

# 2016 PESQUISA DE INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O NATAL



Caxias - MA







## Visão estratégica para crescer

Marcelino Ramos Araújo

PRESIDENTE EM EXERCÍCIO DA Fecomércio/MA

O ano de 2016 representou um momento de grandes desafios a serem enfrentados pelo empresariado maranhense. O cenário foi caracterizado, principalmente, pelas tentativas de adequação dos gastos dos estabelecimentos comerciais em um momento de queda nas receitas nominais de vendas no setor varejista, influenciado pela redução na demanda por consumo de bens duráveis e não duráveis. Por sua vez, esse momento de retração das vendas resultou no enfraquecimento do mercado de trabalho e a consequente redução do poder de compra dos salários.

Porém, apesar de todas as dificuldades proporcionadas pela economia em 2016, os empresários do comércio maranhense chegam até este momento, próximo à data mais importante para o varejo, recuperando gradativamente os níveis de otimismo e confiança no desempenho da atividade comercial graças à capacidade de gestão e estratégia empresarial de cada empreendedor.

A estratégia empresarial é a característica responsável pela efetivação de um bom planejamento comercial, a partir da concepção, avaliação e mensuração dos objetivos do empresário do setor varejista em sua intenção de atrair consumidores para o seu empreendimento, manter e elevar as receitas obtidas com um volume crescente de mercadorias negociadas, reduzir custos, otimizar processos produtivos, capacitar mão de obra com qualidades e aptidões inerentes à sua função, mantendo uma equipe de vendedores treinada e motivada, entre outras ações estratégicas que visem o desenvolvimento do negócio.

Essa necessidade de se ter uma visão ampla e profunda sobre a estratégia empresarial torna-se fundamental neste período de instabilidade econômica, uma vez que é justamente este o momento ideal para o empresário do setor do comércio dimensionar seus objetivos para o próximo ano, avaliando como pretende atingir novos mercados consumidores, como almeja ampliar os investimentos, localizar em qual área do empreendimento os investimentos lhe trariam maior retorno financeiro, e também, como parte indispensável para uma eficiente estratégia, analisar as atuais reservas financeiras.

A necessidade de se operar no setor varejista com uma reserva financeira disponível é devido às inesperadas oscilações de demanda por consumo que eventualmente possam ocorrer durante o ano de 2017. Essa reserva de recursos constitui-se a partir da extração de parte das receitas líquidas com vistas a formar um fundo que financie o desejo

empresarial por novos investimentos em médio prazo, quando, em face de juros altos no mercado, o empréstimo se torna uma opção cara.

Dessa forma, com essa visão estratégica sobre a loja, acreditamos em uma data natalina com bons lucros e bons negócios para o empresário do comércio. Além disso, prevemos que esta é uma excelente oportunidade para o empresário zerar antigos estoques com promoções e ofertas que atraiam o interesse dos consumidores, ampliando a capacidade de atendimento neste período com o intuito de alavancar as receitas nominais de vendas, consolidando os alicerces para uma transição tranquila de ano e, assim, transformando 2017 em mais uma excelente oportunidade de negócios.

*“A estratégia empresarial é a característica responsável pela efetivação de um bom planejamento comercial”*



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

A pesquisa de intenção de consumo para o Natal 2016 em Caxias-MA, realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio-MA), revela que 88,5% dos consumidores pretendem comprar algum produto para presentear em função da data, enquanto 8,5% não irão comprar produtos e 3,0% não sabe ou não respondeu. Na comparação com o mesmo período do ano passado, os dados indicam para uma expressiva evolução do consumo, apresentando alta de 17,2% nas intenções de compras, assim como a redução de -46,9% dos consumidores que afirmam que não irão às compras no período.

A pesquisa entrevistou 600 pessoas no município de Caxias, 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%.

Os dados são muito animadores para os lojistas, pois indicam a intenção positiva de consumo em um período muito importante para o setor varejista em que se dá a principal data festiva para o comércio e em um período onde começam a serem traçados os planejamentos e estratégias para o próximo ano. A pesquisa demonstra que esse potencial mercado consumidor estará mais disposto a realizar gastos, permitindo ampliação da rotatividade dos produtos ofertados diante do importante choque sazonal que representa a data comemorativa para o comércio.

A partir disso, configuram-se as condições ideais que vão permitir a inserção da inovação no comércio, mediante alterações no mix de vendas baseado em um aperfeiçoamento do conhecimento do consumidor local e seu perfil de endividamento, buscando produtos de maior giro em função de menor margem, mas que garantem a manutenção das receitas devido à expansão do volume de vendas.

### Produtos

De acordo com a pesquisa, 40,6% dos entrevistados demonstraram interesse em comprar até um produto, enquanto 24,4% afirmaram que devem comprar dois produtos, 15,2% demonstraram disposição de comprar até três produtos, 8,5% em comprar quatro produtos e 11,3% em comprar cinco ou mais produtos. Comparando-se estes dados com o ano de 2015, observa-se um aumento de 57,36% entre aqueles com desejo de consumir apenas um produto, em contraste com as reduções de -8,3% para os consumidores com intenção de consumir até dois produtos, de -1,94% para aqueles que desejam comprar até três produtos e de -24,78% para quem deseja comprar até quatro produtos.

Apesar disso, a estabilização do poder de compra dos salários condicionado pelo controle da inflação perseguida pela política monetária federal vem contribuindo para a melhora da eficiência do setor varejista, demonstrado nos indicadores mensais de

### Irão comprar algum produto?



### Quantos presentes serão comprados?



receita de vendas do varejo neste ano.

Quanta à lista de produtos preferidos pelos consumidores para o Natal de 2016, destacam-se os itens do vestuário com 59,9% da preferência e brinquedos com 38,3%. Estes dois tipos de produtos que lideram as escolhas dos caxienses registraram, respectivamente, reduções de -12,7% e -24,3% nas intenções de compra em relação ao ano passado. Outros produtos que também aparecem

nas escolhas dos consumidores neste ano foram os artigos de calçados/cintos/bolsas com 13,4%, celular/smartphone com 6,0%, bicicleta com 3,1%, aparelho de som e imagem (televisão, aparelho de DVD) com 3,0%, perfumaria e cosméticos com 2,7% e artigos de cama, mesa e banho com 2,3%. Além desses, também pontuaram na pesquisa deste ano os tablet's (1,8%), chocolates/bombons (1,6%), viagens (1,6%), cesta natalina (1,5%), joias e relógios (1,2%), computador ou notebook (1,0%), livros (0,8%), videogame (0,6%), artigos esportivos (0,6%), eletrodomésticos como fogão, geladeira ou micro-ondas (0,4%), patins, patinete ou skate (0,4%) e CD's ou DVD's (0,1%).

Na comparação com o mesmo período do ano passado, assim como em relação aos artigos de vestuário e brinquedos, também houveram reduções de -31,3% na intenção de presentear com calçados/cinto/bolsas e de -55,0% para itens de perfumaria e cosméticos. Por outro lado, registraram-se aumentos de 76,5% na preferência por celular/smartphone e de 158,3% para bicicletas. Embora tenha sido verificada uma redução na intenção de compra de vários produtos destacados na pesquisa, percebe-se que houve um remanejamento das preferências dentre os produtos com preços em promoção e que tenham maior atração neste momento.

Destaca-se como fator indutivo do consumo a inflação que está estabilizando-se conforme o indicador IPCA que em outubro apontou inflação mensal de 0,26% e de 5,78% no acumulado de janeiro a outubro de 2016. A inflação é um importante componente na formação dos preços e que neste período tendem a sofrer uma variação conforme o equilíbrio entre a demanda e a oferta na economia. Além disso, a maior procura por determinados tipos de produtos favorece ao aumento da produção desses itens e, conseqüentemente, induz a uma elevação de oferta de empregos na indústria e no comércio. Com isso, esses setores contribuem de forma tênue, mas firme, no cenário de médio prazo para a recuperação do mercado de trabalho, que é extremamente importante para a estabilização do consumo na economia.

## O que pretendem comprar?



## Irão comemorar a data?





## Quanto pretendem gastar?

De R\$ 51 a R\$ 100	De R\$ 151 a R\$ 200	Mais de R\$ 400
<b>26,4%</b>	<b>16,4%</b>	<b>14,3%</b>
De R\$ 101 a R\$ 150	Até R\$ 50	De R\$ 251 a R\$ 300
<b>13,2%</b>	<b>10,0%</b>	<b>9,5%</b>
De R\$ 351 a R\$ 400	De R\$ 201 a R\$ 250	De R\$ 301 a R\$ 350
<b>6,4%</b>	<b>3,8%</b>	<b>0,1%</b>



## Como pretendem pagar?

**À vista**  
com dinheiro



**Cartão**  
de crédito



**Crediário**  
/ carnê



**À vista**  
com cartão de débito



## Onde pretendem comemorar?



### Comemoração e gastos

No que diz respeito às comemorações para o Natal deste ano, 90% afirmaram que vão celebrar a data de alguma forma, enquanto 7,4% informaram que não comemorarão a data e 2,6% não sabe ou não respondeu. Em comparação ao mesmo período do ano passado, houve uma redução de -2,81% entre os que desejam comemorar a data e um aumento de 42,3% para quem não deseja comemorar a data.

Para os que pretendem comemorar, 45,3% devem celebrar a data em casa, enquanto 28,6% demonstraram interesse em comemorar na casa dos pais/parentes/ amigos, 16,6% em igrejas, 4,0% com viagens, 3,3% em restaurantes e 2,2% em outros lugares. Nos indicadores de inflação mais recentes, os preços do setor serviços têm se destacado, influenciando na decisão de gastos do consumidor e reforçando sua preferência por comemorar essa data festiva na própria residência, embora também tenha relevância o fato do Natal ser uma data familiar e tradicional, o que reforça a opção pelo tipo de comemoração apontado pela pesquisa.

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 entre 51

a 100 reais indicada por 26,4% dos entrevistados, seguida pela faixa de 151 até 200 reais com 16,4%. Outros valores que também foram citados pelos consumidores foram acima de 400 reais com 14,3%, de 101 a 150 reais com 13,2%, de até 50 reais com 10,0%, de 251 a 300 reais com 9,5%, de 351 a 400 reais com 6,4%, de 201 a 250 reais com 3,8% e de 301 a 350 reais com 0,1%.

A média do valor do presente pretendido pelo consumidor este ano foi calculado em 99 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 206 reais. Em comparação ao Natal de 2015, houve uma redução no valor médio da compra de -5,07%, porém houve um aumento no valor médio do presente de 12,5%. Destaca-se nesta análise, que apesar da redução do valor médio da compra, apresentou-se uma manutenção do desejo de comprar evidenciado no aumento da intenção de gasto do valor médio do presente, que aliado à redução do número de presentes pretendidos pelos consumidores este ano traduz a concentração dos gastos na aquisição de poucos produtos, mas com valores mais elevados do que no ano passado, trazendo a necessidade de novas estratégias para a abordagem dos clientes

pelo setor varejista, tendo em vista a pulverização do investimento em diversificação dos estoques com características mais atrativas para o mercado.

### 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 47,8% da indicação entre os entrevistados, já 40,3% optaram pelo uso do cartão de crédito, 14,3% pelo uso de carnês/crediário em lojas como modalidade preferencial de pagamentos e 5,4% optaram pelo uso do cartão de débito. Em relação ao Natal do ano passado, a preferência pelo pagamento à vista com dinheiro recuou -3,82%, assim como a tendência pelo uso do cartão de crédito reduziu -11,43%. Já o uso de crediários/carnês avançou 9,16% e o uso do cartão de débito aumentou em 12,5%.

Quanto aos locais em que os consumidores pretendem comprar os presentes para o Natal, 78,8% apontam a preferência pelas lojas no Centro/calçadão e adjacências, acompanhado pelos supermercados com 5,5%, pelas lojas de rua/bairro com 3,8%, comércio em Teresina com 3,4%, comércio informal com 1,9%, internet com 1,7% e catálogo/venda direta com 1,4% da preferência do consumidor.

### Onde pretendem comprar?





## Dia preferido para ir as compras



### Dias e motivações

Em relação ao dia em que os consumidores pretendem ir às compras, do total de entrevistados de Caxias, 38,6% disseram não ter dia certo para realizar as compras, 16,3% revelaram o sábado como dia preferencial e 13,5% a sexta-feira. Também são citados a quarta-feira com 11,3%, a segunda-feira com 9,0%, a quinta-feira com 7,0%, a terça-feira com 3,4% e o domingo com 0,9% como dia preferencial para as compras.

O estudo também apontou quais os motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas e efetuarem as compras. Para 37,6% dos entrevistados, as promoções são o fator primordial no momento da compra, já 25,8% apontam para os preços como o fator que mais influencia nessa hora. Outros motivos que também formaram a lista de motivações dos consumidores foram: a recepção dos vendedores com 22,7%, qualidade dos produtos com 17,3%, as vitrines com 11,1% e 9,9% indicaram a variedade como atrativo principal na escolha da loja. Porém, 10,5% dos entrevistados afirmaram que escolhem as lojas antes de sair de casa e 2,6% indicaram outros motivos que definem sua escolha por determinada loja.

Em um cenário de constantes mudanças e desafios, deve ser dada a devida atenção à estrutura logística que engloba compra e entrega de mercadorias, com prazos e preços mais favoráveis à manutenção das vantagens comparativas necessárias ao sucesso de um empreendimento comercial. Deve-se buscar a oportunidade de novos produtos que agreguem valor ao negócio e que oportunizem um maior retorno em receita de vendas para absorção dos custos com

fretes de mercadorias, despesas fixas, impostos e folha salarial, além de favorecer retornos estáveis que garantam a condição contínua de reinvestimento na atividade varejista. Portanto, o período das festividades de fim de ano é o momento ideal para a renovação dos produtos oferecidos ao cliente e a venda dos produtos mais antigos, destacando-se a importância das promoções que são apontadas na pesquisa como principal atrativo do cliente.

## Quais os motivos para comprar?



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



## EXPEDIENTE

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

#### PRESIDENTE

José Arteiro da Silva

#### VICE-PRESIDENTES

Vilson 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.

#### SUPERINTENDENTE FECOMÉRCIO

João Torres de Melo Saboia Neto

#### ASSESSOR JURÍDICO

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)

### SINDILOJAS CAXIAS/MA

#### PRESIDENTE

José Ivan Ferreira

#### DIRETORES

Antonio José Teixeira da Luz; Marildes Azevedo Bacelar; Manoel Maciel Cantanhede; Deuzefina Moraes de Oliveira; Ivonete Costa Vieira; Maria dos Remédios Evangelista de Sousa.

### CDL CAXIAS/MA

#### PRESIDENTE

Maria dos Remédios Evangelista de Sousa

#### DIRETORES

Narciso Amâncio Neto; Marildes Azevedo Bacelar; Silvana Fontes Pinheiro; Agostinho de Jesus Maciel e Silva Neto; Anacélia Pereira da Silva; Francisca Teresa Barros Coelho; Antonia Sousa Rios.