PESQUISA

Intenções de Compras para o Dia das Mães
Mossoró-RN

Natal, abril de 2017

Sumário

1. INTRODUÇÃO ***3***

2. ASPECTOS TÉCNICOS ***4***

3. SÍNTESE DOS RESULTADOS ***5***

Intenções de compras 5

Gastos 6

Local e quando compra 7

Atrativos para ir às compras 7

Momento 8

4. GRÁFICOS E TABELAS ***9***

Presentes 9

Gastos 12

Local e quando compra 13

Atrativos para ir às compras 14

Passeio 15

Momento 16

Perfil 18

1. INTRODUÇÃO

Considerada a segunda melhor data para o comércio varejista, o Dia das Mães este ano será comemorado em 14 de maio. Tendo isso em vista, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte, por meio do Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC), realizou pesquisa para conhecer as intenções de compras dos consumidores nessa data. Tais informações podem ser aproveitadas para ações dentro do comércio, bem como para o entendimento do perfil de consumidores neste período do ano.

Tendo em vista a necessidade de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas, comerciantes e produtores têm avaliado de forma positiva as pesquisas da Fecomércio RN, de maneira que as mesmas servem de monitoramento do mercado potiguar.

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

2. ASPECTOS TÉCNICOS

Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa, por meio 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. Para que o trabalho apresentasse um bom resultado foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95%, e um erro amostral de 4%.

Na pesquisa de Mossoró foram entrevistadas 500 pessoas, distribuídas proporcionalmente por região administrativa do município, entre os dias 19 e 22 de abril de 2017.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando 26 perguntas, constituídas 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 os 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 consistiu na checagem dos dados obtidos individualmente pelos entrevistadores, para verificação das respostas e adequação aos parâmetros amostrais.

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

3. SÍNTESE DOS RESULTADOS

Intenções de compras

O percentual de consumidores mossoroenses que almejam presentear alguém no período do Dia das Mães 2017 é de 71,8%. O ímpeto de compras na data comemorativa caiu 1,1 pontos percentuais em relação ao ano passado, ou seja, em 2016, 72,9% dos consumidores entrevistados em Mossoró tinham a intenção de presentear no dia das mães.

Alguns dos consumidores pretendem deixar a mãe sem qualquer presente. O IPDC apurou que 28,2% das pessoas entrevistadas disseram que não vão comprar nada no Dia das Mães. Os motivos são a falta de dinheiro (46,5%), não tem quem presentear (25,6%), poupar (7,8%), não comemora a data (6,2%), desemprego (5,4%), mora distante da mãe (3,9%) e dívidas/contas em atraso (3,1%).

Com relação aos produtos que os entrevistados pretendem adquirir para presentear no dia das mães, os itens que mais se destacaram foram: itens de vestuário (28,1%); perfumes/cosméticos (28,1%); eletrodomésticos (13,1%); calçados/bolsas (10,4%); eletrônicos/celular (5,3%); artigos de decoração (5,3%); relógios/joias (2,9%); e flores (2,7%). Comparando os dados com aqueles obtidos no ano anterior, o ranking de produtos que deverão apresentar maior demanda sofreu pequenas mudanças. Em 2016, 36% tinham intenção de presentear com peças de vestuário; 25% com perfumes/cosméticos; 15,1% com eletrodomésticos; 13,5% com calçados/bolsas; e 2,2% com eletrônicos/celulares.

Além de suas mães, os entrevistados também desejam presentear no Dia das Mães, as esposas, as sogras, as avós, as irmãs e as tias. Apesar disso, no dia 14 de maio de 2017, mais de 80% dos presentes deverão ser direcionados para as próprias mães.

Segundo a maioria dos consumidores, a data deverá ser para a compra de apenas um presente, opção indicada por 66,3% dos mossoroenses. Já, 27% poderão comprar até dois produtos para presentear. Comprar três presentes é a intenção de 3,7% dos consumidores, enquanto somente 2,9% deveram comprar quatro ou mais produtos.

Entre as entrevistadas na pesquisa e que eram mães, questionou-se o que elas gostariam de ganhar dos filhos na comemoração de seu dia. A maior parte (25,3%) manifestou desejo de receber itens de vestuário. Em seguida estão os perfumes/cosméticos (15,6%); eletrônicos/celular (11,7%); calçados/bolsas (8,4%); eletrodomésticos (5,8%); flores (5,2%); e outros artigos que alcançaram menos de 5%, como viagens; joias/relógios; artigos de decoração; dinheiro e outros.

Gastos

O preço médio que os consumidores estão dispostos a pagar na compra do presente é de R$106,02. Esse valor, em termos nominais, está 3,2% maior que aquele encontrado na pesquisa do Dia das Mães de 2016 (R$102,70). Porém considerando a inflação acumulada de 4,5% (IPCA), ao longo de 12 meses, o preço médio que o consumidor está disposto a pagar ficou cerca de 1,3% menor.

O percentual de entrevistados mossoroenses que pretendem gastar de R$ 51,00 a R$ 100,00 por presente foi de 35,8%. Já os que pretendem desembolsar até R$ 50,00 somaram 25,9% dos entrevistados, enquanto os que planejam gastar entre R$ 101,00 e R$ 200,00 representaram 24,3% da amostra. Outros 6,4% querem gastar de R$ 201,00 a R$ 300,00; e 4,5% mais de R$ 300,00.

Para viabilizar as compras, os principais meios de pagamento que os consumidores pretendem utilizar serão: à vista, em dinheiro (57,3%) e cartão de crédito parcelado (34,9%). Em relação à pesquisa de 2016, não houve mudanças importantes, apenas pequenas variações, com relação às preferências pelas formas de pagamento: aumentou 0,9 pontos percentuais a intenção em realizar pagamentos com cartão de crédito parcelado (em 2016 foi de 34%) e diminuiu 0,9 pontos percentuais o desejo dos entrevistados em pagar à vista no dinheiro (58,2% em 2016).

76,4% dos consumidores dizem que pretendem fazer pesquisa de preços e comparar com o ano passado. 56,8% dos compradores mossoroenses acreditam que os preços cobrados por produtos neste dia das mães estarão mais caros quando comparados aos preços praticados no ano passado.

Local e quando compra

Ao escolher o local em que o presente será comprado, o consumidor baseia-se em alguns fatores importantes, como por exemplo, a existência de centros comerciais consolidados, o tamanho e a localização de shoppings centers, os meios de transporte disponíveis bem como a qualidade das vias de acesso, estacionamentos entre outros aspectos. Considerando os critérios destacados, o tipo de estabelecimento preferido para adquirir o presente em Mossoró são as lojas do comércio de rua (65,9%), seguidos pelos shoppings centers (23,9%) da cidade.

Com relação à Pesquisa de Intenção de Compras do Dia das Mães de 2016, a intenção por lojas do comércio de rua apresentou aumento de 12,4 pontos percentuais (em 2016 foi de 53,5%) e uma diminuição na preferência dos consumidores que optaram por shopping center de 12 pontos percentuais (em 2016 era de 35,9%).

O desejo da grande maioria (81,6%) dos consumidores mossoroenses é realizar as compras dos presentes na semana que antecede a data comemorativa.

No que se refere ao dia escolhido para ir às compras, destaque para o sábado, com 32,4% da indicação das pessoas. A sexta-feira (14,2%), quarta feira (13,6%), segunda feira (9,4%), quinta feira (8,3%), terça feira (5,6%) e o domingo (4,8%) também aparecem na lista.

Atrativos para ir às compras

Outra questão importante para compreender o comportamento do consumidor refere-se aos fatores que influenciam sua decisão de consumo. Os consumidores revelaram a intenção de optar por estabelecimentos que ofereçam produtos promocionais (47,4%); bom atendimento (29,4%); descontos (22,2%); facilidade de pagamento (5,2%); sorteio de prêmios (3%); vitrines bem montadas (2,2%); e brindes temáticos (1,8%). A escolha dos presentes também deverá ser influenciada pelo marketing e pela sustentabilidade do produto.

Em relação à pesquisa de 2016, a principal mudança com relação aos fatores que influenciam as decisões de consumo foi o aumento em 9 pontos percentuais na intenção daqueles que darão prioridade ao atendimento, passando a ocupar a segunda colocação no ranking das prioridades (era de 20,4%).

Passeio

Além de movimentar o comércio tradicional, o Dia das Mães também traz impactos para o setor de serviços. Aproximadamente 26,4% dos consumidores mossoroenses entrevistados pretendem realizar algum passeio com a homenageada. 14% dos entrevistados irão almoçar ou jantar em restaurantes, seguidos pelos 8,1% que irão sair para almoçar ou jantar em casa de familiares. Também é grande o percentual de pessoas que não irá realizar programa algum (73,2%), ou seja, provavelmente irá aproveitar a data para ficar em casa.

Para aqueles que irão fazer algum passeio, 39,7% dos consumidores revelaram que irão escolher um local que seja conveniente para familiares comparecerem; 28,6% optarão por um lugar que a mãe escolher ou tem desejo de conhecer; 19% dos entrevistados selecionarão um local pela forma de atendimento do estabelecimento; e 7,1% levarão em consideração o preço oferecido pelo estabelecimento.

Momento

O Instituto também questionou os entrevistados com relação à percepção em relação ao atual momento para compra de produtos. 38,8% dos consumidores consideram o momento regular; 39,8% acham o momento ruim ou péssimo; e 21% acreditam que o momento é favorável (ótimo/bom) para compra de produtos.

43,4% das famílias declararam estar em situação pior do que a do mesmo período do ano passado; 35,2% apontaram que a situação financeira está igual; e 21,4% disseram estar em situação financeira melhor.

No geral, 52,8% dos consumidores mossoroenses entrevistados confiam que deverão estar em situação melhor do que a atual no próximo ano; 23,8% acreditam que estarão em situação igual; e, 21,6% dizem que estarão em pior situação financeira daqui a um ano.

4. GRÁFICOS E TABELAS

Presentes

Gráfico 1 – O (a) Sr. (a) pretende presentear alguém durante o dia das mães?
Fonte: FECOMERCIORN

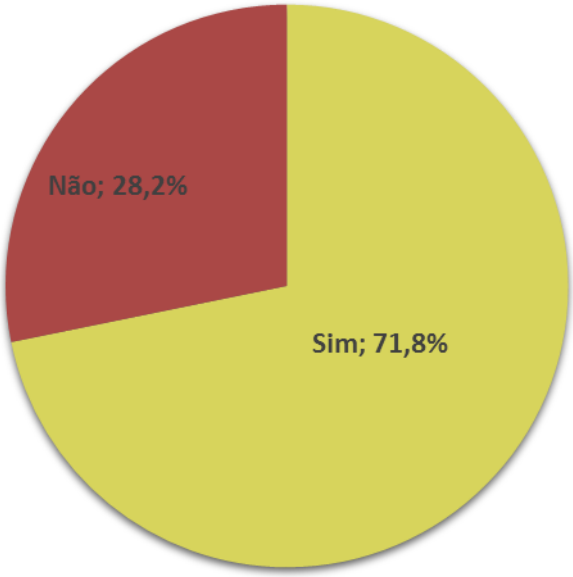


Tabela 1 – Por qual motivo o (a) Sr. (a) não pretende presentear?
Fonte: FECOMERCIORN

Rótulos de Linha	%
Falta de dinheiro	46,5%
Não tem quem presentear	25,6%
Poupar	7,8%
Não segue a tradição	6,2%
Desemprego	5,4%
A mãe mora longe	3,9%
Dívidas/Contas em atraso	3,1%
Nenhum	0,8%
Falta de Tempo	0,8%

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

Rótulos de Linha	%
Mãe	**84,8%**
Esposa	**18,4%**
Sogra	**15,4%**
Avó	**5,1%**
Irmã	**2,4%**
Tia	**2,4%**
Filha	**1,9%**
Sobrinha	**0,3%**
Nora	**0,3%**

Gráfico 2 – Quantos presentes serão comprados?
Fonte: FECOMERCIORN

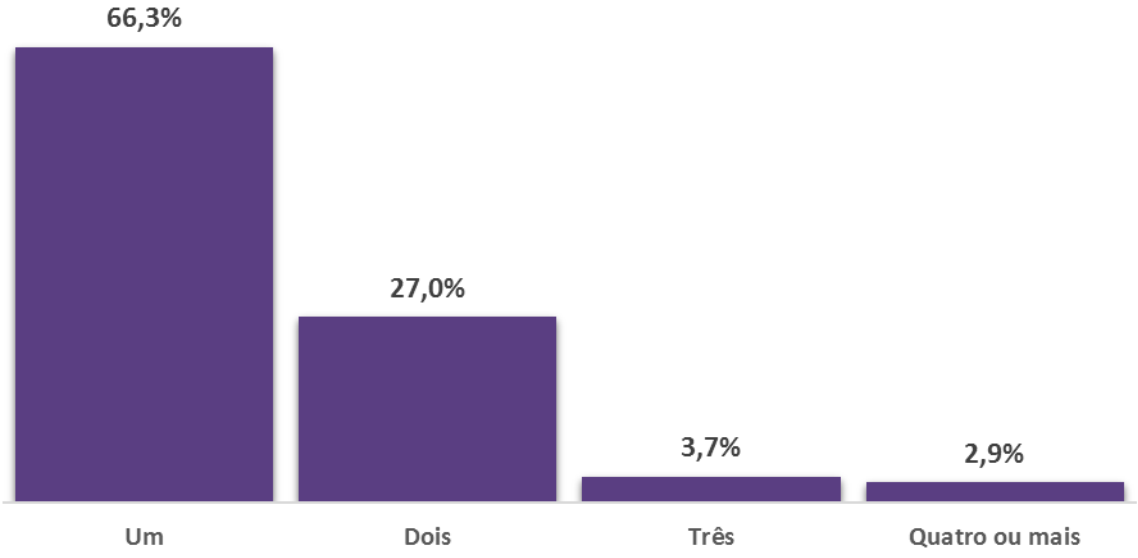


Tabela 3 – No dia das mães, que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessado em presentear? (Múltipla resposta)

Fonte: FECOMERCIORN

Rótulos de Linha	%
Vestuário	28,1%
Perfume/Cosmético	28,1%
Eletrodoméstico	13,1%
Calçados/Bolsas	10,4%
Eletrônicos/Celular	5,3%
Artigos de Decoração	5,3%
Relógio/Joias	2,9%
Flores	2,7%
Dinheiro	1,1%
Cama, Mesa e Banho	0,8%
Tratamento Estético	0,8%
Livro	0,5%
Viagem	0,5%
Chocolate	0,3%
Óculos	0,3%
Não sabe	10,7%

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

Fonte: FECOMERCIORN

Rótulos de Linha	%
Vestuário	25,3%
Perfume/Cosmético	15,6%
Eletrônicos/Celular	11,7%
Calçados/Bolsas	8,4%
Eletrodoméstico	5,8%
Flores	5,2%
Viagem	4,5%
Joias/Relógio	3,9%
Artigos de Decoração	2,6%
Dinheiro	1,9%
Outros	1,3%
Móveis	0,6%
Óculos	0,6%
Não Sabe	11,0%
Nenhum	2,6%

Gastos

Gráfico 3 – Quanto pretende investir na compra de presentes?
Fonte: FECOMERCIORN

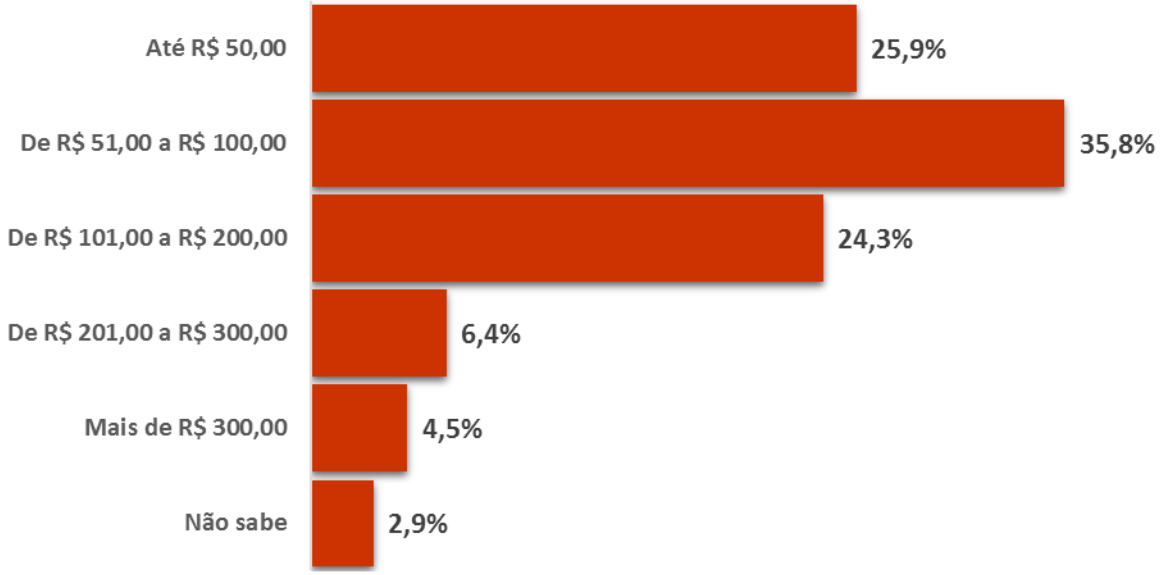
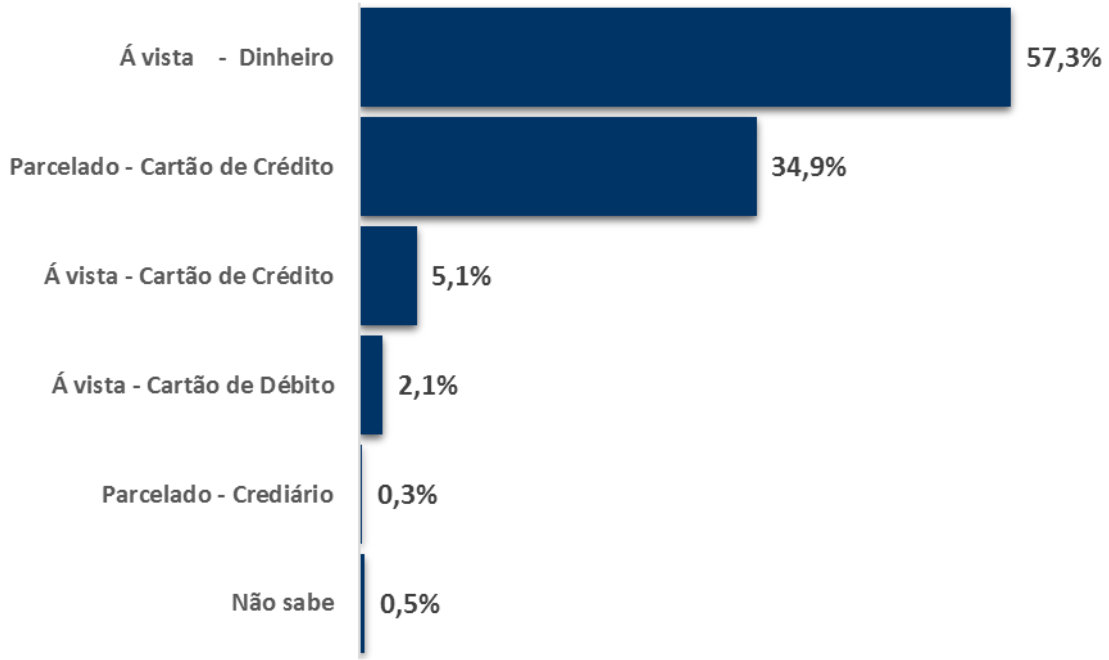


Gráfico 4 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr. (a) deseja utilizar?
Fonte: FECOMERCIORN



Local e quando compra

Gráfico 5 – Quando irá realizar as compras?
Fonte: FECOMERCIORN

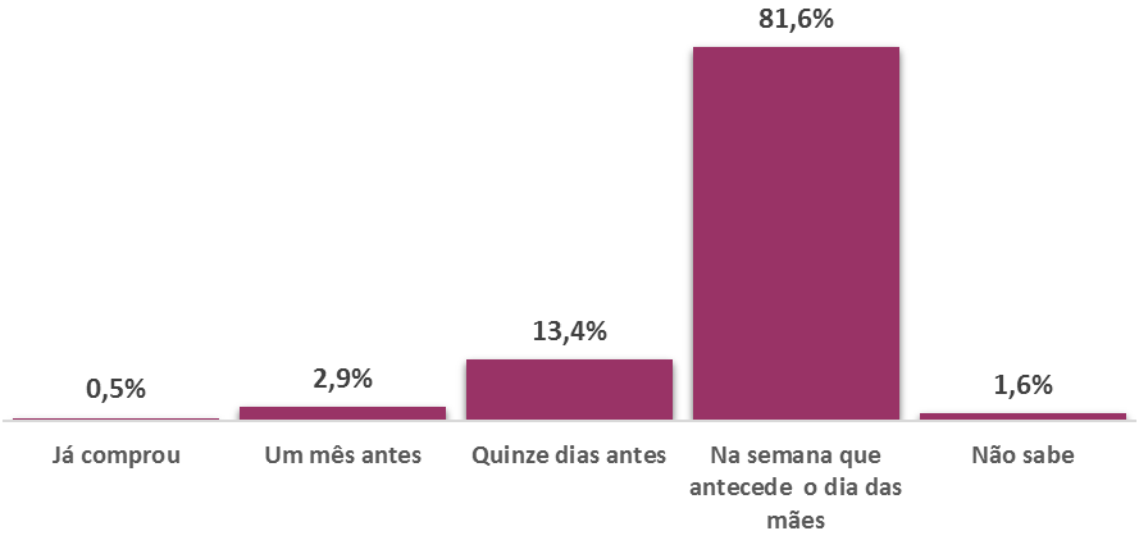


Gráfico 6 – Qual o dia preferido para ir às compras?
Fonte: FECOMERCIORN

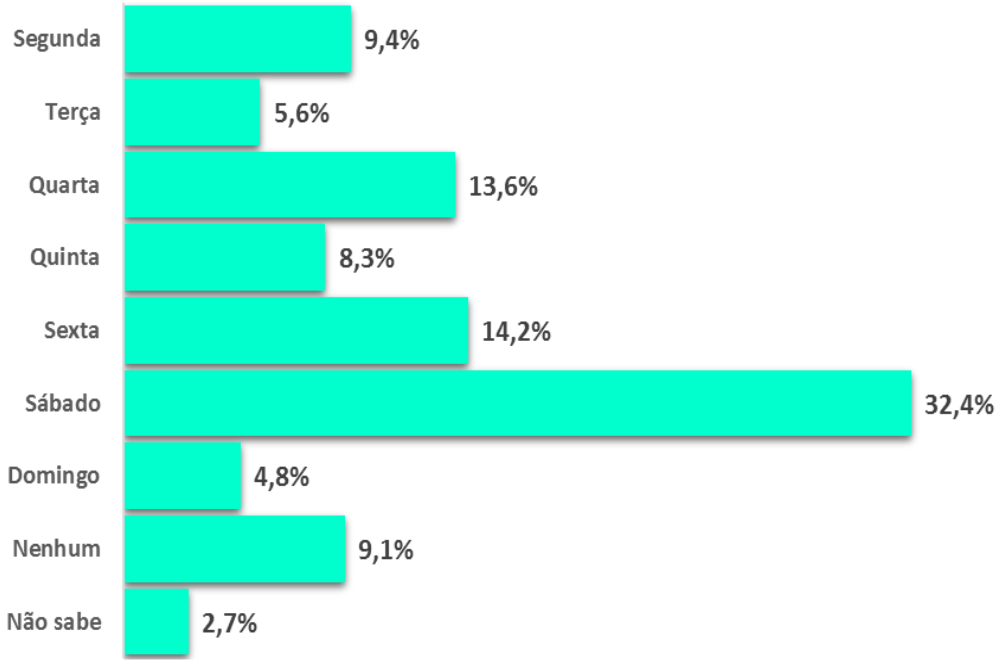
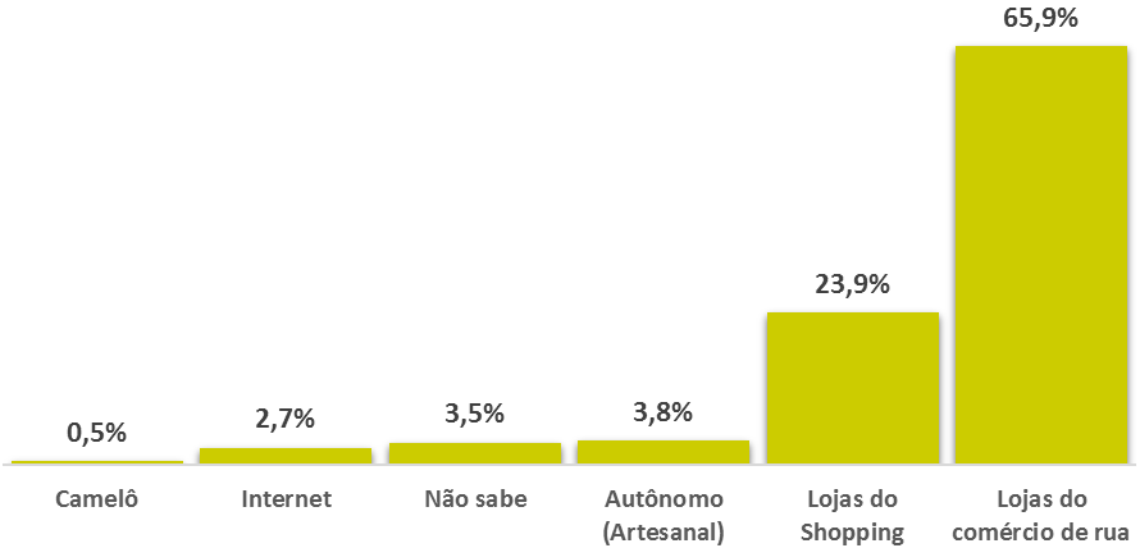


Gráfico 7 – Onde o (a) Sr. (a) pretende realizar as compras?
Fonte: FECOMERCIORN

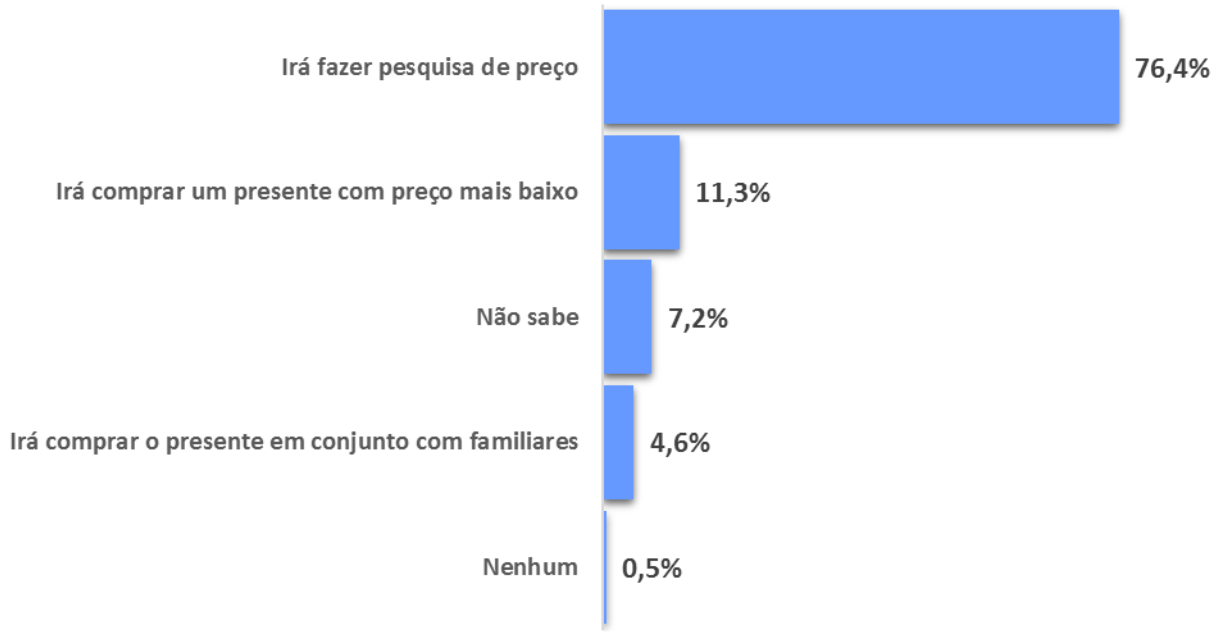


Atrativos para ir às compras

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

Rótulos de Linha	%
Promoção para clientes	47,4%
Atendimento	29,4%
Descontos	22,2%
Facilidade de pagamento	5,2%
Sorteio de Prêmios	3,0%
Vitrines bem montadas	2,2%
Brindes temáticos	1,8%
Preço baixo	0,6%
Divulgação	0,4%
Inovação	0,2%
Sem propaganda enganosa	0,2%
Variedade de Produtos	0,2%
Não sabe	2,2%

Gráfico 8 – O (a) Sr. (a) pretende utilizar alguma alternativa seguinte para economizar no presente? Fonte: FECOMERCIORN



Passeio

Gráfico 9 – Irá levar sua mãe a algum passeio?
Fonte: FECOMERCIORN

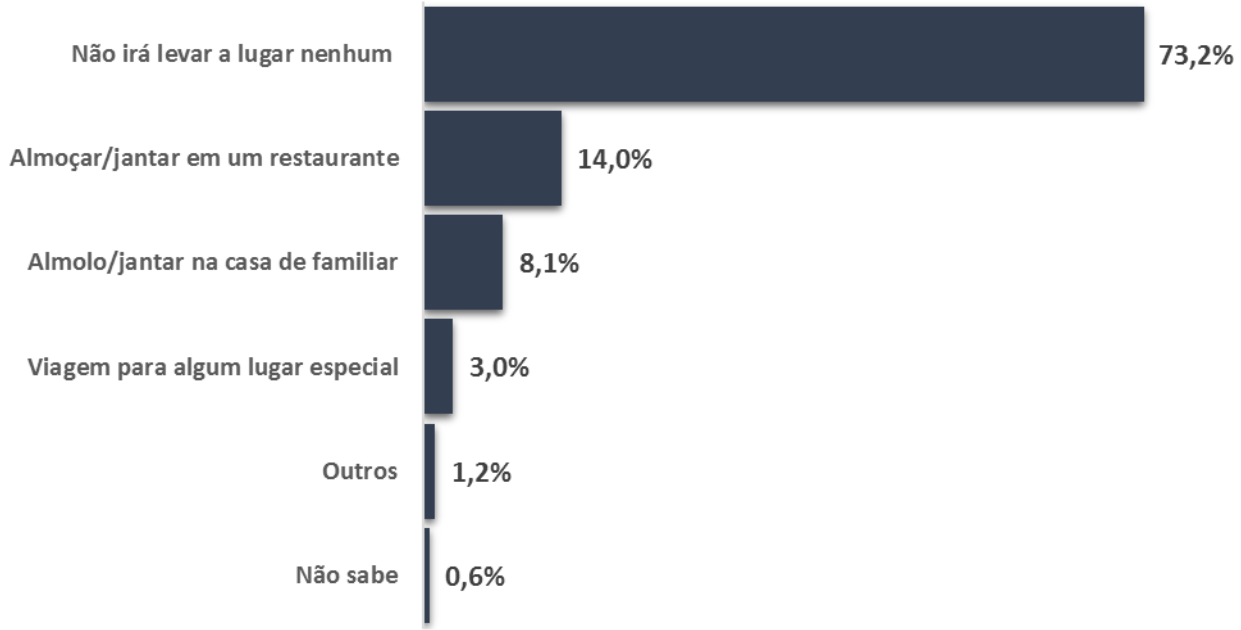
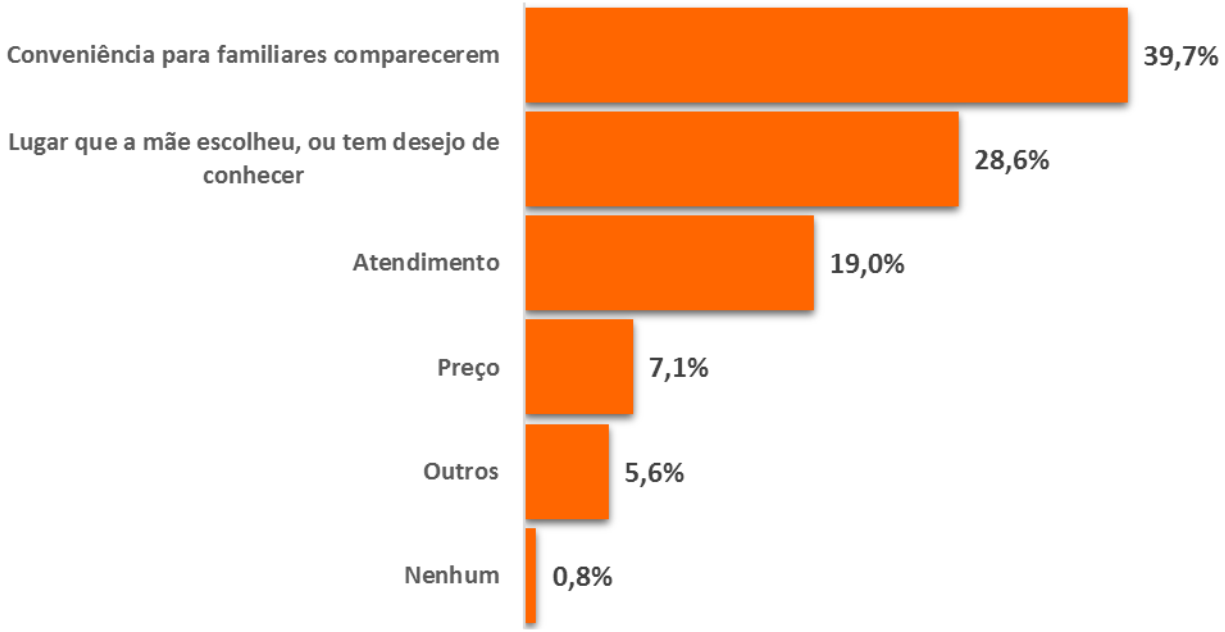


Gráfico 10 – Característica predominante para escolha do local?
Fonte: FECOMERCIORN



Momento

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

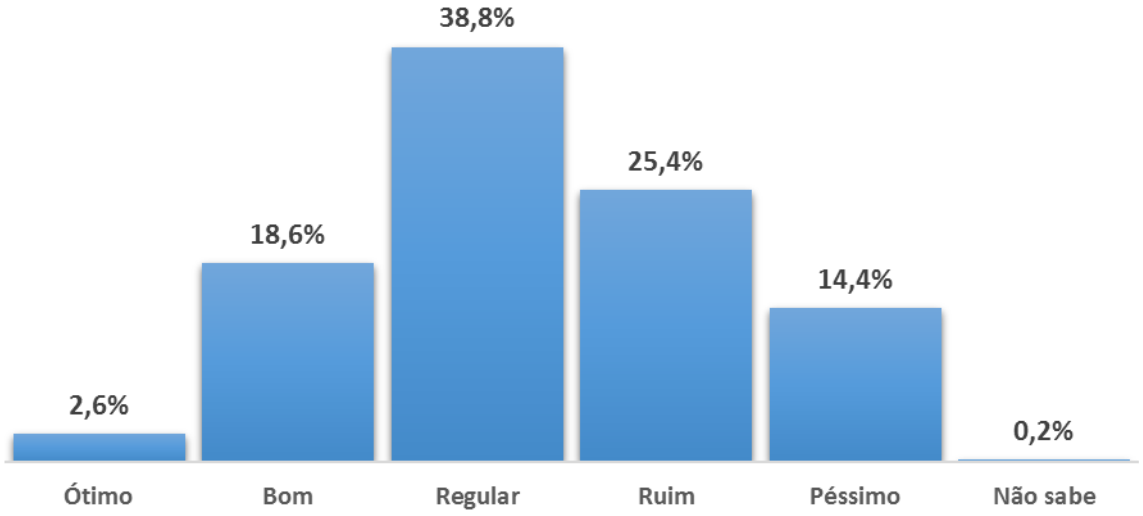


Gráfico 12 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?
Fonte: FECOMERCIORN

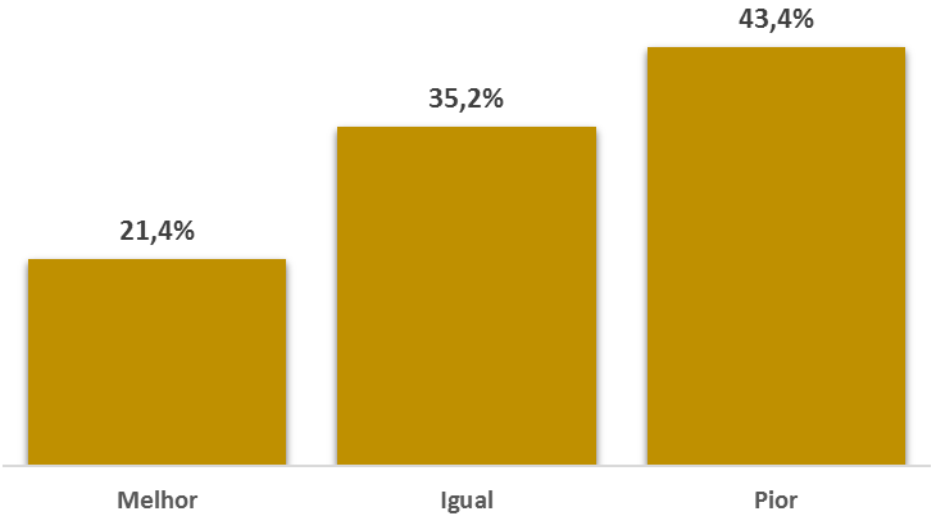


Gráfico 13 – Pensando na situação atual e olhando para o futuro, como você acredita que daqui a um ano estará sua família financeiramente?
Fonte: FECOMERCIORN

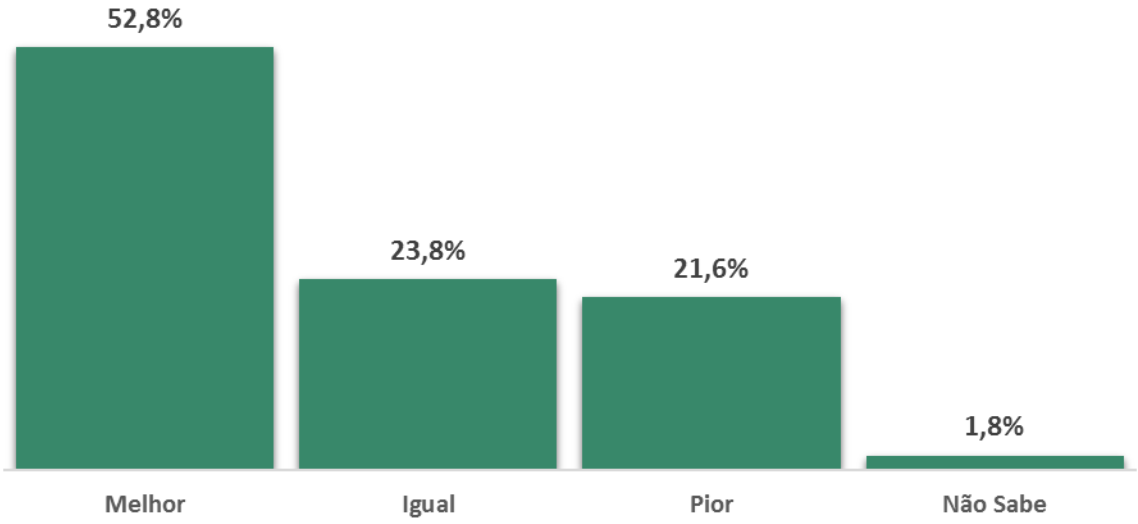
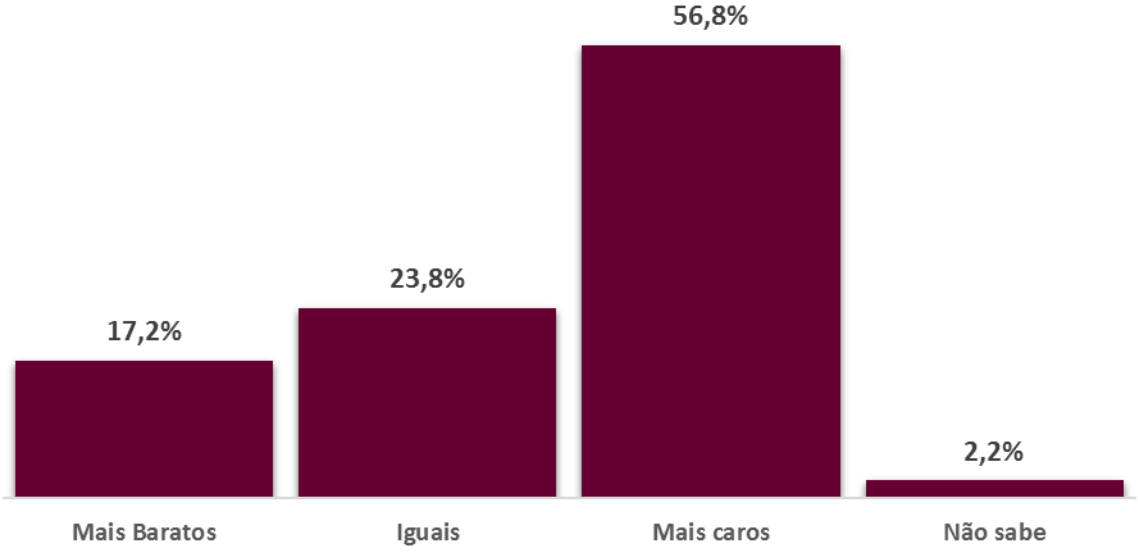


Gráfico 14 – Quanto aos preços cobrados por produtos nesse dia das mães, o Sr. (a) acredita que eles estarão:

Fonte: FECOMERCIORN



Perfil

Gráfico 15 – Sexo

Fonte: FECOMERCIO/RN

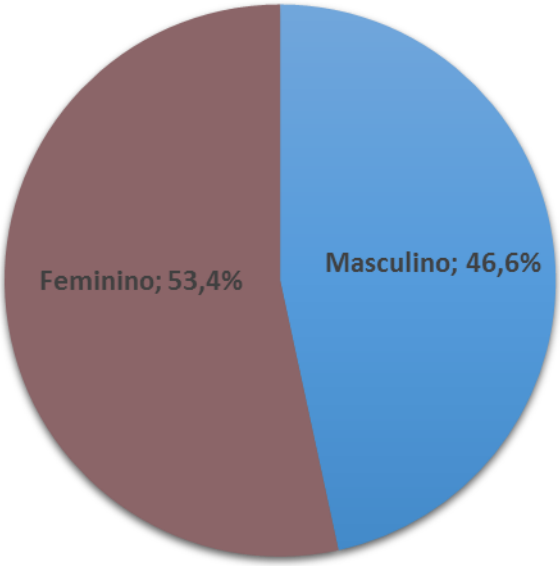


Gráfico 16 – Faixa etária
Fonte: FECOMERCIO/RN

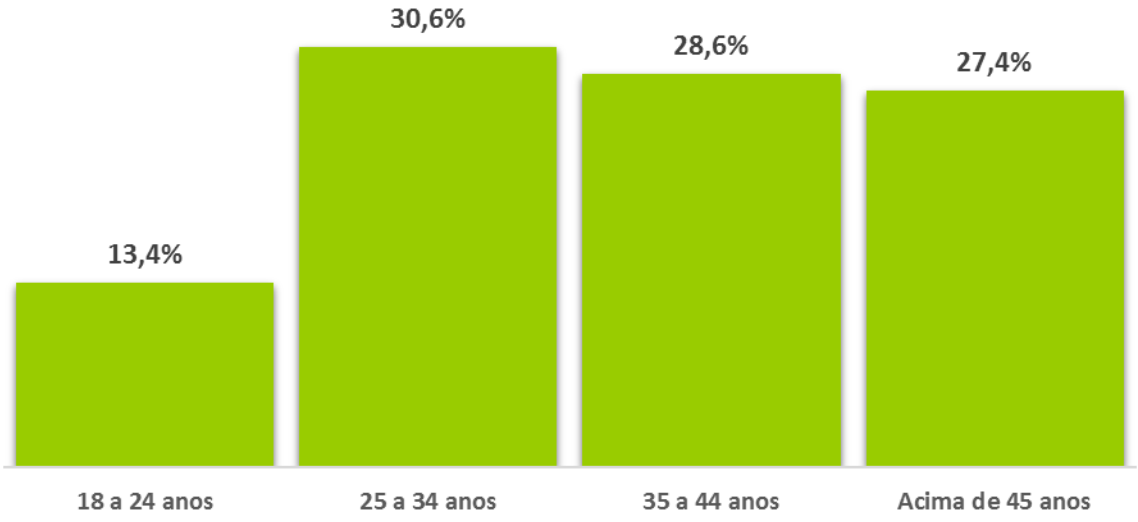


Gráfico 17 – Escolaridade
Fonte: FECOMERCIO/RN

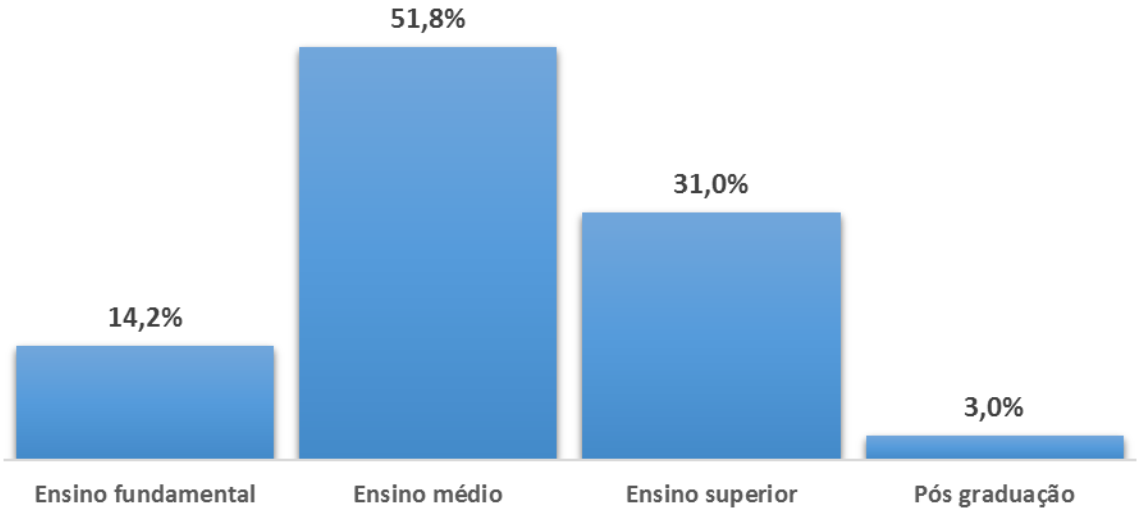
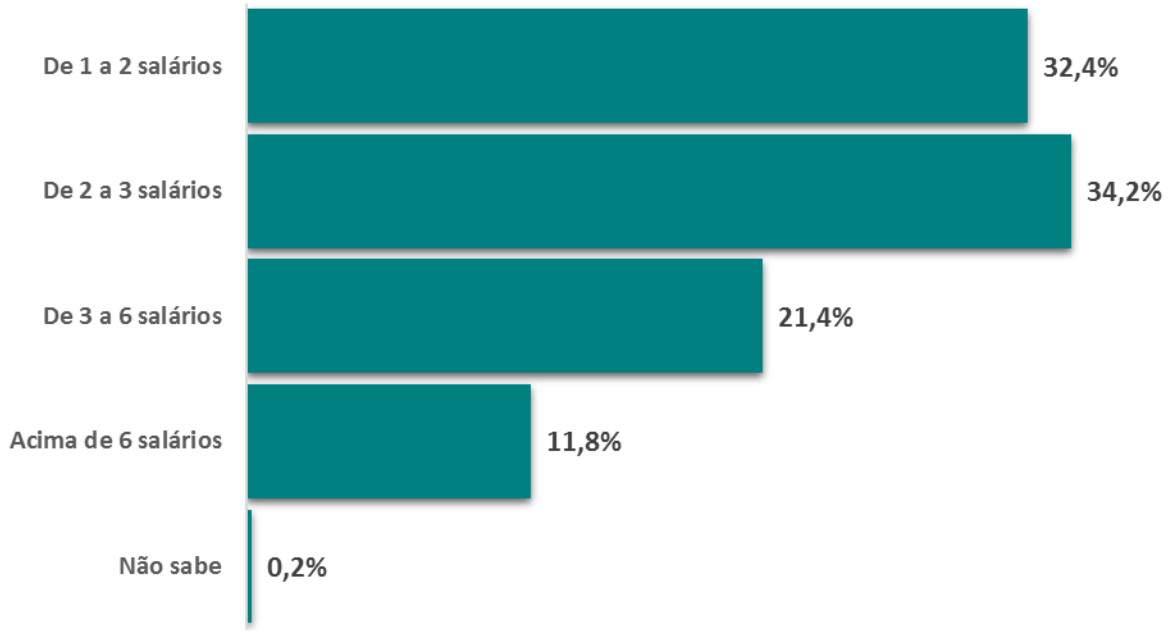


Gráfico 18 – Renda familiar
Fonte: FECOMERCIORN



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
Irismar Alves
Pesquisadores

Natália Carvalho
Estagiária