



PESQUISA  
**Intenção  
de compras  
para o Natal  
e uso do  
13º salário**

**MOSSORÓ, DEZEMBRO DE 2020**

## 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>
	Intenções de compras .....	5
	Produtos comprados .....	5
	Gastos e forma de pagamento .....	6
	Local de compra.....	7
	Quando comprar.....	7
	Destino do 13º salário .....	8
	Comemorações natalinas.....	9
	Pretensões de viajar.....	9
	Momento econômico.....	9
<b>4</b>	<b><i>Análise gráfica</i></b> .....	<b>10</b>
	Intenções de compras .....	10
	Produtos comprados .....	12
	Gastos e formas de pagamento .....	13
	Local e quando comprar .....	14
	Destino do 13º salário.....	18
	Comemorações natalinas.....	19
	Pretensões de viajar .....	20
	Momento econômico.....	21
<b>5</b>	<b><i>Estratificação pelo perfil dos entrevistados</i></b> .....	<b>23</b>

## 1 Introdução

O esperado final de ano está chegando, com ele surgem as confraternizações, o Natal e o réveillon. Para o comércio, este é o melhor período para vendas no ano, pelo conjunto de fatores: 13º salário, que é responsável por um aumento na renda das pessoas, estimulando os consumidores a adquirirem mais; o turismo e o período de férias escolares, demandam serviços de turismo; além disso, o sentimento de realização para com o próximo aflora a necessidade de demonstrá-los, muitas vezes por um presente que reflita o carinho dado àquela pessoa.

Por isso, a Fecomércio Rio Grande do Norte, por meio do Departamento de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DEES), realizou pesquisa buscando identificar quais as intenções de compras dos consumidores para esta data.

A pesquisa procurou conhecer as preferências dos consumidores quanto a escolhas dos presentes que poderão ser objeto de compra neste Natal, quanto pretende gastar nas compras, modalidades de pagamento preferidas, etc. Além disso, o trabalho também buscou identificar qual o destino do 13º salário, formas de comemorações do Natal e momento econômico na visão dos consumidores.

As pesquisas de intenção de compras realizadas nos últimos anos pelo DEES/Fecomércio RN têm recebido avaliações positivas da classe empresarial produtora, tendo em vista a necessidade destes de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas de vendas.

De posse dessas informações, pretende-se 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, 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

As entrevistas ocorreram entre os dias 20 de novembro e 01 de dezembro de 2020. 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 Natal.

Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas por meio de ligações telefônicas, com a aplicação de questionário estruturado e padronizado, junto a uma amostra representativa da população pesquisada. 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. Em Mossoró, a pesquisa entrevistou 507 pessoas, distribuídas proporcionalmente pela área geográfica do município, conforme gênero, faixa etária, escolaridade e renda familiar. Para que o trabalho apresente um bom resultado foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral de 4%.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando 28 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 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 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

### Intenções de compras

O Natal traz boas expectativas de consumo para o final de ano. Mesmo com o orçamento apertado, boa parte dos mossoroenses não vão abrir mão de garantir os presentes de Natal, a data mais importante para o varejo tanto em volume de vendas quanto em faturamento. De acordo com a pesquisa, 51,5% dos consumidores devem presentear alguém no Natal deste ano, em 2019, 66% estavam dispostos a presentear na data.

O perfil dos entrevistados que afirmaram intenção de presentear, mostra a maioria de consumidores do gênero masculino (55,6% de resposta positiva), com idade entre 25 e 34 anos (61%) e renda familiar superior a dez salários mínimos (94,1%).

Entre os que não irão comprar presentes, 63% apontaram a falta de dinheiro como principal causa (contra 48,8% em 2019), enquanto para 20,3% o motivo será o desemprego (14,1% no ano passado). Outros motivos apontados foram a pandemia (17,9%), contas ou dívidas (10,2%), poupar (10,2%) e outros.

E quem vai às compras, pretende presentear primeiramente seus filhos (60,2%), depois as mães (42,9%), os cônjuges (37,5%), os pais (25,7%), os irmãos (10%), os sobrinhos (9,6%), os netos (8,4%), amigos (3,1%) e namorados (2,3%).

### Produtos comprados

Em Mossoró, as opções de compras natalinas, são por ordem: vestuário (60,5%), brinquedos (26,1%), perfumes/cosméticos (21,5%), calçados (19,2%), acessórios pessoais (6,5%), eletrodomésticos (5,4%) e eletrônicos/celulares (5%). Houve um acréscimo de intenção em relação à preferência por roupas (57,3% em 2019), brinquedos (23,6% em 2019), perfumes/cosméticos (18,8% em 2019), calçados (15,8% em 2019) e acessórios (6,5% em 2019), por outro lado, houve redução na intenção de comprar eletrodomésticos (6,1% em 2019) e eletrônicos/celulares (8,2% em 2019).

Sobre o que será determinante para escolha do produto, este ano, o preço do item (41%) aparece na frente (em 2019 era 31,2%), depois vem o desejo da pessoa a ser presenteada com 29,5% das respostas (em 2019 era 47,3%). Em seguida, deverão ser considerados a qualidade do produto (17,6%) e promoções/descontos (10%).

Dos que vão presentear, a pesquisa apontou que a maioria dos entrevistados pretende comprar no máximo três presentes, sendo que 27,6% dois itens, 22,2% três itens e 18,4% um item. Aqueles que pretendem comprar quatro ou mais somam 31,8% das intenções. Essa compra de múltiplos produtos é uma das principais características do Natal e que torna a data a mais importante para o comércio, entre as datas comemorativas.

### **Gastos e forma de pagamento**

Sobre a pretensão de gastos com presentes, 38,3% dos consumidores pretendem gastar entre R\$ 100 e R\$ 500; 29,5% gastará até R\$ 100; e 23,8% acima de R\$ 500. Outros 8,4% declararam não saber ainda quanto vão desembolsar.

A média de preços, calculada com base nas respostas das pessoas dispostas a comprar, também foi considerada na pesquisa e neste ano será de R\$ 298,18 entre os mossoroenses. Número 3,6% maior do que os R\$ 287,88 calculados no ano passado, porém inferior a inflação do período de 4,79%.

Verificou-se também que o gasto dos consumidores tende a crescer quanto maior for a renda do indivíduo. Até 2 salários (R\$ 185,10), de 2 a 5 salários (R\$ 320,83), de 5 a 10 salários (R\$ 450,78) e acima de 10 salários (R\$ 528,13).

Com relação às formas de pagamento das compras de Natal, a pesquisa revela que 52,9% dos entrevistados pretendem pagar no cartão de crédito, valor 13,8 pontos percentuais superior ao registrado no mesmo período do ano passado (39,1%). Em contrapartida, as intenções de compra através de dinheiro em espécie caíram de 52,4% em 2019 para 36% no ano corrente.

## Local de compra

Os dados da pesquisa de intenção de compras para o Natal ainda revelam que 50,2% dos consumidores mossoroenses pretendem adquirir produtos em lojas do comércio de rua, 32,6% declarou que planeja consumir em lojas de shopping. Em terceiro lugar, está a internet, com 14,9% da preferência dos entrevistados.

Para os que mencionaram compras online, 67,4% devem comprar de sites ou aplicativos de lojas nacionais. Sites/aplicativos e redes sociais de lojas locais somaram 25,6% das citações.

Na opinião dos mossoroenses, neste momento, os fatores mais importantes para escolha do ponto de venda são o nível de preço (70,9%), variedade de produtos (44,8%), localização (34,8%), atendimento (23%), confiança (14,6%), facilidade de pagamento (13,8%) e segurança (11,1%).

Sobre os motivos que poderão fazer com que os consumidores desistam da comprar em um estabelecimento. A falta de produtos foi citada por 33,6%, seguido do fato de não confiar nas promoções, com 30,1% das opções, e do frete, com 11,7% das respostas. Outros motivos mencionados foram forma de pagamento (6,3%), atendimento (6,3%), nota baixa da loja em sites (5,5%) e prazo de entrega (3,5%).

## Quando comprar

Quando falta dinheiro, uma boa estratégia para o orçamento render e garantir todos os presentes é fazer uma pesquisa de preço. O levantamento mostra que esse é um hábito comum para a maioria: 72,3% dos que vão gastar no Natal pretendem pesquisar preços antes de concluir a compra, contra 27,7% que neste ano não vão pesquisar.

Na busca por ofertas, a maioria deve gastar sola de sapato para encontrar bons preços, 65,2% disseram que vão pesquisar em lojas físicas. Comparar preços em sites, aplicativos e/ou redes sociais terão a preferência de 34,8%.

Os dados mostram também que a maioria planeja fazer a pesquisa de preço com antecedência em relação às compras, mais precisamente com 15 dias de antecedência para 29,8% do público e 30 dias, para 20,9%. Já 18,8% vai deixar as pesquisas para 20 dias antes do Natal, enquanto 15,7% deve procurar presentes 7 dias de antecedência, 7,9% na véspera e 6,8% no dia.

No que se refere ao dia em que de fato vai efetuar as compras, a maioria dos consumidores realizará as compras em dezembro, sendo 31,7% no início e 28,7% na semana do Natal. Esse grupo afirma que deixará as compras para uma data mais próxima ao Natal na expectativa de que aumentem as ofertas. Já 10,9%, que buscam lojas mais vazias, realizaram as compras ainda no mês de novembro ou antes. Por outro lado, 23% de respondentes à pesquisa vão as compras na semana do Natal.

### **Destino do 13º salário**

Para muitos, fim de ano também é sinônimo de dinheiro extra entrando na conta e, por isso, alguns se perguntam qual deve ser a prioridade do uso do décimo terceiro salário.

Em Mossoró, 43,8% dos consumidores terão sua renda acrescida para o fim de ano com a injeção do 13º salário. Essa renda extra será utilizada, principalmente, para quitação de dívidas, segundo 43,7% dos entrevistados. Cerca de 41,4% afirmaram que utilizarão para compras de natal.

Ainda de acordo com a pesquisa, o destino do 13º do mossoroense varia conforme a situação do consumidor: 35,1% querem poupar ou economizar; 15,8% pretendem guardar para compromissos de janeiro; e somente 1,4% vão usar em suas férias.

### **Comemorações natalinas**

Sobre a celebração da data, a opção de ficar em casa foi indicada por 58,4% dos respondentes da pesquisa. Índice 16,1 pontos percentuais maior que o registrado na pesquisa do ano passado. Além disso, 23,7% disseram que vão para casa de parentes, 1,6% para a casa dos amigos, 1,6% para igreja e apenas 0,4% afirmaram que deverão procurar um restaurante e outros locais para a comemoração.

### **Pretensões de viajar**

A avaliação da Fecomércio também mostra que apenas 14,8% dos mossoroenses têm planos de viajar no final de ano e, desses, 78,7% têm como destino o próprio Estado. Sendo que 49,3% litoral do RN e 29,3% interior do RN. Outros estados foi a resposta de 21,3%.

Dos que pretendem viajar, 34,7% pretendem gastar de R\$ 200 a R\$ 500; 28% até R\$ 200; 25,3% de R\$ 500 a R\$ 1.000; e 9,3% acima de R\$ 1000.

### **Momento econômico**

Neste ano, a maioria dos consumidores mossoroenses tem a impressão de que os preços estão maiores em relação ao ano passado. De acordo com a pesquisa, 80,7% acredita que os valores dos produtos estarão mais caros neste Natal. Para 14,8% os valores estão na mesma faixa, enquanto somente 4,5% acreditam em valores mais baixos.

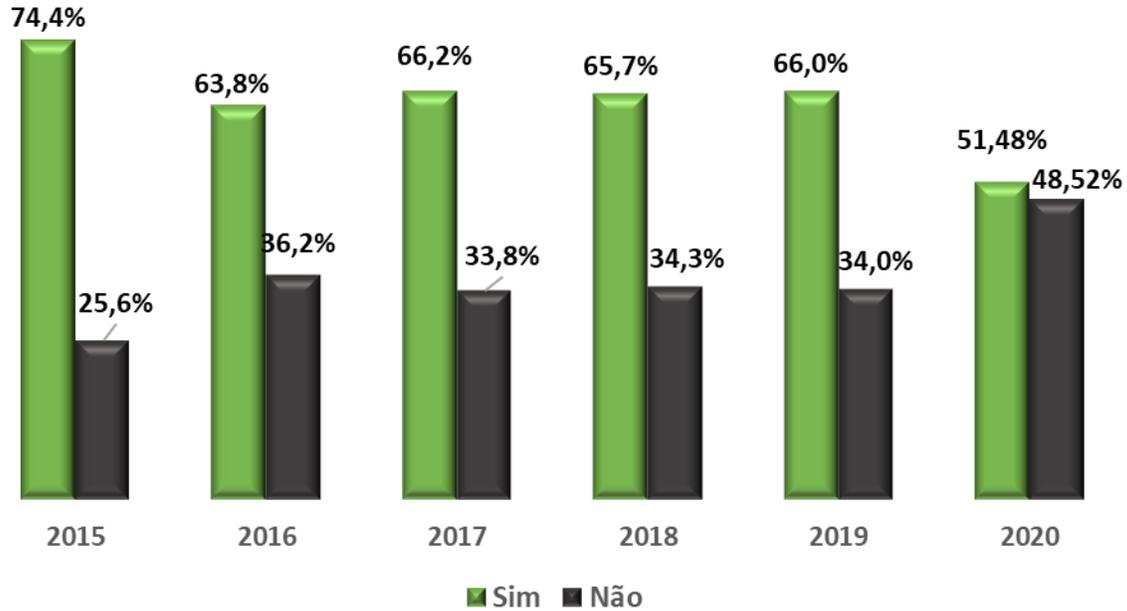
Perguntados sobre as compras deste ano, 50,7% das pessoas ouvidas disseram que pretendem gastar menos em comparação com o ano passado, 28,4%, devem despender valores similares e 20,9% devem gastar mais nas compras deste ano.

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

## 4 Análise gráfica

### Intenções de compras

*Gráfico 1 – O(a) senhor(a) pretende presentear no Natal deste ano?*



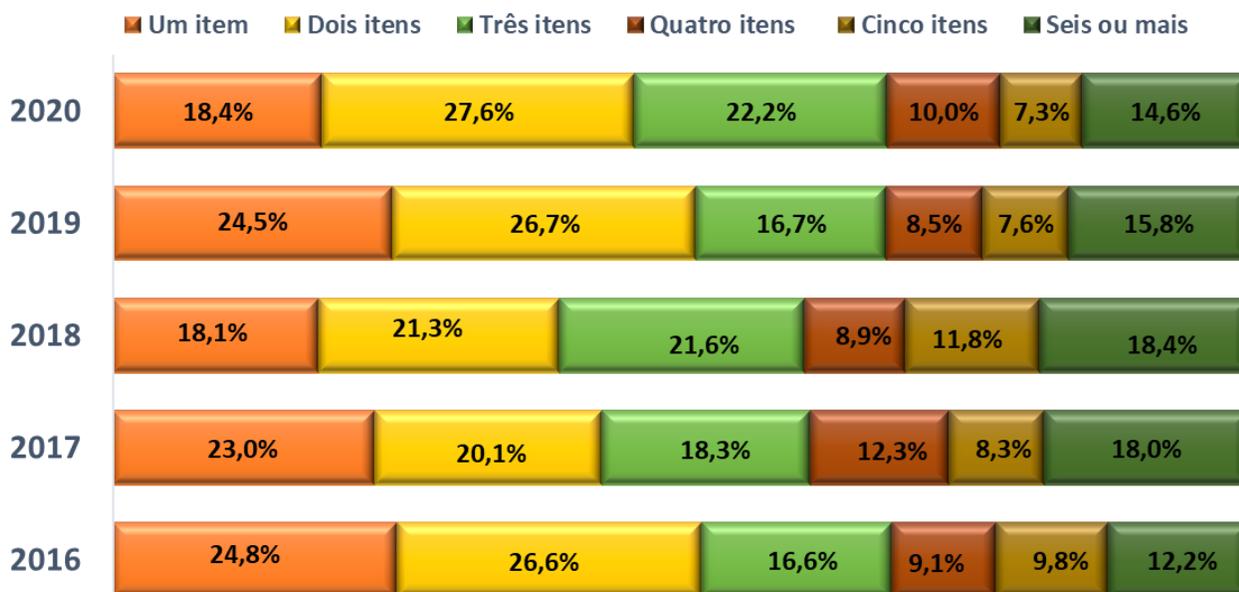
*Tabela 1 – Motivos para não presentear*

Rótulos de Linha	2016	2017	2018	2019	2020
Falta de dinheiro	61,7%	49,4%	44,7%	48,8%	63,0%
Desempregado(a)	14,9%	15,0%	15,1%	14,1%	20,3%
Pandemia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	17,9%
Contas em atraso/Dívidas	5,1%	15,6%	15,1%	17,6%	10,2%
Poupar/Investir	13,7%	14,4%	19,1%	18,8%	10,2%
Não tem hábito	4,0%	6,9%	9,2%	8,2%	9,3%
Outros	0,6%	0,0%	0,7%	1,8%	2,8%

*Tabela 2 – Entre os que vão presentear, quem serão os presenteados? (Múltipla resposta)*

Rótulos de Linha	2016	2017	2018	2019	2020
Filho(a)	56,4%	49,1%	55,9%	48,2%	60,2%
Mãe	39,8%	47,9%	42,1%	44,2%	42,9%
Cônjuge	27,3%	32,9%	21,2%	25,2%	37,5%
Pai	23,8%	29,4%	25,5%	23,6%	25,7%
Irmãos	7,8%	10,9%	9,2%	12,7%	10,0%
Sobrinhos	9,7%	10,6%	8,6%	9,4%	9,6%
Netos	5,6%	4,7%	5,2%	3,0%	8,4%
Amigo(a)	3,8%	2,9%	1,4%	4,8%	3,1%
Namorado (a)/Noivo	7,2%	7,9%	10,3%	8,2%	2,3%
Afilhados	1,3%	4,7%	2,0%	2,4%	1,5%
Avós	2,5%	3,2%	3,4%	3,0%	1,1%
Primos	0,3%	0,6%	1,4%	0,3%	0,8%
Tios	0,3%	1,5%	0,9%	0,6%	0,4%
Outros	2,9%	1,5%	2,0%	4,8%	6,2%

*Gráfico 2 – Quantos itens o senhor (a) pretende comprar no período que antecede o Natal?*

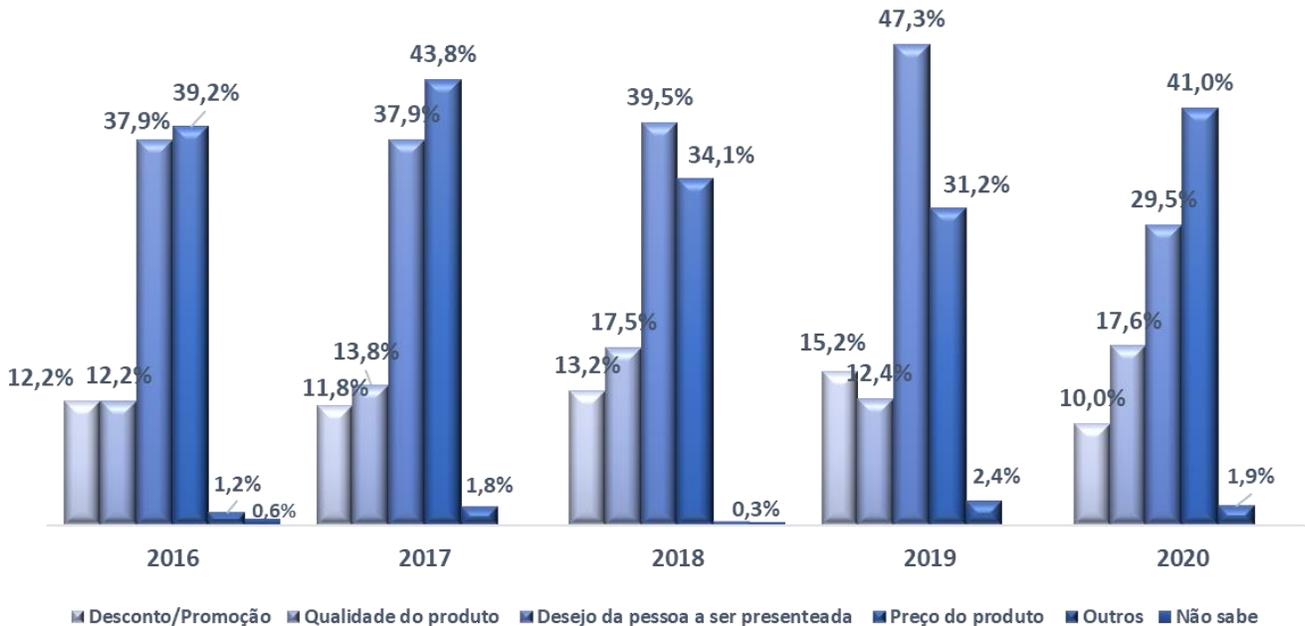


**Produtos**

*Tabela 3 – Que tipo de produto (s) o senhor pretende comprar?  
(Múltipla resposta)*

Rótulos de Linha	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Roupas	60,2%	61,4%	60,3%	61,6%	57,3%	60,5%
Brinquedos em geral	22,0%	24,5%	25,6%	30,1%	23,6%	26,1%
Perfumes e/ou Cosméticos	15,8%	14,7%	18,8%	20,1%	18,8%	21,5%
Calçados	12,6%	13,5%	15,0%	13,5%	15,8%	19,2%
Relógio/Joias/Bijuterias	0,0%	0,0%	1,2%	1,4%	1,8%	6,5%
Eletrodomésticos	3,0%	2,8%	2,1%	2,0%	6,1%	5,4%
Eletrônicos/Celulares	7,0%	10,7%	5,9%	7,2%	8,2%	5,0%
Móveis e decorações	1,6%	1,3%	0,9%	1,4%	2,7%	1,9%
Livros	0,5%	1,3%	1,8%	1,1%	2,4%	0,8%
Outros	0,0%	2,4%	3,0%	1,7%	3,3%	4,6%
Não sabe	6,5%	8,8%	10,9%	6,0%	7,9%	13,4%

*Gráfico 3 – Qual o principal fator que vai determinar a escolha do produto?*



Gastos e formas de pagamento

Gráfico 4 – Quanto o (a) senhor (a) pretende gastar com compras neste período de fim de ano?

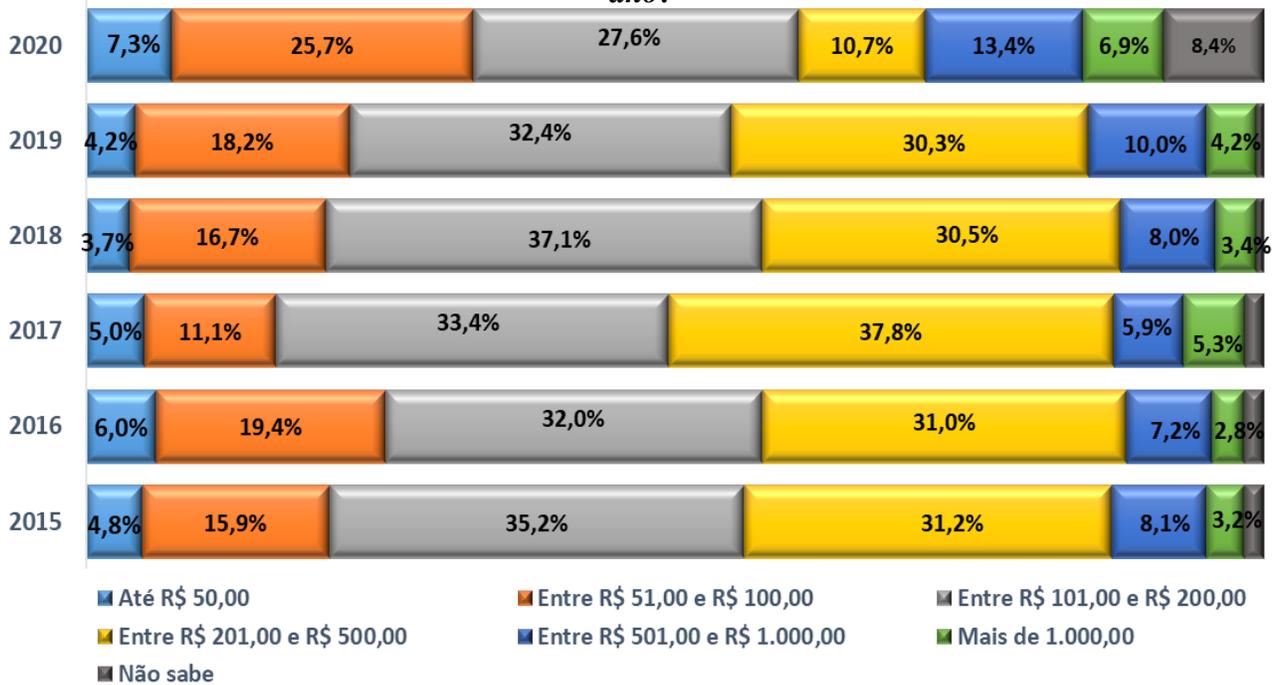
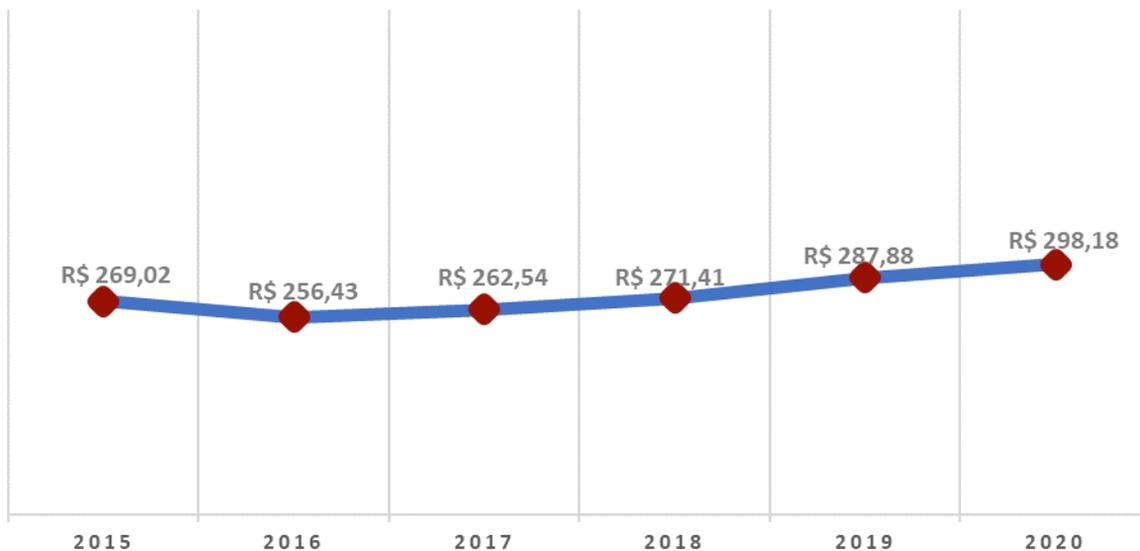


Gráfico 5 – Média de gasto anual

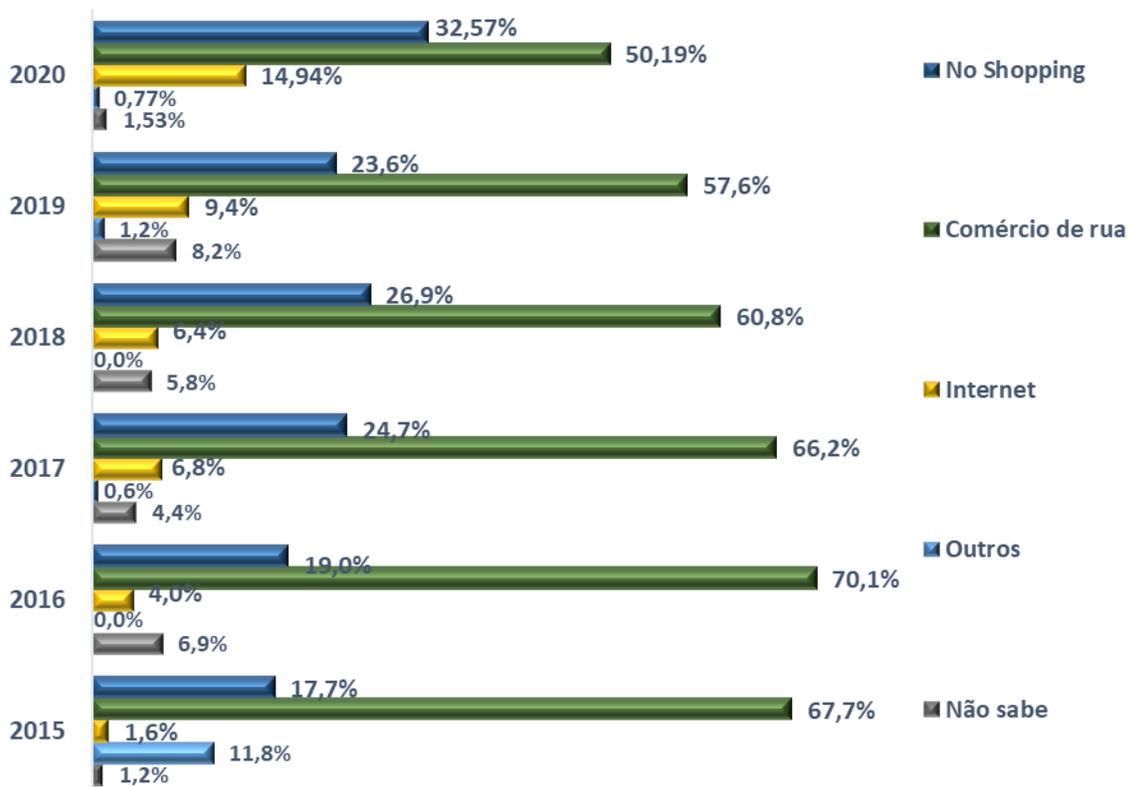


*Tabela 4 – Qual a forma de pagamento que o (a) senhor (a) deseja utilizar?*

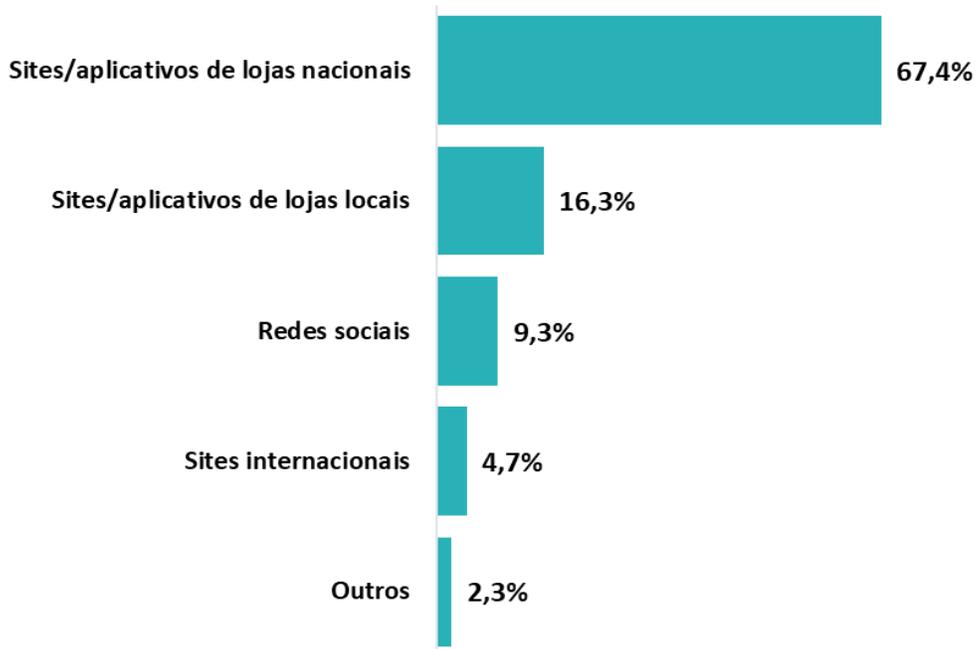
Rótulos de Linha	2015	2016	2017	2018	2019	2020
À vista/Dinheiro	70,3%	74,5%	63,2%	60,3%	52,4%	36,0%
Cartão de Crédito	27,8%	22,1%	31,6%	35,4%	39,1%	52,9%
Cartão de Débito	1,3%	3,1%	4,3%	3,7%	7,6%	9,2%
Outros	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Não sabe	0,5%	0,0%	0,9%	0,6%	0,9%	1,9%

### Local e quando comprar

*Gráfico 6 – Onde o (a) senhor (a) pretende fazer as compras?*



*Gráfico 7 – Dos que vão comprar pela internet, por qual meio?*



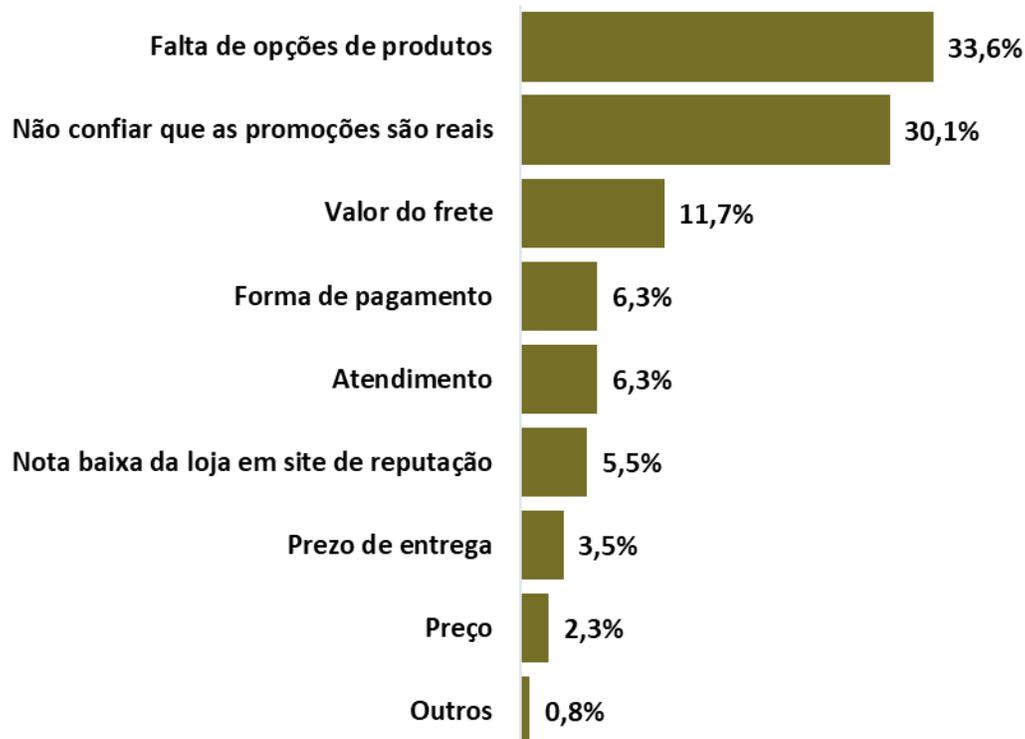
*Gráfico 8 – Qual a determinante para a escolha do local de compra?  
(Múltipla resposta)*



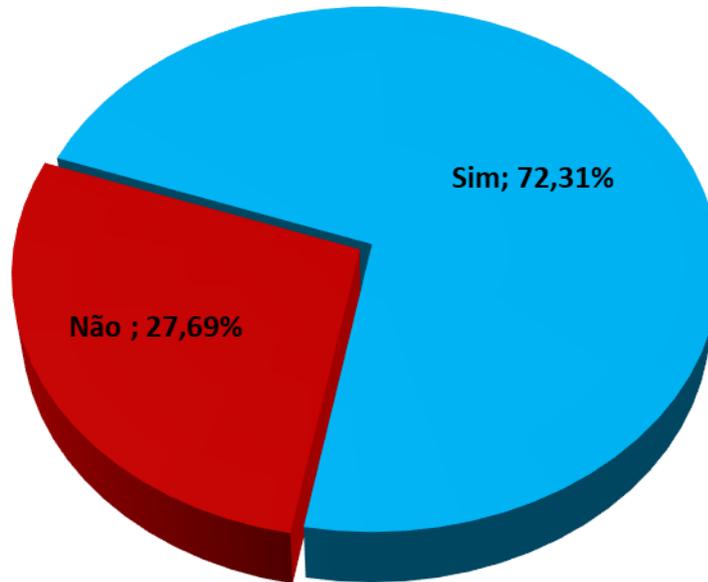
*Tabela 5 – Quando irá realizar as compras?*

Rótulos de Linha	2016	2017	2018	2019	2020
Novembro ou antes	1,6%	8,2%	10,1%	8,2%	10,9%
Início de Dezembro	13,0%	19,7%	27,9%	23,0%	31,7%
Segunda Metade de Dezembro	38,6%	26,2%	19,8%	40,9%	28,7%
Na semana que antecede o Natal	45,3%	45,3%	42,0%	27,3%	23,0%
Depois do período natalino	0,9%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%
Não sabe	0,6%	0,6%	0,0%	0,6%	5,7%

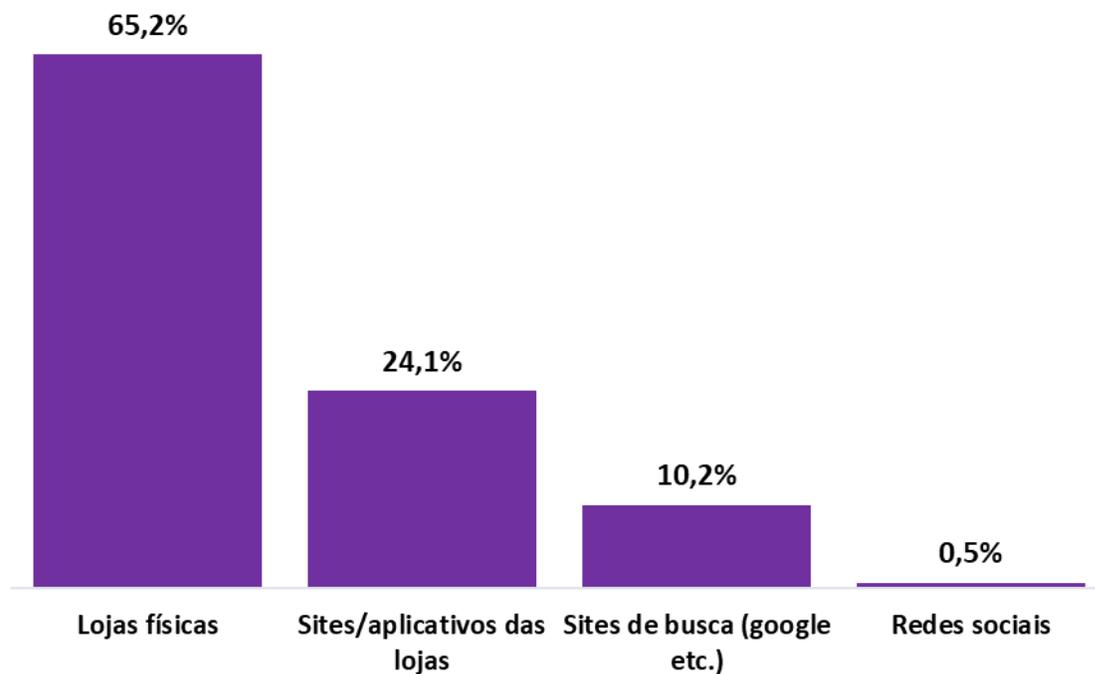
*Gráfico 9 – O que faria você desistir da compra em um estabelecimento?*



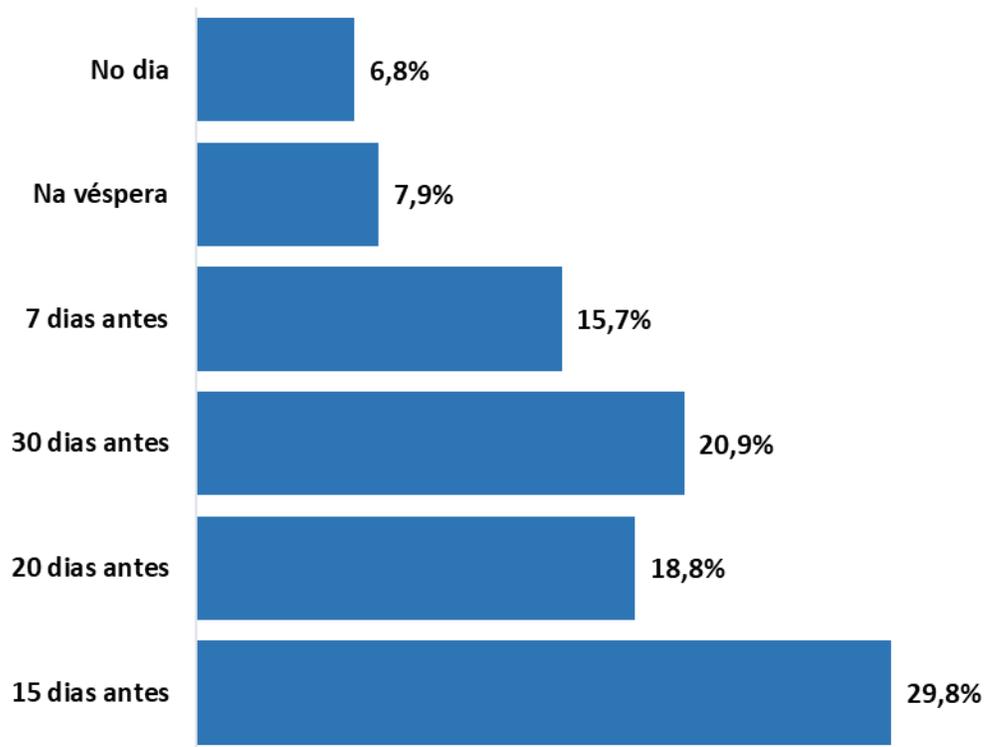
*Gráfico 10 – O (a) senhor (a) pretende fazer pesquisa de preço?*



*Gráfico 11 – Para quem vai fazer pesquisa de preço, onde vai pesquisar?*

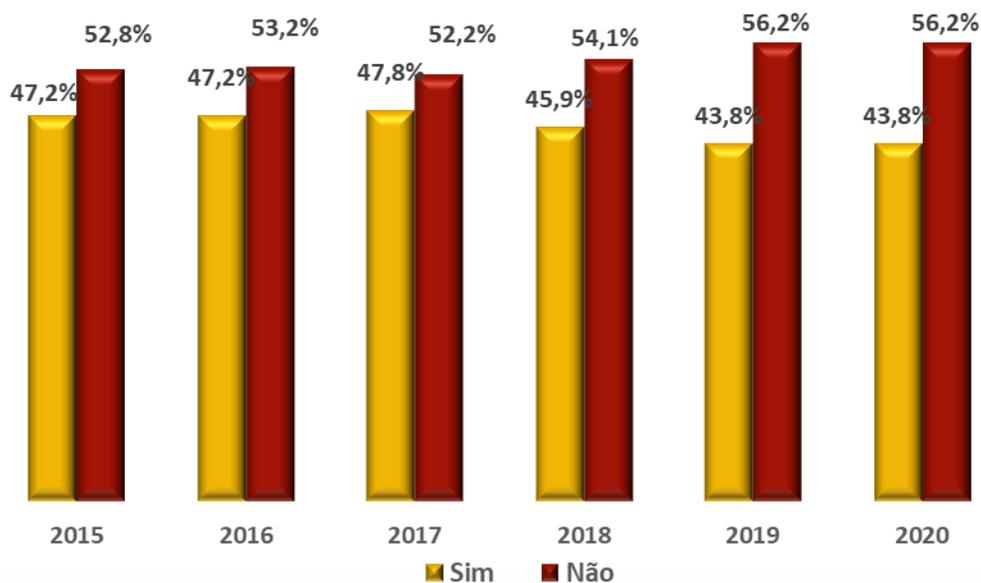


**Gráfico 12 – Para quem vai fazer pesquisa de preço, quando vai pesquisar?**



**Destino do 13º salário**

**Gráfico 13 – O (a) senhor (a) recebe décimo terceiro salário?**



*Tabela 6 – O que o (a) senhor (a) pretende fazer com o dinheiro do décimo terceiro salário? (Múltipla resposta)*

Rótulos de Linha	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Quitar/Pagar dívidas	50,2%	52,8%	52,5%	55,4%	44,3%	43,7%
Fazer Compras	16,3%	16,5%	19,2%	17,8%	34,2%	41,4%
Poupar/Investir dinheiro	25,6%	24,7%	24,1%	23,6%	27,9%	35,1%
Guardar para pagar compromissos de janeiro	5,0%	6,3%	6,5%	9,2%	8,7%	15,8%
Irá gastá-lo em suas férias	1,7%	0,4%	2,7%	2,6%	5,0%	1,4%
Outros	0,0%	3,9%	1,9%	0,4%	2,3%	0,0%
Não sabe	1,3%	2,0%	1,5%	0,7%	0,0%	0,0%

## Comemoração

*Tabela 7 – O (a) senhor (a) pretende fazer comemorações natalinas?*

Rótulos de Linha	2017	2018	2019	2020
Casa	33,0%	46,5%	42,3%	58,4%
Casa de parentes	27,1%	22,8%	22,5%	23,7%
Casa de amigos	1,2%	3,4%	3,0%	1,6%
Igreja	0,2%	0,6%	1,4%	1,6%
Restaurante	0,7%	0,8%	0,8%	0,4%
Outros	1,1%	1,2%	0,4%	0,0%
Nenhum	35,0%	24,2%	28,9%	14,4%
Não sabe	1,7%	0,6%	0,8%	0,0%

Pretensões de viajar

Gráfico 14 – O (a) senhor (a) pretende viajar durante este fim de ano?

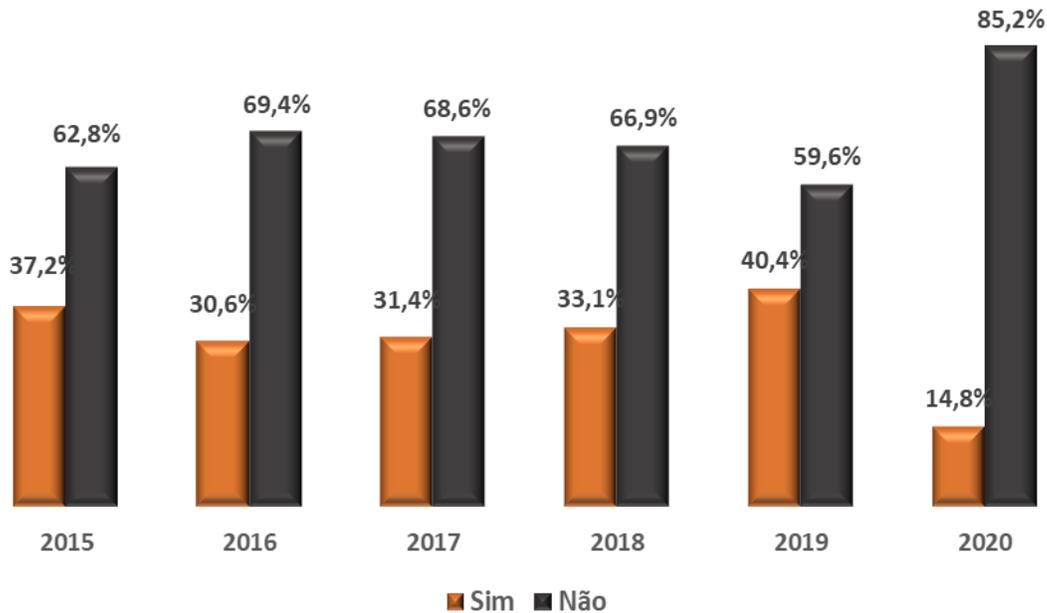
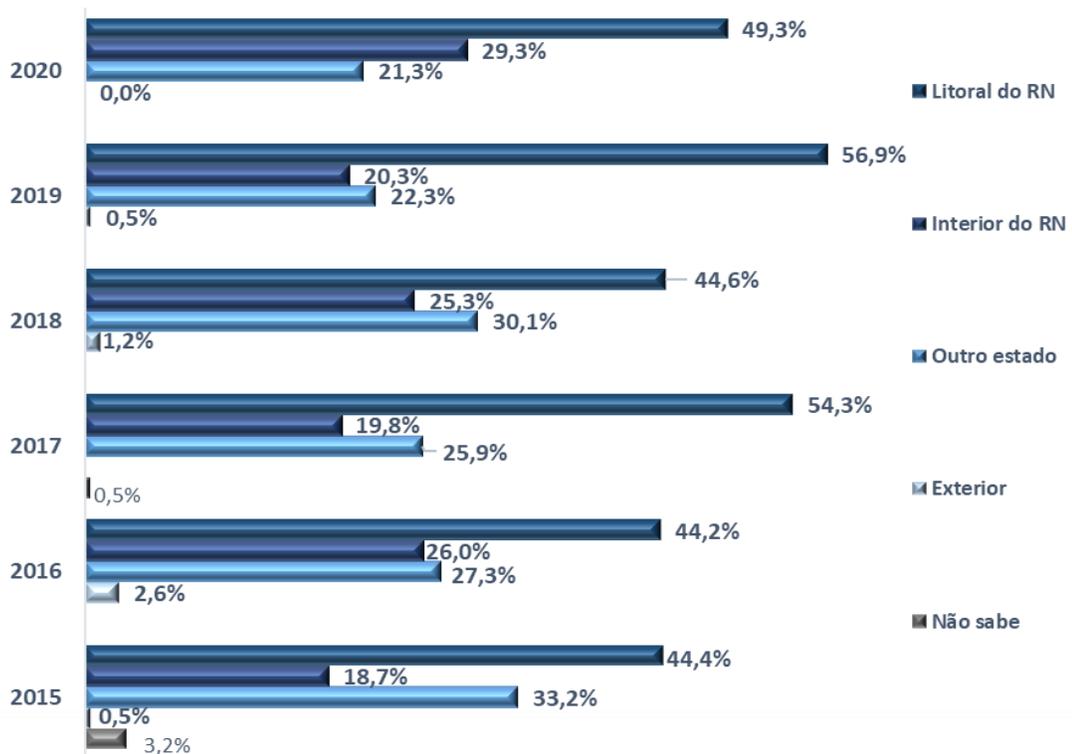
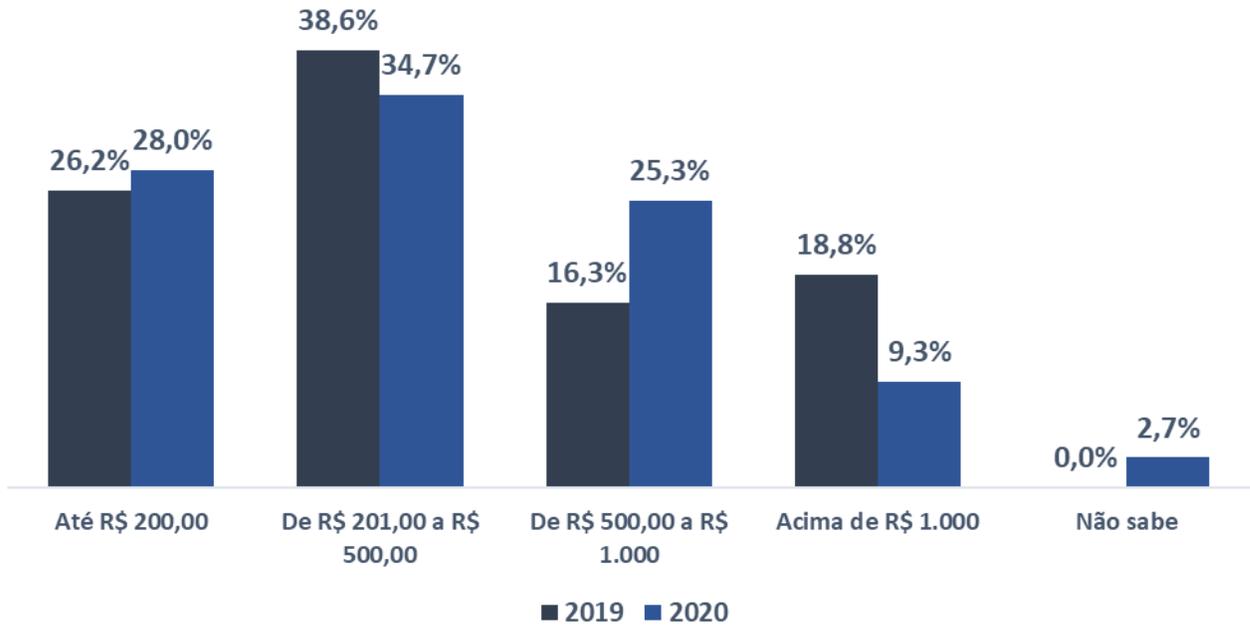


Gráfico 15 – Se sim, qual o destino?

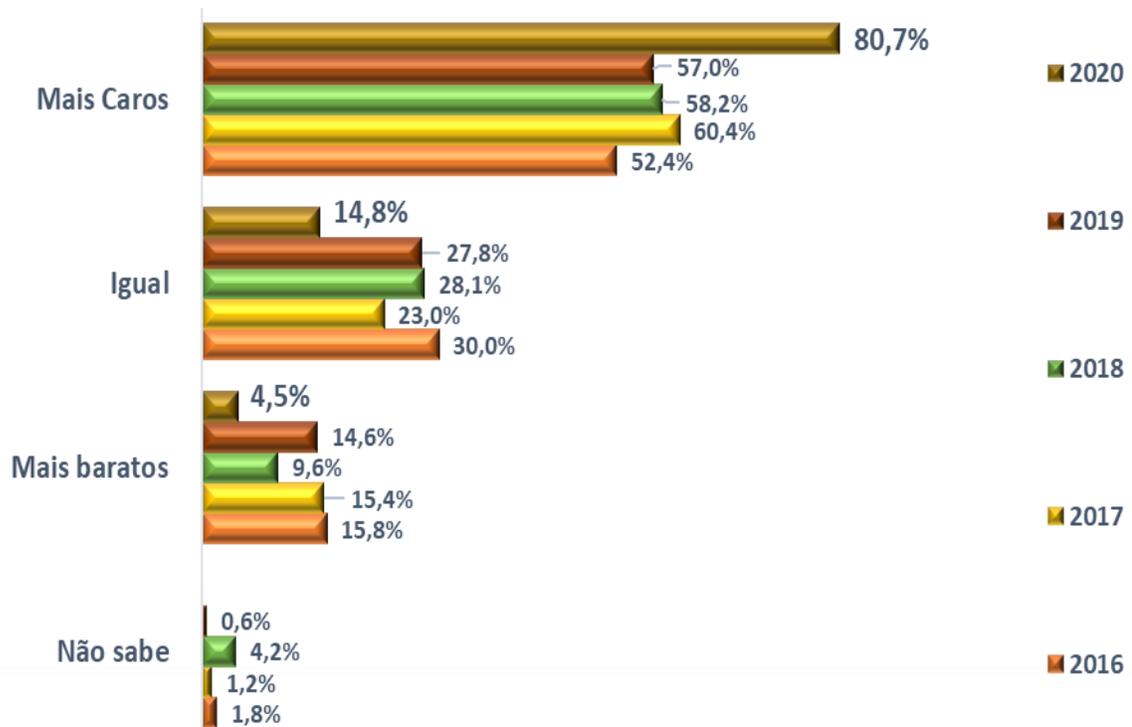


**Gráfico 16 – Se sim, quanto pretende gastar na viagem?**

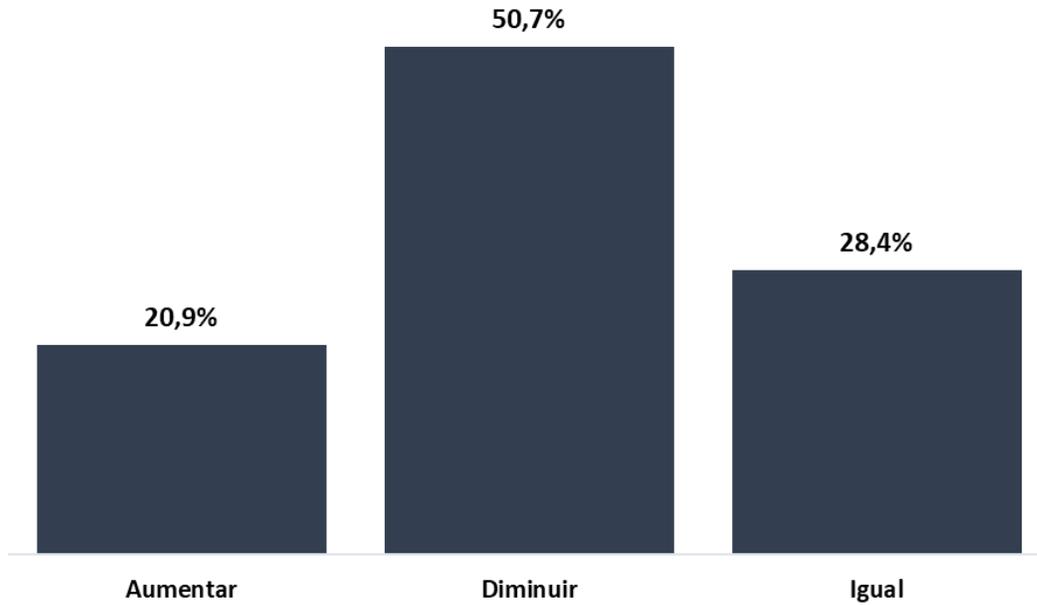


**Momento econômico**

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



*Gráfico 18 – Os gastos deste ano em comparação com o ano passado vão:*



## 5 Estratificação pelo perfil dos entrevistados

*Tabela 8 – Intenções de compras, segundo o sexo dos entrevistados*

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino
Sim	47,5%	55,6%
Não	52,5%	44,4%

*Tabela 9 – Intenções de compras, segundo a faixa etária dos entrevistados*

Rótulos de Linha	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	Acima de 45 Anos
Sim	59,6%	61,0%	52,5%	41,8%
Não	40,4%	39,0%	47,5%	58,2%

*Tabela 10 – Intenções de compras, segundo a escolaridade dos entrevistados*

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior ou mais
Sim	32,8%	46,2%	67,7%
Não	67,2%	53,8%	32,3%

*Tabela 11 – Intenções de compras, renda familiar dos entrevistados*

Rótulos de Linha	Até 2 salários	De 2 a 5 salários	De 5 a 10 salário	Acima de 10 salários	Não respondeu
Sim	39,1%	64,1%	84,2%	94,1%	44,1%
Não	60,9%	35,9%	15,8%	5,9%	55,9%

*Tabela 12 – Gastos nas compras, segundo o sexo dos entrevistados*

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino
Até R\$ 50	8,9%	5,8%
Entre R\$ 51e R\$ 100	15,4%	11,6%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	23,6%	27,5%
Entre R\$ 201 e R\$ 500	28,5%	26,8%
Entre R\$ 501 e R\$ 1.000	8,1%	13,0%
Mais de R\$ 1.000	4,1%	9,4%
Não sabe/Não respondeu	11,4%	5,8%
Média R\$	R\$ 252,64	R\$ 338,77

*Tabela 13 – Gastos nas compras, segundo a faixa etária dos entrevistados*

Rótulos de Linha	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	Acima de 45 Anos
Até R\$ 50	10,7%	9,3%	4,8%	6,8%
Entre R\$ 51e R\$ 100	21,4%	12,0%	11,9%	13,5%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	46,4%	30,7%	17,9%	21,6%
Entre R\$ 201 e R\$ 500	10,7%	29,3%	33,3%	25,7%
Entre R\$ 501 e R\$ 1.000	3,6%	8,0%	10,7%	16,2%
Mais de R\$ 1.000	0,0%	4,0%	13,1%	5,4%
Não sabe/Não respondeu	7,1%	6,7%	8,3%	10,8%
Média R\$	R\$ 155,36	R\$ 262,33	R\$ 366,07	R\$ 311,49

*Tabela 14 – Gastos nas compras, segundo a escolaridade dos entrevistados*

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior ou mais
Até R\$ 50	38,1%	7,8%	0,9%
Entre R\$ 51e R\$ 100	28,6%	17,1%	6,3%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	9,5%	33,3%	19,8%
Entre R\$ 201 e R\$ 500	4,8%	26,4%	33,3%
Entre R\$ 501 e R\$ 1.000	4,8%	6,2%	17,1%
Mais de R\$ 1.000	4,8%	2,3%	12,6%
Não sabe/Não respondeu	9,5%	7,0%	9,9%
Média R\$	R\$ 154,76	R\$ 228,68	R\$ 406,08

*Tabela 15 – Gastos nas compras, segundo a renda familiar dos entrevistados*

Rótulos de Linha	Até 2 salários	De 2 a 5 salários	De 5 a 10 salário	Acima de 10 salários	Não respondeu
Até R\$ 50	12,1%	3,6%	0,0%	0,0%	13,3%
Entre R\$ 51e R\$ 100	25,3%	7,1%	9,4%	0,0%	3,3%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	31,3%	29,8%	18,8%	6,3%	13,3%
Entre R\$ 201 e R\$ 500	17,2%	36,9%	25,0%	50,0%	26,7%
Entre R\$ 501 e R\$ 1.000	3,0%	10,7%	31,3%	12,5%	13,3%
Mais de R\$ 1.000	3,0%	6,0%	9,4%	25,0%	10,0%
Não sabe/Não respondeu	8,1%	6,0%	6,3%	6,3%	20,0%
Média R\$	R\$ 185,10	R\$ 320,83	R\$ 450,78	R\$ 528,13	R\$ 322,50

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

**DEPARTAMENTO DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS**

*Marcelo Fernandes de Queiroz*  
**Presidente**

*Raniery Pimenta*  
**Diretor Executivo**

*Marcelo Bandiera*  
**Assessor de Mercado**

**EQUIPE DE PESQUISA**

*Tiago Chacon Fontoura*  
**Estatístico**

*Anna Thereza*  
*Celmo Hudson*  
*Débora Soares*  
*Lidiane Silva*  
*João Soares*  
*Josiel da Costa*  
*Nivaldo Gonçalves*  
*Cícero Rafael*  
*Maria do Socorro*  
**Pesquisadores**