

Pesquisa

**Intenções de  
compras  
para o**



Dia das  
**mães**

**Mossoró**

2  
0  
2  
3

Abril de 2023

## Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>3</b>
<b>2. ASPECTOS TÉCNICOS</b> .....	<b>4</b>
<b>3. SÍNTESE DOS RESULTADOS</b> .....	<b>5</b>
Intenção de compras .....	5
Quem vai às compras.....	5
Produtos.....	5
Presenteados .....	6
Gastos .....	6
Forma de pagamento.....	7
Local e quando compra.....	7
Comemoração.....	8
<b>4. GRÁFICOS E TABELAS</b> .....	<b>9</b>
Intenção de compras .....	9
Quem vai às compras.....	10
Produtos.....	11
Presenteados .....	12
Gastos .....	13
Local e quando compra.....	17
Comemoração.....	19
Momento .....	20

## ***1. INTRODUÇÃO***

---

Comemorado no segundo domingo de maio, o Dia das Mães é considerada a segunda melhor data do ano para o comércio varejista. É tradicional no calendário de compras dos brasileiros pelo forte apelo emocional, que afeta 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 2023”. Além de avaliar a intenção de 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 11 e 20 de abril de 2023. 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 Mossoró, foram entrevistados 500 consumidores. Para que o trabalho apresentasse um bom resultado foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral de aproximadamente 3 pontos percentuais.

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**

Os dados de Mossoró mostram que 60,6% dos consumidores planejam ir às compras neste Dia das Mães. Por outro lado, 39,4% não devem manter a tradição, afirmando que não pretendem presentear nesta data comemorativa.

A pesquisa apurou que o índice de intenção de compras deste ano é 3,7 pontos percentuais superior ao registrado no ano passado, quando 56,9% dos consumidores mossoroenses pretendiam presentear na data comemorativa.

Entre os que não vão às compras, as principais justificativas são o fato de não ter quem presentear na data (64%) e a falta de condições financeiras para comprar o presente (44,7%).

#### **Quem vai às compras**

Dentre os mossoroenses que desejam comemorar a data, os motivos apresentados foram: gosta da pessoa que vai presentear (68,3%), costume de presentear na data (67,0%) e gesto importante (44,6%).

O perfil dos mossoroenses mais propensos às compras para a data é de homens (66,2%); pessoas da faixa etária de 16 a 24 anos (80,8%); indivíduos com nível superior ou pós-graduação (73%) e renda familiar entre 6 e 10 salários-mínimos (85%).

#### **Produtos**

Acerca dos itens, os perfumes/cosméticos aparecem como principais itens de presentes, sendo a opção de 28,1% dos respondentes da pesquisa. Em segundo lugar vem vestuário (26,4%), calçados/bolsas (12,9%) e eletrodomésticos (7,6%). Além disso, foram citados celular/eletrônicos (5,0%), joias (4,3%) e móveis (3,0%). Cerca de 26,4% dos entrevistados, no momento da pesquisa, ainda não tinham decidido o que comprar.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

A maioria dos mossoroenses (59,7%) comprará apenas um presente neste Dia das Mães (em 2022 eram 60,2%). Os que pretendem adquirir dois produtos são 31% e quem vai comprar três ou mais itens somam 9,2%.

**Presenteados**

As que mais deverão ser homenageadas com presentes neste dia serão as mães (89,4%), depois aparecem as esposas/companheira (21,8%), as sogras (11,2%), avó (3,6%) e filha/sobrinha (3,0%).

Nesta data comemorativa, os principais atrativos para escolha dos presentes serão ofertas e promoções (40,1%). Em seguida a marca do produto (40,4%), localização do estabelecimento (5,0%) e indicação de amigos ou parentes (4,3%).

**Gastos**

Sobre os gastos, a pesquisa revelou que os mossoronses devem gastar em média R\$ 123,03 no presente do Dia das Mães deste ano, 1,5% a mais do que o computado em 2022, quando o gasto estimado havia sido de R\$ 121,25.

Estratificando o tíquete médio de Mossoró, percebeu-se que os homens (R\$ 134,50) revelam uma disposição a pagar preços mais elevados do que as mulheres (R\$ 111,85).

Por renda, observou-se que os consumidores com até 2 salários devem desembolsar em média R\$ 105,77, e quem possui rendimentos familiares acima de 10 salários-mínimos almejam gastar em torno de R\$ 300,00 na compra do presente.

Em Mossoró, segunda maior cidade do estado, calculou-se que em torno de 114 mil pessoas devam ir às compras no período que antecede o dia das mães 2023, o que representa um incremento próximo de R\$ 14 milhões na economia da cidade, número superior aos 13 milhões de reais projetados no levantamento de 2022.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Além disso, 46,4% dos compradores acreditam que terão que desembolsar um valor maior neste ano para comprar o presente da mãe; 40,1% pretendem gastar a mesma quantia e 13,6% disseram que gastarão menos que o ano anterior.

Os resultados também mostraram que 70% dos consumidores vão pesquisar o valor dos presentes de diversas formas antes de finalizar sua compra (em 2022, o índice era 80,8%).

**Forma de pagamento**

Sobre a modalidade de pagamento, 62,1% dos consumidores mossoroenses pretendem realizar suas compras utilizando cartão de crédito ou débito, enquanto 28,5% planejam usar dinheiro, ao passo que 6,4% devem efetuar a compra dos presentes do Dia das Mães deste ano usando o PIX. No ano passado, 70,2% desejavam utilizar o cartão, à medida que 29,4% o dinheiro.

**Local e quando compra**

Acerca do local de compra, 53,1% devem procurar lojas do comércio de rua para realizar as compras do Dia das Mães, ao passo que 27,7% disseram que desejam comprar em estabelecimentos de shopping da cidade. Outros 8,9% relataram que vão comprar pela internet e 6,6% de revendedores. Em 2022, 42,1% pretendiam adquirir os itens em lojas do comércio de rua de Mossoró, 25,5% em lojas do shopping e 12,4% pela internet.

Além disso, o nível de preços é um dos principais determinantes para escolha do local de compra, citado por 33,4% dos que vão presentear. Outros fatores como variedade de produtos (29,1%), qualidade dos produtos (10,0%) e conforto/comodidade (9,4%), também serão fundamentais.

No que diz respeito ao dia das compras, 64,8% dos consumidores pretendem comprar na semana do Dia das Mães, enquanto 19,4% planejam adquirir os presentes quinze dias antes da data, e 11,5% disseram que vão comprar no dia da comemoração. 3,9% informaram que já compraram.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Ainda em relação aos preços dos produtos para o dia das mães deste ano, 82,5% dizem que estarão mais caros do que no ano passado, 14,9% acham que estarão no mesmo valor e 2,6% consideram que estarão com valores mais baixos.

**Comemoração**

Em referência às comemorações com as mães, 30% dos mossoroenses planejam proporcionar um almoço ou jantar em casa e 12,8% almoçarão e/ou jantarão na casa de familiares. Outros lugares como restaurantes e shoppings foram citados por 8,2% dos entrevistados. O índice dos que não irão realizar nenhum tipo de comemoração foi de 44,8% dos entrevistados, menor que o registrado em 2022 (47,7%).

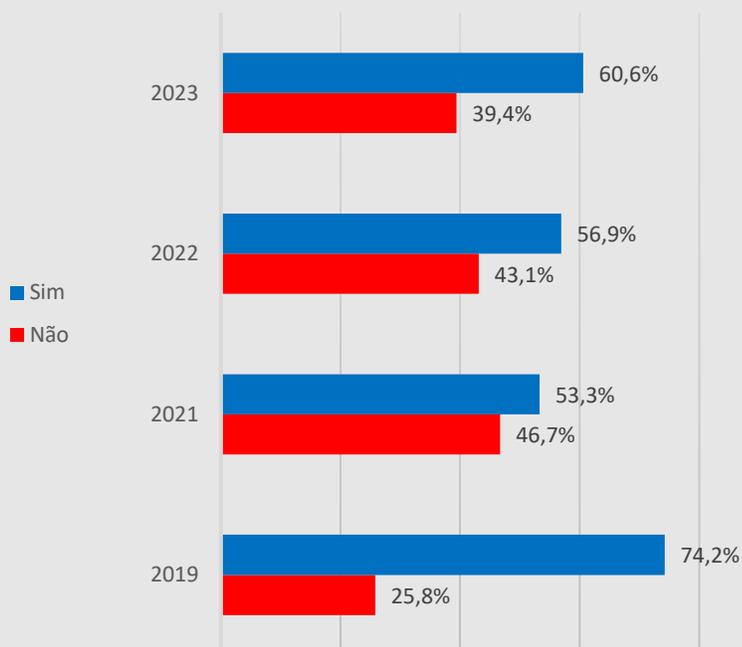
Entre os que vão realizar algum passeio, a conveniência para familiares comparecerem (57,3%), lugar que a mãe escolher (13,3%), preço (11,7%) e atendimento (2,8%) serão fatores essenciais para escolha do local.

## 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 – Intenção de presentear por tipo de público**

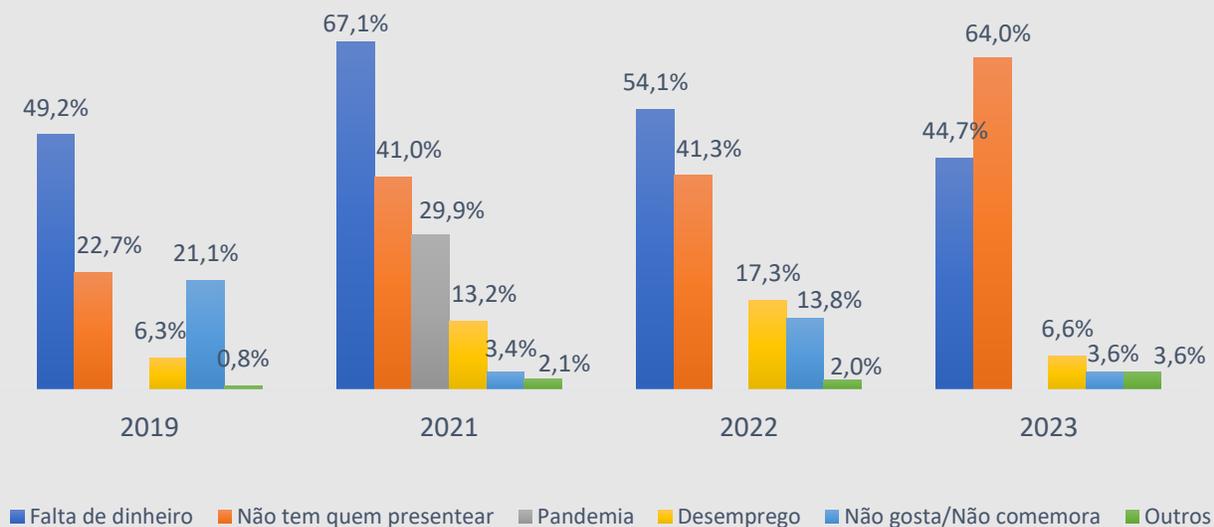
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Sim	Não
Feminino	56,0%	44,0%
Masculino	66,2%	33,8%
16 a 24 Anos	80,8%	19,2%
25 a 34 Anos	78,3%	21,7%
35 a 44 Anos	67,5%	32,5%
Acima de 45 Anos	37,5%	62,5%
Ensino fundamental	31,9%	68,1%
Ensino médio	57,1%	42,9%
Ensino superior ou mais	73,0%	27,0%
Até 2 salários	47,6%	52,4%
De 3 a 5 salários	69,6%	30,4%
De 6 a 10 salários	85,0%	15,0%
Acima de 10 salários	50,0%	50,0%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Gráfico 2 – Por qual motivo o (a) sr. (a) não pretende presentear? (Múltipla resposta)**

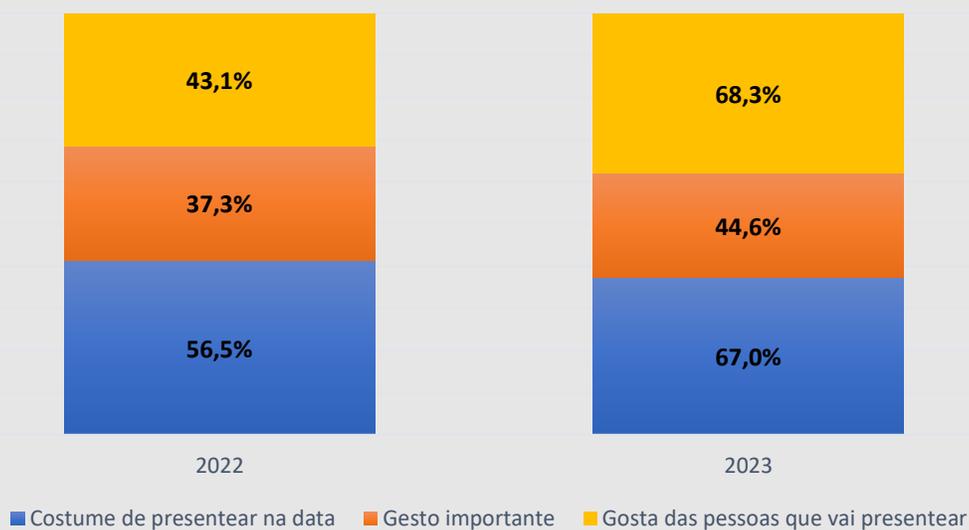
Fonte: Fecomércio RN



**Quem vai às compras**

**Gráfico 3 – (Para quem vai presentear) qual o motivo? (Múltipla resposta)**

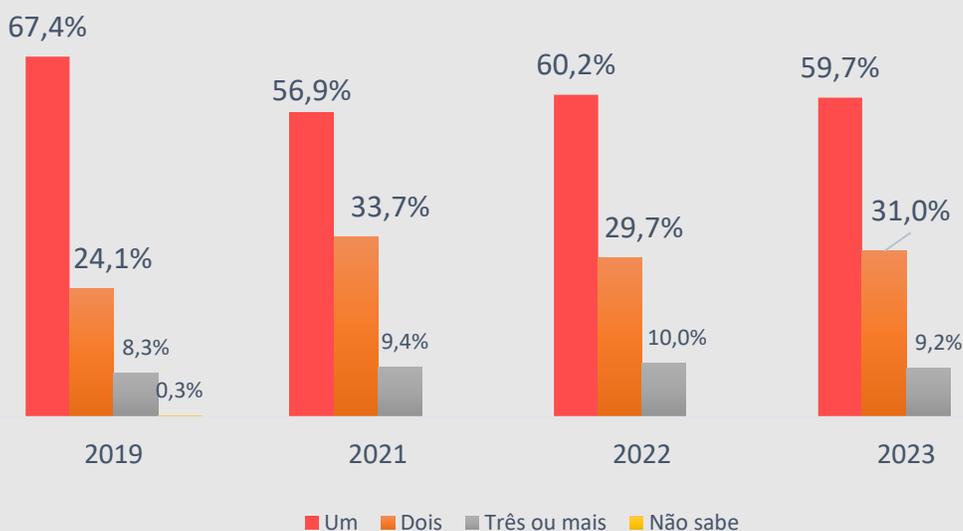
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Gráfico 4 – Quantos presentes serão comprados?**

Fonte: Fecomércio RN



**Produtos**

**Tabela 2 – Qual produto o (a) sr. (a) está interessado em presentear? (Múltipla resposta)**

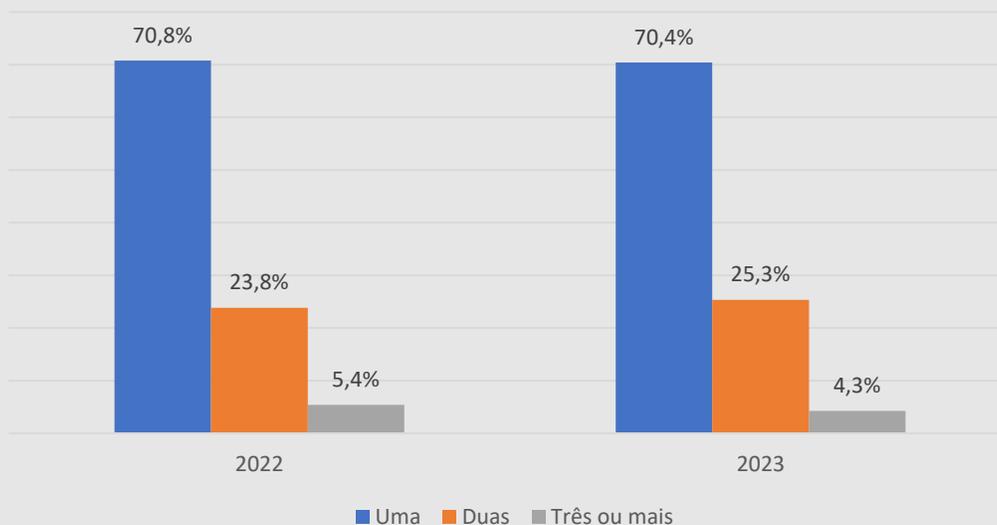
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2019	2021	2022	2023
Perfume/Cosmético	28,6%	21,7%	21,5%	28,1%
Vestuário	31,0%	27,3%	19,6%	26,4%
Calçados/Bolsas	12,7%	11,2%	16,9%	12,9%
Eletrodomésticos	11,6%	11,6%	9,2%	7,6%
Celular/eletrônicos	3,0%	5,2%	4,6%	5,0%
Joias	2,4%	1,1%	4,2%	4,3%
Móveis	4,9%	3,4%	0,0%	3,0%
Flores	1,9%	1,9%	2,7%	1,3%
Produtos para casa	0,0%	0,7%	2,3%	1,3%
Alimentos	1,1%	5,2%	3,5%	1,0%
Livro	0,8%	0,0%	0,8%	0,3%
Outros	1,6%	1,1%	2,7%	0,0%
Não sabe	12,9%	28,1%	32,7%	26,4%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Gráfico 5 – Quantas pessoas pretende presentear?**

Fonte: Fecomércio RN



**Presenteados**

**Tabela 3 – Quem pretende presentear? (Múltipla resposta)**

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2019	2021	2022	2023
Mãe	88,9%	88,8%	88,8%	89,4%
Esposa/Companheira	16,4%	20,2%	24,6%	21,8%
Sogra	13,7%	9,0%	8,1%	11,2%
Avó	5,4%	4,9%	3,8%	3,6%
Filha/Sobrinha	1,3%	2,6%	4,2%	3,0%
A própria	0,8%	6,0%	4,2%	2,3%
Irmã/Cunhada	3,0%	4,1%	0,8%	1,3%
Tia	1,3%	0,7%	0,4%	0,3%
Outros	3,2%	1,1%	0,4%	1,7%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Tabela 4 – Fatores que vão determinar a escolha do presente**

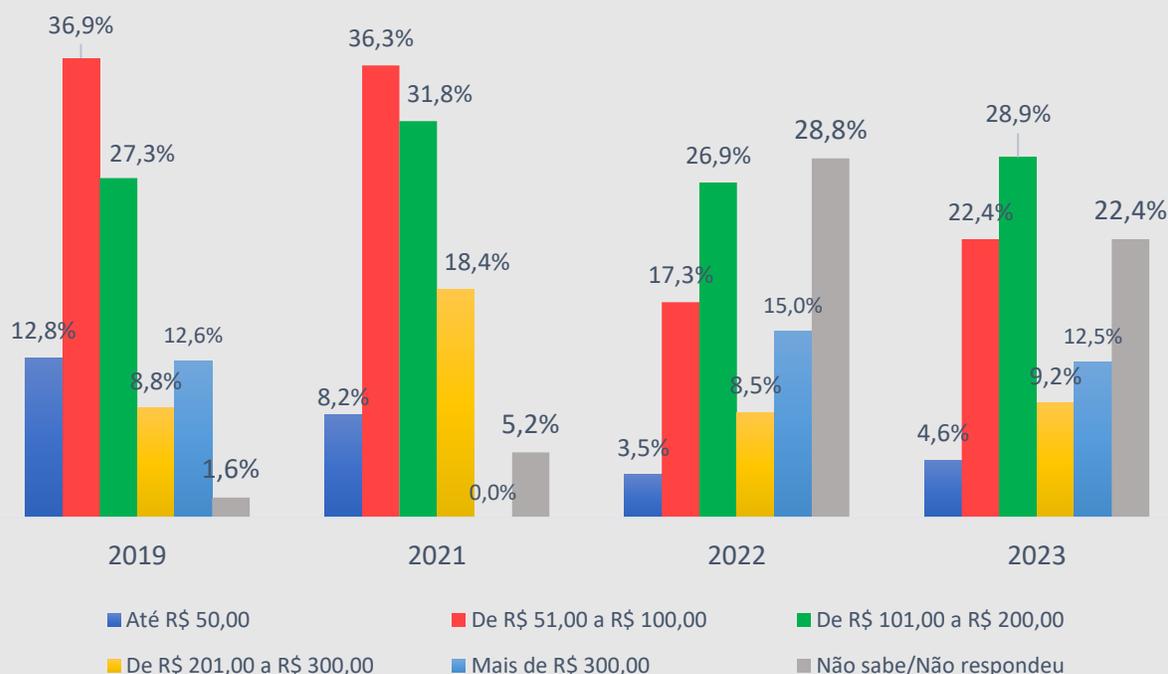
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2022	2023
Oferta e promoções	43,3%	40,1%
Marca do produto	27,0%	40,4%
Localização da loja	10,2%	5,0%
Indicação de amigos ou parentes	3,1%	4,3%
Formas de pagamento	3,4%	3,6%
Necessidade da pessoa	2,7%	0,3%
Gosto da pessoa	2,7%	0,3%
Propaganda	2,4%	0,3%
Não sabe	2,4%	0,0%
Qualidade	1,0%	0,0%
Brindes	0,3%	0,0%
Outros	1,4%	5,6%

**Gastos**

**Gráfico 6 – Quanto pretende investir na compra de presentes?**

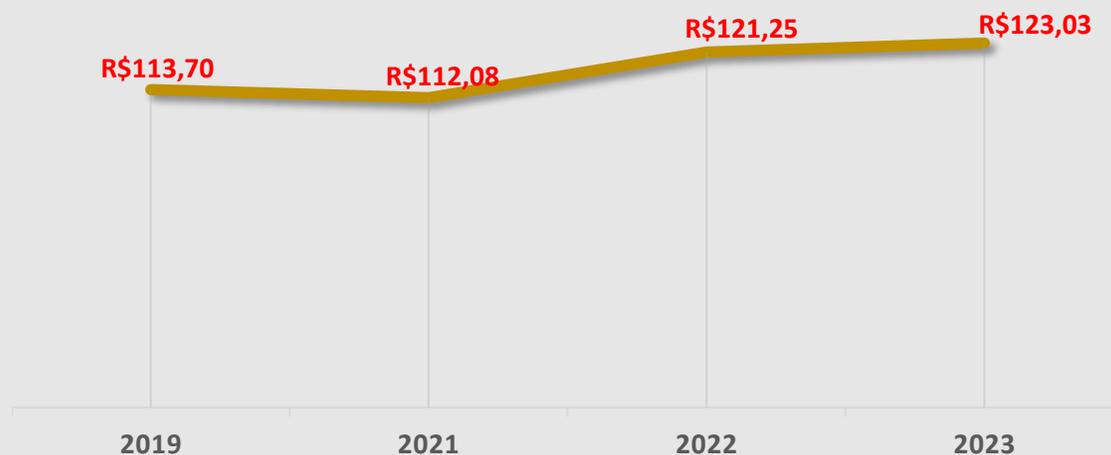
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Gráfico 7 – Gasto médio anual.**

Fonte: Fecomércio RN

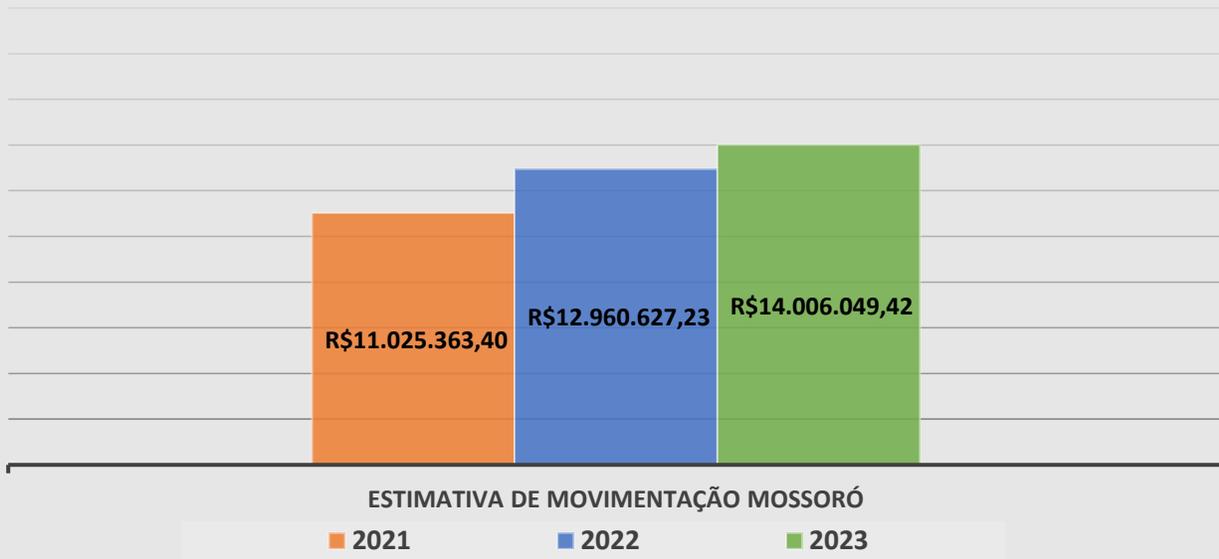


**Tabela 5 – Gastos por tipo de público.**

Perfil	Valor Médio R\$
Feminino	111,85
Masculino	134,50
16 a 24 Anos	158,33
25 a 34 Anos	118,29
35 a 44 Anos	118,98
Acima de 45 Anos	126,12
Ensino fundamental	98,33
Ensino médio	117,48
Ensino superior ou mais	131,99
Até 2 salários	105,77
De 3 a 5 salários	129,17
De 6 a 10 salários	144,61
Acima de 10 salários	300,00

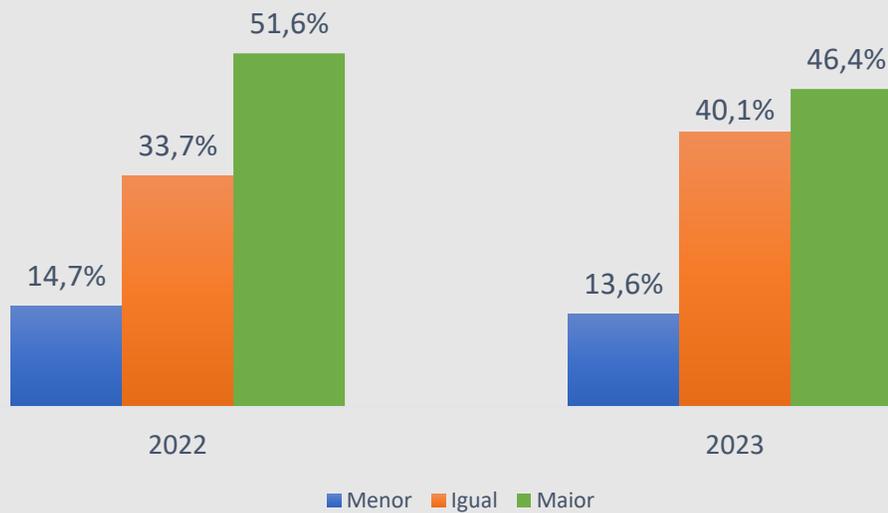
**Gráfico 8 – Estimativa de movimentação Mossoró.**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 9 – Com relação ao ano passado, o seu gasto nesta data comemorativa será:**

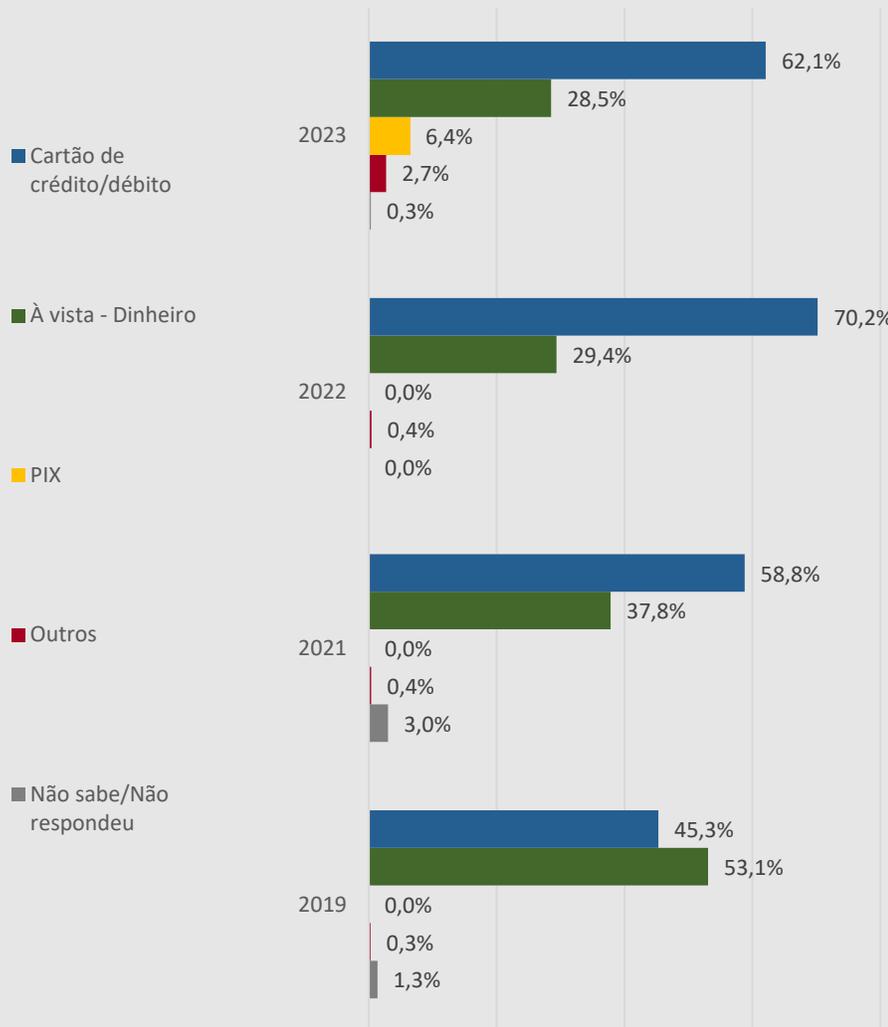
Fonte: Fecomércio RN



Forma de pagamento

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

Fonte: Fecomércio RN

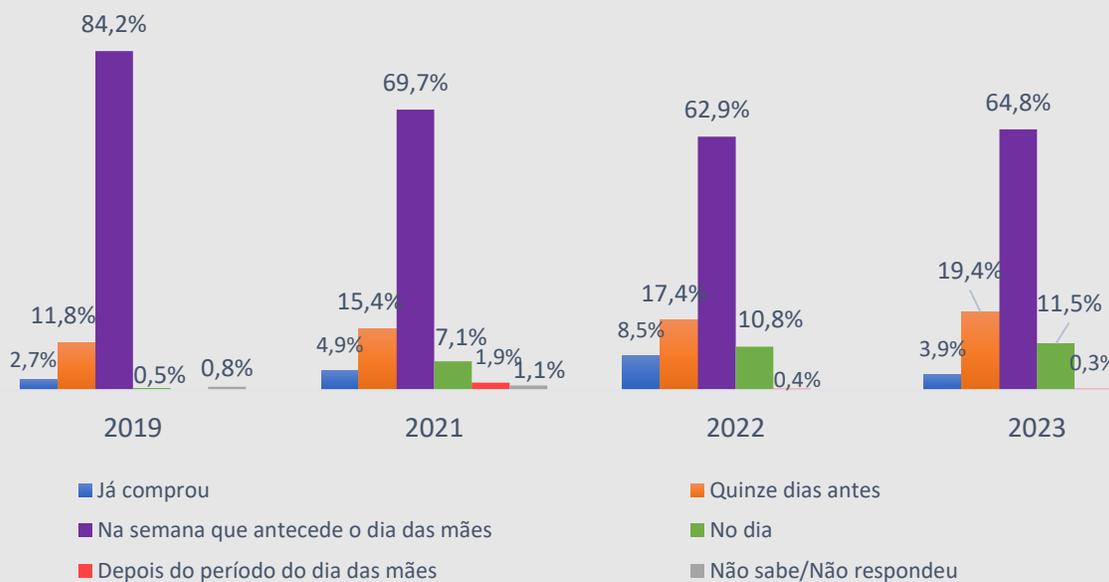


DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Local e quando compra

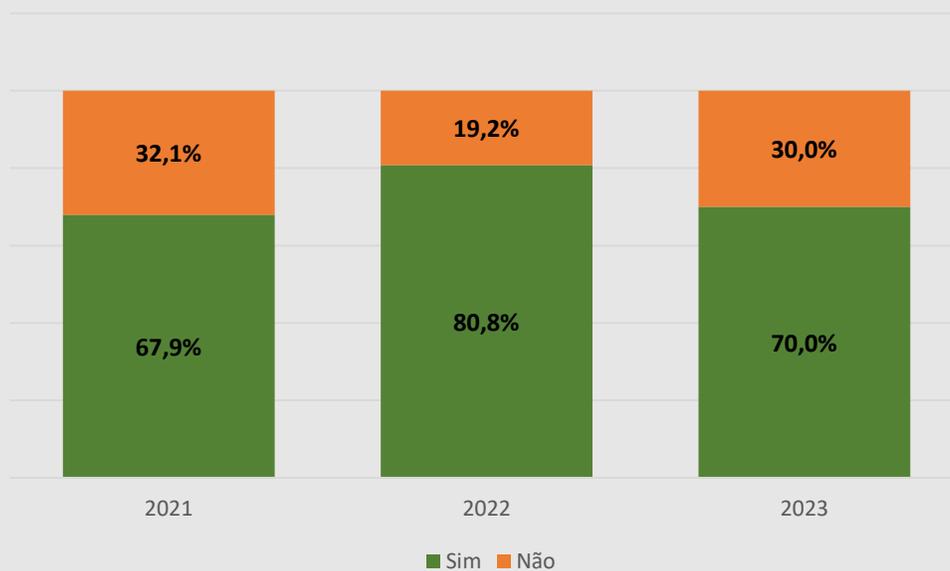
**Gráfico 11 – Quando irá realizar as compras?**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 12 – Pretende fazer pesquisa de preço?**

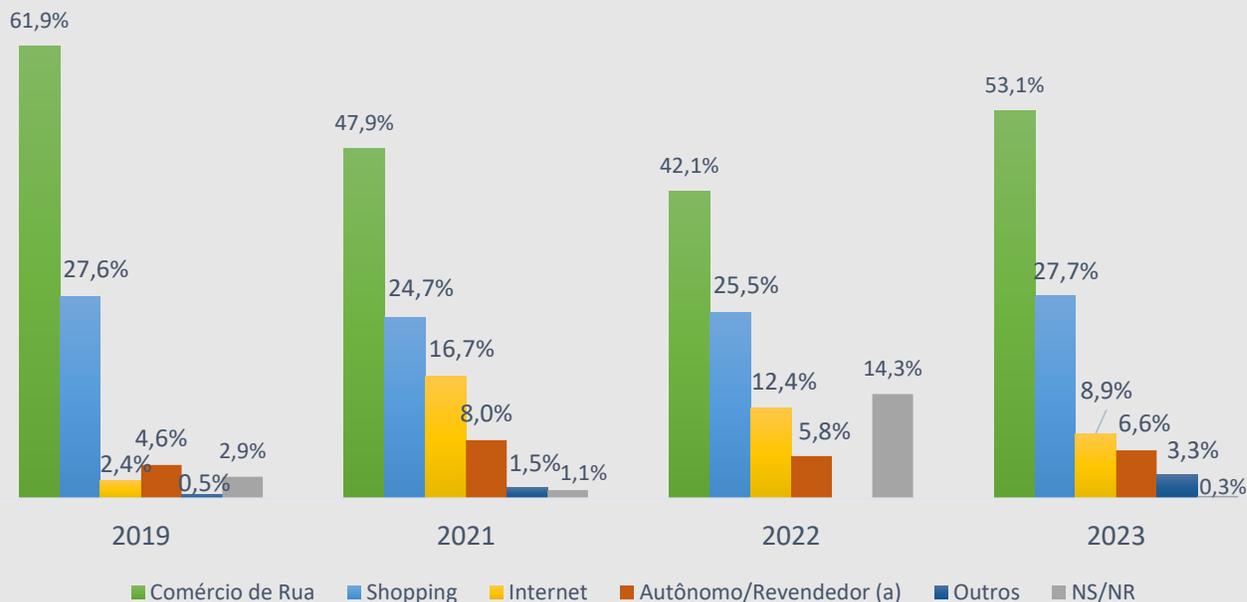
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Fonte: Fecomércio RN



**Tabela 6 – O que será decisivo para escolha do local de compra?**

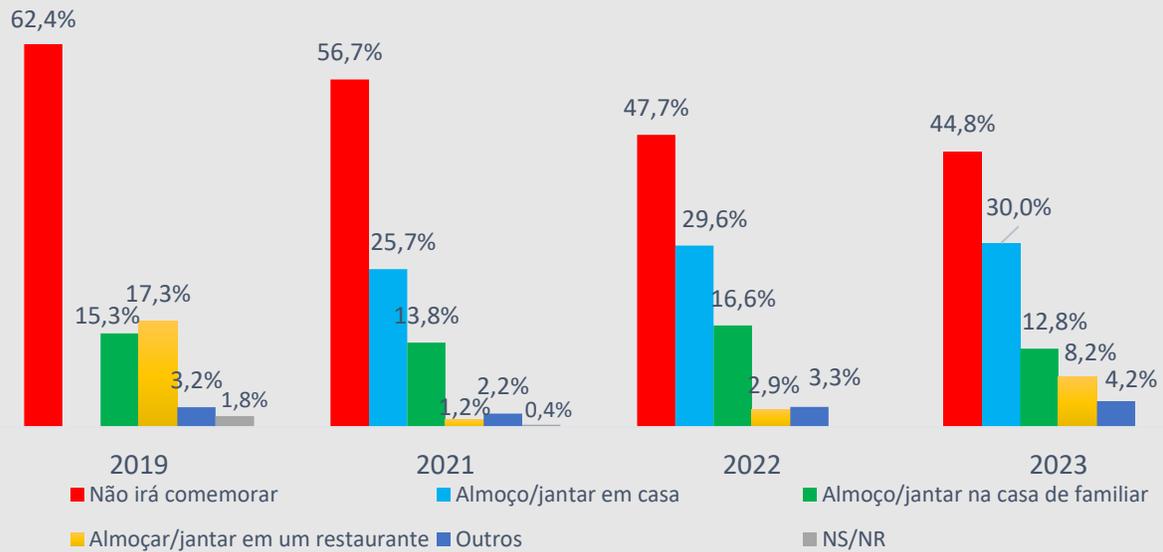
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2022	2023
Nível de preços	31,2%	33,4%
Variedade de produtos	26,3%	29,1%
Qualidade dos produtos	17,9%	10,0%
Conforto/Comodidade	3,9%	9,4%
Atendimento	7,4%	8,0%
Localização	8,4%	7,4%
Não sabe	2,1%	0,7%
Facilidade de pagamento	0,7%	0,3%
Vendas online	0,4%	0,3%
Outros	1,8%	1,3%

Comemoração

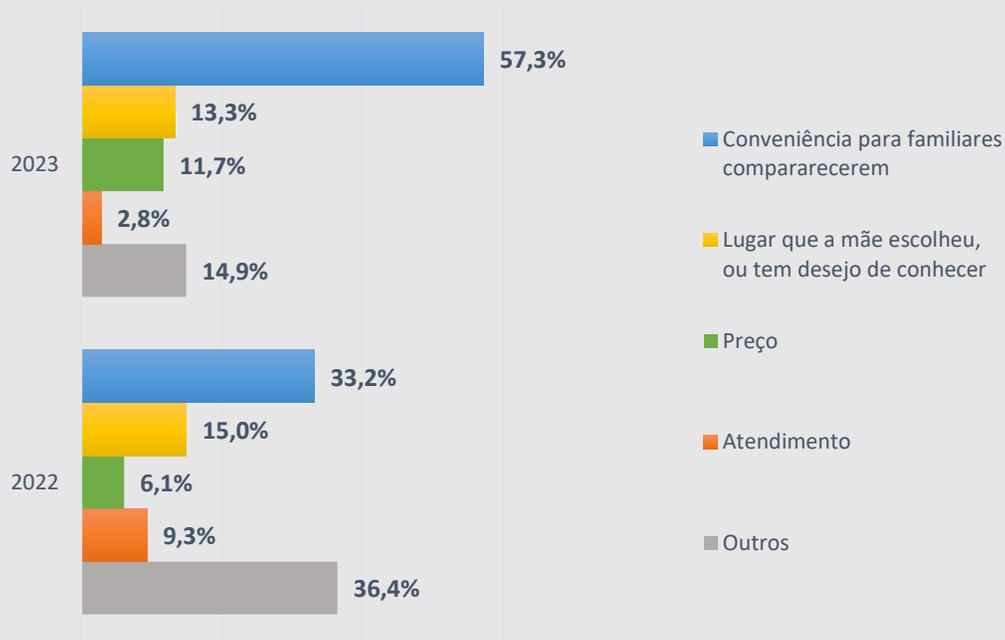
**Gráfico 14 – Como pretende comemorar o Dia das Mães deste ano?**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 15 – Características do local.**

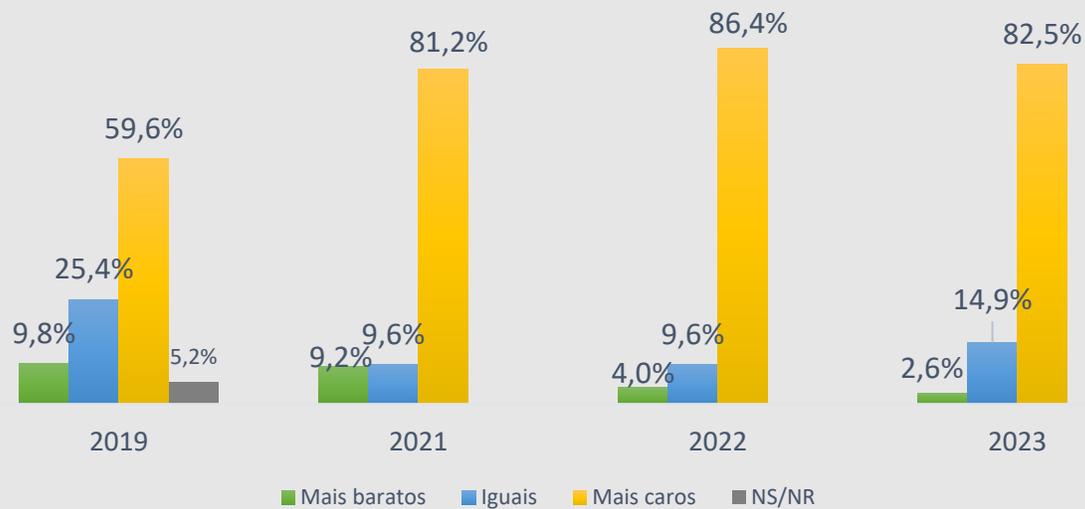
Fonte: Fecomércio RN



Momento

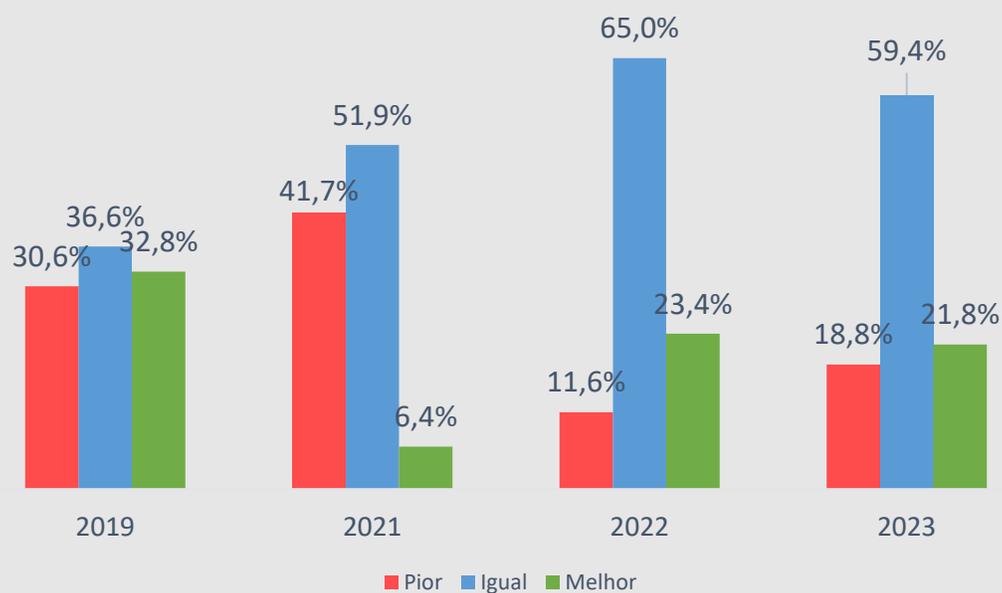
**Gráfico 16 – Quanto aos preços dos produtos neste dia das mães, o (a) sr. (a) acha que estarão:**

Fonte: Fecomércio RN



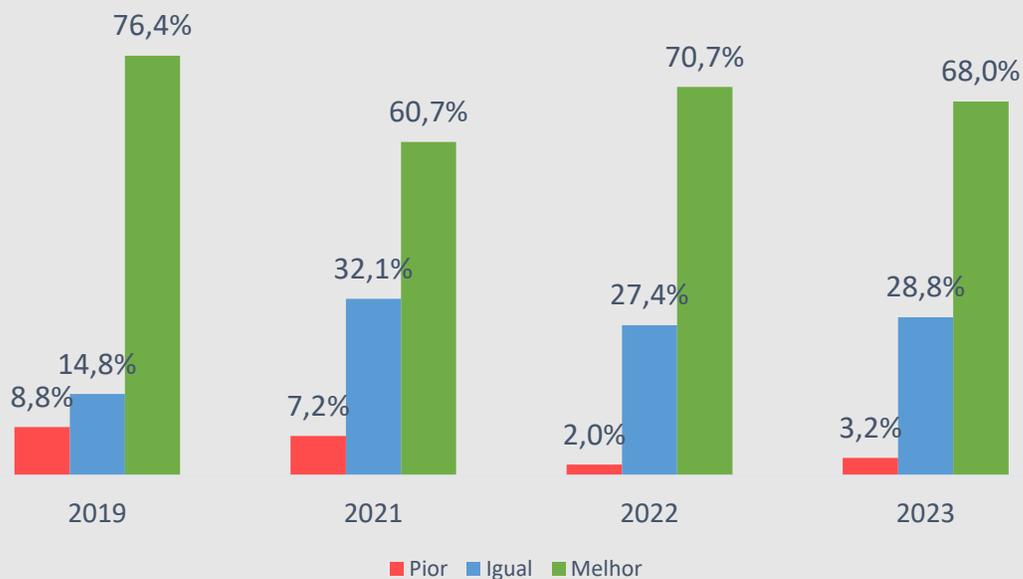
**Gráfico 17 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação a um ano?**

Fonte: Fecomércio RN



**Gráfico 18 – 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

**Coordenadora de Inovação e Competitividade**

Luiz Henrique

**Analista de Negócios**

Ágata Menezes

**Assistente administrativa**

**EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMÉRCIO RN**

Tiago Chacon Fontoura

**Estatístico**

Anna Thereza

Celmo Hudson

Josiel da Costa

Jacqueline Aires

Maria Glória

Natália Pereira

Rogério Antunes

Débora da Cruz

Lidiane Silva

João Soares

Dejailson Alves

**Pesquisadores**