

INTENÇÃO DE COMPRAS

PESQUISA DE

# Dia Das CRIANÇAS

NATAL



SETEMBRO DE 2022

## Sumário

<b>1</b>	<b>Introdução</b> .....	3
<b>2</b>	<b>Aspectos Metodológicos</b> .....	4
<b>3</b>	<b>Descrição dos Resultados</b> .....	5
	<i>Intenções de compras</i> .....	5
	<i>Produtos</i> .....	5
	<i>Presenteados</i> .....	6
	<i>Gastos com presentes</i> .....	6
	<i>Forma de pagamento</i> .....	7
	<i>Local e quando compra</i> .....	7
	<i>Comemoração</i> .....	8
	<i>Momento econômico</i> .....	8
<b>4</b>	<b>Análise Gráfica</b> .....	10
	<i>Intenções de compras</i> .....	10
	<i>Presenteados</i> .....	12
	<i>Produtos</i> .....	13
	<i>Gastos com presentes</i> .....	14
	<i>Forma de pagamento</i> .....	16
	<i>Local e quando comprar</i> .....	18
	<i>Comemoração</i> .....	21
	<i>Momento econômico</i> .....	23

## **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 Natal foram entrevistadas 601 pessoas, distribuídas proporcionalmente por região administrativa 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 mostra que 63,7% dos consumidores natelenses pretendem presentear nesta data comemorativa, celebrada no dia 12 de outubro, o que representa um aumento de 6,9 pontos percentuais em comparação a pesquisa do ano passado, quando 56,8% diziam que iriam presentear.

Para os que não vão presentear (36,3%), o fato de não comemorar a data ou não ter quem presentear foi a justificativa apontada por 56,9%. Outros motivos relatados foram falta de dinheiro (26,6%), poupar (10,1%), dívidas (6,4%), entre outros.

#### ***Produtos***

Os itens de brinquedos lideram a preferência daqueles que vão presentear as crianças este ano, com 53,3% das respostas (em 2021 eram 49,6%); vestuário, com 37,6% (em 2021 eram 31,2%); seguidos pelos calçados, com 9,7% (em 2021 eram 6,1%); e eletrônicos, com 5,5% (em 2021 eram 5%). Os jogos educativos aparecem em 5º lugar, com 3,7% das intenções (em 2021 eram 6,4%), seguido por itens de perfumaria com 1,6% (em 2021 eram 3,2%) e livros com 1% (em 2021 eram 2%).

O levantamento também apontou os fatores que farão os consumidores escolherem os produtos, e 60,8% responderam que serão motivados, principalmente, pelas ofertas e promoções. Marca do produto (19,1%) e formas de pagamento (5,7%) também serão determinantes para a escolha dos itens.

***Presenteados***

Sobre os presenteados, 50,7% demonstraram interesse em brindar os próprios filhos, ao passo que 28,2% direcionarão os presentes aos sobrinhos; 16,4% aos netos; 10,4% aos afilhados e 5,2% aos irmãos.

O número de presentes foi outro item investigado, sendo que a maior parte (45,3%) pretende comprar apenas um presente (variação de 0,9 pontos percentuais ante 2021); 29,4% pretendem comprar dois presentes (variação de -3,4 pontos percentuais ante 2021); e 25,3% desejam adquirir três ou mais itens (variação de 2,5 pontos percentuais ante 2021).

***Gastos com presentes***

Acerca dos gastos com presentes, 36,2% pretendem desembolsar entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00; cerca de 34,4% dos entrevistados afirmaram que pretendem gastar até R\$ 100,00 com o presente; seguidos pelos que devem gastar entre R\$ 201,00 e R\$ 300,00 (11,5%). Em seguida aparecem, os valores de acima de R\$ 300,00, com 9,4%. Outros 8,6% ainda não estipularam um valor ou não se decidiram.

Com base nos dados da pesquisa é possível aferir que o tíquete médio será de algo em torno de R\$ 135,48, apontando para um crescimento nominal de 15,3% no comparativo com o valor registrado na mesma pesquisa realizada no ano passado, quando foi computado um tíquete médio de R\$ 117,52.

Os homens são os que pretendem desembolsar as maiores cifras na compra do presente, em média, R\$ 142,13, ao passo que as mulheres vão desembolsar o valor médio de R\$ 129,73. A faixa etária que vai investir mais na compra dos presentes é dos consumidores entre 45 e 65 anos, em média, R\$ 141,02. Já com relação à renda familiar, no grupo dos que possuem renda familiar acima de 10 salários mínimos, a intenção é desembolsar, em média, R\$ 222,50, enquanto as pessoas com rendimentos familiares até 2 salários planejam gastar, em média, R\$ 122,85.

***Forma de pagamento***

O pagamento à vista do valor investido no presente será opção de 54,8% dos natalenses que vão às compras visando esta data comemorativa, redução de 3,5 pontos percentuais em relação ao ano passado (58,3%). Já a compra dos presentes no crédito parcelado será a escolha de 44,7%, aumento de 4,5 pontos percentuais em comparação a 2021 (40,2%).

Os resultados revelam ainda um comportamento de consumo no qual quem pagar as compras parceladas tende a desembolsar um valor maior, chegando a R\$ 140,94 de tíquete médio; à medida que o gasto médio será de R\$ 132,98 para os compradores que vão pagar à vista.

***Local e quando compra***

A respeito do local de compra para o dia das crianças deste ano, 41,6% disseram que vão comprar em lojas do comércio de rua; 39,5% optarão por estabelecimentos localizados em shoppings; seguido pelas compras pela internet, com 14,7% das intenções. Em 2021, comércio de rua apresentava 39,1% das intenções de compras, shoppings tinham 44,7% e internet era opção de 11,2% dos consumidores.

Quanto à fidelidade com o estabelecimento, cerca de 3 em cada 10 (27,6%) dos que vão às compras pretendem adquirir o produto nas mesmas lojas que compraram no ano passado, ao passo que 72,4% dos entrevistados disseram que devem buscar outros estabelecimentos.

Entre os pontos mais importantes para a escolha do local de compra estão nível de preço, com 34,5%; variedade de produtos, com 26,4%; localização, com 11%; qualidade dos produtos, com 9,1%; e atendimento com 5,5%.

Os dados mostram que a compra do presente dias antes da data comemorativa é uma tendência: 66,2% disseram que vão buscar os produtos na semana que antecede o dia das crianças. Boa parte deve adquirir o presente nos quinze dias anteriores (27,5%) e 4,7% revelaram que já compraram. Os que vão comprar depois da data comemorativa são 1,6%.



A maioria dos consumidores entrevistados afirmou que vai realizar pesquisa de preço como forma de economizar na compra do presente do Dia das Crianças. Essa alternativa de pesquisa de preço foi indicada pela maioria (75%) dos consumidores natalenses.

Para 88,3% o sentimento é que os preços dos produtos estarão mais caros do que os praticados no ano passado; 8,5% consideram em igualdade e 3,2% disseram estar mais baixos.

Sobre a ida das crianças durante as compras dos presentes, 29,2% (em 2021 eram 26,7%) pretendem levar os pequenos junto no momento da aquisição do presente. Por outro lado, 70,8% (em 2021 eram 73,3%) revelaram que não planejam levar os presenteados.

### ***Comemoração***

Em Natal, 3 em cada 10 (30,8%) planejam realizar um passeio especial com os pequenos durante a data comemorativa. O índice é 6,6 pontos percentuais maior do que o registrado em 2021. Apesar disso, a maioria (69,2%) ainda não tem planos para fazer comemorações especiais no dia das crianças deste ano, e a celebração ficará para outra oportunidade.

Entre os que vão realizar alguma comemoração especial, o gasto médio deverá ser de aproximadamente R\$ 127,75, sendo os shoppings os locais preferidos por 34,9%, seguido por praia/lagoa (26,2%); clube/parque (17,4%); casa de parentes (8,2%); entre outros.

Segundo os entrevistados, o local escolhido para a confraternização deve apresentar, primeiramente, características que ofereçam diversão e lazer (44,3%). O preço (18,2%) deverá ser levado em consideração, assim como o lugar que o filho escolher ou tem desejo de conhecer (18,2%), conveniência para familiares comparecerem (8,3%) e bom atendimento (5,7%).

### ***Momento econômico***

Quanto à percepção dos consumidores frente ao momento para compra de produtos, 29,2% dos natalenses entrevistados afirmaram que o momento é ótimo ou bom para compra de



produtos; 44,9% consideram regular; e 25,2% dos consumidores classificam como ruim ou péssimo. Na edição 2021 da pesquisa, 24,2% consideravam o momento para compra de produtos ótimo ou bom; 37,6% achavam regular e 38,3% avaliavam como ruim ou péssimo.

Relativamente à situação financeira das famílias, 39,1% dos entrevistados disseram que a condição está igual quando comparada a 2021. 31,9% dos entrevistados relataram que situação financeira piorou quando comparada com 2021. Já para 29% a situação melhorou consideravelmente em relação a 2021. No levantamento do ano passado, 16,9% analisavam como melhor; 52,8% ponderavam como igual e 30,3% diziam estar em pior situação financeira em relação ao ano anterior.

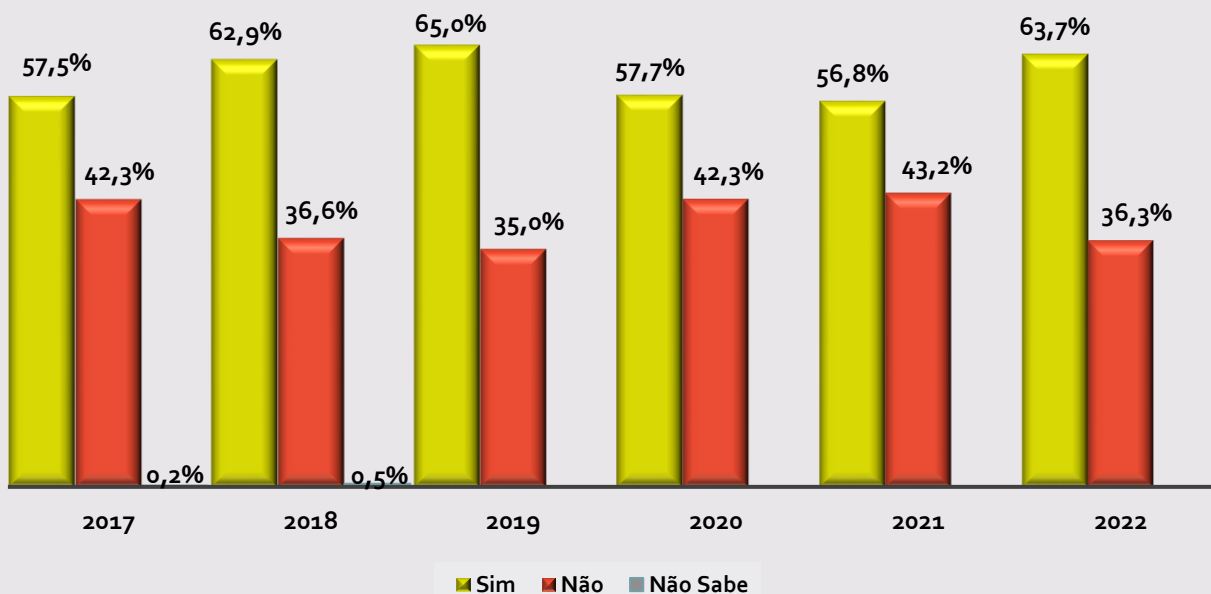
No tocante à percepção futura, 79,9% acreditam que no próximo ano a situação financeira dos familiares estará em melhores condições do que a atual; 15% afirmam que estará igual; e 5,2% consideram um cenário de piora. Em 2021, 57,5% informaram que neste ano a situação dos familiares estaria melhor do que em 2020; 35,3% declaravam que estaria igual; e 7,3% 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?**



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

Rótulos de linha	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Não tem quem presentear/ Não comemora	45,3%	45,5%	54,1%	56,5%	43,3%	56,9%
Falta dinheiro	28,6%	39,1%	30,7%	35,3%	34,9%	26,6%
Poupar	10,5%	6,4%	5,2%	9,0%	20,7%	10,1%
Dívidas/Contas em atraso	4,3%	1,7%	4,3%	3,5%	11,9%	6,4%
Desempregado	10,1%	5,1%	3,9%	12,5%	11,1%	2,3%
Pandemia	0,0%	0,0%	0,0%	11,8%	7,7%	0,5%
Outros	0,4%	1,3%	1,3%	1,9%	5,4%	9,1%
Não sabe	0,8%	0,9%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%

Gráfico 2 – Intenção de presentear na data.

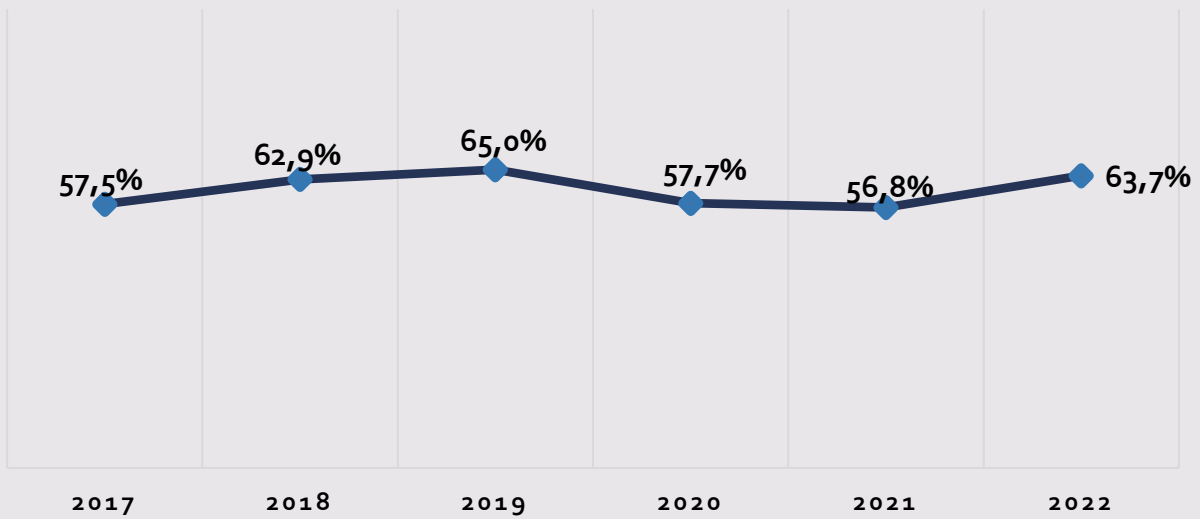
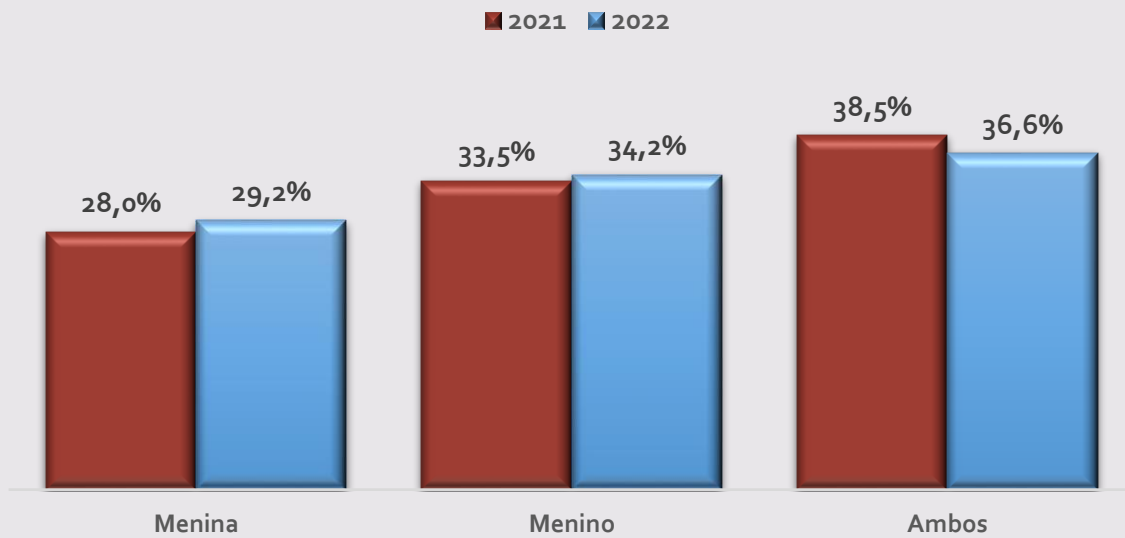


Gráfico 3 – Qual o sexo da criança presenteada?

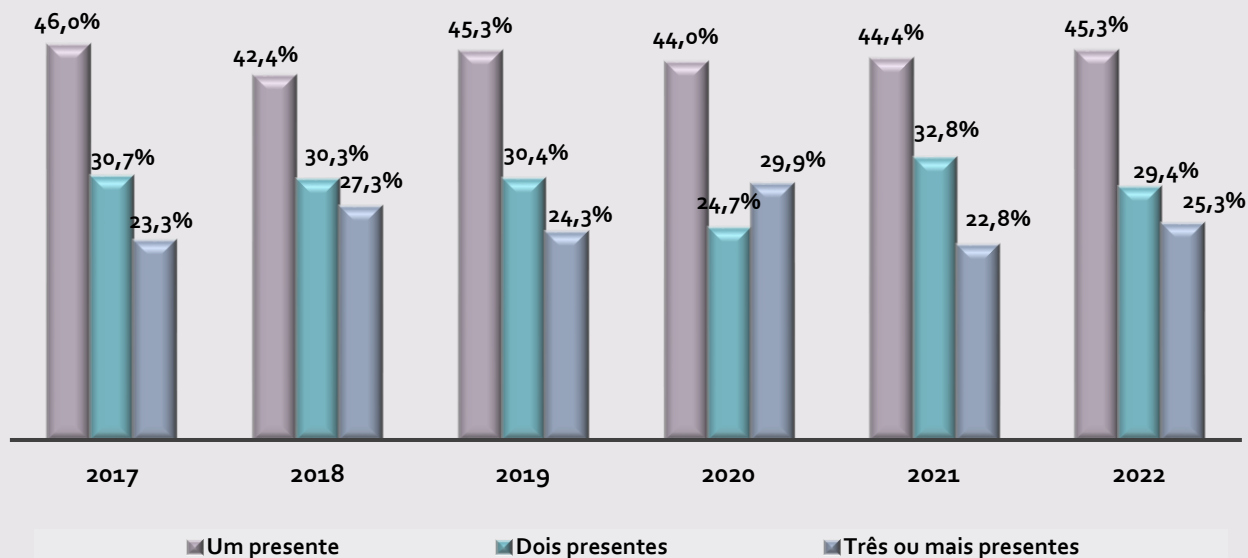


**Presenteados**

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

Rótulos de linha	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Filho	47,9%	52,4%	52,6%	56,4%	60,1%	50,7%
Sobrinho	32,1%	29,6%	28,8%	30,1%	28,0%	28,2%
Neto	10,4%	10,0%	10,6%	15,6%	14,3%	16,4%
Afilhado	7,2%	10,9%	13,0%	7,8%	8,5%	10,4%
Irmãos	5,6%	5,9%	4,0%	1,7%	3,5%	5,2%
Outros	7,7%	6,4%	10,0%	8,2%	6,1%	8,3%

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



**Produtos**

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

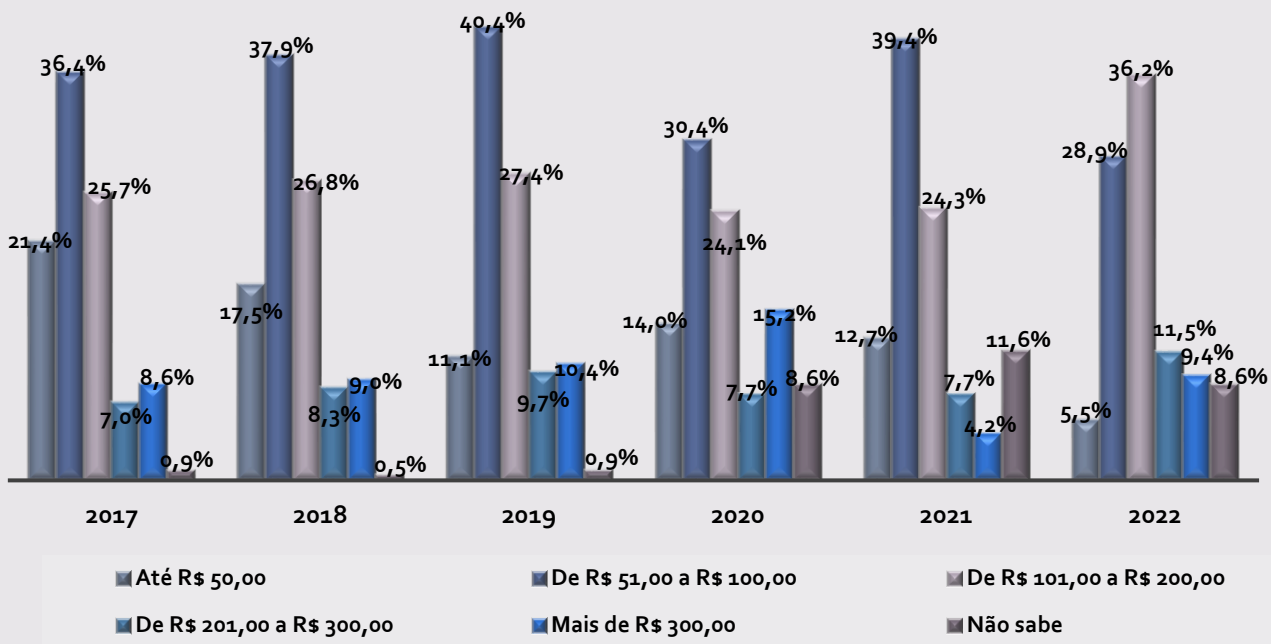
Rótulos de linha	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Brinquedos	54,2%	55,7%	54,0%	64,5%	49,6%	53,3%
Vestuário	32,9%	38,2%	38,7%	29,5%	31,2%	37,6%
Calçados	8,3%	6,9%	7,3%	6,1%	6,1%	9,7%
Eletrônicos (tablets, celulares, vídeo game, etc.)	5,9%	5,5%	6,1%	8,1%	5,0%	5,5%
Livros	1,3%	1,2%	1,7%	2,9%	2,0%	1,0%
Jogos educativos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,4%	3,7%
Itens de perfumaria	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	3,2%	1,6%
Outros	1,2%	3,3%	2,8%	4,6%	6,4%	2,4%
Não sabe	7,5%	4,7%	4,7%	7,8%	13,4%	6,8%

**Gráfico 5 – Qual o fator vai determinar a escolha do presente?**

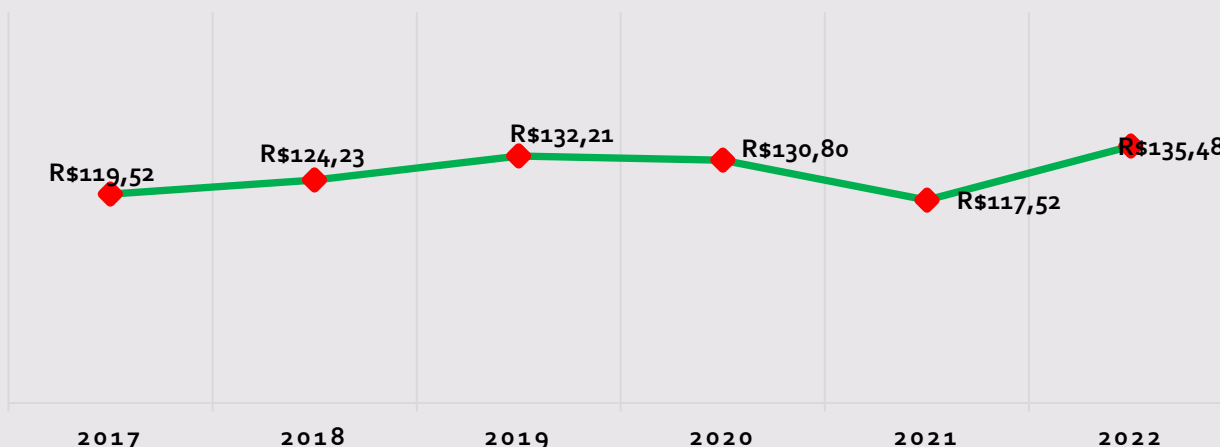


**Gastos com presentes**

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



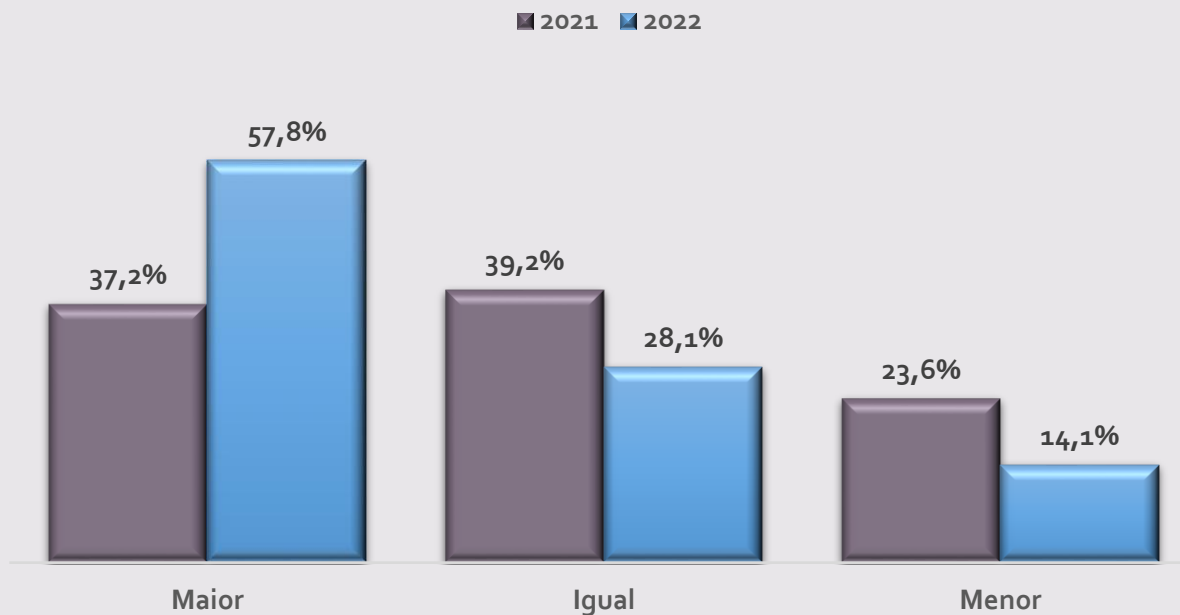
**Gráfico 7 – Gasto médio anual.**



**Tabela 4 – Gasto médio pelo perfil dos entrevistados.**

Rótulos de linha	Média R\$
Feminino	R\$ 129,73
Masculino	R\$ 142,13
18 a 24 Anos	R\$ 128,91
25 a 34 Anos	R\$ 137,27
35 a 44 Anos	R\$ 132,81
45 a 65 anos	R\$ 141,02
Acima de 65 anos	R\$ 127,27
Ensino fundamental	R\$ 142,22
Ensino médio	R\$ 136,70
Ensino superior ou mais	R\$ 131,43
Até 2 salários	R\$ 122,85
De 2 a 5 salários	R\$ 151,53
De 5 a 10 salário	R\$ 142,45
Acima de 10 salários	R\$ 222,50

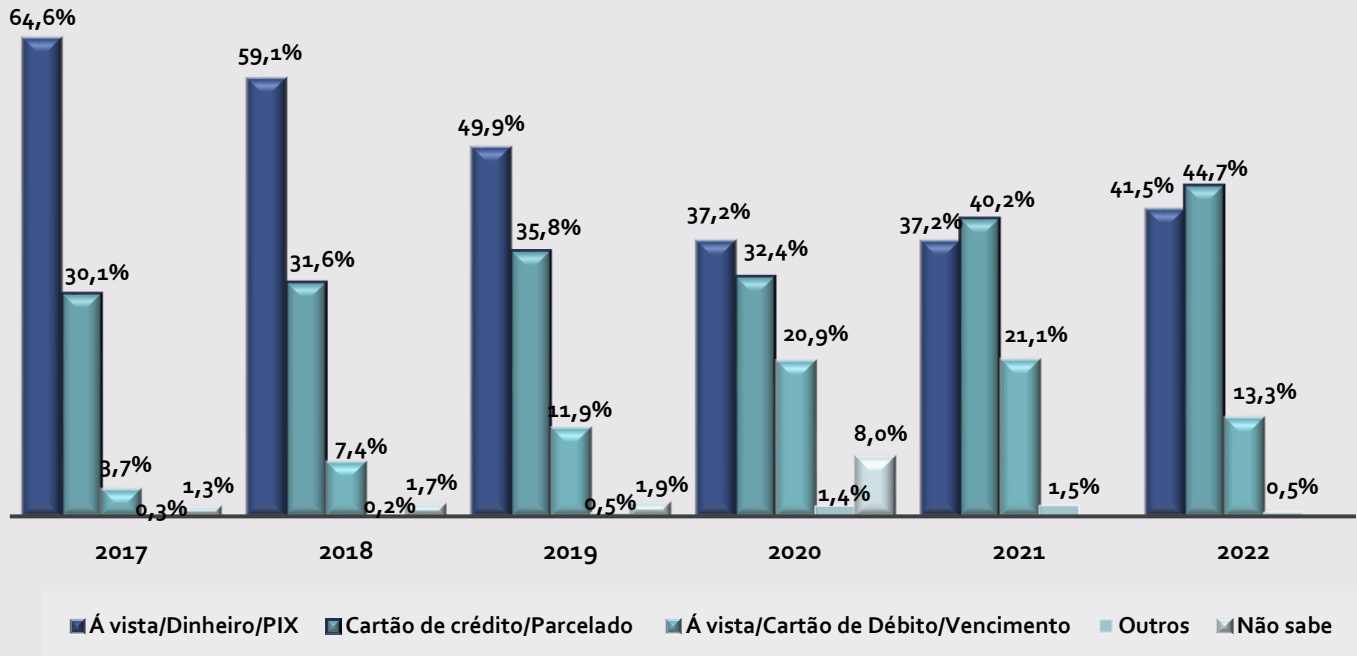
**Gráfico 8 – Sobre o gasto com as compras do dia das crianças, comparando com o ano passado, será:**



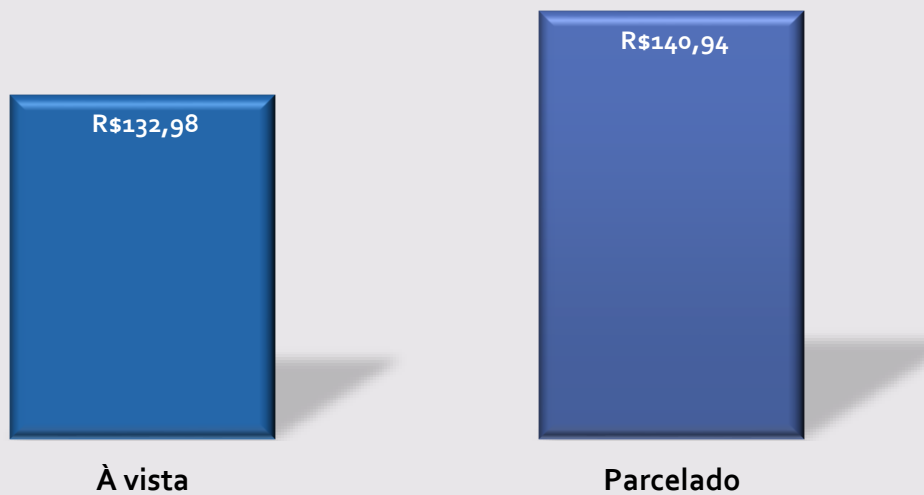


**Forma de pagamento**

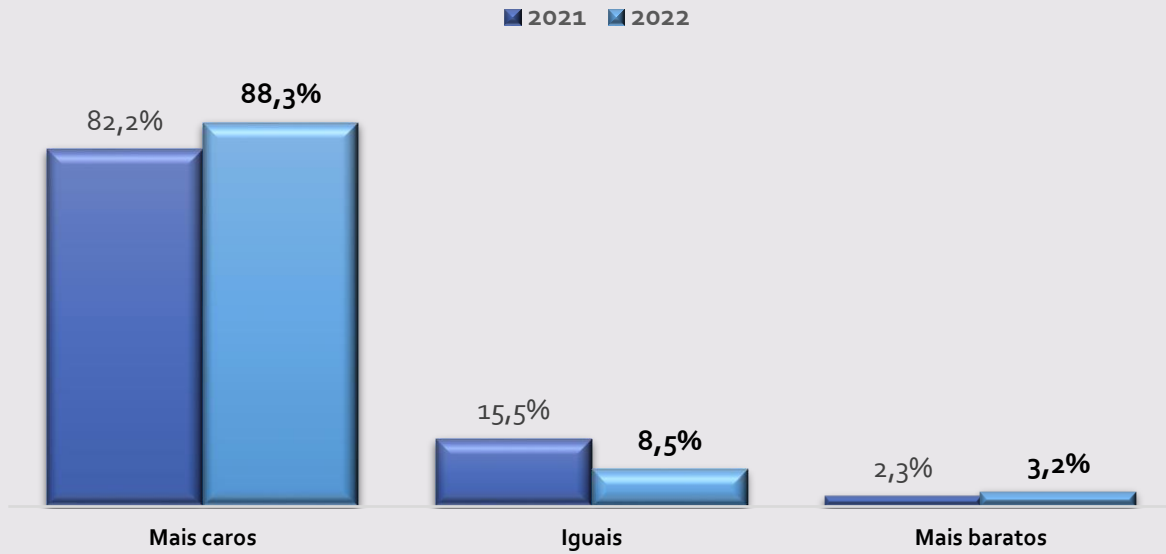
**Gráfico 9 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) deseja utilizar?**



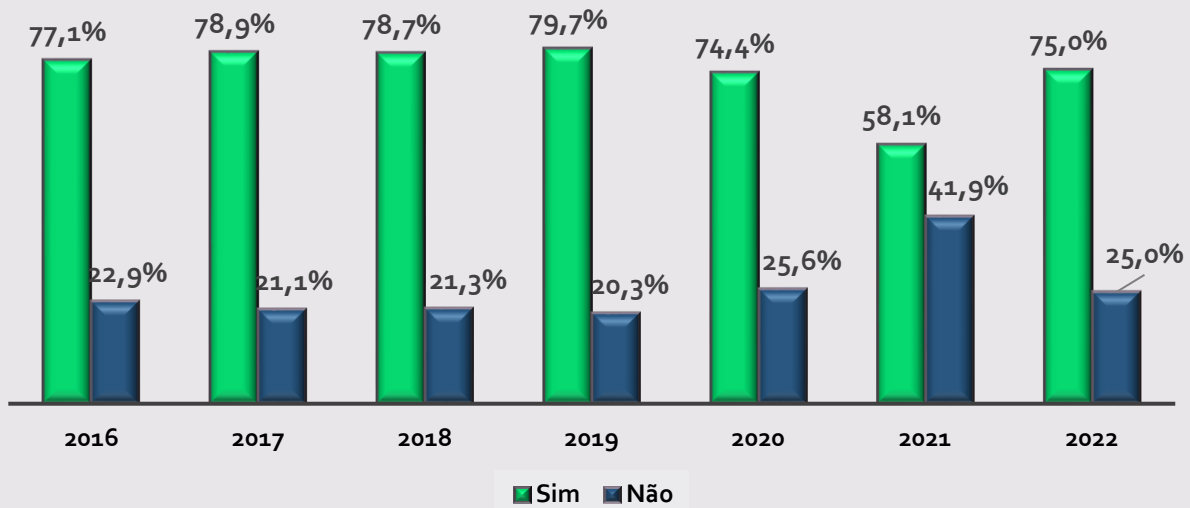
**Gráfico 10 – Gasto médio por forma de pagamento.**



**Gráfico 11 – Como você acha que estarão os preços dos produtos durante esta data comemorativa?**

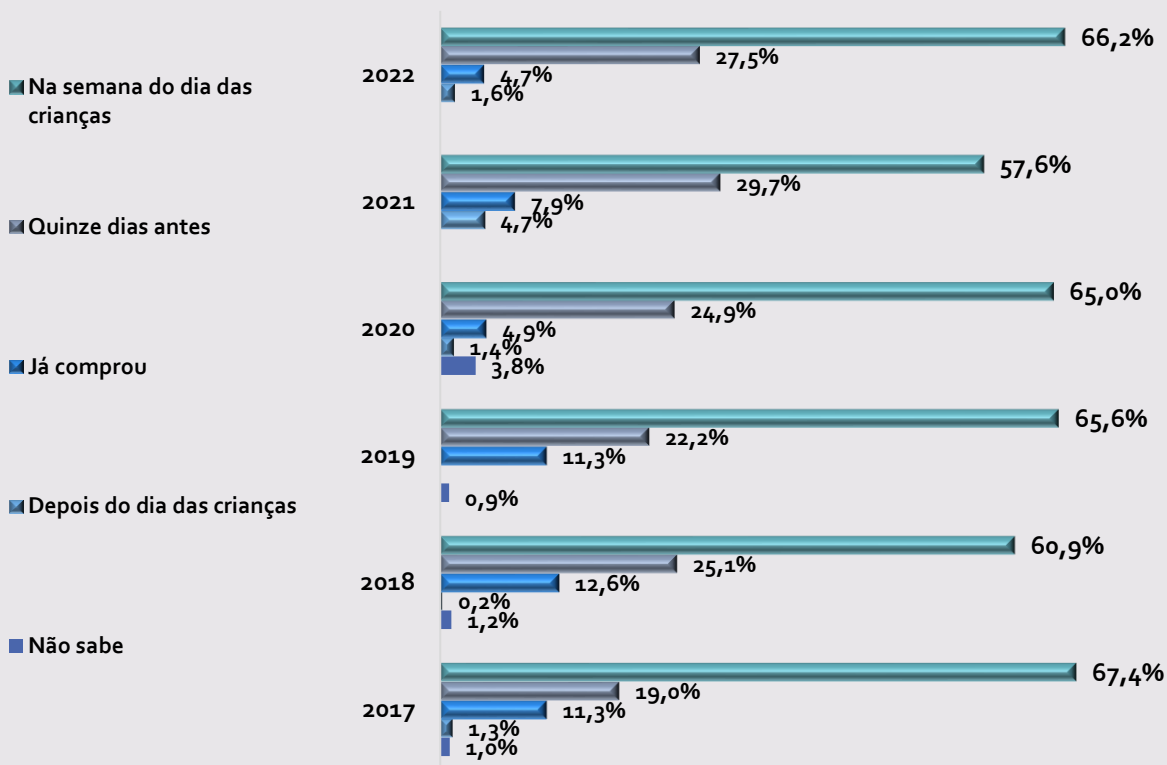


**Gráfico 12 – Irá fazer pesquisa de preço?**

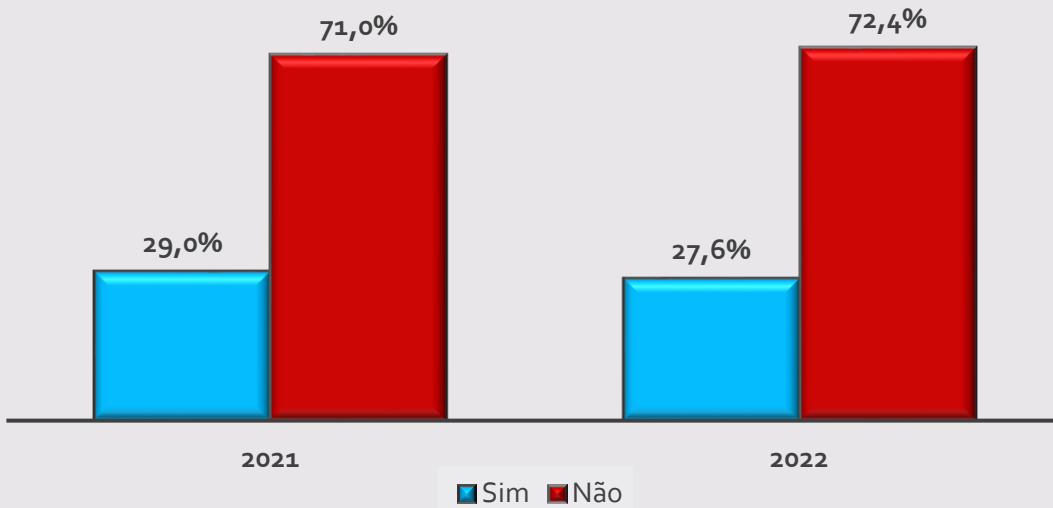


**Local e quando comprar**

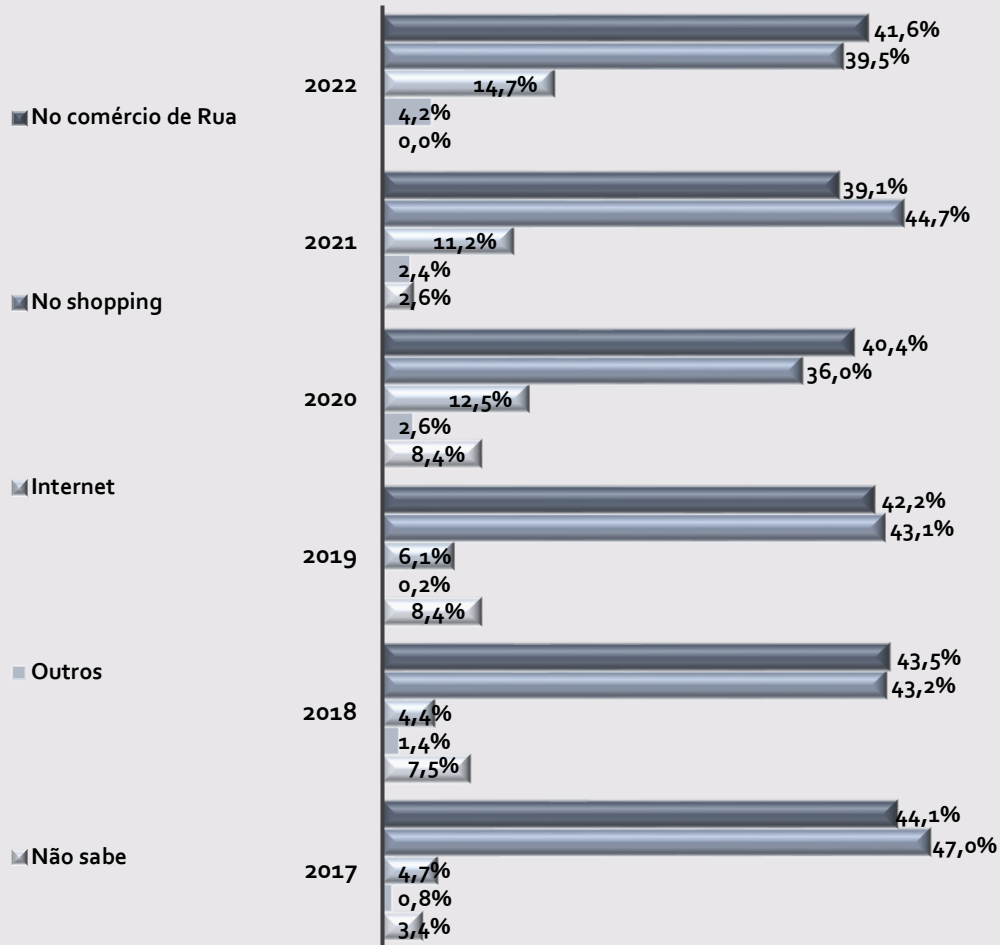
**Gráfico 13 – Quando comprará o (s) presente (s)?**



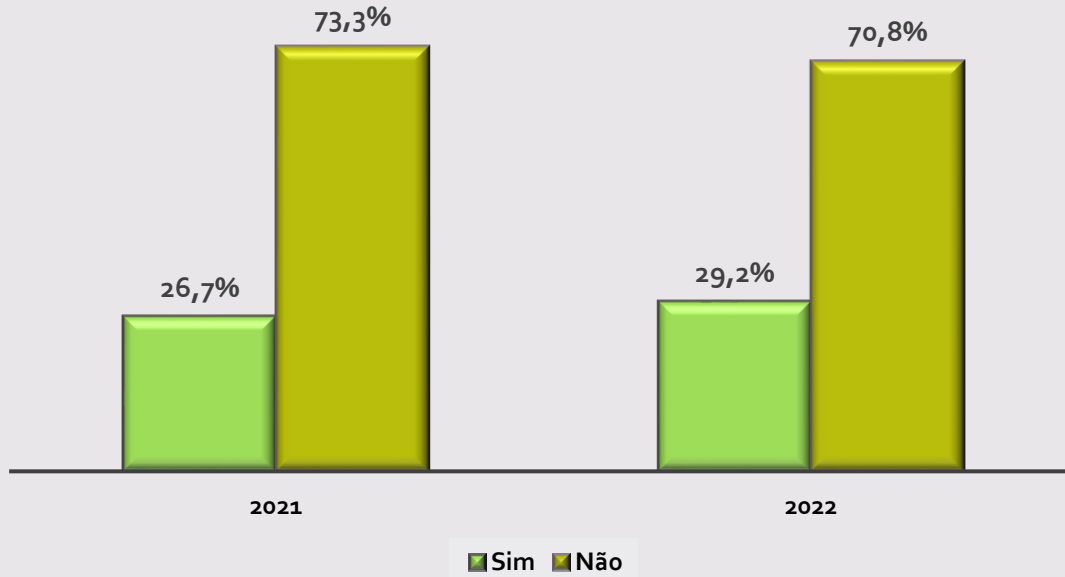
**Gráfico 14 – Comparará nas mesmas lojas que comprou ano passado?**



**Gráfico 15 – Onde o (a) sr. (a) comprará o presente?**



**Gráfico 16 – As crianças irão lhe acompanhar durante a compra?**

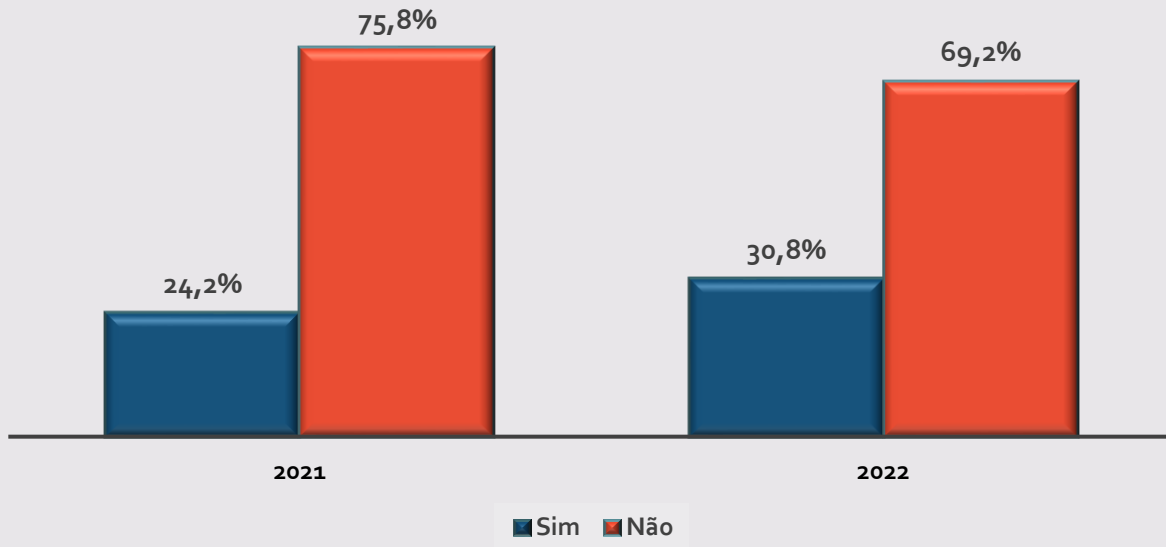


**Gráfico 17 – Qual a determinante para a escolha do local de compra?**

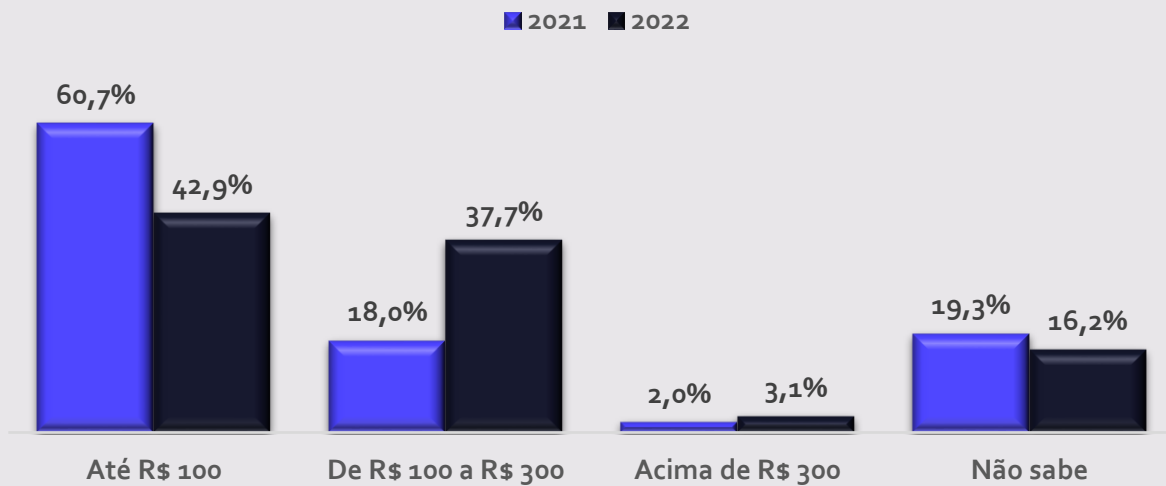


**Comemoração**

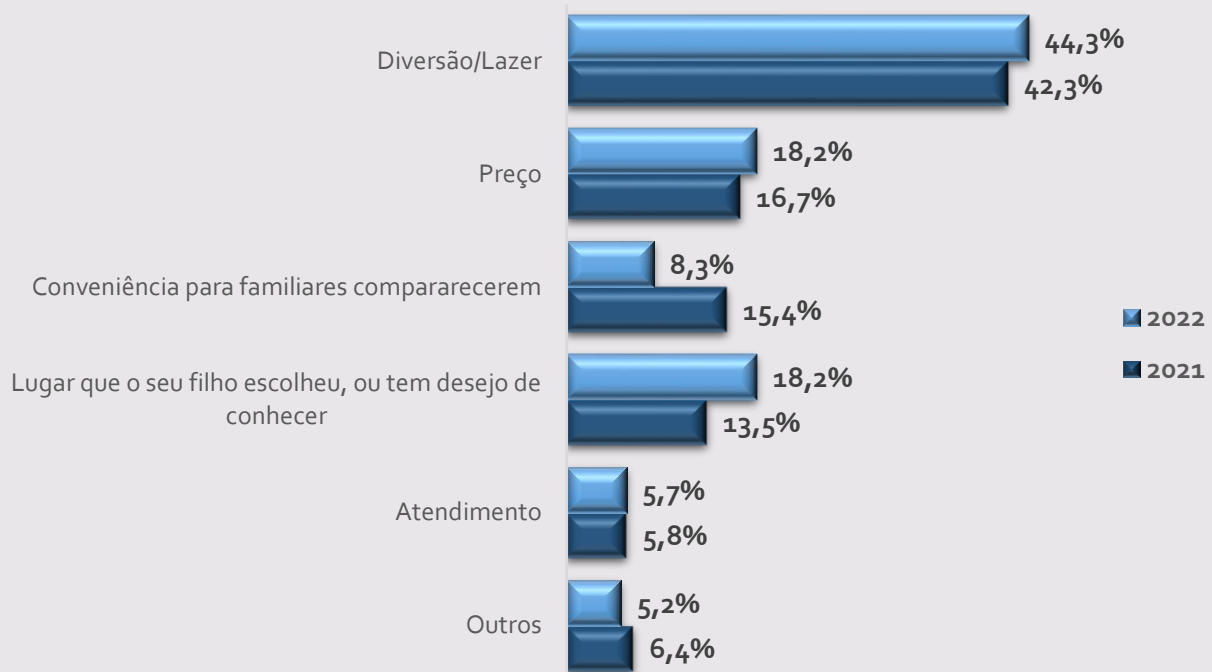
**Gráfico 18 – O (a) sr. (a) vai levar seu filho a algum passeio?**



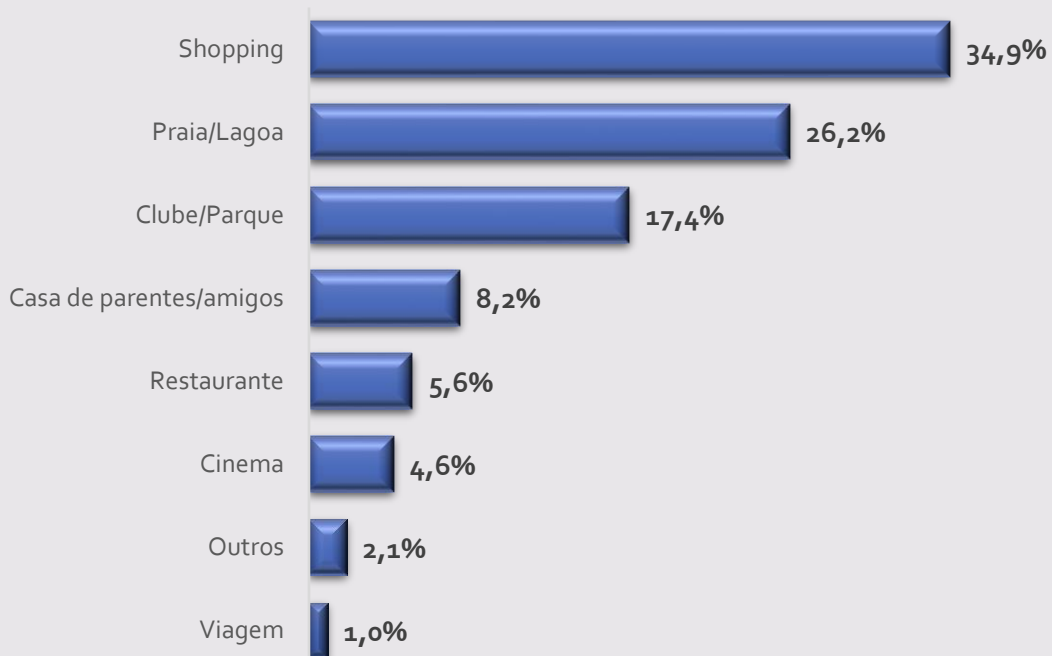
**Gráfico 19 – Quanto pretende gastar nesse passeio?**



**Gráfico 20 – O que é determinante para a escolha do local?**



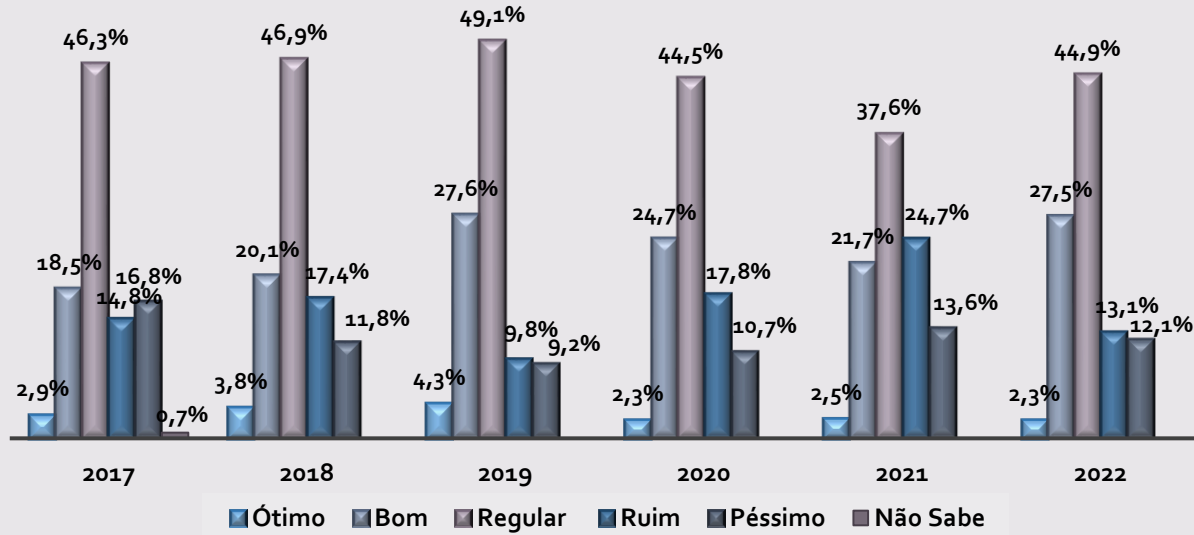
**Gráfico 21 – Onde pretendem comemorar?**



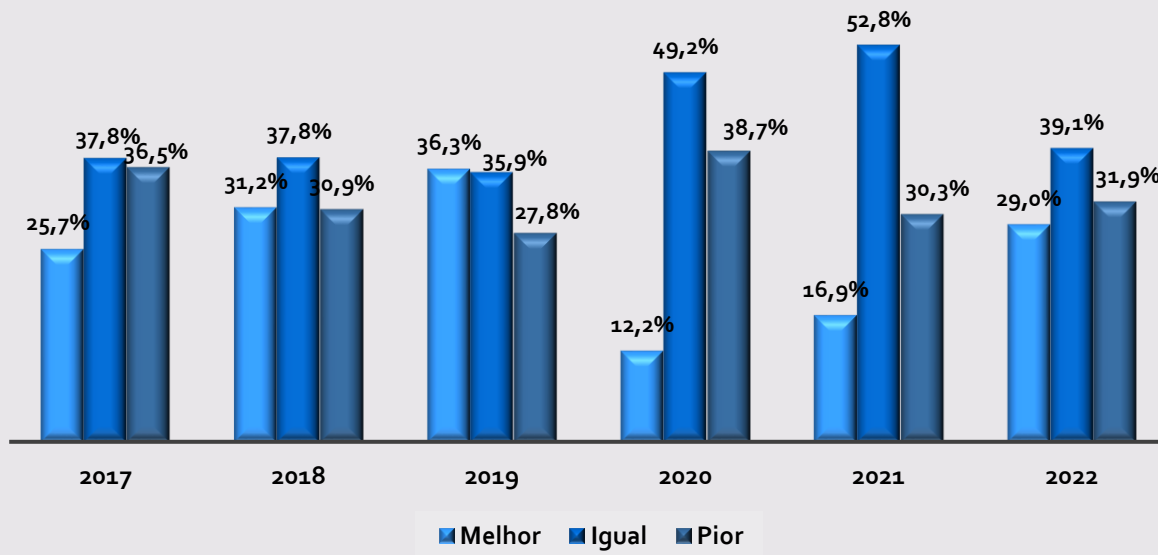


**Momento econômico**

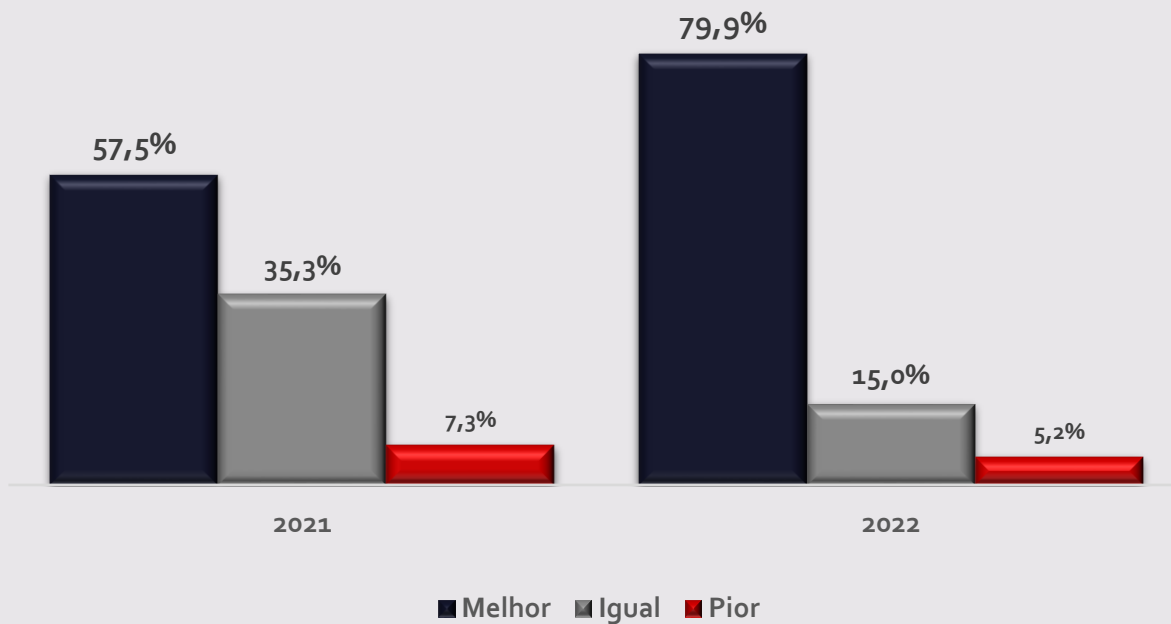
**Gráfico 22 – Como você classificaria o atual momento para a compra de produtos?**



**Gráfico 23 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação ao mesmo período do ano passado?**



**Gráfico 24 – Pensando na situação atual, e olhando para o futuro, como você acha que estará financeiramente sua família daqui a um ano?**



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**