PESQUISA

Intenções de Compras para o Dia das Crianças
Natal-RN

Natal, setembro de 2017

Sumário

1 Introdução 3

2 Aspectos Metodológicos 4

3 Descrição dos Resultados 5

Intenções de compras 5
Gastos com presentes 6
Local e quando comprar 7
Atrativos para os consumidores 8
Passeio 8
Momento econômico 9

4 Análise Gráfica 10

Intenções de compras 10
Gastos com presentes 14
Local e quando comprar 15
Atrativos para os consumidores 18
Passeio 18
Momento econômico 20
Perfil dos Consumidores 21

1 Introdução

O Dia das Crianças é a última grande data comemorativa do ano a movimentar o comércio antes da chegada do Natal, como também é 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 natalense 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 as tendências do mercado e 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 10 de setembro de 2017. 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 650 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 Descrição dos Resultados

Intenções de compras

A disposição do consumidor natalense para comprar no período do Dia das Crianças, data que geralmente movimenta o comércio varejista, é menor. A pesquisa realizada pelo IPDC (Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio), da Fecomércio RN (Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte), mostra que o índice de consumidores que pretendem efetuar a compra de presentes nesta data comemorativa é de 57,5%. Em relação a esta mesma época no ano passado, há uma queda de 2 pontos percentuais (59,5%). Já na comparação com o ano de 2015, a diminuição é de 11,5 pontos percentuais (69%).

A falta de dinheiro, a necessidade de poupar, o desemprego e as dívidas ou contas em atraso são as razões econômicas mais mencionadas por aqueles que não pretendem gastar no Dia das Crianças, citados por 28,5%, 10,5%, 10,1% e 4,3% dos entrevistados, respectivamente. Outras justificativas são não tem quem presentear, não tem o costume, vai presentear em outra data e distância do filho.

Apesar da baixa na intenção de compra, por outro lado, vale destacar que a maioria (57,5%) dos consumidores continua afirmando que pretende comprar. Para os que vão às compras, nesta data, os mais presenteados serão os filhos (47,9%), sobrinhos (32,1%) e netos (10,4%). Também deverão ganhar presentes os afilhados (7,2%), irmãos (5,6%), primos (2,9%) e filhos de amigos (1,3%). Além disso, 35% pretendem comprar produtos para meninas, 34,7% para crianças de ambos os sexos e 30,2% afirmaram que irão comprar presentes para meninos.

A preferência dos consumidores para os presentes no Dia da Criança é liderada por brinquedos, com 53,7% das intenções por este tipo de presente, embora mostre redução em relação ao ano passado, quando alcançou 56,6%. Segue-se vestuário, com 32,9%, sinalizando um leve aumento de 0,5p.p. frente a 2016 (32,4%). O aumento também foi sentido na intenção de compras de calçados (8,3% em 2017 contra 6,4%, em 2016) e eletrônicos (5,1% contra 4,1%).

46% dos consumidores natalenses que vão presentear afirmaram que darão apenas um único presente na data. Outros 30,7% disseram que darão dois presentes, enquanto 9,6% pretendem comprar três produtos, 6,4% comprarão quatro itens e 7,2% irão comprar cinco ou mais presentes.

O desejo da criança a ser presenteada será levado em consideração na decisão da compra do presente (45,2%), além do preço do produto (35,8%), qualidade (13,4%), descontos e promoções (9,9%).

Gastos com presentes

O valor médio dos presentes para o Dia da Criança em Natal, apurado pelo IPDC, ficou em R$ 119,52, mostrando aumento nominal em relação ao valor médio de 2016 (R$ 118,32). Porém descontada a inflação, de 2,5%, houve redução real de 1,5%.

Esse pequeno avanço nominal pode ser considerado positivo se ponderarmos que o país está vivendo um período de reestruturação econômica. Mesmo com os altos índices de desempregos e a queda na renda das pessoas, que afetam diretamente no poder de consumo das famílias, há indícios de que o ambiente de consumo pode vir a dar sinais de melhoria, caminhar para o fechamento de 2017 com um cenário mais favorável.

Na opinião dos respondentes quando perguntados sobre os valores que pretendem despender na compra dos presentes, 21,4% afirmou gastará até R$ 50,00, 36,4% disse que desembolsará de R$ 51,00 a R$ 100,00 e 25,7% respondeu que deve pagar entre R$ 101,00 e R$ 200,00 pelos presentes.

A variedade nas respostas pode demonstrar que as escolhas dos consumidores não devam ficar apenas nas lembrancinhas, já que as porcentagens das alternativas com valores superiores aos R$ 101,00 somaram 41,2%.

Evitando contrair novas dívidas e buscando obter descontos da hora da compra, muitos consumidores darão preferência ao pagamento à vista na compra do item escolhido para presentear. 64,6% disseram que pagarão as compras à vista com dinheiro. Aproximadamente 30,1% dos consumidores revelaram preferir utilizar o cartão de crédito no formato parcelado, o que representa uma redução dessa preferência de quase 5 pontos percentuais em relação à pesquisa do ano passado. Ao mesmo tempo, houve aumento na preferência pela utilização do dinheiro (6 pontos percentuais).

Assim, visando atrair esse consumidor que não ambiciona fazer dívidas com os gastos relacionados ao Dia das Crianças, viabiliza-se a oportunidade do empresário do comércio se beneficiar das novas regras que permitem a diferenciação de preços conforme a modalidade de pagamento adotada pelo consumidor, ou seja, o empresário tem a chance de oferecer descontos para aqueles que pretendem fazer o pagamento à vista e ampliar suas vendas nesse período.

Local e quando comprar

Os tipos de estabelecimentos preferidos para realizar a aquisição dos presentes são shoppings centers (47%), comércio de rua (44,1%) localizados no Alecrim e Cidade Alta e internet (4,7%). Nesta edição da pesquisa houve ampliação da preferência pelos shoppings centers (7,9 pontos percentuais) e internet (3 pontos percentuais).

A escolha do local preferido para a compra tem levado em consideração a estrutura para atender os consumidores, a existência de estacionamento, segurança, localização, acesso e transporte.

Em um cenário econômico ainda desafiador, 78,9% dos natalenses entrevistados disseram que irão realizar pesquisa de preço antes de comprar os presentes. Outros dados da pesquisa mostram que 69,7% dos entrevistados irão às compras sem a presença do presenteado, para evitar os desejos momentâneos.

O estudo do IPDC/Fecomércio RN analisou ainda 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 do levantamento, 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. Segundo os dados, 67,4% disseram que vão as compras na semana do Dia das Crianças e o sábado (39%), sexta-feira (15,6%) e domingo (12,4%) são apontados como os principais dias de compras.

Atrativos para os consumidores

Sobre as estratégias que os lojistas podem fazer para atrair mais clientes, na opinião de 42,9% dos entrevistados, o investimento em Promoções pode ser um diferencial na captação de mais consumidores; assim como os Descontos oferecidos pelas empresas (27,4%). Outras formas citadas foram Bom atendimento (21,5%), Facilidade de pagamento (5,4%), Divulgação (4,9%), Variedade de produtos (4,3%), Preço baixo (3,7%), Brindes temáticos (3,5%), Qualidade dos produtos (2,2%), entre outros. Comparativamente ao ano passado, houve aumento de 2,8 pontos percentuais dos que almejam Promoções.

Passeio

Já em relação ao lazer durante o Dia das Crianças, 27,7% dos consumidores natalenses entrevistados disseram que realizarão um passeio com os pequeninos para comemorar a data, índice 5,3 pontos percentuais menor que o registrado em 2016 (33%).

Entre os que vão tirar o dia para passear com os filhos, os fatores determinantes para a escolha do local são diversão/lazer (55,2%), local que o filho escolheu (24,9%), preço (14,4%), atendimento (5,5%), segurança do local (2,2%) e proximidade de casa (1,1%).

Os locais mais frequentados serão clubes/parques (38,7%), shoppings (28,7%), praias/lagoas (18,8%), cinema/teatro (10,5%), restaurante ou lanchonetes (3,3%), viagem (2,8%) e outros locais.

Momento econômico

Na opinião de 21,4% dos consumidores natalenses entrevistados, o momento é Ótimo ou Bom para compra de produtos; 46,3% consideram Regular; e 31,5% dos consumidores entrevistados classificam como Ruim ou Péssimo o momento atual para aquisição de itens. Na edição 2016 da pesquisa, 20,6% consideravam o momento para compra de produtos Ótimo ou Bom; 45,7% achavam Regular e 33,6% avaliavam como Ruim ou Péssimo.

Em referência à situação financeira das famílias, 25,7% dos consumidores entrevistados declaram estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior, 37,8% afirmam que estão em situação igual e 36,5% acreditam estar em situação pior. Na pesquisa do ano passado, 19,7% analisavam como melhor a situação financeira das famílias, 36,9% ponderavam como igual e 43,4% diziam estar em pior situação.

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

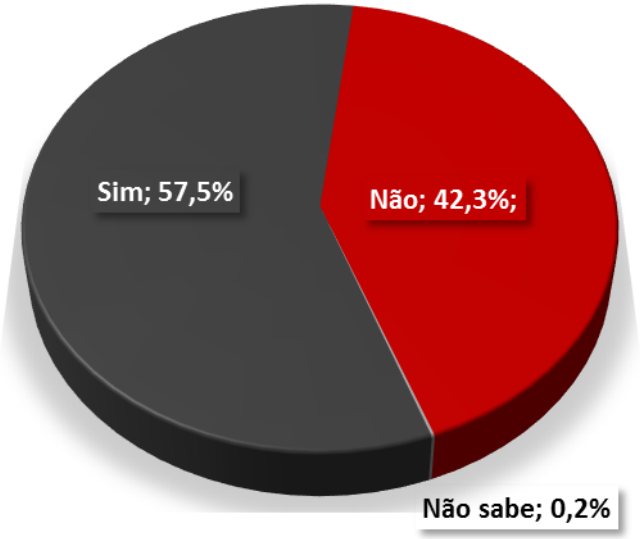


Gráfico 2 – Intenção de presentear na data?
Fonte: Fecomércio RN

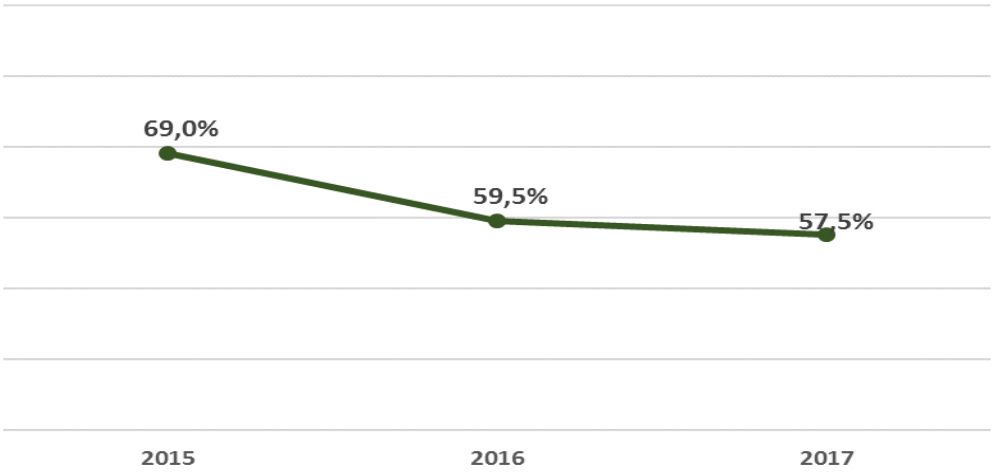


Gráfico 3 – Se não. Por quê?
Fonte: Fecomércio RN

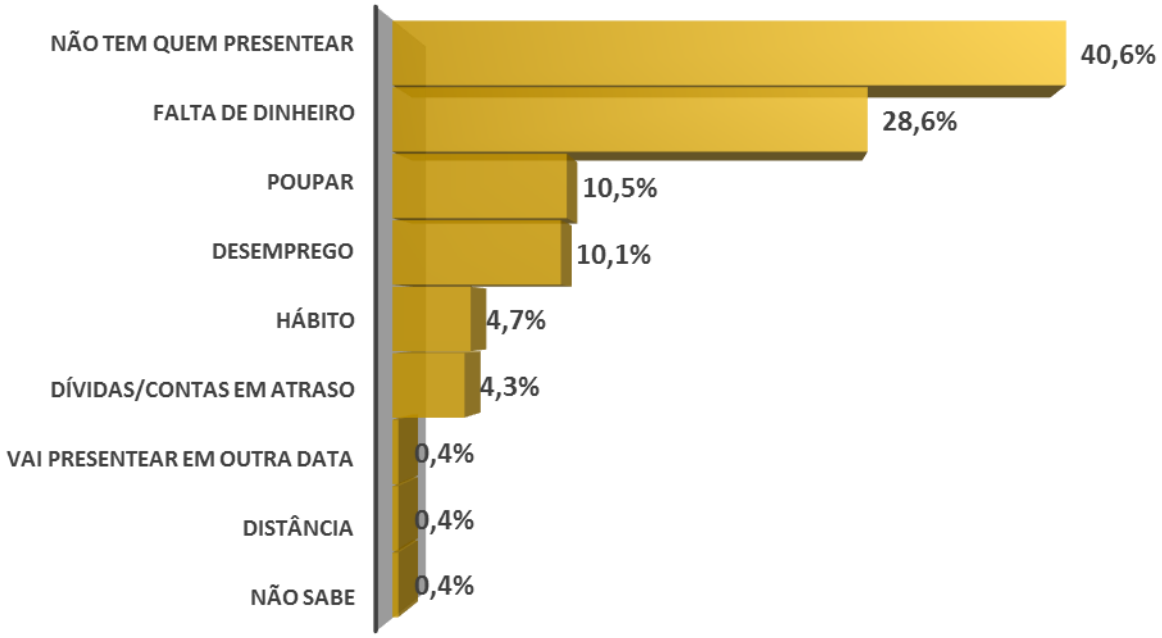


Tabela 1 – Quem o (a) sr. (a) pretende presentear nesta data? (Múltipla resposta)
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Filho	47,9%
Sobrinho	32,1%
Neto	10,4%
Afilhado	7,2%
Irmão	5,6%
Primos	2,9%
Filho de amigos	1,3%
Crianças carentes	1,3%
Enteado	0,8%
Cunhada	0,5%
Alunos	0,3%
Igreja	0,3%
Outros	0,3%

Gráfico 4 – Sexo da criança/pessoa presenteada?
Fonte: Fecomércio RN

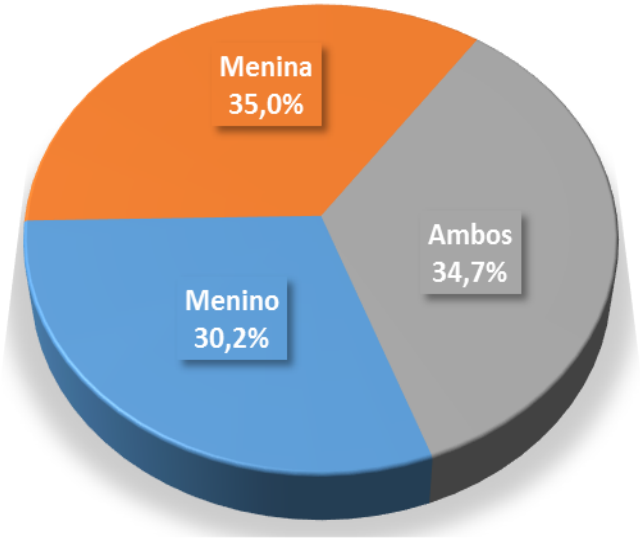


Gráfico 5 – Quantos presentes o senhor (a) pretende comprar?
Fonte: Fecomércio RN

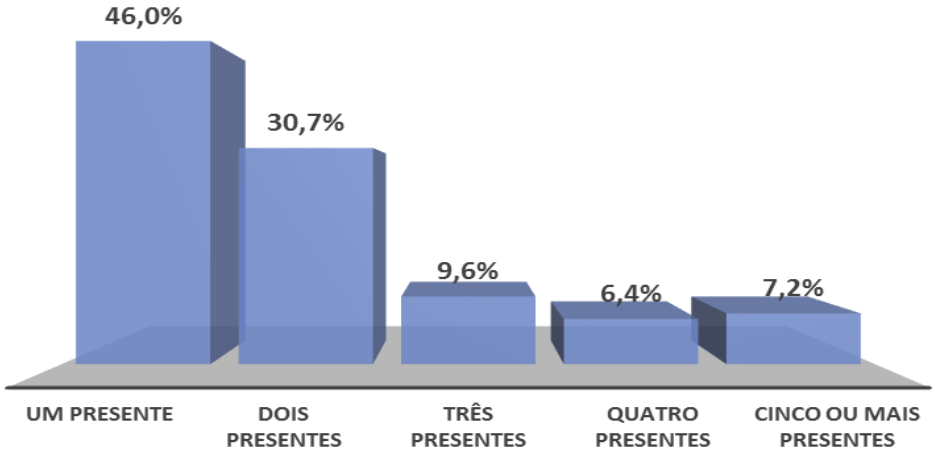


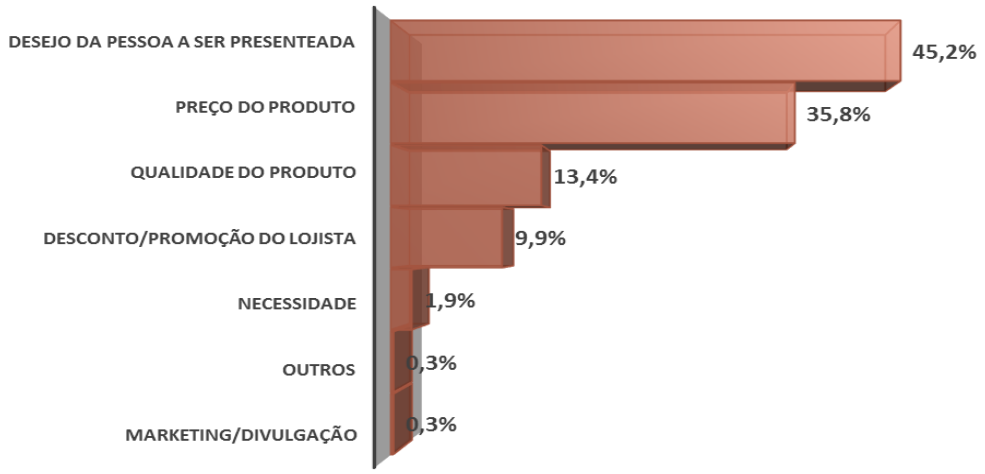
Tabela 2 – Que tipo de produto (s) o (a) sr. (a) está interessado em presentear no Dia das Crianças? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Brinquedos	53,7%
Vestuário	32,9%
Calçados	8,3%
Eletrônicos	5,1%
Livro	1,3%
Celular	0,8%
Jogos educativos	0,5%
Perfumes	0,3%
Bicicleta	0,3%
Dinheiro/Mesada	0,3%
Fralda	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

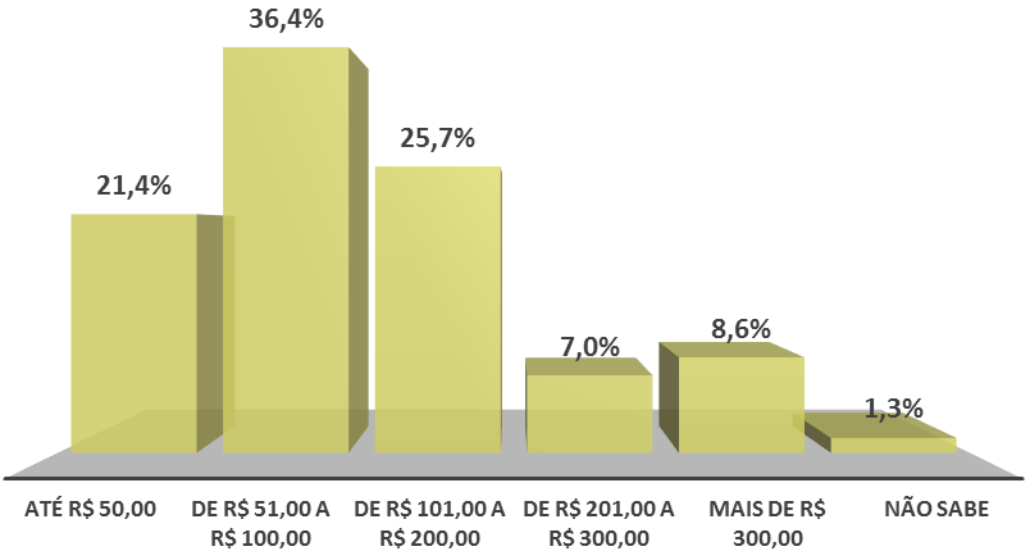
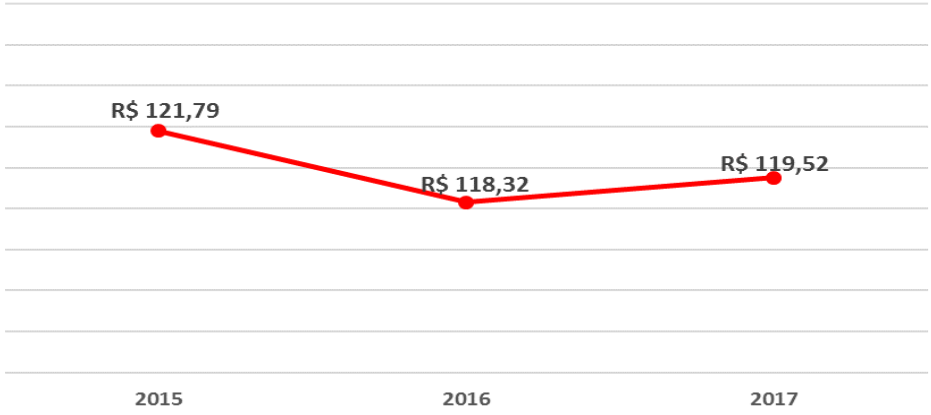


Gráfico 8 – Gasto médio anual
Fonte: Fecomércio RN



Local e quando comprar

Gráfico 9 – Quando comprará o(s) presente(s)?
Fonte: Fecomércio RN

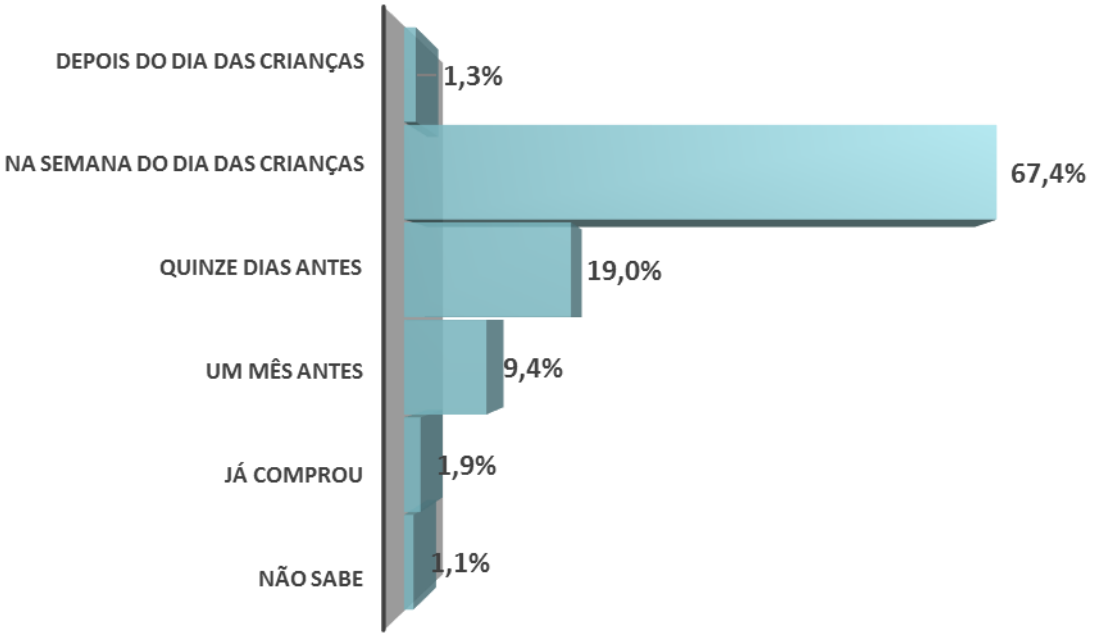


Tabela 3 – Dia que comprará o presente?
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Sábado	39,0%
Sexta	15,6%
Domingo	12,4%
Segunda	11,8%
Quarta	9,4%
Quinta	7,5%
Terça	6,5%
Nenhum	6,2%
Não sabe	4,8%

Gráfico 10 – Onde o(a) sr.(a) comprará?
Fonte: Fecomércio RN

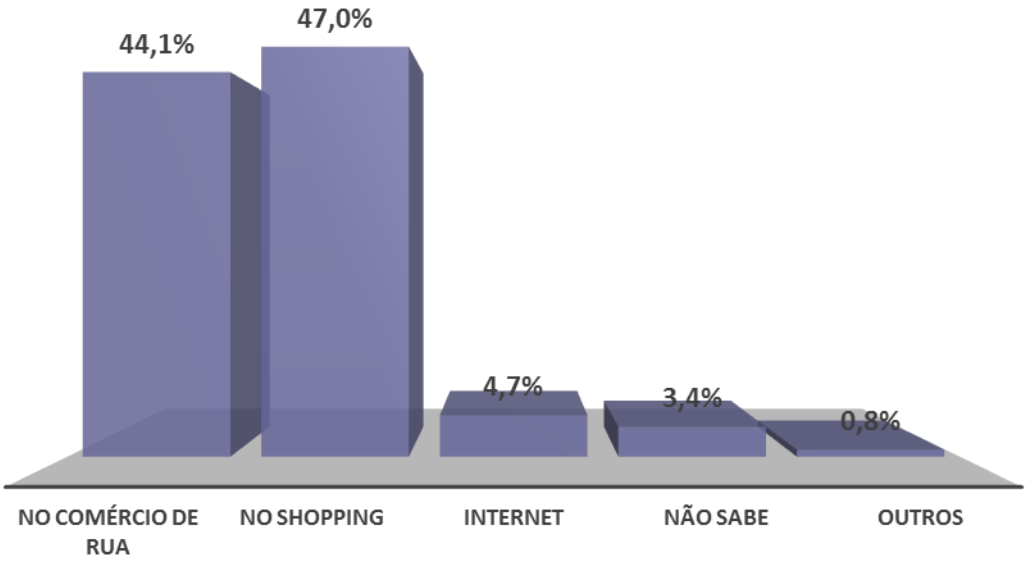


Gráfico 11 – Qual a forma de pagamento que o(a) sr.(a) deseja utilizar?
Fonte: Fecomércio RN

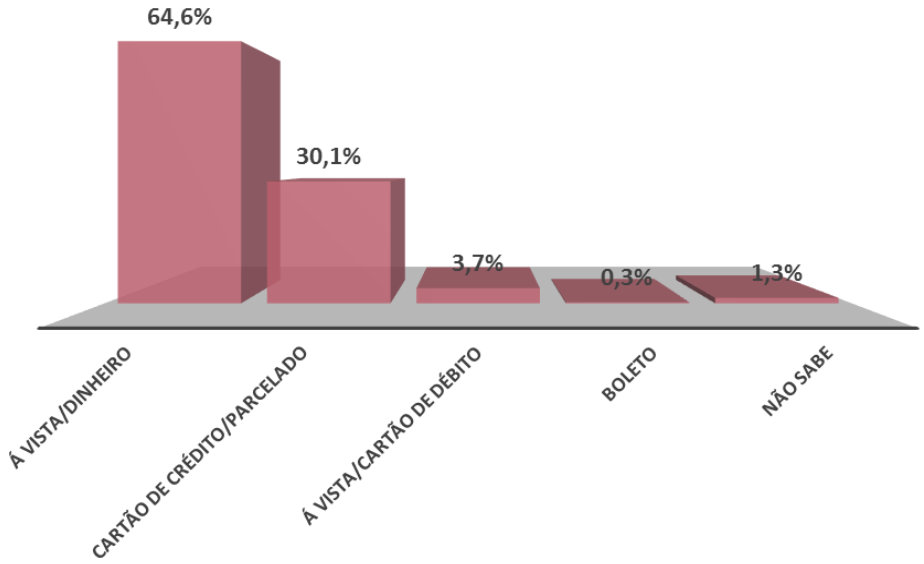
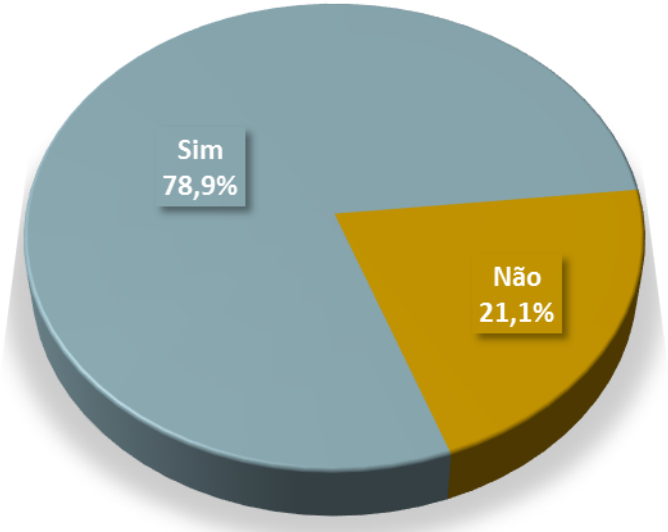


Gráfico 12 – As crianças irão lhe acompanhar na compra do presente?
Fonte: Fecomércio RN

Gráfico 13 – Irá fazer pesquisa de preço?
Fonte: Fecomércio RN



Atrativos para os consumidores

Tabela 4 – Em sua opinião, o que as lojas poderiam fazer para atrair mais clientes? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Promoção	42,9%
Descontos	27,4%
Bom entendimento	21,5%
Facilidade na forma de pagamento	5,4%
Divulgação	4,9%
Variedade	4,3%
Preço baixo	3,7%
Brindes temáticos	3,5%
Qualidade dos produtos	2,2%
Sorteio de prêmios	2,2%
Brinquedoteca	0,2%
Estacionamento	0,2%
Inovação	0,2%
Nada	0,3%
Não sabe	2,8%

Passeio

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

Fonte: Fecomércio RN

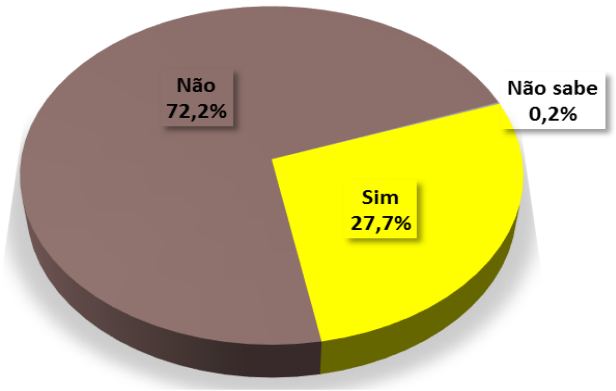


Tabela 5 – (Se "Sim") O que é determinante para a escolha do local?
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Diversão/Lazer	55,2%
Lugar que o seu filho escolheu ou tem desejo de conhecer	24,9%
Preço	14,4%
Atendimento	5,5%
Segurança	2,2%
Proximidade	1,1%
Qualidade	1,1%
Não sabe	0,6%

Tabela 6 – Onde pretendem comemorar?
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Clube/Parque	38,7%
Shopping	28,7%
Praia/Lagoa	18,8%
Cinema	10,5%
Restaurante	3,3%
Viagem	2,8%
Em casa	1,1%
Outros	0,6%
Não sabe	2,8%

Momento econômico

Gráfico 15 – Como você classificaria o atual momento para a compra de produtos?
Fonte: Fecomércio RN

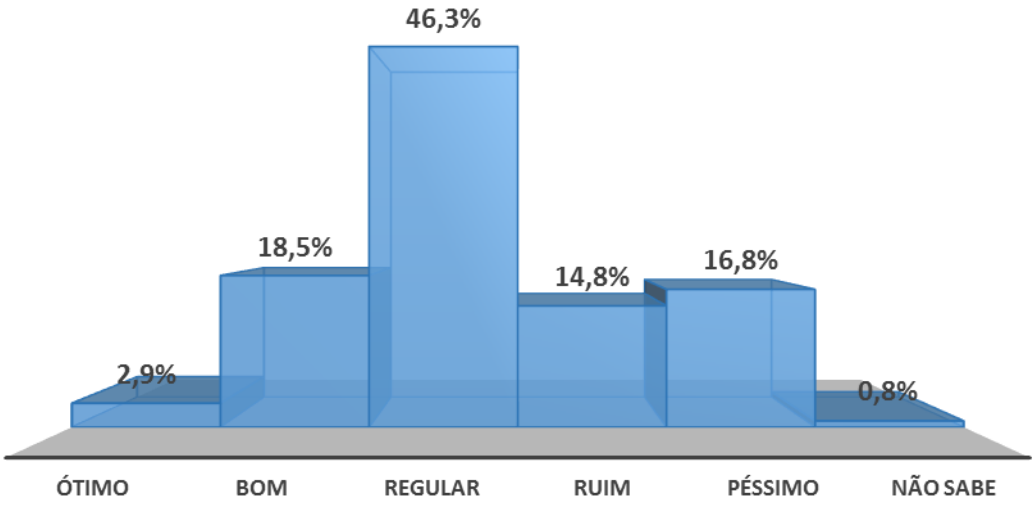
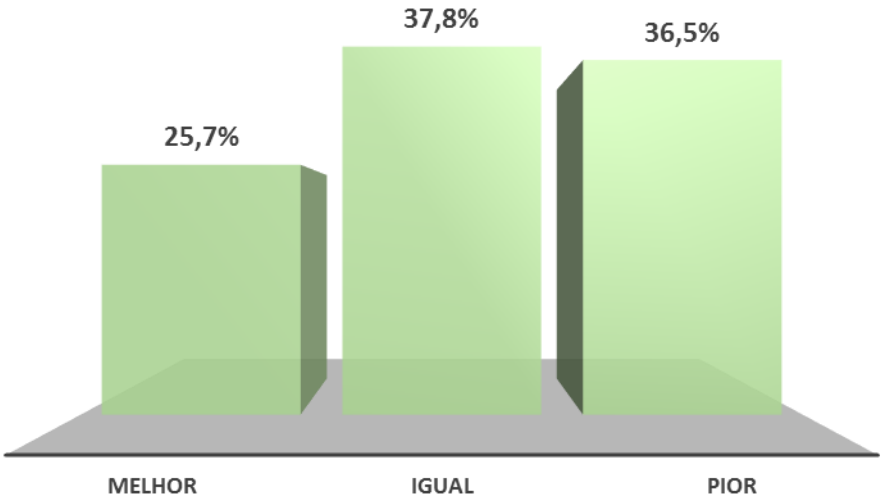


Gráfico 16 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação ao mesmo período do ano passado?
Fonte: Fecomércio RN



Perfil dos Consumidores

Gráfico 17 – Sexo
Fonte: Fecomércio RN

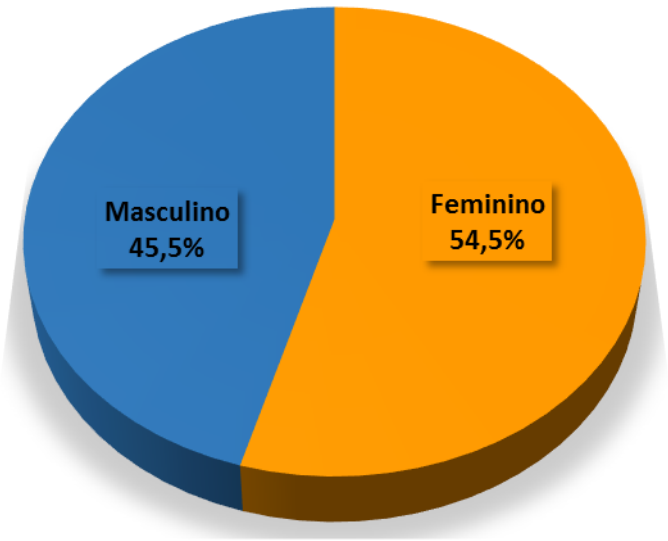


Gráfico 18 – Faixa etária
Fonte: Fecomércio RN

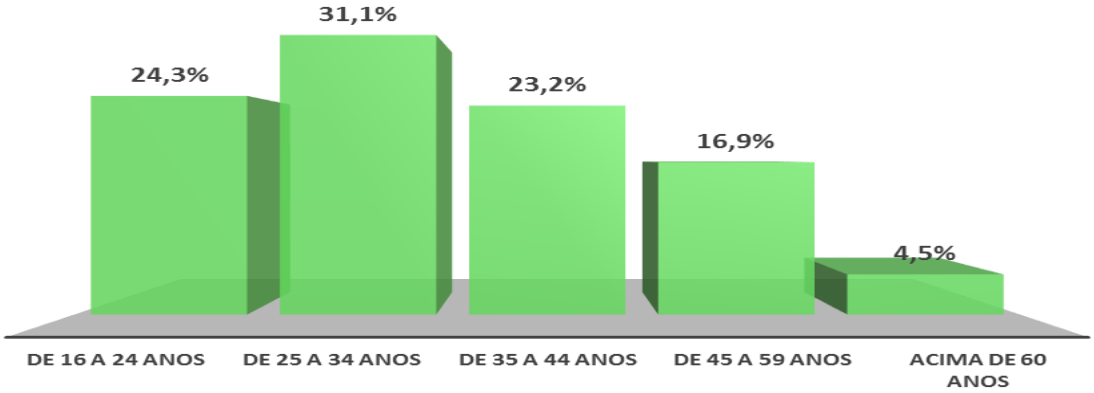


Gráfico 19 – Escolaridade
Fonte: Fecomércio RN

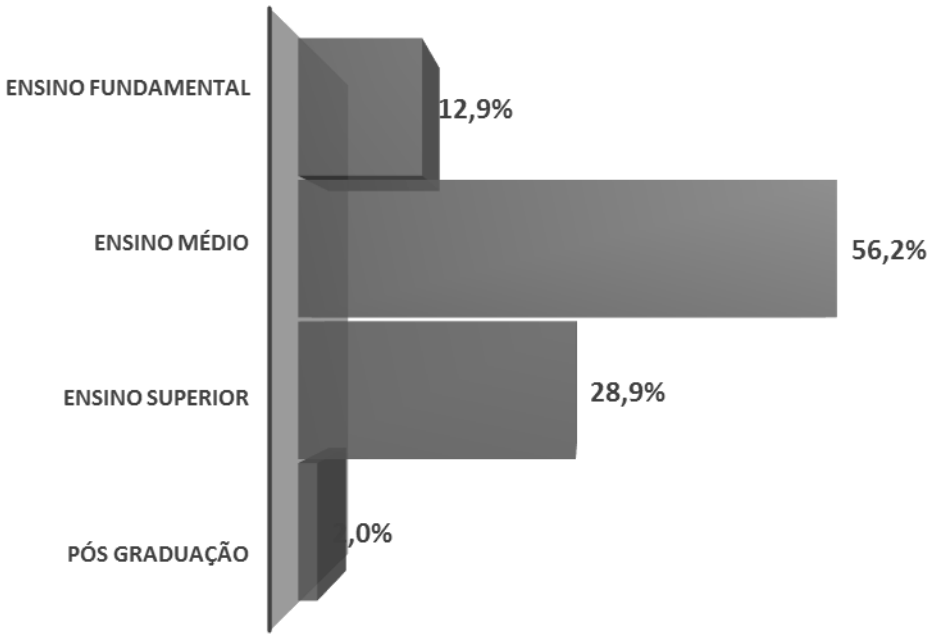
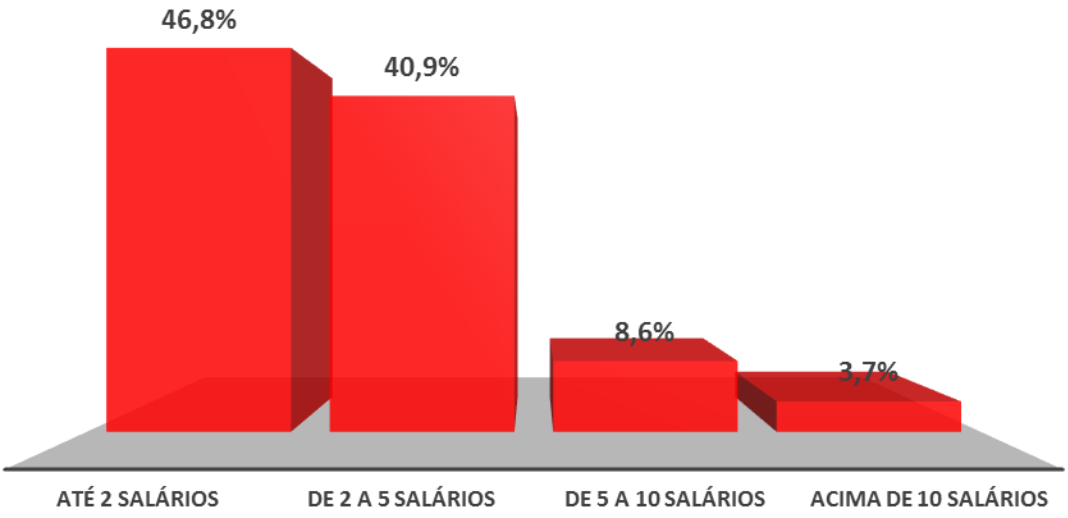


Gráfico 20 – Renda
Fonte: Fecomércio RN



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
Jaqueline Aires
Irismar Alves
Pesquisadores