



PESQUISA Intenções de Compras para o Dia das Crianças Natal-RN







Sumário

1	Introdução	3
2	Aspectos Metodológicos	4
3	Resumo	5
4	Descrição dos Resultados	6
	Itens de comemoração	6
	Gastos com presentes	
	Local e quando comprar	
	Atrativos para os consumidores	8
	Passeio	
	Momento econômico	
5	Análise Gráfica	11
	Intenções de compras	11
	Gastos com presentes	14
	Local e quando comprar	
	Atrativos para os consumidores	
	Passeio	
	Momento econômico	
	Perfil dos Consumidores	





1 Introdução

O Dia das Crianças é a última grande data comemorativa do ano a movimentar o fluxo de comércio antes da chegada do Natal, como também e uma data tradicional no calendário de compras pelo forte apelo emocional. Portando, serve como um indicador para as expectativas do comércio local para o final de ano.

Assim como nos levantamentos anteriores, o trabalho serve de termômetro para o mercado varejista potiguar e revela como o consumidor deve se comportar nos dias que antecede a data. Dessa forma, a pesquisa proporcionará aos analistas de mercado, comerciantes, empreendedores e aos meios de comunicação social as tendências do mercado, como também, serve 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 (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 os levantamentos têm possibilitado a aproximação da população, classe empresarial, gestores e imprensa, da dinâmica econômica regional nas datas que movimentam o comércio.

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

A coleta dos dados ocorreu entre os dias 08 e 11 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 Natal. 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 Natal foram entrevistadas 654 pessoas, distribuídas proporcionalmente por região administrativa do município. Os resultados desta pesquisa estão sujeitos a um erro máximo permissível de cerca de 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 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

- √ 59,5% dos consumidores natalenses vão presentear no Dia das Crianças, uma retração de 9,5 pontos percentuais em comparação a 2015. Dentre os que não pretendem presentear ninguém na data, a maioria das causas está ligada ao atual momento econômico;
- ✓ Para os que têm intenção de presentear, 47% presentearão os filhos, 32,6% os sobrinhos, 13,1% os netos, 9% os afilhados e 5,4% os irmãos;
- ✓ 33,9% presentearão apenas meninos, 33,4% ambos e 32,6% presentearão somente meninas;
- ✓ 48,1% comprarão apenas um presente, 27,2% dois presentes e 13,1% três presentes;
- ✓ O desejo da criança a ser presenteada será um ponto importante na escolha do presente, como também o preço do produto, a qualidade e o desconto/promoção;
- √ 58,8% irão gastar até R\$ 100 na compra. A média de gastos com presente será de R\$
 118,32, o valor é 2,4% menor que o registrado no ano anterior;
- ✓ As compras pagas à vista com dinheiro é a intenção de 58,4% dos consumidores natalenses, os cartões de crédito na forma parcelada representam 35,2% das preferências;
- ✓ 56,6% presentearão com brinquedos, 32,4% presentearão com itens de vestuário, 6,4% com calçados, e 4,1% com produtos eletrônicos;
- ✓ 53,2% pretendem comprar o presente no comércio de rua e 39,1% em shoppings;
- ✓ 77,1% dos consumidores pretendem fazer pesquisa de preço e 68,1% não têm intenção de levar as crianças junto para comprar o presente;
- ✓ Os fatores que podem atrair os clientes para as lojas são promoções, descontos, bom atendimento, divulgação das lojas, facilidade de pagamento, brindes temáticos, entre outros;
- ✓ Cerca de 33% vão realizar algum passeio com as crianças em comemoração à data. 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, com intenção de desembolsar, em média, R\$ 125,80 no passeio com as crianças.





4 Descrição dos Resultados

Itens de comemoração

O consumidor natalense está menos disposto a comprar presentes e vai gastar menos este ano para comemorar o Dia das Crianças, segundo sondagem do Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC) da Fecomércio RN. A pesquisa mostra que 59,5% planejam ir às compras para essa data, o que representa um recuo de 9,5 pontos percentuais em comparação aos 69% registrado no levantamento realizado em 2015. Parte deles gastará menos por não ter quem presentear, enquanto a maioria alega que o motivo da retração está relacionado de alguma forma com a crise econômica que o Brasil enfrenta, como falta de dinheiro, crise financeira, desemprego e contas/dívidas.

Dos consumidores que irão às compras, 33,9% pretendem comprar produtos para meninos, 33,4% para crianças de ambos os sexos e 32,6% das pessoas afirmaram que irão comprar presentes para meninas. A pesquisa revelou ainda que a relação de parentesco entre o consumidor e o presenteado é principalmente de filhos (47%), sobrinhos (32,6%) e netos (13,1%). Também deverão ganhar presentes os afilhados (9%), irmãos (5,4%), primos (2,8%) e filhos de amigos (2,8%). Além de 2,3% que apontaram outras relações de parentesco como enteados e cunhados.

O item mais procurado pelos clientes será o brinquedo com 56,6% da preferência, seguido de vestuário com 32,4%. Logo após surgem os calçados, com 6,4% das intenções. Outros produtos procurados serão eletrônicos (computadores, notebooks, tablets, celulares, videogames), jogos educativos, livros. 4,6% da população entrevistada ainda não se decidiram sobre o assunto, podendo ampliar o impacto da data comemorativa.





Quase a metade (48,1%) dos entrevistados demonstrou interesse em adquirir apenas um produto, 27,2% dos entrevistados apresentaram predisposição para comprar até dois produtos, 13,1% afirmaram que deve obter três itens, 4,1% quatro produtos e 7,7% almejam comprar cinco ou mais itens para presentear. Dentre os principais fatores que influenciam a definição do presente a ser escolhido estão o desejo da criança (40,1%), o preço (33,2%) e a qualidade do produto (14,9%), seguida da política de descontos (12,1%).

Gastos com presentes

Sondando a pretensão de gastos nesta data, dado quantitativo importante numa sondagem para o comércio, a pesquisa apontou que o valor médio do presente para as crianças será de R\$ 118,32 este ano, o que significa uma queda de 2,4% em relação ao ano passado (R\$ 121,19). No geral, 58,8% pretendem gastar até R\$ 100, 19% até R\$ 50 e 39,8% entre R\$ 51 e 100. Outros 25,7% vão às compras com intenção de gastar entre R\$ 101 e R\$ 200; 8,7% entre R\$ 201 e 300; e 6,2% acima de R\$ 300.

No quesito pagamento, a forma prioritária dos consumidores natalenses para este Dia das Crianças será a modalidade à vista no dinheiro, que foi indicada por 58,4% dos entrevistados. Já 35,2% indicaram o cartão de crédito no modo parcelado como a modalidade de pagamento principal para a data. Na comparação com 2015, a modalidade à vista no dinheiro registrou crescimento na preferência de 5,3 pontos percentuais este ano, enquanto o cartão de crédito no formato parcelado recuou 2,9 pontos percentuais, em 2015 havia registrado 38,1% das intenções.

Local e quando comprar

Com o momento atual em que passa os consumidores, a pesquisa constatou que a preferência este ano será pelas compras no comércio de rua, sendo que 53,2% dos consumidores indicaram esse local para realizarem as compras para o Dia das Crianças. Os shoppings centers ficaram na segunda colocação com 39,1% das indicações dos natalenses. Ou seja, houve uma inversão na preferência de locais em relação ao ano passado, uma vez que o comércio de rua assumiu a primeira posição, enquanto os shoppings recuaram e caíram para a segunda colocação neste ano. Os consumidores acreditam que no comércio de rua podem encontrar produtos com preços mais acessíveis.





Os pais e mães também têm que tomar cuidado na hora de decidir o presente que irão dar. 68,1% dos entrevistados afirmaram que irão comprar os produtos sem a presença do presenteado, para evitar os desejos momentâneos. Entretanto, é relevante a porcentagem de pequeninos que irão acompanhar os entrevistados na compra dos presentes (31,9%).

O nível de preços foi apontado como um fator importante para a escolha do presente, pois 77,1% dos natalenses entrevistados disseram que irão realizar pesquisa de preço antes de comprar os presentes.

A maioria dos entrevistados (65%) deixará para fazer as compras na semana de comemoração do Dia das Crianças. Isso acontece tradicionalmente por costume e muitas vezes porque a maioria dos trabalhadores espera receber o pagamento para poder comprar os presentes. Para 23,7%, a preferência é fazer aquisição dos produtos quinze dias antes da data comemorativa.

Atrativos para os consumidores

Nesse sentido, a pesquisa também apontou quais os motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas e efetuarem as compras. Para 40,1% dos entrevistados as promoções são fatores primordiais que podem atrair os clientes; 33,9% deles apontaram que os descontos são fatores que mais influencia nessa hora. Outros motivos que também formaram a lista de motivações dos consumidores, foram eles: o bom atendimento (26,9%), a divulgação (4,6%) a forma de pagamento (4,4%), os brindes temáticos (4%), a variedade de produtos (3,5%), entre outros.

Passeio

O estudo avaliou também a pretensão dos consumidores de Natal para comemorar a data com passeio. Para 33% dos natalenses entrevistados, o Dia das Crianças terá algum tipo de celebração relacionada a passeio, enquanto 67% responderam negativamente à possibilidade de realizar algum passeio na data com as crianças.





O gasto com lazer na realização do passeio também foi objeto de estudo na pesquisa. Dos entrevistados que irão realizar passeio com as crianças em comemoração à data, esses devem gastar em média R\$ 125,80 com passeio. Sendo fator determinante para a escolha do local a diversão/lazer (49,3%) que o local proporciona, além do desejo do filho (28,8%), do preço (12,8%) e do atendimento (10%) oferecido pelo local.

O levantamento constatou que entre as pessoas que desejam celebrar a data com passeio, as opções de locais frequentados serão clubes/parques (44,3%), shoppings (33,8%), cinema/teatro (8,7%), praia/lagoas (4,6%), restaurante ou lanchonetes (3,2%), viagens (2,7%) e outros locais não especificados aqui.

Momento econômico

Quanto à expectativa do consumidor natalense, no que se refere à aquisição de itens, 33,6% consideram o momento atual é ruim ou péssimo para a compra de produtos, revelando expectativa um pouco mais favorável quando comparado com a mesma pesquisa do ano passado (índice de 36,2%). A fatia dos que a consideram o momento para compra bom ou ótimo também caiu de 25,2% em 2015 para 20,6% este ano. Enquanto os que acham que o momento para compra de produtos é regular aumentou de 38,5% (índice registrado em 2015) para 45,7% este ano.

Sobre a situação financeira familiar atual, a pesquisa deste ano também mostra uma mudança no perfil: 43,4% disseram que estão em situação pior do que o ano passado, 36,9% afirmaram estar igual e 19,7% falaram que a situação financeira da família melhorou. Em 2015, essas fatias eram diferentes: 44,1% estavam em situação pior do que no ano anterior, 29,8% igual e 26,1% melhor.

No que tange ao endividamento, a parcela dos que afirmaram possuir contas em atraso foi de 32,6%, e os outros 67,4% dos consumidores natalenses confirmaram que estão com os débitos em dias.





Pensando na conscientização das pessoas, o Instituto questionou dos entrevistados o que eles fariam se tivesse que escolher entre pagar dívidas ou comprar presentes e 87,9% dos entrevistados relataram que escolheriam pagar as dívidas, ao passo que 12,1% atestaram que em função da data prefeririam fazer compras ao invés de saldar 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?



Tabela 1 – Se não. Por quê?

Rótulos de Linha	%
Não tem crianças	40,0%
Crise financeira	27,9%
Falta dinheiro	20,0%
Desempregado	6,4%
Não presenteia nesta data	3,4%
Dívidas	1,1%
Mora longe	1,1%





Gráfico 2 – Quem o (a) sr. (a) pretende presentear nesta data? (Múltipla resposta)

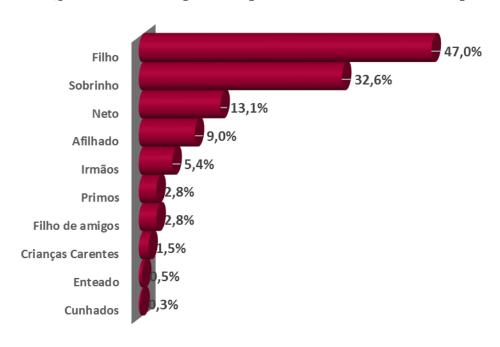


Gráfico 3 – Sexo da criança/pessoa presenteada?

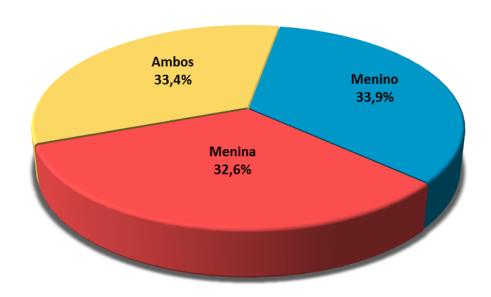






Gráfico 4 – Quantos presentes o senhor (a) pretende comprar?

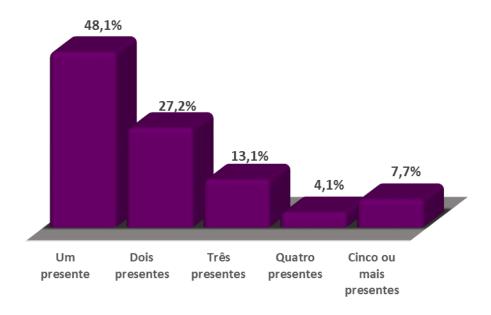


Gráfico 5 – Que tipo de produto (s) o (a) sr. (a) está interessado em presentear no Dia das Crianças? (Múltipla resposta)

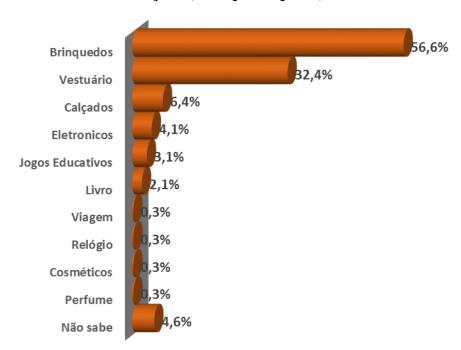




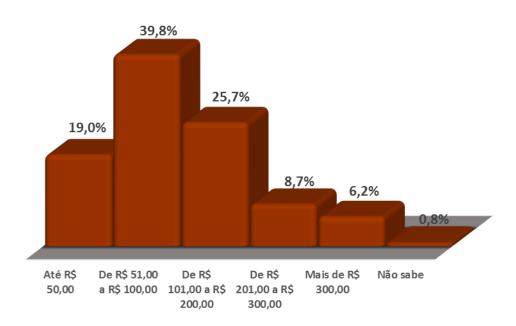


Gráfico 6 – Qual o principal fator que vai determinar a escolha do presente? (Múltipla resposta)



Gastos com presentes

Gráfico 7 – Quanto pretende investir na compra desse (s) presente (s)?







Local e quando comprar

Gráfico 8 – Quando comprará o (s) presente (s)?



Gráfico 9 – Onde o (a) sr. (a) comprará?







Gráfico 10 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) deseja utilizar?

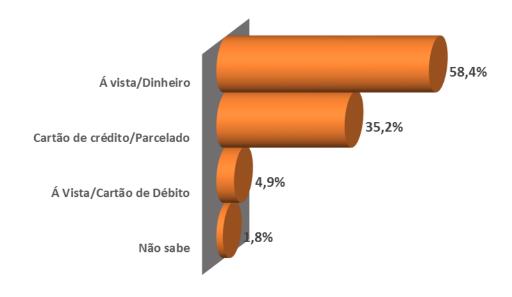


Gráfico 11 – As crianças irão lhe acompanhar na compra do presente?

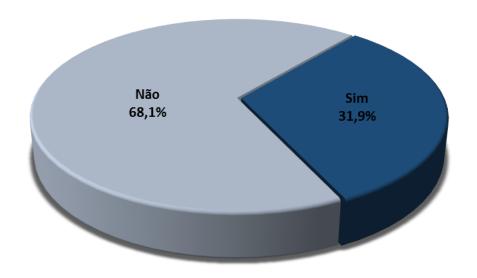
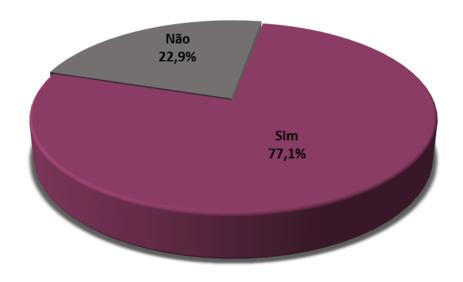






Gráfico 12 – Irá fazer pesquisa de preço?



Atrativos para os consumidores

Tabela 2 – Em sua opinião, o que as lojas poderiam fazer para atrair mais clientes? (Múltipla resposta)

Rótulos de Linha	%
Promoção	40,1%
Descontos	33,9%
Bom atendimento	26,9%
Divulgação	4,6%
Facilidades na forma de pagamento	4,4%
Brindes temáticos	4,0%
Variedade	3,5%
Sorteio de prêmios	3,2%
Qualidade dos produtos	3,1%
Não sabe	2,4%
Baixar o preço	1,4%
Bônus progressivo	0,2%
Nada	0,2%
Reciclagem	0,2%





Passeio

Gráfico 13 – O (a) sr. (a) vai levar seu filho a algum passeio?

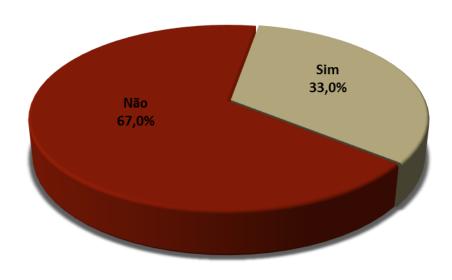


Gráfico 14 – (Se "Sim") O que é determinante para a escolha do local? (Múltipla resposta)

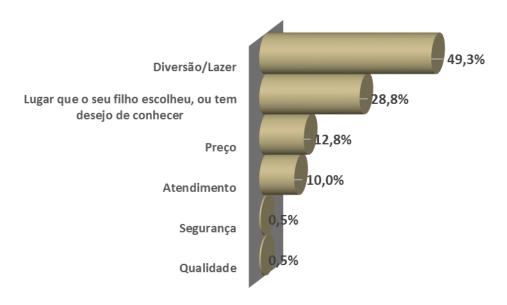






Gráfico 15 – Onde pretendem comemorar? (Múltipla resposta)

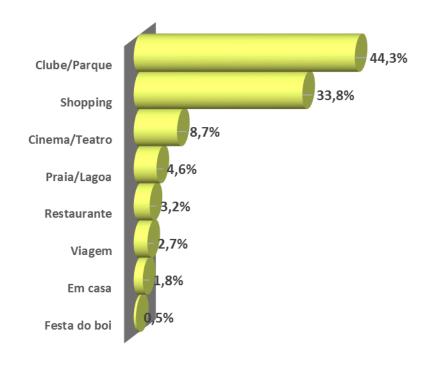


Tabela 3 – Quanto pretendem gastar no passeio?

Rótulos de Linha	R\$
Mínimo	R\$ 20,00
Média	R\$ 125,80
Máximo	R\$ 500,00





Momento econômico

Gráfico 16 – Como você classificaria o atual momento para a compra de produtos?



Gráfico 17 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação ao mesmo período do ano passado?

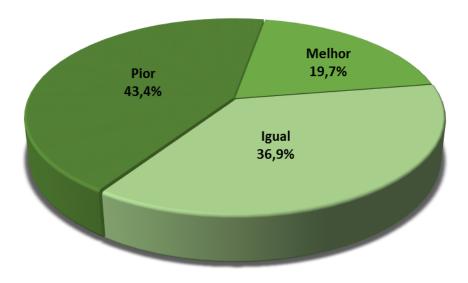






Gráfico 18 – Possui algum tipo de dívida (pré-datado, cartões de crédito, carnês de loja, empréstimo pessoal, compra de imóvel, prestações de carro e/ou seguros) em atraso?

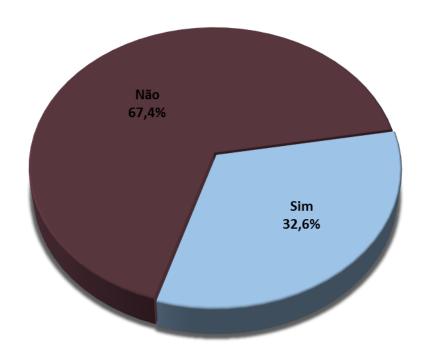
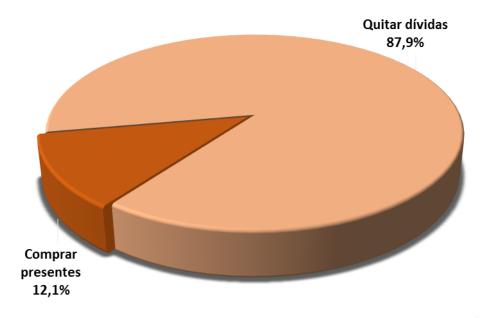


Gráfico 19 – Se o (a) sr. (a) tivesse que escolher entre quitar uma dívida e comprar um presente o que escolheria?



TEL + 55 84 3026 9400 | fecomerciorn @fecomerciorn.com.br | www.fecomerciorn.com.br





Perfil dos Consumidores

Gráfico 20 - Sexo

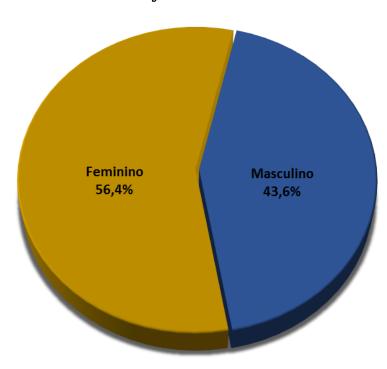
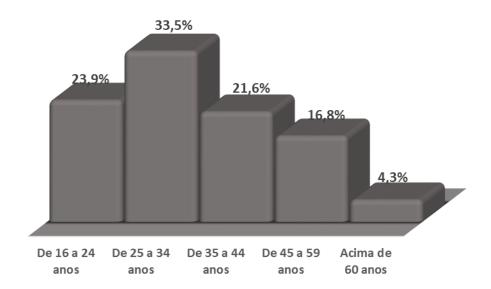


Gráfico 21 – Faixa etária



TEL + 55 84 3026 9400 | fecomerciorn @fecomerciorn.com.br | www.fecomerciorn.com.br





Gráfico 22 – Escolaridade

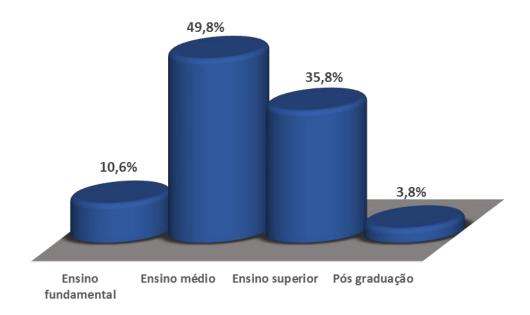
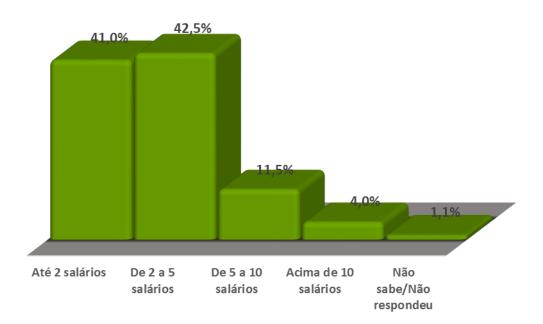


Gráfico 23 – Renda







FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO 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
Jaqueline Aires
Pesquisadores

Natália Carvalho Estagiária