

Intenções de compras
DIA DOS PAIS
2022 - Mossoró



Agosto de 2022

Sumário

| | |
|---------------------------------------|----------|
| 1. INTRODUÇÃO | 3 |
| 2. ASPECTOS TÉCNICOS..... | 4 |
| 3. SÍNTESE DOS RESULTADOS..... | 5 |
| Intenções de Compras..... | 5 |
| Perfil dos compradores | 5 |
| Itens | 5 |
| Presenteados | 5 |
| Gastos | 6 |
| Forma de pagamento | 6 |
| Local de compra | 7 |
| Quando comprará | 7 |
| Comemoração..... | 7 |
| Percepção econômica | 8 |
| 4. GRÁFICOS E TABELAS | 9 |
| Intenções de compras..... | 9 |
| Perfil dos compradores | 9 |
| Presenteados | 10 |
| Itens | 11 |
| Gastos | 13 |
| Forma de pagamento | 15 |
| Local de compra | 16 |
| Quando comprará | 16 |
| Comemoração..... | 18 |
| Percepção econômica | 19 |

1. INTRODUÇÃO

O Dia dos Pais, comemorado 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 Fecomércio (IFC) 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

A coleta dos dados ocorreu entre os dias 25 de julho e 02 de agosto. 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.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

3. SÍNTESE DOS RESULTADOS**Intenções de Compras**

A pesquisa revela que 46,3% dos consumidores mossoroenses pretendem presentear no Dia dos Pais deste ano. O resultado é próximo ao registrado no ano passado, com variação de 1,4 ponto percentual menor em relação à intenção de consumo apurada em 2021 (47,7%). A série histórica da pesquisa mostra que as intenções de compras dos mossoroenses para o Dia dos Pais ainda não atingiram o nível do período pré-pandemia: 2018 (54,3%); 2019 (53,6%); 2020 (41,4%); 2021 (47,7%) e 2022 (46,3%).

Perfil dos compradores

De modo geral, a intenção de consumo para este dia dos pais apresenta-se mais favorável entre as mulheres (53,7%); consumidores que possuem nível superior de escolaridade (56,8%); faixa etária de 25 a 34 anos (61,2%); e renda familiar de 5 a 10 salários mínimos (63,9%).

Itens

As categorias de produtos que os consumidores pretendem presentear no Dia dos Pais deste ano envolvem: Itens de Vestuário (40,6%); Perfumaria/Cosméticos (26,5%); Calçados/Acessórios (20,9%) e Eletroeletrônicos ou Celulares (6,4%). Completam a lista joias ou relógios (1,3%) e dentre outros não especificados (6,7%). Vale destacar que 15% dos consumidores ainda não decidiram o que vão comprar.

Presenteados

Além dos Pais (85%) disseram que presentearão os pais), há o desejo de presentear os maridos (26,5%); os sogros (7,3%); os avôs (6%); entre outros.

Os mossoroenses declararam que os principais fatores que vão influenciar as suas decisões para a escolha do presente serão baseados principalmente nas ofertas e promoções (52,8%). A marca do produto aparece com 22,5% das respostas. Com menor percentual, mas ainda relevantes, surgem: gosto do pai; propaganda; forma de pagamento; localização; indicação de amigos; qualidade, nome da loja e brindes.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

A maioria dos que vão às compras afirmaram que pretendem comprar um item, com 65,2% das respostas. 26,2% comprarão dois produtos e 8,6% comprarão três ou mais itens para presentear.

Gastos

Para 32,2% dos consultados que vão às compras, o investimento será de R\$ 101,00 a R\$ 200; 27,1% deverão priorizar presentes acima de R\$ 200,00; e 21% dos mossoroenses que vão às compras almejam gastar até R\$ 100,00. Importante ressaltar que 19,7% dos entrevistados, no momento da pesquisa, disseram que ainda não decidiram quanto irão desembolsar para compra dos produtos.

O valor médio que os consumidores revelaram estar dispostos a pagar por presentes será de R\$ 136,91. Comparado à Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia dos Pais do ano anterior, quando o preço revelado foi de R\$ 117,40, houve um aumento nominal do valor médio de 16,6%.

Observou-se que o gasto médio cresce conforme aumenta a renda familiar. As pessoas com rendimentos de até 2 salários mínimos vão desembolsar, em média, R\$ 123,15; e quem possui rendimentos familiares acima de 10 salários mínimos almejam gastar em torno de R\$ 187,50 na compra do presente. Por gênero, os homens (R\$ 140,79) revelam uma disposição a pagar preços mais elevados que as mulheres (R\$ 134,24). Enquanto que o nível de escolaridade com maior poder de compra é o ensino superior, com pretensão de gasto médio em torno de R\$ 159,49. Pessoas com ensino fundamental desejam gastar na compra do presente o valor de R\$ 94,23.

Forma de pagamento

Já em referência à forma de pagamento, a pesquisa da Fecomércio verificou que, em Mossoró, a compra parcelada deve superar a aquisição à vista.

A maioria dos consumidores mossoroenses têm como objetivo pagar as compras de modo parcelado (52,4%). Em 2021 esse dado representava 54,2%. Enquanto a modalidade à vista será utilizada por 43,8% dos consumidores, em 2021 eram 39,7%.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Local de compra

Em Mossoró, 43,5% dos consumidores pretendem comprar no comércio de rua (redução de 0,5 ponto percentual em relação a 2021) e 28,9% em shoppings (alta de 0,2 ponto percentual em comparação com 2021). Outros 12,5% devem manter a preferência pelos canais de internet (queda de 4,2 pontos percentuais sobre 2021).

Dentre os fatores que influenciam as escolhas do local de compra estão, entre os principais, o nível de preço (38,5%), qualidade dos produtos (26,5%) e variedade de itens (24,4%). Além desses, foram citados conforto/comodidade (4,3%); localização (3,8%); atendimento (3%); segurança (1,3%); facilidade de pagamento (1,3%) e outros (2,1%).

Quando comprará

Mais de 80% dos consumidores revelaram que irão às compras na semana que antecede a data comemorativa. Outros 13,3% disseram que já compraram os presentes e 0,4% ainda não sabem o dia que vão comprar.

Comemoração

Quanto às celebrações, os dados da pesquisa de Mossoró revelam que 38,4% pretendem fazer alguma comemoração especial para celebrar a data, enquanto 61,6% disseram que não irão preparar nenhum tipo de comemoração alusiva à data.

Entre aqueles que pretendem proporcionar um evento especial em comemoração ao Dia dos Pais, 22,4% irão optar por almoçar/jantar na casa de familiar; 12,1% irão proporcionar um almoço/jantar em casa. Outros 3,8% pretendem sair para almoçar/ jantar em algum restaurante ou fazer uma viagem especial.

Já para a escolha do local da comemoração, a pesquisa mostrou que 70,1% das pessoas preferem um local que seja conveniente para familiares comparecerem e 13,4% irão levar em consideração um lugar pelo preço oferecido. O lugar que o pai escolher ou tem desejo de conhecer foi citado por 10,2% dos entrevistados, ao passo que o atendimento por 6,4%.

Percepção econômica

Sobre o atual momento para compra de produtos, 32,8% dos consumidores mossoroenses entrevistados avaliam como ruim ou péssimo; 42,2% afirmam que o momento é apenas regular; enquanto 24,9% dizem que a situação é ótima ou boa para aquisição de itens. Na mesma pesquisa realizada em 2021, 41% consideravam o momento ruim ou péssimo para compra de produtos; 39,1% regular e 20% bom ou ótimo.

Quanto à situação financeira das famílias, 65,5% dos consumidores afirmaram que a situação financeira familiar atual, comparada há um ano, permanece igual. No entanto, para 17,4% a situação piorou, e para 17% melhorou. No ano passado, 33,4% declaravam estar em situação pior; 53,4% igual; e 13,2% melhor.

Quanto às perspectivas futuras, 80,8% dos mossoroenses acreditam que a situação financeira familiar daqui a um ano estará melhor, para 18,8% permanecerá inalterada e, para 0,4% estará pior.

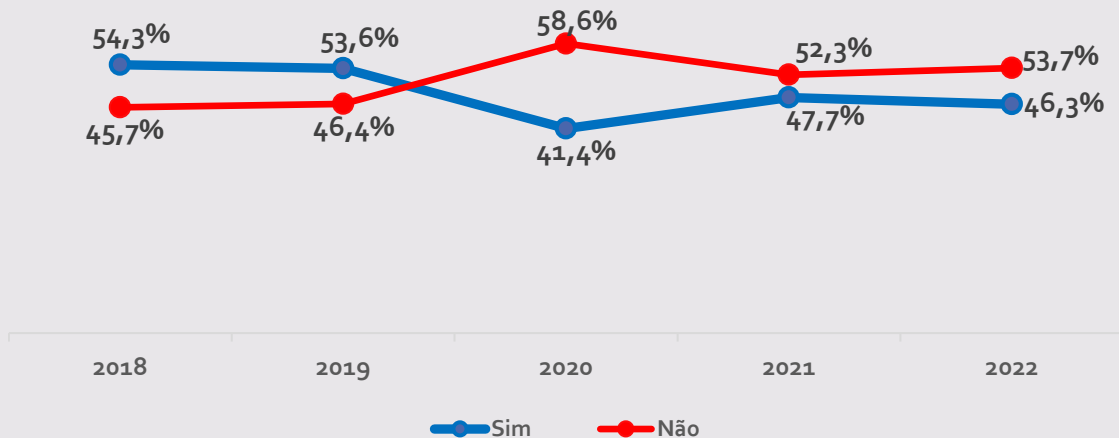
Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

4. GRÁFICOS E TABELAS

Intenções de compras

Gráfico 1 – O Dia dos Pais será comemorado no segundo domingo de agosto (dia 08), o (a) Sr. (a) pretende presentear alguém nesta data?

Fonte: Fecomércio RN



Perfil dos compradores

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 | 53,7% | 38,7% | 60,6% | 61,2% | 52,1% | 25,9% |
| Não | 46,3% | 61,3% | 39,4% | 38,8% | 47,9% | 74,1% |

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 |
| Sim | 24,5% | 43,1% | 56,8% | 34,4% | 51,4% | 63,9% | 42,9% |
| Não | 75,5% | 56,9% | 43,2% | 65,6% | 48,6% | 36,1% | 57,1% |

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

| Rótulos de linha | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Não tem quem presentear | 53,1% | 50,9% | 41,9% | 53,0% | 59,8% |
| Falta de dinheiro | 23,2% | 27,6% | 33,5% | 30,9% | 29,9% |
| Desemprego | 5,7% | 6,0% | 6,3% | 8,8% | 9,6% |
| Não comemora | 6,6% | 5,6% | 10,9% | 10,8% | 8,9% |
| Distância | 8,3% | 8,6% | 1,8% | 4,8% | 5,9% |
| Poupar | 1,3% | 2,2% | 5,3% | 6,0% | 1,8% |
| Outros | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 2,8% | 3,0% |
| Pandemia | 0,0% | 0,0% | 14,8% | 2,4% | 0,0% |
| Não sabe/Não respondeu | 1,8% | 0,4% | 0,0% | 6,0% | 0,0% |

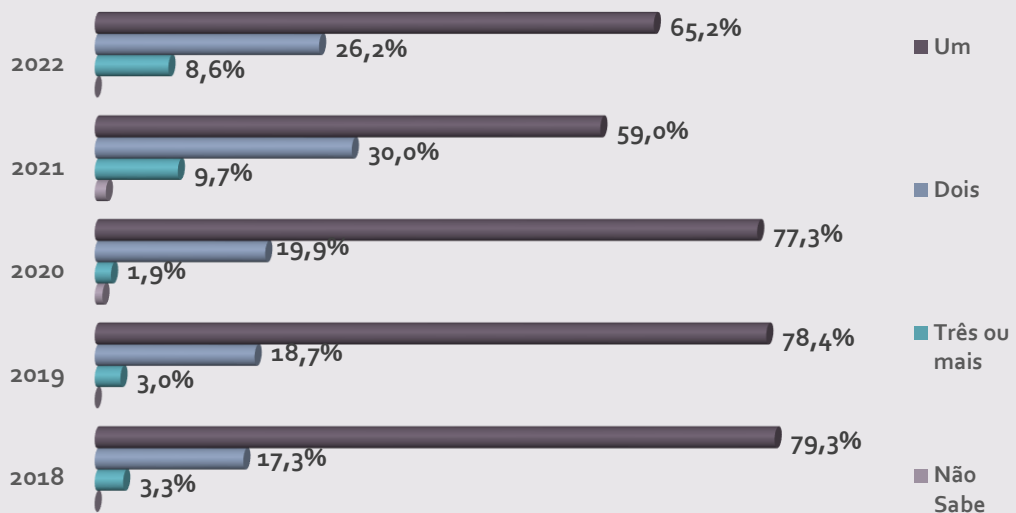
Presenteados

Tabela 4 – Se respondeu “Sim”. Quem o (a) Sr. (a) pretende presentear nesta data?
(Múltipla resposta)
Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de linha | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Pai | 82,7% | 82,8% | 82,4% | 81,9% | 85,0% |
| Marido | 14,8% | 16,4% | 20,8% | 22,9% | 26,5% |
| Avô | 5,2% | 3,4% | 2,3% | 1,8% | 6,0% |
| Sogro | 5,2% | 3,7% | 1,4% | 5,3% | 7,3% |
| Outros | 10,4% | 8,2% | 8,4% | 7,0% | 2,0% |

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 2 – Quantos presentes pretende comprar para o Dia dos Pais deste ano?
Fonte: Fecomércio RN



Itens

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 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Vestuário | 57,9% | 61,9% | 45,4% | 50,7% | 40,6% |
| Perfume/Cosméticos | 14,8% | 12,7% | 19,0% | 13,2% | 26,5% |
| Calçados/Carteira/Cinto | 11,1% | 9,3% | 9,7% | 10,1% | 20,9% |
| Eletroeletrônico/Celular | 3,7% | 3,7% | 8,3% | 7,5% | 6,4% |
| Jóias/Relógio | 2,6% | 3,7% | 4,2% | 1,8% | 1,3% |
| Outros | 4,2% | 3,3% | 6,4% | 7,1% | 6,7% |
| Não sabe | 10,7% | 8,2% | 15,3% | 20,3% | 15,0% |

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 3 – Qual o principal fator que vai determinar a escolha do presente?
Fonte: Fecomércio RN

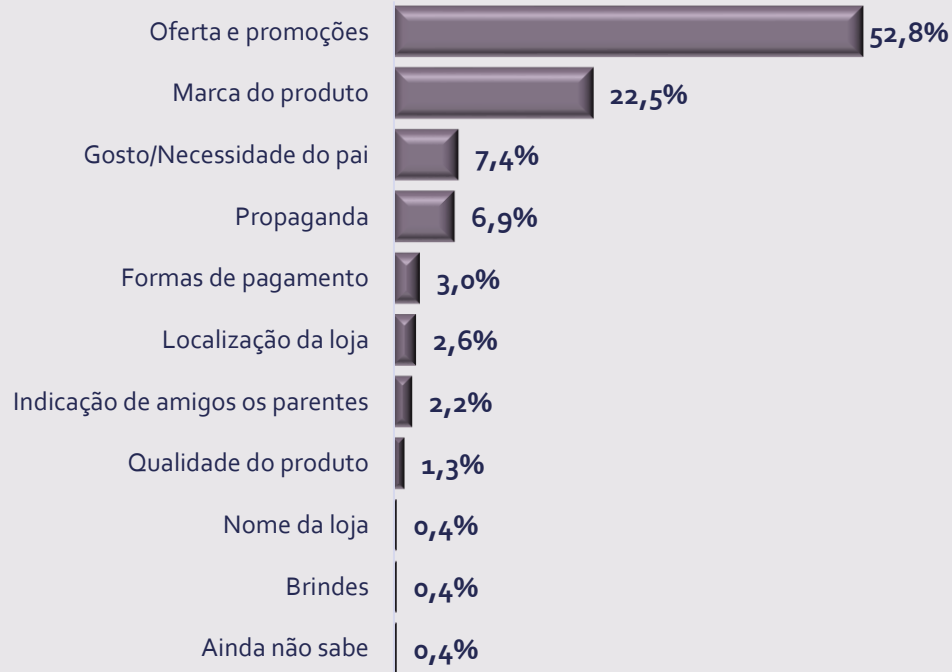
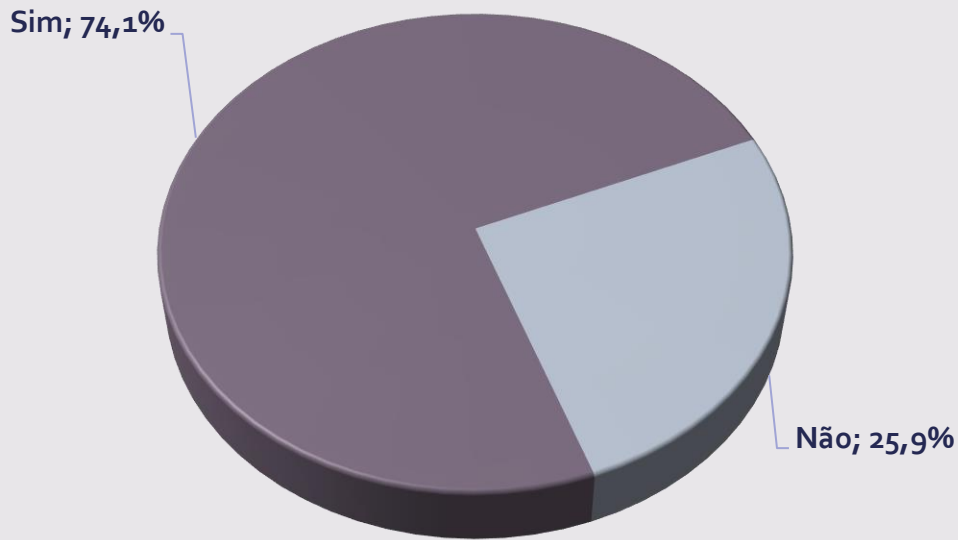


Gráfico 4 – Com relação ao Dia dos Pais do ano passado, o Sr. (a) pretende comprar:
Fonte: Fecomércio RN



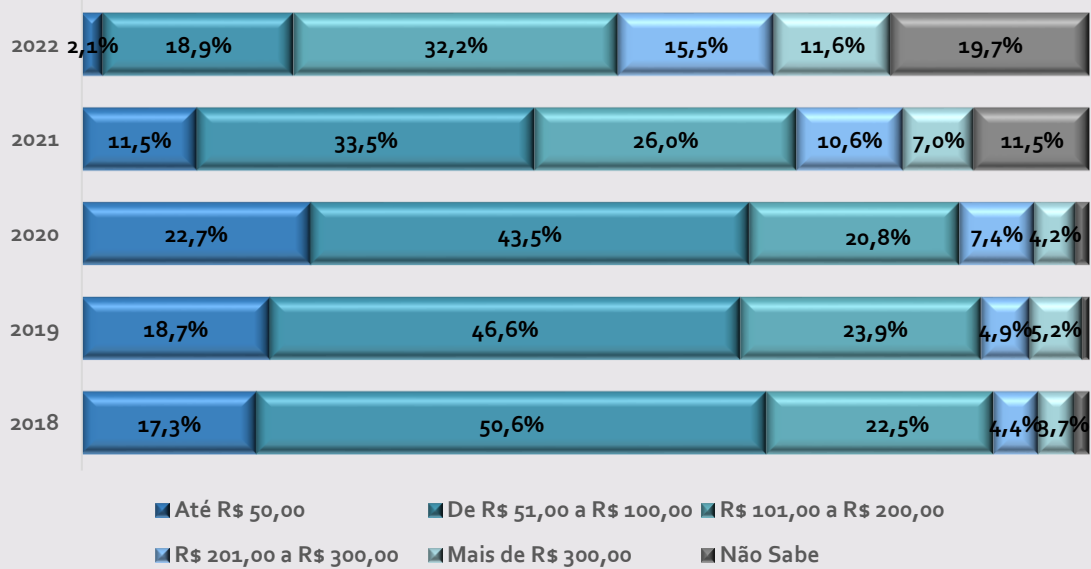
DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 5 – Pretende fazer pesquisa de preço?
Fonte: Fecomércio RN



Gastos

Gráfico 6 – Quanto pretende investir na compra do (s) presente (s)?
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 7 – Gasto médio com presente por ano.

Fonte: Fecomércio RN

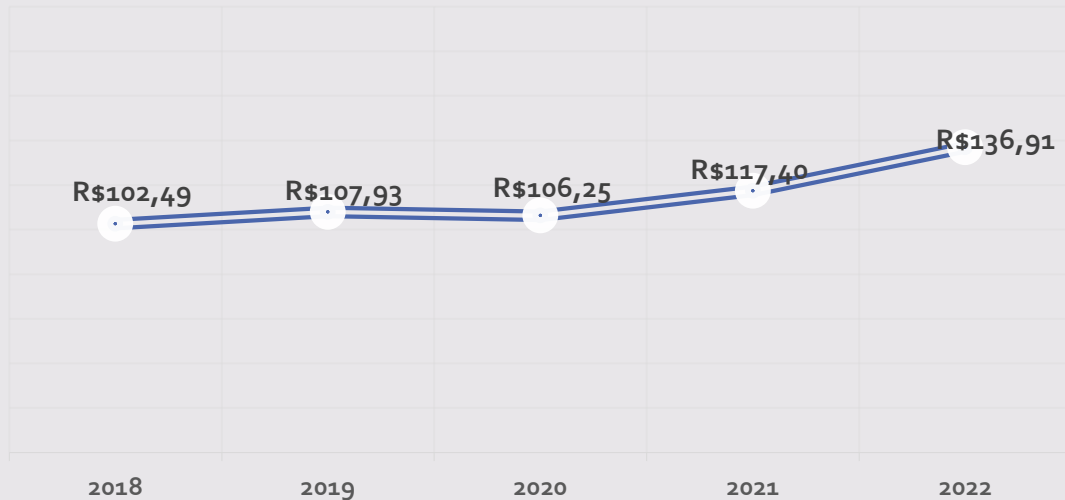


Tabela 6 – Gasto por perfil do público.

Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de linha | Gasto médio R\$ | |
|--------------------------------|-----------------|--------|
| Feminino | R\$ | 134,24 |
| Masculino | R\$ | 140,79 |
| 18 a 24 Anos | R\$ | 106,25 |
| 25 a 34 Anos | R\$ | 132,35 |
| 35 a 44 Anos | R\$ | 142,35 |
| Acima de 45 Anos | R\$ | 149,42 |
| Ensino fundamental | R\$ | 94,23 |
| Ensino médio | R\$ | 120,09 |
| Ensino superior ou mais | R\$ | 159,49 |
| Até 2 salários | R\$ | 123,15 |
| De 2 a 5 salários | R\$ | 131,25 |
| De 5 a 10 salário | R\$ | 171,15 |
| Acima de 10 salários | R\$ | 187,50 |

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Forma de pagamento

Gráfico 8 – Qual a forma de pagamento que deseja utilizar?

Fonte: Fecomércio RN

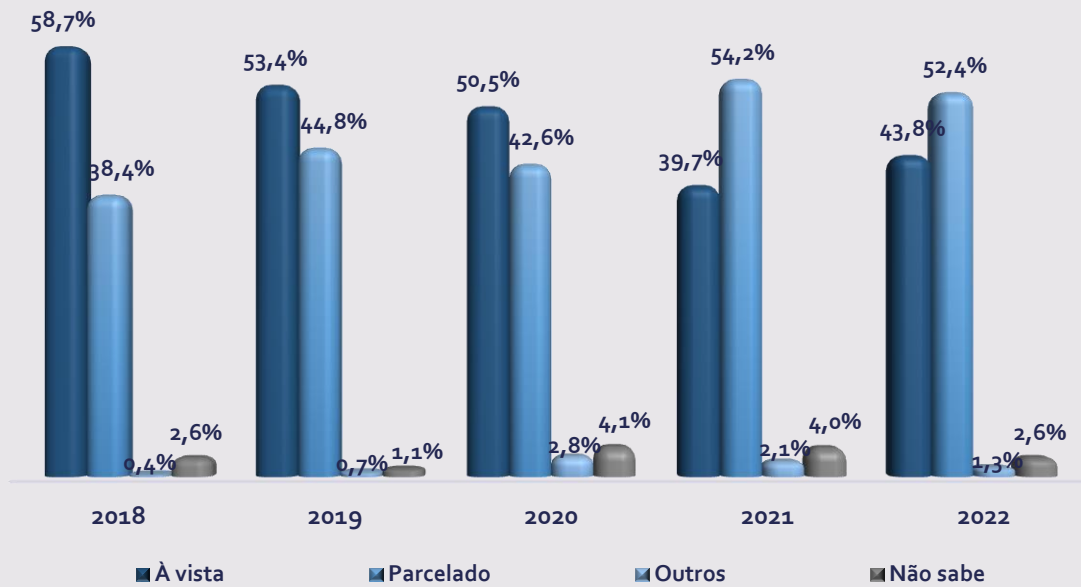
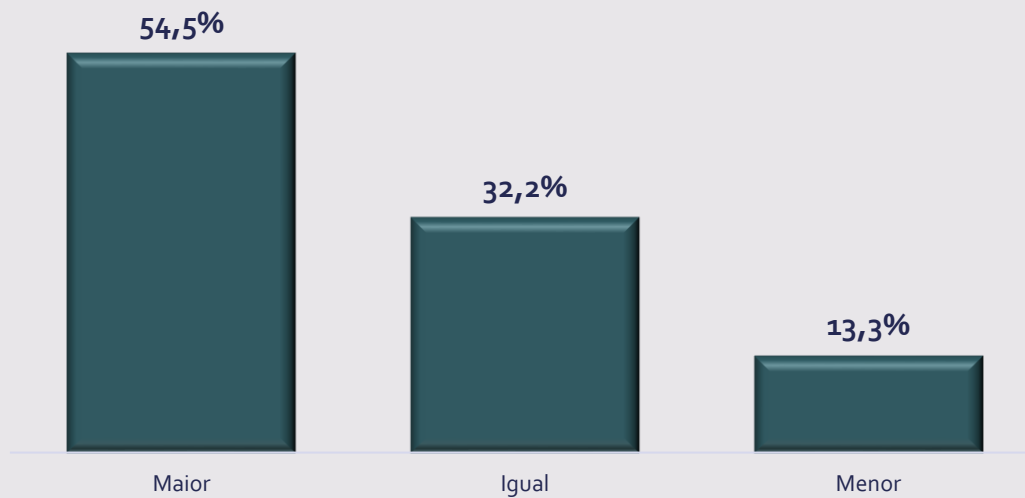


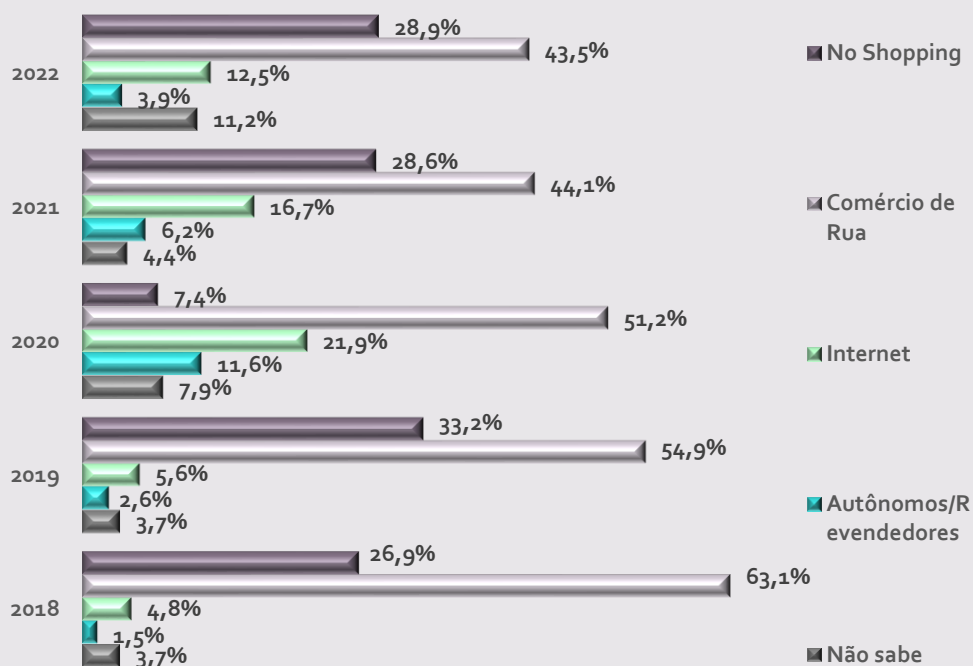
Gráfico 9 – O (s) seu (s) gasto (s) com presentes para o Dia dos Pais neste ano em comparação com ano passado irá?

Fonte: Fecomércio RN



Local de compra

Gráfico 10 – Onde irá comprar?
Fonte: Fecomércio RN



Quando comprará

Gráfico 11 – Quando o (a) Sr. (a) comprará o presente?
Fonte: Fecomércio RN

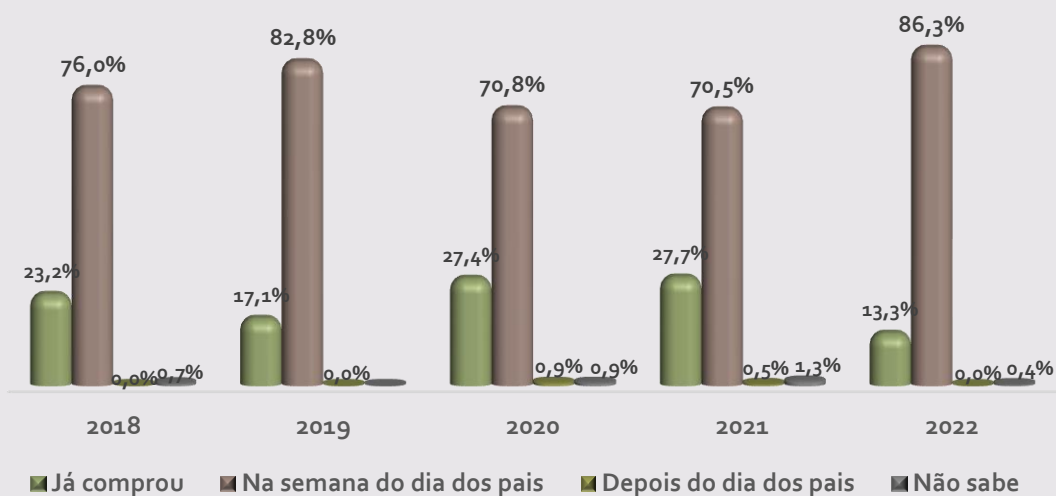


Gráfico 12 – Pretendem comprar nas mesmas lojas que comprou no ano passado?
Fonte: Fecomércio RN

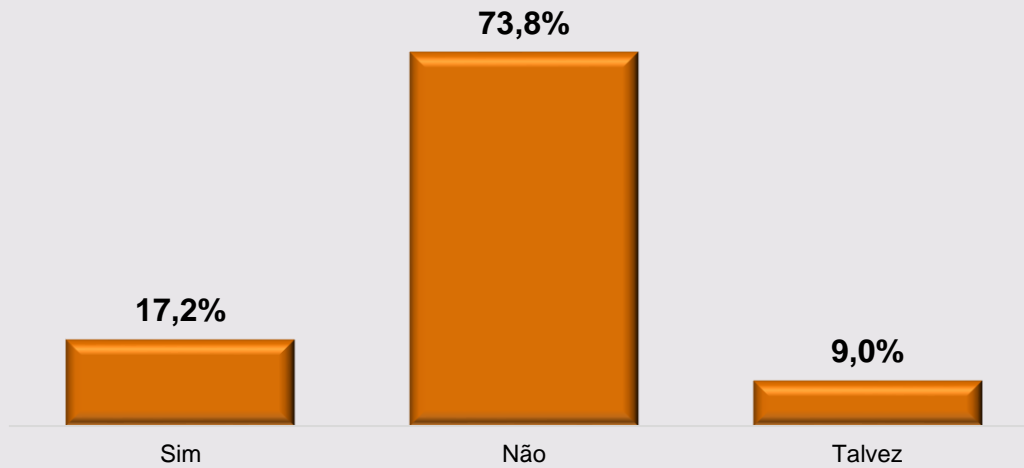


Gráfico 13 – Qual fator pesa mais para decidir o local de compra?
Fonte: Fecomércio RN



Comemoração

Gráfico 14 – Pretende fazer alguma comemoração especial na data?

Fonte: Fecomércio RN

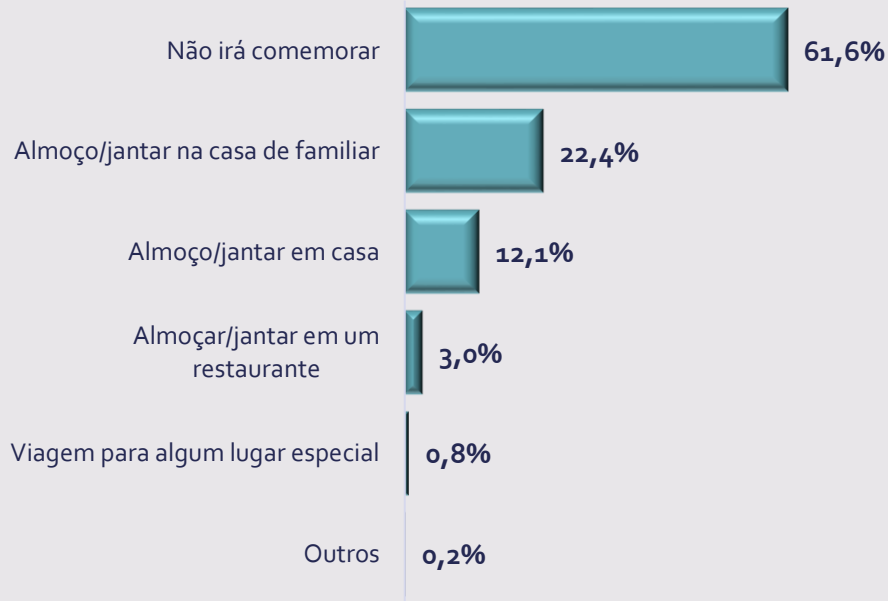
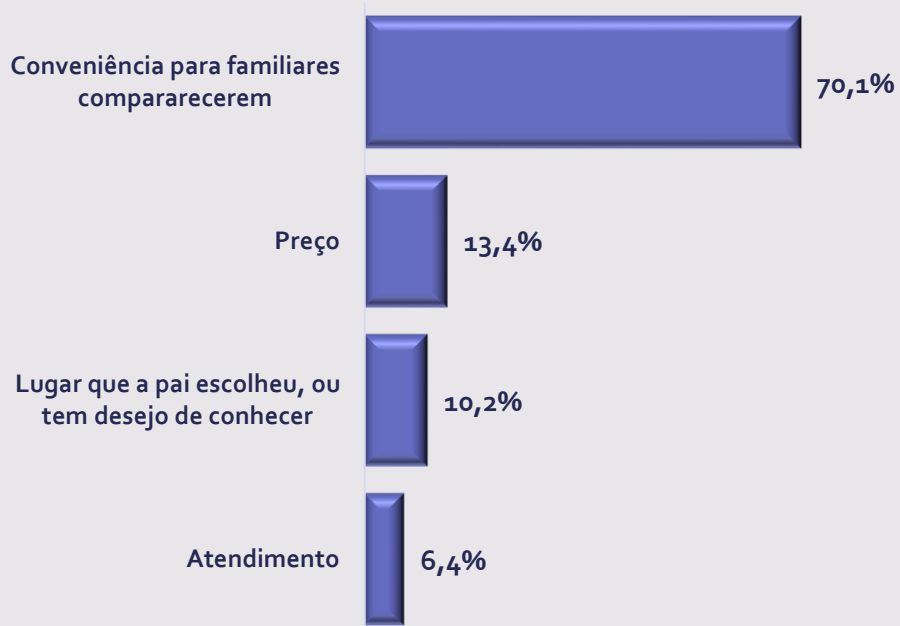


Gráfico 15 – Quais são as características para escolha do local da comemoração?

Fonte: Fecomércio RN



Percepção econômica

Gráfico 16 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?

Fonte: Fecomércio RN

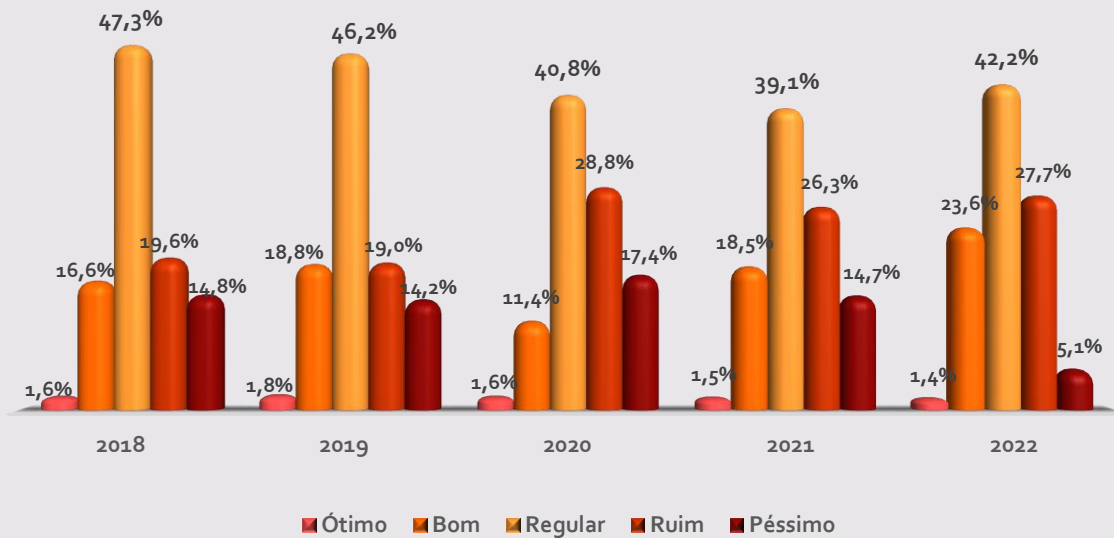


Gráfico 17 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 18 – Quanto aos preços cobrados por produtos durante o Dia dos Pais deste ano, o Sr. (a) acha que estarão:

Fonte: Fecomércio RN

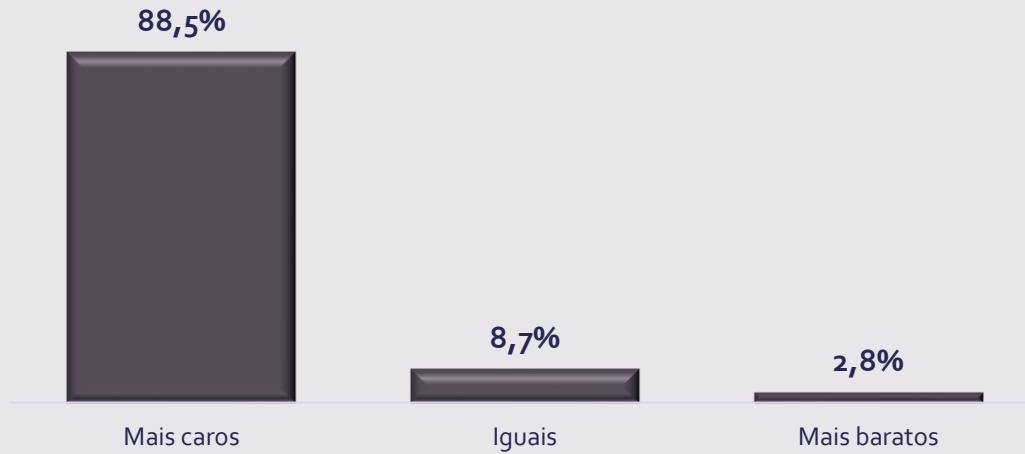
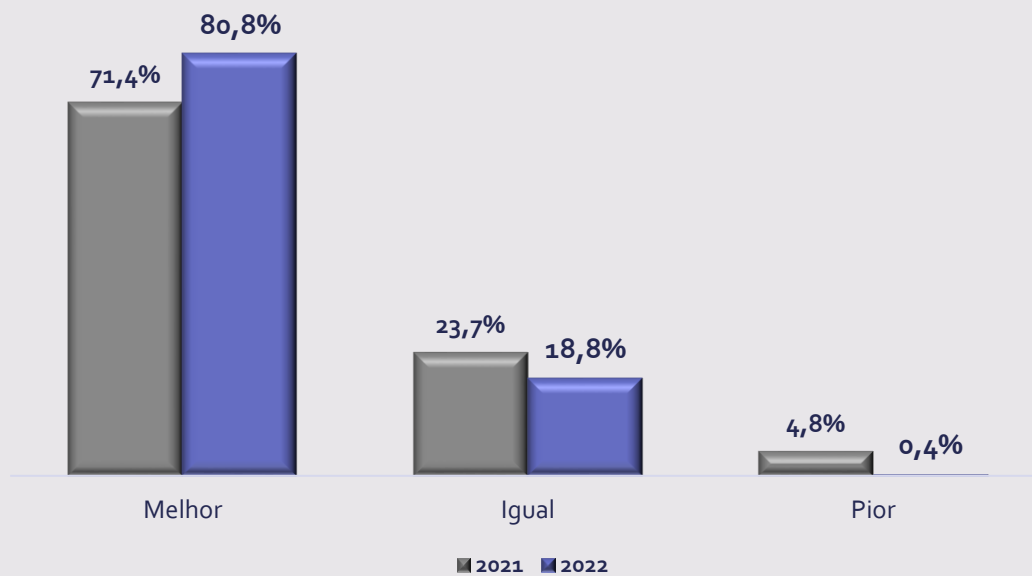


Gráfico 19 – Pensando na situação atual e olhando para o futuro, como você acredita que daqui a um ano estará sua família financeiramente?

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

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Luiz Eduardo

Larissa Santiago

Lidiane Alves

Maria Eduarda

João Vinicius

Josiel Soares

Maria Glória

Jacqueline Aires

Anna Thereza

Celmo Hudson

Débora Nascimento

Pesquisadores