



# **Pesquisa Dia dos Namorados**



## Sumário

<b>1. Aspectos Metodológicos .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Descrição dos Resultados .....</b>	<b>4</b>
Itens e comemoração.....	4
Particularidades dos gastos .....	4
Local e quando compra .....	5
Motivação para ir às compras .....	5
Comparação de gastos e limitador .....	6
Endividamento .....	6
Copa .....	6
<b>3. Análise Gráfica .....</b>	<b>7</b>
Percepção dos entrevistados.....	7
Perfil dos Consumidores .....	15

## 1. Aspectos Metodológicos

O Dia dos Namorados é mais uma data importante no calendário do varejo. Comemorada no dia 12 junho, destaca-se por gerar a troca de presentes, o que contribui para movimentar diferentes tipos de produtos, tais como vestuário, floricultura, calçados, perfumarias, eletrônicos, livraria, além de serviços como restaurantes e hotelaria, dentre outros. Por isso, o IPDC, juntamente com a FECOMÉRCIO RN, realizou uma pesquisa com 700 entrevistados em toda a cidade, buscando identificar quais as intenções de compras para esta data. A coleta dos dados aconteceu entre os dias 16 e 18 de maio de 2014.

A pesquisa teve por objetivo verificar junto ao consumidor local, seu possível comportamento durante o período que antecede a data comemorativa. Dessa forma a pesquisa proporcionará aos analistas de mercado, comerciantes, empreendedores e aos meios de comunicação social, as tendências do mercado que servem como fonte de informações do negócio local, no que se refere às necessidades e expectativas dos nossos consumidores.

Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas pessoais, com a aplicação de questionário estruturado e padronizado, junto a uma amostra representativa da população pesquisada. A amostra calculada foi distribuída proporcionalmente à população por região administrativa, de acordo com dados do Censo Demográfico - 2010, do IBGE. Calculou-se uma margem de erro em torno de 3,5% e um intervalo de confiança de 95%. Além disso, a amostra foi executada obedecendo a critérios estatísticos de pesquisa.

Para a realização da pesquisa foi utilizada uma equipe de entrevistadores devidamente treinados para este tipo de trabalho. Durante o trabalho de campo, os questionários foram submetidos a um acompanhamento, que consiste na checagem dos dados obtidos individualmente pelos entrevistadores, para verificação das respostas e da adequação aos parâmetros amostrais.

A análise dos dados foi feita de forma descritiva e analítica, tirando conclusões que auxiliam a descrever a intenção da população, através de interpretação de gráficos e tabelas.

## 2. Descrição dos Resultados

A pesquisa revela que 66,7% dos consumidores natalenses pretendem comprar algum produto para presentear neste período, ou seja, dois terços dos consumidores. O percentual das pessoas que afirmaram que não irão adquirir produtos para presentear nessa data comemorativa ficou em 33,3%.

### **Itens e comemoração**

De acordo com a pesquisa os produtos que deverão ser mais procurados pelos consumidores são os itens vestuários, com 38,8% das intenções de consumo, seguido pelos perfumes (16,6%), calçados (8,9%), joias/relógios (6,2%), celulares (3,7%), flores (2,3%), livros (2,3%), bolsas/carteiras (2,1%), cestas/chocolates (1,7%), eletrodomésticos (1,2%), eletrônicos (1,2%), produtos de beleza (1,2%), ursos de pelúcia (1,2%), produtos relacionados com a copa (0,4%), óculos (0,4%) e viagens (0,2%). Outros produtos somaram 2,5%. O percentual dos que não sabem ainda o que pretendem comprar foi de 8,9%.

A pesquisa também buscou identificar o nível de intenção de comemorar a data, alcançando o percentual de 61,9% dos entrevistados que pretendem de alguma forma celebrar o Dia dos Namorados. Segundo os dados, 30,9% das pessoas afirmaram que irão sair para almoçar ou jantar em restaurantes, 8,9% disseram que a comemoração será na própria casa ou de familiar, 6,1% irão para cinema ou teatro, 2,8% para hotéis ou motéis e 1,6% pretendem viajar. Para 11,6% dos entrevistados ainda não há uma decisão sobre o local da comemoração ou pretendem optar por outras opções, como praia, shopping, ver jogo da copa, café da manhã ou sair para dançar.

### **Particularidades dos gastos**

A faixa de valores mais citada pelos consumidores que irão comprar produtos para comemorar o Dia dos Namorados esteve entre R\$ 50,00 a R\$ 100,00, preferida por 40,7% das pessoas entrevistadas. Em segundo lugar ficou a faixa de preços entre R\$ 101,00 a R\$ 200,00, pretendida por 25,1%, seguida pelos consumidores que têm a intenção de gastar até R\$ 50,00 (19,1%). Para 7,8%, as compras ficaram entre R\$ 201,00 ou mais de R\$ 300,00. Com isso, a pesquisa demonstrou que o valor médio para os gastos com o presente referente à comemoração neste ano ficou em R\$ 108,00.

A forma de pagamento mais utilizada pelos consumidores continua sendo o dinheiro ou cartão de débito, representada por 63,4%. Enquanto isso, o cartão de crédito ou no formato parcelado foi citado por 35,5% das pessoas. Outras modalidades responderam por 0,6%.

### **Local e quando compra**

As lojas dos Shopping Centers lideram a preferência dos consumidores com 51,3%. Seguida de perto pelas lojas do comércio de rua, que aparecem com o percentual de 44,9%. A internet (1,9%) e outros meios como lojas de departamento e revendedoras também foram lembrados para esta data.

O dia para ir às compras parece ainda não ter sido planejado por uma parcela significativa dos consumidores, uma vez que 66,4% das pessoas entrevistadas afirmaram ir às compras na semana do Dia dos namorados. Para 27,6% a preferência é fazer aquisição dos produtos quinze dias antes da comemoração. Há também consumidores que já compraram (4,3%), ou que irão comprar depois da data (0,9%).

### **Motivação para ir às compras**

Preços, promoções e descontos foram os itens relacionados por cerca de 37,8% das pessoas, como os motivos que as levam a escolher o presente. No entanto, a marca também foi considerada um motivo que influencia o consumidor a comprar um presente para seu companheiro (a). Esse quesito foi citado por 27,3% dos consumidores.

Também se destacaram como influenciadores na decisão do consumidor a exclusividade do presente (15,8%), a moda (4,3%), a loja diferenciada/exclusiva (2,7%), produtos relacionados com a copa (2,1%), qualidade (1,6%), gosto do namorado (a) (1,4%) e oferta de kit's/brindes promocionais, com 1%. Outros motivos como necessidade, atendimento, prazo e crédito, tecnologia e variedade somaram 3,7% das respostas.

### **Comparação de gastos e limitador**

Dentre os que pretendem gastar mais do que o ano passado, 27,5% responderam que a situação financeira melhorou e 18,7% responderam que querem dar um presente melhor do que o ano anterior. 16,1% afirmam que os preços dos produtos subiram por isso vão gastar um pouco mais. Estar mais seguro no emprego foi citado por 7,9% dos entrevistados, o que significa maior otimismo, com a tendência de ser compartilhado com o (a) namorado (a). 7,6% afirmaram gastar mais, pela maior variedade de produtos. Outros 6,6% afirmam que por estar em um momento mais feliz com o (a) namorado (a) pretende comprar um presente especial. E para 5,7% alegam que a copa irá influenciar nesse aumento.

Entre os que irão gastar menos em relação ao ano passado. 30,7% preferem gastar em outra data e 26,8% disseram estar endividado. A diminuição da renda e o desemprego foram citados por 14,4% e 8,5% dos entrevistados, respectivamente.

Com relação aos fatores limitadores/inibidores das compras, os respondentes citaram: preços (43,2%), qualidade dos produtos (26,1%), falta de opção de item (13,7%), falta de recursos/renda (8,6%) e o alto endividamento (4,5%). Tais justificativas mostram que o custo-benefício será o fator mais importante para o consumidor, o que poderá ampliar o valor de compra.

### **Endividamento**

A compra de um presente que retrate um alto endividamento não está nos planos da maioria, pois 67,7% dos consumidores responderam que não irão se endividar para comemorar a data. Por outro lado, quase um terço (32,3%) dos entrevistados seria capaz de se endividar para comprar um presente para o (a) companheiro (a).

### **Copa**

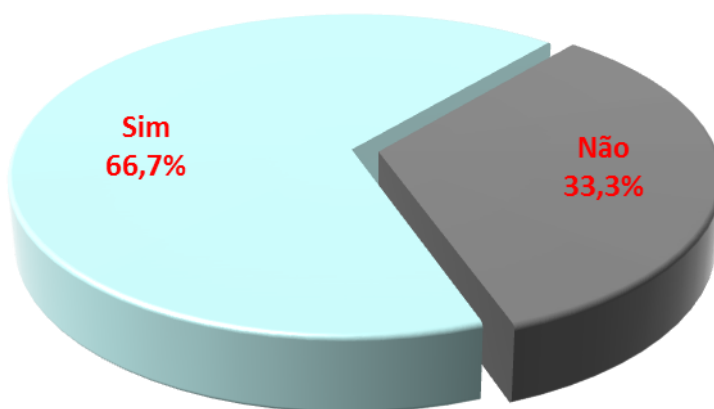
A realização da Copa do Mundo não irá interferir na comemoração da data, foi o que disseram 65,6% dos entrevistados. No entanto, 21,4% dos respondentes afirmaram que a realização do evento irá interferir de forma negativa na comemoração e 13% acreditam que o fator Copa poderá afetar de maneira positiva a festividade do Dia dos Namorados.

Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório

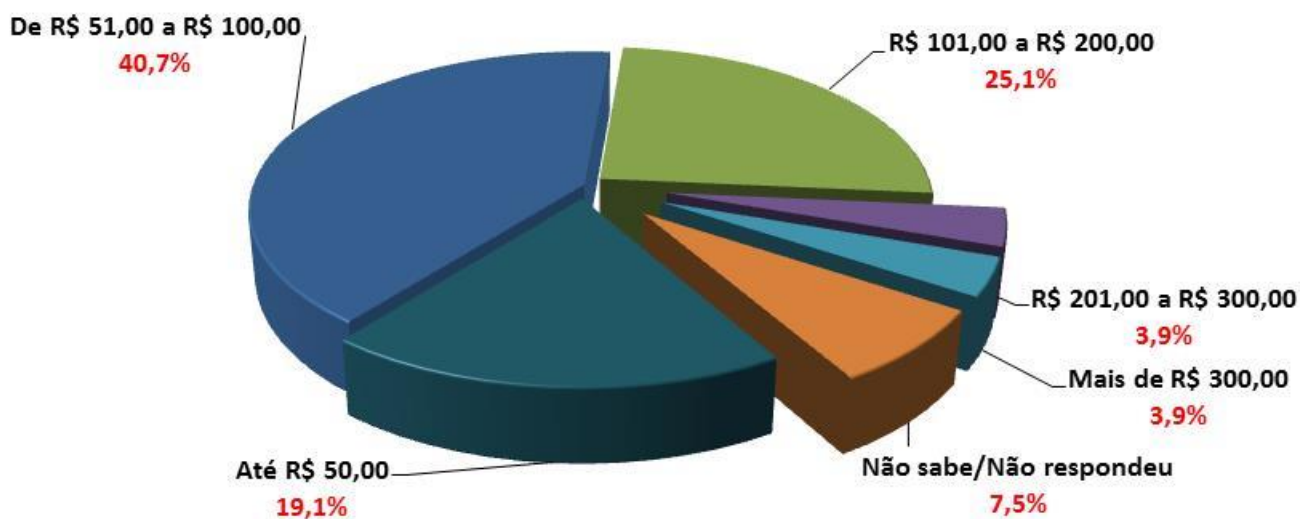
### 3. Análise Gráfica

#### *Percepção dos entrevistados*

**Gráfico 1 – O (a) Sr. (a) pretende adquirir algum produto no período de compras do Dia dos Namorados?**



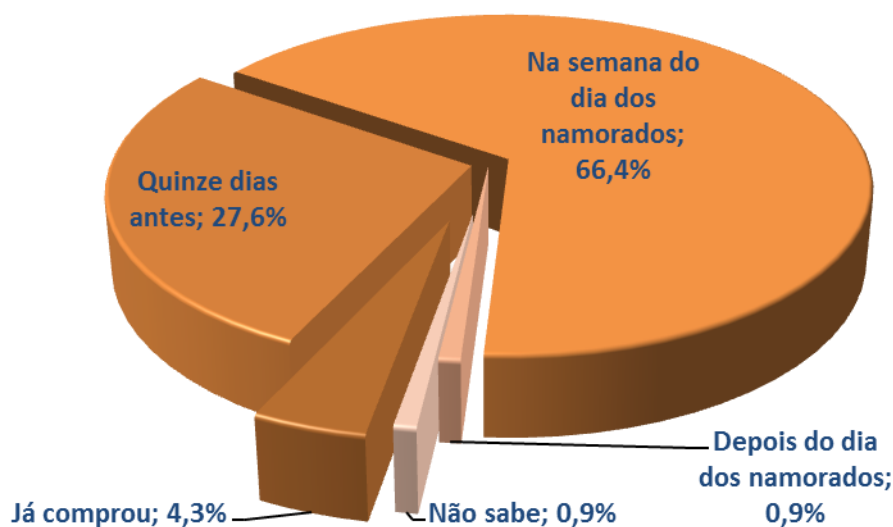
**Gráfico 2 – Quanto o (a) Sr. (a) pretende investir em compras no Dia dos Namorados?**



**Tabela 1 – Que tipo de produto o (a) Sr. (a) está interessada em comprar nesta data?**

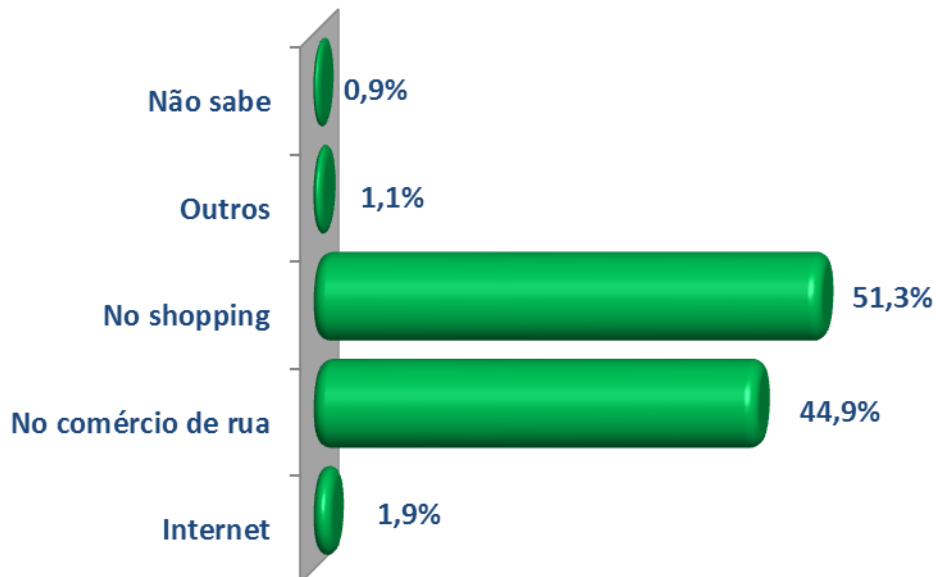
Produtos	%
Vestuário	38,8%
Perfume	16,6%
Calçados	8,9%
Jóias/Relógio	6,2%
Celular	3,7%
Flores	2,3%
Livro	2,3%
Bolsa/Carteira	2,1%
Cesta/Chocolate	1,7%
Eletrodoméstico	1,2%
Eletrônico	1,2%
Produtos de Beleza	1,2%
Urso de pelúcia	1,2%
Relacionados com a Copa	0,4%
Óculos	0,4%
Viagem	0,2%
Outros	2,5%
Não sabe	8,9%
<b>Total Geral</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 3 – Quando irá realizar as compras?**

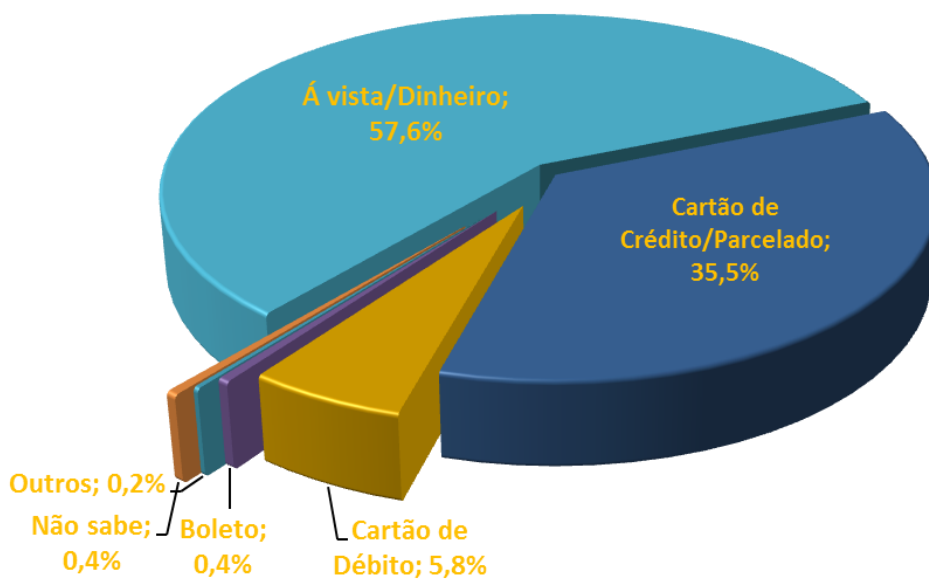




**Gráfico 4 – Onde o (a) Sr. (a) pretende fazer as compras?**



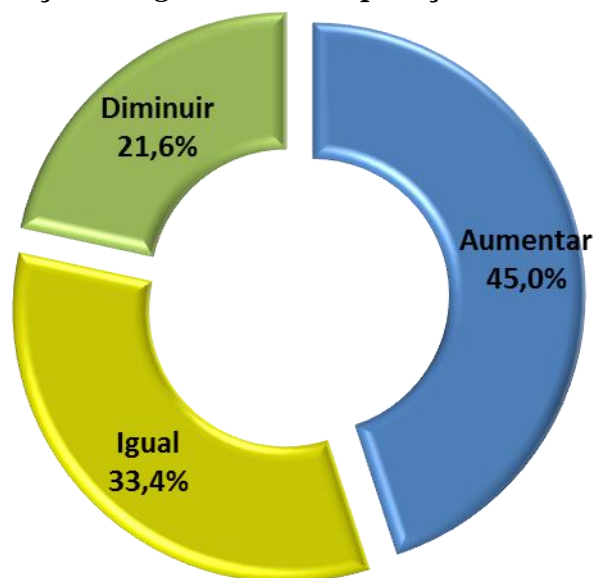
**Gráfico 5 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr.(a) deseja utilizar?**



**Tabela 2 – O que vai levar em consideração para escolher o presente para o seu namorado (a) / companheiro (a)?**

Motivos	%
Preço	30,0%
Marca	27,3%
Exclusividade dos presentes	15,8%
Promoção/desconto	7,8%
Moda	4,3%
Loja diferenciada/ exclusiva	2,7%
Produtos relacionados coma copa	2,1%
Qualidade	1,6%
Gosto do namorado	1,4%
Oferta de Kit´s/ Brindes promocionais	1,0%
Necessidade	0,8%
Atendimento	0,4%
Prazo e crédito	0,2%
Tecnologia	0,2%
Variedade	0,2%
Outros	1,8%
Não Sabe/Não respondeu	2,3%
Total	100,0%

**Gráfico 6 – Com relação aos gastos em comparação com o ano passado irá?**



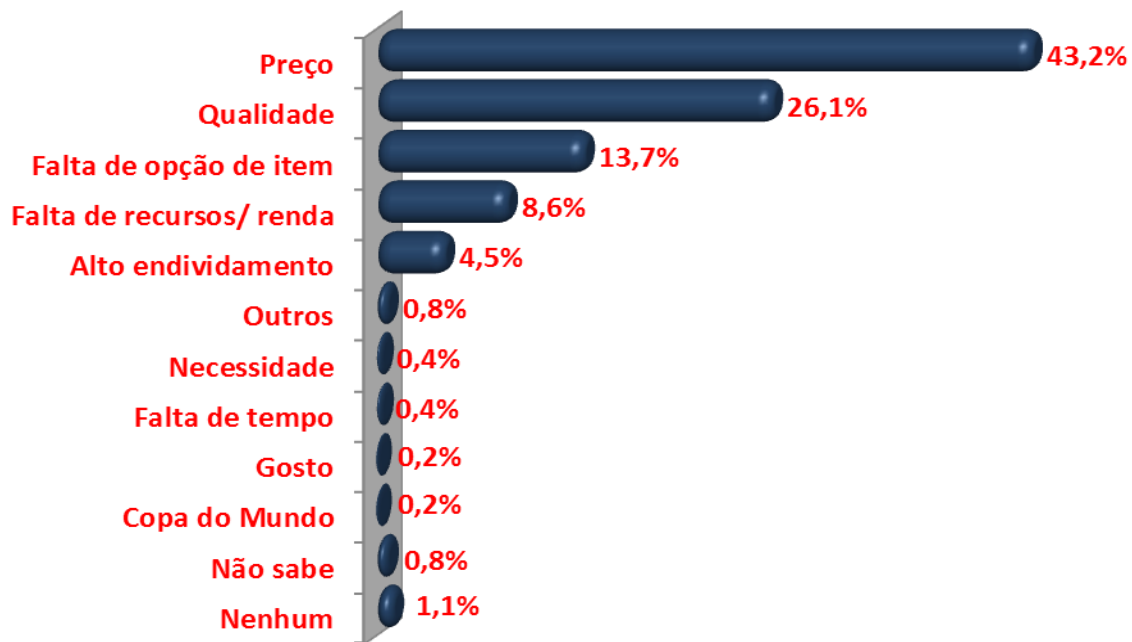
**Tabela 3 – Se irá aumentar por qual motivo?**

Causa	%
Minha situação financeira melhorou	27,5%
Quero presentear o(a) namorado(a)/companheiro com um presente melhor	18,7%
Alta dos preços	16,1%
Sinto mais seguro no emprego	7,9%
Maior variedade de produtos	7,6%
Estou em um momento feliz com o(a)companheiro (a)	6,6%
A copa irá influenciar	5,7%
Não tinha namorado	2,5%
Aniversário	0,3%
As necessidades aumentaram	0,3%
Estar gastando mais	0,3%
Morando só	0,3%
Não comprou ano passado	0,3%
Viajar	0,3%
Outros	4,7%
Não sabe	0,6%
Total	100,0%

**Tabela 4 – Se irá diminuir por qual motivo?**

Causa	%
Prefiro gastar mais em outra data	30,7%
Estou endividado	26,8%
Minha renda diminuiu	14,4%
Estou desempregado	8,5%
Economizar	3,9%
Maior variedade de produtos	2,6%
Ficou solteiro	2,6%
Casamento	2,0%
A copa irá influenciar	1,3%
Aumento dos preços	0,7%
Namorado viajou	0,7%
Não vai comemorar	0,7%
Produtos caros	0,7%
Viajar	0,7%
Outros	3,3%
Não sabe	0,7%
Total	100,0%

**Gráfico 7 – O que irá limitar sua escolha na hora de efetuar as compras?**



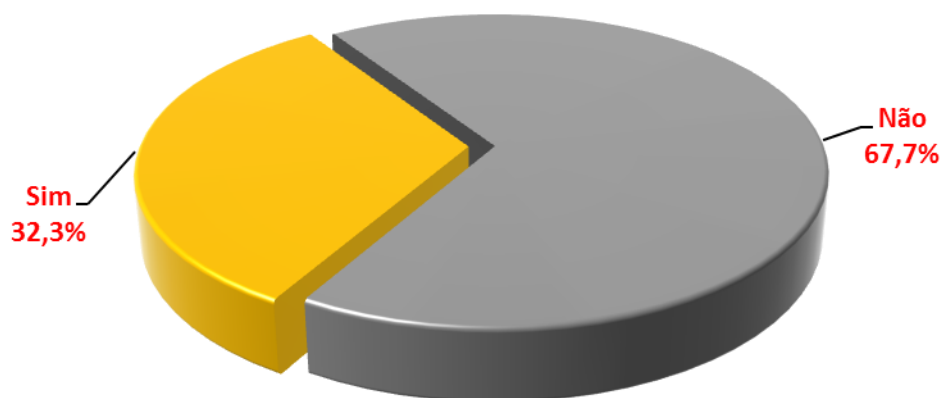
**Tabela 5 – O (a) Sr. (a) pretende fazer alguma comemoração no Dia dos namorados?**

Comemoração	%
Almoçar/Jantar em um restaurante	30,9%
Almoço/Jantar em casa ou de familiar	8,9%
Hotel / Motel	2,8%
Ir ao cinema/ teatro	6,1%
Não irá levar a lugar nenhum	38,1%
Viajar	1,6%
Aguardar o (a) namorado (a) decidir	0,2%
Beber	0,2%
Café da manhã	0,2%
Dançar	0,2%
Praia	0,2%
Shopping	0,3%
Vai ao jogo	0,2%
Outros	0,3%
Não Sabe	10,0%
Total	100,0%

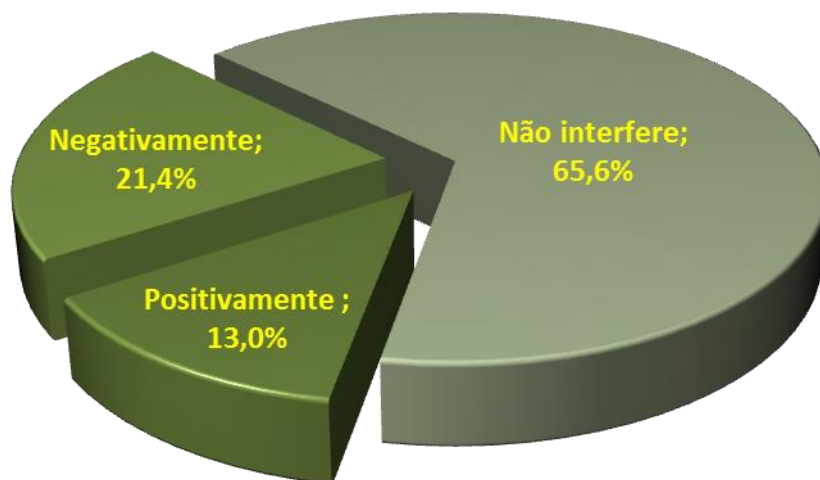
**Tabela 6 – O que será determinante para a escolha do local?**

Determinante	%
Local romântico	37,9%
Lugar que o namorado (a) escolheu, ou tem desejo de conhecer	35,9%
Preço	7,9%
Local de costume	1,2%
Depende do gosto do (a) namorado (a)	0,9%
Local onde se conheceu	0,9%
Qualidade	0,9%
Lugar agradável	0,6%
Segurança	0,6%
Variedade de comida	0,6%
Comodidade	0,6%
Acessibilidade	0,3%
Junto da família	0,3%
Lugar tranquilo	0,3%
Proximidade	0,3%
Viajar	0,3%
Outros	5,9%
Não sabe/Não respondeu	4,7%
Total	100,0%

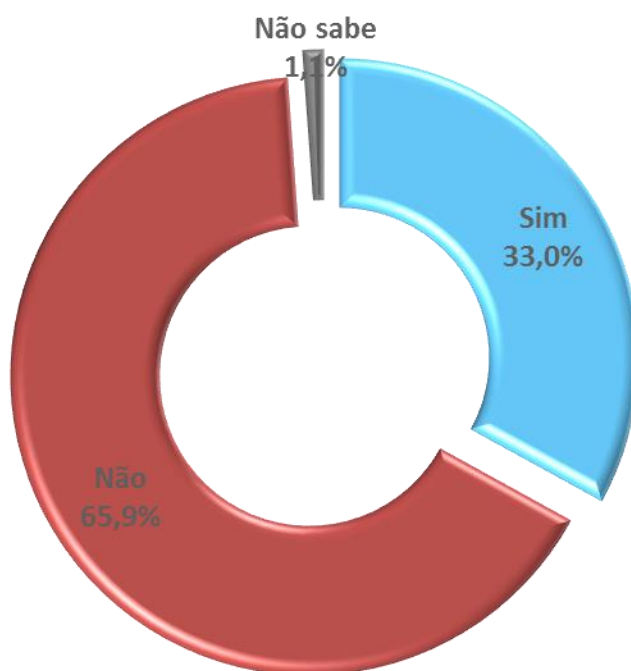
**Gráfico 8 – Você seria capaz de se endividar para comprar um presente para o (a) seu (sua) namorado (a)/companheiro (a)?**



**Gráfico 9 – A proximidade da Copa do Mundo com o Dia dos namorados irá interferir nas compras?**



**Gráfico 10 – Durante o período de Festas juninas o (a) Sr. (a) pretende viajar para algum interior do Estado para comemorar a tradição?**



## Perfil dos Consumidores

Gráfico 11 – Sexo.

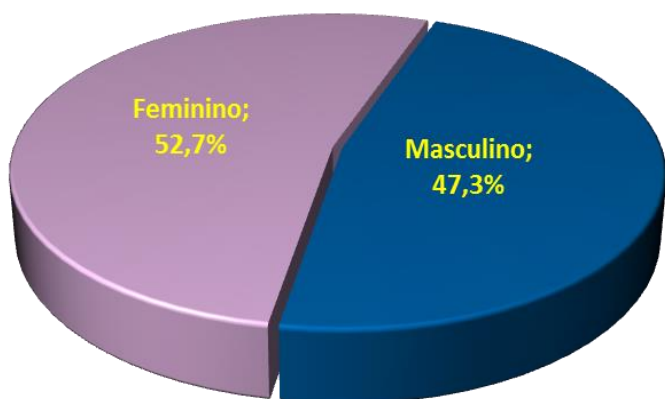


Gráfico 12 – Profissão.



Gráfico 13 – Escolaridade.

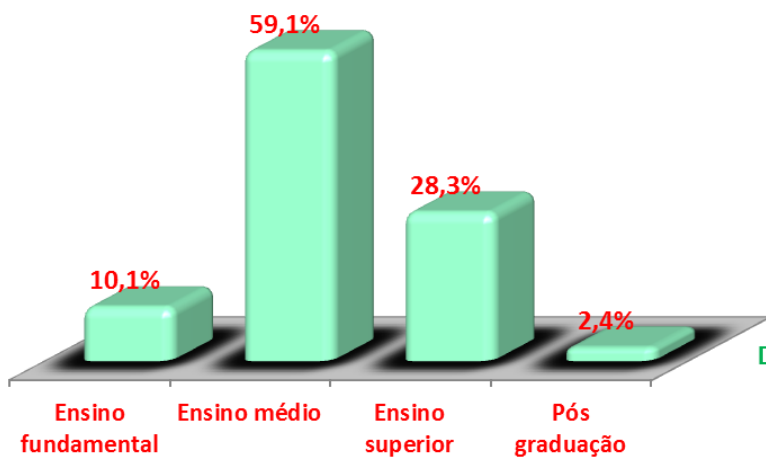
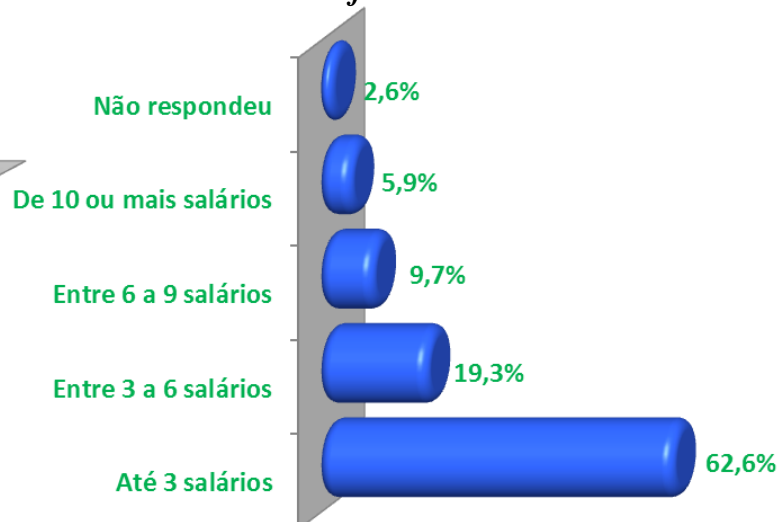


Gráfico 14 – Renda.



**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO  
ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE.**

**INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO DE BENS,  
SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE.**

*Marcelo Fernandes de Queiroz*  
**Presidente**

*Marcus Guedes*  
**Diretor Executivo**

*Inês Martins*  
**Gerente Administrativa**

*Tiago Chacon*  
**Estatístico**