

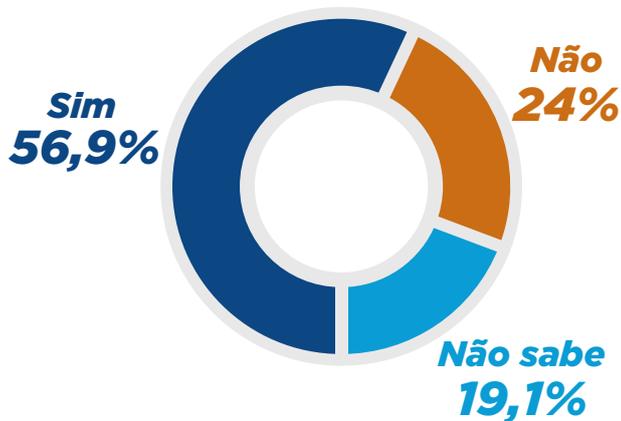
# Análise da Pesquisa de Intenção de Consumo para o **Dia das Mães**

São Luís | 2024

Fecomércio **MA**

fecomerciomma fecomercio-ma.com.br

## Irão comprar algum produto?



### Intenção de Consumo

A pesquisa de intenção de consumo para o Dia das Mães 2024 apontou que 56,9% dos ludovicenses pretendem ir às compras a fim de presentear suas mães na data comemorativa. Quando analisamos as respostas de um estudo como esse, é comum focar nos números claros e diretos, como aqueles que responderam "sim" ou "não". No entanto, o grupo que responde "não sabe" (19,1%) frequentemente é visto como uma indecisão e representa ao ser somado com as respostas positivas em 76% de oportunidade potencial de consumo para varejistas e comerciantes.

O grupo "não sabe" consiste em consumidores que ainda estão ponderando suas opções, talvez incertos sobre o que comprar, quando comprar ou mesmo se comprarão. Essa indecisão pode ser influenciada por uma variedade de fatores, como preocupações financeiras, falta de informação ou simplesmente a necessidade de encontrar a oferta certa.

A chave para transformar esse "não sabe" em

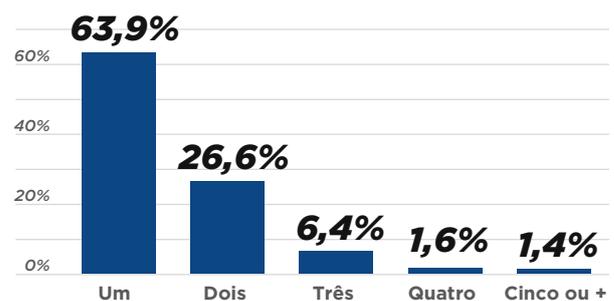
potencial de consumo está em entender suas preocupações e oferecer soluções personalizadas que ressoem com suas necessidades individuais. Estratégias de marketing direcionadas, comunicação clara e ofertas personalizadas podem ajudar a esclarecer dúvidas, superar barreiras e incentivar a ação de compra.

É fundamental vê-los como um segmento de consumidores em potencial que pode ser convertido com as abordagens certas. Ao entender suas hesitações e fornecer informações claras, incentivos atraentes e uma experiência de compra excepcional, é possível aproveitar ao máximo essa oportunidade e maximizar as vendas durante o período do Dia das Mães

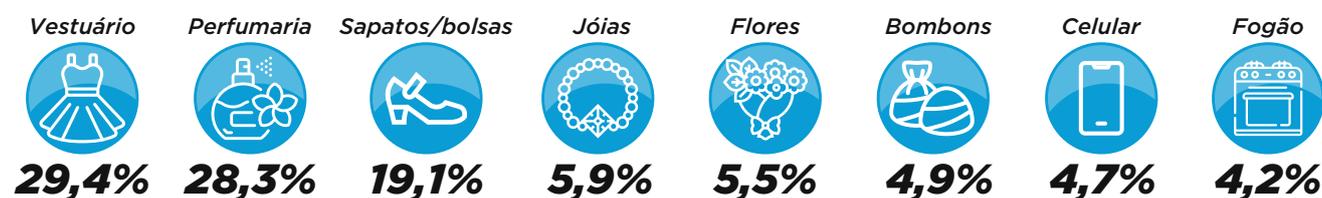
### Perfil do consumidor

É fundamental considerar as características demográficas dos consumidores ao analisar a intenção de compra, incluindo sexo, idade, escolaridade e renda. No estudo realizado, o público feminino demonstrou uma maior intenção de compra, representando 60,8% das intenções positivas, enquanto o público masculino representou 52% intenções positivas.

## Quantos produtos serão comprados?



## O que pretendem comprar?



Em relação à faixa etária, os consumidores entre 21 e 35 anos destacaram-se como a maioria nas respostas positivas em relação à intenção de compra para a data comemorativa em questão com cerca de 68,8%, enquanto o público de 36 anos ou mais com 56,8% e o de até 20 anos com 40,2%.

Quanto ao nível educacional e renda, a maioria dos entrevistados que se manifestaram de forma positiva para a intenção de compra possui ensino superior completo (62,9%) e uma renda superior a 10 salários-mínimos (65,8%). Esses dados demográficos fornecem inferências que são importantes para fazer uma análise de segmentação de mercado, que pode influenciar em estratégias de marketing e oferta de produtos, visando atender às necessidades e preferências específicas desses grupos demográficos.

### Quantidade de produtos

Os dados adicionais da pesquisa revelam que a maioria dos entrevistados (65,7%) planeja comprar apenas um item para presentear.

Embora haja uma intenção de consumo mais contida, os valores médios indicam um investimento significativo na compra de presentes, com um valor médio estimado de R\$ 273 por presente e um gasto médio total de R\$ 363 por consumidor.

Com base nesses números, o faturamento total projetado para o Dia das Mães em São Luís é de R\$ 134.857.043. Isso sugere que, apesar da cautela e da incerteza observadas, ainda existe um potencial considerável para o comércio nesta data comemorativa.

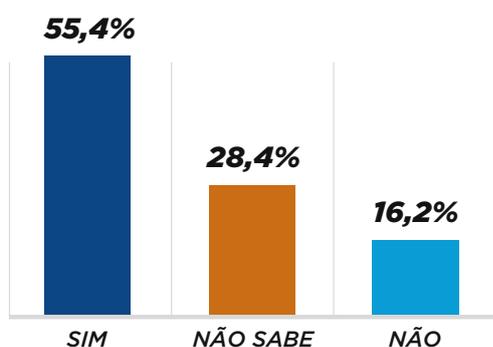
### Produtos

Entre os produtos que estão na preferência do consumidor, os que mais se destacaram foram vestuário e acessórios (29,4%), perfumaria e cosméticos (28,3%), sapatos, carteira, cintos e bolsas (19,1%), bem como na pesquisa apresentada em 2023, porém com índices maiores.

Identificar itens com maiores valores agregados, como bens duráveis, é importante para entender melhor o perfil de consumo dos entrevistados. Entre esses produtos, que elevaram a média de gastos do período, os eletrodomésticos como fogões que ocuparam um lugar proeminente com 4,2% das intenções. Este destaque pode ser atribuído à necessidade e importância desses aparelhos no cotidiano doméstico, além de representarem um investimento significativo para o lar.

Dispositivos eletrônicos, como computadores e notebooks, também figuraram com relevância, cerca de 3,9% das intenções. Os eletroportáteis, incluindo liquidificadores e

## Irão comemorar a data?



cafeteiras, demonstraram uma preferência entre os consumidores com 3,7% das intenções.

### Formas de pagamento

A forma de pagamento mais popular entre os consumidores esse ano é o cartão de crédito, com 45,3% das intenções, seguido pelo PIX, com 34,4%. Além disso, uma parcela significativa dos consumidores opta por pagamentos à vista com dinheiro, representando 31,7% das intenções.

Esses dados indicam uma tendência dos consumidores em buscar de conveniência e flexibilidade nas opções de pagamento, combinando métodos tradicionais, como dinheiro, com soluções digitais, como PIX e cartão de crédito. Essa variedade nas preferências de pagamento sugere a importância de oferecer múltiplas opções de pagamento para atender às necessidades e expectativas dos consumidores, otimizando a experiência de compra e facilitando as transações comerciais.

Os dados da pesquisa também evidenciam uma inclinação dos consumidores pelo parcelamento ao optarem por pagamentos a prazo. As opções de parcelamento em 10 vezes e em 4 vezes se destacam, representando respectivamente 23,4% e 21,4% das intenções de compra.

### Locais de compra e comemoração

Os dados revelam uma forte preferência dos

consumidores de São Luís pelo centro comercial/Rua Grande como local de compras, com 54,4% da preferência geral. Esta escolha é ainda mais pronunciada entre o público feminino, representando 55,4%, entre os consumidores de 21 a 35 anos com 56,9%, aqueles com até o ensino fundamental (74,4%), e renda inferior a 5 salários-mínimos (59,4%).

As lojas de shopping center também são populares, sendo escolhidas por 51,3% dos consumidores, assim como o primeiro local apontado, esta escolha é mais frequente entre o público feminino (com 52%), entre os consumidores de 21 a 35 anos com 59,2%, com ensino superior (54,4%) e com renda superior a mais de 10 salários-mínimos (78,1%). Em contrapartida, as lojas de bairro, rua e galerias representam uma parcela menor, com 16,6% da preferência, indicando um potencial de crescimento para este local.

Os dados também destacam os principais fatores que influenciam os consumidores a optarem por uma loja para efetuar suas compras. A qualidade dos produtos emerge como o fator mais significativo, com 38,1% das menções, seguida pelos preços competitivos, com 32,5%, e promoções atrativas, com 31,3%.

A pesquisa revelou que a maioria dos entrevistados, cerca de 74,8%, pretende comemorar o Dia das Mães em casa ou na casa de parentes. Isso sugere uma preferência por celebrações mais íntimas e familiares neste dia especial. Em contrapartida, atividades fora do ambiente doméstico também são consideradas por alguns, com 14,2% optando por restaurantes, 6,5% por praia ou clube, e 1,3% planejando uma viagem.

### Gastos

Quanto à faixa de valores dos presentes, os dados mostram uma distribuição variada. A opção mais popular é a faixa de R\$ 151 a R\$ 200, com 18,2% dos entrevistados, seguida pela faixa de R\$ 101 a R\$ 150, com 15,7%. Outras faixas de

### Como pretendem pagar?

Cartão de Crédito



45,3%

Pix



34,4%

À vista c/Dinheiro



31,7%

Cartão de Débito



18,4%

Cheque



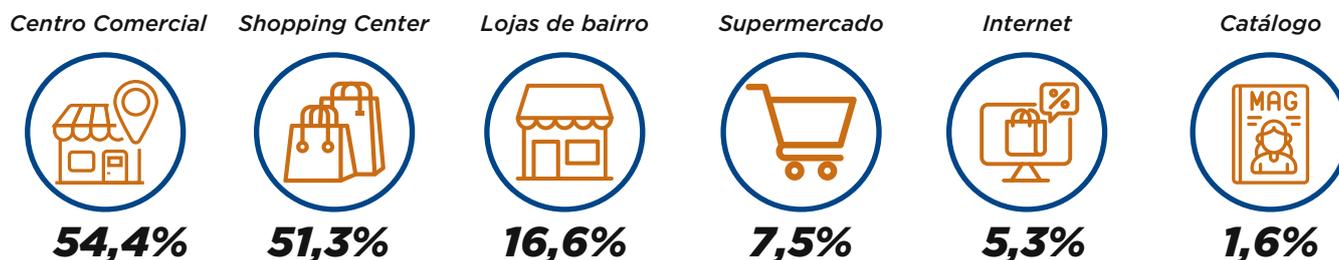
0,8%

Crediário/Carnê



0,2%

## Onde irão comprar?



valores também são consideradas, como R\$ 201 a R\$ 250 (12,2%), R\$ 251 a R\$ 300 (11,9%), e R\$ 51 a R\$ 100 (10,5%).

As faixas de valores mais altos, como R\$ 301 a R\$ 350, R\$ 351 a R\$ 400, e R\$ 401 a R\$ 450, variam entre 5,6% e 6,8%. Por fim, a faixa de presentes mais caros, acima de R\$ 500, foi escolhida por 9,1% dos entrevistados, mostrando uma diversidade de orçamentos e opções de presentes para o Dia das Mães.

### Metodologia

A pesquisa de intenção de consumo para o Dia das Mães de 2024 foi realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio) no período de 17 a 20 de abril de 2024 por meio da aplicação de 700 questionários de maneira presencial nos principais pontos de fluxos comerciais na capital maranhense. A margem de erro da amostra é de 3,2% para mais e para menos e o nível de confiança é de 95%.

## 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](http://www.fecomercio-ma.com.br)

[ascom@fecomercio-ma.com.br](mailto:ascom@fecomercio-ma.com.br)

[presidencia@fecomercio-ma.com.br](mailto:presidencia@fecomercio-ma.com.br)