PESQUISA DE

INTENÇÕES DE COMPRAS PARA O NATAL E DESTINO DO 13º

MOSSORÓ - NOVEMBRO 2022

Fecomércio RN · IFC

Sistema Comércio

Sumário

1. Introdução 3
2. Aspectos técnicos 4
3. Descrição dos resultados 5
Destino do 13º salário 5
Intenções de compras 5
Produtos comprados 5
Gastos 6
Forma de pagamento 6
Local de compra 6
Quando compra 7
Pretensões de viajar 7
4. Análise Gráfica 8
Destino do 13º salário 8
Intenções de compras 9
Produtos comprados 11
Gastos 13
Forma de pagamento 14
Local de compra 15
Quando compra 16
Pretensões de viajar 17

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 percepção do 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 10 e 21 de novembro de 2022. 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

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, dos consumidores entrevistados que terão sua renda acrescida do 13º salário para o fim de ano, 57,62% devem utilizar para quitar ou pagar dívidas; 41,26% desejam guardar uma parte para compromissos de janeiro; 30,86% vão utilizar uma parcela para fazer compras; 17% planejam poupar ou investir; e 5,95% irão gastar nas férias.

Intenções de compras

O Natal traz boas expectativas de consumo para o final de ano, 50,40% dos mossoroenses devem presentear alguém nesta data comemorativa. Em 2021, 57,53% estavam dispostos a presentear no período.

A pretensão de consumo dos mossoroenses é mais relevante entre as mulheres (51,67%); pessoas de 18 a 24 anos (68,75%) e de 35 a 44 anos (57,76%); indivíduos com nível superior de ensino (75%); e com rendimentos que variam de 5 a 10 salários mínimos (89,61%).

Por sua vez, para aqueles que não vão presentear neste ano, 45,56% apontaram a falta de dinheiro como principal causa, enquanto 23,79% revelaram que o motivo é a ausência do hábito de presentear. Também foram relatadas dívidas/contas em atraso (18,95%); desemprego (17,34%); poupar (16,53%), entre outros.

Produtos comprados

As categorias de presentes para as compras natalinas mais citadas são, por ordem: vestuário (74,43%); brinquedos (42,01%); perfumes/cosméticos (28,77%); calçados (13,70%); acessórios pessoais (6,85%); eletrônicos/celulares (6,39%); eletrodomésticos (4,11%); móveis e decoração (3,20%); entre outros.

E quem vai às compras pretende presentear primeiramente seus filhos (58,33%); depois os pais e mães (56,35%); os cônjuges (42,46%); os sobrinhos (11,11%); os namorados (as) (8,33%); os irmãos (7,14%); avós (1,98%); entre outros.

Sobre os fatores determinantes na hora da escolha do produto, o preço (33,86%) a aparece em primeiro lugar. Depois vem o desejo da pessoa presenteada, com 27,09%; qualidade dos itens, com 17,53%; e ofertas e promoções (12,35%).

A respeito do número de itens comprados, 52,78% devem comprar três ou mais itens. Aqueles que pretendem presentear com até dois itens somam 47,22% 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.

Gastos

No tocante à pretensão de gastos com presentes, 37,70% dos consumidores pretendem gastar entre R$ 201 e R$ 500; 23,81% gastará de R$ 101 a R$ 200; e 12,28% até R$ 100. Outros 11,01% declararam que vão desembolsar acima de R$ 500. Cerca de 15% ainda não definiram quanto iriam desembolsar na compra do presente.

O gasto médio com presentes deve ficar em torno de R$ 268,85, valor inferior ao calculado em 2021 que foi de R$ 288,02. Porém, a média de gastos aumenta conforme o perfil dos entrevistados.

Entre os homens a pretensão é desembolsar em média R$ 328,98. Os gastos são maiores que a média geral também entre as pessoas de 35 a 44 anos (R$ 348,39) e com ensino superior ou mais (R$ 308,74). Observou-se ainda que as pessoas com renda familiar de até 2 salários mínimos vão gastar em média R$ 174,14 e quem possui rendimentos familiares acima de 10 salários mínimos almejam gastar algo em torno de R$ 616,67 na compra dos presentes.

Forma de pagamento

Quanto às formas de pagamento das compras de Natal, a pesquisa revela que 57,94% dos entrevistados pretendem comprar parcelado, próximo ao registrado no mesmo período do ano passado (57,24%). As intenções de comprar à vista por meio de dinheiro, débito ou pix representam 40,48%, em 2021 eram 42,76%.

Local de compra

Os dados da pesquisa de intenção de compras para o Natal ainda revelam que 46,83% dos consumidores mossoroenses pretendem adquirir os produtos em lojas do comércio de rua, 37,30% declararam que planejam consumir em lojas de shopping. Em terceiro lugar, está a internet, com 12,30% da preferência dos entrevistados. Outros meios foram citados por 3,57% dos consumidores.

Na opinião dos entrevistados, neste momento, os fatores mais importantes para escolha do ponto de venda são o nível de preço (48,29%), variedade de produtos (43,93%), qualidade dos produtos (20,56%), atendimento (20,25%), conforto (13,71%) e segurança (9,66%).

Quando compra

Na busca por ofertas, a maioria deve gastar sola de sapato para encontrar bons preços. Os dados mostram que, em Mossoró, 63,89% pretendem pesquisar os preços antes de concluir a compra, à medida que 36,11% não planejam pesquisar.

No que se refere ao dia em que de fato vai efetuar as compras, a maioria dos consumidores disse que realizará em dezembro, sendo que 29,51% planejam as compras 20 dias antes do Natal; 18,58% sete dias antes; 18,58% na véspera do período natalino; e 16,94% quinze dias antes da data comemorativa. Outros 16,39% almejam ir às compras ainda no mês de novembro, 30 dias antes da celebração.

Pretensões de viajar

A sondagem da Fecomércio RN também revelou que 13,20% dos mossoroenses têm planos de viajar no final de ano.

Dos que vão viajar, os destinos mais procurados serão litoral do RN (68,18%), outros estados (16,67%) e interior do RN (15,15%).

Sobre os gastos com a viagem, 34,85% pretendem desembolsar de R$ 201 a R$ 500; 27,27% de R$ 501 a R$ 1.000; e 15,15% acima de R$ 1.000. Outros 7,58% declararam desembolsar até R$ 200. 15,15% não souberam informar.

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

4. ANÁLISE GRÁFICA

Destino do 13º salário

Gráfico 1 – O (a) sr. (a) recebe décimo terceiro salário?

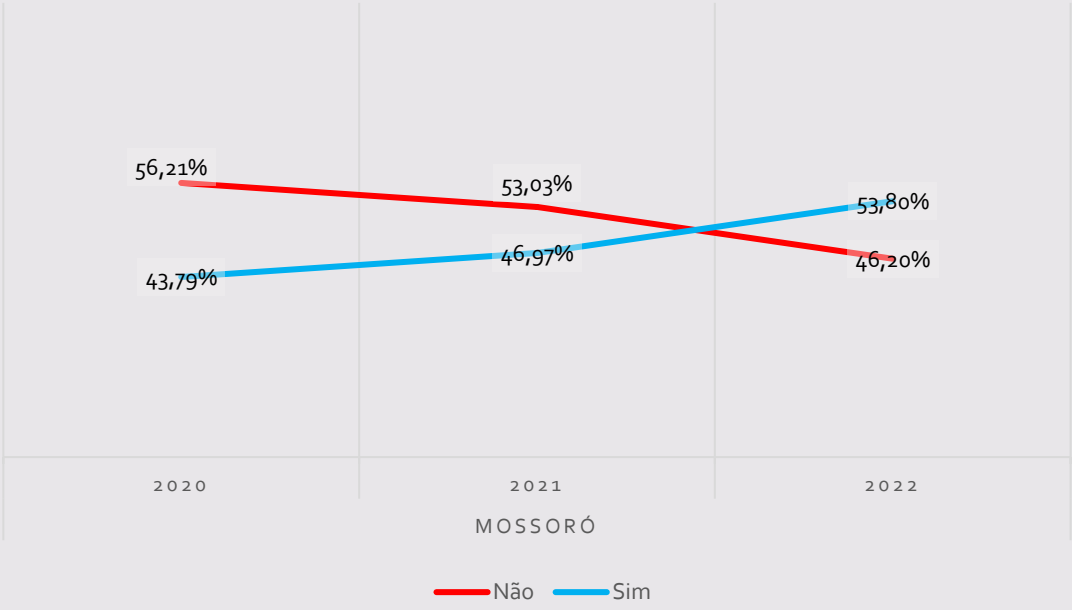
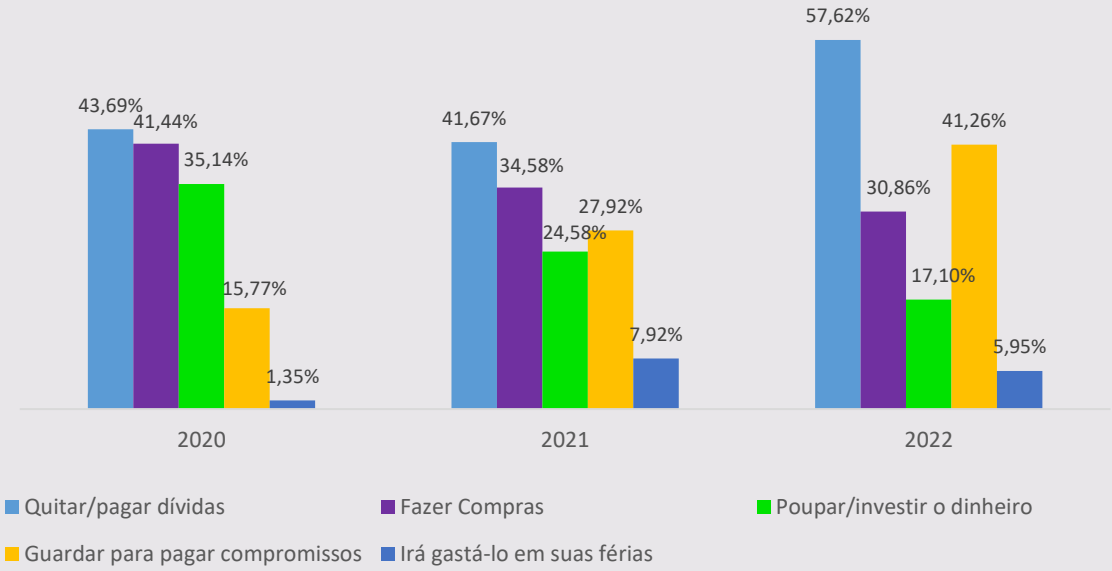


Gráfico 2 - O que o (a) senhor (a) pretende fazer com o dinheiro do décimo terceiro salário?



Intenções de compras

Gráfico 3 – O (a) sr. (a) pretende presentear no Natal deste ano?

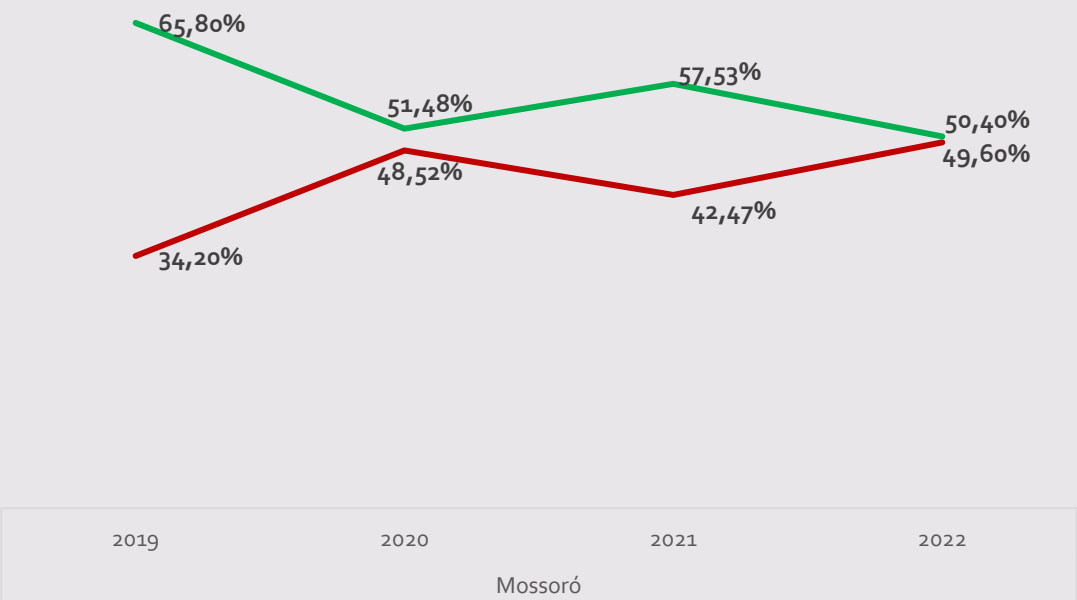


Tabela1 – Intenção de consumo pelo perfil dos entrevistados.

Rótulos de Linha	Sim	Não
Feminino	51,67%	48,33%
Masculino	48,92%	51,08%
18 a 24 Anos	68,75%	31,25%
25 a 34 Anos	46,38%	53,62%
35 a 44 Anos	57,76%	42,24%
Acima de 45 Anos	45,41%	54,59%
Ensino fundamental	29,41%	70,59%
Ensino médio	40,00%	60,00%
Ensino superior ou mais	75,00%	25,00%
Até 2 salários	19,59%	80,41%
De 2 a 5 salários	57,53%	42,47%
De 5 a 10 salário	89,61%	10,39%
Acima de 10 salários	66,67%	33,33%
Não respondeu	46,81%	53,19%

Gráfico 4 – Motivos para não presentear.

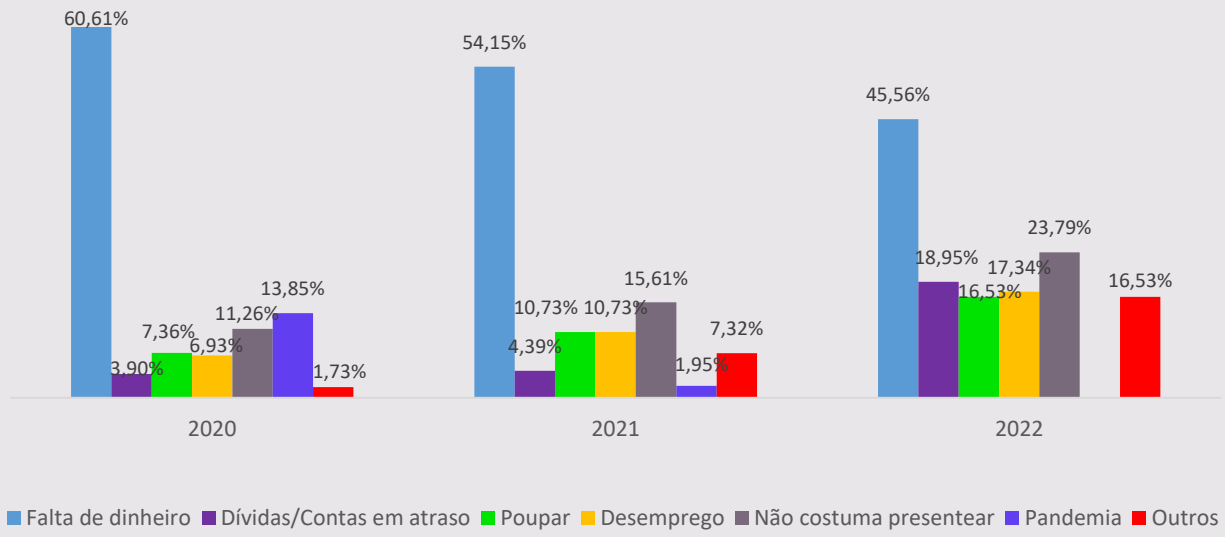


Gráfico 5 – Quantos itens o senhor (a) pretende comprar no período que antecede o Natal?

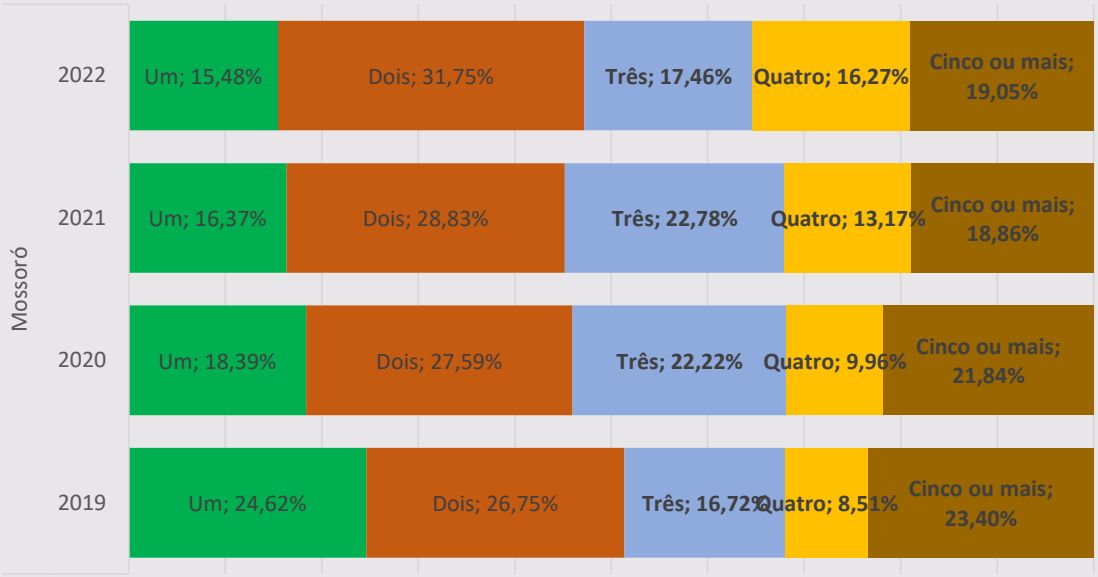
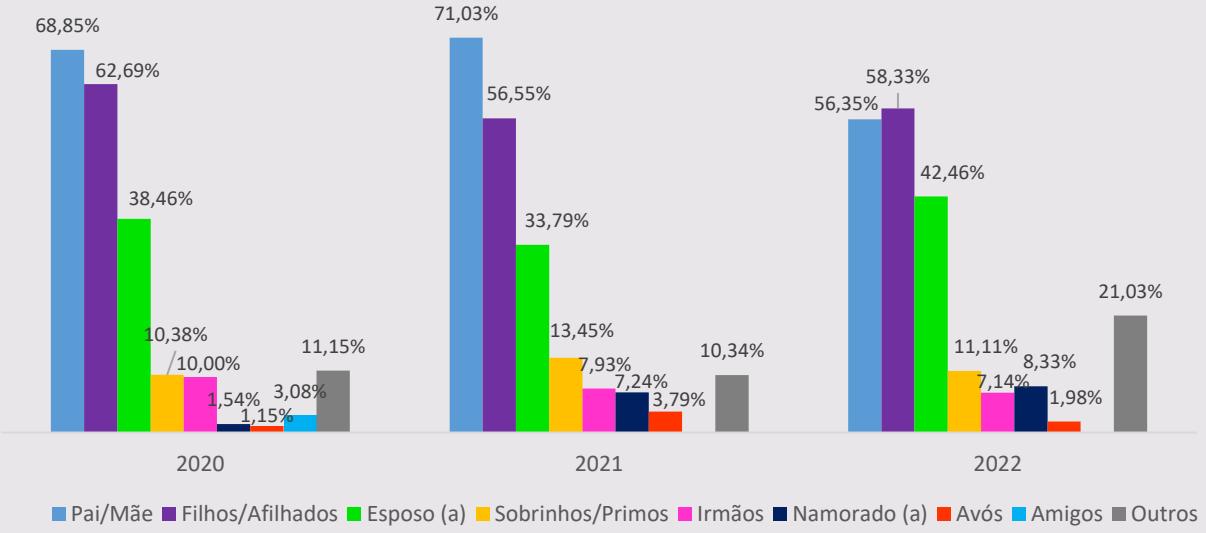


Gráfico 6 – Entre os que vão presentear, quem serão os presenteados?
(Múltipla resposta)



Produtos comprados

Gráfico 7 – Que tipo de produto (s) o senhor pretende comprar?
(Múltipla resposta)

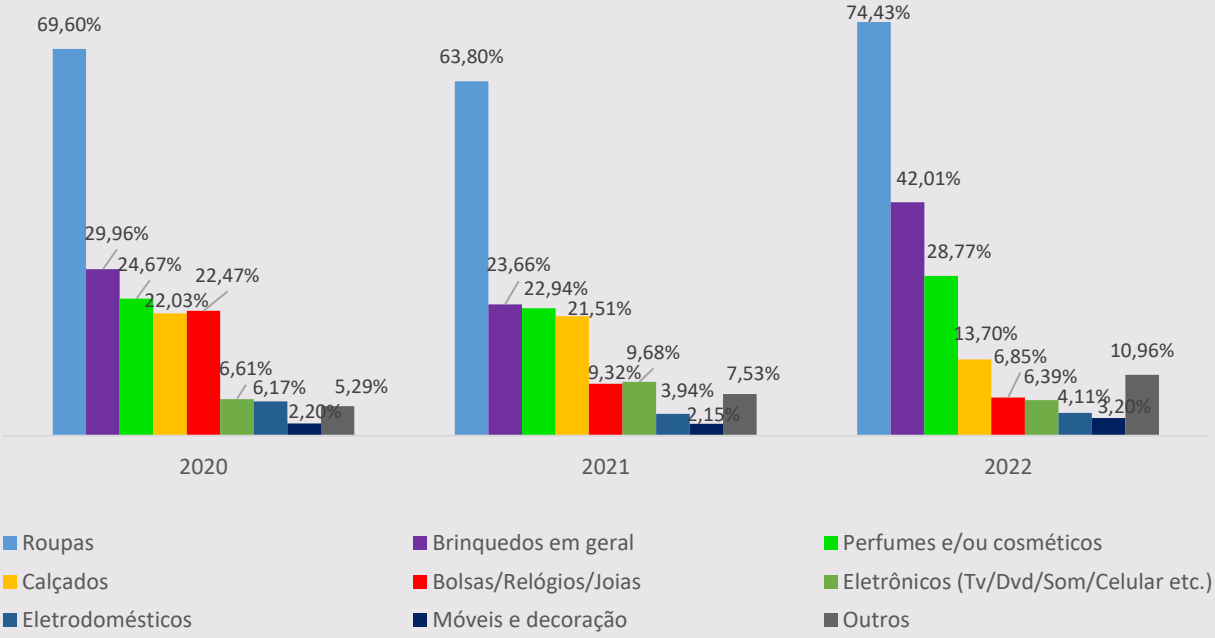


Gráfico 8 – Qual o principal fator que vai determinar a escolha do produto?

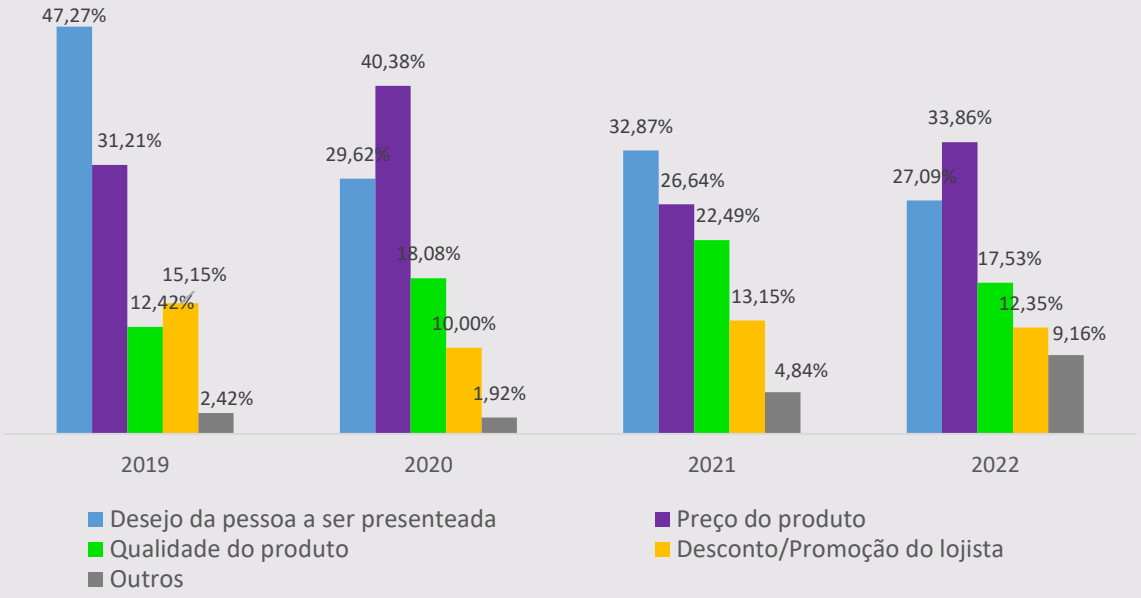
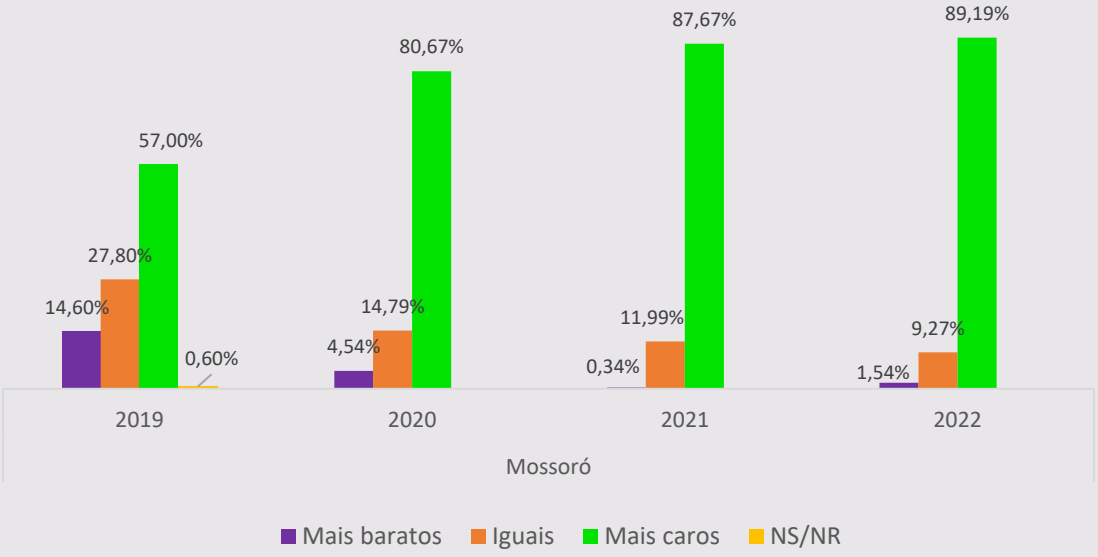


Gráfico 9 – Quanto aos preços dos produtos, o (a) Sr. (a) acha que estarão?



Gastos

Gráfico 10 – Quanto o (a) sr. (a) pretende gastar com compras neste período de fim de ano?

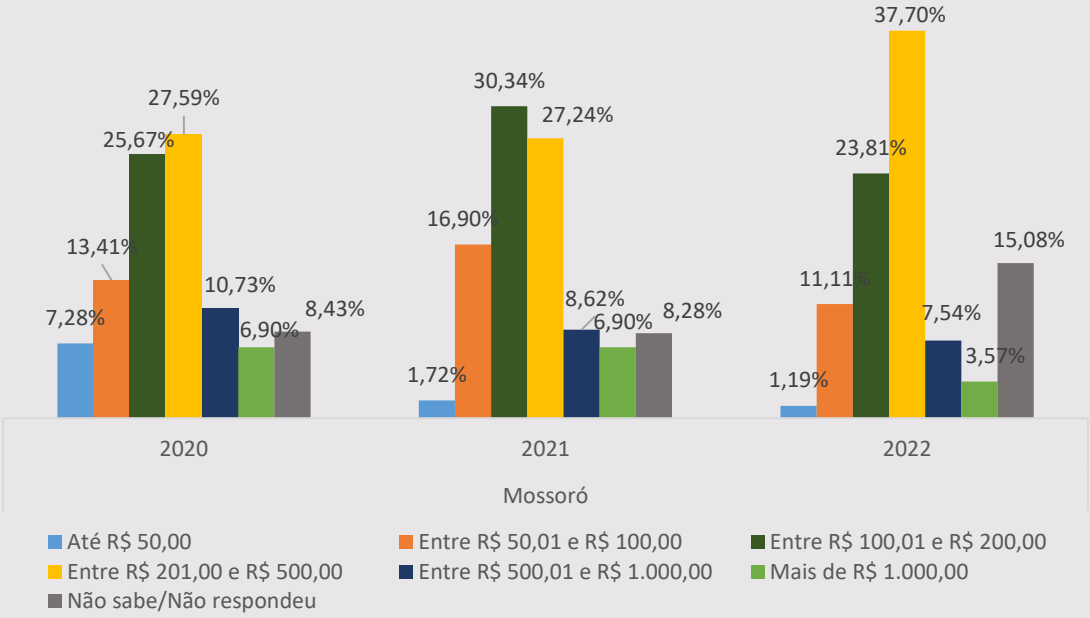


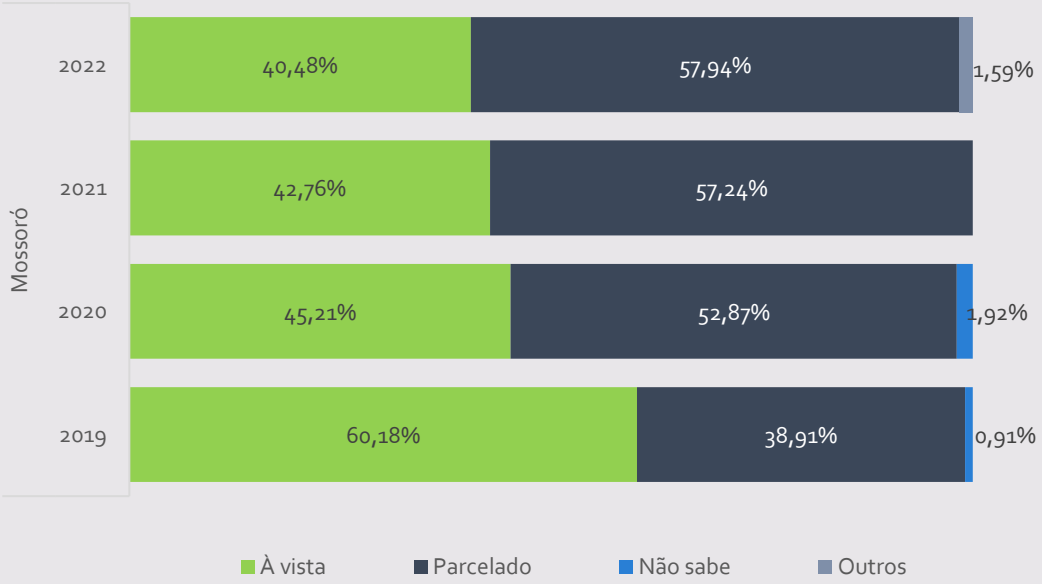
Gráfico 11 – Média de gasto anual.

Tabela 2 – Gastos com presentes pelo perfil dos entrevistados.

MOSSORÓ	Média R$
Feminino	219,96
Masculino	328,98
18 a 24 Anos	100,00
25 a 34 Anos	260,16
35 a 44 Anos	348,39
Acima de 45 Anos	209,52
Ensino fundamental	176,67
Ensino médio	237,94
Ensino superior ou mais	308,74
Até 2 salários	174,14
De 2 a 5 salários	235,32
De 5 a 10 salário	361,59
Acima de 10 salários	616,67

Forma de pagamento

Gráfico 12 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr.(a) deseja utilizar?



Local de compra

Gráfico 13 – Onde o (a) sr. (a) pretende fazer as compras?

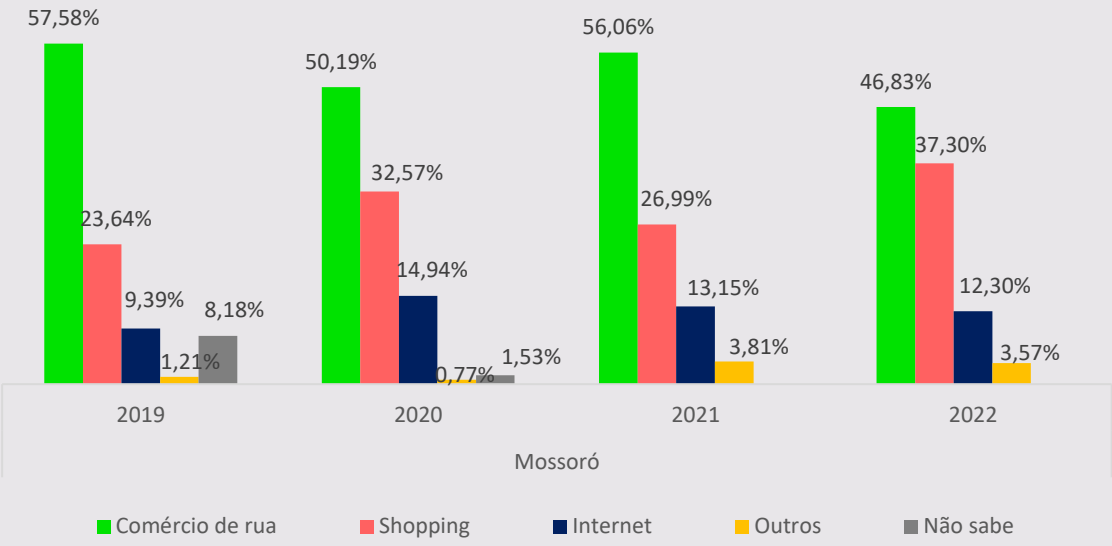
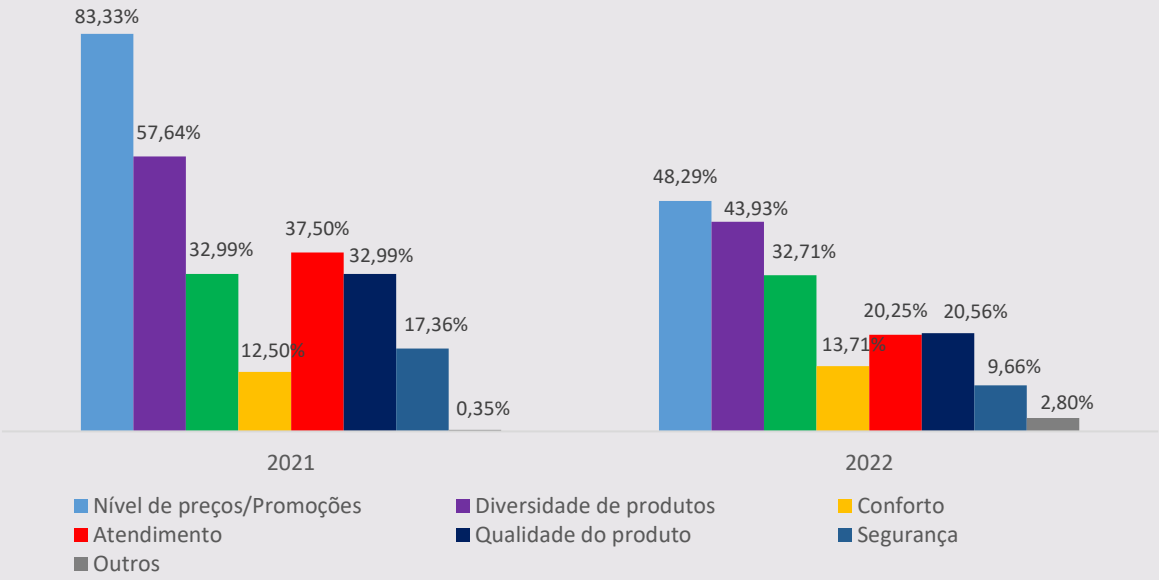


Gráfico 14– Qual a determinante para a escolha do local de compra? (Múltipla resposta)



Quando compra

Gráfico 15 – Quando irá realizar as compras?

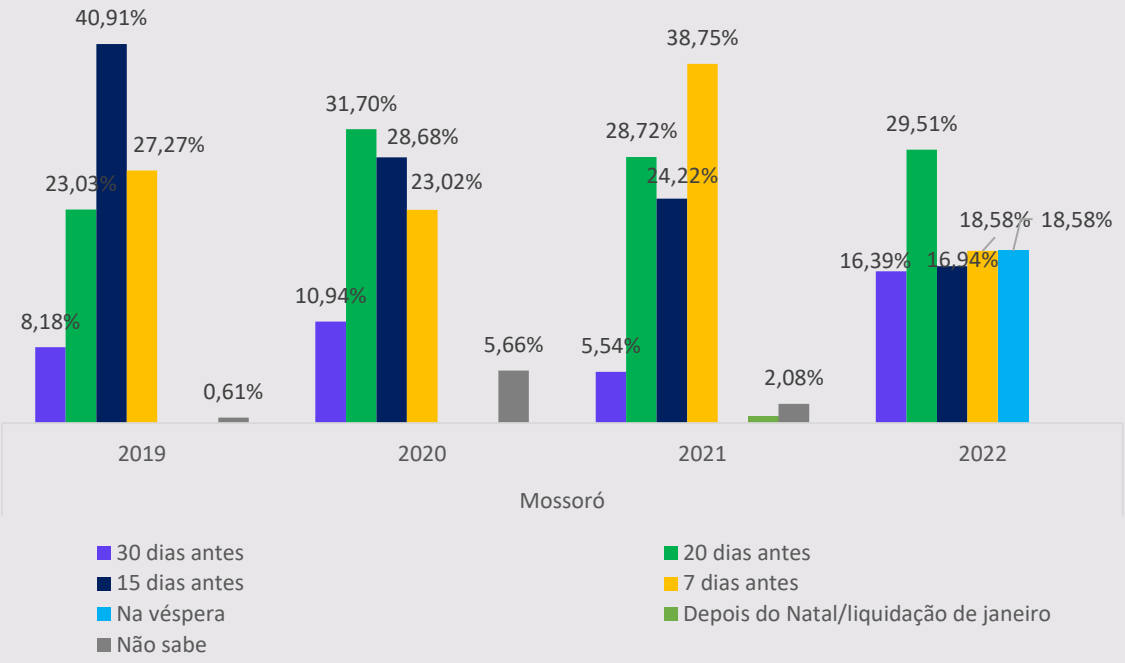


Gráfico 16 – O (a) Sr. (a) pretende fazer pesquisa de preço?

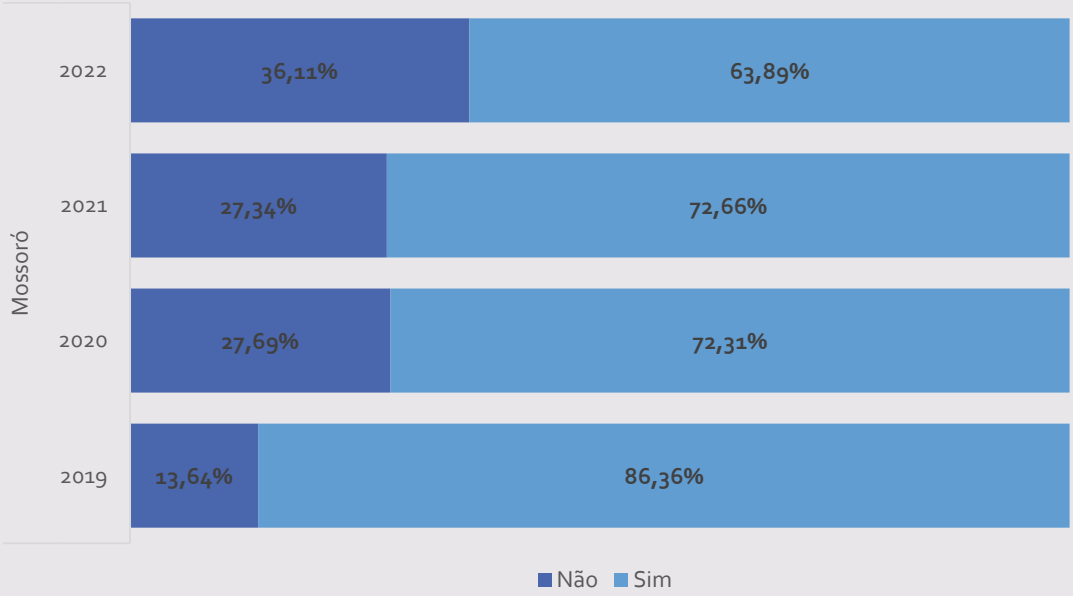
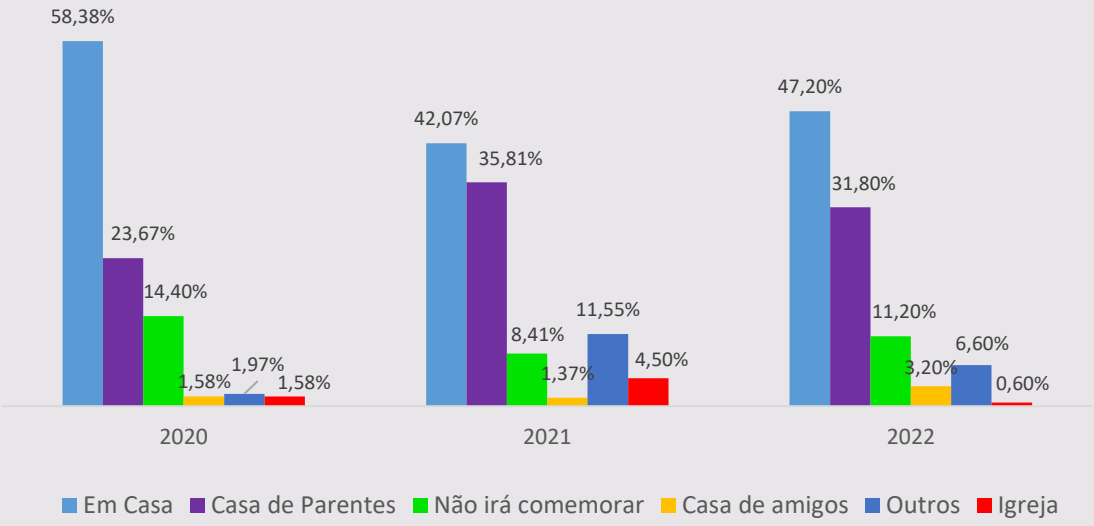


Gráfico 17 – Onde vai passar o Natal 2022?



Pretensões de viajar

Gráfico 18 – O (a) sr.(a) pretende viajar durante este fim de ano?

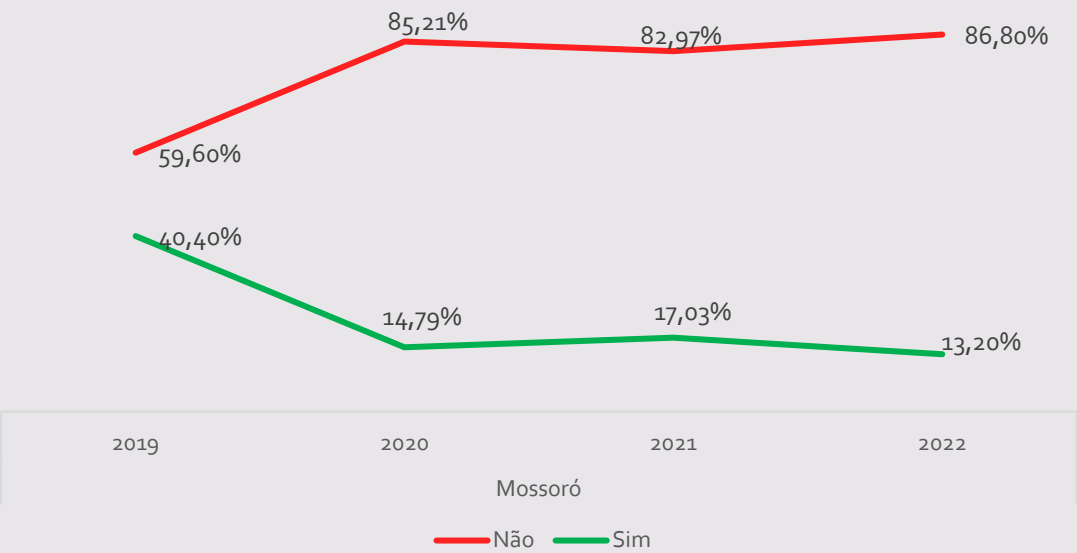


Gráfico 19 – (Se “sim”). Qual o destino?

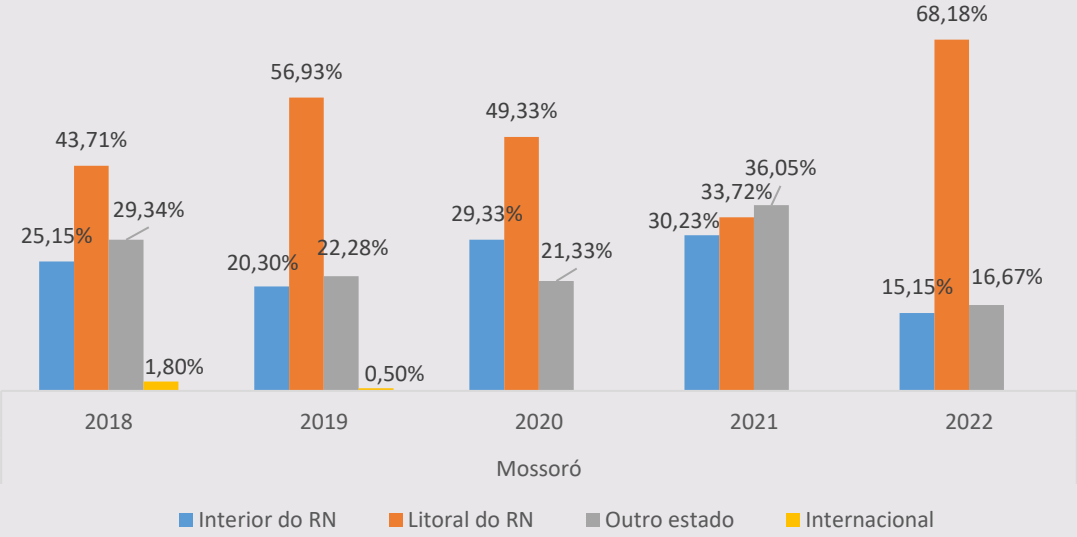
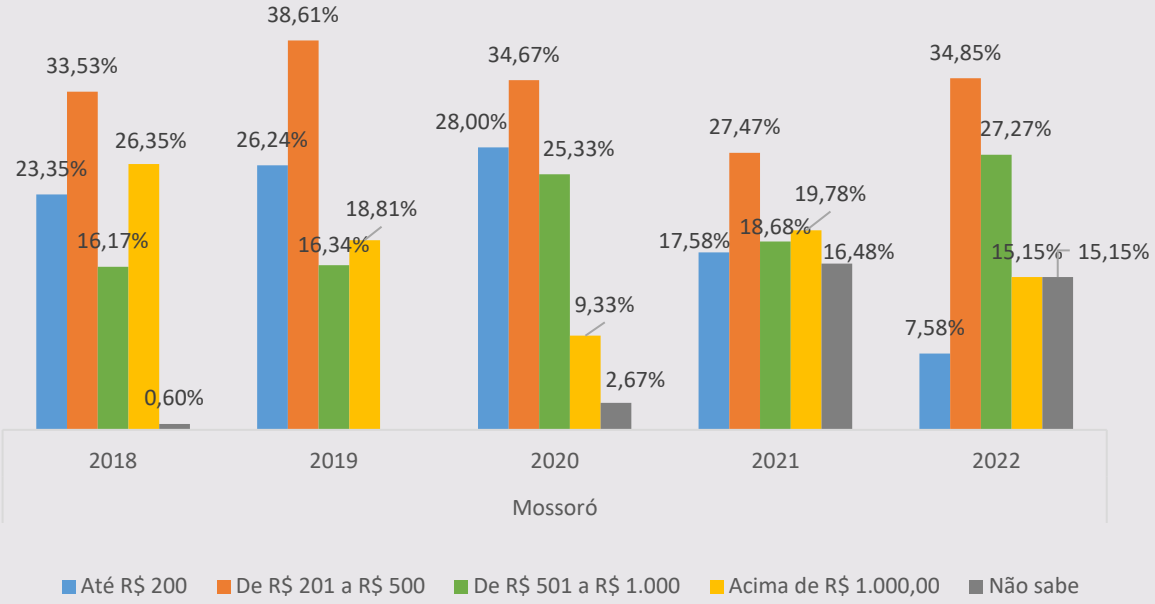


Gráfico 20 – (Se “sim”). Quanto pretende gastar na viagem?



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
Luiz Henrique
Analista de negócios
Ágata Menezes
Estagiária

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMÉRCIO RN

Tiago Chacon Fontoura
Estatístico

Anna Thereza
Celmo Hudson
Débora Nascimento
João Vinicius
Julio Cezar
Larissa Santiago
Luiz Eduardo
Jacqueline Aires
Maria Eduarda
Matheus Gomes
Natália Pereira
Rogério Antunes
Pesquisadores