

Intenções
de compras

Páscoa 2023

Mossoró
Março/2023

Fecomércio RN · IFC

Sistema Comércio

Sumário

1. APRESENTAÇÃO.....	3
2. ASPECTOS TÉCNICOS.....	4
3. SÍNTESE DOS RESULTADOS.....	5
Intenções de compras	5
Motivo de não presentear	5
Consumo.....	5
Gastos	6
Forma de pagamento	6
Local e período de compras	6
Consumo de peixes.....	7
Pretensões de viagem	7
4. GRÁFICOS E TABELAS.....	9
Intenções de Compras	9
Motivo de não presentear	10
Consumo.....	10
Gastos	13
Forma de pagamento	15
Local e quando compra	16
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 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 Instituto Fecomércio RN (IFC), realizou a pesquisa Intenções de Compras para a Páscoa 2023. Além de avaliar a intenção de 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 07 e 14 de março de 2023. 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 data 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 Mossoró. Os dados coletados são primários, observados sob a técnica de pesquisa aplicada, sendo esta descritiva com efeito exploratório.

A amostra pesquisa foi determinada por critérios estatísticos, com o objetivo de garantir a maior fidedignidade possível. Na pesquisa de Mossoró foram entrevistadas 500 pessoas, distribuídas proporcionalmente por região administrativa do município. Para que o trabalho apresente um bom resultado foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral de aproximadamente 3 pontos percentuais.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando 26 perguntas, constituídos 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 acostumados a fazer este 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.

3. SÍNTESE DOS RESULTADOS

Intenções de compras

A pesquisa realizada na cidade de Mossoró revela que a intenção de consumo dos mossoroenses para a páscoa deve aumentar. Neste ano, 54,4% dos consumidores disseram que vão presentear na data, no ano passado, o índice foi de 48,4%, enquanto que em 2021 o índice foi ainda menor, marcando 43%.

Pelo perfil dos consumidores, notou-se que a intenção de presentear é maior que a média geral entre as pessoas de 35 a 44 anos (61,1%), com nível superior ou mais (63,5%) e entre os que possuem rendimentos acima de 10 salários mínimos (85,7%).

Motivo de não presentear

Para os que não vão às compras, as principais razões são falta de dinheiro (53,8%); poupar (33,9%) e não gosta/não comemora (22,2%). Em 2022, os principais motivos para não presentear também foram falta de dinheiro (65,1%); poupar (16,9%) e não gosta/não comemora (20,4%).

Consumo

Entre os que vão presentear nesta páscoa, as justificativas são gostar da pessoa que vai presentear (59,6%); costume de presentear na data (47,8%); gosto por chocolate (28,9%); e por considerar um gesto importante (10%).

Mantendo a tradição, os chocolates serão os itens preferidos dos consumidores mossoroenses. 96,7% pretendem comprar ovos, caixas, barras e bombons de chocolate. Vinho/bebidas aparecem com 3,3% das intenções, seguido por itens de vestuário, com 2,6%.

Os mais presenteados nesta páscoa serão filhos (58,5%); companheiros (as) (29%); afilhados/sobrinhos (24,3%); pai/mãe (14,7%); e netos (13,2%).

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Os fatores determinantes para escolha dos produtos serão as ofertas e promoções (55,7%); a marca do produto (28,9%); os brindes (8,1%); e as formas de pagamento (1,8%).

No que diz respeito à quantidade de produtos, 64,5% dos consumidores pretendem comprar o mesmo número do ano passado, 25,6% almejam comprar mais itens e 9,9% pretendem comprar menos produtos nesta páscoa.

Gastos

Sobre os gastos, 19,8% revelaram que o presente da páscoa custará até R\$ 50; 36,6% gastarão entre R\$ 51 e R\$ 100; 19,4% entre R\$ 101 e R\$ 200; 8,1% acima de R\$ 201; e 16,1% ainda não sabe quanto vai gastar.

Os dados mostram que o tíquete médio dos consumidores mossoroenses deve ficar em R\$ 98,47 por presente. Em 2022, a pretensão de gasto foi de R\$ 87,65.

Pelo perfil, os gastos com presentes são maiores entre homens (R\$ 106,65); pessoas com idade na faixa de 16 a 24 anos (R\$ 125,00); e rendimentos familiares acima de 10 salários mínimos (R\$ 150,00).

Forma de pagamento

Na segunda cidade maior do Estado, o pagamento à vista em dinheiro será a forma escolhida pela maior parte dos consumidores (40,3%). A modalidade via cartão de crédito a prazo vem logo em seguida com 28,9% da preferência entre os entrevistados; com 23,4% das intenções vem o cartão de debito; já com 7% de citações está o cartão de crédito no modelo parcelado.

Local e período de compras

A maioria dos consumidores disseram que vão fazer pesquisa de preço antes de adquirir os produtos (75,2%), índice 14,7 pontos percentuais maior que o registrado no levantamento feito no ano passado, quando 60,5% revelaram que pretendiam fazer pesquisa de preço antes de comprar os presentes.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Em Mossoró, a opção pelos estabelecimentos do comércio de rua lidera com 60,4% das preferências dos consumidores. As lojas do shopping aparecem a seguir, com 21,3%.

Quanto à fidelidade dos clientes com os estabelecimentos, a maioria (41,4%) revelou que deseja comprar os presentes nos mesmos locais, enquanto 35,2% disseram que vão comprar em lojas diferentes, priorizando, especialmente, os níveis de preço oferecidos (47,6%); a variedade de produtos (31,5%); e a qualidade de produtos (8,8%).

Sobre o período das compras, 76,9% pretendem ir em busca dos produtos na semana que antecede a data comemorativa; 22% almejam comprar quinze dias antes das comemorações; e 0,7% um mês antes.

Consumo de peixes

A maioria dos consumidores deve seguir a tradição e consumir pescados durante a semana santa deste ano: 72,7% dos mossoroenses têm intenção de consumir peixes e crustáceos durante este período.

Em referência aos valores destinados para esses itens, 36,3% pretendem desembolsar até R\$ 50; 40,8% entre R\$ 51 e R\$ 100; 12,6% entre R\$ 101 e R\$ 150; e 7,8% pagarão acima de R\$ 150 pelos pescados. 2,5% ainda não decidiram o valor da compra. O gasto médio será de R\$ 75,97. No ano passado havia sido de R\$ 69,67.

Pretensões de viagem

Além de movimentar o comércio tradicional, a Páscoa também traz impactos para o setor de serviços.

A intenção dos mossoroenses de viajar no feriadão da Semana Santa entre os entrevistados foi 12,6%. Já 87,4% pretende passar esse período na cidade.

Para os que pretendem viajar, interior e litoral do RN aparecem entre os destinos mais procurados, com 46,8% e 38,7% das citações, respectivamente. O gasto médio deve ficar em R\$ 422,66. Na mesma pesquisa de 2022 tinha sido de R\$ 464,86.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

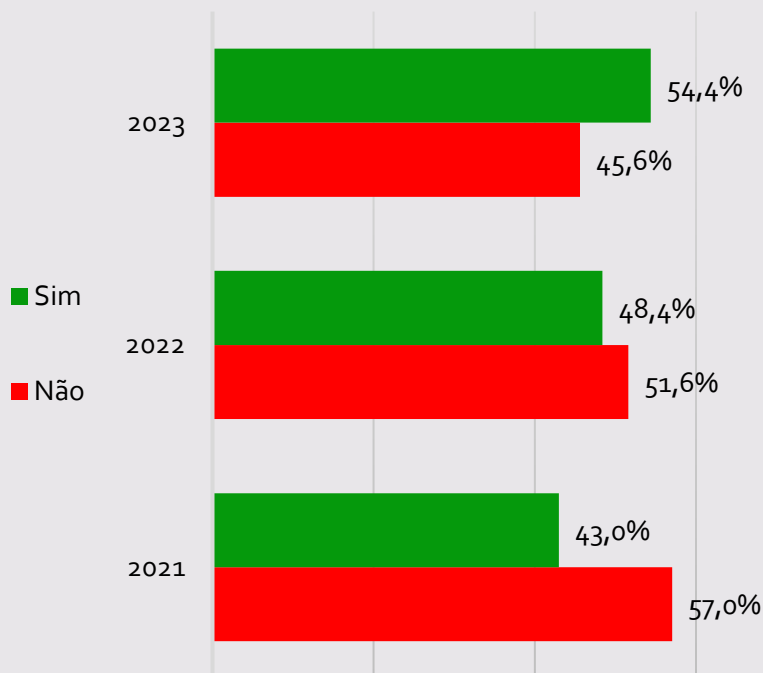


Tabela 1 – Intenção de presentear pelo perfil.

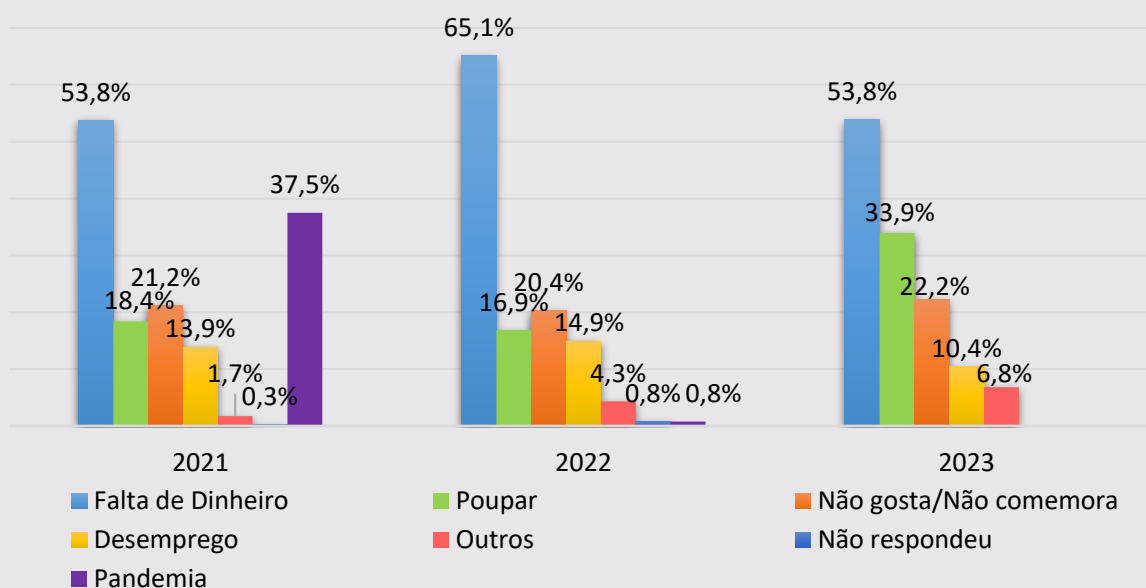
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Sim	Não
Feminino	53,2%	46,8%
Masculino	55,7%	44,3%
18 a 24 Anos	52,9%	47,1%
25 a 34 Anos	56,2%	43,8%
35 a 44 Anos	61,1%	38,9%
Acima de 45 Anos	44,4%	55,6%
Ensino fundamental	38,9%	61,1%
Ensino médio	52,2%	47,8%
Ensino superior ou mais	63,5%	36,5%
Até 2 salários	42,2%	57,8%
De 2 a 5 salários	64,3%	35,7%
De 5 a 10 salário	72,9%	27,1%
Acima de 10 salários	85,7%	14,3%

Motivo de não presentear

Gráfico 2 – (Se respondeu “não”) Por qual motivo o (a) sr. (a) não pretende presentear?
(Múltipla resposta)

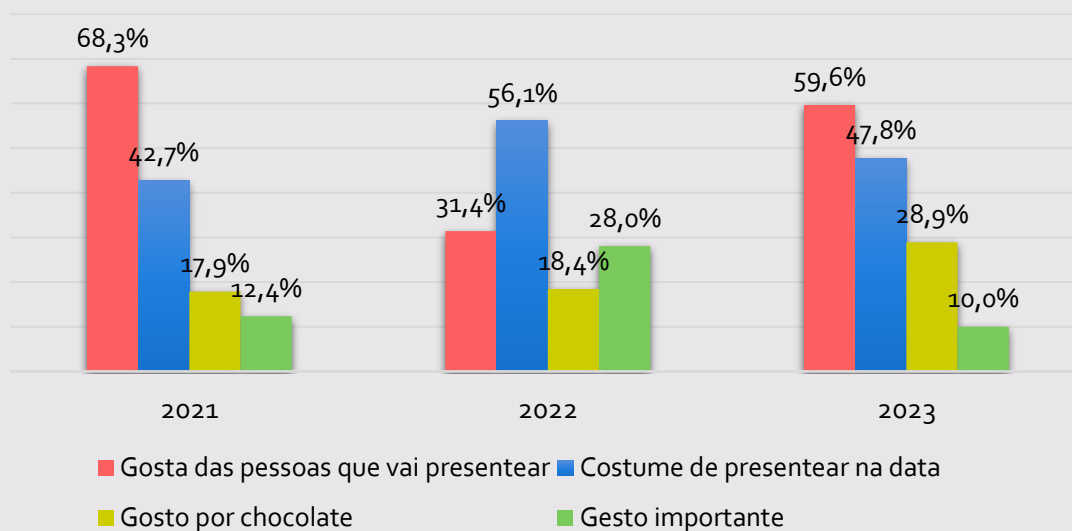
Fonte: Fecomércio RN



Consumo

Gráfico 3 – (Se respondeu “sim” na anterior) Por qual motivo o (a) sr. (a) vai presentear? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 2 – Quem o (a) sr. (a) pretende presentear nesta data? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Quem presentear	2021	2022	2023
Filho	56,2%	52,9%	58,5%
Companheiro (a)	25,8%	25,0%	29,0%
Afilhados/Sobrinhos	25,8%	24,2%	24,3%
Pai/Mãe	16,1%	11,5%	14,7%
Netos	9,2%	13,1%	13,2%
Irmãos	2,8%	5,7%	1,8%
Amigos	5,1%	2,0%	1,1%
Outros	8,8%	8,2%	5,9%

Tabela 3 – Com qual (is) produtos o (a) sr. (a) pretende presentear? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Produtos	2021	2022	2023
Chocolates	95,4%	96,3%	96,7%
Vinhos/Bebidas	1,4%	4,1%	3,3%
Vestuário	5,1%	1,7%	2,6%
Brinquedos	6,0%	3,7%	1,8%
Alimentos	2,3%	2,1%	0,4%
Outros	2,8%	2,5%	0,0%
Não sabe	1,8%	3,3%	2,2%

Tabela 4 – Quais são os itens decisivos na escolha do seu presente?

Fonte: Fecomércio RN

Fator decisivo	2021	2022	2023
Oferta e promoções	67,3%	57,0%	55,7%
Marca do produto	19,4%	21,1%	28,9%
Brindes	3,7%	9,6%	8,1%
Formas de pagamento	2,3%	1,8%	1,8%
Localização da loja	2,3%	2,6%	1,5%
Indicação de amigos os parentes	1,4%	4,4%	1,5%
Nome da loja	0,9%	1,3%	1,5%
Propaganda	2,8%	2,2%	0,7%
Qualidade	0,0%	0,4%	0,0%
Desejo do presenteado	0,0%	2,6%	0,0%
Necessidade	0,0%	0,9%	0,0%
Outros	0,0%	2,2%	0,4%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 4 – Com relação à páscoa do ano passado, o gasto será:
Fonte: Fecomércio RN

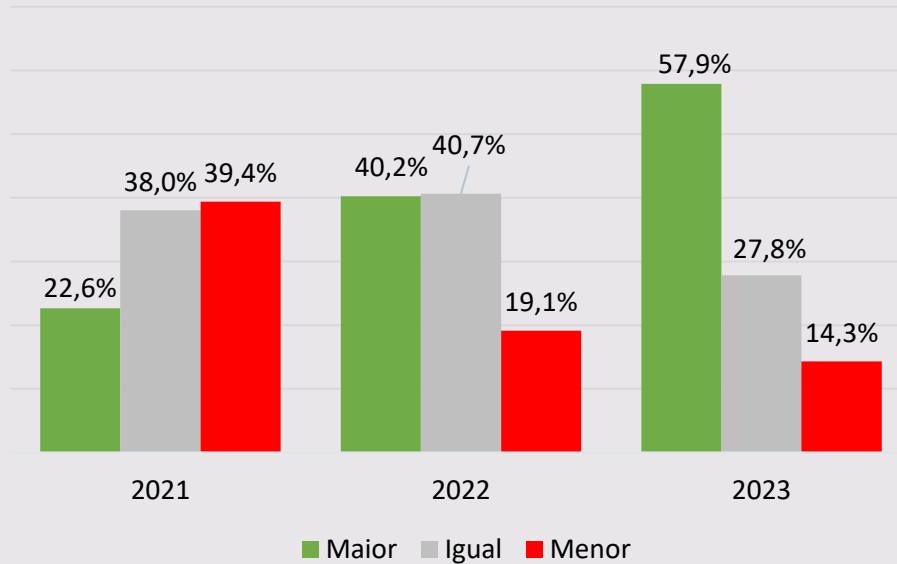
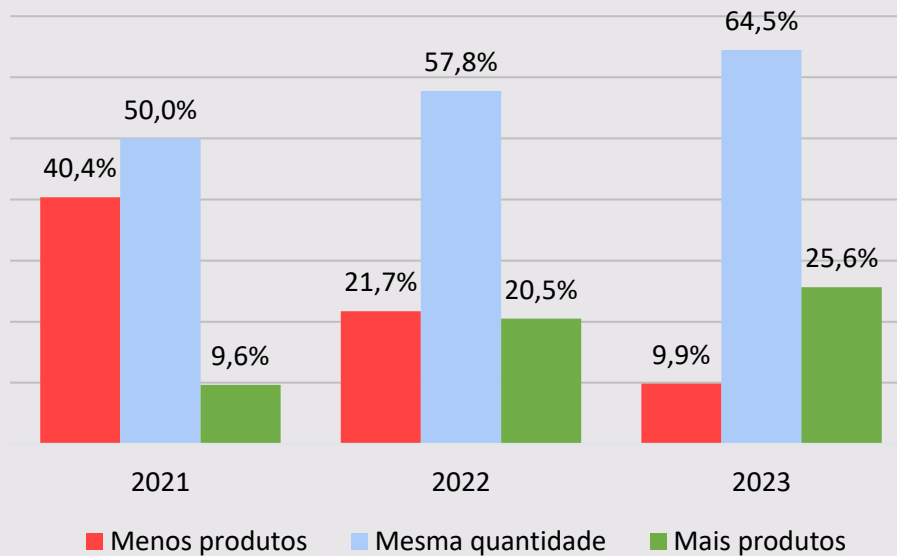


Gráfico 5 – Com relação à páscoa do ano passado, o Sr. (a) pretende comprar:
Fonte: Fecomércio RN

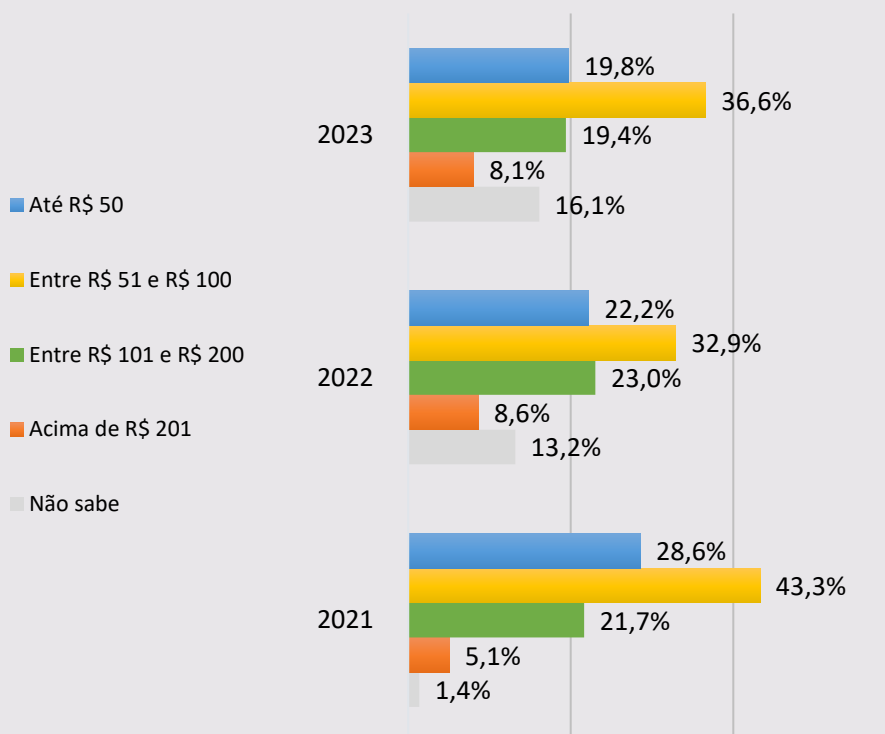


DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gastos

Gráfico 6 – Quanto o (a) sr. (a) pretende gastar com o presente neste período de Semana Santa/Páscoa?

Fonte: Fecomércio RN



Gráfica 7 – Média de gasto com presente ao longo dos anos.



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

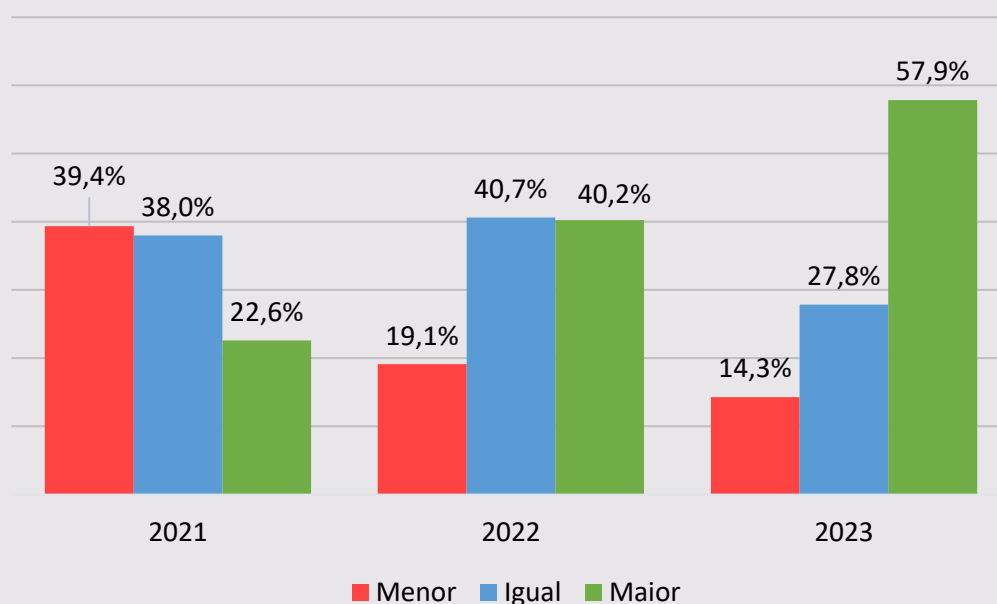
Tabela 5 – Média de gasto com presente pelo perfil dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Média R\$
Feminino	R\$ 91,04
Masculino	R\$ 106,65
De 16 a 24 anos	R\$ 125,00
De 25 a 34 anos	R\$ 94,03
De 35 a 44 anos	R\$ 96,39
De 45 a 59 anos	R\$ 103,51
Ensino fundamental	R\$ 80,77
Ensino médio	R\$ 94,91
Ensino superior ou mais	R\$ 108,06
Até 2 salários	R\$ 80,71
De 2 a 5 salários	R\$ 99,07
De 5 a 10 salários	R\$ 122,73
Acima de 10 salários	R\$ 150,00

Gráfico 8 – Sobre os gastos com as compras de páscoa comparando com o ano passado, serão:

Fonte: Fecomércio RN



Forma de pagamento

Gráfico 9 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) deseja utilizar?

Fonte: Fecomércio RN

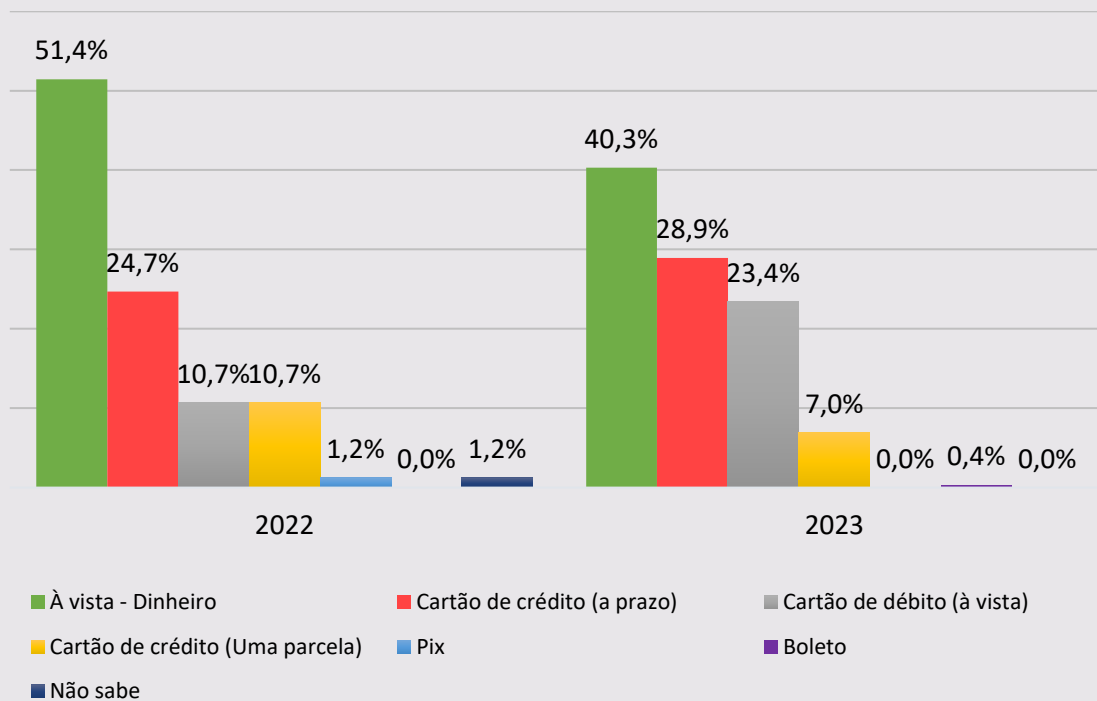
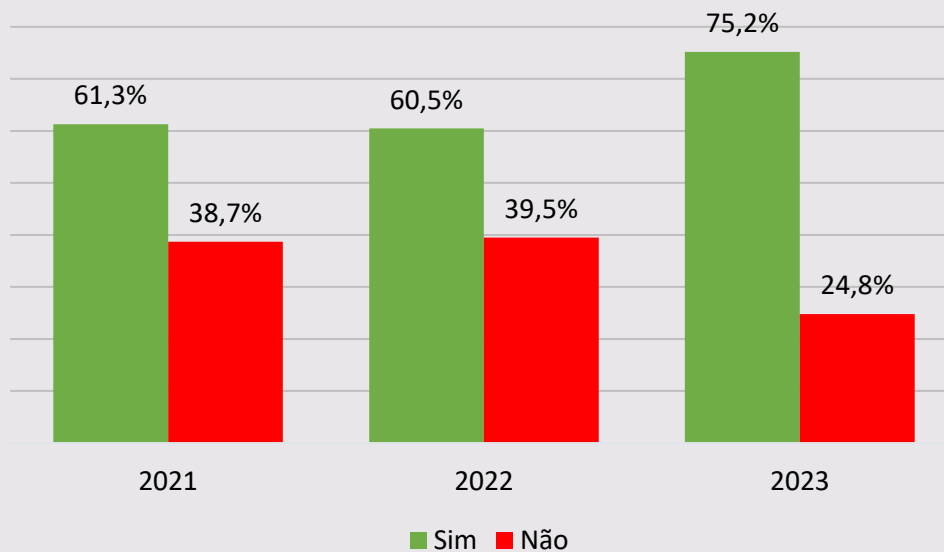


Gráfico 10 – O (a) sr. (a) irá realizar pesquisa de preço antes de comprar?

Fonte: Fecomércio RN



Local e quando compra

Gráfico 11 – Quando irá realizar a compra?

Fonte: Fecomércio RN

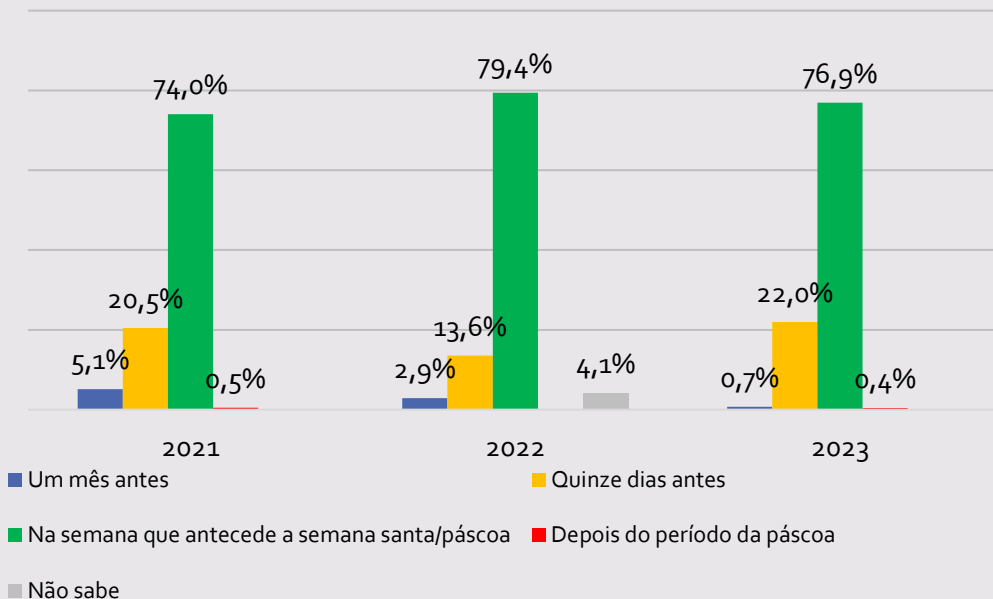
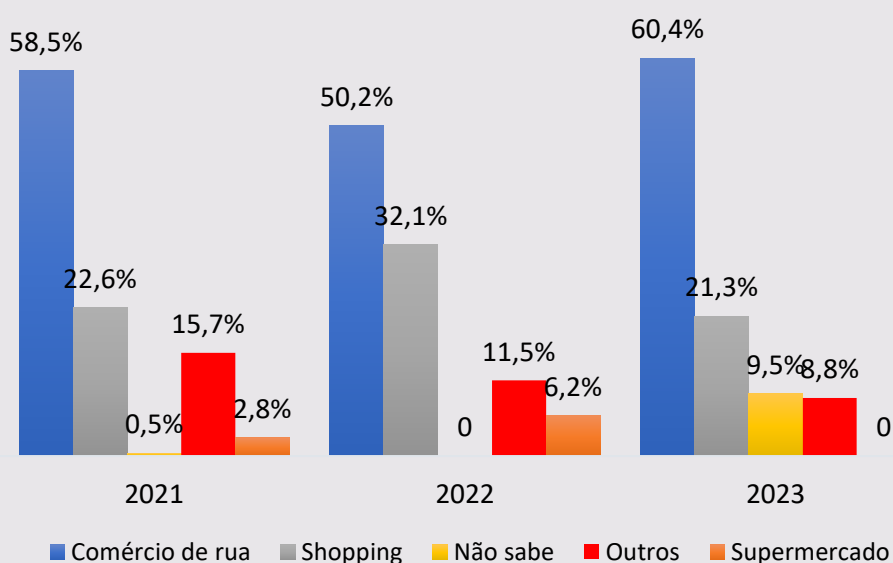


Gráfico 12 – Onde o (a) sr. (a) pretende comprar o presente?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 13 – Pretendem comprar nas mesmas lojas que compraram em anos anteriores?

Fonte: Fecomércio RN

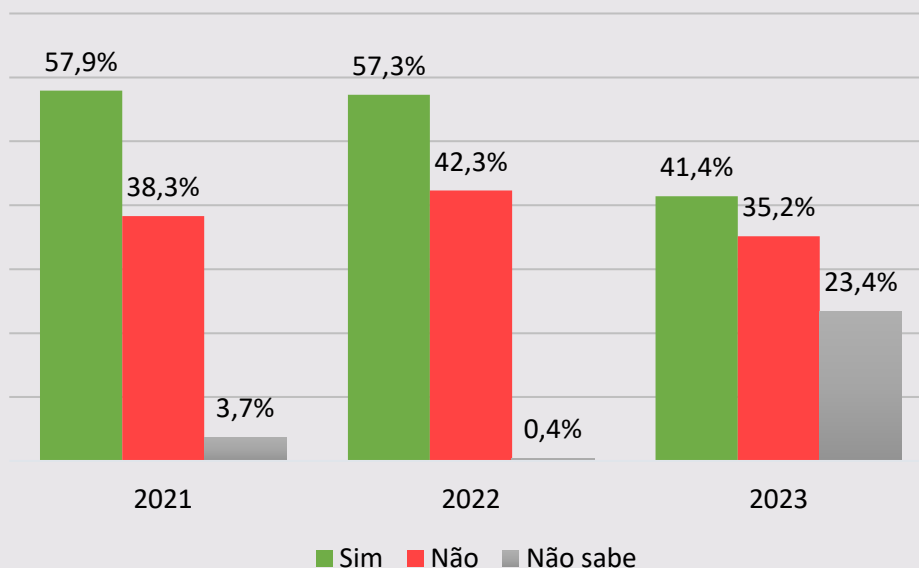


Tabela 6 – Qual fator pesa mais para decidir o local de compra?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2021	2022	2023
Nível de preços	45,1%	38,3%	47,6%
Variedade de produtos	16,3%	21,0%	31,5%
Qualidade dos produtos	8,8%	25,5%	8,8%
Localização	13,5%	6,2%	5,9%
Atendimento	6,5%	2,1%	2,6%
Facilidade de pagamento	2,3%	0,4%	1,8%
Conforto/Comodidade	3,3%	4,5%	1,1%
Segurança	0,9%	0,4%	0,4%
Vendas online	1,4%	0,0%	0,4%
Biossegurança	0,5%	0,0%	0,0%
Entrega	1,4%	0,0%	0,0%
Outros	0,0%	1,6%	0,0%

Consumo de Peixes

Gráfico 14 – Na Semana Santa o (a) sr. (a) vai consumir peixes e crustáceos?

Fonte: Fecomércio RN

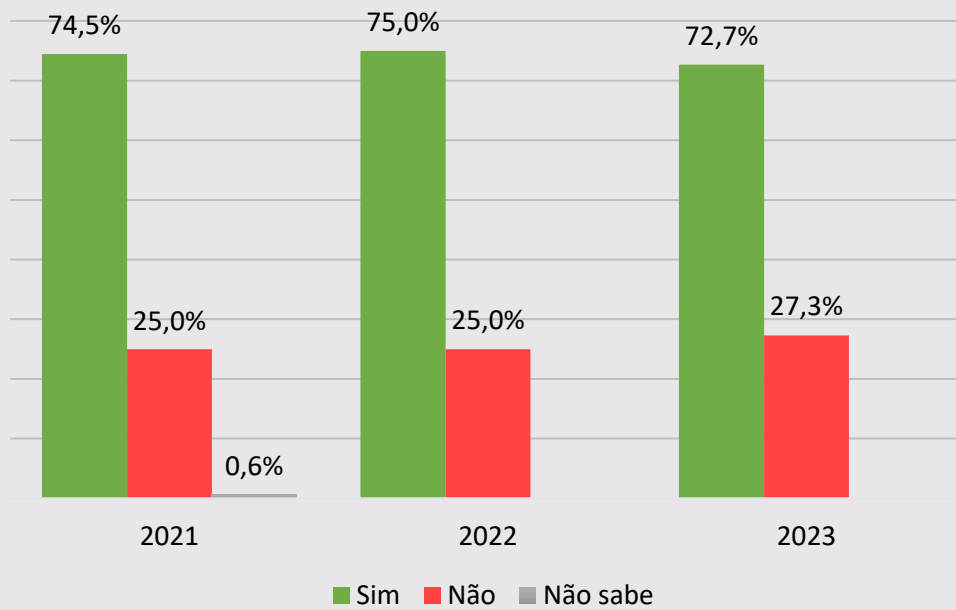
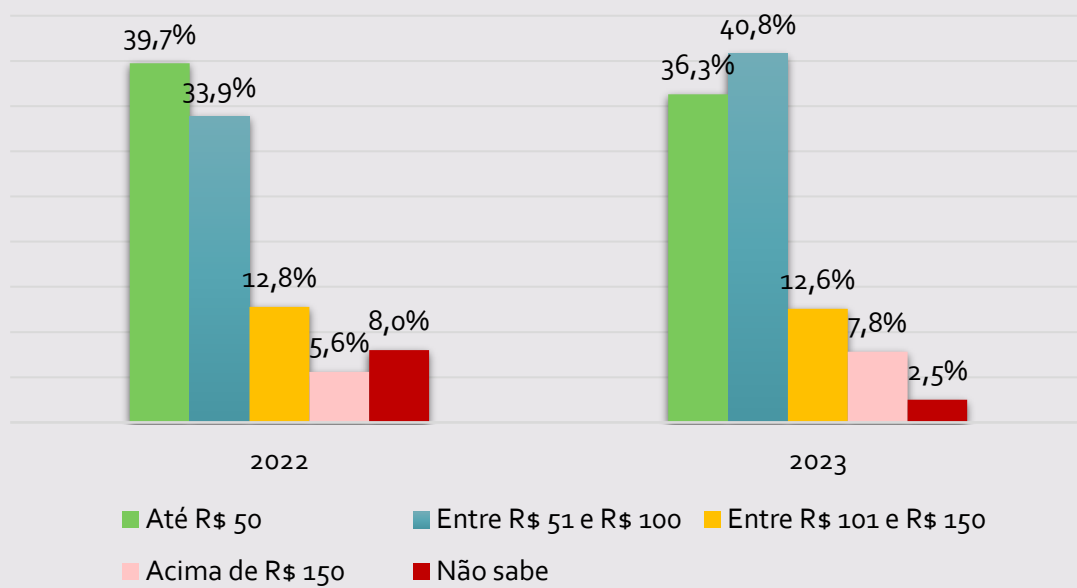


Gráfico 15 – Quanto o (a) sr. (a) pretende gastar nas suas compras de pescados (R\$)?

Fonte: Fecomércio RN



Pretensões de Viagem

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

Fonte: Fecomércio RN

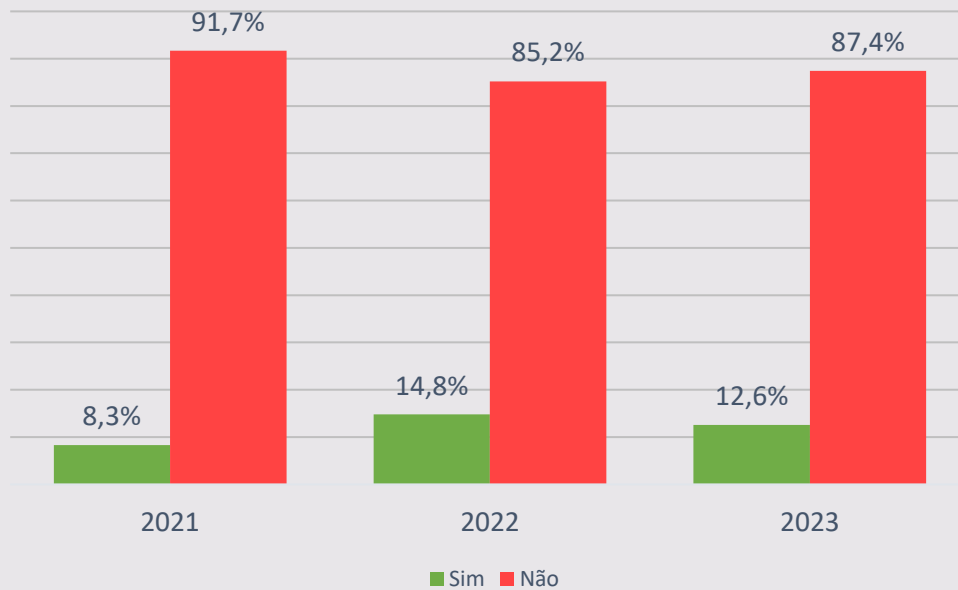
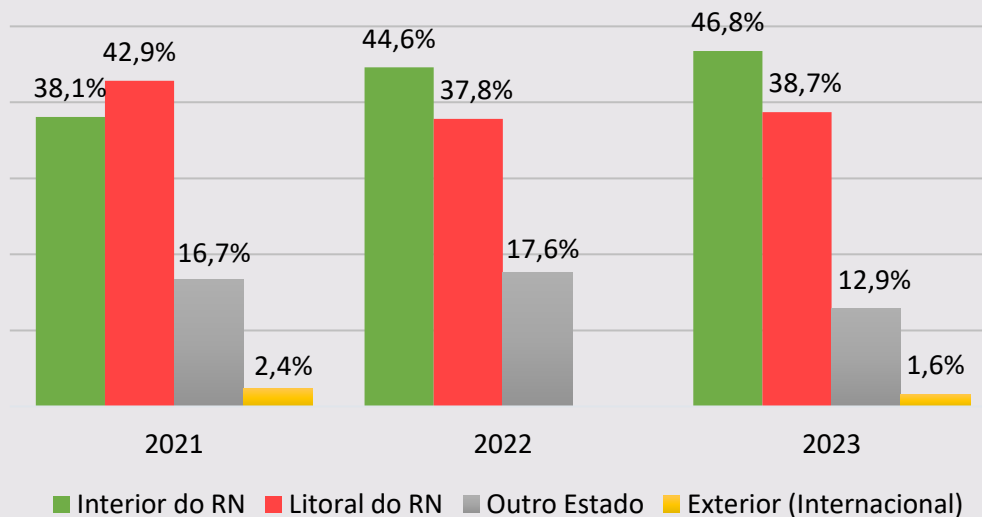


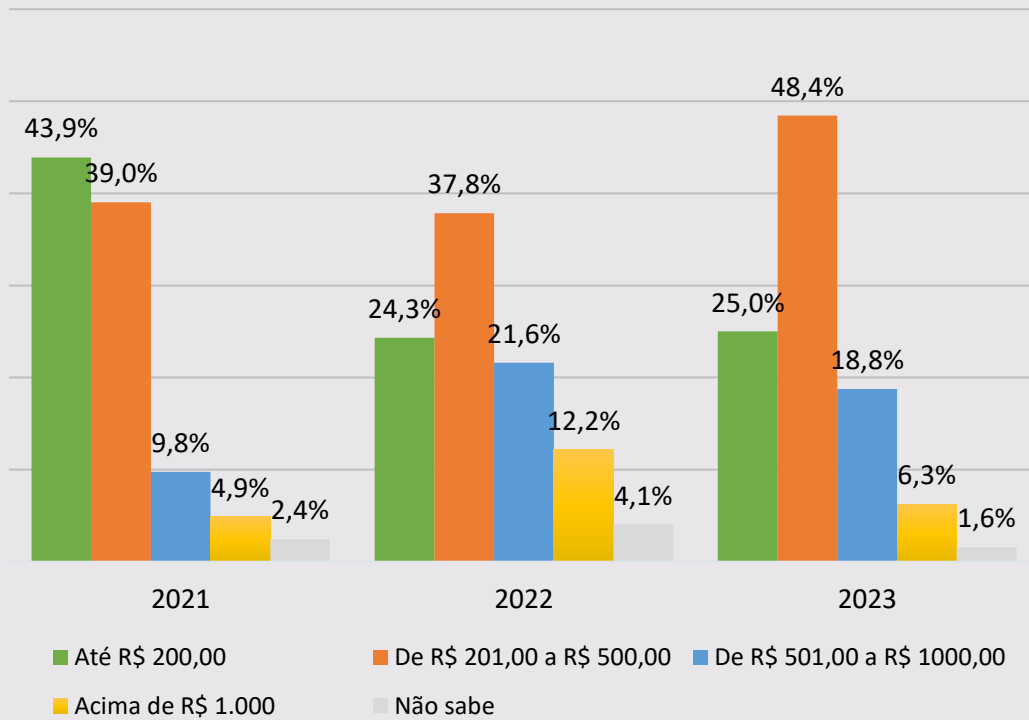
Gráfico 17 – Qual o destino?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Coordenadora de Inteligência de Negócios

Luiz Henrique

Analista de Negócios

Ágata Menezes

Assistente administrativa

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Nivaldo Gonçalves

Maria do Socorro

Josiel da Costa

Jacqueline Aires

Maria Eduarda

Lidiane Silva

João Soares

Celmo Hudson

Débora Nascimento

Anna Thereza

Rogério Antunes

Pesquisadores