

Intenção de Consumo

Natal
2023



 ·  Fecomércio MG ·  Sesc ·  Senac ·  Sindicatos
Empresariais

Sistema Comércio

Intenção de Consumo para o Natal

O Natal é destaque pela força de vendas e pelos efeitos multiplicadores em diversas cadeias de produtos e serviços. A decoração natalina contribui para dar clima emocional à data, comemorada por meio de troca de presentes.

O cenário econômico e a dinâmica de mercado atual tornam imperativo entender o comportamento do consumidor, haja vista a proliferação e comoditização de produtos, distribuídos em lojas físicas, de rua e shoppings, além de lojas virtuais. Assim sendo, o consumidor é estimulado por uma ampla oferta de itens, formatos e canais de varejo. Muitas opções o levam a exigir mais qualidade de produtos e prestação de serviço diferenciada, a preços acessíveis.

A área de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de captar a percepção, as estratégias e as tendências a serem adotadas pelos empresários da capital mineira, com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pela melhor data para o comércio varejista no ano: o Natal.

Em 2023, quase 65% dos entrevistados estão otimistas com a chegada no Natal.

Com a chegada do Natal, 58,1% dos entrevistados irão presentear esse ano. Desses, os presentes devem ser destinados a familiares, amigos e, alguns irão apenas compras para si, em 86,1%, 22,2% e 9,3% dos casos. Os presentes mais indicados foram roupas, brinquedos e calçados. **E em média, os consumidores devem comprar 4 presentes.

Metade dos entrevistados planejam gastar mais que o ano passado e, aproximadamente 38,0% comprará poucos produtos, porém de maior valor, enquanto 28,1% comprará poucos produtos que são de menor valor. Os gastos com presente devem ficar entre R\$200,00 e R\$500,00, para 45,2% dos entrevistados que irão presentear.

O preço mais alto dos produtos é o fator que poderá limitar mais os gastos mais indicado por 55,7% dos indivíduos. Já promoções, preço reduzido, variedade de marcas e produtos e atendimento diferenciado são as ações que mais podem atrair os consumidores.

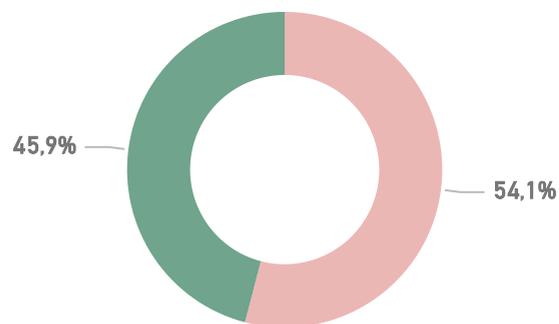
Os consumidores pretendem ir as compras as vésperas da data, 48,1%. Para 43,0% é importante planejar e pesquisar as compras do Natal, e esse fato vai ao encontro com 56,9% que buscam aproveitar as promoções.

Ao olhar para forma de pagamento, as compras na grande maioria devem ser pagas por meio do débito, 31,9%, seguido do cartão de crédito parcelado e cartão de crédito à vista, consecutivamente 29,6% e 14,8%. Cabe destacar que 40% dos consumidores informam que se a for oferecido desconto para o pagamento à vista, adotará a opção para pagamento.

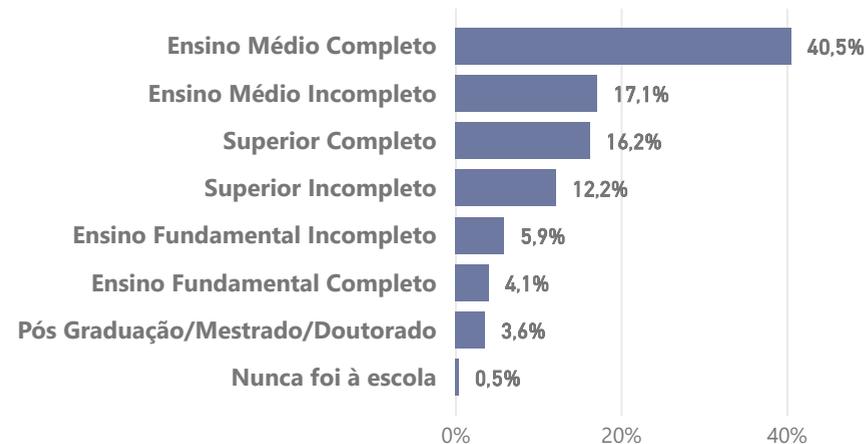
Perfil dos Consumidores

Sexo

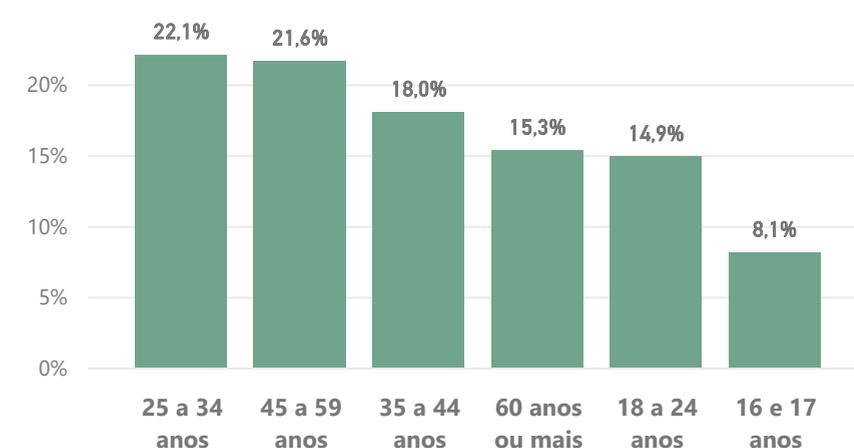
Feminino Masculino



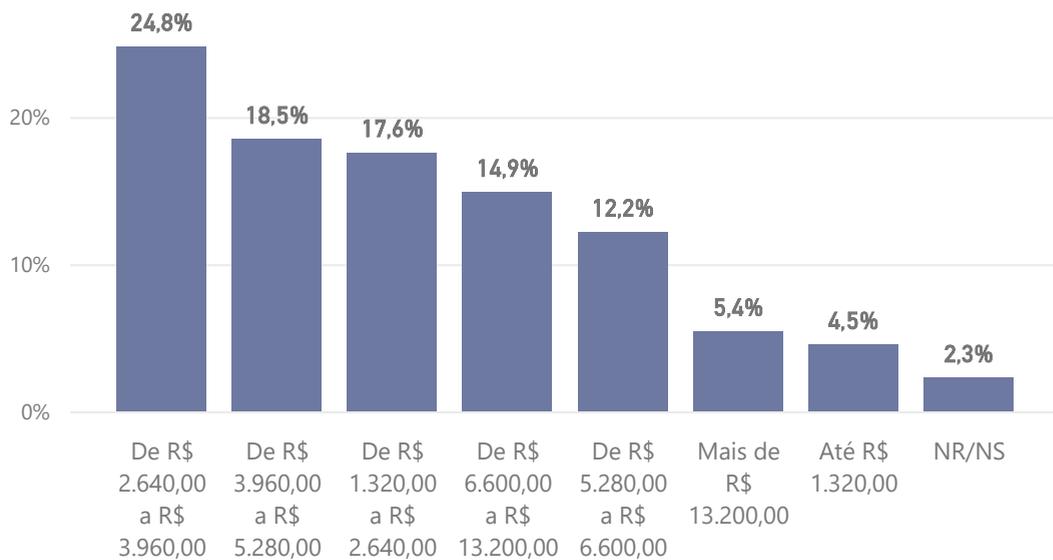
Até que ano de escola o(a) Sr(a) estudou?



Idade



Renda familiar no mês de março (salário + renda do entrevistado + renda dos residentes do domicílio):

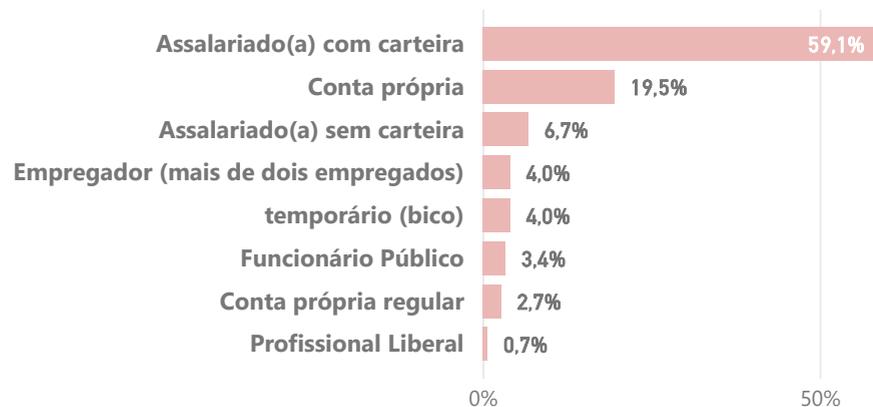


O(A) Sr(a) faz algum trabalho remunerado?

Não Sim



No seu trabalho o(a) Sr(a). é:

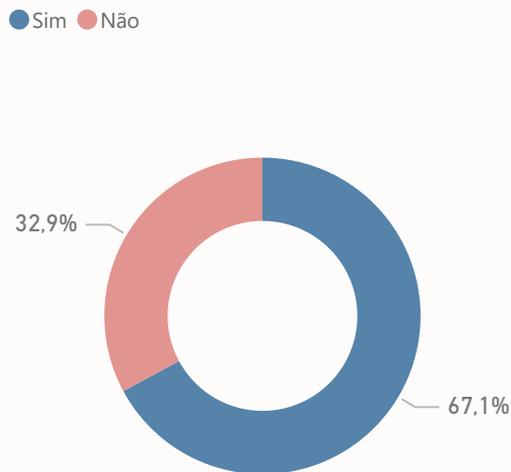


(SE NÃO TRABALHA) Qual é a sua ocupação principal: só estuda, é aposentado(a)?

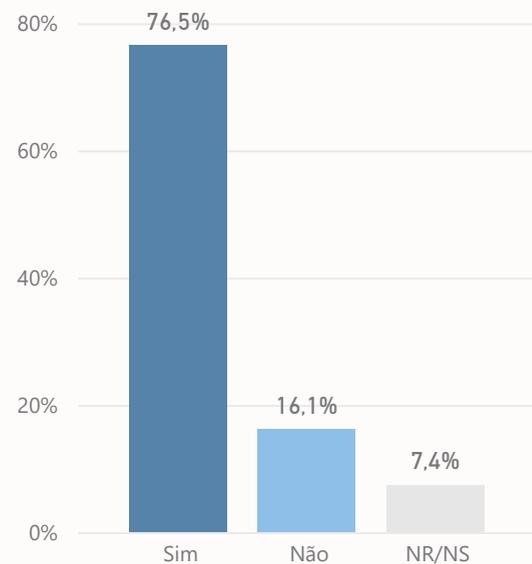


Intenção de Consumo para o Natal

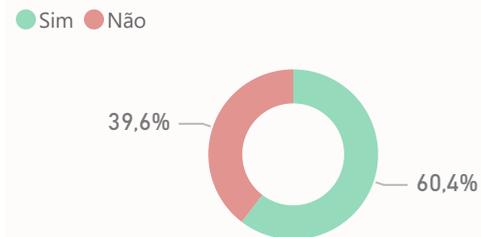
O(A) Sr(a) faz algum trabalho remunerado?



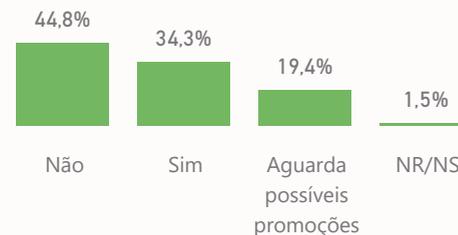
O(a) sr(a) está confiante no emprego para o ano que vem?



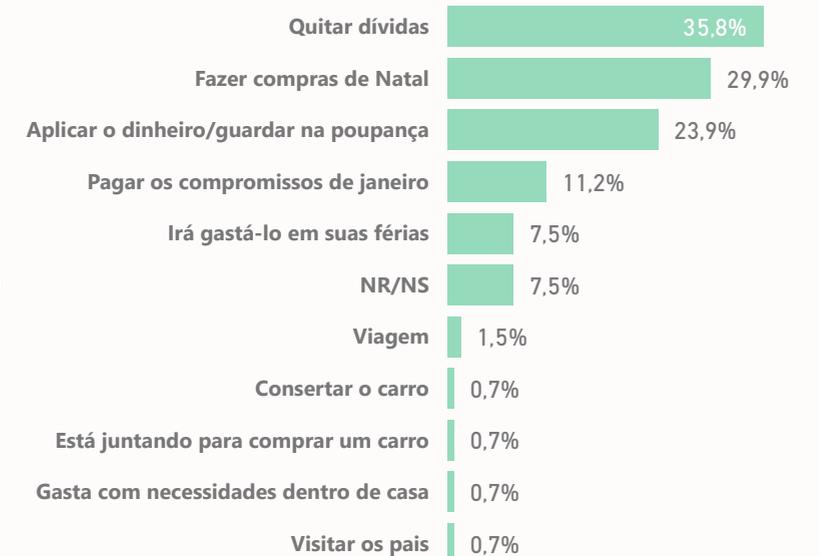
O(a) sr(a) recebe 13º salário?



Utiliza a segunda parcela do 13º para realizar compras de Natal?



Qual será o destino do 13º salário neste fim de ano?



(Total não soma 100%)

Dos entrevistados, 67,1% realizam trabalhos atualmente remunerados.

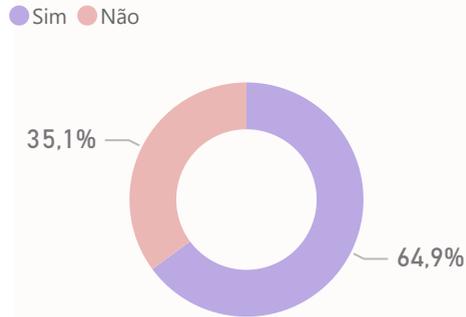
Dos que se encontram empregados, 76,5% diz estar confiante quanto ao emprego para o ano de 2024.

Dos entrevistados empregados, 60,4% recebem o 13º salário, em que boa parcela destes (36,9%) o utilizam para quitar dívidas, 31,1% fazem compras de Natal e 22,3% aplicam alguma parte ou totalmente do dinheiro.

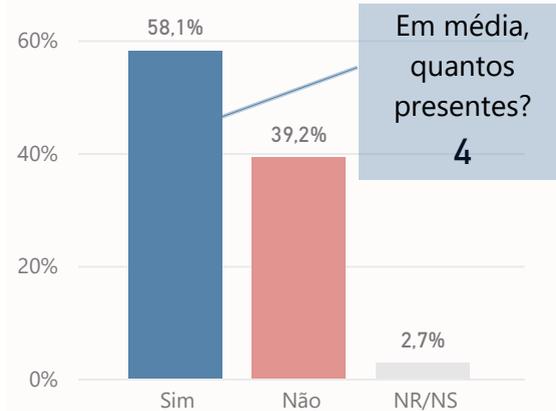
Levando em consideração apenas a segunda parcela do 13º salário, 34,3% o utilizam para realizar compras referentes ao Natal.

Intenção de Consumo para o Natal

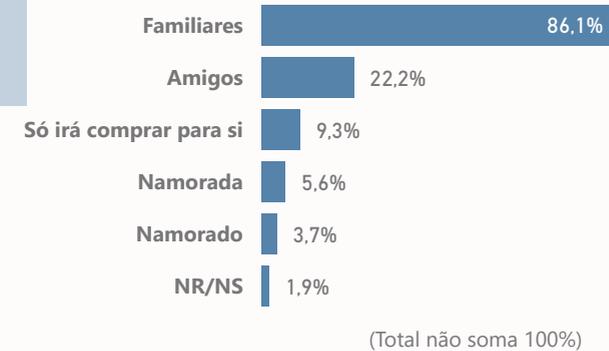
O(a) sr(a) está otimista (feliz) com a chegada do Natal?



Irá presentear esse ano?



A quem o(a) sr(a) pretende presentear neste Natal?



Por que não irá presentear?



Quais produtos o(a) sr(a) pretende comprar neste Natal?



(Total não soma 100%)

O otimismo com a chegada do Natal se faz presente para 64,9% dos entrevistados.

Apesar do otimismo, um percentual de entrevistados um pouco menor (58,1%) irão presentear nesse ano, enquanto 39,2% não irão e 2,7% não quiseram ou não souberam responder. Em média, eles comprarão 4 presentes. O número máximo de presentes informados foi 15 e, o mínimo, 1.

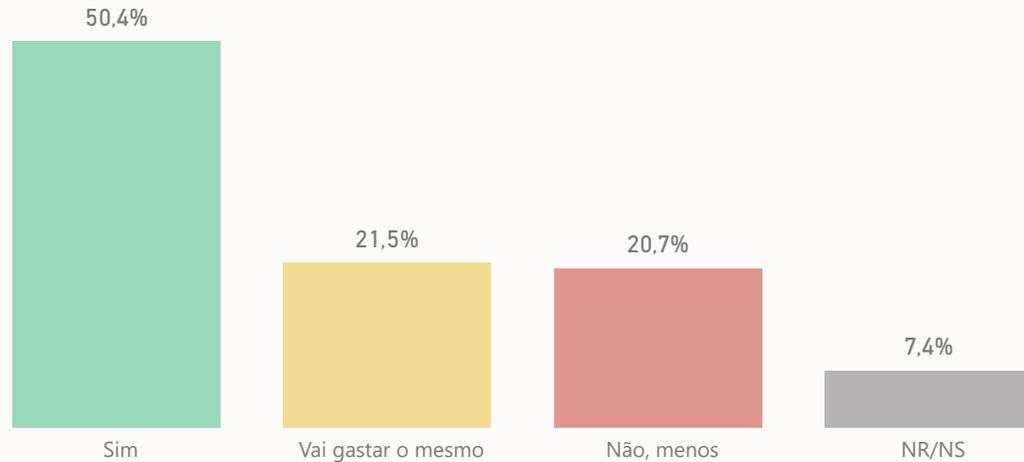
Os familiares serão os mais presenteados, seguidos dos amigos.

Já entre os que não irão presentear este ano, entre os possíveis motivos, 27,1% justificaram que não têm costume, 23,5% estão desempregados, 16,5% não tem a quem presentear, 15,3% estão mais cautelosos e 14,1% estão endividados.

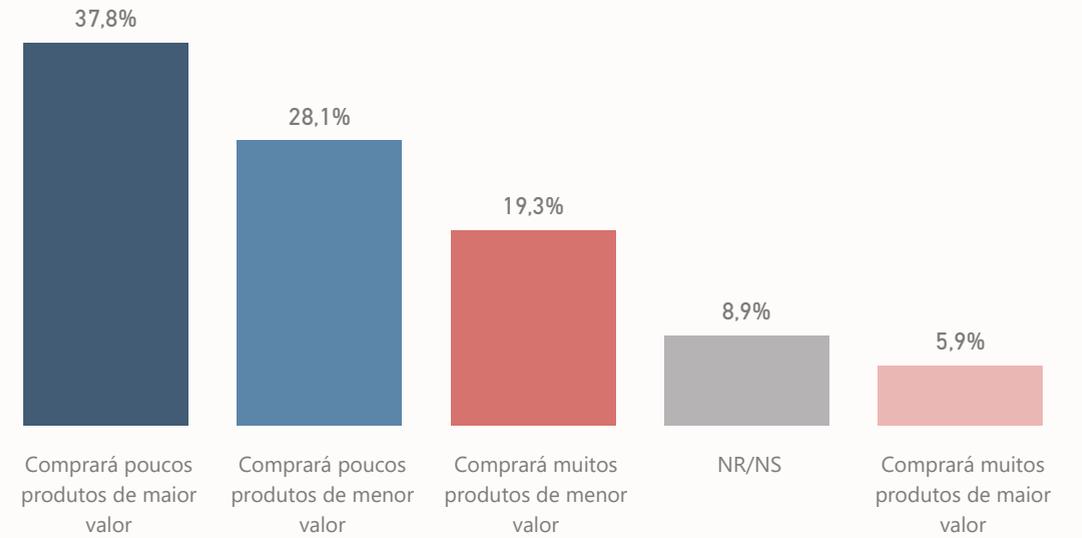
Roupas, brinquedos e calçados serão os produtos mais comprados pelos entrevistados para presentear.

Intenção de Consumo para o Natal

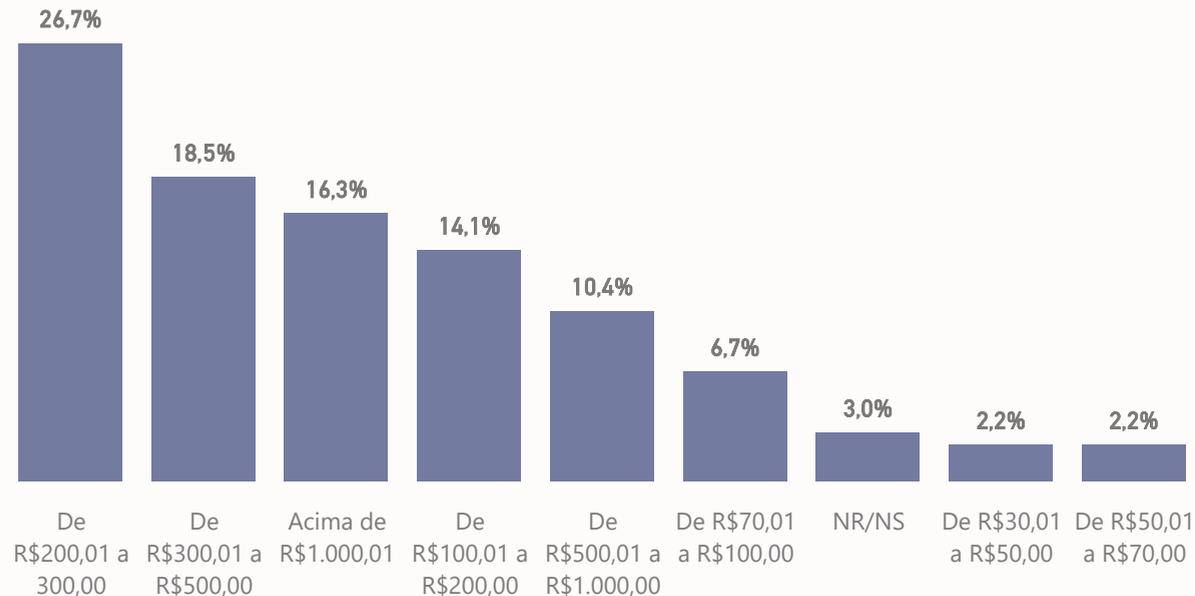
Você planeja gastar um pouco MAIS este ano com o presentes de Natal em relação ao ano passado?



Em relação aos produtos que irá comprar, qual será o seu comportamento?



Quanto pretende gastar com o(s) presente(s) de Natal?



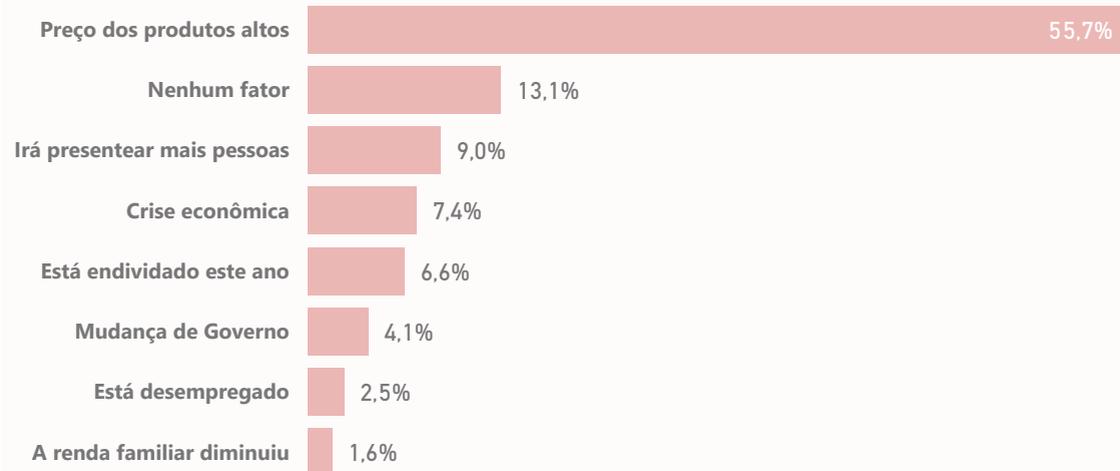
Para esse Natal, mais da metade dos entrevistados disseram que planeja gastar mais com presentes, em relação ao ano passado.

Quanto ao comportamento na compra dos produtos, a maior parcela (37,8%) comprará poucos produtos, contudo focará em produtos de maior valor.

Ainda, 26,7% gastarão de R\$200,01 a R\$300,00 nos presentes de Natal. Há ainda uma parcela de 16,3% que entregarão acima de R\$1000,01.

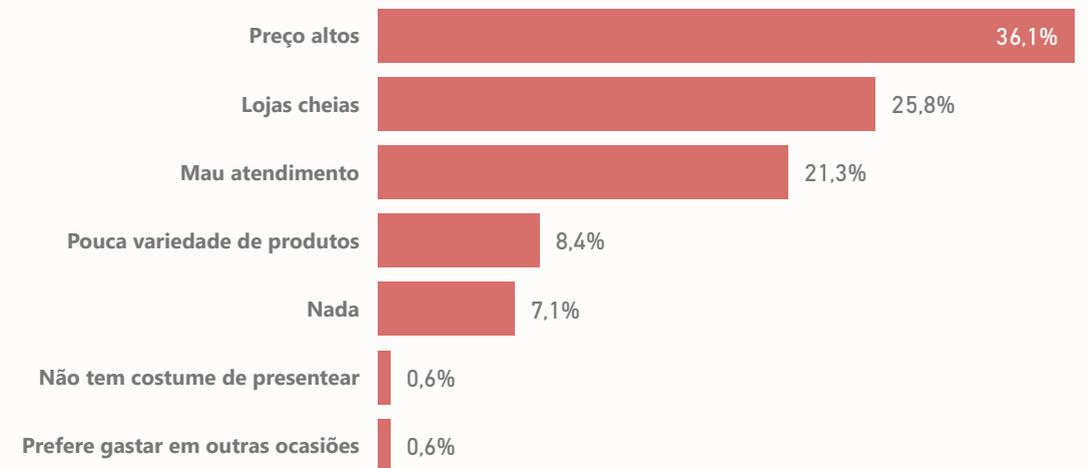
Intenção de Consumo para o Natal

Quais fatores poderão limitar os seus gastos?



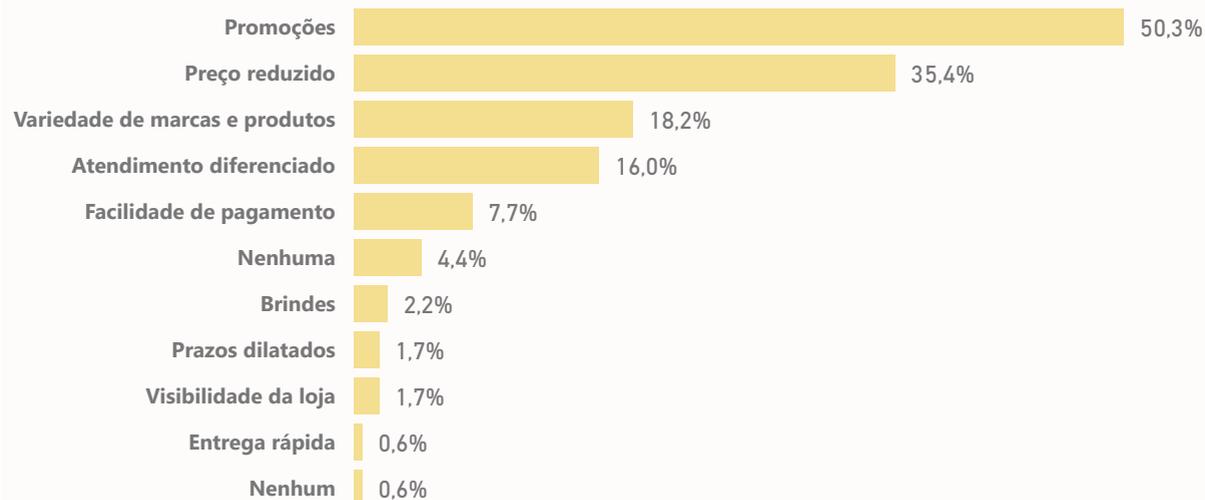
(Total não soma 100%)

O que pode desestimular o(a) sr(a) para as compras do período?



(Total não soma 100%)

Quais ações do comércio pode atrair o(a) Sr(a) para as compras do período?



(Total não soma 100%)

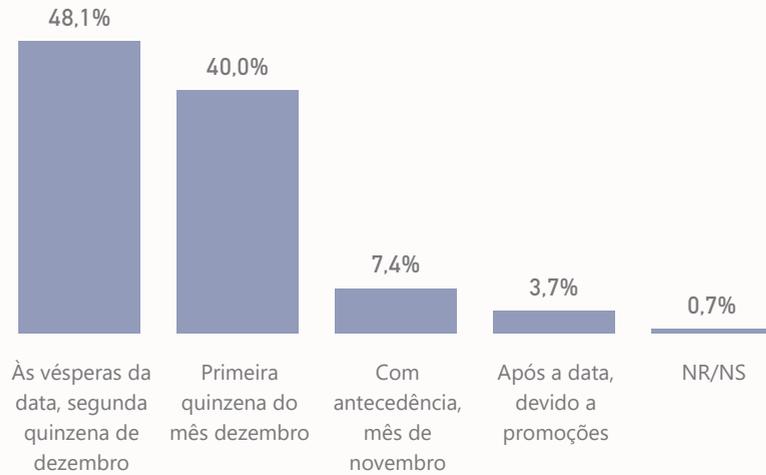
O preço alto dos produtos é o principal fator que poderá limitar os gastos dos consumidores entrevistados.

Há ainda fatores que podem desestimular as compras para o período, sendo o preço alto dos produtos o mais citado. Em seguida, aparecem as lojas cheias e o mau atendimento.

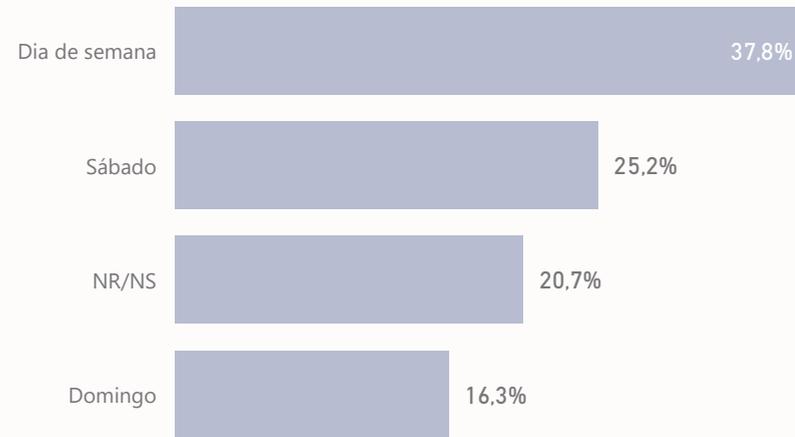
Em contrapartida, os consumidores entrevistados podem ser atraídos às compras por promoções, preço reduzido, variedade de produtos e atendimento diferenciado.

Intenção de Consumo para o Natal

Quando o(a) sr(a) pretende ir as compras? (RESPOSTA ÚNICA)



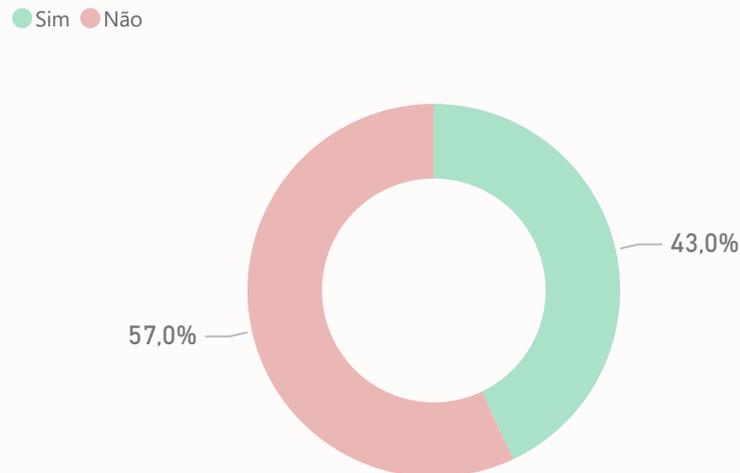
Quando na semana é mais provável ir às compras?



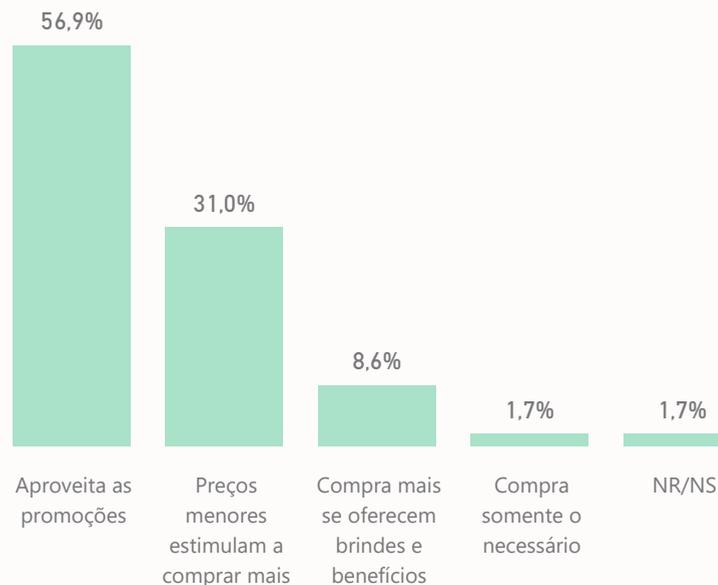
A maioria dos entrevistados (88,1%) realizará as compras no mês de dezembro.

Muitos dos entrevistados (37,8%) irão às compras durante à semana, no período. Aproximadamente 1/4 irão no sábado e 16,3% irão no domingo.

O(a) sr(a) planeja e pesquisa preços nas compras de Natal?



Como é o planejamento de suas compras?

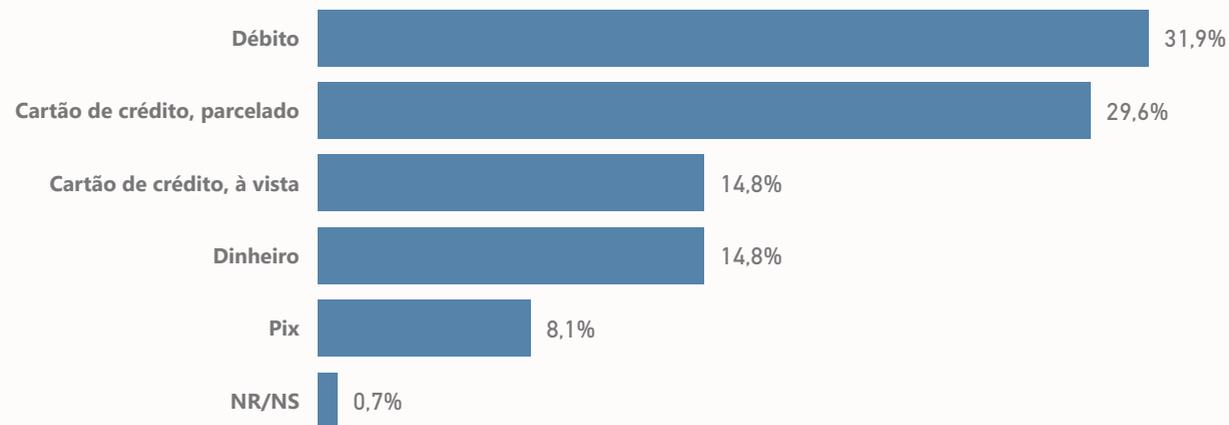


Para o período, 43,0% dos entrevistados planejam as compras e pesquisam preços para evitar surpresas.

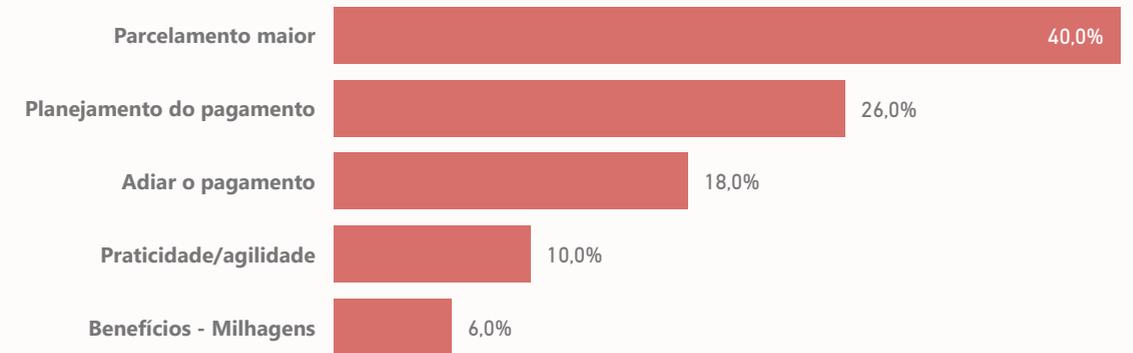
Enquanto isso, para a maioria dos entrevistados que irão presentear (56,9%), o planejamento de suas compras se dá principalmente por aproveitar as promoções.

Intenção de Consumo para o Natal

Como pretende pagar as compras no período?



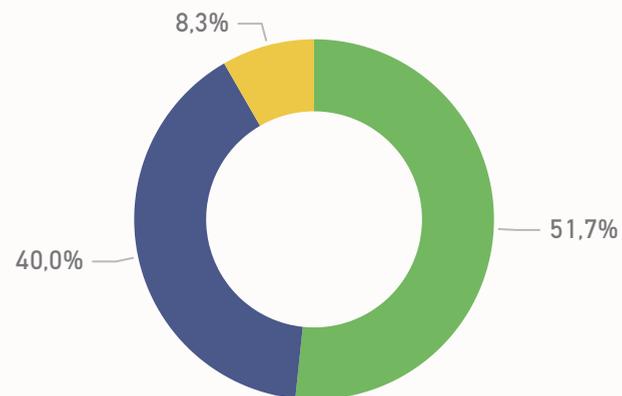
Se CARTÃO DE CRÉDITO, o que incentiva o(a) sr(a) a comprar com cartão de crédito?



(Total não soma 100%)

Se a loja oferecer descontos para pagamento a vista o(a) sr(a) optará por esta forma de pagamento?

● Não ● Sim ● NR/NS



O débito se destaca sendo a principal forma de pagamento para 31,9% dos entrevistados para o período.

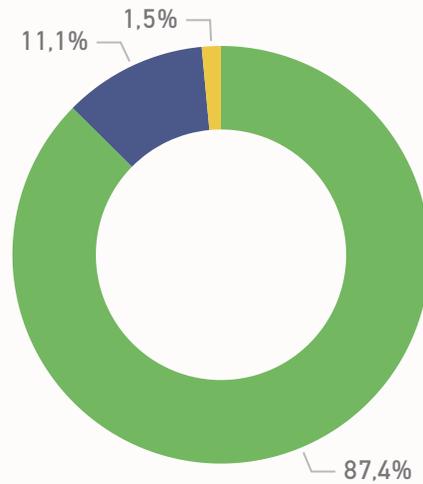
Para os consumidores que disseram que pagarão com o cartão de crédito, essa forma de pagamento é escolhida por proporcionar maior parcelamento, planejamento do pagamento e adiar o pagamento.

Já os pagamentos à vista podem ser a escolha de 40,0% caso as lojas ofereçam descontos com essas formas de pagamento.

Intenção de Consumo para o Natal

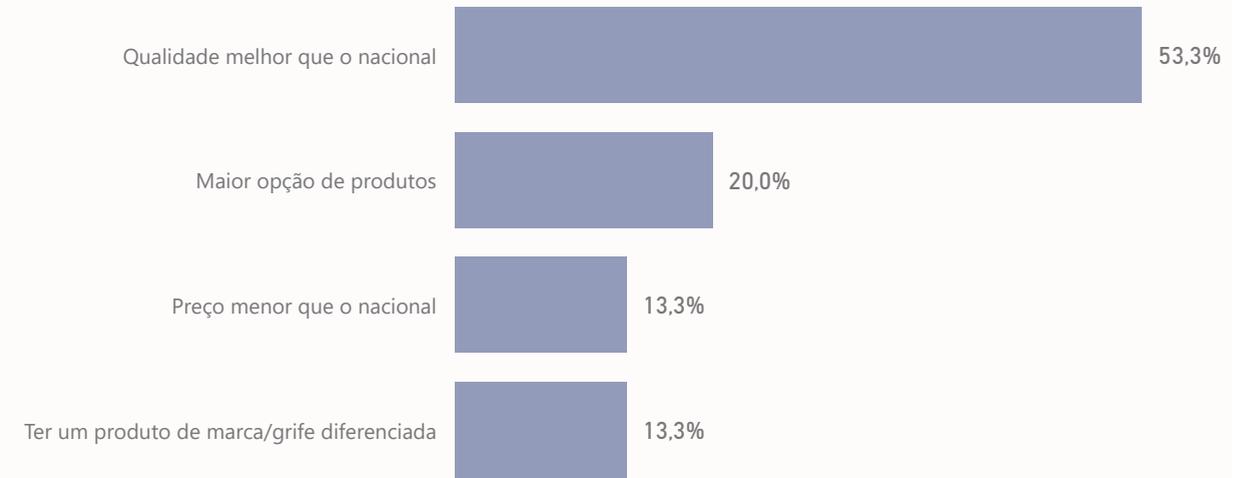
O(a) sr(a) pretende comprar produtos importados este Natal?

● Não ● Sim ● NR/NS



Os produtos importados serão opção de apenas 11,1% dos entrevistados.

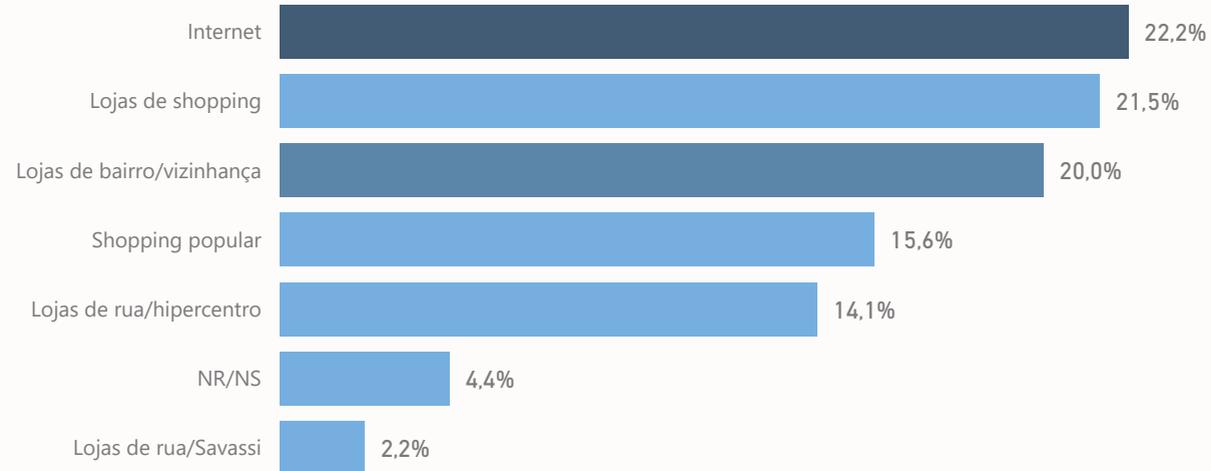
Qual o principal motivo que o faz procurar por produtos importados?



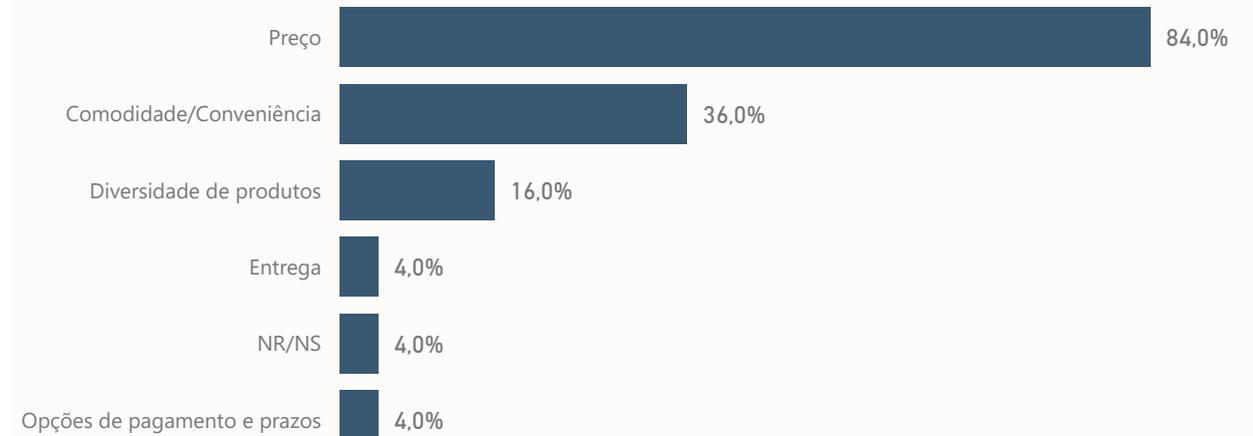
Para pouco mais da metade deles, um dos motivos é que a qualidade desses produtos é melhor que a do nacional. 20,0% julga que há uma maior opção de produtos importados.

Intenção de Consumo para o Natal

Onde pretende realizar as compras em sua maioria?

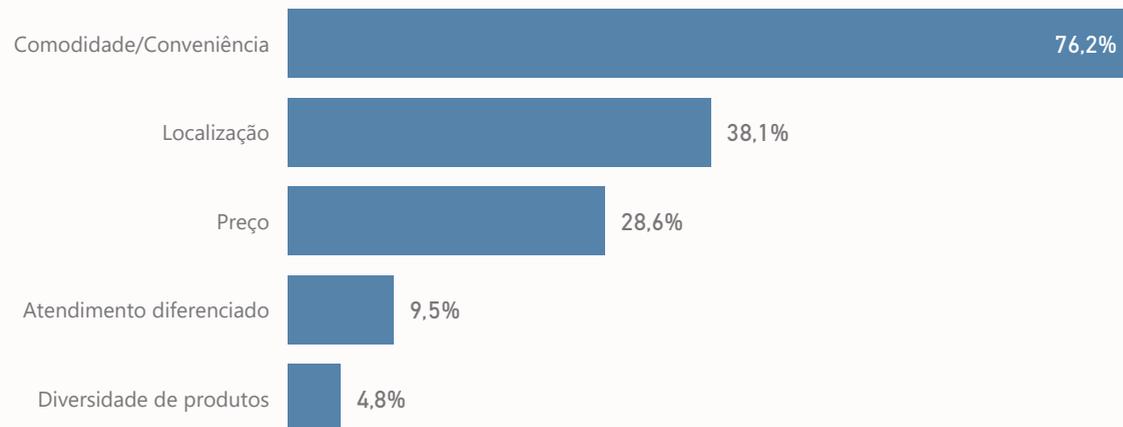


Se compra em LOJAS DE INTERNET, o que faz com que prefira realizar as suas compras no local?



(Total não soma 100%)

Se compra em LOJAS DA SUA VIZINHANÇA, o que faz com que prefira realizar as suas compras no local?



Os locais mais indicados pelos entrevistados para a compra dos presentes serão internet, lojas de shopping e lojas de bairro/vizinhança.

O preço é o motivo mais apontado para a escolha pela compra em lojas virtuais, seguido da comodidade/conveniência e diversidade de produtos.

Já para as compras em lojas da sua vizinhança, comodidade/conveniência, localização e preço, nesta ordem.

Metodologia

Para o levantamento, foram aplicados 222 de questionários de 28 da 30 de novembro de 2023 com consumidores do município de Belo Horizonte, com cotas proporcionais com respeito a idade, sexo e regionais (Barreiro, Centro-Sul, Leste, Oeste, Nordeste, Noroeste, Norte, Pampulha e Venda Nova).

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário, integralmente e a qualquer tempo, pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.

Equipe Técnica

Núcleo Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável: Jorge Marinho Rolla

Coordenador de Estudos Econômicos: Stefan Wilson D'Amato

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins e Gilson Jose Machado

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Filipe do Nascimento Souza, Jhenifer Grejeanski da Silva e Rafael Rei de Oliveira

Menor aprendiz: Diego Colen Drumond Martins

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Estado de Minas Gerais

Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG

CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324

economia@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br



Sistema Comércio