Hábitos de Consumo
Dia dos Namorados 2015

3 de junho de 2015

BoaVista
Administradora do SCPC

Objetivo, metodologia e amostra

- **Objetivo:** a sondagem ter por objetivo identificar os hábitos de compras dos consumidores para o Dia dos Namorados, suas preferências de compras e a forma de pagamento das compras. Identificou-se também a pretensão de gastos para a compra dos presentes e o que é mais relevante para a decisão de compra.

- **Metodologia:** metodologia quantitativa para realização da coleta das informações, por meio de pesquisa eletrônica via internet.

- **Período de realização da pesquisa: 11 a 22 de maio de 2015**

- **Target: o** universo da pesquisa é representado por consumidores que buscaram informações e orientações no site Consumidor Positivo da **Boa Vista SCPC** – www.consumidorpositivo.com.br

- **Amostra:** aleatória, não probabilística, alcançando um total de 2.065 respondentes.

- **Leitura dos resultados:** para leitura dos resultados consideramos as diferenças estatísticas entre as amostras coletadas, por região e classe social.

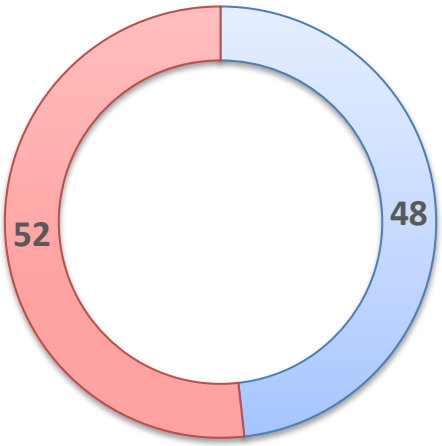
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

PERFIL DOS RESPONDENTES

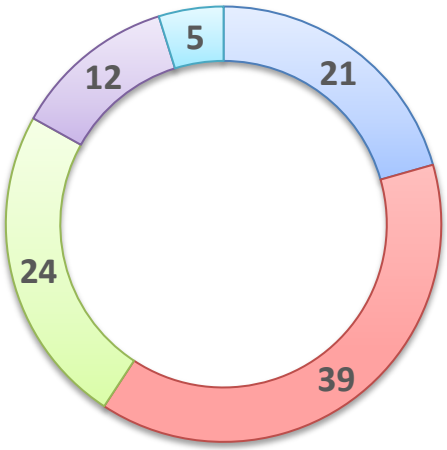
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **52% dos respondentes da pesquisa são mulheres.**
- **39% dos consumidores concentram-se na faixa etária 25 a 34 anos.**
- **63% representam as classes D/E, 31% a classe C e 6% as classes A/B.**

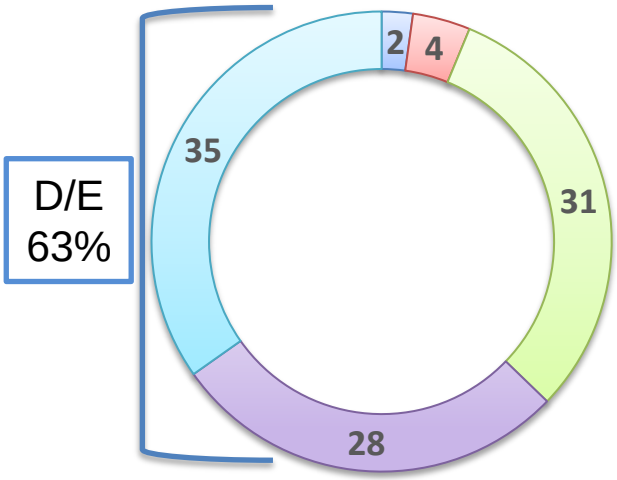
Sexo(%)



Idade (%)



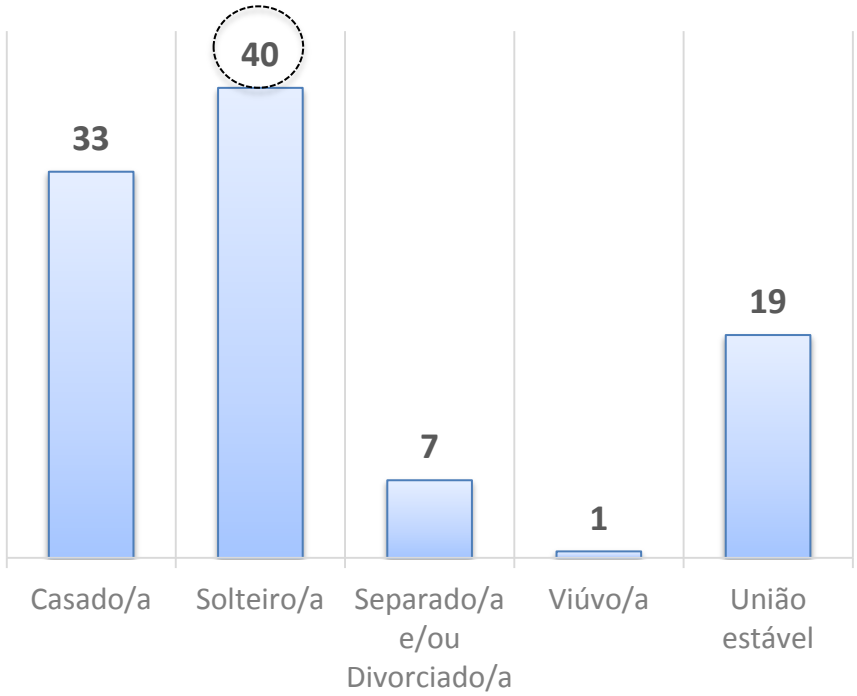
Classe Social (%)

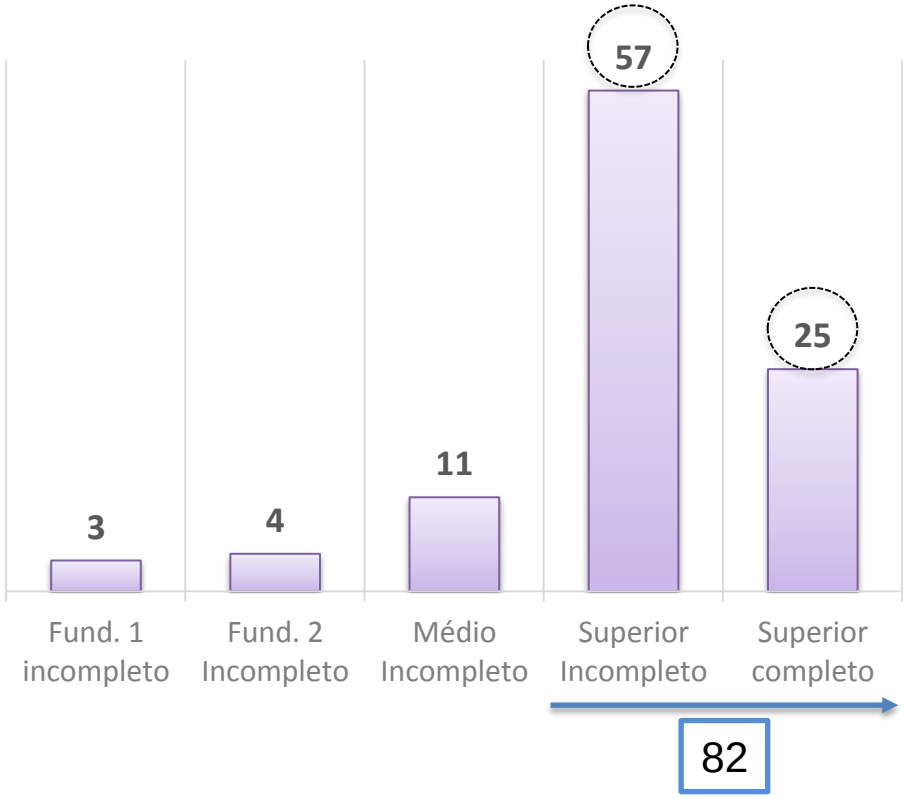


Equivalência Renda Familiar Mensal
Classe A – acima de R$ 11.300
Classe B – de R$ 8.700 a R$ 11.300
Classe C - de R$ 2.030 a R$ 8.700
Classe D – de R$ 1.230 a R$ 2.030
Classe E – até R$ 1.230

© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

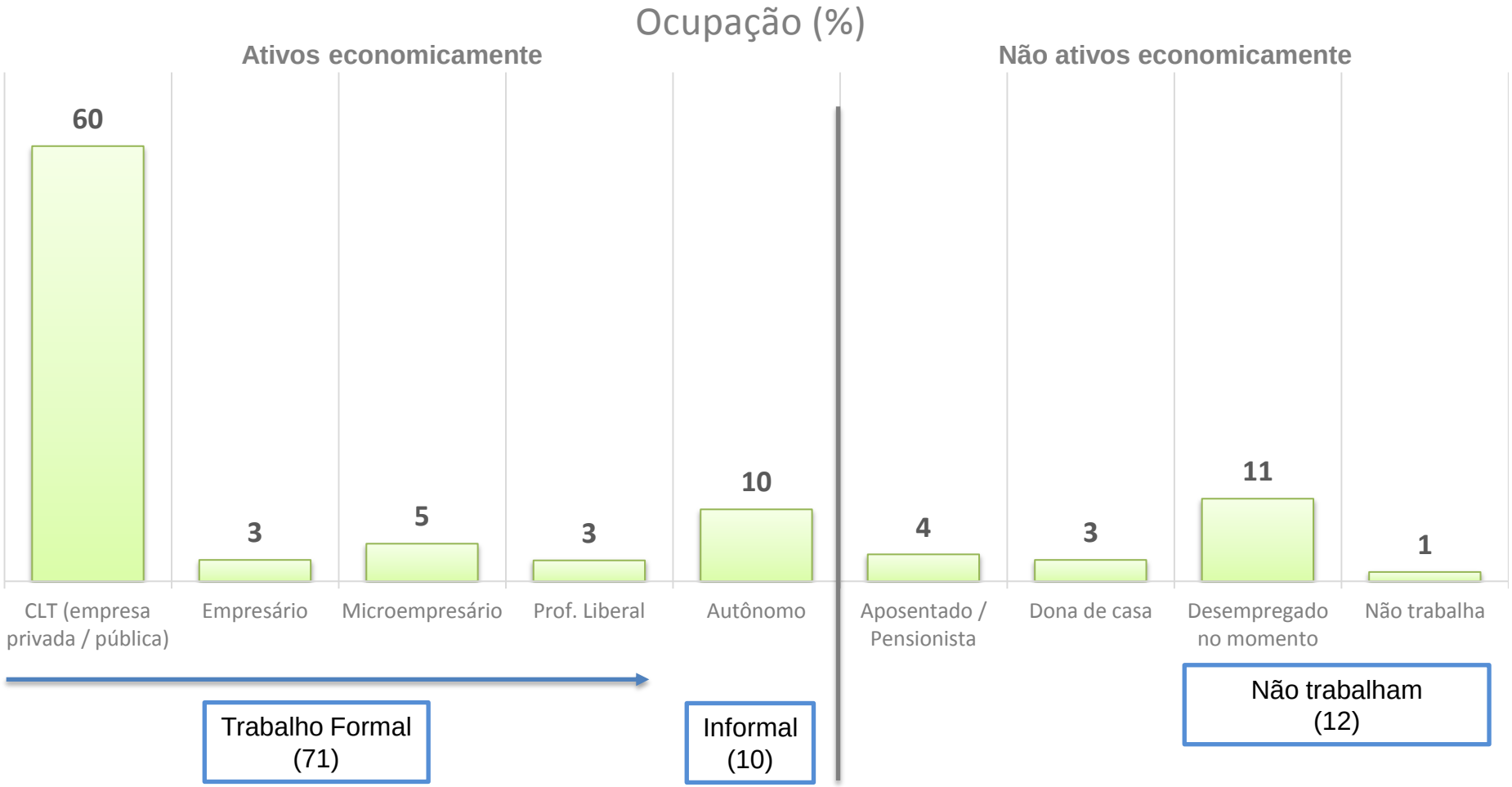
- **40% são solteiros, e 82% possuem nível superior.**





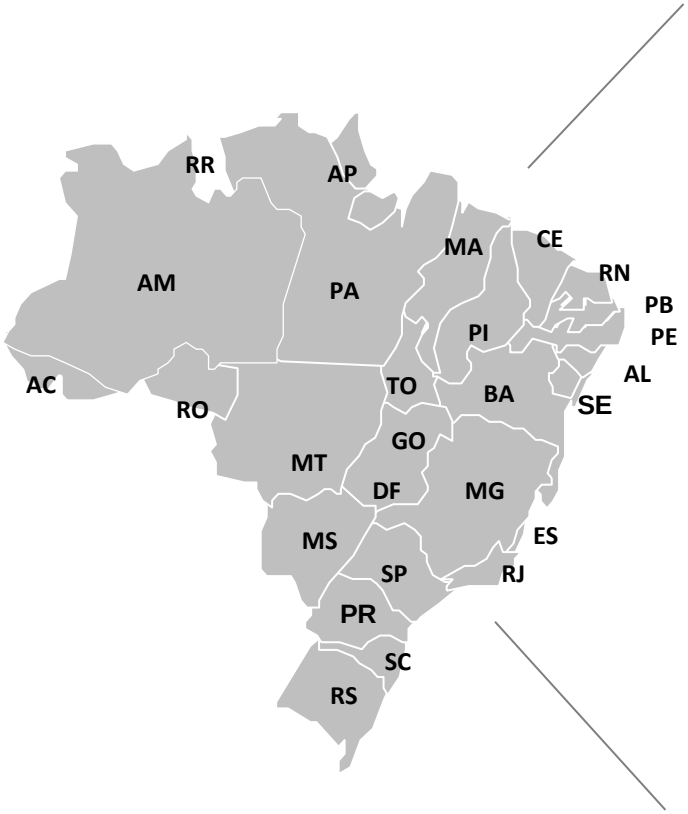
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **71% dos consumidores que responderam a pesquisa são economicamente ativos e estão empregados no mercado formal de trabalho.**
- **Outros 10% deles são autônomos (informais), 12% não trabalham e os demais 7% estão divididos entre aposentados e donas de casa.**



© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **62,5% dos consumidores que responderam a pesquisa concentram-se na Região Sudeste do país, sendo que 42,2% deles em São Paulo.**
- **Nordeste tem 14,4% dos respondentes, seguido pelas regiões Sul com 10,4%, Centro-oeste com 7,5% e Norte com 5,1%.**



Região	Estado	Representatividade por Estado	Representatividade por Região
Norte	Pará	1,7%	5,1%
	Tocantins	0,3%	
	Amazonas	1,6%	
	Amapá	0,3%	
	Rondônia	0,6%	
	Acre	0,2%	
	Roraima	0,4%	
Nordeste	Pernambuco	2,5%	14,4%
	Alagoas	0,8%	
	Bahia	4,4%	
	Ceará	2,3%	
	Piauí	0,7%	
	Rio Grande do Norte	1,2%	
	Sergipe	0,7%	
	Maranhão	1,0%	
	Paraíba	0,8%	
Centroeste	Mato Grosso do Sul	1,0%	7,5%
	Distrito Federal	2,8%	
	Goiás	2,9%	
	Mato Grosso	0,8%	
Sudeste	São Paulo	42,2%	62,5%
	Minas Gerais	8,6%	
	Rio de Janeiro	10,1%	
	Espírito Santo	1,7%	
Sul	Rio Grande do Sul	3,3%	10,4%
	Paraná	4,4%	
	Santa Catarina	2,7%	

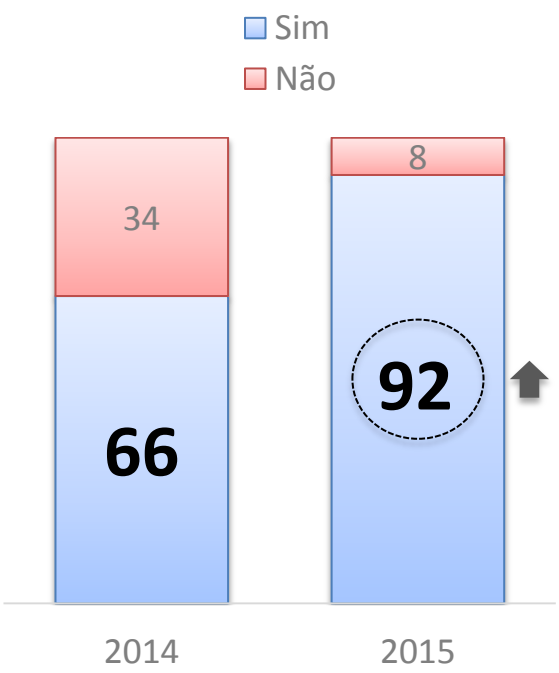
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

PRETENSÃO DE COMPRAS E GASTOS (com o Presente do Dia dos Namorados)

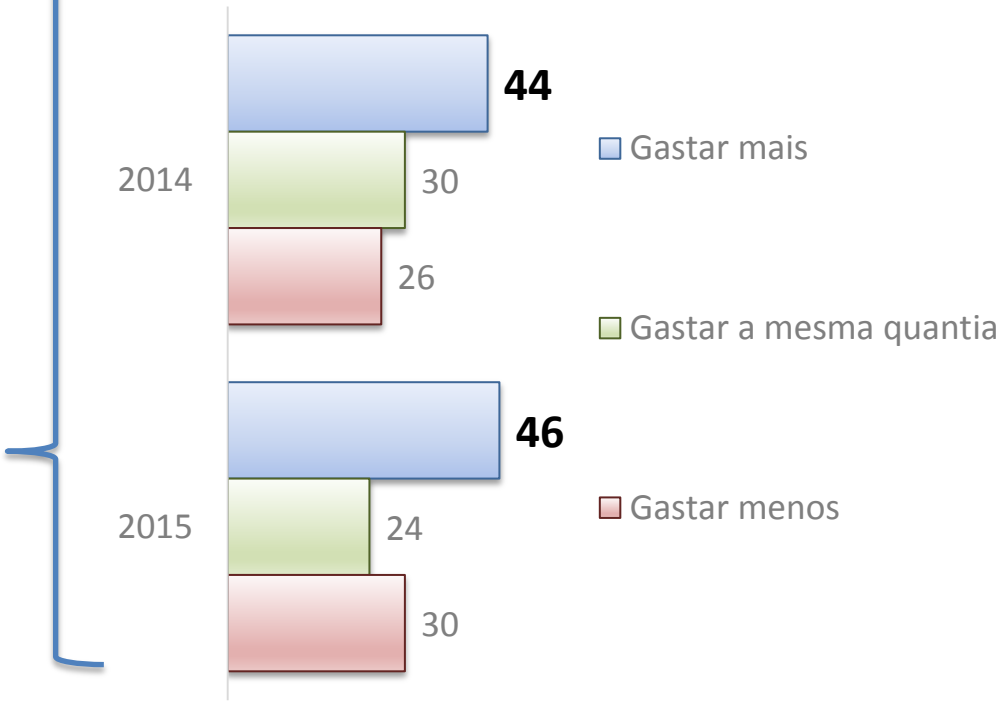
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **92% dos consumidores irão comprar presentes para comemorar o Dia dos Namorados, um crescimento na expectativa de compras de 26p.p. em comparação ao ano anterior.**
- **Quanto a pretensão de gastos, sobe de 44% para 46% o percentual de consumidores que irão gastar mais com a compra do presente do Dia dos Namorados em 2015.**

Pretende comprar presentes neste Dia dos Namorados? (%)



Comparado ao ano anterior, quanto pretende gastar com o presente do Dia dos Namorados neste ano? (%)

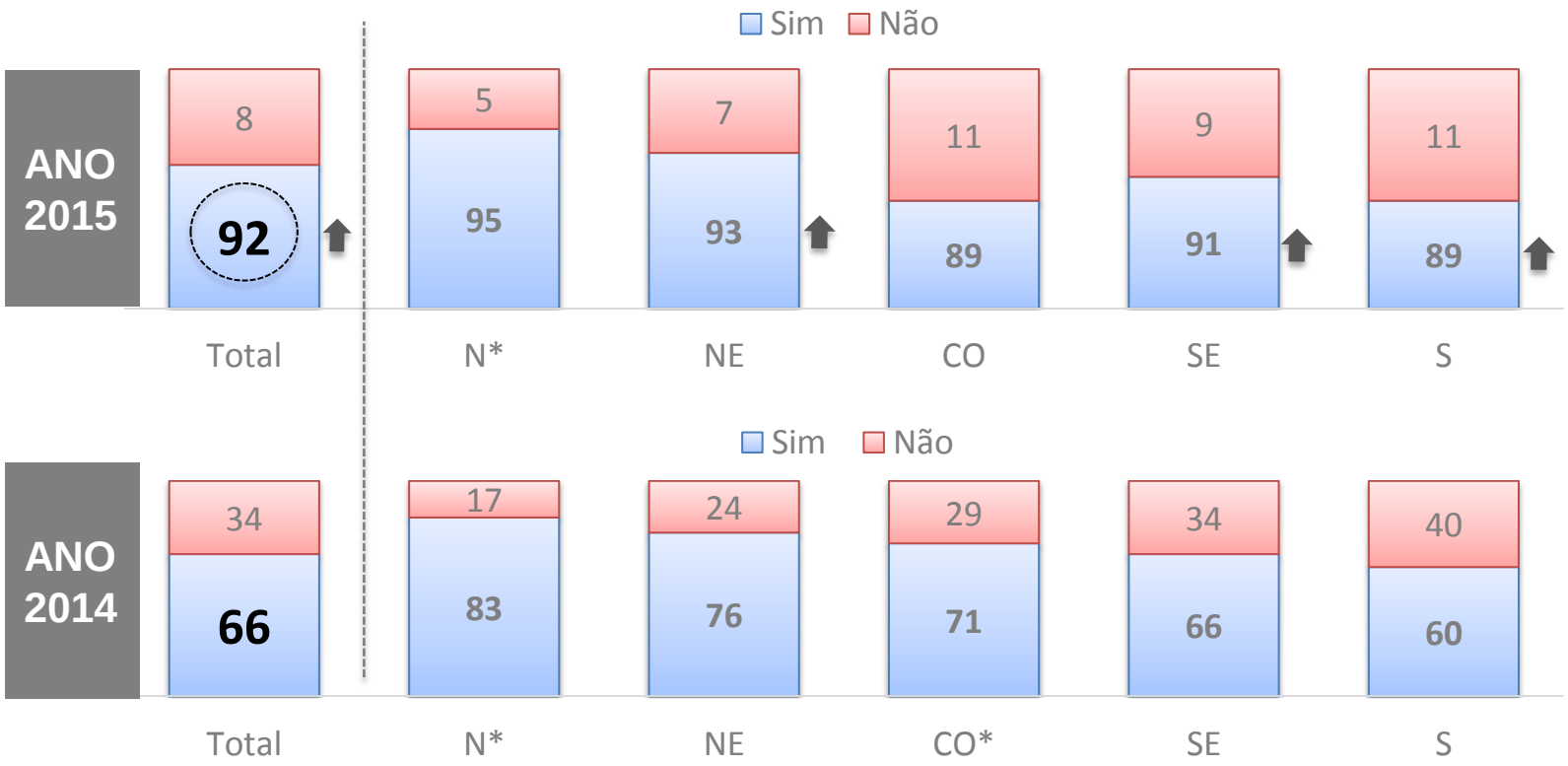


© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **Comparado ao ano anterior, aumenta em todas as regiões a pretensão de compra do presente para o Dia dos Namorados, principalmente no Sul (60% para 89%), seguido por Sudeste (66% para 91%) e Nordeste (76% para 93%).**

EVOLUTIVO POR REGIÃO

Pretende comprar presentes neste Dia dos Namorados? (%)

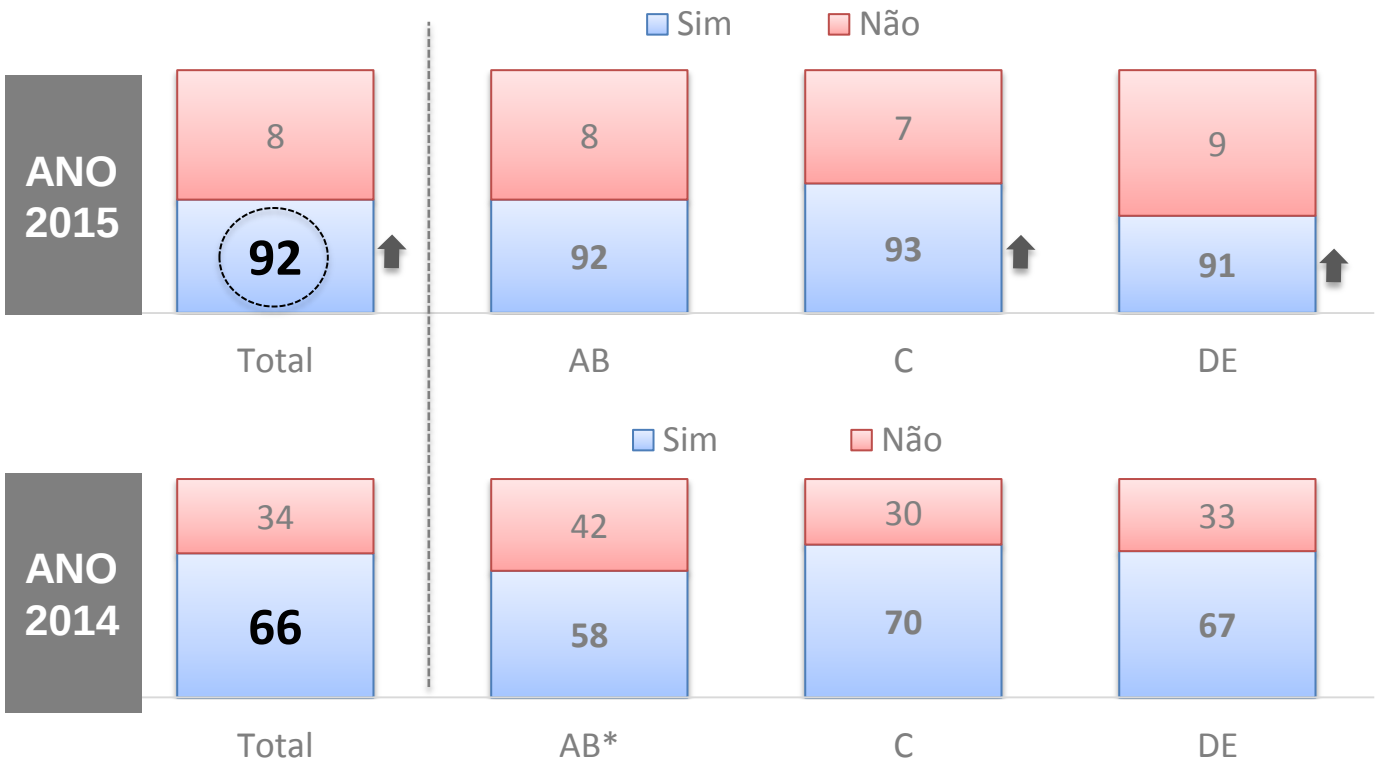


© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **Comparado ao ano anterior, aumenta a pretensão de compra do presente para o Dia dos Namorados principalmente entre os consumidores das classes DE (67% para 91%) e C (70% para 93%).**

EVOLUTIVO POR CLASSE SOCIAL

Pretende comprar presentes neste Dia dos Namorados? (%)

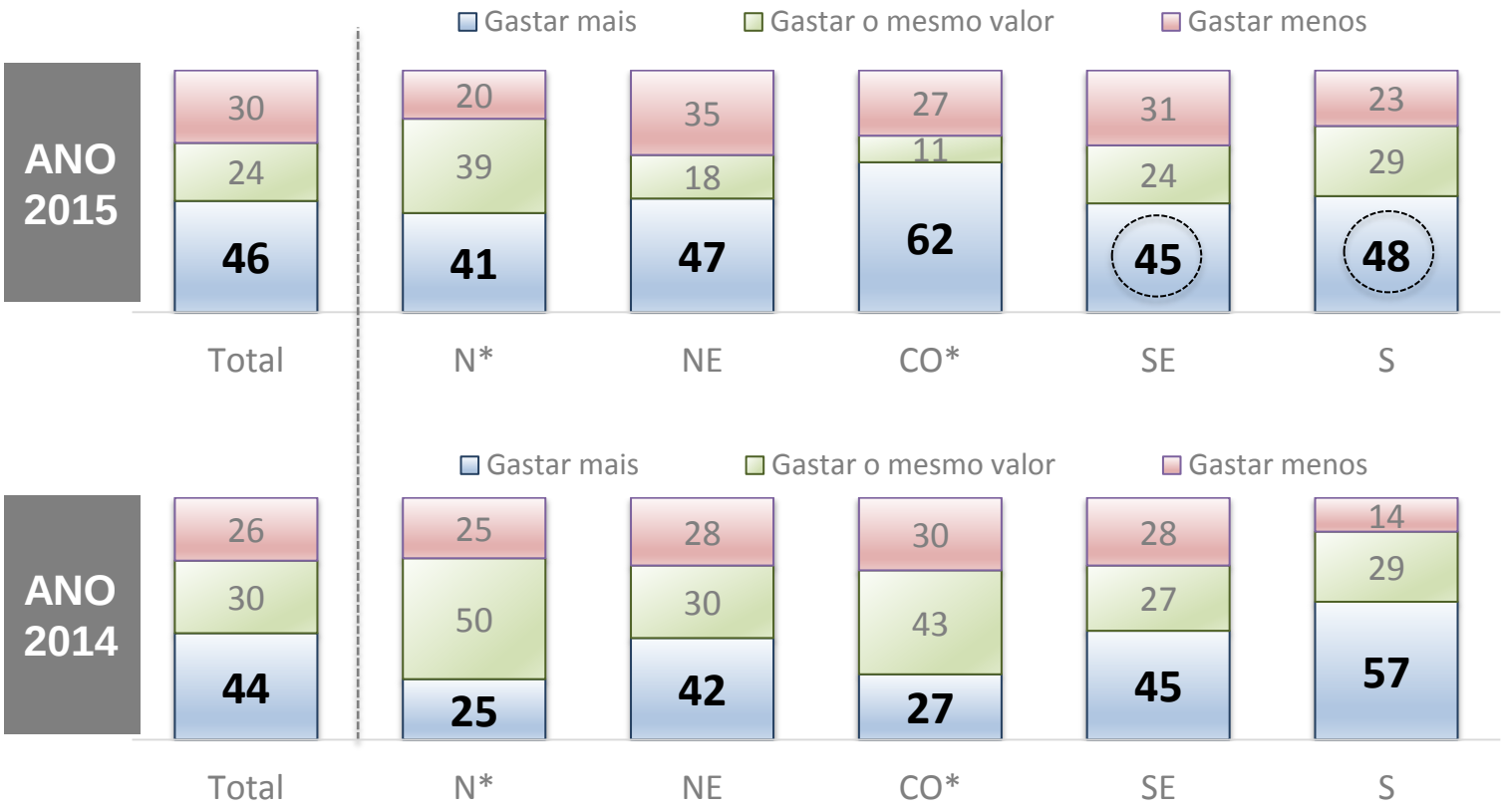


© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **45% dos consumidores no Sudeste pretendem gastar mais neste ano, mesmo percentual registrado em 2014. Ainda na comparação com o ano anterior, no Sul diminui a pretensão de gastar mais com o presente do Dia dos Namorados, de 57% para 48% (que de 9p.p.).**

EVOLUTIVO POR REGIÃO

E o quanto irá gastar com o presente? (%)

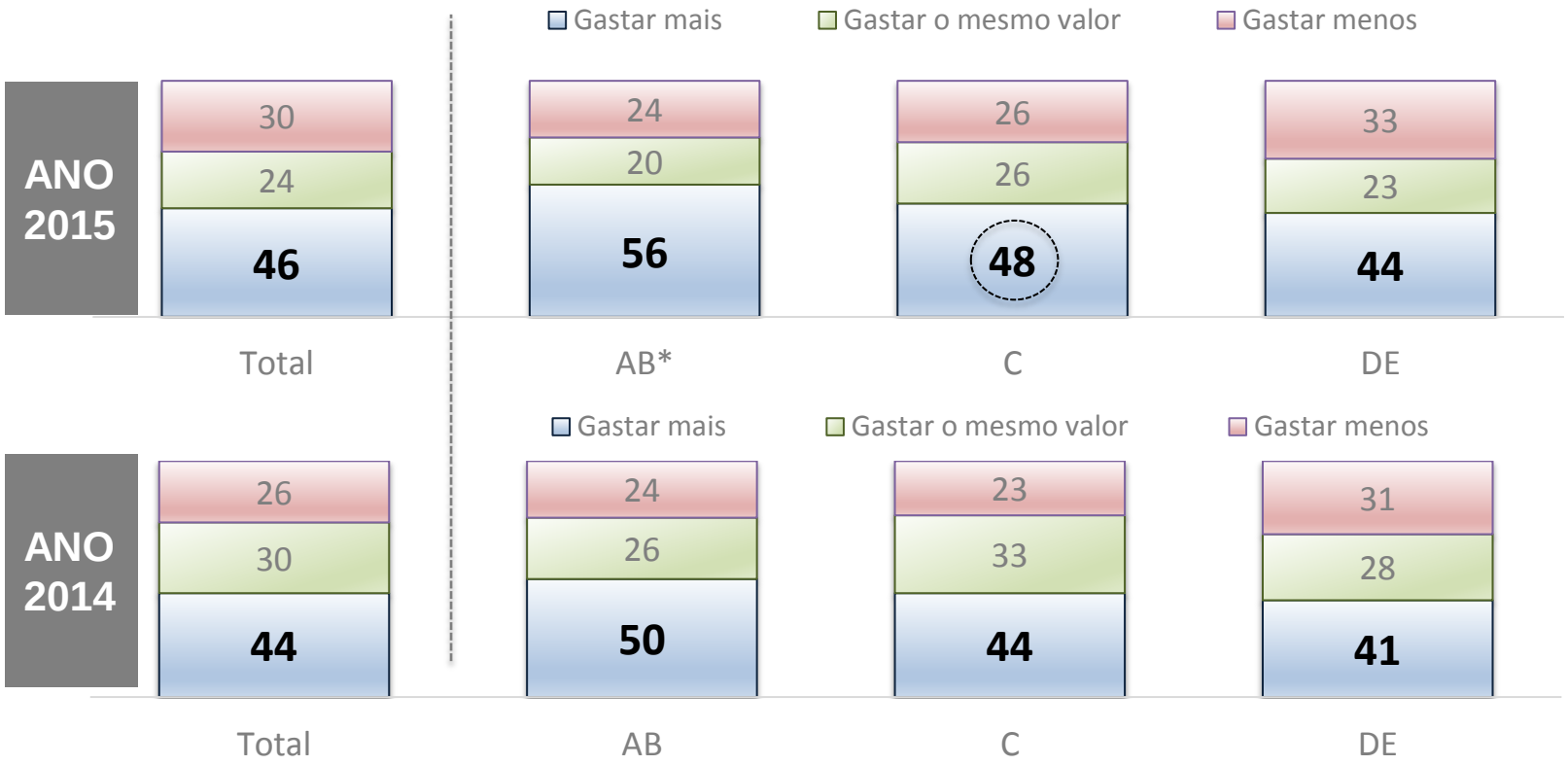


© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **48% dos consumidores da Classe C pretendem gastar mais neste ano em comparação ao ano de 2014, com a compra do presente para comemorar o Dia dos Namorados.**

EVOLUTIVO POR CLASSE SOCIAL

E o quanto irá gastar com o presente? (%)



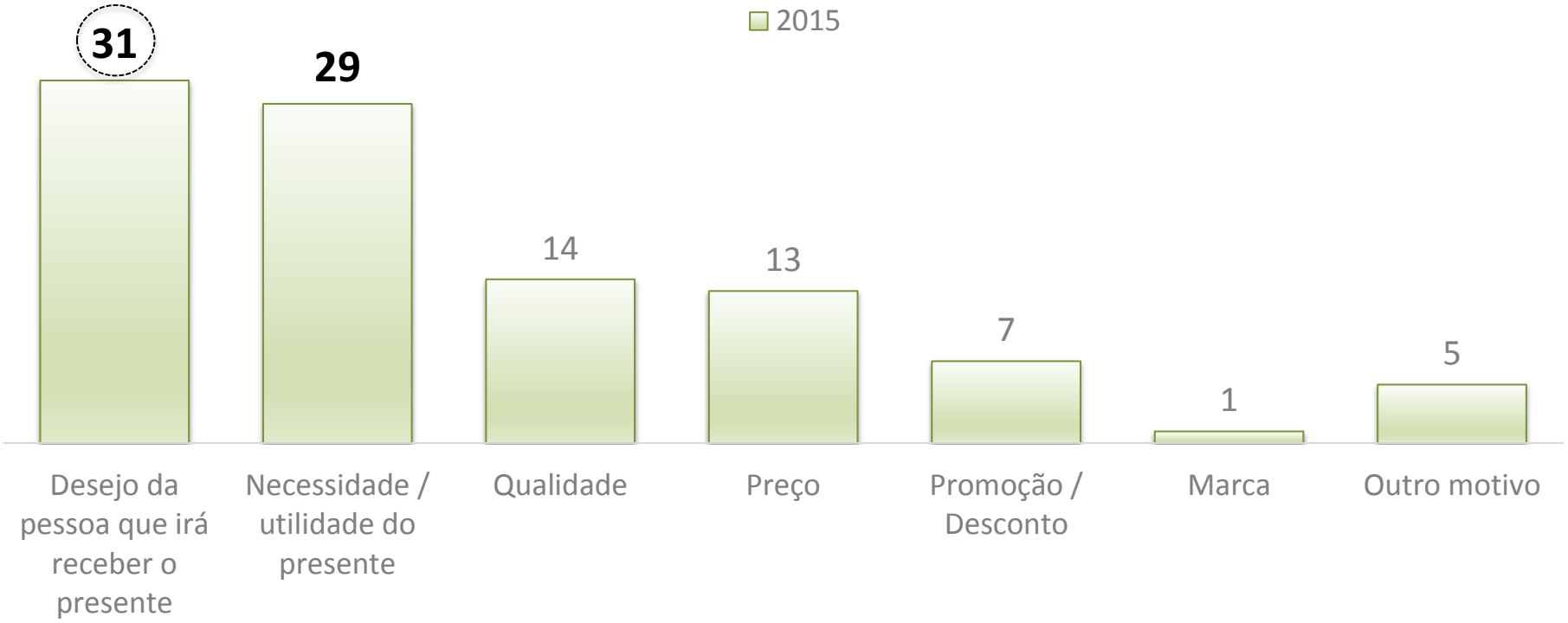
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

MOTIVOS QUE INFLUENCIAM A DECISÃO DE COMPRA DO PRESENTE PARA O DIA DOS NAMORADOS

© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **31% dos consumidores declararam que a decisão de compra ou escolha do presente para o Dia dos Namorados será baseada no desejo de quem receberá o presente.**
- **A decisão por necessidade aparece em segundo lugar, com 29% das menções.**

O que é mais relevante e que influenciará a sua decisão de compra do Presente do Dia dos Namorados? (%)



© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **34% dos consumidores na região Nordeste e 32% da classe DE decidirão sobre a escolha do presente, levando em conta a necessidade e utilidade do mesmo.**
- **Nas demais regiões e classes sociais, os consumidores considerarão o desejo de quem irá ganhar o presente: Classe C (38%), Sul (34%) e Sudeste (31%).**

O que é mais relevante e influenciará na decisão de compra? (%)	Total da amostra (%)	Região (%)					Classe Social (%)		
		N	NE	CO	SE	S	AB	C	DE
Desejo da pessoa que irá receber o presente	**31**	41	31	34	31	34	47	38	27
Necessidade / utilidade do presente	**29**	21	34	21	30	31	15	29	32
Qualidade	**14**	10	9	19	13	14	17	13	13
Preço	**13**	11	10	12	12	11	9	11	12
Promoção / Desconto	**7**	10	10	7	8	6	1	4	10
Marca	**1**	2	2	3	1	1	3	1	1
Outro motivo	**5**	5	4	4	5	3	8	4	5

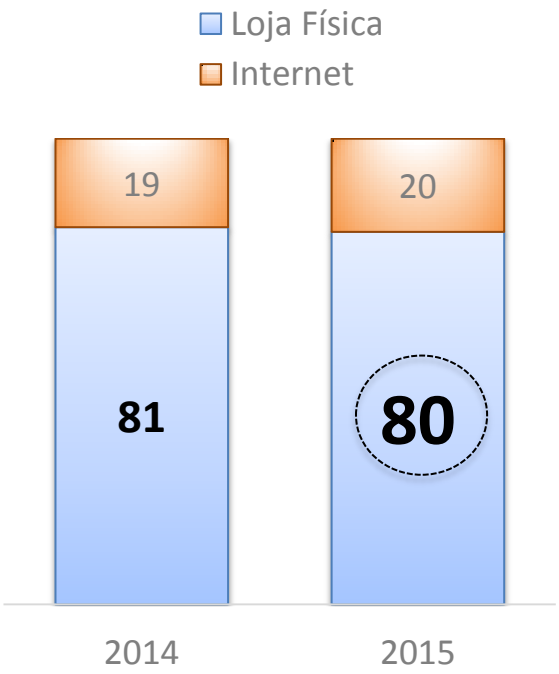
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

LOCAL ONDE PRETENDE COMPRAR O PRESENTE DO DIA DOS NAMORADOS

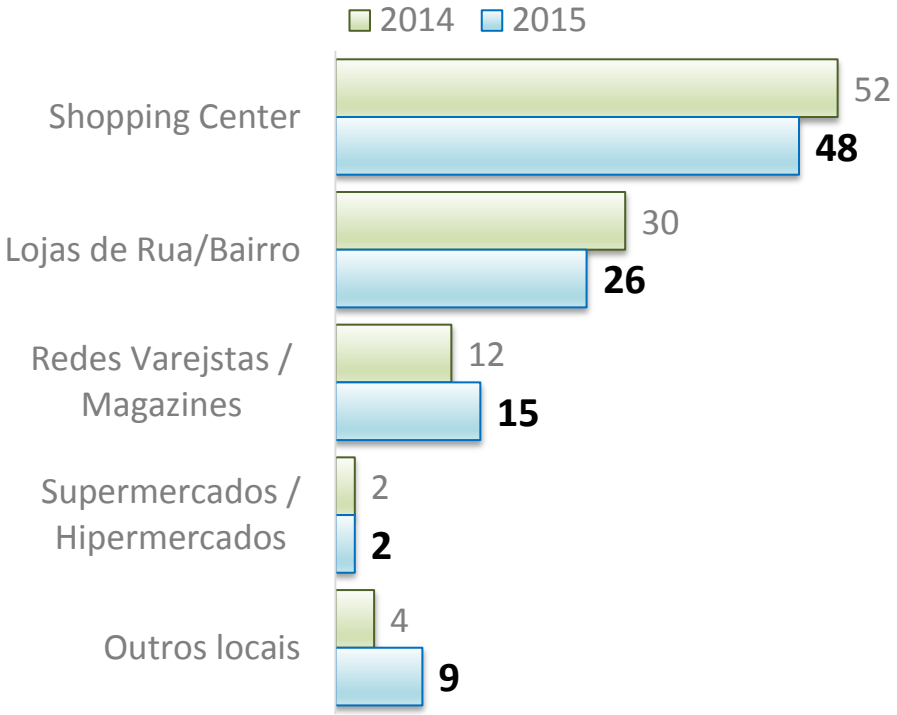
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **80% dos consumidores comprarão presentes em Lojas Físicas. Destes, 48% concentrarão suas compras em lojas de shopping centers e 26% em lojas de rua/bairro.**
- **Outros 20% dos consumidores utilizarão a internet como canal para compra do presente do Dia dos Namorados.**

Onde pretende comprar o presente do Dia dos Namorados? (%)



Local onde pretende comprar o presente do Dia dos Namorados? (%)

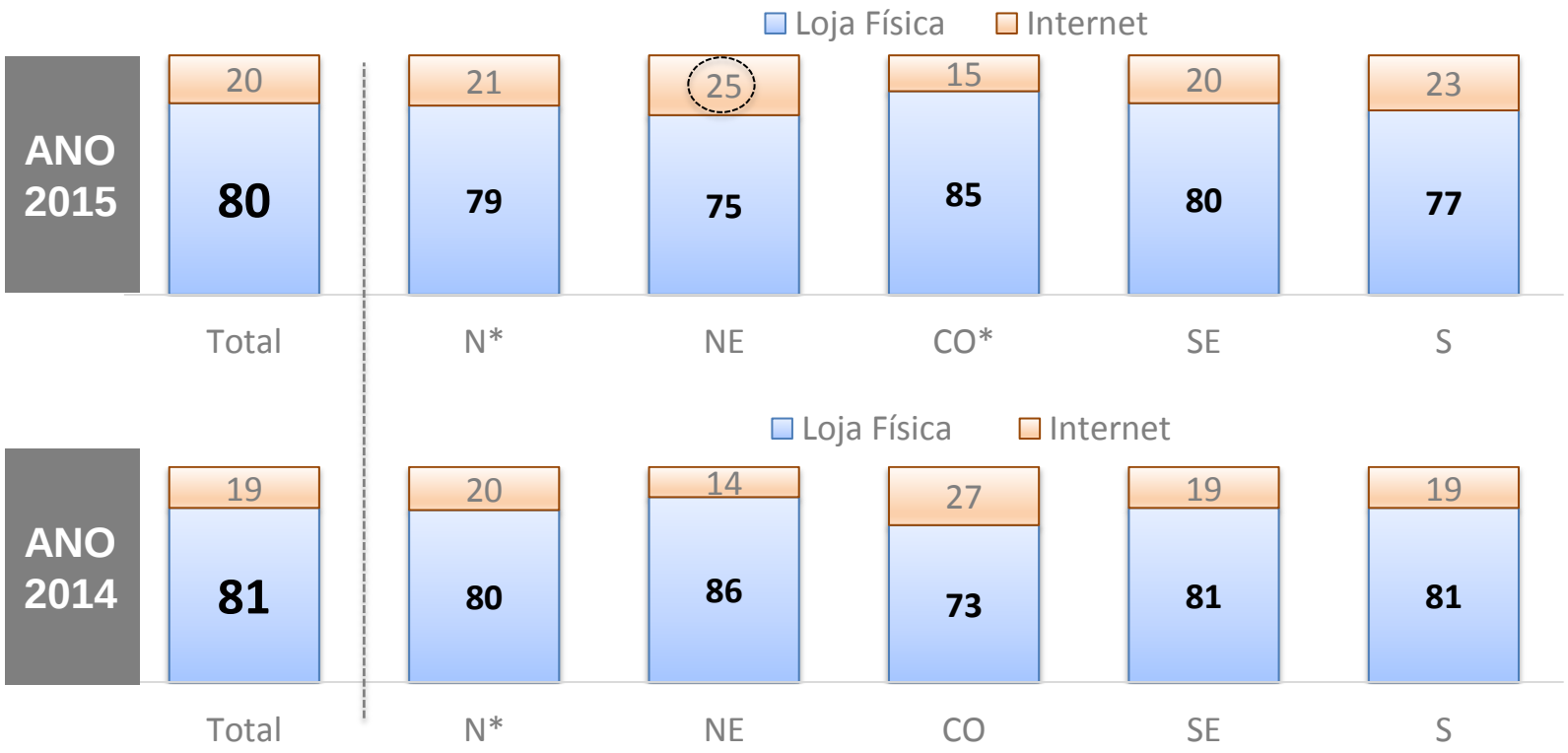


© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **No Sudeste, 80% dos consumidores irão comprar presentes em lojas físicas. Por outro lado, 25% dos consumidores no Nordeste declaram que comprarão os presentes via internet, contra 14% registrados em 2014, um crescimento de 11p.p.**

EVOLUTIVO POR REGIÃO

Onde pretende comprar o presente do Dia dos Namorados? (%)

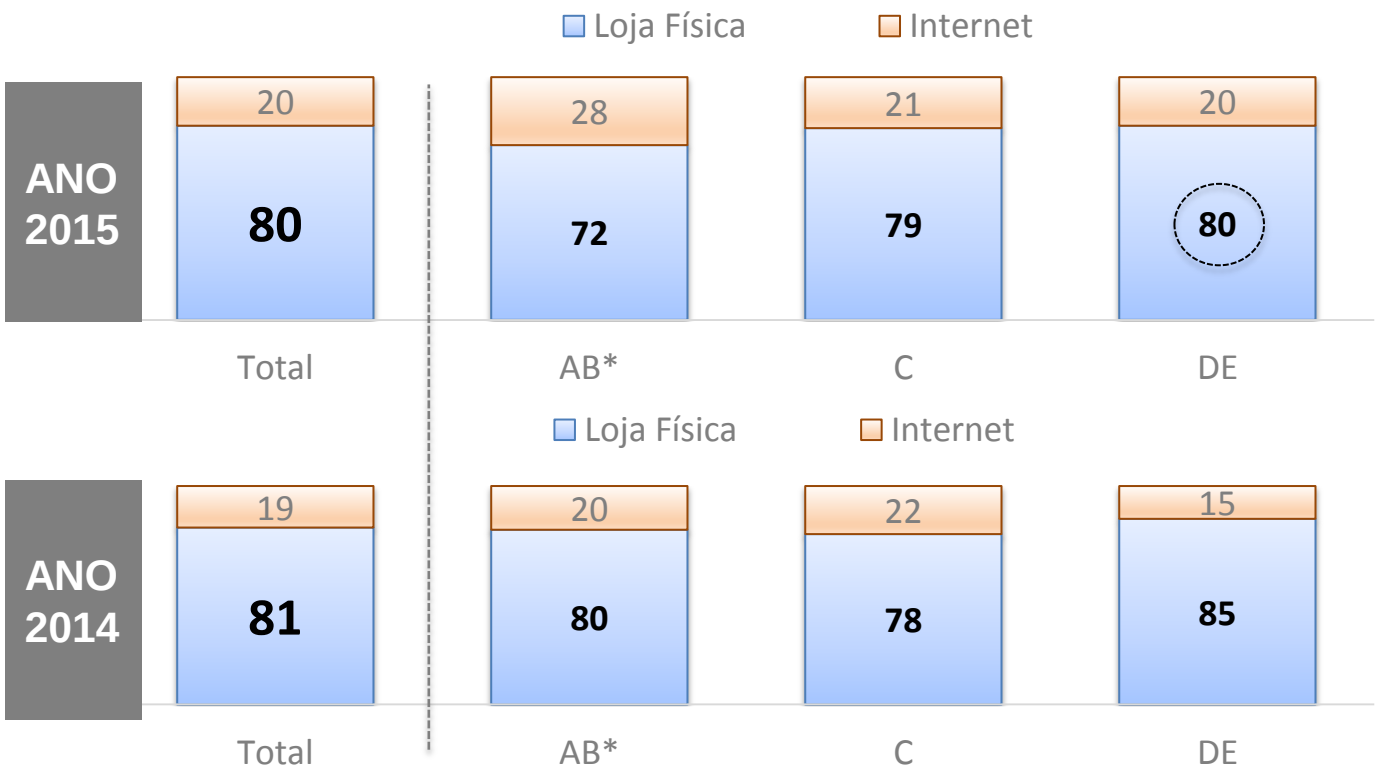


© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **80% dos consumidores da classe DE irão comprar presentes em lojas físicas.**
- **Nas demais classes também prevalece a opção por concentrar as compras do Dia dos Namorados em lojas físicas – classe C (79%) e AB (72%).**

EVOLUTIVO POR CLASSE SOCIAL

Onde pretende comprar o presente do Dia dos Namorados? (%)

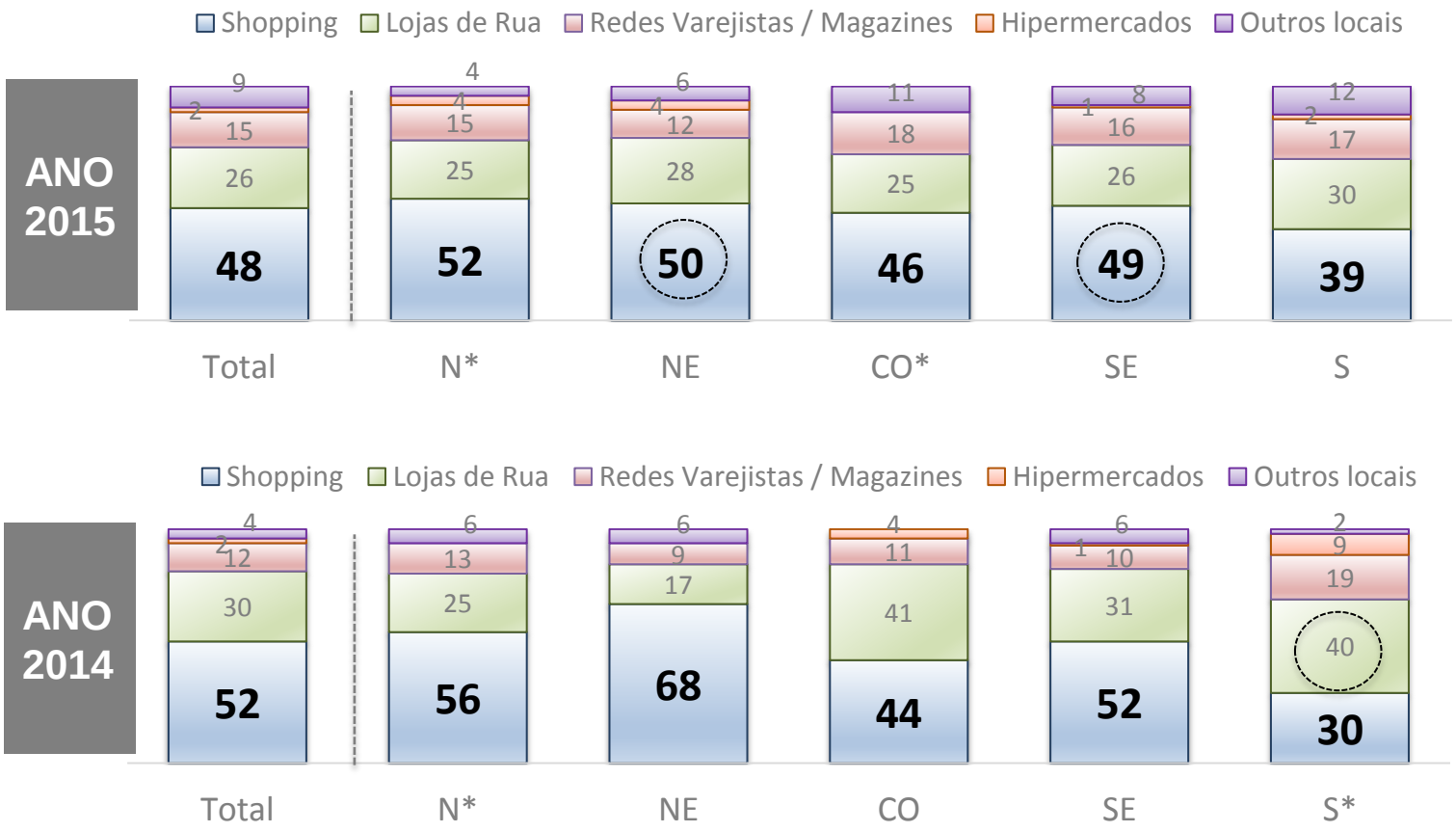


© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **49% dos consumidores no Sudeste pretendem concentrar as compras em lojas de shoppings. No Sul, este percentual é de 39%, 9p.p. acima em comparação ao ano anterior.**
- **No Nordeste, 50% dos consumidores também concentrarão suas compras nos shoppings, e sobe de 17% para 28% a intenção de realizar as compras em lojas de rua/bairro.**

EVOLUTIVO POR REGIÃO

Local onde pretende comprar o presente do Dia dos Namorados? (%)

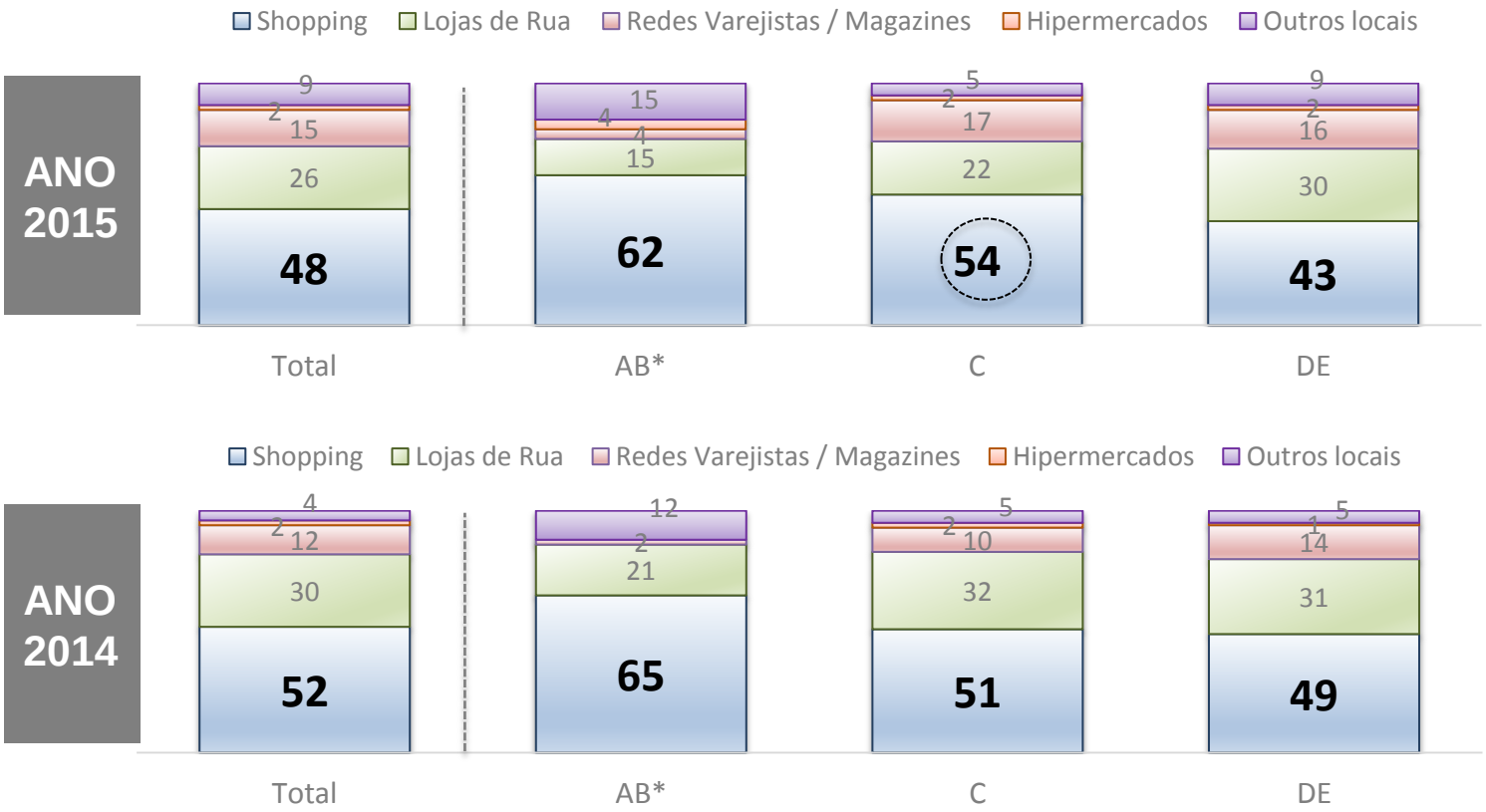


© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **54% dos consumidores da classe C pretendem realizar a maior parte das compras para o Dia dos Namorados em lojas de shoppings centers. Na classe DE este percentual é de 43%.**

EVOLUTIVO POR CLASSE SOCIAL

Local onde pretende comprar o presente do Dia dos Namorados? (%)

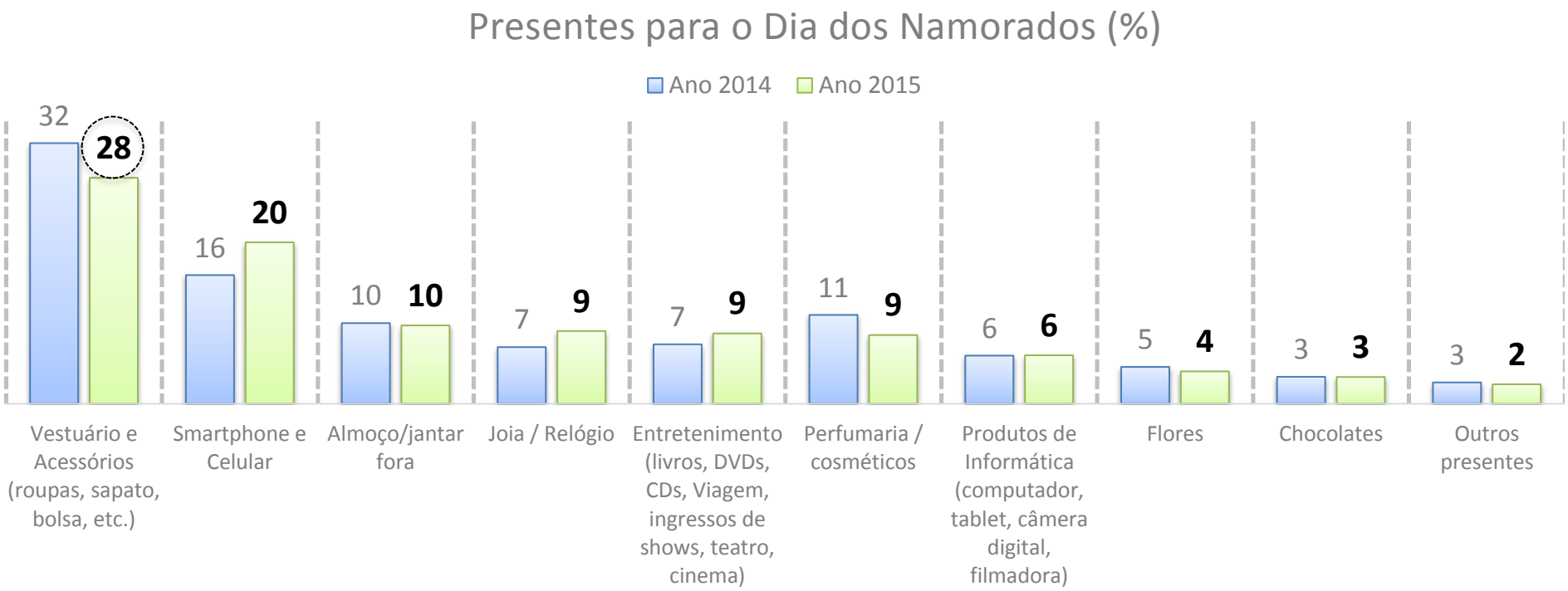


© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

TIPO DE PRESENTE PARA O DIA DOS NAMORADOS

© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **Itens de vestuário e acessórios continuam sendo a principal opção de presente para o Dia dos Namorados para este ano, com 28% das menções.**
- **Em segundo lugar, com 20% das menções, surgem os smartphones e celulares.**



© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **31% dos consumidores no Sudeste irão optar por presentear neste Dia dos Namorados com itens de vestuário de acessórios, similar ao ano anterior.**
- **No Nordeste, cresce o percentual de consumidores que irão comprar smartphones e celulares como opção de presente neste Dia dos Namorados, com 23% das menções, contra 17% em 2014.**

Itens que pretende comprar para presentear no Dia dos Namorados (%)	Total da amostra (%)		Região (%)									
			N		NE		CO		SE		S	
Ano	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Vestuário e Acessórios (roupas, sapato, bolsa, etc.)	32,6	28,0	25,0	21,3	22,2	22,9	27,0	16,7	35,7	31,4	29,3	33,3
Smartphone e Celular	15,8	20,1	30,0	18,0	17,3	22,9	10,8	30,6	14,3	16,7	17,2	14,3
Almoço/jantar fora	9,7	9,8	5,0	11,5	7,4	5,7	10,8	11,1	10,5	10,4	6,9	12,4
Joia / Relógio	7,0	9,1	0,0	9,8	11,1	10,2	10,8	13,9	5,4	8,1	10,3	4,8
Entretenimento (livros, DVDs, CDs, Viagem, ingressos de shows, teatro, cinema)	7,0	8,8	10,0	11,5	12,3	7,6	8,1	5,6	6,1	9,9	6,9	11,4
Perfumaria / cosméticos	10,6	8,4	5,0	8,2	14,8	9,6	10,8	11,1	10,2	8,4	12,1	12,4
Produtos de Informática (computador, tablets, câmera digital, filmadora)	6,0	6,0	10,0	4,9	4,9	11,5	8,1	4,2	6,7	5,5	3,4	3,8
Flores	4,6	4,1	0,0	9,8	6,2	5,7	8,1	2,8	3,5	3,3	8,6	1,9
Chocolates	3,3	3,4	5,0	1,6	2,5	3,2	2,7	1,4	3,5	3,3	3,4	2,9
Outros presentes	3,3	2,4	10,0	3,3	1,2	0,6	2,7	2,8	4,1	3,0	1,7	2,9

© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **Predominará entre os consumidores da classe C a opção por presentear com itens de vestuários e acessórios neste Dia dos Namorados, com 27% menções. O mesmo ocorre na classe DE e, neste ano, cresce de 12% para 18% a opção por presentear com smartphones e celulares.**

Itens que pretende comprar para presentear no Dia dos Namorados (%)	Total da amostra (%)		Classe Social (%)					
			AB		C		DE	
Ano	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Vestuário e Acessórios (roupas, sapato, bolsa, etc.)	32,7	28,0	35,5	16,9	29,6	27,3	33,1	31,0
Smartphone e Celular	15,8	20,0	17,8	24,6	17,8	17,0	12,6	18,6
Almoço/jantar fora	9,7	9,8	6,7	12,5	9,7	8,0	9,6	10,7
Joia / Relógio	7,0	9,1	6,7	13,8	7,6	9,8	6,5	7,3
Entretenimento (livros, DVDs, CDs, Viagem, ingressos de shows, teatro, cinema)	7,0	8,8	8,9	13,8	8,1	10,7	6,5	8,4
Perfumaria / cosméticos	10,6	8,4	4,4	4,6	12,3	9,8	10,9	9,1
Produtos de Informática (computador, tablets, câmera digital, filmadora)	6,0	6,0	8,9	4,6	5,5	6,3	6,5	6,1
Flores	4,6	4,1	6,7	7,7	4,7	4,5	4,3	3,2
Chocolates	3,3	3,4	0,0	0,0	1,7	3,6	5,7	3,0
Outros presentes	3,3	2,4	4,4	1,5	3,0	3,0	4,3	2,6

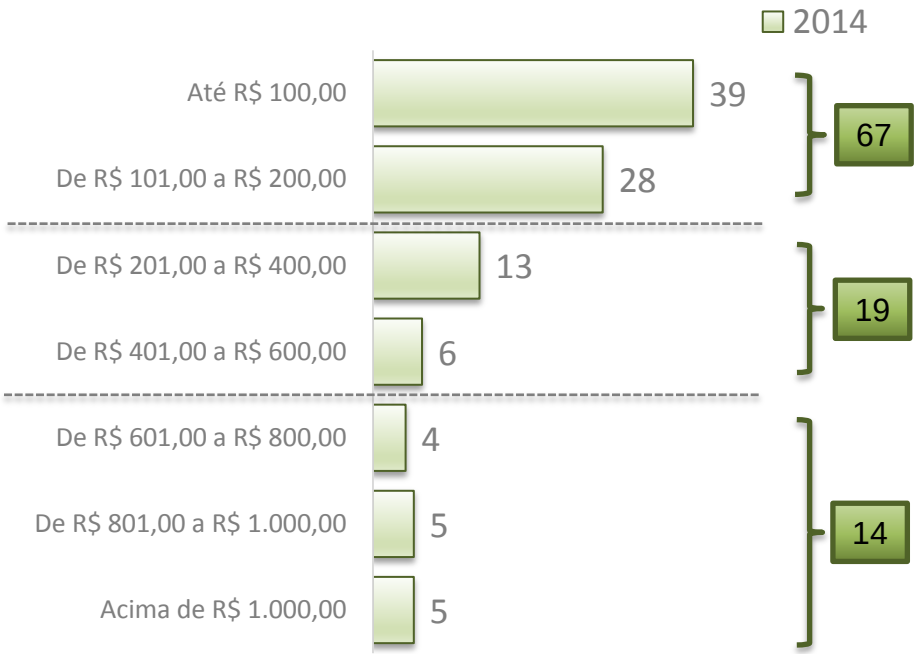
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

VALOR DO PRESENTE DO DIA DOS NAMORADOS

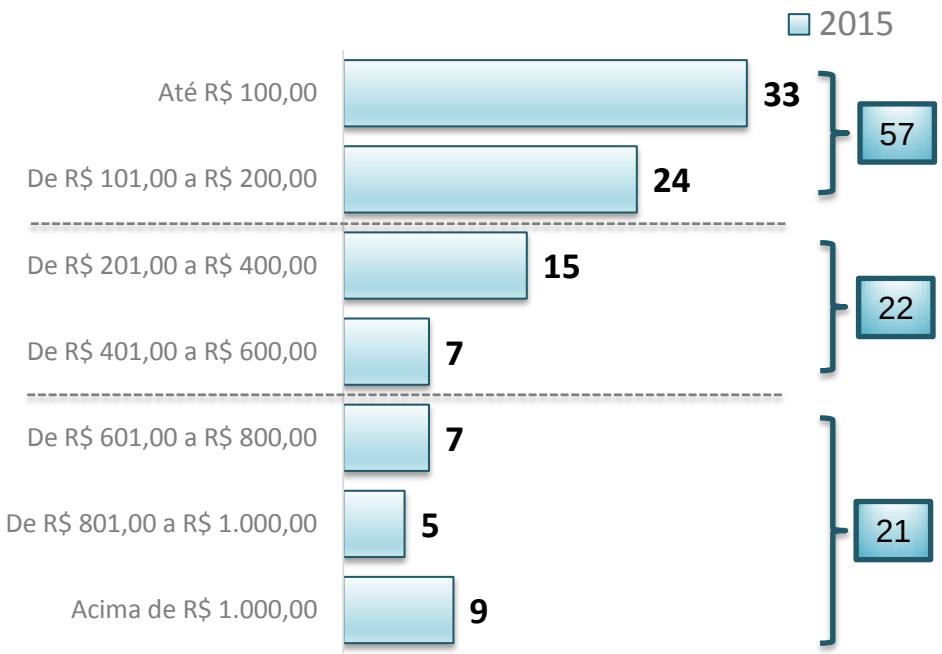
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **O valor médio que os consumidores pretendem gastar com o presente do Dia dos Namorados aumenta neste ano em 19%, comparado ao ano de 2014, passando de R$ 276,88 para R$ 329,81.**
- **No geral, 57% dos consumidores gastarão até R$ 200,00 e os demais, valores acima de R$ 201,00.**

Valor que pretende gastar com os presentes para o Dia dos Namorados (%)



Valor médio do presente: R$ 276,88



Valor médio do presente: R$ 329,81

(aumento de 19% em relação ao gasto médio pretendido em 2014)

© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **Na comparação entre as diferentes regiões, á maior no Sul e Sudeste o total de consumidores que pretendem gastar até R$ 200,00 com o presente do Dia dos Namorados, com 61% e 60% das menções, respectivamente.**

Valor que pretende gastar com os presentes para o Dia dos Namorados (%)	Total da amostra (%)		Região (%)									
			N		NE		CO		SE		S	
Ano	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Até R$ 100,00	38,7	33,0	55,0	34,4	39,5	35,7	35,1	22,2	39,2	34,1	34,5	35,2
De R$ 101,00 a R$ 200,00	28,0	24,0	5,0	21,3	28,4	21,7	24,3	19,4	28,7	26,2	32,8	25,7
De R$ 201,00 a R$ 400,00	13,1	15,0	5,0	8,2	13,6	13,4	13,5	15,3	13,4	14,9	10,3	17,1
De R$ 401,00 a R$ 600,00	5,7	7,0	5,0	4,9	6,2	5,7	8,1	13,9	4,5	6,7	8,6	5,7
De R$ 601,00 a R$ 800,00	4,1	7,0	5,0	13,1	1,2	8,3	5,4	11,1	4,8	5,5	5,2	3,8
De R$ 801,00 a R$ 1.000,00	5,0	5,0	10,0	4,9	7,4	3,8	10,8	6,9	3,8	5,8	3,4	4,8
Acima de R$ 1.000,00	5,5	9,0	15,0	13,1	3,7	11,5	2,7	11,1	5,7	6,8	5,2	7,6
Valor médio do gasto (R$)	**276,88**	**329,81**	**377,65**	**383,05**	**266,33**	**344,21**	**315,18**	**418,39**	**270,02**	**310,80**	**277,03**	**299,81**

56 57 42 60 61

© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **Na comparação entre as diferentes classes sociais, 64% dos consumidores da classe DE pretendem gastar até R$ 200,00 com o presente do Dia dos Namorados. Esse percentual cai para 51% na classe C e 34% na classe AB.**

Valor que pretende gastar com os presentes para o Dia dos Namorados (%)	Total da amostra (%)		Classe Social (%)					
			AB		C		DE	
Ano	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Até R$ 100,00	38,6	33,0	24,4	16,9	32,1	25,0	49,1	40,0
De R$ 101,00 a R$ 200,00	28,0	24,0	24,4	16,9	29,7	26,4	26,5	24,3
De R$ 201,00 a R$ 400,00	13,1	15,0	20,1	20,0	14,0	15,5	10,0	13,7
De R$ 401,00 a R$ 600,00	5,7	7,0	6,7	3,1	5,1	8,9	5,7	6,1
De R$ 601,00 a R$ 800,00	4,1	7,0	4,4	6,2	5,1	5,7	3,5	7,0
De R$ 801,00 a R$ 1.000,00	5,0	5,0	2,2	7,7	7,2	5,4	3,5	5,2
Acima de R$ 1.000,00	5,5	9,0	17,8	29,2	6,8	13,1	1,7	3,7
Valor Médio (em R$)	**276,88**	**329,81**	**383,62**	**522,58**	**312,59**	**374,86**	**220,46**	**280,49**

34 51 64

© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **Na classe C há um aumento de 19,9% no valor médio que estes consumidores pretendem gastar com os presentes do Dia dos Namorados, passando de R$ 312,59 em 2014 para R$ 374,86 neste ano. Há também aumento no valor médio dos presentes entre os consumidores da classe DE (27,2%), passando de R$ 220,46 para R$ 280,49.**

Perfil do Respondente	Valor Médio (em R$)		Var%
Ano	2014	2015	2015/2014
Total de respondentes	276,88	329,81	19,1
Norte	377,65	383,05	1,4
Nordeste	266,33	344,21	29,2
Centro-oeste	315,18	418,39	32,7
Sudeste	270,02	310,80	15,1
Sul	277,03	299,81	8,2
Classe AB	383,62	522,58	36,2
Classe C	312,59	374,86	19,9
Classe DE	220,46	280,49	27,2

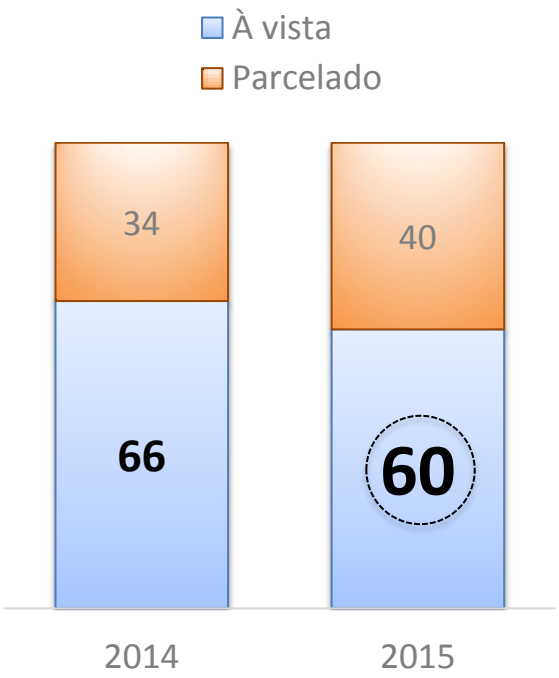
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

HÁBITOS DE PAGAMENTO

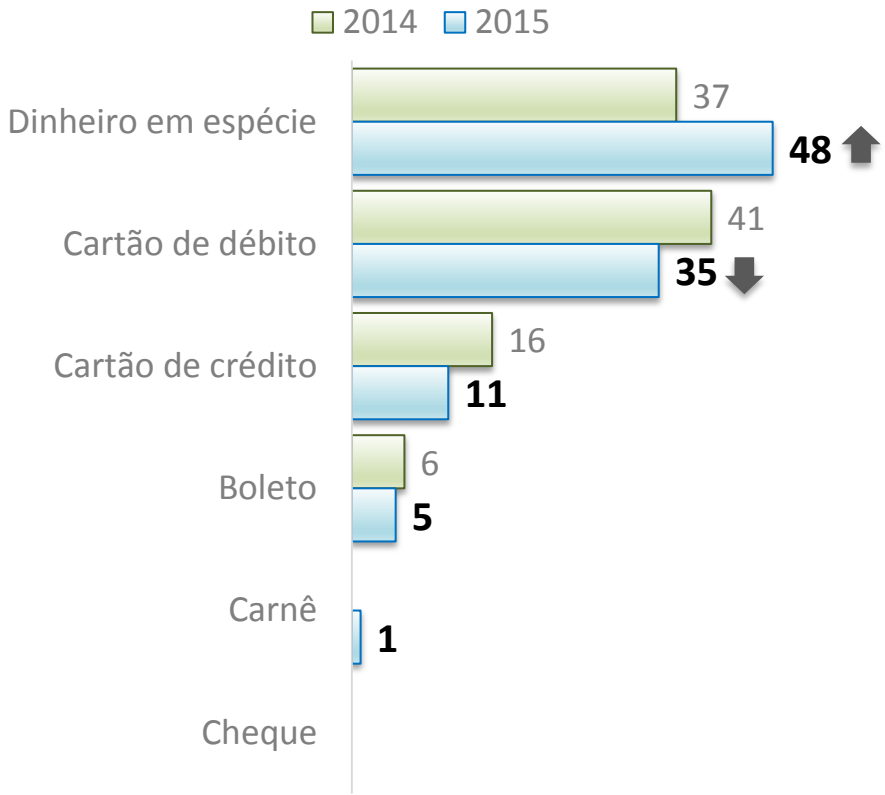
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **60% dos consumidores irão comprar o presente do Dia dos Namorados e pagar à vista.**
- **48% utilizarão o dinheiro, um aumento de 11p.p em relação ao ano anterior.**
- **O cartão de débito aparece como segunda opção com 35% das menções, entre o meios de pagamento para as compras à vista.**

Forma como pretende pagar o presente do Dia dos Namorados? (%)



Meio de pagamento para **compras à vista** (%)



© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **62% dos consumidores na região Sudeste irão pagar à vista o presente do Dia dos Namorados. 44% deles utilizarão o dinheiro em espécie para pagar este presente.**
- **No Sul, 61% dos consumidores pagarão à vista e, destes, 45% utilizarão o cartão de débito como meio de pagamento dos presentes para esta data.**

Forma como pretende pagar o presente do Dia dos Namorados (%)	Total da amostra (%)		Região (%)									
			N		NE		CO		SE		S	
Ano	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
À vista	66	60	45	51	57	54	68	62	70	62	66	61
Dinheiro em espécie	37	48	56	55	50	53	36	64	29	44	53	42
Cartão de débito	41	35	33	32	26	22	32	29	50	38	26	45
Cartão de crédito	16	11	11	3	18	16	16	2	16	12	16	5
Boleto	6	5	0	7	4	9	16	3	5	5	5	6
Carnê	0	1	0	3	2	0	0	2	0	1	0	2
Cheque	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

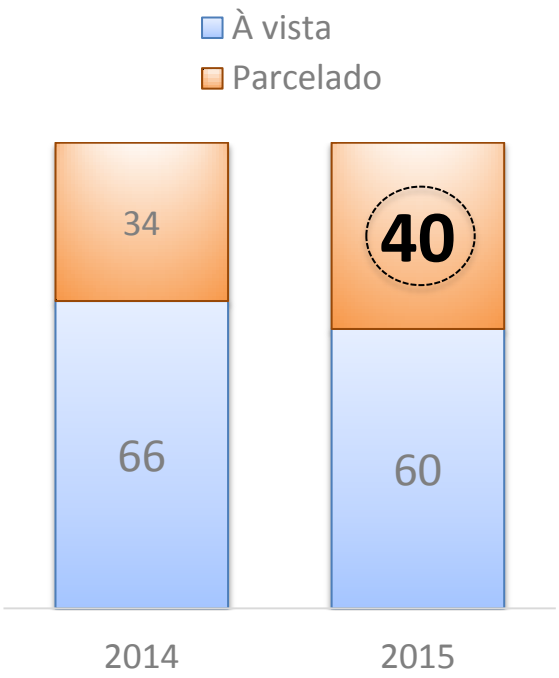
- **61% dos consumidores da classe DE e 59% da classe C irão pagar à vista o presente do Dia dos Namorados. Ainda na classe C, 47% destes consumidores utilizarão o cartão de débito para efetuar o pagamento dos presentes nesta data. Na classe DE prevalece a opção por pagar como dinheiro, com 54% das menções.**

Forma como pretende pagar o presente do Dia dos Namorados (%)	Total da amostra (%)		Classe Social (%)					
			AB		C		DE	
Ano	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
À vista	66	60	71	62	67	59	67	61
Dinheiro em espécie	37	48	23	25	32	38	44	54
Cartão de débito	41	35	51	48	45	47	36	29
Cartão de crédito	16	11	20	22	15	9	17	10
Boleto	6	5	6	5	7	5	3	6
Carnê	0	1	0	0	0	1	0	1
Cheque	0	0	0	0	1	0	0	0

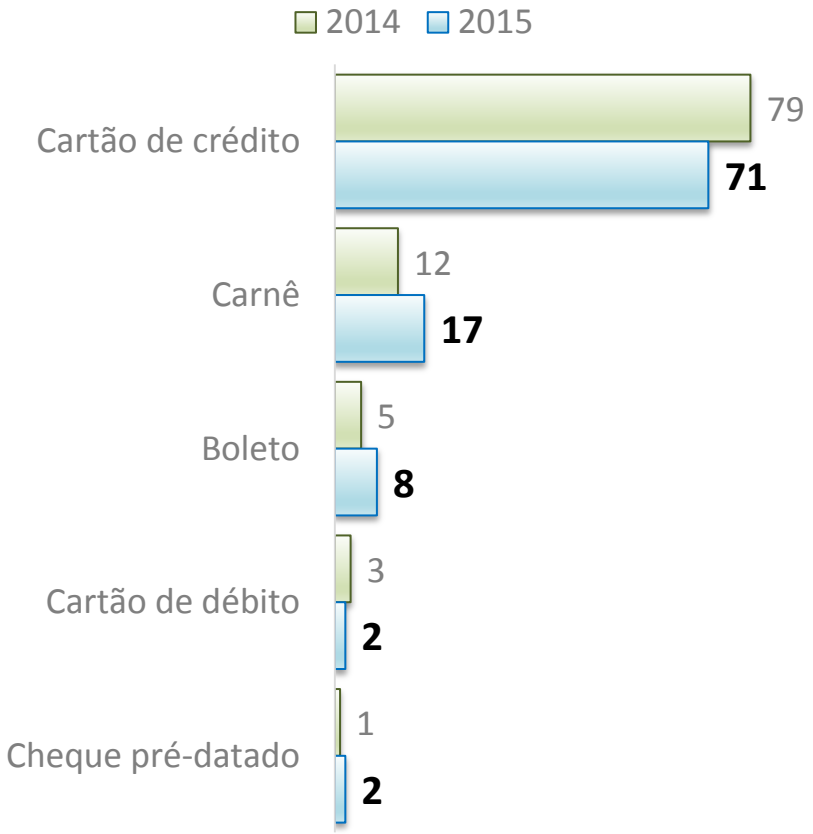
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **40% dos consumidores irão comprar o presente e pagar de forma parcelada.**
- **71% utilizarão o cartão de crédito, seguido por carnê (17%), boleto (8%), cartão de débito (2%) e cheque pré-datado (2%).**

Forma como pretende pagar o presente dos Namorados? (%)



Meio de pagamento para **compras parceladas** (%)



© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **38% dos consumidores na região Sudeste irão pagar o presente de forma parcelada e, destes, 74% utilizarão o cartão de crédito para pagar este presente. No Nordeste, 46% irão parcelar o valor das compras, e 80% será através do cartão de crédito.**

Forma como pretende pagar o presente do Dia dos Namorados (%)	Total da amostra (%)		Região (%)									
			N		NE		CO		SE		S	
Ano	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Parcelado	34	40	55	49	43	46	32	38	30	38	34	39
Cartão de crédito	79	71	78	64	97	80	67	55	75	74	58	66
Carnê	12	17	22	23	3	15	8	30	11	15	37	24
Boleto	5	8	0	10	0	4	25	11	5	7	5	10
Cartão de débito	3	2	0	0	0	1	0	0	7	2	0	0
Cheque pré-datado	1	2	0	3	0	0	0	4	2	2	0	0

© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **39% dos consumidores da classe DE irão pagar o presente do Dia dos Namorados de forma parcelada. 66% deles utilizarão o cartão de crédito e, diferente das classes C e AB, na classe DE é maior o percentual de usuários que também irão parcelar as compras com carnê, com 22% das menções.**

Forma como pretende pagar o presente do Dia dos Namorados (%)	Total da amostra (%)		Classe Social (%)					
			AB		C		DE	
Ano	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Parcelado	34	40	29	38	33	41	33	39
Cartão de crédito	79	71	79	84	81	83	75	66
Carnê	12	17	7	12	9	10	17	22
Boleto	5	8	7	4	6	5	3	9
Cartão de débito	3	2	7	0	4	0	2	2
Cheque pré-datado	1	2	0	0	0	2	3	1

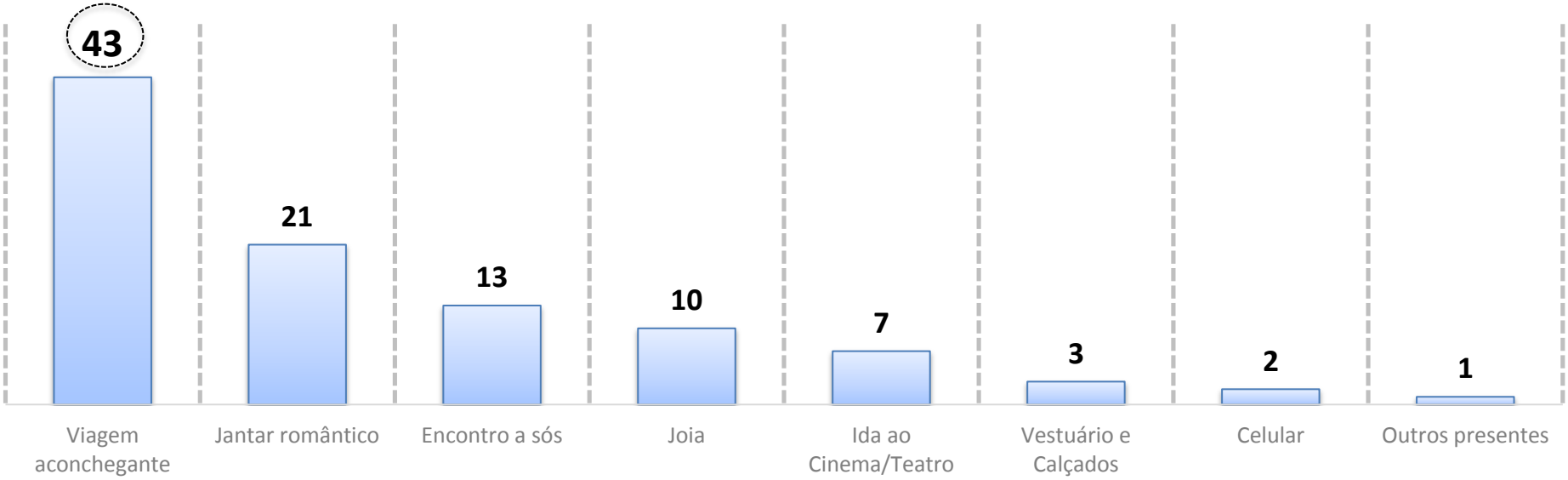
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

PRESENTE QUE GOSTARIA DE GANHAR NO DIA DOS NAMORADOS

© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **De modo geral, 43% dos consumidores gostariam de ganhar uma viagem aconchegante para comemorar a data. Outros 21% gostariam de ser convidados para um jantar romântico.**

Tipo de presente que gostaria de ser presenteado/a neste Dia dos Namorados (%)



Outros presentes : Carro, Notebook , Perfume, Relógio, Eletrodoméstico, Eletroeletrônico, TV, Computador, DVD, Livro.

© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **49% dos consumidores no Nordeste gostariam de ganhar de presente uma viagem aconchegante do namorado/a, desejo que se repete nas demais regiões como Sudeste (42%) e Sul (39%).**

Tipo de presente que gostaria de ser presenteado/a neste Dia dos Namorados? (%)	Total da amostra (%)	Região (%)					Classe Social (%)		
		N	NE	CO	SE	S	AB	C	DE
Viagem aconchegante	43	46	49	35	42	39	49	47	40
Jantar romântico	21	21	19	24	21	21	24	20	21
Encontro a sós	13	7	11	13	14	11	8	11	14
Joia	10	11	8	13	9	17	8	11	11
Ida ao Cinema / Teatro	7	7	6	9	7	4	5	4	8
Vestuário e calçados	3	2	2	4	3	3	3	3	3
Celular	2	3	3	1	2	2	3	2	2
Outros presentes	1	3	2	1	2	3	0	2	1

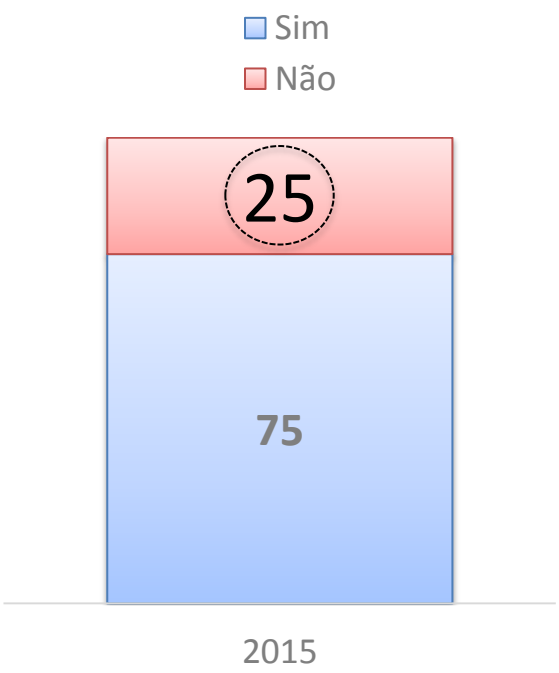
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

MOTIVOS DE NÃO COMEMORAR O DIA DOS NAMORADOS

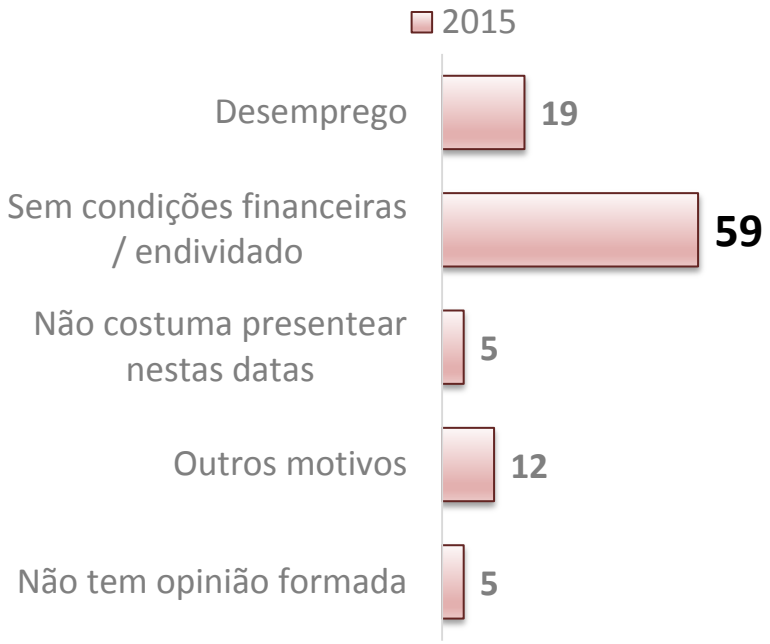
© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **25% dos consumidores não irão comprar presentes para comemorar o Dia dos Namorados. 59% deles estão endividados ou sem condições financeiras para comprar o presente neste ano.**

Irá comemorar o Dia dos Namorados neste ano? (%)



Motivo para não presentear no Dia dos Namorados? (%)



© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

- **59% dos consumidores da região Sudeste e 57% dos consumidores das classes D / E, não irão comprar presentes em função de estarem endividados ou não terem condições financeiras.**

Motivo por não comprar o presente do Dia dos Namorados (%)	Total da amostra (%)	Região (%)					Classe Social (%)		
		N	NE	CO	SE	S	AB	C	DE
Está desempregado/a	19	0	17	11	20	14	14	4	23
Estou sem condições financeiras e/ou endividado/a	59	100	67	67	59	58	43	74	57
Não costumo dar presentes em datas comemorativas	5	0	8	0	6	7	14	7	4
Outros motivos	12	0	8	11	12	14	29	11	10
Não tenho opinião / não sei	5	0	0	11	3	7	0	4	6

© 2014 Copyright Boa Vista Serviços

Assessoria de Imprensa

Tamer Comunicação Empresarial

Liliana Liberato

(11) 3031-2388 ramal 239

liliana@tamer.com.br

Theo Carnier

(11) 3031-2388 ramal 224

theo@tamer.com.br

© 2014 Copyright Boa Vista Serviços