Intenção de compras para o Natal 2020



Sistema CNDL

offerwise CNDL FCDL CDL CDL Jovem SPC BRASIL



Intenção de compras

Vendas no Natal devem movimentar R$ 38,8 bilhões na economia, estimam Offer Wise/CNDL



O ano de 2020 começou de forma bastante atípica para os habitantes de todo o planeta. A pandemia da Covid-19 começava a se espalhar por diversos países, e seu alcance e gravidade ainda eram inteiramente desconhecidos. Os impactos foram brutais, tanto para a saúde pública dos países, quanto para a economia global. No Brasil, não foi diferente. Como forma de tentar conter a pandemia, uma política de distanciamento social foi imposta pelos estados, o que impactou diretamente empresas e trabalhadores. Dados do IBGE mostram que houve queda do PIB de 11,4% no segundo trimestre em comparação ao mesmo trimestre de 2019, o que representa a maior retração da série histórica iniciada em 1996. A população desocupada, por sua vez, era de 14 milhões de brasileiros na última semana de setembro, o que representa uma taxa de desocupação de 14,4%. No mesmo período, a taxa de informalidade no país era de 34,2%, e cerca de 15,3 milhões de brasileiros gostariam de trabalhar, mas não procuraram trabalho por não encontrarem uma ocupação ou devido à pandemia.

Nos últimos meses do ano, mesmo que o vírus não tenha sido controlado e a vacina para a doença ainda esteja em fase de testes, as pessoas começam a retomar suas vidas e a economia a mostrar sinais de reação. Dados do IBGE mostram que as vendas no varejo cresceram 3,4% em agosto, quarta alta mensal consecutiva, enquanto o setor de serviços avançou 2,9% no período. As expectativas do mercado, de acordo com o boletim Focus do Banco Central do Brasil de 06 de novembro, são de que o ano encerre com uma queda do PIB de 4,80%, e que em 2021 haja um crescimento de 3,31% do produto interno bruto.

Diante deste cenário conturbado, o Natal, apesar de ser uma festa tradicionalmente forte e muito aguardada todos os anos pelo comércio devido ao seu enorme potencial de movimentação de vendas e faturamento no setor, também deve ser impactada em alguma medida. Segundo pesquisa conduzida pela Offer Wise e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), pouco mais da metade dos entrevistados tem intenção de presentear neste Natal, com potencial para injetar aproximadamente 38,8 bilhões na economia. A cifra representa uma redução significativa frente à sondagem do último ano, quando a estimativa era de que fossem movimentados aproximadamente R$ 60 bilhões, mas ainda assim é bastante significativa e representa uma boa notícia aos comerciantes, especialmente em um ano como este. O objetivo do estudo é mapear a intenção de compras para presentear terceiros no Natal de 2020, bem como identificar características e fatores que influenciam as escolhas dos presentes. Foram ouvidos consumidores das 27 capitais brasileiras, homens e mulheres com idade igual ou maior a 18 anos, de todas as classes econômicas (excluindo analfabetos) e que pretendem comprar presentes para o Natal.

Intenção de compra



Festividade deve mobilizar quase 86 milhões de pessoas nos principais centros de compra. Produtos mais buscados serão roupas, brinquedos em geral, cosméticos e calçados

Em 2020, a pesquisa indica que 54,3% dos entrevistados pretendem dar presente (s) para outras pessoas no Natal. Estima-se com isto que 85,9 milhões de pessoas devam ir às compras (em 2019, eram de 120 milhões). Diante de um cenário de grandes dificuldades e desafios para os brasileiros, o número representa uma queda de 22 pontos percentuais em relação ao último ano, em que a intenção de compra era de 76,6%. Ao mesmo tempo, 23,4% ainda não se decidiram (um aumento de 7 p.p. frente ao último ano) e 22,3% não têm intenção de presentear (aumento de 15 p.p. em comparação a 2019).

Para aqueles que não pretendem presentear este ano, a principal justificativa é o fato de estarem desempregados (24,4%) e não terem dinheiro (21,8%). A população desocupada calculada pelo IBGE aumentou 33% entre maio e setembro, e a renda efetivamente recebida por aqueles que estavam trabalhando representava 91% do que seria habitualmente recebido. Os dados mostram que não apenas o número de desempregados aumentou, como mesmo aqueles que estão empregados possuem alguma defasagem na sua renda. Para minimizar os efeitos da perda de renda e do emprego pelos brasileiros, o governo instituiu o Benefício de Manutenção do Emprego e da Renda, que deve valer até o final do ano. Entre abril e setembro, quase 10 milhões de trabalhadores foram atingidos pela medida, em que o Governo Federal paga aos trabalhadores com contrato de carga horária e salário reduzidos uma determinada quantia, de forma que o valor mensal recebido seja equivalente ao que o empregado receberia de seguro desemprego. Apesar de impedir o aumento das demissões, a renda do trabalhador ainda assim fica prejudicada em alguma medida.

Os mais lembrados na hora de presentear serão os filhos/filhas (58,9%), o cônjuge (45,4%) e as mães (45,0%), sendo que o presente mais caro será destinado aos filhos/filhas (26,7%). 25,2% pretendem comprar até dois presentes, e 32,9% entre três e quatro presentes. Em média, os entrevistados devem comprar 3,6 itens, número menor do que o apurado pelo levantamento do último ano (4,1).

Os produtos mais buscados por quem vai presentear outras pessoas são roupas (56,8%), brinquedos em geral (37,7%), perfumes e outros cosméticos (31,5%), e calçados (30,8%). O ticket médio – ou seja, o valor a ser investido pelo consumidor em cada presente – será de R$ 108,78 (aumentando para R$ 123,56 entre os homens e R$ 127,21 entre as classes A/B, e caindo para R$ 96,44 entre os mais jovens). A Offer Wise e a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) estimam que em 2020 o Natal deverá movimentar na economia aproximadamente R$ 38,8 bilhões em vendas.

Processo de compra e pesquisa de preço



Para 65% preço dos presentes estão mais caros este ano, 84% dos consumidores pretendem pesquisar preços

Em meio à pandemia, mesmo aqueles que irão comprar presentes na data parecem estar cautelosos com os gastos. Quando se trata dos entrevistados que têm intenção de comprar presentes este ano e também compraram no Natal do último ano, 45,3% dizem que irão gastar menos em 2020 (aumento de 23 p.p. em relação a pesquisa do último ano e principalmente as mulheres), enquanto 25,8% intencionam gastar a mesma quantia, e 20,5% vão gastar mais. Os principais motivos para reduzir os gastos com presentes são o fato de querer economizar (37,0%), estar com o orçamento apertado (32,9%) e as incertezas com relação à economia para o próximo ano (24,9%). Já entre aqueles que irão gastar mais este ano, 32,2% afirmam que darão presentes melhores, 25,6% que utilizarão o 13º salário para fazer compras, 23,6% que economizaram ao longo do ano e 23,1% que os preços aumentaram.

Já com relação ao número de presentes que têm a intenção de comprar, 35,6% pretendem comprar a mesma quantidade de produtos, 35,4% querem comprar menos produtos (aumento de 17 p.p. em relação à pesquisa do último ano) e 17,3% intencionam comprar um número maior de presentes (redução de 14 p.p.).

A inflação oficial do país medida pelo IPCA avançou 0,64% em setembro, o que representa a maior alta para o mês desde 2003. O aumento foi puxado principalmente pelos preços dos alimentos e transportes, especialmente a gasolina – produtos que impactam diretamente nas rendas das famílias. Dessa forma, 64,7% acreditam que os presentes para o Natal estão custando mais caro (um aumento de 11 p.p. em relação à pesquisa do último ano), ao passo em que 23,5% falam na mesma faixa de preço e somente 7,6% acreditam em valores mais baratos.

Diante de uma situação de incertezas e dificuldades financeiras, a pesquisa de preços se torna grande aliada do consumidor: 84,0% pretendem pesquisar preços antes de comprar seus presentes. Vale notar o predomínio das ferramentas virtuais na hora de pesquisar preços (80,2%), seja por meio de sites e aplicativos (73,8%) ou das redes sociais (28,9%). Neste sentido, os sites e aplicativos mais utilizados serão os buscadores (64,7%), os de comparação de preços (56,6%) e os de redes varejistas (52,3%). Por outro lado, um percentual significativo dos entrevistados (68,9%) também menciona os meios físicos de pesquisa de preços, sobretudo as lojas de shopping (42,9%), lojas de rua (37,9%) e os supermercados (19,8%)

85% pretendem pagar os presentes à vista

Quando se trata da forma de pagar pelos presentes, mais de oito em cada dez consumidores que farão compras neste Natal pretendem pagar à vista (84,9%), sobretudo em dinheiro (56,6%) e no cartão de débito (36,3%). Por outro lado, 44,3% querem usar o crédito para pagar as compras de Natal, principalmente o cartão de crédito parcelado (37,3%) o cartão de crédito em parcela única (25,0%) e o cartão da própria loja parcelado (10,0%). Considerando os que vão se endividar, o número médio de parcelas contratadas será de 4,8 – o que significa que essas pessoas estarão pagando pelas compras de Natal até meados de abril de 2021. Para metade dos entrevistados que vão parcelar as aquisições de Natal, essa medida será adotada a fim de que haja condições de comprar todos os presentes (48,8%), enquanto 39,7% preferem parcelar para garantir sobras de dinheiro nas finanças, mesmo tendo condições de pagar à vista e 28,8% desejam comprar presentes melhores.

Internet e Lojas de departamento superam shopping Center e comércio de rua. pandemia foi responsável também por mudar diversos hábitos dos brasileiros, e alguns deles parecem terem vindo para ficar. É o caso das compras on-line, que já vinham ganhando espaço há alguns anos, e se intensificaram de forma expressiva ao longo deste ano. Dessa forma, o local preferido para realizar as compras de Natal será justamente a internet/lojas online (47,4%, com aumento de 7 p.p em relação a 2019). Em seguida aparecem as lojas de departamento (39,7%), o shopping center (34,3%) e as lojas de rua (25,7%). Tendo em vista apenas os consumidores que farão suas compras de Natal pela internet, observa-se que, em média, sete em cada dez presentes serão adquiridos virtualmente (65,63% com aumento de 6 p.p. em relação a 2019). 34,4% dos consumidores comprarão quase todos os presentes online (cerca de 75%), e 19,7% comprarão todos os itens desta forma. A pandemia gerou novos hábitos de compra no consumidor. Milhares de pessoas fizeram sua primeira compra on line neste contexto, o quê com a experiência positiva mostra um público cada vez mais confiante para aderir a esta forma de consumo. Isto reforça a necessidade dos lojistas buscarem recursos de aproximação com os consumidores para aumentar sua lembrança de marca e suas vendas. Whatsapp e redes sociais são recursos acessíveis, mas a publicidade paga é uma forma de aumentar seu alcance e vendas.

Os canais da internet preferidos para realizar as compras são os sites (77,9%), principalmente os de lojas varejistas nacionais (75,2%), os de compra e venda de produtos novos ou usados (41,9%) e os internacionais (31,1%). Além dos sites, os entrevistados citaram os aplicativos (63,3%), Instagram (18,8%), Whatsapp (18,4%) e Facebook (14,0%).

Por fim, os fatores que mais influenciam na escolha do local de compra são o preço (53,5%), as ofertas e promoções (39,3%), o valor do frete (24,3%), a diversidade de produtos (22,1%) e o atendimento (22,0%). Já na hora de escolher o presente, são considerados principalmente a qualidade do presente (24,4%), o perfil do presenteado (18,2%) e as promoções e descontos (17,9%), evidenciando a importância que o brasileiro deve dar ao orçamento na escolha dos presentes este ano.

METODOLOGIA



Público alvo: Consumidores das 27 capitais brasileiras, homens e mulheres, com idade igual ou maior a 18 anos, de todas as classes econômicas (excluindo analfabetos) e que pretendem comprar presentes para o Natal.

Método de coleta: pesquisa realizada via web e pós-ponderada por sexo, idade, estado, renda e escolaridade.

Tamanho amostral da Pesquisa:968 casos em um primeiro levantamento para identificar o percentual de pessoas com intenção de comprar presentes no Natal. Em seguida, continuaram a responder o questionário 606 casos, que tinham a intenção de comprar presente no Natal. Resultando, respectivamente, uma margem de erro no geral de 3,1 p.p e 4,0 p.p para um intervalo de confiança a 95%.

Data de coleta dos dados: 14 a 20 de outubro de 2020.


offerwise
Sistema CNDL
CNDL
FCDL
CDL
CDL
Jovem
SPC
BRASIL