

INTENÇÃO DE COMPRAS

PESQUISA DE

Dia Das CRIANÇAS

MOSSORÓ



SETEMBRO DE 2022

Sumário

1	Introdução.....	3
2	Aspectos Metodológicos.....	4
3	Descrição dos Resultados.....	5
	<i>Intenções de compras</i>	<i>5</i>
	<i>Produtos</i>	<i>5</i>
	<i>Presenteados.....</i>	<i>5</i>
	<i>Gastos</i>	<i>6</i>
	<i>Formas de pagamento</i>	<i>6</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	11
	<i>Intenções de compras</i>	<i>11</i>
	<i>Presenteados.....</i>	<i>13</i>
	<i>Produtos</i>	<i>14</i>
	<i>Gastos com presentes</i>	<i>15</i>
	<i>Formas de pagamento</i>	<i>17</i>
	<i>Local e quando comprar</i>	<i>19</i>
	<i>Comemoração</i>	<i>21</i>
	<i>Momento econômico</i>	<i>23</i>

1 Introdução

No dia 12 de outubro é comemorado o Dia das Crianças, uma das datas mais importantes para o comércio, capaz de gerar expectativas para o fluxo de vendas do período natalino. 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 (Fecomércio RN) serve de termômetro para o mercado varejista potiguar e revela como o consumidor deve se comportar nos dias que antecedem a data. Dessa forma, a pesquisa permitirá aos analistas de mercado, comerciantes, empreendedores e aos meios de comunicação social explorar as tendências do mercado, bem como, será 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 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 02 e 12 de setembro de 2022. 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 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 Mossoró foram entrevistadas 500 pessoas, distribuídas entre os moradores do município. Os resultados desta pesquisa estão sujeitos a um erro máximo permissível de cerca de 4 pontos percentuais 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 de intenção de consumo para o Dia das Crianças 2022 realizada em Mossoró mostra que quase metade (49,4%) dos consumidores vão às compras nesta data comemorativa. O índice é 2,2 pontos percentuais menor do que o registrado em 2021 (51,6%).

Para os 50,6% que responderam que não vão presentear na data, os principais fatores relatados são: não comemora a data ou não tem quem presentear (56,9%); falta de dinheiro (33,3%); desemprego (9,4%); poupar (7,1%); dívidas e contas em atraso (6,3%); além de outros.

Produtos

Conforme os resultados da pesquisa de Mossoró, as categorias que terão mais demanda por presentes nesta data comemorativa serão brinquedos, com 57,8% das intenções (aumento de 6,6 pontos percentuais em relação a 2021); seguido por itens de vestuário, com 33,3% (crescimento de 2,7 pontos percentuais); calçados, com 6,8% das pretensões (queda de 1,7 ponto percentual); eletrônicos, com 4,4% (elevação de 2,1 pontos percentuais); jogos educativos, com 2,8% (redução de 3 pontos percentuais); artigos esportivos, com 2,8% (baixa de 1,1 ponto percentual), livros, com 1,2% (redução de 1,1 ponto percentual); e itens de perfumaria, com 0,4% (diminuição de 3,1 pontos percentuais).

Os fatores decisivos para aquisição dos presentes serão ofertas e promoções, citados por 52% dos que vão às compras, seguido da marca do produto (12,8%); localização da loja (8%); brindes (4,8%); formas de pagamento (4,4%); e indicação de amigos (2,8%).

Presenteados

Sobre os presenteados, 57% declararam intenção de presentear seus próprios filhos; 24,1% os sobrinhos; 20,9% os netos; 6% os afilhados; 1,2% os irmãos, entre outros (4,1%).

A pesquisa destaca que 49,2% devem comprar um único presente para o Dia das Crianças deste ano. Todavia, 26,8% pretendem comprar dois presentes e 24% três ou mais itens para presentear.

Gastos

Os dados mostram que 37,9% dos consumidores mossoroenses devem consumir até R\$ 100,00 em compras e 27,9% entre R\$ 101,00 a R\$ 200,00. Um índice de 9,6% dos entrevistados disse que vai gastar entre R\$ 201,00 a R\$ 300,00, outros 10% afirmaram que vão consumir mais de R\$ 300,00.

No município, entre os que vão às compras, o ticket médio para o presente será de R\$ 121,41. O valor é nominalmente 16,3% maior do que o verificado na pesquisa do Dia das Crianças de 2021, quando o ticket médio calculado para este tipo de consumo ficou em R\$ 104,44.

A disposição para os gastos no Dia das Crianças é maior entre os homens (em média, R\$ 134,63). Já as mulheres devem desembolsar, em média, R\$ 108,91. Os consumidores de 45 a 65 anos estão entre os mais interessados a gastar (R\$ 129,58 em média), à medida que os de 18 a 24 anos vão desembolsar um valor menor (em média, R\$ 88,33). Já entre os com renda familiar acima de 10 salários mínimos, a média de gasto é de R\$ 188,64, ao passo que reduz para R\$ 101,09, entre aqueles com renda de até 2 salários mínimos.

Formas de pagamento

No que diz respeito à forma de pagamento, a maior parcela dos consumidores mossoroenses pretende comprar a prazo os presentes do dia das crianças deste ano (56%), aumento de 0,6 ponto percentual em comparação com 2021. Outros 44% relataram que o pagamento das compras para esta data comemorativa será à vista, redução de 0,6 ponto percentual em relação ao ano passado.

Ainda no contexto da forma de pagamento, observou-se que os consumidores que compram a prazo tendem a gastar, em média, 20% a mais em relação aos que compram à vista. Em Mossoró, o consumidor que vai comprar o presente do Dia das Crianças à vista deverá desembolsar, em média, R\$ 109,32 por presente, enquanto os consumidores que comprarão a prazo deverão gastar algo em torno de R\$ 131,79 por item.

Local e quando compra

O estudo mostra ainda que 55% dos consumidores mossoroenses pretendem realizar as compras em lojas do comércio de rua. A outra parcela pretende comprar no shopping (30,5%, aumento de 3 pontos percentuais em relação a 2021) e 9,6% tendem a comprar pela internet, variação negativa de 0,6 ponto percentual no comparativo com o ano passado.

Os fatores mais influentes para escolha do local de compra dos presentes do dia das crianças são nível de preços (38,8%); variedade de produtos (24,4%); desejo da criança (12%); qualidade dos produtos (7,6%); conforto e comodidade (4,8%); localização (4,4%) e atendimento (3,2%).

Ainda com relação ao local de compra, 27,8% relataram que comprarão nas mesmas lojas que adquiriram os presentes no ano passado, à medida que 72,2% informaram que buscarão os itens em estabelecimentos diferentes dos comprados em 2021.

A grande maioria dos mossoroenses (81,2%) afirma que pretende fazer as compras na semana que antecede a data comemorativa. 16,8% diz que fará as compras quinze dias antes e apenas 1,6% já compraram o presente. Outros 0,4% deixarão para depois da data.

Perguntados se pretendem fazer pesquisa de preço antes de irem às compras, 77,5% afirmaram que sim, índice 9,9 pontos percentuais maior do que o registrado em 2021.

Sobre a presença das crianças no ato da compra, aproximadamente 1 em 4 (23,7%) disseram que as crianças irão acompanhá-los durante a aquisição dos presentes. Por outro lado, 76,3% informaram que não levarão os pequenos para as compras dos itens, porque pode encarecer o valor dos presentes.

No tocante aos preços dos produtos, 76,3% dos mossoroenses disseram que estarão mais caros este ano em comparação com 2021. Apesar do alto índice, houve redução de 6 pontos percentuais desse sentimento em comparação com a pesquisa do ano passado quando 82,3% consideravam os preços mais caros.

Comemoração

Em referência às comemorações do Dia das Crianças deste ano, quase 2 em cada 10 (19,2%) disseram que vão realizar algum passeio com os pequenos para celebrar a data, aumento de 2 pontos percentuais em comparativo ao ano passado. Entretanto, a maior parcela (80,8%) revelou que não vai passear 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. O gasto médio estimado é de R\$ 102,10, em passeios nos shoppings (25,8%); praia/lagoa (21,6%); clube/parque (18,6%); casa de parentes (8,2%) e restaurantes (8,2%) os locais preferidos para passeio.

Tendo como principais características diversão e lazer (68,4%), lugar que o filho escolher (10,2%), conveniência para familiares comparecerem (9,2%) e preço (6,1%).

Momento econômico

No que diz respeito à percepção dos consumidores mossoroenses em relação ao atual momento para compra de produtos, 23,2% consideram o momento ótimo ou bom para a compra de produtos; 49,6% afirmam que o momento é estável e 27,2% avaliam a situação como ruim ou

péssima para aquisição de itens. No ano passado, 20% consideravam o momento ótimo ou bom para a compra de produtos; 37% regular; e 43% como ruim ou péssimo.

O cenário econômico interfere diretamente na percepção das famílias: se referindo ao ano passado, 18,5% apontam que a situação financeira melhorou; 63,9% declararam estar em igualdade; e apenas 17,7% disseram que piorou. Na pesquisa de 2021, 12,4% diziam que estavam em situação melhor; 55,6% estável; e 32% pior em relação ao ano anterior.

Quando mencionada a situação futura, 76,6% acreditam que no próximo ano a situação financeira dos familiares estará em melhores condições que a atual; 21,8% afirmam que estará igual; e 1,6% consideram um cenário de piora. Em 2021, 59,6% informaram que neste ano a situação dos familiares estaria melhor do que em 2020; 34,8% declaravam que estaria igual; e 5,6% pior.

Estes e outros resultados podem ser vistos nos gráficos e tabelas abaixo.

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?

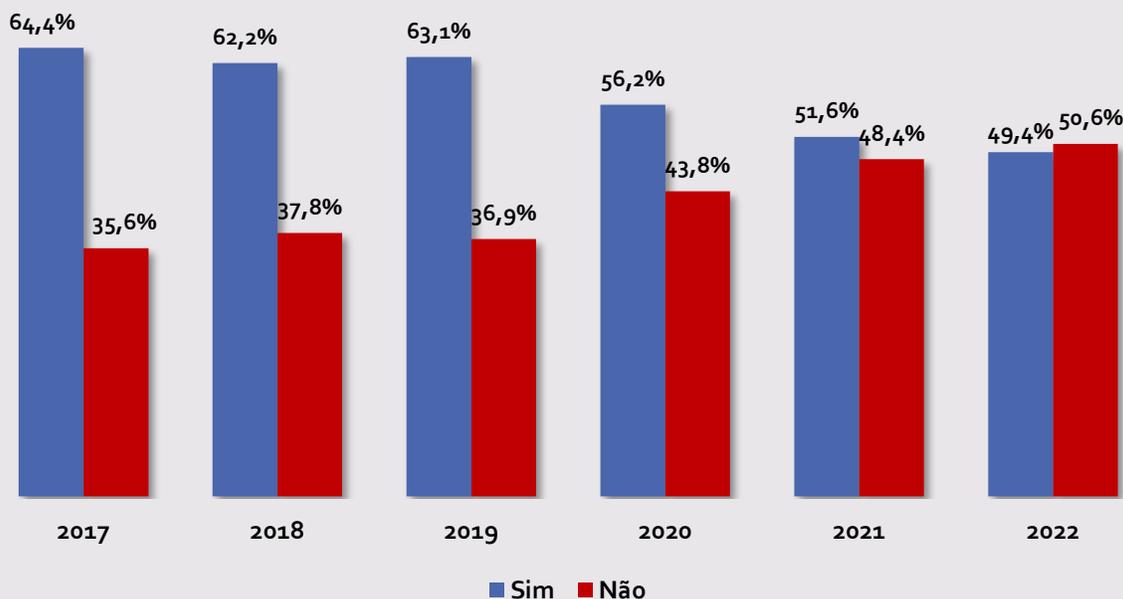


Gráfico 2 – Se não, por qual motivo não vai presentear?

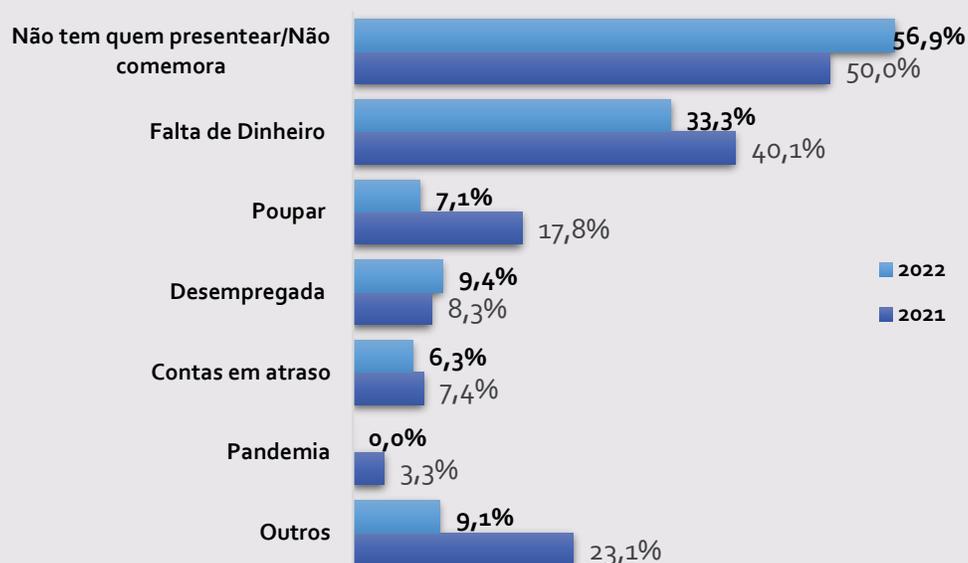


Gráfico 3 – Intenção de presentear na data.

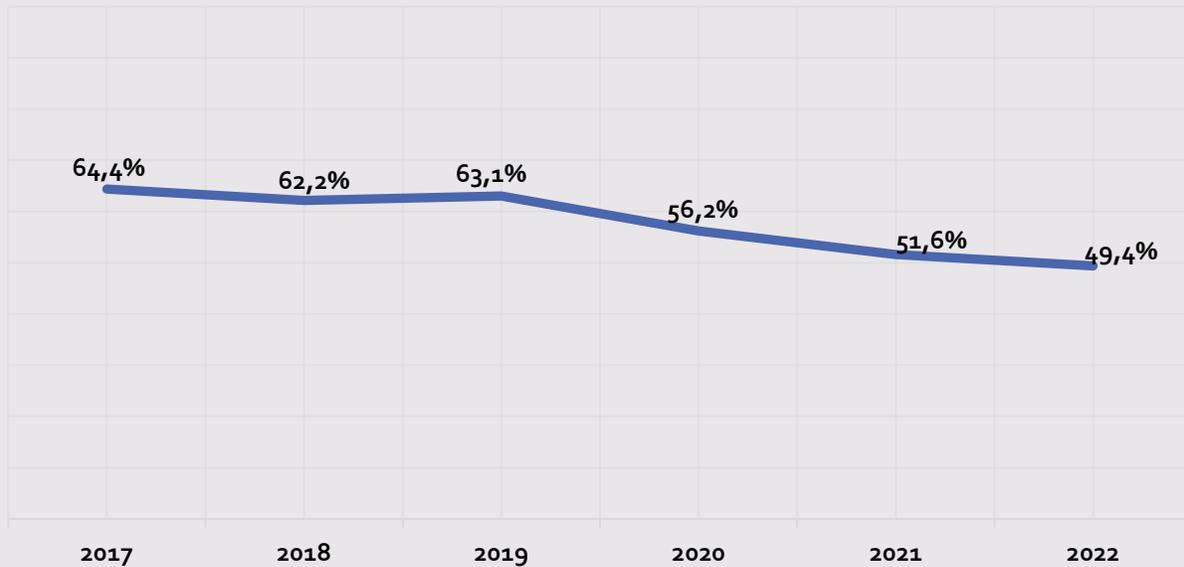
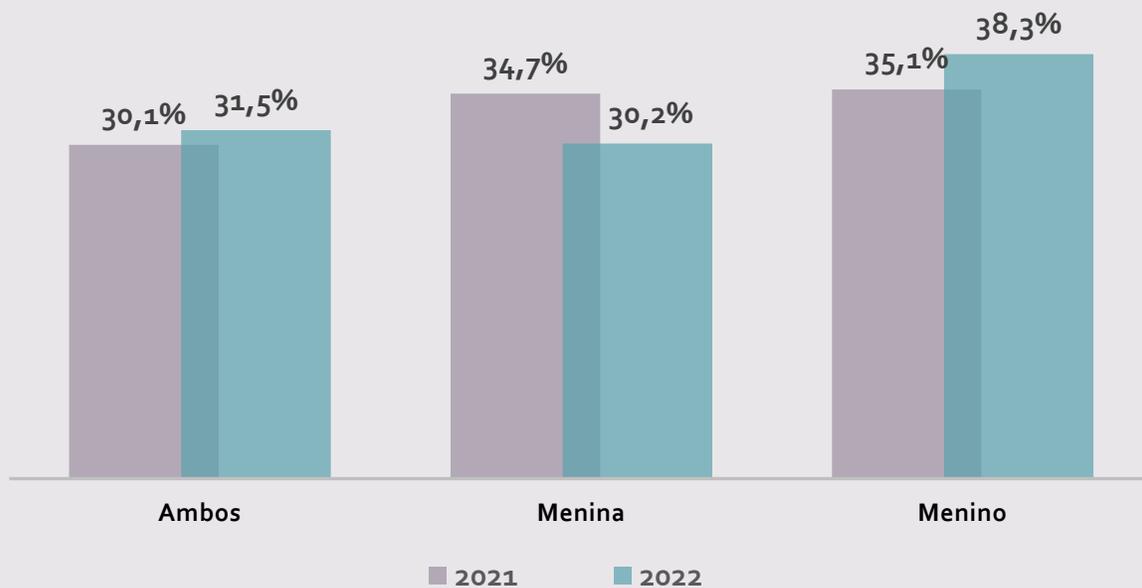


Gráfico 4 – Qual o sexo da criança presenteada?

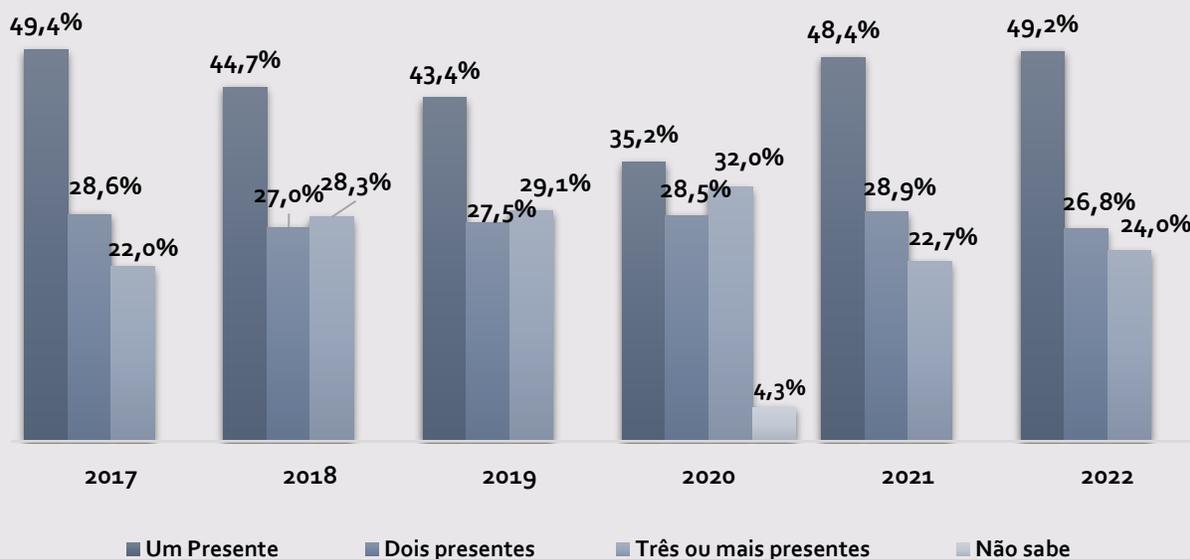


Presenteados

**Tabela 1 – Quem o (a) sr. (a) pretende presentear nesta data?
(Múltipla resposta)**

Rótulos de linha	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Filho(a)	51,9%	51,1%	50,0%	46,3%	61,2%	57,0%
Sobrinho(a)	30,4%	29,6%	32,3%	32,7%	28,7%	24,1%
Neto	9,9%	9,6%	13,9%	16,0%	15,1%	20,9%
Afilhado(a)	7,1%	9,0%	12,3%	10,0%	5,8%	6,0%
Irmão(a)	3,7%	4,8%	5,4%	3,2%	4,3%	1,2%
Enteado	1,6%	1,3%	0,6%	2,1%	0,8%	0,8%
Outros	6,4%	10,9%	5,3%	7,7%	5,8%	4,1%

Gráfico 5 – Quantos presentes o senhor (a) pretende comprar?

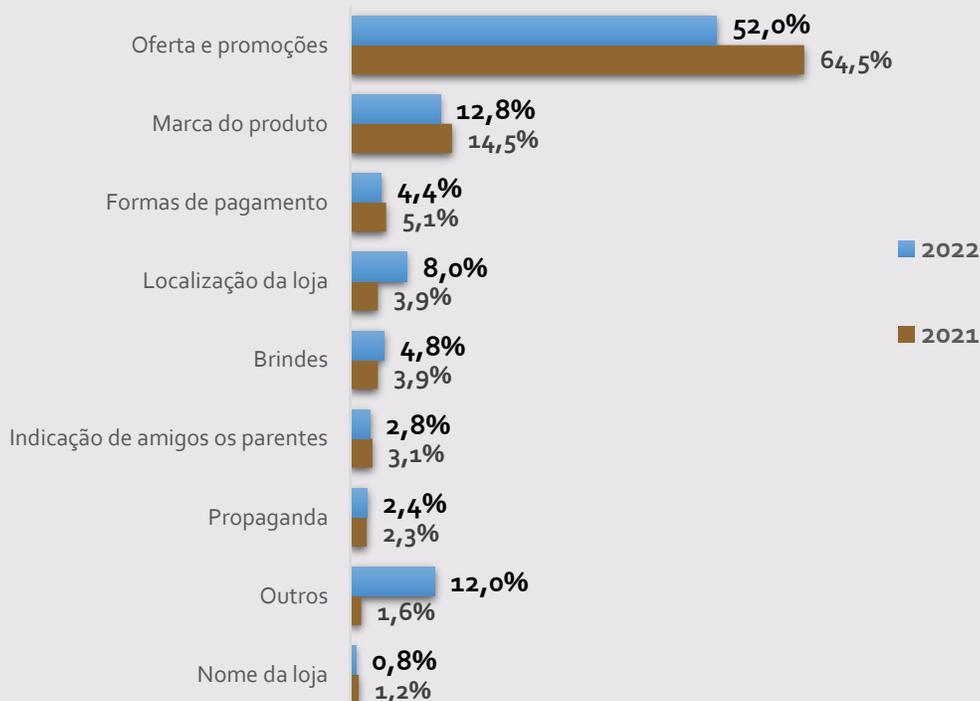


Produtos

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

Rótulos de linha	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Brinquedos	53,7%	56,6%	61,1%	63,0%	51,2%	57,8%
Vestuário	35,7%	33,8%	37,0%	29,9%	30,6%	33,3%
Calçados	5,6%	9,0%	6,6%	6,0%	8,5%	6,8%
Eletrônicos (tabletes, celulares, vídeo game etc.)	5,6%	4,2%	4,4%	8,5%	2,3%	4,4%
Livro	1,2%	1,3%	0,6%	1,1%	2,3%	1,2%
Jogos educativos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,8%	2,8%
Alimentação (Doces, Balas e chocolates)	0,0%	1,3%	0,3%	0,7%	1,6%	0,4%
Artigos esportivos	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	3,9%	2,8%
Perfumaria	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	3,5%	0,4%
Outros	1,5%	5,2%	3,4%	0,7%	1,6%	0,8%
Não sabe	7,5%	6,1%	4,4%	8,2%	11,6%	13,7%

Gráfico 6 – Qual o fator que vai determinar a escolha do presente?



Gastos com presentes

Gráfico 7 – Quanto pretende investir na compra desse (s) presente (s)?

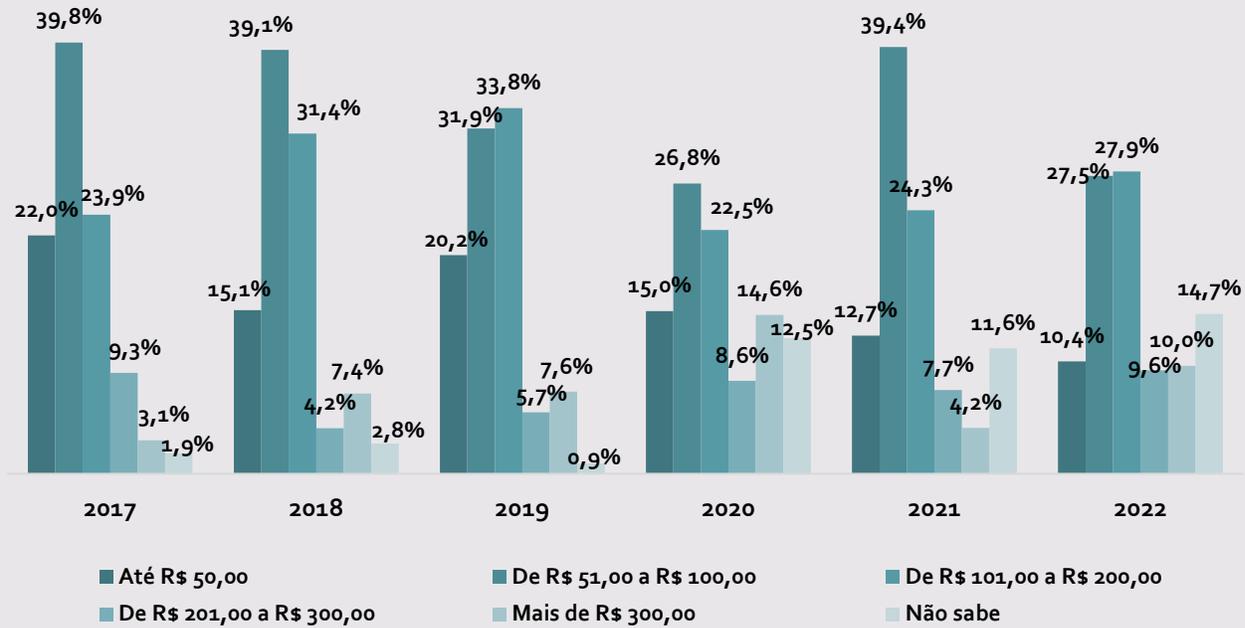


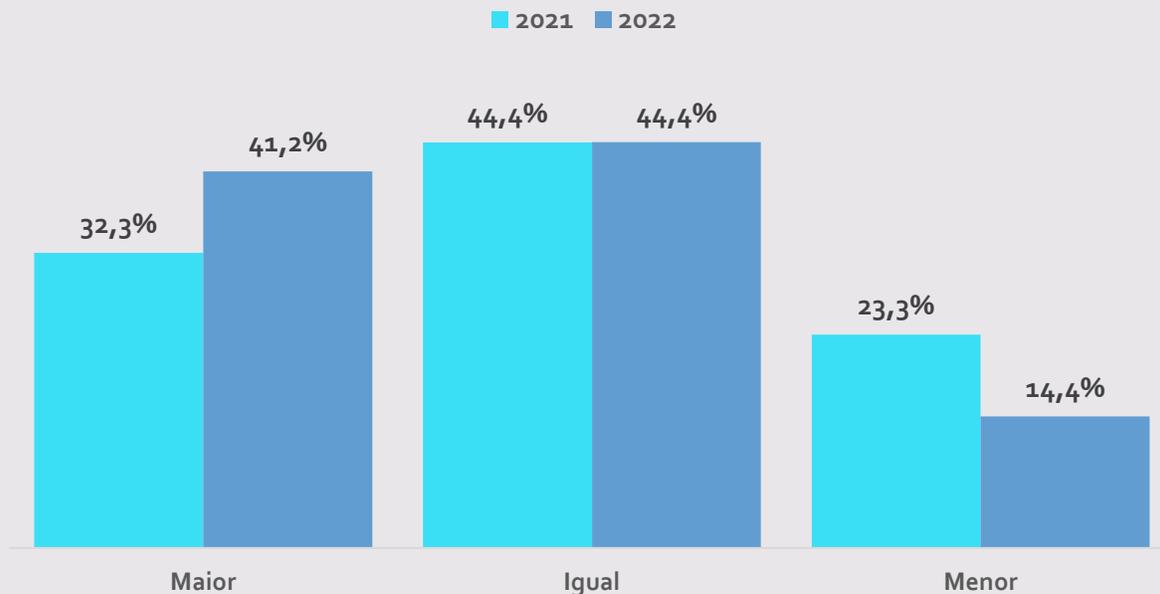
Gráfico 8 – Gasto médio anual.



Tabela 3 – Gasto médio pelo perfil dos entrevistados.

Rótulos de linha	Média R\$
Feminino	R\$ 108,91
Masculino	R\$ 134,63
18 a 24 Anos	R\$ 88,33
25 a 34 Anos	R\$ 111,03
35 a 44 Anos	R\$ 128,74
45 a 65 anos	R\$ 129,58
Acima de 65 anos	R\$ 120,00
Ensino fundamental	R\$ 105,17
Ensino médio	R\$ 115,15
Ensino superior ou mais	R\$ 135,83
Até 2 salários	R\$ 101,09
De 2 a 5 salários	R\$ 121,59
De 5 a 10 salário	R\$ 171,43
Acima de 10 salários	R\$ 188,64

Gráfico 9 – Sobre o gasto com as compras do dia das crianças, comparando com o ano passado, será:



Formas de pagamento

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

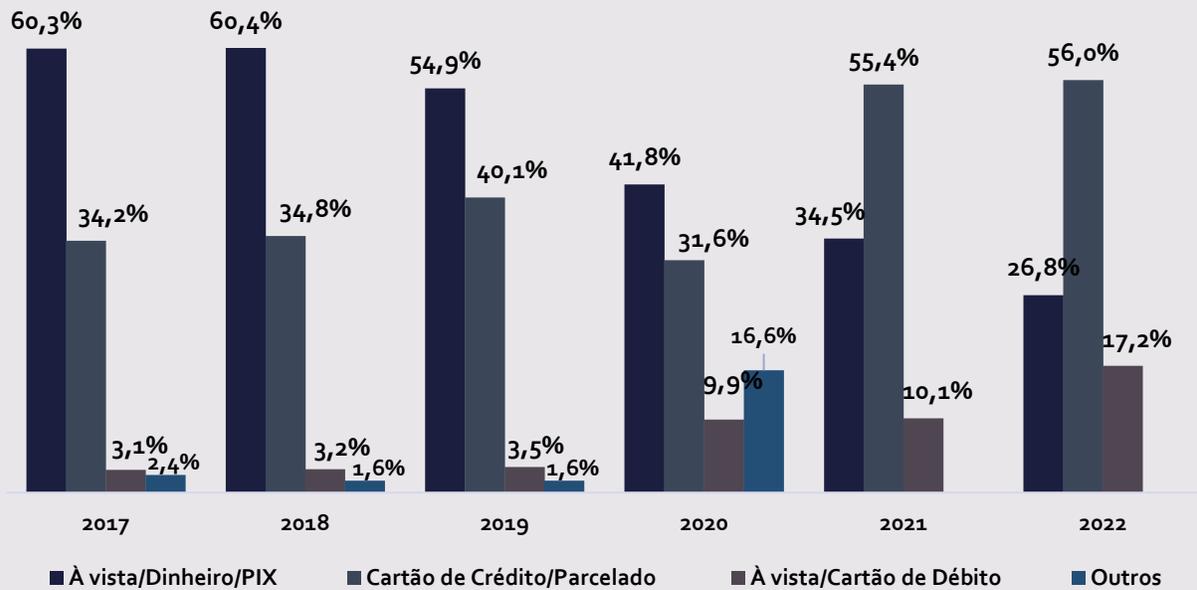


Gráfico 11 – Gasto médio por forma de pagamento.

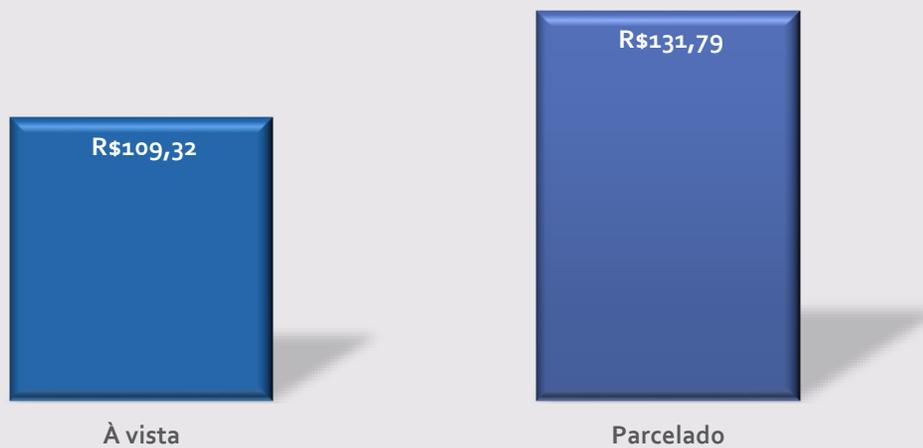


Gráfico 12 – Como você acha que estarão os preços dos produtos durante esta data comemorativa?

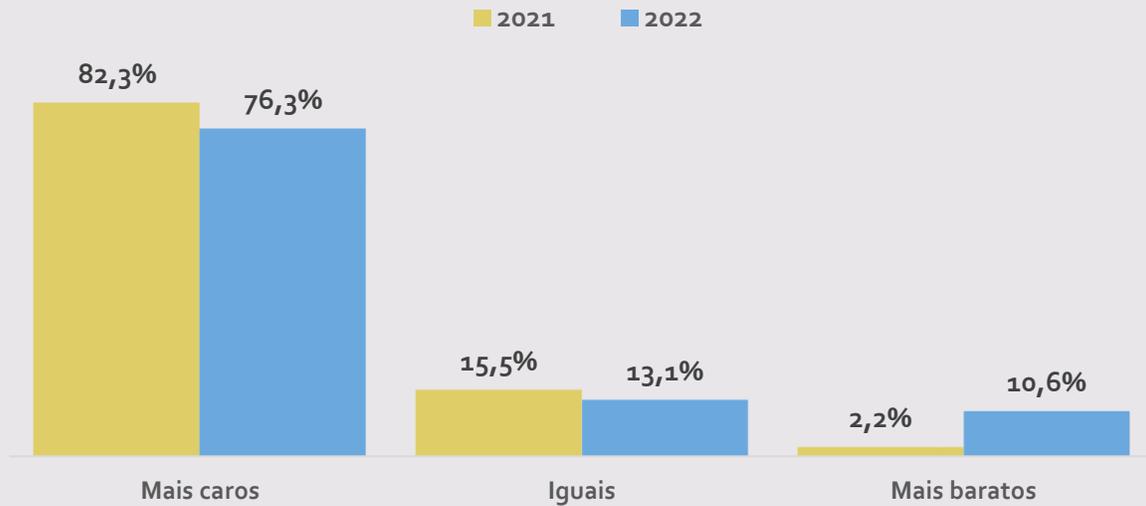
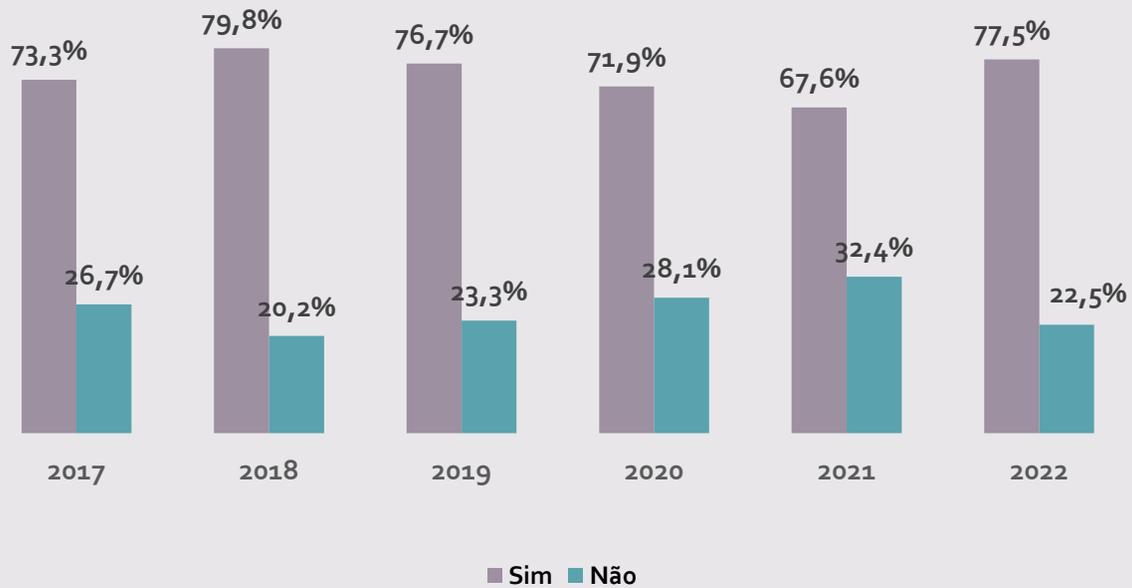


Gráfico 13 – Irá fazer pesquisa de preço?



Local e quando comprar

Gráfico 14 – Quando comprará o (s) presente (s)?

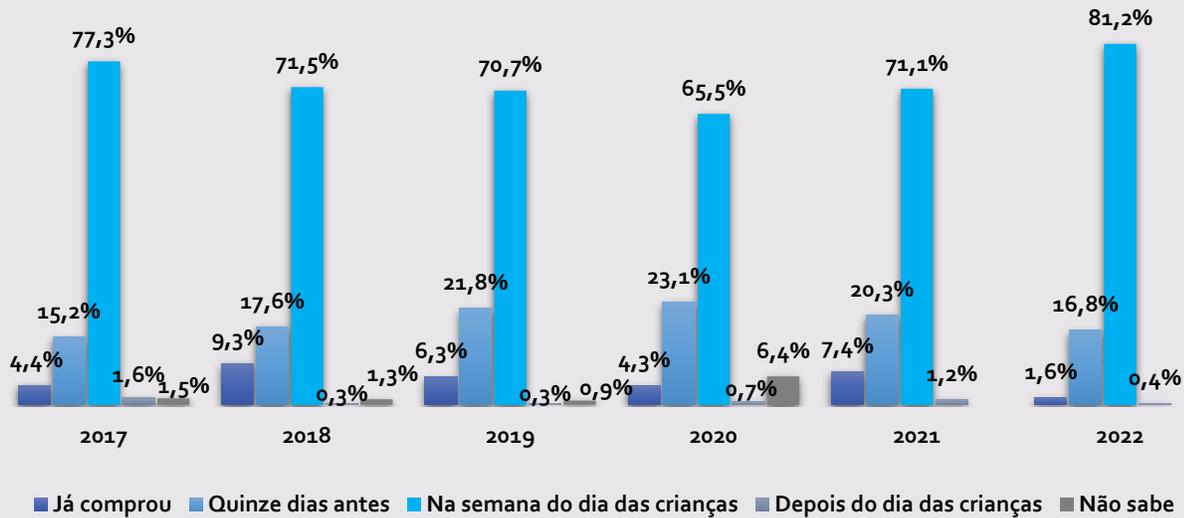


Gráfico 15 – Comprará nas mesmas lojas que comprou ano passado?

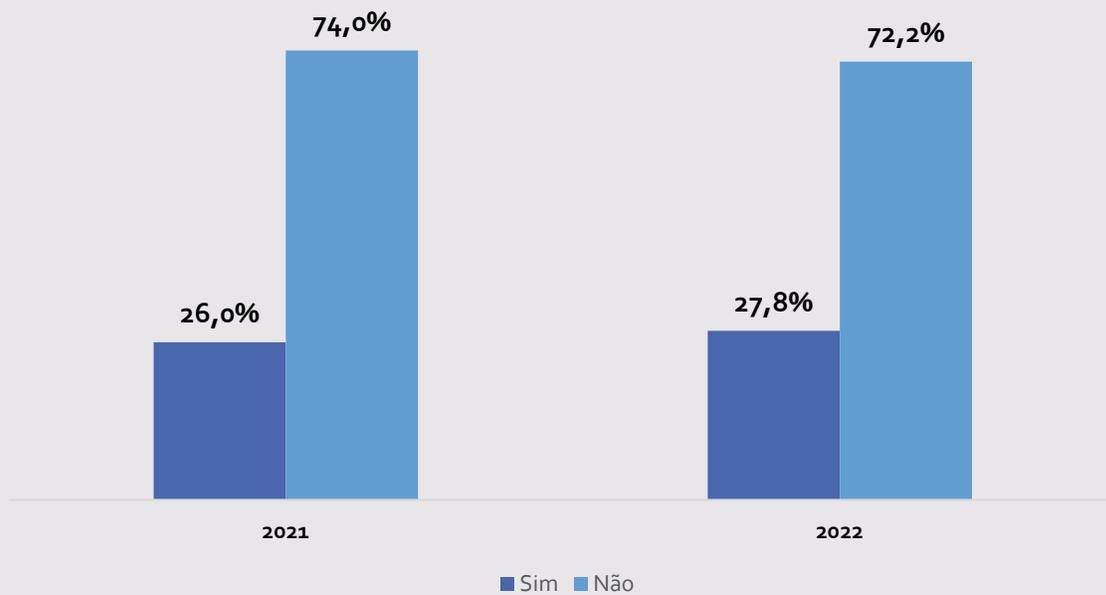


Gráfico 16 – Onde o (a) sr. (a) comprará o presente?

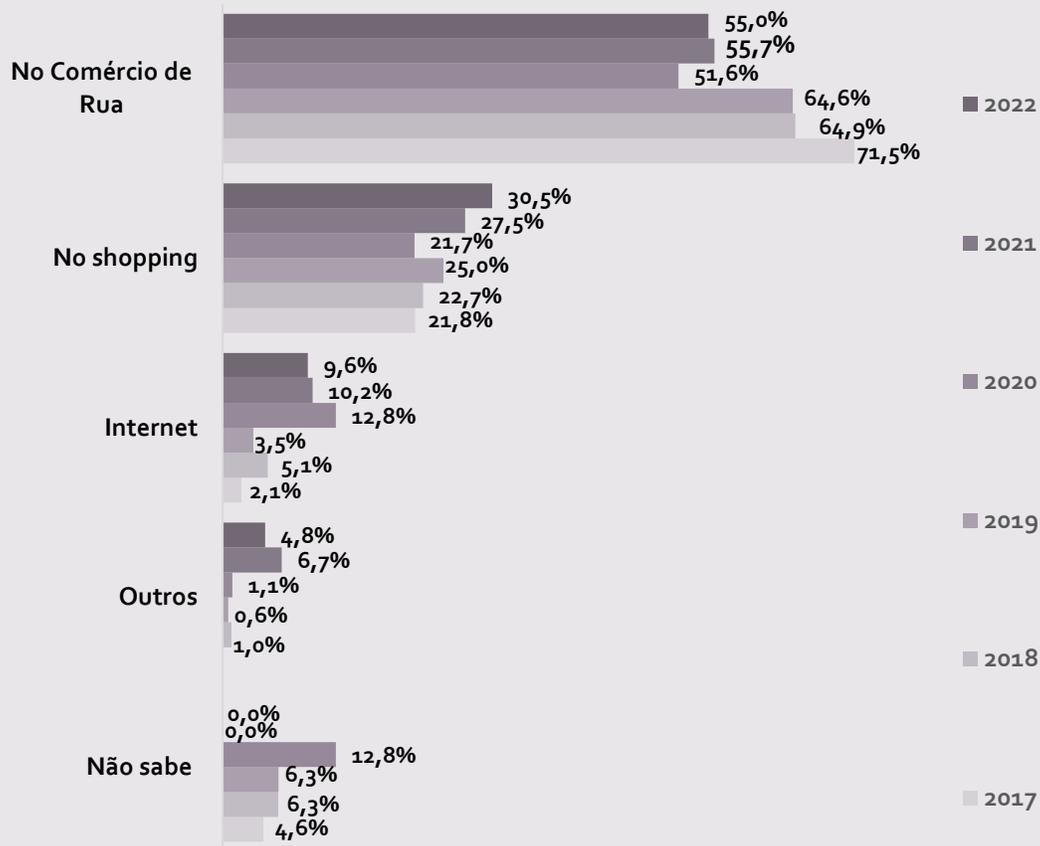


Gráfico 17 – As crianças irão lhe acompanhar durante a compra do presente?

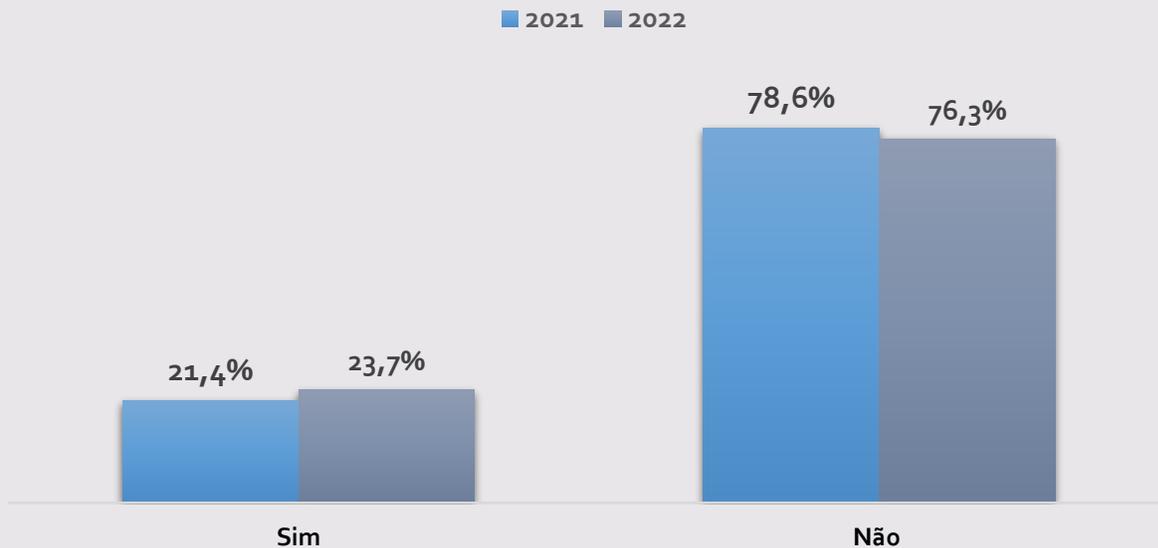
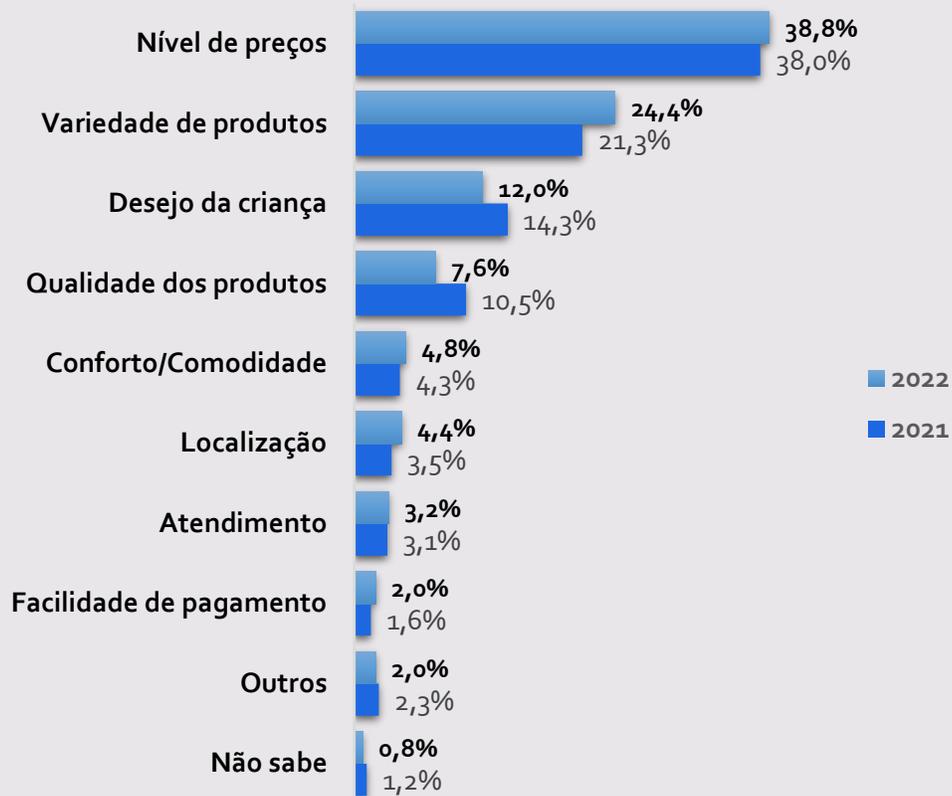


Gráfico 18 – Qual a determinante para a escolha do local de compra?



Comemoração

Gráfico 19 – O (a) sr. (a) vai levar seu filho a algum passeio?

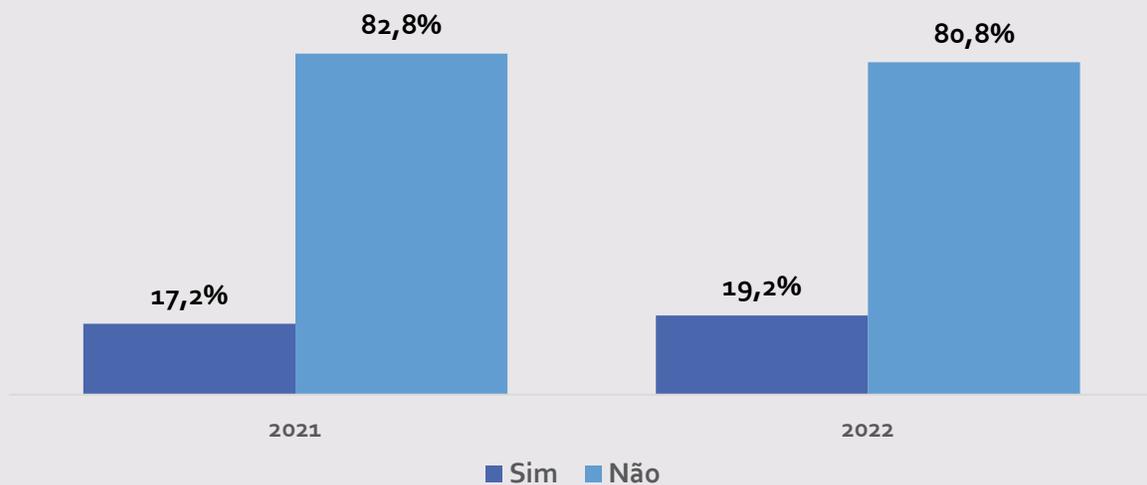


Gráfico 20 – Quanto pretende gastar nesse passeio?

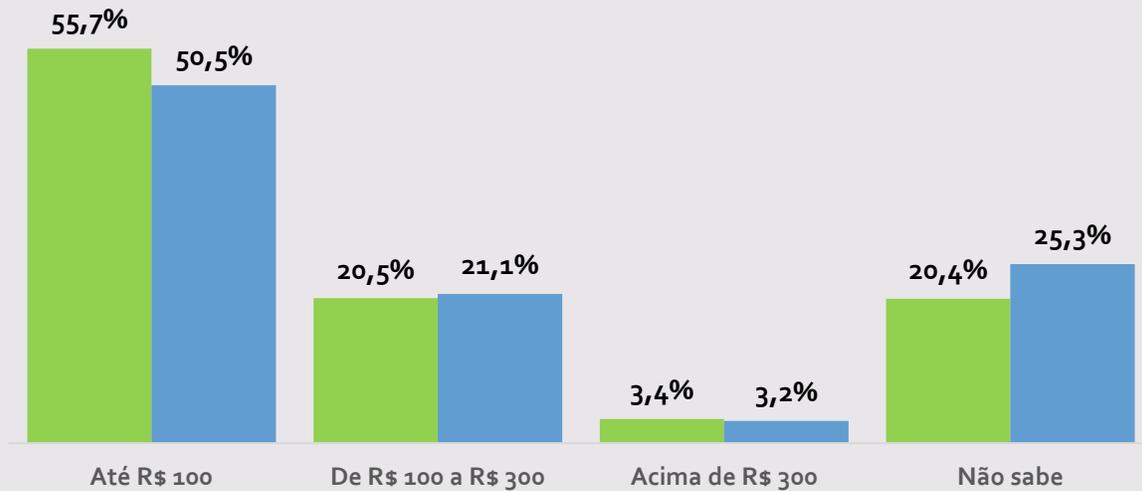


Gráfico 21 – O que é determinante para a escolha do local?

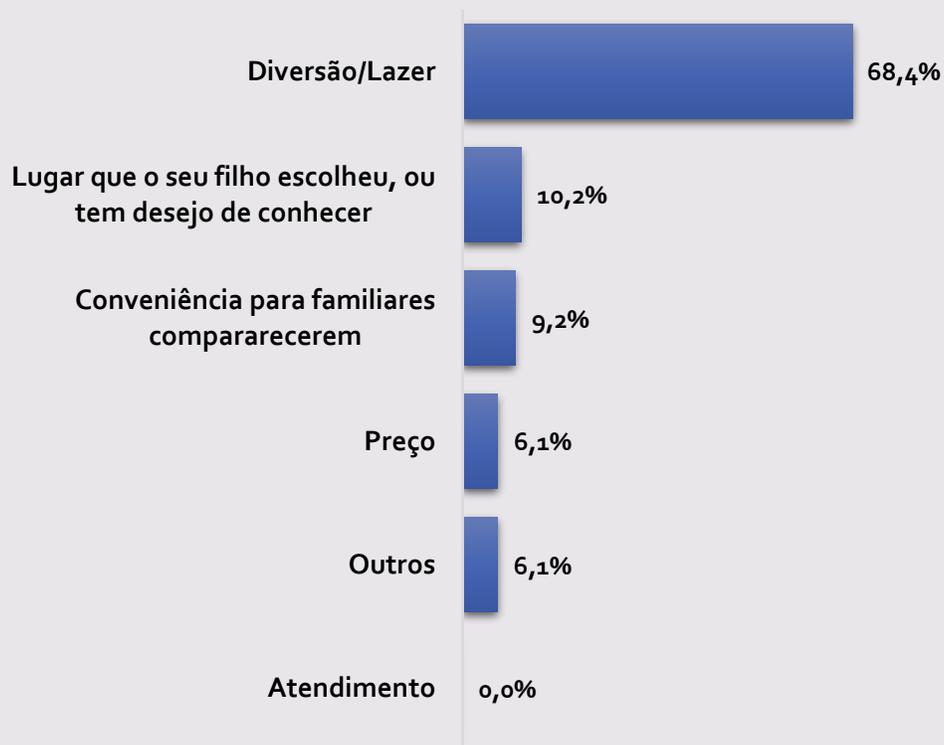


Gráfico 22 – Onde pretendem comemorar?



Momento econômico

Gráfico 23 – Como você classificaria o atual momento para a compra de produtos?

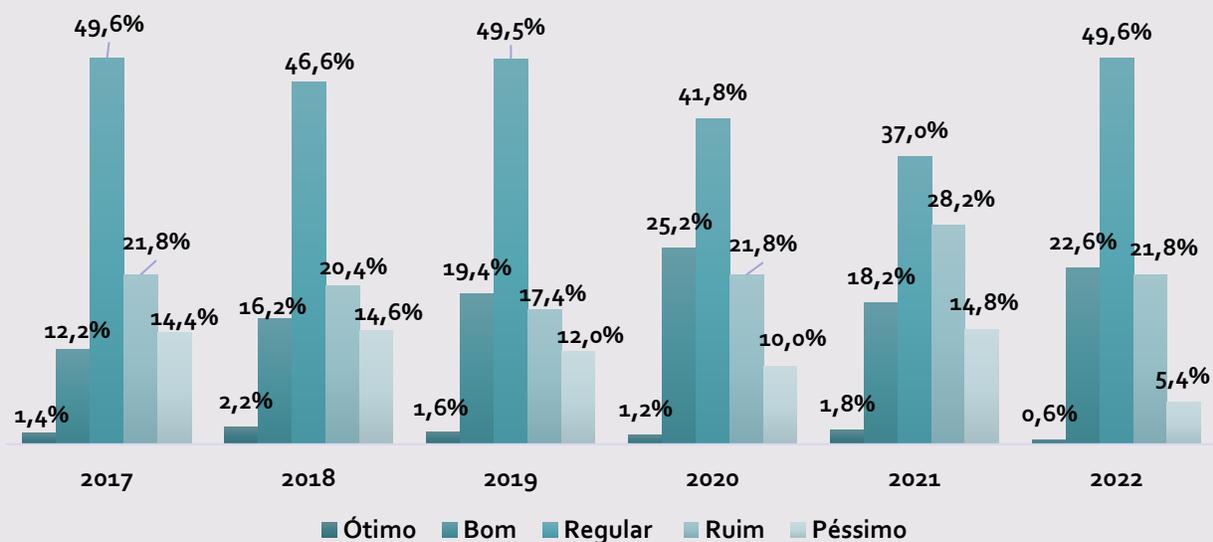


Gráfico 24 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação ao mesmo período do ano passado?

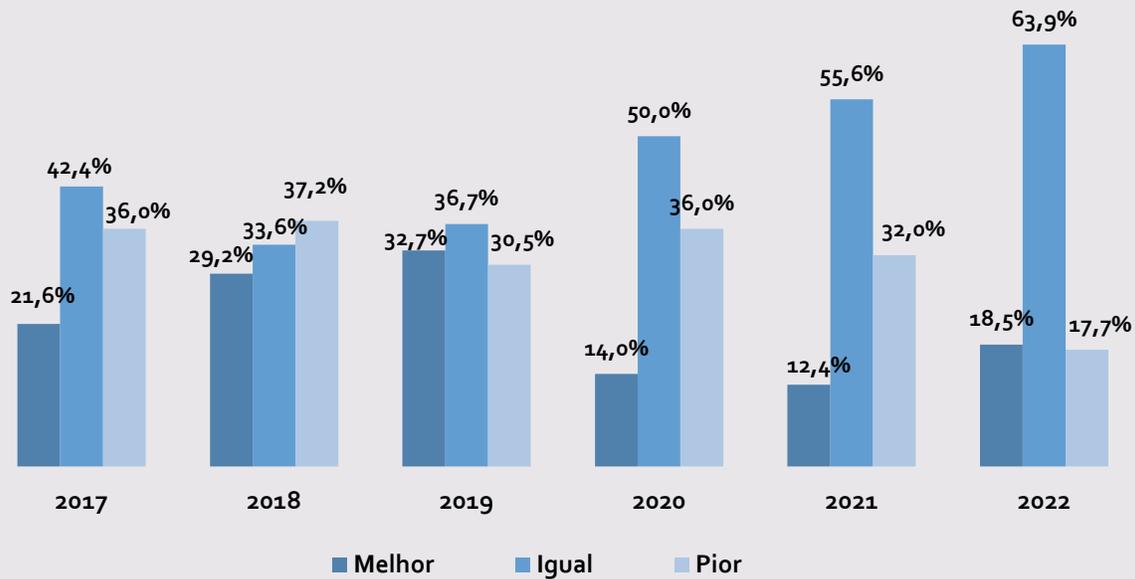
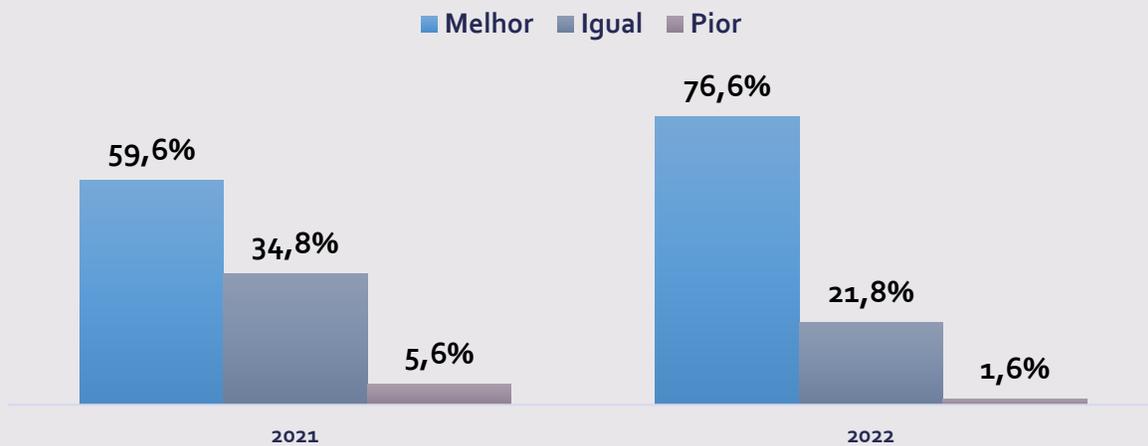


Gráfico 25 – Pensando na situação atual, e olhando para o futuro, como você acha que daqui a um ano estará financeiramente sua família?



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

Ágata Luiza

Design gráfico

Luiz Henrique

Analista de negócios

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMÉRCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Lidiane Silva

Anna Thereza

Celmo Hudson

João Vinícius

Larissa Santiago

Luiz Eduardo

Maria do Socorro

Jacqueline Aires

Josiel Soares

Nivaldo Gonçalves

Débora Nascimento

Pesquisadores