



PESQUISA DIA DOS
Namorados

2020

Sumário Executivo

Resumo dos principais resultados da Pesquisa de Dia dos Namorados 2020

- **Entre os entrevistados, 62,3% apontaram que irão comprar presentes no Dia dos Namorados de 2020.**
- **O número médio de presentes no Dia dos Namorados 2020 será de 1,12 unidade.**
 - A média dos homens (1,14) é ligeiramente maior do que a das mulheres (1,09).
- **O gasto médio, por pessoa, deverá ser de R\$ 153,39.**
 - Os homens deverão apresentar um gasto médio de R\$ 184,01, enquanto as mulheres gastarão R\$ 130,59.
 - Quanto às classes de renda, os consumidores da classe baixa, média e alta pretendem gastar R\$ 155,67, R\$ 130,83 e R\$ 225,76, respectivamente.
- **O presente, em média, custará R\$ 137,43.**
 - Os homens devem adquirir presentes com preço médio de R\$ 160,87, enquanto as mulheres pretendem gastar R\$ 119,14, na média, em cada item.
 - Entre as classes de renda, os itens médios da classe baixa, média e alta deverão custar R\$ 134,51, R\$ 117,65 e R\$ 211,16, respectivamente.
- **Na comparação com o Dia dos Namorados do ano passado, a maioria (52,3%) dos entrevistados apontou que tem a intenção de gastar valor menor ao desembolsado no ano anterior.**
 - 51,4% dos entrevistados indicaram ter alterado a decisão de gasto em virtude da crise do coronavírus.
 - **Entre os entrevistados, 63,1% indicaram ter sua renda reduzida em função da pandemia do coronavírus.**
- **83,5% das compras são realizadas com no máximo uma semana de antecedência.**
- Os tipos de presentes mais frequentes serão Vestuário (27,4%), Perfumes e Cosméticos (19,5%), Calçados (12,9%) e Chocolates (7,4%).
- Entre os locais de compra, os mais citados são as lojas do centro das cidades (29,4%), seguidas pelos *Shopping Centers* (21,6%) e Internet (19,5%).
 - 33,0% dos entrevistados apontaram ter modificado a escolha do local de compra em função da pandemia.
- **Quanto às formas de pagamento, 71,9% pretende realizar compras à vista.**
 - Entre os que pretendem comprar a prazo, 53,7% pretende pagar em até duas parcelas.
- 57,4% das pessoas pretende proporcionar algum evento especial em comemoração ao Dia dos Namorados em 2020. Desses, a grande maioria (84,9%) deve optar por almoço/jantar em casa.
 - 75,1% dos entrevistados afirmaram que alteraram o evento especial em virtude da pandemia.

O presente relatório tem por objetivo apresentar os principais resultados da Pesquisa de Dia dos Namorados 2020, 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 11 a 25 de maio de 2020, por telefone. A técnica utilizada foi a entrevista probabilística estratificada. 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

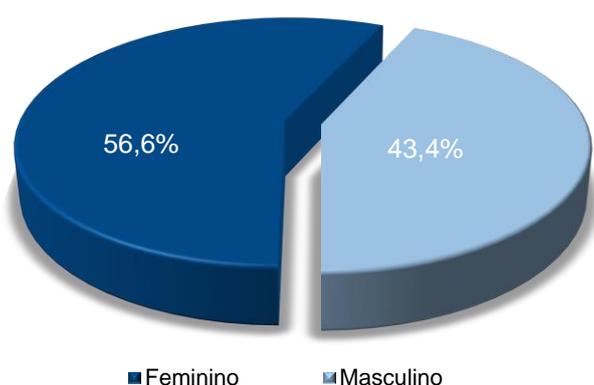
Macrorregião	Município	Peso % Esperado	Amostra Estipulada
Centro	Santa Maria	12,7%	49
Metropolitana	Porto Alegre	46,0%	177
Nordeste	Caxias do Sul	17,9%	69
Noroeste	Ijuí	10,6%	41
Sul-Campanha	Pelotas	12,7%	49
Total		100,0%	385

Fonte (população): IBGE

Caracterização da Amostra

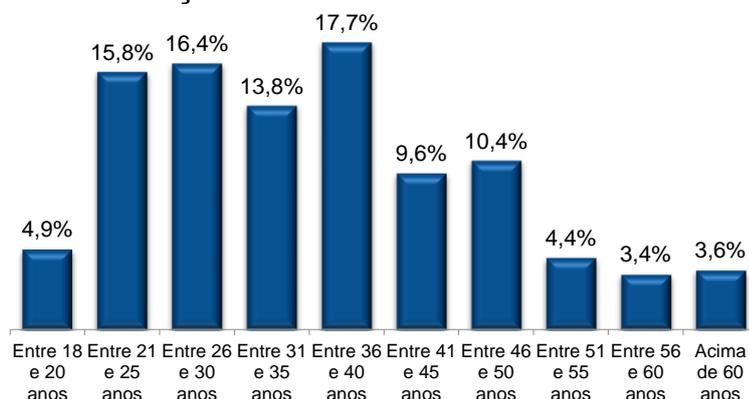
A amostra, em termos de gênero, foi composta por 56,6% dos indivíduos do gênero feminino, enquanto a parcela masculina representou 43,4% do total dos entrevistados (Gráfico 1). No que se refere às faixas etárias contempladas na pesquisa, a parcela mais significativa, representando 17,7% da amostra, foi a de pessoas entre 36 e 40 anos de idade. Os indivíduos entre 26 a 30 anos responderam por 16,4% da amostra, enquanto o grupo de 21 a 25 anos representou 15,8% da amostra. As faixas etárias que possuem o menor número de entrevistados são as dos que têm entre 56 e 60 anos (3,4%), e acima de 60 anos (3,6%). Os dados são apresentados no Gráfico 2.

Gráfico 1
Distribuição amostral conforme Gênero



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

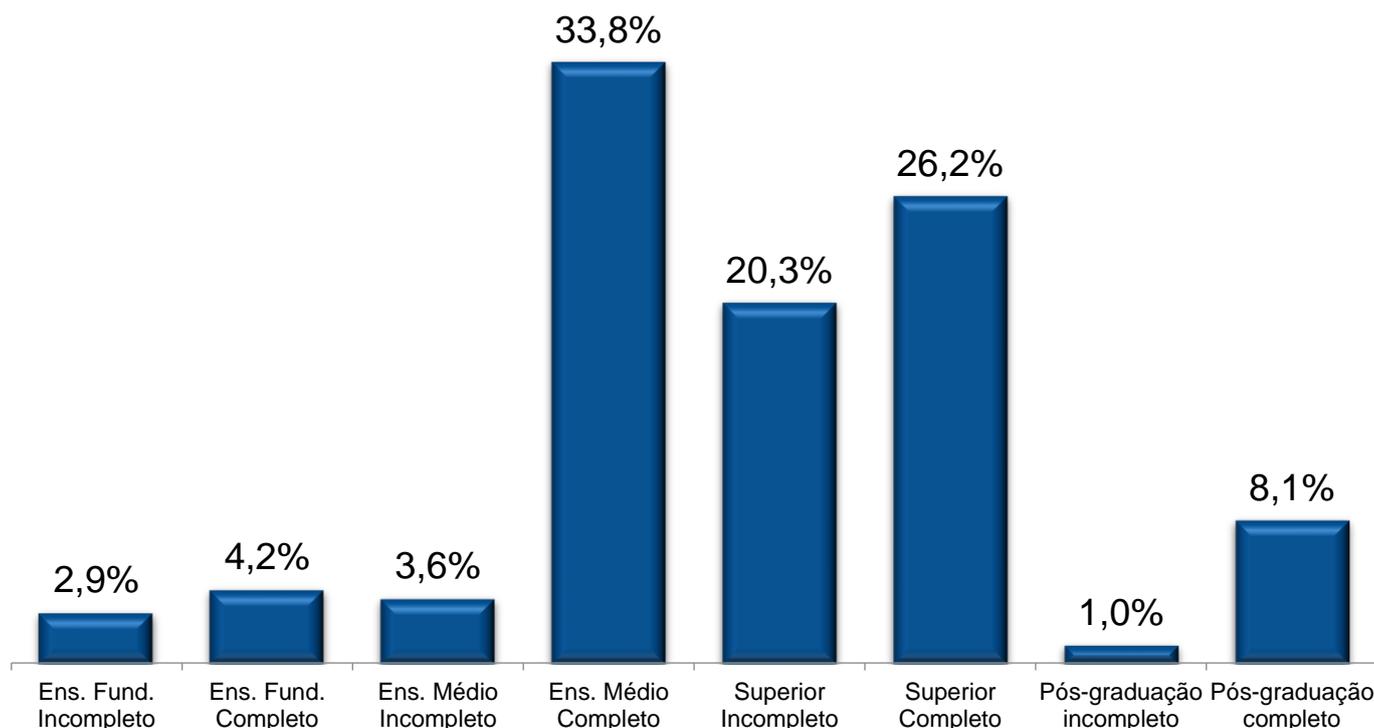
Gráfico 2
Distribuição amostral conforme Faixa Etária



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

Acerca do grau de escolaridade, 33,8% da amostra corresponde a indivíduos com grau de escolaridade equivalente ao Ensino Médio Completo. A menor representação foi a dos indivíduos com Pós-Graduação Incompleta (1,0%). 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.

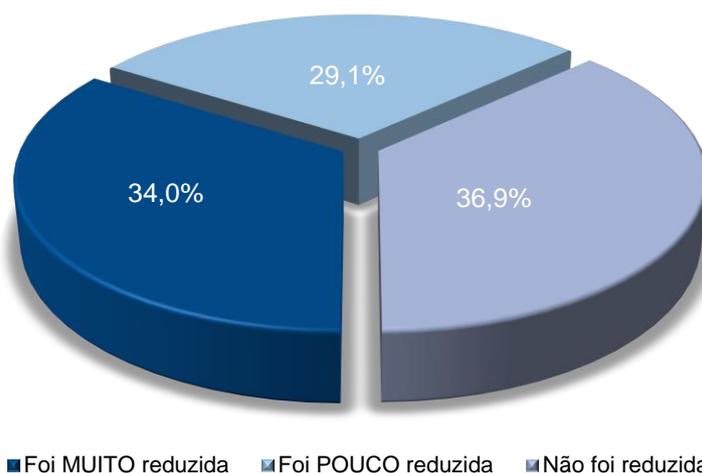
Tabela 2 – Distribuição amostral conforme Classe de Renda

Distribuição da Amostra	
Classe Baixa	26,2%
Classe Média	56,9%
Classe Alta	16,9%

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

Na pesquisa de 2020, os entrevistados foram questionados se tiveram sua renda afetada pela crise do coronavírus. Entre os entrevistados, 63,1% afirmaram que tiveram sua renda reduzida em função da pandemia. Os dados são apresentados no Gráfico 4.

¹ Segundo esse critério, atualizado pela variação do rendimento médio nominal habitualmente recebido no RS no trimestre encerrado em dez/19, considerando a renda familiar per capita mensal, a definição de classes sociais é: classe baixa (até R\$ 487,50); classe média (entre R\$ 487,51 e R\$ 1.707,10) e classe alta (acima de R\$ 1.707,10).

Gráfico 4 – Situação de Renda devido ao coronavírus


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

Aspectos Quantitativos das Compras de Dia dos Namorados 2020

A pesquisa busca avaliar o perfil de consumo no dia dos namorados 2020. Dessa forma, a pesquisa avalia apenas o perfil de consumo das pessoas que manifestaram que iriam comprar presente nessa data comemorativa. Em 2020, entre os entrevistados, 62,3% apontaram que iriam comprar presentes no dia dos namorados. Entre os que afirmaram que não iriam comprar presentes, 18,1% apontaram diretamente o coronavírus como causa para tal comportamento. Como habitual, a razão apontada como a principal razão para não adquirir presentes é do indivíduo não ter a quem presentear (50,4%).

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 2020. Em primeiro lugar, o número médio de itens adquiridos por pessoa será de 1,12 unidade. 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 (1,14) superior ao das mulheres (1,09). Enquanto 7,0% das mulheres pretendem comprar mais de um presente, entre os homens esse percentual é de 13,2%. Cabe ressaltar que, 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	Masculino	Feminino	Total
1	86,7%	93,0%	90,3%
2	12,0%	6,0%	8,7%
3	1,2%	0,5%	0,8%
6	0,0%	0,5%	0,3%
Média*	1,14	1,09	1,12

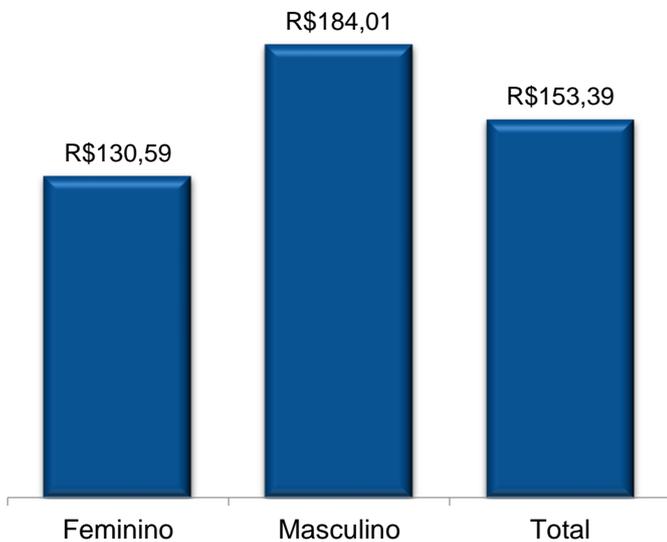
*Em unidades.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

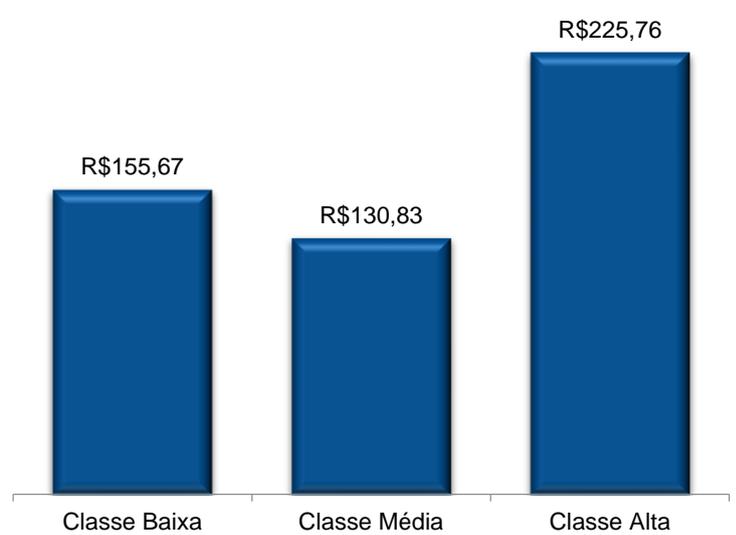
No que diz respeito às intenções de gastos, o dispêndio médio por pessoa no Dia dos Namorados 2020 deverá ser de R\$ 153,39 (Gráfico 5), sendo superior entre os homens (R\$ 184,01) do que entre as mulheres (R\$ 130,59). Desagregando as intenções de gastos por classes de renda, percebe-se que há diferenças significativas entre as mesmas (Gráfico 6). Os indivíduos da classe baixa, classe média e classe alta deverão gastar em média, R\$ 155,67, R\$ 130,83 e R\$ 225,76, respectivamente.

Gráfico 5
Gasto médio por Gênero e Total



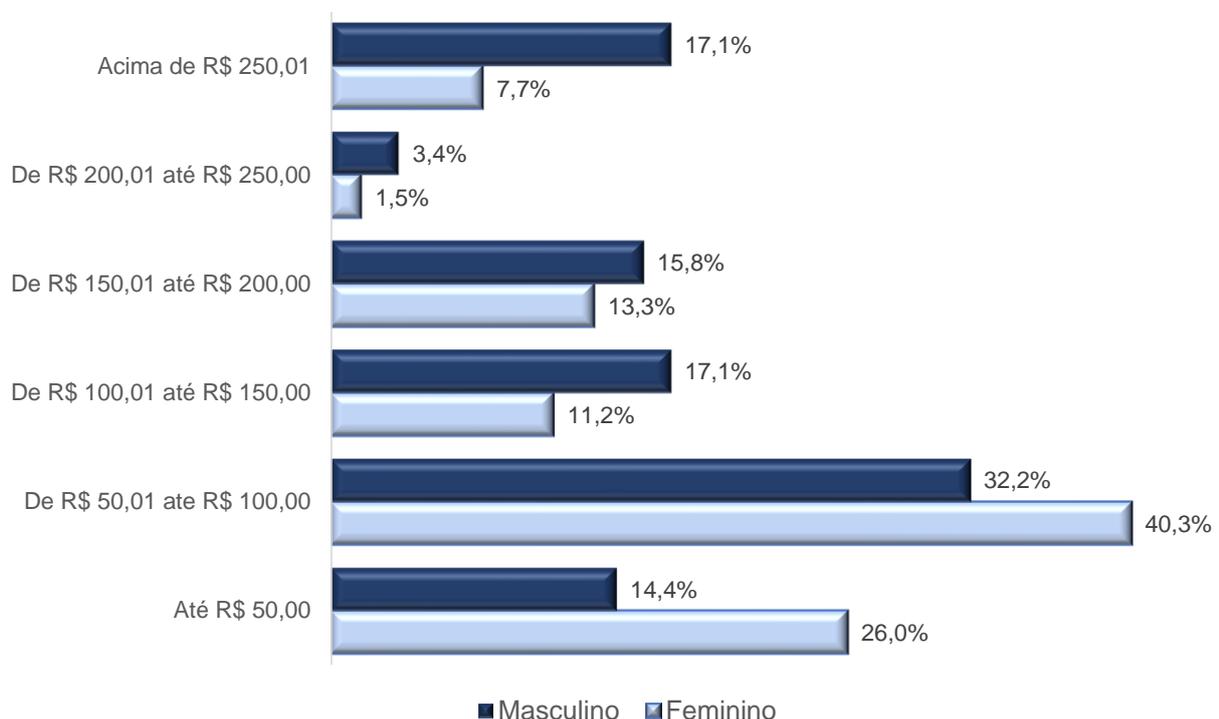
Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Gráfico 6
Gasto médio por Classes de Renda



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

Gráfico 7 – Distribuição da intenção de gastos com presentes por Gênero



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

O Gráfico 7 apresenta a distribuição das intenções de gastos por faixas de valor, conforme gêneros. A distribuição dos gastos é claramente mais concentrada em valores entre R\$ 50,01 e R\$ 100,00. Destaca-se, por outro lado, uma maior participação de gastos superiores a R\$ 250,00 entre os homens (17,1%) e uma participação mais relevante de gastos inferiores a R\$ 50,00 entre as mulheres (26,0%).

A Tabela 4 apresenta a distribuição das intenções de gastos conforme as classes de renda. Entre os indivíduos da menor classe de renda, as faixas de valor até R\$ 100,00 concentram 53,9% das intenções de gasto, enquanto para a classe alta esse percentual é de 32,7%.

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

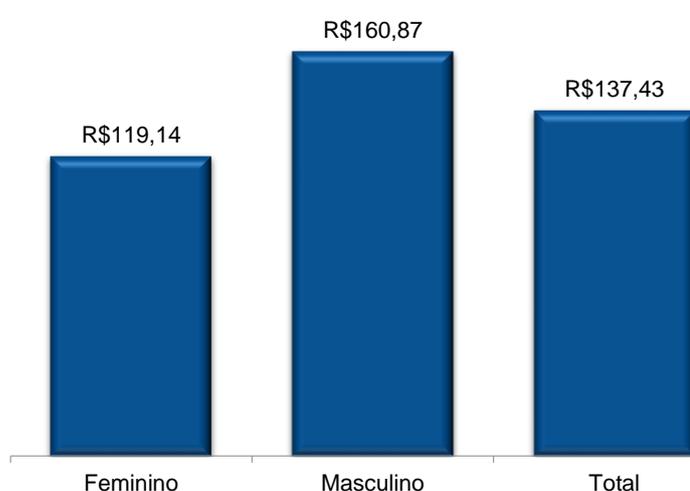
	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta	Total
Até R\$ 50,00	24,7%	22,6%	10,3%	21,1%
De R\$ 50,01 até R\$ 100,00	29,2%	44,6%	22,4%	36,8%
De R\$ 100,01 até R\$ 150,00	16,9%	13,3%	10,3%	13,7%
De R\$ 150,01 até R\$ 200,00	19,1%	9,7%	22,4%	14,3%
De R\$ 200,01 até R\$ 250,00	1,1%	2,1%	5,2%	2,3%
Acima de R\$ 250,01	9,0%	7,7%	29,3%	11,7%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A estimativa de valor médio por presente comprado neste Dia dos Namorados deverá ser de R\$ 137,43 (Gráfico 8). Os homens devem adquirir itens com valor médio de R\$ 160,87 enquanto as mulheres devem gastar em cada presente, em média, R\$ 119,14. O Gráfico 9 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\$ 134,51, enquanto os da classe alta, de R\$ 211,16. A classe média vai adquirir presentes, em média, de R\$ 117,65.

Gráfico 8
Presente médio por Gênero e Total

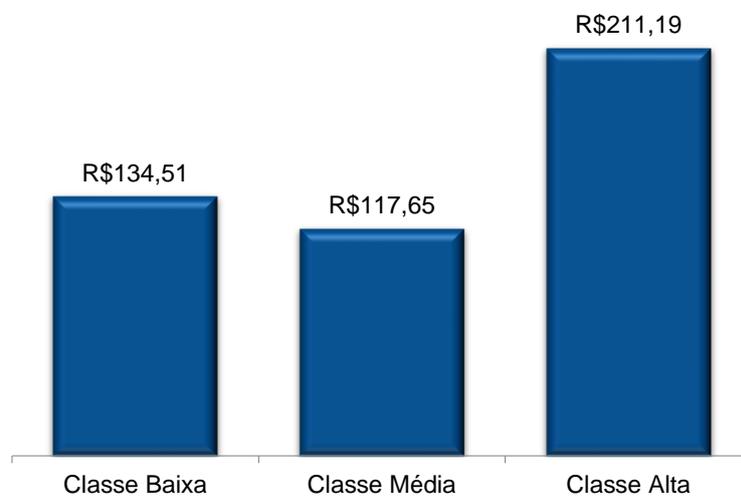


Nota: para o cálculo do presente médio, são considerados apenas os indivíduos que responderam às questões referentes à intenção de gasto total e à quantidade de presentes.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Gráfico 9
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 2019. A maior parte das pessoas (40,2%) pretende despende menos do que no ano passado. Do total de entrevistados, 39,6% dos consumidores devem gastar o mesmo do que em 2019, enquanto 12,1% sinalizou que irá gastar muito menos na comparação com o ano anterior. A parcela de consumidores que pretendem gastar mais do que em 2019 é de 6,0% e de 2,1% para aqueles que afirmam que gastarão muito mais.

Tabela 5 – Intenção de gastos para o Dia dos Namorados 2020 em relação ao Dia dos Namorados 2019

Resposta	Frequência
Muito Menor	12,1%
Menor	40,2%
O Mesmo	39,6%
Maior	6,0%
Muito Maior	2,1%

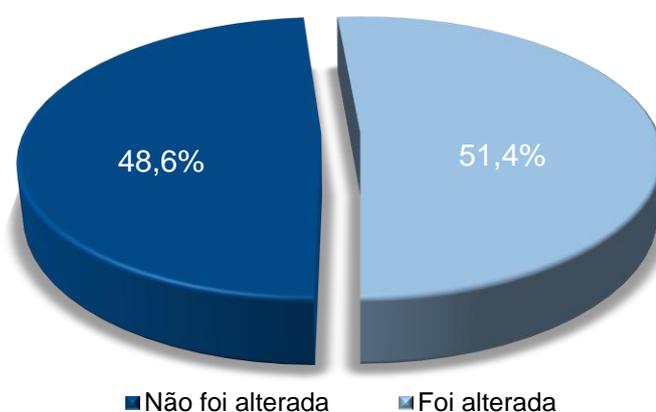
Fonte: Fecomércio-RS

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 2019) e 200,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito mais do que em 2019), no qual o valor 100,0 indica que, na média, considerando os enquadramentos possíveis, os indivíduos pretendem gastar o mesmo do que em 2019. O índice calculado a partir das frequências da Tabela 5 resulta no valor de 72,96, indicando um gasto médio que será menor ao verificado no Dia dos Namorados 2019.

Os entrevistados foram questionados se a decisão de gasto foi alterada em virtude da crise do coronavírus. A pesquisa apontou que 51,4% respondentes alteraram sua decisão de gasto. O gráfico 10 apresenta esses dados.

Gráfico 10 – Alteração de Intenção de Gastos em virtude da crise do Coronavírus



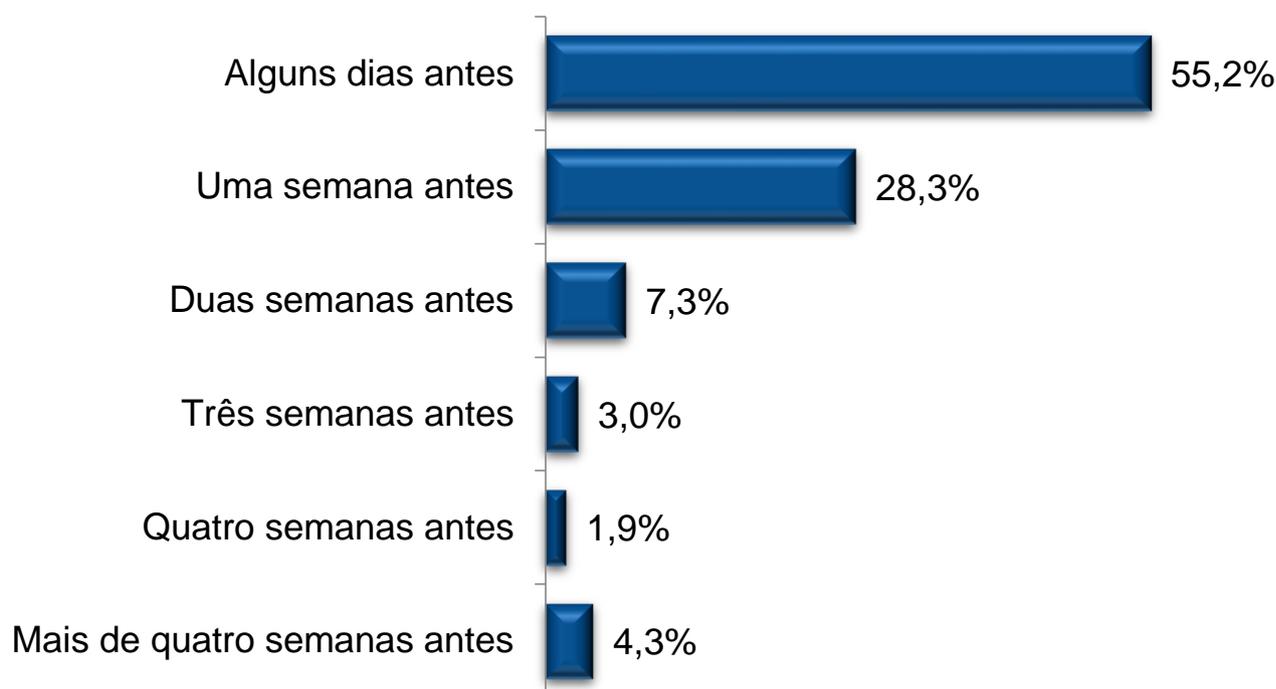
Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Aspectos Qualitativos das Compras de Dia dos Namorados 2020

A presente seção apresenta algumas características básicas acerca das intenções de compras de presentes para o Dia dos Namorados 2020: momento da aquisição, tipos de presentes, locais de compra e formas de pagamento. O Gráfico 11 apresenta a distribuição de frequências por momento alegado de realização da compra de presente. É possível perceber que 83,5% das pessoas efetua a compra com no máximo uma semana de antecedência em relação ao dia da data comemorativa.

Gráfico 11 – 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 29,4% das pessoas. Em seguida, também com participação relevante, aparecem Shopping Centers (21,6%). A Internet apareceu na pesquisa com 19,5% das preferências, enquanto Lojas de Bairro apresentaram 17,1%.

Tabela 6 – Principais Locais de Compra por Classes de Renda

	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta	Total
Lojas do Centro	34,7%	28,8%	23,1%	29,4%
Shopping Center	19,8%	17,8%	36,9%	21,6%
Internet	15,8%	21,9%	16,9%	19,5%
Lojas de Bairro	11,9%	21,0%	12,3%	17,1%
Supermercados	8,9%	2,7%	9,2%	5,5%
Centros Comerciais	5,0%	5,9%	1,5%	4,9%
Outro	5,0%	4,6%	6,2%	4,9%

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

Analisando os locais de compra por classes de renda, não há distinções relevantes, apenas o destaque da preferência por Shopping Centers na classe alta.

Em virtude da pandemia e das medidas de distanciamento social, os entrevistados foram questionados se alteraram suas escolhas de local de compra em virtude do coronavírus. Entre os respondentes, 33,0% afirmaram que modificaram suas escolhas originais relacionadas ao local de compra. O Gráfico 12 mostra esses dados.

Gráfico 12 – Alteração do local de compras do Dia dos Namorados em virtude do coronavírus



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

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

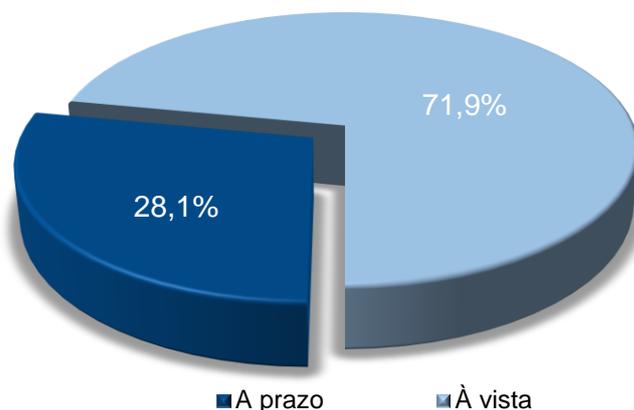
Tipo de Presente	Frequência
Vestuário	27,4%
Perfumes/Cosméticos	19,5%
Calçados	12,9%
Chocolates	7,4%
Relógio/Jóias	4,7%
Outro	4,7%
Flores	4,5%
Cesta com presentes	3,4%
Artigos de Decoração	2,6%
Eletroeletrônicos/Eletrrodomésticos	2,1%
Livros	1,6%
Celular	0,5%
Cheque/cartão-presente	0,5%
Ainda não decidiu	22,4%

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 (27,4%). Na sequência, aparecem como itens preferidos Perfumes e Cosméticos (19,5%), Calçados (12,9%) e Chocolates (7,4%).

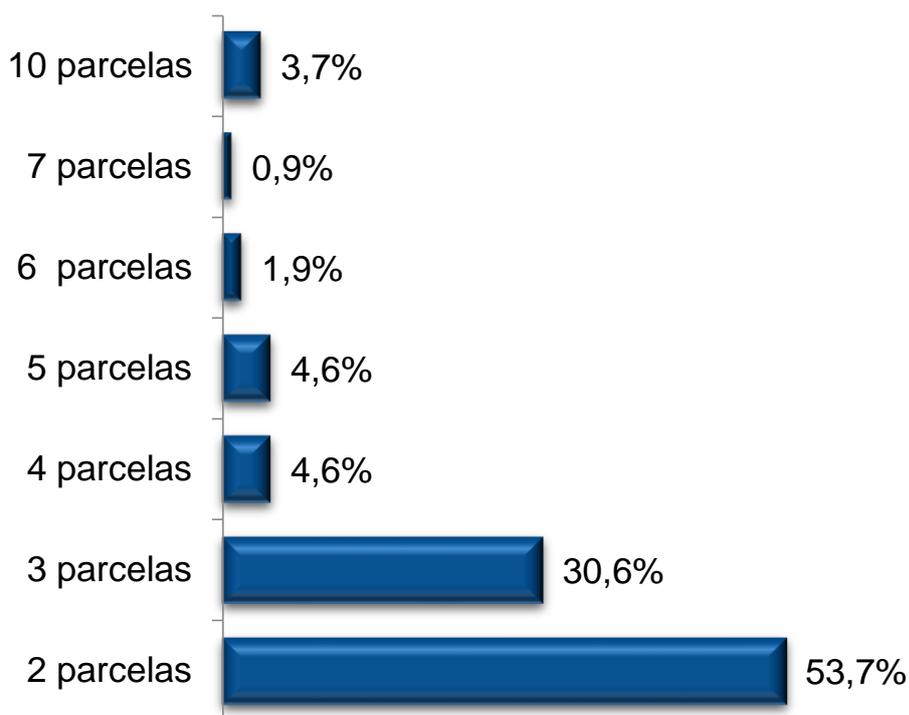
Gráfico 13 – Forma de Pagamento



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

Acerca das formas de pagamento, 71,9% dos entrevistados afirmaram que irão efetuar suas compras de Dia dos Namorados à vista, enquanto 28,1% irão comprar a prazo (Gráfico 13). Analisando a distribuição das compras a prazo por número de parcelas (Gráfico 14), verifica-se que a grande maioria (53,7%) parcelará em duas vezes.

Gráfico 14 – Distribuição das Compras a Prazo por Número de Parcelas

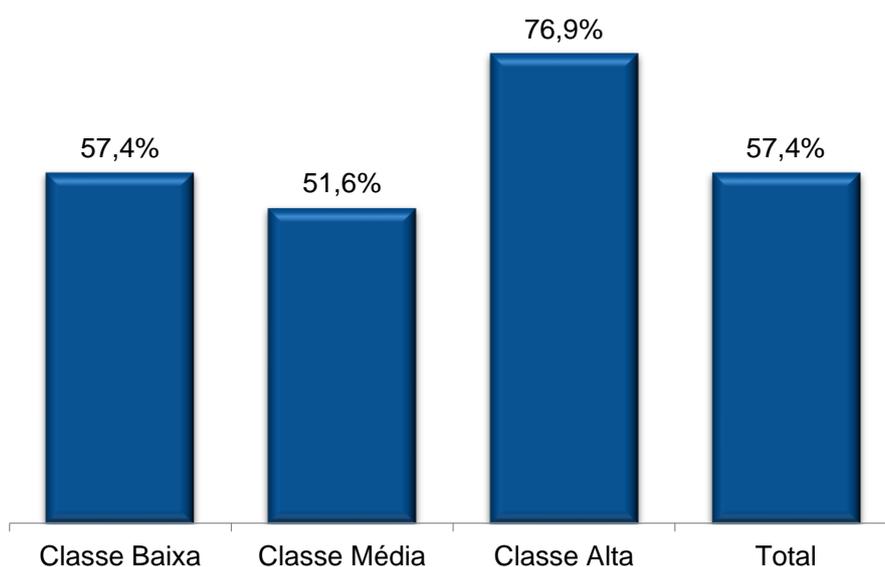


Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Evento Especial

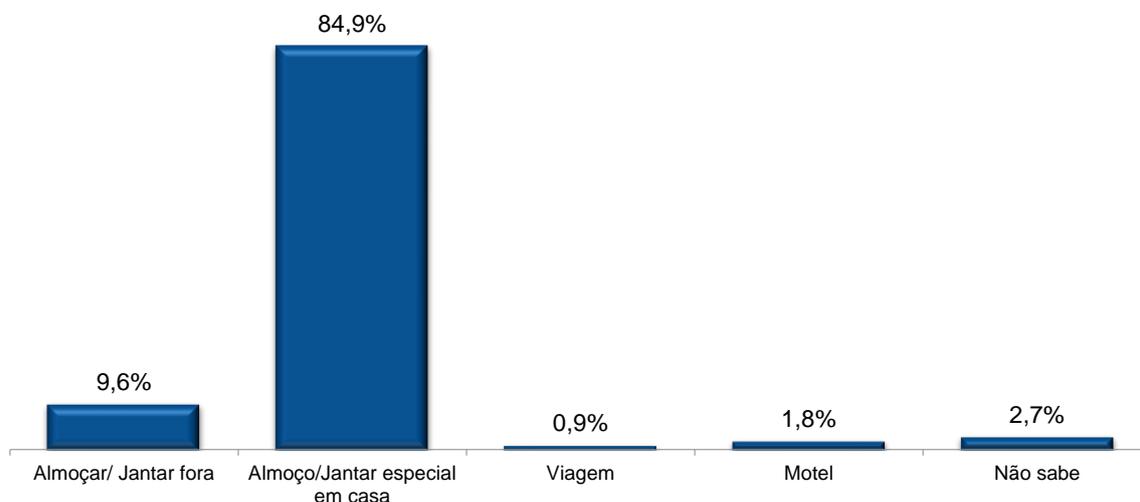
Entre os entrevistados, 57,4% afirmaram que pretendem proporcionar um evento especial no Dia dos Namorados. Desagregando a informação por classes de renda, observa-se que 57,4% dos indivíduos da classe baixa possui essa intenção, na classe média a frequência é de 51,6% (Gráfico 15). E são as pessoas de classe alta que apresentam a maior intenção de comemoração da data em um evento especial (76,9%).

Gráfico 15 – Frequência de pessoas que pretende proporcionar um Evento Especial por Classes de Renda



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

Gráfico 16 – Tipo de Evento Especial



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

Entre aqueles que pretendem proporcionar um evento especial em comemoração ao Dia dos Namorados, a grande maioria (84,9%) optará por almoçar/jantar em casa. Os dados são apresentados no Gráfico 16.

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

Tabela 8 – Tipo de Evento por Classes de Renda

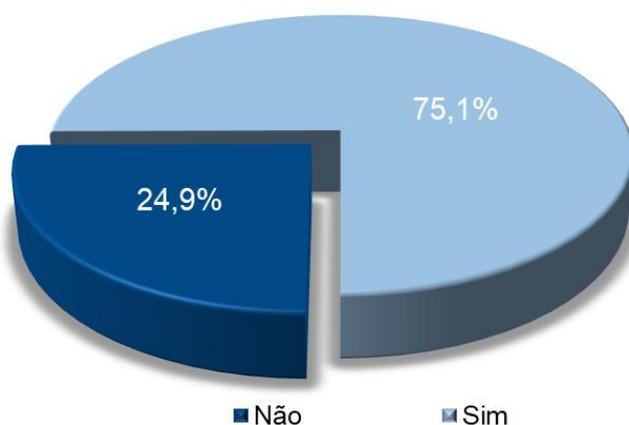
	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta	Total
Almoçar/ Jantar fora	10,5%	7,1%	14,0%	9,6%
Almoço/Jantar especial em casa	82,5%	87,5%	82,0%	84,9%
Viagem	0,0%	0,9%	2,0%	0,9%
Motel	0,0%	2,7%	2,0%	1,8%
Não sabe	7,0%	1,8%	0,0%	2,7%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Em virtude da pandemia, os entrevistados foram questionados se alteraram o tipo de evento especial que fariam em comemoração ao Dia dos Namorados. Entre os entrevistados, 75,1% afirmaram que alteraram. O gráfico 17 apresenta os dados.

Gráfico 17 – Mudança do local do evento especial de Dia dos Namorados



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