

Hábitos de Consumo e Compras – Fim de ano e Natal 2015

Novembro/2015

BoaVista SCPC

Objetivo, metodologia e amostra

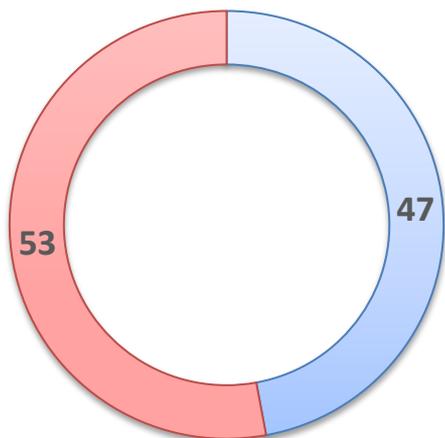
- **Objetivo:** Pesquisa para mapear os hábitos de consumo e compras para época de Natal e Fim de Ano em 2015.
- **Metodologia:** utilizamos de metodologia quantitativa para realização da coleta das informações, por meio de pesquisa com consumidores de todo o Brasil.
- **Período de realização da pesquisa:** 20 a 30 de outubro de 2015.
- **Target:** O universo da pesquisa é representado por consumidores que buscaram informações e orientações no site Consumidor Positivo da Boa Vista SCPC – www.consumidorpositivo.com.br.
- **Amostra:** 960 respondentes.
- **Leitura dos resultados:** Para leitura geral dos resultados, deve-se considerar 95% de grau de confiança e margem de erro de 3%, para mais ou para menos.

PERFIL DOS RESPONDENTES

- 38% dos consumidores concentram-se na faixa etária 25 a 34 anos.
- 53% são mulheres.
- 58% representam as Classes D/E, e 37% a Classe C.

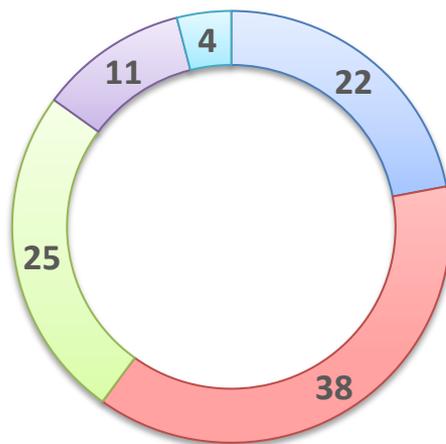
Sexo(%)

- Masculino
- Feminino



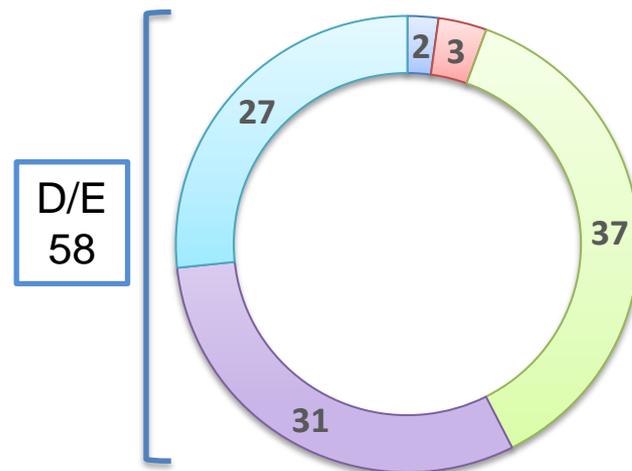
Idade (%)

- Até 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 anos ou mais



Classe Social (%)

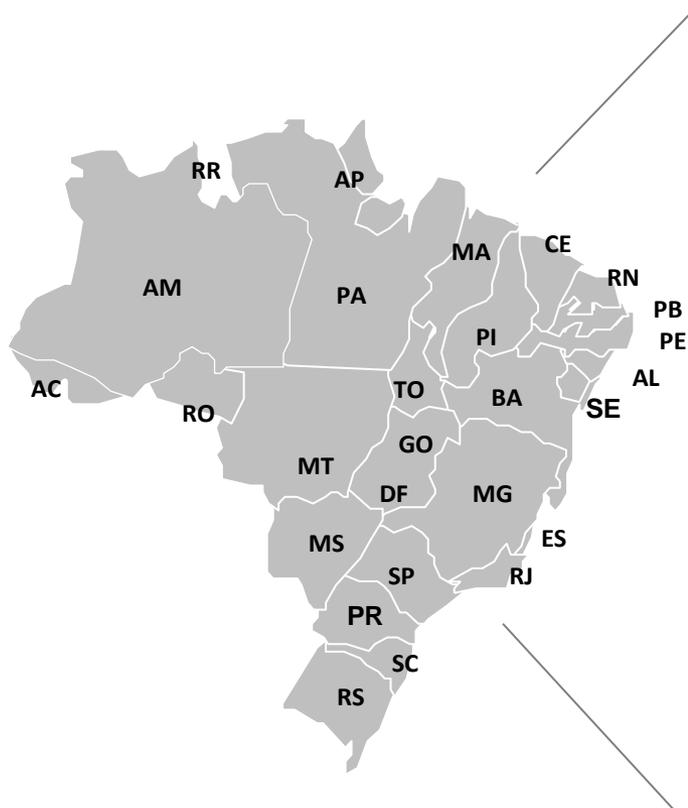
- Classe A
- Classe B
- Classe C
- Classe D
- Classe E



Equivalência Renda Familiar Mensal

- Classe A – acima de R\$ 11.300
- Classe B – de R\$ 8.700 a R\$ 11.300
- Classe C - de R\$ 2.030 a R\$ 8.700
- Classe D – de R\$ 1.230 a R\$ 2.030
- Classe E – até R\$ 1.230

- 64% dos consumidores que responderam a pesquisa concentram-se na Região Sudeste.
- Outros respondentes estão distribuídos em: NE (13%), S (11%), CO (6%) e N (4%).

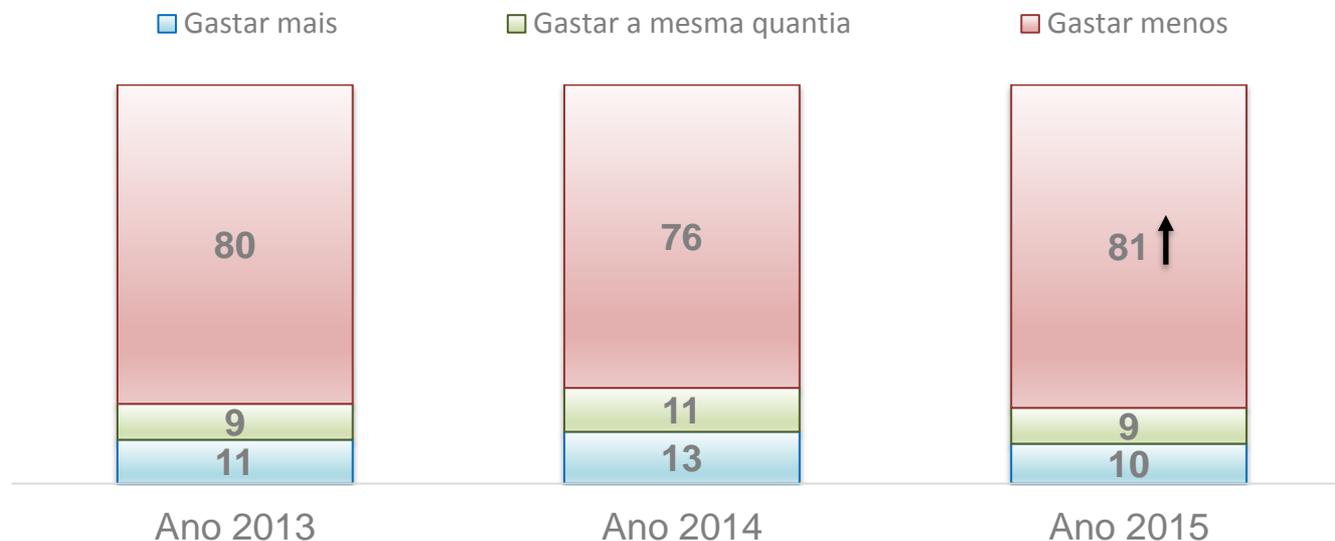


Região	Estado	Representatividade por Estado	Representatividade por Região		
Norte	Pará	1%	3,6%		
	Tocantins	0%			
	Amazonas	1%			
	Amapá	0%			
	Rondônia	1%			
	Acre	0%			
	Roraima	0%			
Nordeste	Pernambuco	2%	12,5%		
	Alagoas	1%			
	Bahia	3%			
	Ceará	1%			
	Piauí	0%			
	Rio Grande do Norte	1%			
	Sergipe	0%			
	Maranhão	1%			
	Paraíba	1%			
	Centroeste	Mato Grosso do Sul		2%	6,3%
		Distrito Federal		3%	
Goiás		1%			
Mato Grosso		0%			
Sudeste	São Paulo	46%	64,0%		
	Minas Gerais	9%			
	Rio de Janeiro	10%			
	Espírito Santo	1%			
Sul	Rio Grande do Sul	4%	11,0%		
	Paraná	5%			
	Santa Catarina	2%			

PERSPECTIVAS DE COMPRAS PARA O NATAL E FIM DE ANO

- 81% dos consumidores pretendem gastar menos com presentes neste ano, um aumento de 5pp em comparação à pretensão de gastos declarada em 2014.
- A pretensão de gastar menos aumenta nas classes AB (62% para 86%) e classe C (70% para 78%).

Pretensão de gastos para Natal e Fim de Ano, em comparação ao ano passado: (%)

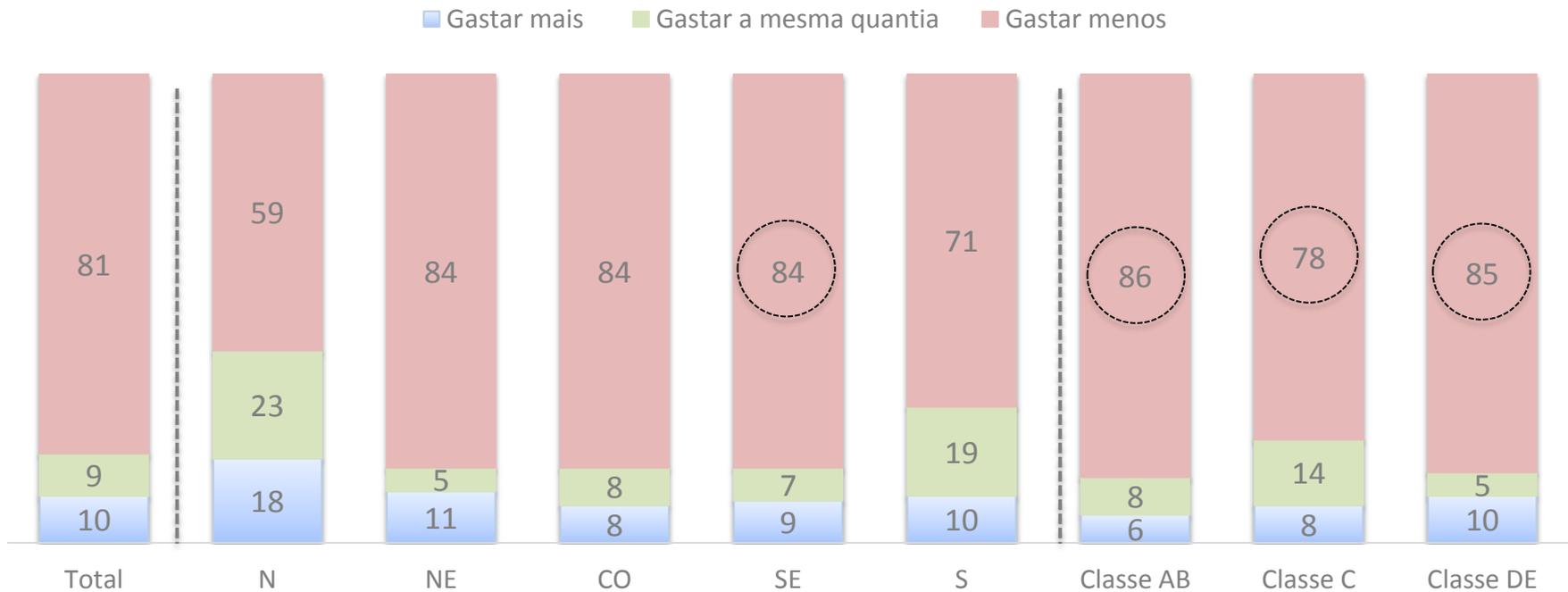


GASTARÃO MENOS NESTE NATAL e FIM DE ANO

2013		2014		2015	
• Classe AB (56%)	• N (78%)	• Classe AB (62%)	• N (76%)	• Classe AB (86%)	• N (59%)
• Classe C (78%)	• NE (80%)	• Classe C (70%)	• NE (76%)	• Classe C (78%)	• NE (84%)
• Classe DE (87%)	• CO (81%)	• Classe DE (84%)	• CO (83%)	• Classe DE (85%)	• CO (84%)
	• SE (81%)		• SE (76%)		• SE (84%)
	• S (82%)		• S (81%)		• S (71%)

- 84% dos consumidores na região Sudeste pretendem gastar menos com presentes. Também é maior a pretensão de gastar menos entre as três classes sociais: AB (86%), C (78%) e DE (85%).

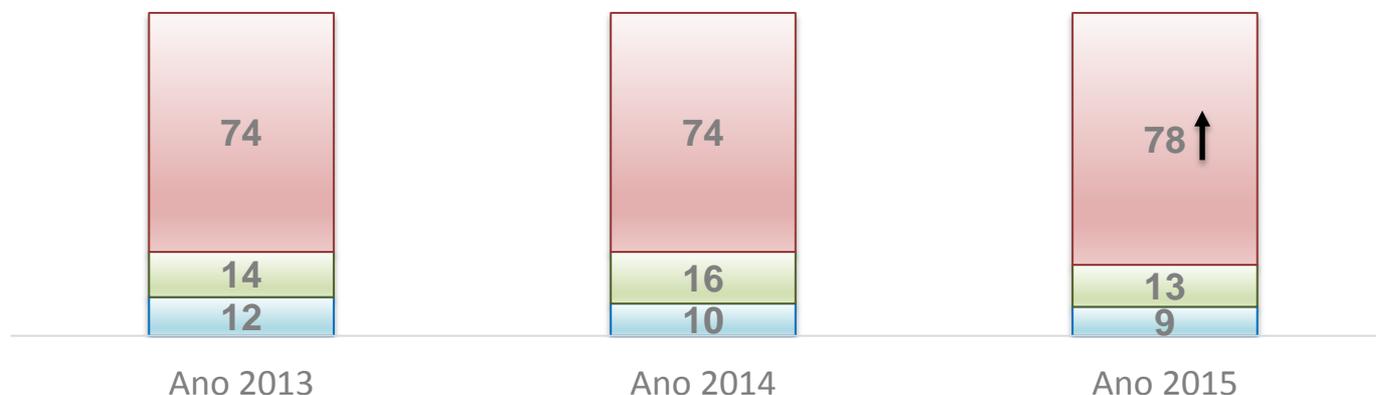
Pretensão de gastos para Natal e Fim de Ano, em comparação ao ano passado: (%)



- 78% dos consumidores comprarão menos presentes neste Natal, em comparação ao Natal passado, 13% comprarão a mesma quantidade e apenas 9% irão comprar mais.
- Na classe C, a pretensão de comprar menos presentes aumenta de 68% para 75%.

Quantidade de presentes que pretende comprar neste Natal e Fim de Ano, em comparação ao ano passado: (%)

■ Comprar mais presentes
 ■ Comprar a mesma quantidade de presentes
 ■ Comprar menos presentes



COMPRARÃO MENOS PRESENTES NESTE NATAL

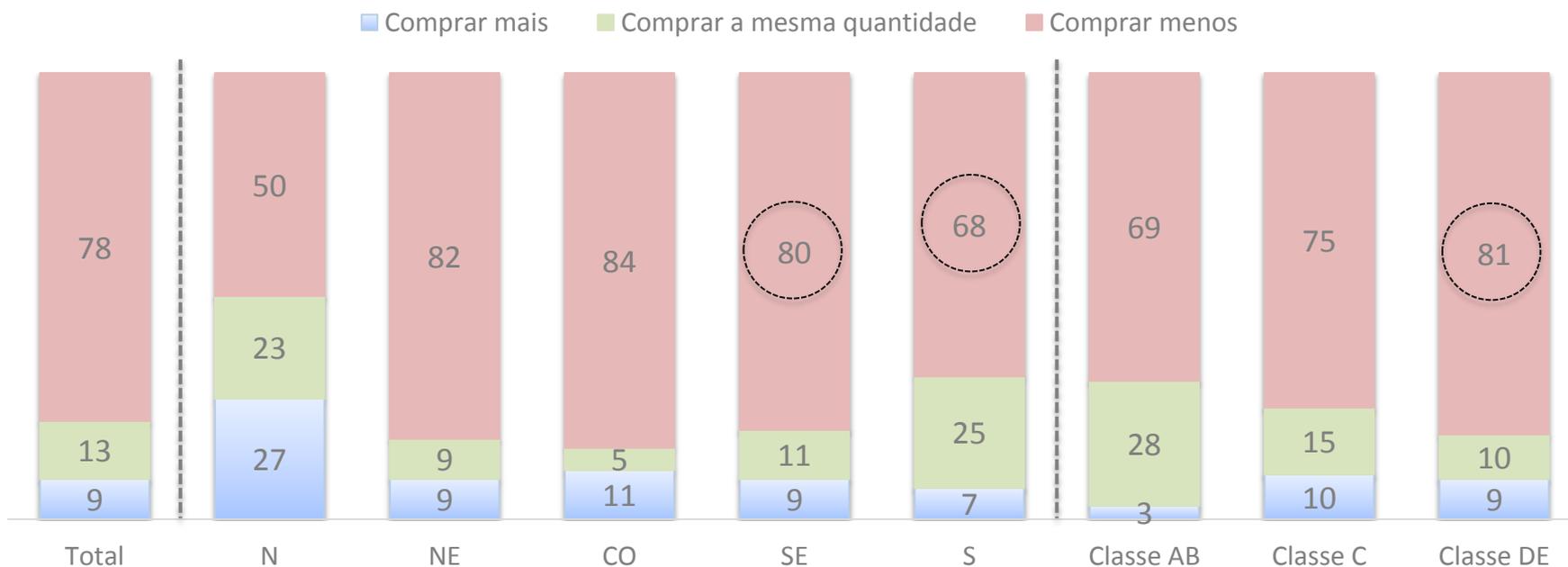
2013		2014		2015	
• Classe AB (44%)	• N (74%)	• Classe AB (65%)	• N (62%)	• Classe AB (69%)	• N (50%)
• Classe C (70%)	• NE (78%)	• Classe C (68%)	• NE (74%)	• Classe C (75%)	• NE (82%)
• Classe DE (82%)	• CO (71%)	• Classe DE (81%)	• CO (80%)	• Classe DE (81%)	• CO (84%)
	• SE (73%)		• SE (74%)		• SE (80%)
	• S (76%)		• S (80%)		• S (68%)

Base: 2013 (1139) / 2014 (1041) / 2015 (886)

P. Ainda em relação as compras de Natal e de Final de Ano, comparado ao ano passado, você pretende comprar: (Resposta única)

- No Sudeste, 80% dos consumidores comprarão menos presentes neste Natal, em comparação ao Natal de 2014. No Sul, este percentual será de 68%.
- 81% das classes D/E comprarão menos presentes, contra 75% na classe C e 69% nas classes A/B.

Quantidade de presentes que pretende comprar neste Natal e Fim de Ano, em comparação ano passado: (%)



- Para 52% dos consumidores, a Ceia de Natal deste ano será menos farta, contra 32% registrados em 2014, uma redução de 20pp na percepção dos consumidores.
- Em 34% dos casos a Ceia de Natal terá a mesma fartura e em 14% será mais farta, percentual inferior aos registrados nos dois últimos anos: 2014 (21%) e 2013 (22%).

Comparada ao ano passado, a Ceia de Natal deste ano será: (%)



2013

- Classe AB (14%)
- Classe C (26%)
- Classe DE (41%)
- N (48%)
- NE (34%)
- CO (33%)
- SE (32%)
- S (30%)

2014

- **Classe AB (23%)**
- **Classe C (26%)**
- **Classe DE (38%)**
- N (21%)
- NE (35%)
- CO (33%)
- SE (33%)
- S (28%)

2015

- **Classe AB (52%)**
- **Classe C (42%)**
- **Classe DE (59%)**
- N (32%)
- NE (56%)
- CO (55%)
- SE (50%)
- S (47%)

A CEIA SERÁ MENOS FARTURA QUE DO ANO ANTERIOR

- A Ceia de Natal deste ano será menos farta para 50% dos consumidores na região Sudeste.
- Este percentual aumenta para 56% no Nordeste e 59% na Classe DE.

Comparada ao ano passado, a Ceia de Natal deste ano será: (%)

■ Mais farta ■ Terá a mesma fartura ■ Menos farta



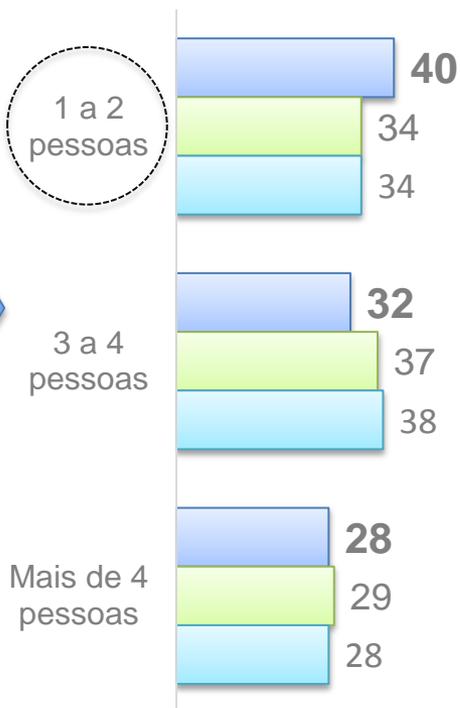
HÁBITOS DE COMPRAS PARA O NATAL E FIM DE ANO

- 81% dos consumidores irão comprar presentes neste Natal.
- 40% pretendem presentear no máximo até duas pessoas, 8p.p acima em relação ao ano passado, assim como a maior parte das compras serão realizadas em lojas de departamentos, centros comerciais e galerias, 18p.p acima em relação a 2014.

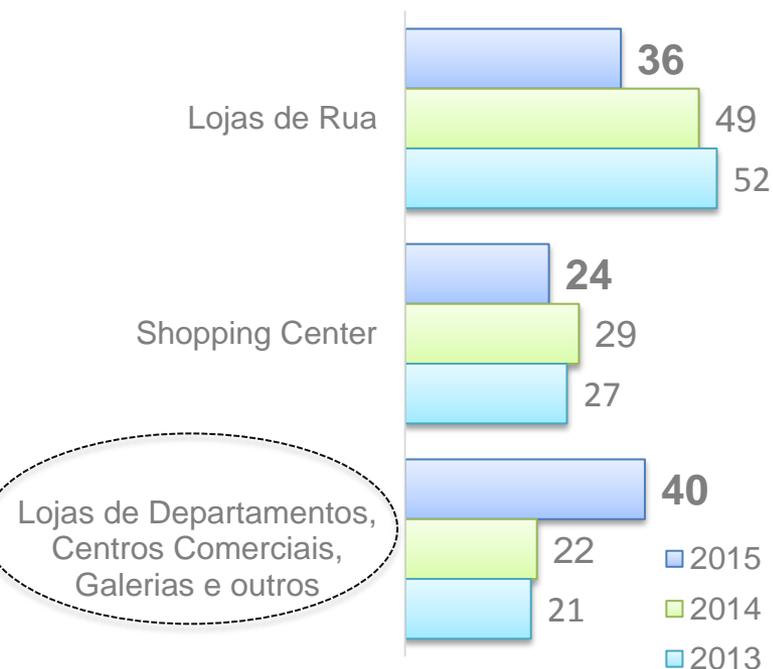
Em 2015,
81% irão
comprar
presentes
neste Natal

(Em 2014 era 86%
e 2013 era 87%)

Quantas pessoas irá
presentear neste ano (%)



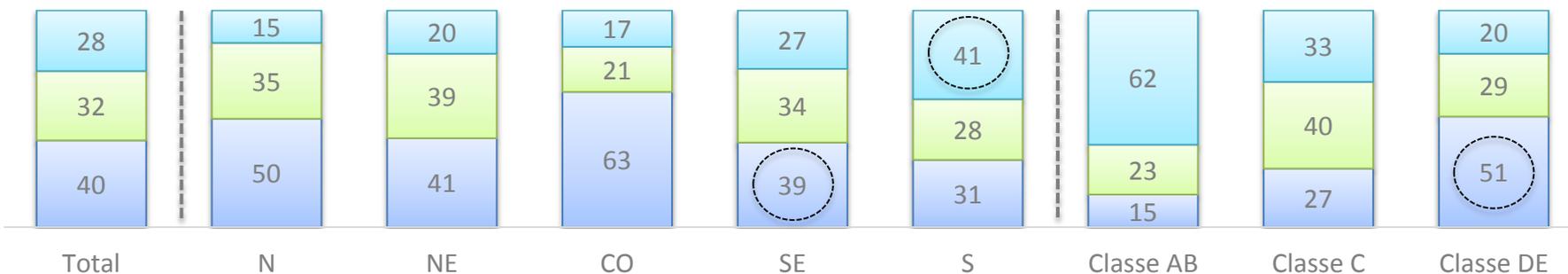
Onde irá realizar a maior parte
das compras de Natal e Fim
de Ano (%)



- 39% dos consumidores no Sudeste irão presentear no máximo até 2 pessoas.
- Ainda no Sudeste, a maior parte das compras se concentra em centros comerciais, galerias e lojas de departamento, com 40% das menções.

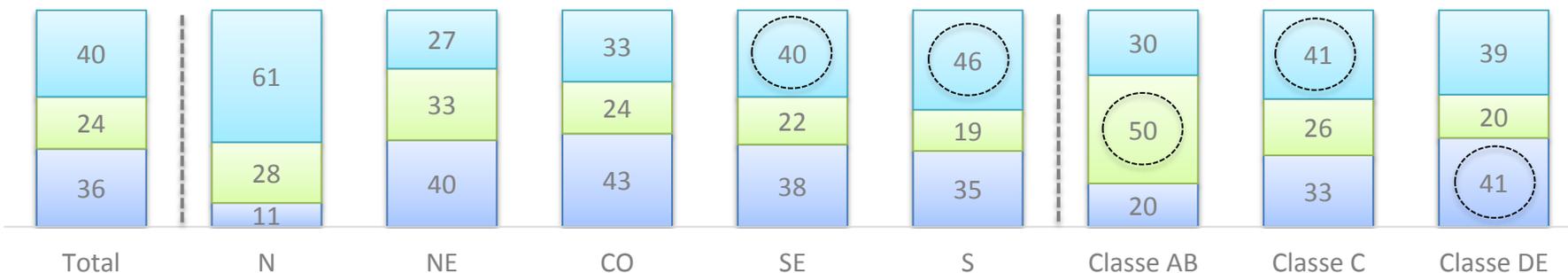
Quantas pessoas irá presentear neste ano? (%)

1 a 2 pessoas 3 a 4 pessoas Mais de 4 pessoas



Onde irá realizar a maior parte das compras de Natal e Fim de Ano? (%)

Lojas de Rua Shopping Center Centros Comerciais/Galerias/Supermercados e Lojas de Departamentos



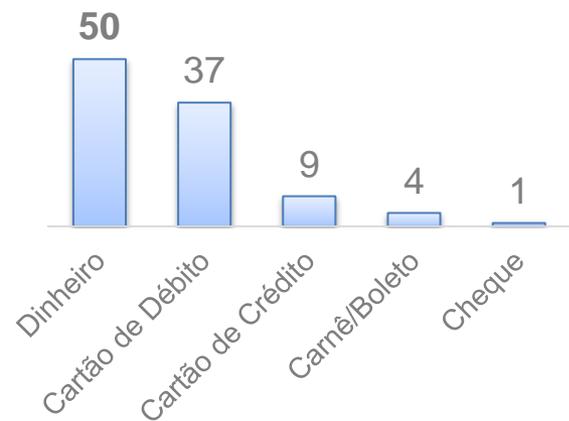
- 67% dos consumidores pretendem pagar à vista a maior parte das compras de Natal.
- 52% deles irão utilizar o dinheiro como principal meio de pagamento.
- O cartão de crédito com parcela única ocupa a terceira posição com 14% versus 8% em 2014.

2013

Forma de Pagamento pretendida (%)



Meio de Pagamento a ser utilizado (%)

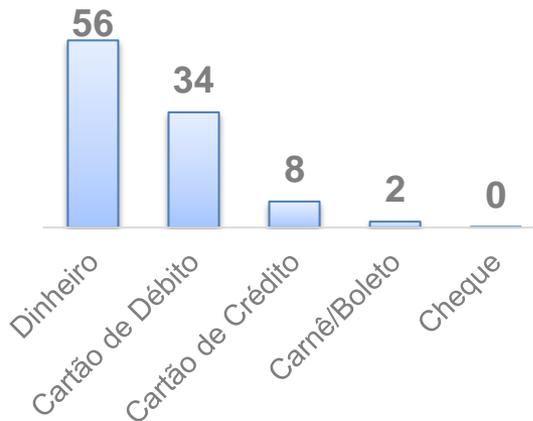


2014

Forma de Pagamento pretendida (%)

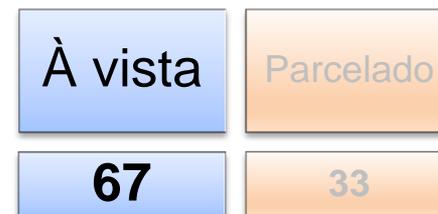


Meio de Pagamento a ser utilizado (%)

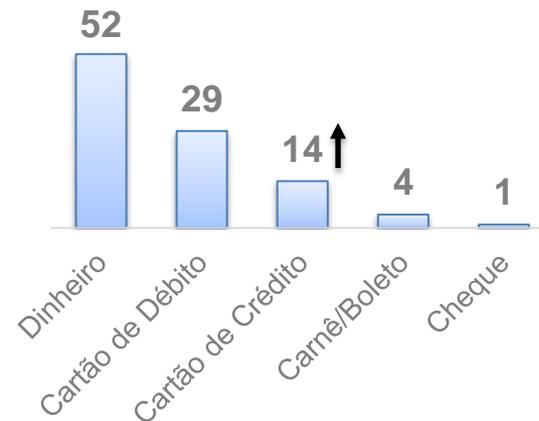


2015

Forma de Pagamento pretendida (%)



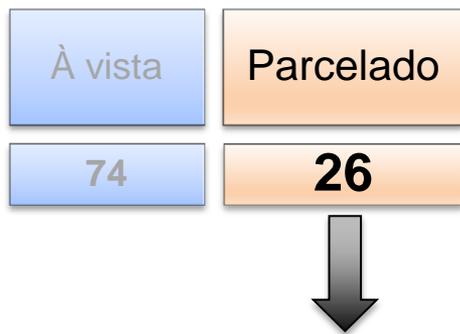
Meio de Pagamento a ser utilizado (%)



- 33% dos consumidores pretendem pagar parcelado a maior parte das compras de Natal e Final de Ano. 43% irão parcelar o valor em quatro ou mais parcelas.
- 82% deles utilizarão o cartão de crédito como meio de pagamento.
- 16% pretendem parcelar através do carnê ou boleto, contra 12% em 2014.

2013

Forma de Pagamento pretendida (%)

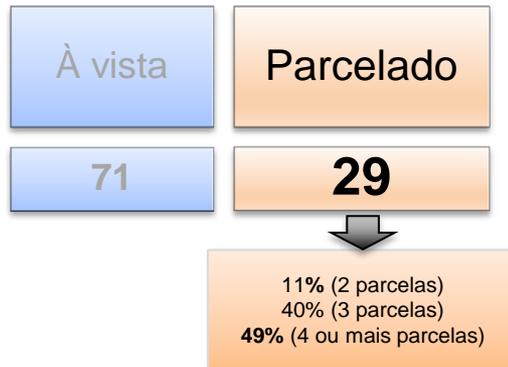


Meio de Pagamento a ser utilizado (%)



2014

Forma de Pagamento pretendida (%)

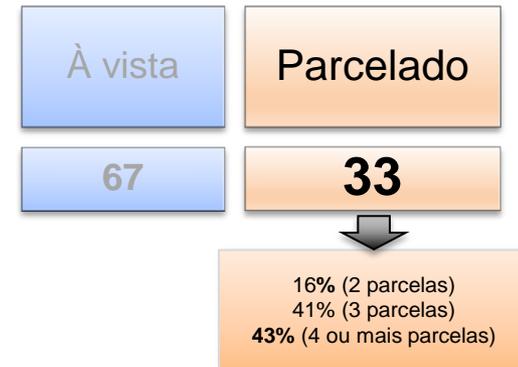


Meio de Pagamento a ser utilizado (%)



2015

Forma de Pagamento pretendida (%)



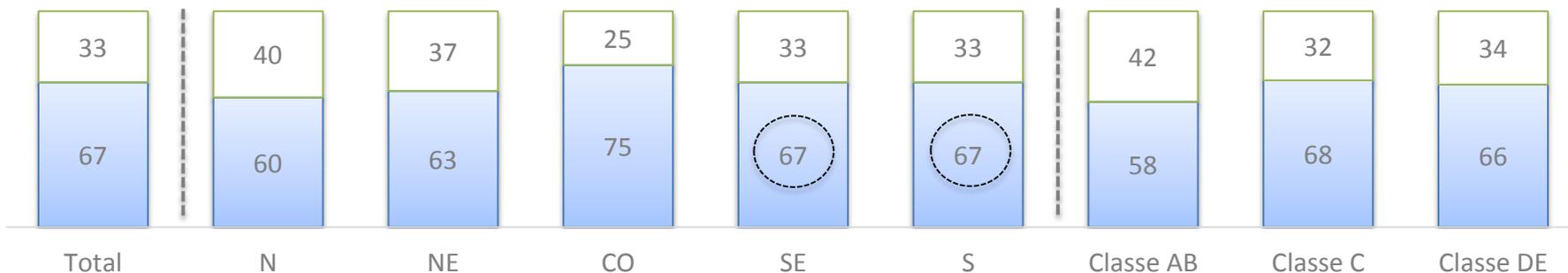
Meio de Pagamento a ser utilizado (%)



- 67% dos consumidores nas regiões Sudeste e Sul do país pretendem pagar à vista as compras de Natal e Final de Ano. No Sudeste, 50% utilizará o dinheiro e 34% o cartão de débito. Já no Nordeste e Sul o percentual dos que utilizarão o cartão de débito é maior, com 60% e 61% das menções, respectivamente.

Forma de pagamento pretendida: (%)

■ À Vista ■ Parcelado



Meio de Pagamento a ser utilizado PARA PAGAMENTO À VISTA: (%)

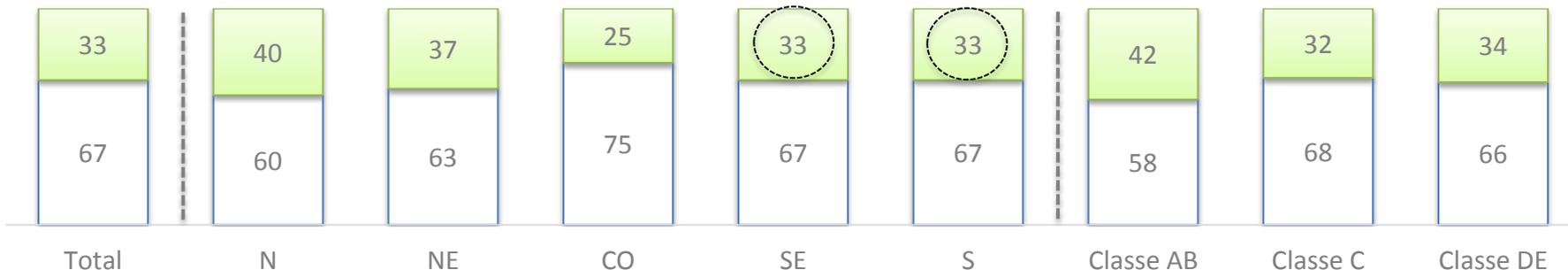
■ Dinheiro ■ Cartão de Débito ■ Cartão de Crédito ■ Carnê/Boleto ■ Cheque



- 33% dos consumidores nas regiões Sudeste e Sul do país irão parcelar o pagamento das compras de Natal e Final de Ano. 80% no Sudeste e 79% no Sul utilizarão o cartão de crédito, aumentando para 92% a penetração deste meio de pagamento no Nordeste.

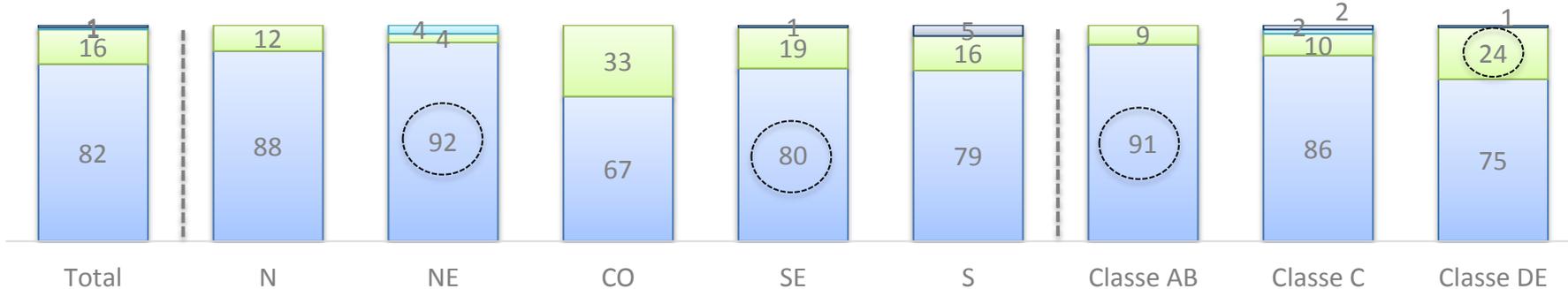
Forma de pagamento pretendida: (%)

□ À Vista □ Parcelado



Meio de Pagamento a ser utilizado PARA PAGAMENTO PARCELADO: (%)

□ Cartão de Crédito □ Carnê/Boleto □ Cheque Pré-datado □ Cartão de Débito Programado



- O valor médio a ser gasto por presente, por pessoa, será de R\$ 48 ou 5,5% menos que o valor declarado no Natal de 2014.
- 62% dos consumidores deverão gastar até R\$ 50 por pessoa neste Natal e Fim de Ano, onde destes 31% gastarão até R\$ 30 e outros 31% valores entre R\$ 31 a R\$ 50.

2013

Valor do Presente (%)



**Valor médio
R\$ 52,00**

2014

Valor do presente (%)



**Valor médio
R\$ 51,10**

1,7% ↓

2015

Valor do presente (%)



**Valor médio
R\$ 48,30**

5,5% ↓

- Nordeste registra o maior percentual de consumidores que irão gastar até R\$ 50 por pessoa com presentes de Natal, seguido por Sudeste (62%) e Sul (59%).
- Na classe DE, 70% irão gastar até R\$ 50 por pessoa, e o ticket médio pretendido ficará em R\$ 43, aproximadamente.

Valor do presente, por pessoa: (%)

■ Até R\$ 30
 ■ R\$ 31 a R\$ 50
 ■ R\$ 51 a R\$ 100
 ■ Acima de R\$ 100

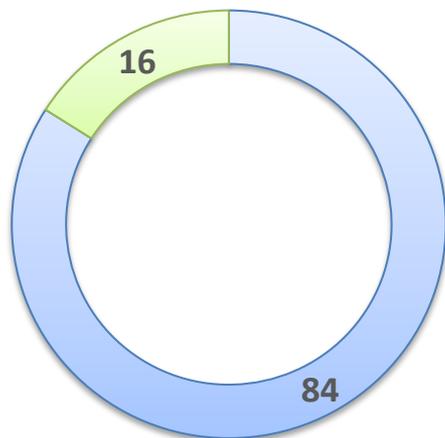


PERCEPÇÃO DE FRAUDE ENTRE OS CONSUMIDORES QUE COMPRARÃO PRESENTES ATRAVÉS DA INTERNET

- 16% dos consumidores irão comprar os presentes de Natal e Fim de Ano via E-commerce (internet).
- Independente do nível de segurança, 78% declaram que existe ainda a probabilidade de ocorrer fraudes, sendo 24% das menções “probabilidade alta” e 54% “probabilidade média”.
- 24% deles se sentem muito seguros em usar este canal de compras.

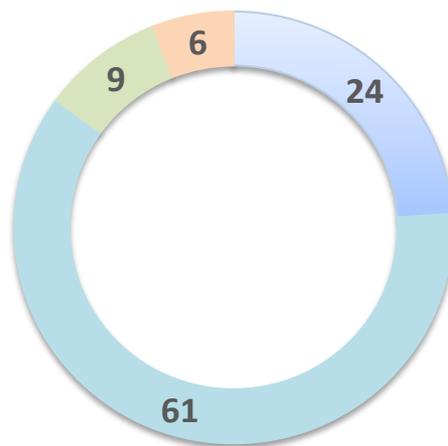
Local onde concentrará as compras (%)

- Loja Física
- Internet



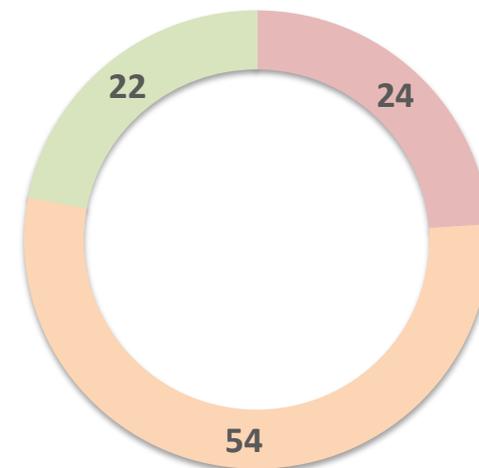
Segurança em realizar compras pela Internet (%)

- Muito seguro
- Seguro
- Indiferente
- Inseguro
- Muito inseguro



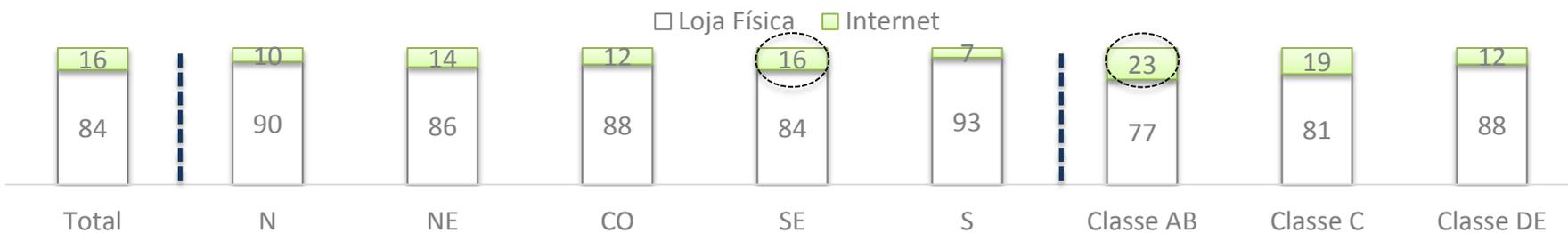
Probabilidade de ocorrer uma fraude(%)

- Alta
- Média
- Baixa
- Nenhuma

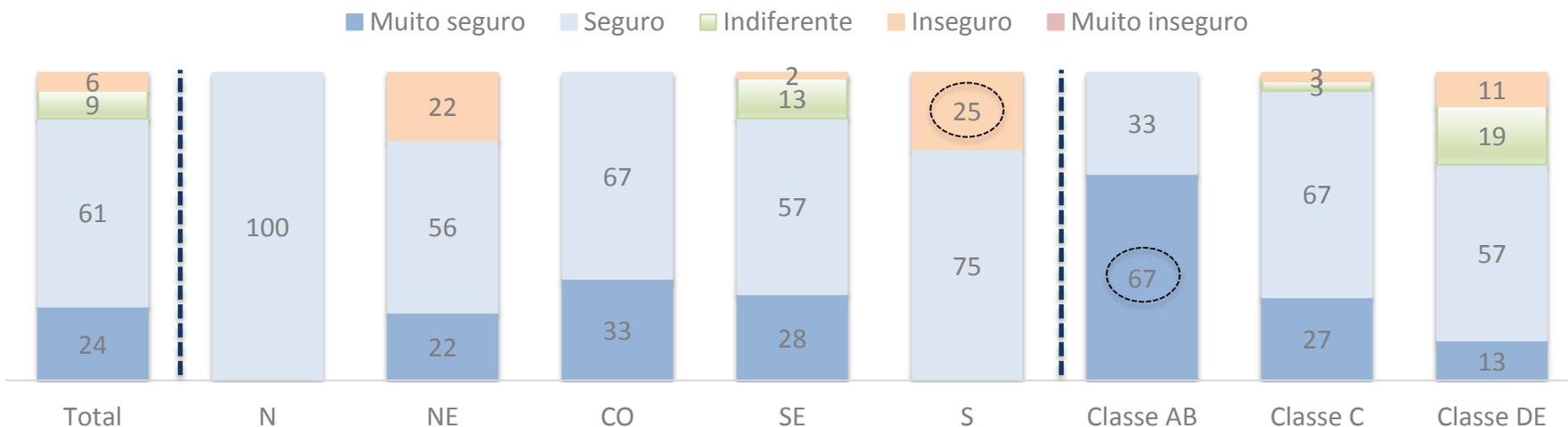


- 16% dos consumidores na região Sudeste utilizarão a internet para comprar os presentes de Natal e Fim de Ano e, destes, 28% sentem-se muito seguros em utilizar este canal de compras, aumentando este percentual para 67% na classe AB.
- No Sul, 25% dos consumidores sentem-se inseguros em utilizar a internet para este fim.

Local onde concentrará a maior parte das compras (%)

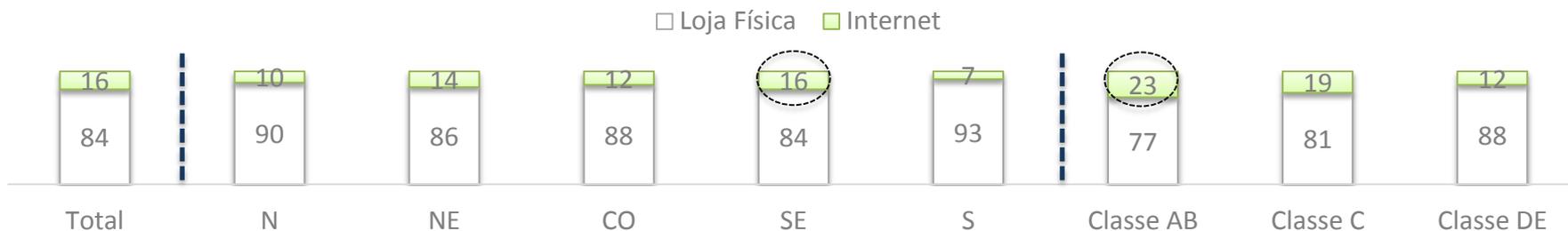


Segurança em realizar compras pela Internet (%)

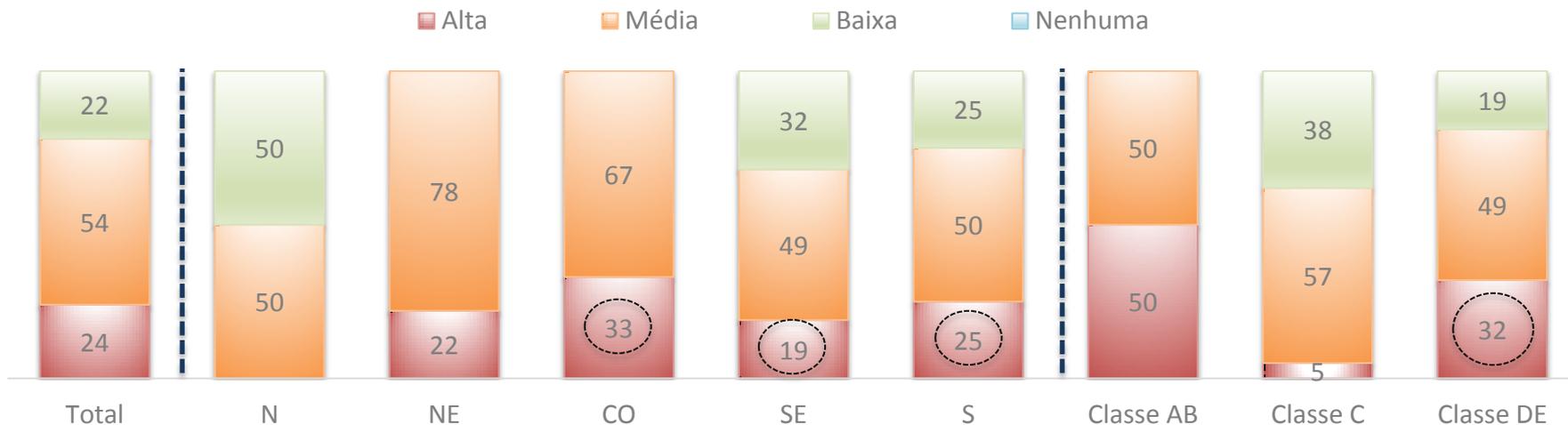


- 19% dos consumidores no Sudeste e 25% no Sul dizem ser alta a probabilidade de ocorrer uma fraude ao fazer uma compra via internet. No Centro-oeste esta percepção sobe para 33%.
- Na classe DE, 32% dos consumidores dizem ser alta a chance de ocorrer uma fraude.
- O mesmo ocorre na classe AB, com 50% das menções, mesmo tendo declarado anteriormente ser seguro fazer compras na internet.

Local onde concentrará a maior parte das compras (%)



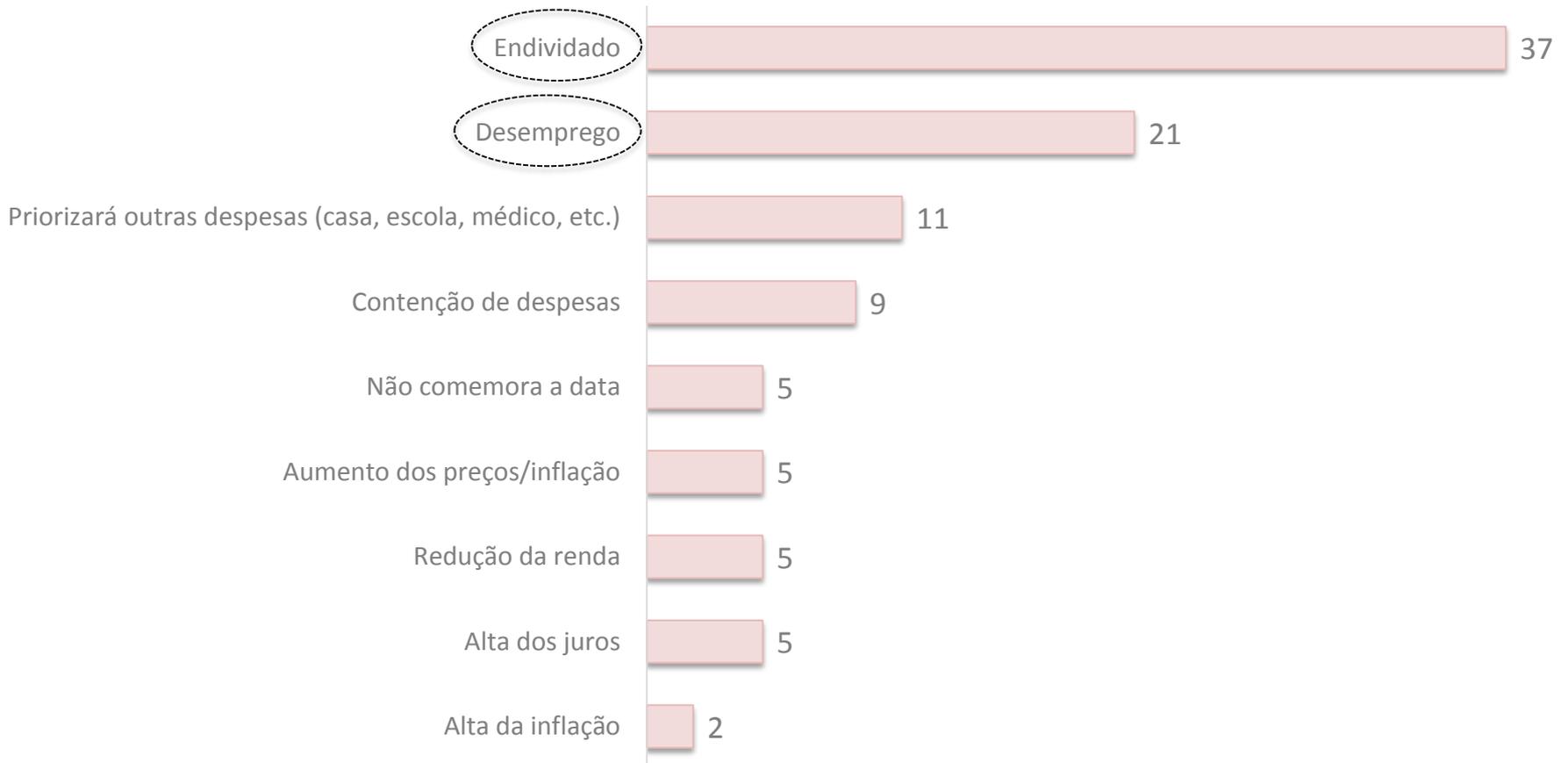
Probabilidade de ocorrer fraude ao realizar compras pela Internet (%)



MOTIVOS DE NÃO REALIZAR COMPRAS DE NATAL E FIM DE ANO

- 37% dos consumidores se declaram endividados e por este motivo não irão comprar presentes neste Natal e Fim de Ano. O segundo motivo é o desemprego, com 21% das menções, seguido por 11% daqueles que precisam priorizar outras contas.

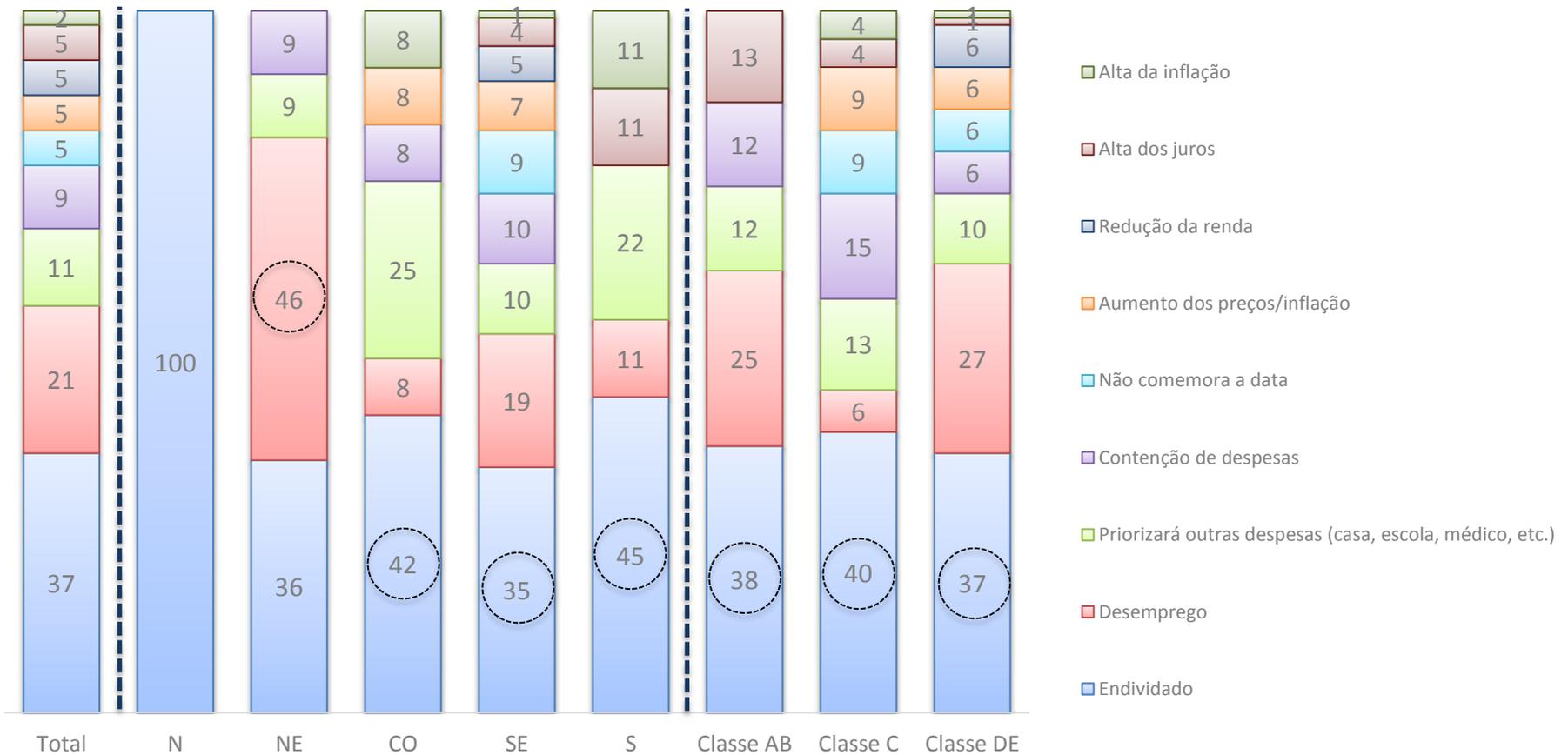
Motivos que não irá comprar presentes neste Natal e Fim de Ano (%)



■ % Menções (2015)

- No Nordeste, a principal causa de não comprar presentes neste Natal e Fim de Ano se dá em função do desemprego, com 46% das menções. Nas demais regiões, a menções concentram-se na causa de endividamento – Sul (45%), Centro-oeste (42%) e Sudeste (35%).

Motivos que não irá comprar presentes neste Natal e Final de Ano (%)



Relações com a Imprensa

Tamer Comunicação Empresarial

Liliana Liberato

(11) 3031-2388 ramal 225

liliana@tamer.com.br

Theo Carnier

(11) 3031-2388 ramal 224

theo@tamer.com.br

Boa Vista SCPC

Leandro Jordão

(11) 3016-6310

leandro.jordao@boavistaspc.com.br