

PESQUISA DE INTENÇÕES
DE COMPRAS PARA O

 **D** **I** **A**  **D** **A** **S**
C **R** **I** **A** **N** **Ç** **A** **S**

Mossoró

Setembro 2023



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>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	10
	<i>Intenções de compras</i>	<i>10</i>
	<i>Presenteados.....</i>	<i>11</i>
	<i>Produtos</i>	<i>12</i>
	<i>Gastos com presentes</i>	<i>13</i>
	<i>Formas de pagamento</i>	<i>15</i>
	<i>Local e quando comprar</i>	<i>17</i>
	<i>Comemoração.....</i>	<i>19</i>
	<i>Momento econômico</i>	<i>21</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 2023. 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 570 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 2023 realizada em Mossoró mostra que a maioria (56,9%) dos consumidores vão às compras nesta data comemorativa. O índice é 7,5 pontos percentuais menor do que o registrado em 2022 (49,4%).

Em Mossoró, a intenção de presentear na data foi maior que a média geral, entre as mulheres (57,7%); pessoas da faixa etária de 35 a 44 anos, com 66,9% de intenção de consumo; indivíduos com ensino médio de escolaridade (57%); e pessoas com renda de 3 a 5 salários-mínimos, apresentando uma intenção de consumo de 65,8%.

Produtos

As categorias que terão mais demanda por presentes nesta data comemorativa serão os brinquedos, com 59,8% das intenções (aumento de 2 pontos percentuais em relação a 2022); seguido por itens de vestuários, com 36,8% (crescimento de 3,5 pontos percentuais); calçados, com 13,2% das pretensões (aumento de 6,4 pontos percentuais); jogos educativos, com 4,9% (crescimento de 2,1 pontos percentuais); alimentos, com 4,6% (elevação de 4,2 pontos percentuais); eletrônicos, com 2,1% (queda de 2,3 pontos percentuais); artigos esportivos, com 1,5% (baixa de 1,3 ponto percentual), livros, com 0,6% (redução de 0,6 ponto percentual); e itens de perfumaria, com 0,6% (aumento de 0,2 ponto percentual).

As ofertas e promoções seguem como pontos cruciais para aquisição dos itens, citados por 60,3% dos que vão às compras, seguido da marca do produto (22,5%); indicação de amigos (4,6%); localização da loja (4,3%); formas de pagamento (3,1%); e marketing/divulgação (1,5%).

Presenteados

No que se referem aos presenteados, 55,2% declararam intenção de presentear seus próprios filhos; 30,4% vão presentear os sobrinhos; 17,8% os netos; 12,3% os afilhados; 2,5% os irmãos, entre outros (4,6%).

Em Mossoró, 40,6% disseram que devem comprar um presente para o Dia das Crianças deste ano. Ao passo que, 28,3% pretendem comprar dois presentes; 16,9% devem comprar três itens e 14,2% vão comprar quatro ou mais presentes.

Gastos

Os resultados revelam que 44,4% dos consumidores mossoroenses devem gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 300,00 na compra do presente; 43,7% vão desembolsar até R\$ 100,00 para adquirir o presente para as crianças. Outros 11,9% dos entrevistados informaram que vão gastar mais de R\$ 300,00 nas compras dos produtos.

Com base nos dados da pesquisa, o ticket médio para o presente será de R\$ 168,14. O valor é nominalmente R\$ 46,73 maior do que o verificado na pesquisa do Dia das Crianças de 2022, quando o ticket médio calculado para este tipo de consumo ficou em R\$ 121,41.

A disposição para os gastos no Dia das Crianças é maior entre os homens (em média, R\$ 172,73). Já as mulheres devem desembolsar, em média, R\$ 163,82. Por idade, os consumidores acima de 65 anos estão entre os mais interessados a gastar (R\$ 222,22 em média), à medida que os de 18 a 24 anos vão desembolsar um valor menor (em média, R\$ 142,86). Já entre os com renda familiar acima de 10 salários-mínimos, a média de gasto será de R\$ 280,00, ao passo que reduz para R\$ 149,06, entre aqueles com renda de até 2 salários-mínimos.

Em Mossoró, 59,7% dos entrevistados revelaram que devem gastar mais no presente quando comparado com 2022, à medida que 35,4% informaram que irão investir a mesma quantia, e apenas 4,9% disseram que os valores gastos serão menores que os do ano passado.

Movimentação

Em Mossoró, projeta-se que 107 mil pessoas devam comprar presentes no período que antecede o Dia das Crianças, o que representa um incremento de R\$ 18 milhões no comércio varejista da cidade, aumento em relação à 2022, quando a previsão era de R\$ 11 milhões circulando no varejo mossoroense.

Formas de pagamento

No que diz respeito à forma de pagamento, a maior parcela dos consumidores mossoroenses pretende comprar à vista os presentes do Dia das Crianças deste ano (51,7%), aumento de 7,7 pontos percentuais em comparação com 2022. A outra parte (48,3%) relatou que o pagamento das compras para esta data comemorativa será parcelado. No ano passado, 56% diziam que comprariam os itens parcelados.

Local e quando compra

Em Mossoró, 54% dos consumidores pretendem realizar as compras em lojas do comércio de rua. A outra parcela pretende comprar no shopping (32,8%, aumento de 1,9 ponto percentual em relação a 2022) e 13,2% tendem a comprar pela internet, variação 3,4 pontos percentuais superior ao ano passado.

Para a escolha do local de compra dos presentes, serão determinantes nível de preços (40,6%); variedade de produtos (31,1%); atendimento (6,8%); qualidade dos produtos (5,2%); conforto e comodidade (4%); localização (3,4%); entre outros.

Sobre o local de compra, mais de um terço (36,5%) relataram que comprarão nas mesmas lojas que adquiriram os presentes no ano passado, à medida que 63,5% informaram que buscarão os itens em estabelecimentos diferentes dos comprados em 2022.

A semana que antecede a data comemorativa será de maior movimentação no comércio do município com 56% afirmando que pretendem fazer as compras na semana do dia das crianças. 36,9% diz que farão as compras quinze dias antes e 7,1% já compraram o presente.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

A pesquisa de preço antes de efetivar às compras será realizada por 77,8% dos consumidores, enquanto 22,2% não planejam pesquisar os preços dos itens antes de comprar.

Sobre a presença das crianças no ato da compra, 27,4% disseram que as crianças irão acompanhá-los durante a aquisição dos presentes. Por outro lado, 72,6% informaram que não levarão os pequenos para as compras dos itens.

Para 76,8% dos mossoroenses os preços dos produtos no Dia das Crianças deste ano estarão mais caros quando comparados a 2023; enquanto 15,7% acreditam que estarão iguais; e 7,6% acham que estarão mais baratos.

Comemoração

Dois em cada dez (20,4%) dos consumidores disseram que vão realizar algum passeio com os pequenos para celebrar a data. No ano passado esse índice era de 19,2%. No entanto, a maior parcela (79,6%) revelou que não vai passear com as crianças durante a data comemorativa.

Entre os que vão realizar alguma celebração especial, 61,2% relataram que pretendem gastar até R\$ 100,00. O gasto médio estimado é de R\$ 145,92, em passeios para praia/lagoa (35,7%); clube/parque (23%); shoppings (21,4%); entre outros locais.

Tendo como principais características diversão e lazer (65%), lugar que o filho escolher (32,5%), conveniência para familiares comparecerem (12,8%) e preço (6,8%).

Momento econômico

A percepção dos consumidores mossoroenses em relação ao atual momento para compra de produtos mostra que 25,3% consideram o momento ótimo ou bom para a compra de produtos; 52,9% afirmam que o momento é regular e 21,8% avaliam a situação como ruim ou péssima para aquisição de itens. Na mesma pesquisa do ano passado, 23,2% consideravam o momento ótimo ou bom para a compra de produtos; 49,6% como regular; e 27,2% como ruim ou péssimo.

O cenário econômico interfere diretamente na percepção das famílias. Em relação ao ano passado, 34,7% apontam que a situação financeira melhorou; 52,5% declararam estar em igualdade; e apenas 12,7% disseram que piorou. Na pesquisa de 2022, 18,5% diziam que estavam em situação melhor; 63,9% estável; e 17,7% pior em relação ao ano anterior.

Já com relação a situação financeira futura, 75,6% acreditam que no próximo ano estarão em melhores condições que a atual; 22,9% afirmam que estará igual; e 1,6% consideram um cenário de piora. Em 2022, 76,6% informaram que neste ano a situação dos familiares estaria melhor do que em 2021; 21,8% declaravam que estaria igual; e 1,6% 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?

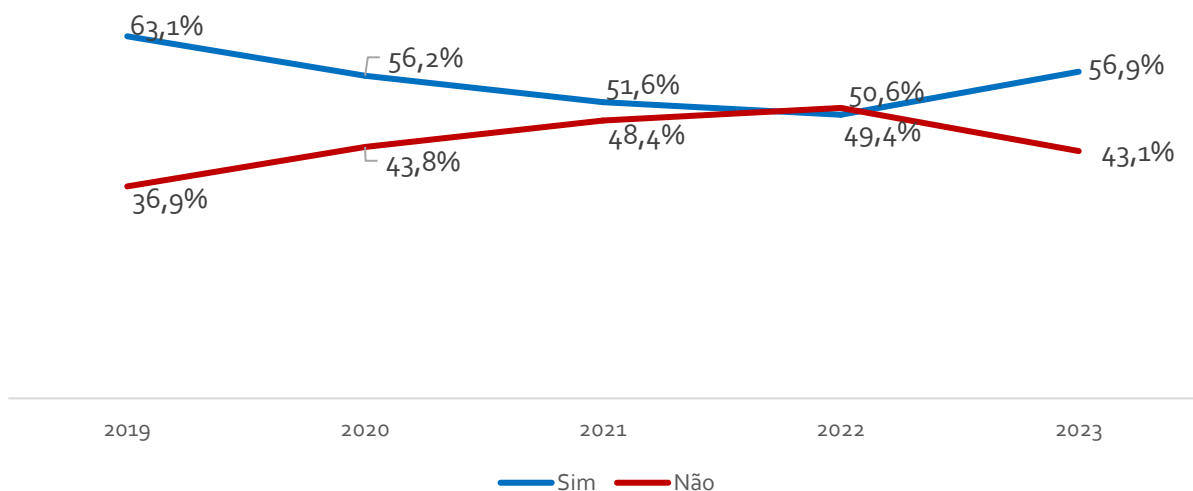
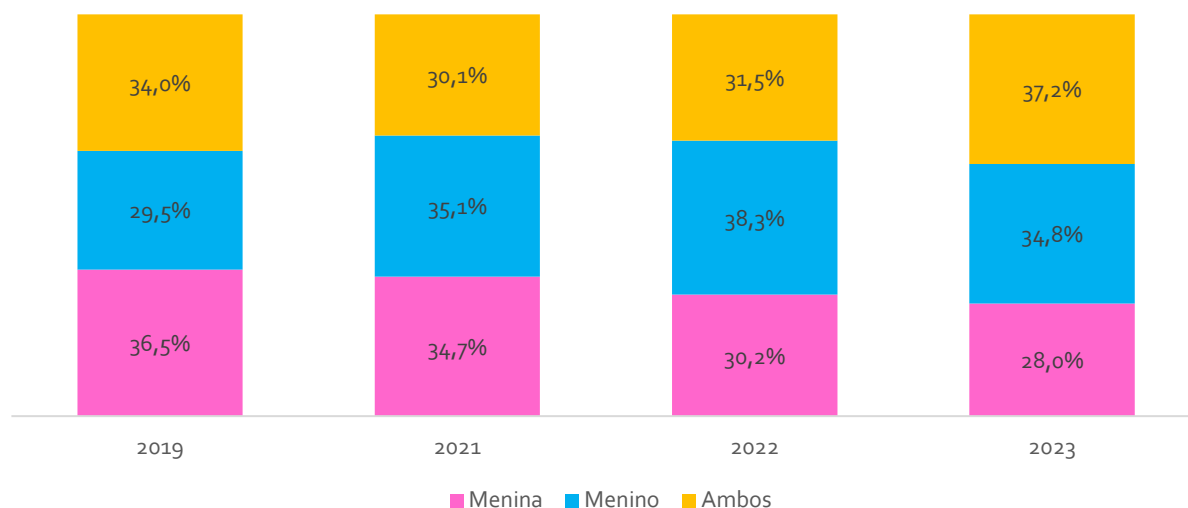


Tabela 1 – Intenção de presentear por tipo de público.

Rótulos de Linha	Sim	Não
Feminino	57,7%	42,3%
Masculino	56,0%	44,0%
18 a 24 Anos	51,2%	48,8%
25 a 34 Anos	60,8%	39,2%
35 a 44 Anos	66,9%	33,1%
45 a 65 anos	47,7%	52,3%
Acima de 65 anos	42,3%	57,7%
Ensino Fundamental	55,8%	44,2%
Ensino Médio	57,0%	43,0%
Ensino superior ou mais	56,9%	43,1%
Até 2 salários	57,0%	43,0%
De 3 a 5 salários	65,8%	34,2%
De 6 a 10 salário	56,6%	43,4%
Acima de 10 salários	35,7%	64,3%

Gráfico 2 – Qual o sexo da criança presenteada?

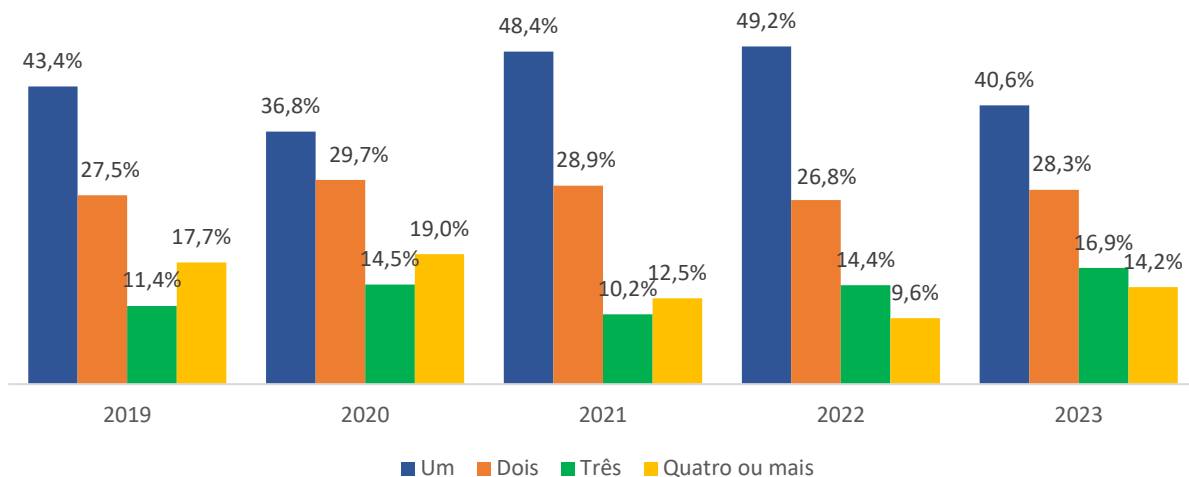


Presenteados

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

Rótulos de Linha	2019	2020	2021	2022	2023
Filho	50,3%	46,6%	61,2%	58,2%	55,2%
Sobrinho	32,3%	32,7%	28,7%	24,1%	30,4%
Neto	13,9%	16,0%	15,1%	20,9%	17,8%
Afilhado	12,3%	10,0%	5,8%	6,0%	12,3%
Irmãos	5,4%	3,2%	4,3%	1,2%	2,5%
Outros	5,7%	9,6%	6,6%	3,6%	4,6%

Gráfico 3 – 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	2019	2020	2021	2022	2023
Brinquedos	61,1%	63,0%	51,2%	57,8%	59,8%
Vestuário	37,0%	29,9%	30,6%	33,3%	36,8%
Calçados	6,6%	6,0%	8,5%	6,8%	13,2%
Jogos educativos	0,9%	0,0%	5,8%	2,8%	4,9%
Alimentos (doces, balas, chocolates, etc.)	0,3%	0,7%	1,6%	0,4%	4,6%
Eletrônicos (tabletes, celulares, vídeo game, etc.)	4,4%	8,5%	2,3%	4,4%	2,1%
Artigos esportivos	0,9%	0,0%	3,9%	2,8%	1,5%
Itens de perfumaria	0,0%	0,7%	3,5%	0,4%	0,6%
Livros	0,6%	1,1%	2,3%	1,2%	0,6%
Outros	1,6%	3,2%	1,6%	0,8%	1,2%
Não sabe	4,4%	8,2%	11,6%	12,9%	8,0%

Tabela 4 – Qual o fator que vai determinar a escolha do presente?

Rótulos de Linha	2021	2022	2023
Oferta e promoções	64,5%	52,0%	60,3%
Marca do produto	15,6%	13,6%	22,5%
Indicação de amigos os parentes	3,1%	2,8%	4,6%
Localização da loja	3,9%	8,0%	4,3%
Formas de pagamento	5,1%	4,4%	3,1%
Marketing/Divulgação	2,3%	2,4%	1,5%
Outros	5,5%	16,8%	3,7%

Gastos com presentes

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

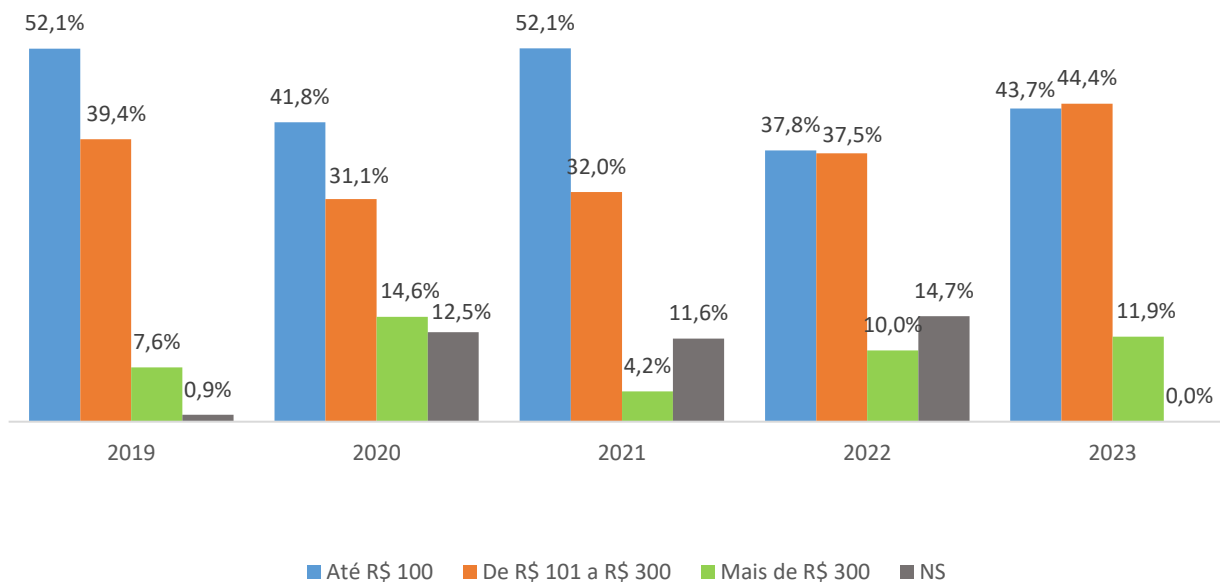


Gráfico 5 – Gasto médio anual.

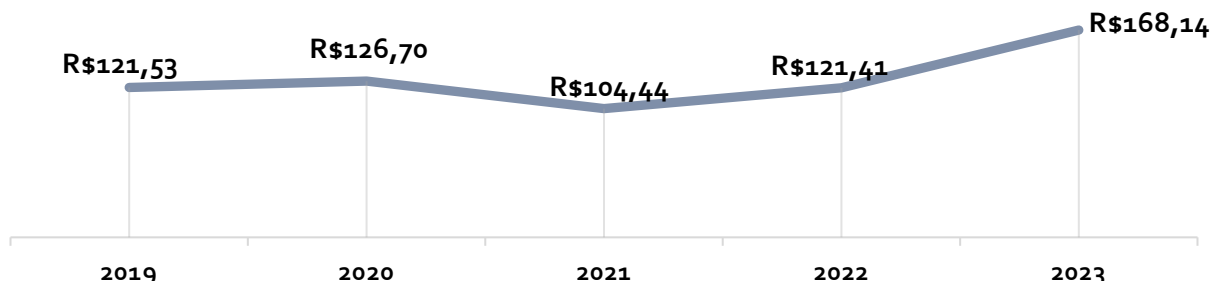


Tabela 5 – Gasto médio pelo perfil dos entrevistados.

Rótulos de Linha	Valor Médio
Feminino	R\$ 163,82
Masculino	R\$ 172,73
18 a 24 Anos	R\$ 142,86
25 a 34 Anos	R\$ 158,16
35 a 44 Anos	R\$ 177,78
45 a 65 anos	R\$ 170,13
Acima de 65 anos	R\$ 222,22
Ensino Fundamental	R\$ 170,83
Ensino Médio	R\$ 159,44
Ensino superior ou mais	R\$ 184,62
Até 2 salários	R\$ 149,06
De 3 a 5 salários	R\$ 179,44
De 6 a 10 salário	R\$ 236,84
Acima de 10 salários	R\$ 280,00

Movimentação

Gráfico 6 – Circulação com compras de presentes ao longo dos anos em Mossoró.

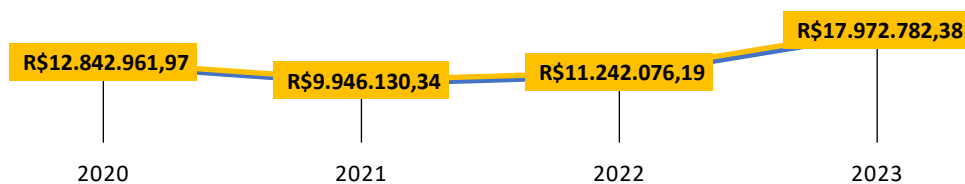
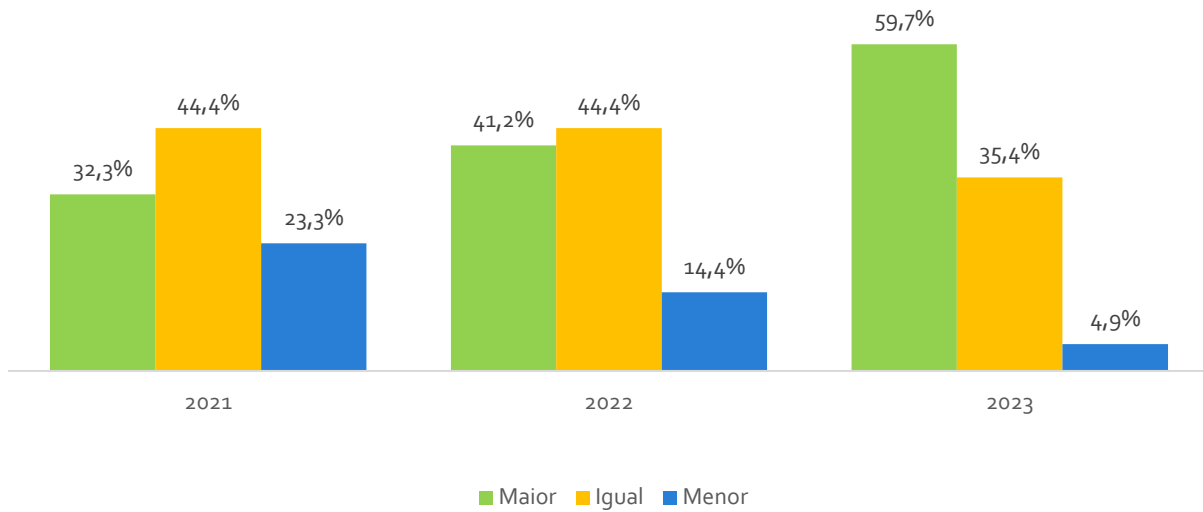


Gráfico 7 – Sobre o gasto com as compras do dia das crianças, comparando com o ano passado, será:



Formas de pagamento

Gráfico 8 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) deseja utilizar?

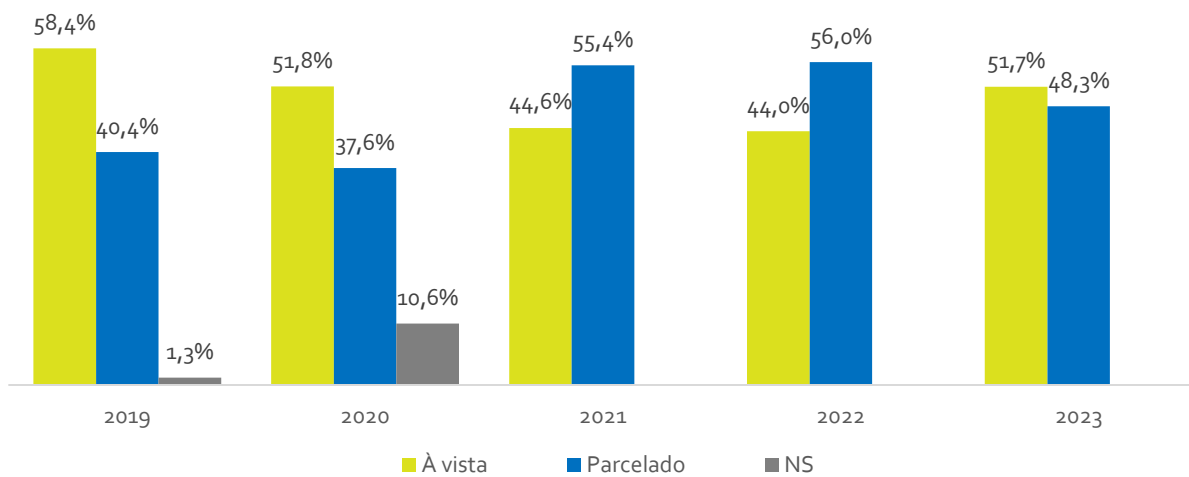


Gráfico 9 – Como você acha que estarão os preços dos produtos durante esta data comemorativa?

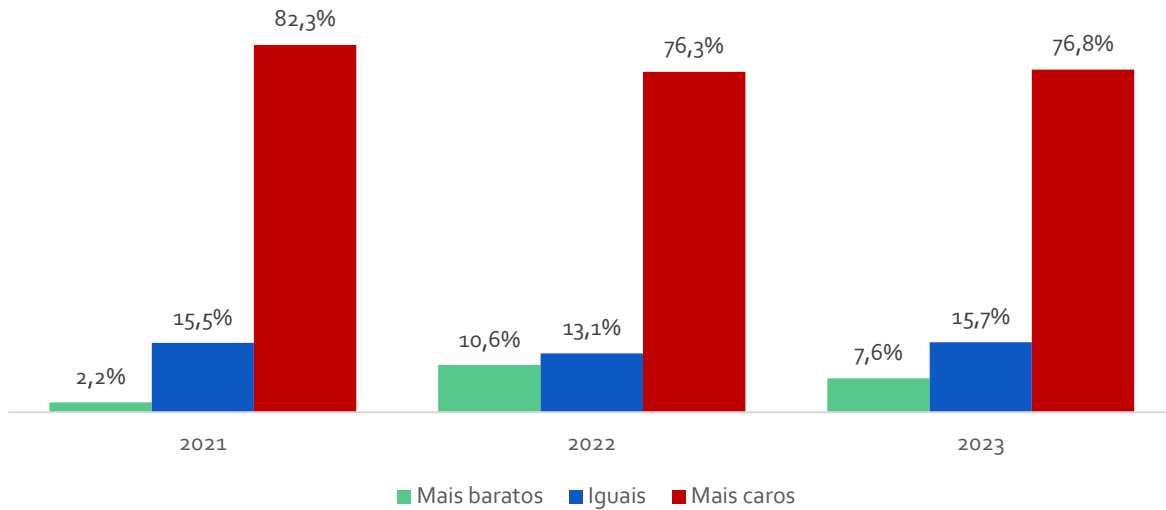
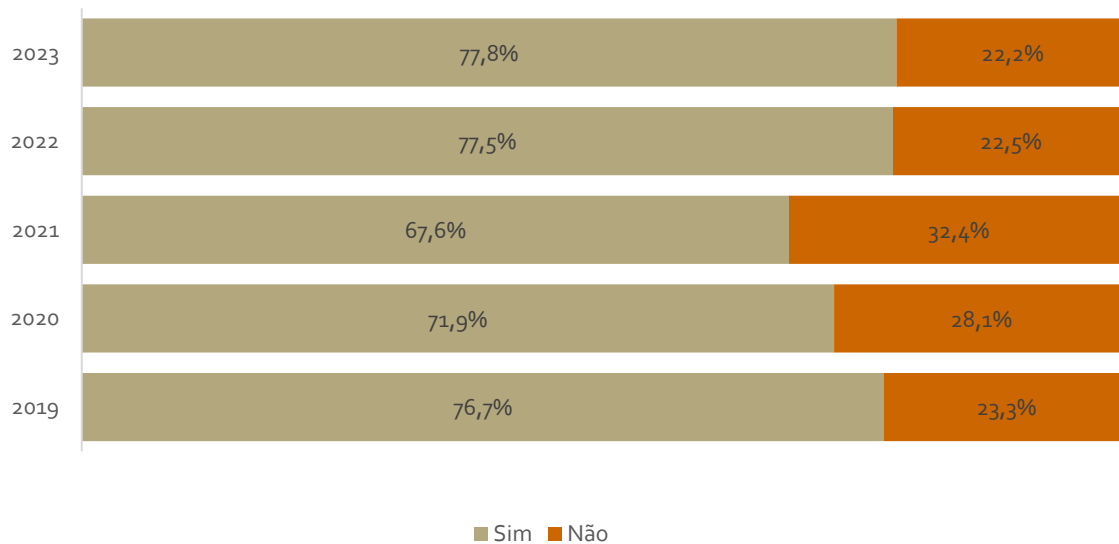


Gráfico 10 – Irá fazer pesquisa de preço?



Local e quando comprar

Gráfico 11 – Quando comprará o (s) presente (s)?

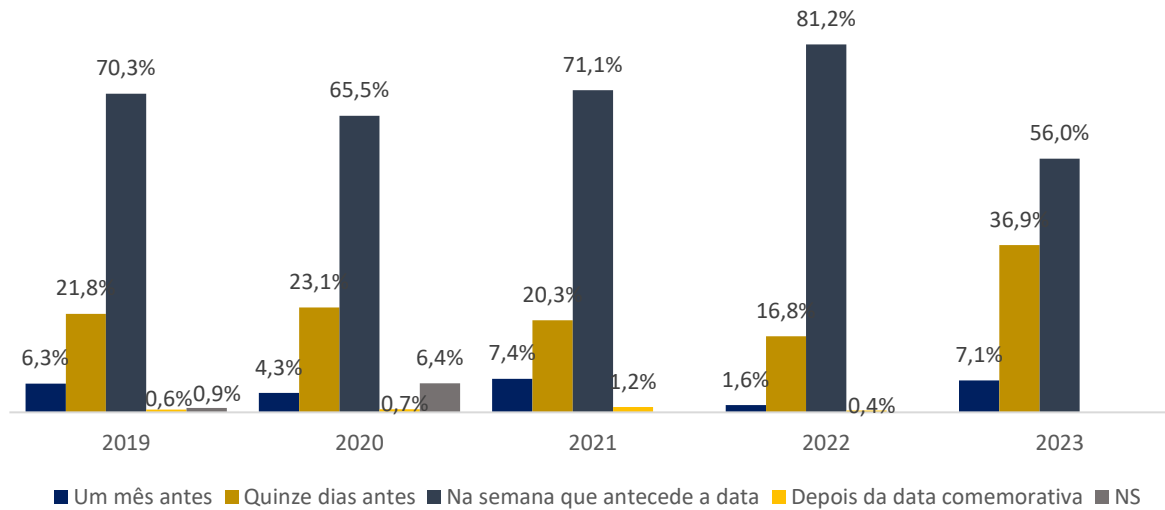
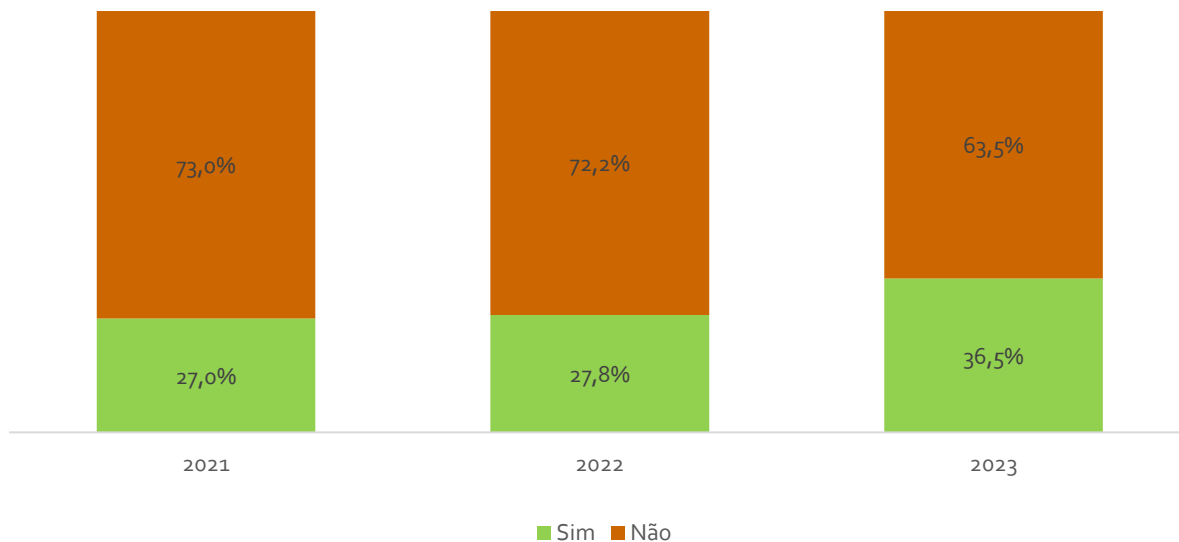


Gráfico 12 – Comparará nas mesmas lojas que comprou ano passado?



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 13 – Onde o (a) sr. (a) comprará o presente?

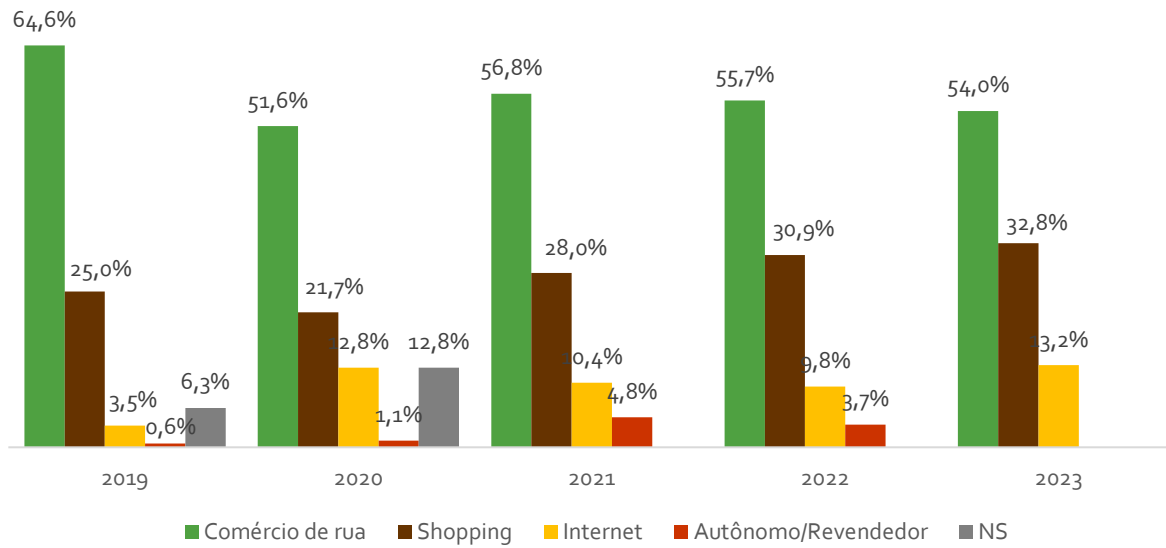


Gráfico 14 – As crianças irão lhe acompanhar durante a compra do presente?

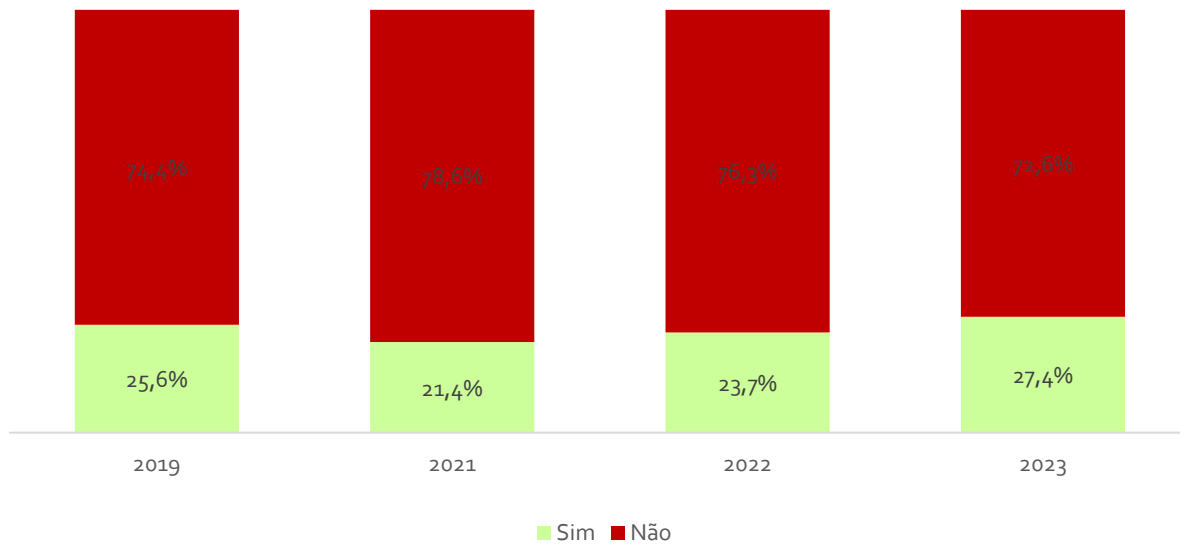


Tabela 6 – Qual a determinante para a escolha do local de compra?

Rótulos de Linha	2019	2020	2021	2022	2023
Nível de preços	51,7%	29,7%	38,0%	38,8%	40,6%
Variedade de produtos	2,9%	17,8%	21,3%	24,4%	31,1%
Atendimento	30,9%	0,0%	3,1%	3,2%	6,8%
Qualidade dos produtos	2,2%	0,0%	10,5%	7,6%	5,2%
Conforto/Comodidade	0,0%	10,2%	4,3%	4,8%	4,0%
Localização	0,0%	17,4%	3,5%	4,4%	3,4%
Facilidade de pagamento	2,6%	0,0%	1,6%	2,0%	1,2%
Vendas online	0,0%	5,9%	0,4%	0,4%	1,2%
Segurança	0,0%	8,5%	0,8%	0,0%	0,6%
Biossegurança	0,0%	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Brindes temáticos	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Outros	5,8%	6,4%	15,5%	13,6%	5,8%
Não sabe	1,4%	1,9%	1,2%	0,8%	0,0%

Comemoração

Gráfico 15 – O (a) sr. (a) vai levar seu filho a algum passeio?

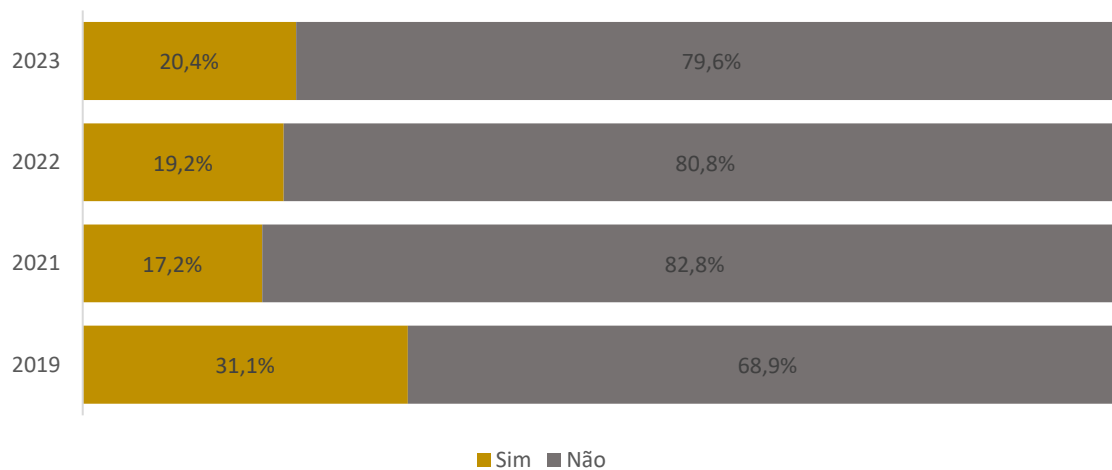
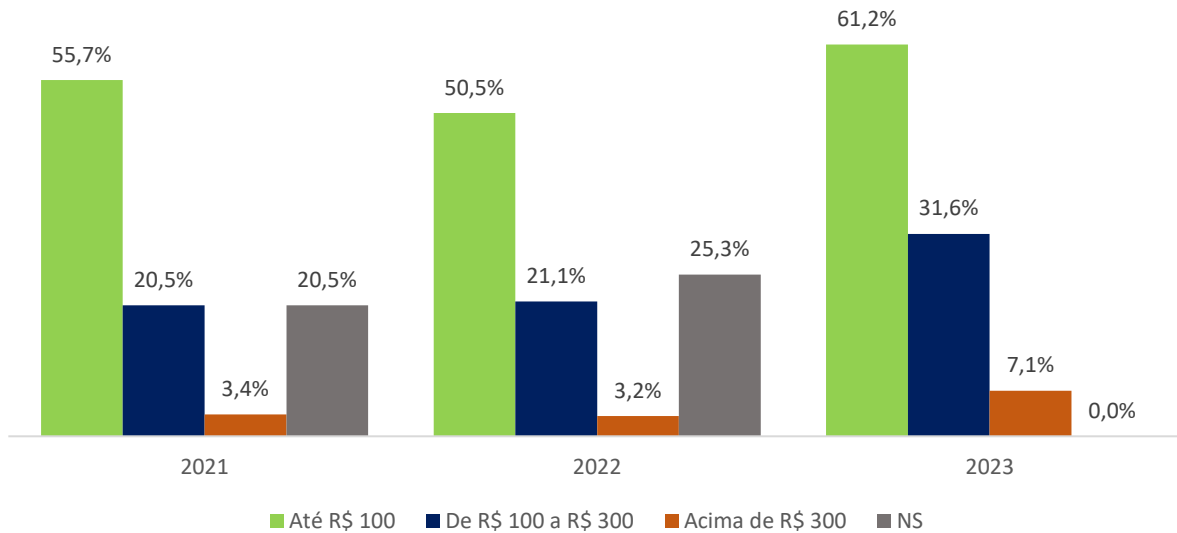


Gráfico 16 – Quanto pretende gastar nesse passeio?



**Tabela 7 – O que é determinante para a escolha do local?
 (Múltipla resposta)**

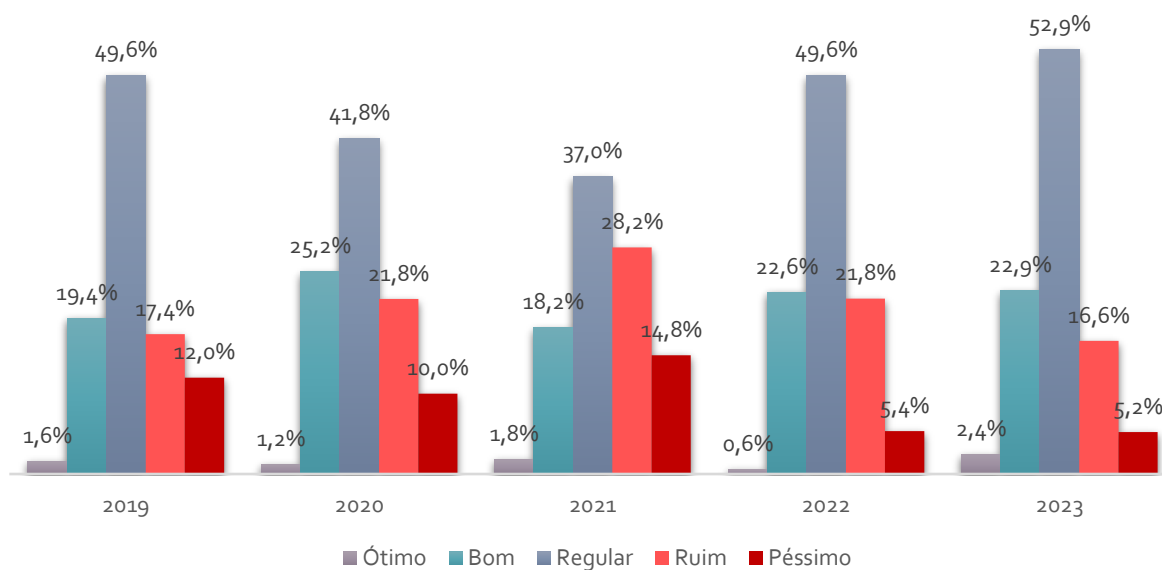
Rótulos de Linha	2021	2022	2023
Diversão/Lazer	39,5%	69,1%	65,0%
Lugar que o seu filho escolheu ou tem desejo de conhecer	17,4%	20,6%	32,5%
Conveniência para familiares comparecerem	24,4%	9,3%	12,8%
Preço	25,6%	6,2%	6,8%
Atendimento	3,5%	0,0%	4,3%
Outros	2,3%	6,2%	3,4%

Tabela 8 – Onde pretendem comemorar?

Rótulos de Linha	2021	2022	2023
Praia/Lagoa	15,1%	21,6%	35,7%
Clube/Parque	15,1%	18,6%	23,0%
Shopping	23,3%	25,8%	21,4%
Em casa	33,7%	8,2%	6,3%
Almoçar/jantar em um restaurante	0,0%	8,2%	4,8%
Outros	0,0%	7,2%	4,8%
Viagem para algum lugar especial	9,3%	5,2%	2,4%
Cinema	3,5%	5,2%	1,6%

Momento econômico

Gráfico 17 – Como você classificaria o atual momento para a compra de produtos?



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 18 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação ao mesmo período do ano passado?

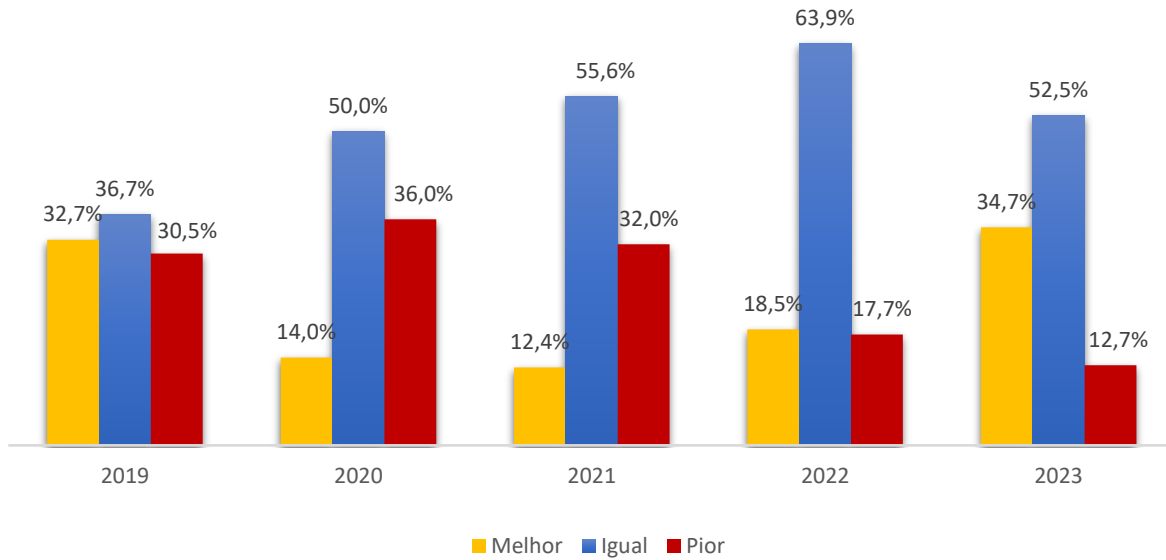
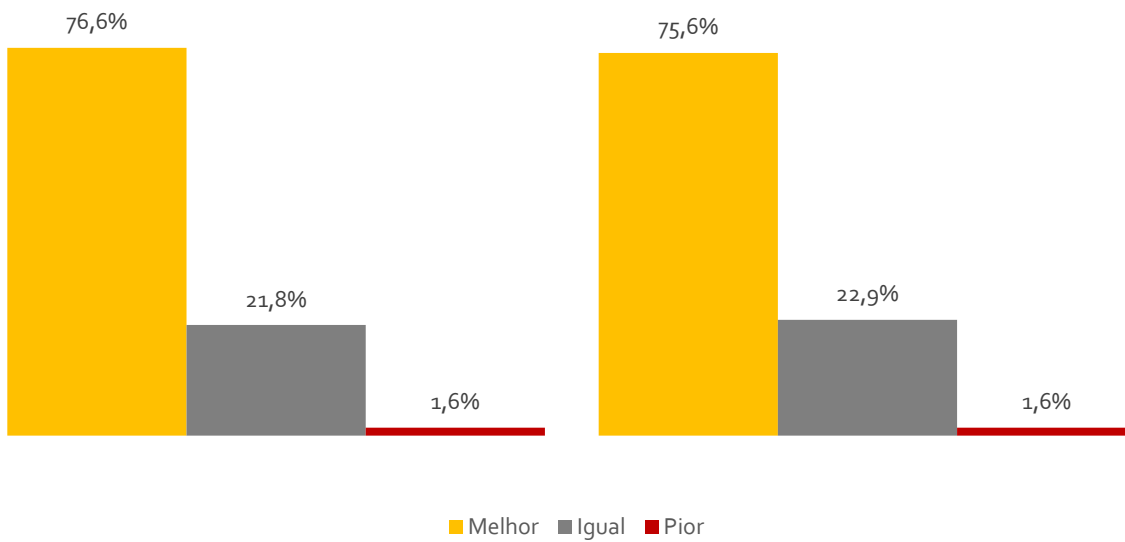


Gráfico 19 – Pensando na situação atual, e olhando para o futuro, como você acha que daqui a um ano estará financeiramente sua família?



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

Coordenadora de Inovação e Competitividade

Luiz Henrique

Analista de Negócios

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMÉRCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Anna Thereza

Débora Nascimento

Hugo Sergio

Jacqueline Aires

João Sobrinho

Josiel Soares

Maria do Socorro

Maria Glória

Natália Pereira

Nivaldo Gonçalves

Rogério Antunes

Simone Soares

Pesquisadores