

LEVANTAMENTO DE INTENÇÕES DE COMPRA DIA DOS NAMORADOS 2022

Levantamento realizado pela Câmara de Dirigentes Lojistas de Goiânia (CDL Goiânia) aponta que a maioria (71%) dos consumidores da Capital pretende presentear neste Dia dos Namorados.



☎ 62 4002 4224 ☎ 62 98408 3811

📍 Rua 8 N° 624 St. Oeste, Goiânia

🌐 cdlgoiania.com.br



SUMÁRIO

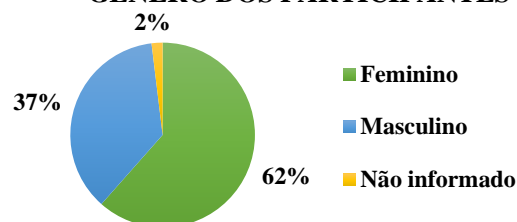
1. PERFIL DA AMOSTRAGEM:	3
1.1. Gênero (Levantamento Total)	3
1.2. Faixa Etária (Levantamento Total)	3
1.3. Faixa Etária x Gênero	3
2. INTENÇÃO EM PRESENTEAR:	4
2.1. Tem interesse em presentear esse ano?	4
2.2. Interesse em presentear por Gênero:	4
2.3. Intenção de compras por Faixa Etária:	4
2.4. Motivos para não presentear:	4
2.5. Motivos pelos quais não irá presentear esse ano x Faixa Etária:	5
2.6. Motivos pelos quais não irá presentear esse ano x Gênero:	5
3. QUEM SERÁ PRESENTEADO:	6
3.1. Quem será presenteado	6
3.2. Quem será presenteado x Faixa Etária	6
3.3. Quem será presenteado x Gênero	6
4. PESQUISA DE PREÇO:	7
4.1. Irá realizar pesquisa de preço?	7
4.2. Pesquisa de preço x Gênero:	7
4.3. Pesquisa de preço x Faixa Etária:	7
5. VALOR DO PRESENTE:	8
5.1. Valor médio de compra	8
5.2. Valor médio de compra x Gênero:	8
5.3. Valor médio de compra x Faixa Etária:	8
6. COMPARAÇÃO DO VALOR DO PRESENTE 2021 X 2022:	9
6.1. Valor comparado ao ano anterior	9
6.2. Valor comparado entre 2021 e 2022 x Gênero:	9
6.3. Valor comparado entre 2021 e 2022 x Faixa Etária:	9
7. MEIO DE PAGAMENTO UTILIZADO:	10
7.1. Meio de pagamento preferido pelo consumidor	10
7.2. Meio de pagamento preferido x Gênero	10
7.1. Meio de pagamento preferido x Faixa Etária:	11
8. TIPO DE PRESENTE:	12
8.1. Tipos de presente	12
8.2. Tipos de presente x Gênero	12
8.1. Tipos de presente x Faixa Etária:	13
9. LOCAL DE COMPRA:	14
9.1. Local preferido para a compra	14
9.1. Local preferido para a compra x Gênero:	14
9.1. Local preferido para a compra x Faixa Etária:	15
10. DATA DA COMPRA:	16
10.1. Quando pretende comprar o presente?	16
10.2. Quando pretende comprar o presente? X Gênero	16
10.3. Quando pretende comprar o presente? X Faixa Etária	16
11. DIFERENCIAL PARA COMPRA:	17
11.1. Diferencial mais atrativo para compra	17
11.2. Diferencial mais atrativo para compra x Gênero:	17
11.3. Diferencial mais atrativo para compra x Faixa Etária:	18

1. PERFIL DA AMOSTRAGEM:

1.1. Gênero (Levantamento Total):

- 62% dos respondentes são mulheres;
- 37% dos respondentes são homens;
- 02% dos respondentes não informaram Gênero.

GÊNERO DOS PARTICIPANTES

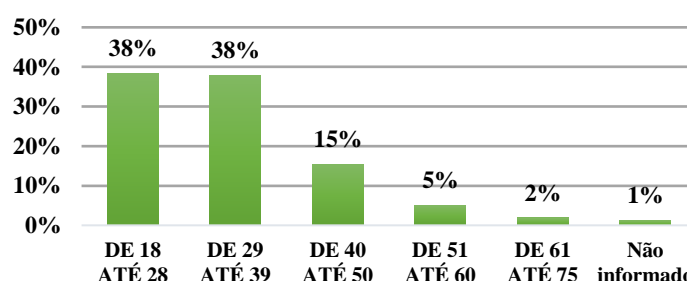


- Dentre os Gêneros, 39% das mulheres participantes estão na Faixa Etária de 18 a 28 anos, seguido por 35% com idade entre 29 e 39 anos.
- Já entre os homens ocorre o inverso, a maioria dos participantes (44%) está na Faixa Etária de 29 a 39 anos, seguido por 35% na Faixa Etária de 18 a 28 anos.

1.2. Faixa Etária (Levantamento Total):

- 38% possuem idade entre 18 e 28 anos;
- 38% possuem idade entre 29 e 39 anos;
- 15% possuem idade entre 40 e 50 anos;
- 05% possuem idade entre 51 e 60 anos;
- 02% possuem idade entre 61 e 75 anos;
- 01% não informaram a idade.

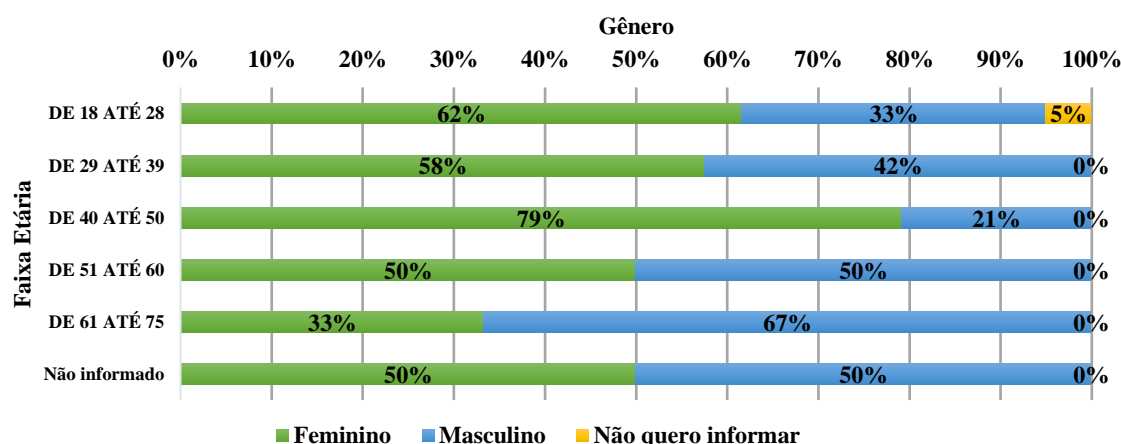
FAIXA ETÁRIA DOS PARTICIPANTES



1.3. Faixa Etária x Gênero:

- As mulheres representam a maioria dos respondentes em todas as faixas etárias, com exceção daqueles com 61 a 75 anos, em que 67% são homens, contra 33% de mulheres.
- Todos os que não quiseram informar o Gênero estão na Faixa Etária de 18 a 28 anos.
- Segue abaixo o gráfico de composição de Gênero dos respondentes de cada Faixa Etária informada:

GÊNERO X FAIXA ETÁRIA DOS PARTICIPANTES

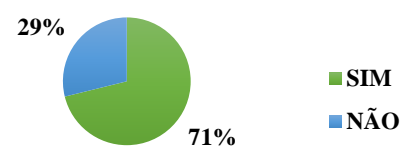


2. INTENÇÃO EM PRESENTEAR:

2.1. Tem interesse em presentear esse ano?

- 71% dos respondentes têm intenção de presentear;
- 29% dos respondentes disseram que não irão presentear.

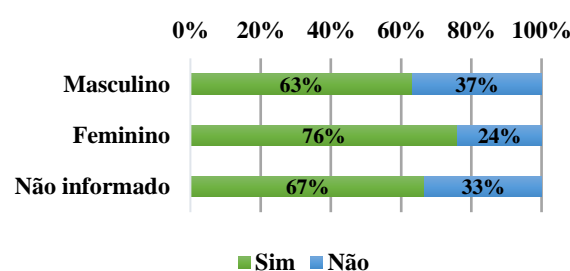
INTENÇÃO EM PRESENTEAR



2.2. Interesse em presentear por Gênero:

- As mulheres (76%) tem mais intenção em presentear do que os homens (63%).

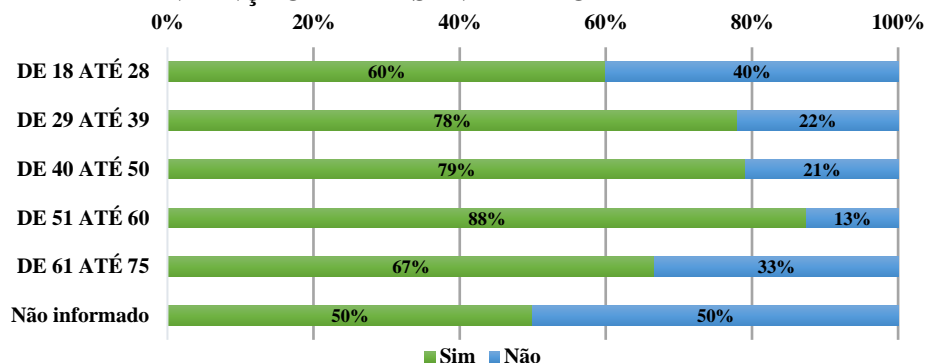
IRÁ PRESENTEAR? X GÊNERO



2.3. Intenção de compras por Faixa Etária:

- Dentre cada Faixa Etária, o maior percentual de pessoas que não tem intenção em presentear corresponde às pessoas com idade entre 18 e 28 anos (40%).
- Já para as pessoas com Faixa Etária entre 29 e 60 anos o levantamento aponta **média** de 82% de intenção de compras [querem presentear].

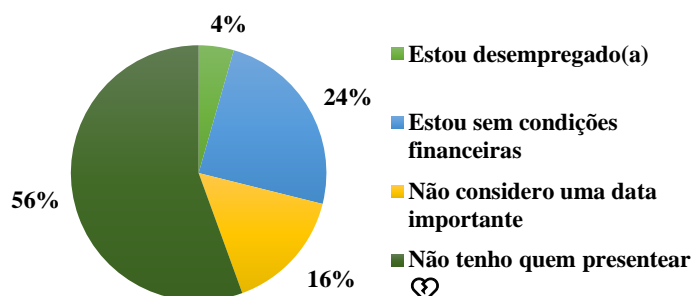
INTENÇÃO DE PRESENTEAR POR FAIXA ETÁRIA



2.4. Motivos para não presentear:

- Do total de pessoas que disseram que não irão presentear (29%) esse ano, 56% dos entrevistados informaram que não possuem alguém para presentear.
- O segundo motivo mais apontado diz respeito a falta de condições financeiras para comprar o presente (24%).
- Mas há também aqueles que não consideram o Dia dos Namorados uma data importante (16%).

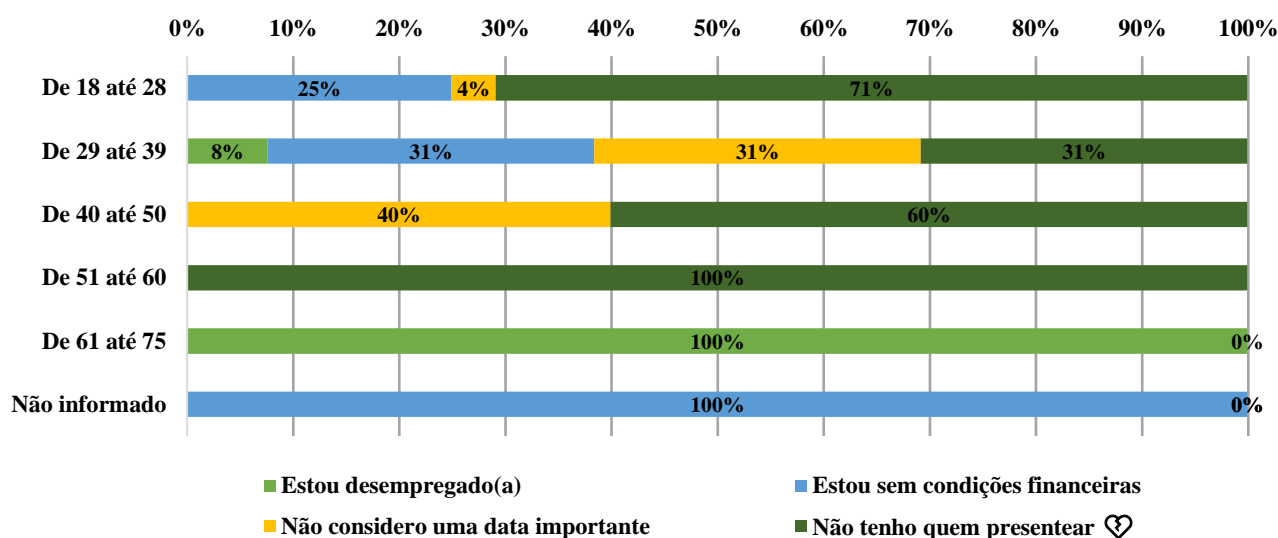
MOTIVOS PARA NÃO PRESENTEAR



2.5. Motivos pelos quais não irá presentear esse ano x Faixa Etária:

- Os mais jovens, com idade entre 18 e 28 anos correspondem ao grupo com maior intenção em não presentear (40%) esse ano, desses, 71% alegaram que não possuem alguém para presentear, seguidos por 25% que disseram que estão sem condições financeiras.
- Dentre o grupo com idade entre 29 e 39 anos, em que 22% dos integrantes afirmaram que não iriam presentear esse ano, três motivos aparecem empatados com 31% das respostas, sendo eles: a ausência de condições financeiras, o fato de não considerarem uma data importante e a falta de alguém para presentear.

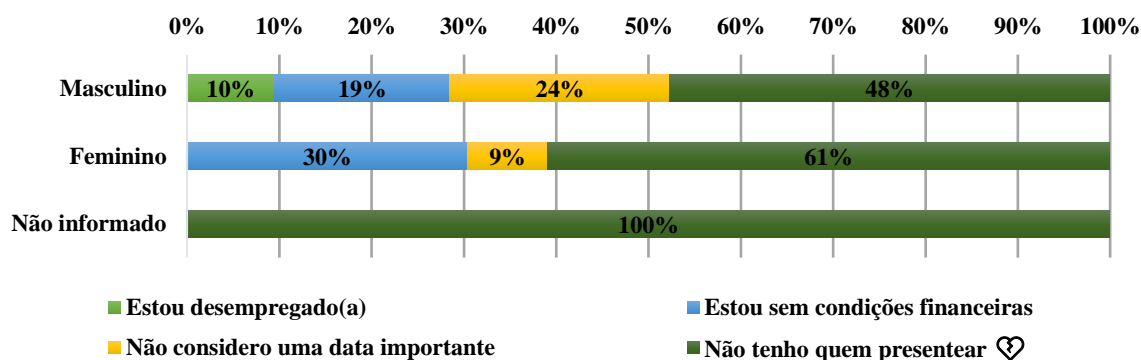
POR QUE NÃO PRESENTEARÁ? X FAIXA ETÁRIA



2.6. Motivos pelos quais não irá presentear esse ano x Gênero:

- Dentre os homens que não irão presentear (37%), a maioria deles alega que não tem quem presentear (48%), além disso, 24% dos homens entrevistados informaram que não consideram uma data importante.
- Já para as mulheres que não irão presentear (24%), a maioria delas também afirma não ter quem presentear (61%), e 30% afirmam que estão sem condições financeiras no momento.

POR QUE NÃO PRESENTEARÁ? X GÊNERO

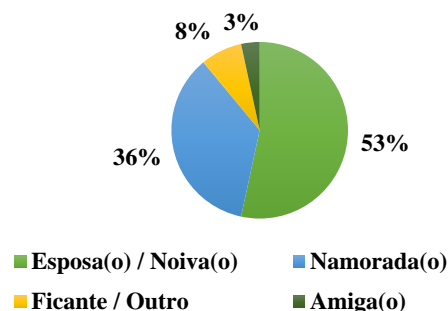


3. QUEM SERÁ PRESENTEADO:

3.1. Quem será presenteado:

- 53% de todos os entrevistados informaram que presentearão Esposa(o) ou Noiva(o);
- 36% informaram que presentearão a/o Namorada(o);
- Mas há também 8% de pessoas que presentearão relacionamentos menos “formais” como o chamado “ficante” ou “crush”.

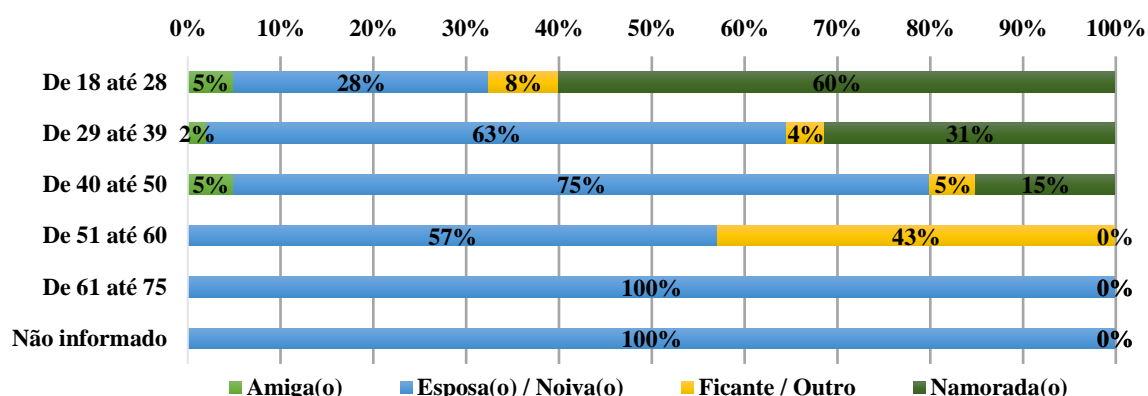
QUEM SERÁ PRESENTEADO(A)



3.2. Quem será presenteado x Faixa Etária:

- Entre os jovens com idade entre 18 e 28 anos que afirmaram ter intenção em presentear (60%), a maioria informou que o presente será destinado à/ao namorada(o) (60%), seguido por 28% que informaram que presentearão seu/sua esposo(a) ou noivo(a).
- Já para os demais grupos o presente será majoritariamente destinado ao/à esposo(a) ou noivo(a), tendo sido essa a opção alegada por 63% das pessoas com idade entre 29 e 39 anos, 75% das pessoas com idade entre 40 e 50 anos e 100% daqueles com idade entre 60 e 75 anos.

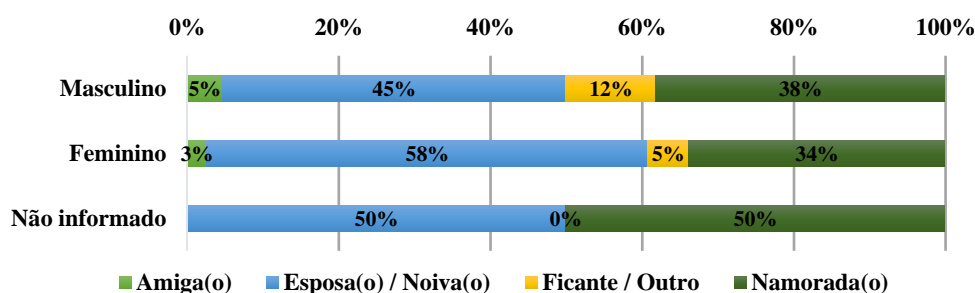
QUEM SERÁ PRESENTEADO X FAIXA ETÁRIA



3.3. Quem será presenteado x Gênero:

- Entre os homens, 45% informaram que presentearão suas Esposas(os), e 38% informaram que presentearão suas Namoradas(os), o presente para a/o Ficante aparece com 12%.
- Entre as mulheres, 58% informaram que presentearão seus Esposos(as), e 34% informaram que presentearão seus Namorados(as), o presente para o/a Ficante aparece com 05%.

QUEM SERÁ PRESENTEADO X GÊNERO

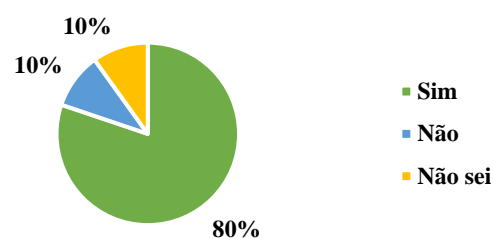


4. PESQUISA DE PREÇO:

4.1. Irá realizar pesquisa de preço?

- Dentre todos os entrevistados, 80% informaram que irão realizar pesquisas de preço, 10% informaram que não irão e 10% disseram que não sabem se farão pesquisas de preço antes da compra.

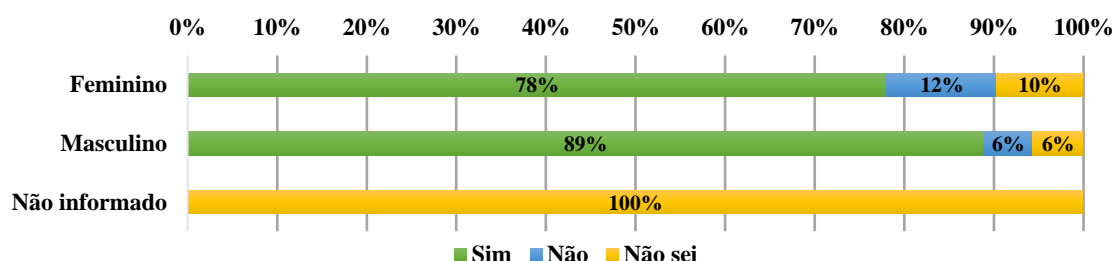
PRETENDE PESQUISAR O PREÇO?



4.2. Pesquisa de preço x Gênero:

- Dentre as mulheres, 78% informaram que irão pesquisar, 12% informaram que não irão realizar pesquisas de preço e 10% disseram que ainda não sabem.
- Dentre os homens, 89% informaram que irão pesquisar, 06% informaram que não irão realizar pesquisas de preço e 06% disseram que ainda não sabem.

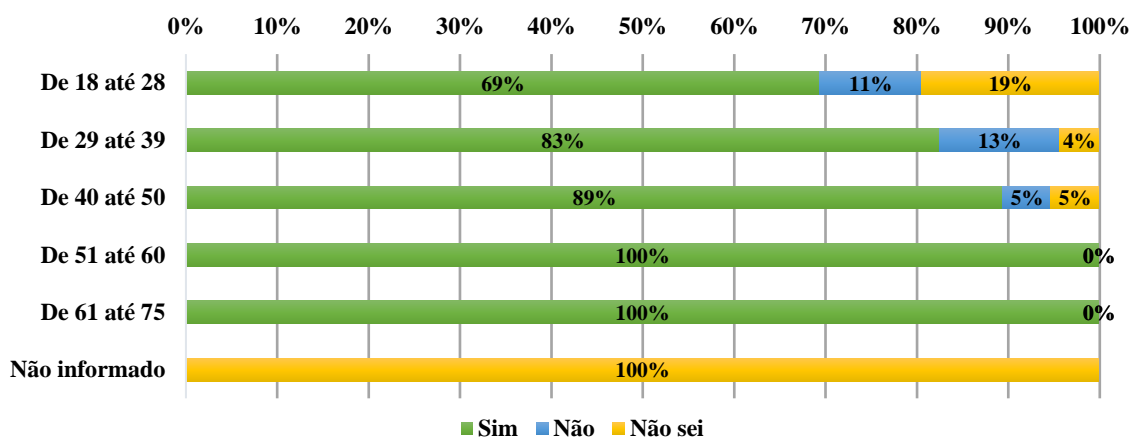
PESQUISA DE PREÇO X GÊNERO



4.3. Pesquisa de preço x Faixa Etária:

- Dentre aqueles com idade entre 18 e 28 anos que afirmaram ter interesse em presentear (60%) há o maior número de pessoas que ainda não sabem se farão pesquisas de preço antes da compra (19%), além disso, 11% já confirmaram que não pesquisarão, contra 69% que irão consultar os preços.
- Dentre aqueles com idade entre 29 e 39 anos, apesar dos indecisos sobre as pesquisas representarem apenas 04%, há um percentual maior de pessoas que já tem certeza de que não realizarão pesquisas de preço (13%), em compensação, 83% afirmaram que irão comparar os preços.
- Para os demais grupos é crescente o percentual de pessoas que realizarão pesquisas de preço.

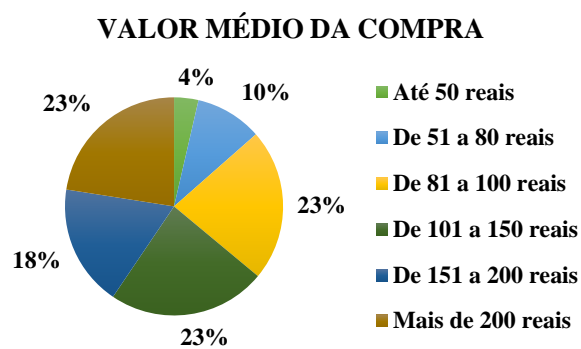
PESQUISA DE PREÇO X FAIXA ETÁRIA



5. VALOR DO PRESENTE:

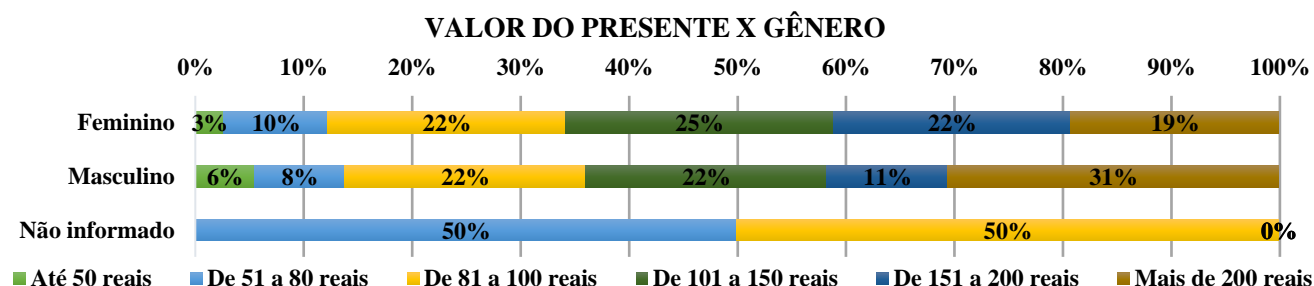
5.1. Valor médio de compra:

- Do total de entrevistados, o valor investido no presente aparece bem distribuído entre as faixas de 80 a mais de 200 reais;
- 23% dos entrevistados informaram que investirão de 80 a 100 reais, assim como 23% disseram investir de 100 a 150 reais e 23% informaram que irão gastar mais de 200 reais.



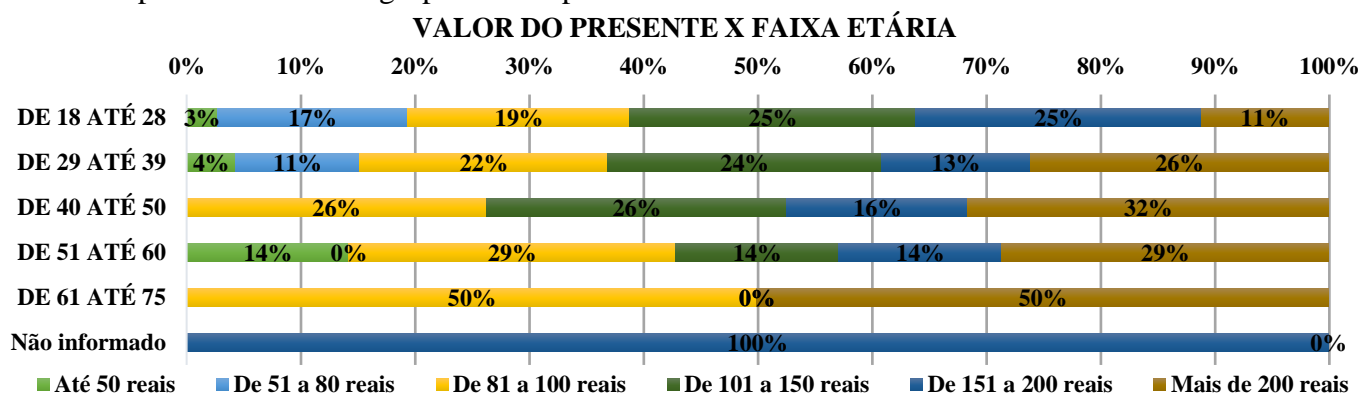
5.2. Valor médio de compra x Gênero:

- Dentre as mulheres, o valor de intenção de compras aparece igualmente distribuído nas faixas entre 80 e 200 reais, com uma média de 22% de respostas para cada faixa de preço.
- Já entre os homens, o valor de intenção de compras aparece com 31% na faixa acima de 200 reais, seguido por 22% na faixa entre 80 e 100 reais e 22% na faixa entre 100 e 150 reais.



5.3. Valor médio de compra x Faixa Etária:

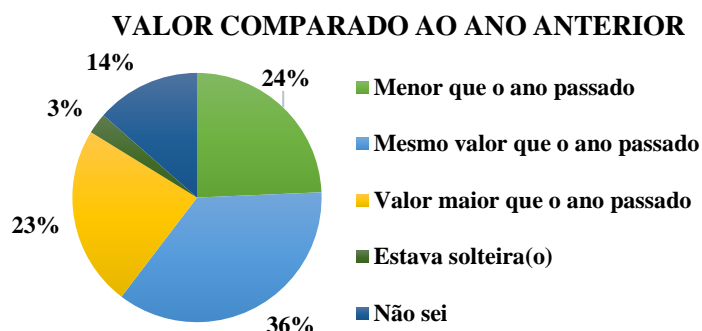
- Dentre as pessoas com idade entre 18 e 28 anos: 50% informaram que buscam presentes entre 100 e 200 reais, 19% informaram que buscam presentes entre 80 e 100 reais e 17% afirmaram que procuram presentes entre 51 e 80 reais.
- Já para pessoas com idade entre 29 e 39 anos: 26% informaram que buscam presentes com valor acima de 200 reais, 24% disseram que buscam presentes de 100 a 150 reais e 22% informaram que buscam presentes de 80 a 100 reais.
- Para os demais grupos, a maioria informou a intenção em investir mais de 200 reais no presente, sendo esse o valor preferido para: 32% das pessoas com idade entre 40 e 50 anos, 29% das pessoas com idade entre 50 e 60 anos, 50% das pessoas com idade entre 60 e 75 anos. A segunda maior preferência desses grupos são os presentes com valores de 80 a 100 reais.



6. COMPARAÇÃO DO VALOR DO PRESENTE 2021 X 2022:

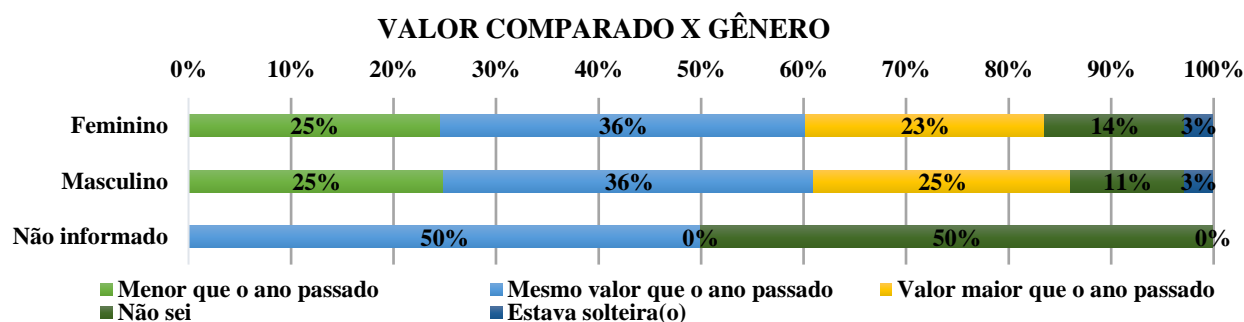
6.1. Valor comparado ao ano anterior:

- Para a maioria dos entrevistados (36%) o valor investido esse ano será na mesma faixa de preço de 2021;
- 24% dos entrevistados afirmaram que investirão menos no presente;
- E 23% disseram que gastarão um pouco mais em 2022 do que em 2021.



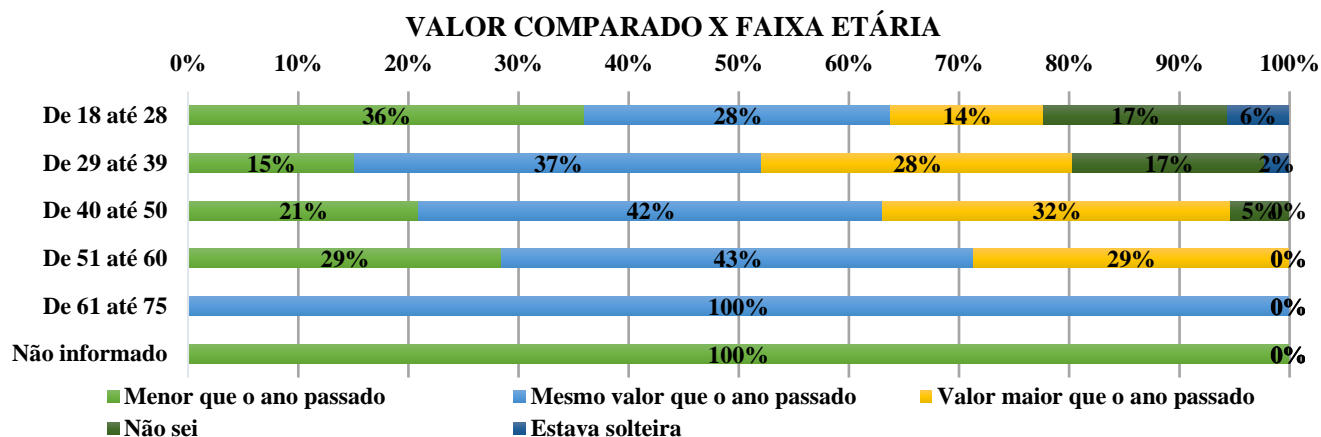
6.2. Valor comparado entre 2021 e 2022 x Gênero:

- A variação de preço dos presentes entre 2021 e 2022 aparece equilibrada entre os Gêneros, com leve tendência a um investimento um pouco maior dos homens (25%) em 2022 quando comparado às mulheres (23%).



6.3. Valor comparado entre 2021 e 2022 x Faixa Etária:

- A tendência pela manutenção do mesmo valor investido em 2021 se mantém em todas as Faixas Etárias.
- Dentre aqueles com idade entre 18 e 28, 36% disseram que investirão menos esse ano, enquanto 28% manterão o mesmo valor pago no ano passado.
- Já no grupo com idade entre 29 e 39, apesar de 37% afirmarem que manterão o mesmo valor, 28% disseram que vão investir mais em 2022 do que no ano passado.
- O mesmo acontece com o grupo com idade entre 40 e 50 anos, em que a maioria (42%) também afirmou manter o mesmo valor do ano passado, mas 32% alegam que investirão mais em 2022.

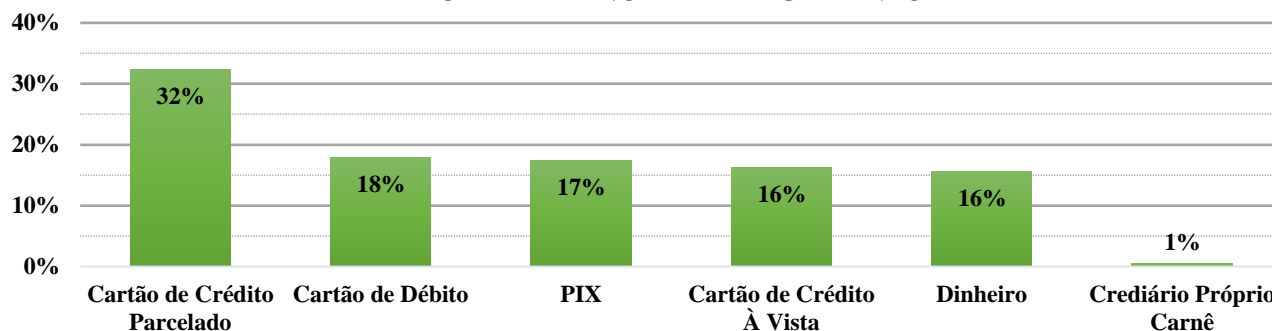


7. MEIO DE PAGAMENTO UTILIZADO:

7.1. Meio de pagamento preferido pelo consumidor:

- Para a maioria dos entrevistados, o parcelamento da compra com o Cartão de Crédito é o meio preferido (32%), seguido pelo pagamento à vista via Cartão de Débito (18%).
- O pagamento via PIX também ganha espaço entre as preferências do consumidor (17%), superando a preferência pelo pagamento em Cartão de Crédito à Vista (16%) e em Dinheiro (16%).

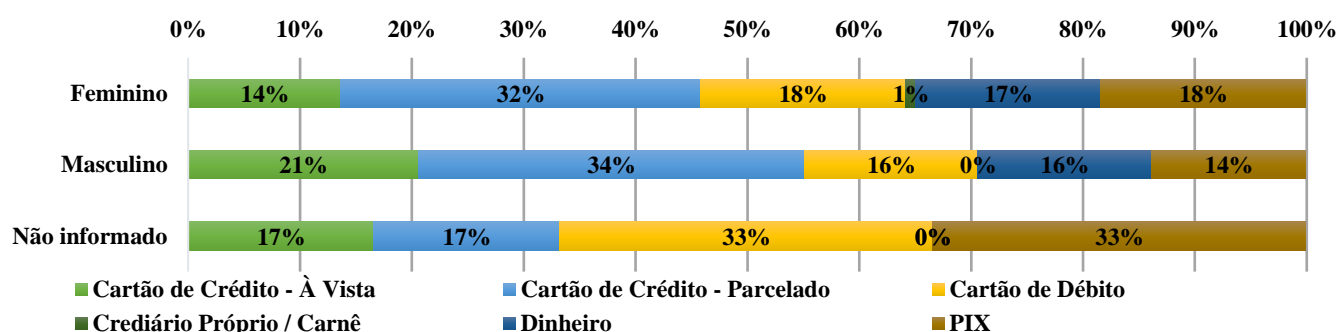
MEIO PREFERENCIAL DE PAGAMENTO



7.2. Meio de pagamento preferido x Gênero:

- Para as mulheres, o parcelamento no Cartão é o meio de pagamento preferido (32%), estando empatados em segundo lugar o pagamento via Cartão de Débito (18%) e PIX (18%).
- Os homens também preferem majoritariamente o parcelamento no Cartão (34%), mas em segundo lugar também optam pelo Cartão de Crédito para o pagamento à vista.
- Dentre os grupos, o único que informou alguma preferência pelo uso de Crediário Próprio foi o grupo feminino, mas com 1% de preferência.

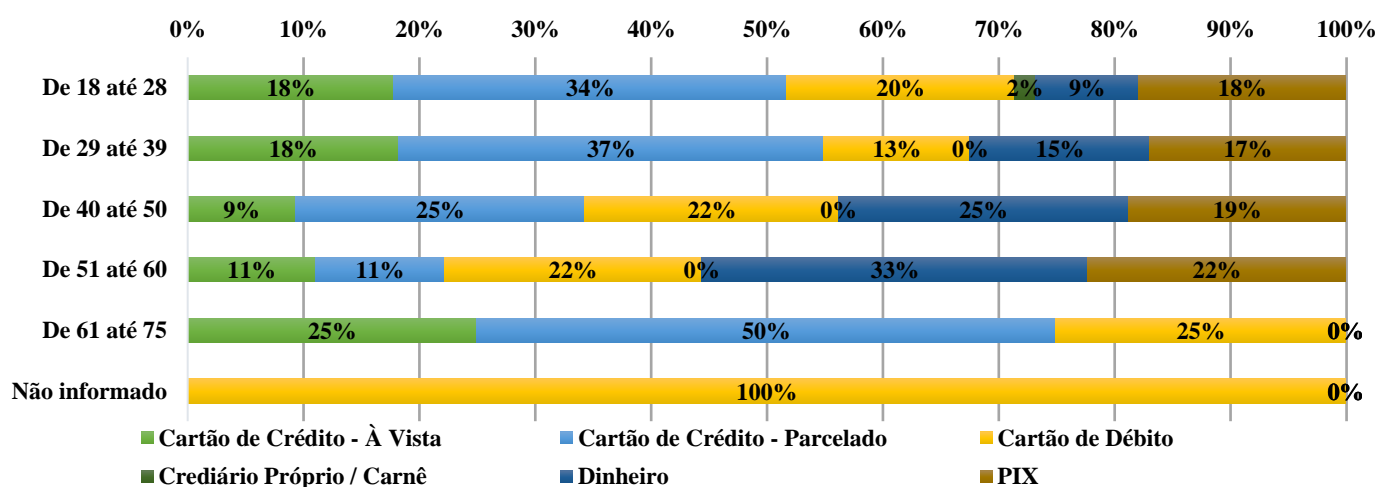
MEIO DE PAGAMENTO PREFERENCIAL X GÊNERO



7.1. Meio de pagamento preferido x Faixa Etária:

- Dentre os dois primeiros grupos, com idade entre 18 e 39 anos, a preferência pela utilização do Cartão de Crédito tanto para compras parceladas (méd. 35%) quanto para o pagamento à vista (méd. 18%) se mantém quase uniforme.
- Quanto a utilização do Dinheiro como meio de pagamento, é possível notar o crescimento de sua preferência aos grupos mais velhos, sendo: 09% para a faixa de 18 até 28anos; 15% para a faixa de 29 até 39 anos; 25% para a faixa de 40 até 50 anos e 33% para a faixa de 51 até 60 anos.
- Já o pagamento por PIX se mostra igualmente aceito por todas as Faixas Etárias, com média de 19% de preferência entre os grupos.

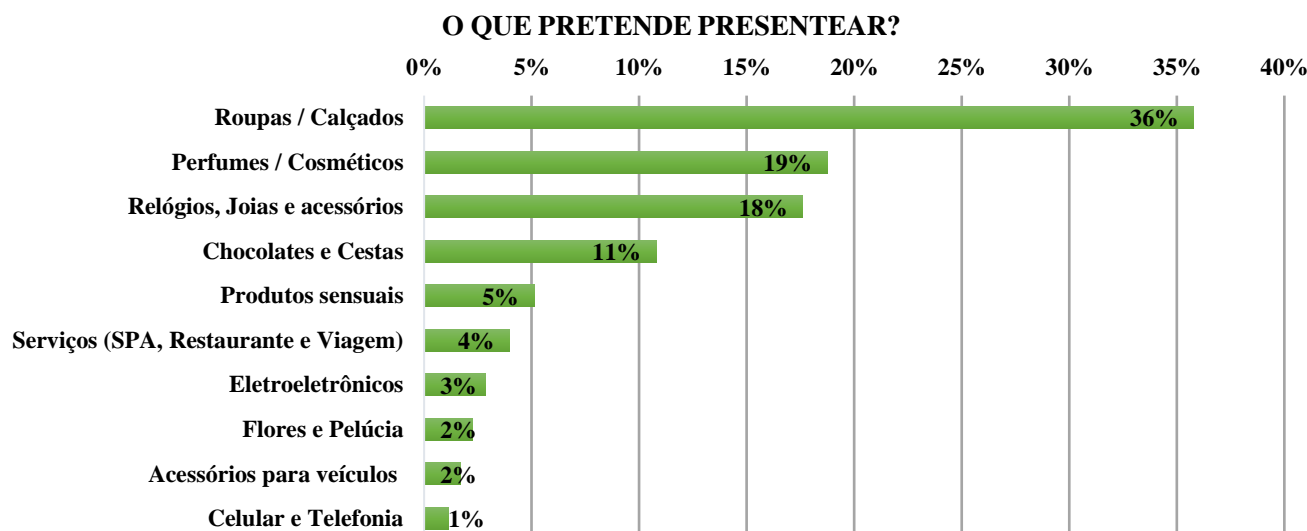
MEIO DE PAGAMENTO PREFERENCIAL X FAIXA ETÁRIA



8. TIPO DE PRESENTE:

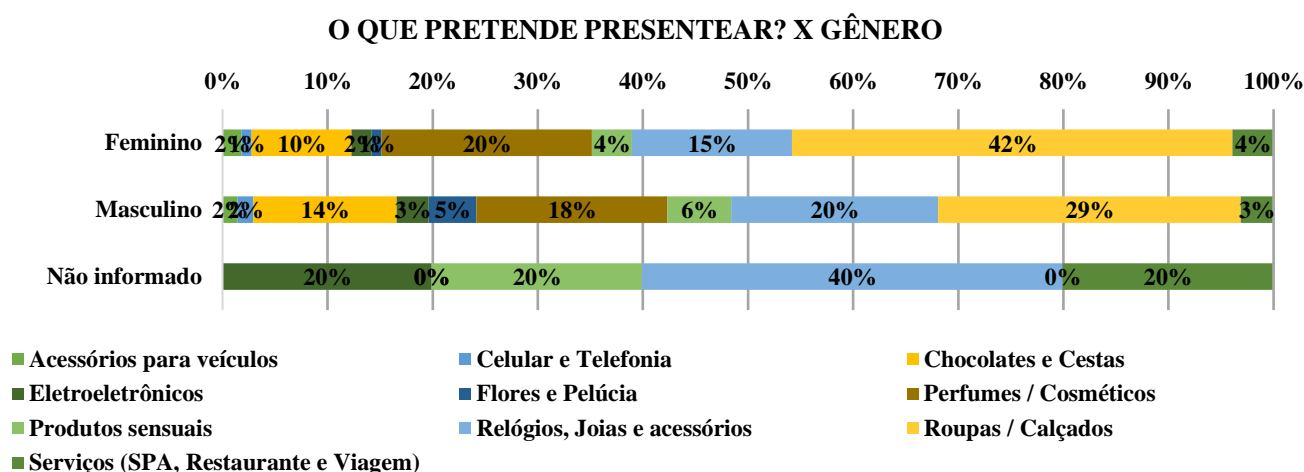
8.1. Tipos de presente:

- Dentre todos que irão presentear, Roupas e Calçados são os itens preferidos por 36% dos participantes, seguido por Perfumes e Cosméticos (19%) e por Relógios, Joias e Acessórios (18%).
- Os clássicos Chocolates, Cestas e Flores aparecem com 11% de preferência.



8.2. Tipos de presente x Gênero:

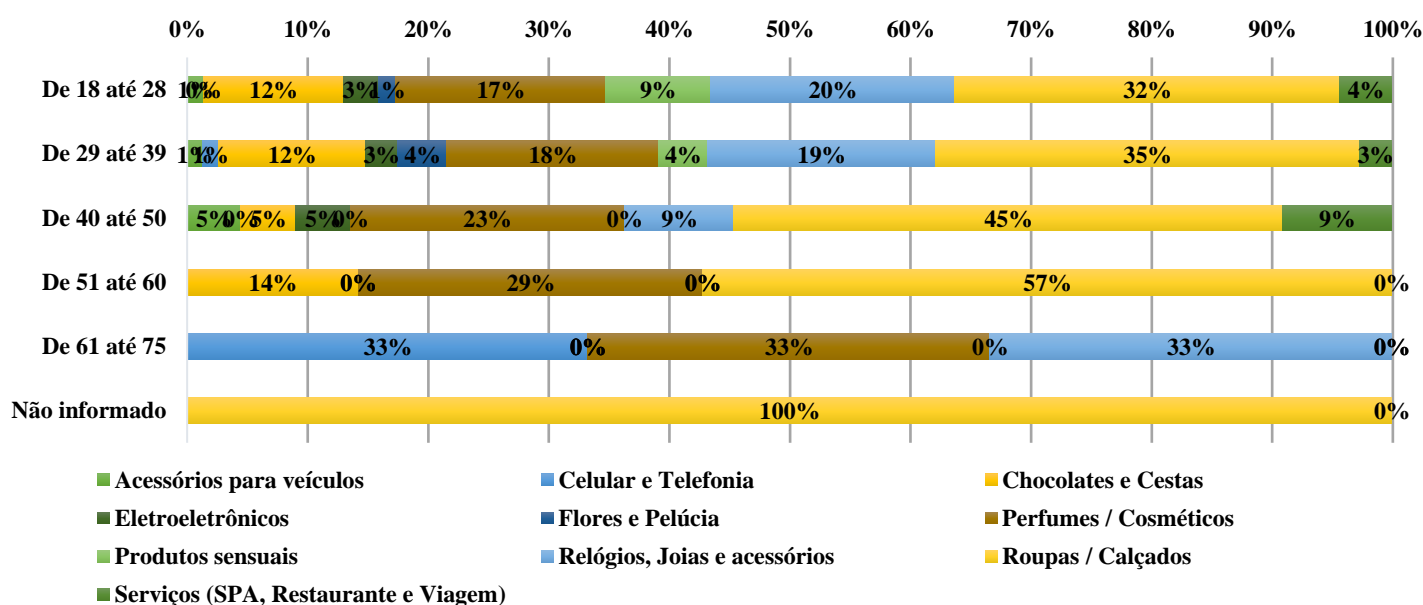
- Dentre os Gêneros, as preferências de compra são semelhantes, com prioridade para Roupas e Calçados tanto para homens (29%) quanto para mulheres (42%).
- No entanto, os grupos divergem quanto a segunda opção, isso porque os homens preferem comprar Relógios, Joias e Acessórios (20%), seguido por Perfumes e Cosméticos (18%), já as mulheres preferem comprar Perfumes e Cosméticos (20%), seguido por Relógios, Joias e Acessórios (15%).



8.1. Tipos de presente x Faixa Etária:

- Dentre as Faixas Etárias as preferências de compra se mantêm com maior procura por Roupas e Calçados por todas as idades, seguido por Perfumes e Cosméticos e por Relógios, Joias e Acessórios.
- 14% dos participantes com idade entre 51 e 60 anos elegeram Chocolates, Cestas e Flores como sua terceira opção de compras.
- Já para o grupo com idade entre 61 e 75 anos, presentear com Celular e Telefonia aparece empatado com Perfumes e Cosméticos e por Relógios, Joias e Acessórios (33%).

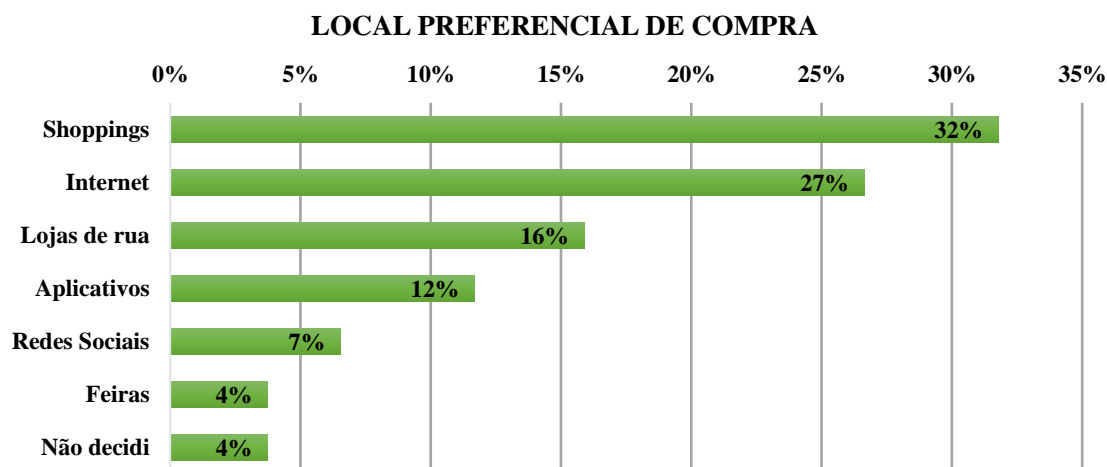
O QUE PRETENDE PRESENTEAR? X FAIXA ETÁRIA



9. LOCAL DE COMPRA:

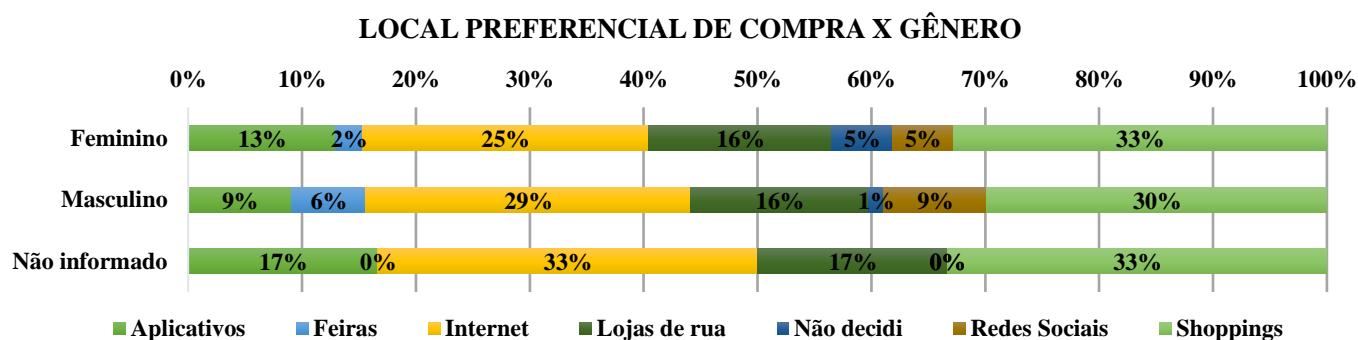
9.1. Local preferido para a compra:

- Dentre todos os participantes, os Shoppings aparecem como local preferido para as compras (32%), seguido de perto pelas compras realizadas na Internet (27%), já as compras em Lojas de Rua são apontadas como preferência de 16% dos participantes.



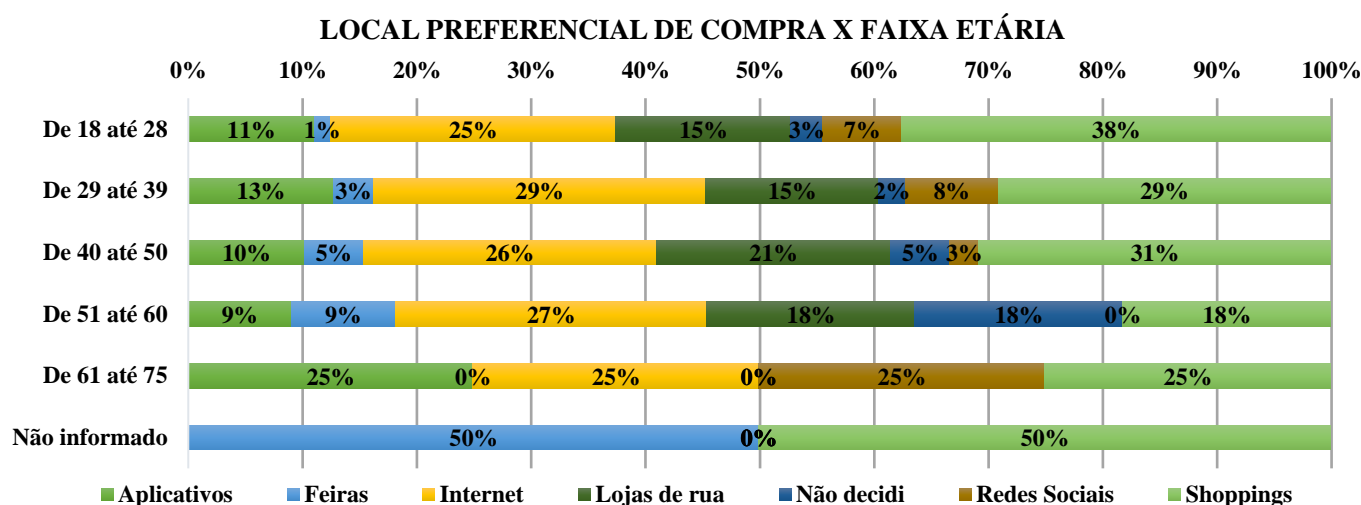
9.1. Local preferido para a compra x Gênero:

- Quanto as preferências por Gênero, ambos os grupos apontam preferências semelhantes, no entanto, as mulheres (05%) se mostraram ainda um pouco mais indecisas sobre o local da compra em relação aos homens (01%).



9.1. Local preferido para a compra x Faixa Etária:

- Quando observadas as Faixas Etárias, os grupos com idade entre 18 e 50 anos afirmaram que pretendem comprar o presente preferencialmente em Shoppings, escolha que diverge apenas do grupo com idade entre 51 e 60 anos, no qual a maioria dos integrantes (27%) disseram que pretendem realizar suas compras pela Internet.
- Quanto a compras pela Internet, 29% dos participantes com idade entre 29 e 39 anos disseram que vão preferir comprar o presente on-line.
- Já para compras em Lojas de Rua, o grupo que relatou maior preferência por comprar seus presentes nesses locais corresponde aos participantes com idade entre 40 e 50 anos.

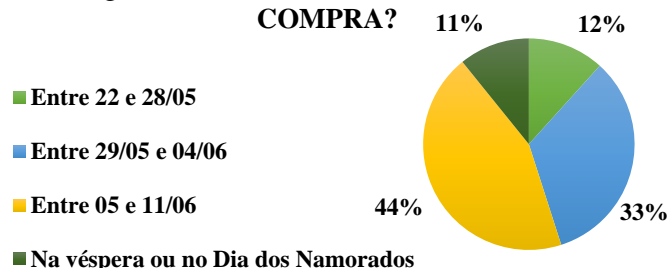


10. DATA DA COMPRA:

10.1. Quando pretende comprar o presente?

- Dentre todos os participantes, a maioria (44%) afirma que pretende comprar o presente entre os dias 05 e 11/06.
- Já para 33%, a compra deverá ser realizada entre 29/05 e 04/06.

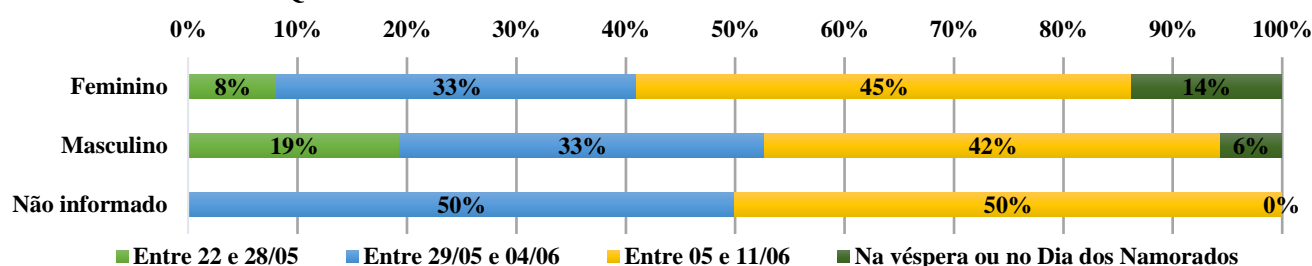
QUANDO PRETENDE REALIZAR A COMPRA?



10.2. Quando pretende comprar o presente? X Gênero

- Dentre os Gêneros, a maioria de ambos os grupos (méd. 43%) afirma que pretende realizar a compra entre 05 e 11/06, a segunda melhor data para ambos os grupos (33%) seria justamente entre 29/05 e 04/06.
- Contudo, as mulheres tendem a deixar o presente mais para última hora do que os homens, já que 14% delas afirmou que comprará na Véspera ou no Dia dos Namorados, contra apenas 06% dos homens, e 19% deles disseram que se antecipariam e comprariam o presente entre 22 e 28/05, contra apenas 08% das mulheres.

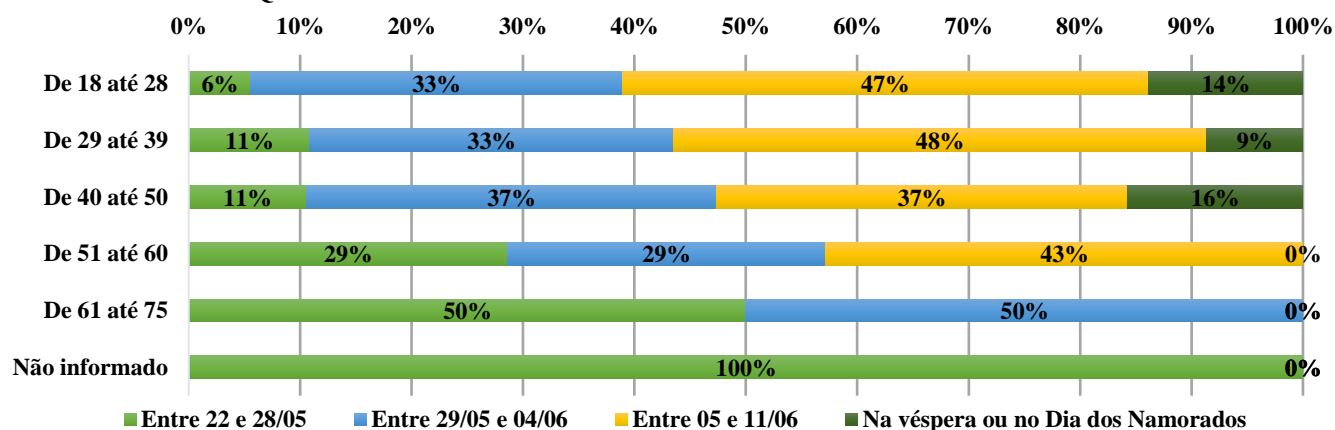
QUANDO PRETENDE REALIZAR A COMPRA? X GÊNERO



10.3. Quando pretende comprar o presente? X Faixa Etária

- Quanto a melhor data informada por cada Faixa Etária, os que mais disseram que irão se antecipar são os participantes com idades entre 51 a 75 anos, por outro lado, os que tem maior tendência para deixar para o último dia são aqueles com idade entre 40 e 50 anos (16%), seguidos das pessoas com idade entre 18 e 28 anos (14%).

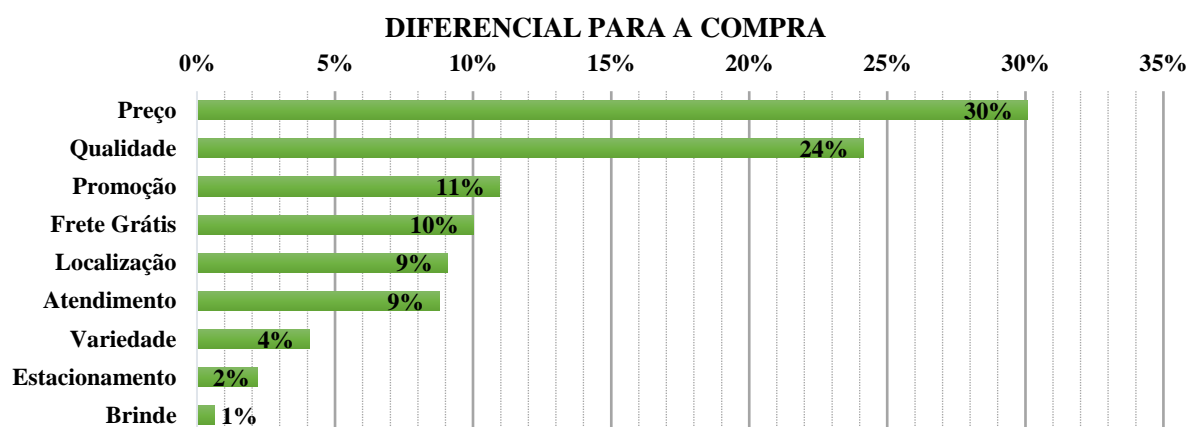
QUANDO PRETENDE REALIZAR A COMPRA? X FAIXA ETÁRIA



11. DIFERENCIAL PARA COMPRA:

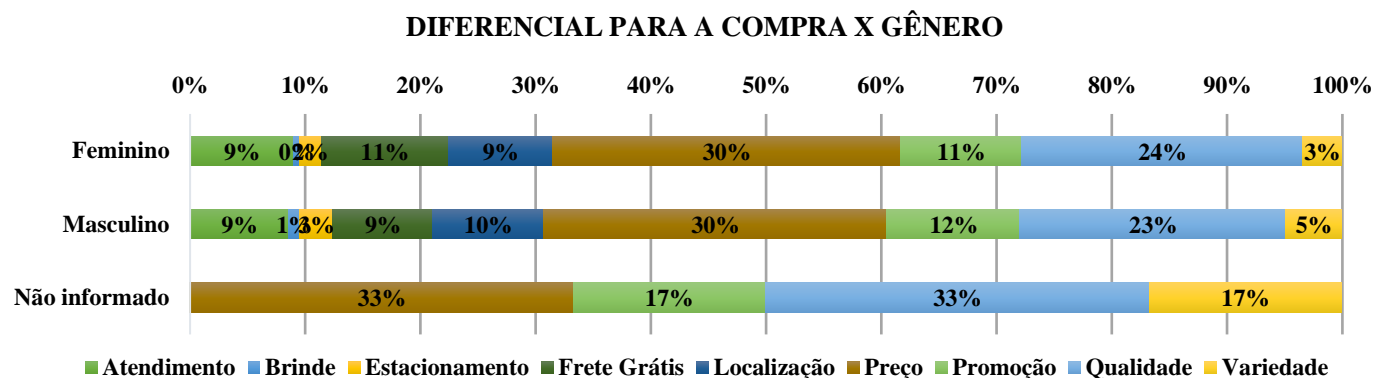
11.1. Diferencial mais atrativo para compra:

- Os fatores apontados dentre os participantes como melhores diferenciais para a decisão de compra são: Preço (30%) e Qualidade (24%), que representam o famoso “Custo x Benefício”.
- Por outro lado, a entrega de Brindes (01%) ou a disponibilidade de Estacionamento (02%) não foram apontados como fatores tão relevantes para influenciar a decisão de compra.



11.2. Diferencial mais atrativo para compra x Gênero:

- A distribuição de preferência entre os Gêneros segue proporcionalmente equiparada, com ambos os grupos preferindo Preço e Qualidade como diferenciais decisivos para a compra.



11.3. Diferencial mais atrativo para compra x Faixa Etária:

- Quanto a distribuição de preferências por Faixa Etária, os diferenciais de Preço e Qualidade se mantém estáveis para todos os grupos.
- Ao avaliar o terceiro fator mais decisivo para cada Faixa Etária para influenciar na decisão de compras tem-se a seguinte composição:
 - Para os participantes com idade entre 18 e 28 anos, 13% disseram priorizar Promoções;
 - Para os participantes com idade entre 29 e 39 anos, 11% disseram priorizar a Localização;
 - Para os participantes com idade entre 40 e 50 anos, 16% disseram priorizar Atendimento;
 - Para os participantes com idade entre 51 e 60 anos, 17% disseram priorizar Localização.

