



Boletim de Mercado

Dia das Crianças

 SEBRAE

2017



SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Fernando Yamada
Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Fabrizio Guaglianone
Diretor Superintendente

Hugo Suenaga
Diretor Técnico

André Fernandes de Pontes
Diretor Administrativo e Financeiro

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA E MERCADO

Clemilton Jansen Holanda
Gerente da unidade

Waldinéa do Socorro Castro de Andrade
Analista da unidade

Adauto Lobo de Oliveira
Analista da unidade

Alessandra Kelma de Souza
Analista da unidade

Felinto Coelho Mendes
Analista da unidade

Eduardo Pereira Carneiro
Analista da unidade

Maryellen Lima Rodrigues Pinto
Analista da unidade

Julio Cesar Conceição de Melo
Analista da unidade

CONSULTORES RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO

Karan Roberto da Motta Valente
Paul Marcel Oliveira Pereira





Introdução

O Dia das Crianças é comemorado mundialmente, mas a data para tal é definida por cada país de acordo com sua história, significado e livre escolha. A maioria dos países segue o calendário da Organização das Nações Unidas (ONU), que convencionou o dia 20 de novembro (data de aprovação da Declaração dos Direitos das Crianças) como sendo o dia de todas as crianças.

No Brasil a data selecionada é 12 de outubro, dia em que foi aprovado o Decreto nº 4.867/24, pelo Presidente Arthur Bernardes. Oficialmente, a ocasião celebra os direitos das crianças e adolescentes, com o intuito de ajudar na conscientização das pessoas sobre os cuidados necessários que se deve ter nesta fase da vida.

Apesar da aprovação em 1924, a data só ganhou notoriedade e popularidade de fato, a partir da década de 60, quando a Fábrica de Brinquedos Estrela criou em conjunto com a Johnson & Johnson a promoção/campanha “Semana do Bebê Robusto”, despertando a atenção de outras empresas para a possibilidade de aumento nas vendas e, para as crianças, o simbolismo da troca de presentes.

Aqui no Brasil, o Dia das Crianças coincide com o dia de Nossa Senhora de Aparecida, sendo então considerado como feriado nacional e momento de muita alegria para a garotada – que já associaram a data como o dia de ganhar presentes e fazer passeios divertidos com a família.





Boletim de Mercado
Dia das
Crianças

Expectativas do mercado

Para o comércio varejista a data representa uma grande oportunidade para alavancar as vendas, já que a semana que precede a comemoração é marcada por tradicional “corre-corre” nas lojas, e novidades das indústrias que aproveitam para fazer o pré-lançamento dos produtos que serão comercializados no Natal.

De acordo com a Federação do Comércio do Estado de Santa Catarina (FECOMÉRCIO SC), a data ocupa a quarta posição no ranking de faturamento do comércio do país, perdendo apenas para o Natal, Dia das Mães e Dia dos Namorados — sendo que somente o campeão e o vice ocupam posições incontestáveis ano após ano.

Para a Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (ABRINQ) a data lidera o ranking de

vendas do setor, funcionando como um termômetro para as vendas do Natal — considerada como a segunda melhor data para as indústrias. De acordo com a associação, em ambos os casos, as famílias sempre priorizam os brinquedos como presente para as crianças, pois acreditam que eles tocam direto no coração e fazem mais a alegria da criançada.

Em categoria de produtos mais vendidos, nos últimos anos, tem-se os bonecos e bonecas com 18,7%, seguido dos veículos (15,1%) e esportivos (12%), como demonstra o comparativo de linhas de brinquedos. Veja só:

LINHAS DE PRODUTOS - INDÚSTRIA	2014	2015	2016
Bonecas e bonecos em geral e seus acessórios	19,20%	19,70%	18,70%
Veículos (carrinhos, motos, pistas)	15,50%	14,20%	15,10%
Esportivo (patins, patinete, triciclo e veículos a pedal ou elétricos, bicicletas, lançadores de água)	9,40%	9,80%	12,00%
Outros	9,10%	7,90%	12,00%
Reprodução mundo real (jogos de panela, móveis, kit mecânico)	9,10%	9,50%	10,20%
Jogos (tabuleiro, cartas, figuras, memória)	8,60%	10,20%	8,90%
Puericultura (mordedores, chocalho, móbil)	7,90%	6,30%	6,10%
Eletrônicos e áudio-visuais (tablets e laptops de brinquedo, perguntas e respostas, videogames)	3,70%	4,70%	4,20%
Pelúcia	4,50%	4,70%	4,10%
Blocos de construção (encaixe para montagem de estruturas)	3,90%	4,10%	3,60%
Madeira	5,20%	5,10%	3,60%
Fantasia (roupas de personagens ou mitos, acessórios como unha postiça, maquiagem de brinquedo, aplicação de cabelo)	3,90%	3,80%	1,40%





Evolução histórica das vendas, na semana do Dia das Crianças, no Brasil.

Fonte: Serasa Experian, 2016.



De acordo com os economistas, os juros elevados, a dificuldade em conseguir crédito, o desemprego que atinge atualmente 13,2 milhões de pessoas no Brasil - de acordo com dados Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad Contínua) para julho de 2017, e o receio de contrair mais dívidas pesam negativamente sobre o movimento dos consumidores nas lojas na ocasião do Dia das Crianças.

Após anos consecutivos de quedas, a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) estima que as vendas associadas ao Dia das Crianças devem movimentar R\$ 7,4 bilhões neste ano, um crescimento de 3,4% - já descontada a inflação - na comparação com 2016. Se confirmado, o resultado será o melhor registrado pelo varejo nesta data desde 2013 (+5,1%).

Apesar do bom desempenho sempre esperado pela data no comércio e pelos resultados apresentados pela ABRINQ, em 2016 as vendas relativas ao Dia das Crianças apresentaram a maior queda desde 2006 - o equivalente a 8,1%. Na realidade, segundo o Indicador Serasa Experian de Atividade do Comércio, desde 2012 as vendas do período vêm apresentando queda, porém, em nenhum dos anos anteriores o recuo foi tão grande, como pode ser observado no Gráfico ao lado.

Ainda segundo esta pesquisa, com alta esperada de 10,2%, as lojas de vestuário e calçados deverão apresentar o melhor desempenho entre os campeões de venda da data. O comércio de brinquedos e eletroeletrônicos também deverá voltar a crescer neste ano (+5,7%), entretanto, em ambos os casos, as variações positivas esperadas para 2017 não repõem as perdas verificadas no ano passado (-12,2% e -7,6%, respectivamente).

No Estado do Pará, todos os anos esse evento de mercado tende a "concorrer" com o Círio de Nossa Senhora de Nazaré, já que ambos inevitavelmente acabam por impactar no orçamento familiar dos paraenses, especialmente nos períodos de crise.

De modo geral, com o cenário econômico mais otimista, mas ainda em recuperação gradual, já é esperado do consumidor a maior comparação de preços entre lojas e também o aumento das compras online como uma estratégia de otimizar o tempo e evitar as longas filas do comércio tradicional.





O Dia das Crianças Paraense

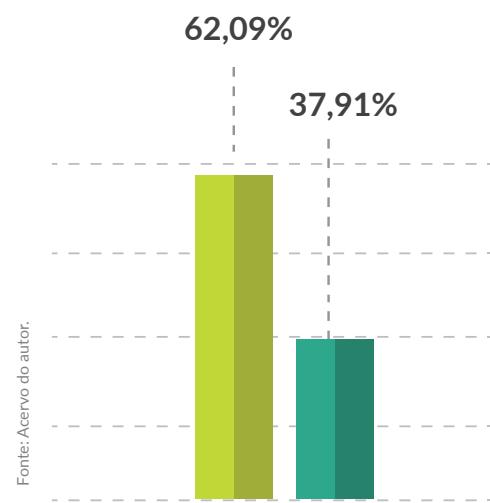
Fundamentado nos dados secundários levantados a respeito do panorama geral do Dia das Crianças, percebeu-se como oportuno o desenvolvimento de uma pesquisa com dados primários junto aos empreendimentos comerciais e aos consumidores, da Região Metropolitana de Belém (RMB), a fim de entender de forma mais substancial como se dá a dinâmica do mercado local em relação a data comercial do Dia das Crianças.

Como saldo desta pesquisa obteve-se como perfil de consumidores, a predominância da faixa etária de 20 a 39 anos (58,15%), solteiros (45,81%) e casados (35,58%), com grau de escolaridade médio completo (44,42%) e renda familiar de 01 a 03 salários mínimos (65,82%), o que representa rendimentos entre R\$ 937,00 a R\$ 2.810,99.

No que tange ao perfil das lojas comerciais, 66,40% delas estão em funcionamento entre 1 a 6 anos, são de pequeno porte, possuem até 10 colaboradores e atuam predominantemente nos segmentos de vestuário (19,51%), alimentação (14,63%) e venda de acessórios (13,82%).

Um dado de grande relevância é que a maioria dos entrevistados da região Metropolitana de Belém afirmam que irão comprar presente no dia das crianças (62,09%), como pode-se ter ciência a partir do gráfico a seguir:

Percentual de Consumidores da Região Metropolitana de Belém, no período de 13 a 15 de Setembro de 2017, por Comprar Presente no Dia das Crianças.

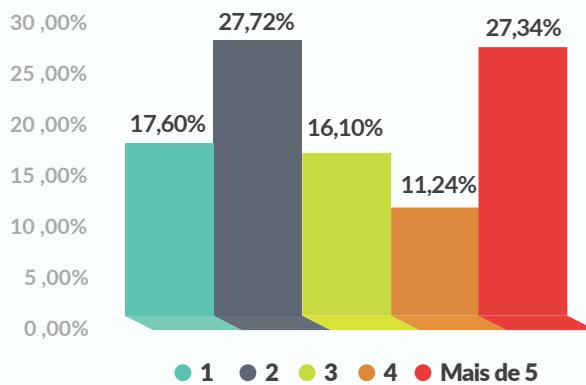


Boletim de Mercado
Dia das
Crianças



Dentre os entrevistados que comprarão presente no dia das crianças, a maior parte tem intenção de comprar 02 presentes (27,72%), seguido dos que comprarão mais de 05 (27,34%)

Percentual de Consumidores da Região Metropolitana de Belém, no período de 13 a 15 de Setembro de 2017, por Comprar Presente no Dia das Crianças.



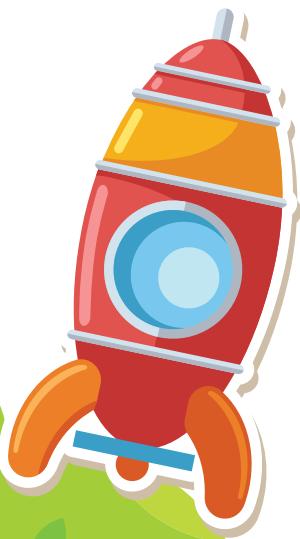
Fonte: Acervo do autor.



Percentual de Consumidores da Região Metropolitana de Belém, no período de 13 a 15 de Setembro de 2017, por Grau de Parentesco com o Presenteado.

Grau de Parentesco	Percentual
Sobrinho	35,32%
Filho	32,63%
Neto	14,07%
Afilhado	9,58%
Primo	2,10%
Doação	1,80%
Enteado	0,90%
Amigos	0,60%
Irmão	1,50%
Vizinho	0,60%
Conhecido	0,30%
Bisneto	0,30%
Esposa	0,30%

Fonte: Acervo do autor.





A maioria dos consumidores afirmam que não irão levar o presenteado para opinar ou participar da compra do presente: 77,90% dos entrevistados. O ticket médio estimado por 51,05% dos participantes da pesquisa está no intervalo entre R\$201,00 a R\$250,00, onde complementa-se ainda que temos conhecimento em que 56,91% dos consumidores comprarão brinquedos no dia das crianças.

Para a maior parte dos consumidores, relata-se que o fator que mais influencia para a compra é o preço (44,95%), seguidos por qualidade (32,58%) e promoções específicas (21,35%), sendo aqui que a maioria dos consumidores de RMB realizam pesquisa de preço antes da compra do presente (79,78%), e para 77,48% deles, a forma preferencial de pagamento é à vista e em dinheiro. A cultura brasileira do “deixar para a última hora” também é válida para o perfil de compra identificado aqui: 46,34% compram na semana anterior e 41,44% deixam para a véspera, vide os dados abaixo:



Percentual de Consumidores da Região Metropolitana de Belém, no período de 13 a 15 de Setembro de 2017, por Categoria do Presente.

Categoria	Percentual
Brinquedos	56,91%
Calçados	9,31%
Eletrônicos	3,19%
Roupas	30,32%
Joia	0,27%

Fonte: Acervo do autor.

Percentual de Consumidores da Região Metropolitana de Belém, no período de 13 a 15 de Setembro de 2017, por Realiza Pesquisa de Preço.

Pesquisa de Preço	Percentual
Sim	20,22%
Não	79,78%

Fonte: Acervo do autor.





Boletim de Mercado

Dia das
Crianças



Percentual de Consumidores da Região Metropolitana de Belém, no período de 13 a 15 de Setembro de 2017, por Forma de Pagamento.



Forma de Pagamento	Percentual
Dinheiro	77,48%
Cartão de crédito (parcelado)	18,32%
Cartão de débito	4,20%
Cartão de crédito (a vista)	1,91%

Fonte: Acervo do autor.

Percentual de Consumidores da Região Metropolitana de Belém, no período de 13 a 15 de Setembro de 2017, por Período da Compra.

Período da Compra	Percentual
Na semana, antes da data	46,39%
Na Véspera	41,44%
No mês, antes da data	12,17%
Após a data	1,14%

Fonte: Acervo do autor.

Interessante citar, em complemento aos dados dos consumidores até então apresentados, de que a maioria das empresas pesquisadas não pretende realizar promoções específicas para o Dia das Crianças (70,40%).





Boletim de Mercado

Dia das

Crianças

Fora observado também, dentre a expectativa dos lojistas para o período, que o incremento de vendas provocado pelo Dia das Crianças se dê nos grupos de produtos abaixo citados:

Percentual das Empresas da Região Metropolitana de Belém, no período de 13 a 15 de Setembro de 2017, por Categorias de Produtos.

Categoria	Percentual
Brinquedos	16,22%
Acessórios	29,73%
Calçados	8,11%
Roupa	40,53%
Livros	5,41%

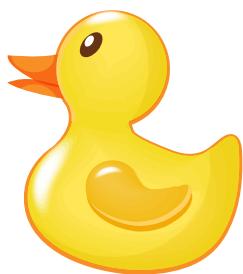
Fonte: Arquivo do autor.

Cita-se também a constatação de uma percepção positiva frente ao incremento das vendas provocados no período. Veja só:

Percentual das Empresas da Região Metropolitana de Belém, no período de 13 a 15 de Setembro de 2017, por Aumento de Vendas em Percentual.

Aumento de Vendas	Percentual
5 por cento	38,46%
10 por cento	46,16%
30 por cento	12,82%
Mais de 100 Por cento	2,56%

Fonte: Arquivo do autor.



Por fim, cita-se que mesmo frente à expectativa de aumento de vendas no período, dentre os resultados obtidos, registra-se que nenhuma empresa fará contratações para o Dia das Crianças. Observa-se também que a imensa maioria dos empreendimentos não fará nenhum tipo de mudança ou preparação específica para o evento (99,20%).



Dicas para as micro e pequenas empresas

Investir na internet



Entre as regiões do Brasil, os consumidores do Nordeste (91%), Norte (86%) e Centro-Oeste (80%) são os que mais devem recorrer ao varejo físico para as compras do Dia das Crianças. Optando por lojas de rua (41%), shopping centers (30%) e redes varejistas ou lojas de departamentos (26%) para a concretização das compras — é o que mostra a pesquisa da Boa Vista SCPC de 2016.

Apesar desta expectativa, é de conhecimento que ano após ano as lojas virtuais vêm crescendo entre as opções de canal de compra para os consumidores principalmente nos períodos de sazonalidade, como o Dia das Crianças; com ofertas mais atrativas e vantagens tentadoras, como: comodidade, condições especiais de pagamento, personalização e entrega rápida, esses canais tem caído no gosto dos brasileiros!

Segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), a expectativa é de que as lojas virtuais brasileiras recebam 8 milhões de pedidos somente no período antecedente ao Dia das Crianças (25 de setembro a 11 de outubro), a um ticket médio de R\$ 269, e crescimento de 5% em vendas em comparação com o ano anterior.

Similar as perspectivas do comércio, no e-commerce os produtos que deverão ser mais procurados são os brinquedos, eletrônicos, moda e acessórios, informática e esporte e lazer.





Boletim de Mercado

Dia das
Crianças



Redes Sociais

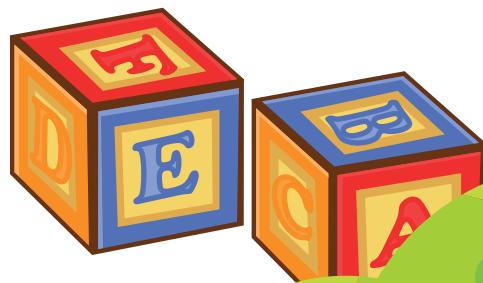
Aumentar a presença nos canais digitais, especialmente no período que antecede o mês de outubro, são essenciais para atrair a atenção dos usuários para as ofertas e promoções tanto nas lojas online quanto offline.

Pesquisas apontam que o pico de buscas acontece 10 dias antes do Dia das Criança, logo, investir em anúncios patrocinados em buscadores tipo Google e nas redes sociais como Facebook e Instagram – são importantíssimos para se destacar da concorrência no período.

Investir nas redes sociais, especialmente naquelas especializadas em vídeos, pode ser interessante para demonstrar aos usuários/consumidores mais detalhes do produto, funcionalidades e demais informações relevantes para a decisão de compra.

Uma outra ótima dica é você utilizar ferramentas como o Google Analytics e o Facebook Insights (ambas gratuitas) podem lhe dar dados e informações preciosas sobre o perfil dos seus consumidores: faixa etária, gênero, escolaridade, estado civil, local onde mora e diversos outros pontos comportamentais – isso lhe ajuda a conhecer melhor sua audiência na internet e permite tomar decisões para atende-los de forma mais personalizada e eficiente.

Ah! Hoje os consumidores utilizam o smartphone para tudo –principalmente para comparação de preços e produtos ainda dentro da loja. Então, use campanhas de anúncios e de geomarketing - o uso da informação geográfica no planeamento e implementação de estratégias de marketing. Dessa forma, o mix de marketing pode ser usado de forma mais eficaz, oferecendo produtos para públicos específicos e que seriam altamente receptivos a eles – com anúncios e outras ações de marketing específicas para determinadas regiões e partes da cidade.





Trabalhar Seus "4P"

Produto, Preço, Praça e Promoção. O famoso composto de marketing, ou marketing mix, podem fazer a diferença nos resultados dos micro e pequenos negócios nesse período. Investir em promoções específicas, vitrines atrativas, descontos, preços justos nos produtos e lançamento de novidades, em parceria com os fabricantes, são algumas estratégias que podem ser utilizadas para atrair a atenção dos consumidores para a loja – especialmente nas duas semanas anteriores (período que a maioria das pessoas costumam realizar as compras).

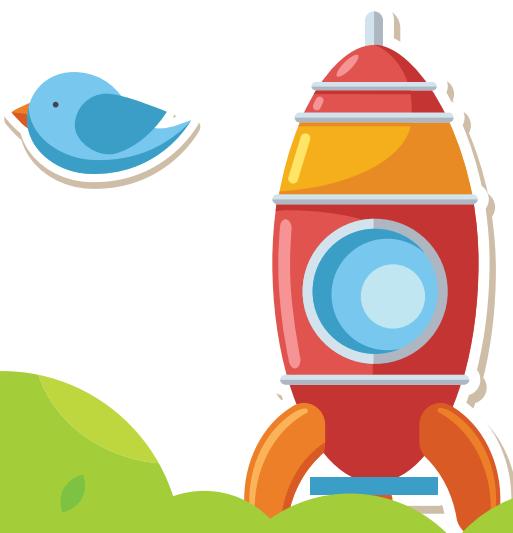
Para fazer isso, não precisa gastar muito – pensar, planejar e executar suas ações de marketing pode ser barato e muito eficaz.

Mudanças internas como a organização da vitrine, reorganização dos produtos dentro da loja, usar o preço psicológico (ao invés de “R\$10,00”, trabalhar O “R\$9,99?”). A criatividade é o limite para fazer marketing com poucos custos e ótimos retornos!

Trabalhe o seu ponto de Venda

Customizar o ambiente da loja ou oferecer programação especial, especialmente para o Dia das Crianças, são ações que podem estimular o consumidor a visitar a loja e permanecer mais tempo dentro dela, influenciando positivamente no processo de escolha do produto e compra.

Uma boa dica é o merchandising de loja. Em resumo, qualquer ação, técnica ou material promocional usando no seu ponto de venda que venha a melhorar a comunicação e visibilidade da sua marca, produtos e serviços.



São muitos exemplos de ações que podem ser feitas: iluminação do espaço para destacar determinada região, área ou produto da loja; uso de climatização, perfumes e uso de música ambiente para trabalhar aspectos de conforto e cinestesia do consumidor – detalhes sutis que podem fazer toda a diferença na hora da decisão da compra.



Como gerar um negócio com as dicas para micro e pequenas empresas

Investir na Internet



O consumidor de qualquer lugar do Brasil pode comprar produtos e receber com todo o conforto em sua residência.



Redes Sociais

Se a sua marca pode dialogar com um público ainda maior, por que não investir nisso? É aí que as redes sociais mostram mais uma vez a sua força.



Trabalhar seus “4P”

Para que a sua marca se estabeleça e se mantenha, firme e forte, no mercado, mesmo diante de crises e inseguranças.



Trabalhe o Seu Ponto de Venda

A loja física é o ponto de maior contato do consumidor com o produto e, muitas vezes, é o melhor canal para atender as expectativas dos consumidores.



Planeje-se com Antecedência

Para suportar essas dificuldades e na tentativa de amenizar as incertezas, as empresas precisam utilizar instrumentos para prever cenários, na tentativa de garantir o desenvolvimento e a permanência no mercado.



Procure o SEBRAE

Ainda tem dúvida? Procure o SEBRAE para ter o melhor direcionamento para sua empresa se desenvolver.



Conhecer o Mercado para o seu Produto e o Perfil do Seu Cliente

Ao ter posse de informações relevantes sobre o seu consumidor, é possível segmentar e agrupar os clientes em diferentes categorias, direcionando estrategicamente seus produtos ou serviços.



Boletim de Mercado
Dia das
Crianças

Fontes Consultadas

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS FABRICANTES DE BRINQUEDOS - ABRINQ. Estatísticas Brinquedos 2017. Disponível em: <http://www.abrinq.com.br/download/ESTATISTICAS%20-%20BRINQUEDOS%202017.pdf>

CNC - Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias. Disponível em: <<http://cnc.org.br/noticias/economia/vendas-no-dia-das-criancas-terao-o-melhor-desempenho-em-quatro-anos>>

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: Síntese de indicadores 2017 - PNAD. Disponível em: <https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=149>

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DO ESTADO DE SANTA CATARINA - FECOMÉRCIO. Pesquisa de Resultado de vendas do Dia das Crianças. Disponível em: <http://www.fecomercio-sc.com.br/fmanager/fecomercio/pesquisas/arquivo77_1.pdf>

PORTAL BAND. Vídeos. Dia das Crianças: comércio apostava em aumento nas vendas. Disponível em:<<http://videos.band.uol.com.br/jornaldaband/16316874/dia-das-criancas-comercio-aposta-e-m-aumento-nas-vendas.html>

PORTAL E-COMMERCE NEWS. Notícias. Comércio eletrônico espera faturar R\$ 2,1 bi no Dia das Crianças, estima ABCOM. Disponível em: <<https://ecommercenews.com.br/noticias/balancos/comercio-eletronico-espera-faturar-r-21-bi-no-dia-das-criancas-estima-abcomm/>>

PORTAL DO VAREJO. Canais Cotidiano. Dia das Crianças: 79% dos consumidores preferem comprar em lojas físicas. Disponível em: <<http://www.portalnovarejo.com.br/2016/10/10/dia-das-criancas-79-dos-consumidores-preferem-comprar-em-lojas-fisicas/>>

SERASA EXPERIAN. Notícias. Vendas do Dia das Crianças caem 8,1% e atingem o pior desempenho desde criação do indicador da Serasa Experian em 2006. Disponível em: <<http://noticias.serasaexperian.com.br/blog/2016/10/13/vendas-do-dia-das-criancas-caem-81-e-atingem-o-pior-desempenho-desde-criacao-do-indicador-da-serasa-experian-em-2006/>>.



SEBRAE/PA



@SEBRAE/PA



@SEBRAE/PA

0800 570 0800 | WWW.PA.SEBRAE.COM.BR
2017