

PESQUISA

Intenções de Compras Dia dos Namorados

Natal 2016



Sumário

1. Aspectos Metodológicos	3
2. Descrição dos Resultados.....	4
Presentes.....	4
Particularidades dos gastos.....	4
Local e período de compras.....	5
Motivação para ir às compras.....	6
Outras formas de comemorar	6
Comparação de gastos e limitador.....	7
Momento	8
3. Análise Gráfica	9
Percepção dos entrevistados.....	9
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 650 pessoas, na cidade de Natal, para identificar quais as intenções de compras para esta data. A coleta dos dados aconteceu entre os dias 19 e 21 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 Natal.

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.

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

A Pesquisa de Intenção do Compras para o Dia dos Namorados 2016 realizada em Natal, pelo Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (IPDC/Fecomércio), apontou que 53,5% dos consumidores natalenses estão predispostos a comprar presentes em função da data. O índice representa uma queda de 3,0% em relação à intenção de consumo registrada no ano anterior.

Entre aqueles que não irão às compras no Dia dos Namorados 2016, os principais motivos alegados são falta de dinheiro (46,7%) e o fato de não ter uma pessoa a quem presentear, pelo fato de estarem solteiros (38,2%).

Entre os consumidores que vão às compras, os artigos de vestuário (com 37,1% de intenção de consumo), continuam liderando a lista deste ano assim como em 2015, inclusive com um aumento de 4,9% em relação à preferência demonstrada no ano anterior. Além disso, os presentes que mais se destacaram este ano foram os perfumes e cosméticos, que alcançaram 16,7% das intenções de consumo; joias/relógios/acessórios (11,5%); e calçados (10,9%).

Também aparecem na lista de opções de presentes para o Dia dos Namorados em 2016 os celulares (4,3%); flores (3,7%); livros (2,9%); itens de comidas, cestas e chocolates (1,4%); e urso de pelúcia (1,1%). Outros produtos que apareceram com menor destaque no levantamento foram os eletrodomésticos (0,6%); animal de estimação (0,3%); e ferramentas de construção (0,3%). Vale salientar que 13,2% dos entrevistados ainda não sabem o que irão comprar para presentear.

Quando indagados sobre as pessoas que desejam presentear neste Dia dos Namorados, as mais citadas foram as esposas e os maridos, seguido das namoradas e namorados.

O estudo deste ano revela que, entre os consumidores dispostos a comprar presentes no período, 91,6% pretendem comprar apenas um produto, e somente 7,8%, desejam comprar dois ou mais presentes.

Particularidades dos gastos

Quanto ao valor que os natalenses pretendem gastar com os presentes em 2016, o levantamento constatou que o valor médio do presente para este ano será de R\$ 116,93, valor 9,7% menor do que o registrado na mesma pesquisa de 2015, quando o gasto médio ficou em R\$ 129,50.

Dos consumidores que irão presentear, 44,7% deles pretendem gastar entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00; 25,6% pretendem gastar entre R\$101,00 e R\$200,00; 14,1% deve gastar até R\$ 50,00; e 6,6% deve gastar R\$ 300,00.

No quesito modalidade de pagamento, as compras à vista no dinheiro ficaram em primeiro lugar de intenções, sendo a resposta de 56% dos consumidores. Outros 35,5% apontaram o pagamento no cartão de crédito ou parcelado como forma de pagamento. Em terceiro lugar ficou a opção pelo uso do cartão de débito (7,7%); e em último lugar, ficou o boleto (0,6%). A proporção de quem prefere pagar à vista (dinheiro/débito) caiu 2,7% em 2016. Já entre aqueles que pretendem comprar a prazo (cartão de crédito/boleto), houve aumento de 3,1% das intenções quando comparado com a pesquisa do ano passado.

Local e período de compras

O principal local escolhido pela maioria dos participantes da pesquisa para a realização das compras dos presentes para o Dia dos Namorados em 2016 foi o o comércio de rua, com 51,1% das repostas. Em segundo lugar estão as lojas dos shoppings centers, com 38,5%. Completam a relação de locais de compras pretendidos pelos entrevistados, a internet (3,7%); floriculturas (2,3%); e autônomos (0,6%). Na comparação com 2015, o índice de pessoas que pretende comprar nas lojas do comércio de rua caiu 6,8%; e em lojas do shopping, cresceu 10,9%.

O costume de comprar o presente na véspera da data será mantido: 66,8% dos entrevistados pretendem realizar as compras na semana que antecede a data. Para outros 26%, a preferência é fazer a aquisição dos produtos quinze dias antes da comemoração. Há também consumidores que já compraram (5,5%), ou que irão comprar depois da data (0,9%).

Como o dia 12 de junho cai em um domingo neste ano, a pesquisa procurou saber também quais os dias em que os consumidores pretendem ir às compras: 33,8% definiu o sábado como a data mais apropriada; seguido pela sexta-feira, com 19,8%. Os dias com menos propensão ao consumo na avaliação dos consumidores foram a segunda-feira (12,8%); a quarta-feira (11,2%); o domingo (6,7%); a quinta-feira (5,3%); e a terça-feira (5%).

Motivação para ir às compras

Em meio ao momento difícil pelo qual passa a economia do país e conseqüentemente o comércio, algumas atitudes dos empresários podem fazer a diferença no momento em que o consumidor vai decidir pela compra para o Dia dos Namorados deste ano.

Segundo a pesquisa, os preços, promoções e descontos foram citados por 46,8% dos consumidores como os principais motivos que devem influenciar na decisão de compra. Também se destacam entre os motivadores para o consumo, o investimento na qualidade dos produtos, com a indicação de 43,1% dos entrevistados; e a marca dos itens, com 11,8%.

Aparecem ainda na lista de motivação para as vendas, segundo os consumidores natalenses, o atendimento (7,8%); a exclusividade dos presentes (7,2%); a variedade dos produtos (3,7%); e as ofertas de kit's e presentes promocionais (1,4%). Outros motivos citados, e que apresentaram percentuais abaixo de 1%, foram o caso do prazo de pagamento e crédito (0,9%); lojas diferenciadas (0,6%); e moda (0,3%).

Outras formas de comemorar

Cerca de 31,2% dos consumidores natalenses entrevistados pela pesquisa do IPDC pretendem realizar alguma comemoração (passeio) especial com o (a) companheiro (a) no dia dos namorados 2016, índice 9,3% menor do que o obtido na mesma pesquisa em 2015, quando 40,5% dos entrevistados disseram que iriam realizar uma programação especial.

Este ano, 16,9% apontaram os restaurantes como o local escolhido para a comemoração; seguido de outros 4,6%, que pretendem comemorar indo ao cinema ou teatro; 4,3% que vão comemorar na casa de familiar; 3,5% irão viajar; e 1,1% que devem ir a hotel ou motel. Outros 0,9% irão às praias e shoppings (0,3%).

Os principais fatores que devem influenciar na escolha do local para a comemoração serão: lugar que o (a) namorado/companheiro (a) escolher ou que tem desejo de conhecer (38,3%); o preço (26,2%); e o romantismo do local (25,2%).

O valor médio dos gastos na realização do passeio em comemoração ao dia dos namorados de 2016 será de R\$ 139,77.

Comparação de gastos e limitador

Os principais fatores que vão frear o consumismo dos entrevistados na hora de realizar as compras serão o preço (51,4%); a qualidade dos produtos (18%); a falta de recurso (14,9%); e falta de opção de produtos (10,7%).

Com relação à comparação de gastos com o dia dos namorados do ano passado, 16,3% disseram que vão aumentar; 40,9% afirmaram que apesar da alta dos preços devem gastar o mesmo valor; e 42,6% falaram que pretendem diminuir os gastos este ano em relação ao valor gasto em 2015.

Dentre os consumidores que pretendem gastar mais em 2016 do que no ano passado, 33,9% disseram que querem presentear o(a) namorado(a)/companheiro (a) com um presente melhor; 21,1% responderam que vão gastar mais porque os preços subiram; 13,8% afirmaram estar em um momento mais feliz com o (a) companheiro (a); 11% disseram que estão em situação financeira melhor; outros 11% disseram que como não compraram presente ano passado, irão aumentar os gastos este ano; 5,5% afirmaram que irão gastar mais devido à uma variedade de produtos; e, outros 3,7% alegaram que estão mais seguros no emprego.

Já entre os que irão gastar menos em relação ao ano anterior, 36,9% disseram que a renda diminuiu; 18,6% afirmaram que estão solteiros e não tem quem presentear; 13,1% preferem pagar as dívidas; 9,9% estão desempregados; 6,9% irão conter os gastos devido à crise financeira; 4,7% preferem gastar em outra data; e, 3,6% vão poupar e economizar.

Momento

A aquisição de um produto que retrate um alto endividamento não está nos planos da grande maioria: 70,5% dos consumidores natalenses responderam que não irão se endividar para comemorar a data.

Sobre a percepção em relação ao atual momento para compra de produtos; 15,5% responderam que o momento é ótimo ou bom; enquanto que 41% falaram que o momento é regular, e 43,5% afirmaram que a situação é ruim ou péssima para aquisição de produtos.

Em referência à situação financeira das famílias; 17,2% das pessoas entrevistadas declararam estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior; 31,2% apontaram que sua situação permaneceu igual; e 51,5% consideraram que estão em pior situação.

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

3. Análise Gráfica

Percepção dos entrevistados

Gráfico 1 – O Sr. (a) pretende presentear alguém no Dia dos Namorados?

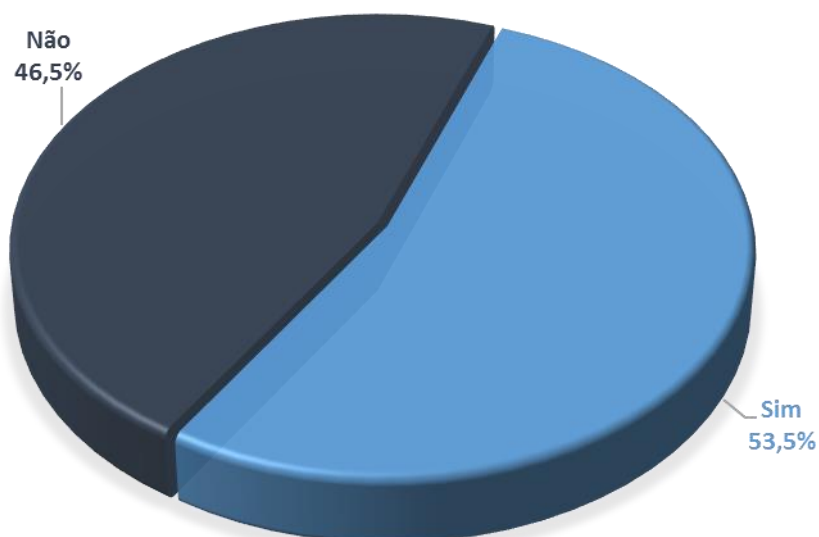


Tabela 1 – (No caso de “Não”) Por qual motivo?

Rótulos de Linha	%
Falta de dinheiro	46,7%
Solteiro (a)	38,2%
Não costuma presentear/Não Comemora	5,6%
Desemprego	5,2%
Dívidas/Contas em atraso	2,9%
Poupar	1,3%

Gráfico 2 – Quem o (a) Sr. (a) pretende presentear?

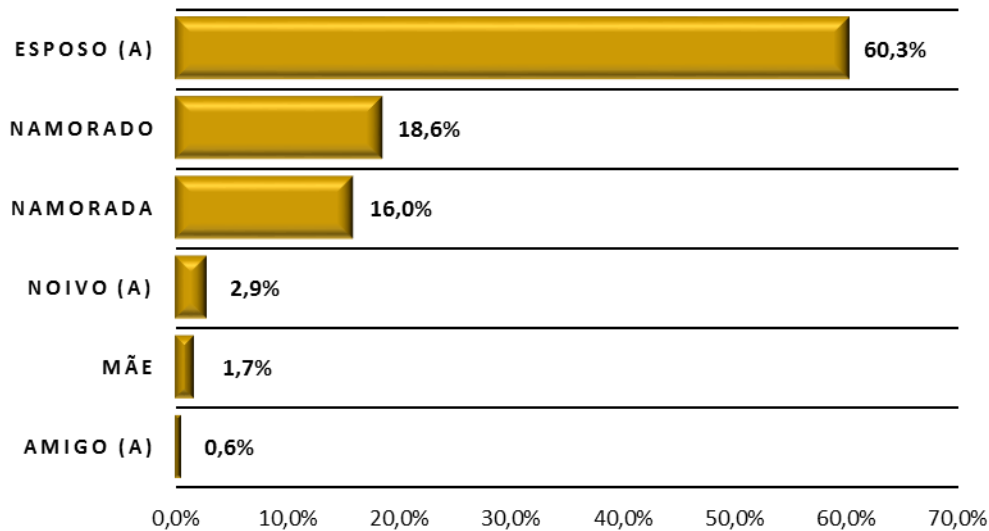
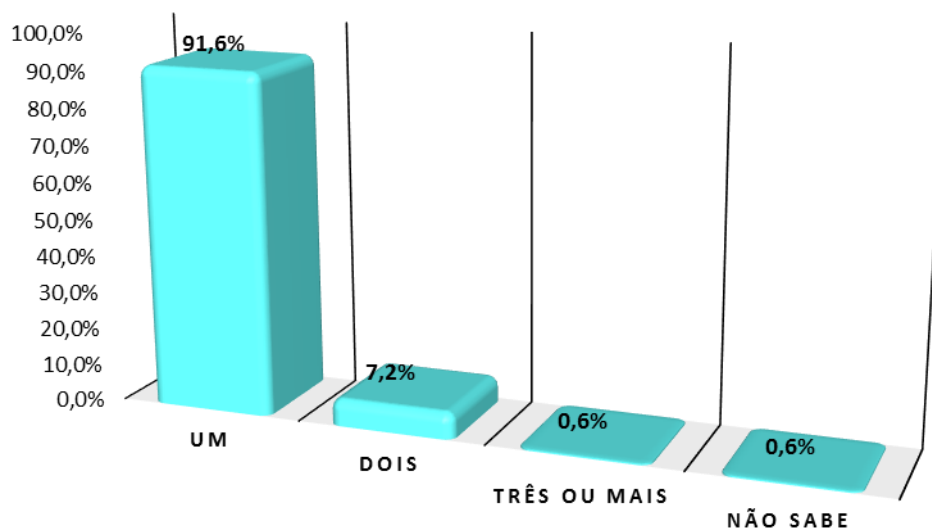


Gráfico 3 – Quantos presentes pretende comprar?



**Tabela 2 – Que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessado (a) em comprar nesta data?
(Múltipla Resposta)**

Rótulos de Linha	%
Vestuário	37,1%
Perfume/Cosméticos	16,7%
Jóias/Relógio/Acessórios	11,5%
Calçados	10,9%
Celular	4,3%
Flores	3,7%
Livro	2,9%
Cestas/Chocolates	1,4%
Urso de pelúcia	1,1%
Eletrodoméstico	0,6%
Animal de estimação	0,3%
Ferramentas	0,3%
Não sabe	13,2%

Gráfico 4 – Quanto pretende investir na compra?

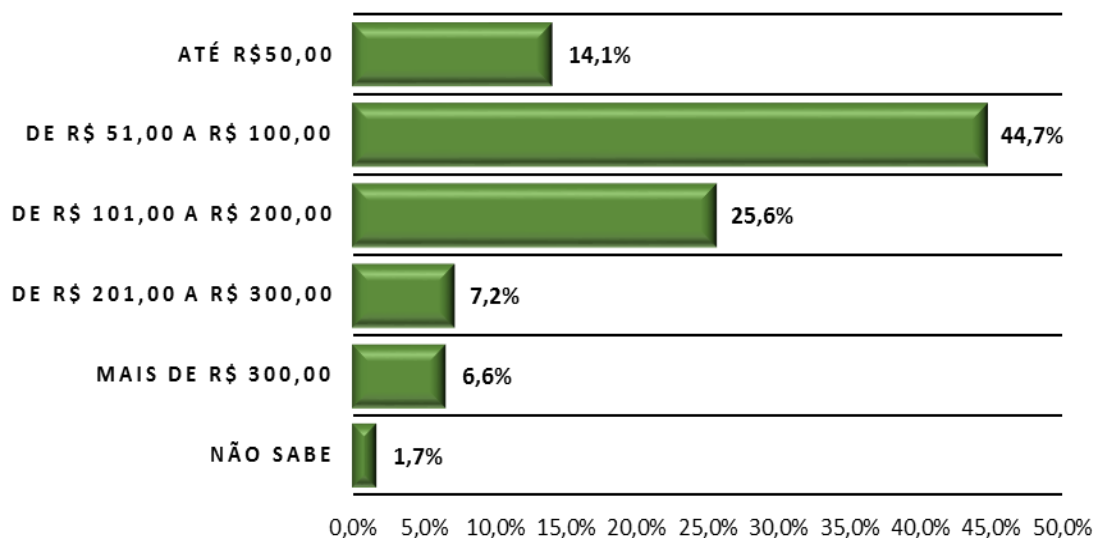


Gráfico 5 – Quando irá realizar as compras?

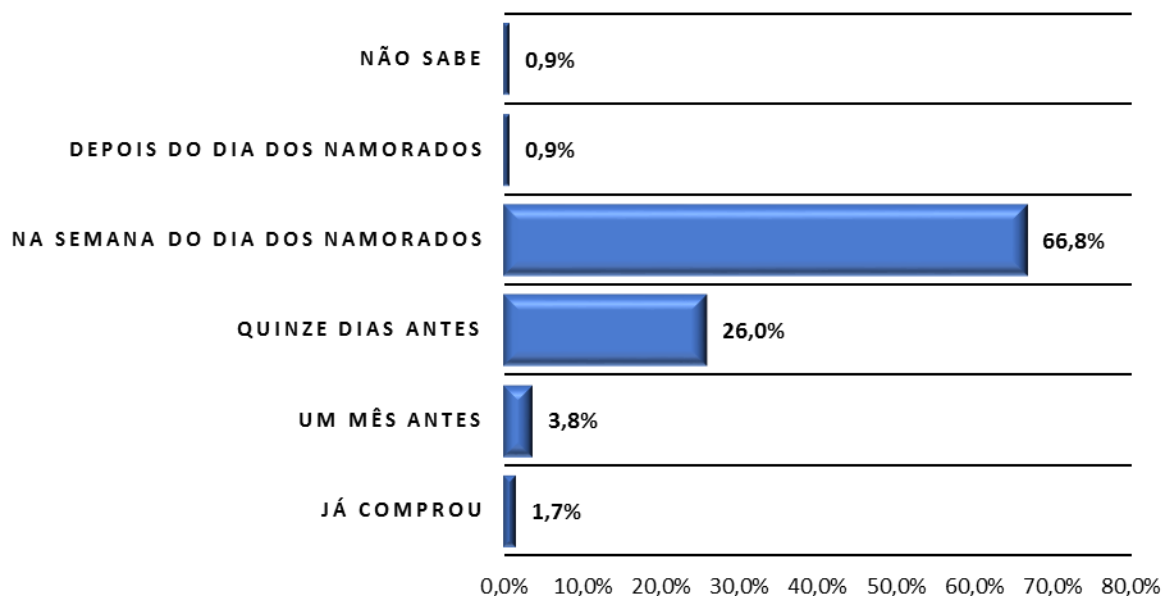


Gráfico 6 – Onde o (a) Sr. (a) pretende fazer as compras?

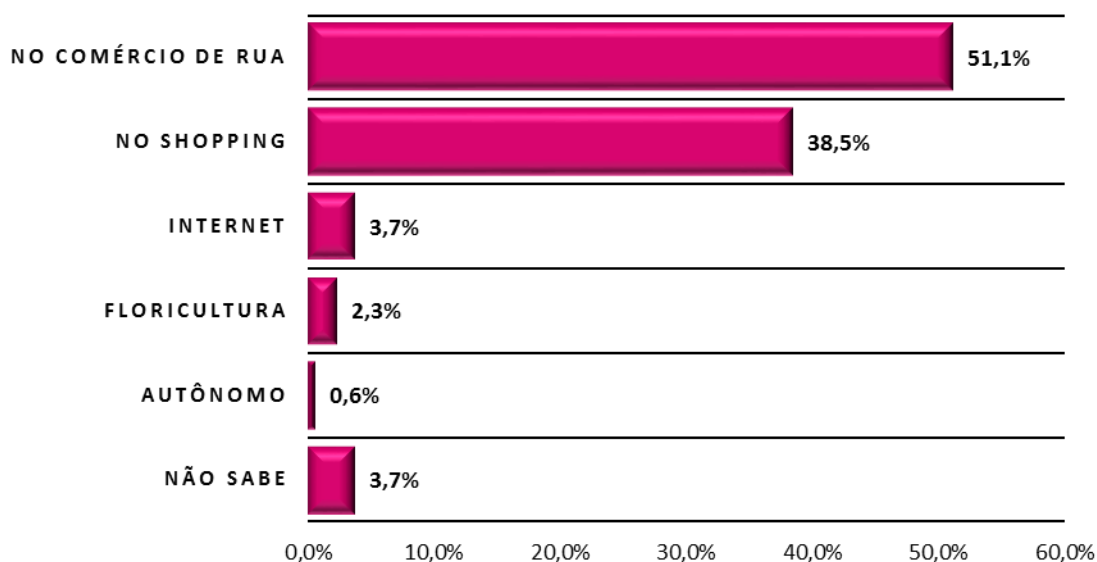


Tabela 3 – O que vai levar em consideração para escolher o presente para o seu namorado (a) / companheiro (a)? (Múltipla Resposta)

Rótulos de Linha	%
Preço/Promoção/desconto	46,8%
Qualidade dos produtos	43,1%
Marca	11,8%
Atendimento	7,8%
Exclusividade dos presentes	7,2%
Variedades de produtos	3,7%
Oferta de Kit´s/ Brindes promocionais	1,4%
Prazo e crédito	0,9%
Loja diferenciada/exclusiva	0,6%
Moda	0,3%
Não sabe	0,6%

Gráfico 7 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr.(a) deseja utilizar?

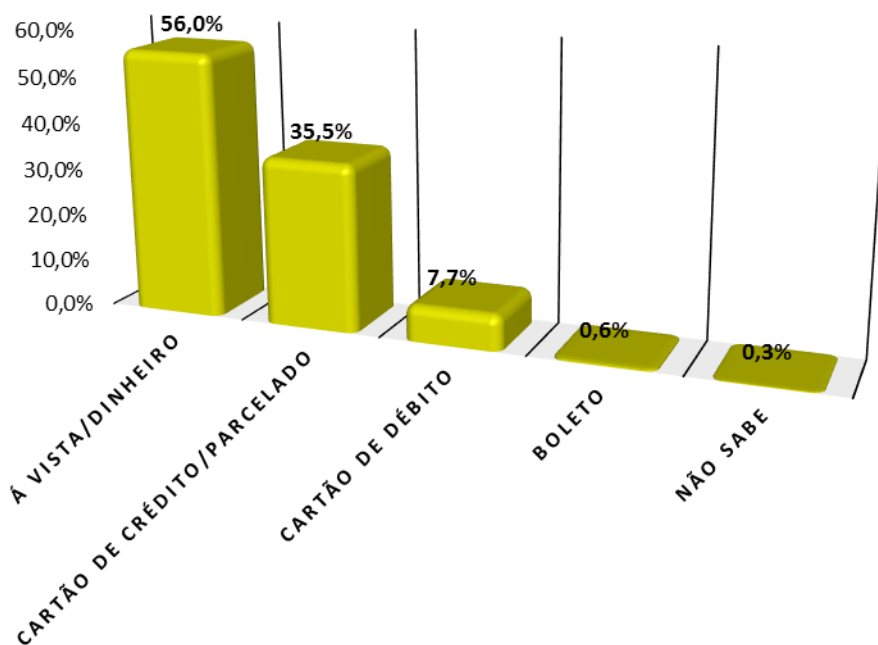


Gráfico 8 – O que irá limitar sua escolha na hora de efetuar as compras?

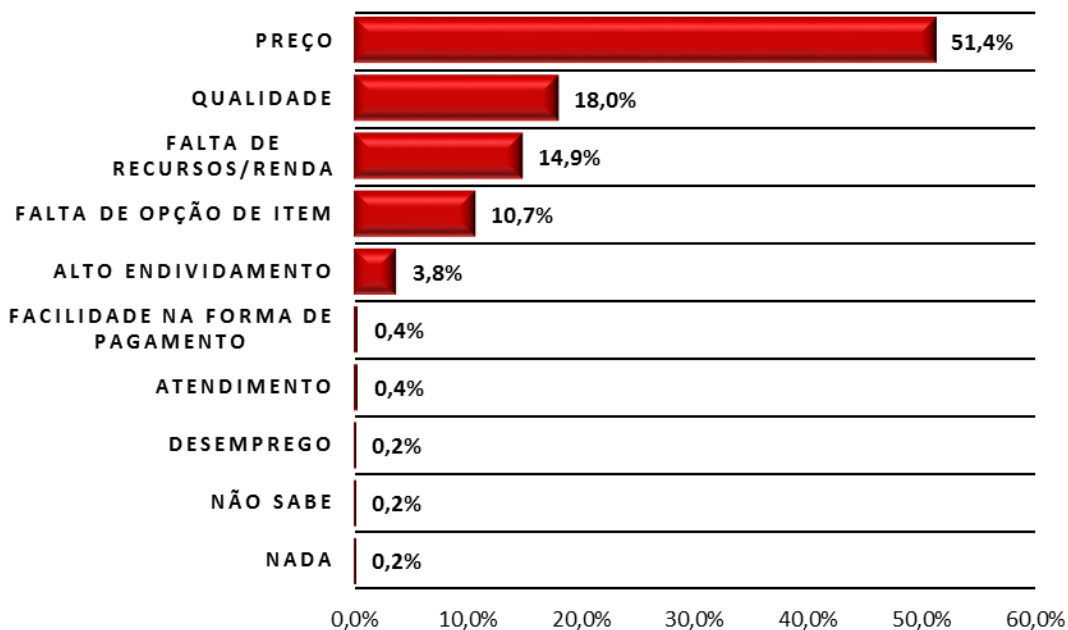


Gráfico 9 – O (a) Sr. (a) pretende fazer alguma comemoração no Dia dos namorados?

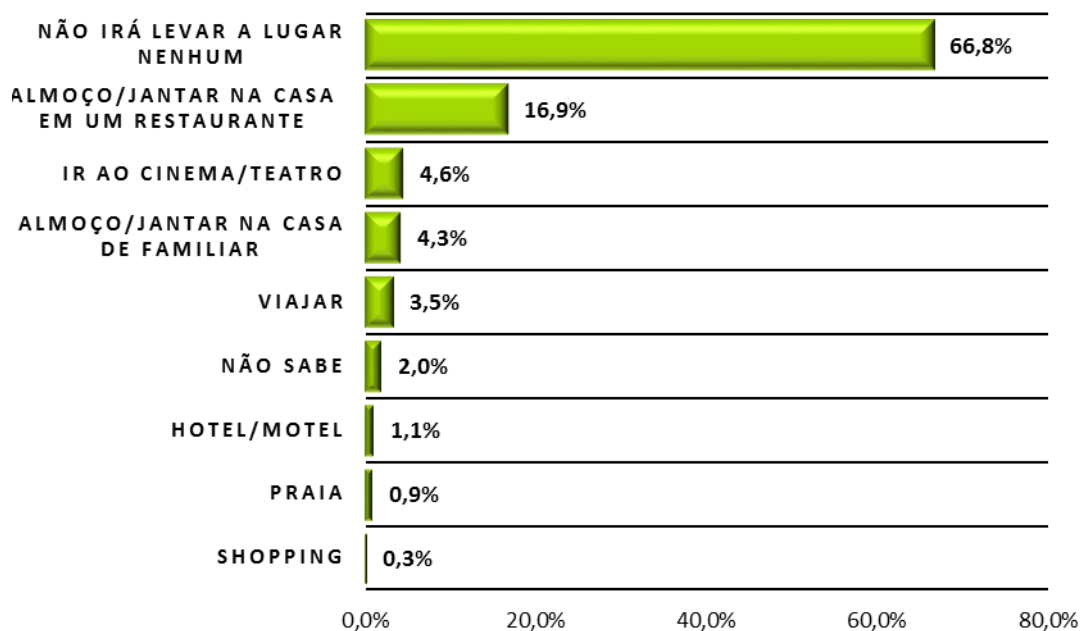


Tabela 4 – O que será determinante para a escolha do local?

Rótulos de Linha	%
Lugar que o namorado (a) escolheu, ou tem desejo de conhecer	38,3%
Preço	26,2%
Local romântico	25,2%
Comodidade	1,9%
Diversão	1,9%
Atendimento	1,5%
Segurança da loja	1,0%
Agradável	0,5%
Qualidade	0,5%
Outros	0,5%
Não sabe	2,4%

Gráfico 10 – Você seria capaz de se endividar para comprar um presente para o (a) seu (sua) namorado (a)/companheiro (a)?

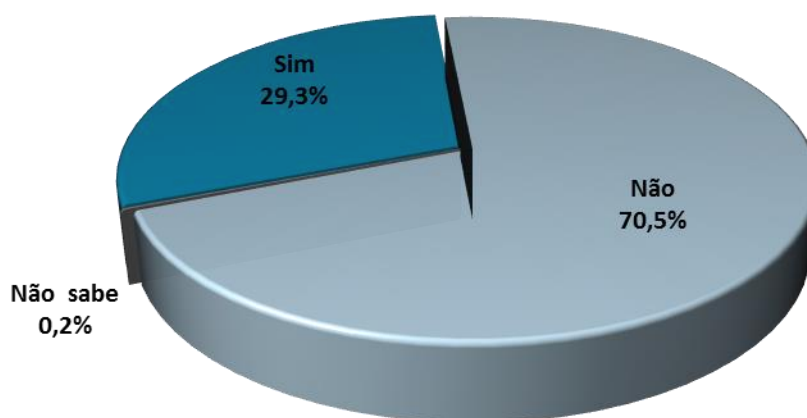


Gráfico 11 – Com relação aos gastos em comparação com o ano passado irá?

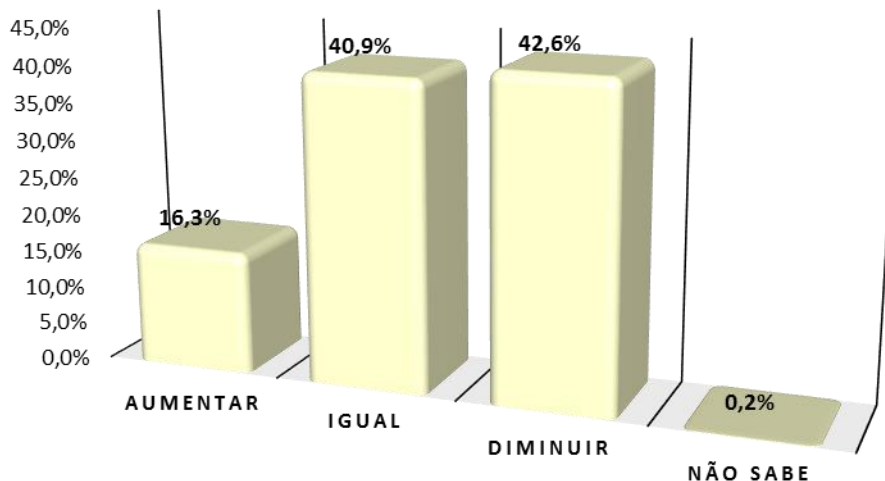


Tabela 5 – Se irá aumentar, por qual motivo?

Rótulos de Linha	%
Quero presentear o(a) namorado (a)/companheiro (a) com um presente melhor	33,9%
Preços altos/Inflação	21,1%
Estou em um momento feliz com o(a) companheiro(a)	13,8%
Minha situação financeira melhorou	11,0%
Não presenteou no ano passado	11,0%
Maior variedade de produtos	5,5%
Sinto mais seguro no emprego	3,7%

Tabela 6 – Se irá diminuir, por qual motivo?

Rótulos de Linha	%
Minha renda diminuiu	36,9%
Solteiro	18,6%
Estou endividado/Pagar dívidas	13,1%
Estou desempregado	9,9%
Crise financeira	6,9%
Prefiro gastar mais em outra data	4,7%
Poupar/Economizar	3,6%
Não vai presentear	3,3%
Inflação	1,5%
Maior variedade de produtos	0,7%
Outros	0,7%

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

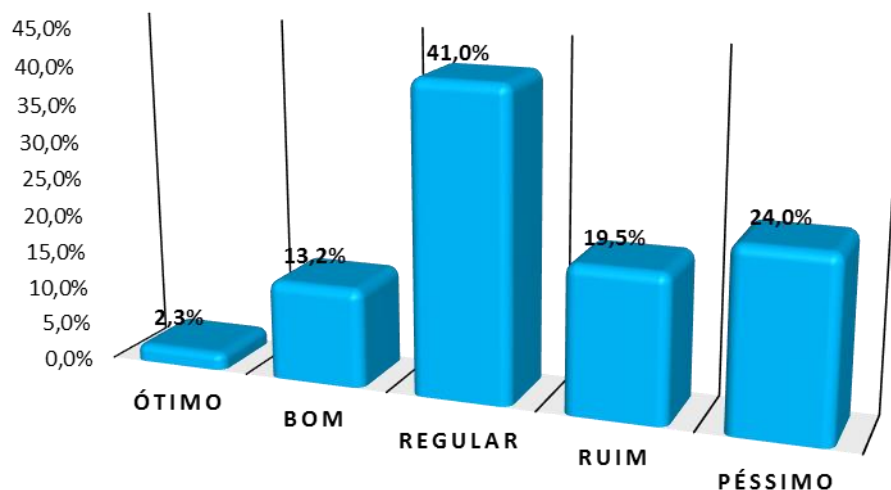
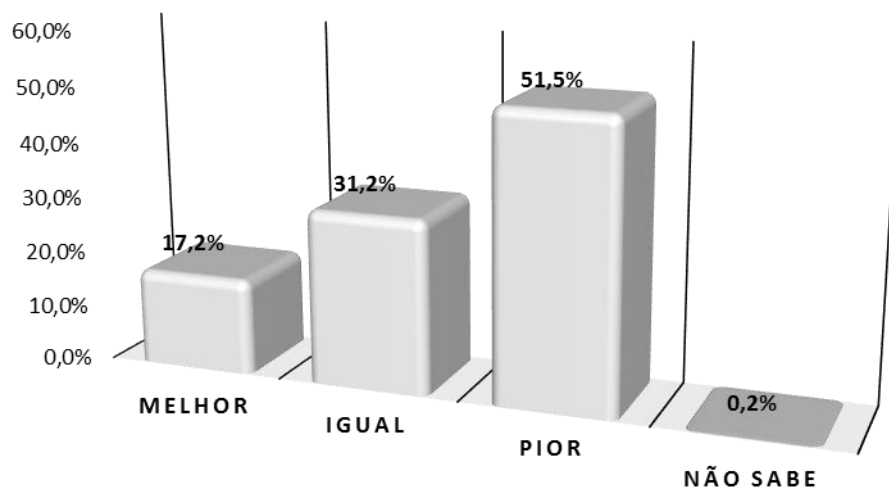


Gráfico 13 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?



Perfil dos Consumidores

Gráfico 14 – Sexo.

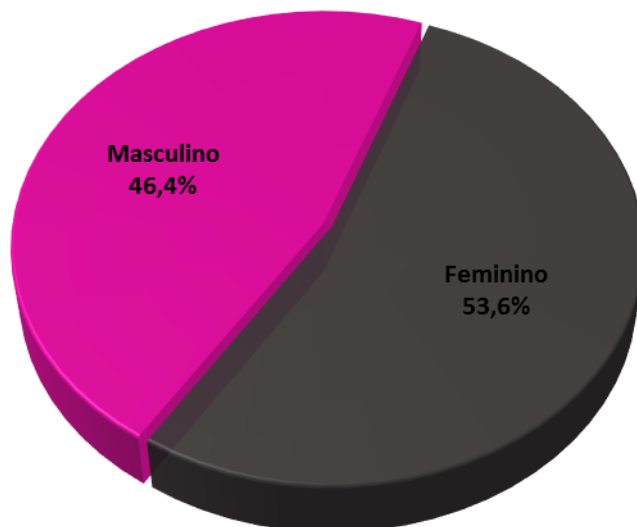


Gráfico 15 – Faixa etária.

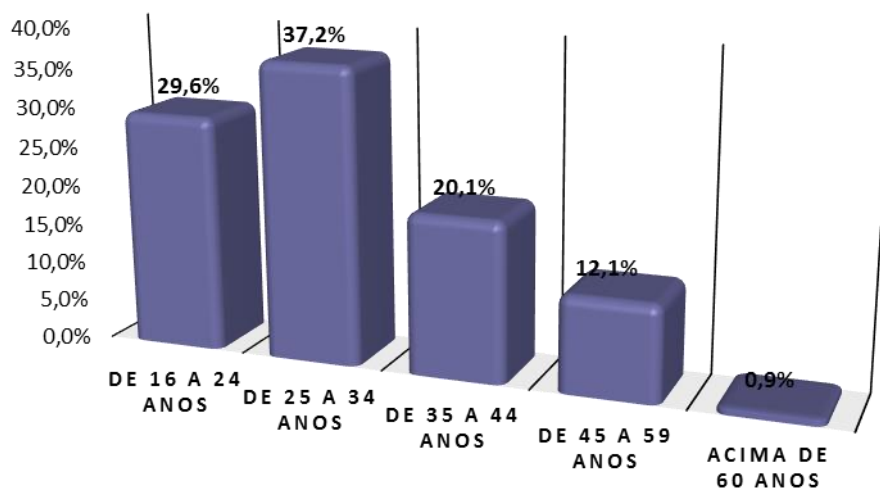


Gráfico 16 – Escolaridade.

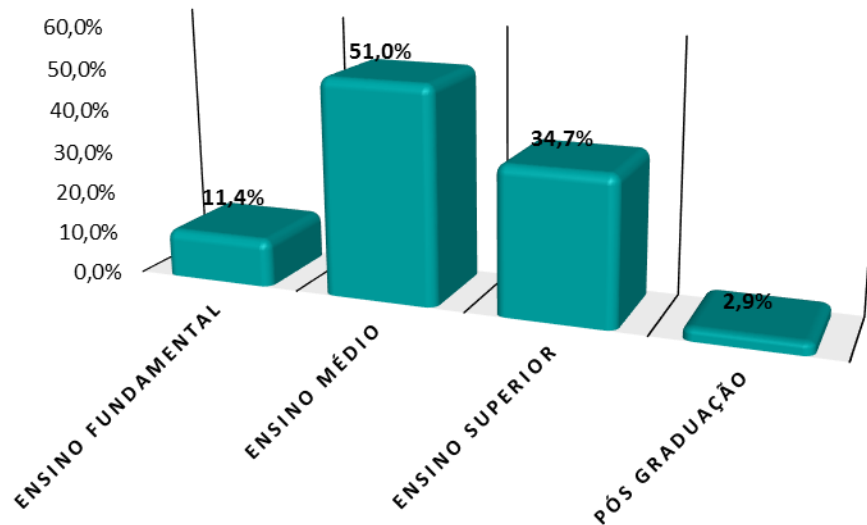
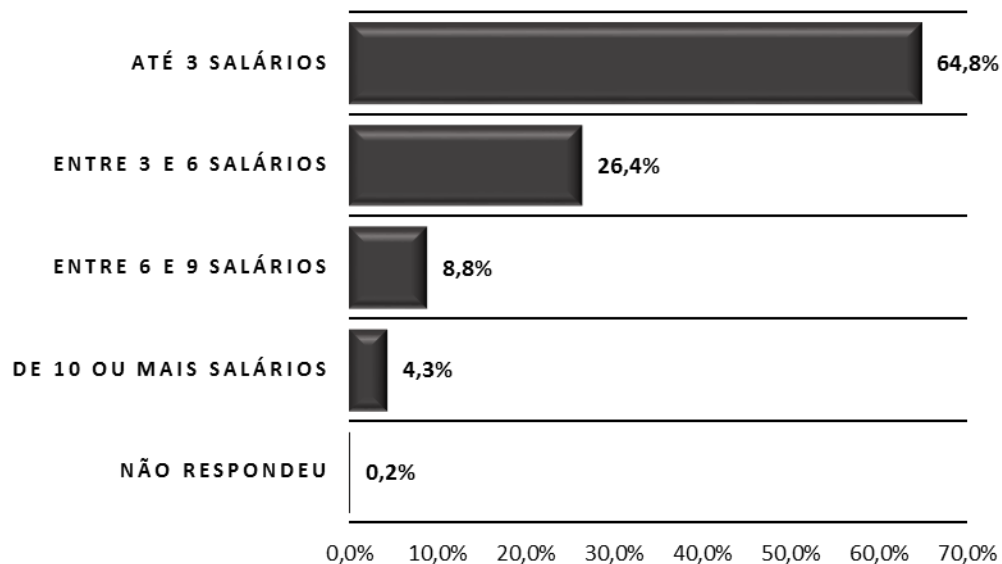


Gráfico 17 - Renda.



**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