

Natal

Pesquisa 2013



Quem foi
entrevistado?



Sexo



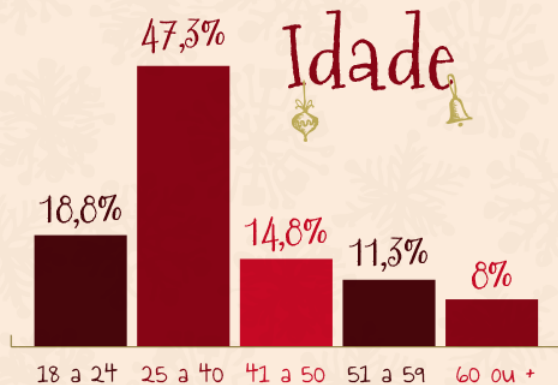
41,7%

58,3%

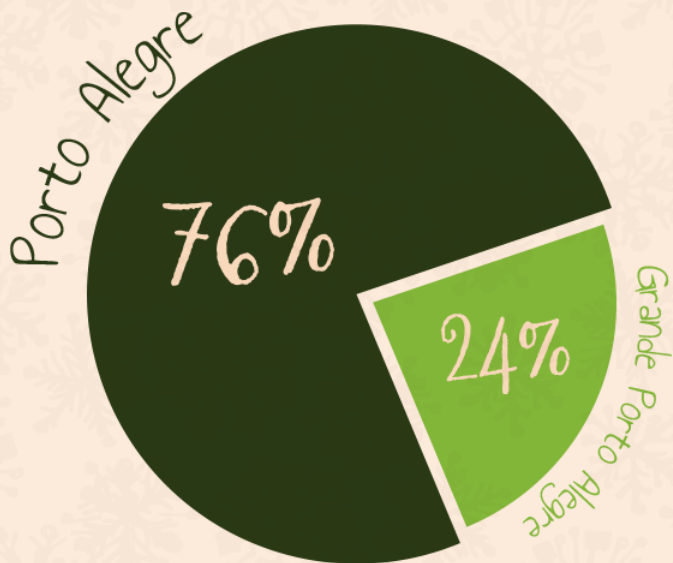


Foram entrevistadas 400 pessoas que se encontravam nos locais de compra de Porto Alegre, sendo 60% na rua (Centro, Assis Brasil, Azenha, Zona Sul) e 40% em shopping (Total, Iguatemi, Moinhos, Praia de Belas, Lindóia e Barra).

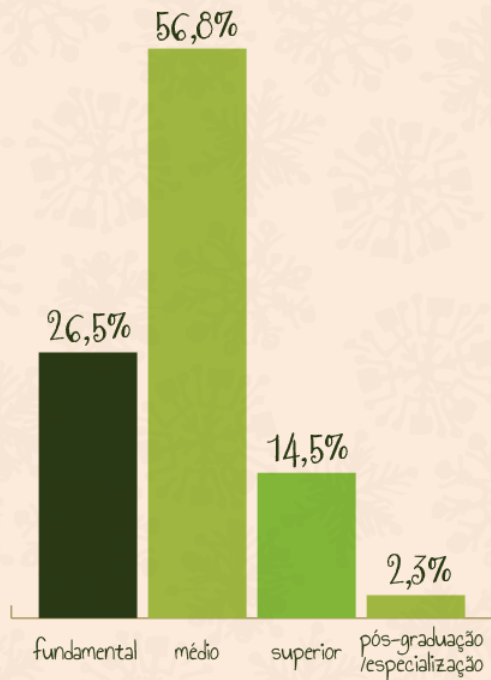
Classe

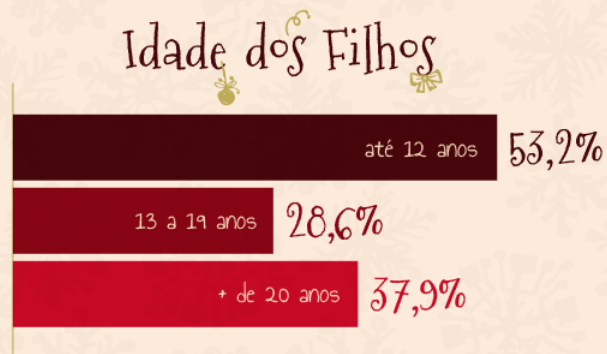


Região

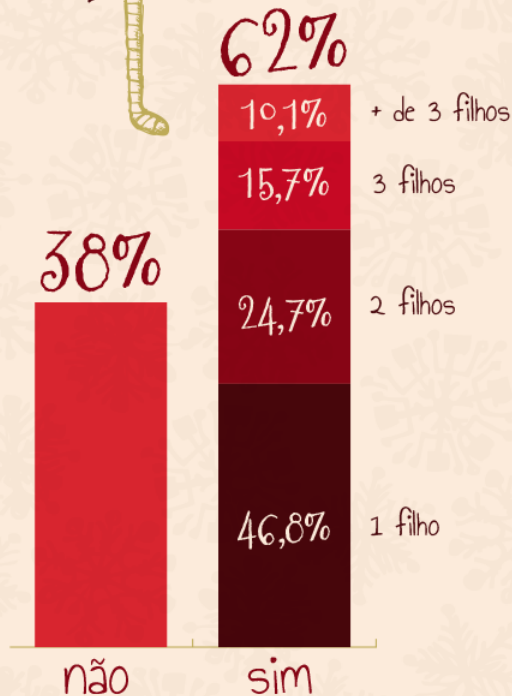


Escolaridade

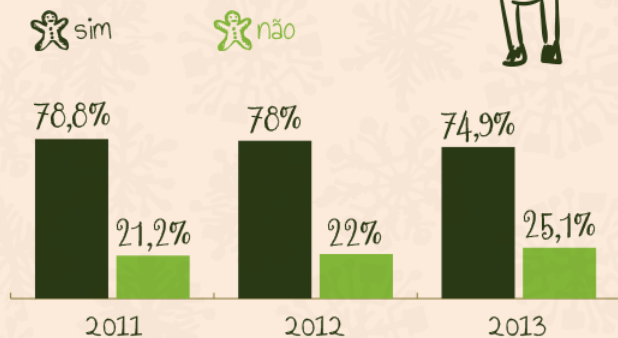
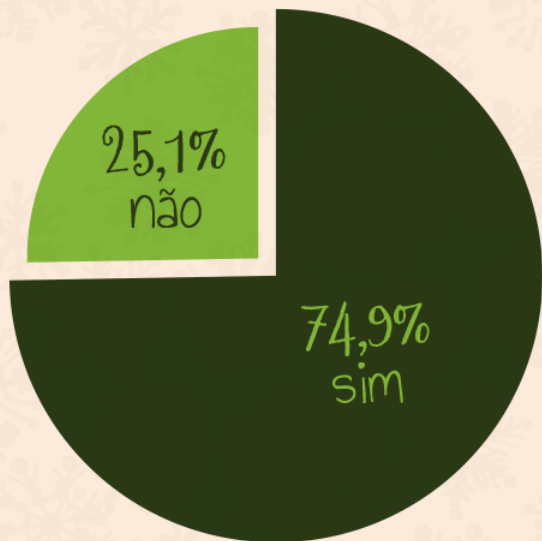




Filhos



Recebe 13º salário?



Entre os entrevistados que não trabalham (50 casos), 26% (13 casos) são aposentados, e, por isso, recebem 13º salário.

O QUE VAI FAZER COM O 13º	2011	2012	2013
Comprar presentes de Natal	33,6%	30,6%	33,8%
Economizar/guardar	30,3%	32,2%	26,9%
Renegociar as dívidas para poder me organizar	22,5%	17,6%	21,8%
Viajar	10,3%	11,0%	12,7%
Gastar nas festas de final de ano	15,9%	9,8%	9,5%
Pagar contas	2,6%	6,7%	9,5%
Renegociar as dívidas para fazer novas compras	8,9%	5,1%	5,5%
Reformar a casa/apartamento	2,2%	3,1%	2,6%
Trocar/Quitar o carro/moto	0,4%	2,0%	-
Comprar/construir imóvel	-	-	1,5%
Fazer curso	-	-	0,7%
Compras para casa	-	-	0,7%
Comprar roupas	-	-	0,4%
Comprar móveis	-	-	0,4%
Comprar enxoval/Coisas para o bebê	-	0,4%	0,4%
Tirar a carteira de motorista	1,1%	0,8%	0,4%
Investir em saúde	-	0,4%	-
Não sabem / Não opinaram	-	1,6%	1,1%

O QUE
VAI FAZER
COM O 13º
SALÁRIO?





50% aumentaram a
renda em 2013,
com relação a 2012.

39,8% mantiveram
a mesma renda.

10,3%
diminuíram
a renda





Sobre
o Natal

Pretende comprar presentes?



QUANTOS PRESENTES PRETENDEM COMPRAR?

5,4% 

9,5%  

16,6%   

14,4%    

13,9%     

39%       ou +

QUANTOS PRESENTES	2011	2012	2013
Não sabe / Não opinou	4,3%	1,6%	1,2%
1	6,5%	5,9%	5,4%
2	6,3%	8,8%	9,5%
3	12,0%	12,0%	16,6%
4	11,3%	17,1%	14,4%
5	14,8%	16,3%	13,9%
6	5,8%	8,6%	9,3%
7	4,3%	3,5%	4,1%
8	7,3%	7,2%	3,3%
9	0,5%	0,8%	0,5%
10	14,0%	12,0%	13,9%
11	-	-	0,5%
12	2,5%	2,1%	1,4%
13	0,3%	-	-
14	0,5%	0,3%	-
15	4,5%	1,9%	3,0%
18	-	-	0,3%
20	5,0%	1,3%	2,2%
30	0,5%	0,3%	0,5%
50	-	0,3%	-
TOTAL	100%	100%	100%

QUANTO PRETENDEM GASTAR, EM MÉDIA, POR PRESENTE?

GASTO POR PRESENTE	2011	2012	2013	Feminino	Masculino	AB	C
Até R\$50	48,2%	43,9%	46,1%	52,0%	37,0%	39,2%	52,4%
De R\$50 a R\$100	33,3%	35,6%	30,8%	28,1%	34,9%	33,0%	28,8%
De R\$ 101 a R\$ 150	5,3%	9,6%	11,2%	10,4%	12,3%	13,1%	9,4%
De R\$ 151 a R\$ 200	3,1%	3,2%	5,2%	3,2%	8,2%	6,3%	4,2%
+ De R\$ 200	5,1%	7,0%	6,8%	6,3%	7,5%	8,5%	5,2%
Não opinou	5,1%	0,8%	-	100%	100%	100%	100%
TOTAL	100%	100%	100%	52,0%	37,0%	AB	C


PARA QUEM VÃO COMPRAR PRESENTE?

PARA QUEM ?	2011	2012	2013
Familiares	68,8%	-	67,0%
Filhos	46,3%	63,0%	55,0%
Marido/Esposa/Companheiro(a)	37,8%	43,4%	33,8%
Sobrinhos/Afilhados	36,0%	14,5%	28,6%
Netos	7,3%	13,3%	10,9%
Colegas/Amigo Secreto	24,0%	6,8%	10,4%
Para a própria pessoa (eu mesmo)	-	-	9,3%
Namorado(a)	15,3%	12,0%	9,0%
Amigos	15,8%	-	6,0%
Não sabe	2,8%	0,8%	0,3%




QUANDO PRETENDEM COMPRAR OS PRESENTES DE NATAL?


QUANDO ?	2011	2012	2013
Até o final de outubro	1,8%	1,1%	1,9%
Até o final de novembro	11,3%	10,2%	17,2%
Na primeira quinzena de dezembro	53,8%	48,1%	44,4%
No último fim de semana antes do Natal	10,0%	11,2%	6,8%
Na semana do Natal	12,8%	16,8%	13,4%
Nos dois últimos dias antes do Natal	3,3%	7,2%	12,3%
No dia 24/12	1,0%	3,2%	1,6%
Compro os presentes após o Natal / espero as promoções	2,3%	1,3%	0,8%
Não opinou	4,0%	0,8%	1,6%
TOTAL	100%	100%	100%




62,4% das Mulheres e 60,3% dos Homens pretendem realizar as compras de Natal entre a última semana de Novembro e a primeira quinzena de Dezembro.



Em torno de 27%, tanto de homens quanto de mulheres, farão as compras a partir da última semana, até a véspera do Natal.



Independente da classe social, os respondentes indicam uma intenção de compra antecipada dos presentes, até a 1^o quinzena de Dezembro.



Aqueles que dizem não ter uma programação antecipada, porém, admitem que deixarão as compras para a última semana antes do Natal, mostrando que a mesma será movimentada.

O QUE PRETENDEM COMPRAR?



68,9%
roupas



47,1%
brinquedos

PRETENDE PRESENTEAR	2012	2013	Feminino	Masculino
Roupas	62,6%	68,9%	74,7%	60,3%
Brinquedos	35,3%	47,1%	46,2%	48,6%
Eletrônicos	12,6%	19,9%	14,9%	27,5%
Calçados	25,4%	19,4%	19,5%	19,2%
Perfumaria	21,4%	17,2%	15,8%	19,2%
Bijuterias	8,0%	12,0%	14,5%	8,2%
Livros	8,0%	5,2%	6,3%	3,4%
Acessórios	10,7%	3,8%	5,4%	1,4%
Eletrodomésticos	2,4%	3,0%	3,6%	2,1%
Objetos de casa e decoração	10,2%	3,0%	3,2%	2,7%
Jóias	2,7%	2,2%	0,5%	4,8%
Não sabe / Não opinou	7,5%	2,2%	2,3%	2,1%
Outros	4,3%	9,0%	8,6%	9,6%

O QUE GOSTARIAM DE GANHAR?



28,8%
eletrônicos



27,8%
roupas

GOSTARIA DE GANHAR	2012	2013	Feminino	Masculino
Eletrônicos	21,2%	28,8%	29,2%	28,2%
Roupas	26,2%	27,8%	20,6%	37,7%
Perfumaria	12,0%	14,8%	18,0%	10,2%
Calçados	13,6%	11,3%	10,7%	12,0%
Carro	4,3%	5,8%	5,6%	6,0%
Eletrodomésticos	4,8%	5,3%	8,2%	1,2%
Livros	7,5%	4,8%	4,7%	4,8%
Jóias	4,3%	4,0%	6,0%	1,2%
Acessórios	5,6%	3,8%	3,9%	3,6%
Objetos de casa e decoração	1,9%	3,3%	4,7%	1,2%
Móveis	2,1%	2,8%	4,7%	0,0%
Bijuterias	1,3%	2,0%	3,4%	0,0%
Não sabe / Não opinou	4,8%	2,0%	0,9%	3,6%
Artigos esportivos	1,6%	1,8%	0,4%	3,6%
Viagem	1,3%	1,8%	1,7%	1,8%
Outros	8,6%	9,5%	9,4%	10,2%

O QUE FARIA ANTECIPAR AS COMPRAS DE NATAL?



O QUE FARIA ANTECIPAR	2011	2012	2013	SEXO		CLASSE		IDADE			
				Feminino	Masculino	AB	C	18 a 24	25 a 40	41 a 50	+ de 50
Ter promoções de preço	49,8%	53,5%	52,6%	52,9%	52,1%	53,4%	51,8%	51,5%	50,6%	50,9%	59,7%
Ter descontos à vista	47,7%	46,3%	48,0%	45,7%	51,4%	46,6%	49,2%	54,6%	53,4%	43,4%	31,9%
Não anteciparia	9,6%	10,4%	9,5%	10,4%	8,2%	9,1%	10,0%	6,1%	9,7%	7,6%	13,9%
Ter dinheiro	-	1,9%	4,4%	6,3%	1,4%	4,0%	4,7%	3,0%	4,6%	5,7%	4,2%
Vou antecipar independente de qualquer coisa	5,3%	0,8%	4,1%	3,6%	4,8%	5,1%	3,1%	1,5%	4,6%	3,8%	5,6%
Poder pagar em mais parcelas	11,4%	5,6%	3,8%	4,1%	3,4%	2,3%	5,2%	4,6%	3,4%	7,6%	1,4%
Concorrer a prêmios	9,1%	3,5%	3,5%	4,1%	2,7%	4,0%	3,1%	0,0%	4,6%	1,9%	5,6%
Não sabe / Não opinou	1,8%	0,8%	1,6%	1,4%	2,1%	1,1%	2,1%	0,0%	1,1%	1,9%	4,2%
Evitar tumulto	-	4,0%	1,1%	1,4%	0,7%	1,1%	1,1%	0,0%	1,1%	1,9%	1,4%
Ter disponibilidade no estoque	-	-	0,3%	0,0%	0,7%	0,6%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Comprar produtos exclusivos	-	-	0,3%	0,0%	0,7%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%

COMO COSTUMAM PAGAR AS COMPRAS DE NATAL?



Parcelas à prazo

QUANTAS PARCELAS?	FREQ.
2x	9,6%
3x	40,0%
4x	12,0%
5x	19,2%
6x	13,6%
+ de 6x	5,6%
TOTAL	100%

COMO COSTUMAM PAGAR AS COMPRAS DE NATAL	2011	2012	2013	Feminino	Masculino	AB	C
À vista	58,4%	78,9%	81,7%	80,1%	84,3%	81,8%	81,7%
A prazo	44,4%	35,8%	34,1%	37,6%	28,8%	38,1%	30,4%
Não opinou	0,8%	0,8%	-	Feminino	Masculino	AB	C

Enquanto as classes AB pretendem realizar mais compras em lojas de Shopping do que na rua, a classe C fará o contrário.

ONDE VÃO COMPRAR	2011	2012	2013	CLASSE		SEXO	
				AB	C	Feminino	Masculino
Loja de Rua	43,9%	60,7%	68,7%	55,7%	80,6%	71,5%	64,4%
Loja em Shopping	45,7%	52,7%	49,3%	67,1%	33,0%	47,5%	52,1%
Por meios virtuais (sites, lojas virtuais, facebook, pelo celular)	3,8%	4,3%	10,9%	18,1%	4,1%	10,5%	11,7%
Comércio Informal	2,5%	3,7%	8,7%	6,3%	11,0%	10,4%	6,2%
Não sabe/Não decidiu	8,4%	6,1%	1,6%	1,1%	2,1%	1,8%	1,4%

A INFLUÊNCIA DA INTERNET NAS COMPRAS DE NATAL



21,3% dos entrevistados dizem ter o costume de pesquisar e comprar produtos pela internet.



Os respondentes de classe A são os que mais utilizam a internet para fins relacionados a compra, seja para pesquisa ou para a compra efetiva.



Enquanto homens e mulheres pesquisam produtos, marcas e preços, os homens são aqueles que mais efetivam suas compras pelas internet.

PESQUISA / COMPRA NA INTERNET	CLASSE SOCIAL			SEXO		IDADE				TOTAL
	A	B	C	Feminino	Masculino	18 a 24	25 a 40	41 a 50	+ de 50	
Não utilizo a Internet para fazer compras nem pesquisar produtos	16,7%	38,1%	66,7%	52,8%	49,7%	36,0%	45,0%	64,4%	72,7%	51,5%
Pesquisei produtos, marcas e preços, para depois comprar em lojas físicas	63,3%	43,1%	25,2%	35,2%	35,3%	44,0%	41,3%	27,1%	18,2%	35,3%
Pesquisei e comprei pela internet	36,7%	28,8%	13,3%	18,9%	24,6%	26,7%	25,9%	10,2%	13,0%	21,3%
Pesquisei opiniões/o que estão falando sobre os produtos, para depois comprar em loja física	43,3%	14,4%	2,4%	9,0%	12,0%	17,3%	10,6%	10,2%	2,6%	10,3%

PERFIL DE QUEM PESQUISA E COMPRA PELA INTERNET



- 💡 52% são do sexo feminino.
- 💡 13% são da classe A, 54% são da classe B e 33% são da classe C.
- 💡 58% tem entre 25 e 40 anos.
- 💡 52% são casado(a)/com companheiro(a).
- 💡 53% tem filhos.
- 💡 86% trabalham.
- 💡 46% consideram que sua renda mensal aumentou em comparação ao ano passado.
- 💡 87% pretendem comprar presente.
- 💡 Em média, os entrevistados vão dar 6 presentes e pretendem gastar R\$674,00 com todas as compras.
- 💡 42% pretendem comprar os presentes de Natal através da internet, seja em sites, Facebook ou celular.

O QUE COSTUMA COMPRAR PELA INTERNET?

PRODUTOS	SEXO		CLASSE SOCIAL		TOTAL
	Feminino	Masculino	AB	C	
Elerodomésticos e Eletrônicos	36,4%	48,8%	44,4%	37,1%	41,8%
Não costumo fazer comprar pela internet	40,0%	28,6%	30,7%	42,9%	35,1%
Roupas, calçados e itens de vestuário	24,6%	36,9%	32,3%	25,7%	29,9%
Brinquedos e Jogos	12,7%	9,5%	12,1%	10,0%	11,3%
Compras compartilhadas (EX:Groupon e Peixe Urbano)	8,2%	9,5%	12,9%	1,4%	8,8%
Passagens aéreas	6,4%	9,5%	8,9%	5,7%	7,7%
Acessórios	7,3%	8,3%	8,9%	5,7%	7,7%
Móveis	7,3%	7,1%	8,9%	4,3%	7,2%
Perfumaria	4,6%	10,7%	9,7%	2,9%	7,2%
Livros	5,5%	7,1%	7,3%	4,3%	6,2%
Produtos de cama e mesa	2,7%	6,0%	4,8%	2,9%	4,1%
Artigos de decoração	4,6%	2,4%	4,8%	1,4%	3,6%
Acessórios de cozinha	2,7%	4,8%	4,8%	1,4%	3,6%
Celular	3,6%	1,2%	1,6%	4,3%	2,6%
Cd/Dvd	1,8%	2,4%	3,2%	0,0%	2,1%
Outros	0,9%	8,3%	6,4%	0,0%	4,1%

85,6%

UTILIZA APLICATIVOS
E/OU LOCALIZADORES
PARA TABLETS OU
SMARTPHONES PARA
FAZER COMPRAS?



3 ITENS MAIS IMPORTANTES NA HORA DE COMPRAR OS PRESENTES DE NATAL:

ITENS IMPORTANTES	1º ITEM	2º ITEM	3º ITEM	TOTAL
Promoções de preços/ condições de pagamento	50,5%	19,3%	15,0%	84,8%
Ganhar descontos/prêmios na compra	13,8%	37,3%	14,3%	65,3%
Rapidez no atendimento	18,5%	18,3%	27,5%	64,3%
Variedade de tipos e produtos	5,8%	10,0%	15,8%	31,5%
Fácil acesso à loja/estacionamento	5,5%	4,8%	8,0%	18,3%
Concorrer a prêmio	1,3%	1,5%	4,5%	7,3%
Possibilidade de entrega do produto em casa	0,3%	1,5%	4,5%	6,3%
Possibilidade de compra pela internet	0,5%	2,0%	2,0%	4,5%
Vitrines bonitas ou decoradas	0,8%	1,8%	2,0%	4,5%
Local para as crianças	1,0%	0,8%	1,3%	3,0%
Ter kits de presentes prontos	0,5%	1,0%	0,5%	2,0%
Outros	1,8%	1,5%	3,8%	7,0%

