

Pesquisa com Consumidores de Cigarros Contrabandeados para o Brasil

Janeiro 2009

Objetivos e Metodologia

- Entender o comportamento de consumo de marcas de cigarro contrabandeadas junto a seus consumidores habituais.

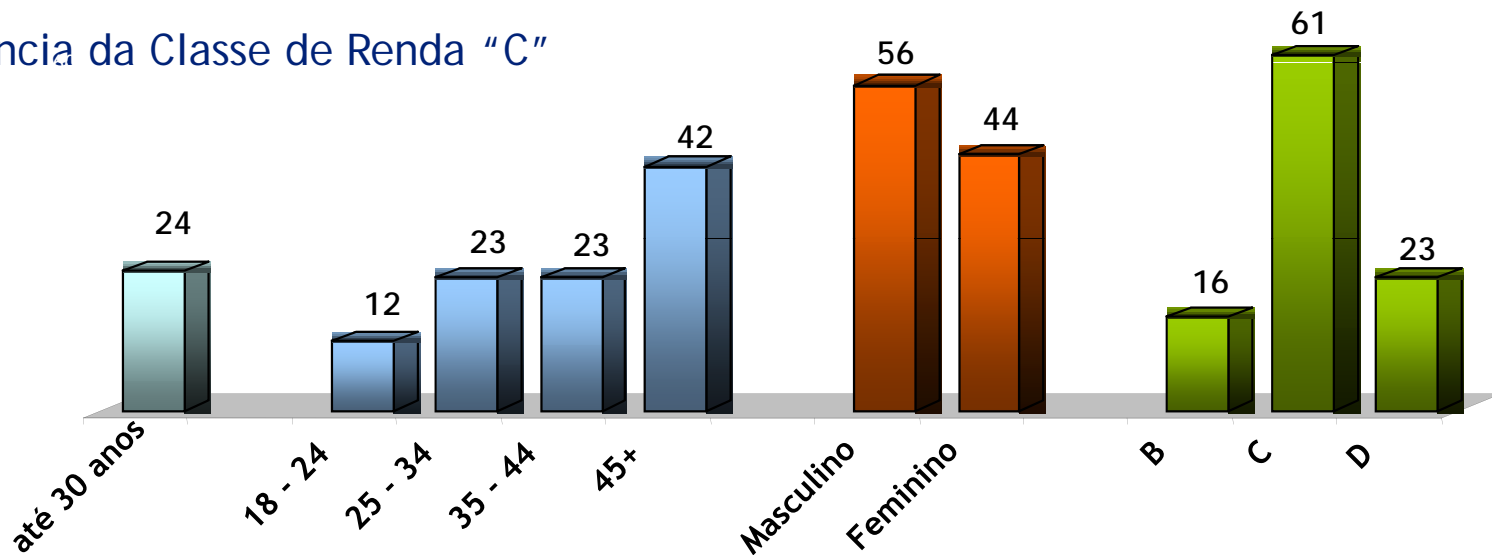
- Perfil demográfico e sócio econômico;
- Marcas consumidas;
- Motivadores de compra;
- Locais de compra e razões;
- Conhecimento da procedência destas marcas;
- Reação: consumo frente ao comércio ilegal.

- Estudo quantitativo, com entrevistas pessoais em ponto de fluxo, através de questionário estruturado.
- Público alvo: Fumantes habituais de cigarros contrabandeados, Homens e Mulheres, de 18 a 64 anos, classes B, C, D
- Amostra: 1221 entrevistas, assim distribuídas:
 - Porto Alegre: 149 Curitiba: 157
 - São Paulo Capital: 150 São Paulo Interior: 154
 - Belo Horizonte: 149 Campo Grande: 151
 - Recife: 154 Belém: 157
- Período de Campo: 2 a 23 de Janeiro de 2009

Perfil do Consumidor

➤ Identificando o perfil do consumidor de cigarros contrabandeados:

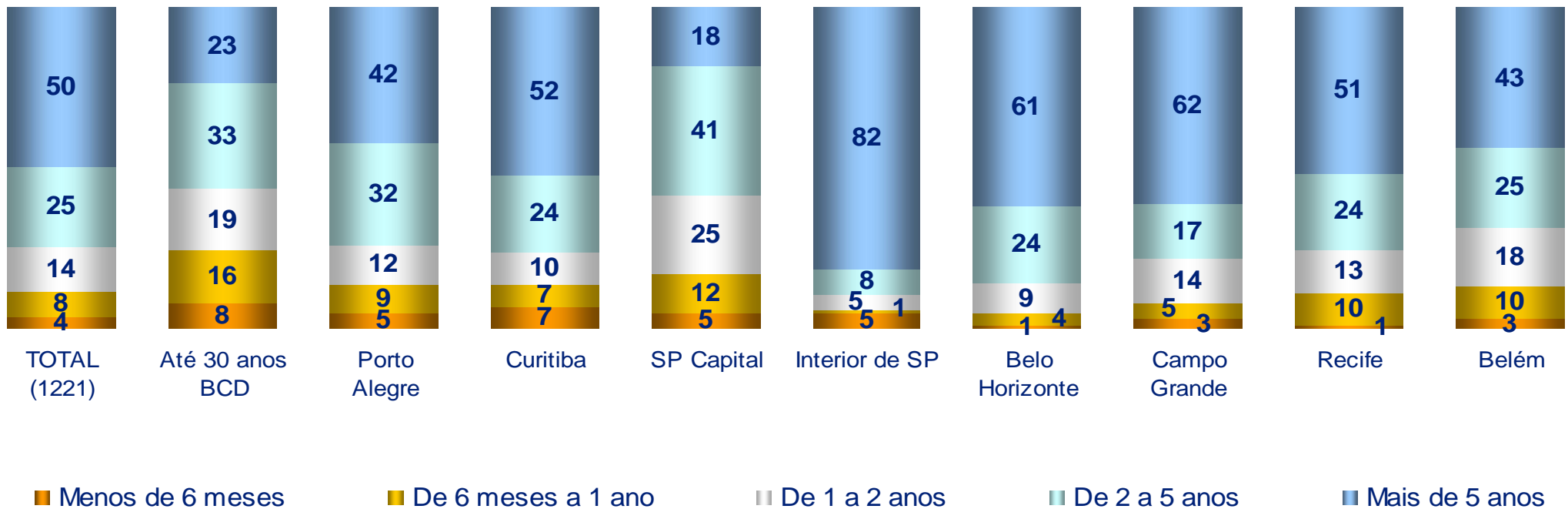
- Predominância de mais velhos ⇒ 55% tem mais de 40 anos
- 24% tem menos de 30 anos, e destes, 5% tem entre 18 a 20 anos
- Masculino
- Predominância da Classe de Renda "C"



- Consomem em média 18,3 cigarros por dia:

Tempo na marca habitual

- Na média Brasil, 75% declaram estar na marca há mais de 2 anos
- No interior de São Paulo, onde a marca mais consumida é Eight Box, o índice é muito mais elevado (90%)



Na média, metade dos entrevistados migraram para marcas de cigarro contrabandeada há mais de 2 anos. Cerca de 38% do fumantes de até 30 anos iniciaram o hábito com esta categoria de cigarros.

Razões para ter passado a fumar a marca habitual

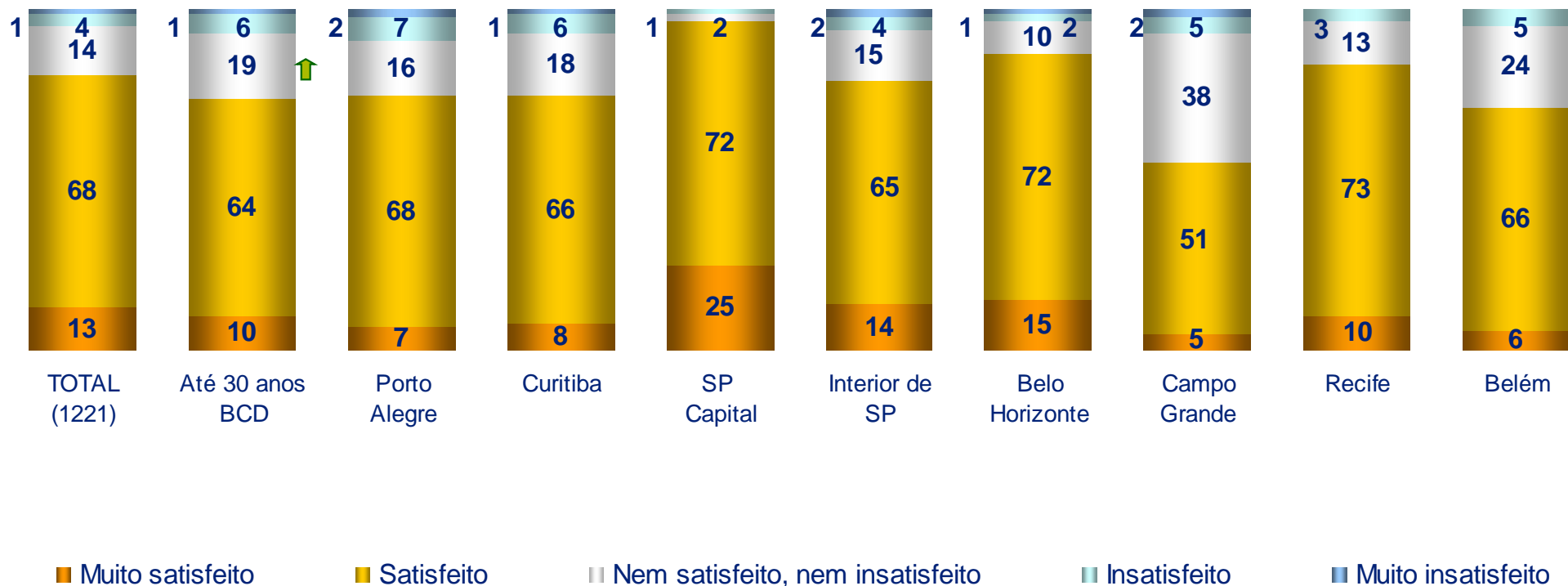
O preço mais barato foi a principal razão para a migração para a categoria de cigarros contrabandeados. Também merece destaque a facilidade de encontrar o produto.

	TOT	Até 30 anos BCD	POA	CTB	SP CAP	SP INT	BH	CPO GDE	REC	BELÉM
CUSTO	71	64	85	70	75	76	72	81	68	46
INTENSIDADE DO TEOR	24	24	19	17	17	14	28	41	39	38
FACILIDADE DE ENCONTRAR	18	17	2	8	27	5	30	48	16	20
INFLUÊNCIA DE TERCEIROS	8	15	1	4	7	2	13	13	16	13
EMBALAGEM	5	4	1	12	7	-	8	1	1	1
OUTROS	11	8	5	14	2	3	15	11	26	13
NÃO LEMBRA	-	1	-	-	-	-	1	1	-	-
Base:	1221	308	149	157	150	154	149	151	154	157

Satisfação com a marca

➤ Alta Satisfação

- O nível de satisfação dos fumantes é muito alto em todas as regiões pesquisadas ("Muito satisfeito" e "Satisfeito" = 82%)



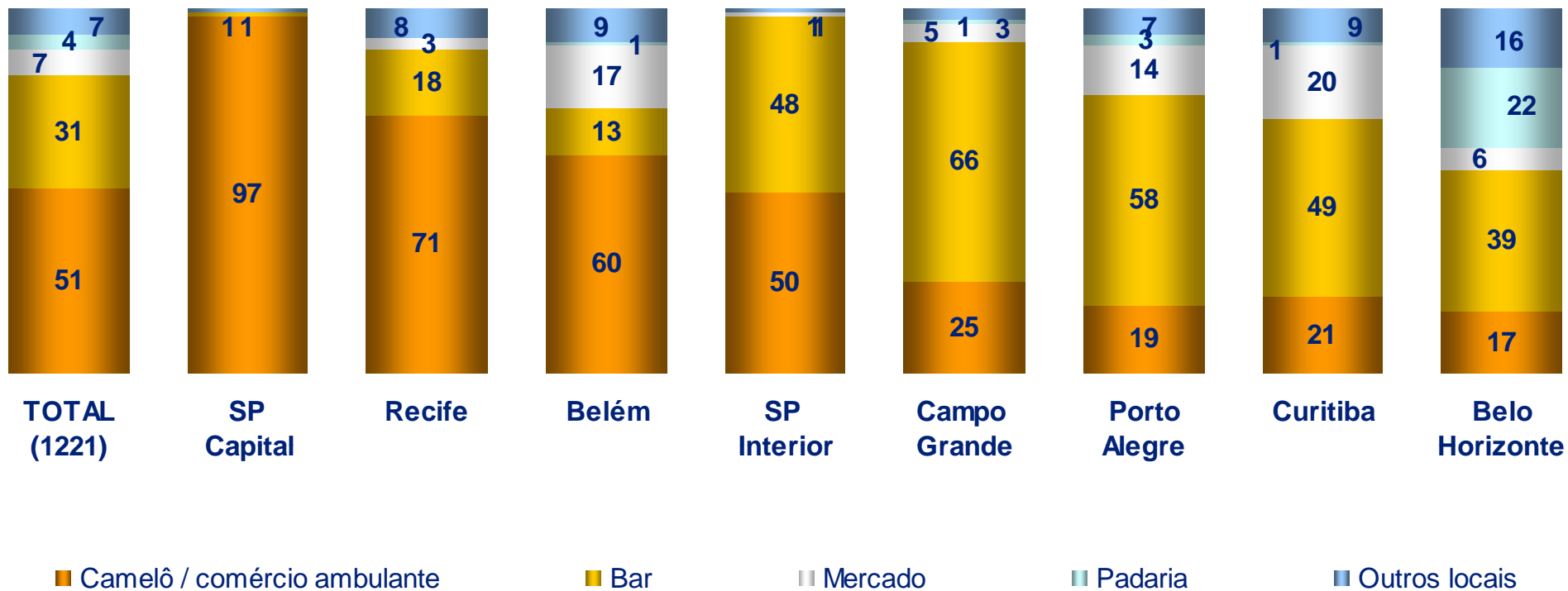
Motivadores de Compra

➤ Motivadores de compra (espontâneo)

- O principal motivador para a compra de marcas contrabandeadas é “Preço” - (85%), seguido de “Facilidade de encontrar a marca”

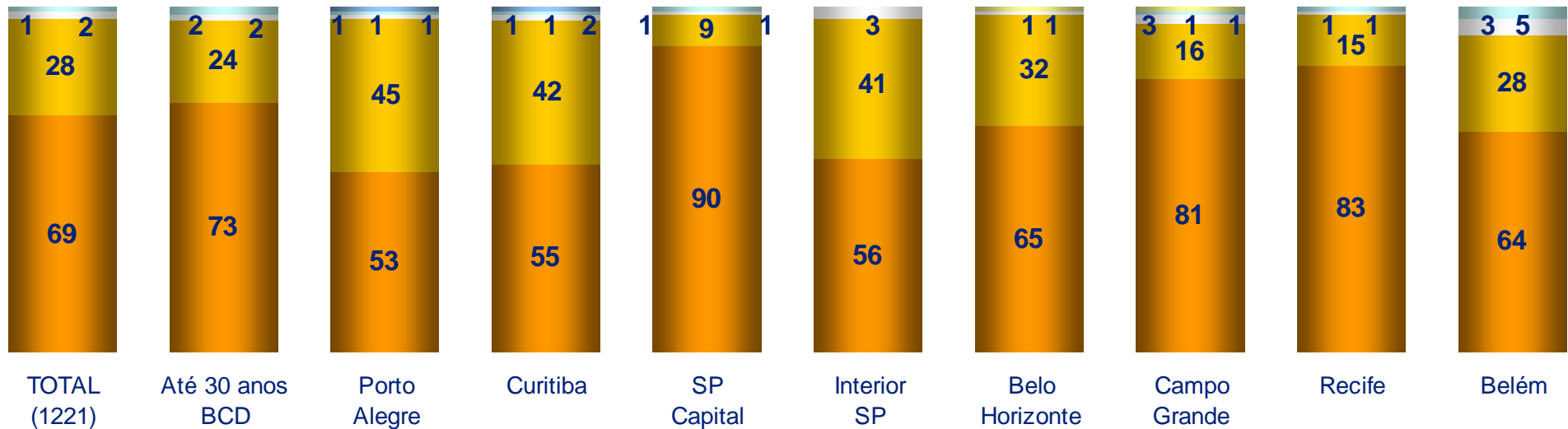
	TOT	Até 30 anos BCD	POA	CTB	SP CAP	SP INT	BH	CPO GDE	REC	BELÉM
Preço	85	80	87	86	93	77	85	96	97	64
Facilidade encontrar em qualquer lugar	15	15	3	8	3	5	30	46	37	10
Facilidade de encontrar em camelô	15	12	1	4	35	4	13	6	23	15
Qualidade	13	16	6	11	3	13	21	17	18	18
Quantidade de nicotina	9	8	1	8	3	3	26	7	11	14
Produto importado	3	4	-	3	5	1	3	5	3	4
Outras razões	32	38	20	33	10	46	33	35	44	43
Base:	1221	308	149	157	150	154	149	151	154	157

Local de Compra mais frequente



Camelô/comércio ambulante (51%) e bar (31%) são os locais onde mais costumam comprar a marca habitual

O que faz quando não encontra a marca habitual

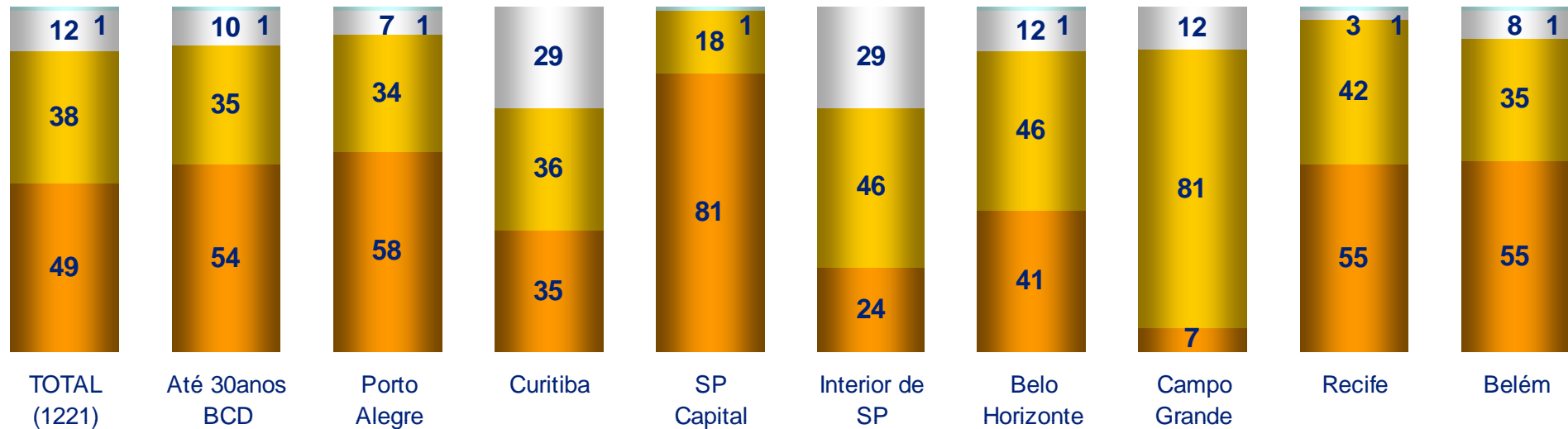


- Procura em outro lugar
- Não compra / fica sem
- Compra fumo de palha

- Compra outra marca
- Compra uma versão diferente da sua mesma marca
- Não respondeu

A grande maioria não abre mão de sua marca mais frequente, procurando-a em outros lugares quando não a encontram para comprar.

O que faria se não encontrasse a marca habitual ou marcas de mesmo preço



- Não respondeu
- Pararia de fumar
- Compraria outra marca mais cara e fumaria menos
- Compraria outra marca mais cara e fumaria a mesma quantidade

Metade dos entrevistados parariam de fumar ou fumariam menos caso não encontrassem mais a marca habitual nem outras com preço semelhante

Preço Marcas Contrabandeadas x Marcas mercado Formal



A maior parte dos entrevistados tem noção clara que a marca habitual é mais barata que outras do mercado.

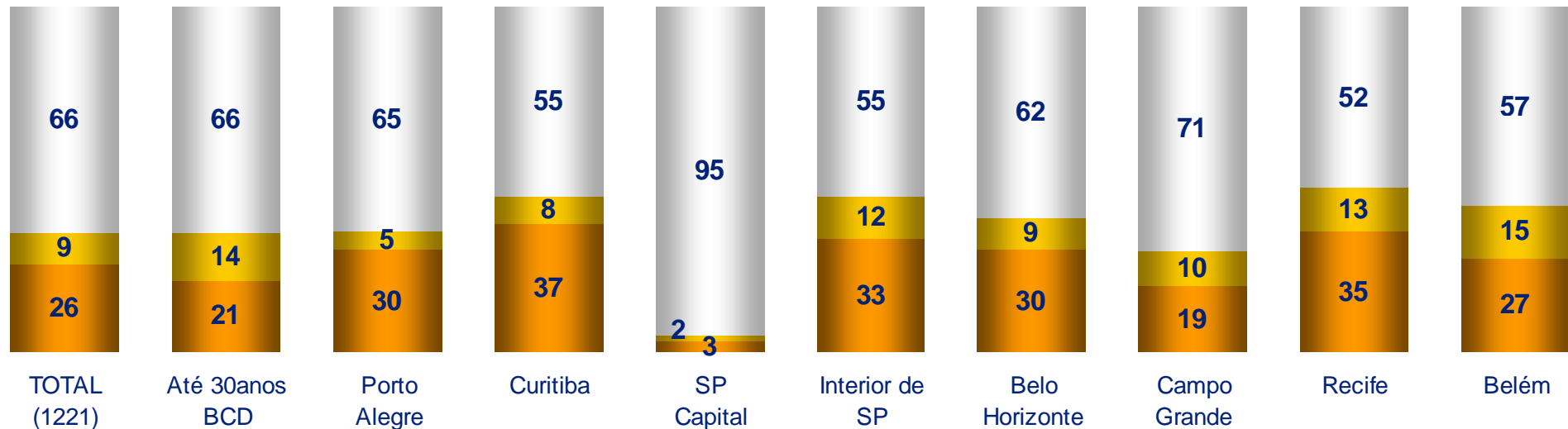
Razões para achar a marca habitual mais barata

	TOT	Até 30 anos BCD	POA	CTB	SP CAP	SP INT	BH	CPO GDE	REC
ILEGALIDADE	77	76	59	80	93	80	72	70	78
Marca é importada / do Paraguai	65	66	47	72	63	78	68	69	65
Deve pagar menos impostos	6	7	2	5	21	-	2	1	4
É vendido por camelôs	6	7	4	-	23	1	2	-	-
Não contem fumo legítimo	2	1	5	3	-	-	2	-	8
QUALIDADE	17	15	38	22	1	7	19	24	21
Por não ter qualidades do cigarro nacional	13	12	25	16	1	5	14	24	13
Por conter produtos ruins em sua fabricação	8	7	19	14	1	3	7	1	9
Não é de boa qualidade	1	1	8	2	-	-	-	-	3
CUSTO	8	6	9	3	4	8	19	6	13
Menor preço em comparação outras marcas	6	4	3	2	2	8	18	4	5
É fabricada para pessoas de baixa renda	1	1	2	-	-	-	-	1	8
INTENSIDADE	5	6	12	3	1	3	6	1	9
É forte	3	5	9	2	1	-	4	-	8
MARCA	4	4	4	8	2	1	2	-	10
Marca popular / vende mais que outras	2	2	3	7	2	1	-	-	2
Não é uma marca muito conhecida	1	2	1	-	-	-	2	-	8
NÃO SABE	3	4	-	5	-	7	1	3	-
	Base: 960	233	135	148	134	126	118	144	91

* Base: Somente quem acha a marca habitual mais barata

Valores em %

O que diria caso a marca habitual entrasse no país sem pagar imposto e financiasse o crime organizado



- Não mudaria em nada seus hábitos de compra deste tipo de cigarro
- Diminuiria a quantidade de cigarros comprados deste tipo
- Pararia de comprar esse tipo de cigarro

66% não mudariam seus hábitos se soubessem que a marca habitual não paga impostos e financia o crime organizado

Principais Conclusões

A pesquisa confirma que a grande maioria dos consumidores de cigarros contrabandeados, fuma por causa do preço baixo do produto, aliado ainda à facilidade de encontrar sua marca habitual.

- Os consumidores de marcas contrabandeadas consomem tais marcas há mais de 2 anos, o que pode caracterizar fidelização à marca;
- Costumam comprar seus cigarros em camelôs e bares, diariamente e em maços;
- O índice de satisfação com a marca consumida habitualmente é muito alto em todas as localidades;
- A maior parte dos consumidores reconhece que a condição da ilegalidade destas marcas é o que justifica seu preço mais barato;
- 66% dos entrevistados não deixariam de fumar a sua marca habitual (contrabandeada) se soubessem que a mesma não paga impostos e financia o crime organizado;
- 50% dos entrevistados parariam de fumar ou fumariam menos caso não encontrassem mais sua marca contrabandeada habitual nem outras marcas com preços semelhantes