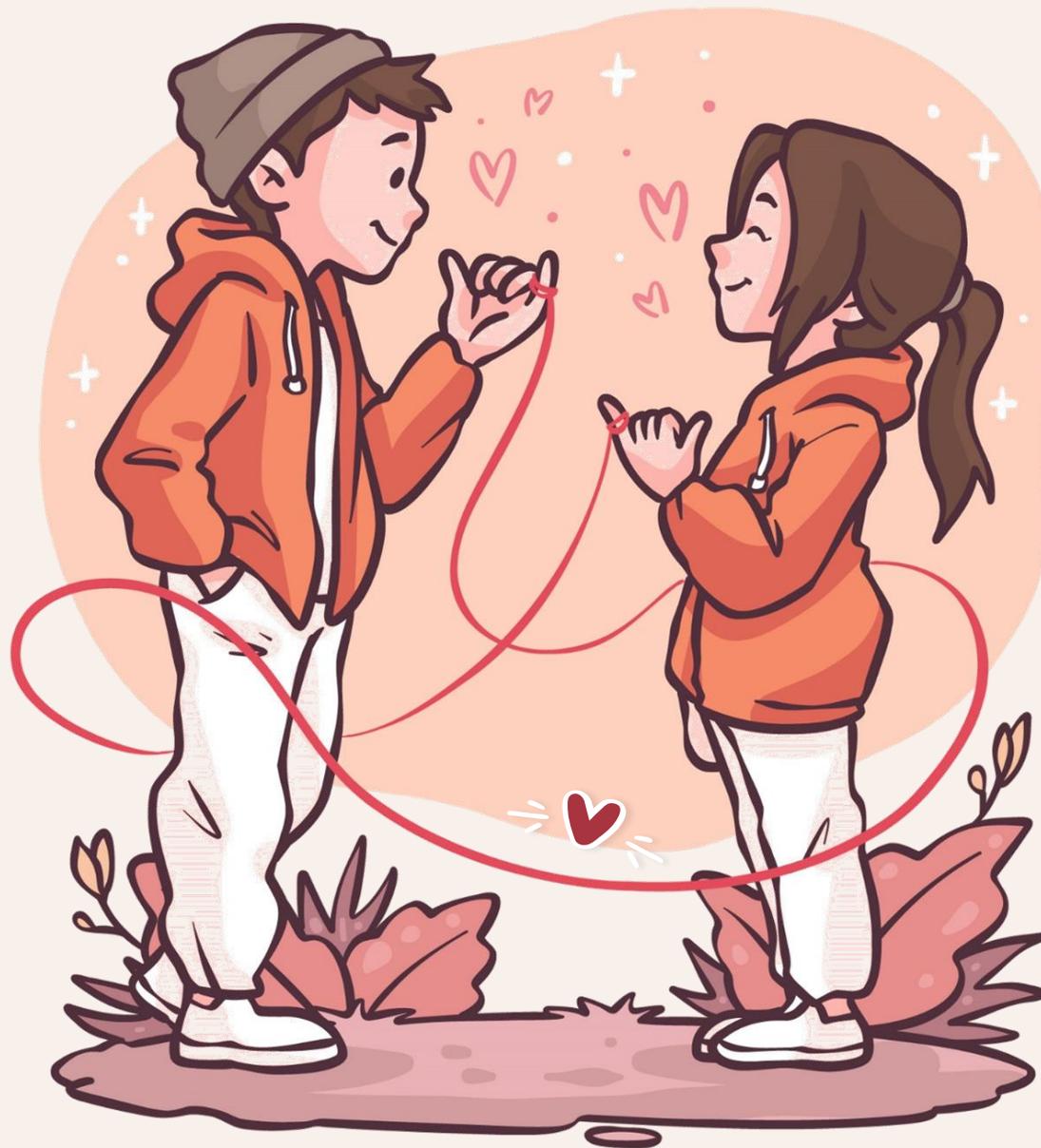


DIA DOS NAMORADOS

EXPECTATIVA DOS EMPRESÁRIOS
2023



METODOLOGIA

Objetivo:

Sondar a expectativa dos lojistas de Belo Horizonte em relação às vendas para o Dia dos Namorados 2023.

Informações técnicas:



Pesquisa quantitativa:

Pesquisa via telemarketing



Público alvo:

Empresários de Belo Horizonte



Amostra:

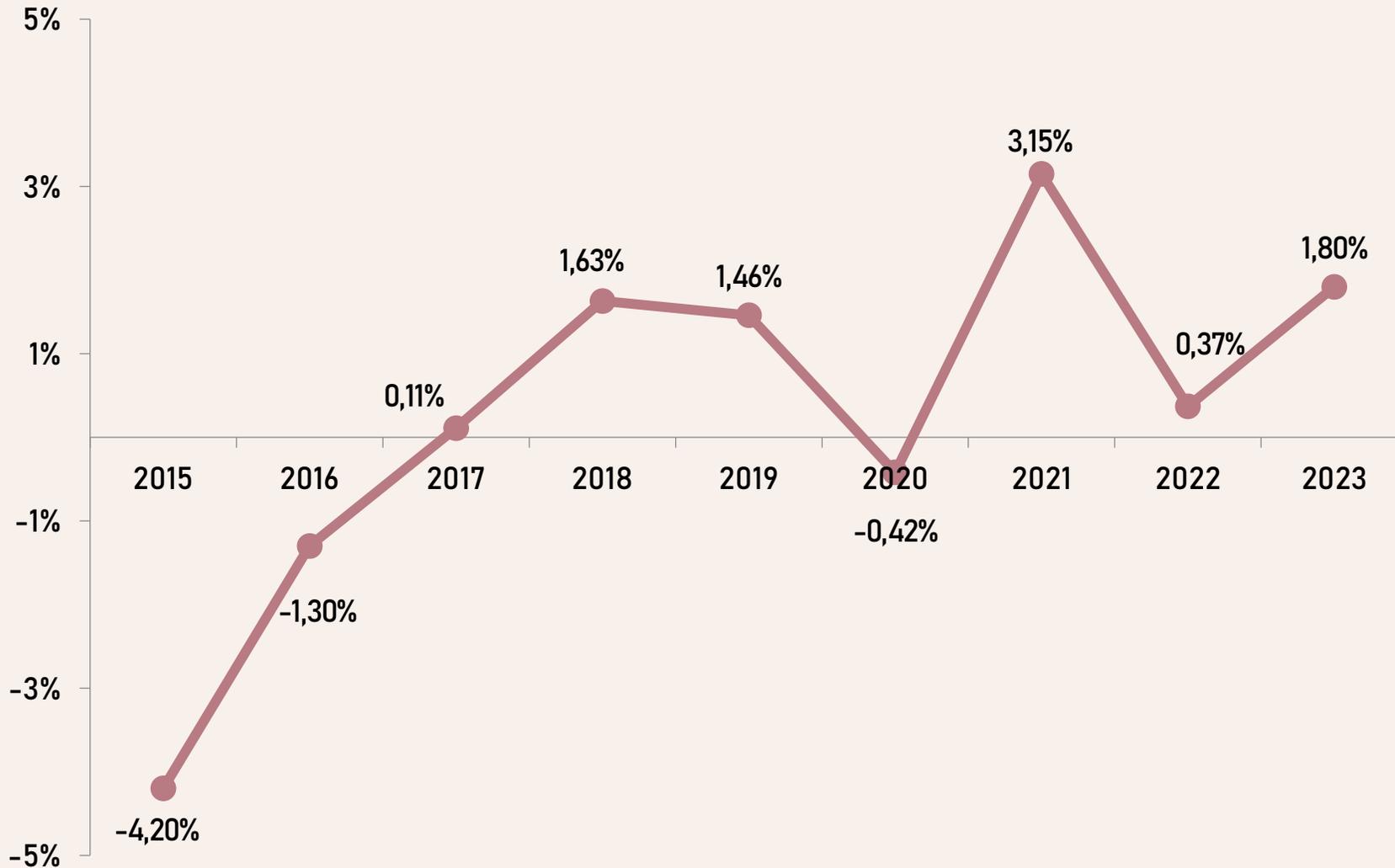
Total de 305 entrevistados. Considerando-se uma amostra aleatória com intervalo de confiança de 95%, obtém-se um erro amostral de aproximadamente 5,6%.



Período:

Pesquisa realizada entre os dias 28 de abril e 16 de maio de 2023

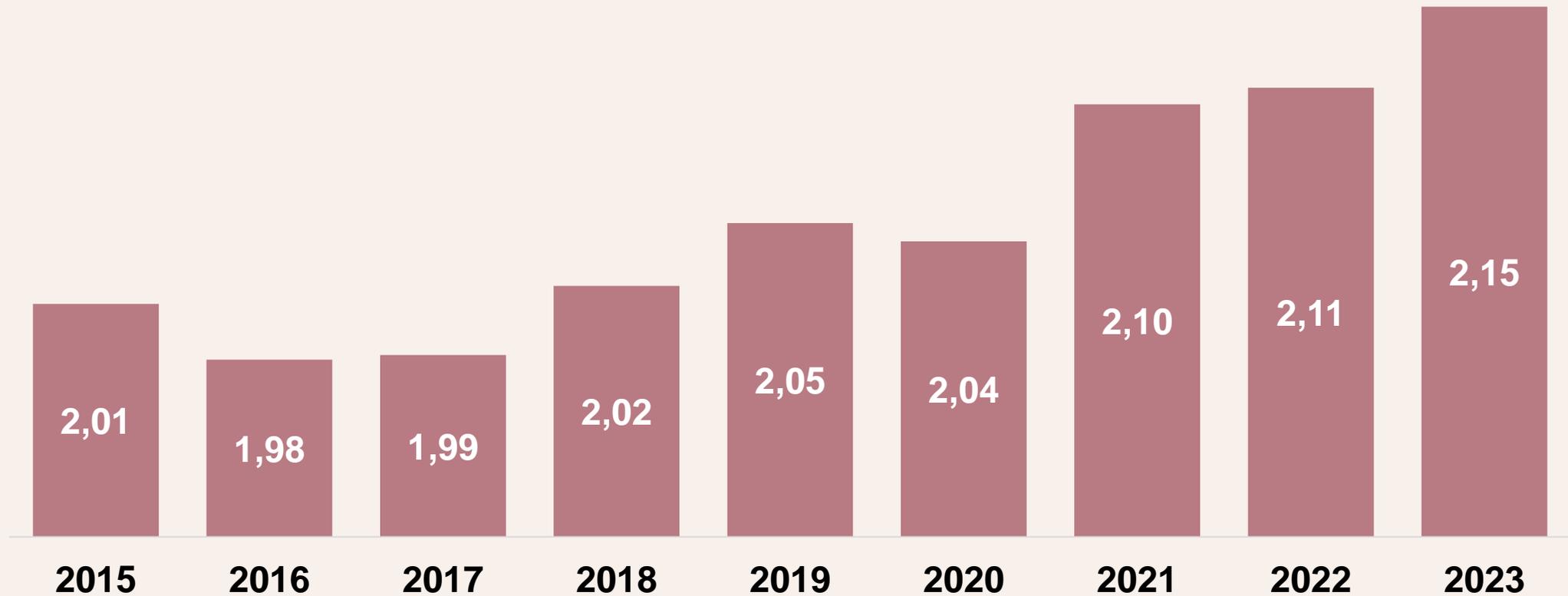
PREVISÃO DE FATURAMENTO PARA JUNHO/2023



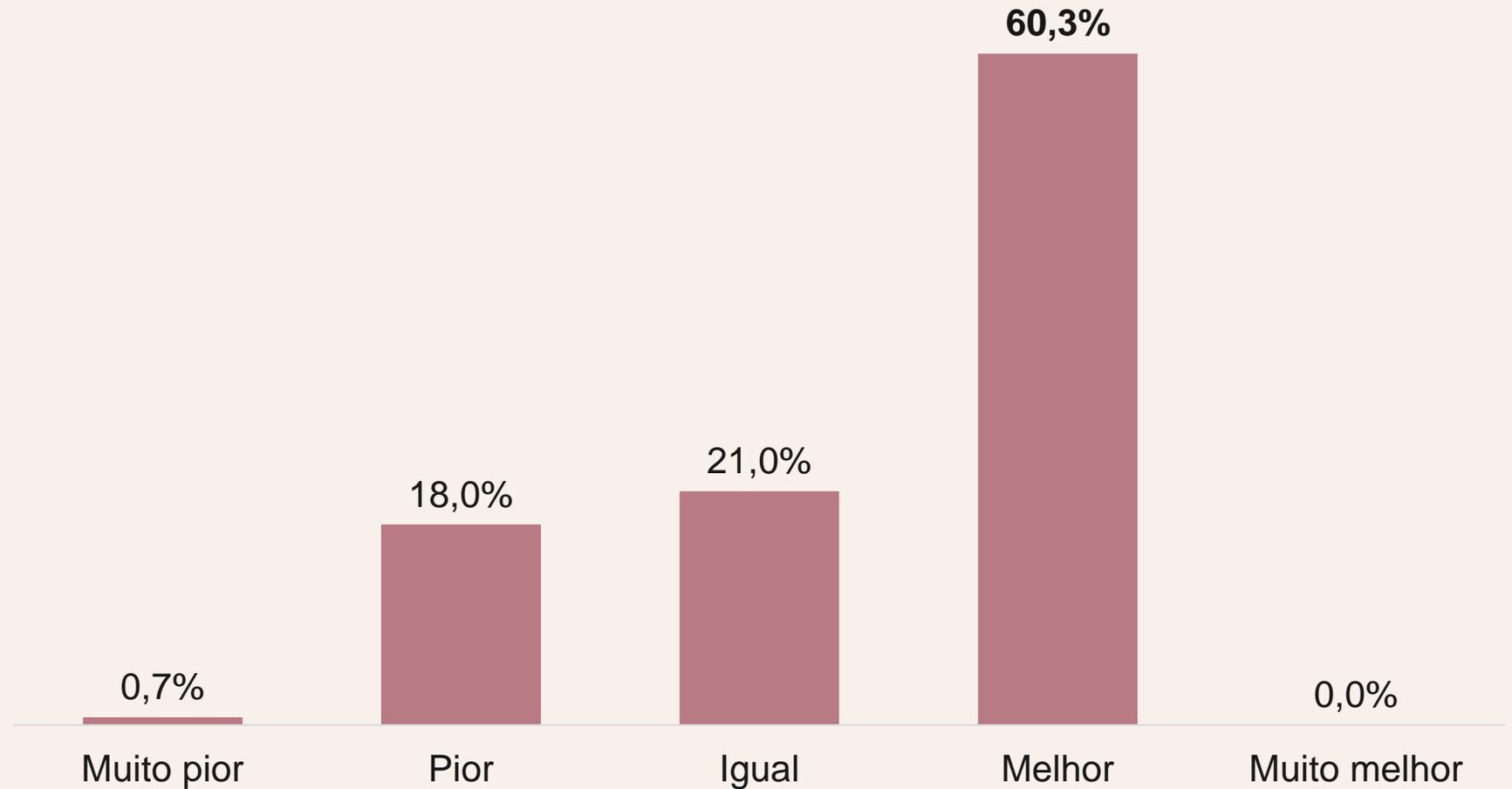
A previsão da CDL/BH é de um **crescimento** de 1,80% no mês de maio em relação ao mesmo período do ano anterior, representando a entrada de um montante de R\$2,15 bilhões na economia da capital.

PREVISÃO DE FATURAMENTO PARA JUNHO/2023

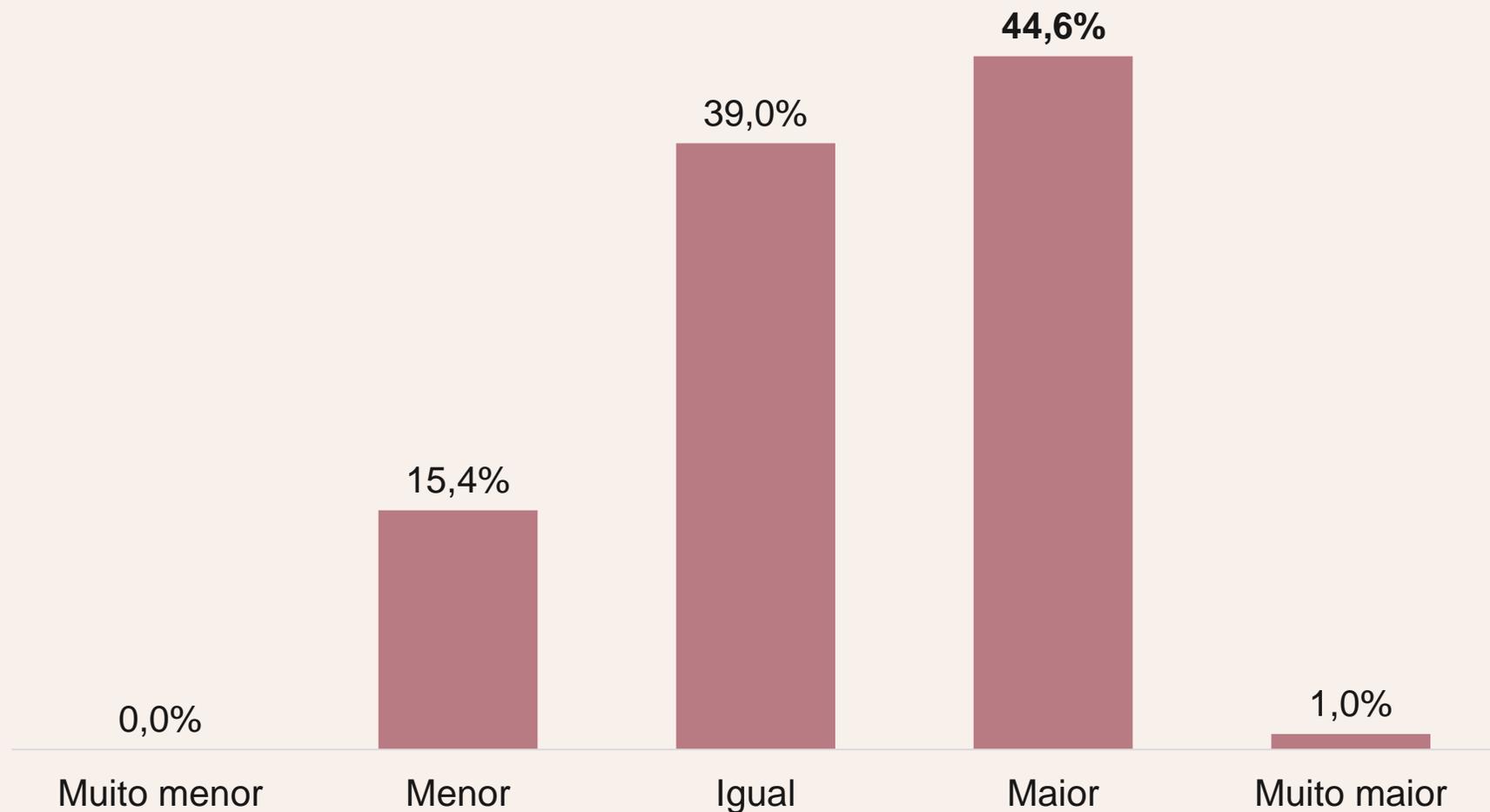
Montante vendas (em R\$ bilhões)



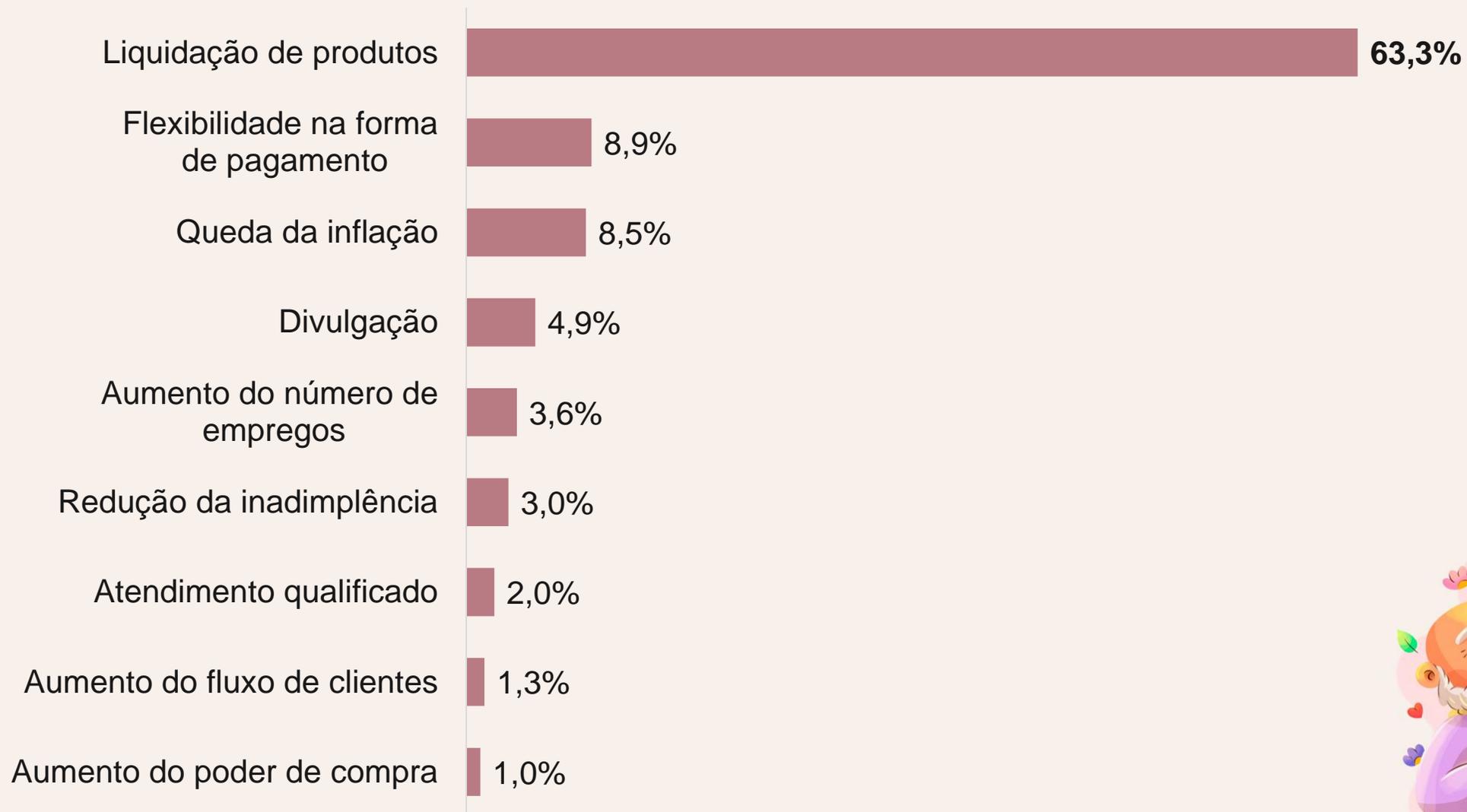
Com relação ao ano passado, qual a sua expectativa para as vendas do Dia dos Namorados?



Neste ano de 2023, o volume do seu estoque para o Dia dos Namorados, em comparação ao ano passado, será:

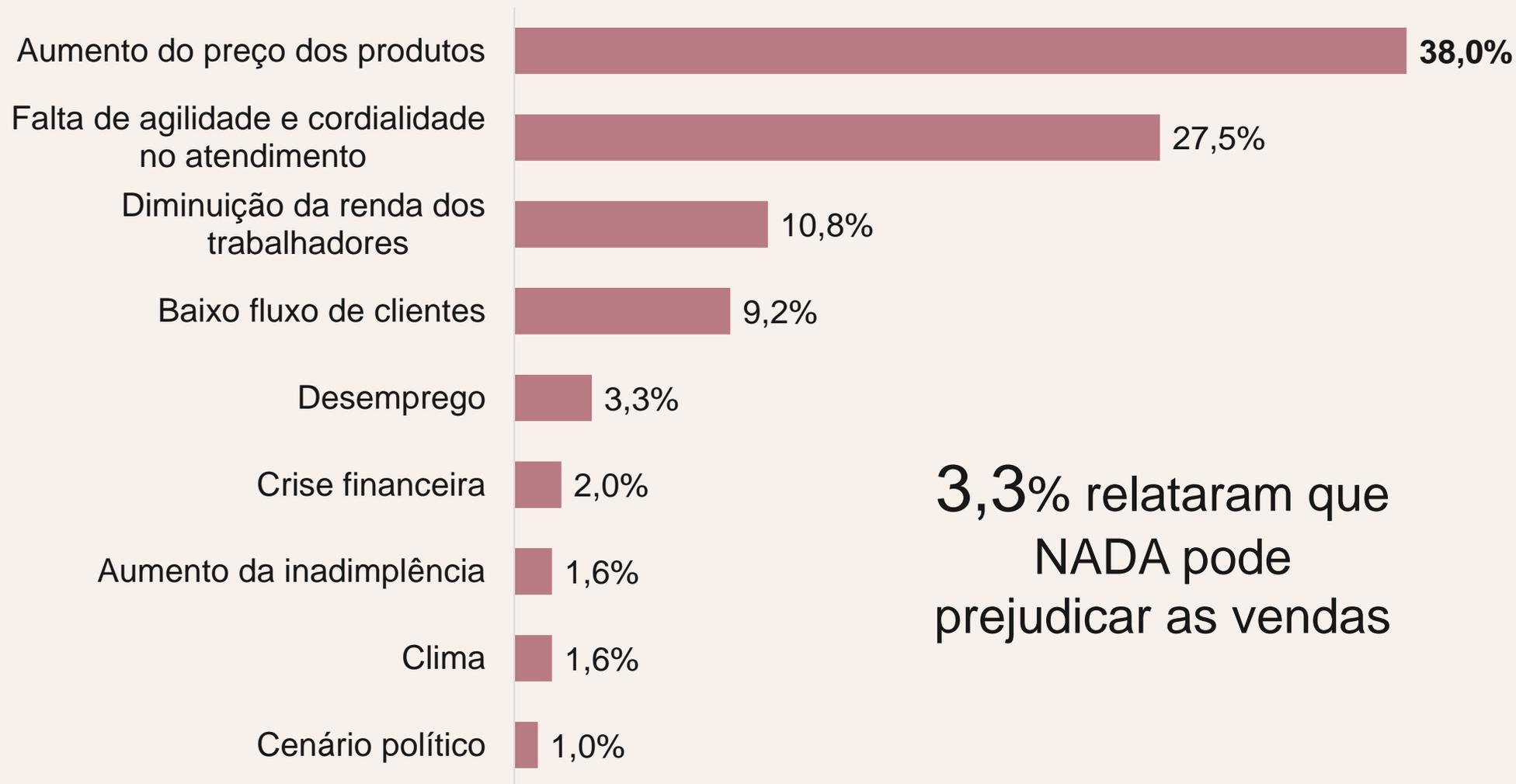


O que você acha que mais pode contribuir para as vendas no Dia dos Namorados?



Nota: outras respostas apresentaram frequência inferior a 1%.

O que você acha que mais pode prejudicar para as vendas no Dia dos Namorados?



3,3% relataram que **NADA** pode prejudicar as vendas



Nota: outras respostas apresentaram frequência inferior a 1%.

Expectativa de gastos dos consumidores com as compras para o Dia dos Namorados



21,3%



Diminuir em
relação à 2022

49,2%



Ser igual à
2022

29,5%



Aumentar em
relação à 2022

TOP 10 PRODUTOS COM MAIOR SAÍDA

- RESPOSTA MÚLTIPLA -



37,0%
Roupas



8,2%
Chocolates



19,0%
Calçados



8,2%
Artigos de decoração



8,9%
Flores



7,9%
Produtos personalizados



8,5%
Bolsas/mochilas



5,6%
Joias ou bijuterias



8,2%
Acessórios

Relógios, cintos, óculos, etc.



5,2%
Produtos de beleza

Crems, hidratantes, maquiagens, etc.



Nota: outras respostas apresentaram frequência inferior a 5%.

TOP 10 PRODUTOS COM MAIOR SAÍDA

- RESPOSTA MÚLTIPLA -

Em comparação com o ano anterior, **roupas, calçados e flores** tiveram **aumento** de 54,2%, 18,8% e 196,7%, respectivamente.

Já “**itens de decoração**” apresentou **redução** de 59%.





R\$181,66

TICKET MÉDIO POR PRODUTO

79,7%

dos entrevistados esperam a compra de **1 presente**

Aumento de **0,9%** em relação ao ano passado, em que o ticket médio foi R\$180.



TICKET MÉDIO POR PRODUTO



R\$221,62
Roupas



Aumento de 50,8%
em relação à 2022



R\$228,47
Calçados



Aumento de 51,3%
em relação à 2022



R\$102,58
Flores



Aumento de 2,6%
em relação à 2022

FORMA DE PAGAMENTO

Das compras parceladas, espera-se que sejam divididas em 4 parcelas.



48,5%



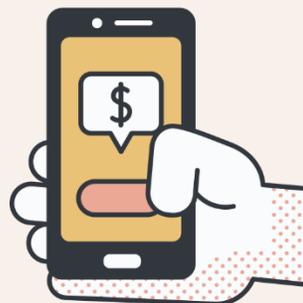
Parcelado no cartão de crédito

35,4%



À vista no cartão de crédito

11,1%



PIX

3,9%



Cartão de débito



Nota: outras respostas foram “À vista no cartão da própria loja” (0,7%) e “Parcelado no cartão da própria loja” (0,3%).

ESTRATÉGIAS PARA ATRAIR CONSUMIDORES

- RESPOSTA MÚLTIPLA -

80,3%

Divulgação
dos produtos

46,2%

Decoração
da loja

40,0%

Flexibilidade ou
facilidade de
pagamento

38,7%

Variedade de
produtos

16,4%

Aperfeiçoar o
atendimento



Nota: outras respostas foram “oferecer promoções” (2,3%), “venda online” (1,6%), “distribuição de brindes” (0,7%) e “conceder descontos” (0,3%).

DIVULGAÇÃO DOS PRODUTOS

- RESPOSTA MÚLTIPLA -



INSTAGRAM
82,3%



WHATSAPP
72,8%



DECORAÇÃO NA VITRINE
31,1%



SITE DA EMPRESA
29,2%



FACEBOOK
16,7%



BOCA A BOCA
13,1%



NÃO VAI DIVULGAR
3,3%



CARRO DE SOM
1,0%



TIKTOK
1,0%



TRÁFEGO PAGO
0,3%





60,3% esperam vendas melhores que em 2022



38% acreditam que o aumento no preço do produtos é o que mais prejudicará as vendas



R\$181,66

TICKET MÉDIO POR PRODUTO

Quase 80% dos entrevistados esperam a compra de **1 presente**



45,6% aumentarão o estoque em relação à 2022



49,2% esperam os mesmos dos gastos dos consumidores em relação à 2022



A principal estratégia para atrair consumidores será a divulgação dos produtos



O Instagram será o principal meio de divulgação dos produtos (82,3%)



Roupas e calçados serão os itens de maior saída



48,5% esperam pagamento parcelado no cartão de crédito

INSIGHTS

- Assim como no ano anterior, a maior parte dos entrevistados esperam melhores vendas e irão investir no aumento dos estoques.
- O ponto com maior expectativa de melhorar as vendas é a divulgação dos produtos e, de piorar as vendas, o aumento dos preços.
- Quase 30% esperam aumento dos gastos em relação ao ano passado, mas 49,2% esperam que os gastos sejam os mesmos.
- Roupas e calçados serão os itens de maior saída, assim como nos anos anteriores, e espera-se a venda de apenas 1 presente.
- O ticket médio esperado é de R\$181,66, representando um aumento de 0,9% em relação ao ano passado.
- A principal forma de pagamento esperada é o parcelamento das compras em, em média, 4 parcelas.



INSIGHTS

- A principal estratégia para atrair os consumidores será a divulgação dos produtos, seguido pela decoração da loja e flexibilidade de pagamento.
- As redes sociais se destacam novamente como o principal meio de divulgação, seguindo o padrão das datas comemorativas anteriores. O Instagram e o WhatsApp serão as mais utilizadas com 82,3% e 72,8%, respectivamente.
- Pela primeira vez o TikTok foi citado nas respostas, demonstrando o aumento da popularidade dessa rede social.
- O uso de tráfego pago também foi citado pela primeira vez, ilustrando a preocupação dos empresários em adotar o digital como meio de divulgação e vendas.



Responsáveis pela elaboração da pesquisa:

Larissa Fernandes

Gerente de Planejamento e Inteligência

Ana Paula Bastos

Coordenadora do Setor de Economia e Inteligência

Raquel Marinho

Estatística

Aline Costa

Técnico de Pesquisa

Silma Evangelista

Estatística

Júlia Santarelli

Técnico de Pesquisa

Virgínia Mesquita

Analista de Economia

Luciana Marques

Técnico de Pesquisa

