



PESQUISA

Intenção de Compras para o Dia dos Pais 2019

MOSSORÓ, JULHO DE 2019

Sumário

1. INTRODUÇÃO	3
2. ASPECTOS TÉCNICOS	4
3. SÍNTESE DOS RESULTADOS	5
Intenções de compras.....	5
Gastos	6
Local de compra	6
Estratégias.....	7
Passeio	7
Percepção econômica.....	8
4. GRÁFICOS E TABELAS	9
Intenções de compras.....	9
Gastos	12
Local e período de compra.....	13
Estratégias.....	15
Passeio	16
Percepção econômica.....	18
Estratificação pelo perfil.....	20

1. INTRODUÇÃO

O Dia dos Pais, comemorado sempre no segundo domingo de agosto, representa uma das principais datas comemorativas na vida dos brasileiros e, para o comércio, destaca-se por sua capacidade de movimentação comercial, influenciando a procura pelos mais variados tipos de produtos e serviços capazes de agradar aos pais. O aumento na movimentação no comércio é motivado pelo costume de presentear não somente os pais, mas também os avôs, maridos, sogros ou uma pessoa que tenha cumprido o papel de pai na ausência deste. O objetivo deste estudo é verificar a intenção de compras dos consumidores mossoroenses para a referida data comemorativa.

As pesquisas de intenção de compras realizadas nos últimos anos pelo Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte (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 destacamos também que estas pesquisas têm possibilitado a aproximação da população, gestores e imprensa, da dinâmica econômica regional, bem como da classe empresarial envolvida na cadeia produtiva e comercial do estado. É essencial que os agentes econômicos regionais tenham à sua disposição análises e informações que lhes auxiliem nas decisões produtivas e comerciais.

Espera-se com a divulgação das pesquisas atender ao anseio 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 TÉCNICOS

Em Mossoró, a coleta dos dados ocorreu entre os dias 11 e 13 de julho. 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 2º domingo de agosto, quando é comemorado o Dia dos Pais.

Foi utilizado o método estatístico quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas pessoais, 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 Mossoró. 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 500 pessoas. Para que o trabalho apresentasse um bom resultado, foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral aproximado de 4%.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando 20 perguntas, constituídas em sua maior parte por questões fechadas, sendo que algumas delas permitiam mais de uma alternativa como resposta. Nesta situação, as somas dos percentuais das respostas a essas questões ultrapassam a 100%.

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 consistiu 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. SÍNTESE DOS RESULTADOS

Intenções de compras

A pesquisa de intenção de compras para o Dia dos Pais realizada em Mossóro (RN), verificou que boa parte dos consumidores da cidade espera presentear alguém no próximo dia 11 de agosto. Neste ano, 53,6% dos entrevistados pretendem ir às compras. Em 2018, a expectativa era de 54,3%.

Observando o perfil predominante do potencial comprador, nota-se que a intenção de presentear é maior entre os consumidores na idade de 16 a 24 anos (65,8%) e 25 a 34 anos (64,6%), com renda familiar acima de dez salários mínimos (61,9%).

Entre os motivos alegados por aqueles que não vão presentear, destaca-se o fato de não ter quem presentear, citado por 50,9%, e a falta de dinheiro (27,6%). Outros motivos mencionados com menores frequências foram a distância do pai (8,6%); desemprego (6%); não comemora (5,6%) e poupar (2,2%).

Para os que vão presentear, os artigos de vestuário, calçados e itens de perfumaria seguem liderando a preferência do consumidor, assim como no ano anterior. A pesquisa demonstra que itens de vestuário comandam a preferência dos consumidores com 61,9% das respostas; seguidos pelos perfumes/cosméticos, com 12,7%; e calçados/carteiras/cintos com 9,3%. Também foram citados eletroeletrônicos/celulares (3,7%); joias/relógios (3,7%); produtos automotivos (0,7%); dentre outros que somaram 2,6%.

A pesquisa mostra que 78,4% pretendem comprar apenas um presente para o Dia dos Pais. Outros 18,7% dos entrevistados vão comprar dois presentes e 3% três ou mais itens.

Os pais não são exclusividade entre os que serão presenteados. Outras ligações de parentesco e relação familiar serão lembrados por parte dos consumidores entrevistados. 82,8% dos que vão às compras presentearão os pais. Na sequência, de maiores percentuais para os menores, estão o esposo (16,4%); o sogro (3,7%); o avô (3,4%); o padrasto (1,5%); a mãe (1,5%); o filho (1,5%); o tio/padrinho (1,1%); o irmão (1,1%); entre outros.

Gastos

Sobre o quanto cada filho pretende gastar com o presente para o Dia dos Pais, a pesquisa revelou que 46,6% pretendem gastar entre R\$51 e R\$100; 23,9% entre R\$101 e R\$200; 18,7% até R\$50; 5,2% mais de R\$300; e 4,9% pretende gastar entre R\$201 e R\$300.

O gasto médio dos consumidores mossoroenses para as compras do período do dia dos pais deste ano é de R\$ 107,93. Quando comparado com o mesmo período do ano passado, o valor médio nominal do presente avançou 5,3%. Em 2018, o gasto médio calculado para esta data comemorativa tinha sido de R\$ 102,49.

De acordo com o estudo, o total de compras realizadas entre o público feminino chegará a R\$ 108,75, valor próximo ao dispendido pelo segmento masculino, estimado em R\$ 107,03. A análise verificou ainda que os consumidores de 25 a 34 pretendem desembolsar em média R\$ 112,25. Além disso, à medida que aumenta o nível de renda dos entrevistados maiores são os gastos com presentes para o dia dos pais, chegando ao valor médio de R\$ 207,69 entre os que possuem rendimentos familiares acima de 10 salários mínimos.

Mesmo ainda sendo maioria, caiu de 58,7% para 53,4% o total de consumidores mossoroenses que irão comprar e pagar à vista no dinheiro ou no cartão de débito. Por outro lado, subiu em 6,4 p.p. (de 38,4% para 44,8%) o total de consumidores que irá comprar o presente do Dia das Pais e parcelar o valor no cartão de crédito.

Local de compra

54,9% dos consumidores mossoroenses irão concentrar as compras do Dia dos Pais em lojas físicas do comércio de rua; 33,2% em shopping (em 2018 eram 26,9%); 5,6% na internet (em 2018 eram 4,8%); e 2,6% em outros locais (em 2018 eram 1,5%).

O nível de preço é o que mais influenciará na decisão do local de compra (35,4%). Outros 28,7% afirmam que o fator determinante será a variedade de produtos. A localização/proximidade (19%); a acessibilidade (9,3%); o conforto (6,3%); a segurança (3,7%); e a confiança (2,2%) foram mencionadas na sequência.

O período de maior foco nas vendas se mantém na semana das comemorações, 82,8% dos consumidores mossoroenses admitem comprar o presente somente na semana que antecede a data e 13,4% planejam comprar quinze dias antes da comemoração, mostrando que os últimos finais de semana que antecedem o Dia dos Pais prometem ser os mais intensos para o comércio. Os melhores dias citados para a realização das compras foram: sábado (34,7%), sexta-feira (14,6%), segunda-feira (13,8%), quarta-feira (10,8%) e quinta-feira (8,6%).

Estratégias

Dos que vão às compras, 77,2% dos entrevistados pretendem fazer pesquisa de preço antes de efetivar a compra do presente.

Na opinião dos consumidores mossoroenses, os lojistas devem investir, principalmente, em promoções (39,4%); atendimento (30,2%); e descontos (26,2%) para atrair os clientes nesta data comemorativa. Seguidos por facilidade de pagamento (3,8%); sorteio de brindes (3%); divulgação (3%); brindes temáticos (1,2%); dentre outros. Estes itens apresentados devem ser aperfeiçoados pelo empresário do comércio em sua busca da ampliação do seu mercado consumidor, bem como o auxiliará na melhora de seus resultados.

Passeio

Além da compra dos presentes, cerca de 21% dos consumidores ouvidos pela pesquisa em Mossoró pretende fazer algum passeio especial para comemorar a data. O programa preferido entre os que vão celebrar o Dia dos Pais é almoçar ou jantar em restaurantes (10%). Em seguida, almoçar ou jantar na casa de familiares (8,6%); viagem para algum lugar (1%); e outros (1,4%).

Os fatores decisivos para a escolha do local do passeio são conveniência para familiares comparecerem (43,4%); lugar que o pai escolheu ou tem desejo de conhecer (25,5%); preço (21,7%); atendimento (6,6%); e outros (1,9%).

De acordo com 41,5%, dos que vão realizar algum passeio com o pai, o gasto deve ser de até R\$100; 34,9% pretendem desembolsar um valor entre R\$101 e R\$200; e 13,2% de R\$201 a R\$300. Uma fatia de 8,5% dos consumidores disse que vai gastar acima de R\$300 no passeio de dia dos pais.

Percepção econômica

O atual momento para compra de produtos é avaliado por 20,6% dos consumidores mossoroenses entrevistados como ótimo ou bom; 46,2% analisam como regular; e 33,2% classificam como ruim ou péssimo, o momento para aquisição de produtos. Na pesquisa de 2018, 18,2% consideravam o cenário para compra de produtos ótimo ou bom; 47,3% entendiam como regular e 34,5% avaliavam como ruim ou péssimo.

Quanto à situação financeira das famílias, 33% dos consumidores mossoroenses entrevistados declararam estar em situação pior do que a do mesmo período do ano passado, 34,6% afirmaram que estão em situação igual e 32,4% acreditam estar em situação melhor. Na pesquisa realizada em 2018, 36,5% analisavam como pior a situação financeira das famílias, 34,5% ponderavam como igual e 29,1% diziam estar em melhor situação.

Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

4. GRÁFICOS E TABELAS

Intenções de compras

Gráfico 1 – O Dia dos Pais será comemorado no segundo domingo de agosto (dia 11), o (a) Sr. (a) pretende presentear alguém nesta data?

Fonte: Fecomércio RN

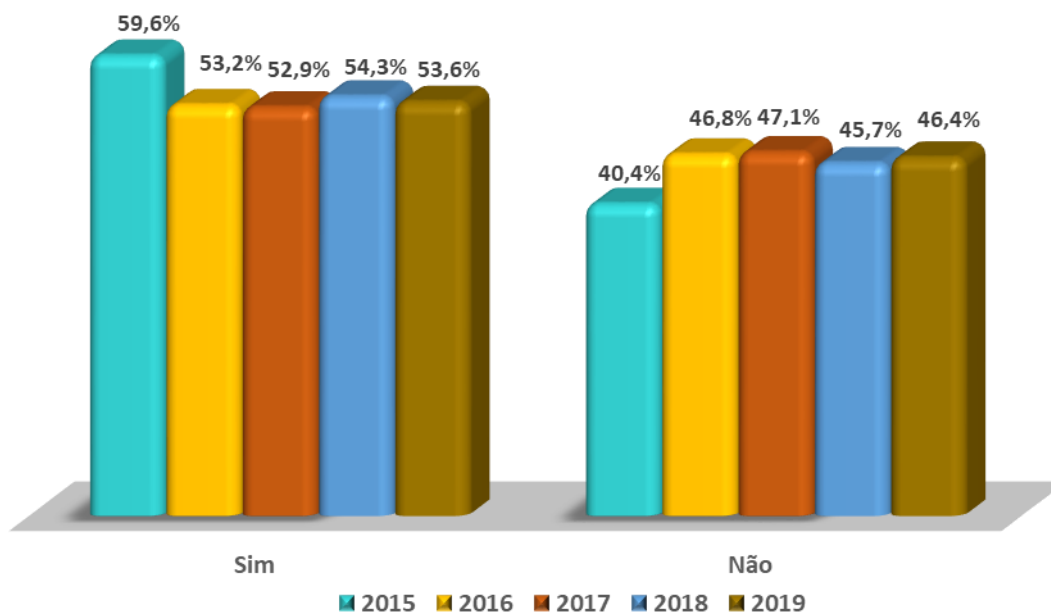


Tabela 1 – Se respondeu “Não”. Por qual motivo não pretende presentear? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Não tem quem presentear	53,3%	50,9%	51,8%	53,1%	50,9%
Falta de dinheiro	29,6%	36,3%	30,7%	23,2%	27,6%
Distância	2,5%	5,1%	4,5%	8,3%	8,6%
Desemprego	3,5%	3,8%	4,5%	5,7%	6,0%
Não comemora	7,0%	0,9%	6,8%	6,6%	5,6%
Poupar	3,5%	1,7%	3,2%	1,3%	2,2%
Outros	0,5%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Não sabe/Não respondeu	0,1%	0,8%	0,0%	1,8%	0,4%

Tabela 2 – Se respondeu “Sim”. Quem o (a) Sr. (a) pretende presentear nesta data?
(Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Pai	79,9%	83,8%	86,1%	82,7%	82,8%
Marido	17,1%	19,5%	19,9%	14,8%	16,4%
Sogro	2,3%	4,1%	3,4%	5,2%	3,7%
Avô	2,3%	1,5%	2,6%	5,2%	3,4%
Padrasto	0,7%	1,1%	2,3%	0,7%	1,5%
Mãe	0,7%	0,8%	1,5%	4,4%	1,5%
Filho	0,3%	1,9%	0,8%	0,7%	1,5%
Tio/Padrinho	1,0%	1,5%	0,4%	1,5%	1,1%
Irmão	1,0%	0,4%	0,8%	1,1%	1,1%
Outros	0,3%	0,8%	0,4%	1,9%	1,5%

Tabela 3 – Que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessado em presentear no Dia dos Pais?
(Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Vestuário	57,7%	58,6%	59,8%	57,9%	61,9%
Perfume/Cosméticos	13,8%	13,5%	13,9%	14,8%	12,7%
Calçados/Carteira/Cinto	12,8%	12,4%	12,0%	11,1%	9,3%
Eletroeletrônico/Celular	3,7%	3,8%	4,2%	3,7%	3,7%
Jóias/Relógio	2,3%	1,5%	0,8%	2,6%	3,7%
Produtos automotivos	0,3%	0,4%	0,0%	0,7%	0,7%
Outros	0,9%	1,2%	2,7%	3,5%	2,6%
Não sabe	10,1%	12,0%	13,2%	10,7%	8,2%

Gráfico 2 – Você pretende comprar quantos presentes de Dia dos Pais?

Fonte: Fecomércio RN

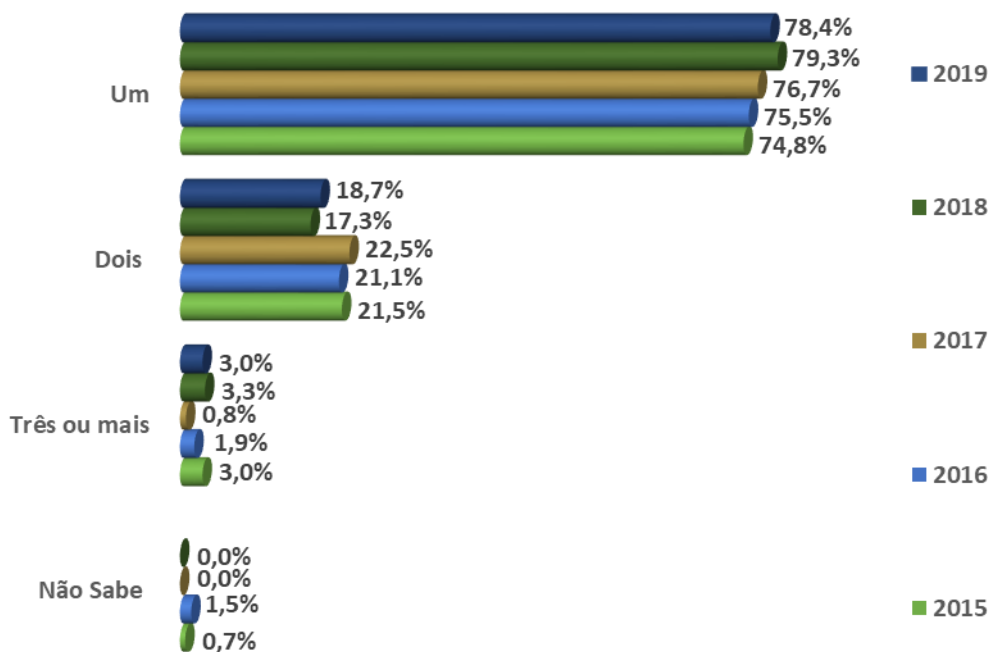
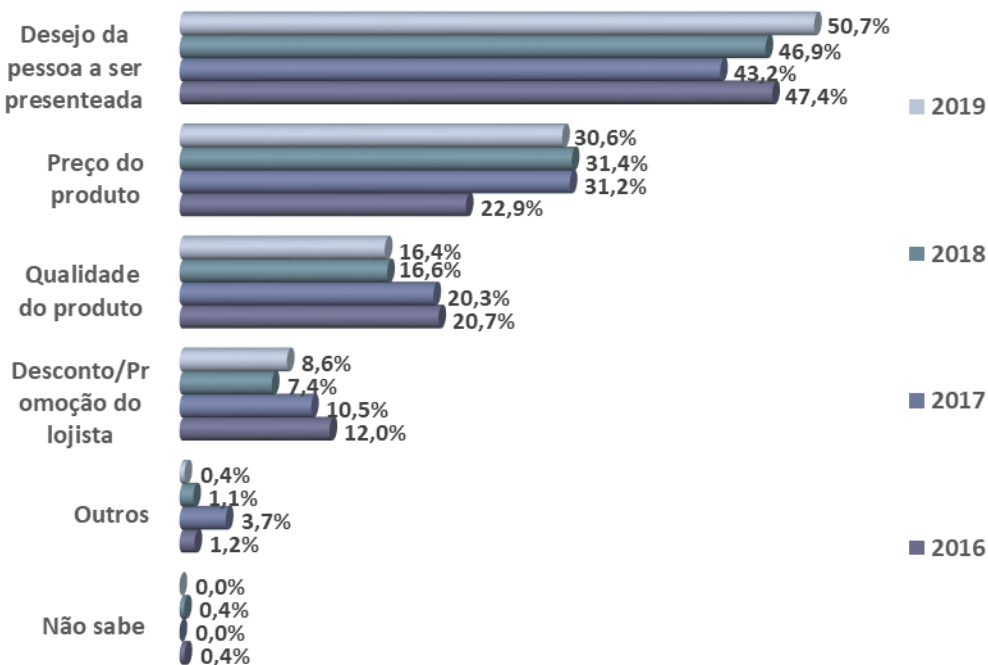


Gráfico 3 – Qual o principal fator determinante para a escolha do presente?

Fonte: Fecomércio RN



Gastos

Gráfico 4 – Quanto pretende investir na compra de presentes?

Fonte: Fecomércio RN

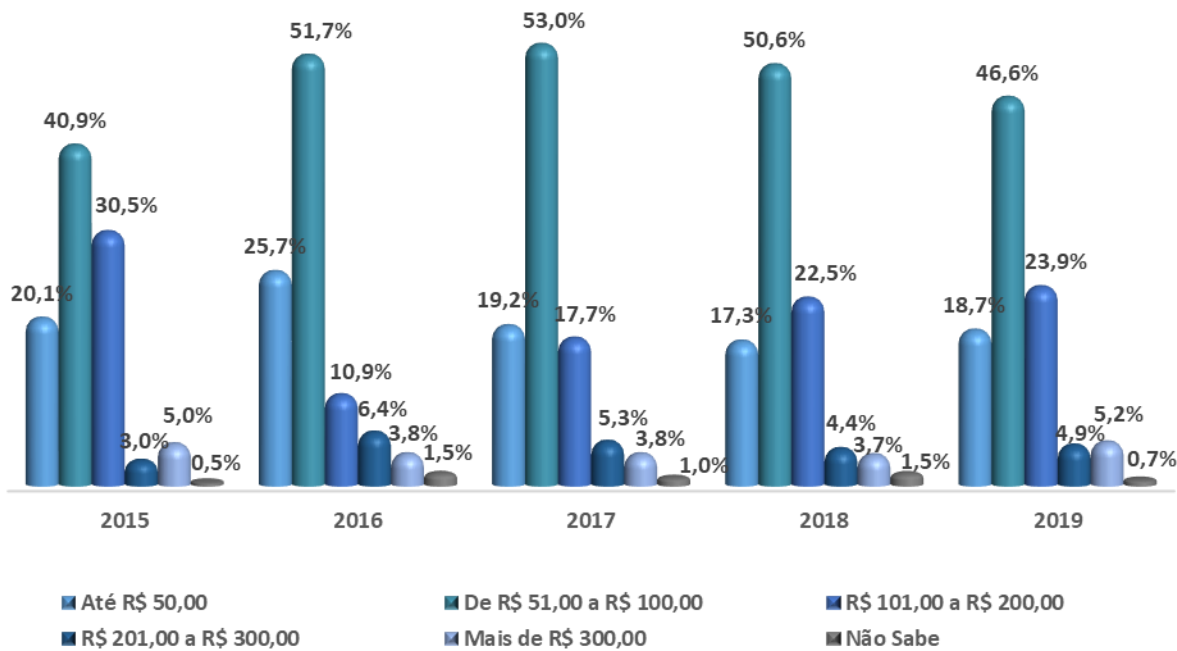


Gráfico 5 – Comparação das médias de gastos por ano

Fonte: Fecomércio RN

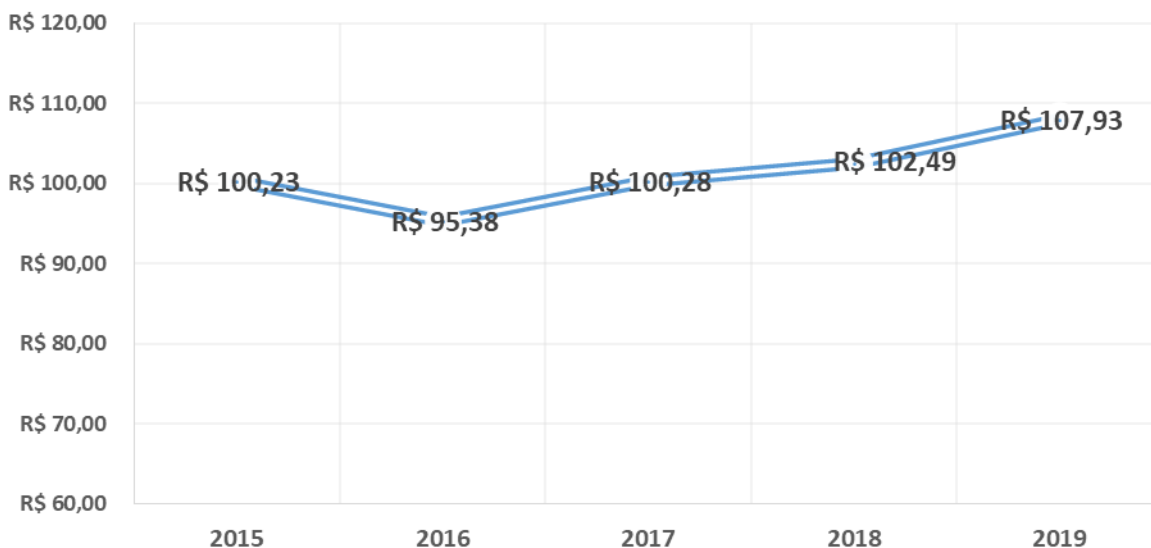
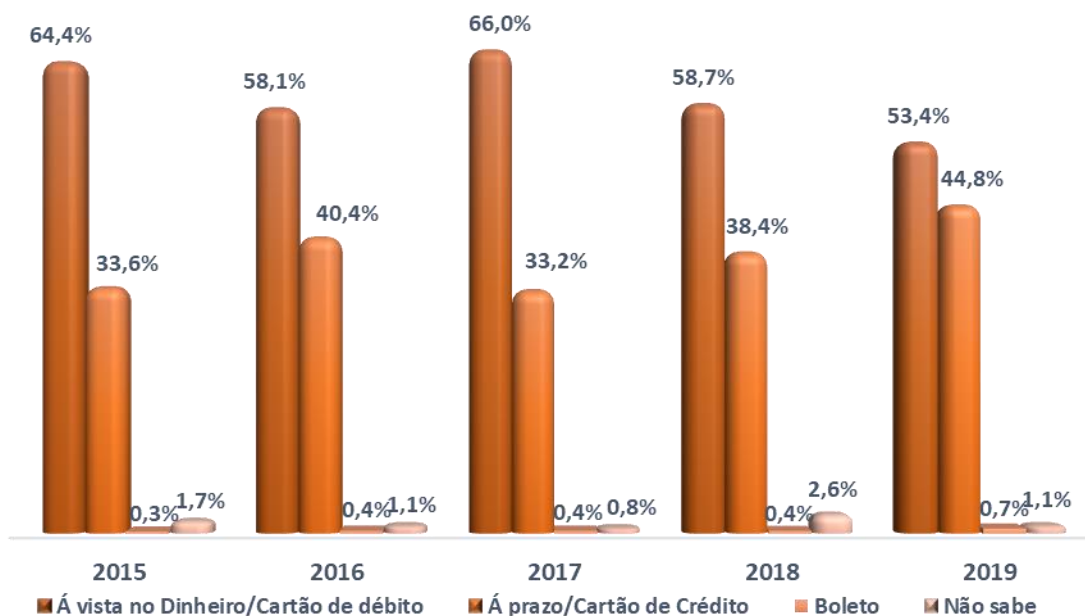


Gráfico 6 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr. (a) deseja utilizar?

Fonte: Fecomércio RN



Local e período de compra

Gráfico 7 – Quando o (a) Sr. (a) comprará o presente?

Fonte: Fecomércio RN

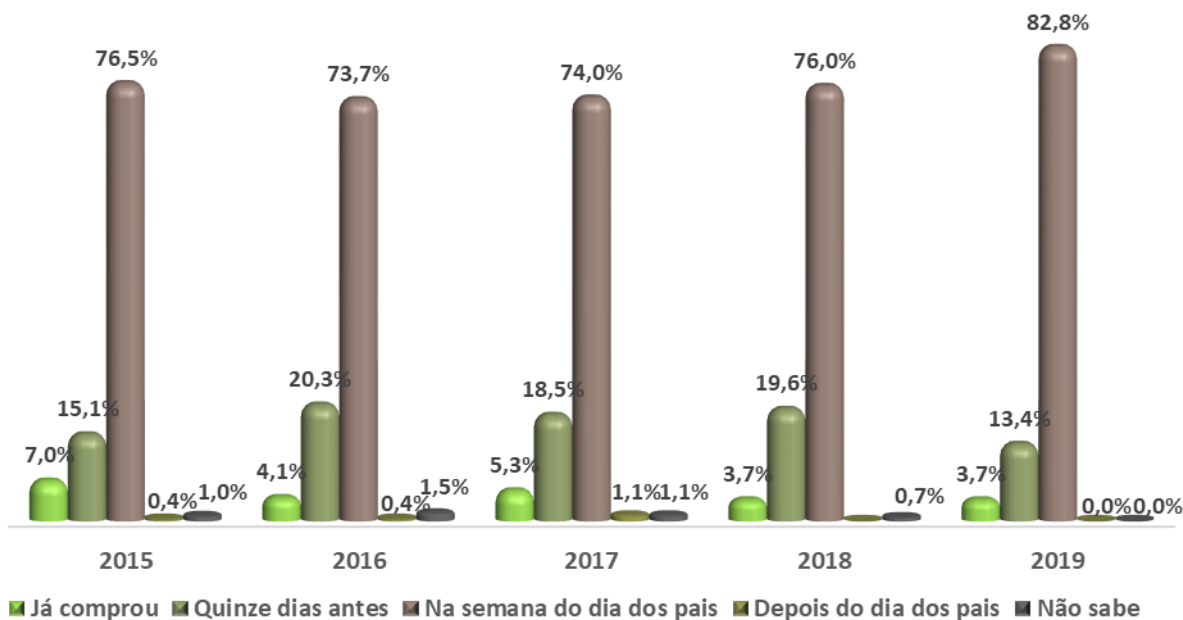


Tabela 4 – Qual o melhor dia da semana para realizar as compras?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019
Sábado	30,0%	28,8%	25,1%	34,7%
Sexta	16,8%	12,0%	8,5%	14,6%
Segunda	15,0%	15,5%	18,8%	13,8%
Quarta	13,9%	10,3%	11,1%	10,8%
Quinta	5,1%	3,8%	3,3%	8,6%
Terça	7,0%	8,6%	6,6%	4,5%
Domingo	1,5%	3,8%	4,1%	2,2%
Não Sabe	4,8%	11,0%	16,6%	4,9%
Nenhum	5,9%	6,2%	5,9%	6,0%

Gráfico 8 – Onde irá comprar?

Fonte: Fecomércio RN

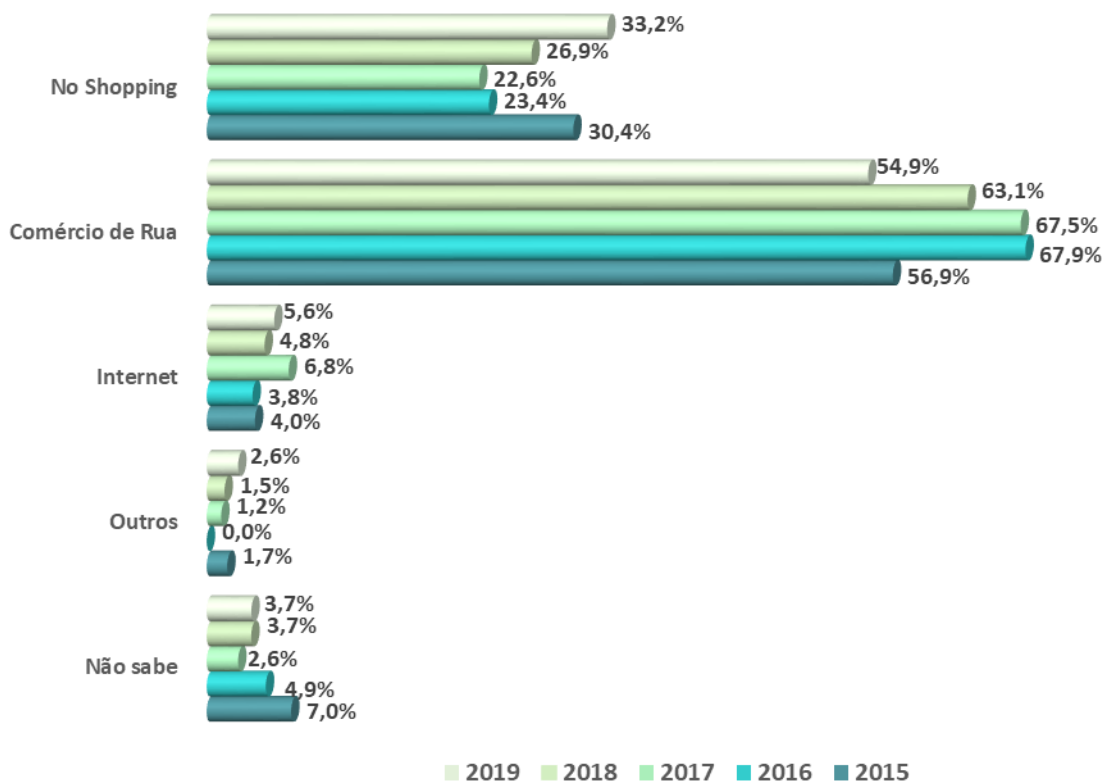


Tabela 5 – Qual a determinante para a escolha do local de compra? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019
Nível de preços	33,1%	32,3%	33,2%	35,4%
Diversidade de produtos	21,1%	25,6%	32,5%	28,7%
Proximidade	15,4%	20,7%	22,5%	19,0%
Conforto	14,7%	10,2%	4,4%	6,3%
Confiança	8,3%	2,6%	1,5%	2,2%
Acessibilidade	7,1%	6,4%	5,2%	9,3%
Segurança	5,6%	7,9%	7,4%	3,7%
Atendimento	0,4%	1,1%	0,7%	0,7%
Outros	1,8%	1,2%	0,8%	0,7%
Não sabe	0,0%	0,8%	0,7%	0,4%

Estratégias

Gráfico 9 – O (a) Sr. (a) pretende utilizar alguma alternativa seguinte para economizar no presente?

Fonte: Fecomércio RN

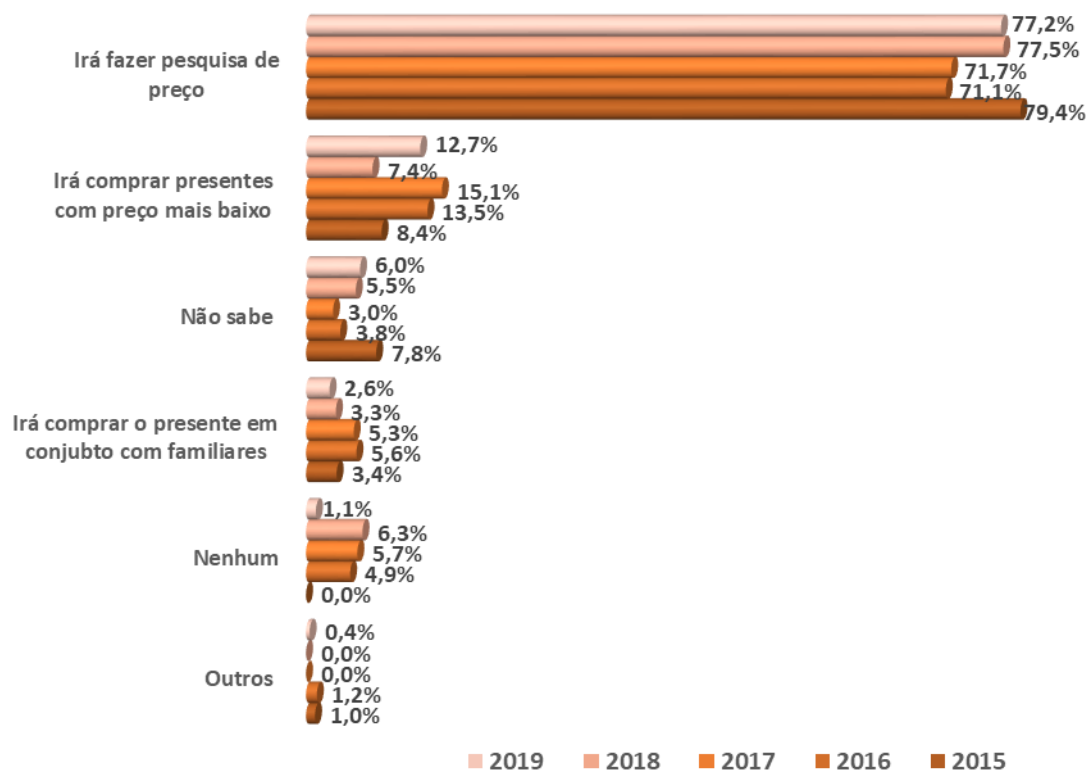


Tabela 6 – Em sua opinião, o que as lojas poderiam fazer para atrair mais clientes?
(Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Promoção para clientes fies	50,7%	40,9%	42,5%	43,6%	39,4%
Atendimento Personalizado	15,1%	26,9%	30,3%	30,4%	30,2%
Descontos	27,2%	24,8%	25,9%	23,4%	26,2%
Facilidades na forma de pagamento	6,4%	10,6%	5,8%	6,2%	3,8%
Divulgação	0,0%	1,4%	2,2%	1,8%	3,0%
Sorteio de Prêmios	1,7%	3,0%	1,4%	4,0%	3,0%
Brindes temático	1,0%	4,0%	2,0%	1,6%	1,2%
Variedade	0,0%	1,6%	1,2%	0,6%	0,6%
Outros	1,2%	1,0%	2,0%	1,8%	2,0%
Não sabe	3,0%	2,0%	1,4%	1,6%	2,6%

Passeio

Tabela 7 – Irá levar seu pai a algum passeio?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Não irá levar a lugar nenhum	82,2%	83,4%	80,8%	66,4%	78,0%
Almoçar/Jantar em um restaurante	13,2%	9,6%	11,0%	10,0%	10,0%
Almoço/Jantar na casa familiar	2,9%	3,4%	6,8%	19,3%	8,6%
Viagem para lugar especial	0,5%	1,0%	1,0%	1,6%	1,0%
Outros	0,2%	1,4%	0,4%	1,2%	1,4%
Não sabe	1,0%	1,2%	0,0%	1,5%	1,0%

Gráfico 10 – Quanto pretende gastar no passeio?

Fonte: Fecomércio RN

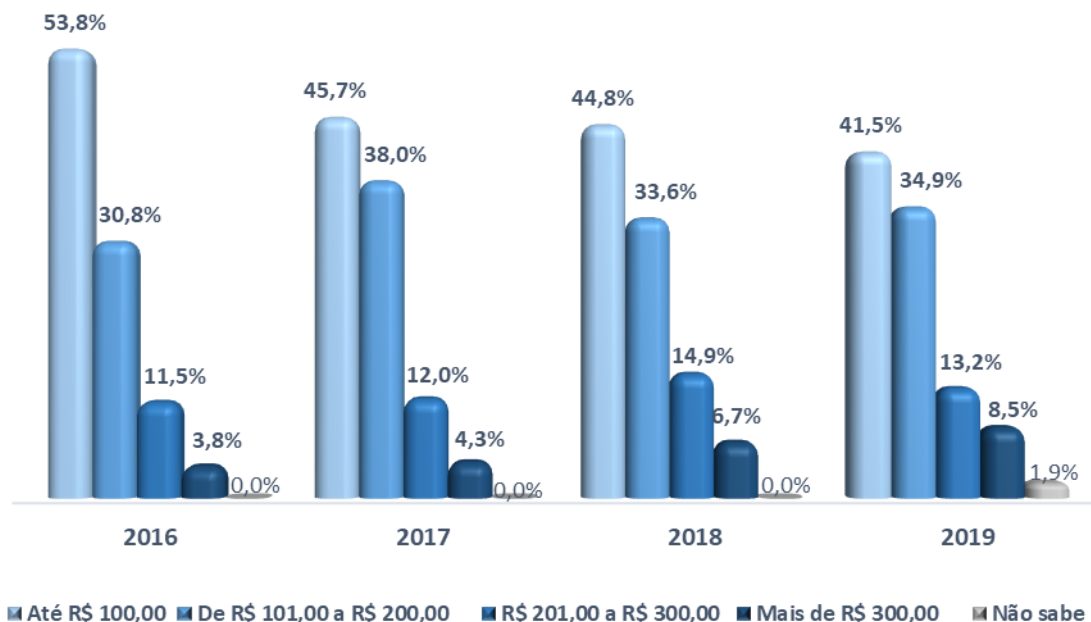


Tabela 8 – Característica predominante para escolha do local?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Conveniência para familiares comparecerem	30,4%	34,6%	53,2%	66,7%	43,4%
Lugar que o pai escolheu, ou tem desejo de conhecer	20,3%	30,8%	22,3%	13,2%	25,5%
Preço	19,0%	16,7%	11,7%	9,0%	21,7%
Atendimento	24,1%	16,7%	12,8%	6,9%	6,6%
Outros	2,5%	2,6%	2,1%	3,5%	1,9%
Não sabe	3,8%	0,0%	0,0%	0,7%	0,9%

Percepção econômica

Gráfico 11 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?

Fonte: Fecomércio RN

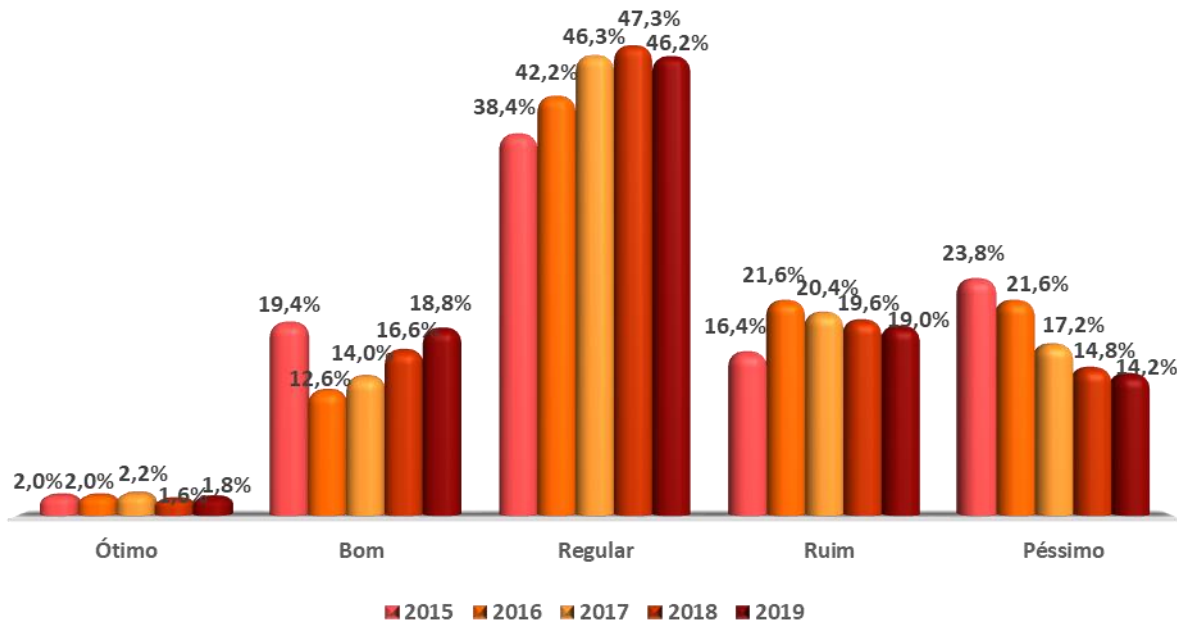


Gráfico 12 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?

Fonte: Fecomércio RN

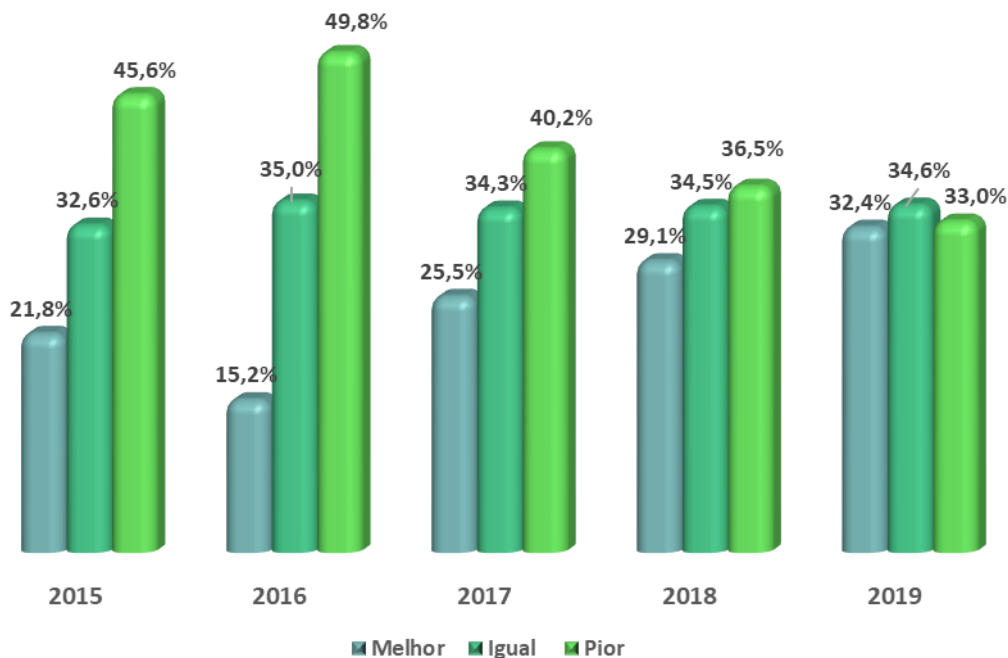
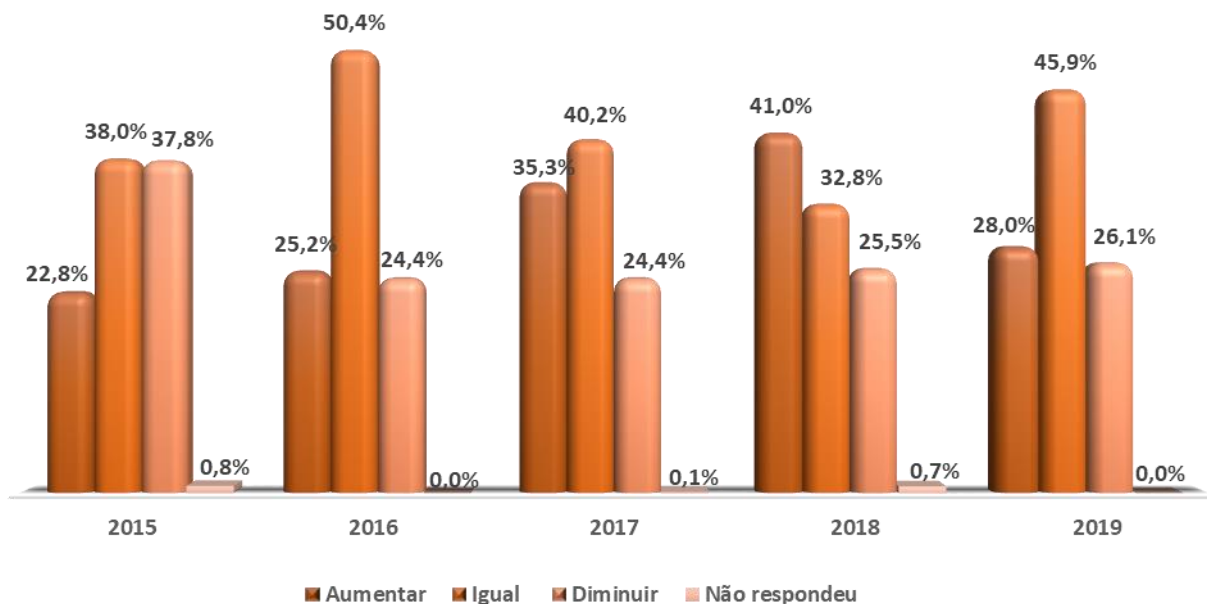


Gráfico 13 – O (s) seu (s) gasto (s) com presentes para o Dia dos Pais neste ano em comparação com ano passado irá?

Fonte: Fecomércio RN



Estratificação pelo perfil

Tabela 9 – Intenção de presentear, em relação ao sexo dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino
Sim	53,8%	53,3%
Não	46,2%	46,7%

Tabela 10 – Intenção de presentear, em relação à faixa etária dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	De 16 a 24anos	De 25 a 34anos	De 35 a 44 anos	De 45 a 59 anos	Acima de 60 anos
Sim	65,8%	64,6%	51,5%	26,4%	21,4%
Não	34,2%	35,4%	48,5%	73,6%	78,6%

Tabela 11 – Intenção de presentear, em relação à escolaridade dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior	Pós graduação
Sim	31,8%	55,6%	55,5%	58,1%
Não	68,2%	44,4%	44,5%	41,9%

Tabela 12 – Intenção de presentear, em relação à renda dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Até 3 salários	De 3 a 6 salários	De 6 a 10 Salários	Acima de 10 Salários	Não resp.
Sim	51,6%	58,0%	49,0%	61,9%	33,3%
Não	48,4%	42,0%	51,0%	38,1%	66,7%

Tabela 13 – Quanto pretende gastar, em relação sexo dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino
Até R\$ 50,00	19,3%	18,0%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	45,0%	48,4%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	23,6%	24,2%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	4,3%	5,5%
Mais de R\$ 300,00	6,4%	3,9%
Não sabe	1,4%	0,0%
Média	R\$ 108,75	R\$ 107,03

Tabela 14 – Quanto pretende gastar, em relação à faixa etária dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	De 16 a 24 anos	De 25 a 34 anos	De 35 a 44 anos	De 45 a 59 anos	Acima de 60 anos
Até R\$ 50,00	15,1%	18,6%	22,4%	17,4%	33,3%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	56,2%	43,1%	38,8%	56,5%	33,3%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	21,9%	27,5%	23,9%	17,4%	0,0%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	2,7%	5,9%	3,0%	8,7%	33,3%
Mais de R\$ 300,00	4,1%	4,9%	9,0%	0,0%	0,0%
Não sabe	0,0%	0,0%	3,0%	0,0%	0,0%
Média	R\$ 101,71	R\$ 112,25	R\$ 110,45	R\$ 98,91	R\$ 125,00

Tabela 15 – Quanto pretende gastar, em relação à escolaridade dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior	Pós graduação
Até R\$ 50,00	28,6%	21,6%	17,1%	0,0%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	71,4%	49,6%	39,6%	50,0%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	0,0%	23,2%	27,0%	27,8%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	0,0%	3,2%	8,1%	0,0%
Mais de R\$ 300,00	0,0%	2,4%	6,3%	22,2%
Não sabe	0,0%	0,0%	1,8%	0,0%
Média	R\$ 67,86	R\$ 98,00	R\$ 118,02	R\$ 145,83

Tabela 16 – Quanto pretende gastar, em relação à renda dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Até 3 salários	De 3 a 6 salários	De 6 a 10 Salários	Acima de 10 Salários	Não resp.
Até R\$ 50,00	26,6%	13,8%	0,0%	0,0%	0,0%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	55,9%	42,5%	20,8%	15,4%	100,0%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	16,1%	25,3%	62,5%	30,8%	0,0%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	0,7%	9,2%	4,2%	23,1%	0,0%
Mais de R\$ 300,00	0,0%	8,0%	12,5%	30,8%	0,0%
Não sabe	0,7%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Média	R\$ 81,12	R\$ 123,85	R\$ 157,29	R\$ 207,69	R\$ 75,00

**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO
ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE.**

**INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO DE BENS,
SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE.**

Marcelo Fernandes de Queiroz
Presidente

Jaime Mariz de Faria Júnior
Diretor Executivo

EQUIPE DE PESQUISA

Tiago Chacon Fontoura
Estatístico

Hugo Sergio
Nivaldo Gonçalves
Irismar Alves
Elizabeth Pontes
Pesquisadores

João Maria Soares
Estagiário