

PESQUISA DE INTENÇÃO DE COMPRA E CONFIANÇA DO CONSUMIDOR

RELATÓRIO MENSAL DA PESQUISA DE INTENÇÃO DE COMPRA E CONFIANÇA DO CONSUMIDOR DE MANAUS, ANO 2019 - N° 06

Consumidor espera gastar em média R\$ 140,00 com o presente do dia dos namorados

DESTAQUES

- 🌐 A economia amazonense para os próximos seis meses estará um pouco ou muito pior do que a atual na opinião de 51,0% dos consumidores entrevistados (pag. 3).
- 🌐 65,2% dos consumidores relataram que a situação financeira familiar atual quando comparada há seis meses permanece inalterada (pag. 3).
- 🌐 Para 89,0% dos consumidores, conseguir um novo emprego continua um pouco ou muito mais difícil quando comparado ao mesmo período do ano passado (pag. 4).
- 🌐 Para 82,2% dos consumidores entrevistados os preços dos produtos para o próximo mês estarão mais altos quando comparados em relação ao mês atual (pag. 5).
- 🌐 Percentual de consumidores que relataram ter sofrido com assaltos durante o mês de março deste ano foi de 36,0% (pag. 7).

FECOMERCIO / IFPEAM

Telefones: (92) 3234-5222 Fax: (92) 3233-2629

Home Page: www.fecomercio-am.org.br

Emails: fecomercio-am@fecomercio-am.org.br

ifpeam@fecomercio-am.org.br

Rua: São Luís, 555 – Adrianópolis.

Manaus - Amazonas

DIRETORIA

ADERSON SANTOS DA FROTA

**PRESIDENTE EM EXERCÍCIO DO SISTEMA FEDERAÇÃO DO
COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DO
AMAZONAS - FECOMÉRCIO-AM**

ADRIANA SILVA DO NASCIMENTO SALES

**DIRETORA REGIONAL INTERINA DO SERVIÇO SOCIAL DO
COMÉRCIO - SESC**

SILVANA MARIA DE CARVALHO

**DIRETORA REGIONAL DO SERVIÇO NACIONAL DE
APRENDIZAGEM COMERCIAL - SENAC**

EQUIPE TÉCNICA

INSTITUTO FECOMÉRCIO DE PESQUISAS EMPRESARIAS DO AMAZONAS - IFPEAM

JOSÉ FERNANDO PEREIRA DA SILVA

ASSESSORIA ECONÔMICA

SIDNEY GÓES TAVARES

TÉCNICOS OPERACIONAIS

LEANDRO PERES LOUREIRO

TÉCNICOS OPERACIONAIS

FELICIEN GONÇALVES VÁSQUEZ

ESTATÍSTICO

APRESENTAÇÃO

O Instituto FECOMÉRCIO de Pesquisas Empresariais do Amazonas (IFPEAM) realizou no mês de maio a pesquisa de Intenção de Compra e Confiança do Consumidor para o mês de junho de 2019 na Cidade de Manaus, que tem por objetivo identificar o sentimento dos consumidores, levando em consideração suas condições econômicas atuais e suas expectativas quanto à situação futura da economia local.

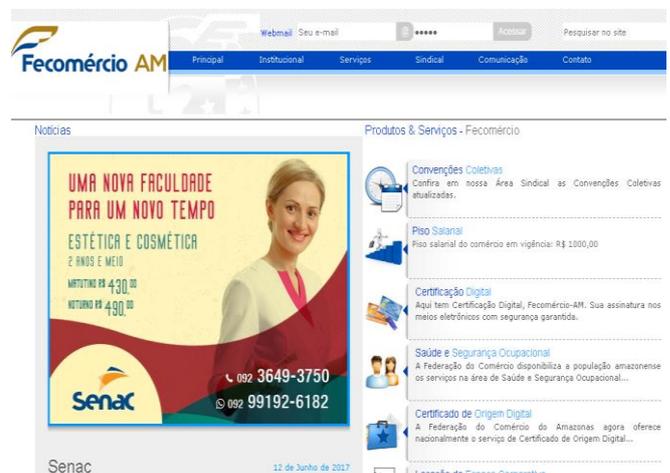
As informações obtidas são particularmente importantes para as empresas do comércio varejista, pois servem como balizador para tomada de decisões de investimentos e planejamento de compras.

A pesquisa foi realizada por zonas e seus respectivos bairros em Manaus junto a 400 consumidores. A amostra foi aleatória, o que permite que todos os consumidores tenham a mesma probabilidade, diferente de zero de participar da amostra.

Além dessa pesquisa, você pode encontrar no portal da FECOMÉRCIO os relatórios das pesquisas de Comportamento do Turista na Cidade de Manaus e a Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista de Manaus.



PORTAL FECOMERCIO ACESSE:
www.fecomercio-am.org.br



The screenshot shows the homepage of the Fecomércio AM website. At the top, there is a navigation bar with links for 'Webmail', 'Seu e-mail', and 'Pesquisar no site'. Below this, there are tabs for 'Principal', 'Institucional', 'Serviços', 'Sindical', 'Comunicação', and 'Contato'. The main content area features a large banner for 'Senac' with the text 'UMA NOVA FACULDADE PARA UM NOVO TEMPO ESTÉTICA E COSMÉTICA' and '2 ANOS E MEIO'. To the right of the banner, there is a sidebar with several service announcements, including 'Convenções Coletivas', 'Piso Salarial', 'Certificação Digital', 'Saúde e Segurança Ocupacional', and 'Certificado de Origem Digital'. The footer of the page includes the 'Senac' logo and the date '12 de Junho de 2017'.

RESULTADOS

Tabela 2

1 PERFIL DO CONSUMIDOR

A pesquisa da Intenção de Compra e do Índice de Confiança do Consumidor, referente ao mês de junho deste ano, demonstrou que 30,0% dos 400 consumidores entrevistados relataram receber renda familiar mensal de até um salário mínimo (R\$ 998,00), sendo que a maioria (52,8%) relatou receber renda entre mais de um a dois salários mínimos (R\$ 999,00 a R\$ 1.996,00). Observou-se ainda que 0,5% dos entrevistados declararam receber renda mensal acima de quatro salários mínimos (R\$ 3.992,00), conforme tabela 1.

Tabela 1

Percentual segundo a renda familiar mensal em relação ao sexo, Manaus – AM

RENDA FAMILIAR MENSAL (R\$)	SEXO					
	FEMININO		MASCULINO		TOTAL	
	n	%	n	%	n	%
Até 998,00	64	30,3	56	29,6	120	30,0
De 999,00 a 1.996,00	110	52,1	101	53,4	211	52,8
De 1.997,00 a 3.992,00	35	16,6	32	16,9	67	16,8
Acima de 3.992,00	2	0,9	0	0,0	2	0,5
TOTAL	211	52,8	189	47,2	400	100,0

Em relação à ocupação principal, a maioria dos entrevistados era assalariado com carteira assinada (48,3%), seguidos dos funcionários públicos (16,5%), autônomos (14,0%), estudantes (3,5%), aposentados ou pensionistas (3,3%), assalariados sem carteira assinada (0,8%) e profissionais liberais (0,8%). Observou-se ainda que 13,0% encontravam-se desempregados no momento da pesquisa (Tabela 2).

Percentual dos entrevistados por ocupação em relação ao sexo, Manaus – AM

OCUPAÇÃO PRINCIPAL	SEXO					
	FEMININO		MASCULINO		TOTAL	
	n	%	n	%	n	%
ASSALARIADO C/CTPS ASSINADA	99	46,9	94	49,7	193	48,3
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	34	16,1	32	16,9	66	16,5
AUTONOMO	30	14,2	26	13,8	56	14,0
ESTUDANTE	10	4,7	4	2,1	14	3,5
APOSENTADO/PENSIONISTA	5	2,4	8	4,2	13	3,3
ASSALARIADO S/CTPS ASSINADA	1	0,5	2	0,0	3	0,8
PROFISSIONAL LIBERAL	3	1,4	0	0,0	3	0,8
DESEMPREGADO	29	13,7	23	12,2	52	13,0
TOTAL	211	52,8	189	47,2	400	100,0

2 ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR

Na Pesquisa de Intenção de Compra e do Índice de Confiança do Consumidor, é avaliada a situação econômica na Cidade de Manaus, a partir da percepção individual dos entrevistados e de suas impressões sobre a economia local.

Na análise dos dados, observou-se que a maioria dos consumidores entrevistados relatou que a situação econômica atual, quando comparada a junho de 2018 encontra-se um pouco ou muito pior (75,5%). Observou-se ainda que 11,0% consideraram estar melhor que o observado no mesmo período do ano passado e que 1,8% relataram permanecer igual (Gráfico 1).

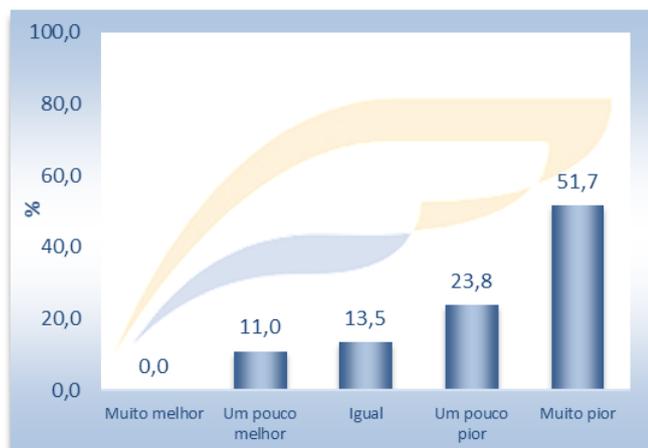


Gráfico 1. Percentual segundo a percepção do consumidor quanto à situação econômica: junho de 2019 x junho de 2018.

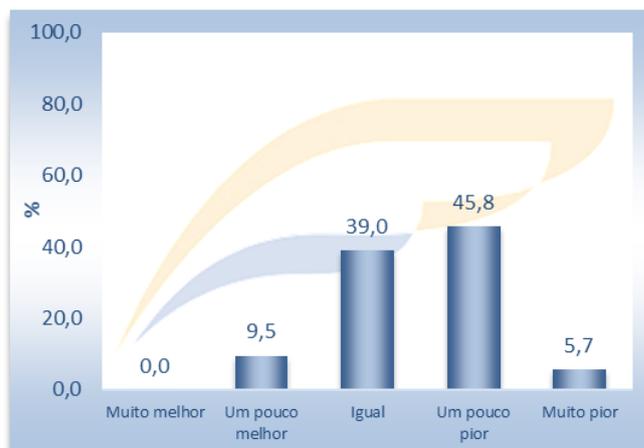


Gráfico 2. Percentual segundo a percepção do consumidor quanto à situação econômica: junho de 2019 x próximos seis meses.

2.1 EXPECTATIVA ECONÔMICA E FINANCEIRA DO CONSUMIDOR

Quanto à expectativa econômica do consumidor, observou-se que 51,0% acreditam que a economia do Amazonas para os próximos seis meses estará um pouco ou muito pior, por outro lado, constatou-se que 9,5% dos entrevistados consideraram que estará melhor e 39,0% que permanecerá inalterada (Gráfico2).

Em relação à situação financeira familiar, constatou-se que 43,7% dos consumidores entrevistados responderam que a mesma está um pouco ou muito pior quando comparada ao mês anterior, sendo que para 8,5% está um pouco ou muito melhor, por outro lado, 47,8% dos entrevistados consideram que permanece inalterada (Gráfico 3).

Ainda em relação à situação financeira da família, observou-se que 65,2% dos consumidores relataram que a situação atual, comparada há seis meses, permanece igual, sendo que 13,5% consideraram que melhorou, enquanto 21,3% piorou, (Gráfico 4).

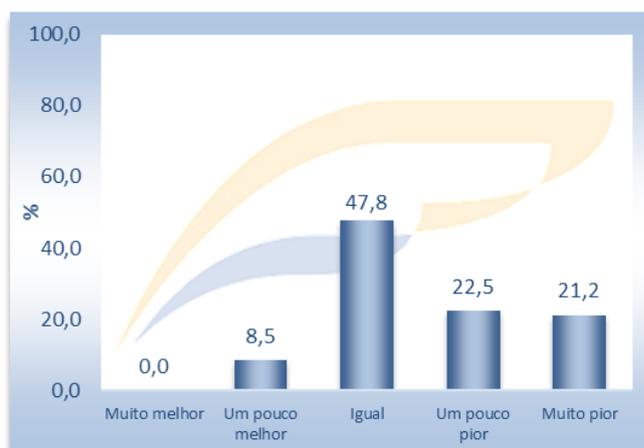


Gráfico 3. Percentual segundo a percepção do consumidor quanto à situação financeira familiar: junho de 2019 x maio de 2019.

Quanto à expectativa do consumidor em relação à situação financeira da família para o próximo mês, mostrou que os consumidores estão pouco otimistas, pois 61,5% acreditam que a situação permanecerá inalterada, enquanto que 13,5% consideram que a situação estará um pouco ou muito pior. Já os que acreditam que estará um pouco ou muito melhor foi 25,0% (Gráfico 5).

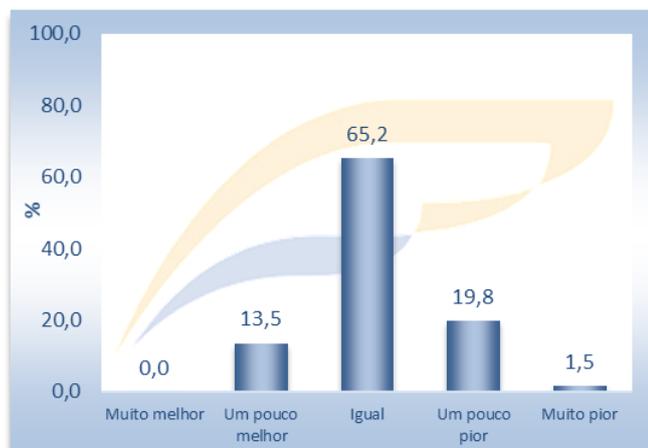


Gráfico 4. Percentual segundo a percepção do consumidor quanto à situação financeira familiar: junho de 2019 x seis meses atrás.

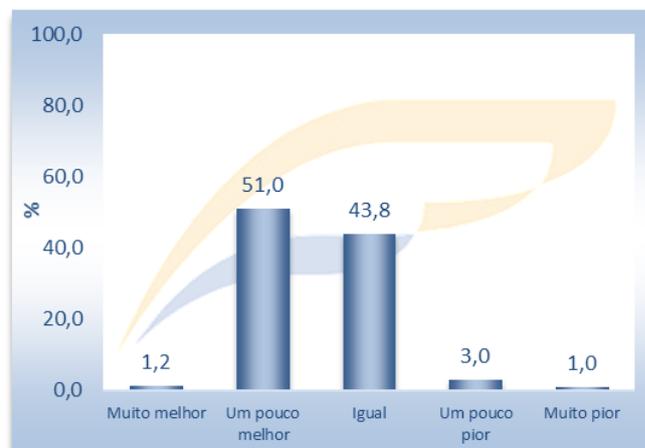


Gráfico 6. Percentual segundo a percepção do consumidor quanto à situação financeira familiar: junho de 2019 x próximo seis meses.

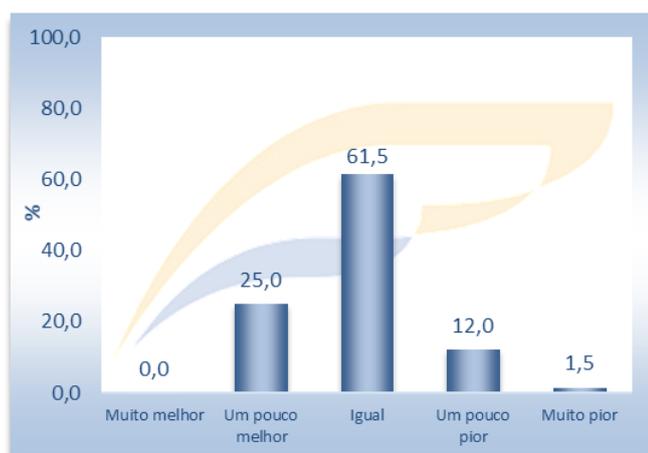


Gráfico 5. Percentual segundo a percepção do consumidor quanto à situação financeira familiar: junho de 2019 x maio de 2019.

Quando indagados a respeito da expectativa quanto à situação financeira familiar para daqui a seis meses, a situação é um pouco mais animadora, pois 52,2% dos entrevistados acreditam que estará um pouco ou muito melhor, enquanto 43,8% indagaram que permanecerá igual. Observou-se ainda que 4,0% dos entrevistados acreditam que a situação estará um pouco ou muito pior que a atual (Gráfico 6).

2.2 PERCEÇÃO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO À EMPREGABILIDADE

Em relação à oportunidade de emprego em Manaus, comparada ao mesmo período do ano passado, constatou-se que 89,0% dos entrevistados relataram estar um pouco ou muito mais difícil conseguir um emprego, no entanto, apesar do grande pessimismo, observou-se que 5,0% dos entrevistados acreditam que conseguir um novo emprego permanece um pouco ou muito mais fácil. Já na opinião de 6,0% dos consumidores entrevistados as chances de recolocar-se no mercado de trabalho permanecem inalteradas (Gráfico 7).

Quando indagados sobre as oportunidades de emprego para os próximos três meses, os consumidores continuam pessimistas, pois 79,1% acreditam que as chances de arranjar um novo emprego estarão um pouco ou muito mais difíceis quando comparadas em relação a situação atual, por outro lado, na opinião de apenas 2,7% será um pouco mais fácil. Já para 18,2% a situação permanecerá inalterada (Gráfico 8).

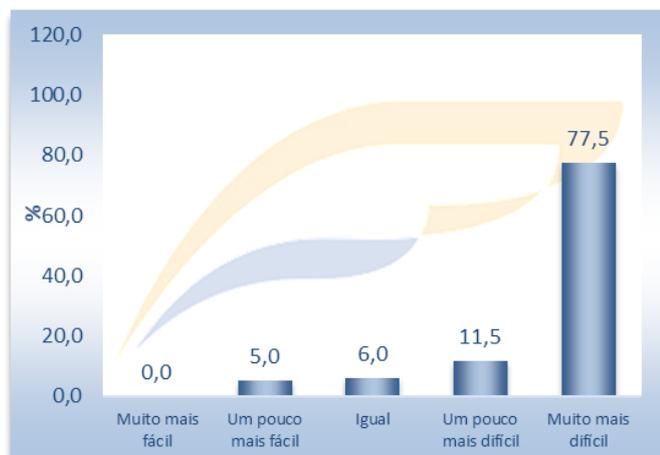


Gráfico 7. Percentual segundo a percepção do consumidor quanto à empregabilidade: junho de 2019 x junho de 2018.

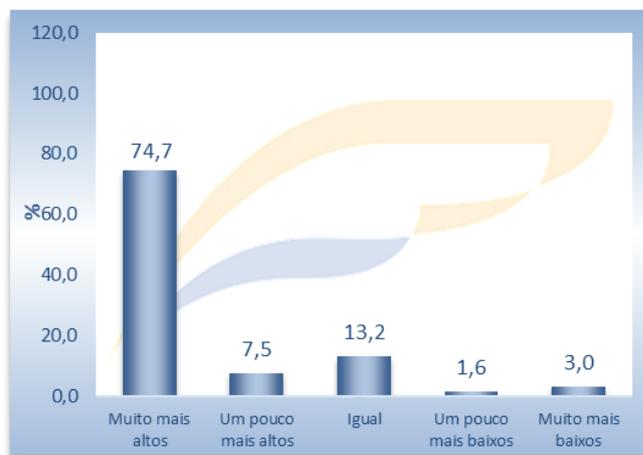


Gráfico 9. Percentual segundo a percepção do consumidor quanto aos preços: junho de 2019 x julho de 2019.

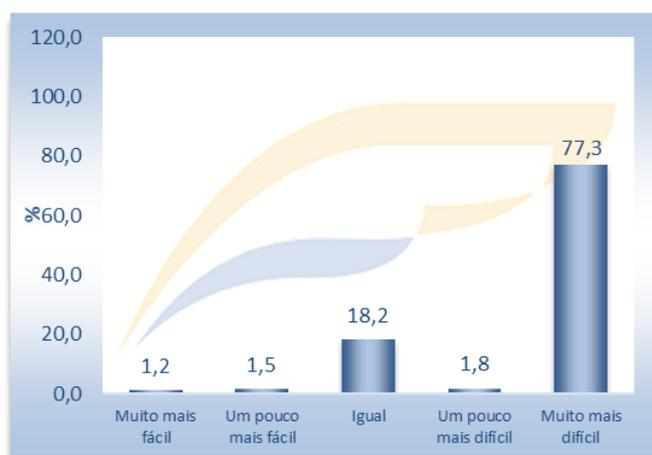


Gráfico 8. Percentual segundo a percepção do consumidor quanto à empregabilidade: junho de 2019 x próximos três meses.

2.2 PERCEÇÃO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO AOS PREÇOS DOS PRODUTOS

Quanto aos preços praticados no comércio varejista, observou-se que 82,2% dos consumidores entrevistados acreditam que para o próximo mês estarão um pouco ou muito mais altos (Gráfico 9).

3 INTENÇÃO DE COMPRA

Apesar dos níveis baixos, os consumidores continuam com suas intenções de compra para os bens de consumo de natureza pessoal. Com destaque para a compra de vestuário (6,5%), calçados (4,8%), veículos (3,0%), artigos desportivos (2,5%), celular (2,0%), relojoaria (1,3%), material de construção (1,0%), informática (0,5%), tecidos (0,5%), (Gráfico 10).

Além dos itens indicados anteriormente, foi indagado ao consumidor se o mesmo pretende comprar algo específico para o dia dos namorados, onde 89,0% (356/400) responderam afirmativamente, sendo que destes, mais da metade (75,8%) ainda não sabe o que comprar. Já os que decidiram o presente, constatou-se que maioria pretende comprar chocolate (5,3%), (Gráfico 11).

Quando indagados em relação a quanto os consumidores pretendem gastar com o presente do dia dos namorados, constatou-se que 51,4% relataram gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00, com valor mediano de R\$ 140,00 (Tabela 3).



Gráfico 10. Percentual segundo a intenção de compra do consumidor por seguimento.

Obs.: os percentuais não somam 100%, pois o entrevistado pode indicar mais de um segmento.

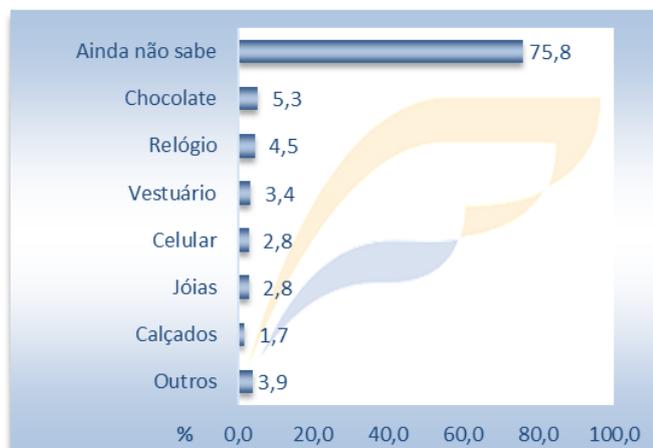


Gráfico 11. Percentual segundo a intenção de compra do consumidor para o dia dos namorados.

Obs.: os percentuais não somam 100%, pois o entrevistado pode indicar mais de um segmento.

Quanto ao local onde os consumidores costumam fazer suas compras, constatou-se que a preferência da maioria dos entrevistados utiliza o comércio local (34,5%), seguido do centro da cidade e *shoppings*, ambos com percentual de 32,8% (Gráfico 12).

Tabela 3

Distribuição segundo a expectativa de gasto para o dia dos namorados em relação ao gênero, Manaus – AM

EXPECTATIVA DE GASTOS PARA O DIA DOS NAMORADOS (R\$)	SEXO				TOTAL	
	FEMININO		MASCULINO		n	%
Até 50,00	17	9,1	13	7,6	30	8,4
De 51,00 a 100,00	40	21,5	43	25,3	83	23,3
De 101,00 a 200,00	102	54,8	81	47,6	183	51,4
De 201,00 a 300,00	21	11,3	22	12,9	43	12,1
De 301,00 a 400,00	2	1,1	4	2,4	6	1,7
De 401,00 a 500,00	1	0,5	0	0,0	1	0,3
De 501,00 a 600,00	0	0,0	0	0,0	0	0,0
De 601,00 a 700,00	0	0,0	0	0,0	0	0,0
De 701,00 a 800,00	0	0,0	0	0,0	0	0,0
De 801,00 a 900,00	1	0,5	2	1,2	3	0,8
De 901,00 a 1000,00	2	1,1	5	2,9	7	2,0
TOTAL	186	52,2	170	47,8	356	100,0

Os consumidores foram indagados sobre quais os fatores que influenciam na escolha do local onde costumam fazer suas compras, onde a maioria apontou os preços (48,3%), seguidos da variedade de produtos (44,8%), promoções (44,5%), localização (35,0%), segurança (27,0%), climatização (14,8%), variedade de lojas (13,0%) e estacionamento, com percentual de 9,3 (Gráfico 13).

Na análise dos dados observou-se que metade dos consumidores utilizaram a modalidade cartão de crédito como principal forma de pagamento, sendo que a outra metade respondeu utilizar dinheiro ou débito automático (Gráfico 14).

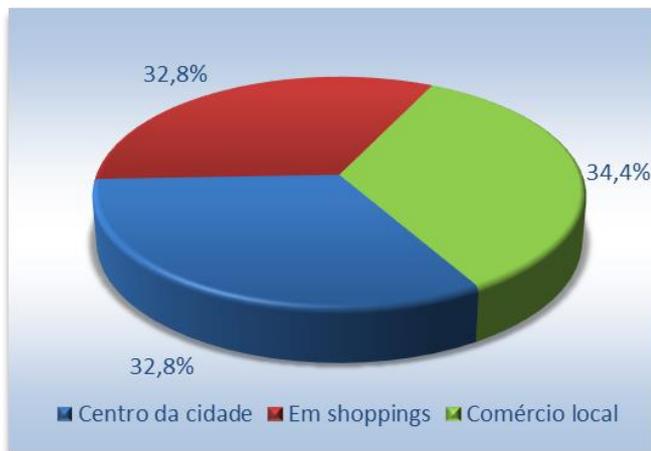


Gráfico 12. Percentual segundo o local onde os consumidores costumam fazer compras.



Gráfico 13. Percentual segundo os critérios que o consumidor leva em conta no momento da compra.

Obs.: os percentuais não somam 100%, pois o entrevistado pode indicar mais de um segmento.

Conforme a Tabela 4, para os entrevistados que costumam realizar suas compras no centro da cidade, a maioria leva em consideração os preços (82,4%), variedade de produtos (79,4%) e promoções (77,9%). Já a localização foi o fator mais frequente que levou os consumidores a fazerem suas compras no comércio local (89,9%). Quem costuma realizar suas compras em *shoppings* leva em consideração principalmente a

segurança (77,9%), os preços (61,8%), as promoções (58,0%), a variedade de produtos (54,2%) e a climatização (42,7%).

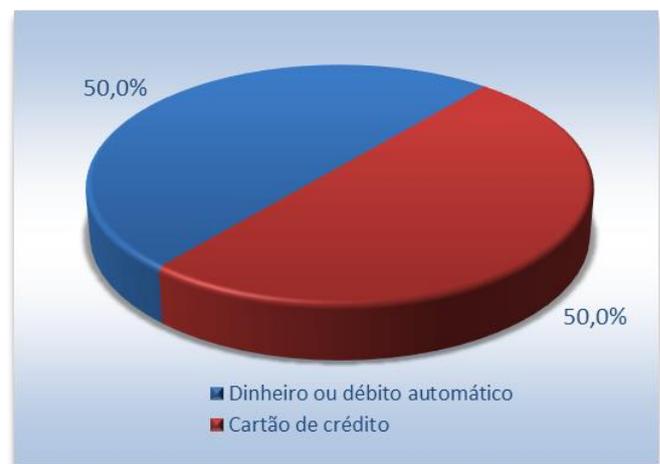


Gráfico 14. Percentual segundo as modalidades utilizadas para o pagamento das compras.

Tabela 4

Percentual segundo o local de compras e o fator de escolha do local, Manaus – AM

MOTIVO	LOCAL DE COMPRA		
	Shopping	Centro	Comércio Local
Preços	61,8	82,4	2,9
Variedade de produtos	54,2	79,4	2,9
Promoção	58,0	77,9	2,9
Localização	6,1	6,1	89,9
Segurança	77,9	3,8	0,7
Climatização	42,7	2,3	0,0
Variedade de lojas	15,3	16,8	7,2
Estacionamento	5,3	2,3	0,0
Outros	2,3	13,0	0,0

Foi solicitado para os entrevistados responderem se sofreram assaltos durante o mês de abril de 2019, onde 36,0% (144/400) respondeu afirmativamente (Gráfico 15), no entanto, contatou-se que apenas 2,8% registrou o ocorrido as autoridades competentes.



Gráfico 15. Percentual segundo os consumidores que sofreram assaltos durante o mês de abril de 2019.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na análise do desempenho dos principais indicadores da pesquisa de Intenção de Compra e Confiança do Consumidor da Cidade de Manaus, verificamos que as oscilações ocorridas na situação financeira familiar e na empregabilidade, têm influenciado diretamente no consumo das famílias e na situação econômica da cidade de Manaus.

Na análise da situação atual em que se encontra a economia amazonense, observou-se que a grande maioria dos entrevistados relatou que permanece um pouco ou muito pior, quando comparada em relação ao mesmo período do ano passado (75,5%). Constatando-se que os consumidores amazonenses ainda estão céticos em relação a recuperação da economia.

Em relação à situação econômica para os próximos seis meses as expectativas também não são muito boas, pois a maioria dos entrevistados relatou que a situação estará pior (51,5%).

Na análise da situação financeira familiar, observou-se que 65,2% dos entrevistados relatou que não mudou quando comparada em relação a seis meses atrás, no entanto, constatou-se que 21,3% dos consumidores consideram que a situação atual está um pouco ou muito pior.

Em relação à empregabilidade, o índice deste mês revelou que 89,0% dos entrevistados acreditam que as chances de conseguir um novo emprego está um pouco ou muito pior que o observado no mesmo período do ano passado. Para os próximos três meses a situação também não é nada animadora, pois 79,1% dos consumidores entrevistados acreditam que as chances de arranjar um novo emprego estarão um pouco ou muito mais difíceis que a situação atual.

Observou-se que a maioria dos consumidores preferem realizar suas compras no comércio local (34,5%), levando em consideração principalmente a proximidade em relação a residência. Em seguida aparecem os consumidores que preferem realizar suas compras no centro da cidade (32,8%), levando em consideração principalmente os preços, variedade de produtos e promoções. Os consumidores que preferem os *shoppings* como local de compras também representaram 32,8% do total, esse público leva consideração principalmente a segurança, preços, promoções, variedade de produtos e climatização.

Na análise dos dados observou-se ainda que 82,2% dos entrevistados relataram que os preços praticados no comércio varejista de Manaus para o próximo mês continuarão altos.

Em relação à forma de pagamento constatou-se que metade paga em dinheiro ou débito automático e a outra metade por meio de cartão de crédito.

Em relação as compras para o dia dos namorados, observou-se que mais da metade ainda não definiu o que vai comprar, no entanto, quem já decidiu pelo presente, vai optar na sua maioria por chocolate, relógio, vestuário e celular. Quando indagados em relação a quanto pretendem gastar, o valor mediano ficou em R\$ 140,00.

Na análise dos dados, observou-se que 36,0% dos consumidores entrevistados relataram ter sofrido assaltos durante o mês de abril de 2019, no entanto, constatou-se que apenas 2,8% relatou o ocorrido as autoridades competentes.

Na avaliação do desempenho por segmento, verificamos oscilações em todos os ramos no decorrer do período estudado, tal avaliação é essencial para verificarmos quais os setores sofreram maior impacto devido às transformações econômicas ocorridas e mudanças nos hábitos de consumo ocasionados pelo trinômio oferta versus demanda, versus necessidade de consumo neste período.

O maior conhecimento dos hábitos de consumo das famílias amazonenses e o uso adequado das informações relativas ao padrão de consumo colocam as empresas de varejo em uma posição privilegiada em relação aos fornecedores. Este poder, inclusive, vem sendo explorado pelo varejo, por exemplo, através de importação de produtos e do lançamento de marcas próprias, cujas vendas já estão crescendo no Brasil, embora ainda representem uma pequena parcela.

O acesso a informações sobre a intenção de compra e confiança do consumidor da Cidade de

Manaus para as empresas dos segmentos do varejo oferece a possibilidade às empresas em se preparar para uma nova realidade de maior concorrência adotando uma estratégia na qual os distribuidores e os fornecedores trabalhem em conjunto no sentido de proporcionar melhor oferta de produtos aos consumidores.

Além dessas forças de ambiente externo, as empresas do comércio varejista precisam focar o objeto central do negócio, isto é, o cliente. Isto implica que o processo de vendas das empresas precisa voltar-se também para as tendências de consumo, em termos de novas preferências, exigências ou necessidades dos compradores, especialmente nos tempos atuais em que se verifica um crescente volume de novos produtos, marcas e a ampliação da concorrência com a abertura do mercado brasileiro a empresas estrangeiras na área de varejo.

Atender às exigências, necessidades e expectativas dos consumidores tornou-se prioritário para adaptar o negócio às novas realidades do mercado, pois são clientes que decidem o que comprar e de quem comprar. Não é suficiente ter um bom produto ou serviço, é preciso fazer com que ele desperte interesse de consumo nas pessoas, e passe a fazer parte da sua motivação de compra no futuro. Esta é a condição para que as empresas do varejo sobrevivam em meio à grande concorrência.