

Compras para o Dia dos Namorados devem injetar 11,5 bilhões na economia, mostram SPC Brasil e CNDL

92 milhões de brasileiros devem ir às compras. Apenas 9% pretendem gastar mais com presentes do que em 2016. Pagamento à vista é escolha de 69% dos consumidores

Última data comemorativa do primeiro semestre, o Dia dos Namorados de 2017 deve levar 61% dos brasileiros às compras no período. A partir de uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em toda as capitais, estima-se que aproximadamente **92 milhões de brasileiros** devem apresentar alguém neste 12 de Junho, o que deve injetar cerca de **11,5 bilhões de reais** na economia.

Ainda que o número de pessoas interessadas em presentear alguém seja alto, a maior parte dos compradores não deve aumentar os gastos na comparação com o ano passado. **Apenas 9% desses consumidores disseram que têm a intenção de gastar mais com os presentes.** A maior parte (32%) planeja gastar a mesma quantia que em 2016, enquanto 24% pensam em diminuir. Os consumidores indecisos somam 16%.

A principal justificativa para 44% dos entrevistados que vão gastar menos no Dia dos Namorados é uma situação financeira ruim, com orçamento apertado (44%). Em seguida, 37% pretendem economizar, 25% devido ao aumento da inflação e da economia instável e 18% por causa de dívidas em atraso. Dentre a minoria, que pretende aumentar os gastos com presentes, o desejo de comprar um produto melhor (56%) e o encarecimento dos presentes (40%) são os mais mencionados. Apenas 8% disseram que vão gastar mais porque tiveram melhoria na renda.

Gasto médio com presentes deve ser de R\$ 124 e 69% vão pagar à vista

O pagamento a vista será o meio mais utilizado pelos consumidores, citado por 69% da amostra, sendo que em 56% dos casos o pagamento será em dinheiro e em 13%, no cartão de débito. O cartão de crédito será usado por 24% dos entrevistados, seja em parcela única (9%) ou em várias parcelas (15%). Entre os que dividirão as compras, seja no cartão de crédito ou de loja, a média é de três prestações por entrevistado.

“Em um momento em que as pessoas estão inseguras em seus empregos, comprar o presente à vista é uma boa alternativa para fugir do endividamento. O ideal é não abusar dos parcelamentos para evitar o comprometimento da renda com prestações”, analisa a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti.

Considerando a soma de todos os presentes adquiridos, o gasto médio deve girar em **torno de R\$ 124**. Este valor aumenta para R\$ 158 entre os entrevistados das classes A e B e diminui para R\$ 114 entre os respondentes das classes C, D e E. Vale destacar que metade dos entrevistados (50%) ainda não sabe ou não decidiu o quanto vai gastar com o mimo da pessoa amada.

De acordo com o levantamento, **a maioria (87%) dos consumidores deve comprar apenas um único presente**. Metade dos consumidores ouvidos pela pesquisa (50%) acredita que os produtos este ano estão mais caros do que em 2016, sendo a crise econômica o principal motivo para a elevação dos preços (73%), seguido do fato de o Dia dos Namorados ser uma data comemorativa, o que consequentemente aumentaria o preço dos presentes (18%). Por outro lado, 28% consideram que os presentes estão na mesma faixa de preço e somente 5% acreditam que os produtos estão mais baratos.

8% vão deixar de pagar alguma conta para poderem presentear

Quando perguntados se iriam gastar mais do que podem, **17% dos entrevistados admitem que costumam extrapolar o orçamento na hora das compras de Dia dos Namorados**. As justificativas mais frequentes foram o merecimento da pessoa (24%), a vontade de agradar o parceiro, não importando o tamanho do gasto (22%) e a vontade de agradar o parceiro, não importando se o entrevistado teria que fazer dívidas (18%).

A pesquisa sinaliza que muitos dos consumidores que vão presentear estão com problemas financeiros: quase três em cada dez (26%) consumidores que pretendem comprar presentes têm contas em atraso atualmente e 22% estão com o nome sujo. Além disto, 8% afirmam que deixarão de pagar alguma conta para poderem presentear. Por outro lado, 78% dos entrevistados declararam que não têm o hábito de passar do limite e estourar o próprio orçamento com a data.

Mais da metade dos consumidores (68%) afirmam ter a intenção de fazer pesquisa de preço antes de comprar presentes, principalmente as mulheres (75%). “Vale reforçar a importância deste comportamento responsável, tendo em vista que a inadimplência é prejudicial tanto para o consumidor, que tem seu acesso ao crédito limitado; quanto para o lojista, que deixa de receber por uma venda já concretizada. Sobretudo em momentos de recessão, o consumidor deve respeitar o tamanho do próprio bolso, fazendo pesquisas de preço e pagando as compras de preferência à vista”, afirma Kawauti.

Roupas, perfumes e calçados lideram a preferência de compra

Os **presentes mais procurados por quem vai presentear serão as roupas** (30%), perfumes, cosméticos e maquiagem (18%), calçados (11%), acessórios como cinto, óculos e bolsas (9%), flores (7%), bombons e chocolates (5%), jantares (4%) e celulares e smartphones (3%).

O estudo buscou identificar não apenas os presentes mais procurados por quem vai presentear, como detectar também os presentes que o consumidor mais gostaria de receber no Dia dos Namorados. A ordem é a mesma: roupas (23%), perfumes (15%), calçados (10%) e acessórios (9%), que também lideraram o ranking da relação de presentes mais desejados.

Quanto aos locais de compras, os shopping centers são os destaques, com preferência de quase um terço (32%) dos entrevistados. As lojas de rua (22%), shopping populares (10%), lojas de departamento (7%) e lojas online pela internet (4%) completam a lista. Para escolher o local, os fatores mais decisivos são o preço (56%), a qualidade dos produtos ofertados (37%) e as promoções e descontos (32%). Cerca de 36% pretendem fazer as compras de última hora, apenas nas vésperas do Dia dos Namorados

A maior parte dos entrevistados (37%) pretende comemorar a data em sua própria casa. A comemoração em restaurantes foi a opção escolhida por 22% dos entrevistados e 8% vão optar pela casa do namorado(a). Dois em cada dez entrevistados (19%) ainda não sabem ou não decidiram onde vão celebrar a data.

Metodologia

A pesquisa foi realizada pelo SPC Brasil e pela CNDL no âmbito do 'Programa Nacional de Desenvolvimento do Varejo' em parceria com o Sebrae. Foram ouvidos, pessoalmente, 883 consumidores de ambos os gêneros, acima de 18 anos e de todas as classes sociais nas 27 capitais do país. Para avaliar o perfil de compra, foram considerados 600 casos da amostra inicial que têm a intenção de comprar presentes. A margem de erro dessa amostra é de no máximo 4,0 pontos percentuais a uma margem de confiança de 95%.

Baixe a íntegra da pesquisa em <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas>

Imprensa

Renan Miret

(11) 3254 8810 | (11) 9 9136 3355



renan.miret@inpresspni.com.br

Vinicius Bruno
(11) 3251 2035 | (11) 9 7142 0742
vinicius.bruno@spcbrasil.org.br

Cinara Lopes
(61) 9 8154 9557
cinara.lopes@inpresspni.com.br