

# Análise da Pesquisa de Intenção de Consumo para o Dia dos Namorados

## São Luís | 2022

**Fecomércio MA**

© fecomercio.ma www.fecomercio-ma.com.br

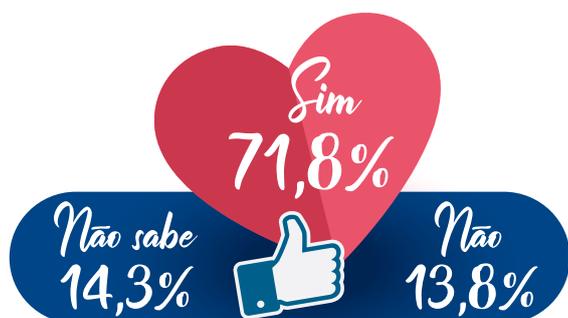
A Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia dos Namorados 2022 em São Luís, mostra que a data deverá ser comemorada com direito a presente. O levantamento da Fecomércio-MA aponta que 71,8% dos entrevistados têm a pretensão de presentear na data.

Esta é a 2ª alta consecutiva na intenção de consumo e, também, o 2º maior percentual de interessados em agradecer no Dia dos Namorados, na série histórica da pesquisa iniciada em 2013. No comparativo com o último dado apurado em 2018, o crescimento na intenção de presentear foi de +11,6%.

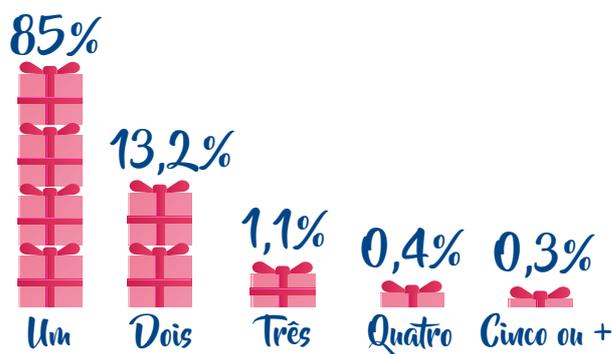
### Inflação mais alta, presente mais caro

Neste ano, os apaixonados devem desembolsar o valor médio de R\$ 211,00 por presente, gastando R\$ 92,00 a mais do que o valor estimado em 2018 que foi de R\$ 119,00. Este incremento no aporte do presente decorre do impacto da alta dos preços, deixando os itens mais caros.

### Irão comprar algum produto?



### Quantos produtos serão comprados?



A inflação também encareceu o valor médio da compra estimada para a data. Em 2022, a cesta total de produtos deve ser de R\$ 251,00, sendo R\$ 58,00 mais 'salgada' do que a apresentada no último levantamento que era de R\$ 193,00. Outro ponto positivo que o levantamento mostra é que a maior fatia dos entrevistados (40,3%) pretende gastar de R\$ 251 a R\$ 400.

Com o presente mais caro, a cesta de compras para o Dia dos Namorados será menos diversificada. Do total de entrevistados, 85% pretendem comprar apenas um produto, um crescimento de +45,3% em relação ao dado de 2018, quando esta preferência era de 58,5%.

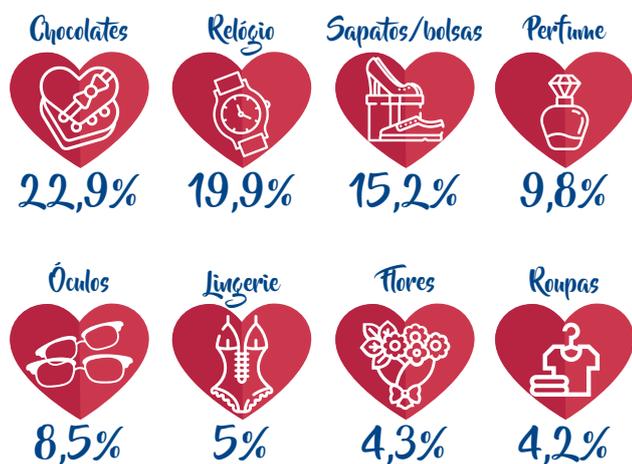
Diante do encarecimento dos produtos, consequentemente, o quantitativo de consumidores que deve comprar dois presentes recuou de 26,8% em 2018, para 13,2% este ano. A inflação também deve ser um empecilho para quem quer dar mais robustez à sacola de produtos. O público que busca adquirir três itens é ainda menor e atende a parcela de apenas 1,1% dos entrevistados.

## Produtos preferidos

A lista dos queridinhos para esta data vem encabeçada por um dos produtos 'mais doces' do mercado. Os Chocolates são a preferência número 1 dos ludovicenses atendendo ao gosto de 22,9% dos entrevistados. Os Relógios aparecem no 2º lugar do ranking da cesta de produtos para presentear na data com 19,9% das intenções. Uma das razões para o aumento desta preferência está na qualificação tecnológica do produto. Nos últimos anos, os relógios passaram a oferecer uma gama maior de funcionalidades e com preços menores, são os chamados smartwatch.

Fechando o tripé de preferências, os acessórios como Sapatos, Carteiras, Cintos e Bolsas atendem ao interesse de 15,2% dos ludovicenses e ocupam o 3º lugar da lista de itens para presentear. Artigos de Perfumaria e Cosméticos atendem ao gosto de 9,8%, na 4ª posição.

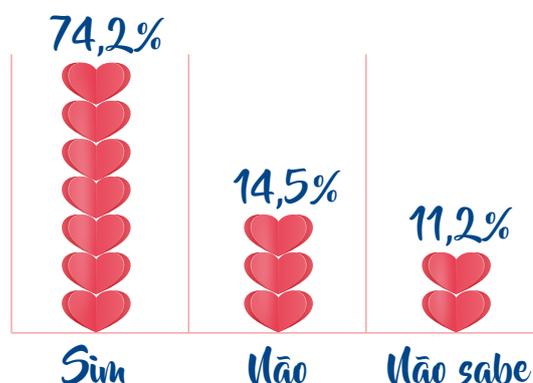
## O que pretendem comprar?



## Quem vai presentear mais?

A pesquisa demonstra que as mulheres declararam maior intenção de ir às compras nesta data, somando 73,8% do total de entrevistadas. Com uma diferença de +6,19% entre os gêneros, isto demonstra que há uma tendência do maior público que irá as compras

## Irão comemorar a data?



seja o feminino. Em relação ao gênero masculino, do total de entrevistados, 69,5% confirmaram ter a pretensão de presentear.

## Locais para comprar

A alta na perspectiva de compras para o Dia dos Namorados 2022 deve aquecer o comércio varejista ludovicense, principalmente, nos Shopping Centers. Isto porque as lojas de shoppings são a referência para 81,4% do público, em locais para aquisição de presentes.

Este patamar na preferência dos shoppings para as compras da data comemorativa é o maior apontado dos últimos quatro levantamentos, período no qual a Fecomércio registrou 64,3% em 2016, 47,7% em 2017 e 69,4% em 2018, para as lojas destes centros. Entre 2018 e 2022, o crescimento foi de +17,2%. A diversidade de lojas e produtos, bem como do acesso à mobilidade, têm sido as principais razões para este aumento robusto dos shoppings nas intenções de locais.

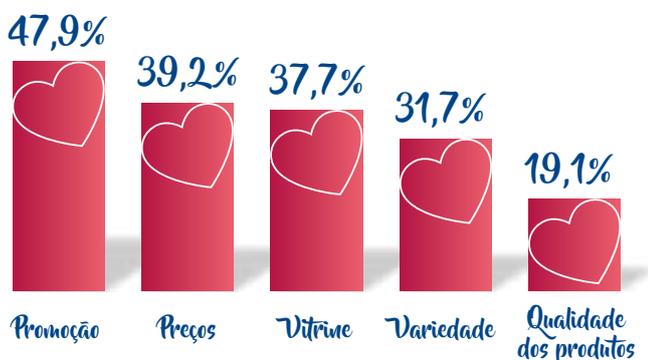
Por outro lado, o comércio varejista do Centro Comercial de São Luís tem demonstrado uma sinalização otimista para o aumento de fluxo neste Dia dos Namorados. Com um aumento de 70% na preferência por compras para a data, os apaixonados veem a Rua Grande como a 2ª melhor escolha de local, alcançando 26,7% dos entrevistados. Isto se dá pelo fato de os consumidores enxergarem, de forma positiva, a reestruturação do entorno, preços amigáveis e facilidade de acesso ao transporte público.

## Motivos para comprar

Neste ano, com um maior percentual de ludovicenses dispostos a agradecer o seu amor, a alta dos preços contribuiu para que 47,9% dos entrevistados escolham comprar pelas 'Promoções e Descontos', tonando-se o principal motivo para os consumidores entrarem nas lojas. Por isso, a pesquisa de valores dos produtos deve ser relevante este ano, uma vez que 39,2% dos consumidores relataram que o 'Preço Praticado' é o segundo fator que mais pesa na aquisição do presente.

Há uma possibilidade que o apelo do Dia dos Namorados possa implicar em atrativos diferenciados, quando se trata do momento de compra. Por esta razão, a 'Vitrine Atrativa' desponta como o 3º principal motivo que leva o público a entrar nas lojas, com a fatia de 37,7% dos entrevistados.

## Motivação para compra



## Formas de pagamento

O cartão de crédito tem despontado como uma das principais formas de pagamento nas datas comemorativas mais recentes. Em 2022, 69,4% dos entrevistados declararam que pretendem utilizar o cartão de crédito nas compras. Isto representa uma alta de +29,2% em comparação à pesquisa de 2018, além de ser o maior sinal de preferência por esta modalidade de pagamento, desde 2016.

As compras à vista com dinheiro, que neste ano aparece como a preferência de

## Como pretendem pagar?

### Cartão de Crédito



69,4%

### Cartão de Débito



28,5%

### À vista com dinheiro



24,3%

### Pix



2,6%

24,3% dos entrevistados, tem decaído a cada pesquisa, desde 2016. A alta dos preços que inviabiliza um consumo mais adequado aos padrões de renda dos entrevistados, tem empurrado para baixo a injeção direta de dinheiro na economia local, sinalizando uma tendência de endividamento nas datas comemorativas deste semestre.

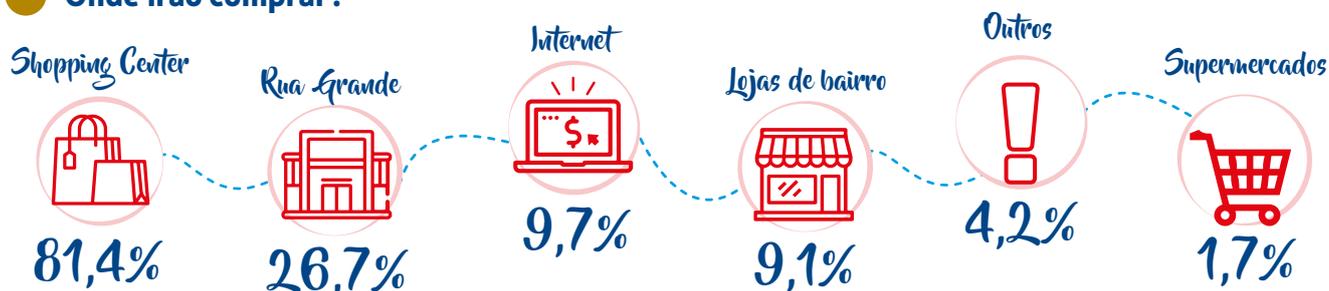
O PIX, por sua vez, desponta como uma forma ferramenta interessante nesta data, com 2,6% dos entrevistados declarando utilizar este meio para liquidar suas compras. Isto demonstra que os empresários têm aceitado, com mais naturalidade, as novas tecnologias disponíveis para vendas.

## Comemoração em alta

A intenção de comemorar o Dia dos Namorados em 2022 cresceu +4,2% entre os apaixonados, no comparativo com 2018. Com 74,2%, esta já é a maior perspectiva de celebrar a data dos últimos quatro levantamentos, além de ser a 2ª alta consecutiva na intenção de comemorar, desde a queda ocorrida em 2017.

A pesquisa mostra que 36,1% do público

## Onde irão comprar?



pretende celebrar a data em casa. As praias aparecem com o percentual de 20,8% dentre as preferências e os restaurantes como a 3ª melhor escolha de lugar, com 19,7%. Neste ano, o calendário não deve colaborar para que os consumidores realizem viagem na data, o que acabou influenciando para que esta opção atendesse ao interesse de apenas 5,9% dos entrevistados. Os hotéis e motéis, por sua vez, tiveram uma queda de -38,1% entre 2018 e 2022, recuando de 24,9% para 15,4%, dentre as preferências dos consumidores.

### Sobre a pesquisa

A Pesquisa de Intenção de Compras do Dia dos Namorados foi realizada entre os dias 9 e 10 de maio de 2022, no município de São Luís. O processo de coleta foi realizado em diversos pontos do comércio da cidade, a fim de observar os mais distintos perfis de consumidores para esta data, tendo os entrevistados 18 anos de idade ou mais. Com 700 questionários aplicados, o levantamento apresenta intervalo de confiança de 95%, com margem de erro de 3,7% para mais ou menos.

## Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão

### PRESIDENTE

Maurício Aragão Feijó

### VICE PRESIDENTES

Vilson Estácio Maia; Manoel Antonio Souza Barbosa; Antonio de Sousa Freitas

### DIRETORES

Ivanilde Sampaio da Silva; Djalma Souza Chaves; João Borges Lira; José William Câmara Ribeiro; Antonio Sousa Pereira; Benilton Gonçalves Diniz; Antonio Josiel Santos Sousa; Antonio Luiz Monteiro Malta Filho; Francisco Eraldo Rodrigues de Moura; José Ivan Ferreira; Reginaldo Pacheco de Sousa; .

### SUPLENTES DA DIRETORIA

Hyago Murylo Mota; Joey Jacson Viêra; Jordana Jessica Oliveira Souza; José Arteiro da Silva; José dos Santos; Luis Joaquim Braga Sobrinho; Luiz Tarquinio Pereira Cruz; Marcello Viesti Advincula Collares; Maria dos Remédios Evangelista de Sousa; Paulo Henrique da Silva; Rafael Mendes Alcântara Gomes; Raimundo Edson Fernandes Rodrigues de Sousa; Sebastião Candido Soares.

### CONSELHO FISCAL

José Pereira de Santana; Raimunda Holanda da Silva; Antonio Íris de Oliveira; Nagib Câmara Ribeiro; Ivaldo Miranda Campos; Flordilix Almeida de Amorim

### SUPERINTENDENTE

Max de Medeiros

### ASSESSOR DA PRESIDÊNCIA

José Ahirton Batista Lopes

### ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Jovanna Abreu; Rosana Carneiro

### EQUIPE TÉCNICA

Wilson França – Economista  
Francisco Estevam Martins de Oliveira – Estatístico

### DIAGRAMAÇÃO

Cleiton Costa

### CONTATO

Avenida dos Holandeses, s/n - Quadra 24 - Calhau  
Edifício Francisco Guimarães e Souza - São Luís-MA  
Cep: 65071-380 | (98) 3194 2400

[www.fecomercio-ma.com.br](http://www.fecomercio-ma.com.br)

[ascom@fecomercio-ma.com.br](mailto:ascom@fecomercio-ma.com.br)

[presidencia@fecomercio-ma.com.br](mailto:presidencia@fecomercio-ma.com.br)