

PESQUISA

Intenções de Compras para a Páscoa - Natal 2018



Sumário

1. APRESENTAÇÃO	3
2. ASPECTOS TÉCNICOS	4
3. SÍNTESE DOS RESULTADOS	5
Intenções de compras	5
Local e período de compras	6
Motivação e local de comemoração	7
Consumo de peixes	7
Pretensões de viagem	8
Momento	8
4. GRÁFICOS	10
Intenções de compras	10
Gastos	13
Local e quando comprar	14
Motivação para ir às compras	15
Consumo de peixes	16
Pretensões de viagem	18
Momento	21
Perfil dos entrevistados	22

1. APRESENTAÇÃO

A Páscoa é a primeira data comemorativa do ano relevante para o varejo, de boa movimentação econômica. A tradição sugere presentear os amigos, namorados, esposas, filhos e quem mais desejar, com itens de chocolate, e se alimentar de peixes. O período que antecede a data intensifica a procura por itens de supermercados e lojas especializadas em peixes e chocolates.

Com o intuito de identificar o possível comportamento do consumidor em relação a esta data comemorativa, bem como suas intenções de compras, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do seu Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC), realizou a pesquisa “Intenções de Compras para a Páscoa 2018”. Além de avaliar a intenção e consumo, a pesquisa busca identificar os gastos com presentes e comemorações, os elementos levados em consideração perante a compra, os principais locais para a realização dessas compras, bem como as pretensões de viagem.

Tendo em vista a necessidade de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas, empresários têm avaliado de forma positiva as pesquisas da Fecomércio RN, de maneira que as mesmas serve 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, a pesquisa ocorreu entre os dias 03 e 06 de março de 2018. 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 Natal. 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 Natal foram entrevistadas 661 pessoas, distribuídas proporcionalmente por região administrativa do município. Para que o trabalho apresentasse um bom resultado foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral de aproximadamente 3,4%.

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. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e em função das perguntas de múltipla resposta.

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 da adequação aos parâmetros amostrais.

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

3. SÍNTESE DOS RESULTADOS

Intenções de compras

Na Semana Santa e Páscoa 2018, 59,5% dos consumidores natalenses pretendem presentear nesta data comemorativa. Esse resultado é melhor do que o registrado pela pesquisa realizada em 2017, quando 53,8% dos consumidores responderam que comprariam algum presente na Páscoa.

Conforme a pesquisa deste ano, 40,5% dos consumidores disseram que não vão presentear ninguém nesta Páscoa. Para os consumidores que não irão presentear na data, 48,9% alegaram falta de dinheiro, 23,5% não têm o costume de presentear na data, 9% culparam o desemprego, 7,1% vão economizar e 5,6% estão com contas ou dívidas em atraso.

Sobre intenção de compras para a Páscoa, a pesquisa apurou que 92,1% pretendem presentear com produtos de Chocolate. É um pouco mais do que no ano passado, quando 89,2% disseram que dariam chocolates na data. Em segundo lugar nas intenções de compra ficaram Vestuário com 7,6%, seguido de Calçados, com 1,8%. No ano passado, a intenção para esses itens era de 8,8% e 1,4%, respectivamente. Entre os consumidores pesquisados, 1,3% pensa em dar Brinquedos desta vez enquanto, no ano passado, 3,7% pretendiam dar produtos do segmento.

Dos que vão comprar Chocolates, o estudo revela que 77,4% devem seguir a tradição comprando Ovos de Chocolate para presentear; 33,3% pretendem adquirir Caixas de Bombons; 13,7% Barras de Chocolates e 3,8% Cestas de Chocolates.

Ainda segundo a pesquisa, os Filhos estão no topo da lista dos mais presenteados, com 50,4% de intenção de compras, seguido dos Esposos (a) / Namorados (a), com 29,5%; Pai/Mãe (15,8%); Sobrinhos (15,5%); Netos (8,7%); Afilhados (5,1%) e Amigos (4,3%).

A pesquisa mostra que a intenção de presentear os filhos aumentou em relação à consulta realizada em 2017, que passou de 38,1% para 50,4%.

Gastos

39,4% dos consumidores entrevistados em Natal disseram que irão gastar entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00 com as compras de presentes de Páscoa este ano. Outros 37,9% pretendem gastar até R\$ 50,00. 17,8% afirmaram que têm intenção de gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00 e 4,3% acima de R\$ 200,00.

Os dados mostram que os natalenses pretendem gastar um pouco mais nas compras de Páscoa deste ano. De acordo com a pesquisa, a expectativa de gastos dos consumidores com compras de presentes será de, em média, R\$ 88,10. No ano passado, os natalenses pretendiam gastar, em média, R\$ 82,15. O gasto médio previsto para 2018 é nominalmente 7,2% maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2017. Computando a inflação, que nos últimos 12 meses ficou acumulada em 2,84%, o aumento real foi de aproximadamente 4,4%.

Os consumidores ainda preferem comprar os presentes de Páscoa à vista e em dinheiro. Dos entrevistados, 69,9% disseram que devem usar esta opção. O cartão de crédito (parcelado ou rotativo) aparece como a segunda opção, sendo a escolha de 24,7%, seguido pelo cartão de débito, com 3,8%. Na pesquisa do ano passado, a preferência pelo pagamento à vista em dinheiro era de 73%; no cartão de crédito (parcelado ou rotativo) era de 20%; e no cartão de débito 6,5%.

73,5% dos compradores disseram que vão realizar pesquisa de preço antes de adquirirem os produtos, por outro lado 26,5% dos consumidores afirmaram que não vão usar essa prática.

Local e período de compras

A grande parte dos consumidores entrevistados fará a compra dos presentes de Páscoa no mês de março: 67,7% admitem que comprarão o presente apenas na semana anterior à data e 25,7% farão as compras 15 dias antes das comemorações.

Quanto aos locais de compra, os Supermercados e Lojas especializadas de Shopping dominam a preferência dos consumidores natalenses, com 46,1%, seguidos pelas Lojas e Supermercados do Comércio Rua, com 45,9%. Outros locais foram a resposta de 5,1% dos entrevistados e 2,9% ainda não sabem onde irão comprar os produtos. Em 2017, a preferência pelos Shoppings foi de 51,6%, enquanto a opção pelo Comércio de Rua tinha sido de 41,7%.

Motivação e local de comemoração

Os consumidores natalenses consideram o preço como fator decisório na hora de comprar presentes para Páscoa. 50,6% afirmam que as Ofertas e Promoções são mais importantes para realizar a compra, seguidas dos que consideram a Marca do Produto, com 42%. Outros fatores determinantes são o oferecimento de Brindes (7,4%), Localização da loja (4,1%), Formas de pagamento (3,3%), Nome da loja (1,8%), Qualidade do produto (1,5%), e outros. Tal análise sugere um mercado mais ofertante que atente para uma ampliação de mix e melhores formas de pagamento, considerando-se que o preço será fator fundamental para a efetivação da compra.

A maioria dos consumidores natalenses entrevistados pretende comemorar a Páscoa em Casa (75,7%; contra 72,2% em 2017), na Casa de parentes (18%; contra 21,9% em 2017), ou na Casa de amigos (2,6%; contra 2,7% em 2017). A soma destas três opções representa 96,3% das respostas dos entrevistados.

Consumo de peixes

O consumo de peixe na Semana Santa também é um ato comum na população, especialmente entre os indivíduos com orientação religiosa. Assim, é importante que os comerciantes desse tipo de produto também recebam alguns sinais antecipados para formular suas estratégias de compra, estoque e vendas.

Sobre esse comportamento, a pesquisa apurou que o peixe estará na alimentação de 77,3% dos consumidores natalenses nessa Semana Santa, aumento de 1,1 ponto percentual quando comparado ao ano anterior.

No que se refere aos gastos, 43,8% devem desembolsar entre R\$ 40,00 e R\$ 80,00 na compra dos pescados, 31,9% até R\$ 40,00; 15,4% entre R\$ 81,00 e R\$ 150,00; e 3,9% acima de R\$ 150,00. Sendo gasto, em média, R\$ 62,54 na compra de pescados.

Os tipos de pescados que serão mais procurados pelos consumidores são Tilápia (19,6%), Atum (15,3%), Cioba (7%), Dourado (6,7%), Bacalhau (6,5%), Corvina (5,6%), Merluza (3,4%), Meca (2,9%), Sardinha (2,7%), Camarão (2,7%), Guaiuba (2,3%), Salmão (1,6%), Pescada (1,3%); entre outros. 14,7% ainda não sabem o tipo de peixe que irão comprar para a Semana Santa. Isto deverá movimentar além dos supermercados, as lojas especializadas em peixe, aquecendo o comércio.

Pretensões de viagem

Muitos esperam a Semana Santa para poder curtir o feriado prolongado e viajar para outras cidades, na pesquisa, o tema foi abordado. Com relação ao turismo, 81,7% afirmaram que não almejam viajar na data.

Para os 18,3% que fazem planos de passear durante a Semana Santa, a grande maioria (86,8%) deve ir para cidades do próprio Rio Grande do Norte (interior ou litoral); 10,7% irão para outros estados e 2,5% para o exterior.

Entre os motivos daqueles que pretendem viajar na data, Visitar parentes e amigos é o principal com 79,3% das respostas. Seguido de Passear ou conhecer nova cidade (17,4%) e outros.

86,9%, dos que pretendem viajar na data, devem desembolsar até R\$ 500,00 com a viagem. A maioria pretende se locomover de Carro (62,8%), enquanto os Ônibus aparecem como segunda opção (19%). O percentual dos que pretendem viajar de avião é de 5%.

Momento

63,7% dos consumidores natalenses relatam a percepção de que os ovos de Páscoa estarão mais caros neste ano. Na comparação com a pesquisa do ano passado, a diferença é de 1,6 p.p. (naquele período, 62,1% dos consumidores achavam que os preços estariam mais altos). Outros 21,1% acham que estarão do mesmo preço (aumento de 6,3 p.p. em relação a 2017); e 4,1% acreditam que estarão mais baratos. Outros 11% não sabem ou não se recordam do valor praticado no ano passado.

E a pesquisa de intenção de compras mostra ainda que a percepção do consumidor, em relação ao atual momento para compra de produtos, melhorou 1,8 ponto percentual, passando de 23,5% em 2017 para 25,3% em 2018 dos que responderam que o momento é Ótimo ou Bom. 47,5% dos entrevistados afirmaram que é Regular; e 27,1% disseram que o momento atual é Ruim ou Péssimo.

Por fim, de acordo com o levantamento, 27,7% dos consumidores natalenses declararam estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior. O índice é 2,4 pontos percentuais maior do que o registrado em 2017. Outros 43,1% dizem estar em igual situação financeira; e 29,4% consideram que houve piora financeiramente em relação ao ano passado.

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

4. GRÁFICOS

Intenções de Compras

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

Fonte: Fecomércio RN

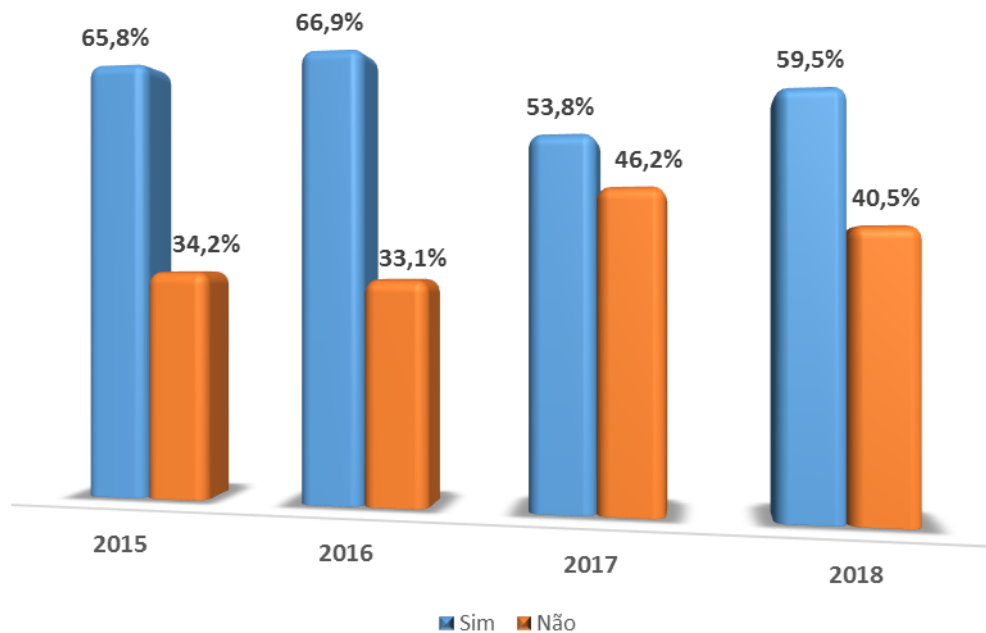


Gráfico 2 – Intenção de presentear na Páscoa

Fonte: Fecomércio RN

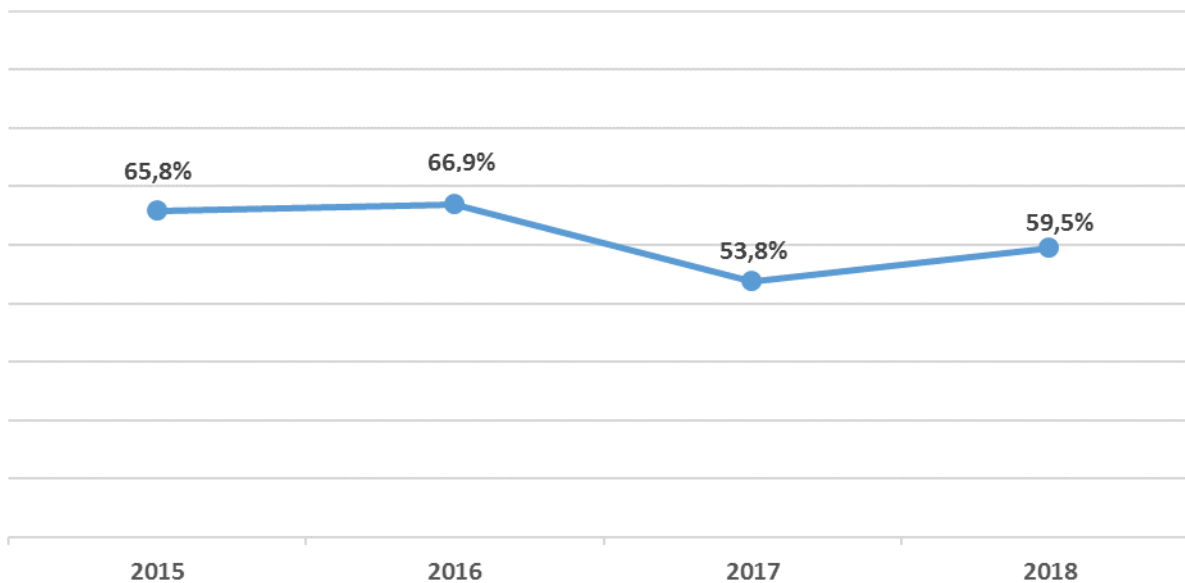


Tabela 1 – (Se respondeu “não” na anterior) Por qual motivo o (a) sr. (a) não pretende presentear?
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018
Falta de dinheiro	19,8%	38,9%	51,5%	48,9%
Não segue a tradição/Não tem costume	19,8%	28,1%	30,2%	23,5%
Desemprego	3,6%	10,0%	5,3%	9,0%
Poupar/Economizar	27,0%	13,1%	3,0%	7,1%
Dívidas/Contas em atraso	15,3%	7,2%	8,1%	5,6%
Outros	8,6%	2,7%	0,6%	4,9%
Não sabe/Não respondeu	5,9%	0,0%	1,3%	1,1%

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

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018
Filho	35,5%	42,5%	38,1%	50,4%
Namorado (a) / Noivo (a) / Esposo (a)	18,3%	26,6%	28,7%	29,5%
Pai/Mãe	11,0%	18,2%	21,0%	15,8%
Sobrinho	14,7%	18,4%	16,5%	15,5%
Neto (a)	7,4%	8,0%	5,1%	8,7%
Afilhado (a)	3,2%	5,3%	5,7%	5,1%
Irmão	3,9%	7,1%	7,1%	4,8%
Amigos	3,0%	5,5%	4,8%	4,3%
Primos (a)	0,5%	0,5%	0,6%	1,0%
Sogro (a)	0,2%	0,2%	0,6%	0,5%
Enteado (a)	0,2%	0,2%	0,6%	0,3%
Outros	2,3%	0,7%	1,2%	2,0%

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

ítems	2015	2016	2017	2018
Chocolates	84,4%	95,9%	89,2%	92,1%
Vestuário	6,1%	5,1%	8,8%	7,6%
Calçados	2,8%	1,4%	1,4%	1,8%
Brinquedos	2,8%	2,1%	3,7%	1,3%
Vinhos/Bebidas	2,0%	0,9%	0,6%	1,3%
Perfumes	0,4%	0,0%	0,6%	0,5%
Viagem	0,2%	0,2%	0,3%	0,0%
Outros	1,3%	1,5%	1,2%	0,3%

Tabela 4 – Se for comprar chocolates (Próprio/Presente) qual tipo o (a) sr. (a) pretende comprar? (Múltipla resposta)
 Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2016	2017	2018
Ovos de chocolates	71,5%	72,9%	77,4%
Caixa de Bombons	22,3%	21,1%	33,3%
Barras de Chocolates	6,5%	6,3%	13,7%
Cesta de Chocolate	2,4%	3,9%	3,8%
Chocolate Caseiro	2,4%	3,0%	5,3%
Outros	0,0%	0,9%	1,5%
Não sabe ainda	1,0%	1,5%	3,8%

Gastos

Gráfico 3 – Quanto o (a) sr. (a) pretende gastar com o presente neste período de Semana Santa/Páscoa?

Fonte: Fecomércio RN

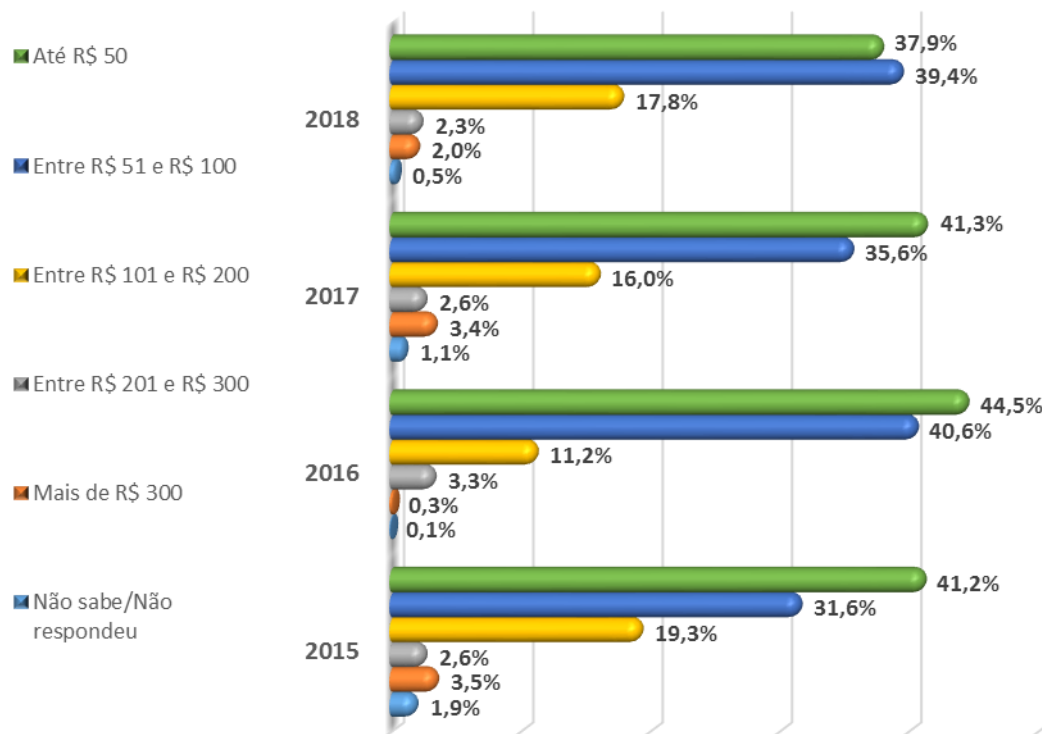


Gráfico 4 – Média de gasto com presente de Páscoa por ano

Fonte: Fecomércio RN

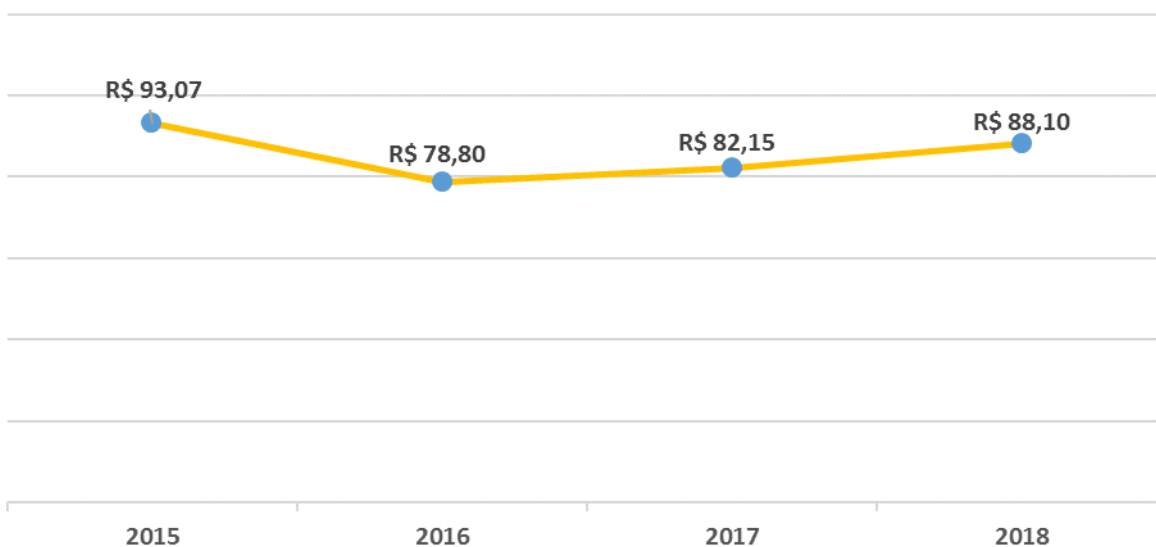
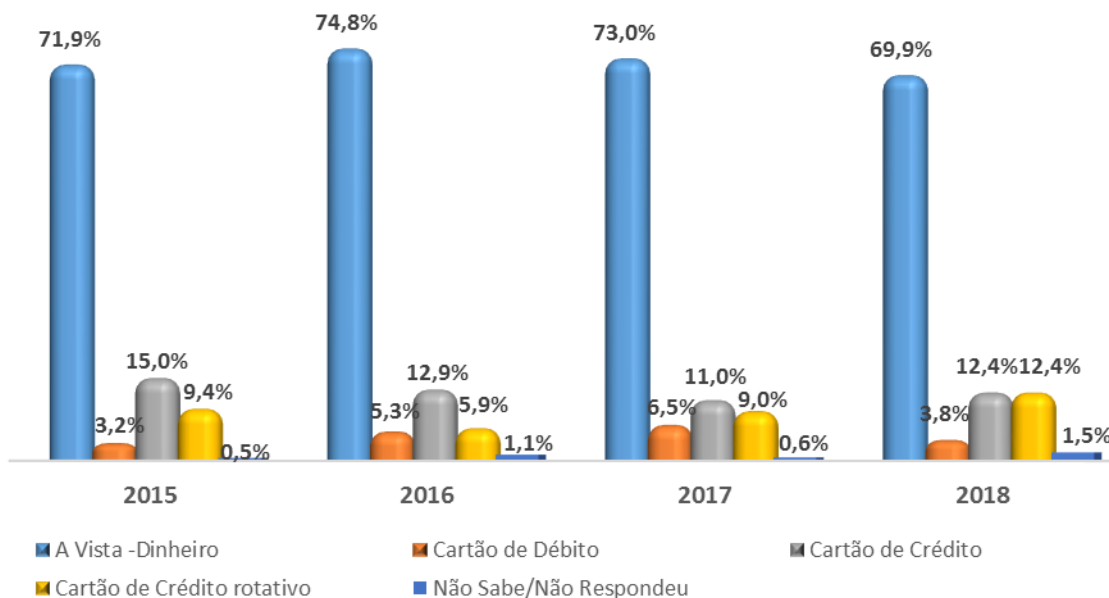


Gráfico 5 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) deseja utilizar?

Fonte: Fecomércio RN



Local e quando compra

Gráfico 6 – Quando irá realizar a compra?

Fonte: Fecomércio RN

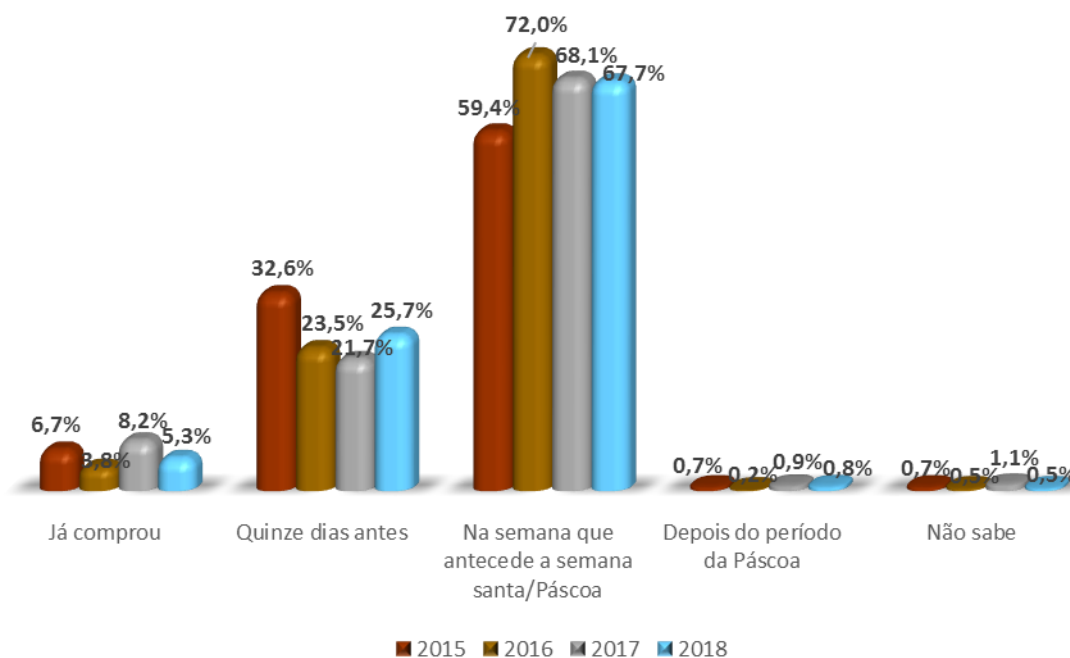
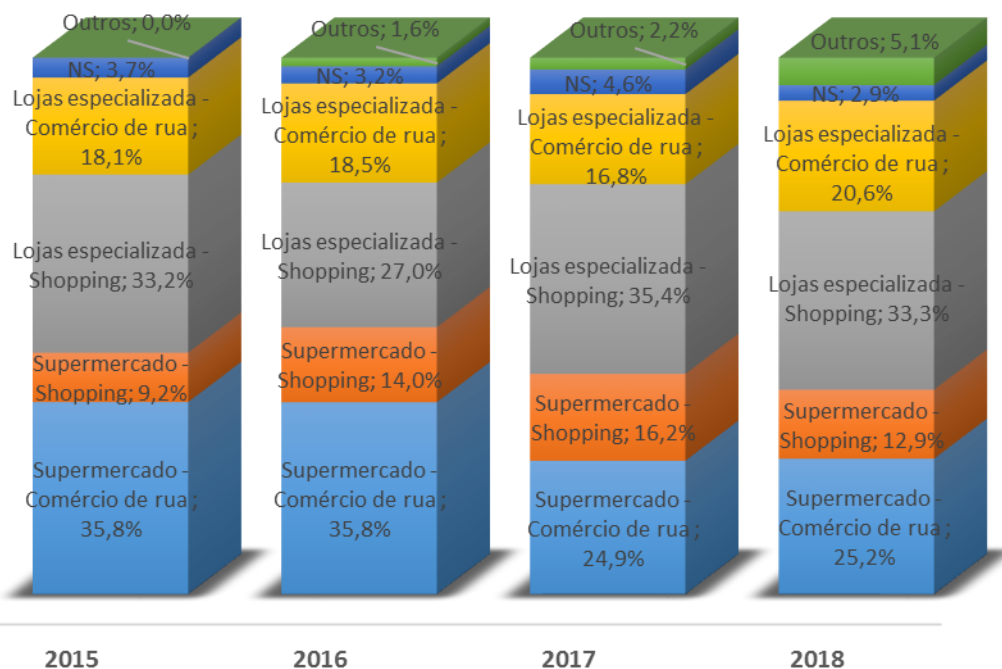


Gráfico 7 – Onde o (a) sr. (a) pretende comprar o presente?

Fonte: Fecomércio RN



Motivação para ir às compras

Tabela 5 – Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018
Preço/Oferta e Promoções	42,0%	47,4%	52,9%	50,6%
Marca do Produto	38,7%	50,6%	37,1%	42,0%
Brindes	6,9%	7,6%	7,1%	7,4%
Localização da Loja	1,5%	5,3%	2,6%	4,1%
Outros	1,3%	0,0%	1,4%	3,8%
Formas de Pagamento	2,9%	2,5%	3,4%	3,3%
Nome da loja	1,5%	0,9%	0,3%	1,8%
Qualidade	2,1%	0,7%	2,6%	1,5%
Indicação de amigos ou parentes	1,7%	1,6%	1,4%	1,3%
Propaganda	0,6%	1,1%	2,0%	0,5%
Não sabe/Não respondeu	0,8%	0,0%	0,9%	0,0%

Gráfico 8 – O (a) Sr. (a) irá realizar pesquisa de preço antes de comprar?

Fonte: Fecomércio RN

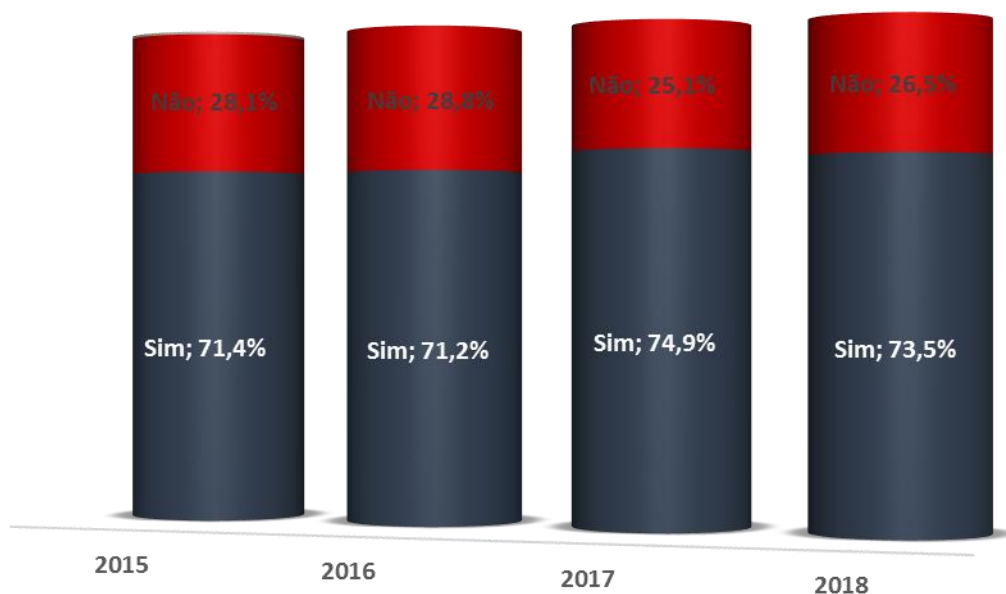


Tabela 6 – Onde pretende comemorar a Páscoa

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2016	2017	2018
Em casa	71,5%	72,2%	75,7%
Casa de parentes	21,5%	21,9%	18,0%
Casa de amigos	1,4%	2,7%	2,6%
Trabalho	0,6%	0,5%	0,3%
Restaurante	0,5%	0,5%	0,3%
Igreja	0,0%	1,3%	2,3%
Outra	3,0%	0,4%	0,3%
Não sabe ainda	1,5%	0,8%	0,5%

Consumo de Peixes

Gráfico 9 – Na Semana Santa o (a) sr. (a) vai consumir peixes e crustáceos?

Fonte: Fecomércio RN

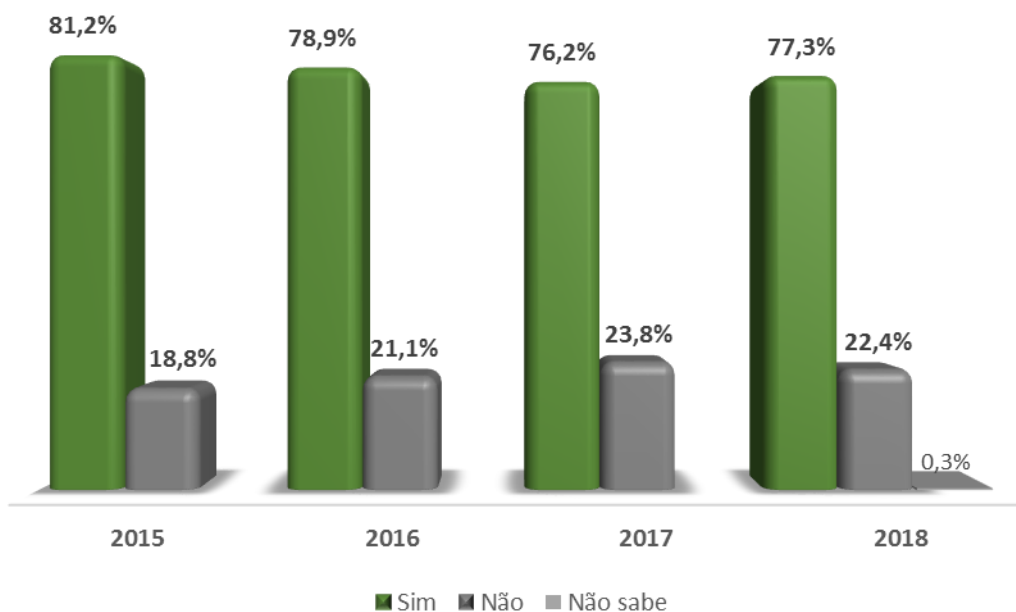


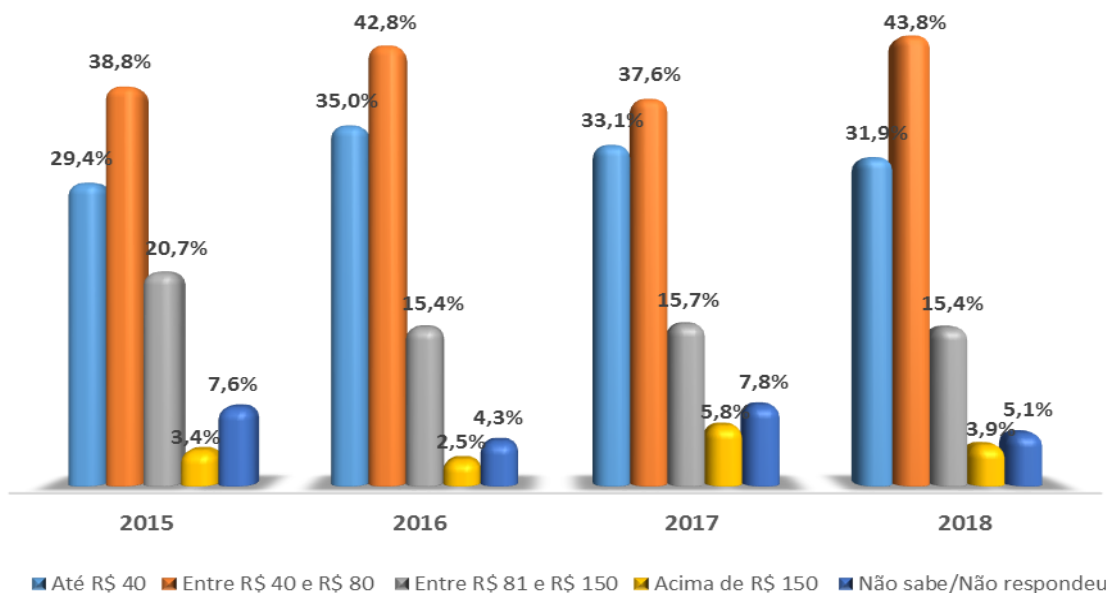
Tabela 7 – Tipo de peixe que pretende comprar de pescados?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2017	2018
Tilápia	9,2%	19,6%
Atum	21,3%	15,3%
Cioba	7,6%	7,0%
Dourado	6,0%	6,7%
Bacalhau	9,2%	6,5%
Curvina	1,0%	5,6%
Merluza	6,0%	3,4%
Meca	4,0%	2,9%
Sardinha	3,2%	2,7%
Camarão	1,4%	2,7%
Guaiuba	1,4%	2,3%
Salmão	2,0%	1,6%
Pescada	0,4%	1,3%
Abacora	0,2%	1,1%
Cavala	0,2%	0,7%
Tainha	2,0%	0,7%
Cação	1,2%	0,5%
Robalo	0,4%	0,5%
Serra	2,4%	0,5%
Espada	0,6%	0,4%
Outros	1,6%	3,3%
Não sabe	18,5%	14,7%

Gráfico 10 – Quanto o (a) sr. (a) pretende gastar nas suas compras de pescados (R\$)?

Fonte: Fecomércio RN



Pretensões de Viagem

Gráfico 11 – O (a) sr. (a) pretende viajar durante o feriadão da Semana Santa/Páscoa?

Fonte: Fecomércio RN

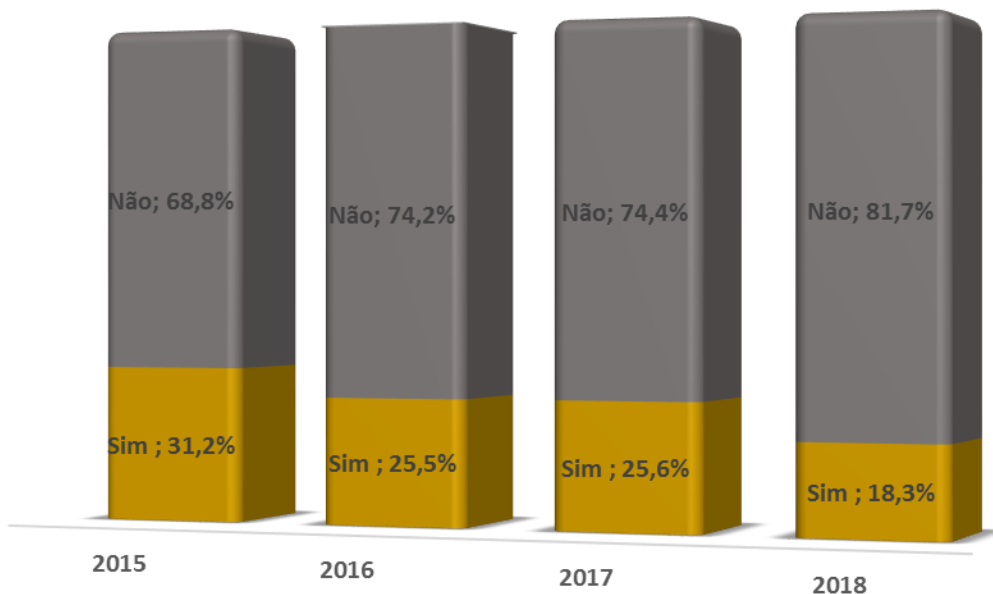


Tabela 8 – Qual o motivo da viagem?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018
Passar, conhecer nova cidade	39,2%	25,0%	18,8%	17,4%
Visitar parente/amigos	56,9%	70,8%	78,2%	79,3%
A trabalho	1,5%	1,2%	1,2%	0,8%
Outros	2,5%	3,0%	3,0%	3,3%

Gráfico 12 – Qual o destino?

Fonte: Fecomércio RN

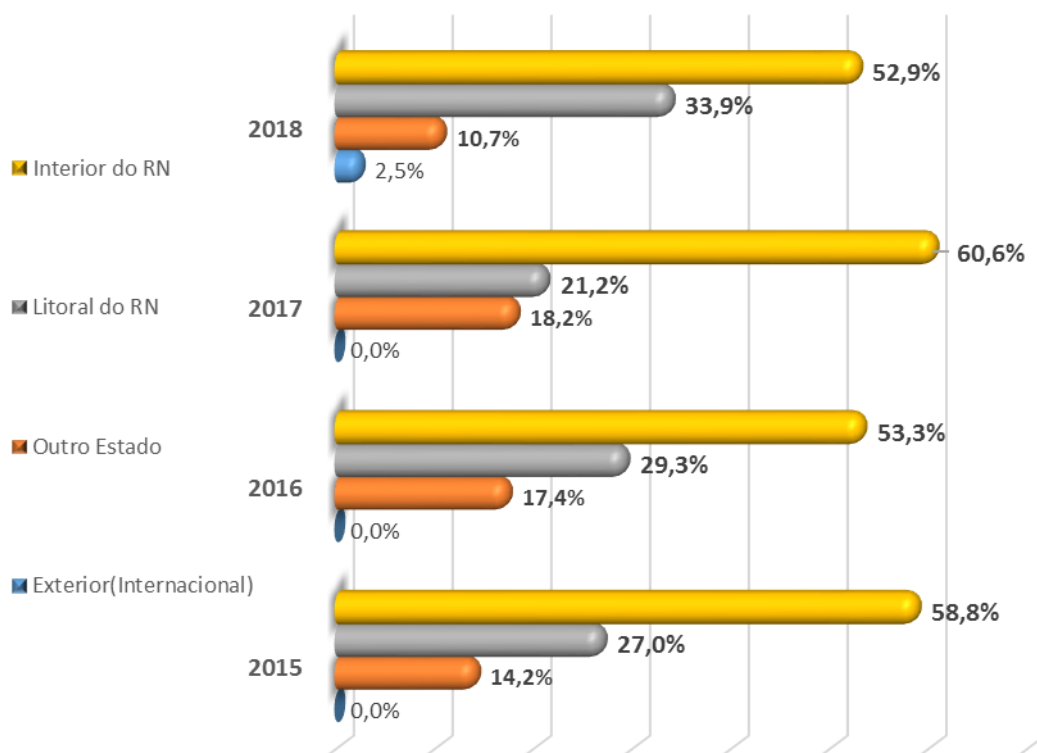


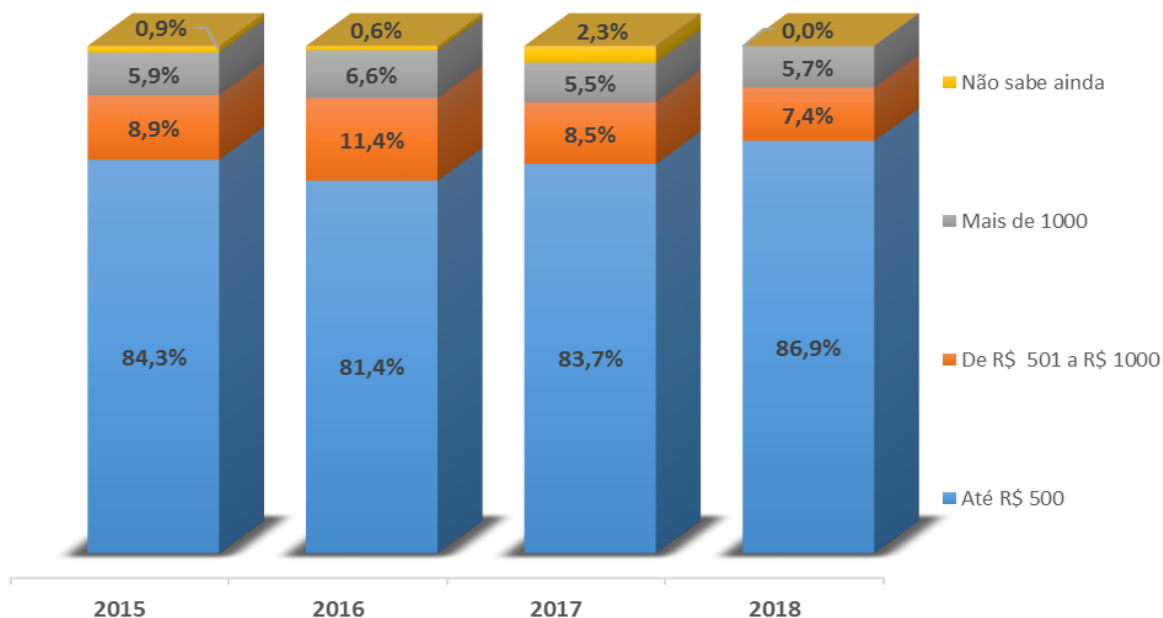
Tabela 9 – Qual o meio de transporte utilizado para viajar?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018
Carro	69,3%	69,5%	69,1%	62,8%
Ônibus	20,8%	19,2%	20,6%	19,0%
Avião	4,0%	4,2%	4,8%	5,0%
Van	1,5%	1,8%	1,8%	4,1%
Moto	0,5%	1,8%	2,4%	5,0%
Outros	2,9%	3,5%	0,7%	4,1%
Não sabe/Não respondeu	1,0%	0,0%	0,6%	0,0%

Gráfico 13 – Na sua viagem, qual o seu gasto médio, incluindo todos os itens?

Fonte: Fecomércio RN



Momento

Gráfico 14 – Quanto aos preços cobrados por produtos nessa Páscoa, o sr. (a) acredita que eles estarão:

Fonte: Fecomércio RN

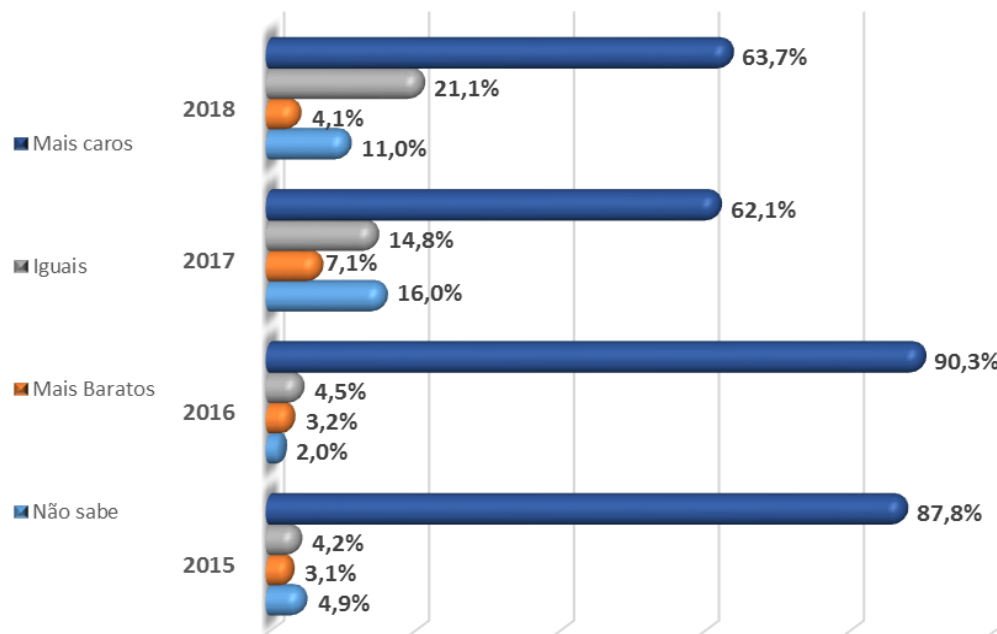


Gráfico 15 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?

Fonte: Fecomércio RN

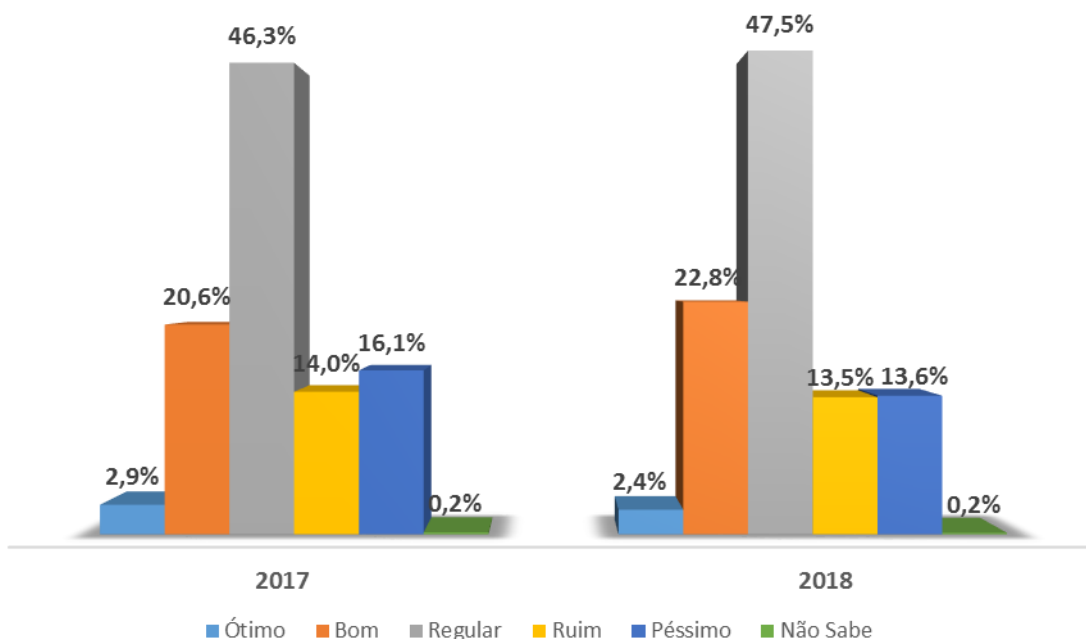
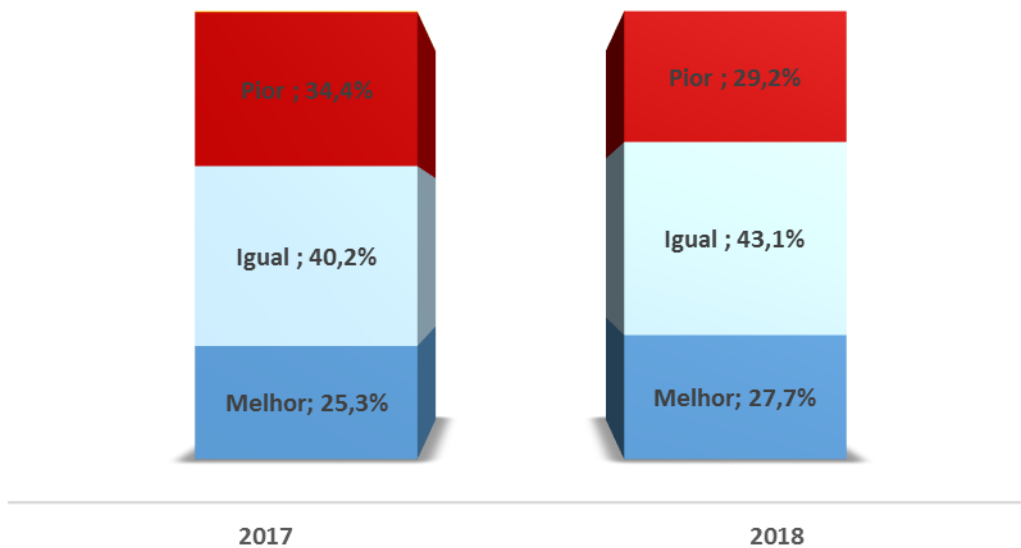


Gráfico 16– Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?

Fonte: Fecomércio RN



Perfil dos Entrevistados

Gráfico 17 – Sexo
Fonte: Fecomércio RN

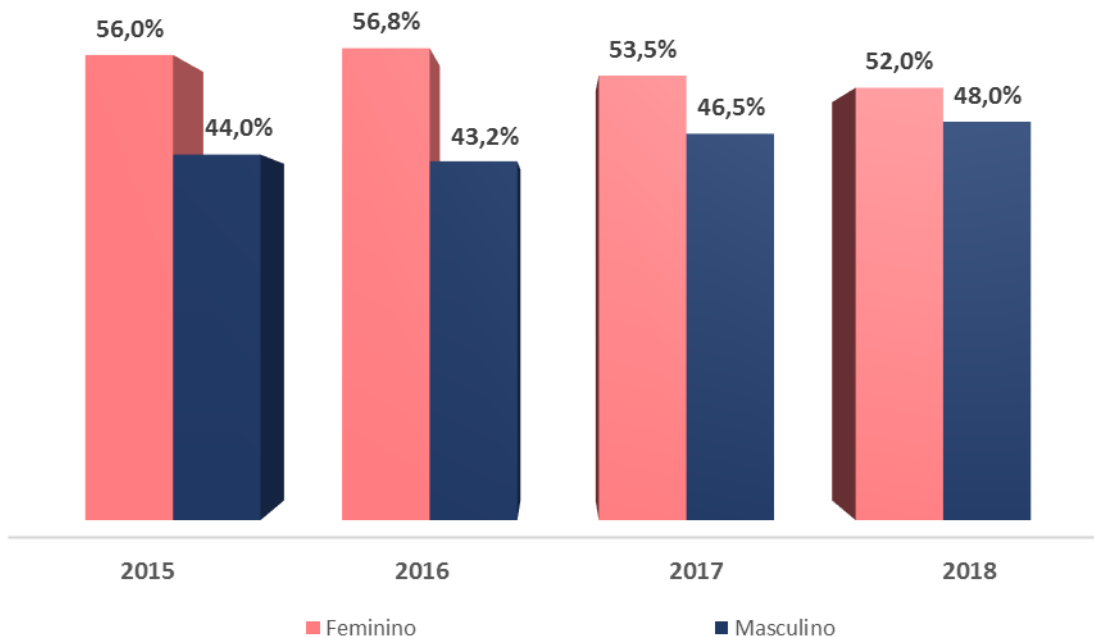


Gráfico 18 – Faixa etária

Fonte: Fecomércio RN

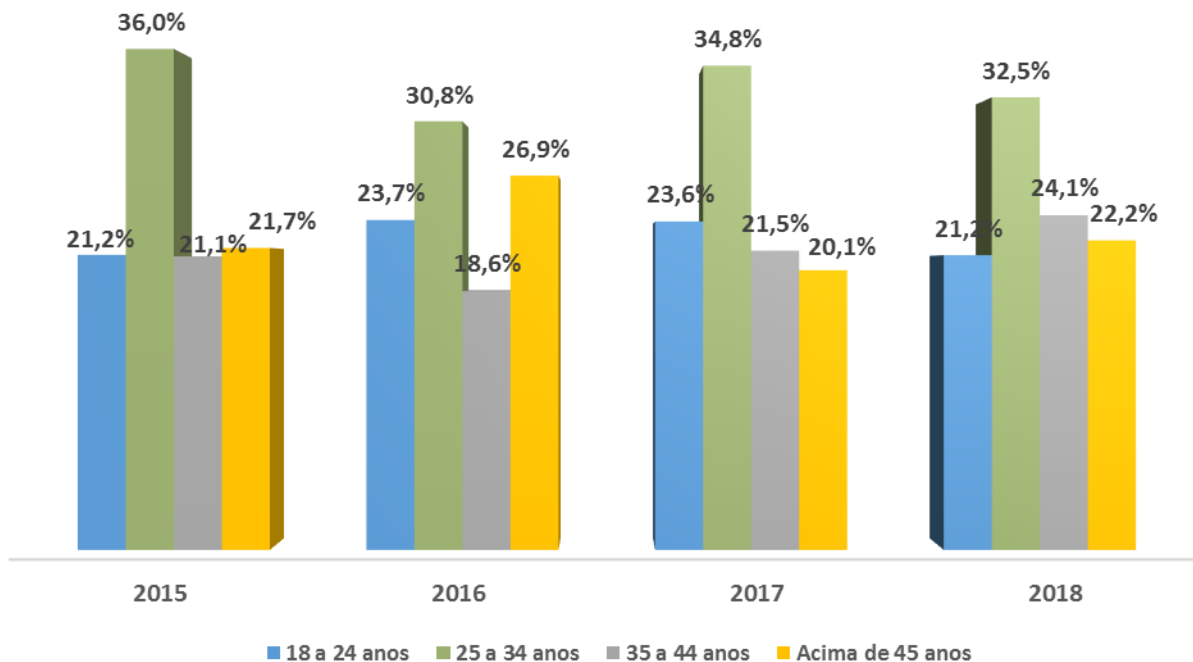


Gráfico 19 – Escolaridade

Fonte: Fecomércio RN

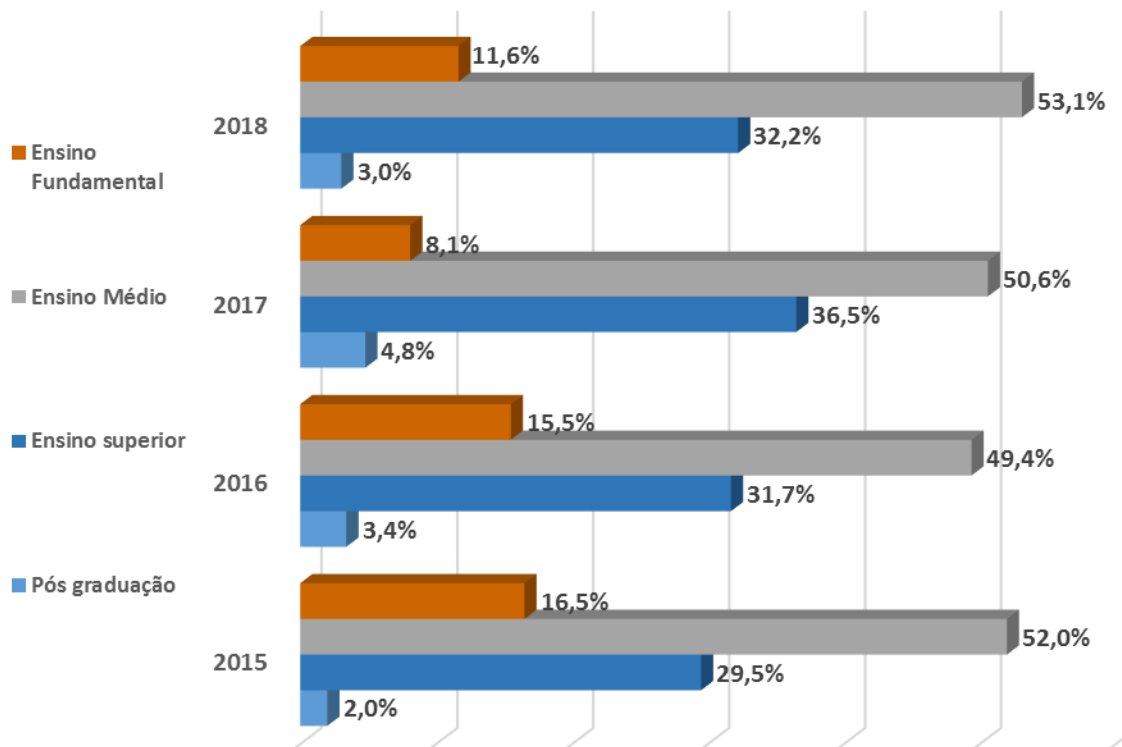
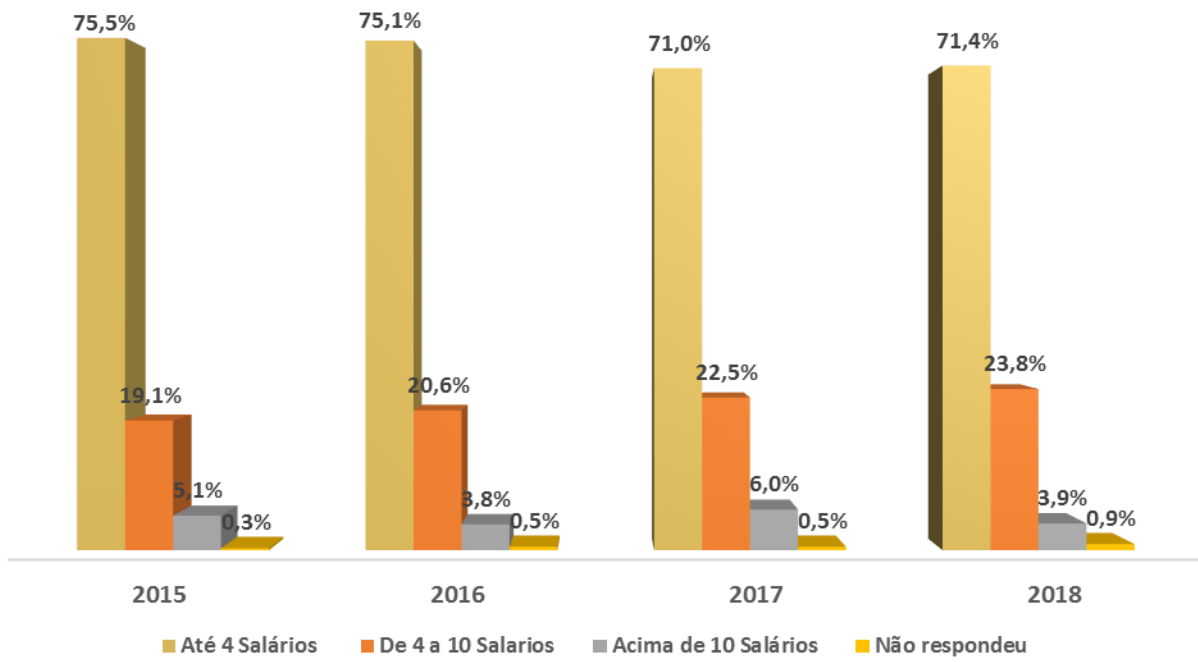


Gráfico 20 – Renda familiar
 Fonte: Fecomércio RN



**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 Fontoura
Estatístico

Hugo Sérgio
Nivaldo Gonçalves
Elizabeth Pontes
Daniela Lourena
Jaqueline Aires
Pesquisadores

João Maria Soares
Estagiário