Fecomércio RN · IFC

Sistema Comércio

Intenções de compras para a Páscoa 2022

Natal

Março 2022

Sumário

1. APRESENTAÇÃO 3
2. ASPECTOS TÉCNICOS 4
3. SÍNTESE DOS RESULTADOS 6
Intenções de compras 6
Motivo para não comprar 6
Consumo 6
Gastos 7
Forma de pagamento 8
Local e período de compras 8
Consumo de peixes 8
Pretensões de viagem 9
4. GRÁFICOS e TABELAS **10**
Intenções de Compras 10
Motivo para não comprar 11
Consumo 11
Gastos 13
Forma de pagamento 15
Local e quando compra 15
Consumo de Peixes 18
Pretensões de Viagem 19

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 procurar 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 Instituto Fecomércio RN (IFC), realizou a pesquisa Intenções de Compras para a Páscoa 2022. 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 14 e 23 de março de 2022. 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 Páscoa.

Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas, por meio de ligações telefônicas, 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 600 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%.

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

Com o avanço da vacinação e o baixo número de casos de COVID, a pesquisa mostrou uma tendência de aumento na intenção de consumo para esta data comemorativa em relação ao ano passado, quando a população ainda vivia sob forte incerteza acerca das comemorações da páscoa, devido à pandemia.

O índice dos consumidores que pretendem presentear avançou de 39,2% para 53,5%, na comparação entre 2021 e 2022. No entanto, o número ainda é inferior ao registrado em 2019 (59%).

Estratificando pelo perfil, verificou-se que a intenção de presentear é maior entre os homens do que entre as mulheres. Entre eles, 62,5% planejam compras. Entre elas, 51,7%. Na faixa etária de 25 a 44 anos, a intenção de presentear na data chega a 65,5%.

Motivo para não comprar

Para os 46,5% que não pretendem presentear este ano, a principal justificativa é que a situação financeira está mais difícil por conta da falta dinheiro (43,4%) e do desemprego (12,8%). Em 2021, os principais motivos para não ir às compras durante a data eram falta de dinheiro (33,2%) e a pandemia (30,4%).

Consumo

Entre as razões apontadas para ir às compras na páscoa estão o sentimento de afeto pelas pessoas que vão presentear (50,7%); costume de presentear as pessoas que gostam na data (29%); gosto por chocolates (11,6%) e consideram este um gesto importante (8,7%).

Produto tradicional da data, os chocolates devem ser a principal escolha da grande maioria dos natalenses que vão presentear, com 98% das citações. Os itens de vestuário foram mencionados por 5,1%, seguidos por brinquedos, com 3,7% das indicações.

Na hora de escolher o presente, serão consideradas principalmente as ofertas/ promoções (59,5%) e a marca do produto (29,2%).

Os filhos serão os mais presenteados (51,3%), seguidos dos companheiros (as) 26,8%; dos sobrinhos (17,9%); dos pais/mães (17,7%); dos afilhados (8%); irmãos (6,6%) e netos (6%).

Em referência ao número de produtos, 48,4% dos consumidores disseram que irão comprar a mesma quantidade do ano passado; 29,2% afirmaram que irão comprar menos itens; enquanto apenas 22,4% almejam adquirir mais produtos nesta páscoa do que no ano passado.

Gastos

A maioria das pessoas (68,5%) que quer presentear alguém, pretende gastar no máximo R$ 100. Para 21,5%, o preço dos presentes pode variar de R$ 100 a R$ 200 e só 9,6% 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$ 97,66, aumento nominal de 6% em relação ao levantamento feito no ano passado, o qual havia sido de R$ 92,15.

Principalmente por conta da inflação, 47,5% dos entrevistados disseram que terão que desembolsar um valor maior na compra dos presentes deste ano, cerca de 30,2% relataram que vão gastar a mesma quantia e 22,3% declararam que desejam comprar o presente com valor menor.

Forma de pagamento

A maior parcela dos consumidores nataleneses pretende pagar utilizando cartão (51,8%), sendo 33,7% no crédito e 18,1% no débito. Por outro lado, 47,6% revelaram que vão usar o dinheiro em espécie.

Local e período de compras

Mais de 7 em cada 10 (72,8%) disseram que vão fazer pesquisa de preço antes de comprar os presentes.

Para as compras de páscoa, as lojas físicas são os locais preferidos da maior parte da população; sendo que os shoppings de Natal devem receber 48,6% do volume de consumidores que vão às compras; e o comércio de rua, 40,1%. Outras modalidades como encomenda e internet somaram 9,1% das respostas.

Segundo os consumidores, os fatores que mais influenciam na escolha do local de compra são o nível de preço (36,8%); a variedade de produtos (25,2%); e a localização (20,7%).

Sobre o período das compras, 75,4% dos consumidores pretendem comprar na semana que antecede a data comemorativa; 19% desejam adquirir os produtos quinze dias antes das comemorações; e 5,1% disseram que já compraram.

Acerca dos preços dos produtos nesta páscoa, 90% expuseram que estarão mais caros quando comparados ao ano passado; 6,4% acreditam que estarão iguais; e 3,6% apostam que estarão mais baratos.

Consumo de peixes

A pretensão de comprar frutos do mar também foi mensurada pela Fecomércio. A pesquisa mostrou que 76,1% dos entrevistados têm pretensões de comprar peixes e crustáceos especialmente para a data; o percentual é 9,5 pontos percentuais maior que o do ano passado, quando 66,6% colocaram os frutos do mar entre os itens a serem consumidos.

Para as compras de pescados, 44,5% dos consumidores pretendem gastar entre R$ 50 e R$ 100; 39,1% até R$ 50; e 14,8% acima de R$ 100. O gasto médio será de R$ 73,02.

Pretensões de viagem

Além de movimentar o comércio tradicional, a Páscoa também traz impactos para o setor de serviços, que por conta da pandemia em 2020 e 2021 foi bastante afetado.

A pesquisa mostrou que, no feriadão, a pretensão de viajar dos natalenses deve passar dos 5,3%, em 2021, para 17,5% este ano, aumento de 12,5 pontos percentuais. No entanto, o índice ainda é inferior a 2019 (22,7%), período anterior à pandemia.

Sobre os gastos na viagem, 81% disseram que deverão desembolsar até R$ 500 com essa finalidade. Sendo o interior (44,8%) e o Litoral do RN (42,9%) os destinos preferidos.

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

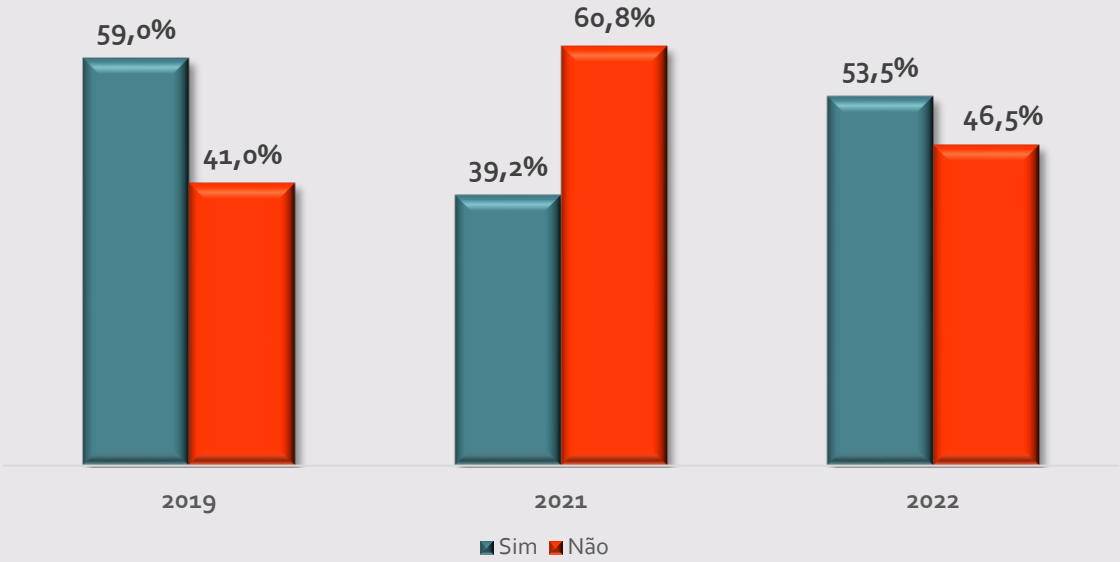


Gráfico 2 – Intenção de presentear na Páscoa.
Fonte: Fecomércio RN

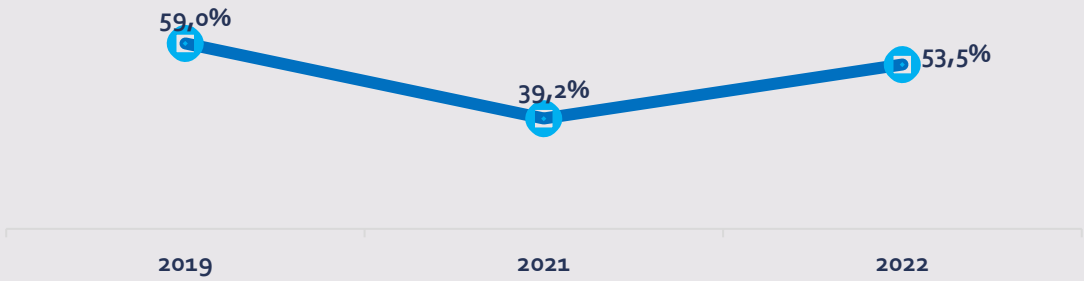


Tabela 1 – intenção de compras pelo perfil dos emtrevistados.
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	SEXO		FAIXA ETÁRIA			
	Feminino	Masculino	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	Acima de 45 Anos
Sim	51,7%	62,5%	56,1%	65,5%	50,6%	53,6%
Não	48,3%	37,5%	43,9%	34,5%	49,4%	46,4%

Motivo para não comprar

Tabela 2 – (Se respondeu "não" na anterior) Por qual motivo o (a) sr. (a) não pretende presentear?
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2019	2021	2022
Falta de dinheiro	44,3%	33,2%	43,4%
Desemprego	11,7%	7,8%	12,8%
Poupar/Economizar	11,7%	9,4%	11,0%
Outros	1,5%	6,5%	9,0%
Dívidas/Contas em atraso	2,9%	3,4%	9,0%
Pandemia	0,0%	30,4%	0,0%
Não gosta/Não comemora	25,6%	7,1%	14,8%
Não sabe/Não respondeu	2,2%	2,2%	0,0%

Consumo

Gráfico 3 – (Se vai presentear) Porque vai presentear? (Múltipla resposta)
Fonte: Fecomércio RN

Tabela 3 – Quem o (a) sr. (a) pretende presentear nesta data? (Múltipla resposta)
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2019	2021	2022
Filho	43,1%	56,3%	51,3%
Companheiro (a)	25,7%	26,5%	26,8%
Sobrinho	17,7%	15,1%	17,9%
Pai/Mãe	26,8%	18,9%	17,7%
Afilhado (a)	9,4%	4,6%	8,0%
Irmão	7,5%	7,6%	6,6%
Neto (a)	8,8%	6,7%	6,0%
Amigos	3,4%	5,5%	3,4%
Outros	2,9%	9,2%	4,2%

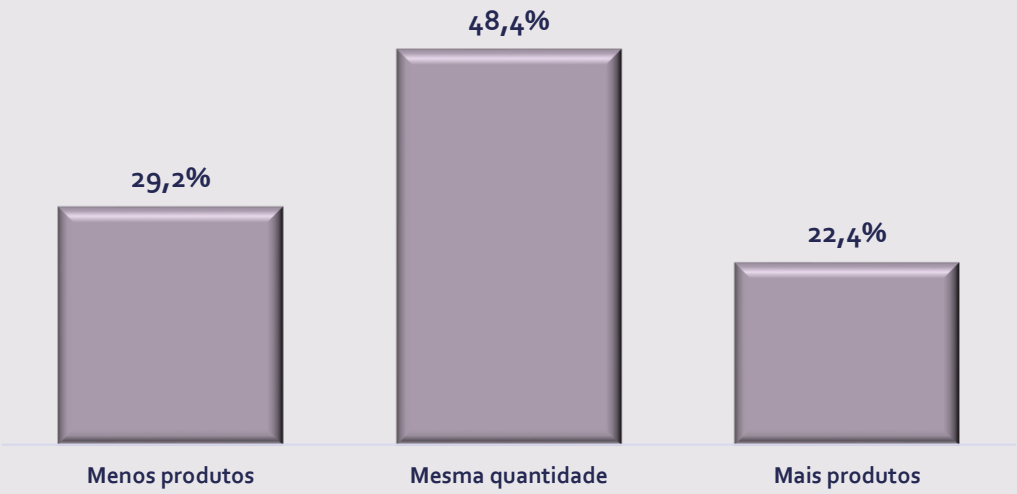
Tabela 4 – Com qual (is) produtos o (a) sr. (a) pretende presentear? (Múltipla resposta)
Fonte: Fecomércio RN

itens	2019	2021	2022
Chocolates	90,1%	92,4%	98,0%
Vestuário	6,8%	3,4%	5,1%
Brinquedos	3,6%	6,7%	3,7%
Alimentos/Bebidas	0,5%	2,1%	0,9%
Calçados	2,6%	0,4%	0,6%
Outros	2,3%	1,2%	1,6%
Não sabe	0,8%	0,9%	0,0%

Tabela 5 – Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente? (Múltipla resposta)
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2019	2021	2022
Preço/Oferta e Promoções	53,1%	61,9%	59,5%
Marca do Produto	30,9%	23,0%	29,2%
Formas de Pagamento	2,2%	2,5%	4,0%
Brindes	4,3%	2,9%	2,5%
Nome da loja	0,2%	1,7%	1,4%
Indicação de amigos ou parentes	1,7%	2,5%	0,8%
Localização da Loja	3,1%	4,2%	0,8%
Qualidade	1,4%	0,0%	0,3%
Atendimento	0,5%	0,0%	0,0%
Outros	2,1%	1,3%	1,4%
Não sabe/Não respondeu	0,5%	0,0%	0,0%

Gráfico 4 – Com relação ao ano passado, o Sr. (a) pretende comprar:
Fonte: Fecomércio RN



Gastos

Gráfico 5 – Quanto o (a) sr. (a) pretende gastar com o presente nesta Páscoa?
Fonte: Fecomércio RN

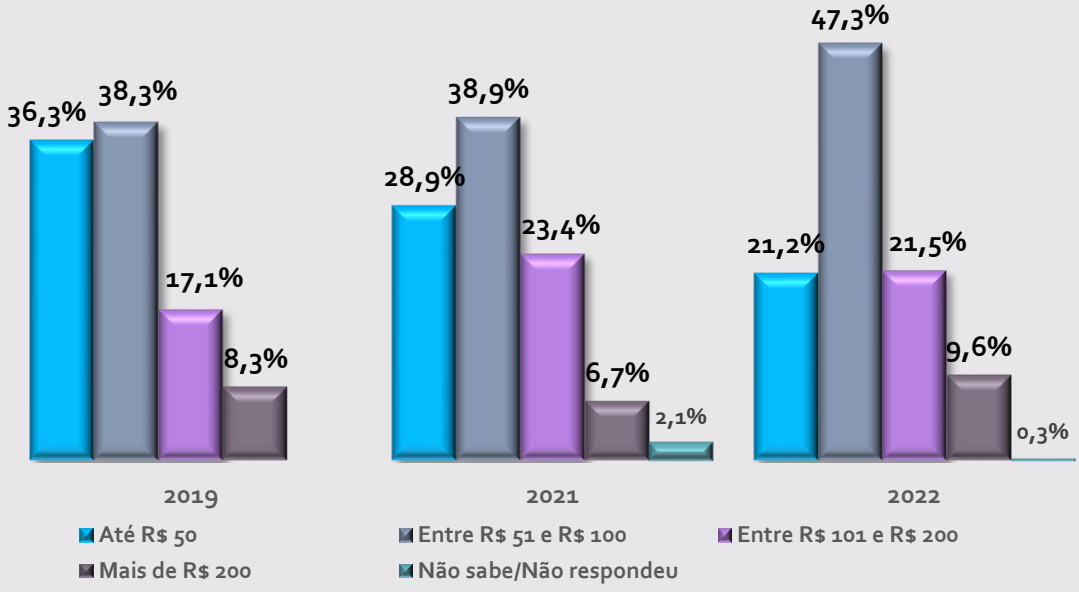
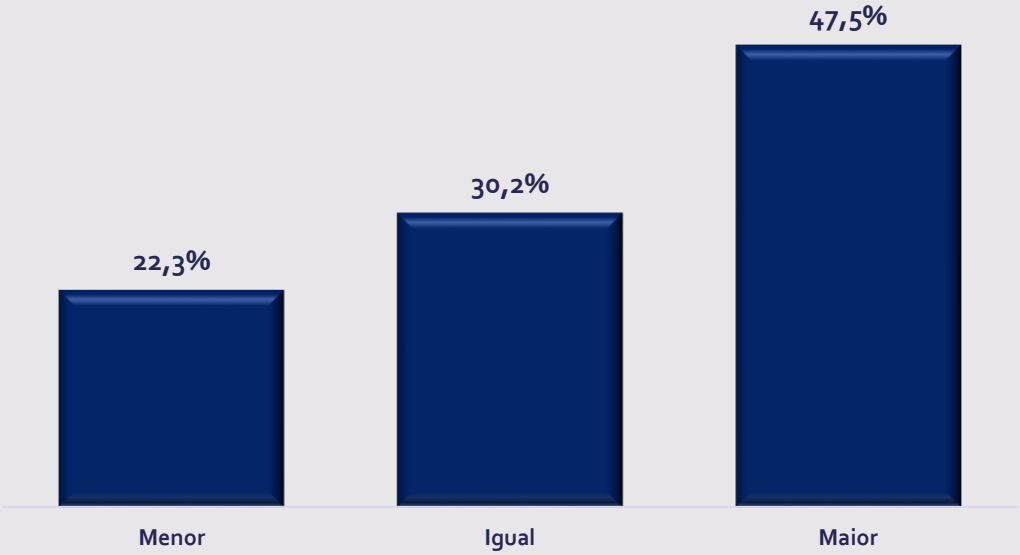


Gráfico 6 – Média de gasto com presentes de Páscoa por ano.
Fonte: Fecomércio RN

Tabela 6 – Média de gasto pelo perfil dos entrevistados.
Fonte: Fecomércio RN

Perfil	Gasto médio R$
Feminino	R$ 91,24
Masculino	R$ 104,64
18 a 24 Anos	R$ 89,62
25 a 34 Anos	R$ 99,09
35 a 44 Anos	R$ 97,55
Acima de 45 Anos	R$ 103,38
Ensino fundamental	R$ 86,90
Ensino médio	R$ 96,92
Ensino superior ou mais	R$ 101,28
Até 2 salários	R$ 89,19
De 2 a 5 salários	R$ 102,10
De 5 a 10 salário	R$ 107,61
Acima de 10 salários	R$ 128,33

Gráfico 7 – Sobre os gastos comparando com o ano passado, o Sr. (a) pretende gastar:
Fonte: Fecomércio RN



Forma de pagamento

Gráfico 8 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) deseja utilizar?
Fonte: Fecomércio RN

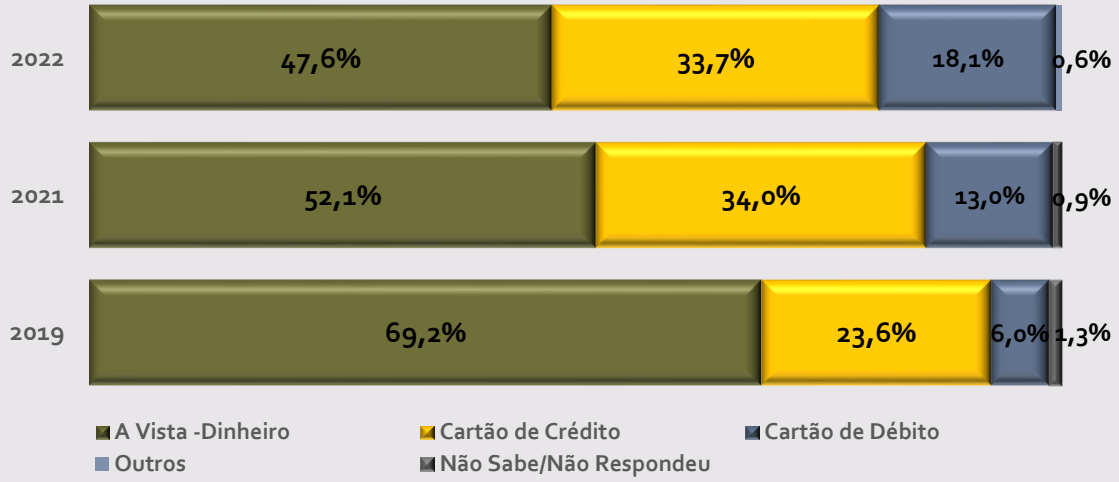


Tabela 7 – Quanto aos preços cobrados por produtos durante está páscoa, o Sr. (a) acha que estarão:
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Mais baratos	3,6%
Iguais	6,4%
Mais caros	90,0%

Local e quando compra

Gráfico 9 – Quando irá realizar a compra?
Fonte: Fecomércio RN

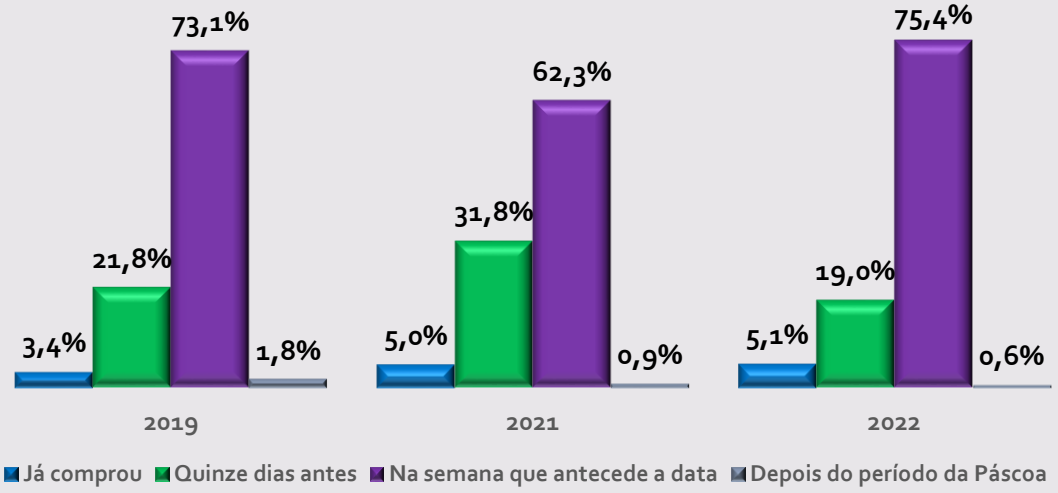


Gráfico 10 – Onde o (a) sr. (a) pretende comprar o presente?
Fonte: Fecomércio RN

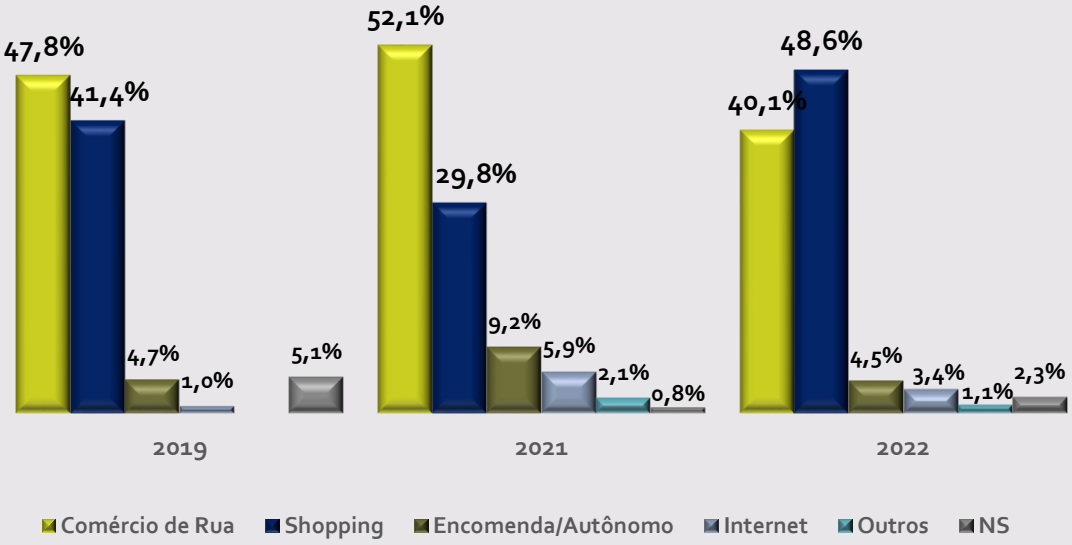


Gráfico 11 – Pretende comprar nas mesmas lojas que comprou em anos anteriores?
Fonte: Fecomércio RN

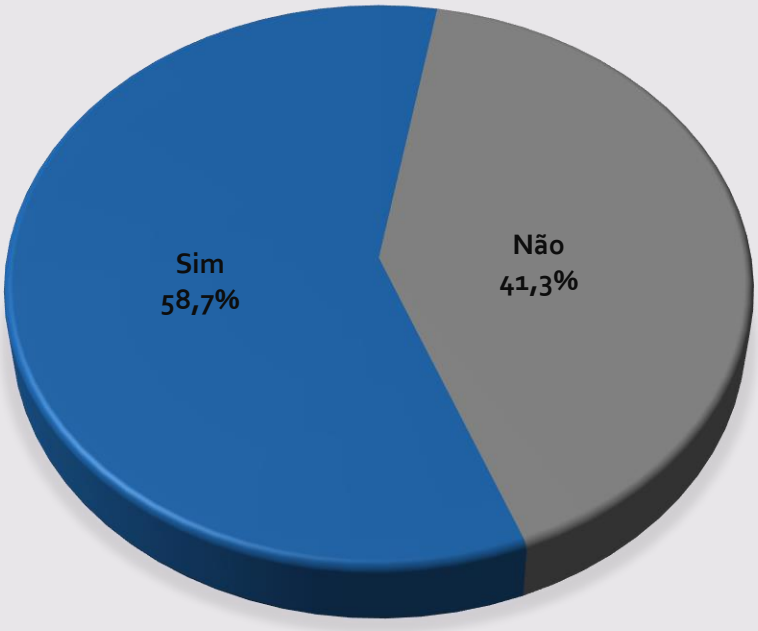


Gráfico 12 – O (a) sr. (a) irá realizar pesquisa de preço antes de comprar?
Fonte: Fecomércio RN

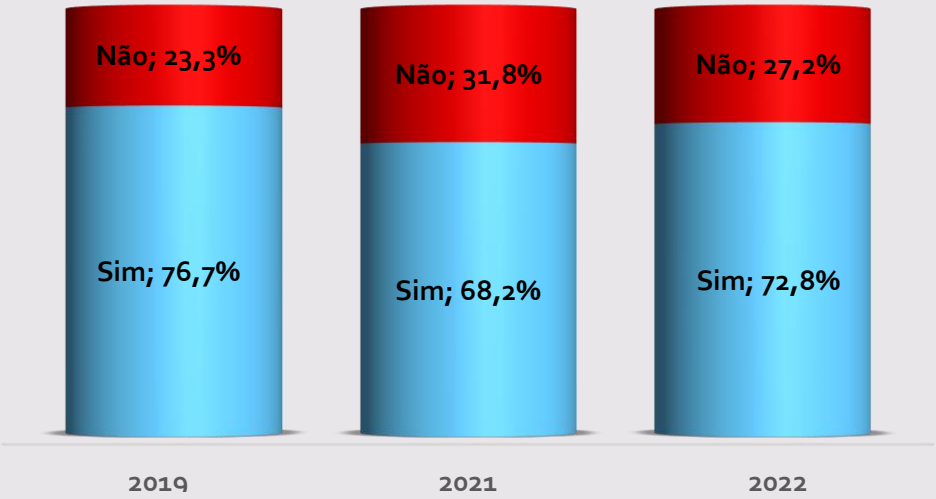


Gráfico 13 – Quais fatores mais pesam para decidir o local de compra?
Fonte: Fecomércio RN

Consumo de Peixes

Gráfico 14 – Na Semana Santa, o (a) sr. (a) vai consumir peixes e crustáceos?
Fonte: Fecomércio RN

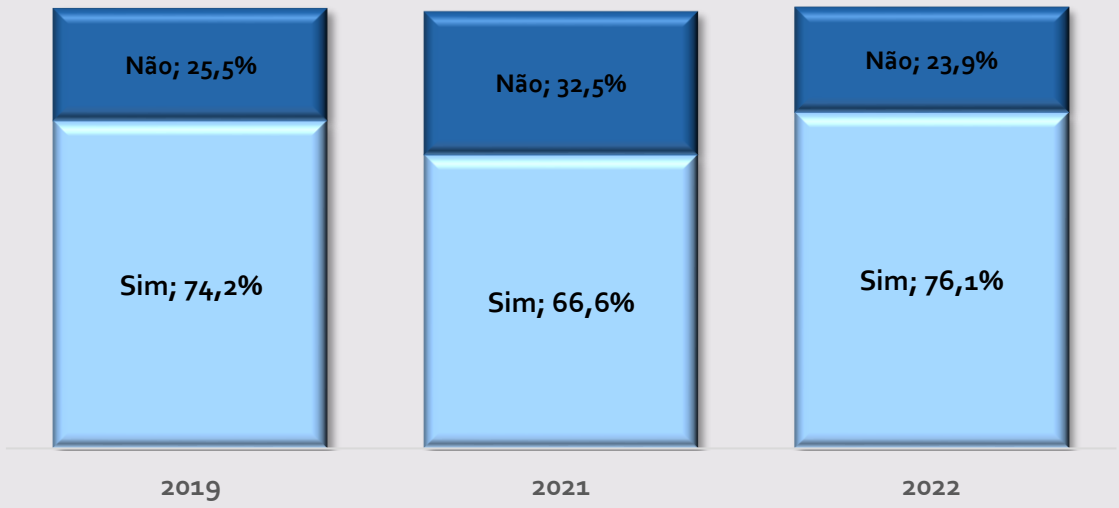
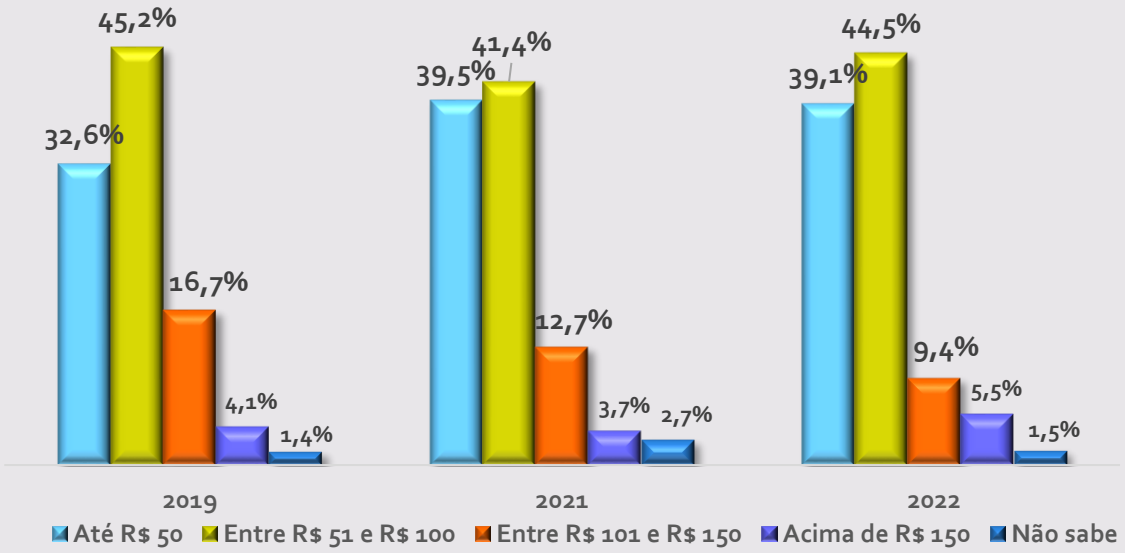


Gráfico 15 – Quanto o (a) sr. (a) pretende gastar nas suas compras de pescados (R$)?
Fonte: Fecomércio RN



Pretensões de Viagem

Gráfico 16 – O (a) sr. (a) pretende viajar durante o feriadão da Semana Santa/Páscoa?
Fonte: Fecomércio RN

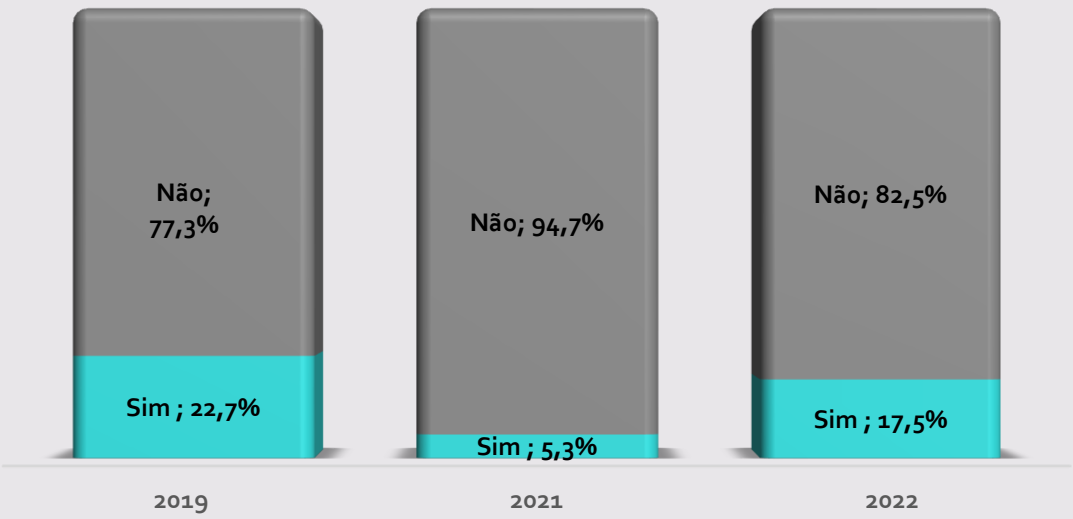


Gráfico 17 – Qual o destino?
Fonte: Fecomércio RN

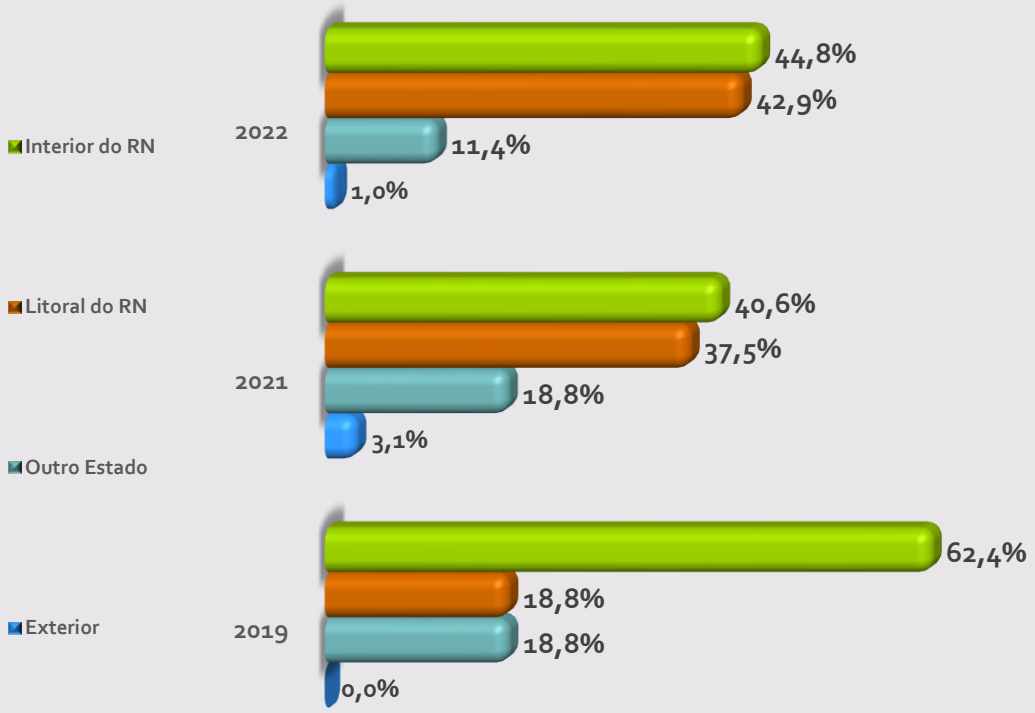
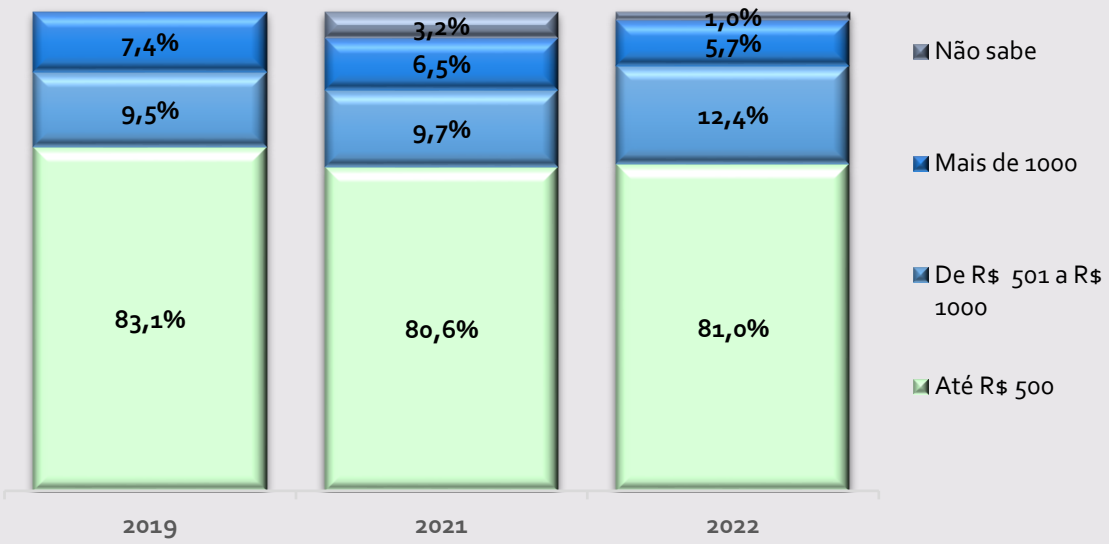


Gráfico 18 – Na sua viagem, qual o seu gasto médio, incluindo todos os itens?
Fonte: Fecomércio RN



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

Marcelo Fernandes de Queiroz

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN

Luciano Kleiber
Diretor
Lívia Aires
Assessora Técnica
Ágata Menezes
Estagiária

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMÉRCIO RN

Tiago Chacon Fontoura
Estatístico

Hugo Sergio
Nivaldo Gonçalves
Maria do Socorro
Josiel da Costa
Jacqueline Aires
Lidiane Silva
João Soares
Luiz Eduardo
Larissa Santiago
Pesquisadores