

# PESQUISA

## Destino do 13º Salário e Intenções de Compras para o Final do Ano



## Sumário

<b>1</b>	<b><i>Introdução</i></b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b><i>Aspectos Metodológicos</i></b> .....	<b>4</b>
<b>3</b>	<b><i>Descrição dos resultados</i></b> .....	<b>5</b>
	Destino do 13º salário.....	5
	Intenções de compras .....	5
	Produtos.....	6
	Gastos e forma de pagamento .....	6
	Local e quando comprar.....	7
	Comemoração .....	8
	Pretensões de viajar.....	9
	Momento econômico.....	9
<b>4</b>	<b><i>Análise gráfica</i></b> .....	<b>11</b>
	Destino do 13º salário.....	11
	Intenções de compras .....	12
	Presentes.....	14
	Gastos e formas de pagamento.....	15
	Local e quando comprar.....	16
	Comemorações natalinas.....	19
	Pretensões de viajar.....	19
	Momento econômico.....	20
	Perfil dos consumidores .....	22

## 1 Introdução

O Natal é tradicionalmente a principal data comercial do ano, impulsionada principalmente pelos costumes da sociedade em trocar presentes e confraternizações. Além de uma maior movimentação no comércio varejista nesse período, as empresas costumam pagar integral ou parcialmente o 13º salário dos seus funcionários, e boa parte deste adicional é introduzido na economia através de compras.

Assim, a Fecomércio RN, por meio do Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC), realizou pesquisa no município de Mossoró buscando identificar quais as intenções de compras dos consumidores para esta data.

A pesquisa procurou conhecer as preferências dos consumidores quanto a escolhas dos produtos que poderão ser objeto de compra neste Natal; quanto pretende gastar nas compras pessoais e de presentes e qual a forma de pagamento mais escolhida. O trabalho também procurou conhecer qual o destino que os consumidores mossoroenses pretendem dar ao 13º salário este ano.

Os levantamentos de intenção de compras realizadas nos últimos anos pelo IPDC/Fecomércio RN têm recebido avaliações positivas dos comerciantes e produtores, tendo em vista a necessidade destes de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas de vendas.

De posse dessas informações, o IPDC pretende formar um banco de dados com o intuito de criar uma série histórica para efeitos de comparações anuais e, assim, atender o desejo da classe empresarial, como também das associações comerciais, administradores de shoppings, gestores públicos, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como oportunidade de disseminação do conhecimento.

## 2 Aspectos Metodológicos

Conforme a metodologia da pesquisa, as entrevistas aconteceram entre os dias 24 e 27 de outubro de 2017. Este intervalo foi escolhido para que houvesse tempo suficiente para a tabulação e análise dos dados, e para a divulgação dos mesmos com alguma antecedência em relação ao fim do ano.

Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas pessoais, com a aplicação de questionário estruturado e padronizado, junto a uma amostra representativa da população pesquisada. O universo escolhido foi o da população de consumidores de Mossoró. Os dados coletados são primários, observados sob a técnica de pesquisa aplicada, sendo esta descritiva com efeito exploratório.

A amostra pesquisada foi determinada por critérios estatísticos, com o objetivo de garantir a maior fidedignidade possível. Na pesquisa foram entrevistadas 500 pessoas, distribuídas proporcionalmente pela área geográfica do município. Para que o trabalho apresente um bom resultado foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral de 3,5%.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando 26 perguntas, constituídos em sua maior parte por questões fechadas, sendo que algumas delas permitiam mais de uma alternativa como resposta. Nesta situação, as somas dos percentuais das respostas a essas questões ultrapassam 100%.

Para a realização da pesquisa foi utilizada uma equipe de entrevistadores com experiência neste tipo de trabalho. Os questionários foram submetidos a um acompanhamento, que consiste na checagem dos dados obtidos individualmente pelos entrevistadores, para verificação das respostas e da adequação aos parâmetros amostrais.

A análise dos dados foi feita de forma descritiva e analítica, tirando conclusões que nos auxiliem a descrever a intenção da população, através da interpretação de gráficos e tabelas.

### 3 Descrição dos resultados

#### Destino do 13º salário

Com a chegada do fim do ano, muitas pessoas se perguntam qual prioridade darão ao 13º salário, remuneração extra recebida pelos profissionais que têm a carteira assinada.

Neste ano, entre os consumidores mossoroenses que irão receber o dinheiro extra, a decisão de cinco em cada dez deles (52,5%) será destinar parte do valor para quitar ou pagar dívidas. Em 2016 a mesma afirmação foi feita por 52,8% dos entrevistados.

Entre os que têm direito ao benefício e não irão gastar tudo, 24,1% dos assalariados entrevistados pelo IPDC pretendem destinar os recursos do 13º salário a uma poupança ou investimentos. Percentual muito próximo do registrado em 2016 (24,7%).

Os dados mostram ainda que 19,2% irão utilizar ao menos parte do 13º para as compras de Natal e final de ano. No ano passado, 16,5% desejavam utilizar o benefício para essa finalidade.

Além disso, a quem irá guardar para compromissos de janeiro (6,5%), gastar nas férias (2,7%) ou outras pretensões (1,9%).

#### Intenções de compras

A pesquisa sobre o consumo do mossoroense para o Natal e final de ano revela que 66,2% dos consumidores irão às compras. O resultado projeta um aumento de 2,4 pontos percentuais (63,8%) sobre o número do ano passado e mantém o Natal como a data comemorativa mais importante para o varejo do município. Em comparação com 2015, o índice foi inferior: naquele ano, 74,4% diziam que fariam compras neste período.

Em contrapartida, quem decidirá não presentear este ano garante que a razão principal é a Falta de recursos (49,4%) e ter de priorizar o Pagamento de contas/dívidas (15,6%). Ao mesmo tempo, outras pessoas dizem que estão Desempregadas (15%), por isso preferem poupar (14,4%), e outras 6,9% não tem o hábito de comprar no final do ano.

## Produtos

As Roupas permanecem na primeira posição do ranking de produtos que os consumidores pretendem comprar (60,3%), em seguida estão os Brinquedos (25,6%), os Perfumes/Cosméticos (18,8%) e os Calçados (15%). Aparecem ainda entre os principais itens de consumo Eletrônicos/Celulares (5,9%); Eletrodomésticos (2,1%); Livros (1,8%); Relógio/Jóias/Bijuterias (1,2%); Móveis e decorações (0,9%); Viagens (0,6%); Artigos religiosos (0,3%); entre outros. A relação acima segue a tendência das respostas fornecidas pela mesma pesquisa realizada em 2016. É importante ressaltar a presença de 10,9% de respondentes que manifestaram intenção de comprar, mas até o momento da entrevista ainda não tinham feito suas escolhas ou não responderam o quesito.

Para quem vai presentear, a pesquisa indica que não houve alterações em relação a 2016, nos primeiros lugares do ranking daqueles que serão mais presenteados são os Pais e as Mães com 77,4% das intenções (aumento de 13,7 pontos percentuais em relação a 2016). Em seguida, os mais mencionados são os Filhos (49,1%, queda de 7,3 p.p. em comparação a 2016) e os Cônjuges/namorados (42,6%, com aumento de 8,2 p.p. em relação a 2016). Outras pessoas que serão brindadas serão os Irmãos, Afilhados, Netos, Avós, Amigos, Tios, Primos, Sogra, Noras.

Na hora de comprar o produto, o Preço será o principal fator a ser considerado (43,8%, aumento de 4,6 p.p. em relação a 2016). Em seguida, são levados em conta o Desejo das pessoas (37,9%) e as Promoções/Descontos (13,8%).

De acordo com os dados da pesquisa cada entrevistado deve comprar, em média, 3 produtos. Em percentuais, 23% disseram ter pretensões de comprar um item, 20,1% dois itens, 18,3% três itens, 12,4% quatro itens, 8,3% cinco itens e 18% seis ou mais itens.

## Gastos e forma de pagamento

Considerando apenas os entrevistados que sabem quanto irão gastar, a pesquisa indica que o ticket médio das compras em Mossoró será de R\$ 262,54 (contra R\$ 256,43 em 2016). Após uma redução em 2016, quando apresentou queda nominal de -4,7% na comparação com 2015, observa-se que o ticket médio de 2017 aumentou 2,4% em relação a 2016.

A segmentação dos dados coletados permitiu observar que 37,8% dos entrevistados pretendem gastar entre R\$ 200,01 e R\$ 500,00 nas compras. O segundo valor para compras mais citado aparece com um percentual de 33,4%, neste grupo estão incluídos os consumidores cujas pretensões de gastos devem variar de R\$ 100,01 a R\$ 200,00. Os respondentes que manifestaram desejo de gastar entre R\$ 50,01 e R\$100,00 aparecem com 11,1% do total de entrevistados. No geral, a maioria dos consumidores entrevistados (50%) tem intenção de gastar até R\$ 200,00 nas compras.

O pagamento à vista no dinheiro será o meio preferido pela maioria dos entrevistados ouvidos (63,2%, redução de 11,3 p.p. em relação a 2016). Por outro lado, três em cada dez entrevistados garantem que vão optar pelo pagamento com o cartão de crédito na modalidade parcelada (31,6%), que apresentou aumento de 14,7 p.p. em comparação com o ano passado. É válido destacar a preferência de 4,3% dos consumidores pelo pagamento no débito.

### **Local e quando comprar**

No que diz respeito aos locais de compra, em Mossoró, os mais mencionados, a exemplo do ano anterior, são os Comércios de rua (66,2%, com queda de 3,9 p.p. em relação a 2016), além das lojas dos Shoppings (24,7%, aumentando 5,7 p.p. em referência a 2016) e da Internet/ lojas virtuais (6,8%, aumentando 2,8 p.p. na comparação com 2016).

O principal fator determinante da escolha do tipo de comércio é o Nível de preço praticado pelo estabelecimento (45,9%), que apresentou baixa de 2,1 p.p. em relação ao ano anterior. A seguir aparece a Diversidade de produtos (27,1%, aumento de 3,4 p.p. na comparação com 2016); a Proximidade de casa ou trabalho (11%, aumento de 2,8 p.p. em referência a 2016); o Conforto da loja (12,4%, aumento de 1 p.p. em comparação com 2016); e Segurança do ambiente (5,6%, aumento de 3,1 p.p. no comparativo com 2016).

A pesquisa mostrou também que a grande maioria vai comprar os itens no mês de dezembro, sendo que, a maior parte destes pretende realizar as compras na semana que antecede o Natal, com 45,3%. Os respondentes que manifestaram desejo de comprar os produtos nos quinze dias antes do Natal atingiram um percentual de 26,2% dos entrevistados que vão as compras. Já 19,2% de consumidores informaram que para escolherem melhores seus produtos,

evitando as lojas que ficam muito cheias em dezembro, vão antecipar as compras do Natal, indo um mês antes das comemorações. É importante ressaltar que 8,2% disseram que pretendem realizar as compras no mês de novembro.

Quanto à observação do preço dos produtos, 82% dos consumidores ouvidos em Mossoró farão pesquisa em busca de melhores oportunidades.

A importância de oferecer oportunidades atraentes aos consumidores fica evidente quando se consideram os fatores que motivariam alguém a entrar numa loja para as compras de Natal: 40,6% mencionam as Promoções (com aumento de 1,8 p.p em relação a 2016), seguidas do Bom atendimento (37,6%) e dos Descontos (31%). Vale destacar ainda o aumento no percentual de consumidores que se dizem motivados a entrar numa loja devido a Forma de pagamento praticada (7,4%, com crescimento de 4,6 p.p em relação a 2016).

Além desses, outros determinantes para uma boa experiência de compra são Variedade de produtos, Divulgação, Sorteio de prêmios, Qualidade dos produtos, Brindes temáticos, Estacionamento e Conforto proporcionado pelo estabelecimento.

### **Comemoração**

Quanto à expectativa de comemorações, durante as confraternizações de Natal e final de ano, o consumidor mossoroense irá fazer uma comemoração natalina mais caseira. 33% dos entrevistados farão algum tipo de celebração na própria casa, 27,1% irão comemorar na Casa de parentes e 1,2% na Casa de amigos. Outros locais mencionados foram restaurantes, trabalho, igrejas, viagens e hotéis.



### **Pretensões de viajar**

Com relação as pretensões de viajar dos consumidores, a pesquisa mostra que neste ano é de 31,4% dos entrevistados, enquanto 68,6% não têm pretensão de viajar no período questionado. No mesmo período do ano passado, 30,6% dos consumidores entrevistados pretendiam viajar durante essa época.

Das pessoas que têm intenção de viajar, 54,3% afirmaram ter como objetivo visitar o litoral do RN. A preferência por outro estado é de 27,3% e pelo interior do RN é de 26%. Em comparação ao ano passado, a pesquisa indicou um aumento percentual da intenção de viajar para o litoral do estado. Enquanto que em 2016 a intenção de viajar para as praias do RN era de 44,2%, em 2017 é de 54,3%. Por outro lado, diminuiu as pretensões de viajar para o interior do RN (-6,2 p.p.), outro estado (-1,4 p.p.) e internacional (-2,6 p.p.).

Com relação aos gastos dos mossoroneses que planejam viajar, 37,4% disseram ter a intenção de desembolsar entre R\$ 201,00 e R\$ 500,00 reais na viagem, 23,7% desejam gastar entre R\$ 501,00 e R\$ 1000,00 no passeio, 20,2% almejam gastar até R\$ 200,00 e 16,7% vão viajar com pretensão de desembolsar acima de R\$ 1.000,00.

### **Momento econômico**

A percepção de seis em cada dez dos consumidores ouvidos na pesquisa é de que os preços dos produtos neste final de ano estarão mais caros (60,4%, com aumento de 8 p.p. em relação a 2016), sendo a principal razão atribuída ao cenário econômico difícil e menos favorável. Para 23% dos entrevistados, os valores estão na mesma faixa e 15,4% acreditam que os preços cairão frente ao ano passado.

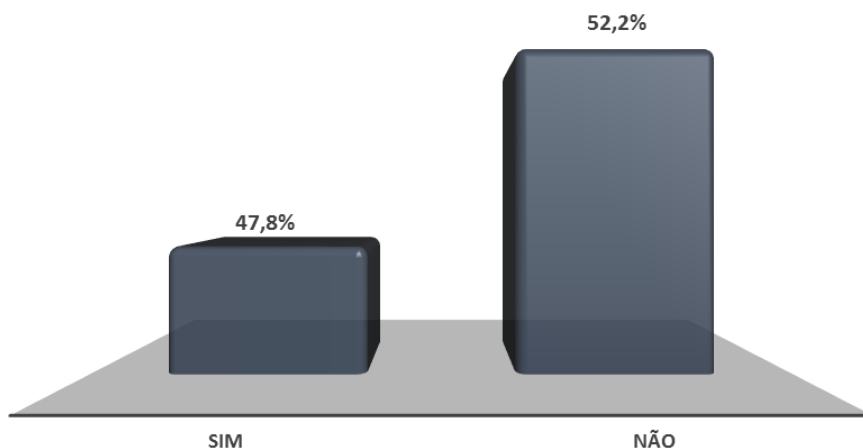
Com relação ao otimismo, 50% dos consumidores mossoroenses entrevistados dizem que o momento é Regular para compra de produtos, 10,4 p.p. maior do que o registrado no ano passado. Em 2016, o percentual dos que achavam que o momento era Ruim ou Péssimo era de 43,2%, neste ano corresponde a 33,6%. Enquanto os que consideram o momento Ótimo ou Bom passou de 16,8% em 2016 para 15,8% neste ano.

Embora o cenário ainda seja de dificuldades, o levantamento também mostra que diminuiu o percentual de pessoas que estão em situação pior do que a do ano passado, neste ano 43,6% dos consumidores mossoroenses dizem estar em condições financeiras pior do que ano passado, em 2016 este índice era de 52,8%. E aumentou o percentual de pessoas que disseram estar em situação melhor do que a do ano passado, passando de 12,2% em 2016 para 24,2% em 2017.

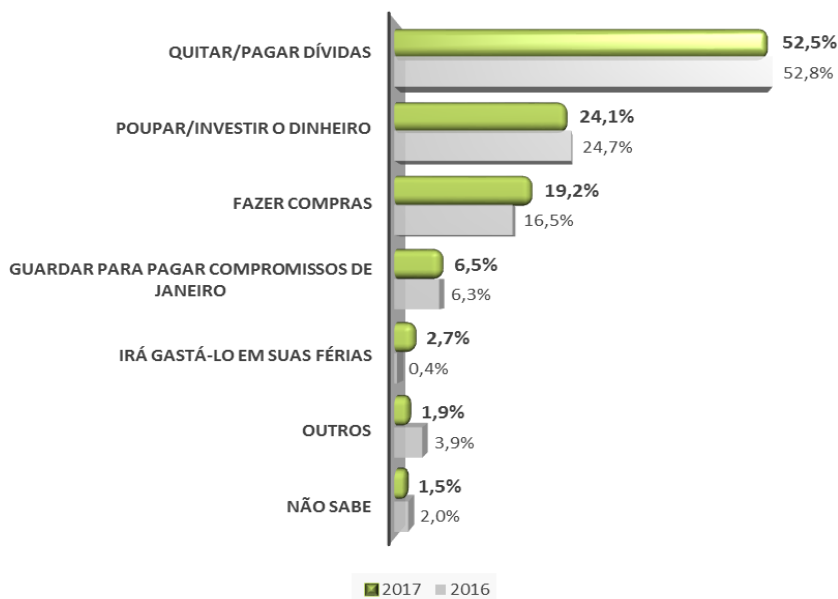
## 4 Análise gráfica

### Destino do 13º salário

**Gráfico 1 – O (a) sr. (a) recebe 13º salário?**  
Fonte: Fecomércio RN



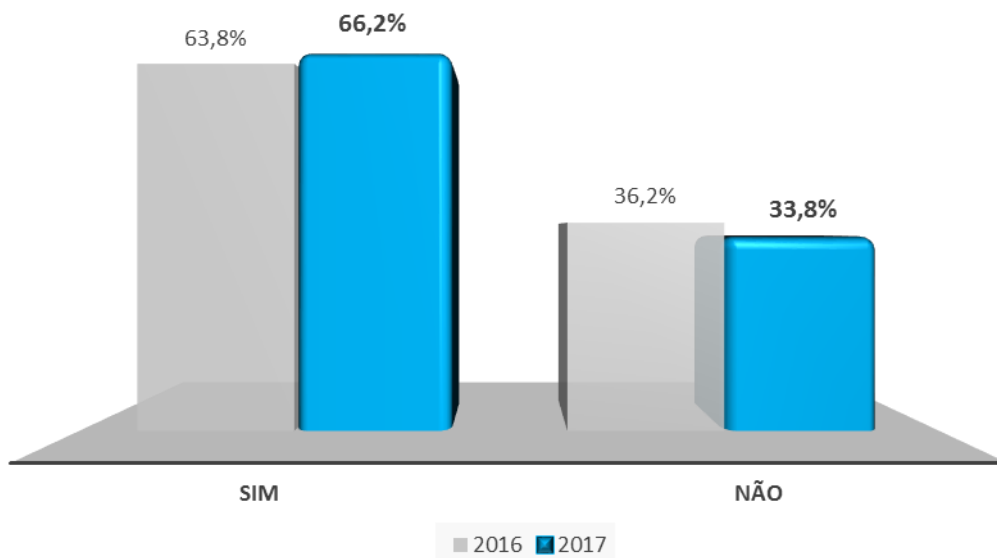
**Gráfico 2 – O que o (a) senhor (a) pretende fazer com o dinheiro do 13º salário? (Múltipla resposta)**  
Fonte: Fecomércio RN



Intenções de compras

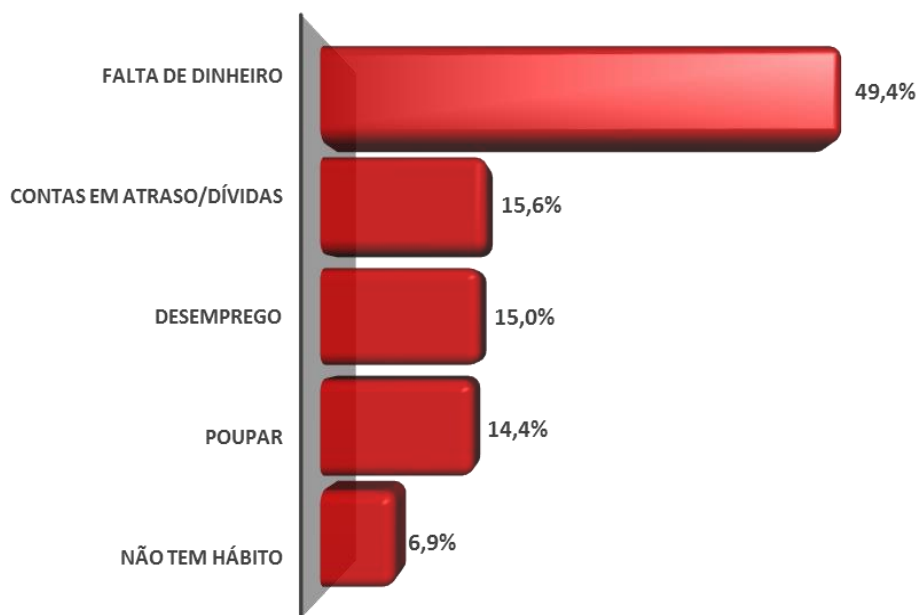
**Gráfico 3 – O (a) sr. (a) pretende fazer compras nesse final de ano?**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 4 – Motivo de não comprar**

Fonte: Fecomércio RN



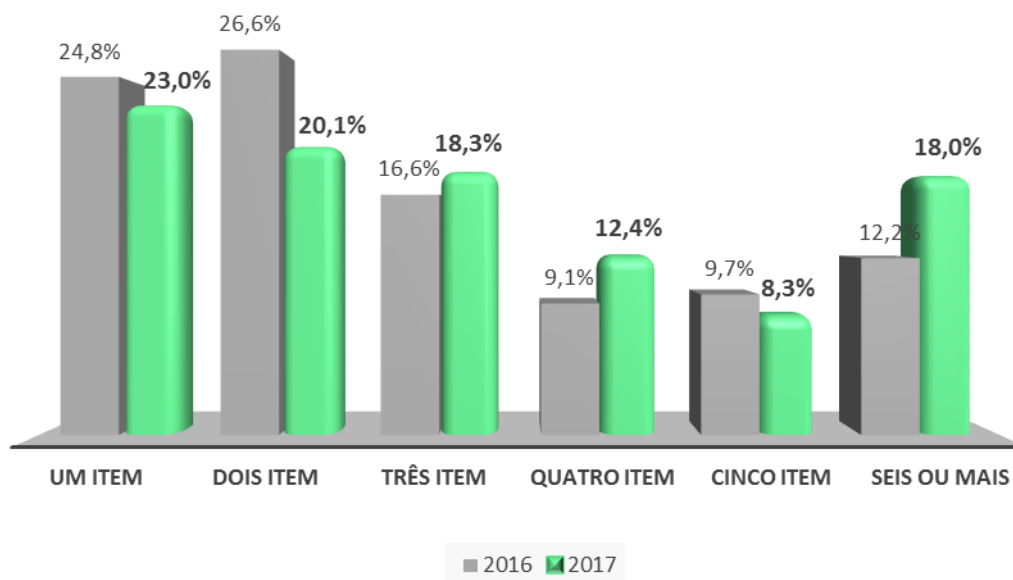
**Tabela 1 – Quem o (a) sr. (a) pretende presentear? (Múltipla resposta)**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2016	2017
Mãe/Pai	63,6%	77,4%
Filho	56,4%	49,1%
Cônjuge/Namorado	34,5%	42,6%
Irmãos	7,8%	10,9%
Sobrinhos	9,7%	10,6%
Afilhados	1,3%	4,7%
Netos	5,6%	4,7%
Avós	2,5%	3,2%
Amigos	3,8%	2,9%
Tios	0,3%	1,5%
Primos	0,3%	0,6%
Sogra	0,3%	0,6%
Nora	1,3%	0,3%
Outros	-	0,6%

**Gráfico 5 – Quantos itens o senhor (a) pretende comprar no período que antecede o Natal?**

Fonte: Fecomércio RN



Presentes

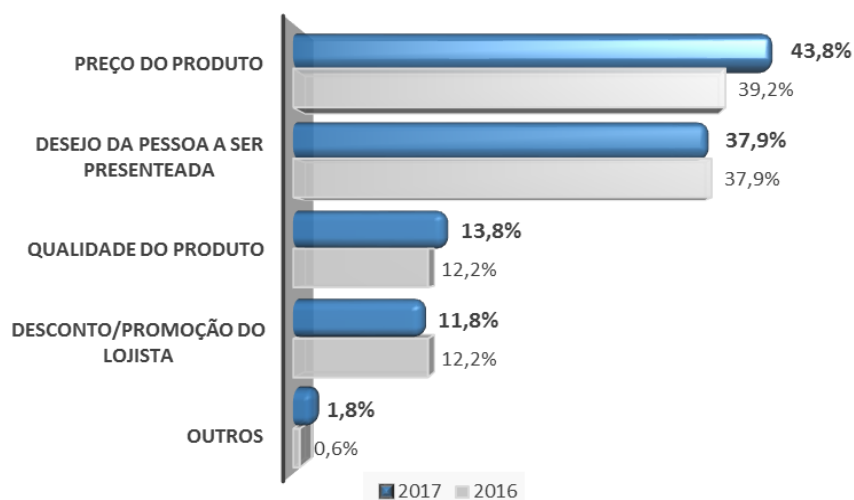
**Tabela 2 – Que tipo de produto (s) o senhor pretende comprar?  
(Múltipla resposta)**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2016	2017
Roupas	61,4%	60,3%
Brinquedos em geral	24,5%	25,6%
Perfumes e/ou cosméticos	14,7%	18,8%
Calçados	13,5%	15,0%
Eletrônicos/Celular/Smartphone/Tablet	10,7%	5,9%
Eletrodomésticos	2,8%	2,1%
Livros	1,3%	1,8%
Móveis e Decoração	1,3%	0,9%
Jogos/Videogames	0,6%	0,9%
Viagem	0,3%	0,6%
Artigo Religioso	0,3%	0,3%
Relógios/Joias/Bijuterias	-	1,2%
Dinheiro	0,6%	0,3%
Cestas/Chocolates/Doces	0,6%	0,9%
Não sabe	8,8%	10,9%

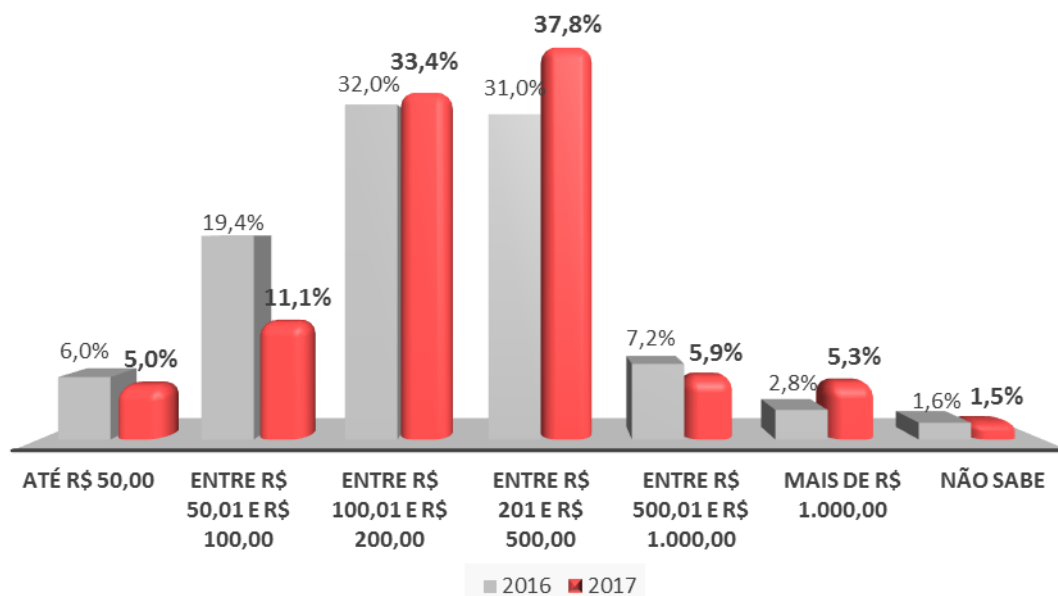
**Gráfico 6 – Qual o principal fator que vai determinar a escolha do produto?  
(Múltipla resposta)**

Fonte: Fecomércio RN

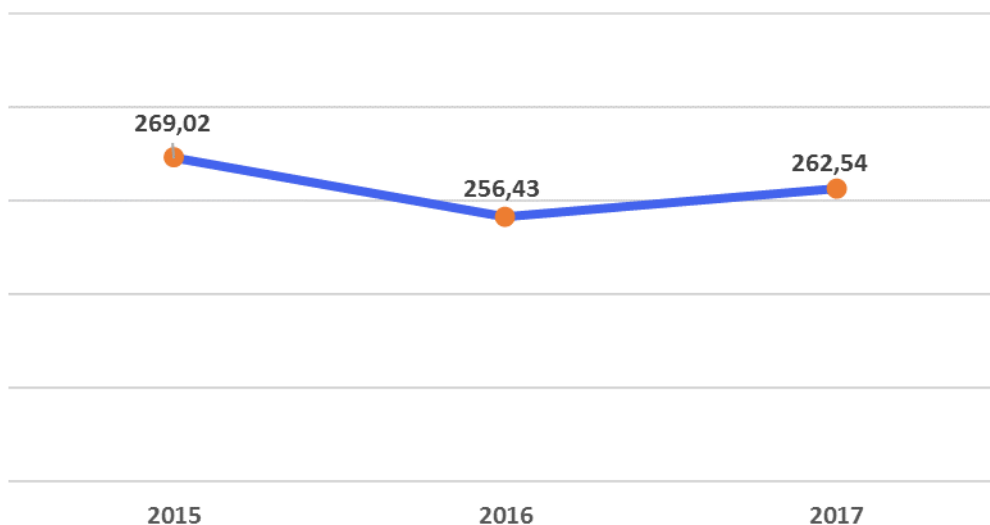


Gastos e formas de pagamento

**Gráfico 7 – Quanto o (a) sr. (a) pretende gastar com compras neste período de fim de ano?**  
 Fonte: Fecomércio RN

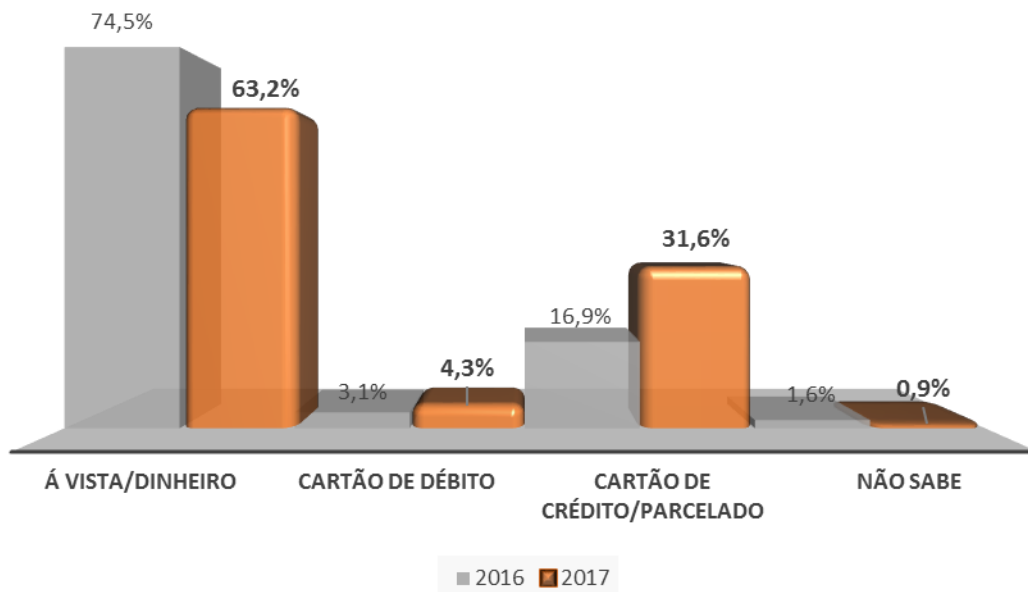


**Gráfico 9 – Média de gasto anual**  
 Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 8 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr.(a) deseja utilizar?**

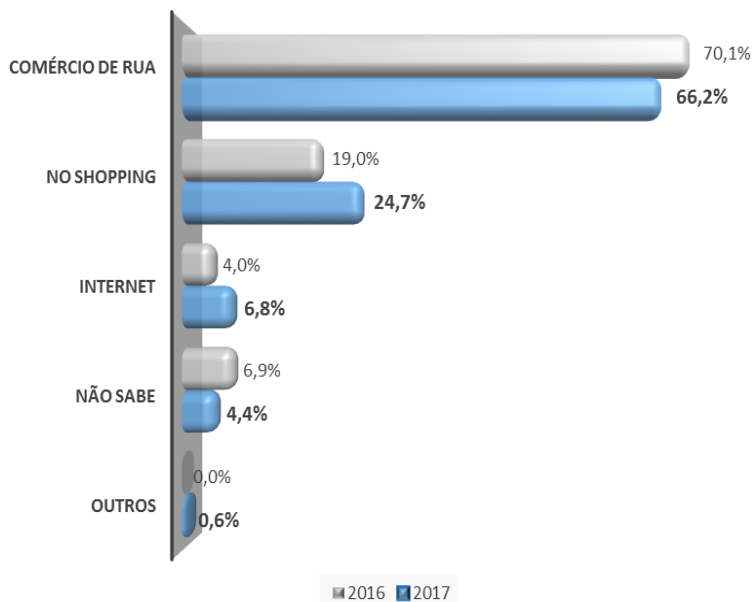
Fonte: Fecomércio RN



**Local e quando comprar**

**Gráfico 10 – Onde o (a) sr. (a) pretende fazer as compras?**

Fonte: Fecomércio RN





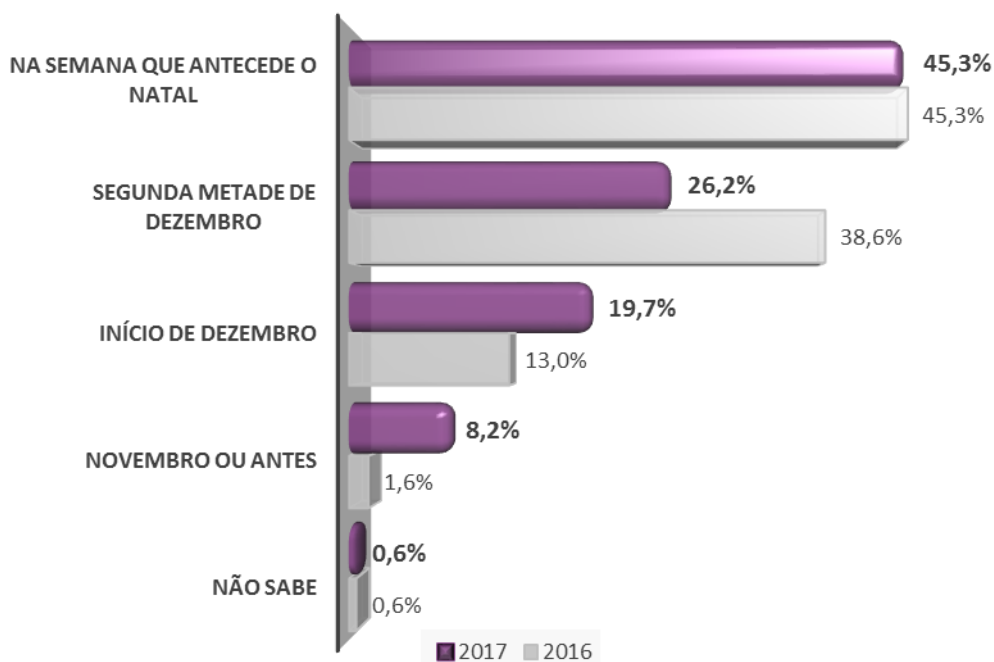
**Tabela 3 – Qual a determinante para a escolha do local de compra? (Múltipla resposta)**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2016	2017
Nível de preços	47,9%	45,9%
Diversidade de produtos	23,7%	27,1%
Proximidade casa/trabalho	11,0%	13,8%
Conforto	11,4%	12,4%
Segurança	2,5%	5,6%
Acessibilidade	4,7%	1,8%
Atendimento	1,6%	1,8%
Confiança	2,2%	1,2%
Estacionamento	0,6%	0,6%
Exclusividade	-	0,3%
Tradição	-	0,3%

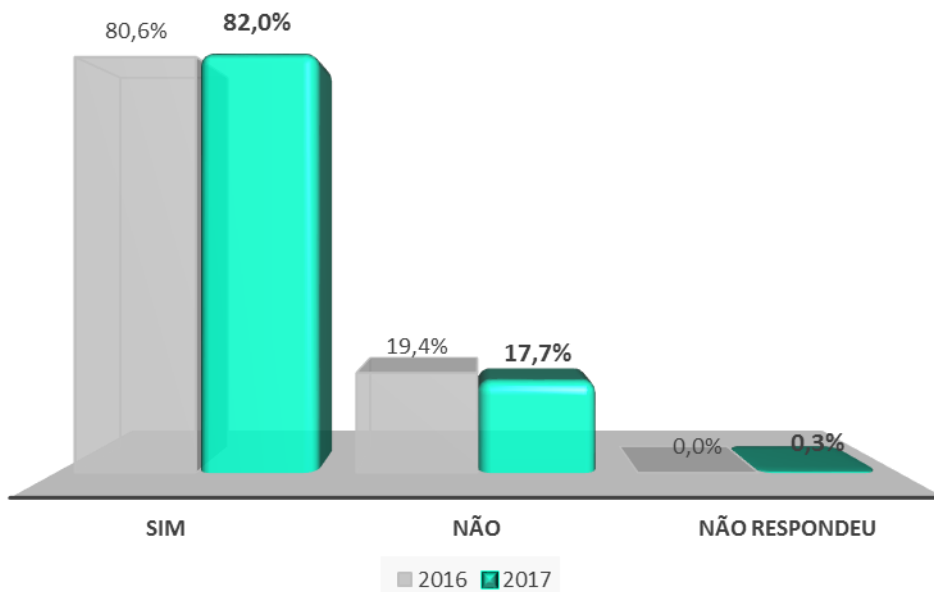
**Gráfico 11 – Quando irá realizar as compras?**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 12 – O (a) Sr. (a) pretende fazer pesquisa de preço?**

Fonte: Fecomércio RN



**Tabela 4 – Em sua opinião, o que as lojas poderiam fazer para atrair mais clientes? (Múltipla resposta)**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2016	2017
Promoção	38,8%	40,6%
Bom atendimento	38,4%	37,6%
Descontos	28,0%	31,0%
Facilidades na forma de pagamento	2,8%	7,4%
Variedade	5,6%	3,8%
Divulgação	3,2%	3,2%
Sorteio de Prêmios	1,8%	2,4%
Qualidade dos produtos	2,6%	1,6%
Brindes temáticos	2,0%	1,2%
Estacionamento	0,2%	0,2%
Não sabe	0,4%	0,6%
Conforto	-	0,2%

## Comemorações natalinas

**Tabela 5 – O (a) Sr. (a) pretende fazer comemoração natalina?**

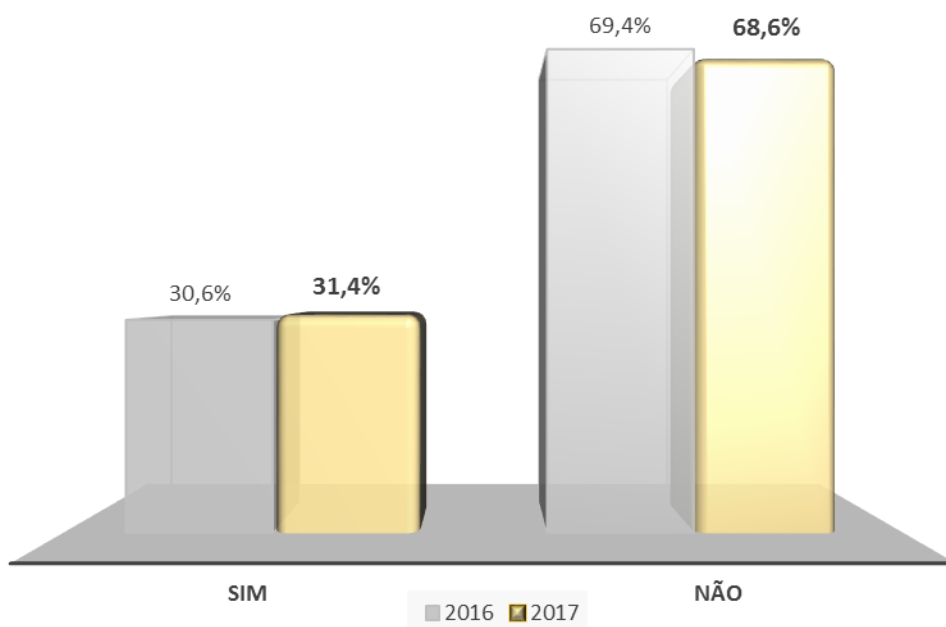
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Não irá comemorar	35,0%
Casa	33,0%
Casa de Parentes	27,1%
Casa de amigos	1,2%
Restaurante	0,7%
Trabalho	0,5%
Igreja	0,2%
Estado	0,2%
Hotel	0,2%
Não sabe	1,7%

## Pretensões de viajar

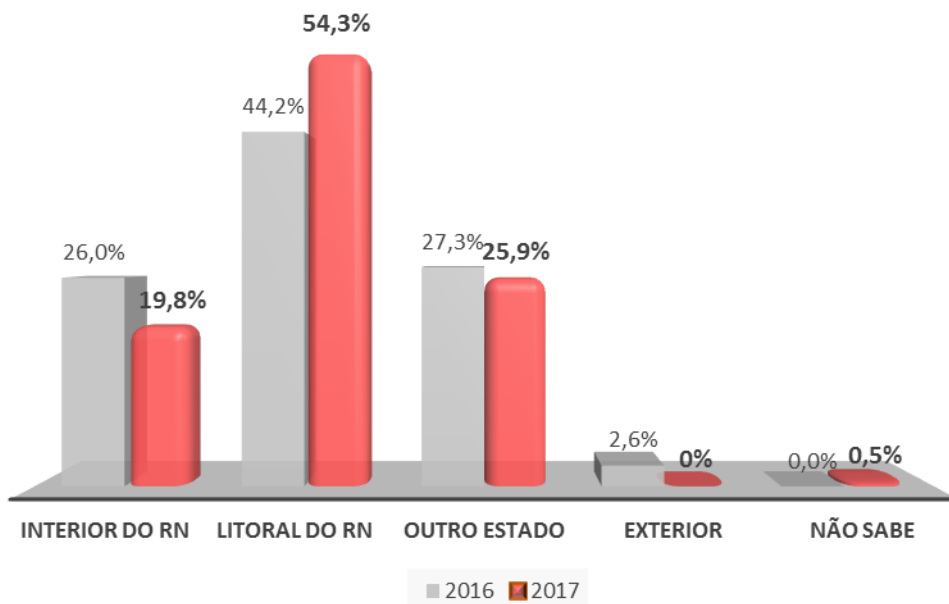
**Gráfico 13 – O (a) sr.(a) pretende viajar durante este fim de ano?**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 14 – (Se “sim”). Qual o destino?**

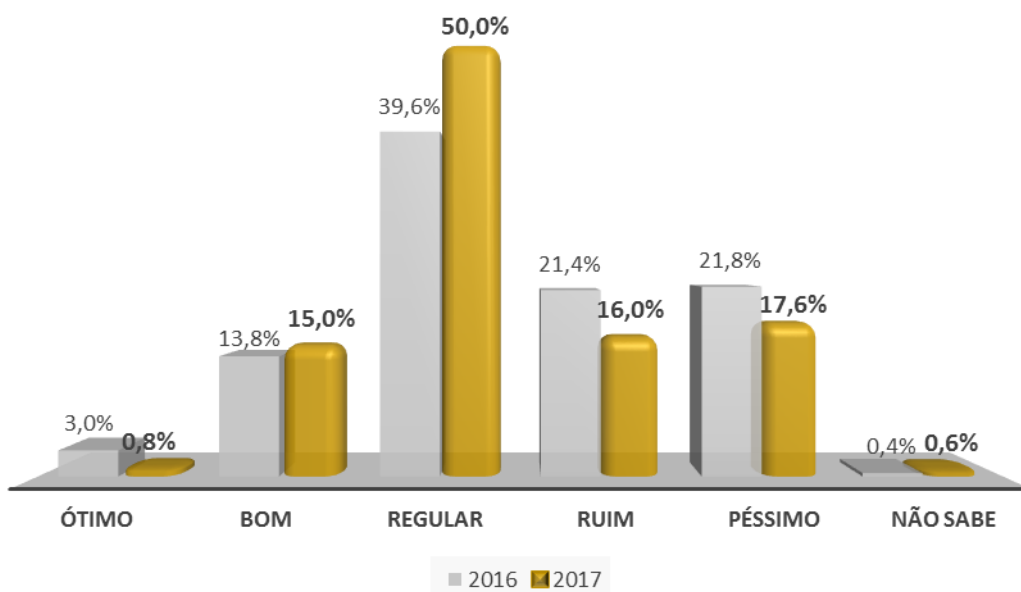
Fonte: Fecomércio RN



**Momento econômico**

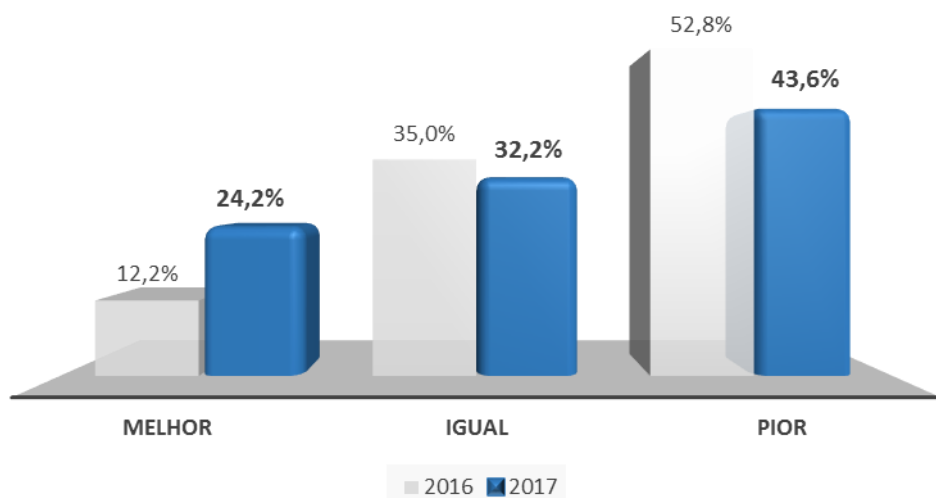
**Gráfico 15 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?**

Fonte: Fecomércio RN



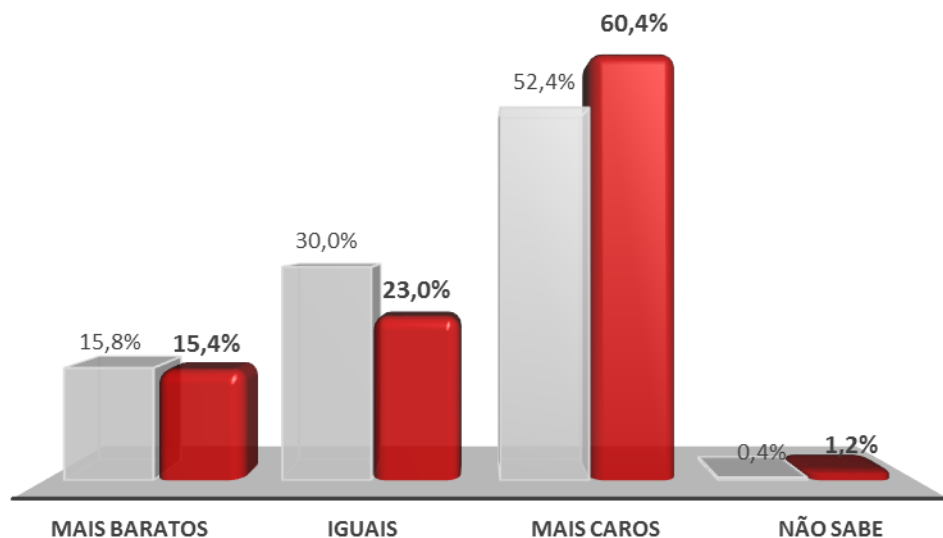
**Gráfico 16 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?**

Fonte: Fecomércio RN



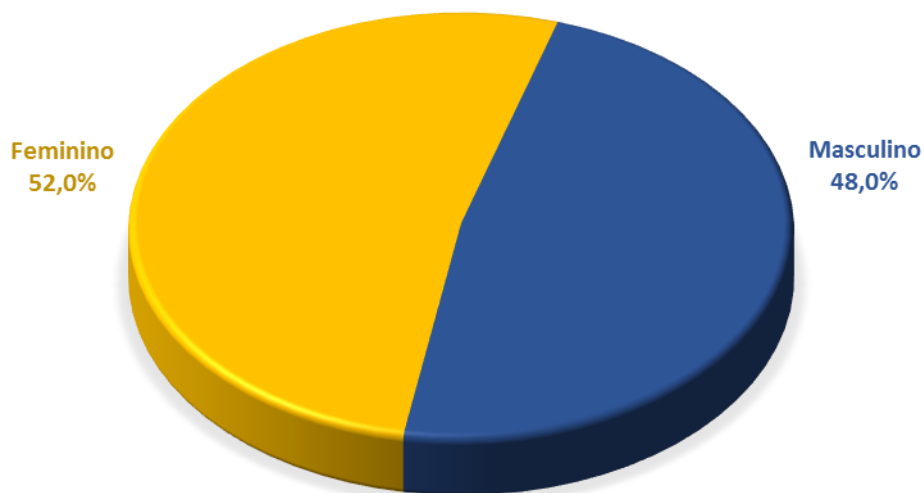
**Gráfico 17 – Quanto aos preços cobrados por produtos durante o final do ano, o Sr. (a) acredita que eles estarão:**

Fonte: Fecomércio RN

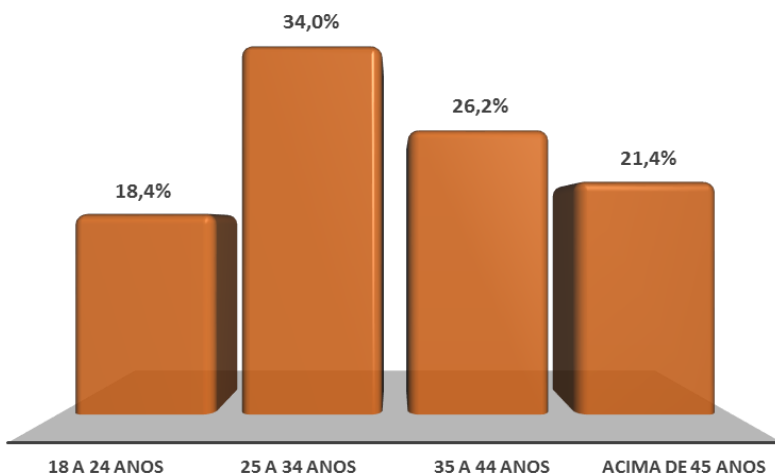


Perfil dos consumidores

**Gráfico 18 – Sexo**  
*Fonte: Fecomércio RN*

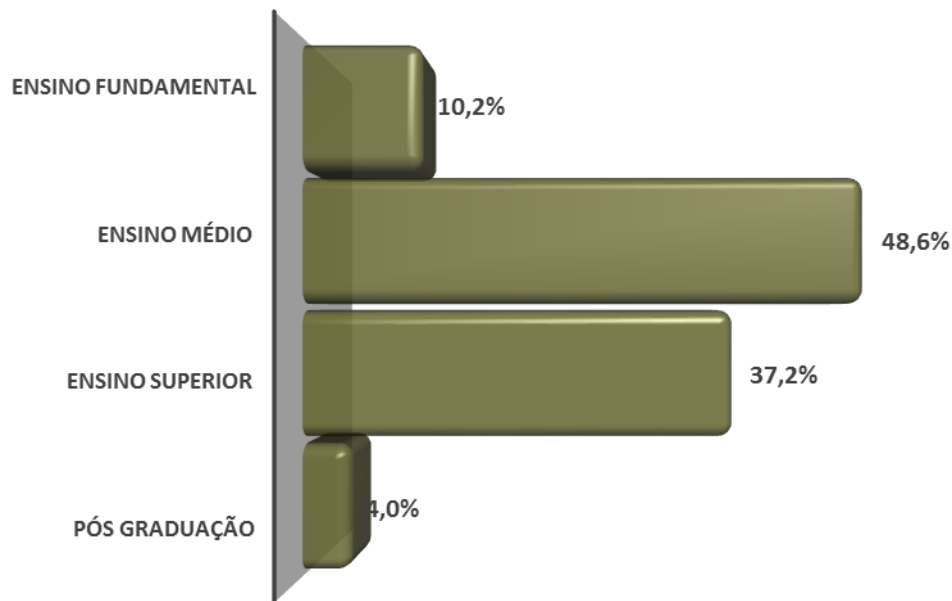


**Gráfico 19 – Faixa etária**  
*Fonte: Fecomércio RN*



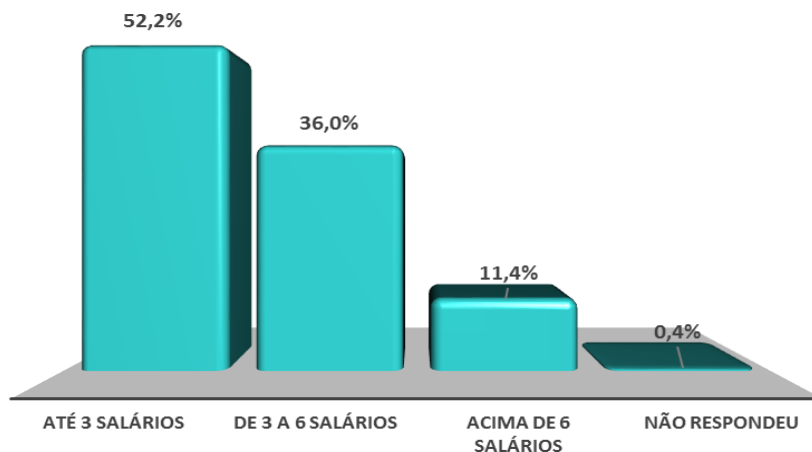
**Gráfico 20 – Escolaridade**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 21 – Renda**

Fonte: Fecomércio RN



**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO  
DO RIO GRANDE DO NORTE**

**INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO DE BENS,  
SERVIÇOS E TURISMO DO RIO GRANDE DO NORTE**

*Marcelo Fernandes de Queiroz*  
**Presidente**

*Jaime Mariz de Faria Júnior*  
**Diretor Executivo**

**EQUIPE DE PESQUISA**

*Tiago Chacon*  
**Estatístico**

*Hugo Sergio*  
*Nivaldo Gonçalves*  
*Elizabeth Pontes*  
*Daniela Lourena*  
**Pesquisadores**

*João Soares*  
**Estagiário**