PESQUISA DE

INTENÇÕES DE COMPRAS PARA O NATAL E DESTINO DO 13º

NATAL - 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
Pretensão de consumo 5
Produtos comprados 5
Gastos 6
Formas de pagamento 6
Local de compra 7
Quando compra 7
Pretensões de viajar 7
4. Análise Gráfica 8
Destino do 13º salário 8
Intenções de compras 9
Produtos 11
Gastos 13
Formas de pagamento 14
Local de compra 15
Quando compra 16
Pretensões de viajar 17

1. INTRODUÇÃO

Todos os anos, o Natal se coloca não apenas como a data mais importante para o comércio, em termos de vendas e faturamento, mas também como um termômetro para avaliar a confiança das pessoas quanto à economia atual. O espírito natalino torna as pessoas mais otimistas, e boa parte deste entusiasmo é canalizado para novas compras. Além disso, as empresas costumam pagar integral ou parcialmente o décimo terceiro salário aos seus funcionários, e parte deste adicional é introduzido na economia através de compras.

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 às 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 pelo Instituto 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 aconteceram 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 à data.

Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa 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 Natal, foram entrevistadas 600 pessoas, distribuídas por região administrativa, 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%.

Para a coleta das informações utilizou-se 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, ultrapassariam a cem por cento.

A coleta das informações foi feita por uma equipe de entrevistadores com experiência em pesquisas e capacitados para esse tipo de trabalho. Os questionários foram submetidos a uma apreciação, 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

A pesquisa avaliou como os consumidores da capital potiguar pretendem utilizar o décimo terceiro salário.

De acordo com os resultados, dos natalenses que declararam receber o abono extra de final de ano, 37,93% pretendem fazer uso do recurso financeiro para pagar ou quitar dívidas. Guardar para compromissos de janeiro surge a seguir com 23,45% das respostas. O uso para compras com o dinheiro extra aparece com 20,69% das citações. Outros destinos dessa remuneração devem ser poupar ou economizar (16,55%) e gastar nas férias (13,45%).

Pretensão de consumo

Neste ano, 68,50% dos natalenses pretendem efetuar compras de Natal para presentear, percentual 12 pontos maior que o registrado em 2021, quando 56,33% tinham intenção de adquirir produtos visando a data. O índice de intenção de compras deste ano já supera o registado em 2019 (67,38%), período anterior à pandemia.

Vale ainda destacar que a intenção de consumo para a data supera a média geral entre os homens (76,76%); pessoas de 25 a 34 anos (73,10%); indivíduos com nível superior de ensino (82,13%); e famílias com rendimentos mensais acima de 10 salários (92,86%).

Produtos comprados

No topo do ranking das categorias de produtos mais procurados para presentear no Natal deste ano estão itens de vestuário, com 66,49% das respostas. Em segundo lugar ficaram os brinquedos, com 22,16% das menções. Também merecem destaque perfumes e cosméticos (19,33%); calçados (11,34%); e eletrônicos (6,19%). Completam alista dos presentes, eletrodomésticos (5,67%); relógios/joias/acessórios (3,61%); e móveis e decoração (1,55%). Outros itens foram citados por 5,93% dos entrevistados.

Na hora de presentear, as pessoas mais lembradas serão os pais e mães (50,17%); filhos e afilhados (28%); cônjuges (17,67%); irmãos (9,83%); namorados (as) (9,17%); sobrinhos (7%); entre outros.

A maioria (53,90%) pretende comprar três ou mais presentes. Essa compra de múltiplos produtos é a principal característica do Natal e o que torna a data a mais importante para o comércio, resultando em um gasto médio mais elevado do que as demais datas comemorativas.

Sobre os fatores que vão influenciar na escolha do presente, o desejo da pessoa presenteada será o principal, com 49% das citações. A seguir aparece o preço do produto (19,25%); a qualidade dos itens (13,50%); os descontos e promoções (9,75%); entre outros.

Gastos

Quanto ao valor que devem investir nas compras de presentes de Natal, 35,25% declararam que pretendem direcionar entre R$ 101 e R$ 200 para aquisição dos produtos, outros 28% têm a intenção de gastar entre R$ 201 e R$ 500. Os gastos de até R$ 100 somam 20,75% das pretensões, enquanto acima de R$ 500 são 16%.

Neste ano, o ticket médio gasto na compra do presente de Natal será de R$ 302,81. O valor é 2,6% maior do que o registrado no ano passado (R$ 295,00).

Observou-se também que o gasto médio deste ano é de R$ 338,27 entre os homens e de R$ 263,23 entre as mulheres; os consumidores com renda familiar entre 5 e 10 salários mínimos pretendem gastar em média R$ 466,67 na compra dos presentes de Natal, enquanto os com rendimentos de até 2 salários mínimos vão desembolsar em média R$ 210,97. Formam ainda o perfil do consumidor natalense mais propenso aos gastos este ano, pessoas acima de 45 anos (R$ 383,67) e com ensino superior ou mais (R$ 324,56).

Formas de pagamento

O pagamento à vista, seja dinheiro, débito ou pix, será o meio mais utilizado por 57,42% dos consumidores natalenses. Os que vão comprar os produtos parcelados somam 42,58% dos compradores. No ano passado, 49,41% pretendiam adquirir os itens à vista, enquanto 50% tinham interesse comprar parcelado.

Local de compra

Para as compras dos presentes de Natal, os shoppings seguem como o principal local de buscas pelos moradores da capital potiguar, preferidos por 58,33% dos consumidores. Em segundo lugar aparece o comércio de rua (22,55%), seguido das compras pela internet (13,97%), entre outros (5,15%).

O nível de preço (50,88%) e a variedade de produtos (48,83%) figuram como os fatores que mais pesam para escolha do local de compra. A localização (29,82%) e a qualidade dos produtos (18,42%) também ganham importância. Outros pontos relevantes são atendimento (14,91%); segurança (11,99%); e conforto (11,99%).

Quando compra

Considerando que o Natal é um momento tradicional de ir às compras, é fundamental pesquisar as melhores oportunidades, de modo a fazer o dinheiro render mais. Assim, 77% dos consumidores afirmaram que pretendem fazer pesquisa preço antes de realizar as compras.

O levantamento também identificou em qual período os consumidores vão de fato efetivar as compras. Constatou-se que a maior parcela dos presentes deve ser comprada no mês de dezembro, sendo que 27,27% pretendem ir às compras 30 dias antes da data; 24,79% quinze dias antes; 21,49% sete dias antes do Natal; 13,77% vinte dias antes; e 12,67% na véspera do Natal.

Pretensões de viajar

Além de consultar as intenções de compras, a pesquisa também buscou medir a pretensão de viajar dos consumidores durante este final de ano. A pesquisa revelou que 23,83% dos natalenses manifestaram intenção de viajar neste final de ano. O índice é quase 7 pontos percentuais maior do que o de 2021, quando 17% dos entrevistados planejavam viajar durante a época.

Entre os que devem realizar alguma viagem, o destino preferido por 37,67% é outro estado do país, ao passo que 31,51% almejam viajar para o interior do RN, e 26,71% para o litoral do estado. Viagens para outro país devem ser a opção de 4,11%.

Ainda sobre os natalenses que pretendem viajar durante o final de ano, 36,99% disseram que pretendem gastar acima de R$ 1.000 na viagem; 24,66% de R$ 201 a R$ 500; 15,07% até R$ 200; e 13,70% de R$ 500 a R$ 1.000. Outros 9,59% não souberam dizer o valor que pretendem gastar na viagem.

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?

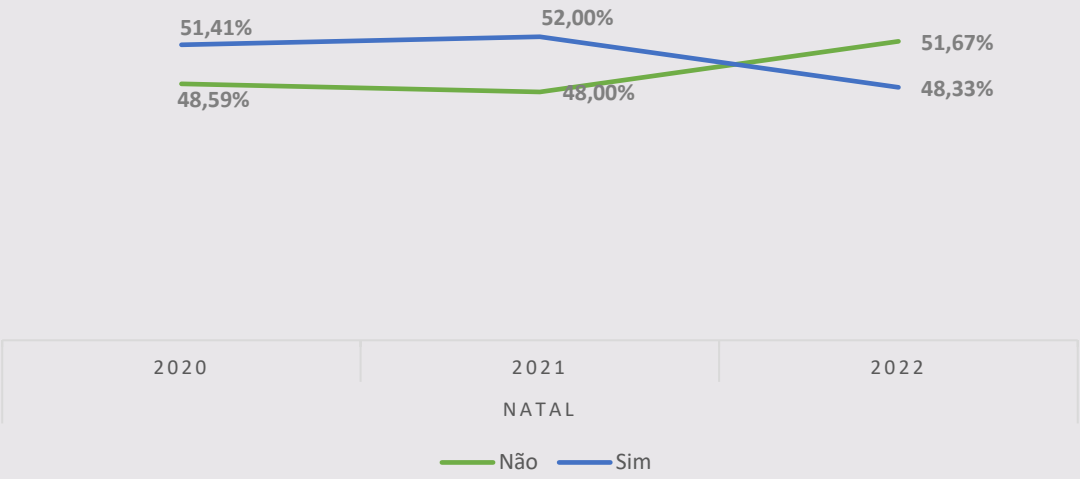
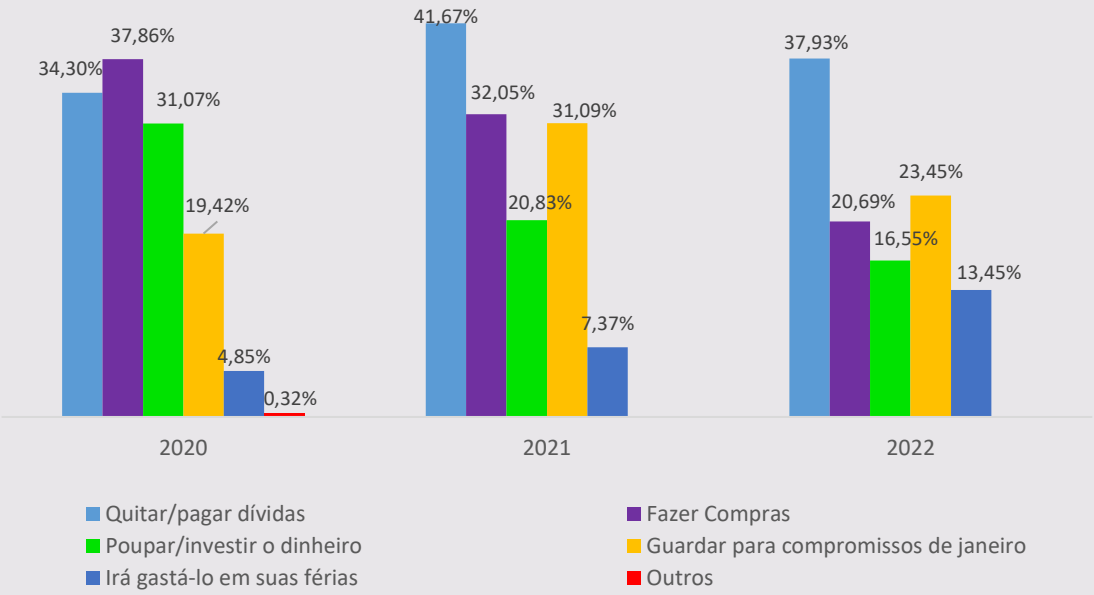


Gráfico 2 – O que o (a) senhor (a) pretende fazer com o dinheiro do décimo terceiro salário? (Múltipla resposta)



Intenções de compras

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

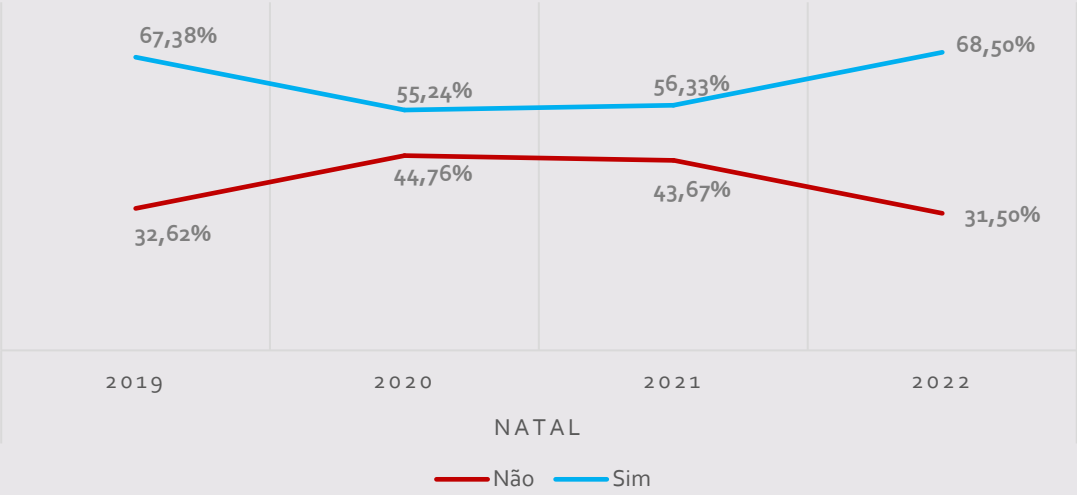


Tabela 1 – Intenção de presentear pelo perfil dos entrevistados.

Rótulos de Linha	Sim	Não
Feminino	61,08%	38,92%
Masculino	76,76%	23,24%
18 a 24 Anos	70,18%	29,82%
25 a 34 Anos	73,10%	26,90%
35 a 44 Anos	68,07%	31,93%
Acima de 45 Anos	63,03%	36,97%
Ensino fundamental	55,81%	44,19%
Ensino médio	62,00%	38,00%
Ensino superior ou mais	82,13%	17,87%
Até 2 salários	58,37%	41,63%
De 2 a 5 salários	72,73%	27,27%
De 5 a 10 salário	80,23%	19,77%
Acima de 10 salários	92,86%	7,14%
Não respondeu	67,44%	32,56%

Gráfico 4 – Motivos para não presentear?

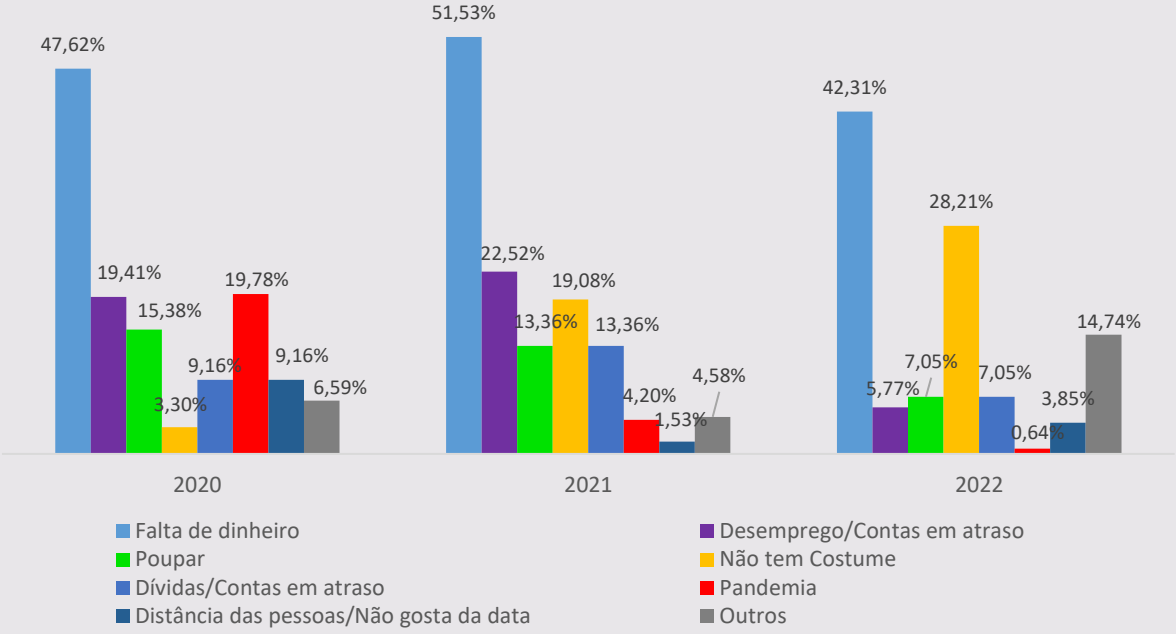


Gráfico 5 – Quantos itens o senhor (a) pretende comprar no período que antecede o Natal?

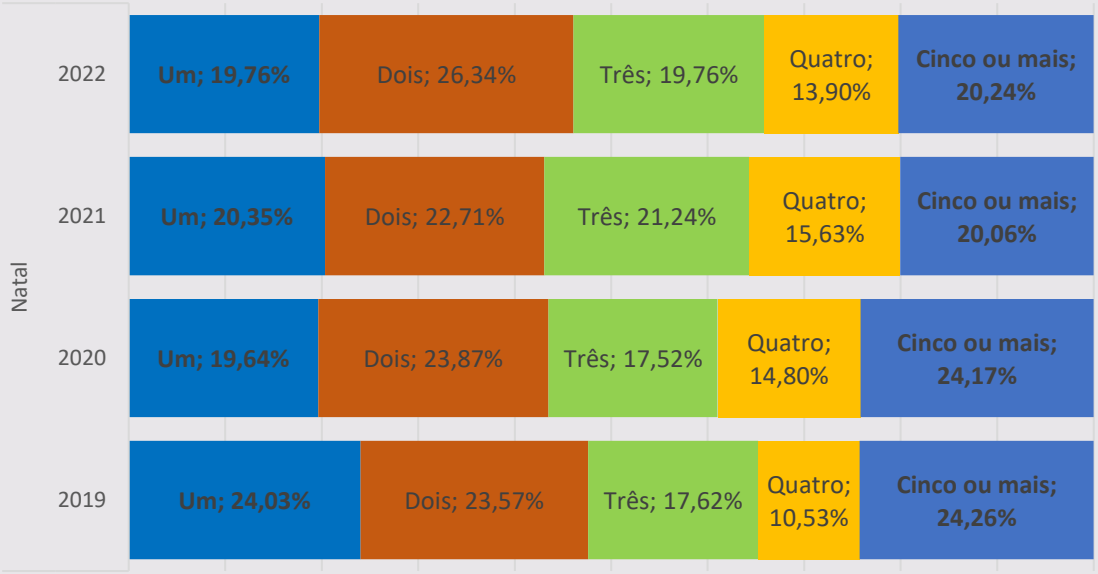
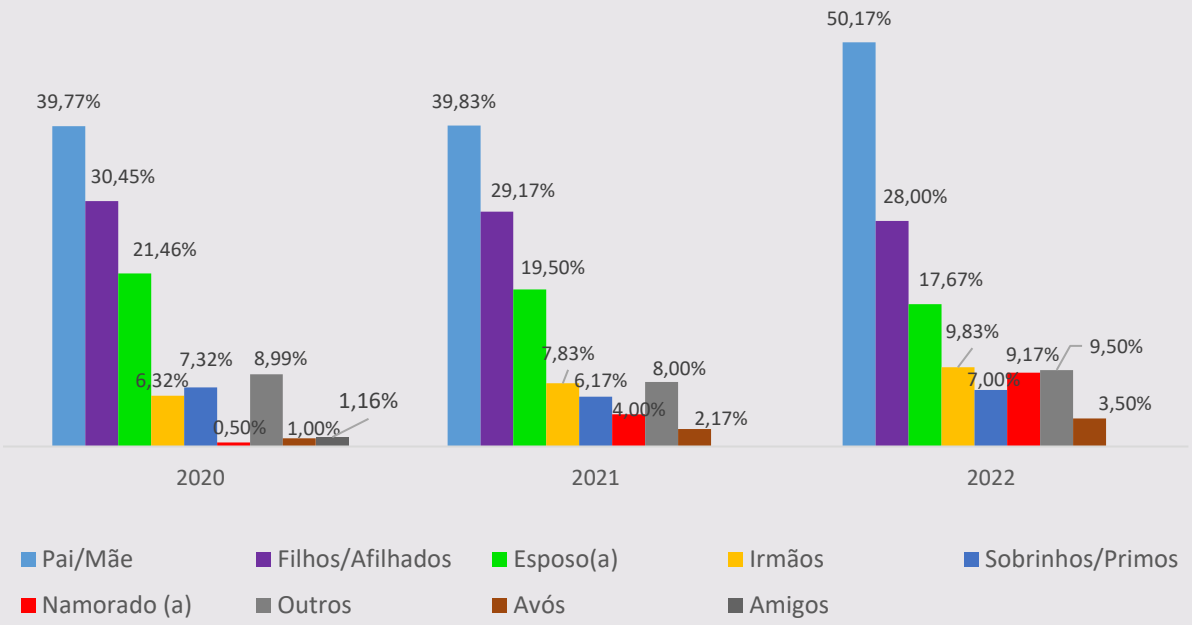


Gráfico 6 – Quem serão os presenteados?
(Múltipla resposta)



Produtos

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

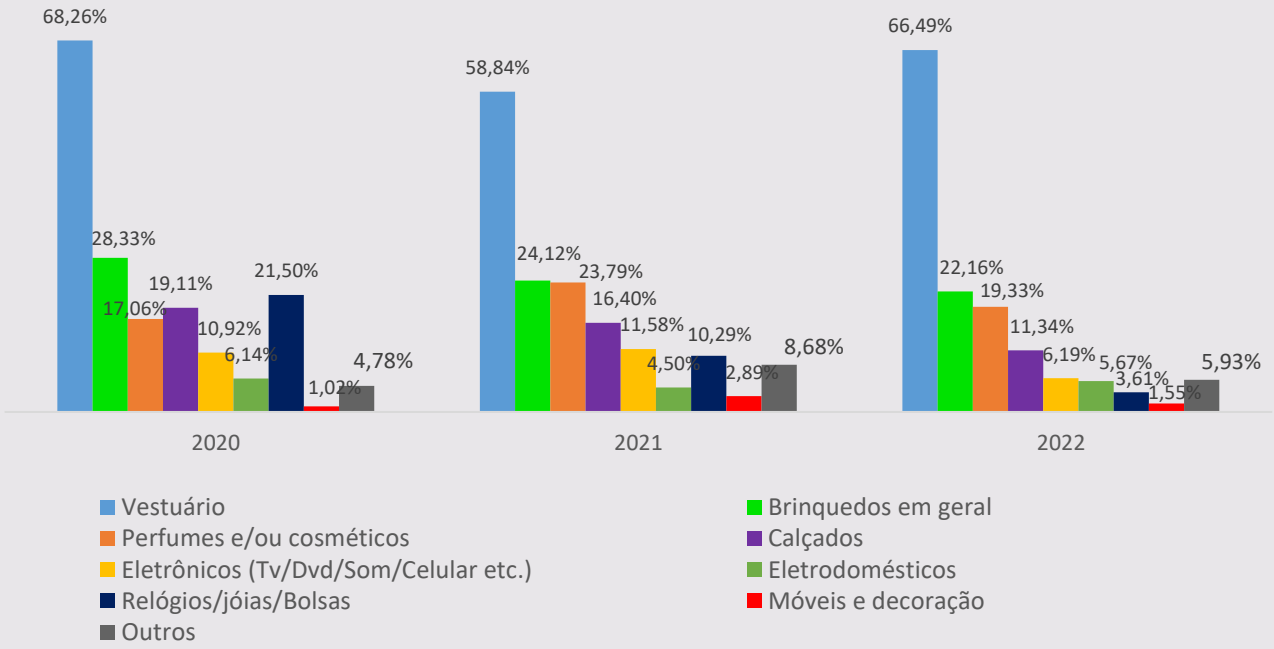


Gráfico 8 – Qual o principal fator que vai determinar a escolha do produto?

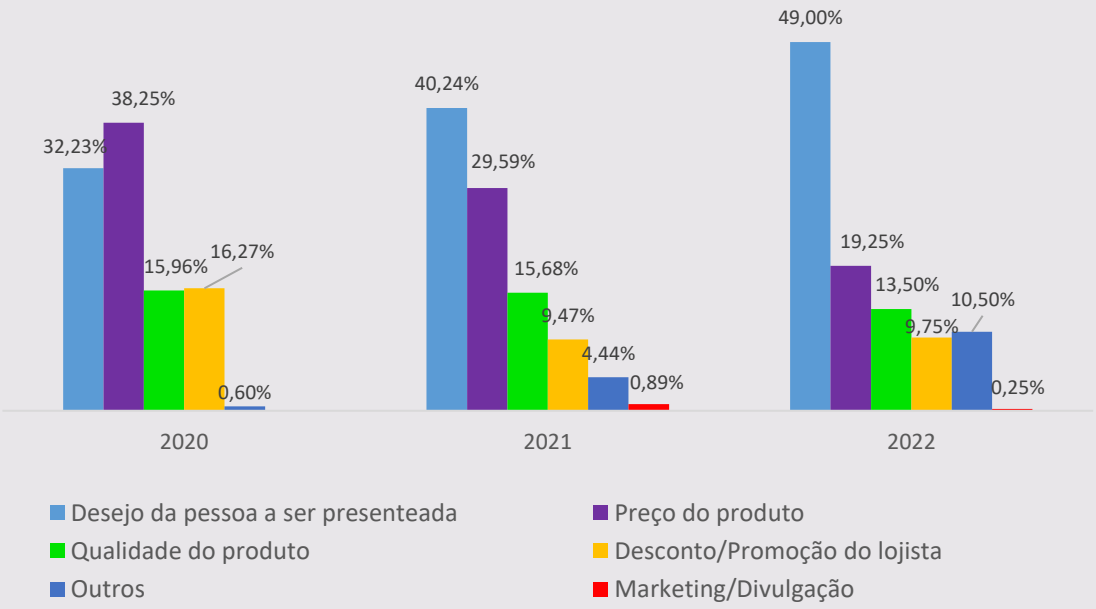
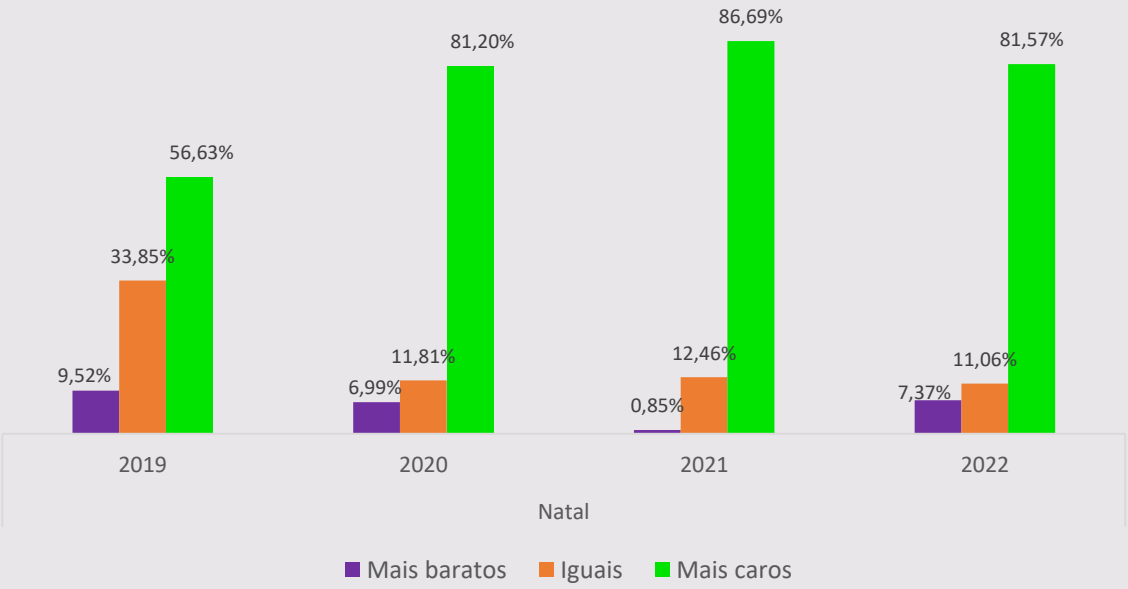


Gráfico 9 – Quanto aos preços dos produtos, o (a) Sr. (a) acha que estarão?



Gastos

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

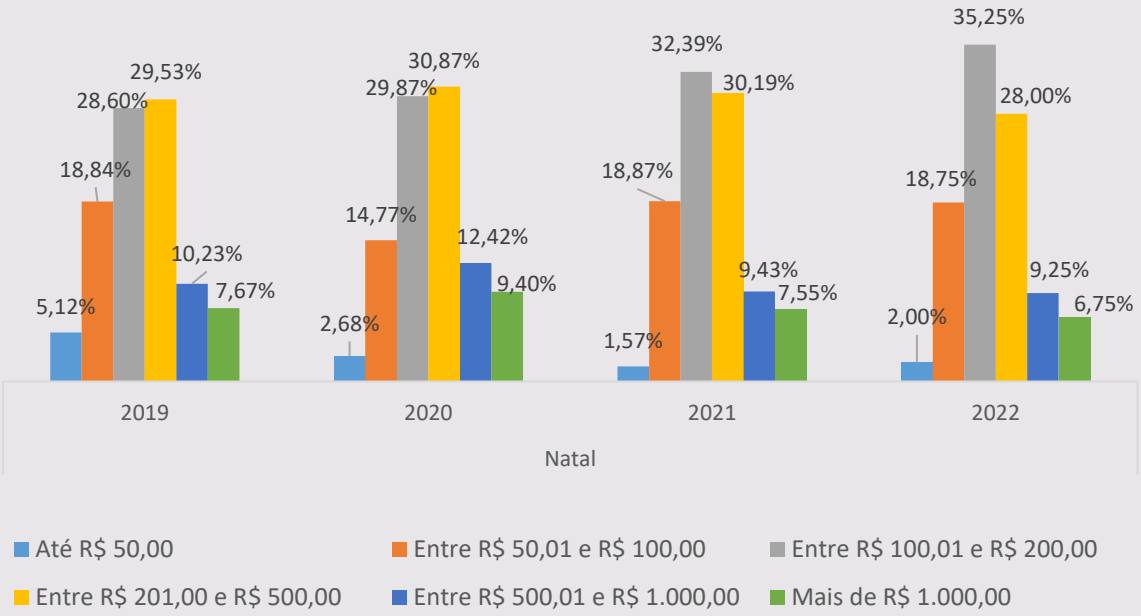


Gráfico 11 – Gasto médio anual.

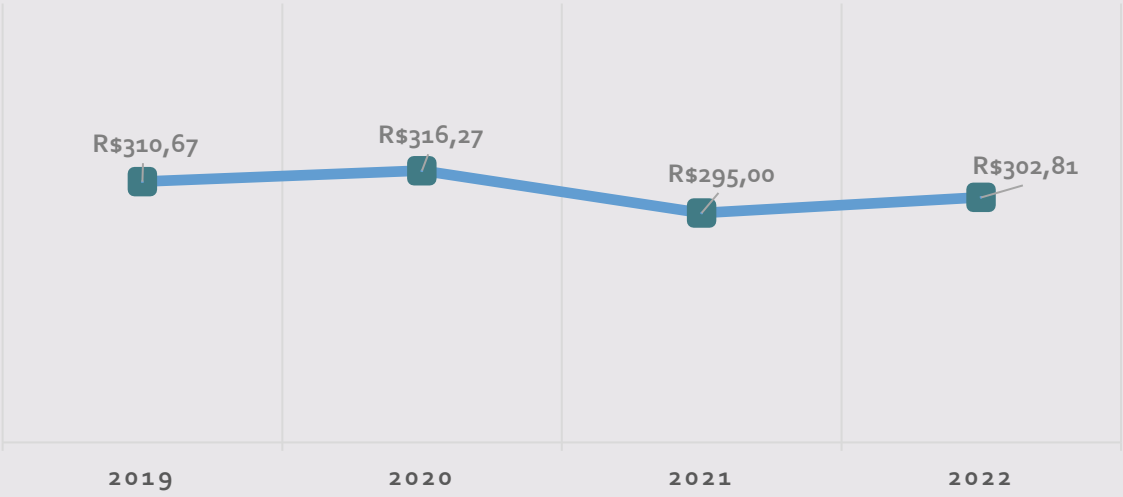
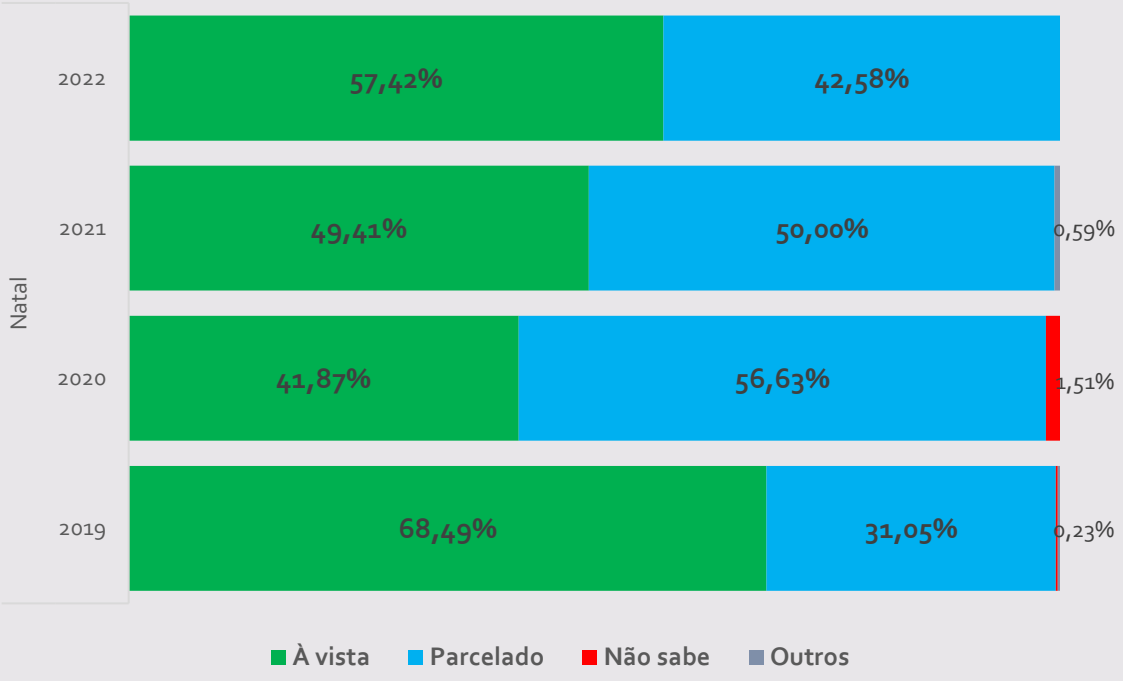


Tabela 4 – Gasto médio pelo perfil dos entrevistados.

NATAL	Média R$
Feminino	263,23
Masculino	338,27
18 a 24 Anos	237,39
25 a 34 Anos	289,05
35 a 44 Anos	319,55
Acima de 45 Anos	383,67
Ensino fundamental	313,64
Ensino médio	284,09
Ensino superior ou mais	324,56
Até 2 salários	210,97
De 2 a 5 salários	304,79
De 5 a 10 salário	466,67
Acima de 10 salários	383,00

Formas 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?

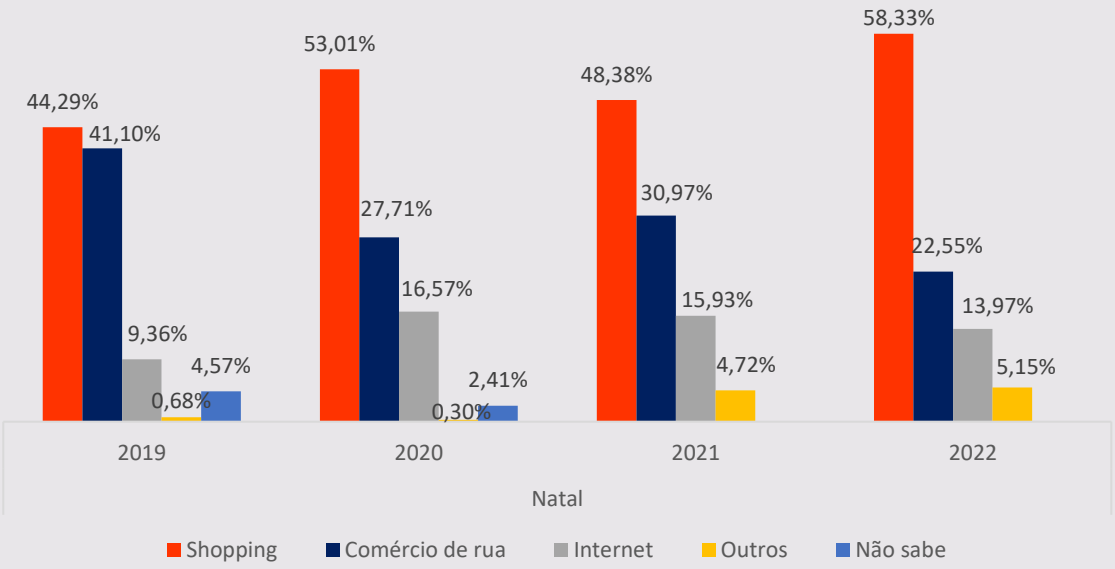
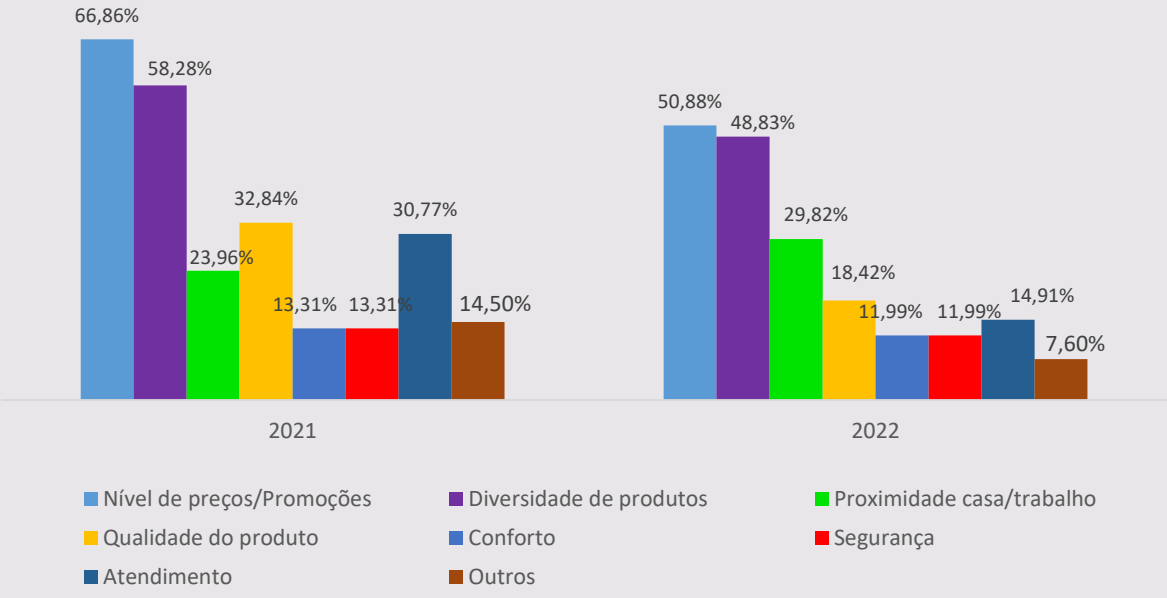


Gráfico 14 – Qual a determinante para a escolha do local de compra? (Múltipla resposta)



Quando compra

Gráfico 15 – Quando irá realizar as compras?

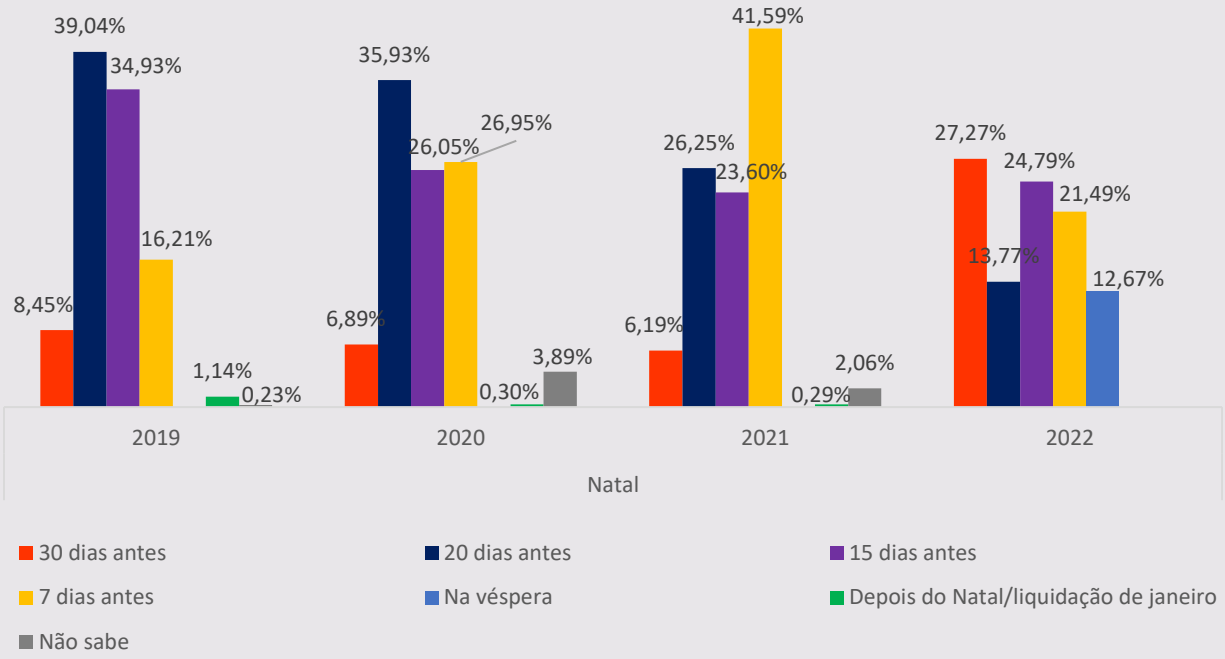


Gráfico 16 – O (a) Sr. (a) pretende fazer pesquisa de preço?

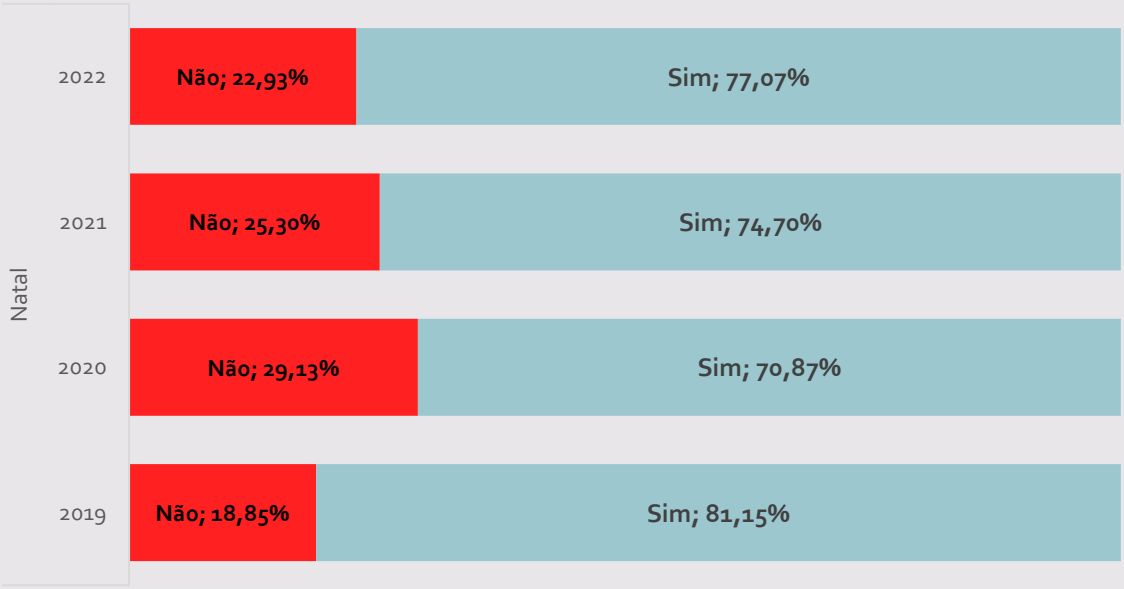
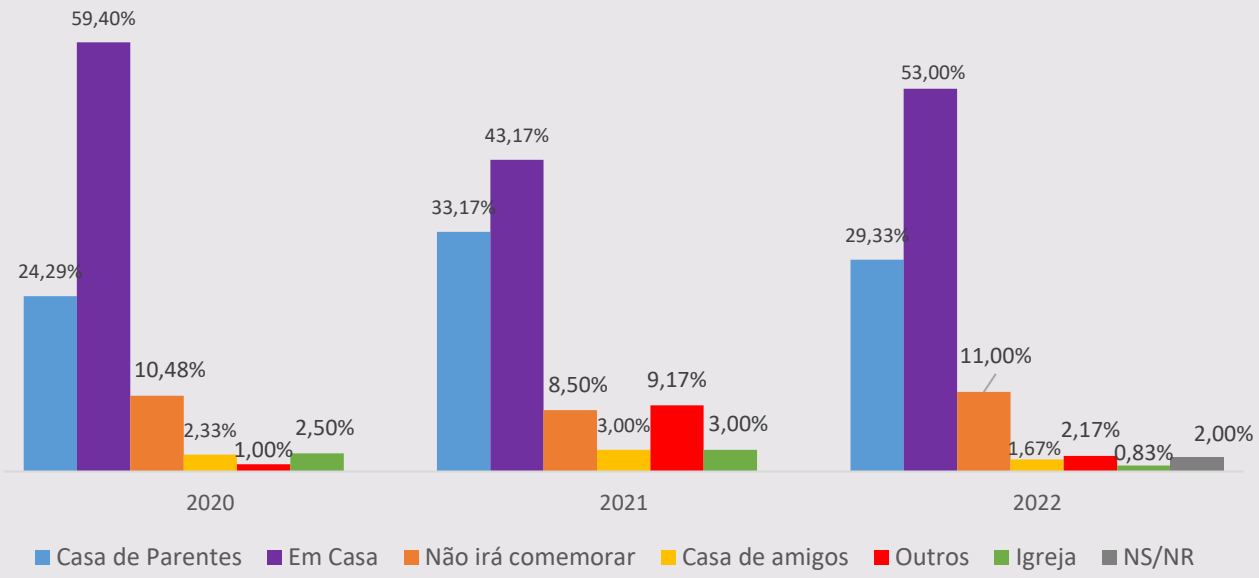


Gráfico 17 – Onde vai passar o Natal 2022?



Pretensões de viajar

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

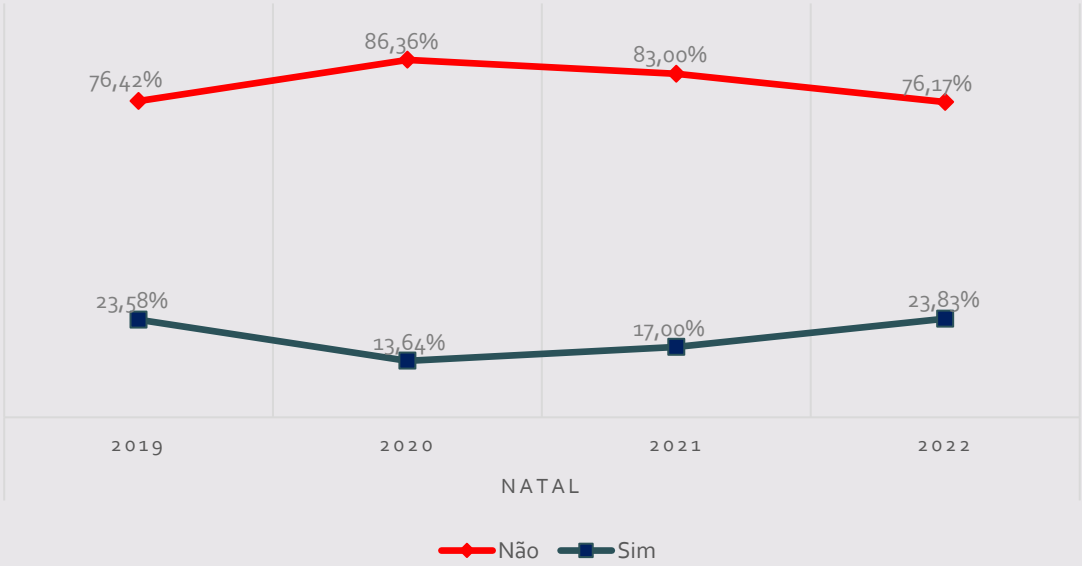


Gráfico 19 – (Se “sim”). Qual o destino?

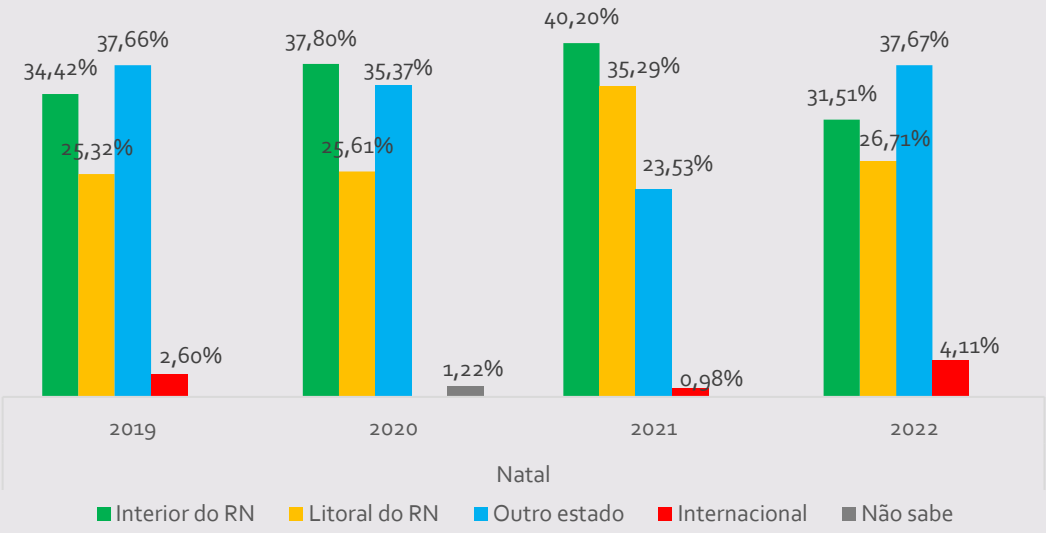
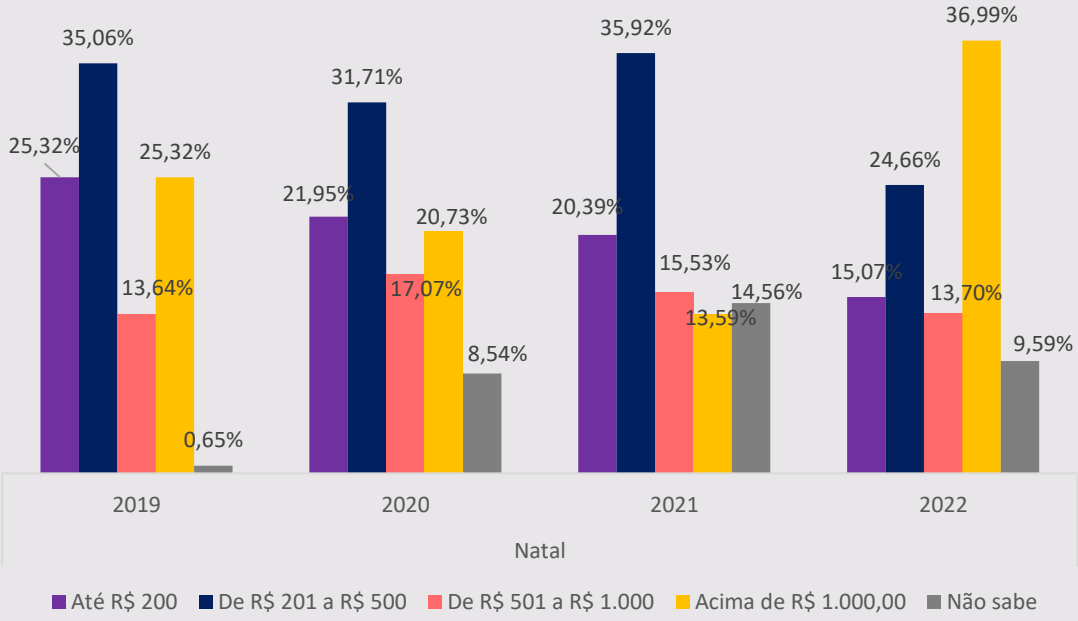


Gráfico 20 – (Se “sim”). Quanto pretende gastar na viagem?



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
Coordenadora de Inteligência de Negócios
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