

Fecomércio RN · IFC

— Sistema Comércio —



INTENÇÕES DE COMPRAS PARA O

DIA DOS

PAIS

2023

MOSSORÓ - JULHO DE 2023

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 | 7 |
| Local de compra | 7 |
| Quando comprará | 7 |
| Comemoração..... | 8 |
| Percepção econômica | 8 |
| 4. GRÁFICOS E TABELAS | 10 |
| Intenções de compras..... | 10 |
| Perfil dos compradores | 10 |
| Presenteados | 11 |
| Itens | 12 |
| Gastos | 14 |
| Forma de pagamento | 16 |
| Local de compra | 17 |
| Quando comprará | 17 |
| Comemoração..... | 19 |
| Percepção econômica | 20 |

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 06 e 20 de julho. 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 520 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 pontos percentuais.

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.

3. SÍNTESE DOS RESULTADOS

Intenções de Compras

Os dados da pesquisa mostram que 43,4% dos consumidores mossoroenses pretendem presentear no Dia dos Pais deste ano. O resultado é inferior ao registrado no ano passado, quando a intenção de consumo apurada havia sido de 46,3%.

Perfil dos compradores

Pelo perfil, notou-se que a intenção de consumo para este dia dos pais apresenta-se mais favorável entre as mulheres (49,3%); consumidores das faixas etárias de 18 a 24 anos (77,8%) e 25 a 34 anos (63,9%); com nível superior (56,8%) e renda familiar de 5 a 10 salários-mínimos (53,2%) e acima de 10 salários (60%).

Itens

Em Mossoró, os produtos que os consumidores pretendem presentear no Dia dos Pais deste ano envolvem: Itens de vestuário (40,3%); perfumaria/cosméticos (26,1%); calçados/carteira/cinto/bolsa (12,8%) e eletroeletrônicos (6,6%). Completam a lista joias/relógios (1,8%), dentre outros (3,5%). Vale destacar que 18,1% dos consumidores ainda não decidiram o que vão comprar.

Presenteados

Os mais presenteados serão os pais (92,9%), os maridos/namorado (13,3%); os sogros (6,6%); os avôs (2,2%), entre outros.

Os principais fatores que vão influenciar as suas decisões para a escolha do presente serão fundamentados, principalmente, nas ofertas e promoções (46,9%). A marca do produto aparece com 25,2% das respostas. Com menor percentual, mas ainda relevantes, surgem: nome da loja, indicação de amigos ou parentes, brindes; entre outros

Comprar apenas um item para presentear será a opção de 60,2% dos consumidores mossoroenses, enquanto 32,7% comprarão dois produtos e 7,1% comprarão três ou mais itens para presentear.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gastos

Cerca de 37,9% dos entrevistados revelaram pretensão de gastar entre R\$ 101,00 a R\$ 200,00; outros 4,0% deverão priorizar presentes de até R\$ 50,00; 24,2% vão gastar de R\$ 51,00 a R\$ 100,00; e já 18,5% dos mossoroenses que vão às compras almejam gastar mais de R\$ 201,00. Importante ressaltar que 15,4% dos entrevistados, no momento da pesquisa, disseram que ainda não decidiram quanto irão desembolsar para compra dos produtos.

Entre os mossoroenses, o valor médio que os consumidores revelaram estar dispostos a pagar por presentes será de R\$ 126,54. Comparado à Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia dos Pais do ano anterior, quando o preço revelado foi de R\$ 136,91, houve uma queda nominal do valor médio de 7,6%.

O gasto varia de acordo com o perfil dos consumidores. Por gênero, os homens (R\$ 133,15) revelam uma disposição a pagar preços mais elevados que as mulheres (R\$ 122,28). Em relação a faixa de idade, o perfil acima de 45 anos almeja desembolsar em média R\$ 140,32. Enquanto que o nível de escolaridade com maior poder de compra é o ensino superior, com pretensão de gasto médio em torno de R\$ 135,20. As pessoas com rendimentos de até 2 salários-mínimos vão desembolsar, em média, R\$ 106,94; e quem possui rendimentos familiares acima de 10 salários-mínimos almeja gastar em torno de R\$ 245,83 na compra do presente.

Em Mossoró, 46,5% dos entrevistados relataram que deverão gastar mais no presente deste ano em relação a 2022, enquanto 45,1% deverão investir a mesma quantia, e 8,4% disseram que os valores serão menores.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Movimentação

Já na segunda maior cidade do estado, Mossoró, projeta-se que 81,5 mil pessoas devam ir às compras no período que antecede o Dia dos Pais, o que representa um incremento de R\$ 15,5 milhões na economia da cidade, redução em relação à 2022, quando foi prevista a movimentação de 16,7 milhões de reais na economia mossoroense.

Forma de pagamento

A forma de pagamento utilizada pelos consumidores no Dia dos Pais também foi pesquisada. O levantamento identificou que a compra parcelada deve superar a aquisição à vista.

Observou-se que 55,1% dos consumidores mossoroenses pretendem pagar as compras de modo parcelado. Em 2022 esse dado representava 52,4%. Enquanto a modalidade à vista será utilizada por 43,6% dos consumidores, em 2022 eram 43,8%.

Local de compra

Sobre o local de compra, 49,1% dos consumidores desejam comprar no comércio de rua (aumento de 5,6 pontos percentuais em relação a 2022) e 24,8% em shoppings (queda de 4,1 pontos percentuais em comparação com 2022). Outros 13,3% devem manter a preferência pelos canais de internet (aumento de 0,8 ponto percentual sobre 2022).

Dentre os fatores que influenciam as escolhas do local de compra estão, entre os principais, o nível de preço (36,7%), variedade de produtos (27%) e qualidade dos produtos (16,8%). Além desses, foram citados localização (7,1%); atendimento (4,9%); segurança (1,8%); conforto/comodidade (1,8%); estacionamento (1,3%) e outros (1,7%).

Quando comprará

O período de compra também é um indicador importante para o diagnóstico. Mais de 69,9% dos consumidores revelaram que irão às compras na semana que antecede a data comemorativa. Outros 29,6% disseram que já compraram os presentes e 0,4% ainda não sabem o dia que vão comprar.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Outro dado interessante aponta que 32,1% pretendem comprar nas mesmas lojas que compraram no ano passado, enquanto 61,2% revelaram que devem buscar outros estabelecimentos para adquirirem o presente do pai.

Comemoração

Sobre as comemorações da data, os dados da pesquisa de Mossoró revelam que 34,3% pretendem fazer alguma comemoração especial para celebrar a data, enquanto 65,5% disseram que não irão preparar nenhum tipo de celebração alusiva à data.

Para aqueles que pretendem proporcionar um evento especial em comemoração ao Dia dos Pais, 14,8% irão optar por almoçar/jantar na casa de familiar; 13,1% irão proporcionar um almoço/jantar em casa. Outros 5,8% pretendem sair para almoçar/ jantar em algum restaurante.

A pesquisa mostrou que 57% das pessoas preferem um local que seja conveniente para familiares comparecerem e 19% lugar que o pai escolheu ou tem desejo de conhecer. O preço do local em questão foi citado por 17,7% dos entrevistados, ao passo que o atendimento por 2,5%.

Percepção econômica

Em referência ao atual momento para compra de produtos, 22,5% dos consumidores mossoroenses entrevistados avaliam como ruim ou péssimo; 53,7% afirmam que o momento é apenas regular; enquanto 23,8% dizem que a situação é ótima ou boa para aquisição de itens. Na mesma pesquisa realizada em 2022, 32,8% consideravam o momento ruim ou péssimo para compra de produtos; 42,2% regular e 25% bom ou ótimo.

Sobre à situação financeira das famílias, 64,9% dos consumidores afirmaram que a situação financeira familiar atual, comparada há um ano, permanece igual. No entanto, para 13,2% a situação piorou, e para 21,9% melhorou. No ano passado, 17,4% declaravam estar em situação pior; 65,5% igual; e 17% melhor.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Quanto às perspectivas futuras, 69,1% dos mossoroenses acreditam que a situação financeira familiar daqui a um ano estará melhor, para 27,3% permanecerá inalterada e, para 3,6% estará pior.

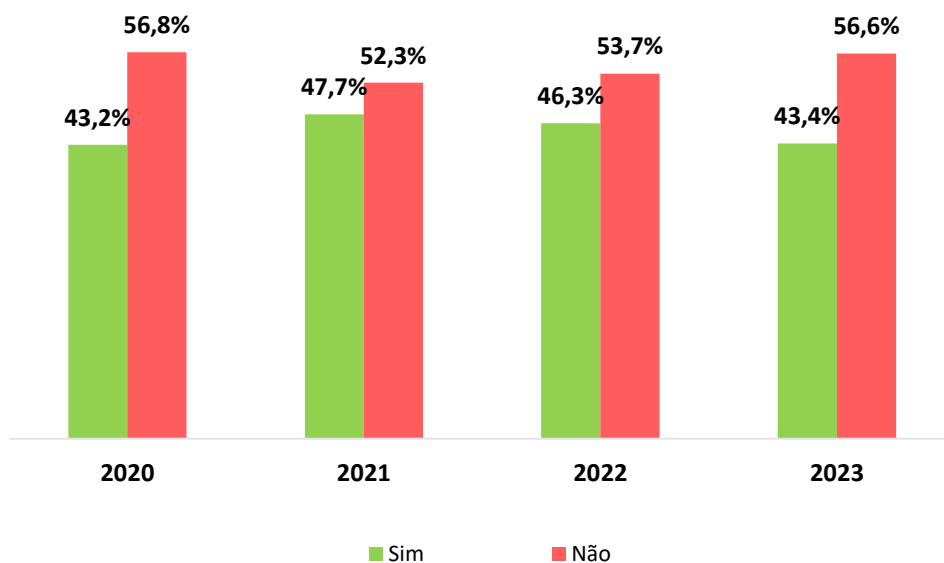
Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

4. GRÁFICOS E TABELAS

Intenções de compras

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

Fonte: Fecomércio RN



Perfil dos compradores

Tabela 1 – Intenções de compras pelo perfil dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de Linha | Sim | Não |
|--------------------------------|--------------|--------------|
| Feminino | 49,3% | 50,7% |
| Masculino | 36,6% | 63,4% |
| 18 a 24 Anos | 77,8% | 22,2% |
| 25 a 34 Anos | 63,9% | 36,1% |
| 35 a 44 Anos | 51,8% | 48,2% |
| Acima de 45 Anos | 16,1% | 83,9% |
| Ensino fundamental | 6,1% | 93,9% |
| Ensino médio | 38,9% | 61,1% |
| Ensino superior ou mais | 56,8% | 43,2% |
| Até 2 salários | 30,9% | 69,1% |
| De 2 a 5 salários | 46,9% | 53,1% |
| De 5 a 10 salário | 53,2% | 46,8% |
| Acima de 10 salários | 60,0% | 40,0% |

Presenteados

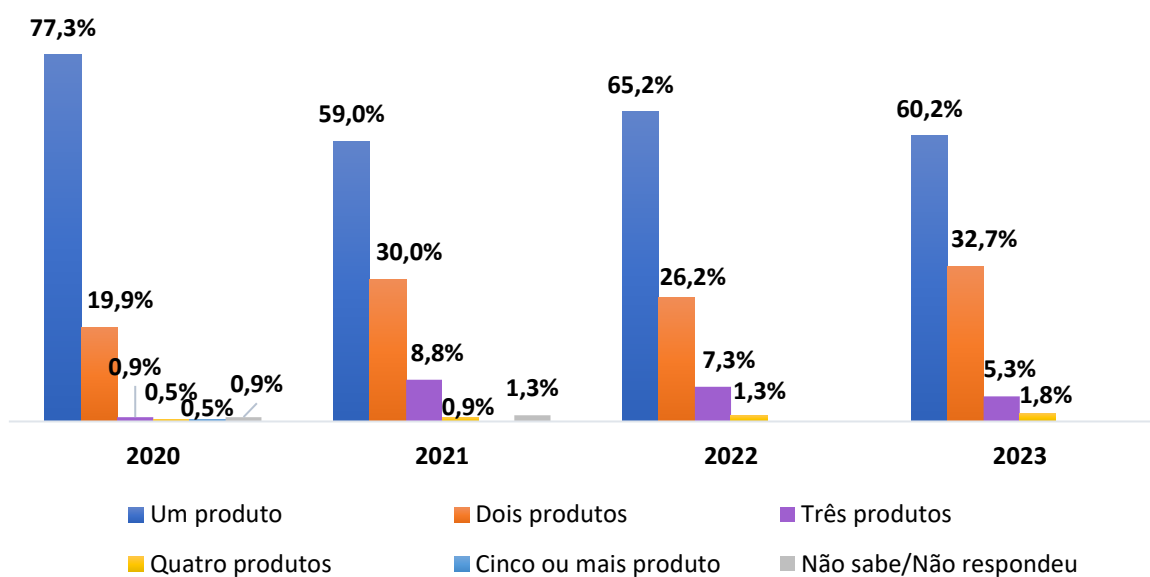
Tabela 2 – Se respondeu “Sim”. Quem o (a) Sr. (a) pretende presentear nesta data?
(Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de Linha | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|------------------|-------|-------|-------|-------|
| Pai | 81,9% | 82,4% | 85,0% | 92,9% |
| Marido/Namorado | 20,8% | 22,9% | 27,4% | 13,3% |
| Sogro | 1,4% | 5,3% | 6,8% | 6,6% |
| Avô | 2,3% | 1,8% | 6,0% | 2,2% |
| Filho | 1,9% | 4,0% | 0,0% | 0,4% |
| A si mesmo | 0,0% | 0,9% | 1,7% | 0,9% |
| Irmão | 0,9% | 0,0% | 0,4% | 0,4% |
| Tio/Padrinho | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mãe | 1,4% | 0,8% | 0,0% | 0,0% |
| Padrasto | 0,5% | 0,0% | 0,4% | 0,4% |
| Outros | 1,9% | 0,9% | 0,4% | 0,4% |
| Não sabe | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Gráfico 2 – Quantos presentes pretende comprar para o Dia dos Pais deste ano?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Itens

Tabela 3 – Que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessado em presentear no Dia dos Pais?

(Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de Linha | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Vestuário | 45,4% | 50,7% | 41,0% | 40,3% |
| Perfume/Cosméticos | 19,0% | 13,2% | 26,5% | 26,1% |
| Calçados/Carteira/Cinto/Bolsa | 9,7% | 10,1% | 20,9% | 12,8% |
| Eletroeletrônicos | 9,3% | 7,5% | 6,4% | 6,6% |
| Jóias/Relógios/Acessórios | 3,7% | 1,8% | 1,3% | 1,8% |
| Livros | 0,9% | 1,3% | 1,7% | 0,9% |
| Artigos de Decoração | 0,0% | 0,9% | 1,3% | 1,3% |
| Bebidas/Comidas | 1,4% | 1,8% | 0,4% | 0,0% |
| Ferramentas | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,4% |
| Produtos automotivos | 0,9% | 0,0% | 1,3% | 0,4% |
| Viagem | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,4% |
| Variedades | 1,4% | 0,9% | 0,0% | 0,0% |
| Outros | 0,9% | 2,2% | 2,1% | 0,0% |
| Não sabe/Não respondeu | 15,3% | 20,3% | 16,2% | 18,1% |

Tabela 4 – Qual o principal fator que vai determinar a escolha do presente?

Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de Linha | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|------------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Oferta e promoções | 40,9% | 60,8% | 52,1% | 46,9% |
| Marca do produto | 21,8% | 23,3% | 23,5% | 25,2% |
| Localização da loja | 0,0% | 0,4% | 2,6% | 12,8% |
| Desejo da pessoa a ser presenteada | 26,3% | 4,0% | 7,3% | 4,0% |
| Formas de pagamento | 0,0% | 2,6% | 3,0% | 2,7% |
| Propaganda | 0,0% | 1,8% | 6,8% | 2,7% |
| Nome da loja | 0,0% | 0,4% | 0,4% | 2,2% |
| Indicação de amigos os parentes | 0,0% | 1,3% | 2,1% | 1,8% |
| Brindes | 0,0% | 0,9% | 0,4% | 0,4% |
| Biossegurança da loja | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Marketing/Divulgação | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Oferecer vendas online | 2,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Outros | 2,0% | 0,9% | 1,3% | 0,4% |
| Não sabe/Não respondeu | 1,0% | 3,5% | 0,4% | 0,9% |

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 3 – Com relação ao Dia dos Pais do ano passado, o Sr. (a) pretende comprar:
Fonte: Fecomércio RN

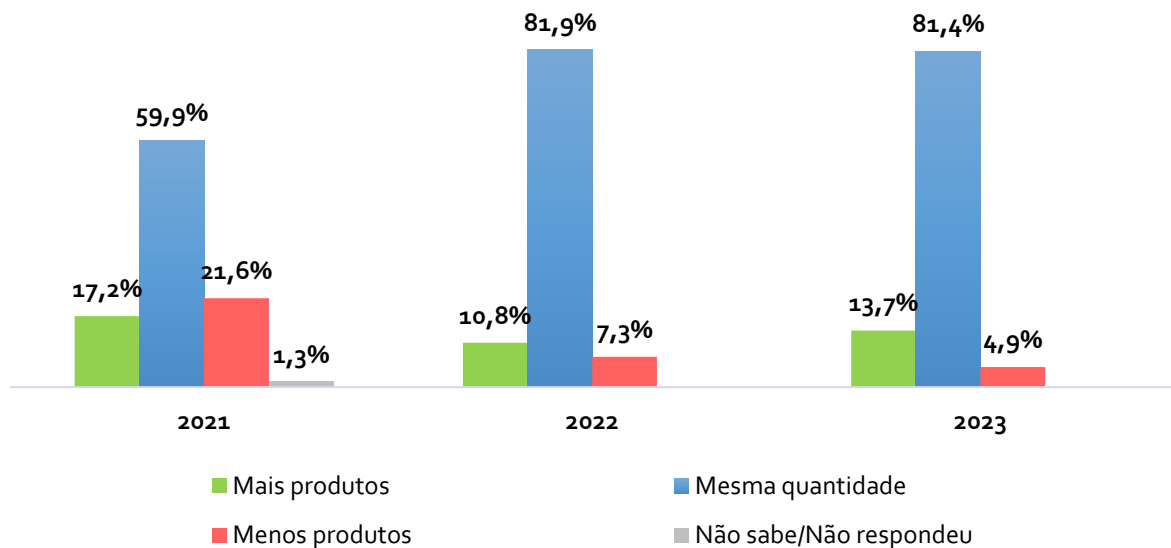
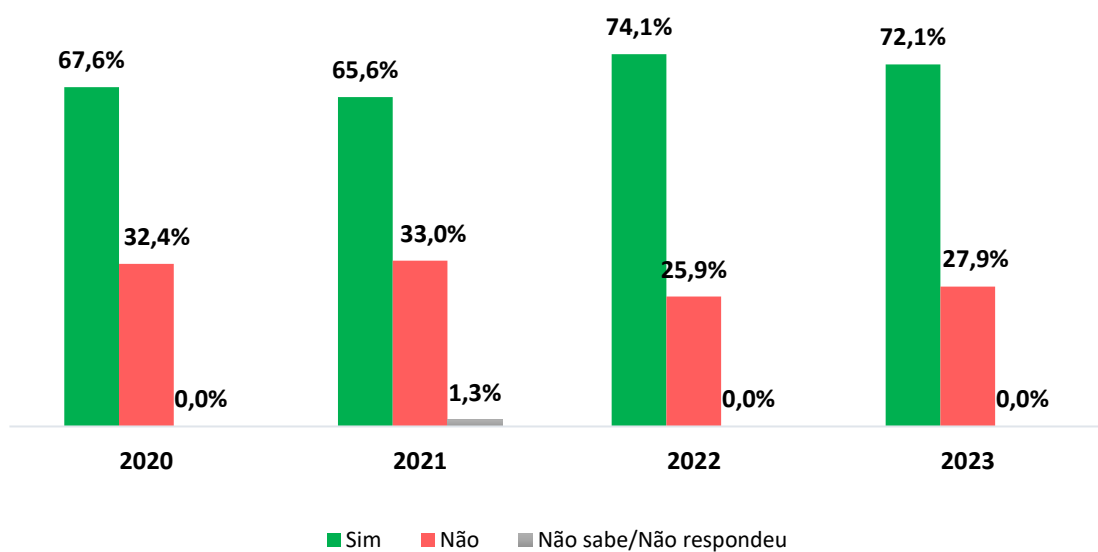


Gráfico 4 – Pretende fazer pesquisa de preço?
Fonte: Fecomércio RN



Gastos

Gráfico 5 – Quanto pretende investir na compra do (s) presente (s)?

Fonte: Fecomércio RN

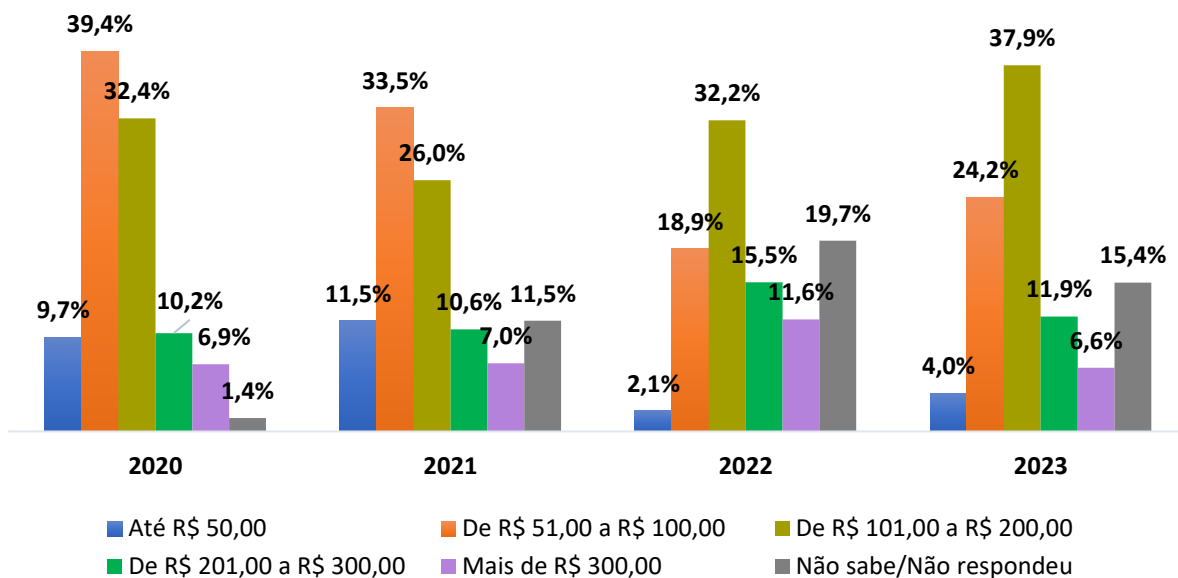
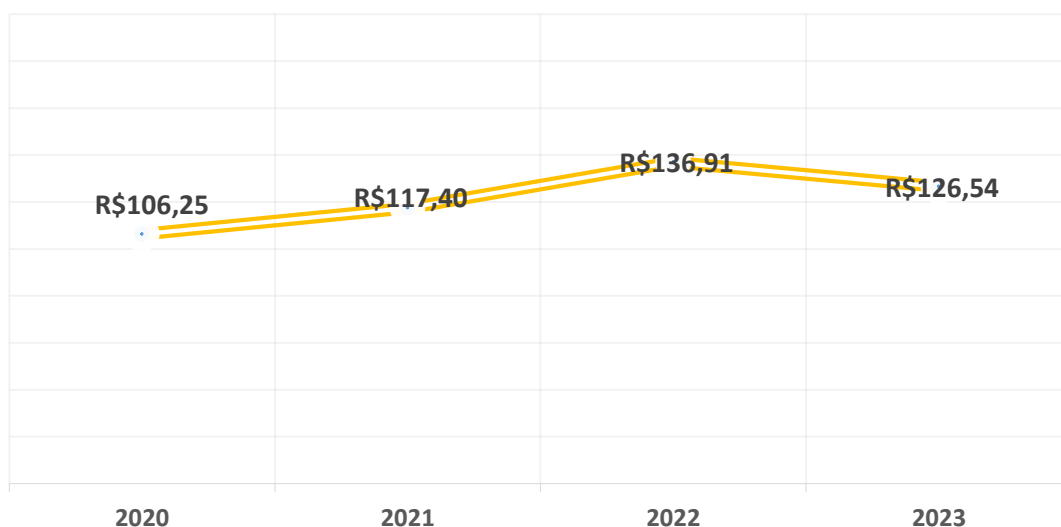


Gráfico 6 – Gasto médio com presente por ano.

Fonte: Fecomércio RN

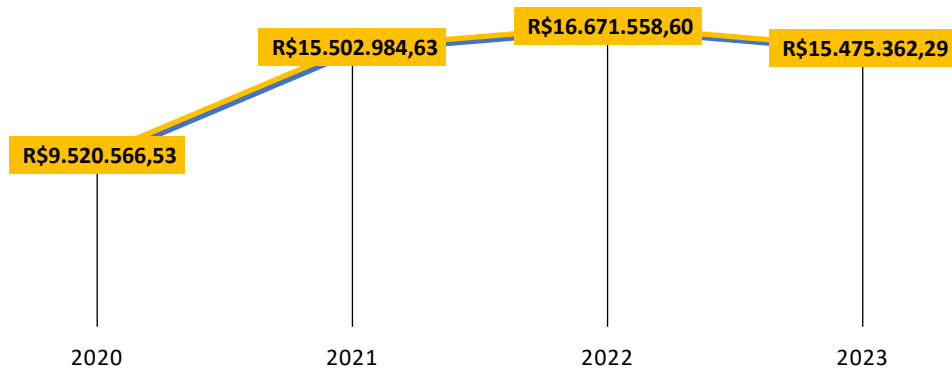


DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 5 – Gasto pelo perfil do público.
Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de Linha | Valor |
|--------------------------------|-------------------|
| Feminino | R\$ 122,28 |
| Masculino | R\$ 133,15 |
| 18 a 24 Anos | R\$ 66,07 |
| 25 a 34 Anos | R\$ 126,32 |
| 35 a 44 Anos | R\$ 131,61 |
| Acima de 45 Anos | R\$ 140,32 |
| Ensino fundamental | R\$ 75,00 |
| Ensino médio | R\$ 117,17 |
| Ensino superior ou mais | R\$ 135,20 |
| Até 2 salários | R\$ 106,94 |
| De 2 a 5 salários | R\$ 124,73 |
| De 5 a 10 salário | R\$ 151,83 |
| Acima de 10 salários | R\$ 245,83 |

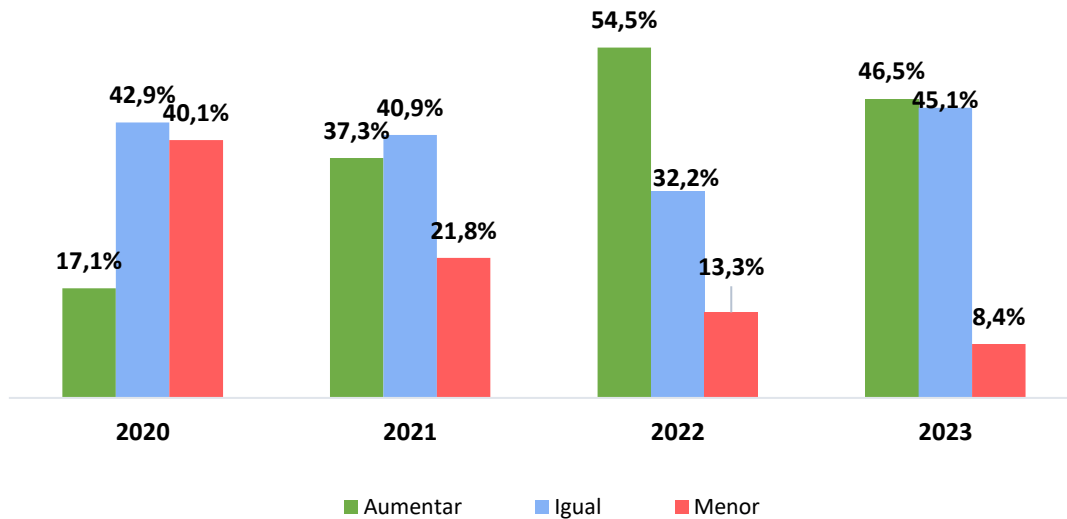
Gráfico 7 – Estimativa de movimentação Mossoró.
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 8 – O (s) seu (s) gasto (s) com presentes para o Dia dos Pais neste ano em comparação com ano passado irá (ão)?

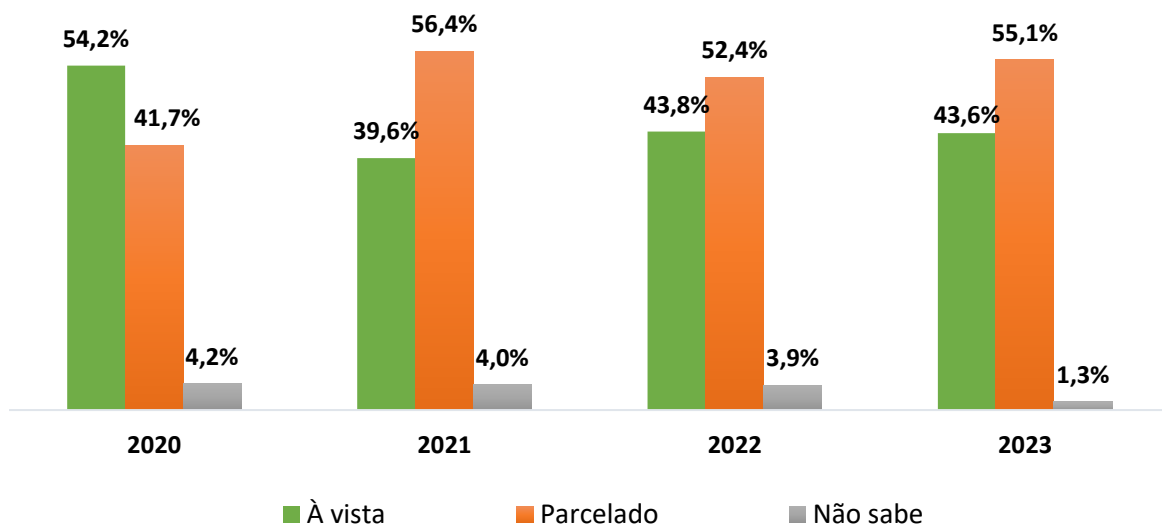
Fonte: Fecomércio RN



Forma de pagamento

Gráfico 9 – Qual a forma de pagamento que deseja utilizar?

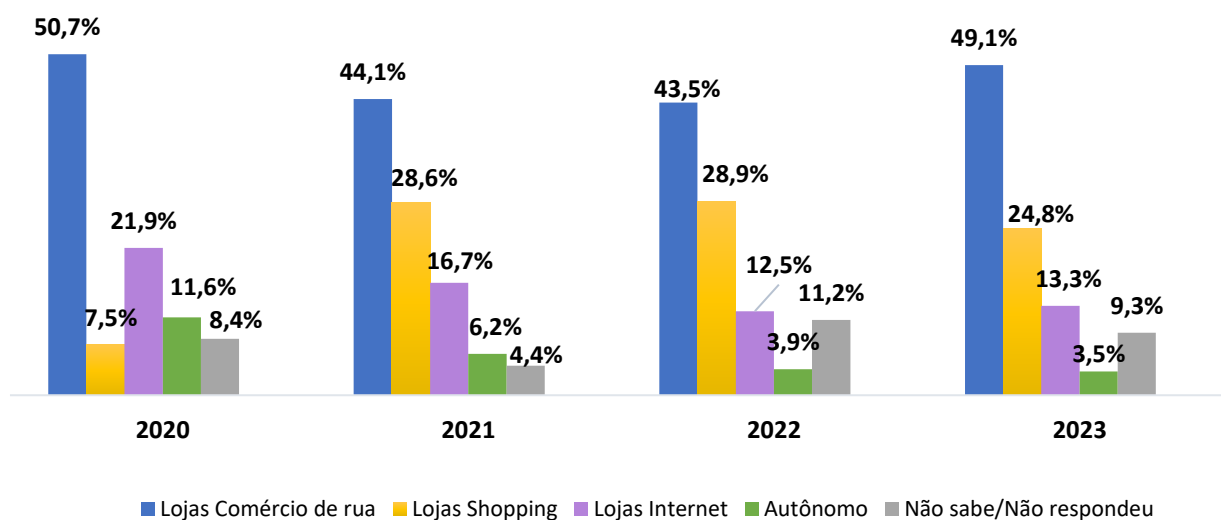
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

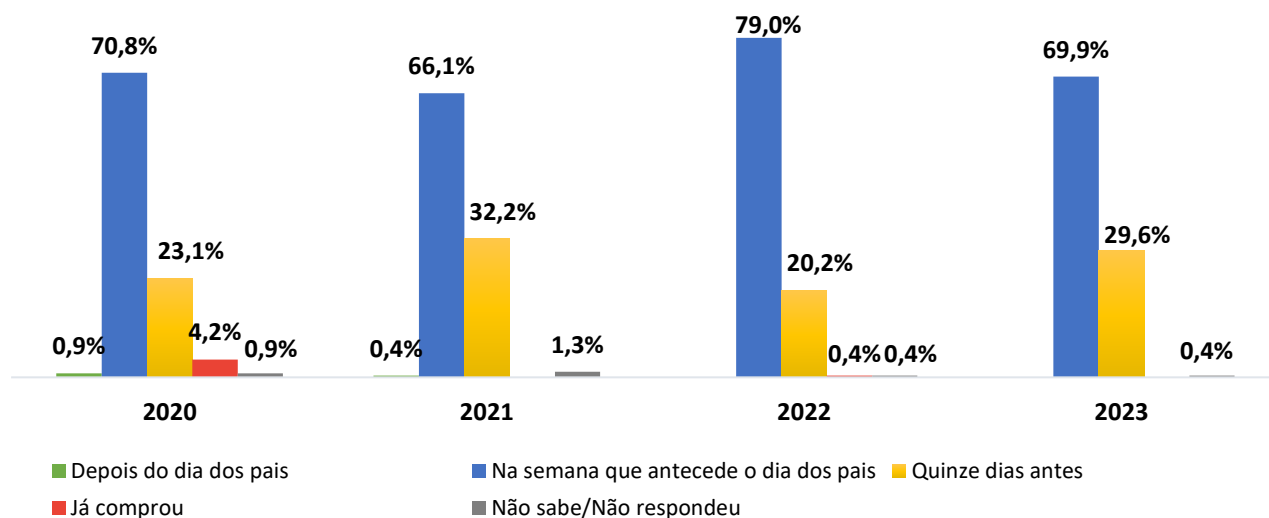
Local de compra

Gráfico 10 – Onde irá comprar?
Fonte: Fecomércio RN



Quando comprará

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



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Fonte: Fecomércio RN

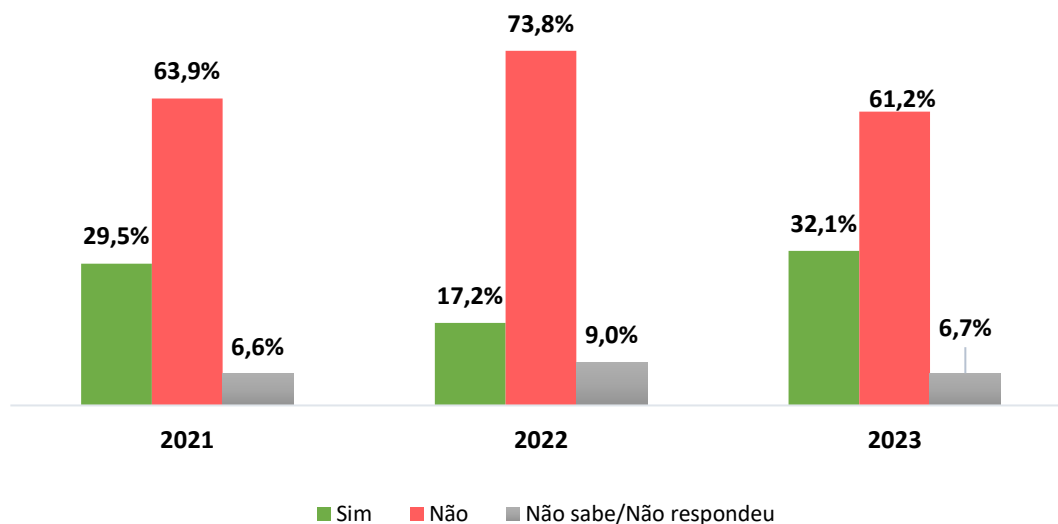


Tabela 6 – Qual fator pesa mais para decidir o local de compra?

Fonte: Fecomércio RN

| Motivo para local de compra | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Nível de preços | 23,3% | 38,9% | 37,2% | 36,7% |
| Variedade de produtos | 17,3% | 15,3% | 23,1% | 27,0% |
| Qualidade dos produtos | 0,0% | 10,9% | 24,3% | 16,8% |
| Localização | 15,2% | 6,6% | 3,6% | 7,1% |
| Atendimento | 1,1% | 7,0% | 2,8% | 4,9% |
| Segurança | 3,3% | 2,6% | 1,2% | 1,8% |
| Conforto/Comodidade | 6,5% | 5,7% | 4,0% | 1,8% |
| Estacionamento | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,3% |
| Vendas online | 10,3% | 0,9% | 0,4% | 0,9% |
| Facilidade de pagamento | 0,0% | 4,4% | 1,2% | 0,4% |
| Confiança | 6,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% |
| Delivery | 0,0% | 1,7% | 0,4% | 0,0% |
| Acessibilidade | 4,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Biossegurança | 12,2% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| Outros | 0,8% | 0,4% | 0,8% | 0,4% |
| Não sabe/Não respondeu | 0,0% | 5,2% | 0,4% | 0,9% |

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Comemoração

Gráfico 13 – Pretende fazer alguma comemoração especial na data?

Fonte: Fecomércio RN

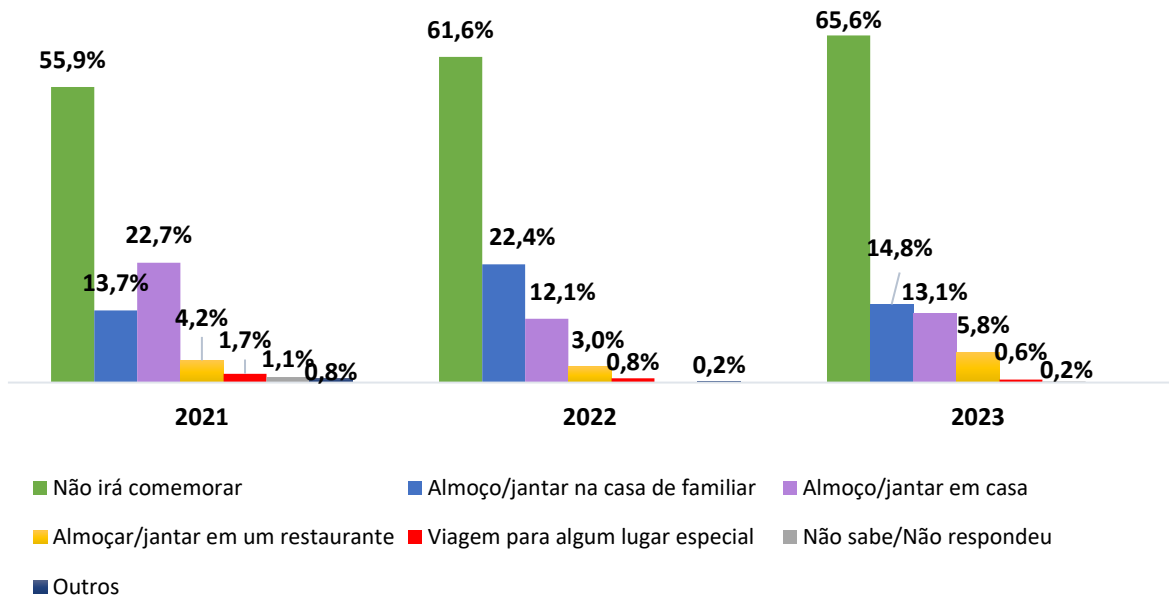
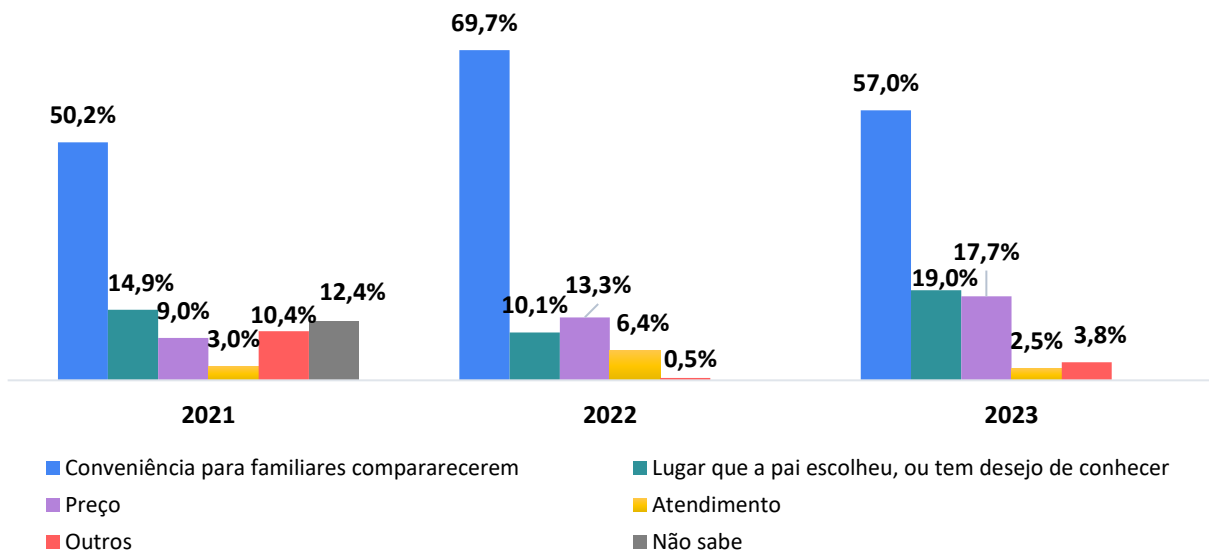


Gráfico 14 – Quais são as características para escolha do local da comemoração?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Percepção econômica

Gráfico 15 – Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?
Fonte: Fecomércio RN

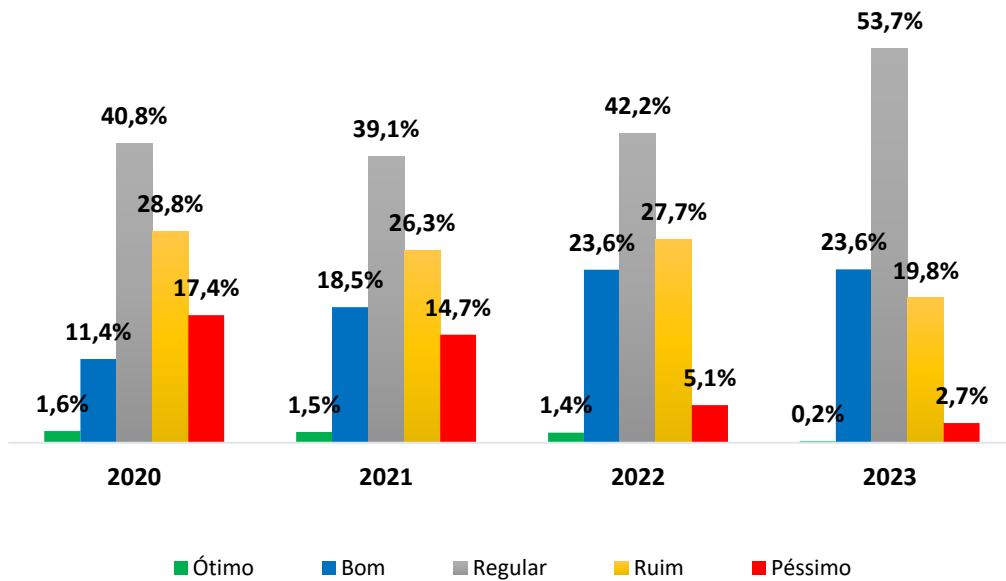
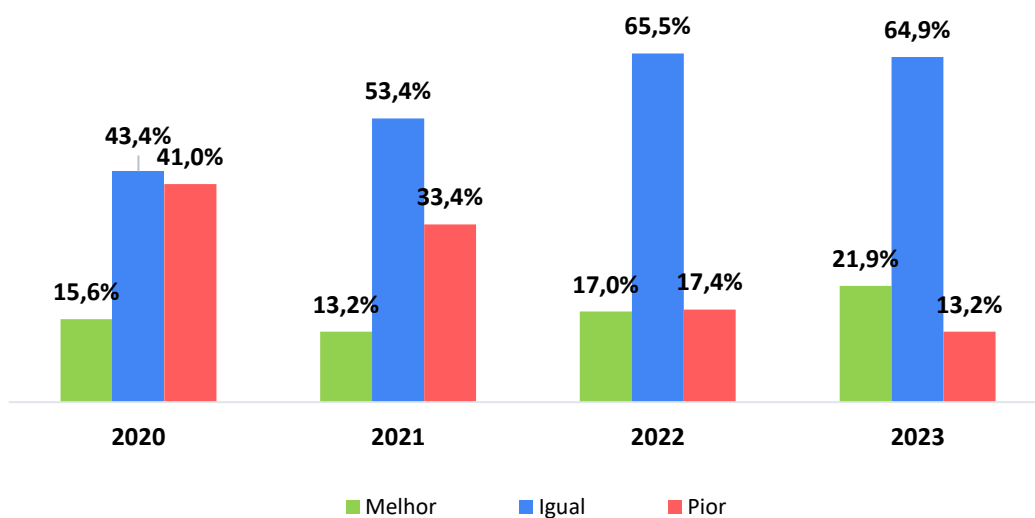


Gráfico 16 – Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 17 – Pensando na situação atual e olhando para o futuro, como você acredita que daqui a um ano estará sua família financeiramente?

Fonte: Fecomércio RN

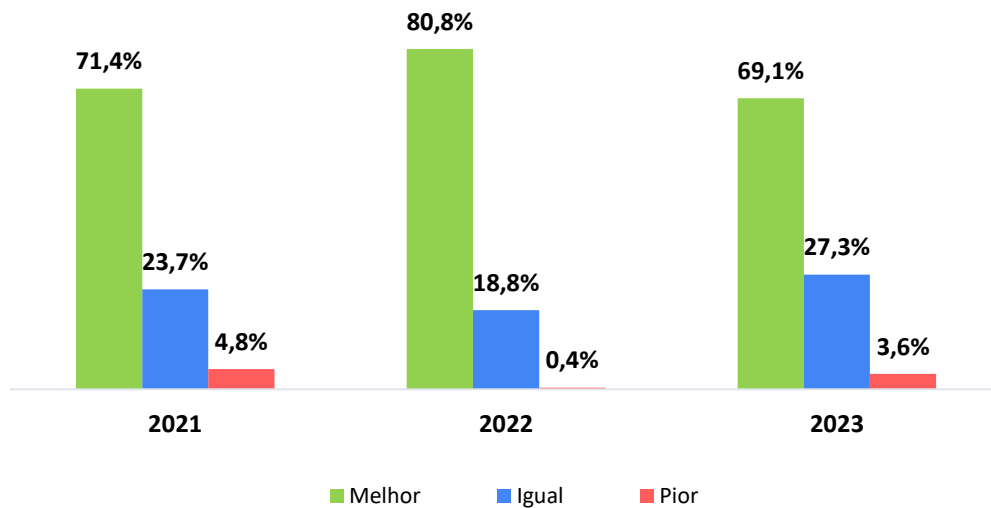
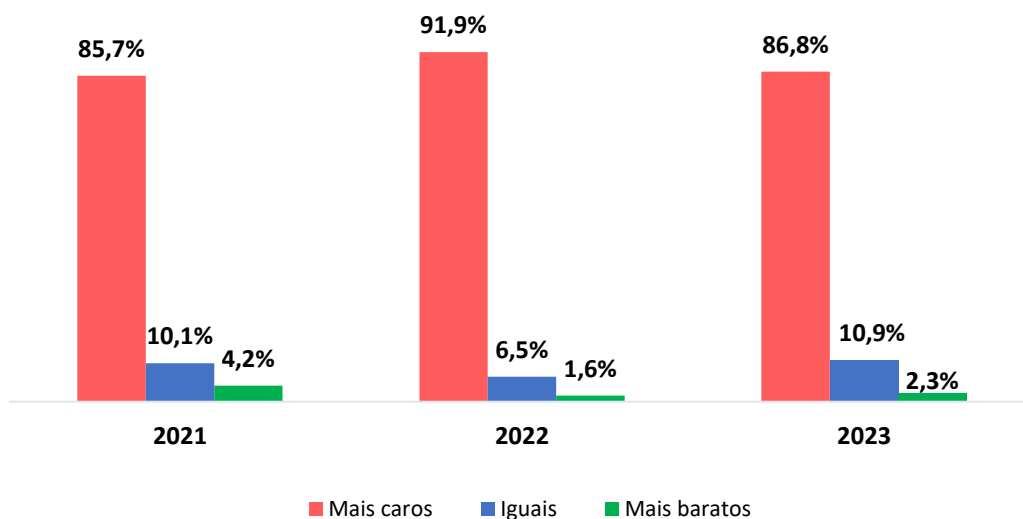


Gráfico 18 – Quanto aos preços cobrados por produtos durante o Dia dos Pais deste ano, o Sr. (a) acha que estarão:

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 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