

PESQUISA  
**INTENÇÃO DE COMPRAS  
PARA O DIA DAS  
CRIANÇAS 2020**



NATAL, SETEMBRO DE 2020

## 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
	Perfil dos compradores.....	5
	Produtos .....	5
	Presenteados.....	6
	Gastos com presentes .....	6
	Local e quando comprar.....	7
	Comemoração .....	8
	Momento econômico.....	8
<b>4</b>	<b><i>Análise Gráfica</i></b> .....	<b>9</b>
	Intenções de compras .....	9
	Gastos com presentes .....	12
	Local e quando comprar.....	14
	Comemoração .....	16
	Momento econômico.....	17
	Cruzamentos pelo perfil dos entrevistados .....	18

## 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 do Departamento de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DEES) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (Fecomércio RN) 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, bem 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 DEES 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 15 e 21 de setembro de 2020. 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 por meio de ligações telefônicas, 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 600 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 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 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 realizada pela Fecomércio RN para avaliar as intenções de compras para o Dia das Crianças 2020 mostra que 57,7% dos consumidores natalenses pretendem presentear nessa importante data comemorativa para comércio varejista. Apesar da maioria pensar em presentear no Dia das Crianças deste ano, percebe-se que as pretensões são menores em comparação a pesquisa do ano passado, quando 65% diziam que iriam às compras.

Para quem não vai presentear, 60,4% alegaram algum fator econômico como justificativa, entre eles: falta de dinheiro (35,3%), desemprego (12,5%), poupar (9%), dívidas e contas em atraso (3,5%); além de motivos relacionados à pandemia (11,8%).

#### Perfil dos compradores

Estratificando pelo perfil dos entrevistados, verificou-se que as mulheres (59%); consumidores da faixa de 35 a 44 anos (67,9%); pessoas com nível de escolaridade pós-graduados (68,9%); e indivíduos com rendimentos familiares entre 5 e 10 salários mínimos (68,8%) são a maioria entre aqueles que responderam à pesquisa e intencionam alguma compra no Dia das Crianças 2020.

#### Produtos

A Fecomércio RN também perguntou qual presente os natalenses pretendem comprar no Dia das Crianças. A maioria dos consumidores pretende presentear com brinquedos (64,5%), seguido pelos itens de vestuários (29,5%); os eletrônicos (tabletes, celulares, vídeo game etc.) vêm na sequência, com 8,1% das respostas dos entrevistados. Outros itens mencionados foram calçados (6,1%), bicicletas (3,2%), livros (2,9%), itens de perfumaria (1,2%) entre outros. Uma parcela considerável dos consumidores (7,8%) informou que ainda não sabe o que vai comprar.

Com 51,7%, os preços lideram entre os principais determinantes para escolha do presente, seguidos pelo desejo da pessoa presenteada (43,6%). Outros fatores são qualidade dos produtos (25,7%), descontos/promoções (18,2%), sustentabilidade (3,8%), biossegurança (3,7%), vendas online (3%), divulgação (2,3%) e outros (2,5%).

### **Presenteados**

A pesquisa também mostra que 56,4% dos entrevistados têm a intenção de presentear o próprio filho (s); 30,1% os (as) sobrinhos (as); 15,6% os (as) netos (as); 7,8% os (as) afilhados (as); 3,2% os (as) primos (as); 1,7% os (as) irmãos (ãs) e 5% outros.

Sobre o número de presentes, 44% das pessoas revelaram ter a intenção de comprar apenas um item nesta data comemorativa; 24,7% comprarão dois, 12,1% devem gastar com três e 7,5% com quatro. Já 10,3% dos consumidores vão adquirir cinco ou mais presentes.

### **Gastos com presentes**

Os dados mostram que 44% dos entrevistados deverão gastar no máximo R\$ 100,00. Os pais que planejam gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00 somam 24,1%; os que deverão comprar presentes acima de R\$ 300,00 correspondem a 15,2% e os que estão dispostos a gastar na faixa de R\$ 201,00 a R\$ 300,00 são 7,7%.

Na média, o consumo no Dia das Crianças 2020 dos natalenses deverá ser de R\$ 130,80, de acordo com os dados da pesquisa. O valor é próximo ao registrado no ano passado, quando a média obtida havia sido de R\$ 132,21.

Analisando pelo perfil, observa-se que os homens pretendem gastar um pouco mais no presente, em média, R\$ 146,86, enquanto as mulheres vão desembolsar o valor médio de R\$ 117,37. A faixa etária que vai investir menos na compra do presente é a de 16 a 24 anos, em média R\$ 75,96, enquanto a que vai investir mais é entre 45 e 59 anos, em média R\$ 150,35. Foi observado também que entre os que possuem renda familiar de até 2 salários, a intenção é desembolsar, em média, R\$ 91,24. Ao mesmo tempo, a pretensão de gastos sobe para R\$ 228,95, entre os que recebem acima de 10 salários.

Em relação à forma de pagamento, a maior parcela dos consumidores pretende pagar à vista no dinheiro (37,2%). O uso desse formato de pagamento reduziu 12,6 pontos percentuais em relação ao ano passado (49,9%). A compra por meio do cartão de crédito de forma parcelada foi citada por 32,4% dos compradores, no ano passado era 35,8%. Enquanto 20,9% pretendem utilizar o cartão na função débito ou vencimento, aumento de 9 pontos percentuais em comparação com 2019 (11,9%). 8% ainda não sabem qual modalidade utilizar.

### **Local e quando compra**

O local de vendas mais buscado pelos consumidores natalenses para a compra dos presentes do Dia das Crianças 2020 será o comércio de rua, apontado por 40,4% dos compradores. Cabe registrar que esta expectativa indica uma queda no segmento, cuja participação era de 42,2% em 2019. Em segundo lugar, aparece a intenção de realizar as compras nos shoppings, com 36% das respostas. No ano passado, a intenção era de 43,1% por compras nesses estabelecimentos. Logo após surge o comércio eletrônico, 12,5% pretendem fazer as compras pela internet. Essa participação representa mais que o dobro do informado em 2019 (6,1%), confirmando que a pandemia trouxe novos hábitos nas relações de consumo, sendo uma delas a presença mais forte do consumo digital.

De acordo com os consumidores, os fatores determinantes para escolha do local de compra são nível de preço (46%), variedade de produtos (33,8%), proximidade (27,7%), segurança (17,1%), conforto (16,2%), acessibilidade (13,3%), confiança (11,8%), biossegurança (6,9%) e vendas online (5,8%).

Referente à data das compras para a comemoração, 65% dos consumidores revelaram que vão adquirir os presentes na semana que antecede o Dia das Crianças. Outros 24,9% vão comprar quinze dias antes da data comemorativa, 4,9% já compraram os produtos e 1,4% espera adquirir os itens depois do Dia das Crianças.

A maioria dos consumidores entrevistados afirmou que vão realizar pesquisa de preço como forma de economizar na compra do presente do Dia das Crianças. Essa alternativa de pesquisa de preço foi indicada por 74,4% dos consumidores natalenses.

## **Comemoração**

A maneira como as famílias comemorarão a data também deve passar por mudanças, 62,8% dos entrevistados disseram que a pandemia vai mudar a forma de celebrar este Dia das Crianças, enquanto 37,2% afirmaram que vão comemorar da maneira tradicional.

Sobre as formas de celebrar a data, 48,8% revelaram que vão comemorar em casa, 15% vão preparar almoço ou jantar e 6,2% pretendem realizar um passeio. Outros disseram que vão comemorar por vídeo conferência (4,3%), restaurantes (0,8%), viagem para algum lugar (0,5%), adiar a celebração (0,3%) entre outros (0,8%). 29,2% não vão comemorar de nenhum modo.

## **Momento econômico**

O estudo também buscou detectar a percepção dos consumidores frente ao momento para compra de produtos: na opinião de 27% dos consumidores natalenses entrevistados, o momento é ótimo ou bom para compra de produtos; 44,5% consideram regular; e 28,5% dos consumidores classificam como ruim ou péssimo. Na edição 2019 da pesquisa, 31,9% consideravam o momento para compra de produtos ótimo ou bom; 49,1% achavam regular e 19% avaliavam como ruim ou péssimo.

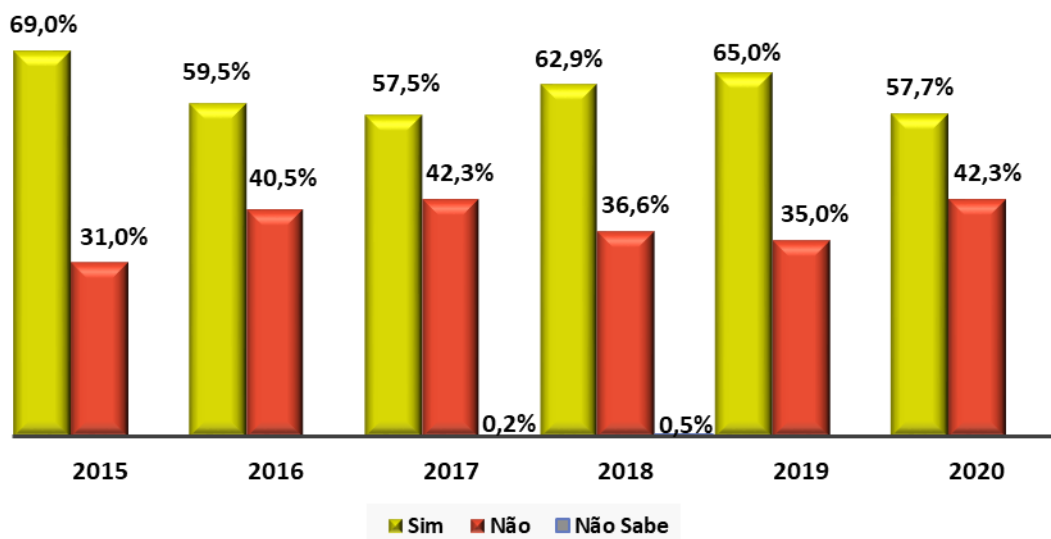
A pandemia de coronavírus, como era de se esperar, mudou a tendência anterior em relação à situação financeira das famílias. Para 49,2% dos entrevistados, a condição está igual em 2020, em relação a 2019. Para outros 38,6% dos entrevistados, a situação financeira piorou consideravelmente, e para apenas 12,2% a situação melhorou. No levantamento do ano passado, 36,3% analisavam como melhor a situação financeira das famílias; 35,9% ponderavam como igual e 27,8% diziam estar em pior situação financeira.



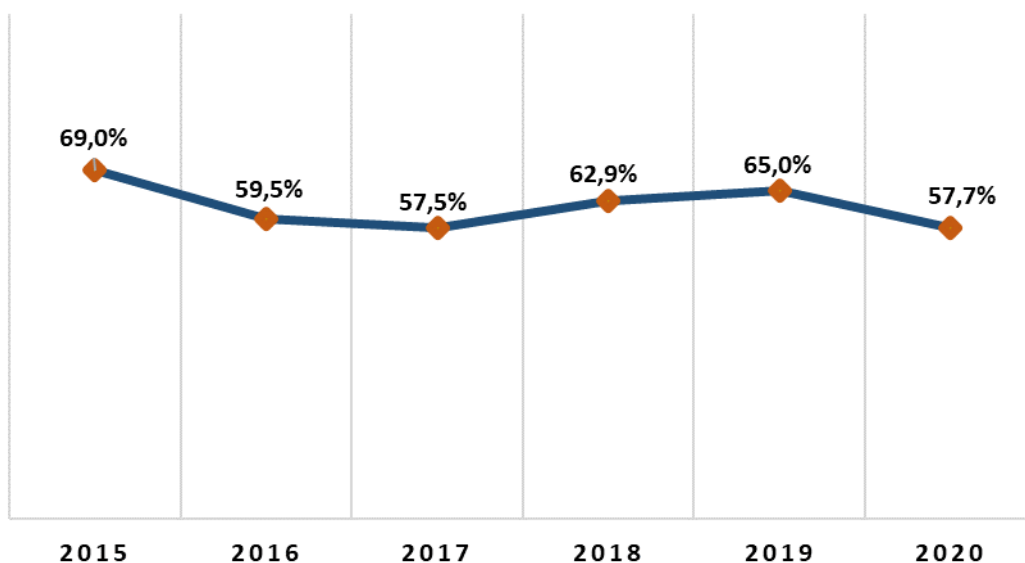
## 4 Análise Gráfica

### 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 presentear na data*



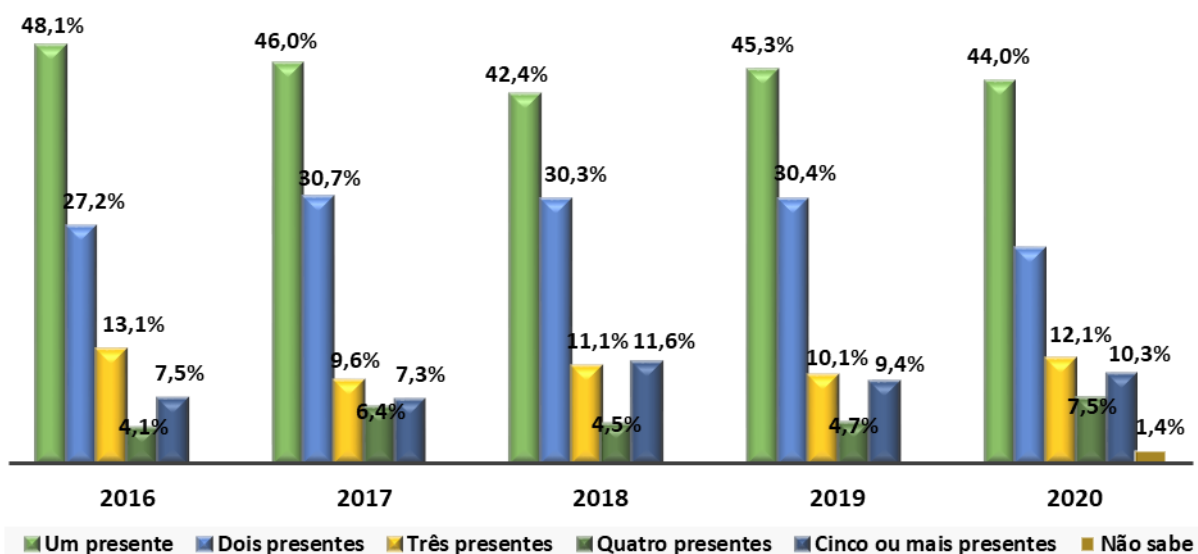
*Tabela 1 – Se não, por qual motivo não vai presentear?*

Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019	2020
Falta dinheiro	47,9%	28,6%	39,1%	30,7%	35,3%
Desempregado	6,4%	10,1%	5,1%	3,9%	12,5%
Pandemia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	11,8%
Poupar	0,0%	10,5%	6,4%	5,2%	9,0%
Dívidas/Contas em atraso	1,1%	4,3%	1,7%	4,3%	3,5%
Não tem quem presentear/Não comemora	43,4%	45,3%	45,5%	54,1%	56,5%
Outros	1,1%	0,4%	1,3%	1,3%	1,9%
Não Sabe	0,1%	0,8%	0,9%	0,4%	0,0%

*Tabela 2 – Se sim, quem o (a) sr. (a) pretende presentear nesta data?  
(Múltipla resposta)*

Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019	2020
Filho	47,0%	47,9%	52,4%	52,6%	56,4%
Sobrinho	32,6%	32,1%	29,6%	28,8%	30,1%
Neto	13,1%	10,4%	10,0%	10,6%	15,6%
Afilhado	9,0%	7,2%	10,9%	13,0%	7,8%
Primos	2,8%	2,9%	2,1%	2,6%	3,2%
Irmãos	5,4%	5,6%	5,9%	4,0%	1,7%
Outros	5,1%	4,8%	4,3%	7,4%	5,0%

**Gráfico 3 – 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? (Múltipla resposta)**

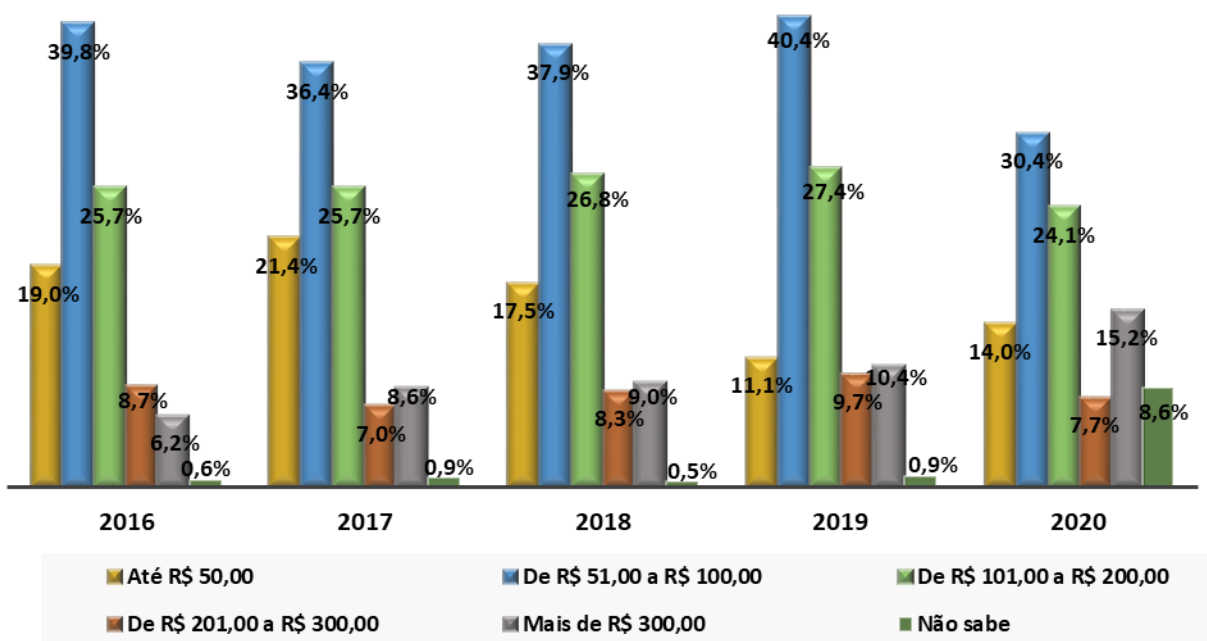
Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019	2020
Brinquedos	59,7%	54,2%	55,7%	54,0%	64,5%
Vestuário	32,4%	32,9%	38,2%	38,7%	29,5%
Eletrônicos (tabletes, celulares, vídeo game etc.)	4,1%	5,9%	5,5%	6,1%	8,1%
Calçados	6,4%	8,3%	6,9%	7,3%	6,1%
Bicicletas	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%
Livro	2,1%	1,3%	1,2%	1,7%	2,9%
Itens de perfumaria	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
Outros	1,2%	1,2%	3,3%	2,8%	1,4%
Não sabe	4,6%	7,5%	4,7%	4,7%	7,8%

*Tabela 4 – Qual os fatores vão determinar a escolha do presente?  
(Múltipla resposta)*

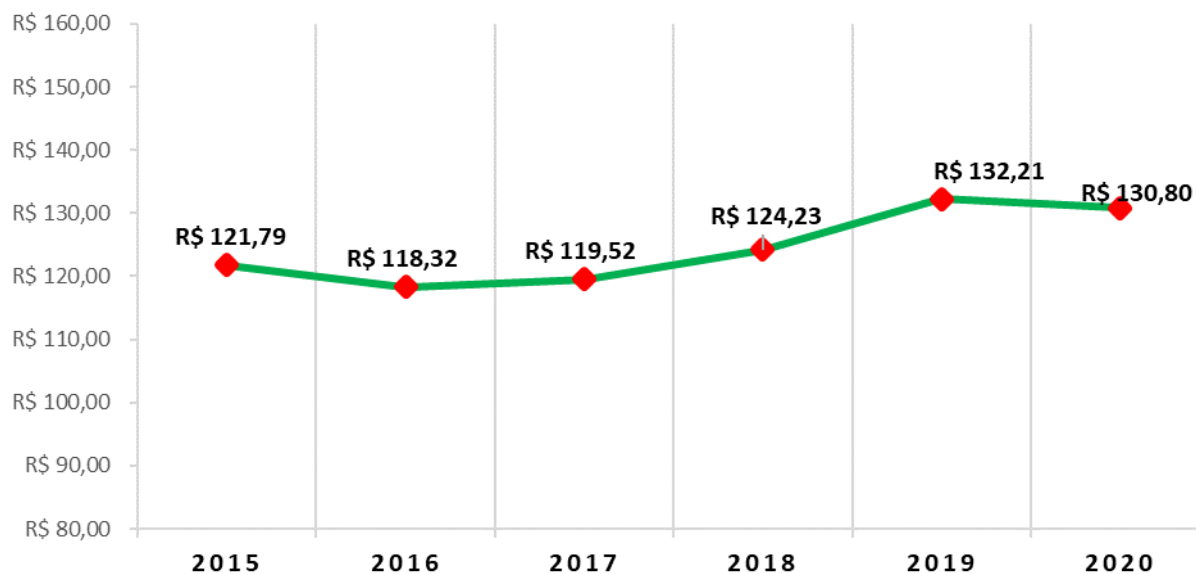
Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019	2020
Preço do produto	33,2%	35,8%	34,1%	42,5%	51,7%
Desejo da pessoa a ser presenteada	40,1%	45,2%	40,8%	41,0%	43,6%
Qualidade do produto	14,9%	13,4%	19,4%	17,7%	25,7%
Desconto/Promoção do lojista	12,1%	9,9%	10,7%	7,1%	18,2%
Sustentabilidade do produto	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%
Biossegurança da loja	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,7%
Vendas online	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%
Marketing/Divulgação	0,5%	0,3%	0,2%	0,5%	2,3%
Outros	2,4%	2,2%	2,6%	0,7%	2,5%

#### Gastos com presentes

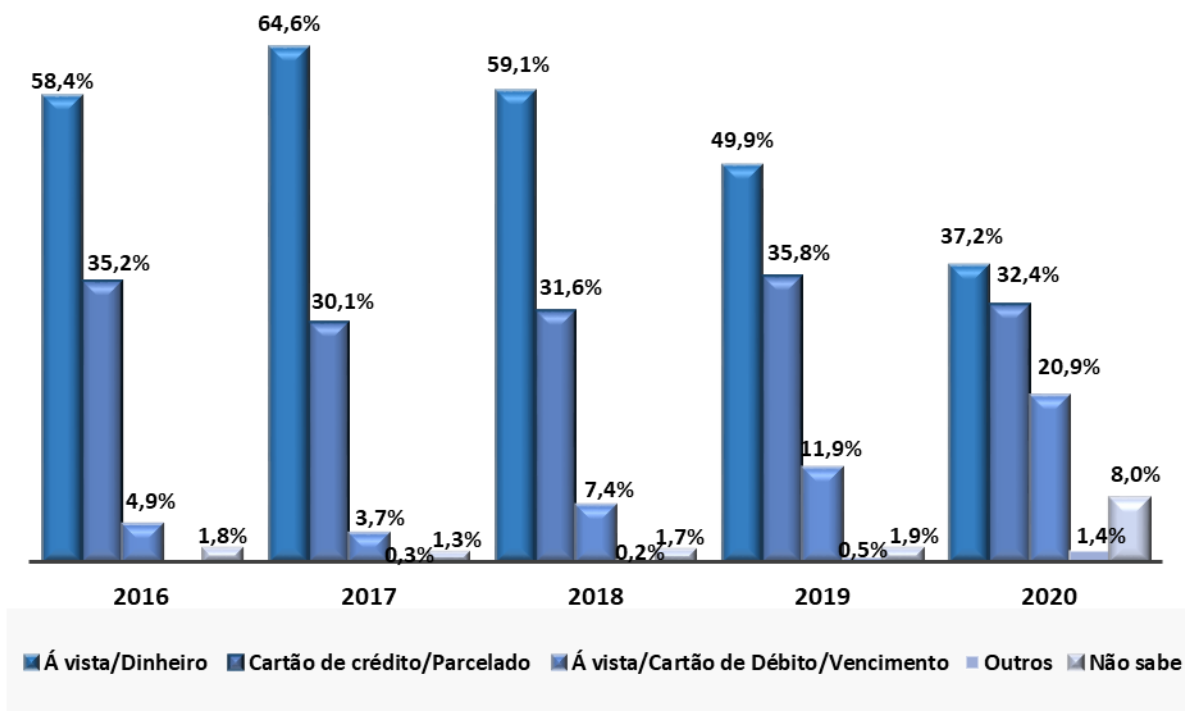
*Gráfico 4 – Quanto pretende investir na compra desse (s) presente (s)?*



*Gráfico 5 – Gasto médio anual*

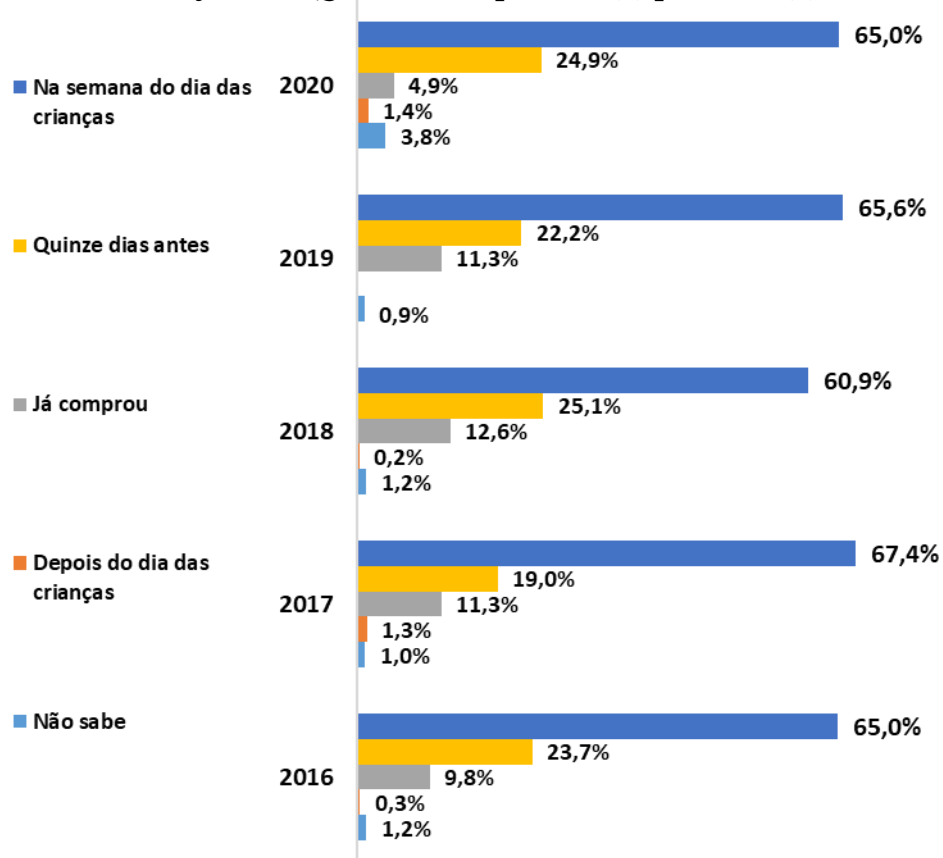


*Gráfico 6 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) deseja utilizar?*

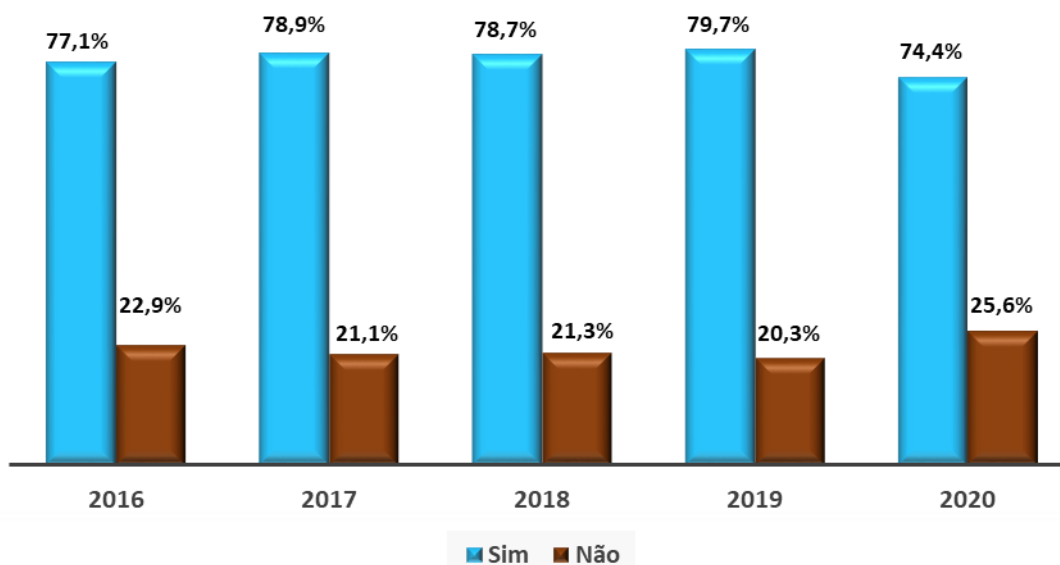


**Local e quando comprar**

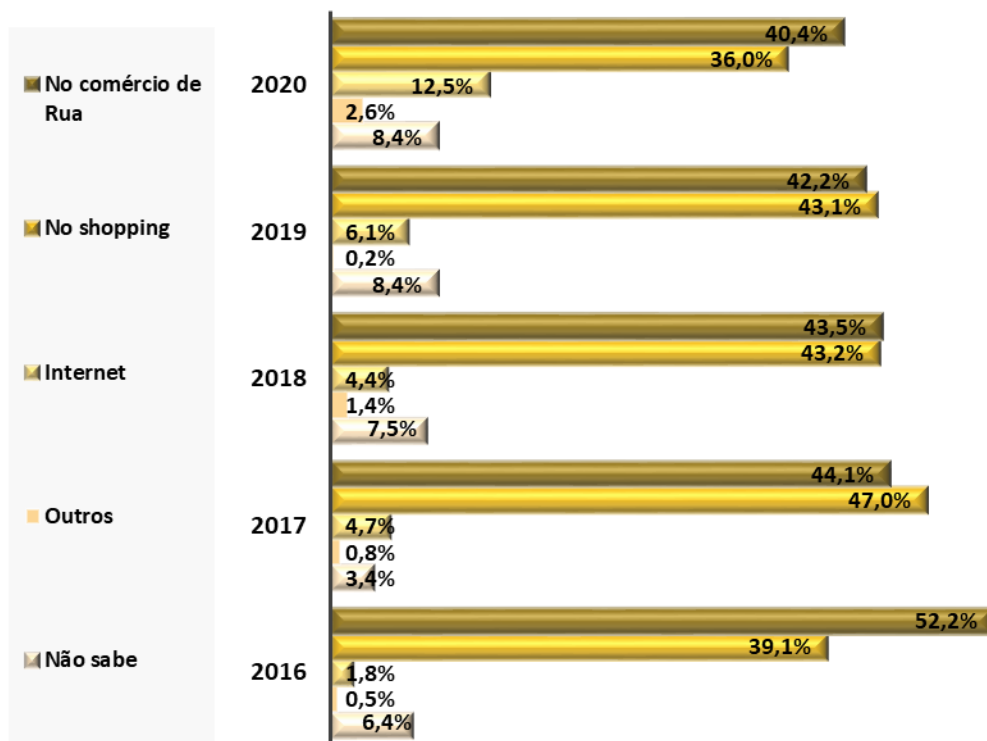
*Gráfico 7 – Quando comprará o (s) presente (s)?*



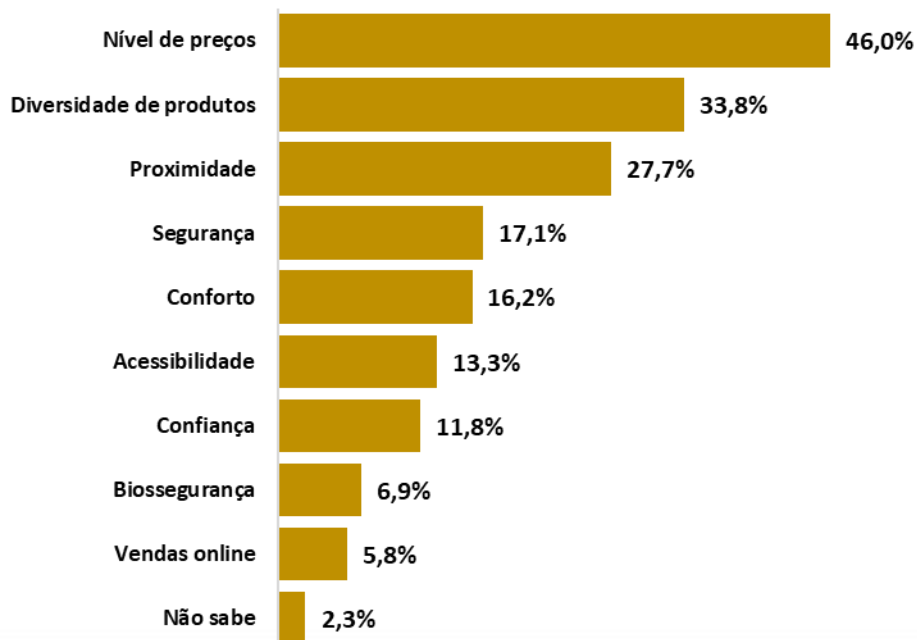
*Gráfico 8 – Irá fazer pesquisa de preço?*



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

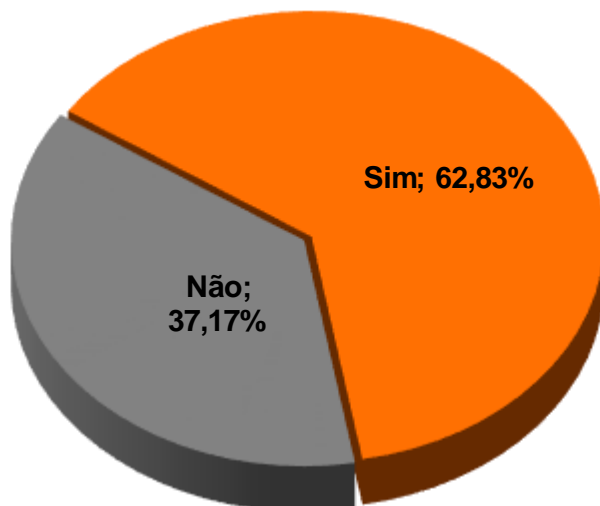


**Gráfico 10 – Qual a determinante para a escolha do local de compra? (Múltipla resposta)**



**Comemoração**

*Gráfico 11 – O distanciamento/pandemia vai mudar a forma de comemorar a data?*



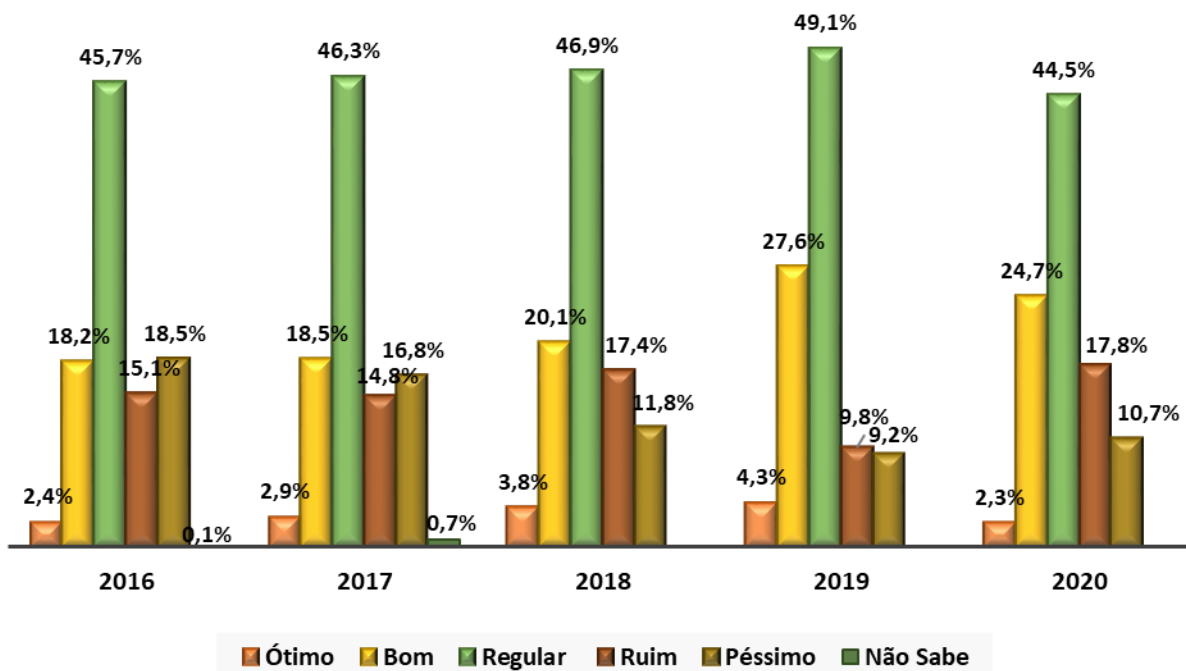
*Gráfico 12 – Formas de celebração do Dia das Crianças deste ano?*



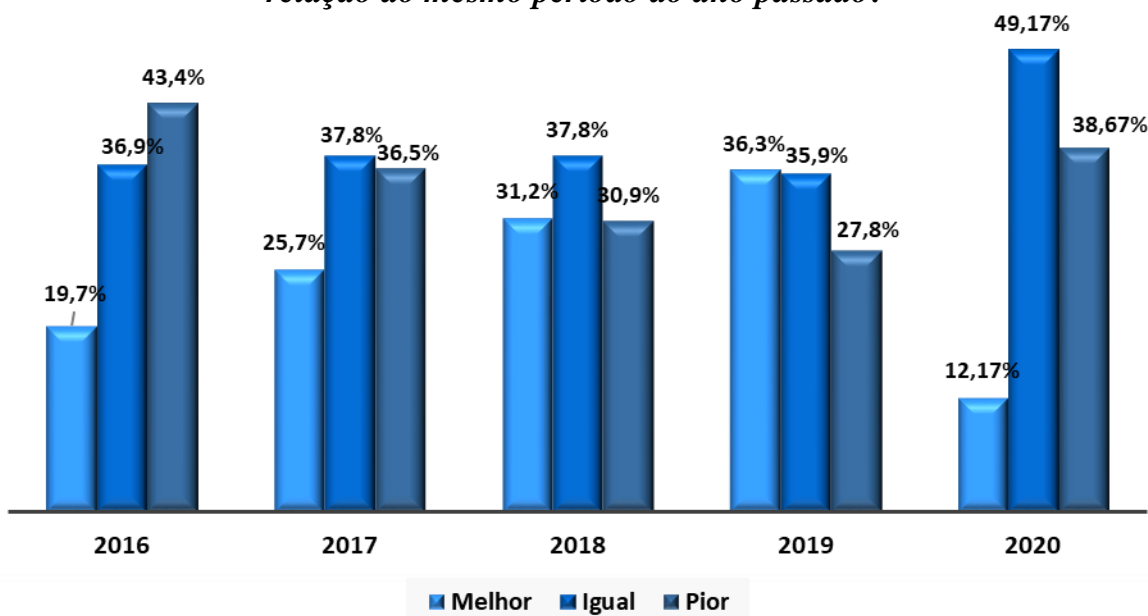


**Momento econômico**

*Gráfico 13 – Como você classificaria o atual momento para a compra de produtos?*



*Gráfico 14 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação ao mesmo período do ano passado?*



**Cruzamentos pelo perfil dos entrevistados**

*Tabela 5 – Intenção de presentear, em relação ao sexo dos entrevistados*

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino
Sim	59,0%	56,1%
Não	41,0%	43,9%
Total Geral	100%	100%

*Tabela 6 – Intenção de presentear, em relação à faixa etária dos entrevistados*

Rótulos de Linha	De 16 a 24 anos	De 25 a 34 anos	De 35 a 44 anos	De 45 a 59 anos	Acima de 60 anos
Sim	43,9%	64,0%	67,9%	45,8%	53,2%
Não	56,1%	36,0%	32,1%	54,2%	46,8%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%

*Tabela 7 – Intenção de presentear, em relação à escolaridade dos entrevistados*

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior	Pós graduação
Sim	52,1%	56,0%	58,3%	68,9%
Não	47,9%	44,0%	41,7%	31,1%
Total Geral	100%	100%	100%	100%

*Tabela 8 – Intenção de presentear, em relação à renda dos entrevistados*

Rótulos de Linha	Até 2 salários	De 2 a 5 salários	De 5 a 10 Salários	Acima de 10 Salários	Não respondeu
Sim	53,5%	66,3%	68,8%	55,9%	37,7%
Não	46,5%	33,7%	31,3%	44,1%	62,3%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%

*Tabela 9 – Quanto pretende gastar, em relação sexo dos entrevistados*

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino
Até R\$ 50,00	18,9%	8,2%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	33,7%	26,4%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	20,0%	28,9%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	5,3%	10,7%
Mais de R\$ 300,00	13,2%	17,6%
Não sabe	8,9%	8,2%
Total Geral	100%	100%
Gasto médio	R\$ 117,37	R\$ 146,86

*Tabela 10 – Quanto pretende gastar, em relação à faixa etária dos entrevistados*

Rótulos de Linha	De 16 a 24 anos	De 25 a 34 anos	De 35 a 44 anos	De 45 a 59 anos	Acima de 60 anos
Até R\$ 50,00	30,8%	13,9%	10,7%	15,5%	8,0%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	42,3%	38,3%	25,9%	21,1%	28,0%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	19,2%	25,2%	28,6%	16,9%	24,0%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	0,0%	8,7%	8,0%	8,5%	8,0%
Mais de R\$ 300,00	0,0%	5,2%	20,5%	26,8%	20,0%
Não sabe	7,7%	8,7%	6,3%	11,3%	12,0%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%
Gasto médio	R\$ 75,96	R\$ 110,87	R\$ 149,33	R\$ 150,35	R\$ 141,00

*Tabela 11 – Quanto pretende gastar, em relação à escolaridade dos entrevistados*

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior	Pós graduação
Até R\$ 50,00	23,7%	20,1%	4,0%	14,3%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	26,3%	33,3%	31,2%	21,4%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	23,7%	22,2%	24,0%	31,0%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	5,3%	3,5%	11,2%	14,3%
Mais de R\$ 300,00	5,3%	11,8%	20,8%	19,0%
Não sabe	15,8%	9,0%	8,8%	0,0%
Total Geral	100%	100%	100%	100%
Gasto médio	R\$ 96,05	R\$ 112,50	R\$ 151,80	R\$ 162,50

*Tabela 12 – Quanto pretende gastar, em relação à renda dos entrevistados*

Rótulos de Linha	Até 2 salários	De 2 a 5 salários	De 5 a 10 Salários	Acima de 10 Salários	Não respondeu
Até R\$ 50,00	26,3%	6,4%	4,5%	0,0%	12,5%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	35,0%	32,8%	20,5%	10,5%	25,0%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	23,4%	26,4%	27,3%	26,3%	8,3%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	1,5%	12,8%	11,4%	15,8%	4,2%
Mais de R\$ 300,00	4,4%	15,2%	31,8%	47,4%	20,8%
Não sabe	9,5%	6,4%	4,5%	0,0%	29,2%
<b>Total Geral</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Gasto médio</b>	<b>R\$ 91,24</b>	<b>R\$ 145,00</b>	<b>R\$ 182,39</b>	<b>R\$ 228,95</b>	<b>R\$ 110,42</b>

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

**DEPARTAMENTO DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS DA  
FECOMÉRCIO RIO GRANDE DO NORTE**

*Marcelo Fernandes de Queiroz*  
**Presidente**

**EQUIPE DE PESQUISA**

*Tiago Chacon Fontoura*  
**Estatístico**

*Nivaldo Gonçalves*  
*Elizabeth Pontes*  
*Daniela Lourena*  
*Irismar Alves*  
*João Soares*  
*Jacqueline Aires*  
*Ítalo da Silva*  
**Pesquisadores**