

Sumário Executivo

Resumo dos principais resultados da Pesquisa de Final de Ano 2012

- O número médio de presentes em 2012 será 5,3 unidades.
 - As mulheres comprarão, em média, 5,9 unidades e os homens 4,6 unidades.
 - Os consumidores da classe A comprarão 5,4 presentes, enquanto os da classe E, 4,2 presentes. Os consumidores da classe D devem adquirir 3,6 presentes, destacando-se como a classe que compra menos unidades. A classe B aparece como a que mais compra presentes com 7,5 unidades.
- Os tipos de presente mais frequentes serão vestuário (70,2%), brinquedos (47,7%) e calçados (24,3%).
- Dentre os locais de compra, os mais citados são as lojas do centro das cidades (80,6%).
- O gasto médio, por pessoa, no Natal 2012, deverá ser de R\$ 482,13.
 - Os homens deverão apresentar um gasto médio de R\$ 542,76, enquanto as mulheres gastarão R\$ 432,23.
 - Quanto às classes sociais, os gastos médios refletem a renda média de cada classe. Dessa forma, enquanto o gasto médio da classe A deverá ser de R\$ 863,48, a classe E gastará, em média, R\$ 212,81. A classe C gastará, em média R\$ 448,50.
- O presente unitário custará, em média, R\$ 88,24.
 - Os homens devem adquirir presentes com custo médio de R\$ 117,89, enquanto as mulheres pretendem gastar R\$ 73,68 em cada item.
 - Entre as classes sociais, o item médio da classe A deverá custar R\$ 169,86. O presente médio da classe C será de R\$ 81,58 e o da classe E será R\$ 51,59.
- Na percepção dos consumidores gaúchos, seus gastos no Natal de 2012 devem ser praticamente iguais aos do Natal de 2011.

- Quanto às formas de pagamento, 57,6% pretendem realizar compras à vista.
 - Dentre os que pretendem parcelar, 46,5% pretendem pagar em 4 a 6 parcelas.
- Dentre aqueles que recebem 13º salário (62,2%), os principais destinos dessa remuneração são a compra de presentes (53,2%), pagamento de contas do mês (50,0%) e poupança (37,5%). Apesar de ser a mais frequente, a opção de comprar presentes não é a prioridade entre os entrevistados.

Pesquisa de Final de Ano – 2012

O presente relatório tem como objetivo apresentar os principais resultados da Pesquisa de Final de Ano 2012, diagnosticando a intenção de compra para o Natal. O público-alvo foram consumidores com interesse em realizar compras de Natal, entrevistados no período de 16 a 19 de outubro de 2012. A técnica utilizada foi a entrevista probabilística estratificada, em pontos de fluxo. Foram realizadas **347 entrevistas**, na principal cidade de cada Macrorregião do Estado: Santa Maria, Porto Alegre, Caxias do Sul, Ijuí e Pelotas. A margem de erro da pesquisa é de 5,2%.

Tabela 1- Amostra estipulada por Município pesquisado

	Número de Pessoas Entrevistadas	Percentual
Caxias do Sul	57	16%
Ijuí	38	11%
Pelotas	45	13%
Porto Alegre	160	46%
Santa Maria	47	14%
Total	347	100%

Fonte (população): IBGE

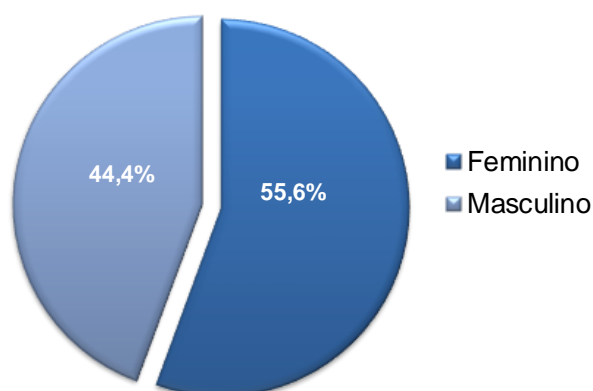
Caracterização da Amostra

A maior parte dos indivíduos entrevistados é do gênero feminino, representando 55,6% do total. A parcela masculina foi de 44,4% (Gráfico 1).

Acerca das faixas etárias contempladas na pesquisa, a parcela mais significativa, representando 29,4% da amostra, é a de pessoas acima dos 50 anos de idade. Em seguida, a segunda maior parcela é representada por indivíduos entre 26 e 30 anos. A faixa etária com o menor número de entrevistados (8,4% do total) é a dos que têm entre 41 e 45 anos. Os dados são apresentados no Gráfico 2.

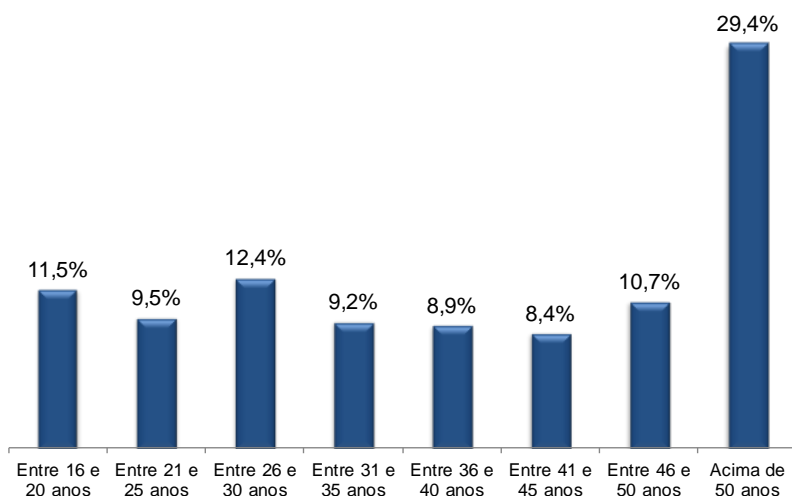
Quanto à relação entre gênero e idade, vale salientar que o gênero feminino teve maior participação em praticamente todas as faixas etárias, dando destaque para a faixa entre 21 e 25 anos de idade, na qual as mulheres somaram 72,7% . O gênero masculino, por sua vez, teve participação superior na faixa entre 36 e 40 anos (61,3%) e 46 e 50 anos (51,4%).

Gráfico 1 – Distribuição conforme Gênero



Fonte: IFEP
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

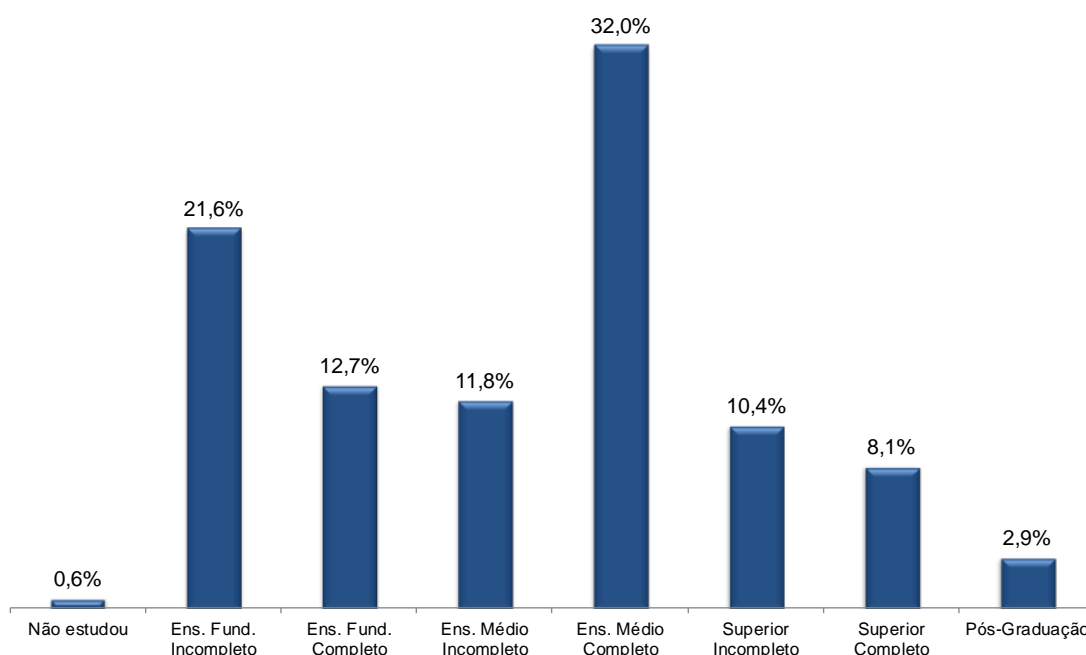
Gráfico 2 – Distribuição conforme Faixa Etária



Fonte: IFEP
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Em relação ao grau de escolaridade, apresentado no Gráfico 3, 32,0% da amostra apresentou escolaridade equivalente ao Ensino Médio Completo, enquanto 21,6% possuem Ensino Fundamental Incompleto. As menores representações foram a dos indivíduos com Pós-Graduação e que não estudaram, os quais representam 2,9% e 0,6%, respectivamente.

Gráfico 3 - Grau de Escolaridade



Fonte: IFEP
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

A amostra buscou refletir a distribuição de classes sociais conforme sua representatividade na população gaúcha, o que repercute numa melhor percepção do verdadeiro comportamento de consumo, que responde à renda das famílias.

No que diz respeito à classificação dos consumidores conforme a classe social foram considerados dois aspectos: a renda familiar e o número de pessoas que dependiam dessa renda (para o cálculo da renda familiar *per capita*), sendo considerados os valores calculados pela FGV como limites de renda superior e inferior de cada faixa, conforme o número de pessoas que dependem da renda.

Tabela 2 – Distribuição Amostral conforme Classe Social

Distribuição Amostral	
Classe A	7,78%
Classe B	9,51%
Classe C	63,98%
Classe D	13,54%
Classe E	5,19%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Compras de Natal

A Tabela 3 apresenta a frequência de entrevistados por gênero e quantidade de presentes que pretende comprar neste Natal. Na média, as mulheres devem adquirir 5,9 presentes. Esse resultado aponta que, assim como em 2011, no Natal de 2012, as mulheres apresentarão uma média de presentes superior à masculina, que será de 4,6 unidades. A média geral de presentes comprados por pessoa é de 5,3 unidades.

Tabela 3 – Quantidade de Presentes por Gênero e Total

	Feminino	Masculino	Total
1 presente	6,4%	9,4%	7,7%
2 presentes	13,9%	19,5%	16,4%
3 presentes	15,5%	21,5%	18,2%
4 presentes	12,8%	9,4%	11,3%
5 presentes	11,8%	14,8%	13,1%
6 a 10 presentes	31,6%	21,5%	27,1%
Mais que 10 presentes	8,0%	4,0%	6,3%
Média de Presentes *	5,9	4,6	5,3

*Em unidades.

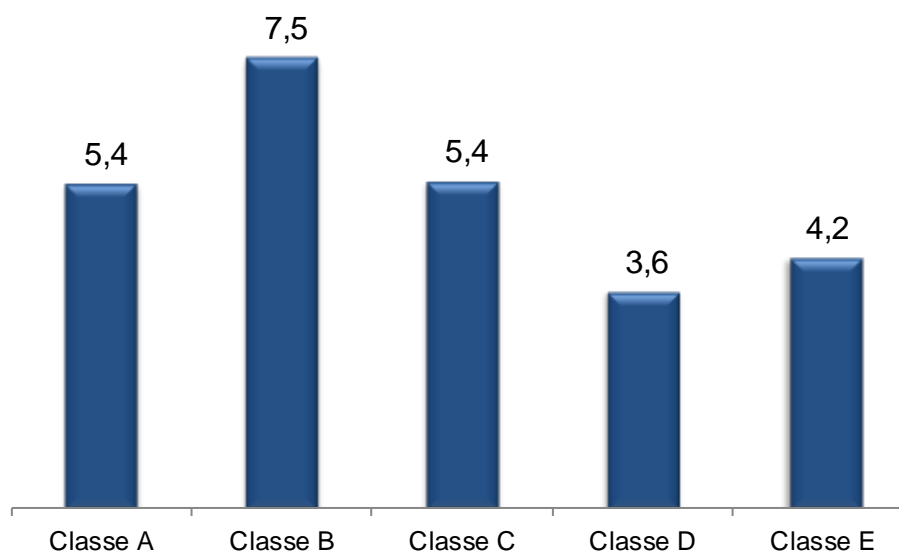
Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Na análise quanto ao número médio de presentes por classe social, apresentada no Gráfico 4, os indivíduos da classe B pretendem comprar um número maior de presentes. No entanto, chama a atenção o fato de que as pessoas da classe E

pretendem adquirir uma quantidade de presentes levemente maior do que as da classe D.

Gráfico 4 – Quantidade de Presentes por Classe Social



Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A Tabela 4 apresenta os tipos de presentes com maior frequência de intenção de compra por parte dos entrevistados. A maior concentração de frequência encontra-se nos tradicionais itens de vestuário, brinquedos e calçados. Quanto à distribuição por item, 70,2% das pessoas pretendem comprar itens de vestuário, 47,7% pretendem comprar brinquedos e 24,3% devem adquirir calçados como presentes neste Natal.

Tabela 4 – Principais Tipos de Presentes com Intenção de Compra (resposta múltipla)

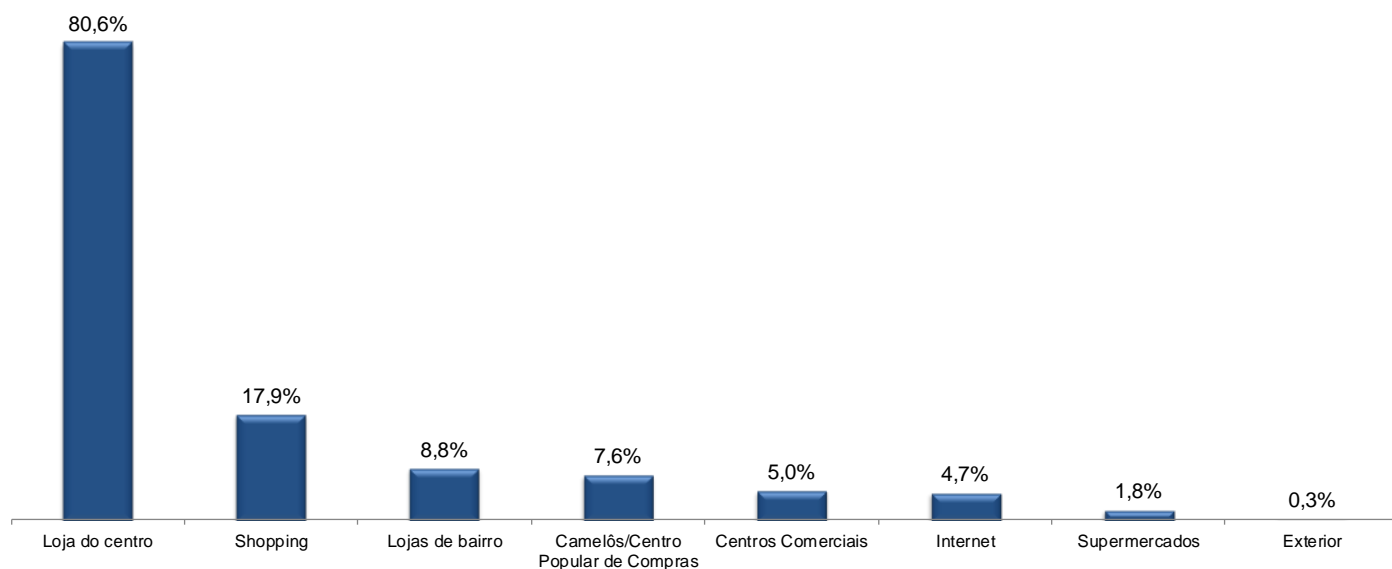
Tipo de Presente	Frequência das Respostas
Vestuário	70,2%
Brinquedos	47,7%
Calçados	24,3%
Perfumes/ cosméticos	9,6%
Eletroeletrônicos	7,9%
Celular	5,6%
CD's/ DVD's	4,4%
Artigos de decoração	3,2%
Cheque-presente	3,2%
Artigos de higiene e beleza	2,6%
Jogos Eletrônicos	2,3%
Livros	2,0%
Relógio/Joias	2,0%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Quanto ao local onde serão feitas as compras de Natal, a grande maioria (80,6%) comprará em lojas do centro da cidade. Os shoppings são o segundo local mais citado (17,9%), seguido pelas lojas de bairro (8,8%) e camelôs/centro popular de compras (7,6%). O Gráfico 5 apresenta a distribuição das respostas conforme o local onde serão realizadas as Compras de Natal.

Gráfico 5 – Local onde fará as Compras de Natal (resposta múltipla)



Fonte: IFEP

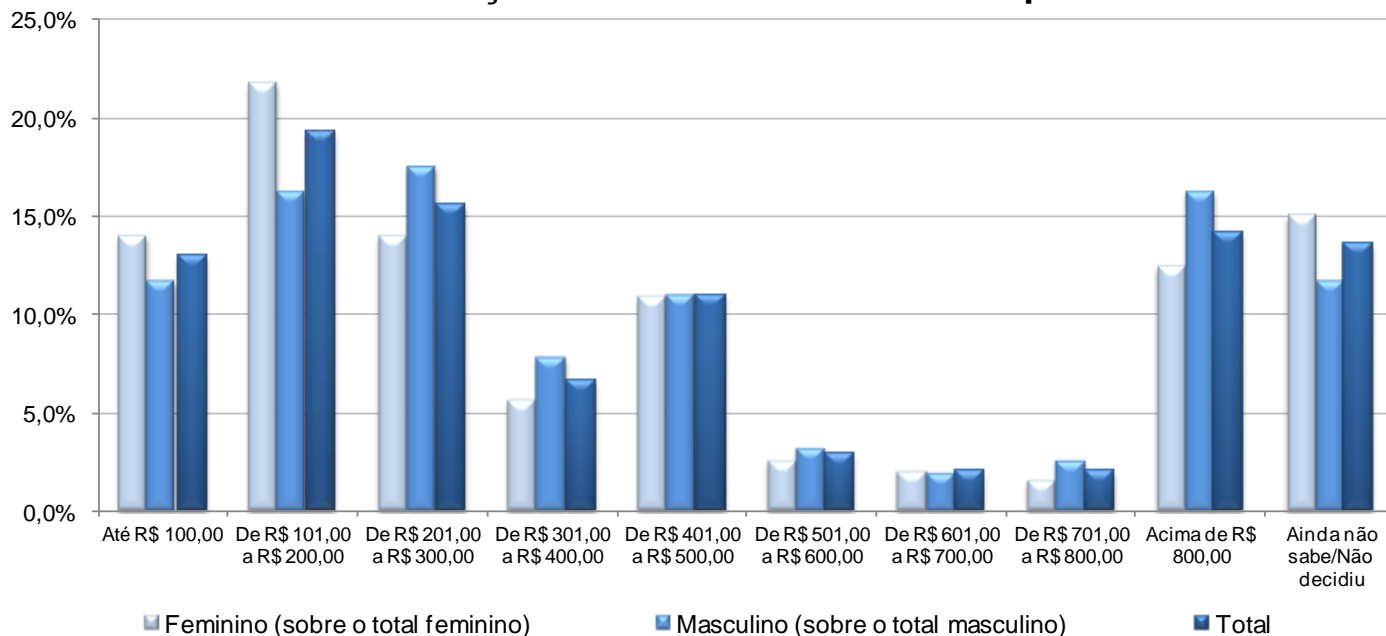
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Intenção de Gastos para o Natal 2012

A seguir, apresentam-se os principais resultados da pesquisa no que diz respeito aos gastos pretendidos para a compra de presentes neste Natal.

O Gráfico 6 agrupa as intenções de gastos individuais em faixas de valores. Considerando essa segmentação, é possível perceber que a maior concentração de respostas (19,3%) está na faixa de gastos com presentes entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00. A segunda maior concentração, com participação de 15,6%, está na faixa entre R\$ 201,00 e R\$ 300,00. Quando os gastos são segmentados por gênero, contudo, as distribuições se alteram. A maior parte dos homens (17,5%) pretende gastar entre R\$ 201,00 e R\$ 300,00, enquanto a maioria das mulheres (21,8%) deve gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00.

Gráfico 6 – Intenção de Gastos com Presentes por Gênero*



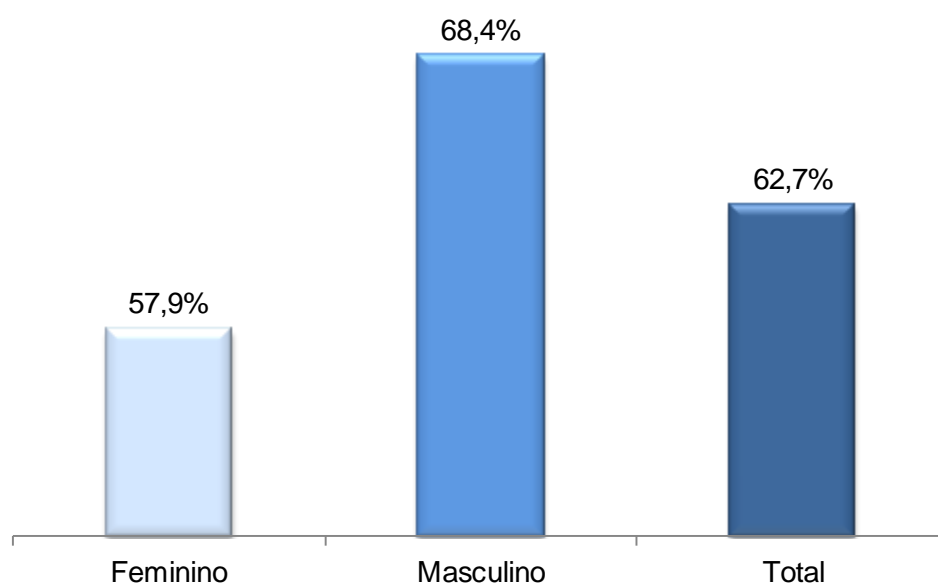
*As respostas para a intenção de gastos foram especificadas em valores. O agrupamento foi realizado para facilitar a interpretação dos dados.

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

De modo geral, observa-se que os homens gastarão mais com presentes neste Natal. Excluindo os indivíduos que não sabem ou não decidiram, enquanto 57,9% das mulheres afirmaram que gastarão mais do que R\$ 200,00, o percentual de homens que despenderão tal montante é de 68,4%. Consolidando os gêneros, 62,7% do total dos entrevistados disseram que gastariam mais de R\$ 200,00.

Gráfico 7 – Proporção de Indivíduos por Gênero que pretendem gastar mais de R\$ 200,00 em Presentes*



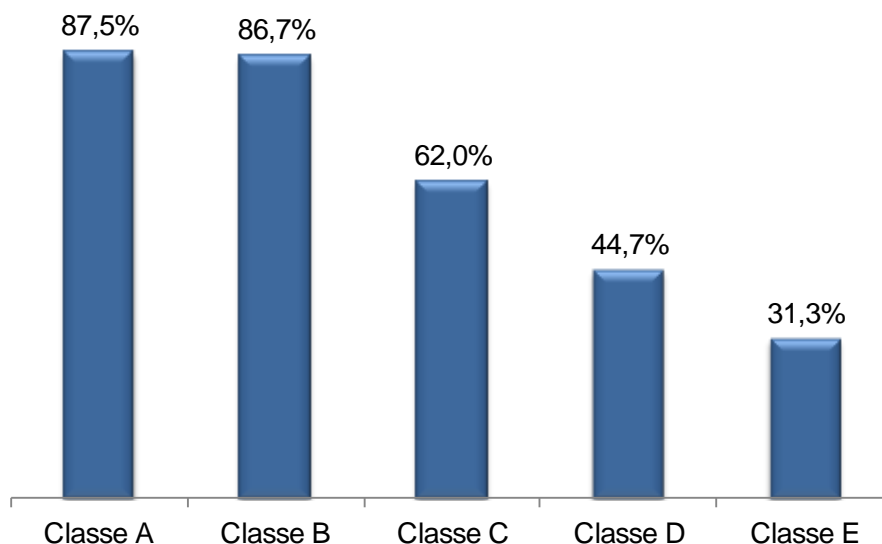
*Excluindo os indivíduos que não sabem ou não decidiram.

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Analisando os gastos por classe social (Gráfico 8), a proporção de indivíduos que afirmaram pretender gastar mais de R\$ 200,00 reflete a renda de cada estrato. Essa proporção é de 87,5% entre os consumidores da Classe A, 86,7% na Classe B, 62,0% na Classe C, 44,7% na Classe D e 31,3% na Classe E.

Gráfico 8 – Proporção de Indivíduos por Classe Social que pretendem gastar mais de R\$ 200,00*



*Excluindo os indivíduos que não sabem ou não decidiram.

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Tabela 5 – Intenção de Gastos com Presente por Classe Social*

Pretensão de gastos	Feminino	Classe B	Classe C	Classe D	Classe E
Até R\$ 100,00	0,0%	6,1%	12,6%	23,4%	22,2%
De R\$ 101,00 a R\$ 200,00	11,1%	6,1%	20,3%	21,3%	38,9%
De R\$ 201,00 a R\$ 300,00	14,8%	15,2%	14,9%	19,1%	16,7%
De R\$ 301,00 a R\$ 400,00	14,8%	0,0%	7,2%	4,3%	5,6%
De R\$ 401,00 a R\$ 500,00	7,4%	18,2%	13,1%	2,1%	0,0%
De R\$ 501,00 a R\$ 600,00	3,7%	6,1%	3,2%	0,0%	0,0%
De R\$ 601,00 a R\$ 700,00	0,0%	3,0%	1,4%	6,4%	0,0%
De R\$ 701,00 a R\$ 800,00	0,0%	6,1%	1,4%	2,1%	5,6%
Acima de R\$ 800,00	37,0%	30,3%	12,6%	2,1%	0,0%
Ainda não sabe/Não decidiu	11,1%	9,1%	13,5%	19,1%	11,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

*As respostas para a intenção de gastos foram especificadas em valores. O agrupamento foi realizado para facilitar a interpretação dos dados.

Fonte: IFEP

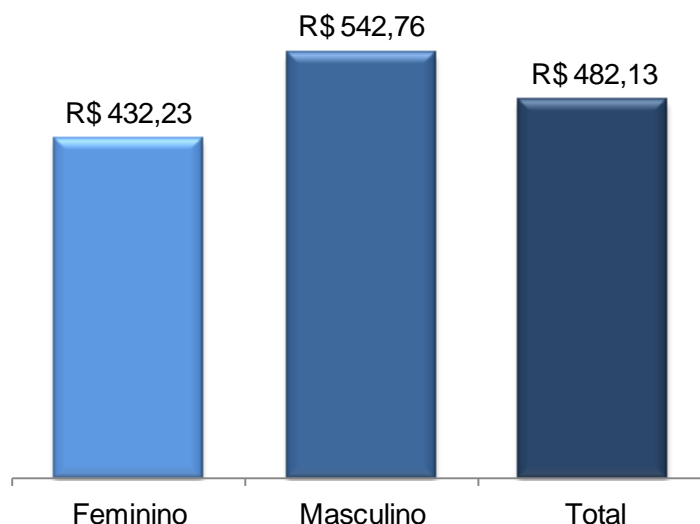
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Observa-se, naturalmente, que as classes A e B pretendem gastar mais. Excluindo os indivíduos que não sabem ou não decidiram, para a classe A, 37,0% dos indivíduos pretendem despendar mais de R\$ 800,00 com as compras de Natal. Para a

classe B, a parcela da população cujo gasto ficará acima de R\$ 800,00 é de 30,3%. Para a classe C, esse percentual cai para 12,6%.

O Gráfico 9 apresenta a consolidação dos gastos que pretendem ser realizados pelos gaúchos neste Natal. Em média, cada pessoa deve gastar R\$ 482,13 em presentes, sendo que os homens (R\$ 542,76) pretendem gastar 25,6% a mais do que as mulheres (R\$ 423,23).

Gráfico 9 – Gastos Médios por Gênero e Total



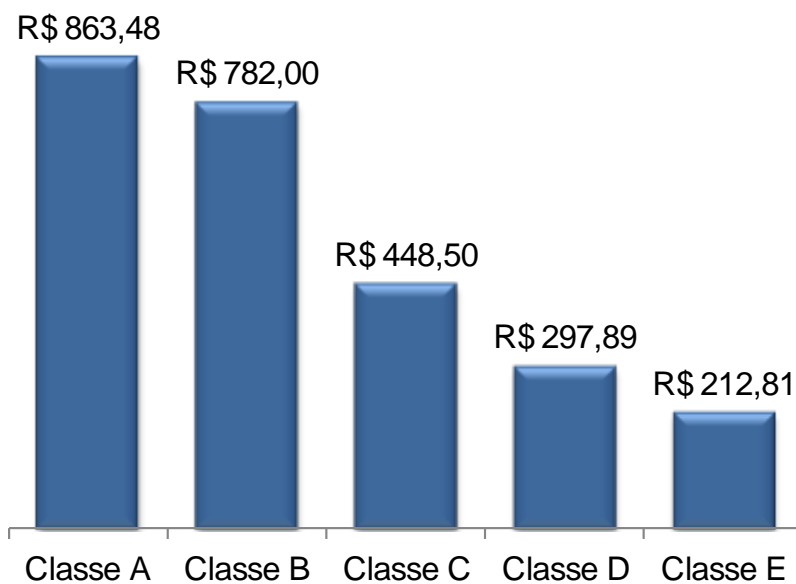
Fonte: IFEP
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

O Gráfico 10 apresenta o gasto médio em presentes por classe social. Os indivíduos da classe A deverão gastar, em média, R\$ 863,48, enquanto a classe B gastará R\$ 782,00. A classe C gaúcha, por sua vez, deverá gastar, em média, R\$ 448,50 em presentes neste Natal. A classe D deve gastar R\$ 287,29 e, por fim, as pessoas da classe E pretendem gastar R\$ 212,81.

Levando em conta o número médio de presentes que devem ser adquiridos com esses gastos, o valor médio por presente comprado neste Natal deverá ser de R\$ 73,68 para as mulheres e de R\$ 117,89 para os homens, resultando em uma média consolidada de R\$ 88,24 (Gráfico 11).

Analisando-se o valor médio dos presentes que pretendem ser adquiridos por indivíduos de diferentes classes sociais (Gráfico 12), nota-se que os presentes da classe A apresentarão um valor bastante superior ao da média. Além disso, entre as classes C e D a diferença entre os presentes médios é moderada. O presente médio da classe E é de R\$ 51,59.

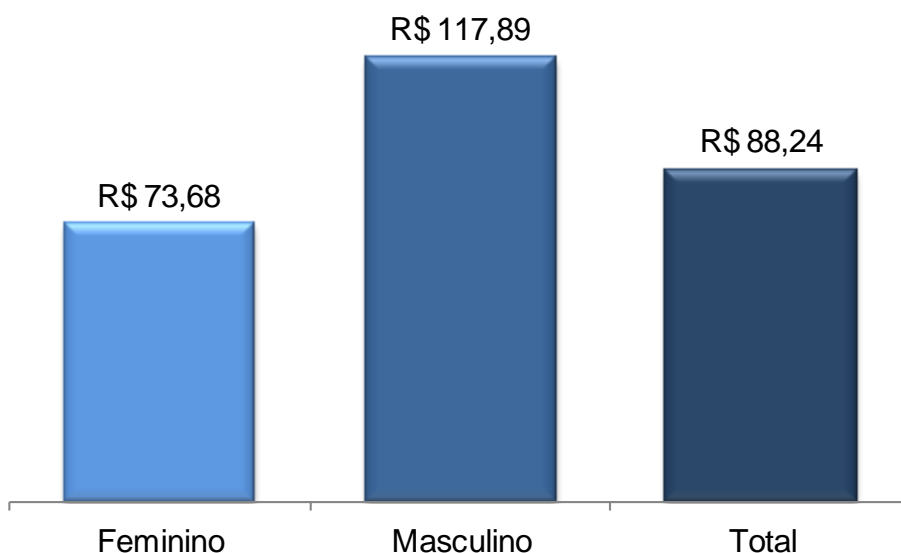
Gráfico 10 – Gastos Médios por Classe Social



Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Gráfico 11 – Presente Médio por Gênero e Total*

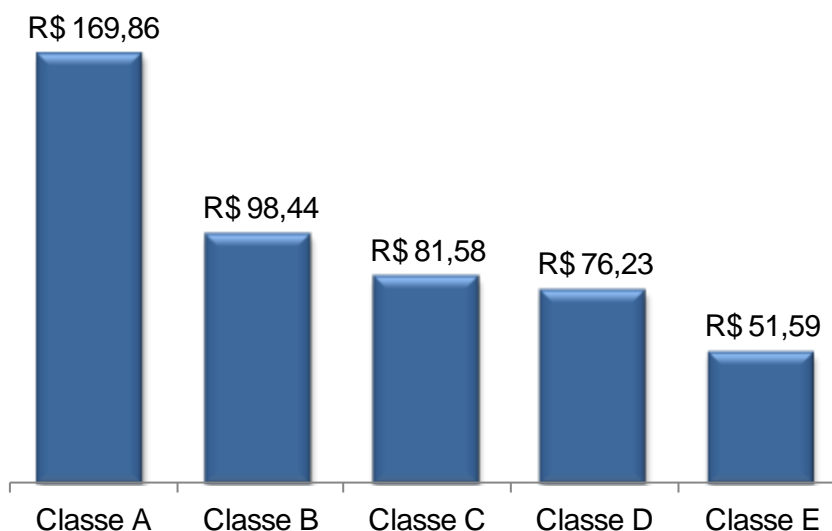


*Para o cálculo são considerados apenas os indivíduos que responderam às questões referentes à intenção de gasto total e à quantidade de presentes.

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Gráfico 12 – Presente Médio por Classe Social



*Para o cálculo, são considerados apenas os indivíduos que responderam às questões referentes à intenção de gasto total e à quantidade de presentes.

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A Tabela 6 apresenta a percepção dos indivíduos quanto à comparação de seus gastos com o Natal passado. Conforme os dados apurados pela pesquisa, os indivíduos, na média, pretendem gastar praticamente a mesma quantia com a compra de presentes em 2011. Cerca de um terço das pessoas afirma que irá gastar o mesmo do que no ano passado, 30,8% das pessoas pretende gastar mais ou muito mais, enquanto 32,3% deve gastar menos ou muito menos do que no Natal de 2011.

Tabela 6 – Intenção de Gastos para o Natal 2012 em relação ao Natal 2011

	Frequência
Muito mais	3,7%
Mais	27,1%
O mesmo	33,7%
Menos	29,1%
Muito menos	3,2%
Não sabe/ não informou	3,2%
Total	100,0%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

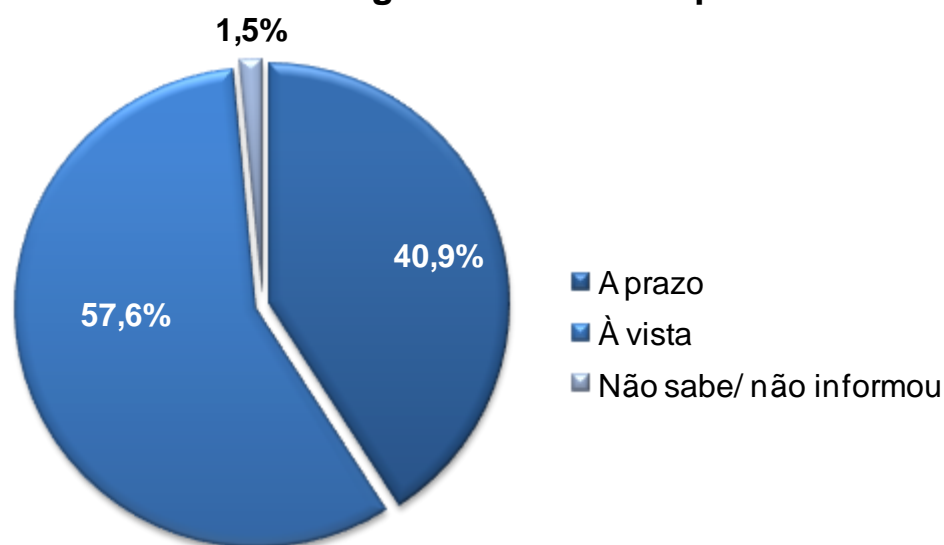
A partir da Tabela 6, é possível elaborar um índice que consolida a distribuição de respostas em um único número, que varia entre 0,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito menos do que em 2011) e 200,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito mais do que em 2011), no qual o valor 100,0 indica que, na média, os indivíduos pretendem gastar o mesmo do que em 2011. O índice calculado a partir das

frequências da Tabela 6 resulta no valor de 99,6 indicando um gasto médio praticamente igual ao do Natal passado.

Formas de Pagamento

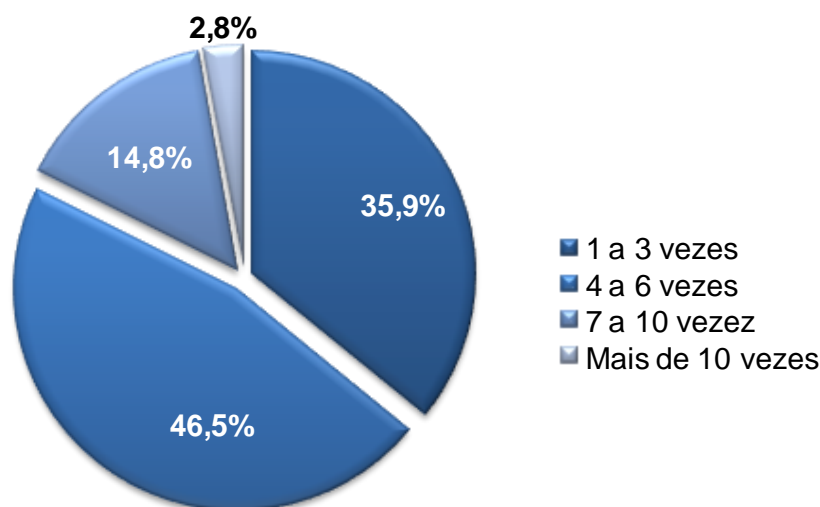
O Gráfico 13 apresenta os resultados em relação à forma de pagamento. A maior parte das pessoas (57,6%) deve adquirir os presentes de Natal com pagamento à vista, enquanto 40,9% afirmou que pagaria a prazo (1,5% não sabe ou não informou).

Gráfico 13 – Forma de Pagamento das Compras de Natal



Fonte: IFEP
Elaboração: Assessoria Econômica/ Fecomércio-RS

Gráfico 14 – Quantidade de Parcelas no Pagamento a Prazo



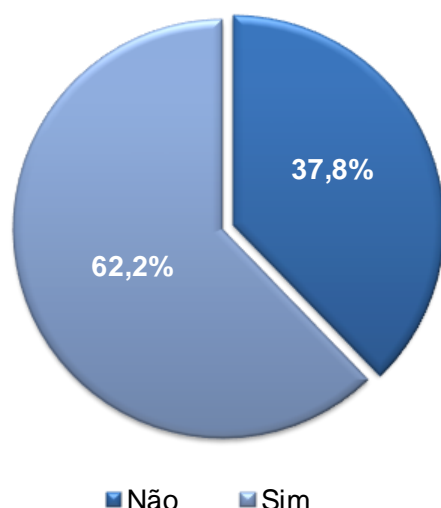
Fonte: IFEP
Elaboração: Assessoria Econômica/ Fecomércio-RS

Entre os que responderam que pagariam a prazo, a maior concentração de respostas se dá entre 4 e 6 parcelas (46,5%). A segunda resposta mais comum foi o pagamento de 1 a 3 vezes (35,9%), seguida do pagamento de 7 a 10 vezes (14,8%).

13° Salário e Compras de Natal

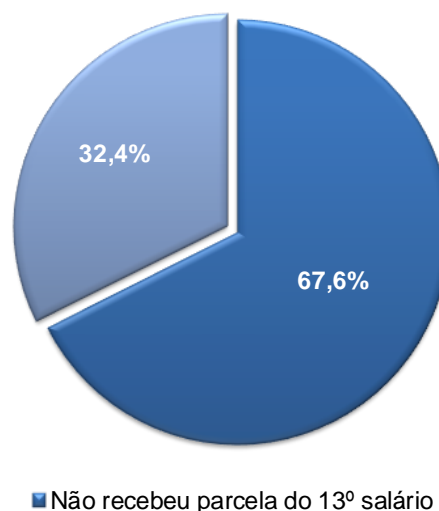
A pesquisa apurou que, dos entrevistados, 62,2% recebem 13° salário, enquanto 37,8% não apresentam esse tipo de majoração de rendimentos no final do ano (Gráfico 15). Dentre aqueles que recebem 13° salário, 32,4% já receberam parcela dessa remuneração, enquanto 67,6% ainda não receberam (Gráfico 16).

Gráfico 15 – Recebimento de 13° Salário



Fonte: IFEP
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Gráfico 16 – Recebimento Adiantado de Parcela do 13° Salário

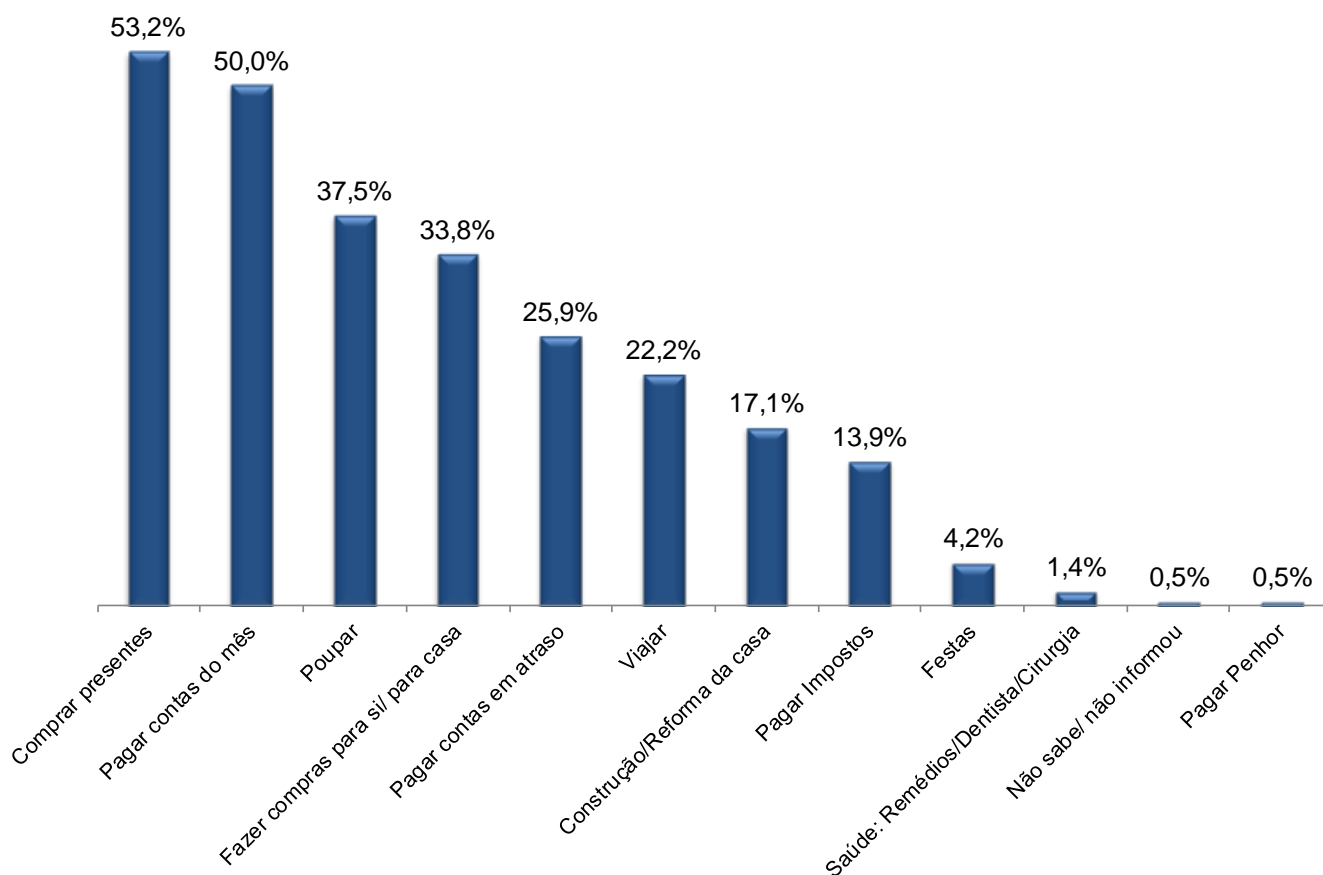


Fonte: IFEP
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Quando perguntados sobre o destino que seria dado ao 13° Salário, as respostas mais frequentes entre os entrevistados foram a compra de presentes (53,2%), o pagamento de contas do mês (50,0%) e a formação de poupança (37,5%).

No entanto, apesar de a opção relativa à compra de presentes ser a resposta mais frequente, esta não aparece como a prioritária. Quando questionados sobre o principal destino do 13° salário, a primeira opção mais frequente foi o pagamento de contas do mês. Comprar presentes liderou a pesquisa como o segundo e o terceiro principais destinos do 13° salário. Os dados são apresentados na Tabela 8.

Gráfico 17 – Destino do 13º Salário (resposta múltipla)



Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Tabela 8 – Destinação do 13º Salário*

1º Lugar	%	2º Lugar	%	3º Lugar	%
Pagar contas do mês	35,2%	Comprar presentes	28,3%	Comprar presentes	28,4%
Pagar contas em atraso	17,1%	Fazer compras para si/ para casa	18,5%	Poupar	21,0%
Poupar	13,0%	Pagar contas do mês	12,0%	Fazer compras para si/ para casa	15,4%
Construção/Reforma da casa	8,3%	Viajar	10,9%	Viajar	9,9%
Comprar presentes	7,9%	Poupar	10,3%	Pagar contas do mês	6,2%
Fazer compras para si/ para casa	6,5%	Pagar Impostos	7,6%	Construção/Reforma da casa	5,6%
Viajar	5,6%	Construção/Reforma da casa	5,4%	Pagar contas em atraso	5,6%
Pagar Impostos	3,2%	Pagar contas em atraso	5,4%	Pagar Impostos	5,6%
Festas	1,4%	Festas	1,6%	Festas	1,9%
Saúde: Remédios/Dentista/Cirurgia	0,9%			Saúde: Remédios/Dentista/Cirurgia	0,6%
Não sabe/ não informou	0,5%				
Pagar Penhor	0,5%				

* Quanto ao 2º lugar, 184 pessoas mencionaram apenas uma opção de uso para o 13º salário. Quanto ao 3º lugar, 162 pessoas.

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

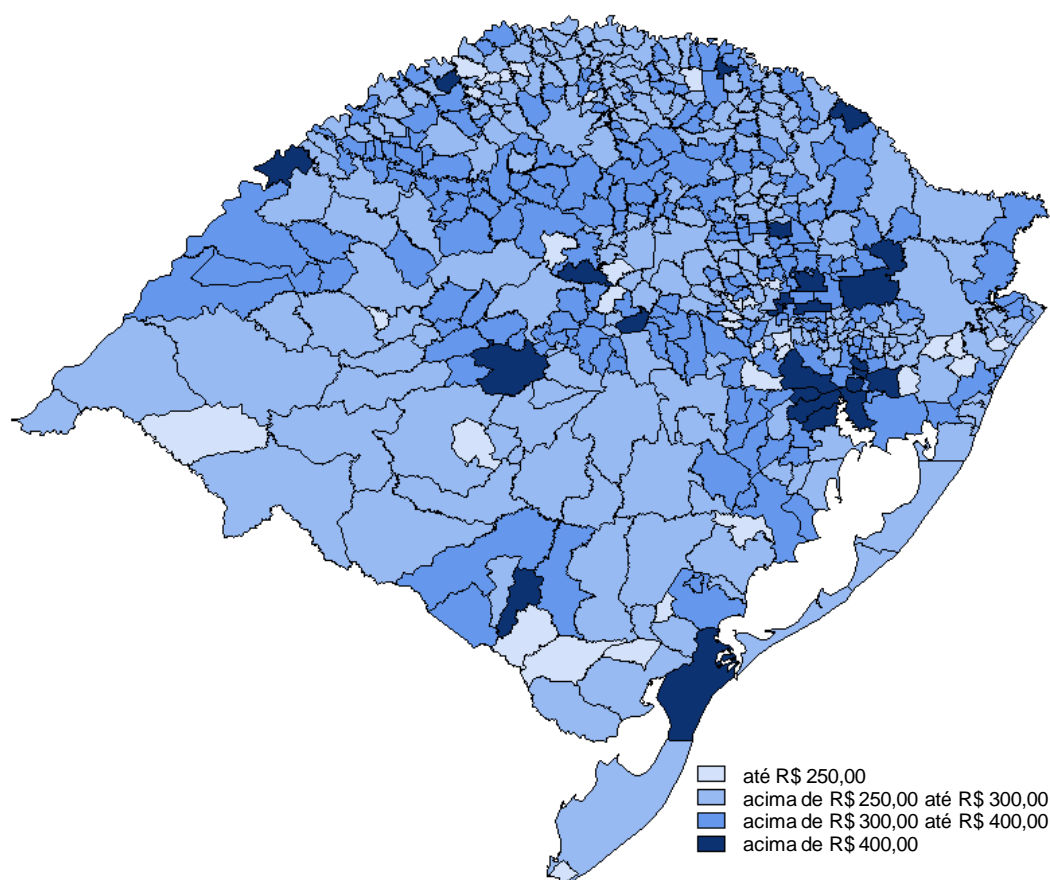
Estimativas de Gastos Municipais

Baseando-se no rendimento médio do trabalho (2011) em cada município do Rio Grande do Sul e na intenção de gasto médio nas cidades pesquisadas, elaborou-se um de Mapa das Intenções de Compras de Natal 2012. As estimativas foram elaboradas considerando:

- Em primeiro lugar, o próprio rendimento médio do trabalho do município baseado nos dados da RAIS 2011 – Ministério do Trabalho;
- Em segundo lugar, a relação entre a intenção de gasto médio apurado na pesquisa e o rendimento médio nos municípios pesquisados.

Basicamente, as estimativas mostram que, quanto maior a renda do município, maior deverá ser o gasto médio de seus habitantes. Nesse caso, não faz sentido apontar qual município apresentará o maior ou o menor gasto médio. O interessante é ter uma visão geral da tendência de comportamento de consumo em termos regionais no Rio Grande do Sul.

Figura 1 – Mapa das Intenções de Compras de Natal 2012 – Gasto Médio (R\$)



Fonte: IFEP e IBGE

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS