

PESQUISA

Intenções de Compras para a Páscoa - Natal 2019



Sumário

1. APRESENTAÇÃO	3
2. ASPECTOS TÉCNICOS.....	4
3. SÍNTESE DOS RESULTADOS.....	5
Intenções de compras	5
Gastos	6
Local e período de compras	6
Motivação e local de comemoração	7
Consumo de peixes	7
Pretensões de viagem.....	8
Momento.....	8
4. GRÁFICOS e TABELAS	9
Intenções de Compras	9
Gastos	12
Local e quando compra.....	13
Motivação para ir às compras	14
Consumo de peixes	16
Pretensões de viagem.....	17
Momento.....	20

1. APRESENTAÇÃO

A Páscoa é uma data comemorativa do ano relevante para o varejo, por representar uma boa movimentação econômica. A tradição sugere presentear com chocolates e se alimentar de peixes, o que intensifica a procura por esses itens no comércio.

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 2019*. 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, além de outros fatores.

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 16 e 20 de março de 2019. 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 652 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 3,5%.

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

Nesta Páscoa, 59% dos consumidores natalenses pretendem presentear alguém na data comemorativa, percentual semelhante à intenção de compra observada para a data no ano passado (59,5%). Contudo, 41% revelaram não terem pretensão de presentear neste período.

Entre os consumidores que não irão presentear na data; 44,3% afirmaram que não têm dinheiro; 25,6% não têm costume de presentear nesta data; 11,7% estão desempregados e outros 11,7% preferem poupar.

A principal parte dos consumidores presenteará com produtos relacionados ao setor de chocolates (90,1%), como de costume nesta época do ano, seguido pelo setor de vestuário (6,8%), pelos brinquedos (3,6%) e pelos calçados (2,6%).

Posto que o chocolate é o presente típico da Páscoa e representa quase que a totalidade dos presentes nesta época, é fundamental saber qual tipo de chocolates os consumidores natalenses comprarão. A maioria optará por comprar ovos de páscoa (65,7%), seguido de caixas de bombons (27,4%), barras de chocolates (11%), cestas de chocolates (6,1%) e chocolates caseiros (2,3%).

Os filhos (43,1%), pais (26,8%), companheiro (a) (25,7%), sobrinhos (17,7%), afilhados (9,4%), netos (8,8%), irmãos (7,5%) e amigos (3,4%) serão os mais presenteados este ano.

Gastos

Os dados apurados sobre os gastos mostram que 38,3% dos consumidores entrevistados em Natal pretendem gastar entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00 com as compras de presentes de Páscoa este ano. Outros 36,3% pretendem gastar até R\$ 50,00. 17,1% afirmaram que têm intenção de gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00 e 8,3% acima de R\$ 200,00.

Fazendo os cálculos, a pesquisa mostra que a expectativa de gasto médio do consumidor natalense nesta Páscoa será de R\$ 94,82. Este gasto é maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2018, o qual havia sido de R\$ 88,10.

Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores tem como objetivo pagá-las à vista. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (69,2%) pelos natalenses, sendo seguida pela compra parcelada no cartão de crédito (16,3%), pelo cartão de crédito rotativo (7,3%) e pelo cartão de débito (6%). Desta maneira, os natalenses estão pouco dispostos a endividar-se, procurando realizar suas compras, na grande maioria, à vista.

Local e período de compras

Ao se tratar do local de compra dos produtos, os supermercados e as lojas especializadas em chocolates do comércio de rua vão ser a opção da maior parte dos natalenses (47,8%), enquanto que as compras nos supermercados e em lojas especializadas localizadas nos shoppings serão a preferência de 41,4% dos consumidores. Outros locais foram citados por 5,7%, e 5,1% dos consumidores estão em dúvida em qual tipo de estabelecimento comprará o presente.

Sobre o dia das compras, sete em cada dez (73,1%) admitem que comprarão o presente apenas na semana que antecede à data, 21,8% farão as compras quinze dias antes das comemorações, 3,4% já compraram e 1,8% comprarão depois da data comemorativa.

Motivação e local de comemoração

Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor natalense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com o preço, promoções e ofertas é central (57,7%), seguidos pela marca do produto (33,5%), brindes (4,7%), localização do estabelecimento (3,4%), formas de pagamentos (2,3%), entre outros. Ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra são de interesse dos consumidores.

Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Natal o fato de que 76,7% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para a páscoa.

A grande maioria dos consumidores entrevistados pretende comemorar a páscoa em casa, neste ano 72,4% planejam celebrar a data desta forma, 20% irão para casa de parentes, 2,4% para casa de amigos, 2,4% para igreja, além de outros lugares (2%).

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.

Neste ano, 74,2% dos consumidores natalenses pretendem consumir peixes e crustáceos durante o período da nessa Semana Santa.

Com relação aos gastos, 45,2% devem desembolsar entre R\$ 40,00 e R\$ 80,00 na compra dos pescados, 32,6% até R\$ 40,00; 16,7% entre R\$ 81,00 e R\$ 150,00; e 4,1% acima de R\$ 150,00. Sendo o gasto médio de R\$ 65,51 na compra de pescados.

Pretensões de viagem

Além de movimentar o comércio tradicional, a Páscoa também traz impactos para o setor de serviços. É bom saber o número de consumidores que aproveitam o feriado para viajar. Entre os natalenses, apenas 22,7% dos entrevistados afirmaram terem pretensões de viajar.

Dos que pretendem viajar, quanto ao destino da viagem, a maioria dos natalenses afirmou que vai viajar por dentro do próprio estado, movimentando a economia local: interior do estado (62,4%) e litoral do RN (18,8%) aparecem como destaques, seguidos da viagem a outros estados da federação (18,8%).

O IPDC/Fecomércio RN indagou o motivo da viagem, sendo que a visita aos parentes e amigos prevaleceu (76,2%), seguido pelo passeio para conhecer uma nova cidade (20,5%). Para a viagem, 83,1% devem desembolsar até R\$ 500,00 com o passeio, sendo que maioria pretende se locomover de carro (63,1%), enquanto os ônibus surgem como opção para 28,2% dos consumidores que pretendem viajar. Outros 4% almejam utilizar avião como meio de transporte.

Momento

Conforme os dados da pesquisa, 70,1% dos consumidores natalenses acreditam que os preços dos produtos nesta páscoa estarão mais caros do que os do ano passado. 14,9% acreditam na igualdade dos valores e apenas 5,8% acham que os preços vão diminuir em relação à 2018.

Para uma melhor prospecção da data também é importante avaliar a evolução da situação financeira dos consumidores. Os gráficos mostram que 41,3% dos consumidores declararam estar em situação igual que a do mesmo período do ano anterior, 33,1% apontaram que sua situação melhorou e 25,6% afirmaram que estão em pior situação.

A pesquisa revela ainda que 49,7% dos consumidores natalenses consideram que o momento é regular para compra de produtos. 25,5% dos entrevistados afirmaram que é ruim ou péssimo; e 24,7% disseram que o momento atual é ótimo ou bom para aquisição de produtos.

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

4. GRÁFICOS e TABELAS

Intenções de Compras

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

Fonte: Fecomércio RN

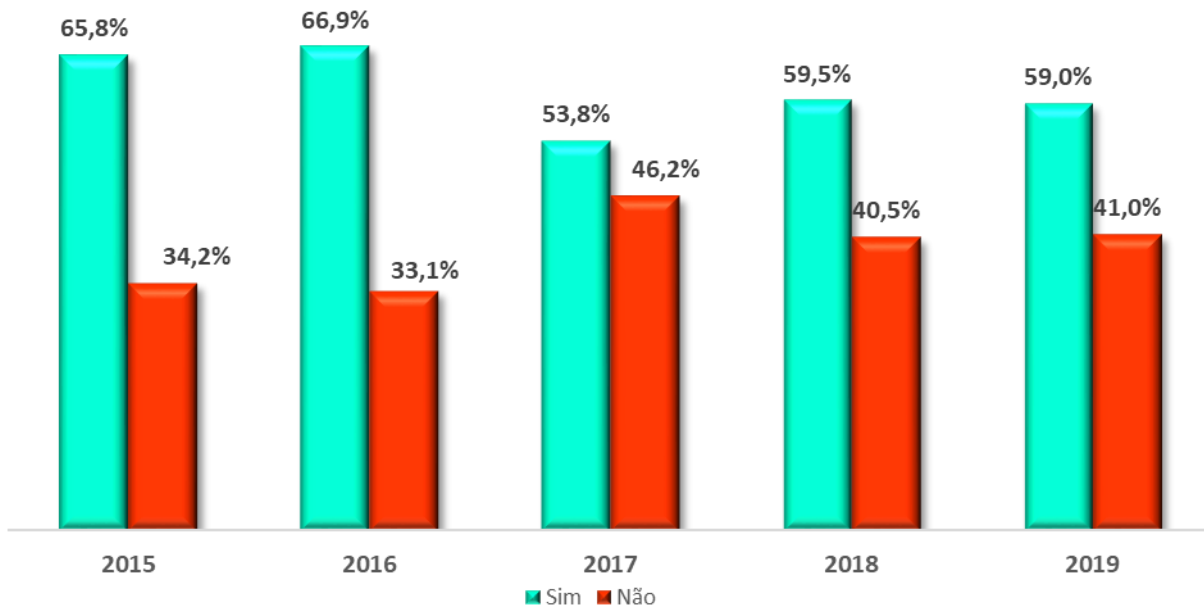


Gráfico 2 – Intenção de presentear na Páscoa

Fonte: Fecomércio RN

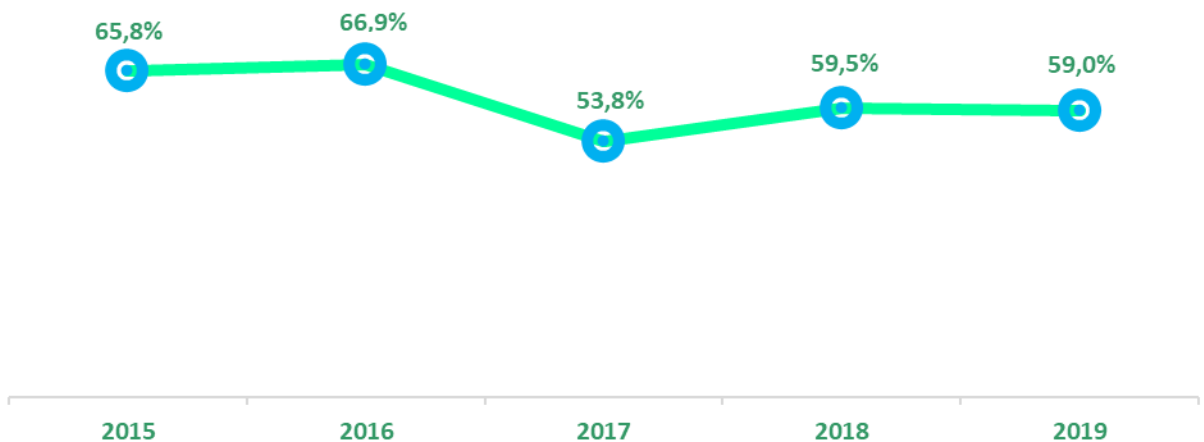


Tabela 1 – (Se respondeu “não” na anterior) Por qual motivo o (a) sr. (a) não pretende presentear?
 Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Falta de dinheiro	19,8%	38,9%	51,5%	48,9%	44,3%
Não segue a tradição/Não tem costume	19,8%	28,1%	30,2%	23,5%	25,6%
Poupar/Economizar	27,0%	13,1%	3,0%	7,1%	11,7%
Desemprego	3,6%	10,0%	5,3%	9,0%	11,7%
Dívidas/Contas em atraso	15,3%	7,2%	8,1%	5,6%	2,9%
Não sabe/Não respondeu	5,9%	-	1,3%	1,1%	2,2%
Outros	8,6%	2,7%	0,6%	4,9%	1,5%

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

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Filho	35,5%	42,5%	38,1%	50,4%	43,1%
Pai/Mãe	11,0%	18,2%	21,0%	15,8%	26,8%
Namorado (a)/Noivo (a)/Esposo (a)	18,3%	26,6%	28,7%	29,5%	25,7%
Sobrinho	14,7%	18,4%	16,5%	15,5%	17,7%
Afilhado (a)	3,2%	5,3%	5,7%	5,1%	9,4%
Neto (a)	7,4%	8,0%	5,1%	8,7%	8,8%
Irmão	3,9%	7,1%	7,1%	4,8%	7,5%
Amigos	3,0%	5,5%	4,8%	4,3%	3,4%
Outros	3,2%	3,2%	4,1%	4,1%	2,9%

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

itens	2015	2016	2017	2018	2019
Chocolates	84,4%	95,9%	89,2%	92,1%	90,1%
Vestuário	6,1%	5,1%	8,8%	7,6%	6,8%
Brinquedos	2,8%	2,1%	3,7%	1,3%	3,6%
Calçados	2,8%	1,4%	1,4%	1,8%	2,6%
Vinhos/Bebidas	2,0%	0,9%	0,6%	1,3%	0,5%
Outros	1,9%	1,7%	2,1%	0,8%	2,3%
Não sabe	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%

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	2019
Ovos de chocolates	71,5%	72,9%	77,4%	65,7%
Caixa de bombons	22,3%	21,1%	33,3%	27,4%
Barras de chocolates	6,5%	6,3%	13,7%	11,0%
Cesta de chocolate	2,4%	3,9%	3,8%	6,1%
Chocolate caseiro	2,4%	3,0%	5,3%	2,3%
Não sabe ainda	1,0%	1,5%	3,8%	2,3%
Outros	-	0,9%	1,5%	1,7%

Gastos

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

Fonte: Fecomércio RN

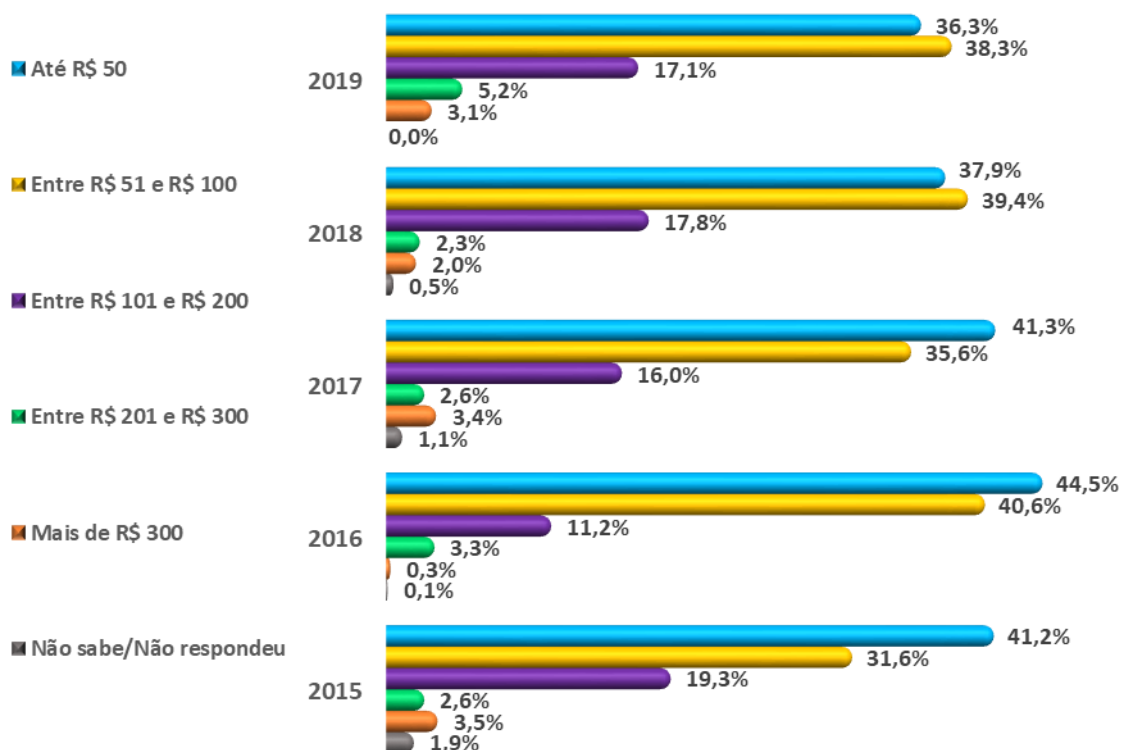


Gráfico 4 – Média de gasto com presente de Páscoa por ano

Fonte: Fecomércio RN

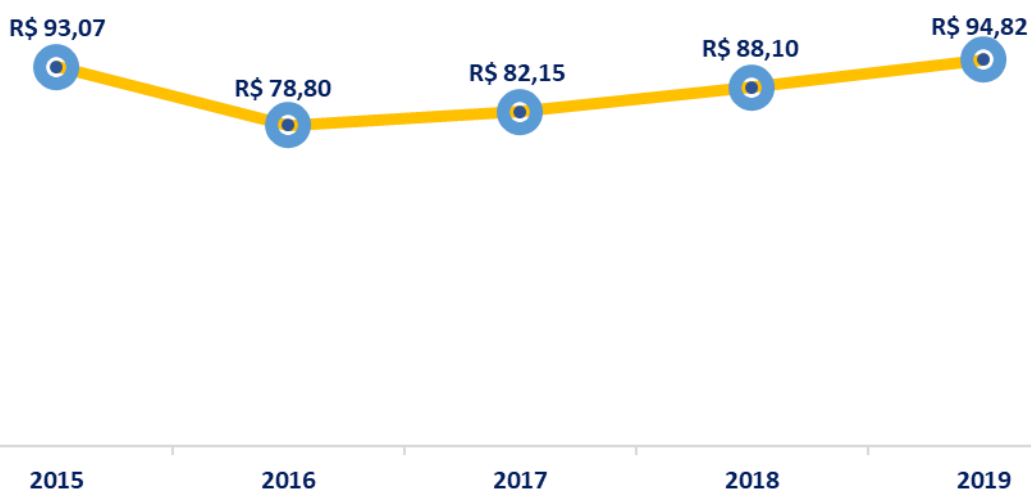
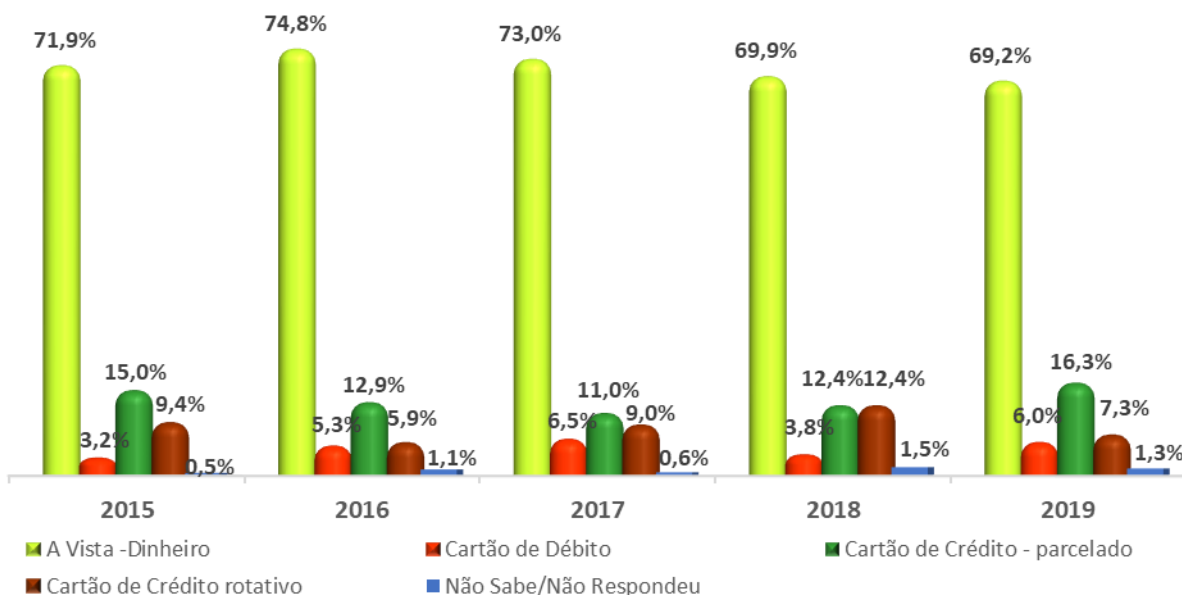


Gráfico 5 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) deseja utilizar?
 Fonte: Fecomércio RN



Local e quando compra

Gráfico 6 – Quando irá realizar a compra?
 Fonte: Fecomércio RN

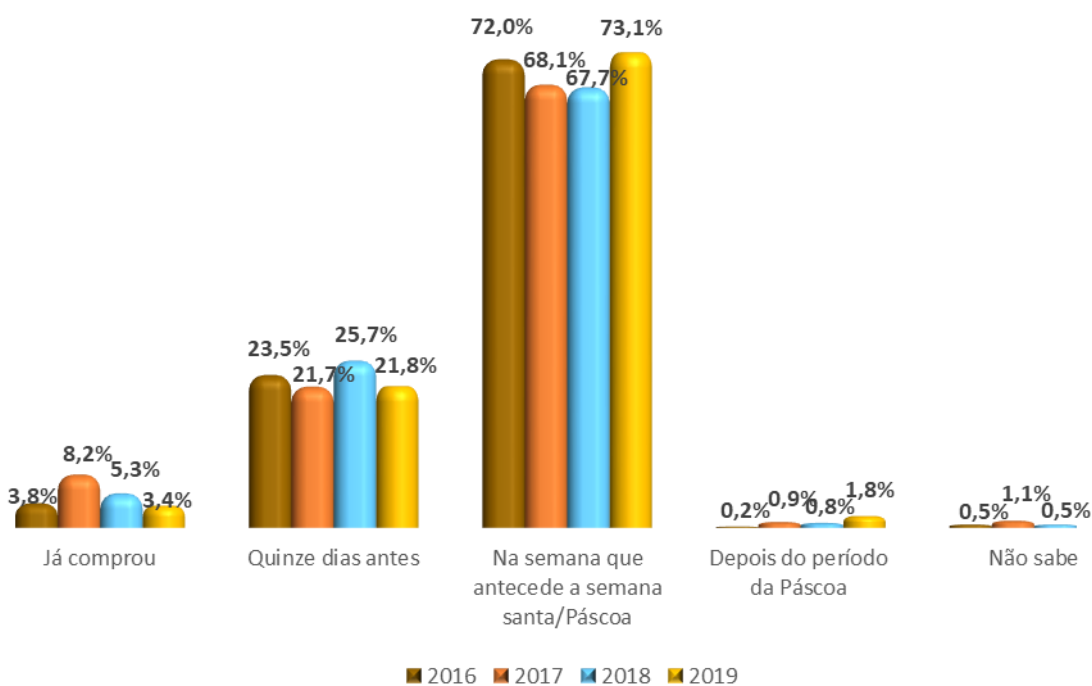


Gráfico 7 – Onde o (a) sr. (a) pretende comprar o presente?

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	2019
Preço/Oferta e Promoções	42,0%	47,4%	52,9%	50,6%	57,7%
Marca do Produto	38,7%	50,6%	37,1%	42,0%	33,5%
Brindes	6,9%	7,6%	7,1%	7,4%	4,7%
Localização da loja	1,5%	5,3%	2,6%	4,1%	3,4%
Formas de pagamento	2,9%	2,5%	3,4%	3,3%	2,3%
Indicação de amigos ou parentes	1,7%	1,6%	1,4%	1,3%	1,8%
Qualidade	2,1%	0,7%	2,6%	1,5%	1,6%
Nome da loja	1,5%	0,9%	0,3%	1,8%	0,3%
Outros	1,9%	1,1%	3,4%	4,3%	2,9%
Não sabe/Não respondeu	0,8%	-	0,9%	0,0%	0,5%

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

Fonte: Fecomércio RN

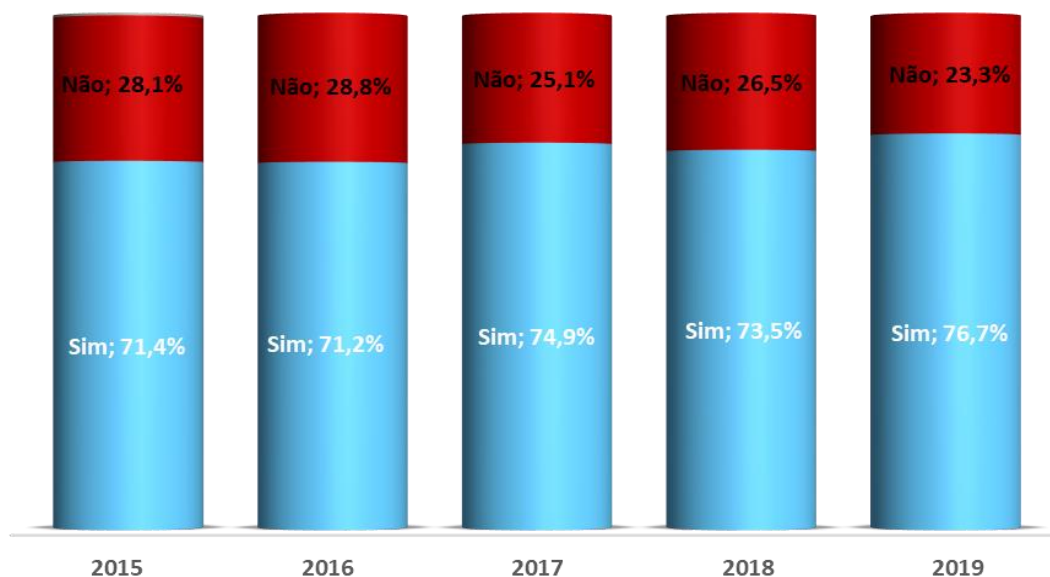


Tabela 6 – Onde pretende comemorar a Páscoa

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019
Em casa	71,5%	72,2%	75,7%	72,4%
Casa de parentes	21,5%	21,9%	18,0%	20,0%
Casa de amigos	1,4%	2,7%	2,6%	2,4%
Igreja	0,0%	1,3%	2,3%	2,4%
Restaurante	0,5%	0,5%	0,3%	0,6%
Outro	3,6%	0,9%	0,6%	1,4%
Não sabe ainda	1,5%	0,8%	0,5%	0,8%

Consumo de Peixes

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

Fonte: Fecomércio RN

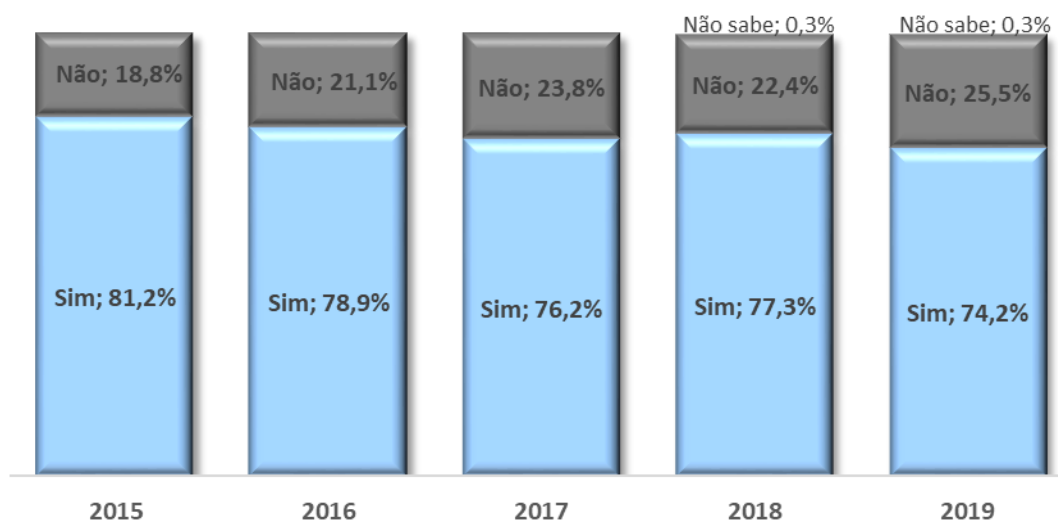


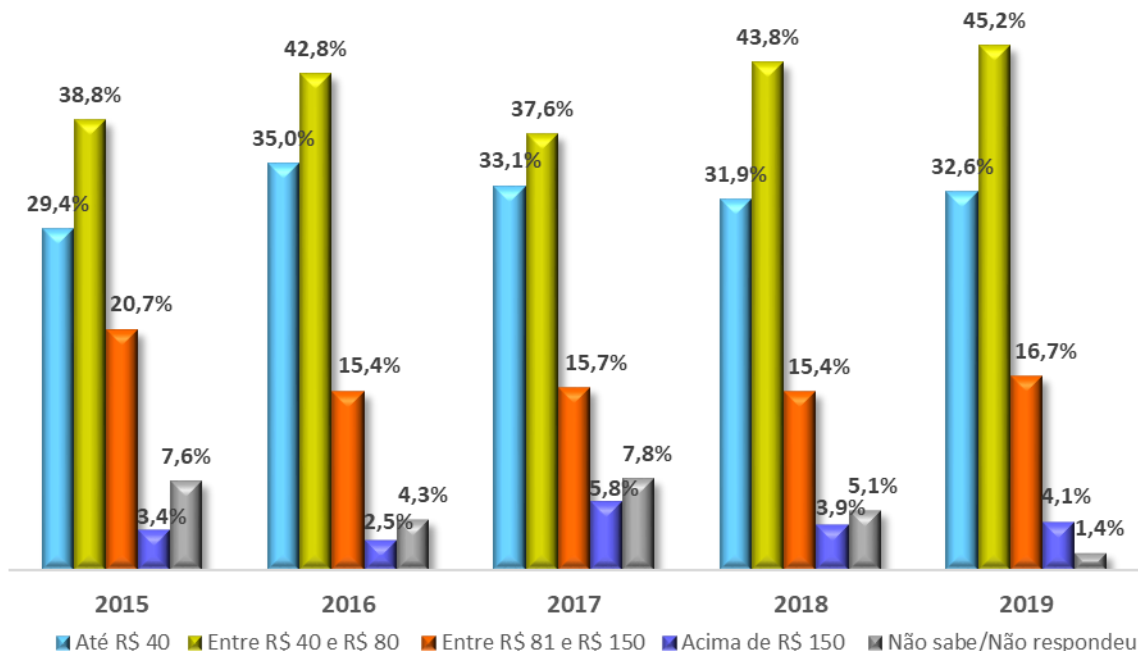
Tabela 7 – Tipo de peixe que pretende comprar?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2017	2018	2019
Tilápia	9,2%	19,6%	26,1%
Atum	21,3%	15,3%	17,9%
Cioba	7,6%	7,0%	4,7%
Dourado	6,0%	6,7%	6,4%
Bacalhau	9,2%	6,5%	9,7%
Curvina	1,0%	5,6%	3,9%
Merluza	6,0%	3,4%	4,9%
Meca	4,0%	2,9%	3,7%
Sardinha	3,2%	2,7%	3,5%
Camarão	1,4%	2,7%	2,7%
Guaiuba	1,4%	2,3%	1,2%
Salmão	2,0%	1,6%	0,4%
Pescada	0,4%	1,3%	1,0%
Abacora	0,2%	1,1%	0,4%
Cavala	0,2%	0,7%	0,6%
Tainha	2,0%	0,7%	1,8%
Robalo	0,4%	0,5%	0,4%
Serra	2,4%	0,5%	0,8%
Espada	0,6%	0,4%	0,2%
Outros	1,6%	3,3%	4,5%
Não sabe	19,7%	15,2%	5,3%

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

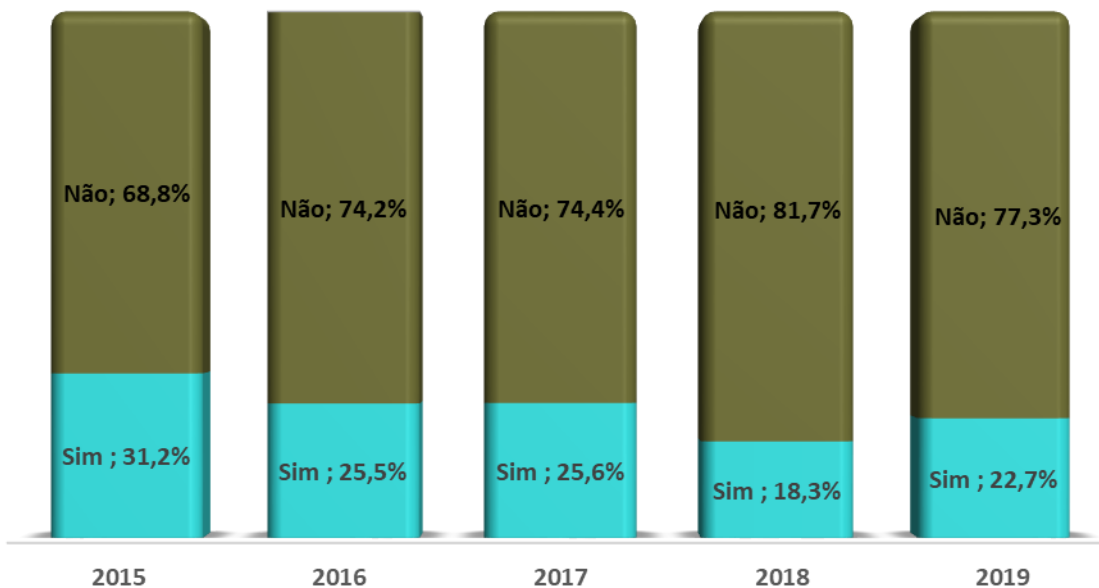


Tabela 8 – Qual o motivo da viagem?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Passar, conhecer nova cidade	39,2%	25,0%	18,8%	17,4%	20,5%
Visitar parente/amigos	56,9%	70,8%	78,2%	79,3%	76,2%
Outros	3,9%	4,2%	3,0%	3,3%	3,3%

Gráfico 12 – Qual o destino?

Fonte: Fecomércio RN

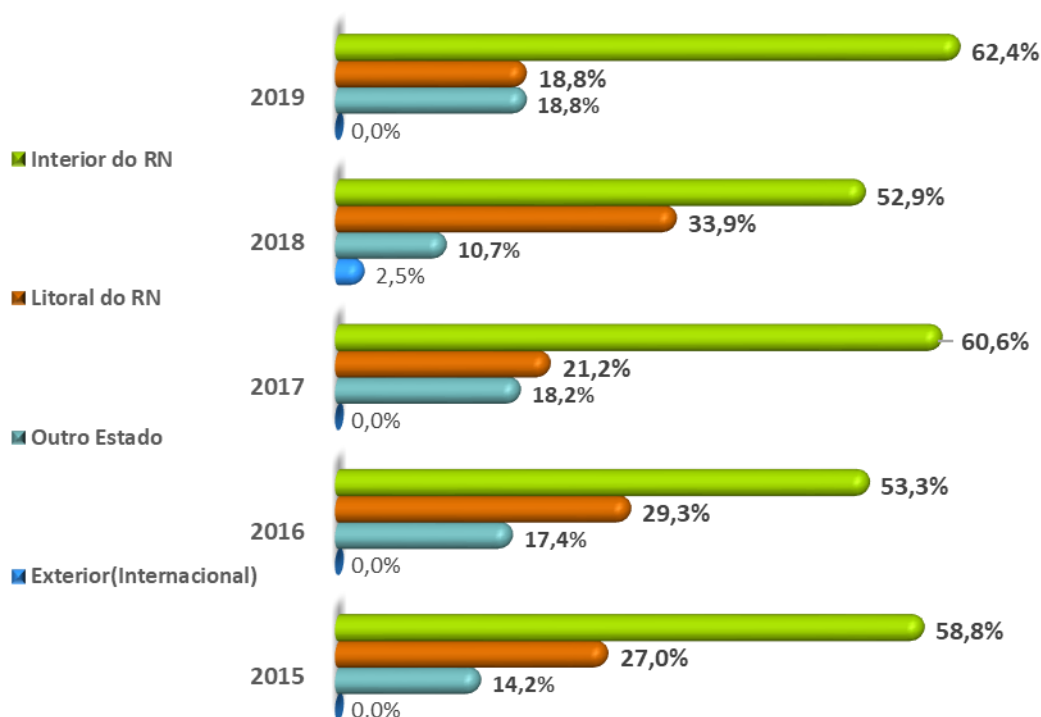


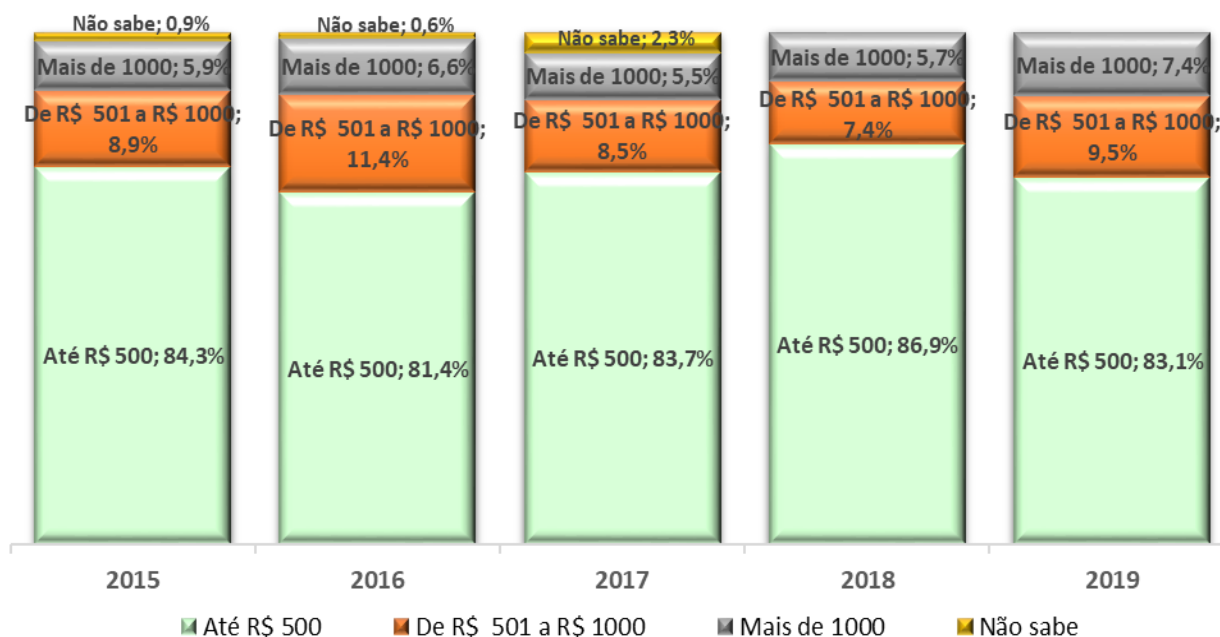
Tabela 9 – Qual o meio de transporte utilizado para viajar?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Carro	69,3%	69,5%	69,1%	62,8%	63,1%
Ônibus	20,8%	19,2%	20,6%	19,0%	28,2%
Avião	4,0%	4,2%	4,8%	5,0%	4,0%
Motocicleta	0,5%	1,8%	2,4%	5,0%	2,7%
Van	1,5%	1,8%	1,8%	4,1%	1,3%
Outros	2,9%	3,5%	0,7%	4,1%	0,7%
Não sabe/Não respondeu	1,0%	-	0,6%	0,0%	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

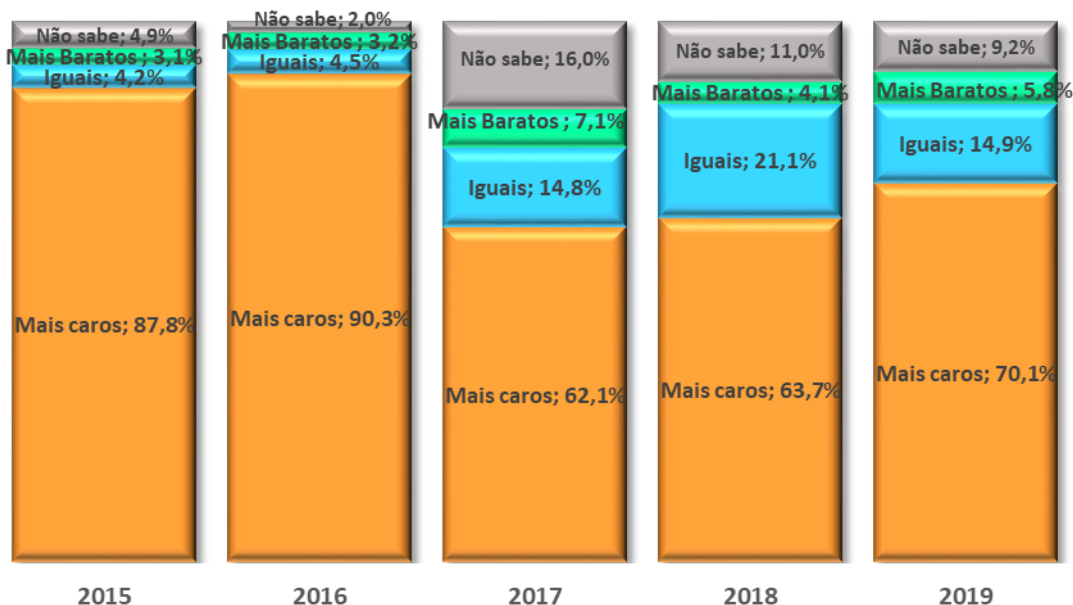


Gráfico 15 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?

Fonte: Fecomércio RN

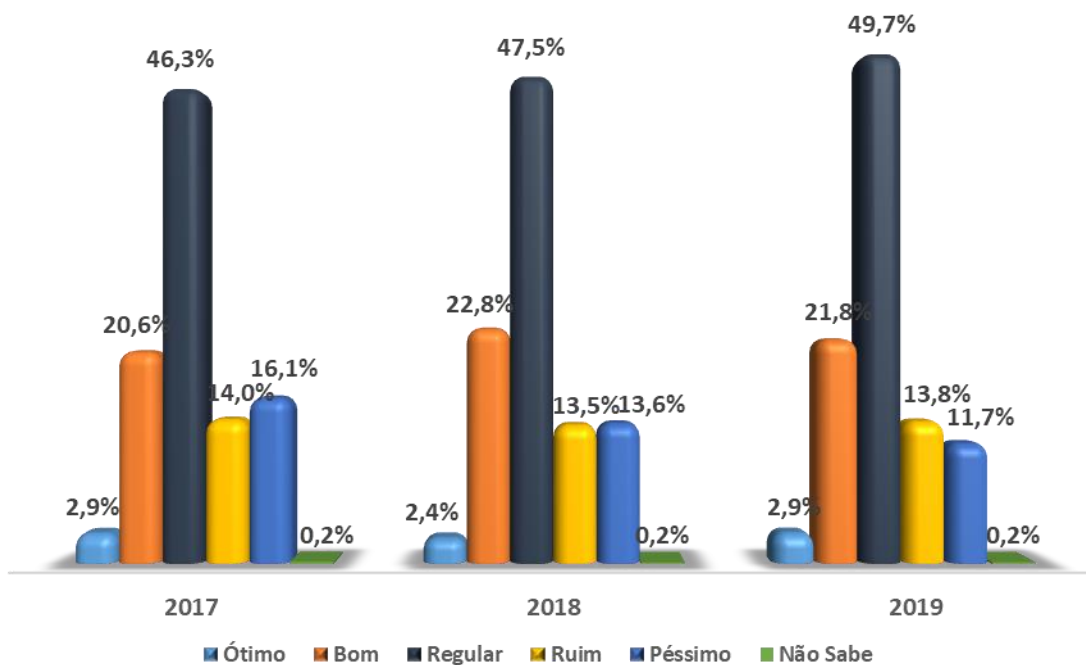
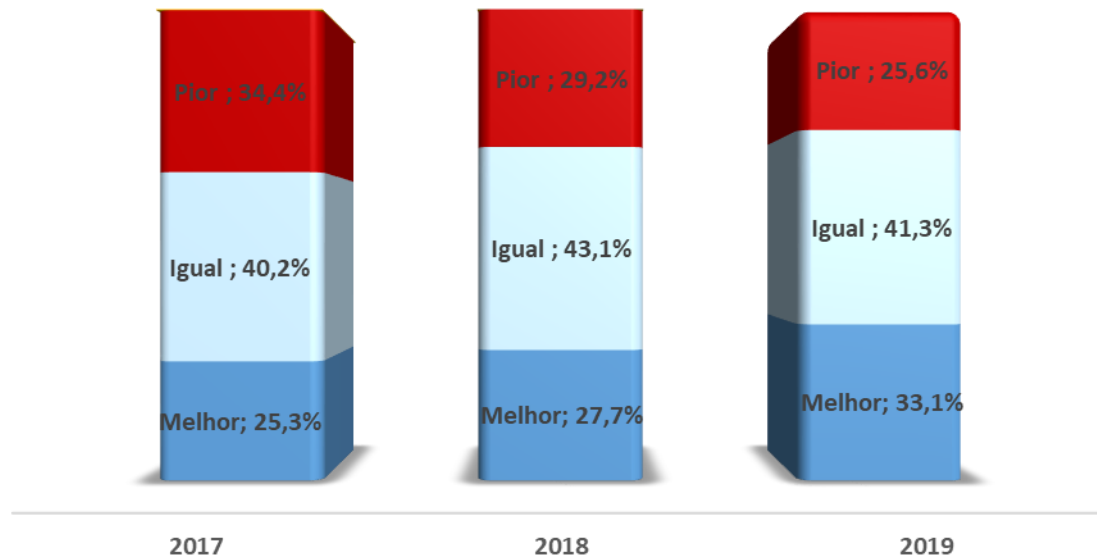


Gráfico 16– Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?

Fonte: Fecomércio RN



**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
Maria do Socorro
Pesquisadores

João Maria Soares
Estagiário