

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O

Natal



Novembro 2021

Sumário

1. Introdução.....	3
2. Aspectos técnicos	4
3. Descrição dos resultados	5
Intenções de compras	5
Produtos comprados	5
Gastos e forma de pagamento	6
Forma de pagamento	6
Local de compra.....	6
Quando compra.....	7
Destino do 13º salário	7
Pretensões de viajar	8
4. Análise Gráfica	9
Intenções de compras	9
Produtos	11
Gastos e formas de pagamento.....	12
Local e quando comprar	14
Destino do 13º salário	18
Pretensões de viajar	19

1. INTRODUÇÃO

O esperado final de ano está chegando, com ele surge o Natal, o réveillon e as promessas pessoais. Para o Comércio, este é o melhor período para vendas no ano. Um conjunto de bons fatores se aproximam, como o décimo terceiro, que é responsável por um aumento na renda das pessoas, estimulando os consumidores a adquirirem mais; o período de férias escolares que demanda serviços de turismo, e além disso, o sentimento de realização para com o próximo aflora a necessidade de demonstração, muitas vezes por um presente que reflita o carinho dado àquela pessoa.

Por isso, a Fecomércio RN, por meio da Diretoria de Inovação e Competitividade (DICOM), realizou pesquisa buscando identificar quais as intenções de compras dos consumidores para esta data.

A pesquisa procurou conhecer as preferências dos consumidores quanto à escolhas dos presentes que poderão ser objeto de compra neste Natal, quanto pretendem 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 pela 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, 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, 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 TÉCNICOS

As entrevistas ocorreram entre os dias 16 e 26 de novembro de 2021. 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 500 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, e a maioria dos mossoroenses não vai abrir mão de garantir os presentes. Segundo a pesquisa, 56,9% dos consumidores devem presentear alguém no Natal deste ano. Em 2020, 51,5% estavam dispostos a presentear na data, enquanto, em 2019, o percentual era de 66%.

Estima-se que neste ano aproximadamente 97 mil consumidores mossoroenses planejam presentear no Natal, aumento de 2,6% em comparação com 2020.

Por sua vez, para aqueles que não pretendem presentear em 2021, 53,2% apontaram a falta de dinheiro como principal causa, enquanto para 23,6% o motivo será o desemprego. Outros motivos relatados foram poupar ou investir (15,9%); não ter hábito de presentear nesta data (15,9%); contas ou dívidas (9,5%); pandemia (5,9%) e outros.

Produtos comprados

As categorias de presentes para as compras natalinas mais citadas são, por ordem: vestuário (61,2%); brinquedos (22,7%); perfumes/cosméticos (22%); calçados (20,6%); acessórios pessoais (8,9%); eletrônicos/celulares (6,5%); eletrodomésticos (3,8%); móveis e decoração (2,1%); livros (1,4%), entre outros.

E quem vai às compras, pretende presentear primeiramente seus filhos (54%); depois as mães (43%); os cônjuges (33,7%); os pais (27,8%); os sobrinhos (13,1%); os irmãos (7,9%); os namorados (as) (7,2%); os netos (6,2%); os avós (3,8%) e afilhados (2,4%).

O desejo da pessoa presenteada aparece como principal determinante na hora da escolha do produto (32,9%). Depois vem o preço do produto, com 26,6%; qualidade dos itens, com 22,5%; ofertas e promoções, com 13,1%; e variedade, com 3,1% das respostas.

Sobre o número de itens comprados, a maioria (51,6%) dos entrevistados pretende comprar entre 2 e 3 presentes. Acima de 4 presentes é a intenção de 32%. Aqueles que pretendem presentear com apenas um item soma 16,4% das menções. 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.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gastos e forma de pagamento

No tocante à pretensão de gastos com presentes, 30,3% dos consumidores pretendem gastar entre R\$ 101 e R\$ 200; 27,2% gastará de R\$ 201 a R\$ 500; e 18,6% até R\$ 100. Outros 15,5% declararam que vão desembolsar acima de R\$ 500.

O gasto médio com presentes deve ficar em torno de R\$ 288,02 entre os mossoroenses. No ano passado, o gasto médio pretendido havia sido de R\$ 298,18, o que representa uma variação nominal de -3,4%.

Considerando o número de pessoas que vão às compras e o tíquete médio gasto, estima-se para o município de Mossoró um giro com compras de presentes de R\$ 28 milhões, variação de -0,9% em relação a 2020.

Na análise do tíquete médio, os homens (R\$ 299,62) revelam uma disposição a pagar preços mais elevados do que as mulheres (R\$ 278,18). Observou-se que as pessoas com renda familiar de até 2 salários mínimos vão gastar em média R\$ 233,97 e quem possui rendimentos familiares acima de 10 salários mínimos almejam gastar em torno de R\$ 422,92 na compra dos presentes. Os gastos são maiores que a média geral também entre as pessoas de 35 a 44 anos (R\$ 326,53) e com ensino superior ou mais (R\$ 304,28).

Forma de pagamento

Quanto às formas de pagamento das compras de Natal, a pesquisa revela que 57,2% dos entrevistados pretendem pagar no cartão de crédito, valor 4,4 pontos percentuais superior ao registrado no mesmo período do ano passado (52,9%). Por outro lado, as intenções de compra através de dinheiro em espécie caíram de 36% em 2020 para 30,4% em 2021.

Local de compra

Os dados da pesquisa de intenção de compras para o Natal ainda revelam que 56,1% dos consumidores mossoroenses pretendem adquirir produtos em lojas do comércio de rua, 27% declarou que planeja consumir em lojas de shopping. Em terceiro lugar, está a internet, com 13,1% da preferência dos entrevistados.

Na opinião dos entrevistados, neste momento, os fatores mais importantes para escolha do ponto de venda são o nível de preço (72,5%); variedade de produtos (57%); qualidade dos produtos (32,6%); localização (32,6%); atendimento (26,8%); segurança (16,8%); conforto (12,4%); facilidade de pagamento (10%) e confiança (8,9%).

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Sobre os motivos que poderão fazer com que os consumidores desistam de comprar em um estabelecimento. O atendimento foi citado por 36,9%, seguido da falta de opções de produtos, com 32,1%, e de não confiar nas promoções, com 12,2% das respostas. Além desses, foram mencionados valor do frete (6,3%), forma de pagamento (4,2%), nota baixa da loja em sites (3,8%) e prazo de entrega (3,1%).

Quando compra

Quando o dinheiro está pouco uma boa estratégia para garantir os presentes é fazer uma pesquisa de preço. O levantamento mostra que, em Mossoró, 72,7% dos que vão gastar no Natal pretendem pesquisar preços antes de concluir a compra, contra 27,3% dos que não almejam pesquisar. Na busca por ofertas, a maioria deve gastar sola de sapato para encontrar bons preços: 66,7% disseram que vão pesquisar em lojas físicas. Comparar preços em sites, aplicativos e/ou redes sociais terão a preferência de 32,9%.

Os dados mostram também que a maior parcela planeja fazer a pesquisa de preço entre 20 e 30 dias de antecedência (33,7%). Para 28,5%, a pesquisa de preço deve ocorrer 15 dias antes do período natalino. Já 25,2% vai deixar as pesquisas para 7 dias antes do Natal, enquanto 12,6% deve procurar presentes na véspera ou no dia das comemorações.

No que se refere ao dia em que de fato vai efetuar as compras, a maioria dos consumidores disse que realizará em dezembro, sendo 38,8% na semana que antecede a data; 28,7% no início de dezembro; e 24,2% na segunda metade de dezembro.

Destino do 13º salário

Para muitos, o 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, 47% dos consumidores entrevistados terão sua renda acrescida do 13º salário para o fim de ano. Segundo os entrevistados, essa renda extra será utilizada para compras (41,3%), quitar ou pagar dívidas (39,6%), guardar para compromissos de janeiro (30,8%), poupar ou investir (20,4%) e gastar nas férias (7,1%).

Pretensões de viajar

A sondagem da Fecomércio também revelou que somente 17% dos mossoroenses têm planos de viajar no final de ano. Apesar de baixo, o número é 2,2 pontos percentuais maior do que o registrado no ano passado (14,8%).

Dos que vão viajar, os destinos mais procurados serão outros estados (36%), litoral do RN (33,7%) e interior do RN (30,2%).

Sobre os gastos com a viagem, 46,2% pretendem desembolsar de R\$ 200 a R\$ 1.000; 19,8% acima de R\$ 1.000; e 17,6% até R\$ 200. Outros 16,5% declararam ainda não saber.

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

4. ANÁLISE GRÁFICA

Intenções de compras

Gráfico 1 – O (a) sr. (a) pretende presentear no Natal deste ano?

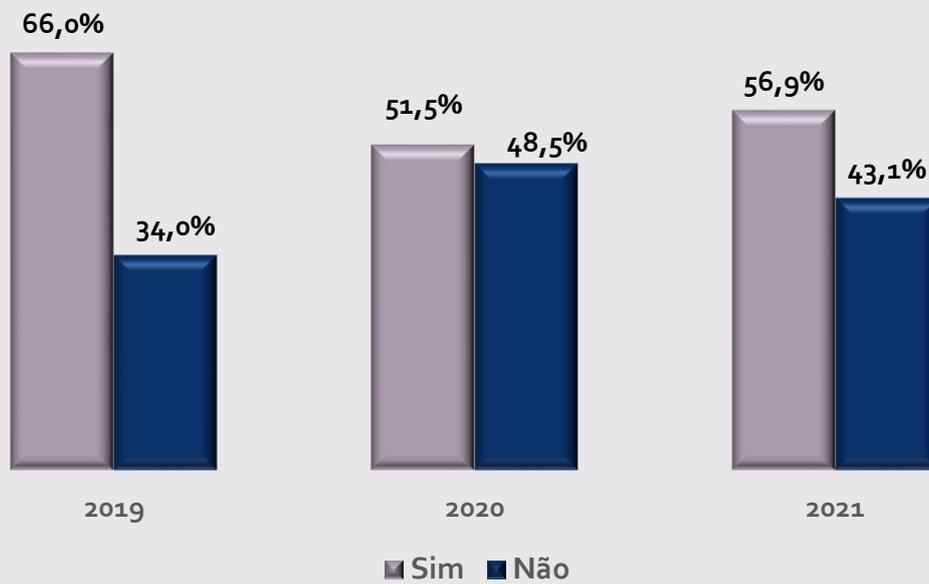
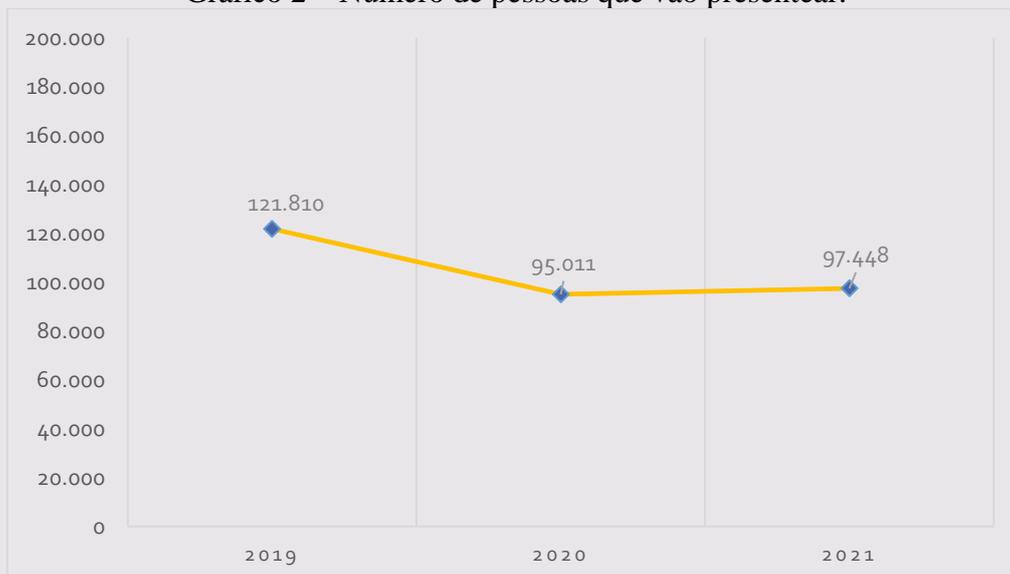


Gráfico 2 – Número de pessoas que vão presentear.



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 1 – Motivos para não presentear.

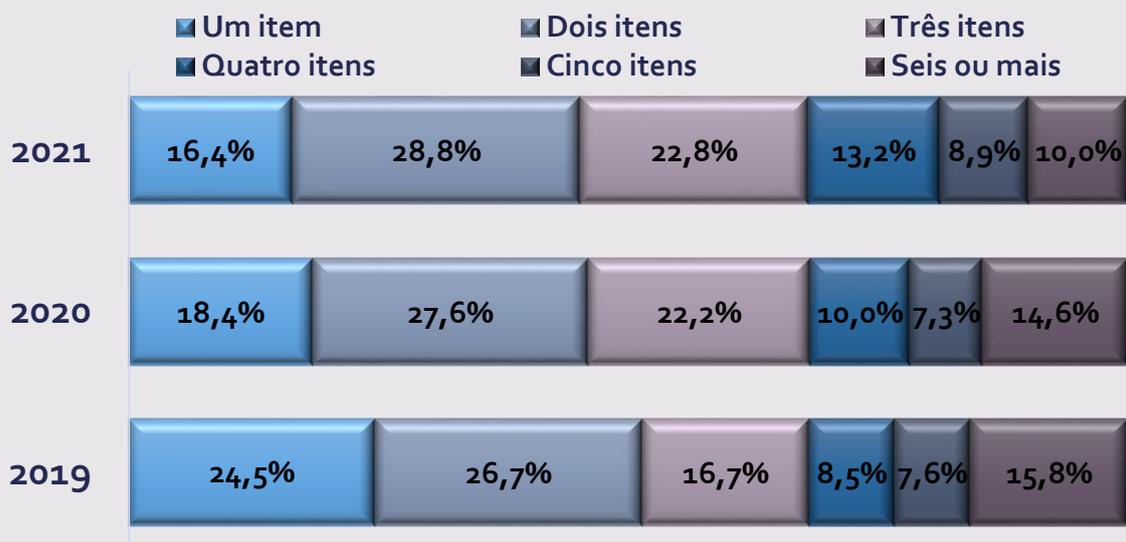
Rótulos de Linha	2019	2020	2021
Falta de dinheiro	48,8%	63,0%	53,2%
Desempregado(a)	14,1%	20,3%	23,6%
Não tem hábito	8,2%	9,3%	15,9%
Poupar/Investir	18,8%	10,2%	15,9%
Contas em atraso/Dívidas	17,6%	10,2%	9,5%
Pandemia	0,0%	17,9%	5,9%
Outros	1,8%	2,8%	8,6%

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

Rótulos de Linha	2019	2020	2021
Filho(a)	48,2%	60,2%	54,0%
Mãe	44,2%	42,9%	43,0%
Esposo (a)	25,2%	37,5%	33,7%
Pai	23,6%	25,7%	27,8%
Sobrinhos	9,4%	9,6%	13,1%
Irmãos	12,7%	10,0%	7,9%
Namorado (a)/Noivo	8,2%	2,3%	7,2%
Netos	3,0%	8,4%	6,2%
Avós	3,0%	1,1%	3,8%
Afilhados	2,4%	1,5%	2,4%
Primos	0,3%	0,8%	0,3%
Tios	0,6%	0,4%	0,3%
Outros	9,6%	9,3%	3,8%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 3 – 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	2019	2020	2021
Roupas	57,3%	60,5%	61,2%
Brinquedos em geral	23,6%	26,1%	22,7%
Perfumes e/ou Cosméticos	18,8%	21,5%	22,0%
Calçados	15,8%	19,2%	20,6%
Relógio/Jóias/Bijuterias	1,8%	6,5%	8,9%
Eletrônicos/Celulares	8,2%	5,0%	6,5%
Eletrodomésticos	6,1%	5,4%	3,8%
Móveis e decorações	2,7%	1,9%	2,1%
Livros	2,4%	0,8%	1,4%
Outros	3,3%	4,6%	8,6%
Não sabe	7,9%	13,4%	4,8%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 4 – Qual o principal fator que vai determinar a escolha do produto?



Gastos e formas de pagamento

Gráfico 5 – Quanto o (a) sr. (a) pretende gastar com compras neste período de fim de ano?



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 6 – Média de gasto anual.



Tabela 4 – Gastos com presentes.

Perfil	Gasto médio R\$
Feminino	R\$ 278,18
Masculino	R\$ 299,62
18 a 24 Anos	R\$ 155,43
25 a 34 Anos	R\$ 271,88
35 a 44 Anos	R\$ 326,53
Acima de 45 Anos	R\$ 312,76
Ensino fundamental	R\$ 239,58
Ensino médio	R\$ 273,02
Ensino superior ou mais	R\$ 304,28
Até 2 salários	R\$ 233,97
De 2 a 5 salários	R\$ 307,75
De 5 a 10 salário	R\$ 370,00
Acima de 10 salários	R\$ 422,92

Tabela 5 – Gastos com presentes.

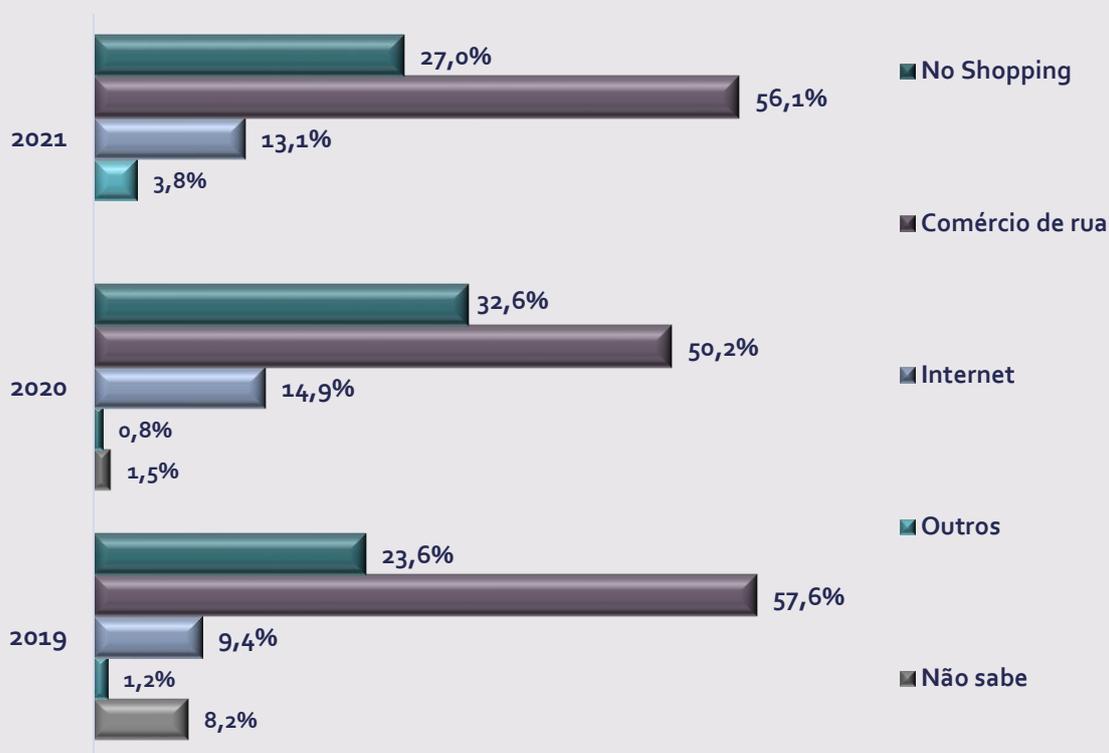
Rótulos de linha	2019	2020	2021
Estimativa de vendas com presentes	R\$ 35.066.547,65	R\$ 28.324.824,80	R\$ 28.066.880,79

Tabela 6 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr.(a) deseja utilizar?

Rótulos de Linha	2019	2020	2021
Á vista/Dinheiro	52,4%	36,0%	30,4%
Cartão de Crédito	39,1%	52,9%	57,2%
Cartão de débito	7,6%	9,2%	10,6%
Outros	0,0%	0,0%	1,8%
Não sabe	0,9%	1,9%	0,0%

Local e quando comprar

Gráfico 7 – Onde o (a) sr. (a) pretende fazer as compras?



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

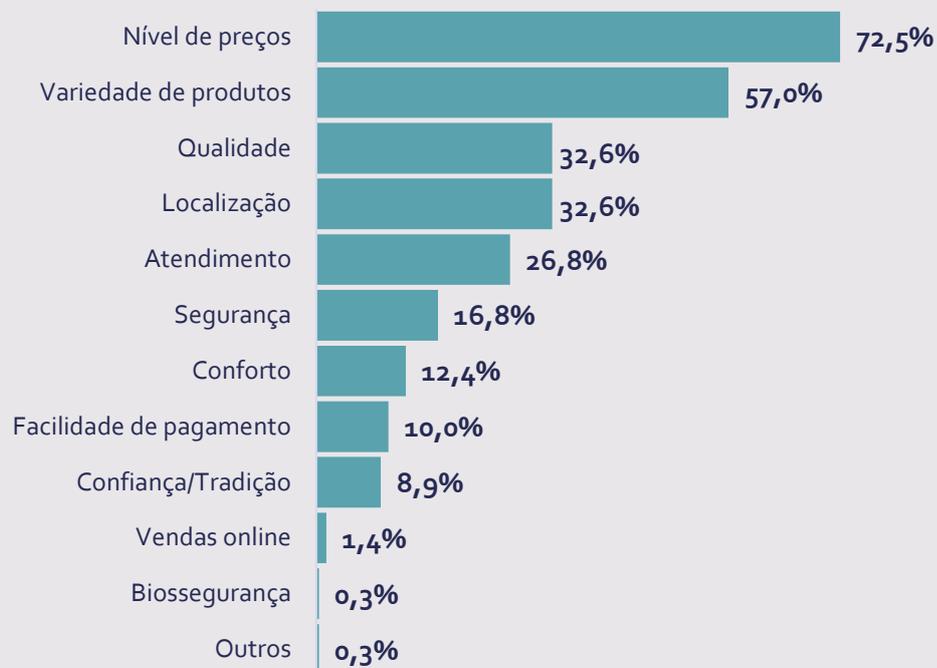


Tabela 7 – Quando irá realizar as compras?

Rótulos de Linha	2019	2020	2021
Novembro ou antes	8,2%	10,9%	5,5%
Início de Dezembro	23,0%	31,7%	28,7%
Segunda Metade de Dezembro	40,9%	28,7%	24,2%
Na semana que antecede o Natal	27,3%	23,0%	38,8%
Depois do período natalino	0,0%	0,0%	0,7%
Não sabe	0,6%	5,7%	2,1%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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



Gráfico 10 – O (a) Sr. (a) pretende fazer pesquisa de preço?

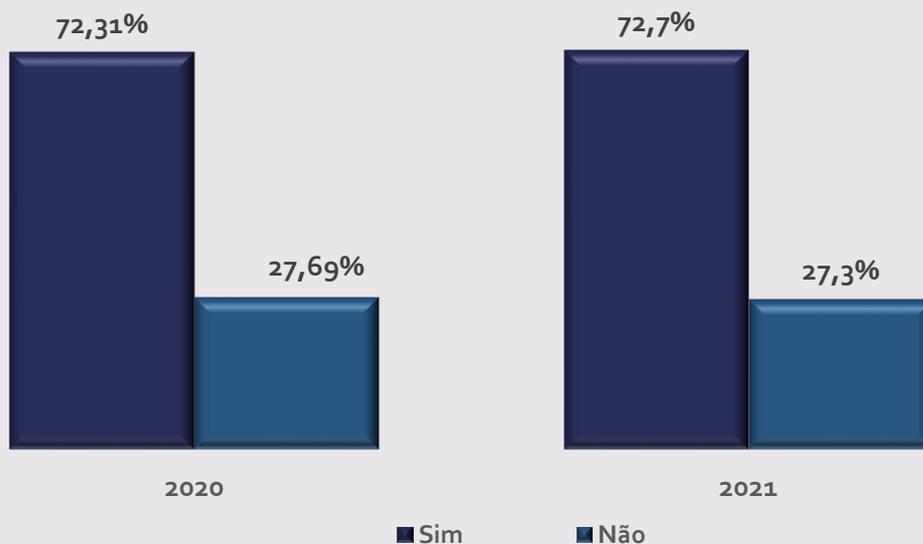


Gráfico 11 – Para quem vai fazer pesquisa de preço, onde vai pesquisar?

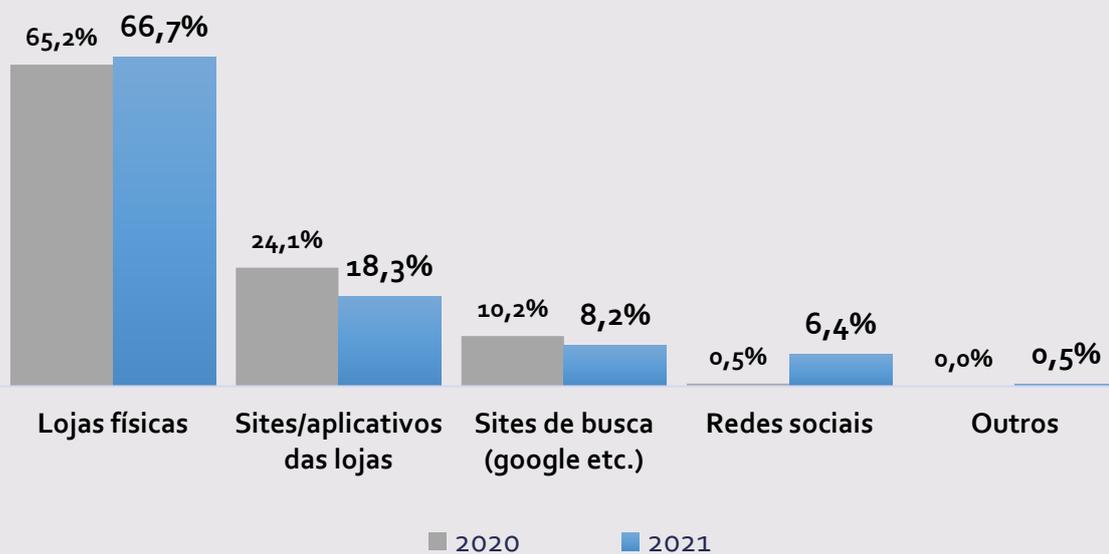
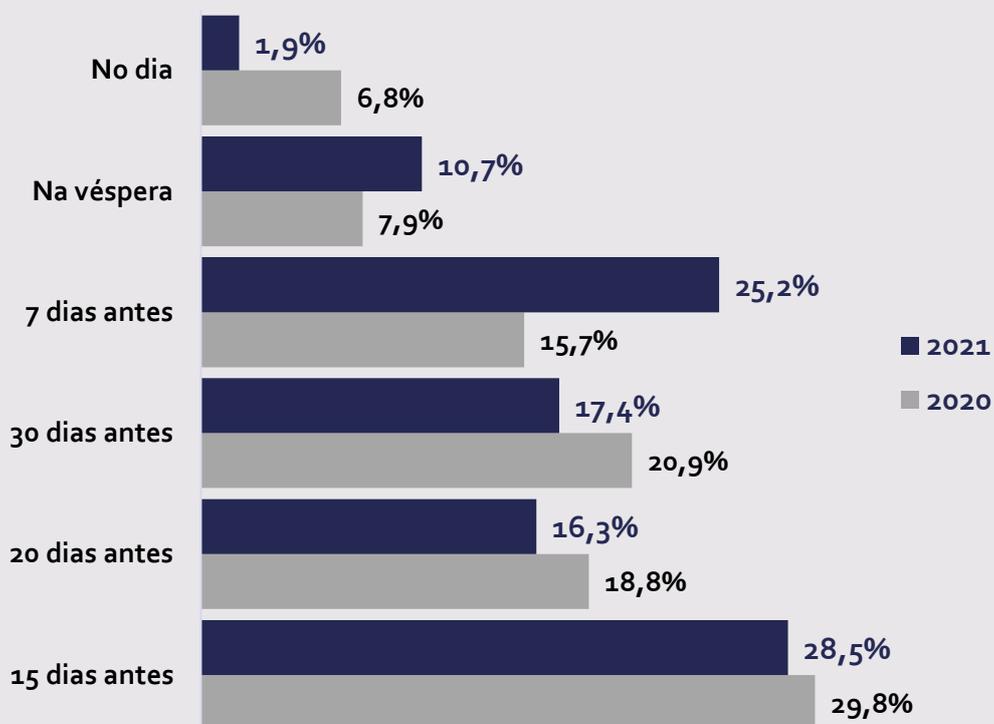


Gráfico 12 – Para quem vai fazer pesquisa de preço, quando vai pesquisar?



Destino do 13º salário

Gráfico 13 – O (a) sr. (a) recebe décimo terceiro salário?

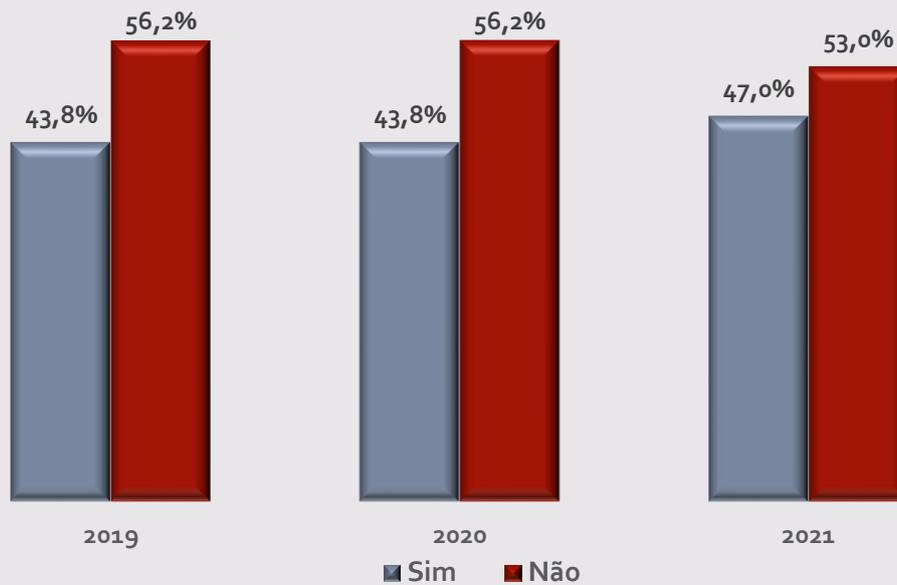


Tabela 8 - O que o (a) senhor (a) pretende fazer com o dinheiro do décimo terceiro salário? (Múltipla resposta)

Rótulos de Linha	2019	2020	2021
Fazer Compras	34,2%	41,4%	41,3%
Quitar/Pagar dividas	44,3%	43,7%	39,6%
Guardar para pagar compromissos de janeiro	8,7%	15,8%	30,8%
Poupar/Investir dinheiro	27,9%	35,1%	20,4%
Irá gastá-lo em suas férias	5,0%	1,4%	7,1%
Outros	2,3%	0,0%	0,0%

Pretensões de viajar

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

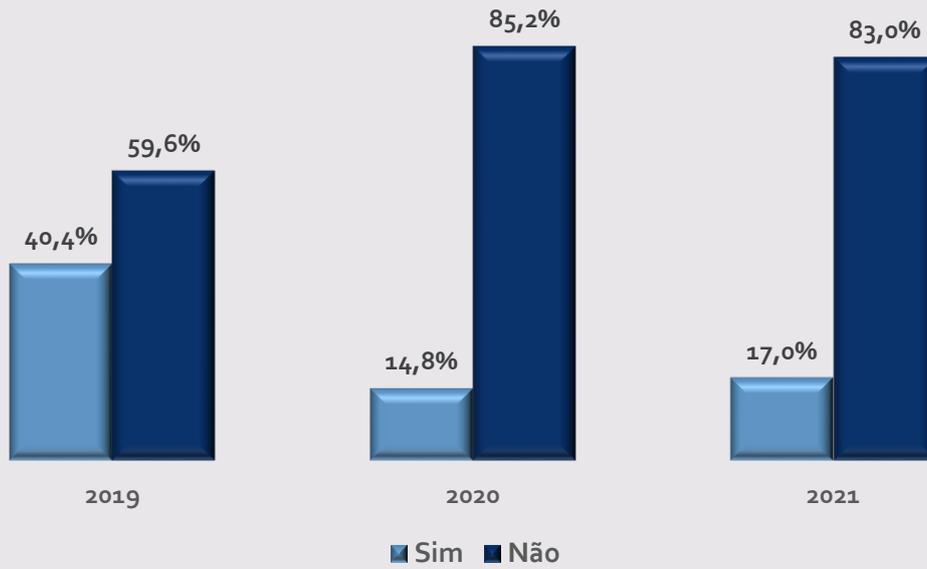
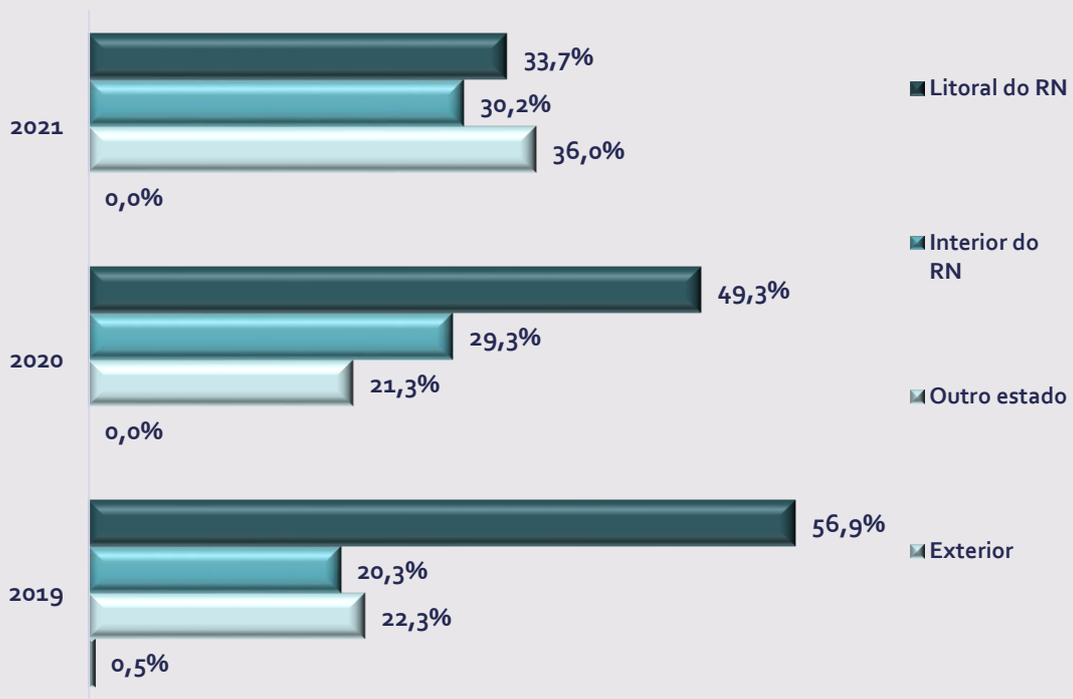
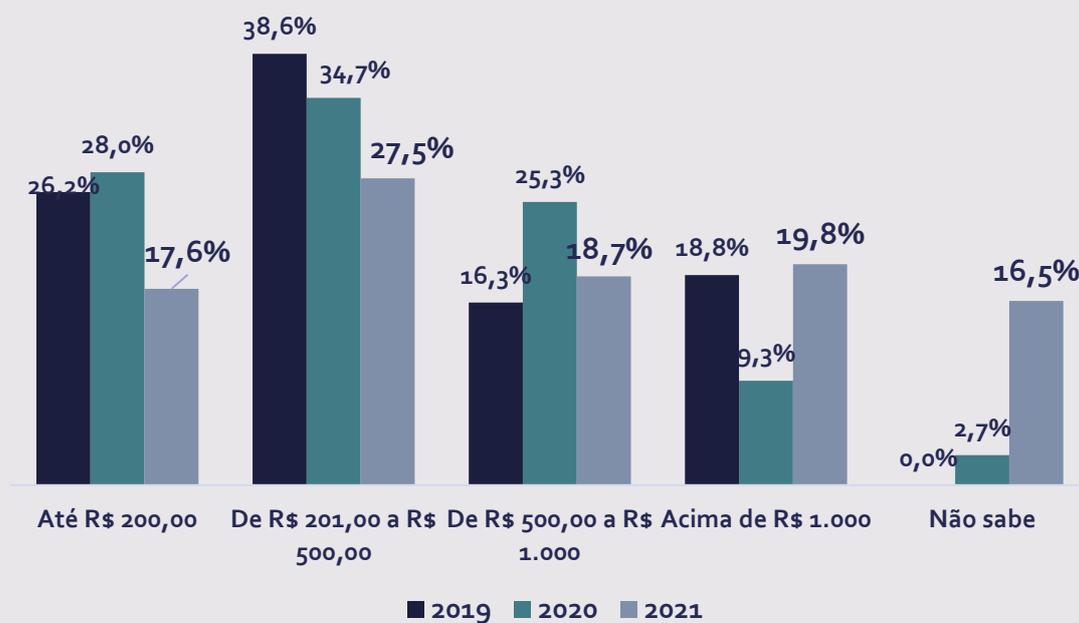


Gráfico 15 – (Se “sim”). Qual o destino?



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 16 – (Se “sim”). Quanto pretende gastar na viagem?



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Marcelo Fernandes de Queiroz

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN

Luciano Kleiber

Diretor

Lívia Aires

Assessora Técnica

Ágata Menezes

Estagiária

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMÉRCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Amanda Souza

Anna Thereza

Débora da Cruz

Dejailson Alves

Maria Glória

João Soares

Josiel da Costa

Julio Cezar

Larissa Santiago

Lidiane Silva

Luiz Eduardo

Marina Xavier

Cícero Rafael

Thales Capistrano

Pesquisadores