

Análise da Pesquisa de Intenção de Consumo para o

Natal

São Luís | 2021

Fecomércio MA

  [fecomercio.ma](https://www.fecomercio.ma)  www.fecomercio-ma.com.br

Neste fim de ano, o cenário para o comércio de São Luís deve ser de boa recuperação. É o que aponta a Pesquisa de Intenção de Consumo para o Natal 2021, realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio-MA). O levantamento mostrou perspectiva de alta no volume de vendas, apresentada por 57,1% dos entrevistados que indicaram que irão presentear no dia de Natal.

O dado representa um aumento de 6,6 pontos percentuais em relação ao estudo realizado em 2019, no qual 50,5% dos entrevistados declararam intenção de presentear na referida data. A parcela dos entrevistados que não iriam presentear caiu de 41,6%, em 2019, para 26,1% em 2021, sinalizando que mais pessoas devem ir às compras.

Esta data comemorativa de 2021 sinaliza ser uma das melhores dos últimos dois anos para o comércio, diante da redução das medidas restritivas. Com a retomada dos postos de trabalho na capital e, conseqüentemente, mais disponibilidade de renda para as famílias, a maior fatia dos consumidores ludovicenses tem a intenção de gastar mais de R\$ 400,00 com o regalo natalino, o que corresponde a 38,6% dos entrevistados, representando um aumento de 15,7%. Neste ano, o valor médio da compra é de R\$ 483,00.

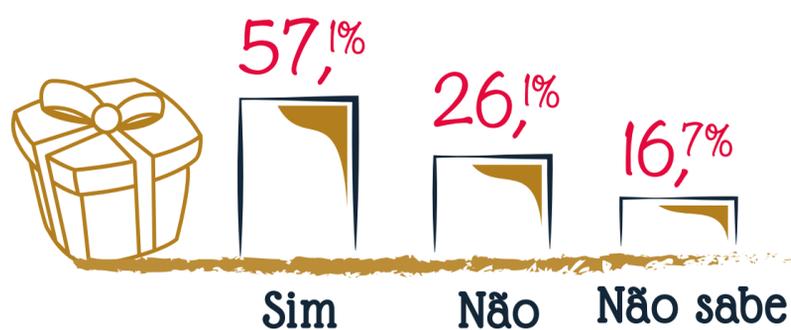
O número de produtos que os consumidores pretendem adquirir é outro destaque positivo que favorecerá na movimentação da economia local neste fim de ano. A pesquisa pontua que 40,9% dos entrevistados sinalizaram a compra de pelo menos dois produtos e 22,7% pretendem adquirir três itens, isso corresponde, respectivamente, a um aumento 12,9% e 9,7%, na

comparação com o levantamento de 2019. O preço médio por presente em 2021 é de R\$ 182,00.

Cesta de compras

Os produtos da cesta de compras natalina dos ludovicenses permaneceu semelhante àqueles do levantamento realizado em 2019. Em termos de relevância, os itens de vestuários e acessórios lideram a intenção de compra pelos entrevistados, com 61,2%. A segunda escolha da lista de presentes são os brinquedos, com 52,7%, seguidos dos itens de perfumaria e cosméticos, que são os terceiros colocados na intenção de compra, marcando 22,3%. Outros acessórios como sapatos, carteiras, cintos e bolsas fecham a lista dos queridinhos para este fim de ano, com 16,9%.

Irão comprar algum produto?



Quantos produtos serão comprados?





No ranking dos produtos mais apontados pelos consumidores no levantamento da Federação, os itens de vestuários e acessórios subiram pouco na pesquisa de Natal, apenas 0,6 pontos percentuais, em uma provável perspectiva de melhores preços. Os brinquedos, entretanto, assumiram uma posição de maior destaque, numa alta de 18,9 pontos percentuais em comparação com os dados de 2019. Já a opção de perfumaria e cosméticos apresentou queda de -5,7 pontos, estacionando em 22,3% dos entrevistados.

O interesse por produtos dentro do segmento de bens de consumo duráveis, como eletrodomésticos, decaiu substancialmente. Os entrevistados, em sua maioria, declararam não ter muita preferência na compra destes itens em 2021. Os eletrodomésticos somaram apenas 2% da preferência do público este ano, contra 6,4% apontado na pesquisa realizada em 2019. Os eletroportáteis foram a preferência de apenas 3,5% do público, o que se justifica pela alta do dólar que inviabiliza preços mais competitivos e acessíveis para a população. No mesmo período de 2019, 4,8% dos entrevistados havia declarado interesse em adquirir eletroportáteis.

✦ O que pretendem comprar?


Vestuário e acessórios

61,2%


Brinquedos

52,7%

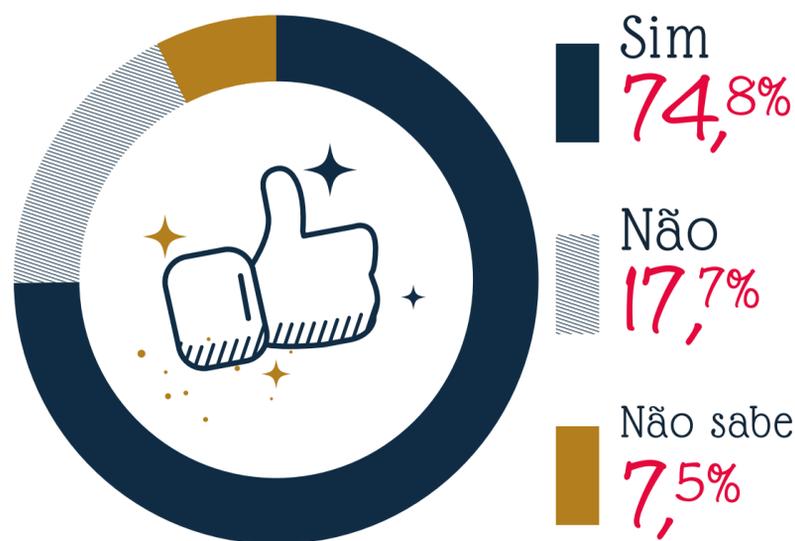

Perfumaria e cosméticos

22,3%


Sapatos e bolsas

16,9%

✦ Irão comemorar a data?



Perfil do consumidor

Neste ano, o consumidor que deve ir às compras natalinas tem um perfil 'mais gastador', fato fortemente positivo ao comércio varejista da capital que sinaliza recuperação econômica neste momento. O levantamento mostra que a intenção de presentear por homens ou mulheres, está equilibrada. Com 57,2%, as mulheres levam ligeira vantagem na intenção de presentear neste Natal. Já os homens somam 57,1% de predisposição a comprar algum regalo.

Mesmo com um cenário adverso, dado o aumento dos preços em decorrência da inflação que já ultrapassa dois dígitos em São Luís, não há previsão de retração do consumo para esta data, permitindo que o empresariado tenha melhores garantias do escoamento de seus produtos.

Ainda sobre o perfil do consumidor, destaca-se que sábado tem sido o principal dia escolhido para realização das compras por 24,60% dos entrevistados, diferentemente de 2019 em que 24% declararam não ter um dia certo para comprar. A escolha de fatia considerável dos consumidores por este dia dá-se por ser um dia de folga.

Promoções e os preços dos produtos ainda são os principais motivos que levam o



consumidor a entrar nas lojas em 2021, com 53% e 37,30% dos entrevistados, respectivamente, apontando essas condições como influenciadores do consumo. Estas preferências são similares às da pesquisa de 2019, na qual promoções e descontos eram os principais motivos de 47,60% dos consumidores, seguido de 37,2% em relação aos preços.

Comemoração natalina

Sobre os principais locais de comemoração do Dia de Natal, houve algumas mudanças em relação à última pesquisa realizada. Em 2019, 55,2% dos entrevistados declararam pretender comemorar o Natal em casa, seguido por 55,9% dos entrevistados que sinalizaram comemorar na casa dos pais, parentes ou amigos. Naquela época, as aglomerações ocorriam de maneira mais espontânea, dado que a pandemia não havia chegado ao Brasil.

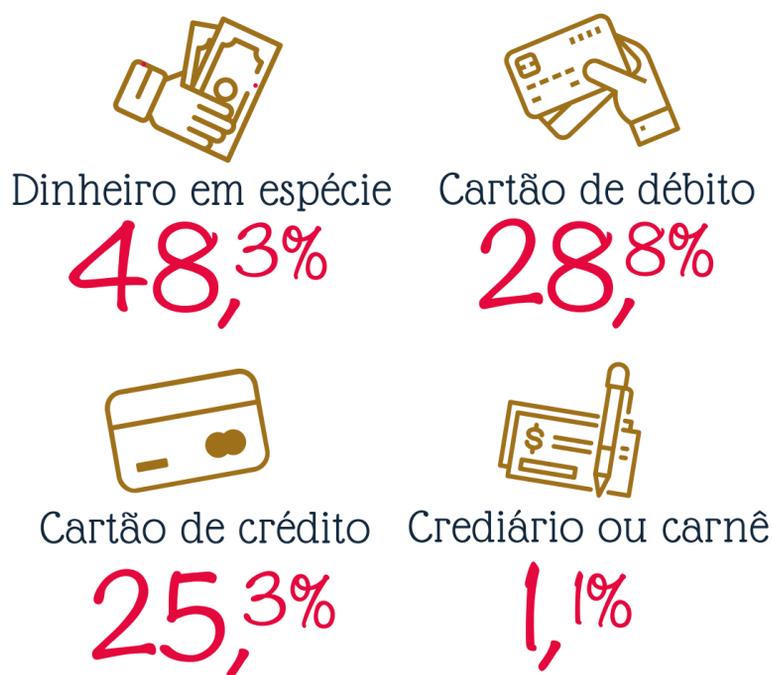
Em 2021, o cenário mudou substancialmente, invertendo as preferências dos consumidores e pautando um Natal mais privativo. No levantamento deste ano, 63,7% dos entrevistados pretendem passar o Natal em casa e apenas 26,1% declararam comemorar na casa dos pais, parentes ou amigos. Mesmo com o avanço da vacinação, as pessoas ainda demonstram ter cautela sobre aglomerações festivas.

Restaurantes e viagens obtiveram uma queda em relação a 2019, na qual anteriormente foi apurado que 2,3% e 4,6%, respectivamente, dos entrevistados declararam que iriam comemorar de alguma dessas formas. Em 2021, estes percentuais caíram para 0,9% e 3,9%, respectivamente. Por se tratar de um feriado religioso, não se pode esquecer as igrejas, que nesta data é o local de destino de 4,1% dos entrevistados para comemoração. Em 2019, este percentual foi de 3,8% dos entrevistados.

Formas de pagamento

Das cinco opções de pagamento apontadas pelos consumidores, aquela que mais se destacou foi a compra 'à vista com dinheiro', somando 48,3% da preferência dos entrevistados. Com o benefício do 13º salário na conta, o 'cartão de débito' também se tornou uma forte opção para compra em dezembro, e aparece como a segunda melhor escolha com 28,8%, desbancando até o queridinho nacional que é o 'cartão de crédito'. Este último, por sua vez, deve agradecer a parcela de 25,3% dos consumidores neste Natal. Considerando que os consumidores pretendem gastar dispendo de recursos à vista, é mais um indicativo para o empresariado apresentar promoções interessantes neste fim de ano.

Como pretendem pagar?



Locais de compra

Para a escolha do mimo natalino, o centro comercial de São Luís mostrou-se como principal referência na busca por presentes, diferente do cenário apresentado em 2019. Neste ano, a Rua Grande é a preferência de 50% do público entrevistado, refletindo em um aumento de 20,6 pontos percentuais em comparação ao levantamento anterior. A mudança no perfil do local de compras é decorrente da queda pela preferência

★ Onde irão comprar?



aos Shoppings Centers (42,9%), que mesmo com recessão este ano e com 18,2 pontos percentuais abaixo do valor declarado em 2019, ainda ocupa o segundo lugar entre as opções de locais.

O aumento dos custos do estacionamento, preços menos amigáveis e relativo temor com a circulação de pessoas em ambientes fechados podem ter desestimulado estes consumidores a realizar suas compras em lojas dos Shoppings Centers. Por sua vez, as lojas de ruas, bairros e galerias mantém boa posição no ranking de locais, ocupando o terceiro lugar na preferência do público com 18,9%.

Metodologia

A Pesquisa de Intenção de Compras para o Natal 2021 foi realizada entre os dias 10 e 13 de novembro de 2021, no município de São Luís, com a aplicação de 740 questionários, nos mais diversos pontos da cidade. O nível de confiança do levantamento é de 95%, com margem de erro estimada em 3,6% para mais ou para menos. O público-alvo desta pesquisa foram os consumidores com idade igual ou superior a 18 anos, que possam reproduzir o perfil de consumo local.

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão

PRESIDENTE

José Arteiro da Silva

VICE PRESIDENTES

Wilson Estácio Maia; Antonio de Sousa Freitas; Mauricio Aragão Feijó

DIRETORES

Ivanilde Sampaio da Silva; Djalma Souza Chaves; João Borges Lira; José William Câmara Ribeiro; Manoel Antonio Souza Barbosa; Antonio Luiz Monteiro Malta Filho; José Ivan Ferreira; Reginaldo Pacheco de Sousa; Benilton Gonçalves Diniz; Antonio Josiel Santos Sousa; Francisco Eraldo Rodrigues de Moura.

SUPLENTES DA DIRETORIA

Luís Joaquim Braga Sobrinho; Paulo Henrique da Silva; João de Lima Filho; Marcello Viest Advincula collares; José dos Santos; Antonio Sousa Pereira; Euclides Antônio Vieira; Ecio Gaston de Araújo; Jordana Jessica Oliveira Souza; Maria dos Remédio Evangelista de Sousa; Rafael Mendes Alcântara Gomes.

CONSELHO FISCAL

José Pereira de Santana; Ivaldo Miranda Campos; Antonio Íris de Oliveira; Nagib Câmara Ribeiro; Raimunda Holanda da Silva; Flordilix Almeida de Amorim.

SUPERINTENDENTE

Max de Medeiros

ASSESSOR DA PRESIDÊNCIA

José Ahirton Batista Lopes

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Jovanna Abreu; Rosana Carneiro

EQUIPE TÉCNICA

Wilson Filho – Economista

Francisco Estevam Martins de Oliveira – Estatístico

DIAGRAMAÇÃO

Cleiton Costa

CONTATO

Avenida dos Holandeses, s/n - Quadra 24 - Calhau
Edifício Francisco Guimarães e Souza - São Luís-MA
Cep: 65071-380 | (98) 3194 2400
www.fecomercio-ma.com.br
ascom@fecomercio-ma.com.br
presidencia@fecomercio-ma.com.br