



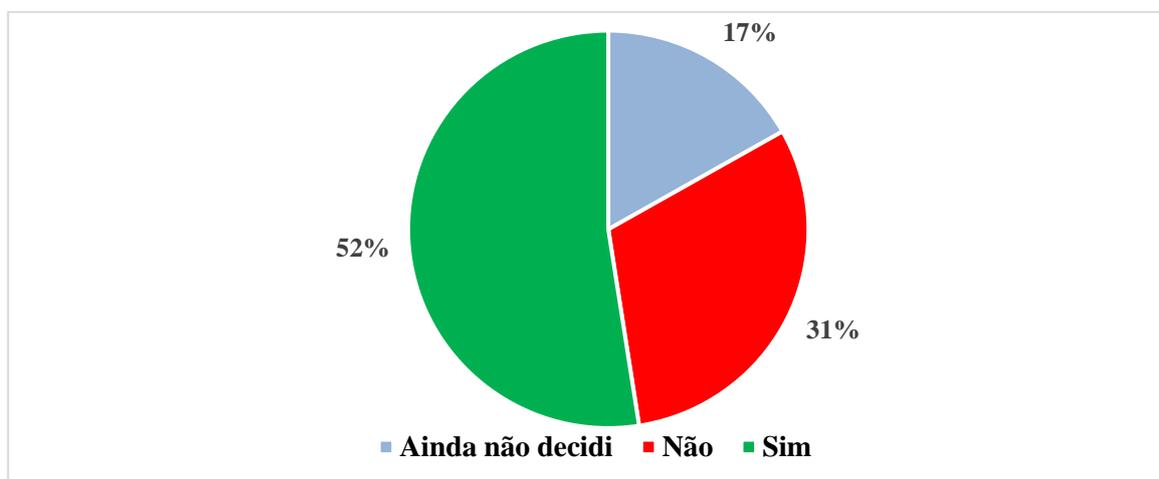
## PESQUISA DE INTENÇÃO DE COMPRA PARA O DIA DOS NAMORADOS NAVIRAÍ – 2021

A Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia dos Namorados foi realizada pelo Núcleo de Pesquisa em Gestão, Desenvolvimento e Inovação (NGDI), da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Campus de Naviraí, entre os dias 7 e 21 de maio. Foi possível verificar que, mesmo diante do cenário de pandemia da Covid-19, o comércio indica que estará aquecido na época da compra dos presentes para o Dia dos Namorados.

A pesquisa foi aplicada via internet utilizando a plataforma Google Forms e contou com 244 respondentes. A partir dos dados coletados, foi possível identificar que as compras para o Dia dos Namorados podem movimentar cerca de R\$ 2,03 milhões na economia naviraiense. A quantidade média de itens que serão comprados é de três presentes por participante. O ticket médio do valor da compra por participante é de R\$ 158,65, mostrando que o Dia dos Namorados pode impactar positivamente no comércio da cidade.

Sobre a pretensão de comprar presente para o Dia dos Namorados, 52% dos respondentes indicaram que irão presentear, contra 31% que não pretendem presentear e 17% ainda não haviam decidido até a data da pesquisa, conforme Figura 1.

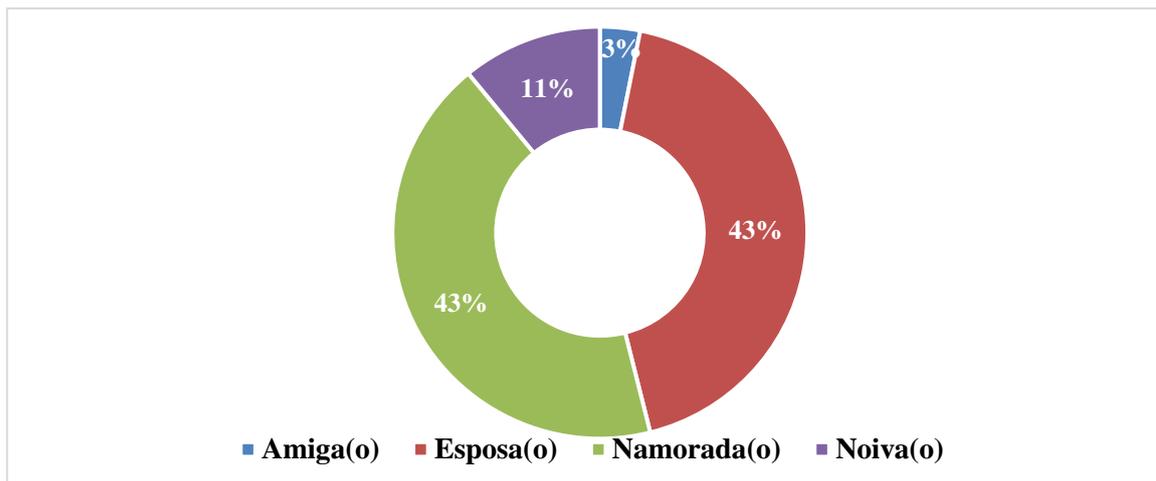
**Figura 1: Pretensão de comprar presente para o Dia dos Namorados**



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Do grupo de participantes que pretende presentear no dia dos namorados, 43% indicam que irão presentear seu namorado e/ou namorada, 43% seu esposo e/ou esposa, 11% seu noivo e/ou noiva e 3% seu amigo e/ou amiga (Figura 2).

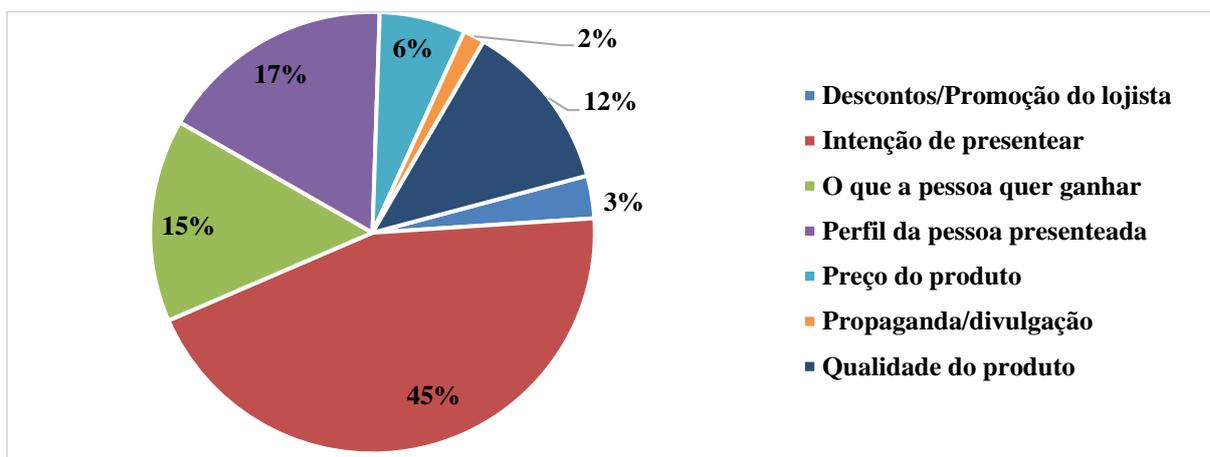
**Figura 2: Pessoa a ser presenteada**



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Os participantes também foram questionados sobre o fator mais importante na escolha dos presentes (Figura 3). Os resultados mostram que a intenção de presentear é o fator mais importante no processo de escolha para 45% dos participantes, seguido pelo perfil da pessoa presenteada (17%), o que a pessoa quer ganhar (pedidos pessoais) (15%), qualidade do produto (12%), preço do produto (6%) e propaganda/divulgação (2%).

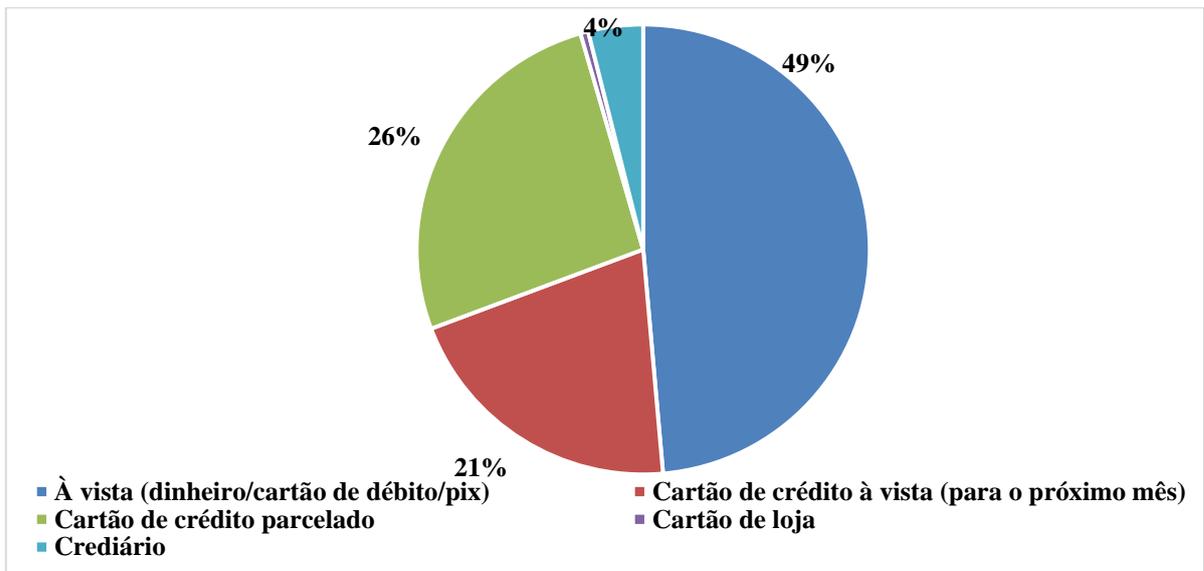
**Figura 3: Fator mais importante na escolha dos presentes**



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Quanto a forma de pagamento dos presentes a serem comprados, 49% dos participantes indicam que pretendem pagar à vista (dinheiro, cartão de débito ou pix); 26% no cartão de crédito parcelado; 21% cartão de crédito à vista (para o próximo mês); e 4% no crediário, conforme Figura 4.

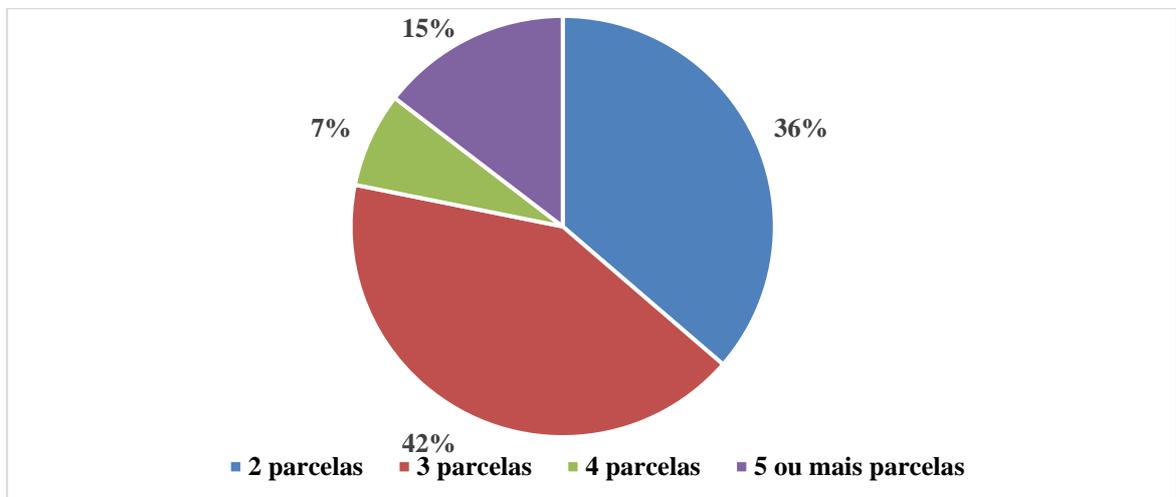
**Figura 4: Forma de pagamento a ser usada**



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Em caso de parcelamento das compras, pode-se observar, a partir da Figura 5, que a maioria dos participantes (42%) pretendem parcelar a compra em três vezes, 36% em duas vezes, 15% pretendem parcelar em cinco vezes ou mais, e 7% em quatro vezes.

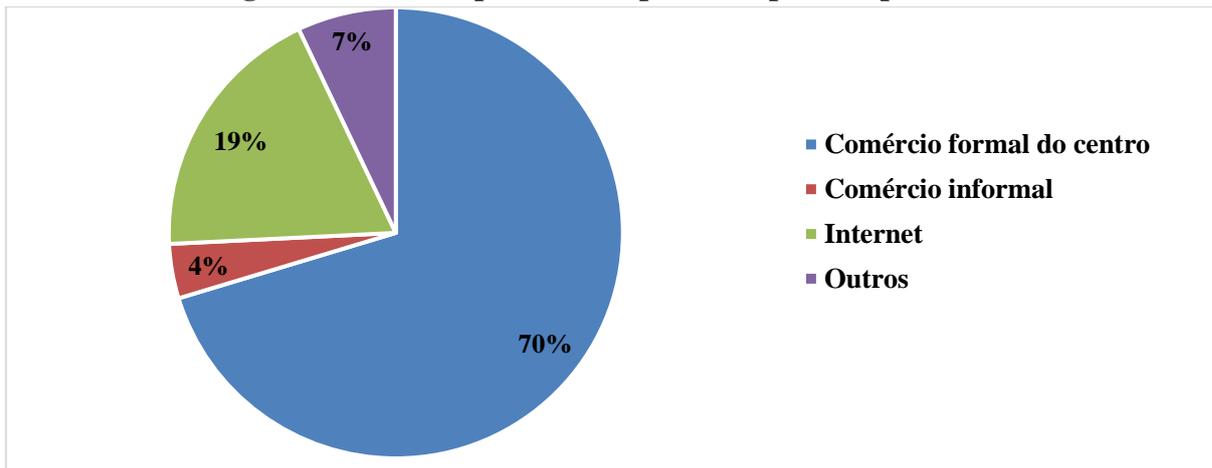
**Figura 5: Parcelamento da compra**



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Em relação ao local de preferência para compra (Figura 6), 70% dos respondentes pretendem ir às compras no comércio formal do centro da cidade e 19% dos respondentes pretendem comprar pela Internet. Apenas 4% dos respondentes pretendem comprar em comércio informal.

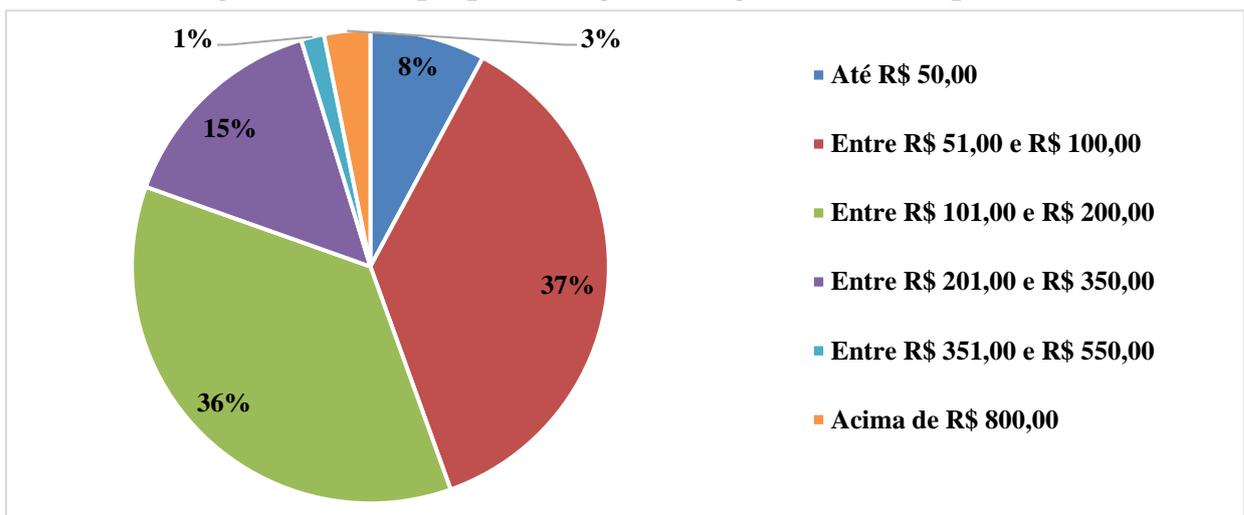
**Figura 6: Local de preferência para compra dos presentes**



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Ao serem questionados sobre o valor que pretendem gastar ou que gastaram em cada presente (Figura 7), 37% pretendem gastar de R\$ 51,00 a R\$ 100,00; 36% pretendem gastar de R\$ 101,00 a R\$ 200,00; 8% até R\$ 50,00; 3% pretendem gastar acima de R\$ 800,00; e 1% entre R\$ 351,00 a R\$ 550,00.

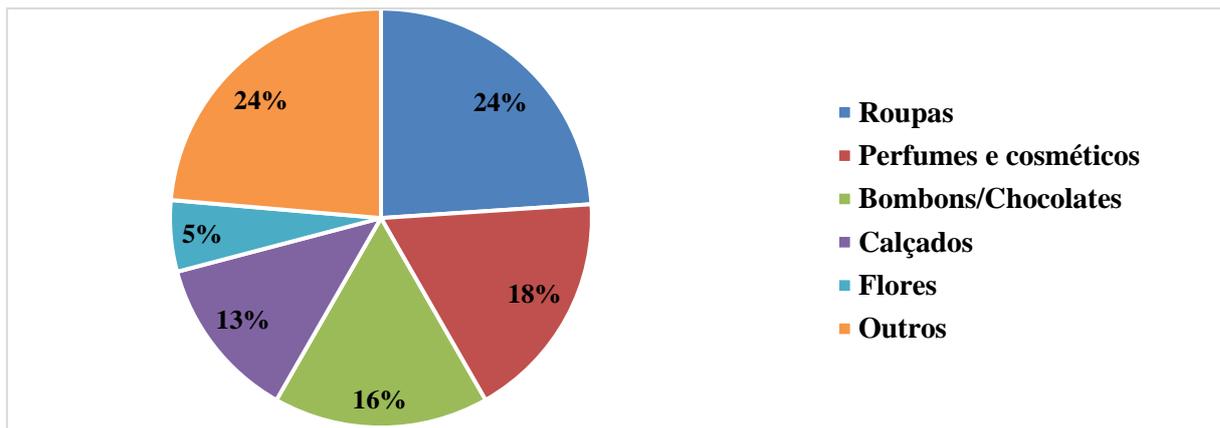
**Figura 7: Valor que pretende gastar ou gastou em cada presente**



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Ao serem questionados sobre os tipos de presentes que já compraram ou irão comprar, 24% indicaram roupas, 18% perfumes e cosméticos, 16% bombons e chocolates, 13% calçados, 5% flores e 24% outros presentes, conforme Figura 8.

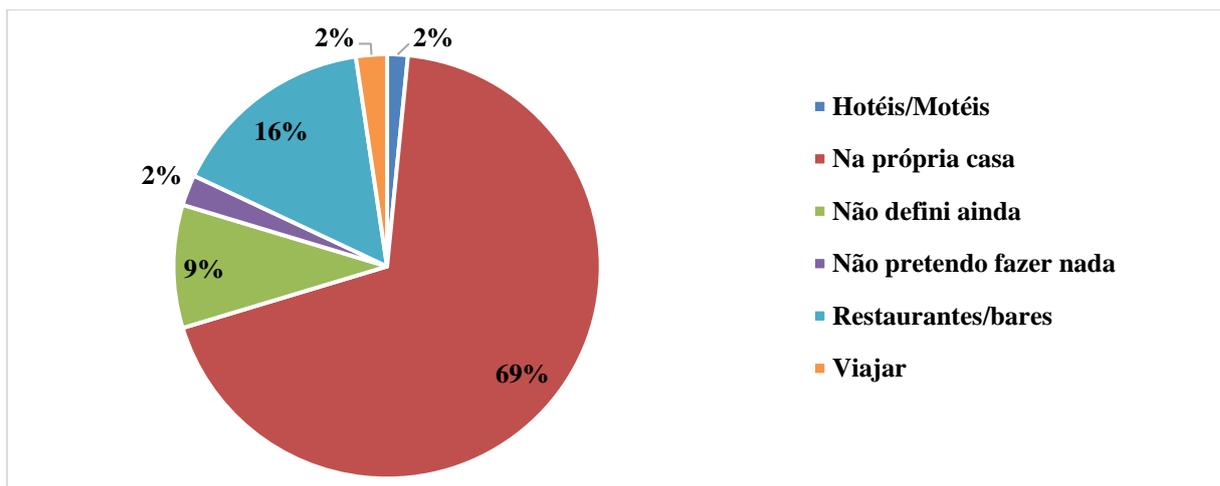
**Figura 8: Tipos de presentes**



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Em relação ao local onde pretende comemorar o Dia dos Namorados (Figura 9), 69% irão permanecer em sua própria casa, 16% em restaurantes ou bares, 9% ainda não definiram, 2% pretendem comemorar em hotéis ou motéis, 2% pretendem viajar e 2% não pretendem fazer nada para comemorar.

**Figura 9: Local onde pretende comemorar o Dia dos Namorados**

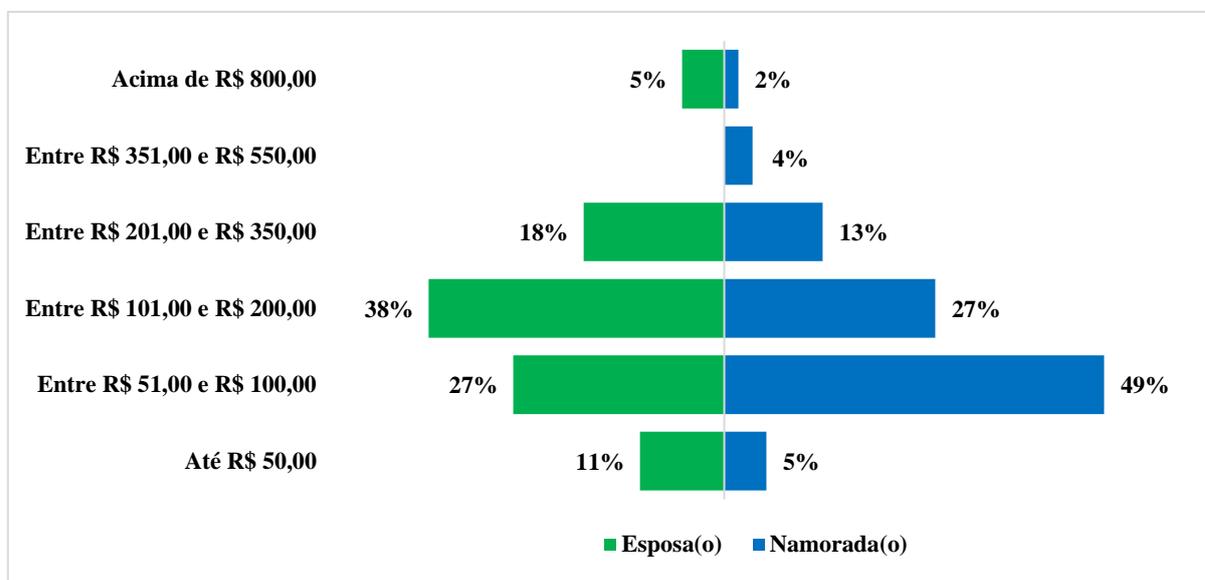


Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Quanto a pretensão de compra comparando casais que namoram e aqueles que são casados (Figura 10), nota-se que os casados pretendem gastar mais em comparação aos não-casados. Os primeiros têm ticket médio de R\$ 178,00, enquanto os segundos têm ticket médio de R\$ 147,00. Pode-se observar também que os valores mais altos se concentram entre os presentes comprados pelos participantes casados, sendo que 38% destes pretendem gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00 enquanto os que namoram são apenas 27%. Dos participantes casados,

18% pretendem gastar entre R\$ 201,00 e R\$ 350,00 ao passo que os não casados são apenas 13%.

**Figura 10: Comparação entre casais que namoram e casados sobre o valor que pretende gastar**



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Em relação à comparação da pretensão de gasto considerando o sexo dos participantes, nota-se concentração nos gastos entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00, sendo que 45% do sexo masculino pretende gastar esse valor, enquanto que 31% do sexo feminino gastará o mesmo. Na faixa de R\$ 201,00 e R\$ 350,00, o sexo feminino representa 20% das compras, em oposição à apenas 5% dos homens que pretendem gastar esse valor. O ticket médio por presente entre o sexo masculino é de R\$ 179,00, enquanto entre o sexo feminino é de R\$ 149,00.

## CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA DE RESPONDENTES

**Tabela 1: Dados socioeconômicos da Amostra**

<b>Sexo</b>	
Feminino	65%
Masculino	34%
Prefiro não identificar	1%
<b>Faixa Etária</b>	
Menos de 18 anos	4%
De 18 a 24 anos	42%
De 25 a 30 anos	18
De 31 a 40 anos	23%
De 41 a 50 anos	10%
De 51 a 60 anos	3%
<b>Escolaridade</b>	
Fundamental Incompleto	2%
Fundamental Completo	1%
Médio Incompleto	4%
Médio Completo	22%
Superior Incompleto	40%
Superior Completo	15%
Pós-Graduação – Especialização	14%
Pós-Graduação – Mestrado e Doutorado	3%
<b>Estado Civil</b>	
Casado	34%
Divorciado	1%
Solteiro	55%
União Estável	10%
Viúvo	-
<b>Renda</b>	
Nenhuma Renda	16%
De 1 a 2 salários mínimos (de R\$ 1.100,00 até R\$ 2.200,00)	49%
De 2 a 4 salários mínimos (de R\$ 2.201,00 até R\$ 4.400,00)	22%
De 4 a 6 salários mínimos (de R\$ 4.401,00 até R\$ 6.600,00)	8%
De 6 a 8 salários mínimos (de R\$ 6.601,00 até R\$ 11.000,00)	2%
De 8 a 10 salários mínimos (de R\$ 8.801,00 até R\$ 11.000,00)	2%
Acima de 10 salários mínimos (acima de 11.00,00)	1%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

## ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DA PESQUISA

Objetivo:	Levantar junto aos habitantes da cidade a opinião pública relacionada ao comportamento e expectativa de consumo durante o Dia dos Namorados no ano de 2021.
Local:	Naviraí, Mato Grosso do Sul.
Período de coleta de dados:	07/05/2021 a 21/05/2021.
Universo:	População economicamente ativa (PEA) que pretende realizar compras no Dia dos Namorados.
População:	24.418
Nível de Confiança:	95%
Erro Amostral:	6,24%
Tamanho da Amostra:	244
Coleta de Dados:	Questionário digital, aplicado remotamente com a utilização do Google Forms, com perguntas fechadas.
Responsáveis pela Pesquisa:	Dr. Wesley Osvaldo Pradella Rodrigues, Dr. Victor Fraile Sordi, Dra. Yasmin Gomes Casagranda, Dra. Sibelly Resch e Dra. Jaiane Aparecida Pereira.
Equipe:	Aline Suely Freitas Rodrigues dos Santos, Aline Tatiane da Silva, Anderson dos Santos Paula Junior, Anne Gabriele dos Santos Stobienia, Clician Gonçalves Rezende, Cristiane Giseli Rocha de Oliveira, Edson da Silva Moreira, Elisangela Aparecida Santos de Souza, Emerson Rodrigo Joaquim da Silva, Giselen Veronica Panussi, Laíssa de Freitas Rodrigues, Leonardo Pires Nogueira, Lucas Agostini Ribeiro, Lucas Elias da Silva, Matheus Medeiros Rosa, Melyane Pereira Aguilar, Pedro Antonio Siqueira Braga, Samuel Moessa Alves, Suziane Massi Mariano e Wagner Cabral Biazus.



**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE MATO GROSSO DO SUL**



**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**