

Pesquisa Hábitos de Consumo Páscoa 2016

BoaVista SCPC

Índice

○ Objetivo, metodologia e amostra	03
○ Perfil dos respondentes	04
○ Percepção do consumidor sobre a Páscoa	07
○ Hábitos de consumo relacionados a Páscoa	10
○ Gastos e Formas de Pagamentos em relação a compra de chocolates	13
○ Hábitos de consumo (referentes à outros itens, exceto chocolates), relacionados a Páscoa	18

Objetivo, metodologia e amostra

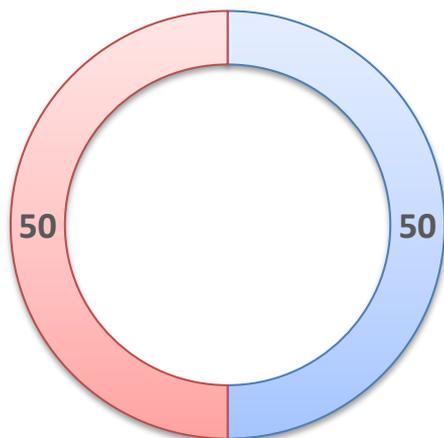
- **Objetivo:** A pesquisa tem por objetivo identificar os hábitos de compras dos consumidores para o período da Páscoa, suas preferências de compras, a forma de pagamento desejada e os valores pretendidos e/ou disponíveis para gastar nesta data. A pesquisa identificou também quais seriam os itens de compras desejados pelos consumidores.
- **Metodologia:** metodologia quantitativa para realização da coleta das informações, por meio de pesquisa eletrônica via internet.
- **Período de realização da pesquisa:** 02 a 23 de fevereiro de 2016.
- **Target:** O universo da pesquisa é representado por consumidores que buscaram informações e orientações no site Consumidor Positivo da Boa Vista Serviços – www.consumidorpositivo.com.br
- **Amostra:** 504 respondentes.
- **Leitura dos resultados:** Para leitura geral dos resultados, deve-se considerar 95% de grau de confiança e margem de erro de 4%, para mais ou para menos.

PERFIL DOS RESPONDENTES

- Os respondentes estão divididos em 50% homens e 50% mulheres.
- 35% dos consumidores concentram-se na faixa etária de 25 a 34 anos.
- 53% representam as Classes D/E, 41% a Classe C e 6% as Classes A/B.

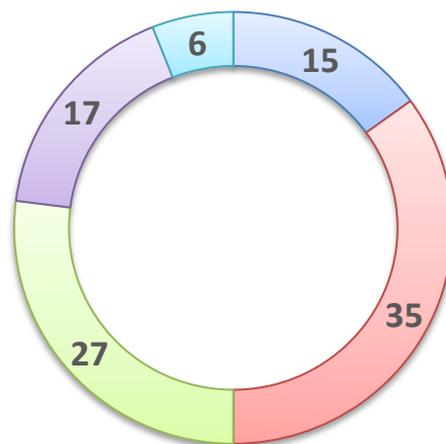
Gênero (%)

- Masculino
- Feminino



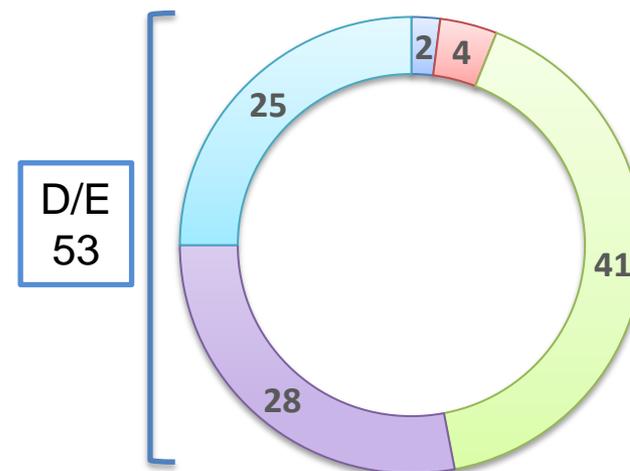
Idade (%)

- Até 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 anos ou mais



Classe Social (%)

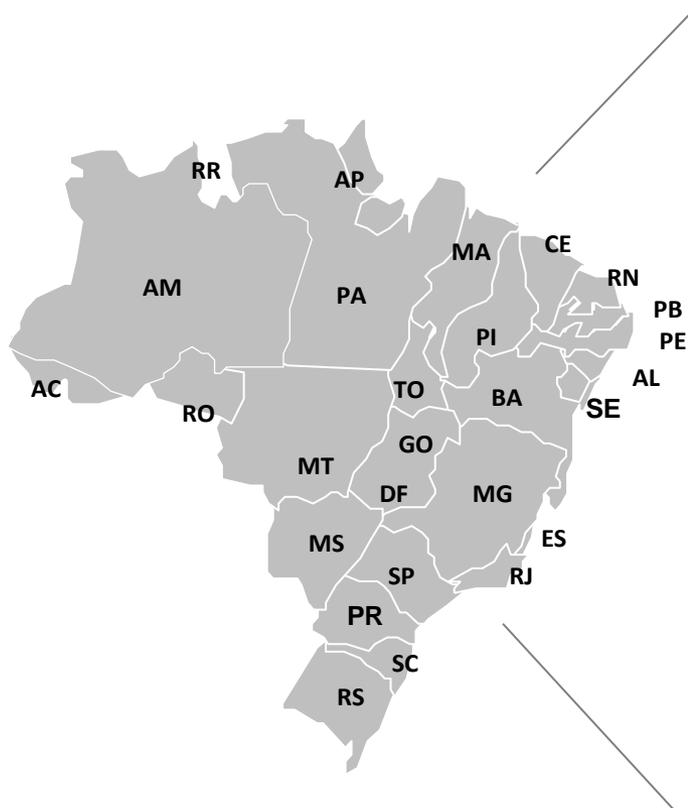
- Classe A
- Classe B
- Classe C
- Classe D
- Classe E



Equivalência Renda Familiar Mensal

Classe A – acima de R\$ 11.300
 Classe B – de R\$ 8.700 a R\$ 11.300
 Classe C - de R\$ 2.030 a R\$ 8.700
 Classe D – de R\$ 1.230 a R\$ 2.030
 Classe E – até R\$ 1.230

- 65% dos consumidores que responderam a pesquisa concentram-se na Região Sudeste do país, 45% deles em São Paulo. O Sul tem 13% de representatividade, seguido pelas regiões Nordeste (11%), CO (6%) e N (5%).

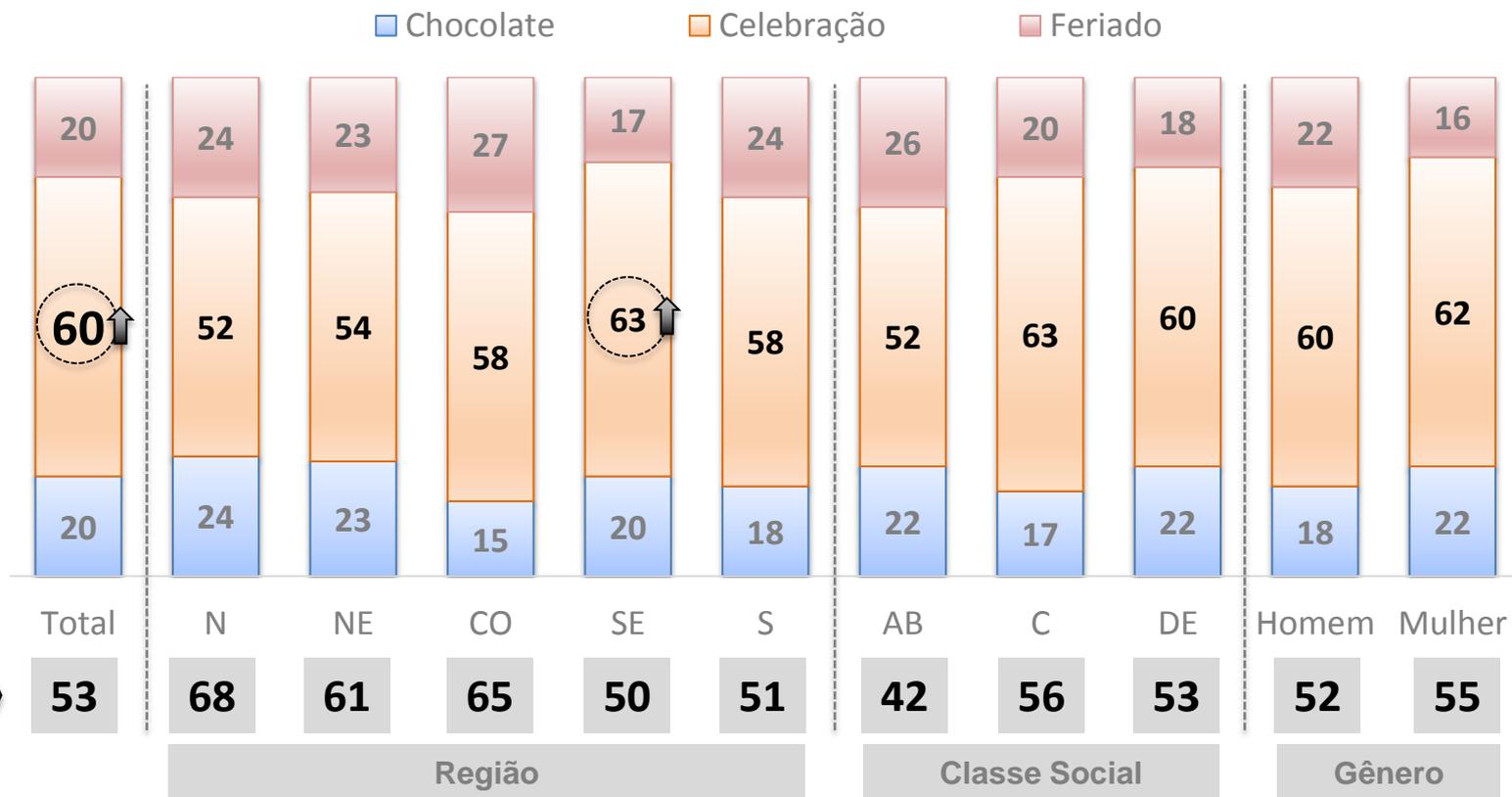


Região	Estado	Representatividade por Estado	Representatividade por Região
Norte	Pará	3%	5%
	Tocantins	0%	
	Amazonas	1%	
	Amapá	0%	
	Rondônia	0%	
	Acre	0%	
	Roraima	0%	
Nordeste	Pernambuco	2%	11%
	Alagoas	1%	
	Bahia	2%	
	Ceará	2%	
	Piauí	0%	
	Rio Grande do Norte	1%	
	Sergipe	0%	
	Maranhão	0%	
	Paraíba	1%	
	Centroeste	Mato Grosso do Sul	
Distrito Federal		2%	
Goiás		2%	
Mato Grosso		1%	
Sudeste	São Paulo	45%	65%
	Minas Gerais	9%	
	Rio de Janeiro	9%	
	Espírito Santo	2%	
Sul	Rio Grande do Sul	5%	13%
	Paraná	5%	
	Santa Catarina	3%	

PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR SOBRE A PÁSCOA

- Neste ano, 60% dos consumidores declararam que Páscoa é sinônimo de celebração, um crescimento de 7p.p em comparação ao ano passado. Outros 40% apresentam opiniões divididas: 20% relacionam a data a feriado e 20% ao consumo de chocolate.
- No Sudeste passa de 50% para 63% a percepção de que a data é sinônimo de celebração.

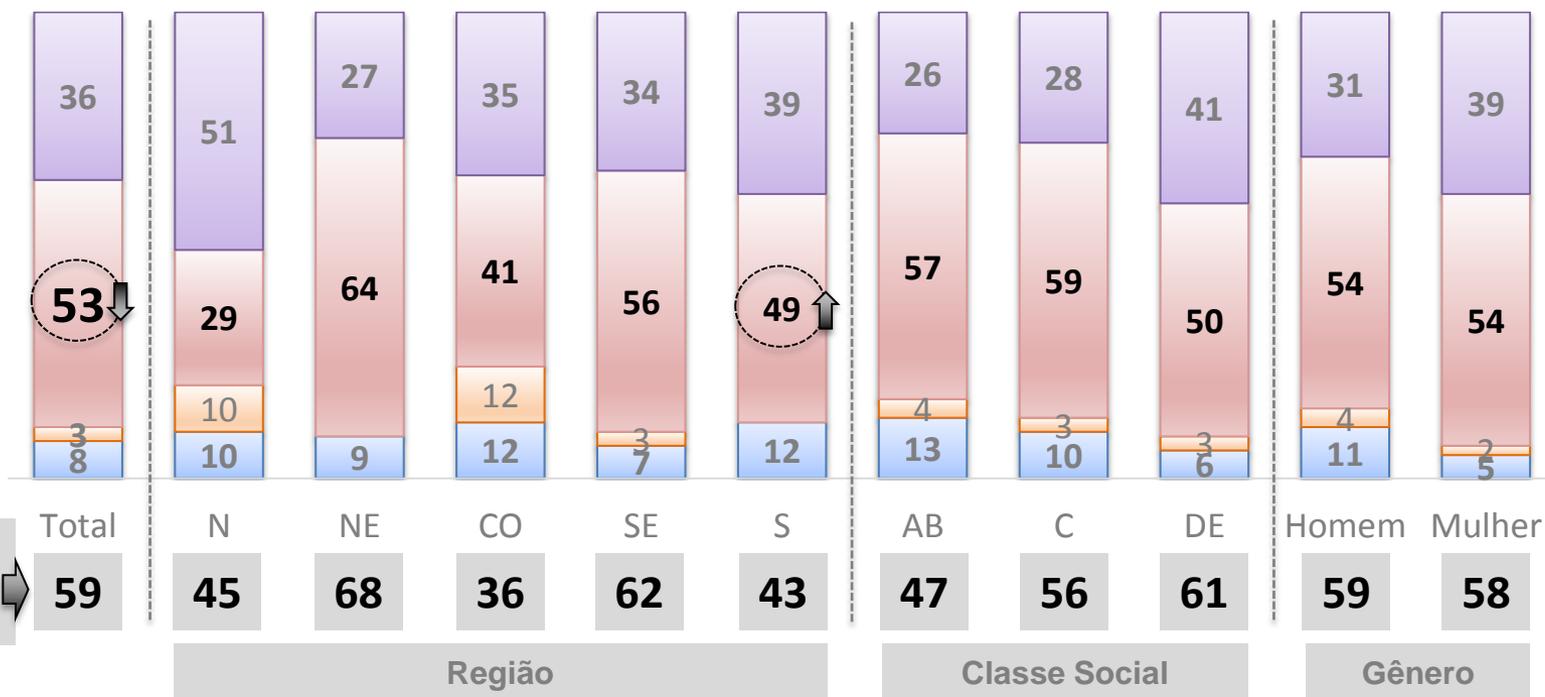
Páscoa é sinônimo de: (%)



- 53% dos consumidores dizem que a Páscoa gera despesas extras de supermercado pela compra de produtos relacionados à data como bacalhau, peixe, colomba, bebidas, entre outros. Esta percepção é maior nas regiões NE (64%) e SE (56%), e vem crescendo entre os consumidores da região Sul (de 43% em 2015 para 49% neste ano).

Páscoa é uma data comemorativa que gera mais: (%)

- Consumo de chocolate
- Despesas extras no supermercado pela compra de produtos como bacalhau, peixe, colomba, bebidas, entre outros
- Gastos com serviços (restaurantes para almoço/jantar fora de casa)
- Despesas com viagens, passeios e lazer

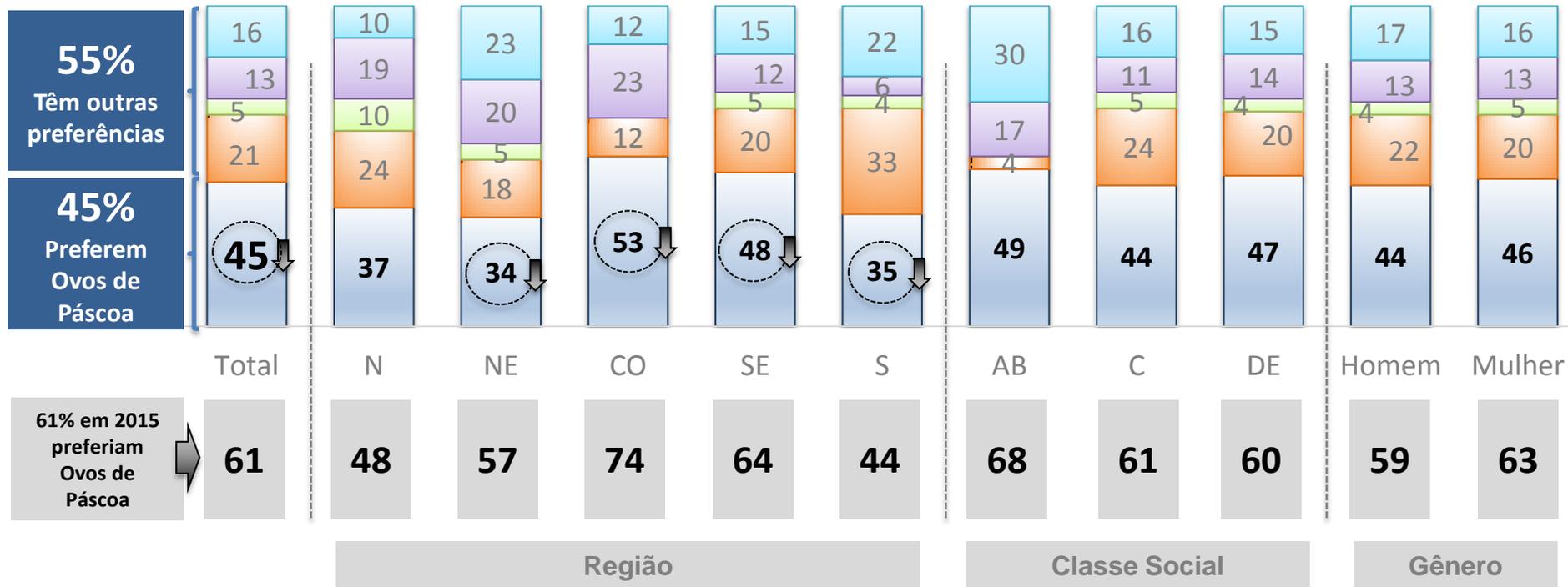


HÁBITOS DE CONSUMO RELACIONADOS A PÁSCOA

- Cai 16p.p a preferência por Ovos de Páscoa em comparação ao ano de 2015.
- Neste ano, 55% irão preferir bombons, colombas, barras de chocolate, entre outros. Já 45% manterão a tradição de comprar Ovos de Páscoa.
- As regiões Nordeste (66%) e Sul (65%) registram os maiores percentuais de consumidores que irão substituir o ovo de páscoa por outras opções. No Sudeste, este percentual será de 52%.

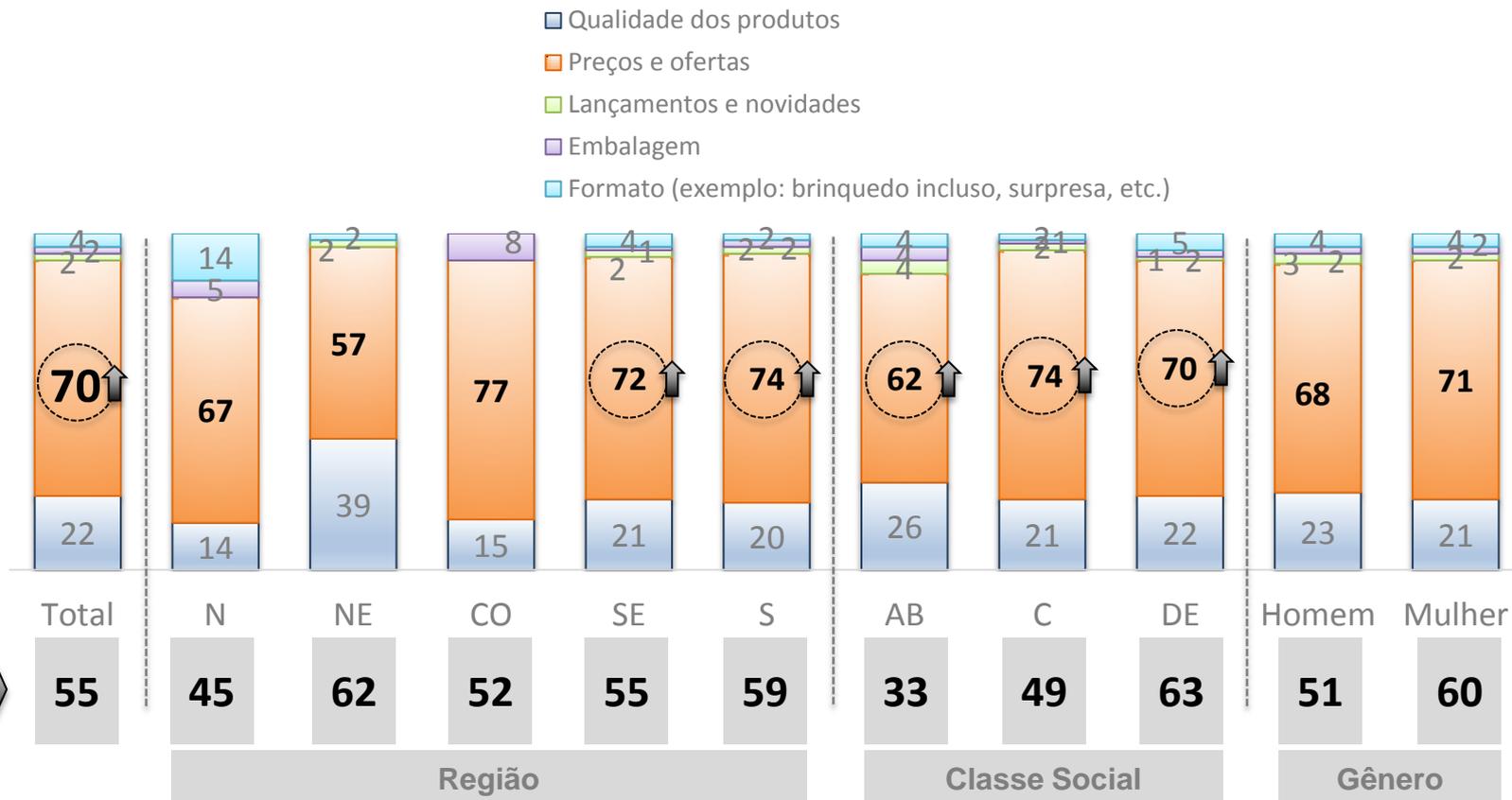
Na Páscoa, você prefere: (%)

- Ovos de Páscoa
- Bombons ou caixas de bombons
- Colomba Pascal
- Barra de chocolate
- Outros



- 70% dos consumidores procurarão por preços e ofertas nesta Páscoa, um crescimento de 15p.p em relação à última Páscoa. A qualidade dos produtos surge em segundo lugar, com 22% das menções.
- A busca por preços e ofertas também será maior nesse ano nas regiões SE (55% para 72%), S (59% para 74%), e nas diferentes classes AB (33% para 62%), C (49% para 74%) e DE (63% para 70%).

Ao presentear na Páscoa, sua opção principal é por: (%)

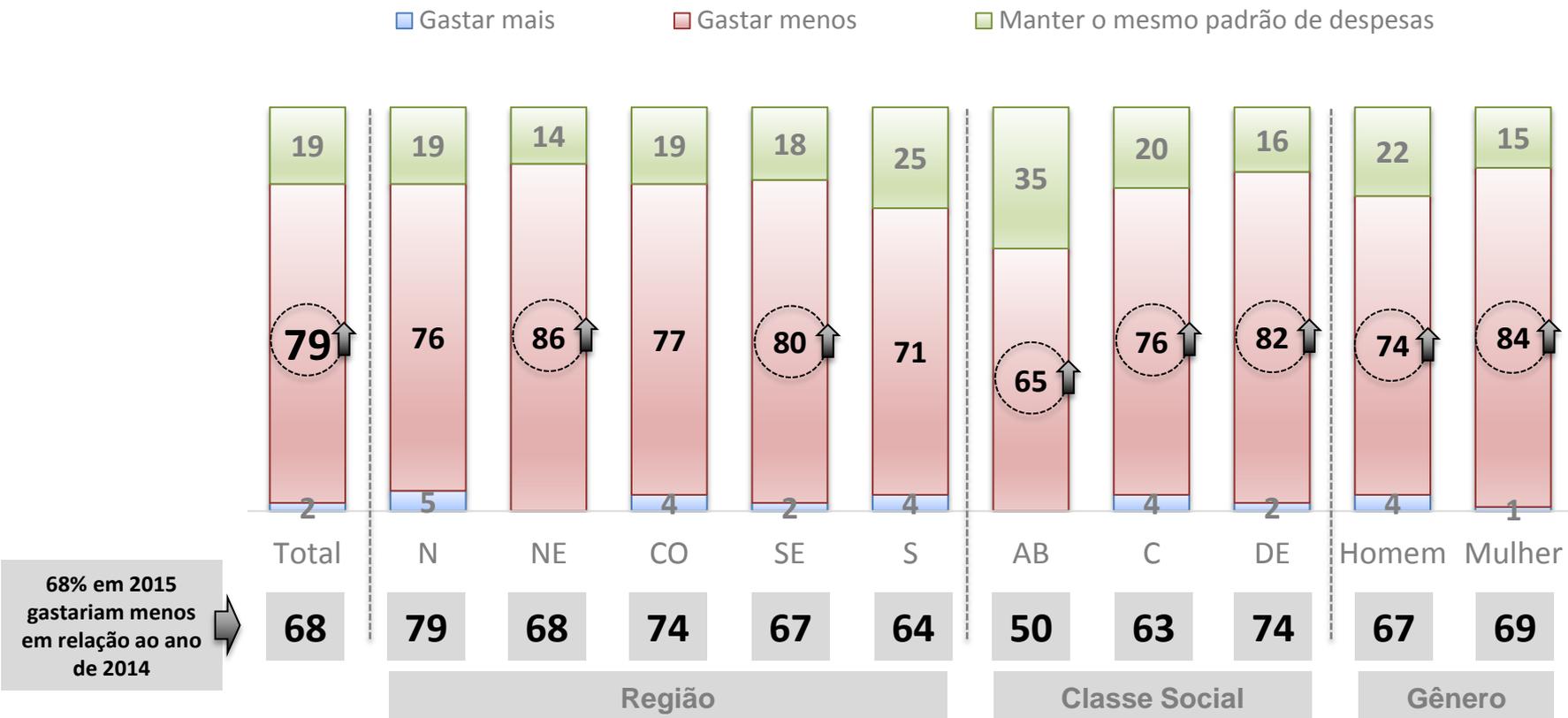


HÁBITOS DE CONSUMO RELACIONADOS A PÁSCOA

(Gastos e Formas de Pagamentos em relação a compra de chocolates)

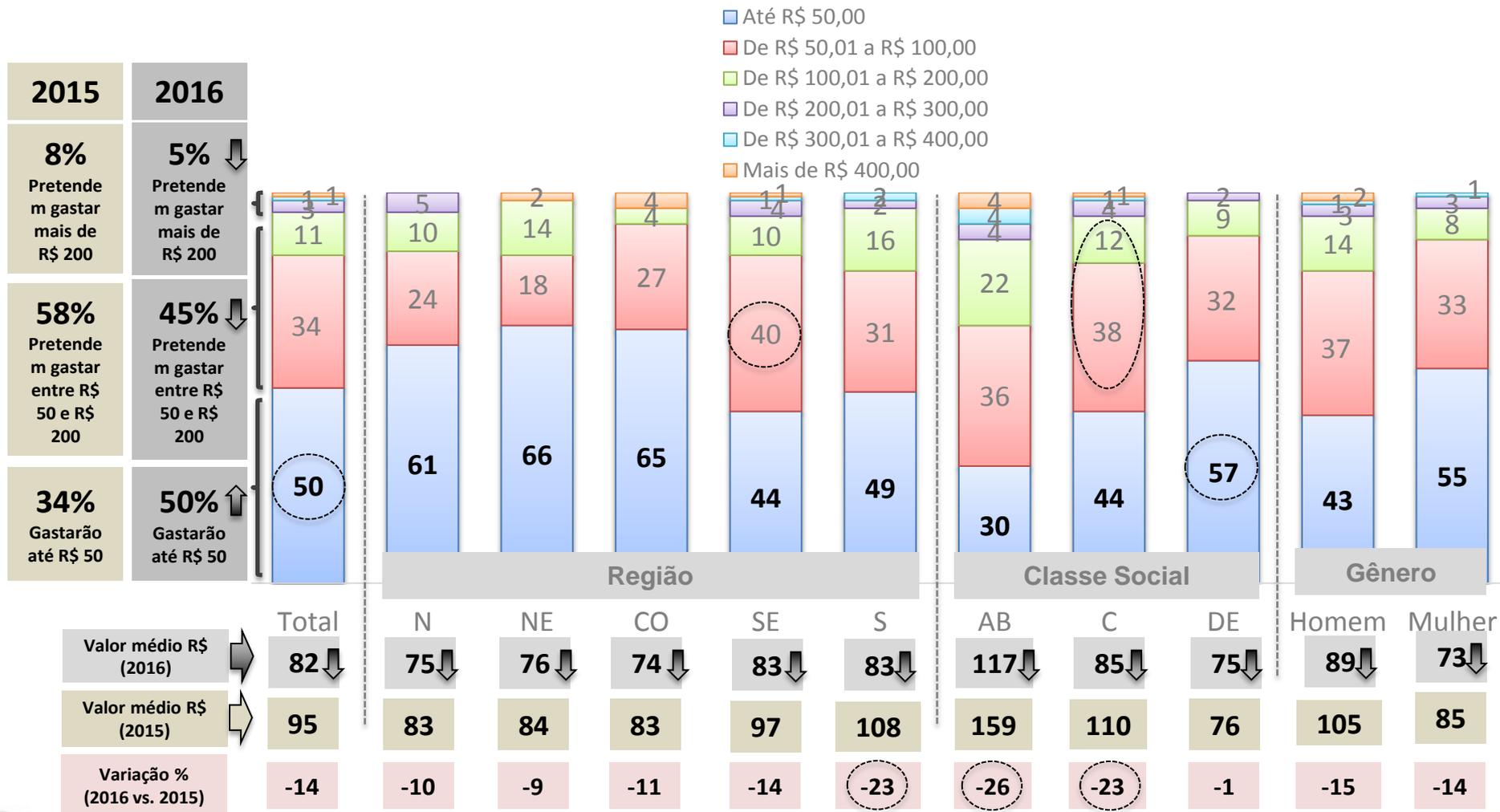
- Sobe de 68% para 79% o percentual de consumidores irão gastar menos nesta Páscoa em relação a anterior. 19% manterão o mesmo padrão de gasto e apenas 2% gastará mais.
- A intenção de gastar menos será maior nas regiões NE (68% para 86%) e SE (67% para 80%).
- O mesmo ocorrerá nas diferentes classes sociais, principalmente na AB (50% para 65%).

Pretensão de Gastos para esta Páscoa: (%)



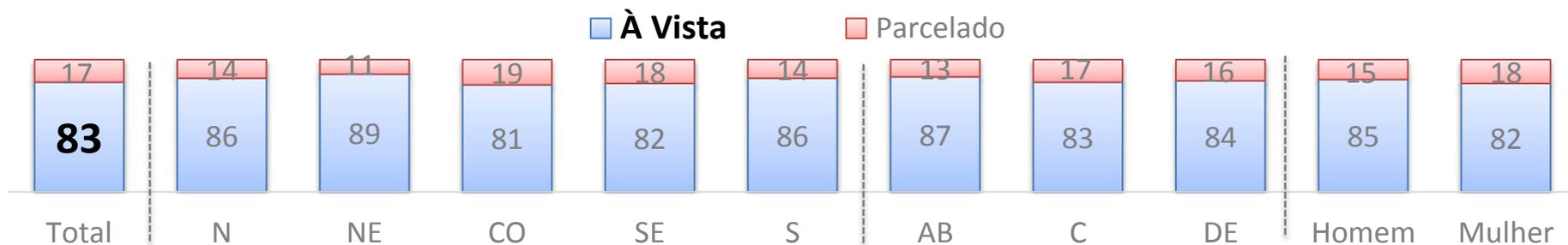
- Queda de 14% no valor médio, pretendido pelos consumidores, para a compra dos presentes de Páscoa, passando de R\$ 95 em 2015, para R\$ 82 em 2016.
- O Sul tem a maior diminuição deste valor (-23p.p), assim como as classes AB (-26) e C (-23).
- Ainda em relação ao valor a ser gasto, a média será de R\$ 83 nas regiões Sudeste e Sul.

Faixa de valor que pretende gastar com a compra de chocolates: (%)

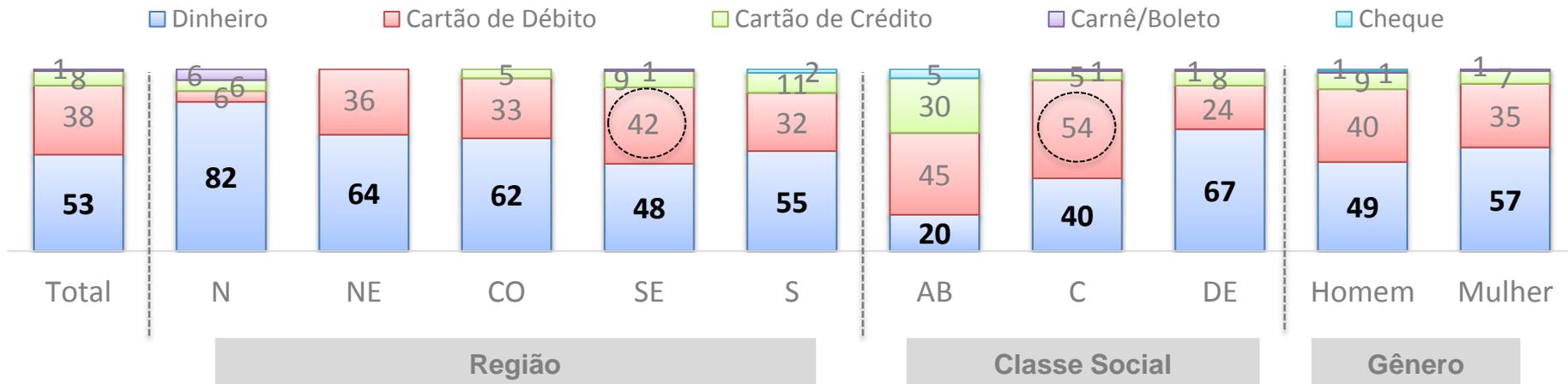


- 83% dos consumidores irão pagar à vista os presentes de Páscoa.
- 53% deles utilizarão o dinheiro como principal meio de pagamento, em segundo lugar aparece o cartão de débito (38%), seguido por cartão de crédito (8%) e carnê/boleto (1%), ambos parcela única.
- Cartão de débito irá ser mais usado em: Região Sudeste (42%), e também na classe C (54%).

Forma como pretende pagar a compra dos chocolates: (%)

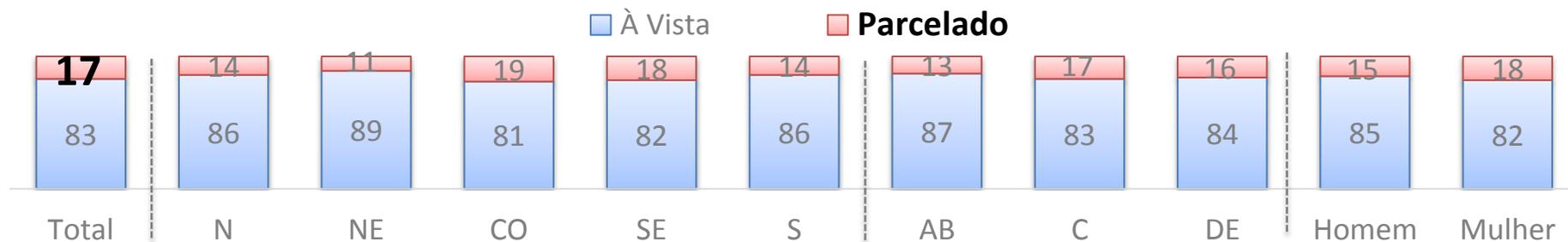


PAGAMENTO À VISTA – Meio de pagamento pretendido: (%)

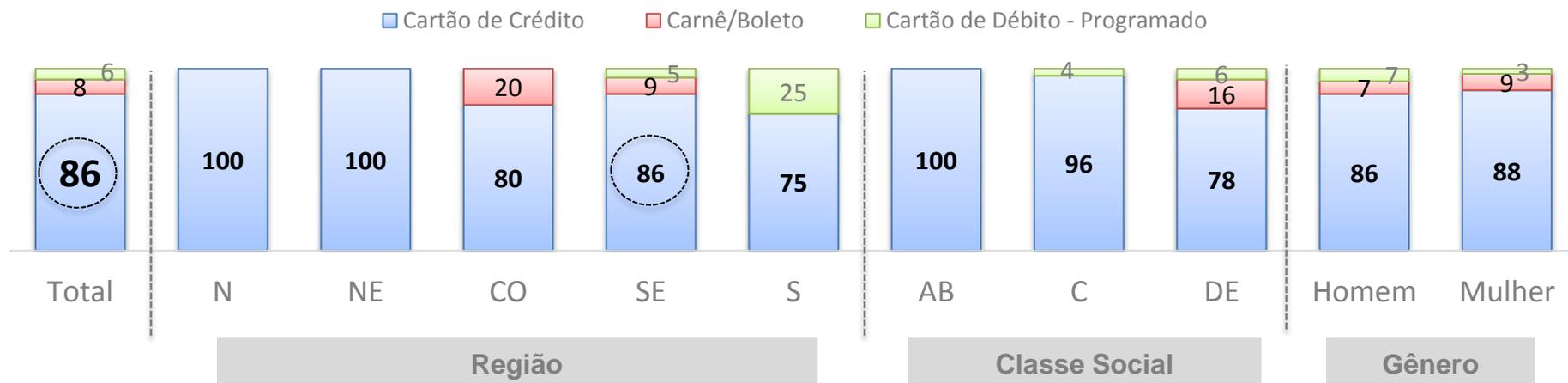


- 17% dos consumidores irão pagar à prazo as compras de Páscoa.
- De modo geral, 86% irão parcelar as compras com cartão de crédito, 8% carnê ou boleto e 6% fará uso da função débito programado.
- 86% dos consumidores na região Sudeste farão uso do cartão de crédito.

Forma como pretende pagar a compra dos chocolates: (%)



PAGAMENTO PARCELADO – Meio de pagamento pretendido: (%)

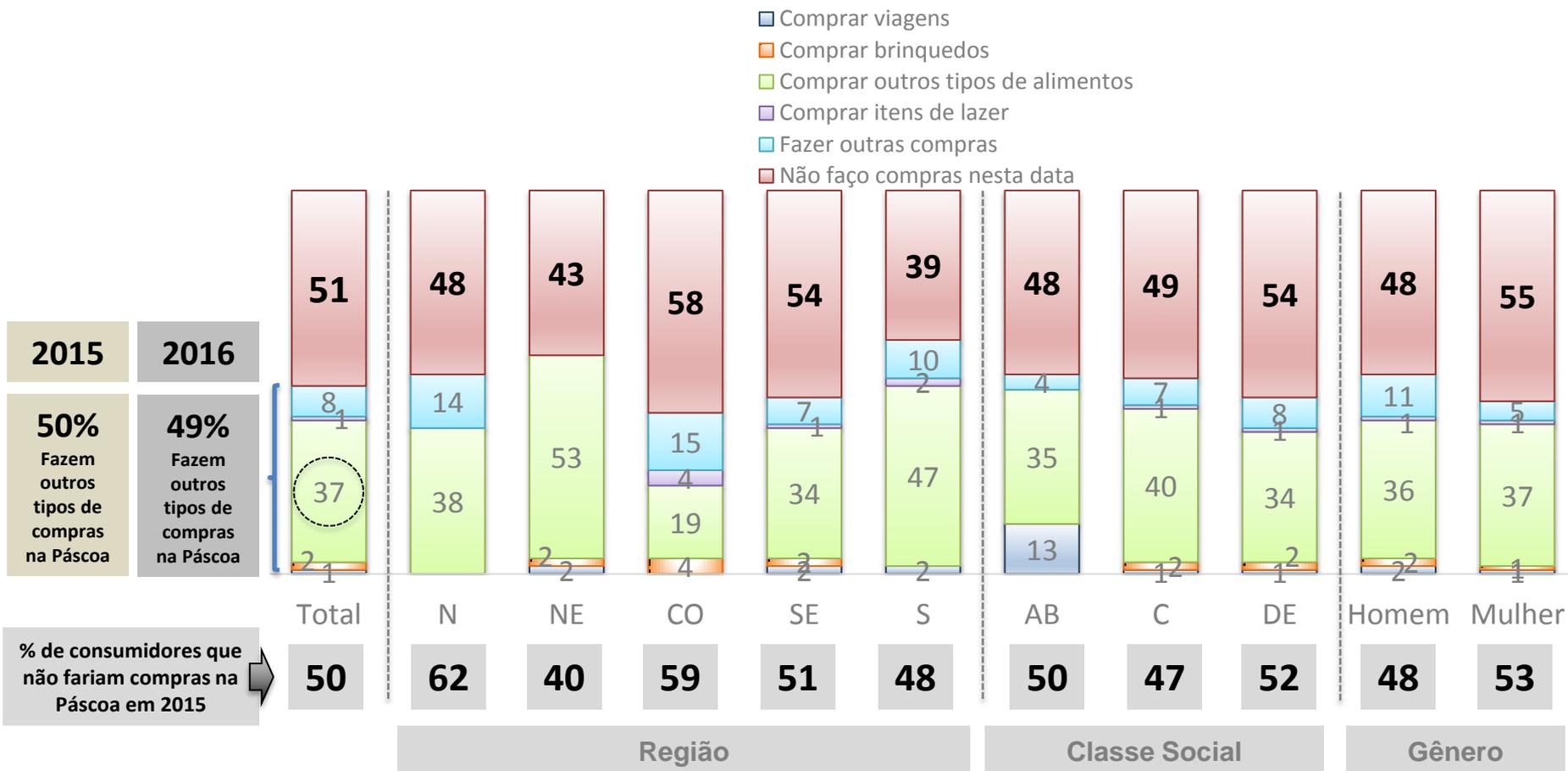


HÁBITOS DE CONSUMO

(Para aqueles que pretendem comprar outros itens, além de chocolates)

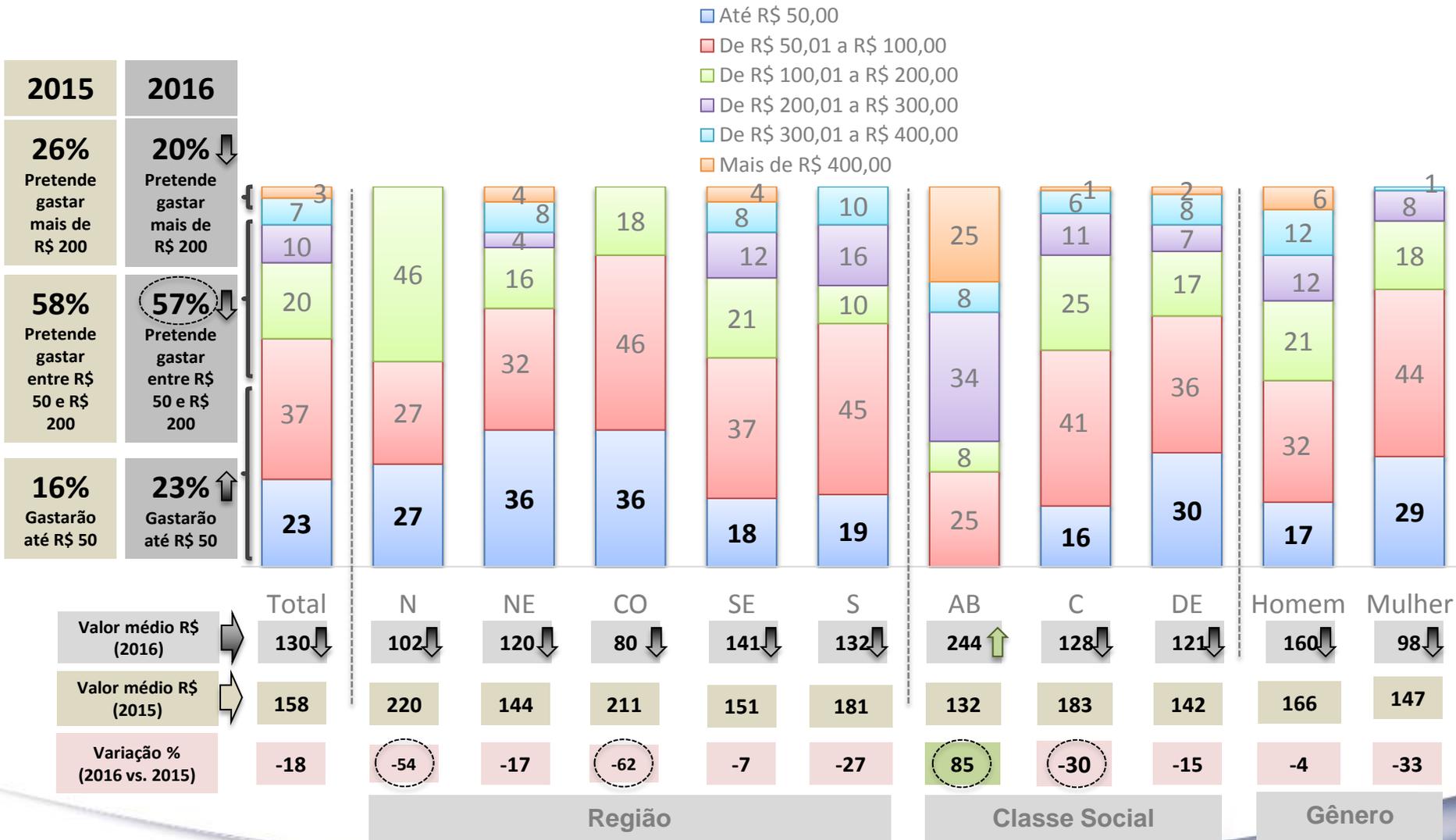
- Além do chocolate, 49% dos consumidores pretendem comprar outros itens nesta Páscoa.
- Compras de outros tipos de alimentos (37%), com maior destaque na região Sul (47%);
- Fazer outras compras (8%), com maior destaque no Centro-oeste (15%);
- Outros 12% pretendem comprar viagens, brinquedos e ou outro tipo de lazer.
- Por outro lado, 51% dos consumidores no geral, não farão compras de outros produtos, além do chocolate, neste data.

Na Páscoa, exceto itens relacionados a chocolates, você costuma: (%)



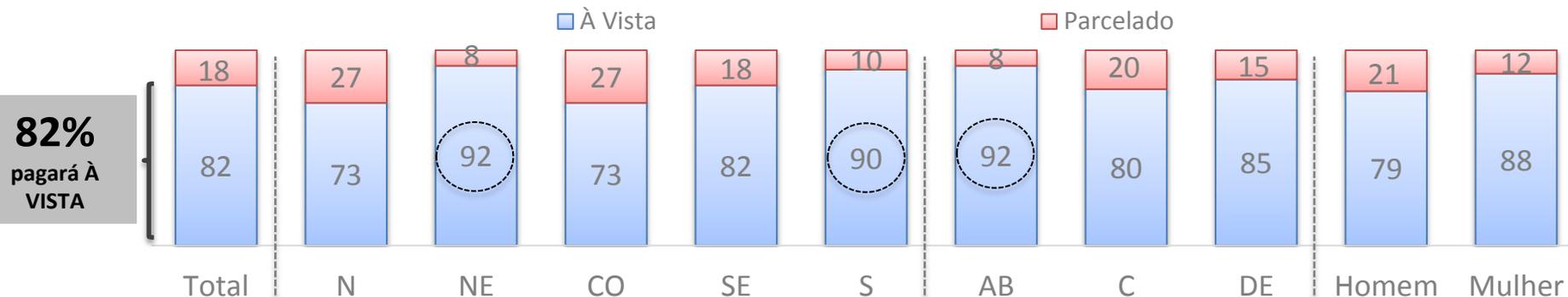
- O gasto médio será de R\$ 130 com a compra de outros itens, exceto chocolates nesta Páscoa.
- De modo geral, 57% dos consumidores pretende gastar valores entre R\$ 50 a R\$ 200.
- 23% gastarão até R\$ 50, um crescimento de 7p.p em comparação ao ano anterior e, outros 20% dos consumidores pretendem gastar mais que R\$ 200 com a compra destes outros itens.

Faixa de valor que pretende gastar com a compra de outros itens: (%)



- 82% dos consumidores irão pagar à vista as compras de outros itens, exceto chocolates, pretendidas nesta Páscoa. Este percentual é maior nas regiões NE (92%) e S (90%). No Sudeste, 82% pretende pagar a compra destes itens à vista.
- 18% irá parcelar a compra: 31% em até 2X, 44% em até 3X e 25% em 4 ou mais vezes.

Forma como pretende pagar a compra de outros itens (exceto chocolates): (%)



SOMENTE PARCELADO - Quantas vezes pretende pagar a compra de outros itens: (%)



Relações com a Imprensa

Tamer Comunicação Empresarial

Liliana Liberato

(11) 3031-2388 ramal 236

liliana@tamer.com.br

Theo Carnier

(11) 3031-2388 ramal 224

theo@tamer.com.br

Boa Vista SCPC

Leandro Jordão

(11) 3016-6310

leandro.jordao@boavistaspc.com.br