



# Escolha do local de compras

Opinião do consumidor - 2018

Área de Estudos  
Econômicos

  
**Fecomércio MG**  
Sesc | Senac

## Escolha do local de compras

Planejar ações é essencial para o sucesso da empresa, principalmente diante do atual cenário de retomada do consumo. Para tomar decisões assertivas, torna-se necessário conhecer o perfil do consumidor e os fatores que influenciam na escolha do local de compras. Sendo assim, a área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realiza esta pesquisa com objetivo de conhecer a adesão dos consumidores aos estabelecimentos da cidade, o perfil desses consumidores e os fatores que influenciam suas decisões.



**O preço das mercadorias e a qualidade do atendimento são os itens que mais influenciam na escolha do local onde os consumidores realizarão suas compras**

As lojas de bairro/vizinhança ganharam espaço no último ano. Dos consumidores da cidade, 54,5% sempre compram no comércio local, percentual superior ao que comprava com frequência no ano passado (29,4%). Mesmo que às vezes, 84,7% frequentam lojas de bairro/vizinhança.

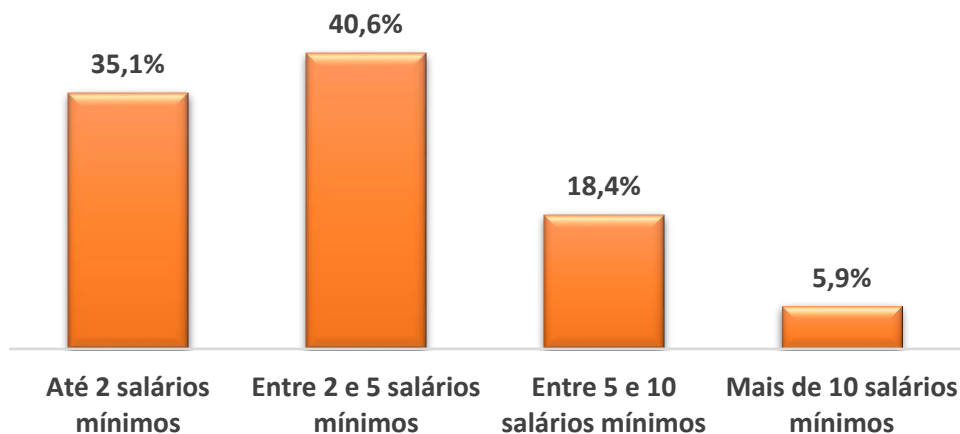
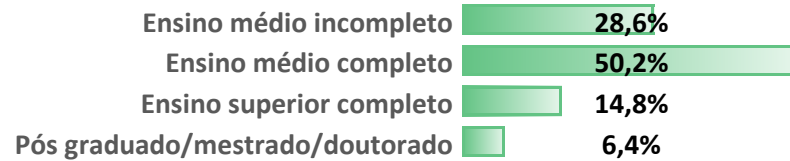
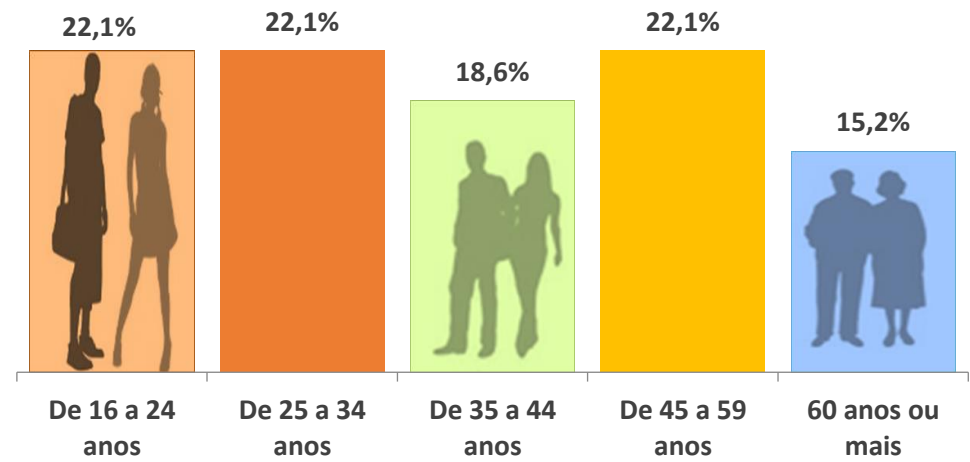
Na hora das compras, os *shoppings centers* são procurados por 60,3% dos consumidores e o hipercentro por 53,3%.

## Perfil dos consumidores

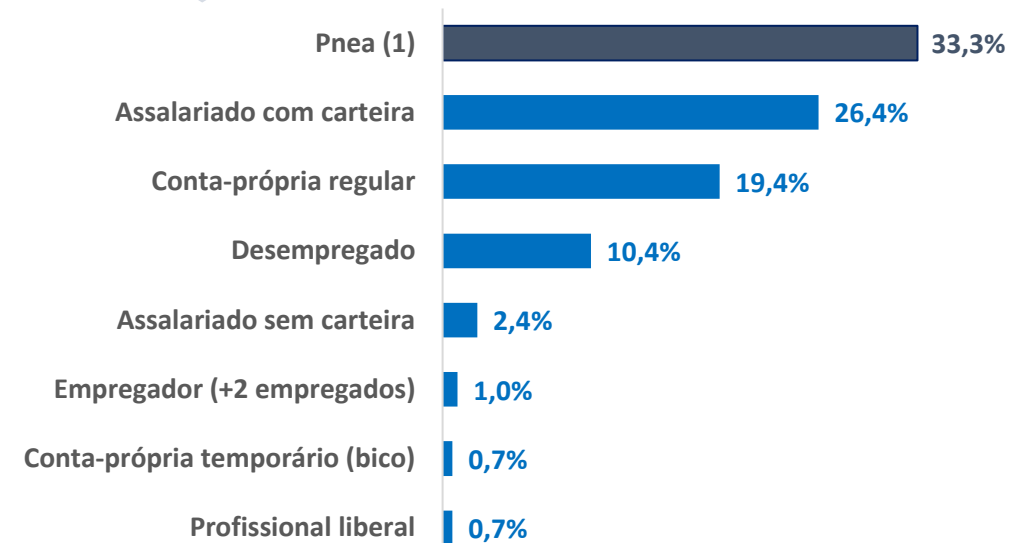
53,4%



46,6%



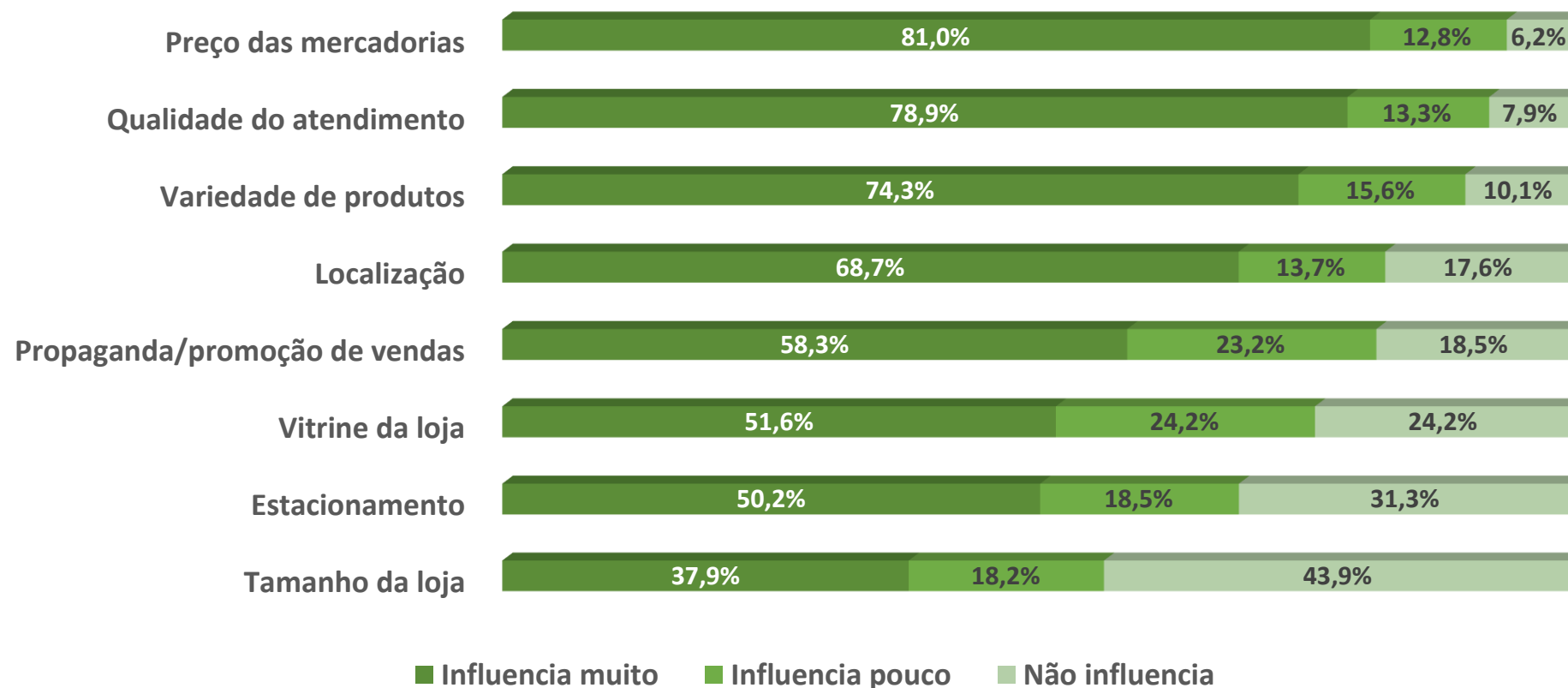
56,3% dos consumidores de Belo Horizonte realizam algum trabalho remunerado



(1) População não economicamente ativa inclui: donas de casa, estudantes, aposentados e pensionistas.

## Influência no local de compras

Os fatores abaixo influenciam a escolha do local de compras?

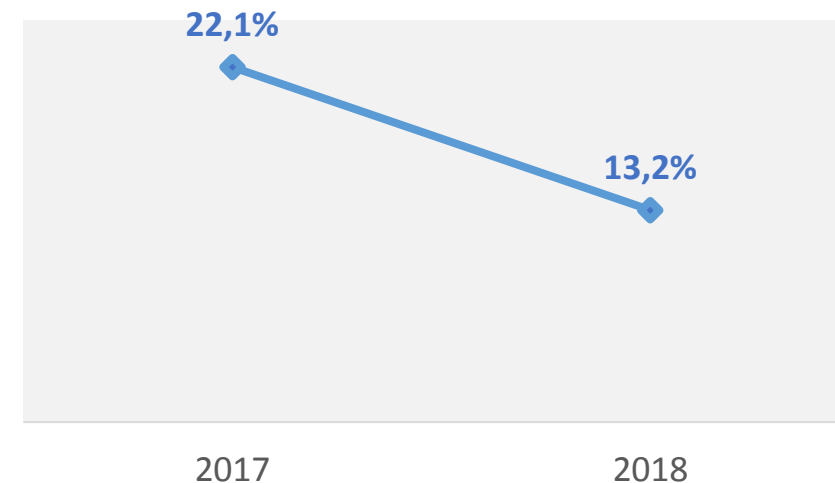
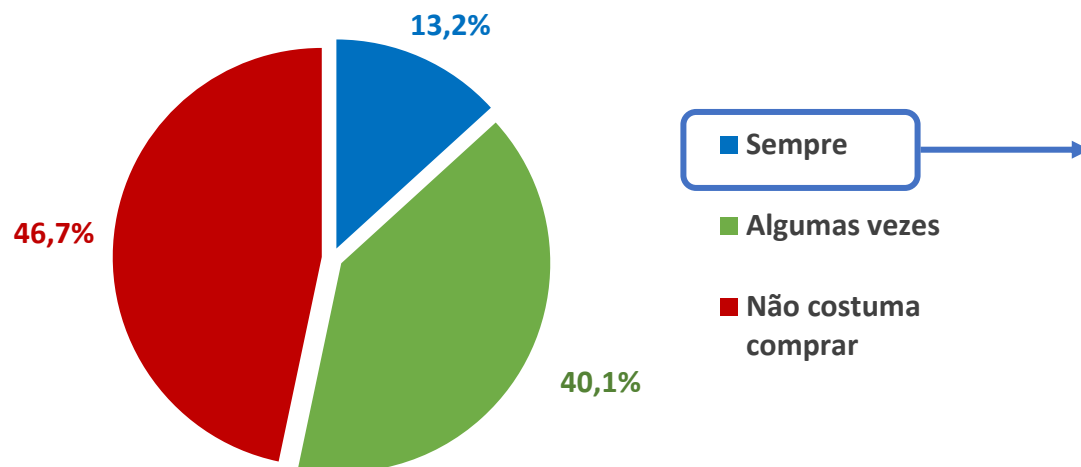


O questionário investigou a relevância de alguns fatores em relação à escolha pela loja onde comprar. O preço das mercadorias é o item de maior influência na determinação do local de compras, sendo que, para 81,0% dos consumidores, a influência é muito grande.

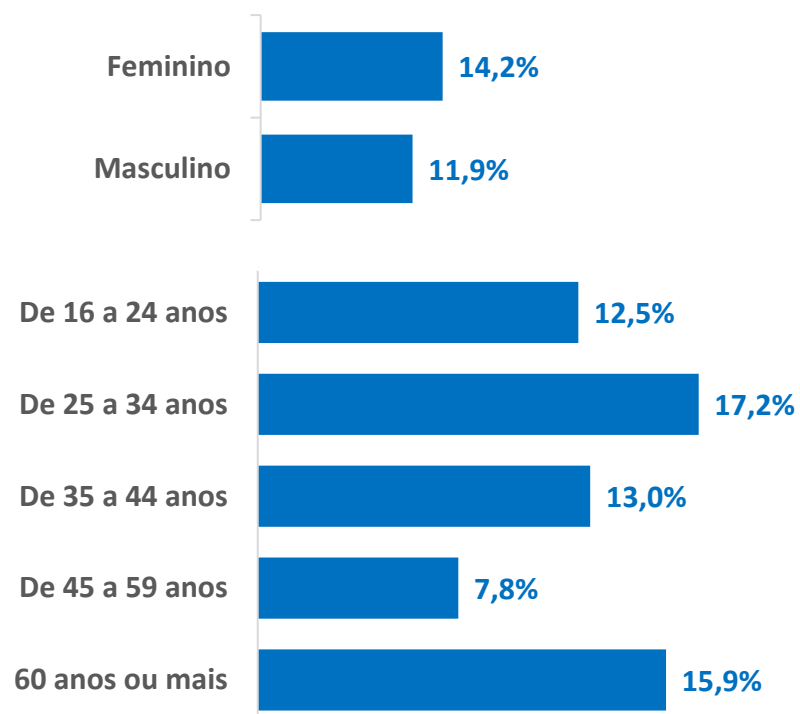
A qualidade do atendimento, a variedade de produtos, a localização e a adoção de propaganda/promoção de vendas também se destacaram como influenciadoras na escolha do local de compras. Nesse sentido, tais fatores exercem influência na opção de cerca de 80% dos consumidores.

## Compras no hipercentro

Com que frequência compra em lojas do hipercentro?



Quem compra com frequência<sup>(2)</sup>



Mais de 50% dos consumidores têm o costume, mesmo que às vezes, de comprar em lojas do hipercentro, sendo que 13,2% dos consumidores compram, com frequência, no comércio dessa região, percentual inferior à última avaliação, quando o local era opção para 22,1% dos entrevistados.

Entre as mulheres, 14,2% têm o costume de comprar, com frequência, em lojas do hipercentro. Já para os homens esse percentual é de 11,9%.

As faixas etárias entre 25 e 34 anos e 60 anos ou mais se destacam como as mais predispostas a realizar compras no hipercentro de Belo Horizonte. Nas duas categorias, mais de 15% dos consumidores sempre compram no local.

<sup>(2)</sup>Percentual de cada categoria que sempre faz compra no local.

## Compras no hipercentro

### Quais grupos de produtos e serviços mais consome em lojas do hipercentro?<sup>(3)</sup>



### Por que opta por comprar em lojas do hipercentro?<sup>(3)</sup>



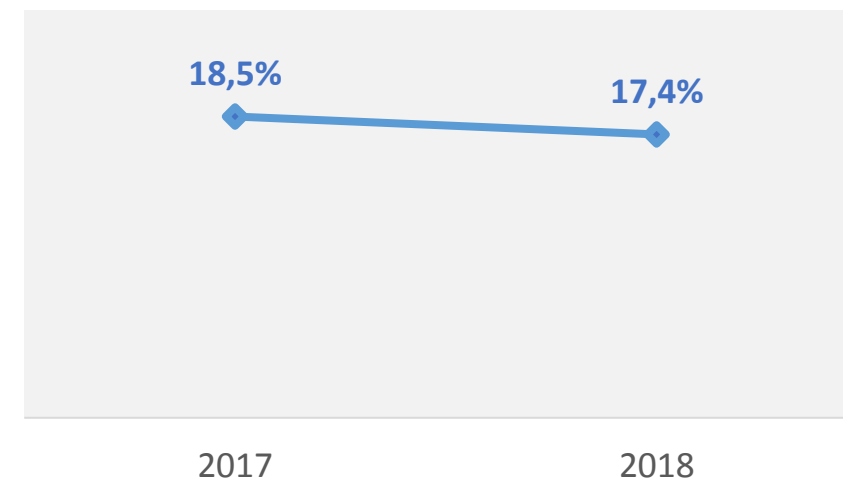
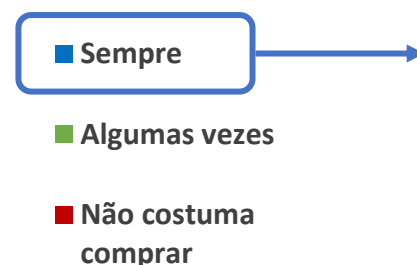
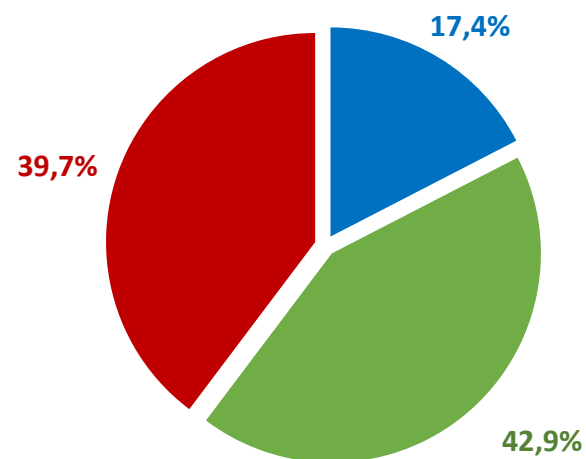
Entre os grupos de produtos mais consumidos nas lojas do hipercentro destacam-se: roupas, calçados e acessórios (57,5%); alimentação (31,4%); e eletrodomésticos (17,0%).

A maior variedade de produtos é o principal fator para a opção por lojas da região; 33,0% dos consumidores que compram no local apontaram essa característica como o motivo da escolha.

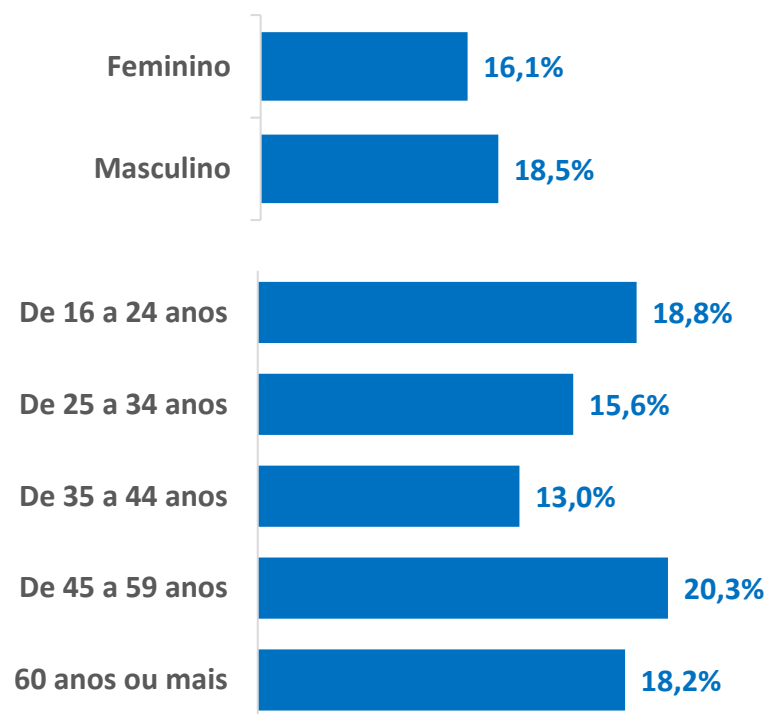
<sup>(3)</sup>Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

## Compras em lojas de *shopping*

### Com que frequência compra em lojas de *shopping* ?



### Quem compra com frequência<sup>(2)</sup>



Têm o costume de comprar em lojas de *shopping*, mesmo que às vezes, 60,3% dos consumidores. Aqueles que o fazem com maior frequência, somam 17,4%. Na última avaliação esse percentual foi de 18,5%.

Cerca de 16% das mulheres têm o costume de comprar com frequência em lojas de *shopping*, prática que ocorre para 18,5% dos consumidores do sexo masculino.

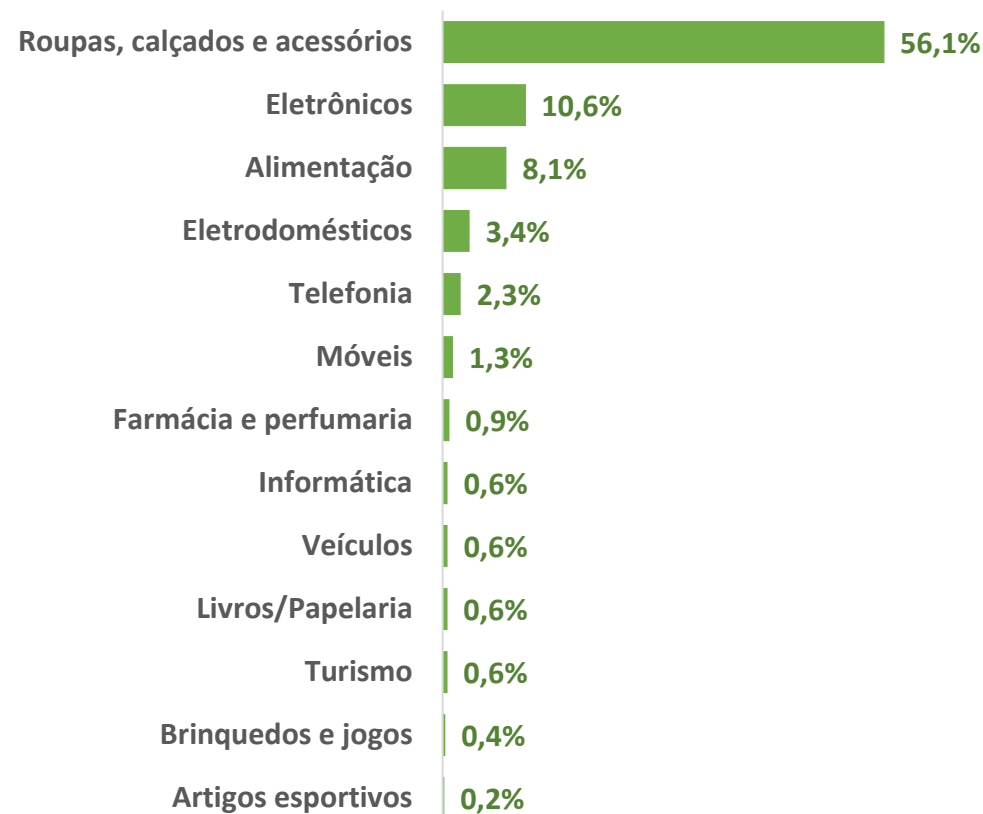
O grupo abaixo de 24 anos e acima de 45 anos se destacaram quanto à predisposição por compras em lojas de *shopping*. Nessas categorias, mais de 18% dos consumidores sempre compram no local.

<sup>(2)</sup> Percentual de cada categoria que sempre faz compra no local.



## Compras em lojas de *shopping*

### Quais grupos de produtos e serviços mais consome em lojas de *shopping* ?<sup>(3)</sup>



### Por que opta por comprar em lojas de *shopping* ?<sup>(3)</sup>



Entre os grupos de produtos mais consumidos nas lojas de *shopping* destacam-se: roupas, calçados e acessórios (56,1%), eletrônicos (10,6%) e alimentação (8,1%).

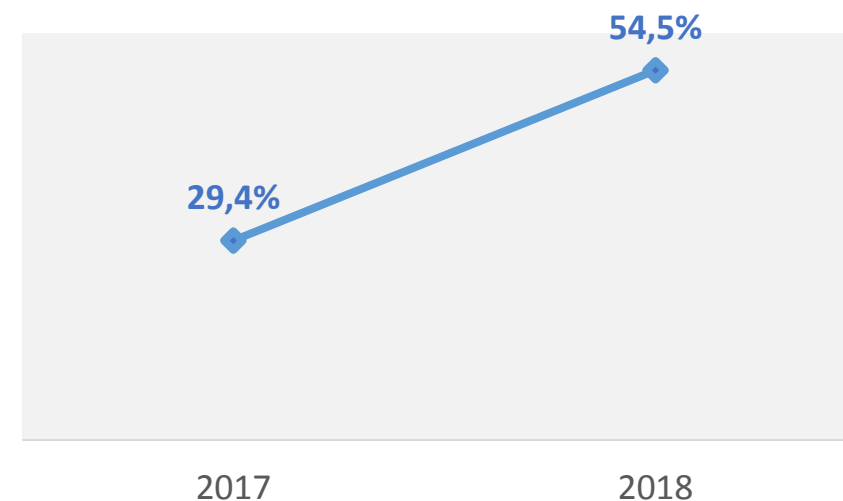
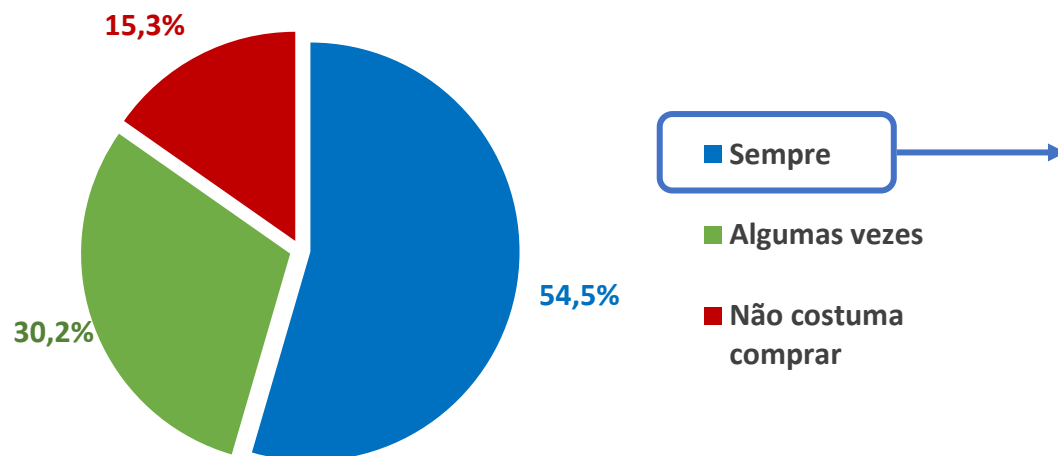
A localização/fácil acesso é o principal fator para a opção por lojas de *shopping*. 30,1% dos consumidores que compram no local apontaram essa característica como o motivo de escolha. Outros fatores em destaque foram a comodidade (24,3%), a maior variedade de produtos (14,5%) e opções de lojas (8,1%).

<sup>(3)</sup>Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

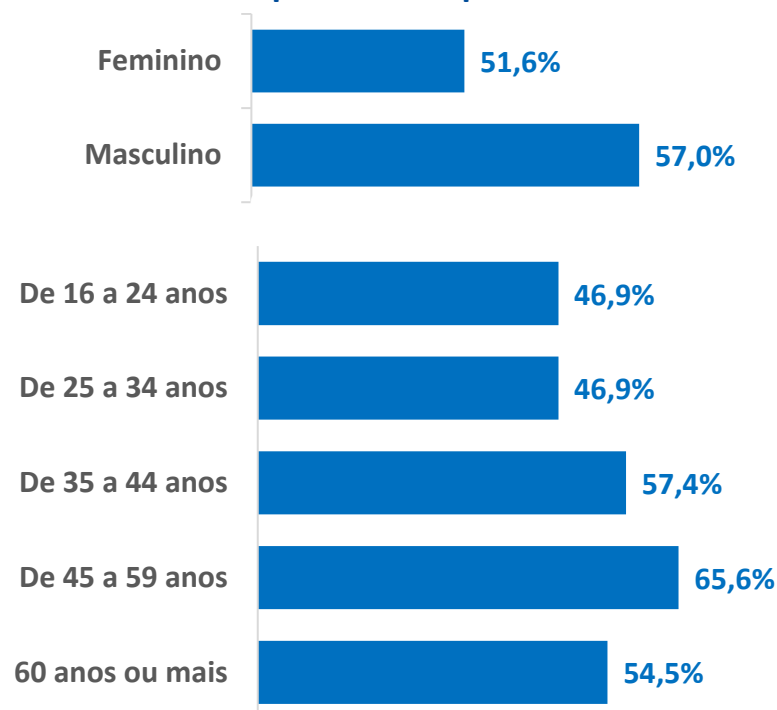


## Compras em lojas de bairro/vizinhança

Com que frequência compra em lojas de bairro/vizinhança?



Quem compra com frequência<sup>(2)</sup>



Têm o costume de comprar em lojas de bairro/vizinhança, mesmo que às vezes, 84,7% dos consumidores. Sempre compram no comércio dessa região 54,5% dos consumidores, percentual superior à última avaliação, quando o comércio de bairro era opção para 29,4% dos entrevistados.

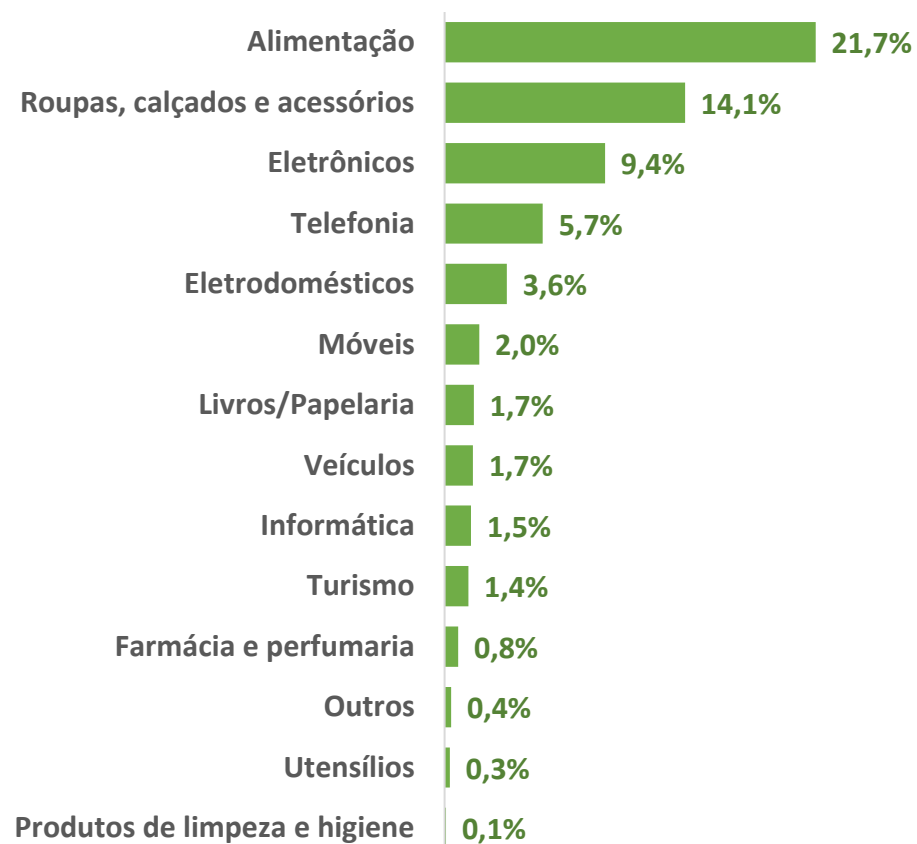
Entre as mulheres, 51,6% têm o costume de comprar com frequência em lojas de bairro/vizinhança. Já para os homens esse percentual é de 57,0%.

As faixas etárias mais altas são as que mais consomem com frequência no local. Entre os consumidores acima de 35 anos, mais de 50% sempre compram nas lojas de bairro/vizinhança.

<sup>(2)</sup>Percentual de cada categoria que sempre faz compra no local.

## Compras em lojas de bairro/vizinhança

Quais grupos de produtos e serviços mais consome em lojas de bairro/vizinhança?<sup>(3)</sup>



Por que opta por comprar em lojas de bairro/vizinhança?<sup>(3)</sup>



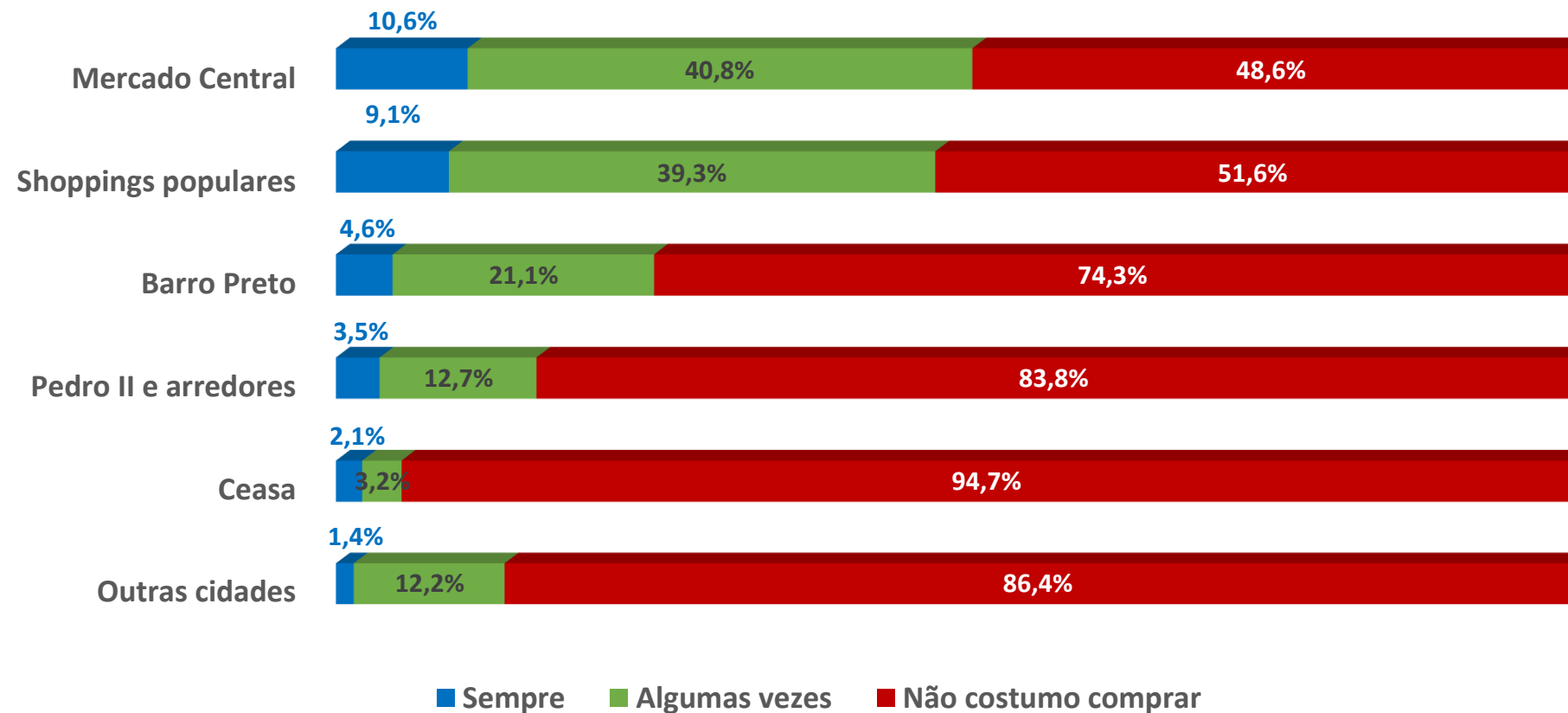
A alimentação é o segmento de produtos e serviços mais consumido em lojas de bairro/vizinhança; 21,7% dos consumidores que compram no local consomem itens do grupo.

A localização/fácil acesso é o motivo de escolha de lojas da região para 76,2% dos consumidores.

<sup>(3)</sup>Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

## Outros polos de compras

Com que frequência realiza compras...?



O questionário também investigou a frequência de compras em outros polos comerciais da cidade de Belo Horizonte. *Shoppings populares* e Mercado Central são frequentados por mais de 48% dos consumidores.

A região do Barro Preto é utilizada para compras por 26% da população e a região da Pedro II por 16%; 13,6% vão a outras cidades para fazer compras e 5,3% frequentam o Ceasa.

## Metodologia

A metodologia utilizada para a pesquisa foi aplicação de questionários (survey). Para a coleta de dados, foi aplicado questionário estruturado em uma amostra dos consumidores do município de Belo Horizonte, com cotas proporcionais de acordo com sexo, grupo de idade e regionais (Barreiro, Centro-Sul, Leste, Oeste, Nordeste, Noroeste, Norte, Pampulha e Venda Nova). As cotas de sexo e idade, estratificadas por regiões de Belo Horizonte, foram baseadas no Censo 2010 do IBGE. Foram entrevistadas 290 pessoas, no período de 15 a 21 de fevereiro de 2018. As entrevistas foram individuais, o intervalo de confiança da amostra foi de 90% com uma margem de 5,0 pontos percentuais dos resultados.

### Equipe Técnica

#### Estudos Econômicos

Responsável	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Analista de Pesquisa	Elisa Castro da Mata Ferreira
Assistente Administrativa	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Bruno Alisson Batista Gomes Filipe do Nascimento Souza Joyce do Nascimento Silva Sara Angela dos Santos
Jovem Aprendiz	Lara Oliveira Lopes

*Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.*

*Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.*



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo  
do Estado de Minas Gerais.  
Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG.  
CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324  
economia@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br