

# PESQUISA

## Intenções de Compras para o Dia das Crianças Mossoró-RN



## 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.....	7
<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 importante data para o comércio, 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 11 e 13 de setembro de 2018. 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 3% 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. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e em função das perguntas de múltipla resposta.

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 2018 realizada em Mossoró pelo IPDC/Fecomércio RN mostra que 62,2% dos consumidores presentearão uma ou mais crianças na data comemorativa. Em 2017, 64,4% pretendiam presentear e em 2016 a intenção de compras era de 65,6%.

Para os 37,8% que não vão presentear, os principais motivos econômicos assinalados são falta de dinheiro (41,5%), desemprego (4,8%), poupar (4,8%) e contas em atraso (2,1%), que juntos somam 53,2% das respostas dos consumidores mossoroenses pesquisados. 43,6% disseram que não tem quem presentear.

Sobre os que vão às compras, entre os produtos preferidos deste ano, a lista dos presentes é liderada por brinquedos com 56,6% de intenção de consumo e artigos de vestuário com 33,8%. Os brinquedos registraram aumento de 2,9 pontos percentuais, enquanto que a intenção de comprar roupas diminuiu 1,9 p.p. em relação ao ano passado. Também compõem a lista de preferência dos consumidores neste ano os calçados (9%), aparelhos/jogos eletrônicos (4,2%), jogos educativos (2,9%), livro (1,3%), doces, balas e chocolates (1,3%), viagem (1%), outros (1,3%). 6,1% ainda estão indecisos quanto aos itens que irão comprar.

A distribuição das crianças a serem presenteadas manteve-se semelhante ao apresentado no ano passado, sendo composta em ordem decrescente pelos filhos (51,1%), sobrinhos (29,6%), netos (9,6%), afilhados (9%), irmãos (4,8%), crianças carentes (4,5%), primos (3,2%). Além disso, 41,5% pretendem comprar produtos para crianças de ambos os sexos, 31,5% comprarão somente para meninas e 27% irão comprar presentes para meninos.

No que se refere à quantidade de presentes que pretendem comprar: 44,7% pretendem comprar um item, 27% admitem levar dois, 9,3% desejam comprar três presentes, 7,4% vão ao comércio comprar quatro presentes e 11,6% pretendem comprar cinco ou mais produtos.

Dentre os principais fatores que influenciam a definição do presente a ser escolhido são o desejo da criança (43,1%), o preço (37,9%) e a qualidade do produto (12,9%), seguida da política de descontos (11,6%).

### **Gastos com presentes**

O valor médio de gasto com presentes será de R\$ 115,22, maior, nominalmente, se comparado ao ano passado, que foi de R\$ 109,32 (aumento de 5,4% na comparação).

Analisando por faixa verificou-se que 39,1%, estão dispostas a gastar entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00; 31,4% devem gastar R\$ 101,00 e R\$ 200,00; 15,1% desembolsarão até R\$ 50,00, e 11,6% relataram que o presente poderá custar mais de R\$ 200,00.

A maioria dos entrevistados (63,6%) pagará pelo presente à vista, principalmente em dinheiro (60,4%) ou no cartão de débito (3,2%). Seguido pelo parcelamento no cartão de crédito (34,8%).

### **Local e quando comprar**

O tipo de estabelecimento preferido para realizar a aquisição dos presentes pelo consumidor mossoroense é o comércio de rua (64,9%), seguido das lojas dos shoppings centers (22,7%), da compra via internet (5,1%) e outros (1%). Nesta edição da pesquisa houve ampliação da preferência pela internet (3 p.p.) e shopping (0,9 p.p.) em relação ao ano passado. A escolha do local preferido para a compra apresenta forte correlação com o nível de renda familiar do entrevistado e, consecutivamente, com a disposição em gastar dos consumidores.

Para não gastar além do planejado, os mossoroenses entrevistados sinalizam que não devem estar acompanhados dos pequenos no momento da compra. Em 62,2% dos casos, os próprios adultos escolherão o que comprar, sem deixar a decisão por conta dos homenageados da data.

A pesquisa apurou ainda quais serão os dias escolhidos pelos consumidores para realizarem as compras. Essa informação auxilia, sob o ponto de vista estratégico, os empresários do comércio para programar as estratégias de atendimento no estabelecimento comercial durante os dias de fluxo mais intenso. Assim, verificou-se que 71,5% pretendem ir as compras uma

semana antes da data comemorativa, 17,6% vão quinze dias antes e 9,3% já compraram. Sendo o sábado preferido por 35,4% dos entrevistados, seguido da quarta (13,5%), sexta (12,1%), segunda (9,8%), terça (7,4%), quinta (6,1%) e domingo (3,7%).

### **Atrativos para os consumidores**

Como já observado em pesquisas anteriores, segundo os entrevistados, o principal fator determinante para atrair mais clientes aos estabelecimentos no período que antecede o Dia das Crianças é a promoção (45,4%). Em seguida aparece bom atendimento (37,8%), descontos na hora da compra (19,4%), variedade de produtos (6%), qualidade dos itens (4,2%), divulgação (4%), brindes temáticos (3%) e facilidade de pagamento (2,4%).

Somando-se a isso, constatou-se que oito em cada dez (79,8%) dos consumidores planejam realizar pesquisa de preço antes de efetivar as compras relacionadas a data. O índice é maior que o registrado no ano passado, em 2017 era 73,3%.

### **Passeio**

Acerca das comemorações, 34,6% dos pesquisados pretendem realizar algum tipo de passeio ou comemoração no Dia das Crianças, enquanto que 65,4% disseram que não planejam celebrar a data com realização de passeio. Dos que vão realizar passeio, a maior parte irá comemorar em shoppings (48,6%), clube/parque (16,2%), praia/lagoa (14,5%), viagem (5,2%), restaurantes (4,6%) e cinema (4%).

O local escolhido para a confraternização deve apresentar, primeiramente, características que ofereça diversão e lazer (60,7%). A escolha da criança (15,6%) deverá ser levada em consideração, assim como o preço (12,1%), atendimento (8,1%), segurança (2,9%) e outros (2,3%) serão atrativos determinantes para a escolha do ambiente.

### **Momento econômico**

Quanto à percepção dos consumidores mossoroenses em relação ao atual momento para compra de produtos, 18,4% consideram que o momento é ótimo ou bom para compra de produtos; 46,6% afirmam que o momento é apenas regular e 35% dizem que a situação é ruim ou

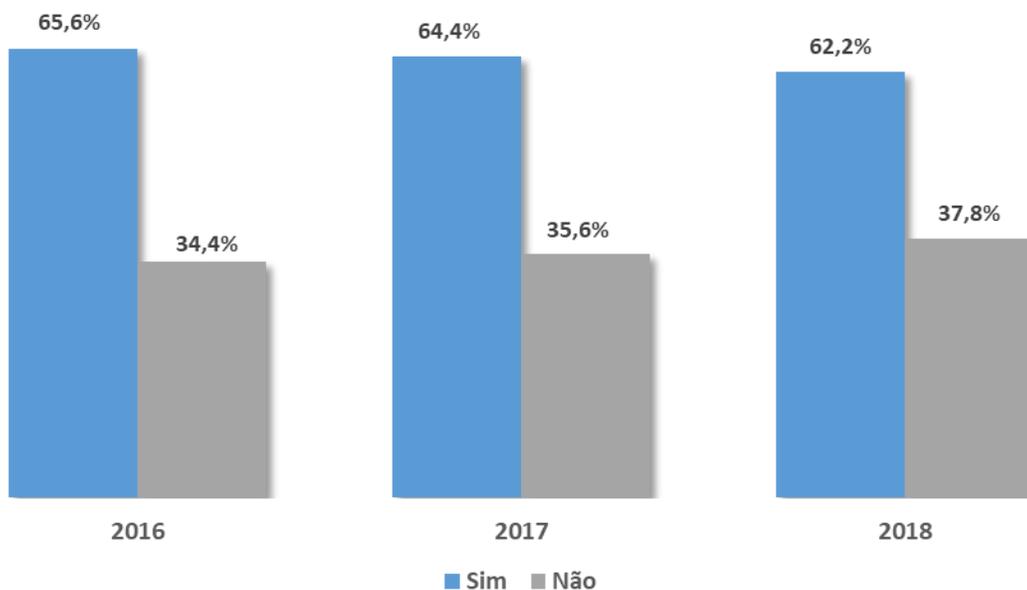
péssima para aquisição de itens. Na mesma pesquisa do ano passado, 13,6% consideravam o momento ótimo ou bom para compra de produtos; 49,6% regular e 36,2% ruim ou péssimo.

A pesquisa mostra também que 29,2% dos consumidores mossoroenses estão em melhor situação financeira na comparação com 2017. Para 33,6%, a situação financeira da família se manteve estável, enquanto 37,2% avaliam que a situação financeira piorou. Informações da pesquisa de 2017, mostravam que 21,6% estavam em melhor situação financeira; 42,4% igual e 36% pior.

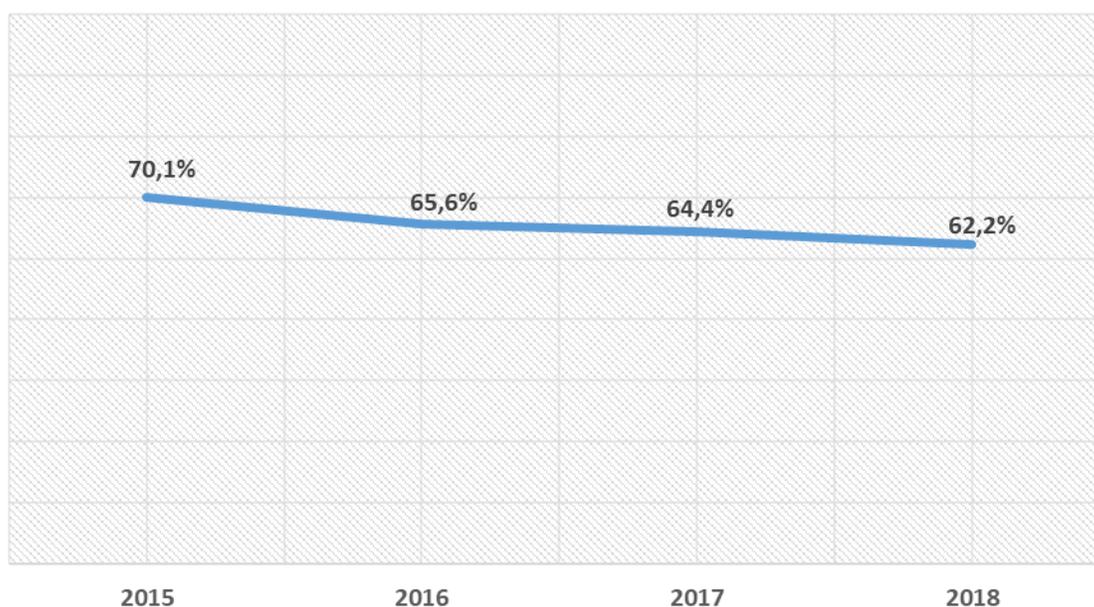
## 4 Análise Gráfica

### *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?**



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



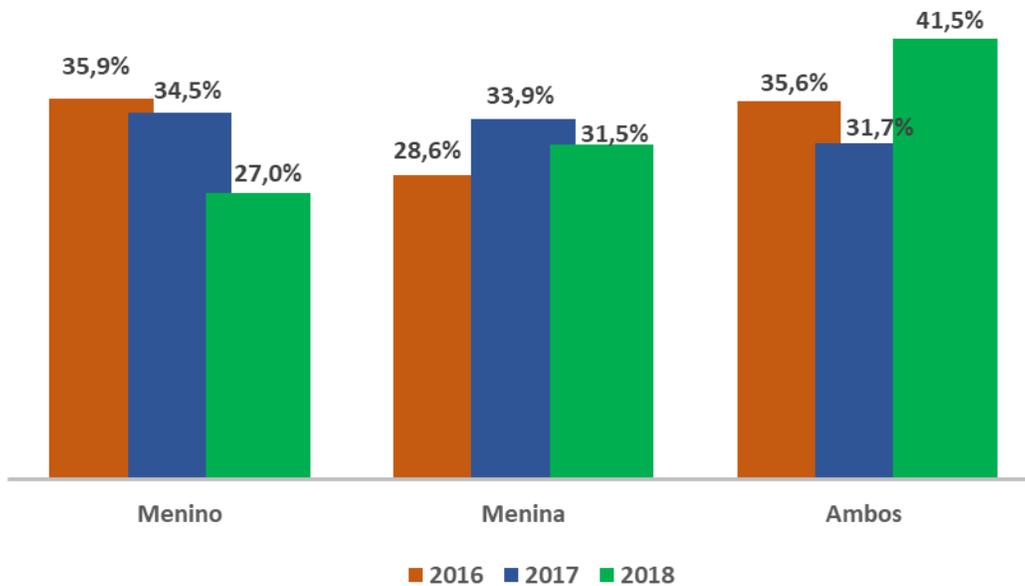
*Tabela 1 – Se não. Por quê?*

Rótulos de linha	2016	2017	2018
Não tem quem presentear	40,1%	40,4%	43,6%
Falta de Dinheiro	50,6%	41,6%	41,5%
Não Costuma Presentear na data	4,1%	1,7%	3,2%
Desempregada	3,5%	11,2%	4,8%
Distância	1,2%	1,7%	1,1%
Contas em atraso	0,0%	1,7%	2,1%
Poupar	0,6%	3,4%	4,8%
Não respondeu	0,0%	0,0%	2,1%

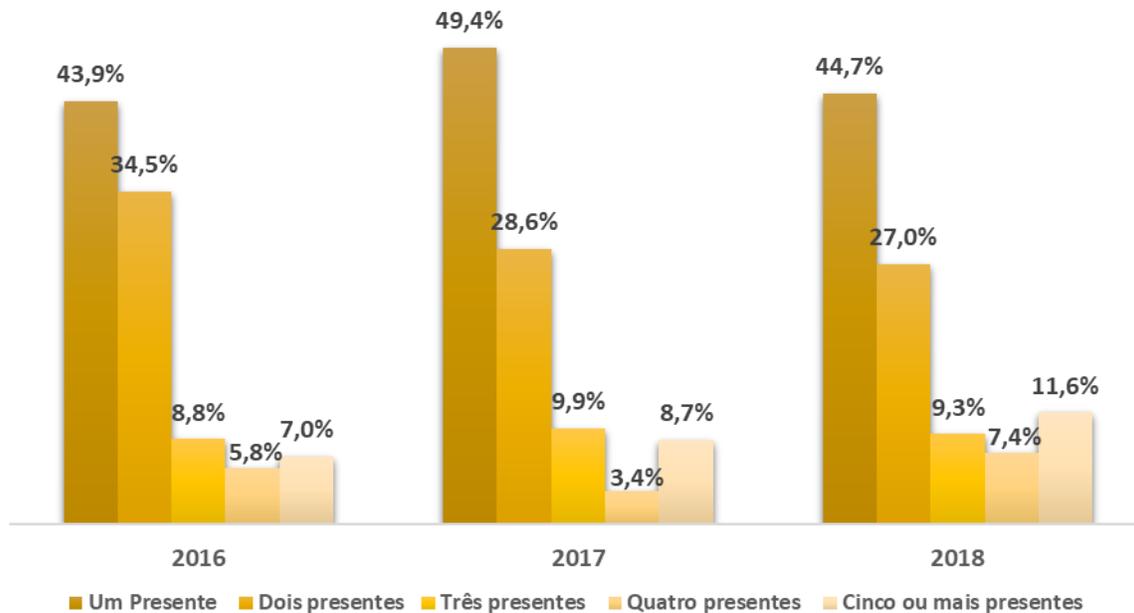
*Tabela 2 – Quem o (a) sr. (a) pretende presentear nesta data? (Múltipla resposta)*

Rótulos de linha	2016	2017	2018
Filho(a)	54,9%	51,9%	51,1%
Sobrinho(a)	29,3%	30,4%	29,6%
Neto	10,4%	9,9%	9,6%
Afilhado(a)	9,1%	7,1%	9,0%
Irmão(a)	4,6%	3,7%	4,8%
Primo(a)	2,7%	3,1%	3,2%
Filho de amigos	1,2%	1,5%	1,9%
Crianças Carentes	1,2%	0,9%	4,5%
Enteado	0,3%	1,6%	1,3%
Outros	0,0%	0,9%	1,3%

*Gráfico 3 – Sexo da criança/pessoa presenteada?*



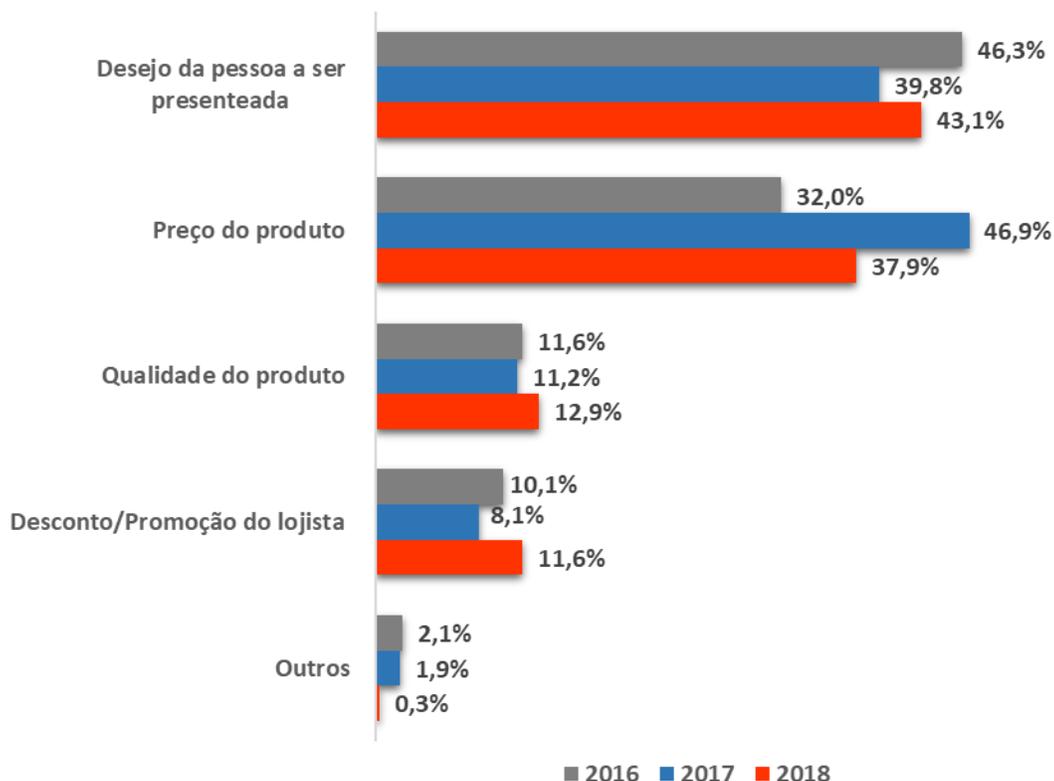
*Gráfico 4 – Quantos presentes o senhor (a) pretende comprar?*



**Tabela 3 – 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)**

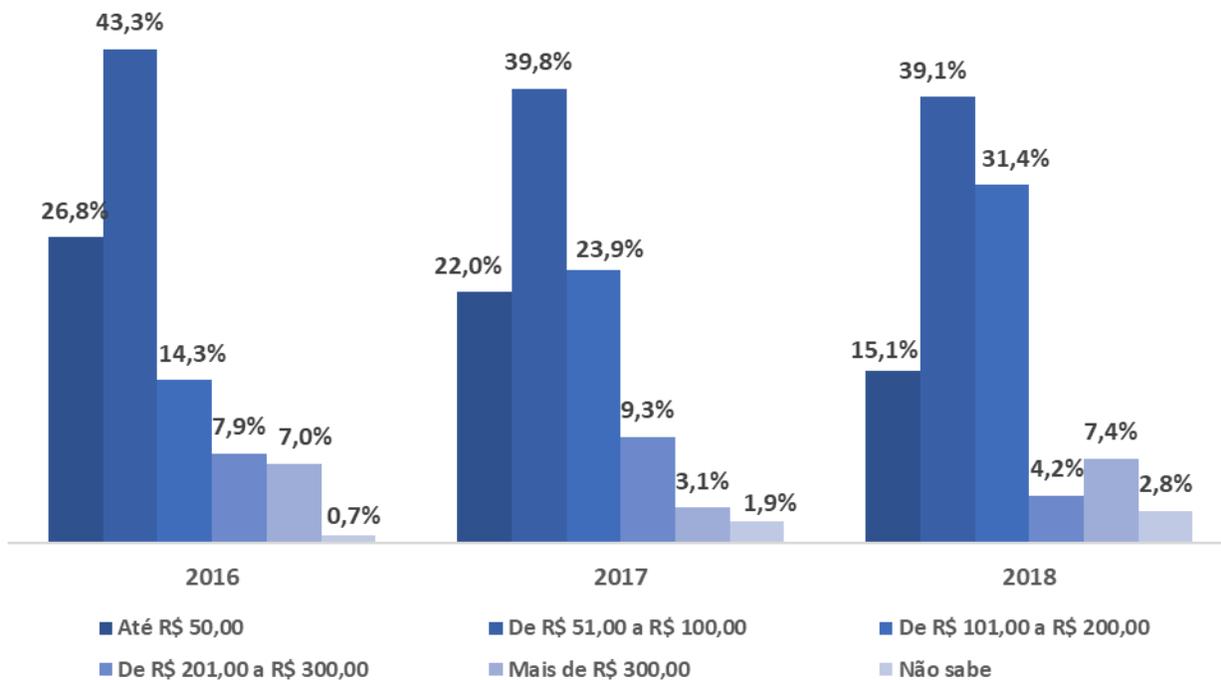
Rótulos de linha	2016	2017	2018
Brinquedos	54,0%	53,7%	56,6%
Vestuário	33,8%	35,7%	33,8%
Calçados	8,5%	5,6%	9,0%
Eletrônicos (tablets, celulares, vídeo game etc.)	6,7%	5,6%	4,2%
Jogos educativos	2,7%	0,9%	2,9%
Livro	0,6%	1,2%	1,3%
Viagem	0,0%	0,3%	1,0%
Alimentação (Doces, Balas e chocolates)	0,3%	0,0%	1,3%
Outros	0,6%	0,3%	1,3%
Não sabe	5,5%	7,5%	6,1%

**Gráfico 5 – Qual o principal fator que vai determinar a escolha do presente? (Múltipla resposta)**



*Gastos com presentes*

**Gráfico 6 – Quanto pretende investir na compra desse (s) presente (s)?**

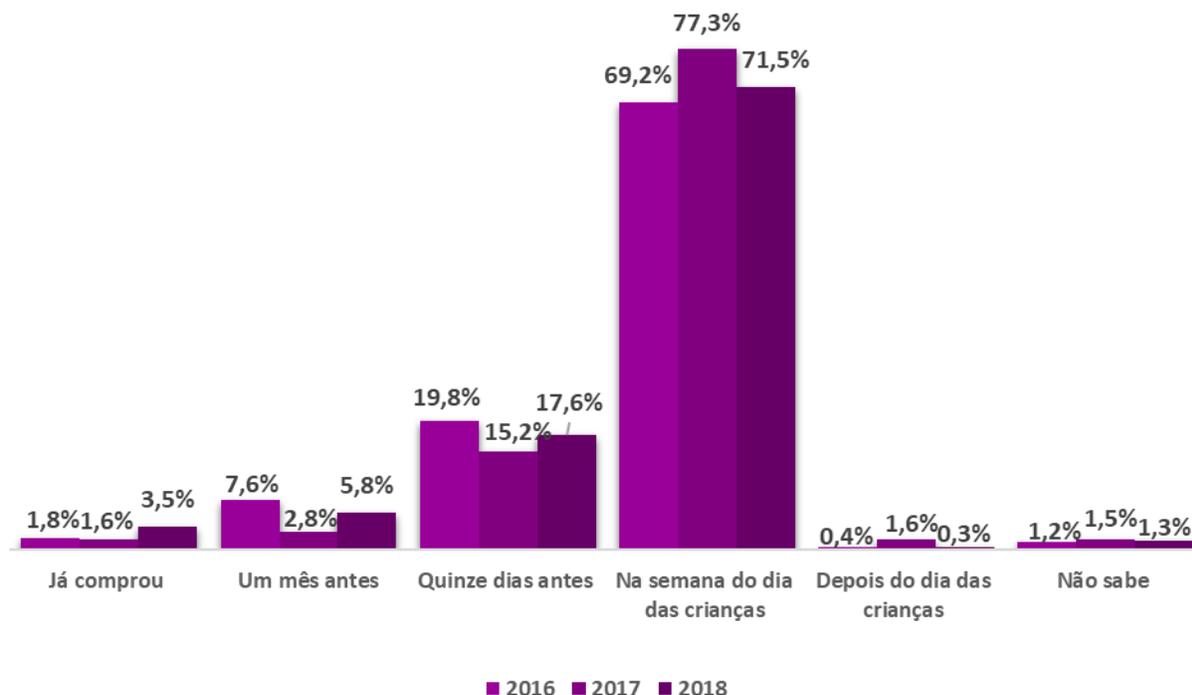


**Gráfico 7 – Gasto médio anual**



## Local e quando comprar

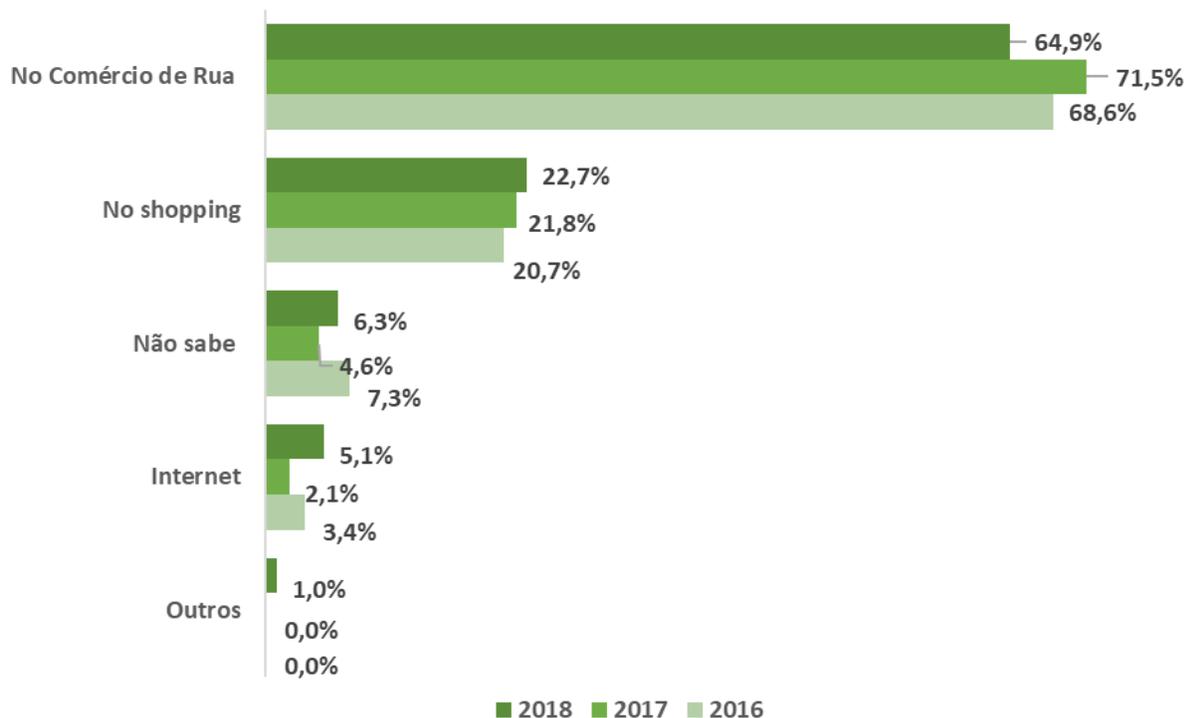
**Gráfico 8 – Quando comprará o (s) presente (s)?**



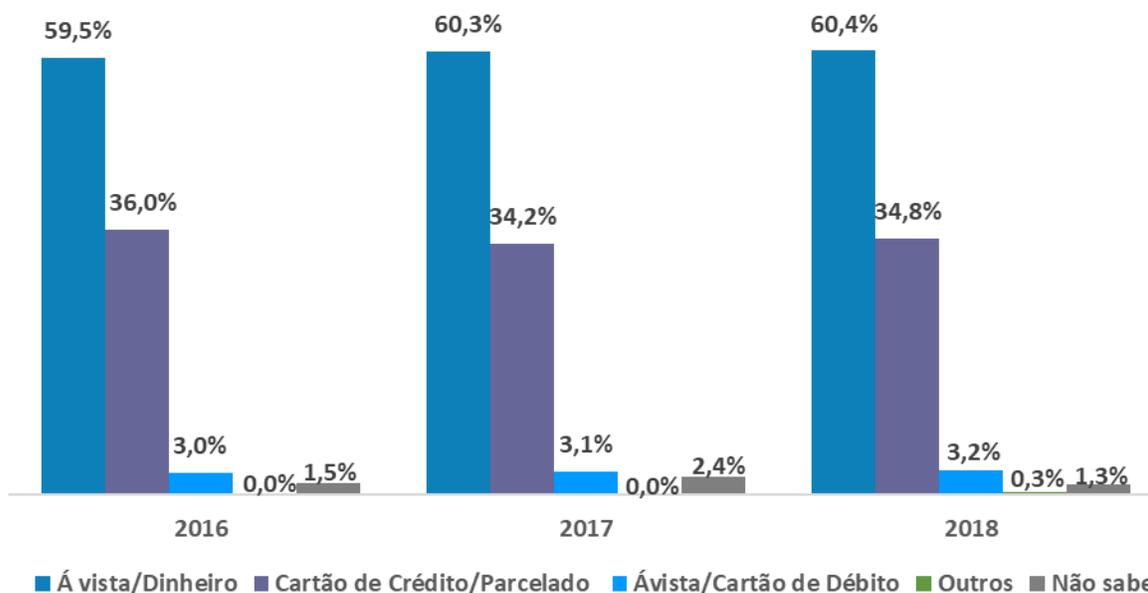
**Tabela 4 – Qual dia comprará o (s) presente (s)?**

Rótulos de linha	2016	2017	2018
Sabádo	25,4%	36,7%	35,4%
Segunda	21,1%	13,7%	9,8%
Sexta	13,2%	13,0%	12,1%
Quarta	10,2%	12,0%	13,5%
Terça	7,9%	8,3%	7,4%
Quinta	5,0%	5,7%	6,1%
Domingo	7,0%	4,0%	3,7%
Não sabe	10,2%	6,7%	12,1%

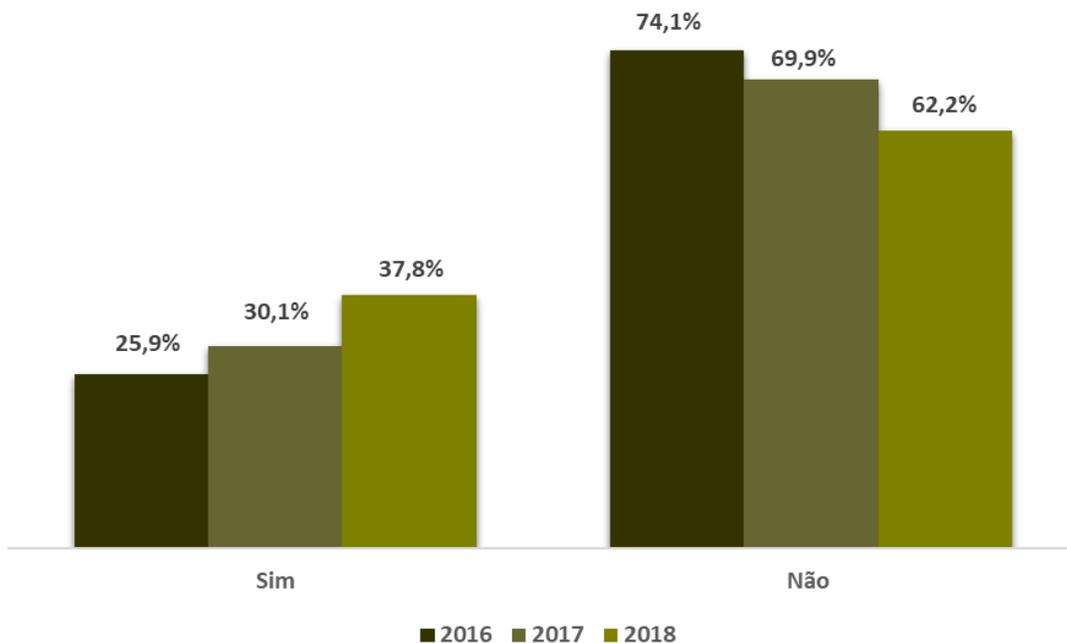
**Gráfico 9 – Onde o (a) sr. (a) comprará?**



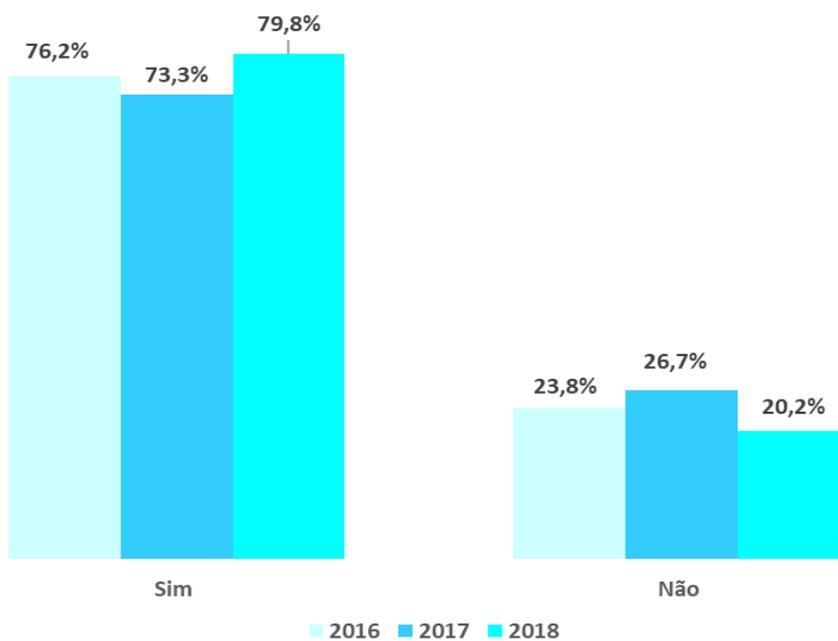
**Gráfico 10 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) deseja utilizar?**



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



**Gráfico 12 – Irá fazer pesquisa de preço?**



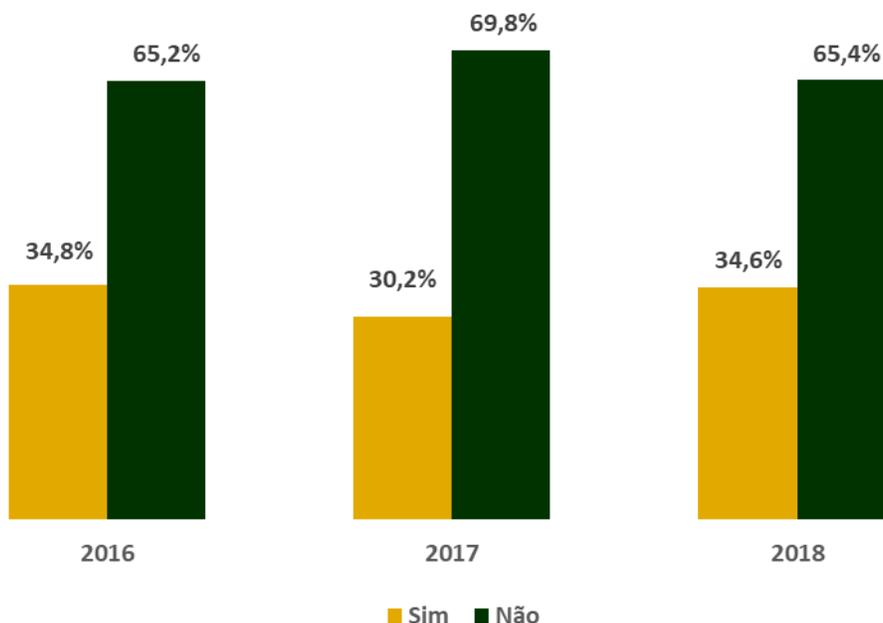
## Atrativos para os consumidores

**Tabela 5 – Em sua opinião, o que as lojas poderiam fazer para atrair mais clientes?  
(Múltipla resposta)**

Rótulos de linha	2016	2017	2018
Promoção	43,9%	37,8%	45,4%
Bom atendimento	35,1%	30,4%	37,8%
Descontos	24,2%	26,8%	19,4%
Variedade	4,0%	2,6%	6,0%
Brindes temáticos	3,4%	3,0%	3,0%
Qualidade dos produtos	3,0%	1,8%	4,2%
Facilidades na forma de pagamento	2,6%	7,0%	2,4%
Divulgação	2,4%	4,4%	4,0%
Sorteio de prêmios	2,0%	2,2%	1,4%
Outros	1,2%	0,6%	0,8%
Não sabe/Não respondeu	1,4%	3,8%	2,2%

## Passeio

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



**Gráfico 6 – (Se “Sim”) O que é determinante para a escolha do local?  
(Múltipla resposta)**

Rótulos de linha	2016	2017	2018
Diversão/Lazer	42,3%	56,1%	60,7%
Lugar que o filho escolheu, ou tem desejo de conhecer	31,4%	20,4%	15,6%
Preço	12,0%	14,6%	12,1%
Atendimento	10,3%	3,2%	8,1%
Segurança	1,7%	4,5%	2,9%
Conforto	1,7%	0,6%	0,6%
Outros	1,8%	0,6%	2,3%

**Tabela 7 – Onde pretendem comemorar? (Múltipla resposta)**

Rótulos de linha	2016	2017	2018
Shopping	58,3%	45,5%	48,6%
Rio/Clube/Parque	20,0%	19,9%	16,2%
Cinema	5,7%	1,9%	4,0%
Praia/Lagoa	5,1%	19,2%	14,5%
Viagem	4,6%	3,8%	5,2%
Restaurante/Pizzaria	2,9%	5,8%	4,6%
Casa de parentes	1,7%	1,3%	1,7%
Outros	1,2%	1,9%	2,9%
Não sabe	1,1%	1,3%	2,9%

## Momento econômico

Gráfico 14 – Como você classificaria o atual momento para a compra de produtos?

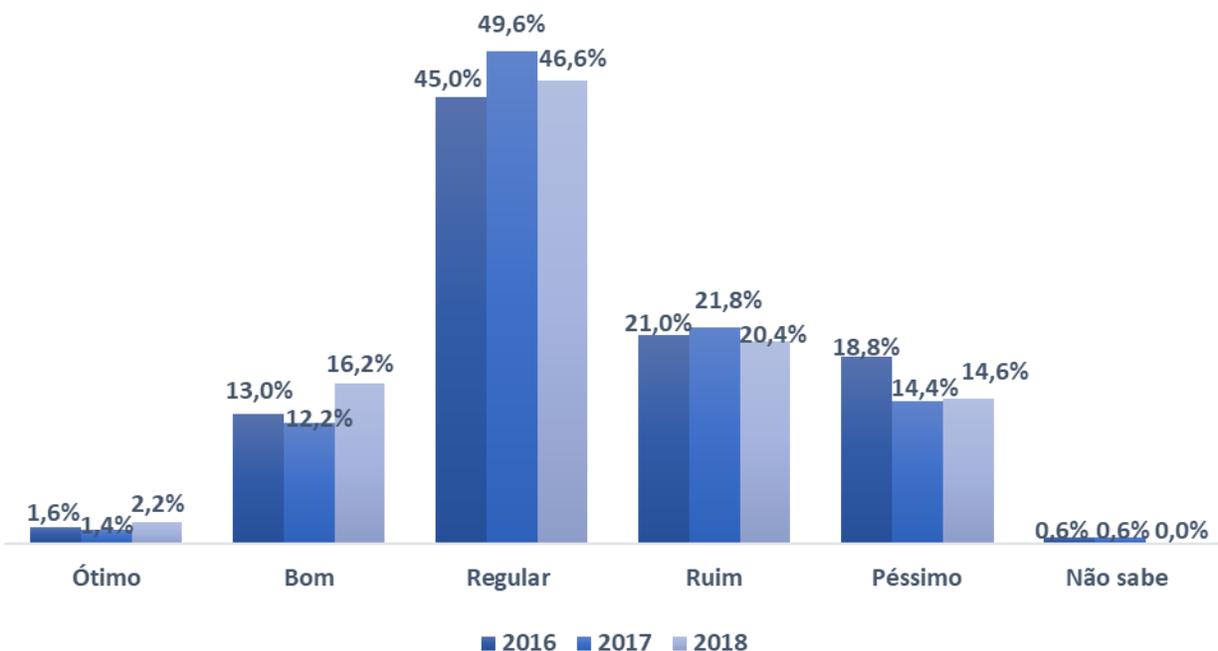
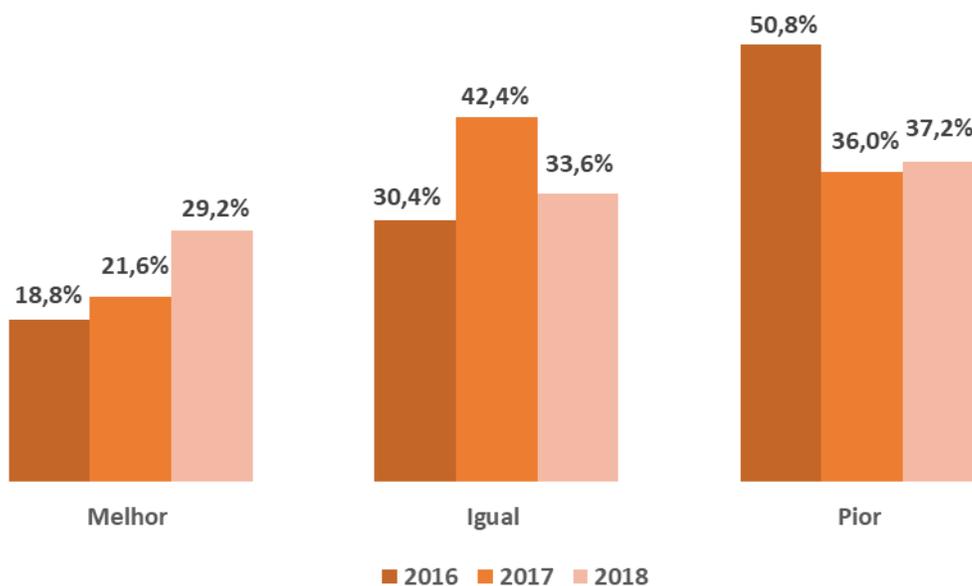
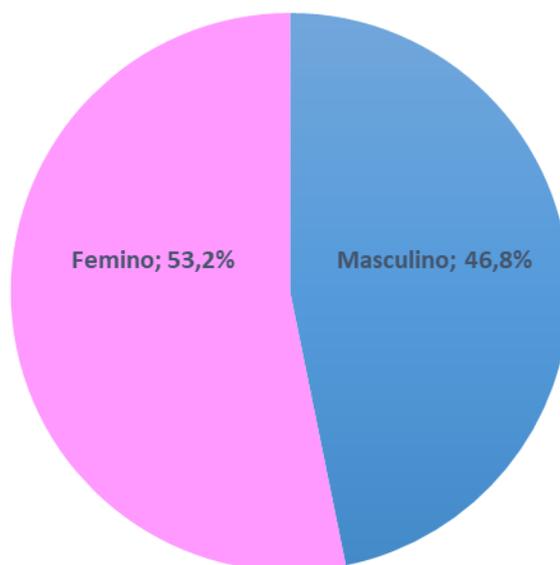


Gráfico 15 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação ao mesmo período do ano passado?

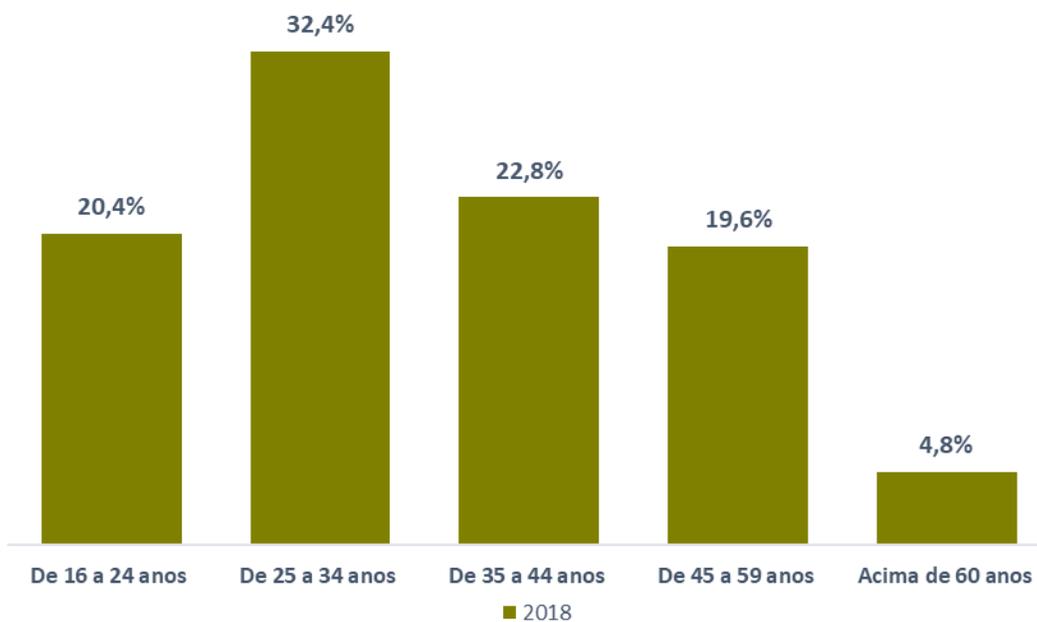


## *Perfil dos Consumidores*

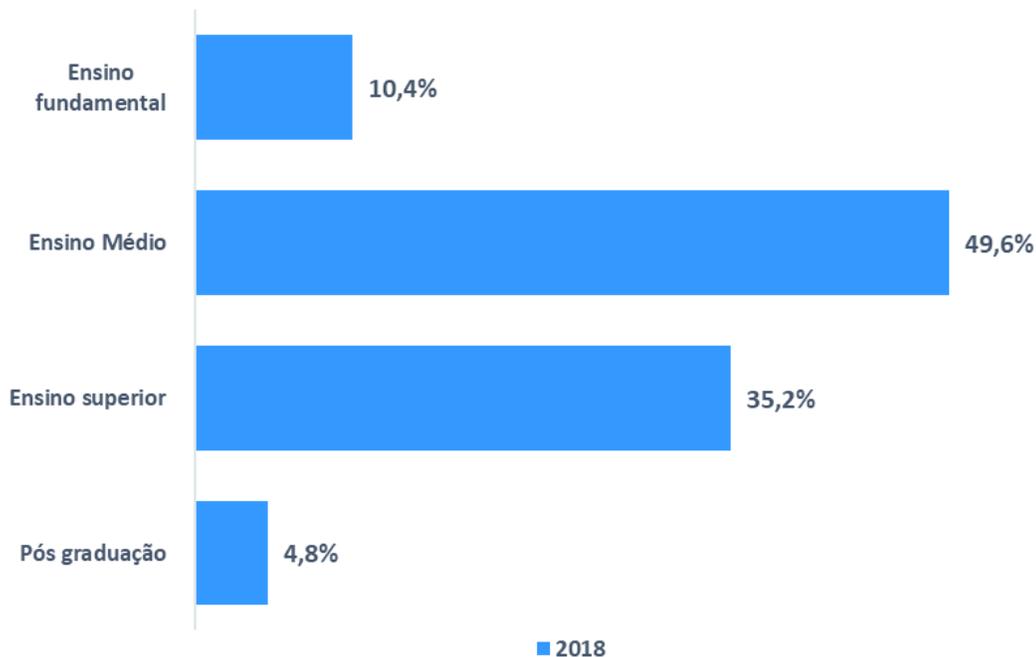
*Gráfico 16 – Sexo*



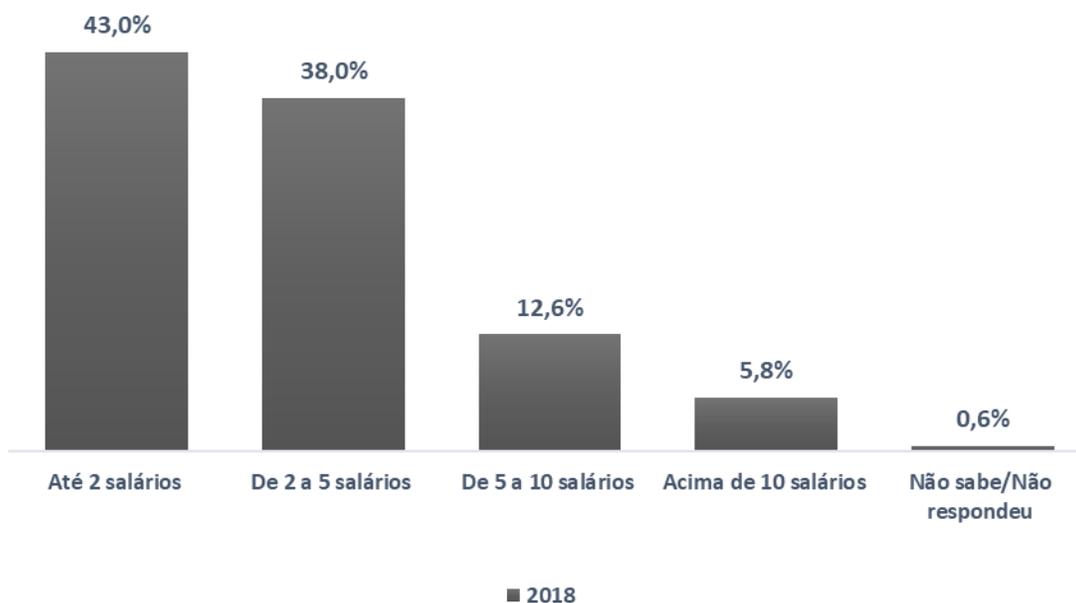
*Gráfico 17 – Faixa etária*



*Gráfico 18 – Escolaridade*



*Gráfico 19 – Renda*



**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 Fontoura*  
**Estatístico**

*Hugo Sergio*  
*Nivaldo Gonçalves*  
*Elizabeth Pontes*  
*Irismar Alves*  
**Pesquisadores**