

Dia dos Namorados

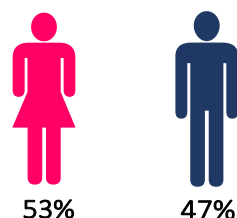
Região do Grande ABC/SP

Este relatório tem como objetivo divulgar os resultados da Pesquisa de Intenção de Compra dos consumidores do Grande ABC para o Dia dos Namorados de 2021. O trabalho de campo para a PIC ocorreu no período de 10 a 28 de maio, resultando em 400 questionários validados. Destes, 67% afirmaram que presentearão neste Dia dos Namorados. O estudo apresenta margem de erro de 4,0 pontos percentuais, com intervalo de 95% de confiança.

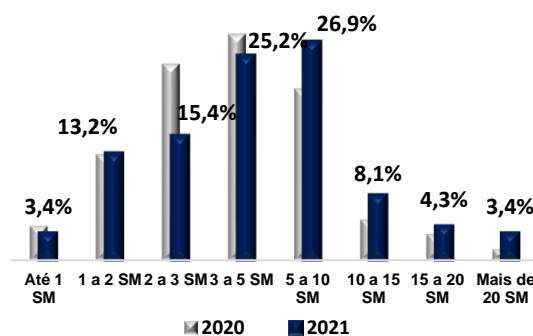
Aproximadamente 57% dos entrevistados ganham até cinco salários mínimos. Na outra ponta, 7,7% ganham 15 ou mais salários mínimos.

Os entrevistados apontaram que as principais presenteadas serão os namorados e namoradas, seguidos dos esposos e esposas. Destaca-se neste ponto a ampliação da participação dos esposos e esposas no rol de pessoas a serem presenteadas, que pode ser explicado tanto pelo efeito do fortalecimento dos vínculos entre os casais neste ano de pandemia, quando pelo impacto mais intenso do desemprego entre os mais jovens, que respondem por grande parcela dos casais de namorados. Do total de entrevistados, cerca de 2% apontaram os efeitos da pandemia como motivo.

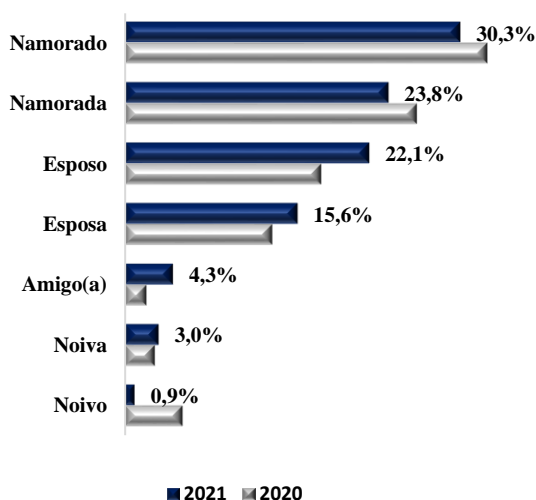
Sexo dos entrevistados



Renda das famílias



Pessoas a serem presenteadas



Dia dos Namorados

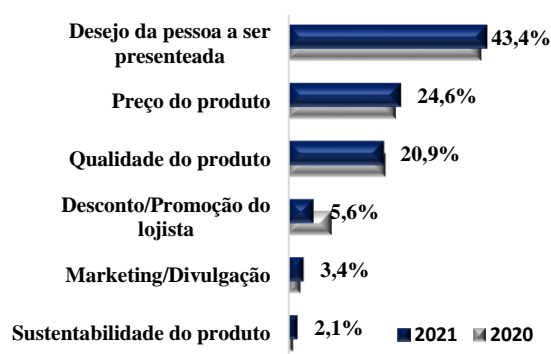
PIC – Dia dos Namorados

A amostra pesquisada também revelou que os principais determinantes na escolha dos presentes, frente as opções questionadas, serão o desejo da pessoa a ser presenteadada (43,4%), seguido do preço (24,6%), da qualidade do produto (20,9%) e das ações de desconto e promoção (5,6%), entre outros fatores com menor peso. Comportamento semelhante ao ano passado.

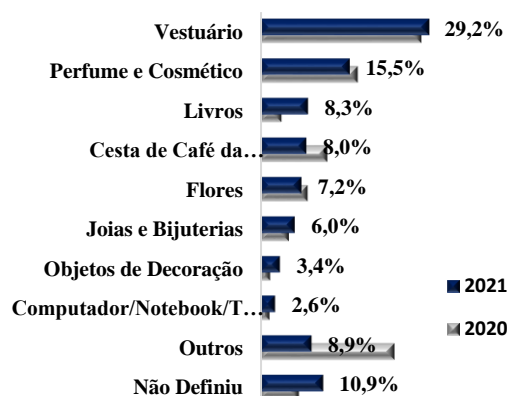
Dentre os presentes mais procurados estão vestuários (29,2%), seguidos de perfumes e cosméticos (15,5%). Neste ano nos chama atenção a evolução da participação dos livros (8,3%), que pela primeira vez, em todas as pesquisas de intenção de compras anteriores, figura em terceiro colocado na lista de presentes. Alteração esta influenciada pelas alterações de comportamento em função da pandemia, corroborada pelo crescimento do mercado editorial no Brasil, especialmente nas versões digitais. O gráfico ao lado apresenta cerca de 80% dos itens preferidos para presentear neste Dia dos Namorados, observando que 10,9% dos entrevistados não definiram ainda o presente.

Em meio às restrições impostas pela pandemia, o principal meio de compra deverá ser os canais digitais, seguidos dos estabelecimentos com entrega delivery. Observa-se, contudo, que a compra via internet diminuiu de 73% para 60% neste ano, explicado pelo menor nível de isolamento e mais adaptação das pessoas.

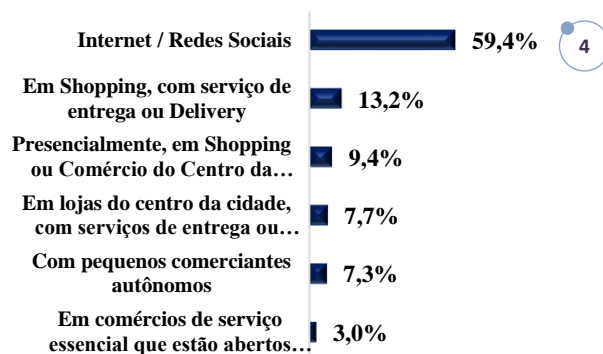
Principais determinantes na escolha dos presentes



Principais presentes selecionados



Estabelecimento das compras



Dia dos Namorados

Região do Grande ABC/SP

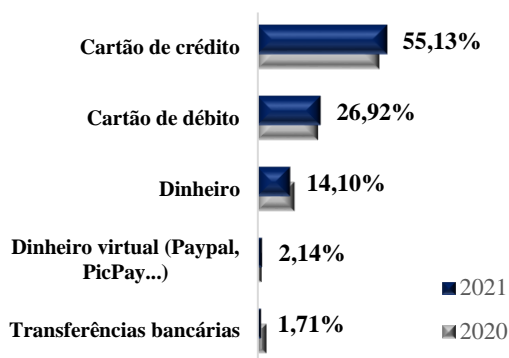
Com relação às formas de pagamento, as preferências apontadas foram os cartões de crédito (55%) e de débito (27%), perfazendo 82% do total.

O preço médio que os consumidores revelaram estar dispostos a pagar por presente é de R\$186. Comparado aos R\$ 152 registrados na PIC do ano passado, houve um aumento nominal de 22%. Se considerada a inflação acumulada de aproximadamente 6,75% nos últimos 12 meses (até abril), o aumento real foi de 14%.

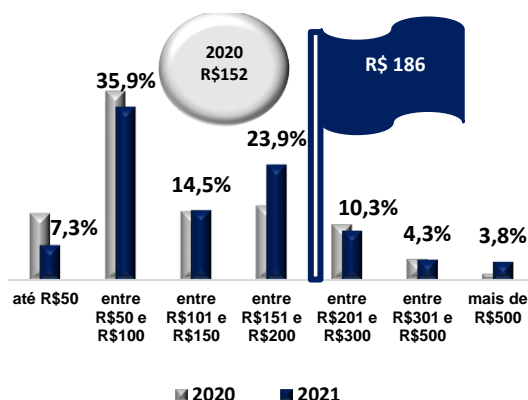
Com relação aos gastos planejados para compra de presentes neste Dia dos Namorados, os entrevistados revelaram pretender gastar R\$231. Em comparação com o ano passado, quando o gasto planejado foi de R\$169, registra-se um aumento nominal de 36%. Considerando a inflação acumulada em 12 meses, houve um aumento real de aproximadamente 28%.

Apesar da taxa elevação da taxa de desemprego na economia, o aumento do gasto planejado é explicado especialmente pela maior adaptação dos consumidores e comerciantes aos meios digitais, comparativamente ao ano passado, e o menor nível de isolamento. Não obstante, este ano registra uma elevação de cerca de 10 pontos percentuais na proporção de pessoas que não presentearão nesta data.

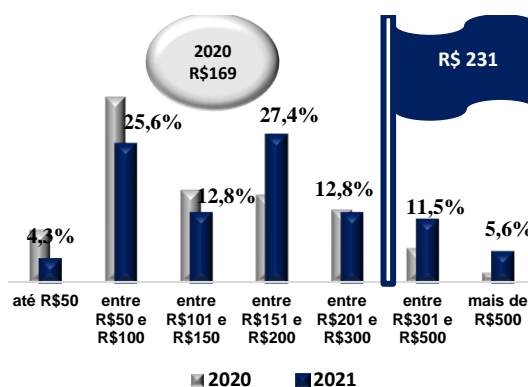
Forma de Pagamento



Preço médio por presente



Gasto médio total



Dia dos Namorados

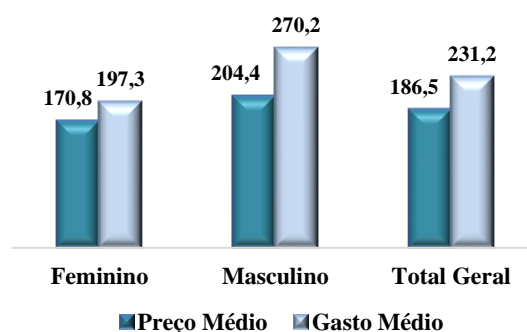
PIC – Dia dos Namorados

Assim como nas pesquisas anteriores, os homens têm demonstrado maior propensão a gastar (R\$ 270) comparativamente às mulheres (R\$ 197), assim como à pagar um preço médio maior por presente. Contudo, não podemos deixar de observar que os namorados e esposos deverão ser mais presenteados que as namoradas e esposas, segundo a proporção de pessoas a serem presenteadas.

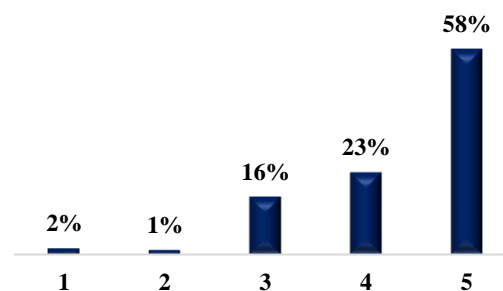
Segundo avaliação dos próprios entrevistados, mais de 81% declararam estarem adaptados aos novos meios eletrônicos de compra. Esta se mostrou uma das principais alterações no comportamento do consumidor. Esta alteração é um dos principais motivos que justificam a elevação do ticket médio e da disposição a gastar observados anteriormente.

A pesquisa também perguntou qual o efeito da pandemia sobre os vínculos de amizade e relacionado. Para 47% dos entrevistados, o período da pandemia fortaleceu os vínculos, enquanto para apenas 12% provocou um enfraquecimento. Resultado que sugere maior intensificação dos vínculos, possivelmente provocado pela ampliação da convivência mais próxima com um número menor de pessoas, haja visto as restrições do momento vivenciado.

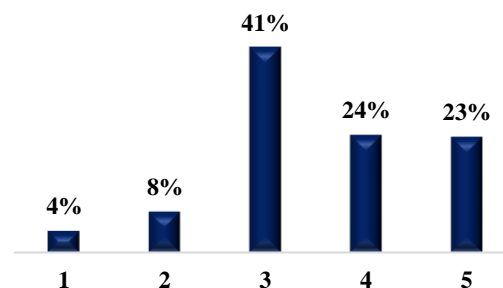
Preço e gasto por gênero do entrevistado



Adaptação aos meios eletrônicos de compra (Escala entre pouco adaptado, 1, a muito adaptado, 5)



Avaliação dos efeitos da pandemia sobre vínculos de amizade e relacionamentos (Escala entre enfraqueceu muito, 1, a fortificou muito, 5)



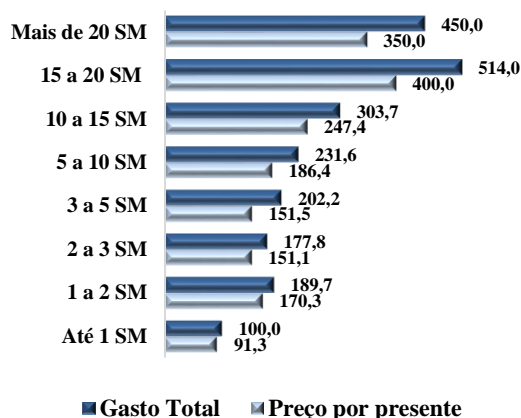
Dia dos Namorados

Região do Grande ABC/SP

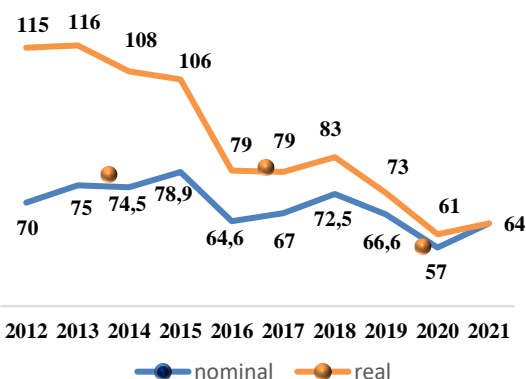
O nível de renda, como era esperado, se mostrou um importante determinante do nível de gastos, apresentando uma correlação positiva. As famílias com renda situada entre 3 e 15 salários mínimos, que comporta cerca de 60% das famílias, apresentam disposição a gastar mais próximas da média apurada pela pesquisa. O que nos permite avaliar que, este grupo são os principais responsáveis pela movimentação econômica com a compra de presentes.

Para a comemoração do próximo dia dos Namorados, a movimentação econômica com a compra de presentes deverá ser um pouco maior que a do ano passado. Explicado especialmente pela melhor adaptação dos consumidores e comerciantes aos mecanismos digitais de vendas, bem como à ampliação da disposição de gastos da classe média, em especial. Estima-se para os consumidores do Grande ABC movimento em torno de R\$ 64 milhões, um aumento nominal será de 12% em relação à 2020. Quando descontada a inflação de 6,75% dos 12 meses anteriores, o aumento real será de 5%. É fundamental destacar que este valor reflete o montante de gastos a ser realizado pelos consumidores. O que não significa que será o montante de recursos injetado no comércio da região, dada a elevada participação das compras via internet.

Renda e disposição a gastar



Movimentação econômica com a compra de presentes (milhões de R\$)



Por fim, ao analisar a trajetória do valor real movimentado nos últimos 10 anos, observa-se uma forte retração da movimentação comercial proporcionada pelo Dia dos Namorados. O que pode estar refletindo, além dos efeitos sócio econômicos de uma década de baixo crescimento econômico, mudanças no comportamento social.



Dia dos Namorados

PIC – Dia dos Namorados

Universidade Metodista de São Paulo
Reitor: Prof. Dr. Marcio Araujo Oliverio

Diretor do Campus Rudge Ramos
Direção: Me. Marcelo dos Santos

EQUIPE DO OBSERVATÓRIO ECONÔMICO

Prof.^a. Ma. Silvia Cristina da Silva Okabayashi
Coordenadora do Curso de Ciências Econômicas

Prof. Dr. Sandro Renato Maskio
Professor e Coordenador da Pesquisa

Prof. Dr. Moisés Pais dos Santos
Professor Pesquisador

[URL:http://www.metodista.br/observatorio-economico](http://www.metodista.br/observatorio-economico)



A serviço do desenvolvimento do Grande ABC.
Patrocine esta iniciativa!
E-mail: observatorio.economico@metodista.br
Tel: 4366-5035