

INTENÇÕES DE COMPRAS PARA O

Dia
dos
Pais

MOSSORÓ



JULHO 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

Natalia Pereira
Lidiane Alves
Maria Eduarda
Simone Soares
Hugo Sergio
Rogério Antunes
Jacqueline Aires
Matheus Gomes
Kéren Heloísa
Débora Nascimento
João Soares
Pesquisadores

SUMÁRIO

1. Introdução _____ **04**

2. Aspectos técnicos _____ **05**

3. Síntese dos resultados _____ **06**

Intenções de compras _____ 06

Perfil dos compradores _____ 07

Presenteados _____ 09

Itens _____ 11

Gastos _____ 15

Forma de pagamento _____ 21

Local de compra _____ 21

Quando comprará _____ 22

Comemoração _____ 25

Percepção econômica _____ 28

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 17 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 500 pessoas. Para que o trabalho apresentasse um bom resultado, foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral aproximado de 4 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

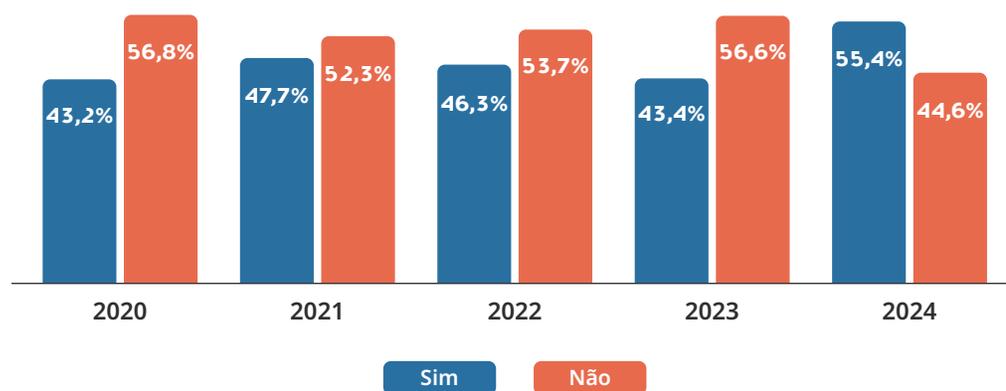
Síntese dos resultados

Intenções de compras

A pesquisa da Fecomércio RN revelou que 55,4% dos consumidores de Mossoró pretendem presentear alguém no Dia dos Pais, enquanto 44,6% não planejam fazer compras para a data. Esse dado indica uma intenção de compras significativa entre a população, refletindo um otimismo ou uma disposição maior para celebrar a ocasião com presentes.

Comparando com os anos anteriores, observou-se um aumento na intenção de presentear em 2024, que se destaca em relação aos 43,4% de 2023. Esse percentual também é superior ao dos anos de 2022 e 2021, quando 46,3% e 47,7% dos entrevistados, respectivamente, afirmaram que comprariam presentes. Esse crescimento em 2024 pode indicar uma recuperação ou aumento na confiança dos consumidores, possivelmente influenciada por fatores econômicos ou sociais que estimulam o consumo em datas comemorativas.

Gráfico 1 Pretende presentear alguém nesta data?



Perfil dos compradores

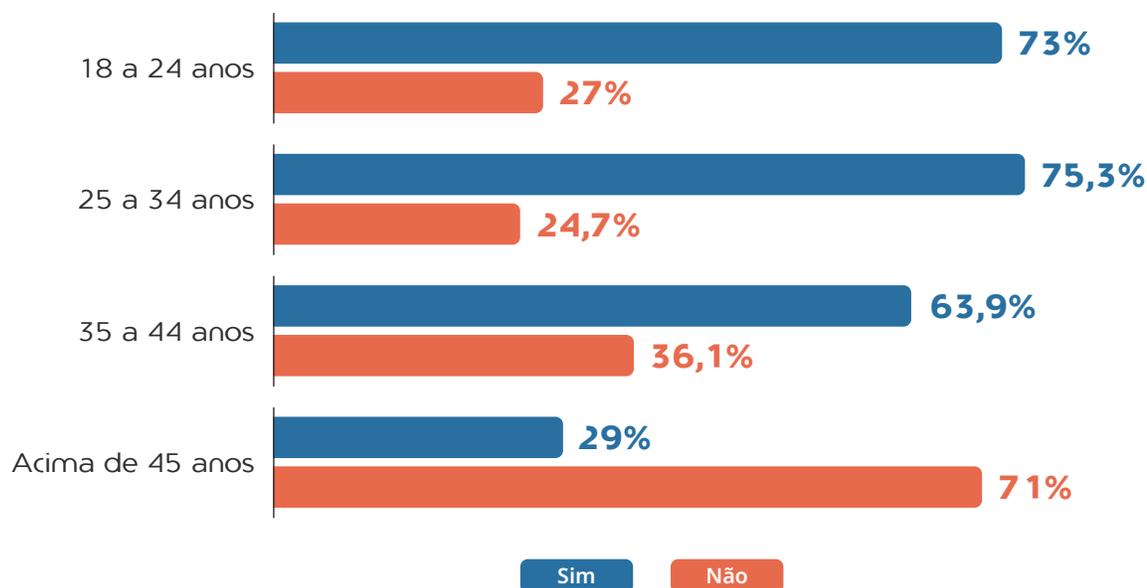
A análise do perfil dos consumidores de Mossoró que pretendem comprar presentes para o Dia dos Pais em 2024 revela algumas tendências interessantes. As mulheres são ligeiramente mais propensas a presentear, com 57,3% indicando que planejam comprar presentes, comparado a 53,3% dos homens.

Gráfico 2 Sexo:



Em termos de faixa etária, os jovens entre 25 e 34 anos mostram a maior intenção de compras (75,3%), seguidos pelos de 18 a 24 anos (73%). Por outro lado, apenas 29% dos indivíduos acima de 45 anos pretendem fazer compras para a ocasião, o que sugere uma menor inclinação entre os mais velhos para participar desse tipo de celebração.

Gráfico 3 Faixa etária:



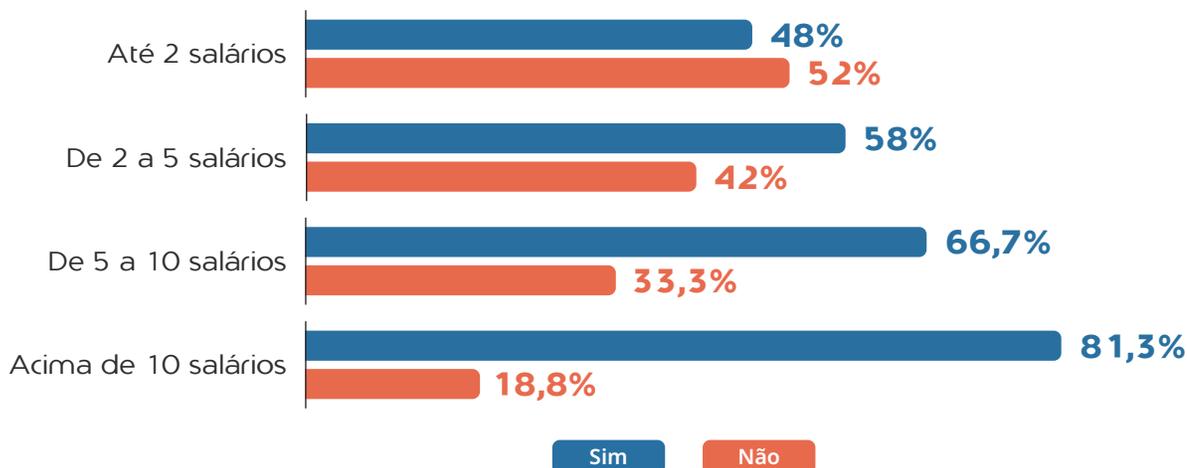
A educação também parece influenciar as intenções de compra, com 61,9% das pessoas com ensino superior ou mais demonstrando intenção de presentear, comparado a 57,1% daqueles com ensino médio e apenas 24% entre os com ensino fundamental.

Gráfico 4 Escolaridade:



Além disso, a renda tem um impacto claro nas intenções de compra: quanto maior o rendimento, maior a propensão a comprar presentes. Os indivíduos com renda acima de 10 salários-mínimos são os mais inclinados a presentear (81,3%), enquanto os que ganham até 2 salários-mínimos têm uma intenção de compra significativamente menor (48%). Isso sugere que o poder aquisitivo e o nível de escolaridade são fatores determinantes no comportamento de consumo para esta data específica.

Gráfico 5 Renda:



Presenteados

Sobre os presenteados, como era de se esperar, a grande maioria dos consumidores de Mossoró pretende presentear principalmente seus pais no Dia dos Pais, com 95,9% dos entrevistados indicando essa intenção. Além disso, 22% pretendem presentear o marido ou namorado, enquanto 10,2% mencionam o sogro, 9,8% o avô, e 4,5% pretendem se presentear. Outras categorias, como irmãos, filhos, tios/padrinhos, também aparecem, embora com porcentagens menores.

Em relação anos anteriores, há um aumento constante na intenção de presentear os pais, de 81,9% em 2020 para 95,9% em 2024. A intenção de presentear maridos ou namorados apresentou uma flutuação, com um aumento em 2022 (27,4%) seguido por uma queda em 2023 (13,7%) e um leve aumento em 2024 (22%). Houve também um crescimento nas intenções de presentear sogros e avós ao longo dos anos, com números significativamente mais altos em 2024 (10,2% e 9,8%, respectivamente) comparados a 2020. Esses dados sugerem uma tendência de ampliar o círculo de destinatários dos presentes, incluindo mais membros da família além do pai.

Tabela 1 Quem o (a) Sr. (a) pretende presentear nesta data?

Múltiplas respostas

	2020	2021	2022	2023	2024
Pai	81,9%	82,4%	85%	92,9%	95,9%
Marido/Namorado	21,3%	22,9%	27,4%	13,7%	22%
Sogro	1,4%	5,3%	6,8%	6,6%	10,2%
Avô	2,3%	1,8%	6%	2,2%	9,8%
A si mesmo	0%	0,9%	1,7%	0,9%	4,5%
Tio/Padrinho	1,9%	0%	0%	0%	2,4%
Irmão	0,9%	0%	0,4%	0,4%	2%
Filho	1,9%	4%	0%	0,4%	1,6%
Outros	3,2%	1,8%	0,4%	0,4%	0%
Não sabe	0,5%	0%	0%	0%	0%

Quanto ao número de itens adquiridos para presentear, a pesquisa da Fecomércio RN revela que 53,6% dos entrevistados optarão por adquirir um único produto. Entretanto, há uma tendência notável de aumento no número de pessoas que planejam comprar mais de um presente: 31,5% dos consumidores indicaram a intenção de comprar dois produtos, 8,3% planejam adquirir três produtos, 5,1% quatro produtos e 1,4% cinco ou mais.

Observa-se uma diminuição na proporção de consumidores que pretendem comprar apenas um presente, caindo de 60,2% em 2023 para 53,6% em 2024. Essa mudança é acompanhada por um aumento nas intenções de compras de múltiplos produtos, particularmente no caso de dois presentes, que passaram de 20,1% em 2020 para 31,5% em 2024. A proporção de pessoas que planejam comprar três ou mais presentes também aumentou de 7,1% em 2023 para 14,8% em 2024, indicando uma possível diversificação no tipo e quantidade de presentes, talvez refletindo um desejo de proporcionar uma experiência mais rica ou atender a diferentes pessoas em uma única ocasião.

Gráfico 6 Pretendem comprar um produto:

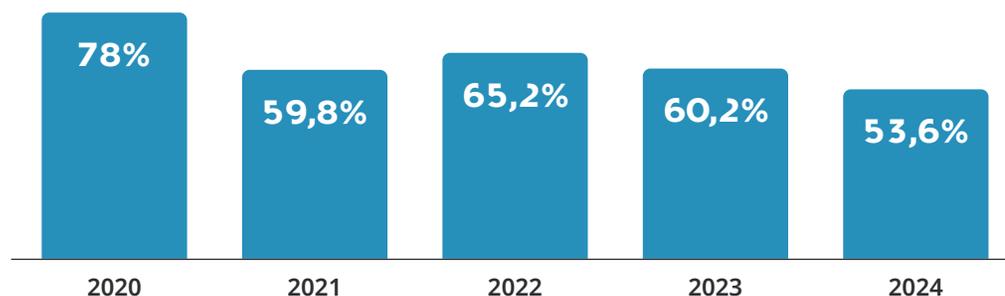


Gráfico 7 Pretendem comprar dois produtos:

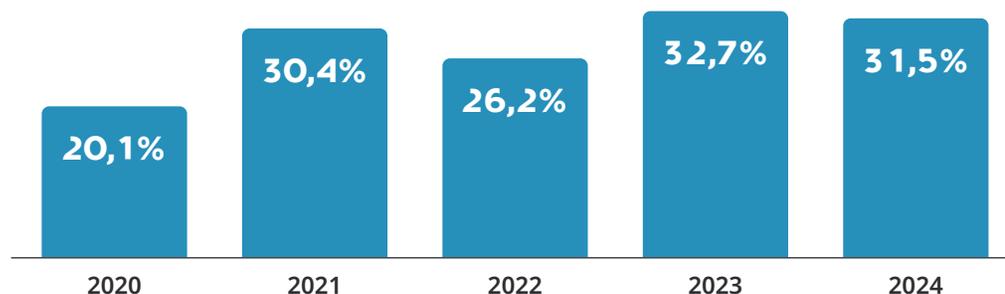


Gráfico 8 Pretendem comprar três produtos:

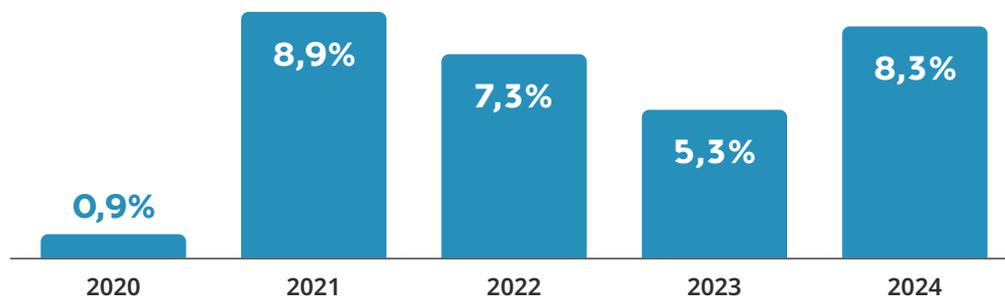


Gráfico 9 Pretendem comprar quatro produtos:

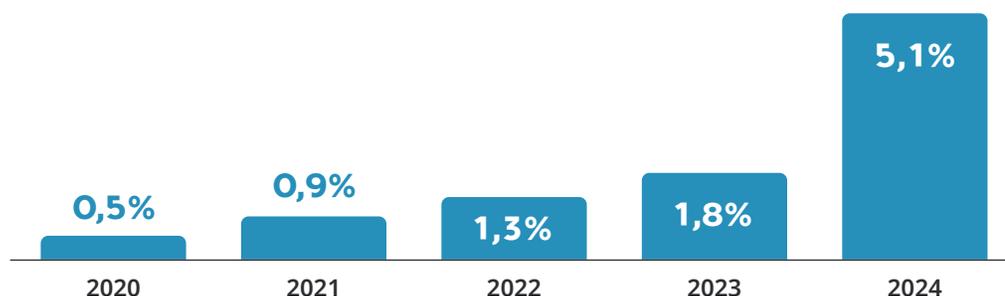
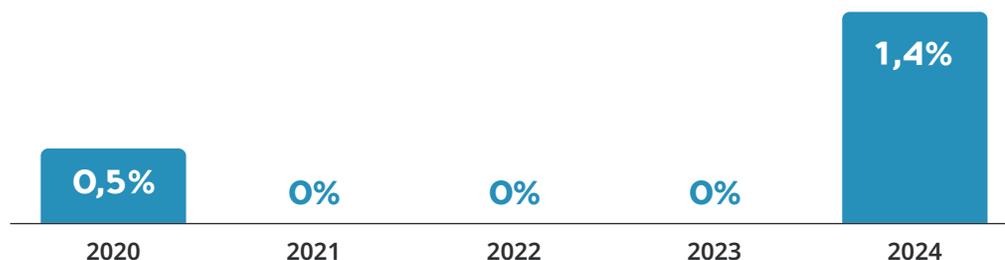


Gráfico 10 Pretendem comprar cinco produtos ou mais:



Itens

A preferência dos consumidores de Mossoró para presentes de Dia dos Pais é predominantemente focada em vestuário, com 49,2% indicando esse tipo de produto como sua escolha. Perfumes e cosméticos, bem como calçados, carteiras, cintos e bolsas, ambos registraram 26% de intenção de compra,

mostrando-se também populares. Outras categorias como eletroeletrônicos (6,5%), produtos automotivos (3,7%), e livros (2,8%) tiveram menor participação nas intenções de compra.

A categoria de vestuário apresentou aumento, passando de 40,3% em 2023 para 49,2% este ano. A intenção de comprar perfumes e cosméticos aumentou em relação a 2021 (13,2%), mas manteve-se estável em comparação com 2023 (26,1%). A categoria de calçados, carteiras, cintos e bolsas, que apresentou uma tendência de aumento significativo, passando de 12,8% em 2023 para 26% em 2024, sugere uma mudança de preferência ou maior diversificação nas opções de presentes. Outros itens como joias e relógios registraram intenções de compra reduzidas em 2024, refletindo talvez uma mudança nos padrões de consumo ou nas preferências dos consumidores. A categoria “Não sabe/Não respondeu” diminuiu ligeiramente, indicando uma maior clareza ou decisão dos consumidores sobre o que comprar.

Tabela 2 Que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessado em presentear no Dia dos Pais?

Múltiplas respostas

	2020	2021	2022	2023	2024
Vestuário	45,4%	50,7%	41%	40,3%	49,2%
Perfume/Cosméticos	19%	13,2%	26,5%	26,1%	26%
Calçados/Carteira/Cinto/Bolsa	9,7%	10,1%	20,9%	12,8%	26%
Eletroeletrônicos	9,3%	7,5%	6,4%	6,6%	6,5%
Produtos automotivos	0,9%	0%	1,3%	0,4%	3,7%
Livro	0,9%	1,3%	1,7%	0,9%	2,8%
Artigos de Decoração	0%	0,9%	1,3%	1,3%	1,2%
Joias	1,4%	1,8%	0,9%	1,8%	0,8%
Relógio	2,3%	0%	0,4%	0%	0,8%
Viagem	0%	0%	0%	0,4%	0,4%
Outros	4,2%	4,8%	3%	0,4%	2%
Não sabe/Não respondeu	15,3%	20,3%	16,2%	18,1%	14,2%

As ofertas e promoções continuam sendo o principal fator que determina a escolha do presente para o Dia dos Pais em Mossoró, com 44% das respostas. A importância da marca do produto aumentou significativamente, chegando a 30,8%, sugerindo uma tendência crescente de valorizar a qualidade

e o prestígio associado a marcas específicas. Outros fatores como localização da loja (7,3%) e facilidade de pagamento (7,7%) também desempenham papéis importantes, mas em menor escala.

Analisando os dados de anos anteriores, notou-se uma diminuição constante na influência das ofertas e promoções, que caíram de 60,8% em 2021 para 44% em 2024. Em contrapartida, a valorização da marca do produto cresceu de 22% em 2021 para 30,8% em 2024, indicando uma mudança nas prioridades dos consumidores, possivelmente em busca de produtos de maior qualidade ou com maior valor agregado.

A influência da localização da loja, que foi notavelmente alta em 2023 (12,8%), diminuiu para 7,3% em 2024, o que pode refletir mudanças nas estratégias de compra, como a crescente importância do comércio eletrônico. A facilidade de pagamento teve um aumento perceptível, passando de 2,7% em 2023 para 7,7% este ano, sugerindo que condições de pagamento mais flexíveis estão se tornando um fator mais relevante para os consumidores. Essa mudança nos fatores de decisão indica uma adaptação às condições econômicas e às mudanças nos hábitos de consumo.

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

	2021	2022	2023	2024
Ofertas e promoções	60,8%	52,6%	46,9%	44%
Marca do produto	22%	22,4%	25,2%	30,8%
Facilidade de pagamento	2,6%	3%	2,7%	7,7%
Localização da loja	0,4%	2,6%	12,8%	7,3%
Indicação de amigos os parentes	1,3%	2,2%	1,8%	3,7%
Nome da loja	0,4%	0,4%	2,2%	2,9%
Marketing/Divulgação	1,8%	6,9%	2,7%	1,1%
Desejo da pessoa presenteada	2,2%	7,3%	0,4%	0,7%
Necessidade	1,8%	0%	3,1%	0,4%
Qualidade do produto	1,3%	1,3%	0%	0%
Atendimento	0,4%	0%	0%	0%
Outros	1,3%	1,3%	1,3%	1,5%
Não sabe/Não respondeu	3,5%	0%	0,9%	0%

Sobre a quantidade de produtos, a pesquisa indica que 22,2% dos consumidores de Mossoró planejam comprar mais itens para o Dia dos Pais em comparação com o ano anterior. A maioria, 68%, pretende comprar a mesma quantidade de produtos, enquanto 9,8% planejam comprar menos.

Comparando esses dados com os anos anteriores, há uma tendência de aumento na intenção de comprar mais produtos, passando de 10,8% em 2022 e 13,7% em 2023 para 22,2% em 2024. A proporção de consumidores que pretendem manter a mesma quantidade de compras, embora ainda alta, caiu de 81,4% em 2023 para 68% em 2024. Já a intenção de comprar menos produtos aumentou de 4,9% em 2023 para 9,8% em 2024. Esses dados sugerem uma variabilidade nas intenções de compra, possivelmente influenciada por fatores econômicos, mudanças no comportamento do consumidor, ou mesmo pela busca por variedade e quantidade nos presentes comprados para a data.

Gráfico 11 Com relação ao Dia dos Pais do ano passado, o Sr. (a) pretende comprar:

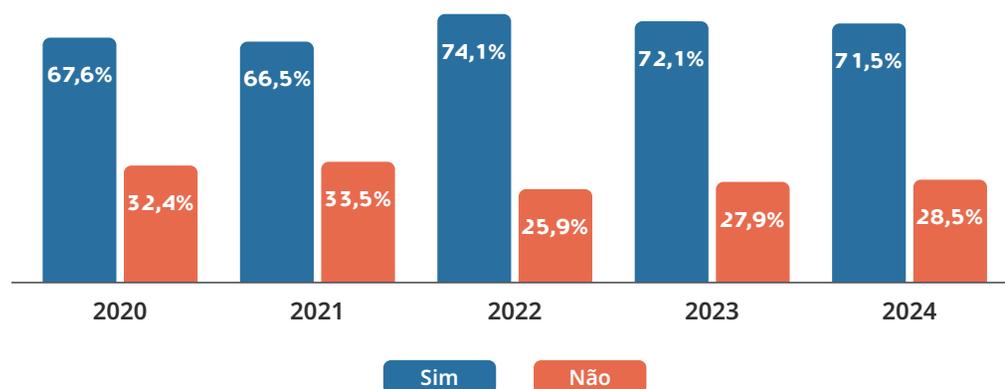


Os resultados mostram também que 71,5% dos consumidores de Mossoró pretendem fazer pesquisa de preço antes de comprar presentes para o Dia dos Pais, enquanto 28,5% afirmaram que não irão realizar essa pesquisa. Isso demonstra uma alta preocupação com o custo-benefício e a busca por melhores ofertas.

O percentual de consumidores que pretendem fazer pesquisa de preço tem se mantido relativamente constante, com uma leve variação. Em 2021, esse número era de 66,5%, subindo para 74,1% em 2022 e depois estabilizando-se em torno de 71-72% nos anos seguintes. Essa constância sugere uma

conscientização contínua dos consumidores sobre a importância de comparar preços, possivelmente influenciada por condições econômicas, aumento da acessibilidade a informações através de tecnologias digitais, e um comportamento de consumo mais prudente. A ligeira diminuição de 2023 para 2024 pode indicar uma leve mudança nas prioridades ou na percepção de valor.

Gráfico 12 Pretende fazer pesquisa de preço?

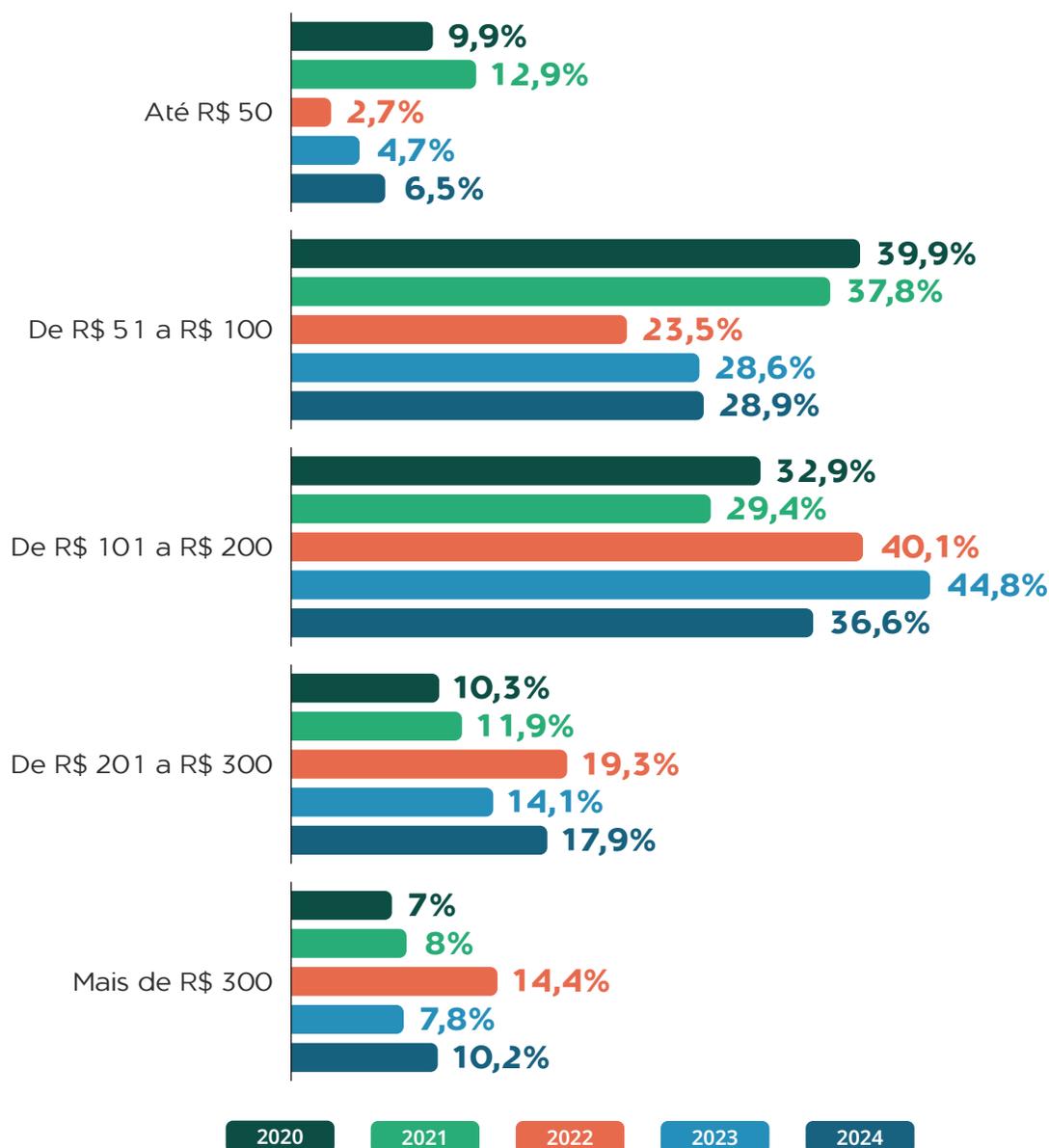


Gastos

Os consumidores de Mossoró demonstram uma variação em seus padrões de gasto para o Dia dos Pais. A maioria planeja investir entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00, com 36,6% optando por essa faixa. O percentual de consumidores que pretende gastar entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00 é de 28,9%, e 17,9% estão dispostos a investir entre R\$ 201,00 e R\$ 300,00. Apenas 6,5% planejam gastar até R\$ 50,00, enquanto 10,2% estão preparados para desembolsar mais de R\$ 300,00.

A faixa de R\$ 101,00 a R\$ 200,00, embora ainda a mais citada, mostra uma ligeira diminuição em relação a 2023 (44,8%) e um aumento em relação a 2021 (29,4%). A faixa de gastos entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00 permaneceu estável em comparação a 2023, enquanto o percentual de consumidores dispostos a gastar até R\$ 50,00 e acima de R\$ 300,00 mostrou uma leve variação.

Gráfico 13 Quanto pretende investir na compra do(s) presente(s)?



Os dados de gasto médio com presentes corroboram a tendência observada nos gastos planejados. O gasto médio em 2024 é de R\$ 135,98, ligeiramente abaixo dos R\$ 136,91 de 2022, mas um pouco acima dos R\$ 126,54 registrados em 2023. Esse valor médio reflete um padrão de gasto consistente com a intenção de compra, onde há uma disposição geral para investir uma quantia razoável em presentes, demonstrando um equilíbrio entre qualidade

e orçamento. O aumento do gasto médio desde 2020 (R\$ 106,25) até 2024 sugere uma tendência de valorização do presente, mesmo com variações anuais nos valores específicos.

Gráfico 14 Gasto médio com presente por ano:



Estratificando pelo perfil dos consumidores. De maneira geral, os homens gastam em média R\$ 139,16, enquanto as mulheres gastam R\$ 133,27, mostrando uma leve tendência dos homens a investir um pouco mais.

Gráfico 15 Gasto por gênero:



A faixa etária também apresenta variações significativas: consumidores com 35 a 44 anos são os que mais gastam, com um valor médio de R\$ 150,00, seguidos por aqueles acima de 45 anos (R\$ 139,67) e por aqueles de 25 a 34 anos (R\$ 131,54). Os mais jovens, entre 18 e 24 anos, têm o gasto médio mais baixo, com R\$ 111,54, o que pode refletir um orçamento mais limitado ou uma menor propensão a investir em presentes caros.

Gráfico 16 Gasto por faixa etária:

18 a 24 anos	R\$ 111,54
25 a 34 anos	R\$ 131,54
35 a 44 anos	R\$ 150,00
Acima de 45 Anos	R\$ 139,67

A educação também impacta o gasto médio, com pessoas com ensino superior ou mais gastando em média R\$ 159,68, em comparação com R\$ 121,83 para aqueles com ensino médio e R\$ 118,18 para quem tem ensino fundamental. Isso sugere que um nível mais alto de escolaridade está associado a um maior investimento em presentes.

Gráfico 17 Gasto por escolaridade:

Ensino fundamental	R\$ 118,18
Ensino médio	R\$ 121,83
Ensino superior ou mais	R\$ 159,68

Em termos de renda, a discrepância é ainda mais pronunciada. Aqueles que ganham acima de 10 salários-mínimos são os que mais gastam, em média R\$ 209,09, seguidos por aqueles com renda de 5 a 10 salários-mínimos, com um valor médio de R\$ 203,13. Em contraste, consumidores com rendimentos até 2 salários-mínimos gastam em média R\$ 109,84, e aqueles com rendimentos de 2 a 5 salários-mínimos gastam R\$ 122,85. Esses dados confirmam a relação direta entre a capacidade de renda e o valor gasto em presentes.

Gráfico 18 Gasto por renda:

Até 2 salários	R\$ 109,84
De 2 a 5 salários	R\$ 122,85
De 5 a 10 salários	R\$ 203,13
Acima de 10 salários	R\$ 209,09

A estimativa de movimentação financeira com compras de presentes para o Dia dos Pais em Mossoró alcançou R\$ 21.227.950,53, um significativo aumento em relação aos anos anteriores. Esse valor representa um crescimento comparado ao ano de 2023, quando a movimentação foi de R\$ 15.475.362,29. Desde 2020, quando a movimentação foi de R\$ 9.520.566,53, o valor tem mostrado uma tendência de crescimento contínuo, refletindo tanto o aumento da intenção de compra quanto a elevação nos gastos médios com presentes. A alta de 2024 em relação ao ano anterior destaca um incremento robusto, que pode ser atribuído a uma combinação de fatores, incluindo uma maior disposição dos consumidores em investir em presentes e uma recuperação econômica local.

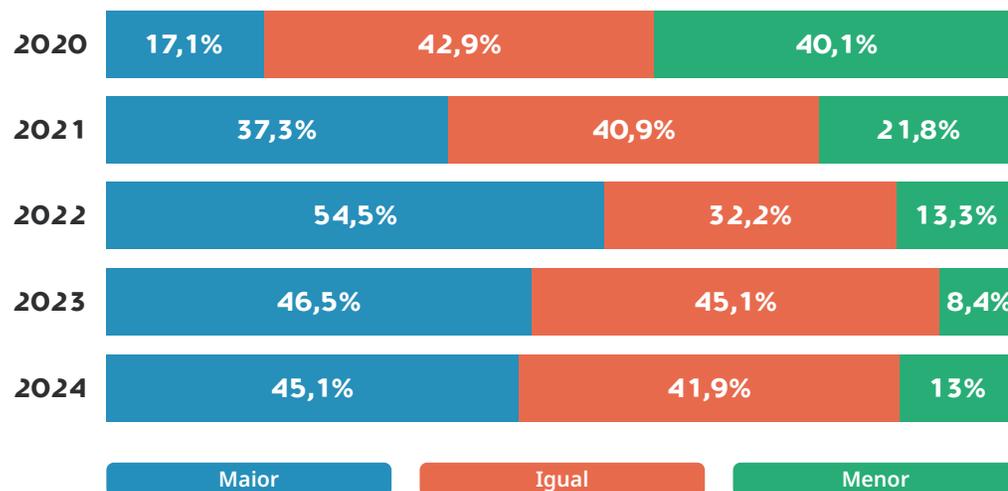
No Rio Grande do Norte, a estimativa de movimentação para o Dia dos Pais em 2024 é de R\$ 313.531.172,01, o que também representa um aumento significativo em comparação com os anos anteriores. Em 2023, a movimentação foi de R\$ 271.546.403,80, e, desde 2020, quando era R\$ 144.963.792,88, houve um crescimento contínuo e robusto. Esse aumento acentuado reflete uma tendência de crescimento mais ampla no estado, evidenciando uma recuperação econômica geral e uma maior confiança dos consumidores em seus gastos. A diferença entre a movimentação em Mossoró e o total do estado ilustra a importância crescente da cidade na economia regional, mas também destaca a magnitude da movimentação em todo o estado, que está experimentando um crescimento considerável.

Gráfico 19 Estimativa de movimentação:



A pesquisa da Fecomércio RN revela que 45,1% dos consumidores de Mossoró planejam gastar mais com presentes para o Dia dos Pais em comparação com o ano anterior, enquanto 41,9% vão manter o mesmo nível de gasto e 13% irão gastar menos. Essa distribuição indica uma confiança relativamente alta entre os consumidores de Mossoró em relação ao aumento de seus gastos, refletindo uma disposição crescente para investir em presentes, apesar de uma pequena porcentagem que opta por reduzir seus gastos.

Gráfico 20 O (s) seu (s) gasto (s) com presentes para o Dia dos Pais neste ano em comparação com ano passado irá (ão) ser?



Forma de pagamento

Os consumidores de Mossoró mostram uma clara preferência pelo cartão de crédito como forma de pagamento para o Dia dos Pais, com 58,5% indicando que utilizarão essa opção, depois surgem o dinheiro ou PIX com 25,6% e o cartão de débito com 15,9%.

A utilização do cartão de crédito tem crescido de forma consistente ao longo dos anos, subindo de 42,6% em 2020 para 55,1% em 2023 e atingindo o pico de 58,5% em 2024. Isso reflete uma tendência de maior aceitação e preferência por essa forma de pagamento, que pode ser atribuída à facilidade de parcelamento e à segurança percebida.

Tabela 4 Qual a forma de pagamento que deseja utilizar?

	2020	2021	2022	2023	2024
Cartão de crédito	42,6%	54,2%	52,4%	55,1%	58,5%
Dinheiro/PIX	38,9%	28,6%	26,6%	31,1%	25,6%
Cartão de débito	11,6%	11%	17,2%	12,4%	15,9%
Outros	2,8%	2,2%	1,3%	0%	0%
Não sabe/Não respondeu	4,2%	4%	2,6%	1,3%	0%

Local de compra

A principal escolha dos consumidores de Mossoró para a compra de presentes para o Dia dos Pais é o comércio de rua, com 45,1% das intenções de compra. Apesar de uma leve redução em relação aos 49,1% registrados em 2023, o comércio de rua continua sendo a opção mais popular, refletindo a preferência dos consumidores por lojas físicas onde podem ver e tocar os produtos antes da compra.

O shopping, por sua vez, experimentou um crescimento significativo, subindo para 29,2% em 2024, após ter sido uma opção menos popular em anos anteriores, com 24,8% em 2023 e 7,4% em 2020. Esse crescimento pode ser resultado de uma maior atratividade dos shoppings, que oferecem uma variedade de lojas e opções de entretenimento que atraem os consumidores.

A compra online, através da internet, mostra um leve aumento para 14,8% em 2024, mas continua sendo uma opção secundária em comparação com o comércio de rua. A internet viu uma leve recuperação após uma queda para 13,3% em 2023, mas ainda está abaixo dos 21,9% registrados em 2020. Esse aumento moderado pode refletir uma crescente aceitação das compras online, embora a preferência por lojas físicas ainda prevaleça.

Tabela 5 Onde irá comprar?

	2020	2021	2022	2023	2024
Comércio de rua	51,2%	44,1%	43,5%	49,1%	45,1%
Shopping	7,4%	28,6%	28,9%	24,8%	29,2%
Internet	21,9%	16,7%	12,5%	13,3%	14,8%
Autônomo/Revendedor	11,6%	6,2%	3,9%	3,5%	10,8%
Não sabe/Não respondeu	7,9%	4,4%	11,2%	9,3%	0%

Quando comprará

A maioria dos consumidores de Mossoró planeja comprar presentes para o Dia dos Pais na semana do evento, com 54,2% indicando essa intenção. Esta porcentagem era de 79,6% em 2023 e de 86,3% em 2022. A redução pode refletir uma mudança nos padrões de compra ou uma tendência crescente para a antecipação das compras.

A intenção de comprar os presentes quinze dias antes do Dia dos Pais aumentou para 40,1% em 2024, comparado com 19% em 2023 e 9% em 2022. Esse aumento sugere uma mudança no comportamento dos consumidores em direção a uma compra mais antecipada, possivelmente impulsionada por preocupações com disponibilidade de produtos e promoções de pré-evento.

A porcentagem de consumidores que já compraram o presente permanece relativamente estável em 5,4% para 2024, similar aos 4,8% em 2021, indicando que uma pequena parcela de consumidores se adianta consideravelmente.

Tabela 6 Quando o (a) Sr. (a) comprará o presente?

	2020	2021	2022	2023	2024
Depois do dia dos pais	0,9%	0,4%	0%	0%	0%
Já comprou	5,6%	4,8%	4,3%	0,9%	5,4%
Na semana do dia dos pais	70,8%	70,5%	86,3%	79,6%	54,2%
Quinze dias antes	21,8%	22,9%	9%	19%	40,1%
Não sabe/Não respondeu	0,9%	1,3%	0,4%	0,4%	0,4%

A proporção de consumidores de Mossoró que pretende comprar presentes para o Dia dos Pais nas mesmas lojas do ano passado aumentou para 44,5%. Esse percentual é maior em relação aos 34,4% registrados em 2023 e 18,9% em 2022. O aumento indica uma maior lealdade dos consumidores às lojas que frequentaram no ano anterior, possivelmente devido a uma experiência de compra satisfatória ou à confiança na qualidade dos produtos e no atendimento dessas lojas.

Em contraste, a porcentagem de consumidores que não pretende repetir as lojas do ano passado caiu para 55,5% em 2024, comparada aos 65,6% de 2023 e 81,1% de 2022. Essa redução sugere que menos consumidores estão dispostos a mudar de loja, o que pode refletir uma satisfação crescente com as lojas que frequentam ou uma maior disposição para explorar e comprar nas mesmas lojas.

Gráfico 21 Pretendem comprar nas mesmas lojas que compraram no ano passado?

O fator mais importante na decisão de onde comprar presentes para o Dia dos Pais para os consumidores de Mossoró é o nível de preços, com 32,1% apontando isso como a principal consideração. Esse percentual representa uma diminuição em relação aos 36,6% registrados em 2023 e aos 39,2% de 2021. A redução pode indicar que, embora o preço continue sendo uma consideração crucial, outros fatores estão ganhando importância na escolha do local de compra.

A variedade de produtos é o segundo fator mais relevante, com 25,6% dos consumidores destacando-o como a principal consideração. Apesar de uma ligeira queda em comparação com os 26,9% de 2023, ainda permanece uma prioridade significativa, refletindo a importância de ter uma ampla gama de opções disponíveis ao escolher presentes.

A qualidade dos produtos é a terceira consideração mais importante, com 19,5% dos consumidores indicando sua relevância. Esse percentual mostra um aumento em relação aos 16,7% de 2023, sugerindo que a percepção de qualidade está se tornando uma preocupação mais pronunciada na decisão de compra.

A localização, que é o quarto fator mais relevante em 2024 com 8,7%, experimentou um aumento em relação aos 7% do ano anterior. Isso pode indicar uma valorização crescente da conveniência e acessibilidade das lojas.

Tabela 7 Qual fator pesa mais para decidir o local de compra?

	2021	2022	2023	2024
Nível de preços	39,2%	36,1%	36,6%	32,1%
Variedade de produtos	15,4%	23,2%	26,9%	25,6%
Qualidade dos produtos	10,6%	24,9%	16,7%	19,5%
Localização	6,6%	3,9%	7%	8,7%
Conforto	5,3%	3,9%	1,8%	3,6%
Atendimento	7%	2,6%	4,8%	3,2%
Facilidade de pagamento	4,4%	1,3%	0,4%	2,5%
Vendas online	0,9%	0,4%	0,9%	1,8%
Segurança	2,6%	1,3%	1,8%	1,4%
Entrega	1,8%	0,4%	0%	0,4%
Outros	0,9%	1,7%	1,8%	0,7%
Não sabe	5,3%	0,4%	1,3%	0,4%

Comemoração

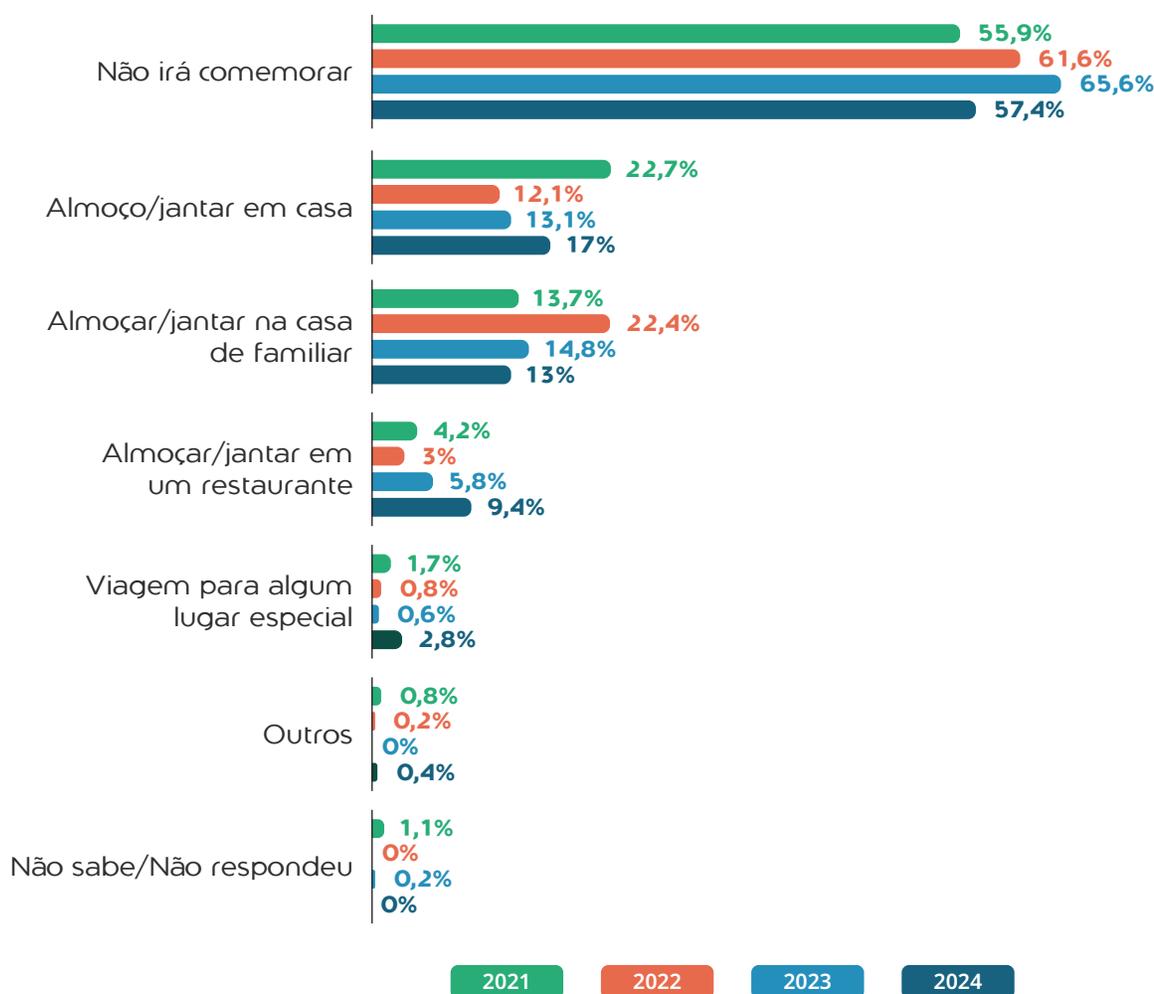
No Dia dos Pais deste ano, as intenções de comemoração refletem uma tendência de maior envolvimento em atividades especiais em comparação com anos anteriores. A pesquisa identificou que boa parte (42,6%) dos consumidores pretende fazer algum tipo de comemoração, enquanto 57,4% indicaram que não pretendem celebrar a data de forma, representando uma diminuição em relação aos 65,6% de 2023. Isso sugere uma retomada gradual do interesse em celebrar, possivelmente impulsionada por um contexto mais positivo ou uma maior disposição para eventos sociais.

A opção por almoços ou jantares em casa aumentou para 17%, em comparação com 13,1% no ano anterior, indicando um leve crescimento na preferência por celebrações íntimas e familiares. Já a escolha por almoços ou jantares na casa de familiares manteve-se relativamente estável, em torno de 13%, mostrando que encontros familiares continuam sendo uma opção popular.

A proporção de pessoas que planejam comemorar a data em restaurantes cresceu para 9,4% em 2024, uma alta significativa em relação aos 5,8% de 2023, refletindo uma possível recuperação do setor de serviços de alimentação e um maior conforto com ambientes públicos.

Viagens para lugares especiais, embora ainda representem uma minoria, aumentaram para 2,8%, comparado com 0,6% em 2023. Esse crescimento pode indicar um desejo crescente de experiências únicas ou uma melhoria nas condições que permitem viagens.

Gráfico 22 Pretende fazer alguma comemoração especial na data?



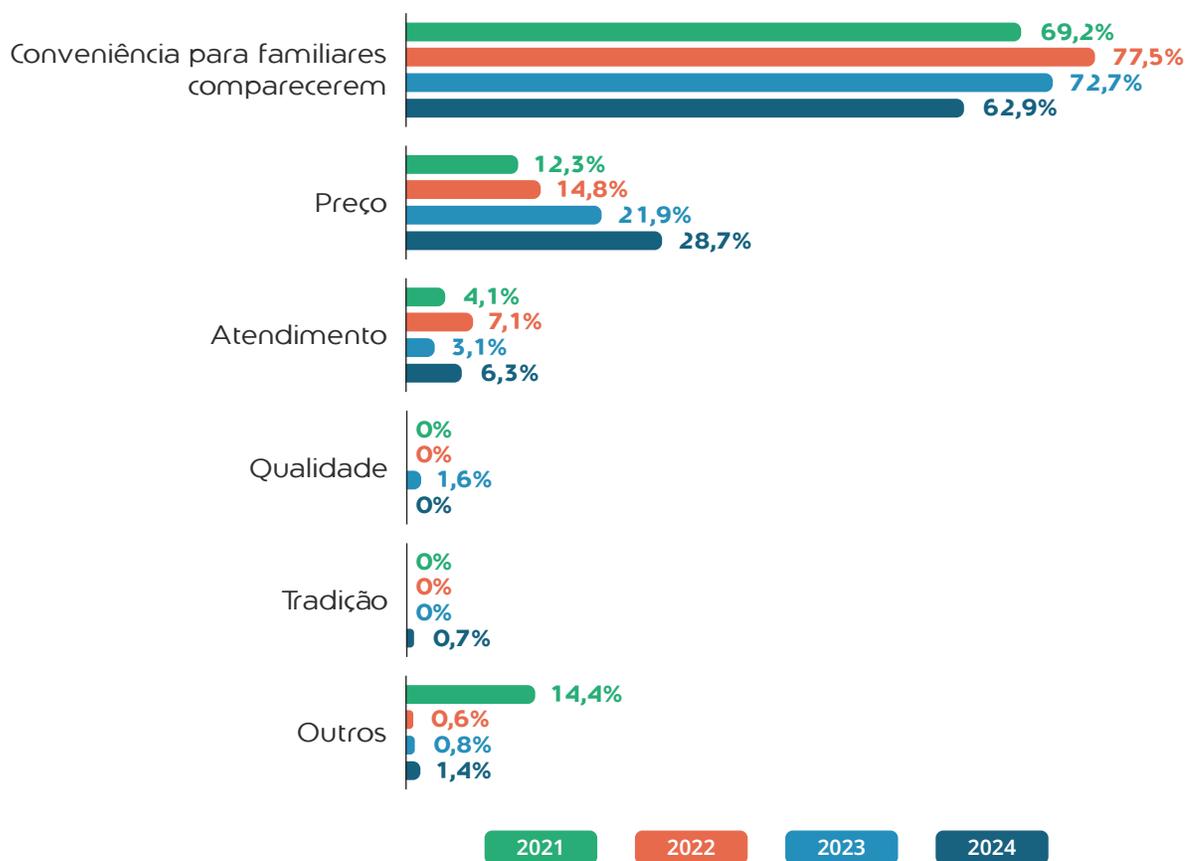
A escolha do local para comemoração do Dia dos Pais reflete mudanças nas prioridades dos consumidores. A conveniência para os familiares continua sendo o fator mais importante, com 62,9% dos respondentes destacando esse aspecto, embora haja uma queda em relação aos 77,5% de 2022 e 72,7% de 2023. Isso mostra que, embora a acessibilidade e facilidade para a participação familiar ainda sejam cruciais, outros fatores estão ganhando importância.

O preço, como critério de escolha, apresentou um aumento significativo, alcançando 28,7% em 2024, comparado a 21,9% em 2023 e apenas 14,8% em 2022. Este crescimento pode estar relacionado a preocupações econômicas ou a uma maior conscientização sobre gastos, sugerindo que os consumidores estão mais atentos aos custos envolvidos nas comemorações.

A atenção ao atendimento também teve uma leve alta, com 6,3% dos entrevistados considerando-o um fator relevante em 2024, em comparação com 3,1% em 2023. Isso pode refletir uma valorização crescente da experiência de consumo e da qualidade do serviço prestado.

Outros fatores, como qualidade e tradição, tiveram pouca influência nas escolhas, com apenas 0,7% destacando a tradição e nenhum respondente mencionando a qualidade como critério principal em 2024. A categoria “Outros” subiu ligeiramente para 1,4%, indicando que há uma gama diversificada de fatores menos frequentes, mas ainda relevantes, que podem influenciar a decisão.

Gráfico 23 Quais são as características para escolha do local da comemoração?

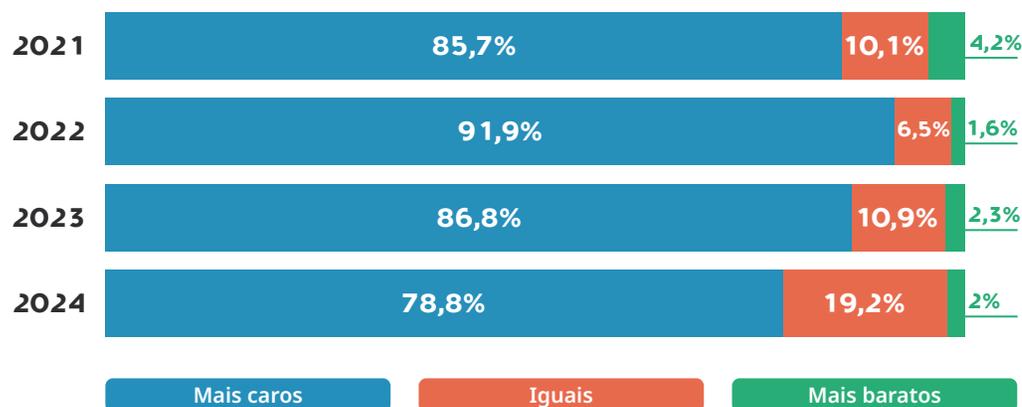


Percepção econômica

A percepção dos consumidores sobre os preços dos produtos para o Dia dos Pais indica uma tendência de expectativa de aumento. Cerca de 78,8% dos entrevistados acreditam que os preços estarão mais caros, enquanto 19,2% esperam que permaneçam iguais, e apenas 2% acham que serão mais baratos. Este cenário reflete uma preocupação generalizada com a inflação e o aumento dos preços, embora haja uma leve esperança de estabilidade ou até redução em comparação com os anos anteriores.

O sentimento de aumento nos preços tem sido consistentemente alta. Em 2021, 85,7% dos entrevistados esperavam preços mais altos, uma porcentagem que aumentou para 91,9% em 2022, o pico desse período. Em 2023, houve uma ligeira redução para 86,8%, e em 2024, essa expectativa de preços mais altos diminuiu ainda mais para 78,8%. Esse declínio na expectativa de aumentos de preços pode indicar uma percepção de estabilização econômica ou uma adaptação do mercado a novos níveis de preços. No entanto, a predominância da expectativa de preços mais altos em todos esses anos ressalta uma preocupação contínua dos consumidores com o impacto da inflação no poder de compra.

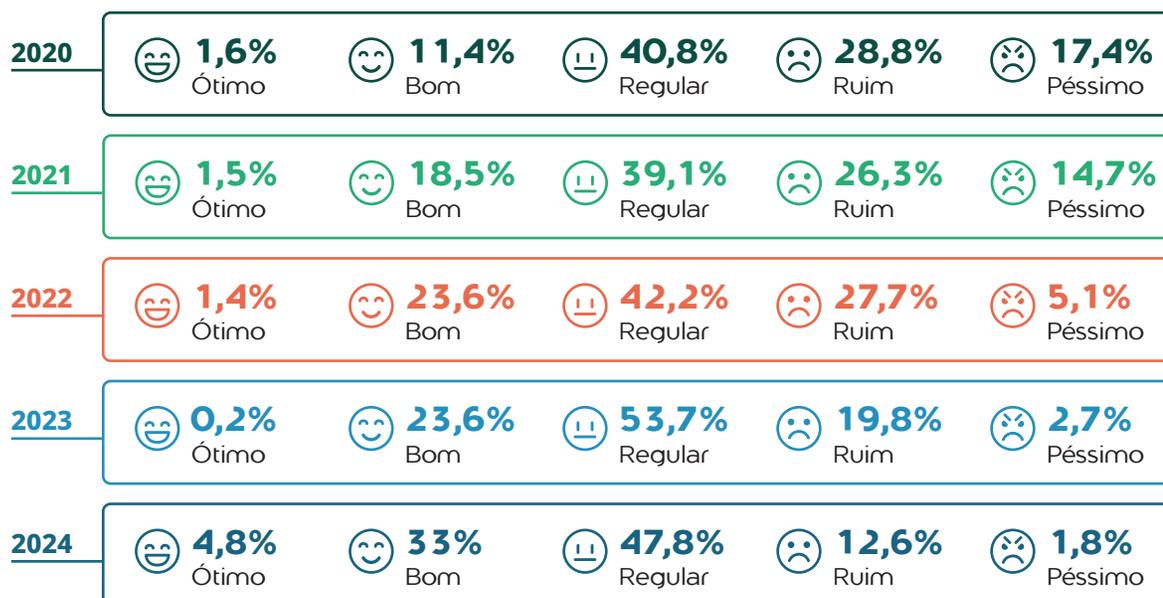
Gráfico 24 Quanto aos preços cobrados por produtos durante o Dia dos Pais deste ano, o Sr. (a) acha que estarão:



A percepção dos consumidores do Rio Grande do Norte sobre o momento para compra de produtos mostra uma melhora notável. Com 4,8% dos entrevistados classificando o momento como “ótimo” e 33% como “bom,” há um aumento significativo no otimismo em relação aos anos anteriores. Além disso, boa parte dos consumidores (47,8%) considera o momento “regular,” o que indica uma percepção de estabilidade econômica. Apenas 12,6% veem o momento como “ruim” e uma ínfima parcela de 1,8% o classifica como “péssimo.” Esses dados sugerem um ambiente econômico mais positivo e uma confiança crescente no mercado de consumo.

Comparando com os anos anteriores, 2024 apresenta uma continuidade da tendência de melhora na percepção econômica iniciada em 2021. Em 2020, apenas 13% dos consumidores classificaram o momento como “ótimo” ou “bom,” e uma grande maioria (46,2%) o considerou “ruim” ou “péssimo.” A partir de 2021, houve uma recuperação gradual, com 20% classificando o momento como “ótimo” ou “bom.” Em 2022, essa percepção positiva aumentou para 25%, e em 2023, houve uma estabilização, com 23,8% considerando o momento “bom.” O aumento expressivo em 2024 para 37,8% de percepção positiva (soma de “ótimo” e “bom”) indica uma recuperação econômica robusta e uma crescente confiança dos consumidores na economia local.

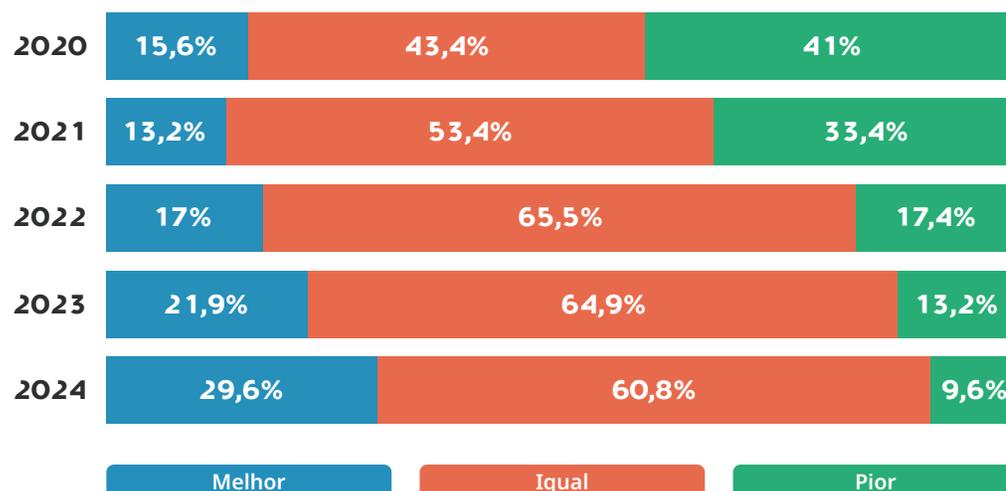
Gráfico 25 Como você classificaria o atual momento para compra de produtos?



A percepção sobre a situação financeira de suas famílias apresenta uma melhoria significativa em comparação com os anos anteriores. Cerca de 29,6% dos entrevistados afirmaram que a situação financeira de suas famílias está melhor do que há um ano, representando um aumento expressivo em relação a anos anteriores. Além disso, 60,8% consideram que a situação permaneceu igual, enquanto apenas 9,6% relatam que está pior. Esses dados indicam uma percepção positiva e um possível aumento de estabilidade financeira entre as famílias no estado.

A percepção de melhora financeira vem crescendo consistentemente. Em 2020, apenas 15,6% dos entrevistados relataram uma melhora, enquanto 41% perceberam uma piora. Em 2021, houve uma leve melhora na percepção positiva, com 13,2% relatando uma situação melhor e 33,4% indicando uma piora. A partir de 2022, os indicadores de melhora começaram a subir, atingindo 17% e, em 2023, 21,9%. Essa tendência positiva se consolidou em 2024, refletindo um ambiente econômico mais favorável e uma maior confiança das famílias em sua situação financeira. A redução contínua no percentual de famílias que percebem uma piora financeira sugere uma recuperação econômica e uma maior resiliência das finanças familiares.

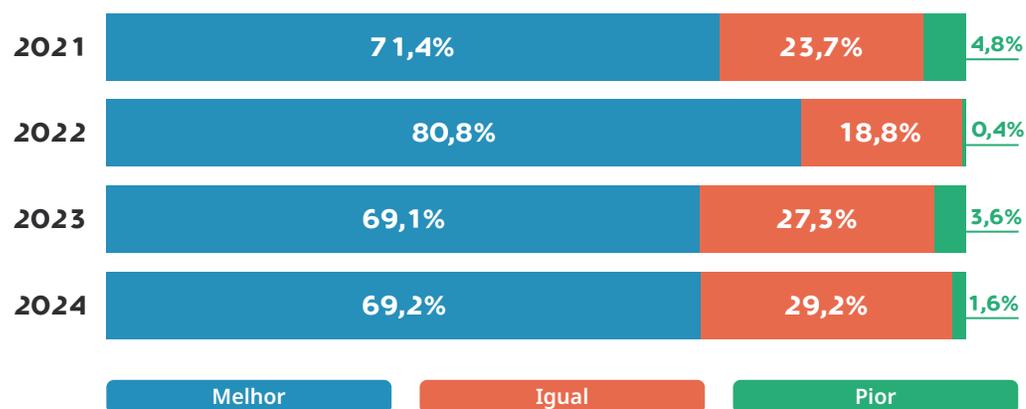
Gráfico 26 Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação há um ano?



A perspectiva dos consumidores sobre o futuro financeiro de suas famílias é predominantemente positiva. Cerca de 69,2% dos entrevistados acreditam que a situação financeira de suas famílias estará melhor daqui a um ano, enquanto 29,2% esperam que permaneça igual. Apenas 1,6% têm uma visão pessimista, esperando que a situação piore. Esses dados refletem um otimismo generalizado quanto ao futuro econômico e uma expectativa de estabilidade ou melhoria contínua nas condições financeiras.

O otimismo dos consumidores variou, mas manteve-se em níveis altos. Em 2021, 71,4% dos entrevistados previam uma melhora, com 23,7% esperando que a situação se mantivesse igual e 4,8% prevendo uma piora. Em 2022, o otimismo atingiu seu pico, com 80,8% acreditando em uma melhoria futura e apenas 0,4% antecipando uma piora. Já em 2023, houve uma ligeira diminuição no otimismo, com 69,1% esperando uma melhoria, 27,3% acreditando em estabilidade e 3,6% prevendo uma piora. O ano de 2024 mostra uma recuperação do otimismo, embora com uma leve mudança na expectativa de estabilidade, agora mais alta em comparação com anos anteriores. Essa tendência positiva destaca uma confiança geral na recuperação econômica e nas perspectivas de crescimento financeiro familiar.

Gráfico 27 Pensando na situação atual e olhando para o futuro, como você acredita que daqui a um ano estará sua família financeiramente?





Fecomércio RN · IFC
— Sistema Comércio —