

PESQUISA

Intenções de Compras para o Dia dos Namorados - Mossoró 2017



Sumário

1. Apresentação	3
2. Aspectos Metodológicos	4
3. Descrição dos Resultados	5
Intenções de compras.....	5
Gastos	6
Local e quando compram.....	6
Motivação para ir às compras	7
Outras formas de comemorar.....	7
Momento.....	8
4. Análise Gráfica	9
Intenções de Compras.....	9
Gastos	11
Local e quando compram.....	12
Atrativos para ir às compras	13
Passeio	14
Momento.....	15
Perfil dos Consumidores.....	17

1. Apresentação

A Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte, por meio do seu Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC/Fecomércio RN) desenvolve pesquisas com o objetivo de analisar a intenção de compras do consumidor e entender as tendências de vendas e itens mais procurados nos períodos de maior importância para o comércio, como as datas comemorativas.

A presente sondagem é referente ao Dia dos Namorados, comemorado no dia 12 de junho, e tem informações a respeito do intuito de presentear, dos gostos e preferências dos consumidores, bem como de sua percepção dos preços e intenções de gastos, dados importantes para os empresários do setor de Comércio e Serviços, e que podem servir para basear ações dentro dos estabelecimentos, bem como para o entendimento do perfil de compra 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 Metodológicos

Em Mossoró, as entrevistas aconteceram entre os dias 15 e 17 de maio 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 dia dos namorados.

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 3,5%.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando 21 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 dos consumidores, através da interpretação de gráficos e tabelas.

3. Descrição dos Resultados

Intenções de compras

A pesquisa de intenção de compras do mossoroense mostra que 47,2% dos entrevistados têm a intenção de presentear alguém no Dia dos Namorados 2017. Outros 52,8% afirmaram que não darão presentes na data comemorativa este ano, sendo a principal justificativa a de não ter quem presentear (44,5%), e logo depois, estar sem dinheiro (34,7%).

O número de mossoroenses que pretendem presentear neste Dia dos Namorados teve uma queda em relação ao ano passado. A intenção de presentear na data é 4,4 pontos percentuais mais baixa em relação a 2016, quando 51,6% dos respondentes afirmaram ter interesse em comprar um mimo para o (a) companheiro (a).

Quando sondamos quem será a pessoa escolhida para receber os presentes, o esposo ou esposa lidera com 64,6% das intenções. Em segundo lugar, aparecem os namorados ou namoradas com 32,1% das citações. O ranking de presenteados se manteve igual ao apresentado no último ano, quando os cônjuges apareceram com 59,1% das intenções de presentear, e os (as) namorados (as) com 36,7%.

Os produtos preferidos para presentear na ocasião são roupas (38,1%), seguidas pelos perfumes e outros cosméticos (16,9%) e calçados (9,7%). No último ano, os três itens também apareceram como os favoritos na hora de comprar o presente: roupas foram citadas por 38,8% dos entrevistados, os perfumes por 16,3% e os calçados por 10,9%. Outros itens citados com intenções de presentear neste dia dos namorados são celular/eletrônicos (5,5%); flores (5,1%); relógios/acessórios/joias (5,1%); livros (2,5%); chocolates (1,7%) e viagem (1,7%).

Entre os que irão presentear, a grande maioria (94,5%) dos consumidores mossoroenses pretende comprar apenas um presente. Somente 5,5% dos entrevistados indicou a compra de dois ou mais produtos.

Gastos

O valor médio programado pelos consumidores mossoroenses que estão dispostos em presentear é de R\$117,05. Comparando ao ano de 2016, quando os consumidores revelaram uma disposição em pagar um preço médio de R\$114,45, houve um aumento nominal de aproximadamente 2,3%. Porém, levando em conta a inflação acumulada no período (4,1%), houve redução real de 1,8%.

Na estratificação dos dados por faixa, podemos observar que 84,7% dos entrevistados pretendem gastar até R\$200 na compra do presente; 41,7% dos entrevistados planejam gastar entre R\$50 e R\$100; 28,1% entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00; e 14,9% até R\$ 50,00. Cerca de 13,2% pretendem gastar acima de R\$ 200,00 na compra do presente.

Com relação à forma de pagamento dos presentes do Dia dos Namorados, os consumidores mostraram preferência pelo pagamento em dinheiro (60,8%). A segunda forma de pagamento mais citada foi o cartão de crédito parcelado (34,6%), seguida pelo cartão de débito (3,4%). Na sondagem de 2016, o dinheiro também liderou o ranking de formas de pagamento do presente na data, mas com participação menor (50,8%), e foi seguido pelo cartão de crédito parcelado em segundo lugar (42,7%) e cartão de débito em terceiro (4,2%).

Local e quando compra

A pesquisa apontou que o comércio de rua é indicado pelos consumidores mossoroenses como o principal local de compra, preferido por 62,8% dos entrevistados. Seguido pelos que comprarão os itens no shopping (23,4%). Outros meios citados foram a internet (5,4%) e floricultura (2,5%). Mesmo com a maior preferência, o índice de consumidores que pretendem comprar os presentes no comércio de rua caiu 3,7 pontos percentuais em relação ao ano passado, enquanto o percentual dos que almejam comprar no shopping aumentou 0,3 pontos percentuais.

78,4% dos entrevistados fará a compra dos itens na semana do dia dos namorados, e 15,4% admitem que comprarão o presente quinze dias antes da data comemorativa.

Motivação para ir às compras

Dentre os principais fatores que influenciam a definição do presente a ser escolhido está a qualidade dos produtos (50,8%), o preço (36%), seguido do atendimento da loja (14,4%). Esta sensibilidade dos entrevistados mais intensa para esses três fatores, demonstra que o consumidor está cada vez mais atento ao mercado e exigente quanto aos motivos considerados fundamentais para fazer a aquisição dos produtos.

Segundo os entrevistados o que irá limitar de fato na escolha do consumidor na hora de realizar as compras será o preço (53,2%), seguido da qualidade dos itens (20,3%) e a falta de recursos dos consumidores (12,7%). Outros aspectos que podem frear o ímpeto de comprar são falta de opção nas lojas, endividamento dos consumidores, tempo para realizar as compras e atendimento dos estabelecimentos.

Outras formas de comemorar

O percentual de pessoas dispostas a realizar algum passeio na data foi de 28,2%, o que representa praticamente uma estabilidade em comparação ao nível registrado na pesquisa do ano passado que havia sido 25,5%.

Para os que vão festejar a data, almoçar/jantar em restaurantes (16,6%) lidera o ranking de locais preferidos para a comemoração, seguida por viajar, com 6,8%; jantar/almoçar na casa de família (2,8%); ir a um hotel/motel (0,6%); ir à praia (0,6%); cinema/teatro (0,4%); e baladas (0,4%).

A escolha do local de passeio será determinada principalmente pelo lugar onde o (a) companheiro (a) deseja ir ou conhecer, pelo romantismo do local, pelo preço oferecido, pela comodidade do ambiente e pelo conforto para o casal.

Momento

58,9% dos consumidores entrevistados em Mossoró opinaram que os presentes estão mais caros na comemoração do dia dos namorados 2017 em comparação com 2016, enquanto que 25% entendem que os presentes estarão na mesma faixa de preço, e para 15,3% eles estarão mais baratos em comparação com o ano anterior.

De acordo com a pesquisa, 16% dos consumidores mossoroenses responderam que o momento é ótimo ou bom para compra de produtos; 46% consideram o momento regular, e 37,8% afirmaram que a situação é ruim ou péssima para aquisição de produtos. Em relação aos percentuais do ano passado. Subiu 1 ponto percentual o indicador dos que acham que o momento é ótimo ou bom. O percentual dos que consideram o momento regular avançou 3,4 pontos percentuais, e apresentou queda de 4,6 pontos percentuais os que acham que o momento é ruim ou péssimo para compra de produtos.

Sobre a avaliação da situação atual financeira das famílias mossoroenses em comparação com o ano passado. 40,4% acham que estão em situação pior financeiramente; 38,6% declaram situação igual; e 21% disseram que melhorou a situação financeira. O percentual dos que acham que a situação financeira aumentou 4,8 pontos percentuais em comparação com a pesquisa do ano anterior. O percentual de famílias que disseram que a situação atual está igual subiu 6,6 pontos percentuais e o índice dos que alegam que a situação financeira piorou diminuiu 11,4 pontos percentuais em relação à pesquisa do ano passado.

4. Análise Gráfica

Intenções de Compras

Gráfico 1 – O Sr. (a) pretende presentear alguém no Dia dos Namorados, comemorado no dia 12 de junho?

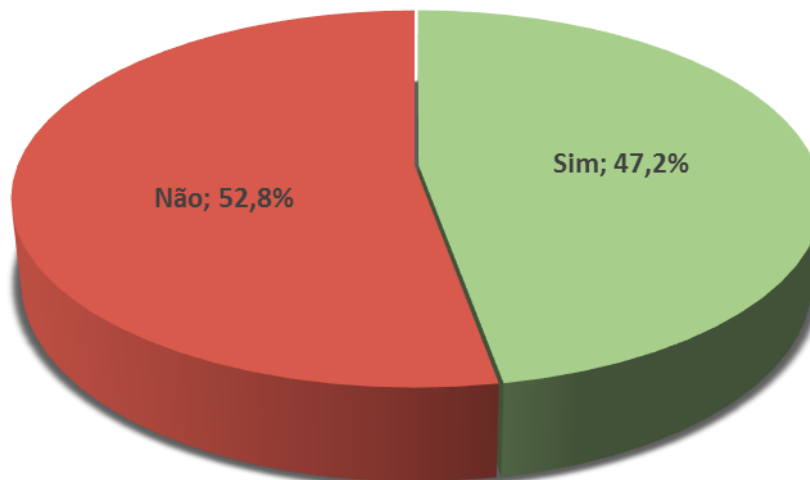


Tabela 1 – (No caso de “Não”) Por qual motivo?

Rótulos de Linha	%
Não tem quem presentear	44,5%
Falta de dinheiro	34,7%
Não tem costume	9,3%
Desemprego	6,4%
Poupar	5,9%
Não quer	3,8%
Contas em atraso	1,7%
Falta de interesse	0,8%
Dívidas	0,4%
Viúva	0,4%

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

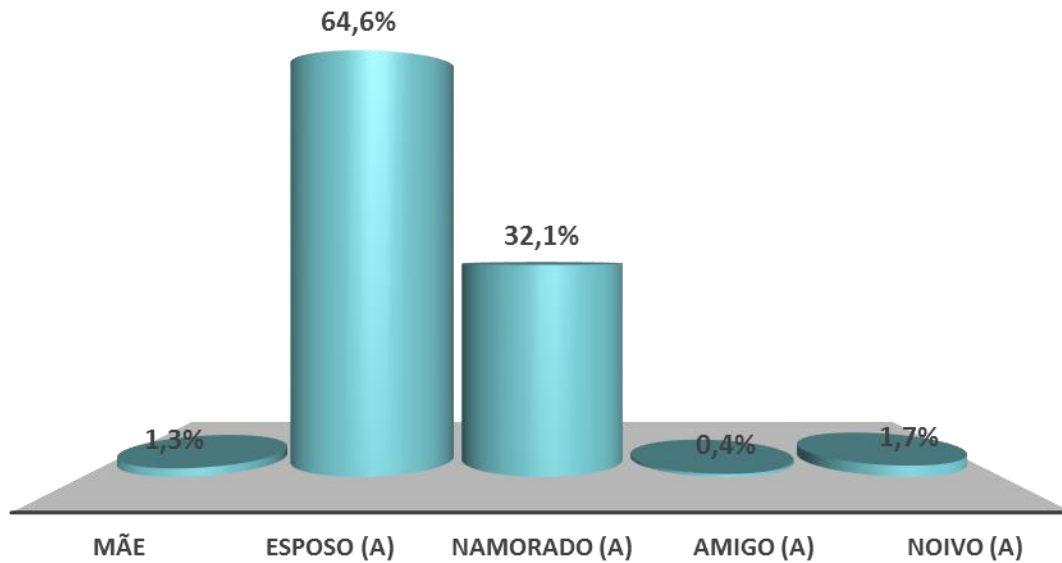
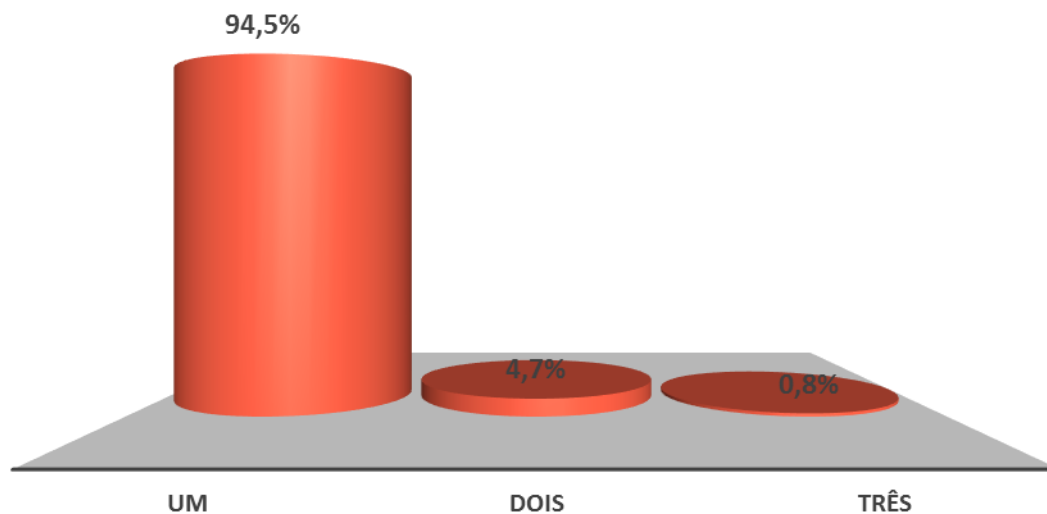


Gráfico 3 – Quantos presentes pretende comprar?



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

Rótulos de Linha	%
Vestuário	38,1%
Perfume/Cosméticos	16,9%
Calçados	9,7%
Celular/Eletrônico	5,5%
Flores	5,1%
Relógio/Acessórios/Joias	5,1%
Livro	2,5%
Chocolate	1,7%
Viagem	1,7%
Utensílios	0,8%
Dinheiro	0,4%
Decoração	0,4%
Elerodomésticos	0,4%
Jantar	0,4%
Quadro	0,4%
Não sabe	15,7%

Gastos

Gráfico 4 – Quanto pretende investir na compra?

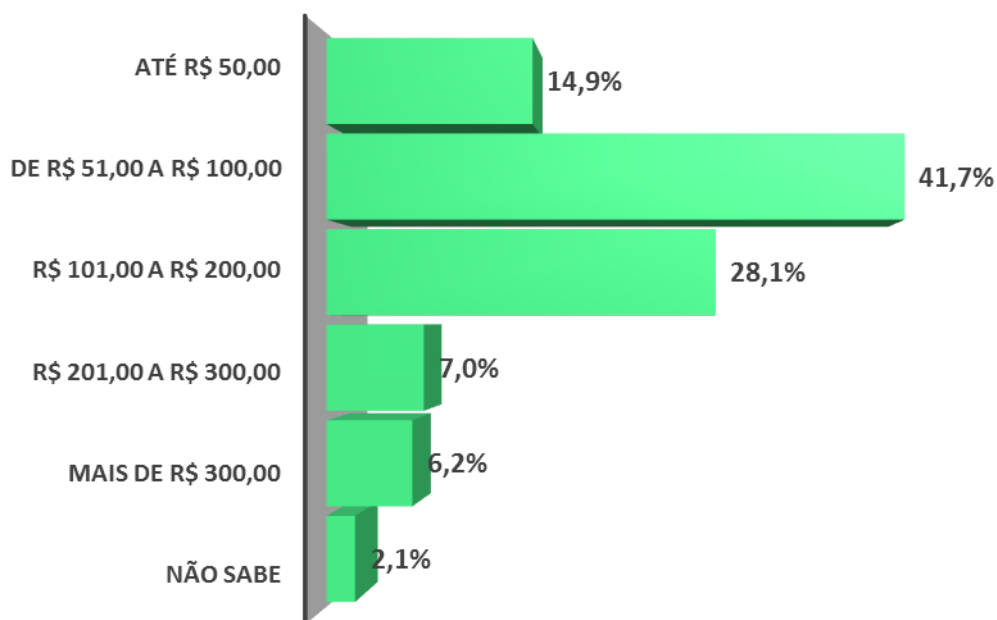
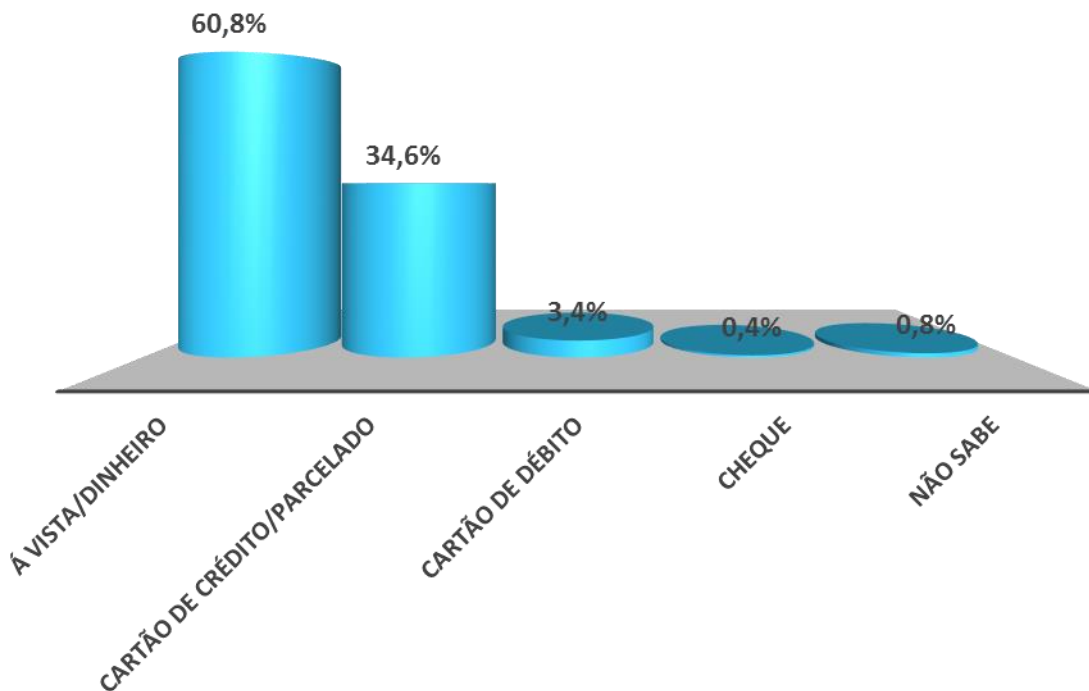


Gráfico 5 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr.(a) deseja utilizar?



Local e quando compram

Gráfico 6 – Quando irá realizar as compras?

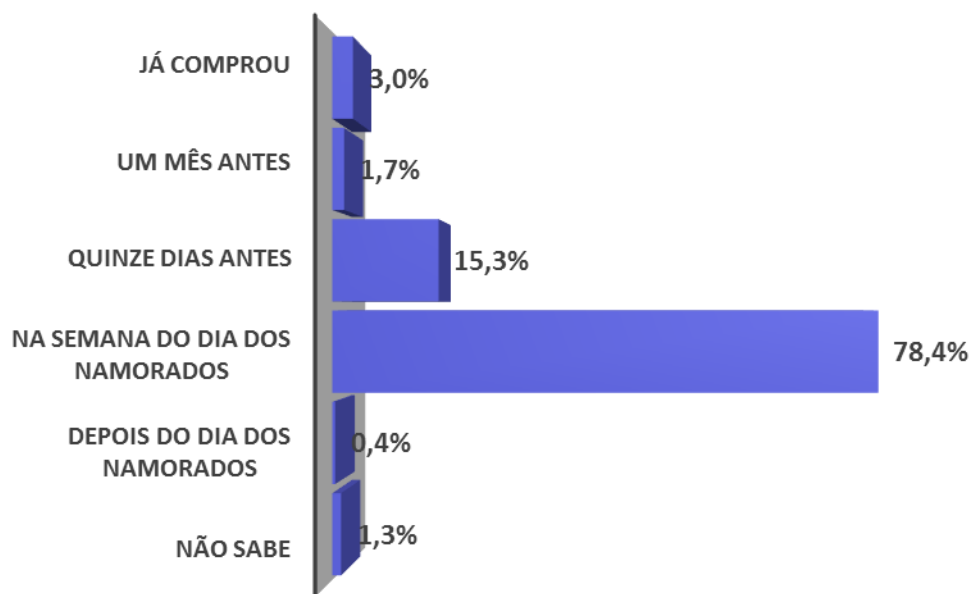
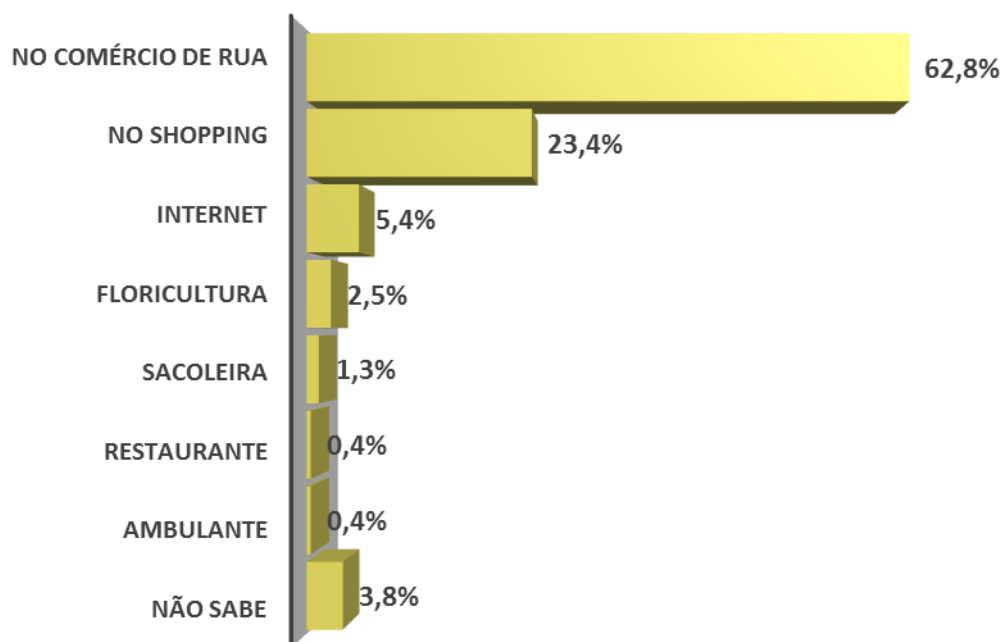


Gráfico 7 – Onde o (a) Sr. (a) pretende fazer as compras?

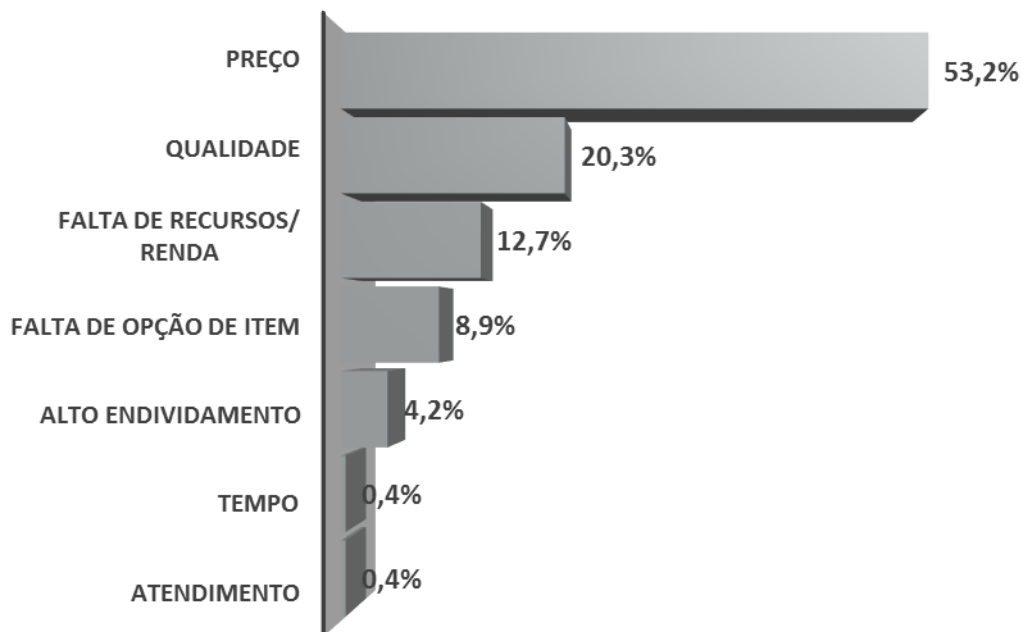


Atrativos para ir às compras

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

Rótulos de Linha	%
Qualidade dos produtos	50,8%
Preço	36,0%
Atendimento	14,4%
Marca	8,5%
Promoção/desconto	8,1%
Exclusividade dos presentes	3,0%
Variedades de produtos	0,4%
Moda	0,4%
Oferta de Kit´s/ Brindes promocionais	0,4%
Necessidade	0,4%
Vontade	0,4%
Não sabe	0,8%

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



Passeio

Tabela 4 – O (a) Sr. (a) pretende fazer alguma comemoração no Dia dos namorados?

Rótulos de Linha	%
Não irá levar a lugar nenhum	70,6%
Almoçar/Jantar em um restaurante	16,6%
Viajar	6,8%
Almoço/Jantar na casa de familiar	2,8%
Hotel /Motel	0,6%
Praia	0,6%
Ir ao cinema/ teatro	0,4%
Balada	0,4%
Não sabe	1,2%

Tabela 5 – 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	25,4%
Preço	21,8%
Comodidade	1,4%
Conforto	1,4%
Não sabe	0,7%
Atrações	0,7%
Agradável	0,7%
Clima	0,7%
Conveniente	0,7%
Escolha própria	0,7%
Passear	0,7%
Qualidade	0,7%

Momento

Gráfico 9 – Quanto aos preços cobrados por produtos durante o dia dos namorados desse ano, o Sr. (a) acredita que eles estarão:

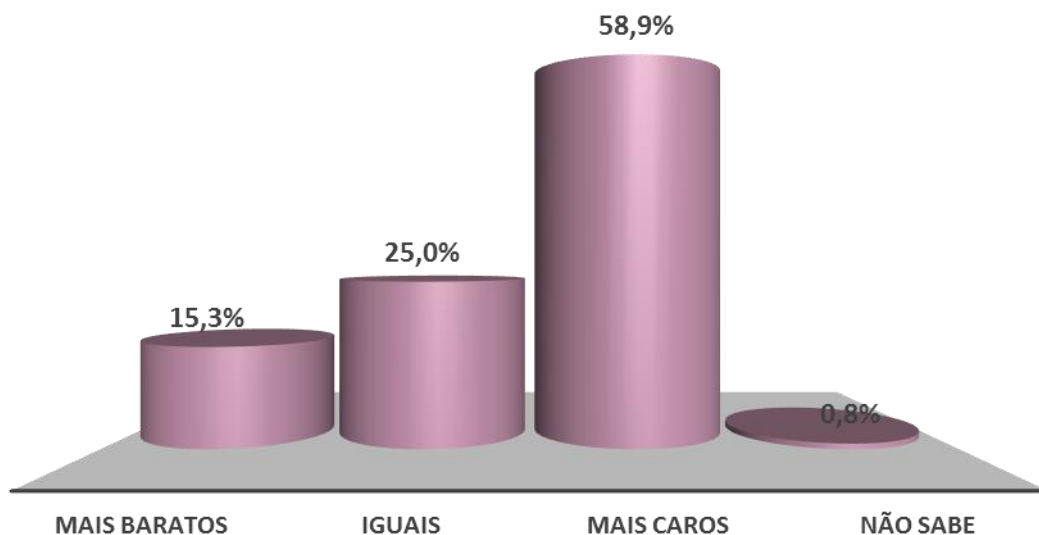


Gráfico 10 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?

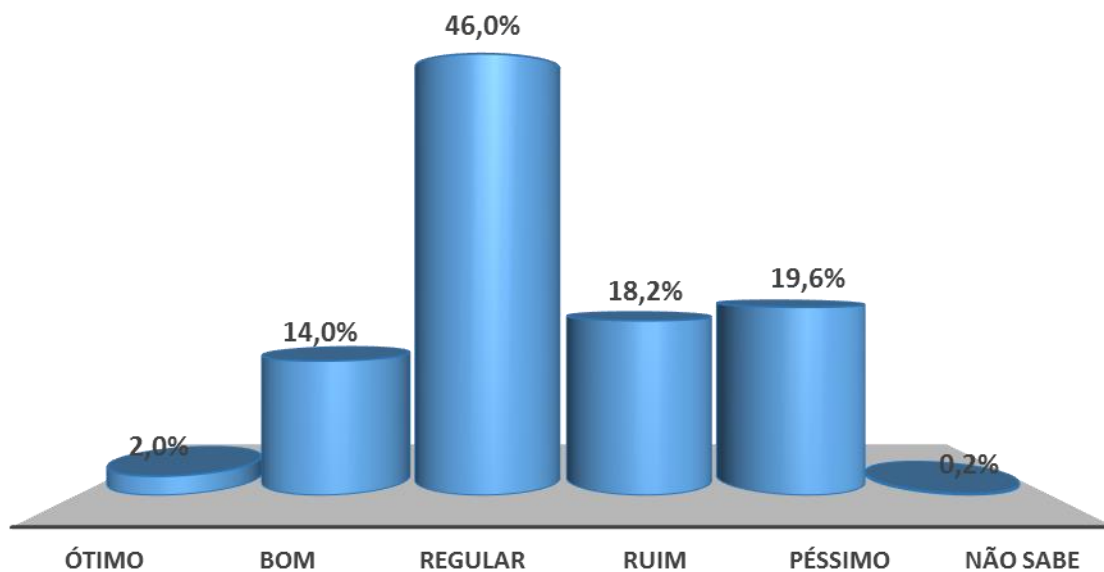
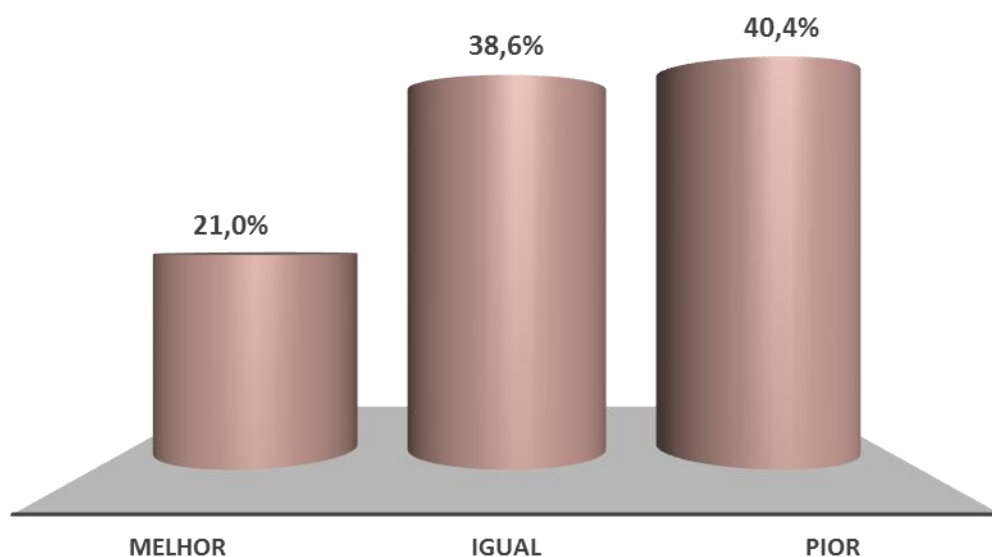


Gráfico 11 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?



Perfil dos Consumidores

Gráfico 12 – Sexo.

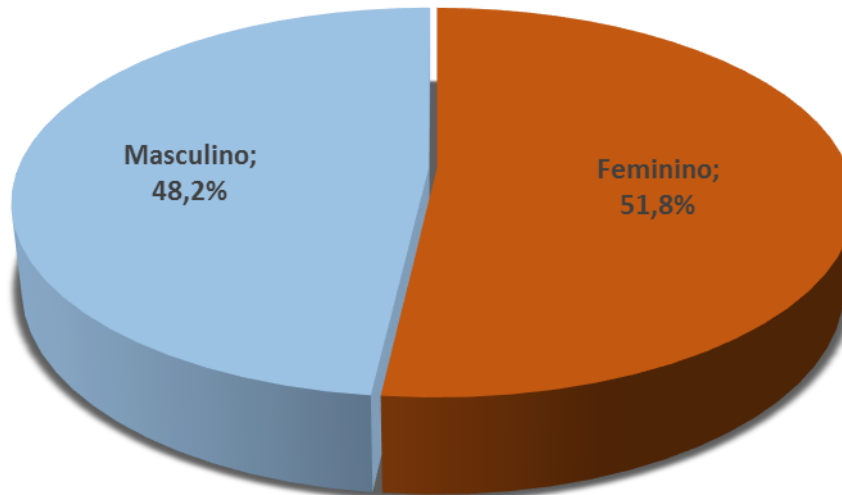


Gráfico 13 – Faixa etária.

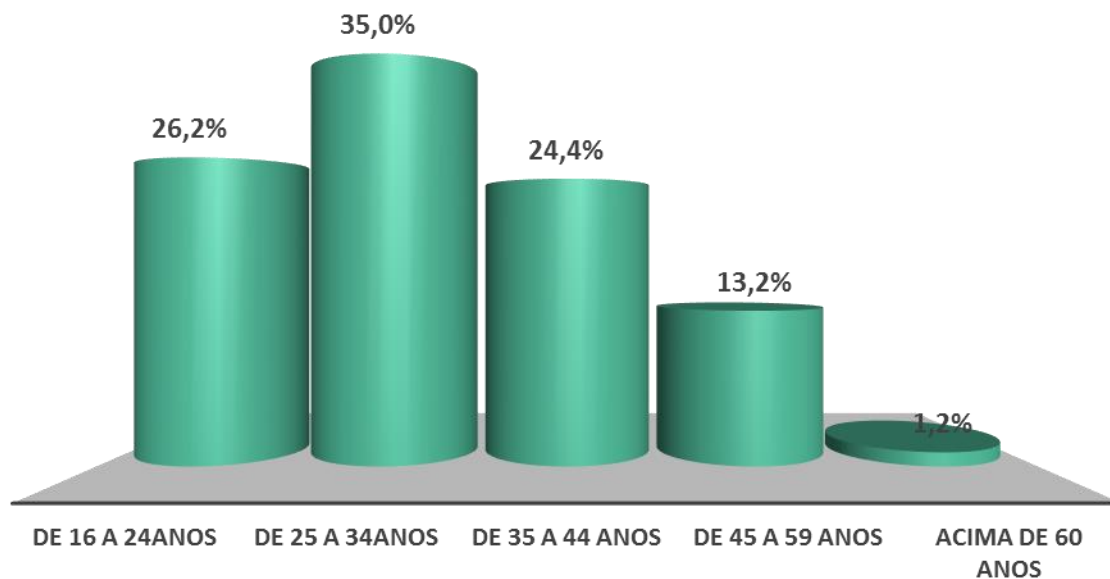


Gráfico 14 – Escolaridade.

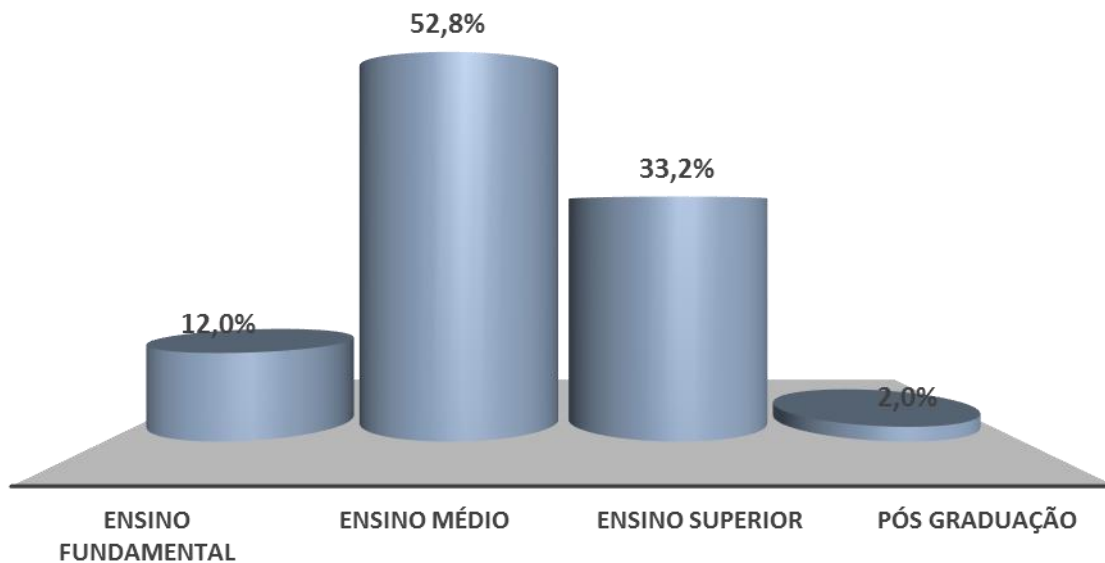
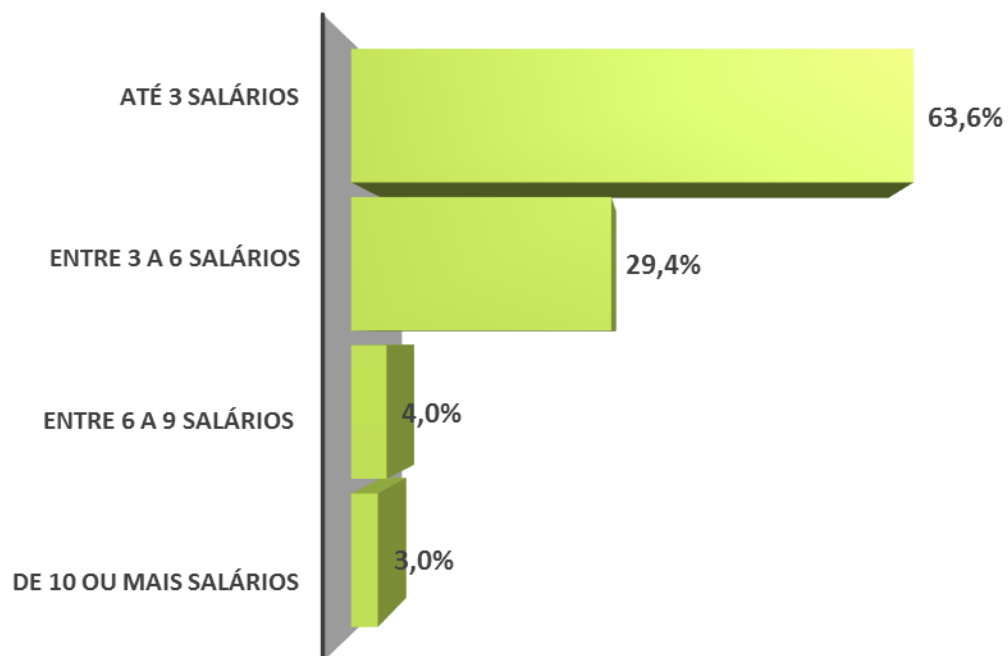


Gráfico 15 - Renda.



**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

Jaime Mariz de Faria Júnior
Diretor Executivo

EQUIPE DE PESQUISA

Tiago Chacon
Estatístico

Hugo Sergio
Nivaldo Gonçalves
Daniela Lourena
Elizabeth Pontes
Pesquisadores

Natália Carvalho
Estagiária