

Pesquisa de Intenção de Compras

Dia das Mães 2022 - Natal

Abril de 2022



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Sumário

1. INTRODUÇÃO	3
2. ASPECTOS TÉCNICOS	4
3. SÍNTESE DOS RESULTADOS	5
Intenção de compras	5
Quem vai comprar	5
Produtos.....	6
Presenteados	6
Gastos	6
Formas de pagamento	7
Local e quando compra.....	7
Comemoração.....	8
4. GRÁFICOS E TABELAS	9
Intenção de compras	9
Quem vai comprar	10
Produtos.....	12
Presenteados	12
Gastos	13
Formas de pagamento	15
Local e quando comprar	16
Comemoração.....	18
Momento	19

1. INTRODUÇÃO

Comemorado no segundo domingo de maio, o Dia das Mães é considerado a segunda melhor data do ano para o comércio varejista. É tradicional no calendário de compras dos brasileiros pelo forte apelo emocional, que atinge diversos públicos, independentemente da idade, sexo ou faixa de renda.

Nesse contexto, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Instituto Fecomércio (IFC), realizou a pesquisa “Intenções de Compras para o Dia das Mães 2022”. Além de avaliar a intenção e consumo, a pesquisa busca identificar o quanto será gasto com presentes, as formas de pagamento, os elementos levados em consideração perante a compra, os principais locais de compras, as pretensões de comemorações, etc.

Tendo em vista a necessidade de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas, os empresários 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 e privados, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como dar oportunidade de disseminação do conhecimento.

2. ASPECTOS TÉCNICOS

As entrevistas ocorreram entre os dias 18 e 24 de abril de 2022. Este intervalo foi escolhido para que houvesse tempo suficiente para a tabulação, análise dos dados e divulgação dos mesmos com alguma antecedência em relação à data comemorativa.

Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas por meio de ligações telefônicas, com a aplicação de questionário estruturado e padronizado, junto a uma amostra representativa da população de consumidores residentes em 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. Em Natal, foram entrevistados 600 consumidores, por meio de ligações telefônicas, 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 de aproximadamente 3%.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando 25 perguntas, constituídas em sua maior parte por questões fechadas, sendo que algumas delas permitiam mais de uma alternativa como resposta. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e em função das perguntas de múltipla resposta.

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

Intenção de compras

A pesquisa da Fecomércio RN mostra que a maioria dos consumidores natalenses (61%) pretendem ir às compras no Dia das Mães deste ano, com um índice superior ao registrado no ano passado, contudo abaixo dos patamares de 2019. Em 2021, o percentual foi de 59,1%; em 2020 de 46,9%; e em 2019 de 74,6%.

Entre aqueles que não devem presentear na data, a maior parte relata fatores econômicos como falta de dinheiro, dívidas/contas em atraso, desemprego e poupar, que juntos somam 73,1% das respostas.

Quem vai comprar

Para quem vai às compras neste Dia das Mães, os principais motivos são hábito de presentear na data (41,6%), gostar das pessoas que vão presentear (34%) e consideram um gesto importante celebrar a data (24,3%).

Na análise pelo perfil, observa-se que a intenção de compra dos natalenses para este Dia das Mães é maior do que a média geral, entre os homens (63,1%) e pessoas da faixa etária entre 25 e 34 anos (68,9%).

Já por nível de escolaridade, verificou-se que a intenção é menor entre os que possuem ensino fundamental (50%) e maior entre aqueles com grau superior ou mais (68,4%).

Vale destacar também que os natalenses da classe mais baixa (renda familiar de até 2 salários mínimos) serão o que menos irão presentear (40,4%). Enquanto a intenção de consumo sobe para 83,9% entre os que possuem renda acima de 10 salários mínimos.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Produtos

Em Natal, os itens preferidos dos compradores serão vestuário, com 34,4% das intenções de compra. Perfumes e cosméticos corresponderam a 27,7% dos presentes, além de eletrodomésticos (11%) e calçados ou bolsas (8,5%). Outros 2,6% vão presentear com acessórios ou joias. Também foram mencionados outros tipos de presentes, tais como celulares ou eletrônicos (1,5%); flores (1,5%); livros (1%), entre outros. Não decidiram ainda são 13,3%.

Os principais fatores que determinarão a compra serão as ofertas e promoções, com 46,3%. A marca do produto influenciará 35,1% dos consumidores; formas de pagamento, 7,5%; a indicação de amigos, 4,1%; e a localização da loja, 3,4% dos entrevistados.

A pesquisa revela também que 58,9% devem comprar um único presente para o Dia das Mães. Ao passo que 31,6% dos entrevistados pretendem comprar dois presentes e 9,5% três ou mais produtos. Em 2021, 55,4% pretendiam comprar apenas um item; 33,4% dois produtos e 11,1% três ou mais.

Presenteados

Como era de se esperar, as mães serão as principais presenteadas (92,6%) na data comemorativa. No entanto, as esposas (18,5%), sogras (12,1%), avós (6,4%) e as irmãs (2,6%) também serão agraciadas.

Gastos

No que se refere aos gastos, a pesquisa mostra que os valores desembolsados para as compras dos produtos serão maiores do que os registrados no ano passado.

O ticket médio nas compras do Dia das Mães vinha apresentando poucas oscilações ao longo dos anos. Em 2020, com a chegada da pandemia, obteve uma queda de cerca de 15% (R\$ 105,72), na comparação com 2019 (R\$ 124,28%). Neste ano puxado, principalmente, pela alta dos preços, o valor médio dos gastos deve ficar em torno de R\$ 151,41 (R\$ 35,05 a mais do que o registrado em 2021, quando foi de R\$ 116,36).

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Na estratificação pelo público, notou-se que os gastos são maiores entre os homens (R\$ 178,82) do que entre as mulheres (R\$ 125,38). Por idade, a média de gastos é de R\$ 138,01 entre as pessoas com 18 a 24 anos e de R\$ 163,22 entre os indivíduos com 35 a 44 anos.

Em relação às pretensões de gastos por faixas de renda, há diferenças significativas entre as mesmas, com os gastos aumentando conforme as classes sociais. Os indivíduos com renda de até 2 salários, de 2 a 5 salários, de 5 a 10 salários e acima de 10 salários deverão gastar em média, R\$ 104,21, R\$ 162,13, R\$ 172,37 e R\$ 200,96, respectivamente.

Formas de pagamento

Sobre a modalidade de pagamento, as intenções ficaram bem divididas, com 50,8% dando preferência para parcelado utilizando o crédito (cartão ou boleto), enquanto a outra parte (49,2%) deve pagar à vista em dinheiro, débito ou pix.

No que se refere à pesquisa de preço para os presentes das mães, neste ano 28,4% disseram que não vão fazer, ao passo que 71,6% afirmaram que vão pesquisar os valores dos produtos antes de efetivar as compras, um aumento de 9,1 pontos percentuais em comparação com 2021 (62,5%).

Local e quando compra

Entre os natalenses que vão às compras, 49,1% pretendem adquirir o item em lojas de shoppings, 27,5% almejam comprar em lojas do comércio de rua, enquanto 14,7% vão buscar os produtos na internet.

A pesquisa detectou os fatores que mais influenciam na escolha do local de compra dos presentes: 28,7% vão optar por locais que ofereçam os melhores níveis de preços, 20,5% por locais que ofereçam variedade de produtos, 18,2% por lugares que tenham boa localização, 10,8% darão preferência às lojas com atendimento diferenciado, 7,7% por qualidade dos produtos, 5,4% conforto e comodidade e 2,6% segurança.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

A maior parte dos entrevistados (76,2%) afirma que pretende fazer as compras na semana que antecede a data comemorativa. 18,1% dizem que farão quinze dias antes da data, e 5,2% disseram que já compraram os presentes.

Em relação aos preços dos produtos para o dia das mães deste ano, 84% dizem que estarão mais caros do que no ano passado, 7,3% acham que estarão no mesmo valor e 8,7% pressupõem que estarão mais em conta.

Comemoração

Perguntados sobre as comemorações, 35,7% revelaram que irão celebrar com almoço ou jantar na própria casa; 18,6% vão para almoço ou jantar na casa de familiares; 8,8% irão em busca de bares e restaurantes; e 2% outros lugares. Cerca de 35% disseram que não haverá comemorações, número inferior aos 50,1% registrados no ano passado.

Sobre as características dos locais das comemorações, 64,3% revelaram que a conveniência para familiares comparecerem será determinante para a escolha do ambiente. Seguido do lugar que a mãe escolher (15,3%) e dos preços (12,7%).

4. GRÁFICOS E TABELAS

Intenção de compras

Gráfico 1 – O (a) sr. (a) pretende presentear alguém durante o Dia das Mães?

Fonte: Fecomércio RN

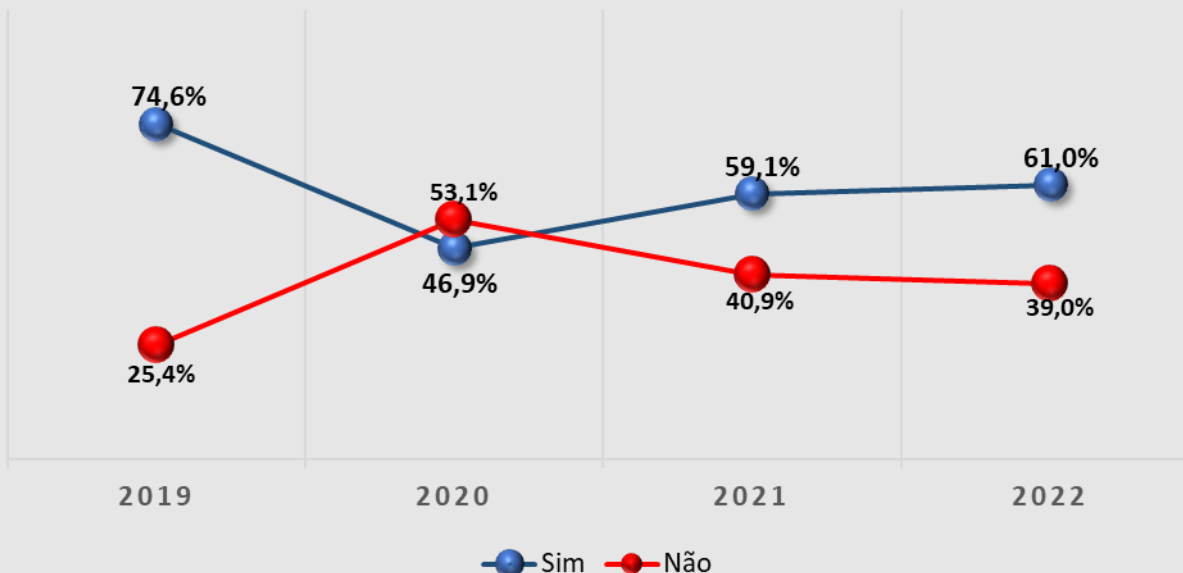


Tabela 1 – Por qual motivo o (a) sr. (a) não pretende presentear? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Motivos	2021	2022
Falta de dinheiro	41,9%	44,7%
Não tem quem presentear	30,1%	21,8%
Dívidas/Contas em atraso	8,1%	18,3%
Desemprego	14,2%	6,6%
Não gosta/Não comemora	6,9%	11,7%
Distância das pessoas	9,8%	4,1%
Poupar	13%	3,6%
Pandemia	20,7%	0,5%
Outros	2,0%	0,0%

Quem vai comprar

Gráfico 2 – (Para quem vai presentear) qual o motivo? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

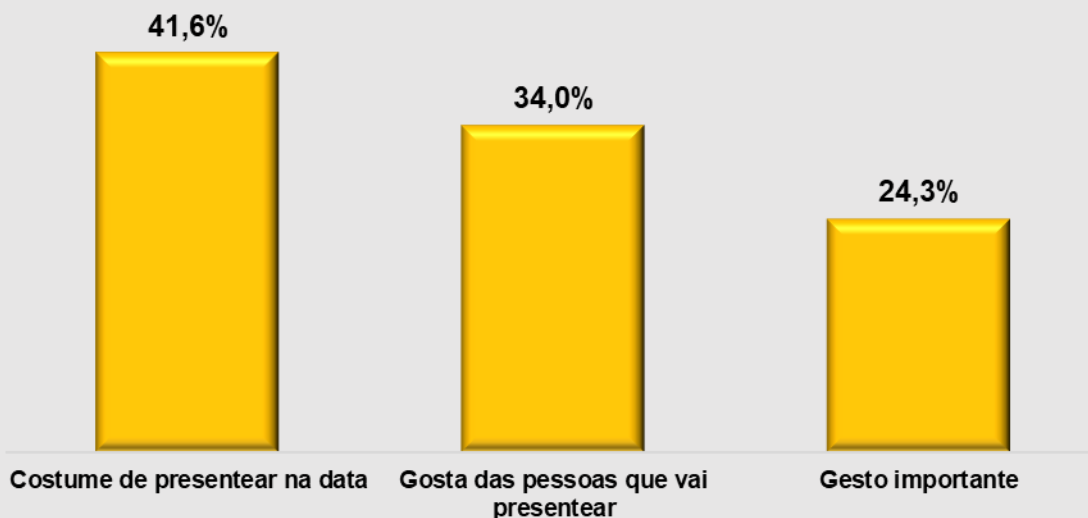


Tabela 2 – Intenção de presentear por tipo de público

Fonte: Fecomércio RN

Perfil	Sim	Não
Feminino	59,2%	40,8%
Masculino	63,1%	36,9%
18 a 24 Anos	68,1%	31,9%
25 a 34 Anos	68,9%	31,1%
35 a 44 Anos	56,5%	43,5%
Acima de 45 Anos	50,3%	49,7%
Ensino fundamental	50,0%	50,0%
Ensino médio	56,3%	43,8%
Ensino superior ou mais	68,4%	31,6%
Até 2 salários	40,4%	59,6%
De 2 a 5 salários	73,1%	26,9%
De 5 a 10 salário	75,0%	25,0%
Acima de 10 salários	83,9%	16,1%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 3 – Quantos presentes serão comprados?

Fonte: Fecomércio RN

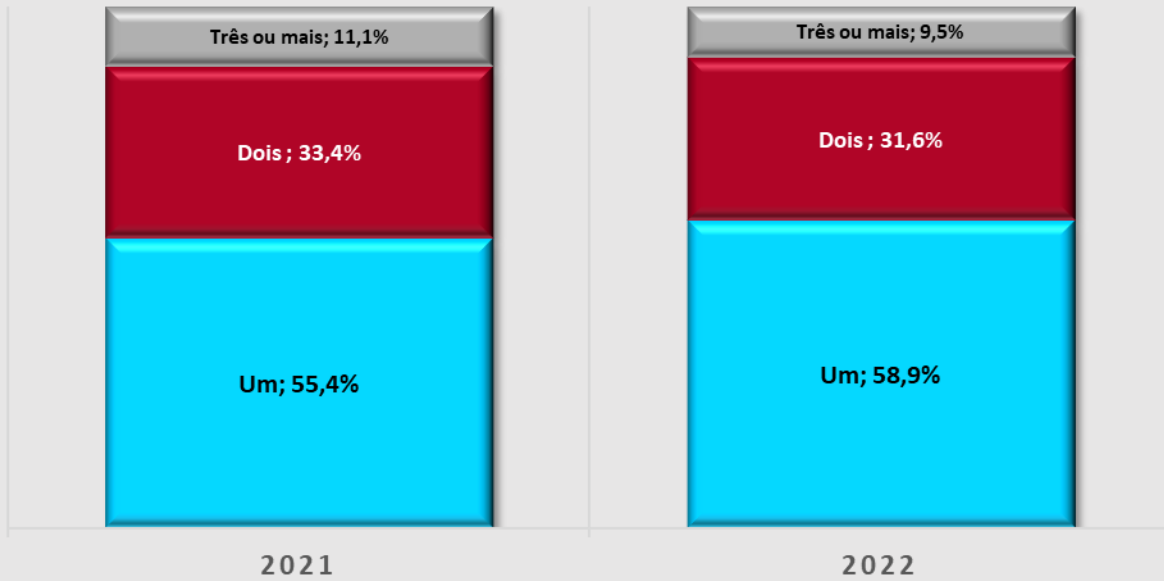
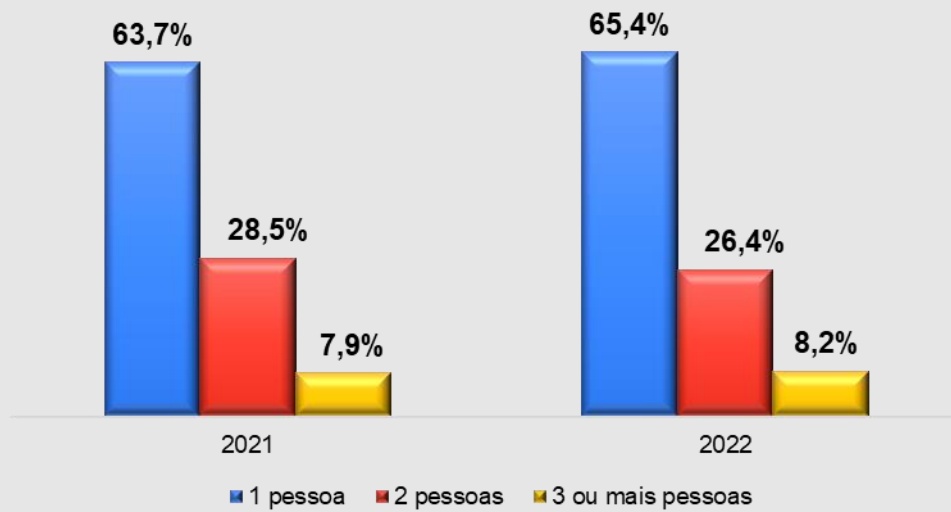


Gráfico 4 – Quantas pessoas pretende presentear?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Produtos

Tabela 3 – Qual produto o (a) sr. (a) está interessado em presentear? (Múltipla resposta)

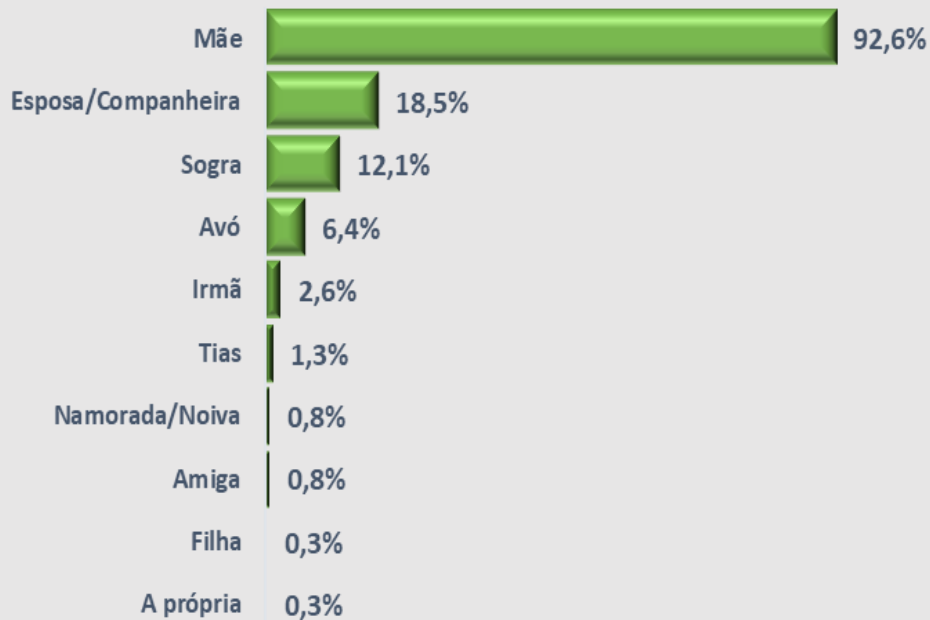
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2019	2020	2021	2022
Vestuário	29,3%	26,8%	28,5%	34,4%
Perfume/Cosméticos	30,3%	37,8%	26,8%	27,7%
Eletrodomésticos	12,2%	6,4%	6,5%	11,0%
Calçados/Bolsas	9,7%	8,5%	9,9%	8,5%
Móveis/Artigos de Decoração	1,6%	1,8%	3,4%	1,0%
Eletrônicos/Celular	4,3%	2,4%	3,7%	1,5%
Flores	2,3%	0,9%	2,3%	1,5%
Acessórios/Jóias	3,9%	7,6%	2,5%	2,6%
Livro	0,8%	0,9%	0,8%	1,0%
Outros	3,9%	5,8%	5,4%	1,8%
Não sabe	12,0%	13,4%	27,6%	13,3%

Presenteados

Gráfico 5 – Quem pretende presentear? (Múltipla resposta)

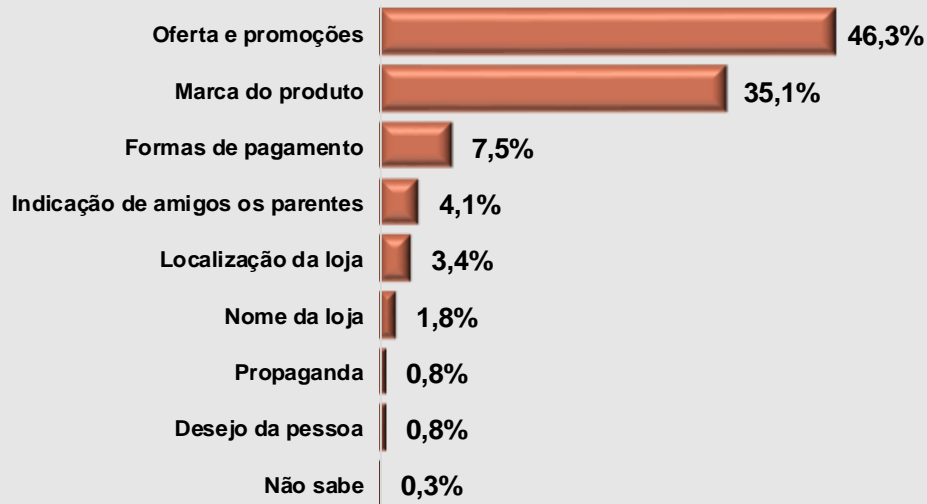
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 6 – Fatores que vão determinar a escolha do presente

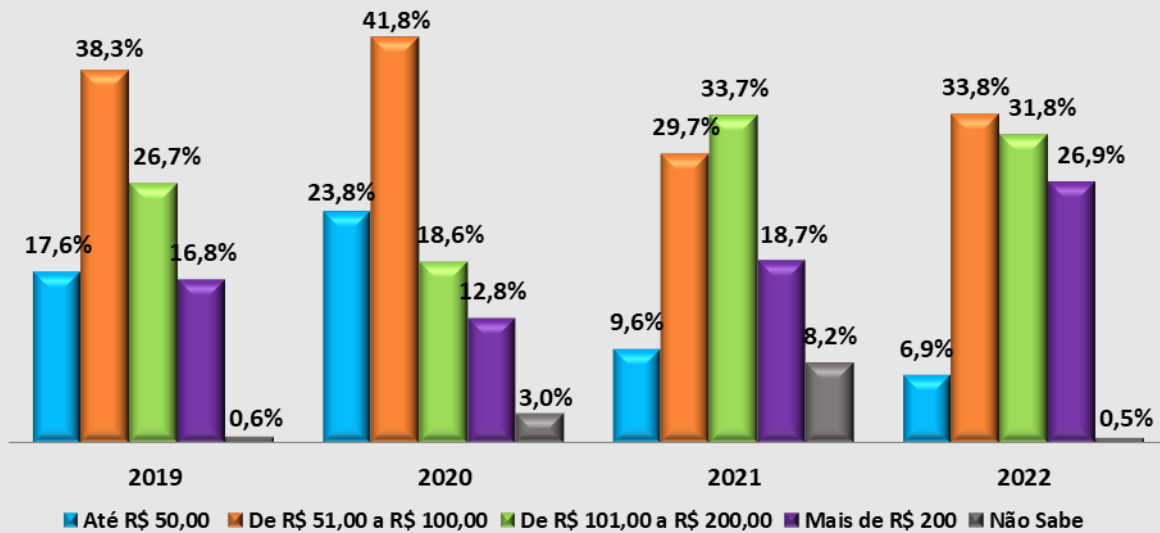
Fonte: Fecomércio RN



Gastos

Gráfico 7 – Quanto pretende investir na compra de presentes?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 8 – Gasto médio anual

Fonte: Fecomércio RN

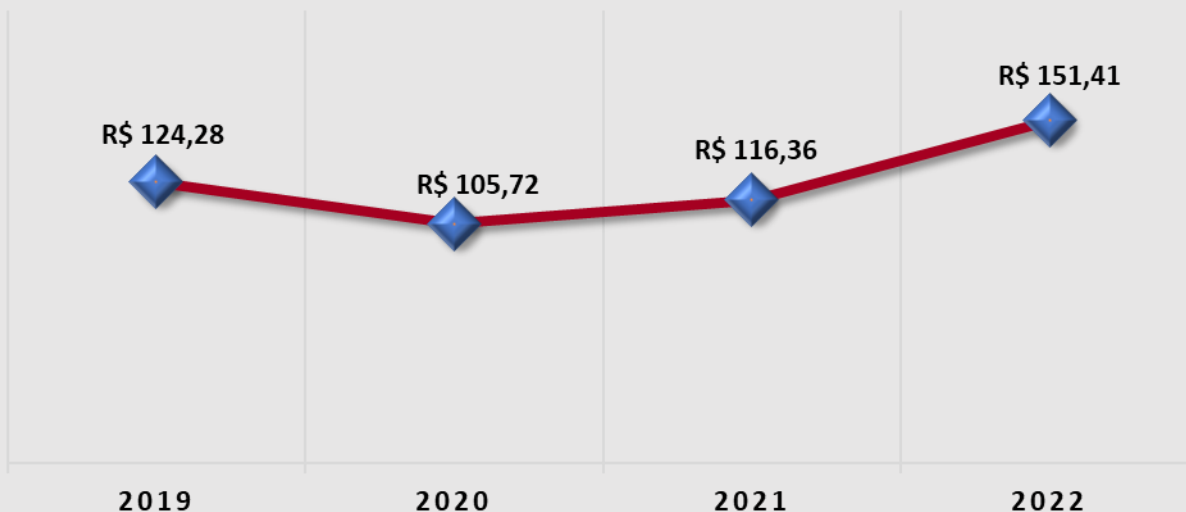


Tabela 4 – Gasto médio por tipo de público

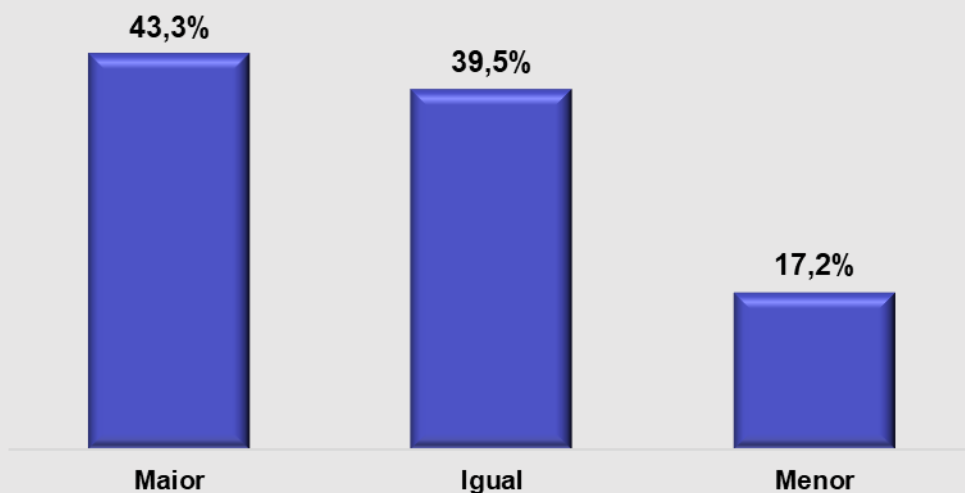
Fonte: Fecomércio RN

Perfil	Valores R\$	
Feminino	R\$	125,38
Masculino	R\$	178,82
18 a 24 Anos	R\$	138,01
25 a 34 Anos	R\$	152,02
35 a 44 Anos	R\$	163,22
Acima de 45 Anos	R\$	154,01
Ensino fundamental	R\$	142,05
Ensino médio	R\$	146,25
Ensino superior ou mais	R\$	157,45
Até 2 salários	R\$	104,21
De 2 a 5 salários	R\$	162,13
De 5 a 10 salário	R\$	172,37
Acima de 10 salários	R\$	200,96

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 9 – Sobre os gastos deste ano com o Dia das Mães em comparação com o ano passado, será?

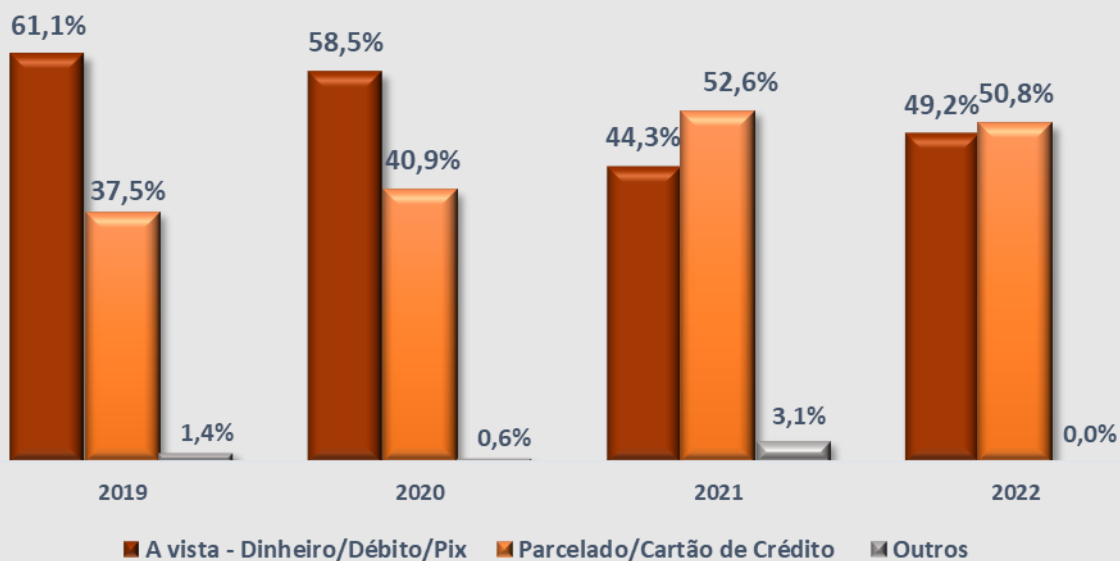
Fonte: Fecomércio RN



Formas de pagamento

Gráfico 10 – Qual a forma de pagamento que o (a) sr. (a) deseja utilizar?

Fonte: Fecomércio RN



Local e quando comprar

Gráfico 11 – Quando irá realizar as compras?

Fonte: Fecomércio RN

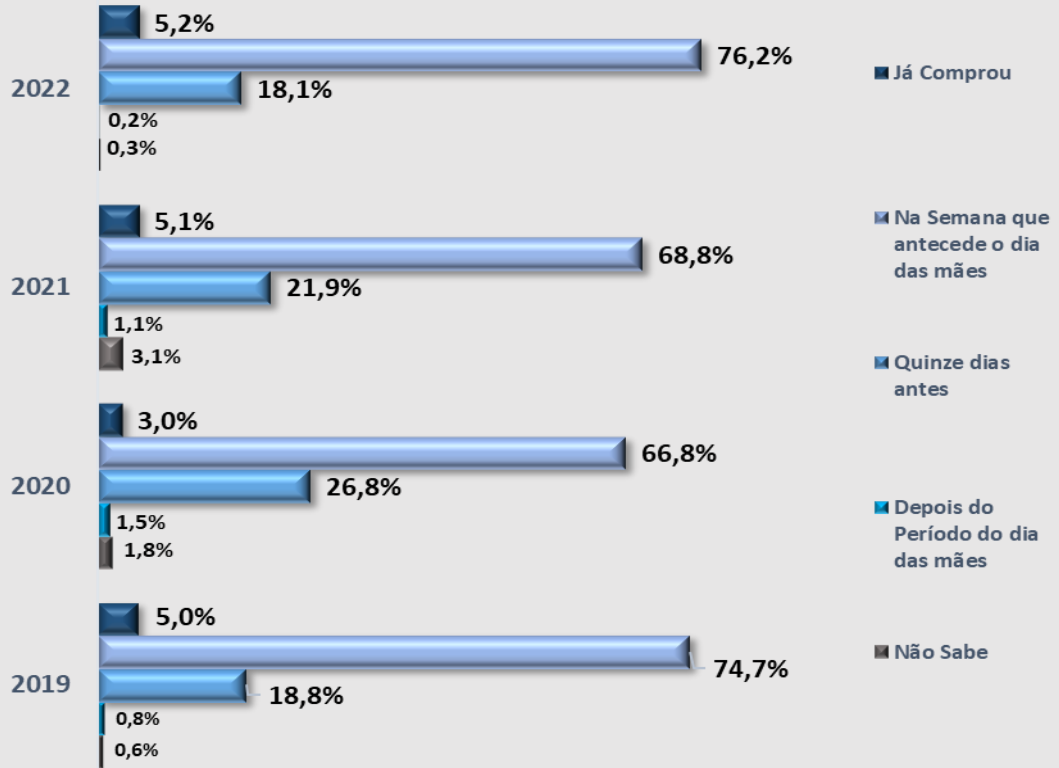
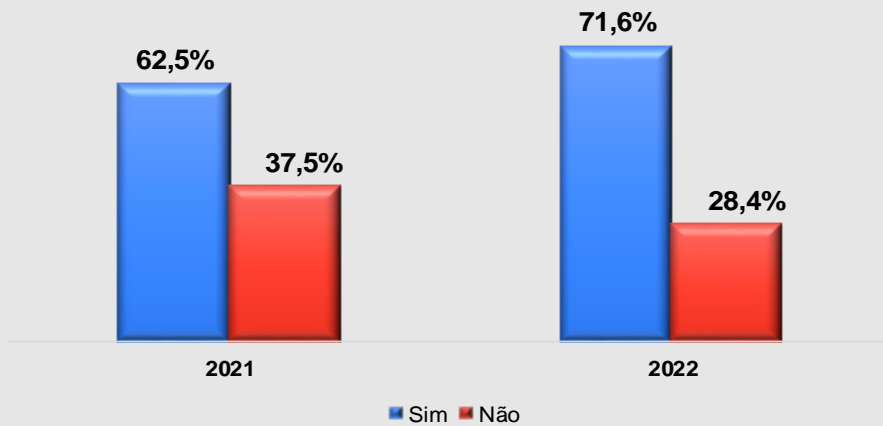


Gráfico 12 – Pretende fazer pesquisa de preço?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 13 – Onde o (a) sr. (a) pretende efetivar as compras?

Fonte: Fecomércio RN

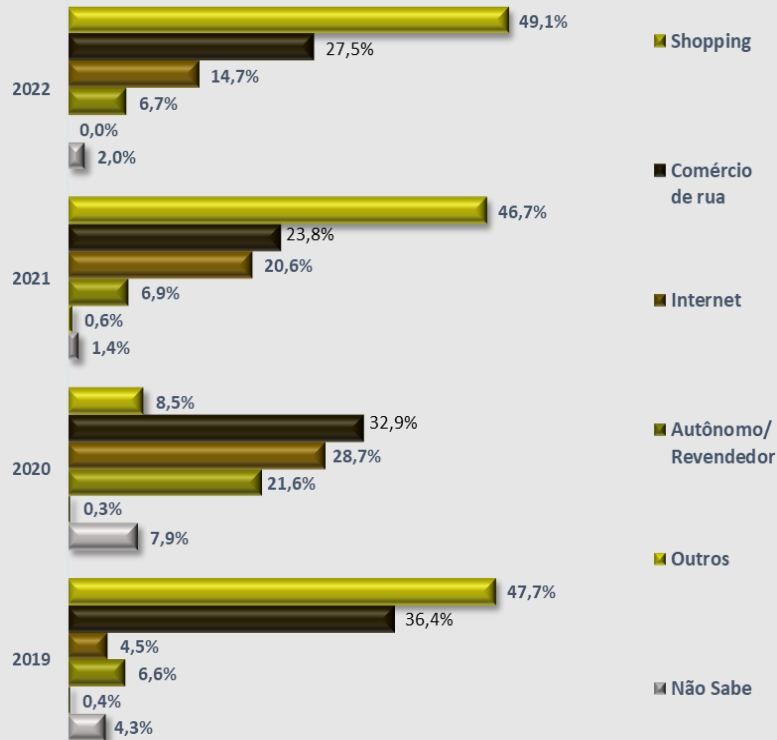
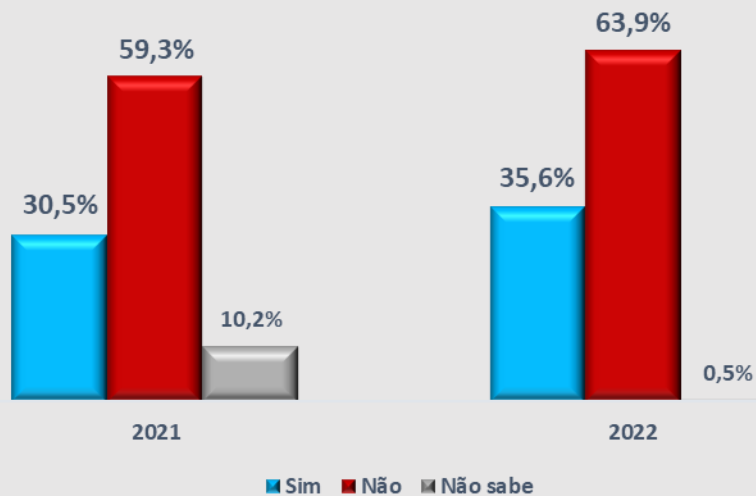


Gráfico 14 – Pretende comprar nas mesmas lojas que comprou no ano passado?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 15 – O que será decisivo para escolha do local de compra?

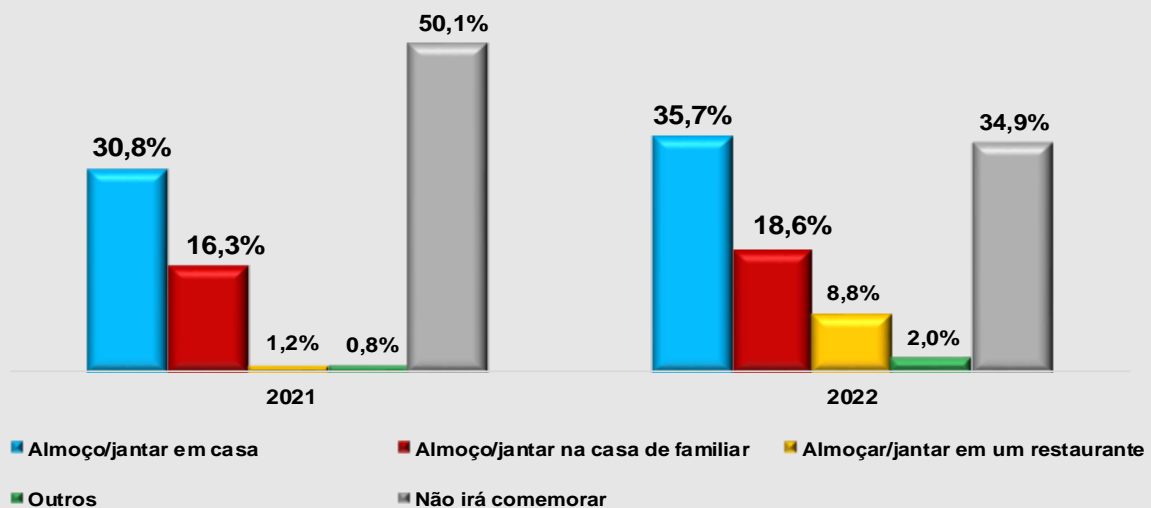
Fonte: Fecomércio RN



Comemoração

Gráfico 16 – Como pretende comemorar o Dia das Mães deste ano?

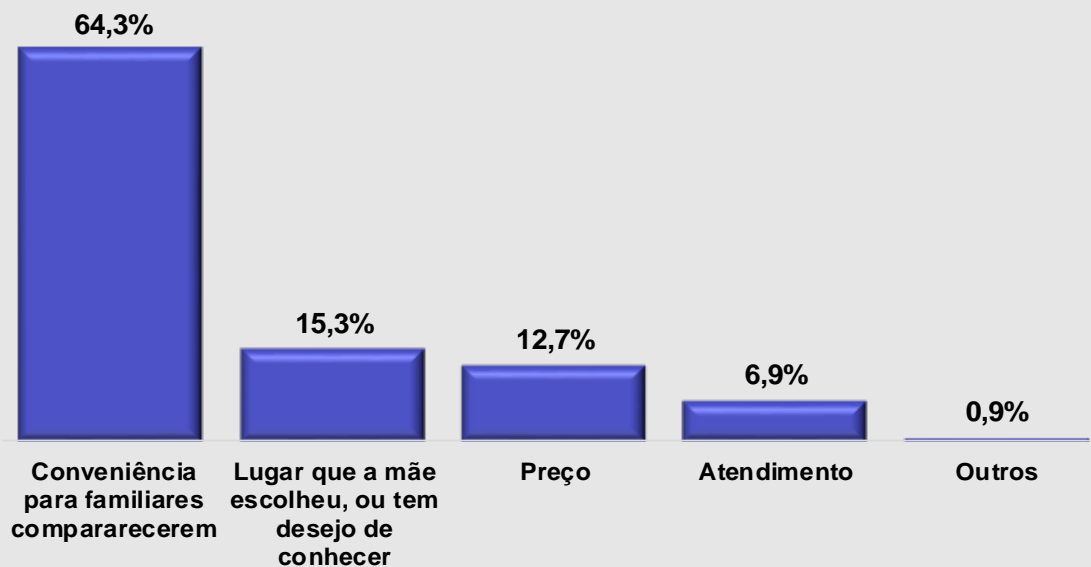
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 17 – (Se sim na anterior) Características do local.

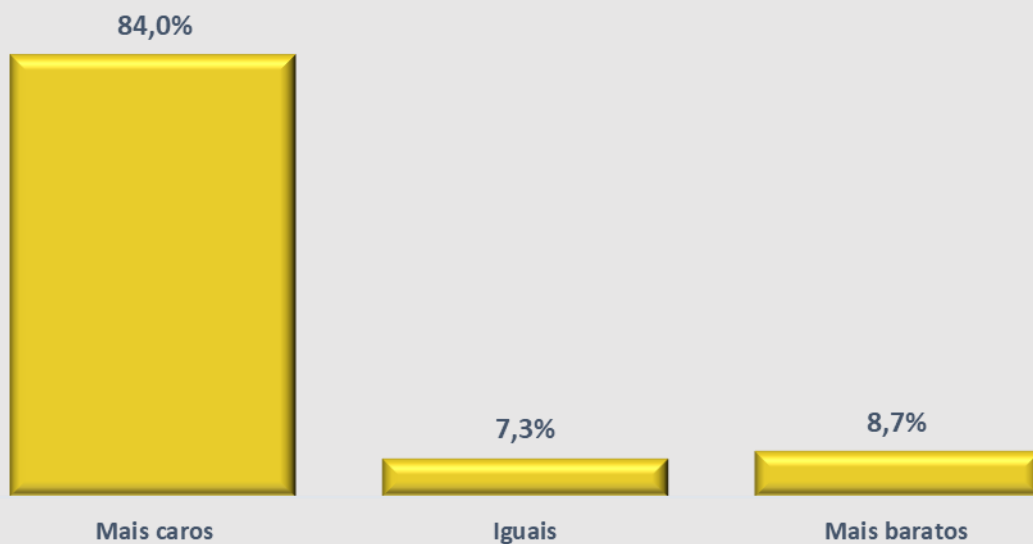
Fonte: Fecomércio RN



Momento

Gráfico 18 – Quanto aos preços dos produtos neste Dia das Mães, o (a) sr. (a) acha que estarão:

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Fonte: Fecomércio RN

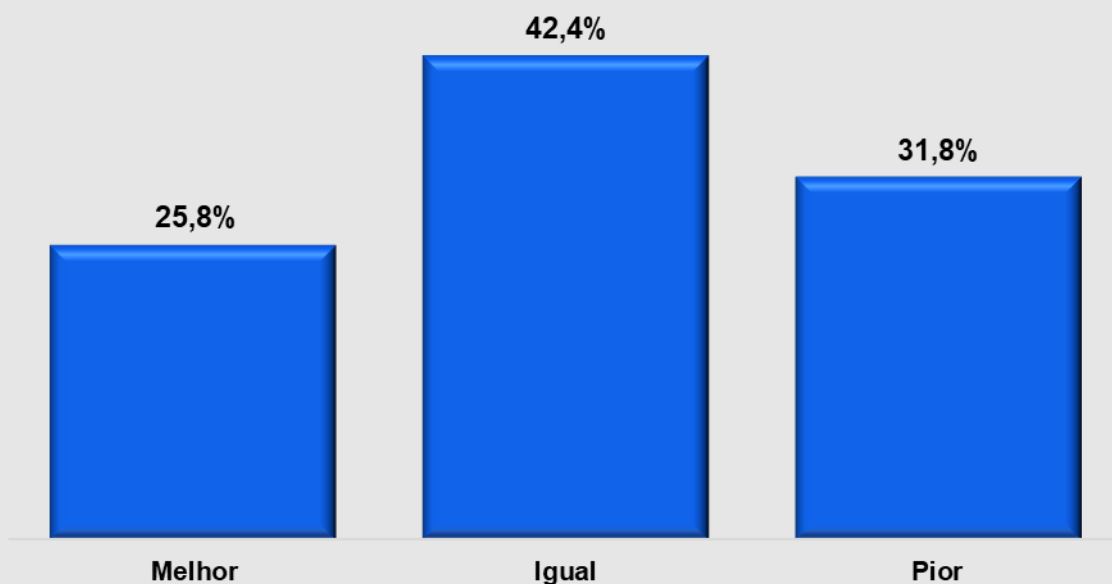
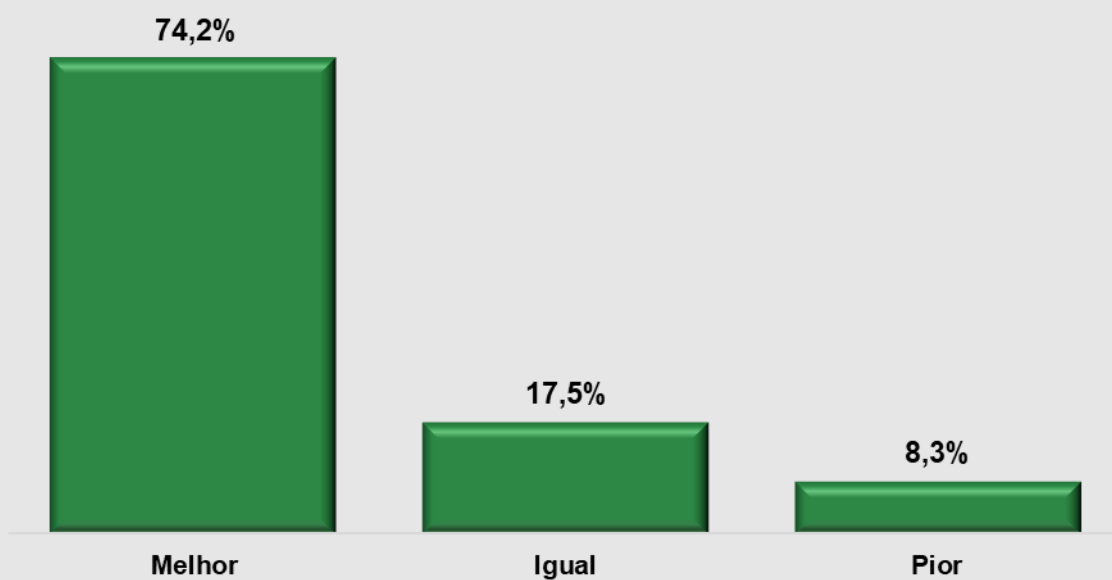


Gráfico 20 – Pensando na situação atual e olhando para o futuro, como está financeiramente sua família daqui a um ano?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**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

Ágata Menezes

Estagiária

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMÉRCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Hugo Sergio

Josiel da Costa

Jacqueline Aires

Maria Glória

Rogério Antunes

Anna Thereza

Luiz Eduardo

Débora da Cruz

Lidiane Silva

João Soares

Larissa Santiago

Pesquisadores