

PESQUISA

HÁBITOS DE CONSUMO DO BAIRRO DO ALECRIM

JULHO 2022



Sumário

1. Apresentação	3
2. Aspectos Técnicos	4
3. Descrição dos resultados	5
<i>Perfil dos consumidores</i>	<i>5</i>
<i>Hábitos de consumo</i>	<i>6</i>
<i>Produtos e serviços</i>	<i>7</i>
<i>Motivação</i>	<i>7</i>
<i>Gastos</i>	<i>8</i>
<i>Formas de pagamento</i>	<i>8</i>
<i>Avaliação</i>	<i>8</i>
<i>Melhorias</i>	<i>9</i>
<i>Veículos de Comunicação</i>	<i>9</i>
4. Análise Gráfica	10
<i>Perfil dos consumidores</i>	<i>10</i>
<i>Hábitos de consumo</i>	<i>12</i>
<i>Produtos e serviços</i>	<i>14</i>
<i>Motivação</i>	<i>16</i>
<i>Gastos</i>	<i>17</i>
<i>Formas de pagamento</i>	<i>17</i>
<i>Avaliação</i>	<i>21</i>
<i>Melhorias</i>	<i>21</i>
<i>Veículos de comunicação</i>	<i>22</i>

1. APRESENTAÇÃO

O Bairro do Alecrim é um dos mais importantes da cidade de Natal. Conhecido pelo centro comercial amplo com intenso fluxo de pessoas, o Alecrim é também um reduto de muitas memórias e lembranças. Um dos bairros mais antigos da cidade, atualmente tem em torno de 29 mil habitantes e é um dos maiores da Zona Leste de Natal, segundo dados do IBGE.

Pesquisar os hábitos de consumo das pessoas visa avaliar as percepções e comportamentos diários do consumidor, por meio de entrevistas diretas com perguntas estruturadas, divididas em etapas. Assim, é verificado como um possível consumidor age em suas decisões de consumo.

Pensando nisso, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio da Diretoria de Inovação e Competitividade, desenvolveu uma pesquisa com objetivo de conhecer o perfil, hábitos e comportamento dos consumidores que frequentam o bairro do Alecrim.

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 de Alecrim.

2. ASPECTOS TÉCNICOS

A coleta de dados da pesquisa aconteceu entre os dias 01 e 08 de julho de 2022. 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 502 (quinhentas e duas) pessoas. O erro amostral máximo atingido é de 3% 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. Para coleta das informações utilizou-se uma equipe de entrevistadores contratados pela 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, medidas que 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 DOS RESULTADOS

Perfil dos consumidores

A primeira etapa da pesquisa buscou identificar “quem é” o consumidor do bairro do Alecrim. Para isso, foram levantadas informações sobre sexo, faixa etária, escolaridade, renda da família e local de residência. Quanto ao gênero do público, foi observado um equilíbrio. As mulheres representam 50,80% do total de pessoas que circulam pelo bairro, já os homens somam 49,20%.

Com relação à faixa etária, os consumidores que movimentam o comércio e serviços do bairro são, em sua maioria, jovens e adultos. O percentual de pessoas de 35 a 59 anos é de 47,61%. A presença de consumidores com 25 a 34 anos também é significativa (29,28%). Pessoas de 16 a 24 anos correspondem a 17,73%; acima de 60 anos equivalem a 5,38% do público.

A escolaridade que mais representa os consumidores que frequentam o Alecrim é a de nível médio (60,36%). O ensino superior ou mais corresponde a 25,50%; e o percentual de ensino fundamental encontra-se na faixa dos 14,14% do público.

Sobre a renda dos consumidores, 61,15% dos consumidores possuem renda familiar de até 03 salários-mínimos. Entre 03 e 05 salários, somam 18,53% dos consumidores; e acima de 05 salários-mínimos são 12,35%. Com base nas respostas, a renda média dos consumidores que frequentam o Alecrim foi calculada em 2,4 salários-mínimos.

Sobre a origem dos consumidores que compram nos comércios e serviços do Alecrim, verificou-se, na pesquisa, que o bairro é frequentado por pessoas de todas as regiões da cidade e inclusive cidadãos de outros municípios. São moradores da Zona Leste (26,49%), Zona Norte (25,50%), Zona Oeste (17,33%), Zona Sul (15,54%). O número de pessoas que residem em outros municípios representa 15,14% do público. São consumidores que vem de outras cidades e até de outros estados comprar no comércio e serviços do bairro.

Hábitos de consumo

O mercado em que atuam as empresas é extremamente competitivo. O consumidor, torna-se cada dia mais exigente e com maior poder de escolha. Para enfrentar a competitividade as empresas precisam estar se reinventando a todo momento. Nesse sentido, conhecer os hábitos de consumo é fundamental.

Das pessoas que circulam pelo bairro, 83,27% revelaram que o principal objetivo é realizar compras, depois aparecem trabalho (28,29%), passeio (9,58%), serviços bancários (8,17%), entre outros.

Os dados da pesquisa mostram que a maioria (76,69%) dos consumidores do Alecrim utilizam o comércio e serviços do bairro como primeira opção, quando pensam em adquirir algo, comprovando a fidelidade dos consumidores com o comércio local, haja vista que 63,15% responderam que sempre compram nos comércios e serviços do bairro.

Os consumidores que participaram da pesquisa informaram que visitam a área comercial do Alecrim, em média, seis dias por mês. Estratificando os dados, 60,60% dos entrevistados disseram que frequentam até 5 dias por mês o local; 21,20% declararam que circulam pelo bairro de 6 a 15 dias por mês; e 18,20% revelaram que vão acima de 15 dias por mês ao bairro.

Com relação à facilidade de encontrar o que procura nos estabelecimentos empresariais do bairro, mais de sete em cada dez (71,31%) dos consumidores afirmaram que sempre acham tudo no Alecrim. 23,51% disseram que na maioria das vezes encontram o que procuram e apenas 5,18% disseram que só acha as vezes o que procura no bairro.

Os consumidores disseram que o dia da semana que mais costumam ir no Alecrim é o sábado (33,27%). Em seguida vem a quarta-feira (17,13%); segunda-feira (15,94%); sexta-feira (15,54%); terça-feira (14,94%); e quinta-feira (3,19%).

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Quando vão ao Alecrim, dois terços (66,74%) dos consumidores revelaram que planejam ou sempre planejam a ida ao comércio local, sendo as datas comemorativas (29,88%), Final de Ano (24,70%) e Natal (15,94%), os períodos que mais procuram o bairro para busca de produtos e serviços.

Produtos e serviços

A lista de produtos e serviços mais procurados no bairro é bem diversificada. Entre os mais citados estão itens de vestuário (66,33%); a seguir aparecem calçados e acessórios (38,05%); alimentação (27,49%); eletrônicos (23,51%); cama, mesa e banho (22,51%); eletrodomésticos (21,91%); farmácias e drogarias (21,51%); perfumes e cosméticos (17,53%); móveis (14,74%); brinquedos (12,35%); artigos para festas (11,75%); entre outros.

Sobre o número de itens que compram quando frequenta o local, o levantamento apurou que 50,20% adquirem entre 3 e 5 produtos, ao passo que 37,25% revelaram que compram mais de 5 itens. E somente 12,55% compram até 2 produtos por vez que vão ao bairro.

O deslocamento de carro e ônibus são os mais frequentes pelos consumidores que vão ao bairro. O automóvel particular é a opção usada por 35,66% do público. Em seguida estão ônibus (35,06%); Uber (11,95%); moto (7,77%); a pé (7,77%); entre outros (1,79%).

Motivação

O estudo da Fecomércio também questionou quais são os principais motivadores para as pessoas comprarem no comércio do bairro, e o preço apareceu em destaque com 54,18%. Logo após surgem a localização/acesso (39,84%); variedade de produtos (32,07%); opções de lojas (28,49%); qualidade dos produtos (8,37%); tradição (3,39%); entre outros.

No que se refere ao tempo que passam no comércio do bairro, quando frequentam o local, 54,58% dos consumidores disseram que ficam até 2h; outros 29,88% afirmaram que passam mais de 2h e até 4h no bairro; e 15,54% relataram que permanecem mais de 4h circulando pela área comercial do bairro.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Pesquisar preços antes de efetuar as compras também é um hábito dos consumidores que frequentam a área comercial do Alecrim. Quase oito em cada dez (79,28%) dos consumidores deste comércio de rua praticam a pesquisa de preço. Ao passo que 20,72% disseram que compram sem pesquisar.

Gastos

Sobre o valor gasto quando vão à área comercial do Alecrim, 40,24% disseram que compram entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00 por vez que vão ao bairro; seguidos pelos que desembolsam até R\$ 100,00 (30,28%). Outros 29,49% falaram que costumam gastar mais de R\$ 200,00 quando vão ao comércio e serviços do bairro. Sendo R\$ 186,25, o valor médio das compras por vez que vão ao bairro.

Formas de pagamento

A pesquisa também identificou as formas de pagamento mais utilizadas. O uso do cartão de crédito apareceu com 47,01% das citações, divididas entre parcelado, vencimento e débito. À vista no dinheiro foi mencionada por 43,23% dos entrevistados, enquanto Pix por 9,56% das pessoas.

Avaliação

Os resultados obtidos a partir do estudo, no entanto, vão além dos hábitos de consumo. A pesquisa também avaliou a percepção das pessoas sobre o comércio e serviços do local, a maioria do público que frequenta o local considera o comércio e serviços da área como bom (55,18%); os que classificaram como ótimo foram 27,49%; apenas 17,33% dos entrevistados avaliaram como regular, ruim ou péssimo.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Melhorias

Quanto às sugestões de melhorias para o comércio do bairro, na opinião de 43,63% dos consumidores, a questão da falta de estacionamento na área comercial do bairro deveria ser melhorada. A segurança pública no bairro também foi citada como sugestão de melhorias, por 27,49% dos entrevistados, seguido de perto pela questão do trânsito e mobilidade (24,50%).

Ademais, o atendimento dos estabelecimentos foi citado por 7,37% dos entrevistados, como ponto para ser aprimorado, bem como a comodidade (5,58%), organização das lojas e camelos (4,98%), entre outros menos citados.

Veículos de Comunicação

Sobre os meios de comunicação que os consumidores gostariam de ver divulgação ou propaganda do bairro, a televisão apareceu com 52,39% das menções. Além disso, as mídias sociais vêm logo após, com 45,62% das citações; seguida pela internet em geral (17,33%). Outros canais mencionados foram rádio (3,59%); jornal/revista (1,99%); e-mail (1,20%); e blogs (0,20%).

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

4. ANÁLISE GRÁFICA

Perfil dos consumidores

Gráfico 01 – Sexo

Fonte: Fecomércio RN

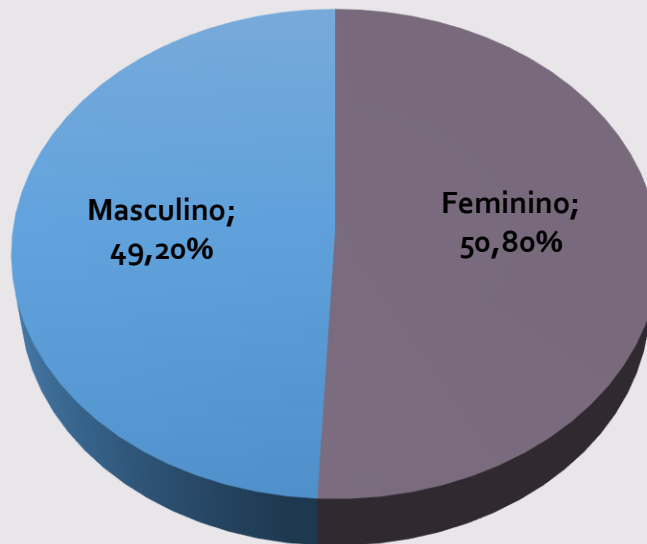


Gráfico 02 – Faixa etária

Fonte: Fecomércio RN

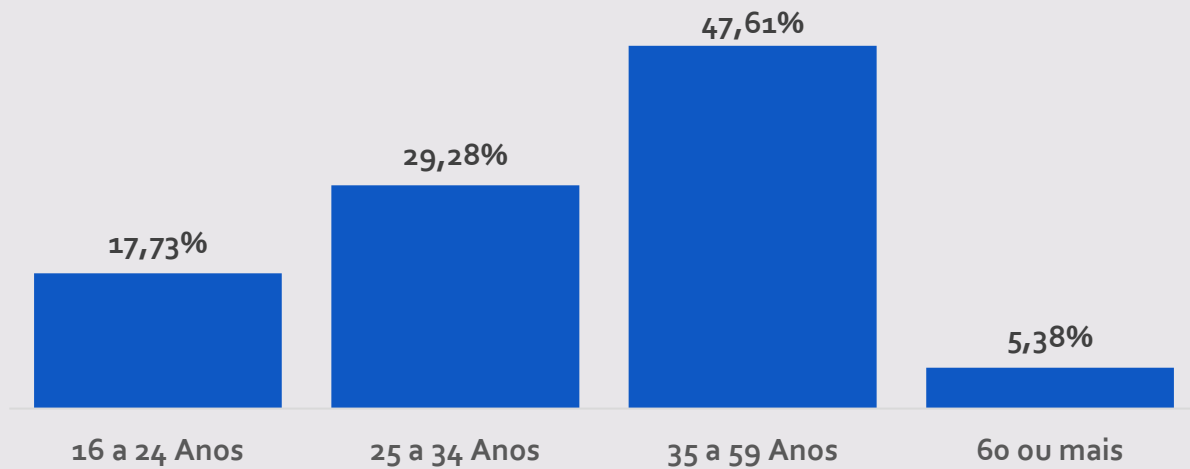


Gráfico 03 – Escolaridade

Fonte: Fecomércio RN

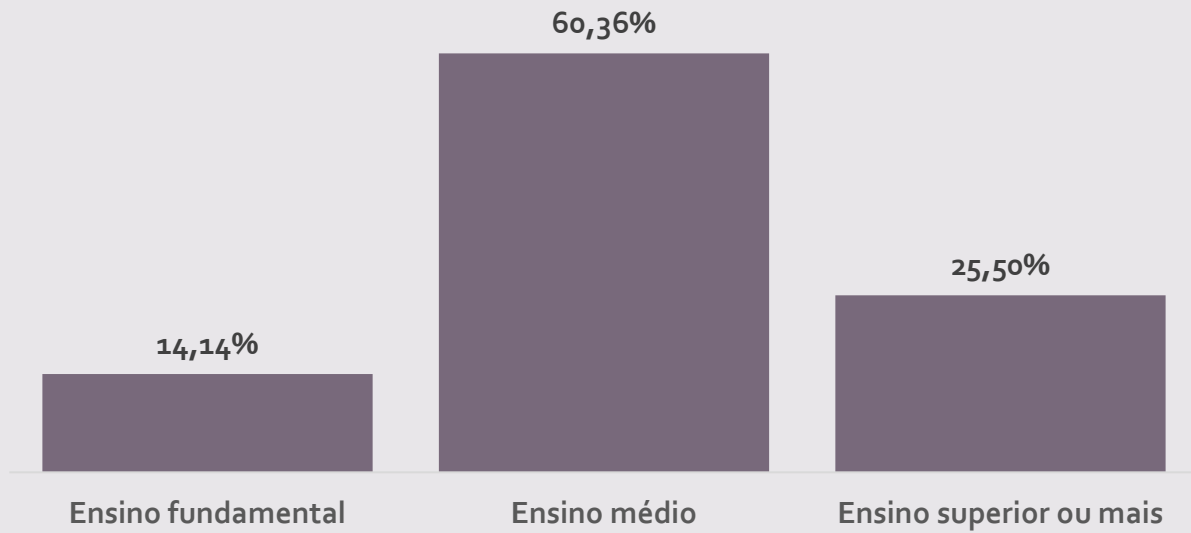


Gráfico 04 – Renda Familiar

Fonte: Fecomércio RN

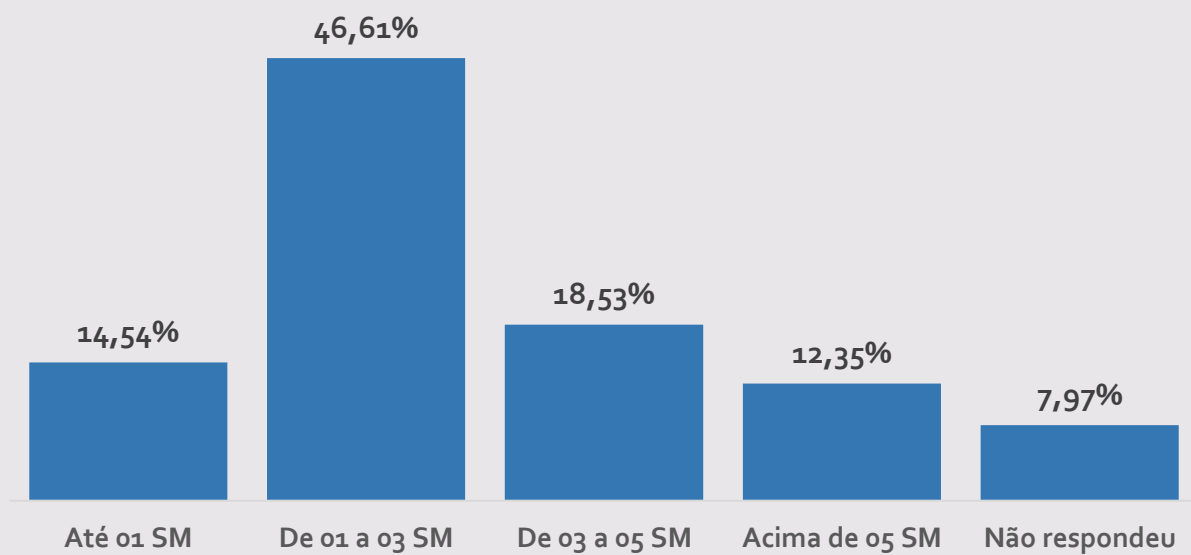
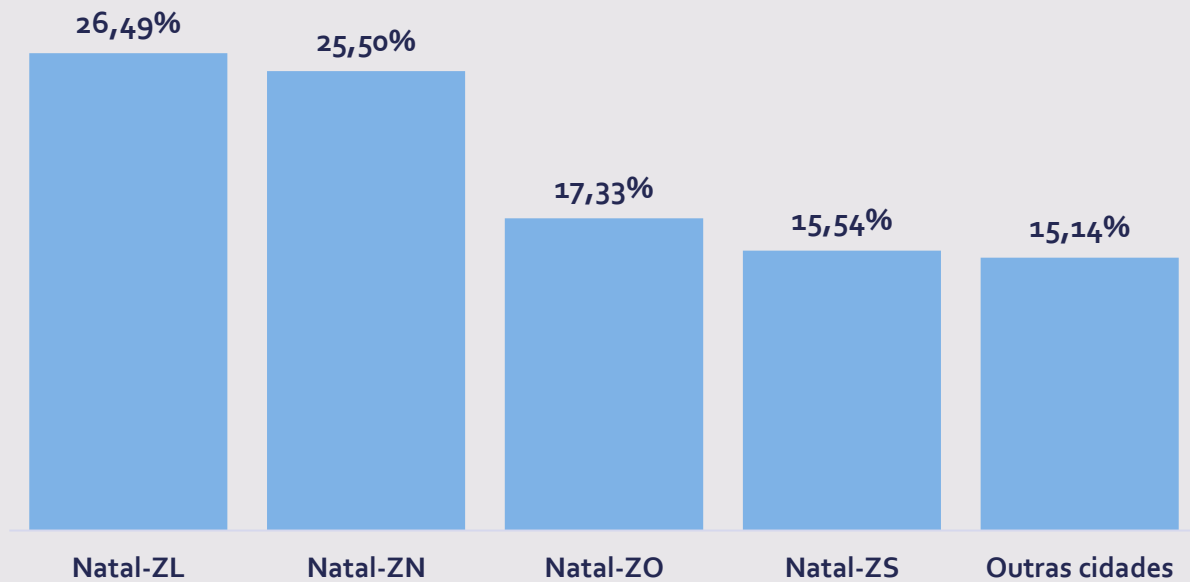


Gráfico 05 – Local de residência.

Fonte: Fecomércio RN



Hábitos de consumo

Gráfico 06 – Por qual motivo o (a) Sr (a) frequenta o Alecrim? (M.R.)

Fonte: Fecomércio RN

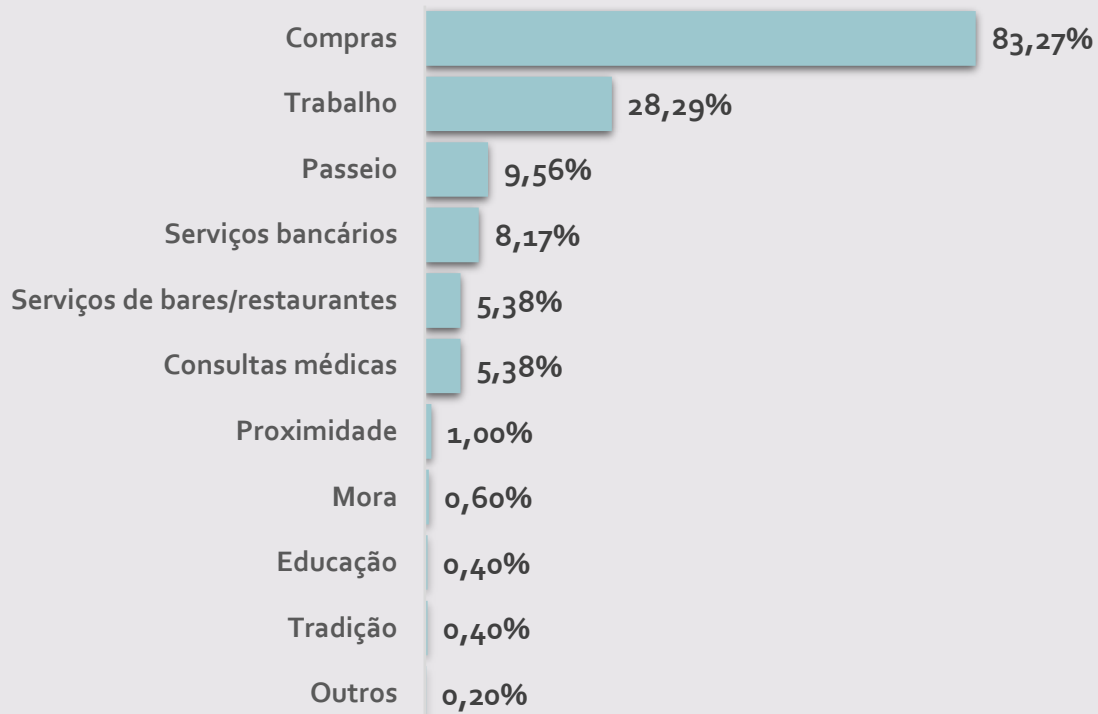


Gráfico 07 – Quando está precisando comprar algo, pensa no Alecrim como:

Fonte: Fecomércio RN

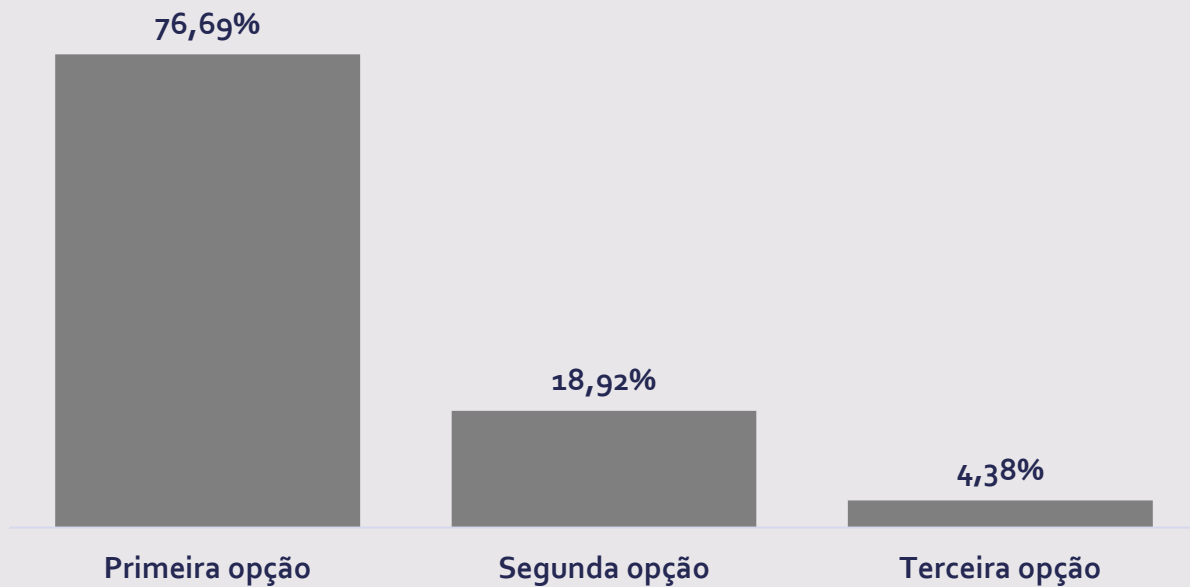
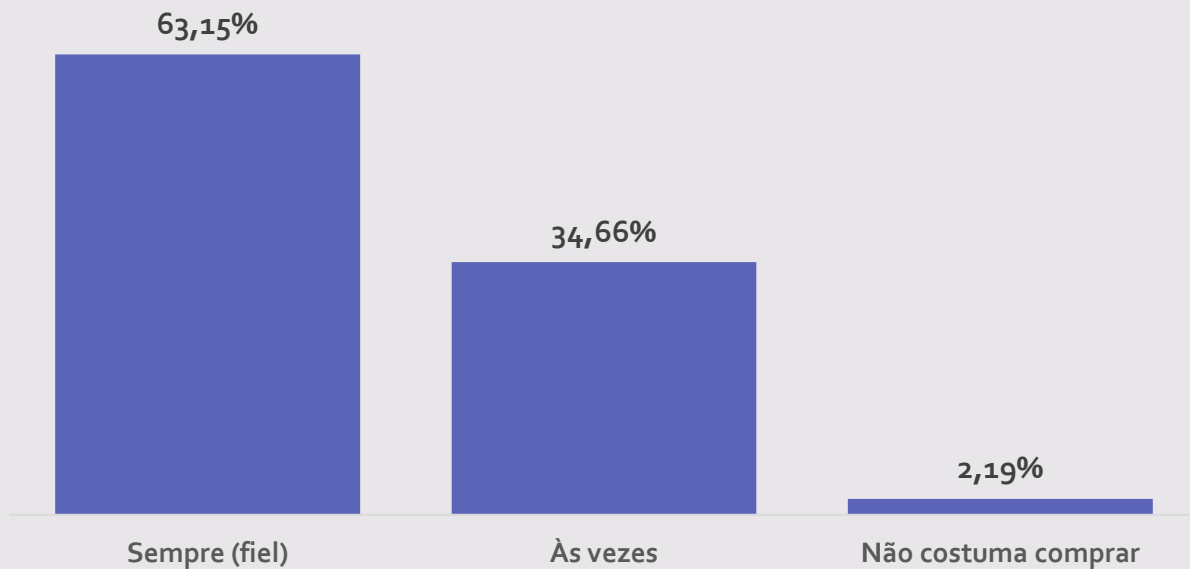


Gráfico 08 – Com que frequência o (a) Sr (a) compra no comércio do Alecrim?

Fonte: Fecomércio RN



Produtos e serviços

Tabela 1 – Que tipo de produto ou serviço o (a) Sr (a) procura no comércio do Alecrim? (M.R.)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Vestuários	66,33%
Calçados e acessórios	38,05%
Alimentação	27,49%
Eletrônicos	23,51%
Cama/mesa e banho	22,51%
Eletrodomésticos	21,91%
Farmácias e drogarias	21,51%
Perfumes e cosméticos	17,53%
Móveis	14,74%
Brinquedos	12,35%
Artigos para festas	11,75%
Informática	9,56%
Aviamento	8,57%
Livraria e papelaria	8,37%
Serviços bancários	8,57%
Tecidos	8,17%
Consultas médicas/Serviços de saúde	7,57%
Telefonia	6,77%
Artigos para artesanatos	6,57%
Material de construção	4,18%
Petshop/Rações etc.	2,19%
Acessórios para celular	1,20%
Peças automotivas	1,20%
Beleza e cuidados pessoais	1,00%
Descartáveis/Embalagens	1,00%
Artigos musicais	0,40%
Artigos para casa	0,40%
Bebidas	0,20%
Combustível	0,20%
Ferramentas	0,20%
Mercadorias para Revenda	0,20%
Utensílios e acessórios	0,20%
Outros	0,20%

Gráfico 09 – Durante um mês, quantos dias (o) (a) sr. (a) frequenta o comércio ou serviços do Alecrim?

Fonte: Fecomércio RN

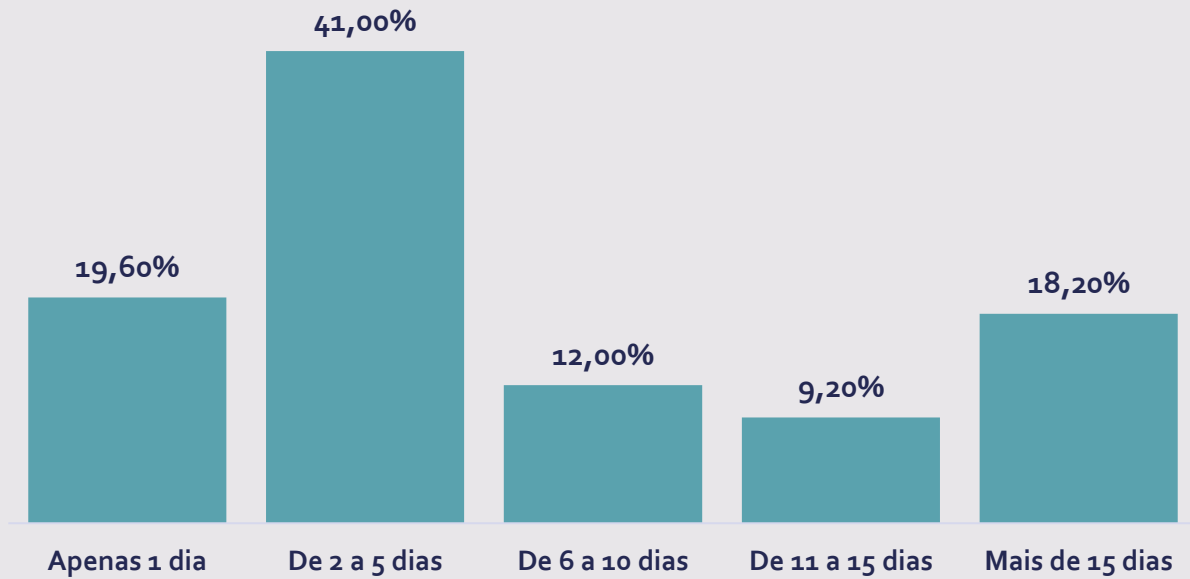


Gráfico 10 – O (a) Sr (a) encontra o que procura no comércio do Alecrim?

Fonte: Fecomércio RN

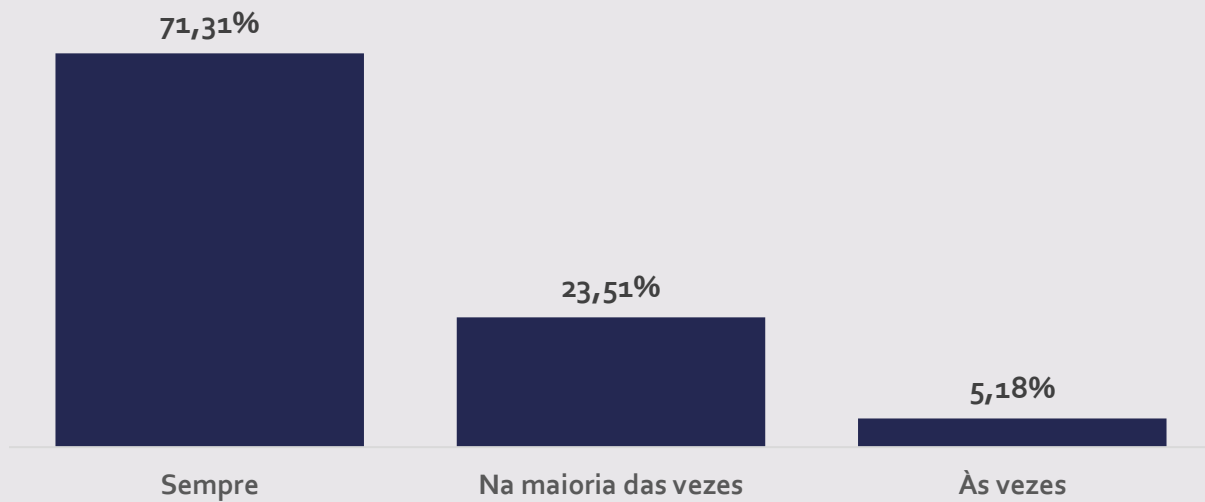
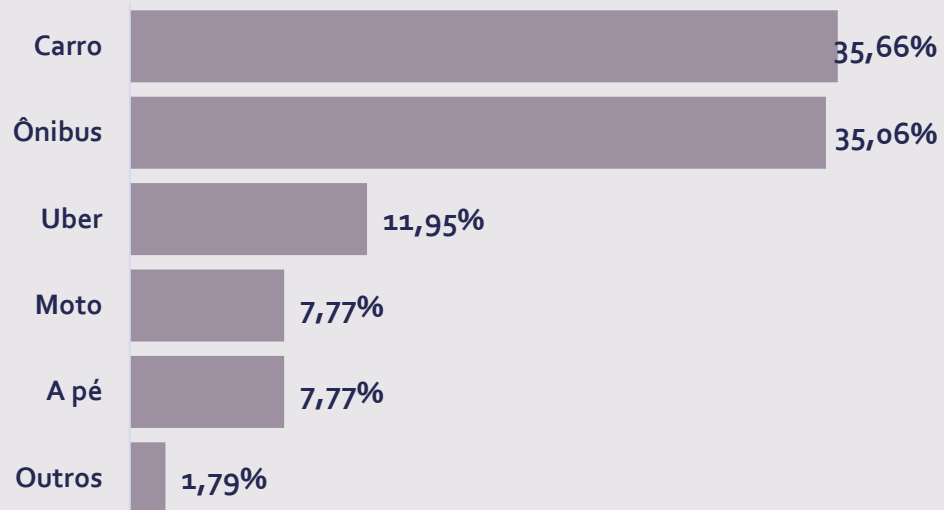


Gráfico 11 – Meio de transporte utilizado para frequentar/chegar ao Alecrim?

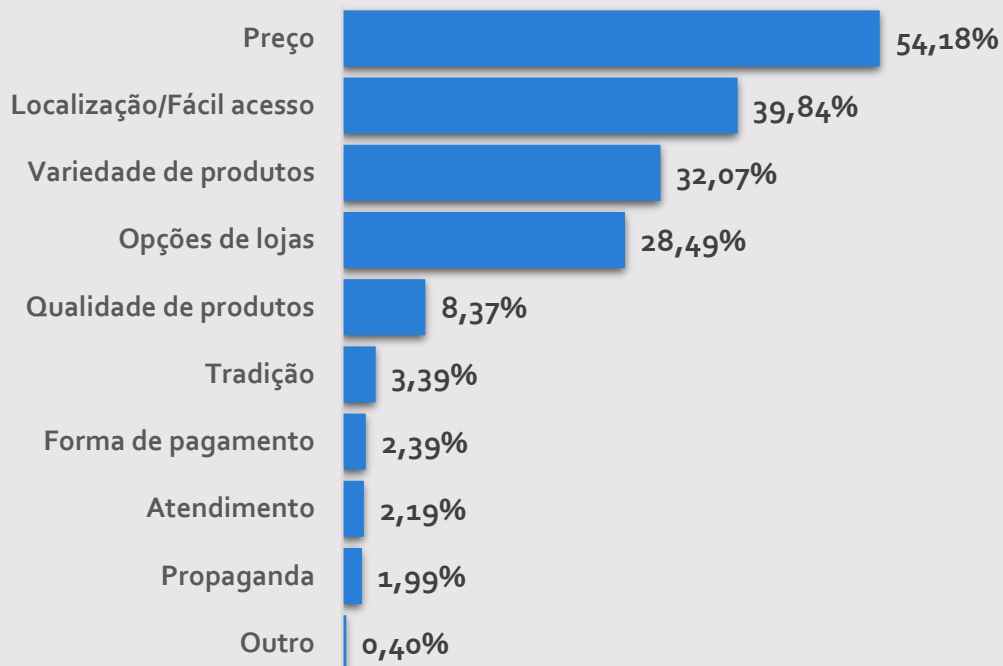
Fonte: Fecomércio RN



Motivação

Gráfico 12 – Quais fatores influenciam na escolha em comprar no comércio ou serviços do Alecrim? (Múltipla resposta)

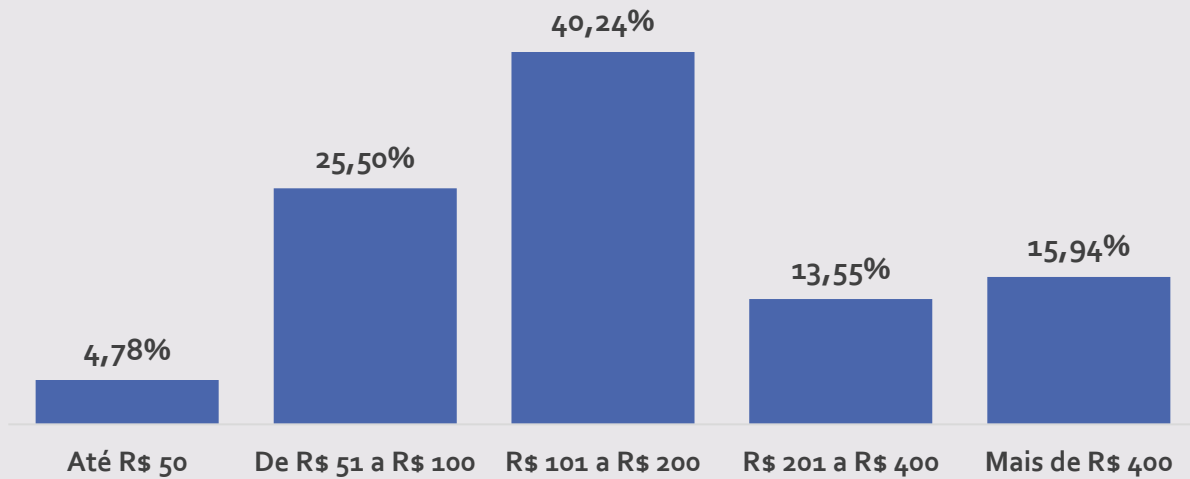
Fonte: Fecomércio RN



Gastos

Gráfico 13 – Quando compra no comércio do Alecrim, quanto gasta em média?

Fonte: Fecomércio RN



Formas de pagamento

Gráfico 14 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) utiliza, quando compra no comércio do Alecrim?

Fonte: Fecomércio RN

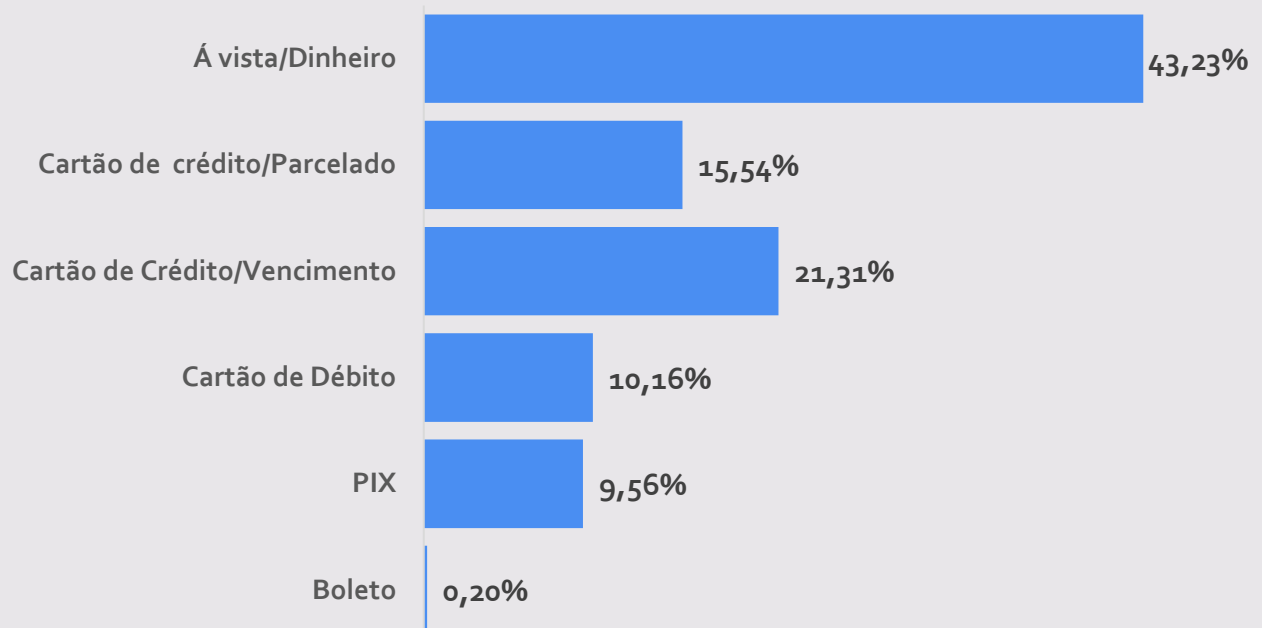


Gráfico 15 – Quando realiza compras no comércio do Alecrim, quantos produtos compra em média?

Fonte: Fecomércio RN

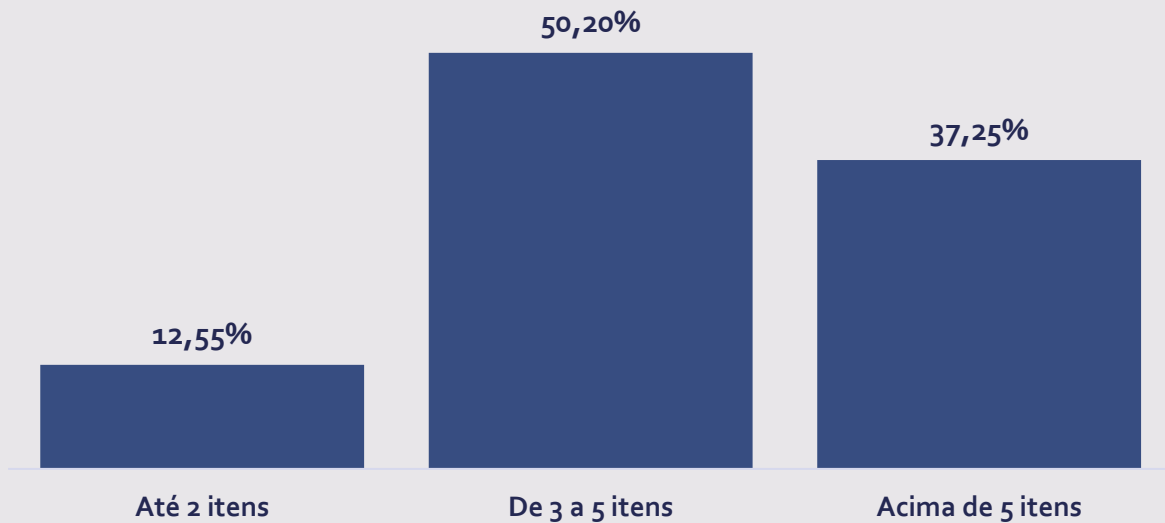


Gráfico 16 – Costuma realizar pesquisa de preço quando faz compras no Alecrim?

Fonte: Fecomércio RN

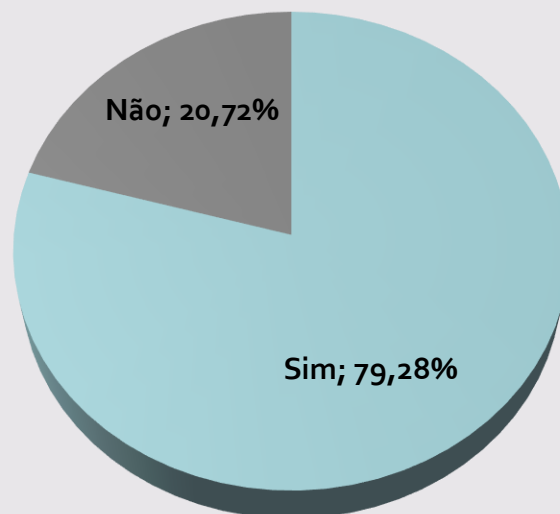


Gráfico 17 – Quando compra no comércio do Alecrim planeja as compras:

Fonte: Fecomércio RN

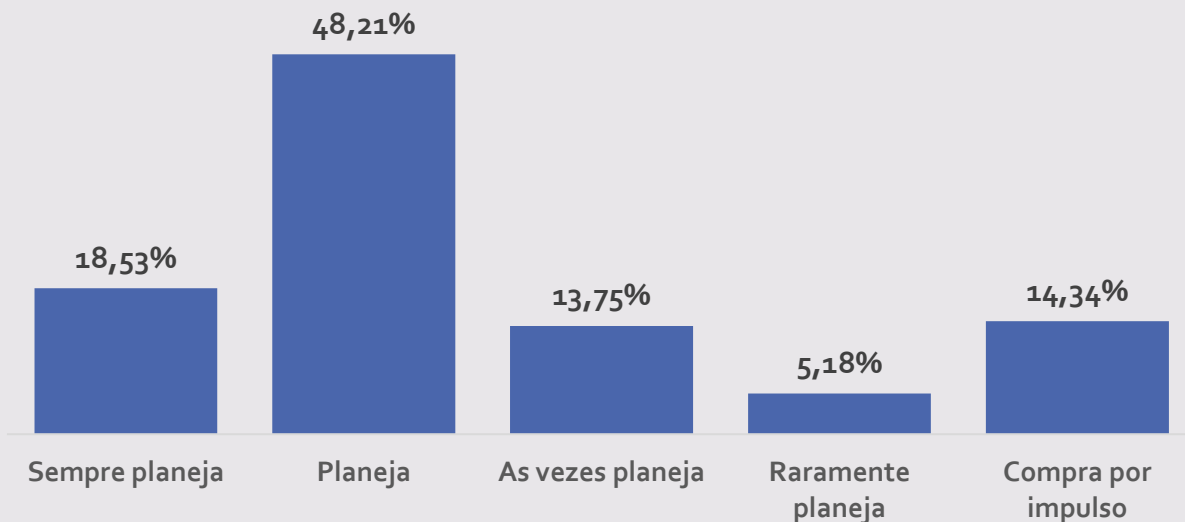


Gráfico 18 – Qual o período de maior necessidade de compras no Alecrim?

Fonte: Fecomércio RN

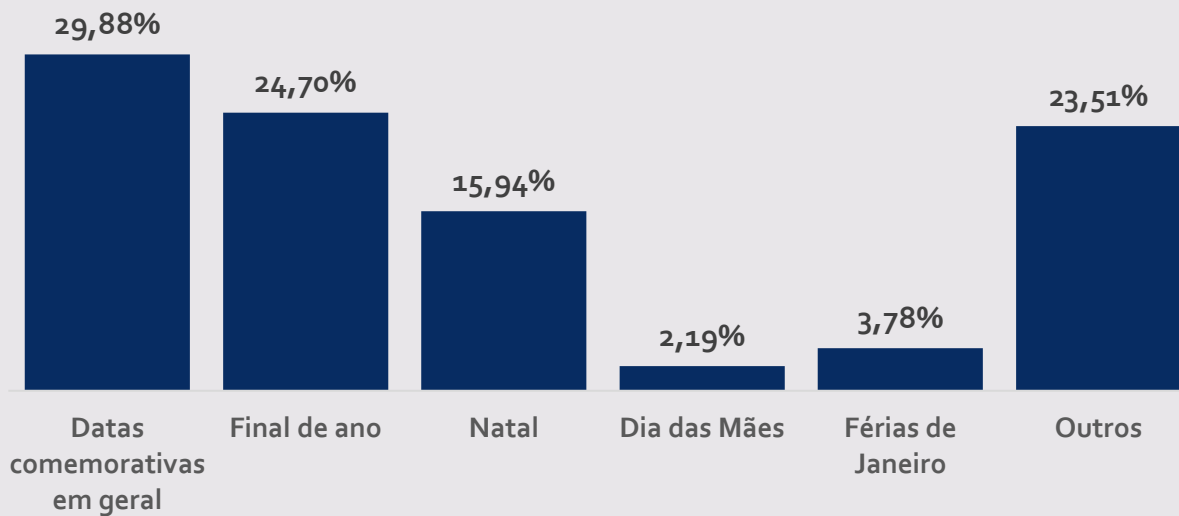


Gráfico 19 – Qual o dia da semana compra com mais frequência no comércio do Alecrim?

Fonte: Fecomércio RN

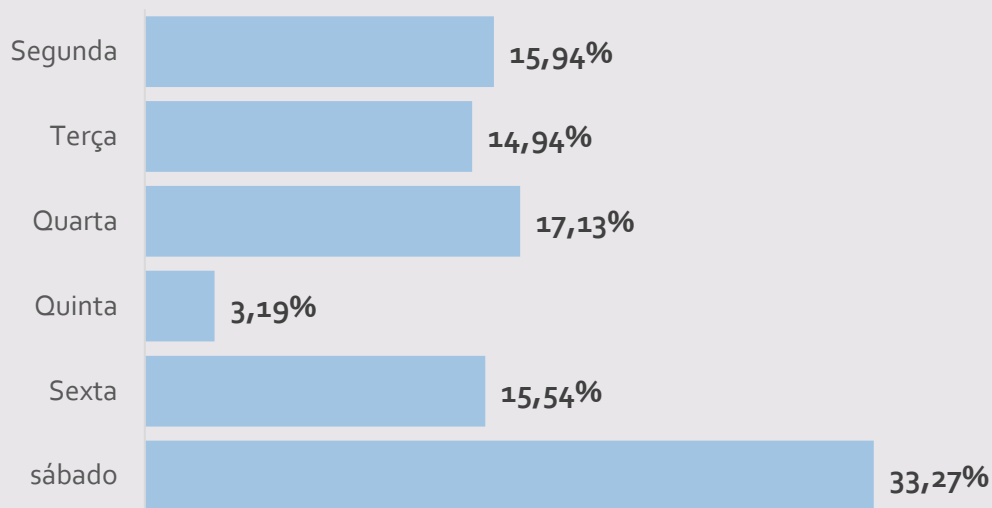
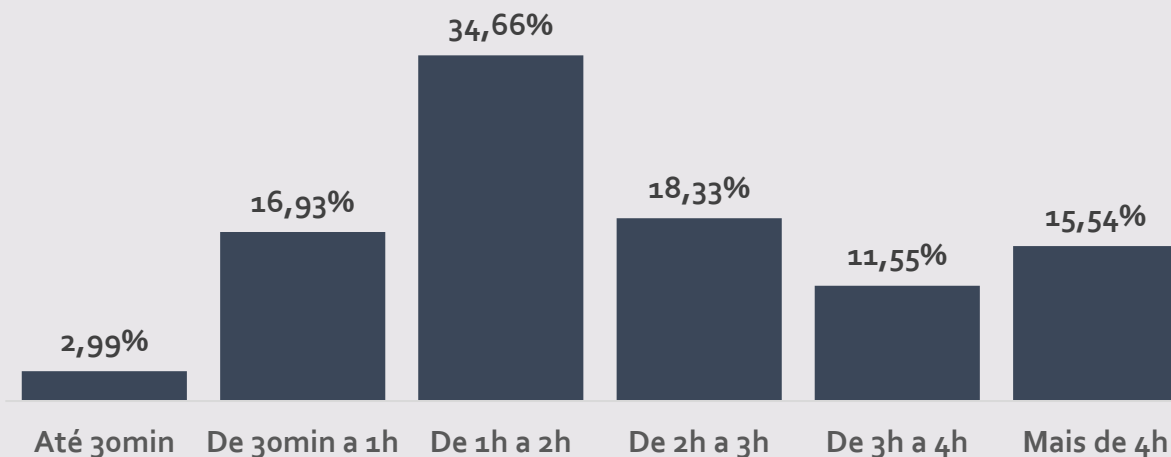


Gráfico 20 – Quando frequenta o Alecrim quanto tempo passa em média?

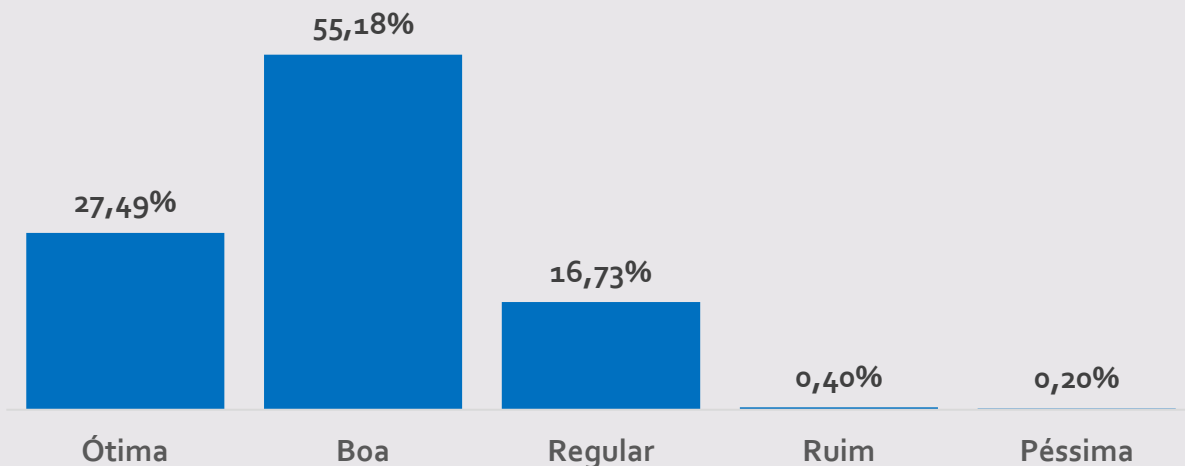
Fonte: Fecomércio RN



Avaliação

Gráfico 21 – Qual imagem que você tem do comércio e serviços do Alecrim?

Fonte: Fecomércio RN



Melhorias

Tabela 2 – Na sua opinião, o que deveria ser melhorado no comércio e serviços do Alecrim? (Múltipla Resposta)

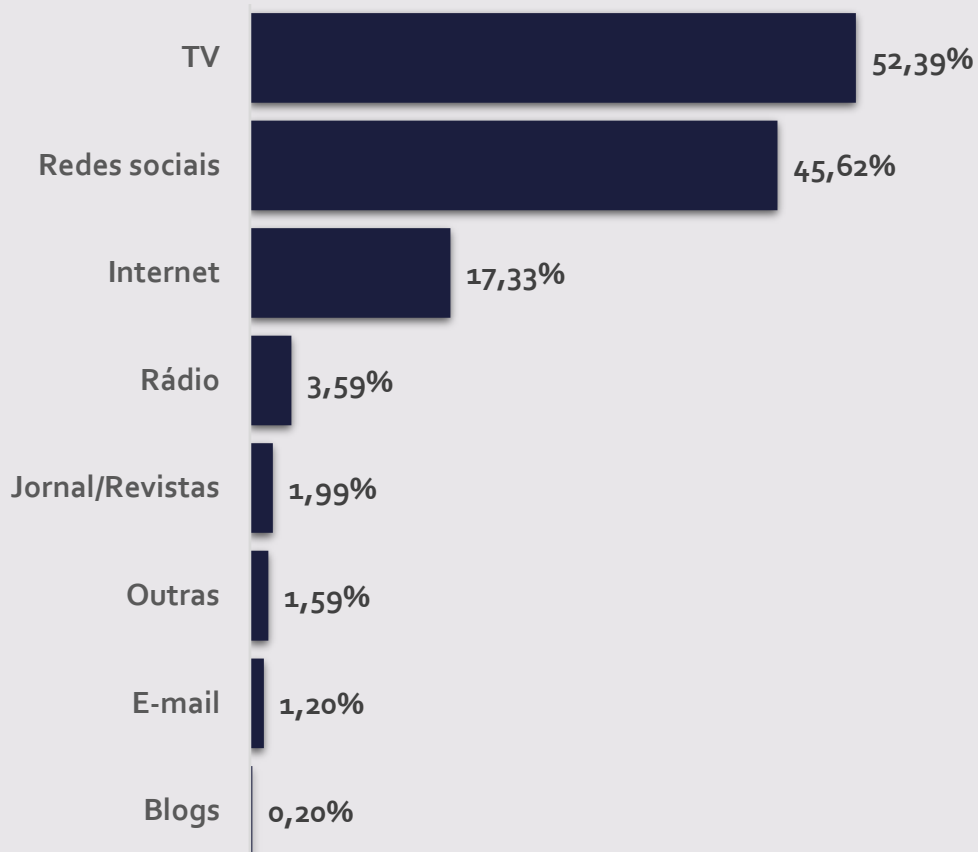
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Estacionamento	43,63%
Segurança	27,49%
Trânsito/Mobilidade urbana	24,50%
Atendimento	7,37%
Comodidade	5,58%
Organização das lojas e Camelôs	4,98%
Estrutura/Vitrines das lojas	3,78%
Infraestrutura em geral	3,39%
Preço	2,19%
Horário/dias de funcionamento	1,79%
Variedade de Produtos	1,79%
Qualidade dos produtos	1,59%
Opções de lojas	1,20%
Formas de pagamento	1,00%
Transporte Público	1,00%
Banheiros públicos	0,80%
Espaço para locomoção/Acessibilidade/Acesso às lojas	0,80%
Limpeza pública	0,80%
Distância entre as calçadas	0,60%
Distância entre as lojas	0,60%
Propaganda	0,60%
Estrutura dos camelôs	0,40%
Saneamento	0,40%
Alimentação	0,20%
Estrutura física	0,20%
Iluminação pública	0,20%
Mais caixas eletrônicos/mais paradas de ônibus	0,20%
Mais supermercados	0,20%
Ônibus	0,20%
Paradas de Ônibus	0,20%
Placas de informações	0,20%
Outros	0,20%
Nada	1,99%

Veículos de comunicação

Gráfico 22 – Em quais veículos de comunicação o (a) sr. (a) gostaria de ver propaganda do comércio e serviços do Alecrim? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**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

Nivaldo Gonçalves

Maria do Socorro

Jacqueline Aires

Maria Eduarda

Pesquisadores