

APRESENTAÇÃO

O Instituto Fecomércio de Pesquisas Econômicas e Sociais da Paraíba realiza pelo décimo segundo ano consecutivo na Região Metropolitana de João Pessoa, “A Pesquisa de Intenção de Compras para as “Festas Natalinas”. O trabalho tem como principal objetivo, levantar informações sobre os consumidores da RMJP procurando conhecer suas preferências a cerca dos produtos que desejam adquirir neste natal e ao mesmo tempo poder transmitir aos empresários do comércio informações para que estes possam alavancar as vendas de Natal, data comemorativa considerada como sendo a mais importante em vendas do setor comércio.

Sabe-se que as festas natalinas tornam as pessoas mais otimistas e, boa parte deste entusiasmo é canalizada para novas compras. Além desse fator, em dezembro, as empresas costumam pagar integral ou parcialmente o décimo terceiro salário aos seus funcionários e boa parte, deste, é introduzida na economia através de compras.

O estudo procurou conhecer as escolhas dos produtos que poderão ser objeto de compra neste Natal, quanto os consumidores estão dispostos a gastar nas compras dos presentes e qual a forma de pagamento mais escolhida para efetuar o pagamento. Além dos tópicos abordados, a sondagem também procurou saber qual o destino que os consumidores pretendem dar ao décimo terceiro salário este ano.

De posse destas informações, o Instituto Fecomércio possui subsídio importante para dar continuidade a seu banco de dados, fortalecendo a série histórica, que vem registrando informações desde o ano de 2004. Informações estas, que têm como objetivo nortear os empresários na organização de seus estoques e ao mesmo tempo fornecer condições para que estes possam criar estratégias que alavanquem as vendas, em um momento tão difícil por que passa a economia brasileira.

Para que o trabalho apresente um bom resultado foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral de 4,47%. Para atender a precisão desejada, a amostra foi estimada em 478 entrevistas, sendo os consumidores selecionados de forma aleatória nos principais pontos do comércio varejista da RMJP onde ocorrem os maiores fluxos de consumidores. De acordo com a metodologia da pesquisa, as entrevistas aconteceram entre os dias 14 de outubro a 21 de outubro de 2016, os entrevistados deveriam residir na Região Metropolitana de João Pessoa e ter idade igual ou superior a dezoito anos. A sondagem baseou-se em questionários estruturados, 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.

Após a conclusão do trabalho, o Instituto Fecomércio de Pesquisas Econômicas e Sociais da Paraíba espera fornecer aos empresários do comércio da RMJP subsídio importante que norteie os empresários de modo que estes possam fazer seus investimentos com mais segurança e, conseqüentemente, terem um maior sucesso nas vendas de final do ano, uma vez que a sondagem revela a própria opinião dos consumidores.

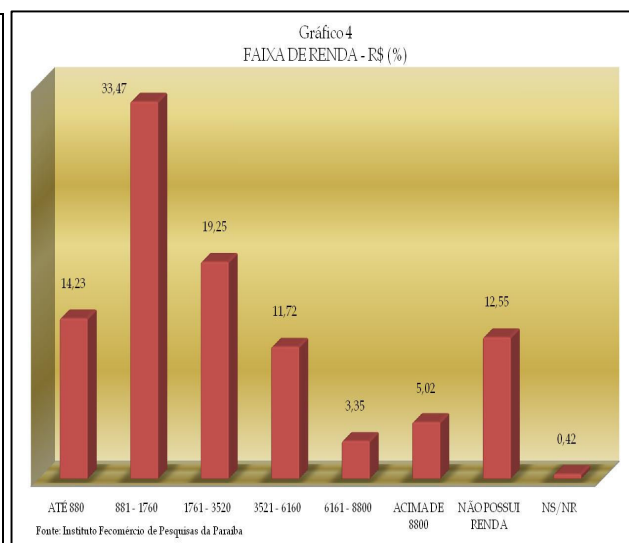
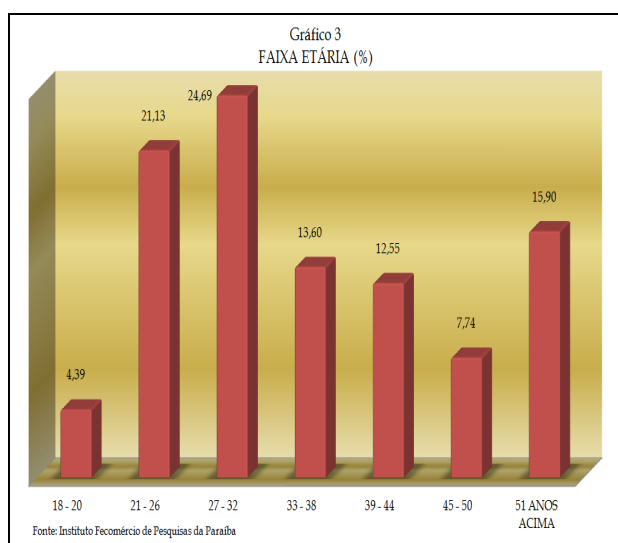
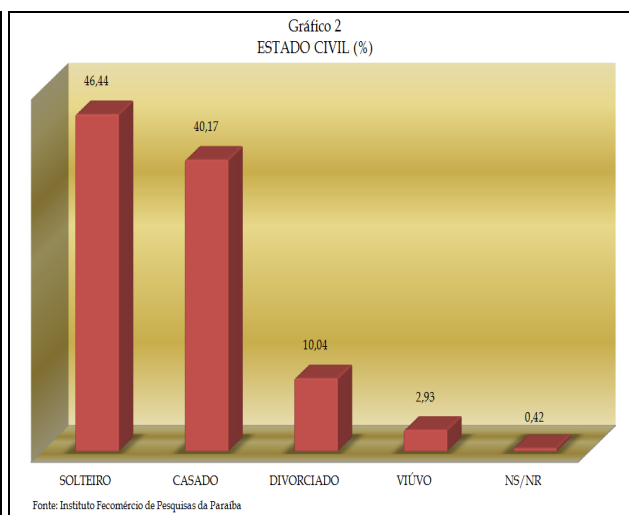
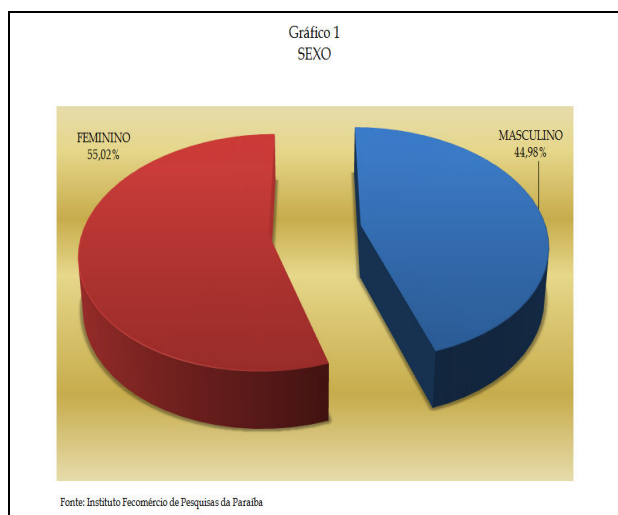
ANÁLISE DOS RESULTADOS

PERFIL DO CONSUMIDOR

A Pesquisa de Intenção de Compra para as Festas Natalinas de 2016 realizada na Região Metropolitana de João Pessoa – RMJP utilizou para definir o perfil dos entrevistados as seguintes variáveis: sexo, estado civil, faixa etária, faixa de renda, escolaridade e ocupação principal.

No Gráfico 1, pode-se observar que a maior parte dos entrevistados era do sexo feminino, o qual representou um percentual de 55,02% do total de respondentes. Em relação ao estado civil, os solteiros aparecem com o maior número de entrevistados (46,44%), seguidos pelos casados ou em união estável, esse grupo aparece com 40,17% do universo entrevistado. Em seguida vêm os divorciados (10,04%) e viúvos (2,93%). A faixa etária mais expressiva foi a de pessoas com idades entre 27 a 32 anos (24,69%), seguidos, pela faixa de 21 a 26 anos (21,13%). O menor número de entrevistados (4,39%) tinha idade entre 18 e 20 anos, Gráfico 3. Quanto a faixa de renda, o maior número de entrevistados (33,47%) possuía rendimento entre R\$881,00 a R\$1.760,00, a segunda faixa de renda mais encontrada na pesquisa (19,25%), foi de respondentes com rendimentos de R\$1.761,00 a R\$3.520,00. Já os respondentes que recebem salário acima de R\$8.800,00 e os que ganham entre R\$6.160,00 e R\$8.800,00 constitui-se no menor número de entrevistados com taxas de 5,02% e 3,35% respectivamente.

É importante citar um percentual de 12,55% de respondentes que afirmaram não possuir renda. Trata-se de pessoas que não têm ocupação remunerada ou estão fora do mercado de trabalho, desempregados, dependentes financeiros do cônjuge ou são estudantes, Gráfico 4.



ESCOLARIDADE

Com relação à escolaridade dos entrevistados, a maior parte (34,94%) possuía o ensino médio completo, seguidos, pelos respondentes que concluíram o nível superior (32,64%). Os respondentes com nível superior incompleto foi o terceiro grupo mais entrevistado, com um percentual de 24,48%. O menor percentual de entrevistados encontrados apresentavam cursos de Doutorado e Mestrado, esse grupo aparece com um percentual de 0,21% cada.

TABELA 1

Pesquisa de Intenção de Compras para as Festas Natalinas de 2016 na RMJP
Distribuição dos entrevistados segundo a escolaridade

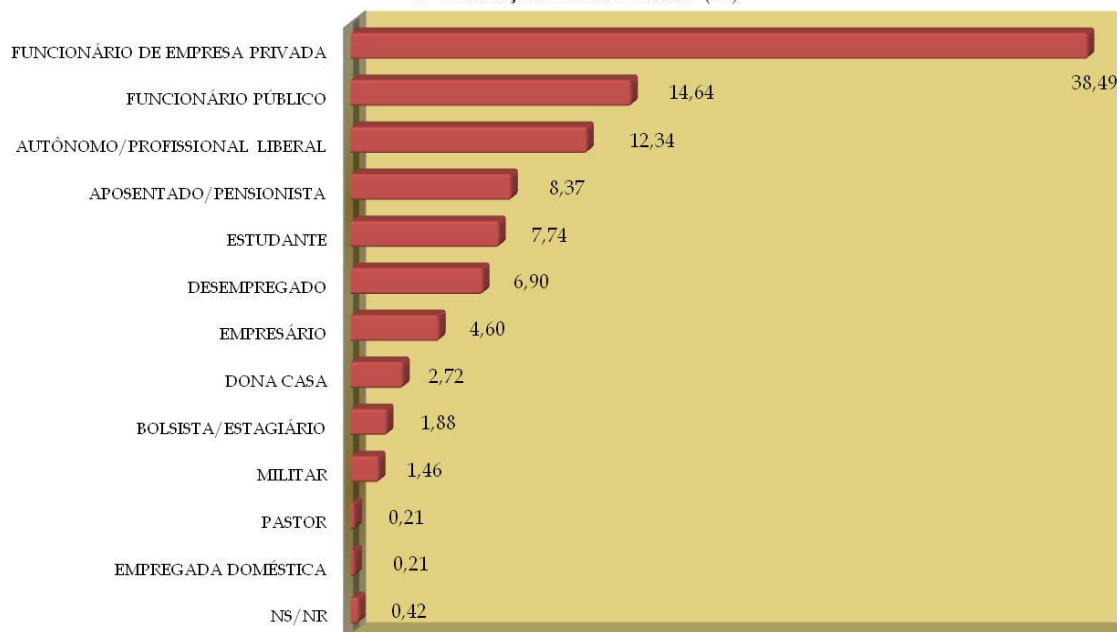
Escolaridade	Respostas (%)
Fundamental incompleto	3,14
Fundamental completo	2,51
Médio incompleto	1,05
Médio completo	34,94
Superior incompleto	24,48
Superior completo	32,64
Doutor e Especialista, cada	0,21
Mestre	0,84
Total	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba

OCUPAÇÃO PRINCIPAL

Quanto à ocupação dos respondentes, a maior parte 38,49% eram funcionários de empresas privada, em seguida, aparecem os funcionários públicos, com um percentual de 14,64% do total de entrevistados. Os autônomos/profissionais liberais representaram 12,34% do universo entrevistado, em seguida aparecem os aposentados e pensionistas (8,37%) e os estudantes (7,74%). É importante destacar a presença de 6,90% de respondentes que afirmaram estar desempregados.

Gráfico 5
OCUPAÇÃO PRINCIPAL (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba

SITUAÇÃO FINANCEIRA DO CONSUMIDOR

A sondagem procurou conhecer alguns fatores que poderia influenciar no planejamento da realização ou não das compras no período natalino. Neste caso, foi solicitado ao respondente que avaliassem sua situação financeira no Natal deste ano em comparação com a do Natal de 2015. A maior parte dos respondentes (47,91%) afirmou que não houve alteração em sua situação financeira, em seguida, aparecem os que afirmaram estar com situação financeira pior (37,03%), destes, 12,76% se encontram endividados, 11,51% alegaram queda na renda, 6,90% estão desempregados e 3,77% se sentem inseguros quanto à manutenção de seus empregos. Em sentido oposto, 21,55% do total de entrevistados, se consideraram com situação financeira melhor. Deste universo, 14,02% alegaram aumento na renda, 5,86% se sentem mais seguros nos empregos, 1,26% obtiveram empregos na família e 0,42% aprenderam a controlar suas despesas. É importante informar que nas respostas "melhor" e "pior" os entrevistados poderiam citar mais de um motivo para justificarem suas respostas, neste caso a soma dos resultados superam os cem por cento.

TABELA 2

Pesquisa de Intenção de Compras para as Festas Natalinas de 2016 na RMJP

Distribuição dos entrevistados segundo a situação financeira do entrevistado

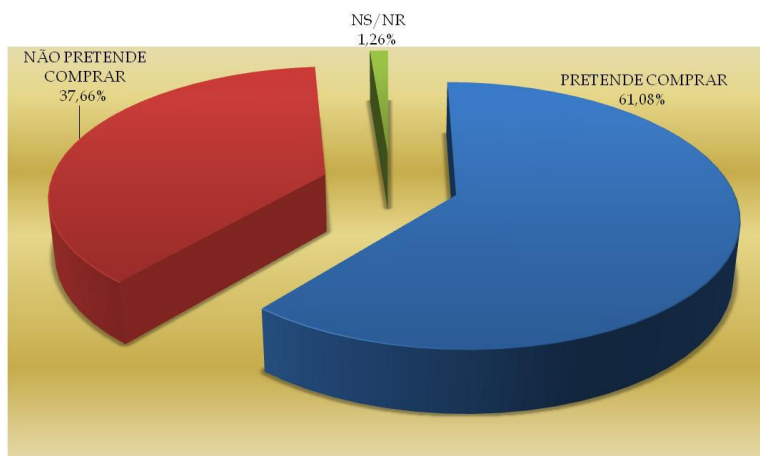
Situação Financeira	Respostas (%)
Melhor	21,55
Igual	47,91
Pior	37,03

Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O NATAL DE 2016

A maior parte dos respondentes (61,08%) manifestou o desejo de realizar compras no Natal deste ano, porém, essa foi a menor intenção de compra apurada pela pesquisa desde o ano de 2007. Se compararmos a intenção de compra de 2016 com a do ano passado, cujo percentual foi de 63,17% houve uma redução de 2,09p.p. este ano. Na análise por gênero, a intenção de compras entre as mulheres (64,26%) foi superior a dos homens (57,21%) e, por faixa de renda, os entrevistados que recebem acima de dez salários mínimos e os que ganham entre sete e dez salários mínimos foram os que apresentaram a maior intenção de compras para este Natal, com taxa de 87,50% cada um. É importante ressaltar que a sondagem é realizada com base na intenção de compra do consumidor, não podendo, portanto, ser considerada como compra efetiva. Neste caso, para que as vendas se concretizem é necessário que as condições econômicas encontradas no momento da entrevista não sofram grandes modificações e que os empresários usem de métodos que estimulem as vendas com campanhas promocionais e facilidade na forma de pagamento.

Gráfico 6
INTENÇÃO DE COMPRAS



Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba

ESTIMATIVA DO VALOR DAS COMPRAS PARA O FINAL DE ANO

O gasto médio com presentes, estimado, para este ano, deve ficar em torno de R\$283,83. Este resultado representa uma retração de 23,95% se comparado a estimativa do gasto médio registrado no mesmo período do ano passado, quando o resultado foi de R\$373,22. Sendo que, a maior parte dos consumidores (30,82%) pretendem comprar, neste Natal, presentes com valores entre R\$101,00 e R\$250,00. O segundo planejamento de gasto mais citado aparece com um percentual de 20,89%, neste grupo estão incluídos os consumidores que pretendem comprar presentes com valores de até R\$100,00. Os respondentes que manifestaram desejo de gastar acima de R\$800,00 aparecem com 1,03% do universo entrevistado. Vale salientar que um parcela de 4,45% de entrevistados que manifestaram intenção de adquirir algum tipo de produto, neste final de ano, não puderam estimar seus gastos por não terem decidido ainda qual o produto que pretende adquirir.

TABELA 3

Pesquisa de Intenção de Compras para as Festas Natalinas de 2016 na RMJP

Distribuição dos entrevistados faixa de gastos com os presentes ou produtos citados

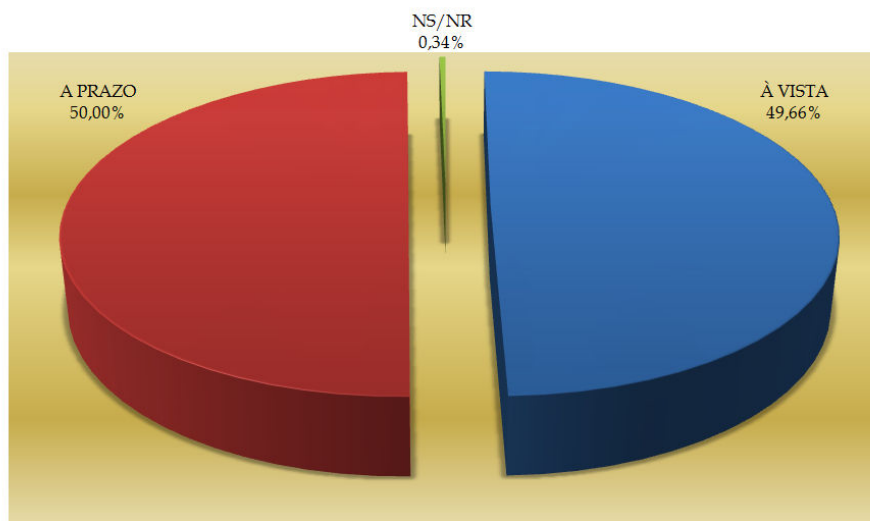
Faixa dos gastos	Respostas (%)
Até R\$100,00	20,89
De R\$101,00 a R\$250,00	30,82
De R\$251,00 a R\$350,00	19,18
De R\$351,00 a R\$500,00	15,41
DE R\$501,00 a R\$800,00	8,22
Acima de R\$800,00	1,03
Ns/Nr	4,45
Total	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba

FORMA DE PAGAMENTO

Em relação à forma de pagamento das compras natalinas, a metade dos respondentes (50,00%) apresentou intenção de utilizar a modalidade pagamento a prazo, destes, a maior parte vão utilizar o cartão de crédito (99,32%) e 0,68% crediário. Dos consumidores que pretende utilizar a modalidade à vista (49,66%) a maior parte destes (75,17%) vai utilizar o dinheiro em espécie, porém, esta opção de pagamento está diretamente relacionada aos descontos oferecidos pelos lojistas.

Gráfico 7
FORMA DE PAGAMENTO



Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba

PRESENTES CITADOS

Na Tabela 4 pode-se observar que a escolha dos presentes citados pelos consumidores para o Natal deste ano foi bastante diversificada, contemplando quase a totalidade dos segmentos do comércio varejista. Dentre os presentes citados, como sempre, o destaque foi para vestuário que aparece com um percentual de 71,23% do total da preferência dos consumidores, seguidos pelos calçados (24,32%), brinquedos (15,75%), perfumes (10,27%) e eletrodomésticos/eletroeletrônicos (9,93%). Dentre os eletrodomésticos ou eletroeletrônicos mencionados os destaques ficaram por conta de: smartphones (41,38%) e televisores (17,24%). Neste quesito, o entrevistado poderia citar mais de um tipo de presente, o que torna o somatório das respostas superior a cem por cento.

TABELA 4
Pesquisa de Intenção de Compras para as Festas Natalinas de 2016 na RMJP
Distribuição dos entrevistados segundo os presentes citados

Presentes ou produtos citados	Respostas (%)
Vestuário	71,23
Calçados	24,32
Brinquedos	15,75
Perfumes	10,27
Eletrodomésticos/eletroeletrônicos	9,93
Bolsa/carteira	6,16
Joias/bijuterias	5,48
Livros	4,11
Relógio de pulso	3,77
Produtos da ceia de Natal	2,40
Artigos de decoração	2,05
Utilidades domésticas	1,37
Cosméticos	1,37
Pequenos presentes	1,37
Cama mesa banho	1,03
Bicicleta	1,03
Móveis	0,68
Viagem	0,68
Materiais de construção	0,34
Produtos esportivos	0,34
Artigos religiosos	0,34
Animal de estimação	0,34
Óculos	0,34
Chaveiro	0,34
Ns/Nr	3,08

Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba

LOCAL ONDE PRETENDE REALIZAR AS COMPRAS DE NATAL

Quanto ao local escolhido pelos respondentes para realizarem suas compras para o Natal desse ano, os shoppings center's da RMJP foram os mais citados, aparecendo com um percentual de 77,05% da intenção de compras. Em seguida aparecem as lojas do centro da cidade, com 45,21% e as lojas dos bairros 13,36%. Já as compras realizadas pela internet foram citadas por 11,30% dos consumidores, esta modalidade apresentou um crescimento de 3,48p.p. se comparada a igual período do ano passado. Vale ressaltar que em alguns casos, os consumidores informaram mais de uma resposta, por este motivo, a soma dos resultados ultrapassa os cem por cento.

TABELA 5

Pesquisa de Intenção de Compras para as Festas Natalinas de 2016 na RMJP
Distribuição dos entrevistados segundo locais de realização das compras de final de ano

Locais de compras	Respostas (%)
Lojas de shopping	77,05
Lojas do centro de João Pessoa	45,21
Lojas de bairros	13,36
Internet	11,30
Hipermercados/Supermercados	6,51
Comércio informal	1,37
Outros	0,68
Ns/Nr	2,40

Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba

A QUEM VAI PRESENTEAR

Com relação a escolha das pessoas que os respondentes pretendem presentear, nesse Natal, os cônjuges ou namorados(as) foram os que receberam as maiores indicações, com um percentual de 42,81% do total de entrevistados, em seguida, vêm os filhos com 39,73%, as mães com 30,82% e os pais (17,81%). Na análise por gênero, os homens preferem comprar presentes para as esposas/namoradas (51,22%), enquanto que, as mulheres pretendem presentear os filhos (43,20%). Vale ressaltar que em alguns casos, os consumidores informaram mais de uma pessoa homenageada, por este motivo, a soma dos resultados ultrapassa os 100%.

TABELA 6

Pesquisa de Intenção de Compras para as Festas Natalinas de 2016 na RMJP
Distribuição dos entrevistados segundo a quem pretende presentear neste Natal

Quem pretende presentear	Respostas (%)
Cônjuge/namorado(a)	42,81
Filho(a)	39,73
Mãe	30,82
Compra Pessoal	22,95
Pai	17,81
Neto(a)	8,22
Amigo(a)	7,88
Irmão(a)	4,11
Sobrinho(a)	2,74
Avó(a)	2,05
Afilhado(a)	1,71
Nora/genro	0,68
Pessoas carentes	0,34
Sogro(a)	0,34
Tio(a)	0,34

Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba

PERÍODO DE REALIZAÇÃO DAS COMPRAS DE NATAL

De acordo com a sondagem, a maior parte das vendas deve acontecer no mês de dezembro, 86,30% dos respondente manifestaram desejo de realizarem as compras para o Natal de 2016, em dezembro, sendo que um percentual de 36,64% de respondentes pretendem comprar os presentes no início do mês, 32,88% até uma semana antes do Natal. Um grupo de 11,64% de entrevistados informou que suas compras serão realizadas no mês de novembro, ou antes, segundo estes, nesses meses as lojas estão mais vazias facilitando assim a escolha dos produtos. Já um percentual de 2,05% de respondentes vão aguardar as liquidações que normalmente acontecem em janeiro para realizarem as compras.

TABELA 7

Pesquisa de Intenção de Compras para as Festas Natalinas de 2016 na RMJP
Distribuição dos entrevistados segundo o período de compra dos presentes ou produtos

Período de realização das compras	Respostas (%)
Em novembro ou antes	11,64
No início de dezembro	36,64
Na segunda metade de dezembro	16,78
Até uma semana antes do Natal	32,88
Depois do Natal/liquidação de janeiro	2,05

Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba

HÁBITOS DE CONSUMO

A tabela abaixo é um demonstrativo do hábito de consumo, atual, dos entrevistados no momento de realizarem uma compra, pode-se observar que a maior parte dos respondentes 66,11% afirmou que antes de efetivar uma compra estão pesquisando mais os preços dos produtos. Em seguida, aparecem os entrevistados que passaram a comprar menos (54,39%). Vale ressaltar que em alguns casos, os consumidores informaram mais de uma resposta, por este motivo, a soma dos resultados ultrapassa os cem por cento. Na análise por sexo, entre as mulheres, o hábito de pesquisar antes de comprar (71,48%) foi superior ao dos homens (59,53%).

TABELA 8

Pesquisa de Intenção de Compras para as Festas Natalinas de 2016 na RMJP
Distribuição dos entrevistados segundo os hábitos de consumo do entrevistado

Hábitos de consumo	Respostas (%)
Pesquisa mais antes de comprar	66,11
Passou a comprar menos	54,39
É menos fiel a produtos de marca	26,36
É mais fiel a produtos de marca	19,67
Faz mais compras pela internet	16,53
Passou a comprar mais	8,16
Comprar produtos sustentáveis	0,21
Só compra o necessário	0,21
Ns/Nr	0,84

Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba

DESTINO DO DÉCIMO TERCEIRO SALÁRIO

Na Tabela 9, temos o demonstrativo do destino que os consumidores pretendem dar ao décimo terceiro salário este ano. Dentre todos os planejamentos informados, a maioria das respostas (44,23%) foi para o item pagamento de dívidas, em seguida vêm gastos com compras (40,71%) e poupar/economizar (16,67%). Vale ressaltar que em alguns casos, os consumidores informaram mais de uma intenção para o uso do décimo terceiro salário, por este motivo, a soma dos resultados ultrapassa os cem por cento.

TABELA 9

Pesquisa de Intenção de Compras para as Festas Natalinas de 2016 na RMJP
Distribuição dos entrevistados segundo o destino do décimo terceiro salário

Destino do décimo terceiro salário	Respostas (%)
Pagamento de dívidas	44,23
Compras	40,71
Poupar/economizar	16,67
Investimento	3,85
Gasto com viagem	2,24
Doação	0,32
Ns/Nr	0,32

Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba

INSTITUTO FECOMÉRCIO DE PESQUISAS ECONÔMICAS E SOCIAIS

Marconi Medeiros

COORDENADORA

Ivonice Marques

ESTATÍSTICO

Lenilson Rodrigues

TÉCNICO

Eliaquim Moraes

PESQUISADORES

Adna Lima

Cleyton Silva

Dayane Maximiano

Débora Anne

Ênnyo Kellwim

Letícia Lima

Raizza Gois

Walissioneide Caldas

Wanicleide Araújo