

# **PESQUISA DE OPINIÃO**

## **Percepção dos Consumidores de Macaíba sobre o Comércio Local**



## Sumário

<b>1. Aspectos Técnicos da Pesquisa .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Descrição dos Resultados .....</b>	<b>4</b>
Preferências e Hábitos .....	4
Frequência, Gastos e Horários .....	5
Problemas, Serviços e Melhorias.....	6
Imagem do Comércio.....	6
Avaliação do Comércio de Macaíba.....	7
Meios de Comunicação.....	9
<b>3. Análise Gráfica.....</b>	<b>10</b>
Caracterização da Pesquisa.....	10
Veículos de Comunicação .....	21
Perfil dos entrevistados.....	24

## 1. Aspectos Técnicos da Pesquisa

A pesquisa desenvolvida pelo Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do RN teve por objetivo verificar junto aos consumidores do município de Macaíba, região metropolitana de Natal, a percepção deles sobre o comércio da cidade. Dessa forma, o levantamento proporcionará um panorama geral sobre as necessidades do comércio, pontos passivos de melhorias, estrutura, qualidade dos serviços, variedade de produtos, atendimento, segurança, entre outros aspectos no município, além de identificar fatores que possam estar gerando a ida do público local a comprar em outras cidades da região.

O presente trabalho servirá como fonte de informações, para que o comércio planeje iniciativas de fortalecimento da economia local e assim contribua para o crescimento da cidade.

A metodologia aplicada na pesquisa seguiu a técnica de observação direta, através da técnica survey de opinião, tendo como instrumento de investigação questionário semiestruturado para entrevistas individuais.

Foi retirada uma amostra aleatória de 480 (quatrocentas e oitenta) entrevistas do universo composto pela população de consumidores do município de Macaíba. A coleta dos dados ocorreu entre os dias 16 e 20 de abril de 2016. O erro amostral máximo atingido é de 4% com intervalo de confiança de 95%. Isso significa que poderá ocorrer uma variação máxima para mais ou menos nos percentuais levantados dentro da citada margem de erro.

A equipe de campo foi supervisionada por um coordenador que fez a checagem dos questionários aplicados como também a obediência às cotas pré-definidas. Dessa forma, todos os questionários preenchidos recebem crítica para avaliação da consistência dos dados coletados, medida sempre adotada e que visa garantir a qualidade e fidelidade dos dados coletados. A consistência dos dados é verificada por meio de teste estatístico, avaliação do conteúdo, lógica ou via telefone.

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

## 2. Descrição dos Resultados

### **Preferências e Hábitos**

A pesquisa possibilita conhecer o comportamento de compras dos consumidores macaibenses. Nesse sentido, a pesquisa permite averiguar os hábitos e costumes da população e proporcionar uma melhor direção para o comércio da cidade. O estudo mostra que a maioria (77,9%) dos consumidores entrevistados recorre ao comércio local quando necessita comprar um produto de imediato, principalmente pelo motivo do fácil acesso (57,5%). Porém, os dados apontaram também que 22,1% buscam Natal ou outras cidades da região, no momento em que precisam adquirir algum item de urgência, especialmente pela falta de variedade de produtos na cidade (43,5%).

Quando se trata de preferência, a pesquisa mostra que oito em cada dez (80,2%) dos consumidores macaibenses preferem adquirir seus produtos no comércio de Natal, entretanto 19,8% do público pesquisado optam por comprar seus itens na própria cidade. Acerca dos motivos pelos quais deixaria de comprar em Macaíba para comprar em Natal, a maior parte deles (55,9%) considera que o principal motivo é o preço praticado no comércio local, que não agrada. A variedade de produtos oferecida pelos estabelecimentos (29%) e a qualidade dos itens (6,9%) são fatores que também não cativam os consumidores da cidade. Além desses foram citados outros fatores como localização, forma de pagamento, atendimento, tradição, etc.

Visando o desenvolvimento do comércio da cidade, questionou-se aos entrevistados se acham facilmente produtos nos estabelecimentos comerciais de Macaíba ou necessitam ir à Natal para encontrar. Nesse item, as opiniões foram divididas, 50,1% dos consumidores disseram que encontram os produtos em Macaíba. Ao passo que, 49,9% precisam ir até Natal, pois não encontram no comércio da cidade. 50,5% dos entrevistados preferem fazer aquisição dos seus itens em magazines de grande porte, principalmente por causa do preço, variedade de itens, comodidade, atendimento, formas de pagamento e qualidade dos produtos; 23,8% acham melhor fazer em lojas de médio porte e 12,7% optam por fazer a compra dos seus produtos em empresas pequenas, pela ausência de grandes redes próxima de casa.

Cerca de 67% dos macaibenses entrevistados têm o hábito de comprar em pontos comerciais que estejam próximas de suas casas, sobretudo pelo fato de ser mais conveniente para eles na questão da distância. À medida que 31,3% costumam adquirir seus produtos em estabelecimentos mais perto do local de onde trabalham, pela proximidade, comodidade, o que equivale a economia de tempo.

### **Frequência, Gastos e Horários**

Perguntados sobre a frequência com que compra no comércio de Macaíba, 57,6% dos entrevistados disseram que são fiéis aos lojistas do município, realizando as compras na cidade. Após, aparecem os que compram às vezes (depende da oferta), com 23,6% das respostas; outros 18,6% afirmaram comprar às vezes (depende do tempo). No tocante a quanto gastam, em média, quando frequentam o comércio de Macaíba, 44,1% revelaram que compram entre R\$ 101,00 e R\$ 300,00 em produtos, seguidos pelos que compram até R\$ 100,00, com 29,4%. Outros 18% falaram que costumam gastar de R\$ 301,00 a R\$ 500,00, e 7,7% gastam acima de R\$ 500,00 na cidade. Sendo o valor médio gasto de R\$ 227,97 reais.

Já quando questionamos sobre a frequência com que compra produtos no comércio de Natal, 48,1% dos entrevistados de Macaíba falaram que adquirem produtos às vezes (depende da oferta) na capital. Posteriormente, aparecem os que compram às vezes (depende do tempo), com 28,2% das citações; 19,5% informaram comprar sempre (fiel) nos estabelecimentos comerciais de Natal; e, apenas 4,2% indicaram que nunca frequentaram o comércio de Natal para adquirir produtos. Sobre os gastos, em média, os macaibenses quando vão à Natal comprar no comércio da capital, 43,3% revelaram que compram de R\$ 101,00 a R\$ 300,00 em produtos, seguidos pelos que compram entre R\$ 301,00 e R\$ 500,00, com 24,8%; 16,7% disseram que gastam até R\$ 100,00; e, 14,6% costumam gastar acima de R\$ 500,00 com esses produtos na ida a Natal. Sendo o valor médio gasto R\$ 275,22 quando frequentam o comércio de Natal.

Segundo os consumidores, o dia preferido para realizar compras no comércio é o sábado, com 40,1% da indicação das pessoas. A sexta-feira (14,8%), quarta-feira (11,9%), segunda-feira (11,9%) e a terça-feira (5,8%) também aparecem na lista, assim como a quinta-feira (5,6%) e o domingo (4,6%). Sendo o melhor turno para fazer aquisição de produtos no comércio pela manhã (53,9%). Entretanto, também foram citados, com menos menções os turnos da tarde (33,2%) e da noite (11,3%).

### **Problemas, Serviços e Melhorias**

62% dos entrevistados relataram que não enfrentam problema algum no momento da compra de produtos no comércio da cidade. O percentual dos que encontram dificuldades na hora da compra foi de quase 40%. As principais dificuldades mencionadas por eles foram no atendimento nos estabelecimentos (31,3%), na pouca variedade de produtos (25,3%), nas filas encontradas (12,1%), na forma de pagamento utilizada (8,8%), nos preços cobrados (7,7%), em produtos com defeito (4,4%), na grande aglomeração de pessoas (1,6%) e outros.

De acordo com a pesquisa, os principais serviços que os entrevistados gostariam que o comércio de Macaíba tivesse, que hoje não tem, são itens variados (26,9%), melhor atendimento/entrega rápida a domicílio (21,9%), melhores preços (16,9%), facilidade de pagamento (9,8%), estacionamento (9,2%), qualidade dos produtos (4%). Produtos e serviços de qualidade são fatores importantes de gestão, para um bom funcionamento dos estabelecimentos comerciais e causar uma boa impressão ao cliente.

O levantamento também buscou verificar junto aos consumidores, o que eles gostariam que fosse melhorado no comércio de Macaíba. O atendimento (33,8%) aparecem na frente. O preço ficou na segunda posição, com 30,7% das respostas, a diversidade de produtos surge, a seguir, com 22,1% das citações, aumentar o número de lojas aparece, com 3,5%, seguido pela promoção/desconto/oferta, com 3,3%. Logo após vem: qualidade dos itens (2,7%), segurança no comércio (2,7%), abrir lojas de grande porte (2,1%), oferecer estacionamentos (1,9%), facilidade de pagamento (1,9%), comércio atacadista (1,3%), criação de shopping (1,3%), melhorar a estrutura das lojas (1%), melhorar a limpeza dos estabelecimentos (1%).

### **Imagem do Comércio**

Com relação à apreciação da imagem do comércio de Macaíba, 46,3% das pessoas entrevistadas classificaram como regular a imagem do comércio local, seguidos pelos que classificaram como boa (39%). Outros 8,6% consideram como ótima, 3,1% péssima e 2,9% como ruim. Um total de 47,6% de aprovação (ótimo/boa) a imagem do comércio de Macaíba. A maioria (51,1%) dos consumidores acha que o comércio de Macaíba deixa a desejar em alguns aspectos e necessita de progressos para melhor atender o consumidor da cidade. Contudo, 48,6% acredita que o comércio da cidade atende as necessidades dos consumidores macaibenses.

## **Avaliação do Comércio de Macaíba**

Os consumidores tiveram a oportunidade de avaliar alguns fatores considerados importantes para o desenvolvimento do comércio local, como forma de pagamento usada pelas lojas, localização, atendimento, qualidade dos produtos, preços praticados, organização das lojas, estrutura das lojas, variedade de itens e segurança na área comercial.

O índice de satisfação no que diz respeito à localização das lojas foi o item que obteve o melhor nível de aprovação ótimo/boa (52,2%). Dos consumidores macaibenses entrevistados, 7,5% consideraram ótima; 44,7% boa; 24,6% regular; 19,4% ruim; e, 3,8% péssima. A maioria dos consumidores considera fundamental a localização dos estabelecimentos comerciais, pela comodidade, facilidade e segurança na hora de efetuar as compras.

No que se refere à estrutura física das lojas, 4,2% disseram ser ótima; 32,4% boa; 43,2% regular; 16,5% ruim; e, 3,5% péssima. Os macaibenses se mostraram indecisos quanto a esse item, é tanto que aprovação total (ótimo/boa) foi de 36,5%.

Acerca do atendimento nas lojas do comércio de Macaíba, a pergunta foi realizada para que os consumidores avaliassem o nível de contentamento quanto a este item. 5,4% dos entrevistados disseram ser ótimo; 25,9% afirmaram ser bom; 44,5% regular; 15,2% ruim; e, 9% péssimo. O somatório (ruim/péssimo) foi de 24,2%, ficando muito próximo do percentual de aprovação (ótimo/bom) que atingiu 31,3%. Entende-se que para os consumidores o atendimento necessita de melhorias, pois foi considerado pela maior parte como razoável (44,5%).

A respeito da qualidade dos produtos oferecidos pelo comércio de Macaíba, 3,5% afirmaram ser ótimo; 35,9% bons; e, 35,7% dos entrevistados disseram ser regular. Outros 24,8% responderam que a qualidade dos produtos oferecidos pelo comércio de Macaíba é ruim ou péssima. A qualidade dos produtos ficou em segundo lugar como o que atrai os consumidores para a loja, obtendo índice de aprovação (ótimo/bom) de 39,5%.



A variedade de produtos foi classificada como ótima por 4,8% dos usuários; boa por 25,5%; e, regular por 50,7%. A somatória da classificação ruim e péssima foi de 18,8%. Esta pergunta foi uma das que a aprovação total (ótimo/bom) não esteve bem avaliada. Um aspecto que pode explicar tal resultado é o elevado percentual de consumidores que se posicionou de forma regular (50,7%), revelando que a variedade de produtos é um fator que necessita de melhorias no comércio de Macaíba.

A satisfação dos clientes com relação a forma de pagamento usada pelas lojas do comércio de Macaíba apresentou índices razoáveis. 6,7% dos consumidores entrevistados avaliaram como ótima; 29,9% boa; e, 37% regular. As avaliações tidas como ruim ou péssima somaram 26,1%, enquanto o percentual de ótimo ou bom foi de 36,5%. Sendo os níveis de aprovação e desaprovação superados pelo índice de regularidade (37%), dando indícios de que este serviço precisa de progressos.

Em relação à organização das lojas do comércio de Macaíba, 5% acreditam ser ótima; 28,6% boa; e, 41,8% regular. Cerca de 24,6% dos consumidores entrevistados consideraram esse fator ruim ou péssimo. Mais uma variável que os índices de aprovação e desaprovação foram ultrapassados pelo de regularidade (41,8%), evidenciando que este serviço é passivo de ajustes.

Quanto aos preços praticados pelo comércio da cidade, 56,8% dos entrevistados classificaram como regular; 13,6% como ruim; e, 8,4% como péssimo. Sendo que a somatória dos entrevistados que consideraram o preço praticado no comércio de Macaíba como ótimo/bom foi de apenas 21,3%, o índice mais baixo de aprovação entre todos analisados. É uma média que dá um indicativo de que este quesito merece atenção.

A segurança no comércio foi o fator que apresentou o maior nível de desaprovação (ruim/péssimo) dos consumidores de Macaíba. 43,4% dos entrevistados avaliaram como ruim ou péssima a segurança nos estabelecimentos comerciais da cidade. Este deve ser tratado com mais atenção, visto que pode prejudicar o desenvolvimento da atividade comercial da cidade.

A pesquisa permitiu verificar quais serviços estão melhores e piores situações, de uma forma geral, os itens analisados do comércio de Macaíba foram considerados como razoáveis, atributos que, em sua maioria, se mostraram passivos de melhorias. Diagnosticamos que para alguns fatores existem necessidades imediatas de melhorias para garantir a população local e ao consumidor uma estrutura melhor das lojas do comércio da cidade, com capacidade para absorver o movimento de consumidores sem que haja desconforto ao cidadão.

É fundamental o investimento em melhoria do atendimento, segurança, preços praticados, organização das lojas, qualidade dos serviços e oferecer produtos diversificados, que supra as necessidades da população, e dessa forma, tanto sai ganhando a classe empresarial local, como toda a sociedade macaibense.

### **Meios de Comunicação**

A respeito do levantamento das mídias foi verificado o seguinte comportamento: a TV é o meio mais usado por 38,6% dos consumidores de Macaíba. A rede social WhatsApp é o segundo meio de comunicação mais acessado, navegado por 29,9%, e a também rede social Facebook ocupa a terceira posição, com a utilização de 24,2% dos entrevistados. Os sites/blogs aparece na quarta posição, com 18% das respostas. O telefone, na pesquisa, ocupa a quinta posição, apresentando o percentual de 5,6%. Seguido por rádio, panfleto, carro de som, e-mail, jornal impresso outras mídias menos presentes na vida dos entrevistados.

Com relação as emissoras de TV mais assistidas, a InterTV (Globo) aparece na frente, com 65,3% das citações, seguida pela TV Ponta Negra (SBT) (17,4%) e a TV Tropical (Record) (7,5%). As rádios mais citadas pelos entrevistados foram a 98 FM; 96 FM e 95 FM. Em contrapartida, 35,7% afirmaram não escutar nenhum tipo de rádio. No que se referem aos jornais impressos, os mais lidos são Tribuna do Norte (11,5%) e Folha de Macaíba (0,8%). No entanto, 84,1% dos entrevistados disseram não ler nenhum jornal impresso. Já quando o assunto é informatização, a maioria (70,6%) costuma acessar a internet. Desses, 23,8% já comprou algum produto via web.

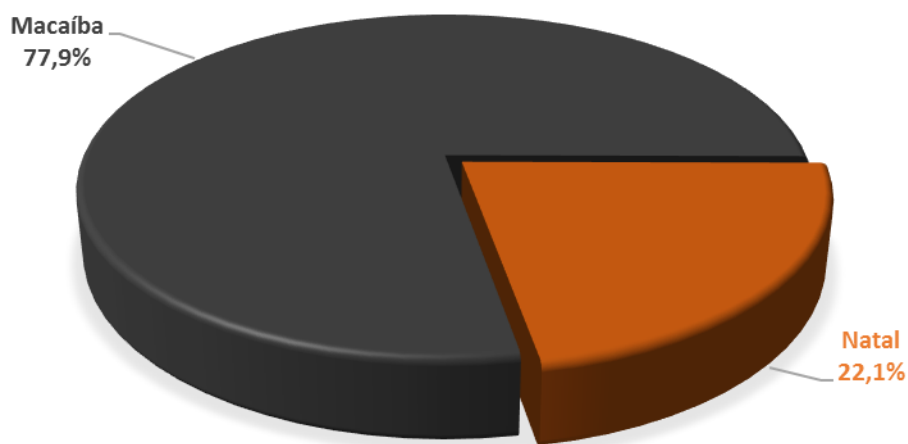
Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

### 3. Análise Gráfica

#### Caracterização da Pesquisa

**Gráfico 1 – Quando o (a) Sr. (a) precisa adquirir um produto de imediato, realiza a compra no comércio de Macaíba ou em Natal?**

Fonte: Fecomércio RN



**Tabela 1 – Motivo de comprar em Macaíba.**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Fácil acesso	57,5%
Economiza gasto com a viagem	7,2%
Comodidade	7,0%
Facilidade	5,9%
Preços	5,1%
Praticidade	5,1%
Variedade	4,0%
Ajudar o comércio local	2,9%
Economia de tempo	2,1%
Distância	1,6%
Segurança	0,8%
Formas de pagamento	0,3%
Não sabe	0,3%
Tem preferência	0,3%

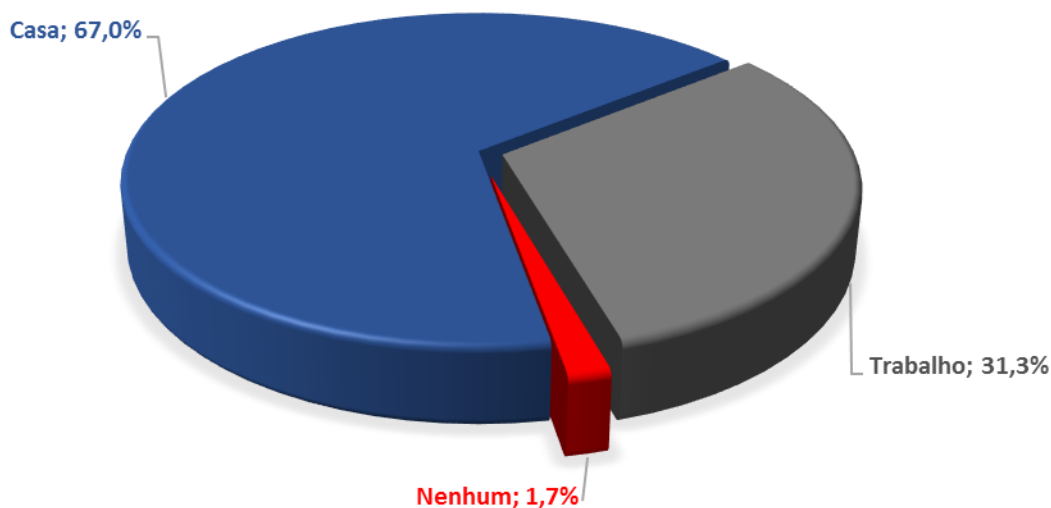
**Tabela 2 – Motivo de comprar em Natal.**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Variedade de produtos	43,5%
Preço	40,7%
Trabalha em Natal	4,6%
Atendimento	1,9%
Facilidade	1,9%
Proximidade	1,9%
Confiança	0,9%
Juros cobrados	0,9%
Não tem negociação	0,9%
Novidade	0,9%
Qualidade	0,9%
Rapidez	0,9%

**Gráfico 2 – O (a) Sr. (a) tem o hábito de comprar mais perto de casa ou do trabalho?**

Fonte: Fecomércio RN



**Tabela 3 – Motivo de comprar perto de casa.**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Distância	51,4%
Comodidade	11,2%
Facilidade	7,3%
Economiza tempo	5,5%
Praticidade	4,3%
Acessibilidade	3,6%
Economiza no transporte	2,4%
Não trabalha	2,4%
Preço	2,4%
Menos gastos	1,5%
Mora no Centro	1,5%
Entrega em casa	0,9%
Variedade de produtos	0,9%
Mais seguro	0,3%
Necessidade	0,3%
Não sabe	4,0%

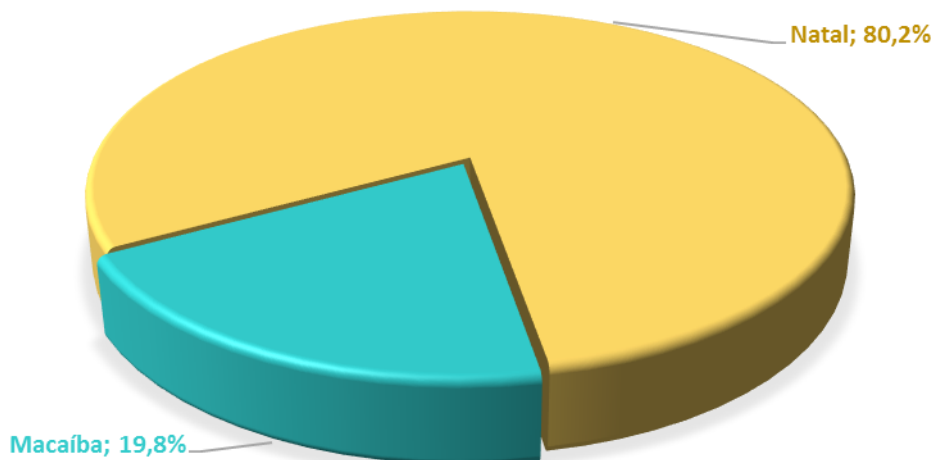
**Tabela 4 – Motivo de comprar perto do trabalho.**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Proximidade	30,0%
Comodidade	18,7%
Lojas próximas ao trabalho	15,3%
Praticidade	10,0%
Facilidade	6,7%
Preços	5,3%
Variedade	4,7%
Próximo de casa não tem lojas	2,7%
Aproveita o trajeto	2,0%
Localização	2,0%
Pelo tempo	1,3%
Forma de pagamento	0,7%
Trabalha com comércio	0,7%

**Gráfico 3 – O (a) Sr. (a) tem preferência para realizar compras no comércio de Macaíba ou em Natal?**

Fonte: Fecomércio RN



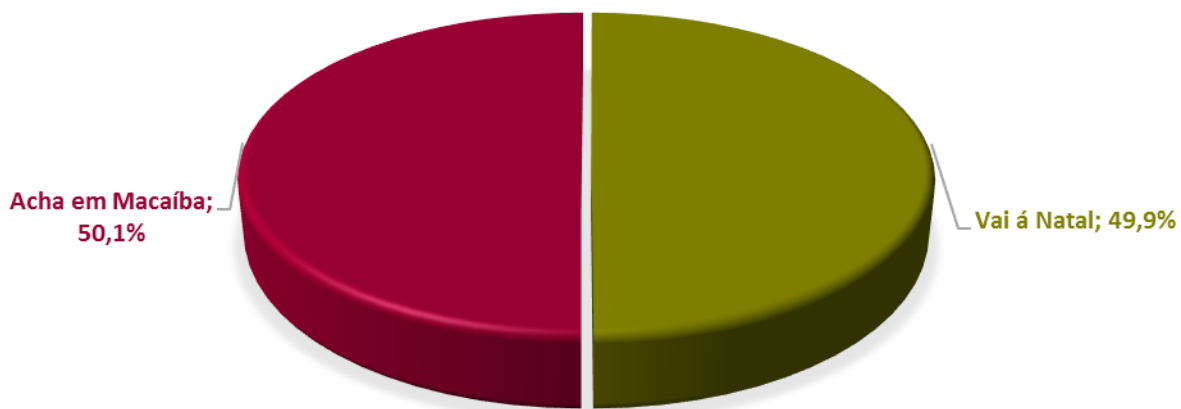
**Tabela 5 – Por qual motivo o (a) Sr. (a) deixaria de comprar no comércio de Macaíba para comprar em Natal?**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Preço/Promoções	55,9%
Variedade de itens	29,0%
Qualidade do produto	6,9%
Localização da loja	3,8%
Forma de pagamento	3,3%
Atendimento	2,7%
Tradição da loja	0,8%
Horário	0,2%
Segurança	0,2%
Ocasião	0,2%
Comodidade	0,2%
Estacionamento	0,2%
Transporte	0,2%
Não sabe	2,7%
Nenhum	0,8%

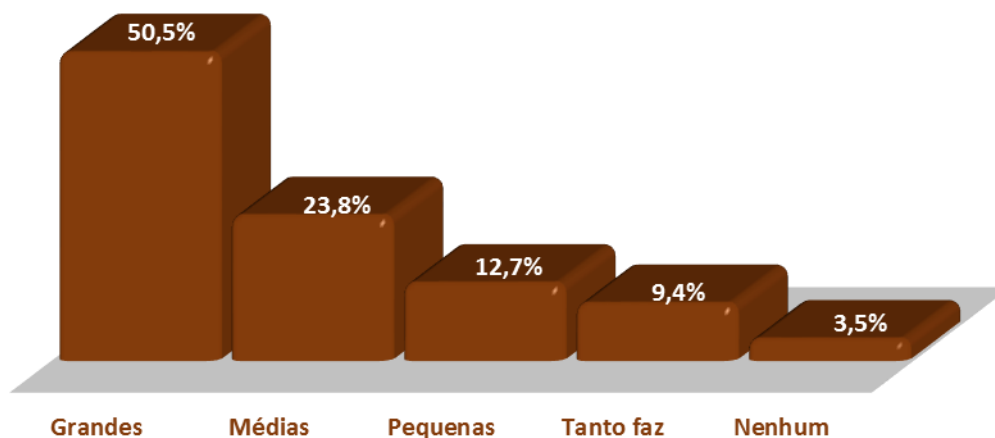
**Gráfico 4 – Acha facilmente produtos no comércio de Macaíba ou vai a Natal?**

Fonte: Fecomércio RN

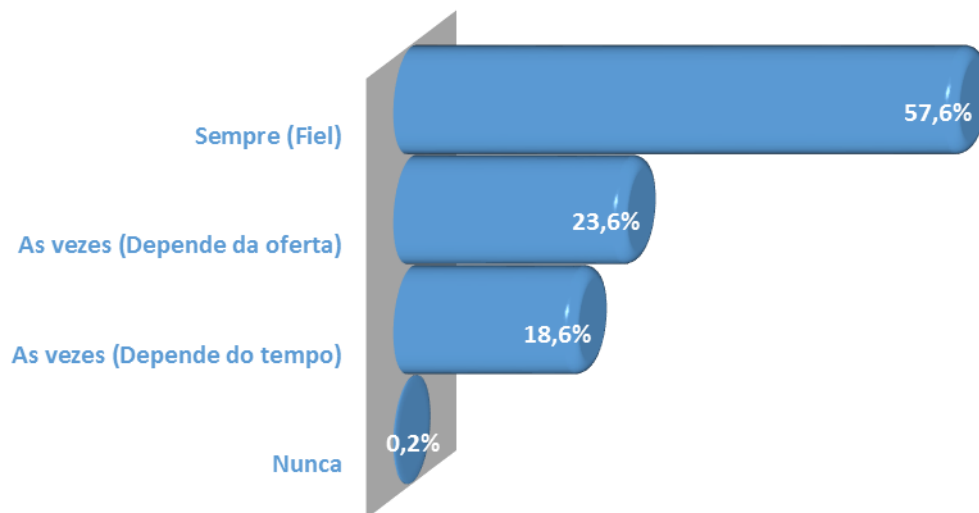


**Gráfico 5 – O (a) Sr. (a) prefere realizar compras em que tipo de lojas?**

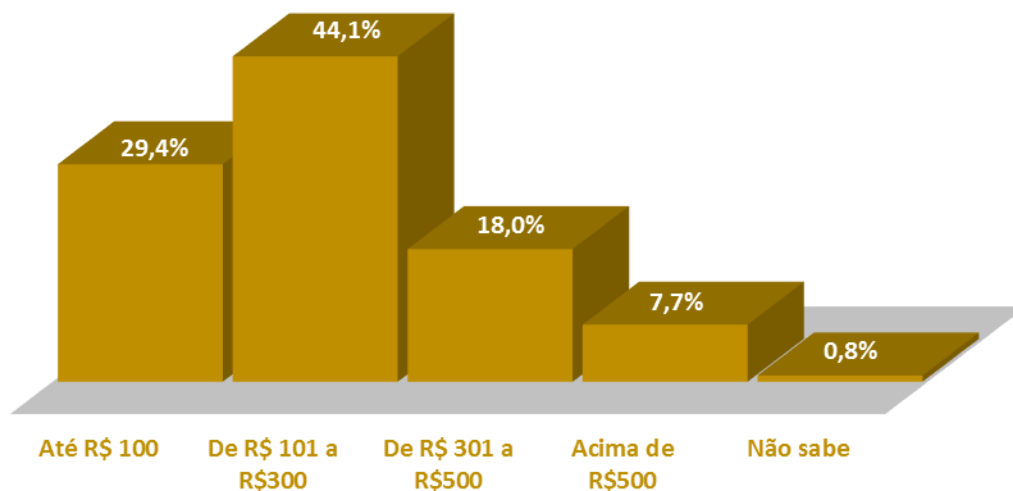
Fonte: Fecomércio RN



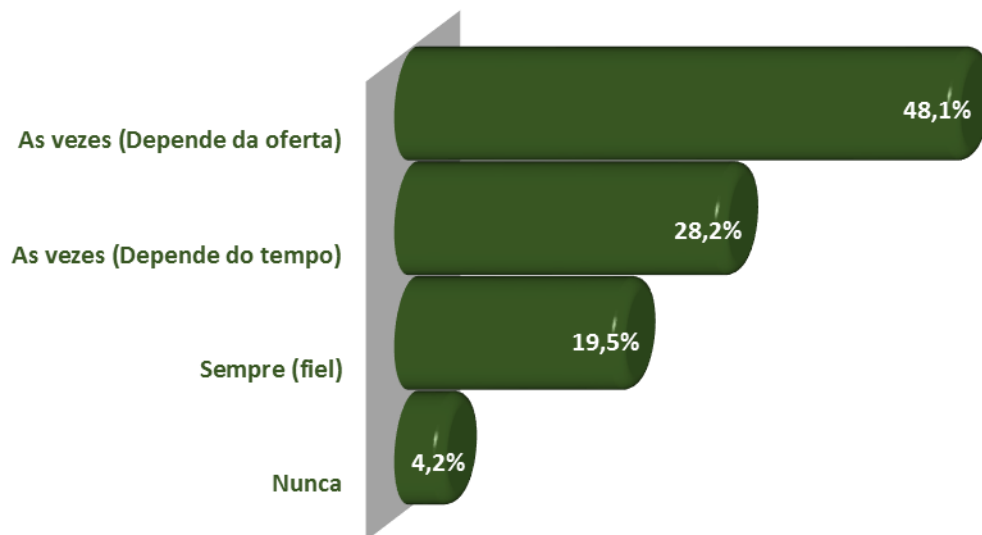
**Gráfico 6 – Com que frequência o (a) Sr. (a) compra no comércio de Macaíba?**  
 Fonte: Fecomércio RN



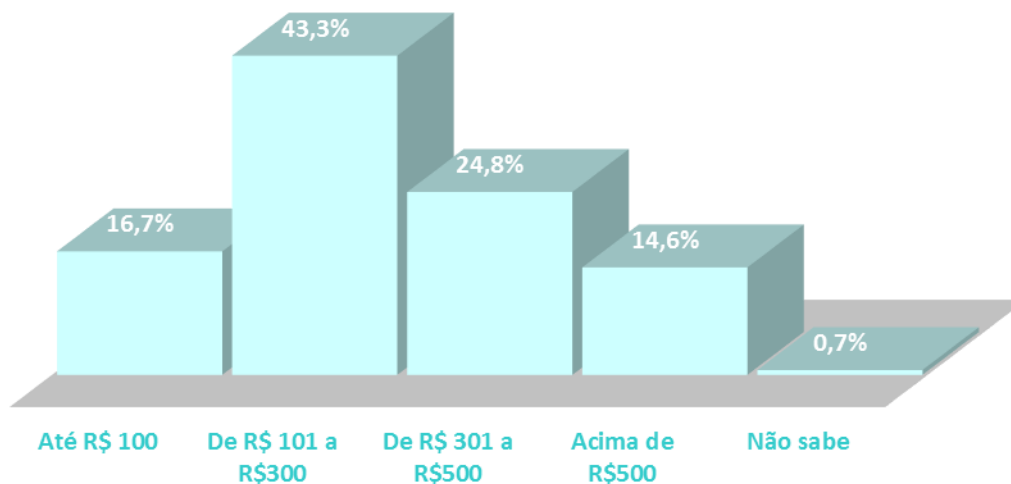
**Gráfico 7 – Quando o (a) Sr. (a) frequenta o comércio de Macaíba, quanto gasta em média?**  
 Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 8 – Com que frequência o (a) Sr. (a) compra no comércio de Natal?**  
 Fonte: Fecomércio RN



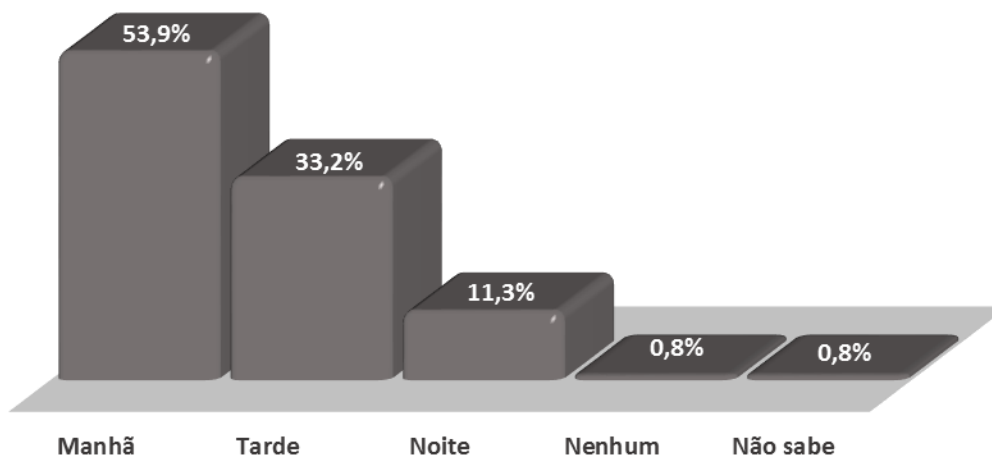
**Gráfico 9 – Quando o (a) Sr. (a) frequenta o comércio de Natal, quanto gasta em média?**  
 Fonte: Fecomércio RN





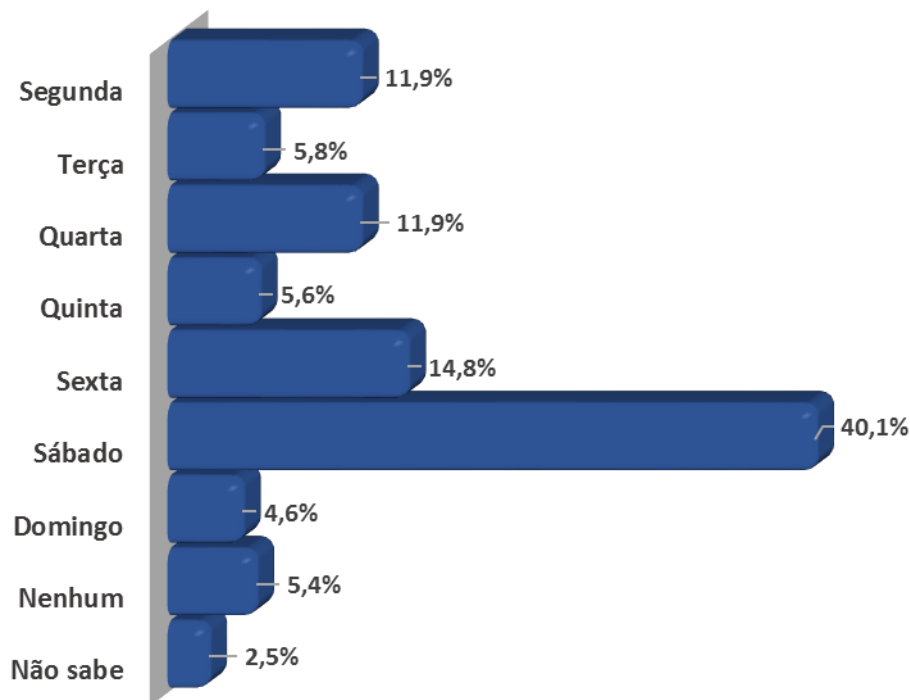
**Tabela 10 – Qual o melhor período do dia para comprar produtos no comércio?**

Fonte: Fecomércio RN



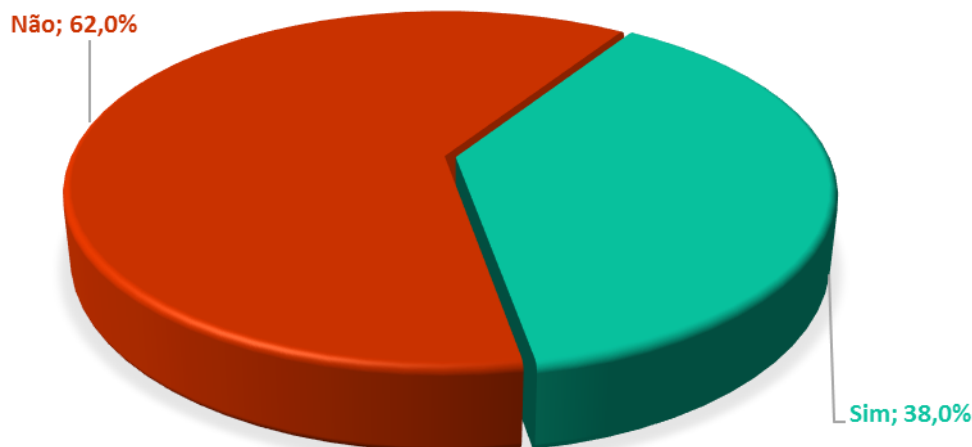
**Gráfico 11 – Qual o melhor dia da semana para comprar produtos no comércio?**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 12 – O (a) Sr. (a) enfrenta algum tipo de problema na hora da compra do seu produto no comércio de Macaíba?**

Fonte: Fecomércio RN



**Tabela 6 – Tipos de problemas enfrentados da hora da compra no comércio de Macaíba.**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Atendimento	31,3%
Pouca variedade	25,3%
Filas	12,1%
Forma de pagamento (Juros)	8,8%
Preço	7,7%
Produtos com defeito	4,4%
Demora na entregar	2,7%
Aglomeração de pessoas	1,6%
Estacionamento	1,1%
Falta de informação dos funcionários	1,1%
Pouca qualidade	1,1%
Locomoção (transporte)	1,1%
Acesso ao local das lojas	0,5%
Desorganização nos preços	0,5%
Propagandas enganosa	0,5%
Protocolo	0,5%

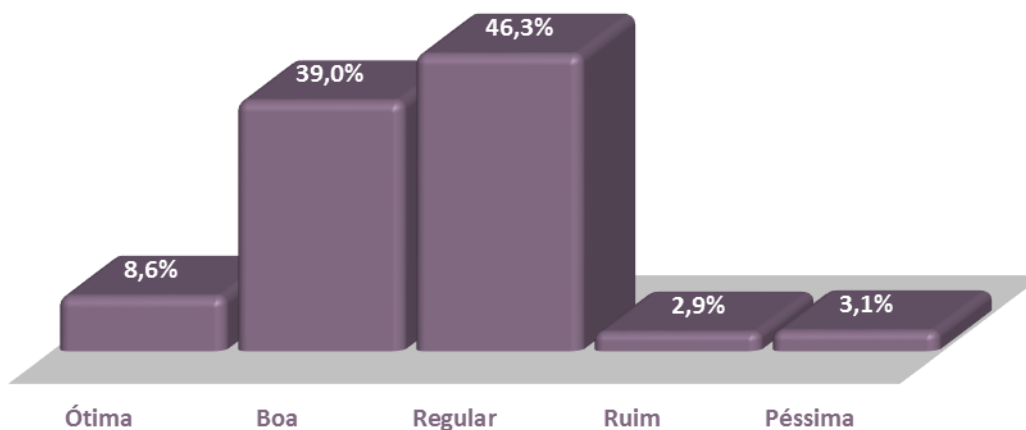
**Tabela 7 – Qual serviço o (a) Sr. (a) gostaria que o comércio de Macaíba tivesse que hoje não possui? (Espontânea)**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Variedade de produtos	26,9%
Melhor atendimento/Entrega rápida	21,9%
Melhores preços	16,9%
Facilidade no pagamento/Ofertas	9,8%
Estacionamento	9,2%
Qualidade dos produtos	4,0%
Shopping na cidade	1,5%
Comodidade	1,0%
Comércio atacadista	1,0%
Variedade de lojas	1,0%
Lojas de grande porte	0,8%
Bancos	0,4%
Segurança	0,4%
Mais funcionários	0,2%
Assistente técnico	0,2%
Nenhum	0,2%
Não sabe	12,7%

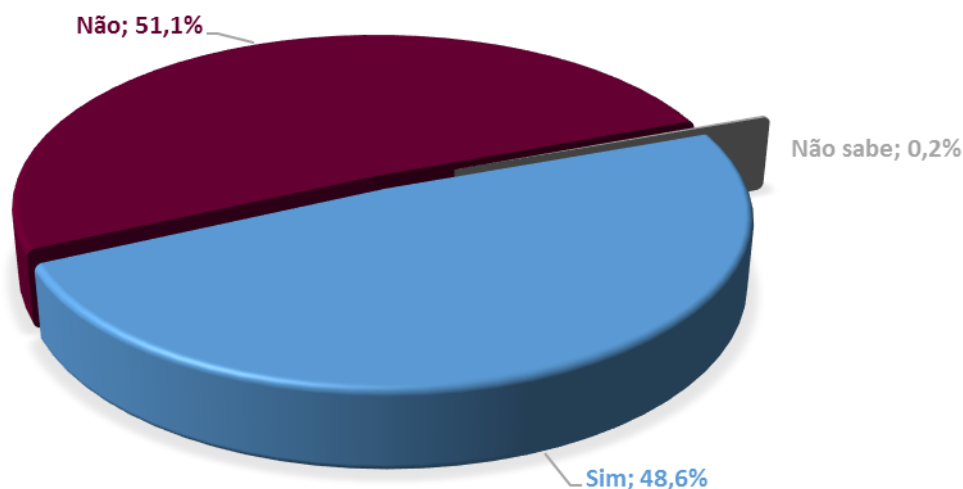
**Gráfico 13 – Qual é a imagem que você tem dos estabelecimentos comerciais de Macaíba?**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 14 – Na sua opinião, o comércio de Macaíba atende as necessidades dos consumidores?**

Fonte: Fecomércio RN



**Tabela 8 – O que deveria ser melhorado no comércio de Macaíba para satisfação total dos consumidores? (Espontânea)**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Melhor atendimento	33,8%
Melhores preços	30,7%
Variedade/Diversidade de Produtos	22,1%
Mais lojas	3,5%
Promoção/Desconto/Ofertas	3,3%
Qualidade dos produtos	2,7%
Segurança no comércio	2,7%
Lojas de grande porte	2,1%
Estacionamento	1,9%
Facilidade de pagamento	1,9%
Lojas de atacados	1,3%
Shopping	1,3%
Infraestrutura das lojas	1,0%
Limpeza dos estabelecimentos	1,0%

Entrega a domicilio (rápida)	0,8%
Trânsito/Transporte	0,6%
Filas	0,4%
Lanchonetes/Restaurantes	0,4%
Lojas funcionando à tarde	0,2%
Acessibilidade	0,2%
Conforto	0,2%
Conhecimento de produtos	0,2%
Expansão do camelô	0,2%
Propaganda	0,2%
Óticas	0,2%
Pronta entrega	0,2%
Unificação dos preços	0,2%
Tudo	0,6%
Não sabe	6,7%
Nenhum	2,5%

*Tabela 9 – Avaliação do comércio de Macaíba quanto aos seguintes itens.*

Fonte: Fecomércio RN

Itens	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
Forma de pagamento	6,7%	29,9%	37,0%	19,2%	6,9%	0,4%
Localização das lojas	7,5%	44,7%	24,6%	19,4%	3,8%	0,0%
Atendimento	5,4%	25,9%	44,5%	15,2%	9,0%	0,0%
Qualidade dos produtos	3,5%	35,9%	35,7%	22,1%	2,7%	0,0%
Preços	2,3%	19,0%	56,8%	13,6%	8,4%	0,0%
Organização das lojas	5,0%	28,6%	41,8%	19,0%	5,6%	0,0%
Estrutura das lojas	4,2%	32,4%	43,2%	16,5%	3,5%	0,2%
Variedade de itens	4,8%	25,5%	50,7%	14,8%	4,0%	0,2%
Segurança do comércio	8,6%	22,1%	25,9%	14,8%	28,6%	0,0%

## Veículos de Comunicação

**Tabela 10 – Qual (is) o(s) meio(s) de comunicação que o (a) Sr. (a) tem mais acesso?  
(Múltipla resposta)**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
TV	38,6%
Whatsapp	29,9%
Facebook	24,2%
Sites/Blogs	18,0%
Telefone	5,6%
Rádio	5,2%
Panfleto	4,6%
Carro de som	4,6%
E-mail	2,7%
Jornal Impresso	0,4%
Outras	0,4%

**Tabela 11 – Qual emissora de TV vê com mais frequência?**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
InterTV (Globo)	65,3%
TV Ponta Negra (SBT)	17,4%
TV Tropical (Record)	7,5%
TV fechada	1,9%
Band Natal	0,8%
Sim TV	0,4%
TV Canção Nova	0,4%
TV Novo Tempo	0,4%
TV Cultura	0,4%
Nenhuma	5,6%

**Tabela 12 – Qual (is) jornal (is) impressos o (a) Sr. (a) lê com maior frequência?**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Tribuna do Norte	11,5%
Folha de Macaíba	0,8%
Jornal Hoje	0,6%
Novo Jornal	0,4%
Jornal Metropolitano	0,2%
Potiguar Notícias	0,2%
Diário	0,2%
Diário Oficial	0,2%
Folha de São Paulo	0,2%
Folha Dirigida	0,2%
Folha Universal	0,2%
Jornal Universal	0,2%
Nenhum	84,1%
Não sabe	0,6%

**Tabela 13 – Qual emissora de rádio que escuta com mais frequência?**

Fonte: Fecomércio RN

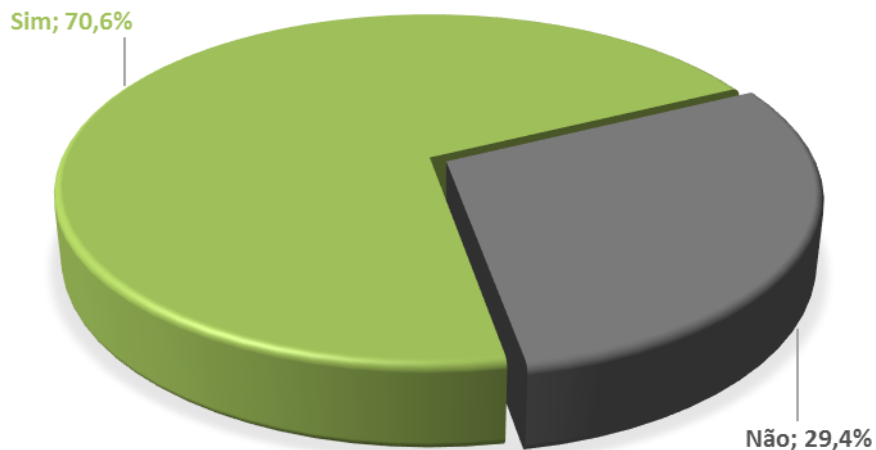
Rótulos de Linha	%
Rádio 98 FM	20,5%
Rádio 96 FM	12,9%
Rádio 95 FM	7,7%
Rádio 87 FM	5,6%
Rádio Globo	4,4%
Rádio 103 Mix FM	2,9%
Rádio 102 FM	2,3%
Rádio 104 FM	1,7%
Rádio CBN	1,0%
Rádio 97,9 FM	1,0%
Jovem Pan	0,8%
Rádio de Macaíba	0,8%
Radio Nordeste	0,6%
Rádio 94 FM	0,4%
Rádio 89,9 FM	0,2%
Rádio 59,0 AM	0,2%
Canção Nova	0,2%
Paz e Vida	0,2%
Radio Senado	0,2%
Não sabe	0,4%

Nenhum	35,7%
--------	-------



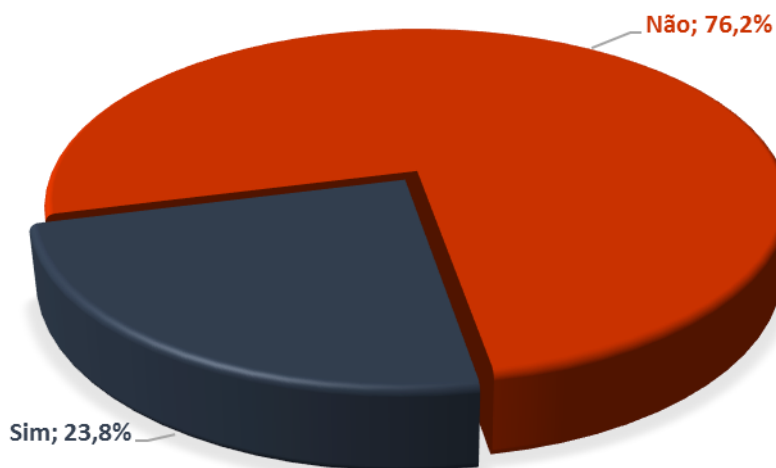
**Gráfico 15 – O (a) Sr. (a) tem o hábito de acessar a internet?**

Fonte: Fecomércio RN



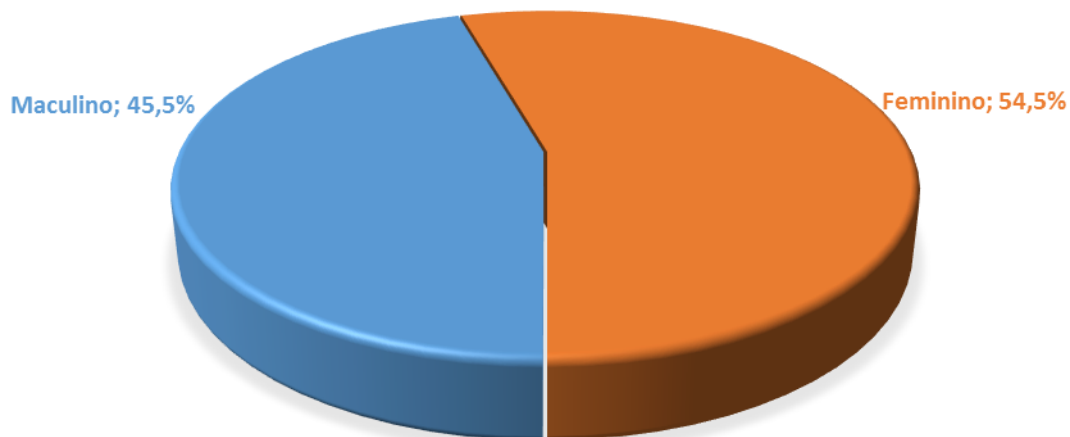
**Tabela 16 – O (a) Sr. (a) faz compras pela internet?**

Fonte: Fecomércio RN

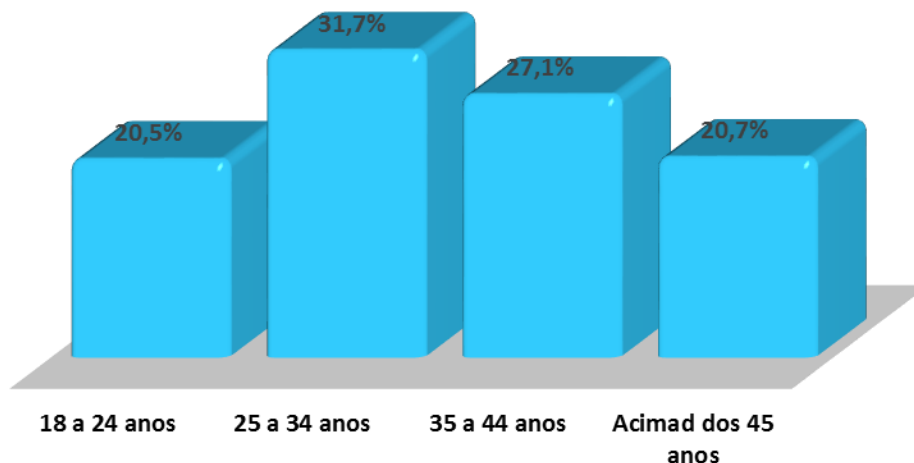


## Perfil dos entrevistados

**Gráfico 17 – Sexo**  
Fonte: Fecomércio RN

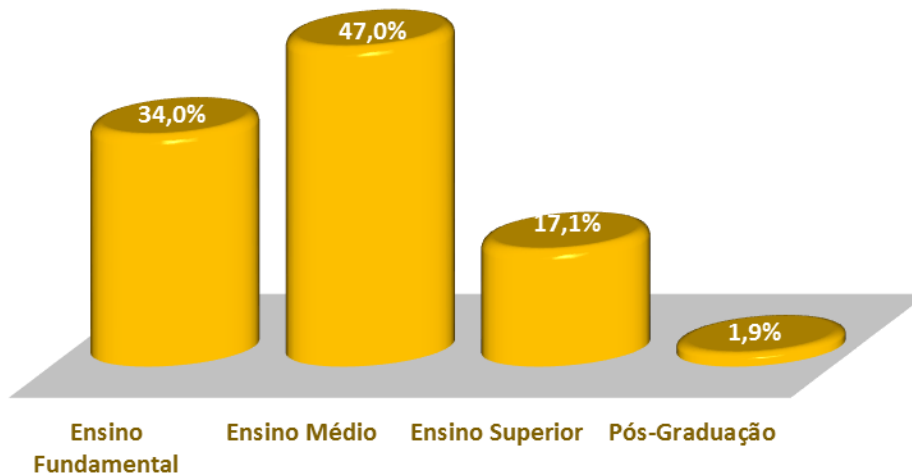


**Gráfico 18 – Faixa etária**  
Fonte: Fecomércio RN



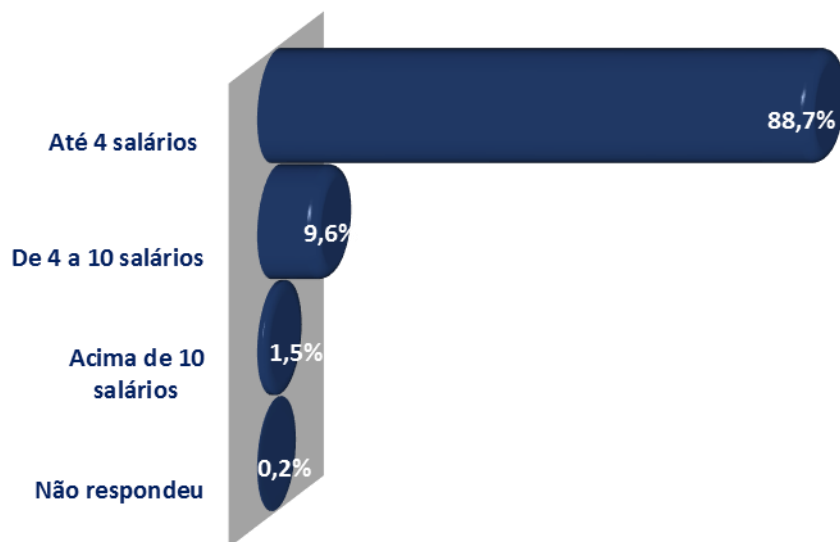
**Gráfico 19 – Escolaridade**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 20 – Renda Familiar**

Fonte: Fecomércio RN



**Tabela 14 – Em que bairro o (a) Sr. (a) mora?**

Fonte: Fecomércio RN

Bairros/Conjuntos/Loteamentos/Sítios/Zona Rural	%
Centro	31,7%
Mangabeira	6,1%
Campo de Santa Cruz	5,4%
Campinas	4,6%
Alfredo Mesquita	3,8%
Vilar de Baixo/ Vilar de Cima	3,8%
Loteamento São José	3,5%
Conjunto Auta de Souza	3,1%
Campo da Mangueira	2,9%
Riacho do Sangue	2,9%
Conjunto Ipê	2,5%
Alto da Raiz	2,3%
Cajazeiras	1,9%
Lagoa das Pedras	1,9%
Monte Líbano	1,7%
Lagoa Grande	1,5%
Reta Tabajara	1,5%
Cana Brava	1,3%
Lagoa de Santo Antônio	1,3%
Bom Sossego	0,8%
Rua Aliança	0,6%
Marias	0,6%
Pé do Galo	0,6%
Recanto Verde	0,6%
Traíras	0,6%
Morada Nova	0,6%
Conj. Manoel Dias	0,4%
Morada da Fé	0,4%
Park Village	0,4%
Pernambuquinho	0,4%
Quilombo Palmares	0,4%
Tavares Lira	0,4%
Aquarela	0,2%
Vila São José	0,2%
Cuité	0,2%
Ladeira Grande	0,2%
Lagoa do Sítio	0,2%
Loteamento Liberdade	0,2%
Nova Macaíba	0,2%
Campinas	0,2%
Lagoa do Tapará	0,2%

Zona Rural	6,3%
Não resposta	1,3%

**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**