



## Sumário

<b>1</b>	<b><i>Introdução</i></b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b><i>Aspectos Metodológicos</i></b> .....	<b>4</b>
<b>3</b>	<b><i>Descrição dos Resultados</i></b> .....	<b>5</b>
	Intenções de compras .....	5
	Gastos com presentes .....	6
	Local e quando comprar .....	6
	Atrativos para os consumidores .....	7
	Passeio.....	7
	Momento econômico.....	8
<b>4</b>	<b><i>Análise Gráfica</i></b> .....	<b>9</b>
	Intenções de compras .....	9
	Gastos com presentes .....	13
	Local e quando comprar .....	14
	Atrativos para os consumidores .....	17
	Passeio.....	17
	Momento econômico.....	19
	Perfil dos Consumidores .....	20

## 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 realizados pelo Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento (IPDC) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), o trabalho tem por objetivo verificar junto ao consumidor local o 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 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 IPDC 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 11 e 13 de setembro de 2017. Este intervalo foi escolhido para que houvesse tempo suficiente para a tabulação, análise e divulgação dos dados.

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 Descrição dos Resultados

#### Intenções de compras

A Pesquisa de Intenção de Consumo para o Dia das Crianças 2017 em Mossoró, realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), aponta que 64,4% dos consumidores mossoroenses pretendem comprar algum produto para presentear em função da data, enquanto 35,6% não irão comprar nenhum produto. Na comparação com o mesmo período do ano passado, a pesquisa indica uma piora no cenário econômico da cidade, apresentando redução de 1,2 pontos percentuais (p.p) no nível de consumidores que pretendem comprar algum produto para presentear (65,6%), além de queda de 5,7 pontos percentuais em relação a 2015 (70,1%).

Entre os principais motivos econômicos assinalados como possíveis causas de não presentear na data estão à falta de dinheiro (41,6%) e o desemprego (11,2%) que juntos somam 52,8% das respostas dos consumidores mossoroenses pesquisados.

Embora o recuo na disposição para comprar na data, pode-se destacar que a maioria dos consumidores ainda pretendem presentear. Dos consumidores que vão as compras para o Dia das Crianças em Mossoró, os brinquedos permanecem na frente da lista de intenção de compra (53,7%). Em seguida estão os itens de vestuários, com 35,7% da preferência dos entrevistados. Depois aparecem, como opções de presentes, calçados (5,6%), eletrônicos (5%), livro (1,2%), jogos educativos (0,9%), celular (0,6%), relógio (0,3%), e viagem (0,3%). No mesmo período de 2016, as três primeiras preferências se repetiram, com brinquedo com 54%, o vestuário aparecia em segundo lugar com 33,8% e os calçados logo a seguir com 8,5%. Cerca de 7,5% dos consumidores ainda não sabem o que comprar.

De acordo com a avaliação, cerca de 51,9% dos compradores afirmaram que os filhos serão os mais presenteados na data, seguidos dos sobrinhos, com 30,4%, os netos, com 9,9%, os afilhados, com 7,1% e os irmãos, com 3,7%.

Sobre a quantidade de presentes que pretendem comprar: 49,4% pretendem comprar um item, 28,6% admitem levar dois, 9,9% desejam comprar três presentes, 3,4% vão ao comércio comprar quatro presentes e 8,7% pretendem comprar cinco ou mais produtos.

A pesquisa analisou que o preço do produto (46,9%) e o desejo da pessoa a ser presenteada (39,8%) são os principais determinantes na escolha do produto para presentear. Na pesquisa do ano passado, o desejo da criança estava em primeiro lugar (46,3%) e o preço vinha em segundo plano (32%).

### **Gastos com presentes**

Daqueles que pretendem comprar presentes, 39,8%, estão dispostas a gastar entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00; 23,9% devem gastar R\$ 101,00 e R\$ 200,00; 22% desembolsarão até R\$ 50,00, e 12,4% relataram que o presente poderá custar mais de R\$ 200,00. O ticket médio ficou em R\$ 109,32, valor nominalmente maior que o de 2016 (R\$ 108,23) em 1%. Mas em termos reais, descontada a inflação acumulada nos últimos 12 meses, de 2,5%, o valor apresentou baixa de 1,5%.

Entre as formas de pagamento apontadas como preferenciais pelos usuários, 60,3% irão pagar à vista no dinheiro, 34,2% parcelar no cartão de crédito, 3,1% no débito e 2,5% não sabem ainda a forma que utilizará. Em 2016, 59,5% apontaram a modalidade à vista como a mais utilizada, seguido por cartão de crédito com 36%, ou seja, houve um aumento na preferência de comprar no dinheiro e uma queda na intenção de adquirir os produtos parcelado.

### **Local e quando comprar**

Em relação ao local das compras, 71,5% dos consumidores entrevistados em Mossoró pretendem adquirir os presentes nos comércios de rua e 21,8% irão procurar as lojas localizadas em shoppings centers. Em seguida aparece internet (2,1%) e ainda os que não decidiram o local (4,6%). Comparativamente a 2016, a intenção de comprar no comércio de rua apresentou aumento de 2,9 pontos percentuais e as lojas de shoppings centers cresceram 1,1 p.p. enquanto a preferência pela internet apresentou uma queda de 1,3 p.p.

Um dos itens da pesquisa realizada pelo IPDC/Fecomércio RN diz respeito a pretensão de levar a criança junto para a compra do presente. A maioria dos entrevistados (68,9%) disse que os pequeninos não irão acompanhá-los na hora da compra dos produtos. Na opinião da maioria dos entrevistados, a presença da criança pode encarecer o valor da compra.

A pesquisa do IPDC/Fecomércio RN analisou os dias escolhidos pelos consumidores para realizarem as compras, como uma informação importante sob o ponto de vista estratégico para os empresários do comércio, que poderão, a partir dos dados, programar as estratégias de atendimento no estabelecimento comercial com escalas de horário e funcionários que atendam a um maior número de pessoas nos dias de fluxo mais intenso. Assim, verificou-se que 78,5% vão as compras na semana do Dia das Crianças e o sábado (39,3%), segunda (14,6%) sexta (13,9%) e quarta feira (12,9%) são apontados como os dias preferidos dos mossoroenses.

### **Atrativos para os consumidores**

Quanto às medidas adotadas pelas empresas para atrair os consumidores neste Dia das Crianças, 37,8% afirmaram que o oferecimento de Promoções seria o principal atrativo que as lojas poderiam conceder, seguido pelo Bom atendimento para os clientes (30,4%) e Descontos no momento da compra (26,8%). A Facilidade de pagamento (7%), Divulgação (4,4%), Brindes temáticos (3%), Variedade (2,6%), Sorteio de prêmios (2,2%) e Qualidade dos produtos (1,8%) também merecem destaque.

Com o objetivo de economizar na compra dos presentes, 73,3% dos consumidores planejam realizar pesquisa de preço. Porém, 26,7% dos entrevistados alegaram que o momento de presentear as crianças é especial e não desejam economizar na compra do presente.

### **Passeio**

30,2% dos entrevistados pretendem realizar algum passeio na data com as crianças, entretanto 69,4% revelaram que não planejam celebrar a data com realização de passeio. Em comparação ao mesmo período do ano passado, houve uma queda de 4,6 pontos percentuais entre os que desejam passear com os pequeninos no Dia das Crianças (34,8%).

Dos que vão realizar passeio, a maior parte irá comemorar em shoppings (45,5%), clube/parque (19,9%), praia/lagoa (19,2%), restaurante (4,5%) ou viajar (3,8%).

O local escolhido para a confraternização deve apresentar, primeiramente, características que ofereça diversão e lazer (56,1%). A escolha da criança (20,4%) deverá ser levada em consideração, assim como o preço (14,6%), segurança (4,5%), atendimento (3,2%), conforto/comodidade (1,2%) serão atrativos determinantes para a escolha do ambiente.

### **Momento econômico**

Sobre o atual momento para compra de produtos, 13,6% dos consumidores mossoroenses consideram que o momento é Ótimo ou Bom para compra de produtos; 49,6% afirmam que o momento é apenas Regular; enquanto 36,2% dizem que a situação é Ruim ou Péssima para aquisição de itens. Na mesma pesquisa realizada no ano passado, 14,6% consideravam o momento Ótimo ou Bom para compra de produtos; 45% Regular e 39,8% Ruim ou Péssimo.

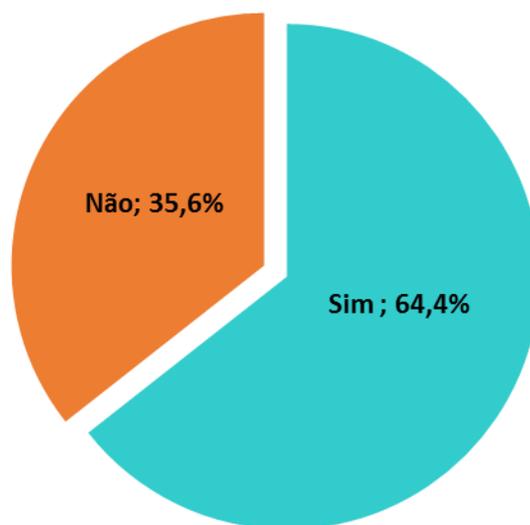
No que se refere à situação financeira das famílias, 42,4% dos entrevistados acreditam que estão em pior situação do que a do mesmo período do ano passado; 36% declaram estar em situação igual e 21,6% acreditam que suas famílias melhoraram financeiramente em relação ao ano passado. Dados da pesquisa de 2016, mostravam que 50,8% estavam em pior situação financeira; 30,4% igual e 18,8% melhor.

## 4 Análise Gráfica

### *Intenções de compras*

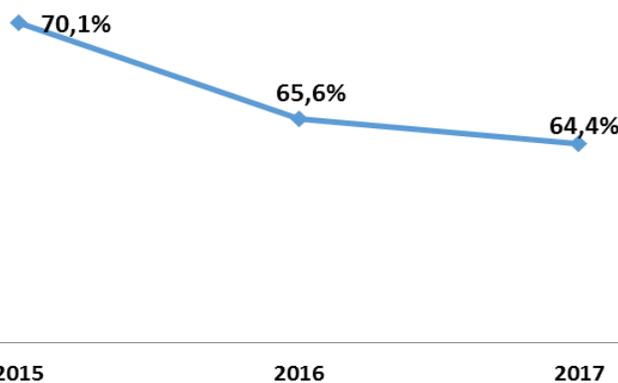
**Gráfico 1 – O Dia das Crianças será comemorado no dia 12 de outubro, o(a) sr.(a) pretende presentear alguém nesta data?**

*Fonte: Fecomércio RN*



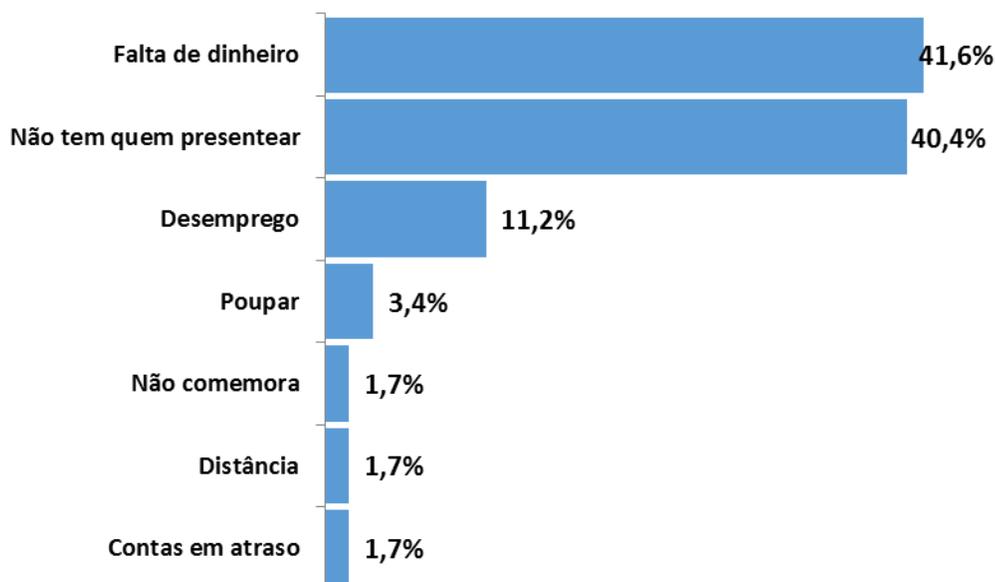
**Gráfico 2 – Intenção de compras dos mossoroenses**

*Fonte: Fecomércio RN*



**Gráfico 3 – Se não. Por quê?**

Fonte: Fecomércio RN



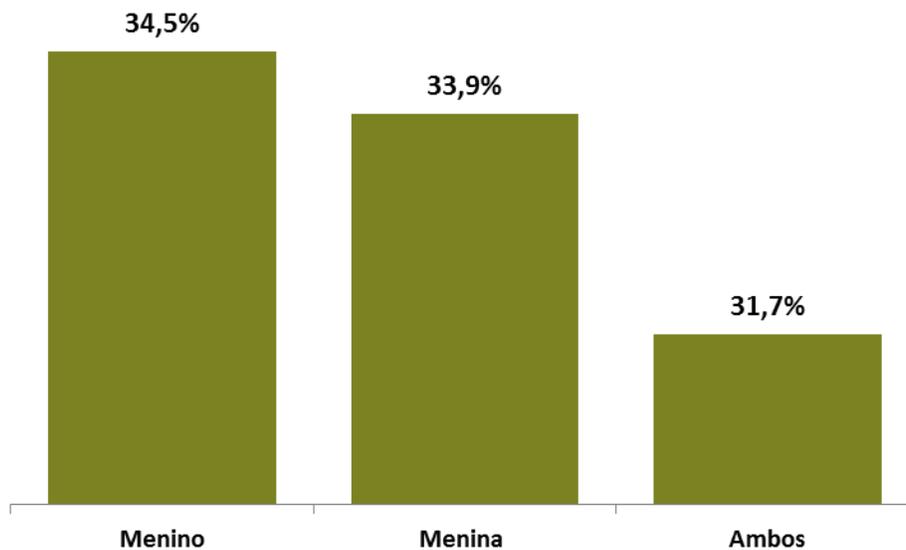
**Tabela 1 – Quem o (a) sr. (a) pretende presentear nesta data? (Múltipla resposta)**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Filho	51,9%
Sobrinho	30,4%
Neto	9,9%
Afilhado	7,1%
Irmão	3,7%
Prima	3,1%
Enteado	1,6%
Filho de amigos	0,9%
Crianças carentes	0,9%
Amiga	0,6%
Comunidade	0,3%
Cunhada	0,3%
Filho de amigo	0,3%
Vizinho	0,3%

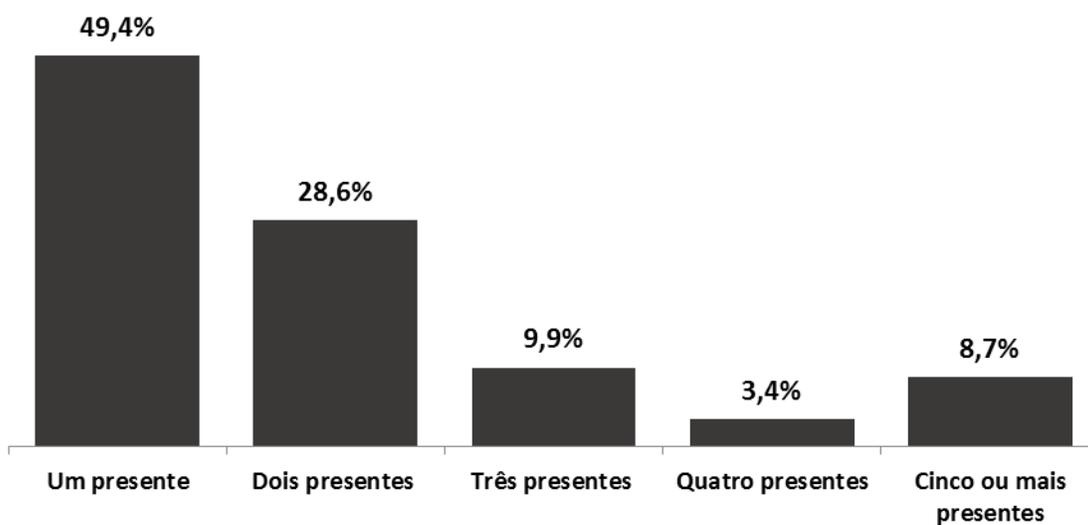
**Gráfico 4 – Sexo da criança/pessoa presenteada?**

Fonte: Fecomércio RN



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

Fonte: Fecomércio RN



**Tabela 2 – 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)**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Brinquedos	53,7%
Vestuário	35,7%
Calçados	5,6%
Eletrônicos	5,0%
Livro	1,2%
Jogos educativos	0,9%
Celular	0,6%
Relógio	0,3%
Viagem	0,3%
Não sabe	7,5%

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

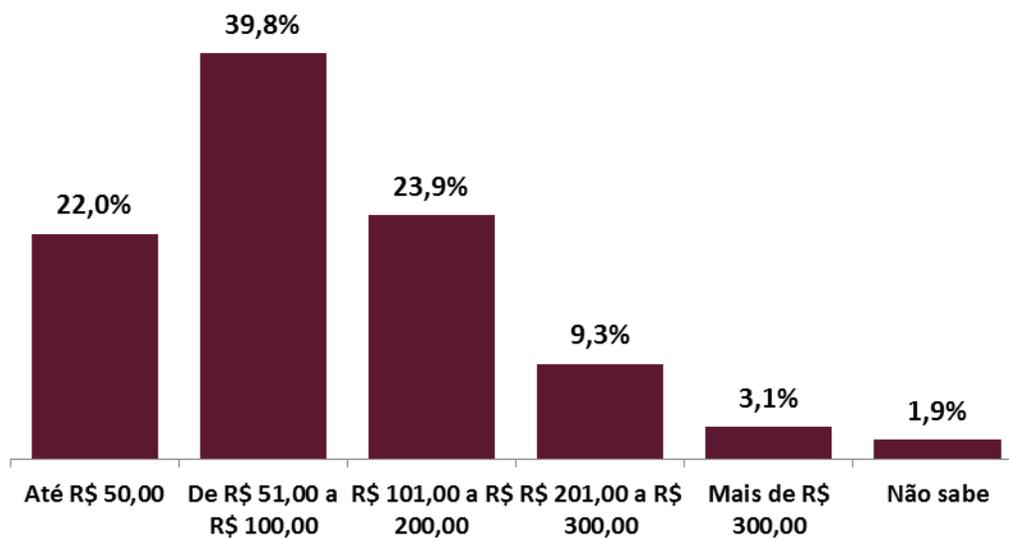
Fonte: Fecomércio RN



## Gastos com presentes

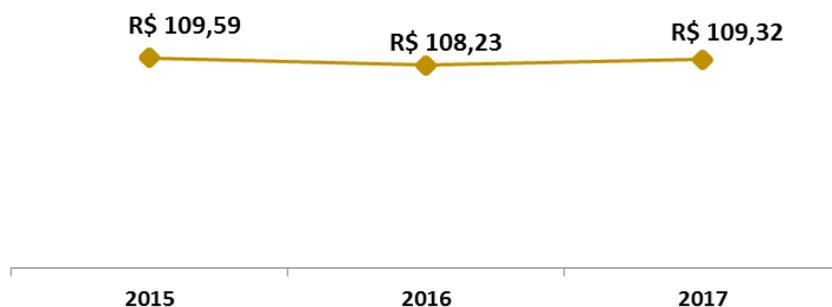
**Gráfico 7 – Quanto pretende investir na compra desse(s) presente(s)?**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 8 – Gasto médio anual**

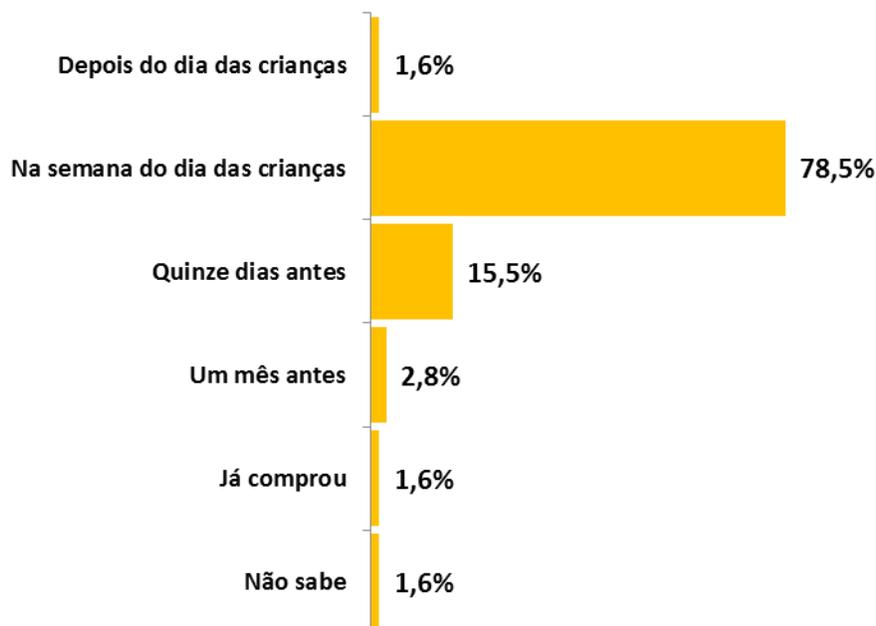
Fonte: Fecomércio RN



## Local e quando comprar

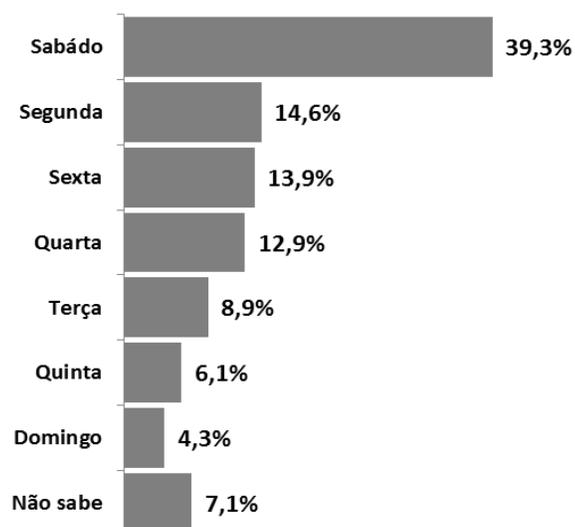
**Gráfico 9 – Quando comprará o(s) presente(s)?**

Fonte: Fecomércio RN



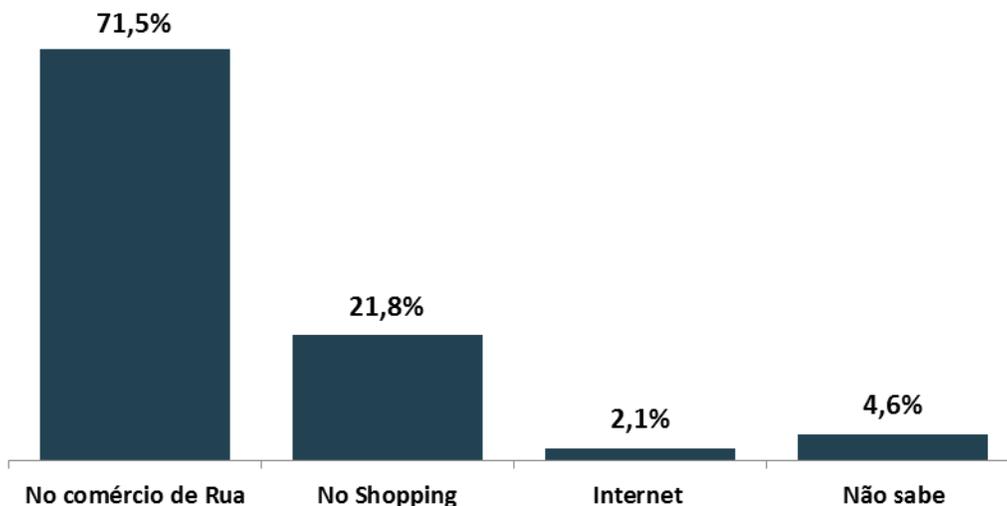
**Gráfico 10 – Qual dia comprará o(s) presente(s)?**

Fonte: Fecomércio RN



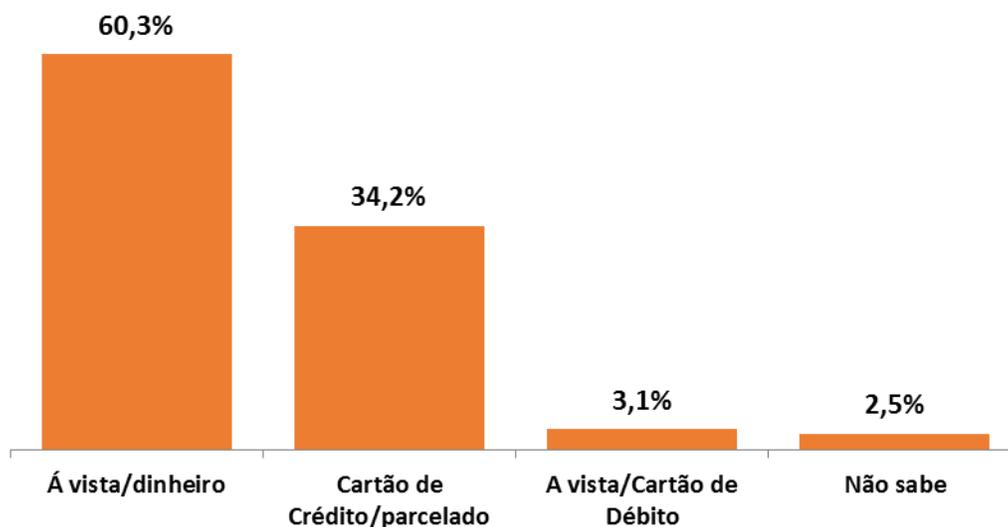
**Gráfico 11 – Onde o(a) sr.(a) comprará?**

Fonte: Fecomércio RN



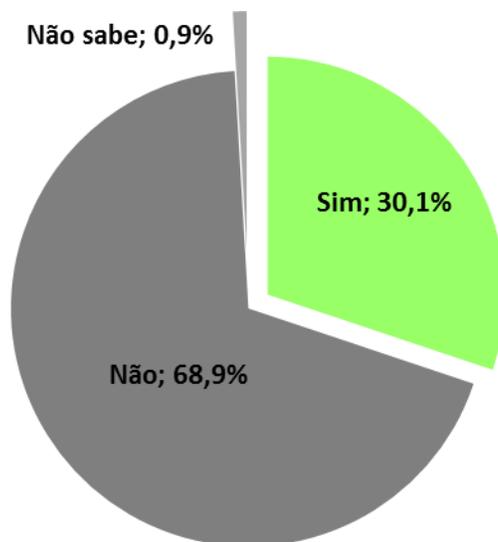
**Gráfico 12 – Qual a forma de pagamento que o(a) sr.(a) deseja utilizar?**

Fonte: Fecomércio RN



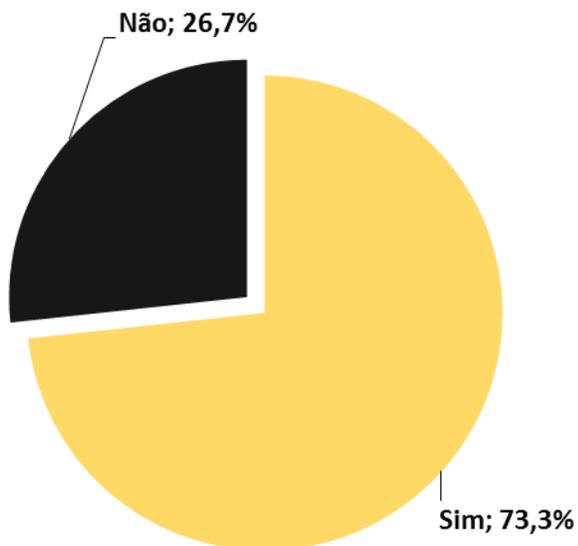
**Gráfico 13 – As crianças irão lhe acompanhar na compra do presente?**

*Fonte: Fecomércio RN*



**Gráfico 14 – Irá fazer pesquisa de preço?**

*Fonte: Fecomércio RN*



## Atrativos para os consumidores

**Tabela 3 – Em sua opinião, o que as lojas poderiam fazer para atrair mais clientes?  
(Múltipla resposta)**

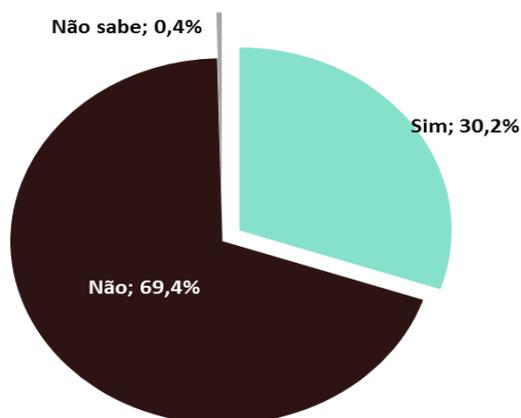
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Promoção	37,8%
Bom atendimento	30,4%
Descontos	26,8%
Facilidades na forma de pagamento	7,0%
Divulgação	4,4%
Brindes temáticos	3,0%
Variedade	2,6%
Sorteio de prêmios	2,2%
Qualidade dos produtos	1,8%
Eventos	0,2%
Novidades	0,2%
Vontade da loja	0,2%
Não sabe/Não respondeu	3,8%

## Passeio

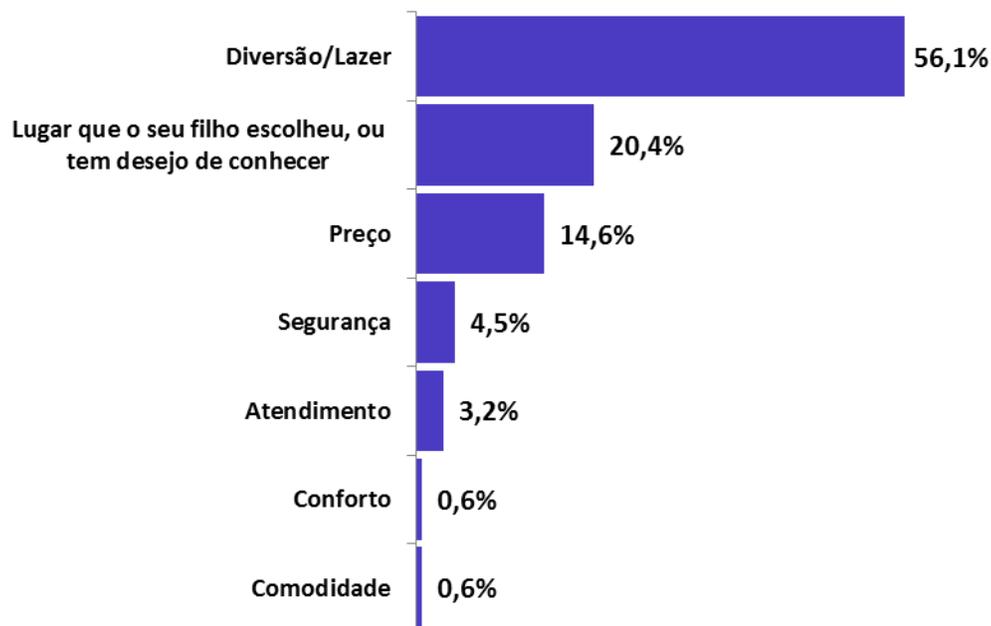
**Gráfico 15 – O (a) sr. (a) vai levar seu filho a algum passeio?**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 16 – (Se “Sim”) O que é determinante para a escolha do local?  
(Múltipla resposta)**

Fonte: Fecomércio RN



**Tabela 4 – Onde pretendem comemorar? (Múltipla resposta)**

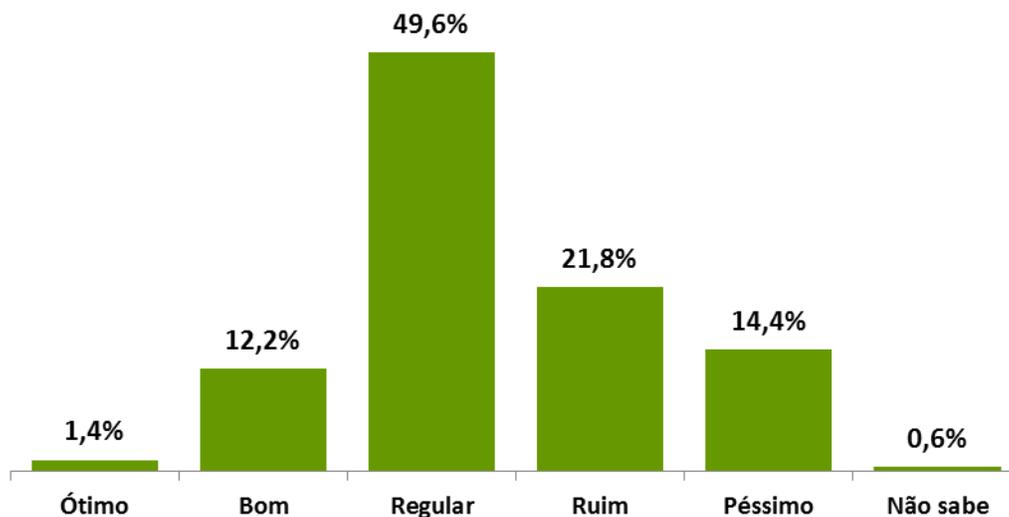
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Shopping	45,5%
Clube/Parque	19,9%
Praia/Lagoa	19,2%
Restaurante	4,5%
Viagem	3,8%
Cinema	1,9%
Em casa	1,3%
Pizzaria	1,3%
Outros	0,6%
Sítio	0,6%
Não sabe	1,3%

## Momento econômico

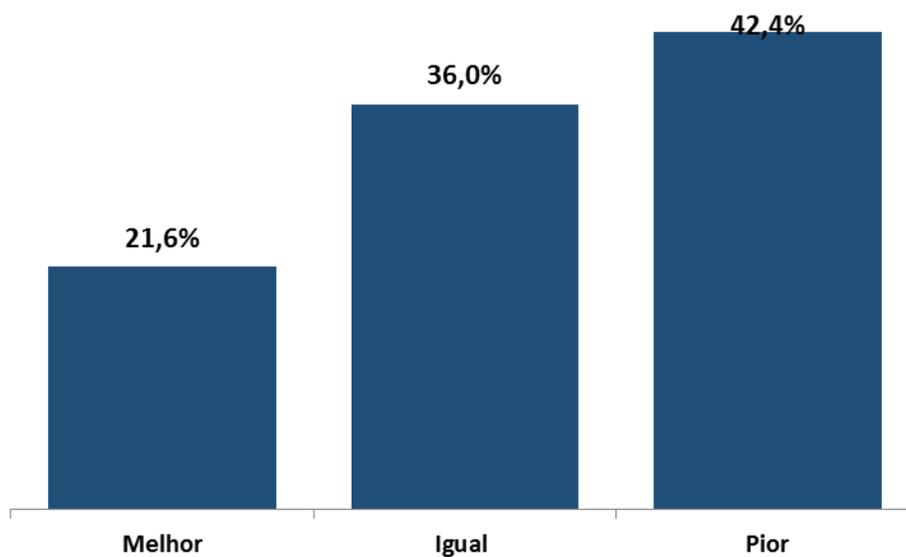
**Gráfico 17 – Como você classificaria o atual momento para a compra de produtos?**

Fonte: Fecomércio RN



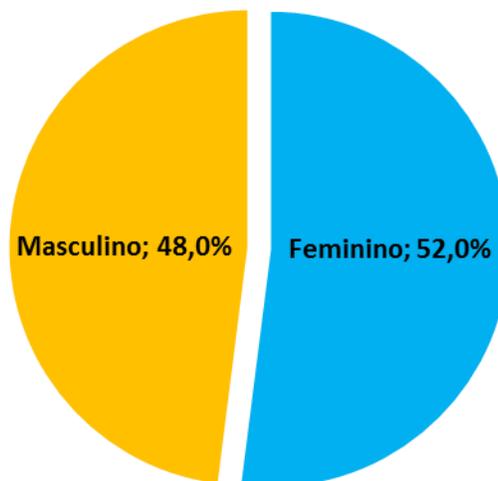
**Gráfico 18 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação ao mesmo período do ano passado?**

Fonte: Fecomércio RN

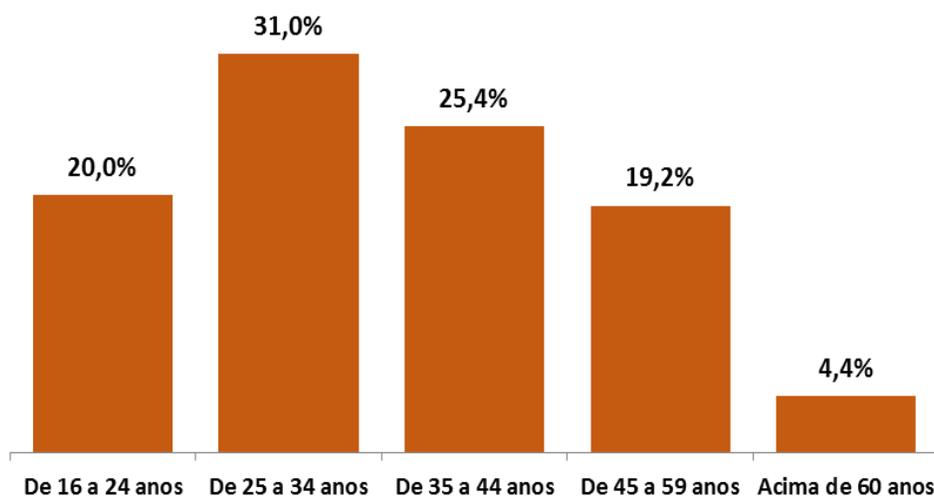


## Perfil dos Consumidores

**Gráfico 19 – Sexo**  
Fonte: Fecomércio RN

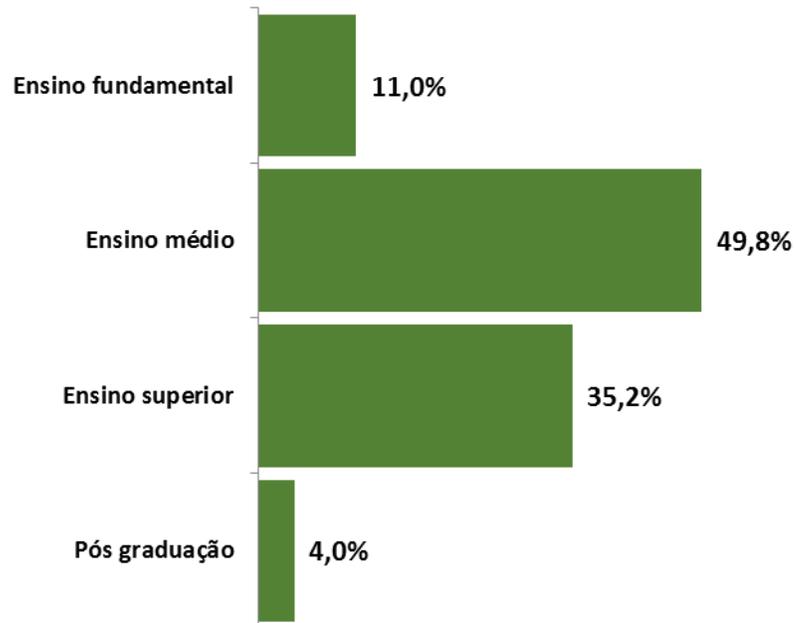


**Gráfico 20 – Faixa etária**  
Fonte: Fecomércio RN



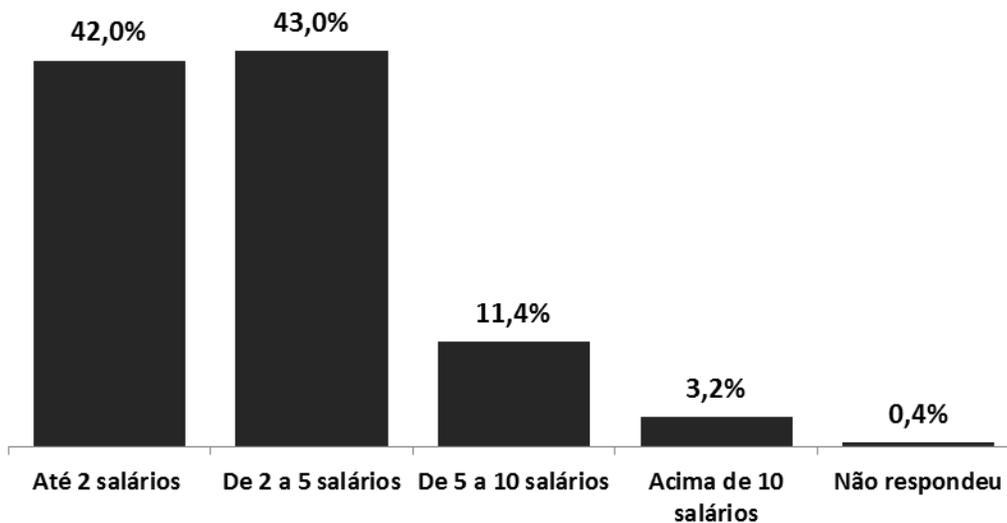
**Gráfico 21 – Escolaridade**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 22 – Renda**

Fonte: Fecomércio RN



**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO  
ESTADO 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 de Faria Júnior*  
**Diretor Executivo**

**EQUIPE DE PESQUISA**

*Tiago Chacon*  
**Estatístico**

*Hugo Sergio*  
*Nivaldo Gonçalves*  
*Elizabeth Pontes*  
*Daniela Lourena*  
**Pesquisadores**