

Análise da Pesquisa de Intenção de Consumo para o Dia das Crianças

São Luís | 2024

Fecomércio MA

fecomerciomma fecomercio-ma.com.br

A Pesquisa de Intenção de Consumo para o Dia das Crianças 2024, realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio-MA) entre os dias 18 e 20 de setembro, revelou que 53,7% dos entrevistados têm a intenção de adquirir presentes para a data, o que representa cerca de 425,5 mil consumidores ludovicenses. Esse dado destaca um comportamento de consumo otimista em relação ao Dia das Crianças, indicando um potencial significativo de movimentação no comércio local.

O levantamento de dados revela que o valor médio das compras para o Dia das Crianças, abrangendo presentes e celebrações, é de R\$ 153, resultando em um faturamento estimado de R\$ 117,8 milhões para o comércio varejista de São Luís. Essa dinâmica posiciona, até o momento, o Dia das Crianças como a segunda data mais significativa para o comércio local, gerando uma movimentação financeira expressiva, inferior apenas ao Dia das Mães, que atingiu R\$ 134 milhões.

Este cenário ressalta a relevância do Dia das Crianças no calendário comercial local, refletindo um comportamento de consumo otimista entre os consumidores ludovicenses. Considerando que o

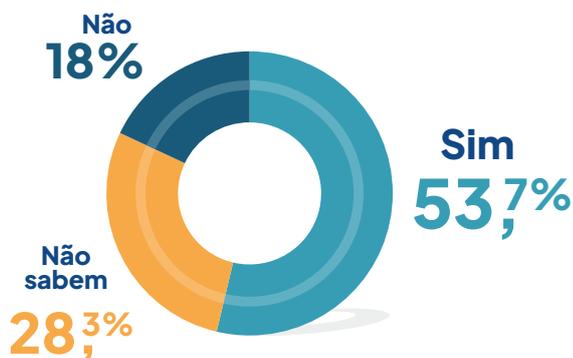
Natal é historicamente a data mais significativa em termos de faturamento para o comércio, as expectativas são de que este evento supere a marca de R\$ 140 milhões.

A pesquisa também identificou que 223,8 mil ludovicenses permanecem indecisos quanto à compra de presentes, representando 28,3% dos entrevistados. Este grupo, facilmente influenciado por promoções ou opções de comemorações mais atrativas próximas à data, apresenta um potencial adicional de movimentação no comércio, com um faturamento estimado de R\$ 61 milhões. Em contrapartida, 18% dos

O que pretendem comprar?



Irão comprar algum produto?



entrevistados afirmaram que não farão compras, com maior prevalência entre homens (21,6%) e jovens de até 20 anos (20,2%).

O perfilamento dos consumidores com intenções positivas, revela que 55,7% das mulheres pretendem realizar compras para o Dia das Crianças. Entre os consumidores com ensino superior, a intenção de compra atinge 60,8%, destacando-se na faixa etária de 20 a 35 anos (59%). Além disso, 60,2% dos consumidores com renda superior a 10 salários mínimos indicaram que irão adquirir presentes para a data.

Além de brinquedos, que concentram 59,1% das

Como pretendem pagar?



intenções de compra, a pesquisa mostra uma forte preferência por vestuário (19,3%) e calçados (11%). A presença de chocolates (10%) e perfumaria (8,2%) na lista de preferências demonstra a diversidade de presentes buscados, sugerindo que, apesar do ticket médio (R\$ 153) ser inferior ao de outras datas comemorativas, a data movimentará diferentes segmentos do comércio, e indica que os consumidores estão dispostos a gastar um valor considerável, possivelmente buscando produtos de maior qualidade ou presentes mais elaborados. Esse fator pode beneficiar especialmente os segmentos de mercado que ofereçam itens com maior valor agregado, como brinquedos de marcas reconhecidas ou roupas e calçados de melhor qualidade.

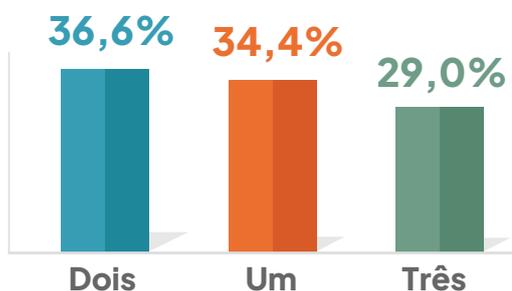
A análise da intenção de compra de smartphones e tablets (4,9%), além de videogames (1,1%) e computadores/notebooks (0,4%), reflete uma demanda mais limitada por produtos de maior valor agregado. Esse comportamento pode ser atribuído ao elevado custo desses dispositivos, bem como à tendência dos consumidores de adiar essas aquisições para períodos de maior apelo promocional, como a Black Friday e o Natal, momentos em que buscam melhores condições financeiras e promoções mais atraentes.

Essa postergação das compras é ainda mais evidente entre os consumidores do comércio eletrônico. A pesquisa indica que 24,1% dos consumidores que realizam compras online têm intenção de adquirir notebooks, computadores e smartphones/tablets, produtos que normalmente recebem descontos significativos durante grandes eventos promocionais. Esse comportamento sugere que muitos consumidores preferem adiar suas compras no ambiente digital para monitorar e aguardar ofertas mais vantajosas nesses períodos específicos para esses produtos.

Número de presentes e gasto médio

Quando questionados sobre o número de presentes, 36,6% dos consumidores planejam

Quantos produtos serão comprados?



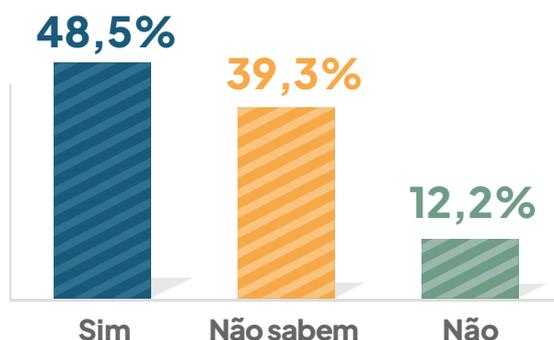
adquirir dois itens, com essa intenção mais pronunciada entre aqueles com ensino superior (38,7%) e entre pessoas de renda mais alta (37,6%). Por outro lado, 29% pretendem comprar três presentes, sendo essa faixa mais frequente entre os que ganham mais de 10 salários mínimos (57,4%). Além disso, 34,4% dos entrevistados planejam adquirir apenas um presente, especialmente entre os jovens de até 20 anos (50,1%).

A análise dos gastos para o Dia das Crianças revela que os homens têm uma intenção de gasto médio de R\$ 163,60, superando os R\$ 145,70 das mulheres. Ainda sobre o público feminino, 17,5% devem optar por presentes de até R\$ 50. Ressalta-se que cerca de 2,9% dos homens estão dispostos a gastar acima de R\$ 500, indicando uma tendência masculina de investir em presentes de maior valor.

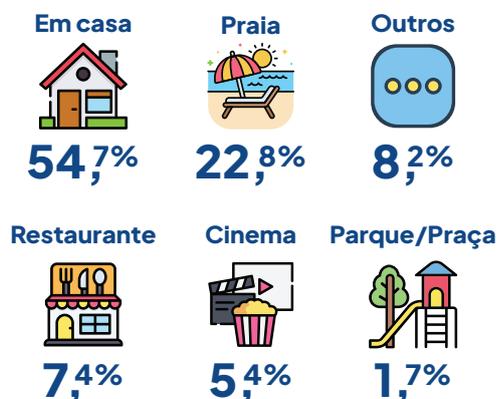
Locais de comemoração

Em relação à comemoração da data, 48,5% dos entrevistados afirmaram que pretendem celebrar o Dia das Crianças, especialmente aqueles com renda entre cinco e 10 salários mínimos (51,6%) e pessoas de faixa etária intermediária (entre 21 e 35 anos, com 50,6%). A maioria das comemorações ocorrerá em casa ou na casa de parentes, escolhida por 54,7% dos

Irão comemorar a data?



Onde pretendem comemorar?



respondentes, reforçando a tradição de celebrações familiares. Em segundo lugar, aparece a praia (22,8%), restaurante/lancheonete (7,4%) e cinema (5,4%).

Formas de pagamento

A pesquisa indica que os consumidores para o Dia das Crianças demonstram uma forte preferência por pagamentos à vista, somando 61,8% das intenções. Esse valor inclui 37,6% que pretendem pagar em dinheiro, além de 16,3% que utilizarão o cartão de débito e 7,9% que optarão pelo PIX. A crescente adesão aos meios digitais, como débito e PIX, mostrando uma tendência crescente em pagamentos digitais que reflete a modernização das transações financeiras.

O cartão de crédito continua sendo o meio mais

utilizado, com 37,7% dos entrevistados. No entanto, dentro dessa modalidade, 27,3% preferem efetuar compras à vista no crédito, enquanto outra parcela significativa dos consumidores opta por parcelamentos curtos, com 26% planejando pagar em até 2x e 24,5% em 3x. Esse comportamento sugere uma busca por maior controle financeiro e a intenção de evitar o acúmulo de dívidas.

Esses dados são essenciais para que os varejistas ajustem suas estratégias de pagamento, oferecendo condições que atendam ao perfil de consumo observado, especialmente no que diz respeito à aceitação de múltiplas formas de pagamento e ao incentivo de parcelamentos acessíveis.

Locais de compras

Os dados revelam uma preferência significativa dos consumidores por realizar suas compras no comércio dos bairros, com 48,5% planejando adquirir produtos em lojas de rua, bairros ou galerias. Esse comportamento evidencia um forte suporte ao comércio varejista da comunidade, reforçando a relevância dos bairros como polos de consumo, especialmente em datas comemorativas como o Dia das Crianças.

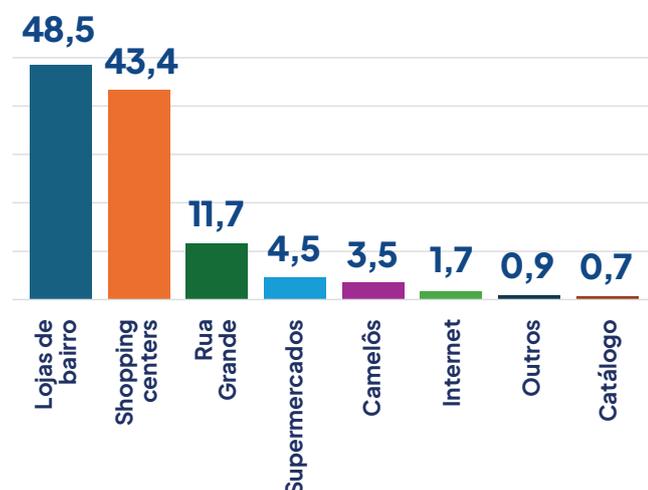
Além disso, as lojas de shopping também são amplamente escolhidas, representando 43,4% das intenções de compra. Juntas, essas duas opções concentram a maioria das preferências dos consumidores, destacando a importância tanto dos centros comerciais tradicionais quanto do comércio de bairro para o fortalecimento da economia local.

Os dados mostram que o Centro Comercial/Rua Grande ainda representa uma porção considerável das intenções de compra, com 11,7% dos consumidores optando por essa região, destacando sua relevância histórica e comercial.

Supermercados e hipermercados são menos procurados para compras do Dia das Crianças, sendo escolhidos por apenas 4,5% dos entrevistados. Outras opções, como camelôs (3,5%) e a internet (1,7%), apresentam uma participação ainda mais reduzida, reforçando a predominância de compras presenciais em estabelecimentos estabelecidos.

A baixa adesão ao e-commerce, em particular, reflete uma tendência dos consumidores em priorizar a experiência física de compra para essa data específica, preferindo o contato direto com os produtos e o ambiente local. Essa descentralização

Onde irão comprar?



evidencia o fortalecimento do comércio de bairro como uma preferência significativa dos consumidores em relação aos centros comerciais mais tradicionais nesta data.

Fatores que influenciam as compras em lojas

Os dados revelam que promoções (48,8%) e preços (43,2%) são os fatores mais decisivos na escolha de entrar em uma loja e realizar uma compra, evidenciando que os consumidores estão altamente sensíveis a ofertas e ao valor percebido dos produtos, principalmente os indecisos. A recepção dos vendedores (19,0%) também é um fator importante, indicando que a experiência de atendimento ao cliente pode influenciar positivamente a decisão de compra.

Por outro lado, a qualidade dos produtos (11,8%) e a vitrine (11,0%) também são citadas, logo em seguida a variedade (8%) e a disponibilidade imediata dos produtos (2%). É notável que a disponibilidade imediata dos produtos influencia 2% e 0,3% dos entrevistados escolhem as lojas antes de sair de casa, o que indica que a decisão de compra pode ser mais impulsiva ou baseada na experiência de compra do que em um planejamento rigoroso.



Metodologia

A pesquisa foi direcionada a consumidores com 18 anos ou mais na cidade de São Luís, totalizando um público-alvo estimado em 791.768 pessoas, conforme os dados do Censo 2022. A coleta de dados foi realizada por meio de questionários presenciais, distribuídos em principais pontos de fluxo da cidade, garantindo uma amostra representativa do comportamento de consumo local.

O período de coleta ocorreu entre os dias 18 e 20 de setembro de 2024, permitindo capturar tendências e intenções de consumo atualizadas. A amostra foi composta por 700 consumidores. O erro amostral máximo foi estabelecido em 3,2% para mais ou para menos, assegurando a precisão das estimativas. Além disso, a pesquisa foi realizada com um nível de confiança de 95%.

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão

PRESIDENTE

Maurício Aragão Feijó

VICE PRESIDENTES

Vilson Estácio Maia; Manoel Antonio Souza Barbosa; Antonio de Sousa Freitas

DIRETORES

Ivanilde Sampaio da Silva; Djalma Souza Chaves; João Borges Lira; José William Câmara Ribeiro; Antonio Sousa Pereira; Benilton Gonçalves Diniz; Antonio Josiel Santos Sousa; Antonio Luiz Monteiro Malta Filho; Francisco Eraldo Rodrigues de Moura; José Ivan Ferreira; Reginaldo Pacheco de Sousa.

SUPLENTES DA DIRETORIA

Hyago Murylo Mota; Joey Jacson Viêra; Jordana Jessica Oliveira Souza; José Arteiro da Silva; José dos Santos; Luis Joaquim Braga Sobrinho; Luiz Tarquinio Pereira Cruz; Marcello Viesti Advincula Collares; Maria dos Remédios Evangelista de Sousa; Paulo Henrique da Silva; Rafael Mendes Alcântara Gomes; Raimundo Edson Fernandes Rodrigues de Sousa; Sebastião Candido Soares.

CONSELHO FISCAL

José Pereira de Santana; Raimunda Holanda da Silva; Antonio Íris de Oliveira; Nagib Câmara Ribeiro; Ivaldo Miranda Campos; Flordilix Almeida de Amorim

SUPERINTENDENTE

Max de Medeiros

COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO

Jovanna Abreu

EQUIPE TÉCNICA

Liana Souza – Economista

Francisco Estevam Martins de Oliveira – Estatístico

DIAGRAMAÇÃO

Cleiton Costa

CONTATO

Avenida dos Holandeses, s/n - Quadra 24 - Calhau
Edifício Francisco Guimarães e Souza - São Luís-MA
Cep: 65071-380 | (98) 3194 2400

www.fecomercio-ma.com.br

ascom@fecomercio-ma.com.br

presidencia@fecomercio-ma.com.br