

# 2016 PESQUISA DE INTENÇÃO DE COMPRAS 2 PARA O NATAL



São Luís - MA



**SEBRAE**  
Serviço de Apoio às  
Micro e Pequenas Empresas  
Maranhão

**Fecomércio MA**  
Federação do Comércio de Bens, Serviços  
e Turismo do Estado do Maranhão





**Marcelino Ramos Araújo** - Presidente em exercício da Fecomércio-MA

O ano de 2016 começou sob forte impacto da crise econômica, sob as incertezas no cenário político federal, ameaça da inflação crescente e avanço dos níveis de desemprego da população. No entanto, após um longo processo de impeachment e a consolidação de um novo governo liderado pelo presidente Michel Temer, a economia começou a dar sinais de estabilização e retomada da confiança dos consumidores e empresários.

Nesse cenário, vai chegando ao final do ano com índices econômicos em recuperação gradual, mas constantes, principalmente no que se refere ao controle da inflação e ao nível de endividamento da população. O mercado de trabalho ainda vai demandar um pouco mais de tempo para se recuperar, o que deverá ser um desafio para o comércio que depende fortemente desse índice favorável para

estabilizar níveis positivos de consumo.

Diante dessas perspectivas, embora se tenha uma possível queda do consumo na comparação anual, o Natal vai ser um importante estímulo para o comércio recuperar receitas reprimidas ao longo do ano.

Desse modo, este é o momento do empresário alavancar suas vendas e utilizar esse consumo natalino como trampolim para o planejamento estratégico de 2017, que deverá iniciar com melhores perspectivas de investimentos tanto na esfera privada quanto no setor público.

Mas, para isso se concretizar, o Brasil necessita urgentemente resolver questões econômicas internas que passam pelo controle das contas públicas, replanejamento da questão da Previdência, contenção da inflação, além de reformas política e tributária, pontos fundamentais para recolocar o país no eixo do desenvolvimento sustentável e eficiente.



**João Batista** - Diretor Superintendente do Sebrae no Maranhão

Fim de ano, sempre nos remete ao Natal, a principal data do comércio. Este ano, além da ampliação das vendas, os comerciantes maranhenses terão algo mais a comemorar. Isso porque o cenário para as micro e pequenas empresas (MPE) no Brasil está se tornando mais amigável.

A aprovação e sanção da Lei Complementar nº 155 de 2016, cujo conjunto ficou nacionalmente conhecido como "Crescer Sem Medo" trouxe novidades que permitirão às empresas planejar o crescimento das empresas sem temer o tombo tributário que acontecia em outros anos.

A aprovação deste conjunto de leis é fundamental para garantir melhores condições para as MPEs e os Microempreendedores Individuais (MEIs) poderem sobreviver no nosso mercado, ainda mais agora que o país está conseguindo demonstrar que pode superar a crise que vivemos desde 2014.

Foram 10 pontos da legislação anterior que foram modificados e que impactaram, de uma

forma ou de outra, 98% das empresas brasileiras. No Maranhão, cerca de 134 mil MPEs e MEIs existentes foram beneficiados, em especial as quase 8,5 mil empresas que tem dívidas fiscais com o governo federal e estão ameaçadas de serem desligadas do Simples por deverem, juntos, R\$ 192 milhões.

Duas das 10 medidas estão valendo já com a sanção presidencial: a regulamentação da figura do investidor anjo, que deixa de ter responsabilidade operacional e passa a ter apenas responsabilidade financeira e a possibilidade de renegociar dívidas com o prazo para pagamento alongado para até 120 meses.

Enfim, foram mudanças importantes para garantir um ambiente saudável e sustentável para as MPEs, mesmo diante de um cenário adverso que vivemos desde 2014, e incentivar os empresários e potenciais empresários a continuar pensando no Brasil como um país produtivo e incentivador da iniciativa privada como geradora de riqueza e de empregos e distribuidora de renda pelo trabalho.



## ANÁLISE DA PESQUISA DE INTENÇÃO DE CONSUMO PARA O NATAL 2016 EM SÃO LUÍS

O levantamento de intenção de consumo para o Natal 2016 em São Luís-MA, realizado pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio-MA) em parceria com o Sebrae Maranhão, indica que 72,7% dos consumidores pretendem comprar algum produto para presentear em função da data, enquanto 20,8% não irão comprar produto e 6,5% não sabe ou não respondeu. Na comparação com o mesmo período do ano passado os dados indicam para uma inflexão nos resultados, apresentando redução de -8,09% nas intenções de compras.

De um modo geral, o número expressivo de consumidores que pretendem ir às compras este ano, representado por sete em cada dez pessoas entrevistadas, destaca-se em um momento econômico em que a inflação indica sinais tênues de estabilização face o controle pelo Governo Federal dos preços administrados, assim como a entrada do 13º salário na economia contribuindo para um significativo aumento da circulação de dinheiro no setor varejista e o perfil de endividamento do consumidor que se encontra elevado, porém com margem disponível dentro da sua realidade orçamentária para compras neste fim de ano. Alia-se a esse quadro econômico, a elevada

confiança do empresário atingindo um patamar inédito nestes últimos dois anos, caracterizando um panorama mais positivo para o Natal em São Luís.

A pesquisa entrevistou 700 pessoas na capital maranhense entre homens e mulheres com mais de 18 anos nos principais pontos de circulação de consumidores na cidade. A margem de erro da amostra é de 3,7% e o nível de confiança da pesquisa é de 95%.

### Produtos

De acordo com a pesquisa desenvolvida pela Fecomércio em parceria com o Sebrae, 18,8% dos entrevistados demonstraram interesse em comprar apenas um produto, 29,4% afirmaram que devem comprar até dois produtos, 22,7% comprar três produtos, 9,2% comprar quatro produtos e 19,8% comprar cinco ou mais produtos. Comparando-se com o ano de 2015, observam-se as reduções de -54,6% na intenção de comprar até um produto e de -8,13% entre aqueles com desejo de consumir até dois produtos. Por outro lado, houve aumentos de +46,4% na intenção de consumir até três produtos, +95,7% para quem deseja comprar quatro produtos e de +209,4% para aqueles que afirmam que irão consumir cinco ou mais produtos.

A lista de produtos mais citados pelos consumidores para o Natal deste ano em São Luís é encabeçada por itens de vestuário com 60,7% de intenção de consumo e brinquedos com 31,6%. Os dois tipos de produtos que lideram a preferência do consumidor registraram, respectivamente, reduções de -1,94% e -8,14% nas intenções de compra em relação ao ano passado.

Também aparecem nas escolhas dos consumidores neste ano os itens calçados/cintos/bolsas com 22,2%, perfumaria e cosméticos com 8,2%, livros com 3,7%, artigos de cama, mesa e banho com 3,4%, joias e relógios com 3,3%, celular/smartphone com 1,3% e aparelho de som e imagem (televisão, aparelho de DVD) com 1,2%. Outros produtos que também foram citados, mas não alcançaram 1% da preferência dos consumidores neste ano, foram viagem (0,7%), artigos esportivos (0,7%), chocolates/bombons (0,7%), cesta natalina (0,7%), videogame (0,5%), eletrodomésticos como fogão/geladeira/micro-ondas (0,5%), bebidas como vinho/champanhe/whisky (0,4%), bicicleta (0,3%), patins/patinetes/skate (0,2%), CD's/DVD's (0,1%), tablet (0,1%). Outros produtos não especificados somaram 6,1%.

### Irão comprar algum produto?



### Quantos presentes serão comprados?



Na comparação com a mesma data comemorativa do ano anterior, houveram reduções nas intenções de consumo de calçados/cintos/bolsas com -4,7%, perfumaria e cosméticos com -47,4%, joias e relógios com -48,4%, celular/smartphone com -69,8% e viagem com -36,4%. Já do ponto de vista positivo, avançaram as predisposições de consumo, principalmente, dos livros com crescimento de 105,6% de intenção de compras e artigos de cama, mesa e banho (+21,4%).

Observa-se que o segmento de vestuário segue sendo o preferido pelos consumidores, mas nota-se a queda de preferência na comparação ao ano anterior em inúmeros

outros artigos devido à necessidade do consumidor em optar por itens com valores menores, possibilitando ao consumidor um volume maior de compras para presentear um número maior de pessoas. Portanto, a oportunidade de investimento no setor varejista deve se concentrar na massificação de artigos de menor valor agregado, com a maior variedade possível, para elevar a receita nominal de vendas a partir de um volume maior de vendas de produtos.

### Comemoração e gastos

No que diz respeito às comemorações do Natal deste ano, 89,0% dos consumidores afirmaram que vão celebrar a data, enquanto 9,7% informaram que não comemorarão a data e 1,3% não sabe. Em comparação ao mesmo período do ano passado, houve uma redução de -1,3% entre os que desejam comemorar a data e a elevação de 5,4% entre aqueles que não desejam celebrar o Natal. Embora haja uma suave redução em relação ao ano anterior, este número continua extremamente expressivo e deve ser visto pelos lojistas como oportunidade para reforçar o caixa e a reserva financeira para um bom planejamento pós-período natalino, em que parte do lucro obtido garanta eventuais choques de demanda que por ventura possam ocorrer no início do ano de 2017, fazendo a renovação dos produtos ofertados e administrando com eficiência a oscilação dos volumes de estoques.

De acordo com a pesquisa, para os que pretendem comemorar, 64,1% devem comemorar a data em casa, enquanto 28,1% preferem comemorar na casa dos pais/parentes/amigos, 4,1% devem celebrar a data em igrejas, 2,0% pretendem viajar e 0,3% em restaurantes. Quando comparado com 2015, a intenção de ficar em casa no Natal aumentou 2,4%, enquanto a disposição em comemorar na casa dos pais/parentes/amigos reduziu -10,2%, igrejas obtiveram alta de 78,3%, viagens também avançaram 122,2% e restaurantes recuaram -78,6% na preferência como local de comemoração para a data.

Nesta análise, denota-se o maior esforço que os setores de serviço e entretenimento deverão empreender para obterem bons resultados neste fim de ano, pois o consumidor está reticente em efetuar gastos durante a comemoração, em parte devido ao estreitamento de sua renda disponível para o lazer com a consequente restrição do seu orçamento familiar e também pelo Natal ser tradicionalmente uma data comemorativa onde familiares se reúnem em suas residências, o que gera excelentes lucros às lojas decorativas e temáticas

### O que pretendem comprar?



### Irão comemorar a data?





## Quanto pretendem gastar?

Mais de R\$ 400	De R\$ 151 a R\$ 200	De R\$ 251 a R\$ 300
<b>31,9%</b>	<b>17,0%</b>	<b>14,5%</b>
De 51 a R\$ 100	De R\$ 101 a R\$ 150	Até R\$ 50
<b>13,5%</b>	<b>8,5%</b>	<b>6,6%</b>
De R\$ 201 a R\$ 250	De R\$ 351 a R\$ 400	De R\$ 301 a R\$ 350
<b>3,7%</b>	<b>3,2%</b>	<b>1,2%</b>



## Como pretendem pagar?



## Onde pretendem comemorar?



neste período. Diante das expectativas inflacionárias do consumidor apresentarem leve alta, é importante ressaltar que sua decisão de gastar na comemoração se dará mediante pesquisa de preços e busca por melhores descontos na hora da compra.

Entre os consumidores que irão às compras e/ou irão comemorar a data, a faixa de valores mais citada para os gastos nesse período ficou situada em mais de 400 reais, indicada por 31,9% dos entrevistados, seguida pela faixa de 151 a 200 reais apontada por 17,0% e pela faixa de 251 a 300 reais com 14,5%. Outros valores que também foram citados pelos consumidores foram de 51 até 100 reais (13,5%), de 101 a 150 reais (8,5%), de até 50 reais (6,6%), de 201 a 250 reais (3,7%), de 351 a 400 reais (3,2%) e de 301 a 350 reais (1,2%).

A média do valor do presente pretendido pelo consumidor este ano foi calculado em 125 reais, enquanto a média do valor total da compra, considerando os gastos com a comemoração e aqueles que irão comprar mais de um produto para presentear, foi calculado em 327 reais. Esses valores médios do presente e da compra, quando comparado ao ano passado, registraram reduções percentuais de -8,8% e de -8,1%, respectivamente, indicando uma tendência de queda relativa no consumo.

As mulheres aparecem com mais predisposição aos gastos gerais do que os homens, sendo que para elas o valor médio do presente é de 125 reais e o valor médio das compras é de 347 reais, enquanto para eles o valor médio do presente é de 129 reais e o valor médio das compras é de 313 reais, ou seja, apesar da média do

valor individual do presente para as mulheres ser inferior ao valor médio pretendido pelos homens, quando analisado o valor geral das compras, incluindo os gastos com a comemoração, as mulheres demonstram maior interesse em gastar com a data. Quanto à faixa etária, considerando-se o valor médio da compra e do presente, respectivamente, entre os mais jovens com até 20 anos é de 277 reais e 117 reais, passando a 333 reais e 128 reais entre aqueles com 21 a 35 anos e chegando a 346 reais e 127 reais entre aqueles com mais de 36 anos, o que demonstra que quanto maior a idade do consumidor, mais elevada a intenção de gastar no período.

Destaca-se nesta análise a importante contribuição para o desempenho do comércio neste Natal dada pela entrada do 13º salário na economia, onde se estima que até dezembro sejam injetados R\$ 196,7 bilhões na economia brasileira. Este montante representa aproximadamente 3% do PIB do país e será pago aos trabalhadores do mercado formal, empregados domésticos, beneficiários da previdência social, aposentados de pensão da união, estados e municípios. Aproximadamente 84 milhões de brasileiros serão beneficiados com um rendimento adicional, em média, de R\$ 2.192,00. Esta injeção de recursos favorece o aumento da circulação de dinheiro na economia e possibilita o aumento de investimento na atividade varejista por aquele empresário que deseja ampliar sua fatia de mercado, aumentar seus lucros e repor perdas oriundas do processo recessivo pelo qual passou a economia brasileira nestes últimos dois anos.

#### Pagamentos e onde comprar

A forma de pagamento preferida pelos consumidores para o Natal deste ano continua sendo a modalidade de pagamento à vista com dinheiro, que registrou 53,2% da indicação entre os entrevistados, tendo 38,8% optado

pelo uso do cartão de crédito, 19,7% opta pelo uso do cartão de débito e 0,9% optado pelo uso de carnês/credenciário em lojas como modalidade de pagamento. Em relação ao ano passado, a preferência pelo pagamento à vista com dinheiro aumentou 22,6% e pelo cartão de débito avançou 2,1%, enquanto a tendência pelo uso do cartão de crédito reduziu -23,0%.

A modalidade de pagamento à vista com dinheiro é a principal opção em todas as faixas etárias, com percentuais que variam de 56,0% para quem possui até 20 anos a 58,5% para quem possui de 21 a 35 anos e de 49,2% para quem possui mais de 36 anos. Nesta análise, identifica-se uma boa oportunidade para os lojistas em captarem maiores recursos de entrada em seu caixa por vendas realizadas à vista com dinheiro durante as vendas do fim de ano, muito em face da percepção do cliente com relação aos juros praticados na modalidade do cartão de crédito que tradicionalmente se destaca como preferência em datas festivas do comércio.

Quanto aos locais em que os consumidores pretendem comprar os presentes para o Natal, 44,5% apontam a preferência pelas lojas dos Shopping Centers, seguida pelas lojas do Centro Comercial com 40,1%, lojas de rua, bairro e galerias com 15,5%, supermercados/hipermercados com 7,0%, internet com 1,5%, catálogo com 0,8%, lojas de departamentos com 0,4% e comércio informal no Centro/camelôs com 0,3% da preferência do consumidor.

Em relação ao ano passado, as lojas dos Shoppings experimentaram uma retração de -25,1% nas intenções de compras, enquanto as lojas do Centro Comercial apresentaram uma elevação de +35,5% nas indicações dos ludovicenses, assim como as lojas de rua, bairro e galerias que também avançaram +27,5% na preferência dos consumidores para o Natal deste ano. Entre os fatores

#### Onde pretendem comprar?





## Dia preferido para ir as compras



que influenciam nessa decisão está a percepção do consumidor com relação aos preços praticados nesses diferentes locais, uma vez que o poder de compra da população ainda se encontra deteriorado pela inflação, pelo encolhimento do mercado de trabalho e pelo endividamento corrente.

### Dias e motivações

Em relação ao dia em que os consumidores pretendem ir às compras, dos entrevistados de São Luís, 44,9% disseram não ter dia certo para fazer as compras, 33,1% revelaram o sábado como dia preferencial e 9,3% a quarta-feira. Também são citados a sexta-feira com 3,5%, o domingo com 2,6%, a quinta-feira com 2,3%, a terça-feira com 2,2% e a segunda-feira com 2,0% como dia preferencial para compras. O estudo também apontou quais os motivos que levam aos consumidores a entrarem nas lojas e efetuarem as compras. Para 51,9% dos entrevistados, as promoções são o fator primordial no momento das compras, já 29,9% apontam para os preços como o fator que mais influencia nessa hora. Outros motivos que também formaram a lista de motivações dos consumidores foram as vitrines (21,8%), qualidade dos produtos (17,3%), variedades (12,1%) e a recepção dos vendedores (6,3%). Porém, 11,4% dos entrevistados afirmaram que escolhem as lojas antes de sair de casa e 2,5% indicaram outros motivos que definem sua escolha por determinada loja.

Diante de tudo isso, para que o desempenho das vendas do comércio superem os dados indicados nesta pesquisa, ainda é necessária uma melhora no comportamento dos vetores macroeconômicos como custo de crédito, preços e emprego. Indicadores como o ICEC, que mede a confiança do empresário do comércio, sugerem o atual momento como mais favorável ao aumento do investimento por parte dos empresários, mas em função de um ano em que as receitas nominais de vendas no comércio foram inferiores às expectativas, conforme o indicador PMC do IBGE que apresentou

a receita nominal de vendas do comércio varejista ampliado em -4,4% no acumulado do ano, o empresário do comércio deverá adotar o mês de novembro como um termômetro de vendas, que confirme seu atual nível de otimismo e que o estimule a aportar novos investimentos no setor varejista, ampliando a capacidade de atendimento aos seus clientes mediante maior contratação de funcionários efetivos e temporários, o que contribuirá para fortalecer o mercado consumidor, gerando bons negócios e boas receitas de vendas.

## Quais os motivos para comprar?



Outros dados da pesquisa de intenção de consumo para o Natal 2016 em São Luís podem ser encontrados no site da Federação do Comércio: [www.fecomercio-ma.com.br](http://www.fecomercio-ma.com.br)

# O empreendedor ampliando sua **visão** sobre o mercado **maranhense**.

[observatorio.sebraema.com.br](http://observatorio.sebraema.com.br)



## EXPEDIENTE

### FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DO MARANHÃO

#### PRESIDENTE

José Arteiro da Silva

#### VICE-PRESIDENTES

Wilson Estácio Maia; Marcelino Ramos Araújo; Antonio de Sousa Freitas

#### DIRETORES

Maurício Aragão Feijó; Ivanilde Sampaio da Silva; Djalma Souza Chaves; José William Câmara Ribeiro; Manoel Antonio Souza Barbosa; Antonio Iris de Oliveira; José Ivan Ferreira; Reginaldo Pacheco de Sousa; Luís Joaquim Braga Sobrinho; João de Lima Filho; Paulo Henrique da Silva.

#### SUPLENTES DA DIRETORIA

Maria Cinalete Cortes Brito; Antonio Luiz Monteiro Malta Filho; Raimundo Edson Rodrigues de Sousa; Francisco Eraldo Rodrigues de Moura; José dos Santos; João Borges Lira; Euclides Antonio Viêra; Antonio José Teixeira Luz; José Ribamar Ewerton Souza; Ecio Gaston de Araújo; Sebastião Cândido Soares.

#### CONSELHO FISCAL

Emanuel Caracas Dos Santos; José Pereira de Santana;IVALDO MIRANDA Campos; Nagib Câmara Ribeiro; Raimunda Holanda da Silva; Flordilix Almeida de Amorim.

#### SUPERINTENDENTE FECOMÉRCIO

João Torres de Melo Sabola Neto

#### ASSESSOR DA PRESIDÊNCIA

José Ahirton Batista Lopes

#### ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Max de Medeiros  
Jovanna Abreu

#### EQUIPE TÉCNICA

Eduardo Campos – Economista  
Francisco Estevam Martins de Oliveira – Estatístico

#### CAPA E DIAGRAMAÇÃO

Cleiton Costa

#### CONTATO

Avenida dos Holandeses, s/n - Quadra 04 - Jardim Renascença II  
Edifício Francisco Guimarães e Souza - São Luís-MA  
Cep: 65075-650 | (98) 3194 2400 | [www.fecomercio-ma.com.br](http://www.fecomercio-ma.com.br)  
[ascom@fecomercio-ma.com.br](mailto:ascom@fecomercio-ma.com.br) | [presidencia@fecomercio-ma.com.br](mailto:presidencia@fecomercio-ma.com.br)