

PESQUISA  
**INTENÇÕES DE  
COMPRAS PARA O  
DIA DOS PAIS 2020**

MOSSORÓ, JULHO DE 2020

A photograph of a man in a blue and white plaid shirt over an orange t-shirt, sitting on a yellow sofa and holding a gift wrapped in brown paper with a white ribbon. A woman in a white t-shirt and blue overalls is behind him, covering his eyes with her hands. The man has a wide, happy smile. The background is a plain white wall.

## Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>3</b>
<b>2. ASPECTOS TÉCNICOS</b> .....	<b>4</b>
<b>3. SÍNTESE DOS RESULTADOS</b> .....	<b>5</b>
Intenções de compra .....	5
Renda impactada.....	5
Presentes .....	5
Gastos .....	6
Formas de pagamento .....	6
Local de compra .....	7
Quando comprará .....	7
Comemoração.....	7
Percepção econômica.....	8
Opinião .....	8
<b>4. GRÁFICOS E TABELAS</b> .....	<b>9</b>
Intenções de compra .....	9
Gastos .....	12
Local e período de compra.....	13
Comemoração.....	15
Percepção econômica.....	16
Opinião .....	17
Estratificação pelo perfil.....	18

## 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 Departamento de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DESS) 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

---

Com a população de Mossoró, a coleta dos dados ocorreu entre os dias 14 e 17 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 quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas com a aplicação de questionário estruturado via ligações telefônicas, junto a uma amostra representativa da população de consumidores do município 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 de 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 compra**

De acordo com uma pesquisa da Fecomércio RN, mesmo com a crise econômica causada pela pandemia, 41,4% dos mossoroenses pretendem gastar com presentes para o dia dos pais deste ano. A expectativa de pessoas que vão presentear em 2020 é 12,2 pontos percentuais menor do que o índice verificado no ano passado (53,6%).

Observando o perfil do potencial comprador, nota-se que a intenção de presentear é maior que a média geral, entre os consumidores pós-graduados (47,6%); com renda familiar acima de dez salários mínimos (54,5%); e faixa etária de 25 a 34 anos (56,1%).

#### **Renda impactada**

Os reflexos causados pela pandemia podem ser identificados entre os motivos daqueles que não vão presentear. Em torno de 60% relacionaram fatores econômicos como justificativas para não ir às compras. Falta de dinheiro (33,5%); pandemia (14,8%); desemprego (6,3%); poupar (5,3%) e outros (1,3%) foram apontados como os principais causadores de quem não irá presentear.

#### **Presentes**

Entre os que vão às compras, a pesquisa apontou que os presentes preferidos são roupas (45,4%) e perfumes (19%). Outra parcela apontou para gastos com calçados, carteiras e cintos (9,7%); eletroeletrônicos ou celulares correspondem a 8,3% das intenções; relógios ou joias foram citados por 4,2% dos entrevistados e outros produtos somam 5,5% das menções.

Nesse momento, o principal fator que deverá ser considerado na compra do presente é o preço do produto, com 44,4%. O desejo do presenteado influenciará 38% dos consumidores; a qualidade do produto, 31%. Os descontos e promoções, 13,9% dos mossoroenses, enquanto a biossegurança dos estabelecimentos é decisiva para 6%.

Os dados mostram ainda que 77,3% pretendem comprar apenas um presente para o Dia dos Pais. Outros 19,9% dos entrevistados vão comprar dois presentes e somente 1,9% três ou mais itens.

Entre os entrevistados que vão às compras, 82,4% declararam intenção de presentear o próprio pai; 20,8% os maridos; 2,3% os avôs; 1,9% os tios/padrinhos; 1,9% os filhos; 1,4% os sogros; e 1,4% as mães.

### **Gastos**

Neste ano, a maior parte dos presentes (66,2%) comprados pelos mossoroenses custará até R\$ 100,00. Os filhos que pretendem gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00 correspondem a 20,8%; entre R\$ 200,00 e R\$ 300,00, 7,4%, e os consumidores que planejam despende mais de R\$ 300,00 são apenas 4,2%.

Conforme os valores estimados pela população com a intenção de gastos para o Dia dos Pais, houve redução no tíquete médio, que será de R\$ 106,25, ou seja, menor do que no ano passado, quando o valor médio do presente foi de R\$ 107,93.

A análise verificou ainda que os consumidores de 25 a 34 anos pretendem desembolsar em média R\$ 110,90; pessoas com nível superior de ensino vão gastar em média R\$ 116,96 na compra do presente; e os mossoroenses com rendimentos acima de dez salários mínimos vão investir em média R\$ 140,38 na compra do presente do pai.

### **Formas de pagamento**

Com o objetivo de evitar contas futuras, o pagamento à vista, dinheiro ou débito, será a principal modalidade utilizada para compra do presente, somando 50,5% das respostas dos mossoroenses. A forma de pagamento parcelada no cartão de crédito deve ser escolhida por 42,6% das pessoas e outras opções serão acionadas por 2,8% do público.

### **Local de compra**

O comércio de rua continua sendo a preferência do consumidor mossoroense, com 51,2% das citações. Por conta da pandemia, 21,9% preferem fazer a compra do presente pela internet. No ano passado, as compras pela internet ocupavam a terceira colocação, com 5,6%. Por outro lado, as compras realizadas em shoppings eram 33,2%, e agora correspondem a 7,4% das intenções de compras. Para finalizar, 11,6% pretendem fazer as compras através de revendedores.

Diante do atual cenário, o estudo apontou que o nível de preço (39,8%) será o principal estímulo para escolher o local de compra. Na sequência, 29,6% disseram estar atentos a diversidade de produtos; 25,5% a proximidade do local; 20,8% a biossegurança do estabelecimento; 18,1% o oferecimento de vendas online; 11,1% o conforto da loja; e 10,2% a confiança.

### **Quando comprará**

O período de maior foco nas vendas se mantém na semana das comemorações, 70,8% dos consumidores mossoroenses admitem comprar o presente somente na semana que antecede a data e 21,8% planejam comprar quinze dias antes da comemoração, mostrando que os últimos finais de semana que antecedem o Dia dos Pais serão os de maior procura pelo presente.

### **Comemoração**

A maneira como as famílias comemorarão a data também deve passar por mudanças, 67,6% dos entrevistados disseram que o distanciamento vai mudar a forma de celebrar este dia dos pais, enquanto 32,4% afirmaram que vão comemorar da maneira tradicional.

Sobre as formas de comemoração da data, 56,6% revelaram que vão comemorar em casa, 25,2% vão preparar almoço ou jantar e 13,4% vão comemorar por vídeo chamadas e telefonemas. Outros disseram que vão para casa de parentes (1,4%), restaurantes (1,4%), adiar a celebração (0,7%) ou viajar para o interior (0,2%).

### **Percepção econômica**

O atual momento para compra de produtos é avaliado por 46,2% dos consumidores mossoroenses como ruim ou péssimo; 40,8% analisam como regular; e 13% classificam como bom ou ótimo o momento para aquisição de produtos. Na pesquisa de 2019, 33,2% consideravam o cenário para compra de produtos ruim ou péssimo; 46,2% entendiam como regular e 20,6% avaliavam como bom ou ótimo.

Quanto à situação financeira das famílias, 41% dos consumidores mossoroenses entrevistados declararam estar em situação pior do que a do mesmo período do ano passado, 43,4% afirmaram que estão em situação igual e 15,6% acreditam estar em situação melhor. No levantamento do ano passado, 33% analisavam como pior a situação financeira das famílias, 34,6% ponderavam como igual e 32,4% diziam estar em melhor situação.

### **Opinião**

A maioria dos mossoroenses apoiam à reabertura gradual da economia de forma responsável. 61% dos entrevistados disseram que aprovam a retomada gradual das atividades não essenciais, da forma como vem ocorrendo, seguindo todas as medidas sanitárias e de biossegurança; cerca de 36,4% são contra; e 2,6% não têm opinião formada sobre o tema.

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

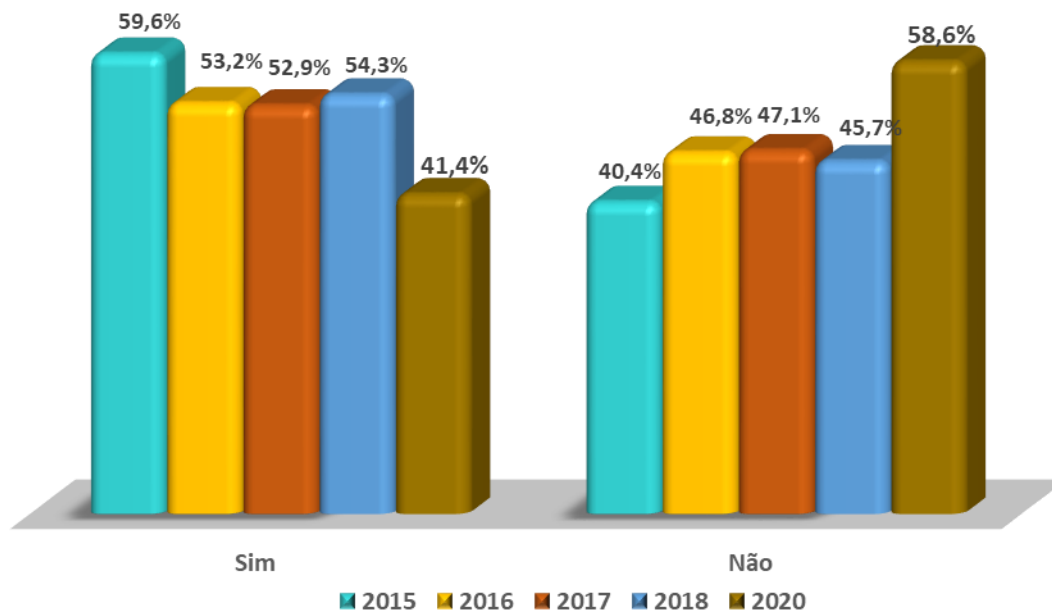


#### 4. GRÁFICOS E TABELAS

### Intenções de compra

*Gráfico 1 – O Dia dos Pais será comemorado no segundo domingo de agosto (dia 09), 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	2020
Falta de dinheiro	29,6%	36,3%	30,7%	23,2%	27,6%	33,5%
Pandemia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,8%
Desemprego	3,5%	3,8%	4,5%	5,7%	6,0%	6,3%
Poupar	3,5%	1,7%	3,2%	1,3%	2,2%	5,3%
Não tem quem presentear	53,3%	50,9%	51,8%	53,1%	50,9%	41,9%
Não comemora	7,0%	0,9%	6,8%	6,6%	5,6%	10,9%
Distância	2,5%	5,1%	4,5%	8,3%	8,6%	1,8%
Outros	0,5%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%
Não sabe/Não respondeu	0,1%	0,8%	0,0%	1,8%	0,4%	0,0%

*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	2020
Pai	79,9%	83,8%	86,1%	82,7%	82,8%	82,4%
Marido	17,1%	19,5%	19,9%	14,8%	16,4%	20,8%
Avô	2,3%	1,5%	2,6%	5,2%	3,4%	2,3%
Tio/Padrinho	1,0%	1,5%	0,4%	1,5%	1,1%	1,9%
Filho	0,3%	1,9%	0,8%	0,7%	1,5%	1,9%
Sogro	2,3%	4,1%	3,4%	5,2%	3,7%	1,4%
Mãe	0,7%	0,8%	1,5%	4,4%	1,5%	1,4%
Irmão	1,0%	0,4%	0,8%	1,1%	1,1%	0,9%
Padrasto	0,7%	1,1%	2,3%	0,7%	1,5%	0,5%
Outros	0,3%	0,8%	0,4%	1,9%	1,5%	1,8%

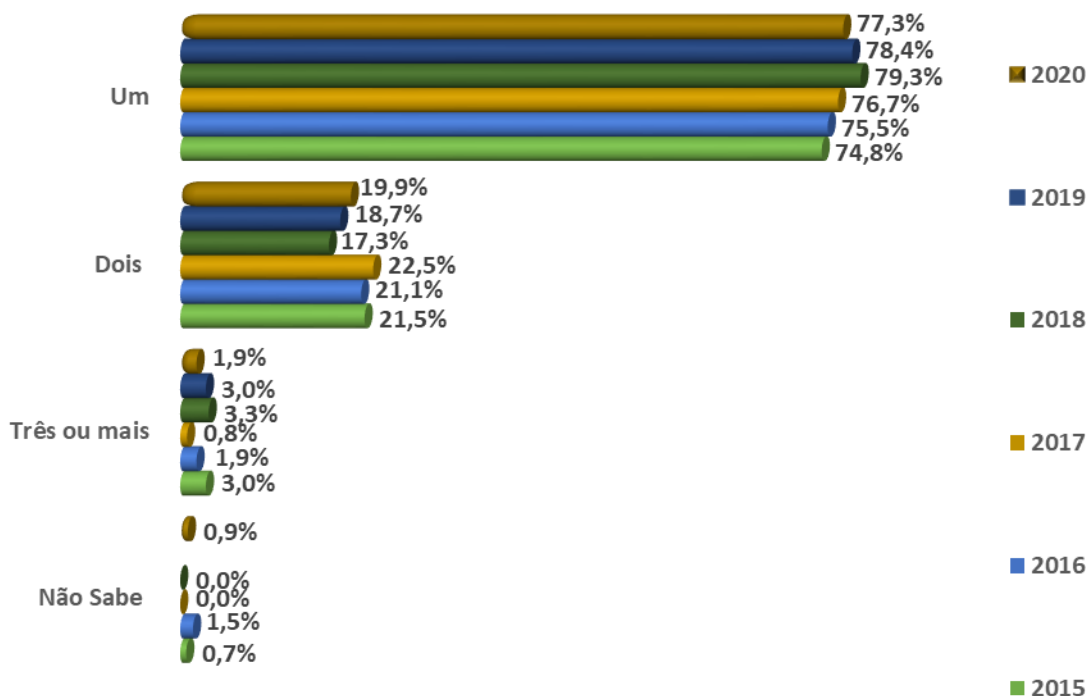
*Tabela 3 – Que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessado em presentear no Dia dos Pais?  
(Múltipla resposta)*

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Vestuário	57,7%	58,6%	59,8%	57,9%	61,9%	45,4%
Perfume/Cosméticos	13,8%	13,5%	13,9%	14,8%	12,7%	19,0%
Calçados/Carteira/Cinto	12,8%	12,4%	12,0%	11,1%	9,3%	9,7%
Eletroeletrônico/Celular	3,7%	3,8%	4,2%	3,7%	3,7%	8,3%
Jóias/Relógio	2,3%	1,5%	0,8%	2,6%	3,7%	4,2%
Produtos automotivos	0,3%	0,4%	0,0%	0,7%	0,7%	0,9%
Outros	0,9%	1,2%	2,7%	3,5%	2,6%	5,5%
Não sabe	10,1%	12,0%	13,2%	10,7%	8,2%	15,3%

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

Fonte: Fecomércio RN



**Tabela 4 – Qual o principal fator determinante para a escolha do presente?**

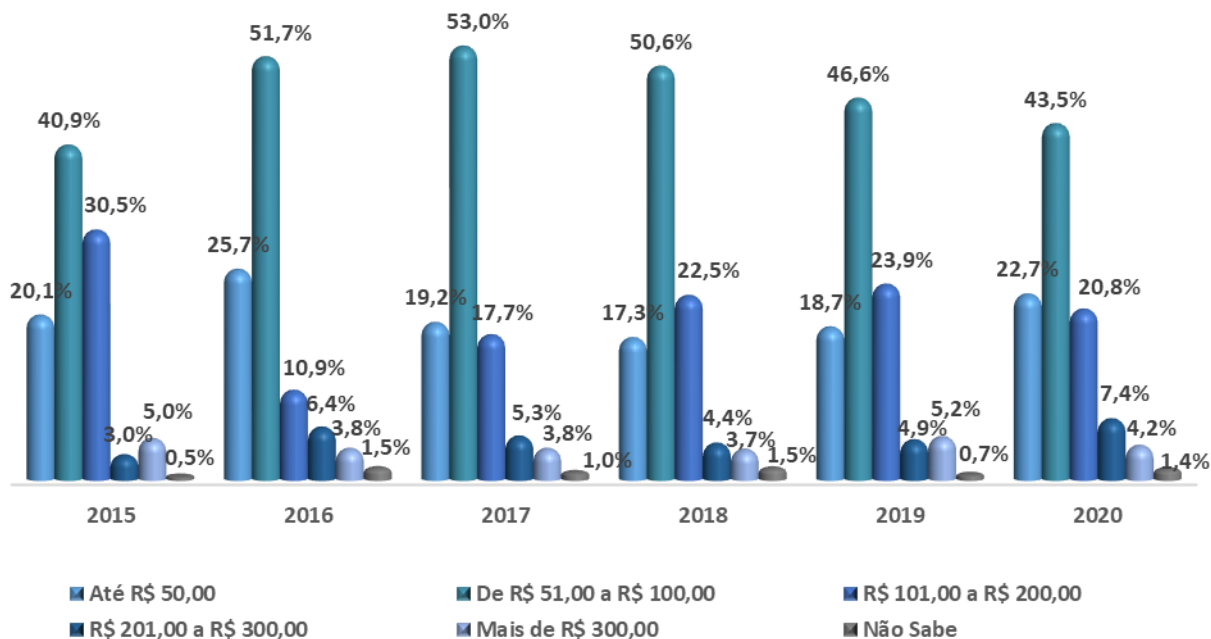
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019	2020
Preço do produto	22,9%	31,2%	31,4%	30,6%	44,4%
Desejo da pessoa a ser presenteada	47,4%	43,2%	46,9%	50,7%	38,0%
Qualidade do produto	20,7%	20,3%	16,6%	16,4%	31,0%
Desconto/Promoção do lojista	12,0%	10,5%	7,4%	8,6%	13,9%
Biossegurança	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,0%
Vendas online	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%
Outros	1,2%	3,7%	1,1%	0,4%	3,7%
Não sabe	0,4%	0,0%	0,4%	0,0%	1,4%

**Gastos**

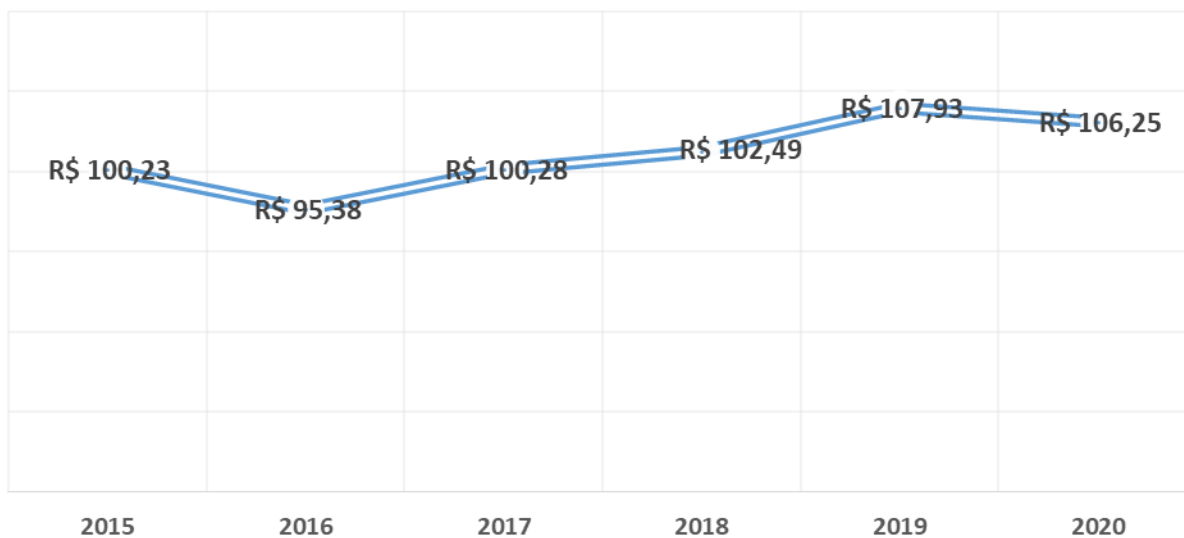
**Gráfico 3 – Quanto pretende investir na compra do presente?**

Fonte: Fecomércio RN



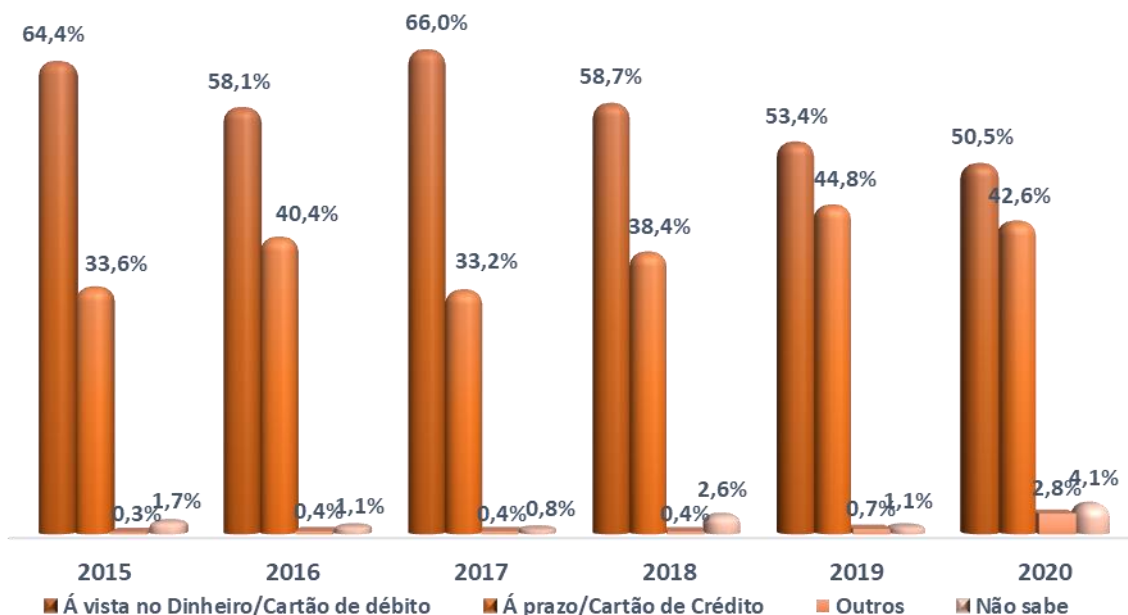
**Gráfico 4 – Gasto médio por ano.**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 5 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr. (a) deseja utilizar?**

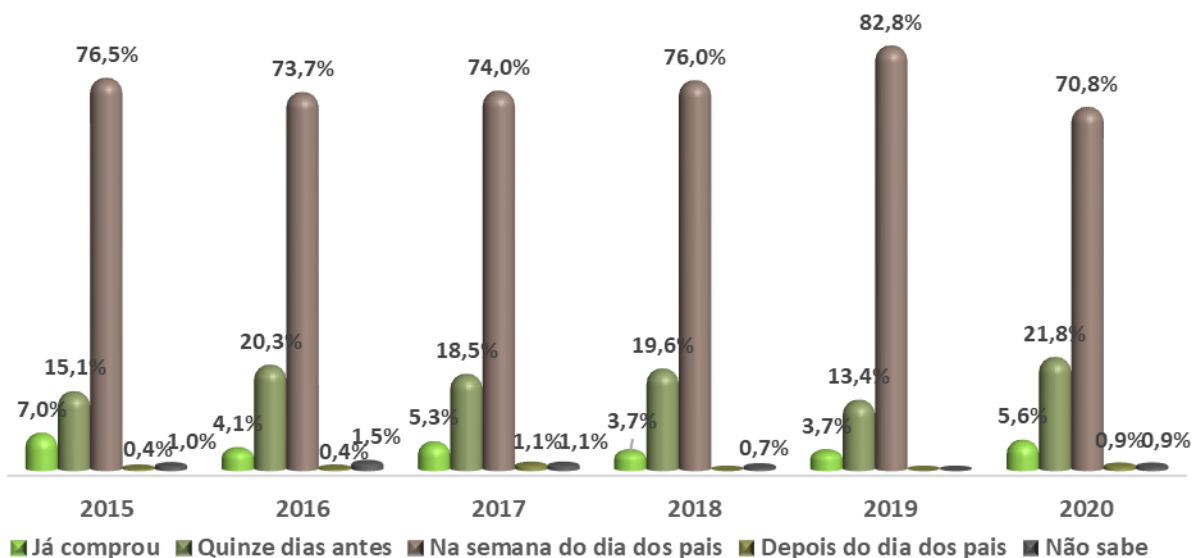
Fonte: Fecomércio RN



### Local e período de compra

**Gráfico 6 – Quando o (a) Sr. (a) comprará o presente?**

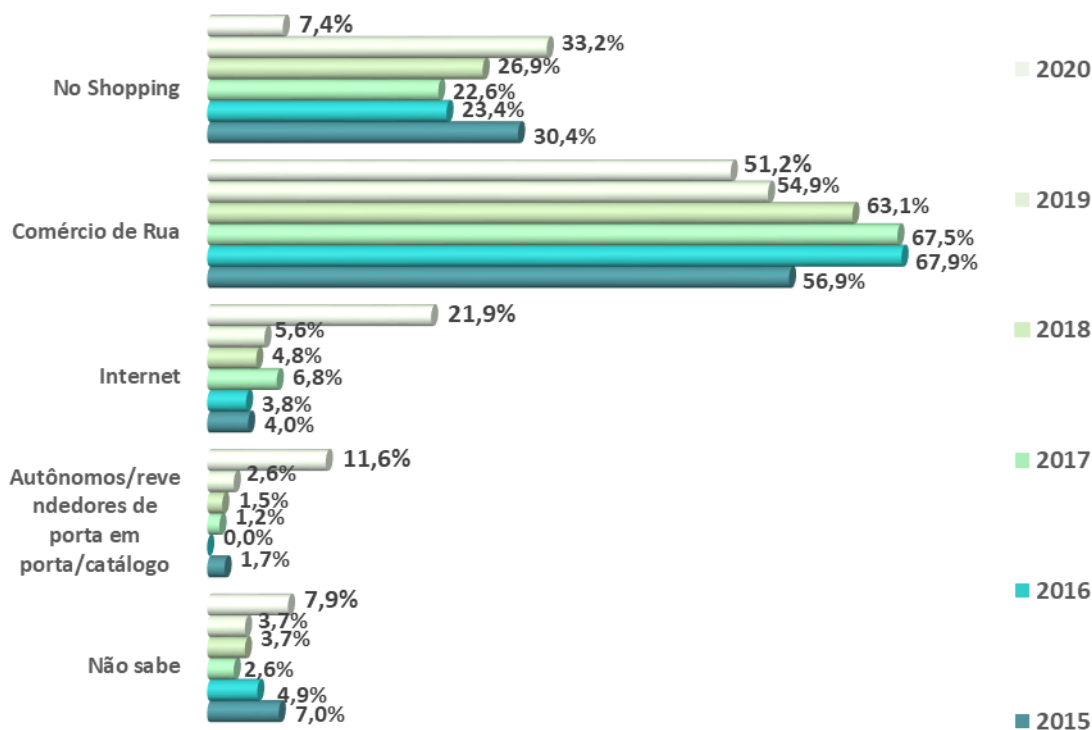
Fonte: Fecomércio RN





**Gráfico 7 – Onde irá comprar?**

Fonte: Fecomércio RN



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

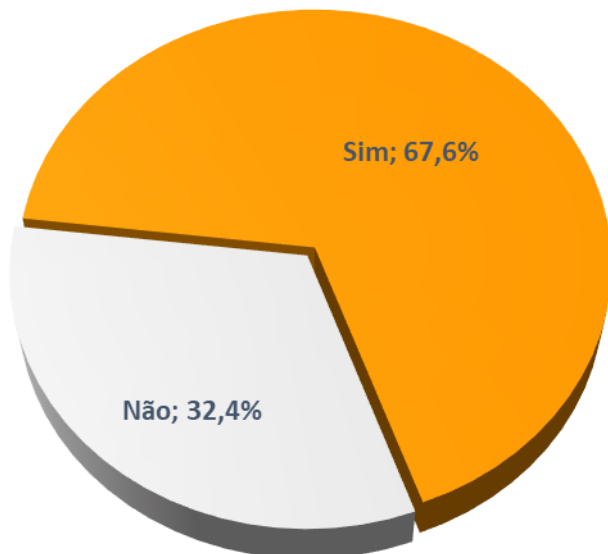
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019	2020
Nível de preços	33,1%	32,3%	33,2%	35,4%	39,8%
Diversidade de produtos	21,1%	25,6%	32,5%	28,7%	29,6%
Proximidade	15,4%	20,7%	22,5%	19,0%	25,5%
Biossegurança	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,8%
Vendas Online	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	18,1%
Conforto	14,7%	10,2%	4,4%	6,3%	11,1%
Confiança	8,3%	2,6%	1,5%	2,2%	10,2%
Acessibilidade	7,1%	6,4%	5,2%	9,3%	6,9%
Segurança	5,6%	7,9%	7,4%	3,7%	5,6%
Atendimento	0,4%	1,1%	0,7%	0,7%	1,9%
Outros	1,8%	1,2%	0,8%	0,7%	1,3%
Não sabe	0,0%	0,8%	0,7%	0,4%	0,5%

## Comemoração

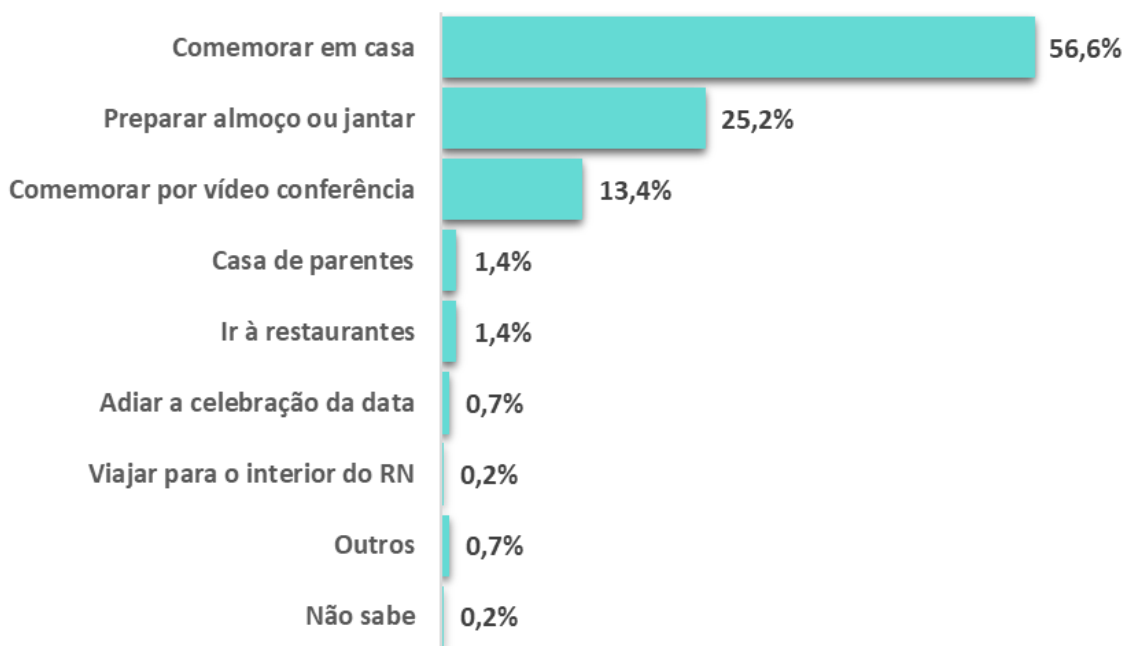
*Gráfico 8 – O distanciamento social vai mudar a forma de comemorar a data?*

Fonte: Fecomércio RN



*Gráfico 9 – Forma que vai comemorar o dia dos pais deste ano?*

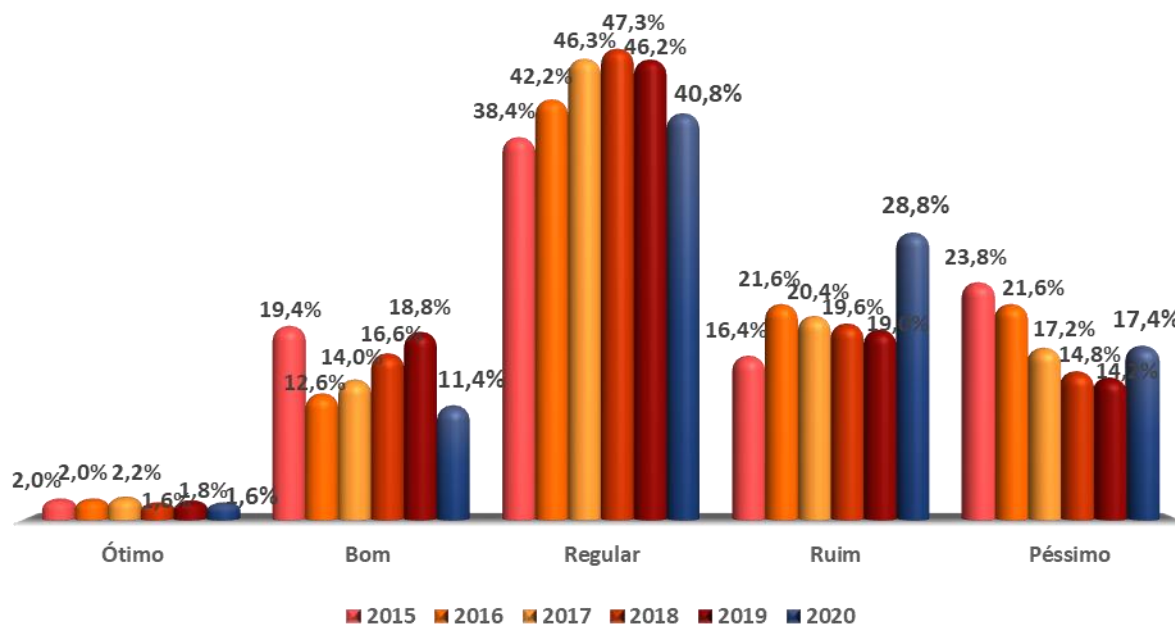
Fonte: Fecomércio RN



**Percepção econômica**

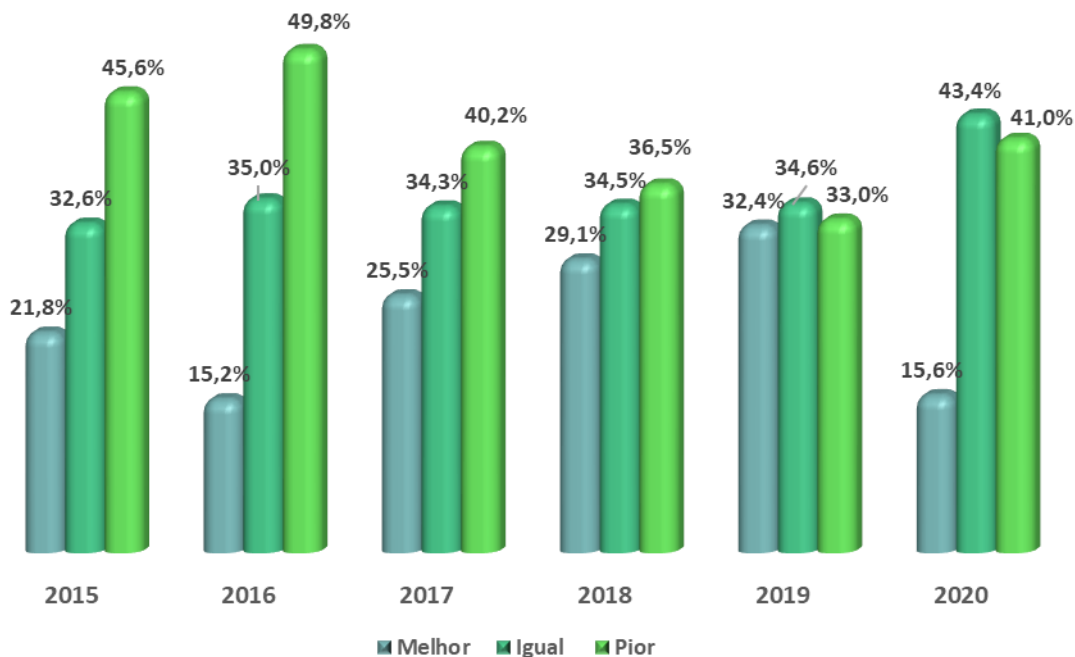
*Gráfico 10 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?*

Fonte: Fecomércio RN



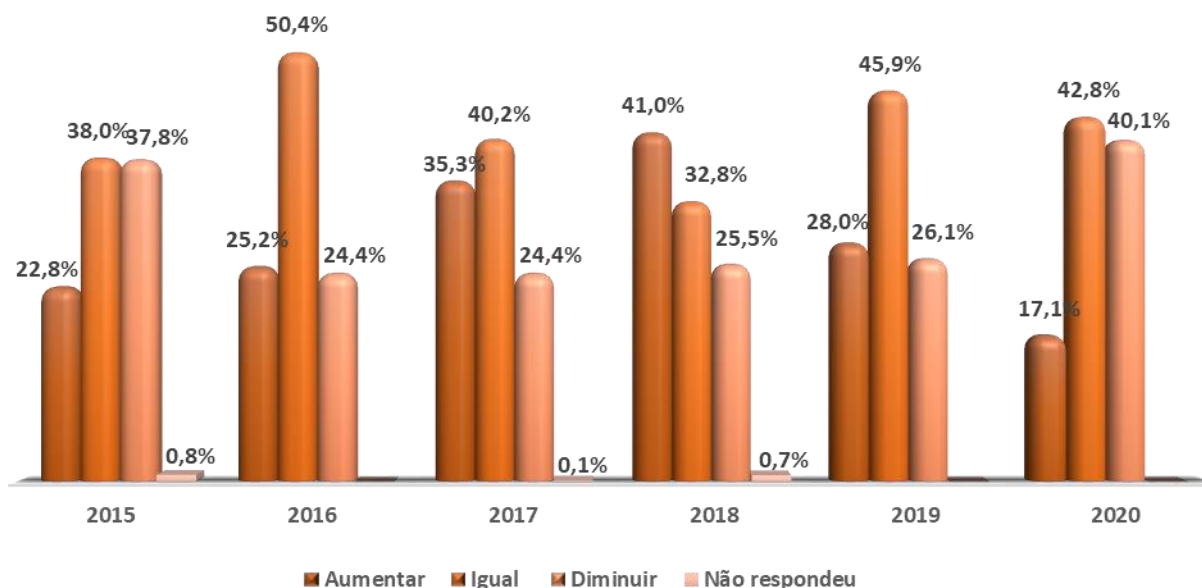
*Gráfico 11 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?*

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 12 – O (s) seu (s) gasto (s) com presentes para o Dia dos Pais neste ano em comparação com ano passado irá?**

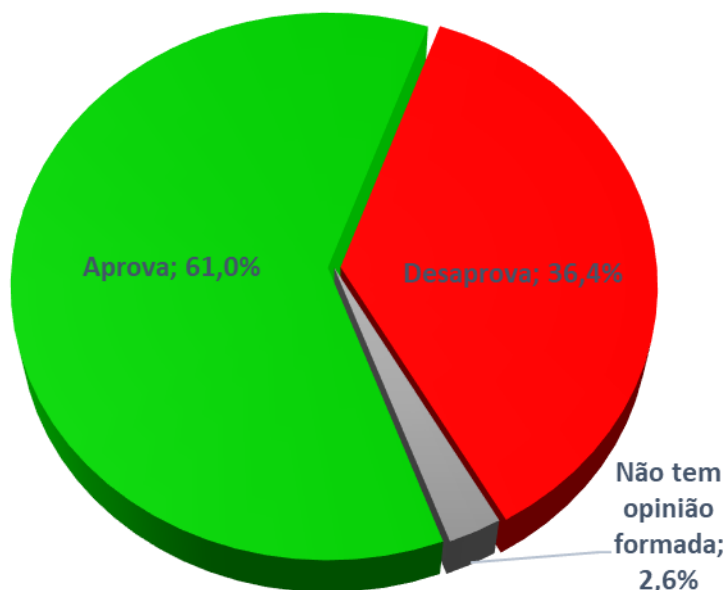
Fonte: Fecomércio RN



### Opinião

**Gráfico 13 – O (a) Sr. aprova ou desaprova a reabertura gradual do comércio, da forma como vem ocorrendo, seguindo todas as medidas de biossegurança?**

Fonte: Fecomércio RN



## Estratificação pelo perfil

*Tabela 6 – Intenção de presentear, em relação ao sexo dos entrevistados.*

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino	Total Geral
Sim	42,2%	40,6%	41,4%
Não	57,8%	59,4%	58,6%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%

*Tabela 7 – Intenção de presentear, 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	Total Geral
Sim	43,1%	56,1%	41,0%	22,3%	10,0%	41,4%
Não	58,5%	43,9%	59,0%	76,7%	90,0%	58,6%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

*Tabela 8 – Intenção de presentear, em relação à escolaridade dos entrevistados.*

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior	Pós graduação	Total Geral
Sim	27,1%	39,6%	46,1%	47,6%	41,4%
Não	75,0%	60,0%	53,9%	52,4%	58,6%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

*Tabela 9 – 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 respondeu	Total Geral
Sim	38,3%	46,9%	53,1%	54,5%	20,0%	41,4%
Não	61,7%	53,1%	46,9%	45,5%	80,0%	58,6%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



*Tabela 10 – Quanto pretende gastar, em relação sexo dos entrevistados.*

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino	Total Geral
Até R\$ 50,00	21,9%	23,5%	22,7%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	45,6%	41,2%	43,5%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	22,8%	18,6%	20,8%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	6,1%	8,8%	7,4%
Mais de R\$ 300,00	3,5%	4,9%	4,2%
Não sabe	0,0%	2,9%	1,4%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%
Média	R\$ 105,26	R\$ 107,35	R\$ 106,25

*Tabela 11 – 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	Total Geral
Até R\$ 50,00	32,3%	19,1%	16,7%	35,7%	33,3%	22,7%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	38,7%	45,7%	45,0%	39,3%	33,3%	43,5%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	16,1%	20,2%	26,7%	14,3%	33,3%	20,8%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	9,7%	9,6%	5,0%	3,6%	0,0%	7,4%
Mais de R\$ 300,00	0,0%	4,3%	5,0%	7,1%	0,0%	4,2%
Não sabe	3,2%	1,1%	1,7%	0,0%	0,0%	1,4%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Média	R\$ 93,55	R\$ 110,90	R\$ 109,58	R\$ 99,11	R\$ 91,67	R\$ 106,25

*Tabela 12 – Quanto pretende gastar, em relação à escolaridade dos entrevistados.*

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior	Pós graduação	Total Geral
Até R\$ 50,00	35,3%	27,8%	16,7%	11,1%	22,7%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	41,2%	43,3%	41,7%	55,6%	43,5%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	17,6%	18,6%	23,8%	22,2%	20,8%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	0,0%	6,2%	9,5%	11,1%	7,4%
Mais de R\$ 300,00	5,9%	3,1%	6,0%	0,0%	4,2%
Não sabe	0,0%	1,0%	2,4%	0,0%	1,4%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Média	R\$ 92,65	R\$ 98,97	R\$ 116,96	R\$ 108,33	R\$ 106,25

*Tabela 13 – 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 respondeu	Total Geral
Até R\$ 50,00	22,1%	27,4%	28,0%	0,0%	0,0%	22,7%
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	53,1%	37,1%	16,0%	38,5%	66,7%	43,5%
R\$ 101,00 a R\$ 200,00	17,7%	14,5%	40,0%	46,2%	0,0%	20,8%
R\$ 201,00 a R\$ 300,00	3,5%	16,1%	0,0%	7,7%	33,3%	7,4%
Mais de R\$ 300,00	1,8%	4,8%	12,0%	7,7%	0,0%	4,2%
Não sabe	1,8%	0,0%	4,0%	0,0%	0,0%	1,4%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Média	R\$ 91,59	R\$ 118,15	R\$ 122,00	R\$ 140,38	R\$ 133,33	R\$ 106,25

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

**DEPARTAMENTO DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS**

*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**