

Análise da Pesquisa de Intenção de Consumo para o Dia dos Pais

São Luís | 2024

Fecomércio MA

Instagram: fecomerciomma | Website: fecomercio-ma.com.br

A Pesquisa de Intenção de Consumo para o Dia dos Pais 2024, realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio-MA), apontou que 236.462 consumidores ludovicenses pretendem ir às ruas com o intuito de presentear seus pais no segundo domingo de agosto, o que representa 29,9% de intenção dos entrevistados.

O levantamento de dados, realizado nos principais pontos de fluxos comerciais da Ilha, indica ainda que o valor médio do presente é de R\$ 259 por consumidor, valor que faz referência não apenas ao presente, mas também à comemoração, o que permite estimar uma movimentação financeira de R\$ 86.948.062,20 para o comércio varejista de São Luís.

O estudo da Fecomércio-MA também revela que 145.152 consumidores ainda não decidiram sobre suas compras para a data comemorativa, representando 18,3% dos ludovicenses. Esse fator indica um potencial adicional de faturamento significativo, com uma estimativa de R\$ 53.396.419,23 em movimentação financeira de vendas, o que pode impulsionar ainda mais o comércio local, destacando a importância de

estratégias pelos varejistas para atrair quem ainda está indeciso.

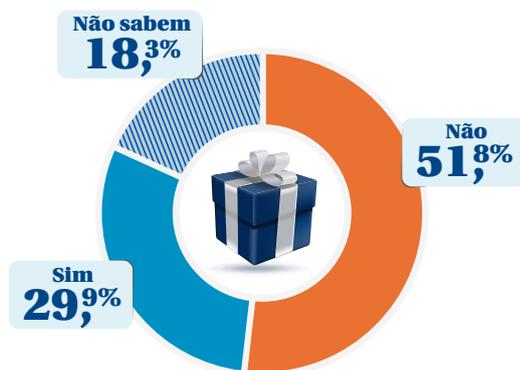
O perfil socioeconômico das pessoas que pretendem presentear nesta data, de acordo com o levantamento de dados, é um público potencialmente feminino (35%), com faixa etária entre 21 e 35 anos (43,4%), que possuem ensino superior (43,8%) e que ganham entre 5 e 10 salários mínimos (36,5%).

O potencial de faturamento é expressivo para setores específicos do comércio. Destacam-se os segmentos de vestuário, sapatos, perfumaria e

O que pretendem comprar?



Irão comprar algum produto?



cosméticos. De acordo com a pesquisa, o segmento com maior intenção de compras é o de roupas e acessórios, representando 39,5%.

A maior parte do público que indicou ter a intenção de presentear com vestuário é feminino (44,7%), com idade entre 21 e 35 anos (44,1%), com até o ensino fundamental (78,4%) e renda inferior a cinco salários mínimos (53,8%). Essa informação indica que os produtos que serão mais comercializados na data são de menor valor agregado, e que estratégias de marketing mais direcionadas podem influenciar em suas decisões e captar esse público específico.

Como pretendem pagar?



Os consumidores que têm a intenção de comprar, também indicaram a perfumaria e cosméticos (26,2%) e o setor que comercializa sapatos, carteiras, cintos e bolsas masculinas (10,5%) como preponderantes em suas respostas.

A pesquisa também demonstra que os consumidores têm preferência pelo cartão de débito à vista (58,3%) sugerindo que estão buscando evitar dívidas a médio e longo prazo, possivelmente influenciados por uma maior consciência financeira. O pagamento à vista com dinheiro (25,1%) também é popular, reforçando essa tendência de evitar compromissos futuros.

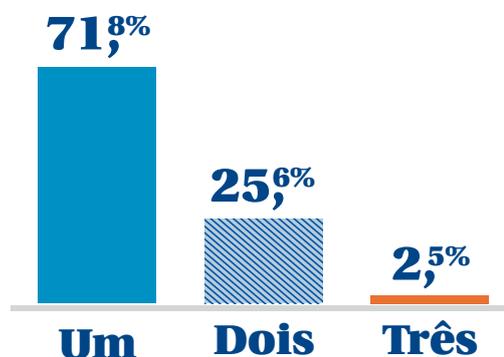
O uso do cartão de crédito (17,6%) e do PIX (14,8%) indica que, embora menos comuns para esta data, há um segmento de consumidores que utiliza essas formas de pagamento, por algumas razões específicas, seja pela agilidade, por ser um gasto que não estava previsto no orçamento da família ou pela falta de liquidez imediata.

A utilização de débito à vista associada ao pagamento também à vista em dinheiro pode indicar uma estratégia de controle do endividamento a curto prazo, pois é possível verificar que com o cenário econômico do país apresentando a menor taxa de desocupação para um trimestre encerrado em junho desde 2014 (6,9%), as pessoas estão mais dispostas a investimentos de longo prazo, confiando na estabilidade de suas rendas.

Número de presentes e gasto médio

A pesquisa revela que o maior número dos entrevistados planeja comprar um único presente (71,8%), sugerindo uma preferência por gastos mais moderados ou foco em uma pessoa específica. Apenas 25,6% dos consumidores planejam comprar dois presentes, e uma minoria de 2,5% pretende comprar três. Esses dados indicam uma

Quantos produtos serão comprados?



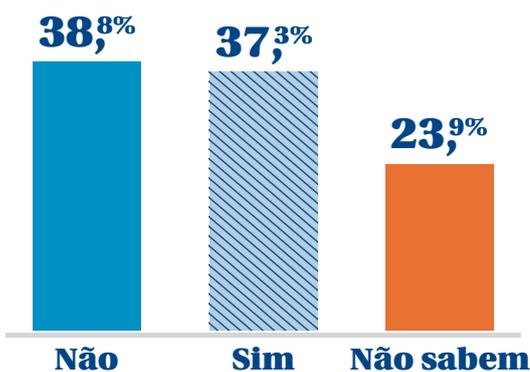
tendência de consumo mais direcionada, possivelmente influenciada por fatores econômicos.

Com base no gasto médio do presente, é possível verificar que o público masculino (R\$ 328,2) pretende gastar um pouco mais que o feminino (R\$ 220,4), cerca de R\$ 107,8 a mais em consumação. A faixa de idade entre 21 e 35 anos (R\$ 287,7) também pretende despender um valor maior, assim como o público que tem ensino superior (R\$ 341) e que auferir renda de mais de 10 salários mínimos (R\$ 1.301).

Locais de comemoração

Os resultados mostram uma divisão quase equilibrada entre aqueles que pretendem comemorar a data e os que não planejam. Uma parcela dos ludovicenses não planeja comemorar (38,8%), enquanto uma parcela próxima tem intenção de celebrar (37,3%). Isso pode refletir em uma mudança nos hábitos de comemoração, talvez devido à mudança de prioridade dos consumidores, indicando uma inclinação por celebrações mais íntimas e econômicas, que pode ser verificada por

Irão comemorar a data?



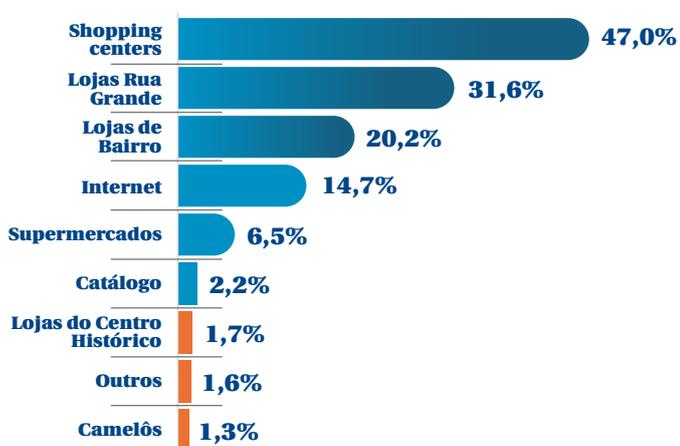
Onde pretendem comemorar?



meio de pergunta sobre o local onde pretendem comemorar, em que a preferência foi em casa/casa de parentes (67,2%).

A escolha de locais como praia ou clube (20,1%) sugere um interesse significativo em atividades ao ar livre e voltadas para o lazer. Embora menos populares, as opções de shopping centers ou cinema (4,2%) e viagens (2,1%) ainda são citadas pelos consumidores, indicando que existe uma demanda, ainda que menor, por essas formas de comemoração. Em particular, a menção a viagens, mesmo que por uma pequena parcela, sugere uma disposição dos consumidores para deslocamentos e experiências fora da rotina, destacando uma possível oportunidade para o setor de turismo.

Onde irão comprar?



Faixa de valores

A análise dos valores dos presentes revela uma disposição dos consumidores em gastar com presentes com menos valores agregados. Cerca de 27% dos entrevistados planejam gastar entre R\$ 101 e R\$ 150, seguido por 21,4% que gastarão entre R\$ 151 e R\$ 200. Uma parte significativa também opta por presentes mais econômicos, com 14,2% gastando entre R\$ 51 e R\$ 100. Apenas 11,2% estão dispostos a gastar entre R\$ 201 e R\$ 250, indicando que gastos mais altos são menos comuns.

Número de parcelas

Para aqueles que optam pelo cartão de crédito, a preferência por parcelar em uma única vez (44,8%) é predominante, destacando uma intenção de evitar endividamento prolongado. A escolha por duas parcelas (21,4%) e três parcelas (10,2%) sugere que, quando o parcelamento é necessário, os consumidores preferem manter um prazo curto para quitação, evitando compromissos financeiros a longo prazo.

Locais de compras

Quanto aos locais de compra, os entrevistados, em sua maior parte, ainda preferem as lojas situadas nos shoppings centers, pela variedade de produtos e lojas, e pelo conforto e comodidade, alcançando 47% dos consumidores.

A Rua Grande, considerada como um dos principais centros comerciais de São Luís, foi apontada por 31,6% da preferência dos que buscam presentes mais acessíveis e com variedade similar aos shoppings. Após esse local, cerca de 20,2% das pessoas informaram optar pelas lojas de rua/bairros e galerias nos principais bairros de São Luís.

A Internet aparece no estudo como um dos meios de procura pelos consumidores (14,7%). O público que se destaca para compras on-line é o feminino (17,5%), com idade entre 21 e 35 anos (21,2%), com ensino superior (16%) e que auferem renda de mais de 10 salários mínimos (79,2%). Esse cenário vem se fortalecendo desde a pandemia da Covid-19, quando muitos lojistas encontraram nas redes ou mídias sociais uma forte ferramenta de divulgação e consolidação de vendas para o consumidor final.

Dia da semana para realizar compras

A opção de “não ter dia certo” para realização das compras para a data comemorativa foi apontada por 61,1% dos entrevistados. Os demais dias apontados foram o sábado (14,6%) e a sexta-feira (11,1%), geralmente, são dias em que as pessoas conseguem se deslocar pós-trabalho com mais tranquilidade para realizar suas compras, com o objetivo de verificar as melhores ofertas, descontos e os produtos que mais se aproximam da satisfação dos pais.

Fatores que influenciam a compra

Os fatores que mais influenciam os consumidores no momento de realizarem suas compras estão relacionados à qualidade dos presentes, precificação e promoções. Entretanto, outros fatores também são apontados, como a recepção dos vendedores no ato da compra, vitrines chamativas com produtos voltados para a data comemorativa e a variedade de itens que podem ser encontrados.



Metodologia

A Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia dos Pais foi realizada entre 23 e 26 de julho de 2024, no município de São Luís, com 700 questionários aplicados em diversos pontos de fluxo de pessoas. O público-alvo da pesquisa, estimado em 791.768 (censo de 2022), são consumidores a partir de 18 anos. O intervalo de confiança da pesquisa é de 95%, com desvio-padrão de 3,7% para mais ou menos.

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão

PRESIDENTE

Maurício Aragão Feijó

VICE PRESIDENTES

Vilson Estácio Maia; Manoel Antonio Souza Barbosa; Antonio de Sousa Freitas

DIRETORES

Ivanilde Sampaio da Silva; Djalma Souza Chaves; João Borges Lira; José William Câmara Ribeiro; Antonio Sousa Pereira; Benilton Gonçalves Diniz; Antonio Josiel Santos Sousa; Antonio Luiz Monteiro Malta Filho; Francisco Eraldo Rodrigues de Moura; José Ivan Ferreira; Reginaldo Pacheco de Sousa.

SUPLENTES DA DIRETORIA

Hyago Murylo Mota; Joey Jacson Viêra; Jordana Jessica Oliveira Souza; José Arteiro da Silva; José dos Santos; Luis Joaquim Braga Sobrinho; Luiz Tarquinio Pereira Cruz; Marcello Viesti Advincula Collares; Maria dos Remédios Evangelista de Sousa; Paulo Henrique da Silva; Rafael Mendes Alcântara Gomes; Raimundo Edson Fernandes Rodrigues de Sousa; Sebastião Candido Soares.

CONSELHO FISCAL

José Pereira de Santana; Raimunda Holanda da Silva; Antonio Íris de Oliveira; Nagib Câmara Ribeiro; Ivaldo Miranda Campos; Flordilix Almeida de Amorim

SUPERINTENDENTE

Max de Medeiros

COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO

Jovanna Abreu

EQUIPE TÉCNICA

Liana Souza – Economista

Francisco Estevam Martins de Oliveira – Estatístico

DIAGRAMAÇÃO

Cleiton Costa

CONTATO

Avenida dos Holandeses, s/n - Quadra 24 - Calhau
Edifício Francisco Guimarães e Souza - São Luís-MA
Cep: 65071-380 | (98) 3194 2400

www.fecomercio-ma.com.br

ascom@fecomercio-ma.com.br

presidencia@fecomercio-ma.com.br