

Instituto Fecomércio RN



**PESQUISA**  
**Intenções**  
**de compras**  
**para o Dia dos**  
**Namorados**  
**2021**



**MOSSORÓ, JUNHO DE 2021**

## Sumário

<b>1. Apresentação.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Aspectos Metodológicos .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Descrição dos Resultados.....</b>	<b>5</b>
Intenções de compras .....	5
Perfil de quem vai às compras .....	5
As categorias favoritas .....	5
Quem serão os presenteados.....	5
O que faz a diferença na hora da escolha do item.....	6
Quanto as pessoas pretendem investir e como devem pagar .....	6
Local de compra.....	7
Fatores essenciais para escolha das lojas .....	7
Período das compras .....	7
Pesquisando ofertas .....	8
A fidelidade do cliente .....	8
Comemorações.....	8
Momento .....	8
<b>4. Análise Gráfica .....</b>	<b>10</b>
Intenções de Compras .....	10
Pretensão de consumo .....	11
Gastos .....	14
Local e quando compram .....	16
Comemoração .....	18
Momento .....	19

## 1. Apresentação

---

Com o intuito de antecipar as intenções de compra do consumidor potiguar frente às datas comemorativas mais importantes para o comércio, o Instituto da Fecomércio RN, realiza pesquisas que funcionam como verdadeiros termômetros de vendas e revelam a intenção dos potiguares em presentear nessas datas âncoras, bem como as principais tendências do mercado varejista local.

A presente pesquisa, referente ao Dia dos Namorados, nos dá o direcionamento de uma data comemorativa de relevância para o varejo, com informações a respeito do intuito de presentear, dos gostos e preferências dos consumidores, bem como de sua percepção dos preços e intenções de gasto.

A pesquisa serve como base para os empresários da cidade com informações importantes sobre o comportamento de compra dos consumidores. Tais informações podem ser aproveitadas para ações dentro do comércio, bem como para o entendimento do perfil de compra que pode ser esperado nesse período do ano.

Tendo em vista a necessidade de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas, comerciantes e produtores têm avaliado de forma positiva as pesquisas da Fecomércio RN, de maneira que as mesmas servem de monitoramento do mercado potiguar.

Espera-se, com a divulgação das pesquisas, atender ao desejo da classe empresarial, assim como das associações comerciais, administradores, gestores públicos, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como dar oportunidade de disseminação do conhecimento.

## 2. Aspectos Metodológicos

---

Em Mossoró, as entrevistas aconteceram entre os dias 12 e 20 de maio de 2021. 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 Dia dos Namorados.

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 foram entrevistados 500 consumidores de todas as regiões do município. Para que o trabalho apresentasse um bom resultado foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral de aproximadamente 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, ultrapassariam a cem por cento.

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. Descrição dos Resultados

#### Intenções de compras

Despertar o romantismo não é algo simples, principalmente em meio a um cenário de pandemia. Mas muitos casais estão dispostos a fazer dessa data um momento de carinho e afeto.

A Fecomércio RN investigou qual será a intenção de consumo dos mossoroenses para o Dia dos Namorados deste ano. No campo dos presentes, 45,8% disseram ter intenção de comprar algo para presentear os (as) parceiros (as). Outros 54,2% declararam que não iriam presentear seus companheiros (as) nesta data comemorativa.

Os fatores econômicos ainda são os principais motivos de não comprar presentes, que juntos somam 58,7% das justificativas. Entre eles estão a falta de dinheiro, a intenção de poupar, o desemprego, e as dívidas e contas em atraso.

#### Perfil de quem vai às compras

Neste Dia dos Namorados, o perfil dos mossoroenses que mais vai as compras é formado por homens (50,4%), pessoas de 25 a 34 anos (56,7%), ensino superior ou mais (54,3%) e renda familiar de 5 a 10 salários mínimos (70,8%).

#### As categorias favoritas

Essa data representa uma grande oportunidade boa para garantir mais proximidade e intimidade entre aqueles que se amam. Os principais tipos de produtos citados como presentes para o Dia dos Namorados são roupas (42,6%); perfumes e cosméticos (18,3%); calçados e bolsas (9,6%); joias, relógios e acessórios (7,4%); chocolates e alimentos (5,2%); eletrônicos e celulares (4,3%); flores (3,5%); eletrodomésticos (2,6%); entre outros.

#### Quem serão os presenteados

Presentear na data não é exclusividade de quem está em início de relacionamento. 69,1% dos consumidores mossoroenses informaram que presentearão as (os) esposas (os) no dia 12 de junho; 22,2% irão homenagear as (os) namoradas (os); e 3,9% as (os) companheiras (os).

### **O que faz a diferença na hora da escolha do item**

Questionados sobre o que avaliam como decisão prioritária na escolha do presente para a pessoa amada, para 57,6% as ofertas e promoções são fatores decisivos, seguido da marca do produto, para 30,1% dos entrevistados. Após aparecem a forma de pagamento, propaganda, localização da loja, indicação de amigos e parentes, necessidade e gosto da pessoa que juntos somam 7% das indicações.

Para 84,7% dos mossoroneses que vão às compras neste Dia dos Namorados, a intenção é comprar um único presente. 12,2% pretendem presentear com dois produtos, ao passo que 3,1% almejam comprar três ou mais itens.

Em referência ao ano passado, 69% dos consumidores revelaram que vão comprar a mesma quantidade, 20,5% disseram que vão comprar menos e apenas 10,5% desejam comprar mais produtos que no ano anterior.

### **Quanto as pessoas pretendem investir e como devem pagar**

Para 40,6% dos consultados, o investimento será de R\$ 51,00 a R\$ 100,00; 31% deverão priorizar presentes entre R\$101,00 a R\$ 200,00; 9,2% dos consumidores valores de até R\$ 50,00; 7,9% gastarão valores superiores a R\$ 300,00; e 6,6% entre R\$ 201,00 e R\$ 300,00.

O ticket médio dos mossoroneses que vão às compras será de R\$ 121,51. Valor que aumenta para R\$ 127,03 entre os homens; R\$ 136,43 entre pessoas de 35 a 44 anos; R\$ 139,75 entre consumidores com ensino superior ou mais; e R\$ 187,50 entre os que possuem renda acima de 10 salários mínimos.

Mesmo diante do cenário de crise financeira, 22,3% dos entrevistados relataram que deverão gastar um pouco mais no presente deste ano em relação a 2020, enquanto 46,7% deverão investir a mesma quantia e 31% optarão por valores mais baixos para presentear.

Sobre à forma de pagamento dos mossoroenses, 41,9% mostraram preferência pelo pagamento à vista, em dinheiro. Cartão de crédito parcelado correspondem a 33,6% das

intenções; Cartão de débito são 15,3%, enquanto que a utilização do cartão de crédito para o vencimento somou 8,3% das citações.

### **Local de compra**

No que se refere ao local de compra, 48,5% dos mossoroenses que pretendem presentear, indicaram que comprarão seus presentes em estabelecimentos do comércio de rua. Quem relatou que vai buscar os produtos para presentear em lojas de shopping são 28,4% do público. Os que indicaram internet representaram 11,8% das respostas. Outros 10,5% revelaram que vão comprar por meio de autônomos e revendedores.

### **Fatores essenciais para escolha das lojas**

Com relação aos fatores que mais influenciarão na escolha do local de compra: 31,4% vão optar por locais que ofereçam melhores níveis de preços; 22,3% por lugares que tenham variedade de produtos; 20,5% mencionaram a qualidade dos produtos; 8,3% declararam que irão levar em conta a localização da loja; 7,4% darão preferência a lojas que ofereçam bom atendimento. Outros fatores decisivos serão comodidade, segurança, vendas online, formas de pagamento, biossegurança e entrega.

### **Período das compras**

Sobre o planejando das compras, 74,7% dos que ainda não comprou pretende buscar o presente na semana que antecede a data comemorativa, nesse caso a pesquisa demonstrou interesse da maioria dos consumidores em iniciar as buscas pelos presentes por volta dos dias 05 e 11 de junho.

Ainda, segundo os dados da pesquisa, a intenção de 21,4% dos consumidores é começar a procura por produtos quinze dias antes do Dia dos Namorados de 2021. Ao passo que em torno de 4% relevaram que já adquiriram o presente.

## **Pesquisando ofertas**

Além disso, 64,6% dos consumidores disseram que vão pesquisar os preços dos produtos antes de fechar as compras dos presentes do Dia dos Namorados. Outros 35,4% revelaram que não desejam pesquisar os preços dos itens.

## **A fidelidade do cliente**

Quando questionados se fariam suas compras do Dia dos Namorados deste ano nas mesmas lojas em que compraram os presentes no ano passado, a maioria (59,8%) dos consumidores mossoroenses afirmou que não. Enquanto 38,4% revelaram que serão fiéis aos estabelecimentos que compraram no ano anterior.

## **Comemorações**

A pandemia faz com que muitos dos casais mudem os planos para o Dia dos Namorados. Cerca de 71% dos consumidores mossoroenses revelaram que não irão realizar nenhum tipo comemoração especial neste ano. Soma 28,4% o índice daqueles que desejam fazer uma celebração especial para a data.

As celebrações caseiras por meio de almoço ou jantar aparecem com 14,6% dos que pretendem fazer uma comemoração especial. 7% responderam que pretendem sair para um almoço ou jantar em restaurantes com os parceiros, 2,8% vão organizar uma viagem especial para comemorar. Almoçar ou jantar na casa de familiares, hotel ou motel e passeio também foram citados pelos mossoroenses como forma de comemorar a data.

Dos mossoroenses que realizarão alguma comemoração especial na data, seguem como características do local, a segurança sanitária (37,2%), o romantismo do local (22,1%), o lugar que o par deseja conhecer (22,1%), o preço (14,5%) e o atendimento (2,8%).

## **Momento**

Sobre ao atual momento para compra de produtos, 44,6% disseram que o momento é regular, 38,2% responderam que o momento é ruim ou péssimo, e 17,2% afirmaram que a ocasião é ótima ou boa para aquisição de produtos.



Com relação à situação financeira das famílias, 50,4% das pessoas entrevistadas na pesquisa declararam estar em situação igual comparada ao ano anterior, 40,8% relataram que estão em situação financeira pior e 8,8% consideram que estão em melhor momento financeiro que o ano passado.

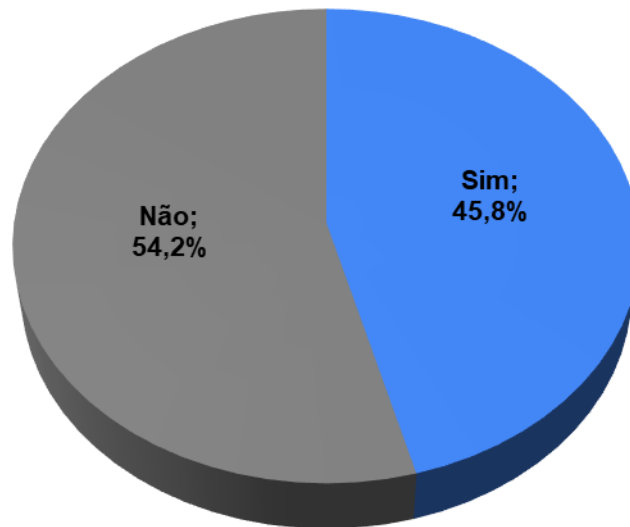
Pensando no futuro, os consumidores mossoroenses se mostram otimistas, 67,2% acreditam que estarão em situação melhor financeira daqui a um ano, 28,2% acham que estarão igual e somente 4,6% disseram que estarão em pior situação no próximo ano.

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

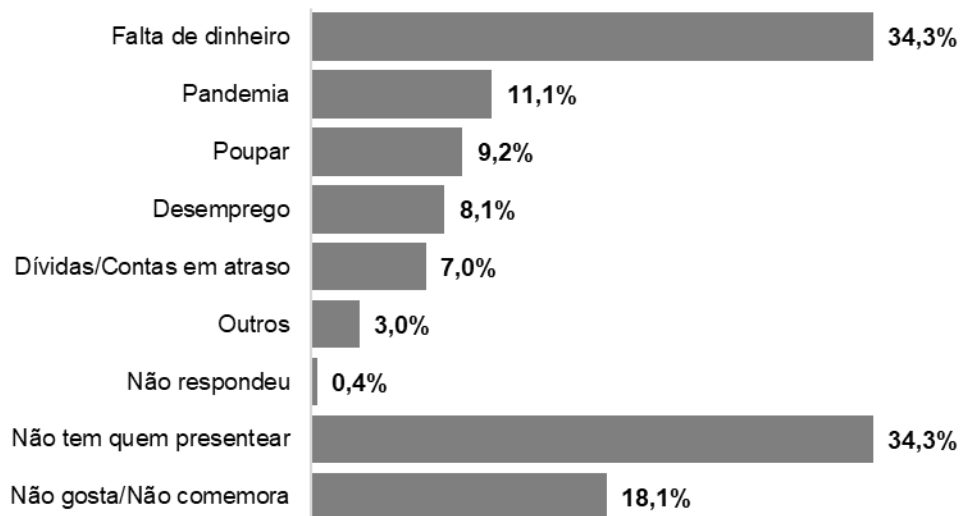
## 4. Análise Gráfica

### Intenções de Compras

*Gráfico 1 – O sr. (a) pretende presentear alguém no Dia dos Namorados?*



*Gráfico 2 – (No caso de “Não”) Por qual motivo?*



## Pretensão de consumo

*Tabela 1 – Intenção de consumo por gênero e faixa etária*

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	Acima de 45 Anos
Sim	41,4%	50,4%	50,9%	56,7%	43,2%	34,8%
Não	58,6%	49,6%	49,1%	43,3%	56,8%	65,2%

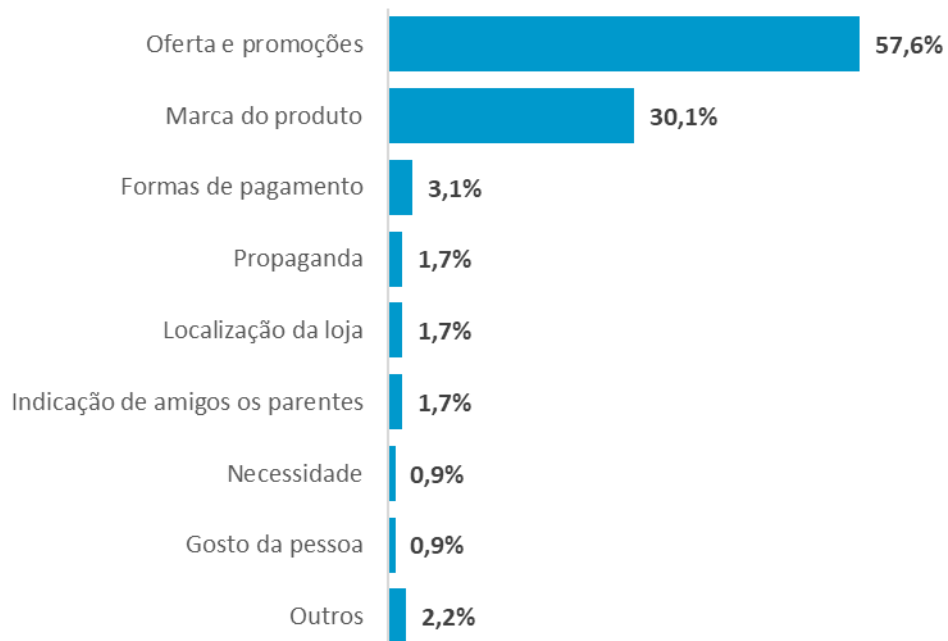
*Tabela 2 – Intenção de consumo por escolaridade e renda*

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior ou mais	Até 2 salários	De 2 a 5 salários	De 5 a 10 salários	Acima de 10 salários	NR
Sim	28,3%	43,8%	54,3%	35,2%	63,8%	70,8%	50,0%	37,0%
Não	71,7%	56,3%	45,7%	64,8%	36,2%	29,2%	50,0%	63,0%

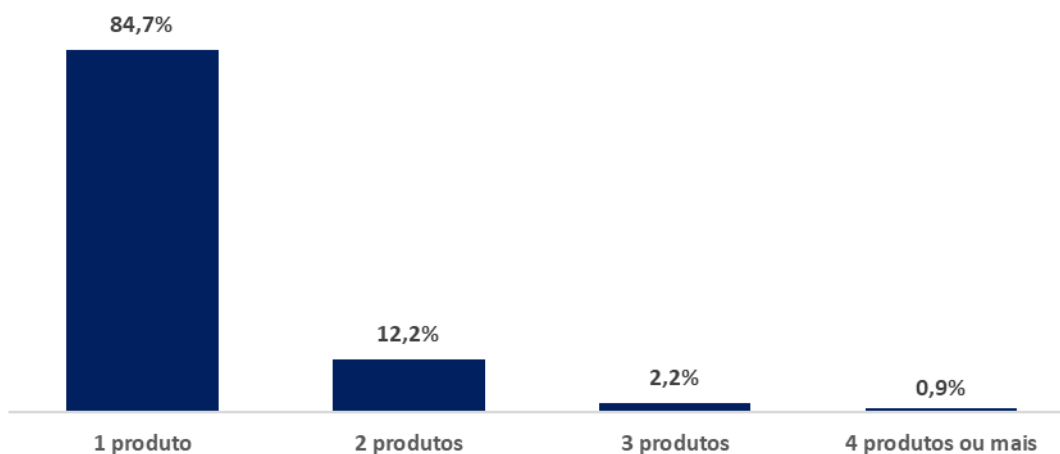
*Gráfico 3 – Que tipo de produto o (a) sr. (a) esta interessada em comprar nesta data? (Múltipla Resposta)*



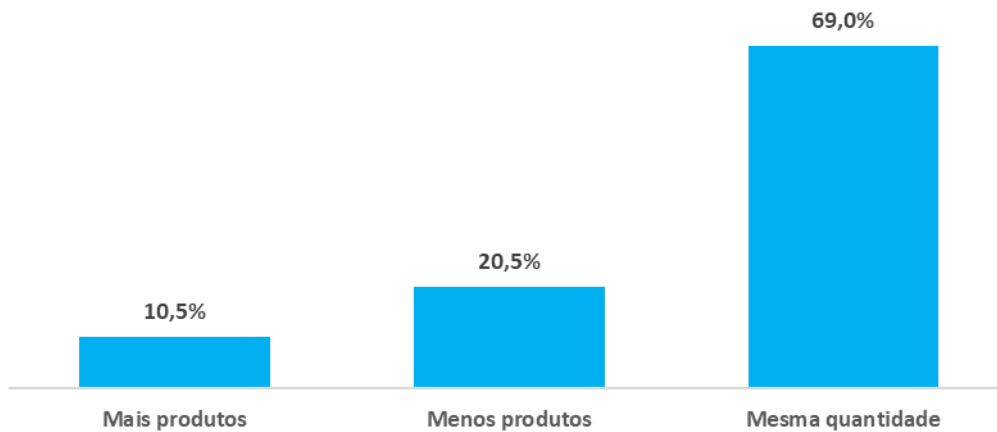
**Gráfico 4 – O que vai levar em consideração para escolha do produto?**



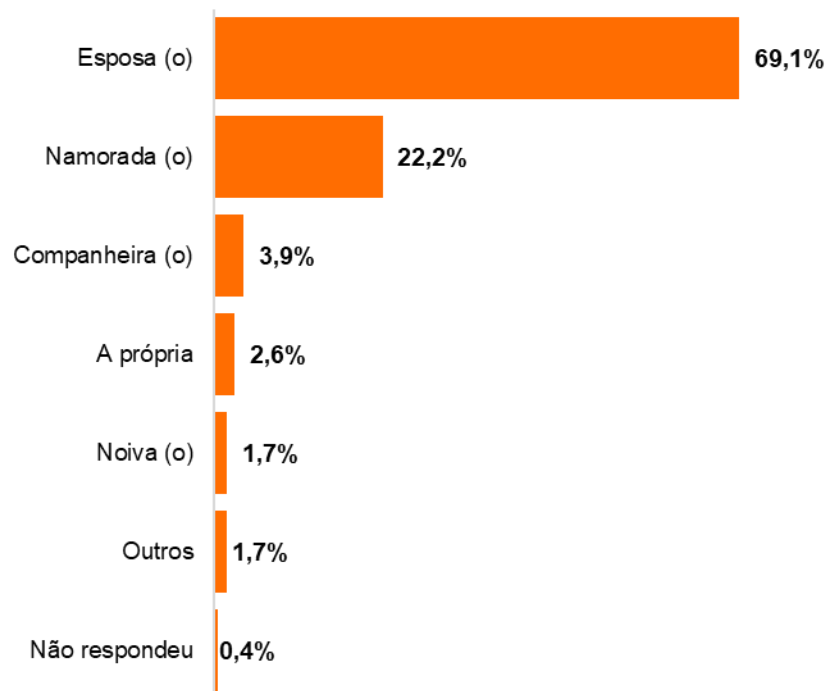
**Gráfico 5 – Quantos presentes pretende comprar?**



**Gráfico 6 – Com relação ao Dia dos Namorados do ano passado, o sr. (a) pretende comprar:**



**Gráfico 7 – Quem o (a) sr. (a) pretende presentear nesta data?**



Gastos

Gráfico 8 – Quanto pretende investir na compra?

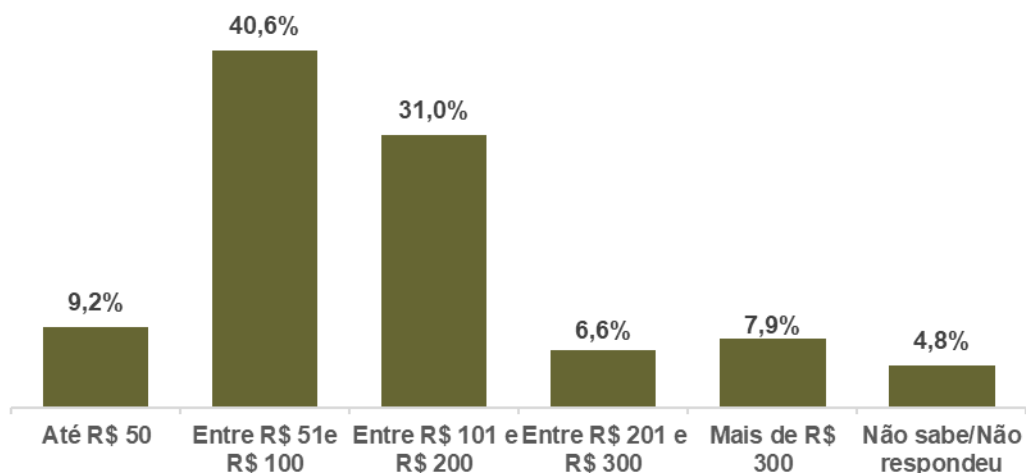


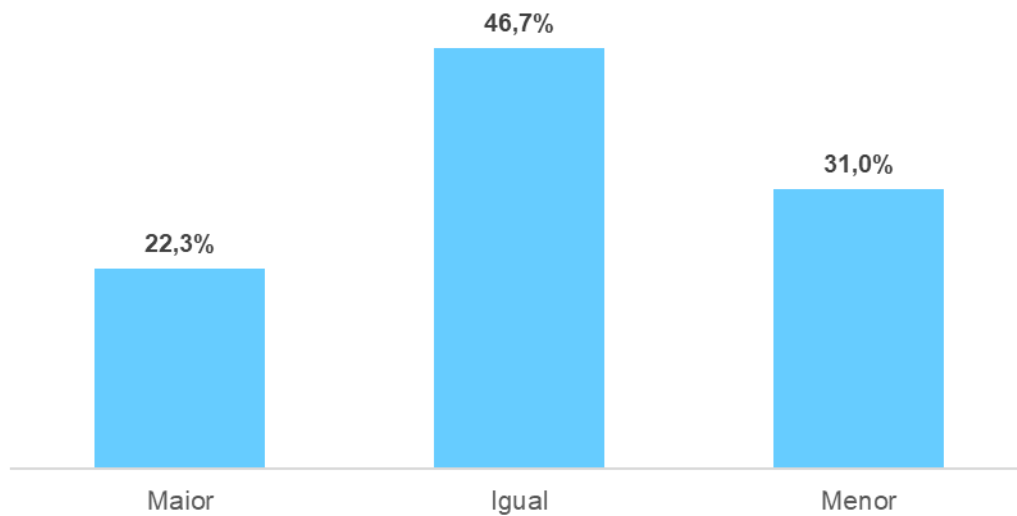
Tabela 3 – Quanto pretende investir na compra por gênero e faixa etária

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	Acima de 45 Anos
Até R\$ 50	13,2%	5,7%	11,1%	10,6%	8,6%	6,4%
Entre R\$ 51 e R\$ 100	43,4%	38,2%	44,4%	41,2%	40,0%	38,3%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	26,4%	35,0%	33,3%	29,4%	25,7%	40,4%
Entre R\$ 201 e R\$ 300	6,6%	6,5%	0,0%	7,1%	10,0%	4,3%
Mais de R\$ 300	6,6%	8,9%	3,7%	4,7%	12,9%	8,5%
Não respondeu	3,8%	5,7%	7,4%	7,1%	2,9%	2,1%
Gasto médio	R\$ 115,09	R\$ 127,03	R\$ 100,00	R\$ 112,06	R\$ 136,43	R\$ 128,72

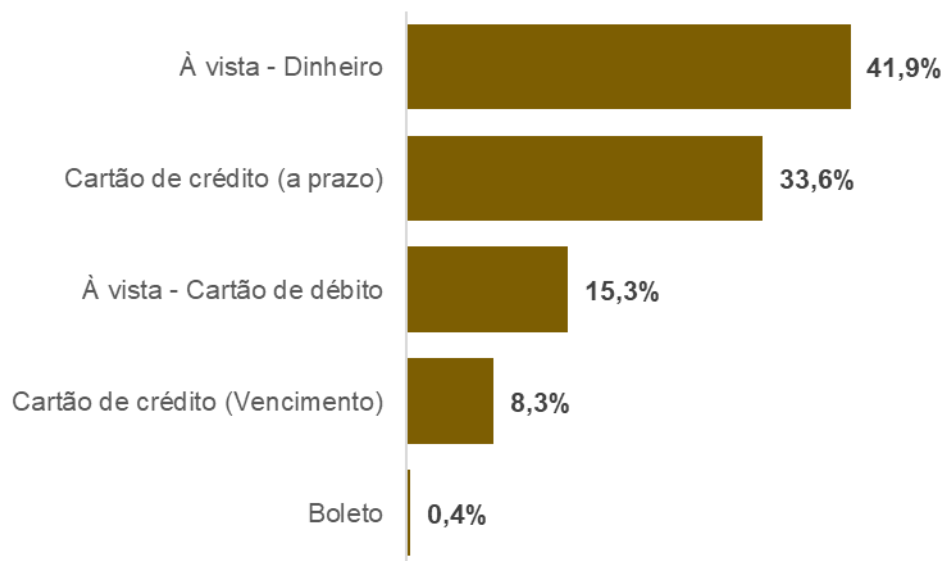
Tabela 4 – Quanto pretende investir na compra por escolaridade e renda familiar

Rótulos de linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior ou mais	Até 2 salários	De 2 a 5 salários	De 5 a 10 salário	Acima de 10 salários	NR
Até R\$ 50	17,6%	14,3%	2,0%	18,9%	1,4%	0,0%	0,0%	10,0%
Entre R\$ 51 e R\$ 100	35,3%	46,4%	35,0%	51,6%	36,5%	17,6%	16,7%	50,0%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	17,6%	27,7%	37,0%	17,9%	39,2%	47,1%	50,0%	30,0%
Entre R\$ 201 e R\$ 300	11,8%	0,9%	12,0%	1,1%	8,1%	23,5%	0,0%	0,0%
Mais de R\$ 300	17,6%	5,4%	9,0%	6,3%	9,5%	8,8%	33,3%	0,0%
Não respondeu	0,0%	5,4%	5,0%	4,2%	5,4%	2,9%	0,0%	10,0%
Gasto médio	R\$ 144,12	R\$ 101,79	R\$ 139,75	R\$ 96,58	R\$ 135,47	R\$ 169,12	R\$ 187,50	R\$ 87,50

**Gráfico 9 – Sobre os gastos com essa data comemorativa, comparando com o ano passado, será:**

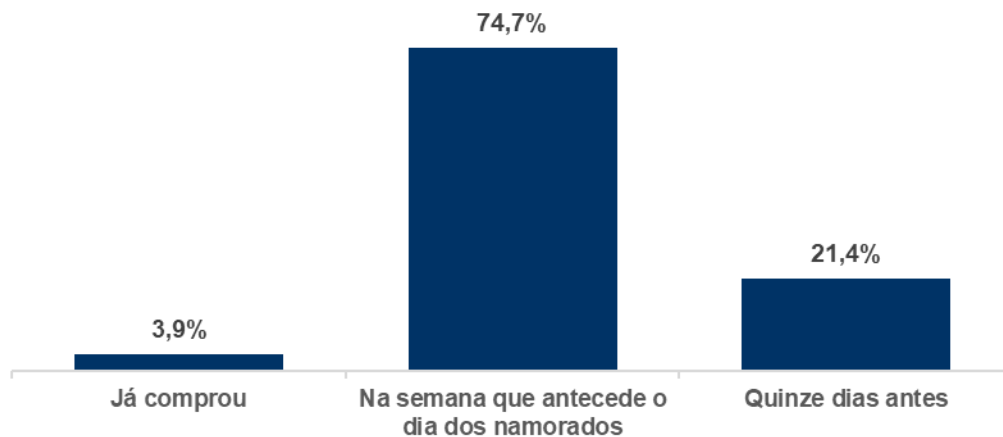


**Gráfico 10 – Formas de pagamento**

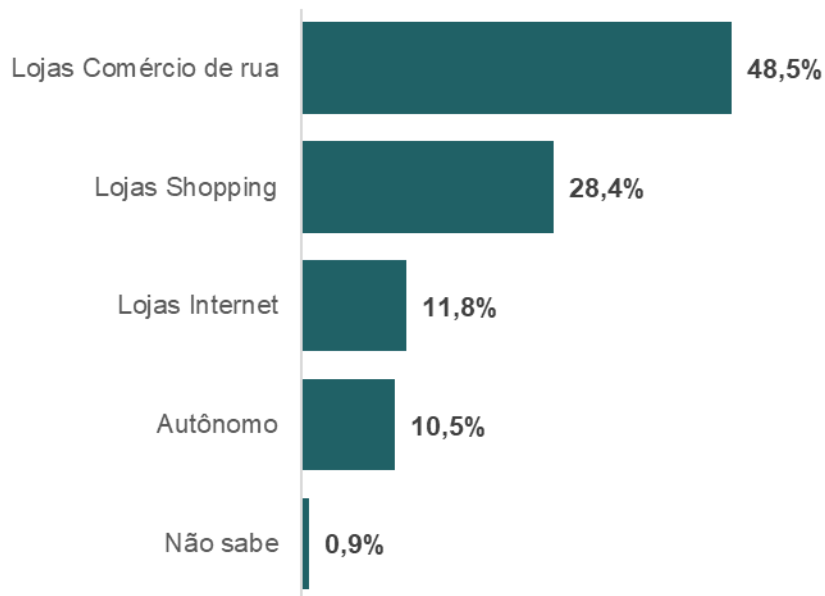


**Local e quando compram**

*Gráfico 11 – Quando irá realizar as compras?*



*Gráfico 12 – Onde o (a) sr. (a) pretende fazer as compras?*

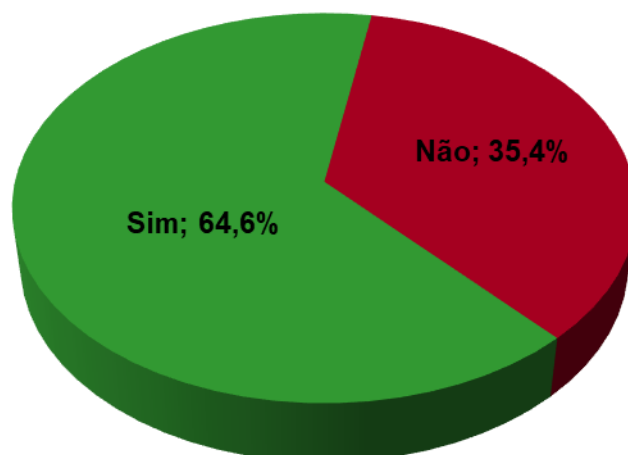




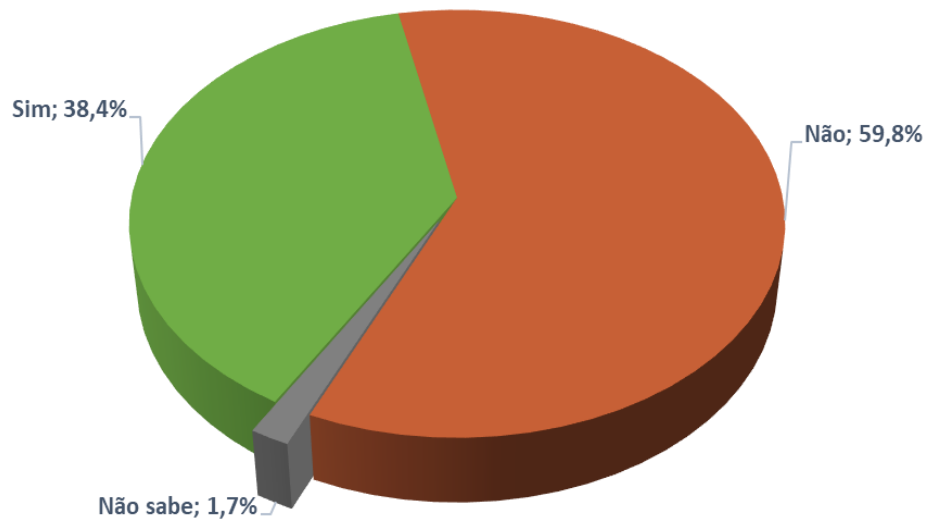
**Gráfico 13 – O que vai levar em consideração para escolher o local de compra do presente para o seu namorado (a) / companheiro (a)?**



**Gráfico 14 – Irá fazer pesquisa de preço?**

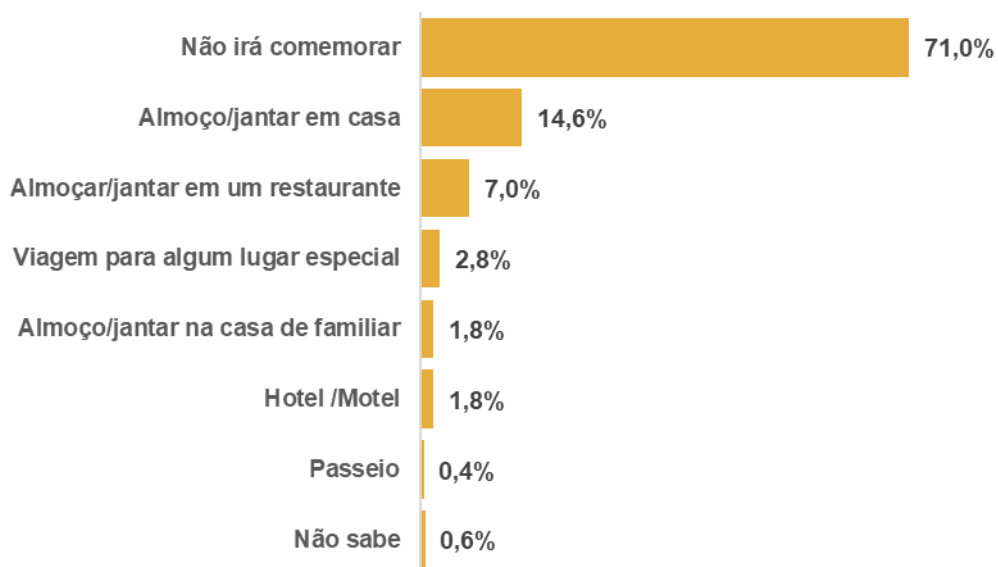


**Gráfico 15 – Pretende comprar nas mesmas lojas que comprou no ano passado?**

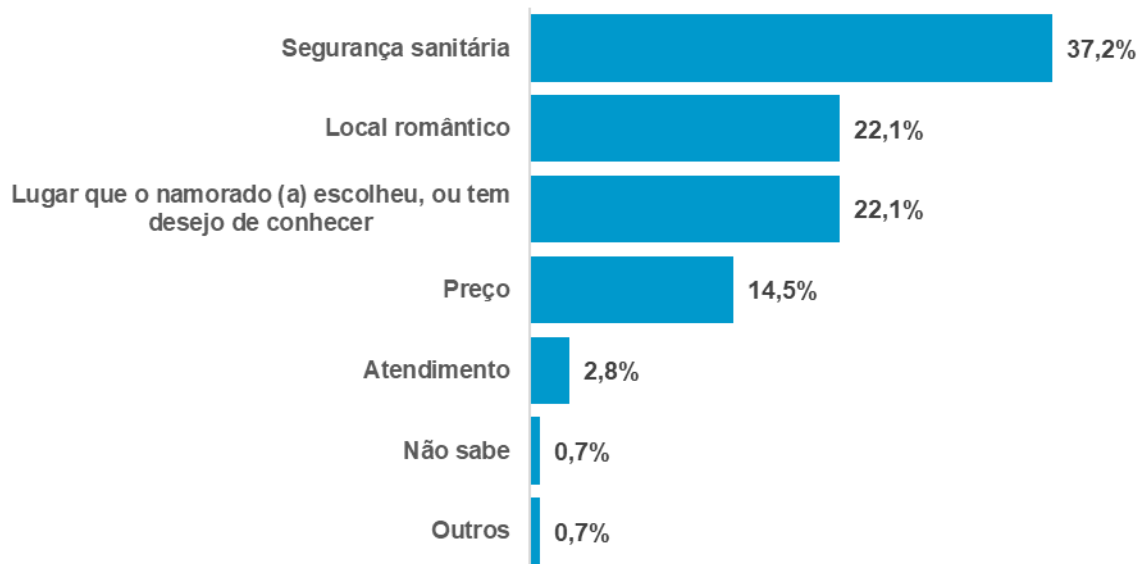


## Comemoração

**Gráfico 16 – Vai realizar alguma comemoração especial?**

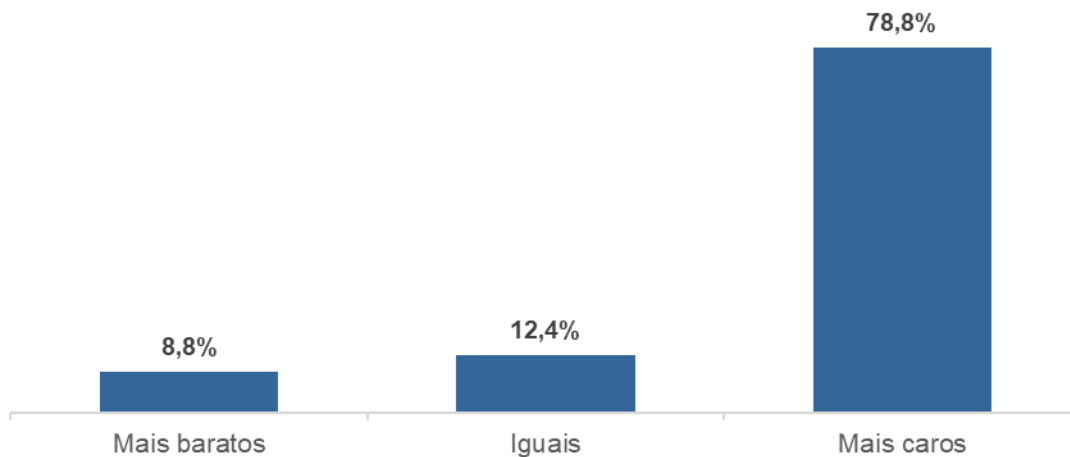


**Gráfico 17 – Características para escolha do local?**

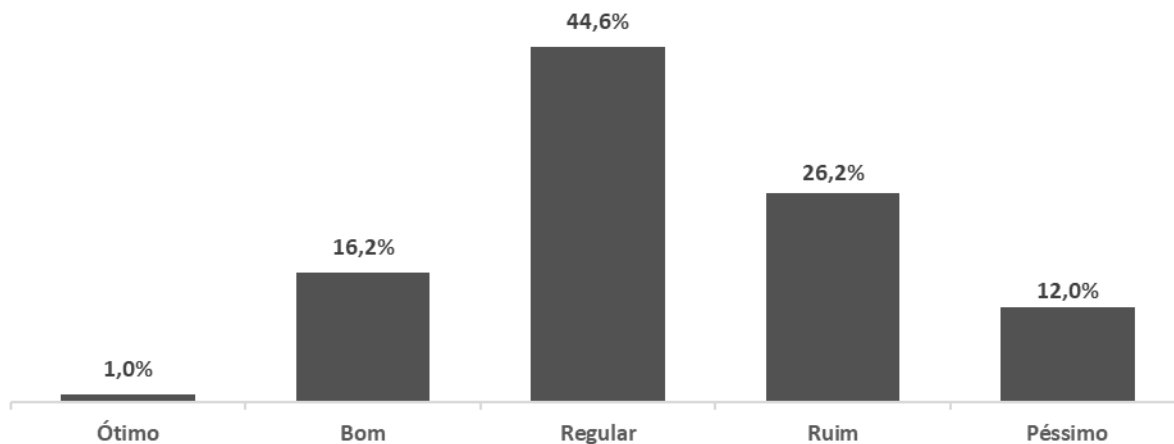


### Momento

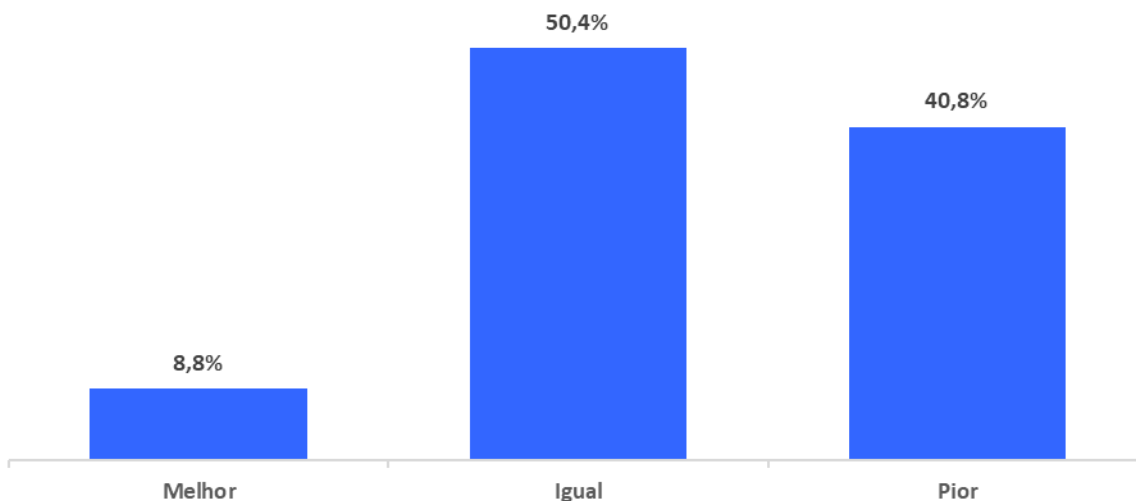
**Gráfico 18 – Quanto aos preços cobrados por produtos durante o Dia dos Namorados desse ano, o sr. (a) acredita que eles estarão:**



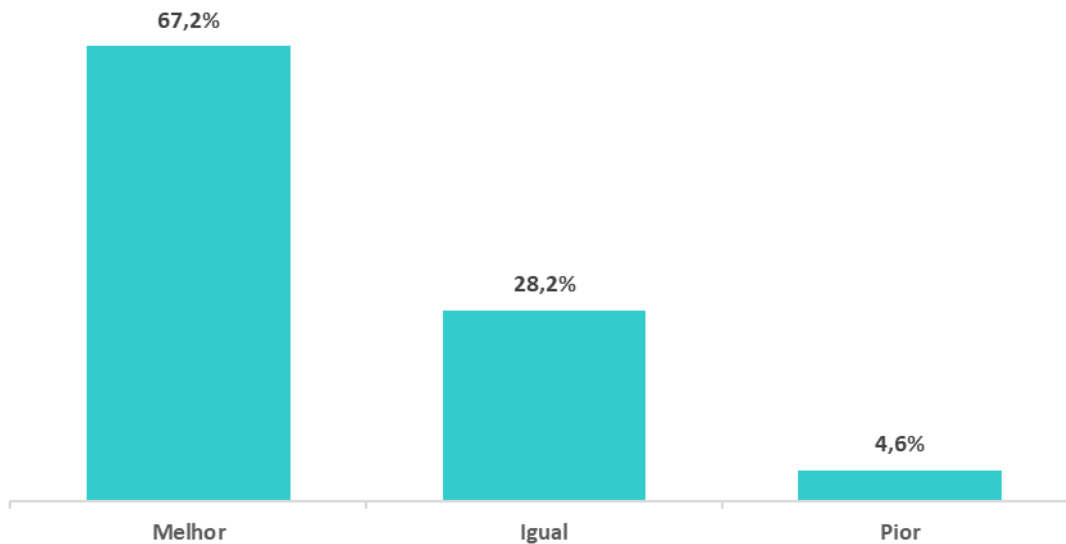
*Gráfico 19 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?*



*Gráfico 20 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?*



**Gráfico 21 – Pensando na situação atual e olhando para o futuro, como você acredita que daqui a um ano estará sua família financeiramente?**



**PRESIDENTE DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E  
TURISMO DO RIO GRANDE DO NORTE**

Marcelo Fernandes de Queiroz

**DIRETORIA EXECUTIVA DA FECOMÉRCIO RN**

Raniery Christiano de Queiroz Pimenta

**ASSESSORIA DE MERCADO DA FECOMÉRCIO RN**

Marcelo Bandiera

**ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA FECOMÉRCIO RN**

Luciano Kleiber

Lívia Aires

Virgínia França

Ebenézer Nóbrega

Yuri Soares

**INSTITUTO FECOMERCIO RN**

Tiago Chacon Fontoura

**Estatístico**

Nivaldo Gonçalves

Hugo Sergio

Cícero Rafael

Josiel da Costa

Débora Soares

Maria do Socorro

Amanda Karla

Lidiane Silva

João Soares

Dejailson Alves

**Pesquisadores**