

Intenções de compras  
**DIA DOS PAIS**  
2022 - Natal



Agosto de 2022

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>3</b>
<b>2. ASPECTOS TÉCNICOS .....</b>	<b>4</b>
<b>3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS.....</b>	<b>5</b>
Intenções de compras.....	5
Perfil dos compradores .....	5
Itens .....	5
Presenteados.....	6
Gastos .....	6
Forma de pagamento.....	6
Local de compra .....	7
Quando comprará .....	7
Comemoração.....	7
Percepção econômica.....	8
<b>4. GRÁFICOS E TABELAS .....</b>	<b>9</b>
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

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 prepararem para o Dia dos Pais, comemorado no segundo domingo de agosto, 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 25 de julho a 02 de agosto. 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 600 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**

#### **Intenções de compras**

A pesquisa verificou uma tendência de vendas mais aquecidas para o dia dos pais deste ano na capital potiguar. Dados da Fecomércio RN mostram uma disposição maior dos consumidores em presentear os pais: neste ano, 51,9% dos natalenses afirmaram que pretendem ir às compras. No ano passado, 47,8% dos consumidores tinham intenção de presentear os entes queridos nesta data comemorativa. Apesar da intenção de consumo ser maior que o ano anterior, vale destacar que o índice ainda é inferior ao registrado em anos anteriores à pandemia: 2018 (57,5%), 2019 (55%), 2020 (42,3%) e 2021 (47,8%).

#### **Perfil dos compradores**

Em Natal, as mulheres (55,3%) são a maioria entre aqueles que responderam à pesquisa e intencionam alguma compra no Dia dos Pais 2022, contra 48,3% dos homens que pretendem presentear os pais na data comemorativa. A maioria é jovem, com idades entre 18 e 24 anos (65,4%) e 25 e 34 anos (60,7%). Em relação ao grau de escolaridade, a maioria dos que vão às compras têm ensino superior ou mais (55,8%). E sobre a renda familiar, a intenção de consumo é maior entre os que possuem rendimentos acima de 10 salários mínimos (81,8%).

#### **Itens**

Entre as categorias de produtos buscados, os setores já tradicionalmente comercializados ganham força nessa data comemorativa: os itens de vestuário (54,7%), calçados e acessórios (19,3%) e perfumaria/cosméticos (16,8%) são as principais preferências. Os demais tipos de presentes citados foram eletroeletrônicos ou celulares (5,4%); joias ou relógios (2,8%); entre outros (2,4%). Os que ainda não sabem o que vão comprar somam 7,8%.

O fator preço é a principal preocupação dos entrevistados, que na hora de escolher o item para presentear devem buscar ofertas e promoções (52,2%). Marca do produto (32,1%); formas de pagamento (3,5%); localização da loja (3,2%); indicação (2,2%); nome da loja (2,2%); além de gosto e necessidade (1,9%) também serão fatores importantes na hora de escolher a lembrança para o pai, porém ficarão em segundo plano.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Presenteados**

De acordo com o levantamento, serão presenteados os pais (81,6%); maridos (22,2%), sogros (4,1%); avôs (3,5%); entre outros parentes, como mãe (1,9%); tio/padrinho (0,9%); irmãos (0,9%); filhos (0,6%) e padrastos (0,3%).

A maioria dos consumidores pretende comprar um item, com 63,7% das citações. 30,6% comprarão dois produtos e 5,7% comprarão três ou mais.

**Gastos**

Para 40,1% dos natalenses consultados, o gasto será de R\$ 51,00 a R\$ 100,00; 33,4% deverão priorizar presentes entre R\$101,00 e R\$ 200,00; 15,3% gastarão cifras superiores a R\$ 200,00.

Em Natal, na média, o consumo no Dia dos Pais 2022 será de R\$ 126,43, de acordo com estudo da Fecomércio RN. O gasto é 5,8% nominalmente maior do que o revelado na pesquisa de 2021 (R\$ 119,49). 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 2022 deverá ser maior entre os homens (R\$ 135,14) do que entre as mulheres (R\$ 119,15). Por escolaridade, são pessoas do nível superior ou mais que pretendem desembolsar o maior valor por presente, em média, R\$ 147,66. 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\$ 109,53; R\$ 134,21; R\$ 178,26 e R\$ 194,44, respectivamente.

**Forma de pagamento**

Em Natal, a maioria dos consumidores, que vão às compras, pretende pagar à vista os itens. Essa é a intenção de 54,1% dos entrevistados, um aumento de 13,3 pontos percentuais na comparação com o mesmo levantamento feito em 2021. Sobre o pagamento parcelado, 45,9% pretendem utilizar essa modalidade, queda de 8,7 pontos percentuais em relação à 2021.



### **Local de compra**

No quesito local da compra, em Natal, os shoppings lideram a preferência dos consumidores, com 47,5% das intenções. Cabe registrar que esta expectativa indica um aumento de 7 pontos percentuais acerca dos dados de 2021. As compras no comércio de rua aparecem logo a seguir com 35,7% das indicações dos consumidores, computando acréscimo de 3,4 pontos percentuais em comparação com 2021. As compras pela internet, que no ano passado registravam 17,1% das intenções, aparecem neste ano, com 9,6% das opções. Essa participação representou uma queda em referência à pesquisa do ano passado de 7,6 pontos percentuais.

Para a escolha do local de compra, o nível de preço é decisivo para 34,5% dos consumidores natalenses. Fatores como variedade de produtos (23,1%) e localização do estabelecimento (18,7%) também serão levados em consideração na escolha do local de compra, assim como, qualidade dos itens (8,2%); atendimento (7%); conforto/comodidade (2,8%); facilidade de pagamento (1,9%); 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 também que a maior movimentação de consumidores nos estabelecimentos se dará na semana da data comemorativa. Dos que almejam presentear, 73,2% vão às compras na semana que antecede o dia dos pais. Enquanto 26,8% disseram que já adquiriram os presentes.

### **Comemoração**

Entre os entrevistados, 44,5% afirmaram que pretendem proporcionar uma celebração especial no Dia dos Pais deste ano. Por outro lado, a maioria (55,2%) revelou que não pretende fazer nenhuma comemoração especial na data.

Dentre os que pretendem fazer uma comemoração especial, 23,6% irão optar por almoçar/jantar em casa e 13,8% irão proporcionar um almoço/jantar especial na casa de algum familiar. Outros 7,1% pretendem sair para almoçar ou jantar em algum restaurante ou fazer uma viagem especial.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Acerca das características para a escolha do local, 59,7% relataram que a conveniência para familiares comparecerem será de fundamental importância; bem como o preço (20,8%), lugar que o pai escolheu ou deseja conhecer (13,3%) e atendimento do local (6,2%).

**Percepção econômica**

Em referência ao momento para compra de produtos, 27,8% dos consumidores natalenses classificam como ótimo ou bom; 50,1% consideram regular; ao passo que 22,2% dizem que a situação é ruim ou péssima para aquisição de itens. Em 2021, 39,7% consideravam o momento ruim ou péssimo para compra de produtos; 41% achavam regular; e apenas 19,4% avaliavam como bom ou ótimo.

No que diz respeito à situação financeira familiar, 43,2% dos consumidores entrevistados afirmaram que não mudou quando comparada ao ano passado. Para 29,7% dos consumidores a situação financeira da família está um pouco melhor, e para 27,1% está pior quando comparada com 2021. Em 2021, 14,2% consideravam a situação melhor; 48,7% igual; e 37,1% pior.

Para o futuro, 76,8% dos consumidores natalenses acreditam que a situação financeira familiar daqui a um ano estará melhor, para 16,4% permanecerá igual e, para 6,7% estará pior. Em 2021, 68,7% diziam que em 2022 a situação financeira estaria melhor; 24,7% diziam que estaria igual; e 6,6% consideravam pior.

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

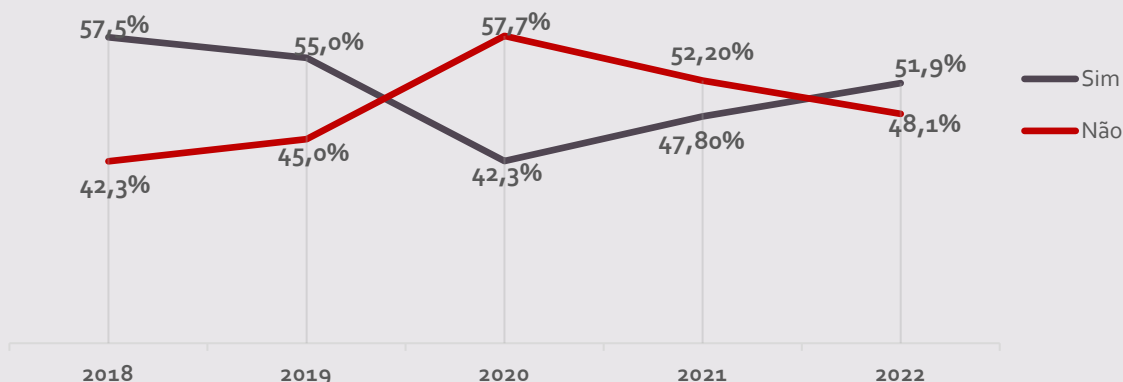


## 4. GRÁFICOS E TABELAS

### Intenções de compras

Gráfico 1 – O Dia dos Pais será comemorado no segundo domingo de agosto (dia 14), 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	55,3%	48,3%	65,4%	60,7%	41,8%	41,1%
Não	44,7%	51,7%	34,6%	39,3%	58,2%	58,9%

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	37,7%	52,1%	55,8%	53,8%	47,5%	48,8%	81,8%
Não	62,3%	47,9%	44,2%	46,2%	52,5%	51,2%	18,2%

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 Pai	52,8%	50,5%	44,5%	49,1%	49,8%
Poupar	3,1%	3,3%	4,6%	10,2%	16,4%
Falta de Dinheiro	22,8%	24,6%	33,5%	30,7%	15,4%
Distância dos pais	5,1%	7,6%	5,2%	6,0%	9,9%
Não comemora a data	5,5%	4,0%	15,3%	9,9%	6,5%
Desemprego	5,1%	7,3%	6,1%	9,6%	4,8%
Pandemia	0,0%	0,0%	14,7%	3,6%	0,0%
Não sabe/Não respondeu	1,7%	1,0%	0,0%	9,0%	0,0%
Outros	3,9%	1,7%	0,9%	2,4%	5,8%

### Presenteados

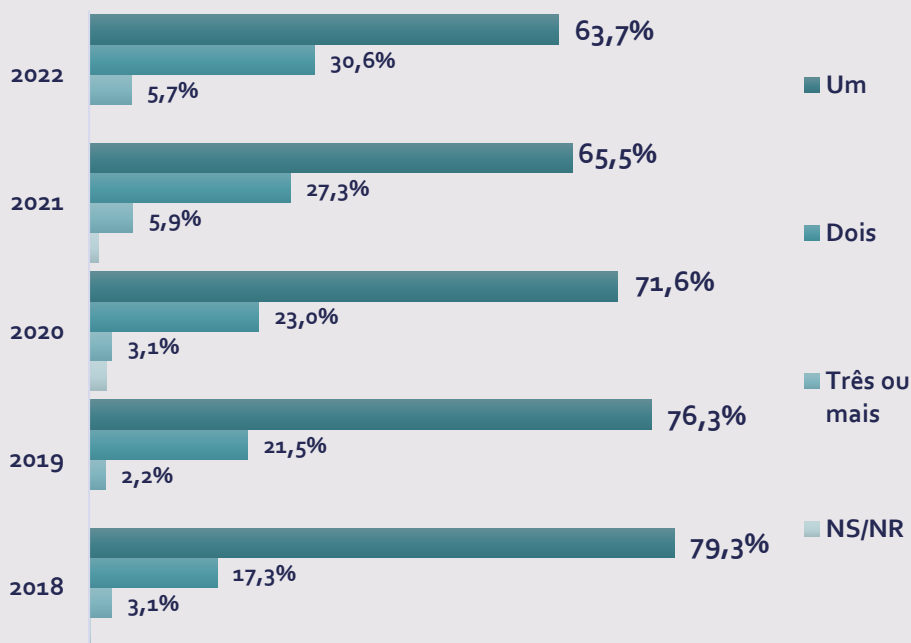
Tabela 4 – Se respondeu “Sim”. Quem o (a) Sr. (a) pretende presentear nesta data?  
(Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2018	2019	2020	2021	2022
Pai	79,5%	79,6%	85,0%	80,0%	81,6%
Marido/Ex-marido	19,7%	20,7%	20,5%	18,8%	22,2%
Sogro	4,6%	2,2%	5,9%	6,9%	4,1%
Avô	2,3%	1,4%	3,5%	2,6%	3,5%
Mãe	3,3%	1,7%	0,0%	2,3%	1,9%
Tio/Padrinho	1,0%	0,6%	2,0%	1,0%	0,9%
Irmão	0,8%	0,0%	1,2%	1,0%	0,9%
Filho	1,5%	1,1%	1,2%	1,3%	0,6%
Padrasto	0,8%	1,7%	0,8%	0,7%	0,3%
Outros	2,5%	1,6%	0,8%	4,3%	2,9%

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	54,2%	58,7%	50,4%	56,6%	54,7%
Calçados/Carteira/Cinto	13,0%	11,5%	11,4%	9,9%	19,3%
Perfume/Cosméticos	16,9%	15,6%	19,3%	12,5%	16,8%
Eletroeletrônico/Celular	5,6%	4,5%	8,3%	6,6%	5,4%
Jóias/Relógio	1,3%	0,6%	0,8%	0,7%	2,8%
Livro	0,5%	1,1%	2,4%	0,7%	0,3%
Produtos automotivos	0,8%	0,8%	0,5%	1,0%	0,3%
Doméstico/Ferramentas/Artigos esportivos	0,3%	0,3%	0,8%	2,0%	0,1%
Outros	1,6%	2,5%	2,6%	5,2%	1,7%
Não sabe	9,5%	8,1%	16,1%	18,1%	7,8%

Gráfico 3 – Qual o principal fator que vai determinar a escolha do presente?

Fonte: Fecomércio RN

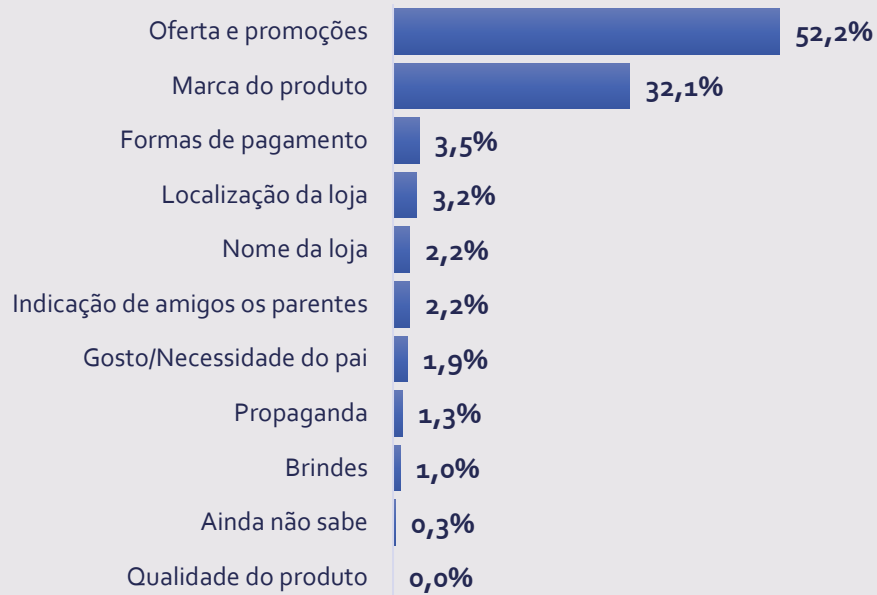


Gráfico 4 – Com relação ao Dia dos Pais do ano passado, o Sr. (a) pretende comprar:

Fonte: Fecomércio RN

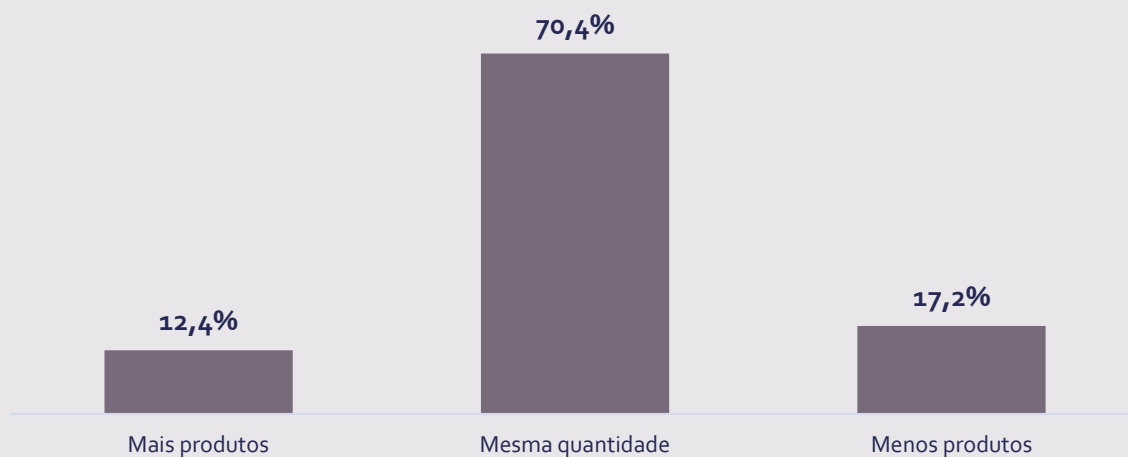
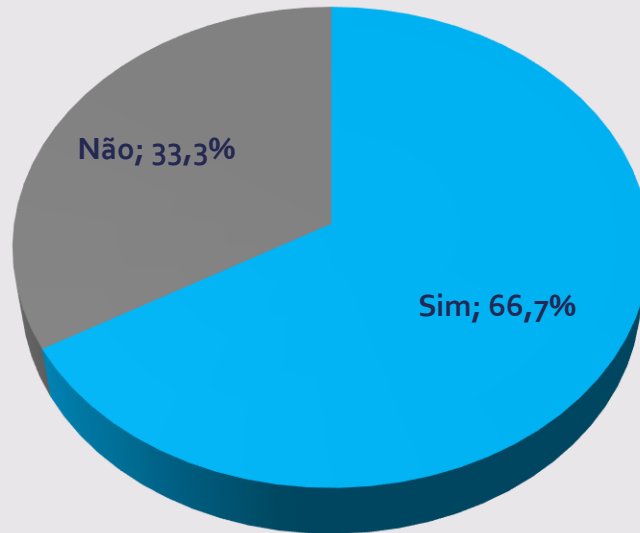
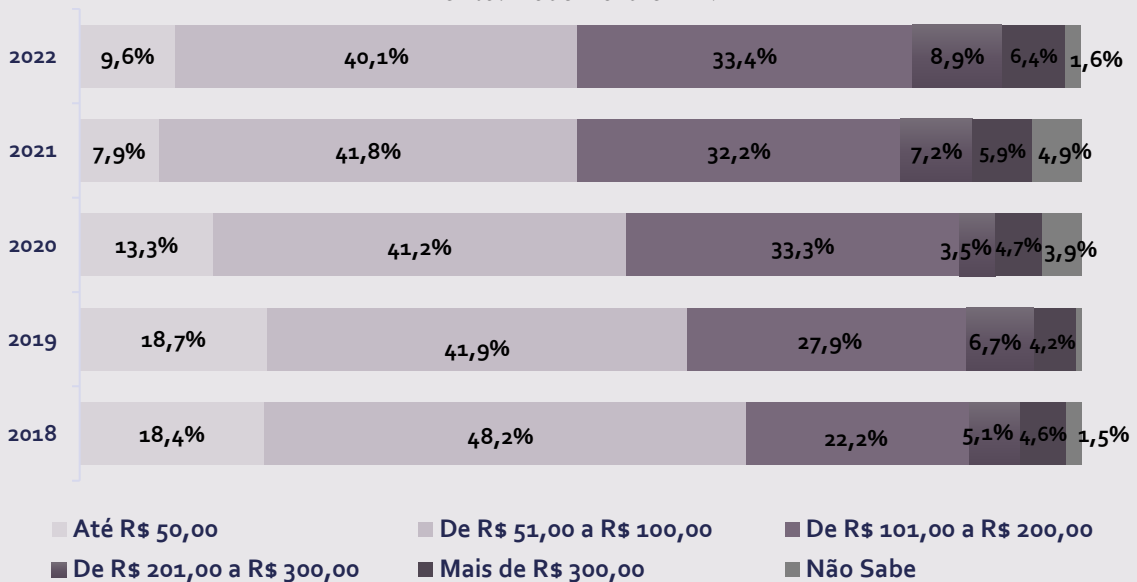


Gráfico 5 – Pretende fazer pesquisa de preço?  
Fonte: Fecomércio RN



### 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

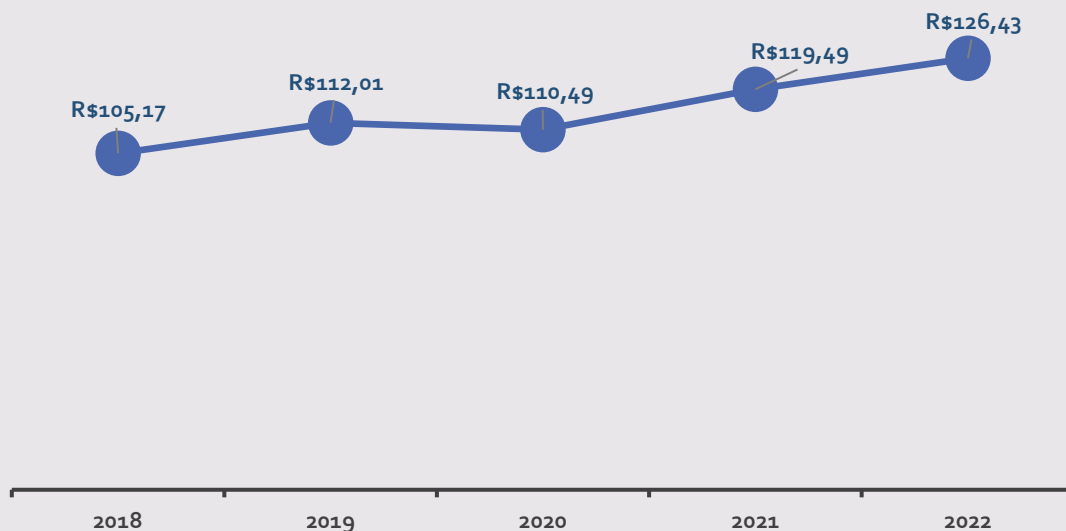


Tabela 6 – Gasto por perfil das pessoas.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	Gasto médio R\$
<b>Feminino</b>	<b>R\$ 119,15</b>
<b>Masculino</b>	<b>R\$ 135,14</b>
<b>18 a 24 Anos</b>	<b>R\$ 122,06</b>
<b>25 a 34 Anos</b>	<b>R\$ 131,82</b>
<b>35 a 44 Anos</b>	<b>R\$ 130,65</b>
<b>Acima de 45 Anos</b>	<b>R\$ 116,67</b>
<b>Ensino fundamental</b>	<b>R\$ 120,00</b>
<b>Ensino médio</b>	<b>R\$ 116,79</b>
<b>Ensino superior ou mais</b>	<b>R\$ 147,66</b>
<b>Até 2 salários</b>	<b>R\$ 109,53</b>
<b>De 2 a 5 salários</b>	<b>R\$ 134,21</b>
<b>De 5 a 10 salário</b>	<b>R\$ 178,26</b>
<b>Acima de 10 salários</b>	<b>R\$ 194,44</b>



## Forma de pagamento

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

Fonte: Fecomércio RN

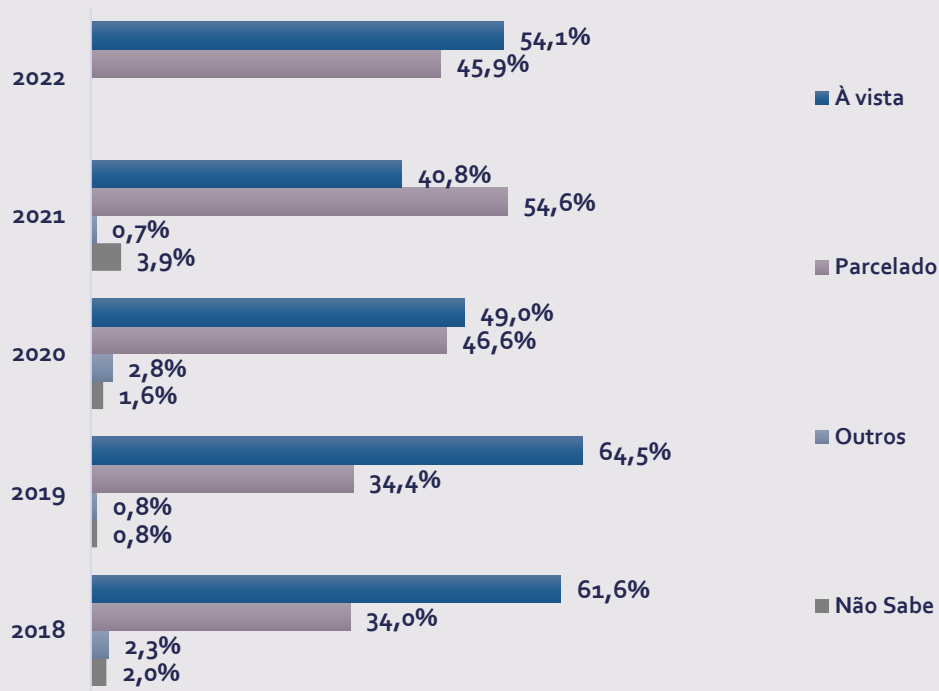
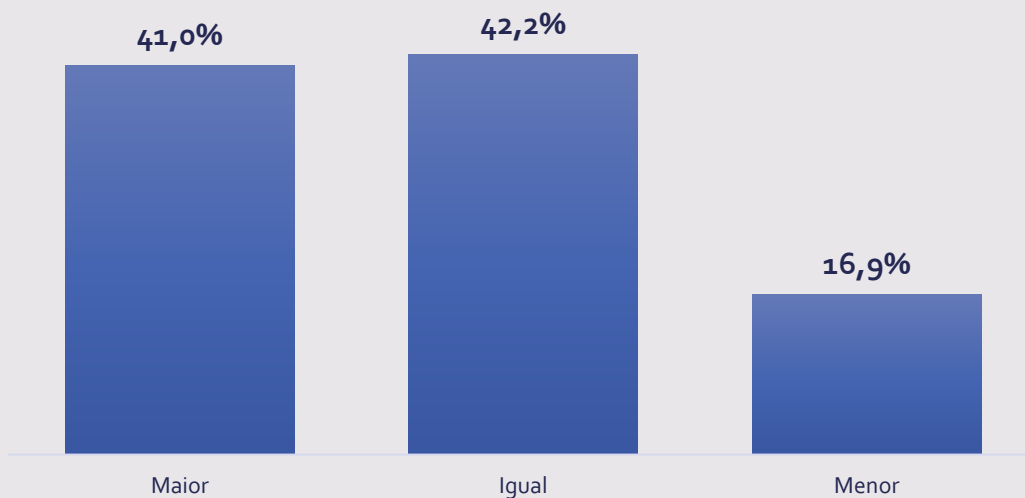


Gráfico 9 – O (s) seu (s) gasto (s) com presentes para o Dia dos Pais neste ano em comparação com ano passado irá ser?

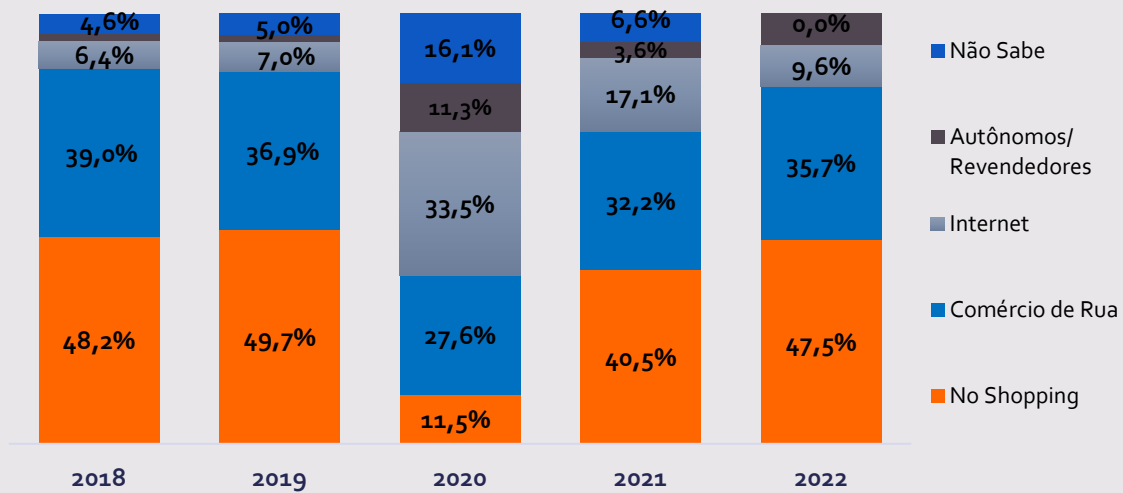
Fonte: Fecomércio RN



### 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

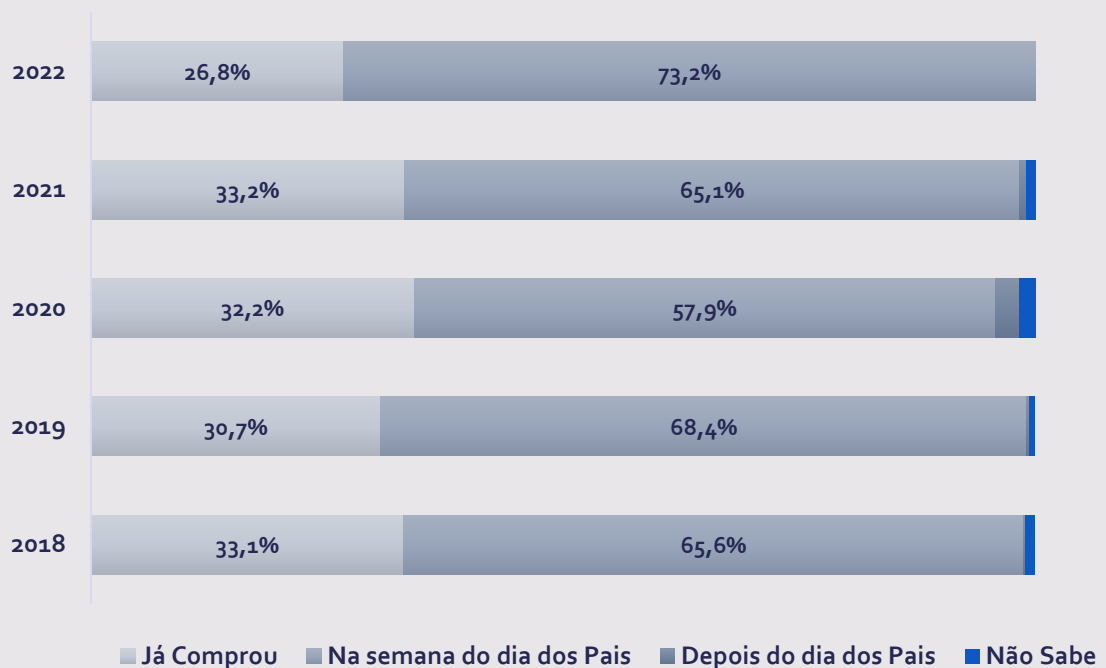


Gráfico 12 – Pretendem comprar nas mesmas lojas que compraram no ano passado?

Fonte: Fecomércio RN

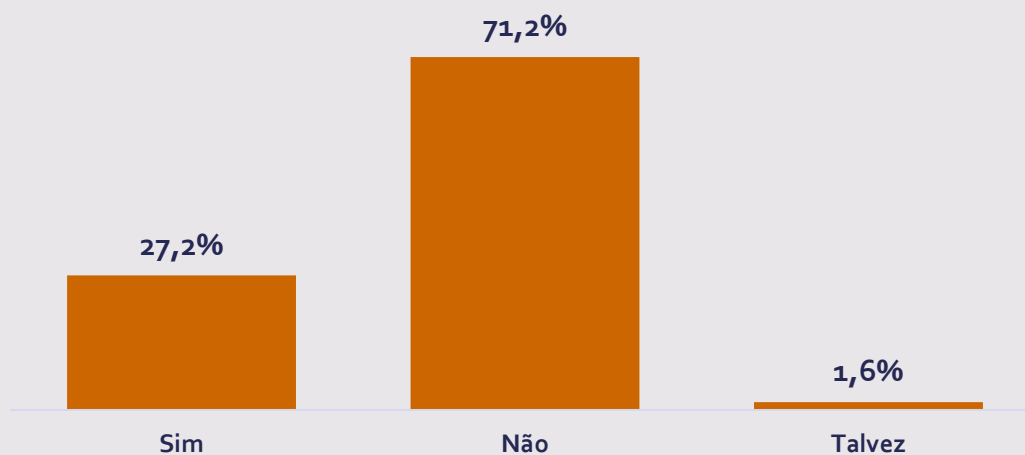
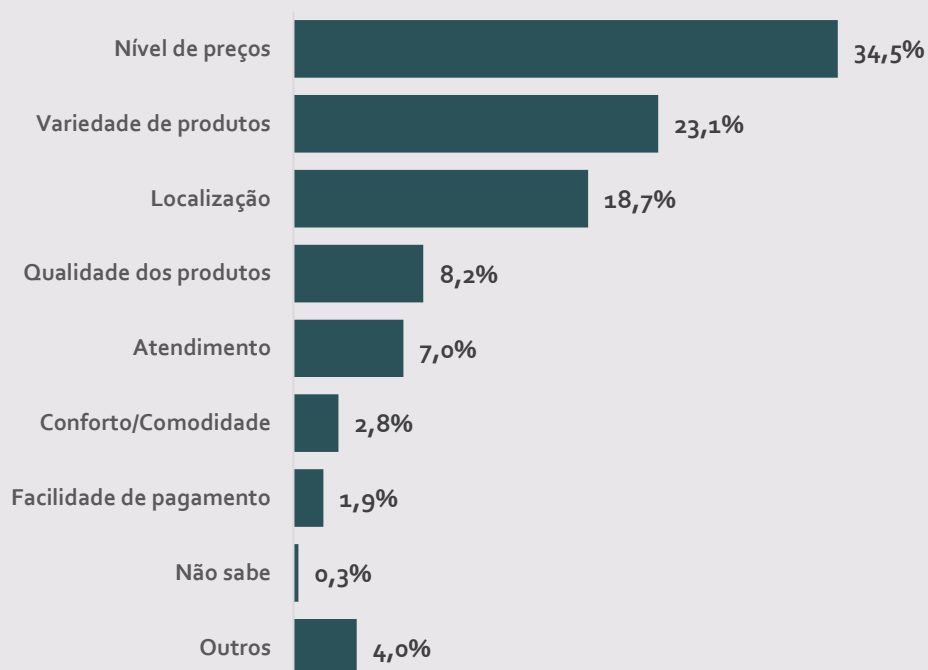


Gráfico 13 – Qual fator pesa mais para decidir o local de compra?

Fonte: Fecomércio RN



## Comemoração

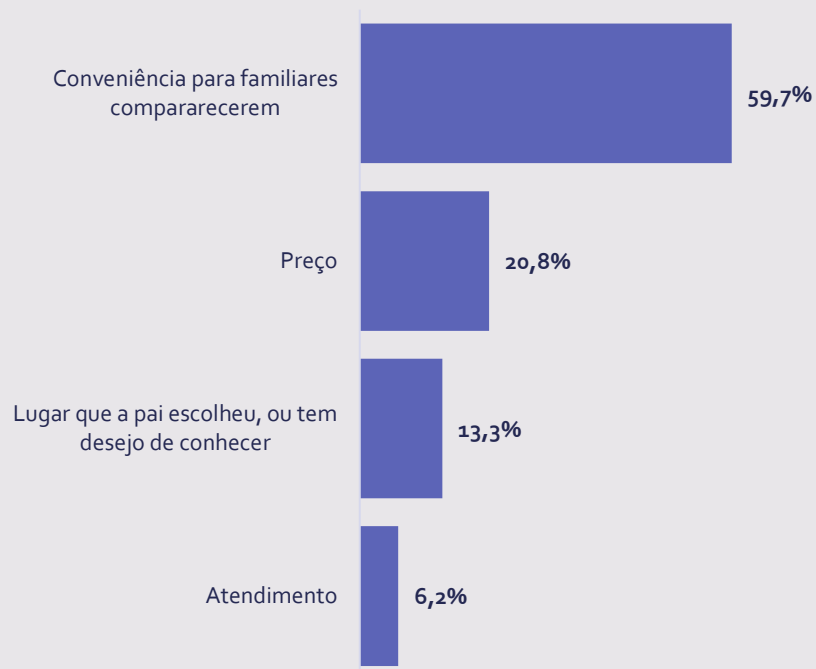
Gráfico 14 – Pretende fazer alguma comemoração especial na data?

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

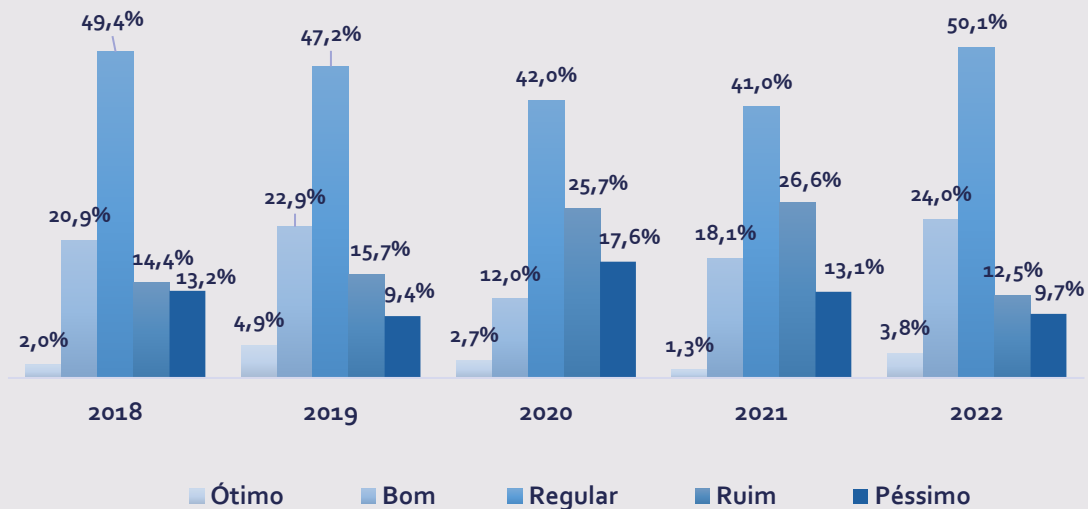
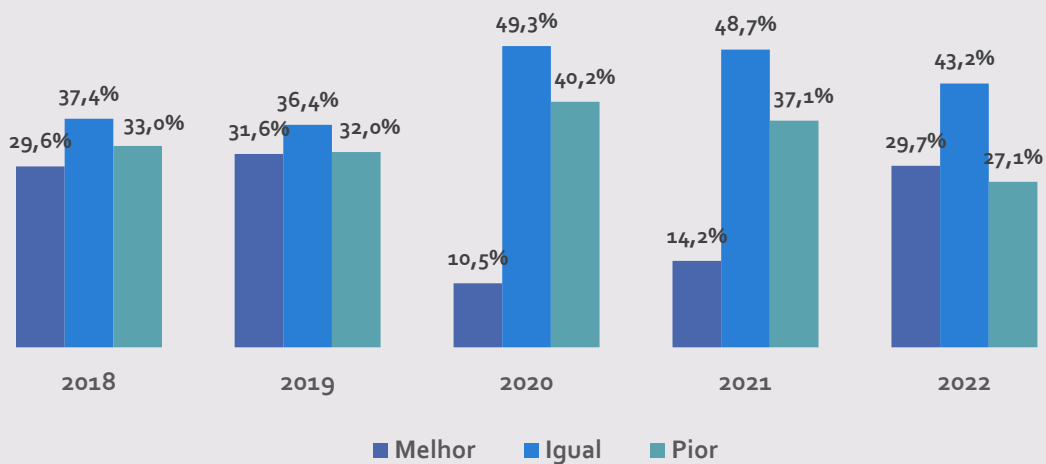


Gráfico 17 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?

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 irão:

Fonte: Fecomércio RN

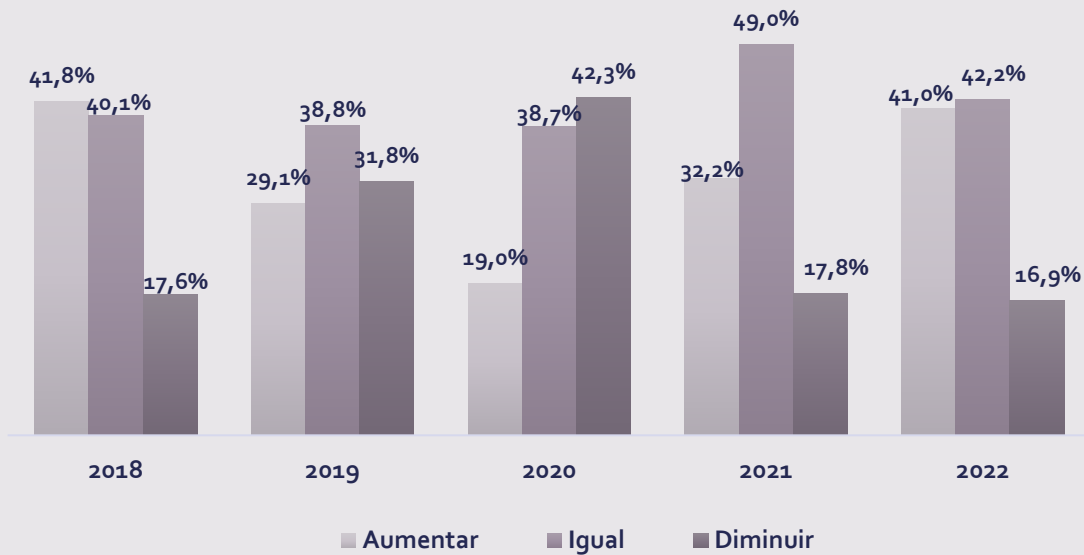
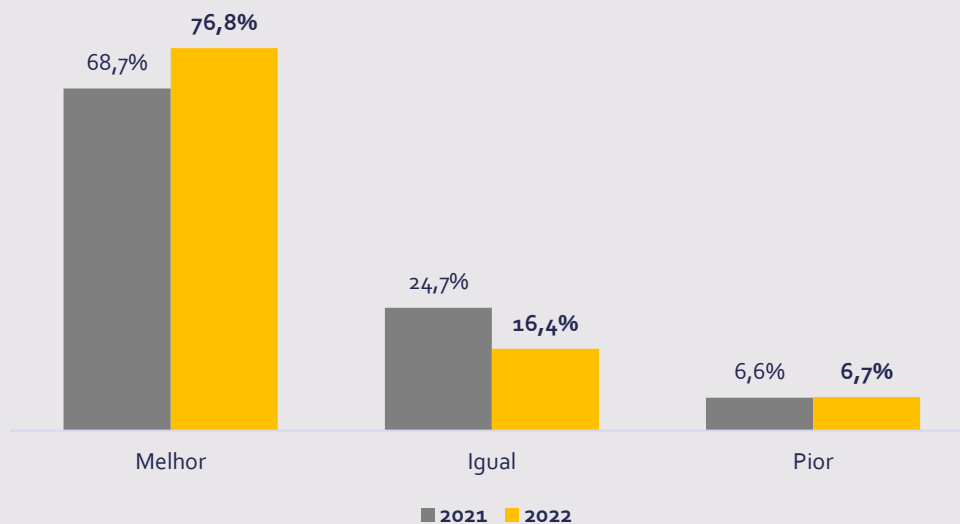


Gráfico 19 – Pensando na situação atual e olhando para o futuro, como você acredita que daqui a um ano estará sua família financeiramente?

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**