

PESQUISA

Intenções de Compras para o Dia das Mães Natal-RN



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
Passeio	8
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 que pode ser esperado nesse 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

Em Natal, as entrevistas aconteceram entre os dias 17 e 20 de abril 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.

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

A amostra pesquisada foi de 621 consumidores, distribuídas proporcionalmente por região administrativa do município, 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 3,5%.

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 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

Considerado um bom período para o comércio varejista, o Dia das Mães se destaca pelo forte apelo emocional da data. Dentre os consumidores entrevistados em Natal, 25,3% declararam que não efetivaram compras, enquanto 74,7% dos entrevistados declararam realizar compras de presentes. Traçando um comparativo com a pesquisa de avaliação do Dia das Mães de 2016, o indicador que mede a intenção dos consumidores ficou praticamente estável. No ano passado, 74,9% dos consumidores se diziam dispostos a comprar presentes visando a data.

Quando analisamos as justificativas daqueles que não vão gastar na data, destaca-se a falta de dinheiro, citado por 35% deste público. Em segundo lugar estão aqueles que não tem quem presentear, com 26,1% das respostas, seguido pelos que estão desempregados (17,2%) e a necessidade de economizar (10,8%).

Entre os que irão presentear, a maioria dos consumidores revelou que comprarão apenas um presente, opção indicada por 64,5% das pessoas. Já 31% poderão comprar até dois produtos para presentear. Comprar três presentes é a intenção de 2,8% dos consumidores, enquanto 1,3% devem comprar quatro ou mais produtos.

Os principais presentes comprados para o Dia das Mães em 2017 serão do segmento de perfumes e cosméticos (28,2%), vestuários (27,4%), eletrodomésticos (13,8%), calçados/bolsas (13,1%) e eletrônicos e celular (5,2%). Esses segmentos também foram os principais em 2016: 37,2% dos consumidores pretendiam presentear com produtos do segmento de vestuário, 28% com perfumes/cosméticos, 12,2% com calçados/bolsas e 12,2% com eletrodomésticos. Vale destacar que 12,1% dos entrevistados ainda não decidiram que presente irão comprar.

Quando investigamos quem será a pessoa presenteada, a própria mãe lidera as intenções, com 88,8% das respostas. Em segundo lugar, vem a categoria Esposa (11,6%), seguida pela Sogra (10,6%), Avó (5,6%), Tia (1,9%) e Irmã (1,3%).

Foi perguntado as mães, que participaram da pesquisa, o que elas gostariam de ganhar dos filhos na comemoração de seu dia, a maior parte (19,9%) manifestou desejo de receber itens de vestuário. Em seguida, estão os perfumes e cosméticos (13%), calçados e bolsas (10,6%), eletrônicos/celular (10,6%), eletrodomésticos (9,9%) e outros artigos que alcançaram menos de 5%, como viagens, flores, joias, itens de decoração, dinheiro e móveis.

Gastos

Em termos nominais, o valor médio de gasto com o presente subiu para R\$ 115,68 em 2017, 1,3% a mais do que no ano passado, quando a pesquisa registrou um valor médio de R\$ 114,22. Na comparação real, levando em consideração a inflação acumulada no período de 4,5%, o preço médio que o consumidor está disposto a pagar ficou cerca de 3,2% menor em relação a 2016. A distribuição dos gastos ficou da seguinte forma: 42,5% dos entrevistados disseram que irão gastar de R\$ 51,00 a R\$ 100,00, 21,8% entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00 e 17,7% acreditam que gastarão até R\$ 50,00 com cada presente na data comemorativa.

Com relação à forma de pagamento dos presentes do Dia das Mães, os consumidores natalenses mostraram preferência pelo pagamento em dinheiro (53,2%). A segunda forma de pagamento mais citada foi o cartão de crédito parcelado (25,6%), seguida pela forma à vista no cartão de crédito (10,8%) e à vista no cartão de débito (8%).

68,3% dos consumidores que vão as compras pretendem fazer pesquisa de preço este ano. No ano passado, a pesquisa do Dia das Mães registrou que 74,8% dos consumidores iriam fazer pesquisa de preço antes das compras. 57,3% dos compradores acreditam que os preços cobrados por produtos neste Dia das Mães estarão mais caros; já no ano passado, 76% dos compradores acreditavam que os preços dos itens estariam mais caros.

Local e quando compra

A respeito do local onde os consumidores natalenses pretendem realizar as compras, o shopping center aparece na preferência de 45,6% dos consumidores, seguido das lojas do comércio de rua, com 40,9%. Em 2016, os percentuais apontavam para shopping center com 44,6% das intenções e lojas de comércio de rua com 40%.

A maior parte dos entrevistados deixará a compra do presente para a última hora: 67,3% fará a compra na semana que antecede o Dia das Mães e 23,7% admitem que comprarão o presente quinze dias antes do Dia das Mães. Apenas 5,4% já compraram o presente e 2,6% deixara para comprar depois da data comemorativa.

O dia preferido para ir às compras, segundo o levantamento, deverá ser o sábado, com 34,9% da indicação das pessoas. A segunda-feira (14,6%), quarta feira (10,7%), sexta-feira (10,3%) e a terça feira (10,3%) também aparecem na lista, assim como a quinta-feira (8,8%) e o domingo (7,4%).

Atrativos para ir às compras

Outra questão importante para compreender o comportamento do consumidor refere-se aos fatores que influenciam sua decisão de consumo: Preço, Praça, Produto e Promoção. Essas são as definições fundamentais que uma empresa deve considerar para atingir um determinado público-alvo.

Segundo a pesquisa, o Desconto (42,4%) foi citado como o principal fator que pode influenciar na decisão das compras. Também se destacam entre os motivos para o consumo, as Promoções com a indicação de 32,4% dos entrevistados, e o Atendimento, com 13,4%. Aparecem ainda na lista a Facilidade de pagamento (8,5%), Sorteio de prêmios (7,7%), Brindes temáticos (5,5%) e as Vitruines bem montadas (2,1%). Outros motivos citados apresentaram percentuais abaixo de 1%.

Passeio

O Dia das Mães é uma data importante não apenas para o comércio de bens, mas também para o setor de serviços. Nesse sentido, a pesquisa de intenção de compras dos consumidores do Dia das Mães 2017 buscou compreender se consumidor pesquisado pretende levar a pessoa presenteada para passear.

A maioria (60,4%) dos consumidores não pretende fazer nenhuma programação especial com a pessoa presenteada, enquanto 38,2% realizaram algum tipo de atividade.

Dentre os que declararam realizar alguma programação, 20,8% pretendem almoçar/jantar em casa de familiar; 12,5% planejam almoçar/jantar em restaurantes; 2,6% realizarão viagens e 2,4% farão outras programações.

Momento

Com o intuito de verificar o nível de otimismo do consumidor natalense, a pesquisa também abordou dos entrevistados, a percepção em relação ao atual momento para compra de produtos. Quase a metade dos entrevistados (47,7%) considera o momento regular para compra de produtos, 34,1% afirmaram que o momento é ruim ou péssimo, e 17,9% acham que o momento é ótimo ou bom para adquirir produtos.

Quanto à situação financeira das famílias natalenses, 45,1% declaram estar em situação igual à do ano passado, 38,6% relatam que a situação continua igual e 16,3% consideram que estão em melhor situação financeira.

Pensando no futuro, os consumidores estão bem otimistas, 61,8% dos entrevistados acreditam que daqui a um ano estarão em situação melhor, 18,5% creem que estarão em situação igual, e para 18,2% dos consumidores as condições financeiras serão piores daqui a um ano.

4. GRÁFICOS E TABELAS

Presentes

Gráfico 1 – O (a) Sr. (a) pretende presentear alguém durante o Dia das Mães?

Fonte: Fecomércio/RN

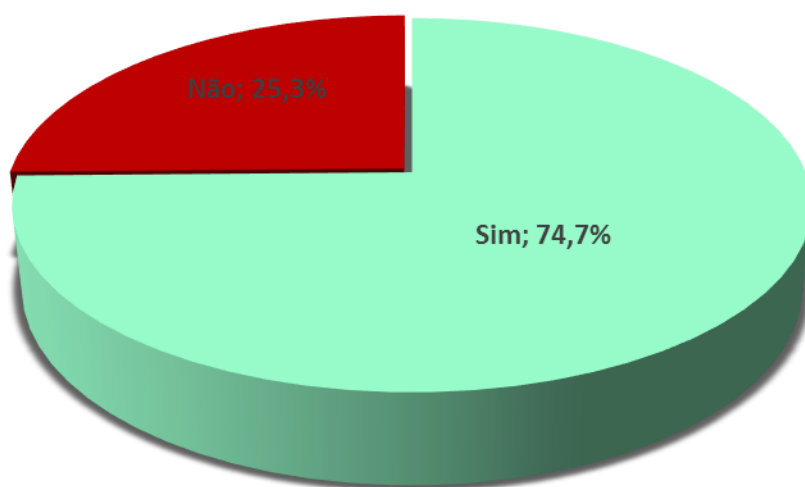


Gráfico 2 – Por qual motivo o (a) Sr. (a) não pretende presentear?

Fonte: Fecomércio/RN

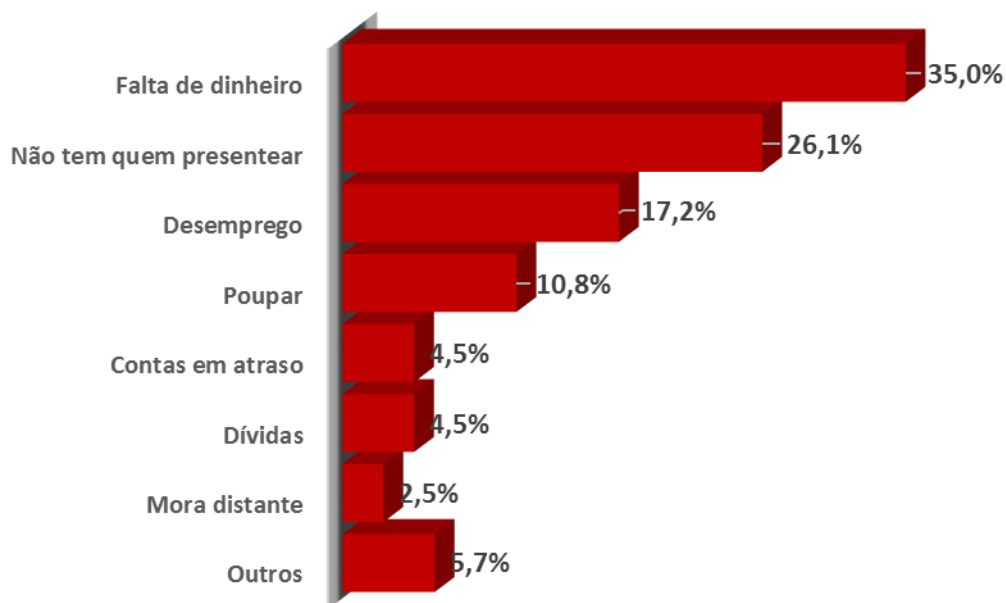


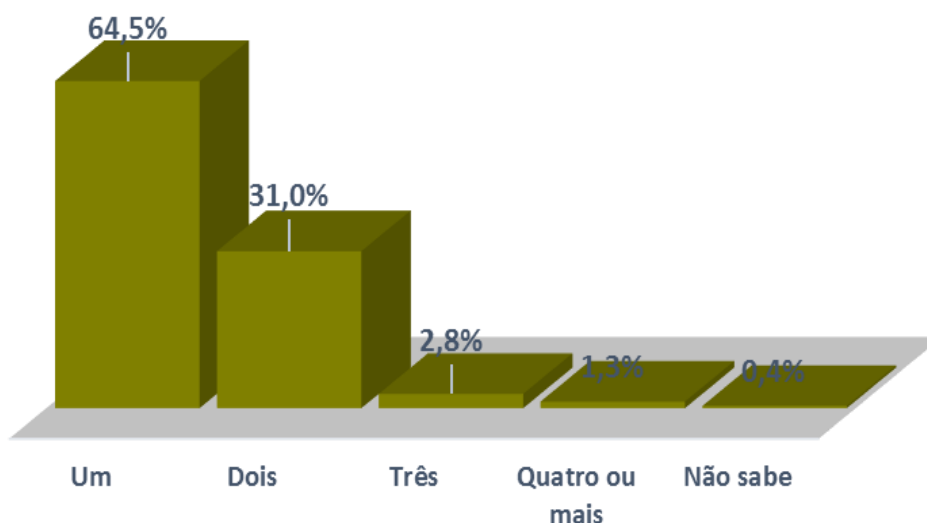
Tabela 1 – Quem o (a) Sr. (a) pretende presentear nesta data? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Mãe	88,8%
Esposa	11,6%
Sogra	10,6%
Avó	5,6%
Tia	1,9%
Irmã	1,3%
Filha	0,9%
Amigo (a)	0,6%
Namorada	0,4%
Sobrinha	0,2%
Cunhada	0,2%
Madrasta	0,2%
Nora	0,2%
Pai	0,2%

Gráfico 3 – Quantos presentes serão comprados?

Fonte: Fecomércio/RN



**Tabela 2 – No Dia das Mães, que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessado em presentear?
(Múltipla resposta)**

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Perfume/Cosmético	28,2%
Vestuário	27,4%
Eletrodoméstico	13,8%
Calçados/Bolsas	13,1%
Eletrônicos/Celular	5,2%
Acessórios/Relógio/Joias	2,8%
Flores	2,4%
Artigos de decoração	2,2%
Dinheiro	0,9%
Livro	0,4%
Cama, Mesa e Banho	0,4%
Viagem	0,2%
Almoço	0,2%
Óculos	0,2%
Reforma da casa	0,2%
Urso	0,2%
Outros	0,4%
Não sabe	12,1%

Tabela 3 – (Para as mães). Que tipo de presente a Sra. gostaria de ganhar?

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Vestuário	19,9%
Perfume/Cosmético	13,0%
Calçados/Bolsas	10,6%
Eletrônicos/Celular	10,6%
Eletrodoméstico	9,9%
Viagem	3,7%
Flores	3,1%
Joias	3,1%
Artigos de decoração	2,5%
Dinheiro	0,6%
Móveis	0,6%
Outros	2,5%
Não sabe	19,9%

Gastos

Gráfico 4 – Quanto pretende investir na compra de presentes?

Fonte: FECOMERCIORN

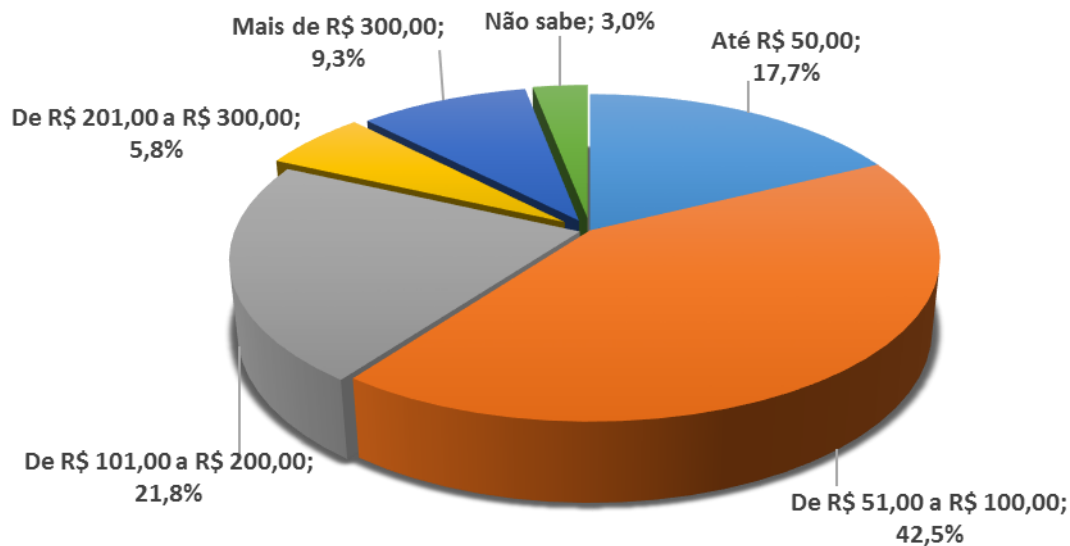
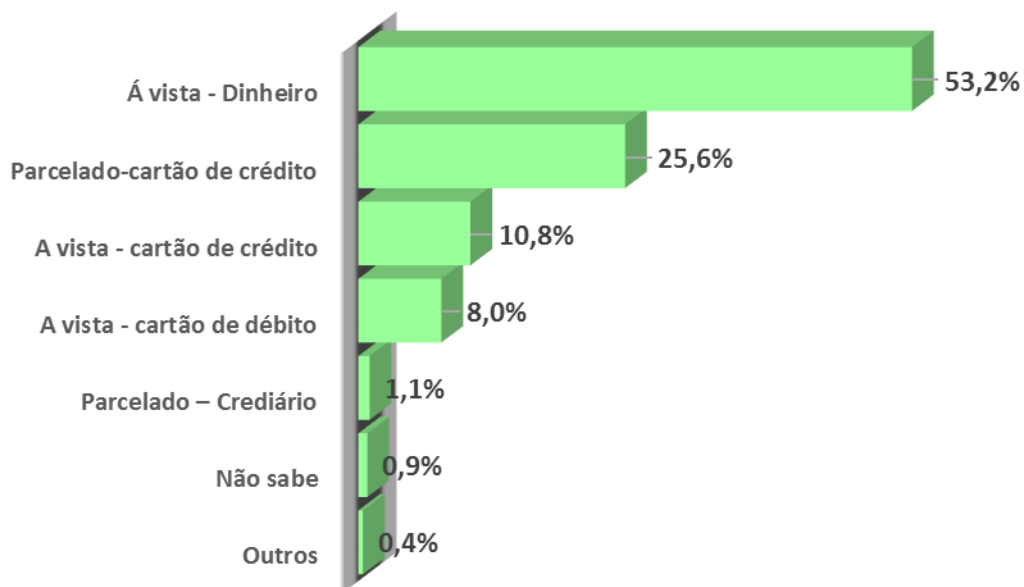


Gráfico 5 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr. (a) deseja utilizar?

Fonte: FECOMERCIORN



Local e quando compra

Gráfico 6 – Quando irá realizar as compras?

Fonte: Fecomércio/RN

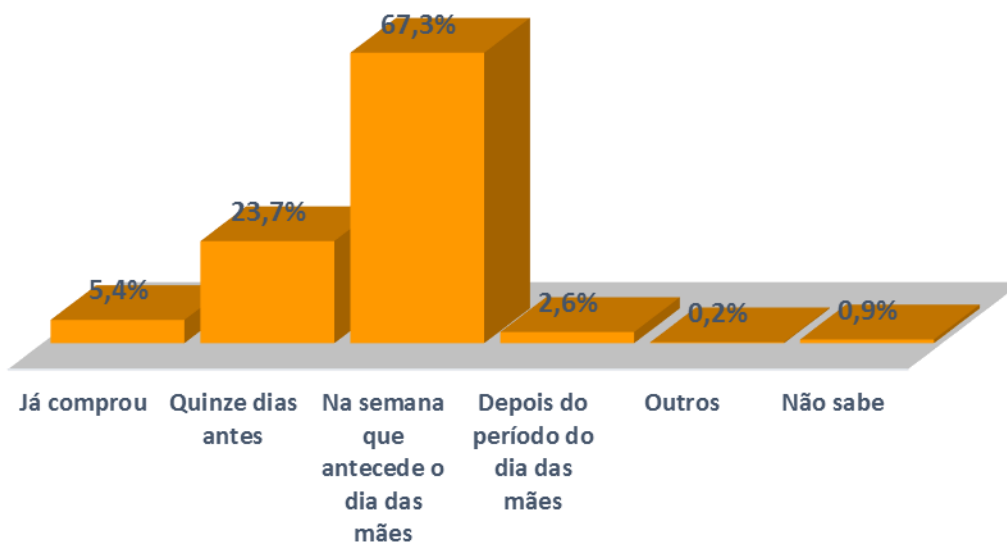


Gráfico 7 – Qual o dia preferido para ir às compras?

Fonte: Fecomércio/RN

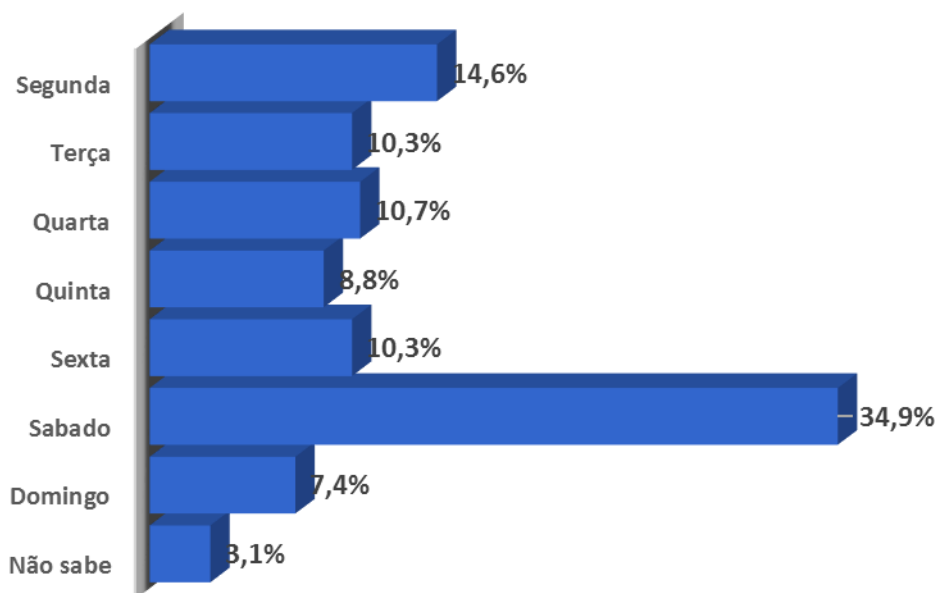
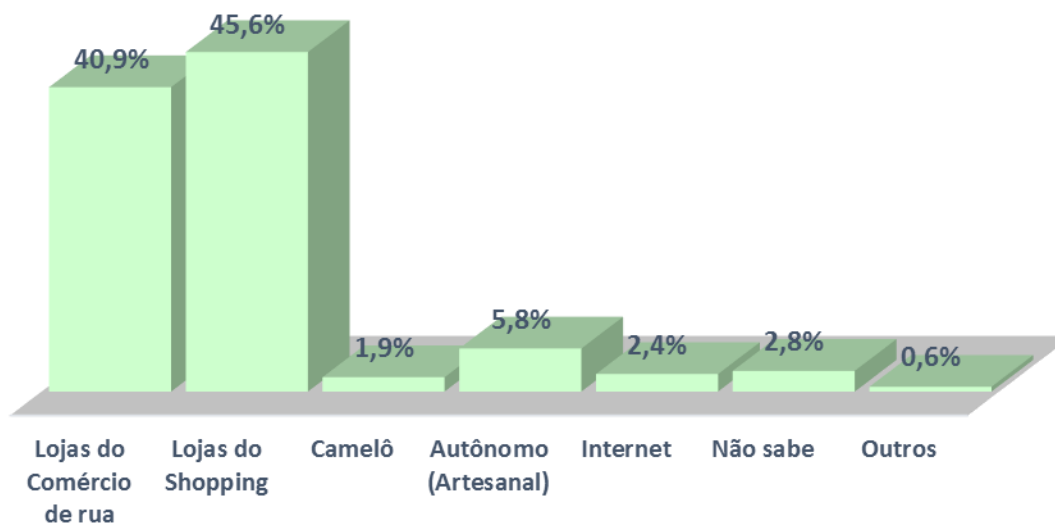


Gráfico 8– Onde o (a) Sr. (a) pretende realizar as compras?

Fonte: Fecomércio/RN



Atrativos para ir às compras

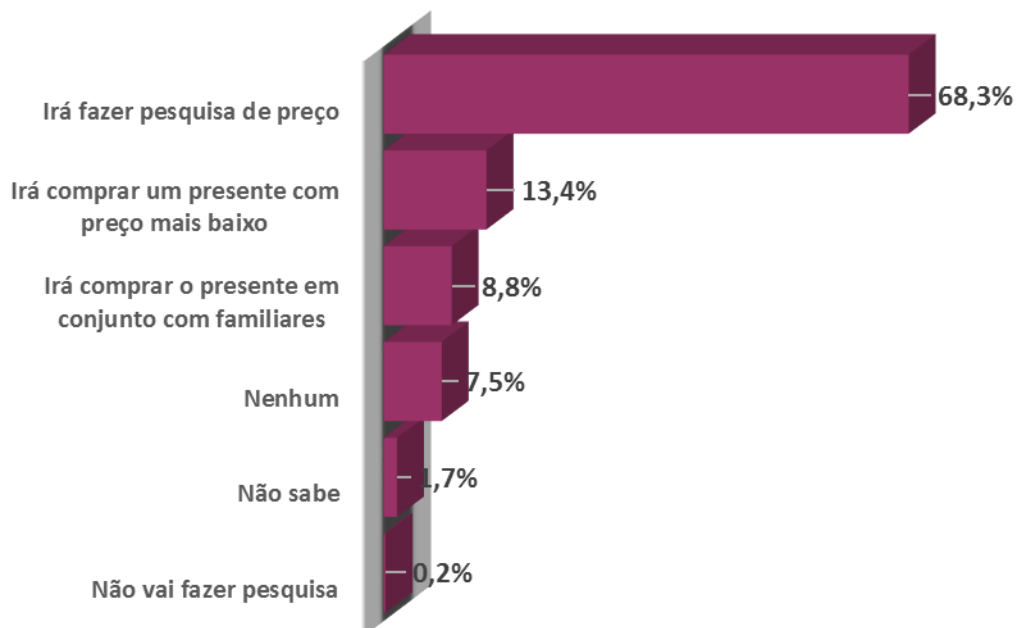
Tabela 4 – Em sua opinião, o que as lojas poderiam fazer para atrair mais clientes? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Descontos	42,4%
Promoção para clientes fiéis	32,4%
Atendimento Personalizado	13,4%
Facilidade no pagamento	8,5%
Sorteio de prêmios	7,7%
Brindes temáticos	5,5%
Vitrines bem montadas	2,1%
Propaganda	0,5%
Diminuir juros	0,2%
Estacionamento	0,2%
Não sabe	0,5%
Nenhum	0,2%

Gráfico 9 – O (a) Sr. (a) pretende utilizar alguma alternativa seguinte para economizar no presente?

Fonte: Fecomércio/RN



Passeio

Gráfico 10 – Irá levar a pessoa presenteada a algum passeio?

Fonte: Fecomércio/RN

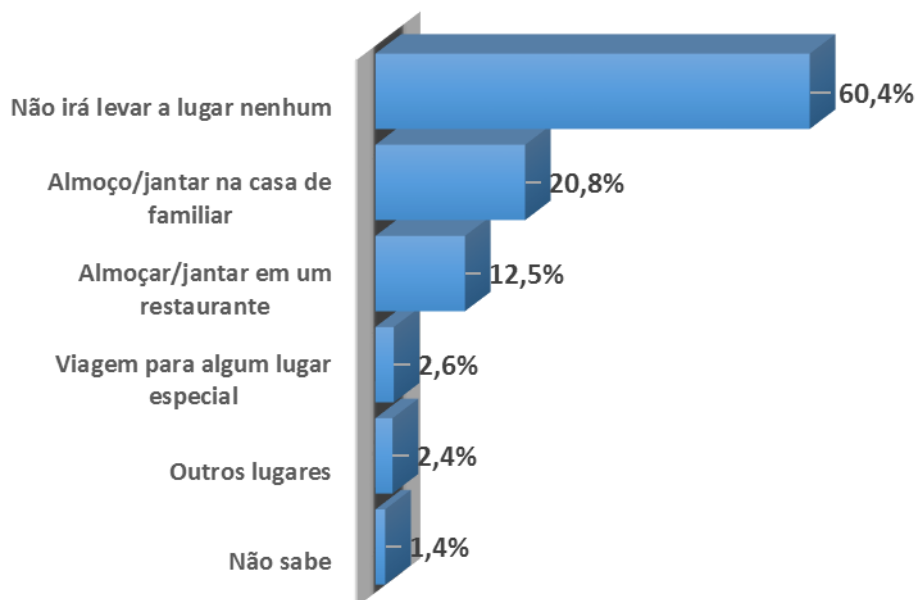
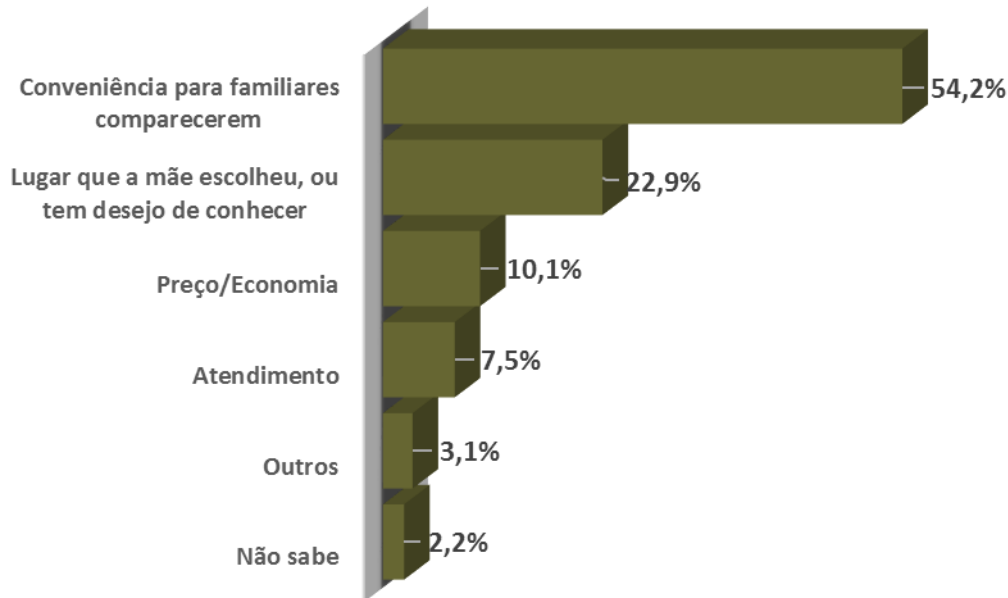


Gráfico 11 – Característica predominante para escolha do local

Fonte: Fecomércio/RN



Momento

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

Fonte: Fecomércio/RN

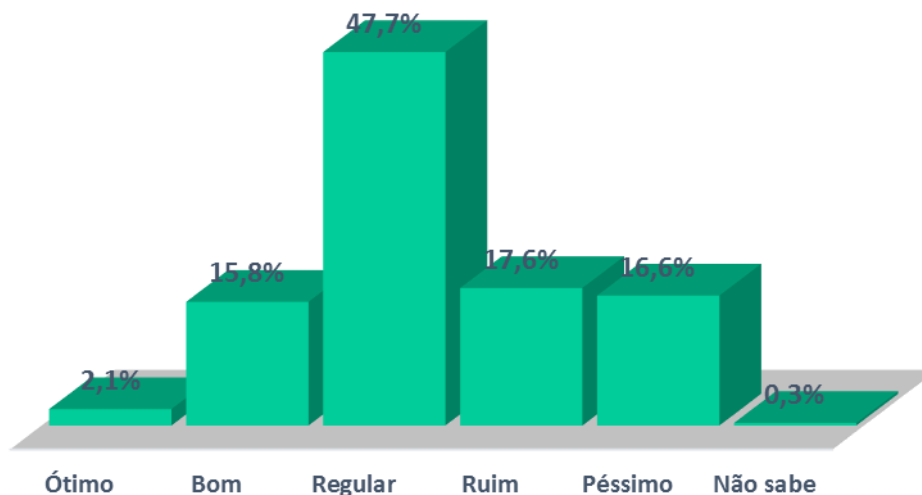


Gráfico 13 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?

Fonte: Fecomércio/RN

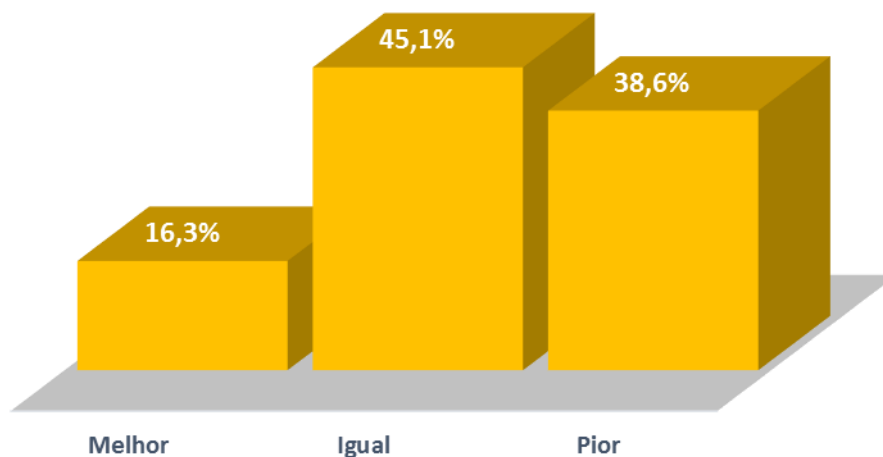


Gráfico 14 – Pensando na situação atual e olhando para o futuro, como você acredita que daqui a um ano estará sua família financeiramente?

Fonte: Fecomércio/RN

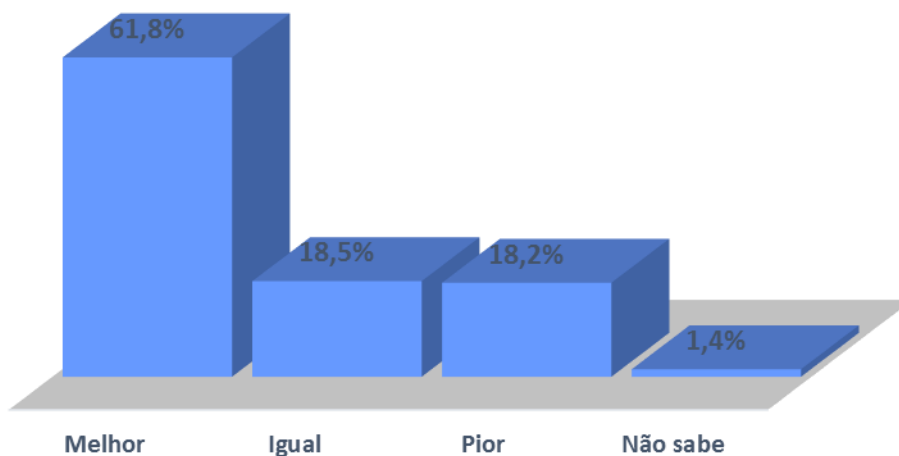
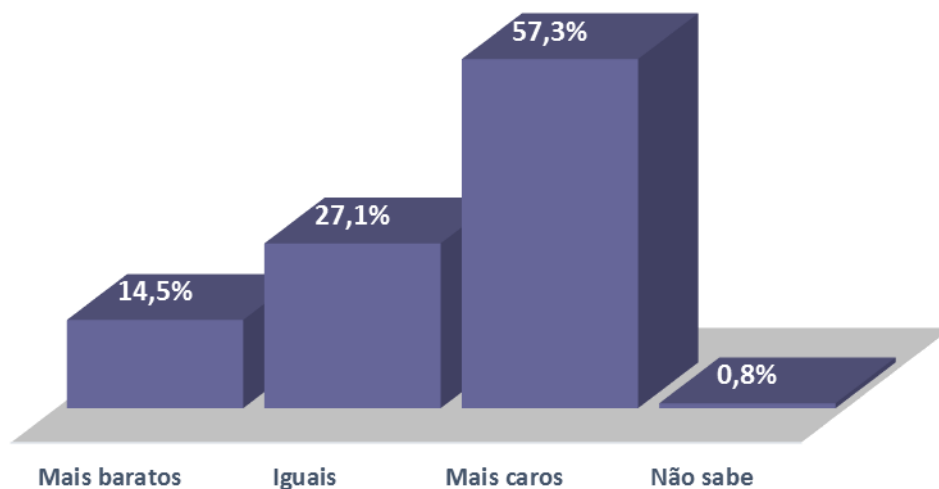


Gráfico 15 – Quanto aos preços cobrados por produtos nesse Dia das Mães, o Sr. (a) acredita que eles estarão:

Fonte: Fecomércio/RN



Perfil

Gráfico 16 – Sexo
Fonte: Fecomércio/RN

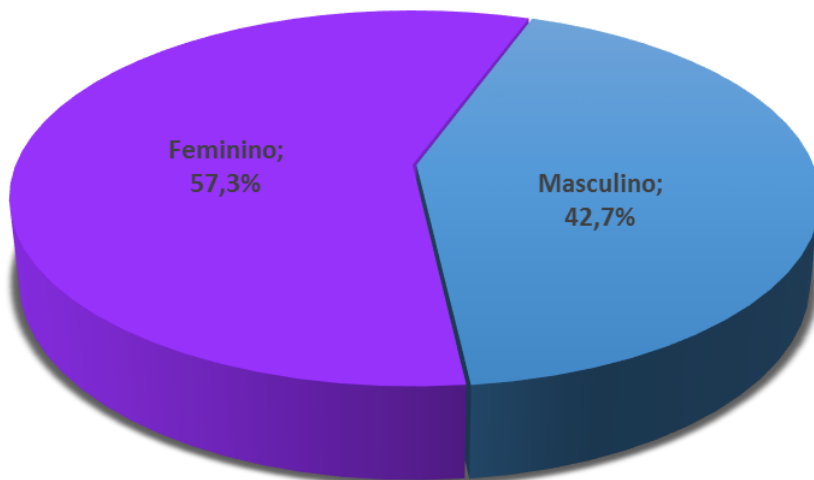


Gráfico 17 – Faixa etária

Fonte: Fecomércio/RN

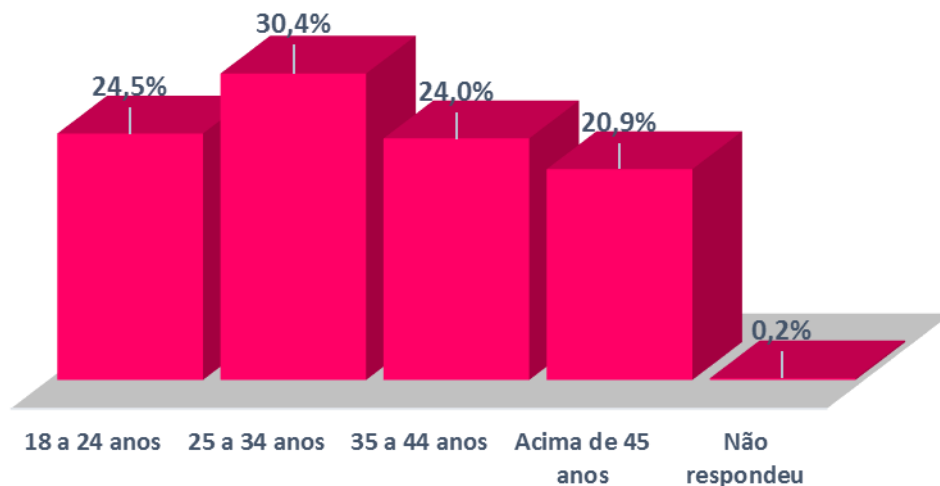


Gráfico 18 – Escolaridade

Fonte: Fecomércio/RN

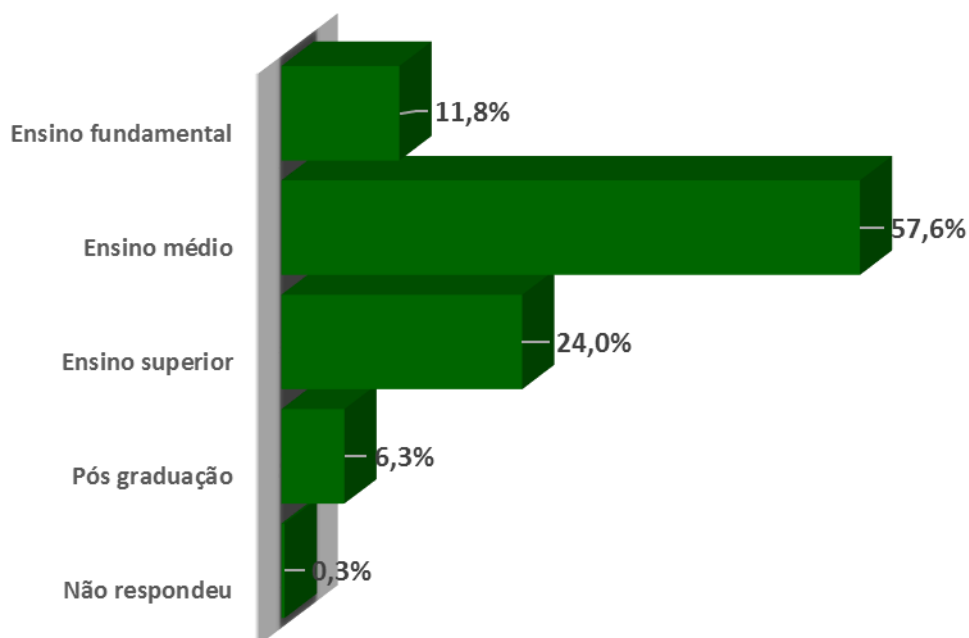
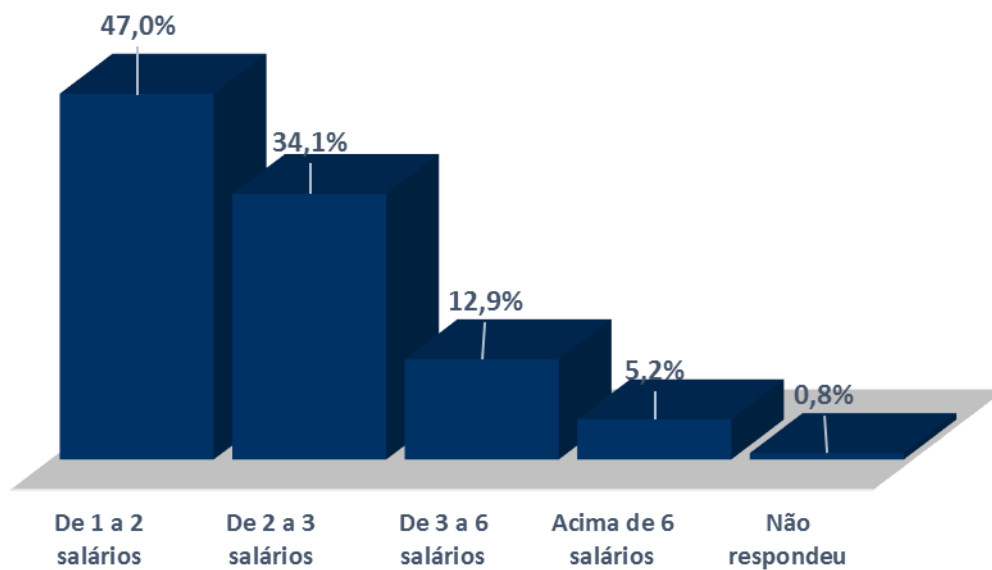


Gráfico 19 – Renda familiar
Fonte: Fecomércio/RN



**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

Daniela Lourena
Josiel Soares
Regiane Tavares
Daniela Lourena
Maria Roseneide
Pesquisadores

Natália Carvalho
Estagiária