

PESQUISA

Intenções de Compras Dia dos Namorados

Mossoró 2016



Sumário

1. Aspectos Metodológicos	3
2. Descrição dos Resultados	4
Presentes	4
Particularidades dos gastos	5
Local e período de compras	5
Motivação para ir às compras	6
Outras formas de comemorar	6
Comparação de gastos e limitador	6
Momento	7
3. Análise Gráfica	8
Intenções dos consumidores	8
Gastos	10
Momento	17
Perfil dos Consumidores	18

1. Aspectos Metodológicos

Tradicionalmente comemorado no dia 12 de junho, o Dia dos Namorados é uma das seis datas comemorativas mais expressivas para o comércio varejista e para o setor de serviços. Além da troca de presentes entre os casais, o que contribui para movimentar lojas de roupas, flores, calçados, perfumes, eletrônicos e livros, entre outros; a data movimenta restaurantes, hotéis e motéis.

Diante disso, o Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (IPDC/Fecomércio), realizou uma pesquisa, na qual entrevistou 500 pessoas na cidade de Mossoró, para identificar quais as intenções de compras para esta data. A coleta dos dados aconteceu entre os dias 16 e 18 de maio de 2016.

A pesquisa teve por objetivo verificar junto ao consumidor local, seu possível comportamento durante o período que antecede a data comemorativa. Desta forma a pesquisa proporcionará aos analistas de mercado, comerciantes, empreendedores e aos meios de comunicação social, as tendências do mercado que servem como fonte de informações do negócio local, no que se refere às necessidades e expectativas dos consumidores.

Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas pessoais, com a aplicação de questionário estruturado e padronizado, junto a uma amostra representativa da população pesquisada. O universo escolhido foi o da população de consumidores de Mossoró.

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

Para a realização da pesquisa foi utilizada uma equipe de entrevistadores devidamente treinados para este tipo de trabalho. Durante o trabalho de campo, os questionários foram submetidos a um acompanhamento, que consiste na checagem dos dados obtidos individualmente pelos entrevistadores, para verificação das respostas e da adequação aos parâmetros amostrais.

2. Descrição dos Resultados

Presentes

Segundo dados levantados pela pesquisa de intenção de compras para o Dia dos Namorados 2016, realizada pelo Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (IPDC/Fecomércio), 51,6% dos consumidores mossoroenses pretendem comprar produtos para comemorar a data. Na mesma pesquisa realizada ano passado, esse percentual era de 64,9%.

Para os 48,4% que disseram não ter intenções de comprar nesse período, perguntou-se então qual era o principal motivo de não comprar. Entre estes respondentes, cerca de 45,4% afirmaram que estão solteiros, portanto, a compra não se justifica. Outros 31,9% afirmaram que a falta de dinheiro é um forte motivo para não comprar presente para o (a) companheiro (a); e outros 10,4% declararam não comemorar a data. Relevantes 5,4% dos entrevistados disseram que vão poupar; 3,5% estão desempregados e 1,5% confirmaram que estão endividados ou com contas em atraso.

Dos entrevistados que irão às compras, o levantamento identificou que a imensa maioria (91,8%) dos consumidores mossoroenses pretende presentear alguém com apenas um presente, enquanto 8,2% dos entrevistados indicaram a compra de dois ou mais produtos. As esposas e esposos lideram a lista com 59,1% das intenções; seguidos das namoradas e namorados (36,7%); noivo (a) (2,3%). Cerca de 2% responderam que irão presentear a mãe ou um (a) amigo (a).

Perguntados sobre o tipo de presente que pretendem adquirir para presentear o (a) companheiro (a), a maior parte disse que pretende comprar roupas (38,8%). Logo em seguida aparecem os perfumes e cosméticos (16,3%) e calçados (10,9%) como os produtos mais pensados pelos consumidores para presentear. Joias, relógios e acessórios surgem logo após, com 10% da preferência. Produtos eletroeletrônicos e celulares somam 6,2% da intenção de compra, seguidos de livros (2,3%) ou eletrodomésticos (2,3%). Outros 12,6% dos consumidores entrevistados afirmaram que até a data da coleta ainda não haviam decidido qual seria sua escolha.

Particularidades dos gastos

O preço médio que os consumidores mossoroenses estão dispostos em pagar por presente no Dia dos Namorados 2016 é de R\$114,45. Comparando com o ano de 2015, quando os consumidores revelaram uma disposição em pagar um preço médio de R\$131,30, houve uma redução nominal de 12,8%.

Com a segmentação dos dados coletados, podemos observar que 58,6% dos entrevistados pretendem gastar até R\$100 por presente; 35,2% dos entrevistados planejam gastar entre R\$50 e R\$100; 25,4% entre R\$ 100 e R\$ 200; e 23,4% tem intenção de gastar até R\$ 50,00.

Houve mudança na intenção da forma de pagamento na comparação com o ano anterior. Enquanto a proporção de quem prefere pagar à vista/dinheiro diminuiu – passando de 58,7% em 2015 para 50,8% neste ano - houve aumento no interessado em usar o cartão de crédito/parcelado. Em 2015, 39,4% dos consumidores optaram por essa forma de pagamento, ao passo que este ano, 42,7% pretendem utilizar essa modalidade. Números irrisórios de clientes afirmaram que utilizarão boleto ou cheque. Além disso, 66,8% dos entrevistados disseram que preferem pagar dívidas ao invés de comprar presente na data, caso tivessem que optar entre as duas opções.

Local e período de compras

As lojas do comércio de rua (66,5%) são o tipo de estabelecimento preferido pelos consumidores mossoroenses para realizar a aquisição do presente do Dia dos Namorados 2016; seguido dos shoppings (23,7%); das compras via internet (6,2%); floricultura (0,8%) e restaurantes (0,4%).

Quanto ao hábito de compra acerca do momento de adquirir o presente, os consumidores entrevistados demonstraram não se preocupar com a compra antecipada do presente, sendo que a grande maioria (75,4%) declarou que comprará na semana do dia dos namorados. Para 20,3% a preferência é fazer aquisição dos produtos quinze dias antes da comemoração. Há também consumidores que comprarão um mês antes (2,3%), ou que já adquiriram (1,2%). Os dias preferidos para a procura dos itens são sexta feira (23,2%) e sábado (34,4%).

Motivação para ir às compras

Quando perguntados sobre quais fatores poderão influenciar na escolha da loja onde comprar, os entrevistados responderam que a busca por preço/promoção/descontos (45%) são fatores fundamentais para a escolha, seguidos pela qualidade dos produtos (38%). As marcas (13,6%) oferecidas também são relevantes para os consumidores, bem como o atendimento (10,1%); variedade de produtos (5%); exclusividade dos presentes (2,7%); ofertas e brindes promocionais (2,3%); e lojas diferenciadas/exclusivas (1,2%).

Outras formas de comemorar

O número de pessoas dispostas a comemorar ou realizar algum passeio na data foi de aproximadamente 30%, o que representa uma diminuição de 13,1% em comparação ao nível registrado na pesquisa do ano passado, que havia sido 43,1% de pessoas interessadas. Sendo o gasto médio de R\$ 132,08, na realização de algum passeio em comemoração à data.

Dentre os que irão comemorar de alguma forma a data, almoçar/jantar em restaurantes (16,8%) encabeça a lista de locais preferidos para a comemoração, seguida por viajar, com 5,7%. O jantar/almoçar na casa da família ficou em terceiro lugar com 3%; o hotel/motel vem logo depois com 0,8%. Também apareceram na pesquisa as praias (0,8%); festas/shows (0,8%); cinema/teatro (0,4%); e outros (0,2%).

Comparação de gastos e limitador

O maior limitador na hora de realizar as compras será o preço (45,9%); seguido pela falta de recursos (24,8%); qualidade do item (17%); falta de opção de produtos (8,5%); e alto endividamento (1,6%).

Segundo os dados da pesquisa, 14,6% dos entrevistados relataram que vão aumentar seus gastos, em relação ao dia dos namorados do ano passado; enquanto 45,9% disseram que irão procurar gastar o mesmo valor desembolsado no ano anterior; e 39,5% afirmaram que vão gastar um valor inferior quando comparado com o dia dos namorados de 2015.

Para os que pretendem gastar mais do que o ano passado, 41,3% responderam que querem presentear o (a) namorado (a) /companheiro com um presente melhor; e 20% responderam que alta dos preços/inflação vai influenciar. 12% afirmaram que a situação financeira melhorou e por isso vão gastar um pouco mais. 9,3% afirmam que por estar em um

momento mais feliz com o (a) companheiro (a) pretende comprar um presente especial. Estar mais seguro no emprego foi citado por 6,7% dos entrevistados.

Entre aqueles que irão gastar menos em relação ao ano passado; 48,5% afirmaram que a diminuição da renda irá afetar a compra do presente, e 13,6% disseram que o desemprego irá influenciar. Outros 10,1% irão diminuir os gastos porque não vão presentear nessa data. O endividamento foi citado por 6,6% dos entrevistados. Já o pagamento de dívidas e a crise financeira aparecem ambas, com 5,1% cada.

Momento

A opinião do consumidor mossoroense sobre o atual momento para compra de produtos é pouco otimista. Segundo a pesquisa, 15% responderam que o momento é ótimo ou bom, enquanto que 42,6% falaram que o momento é apenas regular, e 42,4% afirmaram que a situação é ruim ou péssima para aquisição de produtos.

No que concerne a situação financeira das famílias; 16,2% das pessoas entrevistadas declararam estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior; 32% apontaram que sua situação permaneceu igual; e 51,8% consideraram que estão em pior situação.

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

3. Análise Gráfica

Intenções dos consumidores

Gráfico 1 – O (a) Sr. (a) pretende presentear no período de compras do Dia dos Namorados?

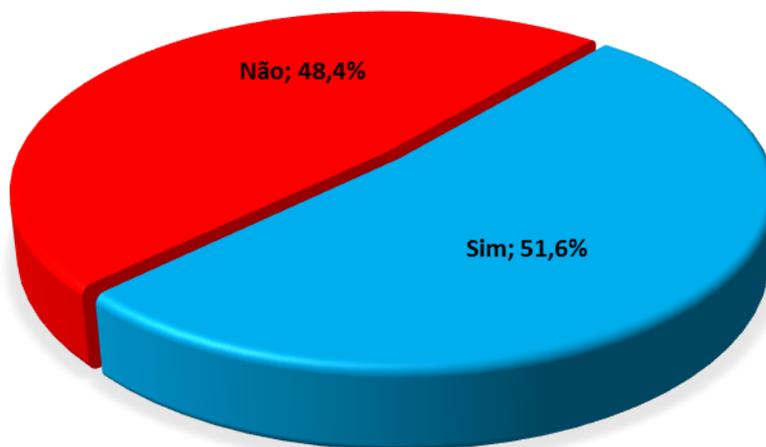


Gráfico 2 – Por qual motivo o (a) Sr. (a) não pretende presentear? (Múltipla resposta)

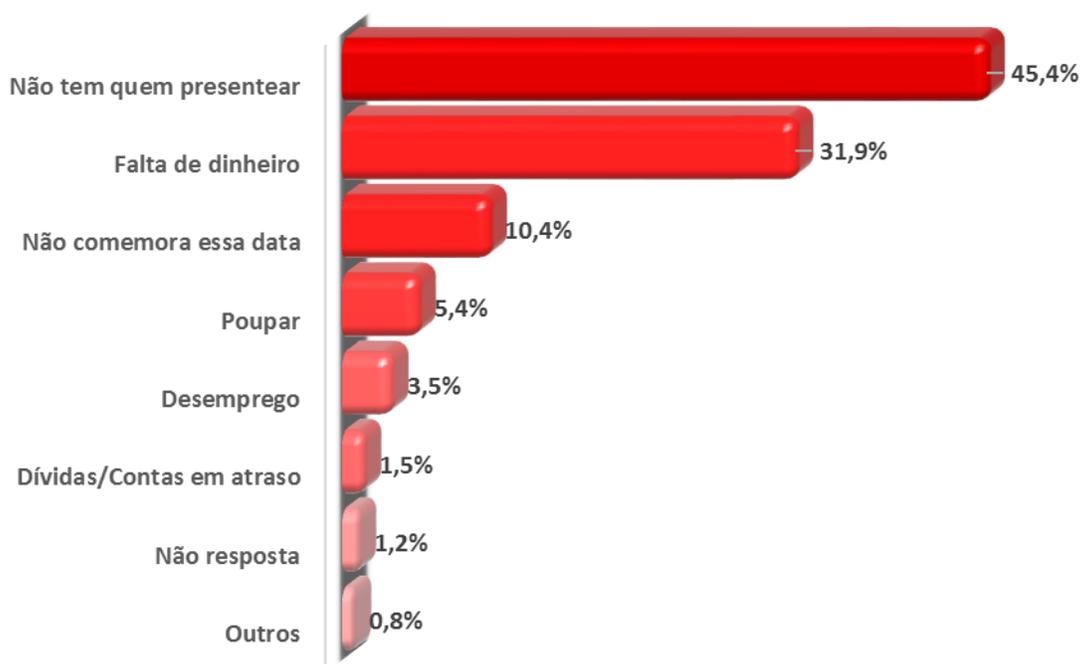


Gráfico 3 – Quem o (a) Sr. (a) pretende presentear nesta data?

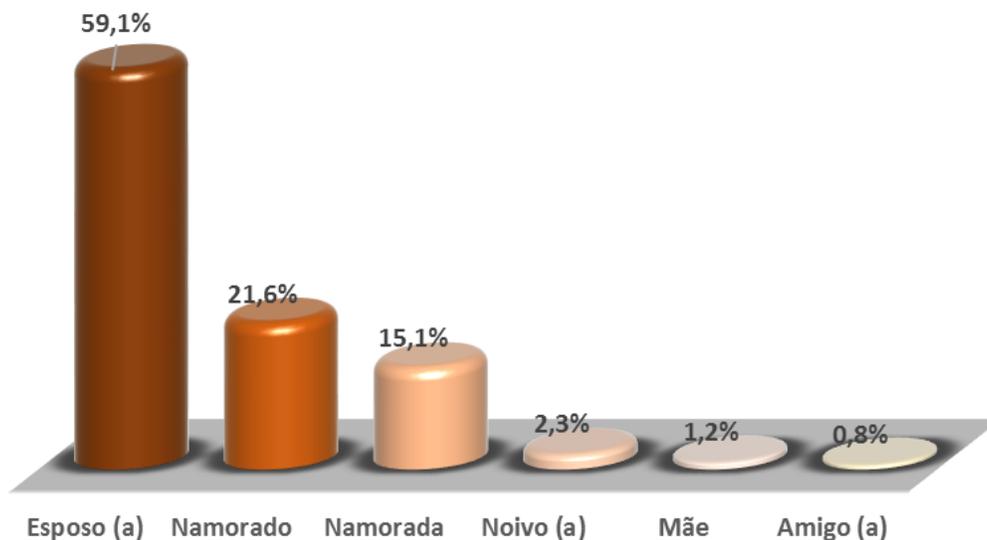
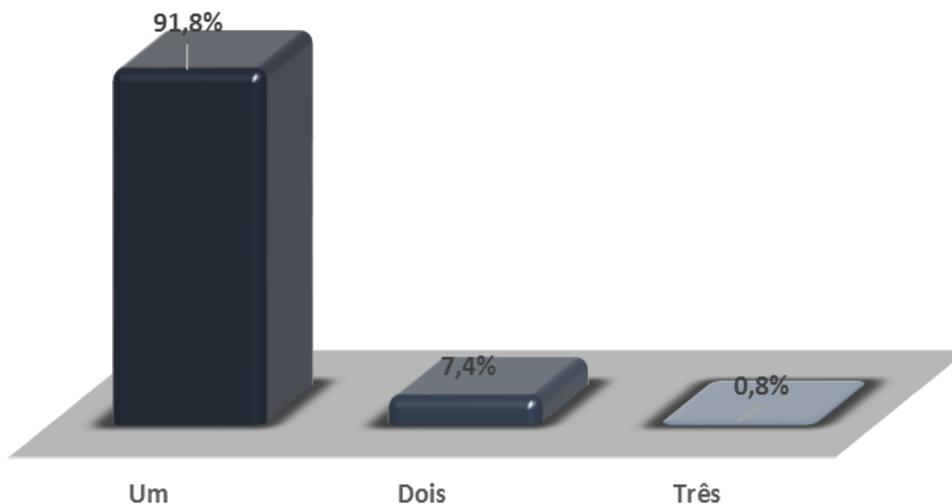


Gráfico 4 – Quantos presentes serão comprados?



**Tabela 1 – Que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessada em comprar nesta data?
(Múltipla resposta)**

Rótulos de Linha	%
Vestuário	38,8%
Perfume/Cosméticos	16,3%
Calçados	10,9%
Joias/Relógio/Acessórios	10,0%
Eletroeletrônicos/Celular	6,2%
Livro	2,3%
Eletrodoméstico	2,3%
Flores	1,9%
Café da manhã/Jantar	0,8%
Urso de pelúcia	0,4%
Ferramentas	0,4%
Não sabe	12,6%

Gastos

Gráfico 5 – Quanto o (a) Sr. (a) pretende investir em compras no Dia dos Namorados?

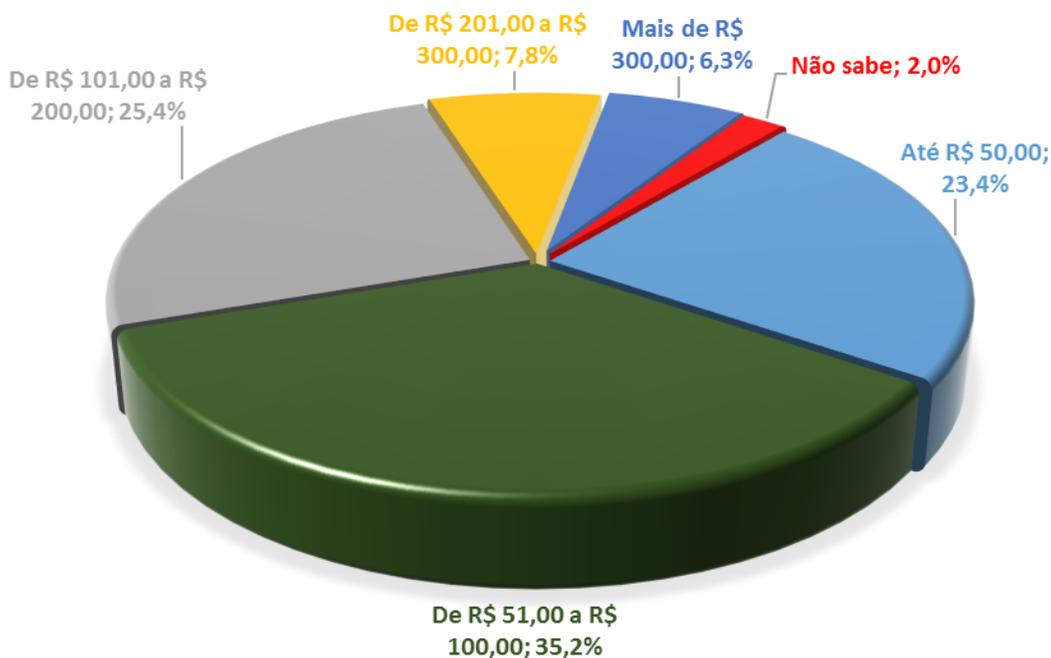


Gráfico 6 – Quando irá realizar as compras?

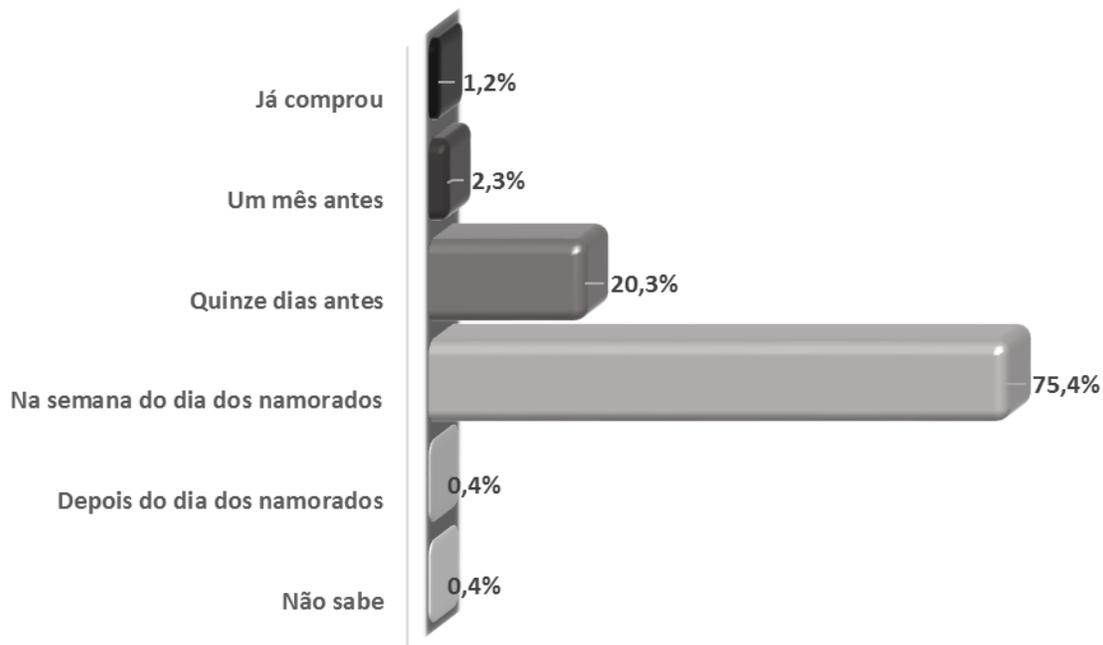


Tabela 2 – Qual o melhor dia da semana para realizar as compras?

Rótulos de Linha	%
Segunda	14,4%
Terça	5,2%
Quarta	10,8%
Quinta	6,4%
Sexta	23,2%
Sábado	34,4%
Domingo	2,8%
Não sabe	2,8%

Gráfico 7 – Onde o (a) Sr. (a) pretende fazer as compras?

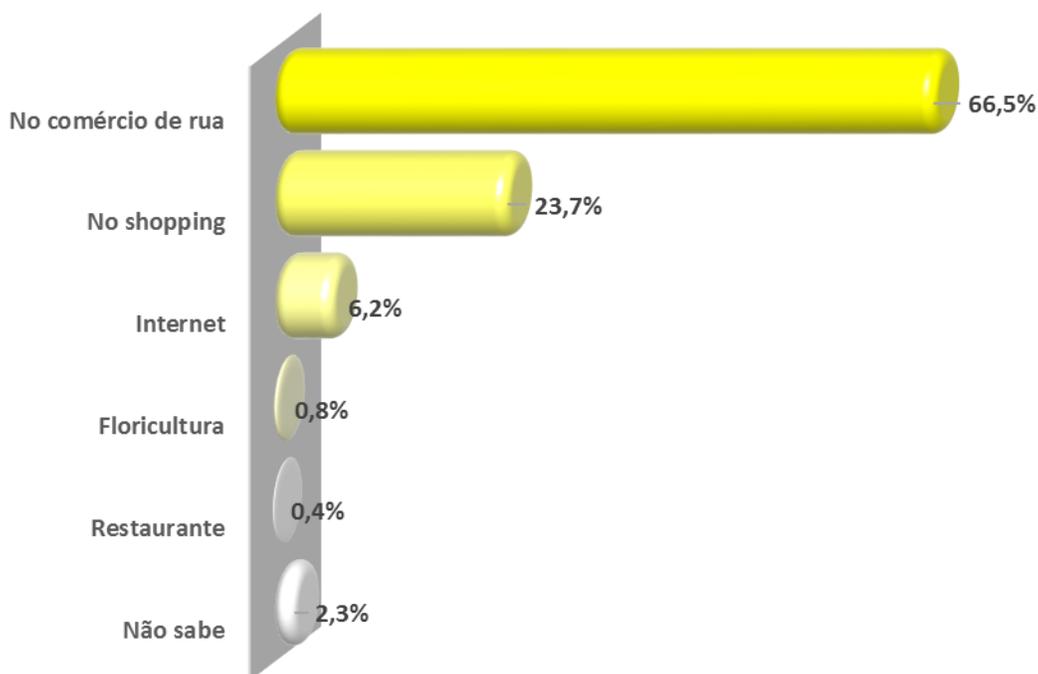


Gráfico 8 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr.(a) deseja utilizar?

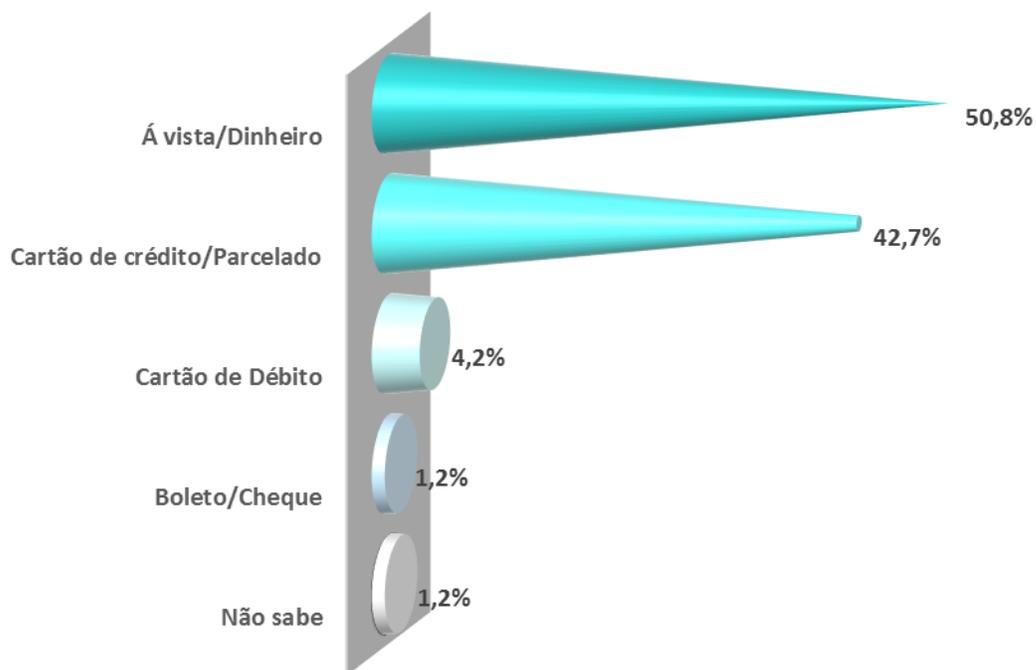


Tabela 3 – O que vai levar em consideração para escolher o presente para o seu namorado (a) / companheiro (a)? (Múltipla resposta)

Rótulos de Linha	%
Preço/Promoção/Desconto	45,0%
Qualidade dos produtos	38,0%
Marca	13,6%
Atendimento	10,1%
Variedade de produtos	5,0%
Exclusividade dos presentes	2,7%
Oferta de kit's/Brindes promocionais	2,3%
Loja diferenciada/Exclusiva	1,2%
Moda	0,8%
Não sabe	0,8%

Gráfico 9 – Com relação aos gastos em comparação com o ano passado irá?

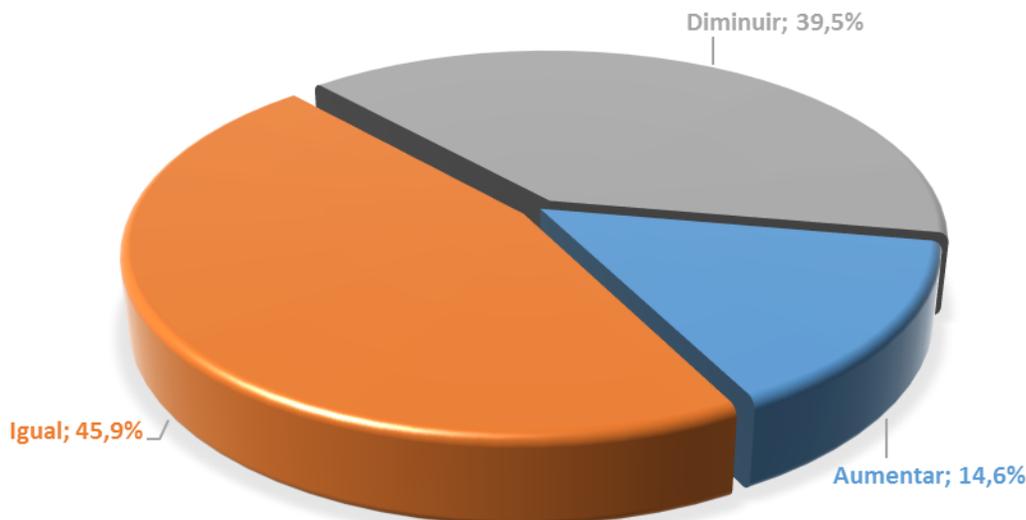


Tabela 4 – Se irá aumentar por qual motivo?

Rótulos de Linha	%
Quero presentear o(a) namorado(a)/companheiro (a) com um presente melhor	41,3%
Alta dos preços/Inflação	20,0%
Minha situação financeira melhorou	12,0%
Estou em um momento feliz com o(a)companheiro (a)	9,3%
Sinto mais seguro no emprego	6,7%
Maior variedade de produtos	5,3%
Não sabe	2,7%
Ano passado não presenteou	2,7%

Tabela 5 – Se irá diminuir por qual motivo?

Rótulos de Linha	%
Minha renda diminuiu	48,5%
Estou desempregado	13,6%
Não vai presentear	10,1%
Estou endividado	6,6%
Pagar dívidas	5,1%
Crise financeira	5,1%
Prefiro gastar mais em outra data	3,5%
Alta dos preços/Inflação	3,0%
Poupar/economizar	2,0%
Não sabe	1,0%
Falta dinheiro	1,0%
Maior variedade de produtos	0,5%

Gráfico 10 – O que irá limitar sua escolha na hora de efetuar as compras?

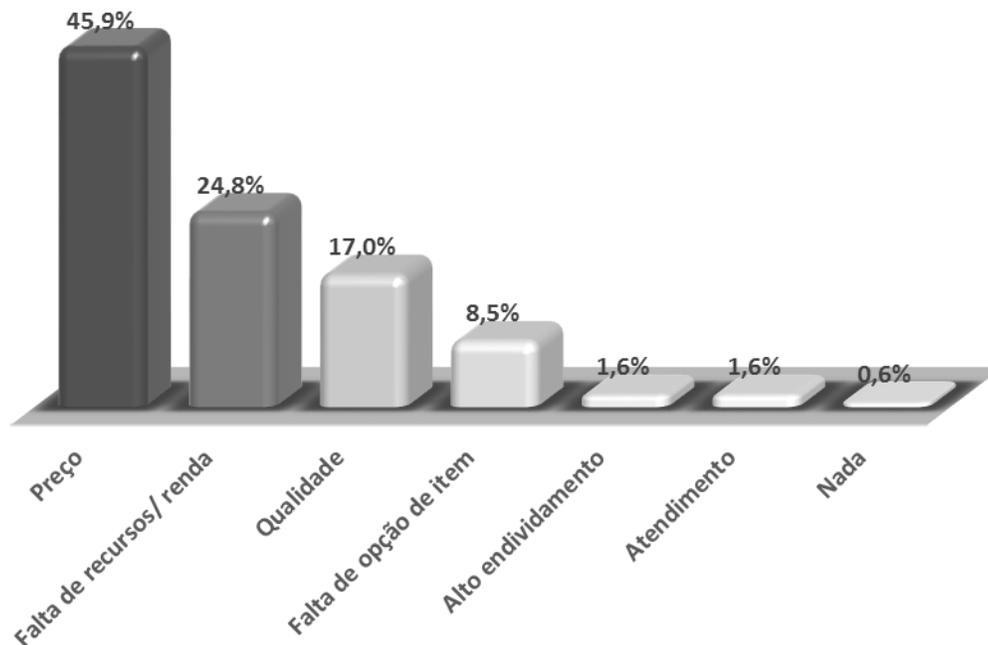


Gráfico 11 – Você seria capaz de se endividar para comprar um presente para o (a) seu (sua) namorado (a)/companheiro (a)?

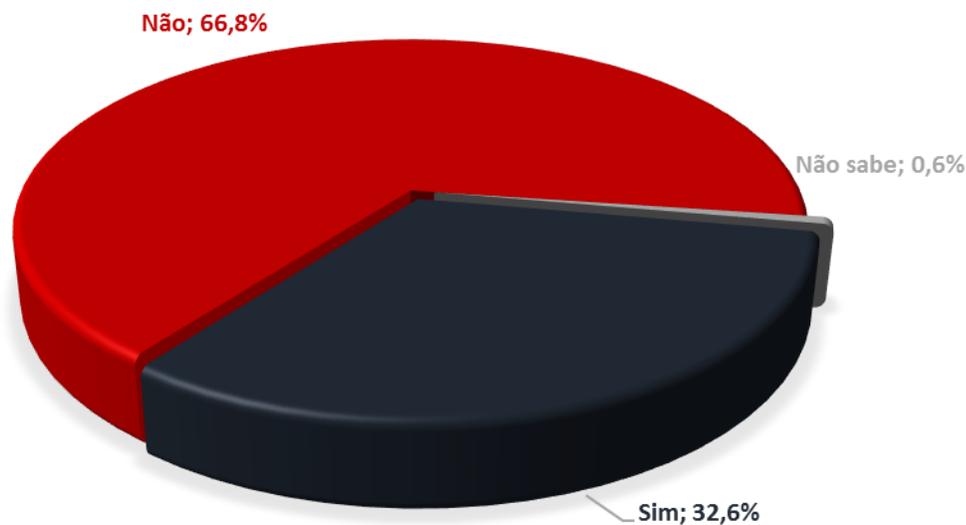


Tabela 6 – O (a) Sr. (a) pretende fazer algum passeio comemorativo no Dia dos namorados?

Rótulos de Linha	%
Não irá a lugar nenhum	70,0%
Almoçar/Jantar em um restaurante	16,8%
Viajar	5,7%
Almoço/Jantar na casa de familiar	3,0%
Hotel /Motel	0,8%
Praia	0,8%
Festa/Show	0,8%
Ir ao cinema/ teatro	0,4%
Outros	0,2%
Não sabe	1,4%

Tabela 7 – O que será determinante para a escolha do local?

Rótulos de Linha	%
Lugar que o namorado (a) escolheu, ou tem desejo de conhecer	44,4%
Local romântico	29,6%
Preço	16,2%
Comodidade	2,1%
Ambiente familiar	1,4%
Diversão	1,4%
Costume	0,7%
Lazer	0,7%
Local agradável	0,7%
Qualidade	0,7%
Outros	0,7%
Não sabe	1,4%

Tabela 8 – Quanto pretende gastar na comemoração (passeio) no dia dos namorados?

Passeio	Mínimo	Média	Máximo
Gasto R\$	R\$ 0,00	R\$ 132,08	R\$ 350,00

Momento

Gráfico 12 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?

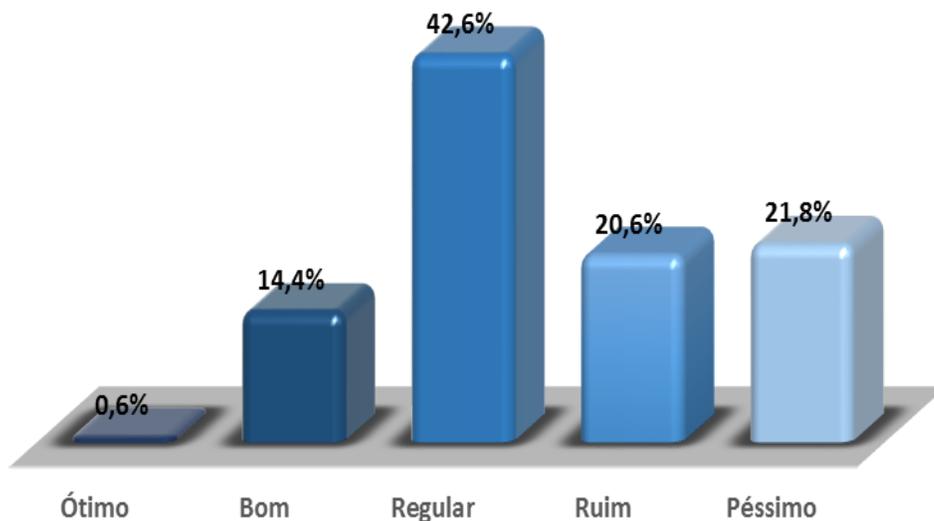
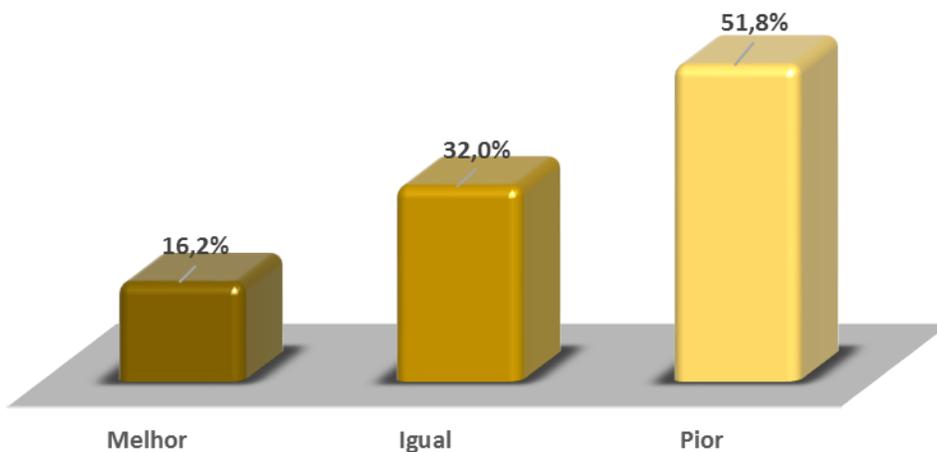


Gráfico 13 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?



Perfil dos Consumidores

Gráfico 14 – Sexo.

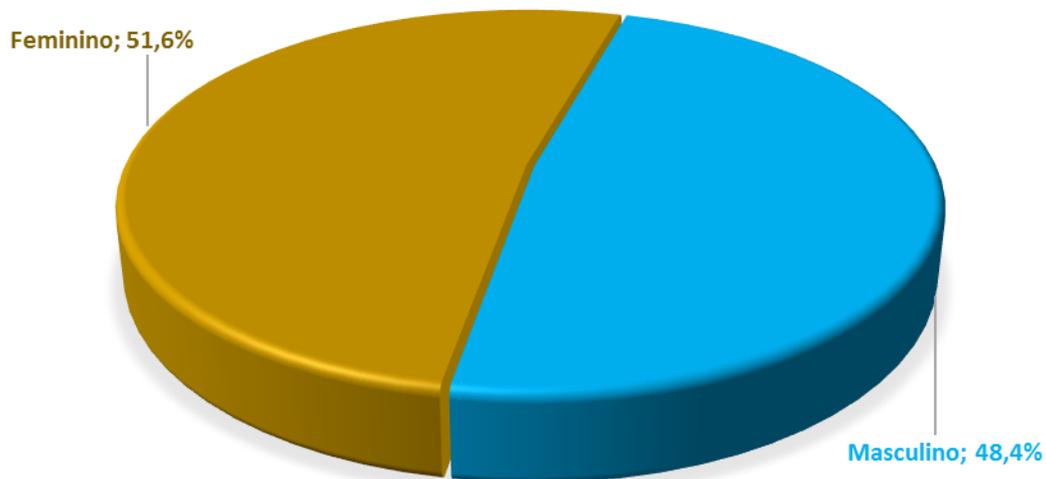


Gráfico 15 – Faixa etária.

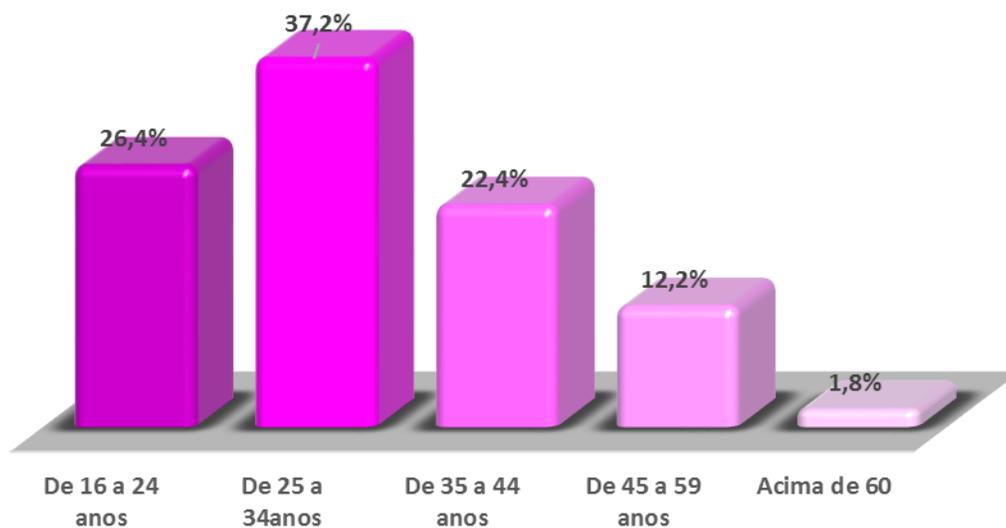


Gráfico 16 – Escolaridade.

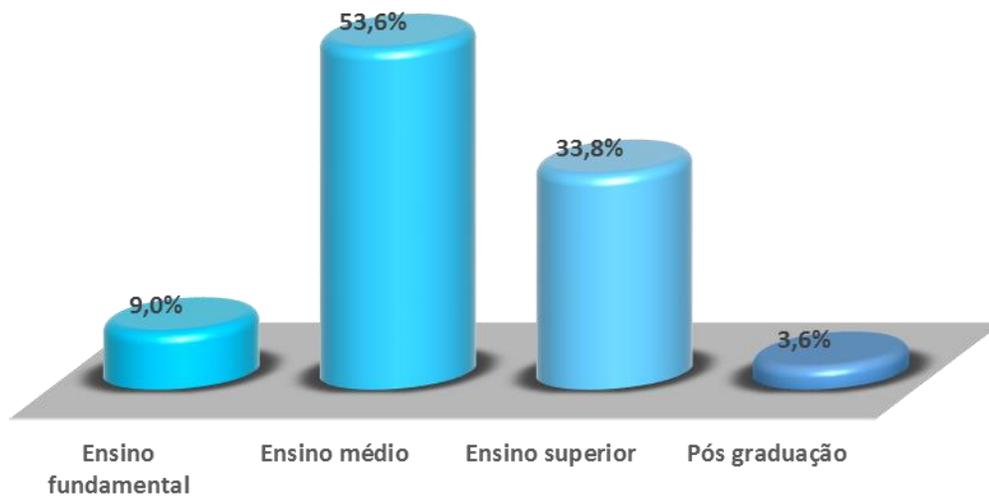
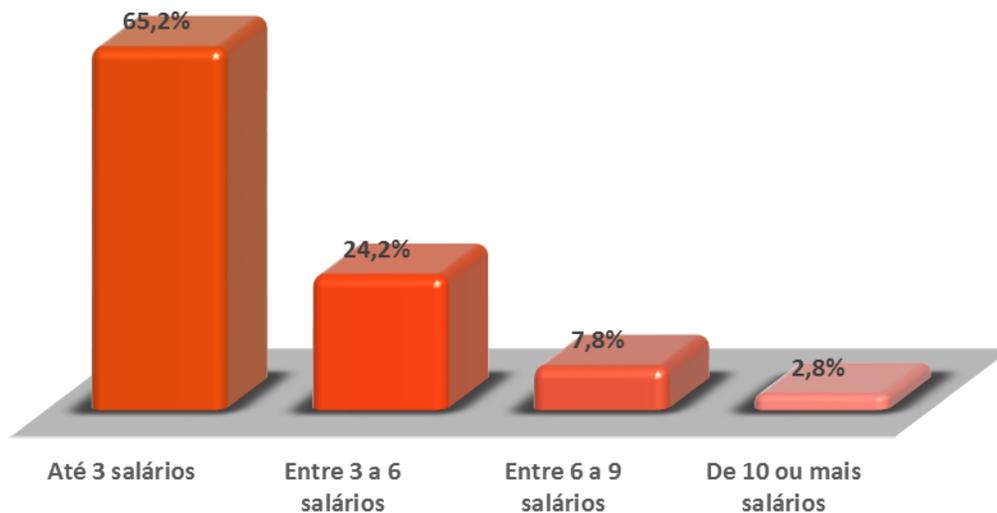


Gráfico 17 – Renda.



**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