



www.actionpesquisas.com

Pesquisa



Sebrae-RR

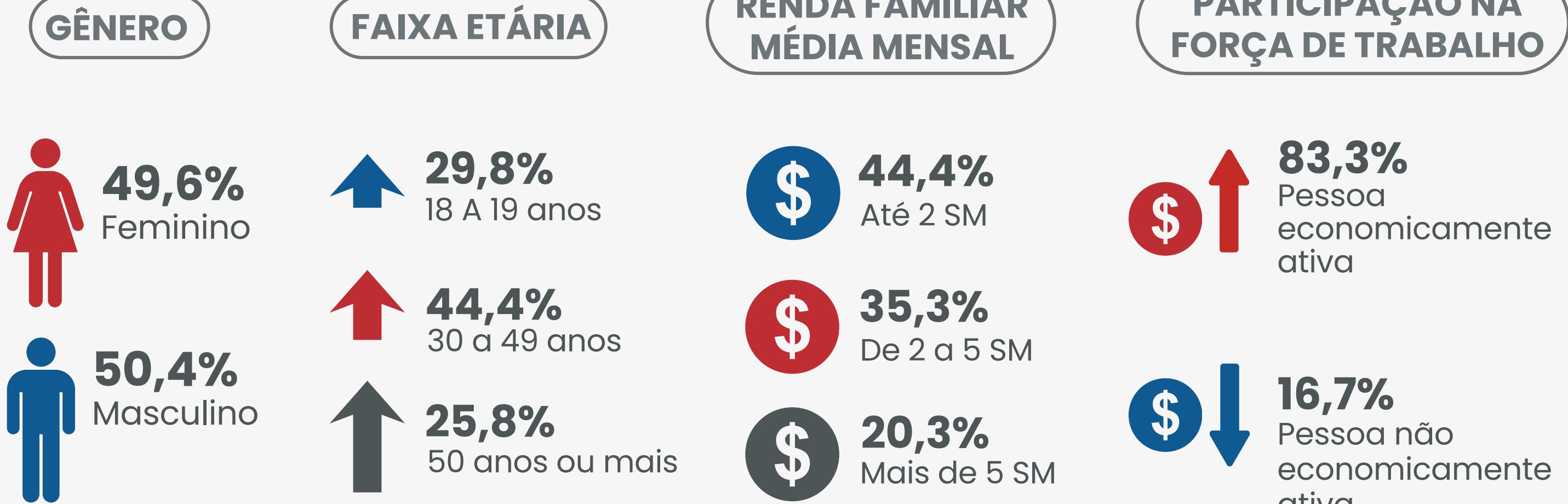
Natal 2025 – Perfil de Consumo
e Oportunidades para o comércio local em
Boa Vista/RR.





1. **Tipo de serviço:**
 - 2.1 **Modalidade - Estudo de marketing.**
 - 3.2 **Categoria - Comportamento e Perfil de Consumo.**
 - 4.3 **Método - Quantitativo, survey, descritivo e conclusivo.**
 5. **Público-alvo: Pessoas, com idade igual ou superior a 18 anos, residentes na área urbana da cidade de Boa Vista - Roraima.**
 6. **Objetivo principal: Compreender os hábitos de consumo dos roraimenses para o Natal de 2025 e festividades de final de ano, identificando padrões de compra, preferências de produtos e serviços, e fatores que influenciam as decisões de consumo.**
 7. **Coleta dos dados – Os dados foram coletados por meio da aplicação de questionário estruturado de modo presencial face a face. As rotas foram estruturadas para cumprir as metas de tamanho desejado para a amostra de modo aleatório em três etapas: (1) As unidades de coleta foram prospectadas de acordo com o tamanho dos setores censitários de cada localidade (IBGE); (2) por sorteio de logradouro e (3) a orientação para escolha dos domicílios usando a técnica de abordagem cruzada em quadras ou quarteirões. Os dados foram coletados entre os dias 13/10 e 25/10/2025.**
 8. **Tamanho do universo – Composto por indivíduos com 18 anos ou mais residentes em Boa Vista/RR. Utilizou-se como fonte o TSE – Tribunal Superior Eleitoral, por conter o registro atualizado de eleitores, cujo total em Boa Vista corresponde a 224.512 indivíduos (consulta em Outubro/2025).**
 9. **Tamanho da amostra – Foram realizadas 419 entrevistas válidas junto ao público-alvo deste estudo.**
 10. **Erro amostral – Para um nível de confiança de 95%, estima-se um erro amostral de 4,8% para mais ou para menos, o que caracteriza sua precisão.**
- Tabulação – A tabulação e a análise dos dados categorizados foram realizadas nas dependências da Action Pesquisas de Mercado, por profissionais preparados para atender às expectativas de resultado dessa pesquisa.**

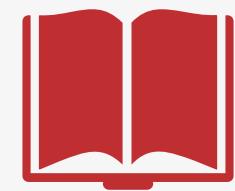
PERFIL DA AMOSTRA SOCIOECONÔMICO E DEMOGRÁFICO



Fonte: Action Pesquisas, Outubro/2025. Amostra total dos entrevistados.

Nota metodológica: Em cada grau de escolaridade, foram agrupados os cursos completos e incompletos.

GRAU DE INSTRUÇÃO



56,7%

Médio completo e
Superior incompleto



23,4%

Superior completo



12,2%

Sem instrução e
Fundamental incompleto



7,7%

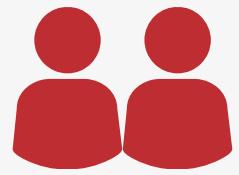
Fundamental completo e
Médio incompleto

PRINCIPAL OCUPAÇÃO



Fonte: Action Pesquisas, Outubro/2025. Amostra total dos entrevistados.

ESTADO CIVIL



48,0%
Casado (a)/
Mora junto



29,6%
Separado (a)/
Divorciado

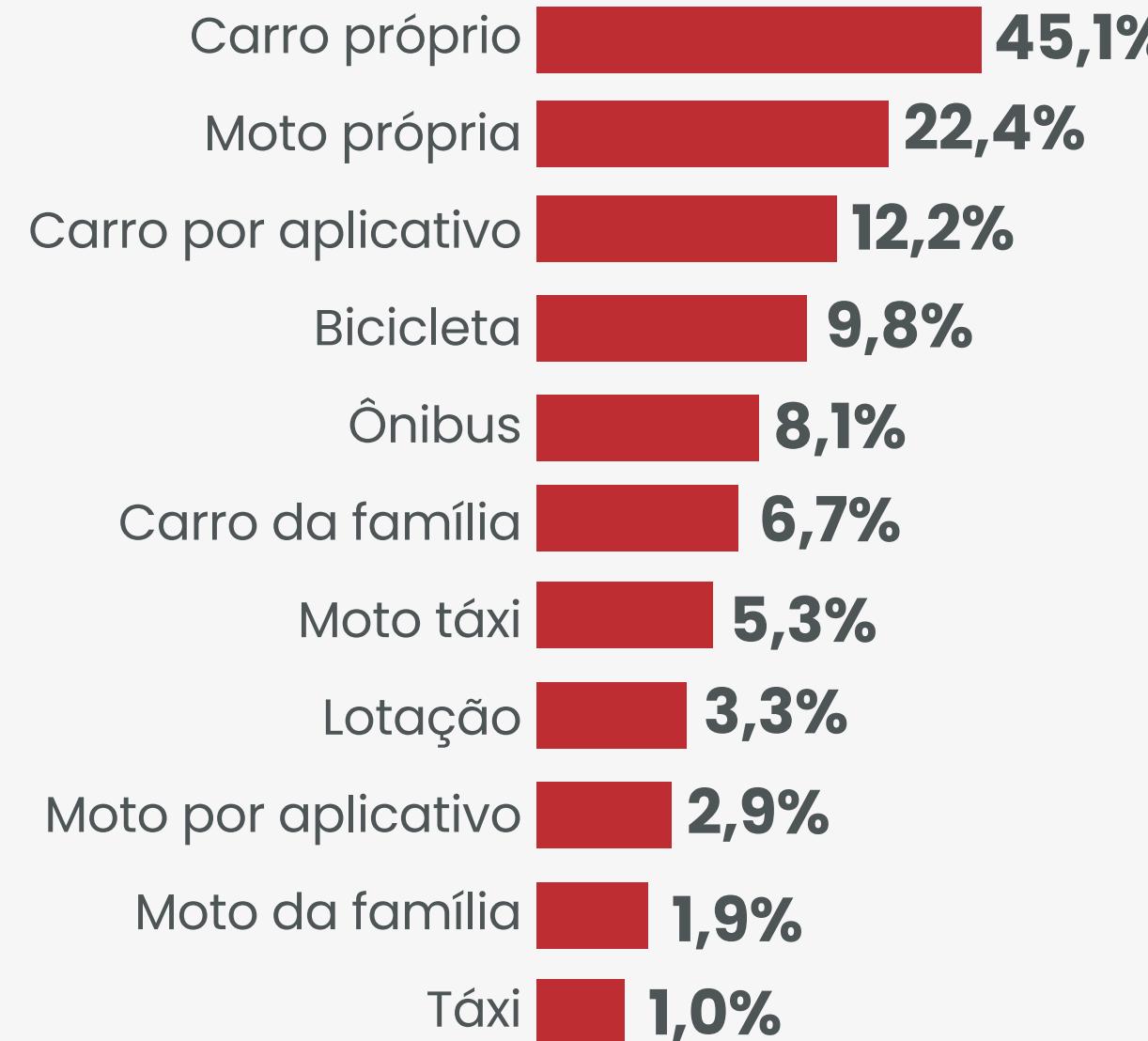


17,7%
Solteiro (a)



4,8%
Viúvo (a)

PRINCIPAL MEIO DE LOCOMOÇÃO



Fonte: Action Pesquisas, Outubro/2025. Amostra total dos entrevistados.

POSSUI FILHOS?

24,8%

1 filho

38,2%

2 ou 3 filhos

8,8%

4 ou 5 filhos

4,8%

Mais de 5 filhos

23,4%

Não possui filhos

FAIXA ETÁRIA DOS FILHOS

41,7%

Mais de 15 anos

37,7%

Até 5 anos

37,4%

6 a 12 anos

22,1%

13 a 15 anos

2 FILHOS

Em média

Fonte: Action Pesquisas, Outubro/2025. Amostra total dos entrevistados.



IIA

COMPORTAMENTO DE COMPRA
HÁBITOS DE CONSUMO

(RESPOSTA ESTIMULADA E ÚNICA PARA CADA UMA DELAS)

COMPRAS DE ÚLTIMA HORA DOMINAM

61% dos entrevistados afirmam que começaram a realizar as compras de Natal em **dezembro ou só na semana do Natal**.

A maioria deixará para resolver tudo perto da data. **O planejamento com antecedência será feito pela minoria.**



**COMPORTAMENTO DE COMPRA
HÁBITOS DE CONSUMO**
(RESPOSTA ESTIMULADA E ÚNICA PARA CADA UMA DELAS)

**QUANDO INICIA O PLANEJAMENTO
PARA AS COMPRAS DE NATAL?**

32,9%

Em **dezembro**

28,6%

Na **semana
do Natal**

18,4%

Em
novembro

10,5%

Somente no
dia **24 de
dezembro**

5,7%

Em **outubro**

3,8%

**Não faz
planejamento**

**FRASE QUE MELHOR DEFINE OS HÁBITOS
DE COMPRAS PARA O FIM DE ANO**

66,3%

Pretende realizar todas as compras
em lojas e empreendedores locais

15,5%

Pretende realizar a **maior** parte das
compras em lojas ou empreendedores
locais e uma parte menor em lojas virtuais
ou redes sociais de fora da cidade

6,7 %

Pretende realizar uma **menor** parte das
compras em lojas ou empreendedores
locais e a maior parte em lojas virtuais
ou redes sociais de fora da cidade

6,4%

Pretende realizar todas as
compras em lojas virtuais ou
redes sociais de fora da cidade

5,0%

**Não sabe ainda / Não se
identificou com nenhuma frase**



IIA

COMPORTAMENTO DE COMPRA
HÁBITOS DE CONSUMO

(RESPOSTA ESTIMULADA E ÚNICA PARA CADA UMA DELAS)

ONDE AS PESSOAS PREFEREM COMPRAR?

O **comércio local** será o grande beneficiado: **66,3%** afirmam que pretendem comprar somente de lojas e empreendedores locais. A intenção de compra favorece claramente **negócios locais**, indicando um Natal com estímulo à economia da cidade.



„A COMPORTAMENTO DE COMPRA
HÁBITOS DE CONSUMO
(RESPOSTA ESTIMULADA E ÚNICA PARA CADA UMA DELAS)

COMPRAS TOTALMENTE ON-LINE E FORA DA CIDADE SÃO EXCEÇÃO

Apenas cerca de **6%** pretendem comprar tudo
em **lojas virtuais** de fora de Boa Vista.

IIA

**COMPORTAMENTO DE COMPRA
HÁBITOS DE CONSUMO**

(RESPOSTA ESPONTÂNEA E MÚLTIPLA PARA CADA QUESTÃO)



COMPRAR PELA INTERNET OU NA LOJA?

O que o consumidor considera
melhor em cada formato.

COMPRAS DIGITAIS

Principais motivos que fazem o consumidor preferir comprar **online**:

52%

Preços melhores

35,1%

Promoções e descontos

Online é visto como mais **barato**, com mais **promoções** e mais **variedade**.



COMPRAS PRESENCIAIS

O que torna ir à **loja** a melhor escolha para parte dos consumidores:

36,3%

Preços

33,6%

Qualidade
dos produtos

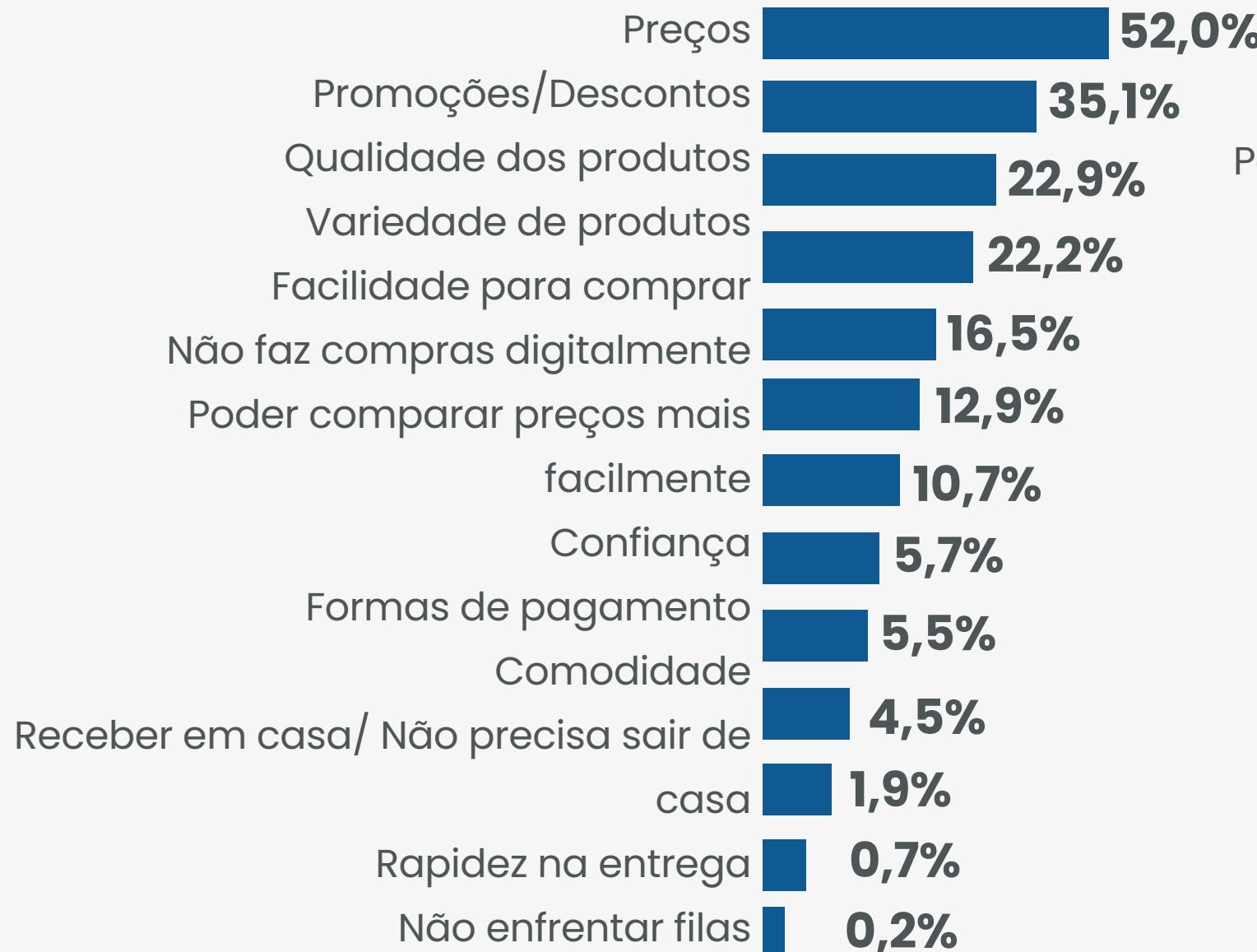
29,4%

Poder tocar/ver
de perto

Na loja o consumidor pode ver e testar, a experiência no ponto de venda é muito importante para o morador de Boa Vista.



EM QUAIS ASPECTOS AS COMPRAS DIGITAIS SÃO MELHORES?



EM QUAIS ASPECTOS AS COMPRAS PRESENCIAIS SÃO MELHORES?



Fonte: Action Pesquisas, Outubro/2025. Amostra total dos entrevistados.



COMPORTAMENTO DE COMPRA

(RESPOSTA ESPONTÂNEA, MÚLTIPLA E ORDENADA - ATÉ 3 OPÇÕES)



O QUE MAIS PESA NA HORA
DE ESCOLHER OS PRESENTES
DE NATAL?

PREÇO VEM EM PRIMEIRO LUGAR

Para a maioria, o
bolso fala mais
alto.

61%

QUALIDADE IMPORTA E MUITO

Não é só sobre pagar **barato**.

46%

**vão escolher o presente
pela qualidade** do produto
querem presentear com
algo que dure e que
funcione.

PROMOÇÕES E DESCONTOS FAZEM SIM A DIFERENÇA

O **olhar atento** às
ofertas segue em alta:

43%

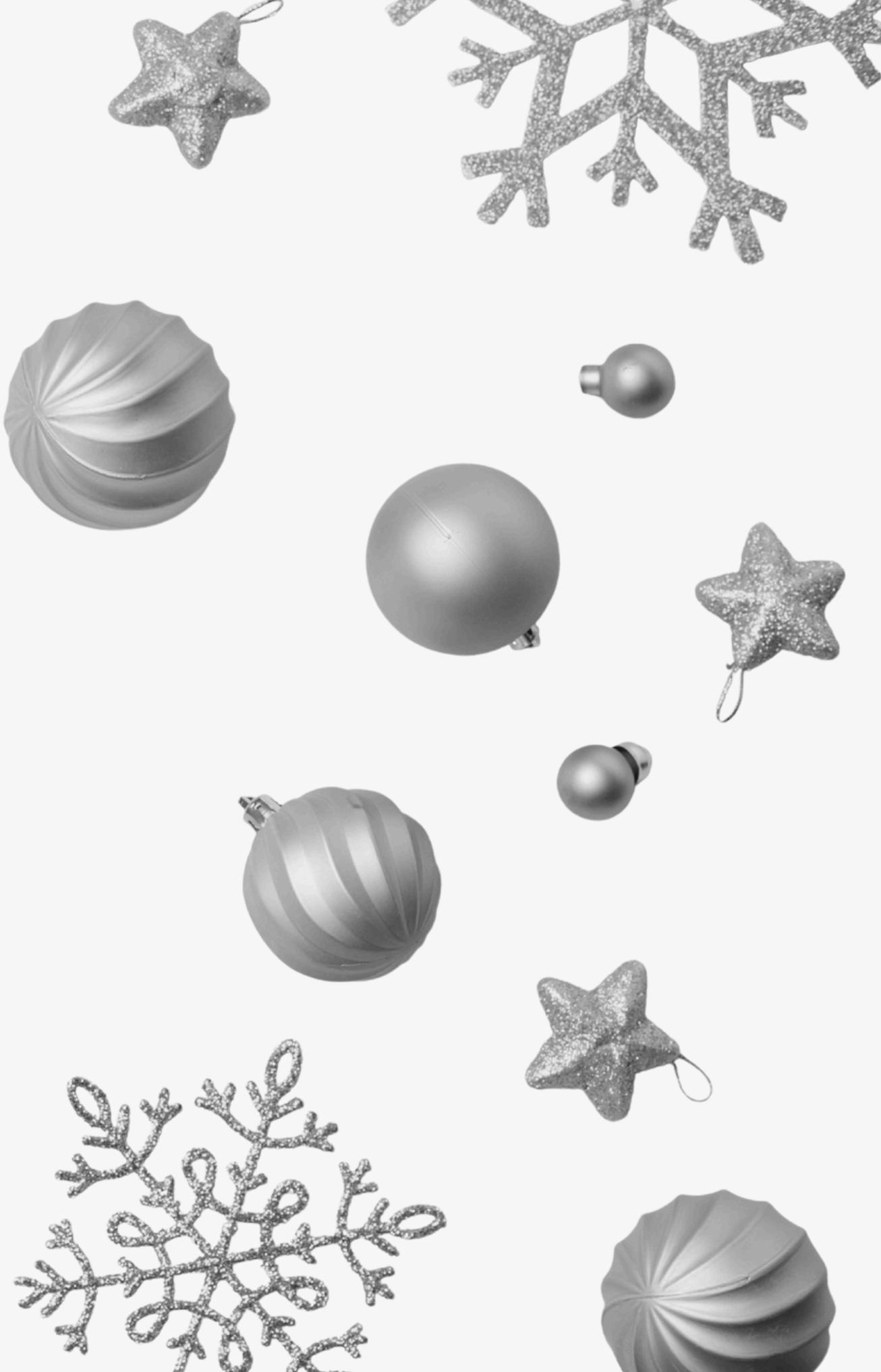
levam em conta
promoções e descontos.

„A

PREÇO, QUALIDADE E PROMOÇÕES

o **tripé** da decisão de compras de Natal.

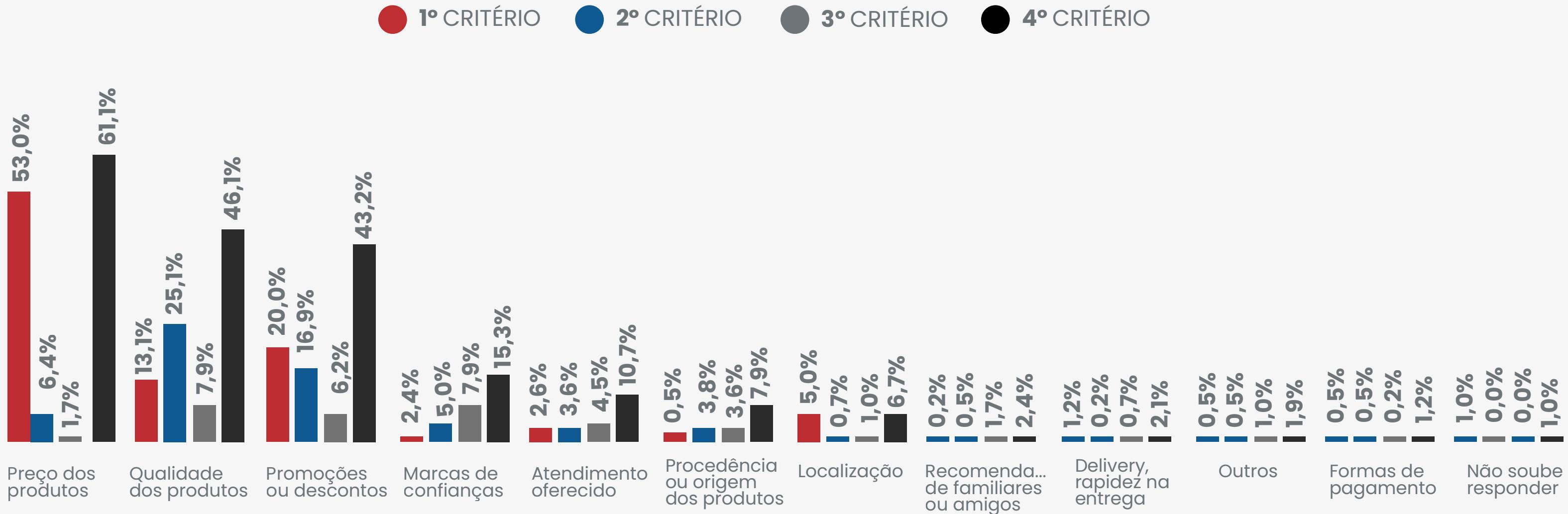
O consumidor quer **pagar menos**, mas não abre mão de um **produto bom** e, se possível, com desconto.





COMPORTAMENTO DE COMPRA HÁBITOS DE CONSUMO (RESPOSTA ESPONTÂNEA, MÚLTIPLA E ORDENADA - ATÉ 3 OPÇÕES)

CRITÉRIOS QUE MAIS INFLUENCIAM NA HORA DE DECIDIR ONDE COMPRAR PARA O NATAL?



Fonte: Action Pesquisas, Outubro/2025. Amostra total dos entrevistados.

Pretensão em presentear neste Natal?

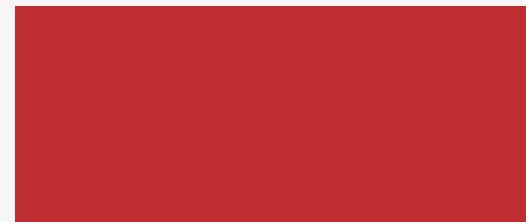
Os dados mostram que a **maior** parte das pessoas desejam **presentear**, seja família, amigos ou pessoas próximas.

Entre quem pretende presentear, os principais destinatários dos presentes são:

- Filhos(as)
- Conjuges/companheiros(as)
- Pais e familiares próximos
- Amigos e colegas de trabalho (em menor escala ou em dinâmicas como amigo secreto)

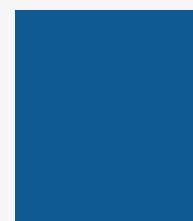
PRETENDE PRESENTEAR NESTE NATAL?

Sim, pretendo
presentear



69,7%

Não pretendo
presentear



23,6%

Ainda não
definiu

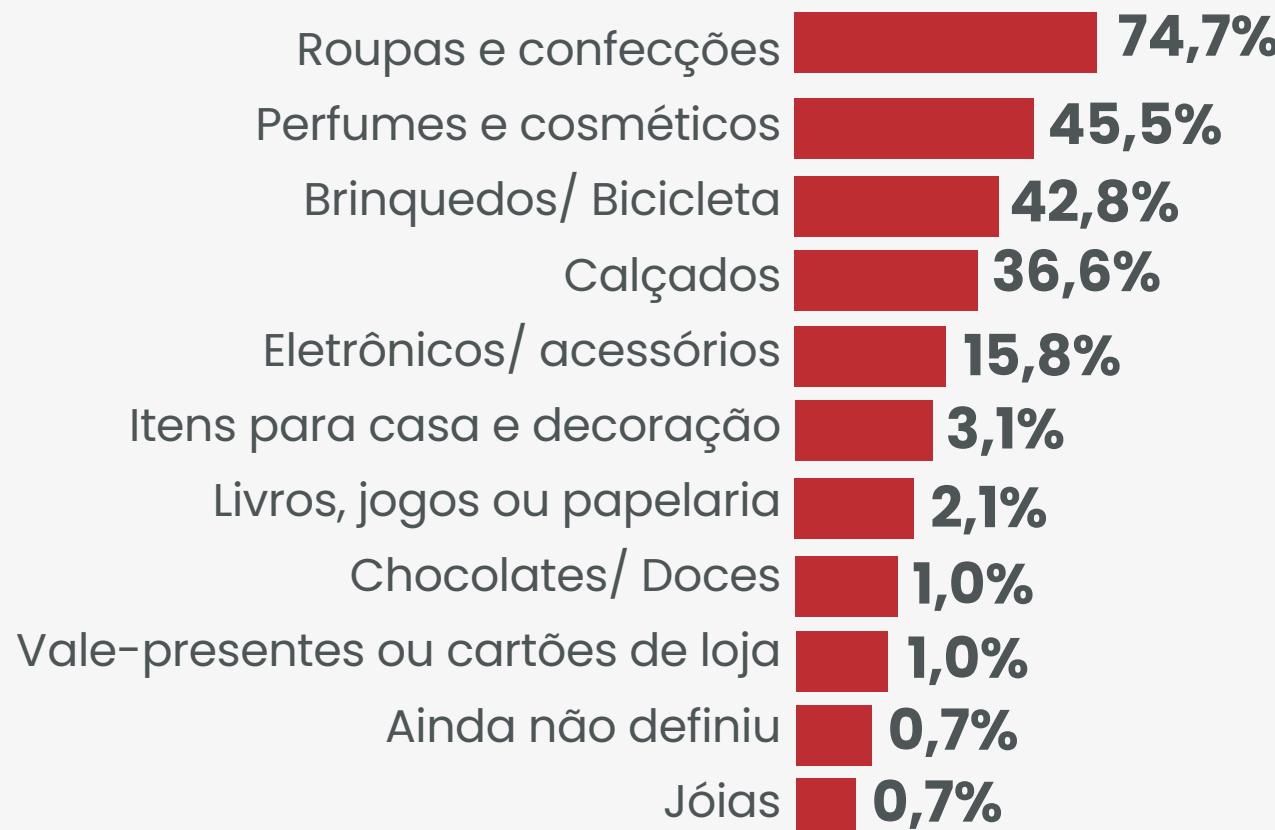


6,7%

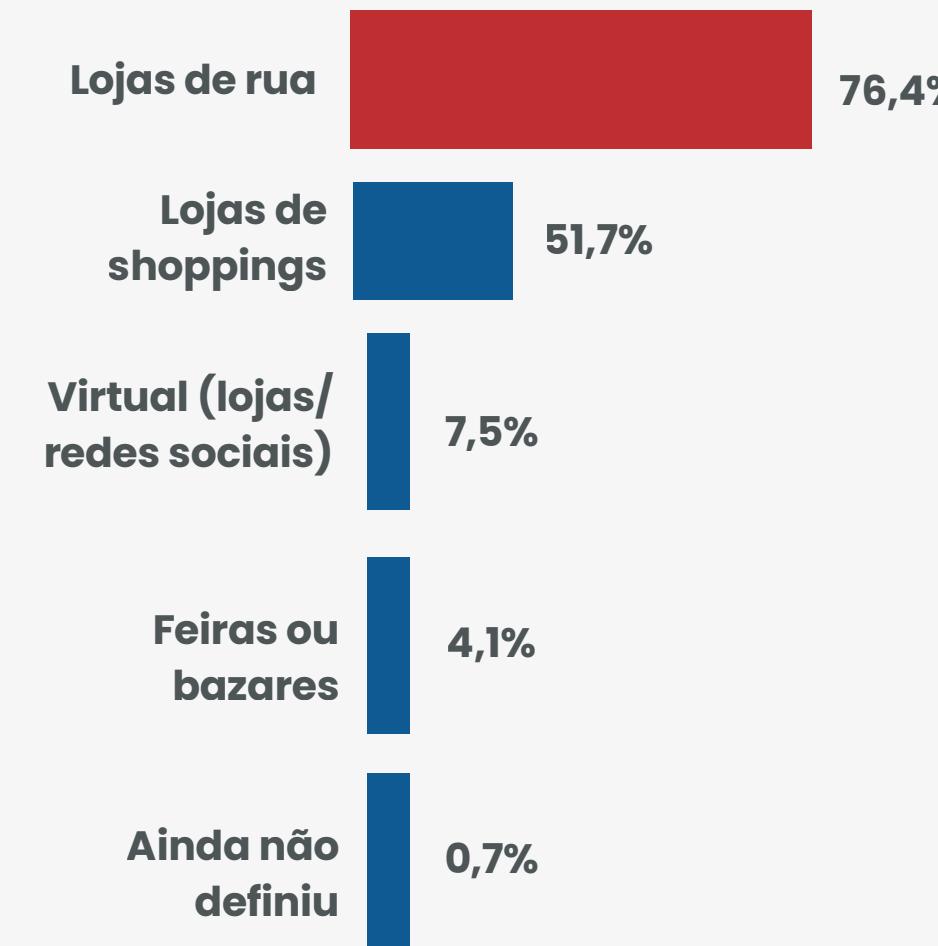
Esses resultados sugerem que o Natal continua sendo um **momento de afeto e troca**.

IIA PRESENTE DE NATAL PRETENSÃO DE PRESENTEAR NESTE NATAL?

O QUE DAR NESTE NATAL?



ONDE COMPRAR OS PRESENTES DE NATAL?



Fonte: Action Pesquisas, Outubro/2025. Amostra total dos entrevistados.

IIA CEIA DE NATAL 2025
PARTICIPAÇÃO EM CEIA DE NATAL EM 2025



O Natal de 2025 promete mesas cheias e famílias reunidas. A grande maioria já afirmou: vai ter ceia, sim!

O QUE NÃO PODE FALTAR NA MESA?

A presença de carnes, frutas e sobremesas mostram que a ceia continua sendo símbolo de fartura e encontro familiar.

QUEM VAI PARTICIPAR DE CEIA DE NATAL?

77,1%

Com certeza vão participar da ceia;

4,3%

Talvez participem

3,8%

Ainda não decidiram

14,8%

Não pretendem participar

ONDE AS PESSOAS VÃO COMPRAR OS ITENS DA CEIA?

A compra será majoritariamente presencial, supermercados são quase unanimidade:

98%.



**COMPORTAMENTO DE COMPRA
HÁBITOS DE CONSUMO**
(RESPOSTA ESTIMULADA E ÚNICA PARA CADA UMA DELAS)

**QUAIS PRODUTOS PRETENDE
ADQUIRIR PARA A CEIA DE
NATAL?**

86,8% Carnes

68,0% Bebidas

54,8% Aves e Frios

54,8% Frutas e hortaliças

46,6% Doces e sobremesas

45,5% Peixes e frutos do mar

42,2% Pães e Panetones

22,3% Temperos e condimentos

**ONDE PRETENDE COMPRAR
PRODUTOS DE NATAL?**

97,9%

Supermercados

14,7%

Feiras ou
mercados

8,8%

Mercadinhos

1,2%

Compras
online ou
delivery

PRETENSÃO EM CONTRATAR SERVIÇOS PARA AS FESTIVIDADES DE FINAL DE ANO?

Para a maioria as festividades vão ocorrer dentro de casa, com o próprio núcleo familiar conduzindo os preparativos. Ainda assim, uma parte **menor** da população considera contratar serviços de terceiros.

PRETENDE CONTRATAR ALGUM TIPO DE SERVIÇO?

90,7%

Não pretende
contratar

7,2%

Sim, pretende

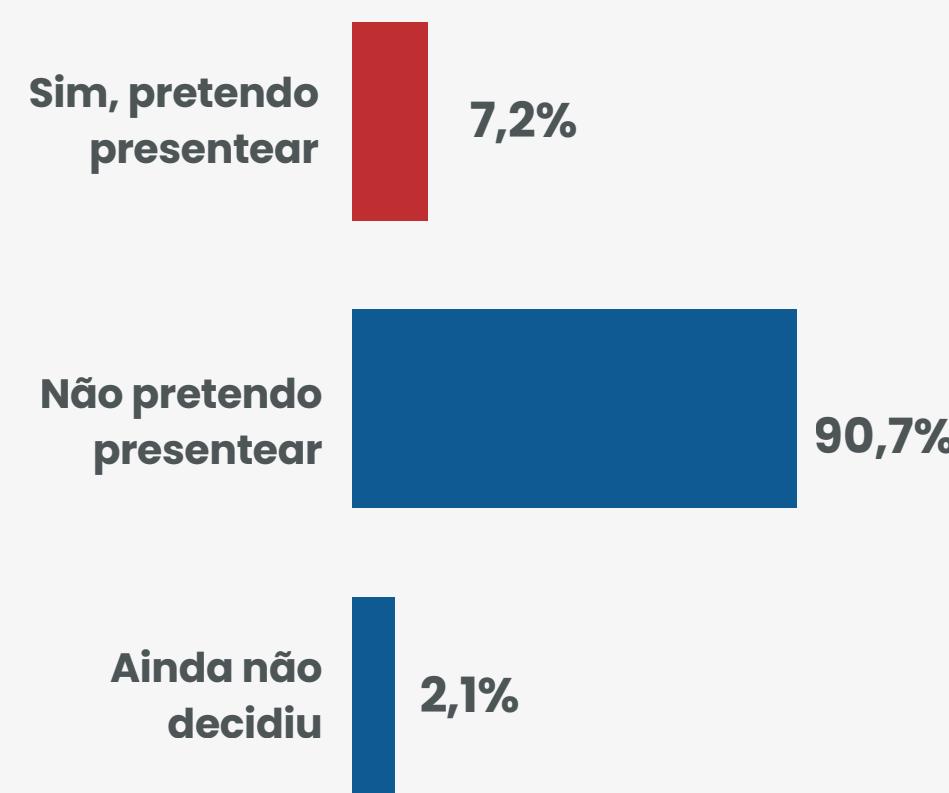
2,1%

Ainda não
decidiu



IIA SERVIÇOS PRETENSÃO EM CONTRATAR SERVIÇOS PARA O NATAL?

PRETENDE CONTRATAR SERVIÇOS PARA AS FESTAS DE FIM DE ANO?



QUE TIPOS DE SERVIÇOS PRETENDE CONTRATAR?



Fonte: Action Pesquisas, Outubro/2025. Amostra total dos entrevistados.

PRETENSÃO EM COMPRAR MÓVEIS OU UTILIDADES PARA O LAR NESTE FINAL DE ANO?

Nem todo mundo está pensando em renovar a casa neste final de ano. Para a maioria, as festividades devem focar em **presentes**, **alimentação** e **encontros**.

PRETENDE COMPRAR MÓVEIS OU UTILIDADES PARA O LAR NESTE FINAL DE ANO?

19,3%

Sim, pretende
comprar

78,8%

Não pretende
comprar

1,9%

Ainda não
decidiu



ENTRE AQUELES QUE DESEJAM COMPRAR MÓVEIS E UTILIDADES PARA O LAR, OS ITENS MAIS DESEJADOS SÃO MAIS VOLTADO PARA O BEM-ESTAR DA FAMÍLIA.

- **Eletrodomésticos** – os mais citados, ligados à rotina da cozinha e aos cuidados da casa.
- **Cama, colchão e guarda-roupa** – conforto e organização para o lar.
- **Mesas, cadeiras, sofás e estofados** – receber bem e renovar os ambientes de convivência.

A compra, quando acontece, costuma ser planejada e voltada a funcionalidade e conforto.

QUE TIPOS PRETENDE COMPRAR?



ONDE PRETENDEM COMPRAR MÓVEIS E UTILIDADES PARA O LAR?

A maior parte dos consumidores que desejam adquirir algo para o lar, desejam comprar presencialmente.

- **Lojas de móveis especializadas** – preferência principal, pela possibilidade de ver e testar os produtos.
- **Lojas de departamento** – variedade e condições de pagamento.

PRINCIPAIS LOCAIS ONDE PRETENDE COMPRAR MÓVEIS OU UTILIDADES PARA O LAR

56,8%

Lojas de móveis especializadas

34,6%

Lojas de departamentos

8,6%

Virtual (sites, apps, marketplaces)



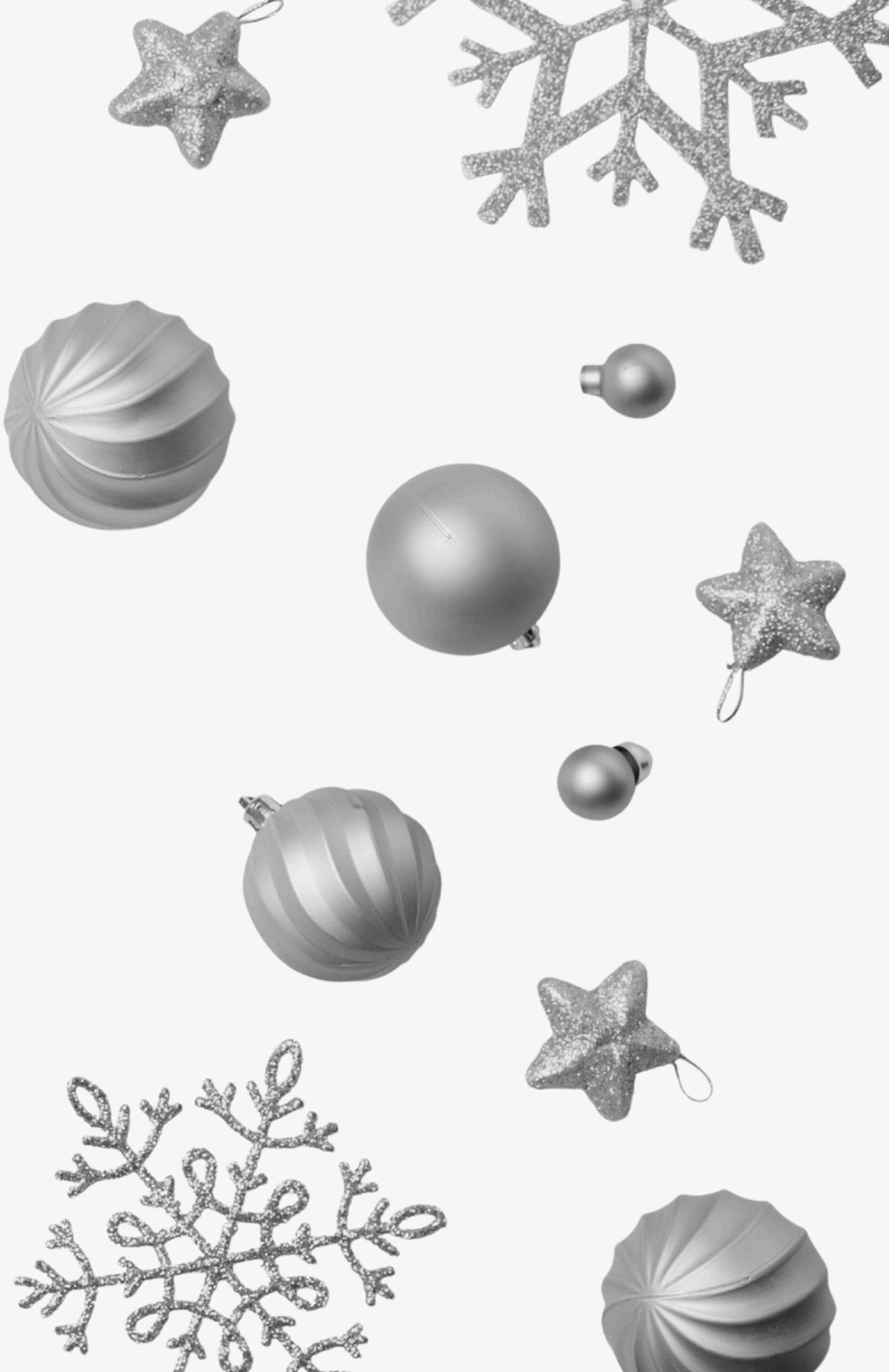
„IA

Em Boa Vista, as compras

PRESENCIAL

ainda faz diferença:

principalmente para móveis e utilidades para o lar, as pessoas querem comparar, tocar e garantir durabilidade.



PRETENSÃO EM REALIZAR REFORMAS OU BENFEITORIAS NA CASA ATÉ O FINAL DO ANO?

Vai ter reforma ou melhoria para as festividades de final do ano? Para a maioria, **obras não estão nos planos agora**.

PRETENDE REALIZAR BENFEITORIAS NA CASA ATÉ O FINAL DO ANO?

28,9%

Sim, pretendem
realizar

69,9%

Não
pretendem
realizar

1,2%

Ainda não
está decidido



O QUE AS PESSOAS QUEREM FAZER?

Entre os que pretendem melhorar a casa, as ações mais citadas envolvem:

- **Ajustes práticos e visuais:**
- **Pintura de ambientes**
- **Pequenas reformas**

O movimento revela um desejo de melhorar o espaço vivido, mas sem grandes intervenções.

A escolha indica que, mesmo em melhorias simples, a busca por **segurança e qualidade** é importante.

QUEM VAI FAZER O SERVIÇO?

Quando o assunto é execução, o cenário é bem dividido:

Profissionais especializados devem conduzir a maior parte dos serviços – **47,9%**

Muitas famílias preferem resolver por conta própria ou com ajuda da família – **26,4%**

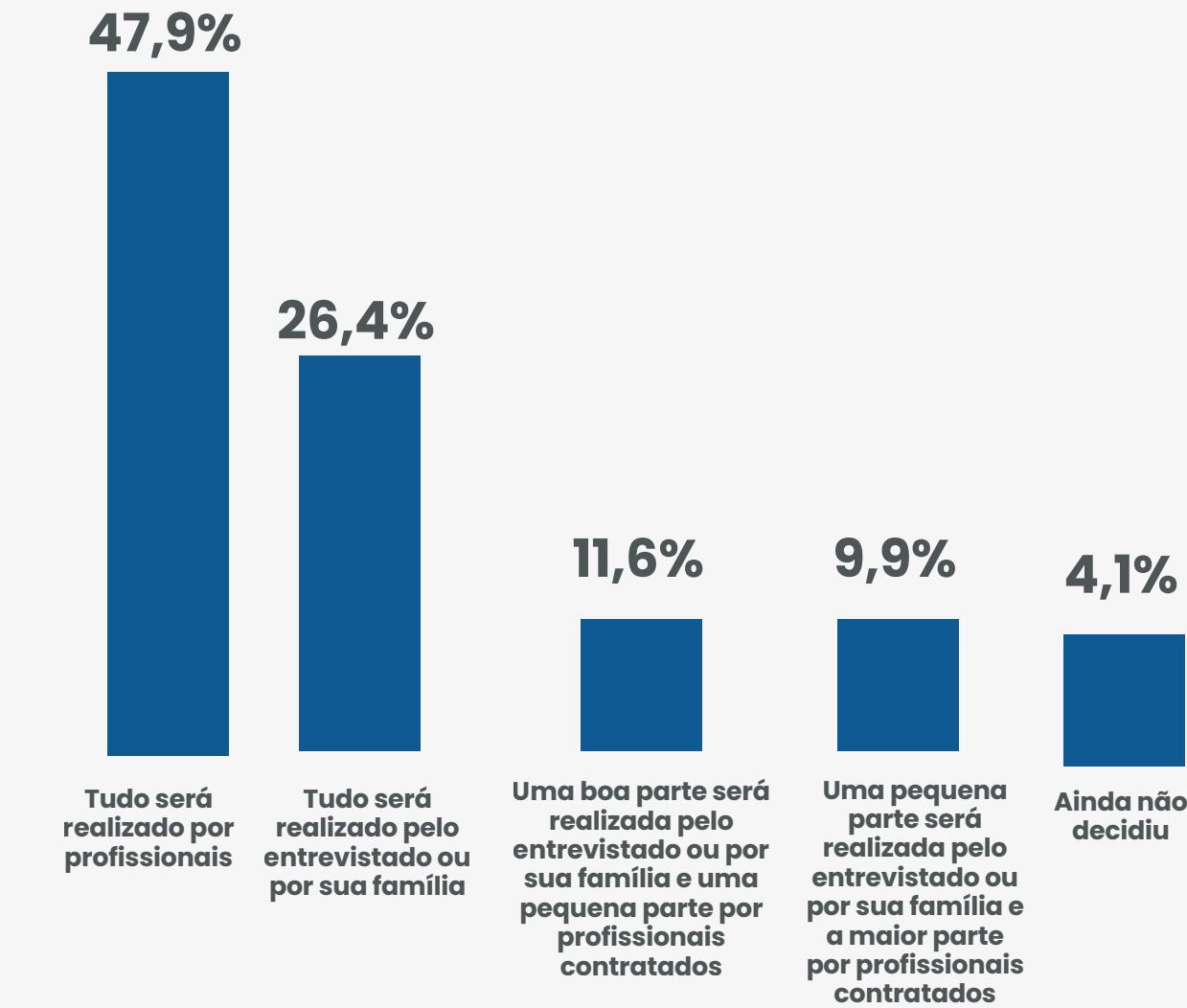
Há também quem divida as tarefas: uma parte com profissionais, outra feita pelos próprios moradores – **11,6%**

BENFEITORIAS E MELHORIAS PARA CASA PRETENSÃO EM REALIZAR REFORMAS OU BENFEITORIAS NA CASA ATÉ O FINAL DO ANO?

QUAIS TIPOS DE BENFEITORIAS PRETENDEM REALIZAR ATÉ O FINAL DO ANO?



PRETENDEM CONTRATAR PROFISSIONAIS PARA REALIZAR AS BENFEITORIAS DESEJADAS?



Fonte: Action Pesquisas, Outubro/2025. Amostra total dos entrevistados.



www.actionpesquisas.com

Transformando DADOS, em DECISÕES estratégicas.