PESQUISA DE INTENÇÕES DE COMPRAS PARA A **COPA DO MUNDO QATAR 2022**

Mossoró, Outubro 2022

Fecomércio RN · IFC

Sistema Comércio

Sumário

1 Introdução 3
2 Aspectos Metodológicos 4
3 Descrição dos Resultados 5
Acompanhar o evento 5
Intenções de compras 5
Perfil dos compradores 5
Produtos 6
Gastos 6
Formas de pagamento 7
Local e quando compra 7
Estratégias 7
4 Análise Gráfica 8
Acompanhar o evento 8
Intenções de compras 9
Perfil dos compradores 10
Produtos 10
Gastos 11
Formas de pagamento 12
Local e quando comprar 13
Estratégias 14

1 Introdução

Além de mobilizar os brasileiros para torcer por mais uma conquista da seleção, a Copa do Mundo costuma ter, também, muitos efeitos para a economia e negócios. Neste ano, em que a competição de seleções acontecerá mais perto do fim do ano, a expectativa de movimentação de negócios tende a ser ainda maior.

Para entender como a Copa do Mundo tende a influenciar as intenções de compra dos potiguares, a Fecomércio RN fez uma pesquisa que procurou mapear as expectativas da população em relação ao evento.

Assim como nos levantamentos anteriores, o trabalho da Diretoria de Inovação e Competitividade (DICOM) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (Fecomércio RN) serve de termômetro para o mercado varejista potiguar e revela como o consumidor deve se comportar nos dias que antecedem a data. Dessa forma, a pesquisa permitirá aos analistas de mercado, comerciantes, empreendedores e aos meios de comunicação social explorar as tendências do mercado, bem como, será fonte de informações do negócio local, no que se refere às necessidades e expectativas dos consumidores.

As pesquisas de intenção de compras realizadas nos últimos anos pela Fecomércio RN têm recebido avaliações positivas dos comerciantes e produtores, tendo em vista a necessidade destes de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas de vendas. É importante destacarmos também que os levantamentos têm possibilitado a aproximação da população, classe empresarial, gestores e imprensa, da dinâmica econômica regional nas datas que movimentam o comércio.

Espera-se, com a divulgação das pesquisas, atender o desejo da classe empresarial, assim como das associações comerciais, administradores de shoppings, gestores públicos, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como oportunidade de disseminação do conhecimento.

2 Aspectos Metodológicos

A coleta dos dados ocorreu entre os dias 04 e 11 de outubro 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 ao evento.

Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa 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 Mossoró. 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 Mossoró foram entrevistadas 500 pessoas, distribuídas por todo o município. Os resultados desta pesquisa estão sujeitos a um erro máximo permissível de cerca de 3 pontos percentuais para mais ou para menos, com um nível de confiabilidade de 95%.

O questionário estruturado e padronizado constou de perguntas divididas entre fechadas, abertas e de múltiplas respostas. 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 consiste 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 nos auxiliem a descrever a intenção da população, através da interpretação de gráficos e tabelas.

3 Descrição dos Resultados

Acompanhar o evento

Uma das percepções extraídas da pesquisa é que os mossoroenses parecem estar otimistas em relação à Copa do Mundo do Catar. Entre as pessoas avaliadas pela pesquisa, no município, 76,8% disseram que pretendem acompanhar o evento.

A sondagem apurou que as pessoas pretendem assistir aos jogos acompanhados da família (88,3%), amigos (39,8%) e colegas de trabalho (8,3%), sendo os principais locais para assistir as partidas na própria casa (80,5%), casa de amigos ou parentes (28,4%), em bares e restaurantes (9,4%) e no trabalho (8,6%).

Intenções de compras

Neste ano, o comércio vai ter um movimento atípico com três grandes eventos que vão ocorrer entre os meses de novembro e dezembro: a Copa do Mundo, a Black Friday e o Natal. **D**e acordo com uma pesquisa realizada pela Fecomércio RN, 46% dos mossoroenses têm intenção de comprar itens relacionados aos preparativos para a Copa do Mundo deste ano.

Perfil dos compradores

O perfil dos mossoroenses mais interessadas em comprar durante a copa é formado por homens (47,5%); consumidores da faixa de 18 a 24 anos (52%) e 35 a 44 anos (51,4%); pessoas com ensino superior ou mais (54,4%); e renda familiar acima de 10 salários mínimos (66,7%).

Produtos

Em Mossoró, os segmentos que devem contribuir para o aumento do volume de vendas durante o período da copa são os de vestuários e acessórios que lideram o ranking de intenções de compras e são o alvo de 77,1% dos compradores. Em segundo e terceiro lugares, aparecem os alimentação e bebidas (40,7%), artigos de decoração e esportivos (23,8%). A lista é seguida por eletrônicos e eletrodomésticos (2,3%) e calçados (1,4%).

Para 59,3% dos consumidores mossoroenses, a intenção é comprar até três itens relacionados à Copa do Mundo de futebol. Já 40,7% pretendem comprar quatro ou mais produtos.

Gastos

Ainda segundo a pesquisa, 39,2% dos consumidores que vão às compras pretendem gastar até R$ 100 com itens da Copa do Mundo de Futebol. Em seguida, vêm os que planejam fazer compras que variam de R$ 101 a R$ 300, com 29,5% das respostas. Aqueles que pretendem desembolsar mais de R$ 300 em produtos correspondem a 12,9% da população. O ticket médio previsto para as compras, calculado com base nas respostas, é de R$ 125,23. Vale ressaltar que 18,4% ainda não decidiram quanto irão desembolsar na compra.

Os homens pretendem gastar mais nas compras, em média, R$ 140,15, enquanto as mulheres vão desembolsar o valor médio de R$ 112,71. A faixa etária que vai investir menos na compra é a de 18 a 24 anos (em média, R$ 109,62), enquanto a que vai investir mais é de 35 a 44 anos (em média R$ 132,99). Foi observado também que, entre os que possuem nível de escolaridade superior, o gasto médio declarado foi de R$ 146,74. Por renda, destaca-se que o gasto médio deve chegar a R$ 181,67, entre os que possuem rendimentos de 5 e 10 salários.

Formas de pagamento

O método de pagamento mais utilizado será à vista, para que pretendem usar o dinheiro, PIX ou débito, com 54,8% da preferência. A compra parcelada será a opção de 45,2% dos que vão às compras visando a Copa do Mundo.

Ainda sobre a forma de pagamento dos mossoroenses, notou-se que os consumidores que vão comprar a prazo tendem a gastar, em média, R$ 133,24, enquanto os consumidores que comprarão à vista deverão desembolsar algo em torno de R$ 117,23 por item.

Local e quando compra

Quanto aos locais que os consumidores devem fazer as compras, a previsão é que a maioria compre os produtos para acompanhar a copa em lojas do comércio de rua (62,5%). As lojas online serão a escolha de 14,8% dos consumidores. Na sequência, aparecem as compras no shopping, com 3,7%. Vale ressaltar que 18,5% ainda não decidiram onde pretendem comprar.

A perspectiva dos consumidores é ir às compras em três momento distintos, no período da copa (53%), quinze dias antes de começar as partidas (34,6%) e um mês ou antes da abertura do evento (12,4%).

Estratégias

Com relação às ações que poderão estimular o consumo durante o período, 78,5% dos entrevistados citaram o nível de preço dos produtos ligados à copa como principal incentivo; 49,1% mencionaram a variedade de itens das lojas, além da qualidade dos produtos (32,7%); Assim como o atendimento (22,4%); localização (19,2%); decoração das lojas (17,8%); e facilidade de pagamento (8,4%). Essas informações são importantes para ajudar no planejamento das empresas.

Estes e outros resultados podem ser vistos nos gráficos e tabelas abaixo.

4 Análise Gráfica

Acompanhar o evento

Gráfico 1 – A Copa do Mundo de Futebol 2022 será realizada durante os meses de novembro e dezembro, o (a) Sr. (a) pretende acompanhar/assistir os jogos da Copa?

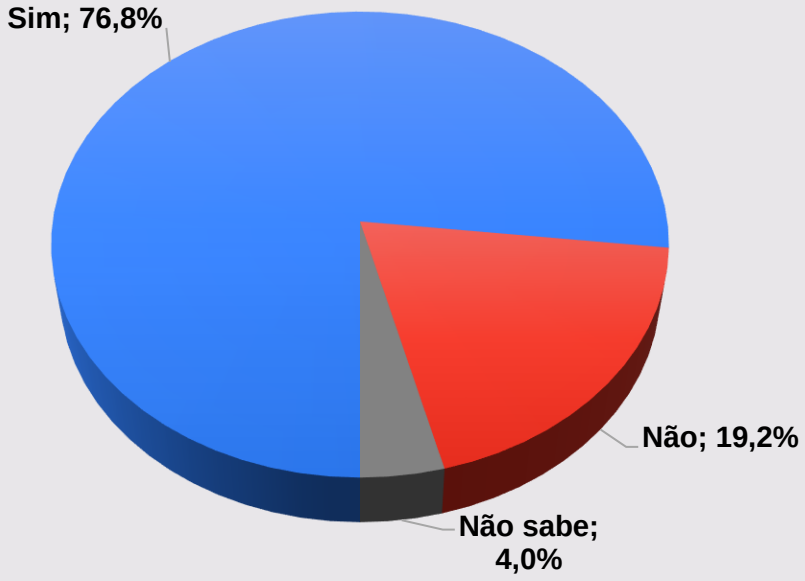


Gráfico 2 – Onde pretende acompanhar/assistir aos jogos da Copa?

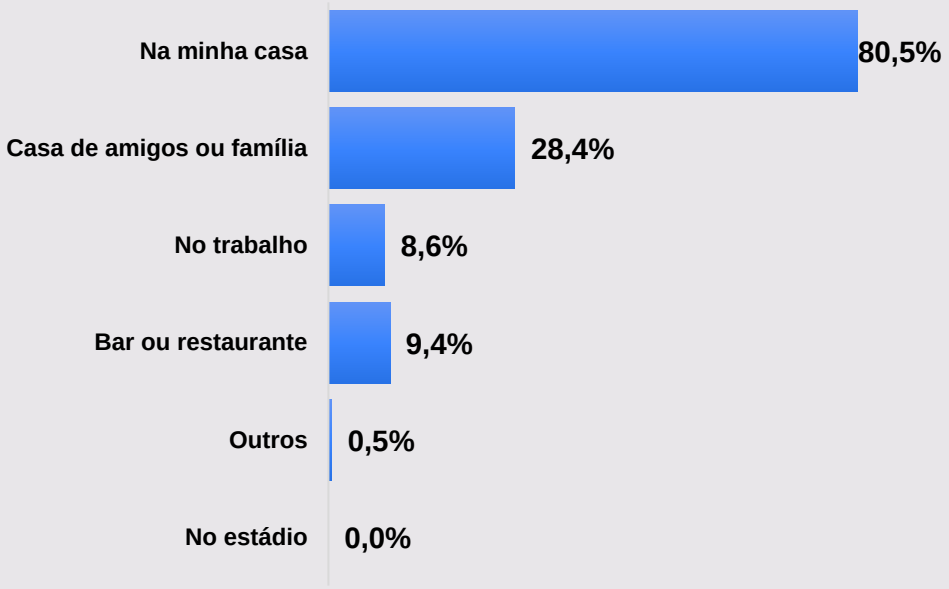
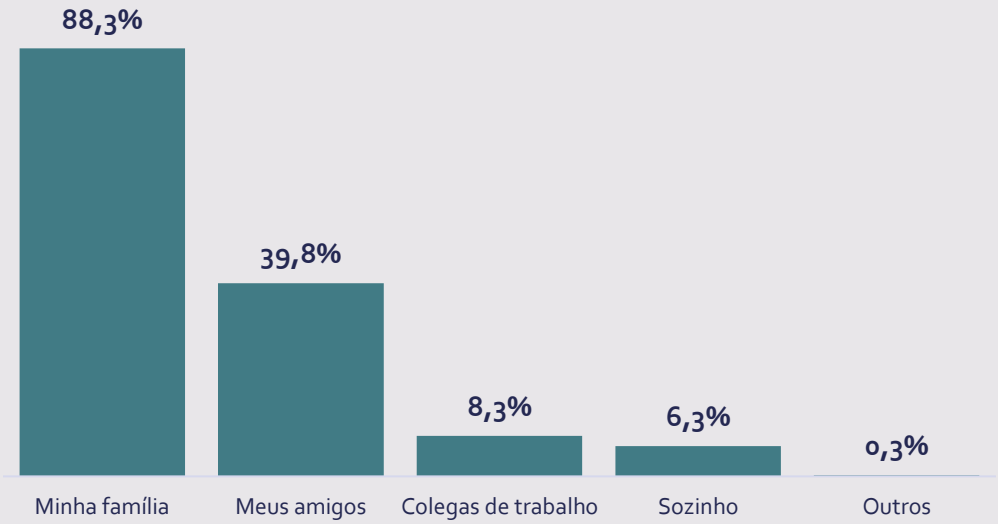
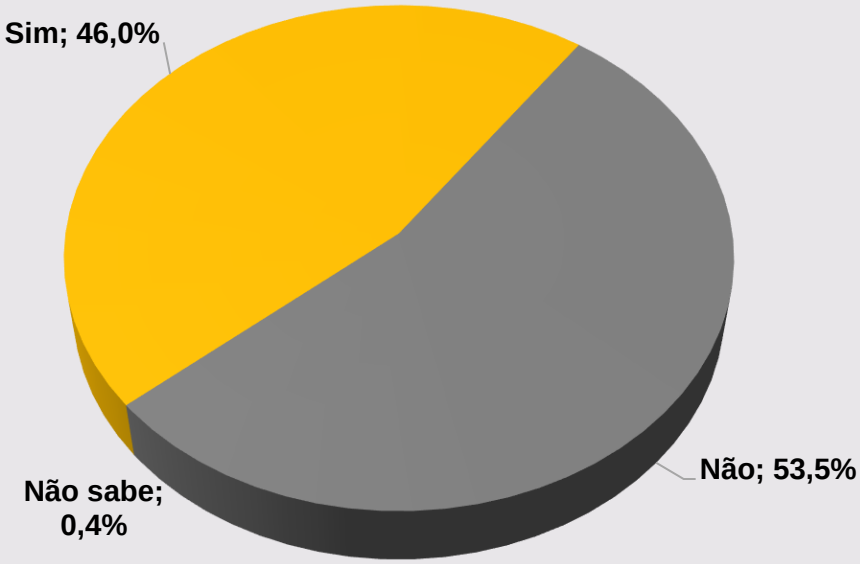


Gráfico 3 – Com quem pretende acompanhar/assistir aos jogos da Copa?



Intenções de compras

Gráfico 4 – O (a) Sr. (a) pretende comprar itens/produtos relacionados aos preparativos para a Copa do Mundo?



Perfil dos compradores

Tabela 1 – Intenção de compras por tipo de público.

Rótulos de Linha	Sim	Não	Não sabe
Feminino	44,9%	55,1%	0,0%
Masculino	47,5%	51,5%	1,0%
18 a 24 Anos	52,0%	48,0%	0,0%
25 a 34 Anos	50,0%	50,0%	0,0%
35 a 44 Anos	51,4%	47,8%	0,7%
45 a 65 anos	40,1%	59,2%	0,7%
Acima de 65 anos	0,0%	100,0%	0,0%
Ensino fundamental	21,4%	78,6%	0,0%
Ensino médio	44,5%	54,7%	0,8%
Ensino superior ou mais	54,4%	45,6%	0,0%
Até 2 salários	32,7%	67,3%	0,0%
De 2 a 5 salários	51,9%	47,6%	0,5%
De 5 a 10 salário	60,0%	40,0%	0,0%
Acima de 10 salários	66,7%	33,3%	0,0%
Não respondeu	40,0%	57,5%	2,5%

Produtos

Gráfico 5 – Que tipo de item/produto (s) o (a) Sr. (a) pretende comprar? (Múltipla resposta)

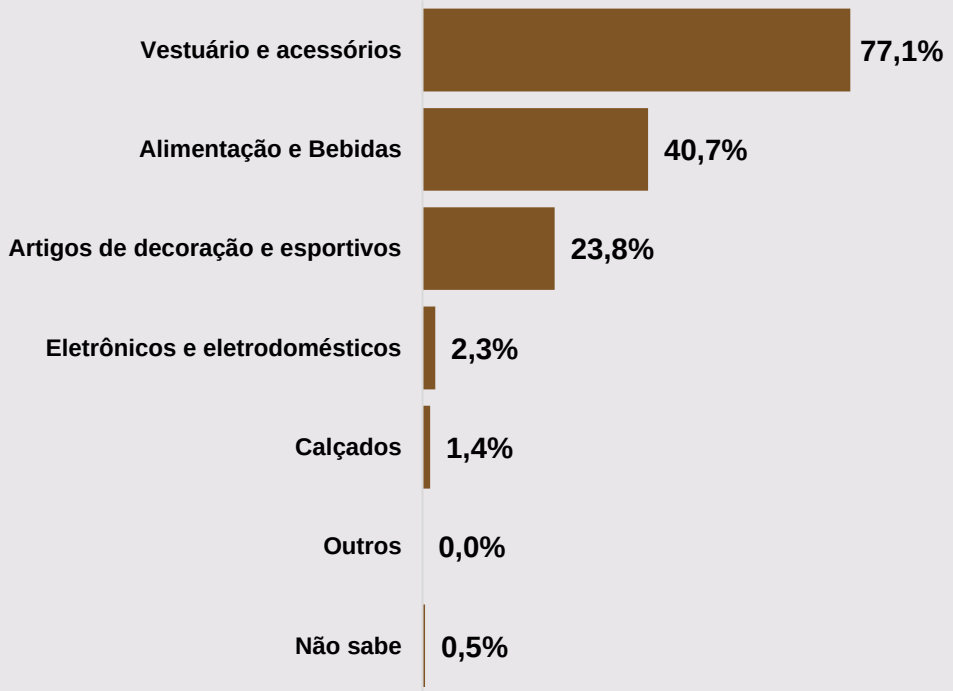
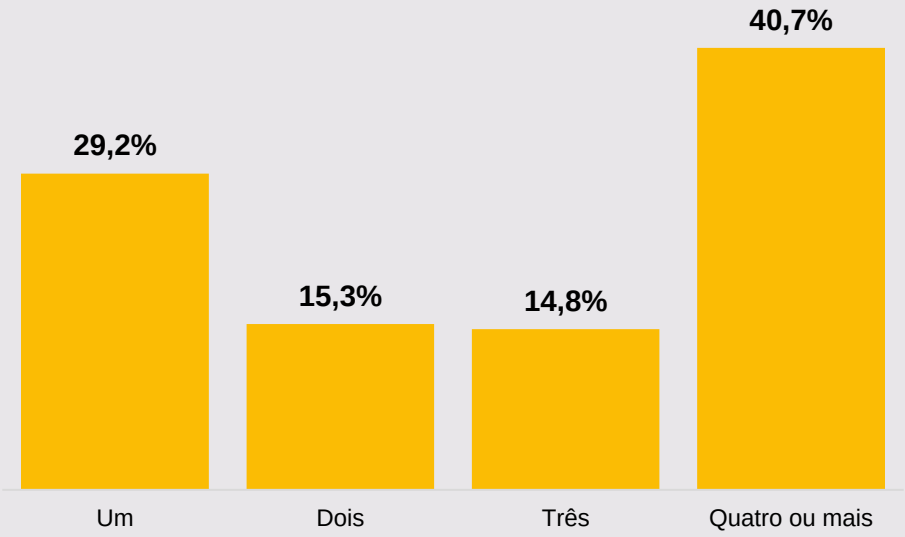


Gráfico 6 – Quantos itens/produtos o senhor (a) pretende comprar?



Gastos

Gráfico 7 – Quanto pretende investir na compra desse (s) produtos (s)?

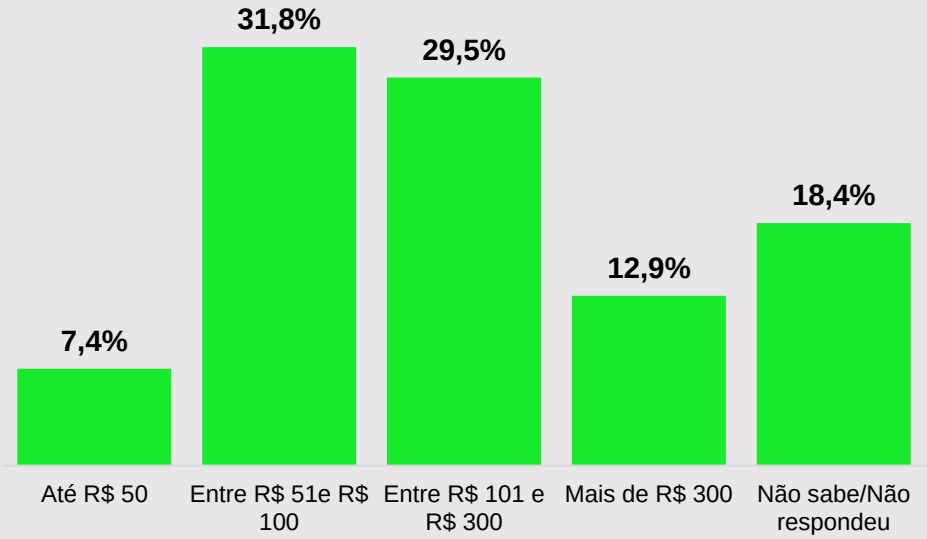


Tabela 2 – Gasto médio pelo perfil dos entrevistados.

Rótulos de Linha	R$
Feminino	R$ 112,71
Masculino	R$ 140,15
18 a 24 Anos	R$ 109,62
25 a 34 Anos	R$ 131,52
35 a 44 Anos	R$ 132,99
45 a 65 anos	R$ 112,70
Ensino fundamental	R$ 69,44
Ensino médio	R$ 112,50
Ensino superior ou mais	R$146,74
Até 2 salários	R$ 89,71
De 2 a 5 salários	R$ 123,21
De 5 a 10 salário	R$ 181,67

Formas de pagamento

Gráfico 8 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr. (a) deseja utilizar?

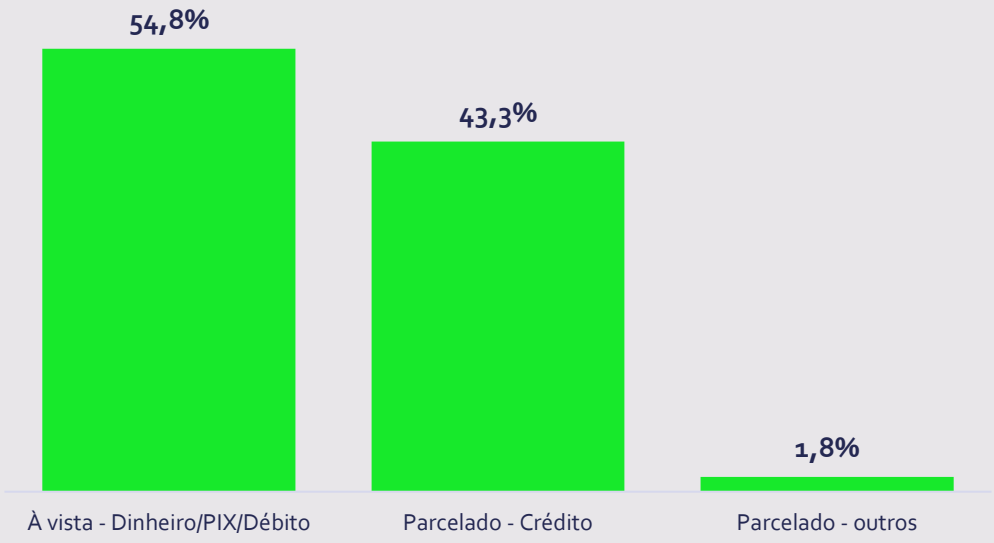


Tabela 3 – Gasto médio por forma de pagamento.

Rótulos de Linha	Valor R$
À vista - Dinheiro/PIX/Débito	R$ 117,23
Parcelado - Crédito	R$ 133,24

Local e quando comprar

Gráfico 9 – Onde comprará o (s) itens (s)?

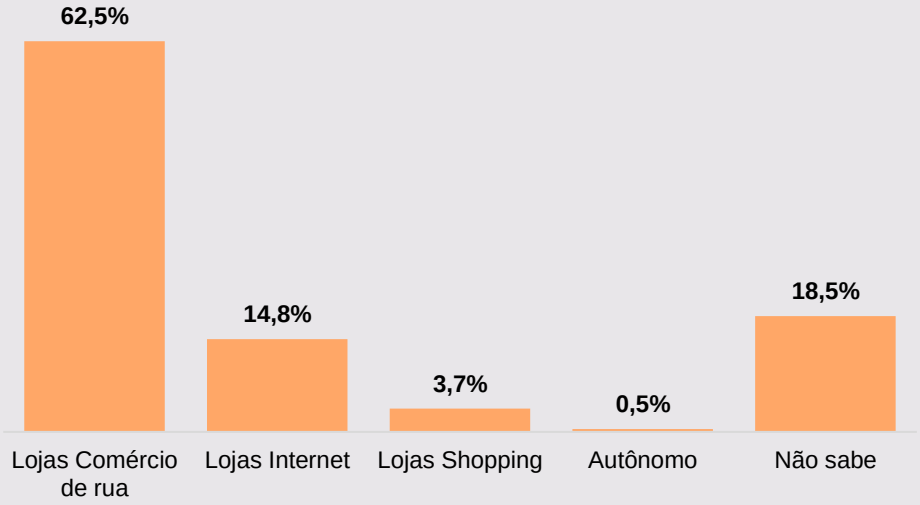
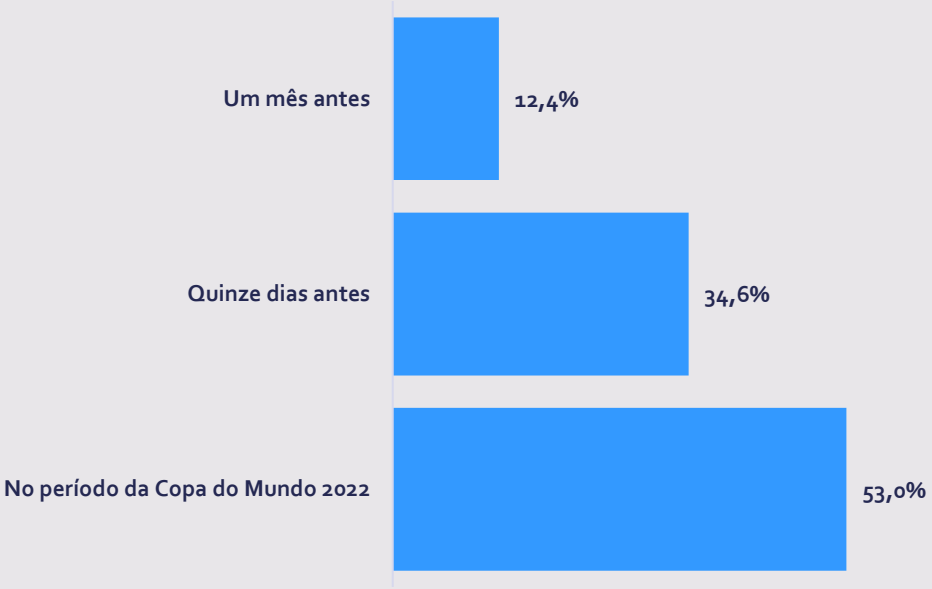


Gráfico 10 – Quando comprará o (s) itens (s)?



Estratégias

Gráfico 11 – Em sua opinião, o que as lojas poderiam fazer para atrair mais clientes nesse período?

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 Luiza
Design gráfico
Luiz Henrique
Analista de negócios

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMÉRCIO RN

Tiago Chacon Fontoura
Estatístico

Anna Thereza
Celmo Hudson
Débora da Cruz
Jacqueline Aires
João Vinicius
Josiel Soares
Larissa Santiago
Lidiane Silva
Luiz Eduardo
Nivaldo Gonçalves
Rogério Antunes
Maria do Socorro
Pesquisadores