

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



MOSSORÓ, SETEMBRO DE 2020

Sumário

1	<i>Introdução</i>	3
2	<i>Aspectos Metodológicos</i>	4
3	<i>Descrição dos Resultados</i>	5
	Intenções de compras	5
	Gastos com presentes	6
	Local e quando comprar	7
	Atrativos para os consumidores.....	7
	Passeio	Erro! Indicador não definido.
	Momento econômico.....	8
4	<i>Análise Gráfica</i>	9
	Intenções de compras	9
	Gastos com presentes	12
	Local e quando comprar	14
	Atrativos para os consumidores.....	Erro! Indicador não definido.
	Passeio	Erro! Indicador não definido.
	Momento econômico.....	17
	Cruzamentos pelo perfil dos consumidores	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 do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN) 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 DEES da 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

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 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 entre os moradores 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 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 realizada pela Fecomércio RN aponta que 56,2% dos mossoroenses pretendem presentear no Dia das Crianças deste ano. Embora, a maioria dos consumidores almeje presentear na data, o indicador é inferior ao mesmo período do ano passado, quando a intenção de compras era de 63,1%.

Dos mossoroenses que informaram que não vão presentear no Dia das Crianças deste ano, 69,4% citaram fatores econômicos como falta de dinheiro (35,6%), desemprego (10,5%), poupar (9,6%), contas em atraso (3,2%) e motivos ligados a pandemia (10,5%).

Perfil do comprador

O público masculino é o que apresenta o maior percentual de intenção de compras (61%). A opção por comprar também é maior para as faixas de idade de 35 a 44 anos (66,7%) e 25 a 34 anos (63,2%). A proporção de pessoas que vai presentear é menor entre os consumidores com rendimento mais baixo, que são aqueles com renda familiar de até 2 salários mínimos (49,1%). Já para a população com renda de 2 a 5 salários, a pesquisa aponta que 64,3% tem intenção de comprar presentes no período.

Produtos

Com relação às categorias de produtos que o consumidor mossoroense pretende presentear no Dia das Crianças 2020, a pesquisa detectou que a maioria (63%) vai comprar brinquedos. Roupas aparecem na segunda posição entre os itens mais procurados, com 29,9% das intenções de compras. Em seguida, os eletrônicos aparecem com 8,5% das pretensões, os calçados (6%), bicicletas (2,5%), livros (1,1%) entre outros.

Dentre os principais fatores que vão determinar a definição do presente a ser escolhido, os mais importantes na decisão de compra são o preço do produto (48,8%) e o desejo do presenteado (46,3%), seguido pela qualidade do item (29,9%) e os descontos/promoções (14,2%). Além dos novos fatores que surgiram como biossegurança (3,6%), vendas online (3,2%), entre outros.

Presenteados

A distribuição das crianças a serem presenteadas é composta por filhos (as) (46,3%), sobrinhos (as) (32,7%), netos (as) (16%), afilhados (as) (10%), crianças carentes (3,6%), irmãos (ãs) (3,2%), enteados (as) (2,1%), primos (as) (1,8%), crianças carentes (1,6%) e outros (2,4%).

Sobre a quantidade de presentes que desejam adquirir: 35,2% pretendem comprar um item; 28,5% admitem levar dois; 13,9% esperam comprar três presentes; 6,4% vão em busca de quatro presentes; e 11,7% pretendem comprar cinco ou mais produtos.

Gastos

Na pergunta que aborda quanto o consumidor pretende gastar com o presente, 41,8% responderam que pretendem gastar até R\$ 100. 22,5% responderam que estão dispostos a pagar entre R\$ 100 e R\$ 200. A faixa de preço entre R\$ 200 e R\$ 300 apareceu em 8,6% das respostas e a faixa acima de R\$ 300 foi citada por 14,6% dos mossoroenses entrevistados. Outros 12,5% ainda não decidiram quanto vão desembolsar nas compras para a data.

O valor médio pretendido para a compra do presente do Dia das Crianças em 2020 será de R\$ 126,70, valor próximo ao computado no ano passado, quando a média obtida havia sido de R\$ 121,53.

Os homens estão mais dispostos a gastar, em média R\$ 140,00, enquanto as mulheres estão mais cautelosas, em média R\$ 112,13. Os consumidores de 35 a 44 anos estão entre os mais interessados a gastar (R\$ 137,35 em média), enquanto os de 16 a 24 anos vão desembolsar um valor menor, em média R\$ 97,58. Os gastos aumentam conforme o nível de renda e escolaridade: os com renda familiar acima de 10 salários tendem a gastar em média R\$ 192,11 e os pós-graduados R\$ 158,33.

A maior parte dos consumidores dos consumidores mossoroenses vão comprar à vista, 41,8% disseram que comprarão no dinheiro e 9,9% no cartão de débito. Outros 31,6% relataram que o pagamento será no cartão de crédito na modalidade parcelada e 6% relataram outras formas. 10,6% ainda não sabem a forma de pagamento que vai usar.

Local e quando compra

No quesito local de compra do presente, o comércio de rua continua a principal opção da maioria dos mossoroenses (51,6%). Cabe registrar que esta expectativa indica uma queda no segmento, cuja participação era de 64,6% em 2019.

Os shoppings aparecem com 21,7% da preferência nas intenções de compra dos consumidores entrevistados. No ano passado, 25% tinha essa intenção.

Quem deve mostrar alta é o mercado e-commerce, que aparece em terceiro lugar com 12,8% das opções. Essa participação representa mais que o triplo informado em 2019 (3,5%), e tem se mostrado uma alternativa interessante neste período da pandemia.

É bom os lojistas ficarem atentos ao nível de preço, já que a pesquisa levantou que 49,8% consideram o preço do produto como principal determinante para escolha do local de compra. A seguir aparecem a variedade de produtos (29,9%), a proximidade do local (22,1%), o conforto (17,1%), a segurança (14,2%) e a confiança (11,4%). Somando-se a isso, a possibilidade de vendas online (10%), a acessibilidade (7,1%) e a biossegurança da loja (3,9%).

No momento da pesquisa, cerca de 65% dos respondentes revelaram que vão em busca dos presentes na semana do Dia das Crianças. 23,1% disseram que iriam comprar os produtos quinze dias antes da data comemorativa e 4,3% afirmaram que já compraram. Outros 6,4% ainda não sabiam o dia das compras.

Ainda, de acordo com os dados do levantamento, 71,9% dos consumidores pretendem pesquisar os preços dos presentes antes de adquirir os produtos, somente 28,1% não vão utilizar essa prática antes das compras.

Comemoração

Sobre as comemorações do Dia das Crianças deste ano, quase seis em cada dez (exatos 59%) dos entrevistados disseram que vão adotar novas formas de celebrar a data. Indicando que a pandemia deve alterar as formas das pessoas comemorar o Dia das Crianças deste ano.

No que diz respeito às formas de comemorar a data comemorativa, 48,8% relataram que pretendem fazer algo em casa; 15% vão preparar um almoço ou jantar; 6,2% vão fazer um passeio com as crianças e 4,3% comemorarão por vídeo conferência. Outros irão almoçar ou jantar em restaurantes (0,8%); viagem para algum lugar especial (0,5%), adiar a celebração da data (0,3%) entre outros. Enquanto 29,2% disseram que não comemorarão de nenhuma forma.

Momento econômico

Quanto à percepção dos consumidores mossoroenses em relação ao atual momento para compra de produtos, 26,4% consideram que o momento é ótimo ou bom para compra de produtos; 41,8% afirmam que o momento é apenas regular e 31,8% avaliam a situação como ruim ou péssima para aquisição de itens. No ano passado, 21% consideravam o momento ótimo ou bom para compra de produtos; 49,5% regular; e 29,3% como ruim ou péssimo.

O cenário econômico interfere na percepção das famílias: com relação ao ano passado, 50% apontam que a situação financeira permanece igual, 36% declararam estar pior e apenas 14% disseram que melhoraram. Na pesquisa de 2019, 36,7% diziam que estavam em situação financeira igual; 32,7% melhor; e 30,5% 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?

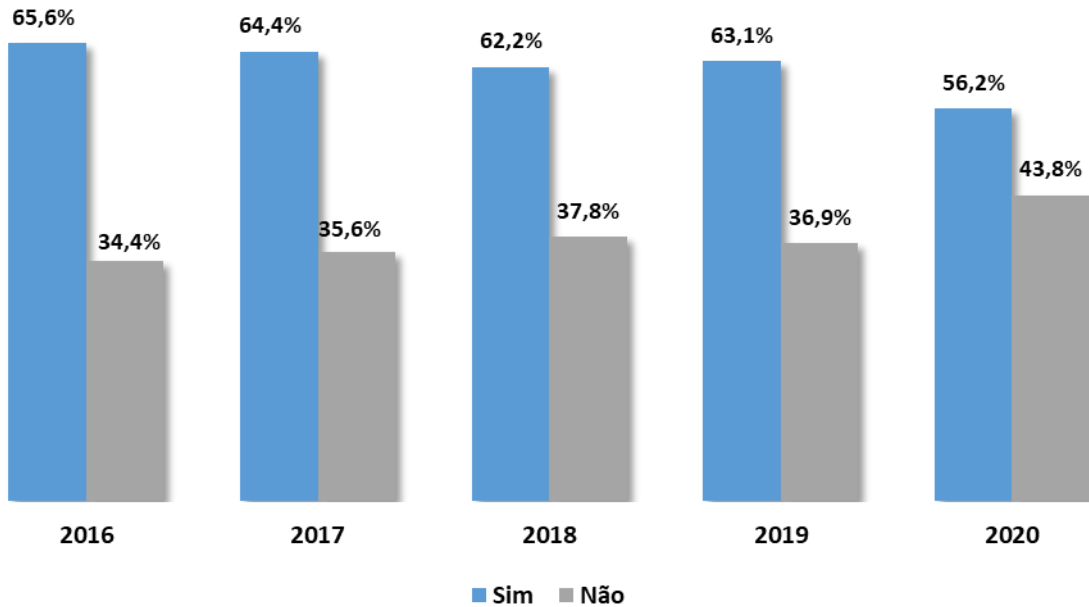
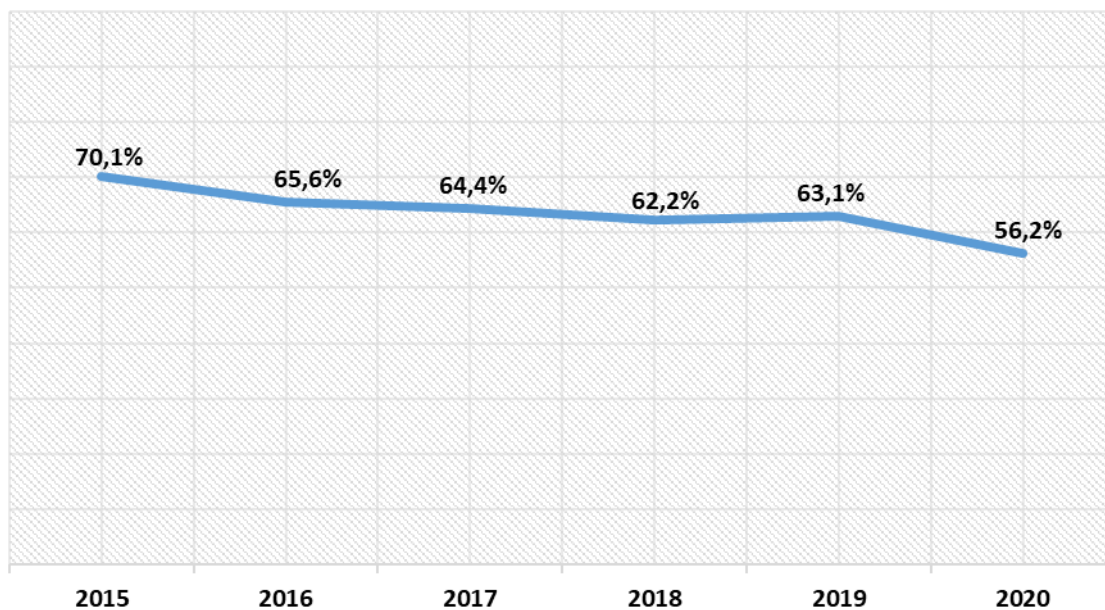


Gráfico 2 – Intenção de compras dos mossoroenses para o Dia das Crianças



**Tabela 1 – Se não, por qual motivo não pretende presentear?
(Múltipla resposta)**

Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019	2020
Falta de Dinheiro	50,6%	41,6%	41,5%	32,4%	35,6%
Desemprego	3,5%	11,2%	4,8%	5,2%	10,5%
Pandemia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,5%
Poupar	0,6%	3,4%	4,8%	3,2%	9,6%
Contas em atraso	0,0%	1,7%	2,1%	0,0%	3,2%
Não tem quem presentear/Não comemora	44,2%	42,1%	46,8%	61,1%	60,7%
Outros	1,2%	1,7%	1,1%	0,5%	3,2%
Não respondeu	0,0%	0,0%	2,1%	0,5%	0,0%

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

Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019	2020
Filho(a)	54,9%	51,9%	51,1%	50,0%	46,3%
Sobrinho(a)	29,3%	30,4%	29,6%	32,3%	32,7%
Neto	10,4%	9,9%	9,6%	13,9%	16,0%
Afilhado(a)	9,1%	7,1%	9,0%	12,3%	10,0%
Crianças Carentes	1,2%	0,9%	4,5%	1,6%	3,6%
Irmão(a)	4,6%	3,7%	4,8%	5,4%	3,2%
Enteado	0,3%	1,6%	1,3%	0,6%	2,1%
Primo(a)	2,7%	3,1%	3,2%	2,2%	1,8%
Outros	1,2%	2,4%	3,2%	1,5%	2,4%

Gráfico 3 – Quantos presentes o senhor (a) pretende comprar?

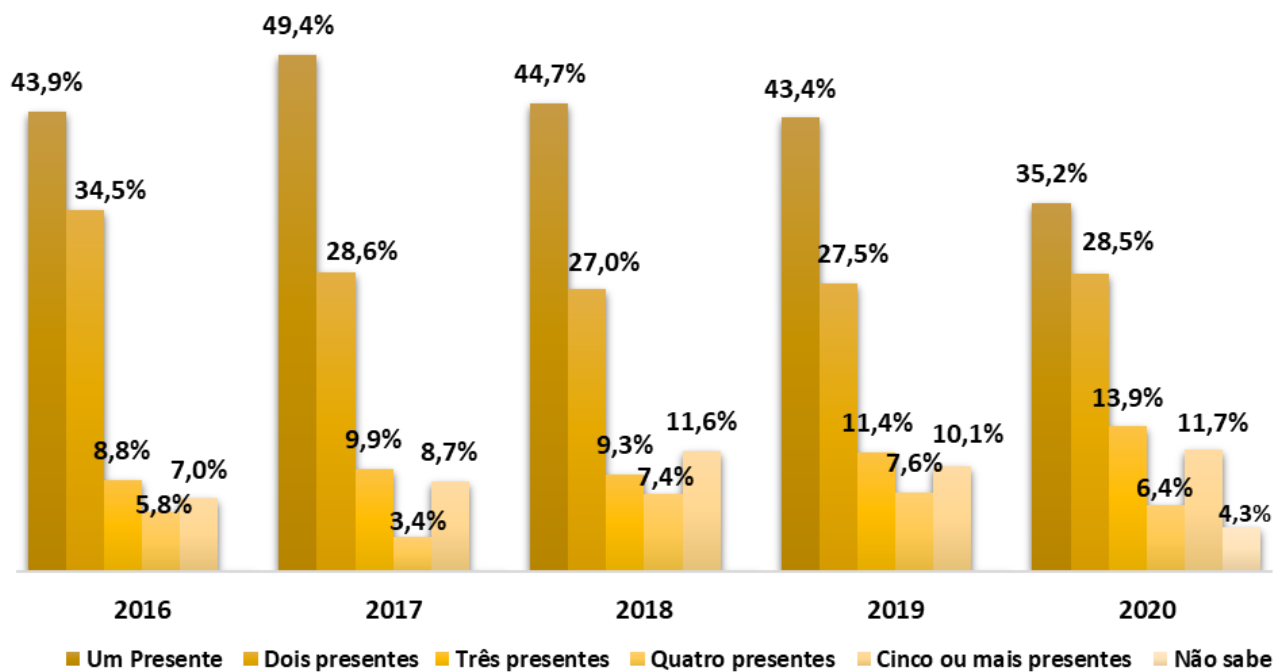


Tabela 3 – Que tipo de produto (s) o (a) sr. (a) está interessado em presentear no Dia das Crianças? (Múltipla resposta)

Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019	2020
Brinquedos	54,0%	53,7%	56,6%	61,1%	63,0%
Vestuário	33,8%	35,7%	33,8%	37,0%	29,9%
Eletrônicos (tabletes, celulares, vídeo game etc.)	6,7%	5,6%	4,2%	4,4%	8,5%
Calçados	8,5%	5,6%	9,0%	6,6%	6,0%
Bicicletas	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%
Livro	0,6%	1,2%	1,3%	0,6%	1,1%
Perfumaria	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
Alimentação (Doces, Balas e chocolates)	0,3%	0,0%	1,3%	0,3%	0,7%
Viagem	0,0%	0,3%	1,0%	0,0%	0,0%
Outros	3,3%	1,2%	4,2%	3,4%	0,7%
Não sabe	5,5%	7,5%	6,1%	4,4%	8,2%

Gráfico 4 – Quais fatores vão determinar a escolha do presente?
(Múltipla resposta)

Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019	2020
Preço do produto	32,0%	46,9%	37,9%	28,2%	48,8%
Desejo da pessoa a ser presenteada	46,3%	39,8%	43,1%	49,1%	46,3%
Qualidade do produto	11,6%	11,2%	12,9%	16,1%	29,9%
Desconto/Promoção do lojista	10,1%	8,1%	11,6%	12,0%	14,2%
Biossegurança da loja	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%
Vendas online	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%
Outros	2,1%	1,9%	0,3%	1,2%	7,5%
Não sabe	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,1%

Gastos com presentes

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

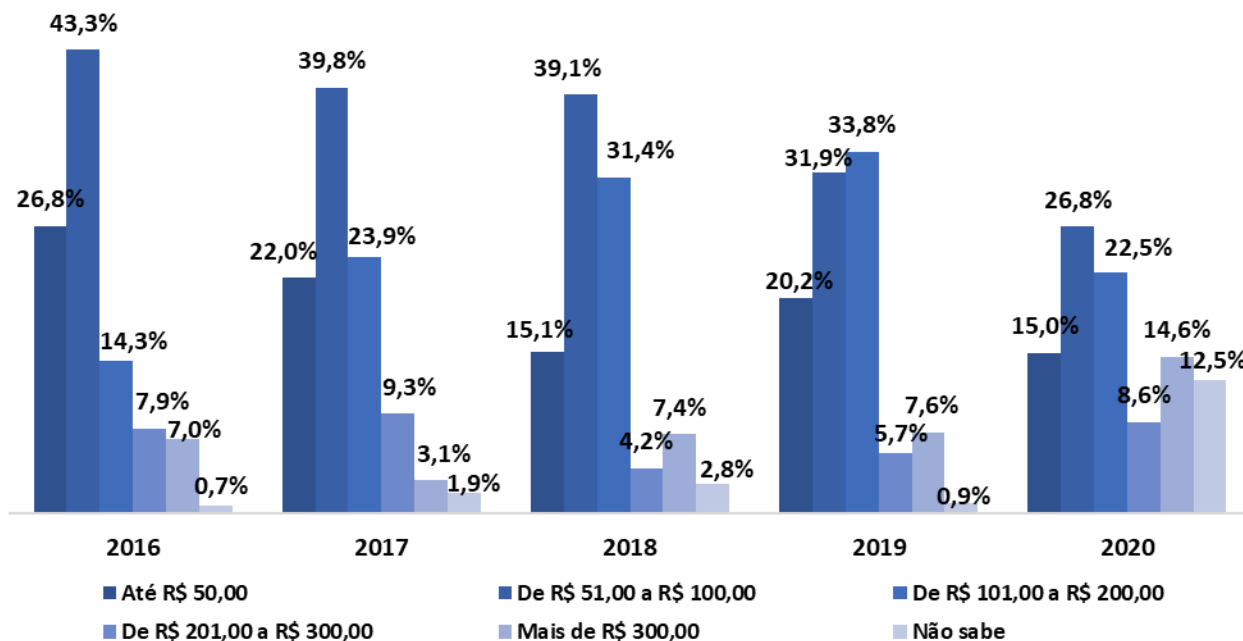


Gráfico 5 – Gasto médio anual

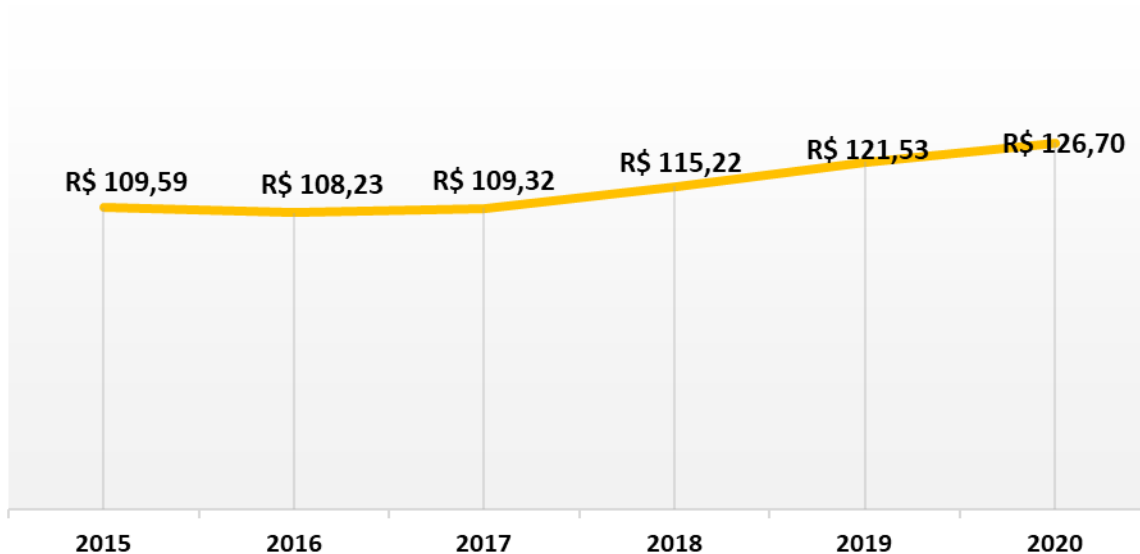
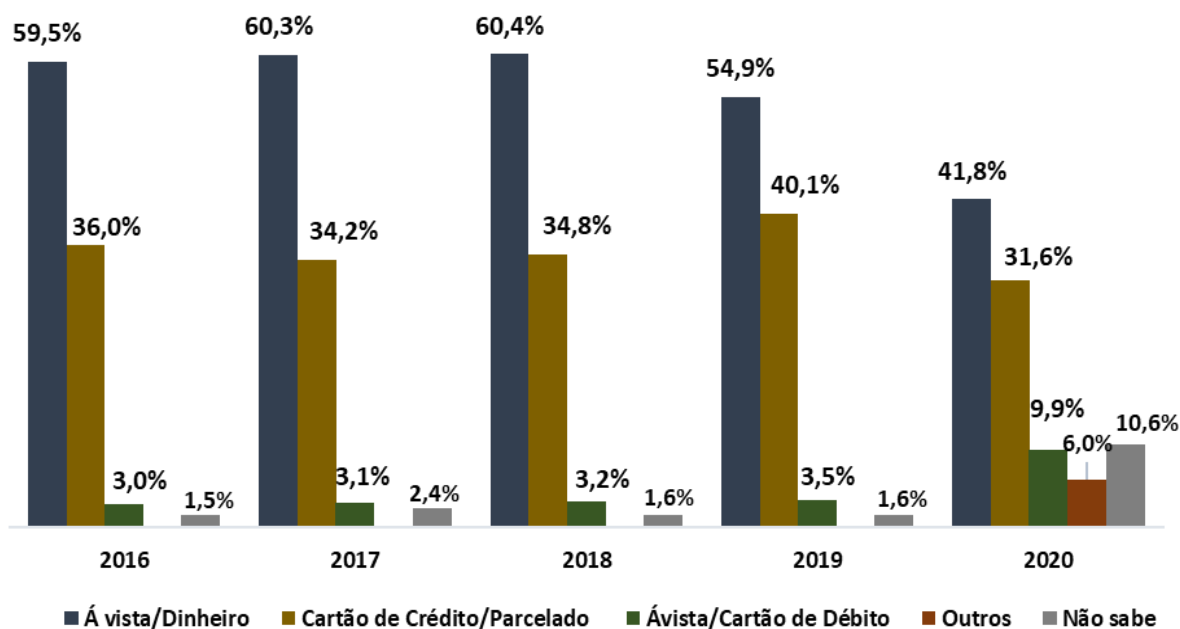
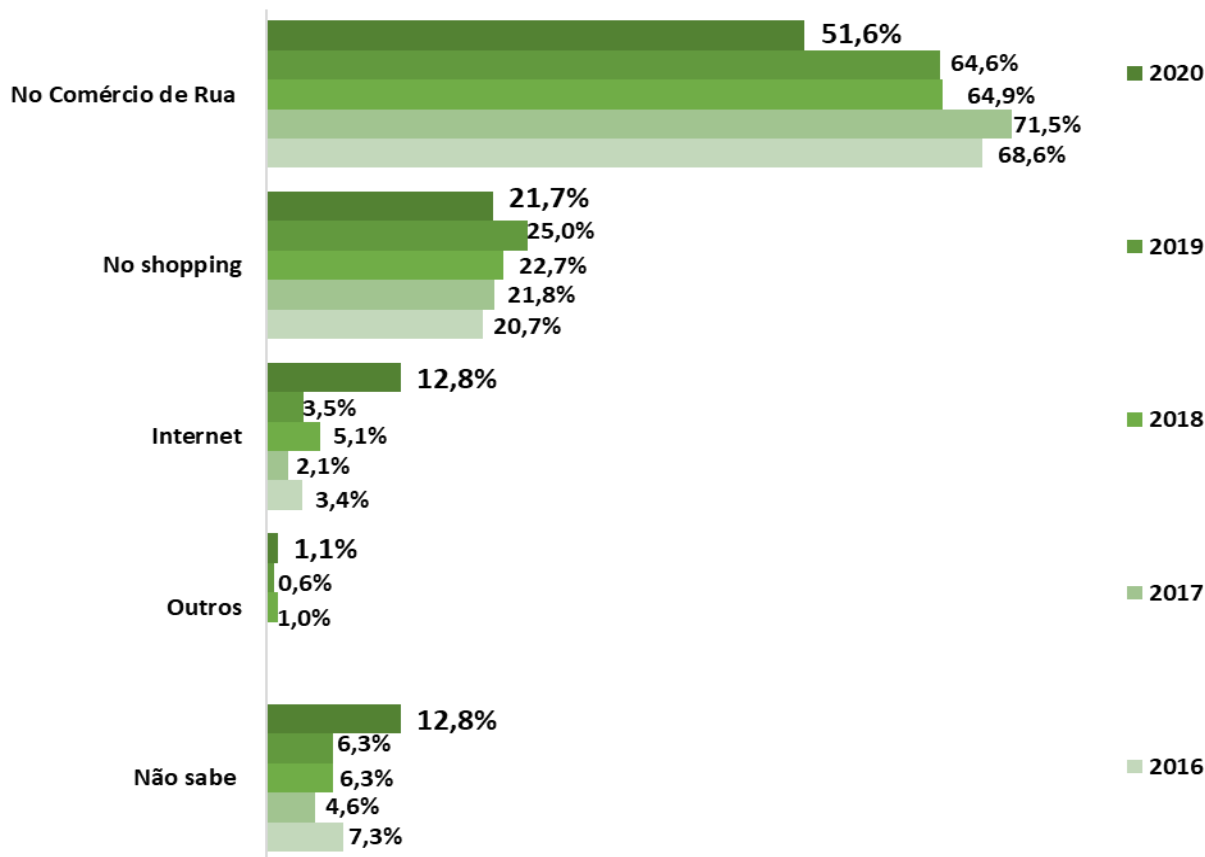


Gráfico 6 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) deseja utilizar?



Local e quando comprar

Gráfico 7 – Onde irá comprar o presente?



*Tabela 5 – Qual a determinante para a escolha do local de compra?
(Múltipla resposta)*

Rótulos de Linha	%
Nível de preços	49,8%
Diversidade de produtos	29,9%
Proximidade	22,1%
Conforto	17,1%
Segurança	14,2%
Confiança	11,4%
Vendas online	10,0%
Acessibilidade	7,1%
Biossegurança	3,9%
Não sabe	3,2%

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

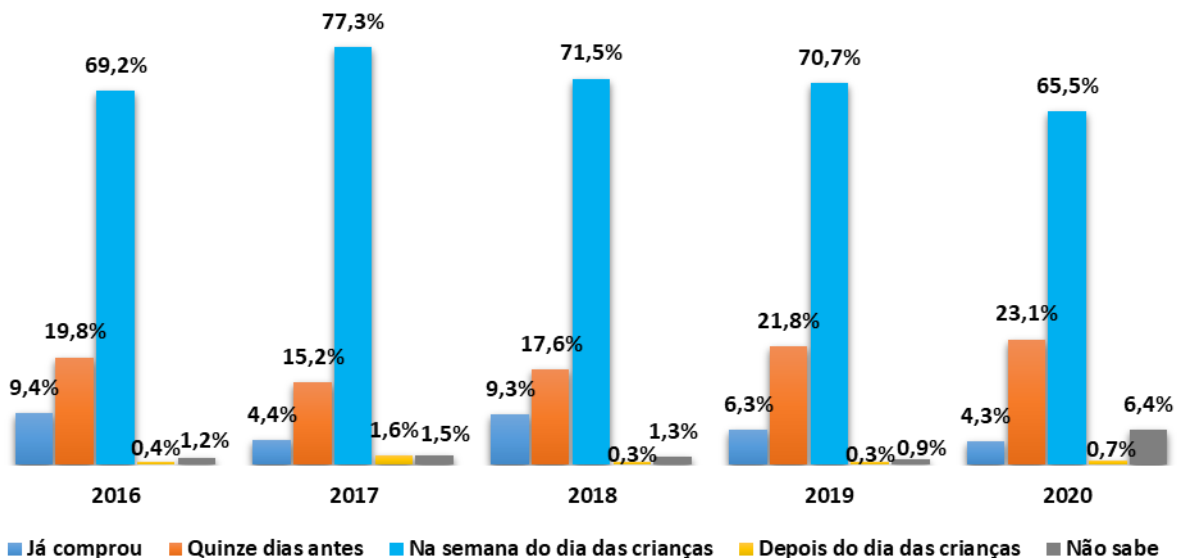
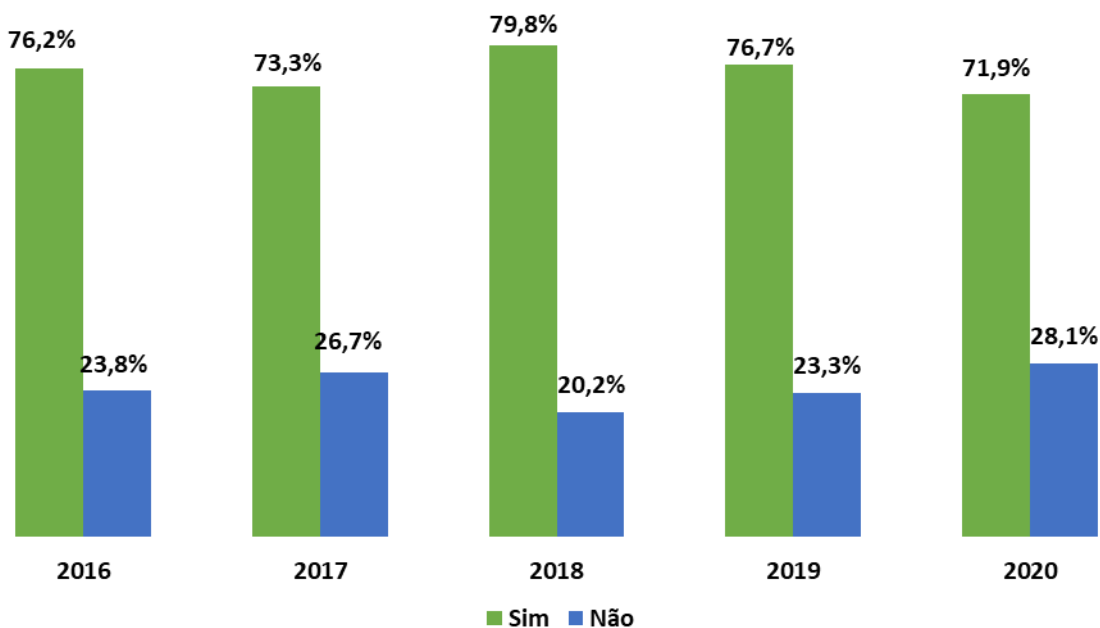


Gráfico 9 – Irá fazer pesquisa de preço?



Comemoração

Gráfico 10 – O distanciamento/pandemia vai mudar a forma de comemorar a data?

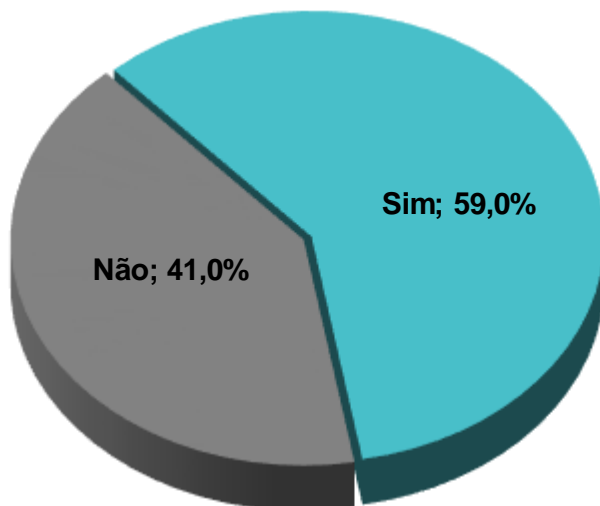
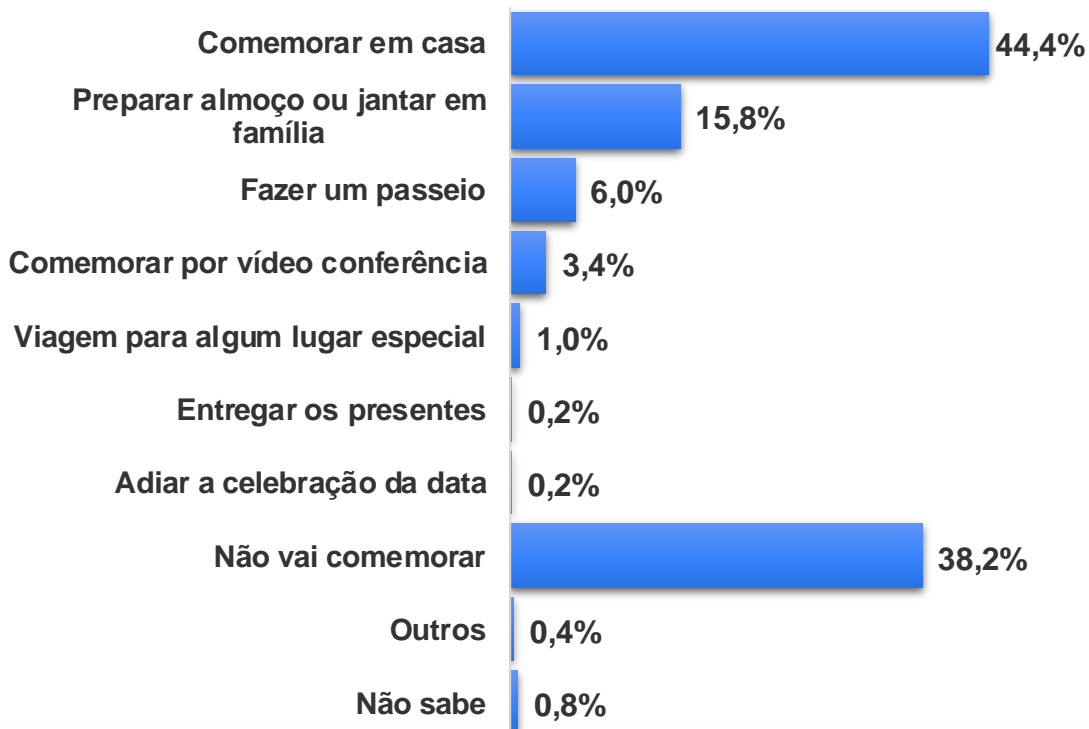


Gráfico 11 – Formas de celebração do Dia das Crianças deste ano (Múltipla resposta)



Momento econômico

Gráfico 12 – Como você classificaria o atual momento para a compra de produtos?

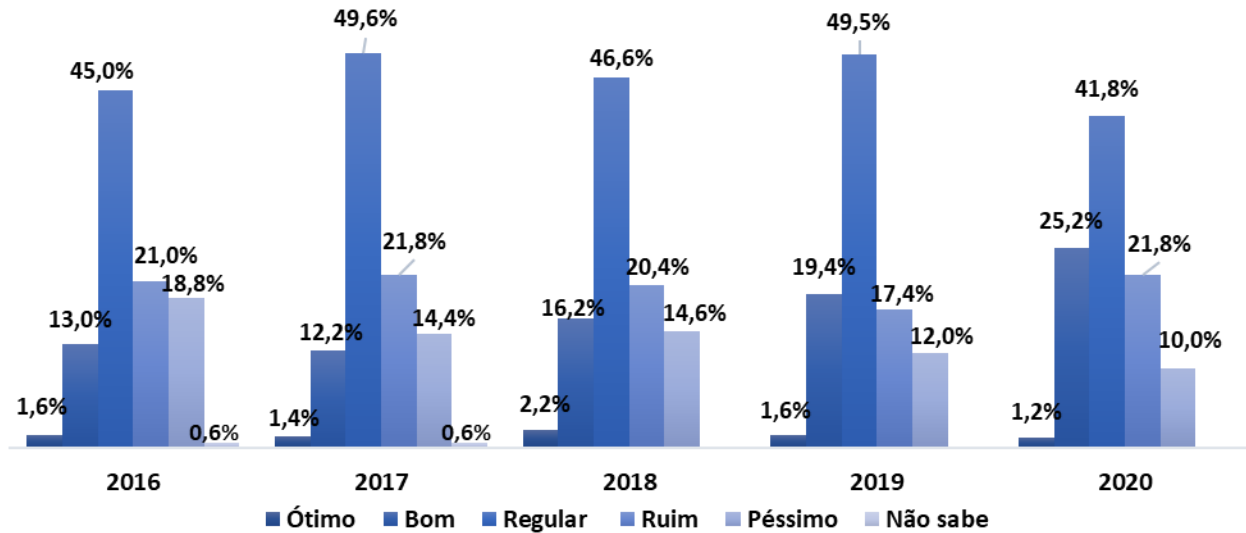
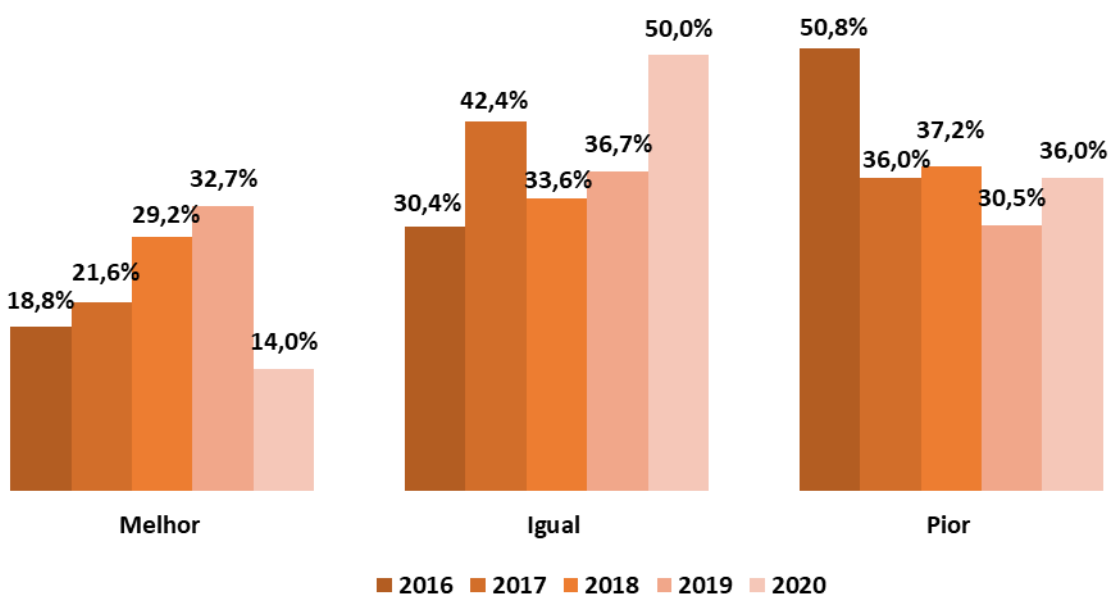


Gráfico 13 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação ao mesmo período do ano passado?



Cruzamentos pelo perfil dos consumidores

Tabela 6 – Intenção de presentear, em relação ao sexo dos entrevistados

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino
Sim	51,9%	61,0%
Não	48,1%	39,0%
Total Geral	100,0%	100,0%

Tabela 7 – 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	51,7%	63,2%	66,7%	46,2%	40,4%
Não	48,3%	36,8%	33,3%	53,8%	59,6%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

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

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior	Pós graduação
Sim	54,1%	56,9%	59,1%	44,7%
Não	45,9%	43,1%	40,9%	55,3%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 9 – 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	49,1%	64,3%	64,0%	63,3%	52,3%
Não	50,9%	35,7%	36,0%	36,7%	47,7%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 10 – Quanto pretende gastar, em relação sexo dos entrevistados

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino
Até R\$ 50,00	17,6%	12,5%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	30,9%	22,9%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	18,4%	26,4%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	9,6%	7,6%
Mais de R\$ 300,00	9,6%	19,4%
Não sabe	14,0%	11,1%
Total Geral	100,0%	100,0%
Gasto médio	R\$ 112,13	R\$ 140,45

Tabela 11 – 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	35,5%	13,5%	10,5%	11,5%	21,1%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	35,5%	29,7%	24,2%	26,2%	15,8%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	12,9%	21,6%	24,2%	23,0%	31,6%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	9,7%	6,8%	11,6%	8,2%	0,0%
Mais de R\$ 300,00	3,2%	12,2%	21,1%	13,1%	15,8%
Não sabe	3,2%	16,2%	8,4%	18,0%	15,8%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Gasto médio	R\$ 97,58	R\$ 114,86	R\$ 151,84	R\$ 119,67	R\$ 117,11

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

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior	Pós graduação
Até R\$ 50,00	24,2%	18,9%	9,6%	4,8%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	30,3%	26,2%	25,0%	33,3%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	24,2%	18,9%	24,0%	33,3%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	6,1%	12,3%	4,8%	9,5%
Mais de R\$ 300,00	3,0%	12,3%	20,2%	19,0%
Não sabe	12,1%	11,5%	16,3%	0,0%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Gasto médio	R\$ 95,45	R\$ 125,00	R\$ 132,21	R\$ 158,33

Tabela 13 – 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	30,1%	7,6%	6,3%	0,0%	5,9%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	35,9%	29,3%	12,5%	10,5%	14,7%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	15,5%	29,3%	21,9%	42,1%	14,7%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	4,9%	13,0%	12,5%	10,5%	2,9%
Mais de R\$ 300,00	2,9%	16,3%	34,4%	31,6%	17,6%
Não sabe	10,7%	4,3%	12,5%	5,3%	44,1%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Gasto médio	R\$ 86,17	R\$ 151,36	R\$ 179,69	R\$ 192,11	R\$ 96,32

**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
Irismar Alves
Daniela Lourena
João Soares
Jacqueline Aires
Ítalo da Silva
Pesquisadores