



PESQUISA
**Intenções de
Compras para
a Páscoa**

NATAL, MARÇO DE 2020

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	11
Local e quando compra.....	13
Motivação para ir às compras	14
Consumo de peixes	15
Pretensões de viagem.....	17
Momento.....	18

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 Departamento de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DEES), realizou a pesquisa *Intenções de Compras para a Páscoa 2020*. 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 13 e 18 de março de 2020. 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 650 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

A pesquisa de intenção de consumo para a páscoa mostra que neste ano 58,3% dos consumidores natalenses pretendem comprar ou já compraram presentes visando esta data comemorativa, percentual abaixo da intenção de compras relatada em 2019 (59%). Cerca de 41,7% não pretendem ir às compras este ano.

Considerando aqueles que não pretendem ter despesas relacionadas a presentes nesta páscoa, 49,4% disseram que não vão presentear por falta de dinheiro. Já 31,7% mencionaram que não vão comemorar a data (aumento de 6,1p.p.), por essa razão, não devem sair às compras. Há ainda os que não vão presentear por estarem desempregados (10,3%) ou com contas e dívidas em atraso (4,1%), além de outros motivos (2,2%).

A intenção de presentear é maior entre os consumidores do gênero masculino (62% de resposta positiva), da faixa etária de 25 a 34 anos (62,1%) e com renda familiar entre seis e nove salários (68,2%).

Dentre os que vão às compras, os produtos mais procurados da época são, sem dúvida, os chocolates, 92,3% dos consumidores vão manter a tradição de comprar o produto. A pesquisa da Fecomércio RN aponta ainda que, além dos chocolates, o consumidor buscará brinquedos (8,4%), vestuários (7,4%), calçados (3,4%), vinhos/bebidas (1,1%), entre outros.

Conforme dados da pesquisa, 43% dos consumidores irão comprar somente um item, 25% irão comprar dois e 20% irão comprar três ou mais. A estimativa é que a média por pessoa seja de 2 produtos.

O estudo também aponta que as crianças continuam sendo as principais beneficiadas: 52,5% dos presentes serão para os filhos, seguidos de 34,8% para companheiro (a), 24,5% para pai/mãe, 19% para sobrinhos, 8,2% para irmãos, 4,7% para afilhados, 3,7% para amigos e 3,4% para netos.

Gastos

A intenção de gastos dos consumidores natalenses na Páscoa foi levantada pela Pesquisa de Intenção de Compras para a Páscoa 2020 da Fecomércio RN. O estudo identificou que 65,4% dos entrevistados pretendem gastar até R\$ 100,00 com os presentes de Páscoa. Outros 23% disseram que gastarão de R\$ 101,00 a R\$ 200,00 com produtos e 11,1% acima de R\$ 200,00.

Fazendo os cálculos, a expectativa de gasto médio do consumidor ficou em R\$ 98,75. Este gasto é 4,1% nominalmente maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2019, o qual havia sido de R\$ 94,82.

Os homens estão entre os mais dispostos a gastar na compra do presente (R\$ 102,71 em média), enquanto as mulheres estão cautelosas, com um gasto pessoal médio de R\$ 94,59. Os gastos aumentam conforme o nível de renda: até 3 salários (R\$ 87,87), de 3 a 6 salários (R\$ 111,86), de 6 a 9 salários (R\$ 128,57) e 10 ou mais salários (R\$ 142,50).

Já em relação à forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores tem como objetivo pagá-las à vista, 63,2% disseram que pagarão os presentes de Páscoa no dinheiro (eram 69,2% em 2019). Por outro lado, dos 35,3% que pagarão as compras realizadas nessa Páscoa utilizando cartão, 29,7% recorrerão ao cartão de crédito (eram 23,6% em 2019) e 5,5% utilizarão a função de débito (eram 6% em 2019).

Local e período de compras

Assim como nos levantamentos anteriores, os estabelecimentos comerciais de rua (48,3%) terão a preferência dos consumidores nesta data específica, seguidos pelas lojas de Shopping (44,6%), pela internet (4,2%) e outros (2,9%).

As compras da páscoa pretendem ser efetuadas uma semana antes das comemorações, por 69,9% dos consumidores, enquanto 27,2% planejam comprar os produtos quinze dias antes das festividades.

Motivação e local de comemoração

Promoções e ofertas devem receber atenção especial dos consumidores: 52,8% das pessoas que presentearão na Páscoa informaram que serão atraídos por essas ações, enquanto 42,5% responderam que a qualidade do produto será determinante para escolha, 35,6% a marca do produto, 7,7% o atendimento, 6,3% os brindes temáticos e 2,4% a localização da loja.

Entre os hábitos do consumidor natalense traçado pelo estudo, é possível sinalizar a tradicional pesquisa de preço no comércio (68%). À medida que 32% dos consumidores revelaram que não vão fazer pesquisa de preço antes de efetivarem às compras de páscoa.

A grande maioria dos consumidores entrevistados pretende comemorar a páscoa em casa, neste ano, 78,2% planejam celebrar a data desta forma (aumento de 5,7p.p em relação a 2019), 19,8% irão para casa de parentes e 2,8% outros lugares.

Consumo de peixes

A intenção de compras de frutos do mar foi mensurada pela Fecomércio. De acordo com a pesquisa, 75,7% dos entrevistados comprarão peixes e crustáceos especialmente para a data; uma elevação de 1,5 p.p. quando comparado ao ano passado, quando 74,2% colocaram os frutos do mar entre os itens pascal.

Os tipos preferidos para consumo nesta semana santa e páscoa são Tilápia (29,4%), Bacalhau (14,2%), Atum (10,5%), Camarão (5,5%), Corvina (5,1%), Dourado (4,9%), Merluza (4,5%), Sardinha (3,6%), Cioba (2,8%) e Meca (2%).

Para ter os frutos do mar na mesa, 43,8% dos consumidores pretendem gastar entre R\$ 40 e R\$ 80; 34,3% até R\$ 40; e 17,2% de R\$ 80 a R\$ 150. A faixa acima de R\$ 150 será a opção para 4,6%.

Pretensões de viagem

Nas principais tendências de consumo apontadas na Pesquisa, o percentual de consumidores que pretendem viajar no feriado foi de 17,8%. Índice 4,9 p.p. inferior ao assinalado na pesquisa do ano passado (22,7%).

Dos que vão viajar, está nos planos dos consumidores incluir o Rio Grande do Norte no roteiro da viagem no feriado, tendo em vista que 88,1% declararam que vai viajar por dentro do próprio Estado, interior (70,3%) e litoral (17,8%), movimentando a economia local. Em seguida aparecem os outros Estados (9,3%) e exterior (2,5%).

Para a viagem, 84,7% devem desembolsar até R\$ 500,00 com o passeio, 9,3% de R\$ 500 a R\$ 1.000 e 5,9% acima de R\$ 1.000.

Momento

A pesquisa revela ainda que 67,1% dos consumidores ouvidos têm a sensação de que os preços dos produtos para a Páscoa estão mais caros neste ano do que em 2019 – percentual que era 70,1% na sondagem do último ano. Para 23,2%, os valores estão na mesma faixa e apenas 4,2% acreditam em preços menores.

Em alusão ao momento para compra de produtos, a pesquisa aponta que 37,1% dos consumidores consideram ótimo ou bom, 41,2% apontaram para o momento regular e 21,7% afirmaram que o momento é ruim ou péssimo.

41,4% das famílias declararam estar em situação melhor que a do mesmo período do ano anterior, enquanto 37,1% apontou que sua situação igual e 21,5% afirmaram que estão em pior situação.

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

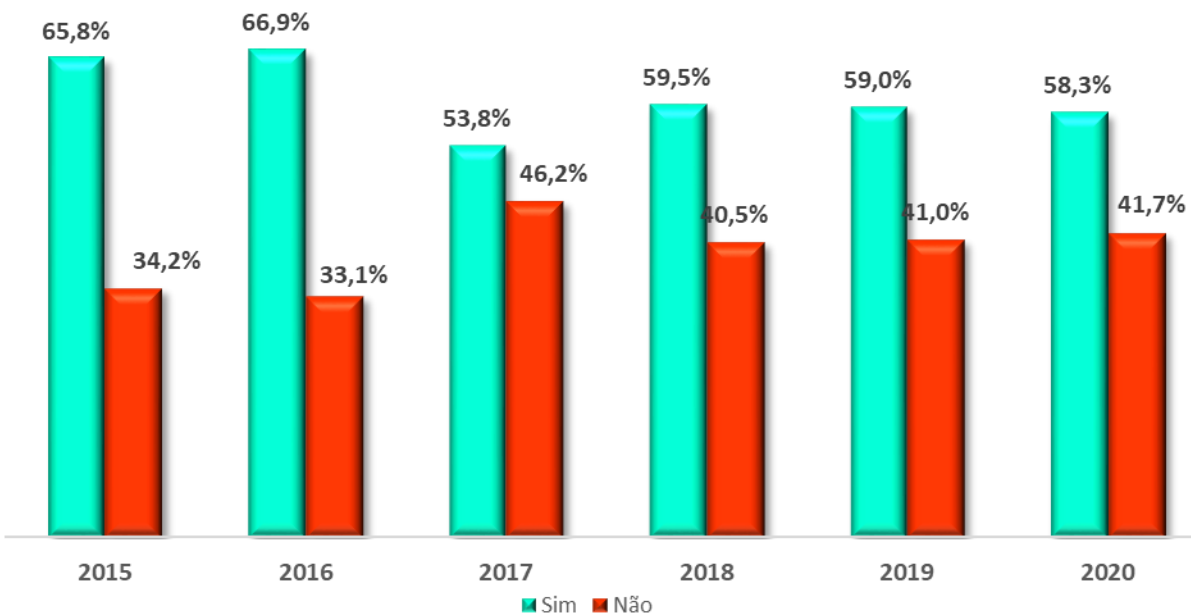


Gráfico 2 – Intenção de presentear na Páscoa.
Fonte: Fecomércio RN

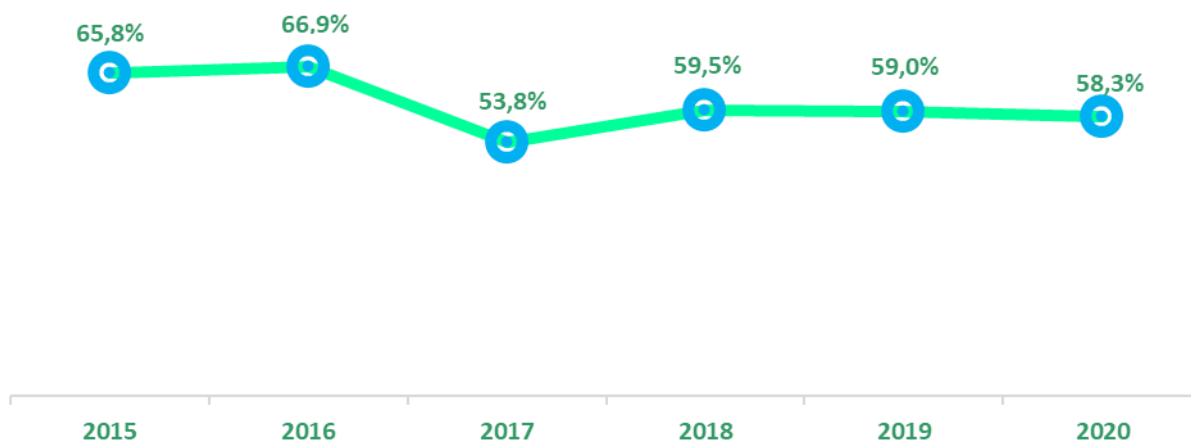


Tabela 1 – (Se respondeu “não” na anterior) Por qual motivo o (a) sr. (a) não pretende presentear?
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Falta de dinheiro	19,8%	38,9%	51,5%	48,9%	44,3%	49,4%
Não vai comemorar	19,8%	28,1%	30,2%	23,5%	25,6%	31,7%
Desemprego	3,6%	10,0%	5,3%	9,0%	11,7%	10,3%
Poupar/Economizar	27,0%	13,1%	3,0%	7,1%	11,7%	7,0%
Dívidas/Contas em atraso	15,3%	7,2%	8,1%	5,6%	2,9%	4,1%
Outros	8,6%	2,7%	0,6%	4,9%	1,5%	2,2%
Não sabe/Não respondeu	5,9%	-	1,3%	1,1%	2,2%	0,0%

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

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Filho	35,5%	42,5%	38,1%	50,4%	43,1%	52,5%
Namorado (a)/Noivo (a)/Esposo (a)	18,3%	26,6%	28,7%	29,5%	25,7%	34,8%
Pai/Mãe	11,0%	18,2%	21,0%	15,8%	26,8%	24,5%
Sobrinho	14,7%	18,4%	16,5%	15,5%	17,7%	19,0%
Irmão	3,9%	7,1%	7,1%	4,8%	7,5%	8,2%
Afilhado (a)	3,2%	5,3%	5,7%	5,1%	9,4%	4,7%
Amigos	3,0%	5,5%	4,8%	4,3%	3,4%	3,7%
Neto (a)	7,4%	8,0%	5,1%	8,7%	8,8%	3,4%
Outros	3,2%	3,2%	4,1%	4,1%	2,9%	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	2020
Chocolates	84,4%	95,9%	89,2%	92,1%	90,1%	92,3%
Brinquedos	2,8%	2,1%	3,7%	1,3%	3,6%	8,4%
Vestuário	6,1%	5,1%	8,8%	7,6%	6,8%	7,4%
Calçados	2,8%	1,4%	1,4%	1,8%	2,6%	3,4%
Vinhos/Bebidas	2,0%	0,9%	0,6%	1,3%	0,5%	1,1%
Outros	1,9%	1,7%	2,1%	0,8%	2,3%	8,2%
Não sabe	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,5%

Gastos

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

Fonte: Fecomércio RN

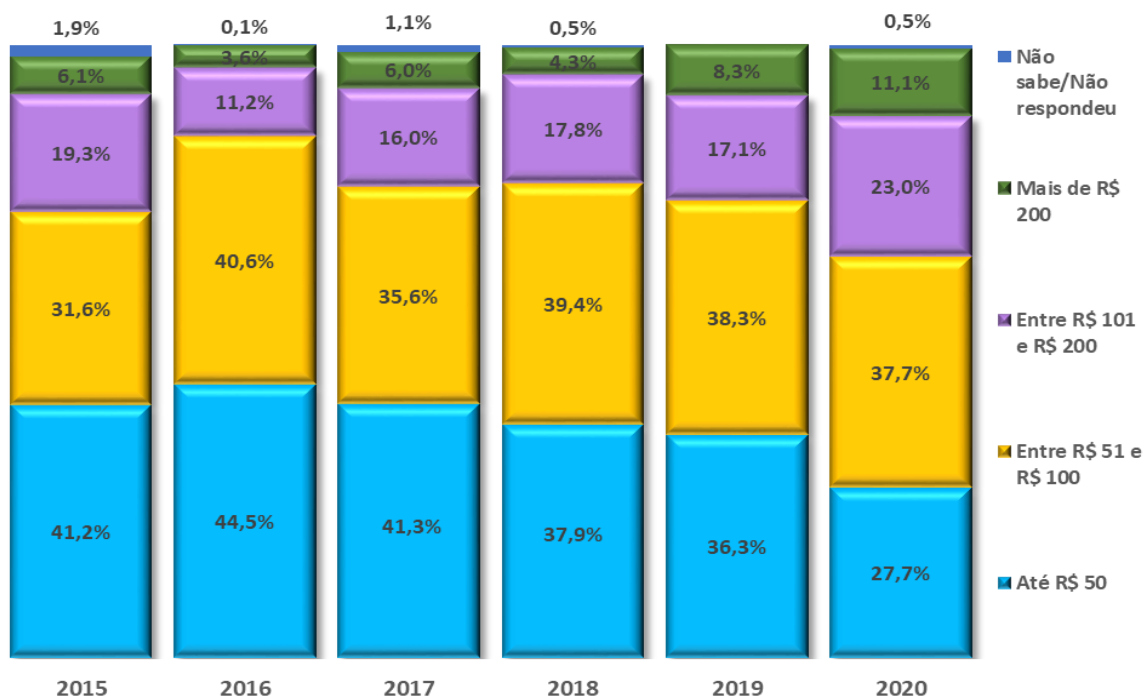


Gráfico 4 – Média de gasto com presentes de Páscoa por ano.

Fonte: Fecomércio RN

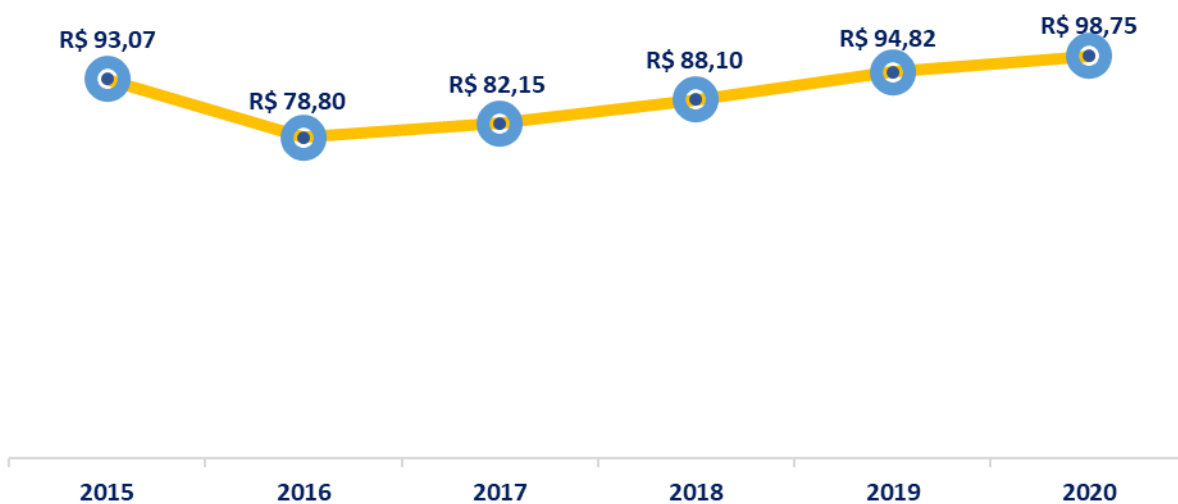
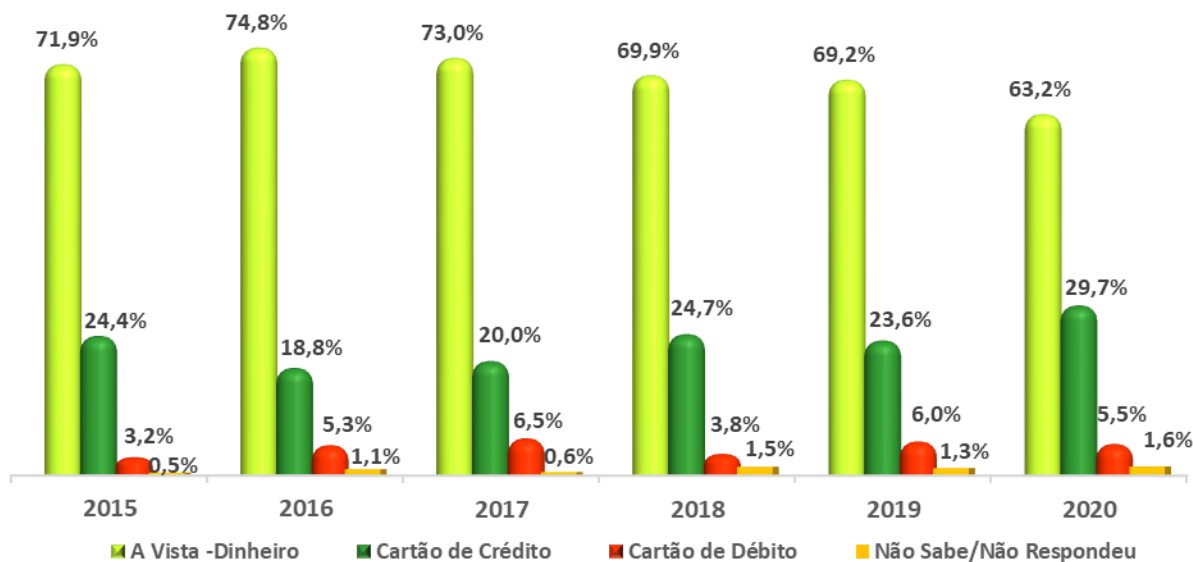


Gráfico 5 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) deseja utilizar?

Fonte: Fecomércio RN



Local e quando compra

Gráfico 6 – Quando irá realizar a compra?

Fonte: Fecomércio RN

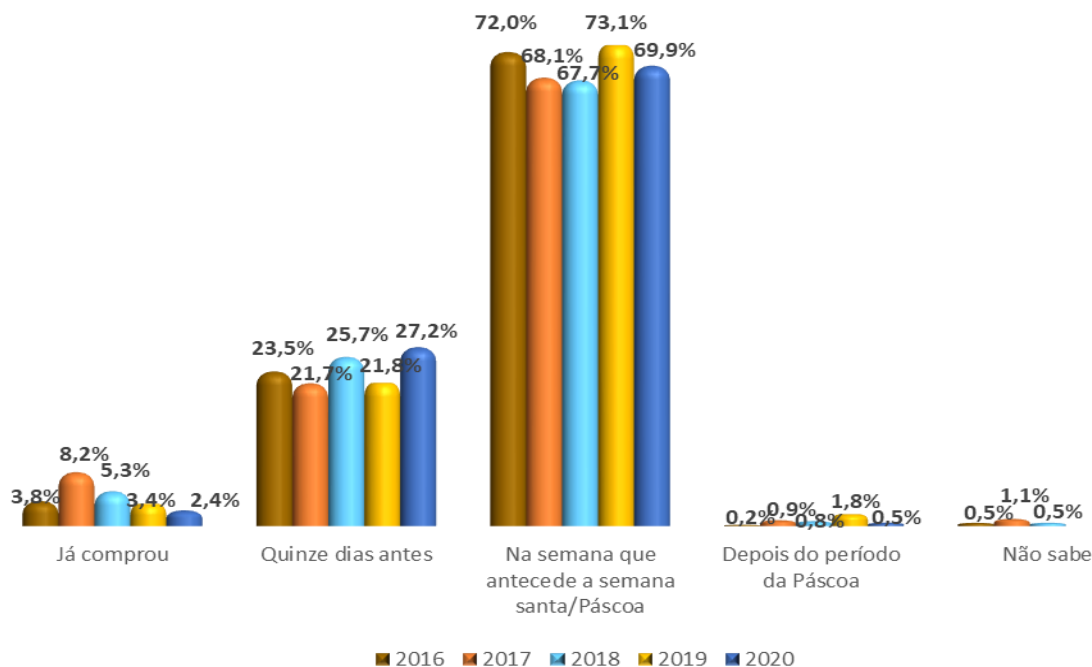
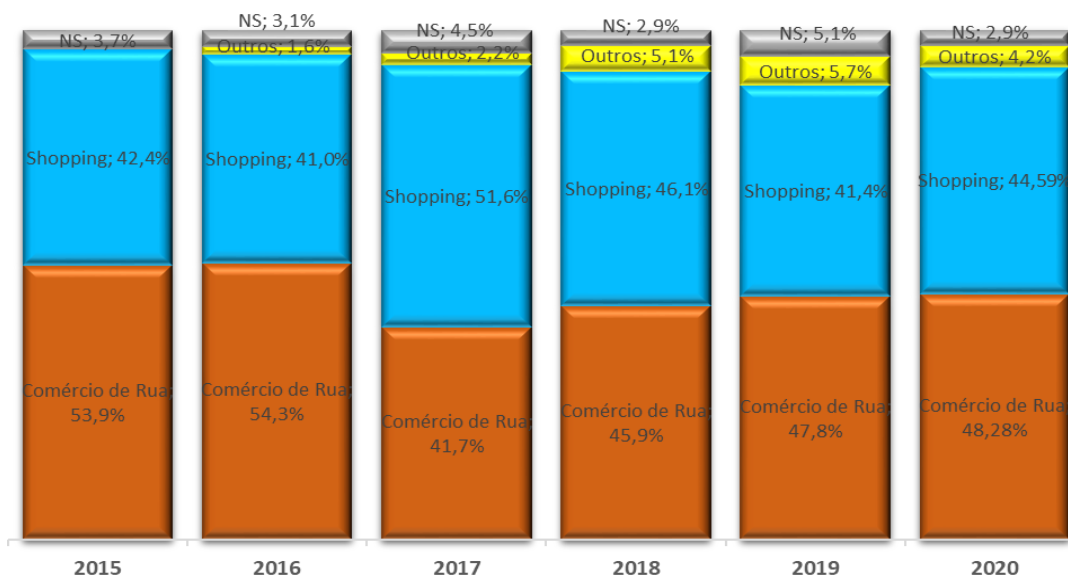


Gráfico 7 – Onde o (a) sr. (a) pretende comprar o presente?

Fonte: Fecomércio RN



Motivação para ir às compras

Tabela 4 – Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Preço/Oferta e Promoções	42,0%	47,4%	52,9%	50,6%	57,7%	52,8%
Qualidade	2,1%	0,7%	2,6%	1,5%	1,6%	42,5%
Marca do Produto	38,7%	50,6%	37,1%	42,0%	33,5%	35,6%
Atendimento	2,0%	3,1	4,0%	6,8%	5,2%	7,7%
Brindes	6,9%	7,6%	7,1%	7,4%	4,7%	6,3%
Localização da Loja	1,5%	5,3%	2,6%	4,1%	3,4%	2,4%
Outros	1,9%	1,1%	3,4%	4,3%	2,9%	2,3%
Indicação de amigos ou parentes	1,7%	1,6%	1,4%	1,3%	1,8%	1,6%
Formas de Pagamento	2,9%	2,5%	3,4%	3,3%	2,3%	0,8%
Não sabe/Não respondeu	0,8%	-	0,9%	0,0%	0,5%	0,3%
Nome da loja	1,5%	0,9%	0,3%	1,8%	0,3%	0,0%

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

Fonte: Fecomércio RN

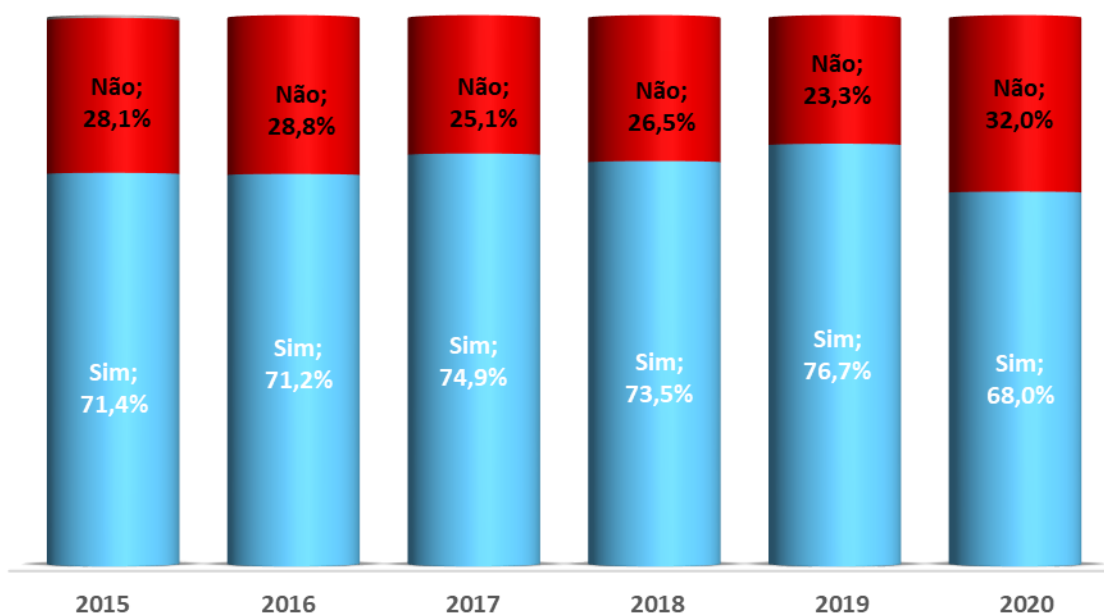


Tabela 5 – Onde pretende comemorar a Páscoa
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019	2020
Em casa	71,5%	72,2%	75,7%	72,4%	78,2%
Casa de parentes /amigos	22,9%	24,6%	20,6%	22,4%	19,8%
Outros	4,1%	2,7%	3,2%	4,4%	2,7%
Não sabe ainda	1,5%	0,8%	0,5%	0,8%	0,0%

Consumo de Peixes

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

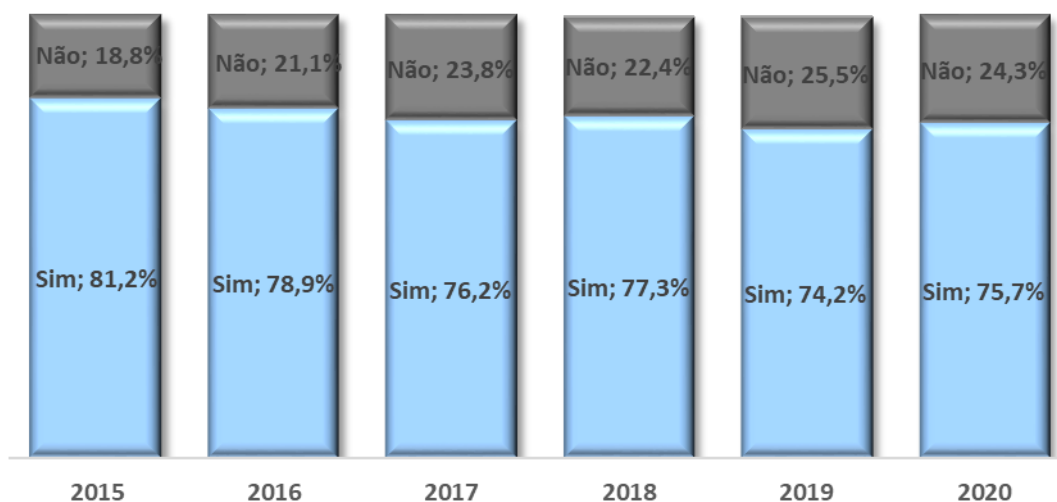


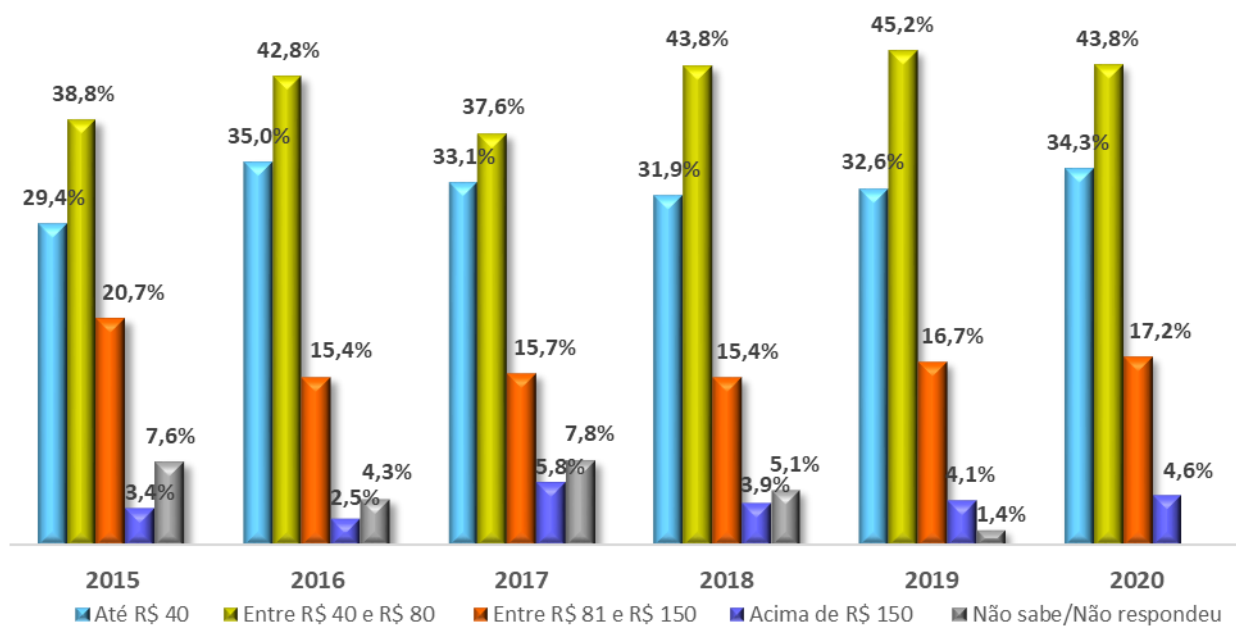
Tabela 6 – Tipo de peixe que pretende comprar?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2017	2018	2019	2020
Tilápia	9,2%	19,6%	26,1%	29,4%
Bacalhau	9,2%	6,5%	9,7%	14,2%
Atum	21,3%	15,3%	17,9%	10,5%
Camarão	1,4%	2,7%	2,7%	5,5%
Corvina	1,0%	5,6%	3,9%	5,1%
Dourado	6,0%	6,7%	6,4%	4,9%
Merluza	6,0%	3,4%	4,9%	4,5%
Sardinha	3,2%	2,7%	3,5%	3,6%
Cioba	7,6%	7,0%	4,7%	2,8%
Meca	4,0%	2,9%	3,7%	2,0%
Guaiuba	1,4%	2,3%	1,2%	1,4%
Serra	2,4%	0,5%	0,8%	1,4%
Pescada	0,4%	1,3%	1,0%	0,8%
Salmão	2,0%	1,6%	0,4%	0,6%
Cavala	0,2%	0,7%	0,6%	0,6%
Tainha	2,0%	0,7%	1,8%	0,6%
Espada	0,6%	0,4%	0,2%	0,4%
Albacora	0,2%	1,1%	0,4%	0,2%
Robalo	0,4%	0,5%	0,4%	0,0%
Outros	1,6%	3,3%	4,5%	2,4%
Não sabe	19,7%	15,2%	5,3%	9,1%

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

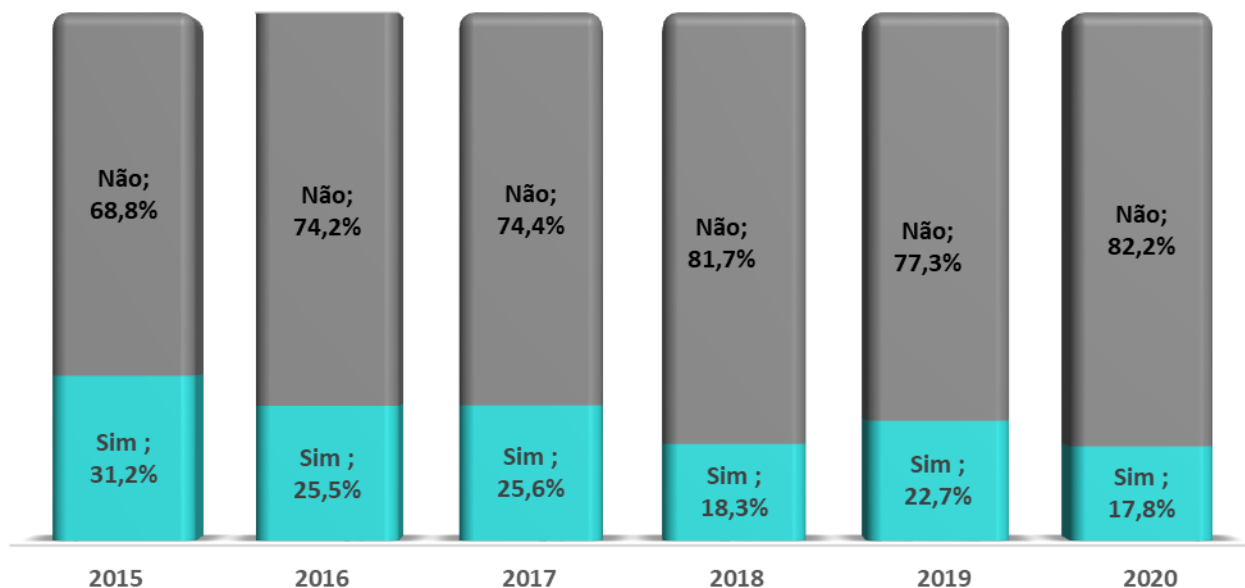


Gráfico 12 – Qual o destino?

Fonte: Fecomércio RN

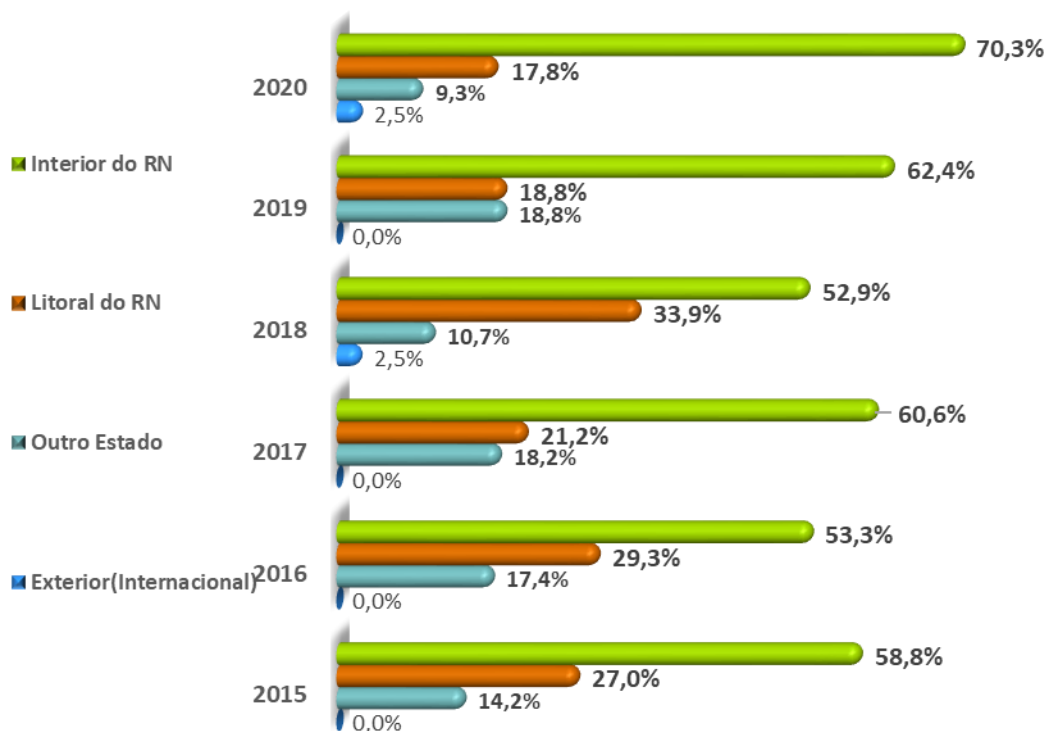
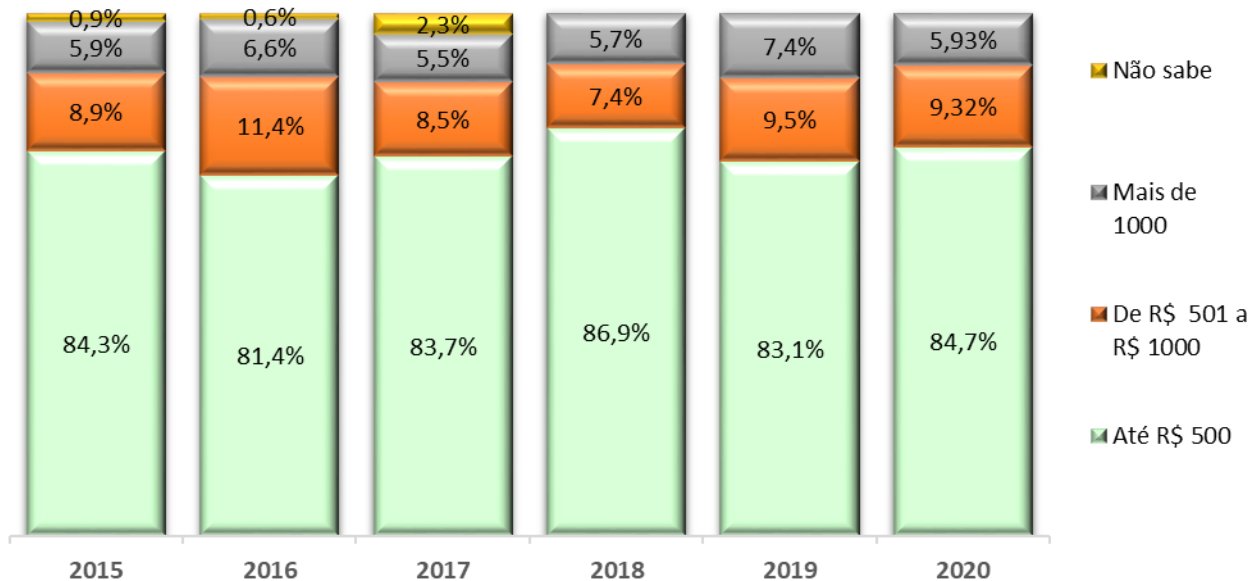


Gráfico 13 – Na sua viagem, qual o seu gasto médio, incluindo todos os itens?

Fonte: Fecomércio RN



Momento

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

Fonte: Fecomércio RN

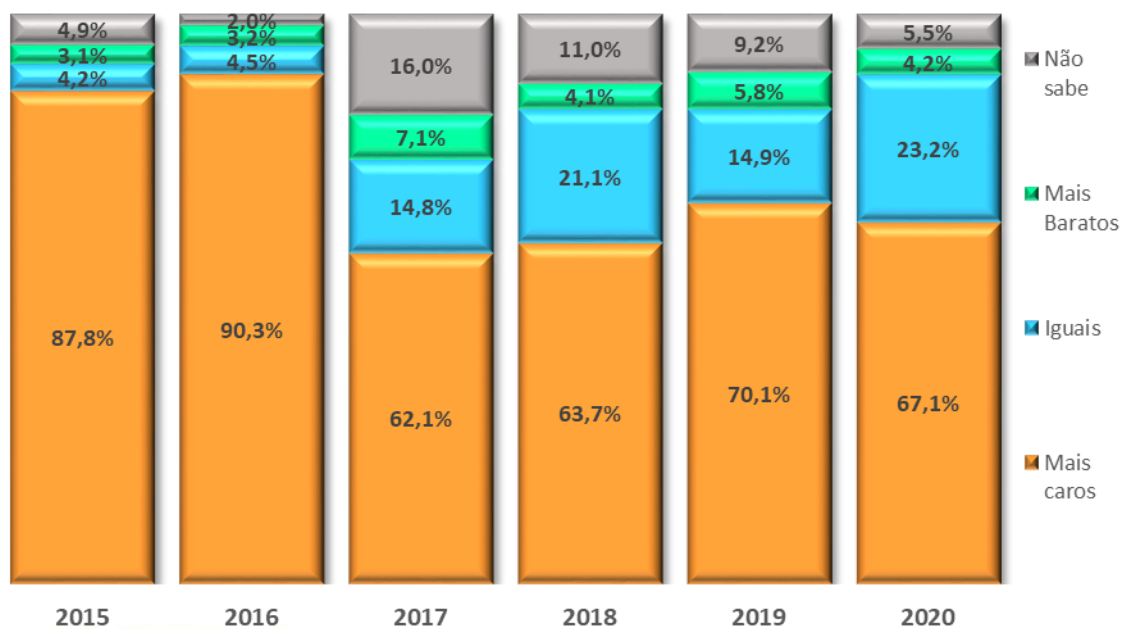


Gráfico 15 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?

Fonte: Fecomércio RN

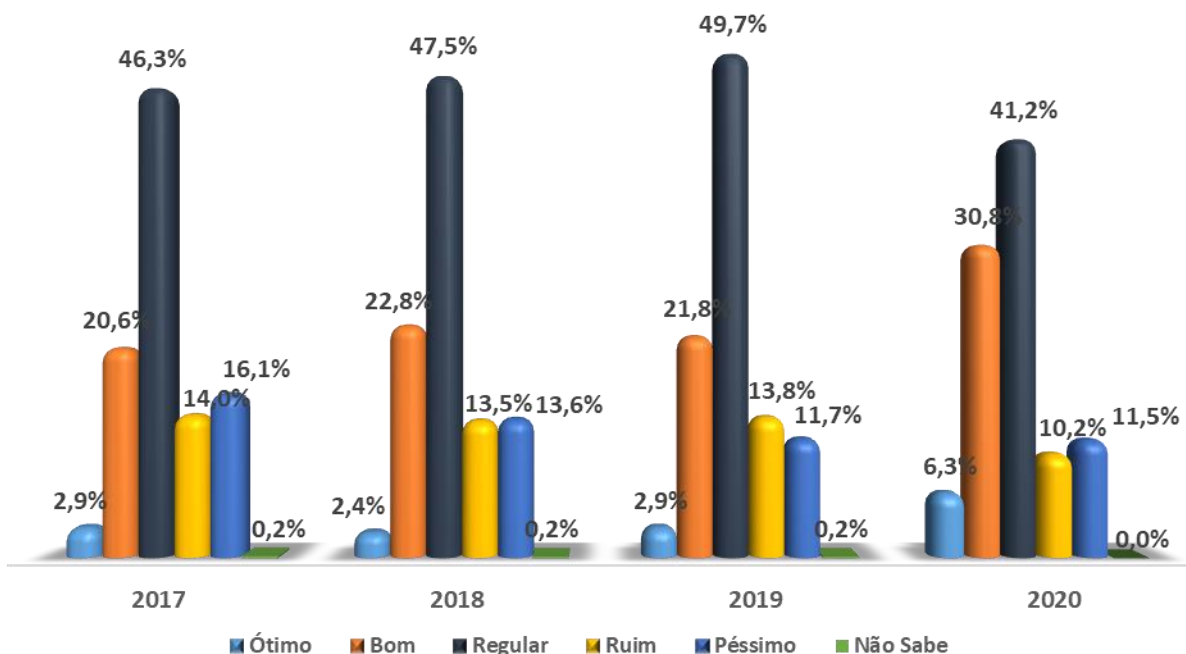
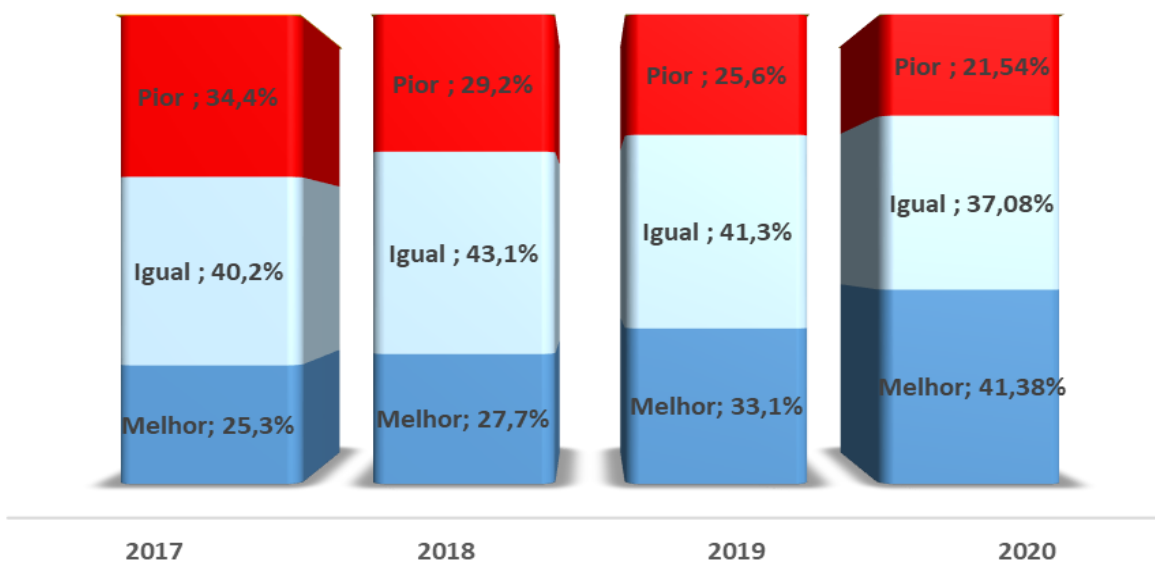


Gráfico 16 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?

Fonte: Fecomércio RN



**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO
ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE**

DEPARTAMENTO DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONOMICOS

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
João Soares
Maria do Socorro
Pesquisadores