

**60** ANOS  **CDL**  
Belo Horizonte



# INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS NAMORADOS 2021

- EXPECTATIVA DOS CONSUMIDORES -



OBJETIVO:

Avaliar a intenção de compra dos consumidores de Belo Horizonte com relação ao **Dia dos Namorados**.

INFORMAÇÕES TÉCNICAS:



**Pesquisa quantitativa:**  
Pesquisa via telemarketing



**Público alvo:**  
Lojistas de Belo Horizonte



**Amostra:**  
Total de 310 entrevistados, com intervalos de confiança de 95% e erro máximo de 5,6%

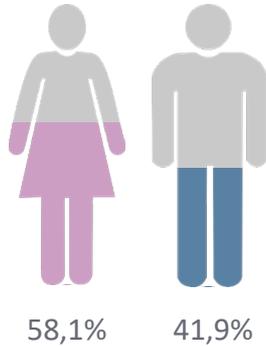


**Período:**  
Pesquisa entre os dias 13 a 27 de maio de 2021

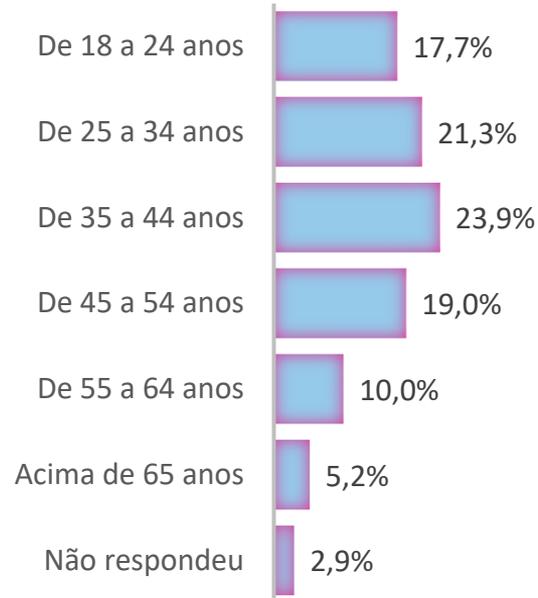


# PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

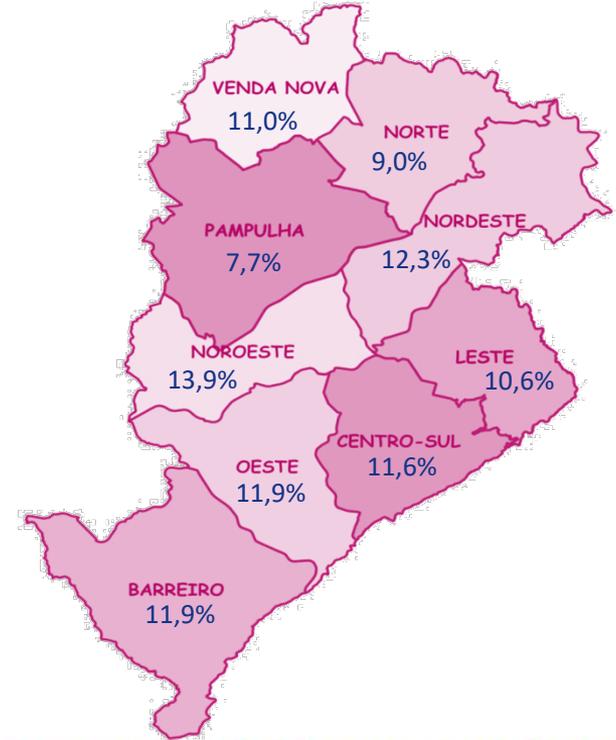
## GÊNERO



## FAIXA ETÁRIA



## REGIONAL DA RESIDÊNCIA

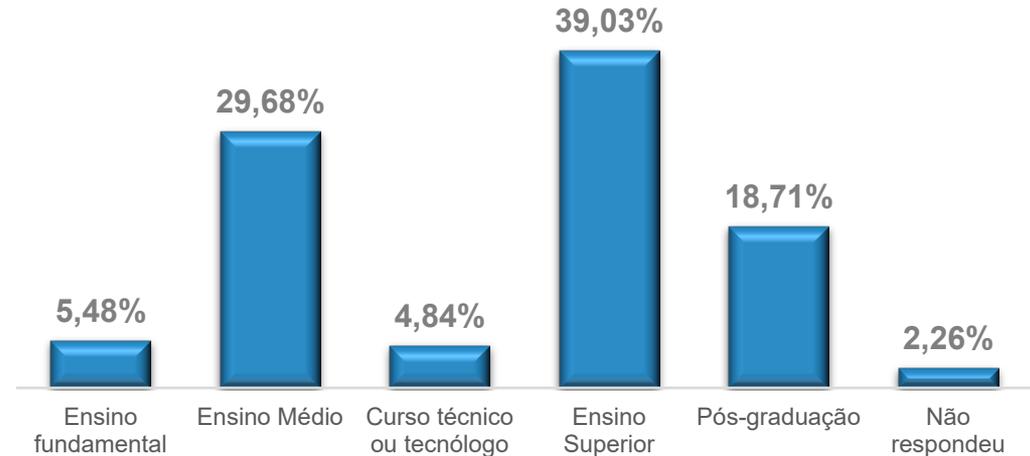


# PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

## RENDIMENTOS PESSOAIS

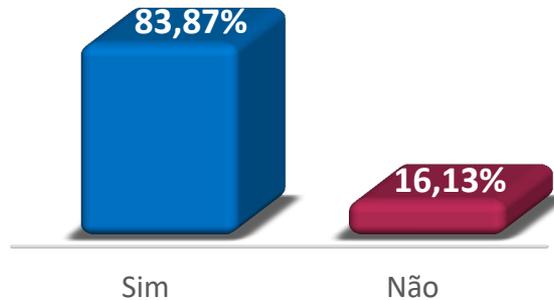


## GRAU DE INSTRUÇÃO



# HÁBITO DE PRESENTEAR

POSSUI O HÁBITO DE PRESENTEAR EM DATAS COMEMORATIVAS?

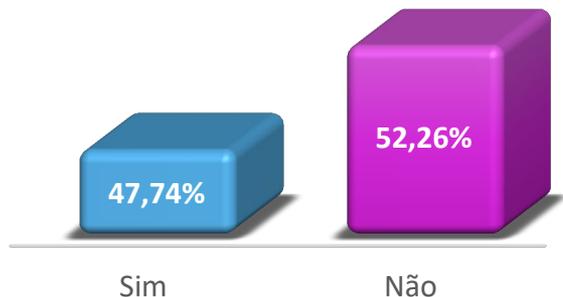


Conforme o levantamento realizado com os consumidores da capital mineira, podemos afirmar que 8 em cada 10 consumidores tem o hábito de presentear em data comemorativas.

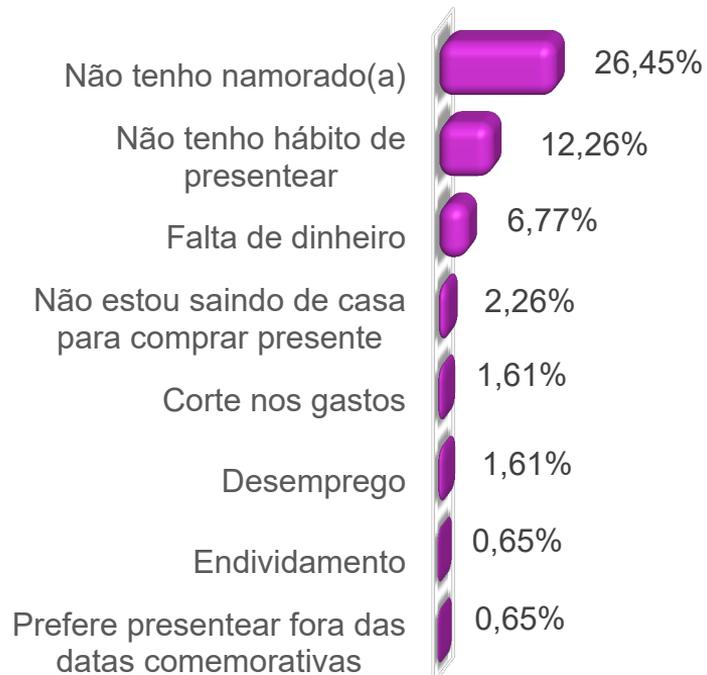


# CONSUMIDORES QUE NÃO VÃO PRESENTEAR

VAI PRESENTEAR ALGUÉM NO DIA DOS NAMORADOS?

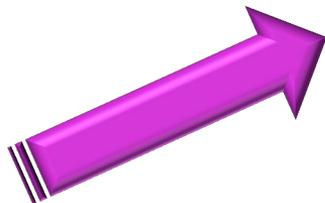
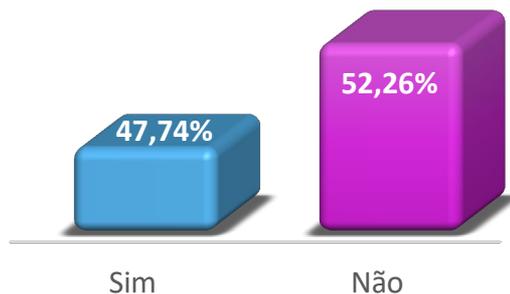


MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

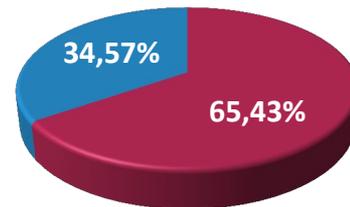


# CONSUMIDORES QUE NÃO VÃO PRESENTEAR

VAI PRESENTEAR ALGUÉM NO DIA DOS NAMORADOS?



PRETENDE FAZER OUTRO TIPO DE COMEMORAÇÃO?



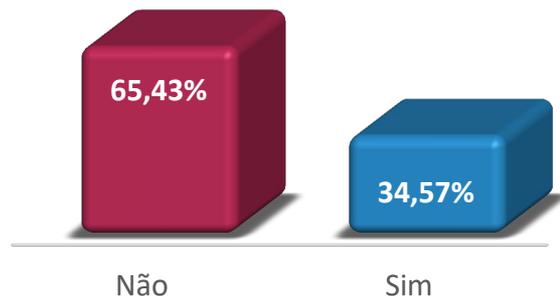
■ Não ■ Sim

No levantamento, foi possível identificar que 65,43% dos entrevistados que não irão presentear, não farão outro tipo de comemoração. Por outro lado, 34,57% irão fazer algum tipo de comemoração, como: jantar fora - restaurante (11,11%), jantar em casa (9,88%), Almoço em casa (8,64%), ainda não sabe (2,47%), almoço fora - restaurante (1,23%) e viagem (1,23%).



# CONSUMIDORES QUE NÃO VÃO PRESENTEAR

## PRETENDE FAZER OUTRO TIPO DE COMEMORAÇÃO?



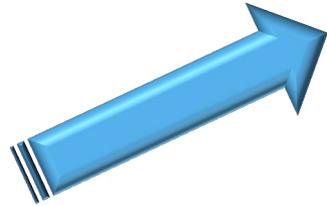
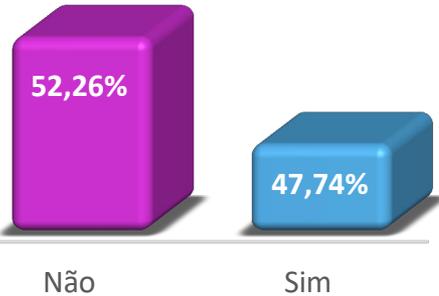
O tíquete médio a ser desembolsado para os entrevistados que não vão presentear, mas pretendem fazer algum tipo de comemoração é de R\$177,38.

## ATÉ QUANTO PRETENDE GASTAR COM ESSA COMEMORAÇÃO?

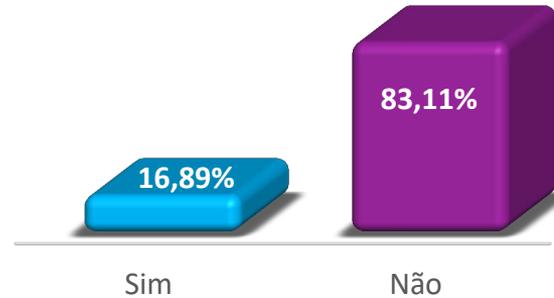


# CONSUMIDORES QUE VÃO PRESENTEAR

VAI PRESENTEAR ALGUÉM NO DIA DOS NAMORADOS?



REALIZOU A COMPRA DOS PRESENTES PARA O DIA DOS NAMORADOS?

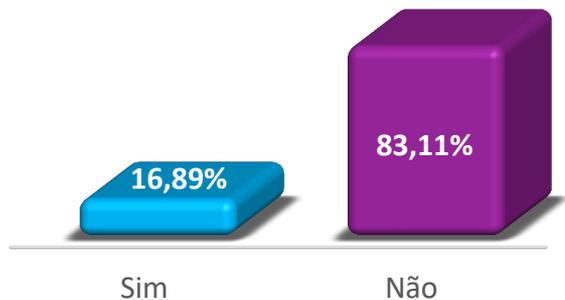


De acordo com a pesquisa 5 em cada 10 consumidores pretendem realizar compras para a data, o montante é levemente inferior ao observado no ano de 2019 (64,1%). É importante destacar que o principal motivo de não presentear (26,45%) é por não terem namorado (a) e por problemas financeiros. Em relação a quem vai presentear, mais de 80% dos consumidores ainda não realizaram as compras para a data comemorativa, o que será uma boa oportunidade para os lojistas da capital, traçarem suas estratégias para alavancar as vendas para a data.



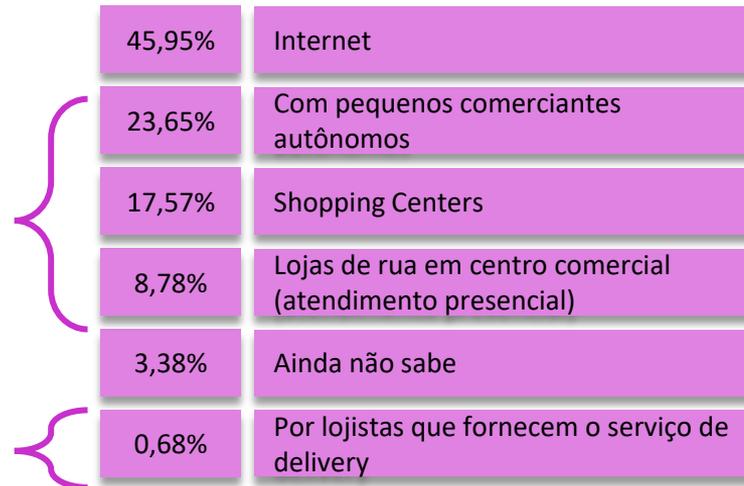
# CONSUMIDORES QUE VÃO PRESENTEAR

REALIZOU A COMPRA DOS PRESENTES  
PARA O DIA DOS NAMORADOS?



50,68%

ONDE PRETENDE REALIZAR AS  
COMPRAS PARA A DATA?

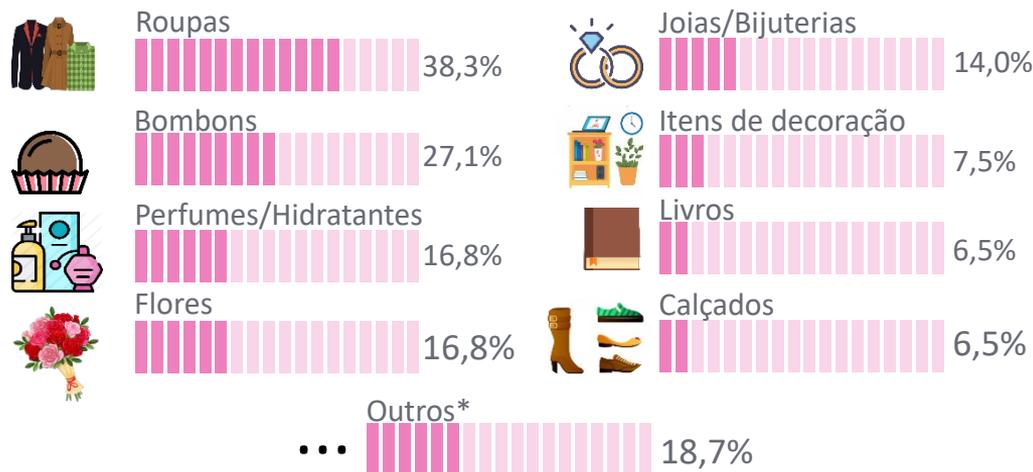


Os consumidores que ainda não realizaram as compras, a maioria manifestou interesse em realizar em lojas físicas, no município de Belo Horizonte (97,5%) e 2,5% na Região metropolitana.



# CONSUMIDORES QUE VÃO PRESENTEAR

## PRESENTES QUE TERÃO MAIOR SAÍDA NO DIA DOS NAMORADOS



Outros\*: Relógio (3,7%), Cesta de presentes (3,7%), Bolsa/malas/mochilas (2,8%), Óculos de sol (2,8%), Eletrônicos (2,8%), Material esportivo (0,9%), Sex Shop (0,9%) e bicicleta (0,9%).

De acordo com a pesquisa, os itens de maior procura para a data comemorativa serão roupas e vestuário, bombons, perfumes e hidratantes e flores. O item de maior predominância (roupas) segue a mesma tendência observada no ano de 2019.

É importante destacar que o levantamento realizado para a data com os empresários da capital está seguindo a mesma tendência dos consumidores



# CONSUMIDORES QUE VÃO PRESENTEAR

## MONTANTE DE PRESENTES



Os consumidores que irão presentear no Dia dos namorados, pretendem comprar 1 presente (72,97%).

A intenção de gasto com cada presente, é de um tíquete médio de R\$140,87.

O montante é superior ao observado no mesmo período do ano de 2019 em 27,4%, quando tíquete médio para o ano foi de R\$110,55.

# CONSUMIDORES QUE VÃO PRESENTEAR

## PRESENTES QUE TERÃO MAIOR SAÍDA NO DIA DOS NAMORADOS

Roupas



R\$145,63

Bombons



R\$117,24

Perfumes/  
Hidratantes



R\$123,61

Flores



R\$134,72

Jóias/  
Bijuterias

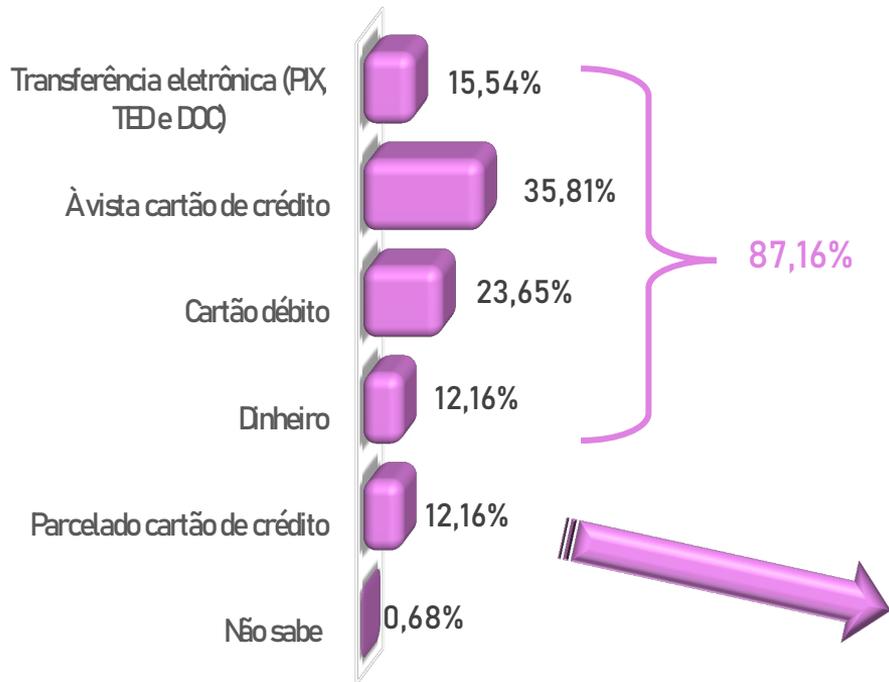


R\$142,86

Ao estratificar os tíquetes médios pelos itens que terão maior saída para a data, pode-se dizer que o item de roupas é o que apresenta maior tíquete de R\$145,63, seguido de jóias e bijuterias com R\$142,86. E dos itens com maior saída bombons terá o menor média de tíquete R\$117,24.

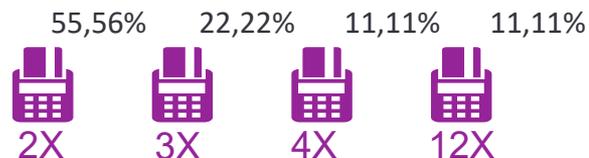
# CONSUMIDORES QUE VÃO PRESENTEAR

## FORMA PREFERIDA PARA REALIZAR O PAGAMENTO



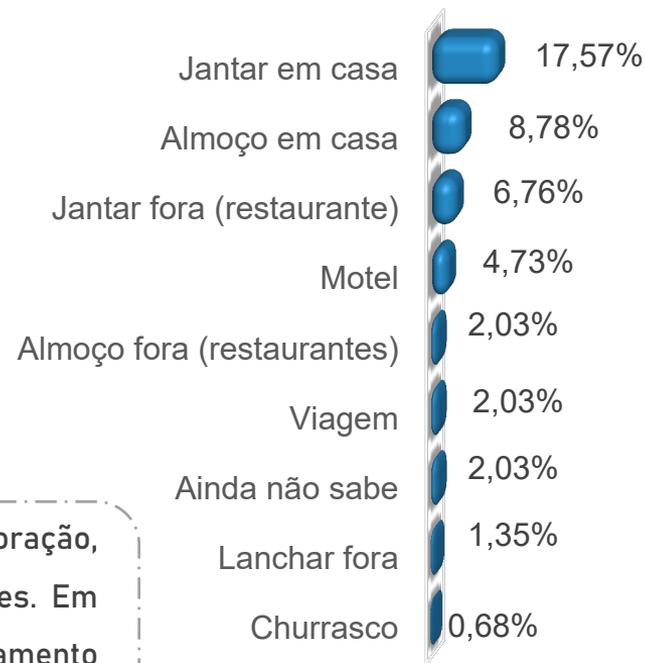
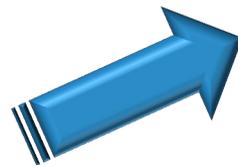
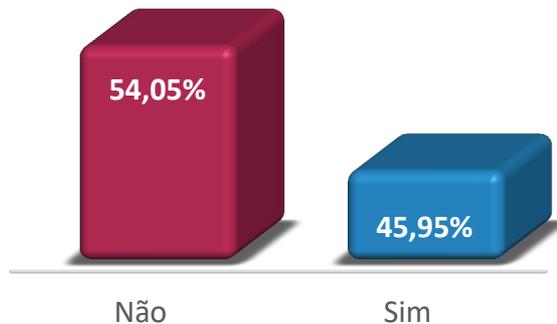
Entende-se que a grande maioria dos pesquisados que pretendem realizar compras para a data comemorativa, mostrou tendência de pagamento na forma à vista (87,16%).

Essa tendência altista para pagamento à vista é corroborado pela situação vivenciada no país, uma parcela das pessoas pesquisadas tiveram uma redução dos recebíveis (33,63%), somado a incerteza econômica e financeira.



# CONSUMIDORES QUE VÃO PRESENTEAR

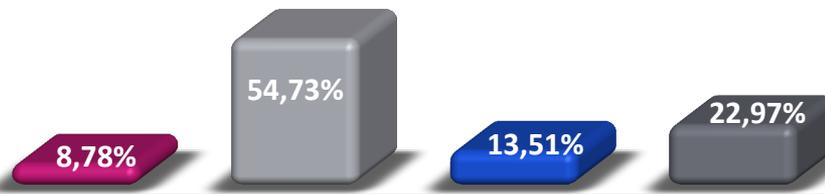
## PRETENDE FAZER OUTRO TIPO DE COMEMORAÇÃO?



De acordo com os pesquisados que pretendem realizar algum tipo de comemoração, informaram que tendem a gastar em torno de R\$179,78 com as comemorações. Em contraste, uma parcela informou que não pretende comemorar em função do isolamento (33,78%) e que não tem o costume de realizar outro tipo de comemoração (20,27%).

# CONSUMIDORES QUE VÃO PRESENTEAR

## RELAÇÃO DO VALOR DOS PRESENTES FRENTE AO ANO DE 2020



MENOR

IGUAL

MAIOR

Não  
presenteou ano  
passado

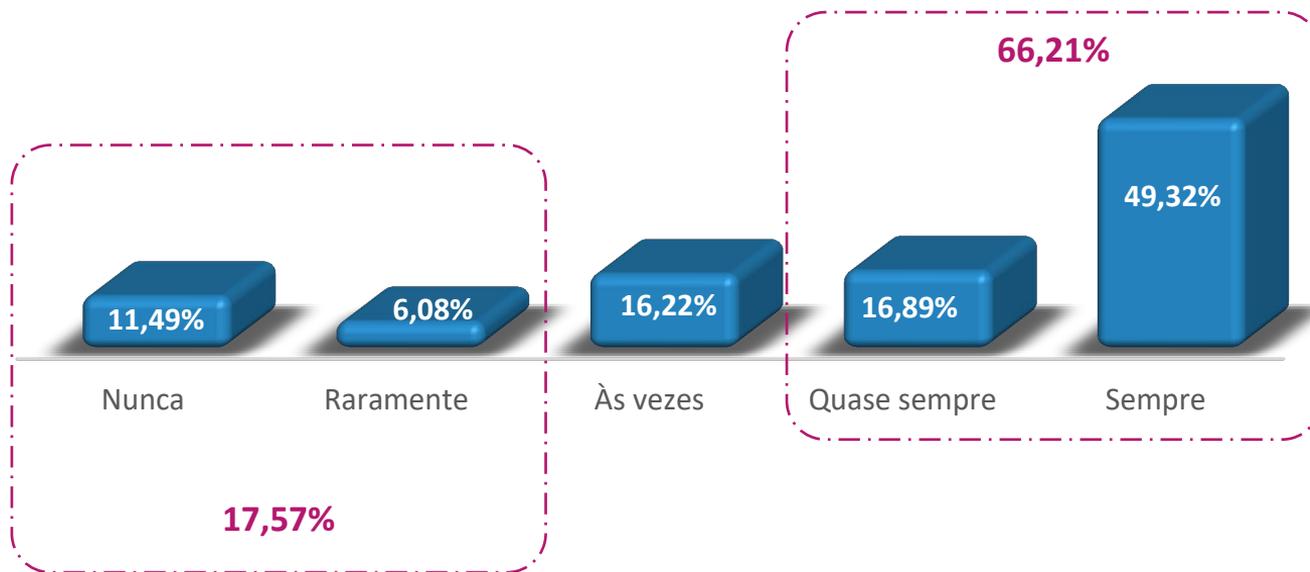
Pretende economizar	61,54%
Está desempregado	7,69%
Está sem dinheiro	7,69%
Escolha do presenteado	7,69%
Falta de opção	7,69%
Não respondeu	7,69%

Os presentes estão com valor maior	65,00%
Tem uma nova renda extra	25,00%
Conseguiu um novo emprego	5,00%
Não tem motivo	5,00%

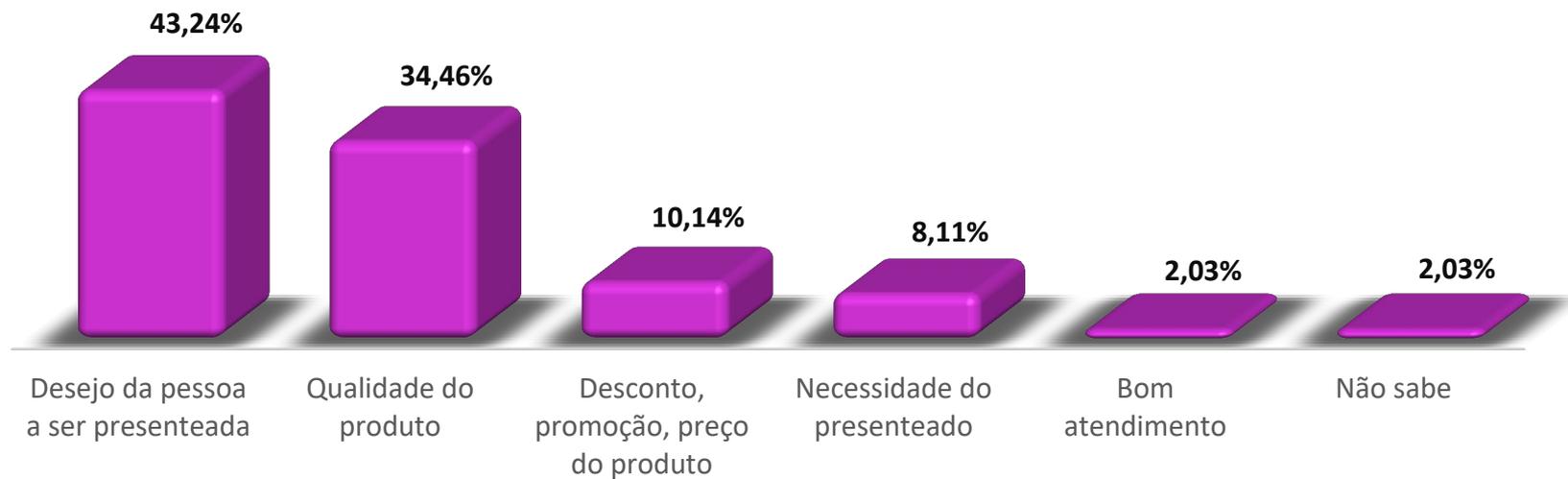


# CONSUMIDORES QUE VÃO PRESENTEAR

FREQUÊNCIA QUE PESQUISA O VALOR DOS PRESENTES EM OUTRAS LOJAS ANTES DE FINALIZAR A COMPRA



## DETERMINANTES NA ESCOLHA DO PRODUTO

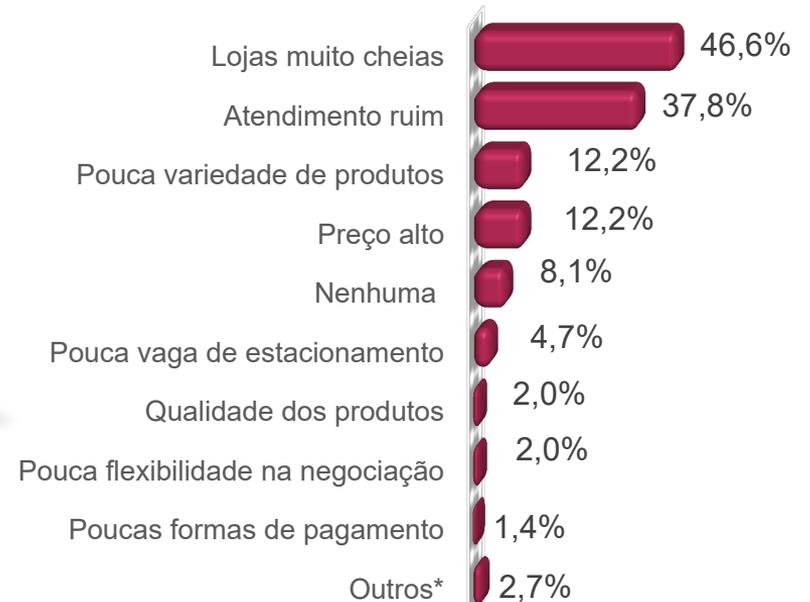


# CONSUMIDORES QUE VÃO PRESENTEAR

## ATRAI NA LOJAS NA HORA DE REALIZAS AS COMPRAS



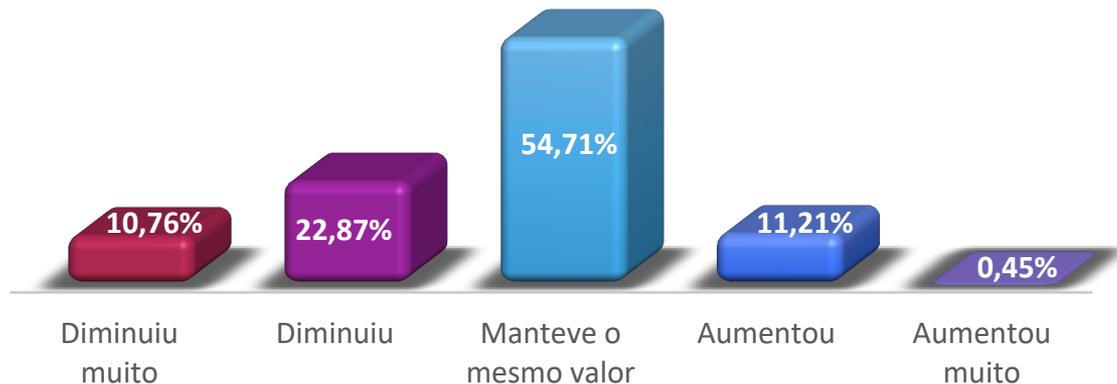
## DIFICULDADES ENCONTRADAS NA HORA DE REALIZAR AS COMPRAS



Outros\*: Localização (0,7%), Dificuldade na troca (0,7%), Valor do frete (0,7%) e Comércio fechado (0,7%).



## COMO COMPORTOU A SUA RENDA PESSOAL NOS ÚLTIMOS 12 MESES?

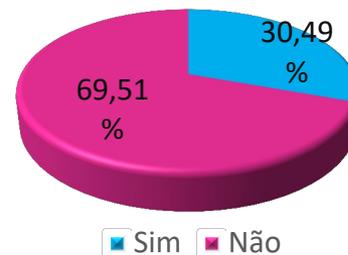


De acordo com o levantamento realizado, pouco mais da metade dos entrevistados (54,71%) não sentiu alteração na renda pessoal nos últimos 12 meses. Por outro lado, tivemos uma parcela considerável com uma retração na renda (33,63%) e apenas 1/10 dos entrevistados alegaram que tiveram um aumento na renda pessoal.

## COMPORTAMENTO DE GASTO NOS ÚLTIMOS 12 MESES

40,81%	Priorizei as necessidades básicas (alimentos, água, luz, internet)
21,52%	Minhas compras via internet aumentaram
21,52%	Não mudei nada
5,38%	Aumentei minhas compras parceladas
3,59%	Aumentei minhas compras à vista
3,59%	Priorizei efetuar as compras no bairro
3,59%	Diminuí os gastos devido o isolamento

Alguém na sua casa ficou desempregado, com a pandemia?



Conforme o levantamento, pode-se constatar que 3 em cada 10 entrevistados afirmou que alguém em sua residência ficou desempregado. Ao analisar o comportamento financeiro, há evidências claras de mudanças em seu consumo, enquanto a maioria vem priorizando as necessidades básicas, que é justificável pela queda na renda e no poder de compra dos consumidores, pouco mais de 20% informou que elevou as compras por meio da internet enquanto uma terceira parcela (21,52%) não mudou nada na sua maneira de gastar.