

Intenções de compras para o

Dia dos Namorados

Mossoró

Maio 2024

**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO
DO RIO GRANDE DO NORTE**

Marcelo Fernandes de Queiroz

Presidente

DIVISÃO DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN

Luciano Kleiber

Diretor

Lívia Aires

Coordenadora de Inovação e Competitividade

Luiz Henrique Martins

Analista de Negócios

Eriadne Teixeira

Designer gráfico

INSTITUTO FECOMÉRCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Maria Glória

Rogério Antunes

Hugo Sergio

Jacqueline Aires

Natália Pereira

Josiel da Costa

Dejailson Alves

Lidiane Silva

João Soares

Débora Nascimento

Simone Soares

Pesquisadores

SUMÁRIO

1. Introdução	04
2. Aspectos técnicos	05
3. Síntese dos resultados	06
Intenção de compras	06
Quem vai às compras	07
Produtos	07
Quem serão os presenteados	11
Gastos	12
Movimentação	16
Formas de pagamento	17
Local	19
Comemorações	23
Momento	26

1 Introdução

Com o intuito de antecipar as intenções de compras do consumidor potiguar frente às datas comemorativas mais importantes para o comércio, o Instituto Fecomércio RN realiza pesquisas que funcionam como verdadeiros termômetros de vendas e revelam a intenção dos potiguares em presentear nessas datas âncoras, bem como as principais tendências do mercado varejista local.

A presente pesquisa, referente ao Dia dos Namorados, nos dá o direcionamento de uma data comemorativa de relevância para o varejo, com informações a respeito do intuito de presentear, dos gostos e preferências dos consumidores, bem como de sua percepção dos preços e intenções de gasto.

A pesquisa serve como base para os empresários da cidade com informações importantes 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 das pesquisas, atender ao desejo da classe empresarial, assim como das associações comerciais, administradores, gestores públicos, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como dar oportunidade de disseminação do conhecimento.

2

Aspectos técnicos

Em Mossoró, as entrevistas aconteceram entre os dias 13 e 25 de maio de 2024. 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 dia dos namorados.

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 foram entrevistados 500 consumidores de todas as regiões 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 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, 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 Síntese dos resultados

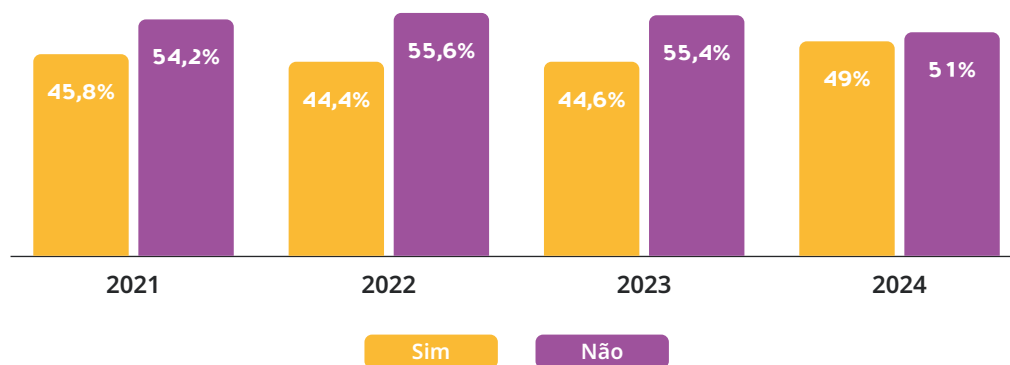
Intenção de compras

Considerando a relevância que o Dia dos Namorados tem para o comércio potiguar, a Fecomércio RN realizou uma pesquisa para avaliar a intenção de consumo dos mossoroenses para esta data especial. Os dados revelam que muitos casais em Mossoró estão dispostos a fazer compras para celebrar o amor e o afeto.

Quase metade dos consumidores mossoroenses (49%) manifestaram a intenção de comprar presentes para seus parceiros ou parceiras no Dia dos Namorados. Este número representa um aumento em relação a 2023, quando 44,6% dos entrevistados afirmaram que iriam presentear. Esse crescimento indica uma tendência positiva, sugerindo que mais pessoas estão dispostas a investir em presentes para comemorar a data.

Por outro lado, 51% dos entrevistados declararam que não irão às compras nesta data comemorativa, evidenciando que uma parcela significativa da população ainda prefere não participar do consumo típico da ocasião, possivelmente por razões financeiras, pessoais ou devido a outras prioridades.

Gráfico 1 O Sr. (a) pretende presentear alguém no Dia dos Namorados?



Perfil de quem vai às compras

Neste Dia dos Namorados, o perfil dos consumidores mossoroenses que mais vão às compras é predominantemente formado por homens (54,2%). A faixa etária mais inclinada a fazer compras é de jovens entre 18 e 24 anos (61%). Além disso, aqueles com ensino superior ou mais representam 56,4% dos compradores, enquanto a maior parte das intenções de compra vem de pessoas com renda acima de 10 salários-mínimos (78,6%). Esses dados destacam que os jovens adultos com maior escolaridade e renda estão mais dispostos a investir na comemoração da data em Mossoró.

Tabela 1 Intenção de consumo pelo perfil dos entrevistados:

	Sim	Não
Feminino	44,2%	55,8%
Masculino	54,2%	45,8%
18 a 24 anos	61%	39%
25 a 34 anos	54,9%	45,1%
35 a 44 anos	52,1%	47,9%
Acima de 45 anos	34,7%	65,3%
Fundamental	25%	75%
Médio	46,8%	53,2%
Superior ou mais	56,4%	43,6%
Até 2 salários	33,3%	66,7%
De 3 a 5 salários	56,9%	43,1%
De 6 a 10 salários	77,1%	22,9%
Acima de 10 salários	78,6%	21,4%

As categorias de produtos

A data comemorativa do Dia dos Namorados oferece uma excelente oportunidade para fortalecer a proximidade e a intimidade entre os casais. Em 2024, os principais tipos de produtos mencionados como presentes incluem roupas (28,7%), perfumes e cosméticos (21,2%), calçados e bolsas (18,1%), joias, relógios e acessórios (14,7%), chocolates e alimentos (11,6%), flores (7,8%), eletrodomésticos (3,8%), eletrônicos e celulares (3,4%), livros (1,7%) e viagens (1,4%).

Fazendo uma comparação com 2023, nota-se algumas mudanças nas preferências dos consumidores. No ano passado, os itens mais citados foram vestuário (29,1%), joias, relógios e acessórios (17%), perfumes e cosméticos (14,8%), calçados e bolsas (10,3%) e chocolates e alimentos (7,2%).

A análise dos dados revela que, enquanto roupas e perfumes continuam sendo escolhas populares, houve um aumento na preferência por calçados e bolsas, assim como por chocolates e alimentos. Além disso, a diversificação nas escolhas de presentes, como eletrodomésticos, eletrônicos, livros e viagens, reflete uma maior variedade de interesses e desejos entre os mossoroenses para comemorar essa data especial.

Tabela 2 Que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessado (a) em comprar nesta data?

Múltiplas respostas

	2021	2022	2023	2024
Vestuário	42,8%	25%	29,1%	28,7%
Perfume/Cosméticos	18,3%	19,2%	14,8%	21,2%
Calçados/Bolsas	9,6%	16,1%	10,3%	18,1%
Jóias/Relógios/Acessórios	7,4%	12,5%	17%	14,7%
Chocolates/Alimentos	5,2%	5,8%	7,2%	11,6%
Flores	3,5%	4%	3,1%	7,8%
Eletrodoméstico	2,2%	1,3%	2,2%	3,8%
Celular/Eletrônicos	4,4%	3,1%	9%	3,4%
Livros	0,9%	2,2%	1,3%	1,7%
Viagem	0,9%	0,4%	1,8%	1,4%
Dinheiro	0%	0%	0,9%	0%
Outros	1,3%	1,8%	1,8%	0%
Não sabe/Não respondeu	13,5%	24,1%	16,6%	10,9%

O que faz a diferença na hora da escolha do item

Neste Dia dos Namorados, para 45,1% dos compradores, as ofertas e promoções serão determinantes na escolha do presente, seguidas pela marca do produto, mencionada por 35,1% dos entrevistados. Em menores percentuais, aparecem a localização (5,9%), a reputação da loja (3,5%), e a recomendação de amigos (3,1%).

Comparando com 2023, observa-se uma mudança nas prioridades dos consumidores. No ano passado, as ofertas e promoções foram decisivas para 40,5% dos entrevistados, enquanto a marca do produto tinha uma importância maior, com 43,2%. A localização manteve uma relevância semelhante, sendo citada por 5,4% dos consumidores, assim como as formas de pagamento, também com 5,4%.

Essas mudanças indicam que, em 2024, os consumidores de Mossoró estão mais atraídos por ofertas e promoções do que pela marca dos produtos, sugerindo uma maior sensibilidade ao preço. A leve diminuição na importância das formas de pagamento e a estabilidade na relevância da localização e das recomendações mostram que os fatores práticos e de confiança ainda desempenham um papel significativo, mas o apelo das promoções parece ter se intensificado.

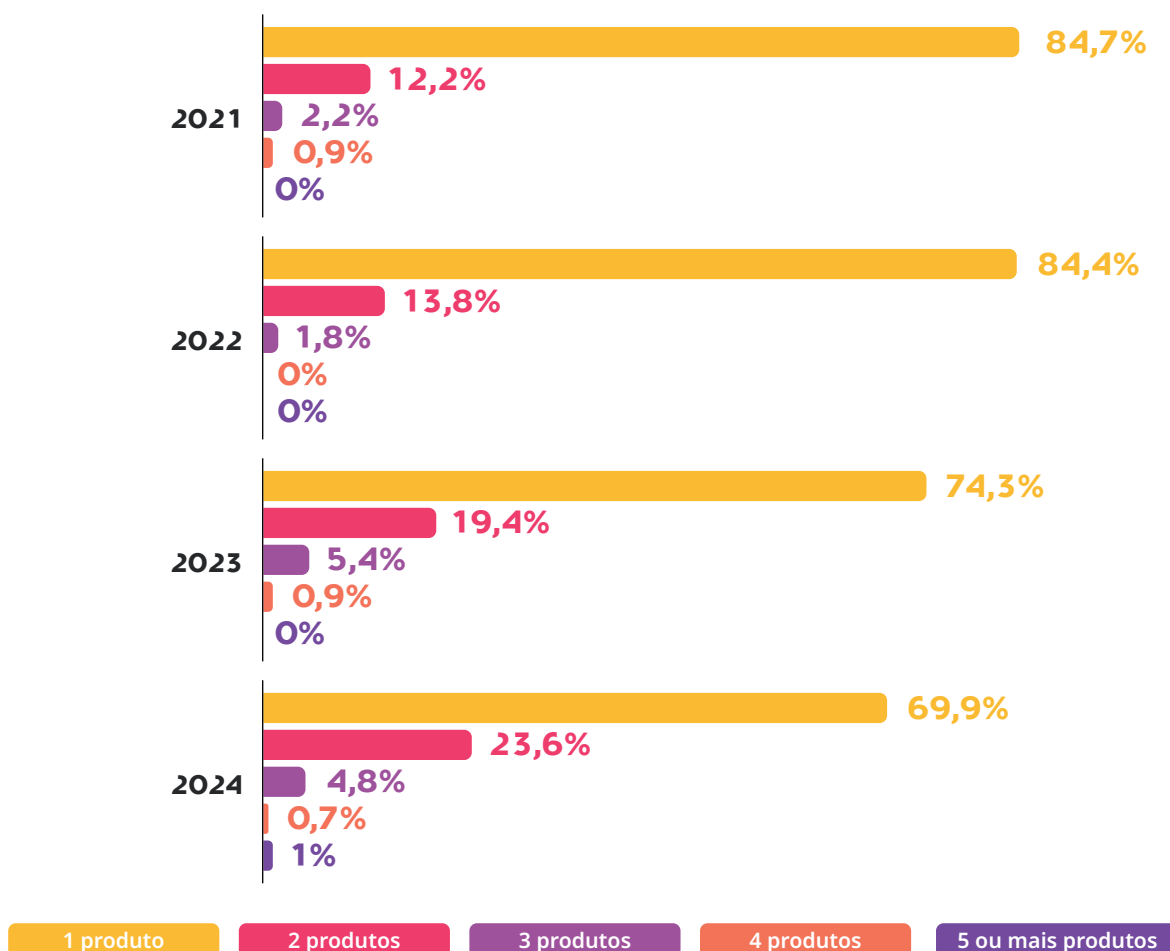
Tabela 3 O que vai levar em consideração para escolha do produto? Múltiplas respostas

	2021	2022	2023	2024
Oferta e promoções	57,6%	43,7%	40,5%	45,1%
Marca do produto	30,6%	29,3%	43,2%	35,1%
Localização da loja	1,7%	7,2%	5,4%	5,9%
Nome da loja	0,4%	2,3%	1,4%	3,5%
Indicação de amigos e parentes	1,7%	2,7%	0,9%	3,1%
Propaganda	1,7%	3,2%	0,9%	2,4%
Formas de pagamento	3,1%	2,7%	5,4%	1,7%
Brindes	0,4%	0,5%	0,5%	1%
Necessidade da pessoa ser presenteada	0,9%	1,4%	0,5%	0,7%
Desejo do presenteado (a)	0,9%	3,6%	0,5%	0,3%
Outros	0,9%	1,4%	0,9%	0,7%
Não sabe/Não respondeu	0%	2,3%	0%	0,3%

Dos mossoroenses que vão às compras neste Dia dos Namorados, a maioria (69,9%) pretende adquirir apenas um presente. Esse índice, no entanto, é menor comparado ao registrado no ano passado, que foi de 74,3%, sugerindo uma leve mudança no comportamento de consumo. Em contraste, a intenção de comprar mais de dois itens aumentou significativamente, passando de 25,7% em 2023 para 30,1% neste ano.

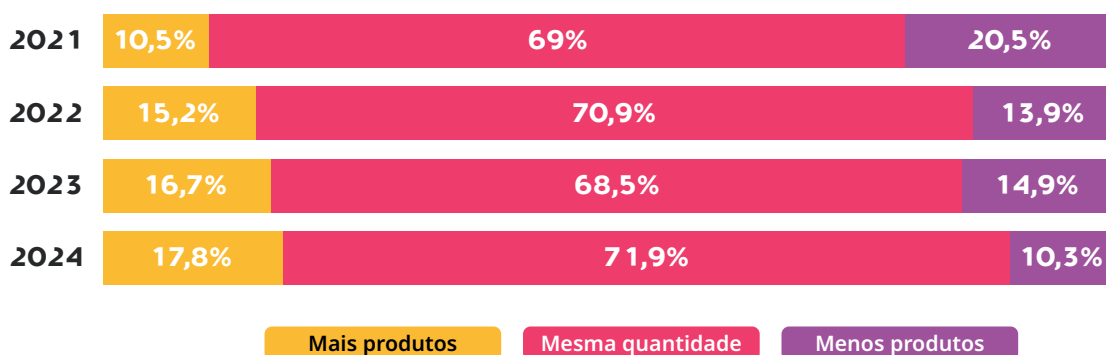
Essa variação mostra que os consumidores em Mossoró estão mais dispostos a diversificar seus presentes, possivelmente refletindo um maior desejo de surpreender seus parceiros ou aproveitar promoções especiais.

Gráfico 2 Quantos presentes pretende comprar?



Comparado ao ano anterior, 71,9% dos consumidores afirmaram que irão manter o mesmo volume de compras; 17,8% manifestaram a intenção de aumentar o número de itens adquiridos; e 10,3% planejam adquirir uma quantidade menor de produtos em relação a 2023.

Gráfico 3 Com relação ao dia dos namorados do ano passado, o Sr. (a) pretende comprar:

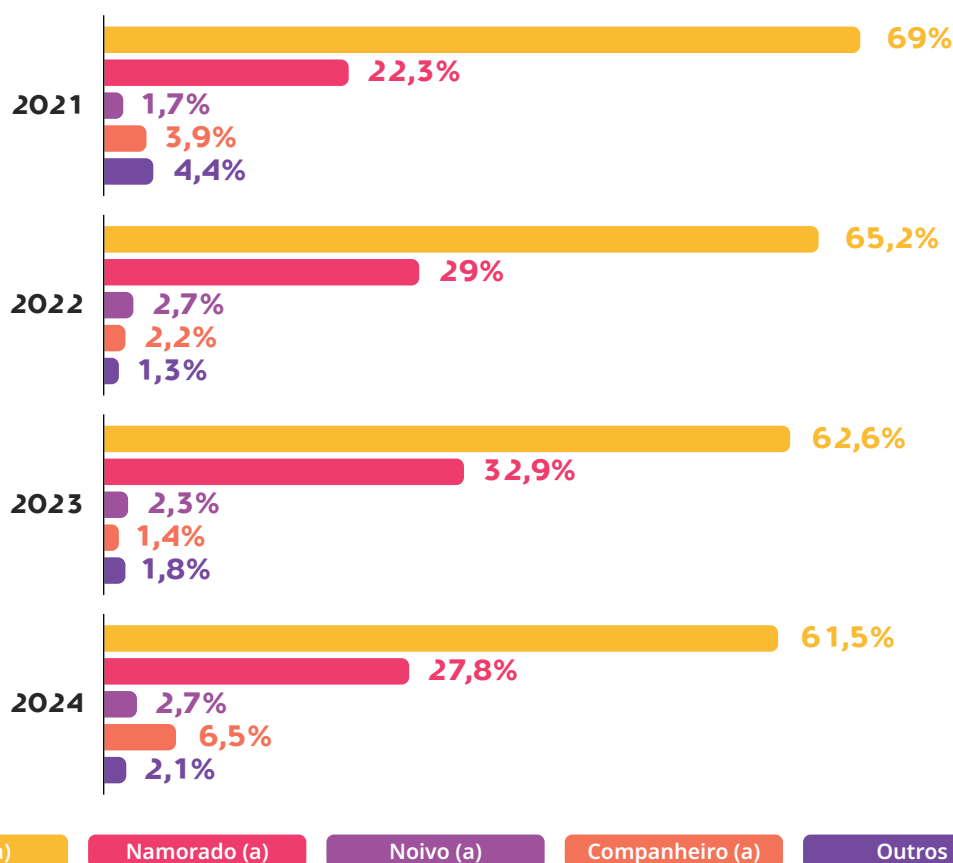


Quem serão os presenteados

No contexto do Dia dos Namorados, destaca-se que os cônjuges serão os mais homenageados, representando 61,5% das citações. Isso ressalta a importância de celebrar o vínculo matrimonial nessa data especial. Logo em seguida, com 27,8% das indicações, estão os namorados e namoradas, enfatizando a relevância dos relacionamentos românticos ainda em fase de namoro. Outros como companheiros e noivos respondem por 6,5% e 2,7% das homenagens, respectivamente. Esses números mostram uma tendência semelhante ao ano anterior, onde 62,6% planejavam presentear os cônjuges, 32,9% os namorados e 5,5% os noivos, além de outros parceiros e parceiras.

Gráfico 4 Quem o (a) sr. (a) pretende presentear nesta data?

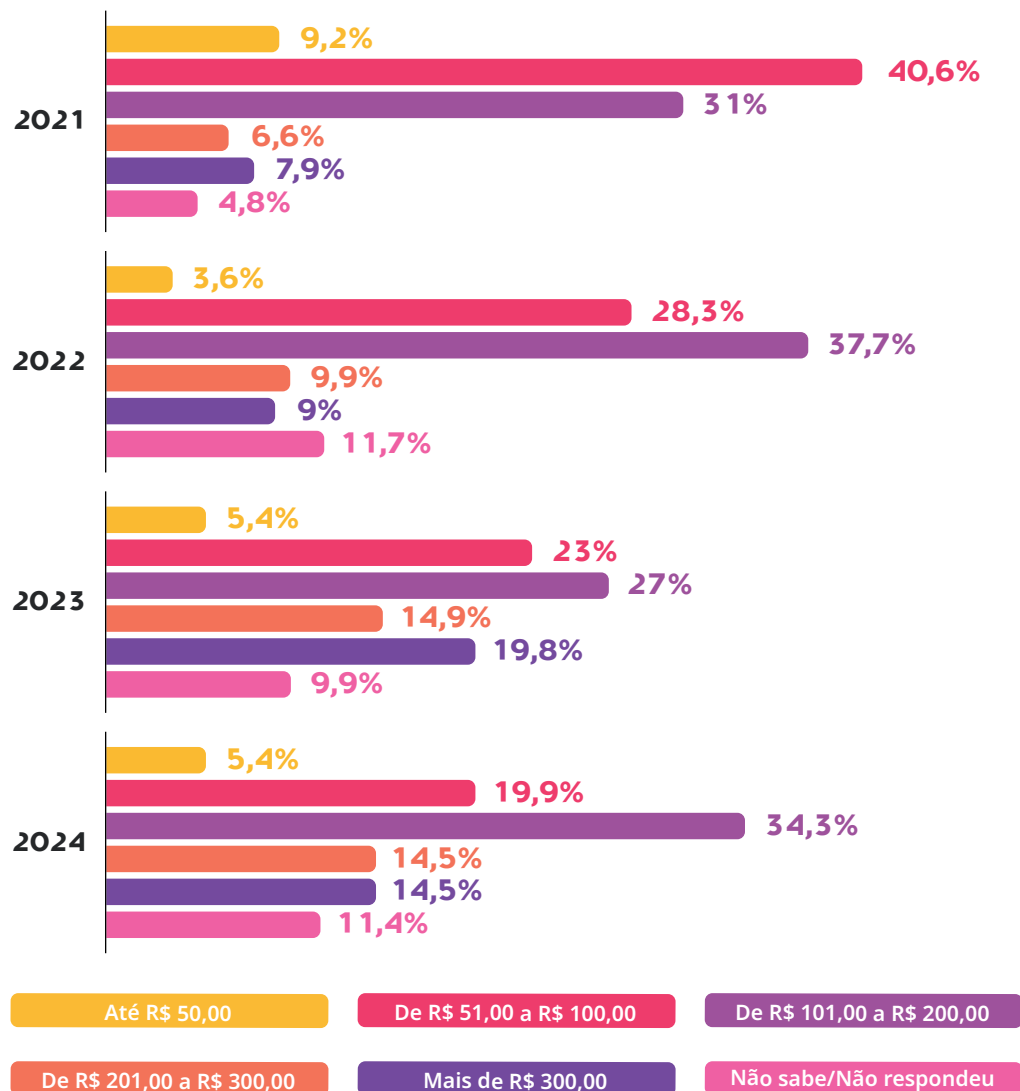
Múltiplas respostas



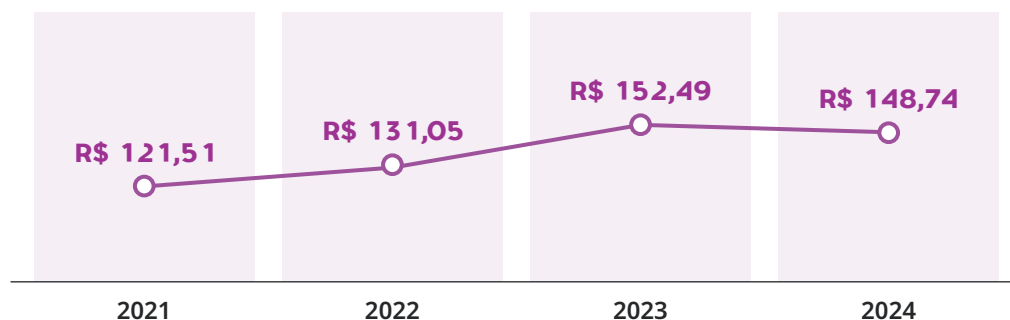
Quanto as pessoas pretendem investir

Em relação ao investimento na compra do presente para o Dia dos Namorados, a maioria dos consumidores entrevistados, representando 59,6%, planeja gastar até R\$ 200. Isso indica uma preferência por presentes dentro dessa faixa de preço. Em contrapartida, 40,4% dos entrevistados pretendem priorizar presentes que ultrapassem os R\$ 200. Esses dados revelam uma tendência semelhante ao ano anterior, no qual 55,4% optaram por investir até R\$ 200 e 44,6% priorizaram presentes com valores mais elevados.

Gráfico 5 Quanto pretende investir na compra?



O ticket médio dos mossoroenses para o Dia dos Namorados deste ano será de R\$ 148,74. Essa média indica o valor médio que os consumidores planejam gastar em presentes ou celebrações para a data. Comparado com o ano anterior, houve uma leve queda nominal, de 2,5%, visto que em 2023 o ticket médio foi de R\$ 152,49. Essa diminuição pode refletir uma possível adaptação dos consumidores a um contexto econômico específico, preferências de compra ou até mesmo estratégias de planejamento financeiro.

Gráfico 6 Gasto médio ao longo do tempo:

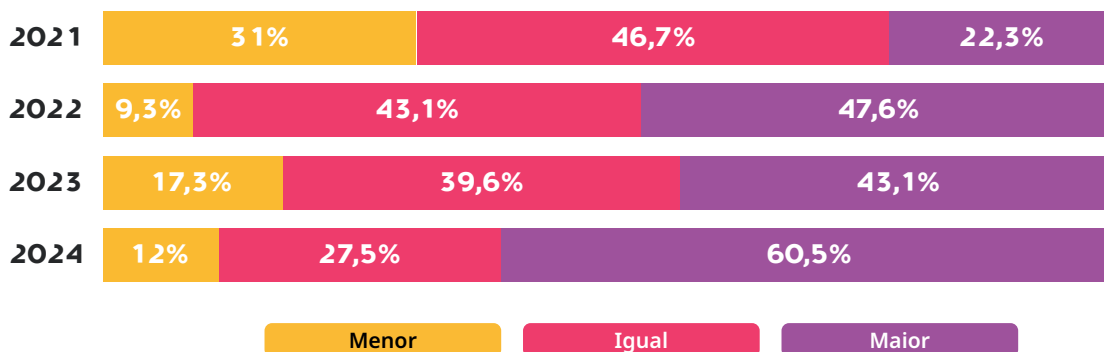
Os dados indicam que certos grupos estão propensos a gastar mais do que a média geral para o Dia dos Namorados. Entre esses grupos, destacam-se os homens, que têm uma média de gastos de R\$ 149,21, sugerindo uma disposição maior para investir nessa data. Além disso, as pessoas de 35 a 44 anos demonstram uma intenção de gastos ainda mais elevada, com uma média de R\$ 166,41, talvez refletindo um estágio da vida em que há maior capacidade financeira ou priorização de presentes mais elaborados. Os consumidores com ensino superior também têm uma média de gastos significativa, atingindo R\$ 165,50, sugerindo que a educação pode estar correlacionada com um poder aquisitivo mais alto e escolhas de presente mais sofisticadas. Por fim, aqueles com renda acima de 10 salários-mínimos têm a maior média de gastos, alcançando R\$ 209,09, o que pode ser atribuído a uma maior disponibilidade financeira para investir em presentes mais caros ou experiências especiais. Esses padrões de gastos destacam a diversidade de comportamentos dentro da população, refletindo diferentes prioridades e capacidades financeiras.

Tabela 4 Quanto pretende gastar na compra pelo perfil dos entrevistados:

	Valor médio
Feminino	R\$ 148,20
Masculino	R\$ 149,21
18 a 24 anos	R\$ 116,43
25 a 34 anos	R\$ 137,86
35 a 44 anos	R\$ 166,41
Acima de 45 anos	R\$ 157,08
Fundamental	R\$ 155,00
Médio	R\$ 134,65
Superior ou mais	R\$ 165,50
Até 2 salários	R\$ 123,60
De 3 a 5 salários	R\$ 144,34
De 6 a 10 salários	R\$ 191,67
Acima de 10 salários	R\$ 209,09

A maioria dos entrevistados, representando 60,5%, indicou uma intenção de gastar mais no presente deste ano, refletindo uma possível recuperação econômica ou um maior otimismo em relação às finanças pessoais. Esse aumento na intenção de gastos pode ser interpretado como um sinal de confiança do consumidor, possivelmente impulsionado por fatores como a retomada da economia ou uma perspectiva mais positiva em relação ao futuro. Por outro lado, 27,5% dos entrevistados planejam investir a mesma quantia em comparação com o ano anterior, indicando uma estabilidade nas preferências de gastos. Por fim, 12% dos entrevistados afirmaram que os valores serão menores em relação a 2023, sugerindo que uma parcela da população enfrenta desafios financeiros ou talvez esteja priorizando outras despesas neste ano. Esses resultados evidenciam a complexidade das decisões de gastos dos consumidores, influenciadas por uma variedade de fatores econômicos e pessoais.

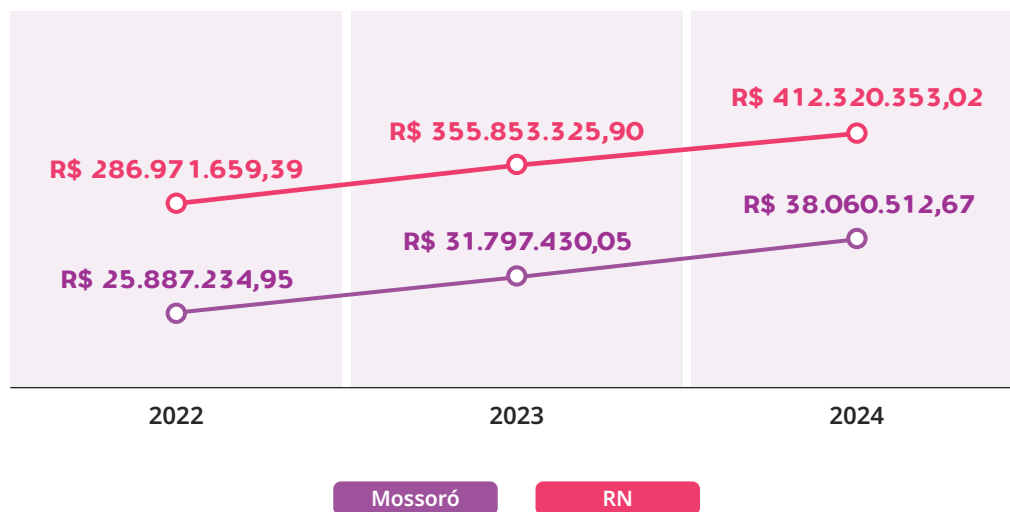
Gráfico 7 Sobre o gasto com essa data comemorativa, comparando com o ano passado, será:



Movimentação

Os resultados indicam um cenário positivo para a economia de Mossoró em relação às compras para o Dia dos Namorados deste ano. Com uma movimentação estimada de R\$ 38,1 milhões, espera-se um aumento nominal de 19,8% na atividade econômica da cidade em comparação com o ano anterior, quando o montante movimentado estimado foi de R\$ 31,8 milhões. Esse aumento representa não apenas um crescimento em termos absolutos, mas impactos positivos em diversos setores, como o varejo, serviços e turismo, contribuindo para o desenvolvimento geral da cidade.

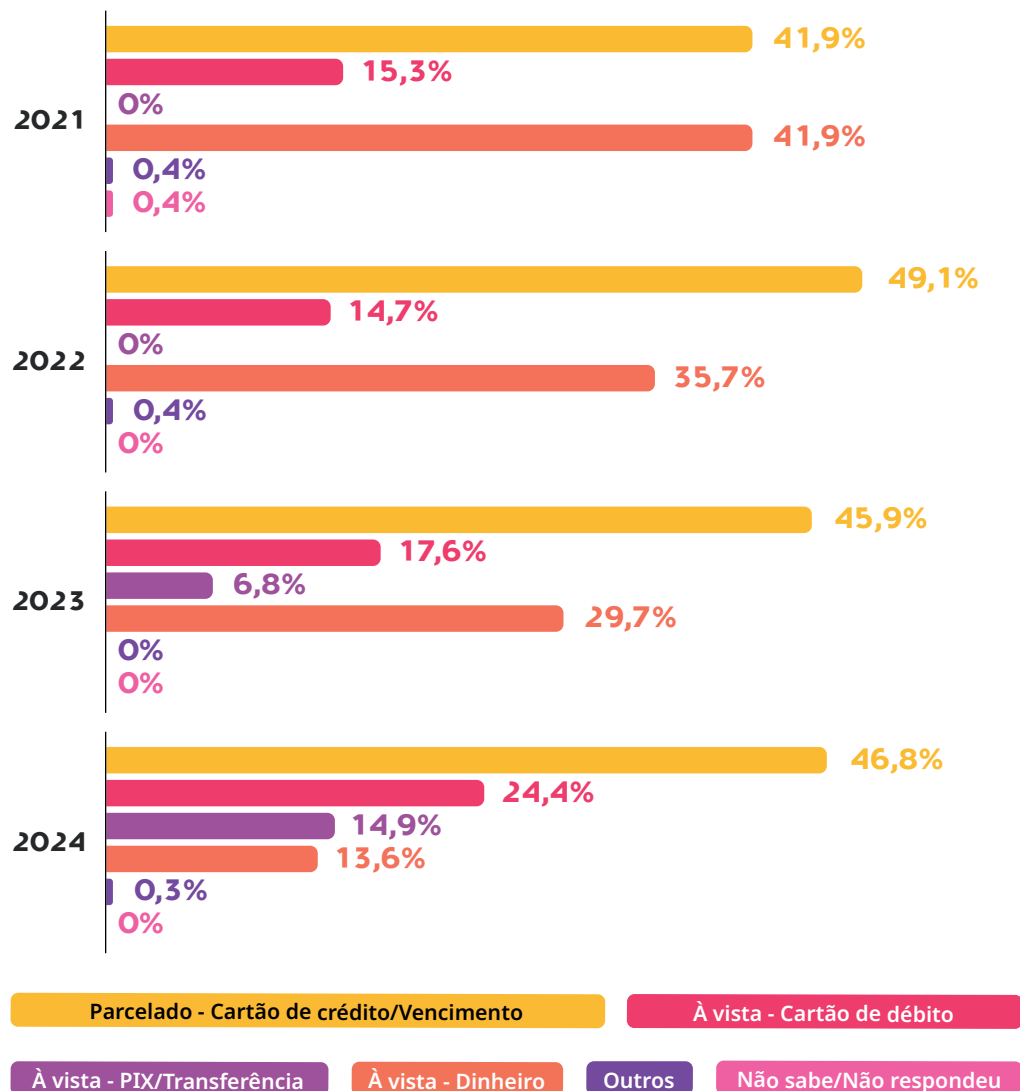
Os dados apontam para uma perspectiva promissora para o comércio e os serviços no Rio Grande do Norte durante o Dia dos Namorados deste ano. No Rio Grande do Norte, estima-se que o Dia dos Namorados deste ano movimente cerca de R\$ 412,3 milhões no comércio e serviços do estado. Esse valor representa um aumento nominal de 15,8% em relação ao ano passado, quando a movimentação financeira foi de R\$ 355,9 milhões, contribuindo para o fortalecimento do mercado local e para o crescimento econômico geral do estado.

Gráfico 8 Estimativa de circulação financeira em Mossoró e no RN:

Forma de pagamento

De acordo com a pesquisa, houve uma mudança nas preferências de pagamento dos consumidores para os presentes do Dia dos Namorados neste ano em comparação com 2023. Em 2024, observa-se um aumento na preferência pelo pagamento parcelado com cartão de crédito, que representa 46,8% das escolhas, indicando uma inclinação dos compradores por facilidades de pagamento a prazo. Além disso, destaca-se o crescimento no interesse pelo pagamento por meio de PIX, que aumentou para 14,9%, refletindo uma tendência de adoção de tecnologias financeiras mais modernas. Enquanto isso, o uso de dinheiro e débito apresentou uma queda em relação ao ano anterior.

Gráfico 9 Formas de pagamento:

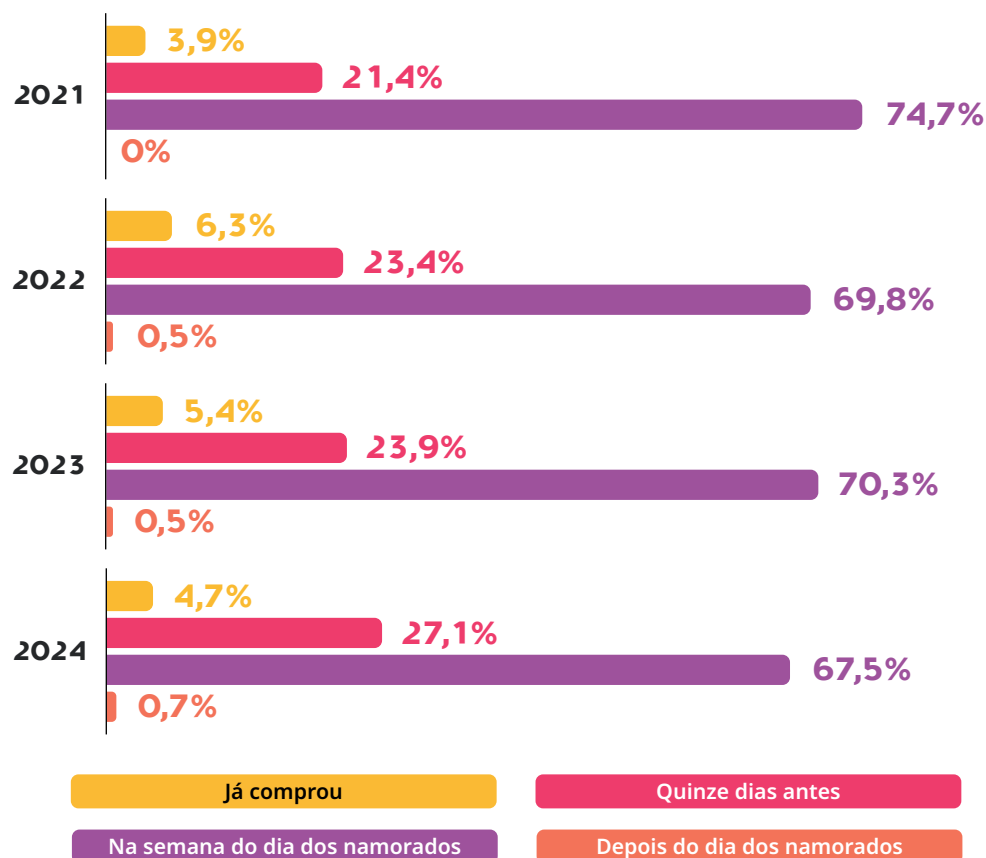


Período das compras

Os dados revelam que a maioria dos consumidores mantém o hábito de deixar as compras para a última semana antes do Dia dos Namorados, com 67,5% planejando buscar o presente durante esse período. Esse comportamento indica uma tendência de prorrogar as compras, possivelmente devido à busca por promoções de última hora ou simplesmente um adiamento comum associado a datas festivas. Por outro lado, 31,8% dos compradores demonstram um planejamento antecipado, optando por comprar

quinze dias antes da data ou até mesmo antecipadamente. Esses consumidores podem estar buscando evitar aglomerações ou simplesmente garantir que terão tempo suficiente para escolher o presente ideal. A manutenção desses padrões de comportamento em relação ao ano anterior sugere uma certa semelhança nos hábitos de compra dos consumidores em relação ao Dia dos Namorados.

Gráfico 10 Quando irá realizar as compras?

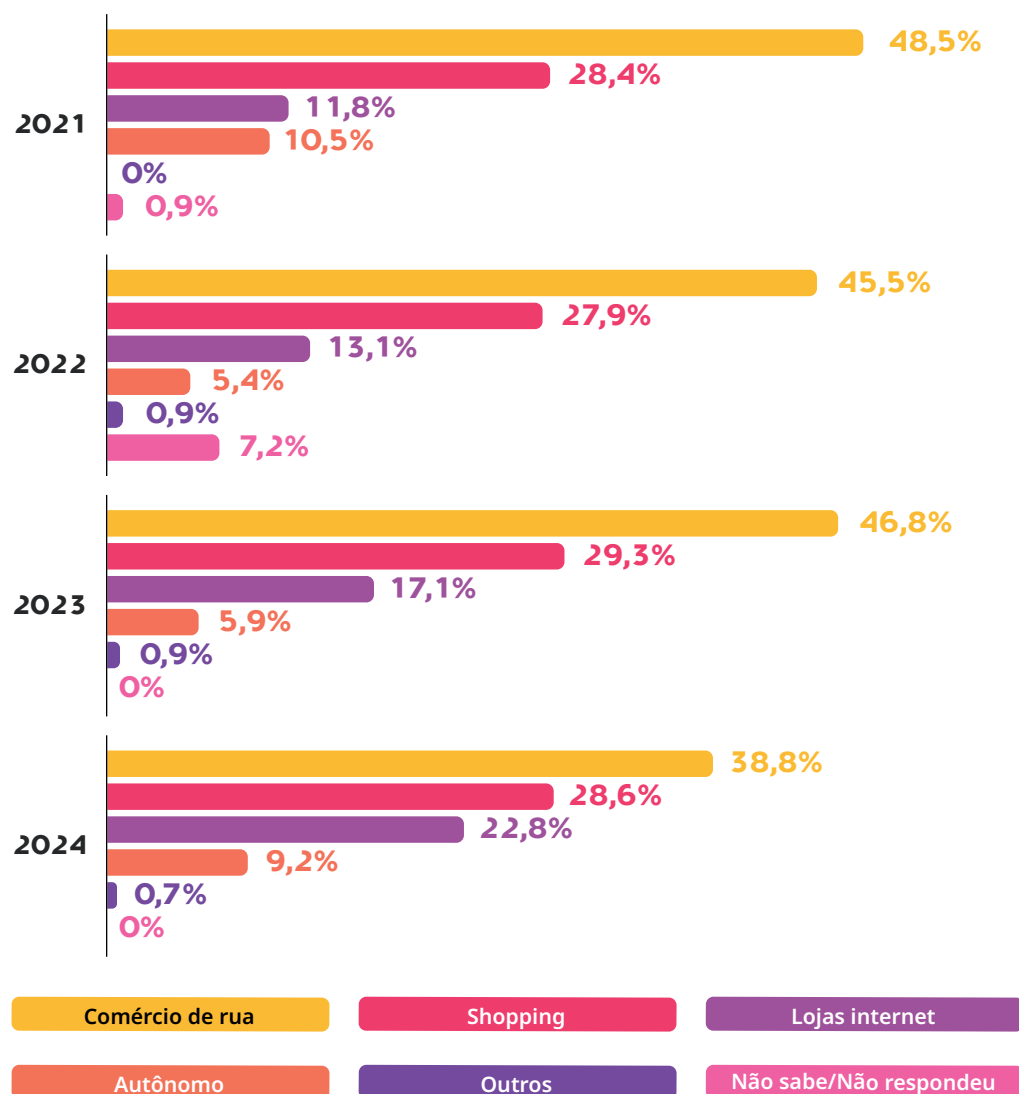


Local de compra

O levantamento mostra uma mudança nas preferências dos consumidores mossoroenses em relação ao local de compra para o Dia dos Namorados. Enquanto 38,8% dos entrevistados optam pelo comércio de rua, uma parcela significativa de 28,6% indica preferência por lojas de shopping. Essa mudança pode refletir uma busca por conveniência, diversidade de opções

ou até mesmo um desejo de evitar aglomerações, características muitas vezes associadas aos shopping centers. Além disso, a internet também emerge como uma opção cada vez mais popular, com 22,8% dos entrevistados indicando essa como sua escolha de local de compra. Essa mudança pode ser atribuída ao crescimento do comércio eletrônico e à comodidade oferecida pelas compras online. Vale notar que, em comparação com 2023, houve uma queda na preferência pelo comércio de rua, de 46,8% para 38,8%, e um aumento tanto nas compras em shopping quanto pela internet, refletindo possíveis mudanças nos hábitos de consumo e nas preferências dos consumidores.

Gráfico 11 Onde o (a) Sr. (a) pretende fazer as compras?



Fatores essenciais para escolha das lojas

Sobre os principais fatores que influenciam os consumidores na escolha do local de compra para o Dia dos Namorados em Mossoró, a análise revela que o fator mais importante é o nível de preço, mencionado por 30,3% dos entrevistados. Isso sugere que muitos consumidores priorizam encontrar produtos com preços acessíveis ao decidir onde comprar. Em seguida, a variedade de produtos é mencionada por 26,5% dos participantes, indicando que a disponibilidade de opções é fundamental para a decisão de compra. A qualidade dos produtos também é um fator significativo, com 21,4% dos entrevistados considerando isso ao escolher o local de compra. O atendimento e a localização também desempenham papéis importantes, mencionados por 9,2% e 3,1% dos entrevistados, respectivamente. Além disso, o conforto e a comodidade também são levados em conta por uma parcela dos consumidores. Em comparação com 2023, houve uma ligeira queda na importância atribuída ao nível de preço, enquanto a variedade de produtos e a qualidade dos produtos permaneceram como fatores significativos na decisão de compra.

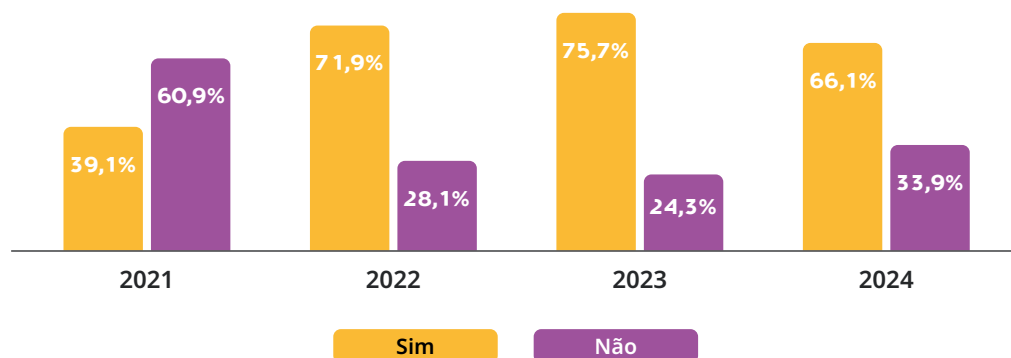
Tabela 5 O que vai levar em consideração para escolher o local de compra do presente para o seu namorado (a)/companheiro (a)?

	2021	2022	2023	2024
Nível de preços/Promoções	31,4%	42,8%	32%	30,3%
Variedade de produtos	22,3%	15,3%	21,2%	26,5%
Qualidade dos produtos	20,5%	13,5%	16,7%	21,4%
Atendimento	7,4%	6,3%	9%	9,2%
Conforto/Comodidade	3,5%	9,5%	4,5%	4,4%
Localização	8,3%	7,7%	5,9%	3,1%
Entrega	0,4%	0,5%	3,2%	2,7%
Segurança	3,1%	1,4%	4,1%	0,7%
Vendas online	1,7%	0,5%	1,4%	0,3%
Formas de pagamento	1,3%	0,9%	0,9%	0,3%
Outros	0%	0,5%	0,9%	1%
Não sabe	0%	1,4%	0,5%	0%

Pesquisando ofertas

A pesquisa mostra que a maioria dos consumidores em Mossoró pretende realizar uma pesquisa de preço antes de comprar presentes para o Dia dos Namorados, com 66,1% dos entrevistados indicando essa intenção. Esse dado sugere que a busca por produtos com preços mais baixos continua sendo uma prática comum entre os consumidores, embora tenha havido uma redução em comparação com o ano anterior, quando 75,7% dos entrevistados afirmaram que realizariam essa pesquisa. Por outro lado, 33,9% dos entrevistados indicaram que não têm interesse em pesquisar os preços dos itens, o que representa um aumento em relação a 2023, quando esse percentual era de 24,3%. Essa mudança pode refletir diferentes comportamentos de consumo ou talvez uma maior confiança na tomada de decisão de compra sem a necessidade de comparar preços.

Gráfico 12 Irá fazer pesquisa de preço?

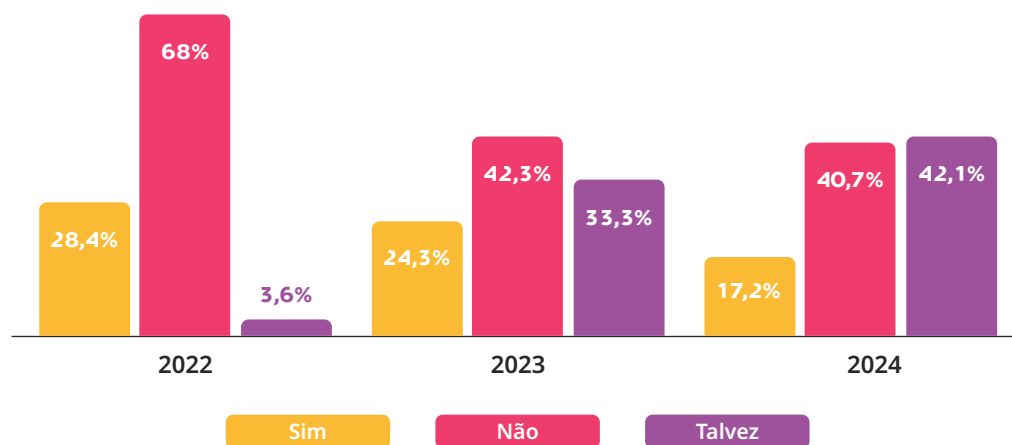


A fidelidade do cliente

As informações obtidas na pesquisa mostram que há uma considerável parcela de consumidores em Mossoró que planeja mudar os locais de compra em relação ao ano passado. Cerca de 40,7% dos entrevistados indicaram que não têm intenção de comprar nos mesmos estabelecimentos em que compraram no ano anterior. Isso sugere uma certa flexibilidade e disposição para explorar novas opções de compra, talvez motivados por diferentes ofertas ou experiências passadas. Por outro lado, 17,2% dos entrevistados

demonstraram fidelidade aos estabelecimentos que frequentaram em 2023, o que pode refletir uma experiência positiva anterior ou uma forte relação com determinadas marcas ou lojas. Além disso, 42,1% dos entrevistados ainda estão indecisos sobre onde irão comprar, o que indica uma certa incerteza ou a necessidade de mais informações antes de tomarem uma decisão de compra.

Gráfico 13 Pretende comprar nas mesmas lojas que comprou no ano passado?



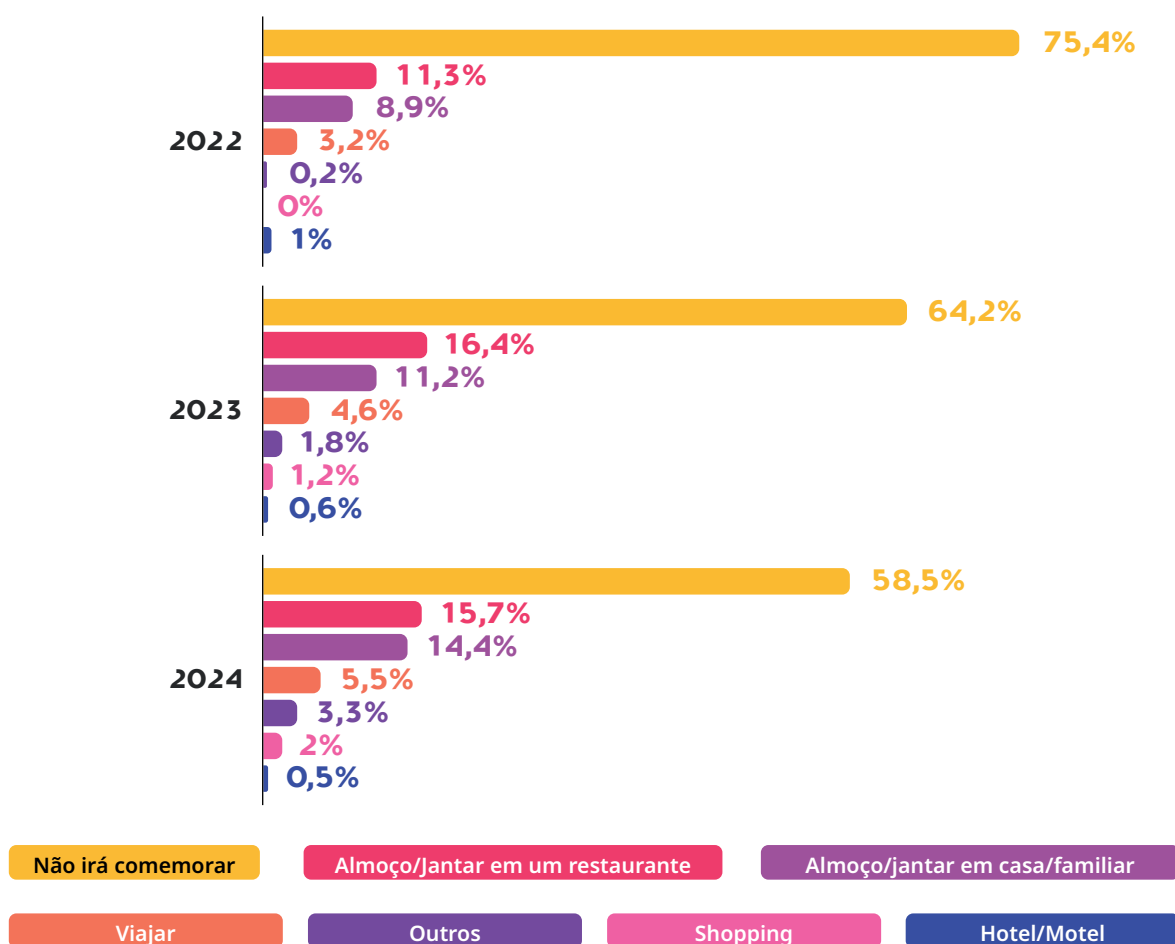
Comemorações

Uma parcela significativa dos entrevistados em Mossoró planeja realizar uma comemoração especial no Dia dos Namorados deste ano, representando 41,5% dos respondentes. Esse dado sugere um aumento no interesse por celebrações mais elaboradas em comparação com o ano anterior, quando esse índice era de 35,8%. No entanto, a maioria dos entrevistados, cerca de 58,5%, indicou que não tem planos de celebrar a data de forma especial com seus parceiros. Essa diferença nos números pode refletir uma variedade de fatores, como preferências pessoais, situações financeiras ou até mesmo mudanças nas tendências culturais.

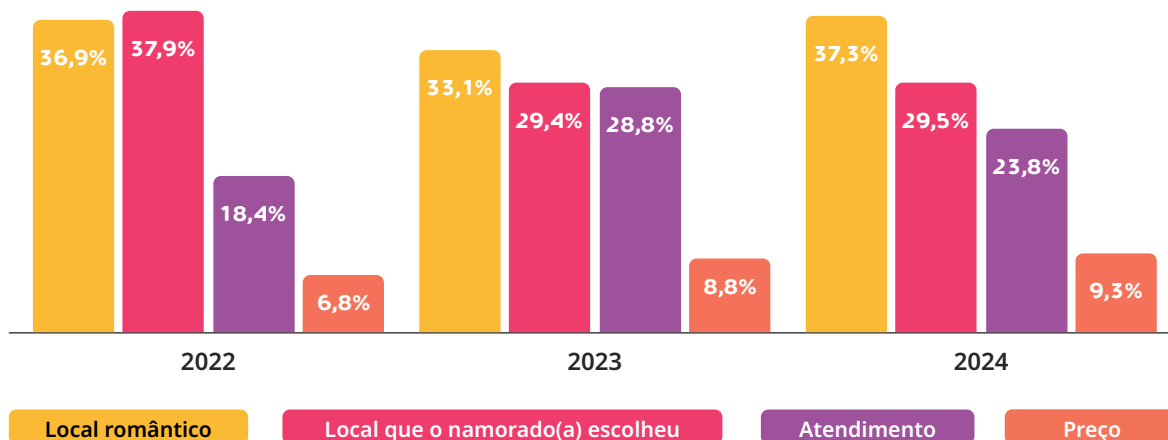
Os dados revelam que, entre aqueles que planejam celebrar o Dia dos Namorados, as formas mais comuns de comemoração são através de almoço ou jantar em restaurantes, com 15,7% das menções. Em seguida, há uma preferência por almoçar ou jantar em casa ou na casa de parentes, com

14,4% das respostas. Além disso, uma parcela significativa de entrevistados mencionou outras formas de celebração, como viagens, passeios em shopping, ou estadias em hotel ou motel, totalizando 11,3%.

Gráfico 14 Vai realizar alguma comemoração especial?



Os resultados revelam que, para escolher o local de comemoração, os mossoroenses valorizam principalmente características que proporcionem uma atmosfera romântica, com 37,3% das menções. Em seguida, há uma preferência por locais que o casal tenha o desejo de conhecer, com 29,5% das respostas. Além disso, o preço do local também é um fator importante para uma parcela significativa de entrevistados, representando 23,8% das escolhas. Por fim, o atendimento é considerado uma característica relevante para 9,3% dos respondentes.

Gráfico 15 Características para escolha do local:

A maioria dos mossoroenses planeja gastar até R\$ 200 em comemorações para o Dia dos Namorados, com 75,2% das pessoas indicando esse valor como limite de gastos. Por outro lado, 24,8% dos entrevistados estão dispostos a desembolsar mais de R\$ 200 para celebrar a ocasião. Isso sugere que uma parcela significativa da população está disposta a investir um pouco mais em experiências especiais para essa data. Além disso, a média de gastos com passeios foi de R\$ 161,01, um aumento nominal de 15% em relação ao ano anterior, quando a média foi de R\$ 140. Isso indica que, apesar dos desafios econômicos, os mossoroenses estão dispostos a aumentar seus investimentos em atividades de lazer e entretenimento para celebrar o Dia dos Namorados.

Gráfico 16 Gasto com passeio:

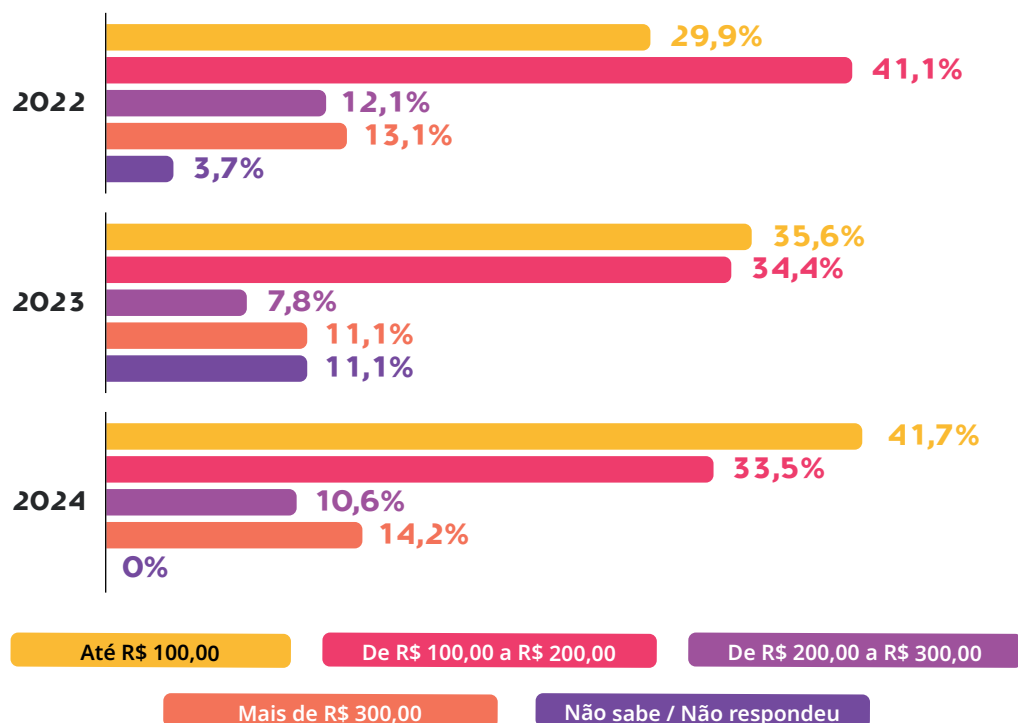


Gráfico 17 Gasto médio com passeio ao longo do tempo:

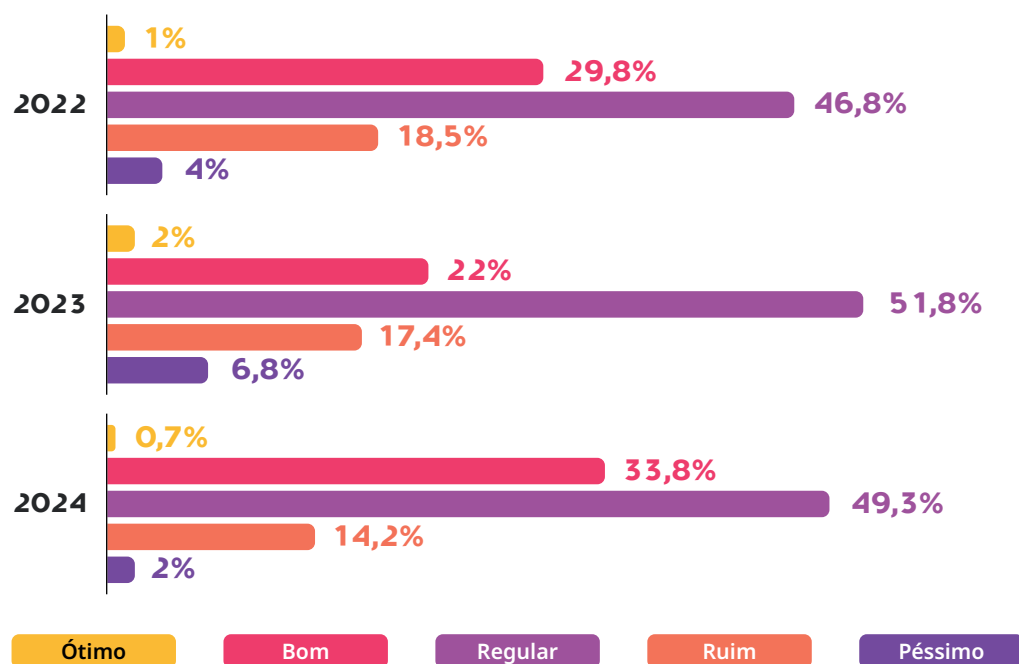
2022	R\$ 161,21
2023	R\$ 140,00
2024	R\$ 161,01

Momento

Atualmente, a maioria dos mossoroenses considera regular o momento para a compra de produtos, representando 49,3% dos entrevistados. Outros 34,5% classificam esse momento como ótimo ou bom, enquanto 16,2% o veem como ruim ou péssimo. Em comparação com 2023, houve uma leve queda na proporção de pessoas que consideram o momento regular, de 51,8% para

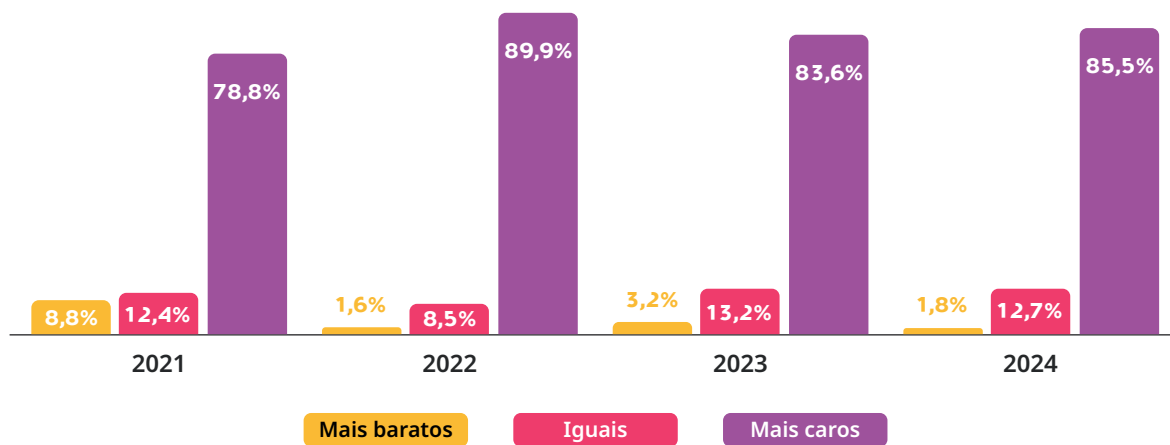
49,3%. Por outro lado, houve um aumento naqueles que o avaliam como ótimo ou bom, passando de 24% para 34,5%, sugerindo uma melhoria na percepção sobre as condições para as compras.

Gráfico 18 Como o (a) Sr. (a) avalia o atual momento para compra de produtos?



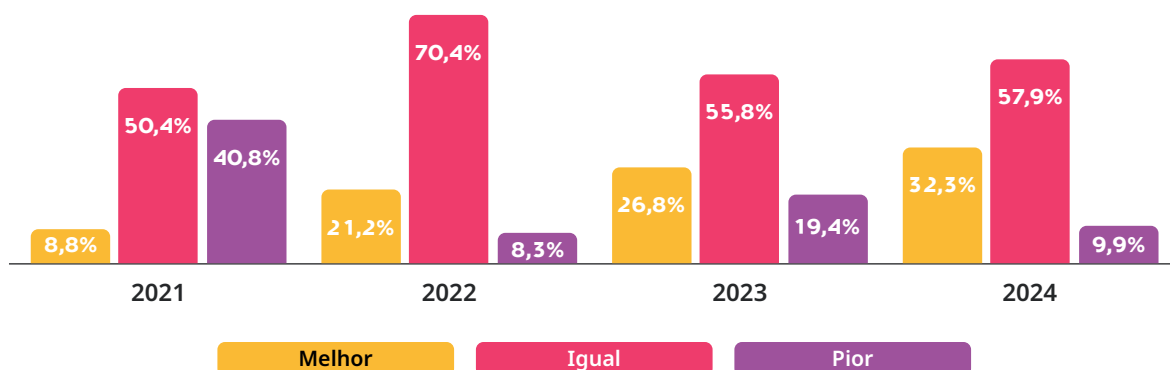
Os dados indicam que a grande maioria dos mossoroenses percebe um aumento nos preços dos produtos em comparação ao ano anterior, com 85,5% dos entrevistados relatando essa percepção. Apenas 12,7% consideram que os preços se mantiveram iguais, enquanto 1,8% acreditam que estão mais baixos. Esses números refletem uma tendência consistente com os resultados de 2023, onde 83,6% dos entrevistados afirmavam que os preços estavam mais altos, 13,2% os consideravam iguais e 3,2% relatavam preços mais baixos. Essa continuidade na percepção de aumento de preços sugere um desafio contínuo para os consumidores lidarem com a inflação e a pressão nos custos dos produtos.

Gráfico 19 Quanto aos preços cobrados por produtos durante o dia dos namorados desse ano, o sr. (a) acredita que eles estarão:



Os resultados da pesquisa indicam que a maioria dos entrevistados em Mossoró, representando 57,9%, sente que sua situação financeira permaneceu estável em comparação com o ano anterior. Por outro lado, um significativo grupo de 32,3% relatou uma melhoria em sua situação financeira em relação a 2023, enquanto 9,9% expressaram uma piora. Comparativamente, em 2023, uma porcentagem ligeiramente menor, 53,8%, relatou uma estabilidade financeira, enquanto 26,8% observaram melhorias e 19,4% identificaram uma situação financeira pior em relação ao ano anterior à pesquisa. Esses números destacam a dinâmica das condições econômicas locais ao longo do tempo e refletem a percepção dos residentes sobre sua situação financeira.

Gráfico 20 Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?



Os dados mostram uma visão otimista em relação ao futuro financeiro entre os entrevistados. Cerca de 74,7% expressaram confiança de que sua situação financeira estará melhor daqui a um ano. Isso sugere um sentimento de esperança e expectativa positiva em relação ao desenvolvimento econômico futuro da região. Além disso, 23,2% acreditam que sua situação permanecerá igual, enquanto apenas 2% temem uma possível piora. Em contraste, em 2023, uma porcentagem um pouco maior, 79,6%, esperava melhorias financeiras para o ano seguinte, enquanto 15,2% previam uma estabilidade e 5,2% antecipavam uma situação financeira pior. Essa comparação sugere uma ligeira mudança na percepção das expectativas econômicas futuras em relação aos anos anteriores.

Gráfico 21 Pensando na situação atual e olhando para o futuro, como você acredita que daqui a um ano estará sua família financeiramente?

