Fecomércio RN

PDC FECOMERCIO/RN

PESQUISA

Intenções de Compras para o Dia das Mães
Natal - RN

Natal, abril de 2018

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 8

Passeio 8

Momento 9

4. GRÁFICOS E TABELAS ***10***

Presentes 10

Gastos 13

Local e quando compra 14

Atrativos para ir às compras 16

Passeio 17

Momento 18

Perfil 20

1. INTRODUÇÃO

Em 2018 o Dia das Mães será comemorado pelos brasileiros no dia 13 de maio. A data rende homenagens às mães e à maternidade, destacando-se no calendário do país como a segunda principal data comercial do ano. As comemorações e homenagens movimentam a economia local, pois, estimulam os desejos de se presentear não somente as mães, as avós e as esposas.

Diante disto, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte (FECOMÉRCIO RN), por meio do Instituto de Pesquisas e Desenvolvimento do Comércio (IPDC), realizou a pesquisa "Intenções de Compras para o Dia das Mães 2018". Além de avaliar a intenção de consumo, a pesquisa busca identificar os gastos com presentes, formas de pagamento, os elementos levados em consideração perante a compra, os principais locais de compras, as pretensões de comemorações, etc.

Tendo em vista a necessidade de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas, os empresários 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 e privados, 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 ocorreram entre os dias 14 e 17 de abril 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 à data comemorativa.

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 entrevistados 665 consumidores, distribuídos 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 3,4%.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando 23 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 nos auxiliem a descrever a intenção da população, através da interpretação de gráficos e tabelas.

3. SÍNTESE DOS RESULTADOS

Intenções de compras

A pesquisa de intenção de consumo para o Dia das Mães 2018 mostra que 75,9% dos consumidores pretendem comprar algum produto para presentear em função da data, ao passo que 24,1% não irão comprar produto. Na comparação com o mesmo período do ano passado, os dados indicam uma leve melhora nos resultados da pretensão de comprar nesta data sazonal, apresentando crescimento de 1,2 pontos percentuais do número de consumidores que pretendem adquirir algum produto para presentear.

Analisando as justificativas daqueles que não vão gastar na data, entre os principais motivos estão: não ter quem presentear (43,7%); falta de dinheiro (31%); distância (7,6%); desemprego (7,6%); não ter o hábito de presentear (7,6%); poupar (1,9%); e dívidas (0,6%).

Sobre os tipos de presentes, o levantamento revela que cerca de 34,5% das pessoas que irão presentear as suas mães devem apostar em roupas. Em seguida, outros 25,3% devem escolher artigos de perfumaria; 12,7% devem optar por eletrodomésticos; 8,5% por calçados; 4,2% por artigos de decoração; 3% por acessórios/joias/relógio; 2,2% por celulares/eletrônicos, entre outros. Em comparação ao mesmo período do ano passado, o setor de vestuário apresentou aumento em sua intenção de compras, assim como artigos de decoração e acessórios.

Na análise da quantidade de presentes que devem ser comprados para o Dia das Mães deste ano, observa-se que 73,6% das pessoas optarão por presentear com apenas um produto. Já 21,5% poderão comprar até dois produtos para presentear. Comprar três presentes é a intenção de 4,1% dos consumidores, enquanto 0,8% devem comprar quatro ou mais produtos. Consequentemente, o levantamento revela o avanço de 9,1 pontos percentuais dos consumidores com a preferência de comprar um produto, em relação à mesma pesquisa.

Quando perguntado para as mães o que elas gostariam de ganhar dos filhos se pudessem escolher, os presentes preferidos pela maioria seriam roupas (23,2%); seguidos de perfumes/cosméticos (16,7%); calçados/bolsas (15,3%); eletrodomésticos (12,8%); celular e smartphone (5,9%); viagem (5,4%); e joias/relógios (4,9%).

Com relação às pessoas que serão presenteadas, a própria Mãe lidera as intenções, com 90,1% das respostas. Mas os dados da pesquisa mostram que os consumidores natalenses deverão buscar produtos não somente para as mães, mas também para a esposa (14,3%); sogra (12,3%); avós (5,7%); irmãs (2%); filhas (1,8%) e outras relações de parentesco que remontem aos laços de maternidade afetiva.

Gastos

A média do valor do presente pretendido pelo consumidor este ano foi calculada em R$ 121,84. No ano passado, o gasto médio calculado tinha sido de R$ 115,68. Assim, o valor médio do presente quando comparado ao ano passado, teve um crescimento nominal de 5,3%, mas quando se analisa o valor médio real da compra, levando-se em conta inflação do período, observa-se um aumento de 2,6%.

A distribuição dos gastos mostrou que as faixas de gastos entre R$ 100,00 e R$ 300,00 apresentaram elevações quando comparadas ao mesmo período do ano anterior. Para este ano, 39,5% dos entrevistados disseram que irão gastar de R$ 51,00 a R$ 100,00; 24,3% entre R$101,00 e R$200,00; 17,2% acima de R$ 200,00 e 17% acreditam que gastarão até R$ 50,00 com presentes na data comemorativa.

Com relação à forma de pagamento dos presentes do Dia das Mães, os consumidores natalenses mostram preferência pelo pagamento em dinheiro (59,5%). A segunda forma de pagamento mais citada foi o cartão de crédito parcelado (30,2%); seguida pela forma à vista no cartão de débito (5,3%); e à vista no cartão de crédito (4,1%). Em relação ao ano passado, a modalidade à vista em dinheiro aumentou 6,3 pontos percentuais, assim como o uso do cartão de crédito parcelado avançou 4,6 pontos percentuais. Por outro lado, a tendência pelo uso do cartão de crédito à vista reduziu -6,7 p.p., como também a preferência pelo débito recuou -2,7 p.p.

69,9% dos consumidores disseram que pretendem fazer pesquisa de preço antes da compra do presente do dia das mães. Em 2017, 68,3% diziam que iriam praticar essa alternativa antes de efetivar a compra.

Local e quando compra

Os locais preferidos pelos consumidores para a compra do presente do Dia das Mães continuam sendo as lojas de Shopping Centers e as lojas do comércio de rua, que lideraram as escolhas dos natalenses com índices de 49,1% e 38,6%, respectivamente. Em 2017, os percentuais apontavam para shopping center, com 45,6% das intenções e lojas de comércio de rua, com 40,9%. O levantamento indica ainda que 4,4% dos entrevistados pretendem comprar pela internet, uma elevação de 2 p.p. comparado ao ano anterior.

De acordo com a pesquisa, a maioria (72,6%) dos consumidores tem a intenção de comprar o presente exatamente na semana do Dia das Mães, esperando possíveis reduções nos preços. Enquanto que 20,3% do total de respondentes estão planejando realizar suas compras na primeira semana de maio, ou seja, quinze dias antes da comemoração. 5,9% do total já anteciparam as compras dos presentes.

O dia preferido para ir às compras, segundo o levantamento, deverá ser o sábado, com 32,9% da indicação das pessoas. A quarta-feira (12,1%), segunda-feira (11,9%), sexta-feira (11,1%) e a terça-feira (7,7%), também aparecem na lista o domingo (6,7%) e a quinta-feira (6,3%). 14,9% ainda não sabem qual o dia vão comprar os presentes.

A análise referente aos dias escolhidos para se realizarem as compras é uma informação importante sob o ponto de vista estratégico para os empresários do comércio, que poderão programar seu atendimento com escalas de horário e funcionários que atendam a um maior número de pessoas em sua loja nos dias de fluxo mais intenso.

Atrativos para ir às compras

No levantamento, observa-se que itens como as promoções (45,6%) e os descontos (27,8%) seguem sendo avaliados pelos consumidores como fatores cada vez mais determinantes na busca pelo local para a realização das compras. Seguidos por atendimento (23,5%), facilidade de pagamento (4,5%), brindes temáticos (3,6%), sorteio de prêmios (3,3%) e divulgação (3,2%). Outros motivos citados apresentaram percentuais abaixo de 1%. Estes itens analisados devem ser aperfeiçoados pelo empresário do comércio em sua busca pela ampliação do seu mercado consumidor, bem como o auxiliará na melhora de seus resultados. Embora as promoções sigam sendo o principal motivo que levam os consumidores a entrarem nas lojas, existe a tendência constante de aprimoramento nos serviços prestados que a concorrência comercial traz, e, portanto, a necessidade de investimento constante em sua atividade empresarial e conhecimento das preferências do consumidor estarão sempre entre as ações mais assertivas que o empresário do comércio deve adotar.

Passeio

A pesquisa avaliou também o nível de intenção dos consumidores natalenses em comemorar o Dia das Mães. 41,7% dos entrevistados disseram que pretendem realizar alguma programação especial para a mãe. Em comparação ao mesmo período do ano passado, houve uma melhora de 3,4 p.p. entre os que desejam comemorar a data.

Para este ano, a intenção de comemorar a data em casa ou de familiar ainda lidera a preferência do consumidor (19%). Embora timidamente se ressaltam as expectativas de maior consumo nos setores de serviço e entretenimento, como restaurantes que tem a intenção de 18% dos que vão comemorar a data.

Dentre os que declararam realizar alguma programação, 45,9% pretendem frequentar um local onde for conveniente para familiares comparecerem; 21,5% planejam ir a um ambiente que a mãe escolher ou tem desejo de conhecer; 16,1% prezarão pelo atendimento do estabelecimento e 12,5% pelo preço/economia.

Momento

52,5% dos consumidores natalenses acham que os preços dos produtos estão mais caros, 31,4% iguais e 11,1% mais baixos. No ano anterior, 57,3% dos compradores acreditavam que os preços cobrados por produtos no dia das mães estariam mais caros, 27,1% iguais e 14,5% mais baratos.

Na opinião de 26,3% dos consumidores natalenses entrevistados, o momento é ótimo ou bom para compra de produtos; 50,2% consideram regular; e 23,5% dos consumidores entrevistados classificam como ruim ou péssimo o momento atual para aquisição de itens. Na edição 2017 da pesquisa, 17,9% consideravam o momento para compra de produtos ótimo ou bom; 47,7% achavam regular e 34,2% avaliavam como ruim ou péssimo.

Em referência à situação financeira das famílias, 30,5% dos consumidores entrevistados declaram estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior, 36,2% afirmam que estão em situação igual e 33,1% acreditam estar em situação pior. Na pesquisa do ano passado, 16,3% analisavam como melhor a situação financeira das famílias, 45,1% ponderavam como igual e 38,6% diziam estar em pior situação.

Pensando no futuro, os consumidores estão bem otimistas, 65,6% dos entrevistados acreditam que daqui a um ano estarão em situação melhor, 17,4% creem que estarão em situação igual, e para 14,3% dos consumidores as condições financeiras serão piores daqui a um ano. 2,4% não souberam responder.

4. GRÁFICOS E TABELAS

Presentes

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

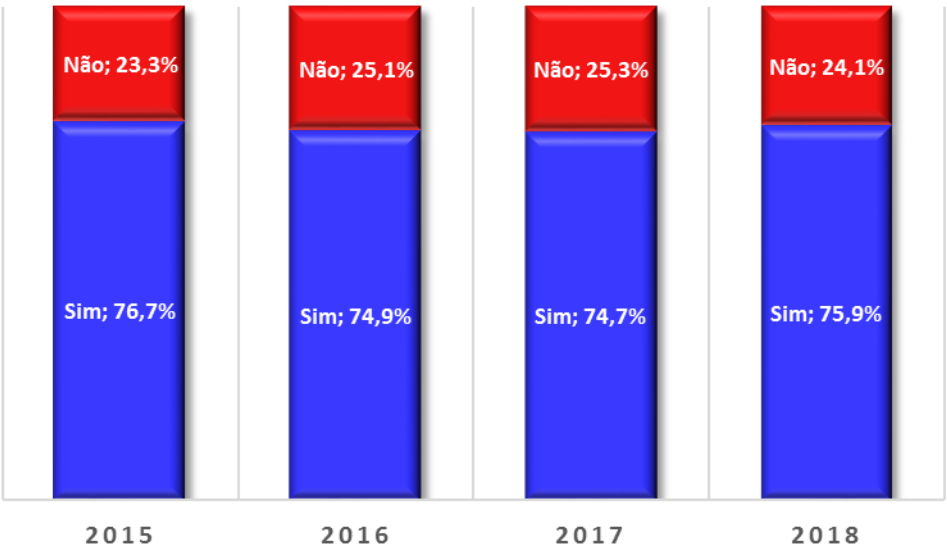


Tabela 1 – Por qual motivo o (a) Sr. (a) não pretende presentear?
Fonte: FECOMERCIORN

Rótulos de Linha	2016	2017	2018
Não tem quem Presentear	35,6%	26,1%	43,7%
Falta de Dinheiro	29,6%	35,0%	31,0%
Mora distante	9,6%	2,5%	7,6%
Desemprego	7,4%	17,2%	7,6%
Dívidas/Contas em atraso	6,7%	4,5%	0,6%
Não costuma Presentear	4,4%	4,5%	7,6%
Poupar	3,7%	10,8%	1,9%
Outros	2,2%	5,7%	0,0%
Não Sabe	0,8%	-	0,6%

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

Rótulos de Linha	2015	2016	2017	2018
Mãe	88,4%	86,3%	88,8%	90,1%
Sogra	12,6%	15,0%	10,6%	12,3%
Esposa	12,4%	13,7%	11,6%	14,3%
Irmã	3,0%	0,4%	1,3%	2,0%
Tia	2,2%	0,7%	1,9%	1,0%
Avó	2,0%	2,2%	5,6%	5,7%
Filha	1,2%	0,2%	0,9%	1,8%
Amiga	0,8%	5,4%	0,6%	0,0%
Outros	1,6%	3,8%	1,4%	1,8%

Gráfico 2 – Quantos presentes serão comprados?
Fonte: FECOMERCIORN

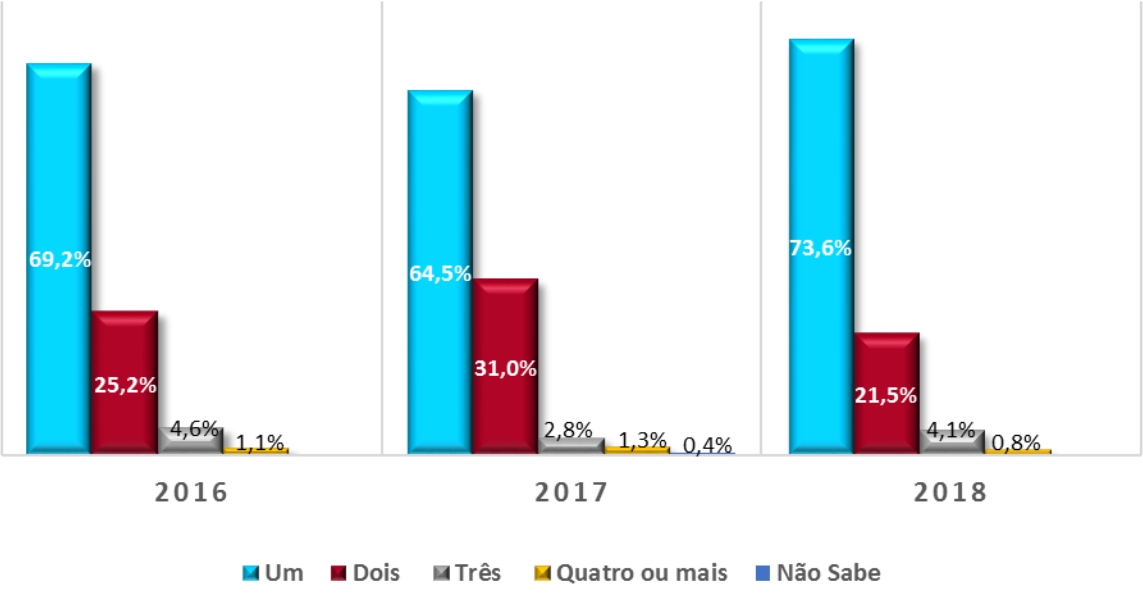


Tabela 3 – No dia das mães, que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessado em presentear? (Múltipla resposta)

Fonte: FECOMERCIORN

Rótulos de Linha	2015	2016	2017	2018
Vestuário	23,6%	37,2%	27,4%	34,5%
Perfume/Cosméticos	22,2%	28,0%	28,2%	25,3%
Eletrodomésticos	14,2%	12,2%	13,8%	12,7%
Calçados/Bolsas	10,2%	12,2%	13,1%	8,5%
Artigos de Decoração	3,4%	3,3%	2,2%	4,2%
Eletrônicos/Celular	3,2%	2,1%	5,2%	2,2%
Flores	2,2%	0,9%	2,4%	0,4%
Acessórios/Joias/Relógio	2,4%	2,2%	2,8%	3,0%
Livro	0,8%	1,3%	0,4%	0,8%
Dinheiro	0,6%	0,0%	0,9%	0,4%
Viagem	0,4%	0,4%	0,2%	0,8%
Outros	11,4%	1,7%	1,6%	4,4%
Não sabe	17,0%	8,9%	12,1%	14,3%

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

Fonte: FECOMERCIORN

Rótulos de Linha	2015	2016	2017	2018
Vestuário	18,6%	29,3%	19,9%	23,2%
Perfume/Cosméticos	16,5%	15,0%	13,0%	16,7%
Eletrodomésticos	13,9%	9,6%	9,9%	12,8%
Calçados/Bolas	11,3%	18,6%	10,6%	15,3%
Eletrônicos/Celular	7,2%	7,8%	10,6%	5,9%
Viagem	3,1%	3,6%	3,7%	5,4%
Flores	2,1%	1,8%	3,1%	2,0%
Artigos de Decoração	1,5%	1,8%	2,5%	3,0%
Joias/Relógios	1,0%	3,0%	3,1%	4,9%
Outros	11,4%	4,8%	3,7%	6,4%
Não Sabe	13,4%	4,80%	19,9%	4,4%

Gastos

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

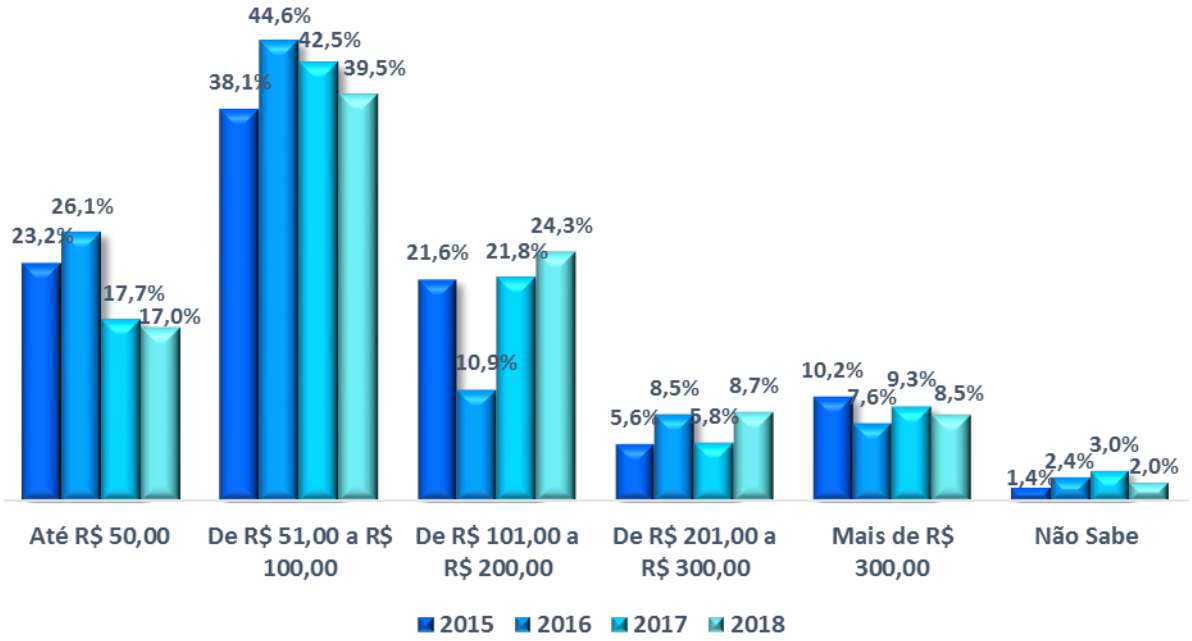
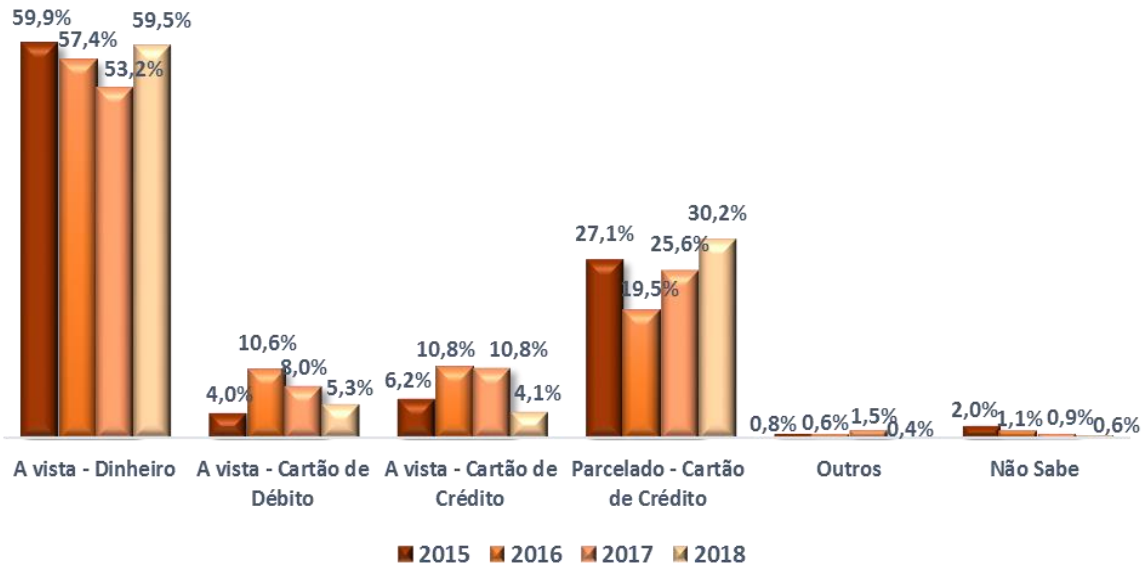


Gráfico 4 – Gasto médio anual.
Fonte: FECOMERCIORN

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: FECOMERCIORN

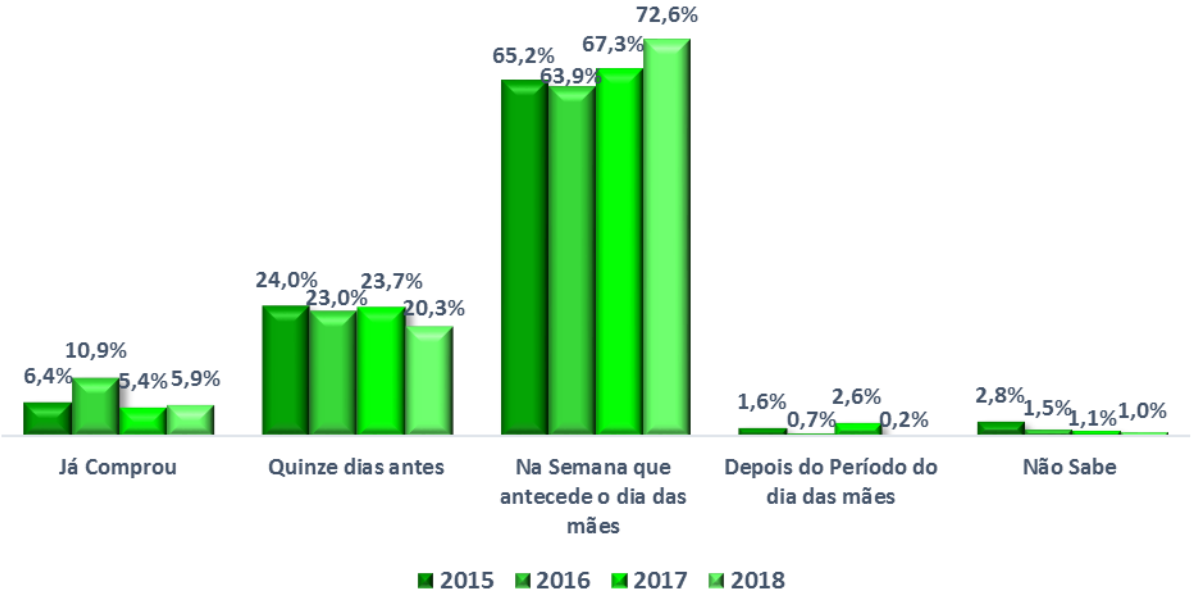


Gráfico 7 – Qual o dia preferido para ir às compras?
Fonte: FECOMERCIORN

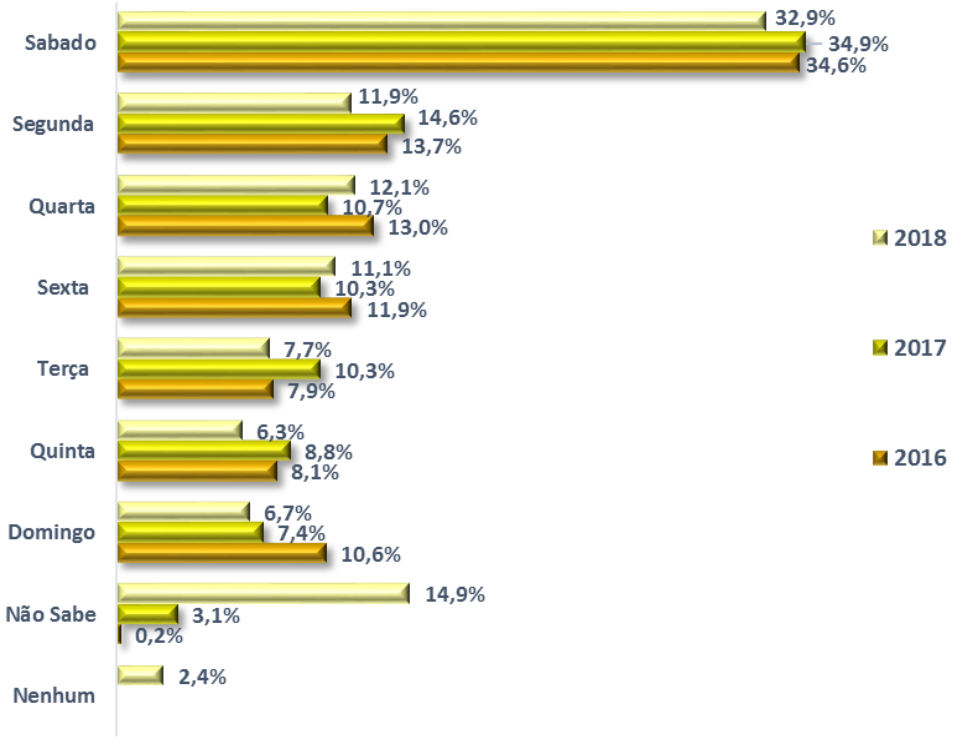
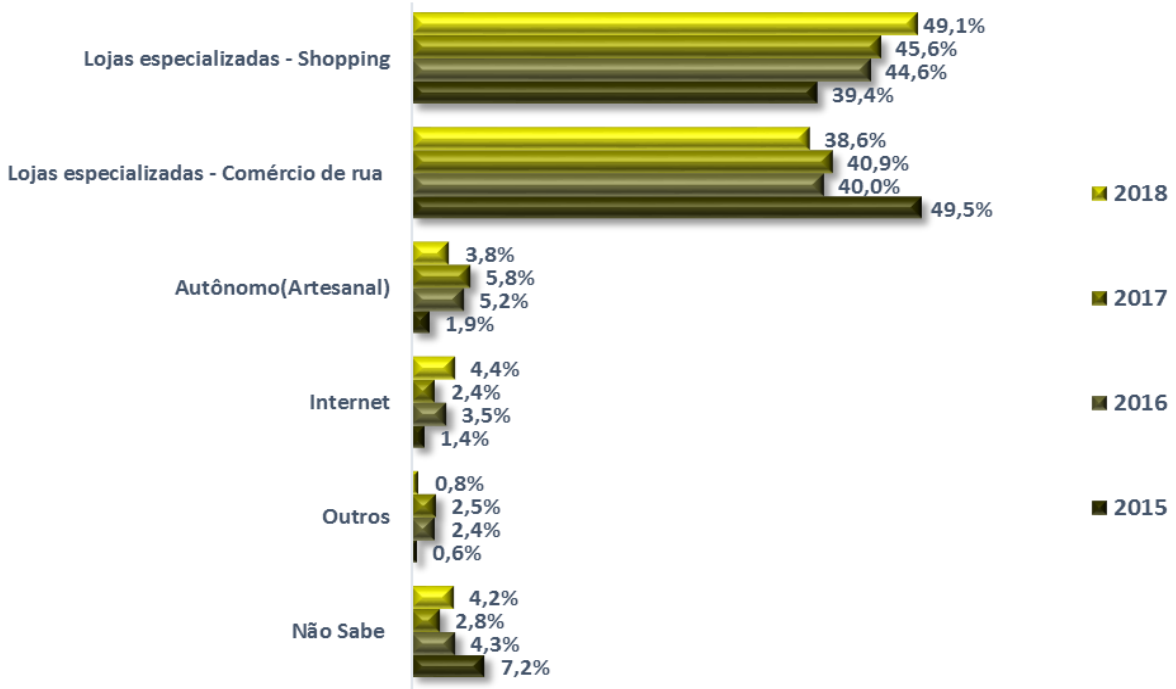


Gráfico 8– Onde o (a) Sr. (a) pretende realizar as compras?
Fonte: FECOMERCIORN

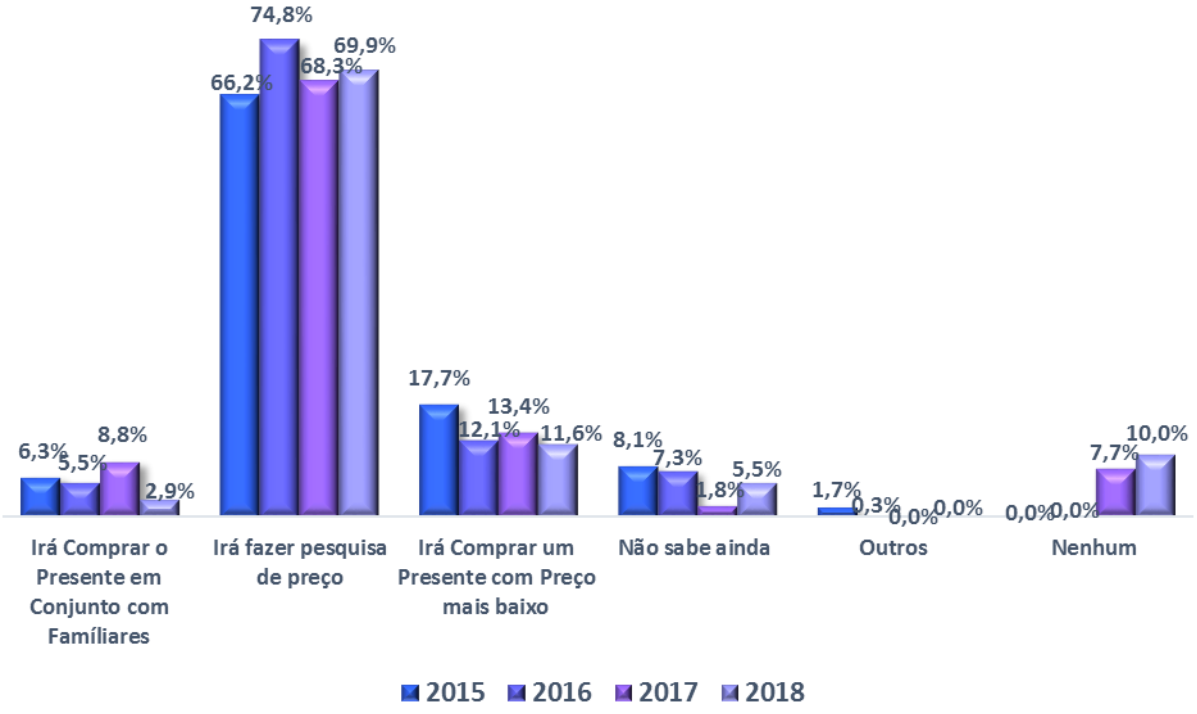


Atrativos para ir às compras

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

Rótulos de Linha	2015	2016	2017	2018
Promoção para cliente fiel	45,7%	51,2%	32,4%	45,6%
Descontos	31,1%	27,8%	42,4%	27,8%
Atendimento personalizado	14,8%	15,2%	13,4%	23,5%
Sorteio de Prêmios	7,6%	3,0%	7,7%	3,3%
Brindes Temáticos	7,4%	4,2%	5,5%	3,6%
Facilidade no pagamento	5,6%	4,0%	8,5%	4,5%
Vitrines bem montadas	3,0%	2,0%	2,1%	0,8%
Variedades	1,2%	1,3%	0,0%	0,6%
Divulgação	1,2%	1,7%	0,0%	3,2%
Outros	4,4%	4,0%	0,4%	0,7%
Nenhum	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%
Não Sabe	0,8%	1,0%	0,5%	1,8%

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

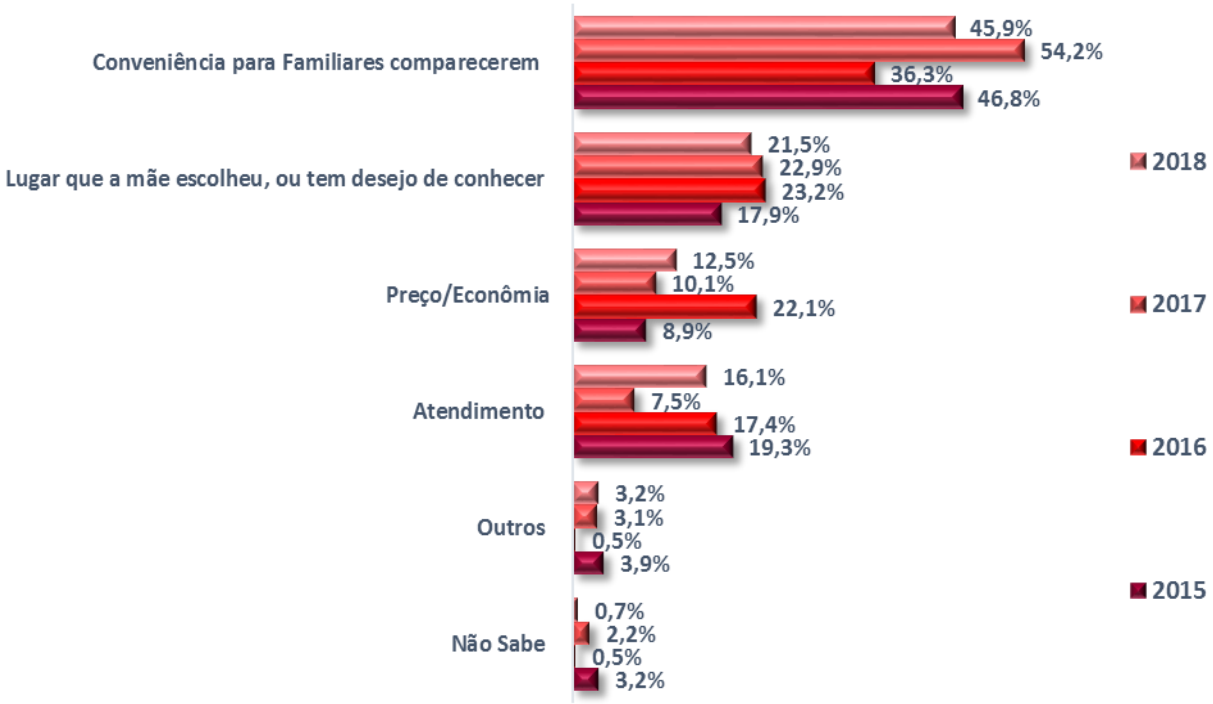


Passeio

Tabela 6 – Irá levar sua mãe a algum passeio?
Fonte: FECOMERCIORN

Rótulos de Linha	2015	2016	2017	2018
Não Irá levar a lugar Nenhum	52,7%	71,2%	60,4%	57,8%
Almoçar/Jantar na casa de Familiar	23,2%	7,0%	20,8%	19,0%
Almoçar/Jantar em um restaurante	16,4%	16,5%	12,5%	18,0%
Viagem para algum lugar especial	2,3%	2,1%	2,6%	1,7%
Outros	2,7%	1,6%	2,4%	3,0%
Não Sabe	2,7%	1,6%	1,4%	0,5%

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

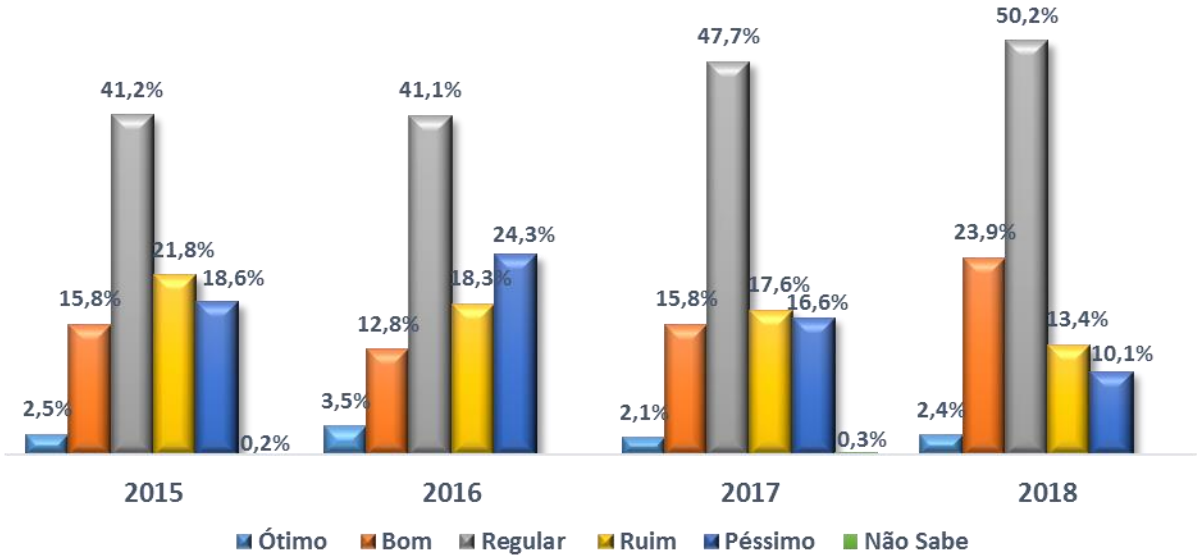


Gráfico 12 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?
Fonte: FECOMERCIORN

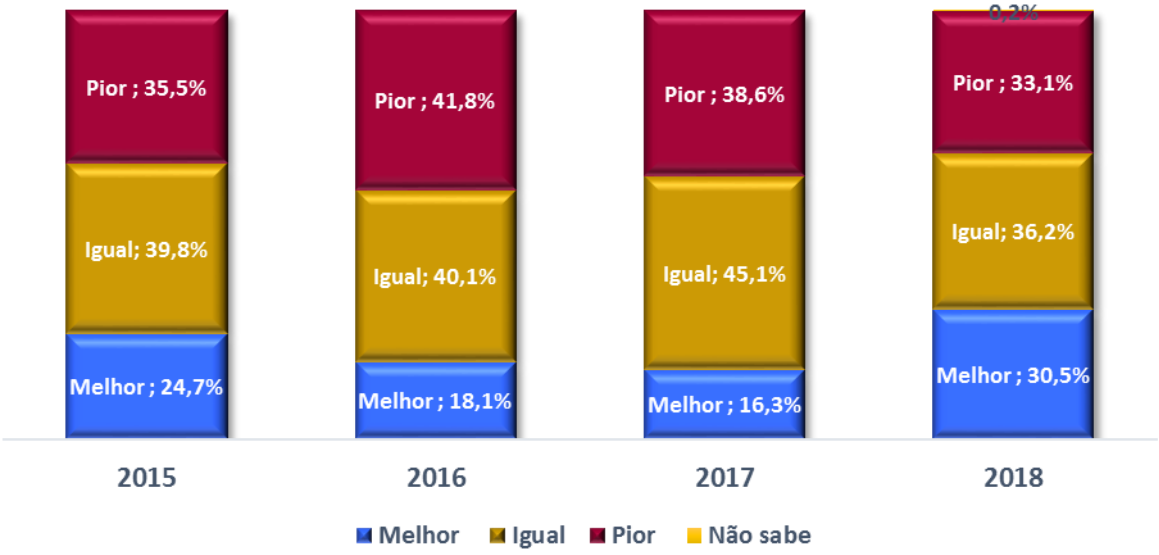


Gráfico 13 – Pensando na situação atual e olhando para o futuro, como você acredita que daqui a um ano estará sua família financeiramente?

Fonte: FECOMERCIORN

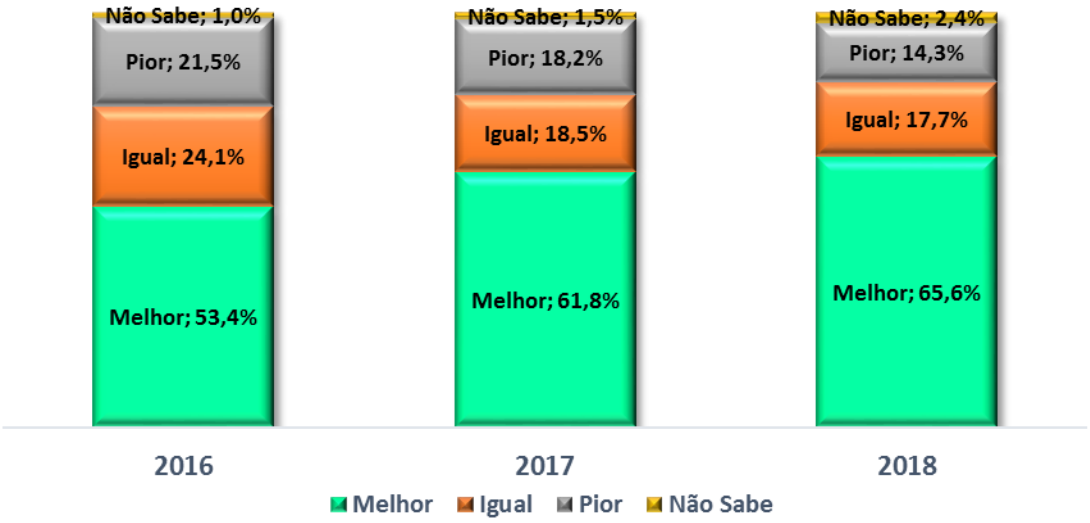
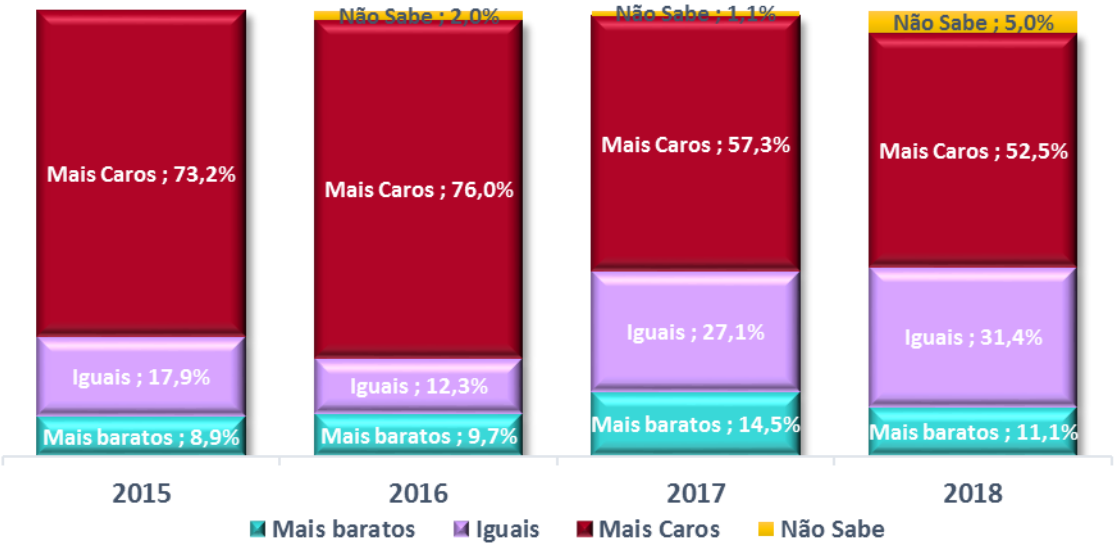


Gráfico 14 – Quanto aos preços cobrados por produtos nesse dia das mães, o Sr. (a) acredita que eles estarão:

Fonte: FECOMERCIORN



Perfil

Gráfico 15 – Sexo
Fonte: FECOMERCIO/RN

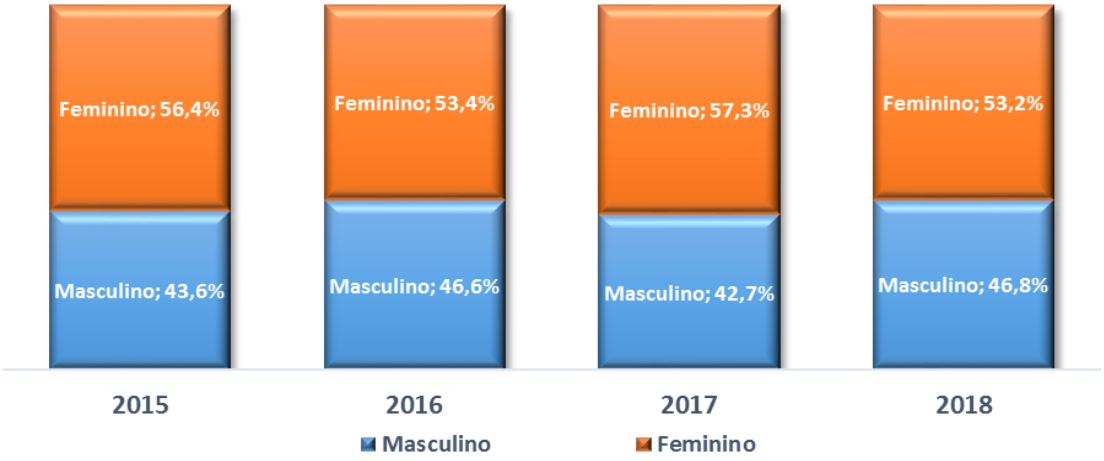


Gráfico 16 – Faixa etária
Fonte: FECOMERCIO/RN

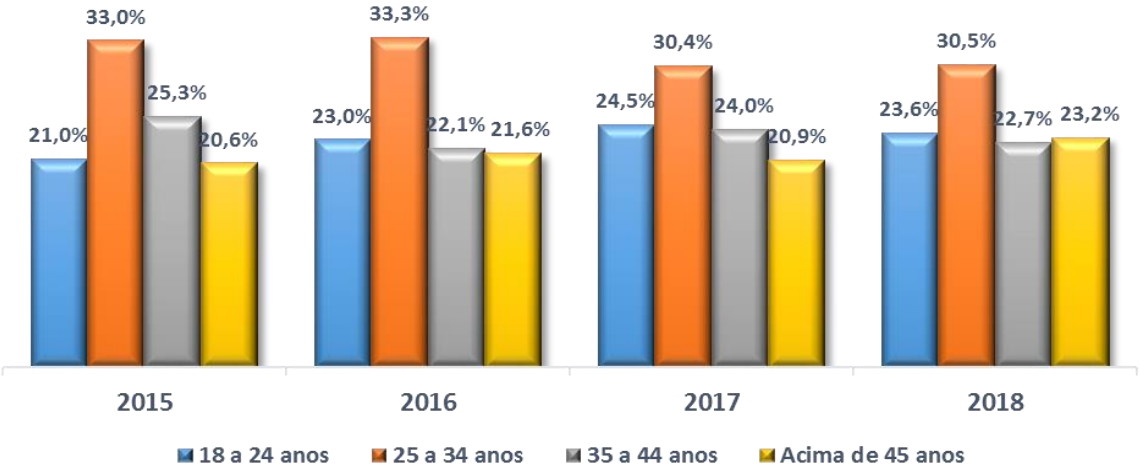


Gráfico 17 – Escolaridade
Fonte: FECOMERCIO/RN

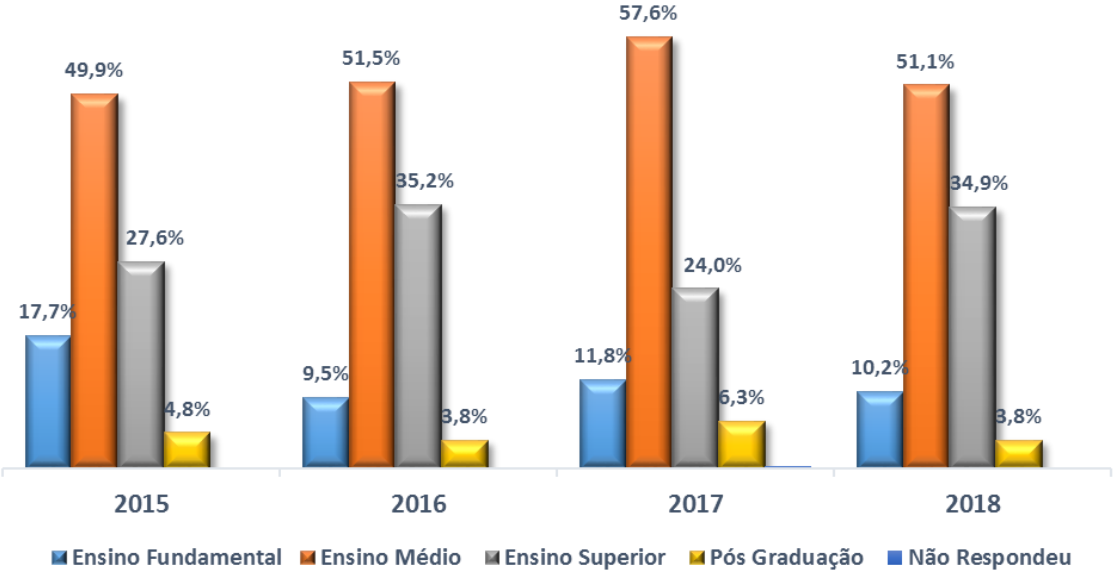
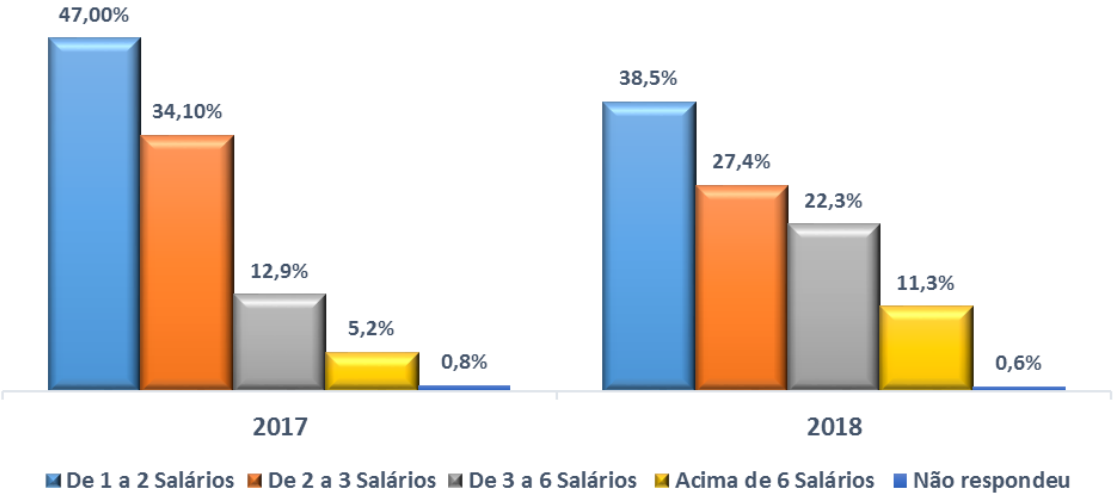


Gráfico 18 – Renda familiar
Fonte: FECOMERCIORN



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 Fontoura
Estatístico

Hugo Sergio
Nivaldo Gonçalves
Daniela Lourena
Elizabeth Pontes
Irismar Alves
Pesquisadores

João Maria Soares
Estagiário