

# Intenção de Consumo - Dia dos Namorados 2018



Área de Estudos Econômicos

  
**Fecomércio MG**  
Sesc | Senac

## Intenção de consumo

O Dia dos Namorados é uma data fundamental no calendário do varejo. Comemorada no dia 12 de junho, destaca-se por movimentar as vendas de artigos para ambos os sexos. A ocasião é considerada a terceira melhor data para o comércio varejista, e o teor afetivo da comemoração é o grande motivo para as compras do período; para os empresários que atuam junto ao público jovem, chega a ser considerada a segunda melhor data de vendas.

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de identificar a pretensão de compras para o Dia dos Namorados.



**36,4% dos consumidores da cidade de Belo Horizonte irão presentear neste Dia dos Namorados. Para 87,8% deles, o presente não ultrapassará o valor de R\$200,00**

Entre os consumidores que não irão presentear no período, a maioria (58,9%) não tem a quem presentear; outros 19,5% não têm o costume.

Roupas (31,7%), artigos de perfumaria (16,6%) e calçados (11,7%) serão os produtos mais procurados para a data. Presentes que, este ano, não ultrapassarão o valor de R\$200,00 para 87,8% dos consumidores. Na comparação com o ano anterior, 90,5% intencionavam presentear com artigos nessa faixa de preço.

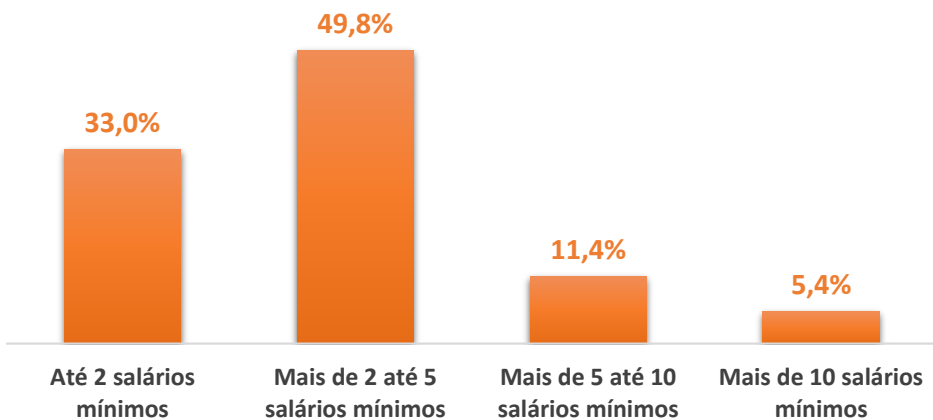
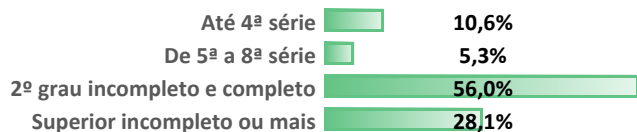
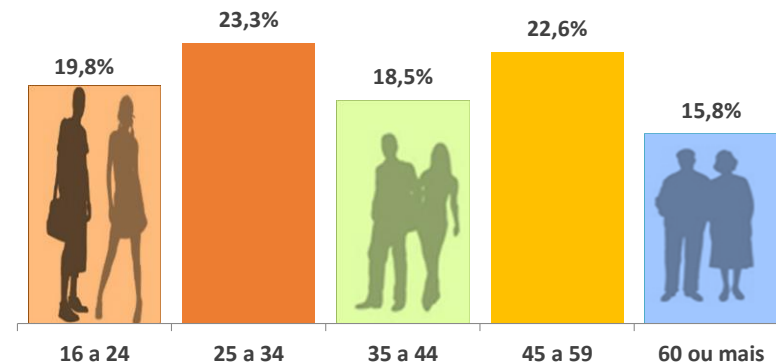
As promoções (56,6%) e os preços reduzidos (31,0%) continuam sendo estímulos para os consumidores. Já os preços altos (75,9%) e o atendimento precário (23,4%) são os principais fatores que irão desestimulá-los às compras.

# Perfil dos consumidores

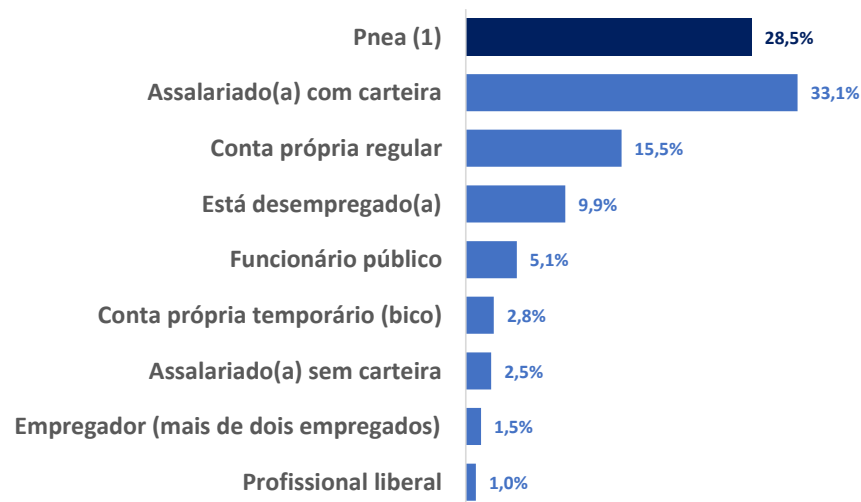
54,0%



46,0%



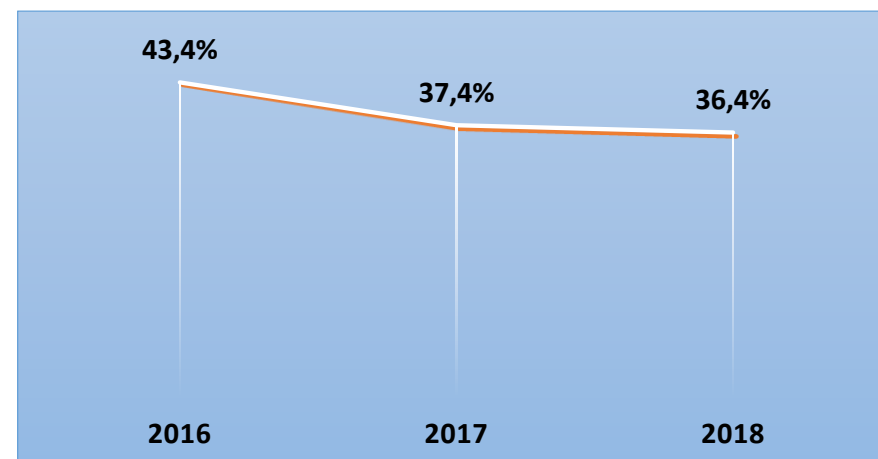
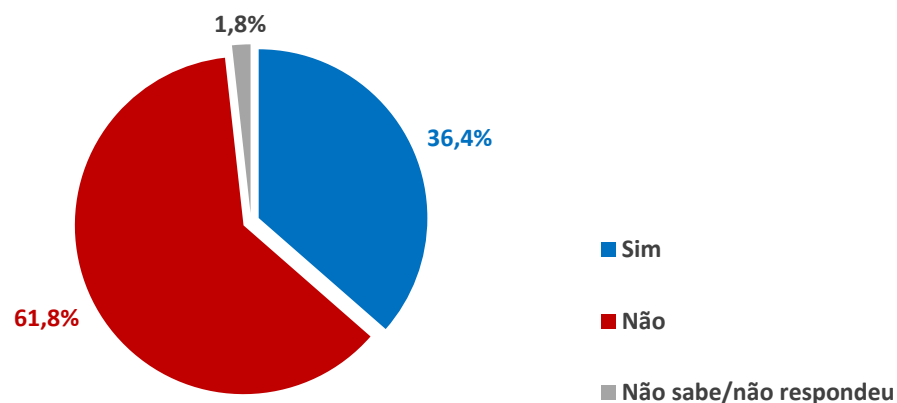
59,9% dos consumidores de Belo Horizonte realizam algum trabalho remunerado



(1) População não economicamente ativa (Pnea) inclui: donas de casa, estudantes, aposentados e pensionistas.

## Pretensão de compras

### Irá presentear no Dia dos Namorados?



### Por que não irá presentear <sup>(2)</sup>



Neste Dia dos Namorados, 36,4% dos consumidores irão presentear, percentual semelhante em relação aos que pretendiam dar presentes na data no ano passado.

Entre os consumidores que não irão presentear na data, 58,9% afirmaram que não têm a quem destinar o presente e 19,5% não tem o costume.

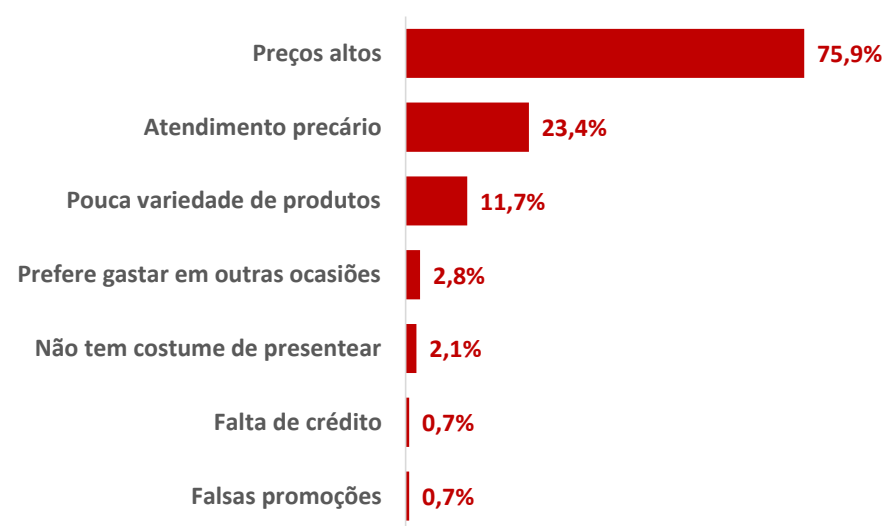
<sup>(2)</sup> Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

## Planejamento de compras

Quais ações do comércio podem atraí-lo para as compras do período? <sup>(2)</sup>



O que pode desestimulá-lo para as compras do período? <sup>(2)</sup>

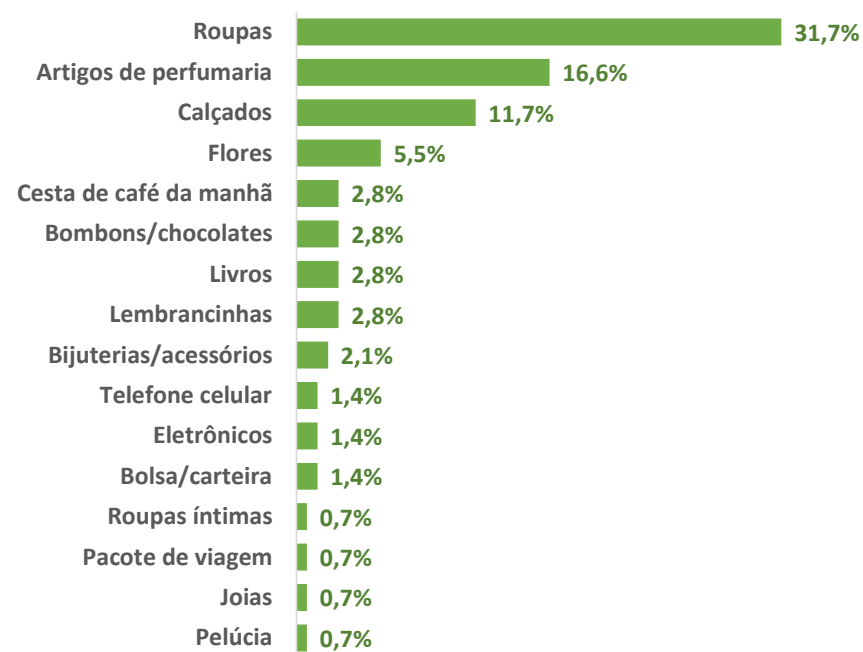


Os consumidores indicaram as promoções (56,6%) e o preço reduzido (31,0%) como atrativos para as compras do Dia dos Namorados. Como desestímulo listaram, principalmente, os preços altos (75,9%), seguido pelo atendimento precário (23,4%) e a pouca variedade de produtos (11,7%).

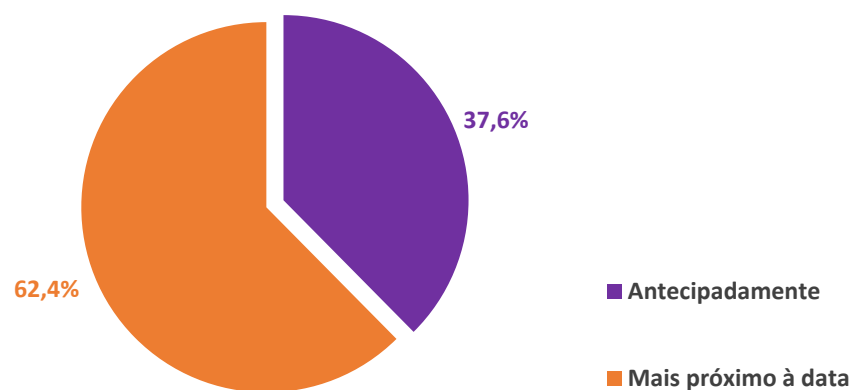
<sup>(2)</sup>Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

## Pretensão de compras

### Quais os presentes o(a) sr(a). pretende comprar? <sup>(2)</sup>



### Quando pretende realizar as compras?



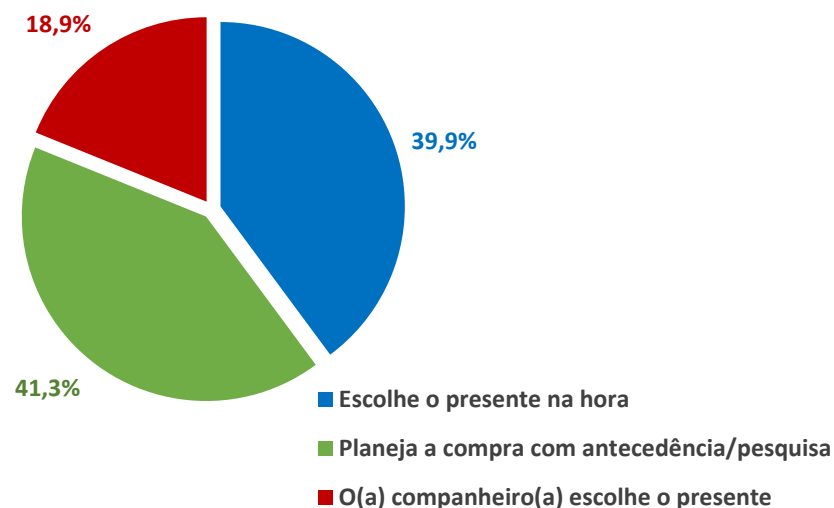
Os presentes serão, na maioria dos casos, roupas (31,7%); 16,6% optarão por artigos de perfumaria e outros 11,7% por calçados.

37,6% afirmaram que farão as compras com antecedência. Os demais, 62,4%, deverão comprar o presente mais próximo à data.

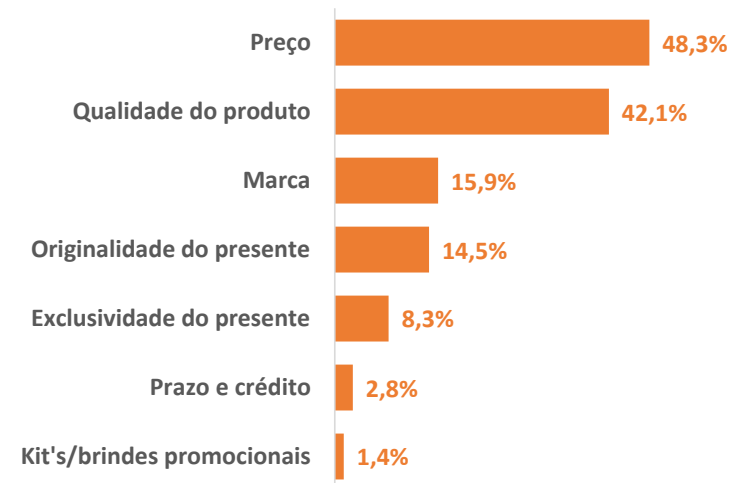
<sup>(2)</sup> Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

## Planejamento de compras

### Como decide pela compra do presente?



### O que vai levar em consideração para escolher o presente para seu namorado(a)? <sup>(2)</sup>



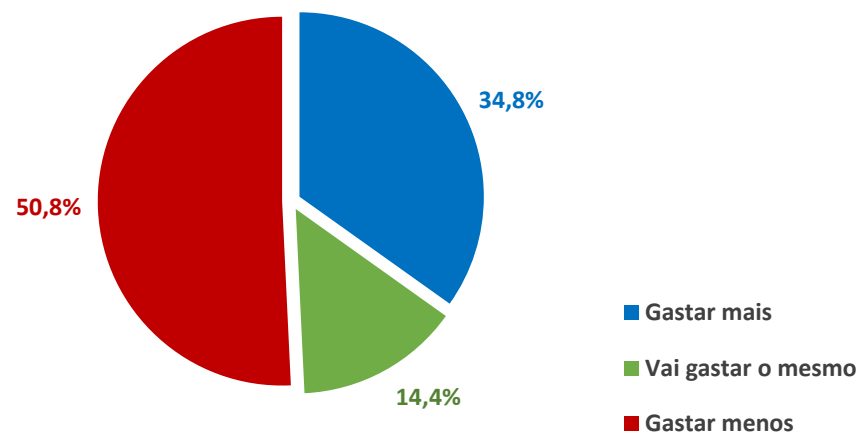
39,9% dos consumidores escolhem o presente para a data na hora da compra, 41,3% pesquisam e planejam as compras com antecedência e para 18,9% quem escolhe o presente é o(a) companheiro(a).

Na hora da compra, o preço é o principal atrativo (48,3%). Além disso, 42,1% levam em consideração a qualidade do produto e 15,9% a marca.

<sup>(2)</sup>Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

## Planejamento de compras

Quanto planeja gastar com os presentes de Dia dos Namorados em relação ao ano passado?



Quais fatores poderão limitar os seus gastos? <sup>(2)</sup>



Em relação às compras do ano passado, a maioria pretende gastar menos com o presente (50,8%), 34,8% deverão gastar mais e 14,4% irão manter o valor utilizado no último ano.

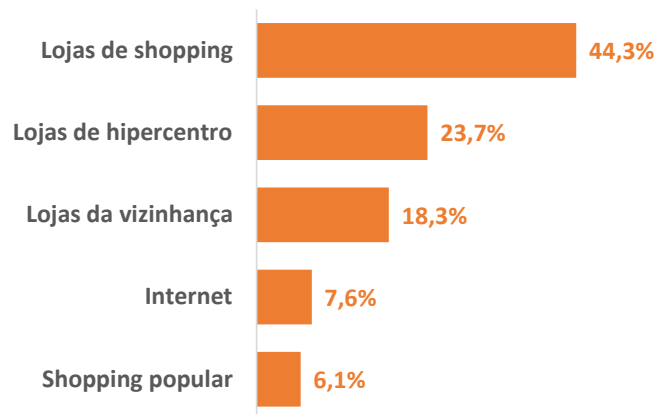
O preço alto dos produtos deverá limitar os gastos com os presentes este ano. O item foi apontado por 29,0% dos consumidores que irão presentear.

<sup>(2)</sup> Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

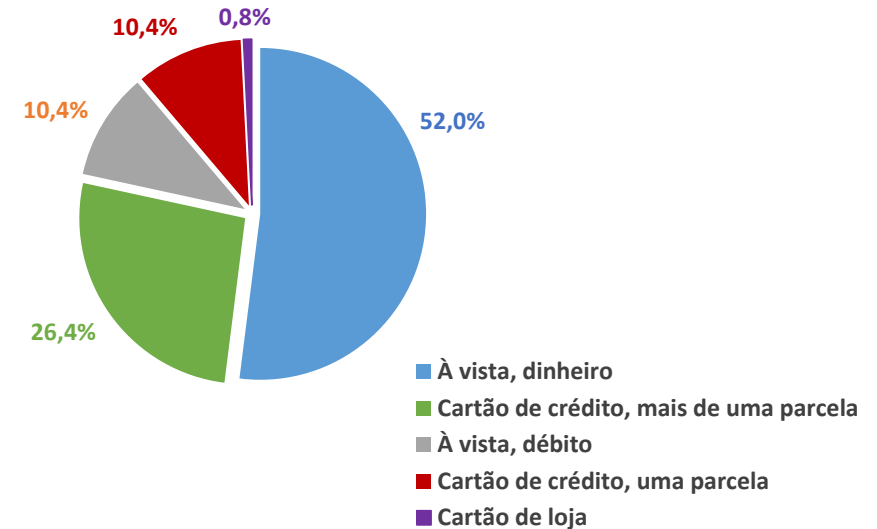


## Planejamento de compras

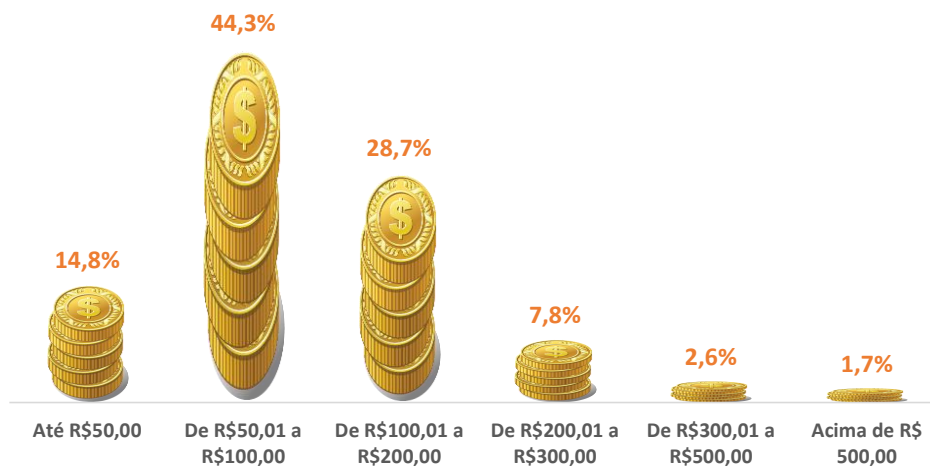
Onde pretende realizar as compras do período?<sup>(2)</sup>



Qual forma de pagamento pretende utilizar durante as compras do Dia dos Namorados?



Em média, quanto pretende gastar com as compras do Dia dos Namorados?



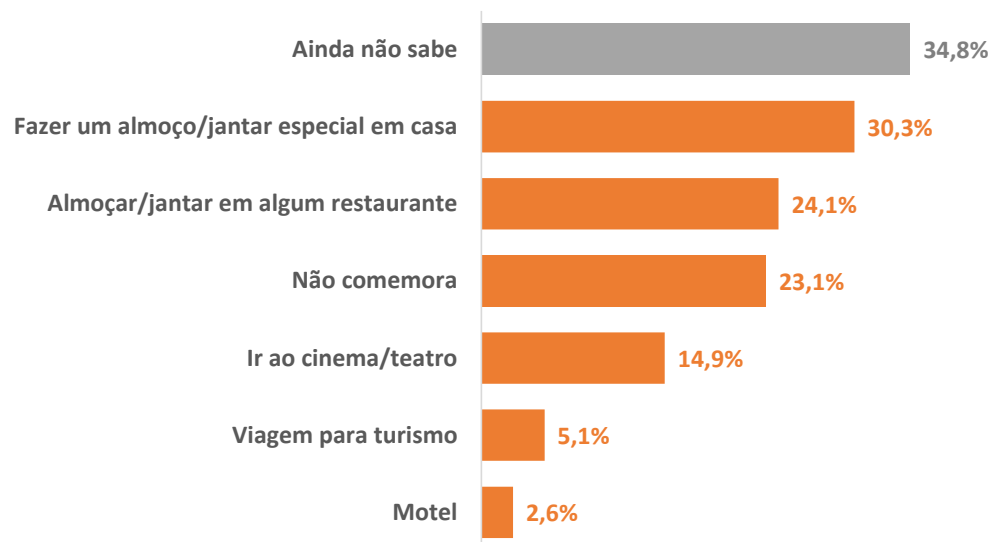
Os consumidores não pretendem assumir dívidas com os presentes da data: 62,4% optarão por pagamentos à vista, no dinheiro ou cartão de débito.

Este ano, os presentes não ultrapassarão o valor de R\$200,00 para 87,8% dos consumidores. Na comparação com o ano anterior, 90,5% pretendiam presentear com artigos nessa faixa de preço.

<sup>(2)</sup>Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

## Comemorações

### Como irá comemorar a data?



34,8% dos consumidores ainda não sabem como irão comemorar a data, 30,3% farão um almoço/jantar especial em casa e 24,1% irão almoçar e/ou jantar em restaurantes. Já 23,1% não tem costume de comemorar.

<sup>(2)</sup>Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados do grupo que citou cada item.

## Metodologia

A metodologia utilizada foi a aplicação de questionários (survey) em uma amostra dos consumidores do município de Belo Horizonte, com cotas proporcionais de acordo com sexo, grupo de idade e regionais (Barreiro, Centro-Sul, Leste, Oeste, Nordeste, Noroeste, Norte, Pampulha e Venda Nova). Foram entrevistadas 398 pessoas, no período de 16 a 21 de maio de 2018. O intervalo de confiança da amostra foi de 97%, e a margem de erro de 5,0 pontos percentuais.

### Equipe Técnica

#### Estudos Econômicos

Responsável	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Analista de pesquisa	Elisa Castro da Mata Ferreira
Assistente administrativa	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Bruno Alisson Batista Gomes
	Filipe do Nascimento Souza
	Joyce do Nascimento Silva
	Sara Angela dos Santos
Jovem aprendiz	Pedro Borges Teixeira

*Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.*

*Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.*



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo  
do Estado de Minas Gerais.  
Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG.  
CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324  
economia@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br