



PESQUISA

Perfil e hábitos de consumo do público que frequenta o comércio do Centro

NATAL, JUNHO DE 2019

Sumário

1. Apresentação	3
2. Aspectos Técnicos.....	4
3. Descrição geral dos resultados	5
Perfil dos consumidores.....	5
Hábitos de consumo.....	6
Gastos e formas de pagamento	7
Melhorias	8
Veículos de comunicação	8
4. Análise Gráfica	9
Perfil dos consumidores.....	9
Hábitos de consumo.....	12
Gastos e formas de pagamento	17
Veículos de comunicação	19
Melhorias	19
5. Cruzamento de variáveis	21

1. Apresentação

O mercado econômico é extremamente competitivo e o consumidor torna-se cada dia mais exigente, com maior poder de escolha. Para enfrentar a competitividade, as empresas precisam se reinventar a todo momento. Nesse sentido, conhecer o comportamento de compras dos consumidores é fundamental.

Planejar ações é essencial para o sucesso das empresas, e uma delas é avaliar o perfil do consumidor e os fatores que influenciam na escolha do local de compras. Sendo assim, esta pesquisa, desenvolvida pelo Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), tem como objetivo conhecer a adesão dos consumidores aos estabelecimentos do Centro, bairro tradicionalmente comercial da cidade de Natal. Além disso, o estudo mostra um panorama geral sobre os hábitos e costumes desse público específico.

Esta pesquisa pretende oferecer às empresas da região um maior entendimento das atitudes e percepções de como os consumidores utilizam o comércio local. Estas informações serão úteis para a formulação de estratégias mais eficientes, planejamento de iniciativas de fortalecimento da economia local, contribuindo para o crescimento do comércio da Cidade Alta.

2. Aspectos Técnicos

A coleta de dados da pesquisa aconteceu entre os dias 03 e 08 de junho de 2019. Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas pessoais do tipo face a face, com a aplicação de questionários estruturados e padronizados.

Conforme critérios estatísticos de pesquisa, foram ouvidas 601 (seiscentas e uma) pessoas. O erro amostral máximo atingido é de 4% com intervalo de confiança de 95%. Isso significa que poderá ocorrer uma variação máxima para mais ou menos nos percentuais levantados dentro da citada margem de erro.

As entrevistas foram aplicadas nas principais ruas do bairro e áreas adjacentes. Para coleta das informações utilizou-se uma equipe de entrevistadores contratados pelo IPDC/Fecomércio RN, com experiência nesse tipo de trabalho. Após os trabalhos de campo, os questionários foram submetidos a uma checagem para verificação das respostas e da adequação dos entrevistadores aos parâmetros amostrais, essas medidas são adotadas para garantir a qualidade e fidelidade dos dados coletados. Essa consistência dos dados é verificada por meio de teste estatístico, avaliação do conteúdo, lógica ou via telefone.

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. Nesta situação, as somas dos percentuais das respostas a essas questões, ultrapassam cem por cento.

Para tabulação das informações fez-se uso de planilhas eletrônicas e criação de tabelas codificadas dos dados colhidos. Foram utilizadas técnicas estatísticas para a análise das informações coletados.

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

3. Descrição geral dos resultados

Perfil dos consumidores

Para descobrir as características dos consumidores que frequentam o centro comercial da Cidade Alta, foram realizadas perguntas com intuito de revelar o perfil socioeconômico dessas pessoas. Inicialmente, analisamos a amostra inquirida pelo gênero. Do total de consumidores que frequentam o comércio da Cidade, 51,4% são mulheres e 48,6% homens.

Com relação ao local de moradia dos consumidores, 83,4% são de Natal e 16,6% de outros municípios. Entre os consumidores de Natal, 30% residem na Zona Norte; 23,1% na Zona Leste; 18,8% na Zona Oeste; e 11,5% na Zona Sul. Com relação aos consumidores de outros municípios e que frequentam o Centro da Cidade, os mais mencionados foram alguns que fazem parte da região metropolitana de Natal: Parnamirim (4,2%); São Gonçalo do Amarante (3,8%); Extremoz (2,8%); Macaíba (1,2%); e Ceará Mirim (1%).

Sobre a idade, a maior fatia de pessoas na faixa que vai de 45 a 59 anos (24,1%). Outros 23,8% dos frequentadores têm idade entre 25 e 34 anos. Entre os 35 e os 44 anos são um total de 20,8%. A faixa que abrange os entrevistados entre os 16 e os 24 anos teve uma porcentagem de 20,1%. Da faixa acima dos 60 anos, foram obtidos 11,1% do total de respostas.

A escolaridade que mais representa os consumidores que frequentam o Centro da Cidade é a de nível médio (56,2%). O ensino superior corresponde 26,3% da amostra, e o percentual de ensino fundamental encontra-se na faixa dos 14,6%. É pouca a representatividade de pessoas com pós-graduação ou mais (2,8%). Quanto ao estado civil, metade são consumidores solteiros (50,7%), enquanto 42,3% revelaram ser casados e 7% viúvos ou divorciados.

A renda familiar mensal da maior parte (46,1%) dos consumidores entrevistados que frequentam a área comercial da Cidade Alta concentra-se na faixa de até 2 salários mínimos. Há uma parcela de cerca de 39,6%, com renda familiar na faixa de 2 a 5 salários mínimos. Por outro lado, registra-se, com menor representatividade, 11%, com rendimentos de 5 a 10 salários. Renda mensal familiar acima dos 10 salários mínimos foi registrada por 2,8% dos consumidores.

Hábitos de consumo

O estudo procurou saber os motivos dos consumidores frequentarem o comércio de rua da Cidade Alta. Entre os fatores mais citados estão a realização de compras no centro comercial local (76,7%); a utilização de serviços bancários (44,3%); por trabalhar na região (29,6%); e a busca por serviços de bares e restaurantes (24,6%). Há ainda aqueles que frequentam a região para passeio e diversão (15,3%); consultas médicas (10,1%) e estudos (5,5%).

Com relação aos produtos ou serviços que os consumidores mais procuram, quando vão aos estabelecimentos comerciais da região da Cidade Alta, destacam-se: roupas, calçados e acessórios (80%); serviços bancários (29,3%); alimentação (28%); farmácia, perfumaria e cosméticos (22,8%); cama, mesa e banho (12,8%); eletrônicos e informática (12,1%); eletrodomésticos (11,3%); entre outros.

Sobre a frequência com que compra na área comercial, mais de 57,7% dos consumidores têm o costume, mesmo que às vezes, de comprar em lojas do Centro da Cidade, sendo que, 38,4% afirmam que são fieis e sempre compram no comércio dessa região.

Os consumidores que participaram da pesquisa informaram que visitam a área comercial do Centro de Natal, em média, por nove dias no mês. Isso porque, 38,1% dos entrevistados disseram que vão entre 2 e 5 dias por mês ao local; 25,3% declararam que frequentam por mais de 20 dias ao mês; 20% entre 6 e 20 dias no decorrer do mês; e 16,3% revelaram que vão pelo menos um dia durante o mês ao local.

No que se refere ao meio de transporte utilizado para chegar ao Centro da Cidade, 57,7% dos consumidores declaram usar ônibus; 22,5% vão de carro; 10,9% vão a pé; 5,1% de motocicleta; 2% de trem; 1,2% de Uber; e 0,7% de táxi.

Os principais fatores que influenciam os consumidores a escolher o centro comercial da Cidade Alta para realizar compras são a localização (59,7%) e o preço dos produtos (24%). Outras características que podem influenciar no deslocamento dos consumidores para buscar produtos e serviços nos estabelecimentos do Centro são: opções de lojas (17,8%); tradição (10,1%); variedade de produtos (9,7%); qualidade dos produtos (5%); forma de pagamento (1,8%).

Questionados sobre o tempo que passam no Centro comercial da cidade quando frequentam o local, cerca de 30,3% dos consumidores disseram que ficam entre 1 hora e 2 horas. 25,8% afirmaram que passam entre 2 horas e 3 horas circulando pelas ruas do comércio; 18,6% ficam por mais de 4 horas no local; 12% relataram que permanecem entre 3 horas e 4 horas na região; e 10,8% confirmaram que ficam entre 30 minutos e 1 hora. Na média os consumidores passam 2 horas e 36 minutos no Centro da Cidade.

Pesquisar preços antes de efetuar as compras também é um hábito dos consumidores que vão ao Centro da Cidade. 78,5% dos consumidores deste comércio de rua praticam a pesquisa de preço. As mulheres (81,6%) pesquisam preços mais que os homens (75,3%), bem como os que possuem renda familiar de até 2 salários mínimos (84,8%). Na comparação entre as regiões, os consumidores que mais fazem pesquisa de preço são os que residem nas Zonas Nona (82,2%) e Leste (81,2%) de Natal.

Gastos

Sobre o valor gasto quando vão ao comércio do Centro da Cidade, 28,3% disseram que compram entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00; seguidos pelos que desembolsam entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00 (26%). Outros 16,3% falaram que costumam gastar acima de R\$ 300,00; e 15% gastam entre R\$ 201,00 e R\$ 300,00. Além disso, 13,3% gastam até R\$ 50,00, quando compram no comércio do Centro da Cidade. Sendo R\$ 154,91 o valor médio das compras. O consumidor que reside na Zona Leste é o que mais gasta quando vai ao Centro da Cidade: R\$ 172,28 em média. Já o que menos gasta é o da Zona Sul, com uma média de R\$ 140,22. O público masculino desembolsa em média R\$ 168,49, enquanto as consumidoras gastam R\$ 142,07. Verificou-se também que quanto maior a renda dos consumidores maiores são os gastos.

A forma de pagamento preferida dos consumidores que compram no Centro da Cidade é à vista/dinheiro (59,9%); seguido por cartão de crédito parcelado (27,6%); cartão de débito (6,3%); e crédito para o vencimento (4,7%).

Os consumidores disseram que o melhor dia para fazer compras no comércio do Centro da Cidade é o sábado, com 30% da indicação das pessoas. Logo após vem a sexta-feira (15,6%); segunda-feira (13,6%); quarta-feira (13,5%); e terça-feira (8,7%).

Melhorias

Perguntados se encontram o que procuram no comércio local, observou-se que 45,4% dos entrevistados relataram que sempre acham; 34,8% disseram que na maioria das vezes encontram; 19,3% responderam que às vezes conseguem e 0,5% responderam que nunca encontram o que buscam no comércio da região.

No tocante ao que desejaria que fosse melhorado no comércio de rua do Centro da Cidade Alta, 41,8% dos consumidores sugerem melhorias na segurança pública. Outro fator bastante cobrado pelos consumidores é a criação de mais vagas de estacionamento (38,6%); uma maior diversidade de produtos nos pontos comerciais do Centro (9,8%). Além disso, o atendimento das lojas foi citado por 9,8% dos entrevistados, como ponto para ser melhorado, assim como o trânsito e o transporte público no local (8%). Já 6,3% dos entrevistados mencionaram que a infraestrutura, iluminação e limpeza do local precisam ser melhoradas. 5,8% solicitam mais opções de lojas. 4,7% querem mais estrutura e vitrines nas lojas e 2,8% pleiteiam mais comodidade para realizar compras no local. Outros fatores relatados foram melhorias na organização das lojas (2,7%); melhores preços (2,5%); qualidade dos produtos (2,3%); acessibilidade ao comércio (2,2%); volta e organização dos ambulantes (1,2%); melhores formas de pagamento (1%); banheiros para os clientes (1%); horário de funcionamento (0,7%); propaganda do local (0,5%); entre outros.

Veículos de Comunicação

Perguntados sobre quais os veículos de comunicação que gostariam de ver a divulgação sobre os produtos e serviços oferecidos pelos estabelecimentos do Centro da Cidade, os consumidores responderam seria: televisão (62,2%) e internet/redes sociais (39,8%). Outros veículos citados foram rádio (4,8%), jornal ou revistas (2,8%), carro de som (0,8%), e-mail (0,5%) e panfletos (0,2%).

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

4. Análise Gráfica

Perfil dos consumidores

Gráfico 01 – Sexo
Fonte: Fecomércio RN

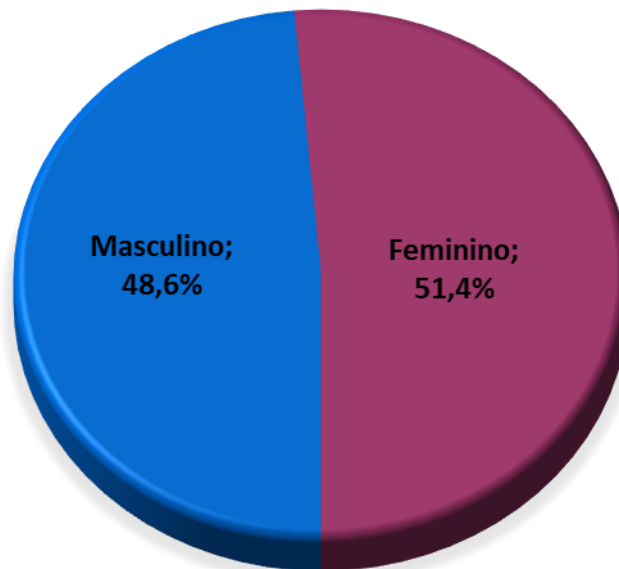


Gráfico 02 – Faixa etária
Fonte: Fecomércio RN

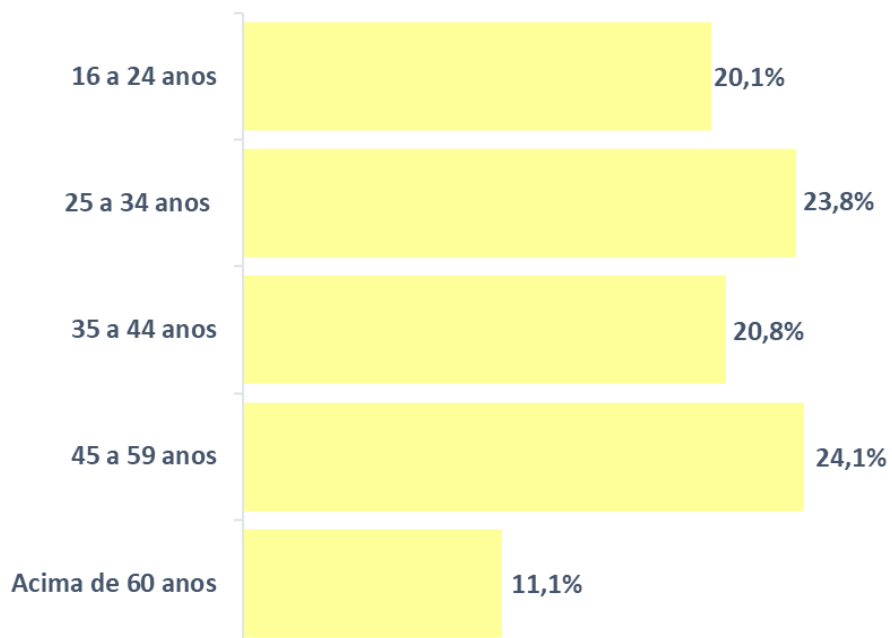


Gráfico 03 – Escolaridade

Fonte: Fecomércio RN

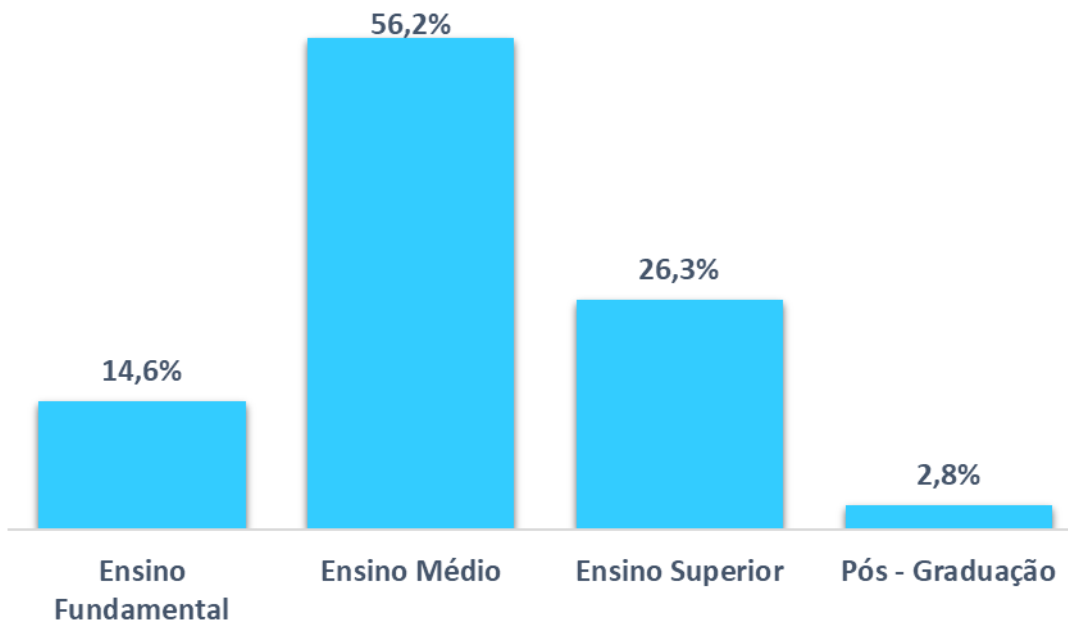


Gráfico 04 – Estado Civil

Fonte: Fecomércio RN

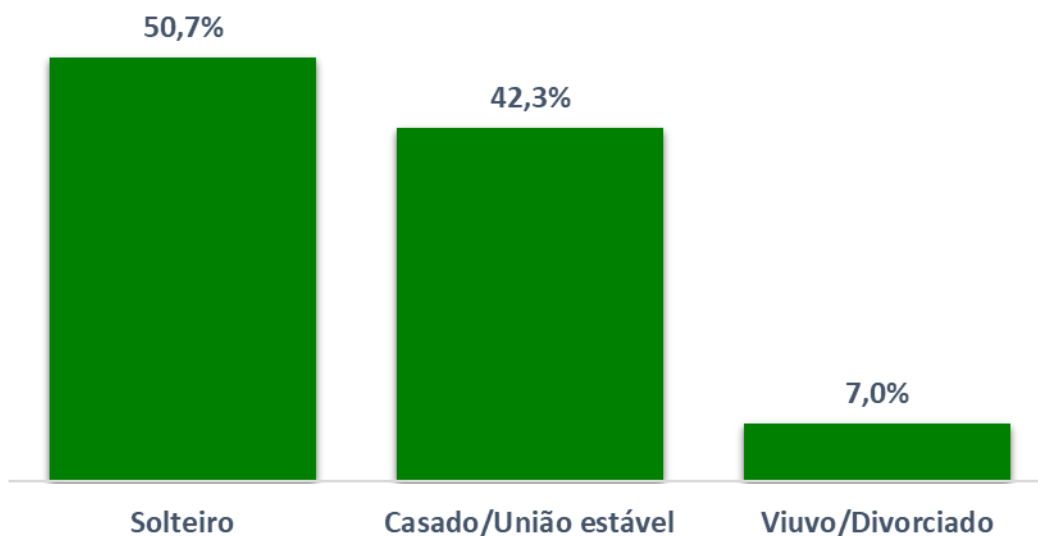


Gráfico 05 – Renda Familiar

Fonte: Fecomércio RN

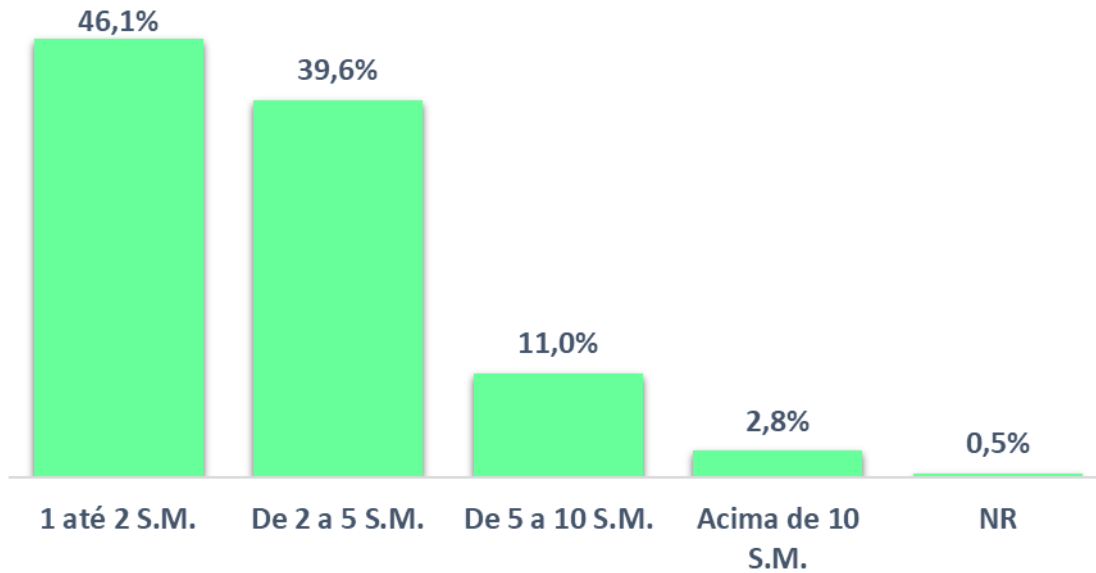
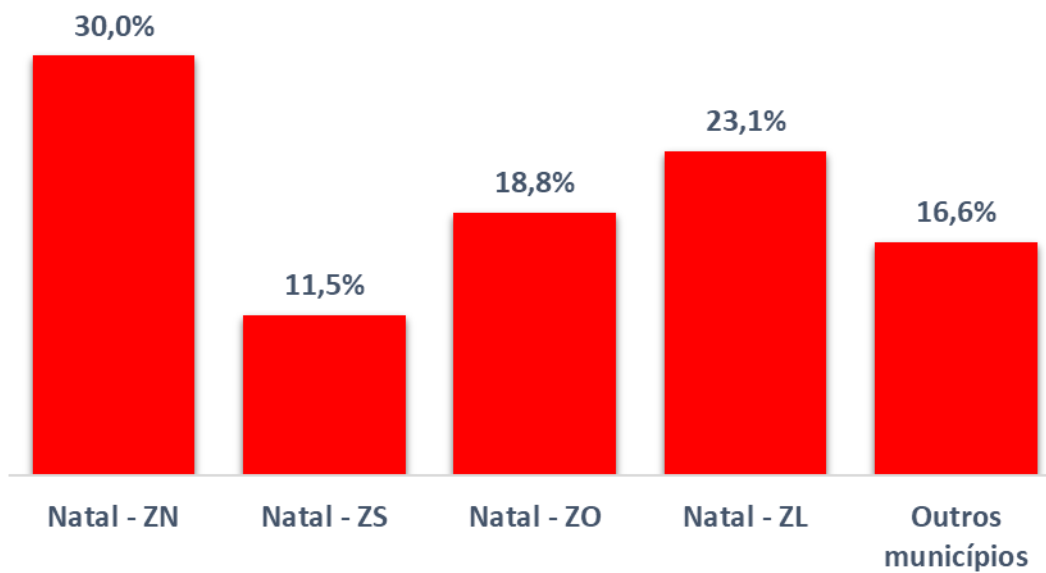


Gráfico 06 – Local de residência

Fonte: Fecomércio RN



Hábitos de consumo

Gráfico 07 – Por qual motivo o (a) sr. (a) frequenta o Centro da Cidade? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

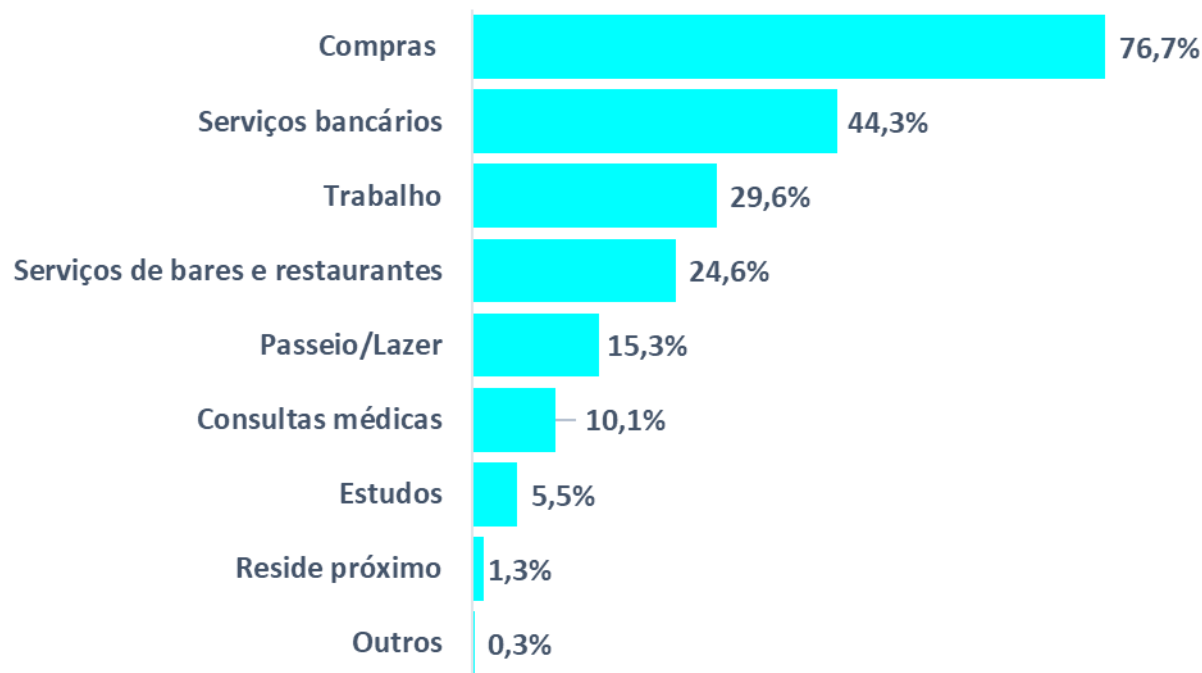


Tabela 1 – Que tipo de produto ou serviço o (a) sr. (a) procura no comércio do Centro da Cidade? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Vestuário, calçados e acessórios	80,0%
Serviços bancários	29,3%
Alimentação	28,0%
Farmácia, perfumaria e cosméticos	22,8%
Cama, mesa e banho	12,8%
Eletrônicos/Informática	12,1%
Eletrodomésticos	11,3%
Papelaria/Livraria	6,7%
Brinquedos	6,2%
Consultas médicas/Serviços de saúde	6,2%
Móveis	3,5%
Telefonia	2,0%
Artigo para festas	0,8%
Outros	2,8%
Nenhum	0,5%
Não sabe	0,2%

Gráfico 08 – Com que frequência o (a) sr. (a) compra no comércio do Centro da Cidade?

Fonte: Fecomércio RN



Gráfico 09 – Durante um mês, quantos dias (o) (a) sr. (a) frequenta o comércio do Centro da Cidade?

Fonte: Fecomércio RN

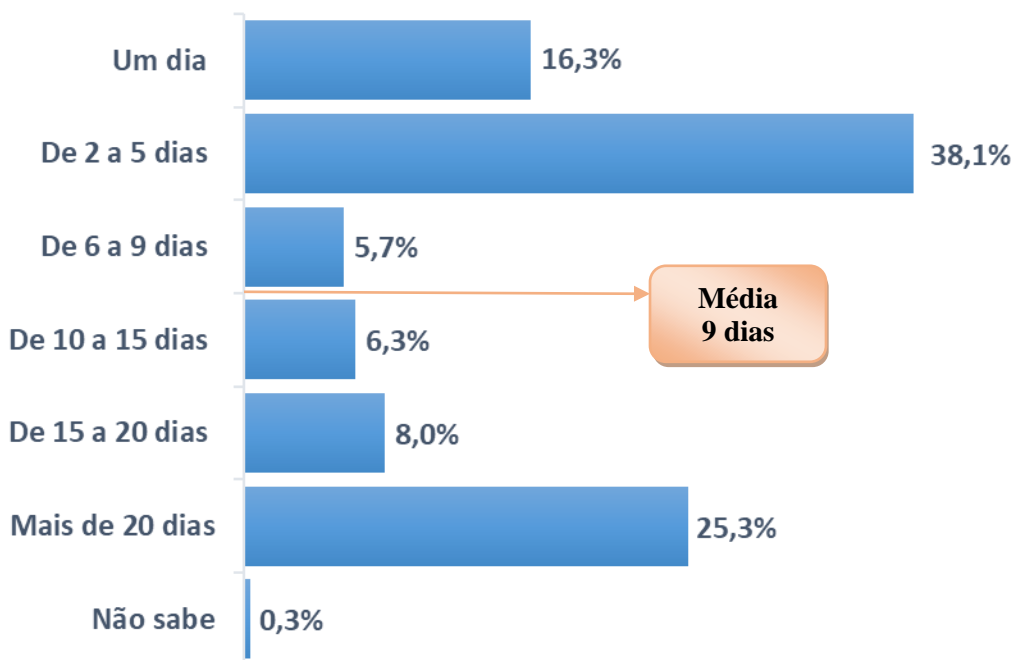


Gráfico 10 – Meio de transporte utilizado para chegar ao Centro da Cidade?

Fonte: Fecomércio RN

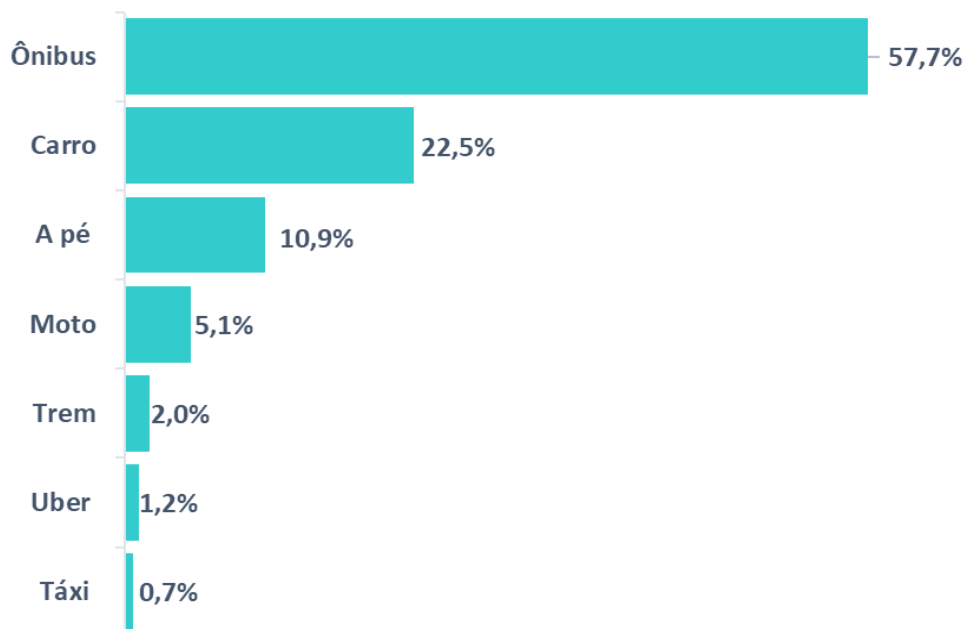


Gráfico 11 – Quais fatores influenciam na escolha em comprar no comércio do Centro da Cidade? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN



Gráfico 12 – Com quem o (a) sr. (a) frequenta o Centro da Cidade?

Fonte: Fecomércio RN

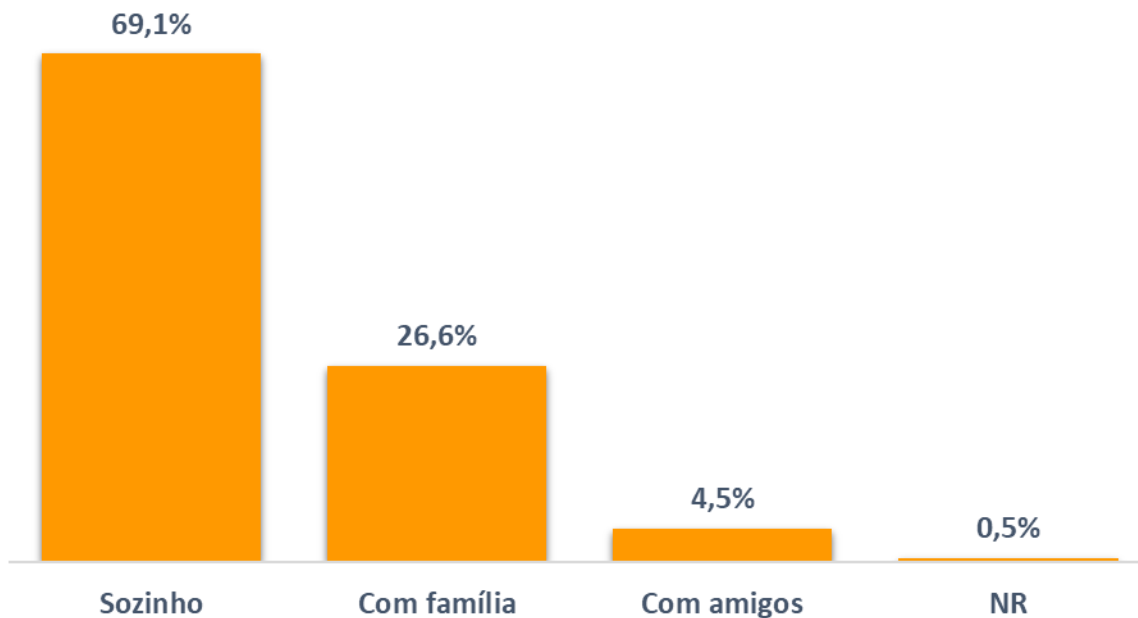


Gráfico 13 – Costuma realizar pesquisa de preço quando faz compras no Centro da Cidade?

Fonte: Fecomércio RN

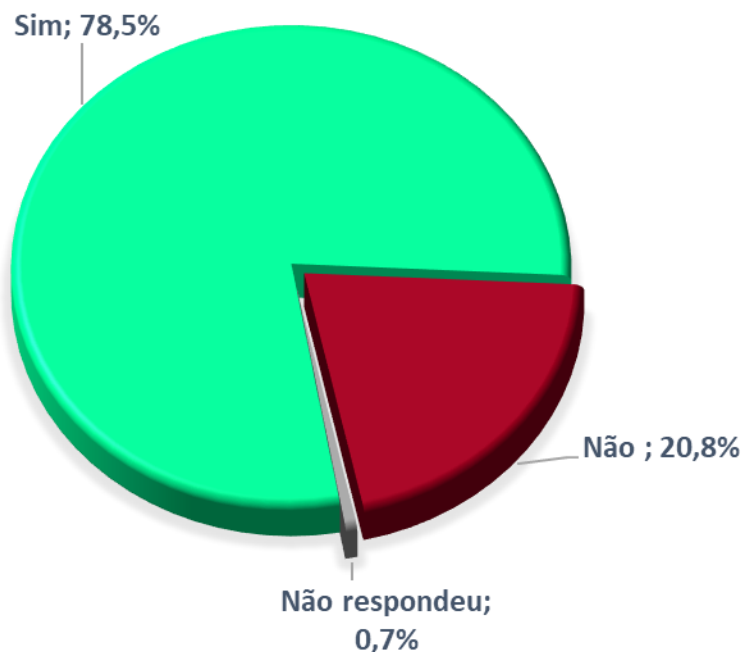


Tabela 2 – Qual o melhor dia da semana para comprar no comércio do Centro da Cidade?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Sábado	30,0%
Sexta	15,6%
Segunda	13,6%
Quarta	13,5%
Terça	8,7%
Quinta	6,0%
Domingo	0,2%
Tanto faz	9,3%
Nenhum	1,7%
Não sabe	1,5%

Gráfico 14 – Qual o período de maior necessidade de compras no Centro da Cidade?

Fonte: Fecomércio RN

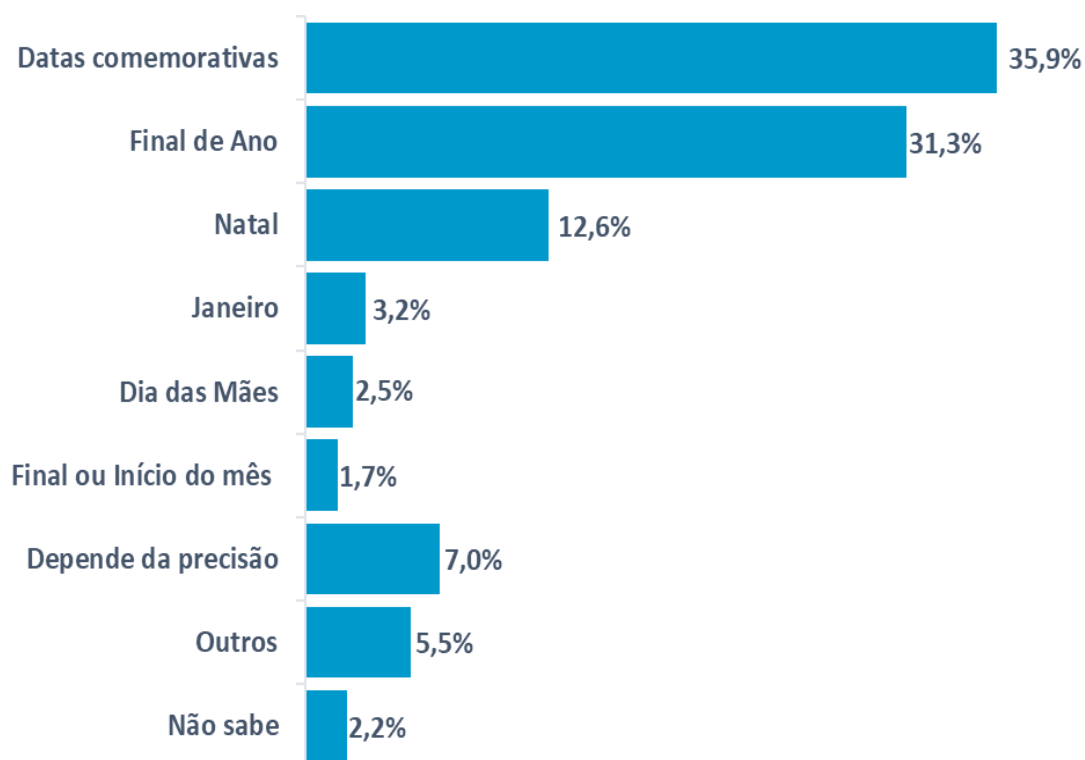
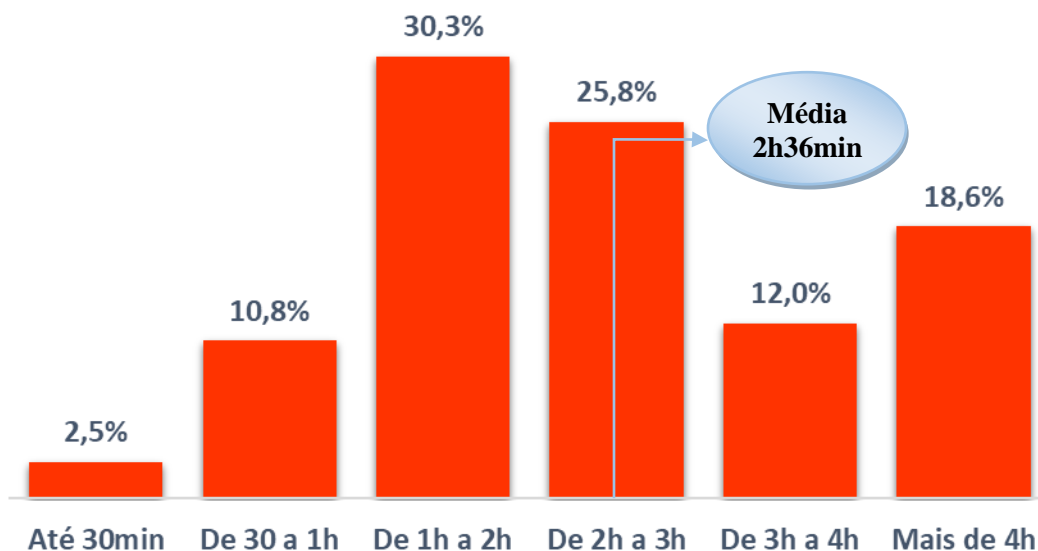


Gráfico 15 – Quando frequenta o Centro da Cidade, quanto tempo passa em média?

Fonte: Fecomércio RN



Gastos e formas de pagamento

Gráfico 16 – Quando compra no comércio do Centro da Cidade, quanto gasta em média?

Fonte: Fecomércio RN

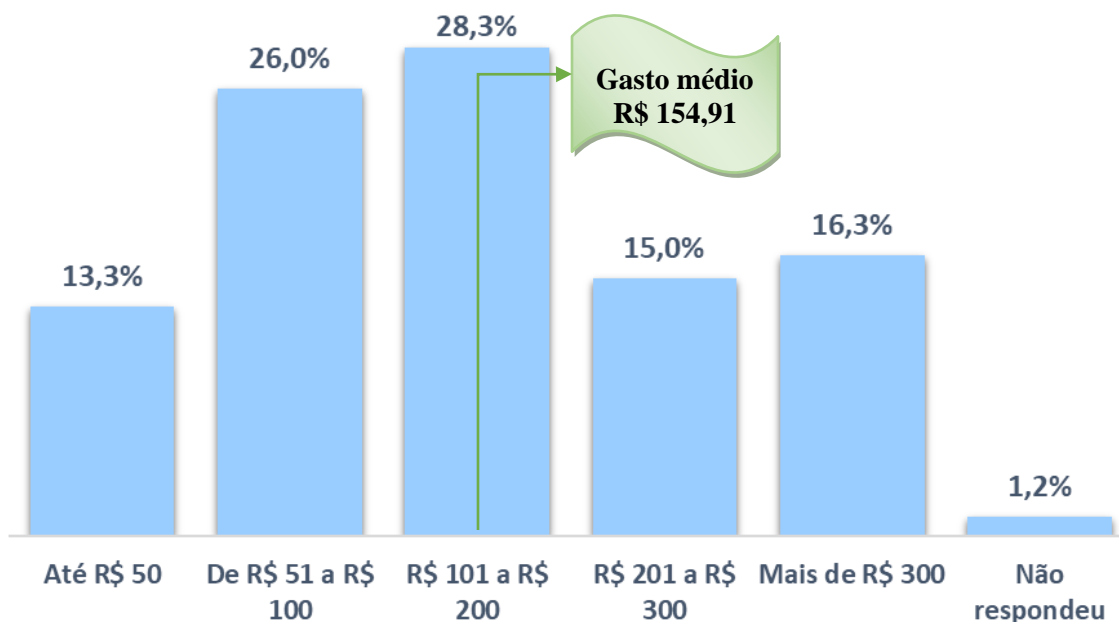


Gráfico 17 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) utiliza, quando compra no comércio do Centro da Cidade?

Fonte: Fecomércio RN

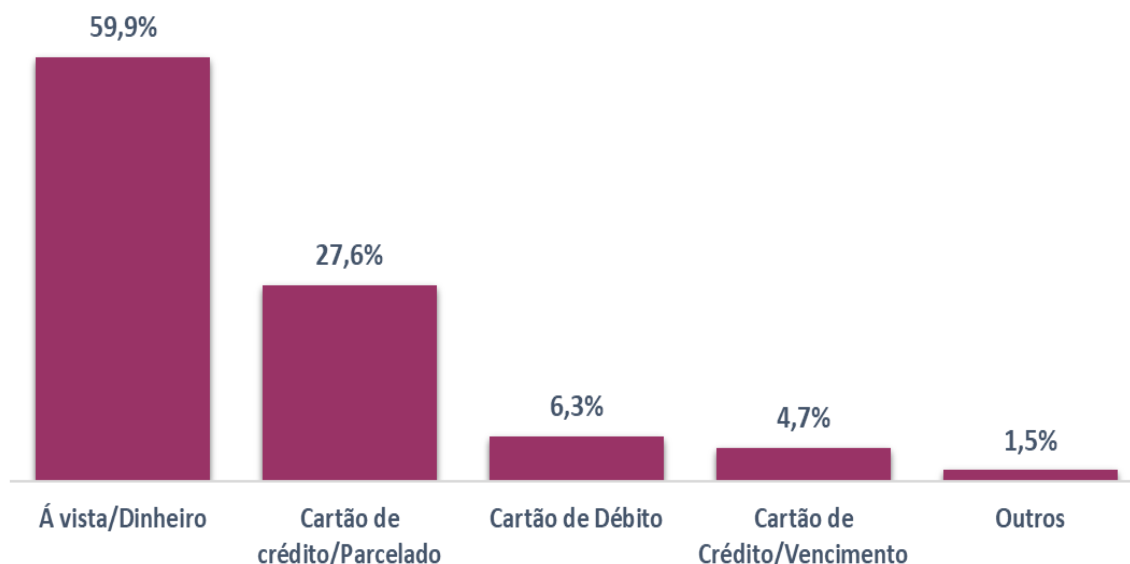
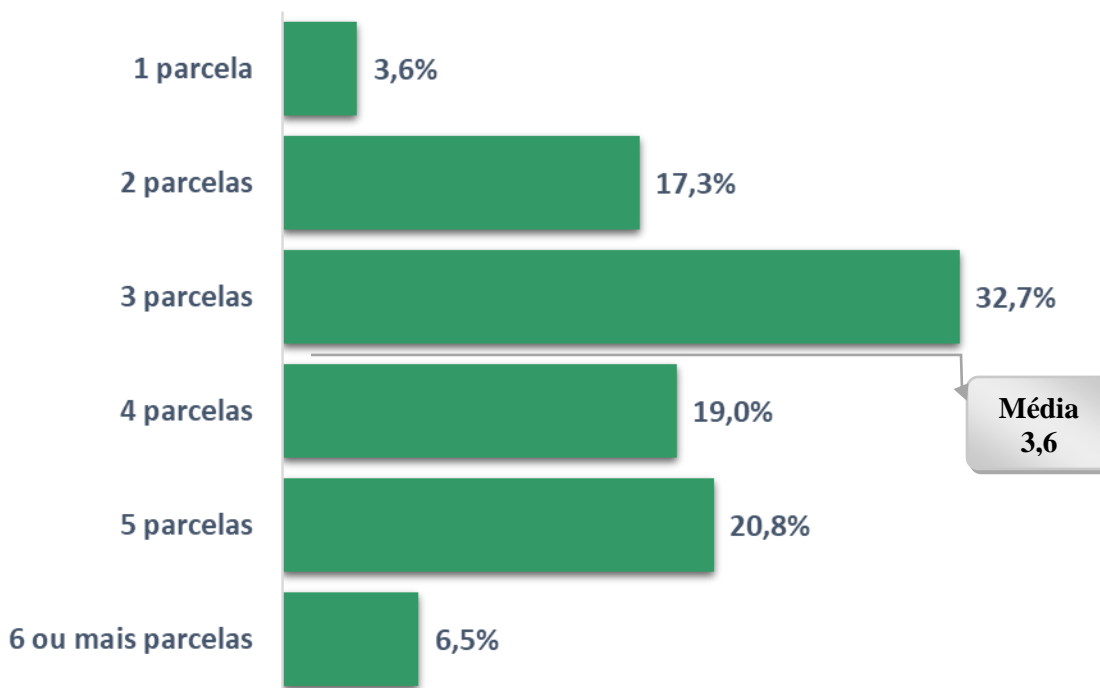


Gráfico 18 – Dos que compram parcelado, qual número de parcelas?

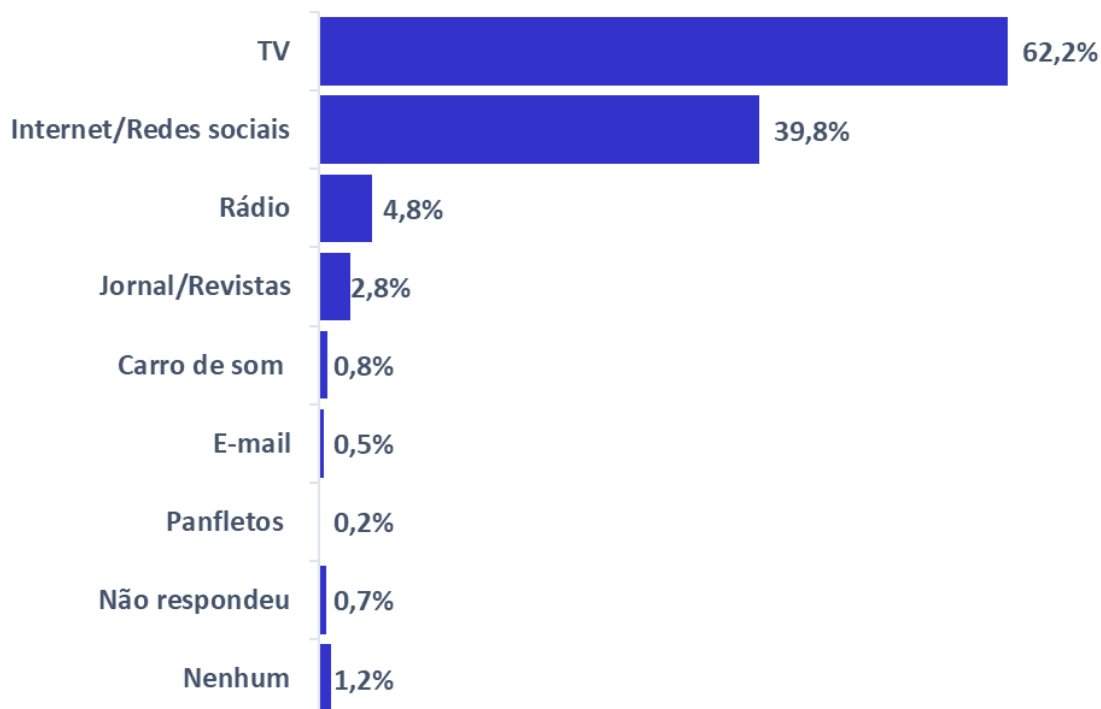
Fonte: Fecomércio RN



Veículos de comunicação

Gráfico 19 – Em quais veículos de comunicação o (a) sr. (a) gostaria de ver propaganda do comércio do Centro da Cidade? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN



Melhorias

Gráfico 20 – O (a) sr. (a) encontra o que procura no comércio do Centro da Cidade?

Fonte: Fecomércio RN

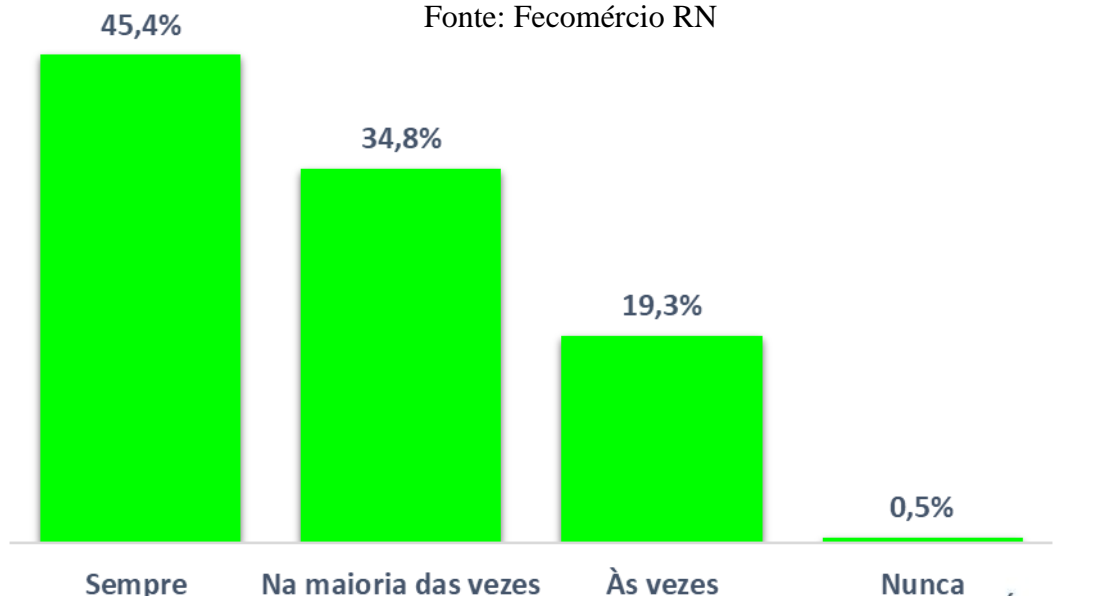


Tabela 3 – Na sua opinião, o que deveria ser melhorado no comércio do Centro da Cidade?
(Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Segurança	41,8%
Estacionamento	38,6%
Variedade de produtos	9,8%
Atendimento	9,8%
Trânsito/Transporte	8,0%
Infraestrutura/Iluminação/Limpeza urbana	6,3%
Opções de lojas	5,8%
Estrutura/Vitrines das lojas	4,7%
Comodidade	2,8%
Organização das lojas	2,7%
Preço	2,5%
Qualidade dos produtos	2,3%
Acessibilidade	2,2%
Voltar os ambulantes organizados	1,2%
Formas de pagamento	1,0%
Banheiros	1,0%
Horário de funcionamento	0,7%
Propaganda	0,5%
Caixas 24 horas	0,3%
Outros	0,7%
Nenhum	0,7%
Não sabe	3,0%

5. Cruzamento de variáveis

Tabela 4– Motivo que frequenta o Centro da Cidade, em relação ao sexo, estado civil e faixa etária das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Sexo		Solteiro	Estado Civil		Faixa etária				
	Masculino	Feminino		Casado/ União estável	Viúvo/ Divorciado	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	Acima de 60 anos
Trabalho	32,9%	26,5%	28,2%	31,9%	26,2%	28,9%	35,0%	31,2%	31,7%	11,9%
Compras	74,0%	79,3%	76,7%	78,7%	64,3%	79,3%	78,3%	75,2%	73,8%	77,6%
Passeio	14,4%	15,5%	15,7%	13,0%	21,4%	13,2%	6,3%	17,6%	17,2%	26,9%
Serviços bancários	45,5%	43,0%	39,3%	50,0%	45,2%	28,9%	45,5%	48,8%	47,6%	53,7%
Serviços de bares e restaurantes	23,6%	25,6%	24,6%	25,6%	19,0%	29,8%	30,8%	19,2%	21,4%	19,4%
Consultas médicas	6,2%	13,6%	10,5%	10,2%	4,8%	11,6%	7,7%	11,2%	9,7%	10,4%
Outros	5,8%	8,7%	10,5%	3,5%	7,1%	19,8%	5,6%	3,2%	4,1%	3,0%

Tabela 5 – Motivo que frequenta o Centro da Cidade, em relação à escolaridade, renda e local de residência das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Escolaridade					Renda				Local de residência				Outros
	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Pós-Graduação	Até 2 S.M.	De 2 a 5 S.M.	De 5 a 10 S.M.	Acima de 10 S.M.	Não resp.	Natal-ZN	Natal-ZS	Natal-ZO	Natal-ZL	
Trabalho	25,0%	29,0%	32,9%	35,3%	28,9%	32,4%	24,2%	29,4%	0,0%	38,3%	23,2%	27,4%	24,6%	27,7%
Compras	84,1%	71,3%	84,8%	70,6%	74,4%	77,7%	80,3%	88,2%	66,7%	73,3%	68,1%	84,1%	81,9%	73,3%
Passeio	13,6%	13,9%	16,5%	29,4%	14,1%	14,7%	16,7%	17,6%	66,7%	12,8%	15,9%	14,2%	18,8%	13,9%
Serviços bancários	42,0%	43,2%	48,1%	41,2%	40,4%	44,1%	54,5%	70,6%	33,3%	41,7%	42,0%	56,6%	42,0%	39,6%
Serviços de bares e restaurantes	12,5%	26,9%	27,2%	17,6%	20,6%	24,4%	36,4%	41,2%	66,7%	25,6%	26,1%	27,4%	21,0%	23,8%
Consultas médicas	5,7%	10,4%	11,4%	11,8%	11,2%	8,4%	13,6%	0,0%	0,0%	11,7%	11,6%	5,3%	10,1%	10,9%
Outros	3,4%	8,6%	5,7%	17,6%	7,9%	7,1%	6,1%	0,0%	33,3%	7,8%	7,2%	8,0%	7,2%	5,9%

Tabela 6 – Produto ou serviço que procura no centro comercial da Cidade, em relação ao sexo, estado civil e faixa etária das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Sexo		Estado Civil			Faixa etária				
	Masculino	Feminino	Solteiro	Casado/União estável	Viúvo /Divorciado	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	Acima de 60 anos
Vestuário, calçados e acessórios	78,4%	81,6%	79,0%	83,5%	66,7%	79,3%	81,8%	80,8%	80,0%	76,1%
Brinquedos	4,8%	7,4%	4,6%	7,9%	7,1%	1,7%	9,1%	4,8%	8,3%	6,0%
Cama, mesa e banho	6,8%	18,4%	9,2%	16,1%	19,0%	4,1%	15,4%	10,4%	17,2%	17,9%
Eletrônicos/Informática	18,8%	5,8%	11,1%	14,6%	4,8%	11,6%	12,6%	8,8%	15,2%	11,9%
Eletrodomésticos	13,4%	9,4%	8,9%	15,7%	2,4%	3,3%	13,3%	11,2%	15,9%	11,9%
Móveis	4,1%	2,9%	3,0%	4,7%	0,0%	1,7%	3,5%	2,4%	6,2%	3,0%
Farmácia, perfumaria e cosméticos	15,4%	29,8%	22,0%	22,8%	28,6%	14,0%	26,6%	21,6%	26,9%	23,9%
Papelaria/Livraria	5,5%	6,8%	5,6%	6,3%	9,5%	4,1%	9,1%	5,6%	6,9%	3,0%
Telefonia	2,1%	1,9%	0,7%	3,5%	2,4%	0,8%	2,8%	2,4%	2,1%	1,5%
Alimentação	29,5%	25,9%	29,5%	24,8%	31,0%	30,6%	32,9%	22,4%	23,4%	29,9%
Artigos para festas	0,3%	1,3%	1,0%	0,4%	2,4%	0,8%	1,4%	0,8%	0,7%	0,0%
Consultas médicas/Serviços de saúde	3,8%	8,4%	6,6%	5,9%	4,8%	5,8%	4,2%	7,2%	7,6%	6,0%
Nenhum	0,7%	0,0%	0,3%	0,4%	0,0%	0,0%	0,7%	0,8%	0,0%	0,0%
Não sabe	0,0%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Outros	32,9%	33,3%	29,2%	36,6%	40,5%	21,5%	38,5%	31,2%	33,1%	46,3%

Tabela 7 – Produto ou serviço que procura no centro comercial da Cidade, em relação à escolaridade, renda e local de residência das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Escolaridade				Renda				Local de residência					
	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Pós-Graduação	Até 2 S.M	De 2 a 5 S.M	De 5 a 10 S.M	Acima de 10 S.M	Não resp.	Natal-ZN	Natal-ZS	Natal-ZO	Natal-ZL	Outros
Vestuário, calçados e acessórios	76,1%	79,6%	84,2%	70,6%	75,5%	84,9%	81,8%	82,4%	66,7%	82,2%	76,8%	82,3%	83,3%	71,3%
Brinquedos	4,5%	6,2%	6,3%	11,8%	4,3%	6,7%	10,6%	5,9%	33,3%	6,7%	4,3%	8,0%	4,3%	6,9%
Cama, mesa e banho	12,5%	13,6%	11,4%	11,8%	10,8%	14,7%	9,1%	29,4%	33,3%	11,7%	10,1%	17,7%	13,0%	10,9%
Eletrônicos/Informática	14,8%	10,4%	13,9%	17,6%	10,5%	13,9%	12,1%	11,8%	33,3%	12,2%	10,1%	11,5%	13,0%	12,9%
Eletrodomésticos	18,2%	10,1%	10,1%	11,8%	10,1%	10,9%	15,2%	17,6%	33,3%	9,4%	10,1%	18,6%	12,3%	5,9%
Móveis	2,3%	3,8%	3,8%	0,0%	2,9%	3,4%	6,1%	5,9%	0,0%	3,3%	2,9%	5,3%	4,3%	1,0%
Farmácia, perfumaria e cosméticos	20,5%	20,4%	30,4%	11,8%	20,6%	25,2%	22,7%	23,5%	33,3%	20,0%	20,3%	23,0%	31,9%	16,8%
Papelaria/Livraria	2,3%	5,3%	8,2%	23,5%	5,1%	5,9%	6,1%	23,5%	33,3%	6,1%	4,3%	9,7%	8,0%	1,0%
Telefonia	1,1%	2,4%	1,9%	0,0%	1,4%	1,7%	4,5%	5,9%	0,0%	2,2%	1,4%	3,5%	1,4%	1,0%
Alimentação	15,9%	27,5%	35,4%	17,6%	22,7%	31,5%	27,3%	52,9%	33,3%	26,7%	37,7%	26,5%	28,3%	22,8%
Artigos para festas	0,0%	0,9%	1,3%	0,0%	1,4%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%	1,4%	0,0%	0,7%	0,0%
Consultas médicas/Serviços de saúde	3,4%	6,2%	8,2%	0,0%	7,6%	5,9%	3,0%	0,0%	0,0%	7,2%	8,7%	3,5%	5,1%	6,9%
Nenhum	0,0%	0,3%	0,6%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
Não sabe	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%
Outros	23,9%	34,6%	36,1%	23,5%	23,5%	37,8%	47,0%	58,8%	100,0%	35,0%	36,2%	42,5%	27,5%	24,8%

Tabela 8 – Frequência que compra no centro comercial da Cidade, em relação ao sexo, estado civil e faixa etária das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Sexo		Estado Civil			Faixa etária				
	Masculino	Feminino	Solteiro	Casado/União estável	Viúvo/Divorciado	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	Acima de 60 anos
Sempre (fiel)	38,4%	38,5%	36,1%	40,9%	40,5%	25,6%	39,2%	39,2%	46,2%	41,8%
Às vezes	56,2%	59,2%	61,3%	55,1%	47,6%	71,9%	58,7%	57,6%	49,7%	47,8%
Nunca	5,5%	1,9%	2,6%	3,5%	11,9%	2,5%	2,1%	2,4%	4,1%	10,4%
Não respondeu	0,0%	0,3%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%

Tabela 9 – Frequência que compra no centro comercial da Cidade, em relação à escolaridade, renda e local de residência das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Escolaridade				Renda				Local de residência					
	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Pós-Graduação	Até 2 S.M.	De 2 a 5 S.M.	De 5 a 10 S.M.	Acima de 10 S.M.	Não resp.	Natal -ZN	Natal- ZS	Natal- ZO	Natal- ZL	Outros
Sempre (fiel)	33,0%	38,5%	41,1%	41,2%	35,4 %	39,5%	43,9%	52,9%	33,3%	32,8 %	34,8%	39,8%	51,4%	31,7%
Às vezes	61,4%	57,7%	56,3%	52,9%	61,0 %	56,7%	51,5%	41,2%	66,7%	63,3 %	60,9%	56,6%	47,8%	60,4%
Nunca	5,7%	3,6%	2,5%	5,9%	3,6%	3,8%	3,0%	5,9%	0,0%	3,9%	4,3%	3,5%	0,7%	6,9%
Não respondeu	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%

Tabela 10 – Gasto quando vai ao centro comercial da Cidade, em relação ao sexo, estado civil e faixa etária das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Sexo		Estado Civil			Faixa etária				
	Masculino	Feminino	Solteiro	Casado/União estável	Viúvo/Divorciado	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	Acima de 60 anos
Até R\$ 50	10,6%	15,9%	14,1%	12,6%	11,9%	22,3%	9,1%	12,8%	13,8%	6,0%
De R\$ 51 a R\$ 100	24,0%	27,8%	26,6%	25,6%	23,8%	30,6%	25,2%	20,8%	28,3%	23,9%
R\$ 101 a R\$ 200	24,7%	31,7%	30,5%	24,0%	38,1%	27,3%	31,5%	27,2%	24,8%	32,8%
R\$ 201 a R\$ 300	19,9%	10,4%	12,5%	18,1%	14,3%	11,6%	14,0%	17,6%	15,9%	16,4%
Mais de R\$ 300	19,5%	13,3%	15,1%	19,3%	7,1%	7,4%	18,2%	20,8%	17,2%	17,9%
Não respondeu	1,4%	1,0%	1,3%	0,4%	4,8%	0,8%	2,1%	0,8%	0,0%	3,0%
Média	R\$ 168,49	R\$ 142,07	R\$ 149,10	R\$ 164,67	R\$ 138,10	R\$ 126,24	R\$ 160,14	R\$ 169,20	R\$ 156,72	R\$ 164,93

Tabela 11 – Gasto quando vai ao centro comercial da Cidade, em relação à escolaridade, renda e local de residência das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Ensino Fundamental	Escolaridade			Renda				Não resp.	Local de residência				Outros
		Ensino Médio	Ensino Superior	Pós-Graduação	Até 2 S.M.	De 2 a 5 S.M.	De 5 a 10 S.M.	Acima de 10 S.M.		Natal-ZN	Natal-ZS	Natal-ZO	Natal-ZL	
Até R\$ 50	9,1%	15,1%	12,7%	5,9%	17,3%	9,7%	10,6%	11,8%	0,0%	15,6%	13,0%	15,9%	9,4%	11,9%
De R\$ 51 a R\$ 100	22,7%	26,3%	25,9%	35,3%	28,2%	23,5%	25,8%	17,6%	66,7%	27,2%	39,1%	17,7%	22,5%	28,7%
R\$ 101 a R\$ 200	22,7%	29,6%	30,4%	11,8%	29,2%	28,2%	24,2%	29,4%	33,3%	26,7%	23,2%	33,6%	29,0%	27,7%
R\$ 201 a R\$ 300	18,2%	13,6%	15,2%	23,5%	12,3%	17,2%	16,7%	23,5%	0,0%	17,2%	8,7%	16,8%	15,9%	11,9%
Mais de R\$ 300	26,1%	14,8%	13,3%	23,5%	12,3%	19,7%	21,2%	17,6%	0,0%	12,2%	15,9%	14,2%	22,5%	17,8%
Não respondeu	1,1%	0,6%	2,5%	0,0%	0,7%	1,7%	1,5%	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%	1,8%	0,7%	2,0%
Média	R\$ 179,55	R\$ 150,07	R\$ 149,21	R\$ 176,47	R\$ 141,16	R\$ 167,02	R\$ 166,29	R\$ 175,00	R\$ 100,00	R\$ 147,92	R\$ 140,22	R\$ 156,19	R\$ 172,28	R\$ 152,23

Tabela 12 – Faz pesquisa de preço quando vai ao centro comercial da Cidade, em relação ao sexo, estado civil e faixa etária das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Sexo			Estado Civil		Faixa etária				
	Masculino	Feminino	Solteiro	Casado/União estável	Viúvo/Divorciado	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	Acima de 60 anos
Sim	75,3%	81,6%	77,4%	79,9%	78,6%	71,1%	79,7%	88,8%	75,9%	76,1%
Não	23,6%	18,1%	22,3%	19,7%	16,7%	28,9%	19,6%	10,4%	24,1%	20,9%
Não respondeu	1,0%	0,3%	0,3%	0,4%	4,8%	0,0%	0,7%	0,8%	0,0%	3,0%

Tabela 13 – Faz pesquisa de preço quando vai ao centro comercial da Cidade, em relação à escolaridade, renda e local de residência das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Ensino Fundamental	Escolaridade			Renda				Não resp.	Local de residência				Outros
		Ensino Médio	Ensino Superior	Pós-Graduação	Até 2 S.M.	De 2 a 5 S.M.	De 5 a 10 S.M.	Acima de 10 S.M.		Natal-ZN	Natal-ZS	Natal-ZO	Natal-ZL	
Sim	75,0%	79,0%	77,8%	94,1%	84,8%	74,8%	69,7%	58,8%	100,0%	82,2%	66,7%	78,8%	81,2%	76,2%
Não	23,9%	20,7%	20,9%	5,9%	14,4%	24,4%	30,3%	41,2%	0,0%	17,2%	33,3%	19,5%	18,8%	22,8%
Não respondeu	1,1%	0,3%	1,3%	0,0%	0,7%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	1,8%	0,0%	1,0%

Tabela 14 – Nº de dias que frequenta o centro comercial da Cidade por mês, em relação ao sexo, estado civil e faixa etária das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Sexo		Estado Civil			Faixa etária				
	Masculino	Feminino	Solteiro	Casado/ União estável	Viúvo/ Divorciado	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	Acima de 60 anos
Um dia	15,1%	17,5%	17,0%	14,6%	21,4%	22,3%	12,6%	12,0%	17,2%	19,4%
De 2 a 5 dias	35,3%	40,8%	36,4%	39,4%	42,9%	24,0%	43,4%	45,6%	38,6%	37,3%
De 6 a 9 dias	5,8%	5,5%	6,2%	5,5%	2,4%	7,4%	2,8%	7,2%	4,8%	7,5%
De 10 a 15 dias	6,5%	6,1%	3,3%	9,4%	9,5%	5,0%	4,9%	5,6%	6,9%	11,9%
De 15 a 20 dias	9,2%	6,8%	9,2%	7,5%	2,4%	10,7%	9,8%	5,6%	5,5%	9,0%
Mais de 20 dias	27,7%	23,0%	27,5%	23,2%	21,4%	30,6%	25,9%	24,0%	26,2%	14,9%
Não sabe	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,7%	0,0%
Média	10	9	9	9	8	10	9	9	9	8

Tabela 15 – Nº de dias que frequenta o centro comercial da Cidade por mês, em relação à escolaridade, renda e local de residência das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Escolaridade				Renda				Local de residência					Outros
	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Pós- Graduação	Até 2 S.M.	De 2 a 5 S.M.	De 5 a 10 S.M.	Acima de 10 S.M.	Não resp.	Natal- ZN	Natal- ZS	Natal- ZO	Natal- ZL	
Um dia	30,7%	14,5%	13,3%	5,9%	20,2%	13,0%	13,6%	5,9%	33,3%	15,6%	17,4%	14,2%	13,8%	22,8%
De 2 a 5 dias	31,8%	41,4%	34,2%	41,2%	40,4%	34,5%	42,4%	35,3%	33,3%	42,8%	36,2%	33,6%	29,0%	48,5%
De 6 a 9 dias	3,4%	4,1%	10,1%	5,9%	4,0%	5,5%	13,6%	5,9%	0,0%	2,8%	8,7%	8,0%	8,7%	2,0%
De 10 a 15 dias	6,8%	5,9%	6,3%	11,8%	4,3%	9,2%	3,0%	11,8%	0,0%	5,0%	8,7%	4,4%	11,6%	2,0%
De 15 a 20 dias	6,8%	7,4%	8,9%	17,6%	6,5%	8,8%	9,1%	11,8%	33,3%	5,0%	8,7%	11,5%	10,1%	5,9%
Mais de 20 dias	20,5%	26,3%	27,2%	11,8%	24,5%	28,6%	16,7%	29,4%	0,0%	28,9%	20,3%	28,3%	26,8%	16,8%
Não sabe	0,0%	0,3%	0,0%	5,9%	0,0%	0,4%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
Média	8	9	10	9	9	10	8	11	7	9	9	10	10	7

Tabela 16 – Tempo que passa quando vai ao centro comercial da Cidade, em relação ao sexo, estado civil e faixa etária das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Sexo		Estado Civil			Faixa etária				
	Masculino	Feminino	Solteiro	Casado/ União estável	Viúvo/ Divorciado	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	Acima de 60 anos
Até 30min	3,4%	1,6%	3,0%	1,6%	4,8%	6,6%	2,1%	1,6%	1,4%	0,0%
De 30min a 1h	12,0%	9,7%	11,5%	9,8%	11,9%	9,9%	12,6%	11,2%	10,3%	9,0%
De 1h a 2h	32,5%	28,2%	27,9%	33,5%	28,6%	33,1%	27,3%	25,6%	31,0%	38,8%
De 2h a 3h	23,6%	27,8%	24,6%	26,8%	28,6%	22,3%	28,7%	29,6%	20,7%	29,9%
De 3h a 4h	12,0%	12,0%	13,1%	11,4%	7,1%	9,9%	13,3%	12,8%	13,1%	9,0%
Mais de 4h	16,4%	20,7%	20,0%	16,9%	19,0%	18,2%	16,1%	19,2%	23,4%	13,4%
Média	2,26	2,45	2,39	2,33	2,27	2,24	2,34	2,43	2,46	2,25

Tabela 17 – Tempo médio que passa quando vai ao centro comercial da Cidade, em relação à escolaridade, renda e local de residência das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Escolaridade				Renda				Local de residência					
	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Pós- Graduação	Até 2 S.M.	De 2 a 5 S.M.	De 5 a 10 S.M.	Acima de 10 S.M.	Não resp.	Natal- ZN	Natal- ZS	Natal- ZO	Natal- ZL	Outros
Até 30min	4,5%	2,1%	2,5%	0,0%	3,6%	1,7%	0,0%	5,9%	0,0%	1,7%	5,8%	2,7%	2,9%	1,0%
De 30min a 1h	11,4%	10,1%	12,7%	5,9%	13,0%	9,2%	9,1%	5,9%	0,0%	10,0%	8,7%	9,7%	15,2%	8,9%
De 1h a 2h	27,3%	31,1%	29,7%	35,3%	25,3%	34,5%	37,9%	23,5%	33,3%	33,3%	27,5%	34,5%	25,4%	28,7%
De 2h a 3h	22,7%	25,1%	27,8%	35,3%	26,7%	21,0%	34,8%	35,3%	66,7%	22,2%	23,2%	24,8%	27,5%	32,7%
De 3h a 4h	12,5%	11,8%	12,0%	11,8%	11,6%	13,9%	7,6%	11,8%	0,0%	12,8%	13,0%	14,2%	12,3%	6,9%
Mais de 4h	21,6%	19,8%	15,2%	11,8%	19,9%	19,7%	10,6%	17,6%	0,0%	20,0%	21,7%	14,2%	16,7%	21,8%
Média	2,39	2,39	2,28	2,34	2,36	2,39	2,20	2,43	2,17	2,39	2,41	2,29	2,30	2,43

Tabela 18 – Encontra o que procura no centro comercial da Cidade, em relação ao sexo, estado civil e faixa etária das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Sexo		Estado Civil			Faixa etária				
	Masculino	Feminino	Solteiro	Casado/ União estável	Viúvo/ Divorciado	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	Acima de 60 anos
Sempre	44,2%	46,6%	44,3%	45,7%	52,4%	40,5%	43,4%	47,2%	44,1%	58,2%
Na maioria das vezes	34,6%	35,0%	35,4%	35,0%	28,6%	38,8%	37,8%	35,2%	33,8%	22,4%
Às vezes	20,5%	18,1%	19,7%	18,9%	19,0%	20,7%	17,5%	16,8%	22,1%	19,4%
Nunca	0,7%	0,3%	0,7%	0,4%	0,0%	0,0%	1,4%	0,8%	0,0%	0,0%

Tabela 19 – Encontra o que procura no centro comercial da Cidade, em relação à escolaridade, renda e local de residência das pessoas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Escolaridade				Renda				Local de residência					
	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Pós-Graduação	Até 2 S.M.	De 2 a 5 S.M.	De 5 a 10 S.M.	Acima de 10 S.M.	Não resp.	Natal-ZN	Natal-ZS	Natal-ZO	Natal-ZL	Outros
Sempre	48,9%	48,2%	40,5%	17,6%	46,6%	45,0%	42,4%	47,1%	33,3%	39,4%	49,3%	52,2%	45,7%	45,5%
Na maioria das vezes	33,0%	33,1%	36,7%	58,8%	33,9%	35,7%	36,4%	23,5%	66,7%	41,1%	26,1%	33,6%	32,6%	33,7%
Às vezes	18,2%	18,3%	21,5%	23,5%	19,1%	18,5%	21,2%	29,4%	0,0%	18,9%	24,6%	14,2%	21,7%	18,8%
Nunca	0,0%	0,3%	1,3%	0,0%	0,4%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%

**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
Elizabeth Pontes
Irismar Alves
Pesquisadores

João Maria Soares
Estagiário