

PESQUISA DE INTENÇÕES DE COMPRAS PARA O

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

Natal

Setembro 2023



Sumário

1	Introdução	3
2	Aspectos Metodológicos	4
3	Descrição dos Resultados	5
	<i>Intenções de compras</i>	5
	<i>Produtos</i>	5
	<i>Presenteados</i>	6
	<i>Gastos com presentes</i>	6
	<i>Movimentação</i>	7
	<i>Forma de pagamento</i>	7
	<i>Local e quando compra</i>	7
	<i>Comemoração</i>	8
	<i>Momento econômico</i>	9
4	Análise Gráfica	10
	<i>Intenções de compras</i>	10
	<i>Presenteados</i>	11
	<i>Produtos</i>	12
	<i>Gastos com presentes</i>	13
	<i>Movimentação</i>	14
	<i>Forma de pagamento</i>	15
	<i>Local e quando comprar</i>	17
	<i>Comemoração</i>	19
	<i>Momento econômico</i>	21

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. Desta 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 Natal foram entrevistadas 615 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 compras para o Dia das Crianças 2023 revela que 67,6% dos consumidores natelenses pretendem presentear nesta data comemorativa, celebrada no dia 12 de outubro, o que representa um aumento de 3,9 pontos percentuais em comparação a pesquisa do ano passado, quando 63,7% diziam que iriam presentear. Neste ano, os que dizem que não vão às compras são 32,4%, menor índice desde 2019, quando 35% revelavam que não tinham intenção de consumo nesta data comemorativa.

Os dados indicam que a intenção de compra para o Dia das Crianças é relevante em todos os perfis da população, sendo maior entre os homens, com 68,5% deles planejando comprar presentes. Nota-se também que as intenções de compra aumentam à medida que a faixa etária aumenta, atingindo o pico na faixa de 35 a 44 anos, onde mais de 75,3% das pessoas planejam comprar presentes. Além disso, entre os níveis de escolaridade, pessoas com ensino médio têm a maior proporção de intenções de compra (71,3%), enquanto entre as faixas de renda, a maior pretensão está naqueles com renda familiar de 6 a 10 salários-mínimos (72,2%).

Produtos

Para esta data comemorativa, a primeira opção de itens de compra é o brinquedo que lidera a preferência com 59,5% das respostas (em 2022 eram 53,3%); vestuário, com 32,6% (em 2022 eram 37,6%); seguidos pelos calçados, com 10,1% (em 2022 eram 9,7%); e eletrônicos, com 4,8% (em 2022 eram 5,2%). Os itens de perfumaria aparecem em 5º lugar, com 2,4% das intenções (em 2022 eram 1,6%), seguido por jogos educativos com 1,7% (em 2022 eram 3,7%) e livros com 1,7% (em 2022 era 1%). Artigos esportivos (1,2%), alimentos (0,7%), entre outros (3,4%) também foram citados.

Os fatores essenciais para escolha dos produtos são, principalmente, ofertas e promoções (65,4%). A seguir aparecem marca do produto (12,3%); e as formas de pagamento (7,5%) também serão determinantes para a escolha dos itens.

Presenteados

Segundo os consumidores natalenses, além dos filhos (50,6%), serão presenteados no Dia das Crianças os sobrinhos (36%), os afilhados (12,7%), os netos (12,7%), os irmãos (4,8%), entre outros parentes (6%).

Com relação à quantidade de itens comprados, 37,1% pretendem comprar apenas um presente (variação de -8,2 pontos percentuais ante 2022); 35,6% pretendem comprar dois presentes (variação +6,2 pontos percentuais ante 2022); e 27,3% desejam adquirir três ou mais itens (variação de +2 pontos percentuais ante 2022).

Gastos com presentes

No que se refere aos gastos, 54,2% pretendem desembolsar entre R\$ 101,00 e R\$ 300,00; cerca de 30,6% dos entrevistados afirmaram que pretendem gastar até R\$ 100,00 com o presente; seguidos pelos que devem gastar acima de R\$ 300,00 (15,2%).

Os dados da pesquisa mostraram que o tíquete médio será de algo em torno de R\$ 184,58, apontando para um crescimento nominal de R\$ 49,10 no comparativo com o valor registrado na mesma pesquisa realizada no ano passado, quando foi computado um tíquete médio por presente de R\$ 135,48.

Pelo perfil, nota-se que os homens são os que pretendem desembolsar as maiores cifras na compra do presente das crianças, em média, R\$ 186,29, ao passo que as mulheres vão desembolsar o valor médio de R\$ 183,03. A faixa etária que vai investir mais na compra dos presentes é dos consumidores entre 35 e 44 anos, em média, R\$ 202,50. 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\$ 228,57.

Neste ano, 45% dos entrevistados declararam que deverão gastar mais no presente quando comparado com 2022, enquanto 40,7% informaram que irão investir a mesma quantia, e 14,3% disseram que os valores serão menores.

Movimentação

Em Natal, 522 mil natalenses devem presentear alguém durante o Dia das Crianças deste ano, injetando em torno de R\$ 96 milhões no comércio varejista da capital potiguar, estimativa superior à computada em 2022, quando o número foi de R\$ 67 milhões.

Forma de pagamento

O pagamento à vista dos produtos terá a preferência de 59% dos natalenses que vão às compras nesta data comemorativa, aumento de 4,2 pontos percentuais em relação a 2022 (54,8%). Já a compra dos presentes parcelada será a escolha de 41%. No ano passado eram 45,2%.

Local e quando compra

Sobre o local de compra dos itens, 40,1% disseram que vão comprar em lojas de shopping; enquanto 39,8% optarão por estabelecimentos localizados no comércio de rua; seguido pelas compras pela internet, com 20,1% das intenções. Em 2022, comércio de rua apresentava 43,3% das intenções de compras, shoppings tinham 41,1% e internet era a opção de 15,3% dos consumidores.

Os fatores mais importantes para a escolha do local de compra são nível de preço, com 35,3%; variedade de produtos, com 24,5%; localização, com 15,3%; e atendimento ao cliente, com 8,6%.

A pesquisa mostrou ainda que 3 em cada 10 (29,2%) dos que vão às compras pretendem adquirir os produtos nas mesmas lojas que compraram no ano passado, ao passo que 70,8% dos entrevistados disseram que devem buscar outros estabelecimentos.

A compra do presente na semana que antecede a data comemorativa é a intenção de 67,5% dos que vão às compras no Dia das Crianças. Outra parte significativa deve adquirir o presente quinze dias antes da comemoração (25,2%) e 5,5% revelaram durante a pesquisa que comprariam um mês antes da data. Os que vão comprar depois da data comemorativa são 1,7%.

A pesquisa de preço dos produtos será um fator determinante para economizar na compra do presente do Dia das Crianças. Essa alternativa foi indicada pela maioria (71,4%) dos consumidores natalenses. À medida que 28,6% disseram que não vão pesquisar preço dos itens a serem comprados.

Para 76,4%, o sentimento é que os preços dos produtos estarão mais caros do que os praticados no ano passado; 12,6% consideram em igualdade e 11% afirmam estar mais baixos.

Sobre a companhia das crianças na compra dos presentes, 29,6% (em 2022 eram 29,2%) pretendem levar os pequenos junto no momento da aquisição dos itens. Por outro lado, 70,4% (em 2022 eram 70,8%) revelaram que não planejam levar os presenteados.

Comemoração

Em Natal, pouco mais de um terço (34,4%) planejam realizar um passeio especial com os pequenos durante a data comemorativa. O índice é 3,6 pontos percentuais maior do que o registrado em 2022. Apesar disso, 65,6% não tem planos para fazer passeios no Dia das Crianças deste ano, e a celebração ficará para outra oportunidade.

Para os que vão realizar alguma comemoração especial, o gasto médio deverá ser de aproximadamente R\$ 172,95, sendo os shoppings os locais preferidos por 27,7%, seguido por clube/parque (23,5%); praia/lagoa (19,2%); cinema (8,9%); entre outros.

O local escolhido para a confraternização deve ser, primeiramente, um lugar que o filho escolher ou tem desejo de conhecer (59,4%). Características como diversão e lazer (36,8%), conveniência para familiares comparecerem (18,9%), preço (9%), bom atendimento (6,6%), entre outras, também foram mencionadas.

Momento econômico

Em relação à percepção dos consumidores frente ao momento para compra de produtos, 35,7% dos natalenses entrevistados afirmaram que o momento é ótimo ou bom para compra de produtos; 47,3% consideram regular; e 17% dos consumidores classificam como ruim ou péssimo. Na edição 2022 da pesquisa, 29,8% consideravam o momento para compra de produtos ótimo ou bom; 44,9% achavam regular e 25,2% avaliavam como ruim ou péssimo.

A respeito da situação financeira das famílias, 41,5% disseram que a condição está melhor do que em 2022, enquanto 39,4% relataram que a situação financeira está igual ao ano passado. Já para 19,1% a situação piorou em relação a 2022. No ano passado, 29% analisavam como melhor; 39,1% ponderavam como igual e 31,9% diziam estar em pior situação financeira sobre o ano anterior.

Em referência à percepção futura, 76% acreditam que no próximo ano a situação financeira dos familiares estará em melhores condições do que a atual; 12% afirmam que estará igual; e 12% consideram um cenário de piora. Em 2022, 79,9% tinham perspectiva de melhora; 15% declaravam que estaria igual; e 5,2% 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?

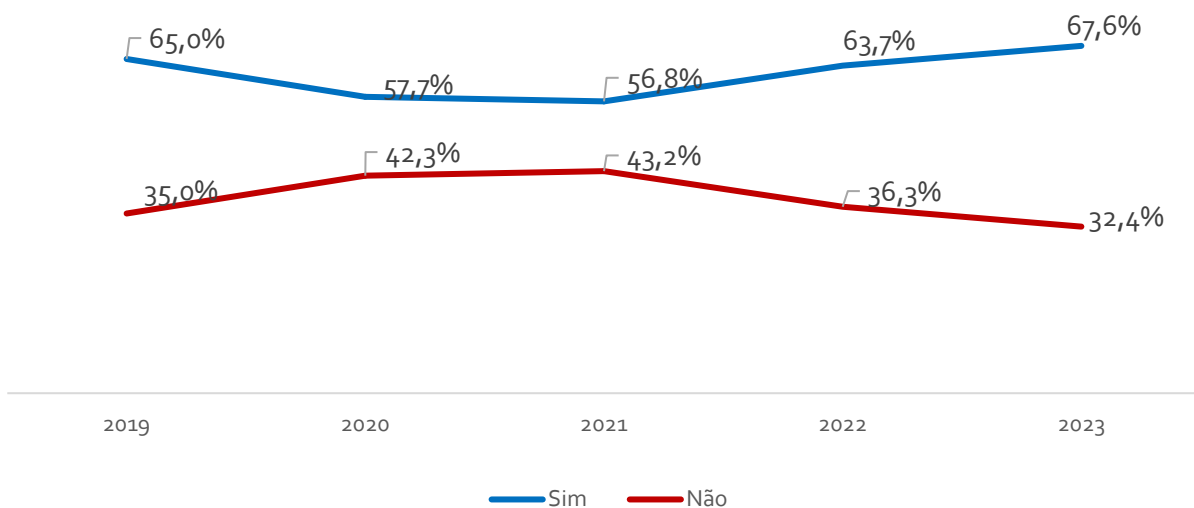
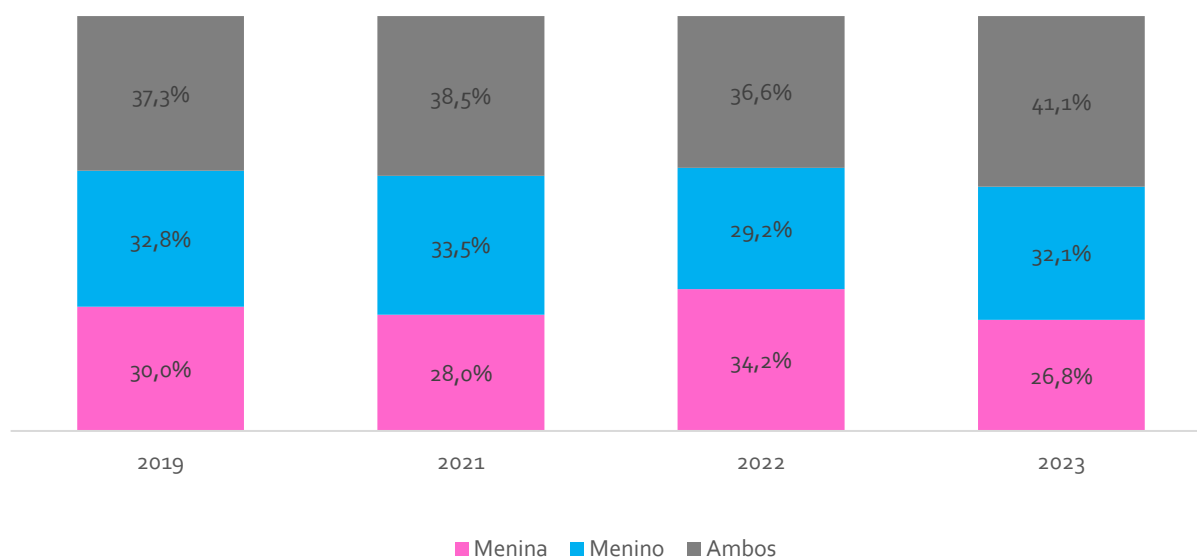


Tabela 1 – Intenção de presentear na data pelo perfil.

Rótulos de Linha	Sim	Não
Feminino	66,8%	33,2%
Masculino	68,5%	31,5%
18 a 24 Anos	54,2%	45,8%
25 a 34 Anos	71,1%	28,9%
35 a 44 Anos	75,3%	24,7%
45 a 65 anos	65,2%	34,8%
Acima de 65 anos	68,8%	31,3%
Ensino Fundamental	68,0%	32,0%
Ensino Médio	71,3%	28,7%
Ensino superior ou mais	62,3%	37,7%
Até 2 salários	67,3%	32,7%
De 3 a 5 salários	66,5%	33,5%
De 6 a 10 salário	72,2%	27,8%
Acima de 10 salários	67,7%	32,3%

Gráfico 2 – Qual o sexo da criança presenteada?

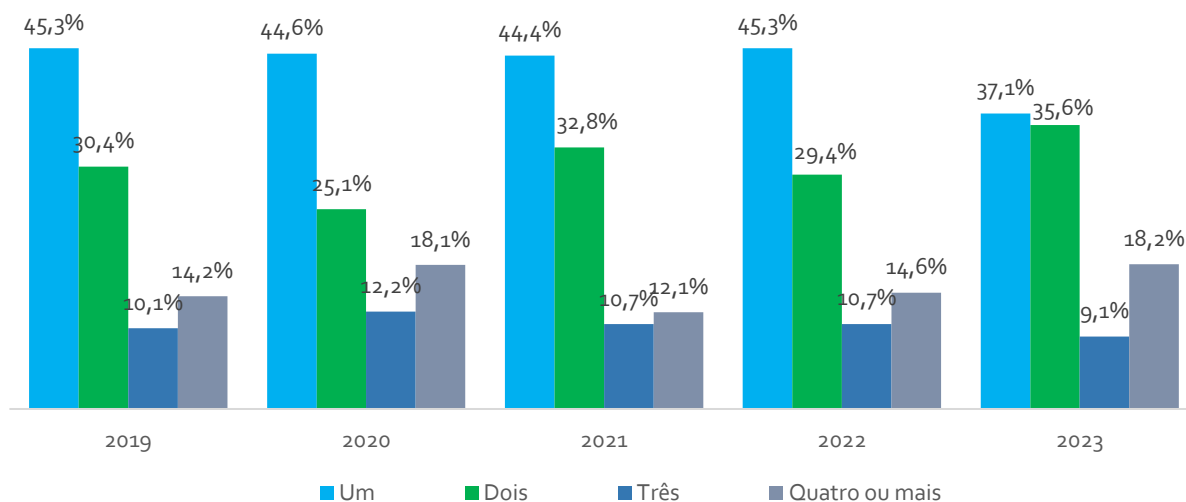


Presenteados

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

Rótulos de Linha	2019	2020	2021	2022	2023
Filho	55,7%	56,9%	60,1%	52,7%	50,6%
Sobrinho	28,8%	30,1%	28,0%	28,2%	36,0%
Afilhado	13,0%	7,8%	8,5%	10,4%	12,7%
Neto	10,6%	15,6%	14,3%	16,4%	12,7%
Irmãos	4,0%	1,7%	3,5%	5,2%	4,8%
Outros	6,8%	7,5%	6,1%	6,3%	6,0%

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	52,1%	64,2%	49,6%	53,3%	59,5%
Vestuário	38,7%	29,5%	31,2%	37,6%	32,6%
Calçados	7,3%	6,1%	6,1%	9,7%	10,1%
Eletrônicos (tabletes, celulares, vídeo game, etc.)	6,1%	8,1%	5,0%	5,2%	4,8%
Itens de perfumaria	0,2%	1,2%	3,2%	1,6%	2,4%
Jogos educativos	1,9%	0,3%	6,4%	3,7%	1,7%
Livros	1,7%	2,6%	2,0%	1,0%	1,7%
Artigos esportivos	0,5%	0,0%	3,2%	1,0%	1,2%
Alimentos (doces, balas, chocolates, etc.)	1,2%	0,6%	1,7%	0,5%	0,7%
Outros	0,9%	4,0%	1,5%	0,8%	3,4%
Não sabe	4,7%	7,8%	13,4%	6,8%	2,4%

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

Rótulos de Linha	2021	2022	2023
Oferta e promoções	62,5%	60,8%	65,4%
Marca do produto	15,5%	19,8%	12,3%
Formas de pagamento	4,1%	5,7%	7,5%
Indicação de amigos os parentes	5,0%	1,6%	3,1%
Marketing/Divulgação	1,8%	0,5%	1,7%
Localização da loja	4,1%	1,8%	1,4%
Outros	7,0%	9,7%	8,7%

Gastos com presentes

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

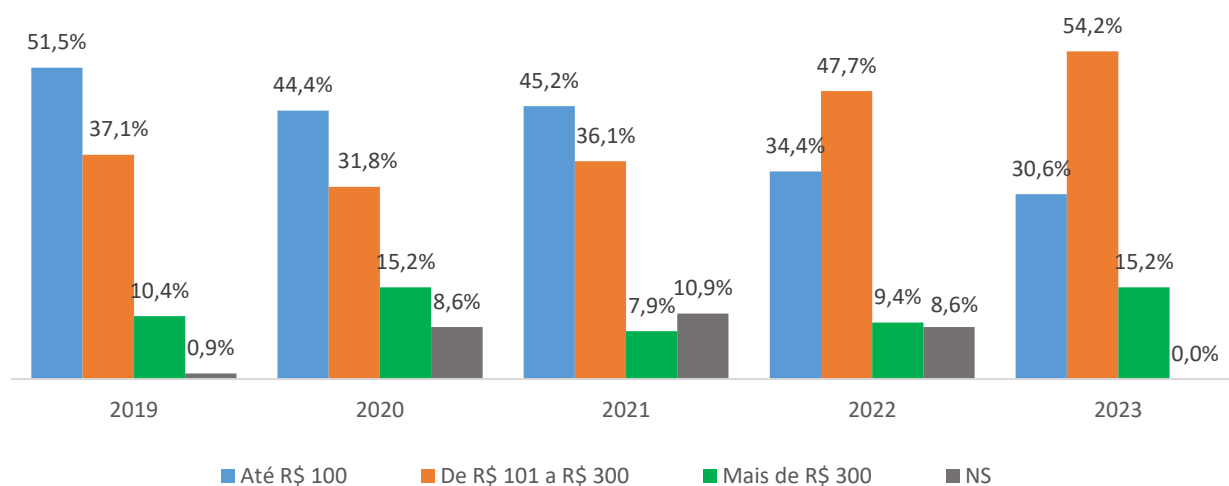


Gráfico 5 – Gasto médio anual.

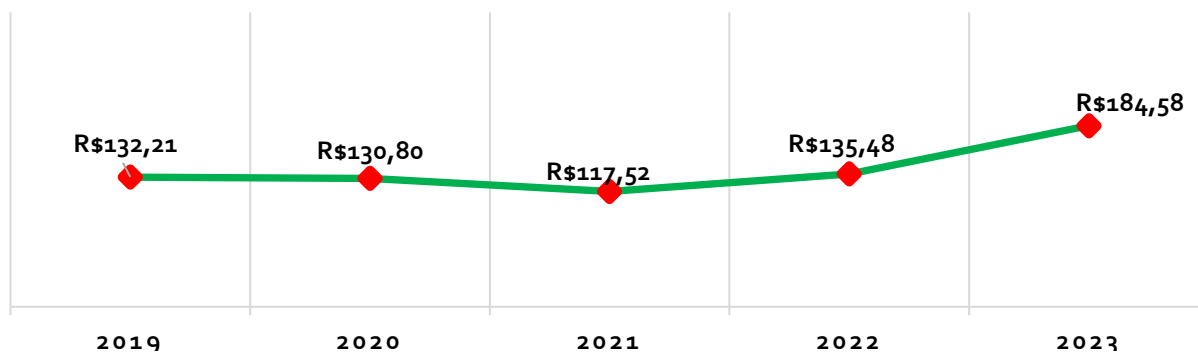


Tabela 5 – Gasto médio pelo perfil dos entrevistados.

Rótulos de Linha	Valor médio
Feminino	R\$ 183,03
Masculino	R\$ 186,29
18 a 24 Anos	R\$ 171,88
25 a 34 Anos	R\$ 179,69
35 a 44 Anos	R\$ 202,50
45 a 65 anos	R\$ 178,26
Acima de 65 anos	R\$ 172,73
Ensino Fundamental	R\$ 176,47
Ensino Médio	R\$ 180,69
Ensino superior ou mais	R\$ 192,57
Até 2 salários	R\$ 174,73
De 3 a 5 salários	R\$ 182,80
De 6 a 10 salário	R\$ 205,88
Acima de 10 salários	R\$ 228,57

Movimentação

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

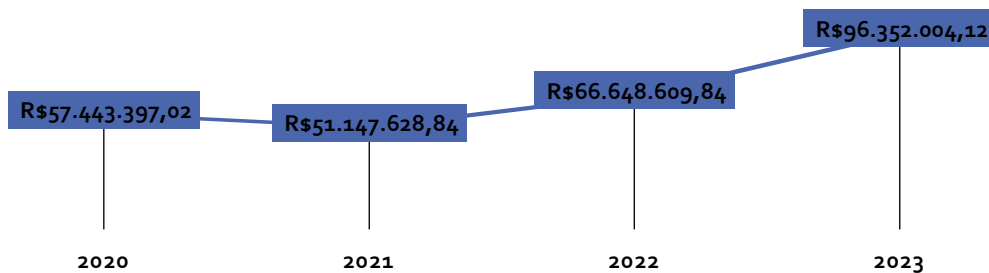
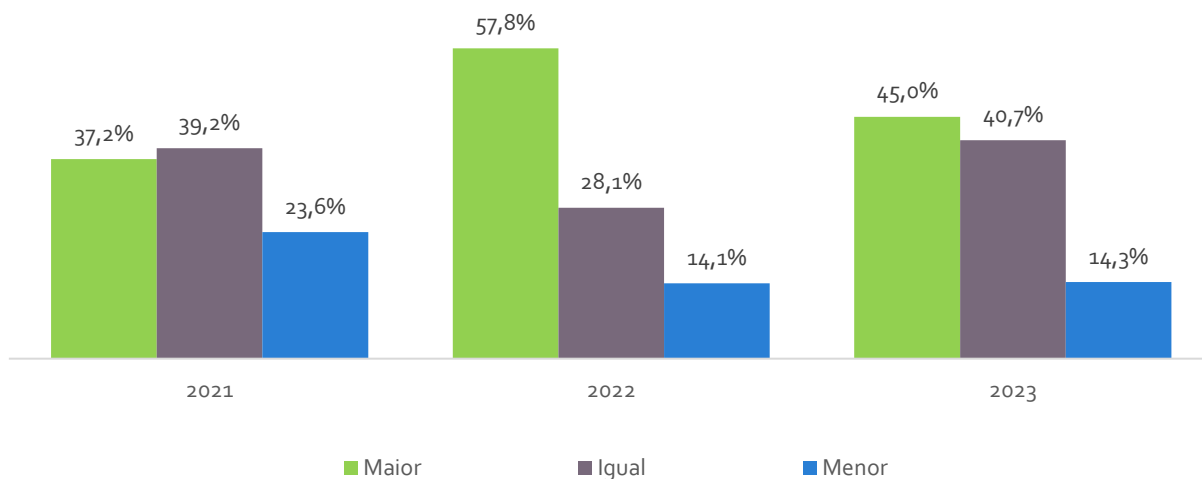


Gráfico 7 – Sobre o gasto com as compras do dia das crianças, comparando com o ano passado, será:



Forma de pagamento

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

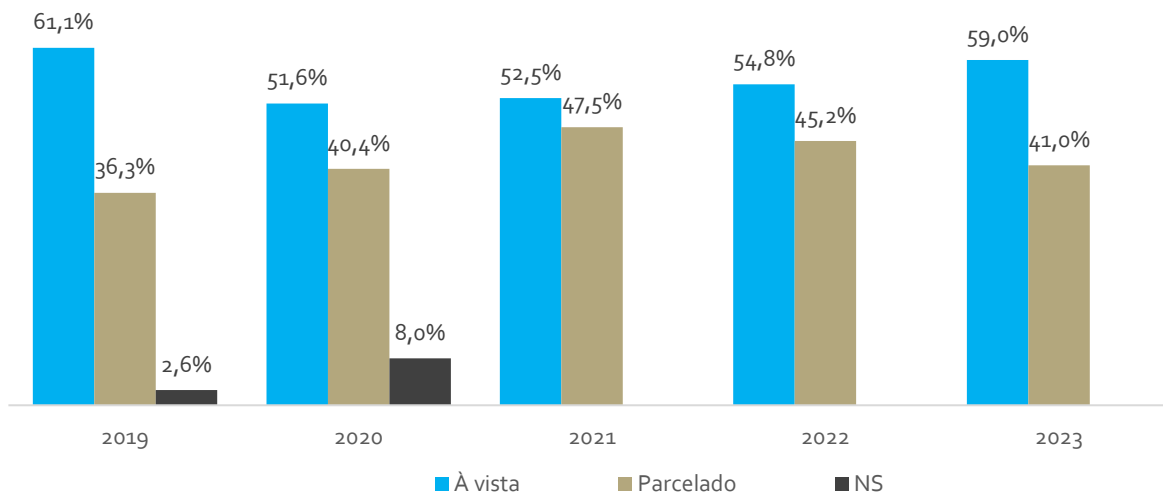


Gráfico 9 – Como você acha que estarão os preços dos produtos durante esta data comemorativa?

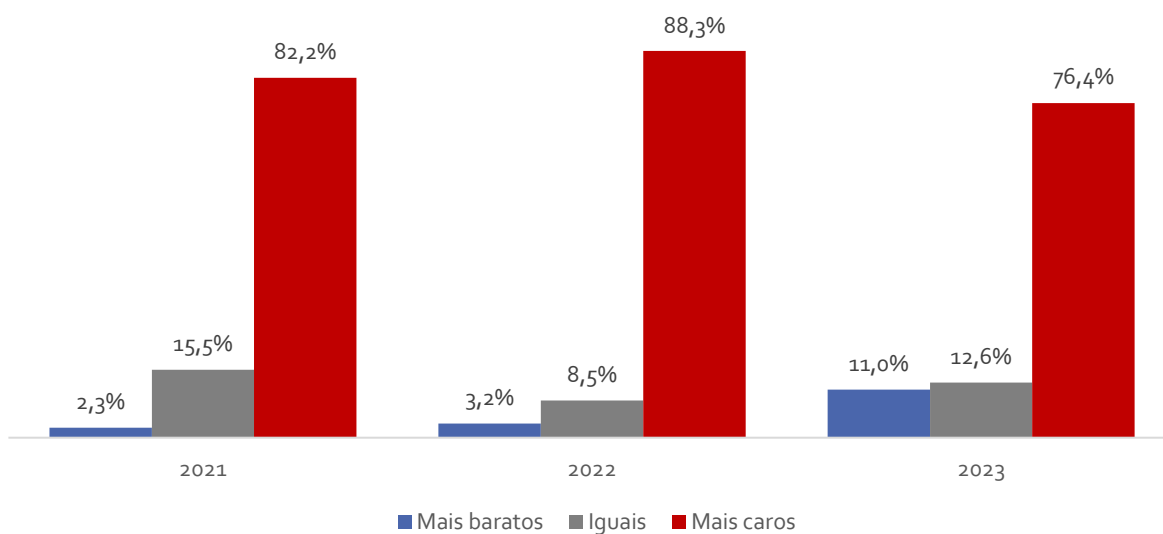
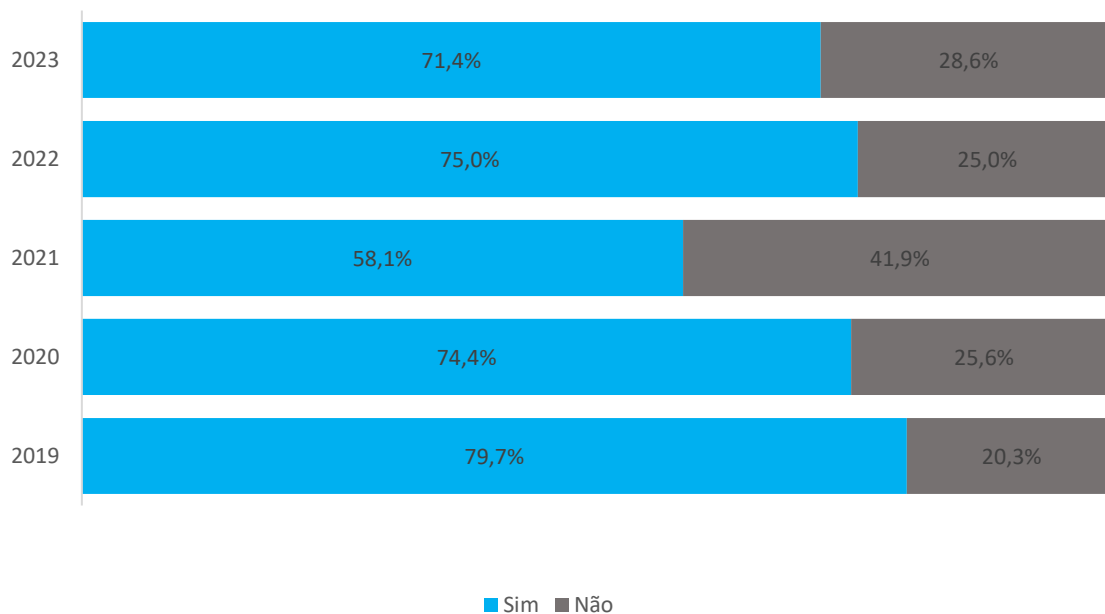


Gráfico 10 – Irá fazer pesquisa de preço?



Local e quando comprar

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

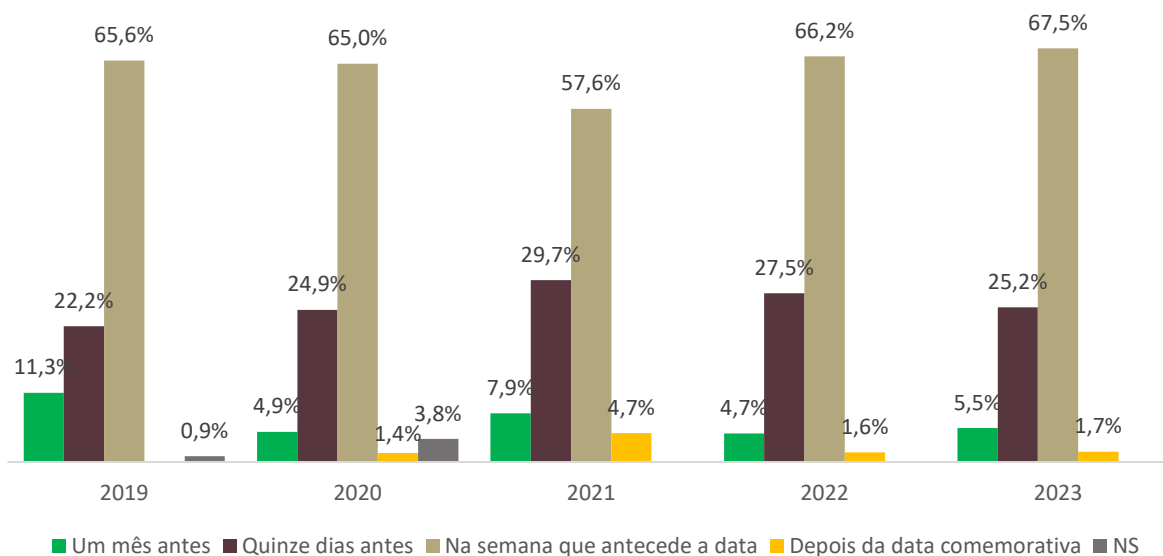
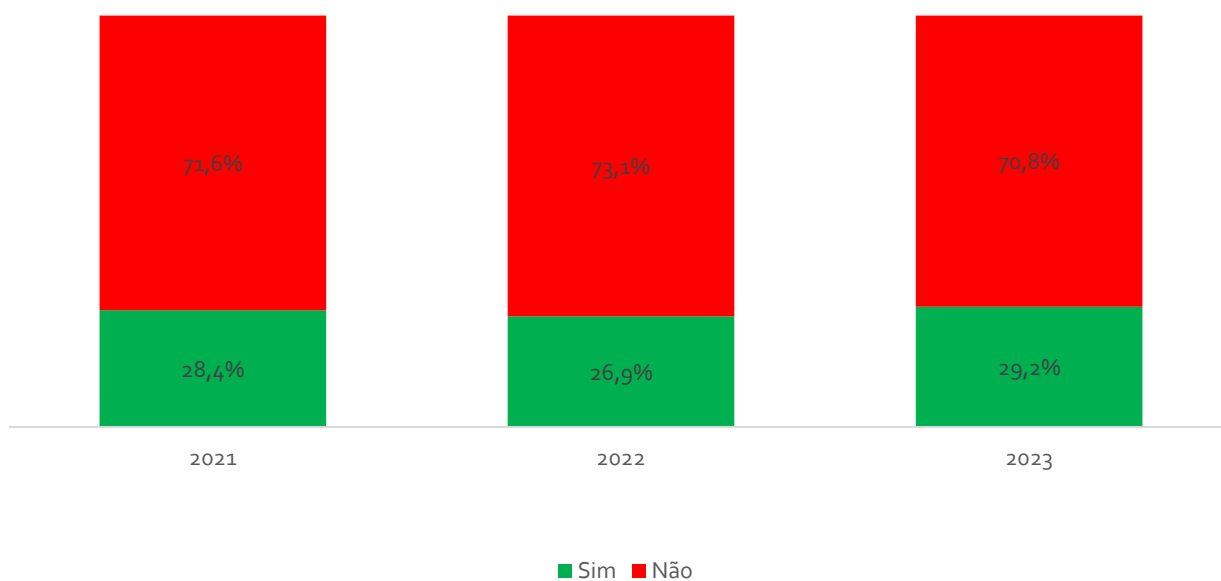


Gráfico 12 – Comprará nas mesmas lojas que comprou ano passado?



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

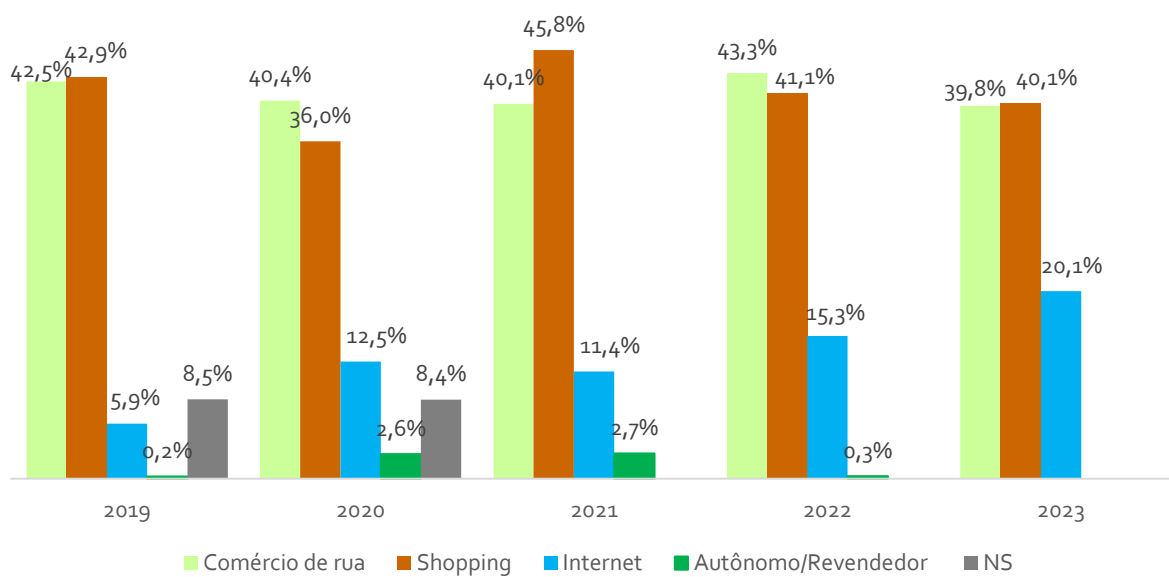


Gráfico 14 – As crianças irão lhe acompanhar durante a compra?

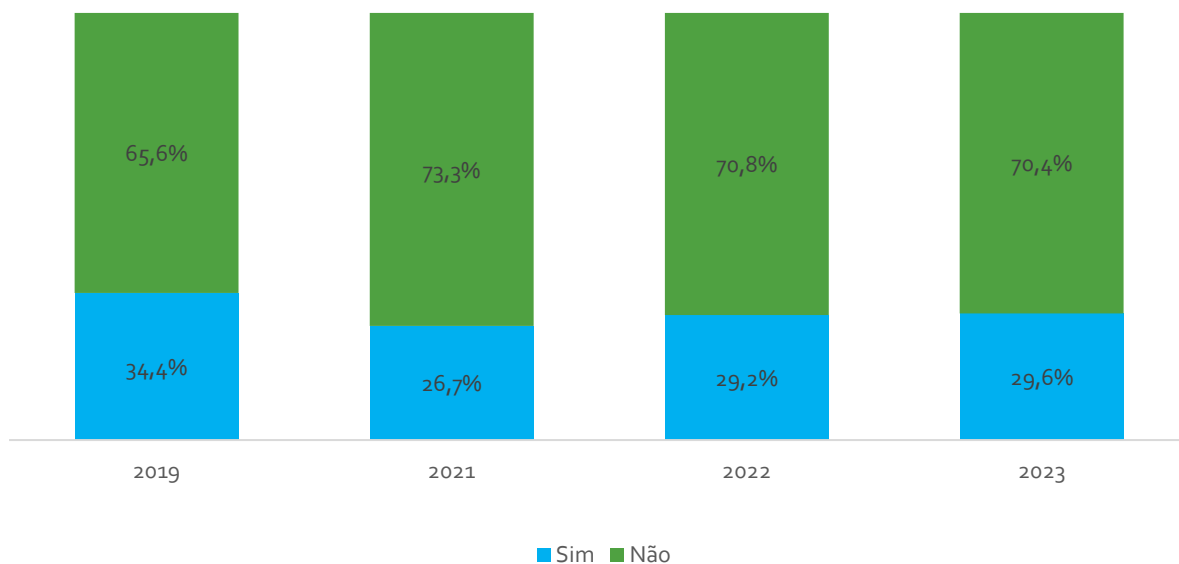


Tabela 6 – Qual a determinante para a escolha do local de compra?

Rótulos de Linha	2019	2020	2021	2022	2023
Nível de preços	53,8%	25,6%	38,1%	34,5%	35,3%
Variedade de produtos	3,1%	19,0%	19,5%	26,4%	24,5%
Localização	0,0%	22,4%	6,2%	11,0%	15,3%
Atendimento	23,5%	0,0%	4,1%	5,5%	8,6%
Qualidade dos produtos	2,4%	0,2%	9,1%	9,1%	4,1%
Conforto/Comodidade	0,0%	8,9%	6,8%	2,6%	2,4%
Segurança	0,0%	9,2%	1,5%	0,8%	2,4%
Facilidade de pagamento	4,2%	0,0%	2,1%	1,8%	1,9%
Vendas online	0,0%	3,2%	0,6%	1,3%	1,2%
Biossegurança	0,0%	3,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Brindes temáticos	5,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Outros	6,2%	6,3%	11,5%	6,5%	4,1%
Não sabe	1,6%	1,3%	0,6%	0,5%	0,2%

Comemoração

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

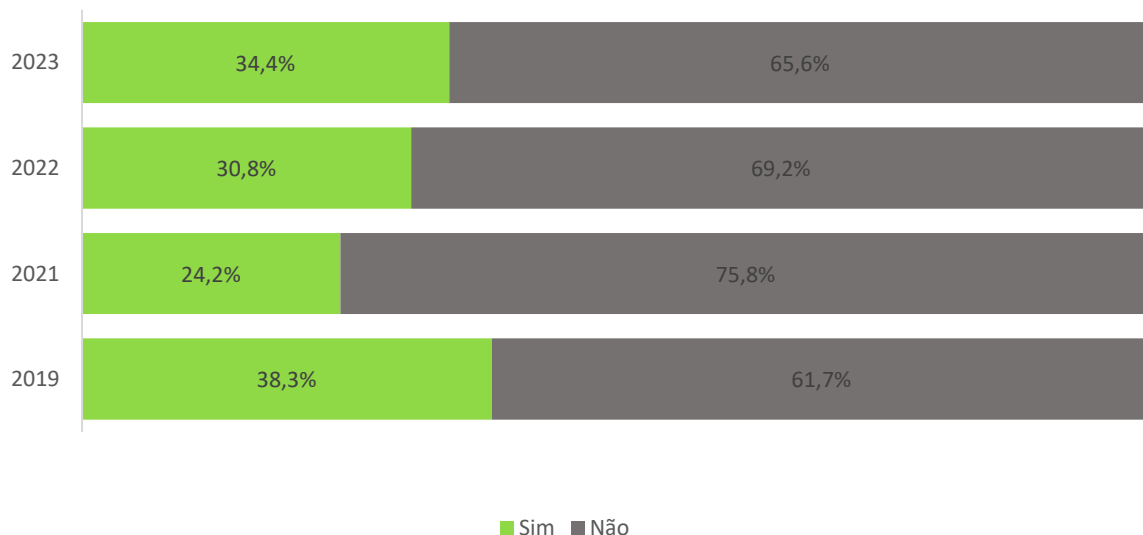


Gráfico 16 – Quanto pretende gastar nesse passeio?

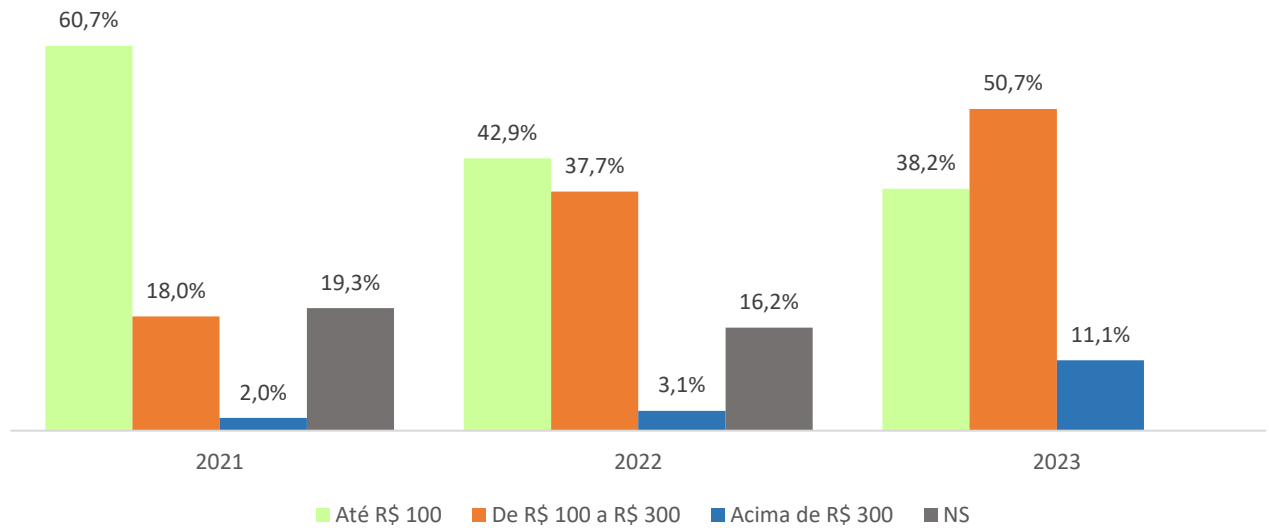


Tabela 7 – Onde pretendem comemorar?

Rótulos de Linha	2021	2022	2023
Shopping	25,2%	34,9%	27,7%
Clube/Parque	12,3%	17,4%	23,5%
Praia/Lagoa	21,3%	26,2%	19,2%
Cinema	6,5%	4,6%	8,9%
Almoçar/jantar em um restaurante	4,5%	5,6%	6,6%
Em casa	21,9%	8,2%	5,6%
Viagem para algum lugar especial	2,6%	1,0%	3,3%
Outros	5,8%	2,1%	5,2%

**Tabela 8 – O que é determinante para a escolha do local?
(Múltipla resposta)**

Rótulos de Linha	2021	2022	2023
Lugar que o seu filho escolheu ou tem desejo de conhecer	30,1%	37,8%	59,4%
Diversão/Lazer	45,2%	45,9%	36,8%
Conveniência para familiares comparecerem	16,4%	8,6%	18,9%
Preço	17,8%	18,9%	9,0%
Atendimento	6,2%	5,9%	6,6%
Outros	6,8%	5,4%	2,4%

Momento econômico

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

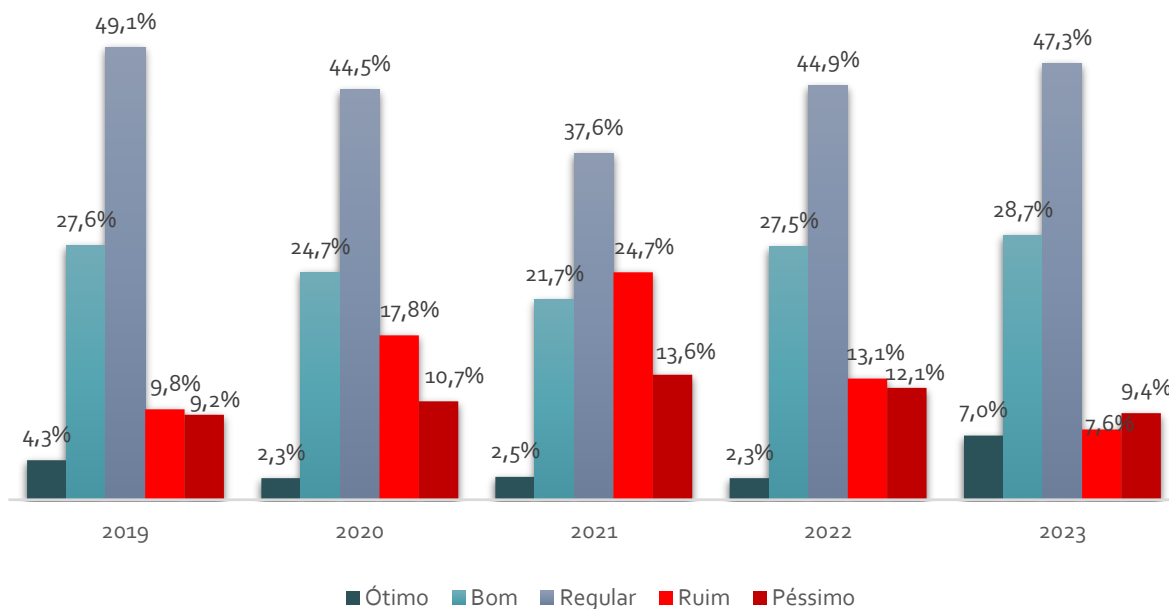


Gráfico 18 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação ao mesmo período do ano passado?

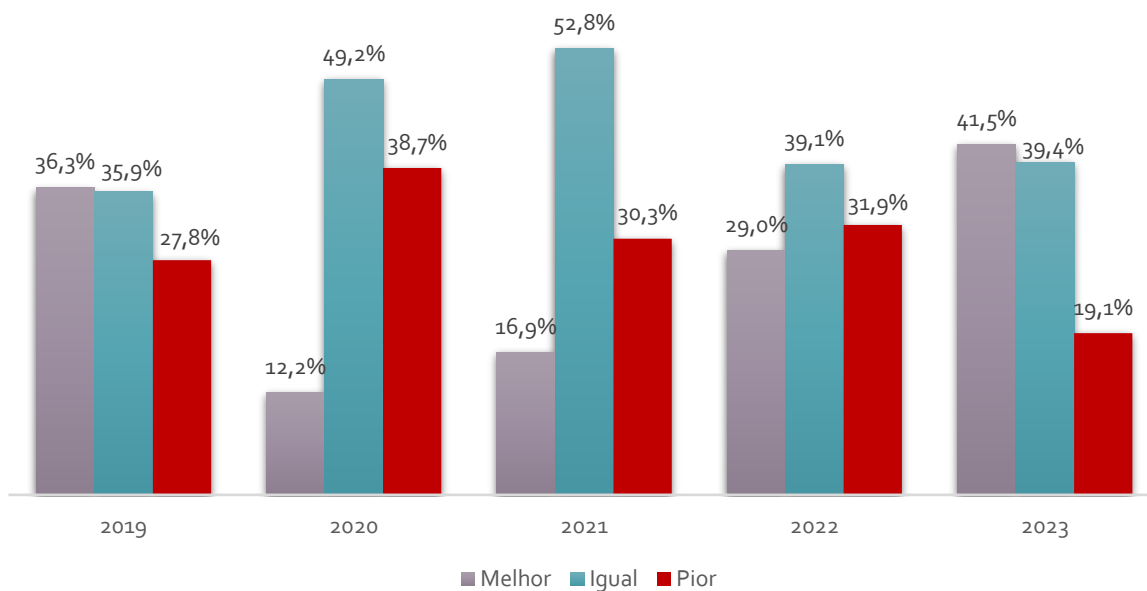
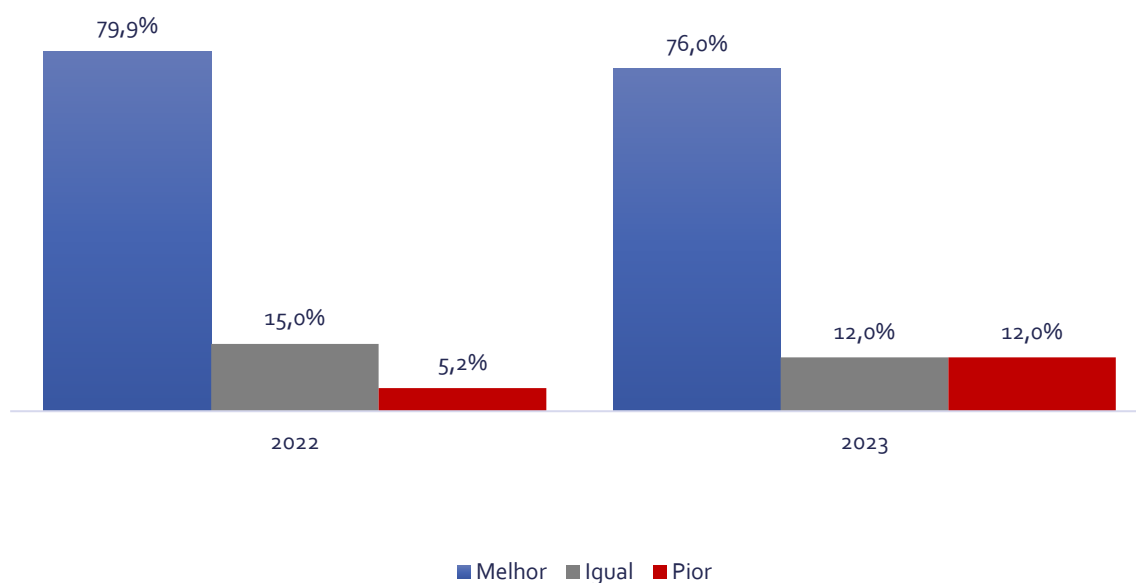


Gráfico 19 – Pensando na situação atual, e olhando para o futuro, como você acha que estará financeiramente sua família daqui a um ano?



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

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