

PESQUISA  
Intenções  
para a  
Páscoa  
2021



NATAL, MARÇO DE 2021

## Sumário

<b>1. APRESENTAÇÃO</b> .....	<b>3</b>
<b>2. ASPECTOS TÉCNICOS</b> .....	<b>4</b>
<b>3. SÍNTESE DOS RESULTADOS</b> .....	<b>5</b>
Intenções de compras .....	5
Consumo.....	5
Gastos .....	6
Forma de pagamento.....	6
Local e período de compras .....	7
Comemoração da data.....	7
Consumo de peixes .....	8
Pretensões de viagem.....	8
Momento.....	8
<b>4. GRÁFICOS e TABELAS</b> .....	<b>9</b>
Intenções de Compras .....	9
Consumo.....	10
Gastos .....	13
Forma de pagamento.....	14
Local e quando compra.....	15
Comemoração da data.....	17
Consumo de Peixes.....	18
Pretensões de Viagem .....	19
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 consumir 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 2021*. 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 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, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como dar oportunidade de disseminação do conhecimento.

## 2. ASPECTOS TÉCNICOS

A pesquisa ocorreu entre os dias 03 e 12 de março de 2021. 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 607 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**

As compras de páscoa devem sofrer os impactos da pandemia e do isolamento social em 2021. A previsão está na pesquisa realizada pela Fecomércio RN. O levantamento aponta que menos consumidores devem ir às compras (39,2%), número 19,1 pontos percentuais inferior ao ano passado, quando 58,3% pretendiam comprar na data.

Para os 60,8% que não pretendem presentear este ano, a principal justificativa é que a situação financeira está mais difícil por conta da falta dinheiro (49,6%) e da pandemia (45,5%). Fatores como poupar, desemprego e dívidas em atraso também vão impedir o consumidor de ir às compras nessa data comemorativa.

#### **Consumo**

Entre as razões apontadas por aqueles que irão às compras na páscoa 2021 estão o sentimento de afeto pelas pessoas que vão presentear (71,8%); enquanto 39,5% têm costume de presentear as pessoas que gostam na data; 22,3% pelo gosto por chocolates e 10,9% consideram este um gesto importante.

Item simbólico da data, os chocolates devem ser a principal escolha da grande maioria dos natalenses que vão presentear, com 92,4% das citações. Os brinquedos foram mencionados por 6,7%, seguidos por peças de vestuário, com 3,4%, e alimentos ou bebidas (2,1%). Outros produtos somaram 1,7% das menções. 2,9% ainda não sabem o que devem comprar.

Na hora de escolher o presente, são consideradas principalmente as ofertas e as promoções (61,9%); a marca do produto (23%) e a localização do estabelecimento (4,2%).

As crianças serão as mais beneficiadas na data: 56,3% dos presentes serão para os filhos; seguidos de 26,5% para companheiro (a); 18,9% para pai/mãe; 15,1% para os sobrinhos; 7,6% para os irmãos; 6,7% para os netos; 5,5% para amigos; e entre outros.

Com relação à quantidade de produtos, 46,2% dos consumidores disseram que irão comprar a mesma quantidade do ano passado, 38,7% afirmaram que irão comprar menos itens, enquanto somente 15,1% almejam adquirir mais produtos nesta páscoa do que no ano passado.

### **Gastos**

A maioria das pessoas (67,8%) que quer presentear alguém pretende gastar no máximo R\$ 100. Para 23,4%, o preço dos presentes pode variar de R\$ 100 a R\$ 200 e apenas 6,7% pretendem desembolsar acima de R\$ 200 nas compras de páscoa deste ano.

O ticket médio, ou seja, o valor a ser investido pelo consumidor na compra do presente, será de R\$ 92,15 (aumentando para R\$ 130,26 entre os que possuem rendimentos familiares acima de 10 salários mínimos, e caindo para R\$ 78,95 entre aqueles com renda mensal abaixo de 2 salários mínimos). O gasto médio deve ser 6,7% menor do que o levantado pela pesquisa de 2020, o qual havia sido de R\$ 98,75.

Em meio à pandemia, mesmo aqueles que pretendem comprar presentes ainda estão cautelosos com os gastos. Quando se trata dos entrevistados que compraram no ano passado, 33,2% dizem que vão gastar menos nesta páscoa, enquanto 35,7% intencionam gastar a mesma quantia, e 31,1% vão gastar mais.

### **Forma de pagamento**

Sobre a forma de pagamento, a maioria dos consumidores nataleneses que farão compras nesta páscoa pretendem pagar à vista (65,1%), sobretudo em dinheiro (52,1%) e no cartão de débito (13%). Por outro lado, 34% querem usar o crédito para pagar as compras, principalmente o cartão de crédito parcelado (23,5%) e o cartão de crédito em parcela única (10,5%).

A pesquisa identificou que as compras com cartão de crédito devem aumentar 4,3 pontos percentuais em relação ao ano passado, assim como as com cartão de débito, que devem crescer 7,5 pontos percentuais. O pagamento em dinheiro, que em 2020 representava 63,2%, pode cair para 52,1%.

### **Local e período de compras**

Diante de uma situação de incertezas e dificuldades financeiras, a pesquisa de preços se torna grande aliada do consumidor: 68,2% pretendem pesquisar preços antes de comprar seus presentes.

De acordo com a sondagem da Fecomércio para as compras de páscoa, as lojas físicas são os locais preferidos da maior parte da população; o comércio de rua deve receber 52,1% do volume de consumidores que vão às compras; e os shoppings 29,8%; enquanto as por meio de encomenda serão a opção para 9,2%. As compras on-line, que ganharam bastante espaço durante a pandemia, devem ser preferência de 5,5% do público para esta data.

A pesquisa mostrou também que 65,8% dos consumidores natalenses devem comprar nos mesmos estabelecimentos que adquiriram os produtos de páscoa no ano passado, e os fatores que mais influenciam na escolha do local de compra são o nível de preço (43,3%); a variedade de produtos (19,7%); a localização (12,2%); a qualidade dos produtos (10,5%) e o atendimento (5,5%).

No tocante ao período das compras, 56,9% dos consumidores pretendem comprar na semana que antecede a data; 31,8% desejam adquirir os produtos quinze dias antes das comemorações; 5,1% já compraram e 5,4% planejam comprar os produtos no dia da páscoa.

Sobre os preços dos produtos nesta páscoa, mais de 80% (exatos 83,4%) acham que estarão mais caros quando comparados com o ano passado; 13,7% acreditam que estarão iguais; e 3% apostam que estarão mais baratos.

### **Comemoração da data**

A pesquisa da Fecomércio mostra ainda que a tendência para esta Páscoa é que os natalenses comemorem a data em casa, respeitando medidas de isolamento social, recomendadas para evitar o avanço da pandemia do novo Coronavírus.

Dos que vão comemorar a data, 53% disseram que vão ficar em casa com pessoas que moram na mesma residência; 4% irão para casa de parentes; 2% para igreja; e 0,6% outros lugares.

### **Consumo de peixes**

A intenção de compras de frutos do mar foi mensurada pela Fecomércio. De acordo com a pesquisa, 66,6% dos entrevistados têm pretensões de comprar peixes e crustáceos especialmente para a data; o percentual é 9,1 pontos percentuais menor que o do ano passado, quando 75,7% colocaram os frutos do mar entre os itens a serem consumidos.

Para as compras de pescados, 41,4% dos consumidores pretendem gastar entre R\$ 40 e R\$ 80; 39,5% até R\$ 40; e 12,7% de R\$ 80 a R\$ 150. A faixa acima de R\$ 150 será a opção para 3,7%.

### **Pretensões de viagem**

Por conta da pandemia, a viagem que muitos natalenses faziam durante o feriadão da Semana Santa vai ficar para outro momento. 94,7% dos consumidores revelaram que não pretendem viajar neste período. Índice 12,5 pontos percentuais inferior ao assinalado na pesquisa do ano passado (82,2%), quando já havia registrado queda em relação a 2019.

Além de movimentar o comércio tradicional, a Páscoa também traz impactos para o setor de serviços, que por conta da pandemia este ano, assim como em 2020, será bastante afetado.

### **Momento**

Em referência ao atual momento para compra de produtos, 58,8% disseram que o momento é ruim ou péssimo; 30,5% responderam que o momento é regular; e somente 10,7% avaliaram que a situação atual é ótima ou boa para aquisição de produtos.

No tocante à situação financeira das famílias, 44,6% das pessoas entrevistadas na pesquisa declararam estar em situação pior comparada ao ano anterior; 44,3% relataram que estão em situação financeira igual; e apenas 11% consideram que estão em melhor momento financeiro comparado com esse mesmo período do ano passado.

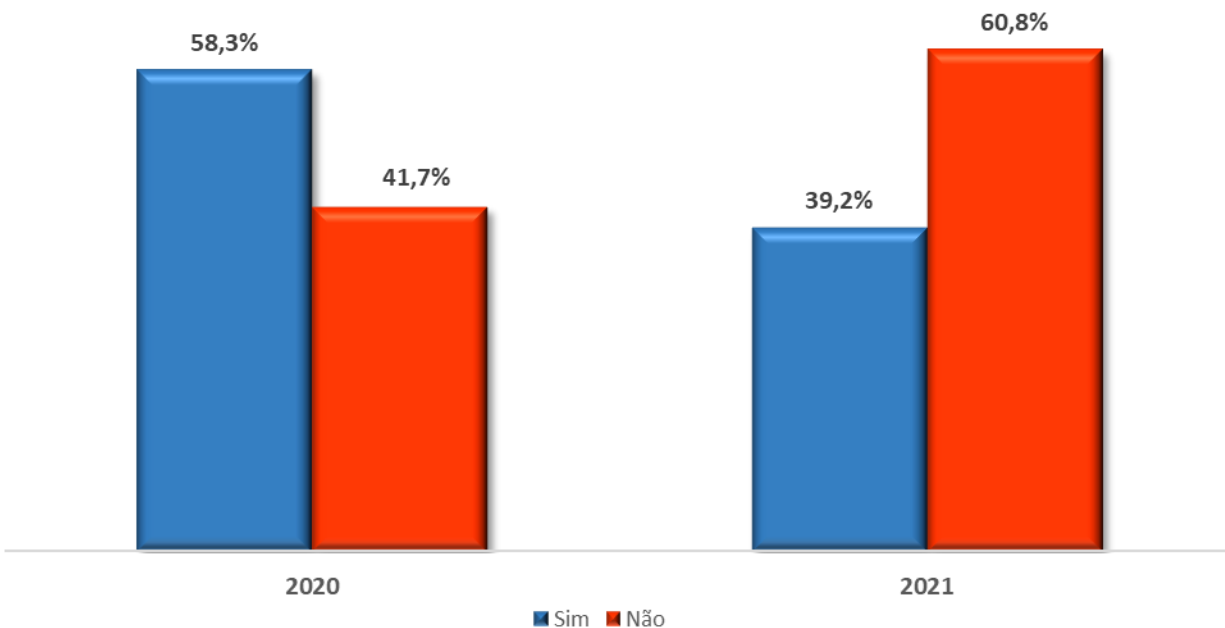
Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.



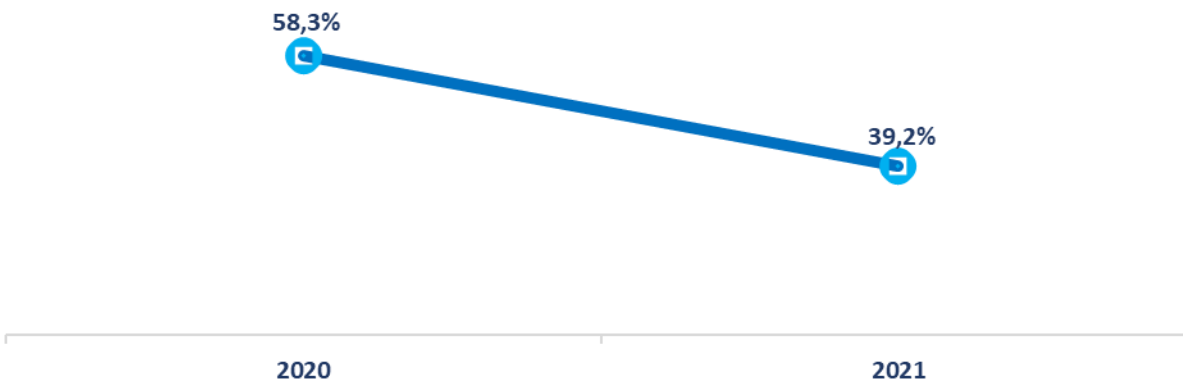
#### 4. GRÁFICOS e TABELAS

##### Intenções de Compras

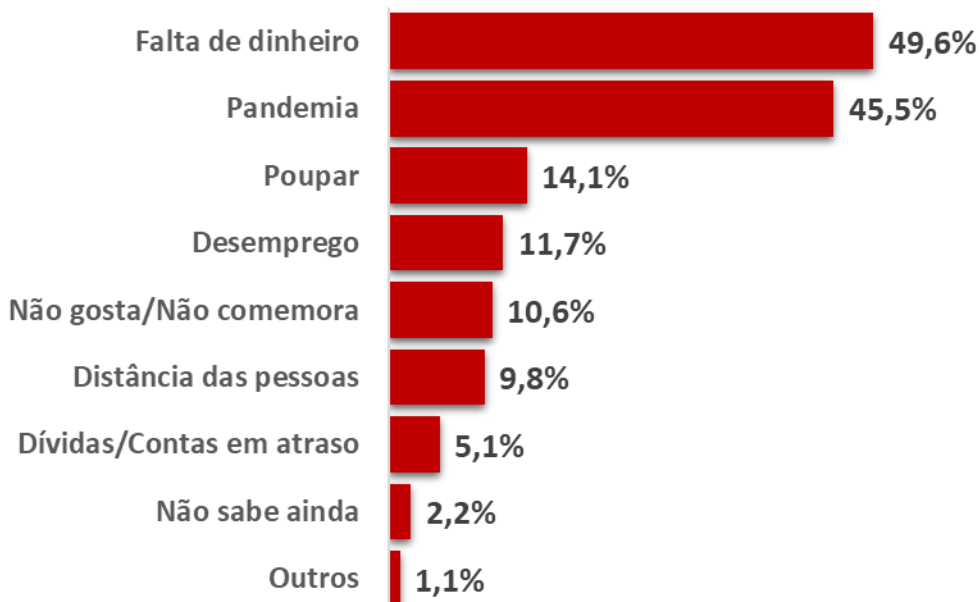
*Gráfico 1 - O (a) sr. (a) pretende presentear alguém durante a Semana Santa/Páscoa?*  
Fonte: Fecomércio RN



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



**Gráfico 3 – (Se respondeu “não” na anterior) Por qual motivo o (a) sr. (a) não pretende presentear?**  
Fonte: Fecomércio RN



### Consumo

**Gráfico 4 – (Se vai presentear) Porque vai presentear? (Múltipla resposta)**  
Fonte: Fecomércio RN



*Tabela 1 – Quem o (a) sr. (a) pretende presentear nesta data? (Múltipla resposta)*

Fonte: Fecomércio RN

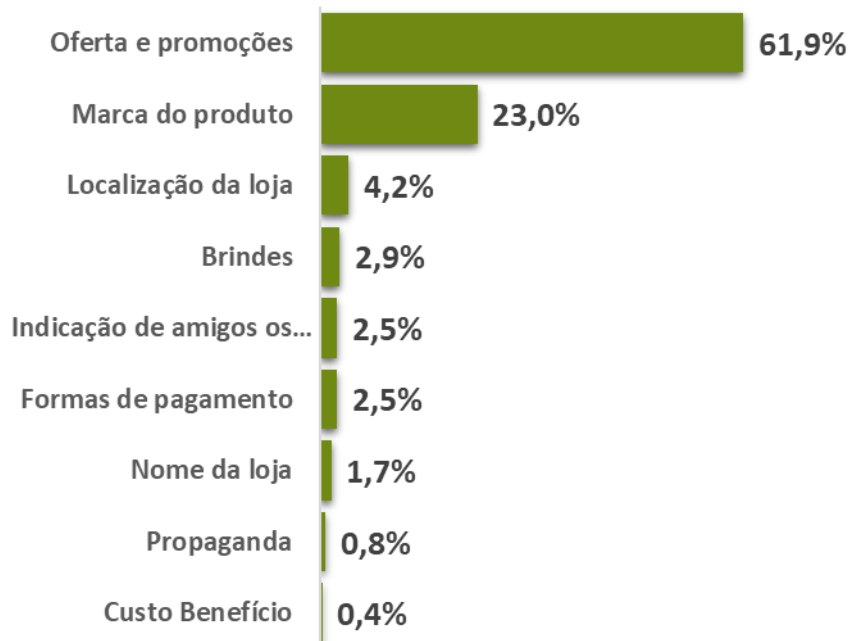
Rótulos de Linha	%
Filho	56,3%
Companheiro(a)	26,5%
Pai/Mãe	18,9%
Sobrinhos	15,1%
Irmãos	7,6%
Netos	6,7%
Amigos	5,5%
O próprio	5,0%
Afilhados	4,6%
Enteados	1,3%
Avós	0,8%
Namorada	0,8%
Primos	0,8%
Outros	0,4%
Crianças carentes	0,0%

*Gráfico 5 – Com qual (is) produtos o (a) sr. (a) pretende presentear? (Múltipla resposta)*

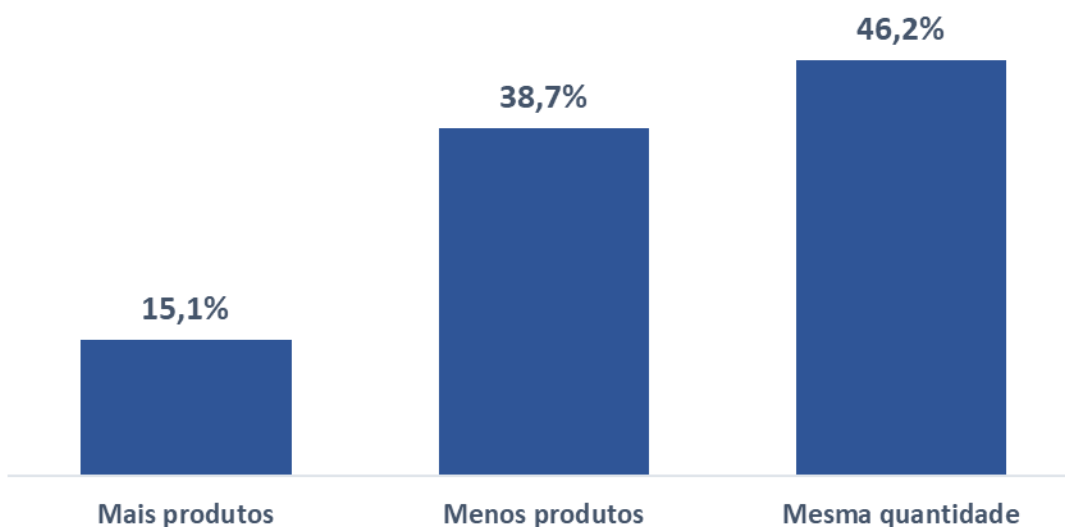
Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 6 – Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente? (Múltipla resposta)**  
Fonte: Fecomércio RN

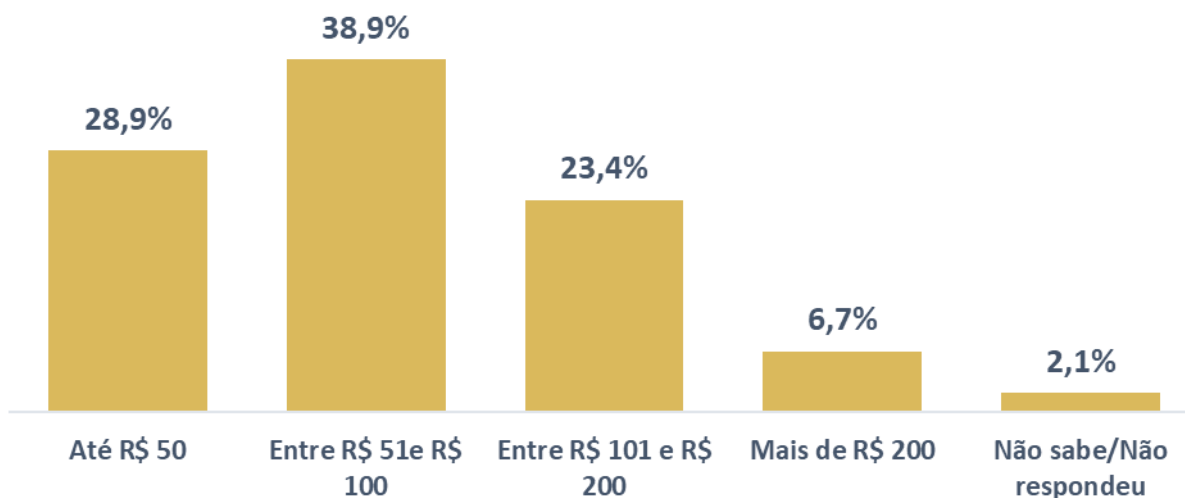


**Gráfico 7 – Com relação ao ano passado, o Sr. (a) pretende comprar:**  
Fonte: Fecomércio RN

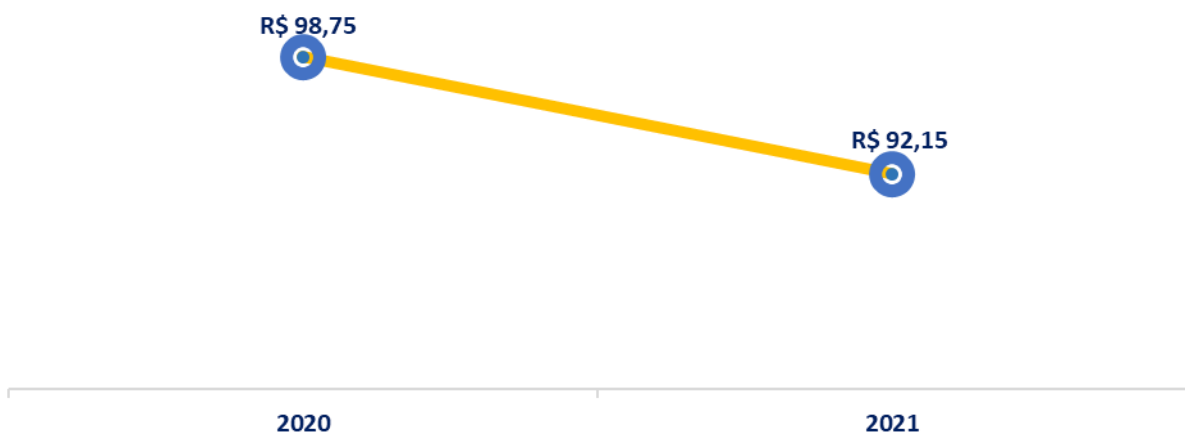


**Gastos**

*Gráfico 8 – Quanto o (a) sr. (a) pretende gastar com o presente nesta Páscoa?*  
Fonte: Fecomércio RN



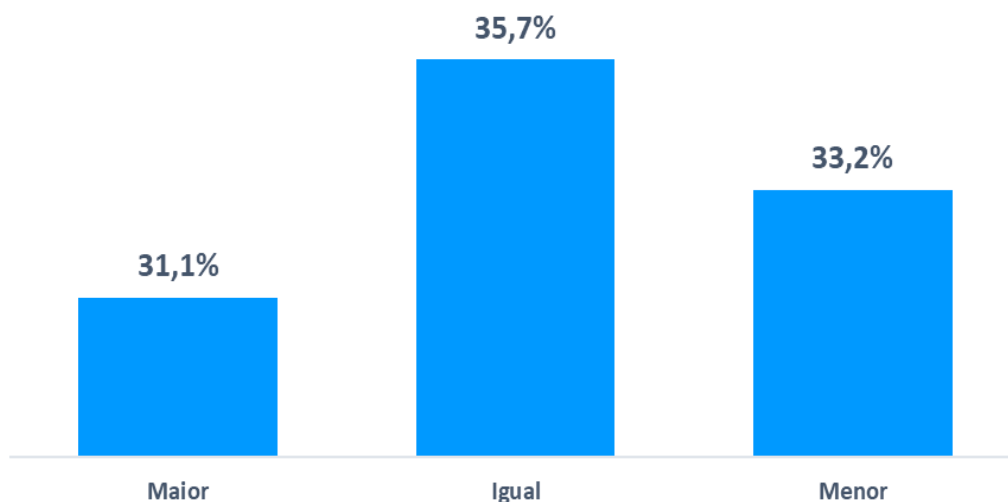
*Gráfico 9 – Média de gasto com presentes de Páscoa por ano.*  
Fonte: Fecomércio RN



*Tabela 2 – Média de gasto por renda familiar.*  
Fonte: Fecomércio RN

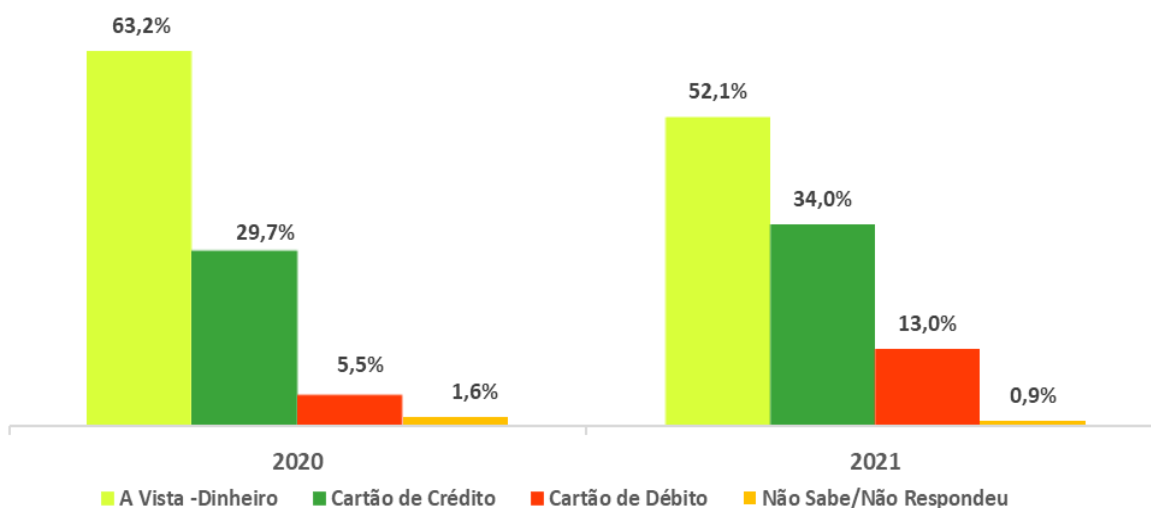
Natal	Até 2 salários	De 2 a 5 salários	De 5 a 10 salário	Acima de 10 salários	Não respondeu	Total
Média	R\$ 78,95	R\$ 89,61	R\$ 102,50	R\$ 130,26	R\$ 94,44	R\$ 92,15

**Gráfico 10 – Sobre os gastos comparando com o ano passado, o Sr. (a) pretende gastar:**  
Fonte: Fecomércio RN



**Forma de pagamento**

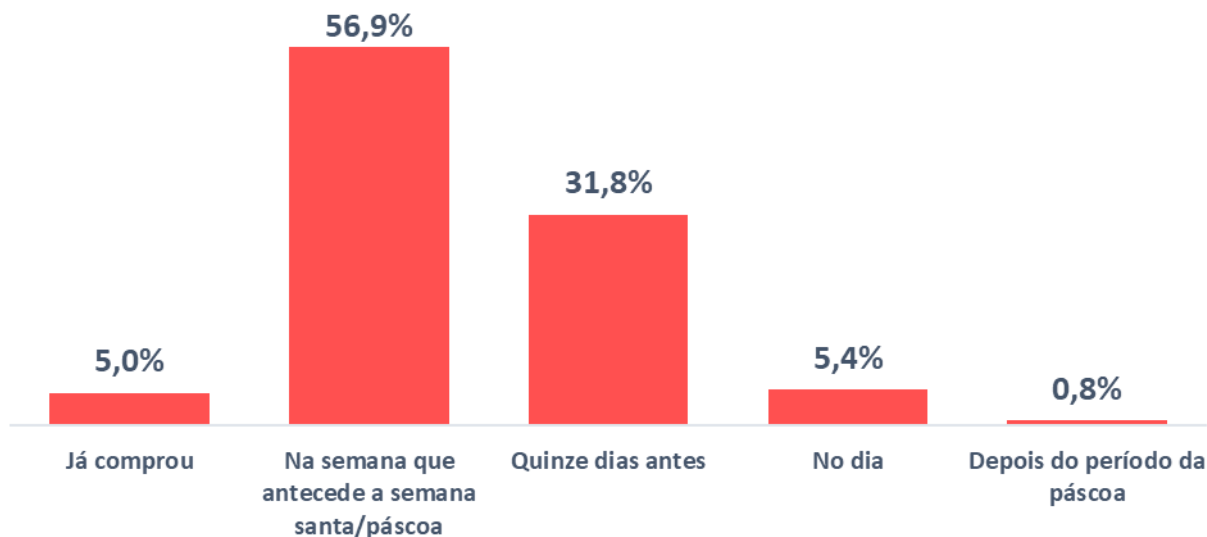
**Gráfico 11 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) deseja utilizar?**  
Fonte: Fecomércio RN



**Local e quando compra**

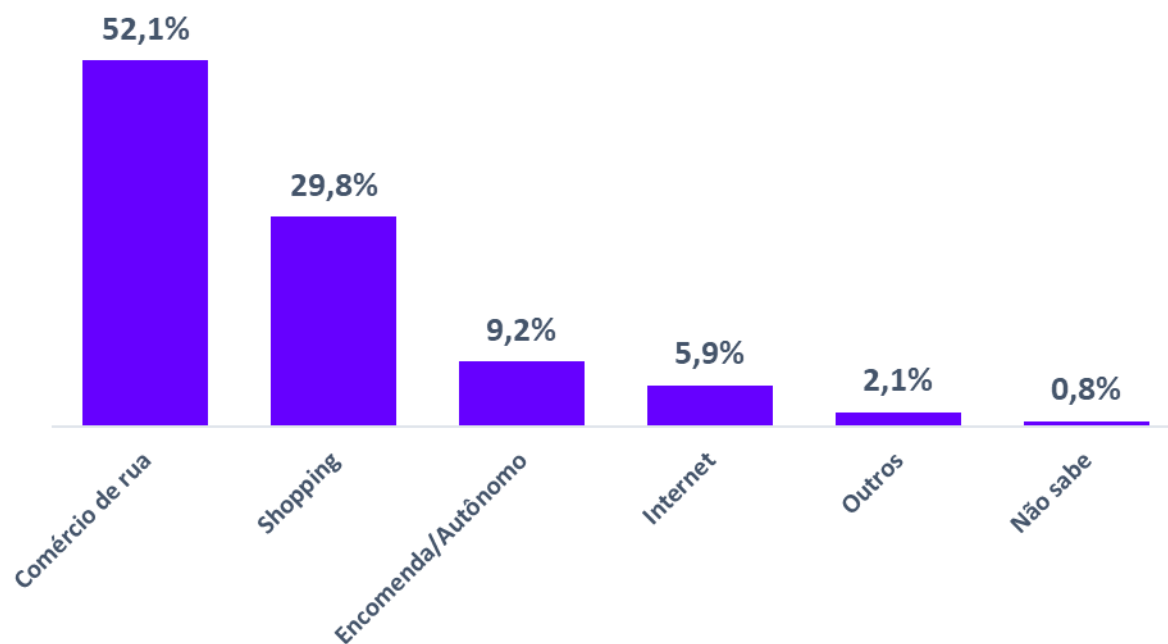
*Gráfico 12 – Quando irá realizar a compra?*

Fonte: Fecomércio RN



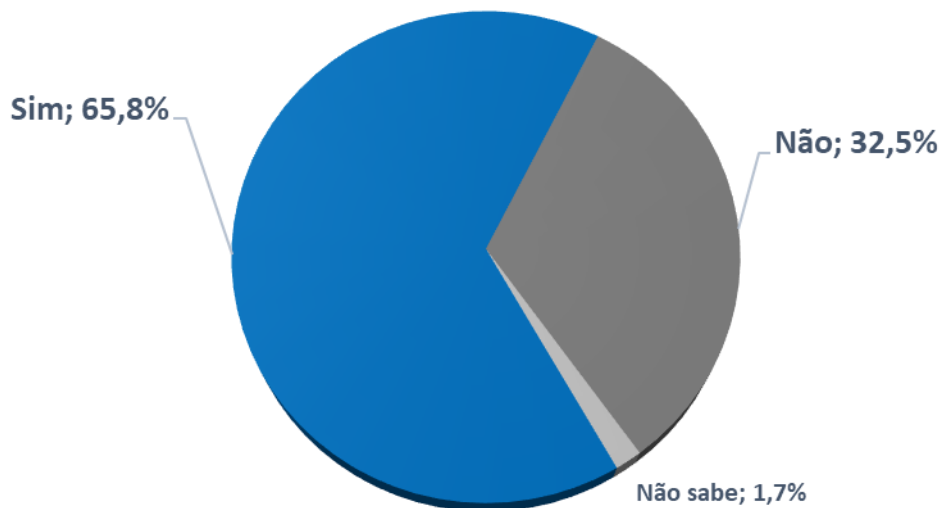
*Gráfico 13 – Onde o (a) sr. (a) pretende comprar o presente?*

Fonte: Fecomércio RN



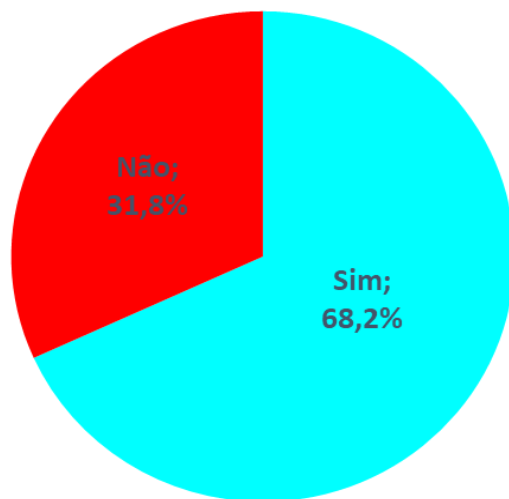
*Gráfico 14 – Pretendem comprar nas mesmas lojas que comprou em anos anteriores?*

Fonte: Fecomércio RN



*Gráfico 15 – O (a) sr. (a) irá realizar pesquisa de preço antes de comprar?*

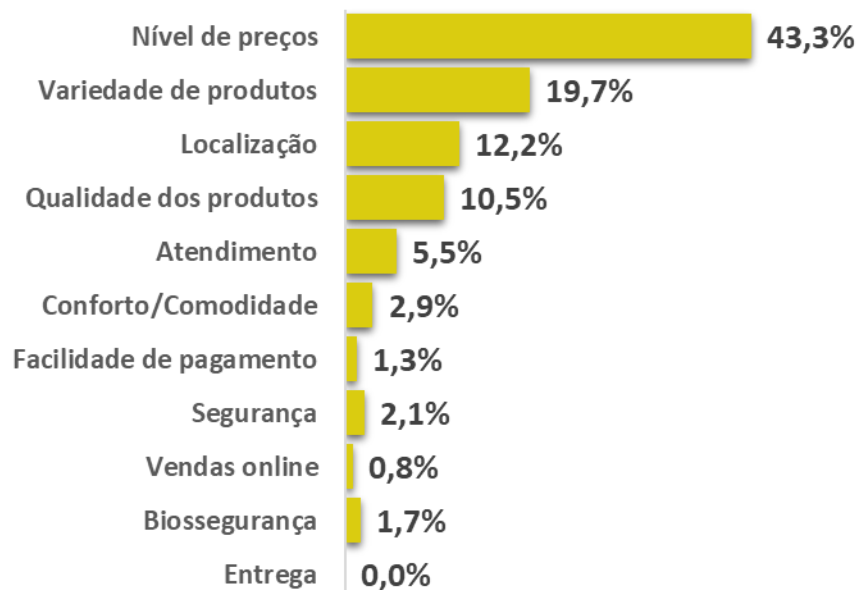
Fonte: Fecomércio RN





*Gráfico 16 – Quais fatores mais pesam para decidir o local de compra?*

Fonte: Fecomércio RN



### Comemoração da data

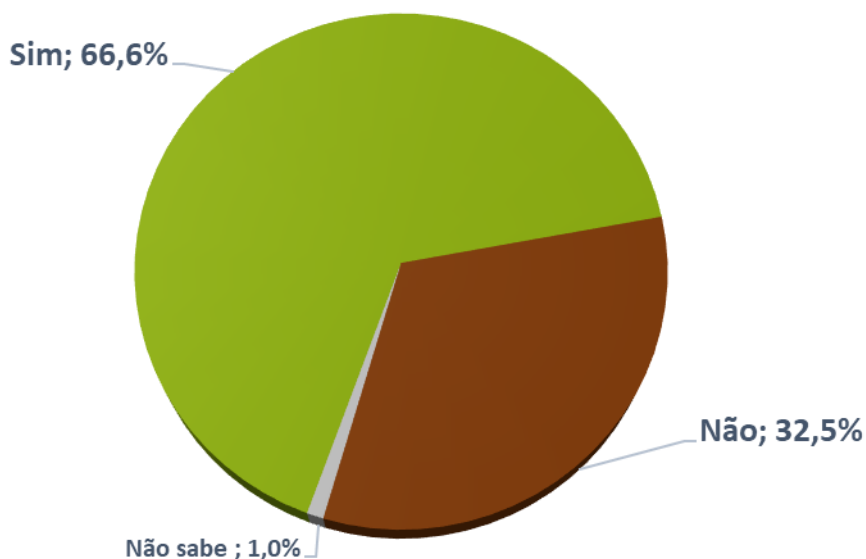
*Tabela 3 – Onde pretende comemorar a Páscoa?*

Fonte: Fecomércio RN

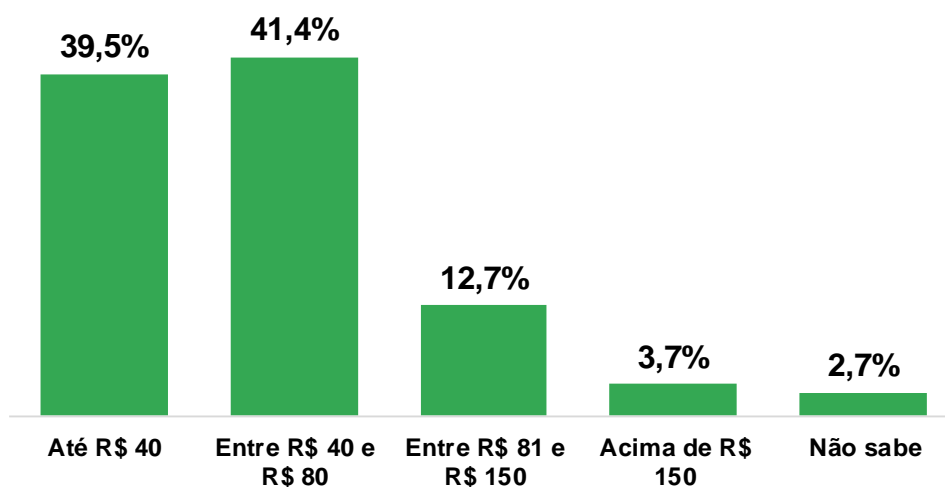
Rótulos de Linha	%
Em Casa	53,0%
Não vai comemorar	39,9%
Casa de Parentes	4,0%
Igreja	2,0%
Casa de amigos	0,2%
Praia	0,2%
Restaurante	0,2%
Shopping	0,0%
Outros	0,0%
Não sabe	0,7%

**Consumo de Peixes**

*Gráfico 17 – Na Semana Santa, o (a) sr. (a) vai consumir peixes e crustáceos?*  
Fonte: Fecomércio RN



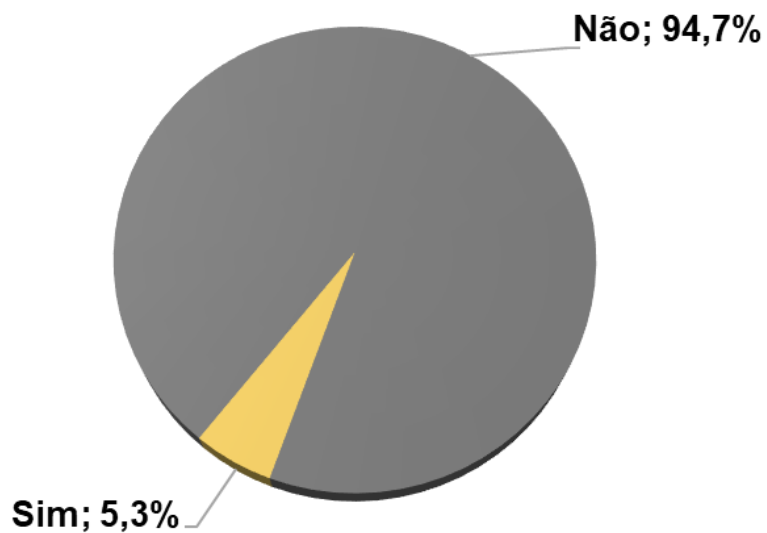
*Gráfico 18 – Quanto o (a) sr. (a) pretende gastar nas suas compras de pescados (R\$)?*  
Fonte: Fecomércio RN



## Pretensões de Viagem

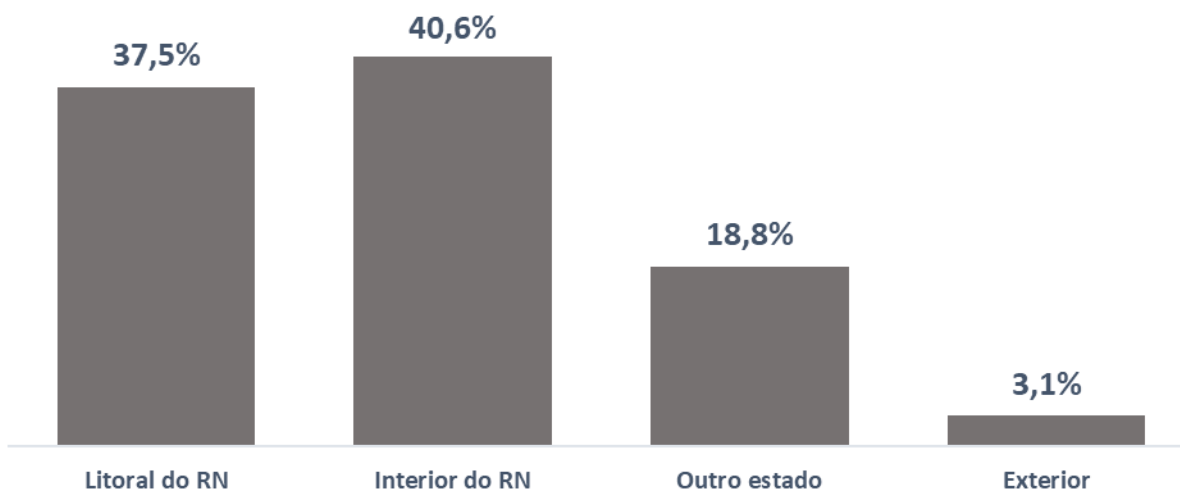
*Gráfico 19 – O (a) sr. (a) pretende viajar durante o feriadão da Semana Santa/Páscoa?*

Fonte: Fecomércio RN



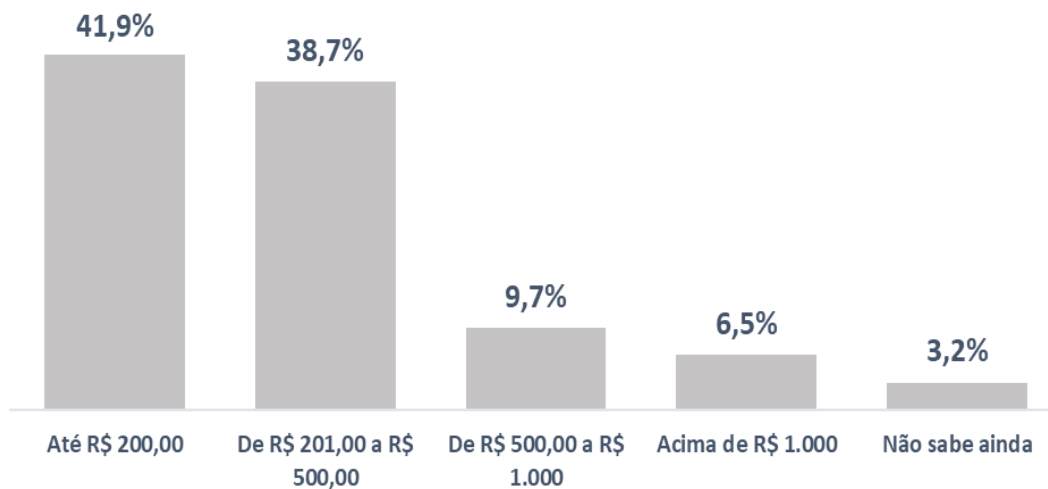
*Gráfico 20 – Qual o destino?*

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 21 – Na sua viagem, qual o seu gasto médio, incluindo todos os itens?**

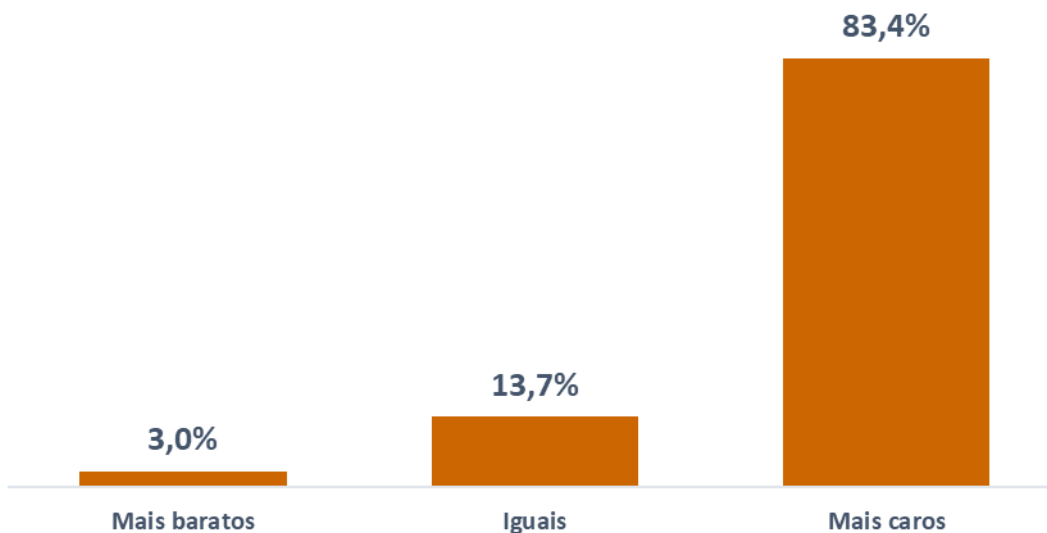
Fonte: Fecomércio RN



**Momento**

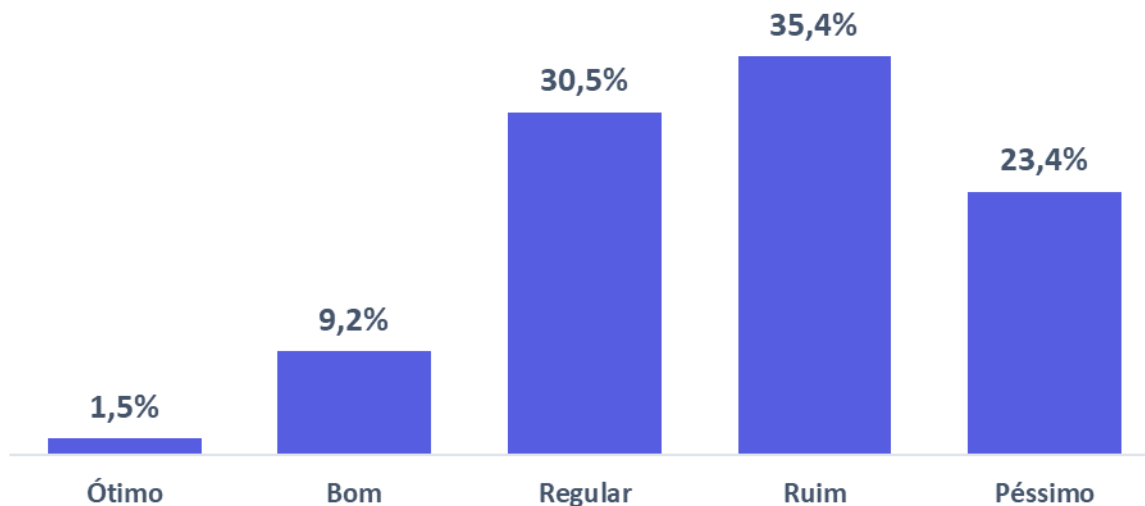
**Gráfico 22 – Quanto aos preços cobrados por produtos nessa Páscoa, o sr. (a) acredita que eles estarão:**

Fonte: Fecomércio RN



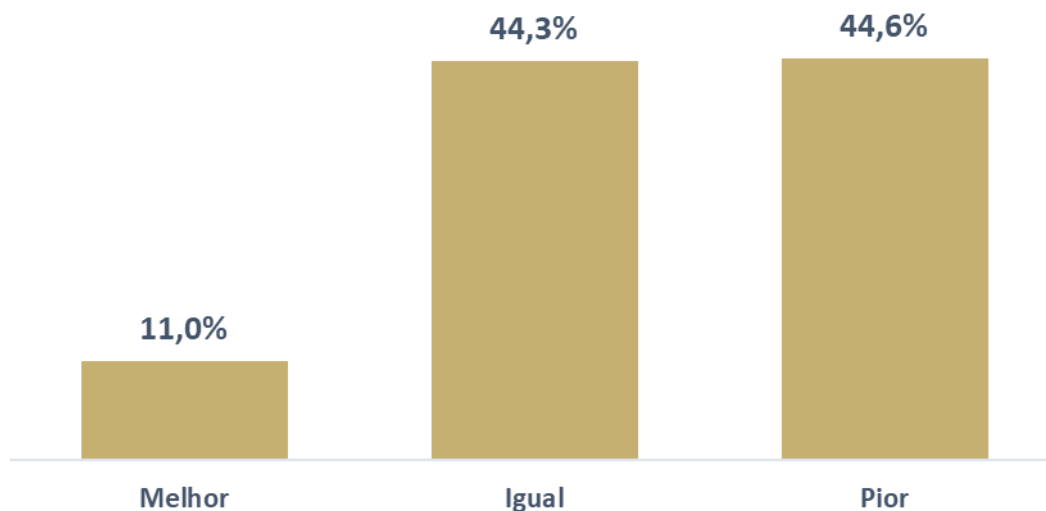
*Gráfico 23 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?*

Fonte: Fecomércio RN



*Gráfico 24 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?*

Fonte: Fecomércio RN



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

Marcelo Fernandes de Queiroz

**DIRETORIA EXECUTIVA DA FECOMERCIO/RN**

Raniery Christiano de Queiroz Pimenta

**ASSESSORIA DE MERCADO DA FECOMERCIO/RN**

Marcelo Bandiera

**ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA FECOMERCIO/RN**

Luciano Kleiber

Lívia Aires

Virgínia França

**DEPARTAMENTO DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS**

Tiago Chacon Fontoura

Nivaldo Gonçalves da Silva Filho

Hugo Sergio Zacarias

Anna Thereza Souza de Oliveira

João Maria Soares Sobrinho

Cícero Rafael Floriano da Silva

Josiel Soares da Costa

Maria do Socorro da Silva

Débora Soares da Cruz