



Fecomércio RS

Sesc | Senac



PESQUISA

DIA DOS

Namorados

2019

Sumário Executivo

Resumo dos principais resultados da Pesquisa de Dia dos Namorados 2019

- **O número médio de presentes no Dia dos Namorados 2019 será de 1,24 unidades.**
 - A média dos homens (1,30) é ligeiramente maior do que a das mulheres (1,19).
- **O gasto médio, por pessoa, deverá ser de R\$ 179,27.**
 - Os homens deverão apresentar um gasto médio de R\$ 235,61, enquanto as mulheres gastarão R\$ 124,48.
 - Quanto às classes de renda, os consumidores da classe baixa, média e alta pretendem gastar R\$ 157,46, R\$ 152,47 e R\$ 253,04, respectivamente.
- **O presente, em média, custará R\$ 133,89.**
 - Os homens devem adquirir presentes com custo médio de R\$ 171,36, enquanto as mulheres pretendem gastar R\$ 95,47, na média, em cada item.
 - Entre as classes de renda, os itens médios da classe baixa, média e alta deverão custar R\$ 120,98, R\$ 110,78 e R\$ 197,29, respectivamente.
- **Na comparação com o Dia dos Namorados do ano passado, a maioria dos entrevistados apontou que tem a intenção de gastar valor semelhante ao desembolsado no ano anterior.**
- **84,4% das compras são realizadas com no máximo uma semana de antecedência.**
- Os tipos de presentes mais frequentes serão vestuário (44,9%), perfumes e cosméticos (17,7%), calçados (12,5%) e flores (9,4%).
- Entre os locais de compra, os mais citados são as lojas do centro das cidades (51,9%), seguidas pelos *Shopping Centers* (29,4%).
- **Quanto às formas de pagamento, 79,0% pretende realizar compras à vista.**
 - Entre os que pretendem comprar a prazo, 44,4% pretende pagar em até duas parcelas.
- 52,2% das pessoas pretende proporcionar algum evento especial em comemoração ao Dia dos Namorados em 2019. Desses, 62,1% devem ir a bares ou restaurantes.

O presente relatório tem por objetivo apresentar os principais resultados da Pesquisa de Dia dos Namorados 2019, analisando as intenções de compra para a data comemorativa. O público-alvo foram consumidores com intenção de realizar compras para o Dia dos Namorados, entrevistados no período de 23 de abril a 27 de abril de 2019. A técnica utilizada foi a entrevista probabilística estratificada, em pontos de fluxo. Foram realizadas **385 entrevistas**, na principal cidade de cada Macrorregião do Estado: Santa Maria, Porto Alegre, Caxias do Sul, Ijuí e Pelotas.

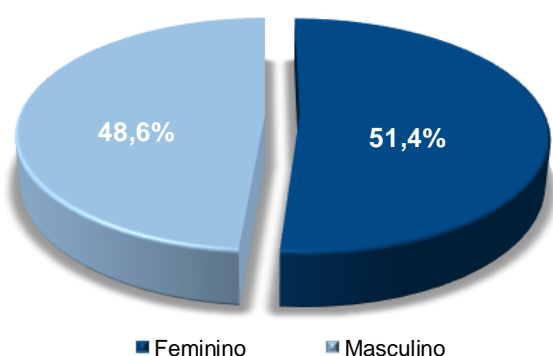
Tabela 1 – Amostra estipulada por município pesquisado

Macrorregião	Município	População	Peso % Esperado	Amostra Estipulada
Centro	Santa Maria	1.390.675	12,96%	51
Metropolitana	Porto Alegre	4.862.683	45,33%	174
Nordeste	Caxias do Sul	1.814.348	16,91%	65
Noroeste	Ijuí	1.231.146	11,48%	44
Sul-Campanha	Pelotas	1.429.085	13,32%	51
Total		10.727.937	100,00%	385

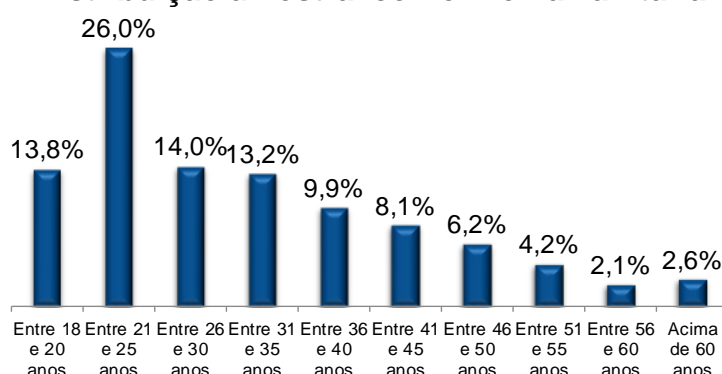
Fonte (população): IBGE

Caracterização da Amostra

A amostra, em termos de gênero, foi composta por 48,6% dos indivíduos do gênero feminino, enquanto a parcela masculina representou 51,4% do total dos entrevistados (Gráfico 1). No que se refere às faixas etárias contempladas na pesquisa, a parcela mais significativa, representando 26,0% da amostra, foi a de pessoas entre 21 e 25 anos de idade. Os indivíduos entre 26 a 30 anos responderam por 14,0% da amostra, enquanto a taxa de 18 a 20 anos representou 13,8% da amostra. As faixas etárias que possuem o menor número de entrevistados são as dos que têm entre 56 e 60 anos (2,1%), e acima de 60 anos (2,6%). Os dados são apresentados no Gráfico 2.

**Gráfico 1
Distribuição amostral conforme Gênero**


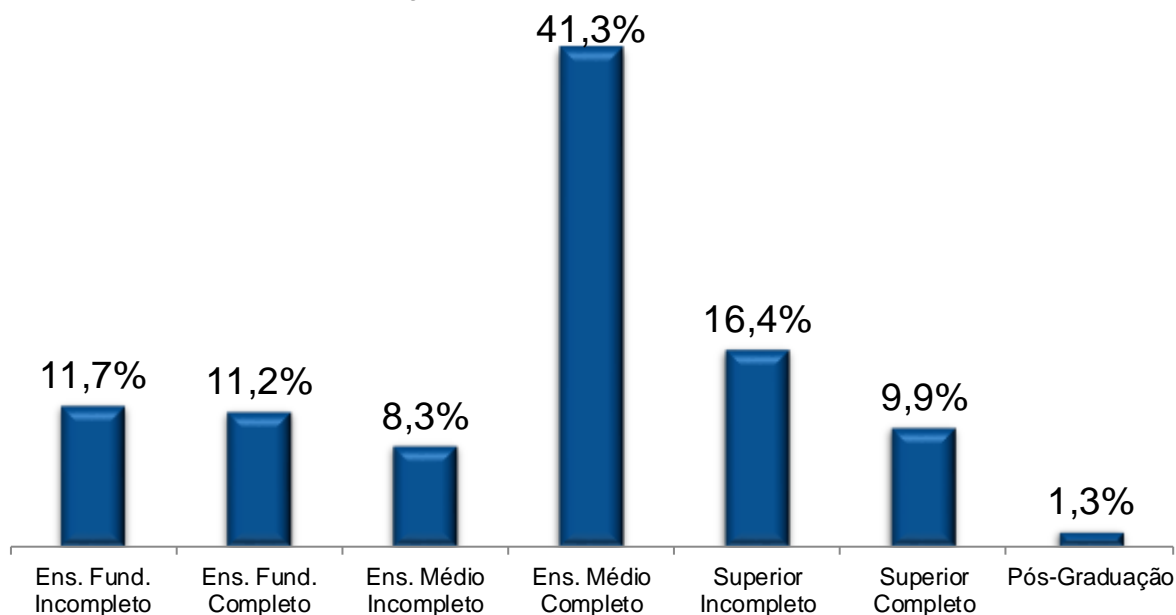
Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/ Fecomércio-RS

**Gráfico 2
Distribuição amostral conforme Faixa Etária**


Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Acerca do grau de escolaridade, 41,3% da amostra corresponde a indivíduos com grau de escolaridade equivalente ao Ensino Médio Completo. A menor representação foi a dos indivíduos com Pós-Graduação (1,3%). Os dados são apresentados no Gráfico 3.

Gráfico 3 – Distribuição amostral conforme Grau de Escolaridade



Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Por fim, a Tabela 2 apresenta a estratificação da amostra segundo a classe de renda dos entrevistados. Tal estratificação segue a representação das classes na população gaúcha, conforme definição da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE)¹. Para o enquadramento dos entrevistados em uma classe, são considerados dois aspectos: a renda familiar e o número de pessoas que dependem dessa renda, de forma a se inferir a renda familiar *per capita*, variável relevante para a determinação da classe de renda.

Tabela 2 – Distribuição amostral conforme Classe de Renda

Distribuição da Amostra	
Classe Baixa	17,4%
Classe Média	56,9%
Classe Alta	25,7%

Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Aspectos Quantitativos das Compras de Dia dos Namorados 2019

A presente seção objetiva apresentar os principais resultados quantitativos da pesquisa no que diz respeito aos presentes e gastos pretendidos para o Dia dos Namorados 2019. Em primeiro lugar, o número médio de itens adquiridos por pessoa será de 1,24 unidades. A Tabela 3 apresenta a frequência de intenções por gênero e quantidade de presentes que os consumidores pretendem comprar.

Percebe-se que, apesar de sutil, existe uma diferença entre os gêneros. Os homens devem adquirir um número médio de presentes (1,30) superior ao das mulheres (1,19). Enquanto 14,6% das mulheres pretendem comprar mais de um presente, entre os homens esse percentual é de 24,2%. Cabe ressaltar que,

¹ Segundo esse critério, atualizado pela variação do rendimento médio nominal habitualmente recebido no RS no trimestre encerrado em dez/18, considerando a renda familiar per capita mensal, a definição de classes sociais é: classe baixa (até R\$ 466,46); classe média (entre R\$ 466,47 e R\$ 1.633,43) e classe alta (acima de R\$ 1.633,43).

estratificando essa intenção por classes de renda, não se identifica uma diferença significativa entre as mesmas, sendo que a alta concentração de resposta se dá em apenas 1 presente.

Tabela 3 – Quantidade de presentes por Gênero e Total

Número de Presentes	Feminino	Masculino	Total
1	85,4%	75,8%	80,7%
2	11,1%	19,4%	15,1%
3	2,5%	3,8%	3,1%
4	1,0%	1,1%	1,0%
Média*	1,19	1,30	1,24

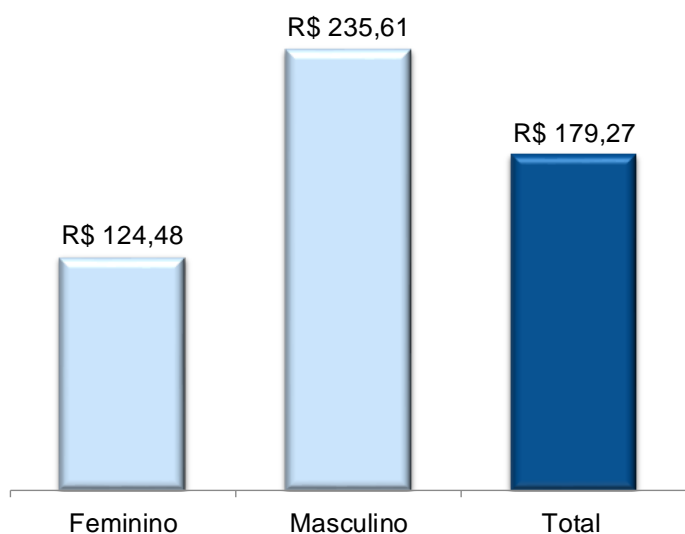
*Em unidades.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

No que diz respeito às intenções de gastos, o dispêndio médio por pessoa no Dia dos Namorados 2019 deverá ser de R\$ 179,27 (Gráfico 4), sendo superior entre os homens (R\$ 235,61) do que entre as mulheres (R\$ 124,48). Desagregando as intenções de gastos por classes de renda, percebe-se, naturalmente, que há diferenças significativas entre as mesmas, com os gastos aumentando conforme a renda (Gráfico 5). Os indivíduos da classe baixa, classe média e classe alta deverão gastar em média, R\$ 157,46, R\$ 152,47 e R\$ 253,04, respectivamente.

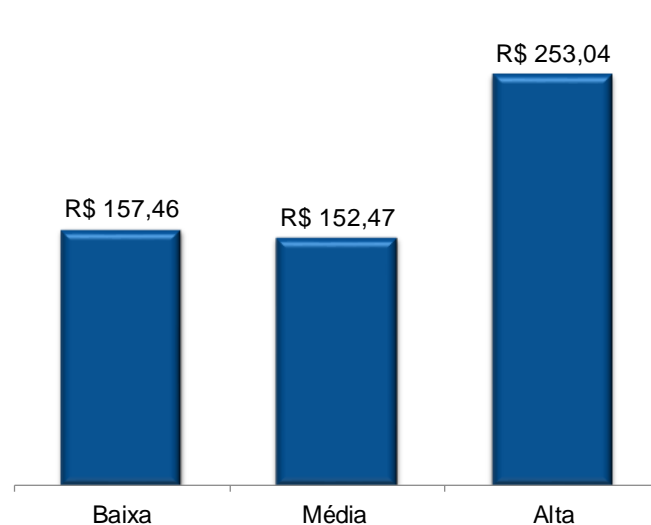
Gráfico 4
Gasto médio por Gênero e Total



Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Gráfico 5
Gasto médio por Classes de Renda

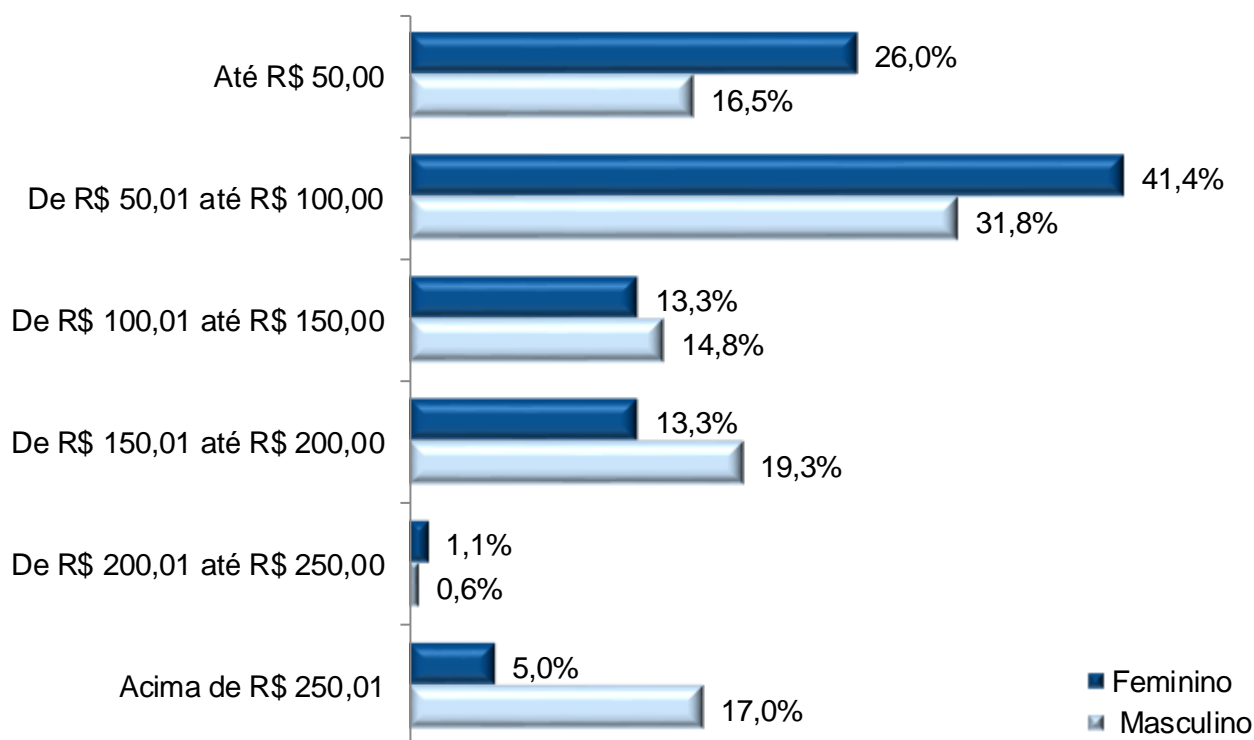


Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

O Gráfico 6 apresenta a distribuição das intenções de gastos por faixas de valor, conforme gêneros. Enquanto, entre os homens, a distribuição dos gastos é um pouco mais uniforme, entre as mulheres a mesma é mais concentrada nas faixas de menor valor. Entre os homens, 48,3% devem gastar até R\$ 100,00, ao passo que, entre as mulheres, essa proporção é superior (67,4%).

Gráfico 6 – Distribuição da intenção de gastos com presentes por Gênero



Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A Tabela 4 apresenta a distribuição das intenções de gastos conforme as classes de renda. Assim como no caso dos gêneros, existem diferenças significativas entre as classes. Entre os indivíduos da menor classe de renda, as faixas de valor até R\$ 100,00 concentram 66,6% das intenções de gasto, enquanto para a classe alta esse percentual é de 45,7%.

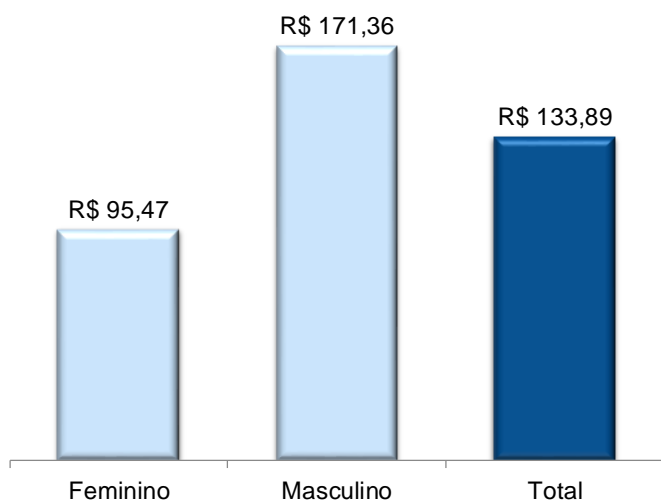
Tabela 4 – Intenção de gastos com presente por Classes de Renda

	Baixa	Média	Alta	Total
Até R\$ 50,00	33,3%	23,8%	7,6%	21,3%
De R\$ 50,01 até R\$ 100,00	33,3%	37,1%	38,0%	36,7%
De R\$ 100,01 até R\$ 150,00	12,7%	15,3%	12,0%	14,0%
De R\$ 150,01 até R\$ 200,00	12,7%	16,3%	18,5%	16,2%
De R\$ 200,01 até R\$ 250,00	0,0%	1,0%	1,1%	0,8%
Acima de R\$ 250,01	7,9%	6,4%	22,8%	10,9%

Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A estimativa de valor médio por presente comprado neste Dia dos Namorados deverá ser de R\$ 133,89 (Gráfico 7). Os homens devem adquirir itens com valor médio de R\$ 171,36 enquanto as mulheres devem gastar em cada presente, em média, R\$ 95,47. O Gráfico 8 apresenta o valor médio dos presentes que devem ser adquiridos no Dia dos Namorados por classe de renda. Os indivíduos da classe baixa pretendem adquirir presentes com valor médio de R\$ 120,98, enquanto os da classe alta, de R\$ 197,29. A classe média vai adquirir presentes, em média, de R\$ 110,78.

Gráfico 7
Presente médio por Gênero e Total

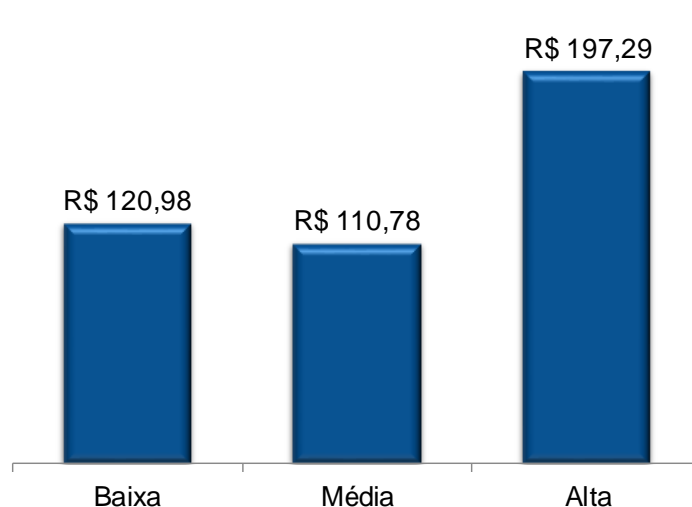


Nota: para o cálculo do presente médio, são considerados apenas os indivíduos que responderam às questões referentes à intenção de gasto total e à quantidade de presentes.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Gráfico 8
Presente médio por Classes de Renda



Nota: para o cálculo do presente médio, são considerados apenas os indivíduos que responderam às questões referentes à intenção de gasto total e à quantidade de presentes.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A Tabela 5 apresenta a percepção média dos gaúchos em relação à comparação de seus gastos com o Dia dos Namorados de 2018. A maior parte das pessoas (45,0%) pretende despendir o mesmo valor gasto no ano passado. A parcela de consumidores que pretendem gastar mais é de 27,8% e de 4,4% para aqueles muito mais. Por fim, 19,5% dos consumidores devem gastar menos do que em 2018, enquanto 3,3% sinalizou que irá gastar muito menos na comparação com o ano anterior.

Tabela 5 – Intenção de gastos para o Dia dos Namorados 2019 em relação ao Dia dos Namorados 2018

Resposta	Frequência
Muito Menor	3,3%
Menor	19,5%
O Mesmo	45,0%
Maior	27,8%
Muito Maior	4,4%

Fonte: Fecomércio-RS

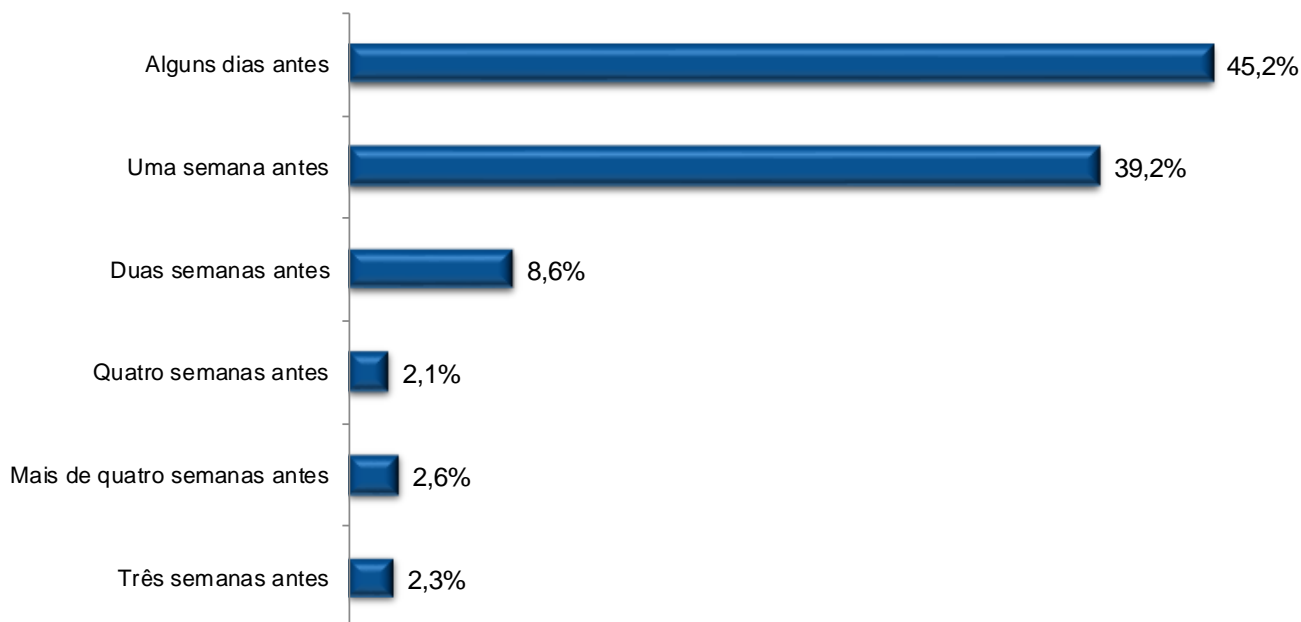
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

A partir dos dados da Tabela 5, é possível elaborar um índice que consolida a distribuição de respostas em um único número, que varia entre 0,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito menos do que em 2017) e 200,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito mais do que em 2018), no qual o valor 100,0 indica que, na média, considerando os enquadramentos possíveis, os indivíduos pretendem gastar o mesmo do que em 2018. O índice calculado a partir das frequências da Tabela 5 resulta no valor de 105,33, indicando um gasto médio que será bastante próximo ao verificado no Dia dos Namorados 2018.

Aspectos Qualitativos das Compras de Dia dos Namorados 2019

A presente seção apresenta algumas características básicas acerca das intenções de compras de presentes para o Dia dos Namorados 2019: momento da aquisição, tipos de presentes, locais de compra e formas de pagamento. O Gráfico 9 apresenta a distribuição de frequências por momento alegado de realização da compra de presente. É possível perceber que 84,4% das pessoas efetua a compra com no máximo uma semana de antecedência em relação ao dia da data comemorativa.

Gráfico 9 – Antecedência de compra do presente em relação à data do Dia dos Namorados



Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Acerca dos locais de compra (Tabela 6), as lojas do centro aparecem como principal tipo de estabelecimento para as compras do presente do Dia dos Namorados, com participação nas preferências de 51,9% das pessoas. Em seguida, também com participação relevante, aparecem Shopping Centers (29,4%). As Lojas de Bairro e Centros Comerciais aparecem com participação 6,0%, seguida de Internet, com 4,9% das preferências.

Tabela 6 – Principais Locais de Compra por Classes de Renda

	Baixa	Média	Alta	Total
Lojas do centro	65,7%	49,3%	48,5%	51,9%
Shopping Center	17,9%	31,5%	32,3%	29,4%
Lojas de bairro	6,0%	8,2%	1,0%	6,0%
Centros Comerciais	6,0%	5,9%	6,1%	6,0%
Internet	3,0%	4,1%	8,1%	4,9%
Supermercados	6,0%	0,9%	2,0%	2,1%
Outro	6,0%	4,6%	9,1%	6,0%

Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Analisando os locais de compra por classes de renda, notam-se distinções. Apesar das Lojas do Centro liderarem as preferências para todos os estratos, a concentração é maior para as classes baixa (65,7%). Por outro lado, Shopping Centers possuem maior penetração nos hábitos de compras das classes média e alta.

Tabela 7 – Principais Tipos de Presentes com intenção de compra
(resposta múltipla)

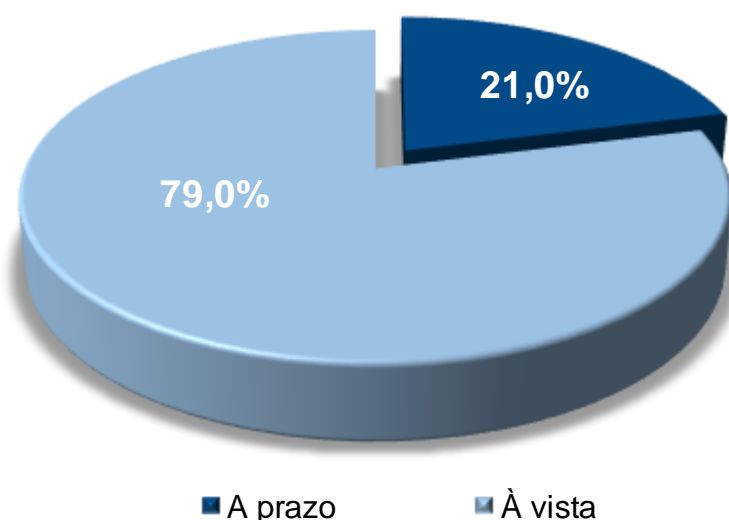
Tipo de Presente	Frequência
Vestuário	44,9%
Perfumes/Cosméticos	17,7%
Calçados	12,5%
Flores	9,4%
Relógio/Jóias	6,5%
Chocolates	5,5%
Eletroeletrônicos/Eletrodomésticos	3,4%
Artigos de Decoração	1,8%
Livros	1,6%
Viagem	1,6%
Celular	1,0%
Cesta com presentes	0,8%
CD's / DVD's	0,5%
Cheque/Cartão-presente	0,3%
Outro	5,5%
Ainda não decidiu	7,5%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A Tabela 7 apresenta os tipos de presentes com maior frequência de intenção de compra por parte dos entrevistados. Como é tradicional no Dia dos Namorados, verifica-se que a maioria daqueles que pretendem dar presentes opta por algum item de Vestuário (44,9%). Na sequência, aparecem como itens preferidos Perfumes e Cosméticos (17,7%), Calçados (12,5%) e Flores (9,4%).

Gráfico 10 – Forma de Pagamento

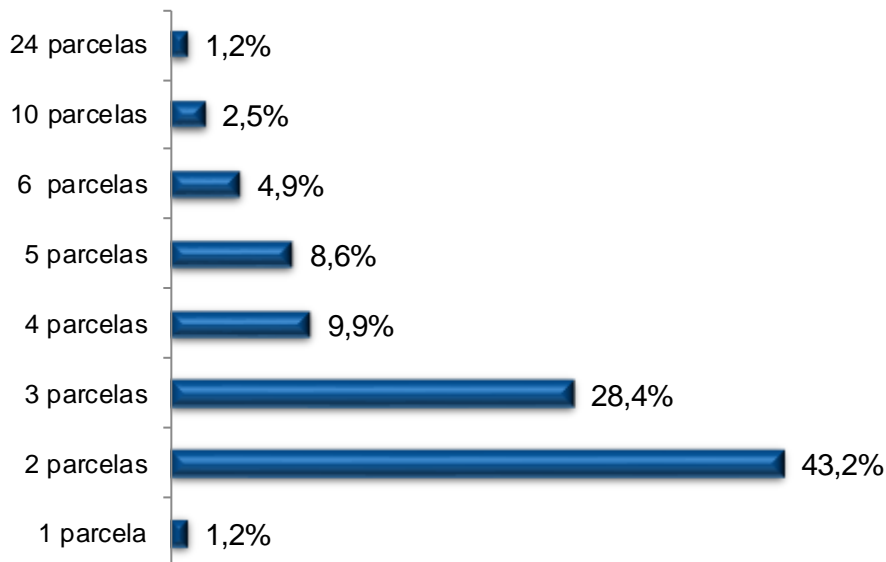


Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Acerca das formas de pagamento, 79,0% dos entrevistados afirmaram que irão efetuar suas compras de Dia dos Namorados à vista, enquanto 21,0% irão comprar a prazo (Gráfico 10). Analisando a distribuição das compras a prazo por número de parcelas (Gráfico 11), verifica-se que a grande maioria (43,2%) parcelará em duas vezes.

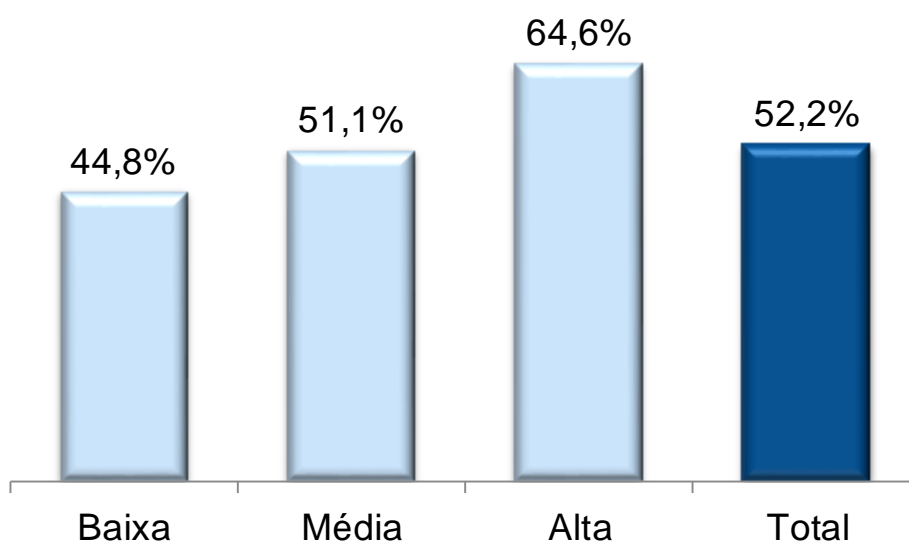
Gráfico 11 – Distribuição das Compras a Prazo por Número de Parcelas



Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Evento Especial

Gráfico 12 – Frequência de pessoas que pretende proporcionar um Evento Especial por Classes de Renda



Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

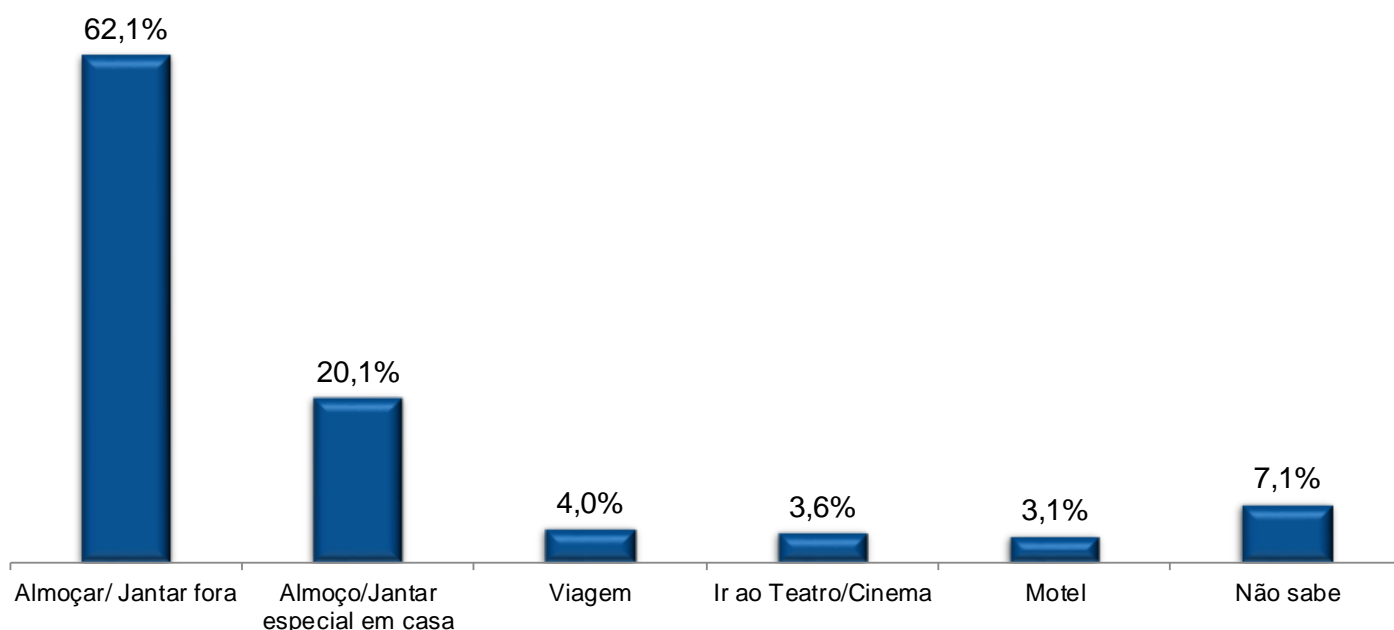
Entre os entrevistados, 52,2% afirmaram que pretendem proporcionar um evento especial no Dia dos Namorados. Desagregando a informação por classes de renda, nota-se uma dependência clara dessa intenção em relação ao nível de renda. Enquanto 44,8% dos indivíduos da classe baixa possui essa intenção,

na classe média a frequência é de 51,1% (Gráfico 12). E são as pessoas de classe alta que apresentam a maior intenção de comemoração da data em um evento especial (64,6%).

Entre aqueles que pretendem proporcionar um evento especial em comemoração ao Dia dos Namorados, a maioria (62,1%) optará por almoçar/jantar em bares ou restaurantes (almoçar/jantar fora). Como segundo evento mais escolhido, aparece a opção de almoço/jantar especial em casa (20,1%). Para as demais opções de evento, foram escolhidas viagem (4,0%), idas ao teatro/cinema (3,6%) e motel (3,1%). Os dados são apresentados no Gráfico 13.

Quando o evento especial é analisado por classes de renda (Tabela 8), verifica-se que a preferência por almoçar/jantar fora é a alternativa mais escolhida pelos consumidores independentemente da classe de renda. O almoço ou jantar especial em casa é a segunda opção também em todas as classes.

Gráfico 13 – Tipo de evento



Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Tabela 8 – Tipo de Evento por Classes de Renda

	Baixa	Média	Alta	Total
Almoçar/ Jantar fora	45,0%	66,1%	65,1%	62,1%
Almoço/Jantar especial em casa	27,5%	17,4%	20,6%	20,1%
Viagem	5,0%	4,1%	3,2%	4,0%
Ir ao Teatro/Cinema	5,0%	3,3%	3,2%	3,6%
Motel	5,0%	2,5%	3,2%	3,1%
Não sabe	12,5%	6,6%	4,8%	7,1%

Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

É permitida a reprodução total ou parcial deste conteúdo, elaborado pela FECOMÉRCIO-RS, desde que citada a fonte. A FECOMÉRCIO-RS não se responsabiliza por atos/interpretações/decisões tomadas com base nas informações disponibilizadas por suas publicações.



Fecomércio RS

Sesc | Senac