

PROESTAT

Consultoria Estatística e Pesquisa de Mercado

Intenção
de compras
de NATAL

16 de dezembro

2015

Ribeirão Preto/SP

Sumário

Objetivo	3
Metodologia	3
Caracterização geral dos entrevistados	4
Perfil de consumo para o Natal	5
Considerações finais	8

Objetivo

O objetivo deste relatório é analisar a intenção de compra dos consumidores de Ribeirão Preto para o Natal 2015, uma vez que conhecer o perfil de consumo no município auxiliará o setor comercial em suas tomadas de decisão.

Metodologia

Foram entrevistadas 90 pessoas entre os dias 11 e 14 de dezembro nas ruas de comércio do centro da cidade de Ribeirão Preto e imediações. Esse período foi escolhido por ser após o recebimento da primeira parcela do 13º salário, fator de grande influência sobre as decisões de consumo para o Natal.

O questionário foi composto por 16 questões de múltipla escolha, relacionadas ao perfil dos consumidores, perfil do consumo quanto aos presentes de Natal e fatores determinantes para a decisão da compra.

A aplicação dos questionários foi realizada por uma equipe previamente treinada e qualificada para as entrevistas.

O tamanho amostral levantado é suficiente para a estimação do gasto médio dos consumidores por presente de Natal, considerando 95% de confiança e erro absoluto de R\$20,00.

Caracterização geral dos entrevistados

A amostra total (n=90) foi composta por consumidores em sua maioria do sexo feminino (64,4%), com renda familiar mensal variando de 1 a 3 salários mínimos (68,2%), ensino médio completo (44,4%) e empregados com carteira assinada (57,8%).

Quando perguntados quanto à situação financeira atual comparada ao ano anterior, a maioria dos respondentes relatou igualdade ou piora no nível econômico (Figura 1), sendo 45,6%, pior e 28,9% igual. Apesar disso, todos os consumidores que recebem 13º salário referiram que irão utilizá-lo para comprar presentes de Natal (Figura 2). O pagamento de contas também foi bastante citado por estes consumidores (44,8%).

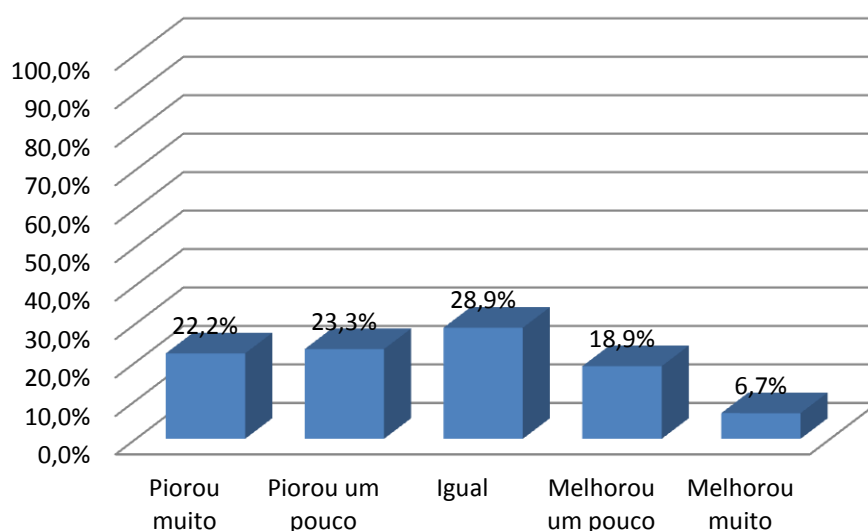


Figura 1. Situação financeira comparada ao ano de 2015 relatada pelos consumidores entrevistados.

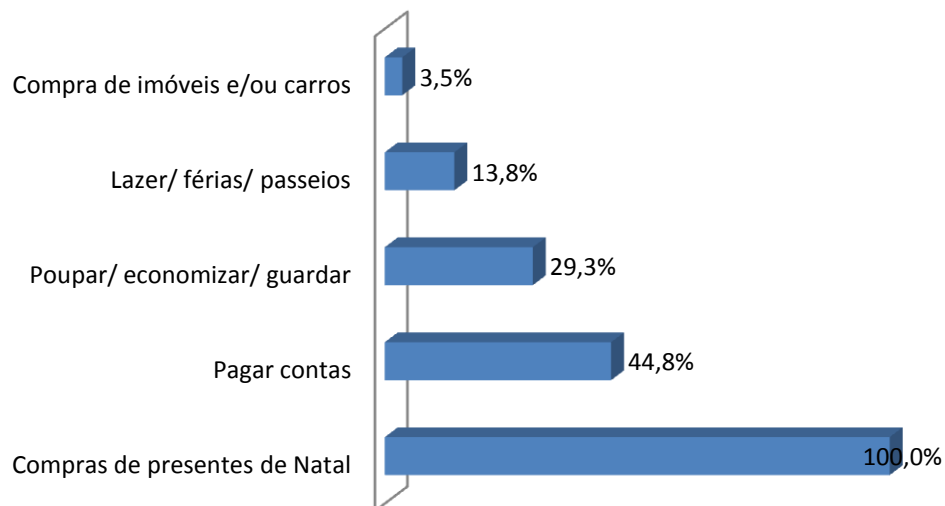


Figura 2. Pretensão de gasto do 13º salário.

Perfil de consumo para o Natal

Dos 90 consumidores entrevistados, 98,9% deles relataram a intenção de realizar ao menos uma compra de presente de Natal, sendo 3 presentes o total mediano entre os respondentes e R\$ 77,50 (Min-máx: R\$20,00 – R\$1000,00) o gasto mediano por presente. Entre as formas de pagamento, 86,4% dos entrevistados afirmaram que irão pagar os presentes à vista (dinheiro ou cartão de débito).

Pela figura 3, a seguir, percebe-se entre os consumidores que optaram pelo pagamento à vista, um nível de renda muito próximo dos entrevistados que optaram pelo pagamento com cartão de crédito, tendo em sua maioria, entre 1 e 2 salários mínimos.

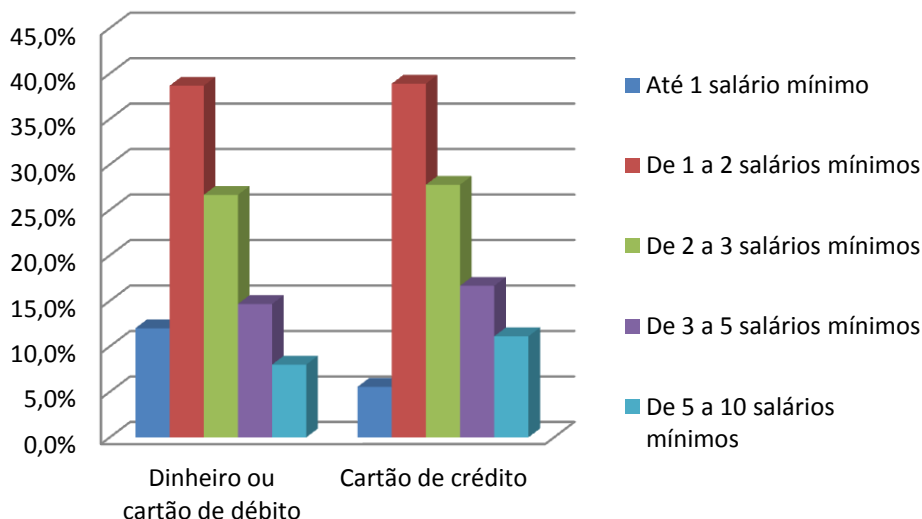


Figura 3. Perfil da renda mensal familiar entre os respondentes que optaram por pagamentos à vista ou através de cartão de crédito.

A intenção de compras para o natal indicou que 87,5% dos consumidores optariam pelo comércio de rua para a realização das compras (Figura 4), sendo o nível de preço escolhido pela maioria como sendo um fator decisivo na escolha deste local (Figura 5). O preço também foi escolhido como fator decisivo para a efetivação da compra por 78,7% dos entrevistados (Figura 6).

Entre as opções de presentes para o Natal, os itens mais citados foram roupas e calçados, seguidos por brinquedos (Figura 7). Sendo filhos, cônjuge/namorado(a) e pais as pessoas mais lembradas, respectivamente, para serem presenteadas (Figura 8).

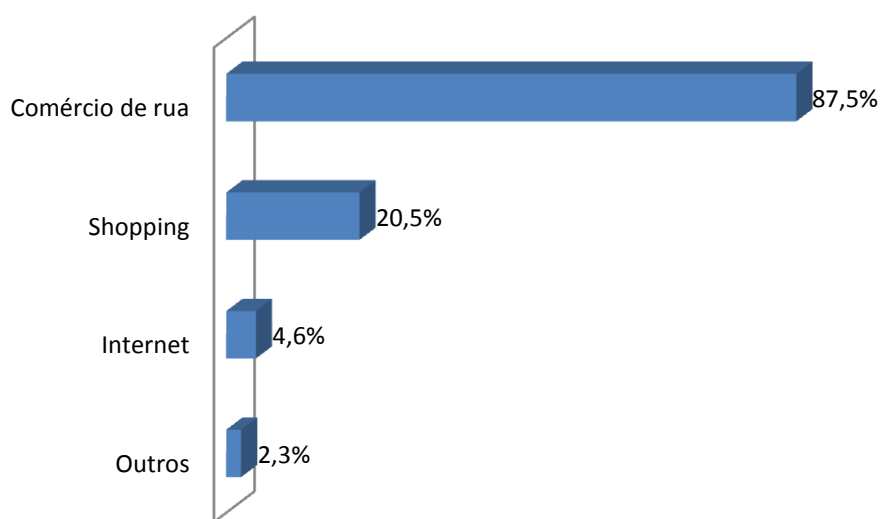


Figura 4. Local de escolha para a realização das compras.

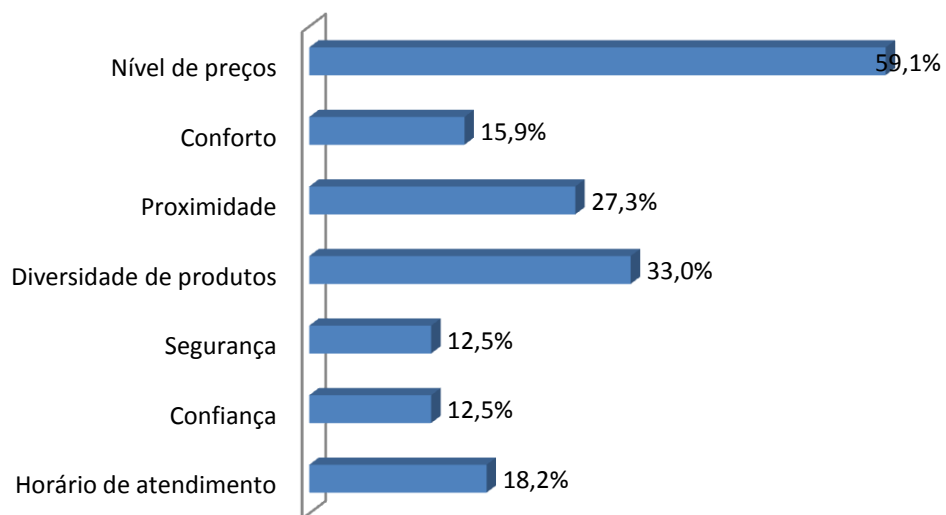


Figura 5. Motivos relatados para a escolha do local de realização das compras.

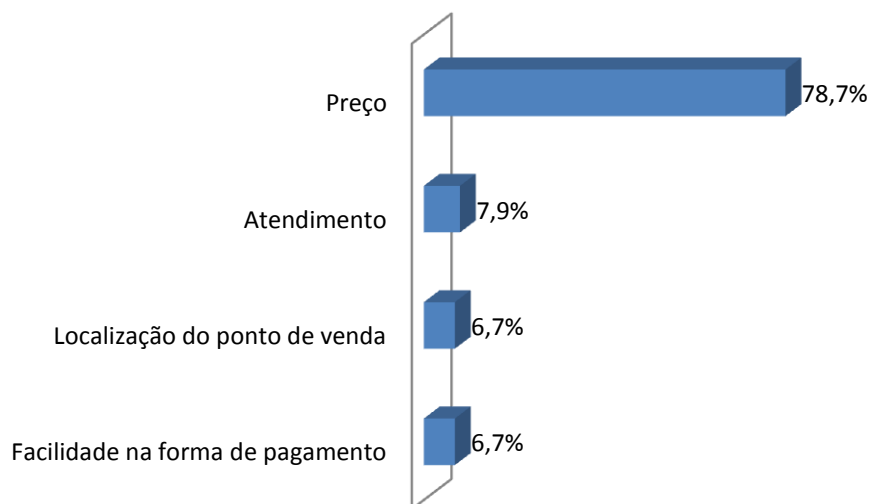


Figura 6. Fatores decisivos para a efetivação das compras.

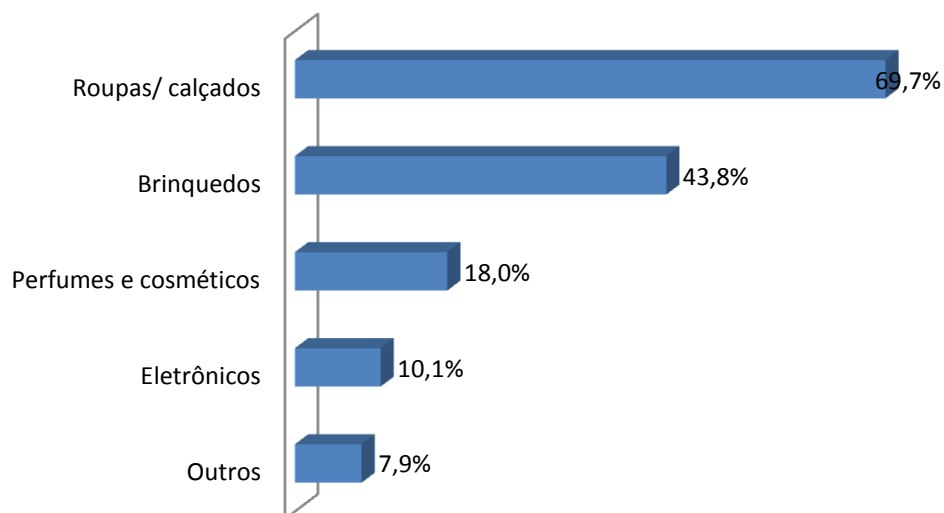


Figura 7. Tipos de presentes de Natal relatados pelos consumidores.

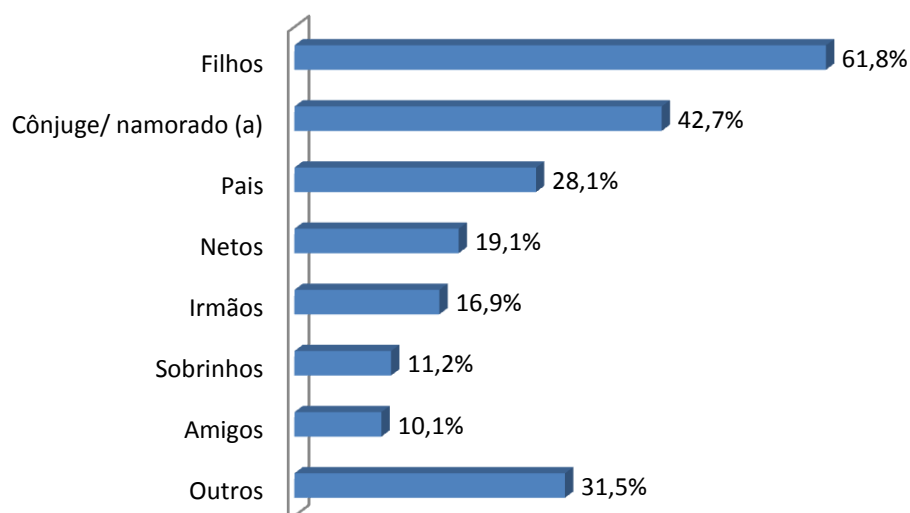


Figura 8. Pessoas listadas pelos consumidores para receberem os presentes de Natal.

Considerações finais

Neste segundo relatório sobre intenção de compras para o Natal foi possível realizar algumas comparações com o ano anterior.

Pudemos constatar que houve uma piora da situação financeira em relação aos anos 2014-2015 e 2013-2014 (Figura 9), sendo que, no ano passado, 26,6% das pessoas relataram piora na situação financeira, enquanto que neste ano, 45,6%

responderam esta alternativa, mostrando uma diferença significativa ($p < 0,01^*$) entre os períodos.

*Nota: Valor p referente ao teste qui-quadrado.

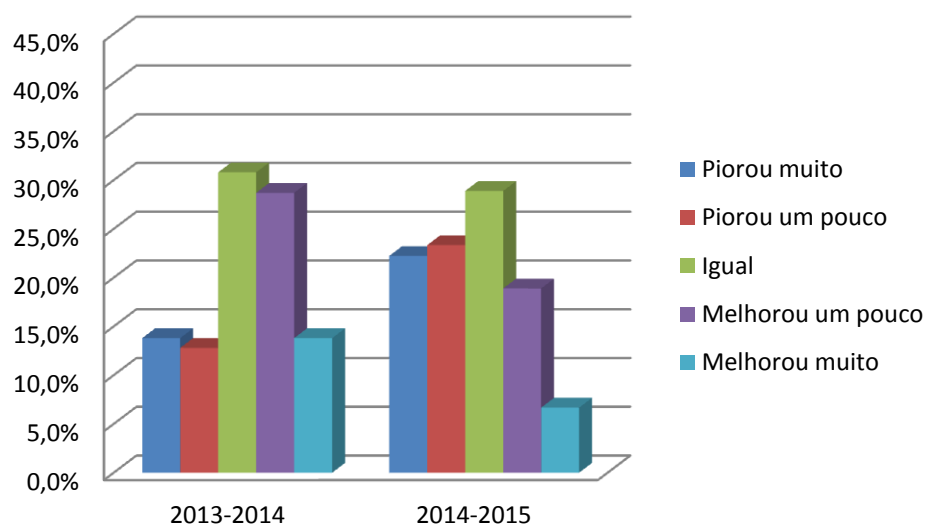


Figura 9. Comparação da situação financeira em relação aos anos de 2013-2014 e 2014-2015 relatada pelos consumidores entrevistados.

Diante deste quadro de piora na situação financeira, o gasto mediano com presentes de Natal diminuiu cerca de 30% em relação ao ano anterior (2014: R\$300,00; 2015: R\$200,00) e a quantidade de presentes diminuiu em uma unidade (Tabela 1), conseqüentemente o gasto por presente diminuiu, porém numa taxa menor, em torno de 5%.

Tabela 1. Descrição dos gastos com presentes de Natal em 2014 e 2015.

Variável	2014				2015			
	n	Mínimo	Mediana	Máximo	n	Mínimo	Mediana	Máximo
<i>Quantidade de presentes</i>	91	1,00	4,00	250,00	89	1,00	3,00	20,00
<i>Quanto pretende gastar no total?</i>	88	30,00	300,00	2000,00	88	40,00	200,00	4500,00
<i>Gasto por presente</i>	88	0,80	81,67	500,00	88	20,00	77,50	1000,00

Também foi observado um aumento na forma de pagamento à vista e queda com cartão de crédito (Figura 10). Diante deste cenário, podemos sugerir que neste ano os consumidores querem manter as contas em ordem.

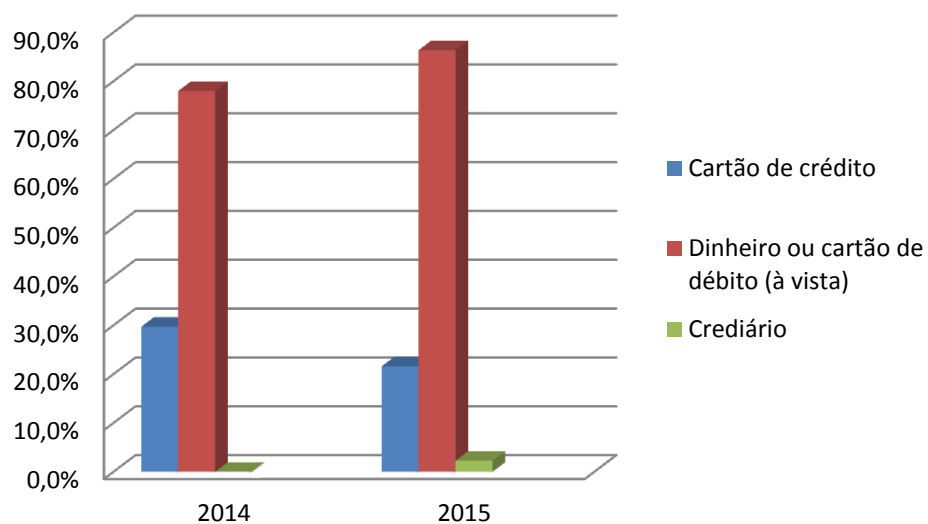


Figura 10. Comparação entre os anos de 2014 e 2015 em relação à forma de pagamento.