



PESQUISA

*Final de Ano*

2024

  
**Fecomércio RS**  
CNC Sesc Senac  
Sindicatos

## Sumário Executivo

### Resumo dos principais resultados da Pesquisa de Final de Ano 2024

- **Das 809 entrevistas realizadas em 2024, 47,6% afirmaram que comprariam presentes de Natal, totalizando amostra mínima de 385 indivíduos.**
  - Entre os abordados pelos entrevistadores, 9,3% afirmou que ainda não havia decidido se compraria ou não presente de Natal e 43,1% disseram que não irão comprar.
  - Entre os que não vão comprar, as justificativas mais indicadas dizem respeito a questão financeira, indicada explicitamente na forma de falta de recursos / dinheiro (49,3%) e de forma geral como motivo financeiro (22,6%).
- **O número médio de presentes adquiridos por consumidor em 2024 será de 4,1 unidades.**
  - As mulheres comprarão, em média, 4,5 unidades e os homens 3,7 unidades.
  - Em média, os consumidores da classe média pretendem adquirir 3,9 presentes, enquanto os da classe alta 4,8 presentes e os da classe baixa 3,5 presentes.
- **O gasto médio, por pessoa, no Natal 2023, deverá ser de R\$ 700,11.**
  - Os homens deverão apresentar um gasto médio de R\$ 860,05, enquanto as mulheres gastarão R\$ 530,49.
  - Quanto às classes de renda, o gasto médio da classe alta deverá ser de R\$ 1.083,81, a classe baixa gastará, em média, R\$ 564,15. A classe média gastará, em média, R\$ 566,85.
- **O presente unitário custará, em média, R\$ 173,07.**
  - Os homens devem adquirir presentes com custo médio de R\$ 229,59, enquanto as mulheres pretendem gastar, em média, R\$ 121,60 em cada item.
  - Entre as classes de renda, o item médio da classe alta deverá custar R\$ 221,33. O presente médio da classe média será de R\$ 148,33 e o da classe baixa será R\$ 160,83.
- **Na percepção dos consumidores gaúchos, seus gastos no Natal de 2024 devem ser, em média, levemente inferiores aos do Natal de 2023.**
- **Os tipos de presente mais frequentes serão vestuário (59,5%), brinquedos (36,8%) e calçados (23,0%).**
- **Entre os locais de compra, os mais citados são as lojas dos centros das cidades (77,4%); internet vem em segundo lugar (18,7%) e Centros Comerciais em terceiro (13,5%).**
  - Entre os que presentearam em 2023, 48,2% indicaram que repetiriam a loja onde foram comprados os presentes para o Natal passado.
- **60,3% deverá realizar suas compras com até uma semana de antecedência da data.**
- **O fator mais determinante no momento de definir a compra deve ser o preço (63,4%). Atendimento foi o segundo aspecto mais apontado (40,2%).**
- **Quanto ao pagamento, dinheiro foi a forma mais indicada (31,7%), seguido por cartão de crédito parcelado (21,6%) – com diferenças expressivas entre as classes de renda.**
  - Entre os que pretendem parcelar, no cartão de crédito ou no crediário/carnê, 29,7% pretendem pagar em até 3 parcelas, 30,8% em 4 ou 5 vezes e 39,6% em 6 parcelas ou mais.
- **Entre aqueles que recebem 13º salário (52,7%), os destinos prioritários dessa remuneração são pagar as contas em atraso (38,4%) e poupar (21,6%); compra de presentes (5,3%) apareceu como sétimo mais citado.**
- **Em relação a compras na Black Friday, 48,9% dos entrevistados referiram que pretendem fazer compras de Natal na ocasião.**

# Pesquisa de Final de Ano 2024

O presente relatório apresenta os principais resultados da Pesquisa de Final de Ano 2024, diagnosticando as intenções de compra dos gaúchos para o Natal tanto em aspectos quantitativos quanto qualitativos. O público-alvo foram consumidores com interesse em realizar compras de Natal, **entrevistados no período de 10 a 23 de outubro de 2024**. A técnica utilizada foi a entrevista probabilística estratificada, em pontos de fluxo. Foram realizadas 385 entrevistas na principal cidade de cada Macrorregião do Estado: Santa Maria, Porto Alegre, Caxias do Sul, Ijuí e Pelotas.

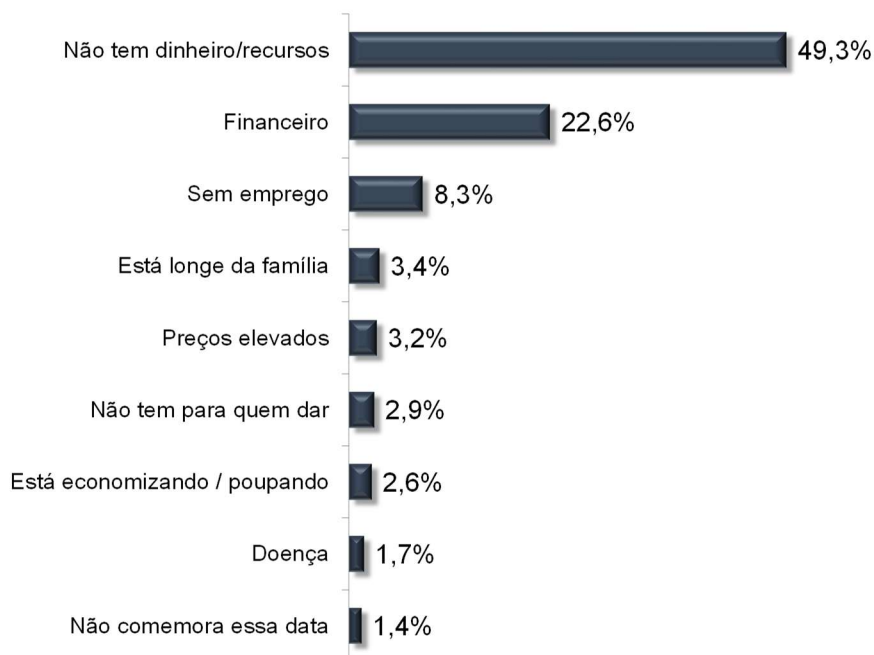
**Tabela 1- Amostra Estipulada por Município Pesquisado**

Município	Número de Entrevistados	Percentual
Caxias do Sul	70	18,2%
Ijuí	42	10,9%
Pelotas	49	12,7%
Porto Alegre	174	45,2%
Santa Maria	50	13,0%

Fonte para cálculo da participação amostral (população): IBGE

Para a realização da pesquisa, foram abordados 809 indivíduos, dos quais 47,6% responderam que pretendiam comprar presentes para o Natal, totalizando a amostra mínima de 385 indivíduos. Outros 9,3% indicaram que não sabiam ou não haviam decidido, e outros 43,1% não pretendiam comprar presentes. O Gráfico 1 apresenta as justificativas de quem indicou que não compraria presentes para o Natal. Os principais motivos indicados entre os que não pretendem presentear dizem respeito a questões financeiras, de forma explícita indicada pela falta de recursos (49,3%), e de forma geral relatada como motivo financeiro (22,6%).

**Gráfico 1 – Motivos dos que não pretendem presentear no Natal**



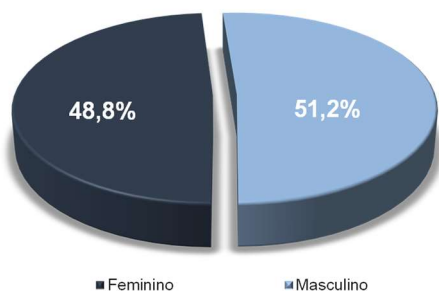
Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

**Caracterização da Amostra**

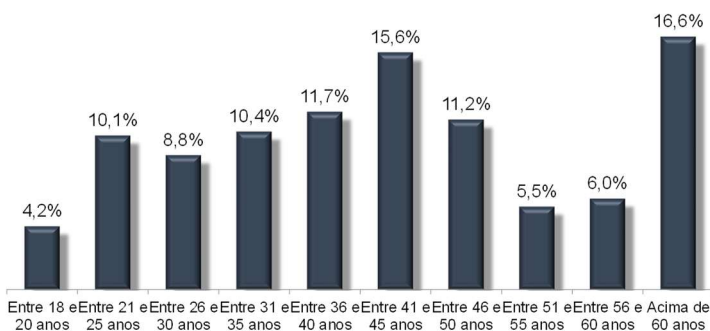
Entre os entrevistados, 48,8% são do gênero feminino, enquanto a parcela masculina totalizou 51,2%. (Gráfico 2). Em relação às faixas etárias contempladas na pesquisa, 48,8% da amostra foi composta por pessoas entre 31 e 50 anos, e 18,9% entre 21 e 30 anos. O intervalo acima de 60 anos teve a participação de 16,6% (Gráfico 3).

**Gráfico 2 – Distribuição conforme Gênero**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

**Gráfico 3 – Distribuição conforme Faixa Etária**

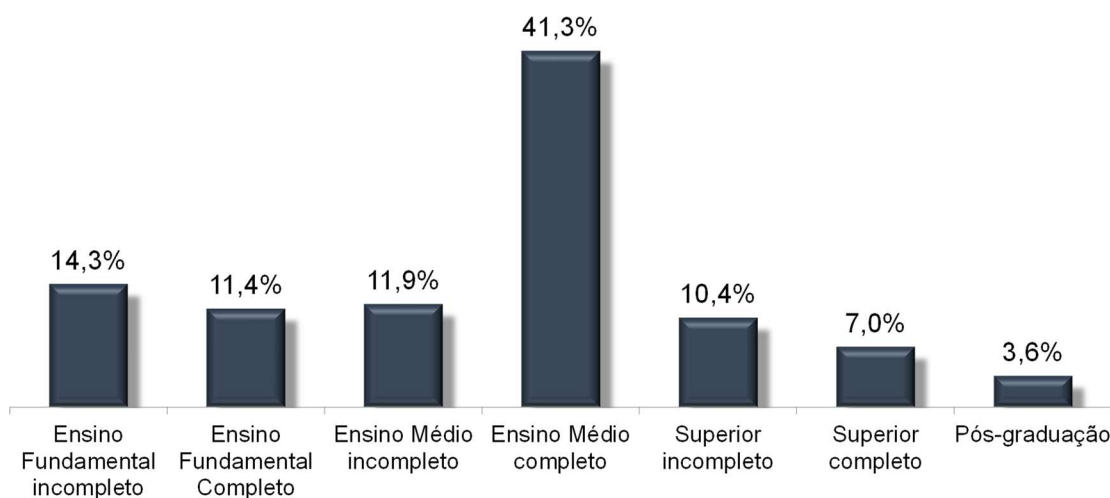


Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Quanto à relação entre gênero e idade, dos dez grupos etários pesquisados, o gênero feminino teve maior participação em cinco deles. A maior participação relativa feminina foi na faixa entre 51 e 55 anos, em que alcançou 61,9%. Já entre os entrevistados com mais de 60 anos, 59,4% eram do gênero masculino.

No que se refere ao grau de escolaridade, 41,3% da amostra apresentou escolaridade equivalente ao Ensino Médio Completo, enquanto 10,7% possuem no mínimo Ensino Superior Completo. A menor participação foi de indivíduos com Pós-Graduação, que representam 3,6%. Os dados são apresentados no Gráfico 4.

**Gráfico 4 - Grau de Escolaridade**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Por fim, a Tabela 2 apresenta a estratificação da amostra segundo a classe de renda dos entrevistados. Tal estratificação segue a representação das classes na população gaúcha, conforme definição da Secretaria

de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE). Para o enquadramento dos entrevistados em uma classe, são considerados dois aspectos: a renda familiar e o número de pessoas que dependem dessa renda, de forma a se inferir a renda familiar *per capita*, variável relevante para a determinação da classe de renda.

**Tabela 2 – Distribuição Amostral conforme Classe de Renda**

Distribuição Amostral	%
Classe Baixa	17,1%
Classe Média	56,9%
Classe Alta	26,0%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

## Aspectos Quantitativos das Compras de Natal

A presente seção apresenta os principais resultados quantitativos da pesquisa de Fim de Ano 2024. A seção objetiva tratar dos gastos pretendidos pelos gaúchos neste Natal, bem como da quantidade de presentes a ser adquirida.

### Número de Presentes

O número médio de itens adquiridos por pessoa deverá ser de 4,1 unidades, sendo a 3 unidades a mediana. Desagregando essa média por gênero e classe de renda percebem-se diferenças entre os grupos, como apresentado na Tabela 3 e no Gráfico 5.

Na segmentação por gênero, nota-se que as mulheres devem adquirir, em média, 4,5 presentes, enquanto os homens pretendem comprar 3,7 itens. Já entre as classes de renda, conforme o esperado, a quantidade de presentes é maior na classe de renda mais alta. Enquanto as pessoas enquadradas na classe baixa devem comprar, em média, 3,5 presentes, os consumidores da classe alta pretendem comprar 4,8 presentes. Na classe média, o número médio de itens adquiridos deve ser de 3,9.

**Tabela 3 – Quantidade de Presentes por Gênero e Total**

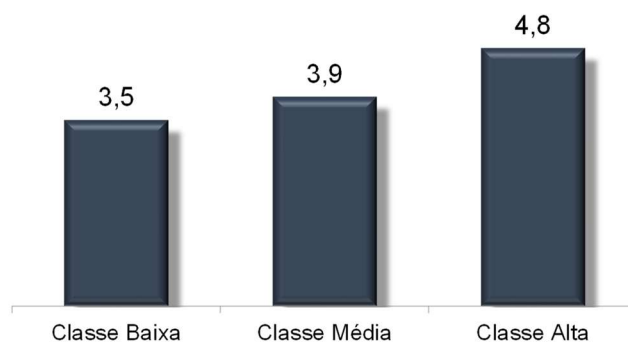
Número de Presentes	Feminino		Masculino		Total	
	%	Acumulado	%	Acumulado	%	Acumulado
1 presente	9,0%	9,0%	12,2%	12,2%	10,6%	10,6%
2 presentes	20,2%	29,3%	26,4%	38,6%	23,4%	34,0%
3 presentes	21,3%	50,5%	23,9%	62,4%	22,6%	56,6%
4 presentes	11,7%	62,2%	10,2%	72,6%	10,9%	67,5%
5 presentes	11,7%	73,9%	11,7%	84,3%	11,7%	79,2%
6 presentes	8,5%	82,4%	5,1%	89,3%	6,8%	86,0%
7 presentes	2,1%	84,6%	2,5%	91,9%	2,3%	88,3%
8 presentes	4,8%	89,4%	1,5%	93,4%	3,1%	91,4%
9 presentes ou mais	10,6%	100,0%	6,6%	100,0%	8,6%	100,0%
<b>Número Médio de Presentes</b>	<b>4,5</b>		<b>3,7</b>		<b>4,1</b>	

\*Média em unidades.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

**Gráfico 5 – Quantidade de Presentes por Classe de Renda**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

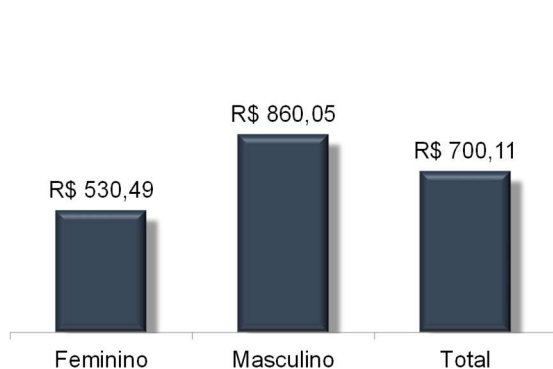
### Gastos em Presentes

No que diz respeito às intenções de gastos com a compra de presentes, o valor médio por pessoa no Natal de 2024 no Rio Grande do Sul deverá ser de R\$ 700,11 (Gráfico 6)<sup>1</sup>, sendo superior entre os homens (R\$ 860,05) do que entre as mulheres (R\$ 530,49). Desagregando as intenções de gastos por classes de renda, apesar da média dos gastos ser muito semelhante entre a classe média e a baixa, há grande diferença em relação ao gasto pretendido pela classe alta (Gráfico 7). Os indivíduos da classe baixa, classe média e classe alta deverão gastar, em média, R\$ 564,15, R\$ 566,85 e R\$ 1.083,81, respectivamente.

A distribuição das intenções de gastos é apresentada no Gráfico 8, por gênero, e na Tabela 4, por classe de renda e total. No quesito gênero, a diferença entre homens e mulheres fica bastante evidente, assim como para as diferentes classes de renda. Enquanto apenas 23,6% das mulheres gastam mais que R\$ 500,00, esse percentual é de 39,4% entre os homens. Na distribuição da intenção de gastos por classe, o percentual de intenção de gastos acima de R\$ 500,00 é de 45,4% na classe alta, percentual que corresponde a 27,2% na classe média e 26,2% na classe baixa.

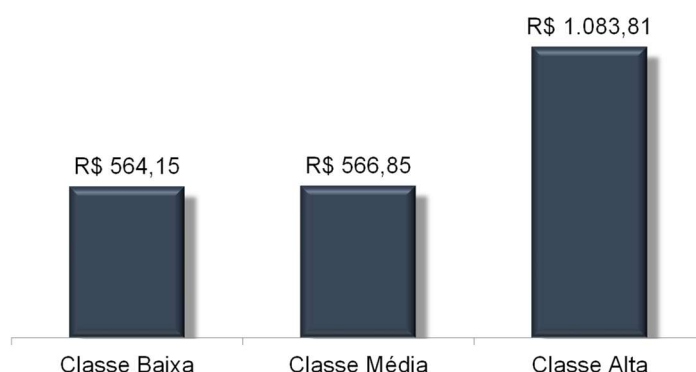
Os entrevistados também foram questionados sobre o fato das enchentes terem ou não impactado nas na pretensão de gasto com o Natal. Entre os entrevistados, 15,3% tiveram a decisão afetada, gastando menos, 7,8% gastarão mais e 76,9% referiu não ter a pretensão de gasto impactada.

**Gráfico 6**  
**Gasto médio por Gênero e Total**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

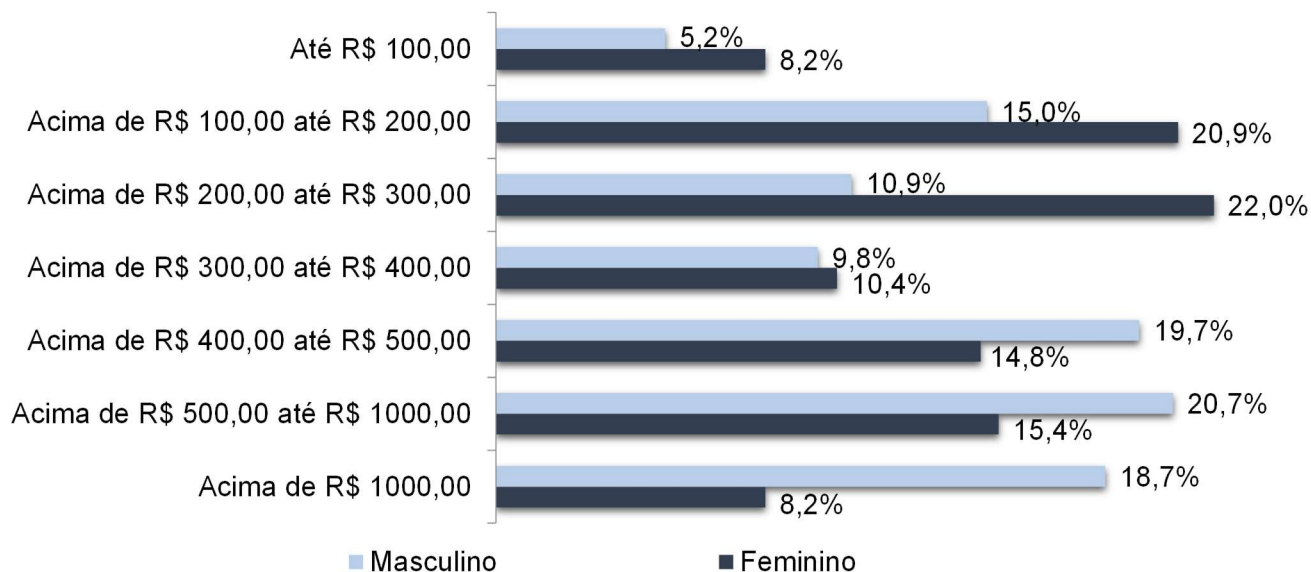
**Gráfico 7**  
**Gasto médio por Classes de Renda**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

<sup>1</sup> Entre os entrevistados, 10 (2,6% do total) responderam que ainda não sabiam ou não haviam decidido, sendo 6 do gênero feminino (5 na classe média e 1 na classe alta) e 4 do gênero masculino (1 na classe baixa, 1 na classe média e 2 na classe alta). Os cálculos de gasto médio consideraram apenas os que souberam responder.

**Gráfico 8 – Distribuição da intenção de gastos com presentes por Gênero**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

**Tabela 4 – Distribuição da intenção de gastos com presente por Classes de Renda**

	Baixa	Média	Alta	Total Geral
Até R\$ 100,00	12,3%	7,5%	1,0%	6,7%
Acima de R\$ 100,00 até R\$ 200,00	21,5%	19,2%	12,4%	17,9%
Acima de R\$ 200,00 até R\$ 300,00	13,8%	19,7%	10,3%	16,3%
Acima de R\$ 300,00 até R\$ 400,00	10,8%	10,8%	8,2%	10,1%
Acima de R\$ 400,00 até R\$ 500,00	15,4%	15,5%	22,7%	17,3%
Acima de R\$ 500,00 até R\$ 1.000,00	16,9%	16,9%	21,6%	18,1%
Acima de R\$ 1.000,00	9,2%	10,3%	23,7%	13,6%

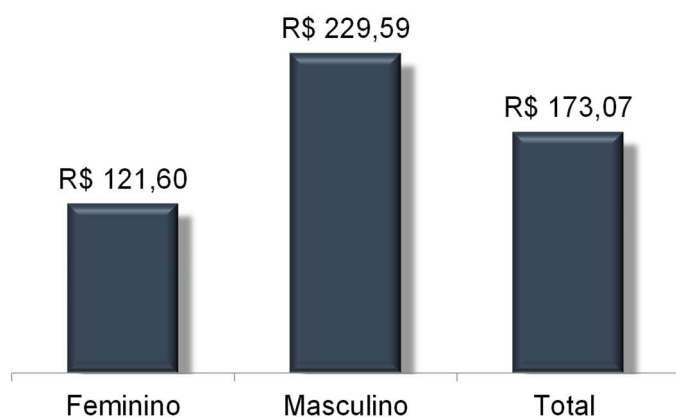
Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

### Valor Médio dos Presentes

Considerando o volume total de gastos e de presentes a serem adquiridos no estado, estima-se que o valor médio por presente comprado neste Natal deverá ser de R\$ 173,07 (Gráfico 9). Entre os gêneros, com um número menor de presentes e um valor maior de gastos, os homens devem adquirir itens com valor médio de R\$ 229,59, enquanto as mulheres devem gastar em cada presente, em média, R\$ 121,60.

O Gráfico 10 apresenta o valor médio dos presentes que devem ser adquiridos no Natal por classe de renda. Os indivíduos da classe baixa pretendem adquirir presentes com valor médio de R\$ 160,83 enquanto os da classe alta, de R\$ 221,33. Por sua vez, o presente médio dos indivíduos da classe média deverá custar R\$ 148,33.

**Gráfico 9**  
**Presente médio por Gênero e Total**

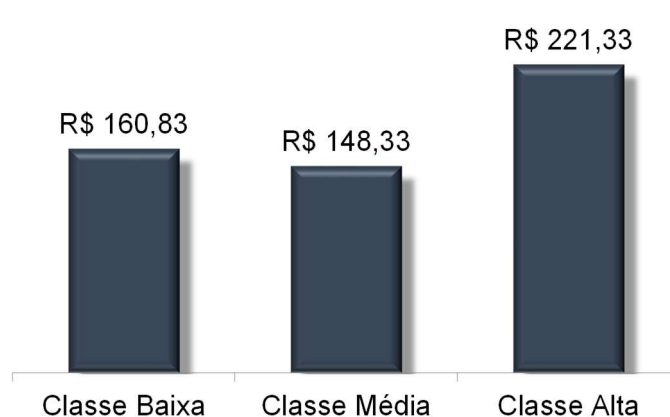


Nota: para o cálculo do presente médio, são considerados apenas os indivíduos que responderam às questões referentes à intenção de gasto total e à quantidade de presentes.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

**Gráfico 10**  
**Presente médio por Classe de Renda**



Nota: para o cálculo do presente médio, são considerados apenas os indivíduos que responderam às questões referentes à intenção de gasto total e à quantidade de presentes.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

### Comparação dos Gastos com o Natal Passado

A Tabela 5 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 uma quantia levemente menor com relação à realizada no ano anterior. Entre os entrevistados<sup>2</sup>, 37,0% afirmaram que irão gastar menos ou muito menos do que no ano passado, enquanto 30,8% das pessoas pretende gastar mais ou muito mais. Entre os entrevistados, 32,3% devem gastar o mesmo que no Natal de 2023.

**Tabela 5 – Intenção de Gastos para o Natal 2024 em relação ao Natal 2023**

Resposta	Frequência
Muito Menos	0,9%
Menos	36,1%
O Mesmo	32,3%
Mais	29,0%
Muito Mais	1,8%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A partir dos dados da Tabela 5, é possível elaborar um indicador 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 2023) e 200,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito mais do que em 2023), no qual o valor 100,0 indica que, na média, considerando os enquadramentos possíveis, os indivíduos pretendem gastar o mesmo do que em 2023. O índice calculado a partir das frequências da Tabela 5 resulta no valor de 97,4, indicando um gasto médio levemente inferior ao do Natal passado.

<sup>2</sup> 341 pessoas responderam ao questionamento da comparação dos gastos com o ano anterior (43 pessoas não haviam comprado presente em 2023 e 1 pessoa não soube responder).



## Aspectos Qualitativos das Compras de Natal

A presente seção apresenta algumas características básicas acerca das intenções de compras de presentes para o Natal 2024. Nesta seção são abordados os tipos de presentes, aspectos considerados pelos clientes ao realizar suas compras, locais de compra e formas de pagamento.

### Tipos de Presentes

A Tabela 6 apresenta os tipos de presentes com maior frequência de intenção de compra por parte dos entrevistados, por classe de renda<sup>3</sup>. Assim como em anos anteriores, a maior concentração de entrevistados encontra-se nos tradicionais itens de vestuário, brinquedos e calçados, que devem ser adquiridos por 59,5%, 36,8% e 23,0% das pessoas que pretendem comprar presentes nesse Natal, respectivamente. Também aparecem com participação relevante os acessórios, com 15,7% das indicações, e perfumes e cosméticos, com 12,3% das intenções de compra. Desagregando as preferências de presentes por classes de renda, notam-se algumas diferenças entre os estratos.

**Tabela 6 – Principais Tipos de Presentes por Classes de Renda e Total (resposta múltipla)**

Tipos de Presentes	Baixa	Média	Alta	Total
Vestuário	63,6%	58,5%	59,0%	59,5%
Brinquedos	51,5%	34,6%	32,0%	36,8%
Calçados	21,2%	21,7%	27,0%	23,0%
Acessórios	9,1%	15,7%	20,0%	15,7%
Perfumes/Cosméticos	7,6%	12,4%	15,0%	12,3%
Artigos de Decoração	4,5%	5,1%	6,0%	5,2%
Chocolates	10,6%	4,1%	4,0%	5,2%
Eletrrodomésticos	4,5%	4,6%	6,0%	5,0%
Eletrônicos	4,5%	1,8%	7,0%	3,7%
Celular	1,5%	2,8%	6,0%	3,4%
Livros	1,5%	1,8%	7,0%	3,1%
Vale- Presente	1,5%	3,2%	4,0%	3,1%
Cesta com presentes	9,1%	1,8%	0,0%	2,6%
Cheque-presente	1,5%	1,8%	3,0%	2,1%
Artigos Higiene e Beleza	0,0%	1,8%	3,0%	1,8%
Relógio/Jóias	3,0%	0,5%	4,0%	1,8%
Bicicleta	1,5%	0,5%	2,0%	1,0%
Viagem	0,0%	0,9%	0,0%	0,5%
Jogos Eletrônicos/ de Computador	1,5%	0,0%	0,0%	0,3%
Vídeo Game	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
Ferramentas	1,5%	0,0%	0,0%	0,3%
Material escolar	0,0%	0,5%	0,0%	0,3%

Nota: Como cada indivíduo pode adquirir mais de um item, a soma dos itens será maior do que 100,0%.

\*2 indivíduos da classe média não haviam decidido ou não sabiam o que dar durante o questionamento.

Fonte: Fecomércio-RS

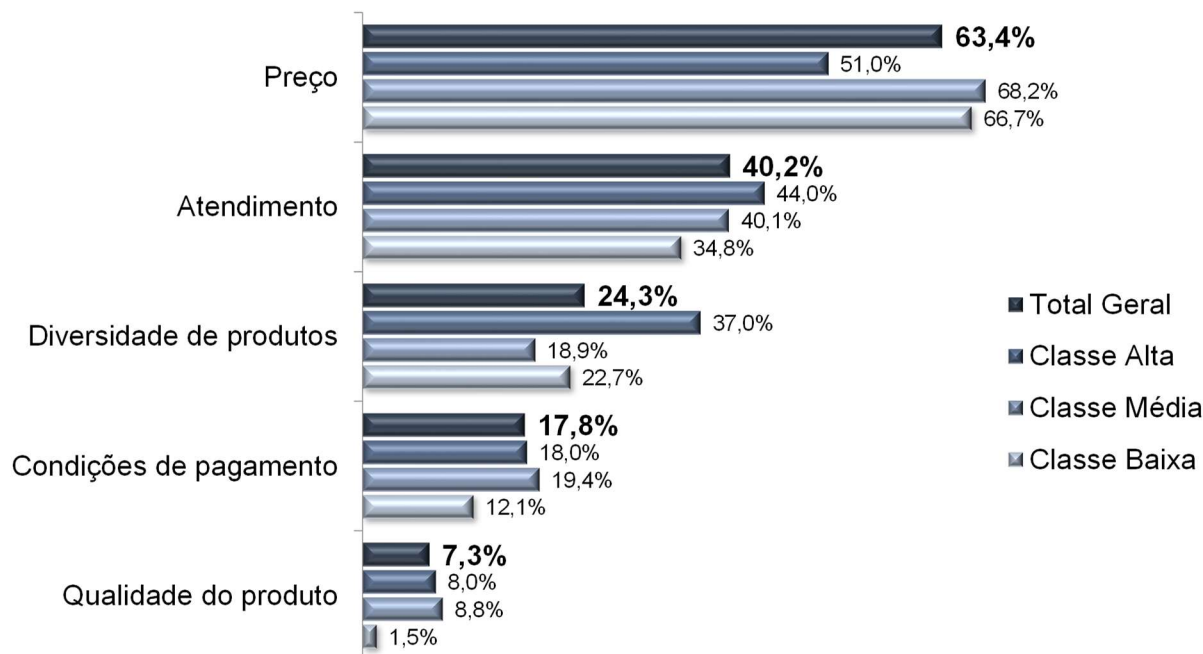
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A pesquisa apurou os aspectos que são considerados no momento de definir a compra, apresentados no Gráfico 11 para o total da amostra e por classe de renda. Entre os entrevistados, 63,4% apontaram o preço

<sup>3</sup> Entre os entrevistados, 2 (classe média) indicaram não saber ou não ter decidido.

como fator determinante, sendo o mais citado em todas as classes de renda, mas com maior destaque entre os entrevistados da classe média e baixa, sendo citado por mais de 65% dos entrevistados de cada classe. Apareceram também como aspectos relevantes o atendimento (40,1%), a diversidade de produtos (24,2%), as condições de pagamentos (17,7%), e a qualidade (7,3%).

**Gráfico 11 – Aspectos considerados pelos clientes ao realizarem suas compras**



Notas: <sup>1</sup>Como cada indivíduo pode considerar mais de um aspecto, a soma das respostas pode ser maior do que 100,0%. <sup>2</sup>Também foi citado aspecto relacionado à necessidade (2 entrevistados da classe baixa, 1 classe média).

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/ Fecomércio-RS

### Locais de Compra

No que diz respeito aos locais de compras (Tabela 7), 77,4% das pessoas que pretendem comprar presentes nesse Natal deverão frequentar as lojas dos centros das cidades para tal. Essas lojas deverão receber o maior percentual de pessoas entre todas as classes de renda. O segundo local com maior número de citações foi a Internet/e-commerce/redes sociais com 18,7% das preferências e com maior predominância entre a classe alta (30,0%), enquanto apenas 7,6% dos entrevistados de classe baixa apontam para a busca por presentes nesse meio.

**Tabela 7 – Locais de Compra dos Presentes por Classes de Renda e Total (resposta múltipla)**

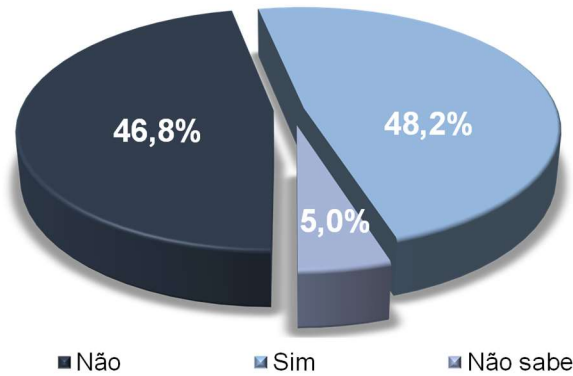
	Baixa	Média	Alta	Total
Lojas do centro	75,8%	79,5%	74,0%	77,4%
Internet/e-commerce/redes sociais	7,6%	16,9%	30,0%	18,7%
Centros Comerciais	10,6%	15,5%	11,0%	13,5%
Shopping	4,5%	9,6%	11,0%	9,1%
Camelôs/Centro Popular de Compras	13,6%	2,7%	4,0%	4,9%
Lojas de bairro	7,6%	3,7%	1,0%	3,6%
Supermercados	0,0%	0,9%	1,0%	0,8%

Nota: <sup>1</sup>Como cada indivíduo pode frequentar mais de um local de compra, a soma dos locais pode ser do que 100,0%.

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

A pesquisa também perguntou se o entrevistado repetiria a loja, ou ao menos uma das lojas, onde foram comprados os presentes do Natal de 2023 (Gráfico 12). Entre aqueles que compraram presentes no ano anterior, 48,2% indicaram que repetiriam a loja, ou pelo menos uma das lojas, enquanto 46,8% não pretendem repetir e outros 5,0% não souberam responder.

**Gráfico 12 – Repetição da Loja onde foram comprados presentes do Natal passado**

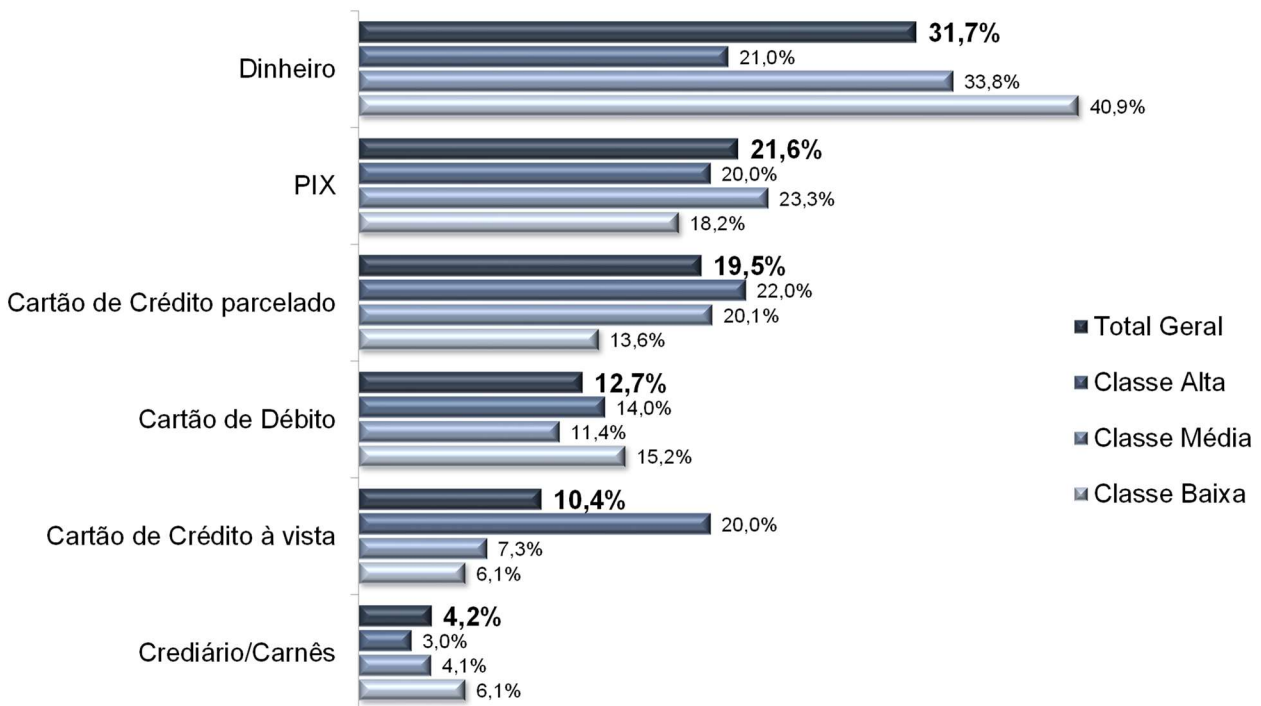


Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/ Fecomércio-RS

**Forma de Pagamento**

O Gráfico 13 apresenta os resultados em relação à forma de pagamento das compras de Natal, para o total da amostra e por classe de renda. A forma mais indicada foi o pagamento em dinheiro (31,7%), seguido pelo PIX (21,6%) – com diferenças muito evidentes entre as faixas de renda. O Cartão de Crédito parcelado aparece como terceira forma mais citada (19,5%).

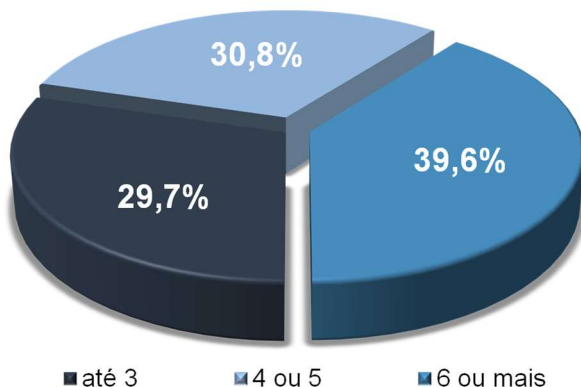
**Gráfico 13 – Forma de Pagamento das Compras de Natal**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/ Fecomércio-RS

Entre os que responderam que pagariam a prazo (cartão de crédito parcelado ou no crediário/carnê), 29,7% pretende pagar parcelado em até 3 vezes, 30,8% em 4 ou 5 parcelas e 39,6% em 6 parcelas ou mais. O Gráfico 14 apresenta os resultados quanto ao número de parcelas.

**Gráfico 14 – Quantidade de Parcelas no Pagamento a Prazo**

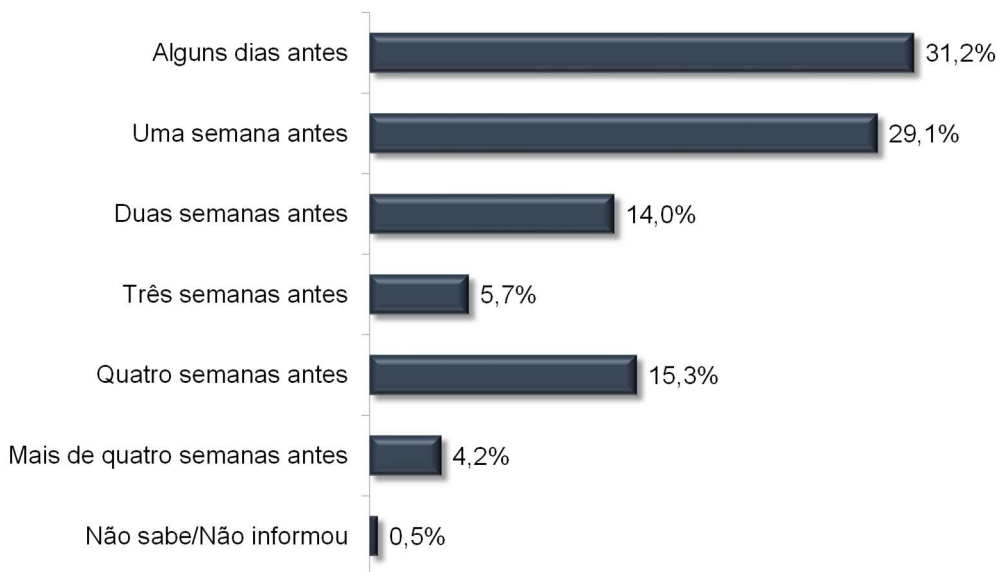


Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/ Fecomércio-RS

### Antecipação das Compras

O Gráfico 15 ilustra como são as intenções de programação para a compra dos presentes do Natal de 2024. O prazo é uma condição fundamental para o planejamento de atendimento dos consumidores em um período em que tipicamente se verifica um aumento significativo da demanda. Os dados apresentados no Gráfico 15 mostram que, em 2024, 60,3% deverão realizar suas compras com até uma semana de antecedência da data. As compras realizadas com antecedência de duas a três semanas será a opção de 19,7% dos entrevistados, enquanto 19,5% realizarão com uma antecipação ainda maior.

**Gráfico 15 – Antecipação das compras**

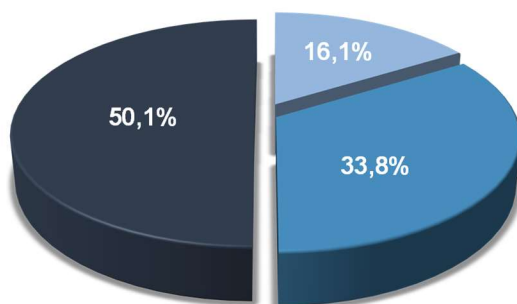


Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

### Estratégia para Compras

Nesta edição, a pesquisa também questionou sobre o tipo de estratégia adotada para a compra de presentes, apresentando três alternativas. O Gráfico 16 apresenta os resultados. Entre os entrevistados, 50,1% indicaram haver uma determinação e organização prévia sobre os presentes que serão comprados antes de ir às compras, enquanto para 33,8% a decisão ocorre na hora da compra dos presentes; 16,1% indicaram estratégia mista (parte organizada previamente e parte decidida no momento da compra). Os resultados por classe de renda são apresentados na Tabela 8.

**Gráfico 16 – Estratégia para determinação dos presentes a serem comprados**



- Determina e organiza quais são os presentes que serão comprados antes de ir às compras
- Estratégia mista - parte dos presentes são determinados previamente às compras e outra parte são escolhidos no momento da compra
- Sai para comprar e decide na hora os presentes que serão comprados

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

**Tabela 8 – Estratégia para compra de presentes por Classes de Renda e Total**

Estratégia	Baixa	Média	Alta	Total Geral
Determina e organiza quais são os presentes que serão comprados antes de ir às compras	43,9%	52,5%	49,0%	50,1%
Estratégia mista – parte dos presentes são determinados previamente às compras e outra parte são escolhidos no momento da compra	42,4%	31,1%	34,0%	33,8%
Sai para comprar e decide na hora os presentes que serão comprados	13,6%	16,4%	17,0%	16,1%

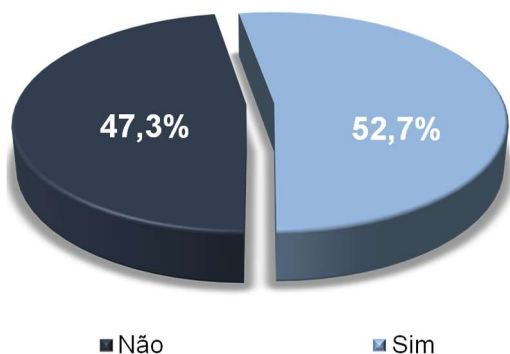
Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

### 13° Salário e Compras de Natal

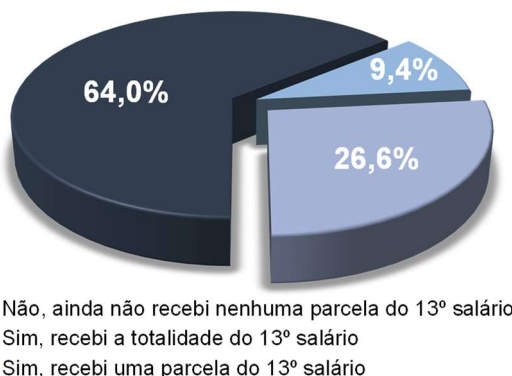
A pesquisa apurou que, dos entrevistados, 52,7% recebem 13° salário, enquanto 47,3% não apresentam esse tipo de majoração de rendimentos no final do ano (Gráfico 17). Dentre aqueles que recebem 13° salário, 26,6% já haviam recebido parcela dessa remuneração até a data de realização da pesquisa, enquanto 64,0% ainda não haviam recebido nenhuma parte (Gráfico 18).

**Gráfico 17 – Recebimento de 13º Salário**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

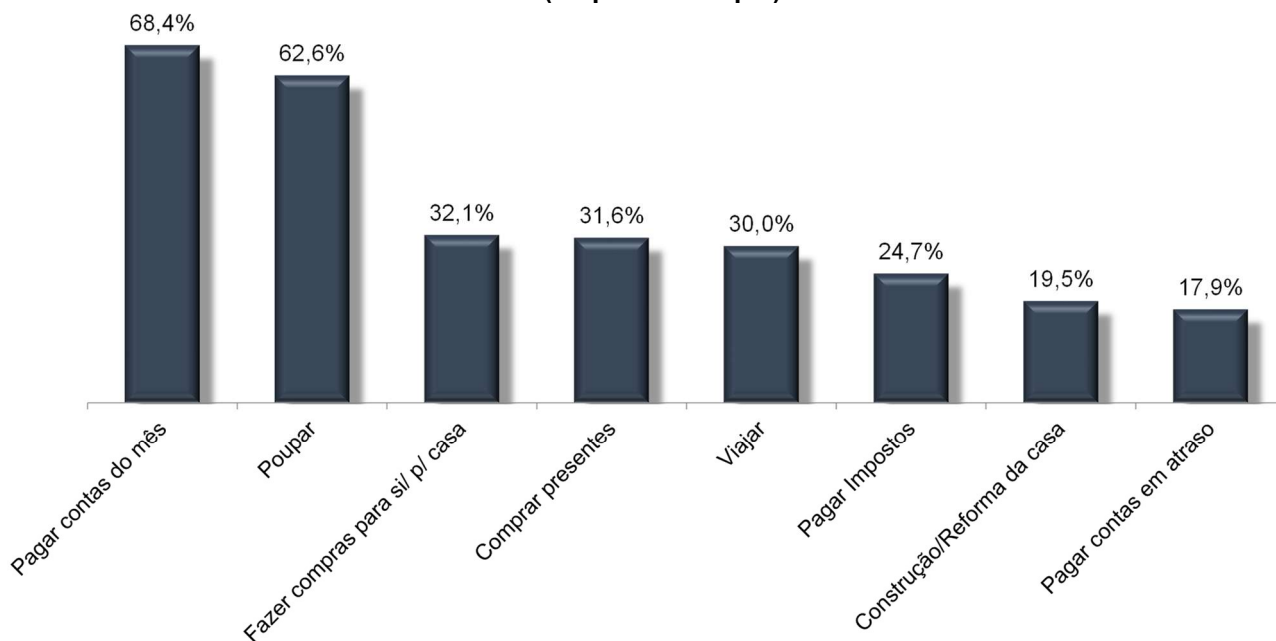
**Gráfico 18 – Recebimento Adiantado de Parcela do 13º Salário**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Quando perguntados sobre o destino que seria dado ao 13º Salário (Gráfico 19), as respostas mais frequentes entre os entrevistados foram pagar as contas do mês (68,4%), poupar (62,6%) e fazer compras para si e para casa (32,1%). Comprar presentes (31,6%) foi o quarto mais citado, seguido de viajar (30,0%). Pagar impostos foi o sexto mais citado (24,7%). São consideradas apenas as pessoas que souberam indicar, no mínimo, uma destinação. Em 2024, dos 192 entrevistados que ainda tinham recursos do 13º salário para serem gastos/poupados, 2 não souberam indicar prioridade de uso.

**Gráfico 19 – Destino do 13º Salário (resposta múltipla)**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Ainda considerando apenas os que souberam indicar destinações para o 13º salário, questionou-se sobre a ordenação desses destinos (Tabela 9). Pagar as contas do mês (38,4%) se destacou como finalidade principal do 13º salário. Na sequência, apareceu poupar (21,6%) e viajar (8,4%). Como segunda destinação, pagar

contas do mês (19,8%) e poupar 19,8% lideraram as indicações como segunda destinação. No terceiro principal destino, poupar foi o mais citado (23,0%).

**Tabela 9 – Destinação do 13º Salário**

1º Lugar	%	2º Lugar	%	3º Lugar	%
Pagar contas do mês	38,4%	Pagar contas do mês	19,8%	Poupar	23,0%
Poupar	21,6%	Poupar	19,8%	Fazer compras para si/ p/ casa	15,7%
Viajar	8,4%	Comprar presentes	12,8%	Comprar presentes	14,6%
Pagar contas em atraso	7,9%	Fazer compras para si/ p/ casa	12,8%	Viajar	12,4%
Construção/Reforma da casa	6,8%	Pagar Impostos	10,2%	Pagar contas do mês	11,2%
Pagar Impostos	5,8%	Viajar	10,2%	Pagar Impostos	9,6%
Comprar presentes	5,3%	Pagar contas em atraso	6,4%	Construção/Reforma da casa	7,9%
Fazer compras para si/ p/ casa	4,7%	Construção/Reforma da casa	5,3%	Pagar contas em atraso	3,9%
Churrasco e cerveja	0,5%	Fazer curso	0,5%	Remédios	0,6%
Enxoval	0,5%	Fazer uma poupança	0,5%	Festas	0,6%
		Imprevistos	0,5%	Não decidiu	0,6%
		Investimento	0,5%		
		Investir	0,5%		

Nota: 190 pessoas apresentaram ao menos uma destinação para o 13º salário, 187 pessoas apresentaram uma segunda opção de uso para o 13º salário e 178 pessoas apresentaram uma terceira opção.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

## Compras de Natal na Black Friday

Uma data que se consolidou no cenário de consumo brasileiro é a Black Friday. Praticada por grande parcela do comércio no final do mês de novembro, apesar de tipicamente ser destinada para compras para uso próprio, a proximidade com o Natal também acaba por atrair parte do consumo que antes concentrava-se no mês de dezembro.

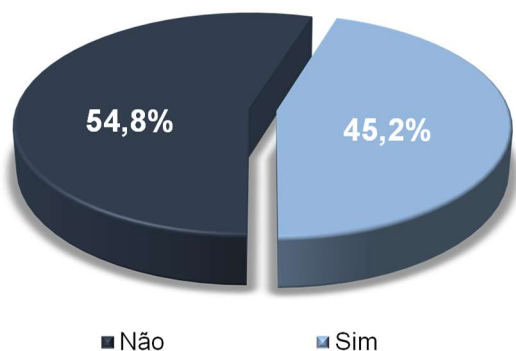
Na Pesquisa de Final de Ano 2024 da Fecomércio-RS, mais uma vez, os entrevistados são questionados sobre a pretensão de comprar na Black Friday. **Assim, esses resultados podem ser entendidos como um levantamento sobre a data e como isso se relaciona com as compras para o Natal, porém se ressalta o fato de não ser uma pesquisa específica sobre Black Friday.**

Entre os entrevistados, quando questionados se realizariam compras na Black Friday, 45,2% dos entrevistados afirmaram que realizariam compras em 2024 (Gráfico 20). Os entrevistados também foram questionados sobre o fato das enchentes terem ou não impactado nas intenções de consumo em decorrência das enchentes. Entre os que disseram que NÃO iriam realizar compras na Black Friday, 7,1% apontaram que a decisão de não comprar foi influenciada pelas enchentes. Já entre os que irão comprar, 13,2% disseram que as enchentes tiveram influência aumentando o gasto e 10,9% disseram que a influência das enchentes foi de reduzir o gasto.

Já quando questionados se realizariam compras de Natal na Black Friday, 48,9% responderam que aproveitarão a data para as compras de Natal (entre os que indicaram que comprarão na Black Friday). Essas informações são apresentadas respectivamente nos Gráficos 20 e 21.

Ainda, sobre o impacto dos gastos na Black Friday sobre os gastos no Natal, 39,1% entre aqueles que tem intenção de comprar na Black Friday referiram que quanto maior o gasto na Black Friday, menor o gasto nas compras de Natal, conforme mostra o Gráfico 22.

**Gráfico 20 – Compras na Black Friday**



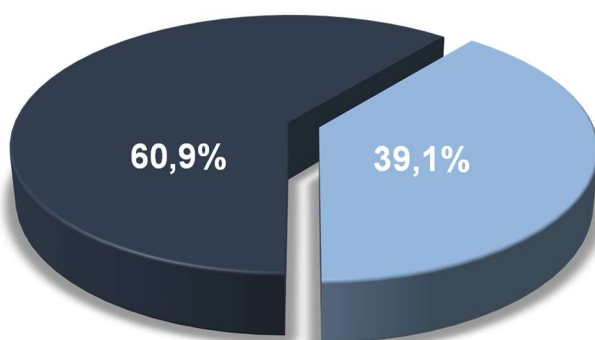
Fonte: Fecomércio-RS  
 Nota: Resultados calculados sobre o total de entrevistados na pesquisa (385 indivíduos).  
 Elaboração: Assessoria Econômica/ Fecomércio-RS

**Gráfico 21 – Compras de Natal na Black Friday**



Fonte: Fecomércio-RS  
 Nota: Resultados calculados sobre entrevistados com intenção de comprar na Black Friday (174 indivíduos). Considerando-se o total de entrevistados na pesquisa (385 indivíduos), o percentual de entrevistados que comprarão presentes de Natal foi corresponde a 22,1%.  
 Elaboração: Assessoria Econômica/ Fecomércio-RS

**Gráfico 22 – Impacto dos Gastos da Black Friday nas Compras de Natal**



- Não, o que eu gasto na Black Friday não impacta nos meus gastos no Natal
- Sim, quanto mais eu gasto na Black Friday, menos eu gasto nas compras na proximidade do Natal

Fonte: Fecomércio-RS  
 Nota: Resultados calculados sobre entrevistados com intenção de comprar na Black Friday (174 indivíduos). Considerando-se o total de entrevistados na pesquisa (385 indivíduos), o percentual que respondeu que há impacto dos gastos da Black Friday nas compras de Natal corresponde a 17,7%.  
 Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Entre os entrevistados que indicaram comprar na Black Friday, os itens mais procurados devem ser os Eletrodomésticos (33,9%), seguido de vestuário (19,0%) e eletroeletrônicos (18,4%), conforme mostra o Gráfico 23.



**Gráfico 23 – Produto a ser comprado na Black Friday**



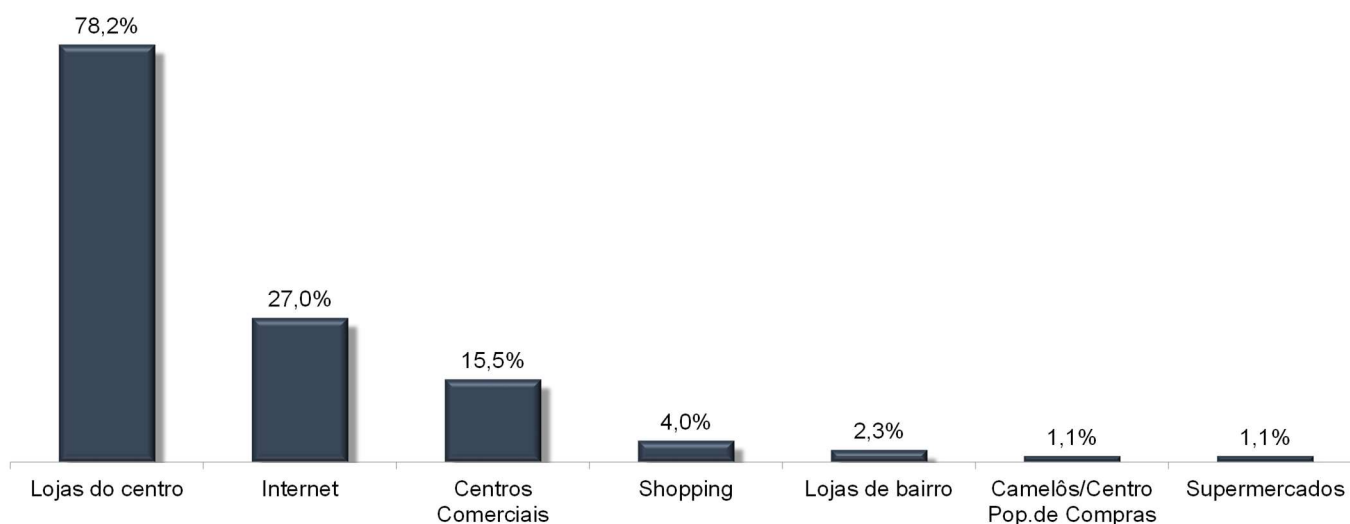
Fonte: Fecomércio-RS

Notas: <sup>1</sup> Resultados calculados sobre entrevistados com intenção de comprar na Black Friday (174 indivíduos). <sup>2</sup> Como cada indivíduo pode indicar mais de um presente, a soma das respostas pode ser maior do que 100,0%.

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Quanto aos locais de compra, conforme mostra o Gráfico 24, o local mais indicado pelos entrevistados que vão comprar na Black Friday são as lojas de centro (78,2%), seguido pela internet (27,0%) e centros comerciais (15,5%).

**Gráfico 24 – Local de Compra na Black Friday**



Fonte: Fecomércio-RS

Notas: <sup>1</sup> Resultados calculados sobre entrevistados com intenção de comprar na Black Friday (174 indivíduos).

<sup>2</sup> Como cada indivíduo pode indicar mais de um local, a soma das respostas pode ser maior do que 100,0%.

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Para as compras na Black Friday, conforme mostra o Gráfico 25, a estratégia mais indicada pelos entrevistados foi fazer pesquisa de preço do produto desejado com antecedência (46,0%); a segunda estratégia mais indicada foi acompanhar os preços dos produtos desejados logo antes de fechar a compra do produto (37,9%).

**Gráfico 25 – Estratégia de Compra na Black Friday**



Fonte: Fecomércio-RS

Notas: <sup>1</sup> Resultados calculados sobre entrevistados com intenção de comprar na Black Friday (174 indivíduos).

<sup>2</sup> Como cada indivíduo pode indicar mais de uma estratégia, a soma das respostas pode ser maior do que 100,0%.

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

No que diz respeito às intenções de gastos com a compra na Black Friday 2024, entre os que souberam indicar o gasto pretendido na data<sup>4</sup>, o gasto médio por pessoa foi de R\$ 1.136,07. A distribuição das intenções de gastos, considerando apenas os que souberam indicar o gasto pretendido, é apresentada na Tabela 10.

**Tabela 10 – Distribuição da intenção de gastos na Black Friday 2024**

	Total
Até R\$ 100,00	1,9%
Acima de R\$ 100,00 até R\$ 200,00	0,6%
Acima de R\$ 200,00 até R\$ 500,00	31,4%
Acima de R\$ 500,00 até R\$ 1000,00	20,5%
Acima de R\$ 1.000,00 até R\$ 2.000,00	34,0%
Acima de R\$ 2.000,00 até R\$ 3.000,00	9,6%
Acima de R\$ 3.000,00	1,9%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

A Tabela 11 apresenta a percepção dos indivíduos quanto à comparação de seus gastos com a Black Friday do ano de 2023. Conforme os dados apurados pela pesquisa, os indivíduos, na média, pretendem gastar uma quantia levemente menor com relação à realizada no ano anterior. Entre os entrevistados que indicaram

<sup>4</sup> Entre os que indicaram que vão comprar na data (174 indivíduos), 18 (10,3%) não souberam indicar o gasto pretendido.

intenção de comprar na Black Friday e que haviam comprado em 2022<sup>5</sup>, 46,1% afirmaram que irão gastar menos ou muito menos do que no ano passado, enquanto 36,5% das pessoas pretende gastar mais ou muito mais; 17,3% deve gastar o mesmo que na Black Friday de 2023.

**Tabela 11 – Intenção de Gastos para a Black Friday 2024 em relação a Black Friday 2023**

<b>Resposta</b>	<b>Frequência</b>
Muito Menos	1,9%
Menos	44,2%
O mesmo	17,3%
Mais	34,6%
Muito Mais	1,9%

Fonte: Fecomércio-RS

Nota: Resultados calculados sobre 104 entrevistados que responderam ao comparativo de gastos entre os anos.

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

É permitida a reprodução total ou parcial deste conteúdo, elaborado pela Fecomércio-RS, desde que citada a fonte. A FECOMÉRCIO-RS não se responsabiliza por atos/interpretações/decisões tomadas com base nas informações disponibilizadas por suas publicações.

<sup>5</sup> Entre as que compraram em 2023, 104 pessoas responderam ao questionamento da comparação dos gastos com o ano anterior; entre os demais que indicaram que comprariam na Black Friday, 9 entrevistados não soube comparar e 61 indicaram não ter comprado no ano anterior.



**Fecomércio RS**

CNC Sesc Senac

Sindicatos