

INTENÇÕES DE COMPRAS PARA O DIA DOS NAMORADOS



Economia e
inteligência da
CDL/BH

INFORMAÇÕES TÉCNICAS

OBJETIVO

Sondar a expectativa dos consumidores de Belo Horizonte em relação à intenção de consumo para o Dia dos Namorados



Entrevistas:

Entrevistas realizadas por meio de um questionário estruturado, com perguntas abertas e fechadas, aplicado presencialmente em pontos de grande fluxo utilizando um dispositivo eletrônico.



Público Alvo:

Consumidores de Belo Horizonte



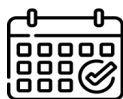
Amostra:

Foram entrevistados 200 consumidores. Considerando a amostra como aleatória, obtém-se um intervalo de confiança de 95% e um erro amostral de 6,9%.



Tratamento dos dados:

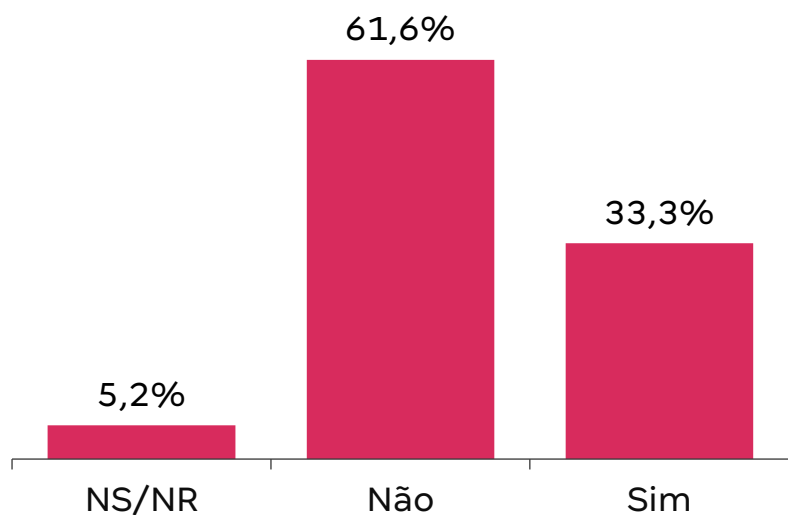
Para as variáveis monetárias, utilizou-se o método de quartis para reduzir o **impacto de outliers** e aumentar a confiabilidade das estimativas



Período:

Entrevistas entre os dias 23 e 25 de abril de 2026.

PRETENSÃO DE PRESENTEAR NESTE ANO



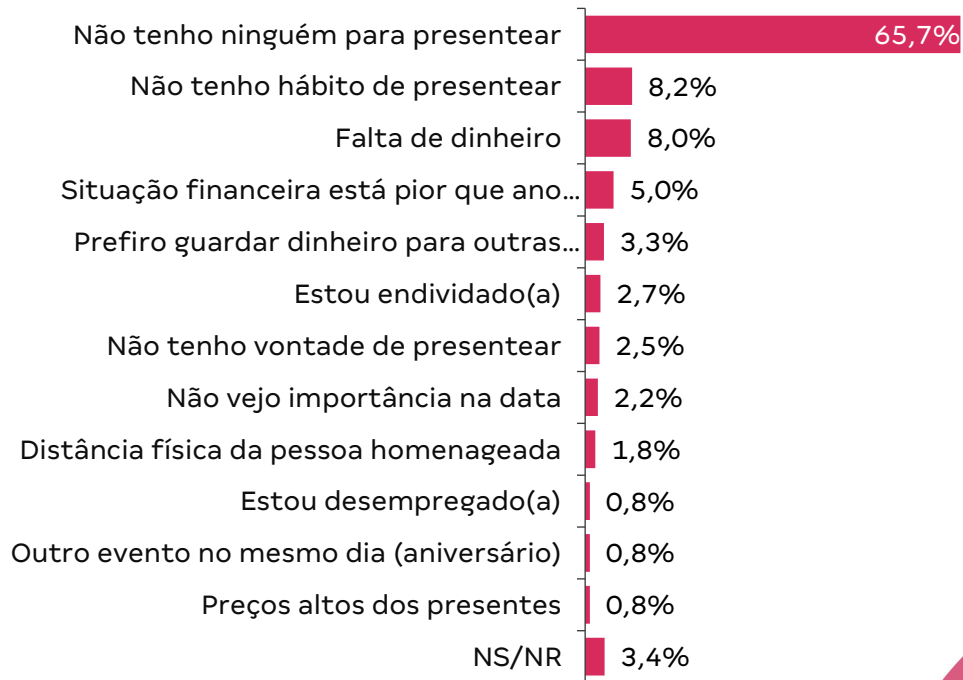
33,3%

dos entrevistados
pretendem
presentear alguém
especial este ano.

MOTIVOS PARA NÃO PRESENTEAR

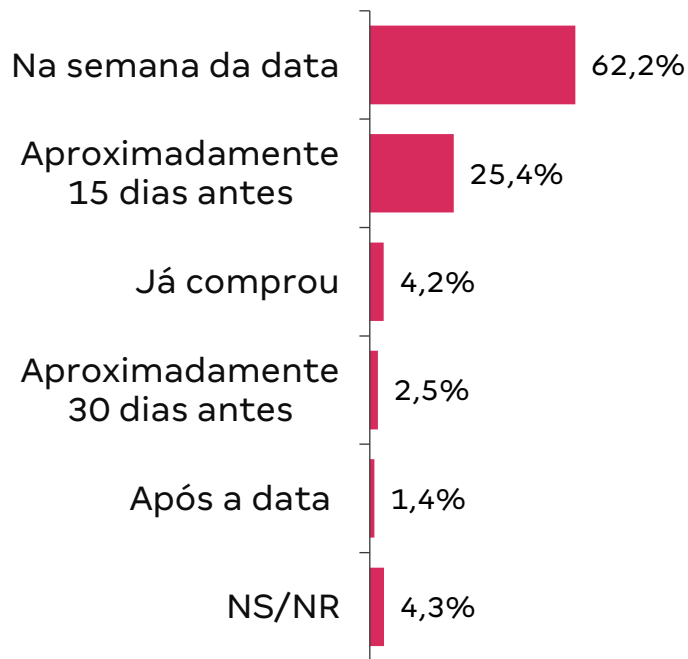


61,6%
dos entrevistados
não irão
adquirir item
na data



Nota: NS/NR: Não sabem ou não responderam

QUANDO PLANEJAM REALIZAR AS COMPRAS

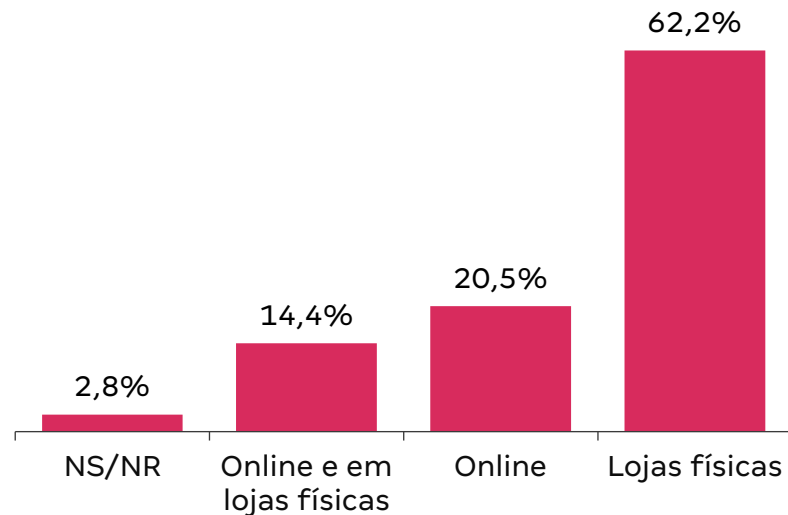


A maior movimentação do comércio ocorrerá na semana que antecede o dia dos namorados. Entre os que pretendem comprar o presente na semana da data, a falta de tempo aparece como um dos principais motivos, citada por 22,9% dos consumidores, que enfrentam rotinas corridas e acabam deixando a compra para a última hora.

Já fatores como hábito de deixar a compra para a última foi citado por 17,1% dos entrevistados e aguardando por inspiração 14,2%.

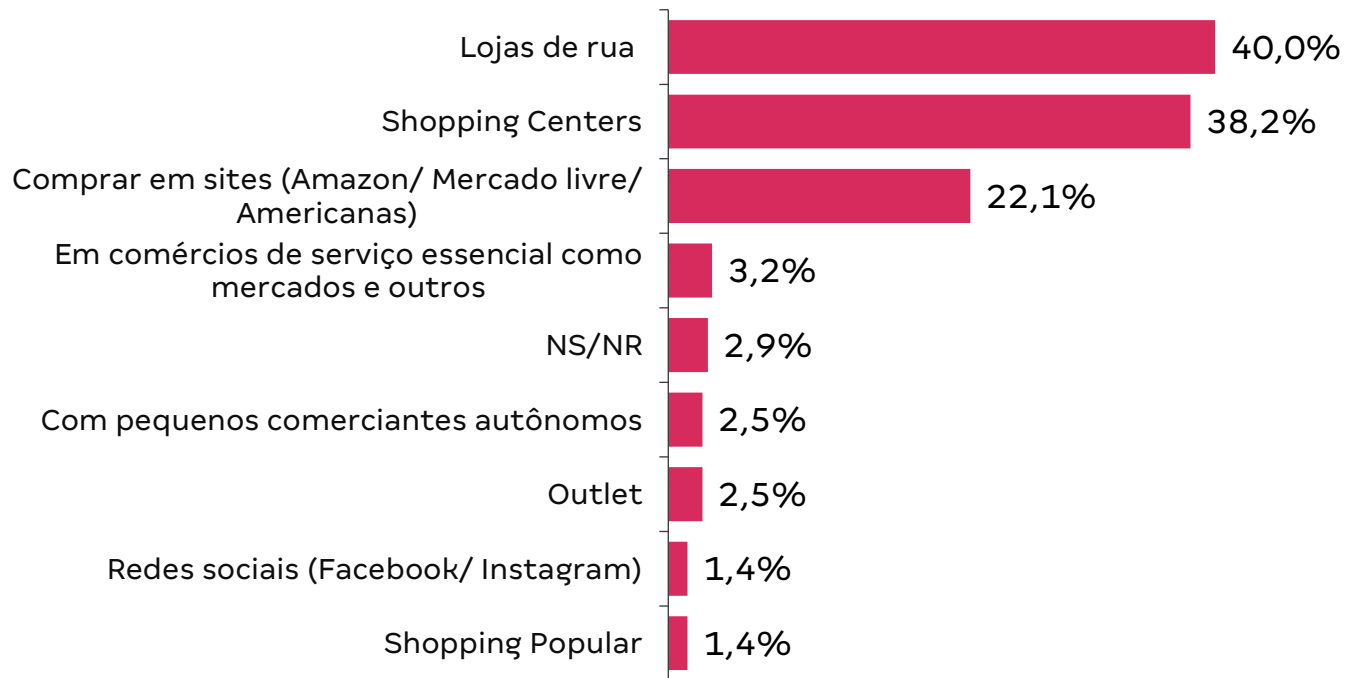
PRINCIPAIS CANAIS DE COMPRAS

A predominância das lojas físicas é ainda mais evidente quando se considera que, além dos 62,2% que pretendem comprar exclusivamente nesse canal, outros 14,4% afirmam que utilizarão tanto lojas físicas quanto o online. Dessa forma, o ambiente físico está presente na decisão de compra de 76,6% dos consumidores, reforçando sua centralidade no comportamento de consumo para a data.



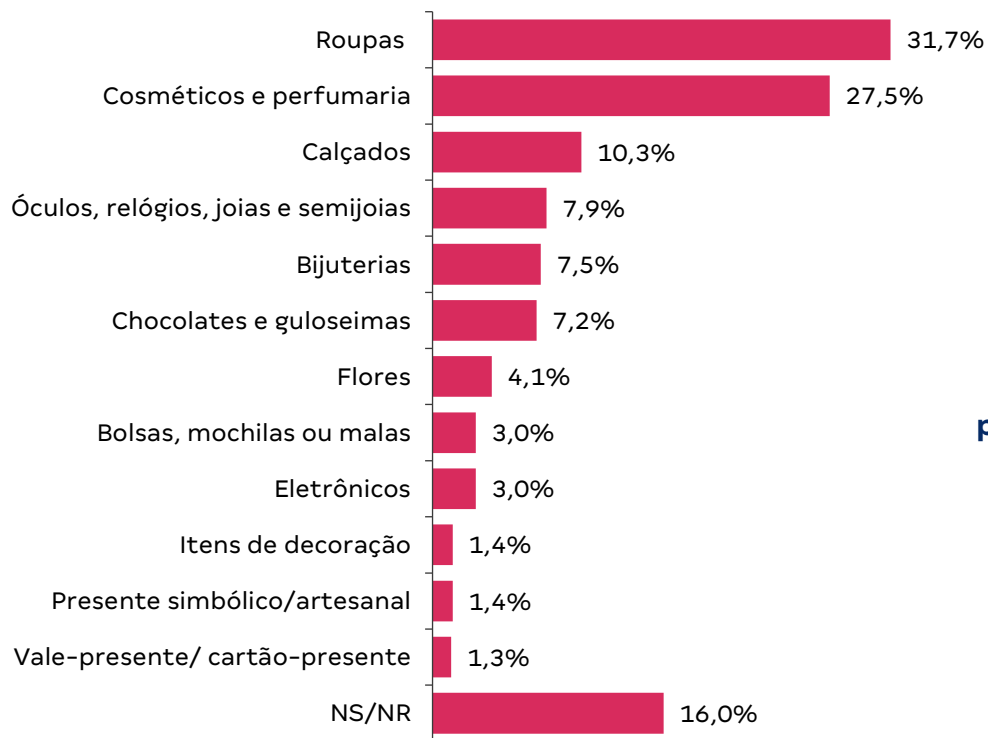
LOCAIS DE AQUISIÇÕES DOS PRESENTES

RESPOSTA MÚLTIPLA



Nota: NS/NR: Não sabem ou não responderam

ITENS DE MAIOR PROCURA PARA A DATA RESPOSTA MÚLTIPLA



**Roupas e cosméticos
aparecem entre os
presentes mais citados
pelos consumidores**

Nota: NS/NR: Não sabem ou não responderam

ITENS DE MAIOR PROCURA PARA A DATA

R\$ 214,90



Roupas

R\$369,20



Cosméticos

Para os que já decidiram, os presentes mais comuns são vestuários, com valor médio por item em torno de **R\$ 214,90**, e cosméticos, por volta de **R\$ 369,20**, mostrando uma forte tendência para itens voltados à **Moda e Beleza**.



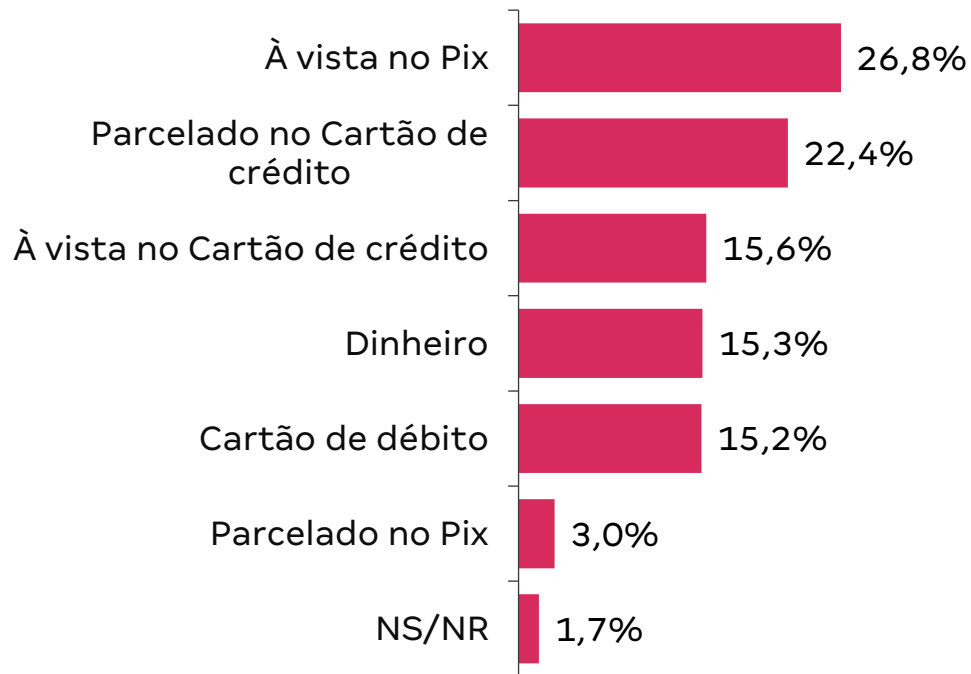
Os consumidores pretendem adquirir, em média, **UM PRESENTE** para homenagear alguém no **Dia dos Namorados**.

O tíquete médio estimado por item é de R\$ 264,23 por consumidor. Em comparação ao mesmo período de 2024, quando foi registrado o valor de R\$ 185,91, observa-se um aumento nominal no valor gasto com os presentes adquiridos.

COMPARAÇÃO DOS VALORES DOS PRESENTES

Entre aqueles que irão presentear e que também presentearam no ano passado (29,2%), mais da metade (58,1%) afirma que pretende gastar mais neste ano. Esse aumento é impulsionado principalmente pela percepção de preços mais elevados dos presentes (51,90%).

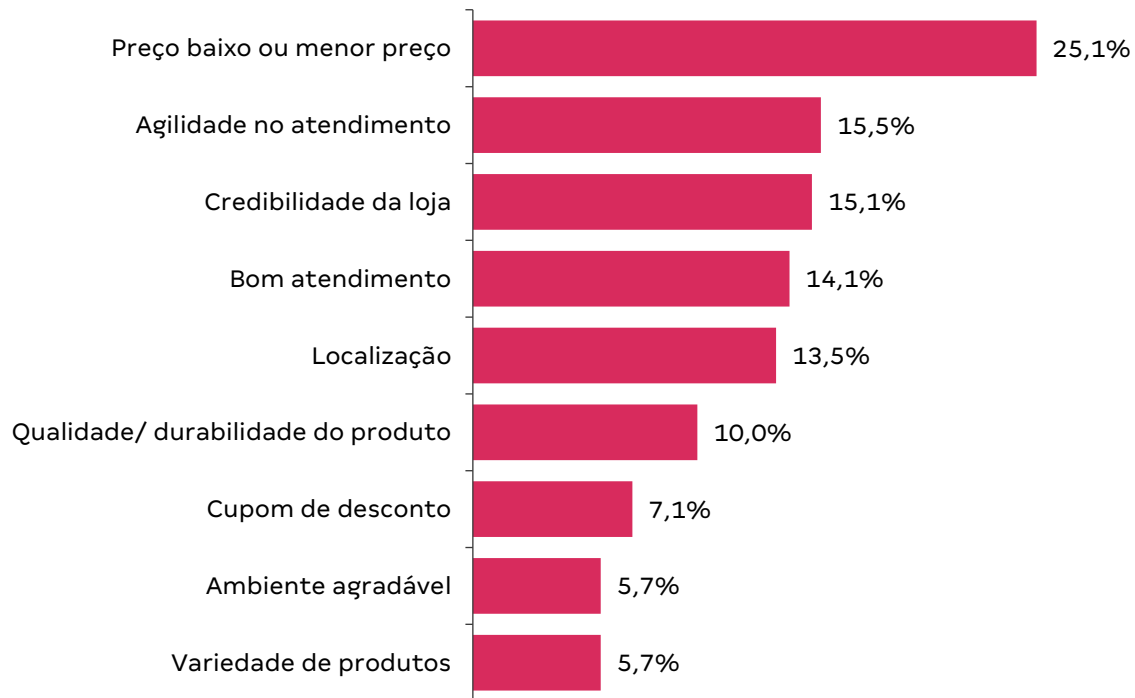
PRINCIPAIS FORMAS DE PAGAMENTO



A forma de pagamento mais utilizada será o pagamento à vista (72,9%), sendo o Pix a principal modalidade.

Entre aqueles que optarão pelo pagamento a prazo (28,4%), a média será de até 4 parcelas.

TOP 9 DOS PRINCIPAIS FATORES DETERMINANTES NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA

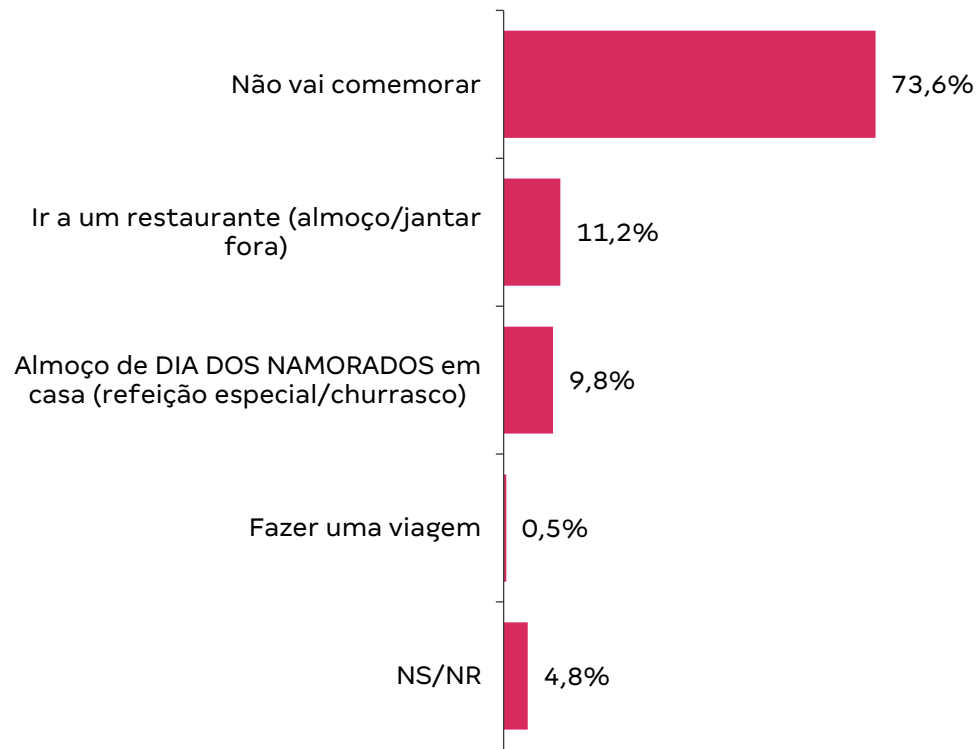


PRINCIPAL FATOR DETERMINANTE NA ESCOLHA DO PRODUTO

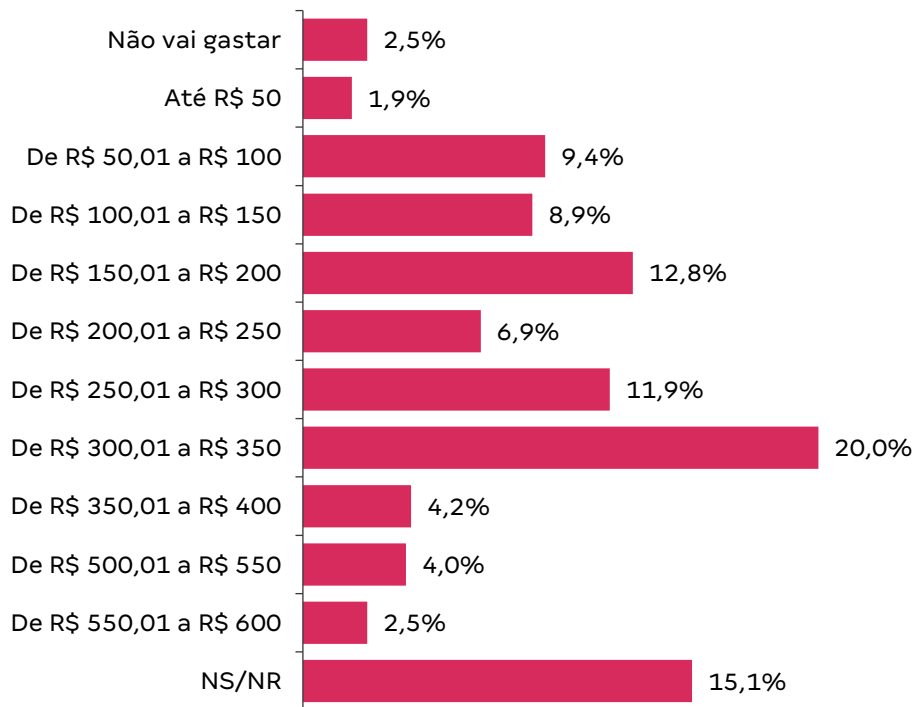


Nota: NS/NR: Não sabem ou não responderam

PRETENDE FAZER ALGO ESPECIAL PARA A DATA



PRETENDE FAZER ALGO ESPECIAL PARA A DATA VISÃO GERAL



Dos 26,3% dos entrevistados que pretendem realizar algo especial para o **Dia dos Namorados**, 2,5% relataram que não terão gastos com a comemoração e 15,1% não souberam ou não responderam. Entre aqueles que pretendem gastar e informaram um valor, o gasto médio estimado é de **R\$ 249,58**. Desses, a maioria afirmou que não irá ratear as despesas da comemoração.



**ECONOMIA E
INTELIGÊNCIA
DA CDL/BH**