presentear, a maioria dos consumidores revelou que comprarão apenas um presente, opção indicada por 69,2% das pessoas. Já 25,2% pretendem comprar até dois produtos para presentear as mães. Comprar três presentes é a intenção de 4,6% dos consumidores, enquanto 1,1% devem comprar quatro ou mais produtos.

Os artigos de vestuário (37,2%), perfumes/cosméticos (28%) e calçados/bolsas (12,2%) aparecem na liderança das intenções de compras. Também aparecem na preferência dos consumidores: eletrodomésticos (12,2%), artigos de decoração (3,3%), joias/relógios (2,2%), celulares (1,7%), livros (1,3%) e flores (0,9%). Vale ressaltar que 8,9% dos consumidores entrevistados não sabem ainda o que vão presentear.

Quando perguntado acerca das pessoas que pretendem presentear neste Dia das Mães, destacaram-se as mães (86,3%), sogras (15%), esposas (13,7%), amigas (5,4%), avós (2,2%) etc.

Foi perguntado as mães, que participaram da pesquisa, o que elas gostariam de ganhar na comemoração de seu dia. A maior parte (29,3%) manifestou desejo de receber itens de vestuário, em seguida estão os calçados e bolsas (18,6%), perfumes e cosméticos (15%), eletrodomésticos (9,6%), e outros artigos que alcançaram menos de 9%, como celular, viagens, joias, flores, itens de decoração e livros.

Gastos

Quanto aos gastos planejados para o período, 44,6% dos consumidores natalenses afirmaram que deverão gastar entre R\$ 51 e R\$ 100 com os presentes, já 26,1% dos entrevistados pretendem gastar até R\$ 50, e 10,9% entre R\$ 101 e R\$ 200. De acordo com a pesquisa, a média do valor dos gastos para este ano ficou em R\$ 106,79, o que revela uma queda de 6,5% sobre a intenção de gastos dos consumidores em 2015, quando a média de gastos ficou em R\$ 114,22.

A preferência pelo pagamento à vista, dinheiro ou cartão, surge à frente das demais modalidades de pagamento, com 78,8% da intenção dos consumidores. O cartão de crédito parcelado segue como a segunda opção com quase 20% das respostas. Outras formas de pagamento, como crediário e boleto, somaram menos de 1% das intenções. O resultado final das vendas demonstra que, na hora da compra, o recurso ao crédito aumenta significativamente.

74,8% dos consumidores que vão as compras pretendem fazer pesquisa de preços e 76% dos compradores acreditam que os preços cobrados por produtos neste Dia das Mães estarão mais caros, quando comparados aos preços praticados no ano passado. Em 2015, a pesquisa do Dia das Mães registrou que 66,2% dos consumidores iriam fazer pesquisa de preço antes das compras.

Local e período de compra

A respeito do local onde os consumidores pretendem realizar as compras, o destaque é o Shopping Center, com 44,6% de preferência. Até o ano passado, o local ocupava a segunda posição na preferência dos consumidores e este ano aumentou 5,2%, passando à liderança na escolha das pessoas. As lojas do comércio de rua, com 40%, caíram para a segunda colocação na escolha dos entrevistados.

A maioria dos consumidores (63,9%) pretende ir às compras na semana que antecede a data. Os respondentes que manifestaram desejo de comprar seus presentes quinze dias antes atingiram um percentual de 23%. Já 10,2% dos consumidores informaram que para escolherem melhor seus produtos vão antecipar as compras em pelo menos trinta dias.

O dia preferido para ir às compras, segundo o levantamento, deverá ser o sábado, com 34,6% da indicação das pessoas. A segunda-feira (13,7%), quarta-feira (13%), sexta-feira (11,9%) e o domingo (10,6%) também aparecem na lista, assim como a quinta-feira (8,1%) e a terça-feira (7,9%).

Atrativos para os consumidores

Para o comércio que pretende atrair a atenção dos consumidores nesse período, a pesquisa revelou que as promoções (51,2%) e os descontos (27,8%) são os motivos que poderão influenciar as pessoas na hora de decidir quais produtos deverão levar para casa. Um bom atendimento foi indicado por 15,2% dos consumidores como atrativo. Já brindes temáticos, que ano passado surgiu na quinta posição, este ano ocupa a quarta, com 4,2%. A facilidade de pagamento (4%) e o sorteio de prêmios (3%) também foram citados como fatores importantes na hora da compra. Além disso, foram mencionadas vitrines bem montadas, variedades de produtos, divulgação, qualidade dos itens, propaganda, estacionamento e entrega.

Impacto no setor de serviços

O Dia das Mães, tradicionalmente, também traz impactos para o setor de serviços. 27,2% dos consumidores natalenses entrevistados disseram que irão levar a mãe para algum passeio. Almoçar ou jantar em restaurantes aparece como a primeira opção (16,5%), seguidos pelos que irão organizar para almoçar ou jantar na casa da família (7%). Outros lugares como praia, shopping, salão de beleza e cinema também foram lembrados. Mas a alternativa de não levar a lugar nenhum (71,2%) aparece com um percentual bastante alto, ou seja, os consumidores não pretendem estourar o orçamento.

Momento econômico atual

Com o intuito de verificar o nível de otimismo do consumidor natalense, a pesquisa também abordou dos entrevistados, a percepção em relação ao atual momento para compra de produtos. Apenas 16,3% responderam que o momento é ótimo ou bom, enquanto que 41,1% afirmaram que o momento é regular, e 42,6% alegaram que o momento é ruim ou péssimo para adquirir produtos.

Os gráficos abaixo mostram que somente 18,1% das famílias declararam estar em situação financeira melhor do que a do mesmo período do ano passado, 40,1% apontaram que sua situação permaneceu igual e 41,8% consideraram que estão em pior situação financeira.

Os dados da pesquisa demonstram uma insegurança no cenário econômico que influenciou uma parcela dos consumidores a desistir das compras ou até mesmo diminuir o valor dos gastos com presentes. Porém, pela data ter um apelo emocional, espera-se que os consumidores, em sua maioria, não deixem de presentear suas mães.

3. GRÁFICOS E TABELAS

Intenções de compras

Gráfico 1 – O (a) Sr. (a) pretende comemorar o Dia das Mães?

Fonte: Fecomércio RN

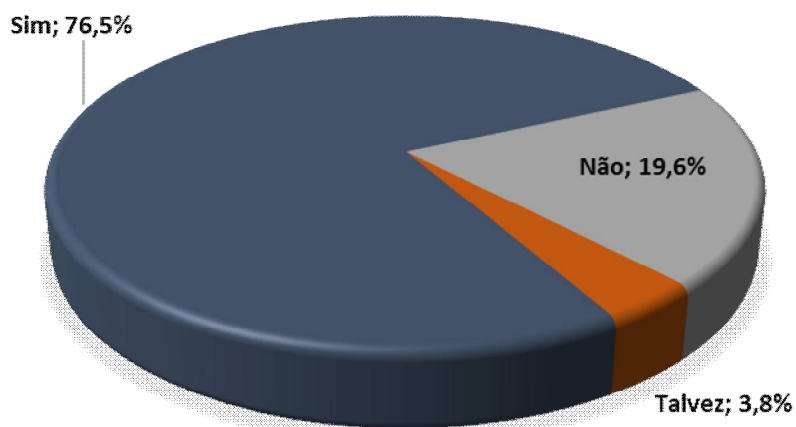


Gráfico 2 – O (a) Sr. (a) pretende presentear alguém durante o Dia das Mães?

Fonte: Fecomércio RN

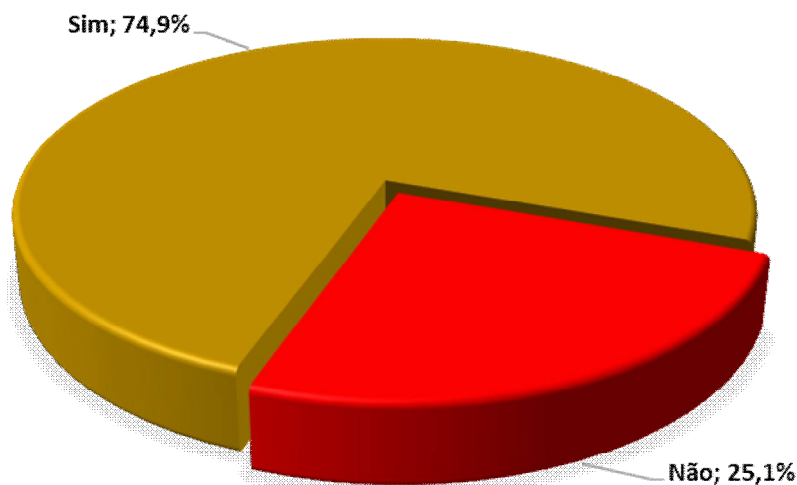


Tabela 1 – Por qual motivo o (a) Sr. (a) não pretende presentear?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Não tem quem presentear	35,6%
Falta de dinheiro	29,6%
Mora distante	9,6%
Desemprego	7,4%
Dívidas/Contas em atraso	6,7%
Não costuma presentear	4,4%
Poupar	3,7%
Outros	2,2%
Não sabe	0,7%
Total	100%

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

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Mãe	86,3%
Sogra	15,0%
Esposa	13,7%
Amiga	5,4%
Avó	2,2%
A própria	1,7%
Noiva	1,5%
Tia	0,7%
Irmã	0,4%
Madrasta	0,4%
Filha	0,2%
Madrinha	0,2%

Gráfico 3 – Quantos presentes serão comprados?

Fonte: Fecomércio RN

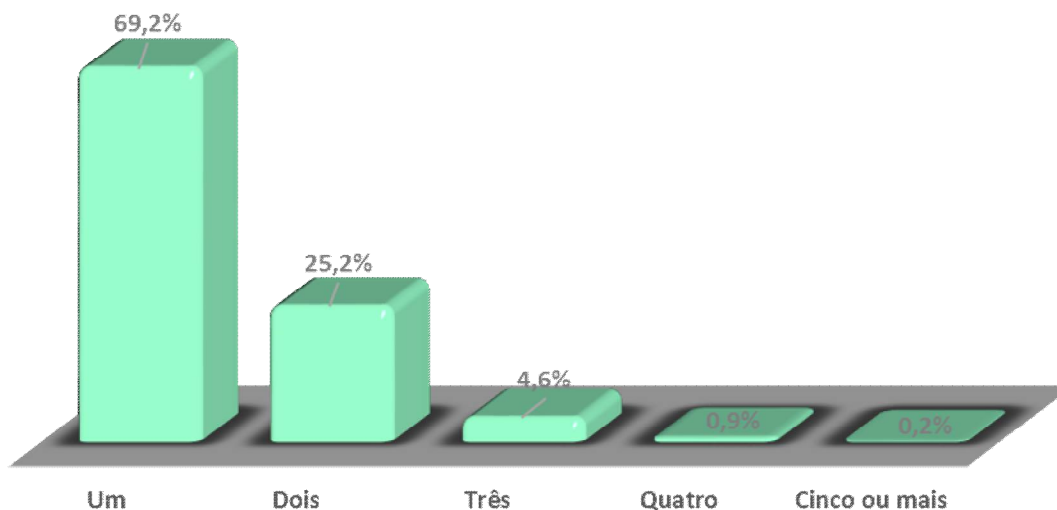


Tabela 3 – No Dia das Mães, que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessado em presentear? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Vestuário	37,2%
Perfume/Cosméticos	28,0%
Calçados/Bolsas	12,2%
Eletrodoméstico	12,2%
Não sabe	8,9%
Artigos de decoração	3,3%
Joias/Relógio	2,2%
Celular	1,7%
Livro	1,3%
Outros	1,1%
Flores	0,9%
Viagem	0,4%
Cesta de Chocolates	0,4%
Eletrônico	0,4%
Artigos religiosos	0,2%

Tabela 4 – (Para as mães) Que tipo de presente a Sra. gostaria de ganhar?

Fonte: Fecomércio RN

Itens	%
Vestuário	29,3%
Calçados/Bolsas	18,6%
Perfume/Cosméticos	15,0%
Eletrodoméstico	9,6%
Celular	7,8%
Não sabe	4,8%
Viagem	3,6%
Outros	3,6%
Joias	3,0%
Flores	1,8%
Artigos de decoração	1,8%
Livro	1,2%

Gastos

Gráfico 4 – Quanto pretende investir na compra de presentes?

Fonte: Fecomércio RN

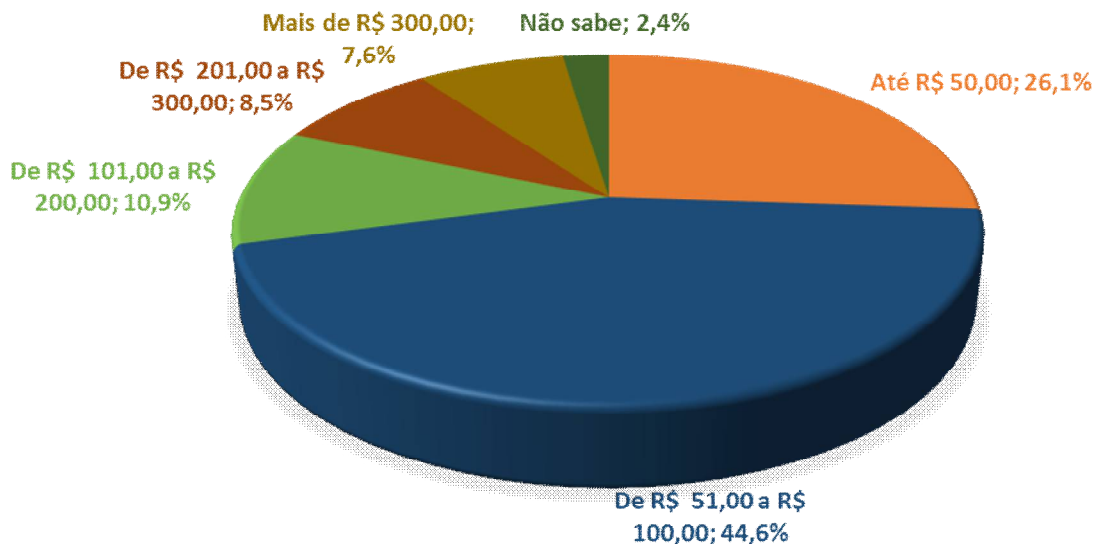
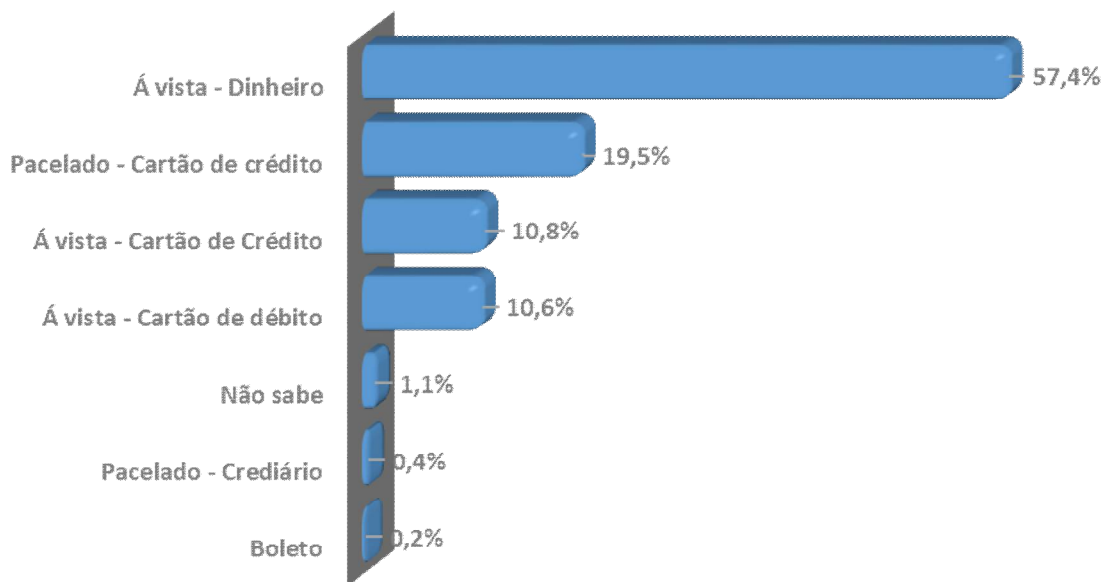


Gráfico 5 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr. (a) deseja utilizar?

Fonte: Fecomércio RN



Local e período de compra

Gráfico 6 – Quando irá realizar as compras?

Fonte: Fecomércio RN

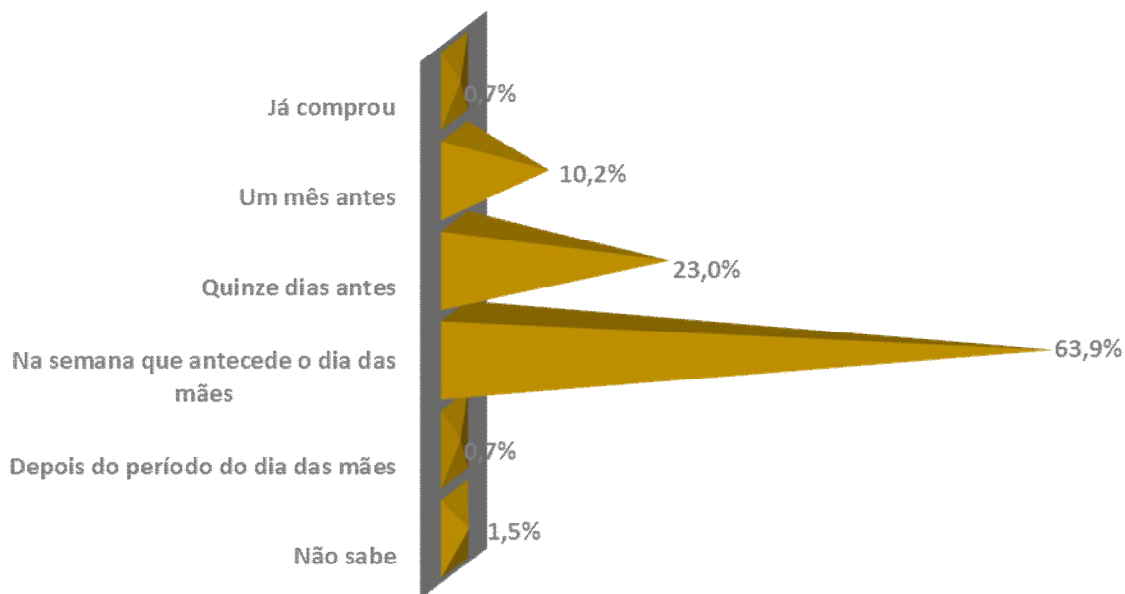


Gráfico 7 – Qual o dia preferido para ir às compras?

Fonte: Fecomércio RN

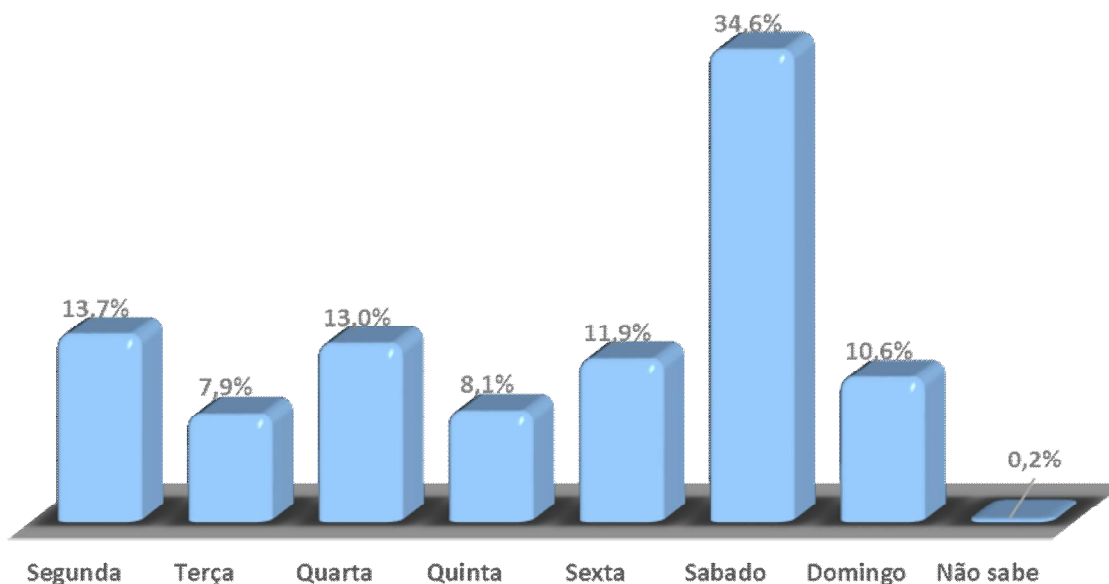
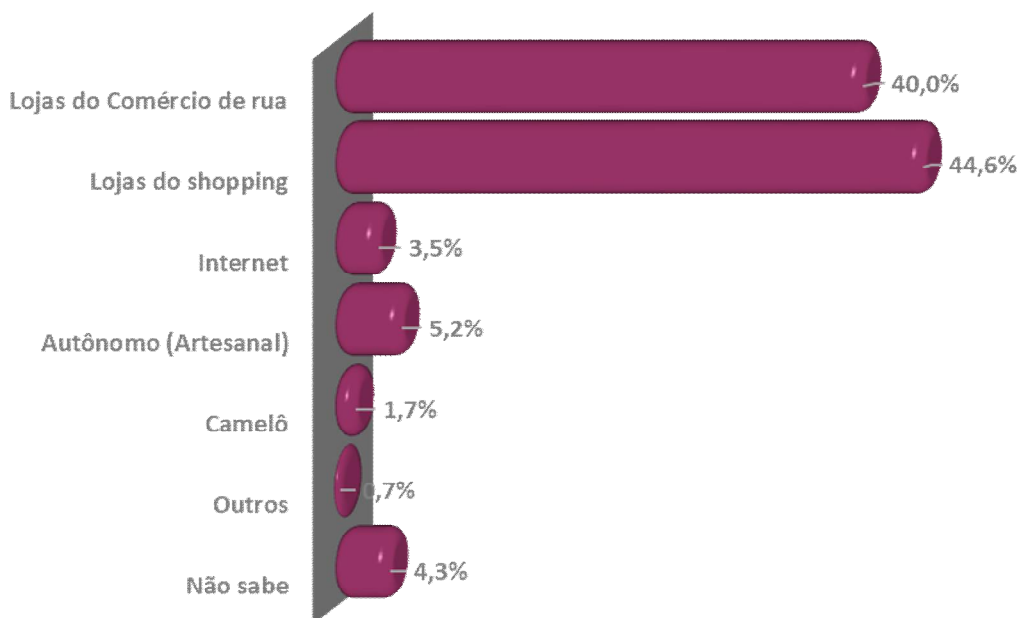


Gráfico 8– Onde o (a) Sr. (a) pretende realizar as compras?

Fonte: Fecomércio RN

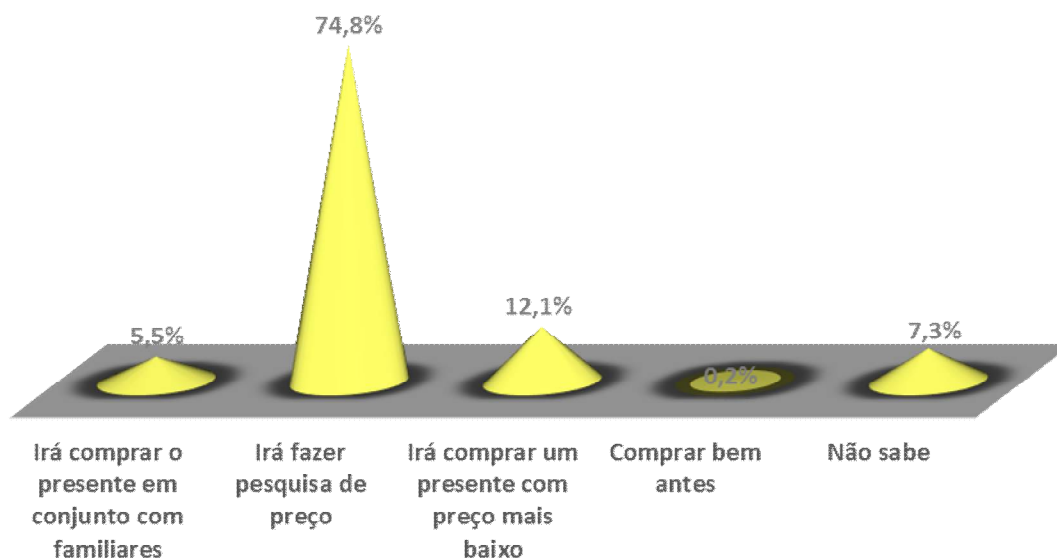


Atrativos para os consumidores

Tabela 5 – Em sua opinião, o que as lojas poderiam fazer para atrair mais clientes? (Múltipla resposta) Fonte: Fecomércio RN

Fatores importantes	%
Promoção para clientes	51,2%
Descontos	27,8%
Atendimento personalizado	15,2%
Brindes temáticos	4,2%
Facilidade no pagamento	4,0%
Sorteio de prêmios	3,0%
Preço baixo	2,7%
Vitrines bem montadas	2,0%
Variedade	1,3%
Divulgação	1,0%
Qualidade do produto	0,8%
Propaganda	0,7%
Estacionamento gratuito	0,3%
Frete grátis	0,2%
Não sabe	1,0%

Gráfico 9 – O (a) Sr. (a) pretende utilizar alguma alternativa seguinte para economizar no presente? Fonte: Fecomércio RN



Impacto no setor de serviços

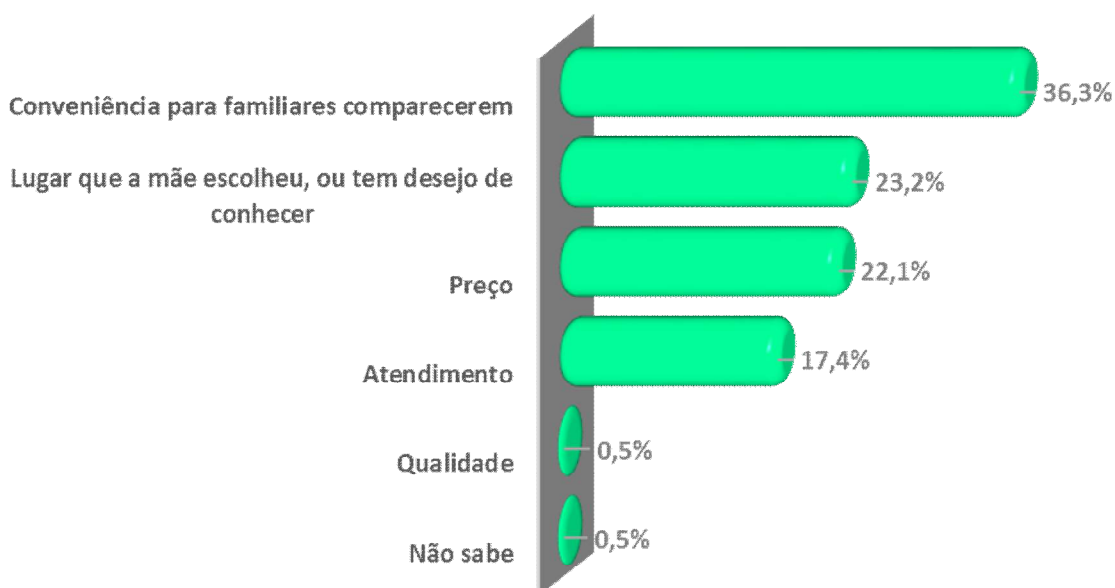
Tabela 6 – Irá levar sua mãe a algum passeio?

Fonte: Fecomércio RN

Passeio	%
Não irá levar a lugar nenhum	71,2%
Almoço/jantar em um restaurante	16,5%
Almoço/jantar na casa de familiares	7,0%
Viagem para algum lugar especial	2,1%
Não sabe	1,6%
Praia	0,7%
Shopping	0,5%
Salão de beleza	0,2%
Cinema	0,2%

Gráfico 10 – Característica predominante para escolha do local?

Fonte: Fecomércio RN



Momento econômico atual

Gráfico 11 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?

Fonte: Fecomércio RN

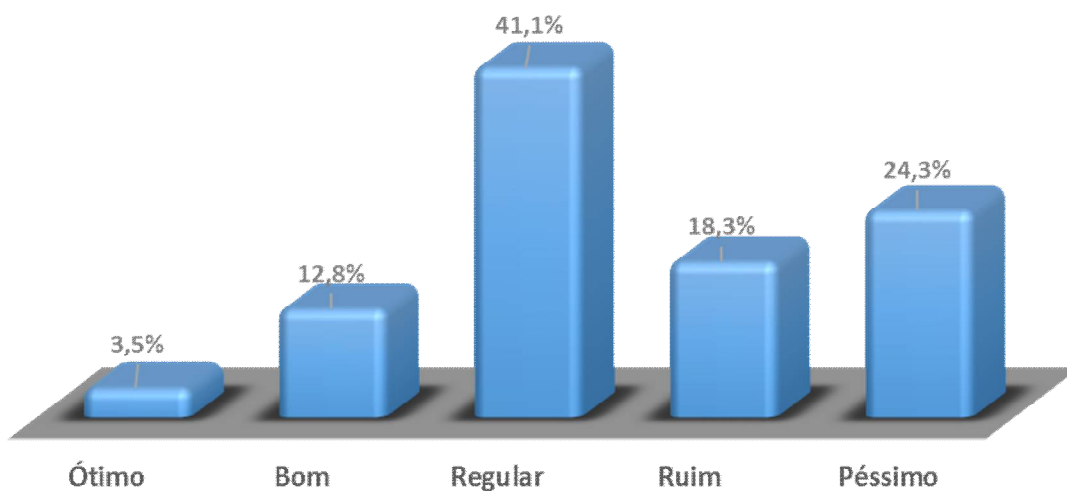


Gráfico 12 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação ao ano passado?

Fonte: Fecomércio RN

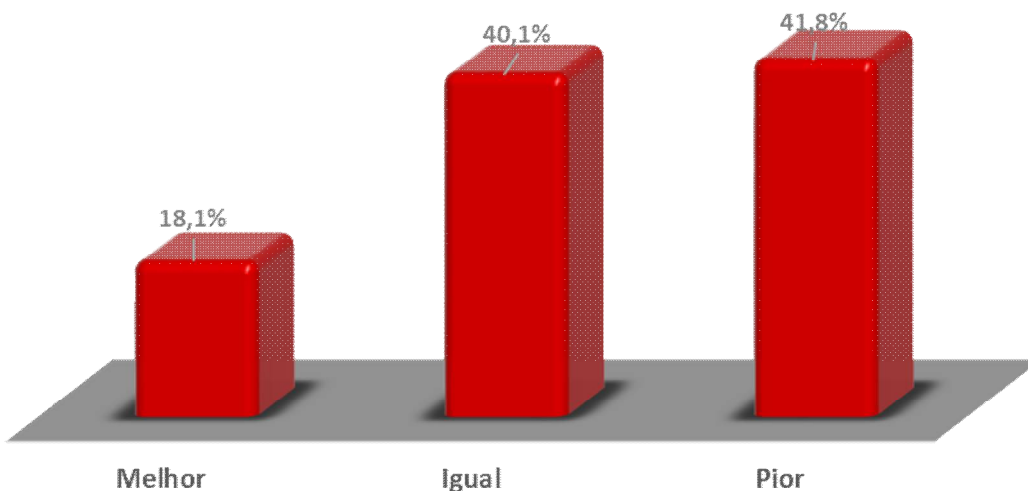


Gráfico 13 – Pensando na situação atual e olhando para o futuro, como você acredita que daqui a um ano estará sua família financeiramente?

Fonte: Fecomércio RN

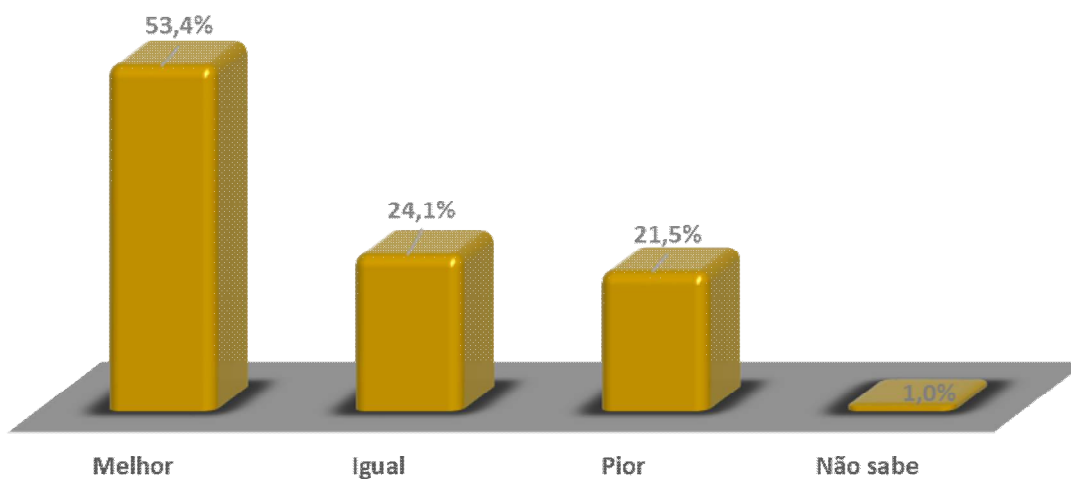


Gráfico 14 – O (s) seu (s) gasto (s) com itens ligados ao Dia das Mães nesse ano em comparação com ano passado irá:

Fonte: Fecomércio RN

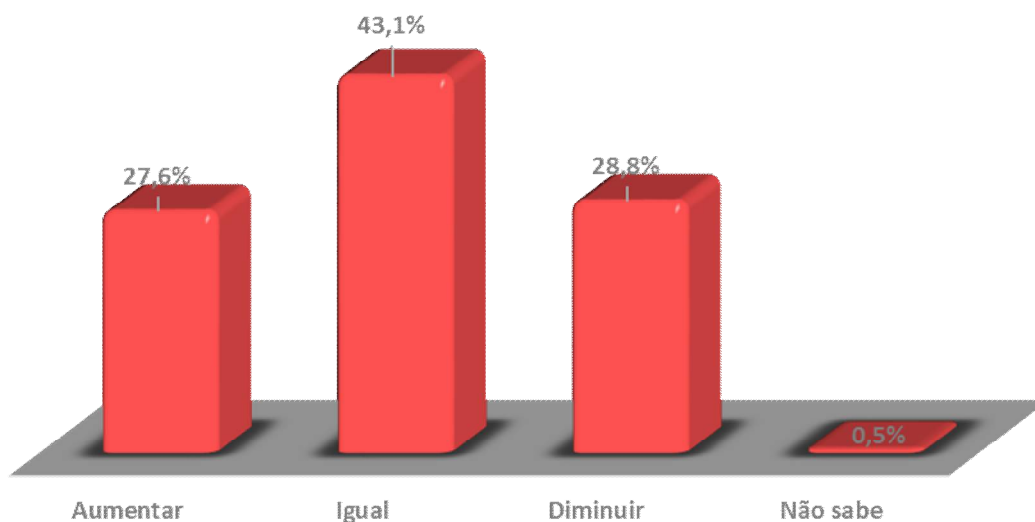
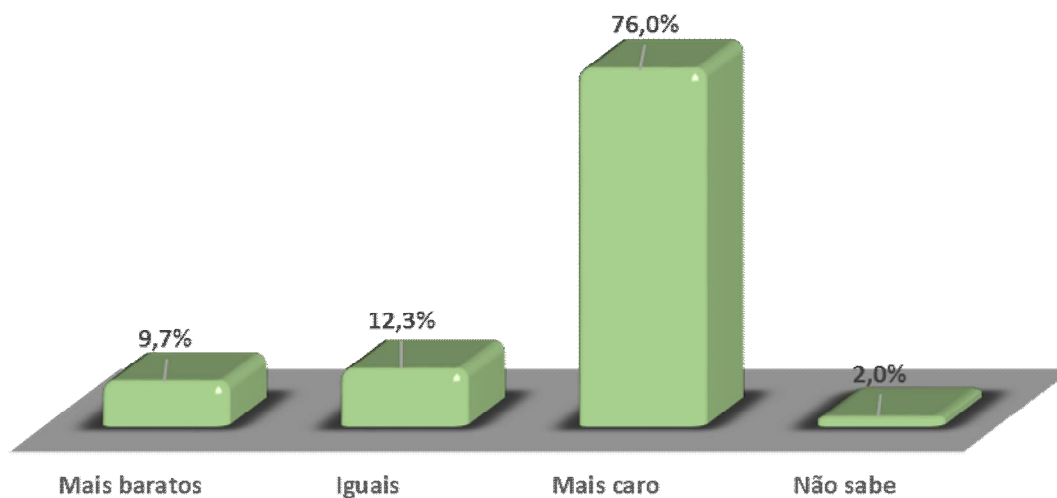


Gráfico 15 – Quanto aos preços cobrados por produtos nesse Dia das Mães, o Sr. (a) acredita que eles estarão:

Fonte: Fecomércio RN



Perfil

Gráfico 16 – Sexo
Fonte: Fecomércio RN

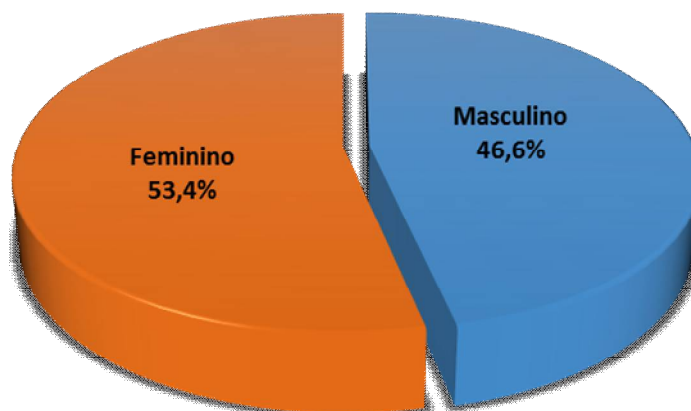


Gráfico 17 – Faixa etária

Fonte: Fecomércio RN

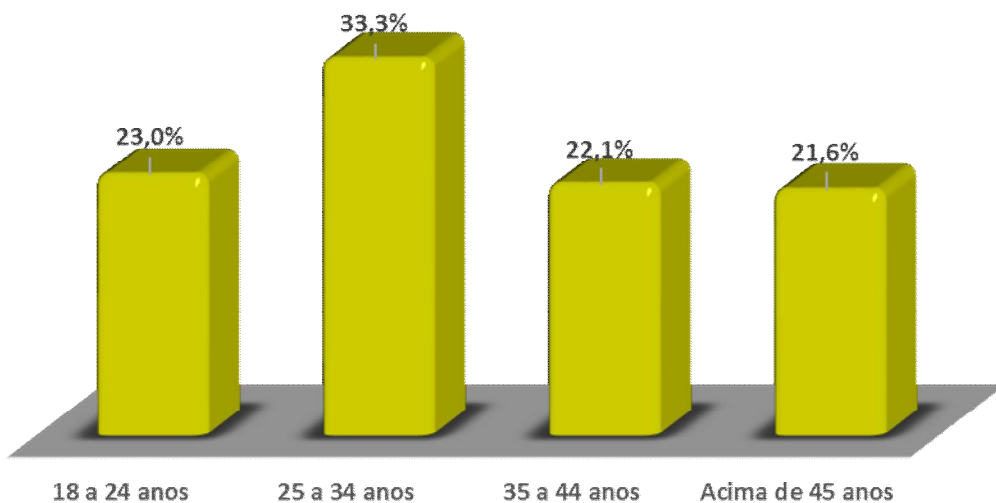


Gráfico 18 – Escolaridade

Fonte: Fecomércio RN

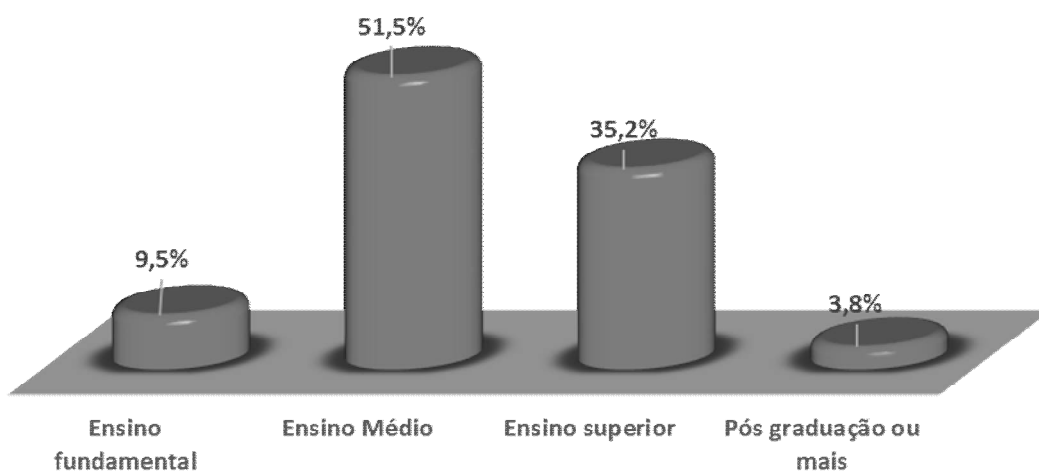
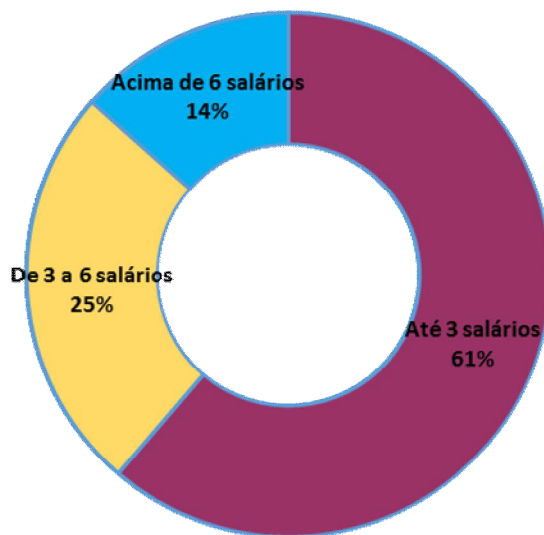


Gráfico 19 – Renda familiar

Fonte: Fecomércio 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