

Pesquisa de Opinião

Dia dos Pais | 2023


Fecomércio PE
CNC Sesc Senac
Sindicatos | Instituto Fecomércio


SEBRAE

APRESENTAÇÃO

A pesquisa de campo para a Sondagem do Dia dos Pais teve como referência o período de 21 a 29 de junho de 2023, com necessidade de retornos pontuais nos dias 30 de junho e 03 de julho para novas tentativas junto ao público empresarial.

Os principais objetivos da pesquisa foram (i) sondar a intenção dos consumidores pernambucanos quanto à comemoração do Dia dos Pais e, (ii) captar a expectativa dos estabelecimentos do comércio varejista e dos serviços de alimentação quanto ao desempenho das vendas relacionadas à comemoração.

A “Sondagem de Opinião do Dia dos Pais 2023” envolveu um plano amostral de 1.035 consumidores, com cotas entre homens e mulheres, faixas etárias a partir de 18 anos e classes de renda mensal domiciliar a partir de 1 salário mínimo, nos principais pontos de fluxo comerciais dos municípios de Recife, Jaboatão dos Guararapes, Olinda, Paulista, Cabo de Santo Agostinho, Camaragibe, São Lourenço da Mata, Abreu e Lima, Vitória de Santo Antão, Goiana, Caruaru, Garanhuns, Santa Cruz do Capibaribe, Toritama, Petrolina, Salgueiro e Serra Talhada.

No público empresarial, envolvendo um plano amostral de 433 estabelecimentos, foram consultados empresários e gestores nas atividades do varejo restrito (“hipermercados e supermercados”, ‘vestuário, calçados, bolsas’, ‘artigos de cama, mesa e banho’, ‘móveis e eletrodomésticos’, ‘farmácias, perfumarias e cosméticos’, ‘livrarias e papelarias’, ‘informática e comunicação’ e ‘outros artigos de uso pessoal e doméstico’, incluindo lojas de departamento) e dos serviços de alimentação (‘restaurantes, bares e lanchonetes’), considerando ainda os tipos de empreendimento, se localizado em endereços de comércio tradicional ou espaços de shopping centers.

As informações coletadas permitem estabelecer a proporção de consumidores que pretendem comemorar o Dia dos Pais 2023, formas de comemoração, valor médio previsto para a compra de presentes, formas de pagamento, locais de compras e itens pretendidos, gastos 'fora de casa' com restaurantes bares e lanchonetes, e motivos que explicariam a atitude daqueles que não pretendem comemorar a data.

No que diz respeito aos estabelecimentos, procura-se captar, principalmente, a expectativa de empresários e gestores das atividades de varejo e alimentação quanto ao desempenho do volume de vendas relacionados ao Dia dos Pais, justificativas que influenciam tal expectativa, a intenção de contratar mão de obra temporária para apoio às vendas e as estratégias utilizadas com o intuito de melhorar o desempenho de vendas relacionadas ao evento.

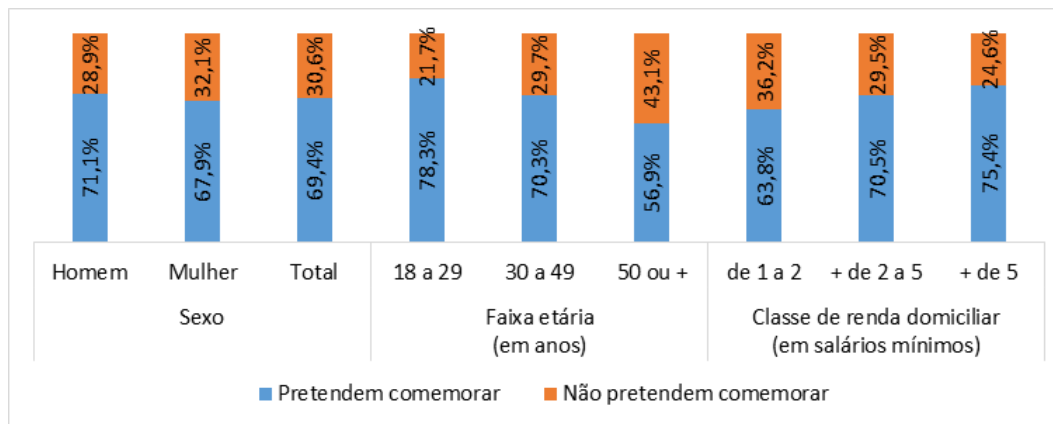
1. CONSUMIDORES

O percentual de consumidores que desejam comemorar o Dia dos Pais no estado de Pernambuco em 2023 é de 69,4% (ver Gráfico 1). A intenção de comemorar a data é ligeiramente maior entre as mulheres, alcançando até 71,1%.

Observando a intenção por idade, verifica-se que a proporção dos que pretendem comemorar a data é menor à medida em que aumenta a faixa etária, oscilando de 78,3% entre os mais jovens (18 a 29 anos) a 56,9% entre as pessoas com 50 anos ou mais.

A análise por classe de renda domiciliar demonstrou que o percentual de comemoração mais elevado (75,4%) está entre os consumidores com renda domiciliar acima de 5 salários-mínimos (s.m.), enquanto o menor percentual (63,8%) se verifica na classe de 1 a 2 s.m.

Gráfico 1 - Intenção de comemorar o Dia dos Pais 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE.

Entre aqueles que não pretendem comemorar o Dia dos Pais (ver Tabela 1), excetuando os que alegam não ter pai vivo ou laço paterno com outra pessoa – aproximadamente 59% dos consumidores –, foram citados diversos motivos para a não adesão às comemorações: desde o desemprego (citado por 15,5% dos entrevistados) e o alto endividamento (mencionado por 11,7%), até a indisponibilidade de renda (apontada por 10,1%) e o preço elevado dos produtos e serviços (indicada por 3,5%).

Tabela 1 – Motivos para não comemorar o Dia dos Pais 2023

Perfil		Preços estão muito altos	Juros elevados do parcelamento	Está muito endividado(a)	Está desempregado(a)	Não tem renda disponível no momento	Incerteza sobre a condição financeira nos próximos meses	Não tem pai vivo
Sexo	Homem	3,6%	1,4%	12,3%	15,9%	10,9%	5,1%	53,6%
	Mulher	3,4%	0,6%	11,2%	15,1%	9,5%	1,1%	63,1%
	Total	3,5%	0,9%	11,7%	15,5%	10,1%	2,8%	59,0%
Faixa etária (em anos)	18 a 29	4,2%	1,4%	19,4%	27,8%	15,3%	6,9%	31,9%
	30 a 49	5,4%	1,6%	13,2%	17,1%	11,6%	2,3%	57,4%
	50 ou +	0,9%	0,0%	5,2%	6,0%	5,2%	0,9%	77,6%
	de 1 a 2	3,0%	1,5%	20,9%	28,4%	13,4%	3,7%	48,5%
Renda domiciliar (salários-mínimos)	+ de 2 a 5	6,0%	0,9%	7,7%	8,5%	11,1%	3,4%	59,0%
	+ de 5	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	1,5%	0,0%	80,3%
	+ de 2 a 5	6,0%	0,9%	7,7%	8,5%	11,1%	3,4%	59,0%
	+ de 5	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	1,5%	0,0%	80,3%

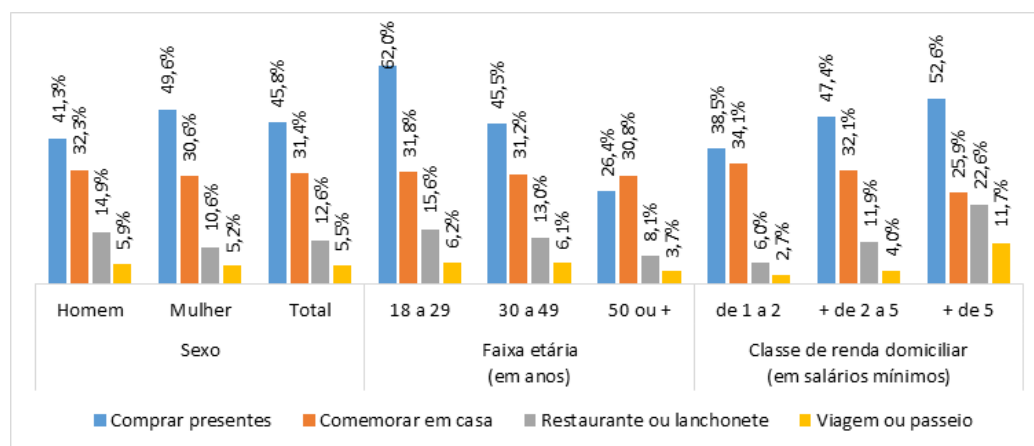
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Nota: (*) Soma maior que 100%: questão de múltipla resposta.

Entre as formas de comemoração do Dia dos Pais 2023 (ver Gráfico 2), a compra de presente **é pretendida por 45,8%** dos consumidores, sendo a proporção ligeiramente maior (49,6%) entre as mulheres em relação aos homens (41,3%). No que concerne ao recorte etário, a intenção de presentear alcança 62,0% das pessoas de 18 a 29 anos, ficando em 26,4% entre as pessoas de 50 anos ou mais.

Observando o perfil de renda domiciliar, a intenção de compra de presentes incide sobre 52,6% daqueles inseridos na classe com mais de 5 salários-mínimos de renda mensal, e em 38,5% entre os consumidores que se enquadram na classe de 1 a 2 salários-mínimos. Comemorar o Dia dos Pais em restaurantes ou lanchonetes é a pretensão de 12,6% do total dos consumidores, enquanto 31,4% informaram o desejo de comemorar a data apenas em casa com os familiares e as figuras paternas, através da realização de almoço ou jantar especial.

Viagens e passeios, por sua vez, serão opção de 5,5% dos consumidores. As comemorações fora do lar alcançam maior perspectiva de realização na faixa de renda domiciliar superior (mais 5 de salários-mínimos), onde 22,6% dos consumidores sinalizam a intenção de comemorar em restaurantes e lanchonetes e 11,7% a intenção de realizar viagem ou passeio.

Gráfico 2 - Formas de comemoração do Dia Dos Pais 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Nota: (*) Soma maior que 100%: questão de múltipla resposta.

O momento da compra dos presentes (ver Tabela 2) para 54,0% dos consumidores deve ocorrer na mesma semana do Dia dos Pais – 07 a 13 de agosto – enquanto 19,2% pretendem realizar suas compras até duas semanas antes. Os mais antecipados, que pretendem realizar a compra com até um mês (7,2%) ou mais de um mês de antecedência (11,4%), somam apenas 18,6% dos consumidores.

As compras de última hora tendem a ocorrer principalmente entre os mais jovens, com 18 a 29 anos, perfil dos consumidores em que 58,8% pretendem efetivar a compra dos presentes somente na semana do Dia dos Pais. De igual maneira, 59,4% das pessoas com renda domiciliar de 1 a 2 salários-mínimos pretendem efetivar a compra no mesmo período.

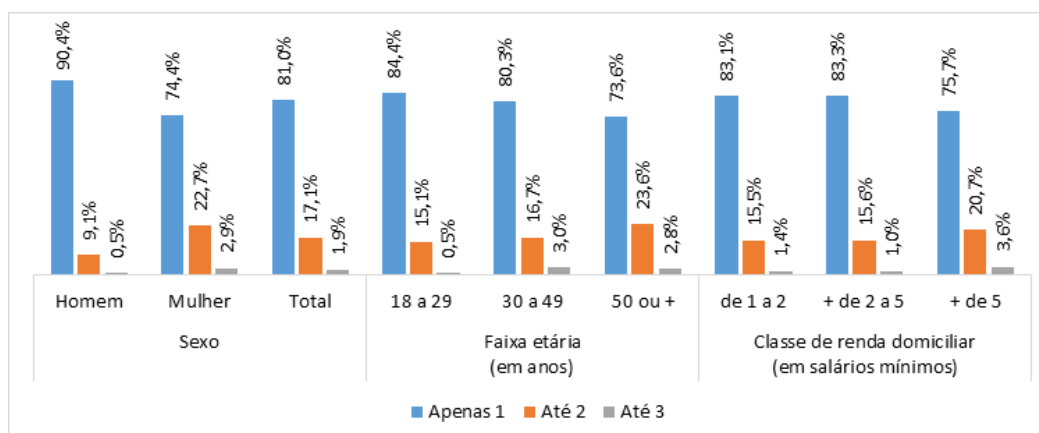
Tabela 2 - Momento de realização da compra dos presentes para o Dia dos Pais 2023

Perfil		Mais de um mês antes do Dia dos Pais	Até um mês antes do Dia dos Pais	Até duas semanas antes do Dia dos Pais	Na mesma semana do Dia dos Pais	Após o Dia dos Pais	Não decidiu	Total
Sexo	Homem	13,0%	5,9%	15,8%	57,3%	0,8%	7,1%	100,0%
	Mulher	9,9%	8,4%	22,3%	50,9%	0,7%	7,7%	100,0%
	Total	11,4%	7,2%	19,2%	54,0%	0,8%	7,4%	100,0%
Faixa etária (em anos)	18 a 29	11,6%	8,0%	16,1%	58,8%	0,5%	5,0%	100,0%
	30 a 49	12,2%	4,5%	21,2%	51,4%	1,2%	9,4%	100,0%
	50 ou +	8,5%	13,4%	20,7%	50,0%	0,0%	7,3%	100,0%
Renda domiciliar (em s.m.)	de 1 a 2	9,4%	5,6%	16,9%	59,4%	0,6%	8,1%	100,0%
	+ de 2 a 5	12,9%	9,5%	15,7%	52,4%	0,5%	9,0%	100,0%
	+ de 5	11,5%	5,8%	26,3%	50,6%	1,3%	4,5%	100,0%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE.

Quanto à quantidade de presentes que os consumidores pretendem comprar (ver Gráfico 3), a pesquisa revela que 81,0% dos consumidores irão adquirir apenas 1 presente, enquanto 17,1% devem comprar até 2.

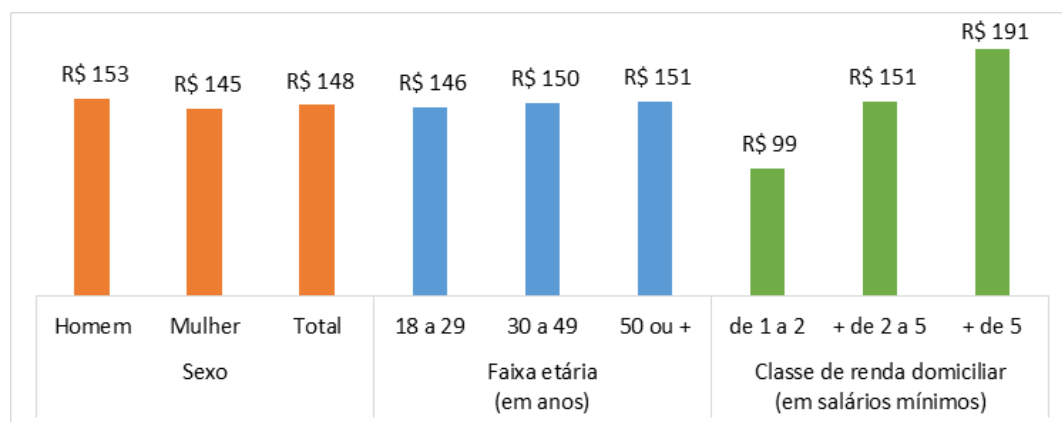
Gráfico 3 - Número de presentes que pretendem comprar para o Dia dos Pais 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE.

O ticket médio dos presentes (ver Gráfico 4) foi estimado em R\$ 148 por consumidor, ficando em R\$ 145 entre as mulheres e chegando a R\$ 153 entre os homens. Na faixa etária mais jovem (18 a 29 anos), estimou-se um valor médio de R\$ 146, patamar que aumenta com o avanço da idade, ficando em R\$ 151 na faixa de 50 anos ou mais. Entre as classes de renda domiciliar, aqueles com renda acima de 5 salários-mínimos pretendem gastar em média R\$ 191 por presente, enquanto aqueles com renda domiciliar até 2 salários-mínimos mensais têm disposição de gastar até R\$ 99 por item.

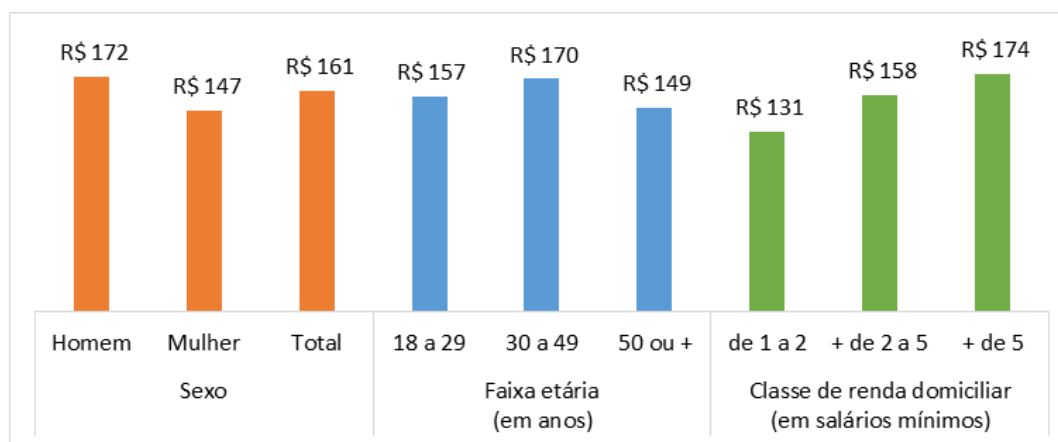
Gráfico 4 - Valor médio dos presentes para o Dia dos Pais 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE.

Entre aqueles que pretendem realizar a comemoração em restaurantes e lanchonetes (ver Gráfico 5) o gasto médio foi estimado em R\$ 161 por consumidor. O patamar deve ficar em R\$ 158 na classe de renda com até 2 salários-mínimos e chegar até 174 na classe de renda com mais de 5.

Gráfico 5 - Gasto médio com a comemoração em restaurantes e lanchoneter no Dia dos Pais 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE.

No que diz respeito aos locais ou canais de compra dos presentes para o Dia dos Pais (ver Tabela 3), 48,7% dos consumidores pretendem realizar a procura em lojas do comércio tradicional. Os shopping centers, por sua vez, serão procurados por 41,1% dos consumidores para aquisição dos presentes. Já o comércio eletrônico – sites, redes sociais ou aplicativos de market place –, deve alcançar 14,8% dos consumidores como canal para realização das compras.

O perfil etário indica que o comércio tradicional será a opção mais acessada para a compra dos presentes entre consumidores a partir de 30 anos (51,7% entre aqueles com 30 a 49 anos e 47,2% entre os indivíduos com 50 anos ou mais). Já os shoppings centers apresentam maior interesse entre consumidores de 50 anos ou mais (44,4%) e com mais de 5 salários-mínimos (62,1%).

Consumidores na classe de renda domiciliar de até 2 salários-mínimos comprarão presentes, principalmente, nas lojas de comércio tradicional (70,4%), ao contrário da classe acima de 5 salário- **mínimos, cuja** aquisição tende a ocorrer principalmente nos shopping centers (62,1%).

Tabela 3 - Locais ou canais de compra dos presentes para o Dia dos Pais 2023

Perfil		Comércio tradicional	Shopping center	Comércio eletrônico	Catálogo ou representante
Sexo	Homem	48,7%	39,6%	15,7%	3,0%
	Mulher	48,7%	42,2%	14,1%	7,6%
	Total	48,7%	41,1%	14,8%	5,7%
Faixa etária (em anos)	18 a 29	46,2%	43,2%	19,1%	7,0%
	30 a 49	51,7%	37,9%	12,3%	5,4%
	50 ou +	47,2%	44,4%	9,7%	2,8%
Classe de renda domiciliar em (salários-mínimos)	de 1 a 2	70,4%	25,4%	12,0%	6,3%
	+ de 2 a 5	49,5%	37,5%	14,6%	6,3%
	+ de 5	25,7%	62,1%	17,9%	4,3%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Nota: (*) Soma maior que 100%: questão de múltipla resposta.

A forma de pagamento mais utilizada para compra dos presentes (ver Tabela 4), será o cartão de crédito (indicado por 48,7% dos consumidores). A intenção de utilizar essa forma de pagamento alcança 53,6% entre os consumidores da classe de renda domiciliar de mais de 2 a 5 salários-mínimos e 51,7% entre aqueles com idades de 30 a 49 anos. Entre as formas de pagamento à vista pretendidas pelos consumidores, revela-se um interesse cada vez maior do uso de transferência via PIX (28,5%) em relação ao uso do dinheiro (17,1%) e do débito (15,8%).

Tabela 4 - Formas de pagamento dos presentes para o Dia dos Pais 2023

Perfil		Dinheiro	PIX	Cartão de débito	Cartão de crédito	Crediário	Boleto bancário
Sexo	Homem	18,3%	28,4%	17,3%	42,1%	1,5%	0,0%
	Mulher	16,2%	28,5%	14,8%	53,4%	2,5%	0,7%
	Total	17,1%	28,5%	15,8%	48,7%	2,1%	0,4%
Faixa etária (em anos)	18 a 29	16,6%	33,7%	16,1%	47,2%	1,5%	0,5%
	30 a 49	15,8%	24,6%	14,8%	51,7%	3,4%	0,5%
	50 ou +	22,2%	25,0%	18,1%	44,4%	0,0%	0,0%
Classe de renda domiciliar (em salários-mínimos)	de 1 a 2	28,2%	28,9%	12,7%	43,0%	2,1%	0,7%
	+ de 2 a 5	17,7%	27,1%	10,4%	53,6%	3,1%	0,5%
	+ de 5	5,0%	30,0%	26,4%	47,9%	0,7%	0,0%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Nota: (*) Soma maior que 100%: questão de múltipla resposta.

A sondagem indica ainda que entre os itens mais procurados (ver Tabela 5) pelos consumidores para presentear no Dia dos Pais 2023 destacam-se as 'roupas' (44,3% dos consumidores) e os 'calçados' (23,2%), além de 'perfumes ou cosméticos' (19,2%), 'relógios' (8,2%) e artigos de viagem, como bolsas e carteiras (4,2%).

Há, portanto, uma preferência por itens de menor valor agregado, que comprometem menos o orçamento pessoal. Produtos de maior valor, como smartphones e tablets, serão demandados por menos de 5% dos consumidores.

Tabela 5 - Itens mais procurados para presentear no Dia dos Pais 2023

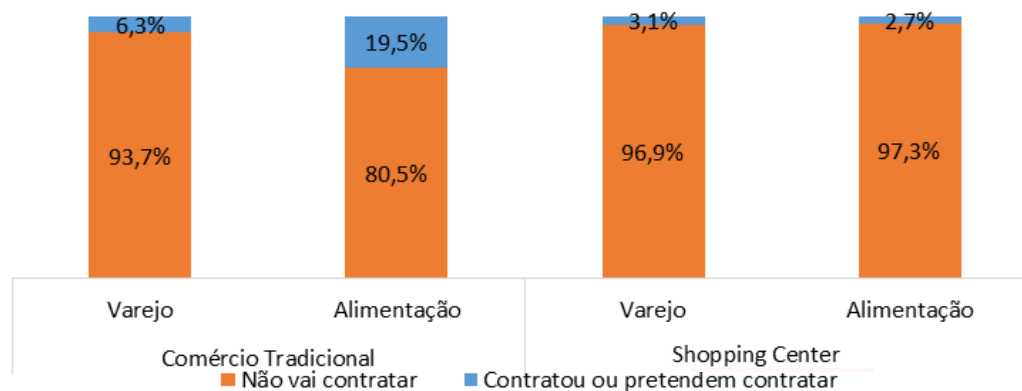
Característica	Descrição	Roupas	Calçados	Perfume ou cosmético	Relógio	Bolsa, mochila ou carteira	Smartphone ou tablet	Óculos
Sexo	Homem	41,1%	21,3%	14,2%	10,7%	6,1%	4,1%	3,0%
	Mulher	46,6%	24,5%	22,7%	6,5%	2,9%	3,6%	3,2%
	Total	44,3%	23,2%	19,2%	8,2%	4,2%	3,8%	3,2%
Faixa etária (em anos)	18 a 29	54,2%	23,2%	15,5%	4,2%	6,3%	0,7%	2,1%
	30 a 49	40,6%	26,6%	20,8%	7,3%	2,6%	6,3%	2,6%
	50 ou +	39,3%	18,6%	20,7%	13,6%	4,3%	3,6%	5,0%
Classe de renda domiciliar (em salários-mínimos)	de 1 a 2	38,7%	25,1%	20,1%	8,5%	6,0%	4,0%	3,0%
	+ de 2 a 5	49,8%	22,2%	18,7%	6,9%	2,5%	3,4%	3,4%
	+ de 5	44,4%	20,8%	18,1%	11,1%	4,2%	4,2%	2,8%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Elaboração Ceplan. Notas: (*) O somatório das categorias ultrapassa 100%, pois a questão permite múltipla resposta. (1) fogão, micro-ondas, geladeira, freezer etc.

2. ESTABELECIMENTOS

A sondagem com os estabelecimentos do comércio varejista e dos serviços de alimentação revelou que a maior intenção de contratar colaboradores temporários para apoiar com as vendas referentes ao período do Dia dos Pais em 2023 ocorre entre os estabelecimentos tradicionais de serviços de alimentação (19,5%) – ver Gráfico 6. Entre os estabelecimentos localizados em shoppings centers, a proporção de empresários e gestores que pretendem contratar temporários é muito próxima quando se observa a perspectiva das lojas de varejo e dos serviços de alimentação (3,1% e 2,7%, respectivamente).

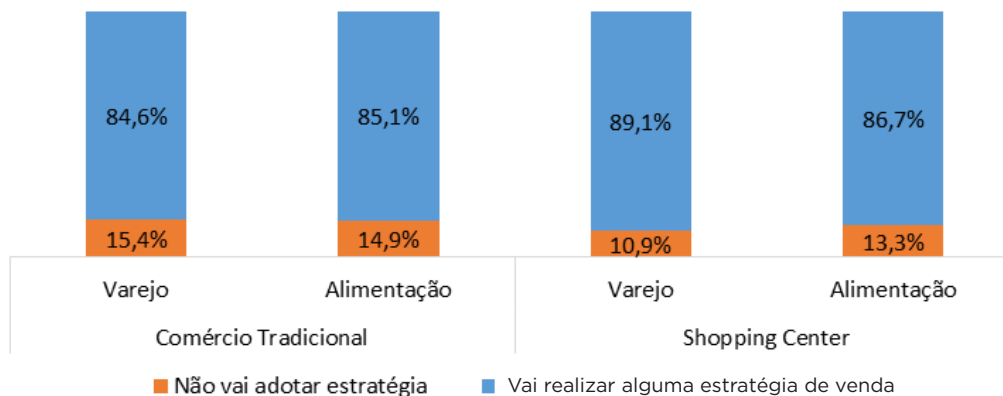
Gráfico 6 – Intenção de contratar colaboradores temporários para o Dia dos Pais 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

Nos shopping centers 89,1% dos empresários e gestores nas lojas varejistas e 86,7% nos estabelecimentos de alimentação apontaram a intenção de realizar estratégias para tentar alavancar as vendas voltadas para o período de Dia dos Pais (ver Gráfico 7). Nos estabelecimentos tradicionais, os serviços de alimentação apresentam proporção ligeiramente maior (85,1%) de empresários ou gestores que pretendem realizar alguma estratégia visando aumentar as vendas, enquanto a proporção entre as lojas varejistas tradicionais se apresenta menor (84,6%) entre os tipos de estabelecimentos investigados.

Gráfico 7 – Intenção de realizar estratégias de vendas voltadas para o Dia dos Pair 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

Entre os empresários e gestores do comércio tradicional, seja em lojas varejistas ou serviços de alimentação, a principal estratégia adotada será o uso de internet e redes sociais, seguida dos incentivos à equipe de colaboradores (ver Tabela 6).

O incentivo aos colaboradores é uma ação que tende a ocorrer principalmente entre as lojas varejistas dos shopping centers, onde 57,1% dos empresários gestores indicaram essa intenção. Nesse mesmo público, também se destaca a intenção de usar a internet e as redes sociais (55,7%) para tentar ampliar o volume de vendas, bem como a oferta de facilidades nas formas de pagamento (47,0%).

Entre os estabelecimentos de alimentação dos shopping centers, o incentivo à equipe de colaboradores (50,9%) também será a principal estratégia adotada pelos empresários e gestores.

Tabela 6 - Estratégias para alavancar as vendas referentes ao Dia dos Pais 2023

Estratégias	Comércio Tradicional		Shopping Center	
	Varejo	Alimentação	Varejo	Alimentação
Uso de internet ou redes sociais	61,7%	69,5%	55,7%	35,9%
Incentivos à equipe de colaboradores	26,8%	31,2%	57,1%	50,9%
Qualificação dos funcionários	21,4%	25,8%	34,8%	37,3%
Publicidade de rua ⁽¹⁾	29,6%	14,2%	24,0%	31,1%
Facilidades nas formas de pagamento ⁽²⁾	20,6%	10,7%	47,0%	22,5%
Abertura em horário especial	27,8%	17,1%	7,9%	16,0%
Publicidade indoor ⁽³⁾	15,7%	11,6%	9,8%	2,2%
Distribuição de brindes	8,0%	6,2%	18,3%	10,5%
Sorteio de prêmios	7,7%	0,0%	9,4%	0,0%

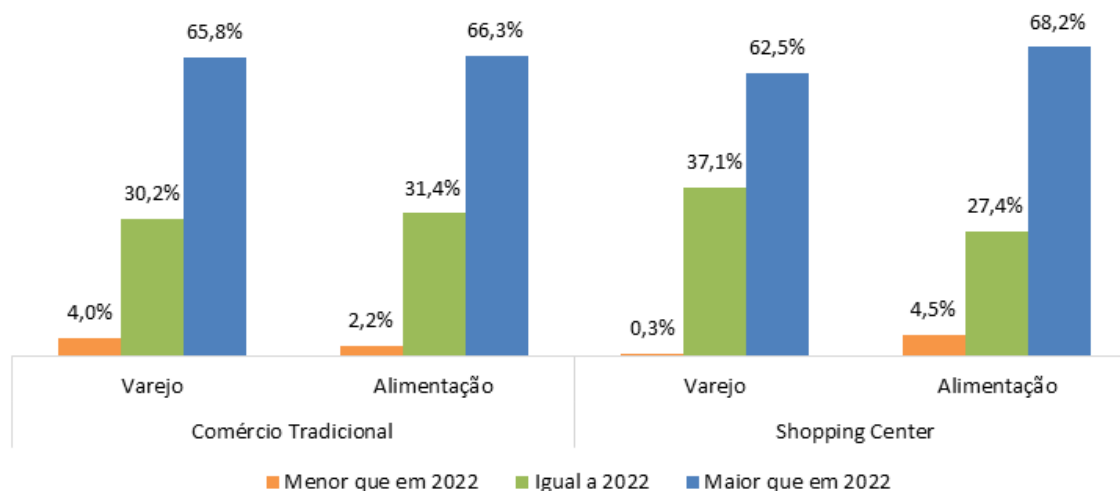
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio. Nota: (*) A soma das categorias ultrapassa 100%, pois a pergunta permite múltipla escolha; (1) panfletos, outdoor, ações externas, entre outras; (2) maior prazo, variedade de métodos, entre outras; (3) sinalização interna, atividades lúdicas, entre outras

Sobre a expectativa para o desempenho das vendas referentes ao Dia dos Pais de 2023 em relação ao Dia dos Pais de 2022 (ver Gráfico 8), o maior percentual de empresários e gestores otimistas ocorre entre os serviços de alimentação dos shopping centers, em que 68,2% esperam um maior volume de vendas este ano. Entre os estabelecimentos varejistas dos centros de compras, é de 62,5% a proporção de empresários e gestores que esperam aumento das vendas.

Por sua vez, entre os empresários ou gestores de estabelecimentos tradicionais, a expectativa otimista se mostra bastante equilibrada, oscilando de 66,3% entre os serviços de alimentação e 65,8% entre estabelecimentos varejistas.

Cabe ainda destacar que é muito pequena a parcela de empresários e gestores pessimistas, com expectativa de vendas menores em 2023, entre todos os perfis de estabelecimento, alcançando o máximo de 4,5% entre os serviços de alimentação dos shopping centers.

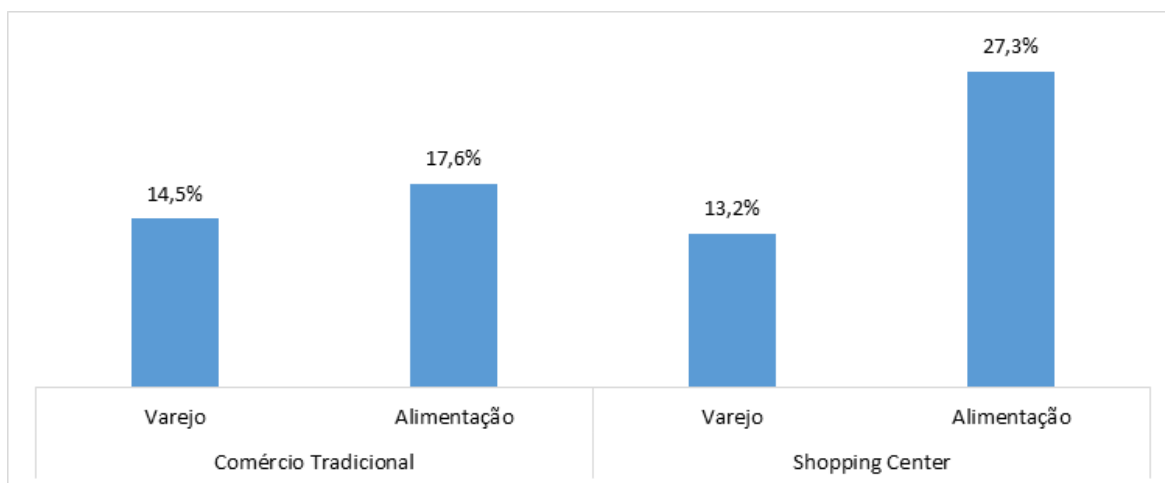
Gráfico 8 - Expectativa para o desempenho das vendas referentes ao Dia dos Pais 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

A sondagem revelou ainda que a estimativa de variação das vendas (Gráfico 9) referentes ao Dia dos Pais 2023 em relação ao mesmo período de referência no ano anterior, alcança 27,3% entre os serviços de alimentação dos shopping centers e 13,2% entre os lojistas do varejo dos centros de compras. Entre os estabelecimentos tradicionais, a maior expectativa de variação foi observada nos serviços de alimentação (17,6%).

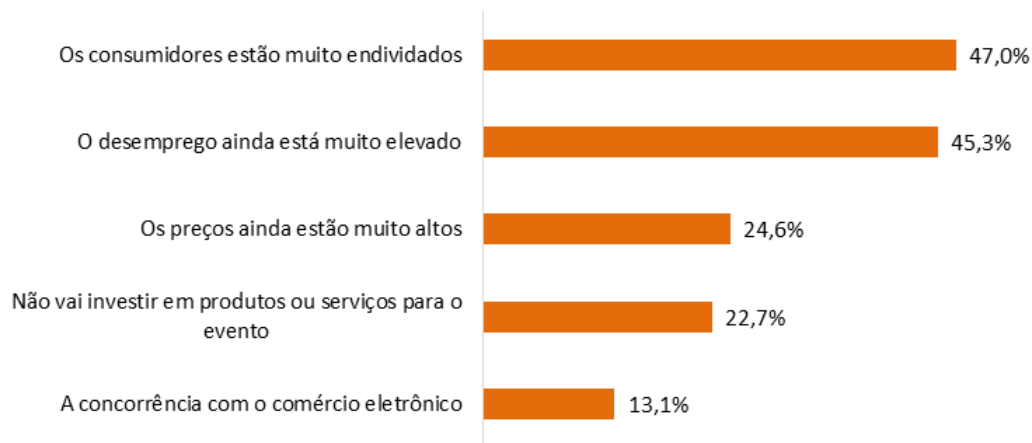
Gráfico 9 - Variação média esperada no volume das vendas referentes ao Dia dos Pais 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

Entre os poucos empresários e gestores que estão pessimistas sobre o desempenho das vendas, os principais motivos para esperarem um resultado negativo das vendas referentes ao Dia dos Pais 2023 são o endividamento dos consumidores e a taxa de desemprego ainda muito elevada no estado (ver Gráfico 10).

Gráfico 10 - Razões para as expectativas pessimistas com as vendas referentes o Dia dos Pais 2023

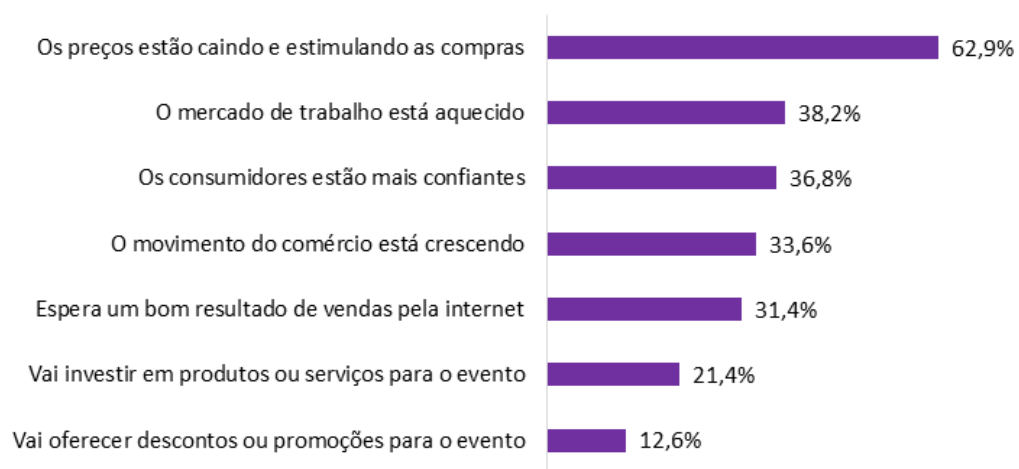


Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

Já entre os empresários e gestores que se mostram otimistas sobre o desempenho das vendas para o Dia dos Pais 2023 (Gráfico 11), o principal motivo (62,9%) para a expectativa de aumento das vendas é o arrefecimento e até recuo de alguns preços no varejo.

Além desse motivo, 38,2% acreditam que o mercado de trabalho está mais aquecido e 36,8% acreditam que os consumidores estão mais confiantes sobre os próximos meses, o que ajuda a impulsionar as compras.

Gráfico 11 - Razões para as expectativas otimistas com as vendas referentes o Dia dos Pais 2023



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

EXPEDIENTE FECOMÉRCIO-PE

Presidente: Bernardo Peixoto
Designer Gráfico: Nilo Monteiro

EXPEDIENTE CEPLAN-PE

Jorge Jatobá | Economista
Cristiano Ferraz | Estatístico
Ademilson Saraiva | Economista

Avenida Visconde de Suassuna, nº265,
Santo Amaro, Recife-PE | CEP 50050-540
Tel.: (81) 3231-5393 / 3231-6175
www.fecomercio-pe.com.br



fecomercio-pe.com.br



@fecomerciope

Fecomércio PE
CNC Sesc Senac
Sindicatos | Instituto Fecomércio

SEBRAE