

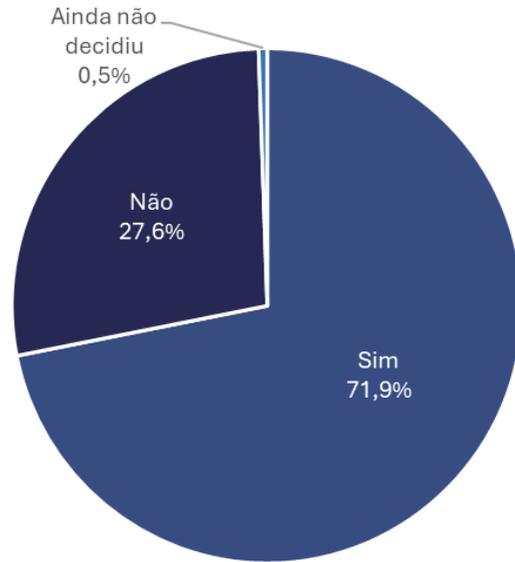
**Sondagem de intenção de
compras**

DIA DAS MÃES

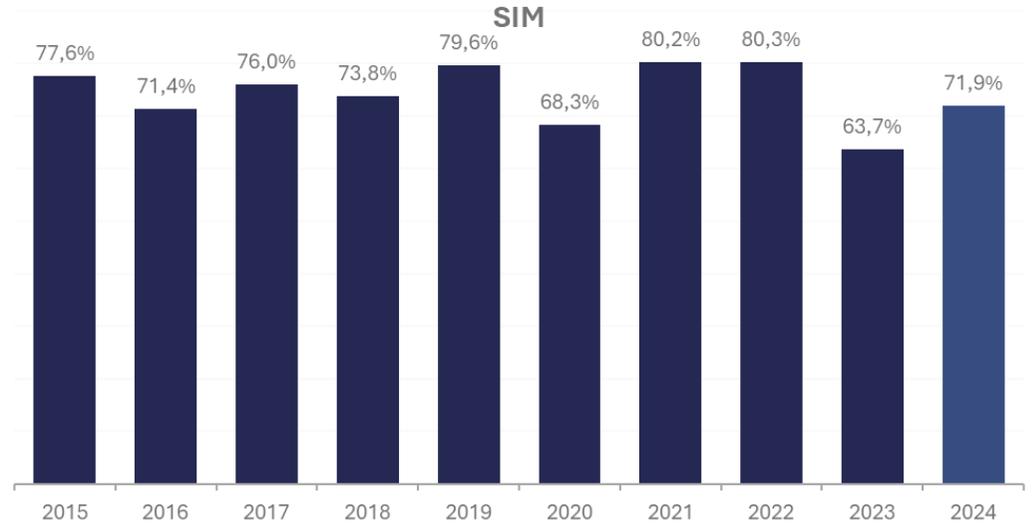
Maió/2024



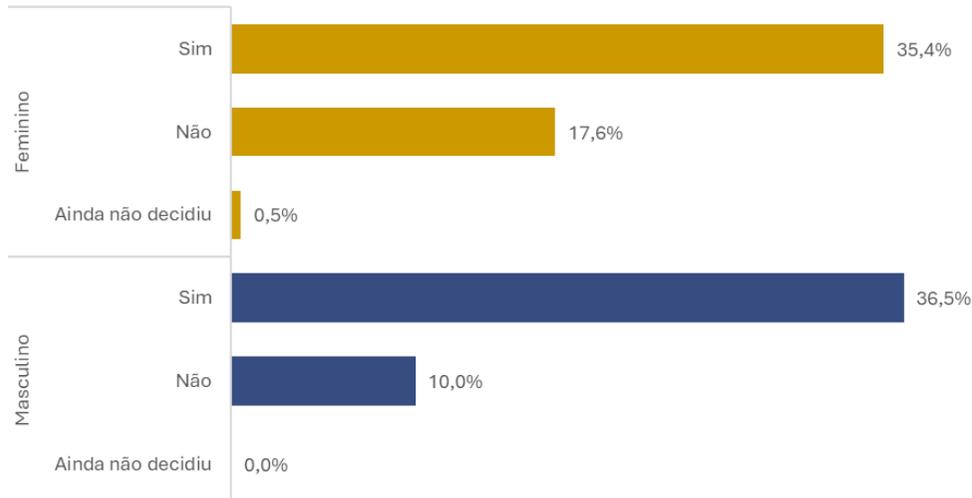
INTENÇÃO DE PRESENTEAR



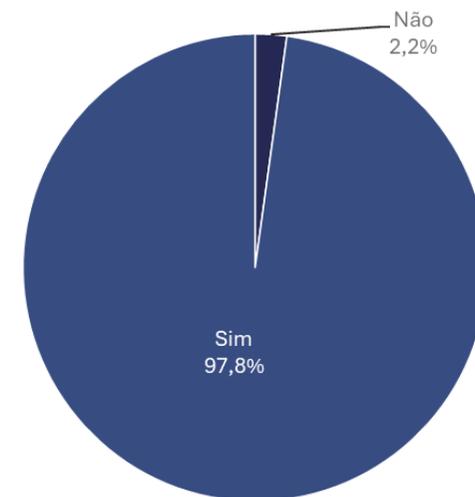
SÉRIE HISTÓRICA



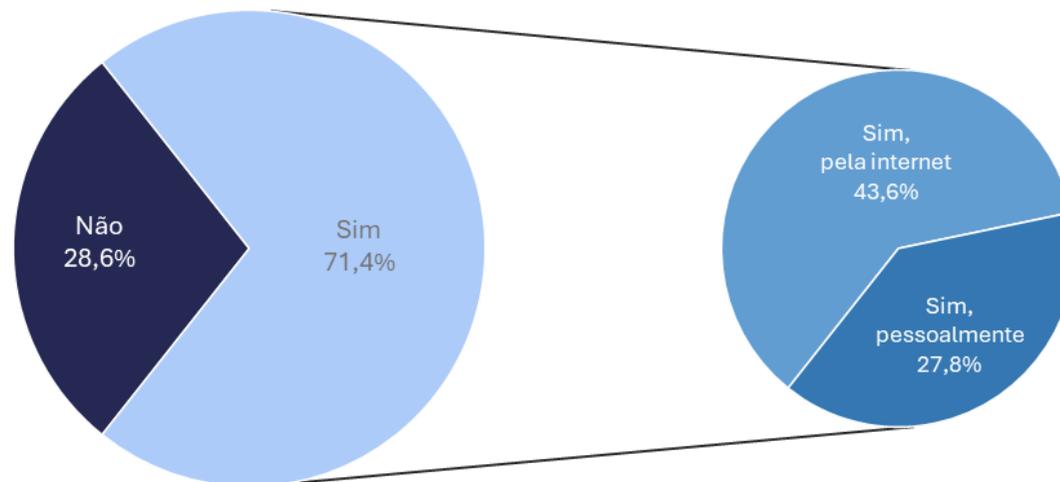
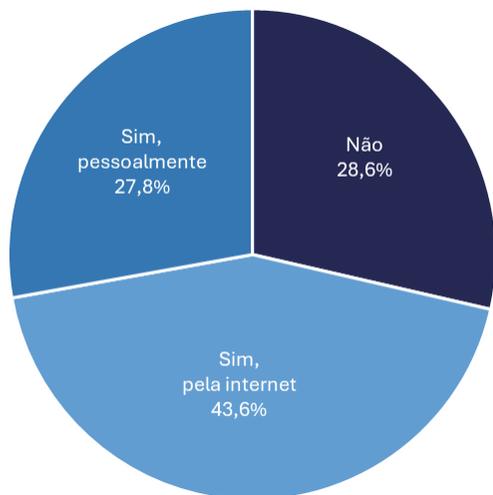
POR GÊNERO



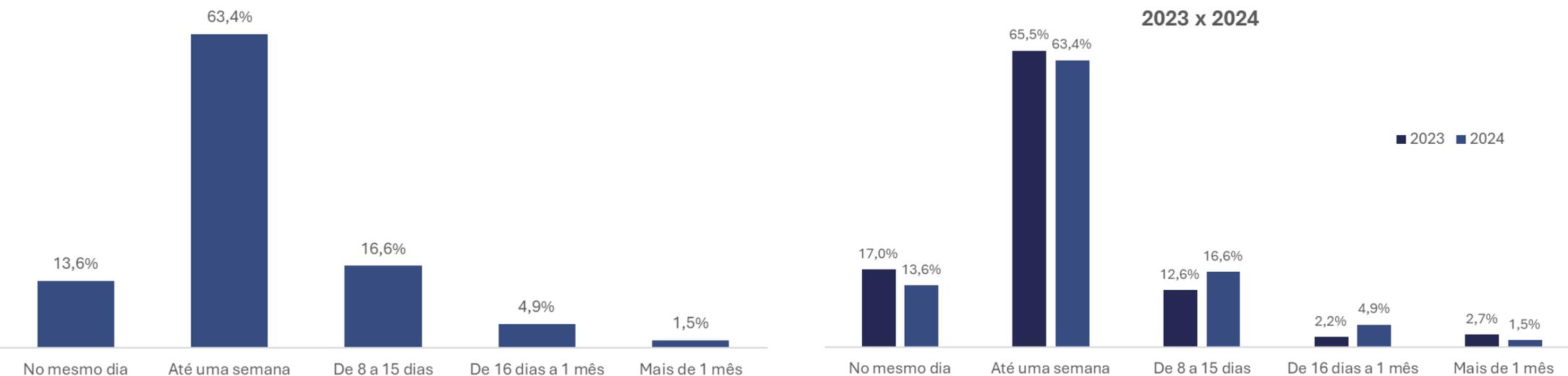
**MÃES QUE GOSTARIAM DE
GANHAR PRESENTES**



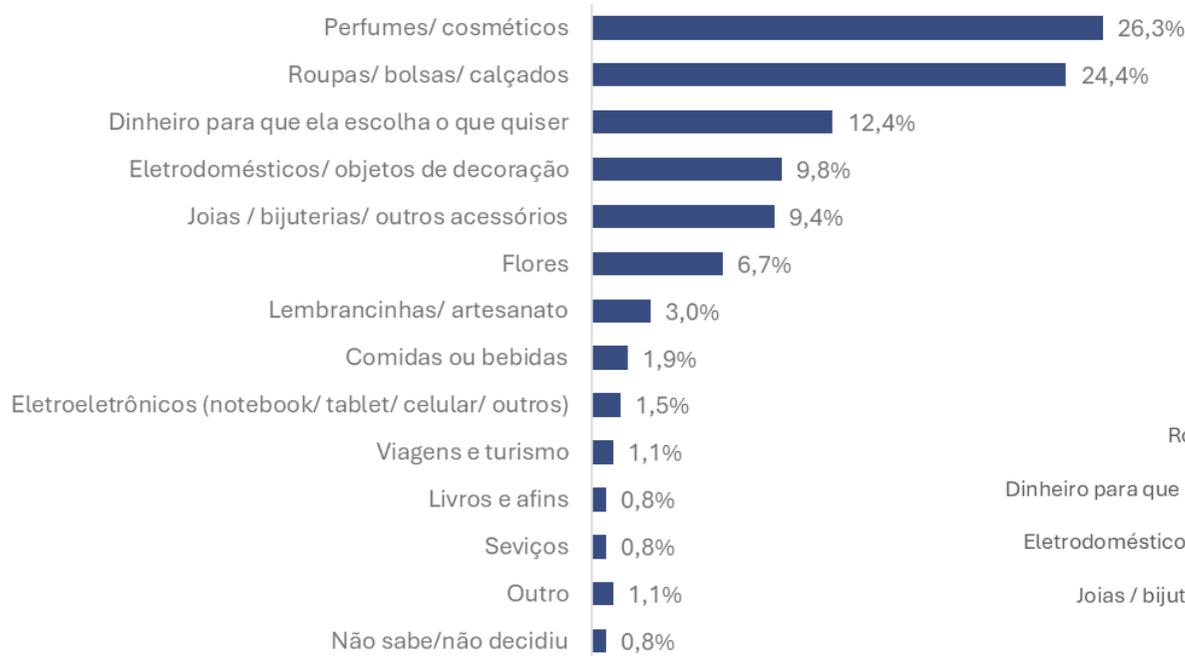
PESQUISA DE PREÇO



PERÍODO DA COMPRA



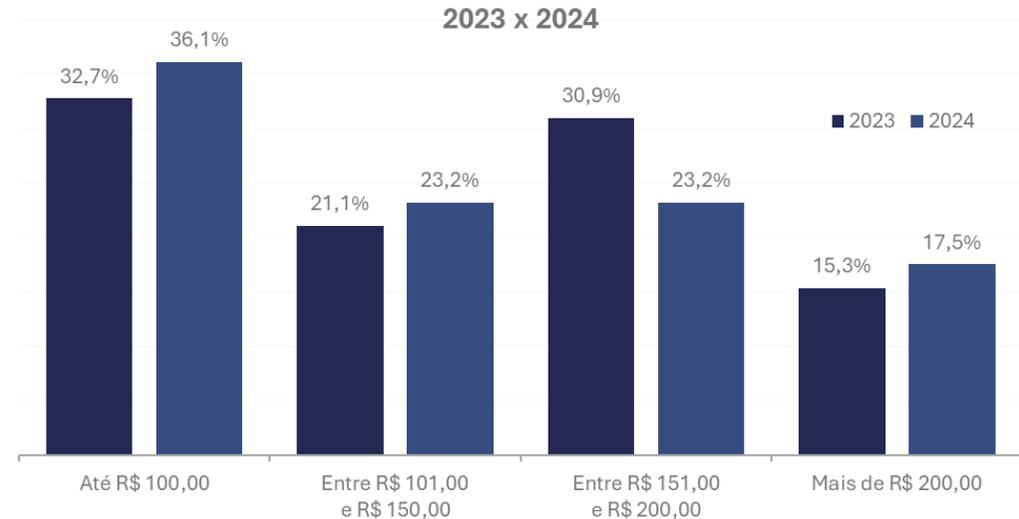
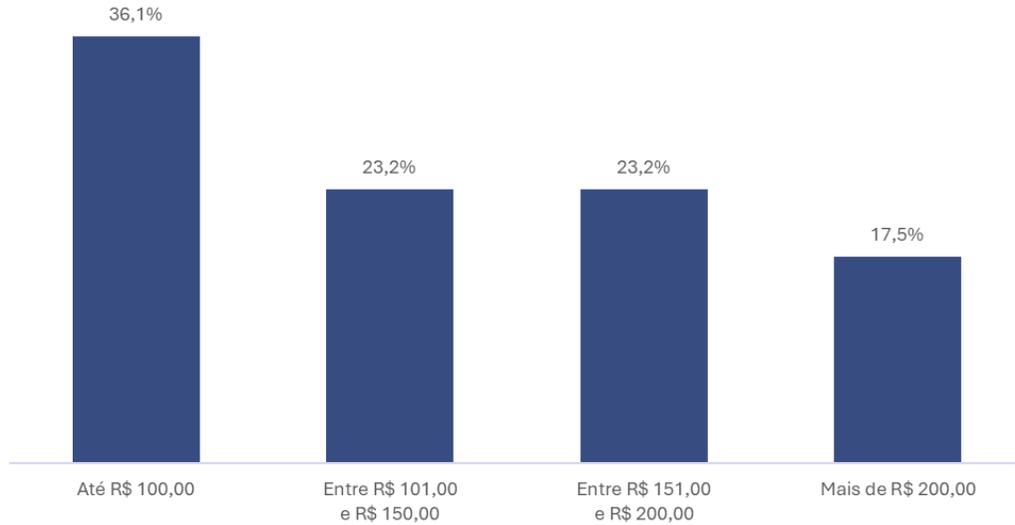
TIPO DE PRESENTE



2023 x 2024



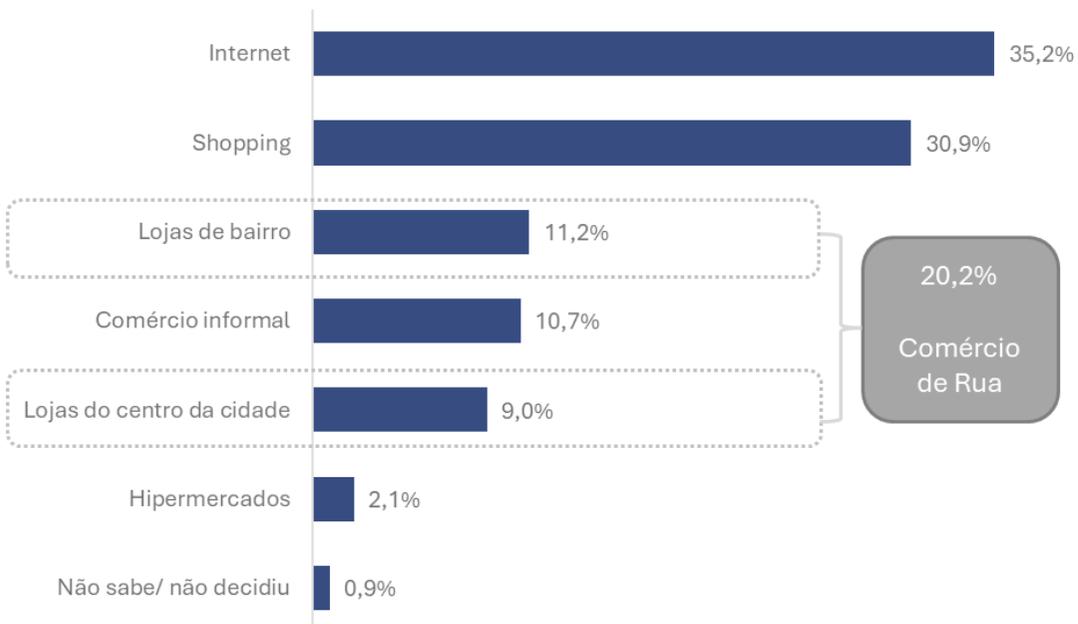
VALOR DO PRESENTE



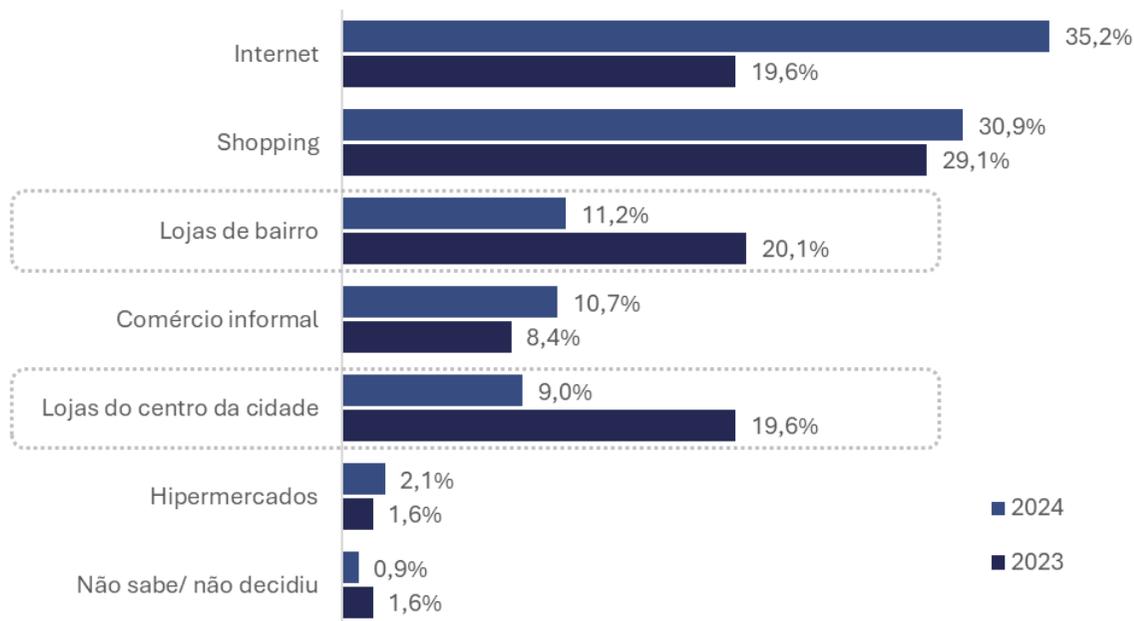
SÉRIE HISTÓRICA DO TIQUETE MÉDIO



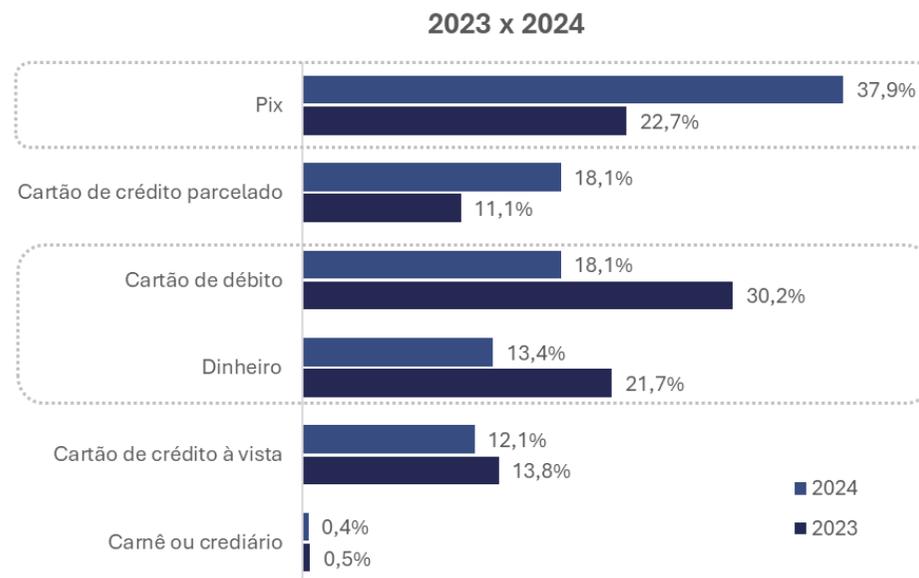
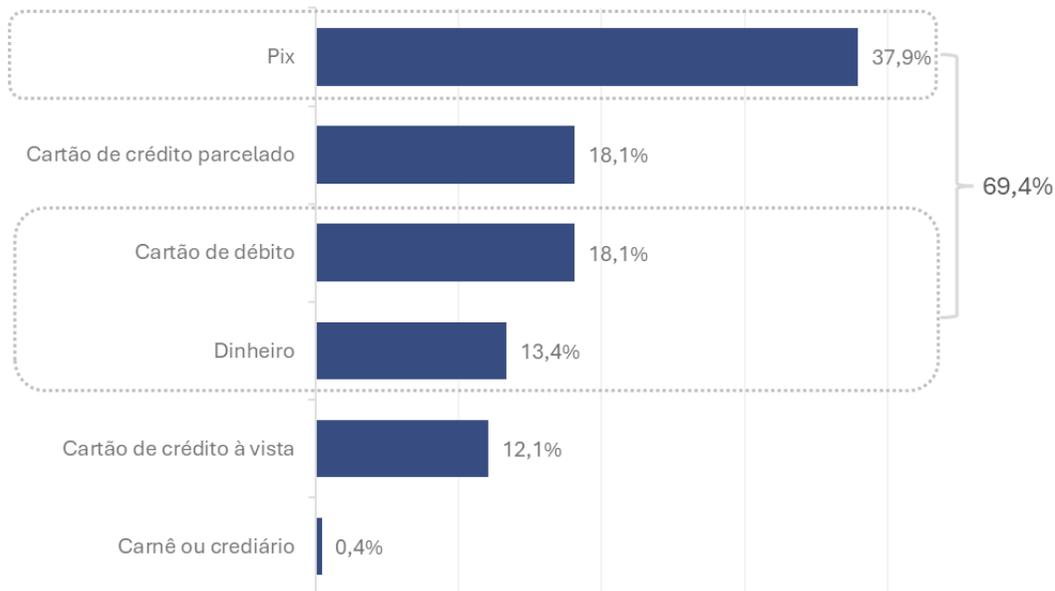
LOCAL DA COMPRA



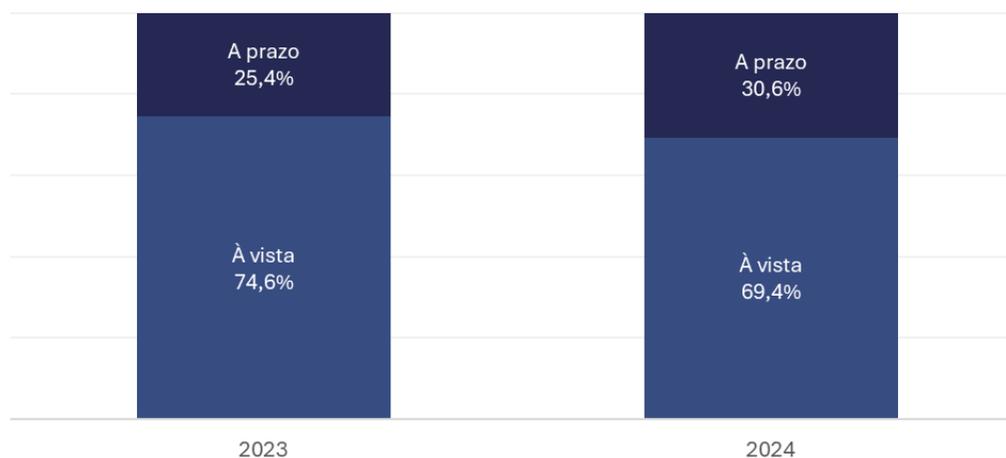
2023 x 2024



FORMA DE PAGAMENTO



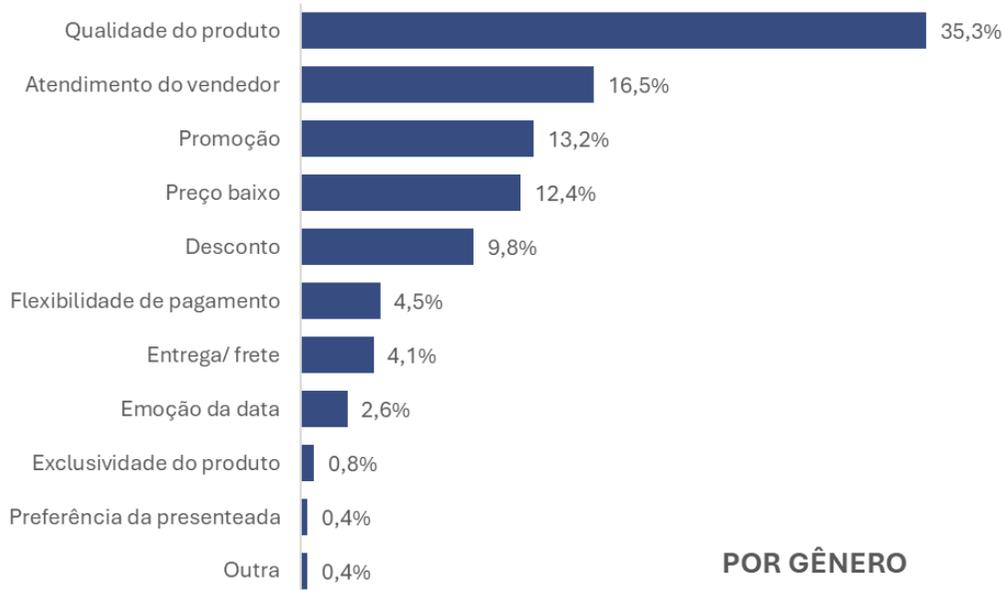
À VISTA x A PRAZO



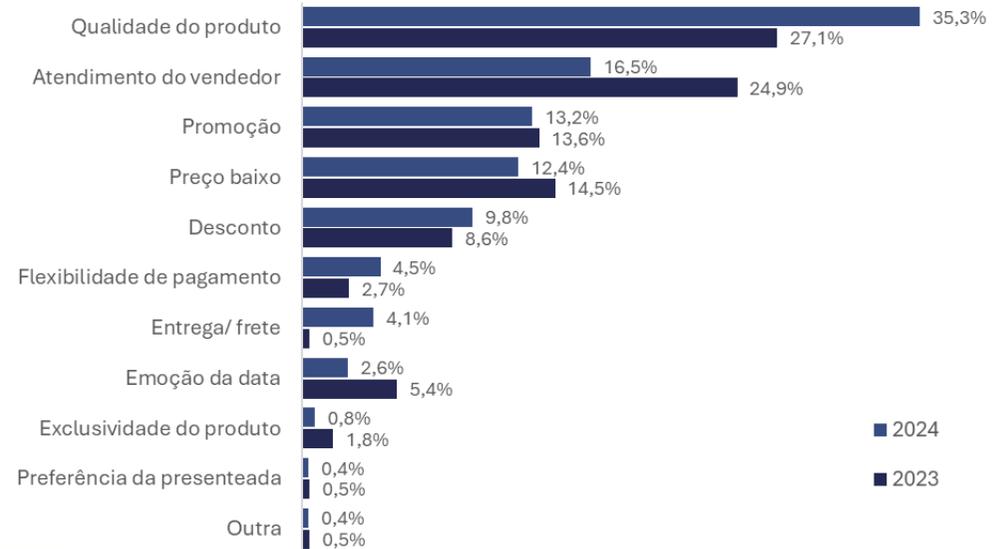
À VISTA: Dinheiro; Cartão de débito; Pix

A PRAZO: Carnê ou crediário; Cartão de crédito no vencimento ou parcelado

PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRAR



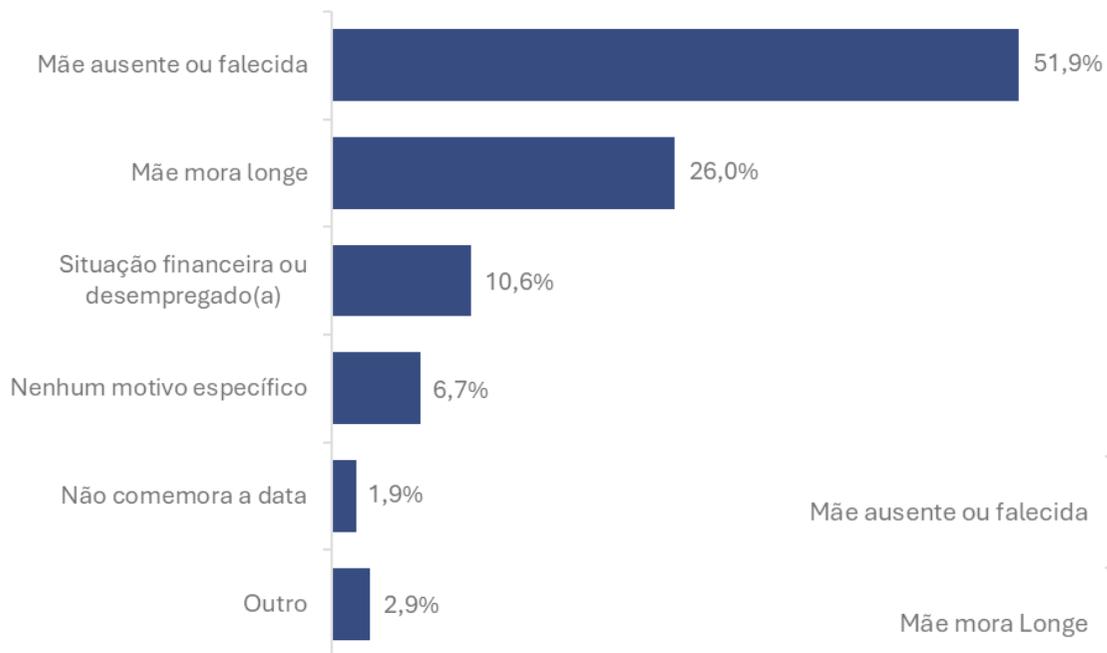
2023 x 2024



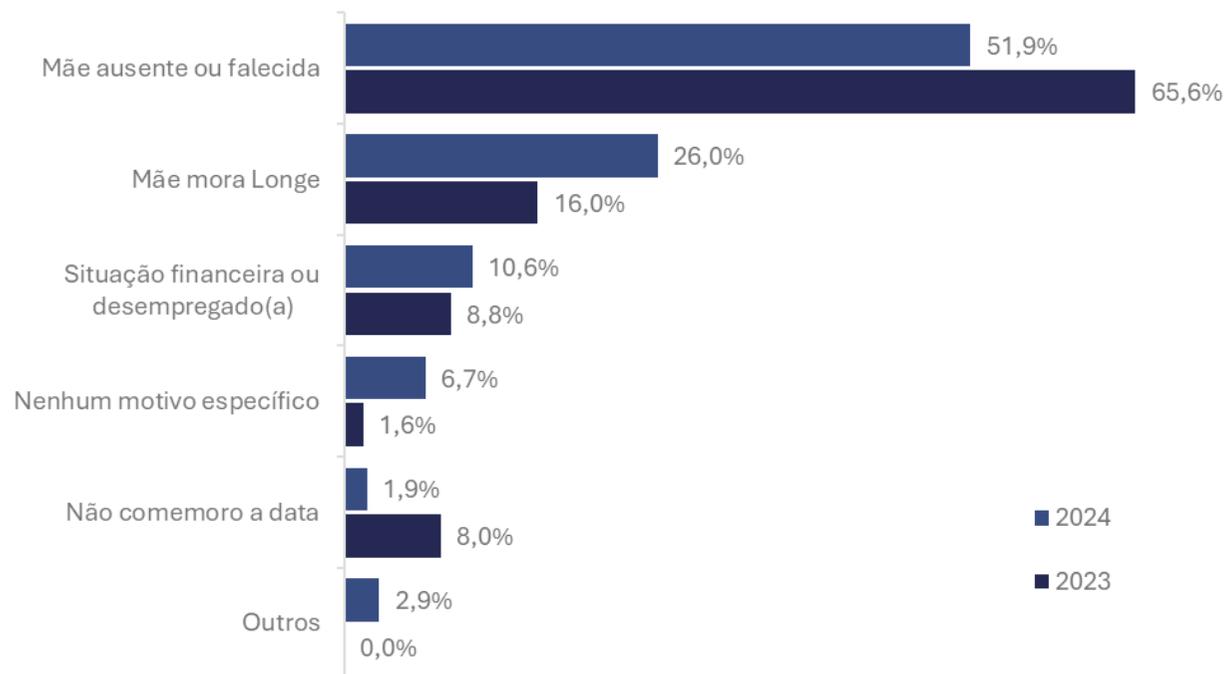
POR GÊNERO



MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

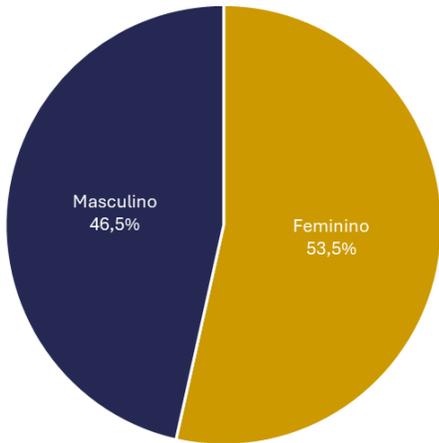


2023 x 2024

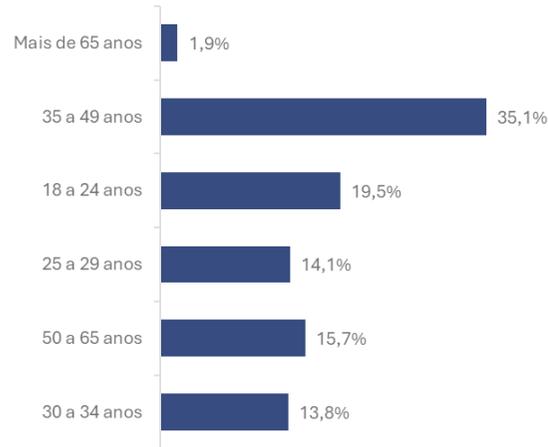


PERFIL DO CONSUMIDOR

GÊNERO



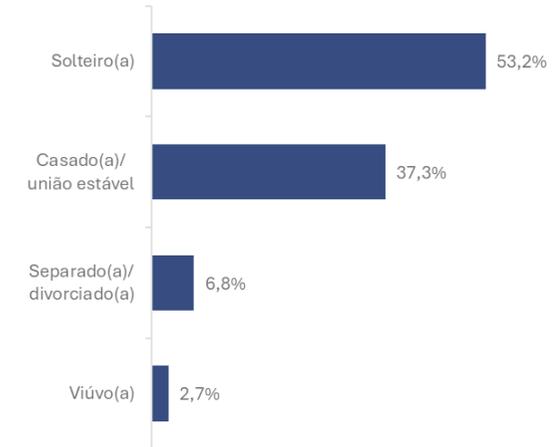
FAIXA ETÁRIA



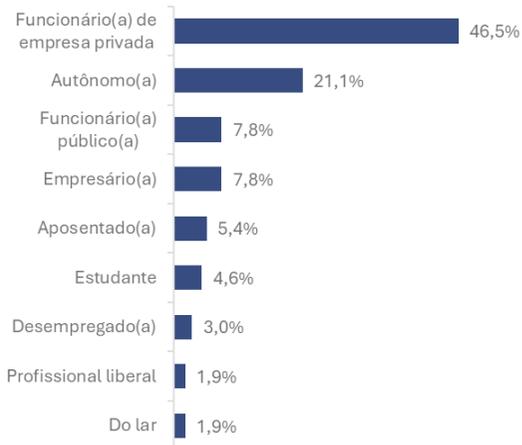
ESCOLARIDADE



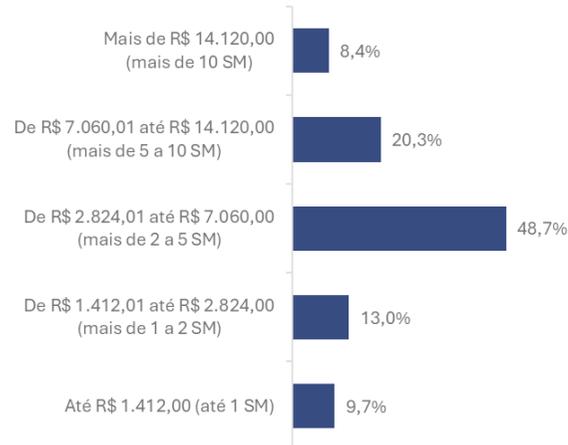
ESTADO CIVIL



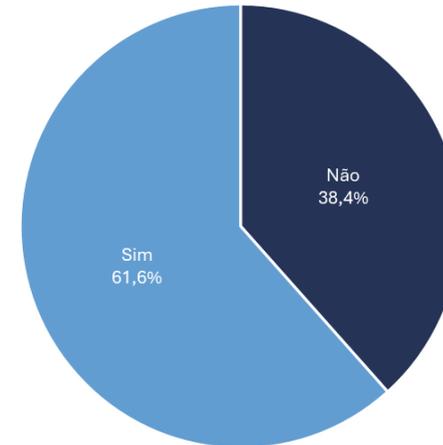
OCUPAÇÃO PRINCIPAL



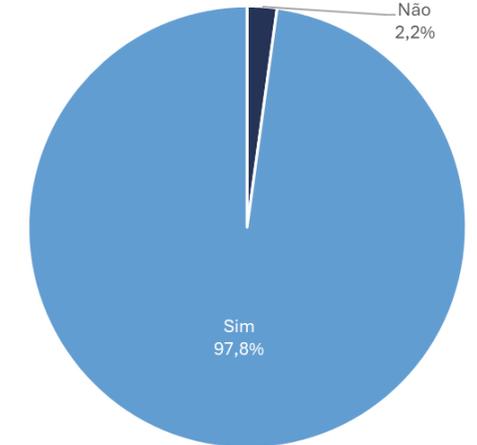
FAIXA DE RENDA FAMILIAR



POSSUEM FILHOS

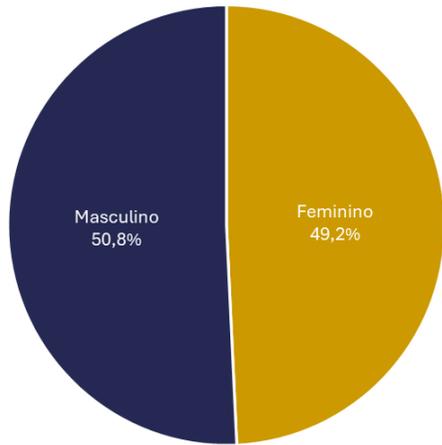


MÃE - GOSTARIA DE SER PRESENTEADA

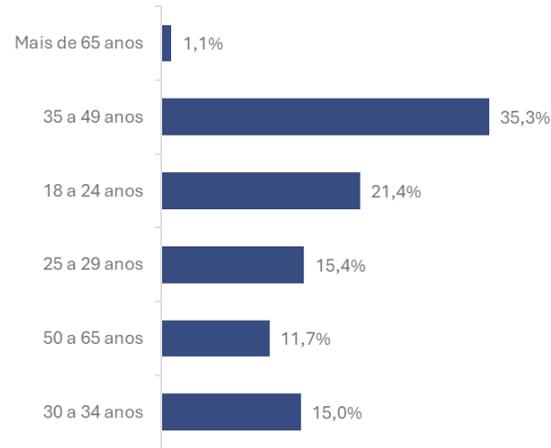


PERFIL DO CONSUMIDOR QUE PRESENTEARÁ

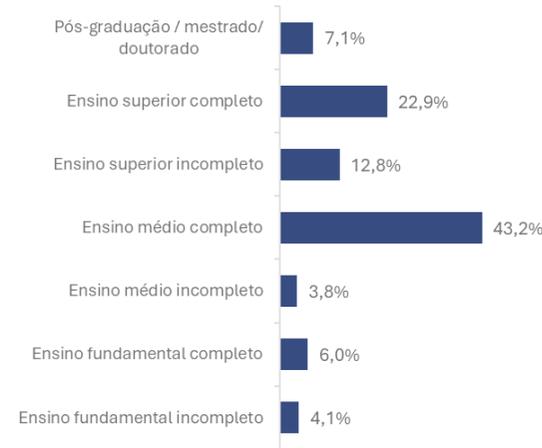
GÊNERO



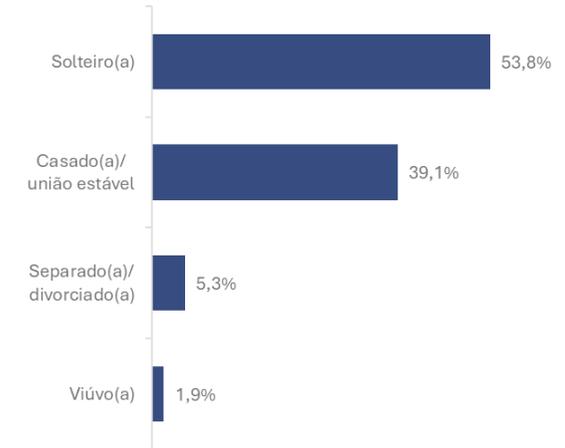
FAIXA ETÁRIA



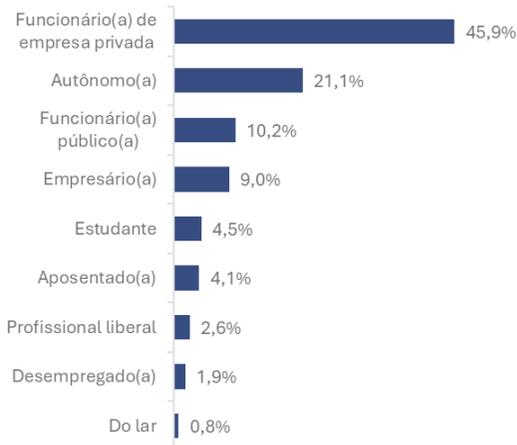
ESCOLARIDADE



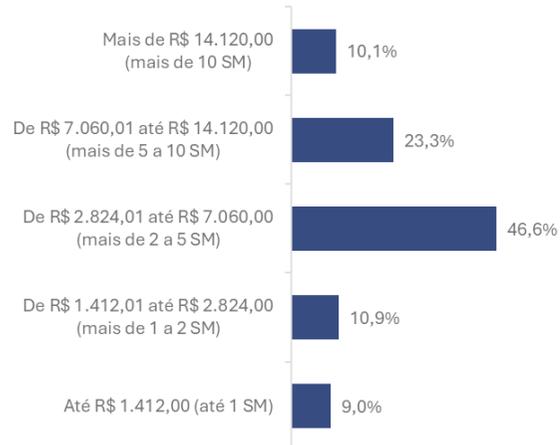
ESTADO CIVIL



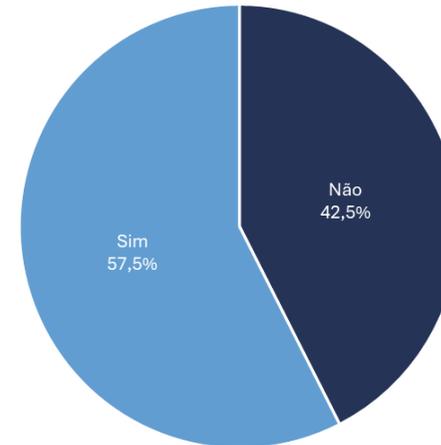
OCUPAÇÃO PRINCIPAL



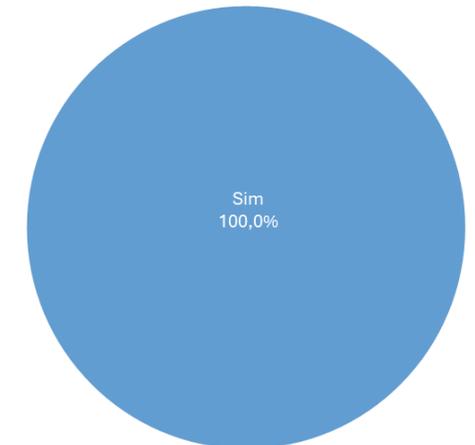
FAIXA DE RENDA FAMILIAR



POSSUEM FILHOS

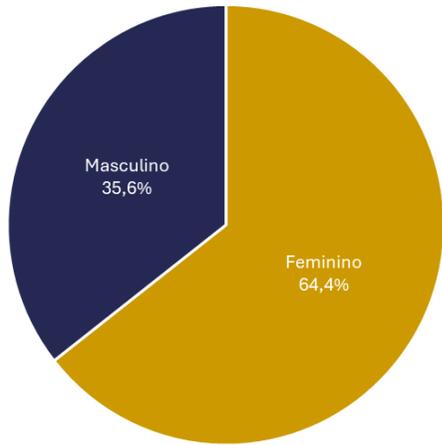


MÃE - GOSTARIA DE SER PRESENTEADA

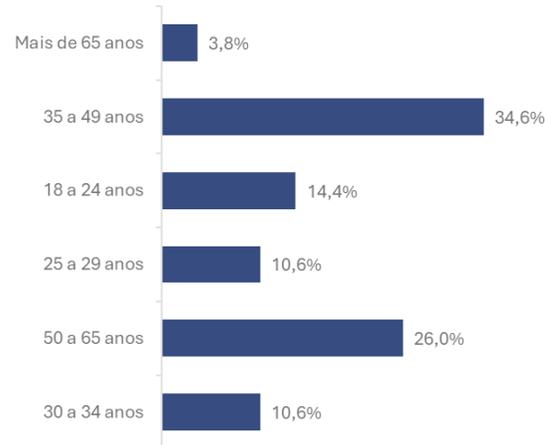


PERFIL DO CONSUMIDOR QUE NÃO PRESENTEARÁ

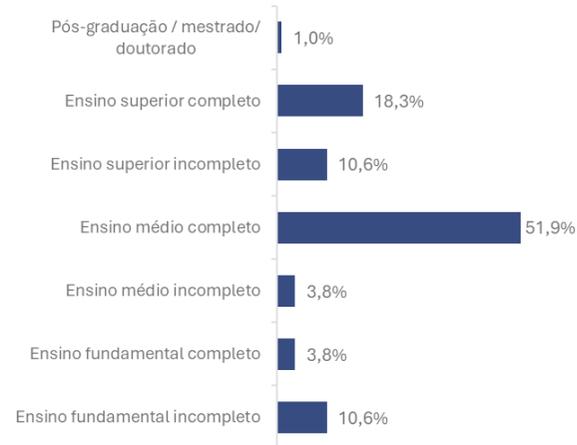
GÊNERO



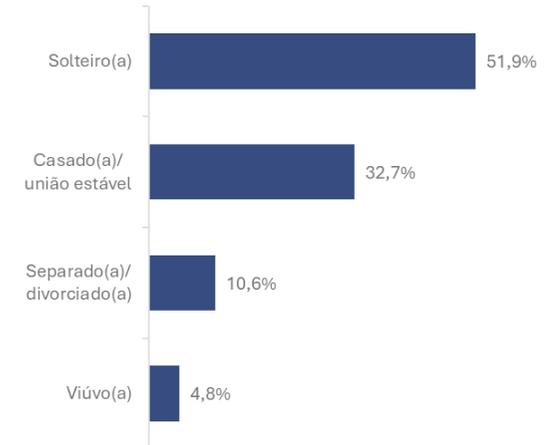
FAIXA ETÁRIA



ESCOLARIDADE



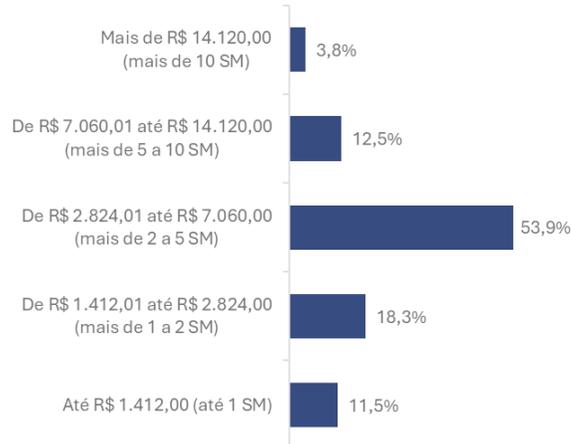
ESTADO CIVIL



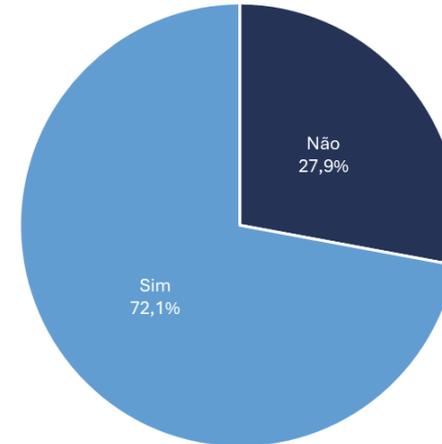
OCUPAÇÃO PRINCIPAL



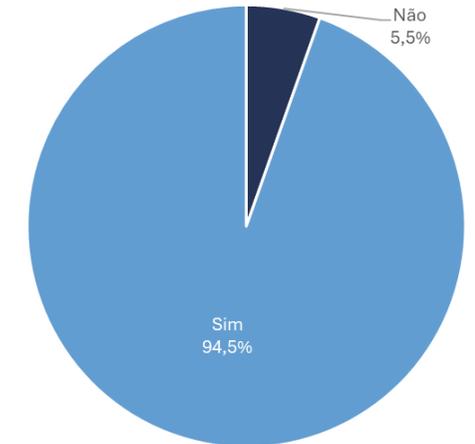
FAIXA DE RENDA FAMILIAR



POSSUEM FILHOS



MÃE - GOSTARIA DE SER PRESENTEADA



DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ A data comemorativa do Dia das Mães é a segunda data mais importante para as vendas no comércio, ficando atrás somente do Natal.
- ✓ Intenção de presentear teve alta de 8,2%, passando de 63,7% em 2023 para 71,9% em 2024, justificada pela fortíssima geração de emprego formal no Paraná, pela queda da taxa de juros para recursos livres para pessoas físicas e também pela desinflação da cesta de consumo dos principais bens e serviços demandados no Dia das Mães.
- ✓ Intenção dos que “não” e “não sabem se” presentearão passou de 36,3% em 2023 para 28,1% em 2024.
- ✓ O principal motivo de não presentear este ano continua o mesmo, mãe ausente ou falecida, com 51,9%.
- ✓ Na análise por gênero do total de pesquisados, 35,4% das mulheres e 36,5% dos homens irão presentear nesta data.
- ✓ Ainda que não seja o principal fator de decisão, 71,4% fazem pesquisa de preço antes de comprar o presente; entre estes, 43,6% fazem por internet e 27,8% indo pessoalmente às lojas.
- ✓ Seguindo a tendência das sondagens anteriores, a grande maioria (77%) deixa para comprar o presente na semana que antecede a data, sendo que 63,4% comprarão uma semana antes e 13,6% no dia anterior. Mas este ano aumentou a parcela de filhos que está se programando para adquirir o presente com mais antecedência. Os que vão fazer suas compras de 8 a 15 dias antes do Dia das Mães correspondem a 16,6% ante 12,6% em 2023 e os que vão adiantar o presente de 16 dias a um mês somam 4,9% em comparação a 2,2% no ano passado.
- ✓ Entre as opções de presente, perfumes e cosméticos (26,3%) são os mais desejados, superando pela primeira vez a categoria de roupas, bolsas e calçados (24,4%). Outras opções populares incluem dar o valor do presente em dinheiro (12,4%), eletrodomésticos e objetos de decoração (9,8%), joias, bijuterias e acessórios (9,4%) e flores (6,7%).

DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ Apesar de o percentual de filhos que presentearão suas mães este ano ter aumentado, o valor do presente ficou um pouco mais baixo. Grande parte pretende gastar até R\$ 100,00, passando de 32,7% para 36,1% dos pesquisados. Os demais pesquisados comprarão presentes na faixa de preços entre R\$ 101,00 e R\$ 150,00 (23,2%), entre R\$ 151,00 e R\$ 200,00 (23,2%) e mais de R\$ 200,00 (17,5%).
- ✓ Tíquete Médio caiu 2%, passando de R\$ 143,23 em 2023 para R\$ 140,40 neste ano, o que pode ser explicado pela preferência por presentes de menor valor (até R\$ 100,00).
- ✓ Houve aumento significativo na preferência pela compra por internet, passando de 19,6% para 35,2% em 2024, também subiu a preferência por compra em shopping (30,9%) e no comércio informal (10,7%). As lojas de bairro e do centro da cidade tiveram redução, passando de 20,1% e 19,6% para 11,2% e 9% das preferências, respectivamente.
- ✓ A maioria dos filhos vai pagar o presente da mãe à vista (69,4%), com preferência para o Pix, que concentrará 37,9% das transações. Em 2023 as modalidades de pagamento à vista eram ainda maiores, com 74,6%, e neste ano verifica-se uma tendência de crescimento nas compras parceladas no cartão de crédito, que passaram de 11,1% no ano anterior para 18,1% em 2024. O uso do cartão de crédito para o vencimento foi mencionado por 12,1% dos entrevistados e o carnê ou crediário por apenas 0,4%.
- ✓ O que mais influencia a decisão de compra do presente continua sendo a qualidade do produto, com 35,3%.
- ✓ A metodologia adotada na sondagem de avaliação é a quantitativa por amostragem estratificada, por regional do município de Curitiba. O critério utilizado para a estratificação foi proporcional por regional, gênero, faixa etária e renda familiar. A coleta dos dados se deu no período de 28 de março a 4 de abril de 2024. A abordagem dos consumidores se deu de forma aleatória, em diferentes pontos de circulação de Curitiba, resultando em uma amostra de 370 respondentes. O nível de confiança desta pesquisa é de 95%, com margem de erro de 5,1%.

Departamento de Pesquisas da Fecomércio/PR

pesquisa@fecomerceiopr.com.br

(41) **3883-4527**

