Fecomércio RN | PDC FECOMERCIO/RN

PESQUISA

Intenção de Compras para o Dia dos Pais 2019

NATAL, JULHO DE 2019

Sumário

1. INTRODUÇÃO ***3***

2. ASPECTOS TÉCNICOS ***4***

3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS ***5***

Intenções de Compras 5

Gastos 6

Local e período de compra 6

Estratégias 7

Comemoração 8

Percepção econômica 8

4. GRÁFICOS E TABELAS ***9***

Intenções de compras 9

Gastos 11

Local e período de compra 12

Estratégias 15

Comemoração 16

Percepção econômica 17

Estratificação pelo perfil 19

1. INTRODUÇÃO

O Dia dos Pais, comemorado no segundo domingo de agosto, marca a abertura do calendário de datas comemorativas do segundo semestre. O apelo emocional estimula a demanda por artigos masculinos de vários segmentos do comércio varejista.

A movimentação no comércio causada pela data, se deve ao fato das pessoas presentearem não somente os pais, mas também os avôs, maridos, sogros ou uma pessoa que tenha cumprido o papel de pai na ausência deste. O objetivo deste estudo é verificar a intenção de compras dos consumidores natalenses para a referida data comemorativa.

Os estudos de intenção de compras realizados nos últimos anos vêm recebendo avaliações positivas dos comerciantes e produtores, tendo em vista a necessidade destes de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas.

É fundamental pontuarmos também que estas pesquisas têm possibilitado a aproximação da população, gestores, imprensa e empresários da dinâmica econômica local, bem como dos agentes econômicos envolvidos na cadeia produtiva e comercial do estado. Esta relação começou a se aprofundar com a iniciativa da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (Fecomércio RN), por meio do seu Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC). É essencial que os empresários tenham à sua disposição análises e informações que lhes auxiliem nas decisões produtivas e comerciais.

Espera-se atender ao anseio da classe empresarial, assim como 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 TÉCNICOS

Em Natal, a coleta das informações ocorreu entre os dias 05 e 10 de julho. Este intervalo foi escolhido para que houvesse tempo suficiente para a tabulação, análise dos dados e para a divulgação dos mesmos com alguma antecedência em relação ao segundo domingo de agosto, quando é comemorado o Dia dos Pais.

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 Natal. 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 de Natal foram entrevistados 651 consumidores, distribuídos proporcionalmente por região administrativa do município. Para que o trabalho apresentasse um bom resultado, foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral aproximado de 4%.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando 20 perguntas, constituídas 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, ultrapassariam a cem por cento.

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 consistiu 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

Intenções de Compras

O levantamento de intenção de consumo para o Dia dos Pais, realizado pelo Instituto de Pesquisa da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte (IPDC/Fecomércio RN), indicou que 55% dos consumidores natalenses estão predispostos a comprar presentes este ano. O resultado apresenta ligeiro recuo de -2,5 pontos percentuais em relação à intenção de consumo registrada no mesmo período de 2018.

De modo geral, a intenção de consumo do natalense apresenta-se mais favorável entre o público feminino (58,3%), consumidores com idade de 16 a 24 anos (64,3%), e renda familiar mensal de 6 a 10 salários mínimos (60%).

Entre os 45% consumidores que não irão presentear na data, 50,5% afirmaram que não têm a quem presentear; 24,6% declararam falta de dinheiro; 7,6% disseram que a distância irá impedir; 7,3% estão desempregados; 4% não têm o costume de dar presentes na data; 3,3% vão poupar; e 1,7% alegaram outros motivos.

Para aqueles que vão às compras, assim como a tendência observada no ano passado, a preferência para presentear neste Dia dos Pais é por roupas, com 58,7% das intenções de compra. Depois desses itens os produtos de perfumaria lideram como presente preferido, com 15,6%; seguidos por calçados, carteiras e cintos, com 11,5%. Em fatias menores aparecem eletroeletrônicos/celulares e livros, com 4,5% e 1,1%. Para completar, produtos automotivos, joias, relógios e utensílios somam 1,7%. Outros itens 2,5% das intenções.

De acordo com a pesquisa, entre os consumidores que estão convictos que irão às compras no período, o percentual de natalenses que apontou que deverá comprar apenas um item para presentear foi de 76,3%, revelando uma redução de -3,1 pontos percentuais nesse perfil de consumo, e abrindo espaço para os consumidores que desejam comprar dois produtos, que era de 17,3% em 2018 e passou para 21,5% em 2019. Aqueles que têm a intenção de adquirir três ou mais presentes, passou de 3,1% no ano passado para 2,2% este ano.

Não só os pais ganharão presentes. Dos que vão às compras, 79,6% disseram que presentearão os pais; 20,7% os maridos; 2,2% os sogros; 1,7% o padrasto; 1,7% as mães; 1,4% os avôs; 1,1% os filhos; 0,6% tio ou padrinho e 1,6% outros.

Gastos

A maior parcela dos consumidores (41,9%) pretende gastar entre R$ 51,00 e R$ 100,00; 27,9% afirmam que vão desembolsar de R$ 101,00 a R$ 200,00; 18,7% vão gastar até R$ 50,00. Já os presentes mais caros são minoria: 6,7% dizem que pretendem gastar de R$ 201,00 a R$ 300,00, e 4,2% devem fazer escolhas superiores aos R$ 300,00 para agradar os pais.

Neste ano, com base nos dados da pesquisa realizada em Natal, o cálculo do ticket médio está estimado em R$ 112,01. A variação nominal do ticket médio é de 6,5%, se comparado a 2018, quando o valor calculado havia sido de R$ 105,17.

Analisando conforme o perfil dos entrevistados, verificou-se que os homens estão entre os mais dispostos a gastar com o presente do dia dos pais (R$ 120,96 em média), enquanto as mulheres pretendem desembolsar o valor médio de R$ 104,70. Os gastos aumentam conforme o nível de renda: quem recebe até 3 salários mínimos (R$ 95,25); de 3 a 6 salários mínimos (R$ 130,73); de 6 a 10 salários mínimos (R$ 147,50); e acima de 10 salários mínimos (R$ 175,00).

O levantamento aponta ainda que a maior parte dos consumidores quer passar longe de dívidas e fará a opção por compras à vista, em dinheiro ou no cartão de débito, formas de pagamento escolhidas por 64,5% dos pesquisados. O parcelamento no cartão de crédito deve ser a escolha de 34,4% dos filhos neste dia dos pais.

Local e período de compra

Ainda de acordo com a pesquisa, 49,7% dos consumidores devem comprar em shoppings o presente de dia dos pais; já as lojas de rua foram citadas por 36,9% dos natalenses que devem movimentar o comércio nos próximos dias de agosto. Compras pela internet são a preferência de 7,3%. Outros locais foram mencionados por 1,4% dos compradores. Vale destacar que 5,3% ainda não decidiram em qual local vão comprar o presente.

Quando a pergunta é sobre os motivos que levam a entrar em uma loja, o nível de preço é decisivo para 30,4% dos entrevistados. Outros motivos também são considerados, como: diversidade de produtos (28,2%); proximidade (24,6%); conforto (9,5%); segurança (9,2%); acessibilidade (4,7%); confiança (3,4%); entre outros.

A pesquisa revelou que 68,4% tem a intenção de comprar o presente exatamente na semana do Dia dos Pais. Enquanto que 21,8% estão planejando realizar suas compras quinze dias antes da data comemorativa. Já 8,9% anteciparam as compras dos presentes aproveitando as liquidações do mês de julho.

A pesquisa também indagou o melhor dia para realizar as compras, e o sábado foi apontado com 31,8% das preferências. Outros dias mencionados foram segunda-feira (18,4%); sexta-feira (18,2%); quarta-feira (9,2%); domingo (4,5%); quinta-feira (4,2%); e terça-feira (3,4%). 7,8% ainda não sabem o dia que vão comprar os produtos para presentear.

Estratégias

Na tentativa de tentar economizar, a maioria dos consumidores que pretendem comprar presentes para os pais irão realizar pesquisa de preço. De acordo com o levantamento, sete em cada dez (73,5%) compradores admitem que vão buscar melhores ofertas antes de concretizar a compra do Dia dos Pais.

Sobre as estratégias para o período, 43,5% dos entrevistados disseram que para as empresas alavancarem suas vendas no dia dos pais, preferencialmente, devem investir em promoções. Isso demonstra necessidade do lojista de atrair o cliente de forma mais direta, rápida e mais barata. Os descontos e o atendimento aparecem logo depois, com 30,1% e 25,5% das justificativas, respectivamente. Facilidade na forma de pagamento, sorteio de prêmios, brindes temáticos e divulgação seguem como razões importantes para atrair os consumidores as lojas.

Comemoração

Entre os entrevistados, um em cada quatro (25,5%) pretende fazer algum passeio para lembrar o Dia dos Pais 2019. No ano passado, esse número foi de 35,2%. A quantidade de pessoas que pretende almoçar ou jantar em casa de familiares é de 14,4%; enquanto 8,1% pretendem sair para bares, restaurantes ou lanchonetes. 1,1% pretende viajar com o pai e 1,8% frequentar outros lugares.

Com relação às características do local, 44,9% dizem buscar por um lugar conveniente para os familiares comparecerem, e 28,7% preferem um local que o pai escolha ou tem desejo de conhecer. Ademais, 19,2% darão prioridade ao preço; 9,6% ao atendimento; e 1,8% a outros fatores.

Percepção econômica

Sobre o atual momento para compra de produtos, 27,8% dos consumidores natalenses entrevistados avaliaram como ótimo ou bom; 47,2% afirmaram que o momento é apenas regular; enquanto 25% dizem que a situação é ruim ou péssima para aquisição de itens. Na mesma pesquisa realizada em 2018, 22,9% consideravam o momento ótimo ou bom para compra de produtos; 49,4% regular e 27,6% ruim ou péssimo.

Quando solicitadas que comparassem a atual situação financeira com a do ano passado, 32% das pessoas afirmaram estar em situação pior. 31,6% creem estar em condição melhor financeiramente e 36,4% consideram estar em momento igual ao do ano passado. Dados da pesquisa de 2018 mostravam que 33% estavam em pior situação financeira; 37,4% igual e 29,6% melhor.

Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

4. GRÁFICOS E TABELAS

Intenções de compras

Gráfico 1 – O Dia dos Pais será comemorado no segundo domingo de agosto (dia 11), o (a) Sr. (a) pretende presentear alguém nesta data?
Fonte: Fecomércio RN

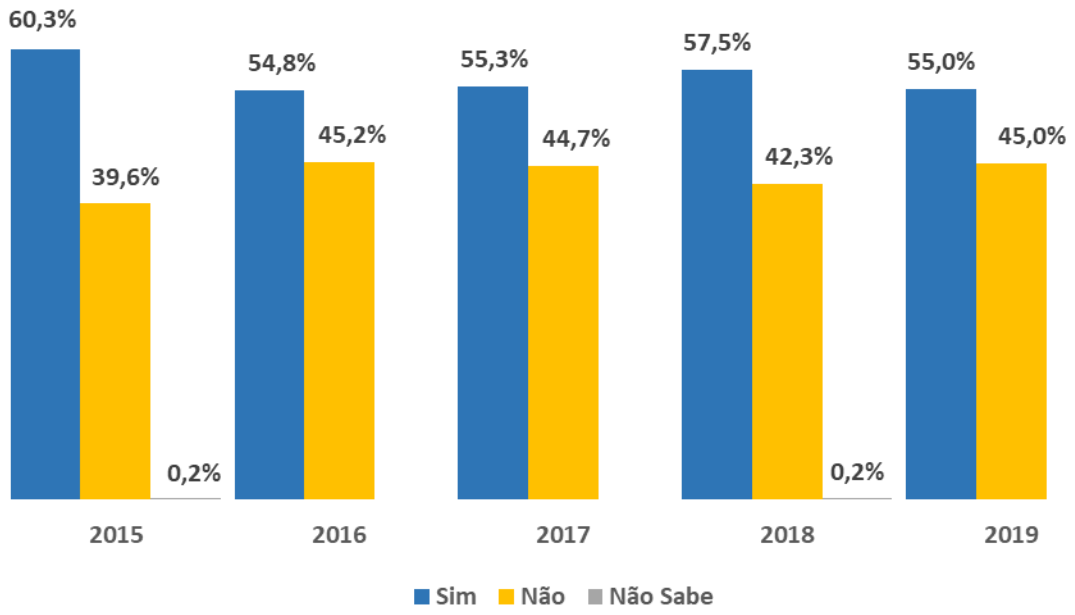


Tabela 1 – Se respondeu "Não". Por qual motivo não pretende presentear? (Múltipla resposta)
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Não tem quem presentear	50,8%	51,9%	54,2%	52,8%	50,5%
Falta de Dinheiro	26,3%	27,0%	28,7%	22,8%	24,6%
Distância	16,7%	9,6%	6,2%	5,1%	7,6%
Desemprego	3,5%	4,8%	3,3%	5,1%	7,3%
Não comemora a data	2,7%	4,9%	4,0%	5,5%	4,0%
Poupar	0,8%	2,4%	2,9%	3,1%	3,3%
Outros	0,4%	0,0%	1,1%	3,9%	1,7%
Não sabe/Não respondeu	0,8%	0,0%	0,0%	1,6%	1,0%

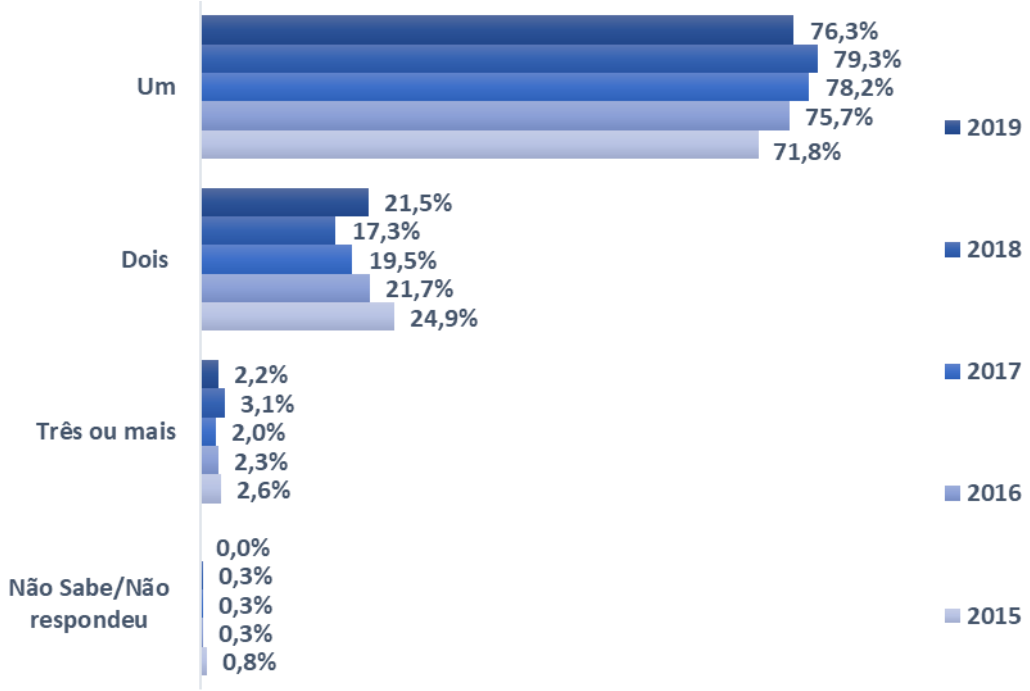
Tabela 2 – Se respondeu "Sim". Quem o (a) Sr. (a) pretende presentear nesta data?
(Múltipla resposta)
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Pai	83,7%	82,6%	81,7%	79,5%	79,6%
Marido/Ex-marido	16,8%	21,1%	16,7%	19,7%	20,7%
Sogro	2,3%	4,8%	2,5%	4,6%	2,2%
Padrasto	1,3%	0,0%	0,8%	0,8%	1,7%
Mãe	1,3%	1,4%	3,7%	3,3%	1,7%
Avô	2,8%	4,0%	2,5%	2,3%	1,4%
Filho	1,0%	1,1%	0,8%	1,5%	1,1%
Tio/Padrinho	1,3%	1,1%	0,6%	1,0%	0,6%
Irmão	1,5%	0,6%	0,3%	0,8%	0,0%
Outros	1,0%	0,7%	1,9%	2,5%	1,6%

Tabela 3 – Que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessado em presentear no Dia dos Pais?
(Múltipla resposta)
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Vestuário	48,6%	57,8%	56,5%	54,2%	58,7%
Perfume/Cosméticos	17,8%	16,2%	12,3%	16,9%	15,6%
Calçados/Carteira/Cinto	14,5%	11,7%	13,1%	13,0%	11,5%
Eletroeletrônico/Celular	5,4%	5,1%	6,1%	5,6%	4,5%
Livro	0,8%	0,3%	0,0%	0,5%	1,1%
Produtos automotivos	0,3%	0,3%	0,3%	0,8%	0,8%
Joias/Relógio	2,5%	0,9%	1,4%	1,3%	0,6%
Doméstico	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,3%
Outros	1,2%	0,6%	2,0%	1,6%	2,5%
Não Sabe	13,0%	10,8%	11,7%	9,5%	8,1%

Gráfico 2 – Você pretende comprar quantos presentes no Dia dos Pais deste ano?
Fonte: Fecomércio RN



Gastos

Gráfico 3 – Quanto pretende investir na compra de presentes?
Fonte: Fecomércio RN

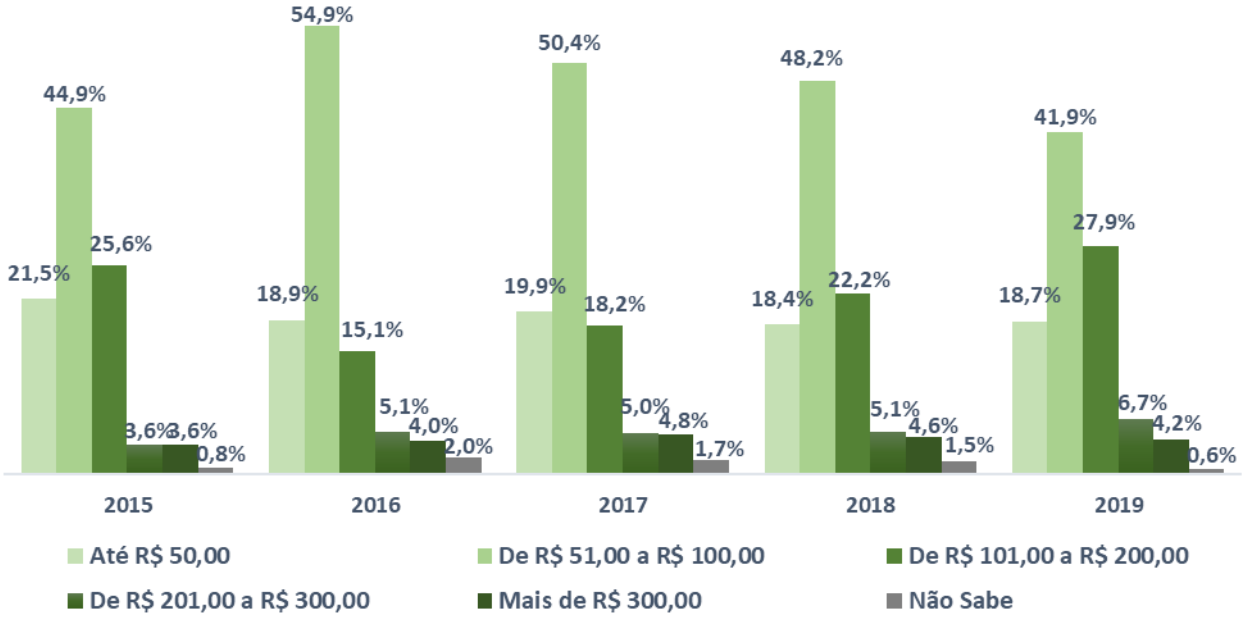
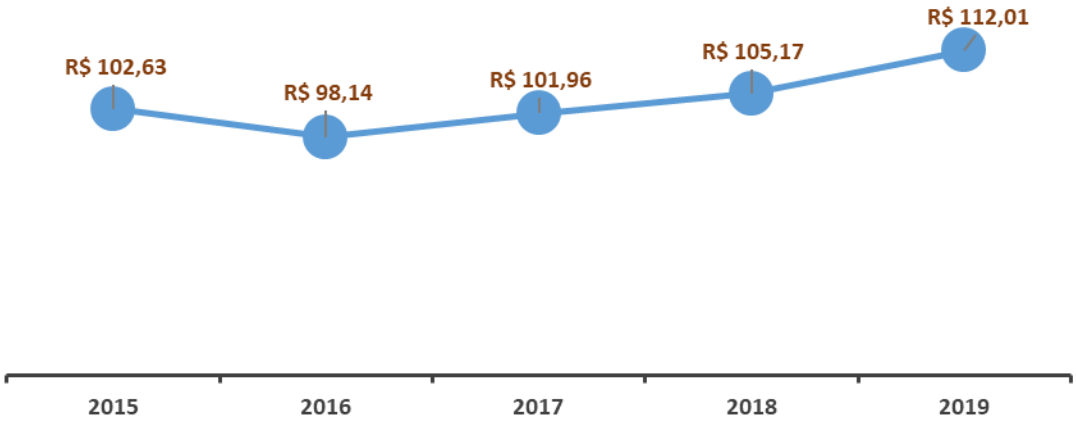


Gráfico 4 – Comparação das médias de gastos por ano.
Fonte: Fecomércio RN



Local e período de compra

Gráfico 5 – Quando o (a) Sr. (a) comprará o presente?
Fonte: Fecomércio RN

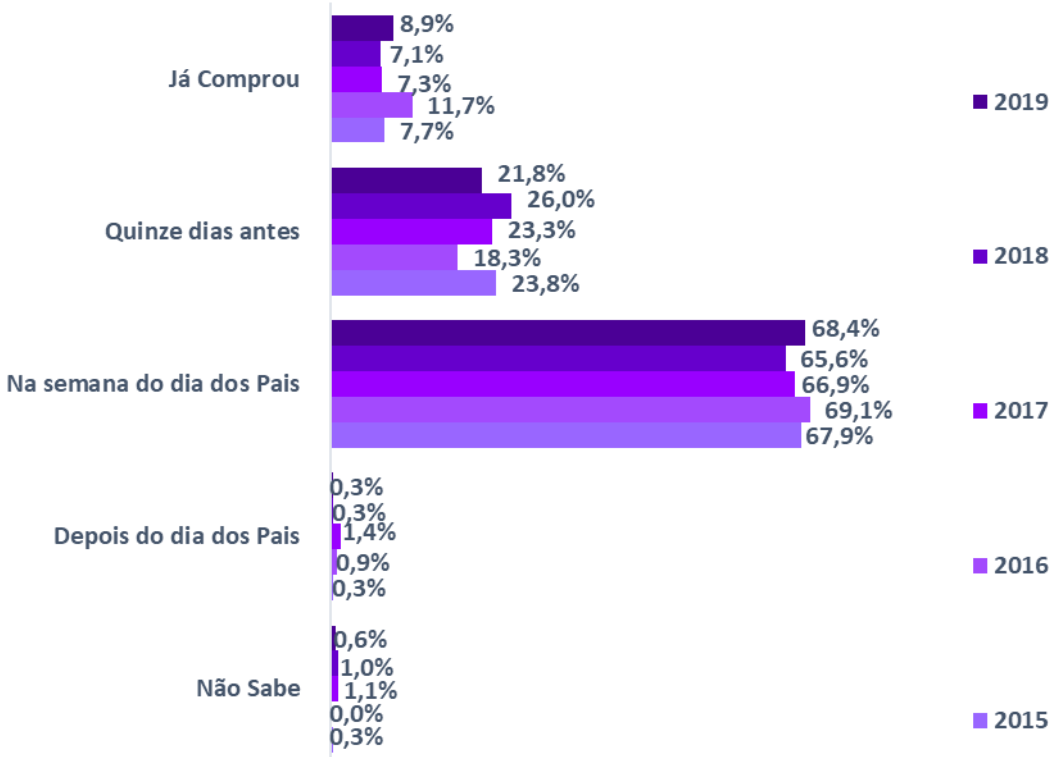


Tabela 4 – Qual o dia da semana vai às compras?
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019
Sábado	29,6%	32,6%	30,0%	31,8%
Segunda	14,9%	13,6%	13,5%	18,4%
Sexta	20,2%	12,3%	10,7%	18,2%
Quarta	10,5%	9,1%	10,2%	9,2%
Domingo	6,5%	6,3%	6,0%	4,5%
Quinta	3,0%	3,9%	7,0%	4,2%
Terça	7,5%	7,6%	7,7%	3,4%
Não Sabe	5,3%	12,8%	10,5%	7,8%
Nenhum	2,5%	1,8%	4,4%	2,5%

Gráfico 6 – Onde irá comprar?
Fonte: Fecomércio RN

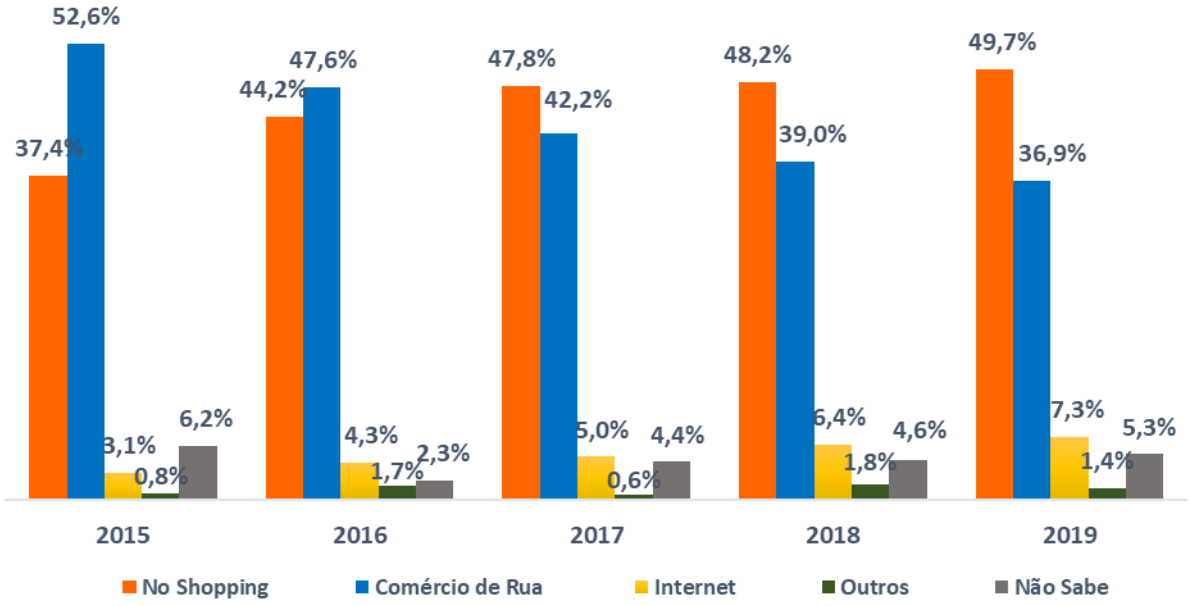


Gráfico 7 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr. (a) deseja utilizar?
Fonte: Fecomércio RN

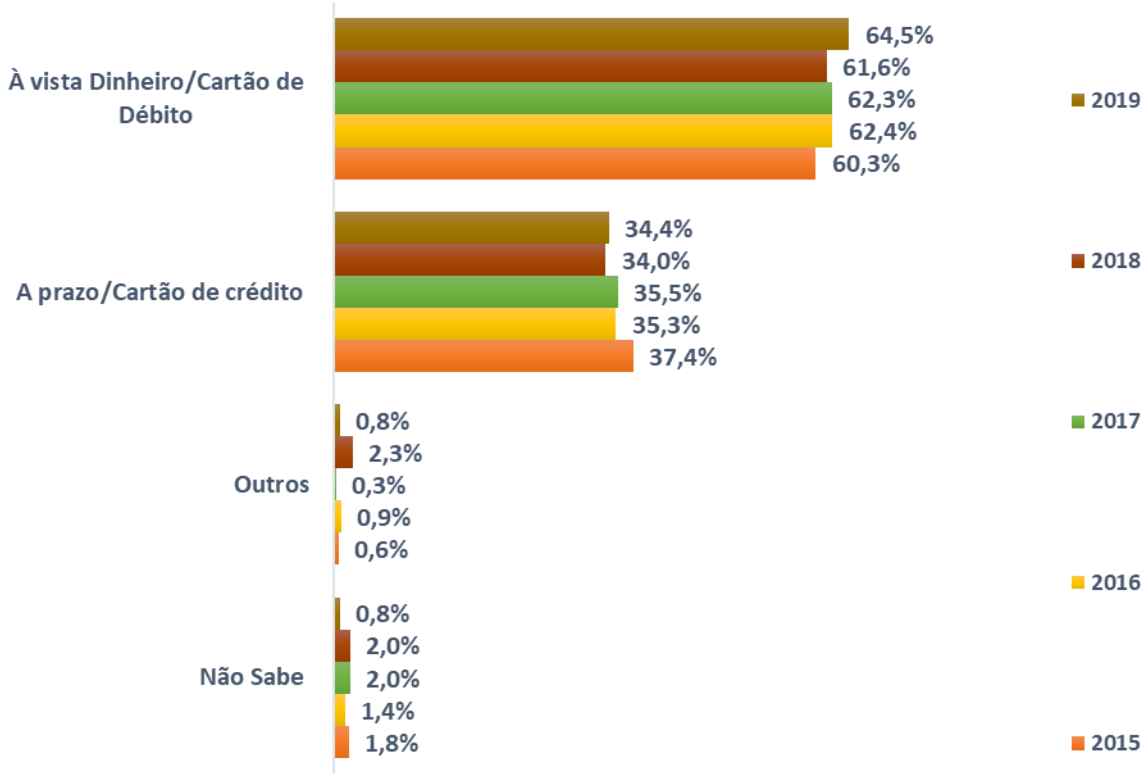


Tabela 5 – Qual a determinante para a escolha do local de compra? (Múltipla resposta)
Fonte: Fecomércio RN

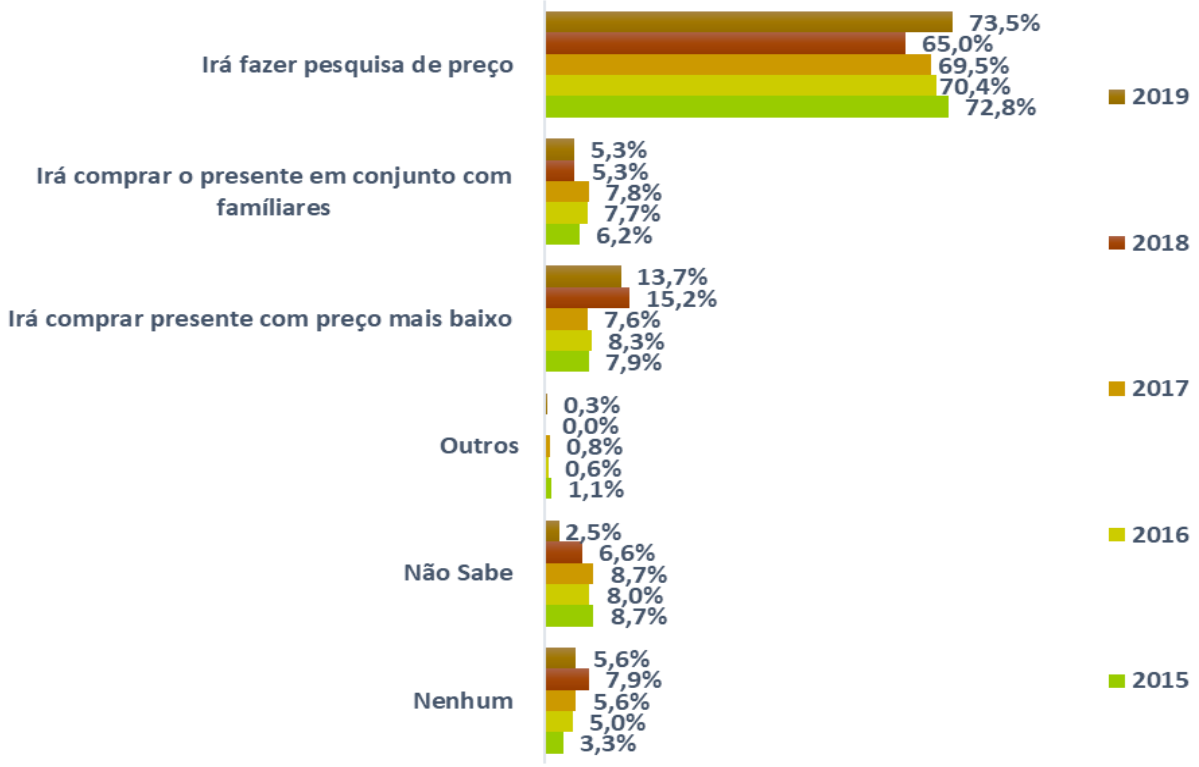
Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019	2020
Nível de preços	0,0%	30,2%	27,8%	28,8%	30,4%
Diversidade do produto	0,0%	24,5%	29,2%	28,8%	28,2%
Proximidade	0,0%	21,1%	24,4%	24,2%	24,6%
Conforto	0,0%	12,8%	14,9%	8,4%	9,5%
Segurança	0,0%	5,1%	8,1%	8,2%	9,2%
Acessibilidade	0,0%	8,0%	3,1%	6,4%	4,7%
Confiança	0,0%	0,1%	2,5%	2,0%	3,4%
Qualidade	0,0%	0,9%	0,6%	0,5%	0,8%
Outros	0,0%	0,0%	0,6%	2,0%	2,2%

Estratégias

Tabela 6 – Em sua opinião, o que as lojas poderiam fazer para atrair mais clientes? (Múltipla resposta) Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Promoção para clientes fiéis	45,8%	41,1%	45,8%	39,1%	43,5%
Descontos	33,3%	31,5%	26,2%	32,1%	30,1%
Atendimento personalizado	11,7%	24,3%	25,0%	24,2%	25,5%
Facilidades na forma de pagamento	7,4%	7,7%	7,0%	6,4%	6,9%
Brindes temáticos	2,3%	2,7%	2,5%	4,4%	3,5%
Sorteio de prêmios	2,0%	2,8%	2,5%	4,8%	3,5%
Marketing/Divulgação	1,3%	1,7%	2,0%	3,2%	2,2%
Qualidade	0,0%	0,3%	0,0%	0,6%	0,2%
Variedades	0,8%	0,6%	1,1%	0,6%	0,9%
Outros	1,2%	0,6%	2,0%	0,9%	0,5%
Não Sabe	0,8%	1,6%	2,2%	1,2%	1,2%
Nada	0,0%	0,2%	0,5%	0,3%	0,0%

Gráfico 8 – O (a) Sr. (a) pretende utilizar alguma alternativa seguinte para economizar no presente?
Fonte: Fecomércio RN



INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO
Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte
Av. Alexandrino de Alencar, 562 – Alecrim – CEP 59030-350 – Natal/RN
TEL + 55 84 3026 9400 | fecomerciorn @fecomerciorn.com.br | www.fecomerciorn.com.br

Comemoração

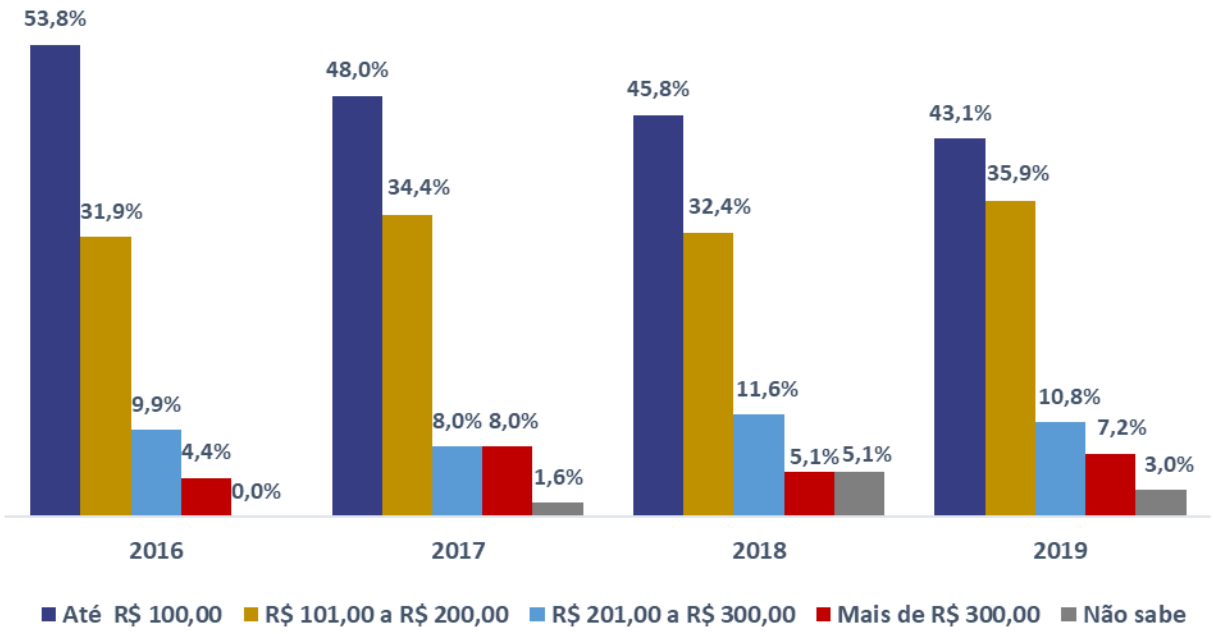
Tabela 7 – Irá levar seu pai a algum passeio?
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Não irá levar a lugar nenhum	79,7%	83,3%	77,6%	62,7%	74,0%
Almoço/Jantar na casa de familiar	4,3%	3,6%	9,0%	22,2%	14,4%
Almoçar/Jantar em um restaurante	14,5%	9,0%	10,2%	11,3%	8,1%
Não Sabe	0,8%	1,0%	1,1%	2,0%	0,5%
Viagem para lugar especial	0,2%	0,7%	1,1%	1,2%	1,1%
Outros	0,6%	2,8%	1,0%	0,6%	1,8%

Tabela 8 – Característica predominante para escolha do local?
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Conveniência para familiares comparecerem	42,3%	45,8%	60,9%	52,6%	44,9%
Lugar que o Pai escolheu, ou tem desejo de conhecer	16,3%	33,3%	22,5%	22,6%	28,7%
Preço	9,6%	9,4%	8,0%	12,6%	19,2%
Atendimento	26,0%	13,5%	8,7%	5,7%	9,6%
Qualidade	1,0%	0,0%	1,4%	0,9%	0,6%
Outros	3,0%	0,0%	0,0%	4,3%	1,8%
Não Sabe	1,9%	0,0%	0,0%	1,3%	0,6%

Gráfico 9 – Quanto pretende gastar no passeio ou comemoração?
Fonte: Fecomércio RN



Percepção econômica

Gráfico 10 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?
Fonte: Fecomércio RN

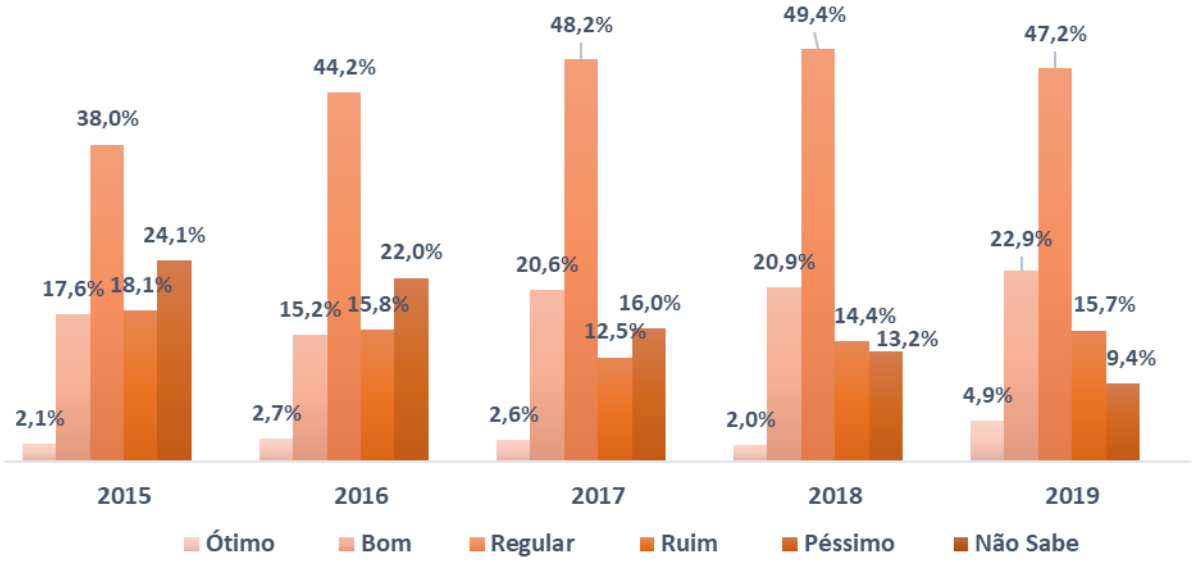


Gráfico 11 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?
Fonte: Fecomércio RN

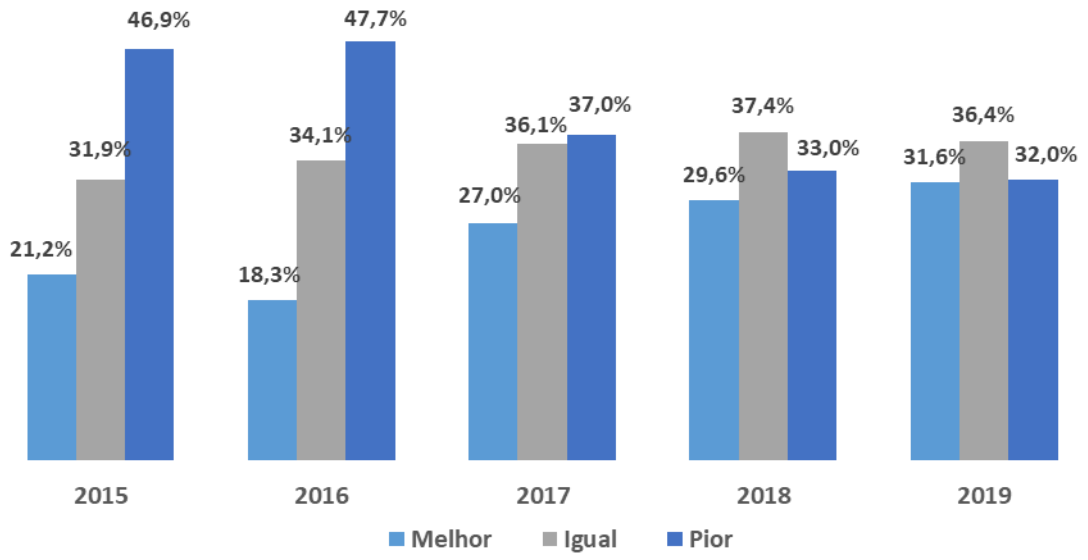
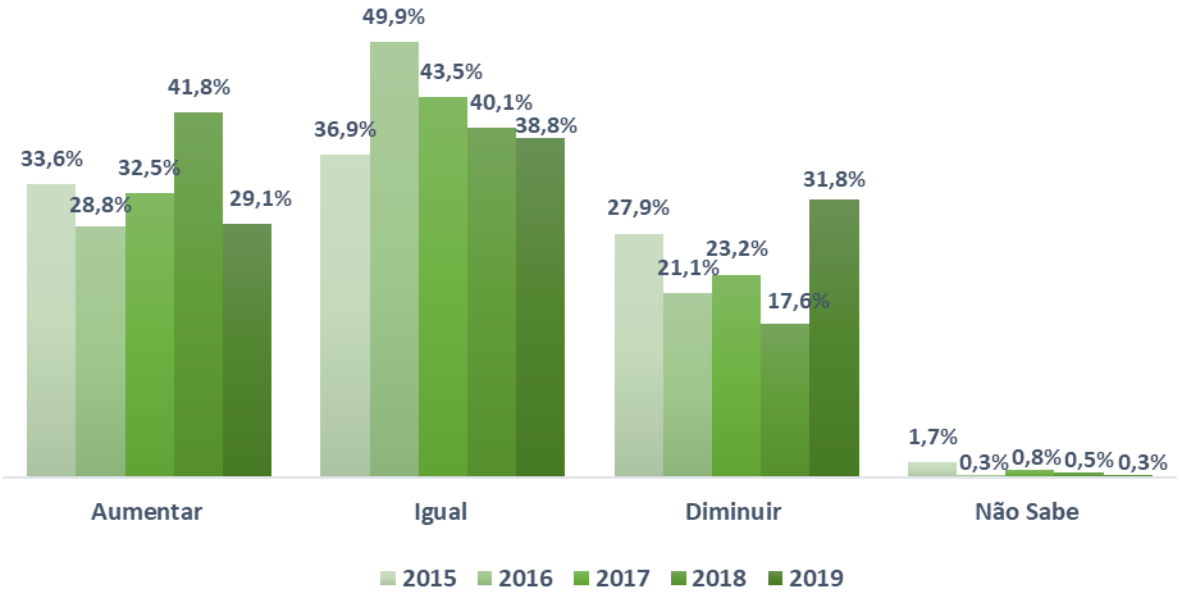


Gráfico 12 – O (s) seu (s) gasto (s) com presentes para o Dia dos Pais neste ano em comparação com ano passado irá?
Fonte: Fecomércio RN



Estratificação pelo perfil

Tabela 9 – Intenção de presentear, em relação ao sexo dos entrevistados.
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino
Sim	58,3%	51,4%
Não	41,7%	48,6%

Tabela 10 – Intenção de presentear, em relação à faixa etária dos entrevistados.
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	De 16 a 24anos	De 25 a 34anos	De 35 a 44 anos	De 45 a 59 anos	Acima de 60
Sim	64,3%	57,7%	55,8%	38,9%	39,1%
Não	35,7%	42,3%	44,2%	61,1%	60,9%

Tabela 11 – Intenção de presentear, em relação à escolaridade dos entrevistados.
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior	Pós graduação
Sim	41,2%	56,4%	56,9%	57,9%
Não	58,8%	43,6%	43,1%	42,1%

Tabela 12 – Intenção de presentear, em relação à renda dos entrevistados.
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Até 3 salários	De 3 a 6 salários	De 6 a 10 Salários	Acima de 10 Salários
Sim	53,5%	56,5%	60,0%	56,3%
Não	46,5%	43,5%	40,0%	43,8%

Tabela 13 – Quanto pretende gastar, em relação sexo dos entrevistados.
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino
Até R$ 50,00	21,3%	15,5%
De R$ 51,00 a R$ 100,00	44,2%	39,1%
R$ 101,00 a R$ 200,00	25,4%	31,1%
R$ 201,00 a R$ 300,00	6,1%	7,5%
Mais de R$ 300,00	2,5%	6,2%
Não sabe	0,5%	0,6%
Média	R$ 104,70	R$ 120,96

Tabela 14 – Quanto pretende gastar, em relação à faixa etária dos entrevistados.
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	De 16 a 24anos	De 25 a 34anos	De 35 a 44 anos	De 45 a 59 anos	Acima de 60
Até R$ 50,00	18,2%	16,1%	17,7%	33,3%	0,0%
De R$ 51,00 a R$ 100,00	37,4%	44,6%	46,9%	35,7%	33,3%
R$ 101,00 a R$ 200,00	33,3%	26,8%	25,0%	23,8%	33,3%
R$ 201,00 a R$ 300,00	4,0%	8,9%	6,3%	2,4%	33,3%
Mais de R$ 300,00	6,1%	3,6%	4,2%	2,4%	0,0%
Não sabe	1,0%	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%
Média	R$ 115,40	R$ 114,73	R$ 109,64	R$ 92,26	R$ 158,33

Tabela 15 – Quanto pretende gastar, em relação à escolaridade dos entrevistados.
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior	Pós graduação
Até R$ 50,00	28,6%	22,6%	11,7%	0,0%
De R$ 51,00 a R$ 100,00	46,4%	43,2%	38,3%	45,5%
R$ 101,00 a R$ 200,00	25,0%	25,1%	33,3%	27,3%
R$ 201,00 a R$ 300,00	0,0%	5,5%	10,0%	9,1%
Mais de R$ 300,00	0,0%	2,5%	6,7%	18,2%
Não sabe	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%
Média	R$ 86,61	R$ 102,76	R$ 129,58	R$ 152,27

Tabela 16 – Quanto pretende gastar, em relação à renda dos entrevistados.
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Até 3 salários	De 3 a 6 salários	De 6 a 10 Salários	Acima de 10 Salários	Não resp.
Até R$ 50,00	25,3%	8,3%	6,7%	11,1%	0,0%
De R$ 51,00 a R$ 100,00	48,0%	37,5%	16,7%	33,3%	0,0%
R$ 101,00 a R$ 200,00	21,7%	36,5%	53,3%	11,1%	0,0%
R$ 201,00 a R$ 300,00	1,8%	12,5%	16,7%	11,1%	100,0%
Mais de R$ 300,00	3,2%	4,2%	3,3%	33,3%	0,0%
Não sabe	0,0%	1,0%	3,3%	0,0%	0,0%
Média	R$ 95,25	R$ 130,73	R$ 147,50	R$ 175,00	R$ 250,00

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

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

Marcelo Fernandes de Queiroz
Presidente em Exercício

Jaime Mariz de Faria Júnior
Diretor Executivo

EQUIPE DE PESQUISA

Tiago Chacon Fontoura
Estatístico

Hugo Sergio
Nivaldo Gonçalves
Elizabeth Pontes
Daniela Lourena
Maria do Socorro
Pesquisadores

João Maria Soares
Estagiário