

# Intenção de Consumo Dia das Crianças 2016



Área de Estudos Econômicos

  
**Fecomércio MG**  
Sesc | Senac

## Intenção de Consumo

O Dia das Crianças é uma importante data para o comércio varejista no segundo semestre. Comemorada no dia 12 de outubro, é tida como a principal data para o segmento de brinquedos. É tradicional no calendário de compras dos brasileiros, pelo forte apelo emocional além de ser o momento em que algumas empresas iniciam ações voltadas para o Natal e comemorações de fim de ano.

Conhecer e entender as razões de possíveis posicionamentos e escolhas das pessoas é fundamental para adoção de estratégias de estímulos eficazes. A leitura prospectiva do mercado, por meio do “olhar” do consumidor, é valiosa para os empresários.

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa, com o objetivo de captar a percepção, as estratégias e as tendências a serem adotadas pelos empresários da capital mineira com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pelo Dia das Crianças.



**Em 2016, menos consumidores pretendem presentear no Dia das Crianças (51,8%). No ano passado, 55,0% pretendiam ir às compras no período.**

Entre os consumidores que não irão presentear na data, 27,9% afirmaram que não têm a quem presentear, outros 25,8% não têm esse costume e 10,5% comemoram de outra maneira.

Assim como no ano passado os itens mais procurados para a data serão brinquedos (48,3%) e roupas (34,8%). Os presentes não ultrapassarão o valor de R\$50,00 para 54,8% dos consumidores. Na comparação com o ano anterior, 49,5% pretendiam presentear com artigos nessa faixa de preço.

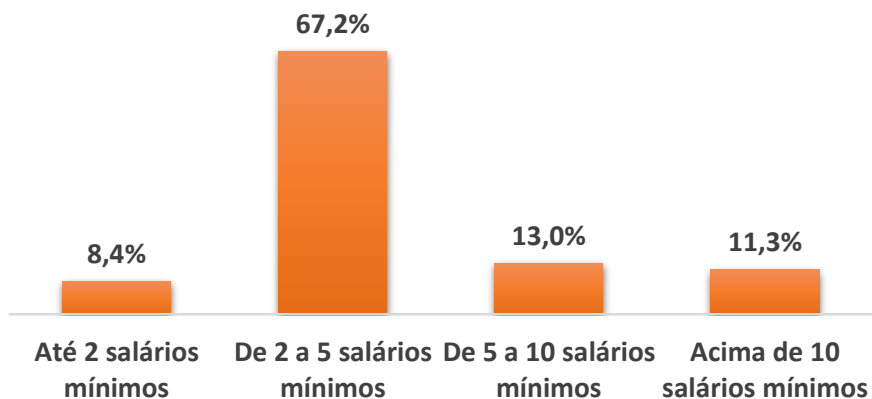
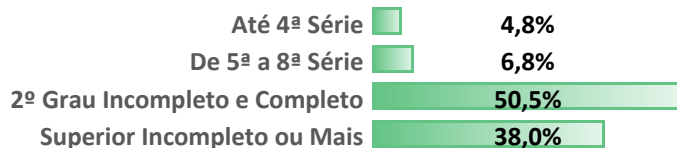
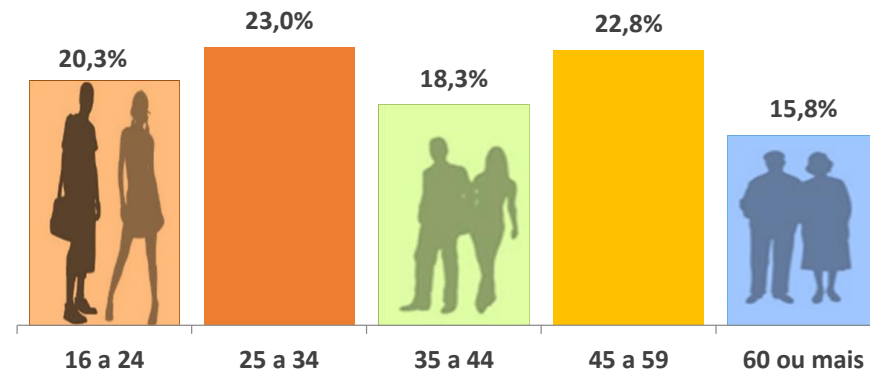
As promoções (63,3%) e os preços reduzidos (33,3%) continuam sendo estímulos para os consumidores, já os preços altos (76,8%) e o atendimento precário (22,7%) são os principais fatores que irão desestimulá-los às compras.

## Perfil dos consumidores

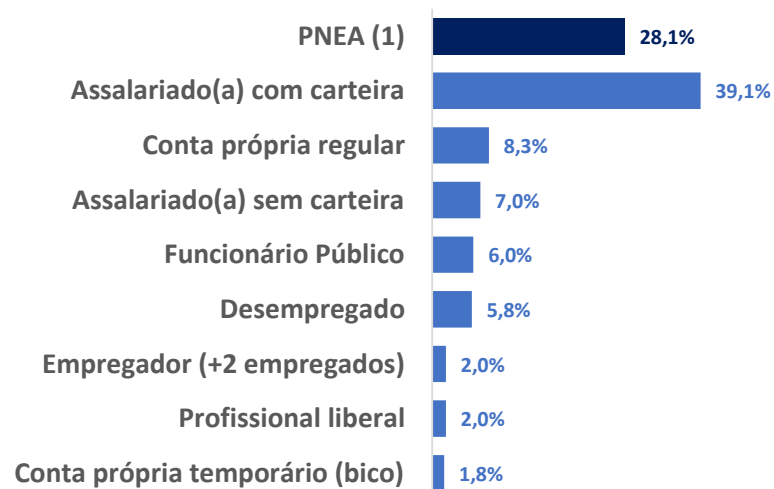
53,8%



46,2%



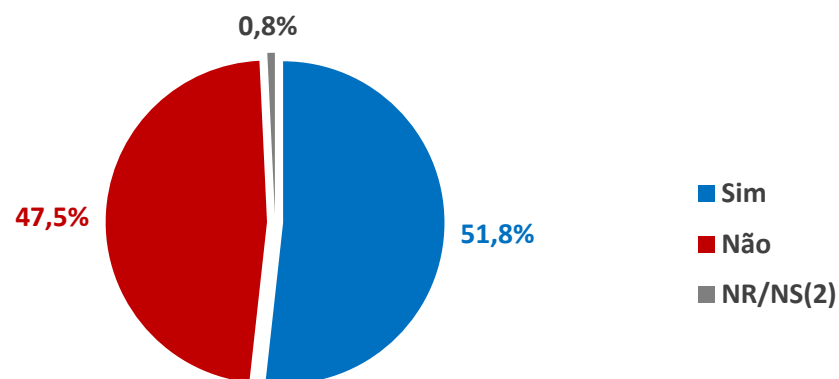
65,9% dos consumidores de Belo Horizonte realizam algum trabalho remunerado.



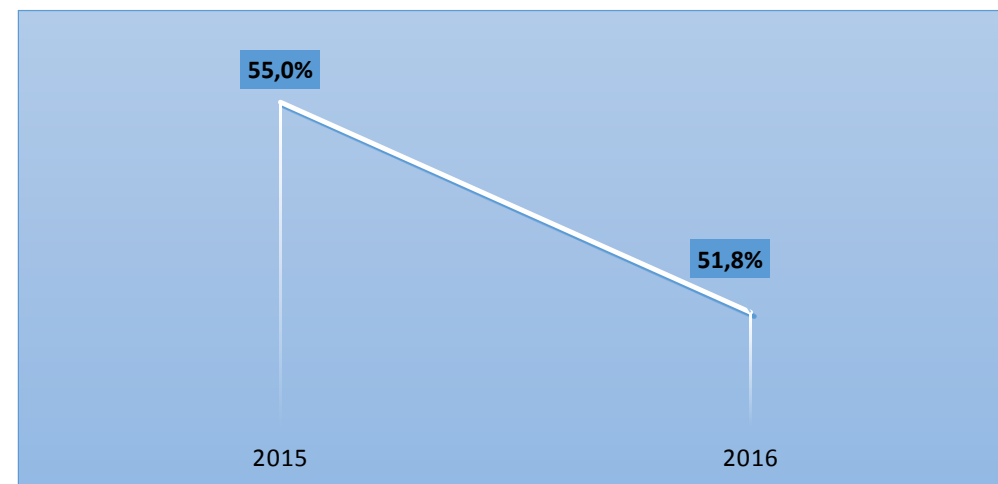
(1) População não economicamente ativa, inclui: donas de casa, estudantes, aposentados e pensionistas.

## Pretensão de compras

### Irá presentear neste Dia das Crianças?



(2) Não sabe/Não respondeu



### Por que não irá presentear<sup>(3)</sup>



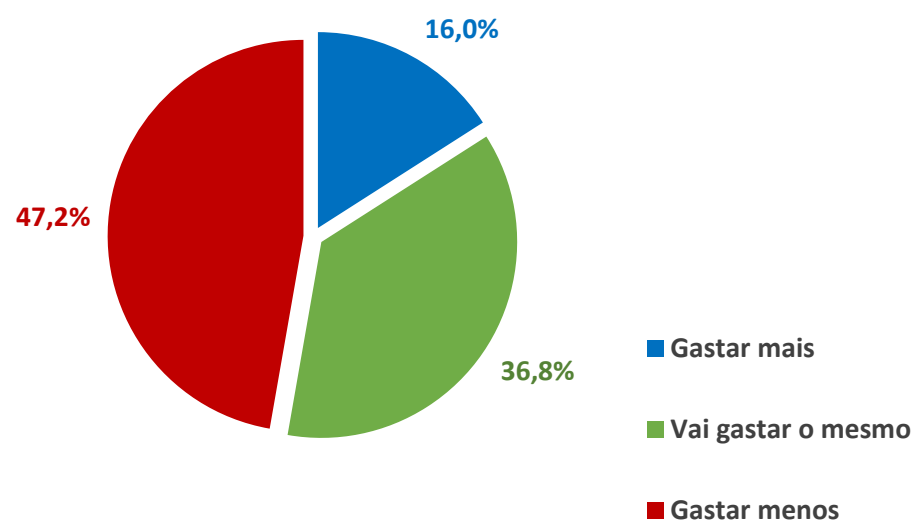
(3) Questão de múltiplas respostas. Número de entrevistados do grupo que citaram cada item.

Menos consumidores irão presentear neste Dia das Crianças, 51,8%. No ano passado, 55,0% dos consumidores da cidade pretendiam ir às compras no período.

Entre os consumidores que não irão presentear na data, 27,9% afirmaram que não têm a quem presentear e 25,8% não têm esse costume.

## Planejamento de compras

### Gastos em relação ao ano passado



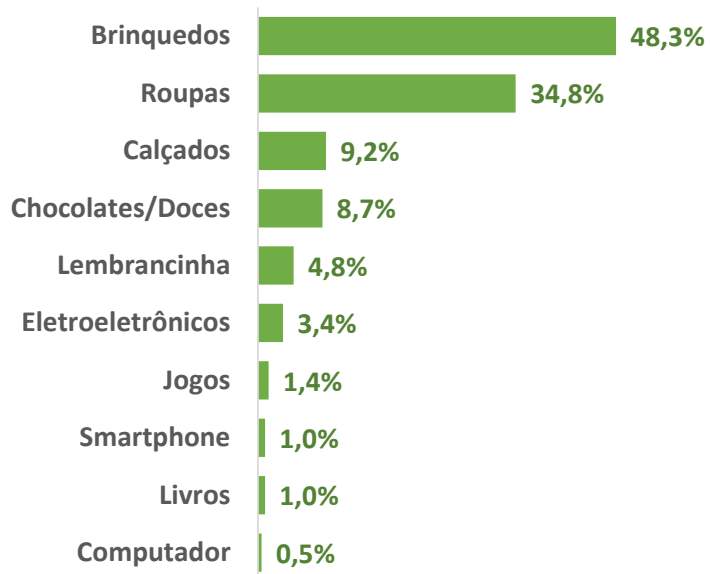
### Fatores que poderão limitar os gastos no período<sup>(3)</sup>



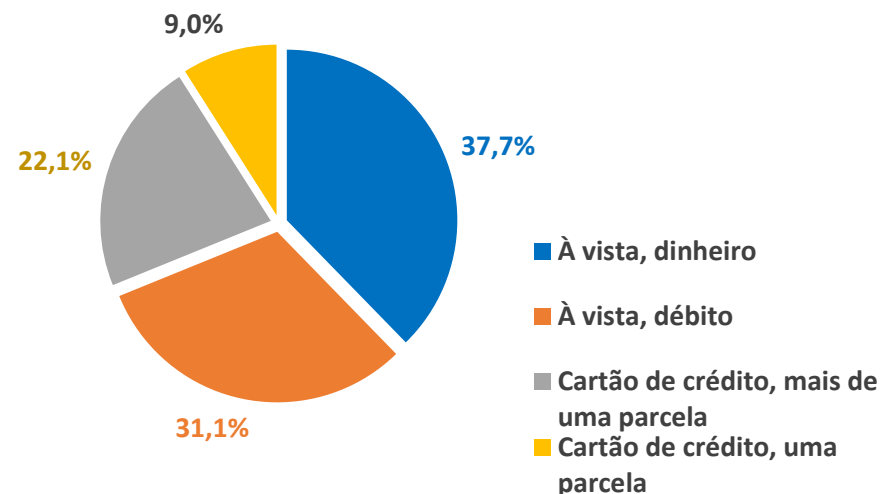
Entre os consumidores que irão presentear neste Dia das Crianças, a maioria (47,2%) pretende ter um gasto menor com o presentes se comparado ao valor empregado no ano passado. O preço alto dos produtos (34,8%) e a crise econômica (29,5%) são os principais fatores que poderão limitar os gastos do período.

# Planejamento de compras

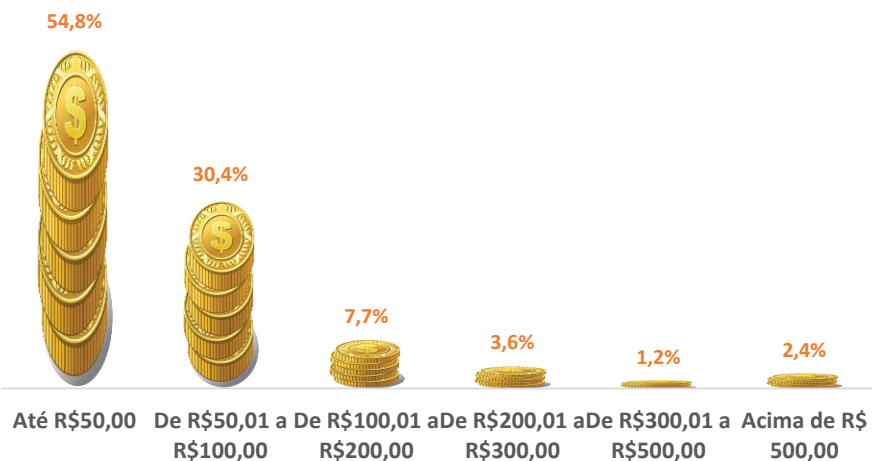
## Quais presentes pretende comprar?<sup>(3)</sup>



## Que forma de pagamento pretende utilizar durante as compras do Dia das Crianças?



## Gasto médio esperado por consumidor

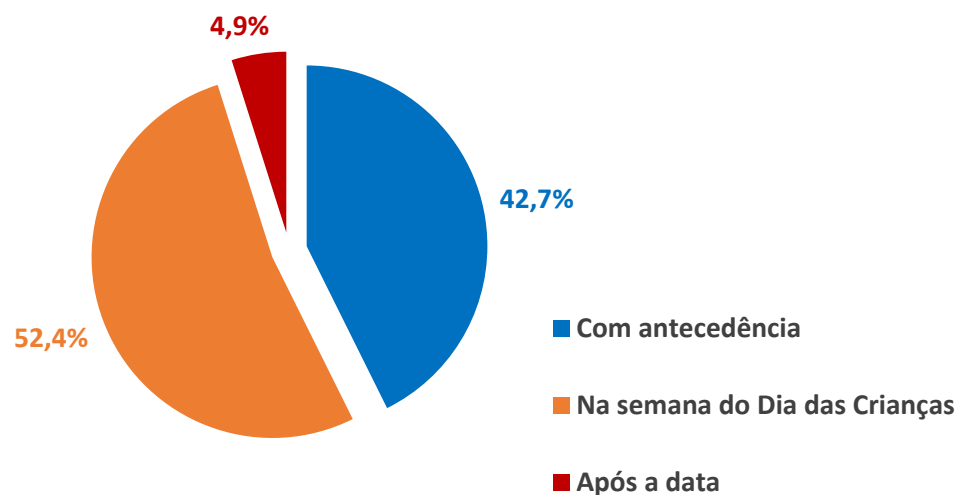


Os itens mais procurados na data serão brinquedos (48,3%), roupas (34,8%) e calçados (9,2%).

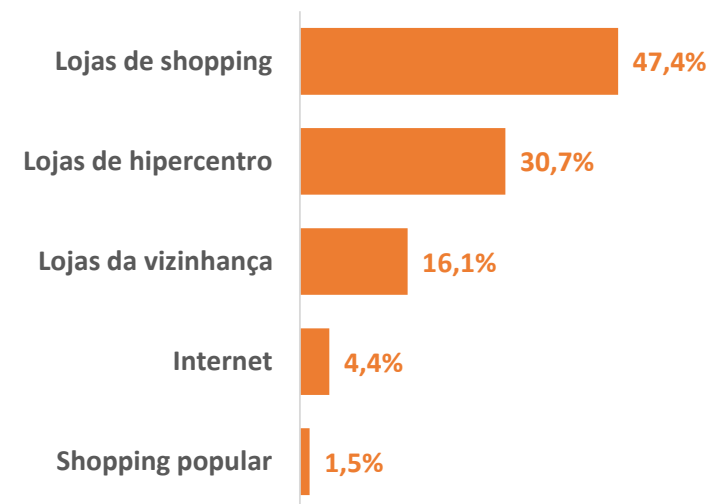
Este ano os presentes não ultrapassarão o valor de R\$50,00 para 54,8% dos consumidores. Na comparação com o ano anterior 49,5% pretendiam apresentar com artigos nessa faixa de preço.

## Perfil das compras

### Quando pretende realizar as compras do período?



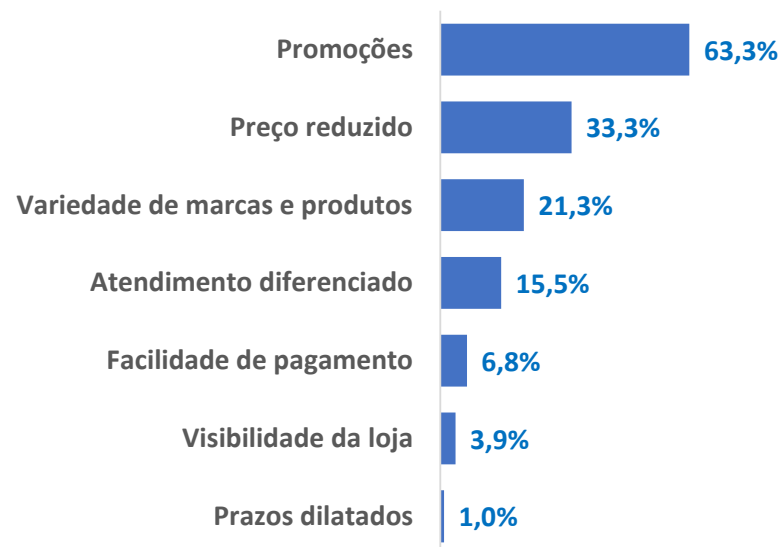
### Onde pretende realizar as compras do período?



Mais da metade dos consumidores que irão presentear pretende ir às compras na semana do Dia das Crianças (52,4). 4,9% aguardarão a passagem da data esperando por ações promocionais.

## Planejamento de compras

Quais ações do comércio podem atraí-lo para as compras do período?<sup>(3)</sup>



O que pode desestimular o(a) Sr(a) para as compras do período?<sup>(3)</sup>



Ações promocionais (63,3%) e preço reduzidos (33,3%) continuam sendo estímulos para os consumidores irem às compras no período. Já os preços altos (76,8%) e o atendimento precário (22,7%) são os principais fatores que poderão desestimulá-los às compras.



## Metodologia

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com objetivo de fornecer ao empresário um instrumento que traça o quadro sobre o provável comportamento do consumidor neste Dia das Crianças, com foco na intenção de compras e preferências. A metodologia utilizada foi aplicação de questionários (survey) em uma amostra dos consumidores do município de Belo Horizonte, com cotas proporcionais de acordo com sexo, grupo de idade e regionais (Barreiro, Centro-Sul, Leste, Oeste, Nordeste, Noroeste, Norte, Pampulha e Venda Nova). Foram entrevistadas 399 pessoas, no período de 9 a 15 de setembro de 2016. O intervalo de confiança da amostra foi de 97% e a margem de erro de 5,0 pontos percentuais.

### Equipe Técnica

#### Estudos Econômicos

Responsável	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Analista de Pesquisa	Elisa Castro da Mata Ferreira
Assistente Administrativo	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Daylla Themis Vilefort Campos Sato
	Marcos Vinicius Martins de Sousa
	Sabrina Cristina Sousa Santos
	Sara Angela dos Santos
Jovem Aprendiz	Gabriela Rocha Maulais Silva

*Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.*

*Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação*



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo  
do Estado de Minas Gerais.  
Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG.  
CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324  
economia@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br