

# *Intenção de Compras*



# Natal 2017

**IPA - Instituto de Pesquisa ACIR**

**ACIR - Associação Comercial, Industrial  
Empresarial de Rondonópolis**

## **ASSOCIAÇÃO COMERCIAL, INDUSTRIAL E EMPRESARIAL DE RONDONÓPOLIS – ACIR**

**Presidente** – Juarez Orsolin

**Vice Presidente** – Adelino Bissoni

**Diretor Tesoureiro** - Sérgio José Pradela

## **INSTITUTO DE PESQUISA ACIR**

**Supervisor:** Leonardo Epifanio

**Coordenadora:** Franciele Leonel S. Oliveira

**Pesquisadoras:** Aline Aparecida Aureliano Zerbinatti

Ana Maria de Lima Tomazini

Bruna Mendes de Oliveira

Dhiany Stefani da Silva Alves

Kamila Rodrigues da Silva

Thais Silva de Oliveira

## *Introdução*

O Natal é a principal data de comemoração para a maioria das pessoas. A data é lembrada pelo significado que tem para uma grande parte da população e por anteceder os preparativos para a chegada do ano novo.

Muitos consumidores comemoram a data com troca de presentes. Por este motivo o Natal é destaque pela força de vendas e pelos efeitos multiplicadores em diversas cadeias de produtos e serviços.

Desta forma o Instituto de Pesquisa ACIR (IPA) realizou pesquisa com os consumidores de Rondonópolis para saber como será o comportamento deles nas compras de Natal.

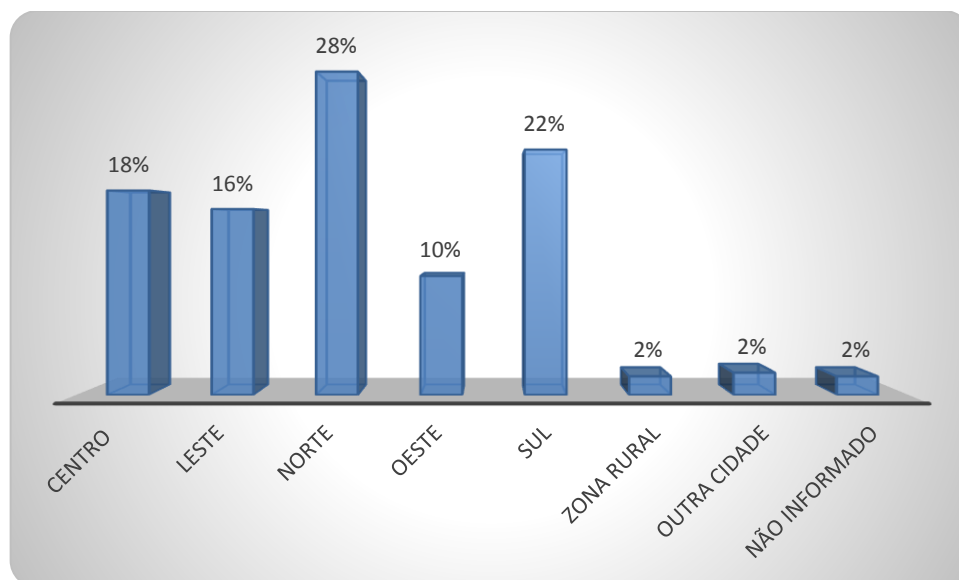
Foram entrevistadas 306 pessoas, no período de 04 a 07 de dezembro de 2017.

As informações coletadas foram conferidas e processadas gerando o presente relatório.

## Perfil dos Consumidores

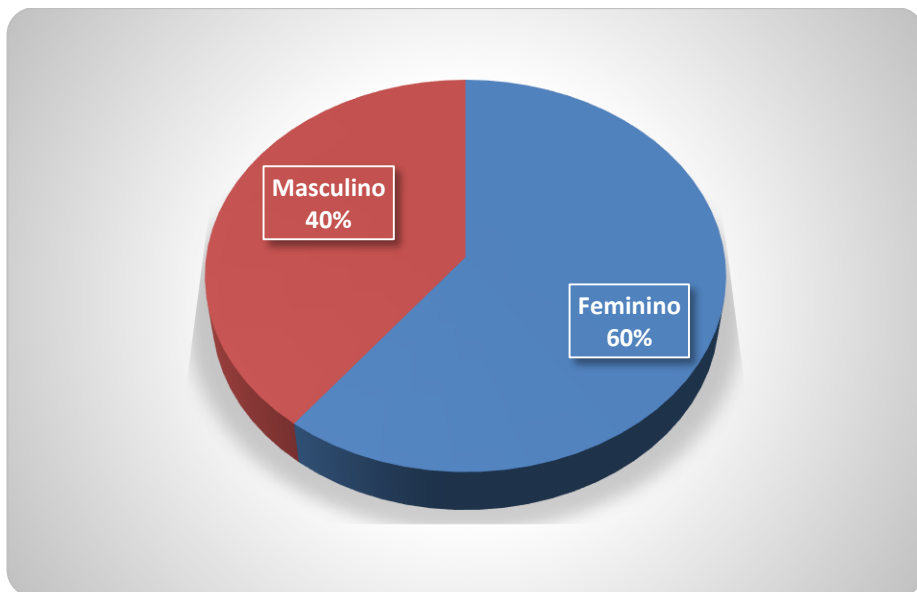
O objetivo principal deste relatório é apresentar e analisar o perfil dos consumidores que comprarão no Natal deste ano para auxiliar na construção de estratégias diferenciadas de vendas. Abaixo seguem alguns dados importantes:

### 1. Regiões dos Entrevistados

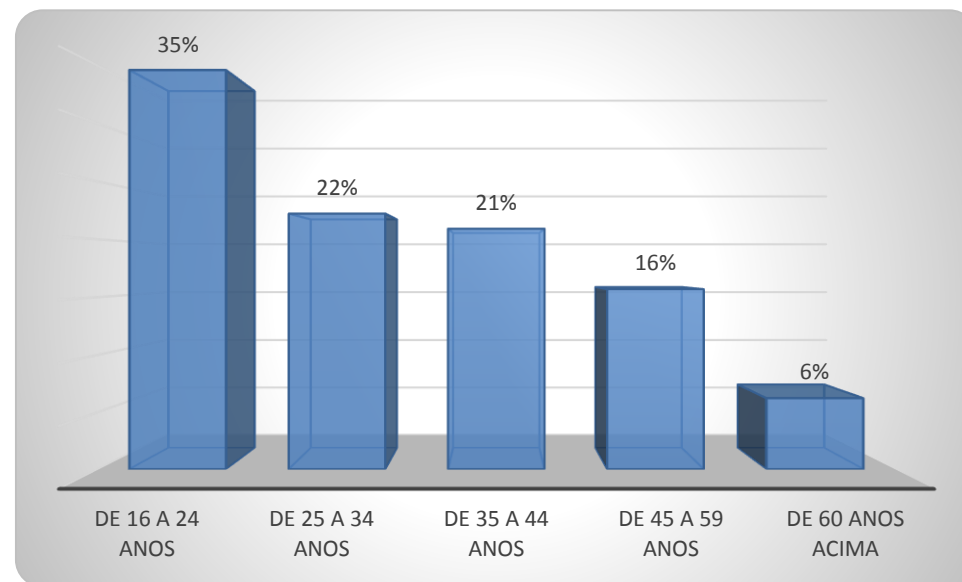


| Região        | %    |
|---------------|------|
| Centro        | 18%  |
| Leste         | 16%  |
| Norte         | 28%  |
| Oeste         | 10%  |
| Sul           | 22%  |
| Zona Rural    | 2%   |
| Outra cidade  | 2%   |
| Não informado | 2%   |
| Total         | 100% |

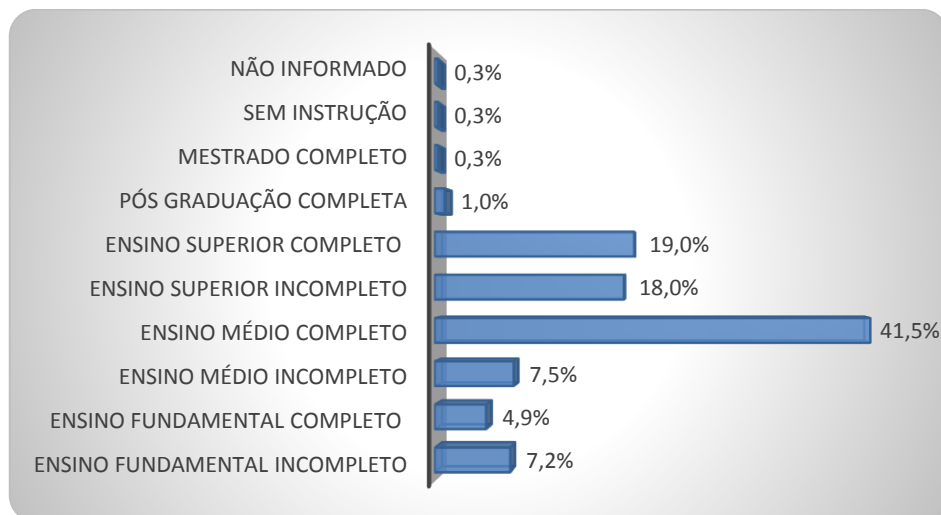
## 2. Gênero



## 3. Faixa Etária



## 4. Grau de Instrução

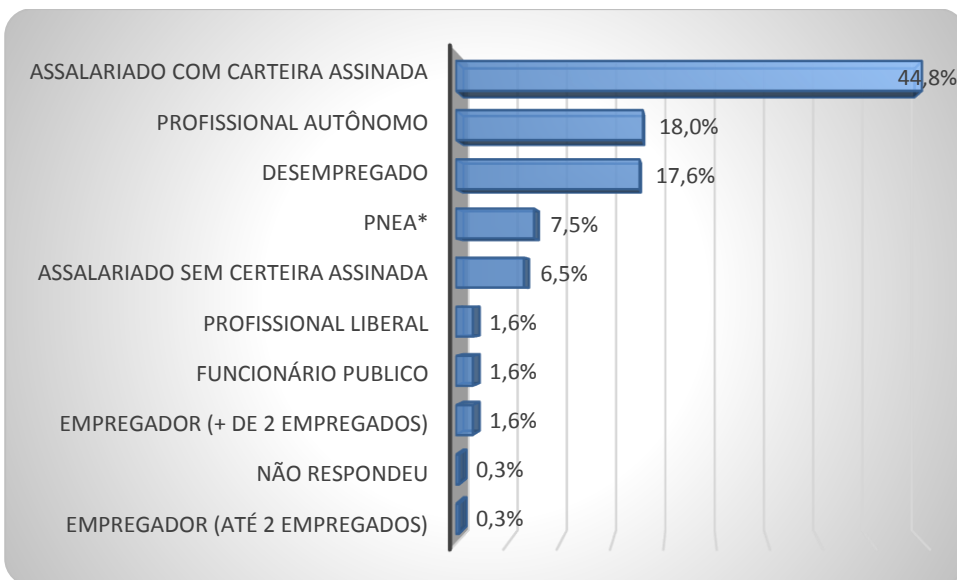


A maioria dos consumidores entrevistados nessa amostra são mulheres, com 60%, enquanto que os homens representam 40% do total.

No que diz respeito às faixas etárias dos entrevistados, a maioria está entre 16 a 24 anos com 35%, conforme ilustra o Gráfico 03.

Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores 41,5% da amostra tem o Ensino Médio Completo.

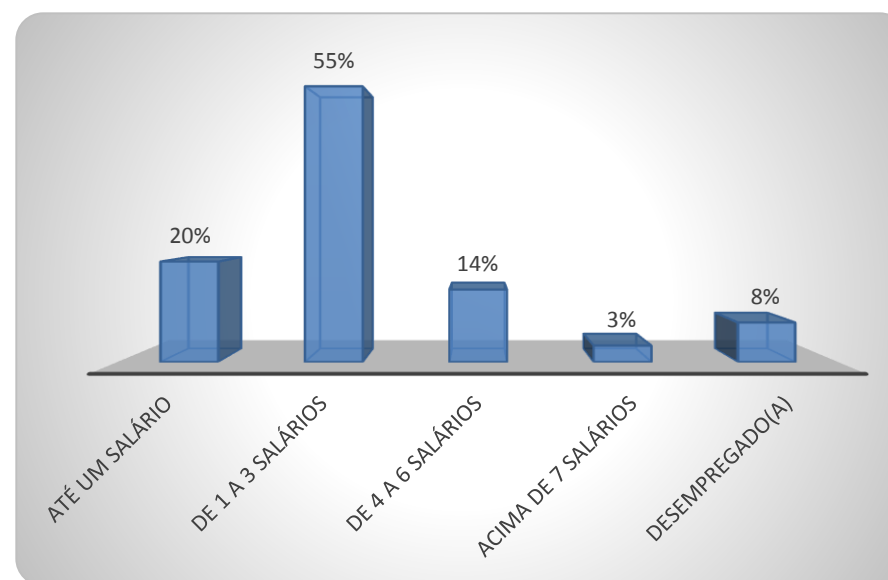
## 5. Trabalho



|  |              |
|--|--------------|
| <b>Assalariado com Carteira Assinada</b> | <b>44,8%</b> |
| Profissional Autônomo                    | 18,0%        |
| Desempregado                             | 17,6%        |
| PNEA*                                    | 7,5%         |
| Assalariado sem Carteira Assinada        | 6,5%         |
| Empregador (+ de 2 empregados)           | 1,6%         |
| Funcionário Público                      | 1,6%         |
| Profissional Liberal                     | 1,6%         |
| Empregador (até 2 empregados)            | 0,3%         |
| Não respondeu                            | 0,3%         |

\* População não economicamente ativa, inclui: donas de casa, estudantes, aposentados e pensionistas.

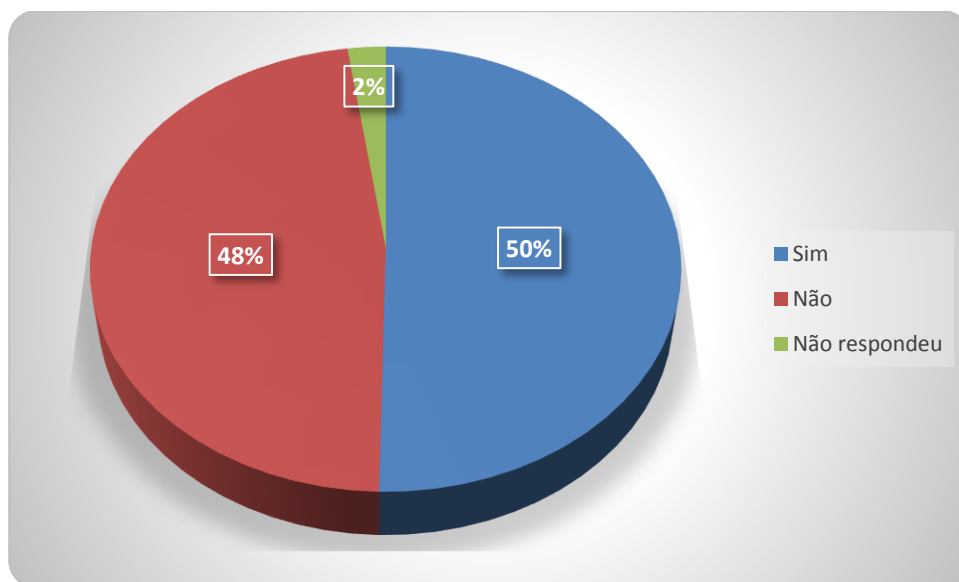
## 6. Renda



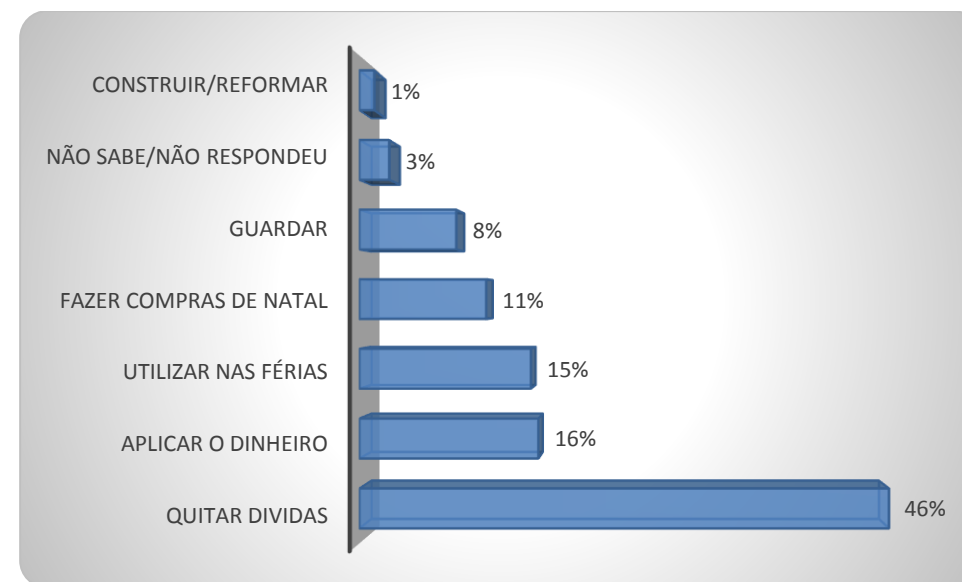
74,5% dos consumidores entrevistados realizam algum trabalho remunerado, sendo que 44,8% são assalariados com carteira assinada.

A renda de 55% está entre 1 a 3 salários, conforme gráfico 6.

### 7. 13º Salário



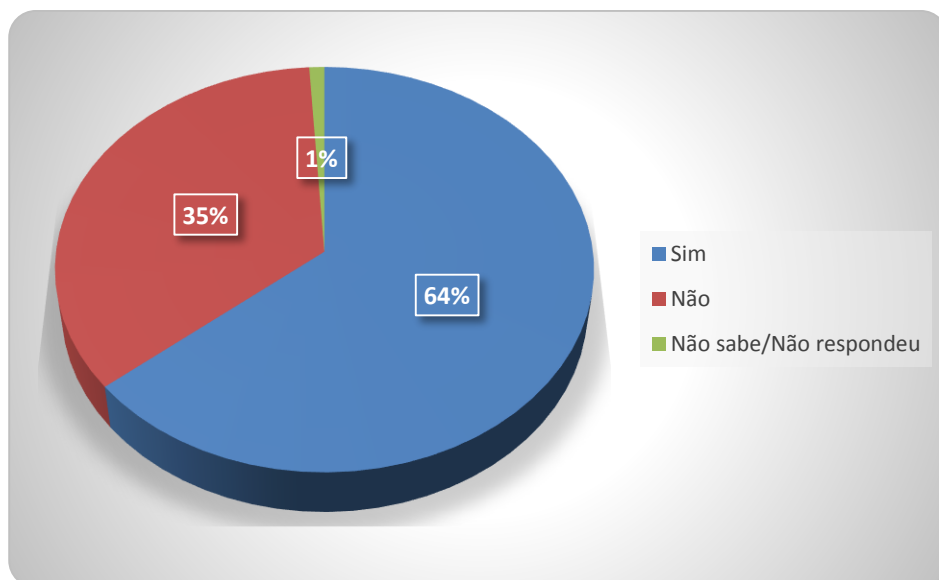
### 8. Destino do 13º Salário



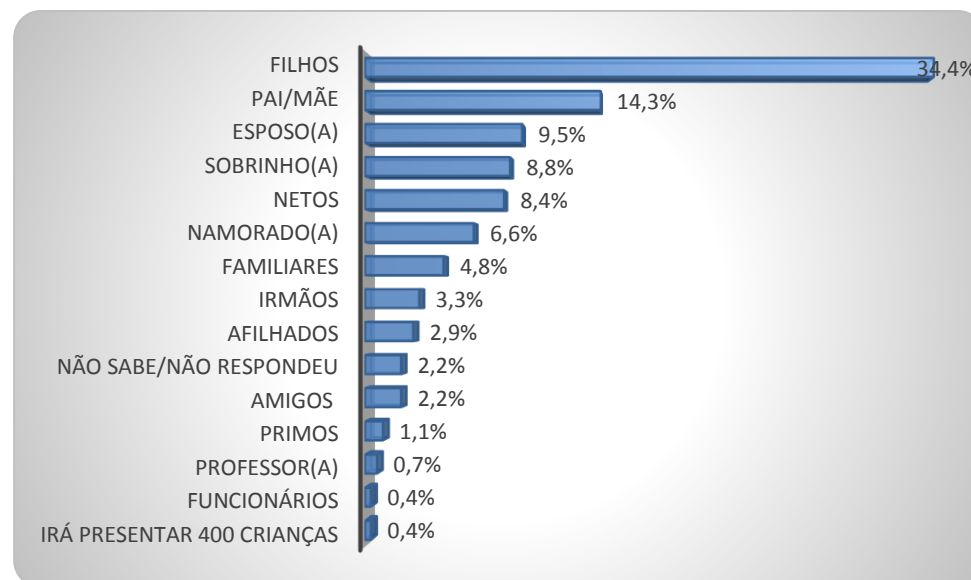
50% dos consumidores terão sua renda acrescida para o fim de ano com a injeção do 13º salário. Essa renda extra será utilizada, principalmente, para quitação de dívidas, segundo 46% dos entrevistados. Apenas 11% afirmaram que utilizarão para compras de natal.

## Pretensão de Compras

### 9. Vai presentear no Natal?



### 10. Quem irá presentear?



Os entrevistados foram questionados se iriam ou não realizar presentear na data e 64% afirmaram que sim, enquanto que 35% não comprarão nenhum presente.

Quem mais irar ganhar presentes serão os filhos (34,4%).



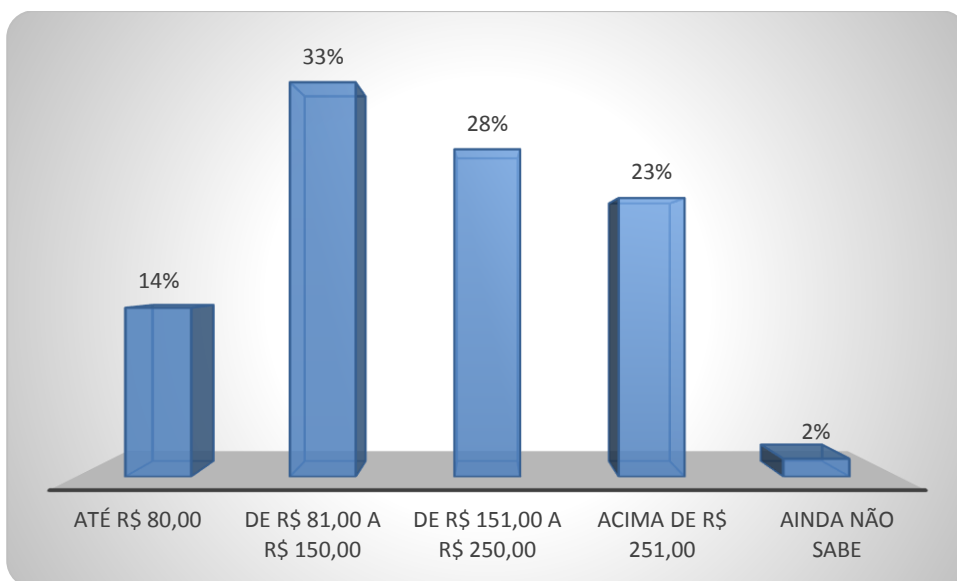
## 12. Presentes que comprará

|                         |              |
|-------------------------|--------------|
| <b>Roupas</b>           | <b>31,6%</b> |
| Brinquedos              | 18,4%        |
| Calçados                | 11,9%        |
| Lembrancinhas           | 10,7%        |
| Cosméticos e Perfumaria | 8,2%         |
| Ainda não decidiu       | 7,0%         |
| Artigos Esportivos      | 2,5%         |
| Jóias e acessórios      | 2,5%         |
| Livros                  | 1,6%         |
| Bicicleta               | 1,2%         |
| Aparelho celular        | 0,8%         |
| Cesta Básica            | 0,8%         |
| Chocolate               | 0,8%         |
| Artigos de informática  | 0,4%         |
| Automóvel               | 0,4%         |
| Computador              | 0,4%         |
| Mochila                 | 0,4%         |
| Vale Presente           | 0,4%         |
| <b>Total</b>            | <b>100%</b>  |

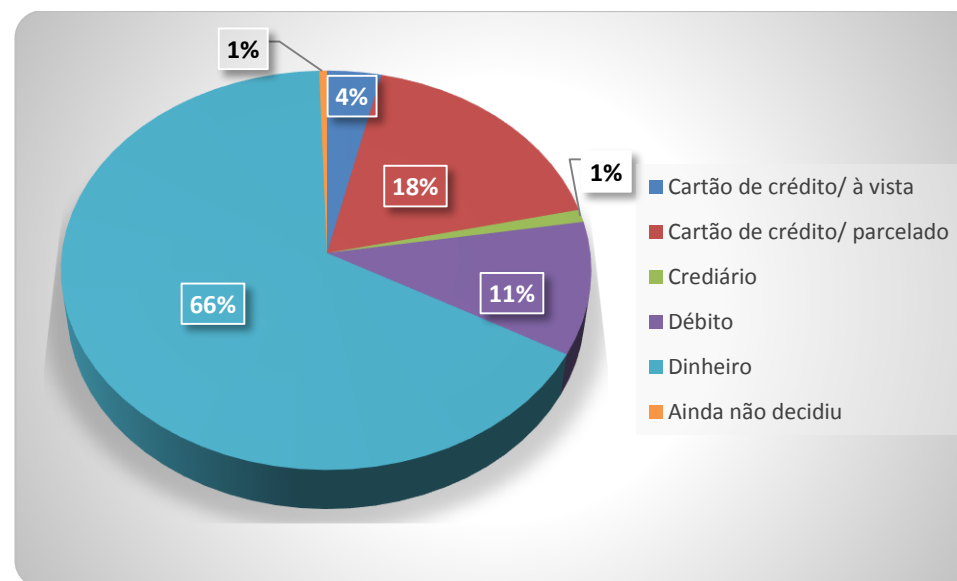


Os itens mais procurados para presentear no Natal serão roupas (31,6%), seguido de brinquedos (18,4%). 7% dos entrevistados ainda não decidiram qual será o presente.

### 13. Gasto médio esperado pelo consumidor



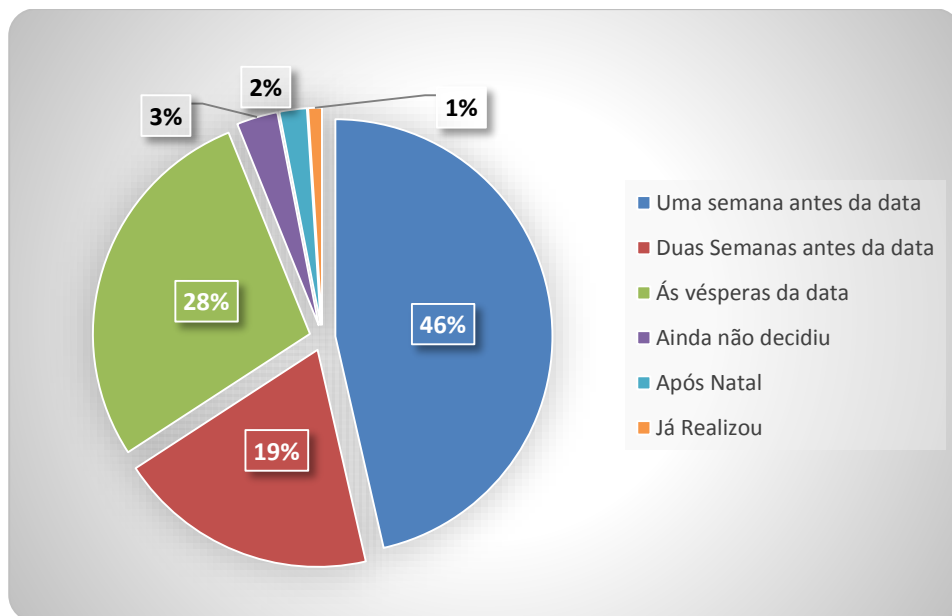
### 14. Forma de pagamento



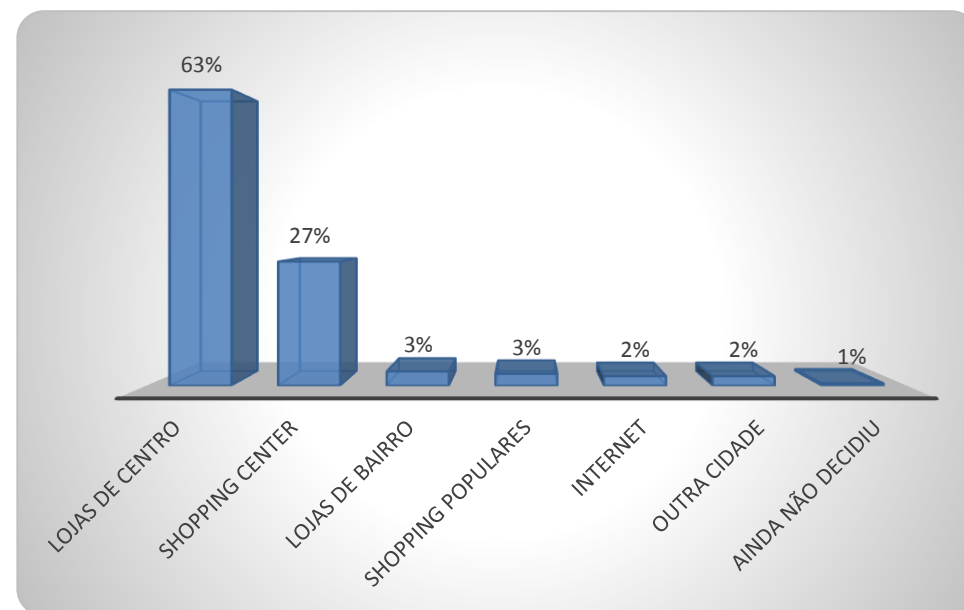
Este ano os gastos com os presentes para 33% dos entrevistados ficarão entre R\$81,00 a R\$ 150,00. Valor menor que o levantado na pesquisa de 2016.

Em relação às formas de pagamento, a maioria dos consumidores pretende realizar suas compras à vista (77%).

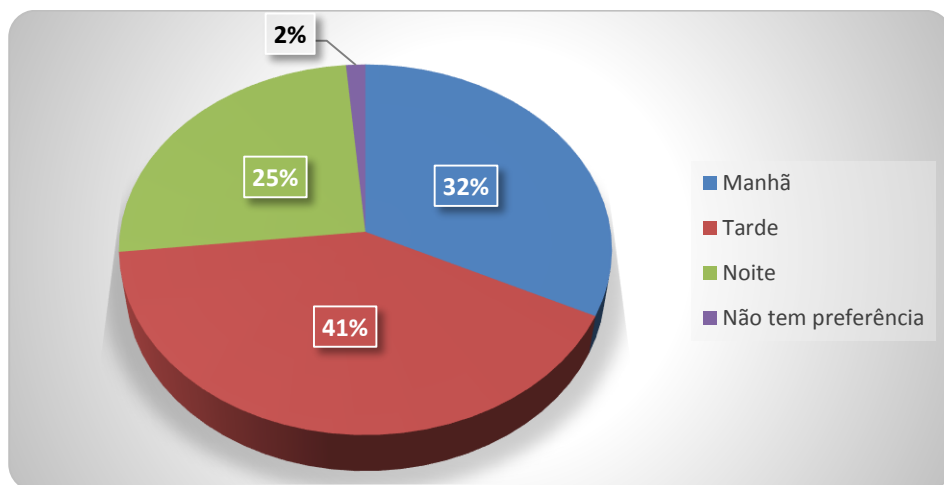
**15. Quando pretende realizar as compras dos períodos?**



**16. Onde pretende realizar as compras?**



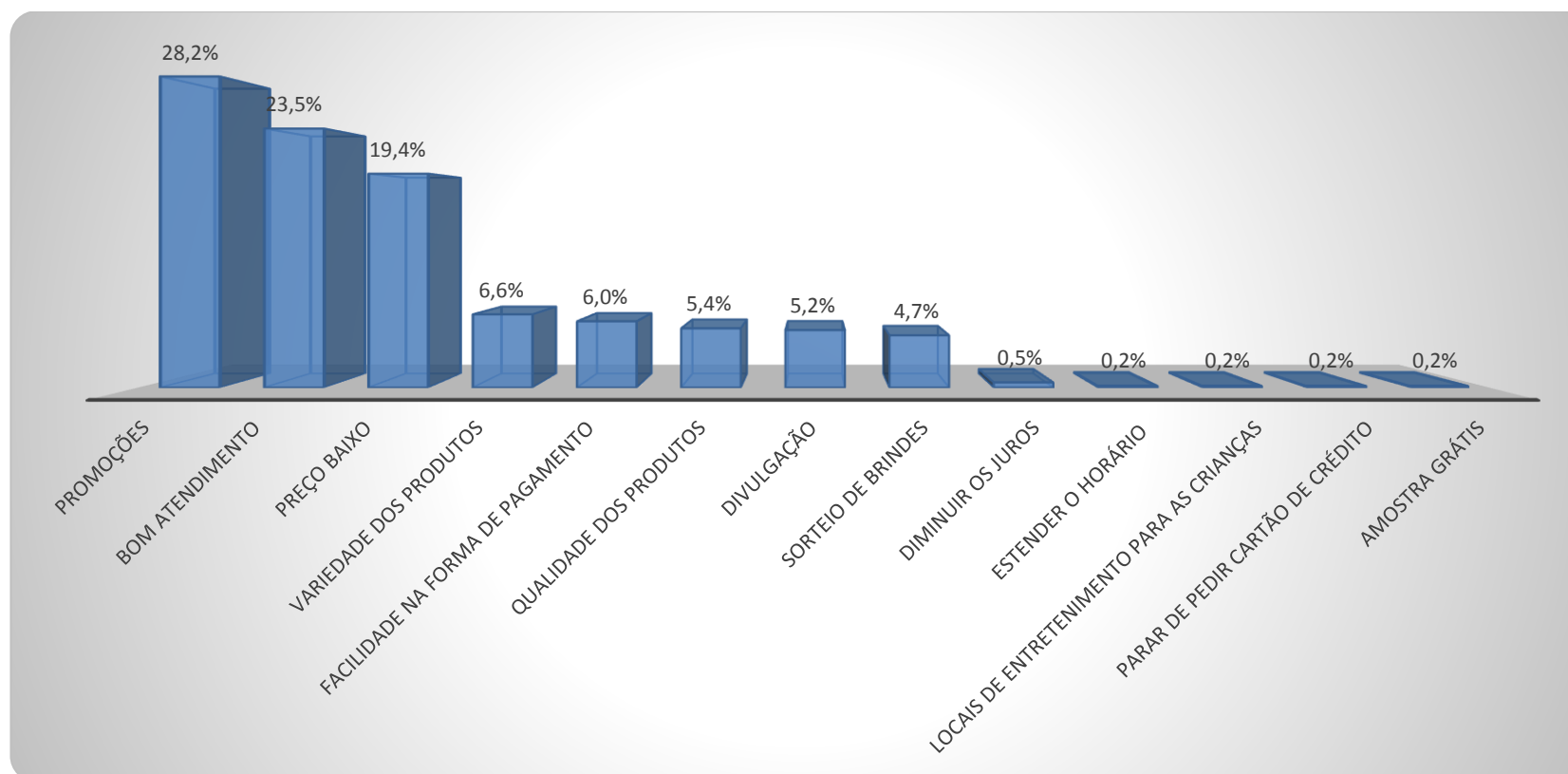
**15. Em que horário prefere ir às compras?**



Muitos consumidores (46%) optarão por comprar uma semana antes do Natal e 28% irão às compras as vésperas da data.

Lojas do Centro (63%) serão os locais mais procurados para as compras do Natal.

A maioria dos consumidores afirmaram preferencia por comprar no período da tarde (41%), mas uma parcela menor, mas muito significativa prefere o horário noturno (25%) para ir as compras.

**17. O que as lojas podem fazer para atrair mais clientes?**

Os consumidores, para a escolha do local de compras, estão à procura de promoções (28,2%) e bom atendimento (23,5%).