PESQUISA

Intenções de Compras para o Dia das Crianças
Mossoró-RN

Natal, setembro de 2016

Sumário

1. Introdução ***3***

2. Aspectos Metodológicos ***4***

3. Resumo ***5***

4. Descrição dos Resultados ***6***

Intenções de compras 6
Gastos com presentes 7
Local e quando comprar 7
Atrativos para os consumidores 8
Passeio 8
Momento econômico 9

5. Análise Gráfica ***10***

Intenções de compras 10
Gastos com presentes 13
Local e quando comprar 14
Atrativos para os consumidores 14
Passeio 17
Momento econômico 19
Perfil dos consumidores 21

1 Introdução

No dia 12 de outubro é comemorado o Dia das Crianças, uma das importantes datas para o setor comercial, capaz de gerar expectativas para o fluxo de comércio natalino. A data costuma representar boa movimentação no comércio e é tradicional no calendário de compras, pelo forte apelo emocional.

Assim como nos levantamentos anteriores, o trabalho tem por objetivo verificar junto ao consumidor local, seu possível comportamento durante o período que antecede a data comemorativa. Dessa forma, a pesquisa proporcionará aos analistas de mercado, comerciantes, empreendedores e aos meios de comunicação social as tendências do mercado que servem como fonte de informações do negócio local, no que se refere às necessidades e expectativas dos consumidores.

As pesquisas de intenção de compras realizadas nos últimos anos pelo Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN) têm recebido avaliações positivas dos comerciantes e produtores, tendo em vista a necessidade destes de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas de vendas. É importante destacamos também que estas pesquisas têm possibilitado a aproximação da população, empresários, gestores e imprensa da dinâmica econômica potiguar.

Espera-se, com a divulgação das pesquisas, atender o desejo da classe empresarial, assim como das associações comerciais, administradores de shoppings, gestores públicos, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como oportunidade de disseminação do conhecimento.

2 Aspectos Metodológicos

Em Mossoró, a coleta dos dados ocorreu entre os dias 05 e 07 de setembro de 2016. Este intervalo foi escolhido para que houvesse tempo suficiente para a tabulação e análise dos dados, e para a divulgação dos mesmos com alguma antecedência em relação ao Dia das Crianças.

Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas pessoais, com a aplicação de questionário estruturado e padronizado, junto a uma amostra representativa da população pesquisada. O universo escolhido foi o da população de consumidores de Mossoró. Os dados coletados são primários, observados sob a técnica de pesquisa aplicada, sendo esta descritiva com efeito exploratório.

A amostra pesquisada foi determinada por critérios estatísticos, com o objetivo de garantir a maior fidedignidade possível. Na pesquisa de Mossoró foram entrevistadas 500 pessoas, distribuídas proporcionalmente por toda região urbana do município. Os resultados desta pesquisa estão sujeitos a uma margem de erro de aproximadamente 4% para mais ou para menos, com um nível de confiabilidade de 95%.

O questionário estruturado e padronizado constou de 26 (vinte e seis) perguntas divididas entre fechadas, abertas e de múltiplas respostas. As perguntas que foram tratadas como múltiplas respostas apresentam, na análise gráfica, percentuais totais superiores aos 100%.

Para a realização da pesquisa foi utilizada uma equipe qualificada de entrevistadores com experiência neste tipo de trabalho. Os questionários foram submetidos a um acompanhamento, que consiste na checagem dos dados obtidos individualmente pelos entrevistadores, para verificação das respostas e da adequação aos parâmetros amostrais.

A análise dos dados foi feita de forma descritiva e analítica, tirando conclusões que nos auxiliem a descrever a intenção da população, através da interpretação de gráficos e tabelas.

3 Resumo

- ✓ **65,6% disseram que desejam presentear na data, uma baixa de 4,5p.p. em relação à 2015;**
- ✓ **Dos que não vão presentear, 50,6% apontam a falta de dinheiro ou a crise como motivos;**
- ✓ **Para os que têm intenção, 43,9% demonstraram interesse de comprar apenas um presente;**
- ✓ **Os principais presenteados serão filhos, sobrinhos, netos e afilhados;**
- ✓ **O item brinquedo predomina como intenção de presente preferido; nota-se também, como segunda opção, a aquisição de vestuário, assim como haverá boa procura por calçados e outros produtos;**
- ✓ **A grande maioria dos entrevistados espera fazer a compra de presentes das crianças no comércio de rua. Secundariamente, aparecem os que preferem a comodidade dos shoppings;**
- ✓ **70,1% dos consumidores mossoroenses pretendem gastar até R$ 100,00. A média de gasto no presente este ano será de R$ 108,23, uma queda de 1,2% em relação ao Dia das Crianças do ano anterior;**
- ✓ **59,5% dos entrevistados almejam comprar presentes fazendo pagamento em dinheiro, enquanto 36% têm a intenção de comprar mediante a utilização do cartão de crédito;**
- ✓ **O desejo da criança a ser presenteada será um fator importante na escolha do presente, segundo 46,3% dos consumidores mossoroenses entrevistados. Porém, a maioria não vai levar os pequeninos na hora da compra;**
- ✓ **Três em cada quatro vão realizar pesquisa de preço antes de adquirir o produto;**
- ✓ **Os principais motivos que podem atrair os clientes para as lojas são promoções, bom atendimento, descontos, variedade de itens, brindes temáticos e qualidade dos produtos;**
- ✓ **Pouco mais de um terço vão levar as crianças para algum passeio, com intenção de gastar em média R$ 110,75;**
- ✓ **No passeio será levado em consideração a diversão/lazer e o lugar que o filho deseja ou tem interesse de conhecer. A grande parte pretende passear por shoppings, clubes ou parques.**

4 Descrição dos Resultados

Intenções de compras

A pesquisa do IPDC/Fecomércio RN com os consumidores de Mossoró revela que 65,6% dos entrevistados têm a intenção de presentear alguém no Dia das Crianças deste ano. Em 2015, a proporção registrada foi de 70,1%, revelando um recuo de 4,5 pontos percentuais na intenção de compra de um ano para outro no município. Entre os principais motivos apontados como possíveis causas de não presentearem na data estão à falta de dinheiro e a crise financeira que juntos somam 50,6% das respostas dos consumidores mossoroenses pesquisados.

O levantamento mostra que dos consumidores que vão comprar presentes para o Dia das Crianças, os brinquedos continuam no topo da lista de intenção de compra (54%). Em seguida estão as roupas, com 33,8% da preferência dos entrevistados. Depois aparecem, como opções de presentes, calçados (8,5%), eletrônicos (4,6%), jogos educativos (2,7%), celulares (2,1%), livros (0,6%), perfumes (0,3%), bicicletas (0,3%) e doces/balas (0,3%). No mesmo período em 2015, as três primeiras preferências se repetiram, com brinquedo com 56,3%, o vestuário aparecia em segundo lugar com 29,1% e os calçados logo a seguir com 6,3%. Cerca de 6% dos consumidores ainda não sabem o que comprar, por isso o levantamento do IPDC/Fecomércio RN pode ser uma grande diferença para atrair esses indecisos.

A distribuição das crianças a serem presenteadas manteve-se semelhante ao apresentado no ano passado, sendo composta pelos filhos (54,9%), sobrinhos (29,3%), netos (10,4%), afilhados (9,1%), irmãos (4,6%) e primos (2,7%).

O estudo buscou identificar quantos presentes o entrevistado pretende comprar: 43,9% pretendem comprar um item, 34,5% admitem levar dois, 8,8% desejam comprar três presentes, 5,8% vão ao comércio comprar quatro presentes e 7% pretendem comprar cinco ou mais produtos. No momento da compra do presente, o consumidor deve avaliar, além das promoções e liquidações, que despertam atenção da maioria dos entrevistados, o desejo da pessoa a ser presenteada (46,3%). Outros 32% dos entrevistados consideram essencial o preço da loja, enquanto que para 11,6% o chamariz é a qualidade dos produtos no mercado.

Gastos com presentes

O gasto médio das compras do Dia das Crianças deste ano em Mossoró será de R$ 108,23. O valor é consideravelmente menor 1,2% do que o de 2015, no qual foi registrado o gasto médio de R$ 109,59. A distribuição dos gastos revela que a maioria (70,1%) dos consumidores planeja efetivar um gasto de até R$ 100 na compra do presente. Desses, 43,3% dos entrevistados devem gastar entre R$ 51 e R$ 100 e 26,8% pretendem desembolsar até R$ 50 com presentes no Dia das Crianças. A pesquisa evidencia ainda que 14,3% das pessoas ouvidas devem gastar entre R$ 101 e R$ 200, 7,9% entre R$ 201 e R$ 300 e 7% vão às compras com o intuito de gastar mais de R$ 300 com presentes.

No que diz respeito à forma de pagamento, 59,5% dos entrevistados afirmaram que deverão efetuar as compras à vista no dinheiro e 3% devem recorrer ao cartão de débito. Já 36% dos mossoroenses disseram que utilizarão o cartão de crédito na modalidade parcelada e 1,5% ainda não sabem qual a forma de pagamento que vão usar. Na comparação com o ano passado, a intenção de utilizar o pagamento à vista no dinheiro caiu 2,4 pontos percentuais e o cartão de crédito registrou um avanço de 3 pontos percentuais na preferência.

Local e quando comprar

Quanto aos locais em que os consumidores mossoroenses irão realizar as compras, a pesquisa sinaliza que as lojas do comércio de rua continuam sendo a preferência, com 68,6% das indicações. Em segundo lugar estão as lojas localizadas nos shoppings centers com 20,7%, completando a relação de locais pretendidos pelos entrevistados está a internet com 3,4%. Na comparação com 2015, a intenção de comprar no comércio de rua apresentou queda de 3,4 pontos percentuais e as lojas de shoppings centers cresceram 0,7 pontos percentuais, enquanto a preferência pela internet apresentou um avanço de 1,7 pontos percentuais. Em torno de 7% dos entrevistados ainda não decidiram o local onde irão comprar os presentes.

Um em cada quatro (25,9%) consumidor mossoroense entrevistado pretende levar as crianças no momento da compra do presente, enquanto 74,1% disseram que os pequeninos não irão acompanhá-los na hora da aquisição dos itens. Na opinião da maioria dos entrevistados, a presença da criança pode encarecer o valor da compra.

Como já é de costume, a maior parte (69,2%) dos consumidores vai realizar as compras na semana do Dia das Crianças. Para 19,8% a preferência é fazer aquisição dos produtos quinze dias antes da data comemorativa. Outros 7,6% preferem realizar a compra dos itens um mês antes da comemoração.

Atrativos para os consumidores

A pesquisa também procurou saber quais seriam as ações adotadas pelas empresas para atrair os consumidores neste Dia das Crianças. 43,5% afirmaram que o oferecimento de promoções seria o principal atrativo que as lojas poderiam conceder, seguido pelo bom atendimento para os clientes (35,1%) e descontos no momento da compra (24,2%). A variedade de produtos (4%), brindes temáticos nas compras (3,4%), qualidade dos produtos (3%), facilidade de pagamento (2,6%), divulgação das ofertas (2,4%) e sorteio de prêmios (2%) também merecem destaque.

Para economizar na data, 76,2% dos consumidores planejam realizar pesquisa de preço. Todavia, 23,8% dos entrevistados alegaram que o momento de presentear as crianças é especial e não desejam economizar na compra do presente.

Passeio

A pesquisa revela também que 34,8% dos entrevistados pretendem realizar algum passeio na data com as crianças, contudo 65,2% falaram que não almejam celebrar a data com realização de passeio. Entre os que vão passear no Dia das Crianças, acerca do local, a maioria (57,7%) irá comemorar em shoppings, mas haverá aqueles que irão para clube/parque (20%), ao cinema (5,7%), para a praia (5,1%), viajar (4,6%) ou para restaurantes e lanchonetes (2,9%). Casa de parentes será a opção de 1,7% dos entrevistados.

Com relação ao passeio, a intenção de gasto médio para o momento de lazer ao lado das crianças será de R$ 110,75. O local escolhido para a confraternização deve apresentar, primeiramente, características que ofereça diversão/lazer (42,3%). Além disso, a escolha da criança (31,4%) deverá ser levada em consideração, bem como o preço (12%), o atendimento (10,3%), a segurança (1,7%) e o conforto para família (1,7%) serão atrativos determinantes para a escolha do ambiente.

Momento econômico

Quanto ao atual momento econômico para compra de produtos, a pesquisa mostra que caiu em 3 pontos percentuais (de 17,6% para 14,6%) o contingente de mossoronses que consideram o cenário ótimo ou bom para aquisição de itens.

Apesar disso, houve queda também em relação ao pessimismo. Neste ano, 39,8% dos entrevistados declararam que o momento para fazer compras é ruim ou péssimo, comparado ao ano passado, o indicador diminuiu 2,2 pontos percentuais, quando registrou 42%. O percentual dos consumidores que declaram que o momento é regular apresentou índice de 4,7 pontos percentuais maior ao do ano passado.

No que concerne à situação financeira, pelo menos 50,8% dos consumidores declararam estar em situação pior do que o ano passado; 30,4% revelaram permanecer no mesmo patamar e 18,8% afirmaram que estão melhor financeiramente. Na pesquisa realizada em 2015, 51,3% informaram que estavam em pior situação, 33,5% falaram que estavam estagnados e 15,2% disseram que estavam em situação melhor.

No quesito nível de endividamento, um terço (33,1%) dos mossoroenses entrevistados declarou ter algum tipo de dívida (pré-datado, cartões de crédito, carnês de loja, empréstimo pessoal, compra de imóvel, prestações de carro e/ou seguros). Por outro lado, 66,9% dos consumidores sondados afirmaram que estão com o pagamento das dívidas em dia.

A grande maioria (86,8%) dos consumidores mossoroenses disse que se tivesse que escolher entre quitar uma dívida e comprar um presente, escolheriam pagar as dívidas, enquanto 12,6% confirmaram que em função da data prefeririam presentear as crianças ao invés de quitar os débitos.

5 Análise Gráfica

Intenções de compras

Gráfico 1 – O Dia das Crianças será comemorado no dia 12 de outubro, o (a) sr. (a) pretende presentear alguém nesta data?

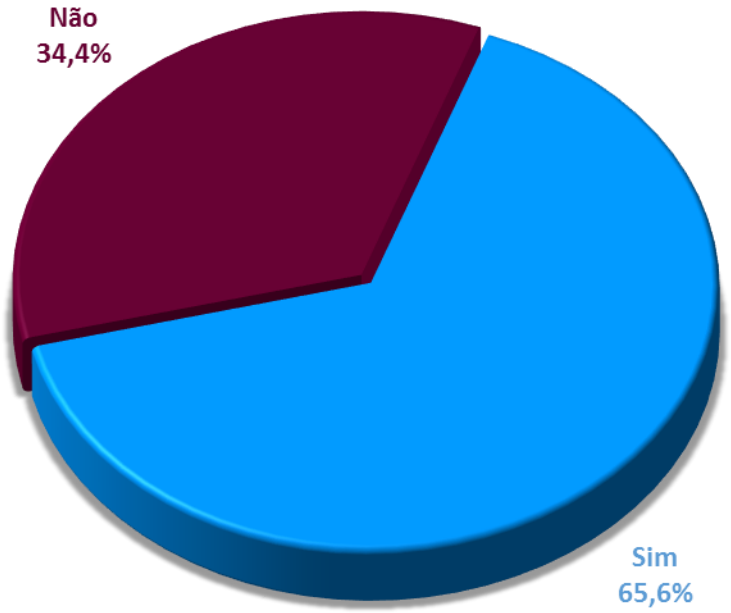


Gráfico 2 – Se não. Por quê?

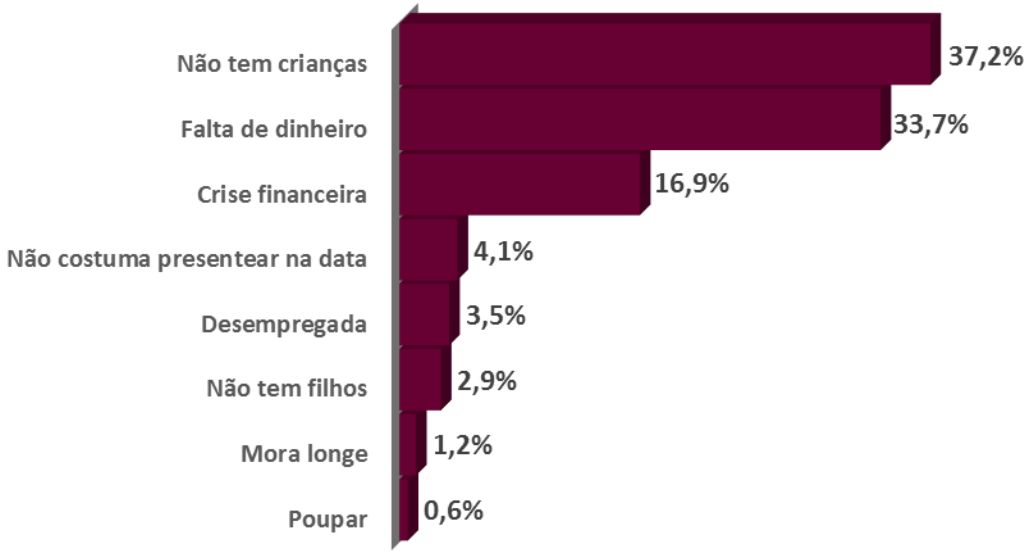


Gráfico 3 – Quem o (a) sr. (a) pretende presentear nesta data? (Múltipla resposta)

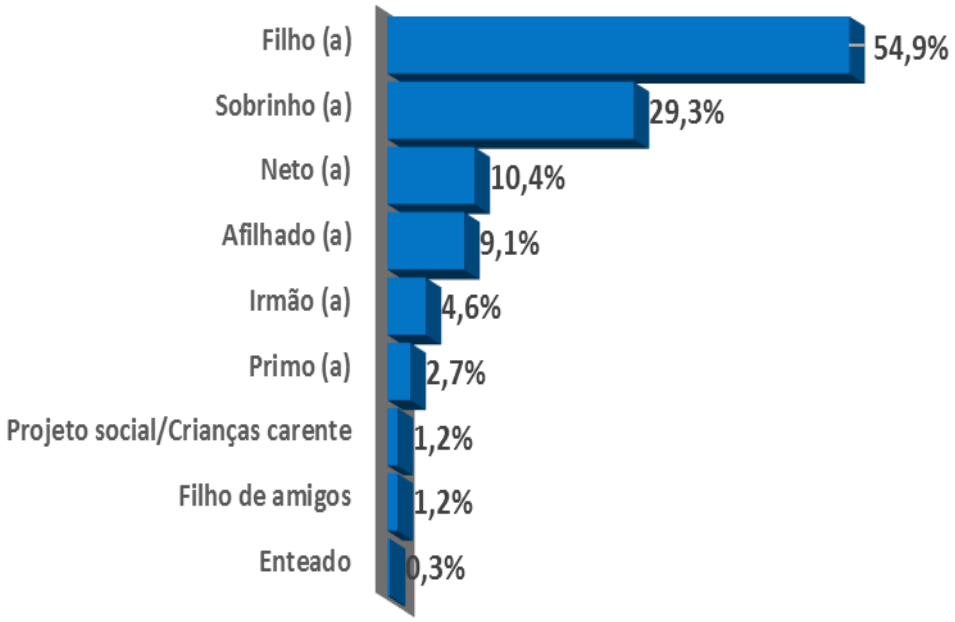


Gráfico 4 – Sexo da criança/pessoa presenteada?

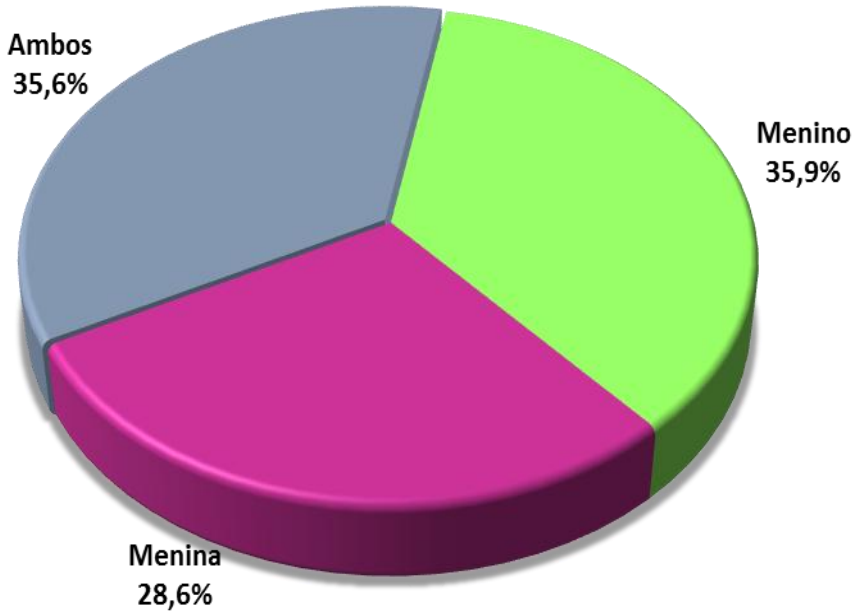


Gráfico 5 – Quantos presentes o senhor (a) pretende comprar?

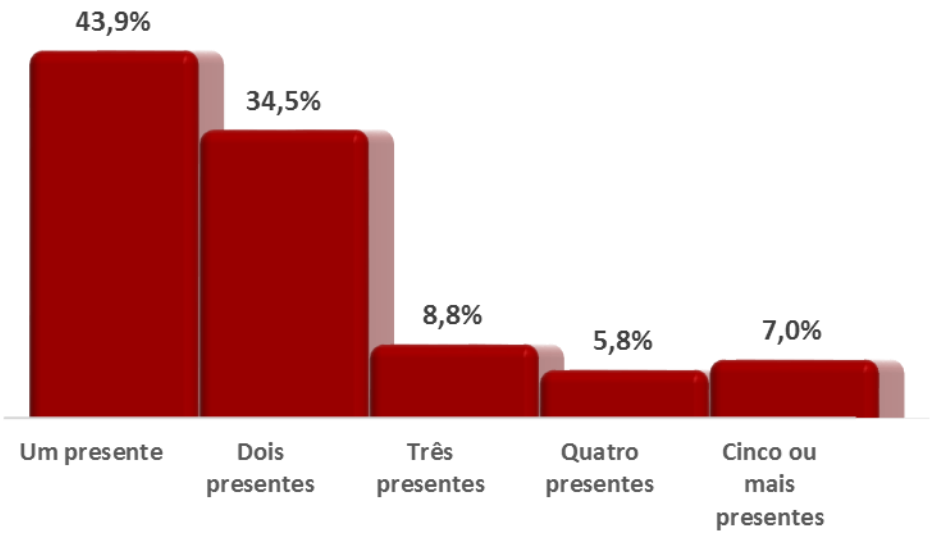


Gráfico 6 – Que tipo de produto (s) o (a) sr. (a) está interessado em presentear no Dia das Crianças, que será comemorado no dia 12 de outubro? (Múltipla resposta)

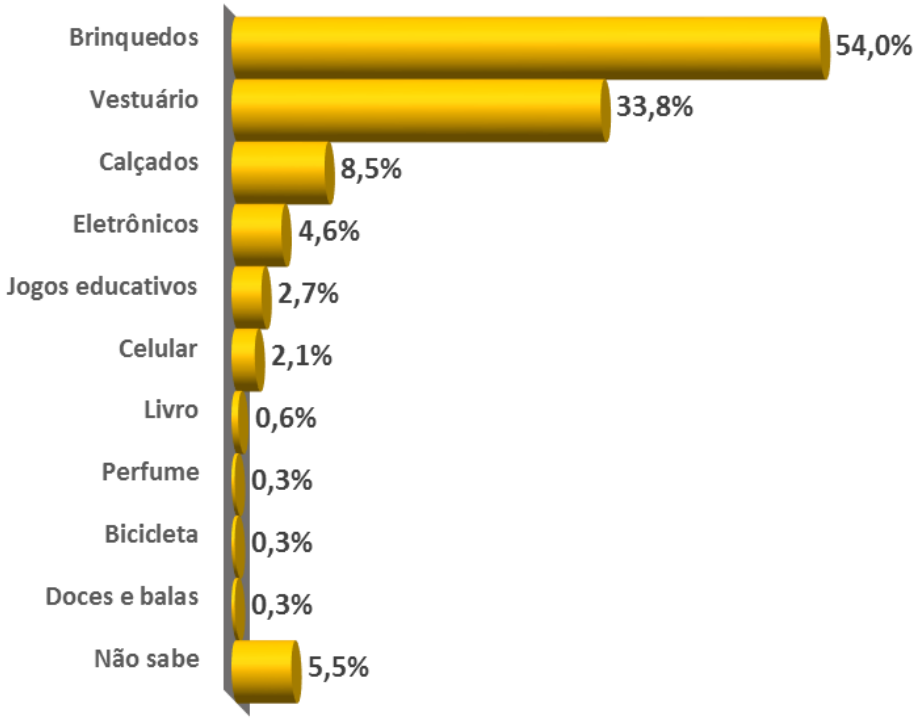
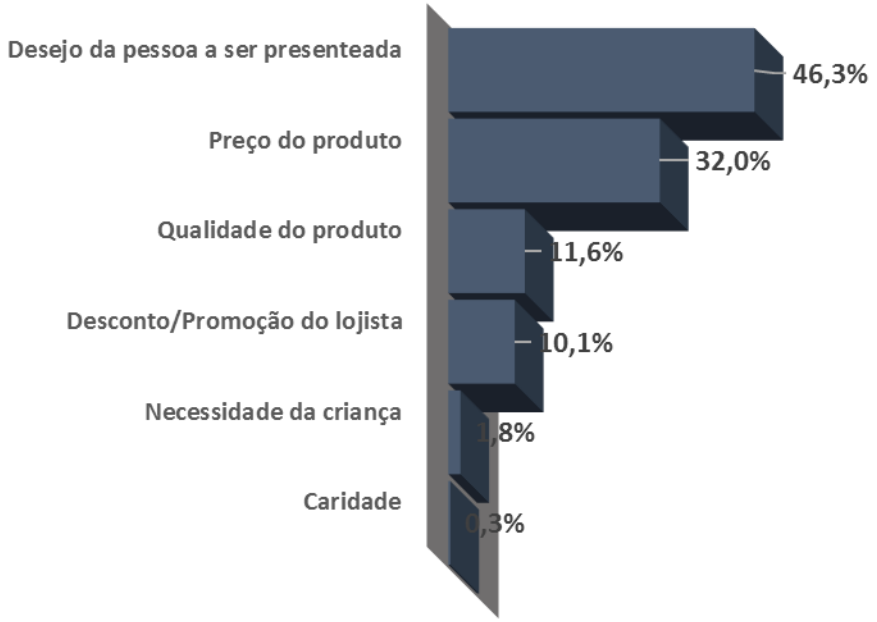
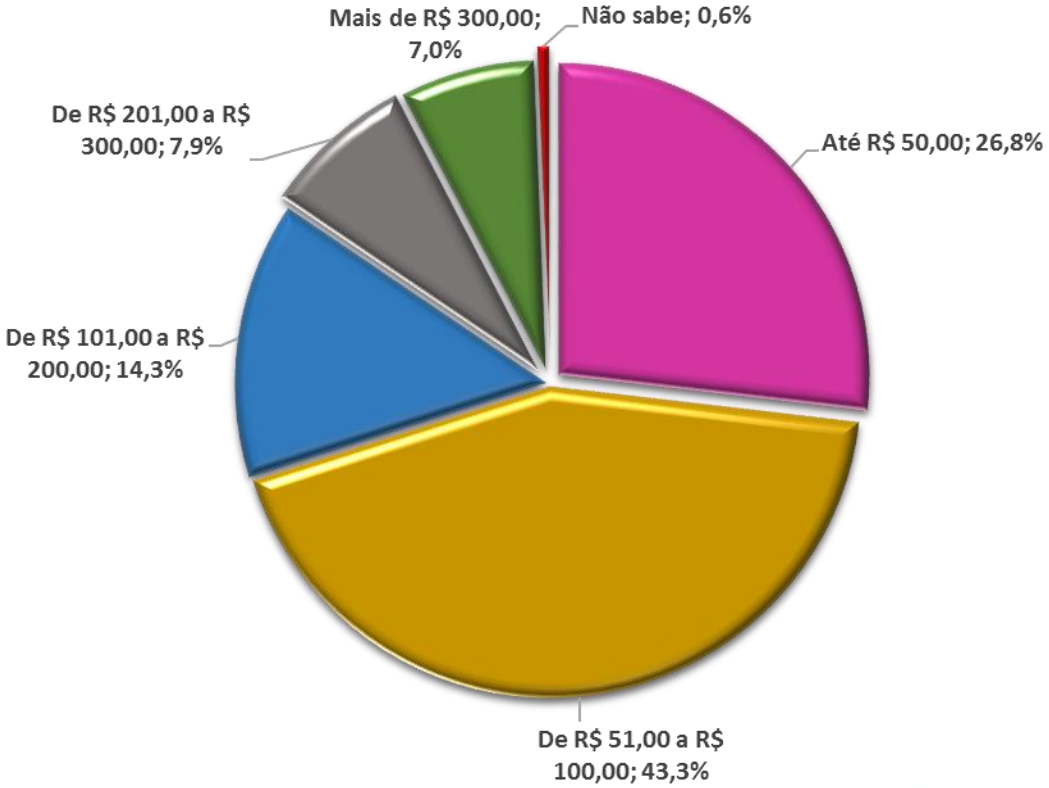


Gráfico 7 – Qual o principal fator que vai determinar a escolha do presente? (Múltipla resposta)



Gastos com presentes

Gráfico 8 – Quanto pretende investir na compra desse (s) presente (s)?



Local e quando comprar

Gráfico 9 – Quando comprará o (s) presente (s)?

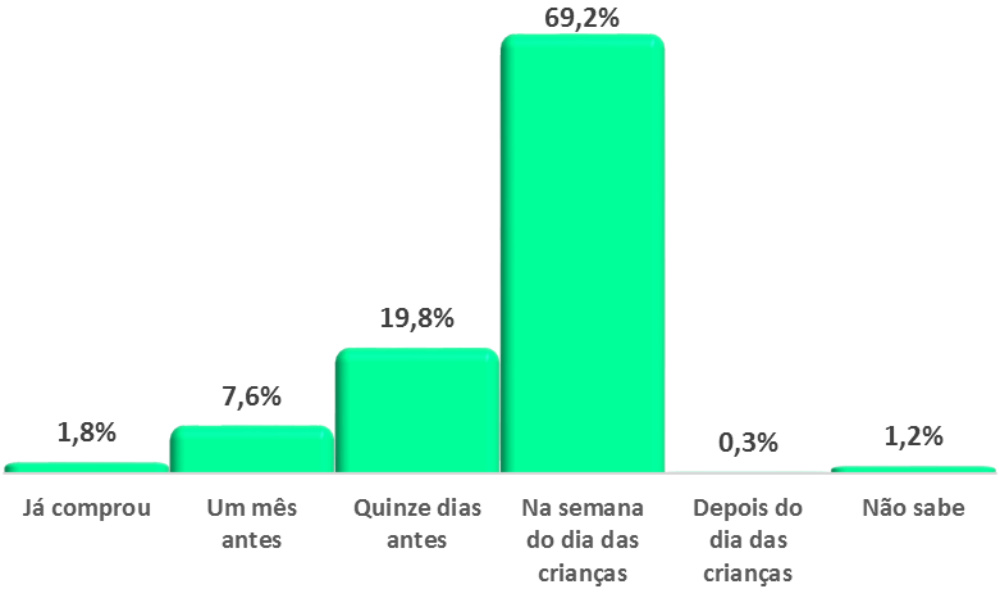


Gráfico 10 – Onde o (a) sr. (a) comprará?

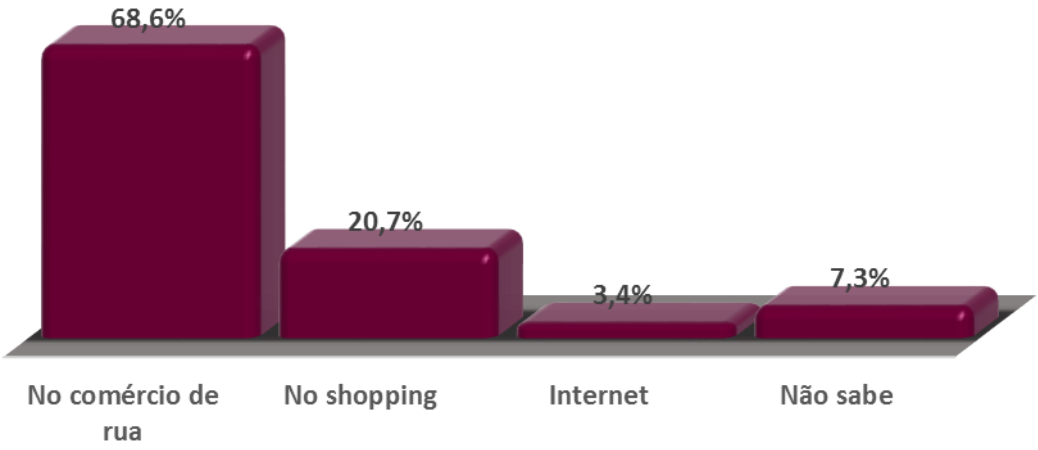


Gráfico 11 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) deseja utilizar?

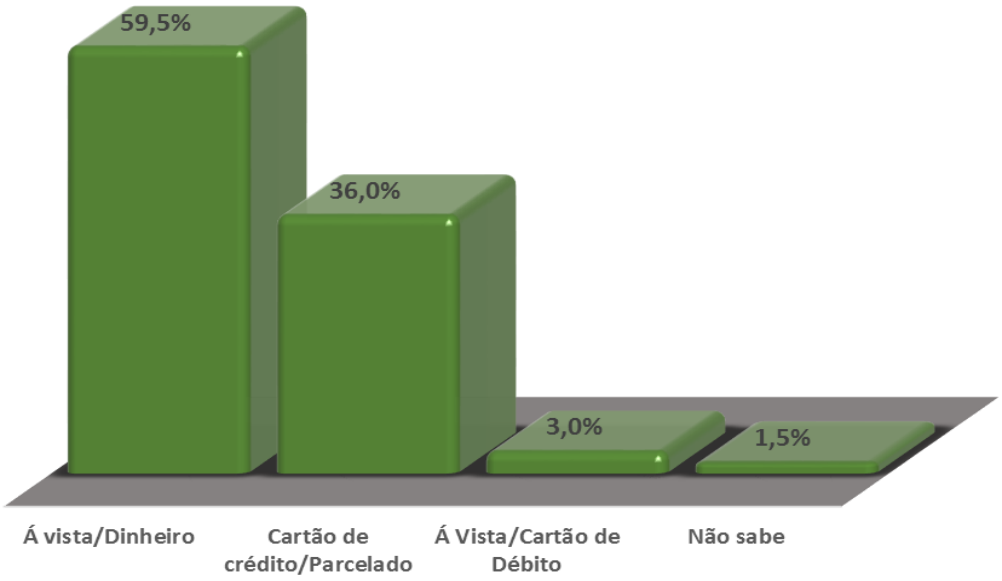


Gráfico 12 – As crianças irão lhe acompanhar na compra do presente?

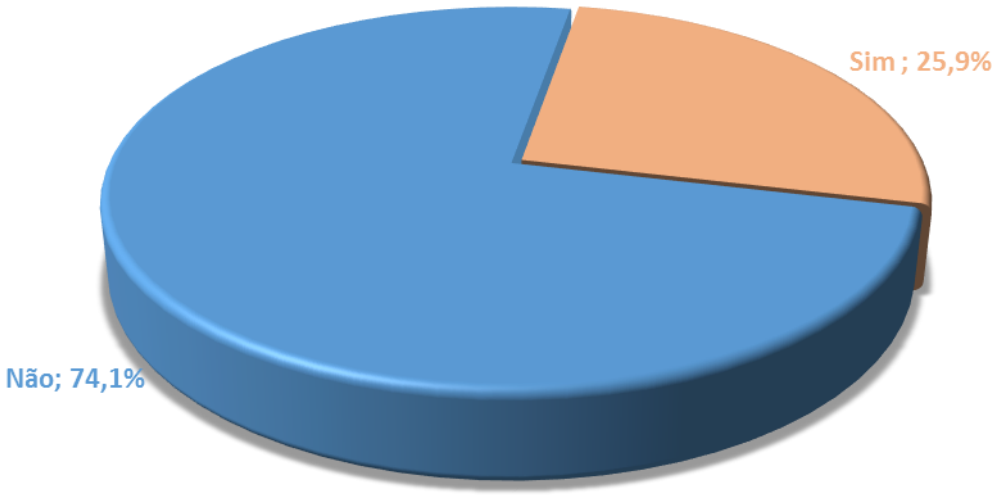
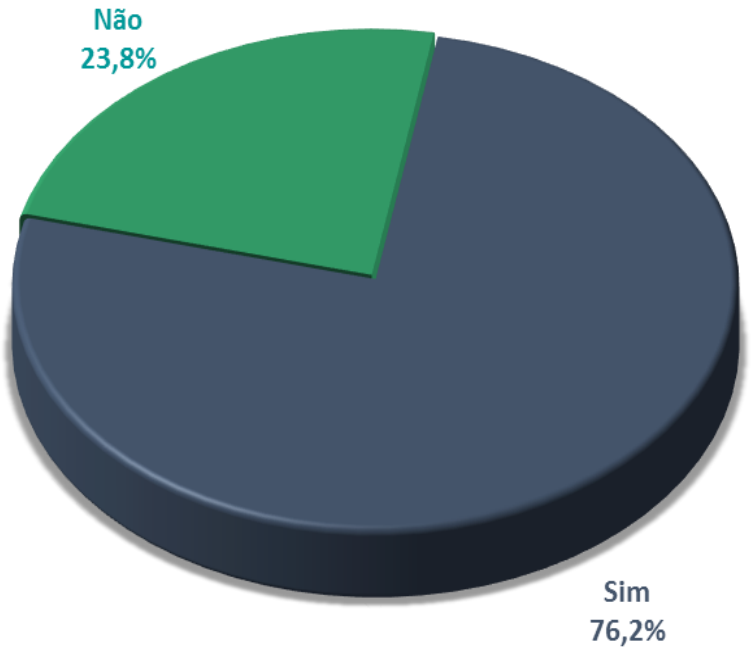


Gráfico 13 – Irá fazer pesquisa de preço?



Atrativos para os consumidores

Tabela 1 – Em sua opinião, o que as lojas poderiam fazer para atrair mais clientes? (Múltipla resposta)

Rótulos de Linha	%
Promoção	43,5%
Bom atendimento	35,1%
Descontos	24,2%
Variedade	4,0%
Brindes temáticos	3,4%
Qualidade dos produtos	3,0%
Facilidades na forma de pagamento	2,6%
Divulgação	2,4%
Sorteio de prêmios	2,0%
Não sabe	1,4%
Preço	0,8%
Liquidação	0,4%
Entrega rápida	0,2%
Estacionamento	0,2%

Passeio

Gráfico 14 – O (a) sr. (a) vai levar seu filho a algum passeio?

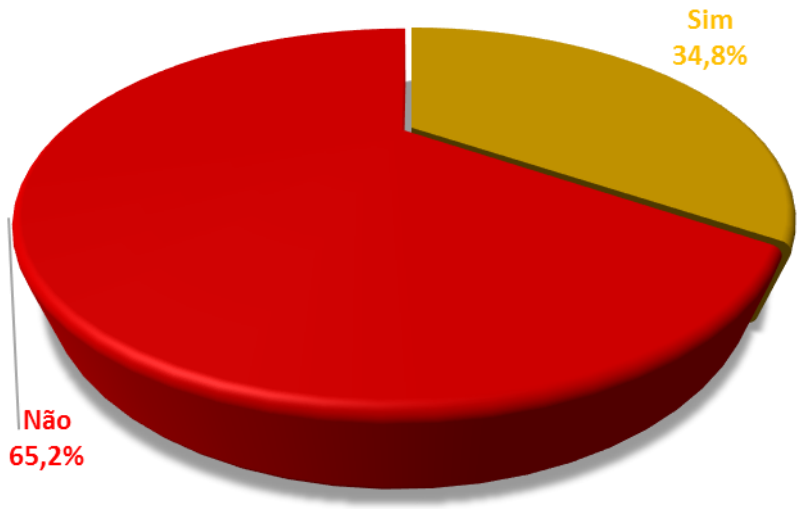


Gráfico 15 – (Se "Sim") O que é determinante para a escolha do local? (Múltipla resposta)

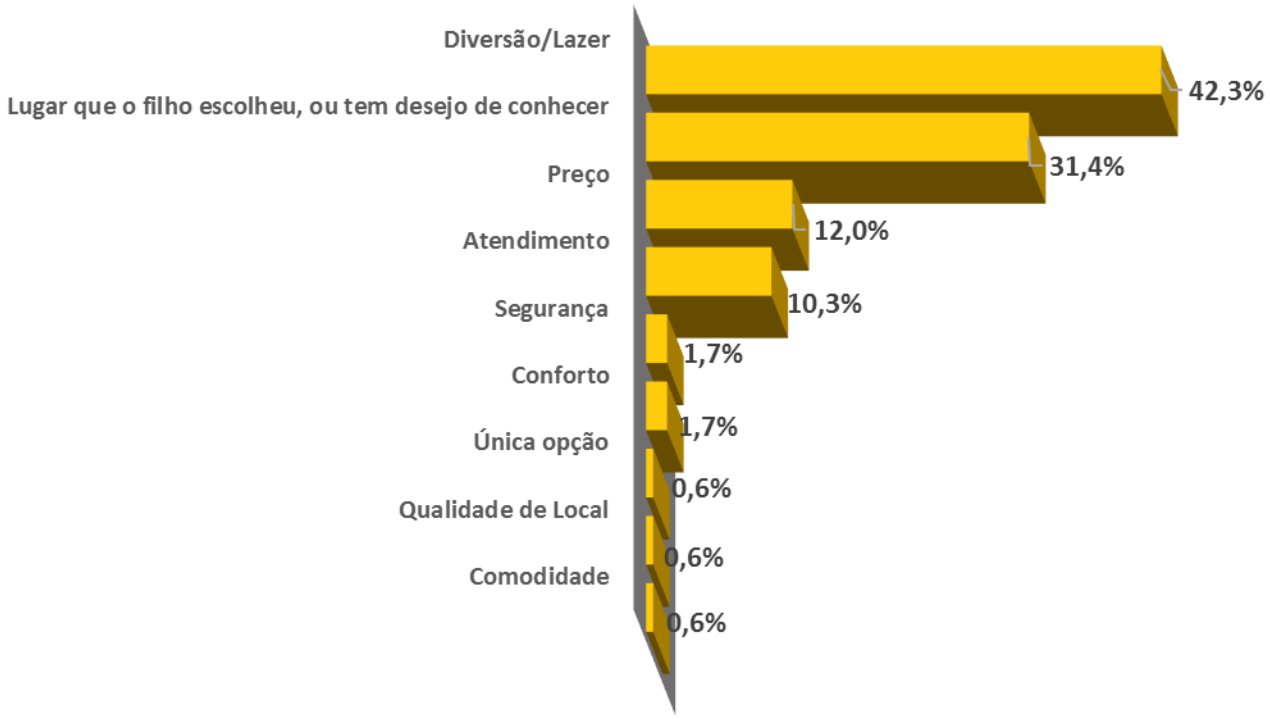


Gráfico 16 – Onde pretendem comemorar? (Múltipla resposta)

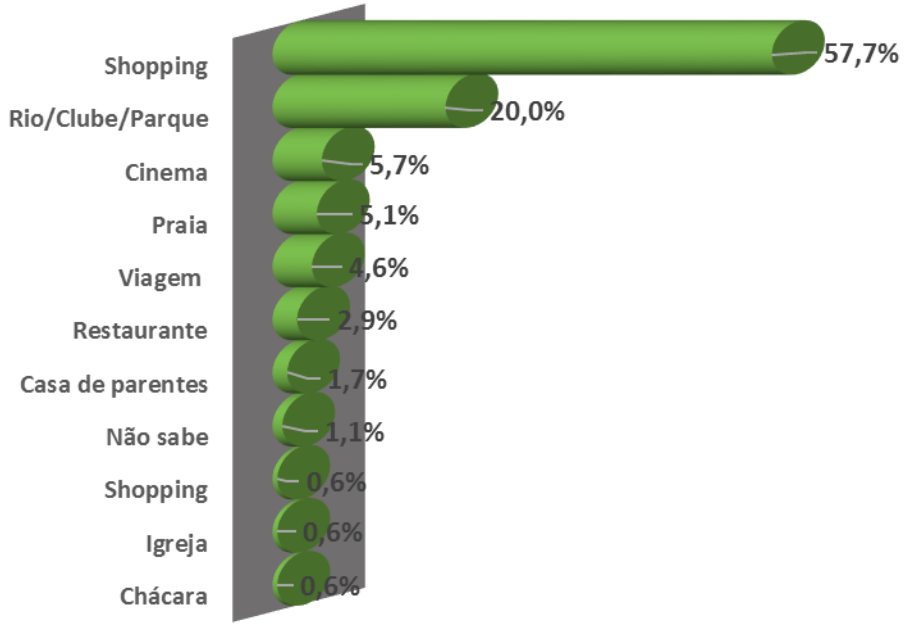


Tabela 2 – Quanto pretendem gastar no passeio?

Medidas	Valor R$
Mínimo	**R$ 25,00**
Média	**R$ 110,75**
Máximo	**R$ 300,00**

Momento econômico

Gráfico 17 – Como você classificaria o atual momento para a compra de produtos?

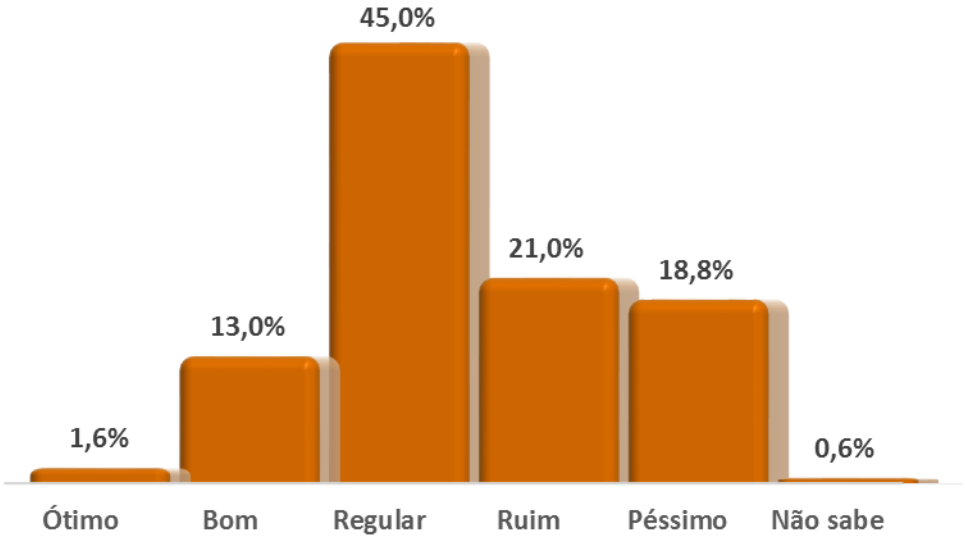


Gráfico 18 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação ao mesmo período do ano passado?

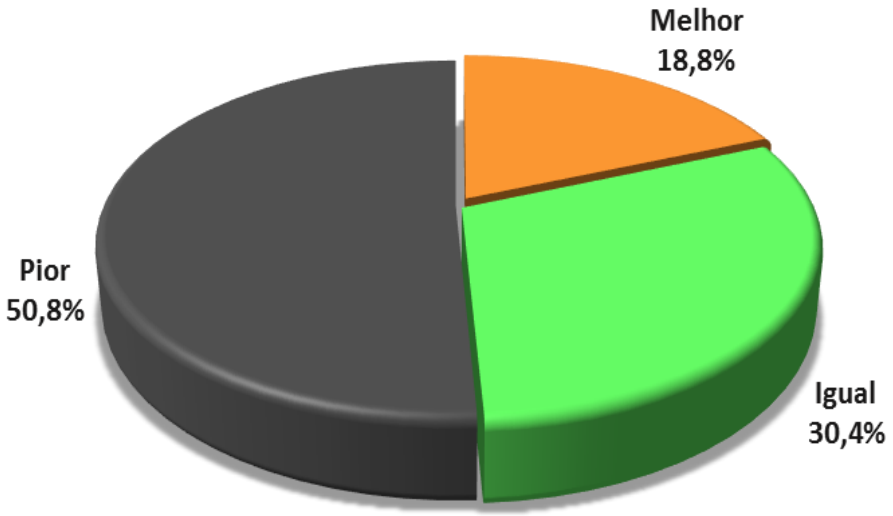


Gráfico 19 – Possui algum tipo de dívida (pré-datado, cartões de crédito, carnês de loja, empréstimo pessoal, compra de imóvel, prestações de carro e/ou seguros)?

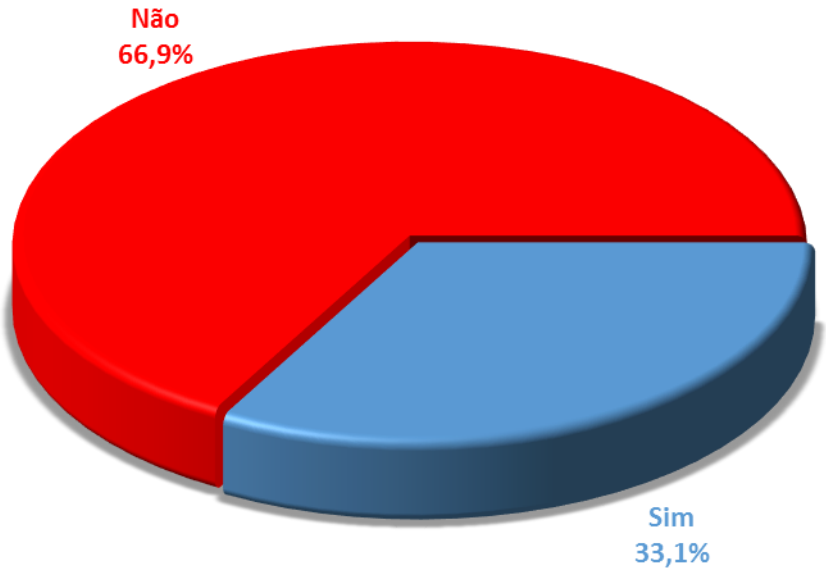
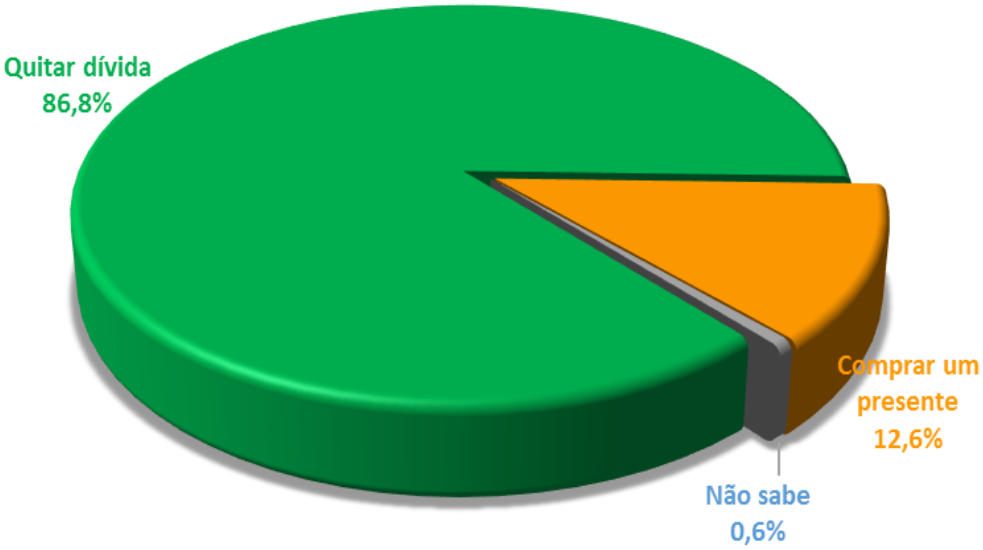


Gráfico 20 – Se o (a) sr. (a) tivesse que escolher entre quitar uma dívida e comprar um presente o que escolheria?



Perfil dos Consumidores

Gráfico 21 – Sexo

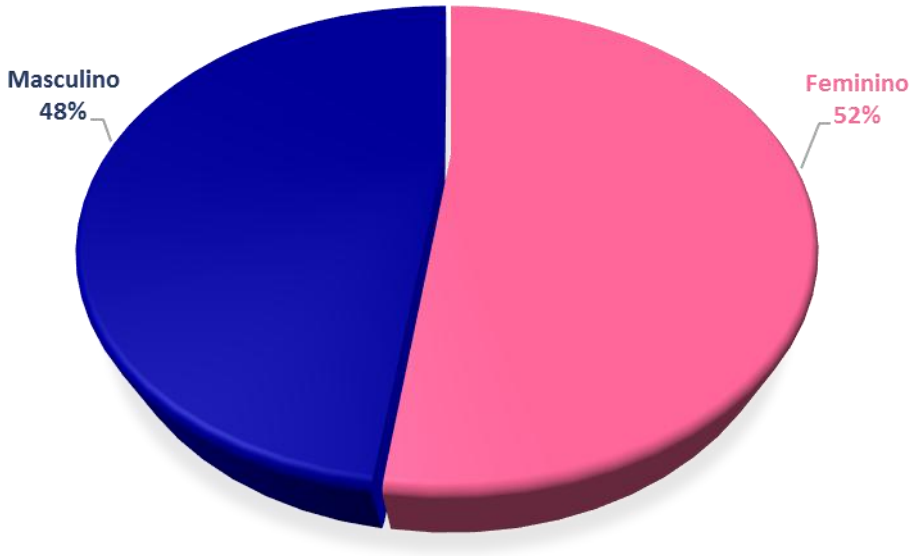


Gráfico 22 – Faixa etária

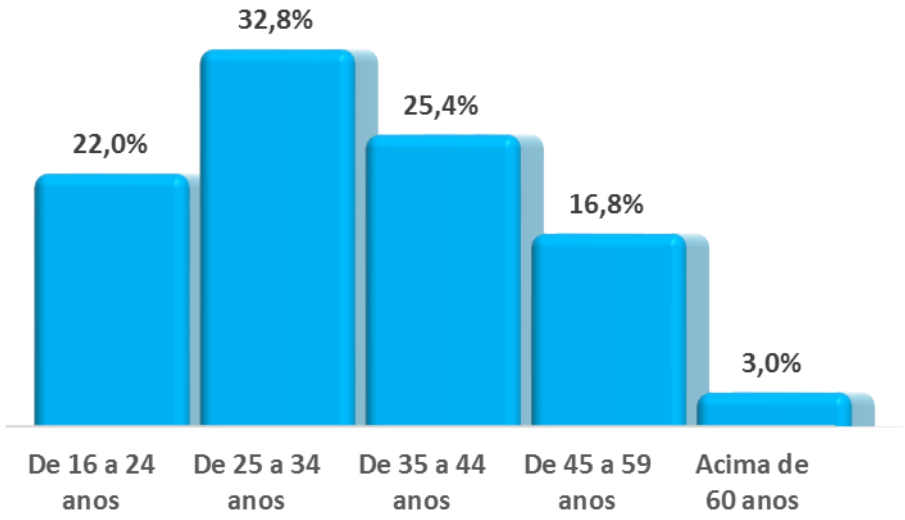


Gráfico 23 – Escolaridade

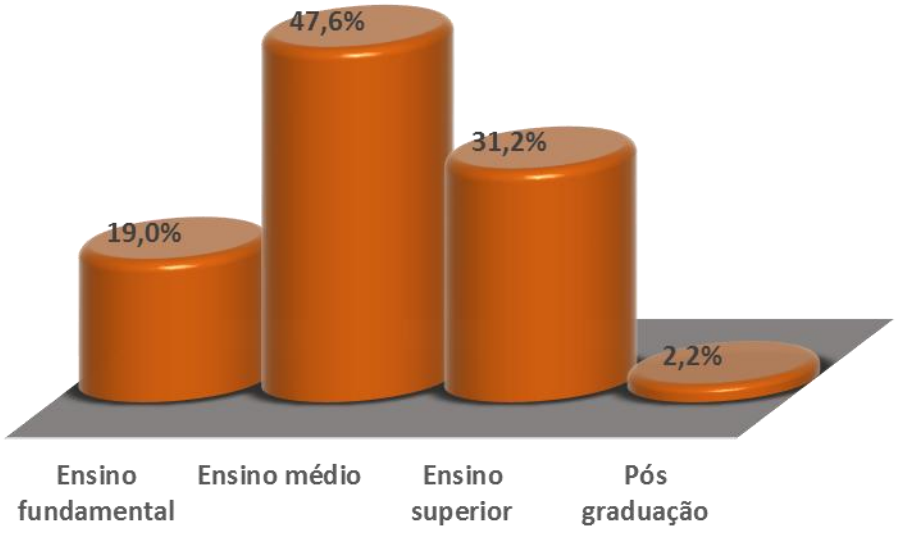
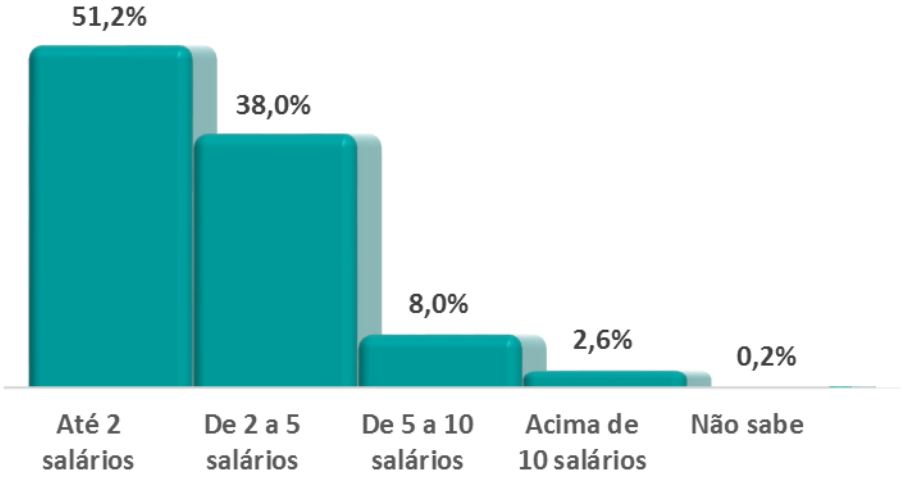


Gráfico 24 – Renda



FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO RIO GRANDE DO NORTE

INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO RIO GRANDE DO NORTE

Marcelo Fernandes de Queiroz
Presidente

Jaime Mariz
Diretor Executivo

EQUIPE DE PESQUISA

Tiago Chacon
Estatístico

Hugo Sergio
Nivaldo Gonçalves
Elizabeth Pontes
Daniela Lourena
Pesquisadores

Natália Carvalho
Estagiária