

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O
Dia das Crianças
2021 - MOSSORÓ



Sumário

1	Introdução	3
2	Aspectos Metodológicos.....	4
3	Descrição dos Resultados	5
	<i>Intenções de compras</i>	<i>5</i>
	<i>Perfil do comprador</i>	<i>5</i>
	<i>Produtos</i>	<i>5</i>
	<i>Presenteados.....</i>	<i>6</i>
	<i>Gastos</i>	<i>6</i>
	<i>Formas de pagamento</i>	<i>7</i>
	<i>Local e quando compra</i>	<i>7</i>
	<i>Comemoração</i>	<i>8</i>
	<i>Momento econômico</i>	<i>8</i>
4	Análise Gráfica	9
	<i>Intenções de compras</i>	<i>9</i>
	<i>Gastos com presentes</i>	<i>14</i>
	<i>Formas de pagamento</i>	<i>16</i>
	<i>Local e quando comprar</i>	<i>17</i>
	<i>Comemoração</i>	<i>20</i>
	<i>Momento econômico</i>	<i>22</i>

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 da Diretoria de Inovação e Competitividade (DICOM) 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 pela 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 destacarmos 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 03 e 15 de setembro de 2021. 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

Pesquisa realizada pela Fecomércio RN no município de Mossoró mostra que 51,6% dos consumidores da cidade pretendem fazer compras para presentear nesse Dia das Crianças, isso representa em torno de 95 mil pessoas que devam ir às compras nesta data, marcada para o domingo dia 12 de outubro. O nível verificado nesse ano foi 4,6 pontos percentuais menor do que o registrado em 2020, quando 56,2% tinha intenções de ir às compras durante esta data comemorativa.

Dentre os principais fatores para não ir às compras estão a falta de dinheiro (40,1%), poupar (17,8%), desemprego (8,3%), dívidas e contas em atraso (7,4%), motivos relacionados à pandemia (3,3%); além de outros.

Perfil do comprador

O público masculino é o que apresenta o maior percentual de intenção de compras (54,9%), contra 48,7% das mulheres. A opção por comprar também é maior para as faixas de idade de 25 a 34 anos (59,5%) e 35 a 44 anos (54,2%). 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 (44,7%). Já para a população com renda familiar acima de 10 salários, a pesquisa aponta que 73,3% tem intenção de comprar presentes no período.

Produtos

Os resultados da pesquisa obtidos no município de Mossoró não diferem muito daqueles que foram registrados em Natal. De acordo com o levantamento, as categorias que terão mais demanda por presentes serão brinquedos (alcançou um índice de 51,2%), vestuários (30,6%), calçados (8,5%), jogos educativos (5,8%), artigos esportivos (3,9%), itens de perfumaria (3,5%), livros (2,3%), além de eletrônicos (2,3%).

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Dentre os fatores decisivos para a compra do presente de Dia das Crianças, as ofertas e promoções são a preferência de 64,5% dos que responderam à pesquisa, seguido da marca do produto (14,5%), formas de pagamento (5,1%), localização da loja (3,9%), brindes (3,9%) e indicação de amigos (3,1%).

Presenteados

Entre os entrevistados, 61,2% declararam intenção de presentear seus próprios filhos, 28,7% os sobrinhos, 15,1% netos, 5,8% afilhados e 4,3% os irmãos. Além disso, a pesquisa revela que 48,4% deve comprar um único presente para o Dia das Crianças deste ano. Entretanto, 28,9% dos entrevistados pretendem comprar dois presentes e 22,7%, três ou mais itens para presentear.

Gastos

Com relação ao valor pretendido para a compra do presente, a pesquisa revela que 52,1% dos participantes devem consumir até R\$ 100,00 em compras e 24,3% entre R\$ 101,00 a R\$ 200,00. Um índice de 7,7% dos entrevistados disse que vão gastar entre R\$ 201,00 a R\$ 300,00, acima dos 4,2% dos que afirmaram que vão consumir mais de R\$ 300,00.

Em Mossoró, o ticket médio pretendido para a compra do presente será de R\$ 104,44. O valor é 17,6% menor do que o verificado no Dia das Crianças de 2020, quando o ticket médio para este tipo de consumo ficou em R\$ 126,70. No ano passado, a movimentação no comércio da cidade girou em torno de R\$ 13 milhões, enquanto este ano a estimativa é que circule algo próximo dos R\$ 10 milhões.

Os homens estão mais dispostos a gastar, em média R\$ 118,22, enquanto as mulheres estão mais cautelosas, em média R\$ 90,77. Os consumidores de 45 a 65 anos estão entre os mais interessados a gastar (R\$ 115,42 em média), enquanto os de 18 a 24 anos vão desembolsar um valor menor, em média R\$ 96,67. Já os com renda familiar acima de 10 salários, a média de gasto é de R\$ 135,42, ao passo que reduz para R\$ 89,03 entre aqueles com renda de até 2 salários.

Formas de pagamento

A maior parte dos consumidores dos mossoroenses vão comprar a prazo no cartão de crédito, 55,4% disseram que comprarão utilizando esta modalidade. 34,5% relataram que o pagamento será à vista no dinheiro e 10,1% declararam que pagarão os presentes no cartão de débito.

Local e quando compra

Do total de consumidores mossoroenses que pretende presentear, as compras em lojas do comércio de rua correspondem a 55,7%. A outra parte pretende comprar no shopping (27,5%) e 10,2% tendem a comprar pela internet.

A pesquisa também detectou os fatores que mais influenciam na escolha do local de compra dos presentes: 38% vão optar por locais que ofereçam os melhores preços, 21,3% por locais que ofereçam variedade de produtos, 14,3% por lugares que as crianças escolherem e 10,5% darão preferência a lojas que ofereçam qualidade dos produtos.

Ainda com relação ao local de compra, cerca de 1 em cada 4 (exatos 26%) relatou que comprarão nas mesmas lojas que adquiriram os presentes no ano passado, à medida que 74% buscarão os itens em estabelecimentos diferentes dos comprados em 2020.

A ampla maioria dos entrevistados (71,1%) afirma que pretende fazer as compras na semana que antecede a data comemorativa. 20,3% diz que fará as compras quinze dias antes e 7,4% já compraram o presente; outros 1,2% deixarão para depois da data.

Perguntados se pretendem fazer pesquisa de preço antes de irem às compras, a maioria dos entrevistados (67,6%) afirmou que sim. E 78,6% dos consumidores disseram que as crianças não irão acompanhá-los durante a compra dos presentes.

Sobre os preços dos produtos, 82,3% dos mossoroenses disseram que estarão mais caros este ano em comparação com 2020; 15,3% disseram que estarão iguais; e apenas 2,2% acham que estarão mais baratos.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Comemoração

Sobre as comemorações do Dia das Crianças deste ano, cerca de 2 em cada 10 (17,2%) disseram que vão realizar algum passeio com os pequenos para celebrar a data. Apesar disso, a grande maioria (82,8%) revelou que não vai realizar nenhuma atividade com as crianças durante a data comemorativa.

Entre os que vão passear com as crianças, 55,7% relataram que pretendem gastar até R\$ 100,00 no passeio, sendo que a casa de parentes e amigos serão o lugar preferido por 33,7% deles, seguido pelos shoppings (23,3%), praia/lagoa (15,1%), clube/parque (15,1%), viagem (9,3%) e cinema (3,5%).

No que diz respeito às características do local do passeio, 38,2% levarão em conta diversão e lazer do local; 24,7% vão considerar o preço; 23,6% vão analisar a conveniência para familiares comparecerem; 7,9% vão levar em conta o desejo do filho e 3,4% o atendimento do local.

Momento econômico

Quanto à percepção dos consumidores mossoroenses em relação ao atual momento para compra de produtos, 20% consideram que o momento é ótimo ou bom para compra de produtos; 37% afirmam que o momento é apenas regular e 43% avaliam a situação como ruim ou péssima para aquisição de itens. No ano passado, 26,4% consideravam o momento ótimo ou bom para compra de produtos; 41,8% regular; e 31,8% como ruim ou péssimo.

O cenário econômico interfere na percepção das famílias: com relação ao ano passado, 55,6% apontam que a situação financeira permanece igual, 32% declararam estar pior do que o ano passado e apenas 12,4% disseram que melhoraram. Na pesquisa de 2020, 50% diziam que estavam em situação financeira igual; 36% pior; e 14% 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?

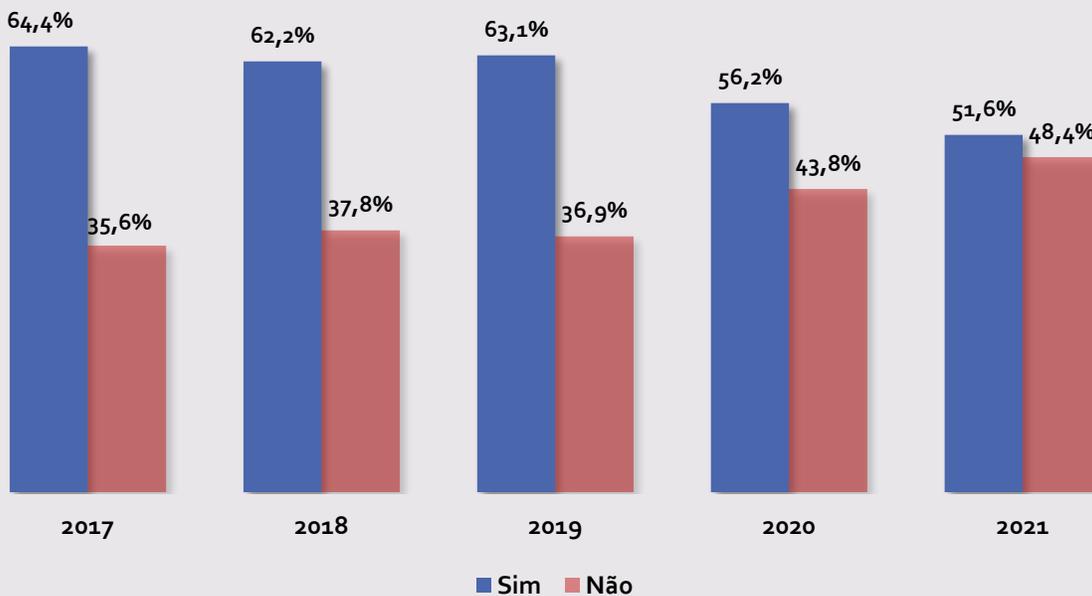


Gráfico 2 – Se não, por qual motivo não vai presentear?

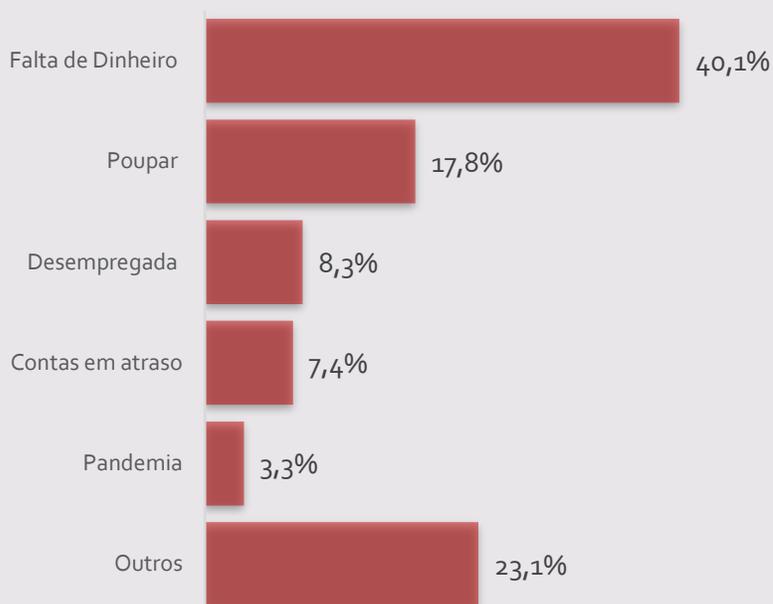


Gráfico 3 – Intenção de presentear na data.

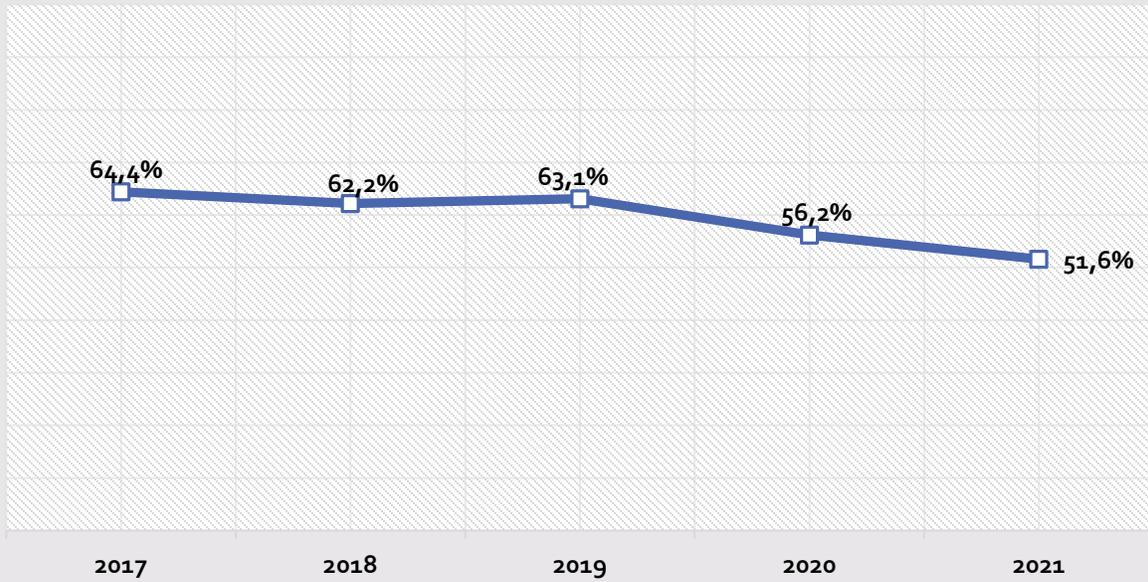
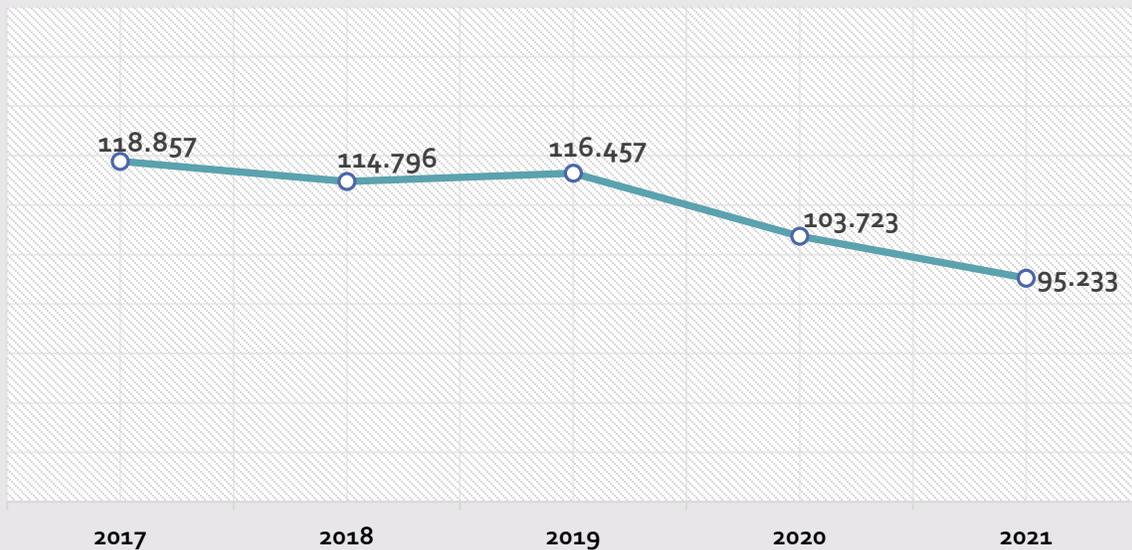


Gráfico 4 – Estimativa de pessoas que vão às compras.



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

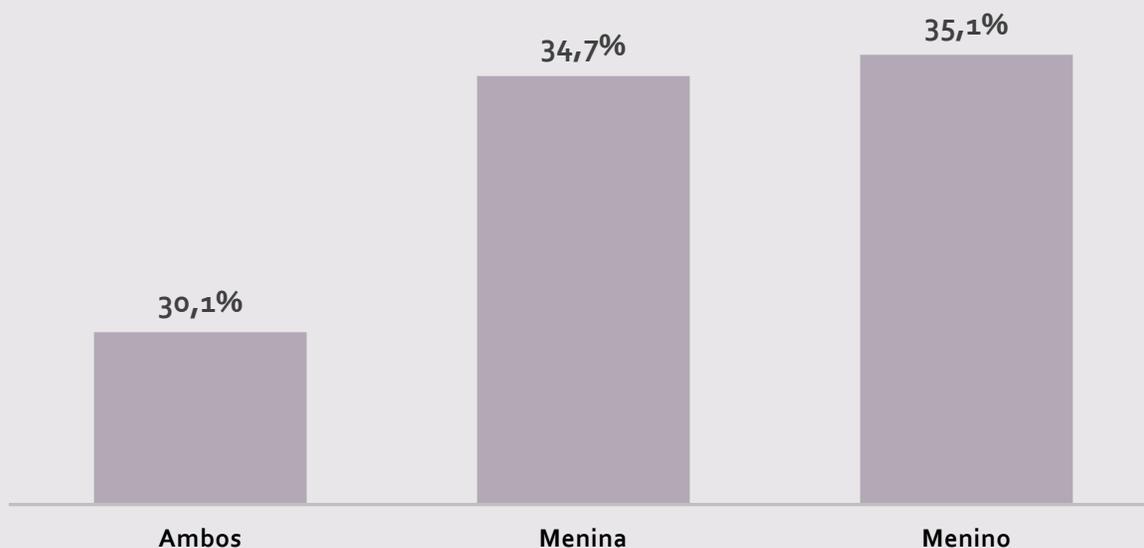
Tabela 1 – Pretensão de compras por Gênero e faixa etária.

Rótulos de Linha	Gênero		Faixa Etária				
	Feminino	Masculino	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	45 a 65 anos	Acima de 65 anos
Sim	48,7%	54,9%	35,0%	59,5%	54,2%	48,0%	27,3%
Não	51,3%	45,1%	65,0%	40,5%	45,8%	52,0%	72,7%

Tabela 2 – Pretensão de compras por escolaridade e renda familiar.

Rótulos de Linha	Escolaridade			Renda Familiar				Não respondeu
	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior ou mais	Até 2 salários	De 2 a 5 salários	De 5 a 10 salário	Acima de 10 salários	
Sim	35,4%	50,8%	56,6%	44,7%	61,8%	64,3%	73,3%	37,3%
Não	64,6%	49,2%	43,4%	55,3%	38,2%	35,7%	26,7%	62,7%

Gráfico 5 – Qual o sexo da criança presenteada?



**Tabela 3 – Quem o (a) sr. (a) pretende presentear nesta data?
(Múltipla resposta)**

Rótulos de linha	2017	2018	2019	2020	2021
Filho(a)	51,9%	51,1%	50,0%	46,3%	61,2%
Sobrinho(a)	30,4%	29,6%	32,3%	32,7%	28,7%
Neto	9,9%	9,6%	13,9%	16,0%	15,1%
Afilhado(a)	7,1%	9,0%	12,3%	10,0%	5,8%
Crianças Carentes	3,7%	4,8%	5,4%	3,2%	4,3%
Irmão(a)	1,6%	1,3%	0,6%	2,1%	0,8%
Enteado	6,4%	10,9%	5,3%	7,7%	5,8%
Outros	1,2%	2,4%	3,2%	1,5%	2,4%

Gráfico 6 – Quantos presentes o senhor (a) pretende comprar?

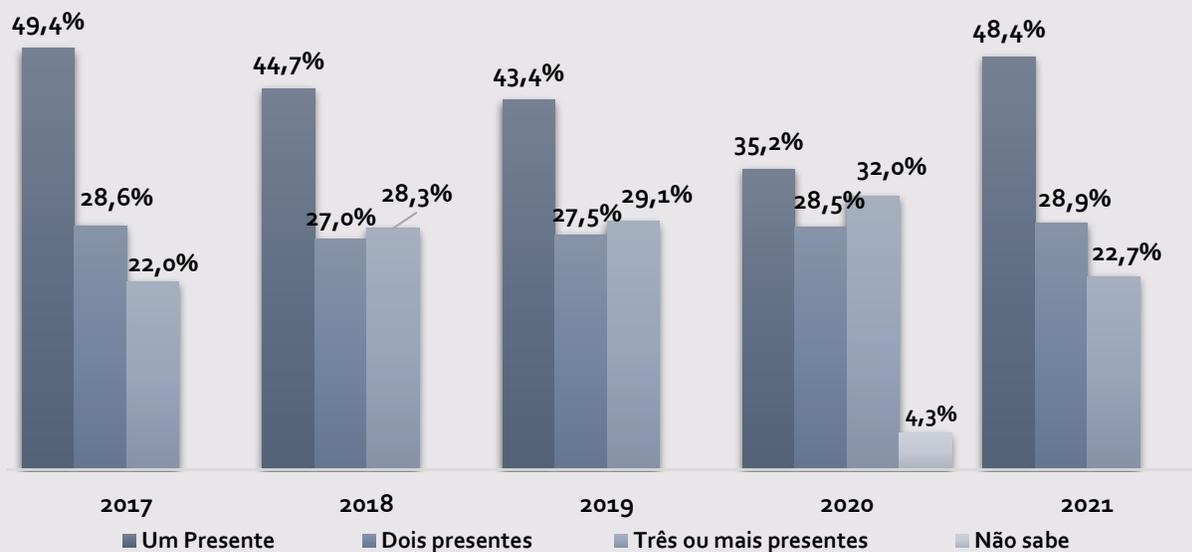


Gráfico 7 – Que tipo de produto (s) o (a) sr. (a) está interessado em presentear no Dia das Crianças? (Múltipla resposta)

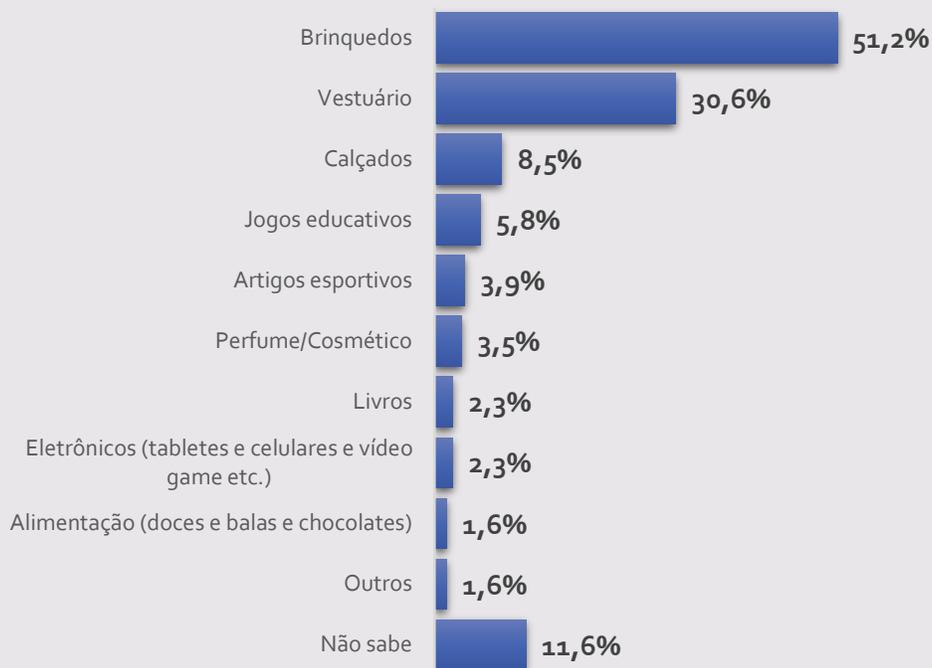
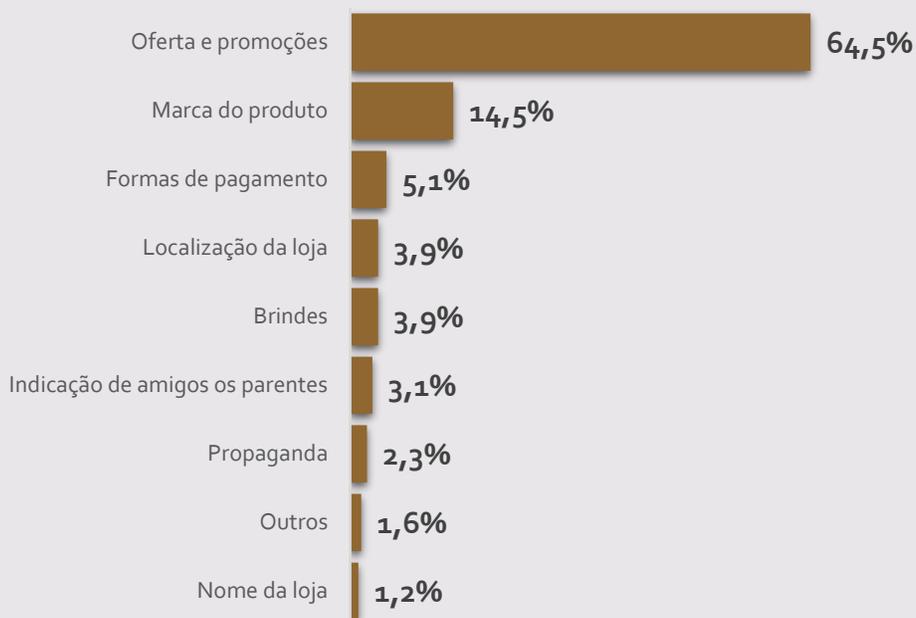


Gráfico 8 – Qual os fatores vão determinar a escolha do presente?



Gastos com presentes

Gráfico 9 – Quanto pretende investir na compra desse (s) presente (s)?

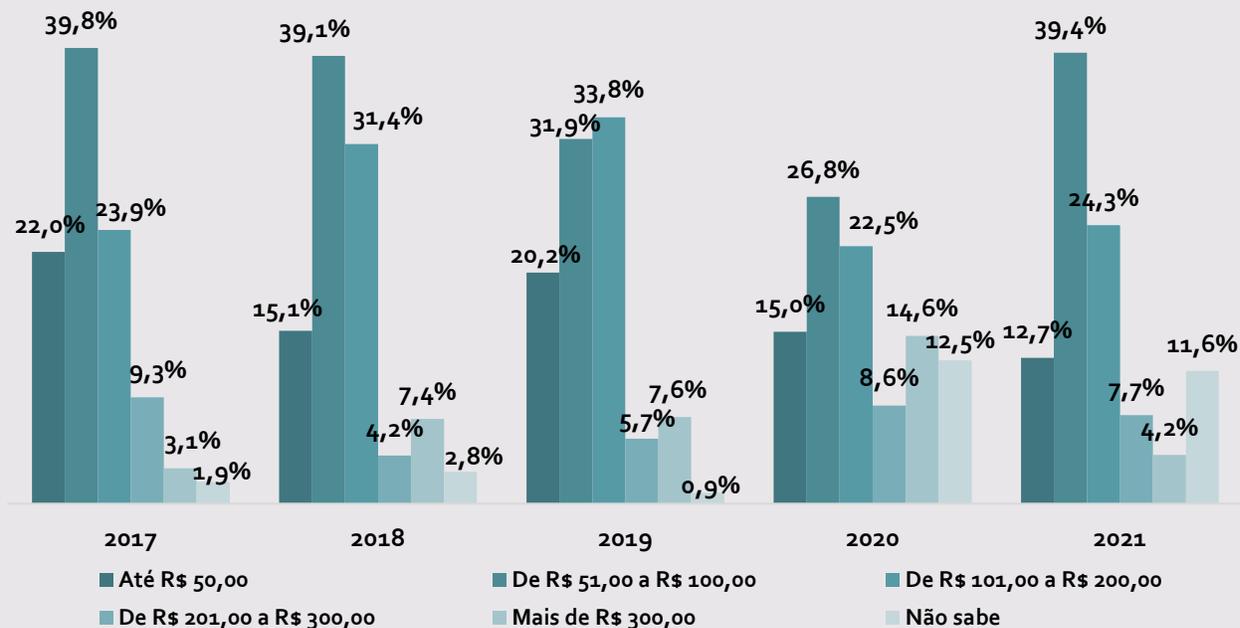
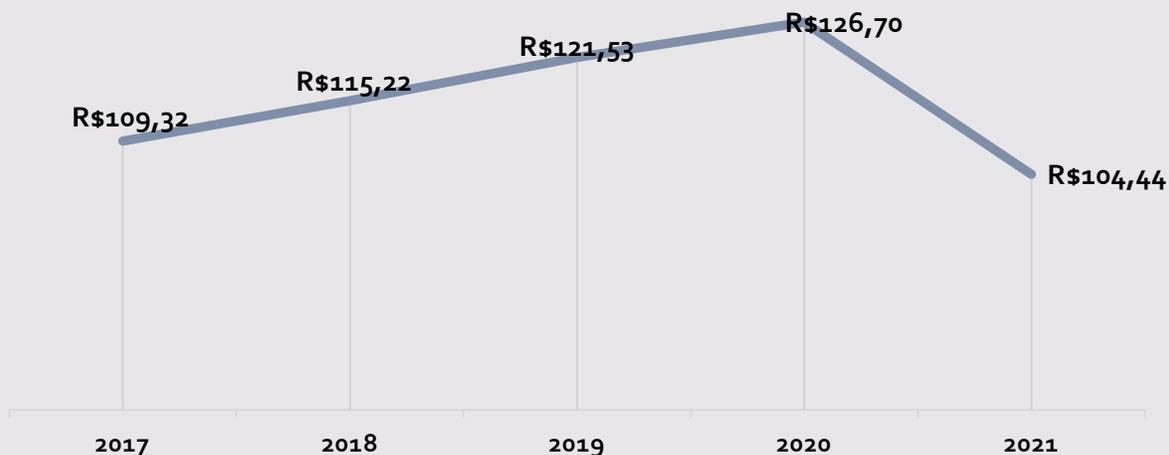


Gráfico 10 – Gasto médio anual.



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 4 – Gasto médio por gênero e faixa etária.

Rótulos de Linha	Gênero		Faixa Etária				
	Feminino	Masculino	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	45 a 65 anos	Acima de 65 anos
Até R\$ 50	19,2%	6,2%	20,0%	13,7%	6,0%	15,0%	50,0%
Entre R\$ 51 e R\$ 100	35,4%	43,4%	40,0%	49,5%	33,7%	35,0%	0,0%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	23,1%	25,6%	26,7%	21,1%	30,1%	21,7%	16,7%
Entre R\$ 201 e R\$ 300	6,2%	9,3%	6,7%	3,2%	10,8%	11,7%	0,0%
Mais de R\$ 300	1,5%	7,0%	0,0%	2,1%	4,8%	6,7%	16,7%
Não sabe/Não respondeu	14,6%	8,5%	6,7%	10,5%	14,5%	10,0%	16,7%
Média R\$	R\$ 90,77	R\$ 118,22	R\$ 96,67	R\$ 89,74	R\$ 115,06	R\$ 115,42	R\$ 100,00

Tabela 5 – Gasto médio por escolaridade e renda familiar.

Rótulos de Linha	Escolaridade			Renda Familiar				
	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior ou mais	Até 2 salários	De 2 a 5 salários	De 5 a 10 salário	Acima de 10 salários	Não respondeu
Até R\$ 50	29,4%	10,8%	12,5%	21,4%	7,5%	5,6%	0,0%	12,0%
Entre R\$ 51 e R\$ 100	35,3%	45,4%	33,0%	43,9%	42,5%	22,2%	8,3%	36,0%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	11,8%	21,5%	29,5%	19,4%	26,4%	22,2%	41,7%	28,0%
Entre R\$ 201 e R\$ 300	11,8%	7,7%	7,1%	4,1%	11,3%	5,6%	16,7%	4,0%
Mais de R\$ 300	11,8%	2,3%	5,4%	2,0%	3,8%	11,1%	8,3%	8,0%
Não sabe/Não respondeu	0,0%	12,3%	12,5%	9,2%	8,5%	33,3%	25,0%	12,0%
Média R\$	R\$ 123,53	R\$ 97,88	R\$ 109,15	R\$ 89,03	R\$ 114,86	R\$ 100,00	R\$ 135,42	R\$ 109,00

Gráfico 11 – Estimativa de movimentação econômica.



Formas de pagamento

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

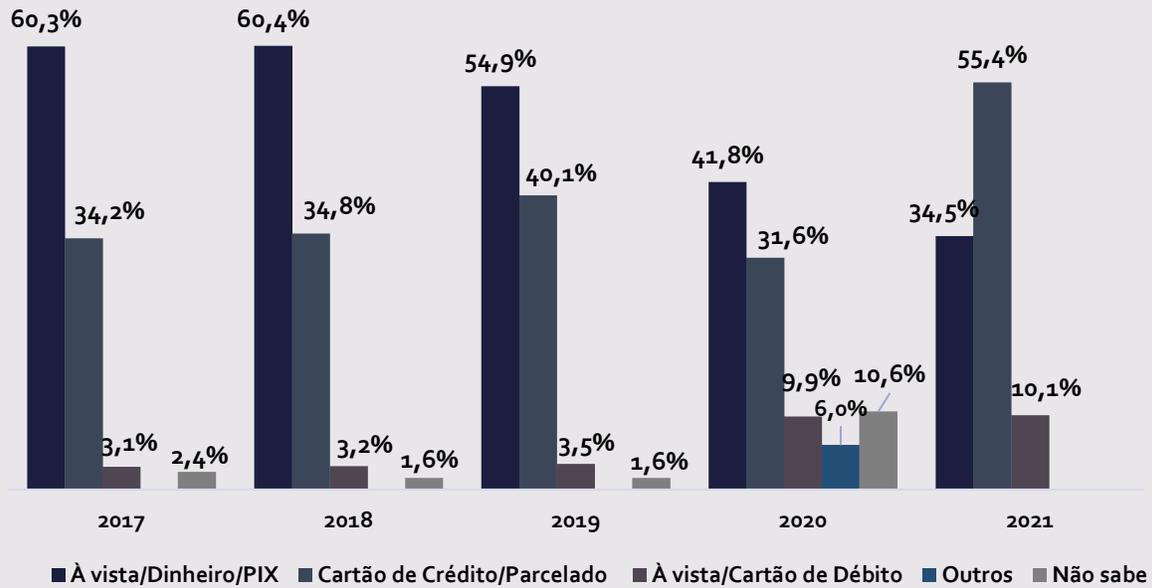
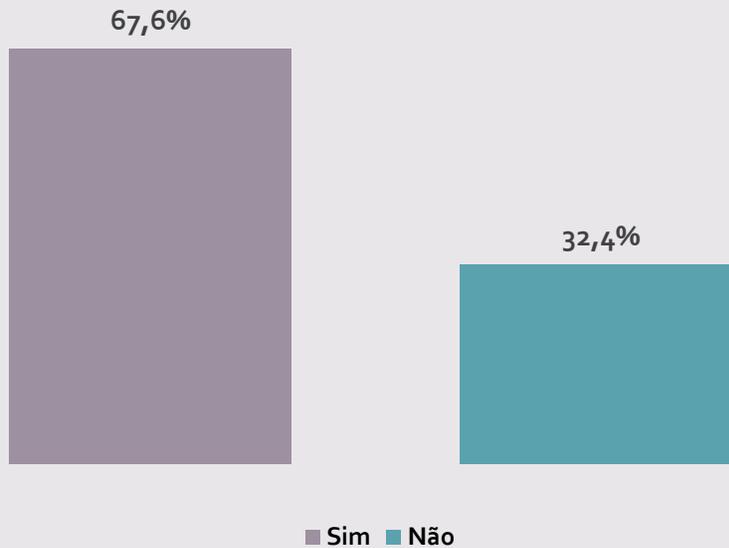


Gráfico 13 – Como você que estará os preços dos produtos durante esta data comemorativa?



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 14 – Irá fazer pesquisa de preço?



Local e quando comprar

Gráfico 15 – Quando comprará o (s) presente (s)?

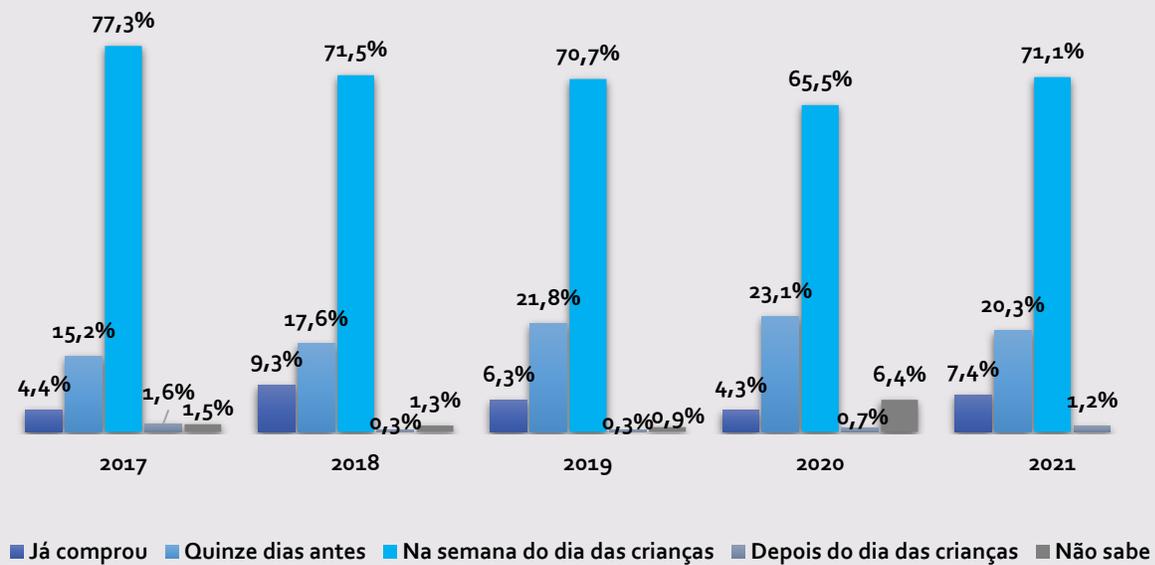


Gráfico 16 – Comparará nas mesmas lojas que comprou ano passado?

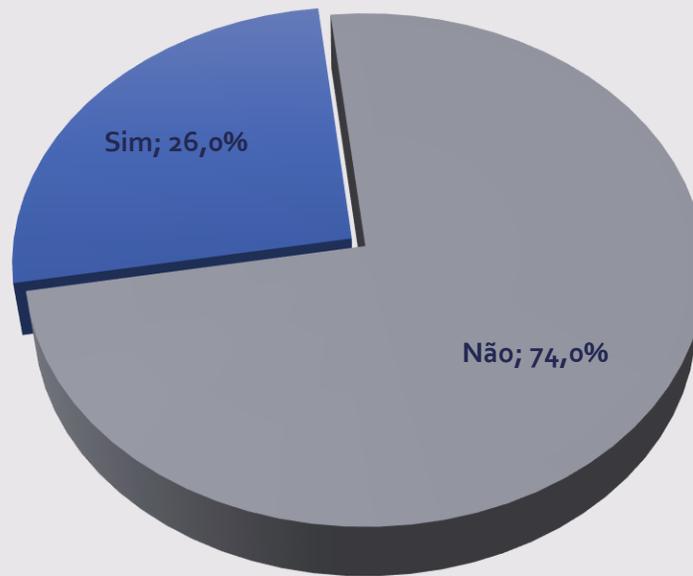


Gráfico 17 – Onde o (a) sr. (a) comprará o presente?

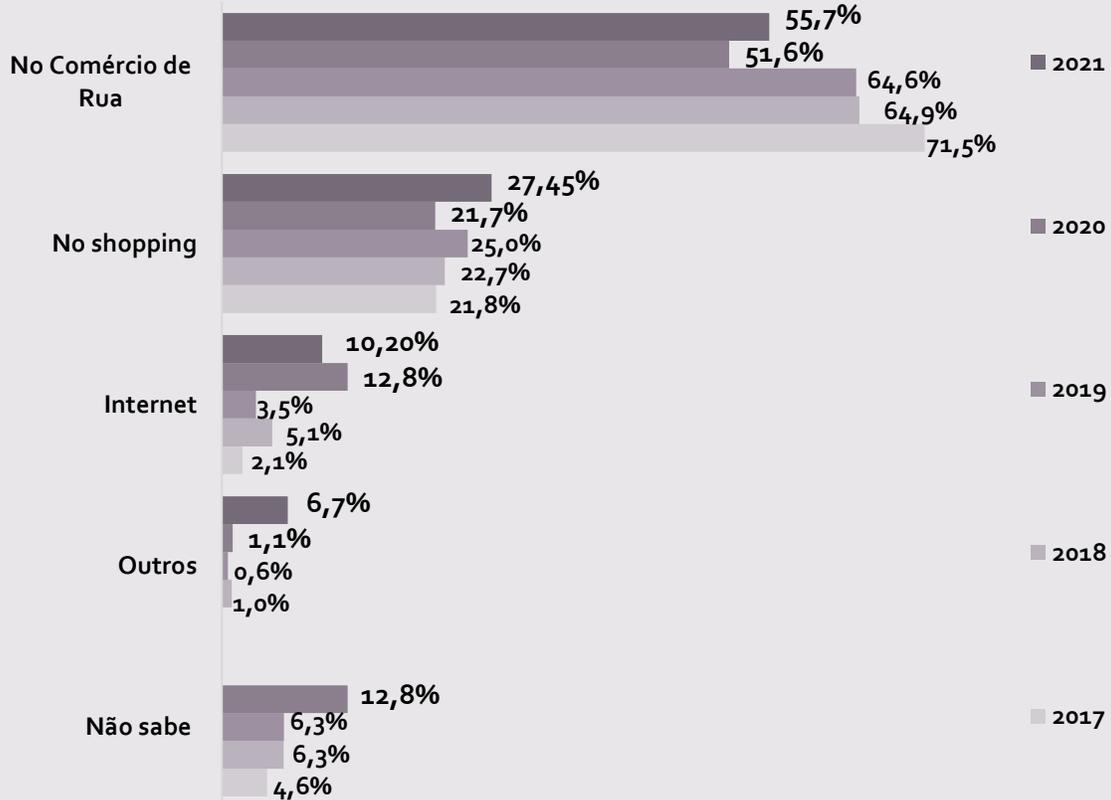


Gráfico 18 – As crianças irão lhe acompanhar durante a compra do presente?

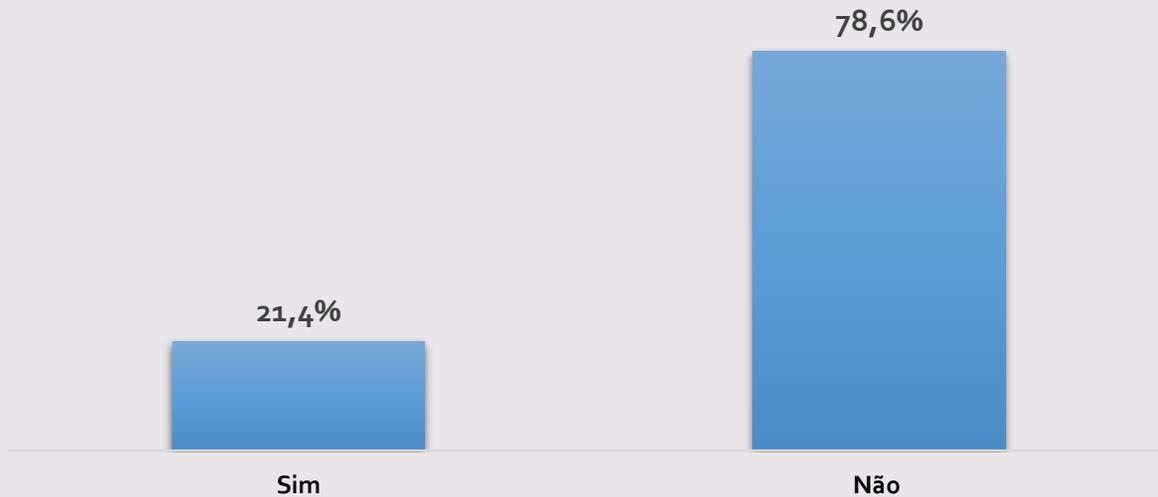
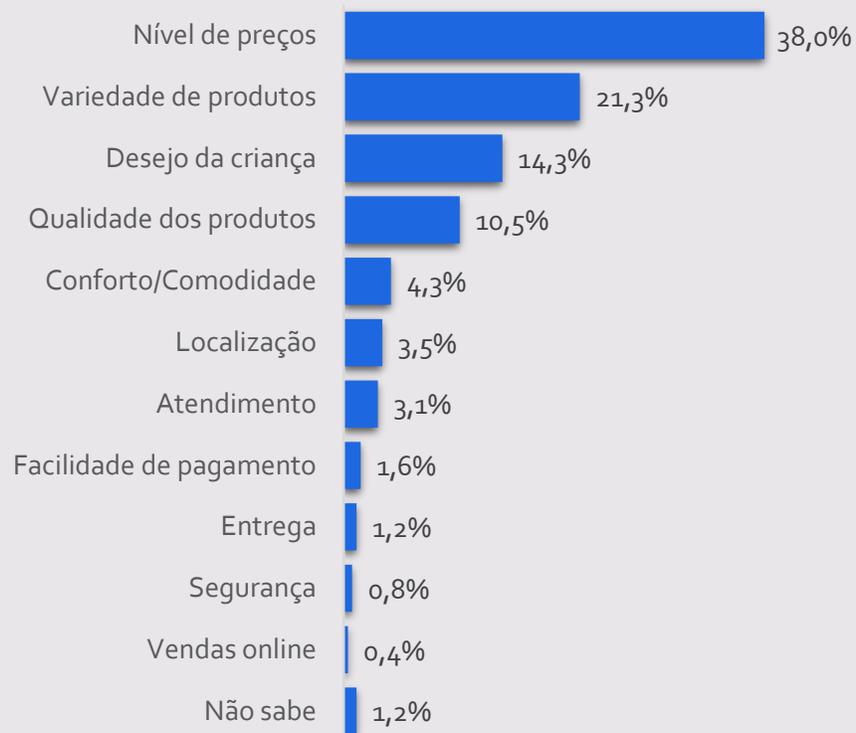


Gráfico 19 – Qual a determinante para a escolha do local de compra?



Comemoração

Gráfico 20 – O (a) sr. (a) vai levar seu filho a algum passeio?

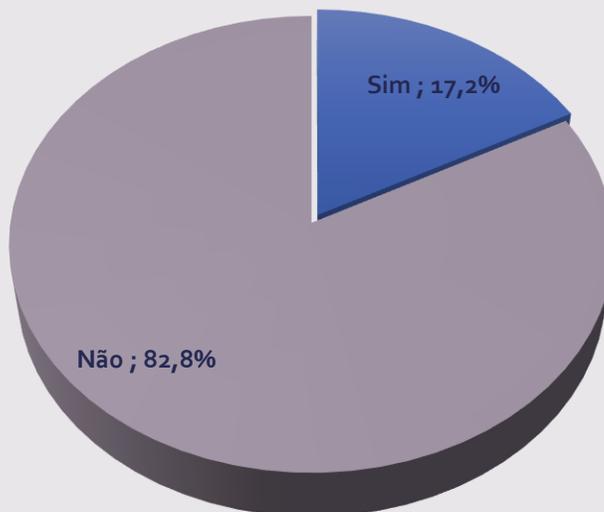


Gráfico 21 – Quanto pretende gastar nesse passeio?

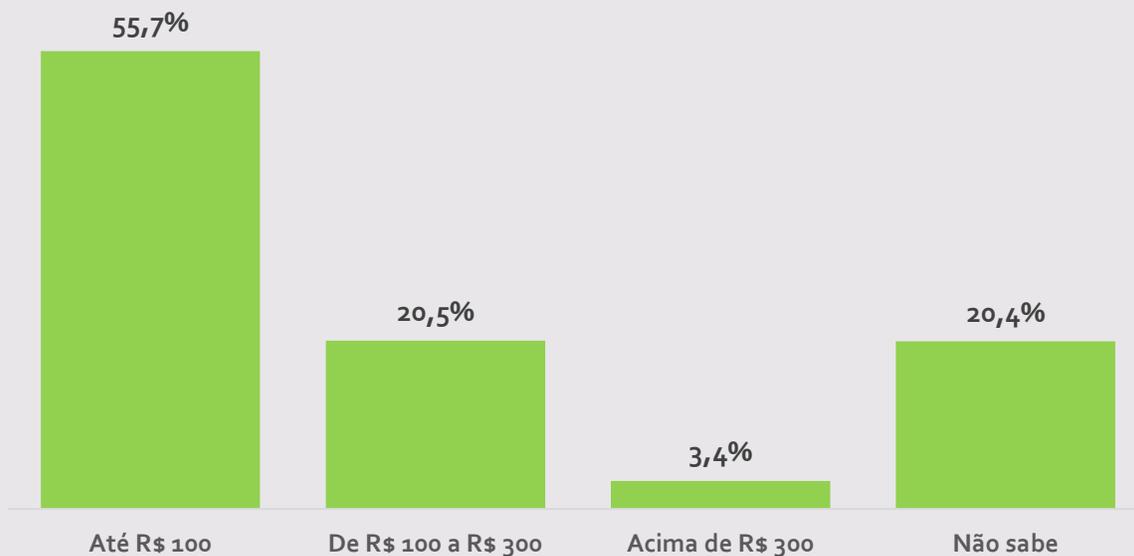


Gráfico 22 – O que é determinante para a escolha do local?

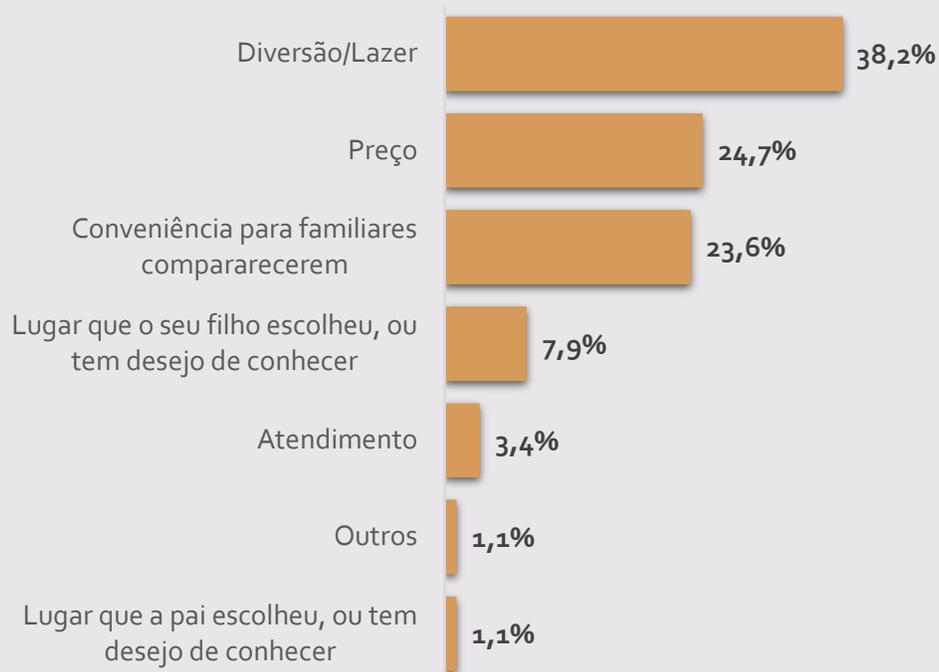
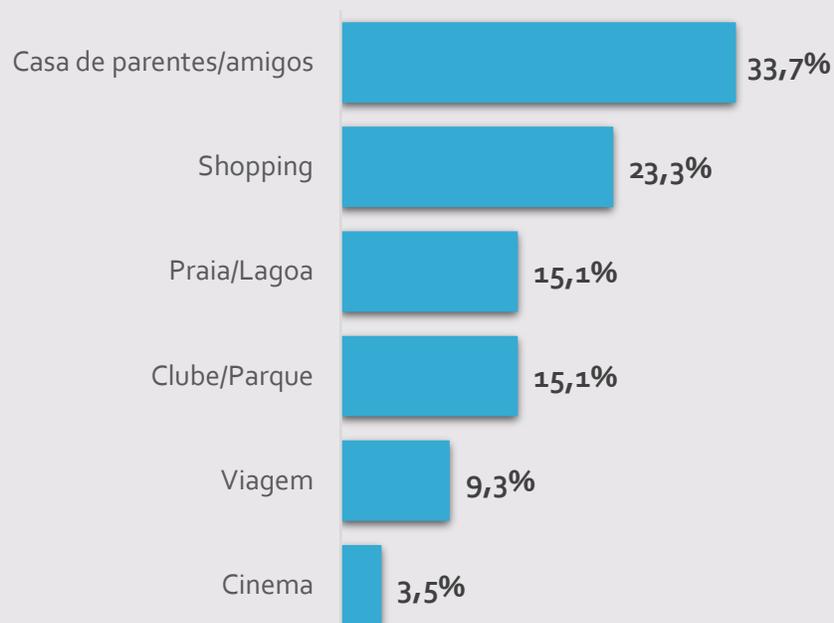


Gráfico 23 – Onde pretendem comemorar?



Momento econômico

Gráfico 24 – Como você classificaria o atual momento para a compra de produtos?



Gráfico 25 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação ao mesmo período do ano passado?

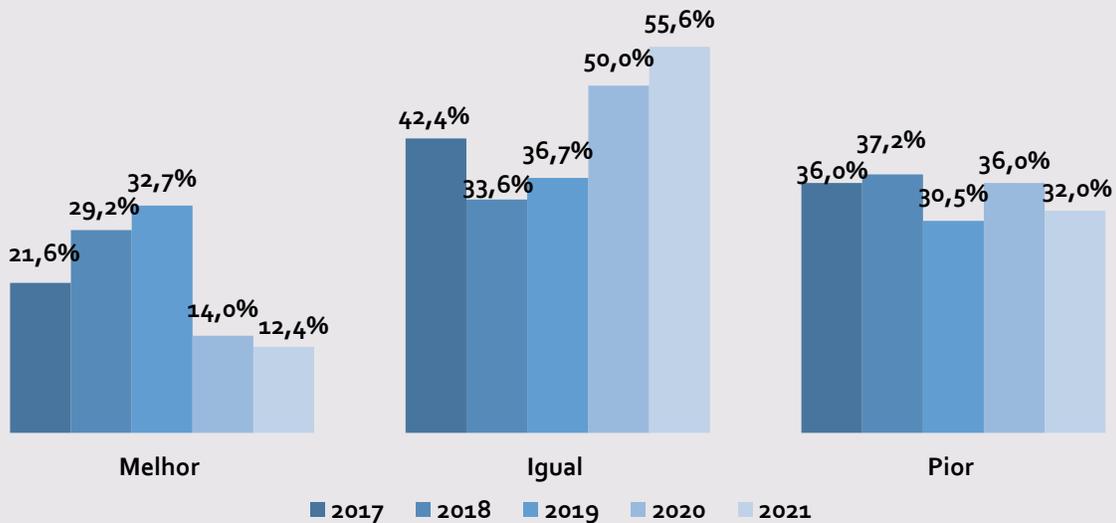
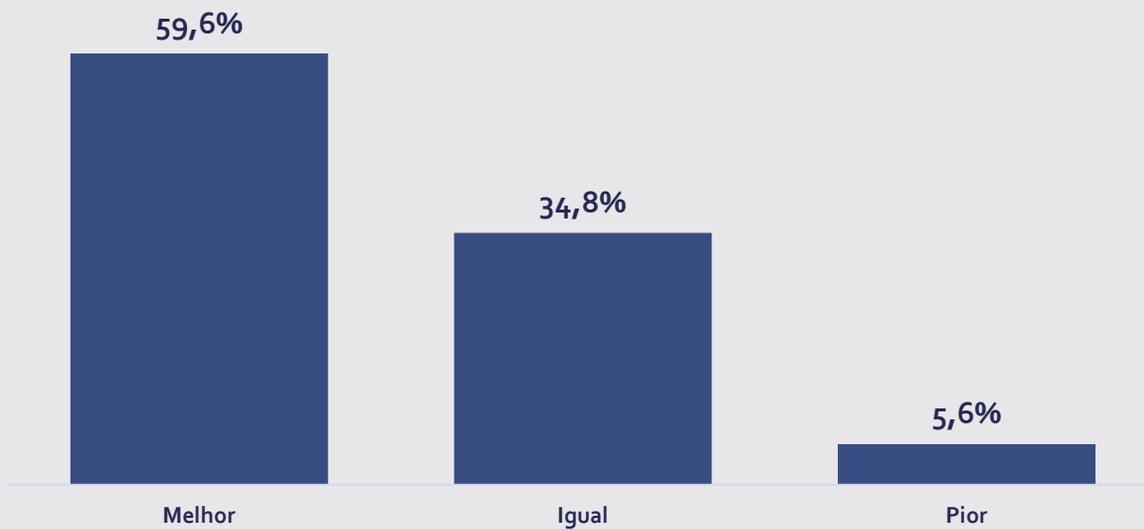


Gráfico 26 – Pensando na situação atual, e olhando para o futuro, como você que daqui a um ano estará financeiramente sua família?



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

PRESIDENTE DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO RIO GRANDE DO NORTE

Marcelo Fernandes de Queiroz

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN

Luciano Kleiber

Diretor

Lívia Aires

Assessora Técnica

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMÉRCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Lidiane Silva

Amanda Souza

Anna Thereza

Julio Cezar

Celmo Hudson

João Soares

Larissa Santiago

Luiz Eduardo

Maria Glória

Jacqueline Aires

Maria Clara

Pesquisadores