

O amor está no ar nas favelas: 41% dos moradores das comunidades brasileiras afirmam que sempre compram presentes no Dia dos Namorados

Segundo pesquisa realizada pelo NÓS, o Novo Outdoor Brasil, a data comemorativa é uma oportunidade para reafirmar a relação entre casais e também fortalecer a economia local.

O Dia dos Namorados é uma das datas comerciais mais importantes para a população. No dia 12 de junho, casais do país inteiro aproveitam a oportunidade para celebrar o amor através de gestos carinhosos, que normalmente ocorrem com a troca de presentes e encontros românticos. E nas favelas brasileiras a chama do amor se mantém bastante acesa, criando-se a oportunidade perfeita para as marcas impulsionarem vendas e se conectarem com os consumidores locais.

Neste sentido, a NÓS (Novo Outdoor Brasil), empresa especializada em mídia out-of-home em favelas, realizou a pesquisa “Persona Favela”, que entrevistou 1034 moradores das maiores Comunidades do Brasil, de idades entre 18 e 64 anos, com o objetivo de conhecer o comportamento destas pessoas em relação ao evento comercial.

Segundo o estudo, 94% dos respondentes consideram importante assumir uma relação, independente do rótulo. Para 72% dos comprometidos, oficializar o relacionamento significa fortalecer e construir uma base familiar sólida de valores, além de valorizar a pessoa amada.

Além disso, para 45% dos casais, o Dia dos Namorados é celebrar/reforçar os laços de amor, manter o companheirismo, dedicar o dia para a pessoa amada e trocar presentes. 23% consideram fazer um almoço ou jantar romântico e/ou sair para comer/beber.

Em relação aos presentes, 41% dos participantes afirmam que sempre buscam presentear. Roupas, perfumes, calçados, acessórios e chocolates estão entre os principais itens escolhidos, sendo o investimento pretendido entre R\$50 a R\$100 podendo chegar a R\$200 para 39% do público masculino. Lojas de shopping, de departamento, perfumarias e comércios de dentro da comunidade são os locais preferidos para realizar as compras.

Os resultados da pesquisa evidenciam que o Dia dos Namorados é uma oportunidade perfeita para que as empresas tenham visibilidade e potencializem seus faturamentos. Ao se aproximar do consumidor morador da favela, entendendo como veem as relações e o que valorizam, abre-se uma possibilidade para as marcas potencializarem as vendas com parcerias e divulgações com influenciadores, empreendedores e outras marcas locais, além de sites e aplicativos

que queiram atingir esse público.

Sobre o NÓS, o Novo Outdoor Social:

O NÓS, o Novo Outdoor Social, foi pensado para trazer ainda mais visibilidade às comunidades brasileiras, o BRASIL REAL. O sucesso do modelo de negócio rompe barreiras, derruba muros e fura bolhas do mercado publicitário, levando anunciantes até as comunidades com campanhas e projetos que inspiram e estimulam o surgimento de outros empreendimentos no setor.

“O NÓS é isso: a comunidade e o mercado juntos”, afirma Emília Rabello, CEO do modelo de impacto social pioneiro no mercado publicitário idealizado há 10 anos.

Mídia, dados, pesquisa, conteúdos e inteligência social fazem parte de um novo mix de soluções que conectam o mercado e a comunidade em torno de oportunidades.

Tanto é assim, que grandes marcas como 99, Ambev, O Boticário, Facebook, Itaú, Carrefour, Ifood, Magalu, Casas Bahia, Coca-Cola, Havaianas, Netflix e Santander já se uniram ao NÓS nesse caminho, “em busca de um Brasil onde todos tenham seu espaço e que possam viver com dignidade, sabendo que sempre podemos mais e melhor”, conclui a empreendedora.