

INTENÇÃO DE COMPRA NATAL 2014



Estácio de Sá Campo Grande
Graduação em Administração



Estácio de Sá Campo Grande
Graduação em Administração

Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande

Intenção de Compra para o Natal 2014

Rua Venâncio Borges do Nascimento, 377
Jardim Tv Morena
Campo Grande - MS, 79050-700
Fone: (67) 3348-8800
www.portal.estacio.br



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
1. Perfil dos Consumidores	5
2. Intenção de compra	9
3. Escolhas de compra	10
4. Relações de dados	17
CONCLUSÃO	26





INTRODUÇÃO

A data do Natal é uma das mais importantes para o comércio e sua movimentação. Tendo isso em vista, a Faculdade Estácio de Sá e os alunos da disciplina de Estágio Supervisionado do Curso de Administração sob orientação da Professora Adm. M^a. Yasmin Gomes Casagrande realizaram uma pesquisa para conhecer os consumidores dessa data no ano de 2014.

A pesquisa serve como base para os empresários da cidade com informações importantes sobre o comportamento de compra dos consumidores. Tais informações podem ser aproveitadas para ações dentro do comércio, bem como para o entendimento do perfil de compra que pode ser esperado nesse período do ano.

Para que fosse colocada em prática a pesquisa foi utilizada uma amostra de 384 pessoas da cidade de Campo Grande – Mato Grosso do Sul que responderam aos questionários no período de 3 a 14 de novembro de 2014.

Todos os dados foram processados e receberam tratamento para que pudessem compor o presente relatório final. Para um resultado satisfatório dos dados foram calculados erro amostral de 5% e índice de confiabilidade de 95%.

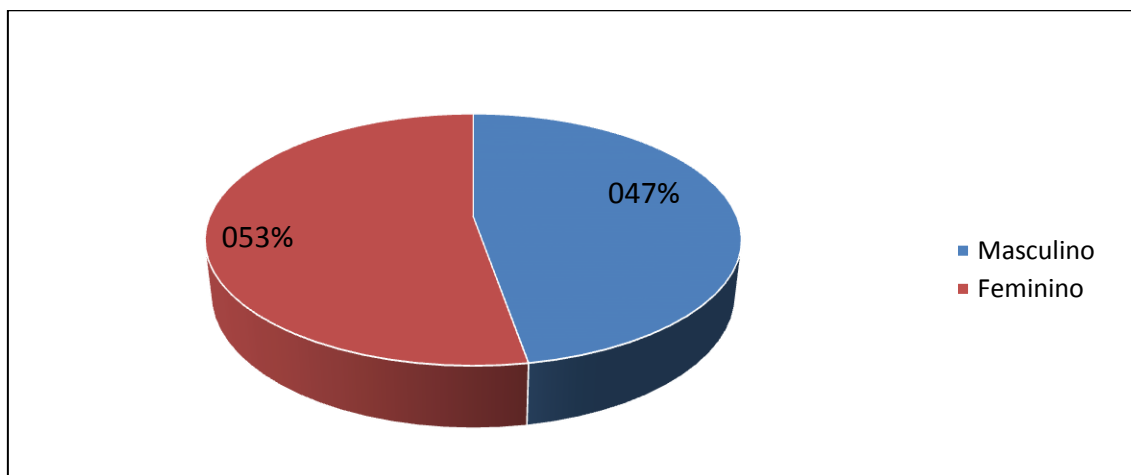
O principal objetivo foi estudar e entender qual o comportamento dos consumidores de Campo Grande – Mato Grosso do Sul frente à data comemorativa do Natal. Para tanto, todos os dados são apresentados em 4 principais partes deste relatório: perfil dos consumidores, intenção de compra, escolhas de compra e relações de dados.



1. Perfil dos Consumidores

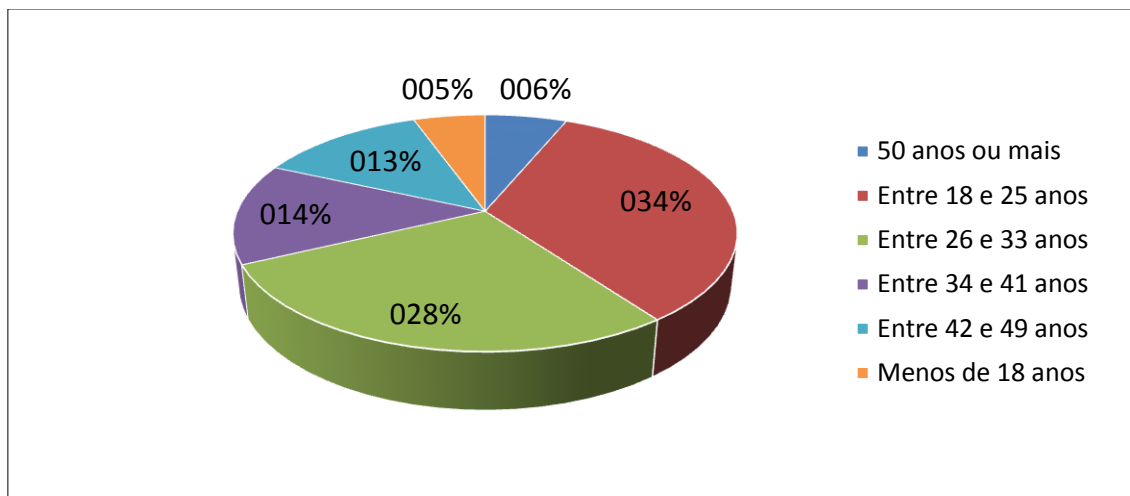
Para compreender e levantar estudos comparativos e entender quem são os consumidores foi feita análise de perfil de 384 consumidores. Dentre as características gerais foram analisados: sexo, faixa etária, estado civil, escolaridade e renda.

Gráfico 1 – Sexo



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

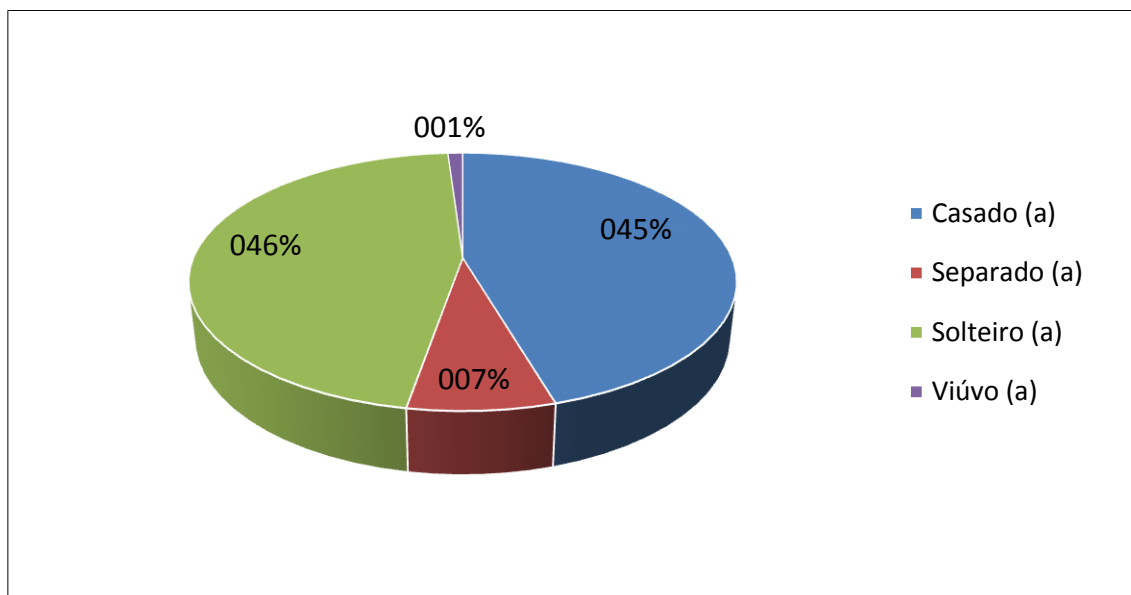
Para estabelecer o perfil dos entrevistados, a primeira pergunta do questionário foi referente ao sexo. Como mostra o Gráfico 52,74% dos entrevistados eram do sexo feminino e 47,26% do masculino.

Gráfico 2 – Faixa Etária

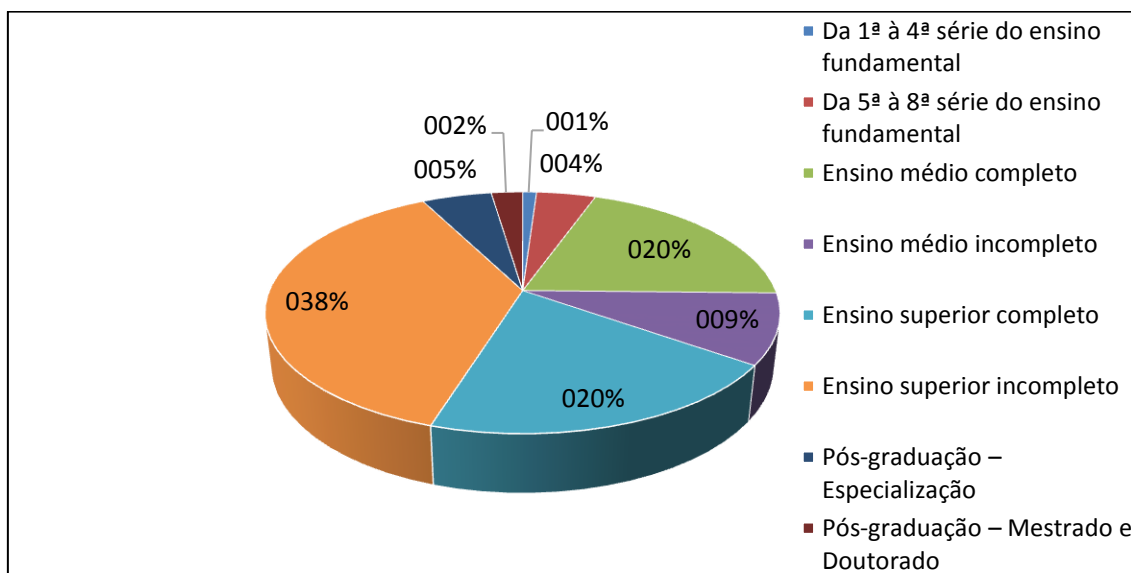
Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Conforme os dados apresentados no Gráfico 2, os participantes de 18 à 33 anos equivalem a maior parcela representativa, totalizando 61,62% dos entrevistados. Dentre estes, 33,68% representam consumidores entre 18 a 25 anos e 27,94% representam pessoas entre 26 a 33 anos.

Em relação ao estado civil dos 383 entrevistados, os solteiros representam um percentual de 46,21%, casados com 45,43%, 7,31% separados e 1,04% os viúvos, conforme Gráfico 3.

Gráfico 3 – Estado Civil

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

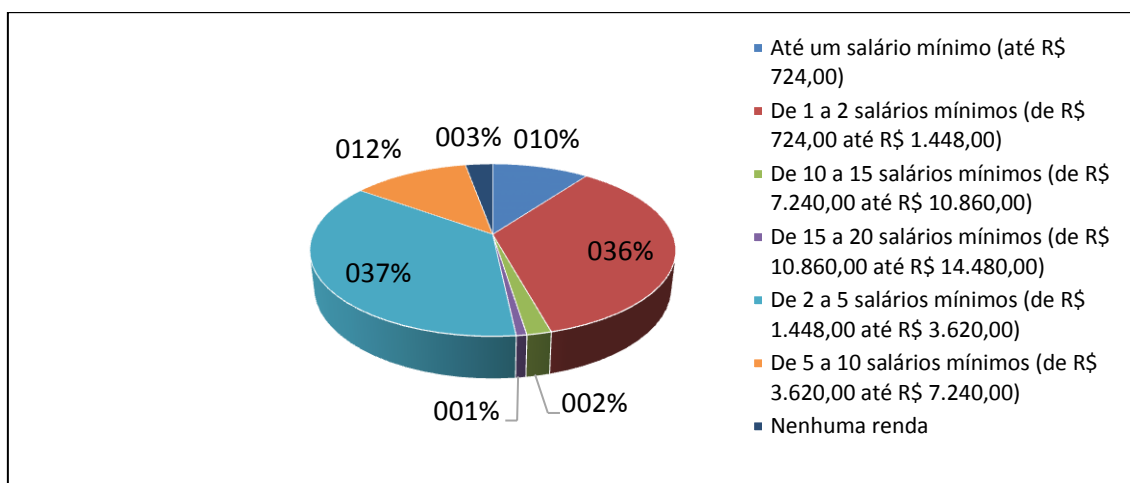
Gráfico 4 – Escolaridade

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

O Gráfico 4 mostra a escolaridade dos entrevistados. Destaca-se que 37,60% dos consumidores terem o ensino superior incompleto. Grande parte dos entrevistados, totalizando 20,10%, têm ensino superior completo; seguidos pelos que completaram o ensino médio, 19,84 %, e aqueles com pós-graduação ou especialização representam 5,22%. Ensino médio incompleto representa 9,40 % e 4,44% aqueles que completaram de 5º a 8º série do ensino fundamental, para Pós Graduação–Mestrado e Doutorado 2,35%.

Com base nas informações, é possível identificar que 57,70% dos entrevistados estão cursando ou já concluíram o ensino superior.

Gráfico 5 – Renda



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

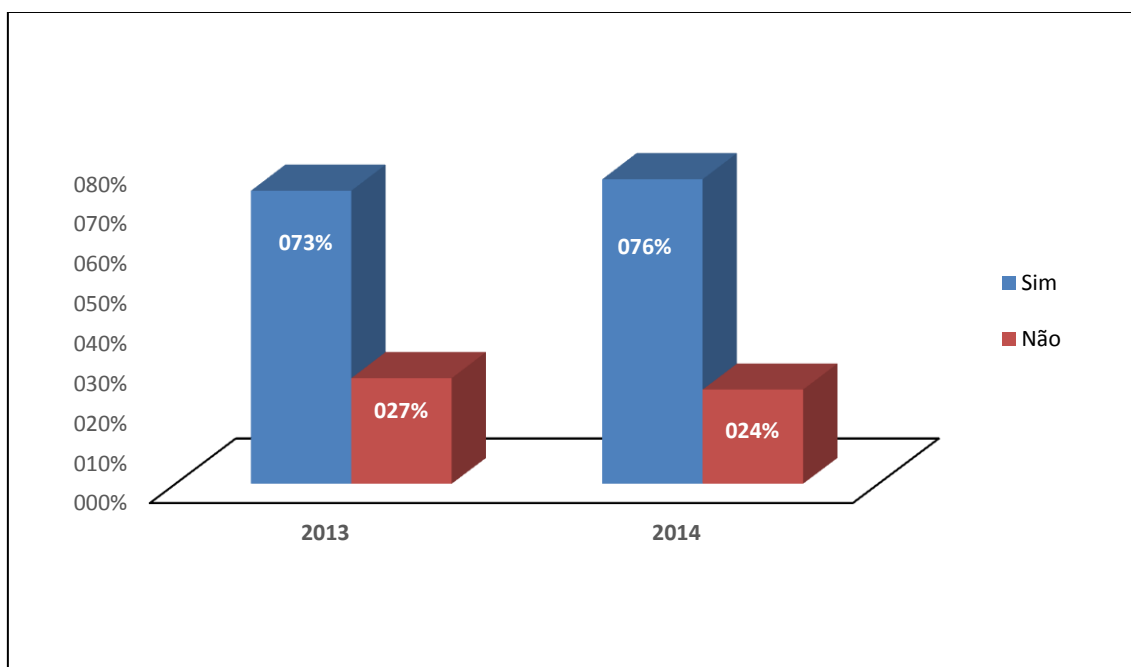
Ao analisar a renda dos entrevistados, 36,55% têm renda entre 2 a 5 salários mínimos; e 35,51% dos entrevistados possuem renda de 1 a 2 salários mínimos. Somente 12,27% dos entrevistados possuem renda de 5 a 10 salários mínimos.

2. Intenção de compra

Foi perguntado aos entrevistados sobre a sua intenção de compra no ano de 2013 e no ano de 2014. Os dados representados nos gráficos 6 e 7 mostram as respostas obtidas.

Foi percebida uma pequena variação de um ano para o outro, em 2014 as pessoas têm maior representação para intenção de compra do que em 2013.

Gráfico 6 – Intenção de compra em 2013 e 2014



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

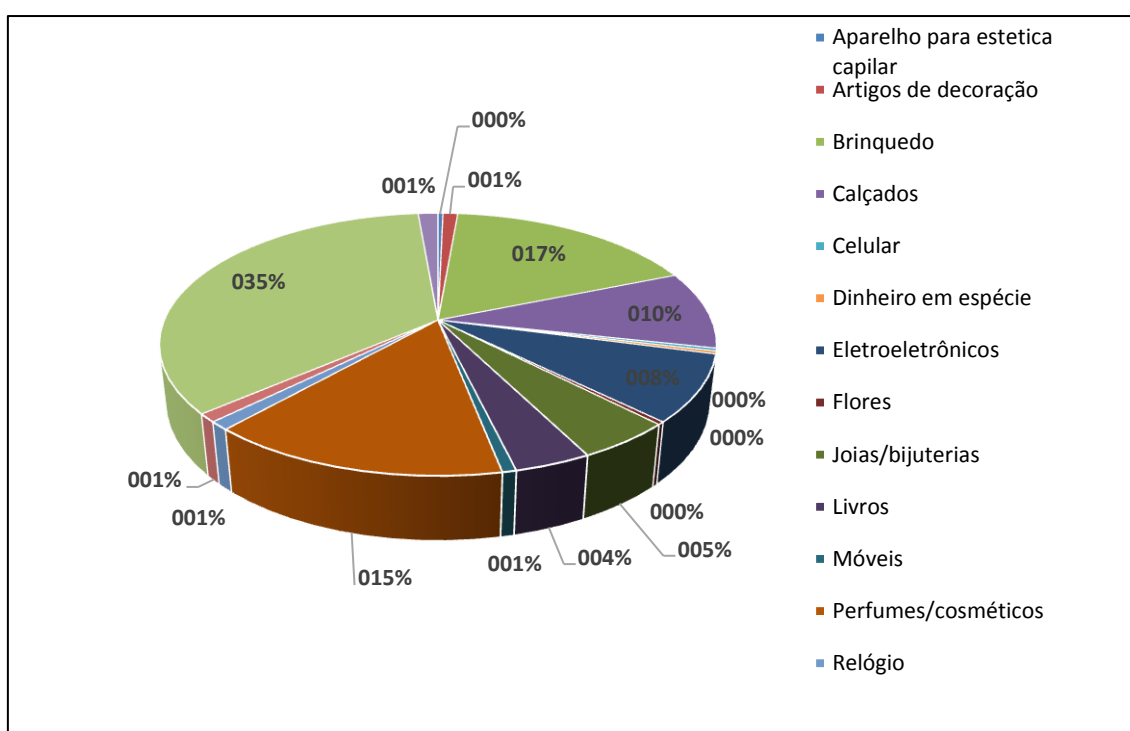
A pesquisa mostra que a maioria dos entrevistados, 73,37%, teve intenção de realizar compra de presentes para o Natal do ano passado.

Ao analisar o gráfico fica evidente que a maioria dos entrevistados, 76,24%, tem intenção de compra de presentes. Pode-se perceber que houve muita variação de 2,87% da intenção de compras deste ano para o ano anterior.

3. Escolhas de compra

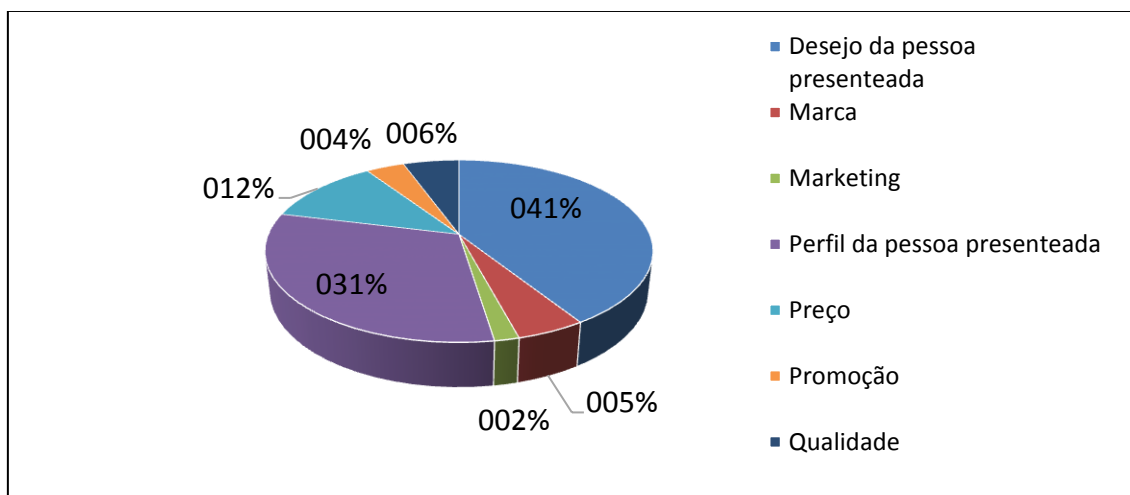
Foram analisados alguns fatores de escolha dos entrevistados para a compra de Presente do Natal. Dentre esses fatores estão: tipo de presente, fator determinante na escolha do presente, pretensão de gasto, forma de pagamento, tipo de comércio e motivo de escolha do tipo de comércio.

Gráfico 7 – Tipo do presente



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Ao analisar o Gráfico 7 em relação à pesquisa sobre a escolha do presente para o Natal, das 383 pessoas entrevistadas somente 292 pessoas responderam essa questão, sendo 34,93% preferiam comprar vestuário e 17,47% pretendem comprar brinquedos e 14,73% perfumes/cosméticos.

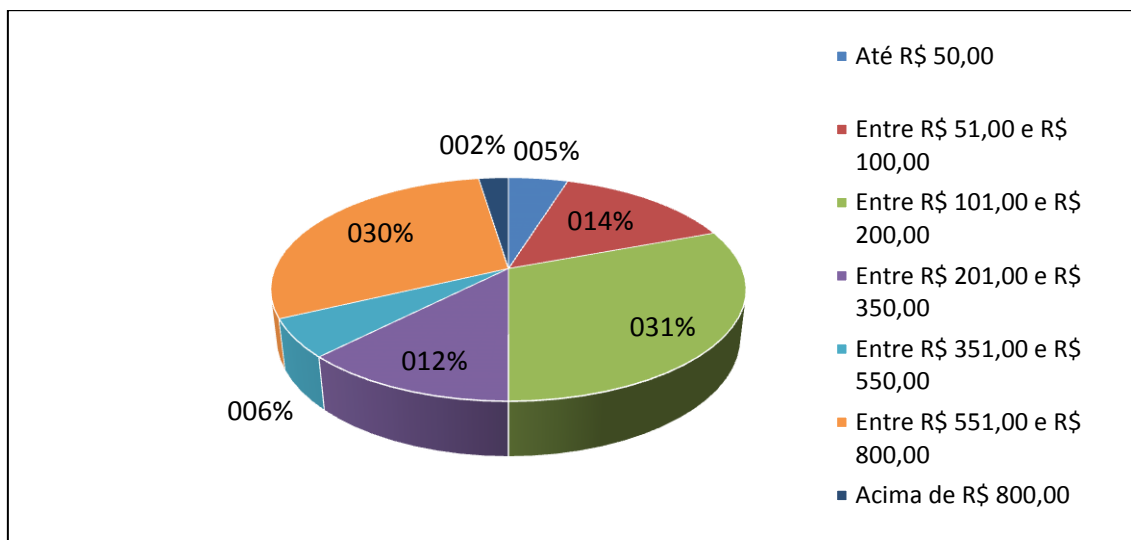
Gráfico 8 – Fator determinante na escolha do presente

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

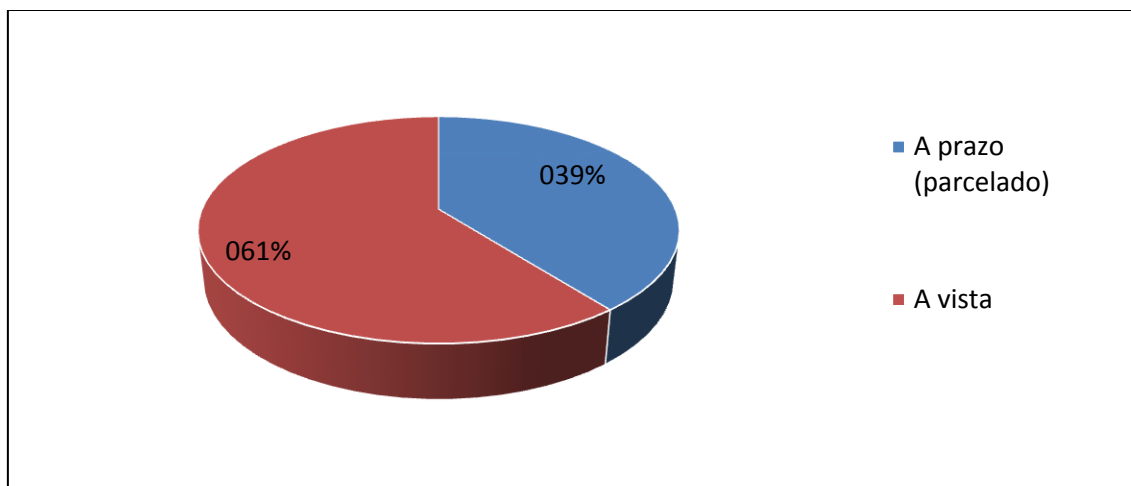
No que se referem ao fator que determina a escolha do presente, os entrevistados em sua maioria responderam que o perfil e o desejo da pessoa presenteada são os fatores determinantes, somando 72,22%, sendo representada por 40,97% desejo e 31,25% do perfil da pessoa presenteada.

Já os dados representados no Gráfico 9 demonstram que os entrevistados têm intenção de compra de R\$ 101,00 e R\$ 200,00, representando 30,69% e representando 29,66% vão gastar de R\$ 501,00 a R\$ 800,00 e 14,48% dos entrevistados pretendem gastar entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00 para compra de presentes para o Natal.

Portanto, em relação à disposição de gasto dos consumidores, 78,28% está disposta a gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 800,00.

Gráfico 9 – Pretensão de gasto com o presente

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Gráfico 10 – Forma de Pagamento

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.



Ao analisar o gráfico 10, referente à forma de pagamento que se pretende utilizar, pode-se verificar que a principal forma de pagamento é à vista totalizando 60,62% dos entrevistados com intenção de compra à vista e sendo 39,38% referente ao pagamento a prazo.

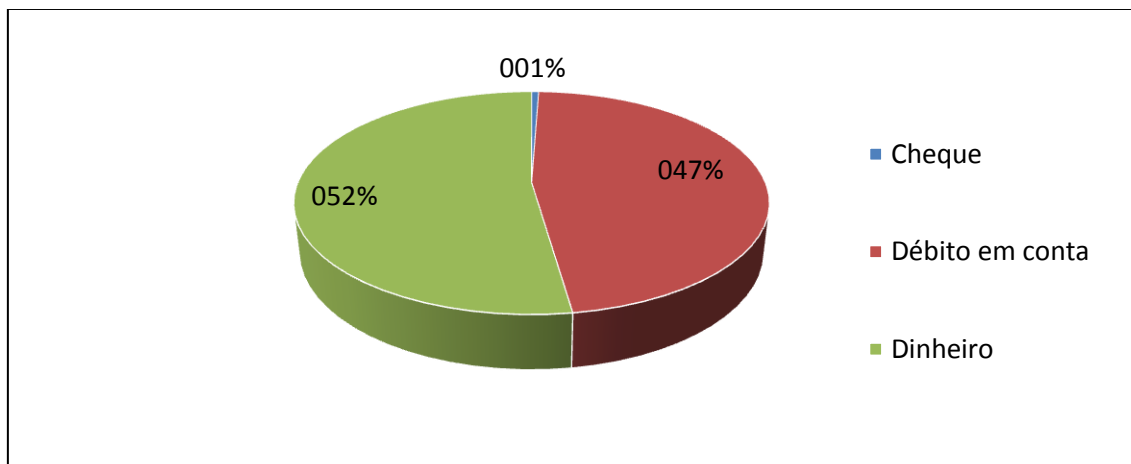
Assim como para as compras pagas à vista, para pagamento à prazo foram apresentadas opções de pagamento: cartão de crédito, cartão de loja, crediário ou cheque pré-datado.

A opção do crediário foi a menos escolhida, representando apenas 5,08% dos entrevistados. Já a opção do cartão de crédito foi escolhida por 78,81% das pessoas entrevistados. Os dados são mostrados no Gráfico 12.

Para as compras de Natal, dos 60,62% dos entrevistados que preferem pagar à vista pelos presentes, 52,30% vão pagar em dinheiro e 47,13% com débito em conta.

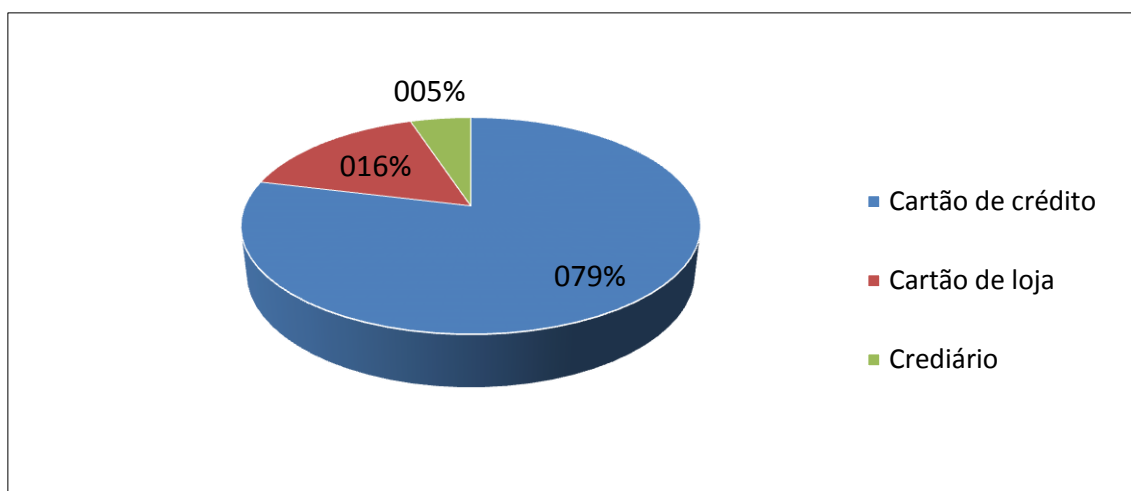


Gráfico 11 – Pagamento à vista

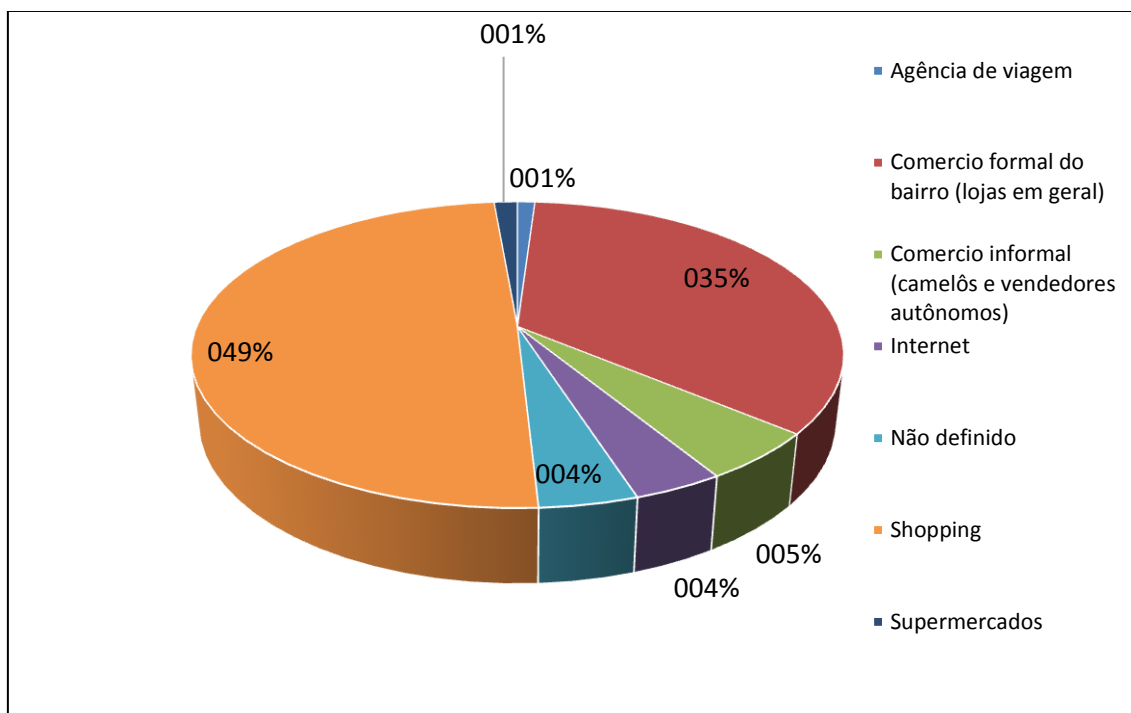


Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Gráfico 12 – Pagamento a prazo

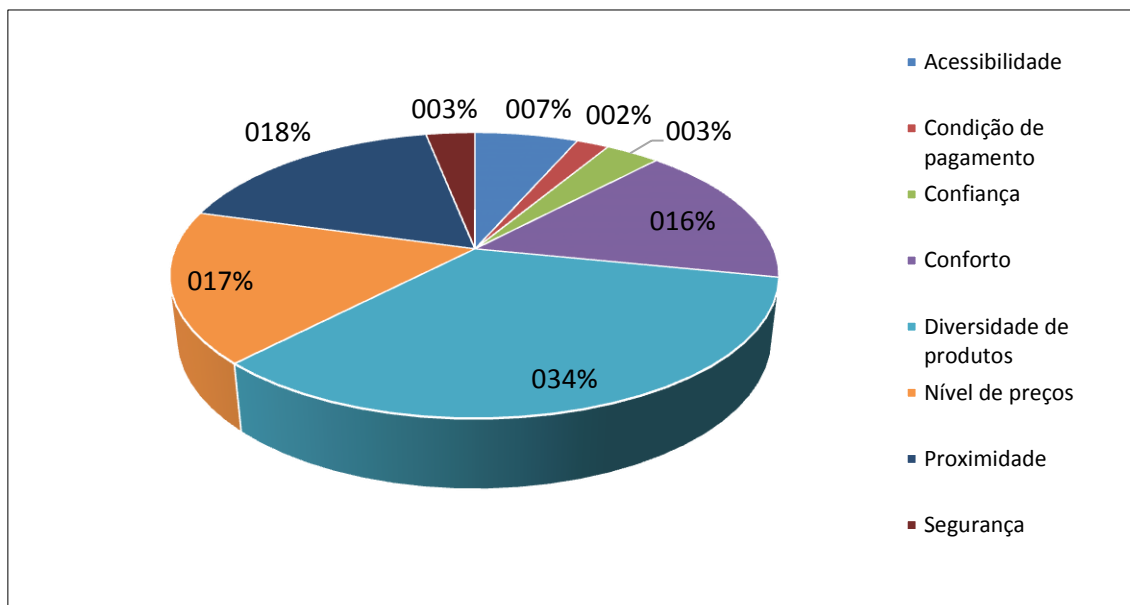


Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Gráfico 13 – Tipo de comércio

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

O shopping, por ser um lugar onde reúne vários tipos de lojas que oferecem uma variedade de opções, tem o maior percentual de escolha na hora da compra representando 49,48%, os comércios do centro também tiveram uma procura para compra representando 35,05% de preferência, já as compras por internet por ser uma fonte para prática não é muito procurado representando 3,78% de escolha na hora da compra.

Gráfico 14 – Motivo da escolha do comércio

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

As opções de presentes são muito amplas, por isso na hora de escolher o local onde comprar, as pessoas procuram onde possam encontrar a maior variedade em um mesmo lugar, oferecendo proximidade, conforto e nível de preço. Como mostram no Gráfico 14, 34,02% os que buscam o lugar baseado na diversidade de produtos, 17,53% buscam proximidade e 16,15% buscam conforto e nível de preços.



4. Relações de dados

Para que se pudesse entender os comportamentos dos consumidores de maneira aprofundada foram feitas relações entre os dados encontrados nos resultados da pesquisa.

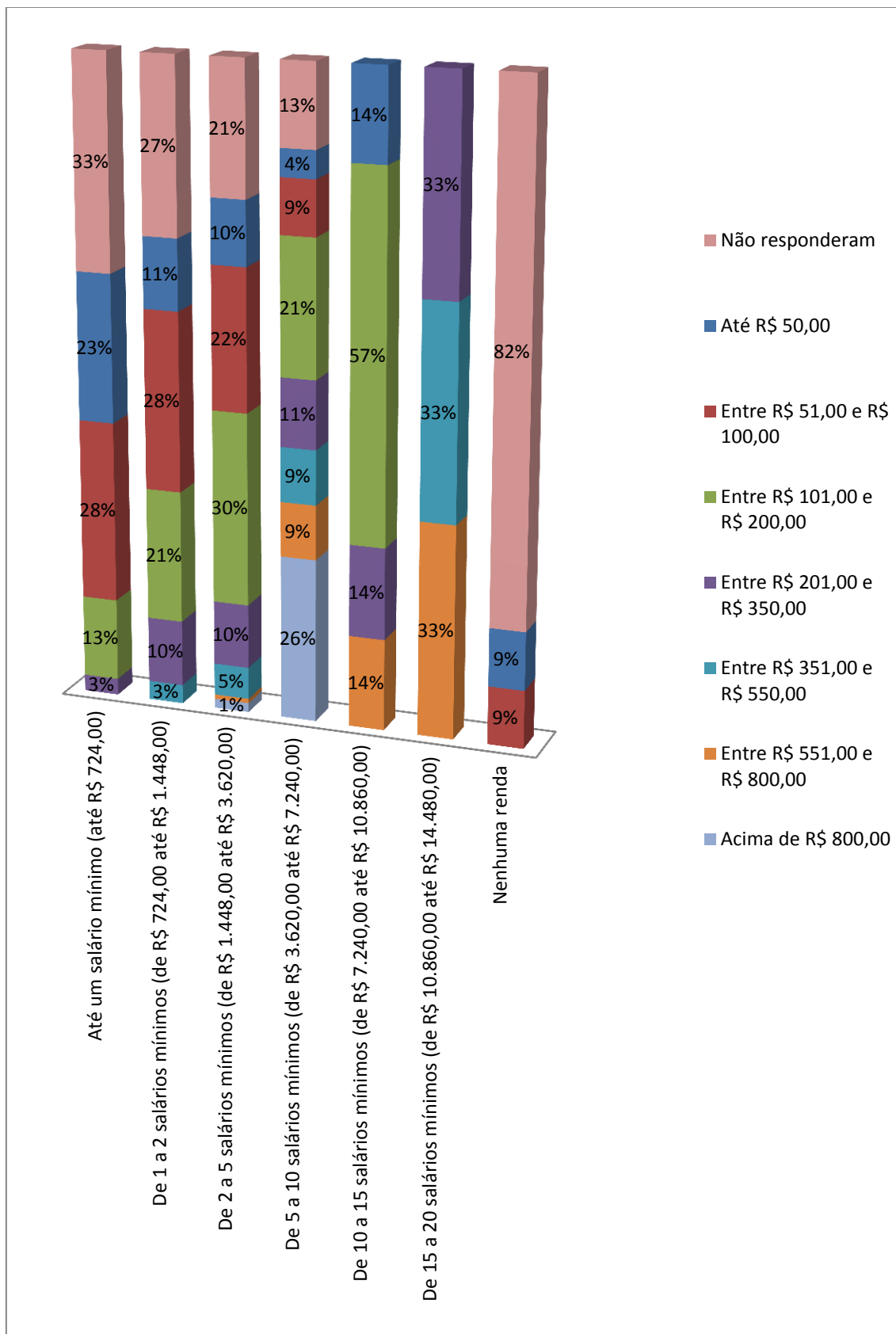
As principais relações feitas foram: relação entre renda e preço do presente, relação entre pretensão de gasto e tipo de presente, relação entre renda e forma de pagamento, relação entre preço do presente e estado civil, relação entre renda e local escolhido para compra, relação entre local de compra e pretensão de gasto.

A partir do Gráfico 15 pode-se analisar que os principais valores escolhidos como pretensão de gasto no presente, gira em torno de R\$ 51,00 a R\$ 100,00 200 para as faixas de renda de 1 a 2 salários mínimos e R\$ 101 a R\$ e de 2 para a de 5 salários mínimos, representando respectivamente 28% e 30%.

Para a faixa de renda de 10 a 15 salários mínimos a opção que tem maior representatividade é a de preço entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00. Já a faixa de nenhuma renda, a porcentagem mais significativa fica entre os preços de até R\$ 50 e R\$ 51,00 e R\$ 100,00, com 18% de escolha. Para os de renda acima de 20 salários mínimos, seu gasto totaliza em 99% divididos exatamente para os valores entre R\$ 201,00 à R\$ 350,351 à R\$550 e R\$ 551,00 à R\$ 800,00.

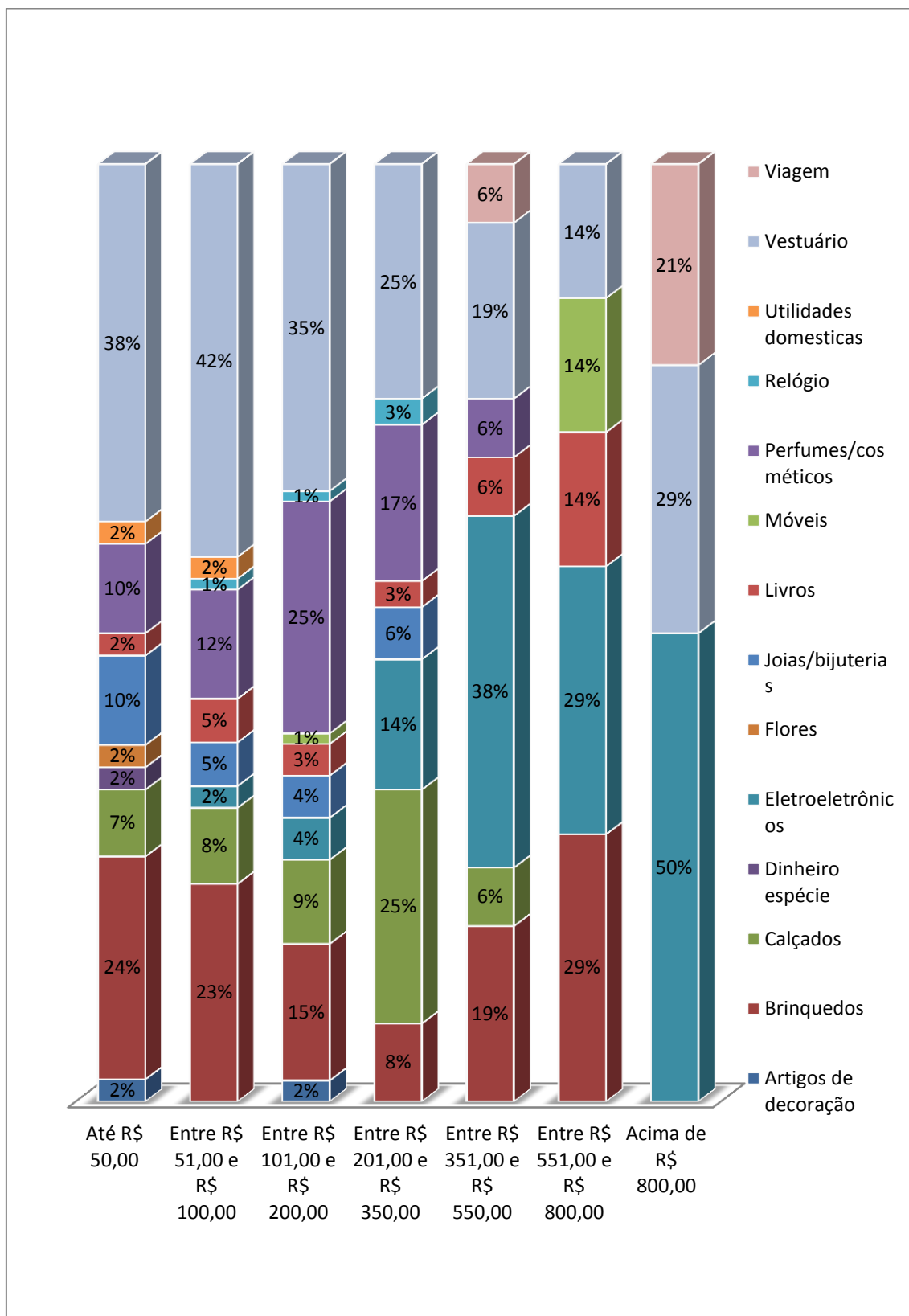


Gráfico 15 – Relação entre Renda e Preço do presente



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Gráfico 16 – Relação entre a pretensão de gasto e o tipo de presente



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.



Analisando o Gráfico 16, percebe-se que na maioria dos presentes o vestuário é o que tem a preferência na pretensão de gasto entre R\$ 50,00 e R\$ 350,00, seguido pela categoria dos brinquedos e eletroeletrônicos.

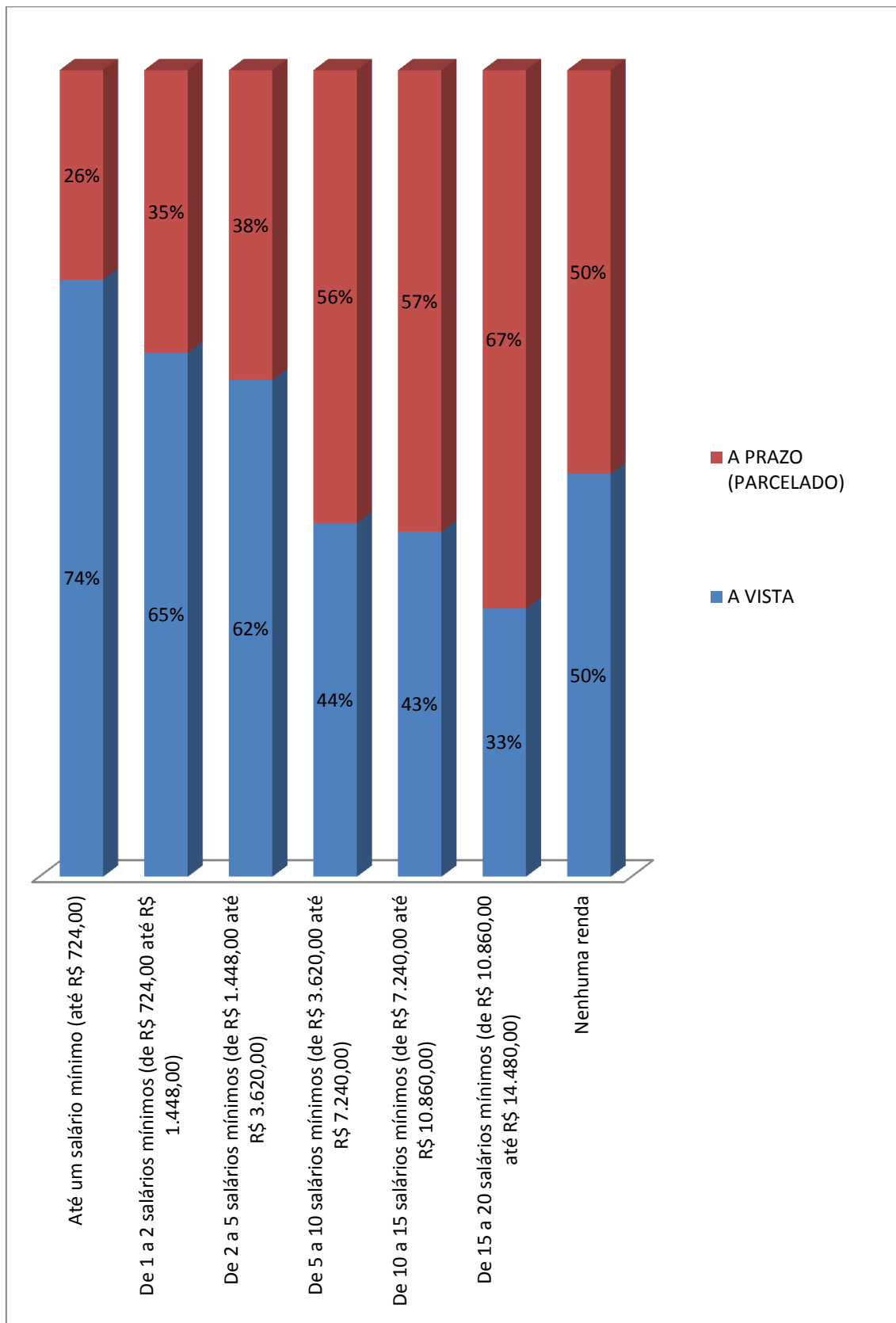
No grupo de R\$ 351,00 e R\$ 550,00, pode-se perceber o destaque para a categoria em eletroeletrônicos, com 38% da opção de compra. Já Perfumes e cosméticos aparecem em quase todas as pretensões de gastos, mas com destaque para o grupo entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00 com 25% da opção de compra. Para o grupo de valores acima de R\$ 800,00 as preferências de compra foram eletroeletrônicos, vestuários e viagem com 21% dos respondentes.

Em quase todas as classes sociais a forma de pagamento à vista é predominante, tendo como 74% da escolha nessa modalidade de pagamento para os entrevistados que ganham até um salário mínimo.

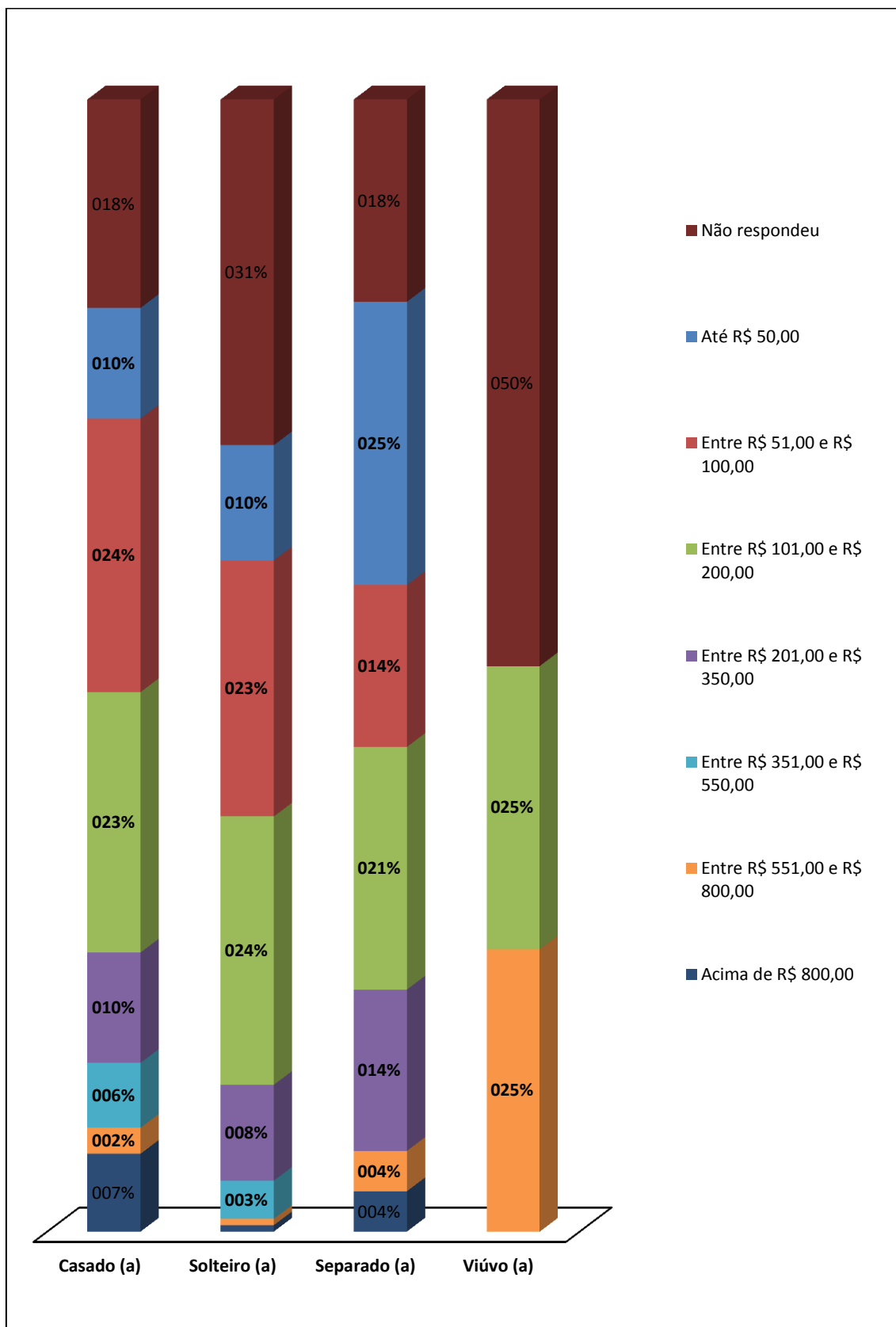
Percebe-se que há uma maior relevância no pagamento à vista para os grupos de até um salário mínimo e de 1 a 2 salários mínimos, representando 74% e 65%, respectivamente.

Já para a condição de pagamento a prazo a maior parcela de escolha fica para o grupo de entrevistados que possuem renda de 15 a 20 salários mínimos, com 67%, sendo representado pela maioria das pessoas dentro dessa faixa de renda.



Gráfico 17 – Relação entre Renda e Forma de Pagamento

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Gráfico 18 – Relação entre Preço programado e Estado Civil

Fonte: Pesquisa de campo, 2014.



Pode-se analisar pelo Gráfico 18 a relação entre estado civil e o preço programado que a intenção de gastos para a compra dos presentes entre R\$ 51,00 e R\$ 101,00 corresponde a 24,14% dos casados, 22,60% dos solteiros e 14,29% dos separados. Para os viúvos, totalizam 50% para os valores entre R\$101,00 e R\$200,00 e entre R\$ 551 e R\$ 800,00.

Observa-se também, que, os solteiros são os mais interessados nos presentes entre R\$51,00 e R\$200,00, com 46,33% na opção de escolha.

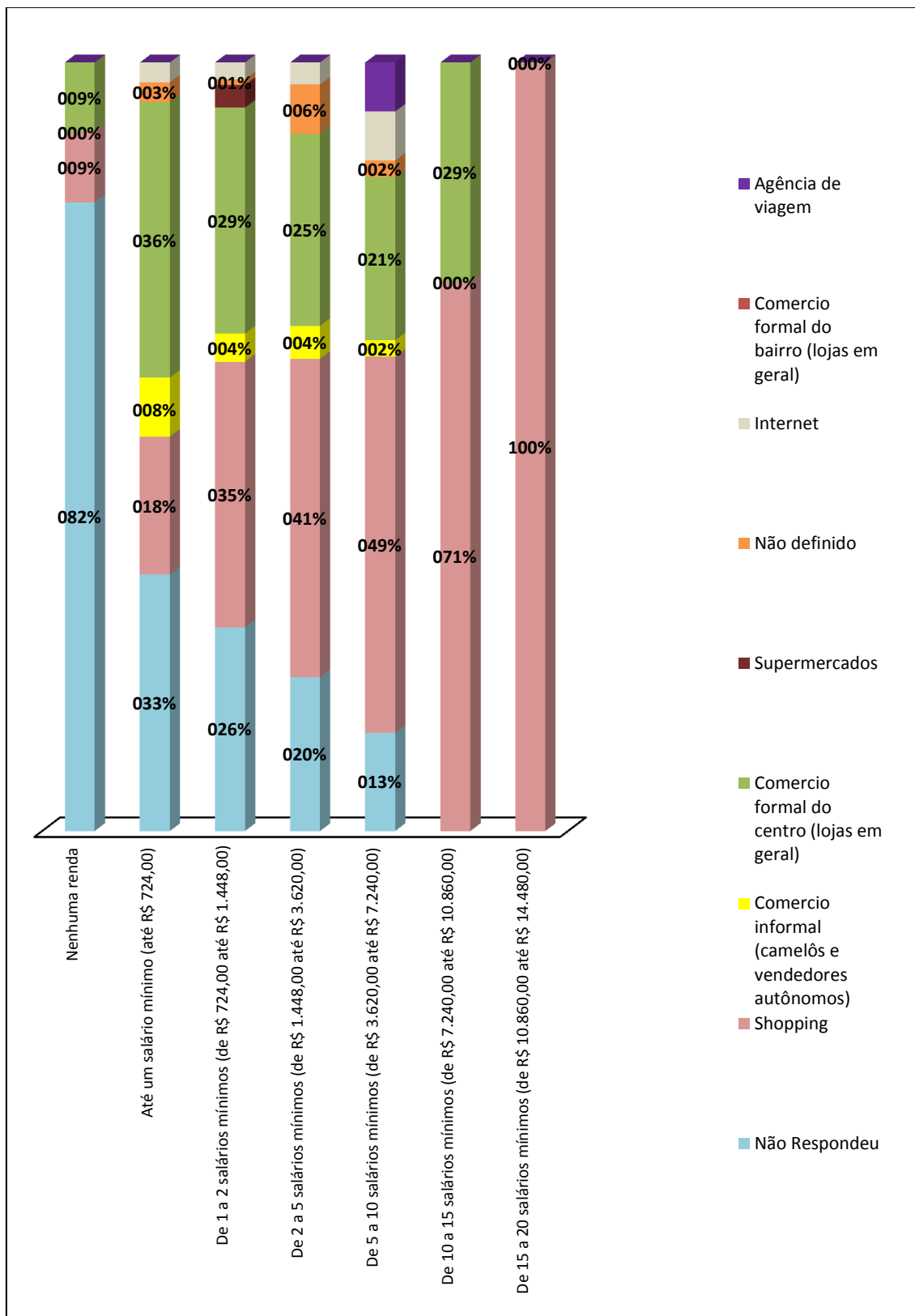
É possível observar também que os separados têm intenção de gastar um preço entre R\$101,00 e R\$200,00, sendo representado por 21,43% dos entrevistados.

Para os dados do Gráfico 19, renda e local de compra do presente, pode-se observar que o destaque é para o shopping sendo a opção de escolha da compra para os grupos de todas as rendas na sua totalidade.

No grupo de renda entre 2 a 5 salários mínimos, pode-se observar que 25% deles frequentaram o comércio formal no centro como opção de compra e que os de 1 a 2 salários mínimos e os de 2 a 5 salários mínimos, também escolheram o comércio formal com segunda opção de compra, representado respectivamente por 29,41 e 25%, cada um.

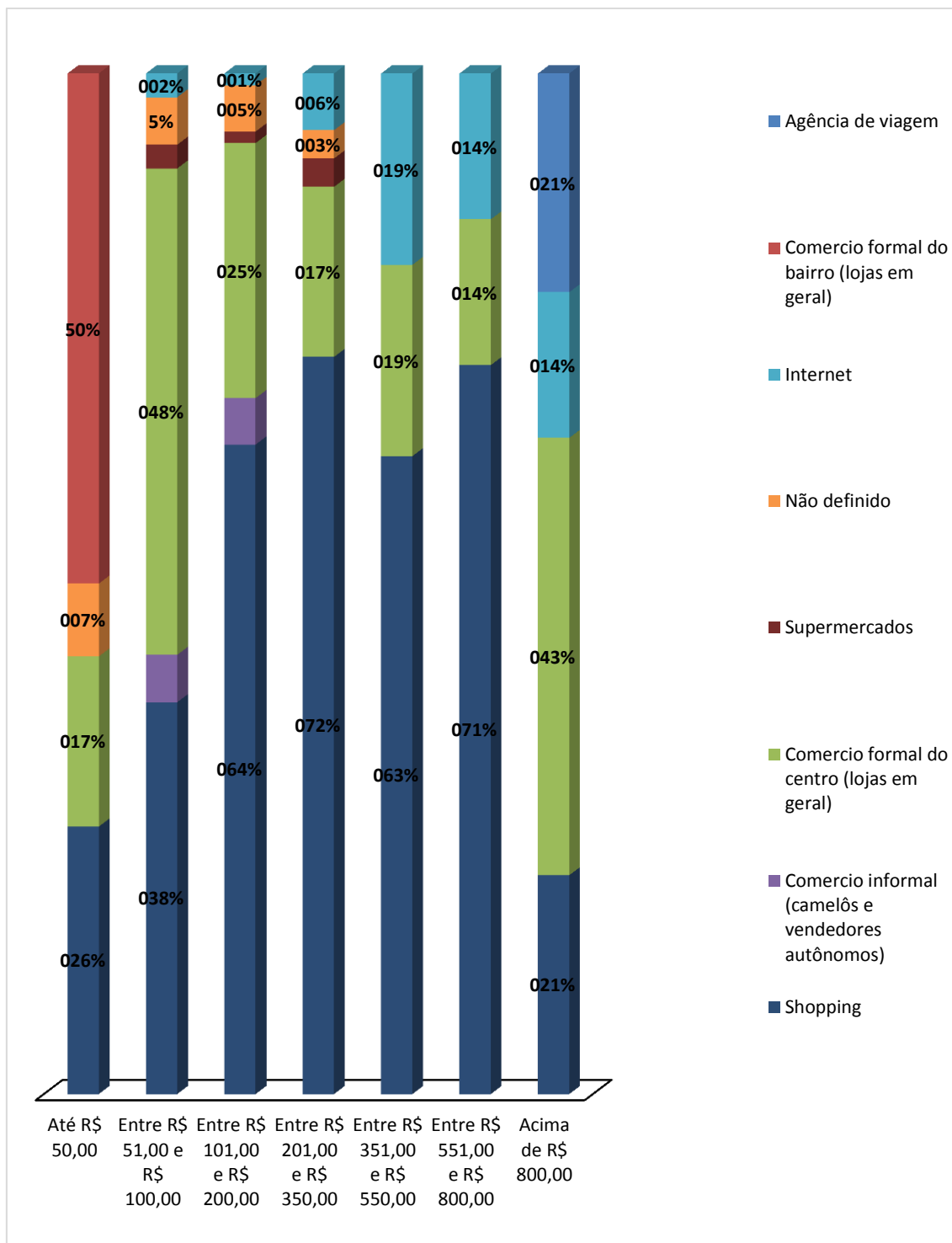


Gráfico 19 – Relação entre Renda e local escolhido para a compra do presente



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Gráfico 20 – Relação entre Pretensão de gasto e local escolhido para a compra do presente



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.



Para os dados mostrados no Gráfico 20 pretensão de gasto entre local escolhido para compra do presente, pode-se observar que o shopping é em sua maioria o local pretendido para fazer as compras e onde concentra o maior percentual de gastos que é da faixa entre R\$ 101,00 e R\$ 800,00.

O comércio formal no centro também se destaca na opção de compra para os valores entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00, com 47,67% de escolha. A opção de presente viagem, aparece exclusivamente com 21,43% no item gasto acima de R\$ 800,00.

CONCLUSÃO

Após analisar as respostas recebidas na pesquisa pode-se concluir que mais de 70% dos entrevistados tem a pretensão de comprar presentes nesta data e pretendem gastar entre R\$ 51,00 a R\$ 200,00 (45,17%) e de R\$ 501,00 a R\$ 800,00 (29,66%).

Como apresentado nos gráficos do relatório, os itens de maior destaque como escolha para o presente são vestuário (34,93%), brinquedos (14,73%) e perfumes/cosméticos (14,73%).

Surpreendentemente na pesquisa, 60,62% dos entrevistados pretendem pagar suas compras à vista e destes, 52,30% pagarão em dinheiro. Dos que pagarão à prazo, 78,81% optará pelo cartão de crédito.

Espera-se que o resultado da presente pesquisa possa ser instrumento de análise para tomadas de decisão dentro da cidade de Campo Grande, bem como seja base para futuras pesquisas sobre o tema.

