

PESQUISA

Intenções de Compras para a Páscoa - Mossoró 2017



Sumário

1. APRESENTAÇÃO	3
2. ASPECTOS TÉCNICOS	4
3. SÍNTESE DOS RESULTADOS	5
Intenções de compras	5
Gastos.....	6
Local e período de compras	7
Motivação e local de comemoração.....	7
Consumo de peixes	8
Pretensões de viagem.....	8
Momento econômico	9
4. GRÁFICOS INTERATIVOS	10
Intenções de Compras	10
Gastos.....	13
Local e quando compra.....	15
Motivação para ir às compras	16
Consumo de Peixes	17
Pretensões de Viagem.....	18
Momento econômico	21
Perfil dos Entrevistados	22

1. APRESENTAÇÃO

Segundo o calendário católico, a Semana Santa inicia com a Quinta-Feira da Paixão (13), seguido da Sexta-Feira Santa (14), e encerra o feriadão com o Domingo de Páscoa (16). A tradição sugere presentear os amigos, namorados, esposas, filhos e quem mais desejar, com ovos de chocolate, assim como suspender o consumo de carne vermelha e se alimentar de peixes. O período que antecede a data 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 ao período, bem como suas intenções de compras, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do RN, por meio do seu Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio, realizou a pesquisa Intenções de Compras para a Páscoa 2017, entre os dias 15 e 17 de março, no município de Mossoró (RN).

A pesquisa também objetiva orientar o comerciante para esta data dando a ele ferramentas para conhecer melhor seu cliente em potencial e as tendências de consumo. Sendo assim, ao final da análise, o comerciante poderá encontrar dicas para vender mais para seu potencial cliente.

O trabalho serve de monitoramento do mercado potiguar. As pesquisas do IPDC/Fecomércio RN têm recebido avaliações positivas dos comerciantes e produtores, tendo em vista a necessidade destes de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas.

Espera-se, com a divulgação das pesquisas, atender o desejo da classe empresarial, assim como das associações comerciais, administradores, gestores públicos, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como oportunidade de disseminação do conhecimento.

2. ASPECTOS TÉCNICOS

Em Mossoró, as entrevistas aconteceram entre os dias 15 e 17 de março de 2017. Este intervalo foi escolhido para que houvesse tempo suficiente para a tabulação e análise dos dados, e para a divulgação dos mesmos com alguma antecedência em relação ao feriado da Páscoa.

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. Os dados coletados são primários, observados sob a técnica de pesquisa aplicada, sendo esta descritiva com efeito exploratório.

A amostra pesquisada foi determinada por critérios estatísticos, com o objetivo de garantir a maior fidedignidade possível. Na pesquisa de Mossoró foram entrevistadas 500 pessoas, distribuídas proporcionalmente por região administrativa do município. Para que o trabalho apresente um bom resultado foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral de 4%.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando 26 perguntas, constituídos em sua maior parte por questões fechadas, sendo que algumas delas permitiam mais de uma alternativa como resposta. Nesta situação, as somas dos percentuais das respostas, a essas questões, ultrapassariam a cem por cento.

Para a realização da pesquisa foi utilizada uma equipe de entrevistadores com experiência neste tipo de trabalho. 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.

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.

3. 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.

49,2% dos consumidores mossoroenses pretendem presentear alguém nesta Páscoa. No ano anterior, o índice foi medido em 65,7%. A redução de 16,5% na intenção de compra em 2017 reflete o pessimismo do consumidor em relação às condições econômicas enfrentadas pela população, tornando-o mais cauteloso diante de um cenário desfavorável.

Para os que vão as compras, os produtos preferidos pelos consumidores para presentear na Páscoa continuam sendo os chocolates, que lideram a lista de presentes, com 93,1% da indicação dos mossoroenses. Em 2016, o índice foi de 89,5%, um aumento de 3,6 pontos percentuais.

O destaque negativo fica por conta dos artigos de vestuário, que em 2016 registraram 8,1% de intenção de compras na pesquisa, e agora obtiveram 5,2% da opção dos consumidores.

Em terceiro lugar aparecem os brinquedos, com 3%, 0,3 pontos percentuais a mais do que o computado no ano passado (2,7%). Os calçados, como sapatos, tênis e sandálias apresentaram uma queda na intenção, passando de 1,5% em 2016 para 0,9% em 2017. Completam ainda a lista de presentes desse ano acessórios em geral, viagem, cestas e eletrônicos.

Os filhos estão no topo da lista dos mais presenteados, com 50% das citações, seguido dos companheiros (as) (26,5%); sobrinhos (17,1%); pais (10,3%); irmãos (6%); netos (6%); afilhados (3,4%) e amigos (2,1%).

Entre os que tem a intenção de comprar chocolates, os ovos devem continuar sendo as mercadorias mais procuradas pelos consumidores durante a Páscoa (88,5%); seguido das caixas de bombons (9,3%). As cestas de chocolates representam, por sua vez, 4% do total da intenção

de consumo dos entrevistados. Logo após surgem as barras de chocolates e os chocolates caseiros, ambos, com 1,3%.

Gastos

Quando questionados sobre o valor que pretendem desembolsar para a compra de presentes, mais da metade dos entrevistados (57,3%) respondeu valores até R\$ 50,00. 26,5% afirmaram ter interesse em gastar no presente entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00. Cerca de 11,1% querem gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00. Apenas 4,3% pretende gastar acima dos R\$ 200,00 no presente de Páscoa.

O preço médio do presente pretendido pelo mossoroense para as compras de Páscoa deste ano é de R\$ 78,63. O gasto previsto para 2017 é maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2016, que foi de R\$ 75,11. Isso representa uma variação positiva de 4,7%, mas inferior à inflação do período (4,8%).

Já em relação à forma de pagamento favorita pelos consumidores, a modalidade à vista/dinheiro foi indicada por 80,8% dos entrevistados, demonstrando um crescimento de 7,3 pontos percentuais da preferência por esse tipo de pagamento em comparação ao ano passado (73,5%). O cartão de crédito parcelado segue como a segunda opção dos consumidores, com 12% das respostas. Na terceira e quarta posição aparecem as modalidades de pagamento no cartão de crédito rotativo (6%) e débito (1,3%) que apresentaram redução em relação a 2016, onde os índices eram 7,8% e 6%, respectivamente.

Os mossoroenses recorrerão à pesquisa de preço (74,1% das respostas) em busca de opções mais vantajosas. Os consumidores não deixarão de comemorar a Páscoa, mas serão muito seletivos nas escolhas, impondo um desafio aos comerciantes. O desemprego, o orçamento apertado e as incertezas fazem com que o consumidor seja mais econômico, motivo pelo qual os empresários precisam apostar em estratégias e promoções para oferecer preços atrativos.

Local e período de compras

No que se refere à quando irão as compras, neste item, a maioria (76,8%) dos entrevistados prefere fazer suas compras na semana que antecede a data. Contudo, vale um destaque para a preferência pelo período de quinze dias antes (18,5%), com um crescimento na ordem de 2,8 pontos percentuais se comparado 2016 quando o índice era de 15,7%, o que vale uma reflexão sobre essa preferência para um melhor dimensionamento funcional do comércio para o período.

Com relação ao local de compras, a preferência foi para supermercados do comércio de rua (48,5%), seguido de lojas especializadas do comércio de rua, com 23,5%. As lojas especializadas em shopping aparecem, com 19,3% da preferência.

Em comparação ao ano passado, as lojas do shopping experimentaram uma retração de 3,6 pontos percentuais nas intenções de compras, no qual o índice era de 22,9%. No entanto, as compras em supermercados de rua apresentaram uma elevação de 4,7 pontos percentuais nas indicações dos mossoroenses (43,8%), assim como as lojas especializadas de rua que também avançaram 3 pontos percentuais (20,5%) na preferência dos consumidores para a Páscoa deste ano.

A opção Internet em 2016 registrou um índice de 0,3% e em 2017 de 0,9%. Entre os fatores que influenciam nessa decisão está a percepção do consumidor com relação aos preços praticados nesses diferentes locais, uma vez que parte do poder de compra da população ainda se encontra deteriorado pela inflação, pelo encolhimento do mercado de trabalho e pelo endividamento corrente.

Motivação e local de comemoração

Para realizar as compras nesta data comemorativa, os motivos que mais chamam a atenção dos consumidores e que podem fazer diferença na hora da escolha do produto são: ofertas e promoções (50,2%), marca do item (39,1%), brindes (9,4%), localização da loja (2,1%), formas de pagamento (1,7%) e qualidade do produto (1,7%). Ao compararmos com 2016, podemos perceber que teve aumento na intenção de procurar por ofertas e promoções (37,3%),

brindes (8,1%) e localização dos estabelecimentos (0,9%). Ao passo que houve contração na intenção daqueles que desejam buscar o produto pela marca (51,5%) e pela qualidade (3,6%). Tal análise sugere um mercado mais ofertante, tendo em vista que o preço será fator fundamental para a escolha do presente.

Perguntados onde pretendem festejar a data, a maioria dos entrevistados pretende comemorar a Páscoa em casa (74,1%), casa de parentes (20,7%) ou com amigos (2%).

Consumo de peixes

Outra característica da data, que não pode ser desconsiderado, é que além da troca de ovos e chocolates entre os parentes e amigos, é tradição o consumo de pescado.

Em Mossoró, 77,4% dos consumidores devem consumir peixes na Semana Santa, número inferior ao ano passado, quando 81% dos entrevistados disseram que iriam consumir pescados. Os principais tipos pretendidos são Tilápia (27%), Serra (11,4%), Atum (5,7%), Cioba (5,7%), Merluza (3,4%), Corvina (3,4%), Bacalhau (2,9%), Salmão (2,9%), Pescado (2,6%) e outras espécies. 24,7% ainda não decidiram o tipo de peixe que irá comprar na véspera da Semana Santa. O gasto médio aferido na pesquisa para a compra de pescados foi de R\$ 58,33 por comprador, no ano passado a pretensão de gastos para a compra de pescados tinha sido de R\$ 59,05.

Pretensões de viagem

A data é importante, pois não só movimentam comércio, mas também o setor de serviços por causa do feriadão da Semana Santa.

A pesquisa verificou que 24,6% dos consumidores deverão viajar neste período, índice 3,7 pontos percentuais inferior ao registrado ano passado (28,3%). Quanto ao local, para aqueles que vão viajar, 84,3% pretendem viajar pelo próprio RN, sendo 43% litoral do RN e 41,3% interior. Viagens para outros estados somaram 15,7% das intenções. Entre os que pretendem viajar na data, visitar parentes e amigos é o principal objetivo (74,6%).

No que se refere aos gastos na viagem, 51,6% devem desembolsar até R\$ 200,00; 40,2% entre R\$ 201,00 e R\$ 500,00; e 7,4% 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 (81,9%), enquanto ônibus aparece como segunda alternativa (4,9%).

Momento econômico

67% dos compradores acreditam que os preços ligados a itens relacionados com a Páscoa estarão mais altos e 22,3% acham que os preços estarão iguais ou mais baixos. No entanto, 10,7% dos consumidores não sabem comparar os preços, pois não lembram quanto custavam estes produtos no ano passado.

Perguntados como classificam o atual momento para compra de produtos, 45,2% avaliam como regular, 40,8% acham que o momento para compra de itens é desfavorável, considerado ruim ou péssimo, e apenas 14% dos consumidores mossoroenses afirmaram que o momento é ótimo ou bom para aquisição de produtos.

Outro dado levantado na pesquisa é em relação ao momento vivido pelos mossoroenses: 44,2% das famílias afirmaram que estão em situação pior em relação ao ano passado; 35,2% alegaram situação financeira igual e 20,6% declararam que se encontram em condição melhor ao ano passado. A redução da renda das famílias e a insegurança em relação ao mercado de trabalho refletem no comportamento de consumo.

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

4. GRÁFICOS INTERATIVOS

Intenções de Compras

Gráfico 1 - O (a) Sr. (a) pretende presentear alguém durante a Semana Santa/Páscoa?

Fonte: Fecomércio/RN

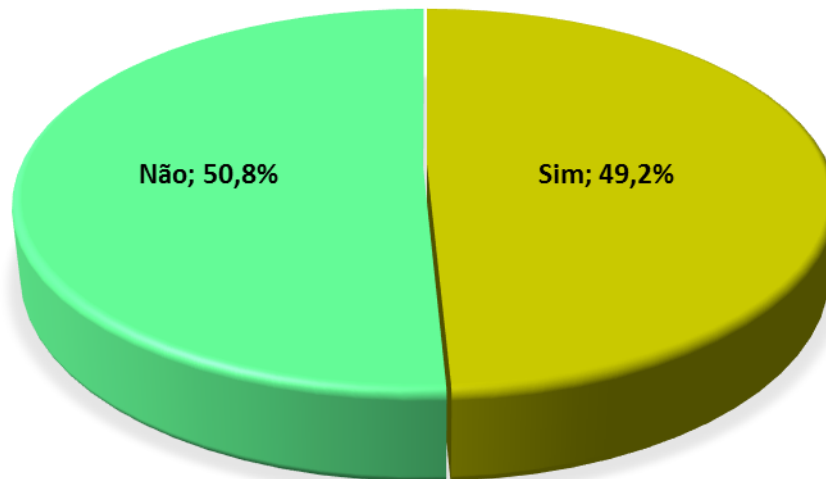


Gráfico 2 – Intenção de presentear na Páscoa

Fonte: Fecomércio/RN

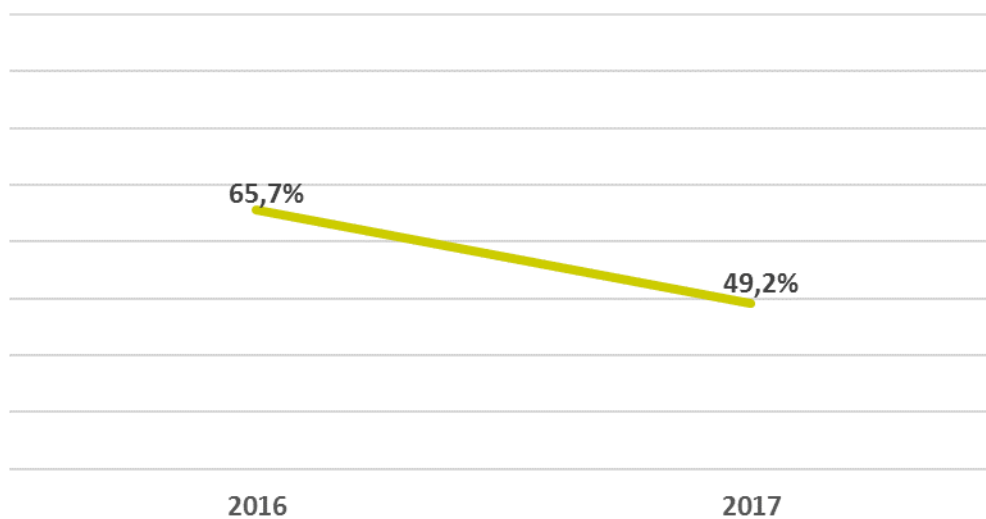


Tabela 1 – (Se respondeu “não” na anterior) Por qual motivo o (a) Sr. (a) não pretende presentear?
 Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Falta de dinheiro	55,2%
Não segue a tradição	25,7%
Desempregado	9,3%
Crise	4,8%
Economizar	3,0%
Não sabe	1,5%
Tradição	0,4%

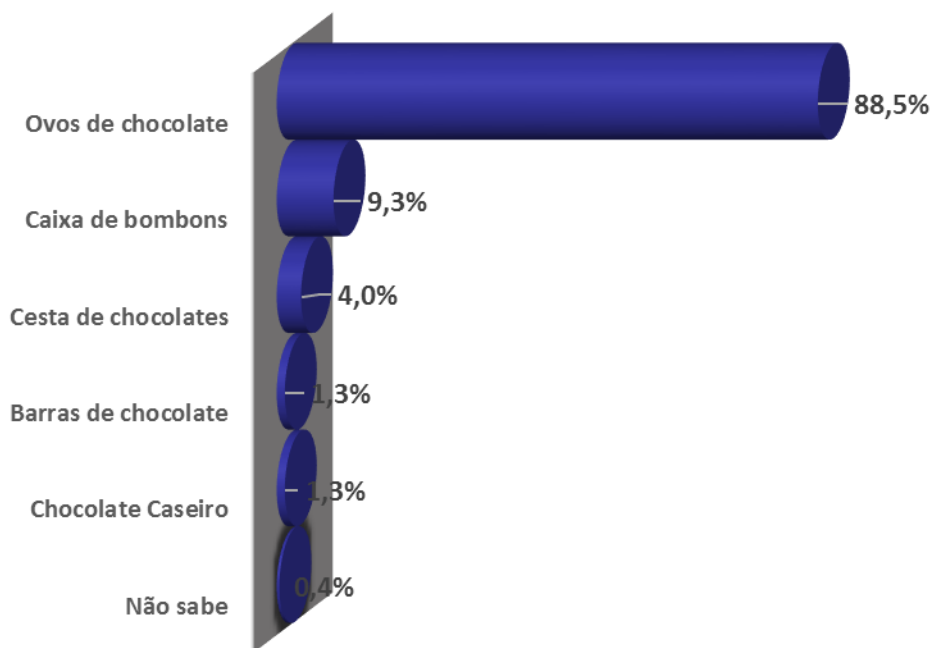
Tabela 2 – Quem o (a) Sr. (a) pretende presentear nesta data? (Múltipla resposta)
 Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Filho (a)	50,0%
Cônjuge/Noivo (a)/Namorado (a)	26,5%
Sobrinho (a)	17,1%
Pai/Mãe	10,3%
Irmão (a)	6,0%
Neto (a)	6,0%
Afilhados	3,4%
Amigos (as)	2,1%
Primos	0,9%
Cunhada	0,4%
Tia	0,4%
Avós	0,4%
Ex-Marido	0,4%
Outros	0,4%

Tabela 3 – Com qual (is) produtos o (a) Sr.(a) pretende presentear? (Múltipla resposta)
 Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Chocolates	93,1%
Vestuário	5,2%
Brinquedos	3,0%
Calçados	0,9%
Acessórios	0,8%
Viagem	0,4%
Cestas	0,4%
Eletrônicos	0,4%

Gráfico 3 – Se for comprar chocolates (Próprio/Presente) qual tipo o (a) Sr. (a) pretende comprar? (Múltipla resposta)
 Fonte: Fecomércio/RN



Gastos

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

Fonte: Fecomércio/RN

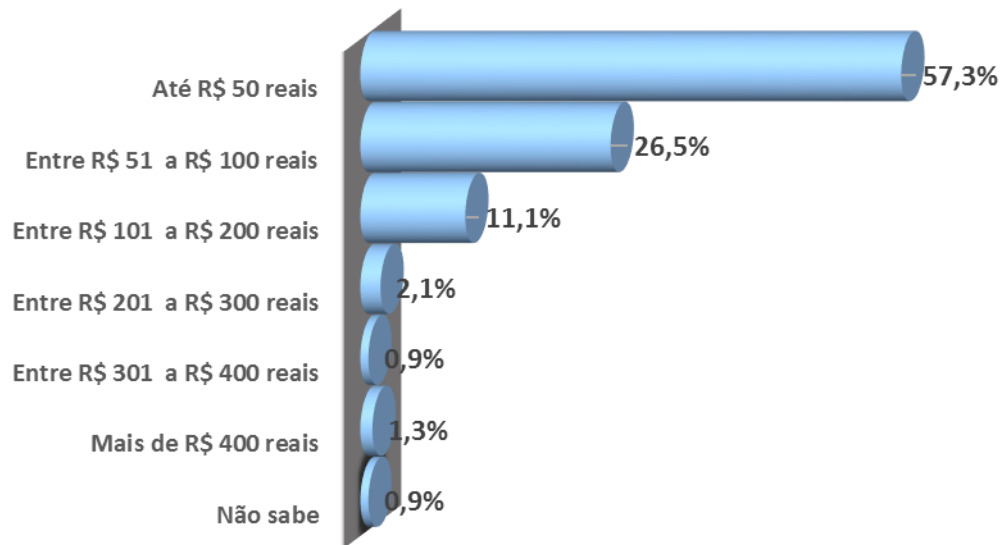


Gráfico 5 – Média de gasto com presente de Páscoa por ano

Fonte: Fecomércio/RN

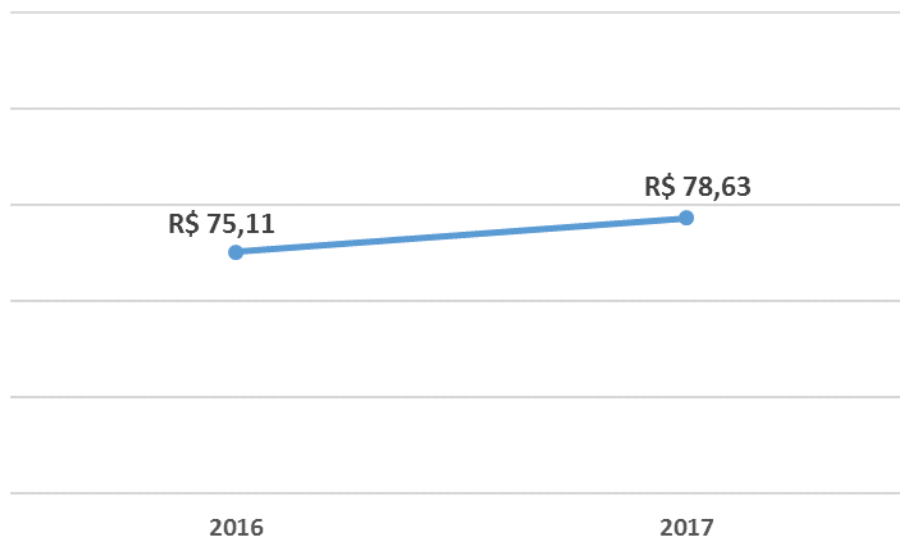


Gráfico 6 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr.(a) deseja utilizar?

Fonte: Fecomércio/RN

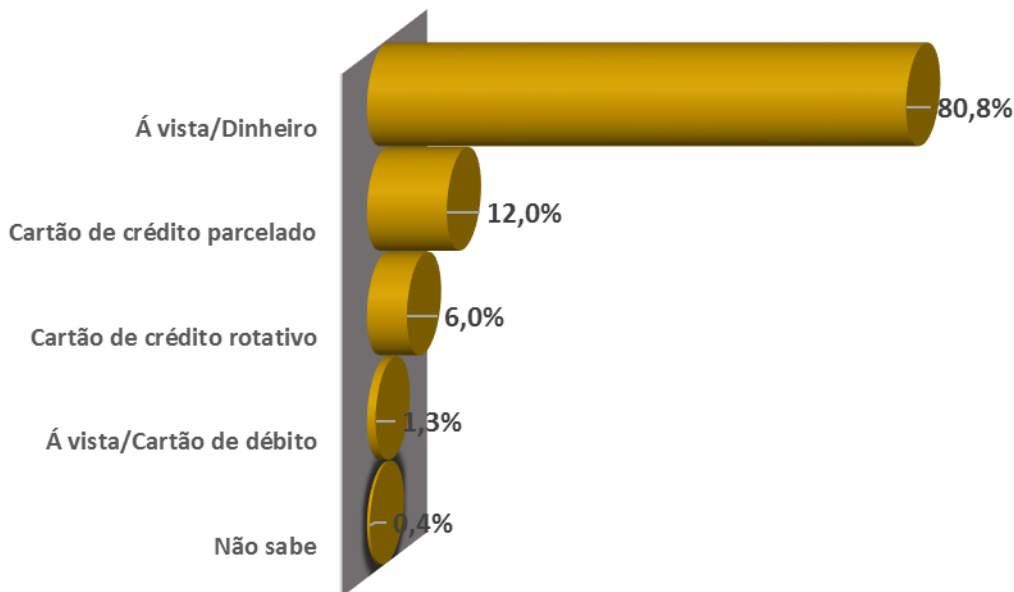
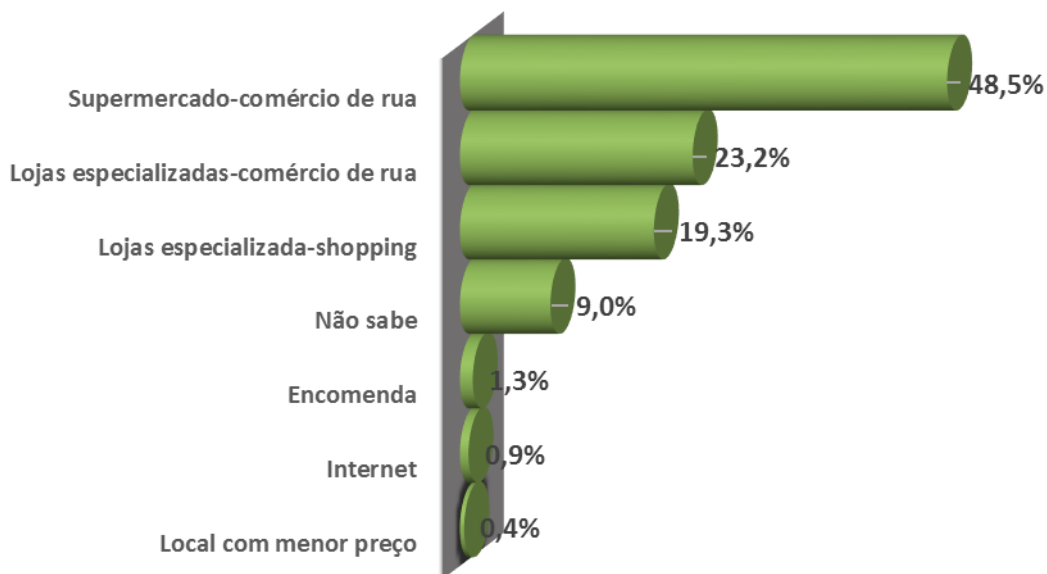


Gráfico 7 – Onde o (a) Sr.(a) pretende comprar o presente?

Fonte: Fecomércio/RN



Local e quando compra

Gráfico 8 – Quando irá realizar a compra?

Fonte: Fecomércio/RN

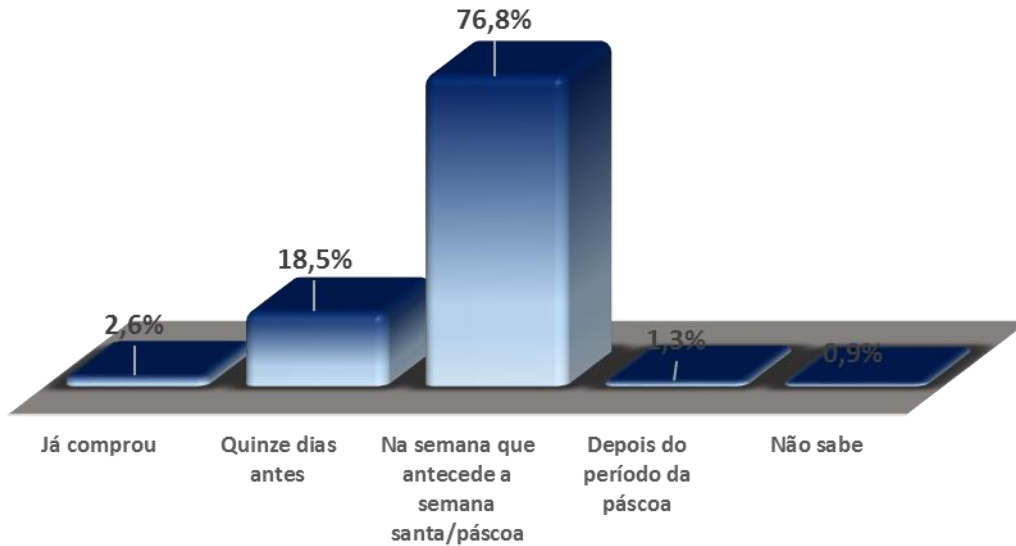
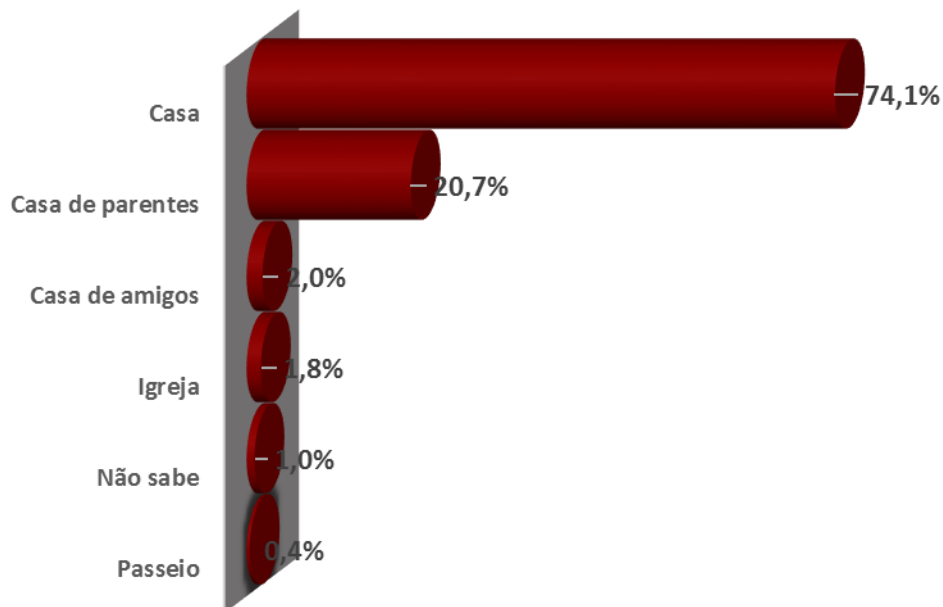


Gráfico 9 – Onde o (a) Sr.(a) pretende comemorar a data?

Fonte: Fecomércio/RN



Motivação para ir às compras

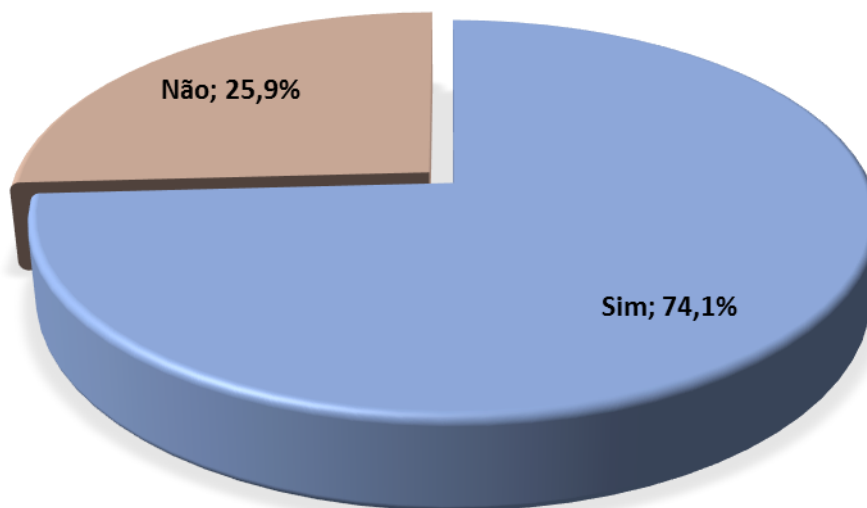
Tabela 4 – Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Oferta e promoções	50,2%
Marca do produto	39,1%
Brindes	9,4%
Localização da loja	2,1%
Formas de pagamento	1,7%
Qualidade	1,7%
Desejo do presenteado	1,3%
Indicação de amigos os parentes	0,9%
Propaganda	0,4%
Atendimento	0,4%
Não sabe	0,4%

Gráfico 10 – O (a) Sr. (a) irá realizar pesquisa de preço antes de comprar?

Fonte: Fecomércio/RN



Consumo de Peixes

Gráfico 11 – Na Semana Santa o (a) Sr. (a) vai consumir peixes e crustáceos?

Fonte: Fecomércio/RN

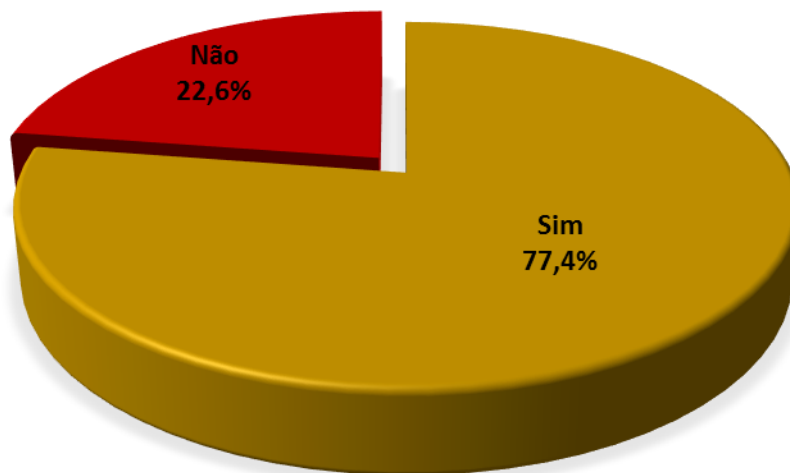


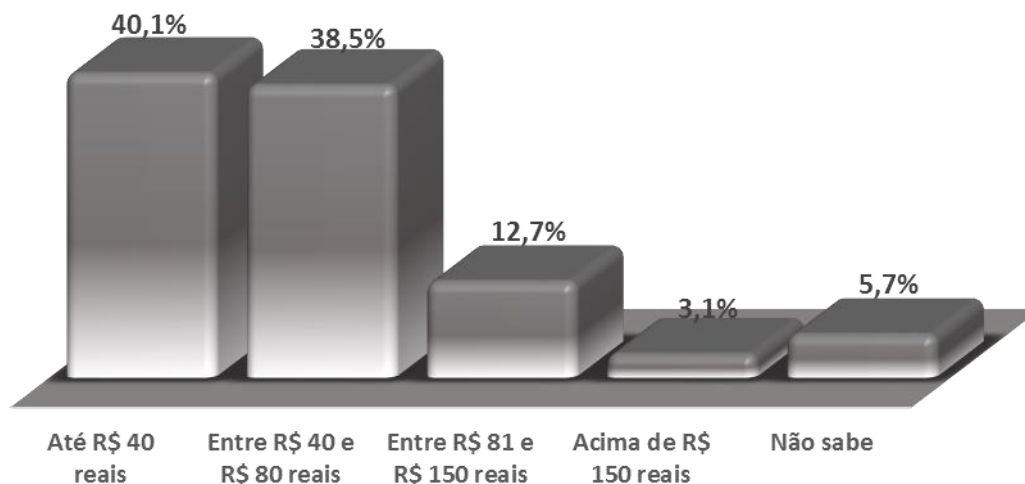
Tabela 5 – Tipo de pescado que pretende comprar?

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%		%
Tilápia	27,0%	Carapeba	0,5%
Serra	11,4%	Galo do Alto	0,5%
Atum	5,7%	Pargo	0,5%
Cioba	5,7%	Ubarana	0,5%
Merluza	3,4%	Camarão	0,3%
Corvina	3,4%	Cambão	0,3%
Bacalhau	2,9%	Cará	0,3%
Salmão	2,9%	Curimatã	0,3%
Pescado	2,6%	Guaiuba	0,3%
Pacu	1,6%	Ovas	0,3%
Dourado	1,0%	Piramatuba	0,3%
Cavala	1,0%	Robalo	0,3%
Sardinha	0,8%	Sirigado	0,3%
Guarajuba	0,8%	Tucunaré	0,3%
Tainha	0,8%	Não sabe	24,7%

Gráfico 12 – Quanto o (a) Sr. (a) pretende gastar nas suas compras de pescados (R\$)?

Fonte: Fecomércio/RN



Pretensões de Viagem

Gráfico 13 – O (a) Sr. (a) pretende viajar durante o feriadão da Semana Santa/Páscoa?

Fonte: Fecomércio/RN

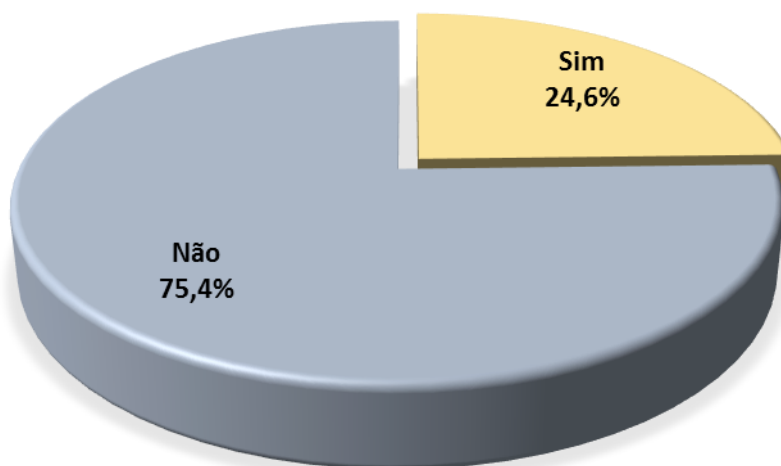


Gráfico 14 – Qual o motivo da viagem?

Fonte: Fecomércio/RN

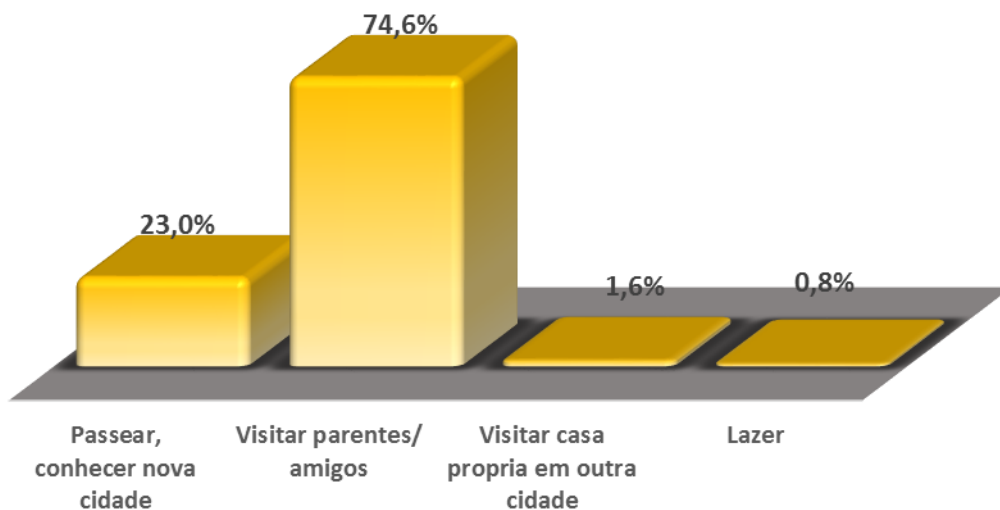


Gráfico 15 – Qual o destino?

Fonte: Fecomércio/RN

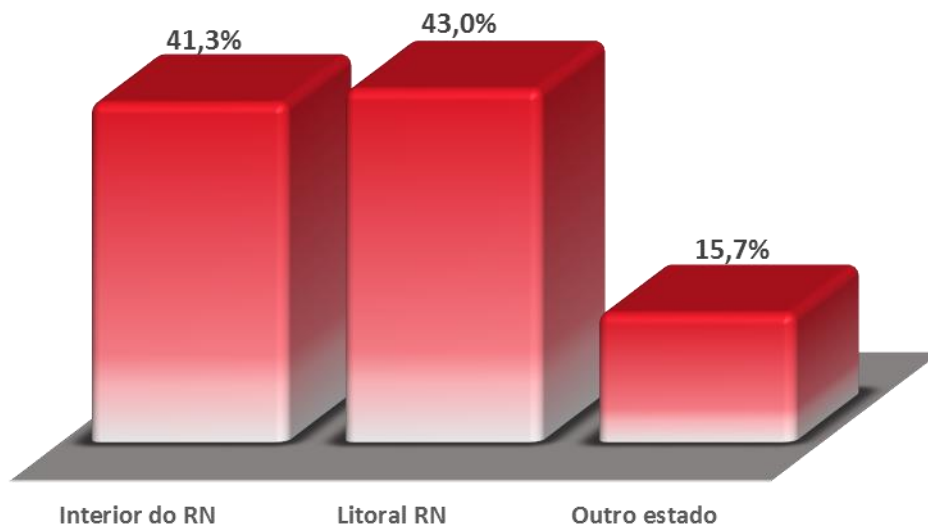


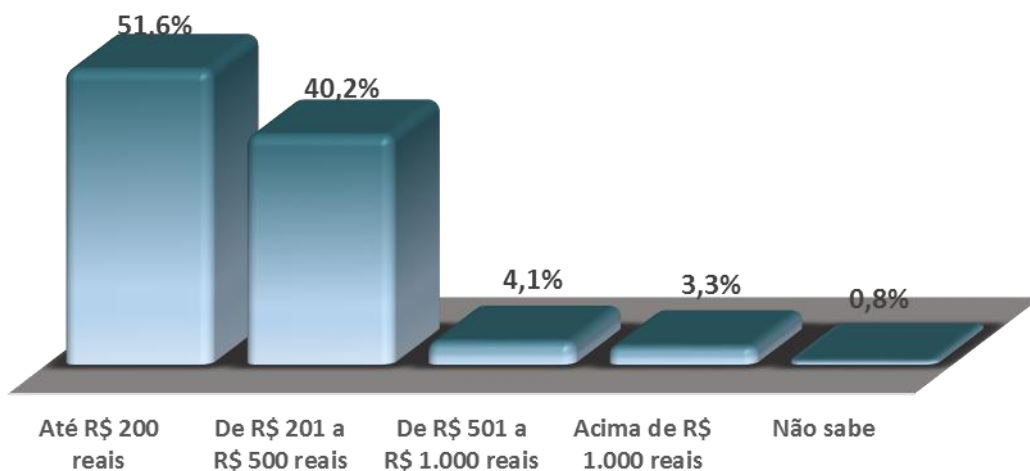
Tabela 6 – Qual o meio de transporte utilizado para viajar?

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Carro	81,9%
Ônibus	4,9%
Motocicleta	4,1%
Taxi	3,3%
Van	2,5%
Avião	0,8%
Não sabe	2,5%

Gráfico 16 – Na sua viagem, qual o seu gasto médio, incluindo todos os itens?

Fonte: Fecomércio/RN



Momento econômico

Gráfico 17 – Quanto aos preços cobrados por produtos nessa Páscoa, o Sr. (a) acredita que eles estarão:

Fonte: Fecomércio/RN

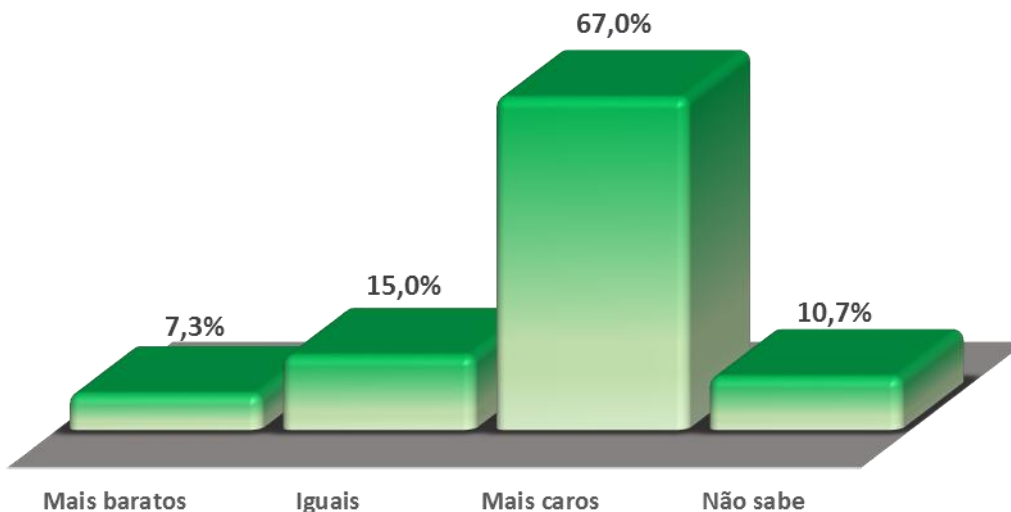


Gráfico 18 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?

Fonte: Fecomércio/RN

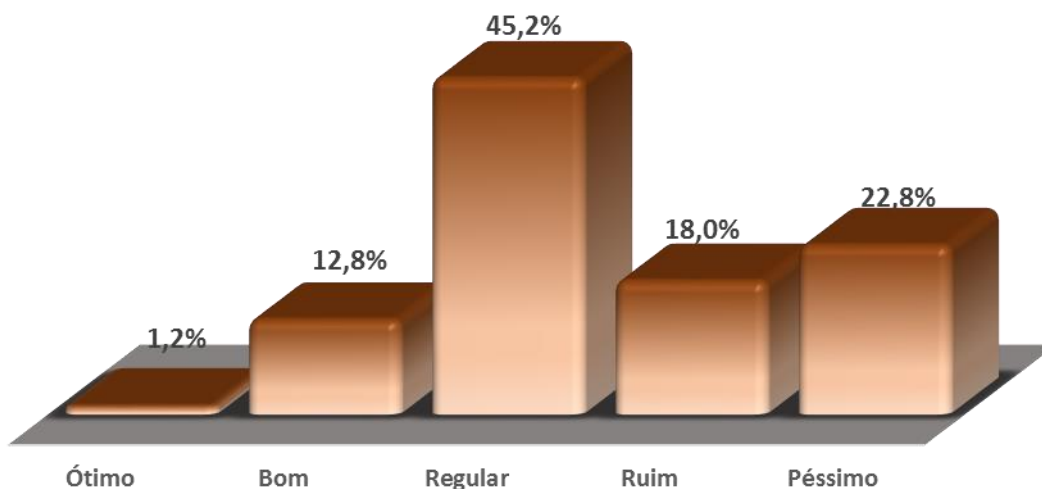
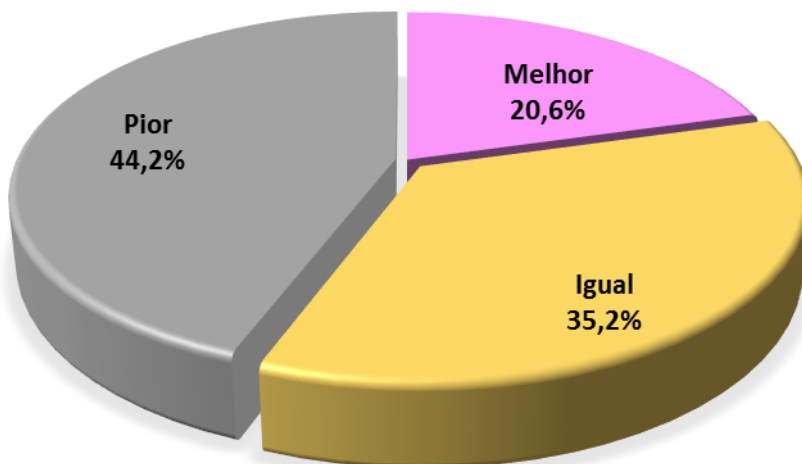


Gráfico 19– Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?

Fonte: Fecomércio/RN



Perfil dos Entrevistados

Gráfico 20 – Sexo

Fonte: Fecomércio/RN

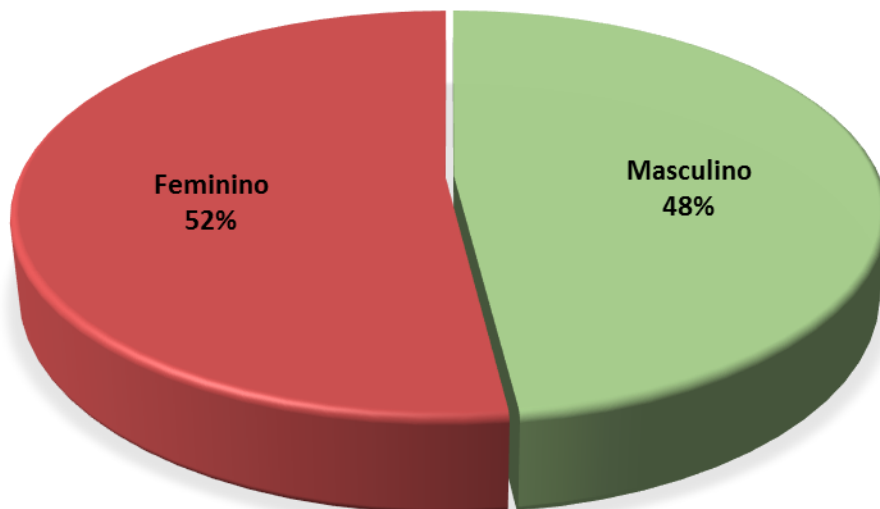


Gráfico 21 – Faixa etária
Fonte: Fecomércio/RN

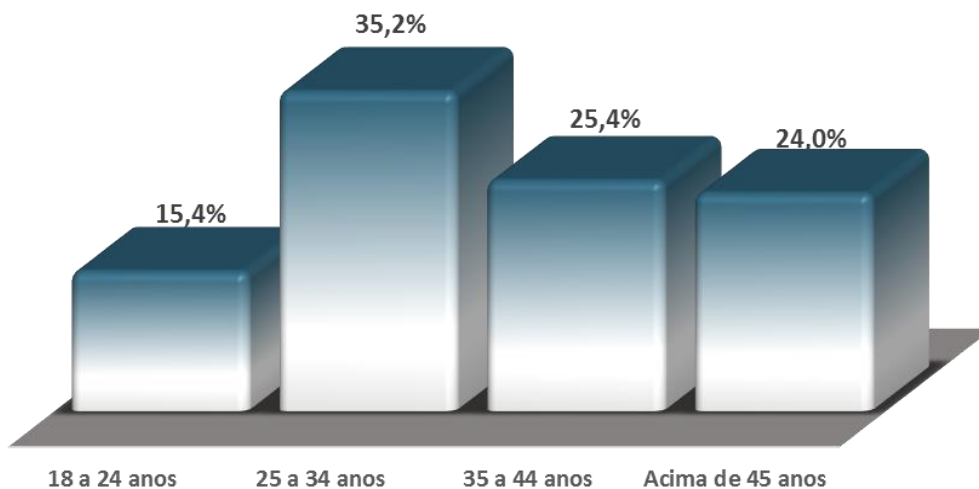


Gráfico 22 – Escolaridade
Fonte: Fecomércio/RN

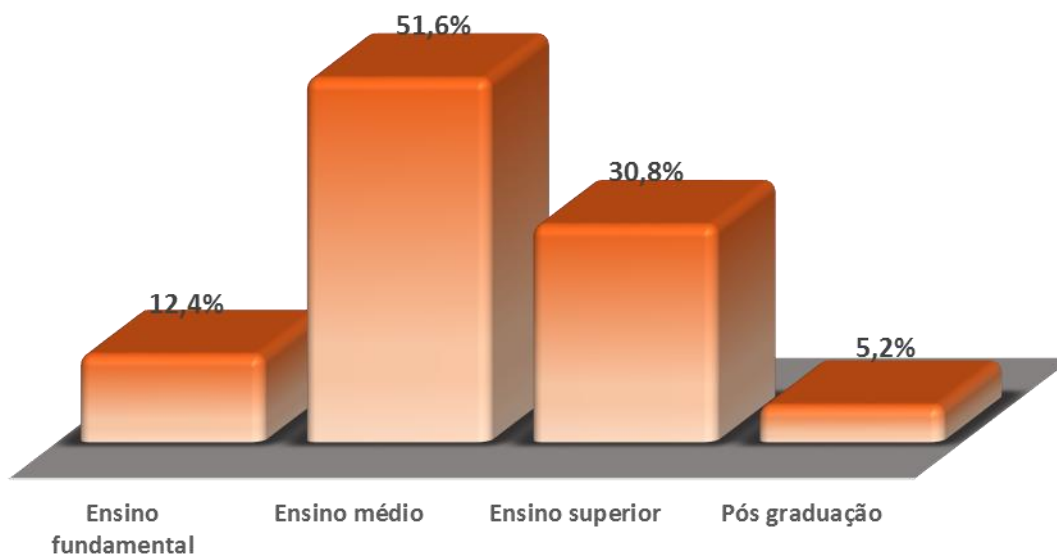
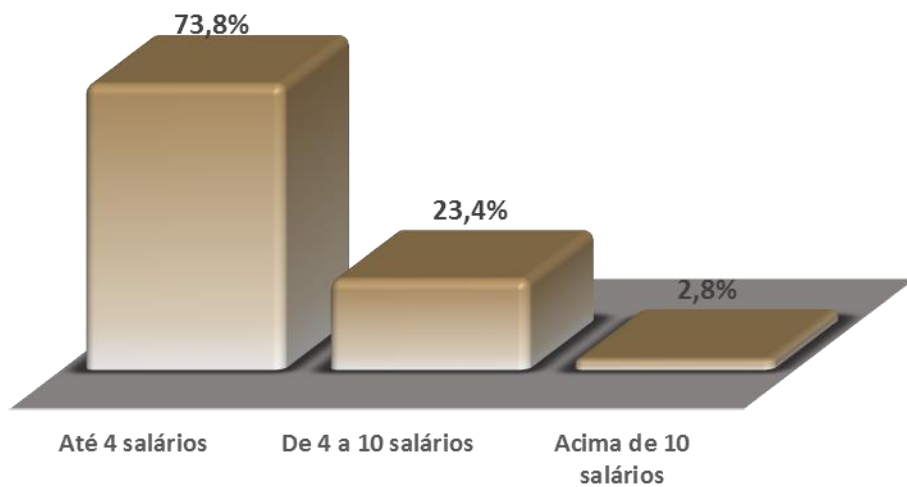


Gráfico 23 – Renda familiar
Fonte: Fecomércio/RN



**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

Jaime Mariz de Faria Júnior
Diretor Executivo

EQUIPE DE PESQUISA

Tiago Chacon
Estatístico

Hugo Sérgio
Nivaldo Gonçalves
Elizabeth Pontes
Daniela Lourena
Pesquisadores

Natália Carvalho
Estagiária