Fecomércio RN · IFC

Sistema Comércio

ECICS

ECOSSISTEMAS DE COMPETITIVIDADE E INOVAÇÃO EM COMÉRCIO E SERVIÇOS

PESQUISA HÁBITOS DE CONSUMO DO CENTRO

JULHO 2022

Sumário

1. Apresentação **3**

2. Aspectos Técnicos **4**

3. Descrição dos resultados **5**

Perfil dos consumidores 5
Hábitos de consumo 6
Produtos e serviços 7
Motivação 7
Gastos 8
Formas de pagamento 8
Avaliação 8
Melhorias 9
Veículos de Comunicação 9

4. Análise Gráfica **10**

Perfil dos consumidores 10
Hábitos de consumo 12
Produtos e serviços 14
Motivação 16
Gastos 17
Formas de pagamento 17
Avaliação 21
Melhorias 21
Veículos de comunicação 22

1. APRESENTAÇÃO

O atual bairro da Cidade Alta, também chamado de "Centro", foi o local onde nasceu o município do Natal, Rio Grande do Norte, em 25 de dezembro de 1599. É considerado, portanto, o berço da cidade, sendo seu primeiro núcleo de povoamento. De acordo com dados do Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), possui uma população de 7.123 habitantes.

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 Centro da cidade.

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 Centro.

2. ASPECTOS TÉCNICOS

A coleta de dados da pesquisa aconteceu entre os dias 05 e 13 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 350 (trezentos e cinquenta) pessoas que circulam pelo bairro. 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 Centro. Para isso, foram levantadas informações sobre sexo, faixa etária, escolaridade, renda da família e local de residência. Quanto ao gênero do público, foi observado uma predominância do gênero feminino. As mulheres representam 56,29% do total de pessoas que circulam pelo bairro, já os homens somam 43,71%.

Em referência 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 42,29%. A presença de consumidores com 25 a 34 anos também é significativa (26,86%). Pessoas de 16 a 24 anos correspondem a 23,14%; acima de 60 anos equivalem a 7,71% do público.

A escolaridade que mais representa os consumidores que frequentam o Centro é a de nível médio (58,57%). O ensino superior ou mais corresponde a 33,43%; e o percentual de ensino fundamental encontra-se na faixa dos 8% do público.

No que diz respeito à renda dos consumidores, 51,43% possuem renda familiar de 01 a 03 salários-mínimos. Até 01 salário soma 22% dos consumidores; e acima de 03 salários-mínimos são 21,14%. Com base nas respostas, a renda média dos consumidores que frequentam o Centro foi calculada em 2,2 salários-mínimos.

Quanto à origem dos consumidores que compram nos comércios e serviços do Centro, 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 Norte (42%), Zona Sul (22,86%), Zona Leste (15,71%), Zona Oeste (13,43%). O número de pessoas que residem em outras municípios representa 6% do público.

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 consomem no centro, 67,71% revelaram que o principal objetivo é realizar compras, depois aparecem trabalho (58%), passeio (9,71%), serviços bancários (9,43%), consultas médicas (5,43%), entre outros.

Os dados da pesquisa mostram que 39,71% dos consumidores do Centro utilizam o comércio e serviços do bairro como primeira opção, quando pensam em adquirir algo. Outros 36,29% responderam que utilizam como segunda opção e 24% como terceira opção de compra.

A maioria (53,43%) compra as vezes no comércio local, enquanto cerca de 4 em cada 10 (39,43%) compram sempre.

Os consumidores que participaram da pesquisa informaram que visitam a área comercial do Centro, em média, 4 dias por mês. Estratificando os dados, 76,57% dos entrevistados disseram que frequentam até 5 dias por mês o local; 11,71% declararam que circulam pelo bairro de 6 a 10 dias por mês; e 10,57% revelaram que vão acima de 10 dias por mês ao bairro.

Com relação à facilidade de encontrar o que procura nos estabelecimentos empresariais do bairro, mais de quatro em cada dez (41,43%) dos consumidores afirmaram que sempre acham tudo no Centro. 32% disseram que na maioria das vezes encontram o que procuram e 24,29% disseram que só acha as vezes o que procura no bairro.

Os consumidores disseram que o dia da semana que mais costumam ir ao Centro é o sábado (30%). Em seguida vem a sexta-feira (22,57%); quarta-feira (17,71%); segunda-feira (12,57%); quinta-feira (10,00%); e terça-feira (7,14%).

Quando vão ao Centro, aproximadamente dois terços (64%) dos consumidores revelaram que planejam ou sempre planejam a ida ao comércio local, sendo as datas comemorativas (32,29%), Final de Ano (22,29%) e Natal (12,29%), os períodos que mais procuram o bairro para busca de produtos e serviços.

Produtos e serviços

A relação de produtos e serviços mais procurados no bairro é bem diversificada. Entre os mais citados estão itens de vestuários (68,57%); a seguir aparecem calçados e acessórios (41,14%); alimentação (14,57%); eletrodomésticos (10,57%); eletrônicos (9,43%); farmácias e drogarias (8,00%); perfumes e cosméticos (7,71%); brinquedos (6,29%); cama, mesa e banho (6,29%); serviços bancários (4,86%); informática (4,57%); entre outros.

Sobre o número de itens que compram quando frequenta o local, o levantamento apurou que 54,86% adquirem entre 3 e 5 produtos, ao passo que 37,43% revelaram que compram até 2 itens. E somente 7,71% compram acima de 5 produtos por vez quando vão ao bairro.

O deslocamento de ônibus (52,86%) é o meio mais frequentes pelos consumidores que vão ao bairro. O automóvel particular é a segunda opção, usada por 25,14% do público. Em seguida estão moto (7,43%); a pé (7,71%); Uber (5,43%); entre outros (0,29%).

Motivação

O estudo da Fecomércio também questionou quais são os principais motivadores para as pessoas comprarem no comércio do bairro, e a localização apareceu em destaque com 72%. Após surge o preço (28%), opções de lojas (9,71%), variedade de produtos (8,86%), qualidade dos produtos (6,00%), atendimento (3,14%), propaganda (2,86%), tradição (2,29%), entre outros.

No que se refere ao tempo que passam no comércio do bairro, quando frequentam o local, 41,71% dos consumidores disseram que ficam até 1h; outros 25,14% afirmaram que passam de 1h a 2h; 14,29% de 2h a 3h; e 18,86% relataram que permanecem mais de 3h circulando pela área comercial do bairro.

Pesquisar preços antes de efetuar as compras também é um hábito dos consumidores que frequentam a área comercial do Centro. 73,43% dos consumidores deste comércio de rua praticam a pesquisa de preço. Ao passo que 26,57% disseram que compram sem pesquisar.

Gastos

Sobre o valor gasto quando vão à área comercial do Centro, 48,29% disseram que compram até R$ 100,00 por vez que vão ao bairro; seguidos pelos que desembolsam de R$ 101,00 a R$ 200,00 (31,43%). Outros 20,28% falaram que costumam gastar mais de R$ 200,00 quando vão ao comércio e serviços do bairro. Sendo R$ 149,93, 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 47,71% das citações, divididas entre parcelado, vencimento e débito. À vista no dinheiro foi mencionada por 45,71% dos entrevistados, enquanto PIX por 6,57% 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 maior parte do público que frequenta o local considera o comércio e serviços da área como bom (48%); os que classificaram como regular foram 34%; avalição ótima foi a resposta de 10,57% dos entrevistados; enquanto 7,43% avaliaram como ruim ou péssimo.

Melhorias

Quanto às sugestões de melhorias para o comércio e serviços do bairro, na opinião de 69,71% dos consumidores, a questão da segurança pública na área comercial do centro deveria ser melhorada. A falta de estacionamento no bairro também foi citada como sugestão de melhorias, por 52% dos entrevistados, seguido pelas opções de lojas (25,71%) que também foi uma reivindicação de melhoria dos consumidores. Variedade de produtos (14,86%), preço (10%), trânsito (9,14%) e estrutura das lojas (7,43%) também aparecem na lista de sugestões.

Depois, a comodidade dos estabelecimentos foi citada por 6% dos entrevistados, como ponto para ser aprimorado, bem como organização das lojas (5,43%), qualidade dos produtos (5,14%) e propaganda dos estabelecimentos (5,14%), 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 67,71% das menções. Além disso, as mídias sociais vêm logo após, com 56,57% das citações; seguida pela internet em geral (21,43%). Outros canais mencionados foram rádio (13,71%); jornal/revista (8%); blogs (7,43%) e e-mail (4,49%).

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

4. ANÁLISE GRÁFICA

Perfil dos consumidores

Gráfico 01 – Sexo
Fonte: Fecomércio RN

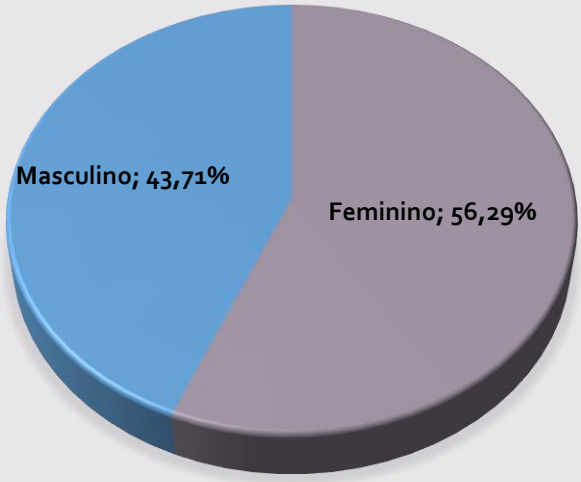


Gráfico 02 – Faixa etária
Fonte: Fecomércio RN

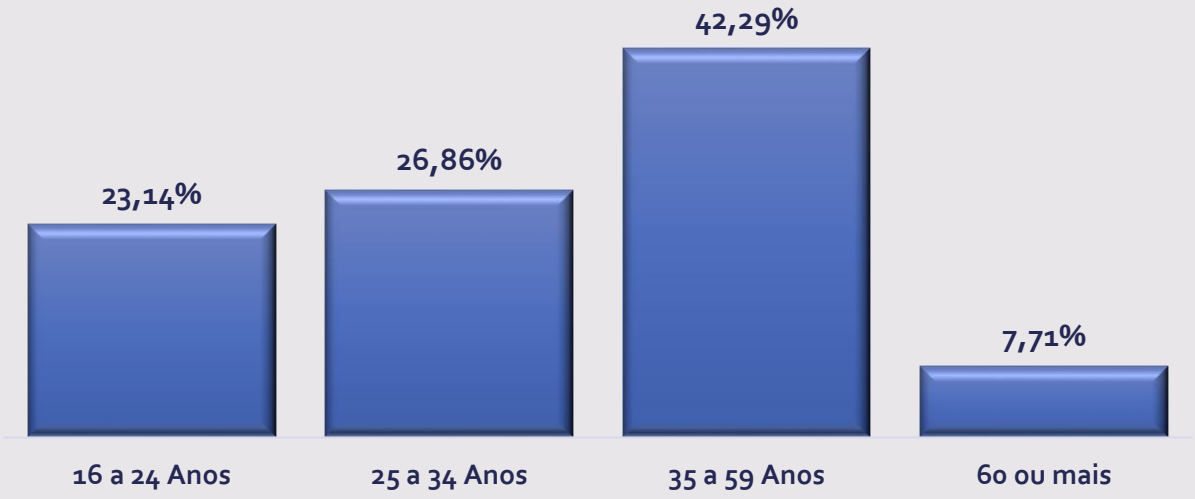


Gráfico 03 – Escolaridade
Fonte: Fecomércio RN

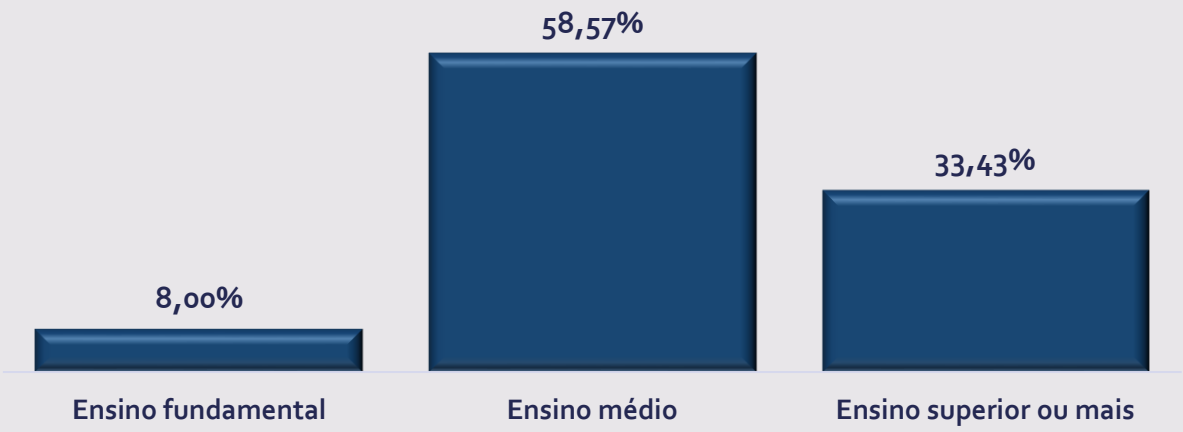


Gráfico 04 – Renda Familiar
Fonte: Fecomércio RN

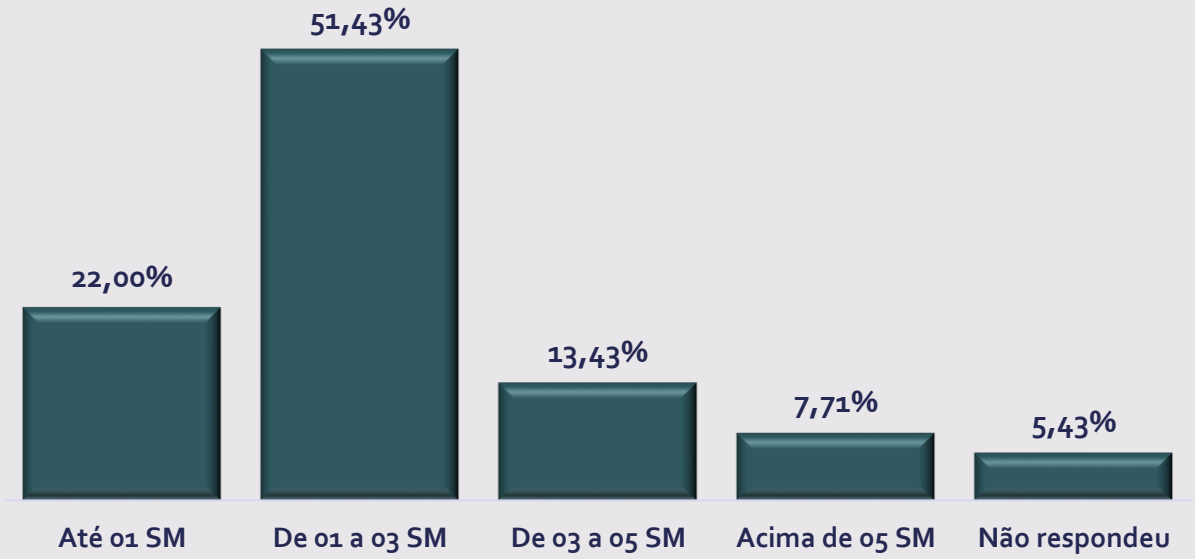
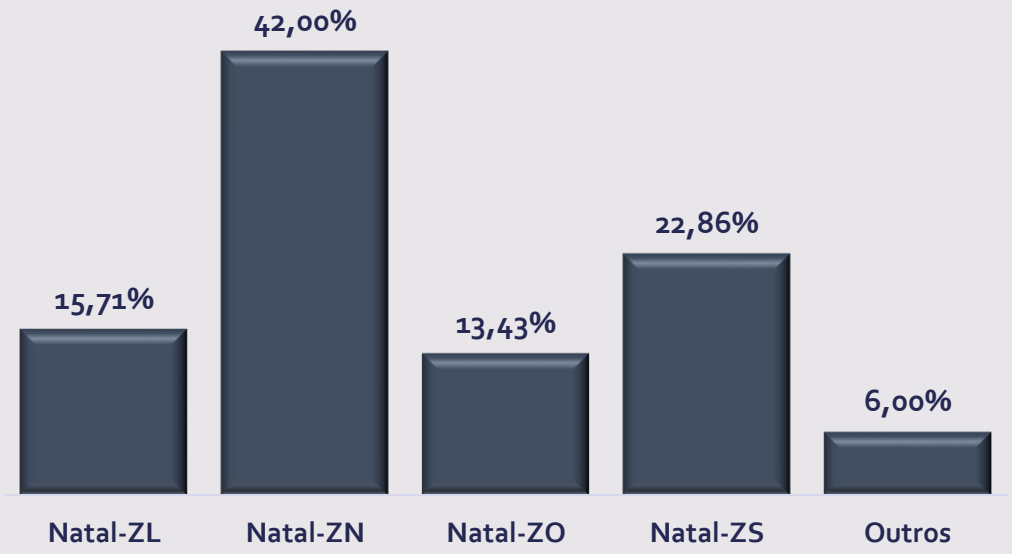


Gráfico 05 – Local de residência.
Fonte: Fecomércio RN



Hábitos de consumo

Gráfico 06 – Por qual motivo o (a) Sr (a) frequenta o Centro? (M.R.)
Fonte: Fecomércio RN

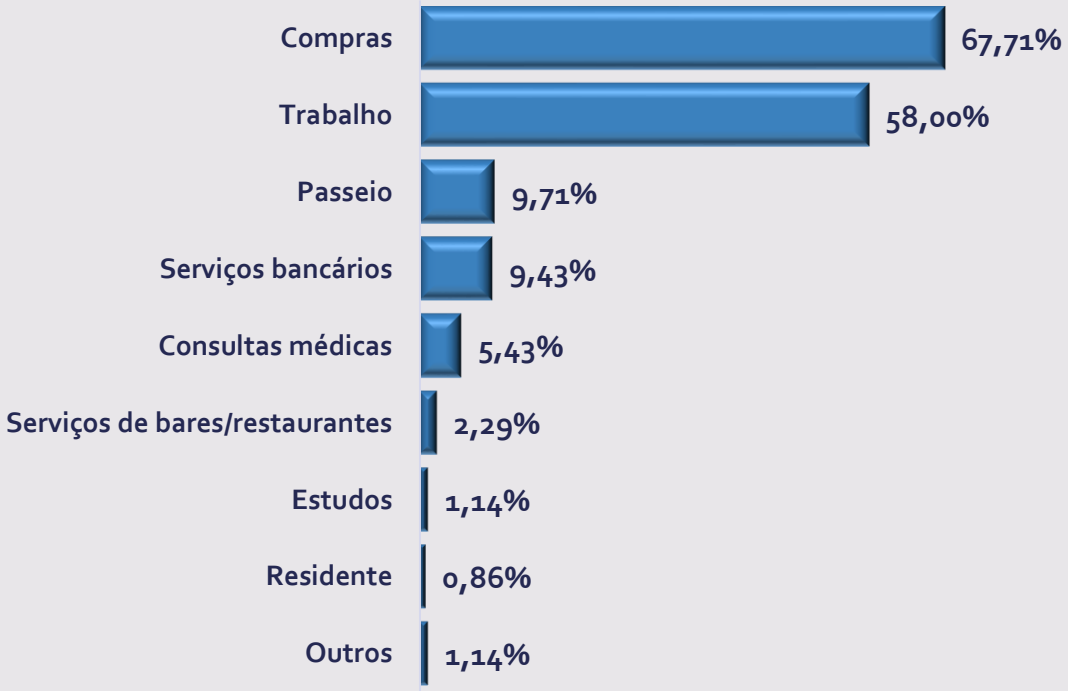


Gráfico 07 – Quando está precisando comprar algo, pensa no Centro como:
Fonte: Fecomércio RN

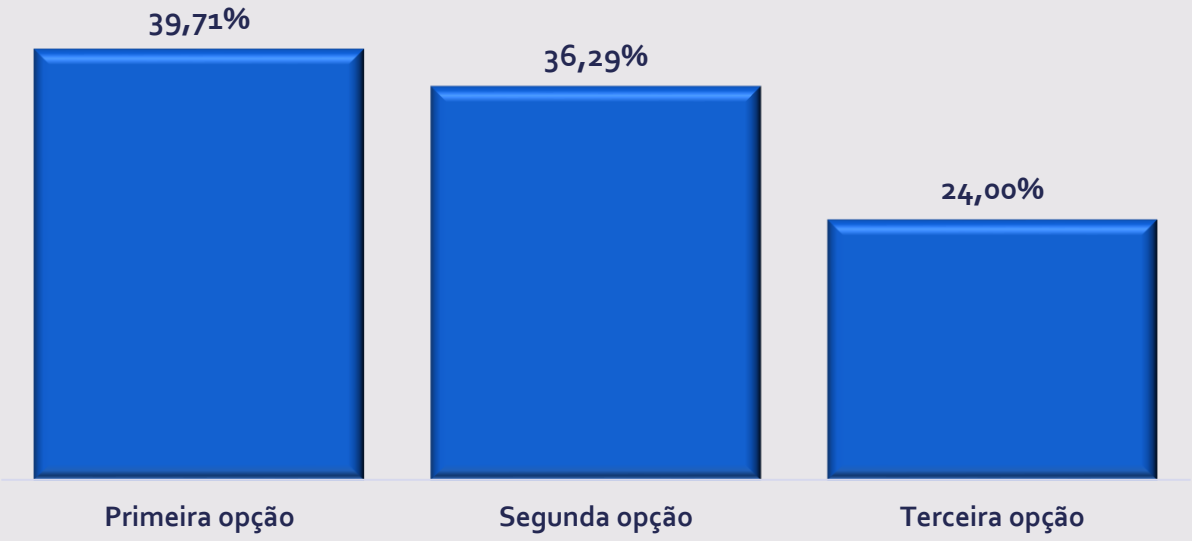
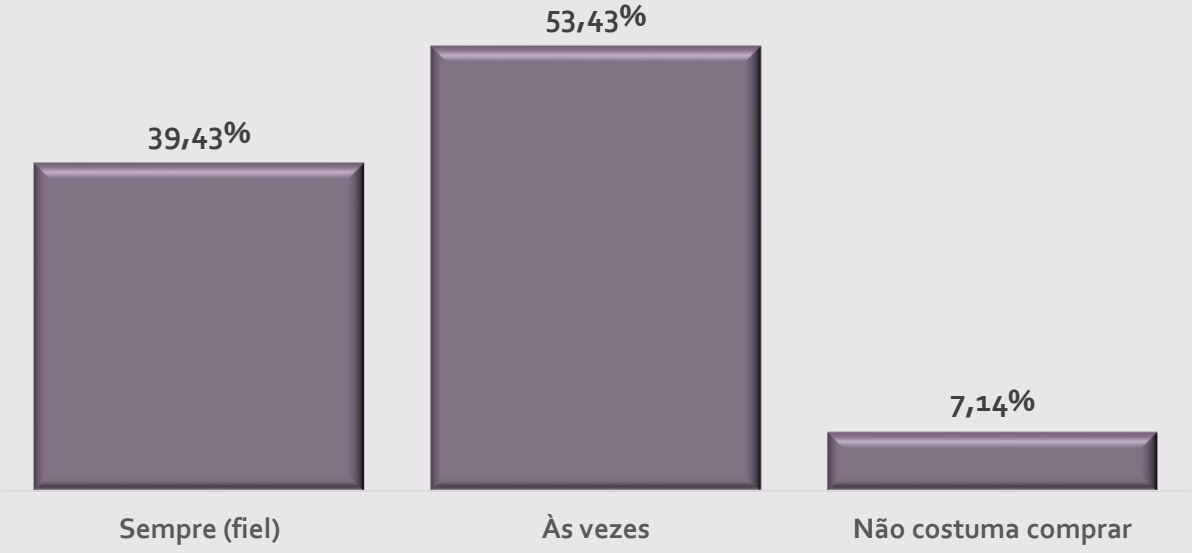


Gráfico 08 – Com que frequência o (a) Sr (a) compra no comércio do Centro?
Fonte: Fecomércio RN



Produtos e serviços

Tabela 1 – Que tipo de produto ou serviço o (a) Sr (a) procura no comércio do Centro? (M.R.)
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Vestuário	68,57%
Calçados e acessórios	41,14%
Alimentação	14,57%
Eletrodomésticos	10,57%
Eletrônicos	9,43%
Farmácias e drogarias	8,00%
Perfumes e cosméticos	7,71%
Brinquedos	6,29%
Cama/mesa e banho	6,29%
Serviços bancários	4,86%
Informática	4,57%
Aviamento	4,29%
Móveis	4,29%
Livraria e papelaria	3,71%
Tecidos	3,71%
Artigos para festas	3,43%
Consultas médicas/Serviços de saúde	3,43%
Artigos para artesanatos	1,43%
Nenhum	1,43%
Artigos para dança	0,29%
Artigos Religiosos	0,29%
Escola	0,29%
Ótica	0,29%
Peças de jogos	0,29%
Petshop/Rações etc.	0,29%
Vários	0,29%

Gráfico 09 – Durante um mês, quantos dias (o) (a) sr. (a) frequenta o comércio ou serviços do Centro?
Fonte: Fecomércio RN

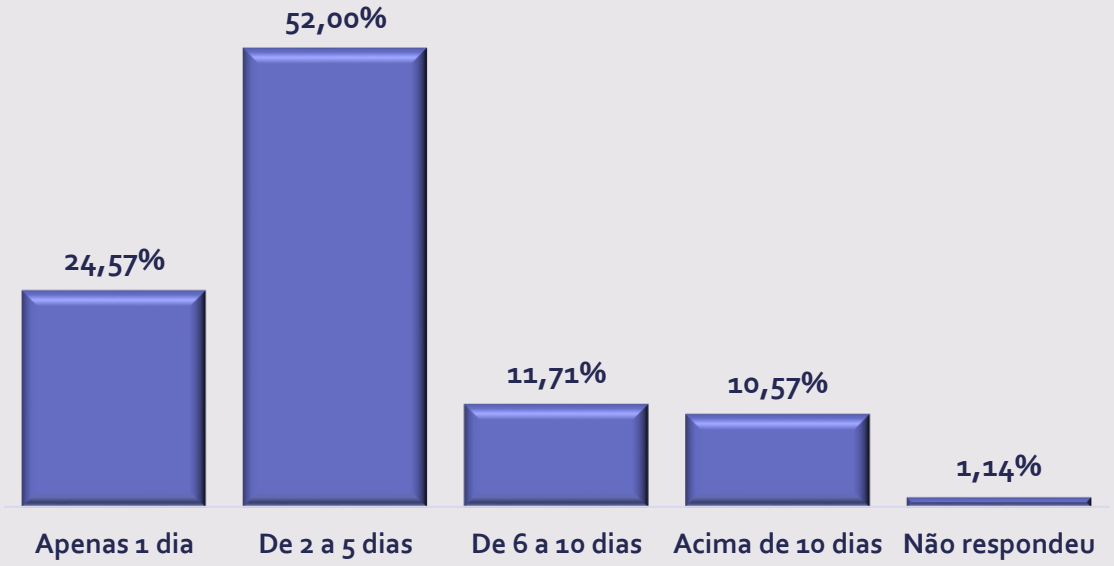


Gráfico 10 – O (a) Sr (a) encontra o que procura no comércio do Centro?
Fonte: Fecomércio RN

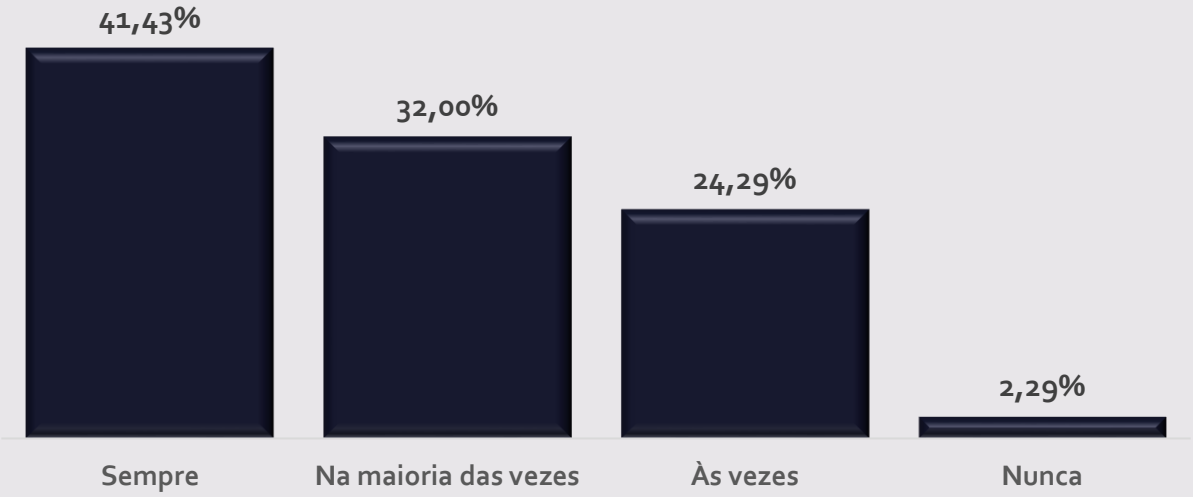
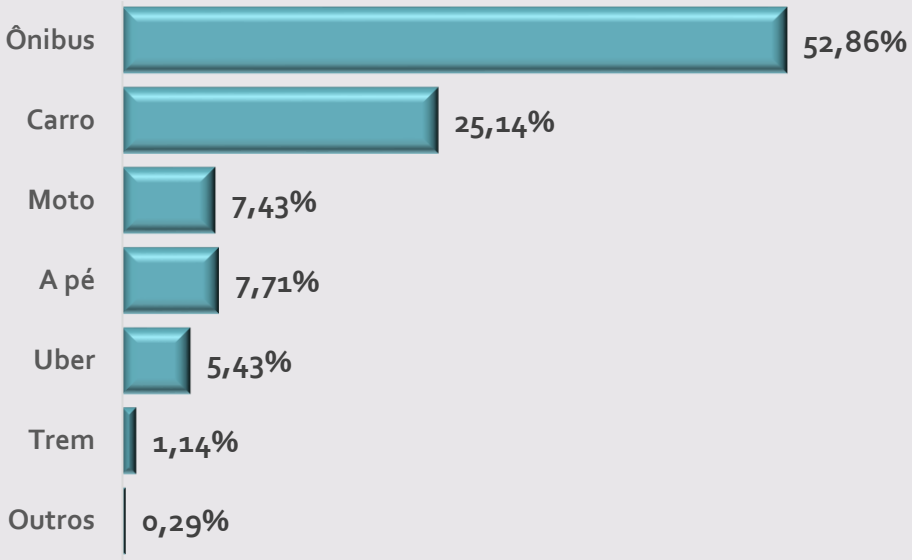
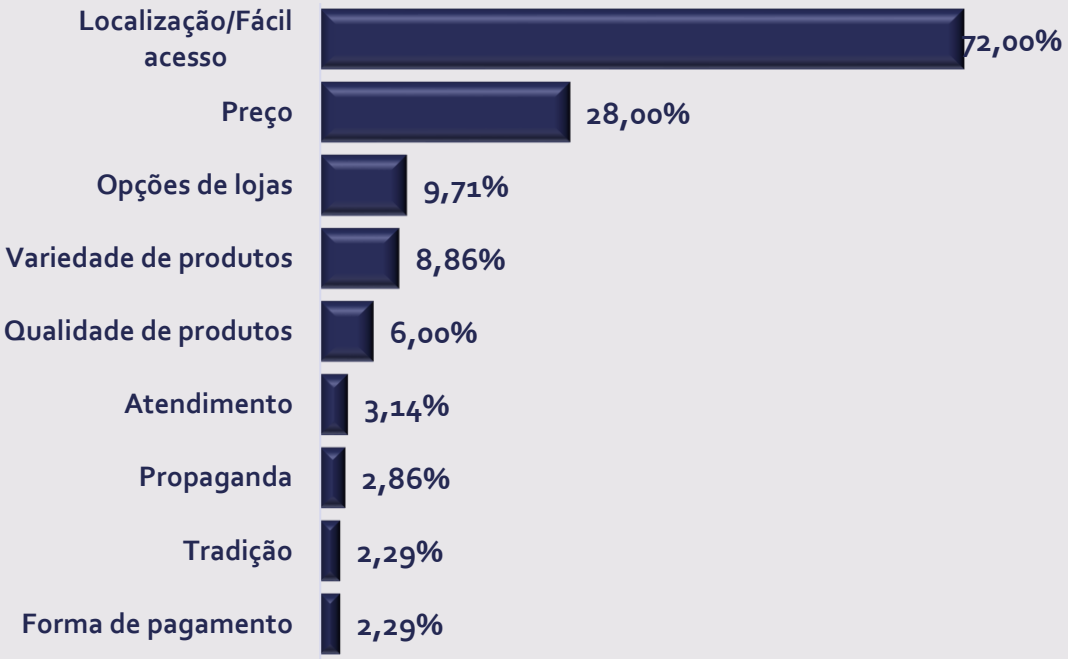


Gráfico 11 – Meio de transporte utilizado para frequentar/chegar ao Centro?
Fonte: Fecomércio RN



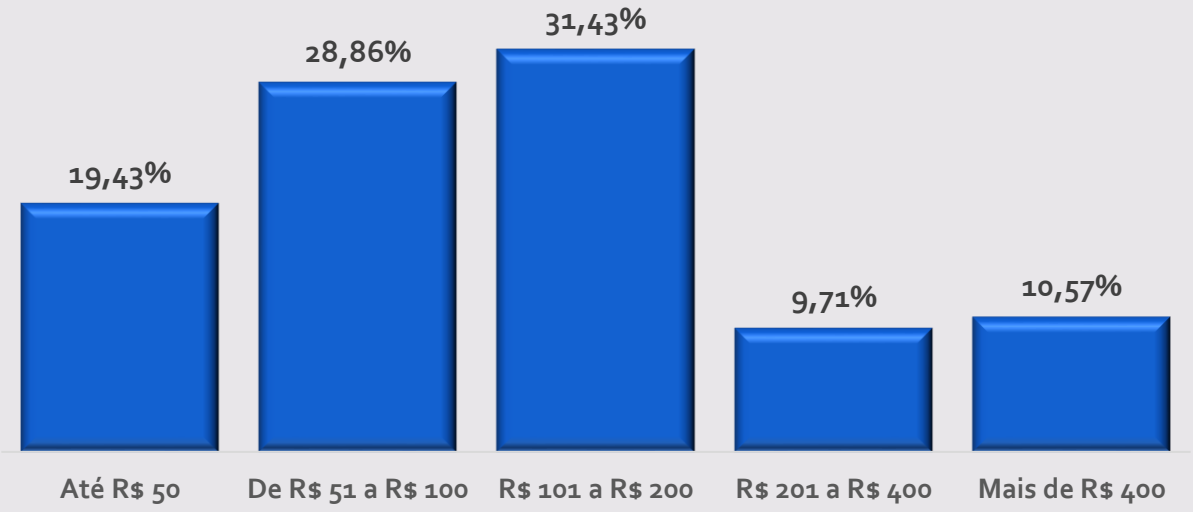
Motivação

***Gráfico 12 – Quais fatores influenciam na escolha em comprar no comércio ou serviços do Centro?* (Múltipla resposta)**
Fonte: Fecomércio RN



Gastos

Gráfico 13 – Quando compra no comércio do Centro, 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 Centro?
Fonte: Fecomércio RN

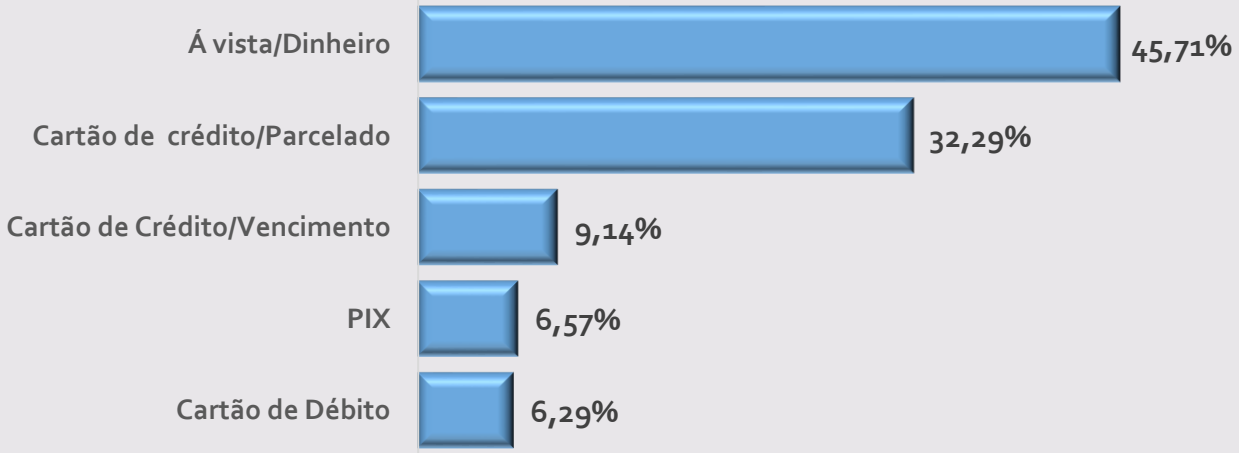


Gráfico 15 – Quando realiza compras no comércio do Centro, quantos produtos compra em média?

Fonte: Fecomércio RN

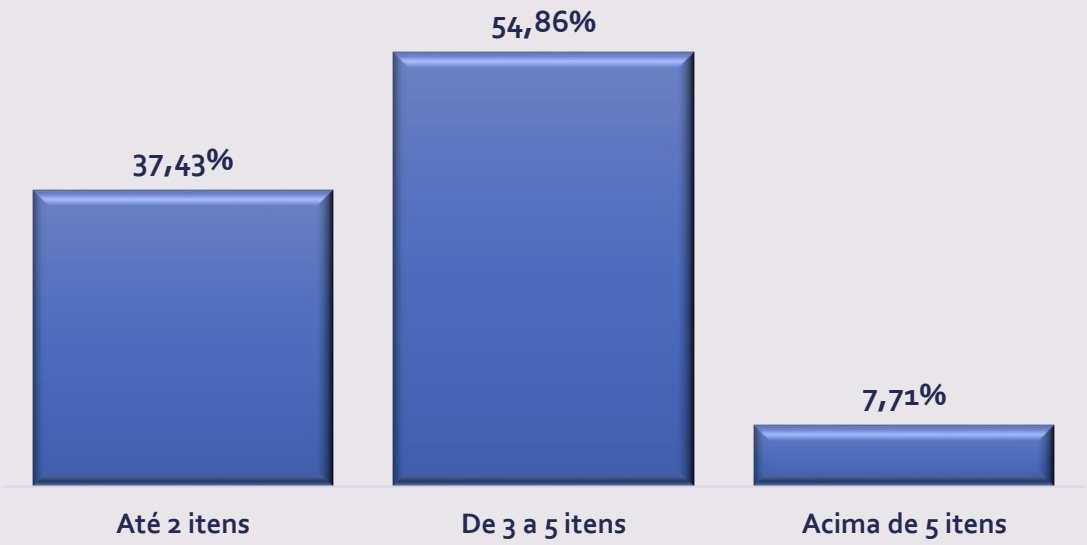


Gráfico 16 – Costuma realizar pesquisa de preço quando faz compras no Centro?

Fonte: Fecomércio RN

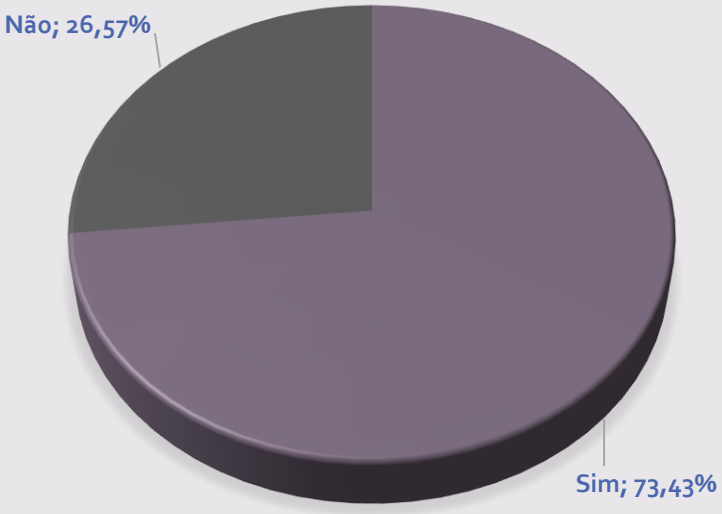


Gráfico 17 – Quando compra no comércio do Centro planeja as compras:
Fonte: Fecomércio RN

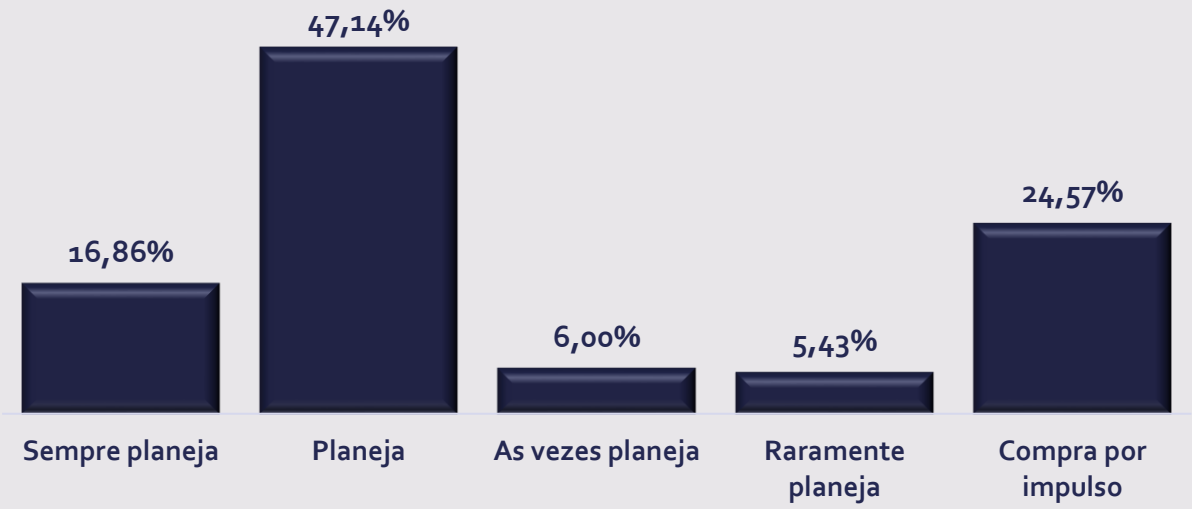


Gráfico 18 – Qual o período de maior necessidade de compras no Centro?
Fonte: Fecomércio RN

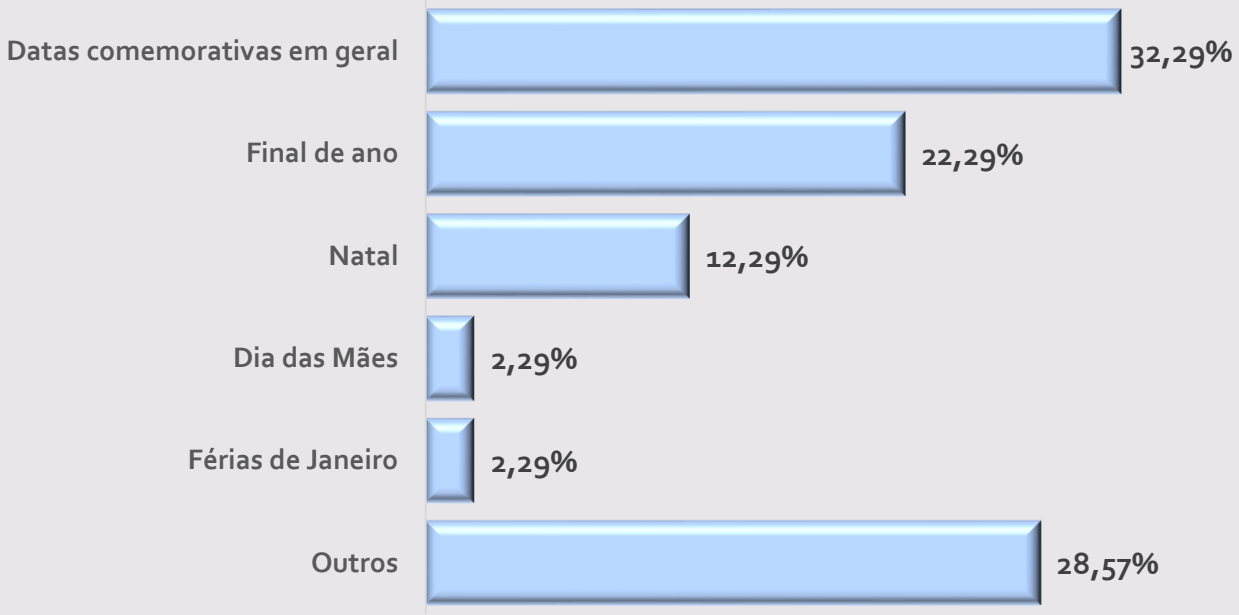


Gráfico 19 – Qual o dia da semana compra com mais frequência no comércio do Centro?
Fonte: Fecomércio RN

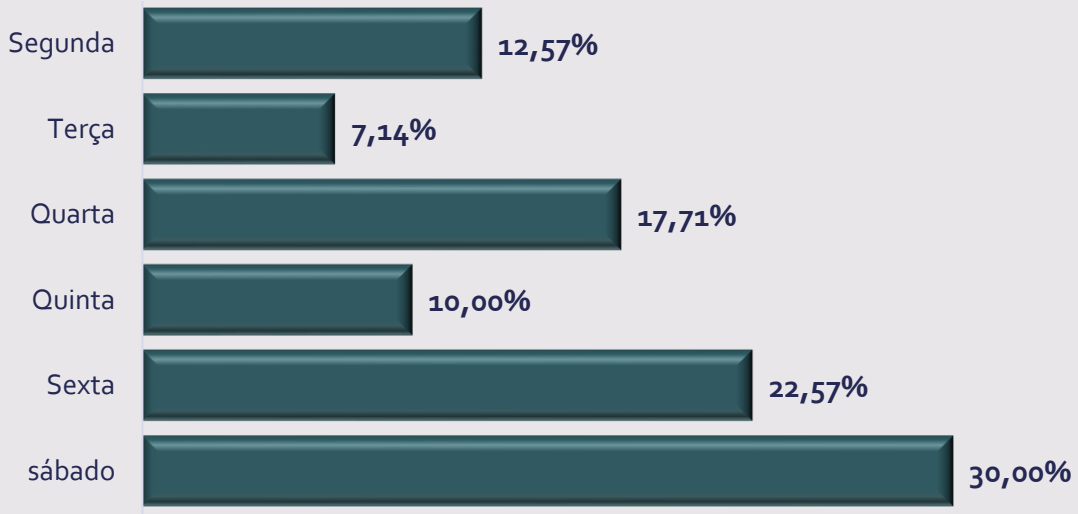
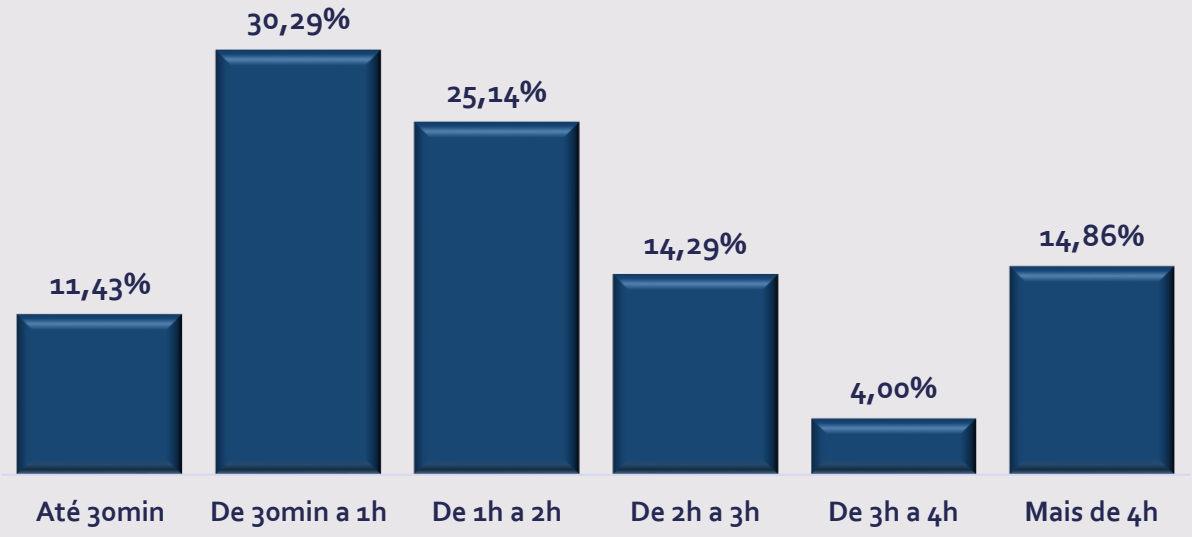
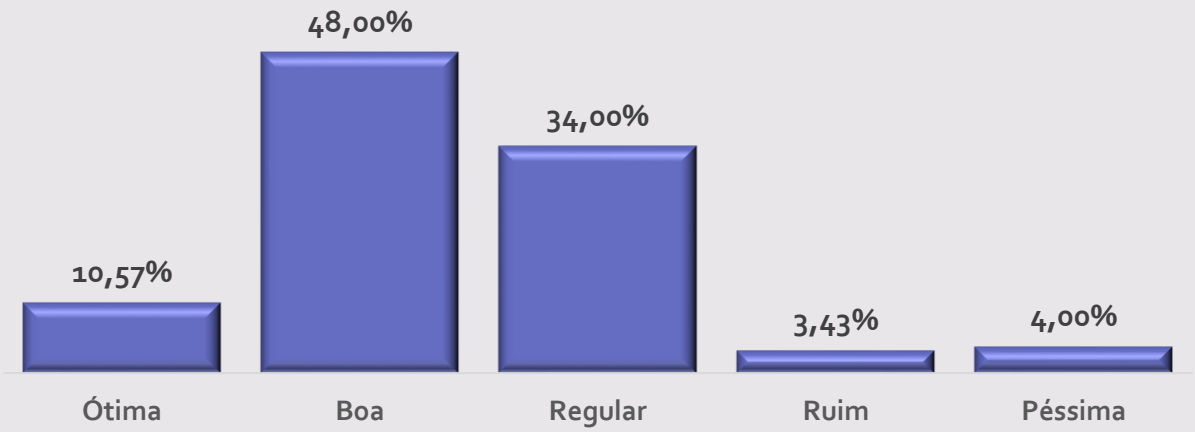


Gráfico 20 – Quando frequenta o Centro, quanto tempo passa em média?
Fonte: Fecomércio RN



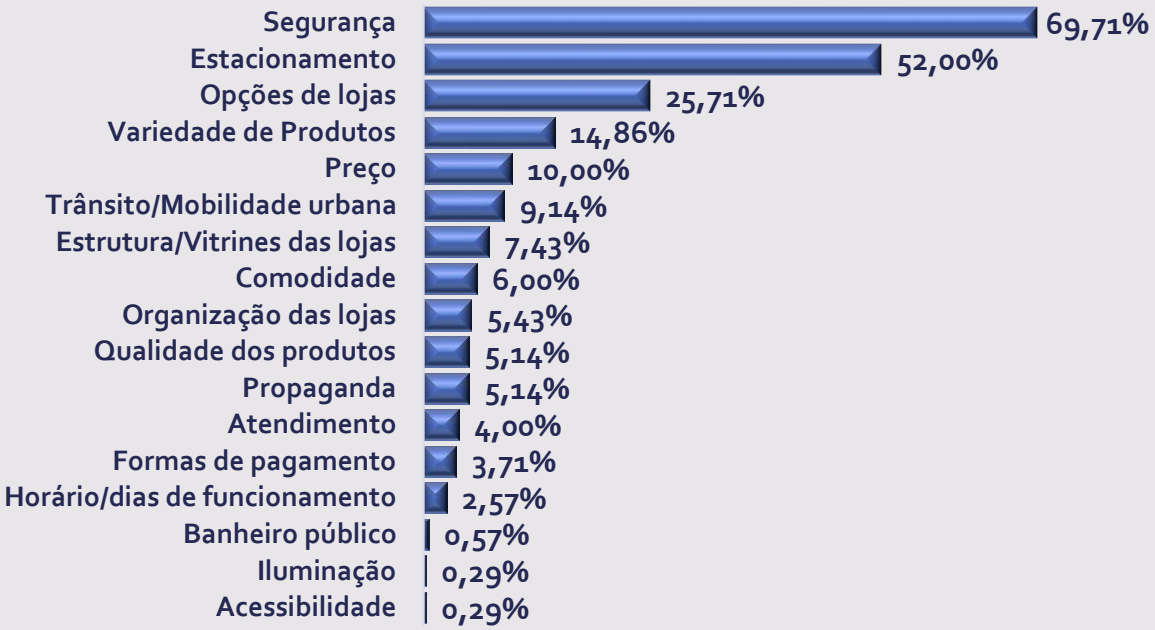
Avaliação

Gráfico 21 – Qual imagem que você tem do comércio e serviços do Centro?
Fonte: Fecomércio RN



Melhorias

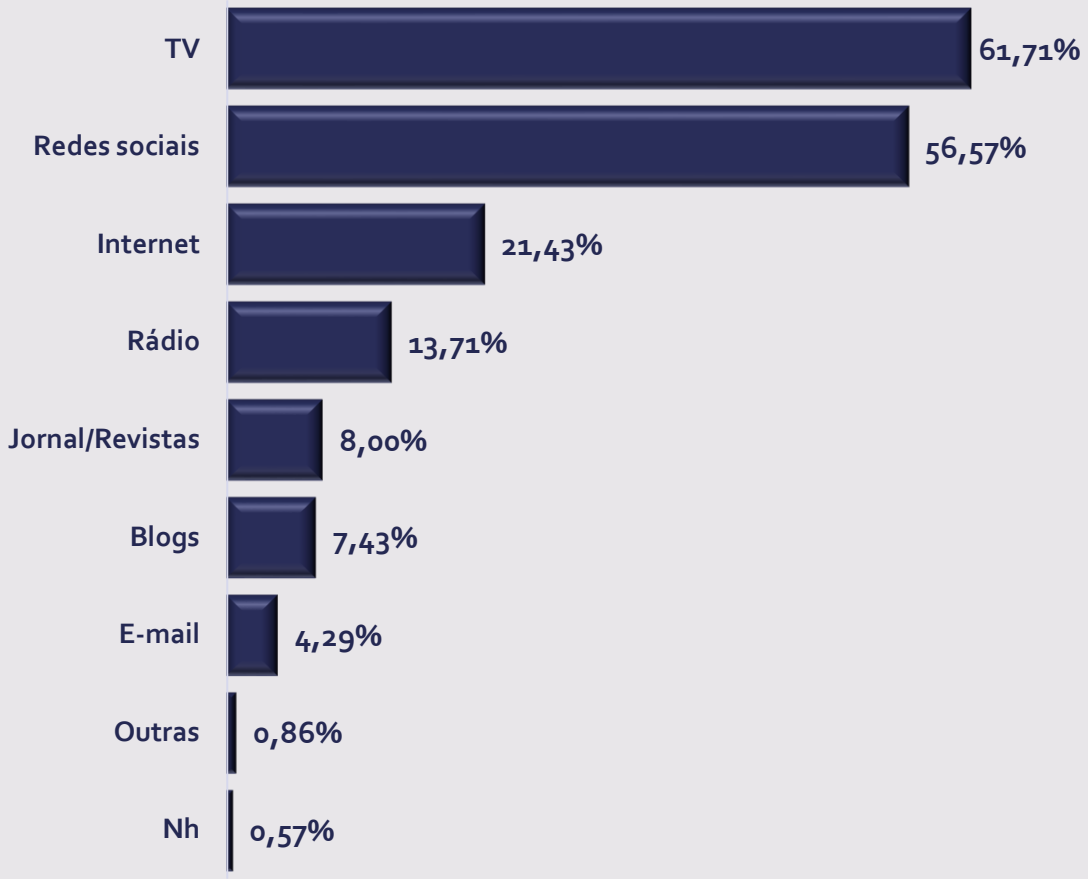
Gráfico 22 – Na sua opinião, o que deveria ser melhorado no comércio e serviços do Centro? (Múltipla Resposta)
Fonte: Fecomércio RN



Veículos de comunicação

Gráfico 23 – Em quais veículos de comunicação o (a) sr. (a) gostaria de ver propaganda do comércio e serviços do Centro? (Múltipla resposta)

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

Josiel Soares
Maria Glória
Jacqueline Aires
Maria Eduarda
Rogério Antunes
Pesquisadores