

PESQUISA
Intenções
de compras
para o Dia dos
Pais 2021

NATAL, AGOSTO DE 2021



Sumário

1. INTRODUÇÃO	3
2. ASPECTOS TÉCNICOS	4
3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS	5
Estimativas.....	5
Intenções de Compras	5
Perfil dos compradores	5
Presentes	6
Gastos	6
Meios de pagamento	7
Local de compra	7
Quando comprará.....	8
Comemoração	8
Percepção econômica.....	9
4. GRÁFICOS E TABELAS	10
Estimativas.....	10
Intenções de compras	11
Gastos	15
Local e período de compra.....	18
Comemoração	20
Percepção econômica.....	21

1. INTRODUÇÃO

Quem atua no varejo sabe a importância das datas sazonais. Elas criam oportunidades de contato com o público consumidor e isso pode ajudar tanto a aquecer as vendas no período, como turbinar a estratégias de aproximação com o cliente. O primeiro passo para desenvolver ações bem-sucedidas é entender a movimentação do mercado. Para isso, é fundamental analisar os históricos de vendas e, claro, avaliar as principais tendências de consumo.

O Dia dos Pais marca a abertura do calendário de datas comemorativas do segundo semestre, e estimula a demanda por artigos masculinos de vários segmentos do comércio varejista. A movimentação no comércio causada pela data se deve ao fato das pessoas presentear não somente os pais, mas também os avôs, maridos, sogros ou uma pessoa que tenha cumprido o papel de pai na ausência deste.

Para ajudar os empresários a se preparar para o Dia dos Pais, comemorado no segundo domingo de agosto – que este ano cai no dia 8 –, a Fecomércio RN realizou a pesquisa para mostrar em dados o potencial de consumo dessa data para o varejo potiguar.

A presente pesquisa dá o direcionamento de uma data comemorativa de relevância para o varejo, com dados a respeito do intuito de presentear, dos gostos e preferências dos consumidores, bem como de sua percepção dos preços, etc.

Os dados servem como base de informações 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 desses trabalhos, atender ao desejo de diversos segmentos empresariais, bem como dar oportunidade de disseminação do conhecimento.

2. ASPECTOS TÉCNICOS

A coleta das informações ocorreu no período de 07 a 18 de julho. Este intervalo foi escolhido para que houvesse tempo suficiente para a tabulação, análise dos dados e para a divulgação dos mesmos com alguma antecedência em relação ao segundo 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 Natal. 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 Natal foram entrevistados 610 consumidores, distribuídos proporcionalmente por região administrativa do município. 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, 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

Estimativas

O apelo emocional do Dia dos Pais revela sua força entre as datas comemorativas sazonais. Para o comércio, esta é uma ótima oportunidade de aumentar o faturamento e começar a avaliar o comportamento e as expectativas de gastos do consumidor para as celebrações do restante do ano. De acordo com a pesquisa realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte, a estimativa é que aproximadamente 366 mil natalenses devem ir às compras nos dias anteriores à data, o que representa uma injeção de cerca de R\$ 44 milhões no comércio da capital potiguar. O número é 22,2% maior do que o computado na mesma pesquisa realizada em 2020, que movimentou em torno de R\$ 36 milhões na economia de Natal.

Intenções de Compras

Confirmando a tendência de vendas mais aquecidas para o Dia dos Pais deste ano, a pesquisa da Fecomércio RN apurou a disposição dos consumidores de presentear os pais no dia 08 de agosto: 47,8% dos natalenses afirmaram que pretendem ir às compras. No ano passado, com a crise sanitária ainda em alta e medidas de restrição e circulação impostas devido à pandemia, 42,3% dos consumidores tinham intenção de presentear os entes queridos. Apesar da intenção de consumo ser maior que o ano anterior, vale destacar que o índice ainda é inferior ao registrado em 2019, quando 55% dos natalenses pretendiam presentear na data.

Perfil dos compradores

Em Natal, as mulheres (52,6%) são a maioria entre aqueles que responderam à pesquisa e intencionam alguma compra no Dia dos Pais 2021, contra 42,8% dos homens que pretendem presentear os pais na data comemorativa. A maioria é jovem, com idades entre 18 e 24 anos (57,1%) e 25 e 34 anos (57,8%). Em relação ao grau de escolaridade, a maioria dos que vão às compras têm ensino superior ou mais (54,4%). E sobre a renda familiar, a intenção de consumo é maior entre os que possuem rendimentos de 5 a 10 salários mínimos (58,3%).

Presentes

Entre as categorias de produtos buscados, os itens de setores já tradicionalmente comercializados ganham força nessa data comemorativa: os itens de vestuário (56,6%); perfumaria/cosméticos (12,5%) e calçados e acessórios (9,9%) são as principais preferências. Os demais tipos de presentes citados foram eletroeletrônicos ou celulares (6,6%); ferramentas/itens esportivos (2%); produtos automotivos (1%); livros (0,7%); joias ou relógios (0,7%); entre outros (5,2%). Os que ainda não sabem o que vão comprar somam 18,1%.

E em meio aos danos ainda causados pela pandemia na economia, o fator preço é a principal preocupação dos entrevistados, que na hora de escolher o item para presentear devem buscar ofertas e promoções (66,1%). Marca do produto (17,4%); necessidade ou gosto do pai (5,3%); indicação de amigos (2%); formas de pagamento (2%); localização da loja (1,6%); propaganda (1,3%) e nome da loja (0,3%) também serão fatores importantes na hora de escolher a lembrança para o pai, porém ficarão em segundo plano.

De acordo com o levantamento, serão presenteados pais (80,3%); maridos (18,8%) e sogros (6,9%). Além disso, avôs (2,6%); mães (2,3%); filhos (1,3%); tios/padrinhos (1%); irmãos (1%); e padrastos (0,7%) também serão beneficiados.

A maioria dos entrevistados que irá presentear pretende comprar um item, com 65,5% das respostas. 27,3% comprarão dois produtos e 5,9% comprarão três ou mais.

Gastos

Para 49,7% dos natalenses consultados, o gasto será de até R\$ 100,00; 32,2% deverão priorizar presentes entre R\$101,00 e R\$ 200,00; 7,2% dos participantes valores de R\$ 201,00 a R\$ 300,00; e 5,9% gastarão valores superiores a R\$ 300,00.

Na média, o consumo no Dia dos Pais 2021 em Natal será de R\$ 119,49, de acordo com estudo da Fecomércio RN. O gasto é 8,1% nominalmente maior do que mostra a pesquisa em 2020 (R\$ 110,50). Esse valor se refere ao gasto que o consumidor pretende fazer na data, considerando a compra de produtos.

No que diz respeito às intenções de gastos, o dispêndio médio por pessoa no Dia dos Pais 2021 deverá ser maior entre os homens (R\$ 130,83) do que entre as mulheres (R\$ 110,67). Desagregando as intenções de gastos por classes de renda, percebe-se que há diferenças significativas entre as mesmas. Os indivíduos com rendimentos de até 2 salários mínimos, de 2 a 5 salários mínimos, de 5 a 10 salários mínimos e acima de 10 salários mínimos deverão gastar em média, R\$ 104,17; R\$ 116,88; R\$ 157,14 e R\$ 203,13, respectivamente.

Meios de pagamento

Em relação à forma de pagamento, a maioria dos consumidores pretende pagar a prazo ou cartão de crédito. Essa é a intenção de 54,6% dos entrevistados. O uso do parcelamento cresceu oito pontos percentuais em relação ao ano passado e mais de vinte pontos quando comparado com 2019.

Sobre a forma de pagamento à vista ou cartão de débito, 40,8% dos que vão às compras pretendem utilizar essa modalidade. Houve uma alteração substancial nas proporções das formas de pagamento à vista, com reduções de 8,2 pontos percentuais no uso de dinheiro ou cartão de débito em relação ao ano anterior e 23,7 pontos percentuais em comparação com 2019.

Esse movimento se deve, em grande parte, à dinâmica econômica observada desde o início da pandemia, o que foi constatado nas outras pesquisas da Fecomércio RN sobre datas comemorativas, com redução substancial do uso na modalidade de pagamento à vista.

Local de compra

No quesito local da compra para o Dia dos Pais 2021, os shoppings aparecem como a principal opção dos natalenses (40,5%). Cabe registrar que esta expectativa indica um aumento significativo no segmento, cuja participação era de 11,5% em 2020, haja vista as incertezas em relação à pandemia. As compras no comércio de rua aparecem logo a seguir com 32,2% da preferência dos consumidores, computando aumento de 4,6 pontos percentuais em comparação com 2020. As compras pela internet, que no ano passado lideravam as preferências, aparecem neste ano em terceiro lugar, com 17,1% das opções. Essa participação representou uma queda em referência à pesquisa do ano passado (33,5%), porém se mostrou uma alternativa no período crítico da pandemia.

Dentre as mudanças no processo de compra, além do nível de preço, que é decisivo para 29,9% dos entrevistados, outros fatores também serão levados em consideração na escolha do local de compra, como: diversidade de produtos (22,4%); localização (15,5%); qualidade dos itens (13,2%); conforto/comodidade (8,6%); atendimento (3,9%); facilidade de pagamento (3%); entre outros.

Quando comprará

O levantamento feito pelo Instituto Fecomércio RN (IFC) sobre a intenção de compra de presentes para o Dia dos Pais mostrou que nas duas semanas que antecedem a data há tendência de aumento na movimentação dos consumidores na busca pelos produtos. Dos que almejam presentear na data, 65,1% vão às compras na semana que antecede a data. Enquanto 25,3% pretendem adquirir os itens quinze dias antes das comemorações.

Comemoração

Entre os entrevistados, 45,9% afirmaram que pretendem proporcionar um evento especial no Dia dos Pais deste ano. Por outro lado, a maioria (53,1%) revelou que não pretende fazer nenhuma comemoração especial na data.

Entre aqueles que pretendem proporcionar um evento especial em comemoração ao Dia dos Pais, 24,8% irão optar por almoçar/jantar em casa e 16,8% irão proporcionar um almoço/jantar especial na casa de algum familiar. Outros 3,5% pretendem sair para almoçar ou jantar em algum restaurante ou fazer uma viagem especial.

Quando perguntados sobre as características para escolha do local, 57,5% relataram que a conveniência para familiares comparecerem será de fundamental importância; assim como o preço (13,5%), lugar que o pai escolheu ou deseja conhecer (8,4%), atendimento (2,5%) e comodidade do local (1,5%).

Percepção econômica

Diante da atual situação econômica, 39,7% dos consumidores natalenses declararam como ruim ou péssimo, o momento atual para compra de produtos; 41% consideraram regular; enquanto somente 19,4% dizem que a situação é ótima ou boa para aquisição de itens. Em 2020, 43,3% consideravam o momento ruim ou péssimo para compra de produtos; 42% acham regular e apenas 14,7% bom ou ótimo.

A pandemia de coronavírus, como era de se esperar, piorou a conjuntura econômica como um todo. Em relação à situação financeira familiar, constatou-se que para 48,7% dos consumidores entrevistados não mudou quando comparada ao ano anterior. Entretanto, para 14,2% dos consumidores a situação financeira da família está um pouco melhor, e para 37,1% está pior quando comparada com 2020.

Mesmo diante de um cenário econômico de incertezas, 68,7% dos consumidores natalenses acreditam que a situação financeira familiar daqui a um ano estará melhor, para 24,7% permanecerá inalterada e, para 6,6% estará pior.

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

4. GRÁFICOS E TABELAS

Estimativas

Gráfico 1 – Número de natalenses com pretensões de compras para o Dia dos Pais

Fonte: Fecomércio RN

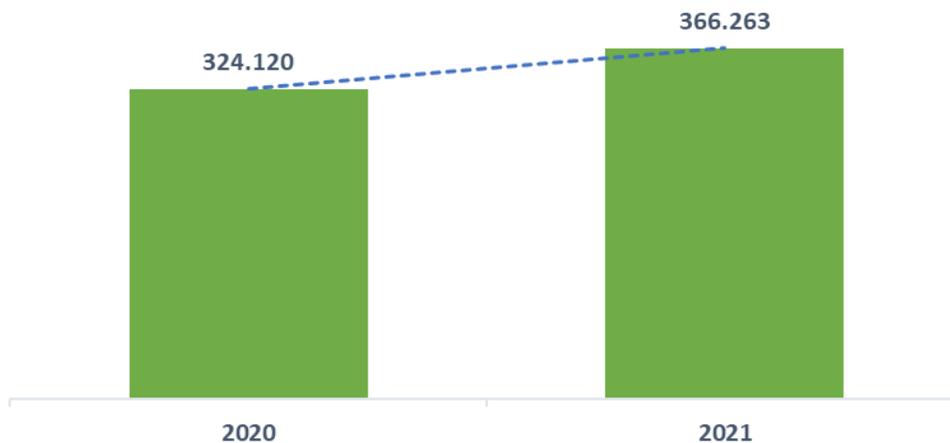
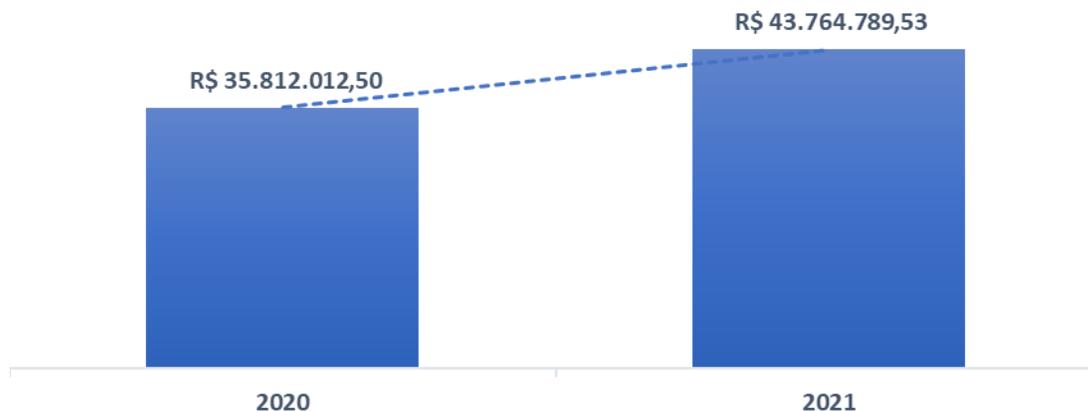


Gráfico 2 – Estimativa de movimentação econômica para o Dia dos Pais

Fonte: Fecomércio RN



Intenções de compras

Gráfico 3 – O Dia dos Pais será comemorado no segundo domingo de agosto (dia 8), o (a) Sr. (a) pretende presentear alguém nesta data?

Fonte: Fecomércio RN



Tabela 1 – Intenções de compras por gênero e faixa etária

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Gênero		Faixa etária			
	Feminino	Masculino	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	Acima de 45 Anos
Sim	52,6%	42,8%	57,1%	57,8%	53,0%	29,9%
Não	47,4%	57,2%	42,9%	42,2%	47,0%	70,1%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 2 – Intenções de compras por escolaridade e renda familiar

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Escolaridade			Renda familiar				
	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
Sim	20,5%	45,3%	54,4%	40,4%	55,2%	58,3%	57,1%	40,9%
Não	79,5%	54,7%	45,6%	59,6%	44,8%	41,7%	42,9%	59,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3 – Se respondeu “Não”. Por qual motivo não pretende presentear?
(Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Não tem Pai	50,8%	51,9%	54,2%	52,8%	50,5%	44,5%	49,1%
Falta de Dinheiro/Dívidas e contas em atraso	26,3%	27,0%	28,7%	22,8%	24,6%	33,5%	30,7%
Poupar	0,8%	2,4%	2,9%	3,1%	3,3%	4,6%	10,2%
Não comemora a data	2,7%	4,9%	4,0%	5,5%	4,0%	15,3%	9,9%
Desemprego	3,5%	4,8%	3,3%	5,1%	7,3%	6,1%	9,6%
Distância	16,7%	9,6%	6,2%	5,1%	7,6%	5,2%	6,0%
Pandemia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,7%	3,6%
Outros	0,4%	0,0%	1,1%	3,9%	1,7%	0,9%	2,4%
Não sabe/Não respondeu	0,8%	0,0%	0,0%	1,7%	1,0%	0,0%	9,0%

Tabela 4 – 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	2021
Pais	83,7%	82,6%	81,7%	79,5%	79,6%	85,0%	80,3%
Maridos/Ex-marido	16,8%	21,1%	16,7%	19,7%	20,7%	20,5%	18,8%
Sogros	2,3%	4,8%	2,5%	4,6%	2,2%	5,9%	6,9%
Avôs	2,8%	4,0%	2,5%	2,3%	1,4%	3,5%	2,6%
Mães	1,3%	1,4%	3,7%	3,3%	1,7%	0,0%	2,3%
Filhos	1,0%	1,1%	0,8%	1,5%	1,1%	1,2%	1,3%
Tios/Padrinhos	1,3%	1,1%	0,6%	1,0%	0,6%	2,0%	1,0%
Irmãos	1,5%	0,6%	0,3%	0,8%	0,0%	1,2%	1,0%
Padrastos	1,3%	0,0%	0,8%	0,8%	1,7%	0,8%	0,7%
Outros	1,0%	0,7%	1,9%	2,5%	1,6%	0,8%	4,3%

Gráfico 4 – Quantos presentes pretende comprar para o Dia dos Pais deste ano?

Fonte: Fecomércio RN

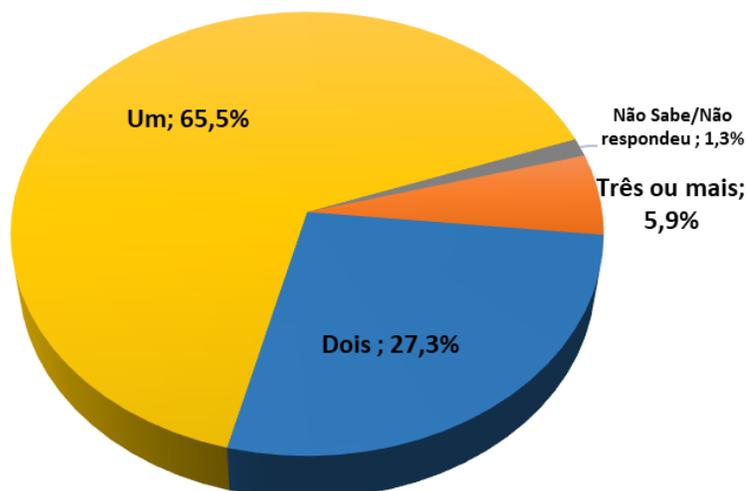


Tabela 5 – Que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessado em presentear no Dia dos Pais?
(Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Vestuário	48,6%	57,8%	56,5%	54,2%	58,7%	50,4%	56,6%
Perfume/Cosméticos	17,8%	16,2%	12,3%	16,9%	15,6%	19,3%	12,5%
Calçados/Carteira/Cinto	14,5%	11,7%	13,1%	13,0%	11,5%	11,4%	9,9%
Eletroeletrônico/Celular	5,4%	5,1%	6,1%	5,6%	4,5%	8,3%	6,6%
Doméstico/Ferramentas/Artigos esportivos	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,3%	0,8%	2,0%
Produtos automotivos	0,3%	0,3%	0,3%	0,8%	0,8%	0,5%	1,0%
Livro	0,8%	0,3%	0,0%	0,5%	1,1%	2,4%	0,7%
Joias/Relógio	2,5%	0,9%	1,4%	1,3%	0,6%	0,8%	0,7%
Outros	1,2%	0,6%	2,0%	1,6%	2,5%	2,6%	5,2%
Não sabe	13,0%	10,8%	11,7%	9,5%	8,1%	16,1%	18,1%

Gráfico 5 – Qual o principal fator que vai determinar a escolha do presente?

Fonte: Fecomércio RN



Gráfico 6 – Com relação ao Dia dos Pais do ano passado, o Sr. (a) pretende comprar:
Fonte: Fecomércio RN

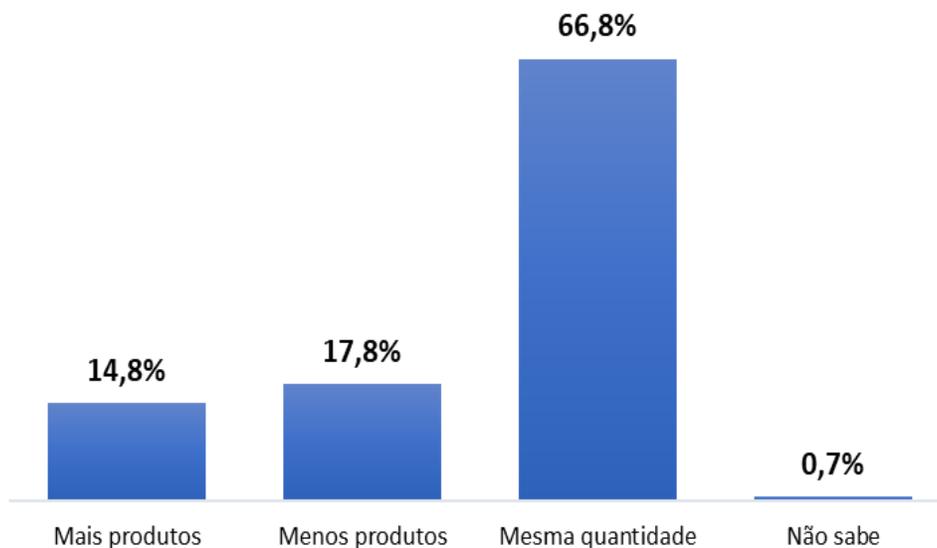
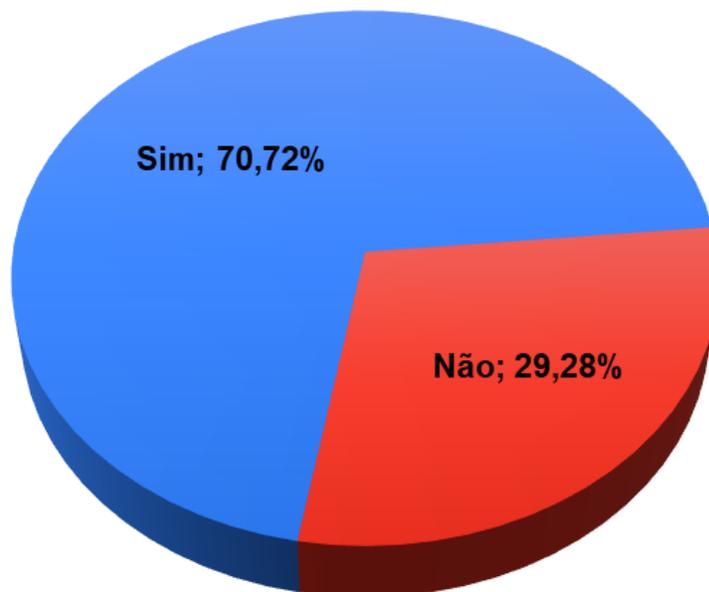


Gráfico 7 – Pretende fazer pesquisa de preço?
Fonte: Fecomércio RN



Gastos

Gráfico 8 – Quanto pretende investir na compra do (s) presente (s)?

Fonte: Fecomércio RN

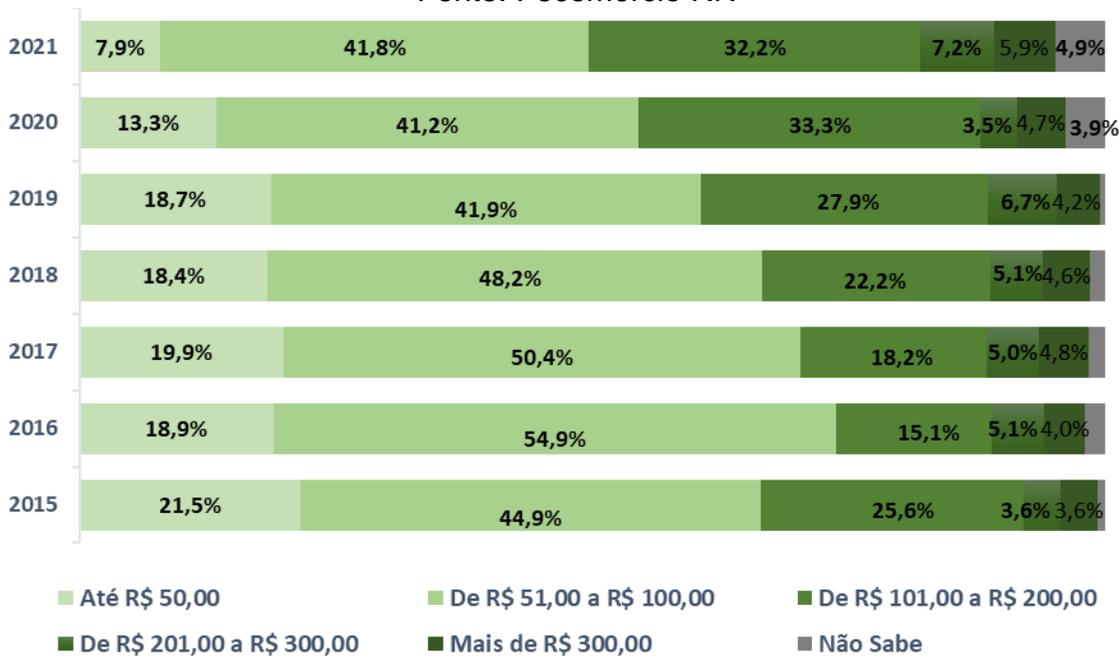


Gráfico 9 – Gasto médio com presente por ano

Fonte: Fecomércio RN

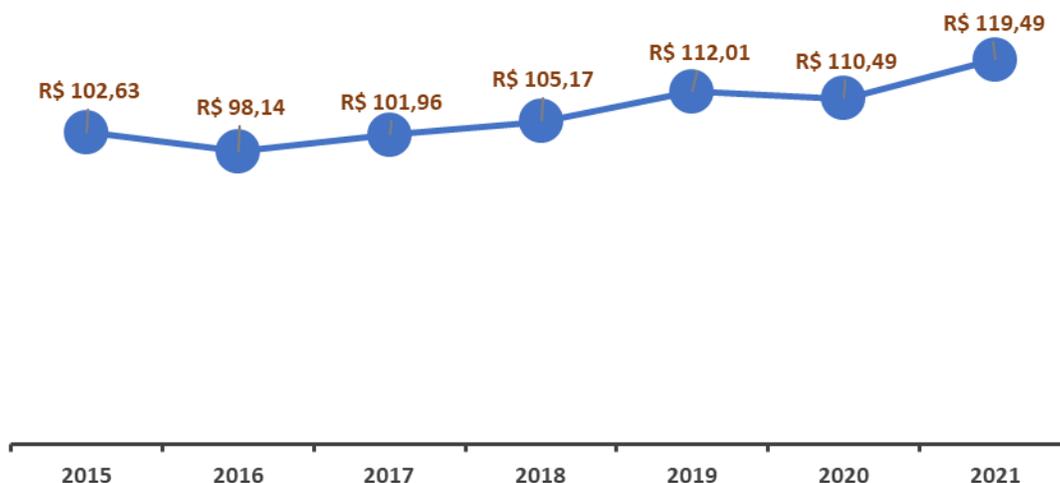


Tabela 6 – Gasto por gênero e faixa etária
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Gênero		Faixa etária			
	Feminino	Masculino	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	Acima de 45 Anos
Até R\$ 50	11,11%	3,76%	14,29%	4,17%	7,26%	12,50%
Entre R\$ 51e R\$ 100	39,18%	45,11%	42,86%	39,58%	49,19%	28,57%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	35,67%	27,82%	14,29%	34,38%	31,45%	39,29%
Entre R\$ 201 e R\$ 300	4,68%	10,53%	17,86%	7,29%	1,61%	14,29%
Mais de R\$ 300	3,51%	9,02%	7,14%	8,33%	4,84%	3,57%
Não sabe/Não respondeu	5,85%	3,76%	3,57%	6,25%	5,65%	1,79%
Média R\$	R\$ 110,67	R\$ 130,83	R\$ 126,79	R\$ 126,56	R\$ 106,25	R\$ 133,04

Tabela 7 – Gasto por escolaridade e renda familiar
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Escolaridade			Renda familiar				
	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	Não respondeu
Até R\$ 50	22,22%	11,11%	4,38%	17,78%	4,27%	0,00%	0,00%	6,38%
Entre R\$ 51e R\$ 100	55,56%	47,41%	36,25%	47,78%	41,88%	28,57%	12,50%	46,81%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	0,00%	25,19%	40,00%	23,33%	42,74%	30,95%	37,50%	23,40%
Entre R\$ 201 e R\$ 300	11,11%	5,93%	8,13%	4,44%	2,56%	21,43%	25,00%	8,51%
Mais de R\$ 300	0,00%	7,41%	5,00%	4,44%	4,27%	11,90%	25,00%	4,26%
Não sabe/Não respondeu	11,11%	2,96%	6,25%	2,22%	4,27%	7,14%	0,00%	10,64%
Média R\$	R\$ 80,56	R\$ 115,93	R\$ 124,69	R\$ 104,17	R\$ 116,88	R\$ 157,14	R\$ 203,13	R\$ 107,45

Gráfico 10 – Qual a forma de pagamento que deseja utilizar?

Fonte: Fecomércio RN

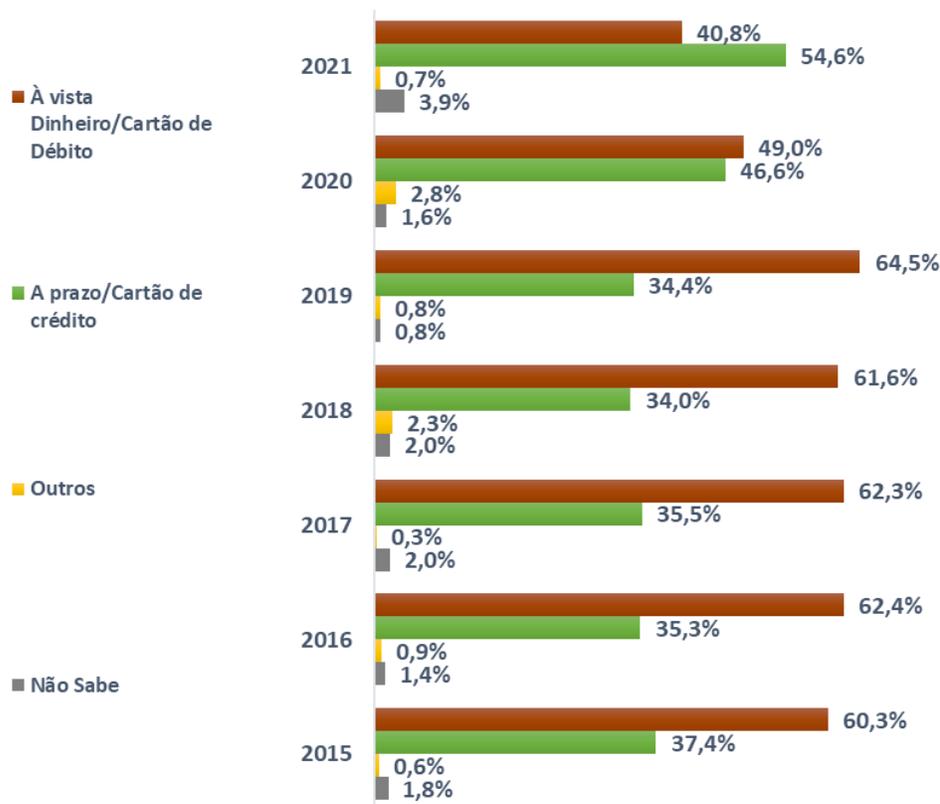


Gráfico 11 – O (s) seu (s) gasto (s) com presentes para o Dia dos Pais neste ano em comparação com ano passado irá?

Fonte: Fecomércio RN



Local e período de compra

Gráfico 12 – Onde irá comprar?

Fonte: Fecomércio RN

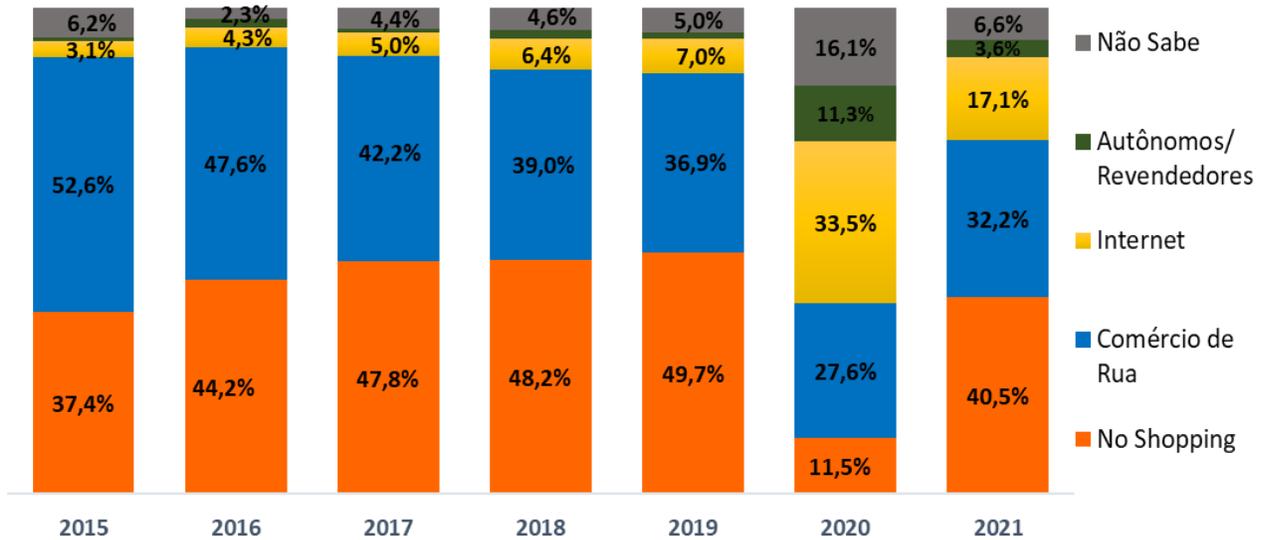


Gráfico 13 – Quando o (a) Sr. (a) comprará o presente?

Fonte: Fecomércio RN

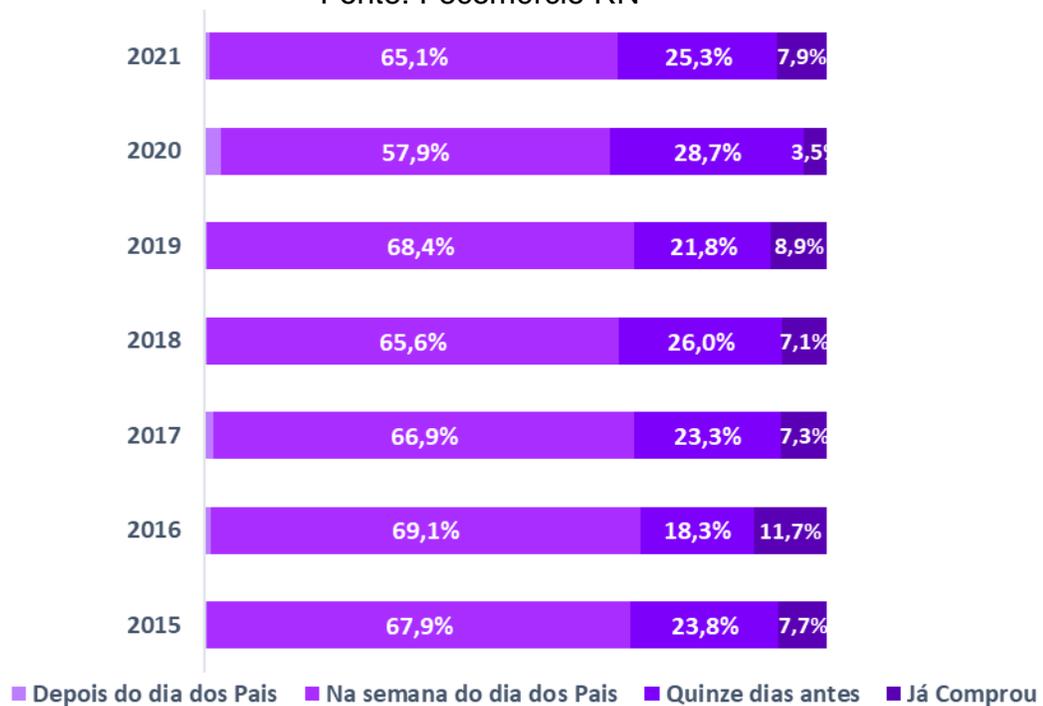


Gráfico 14 – Pretendem comprar nas mesmas lojas que comprou no ano passado?
 Fonte: Fecomércio RN

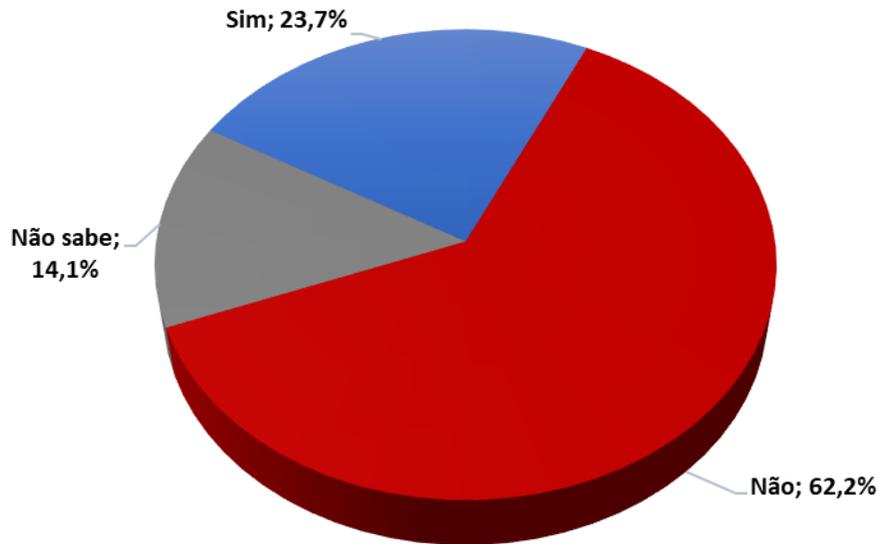
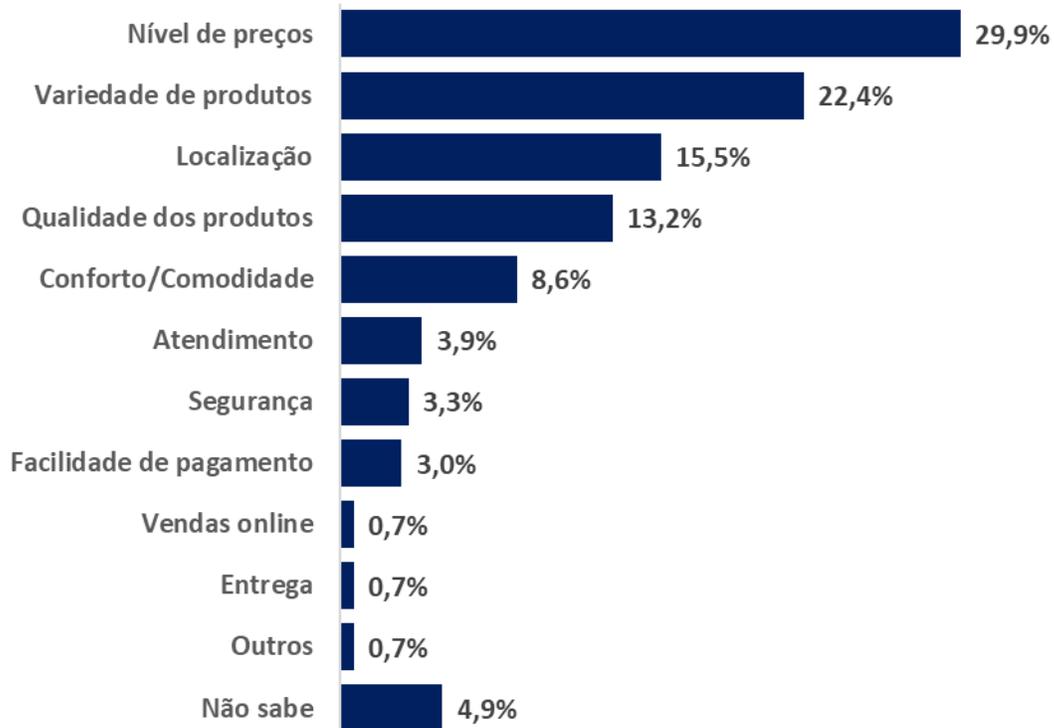


Gráfico 15 – Qual fator pesa mais para decidir o local de compra?
 Fonte: Fecomércio RN



Comemoração

Gráfico 16 – Pretende fazer alguma comemoração especial na data?

Fonte: Fecomércio RN

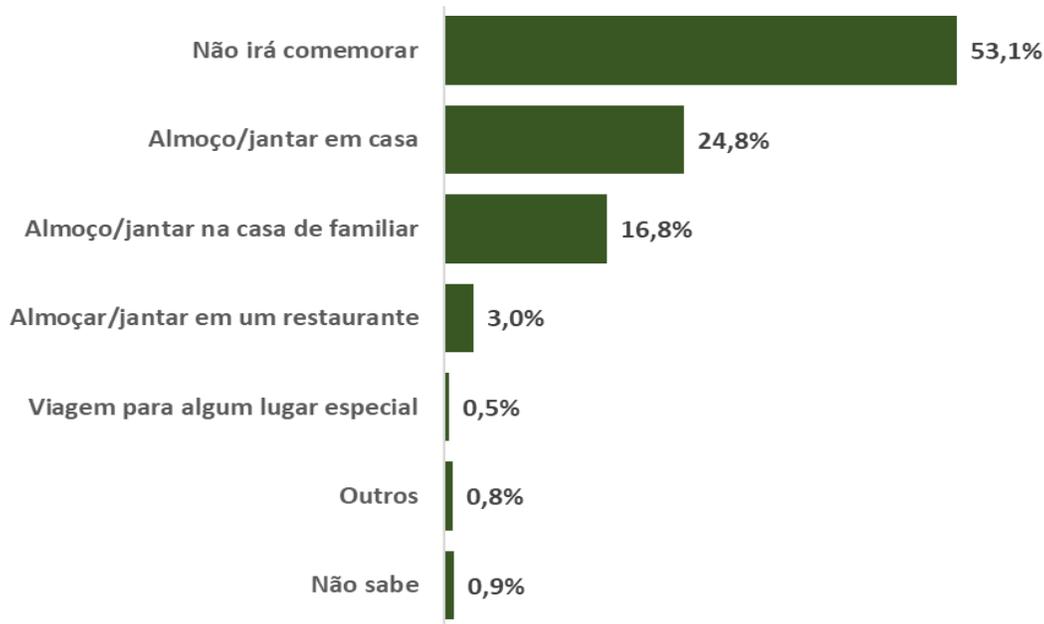
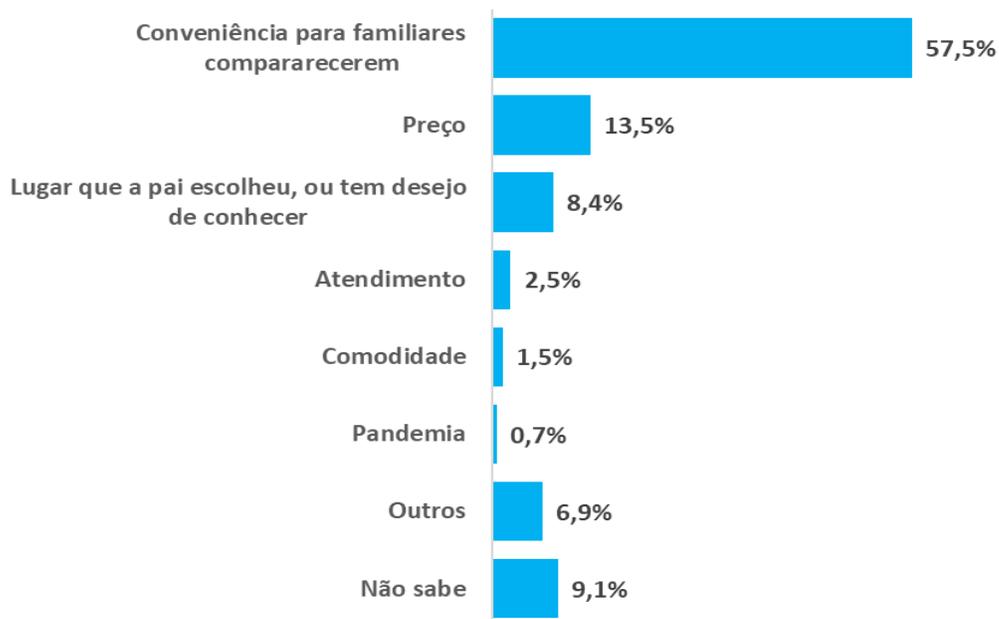


Gráfico 17 – Quais são as características para escolha do local da comemoração?

Fonte: Fecomércio RN



Percepção econômica

Gráfico 18 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?

Fonte: Fecomércio RN

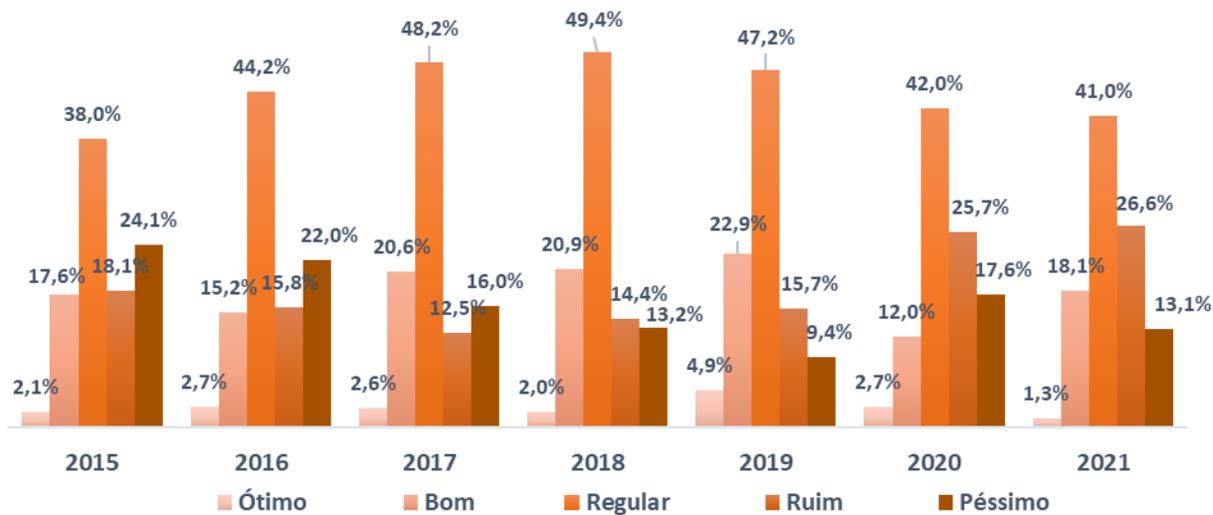


Gráfico 19 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?

Fonte: Fecomércio RN

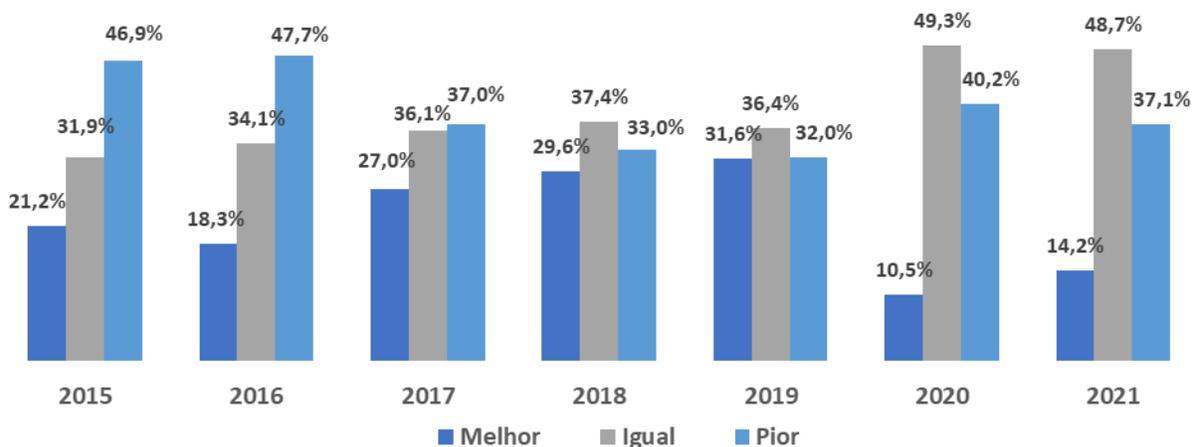


Gráfico 20 – Quanto aos preços cobrados por produtos durante o Dia dos Pais deste ano, o Sr. (a) acha que estarão:
 Fonte: Fecomércio RN

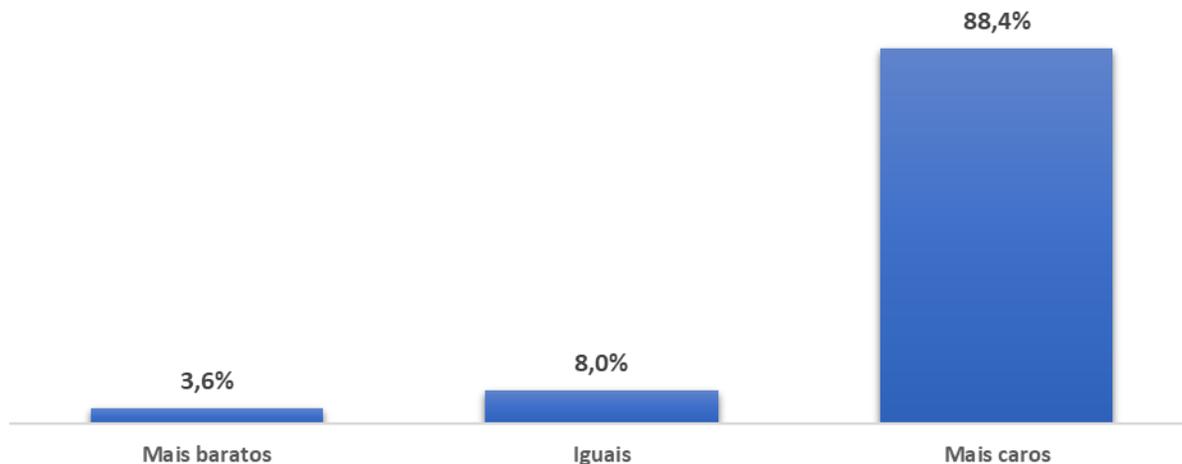
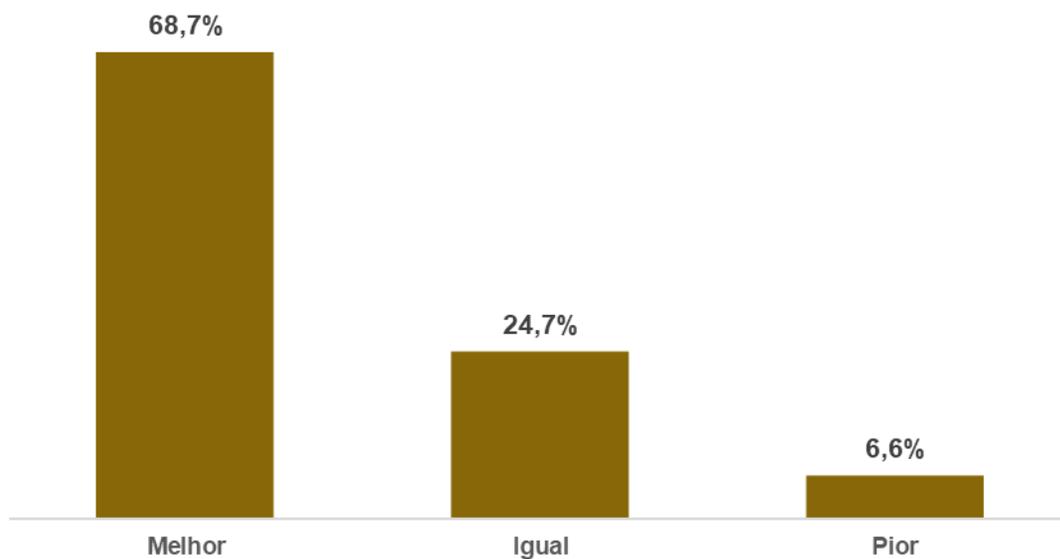


Gráfico 21 – Pensando na situação atual e olhando para o futuro, como você acredita que daqui a um ano estará sua família financeiramente?
 Fonte: Fecomércio RN



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

Marcelo Fernandes de Queiroz

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN

Luciano Kleiber

Diretor

Lívia Aires

Assessora Técnica

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Amanda Karla

Anna Thereza

Celmo Hudson

Gildenia Maria

Julio Cezar

Larissa Santiago

Luiz Eduardo

Maria Clara

Maria Glória

Lidiane Alves

Pesquisadores