

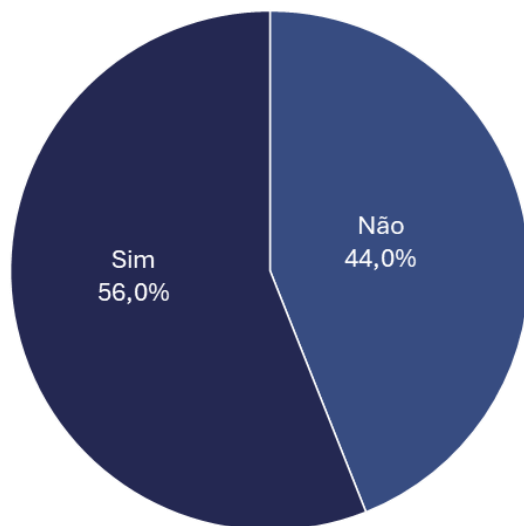
**Sondagem de intenção de
compras**

DIA DOS PAIS

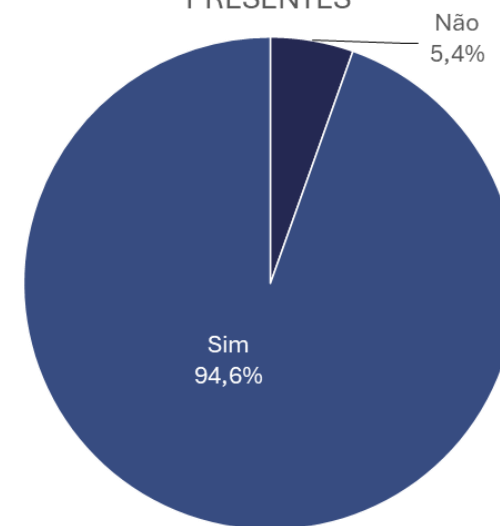
Agosto/2024



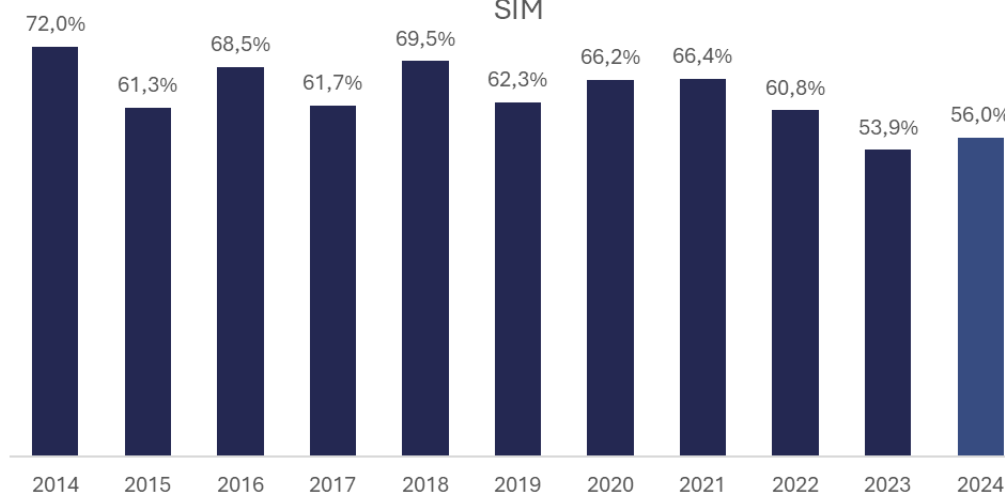
INTENÇÃO DE PRESENTEAR



PAIS QUE GOSTARIAM DE GANHAR PRESENTES



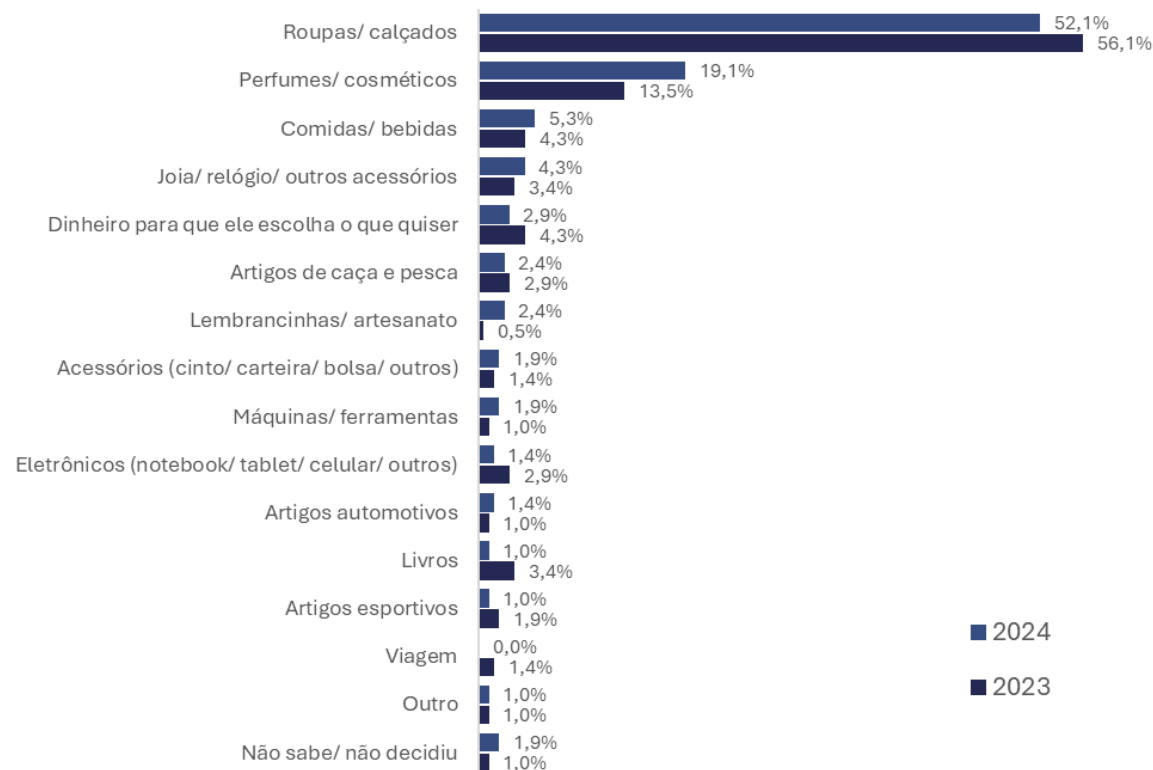
SÉRIE HISTÓRICA SIM



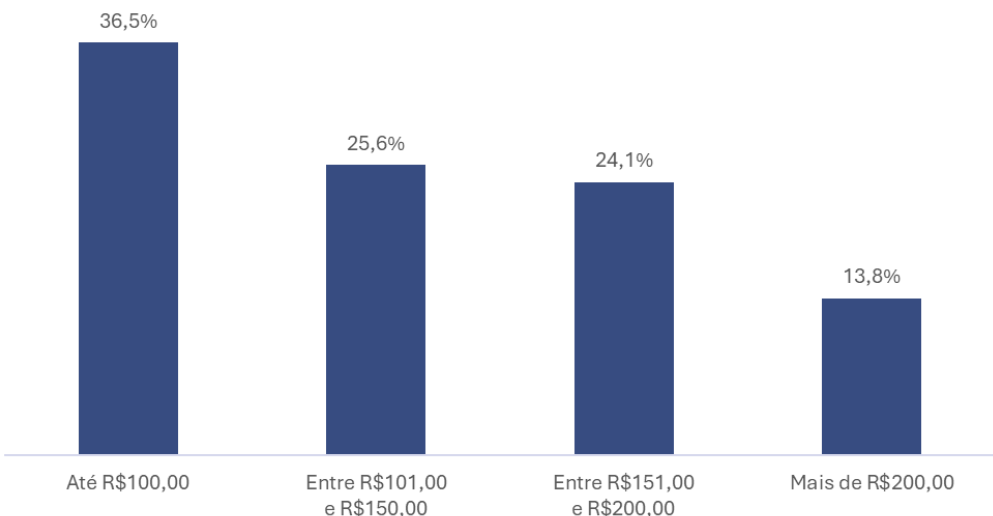
TIPO DE PRESENTE



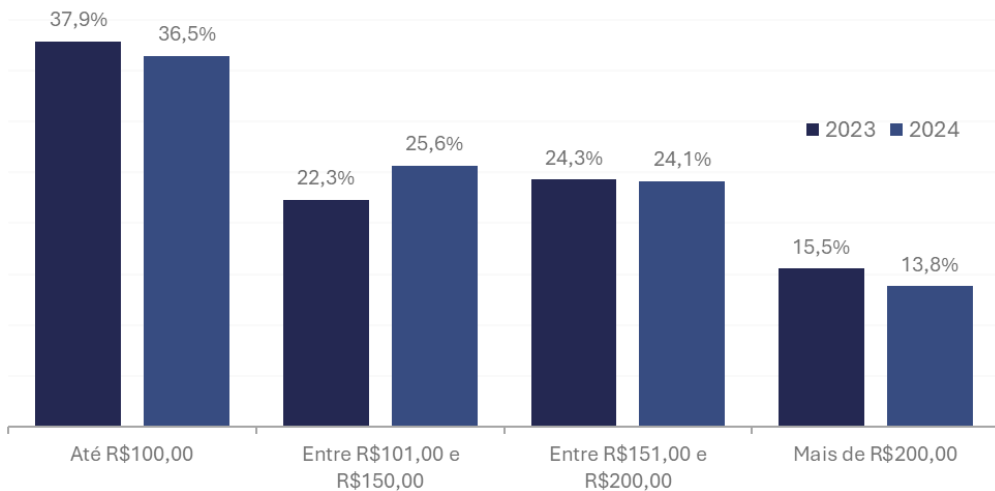
2023 x 2024



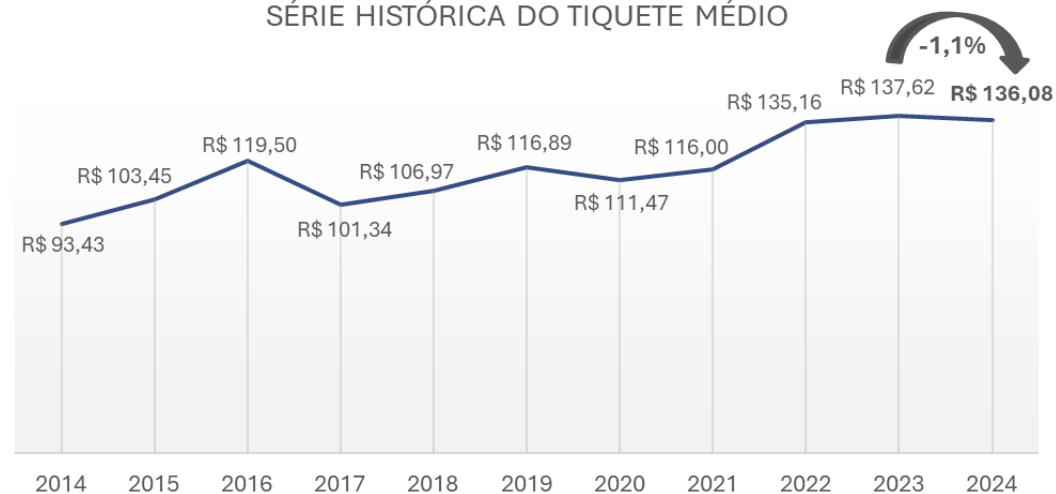
VALOR DO PRESENTE



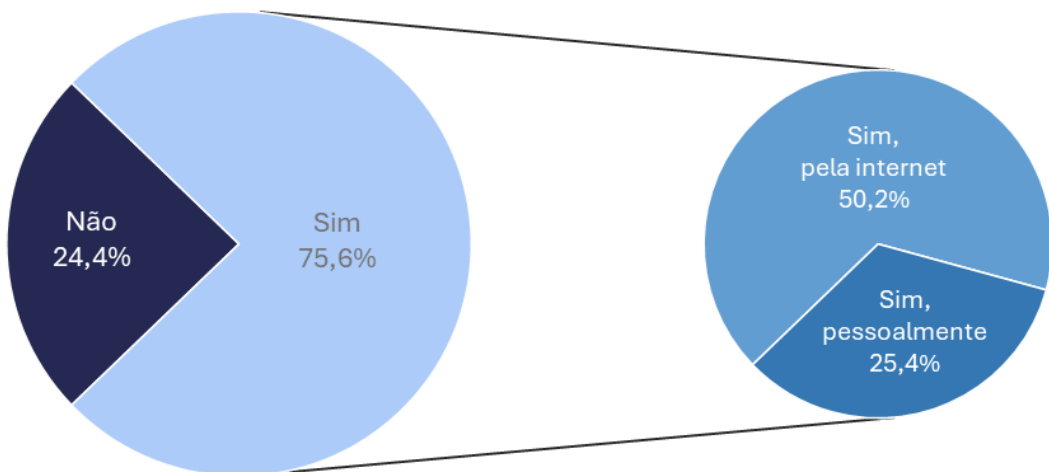
2023 x 2024



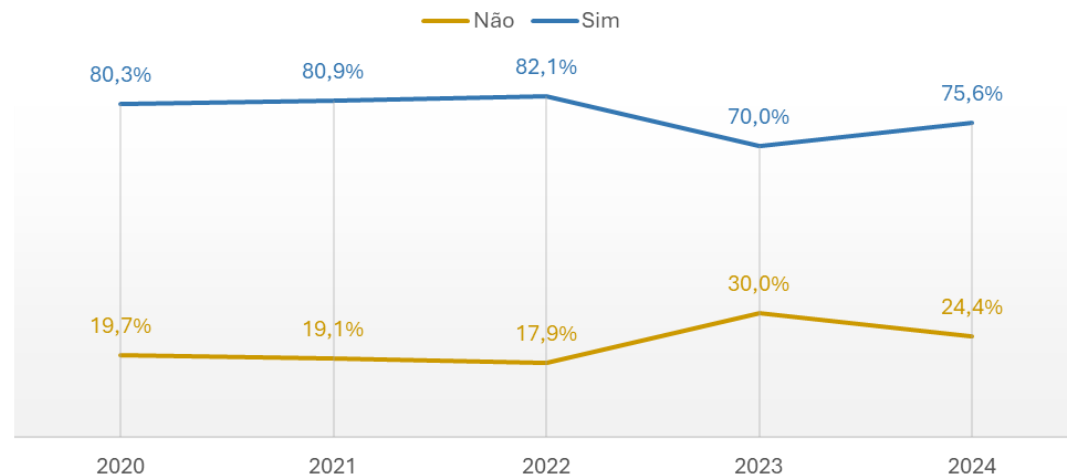
SÉRIE HISTÓRICA DO TIQUETE MÉDIO



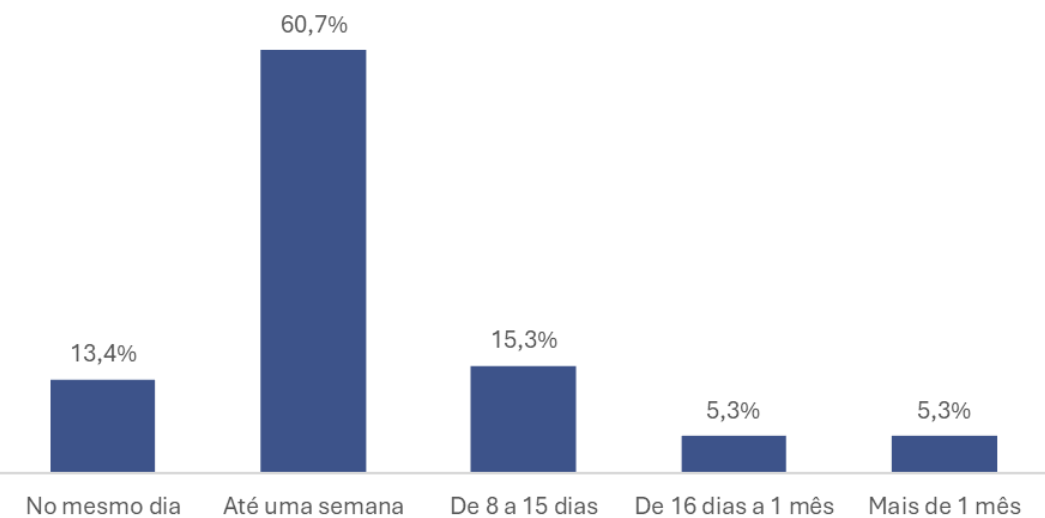
PESQUISA DE PREÇO



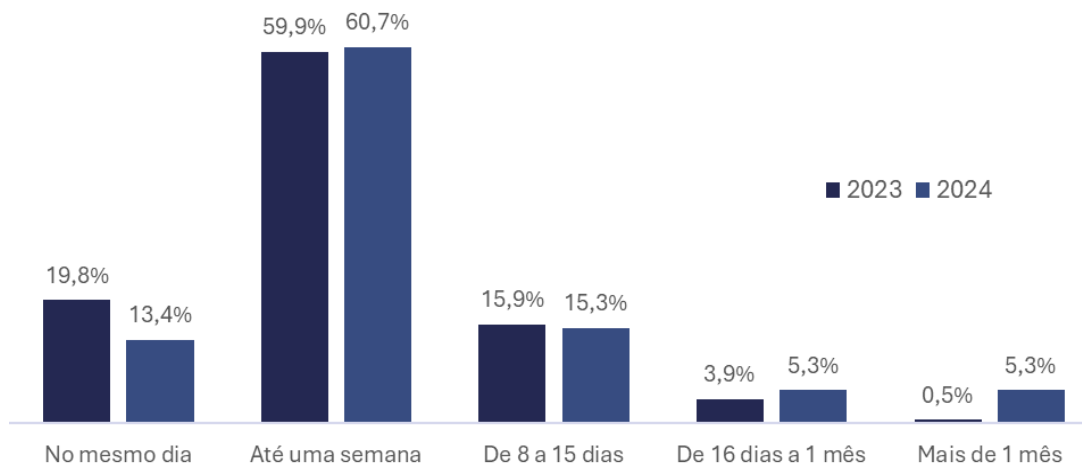
SÉRIE HISTÓRICA



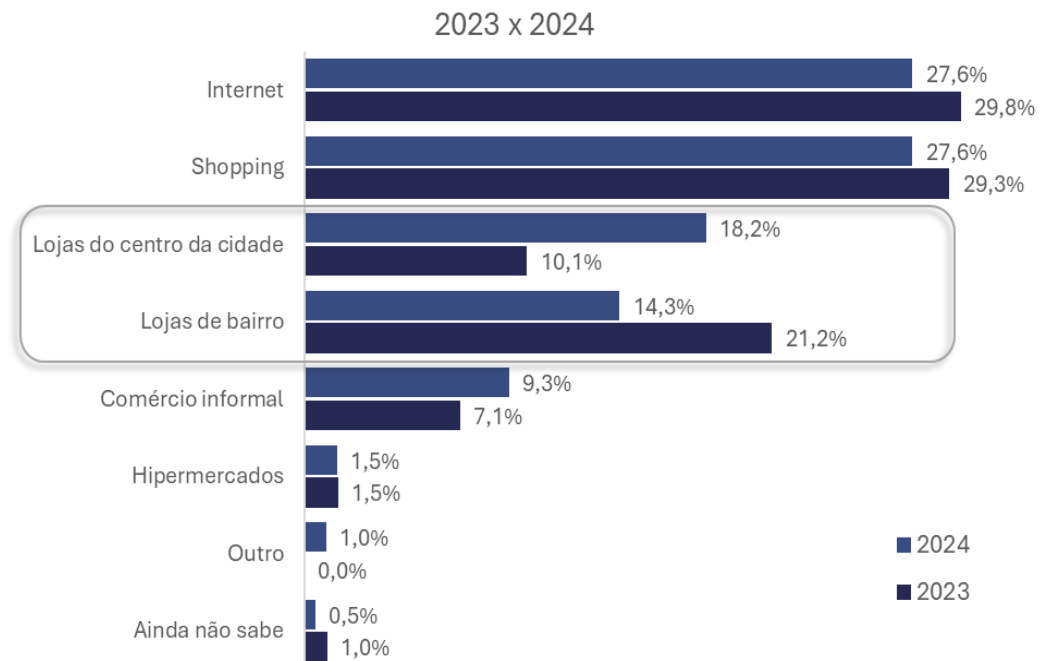
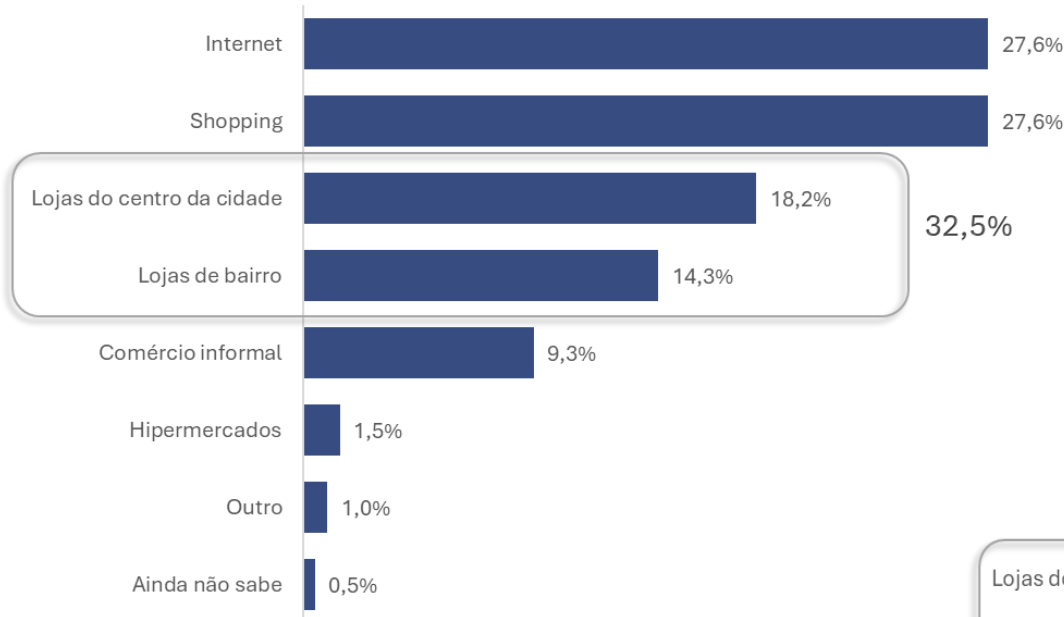
PERÍODO DA COMPRA



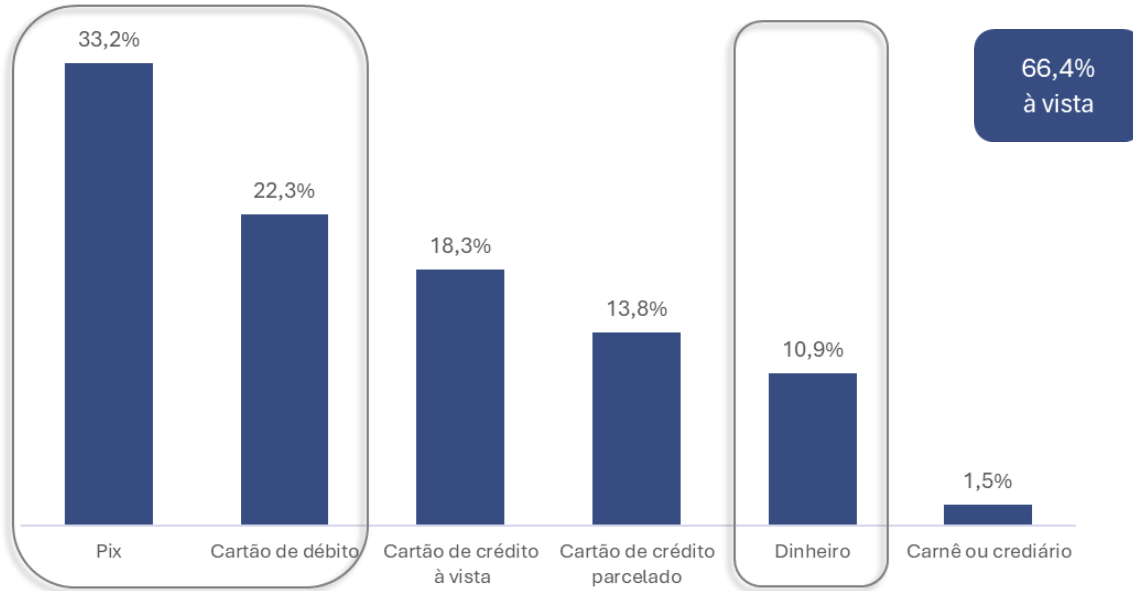
2023 x 2024



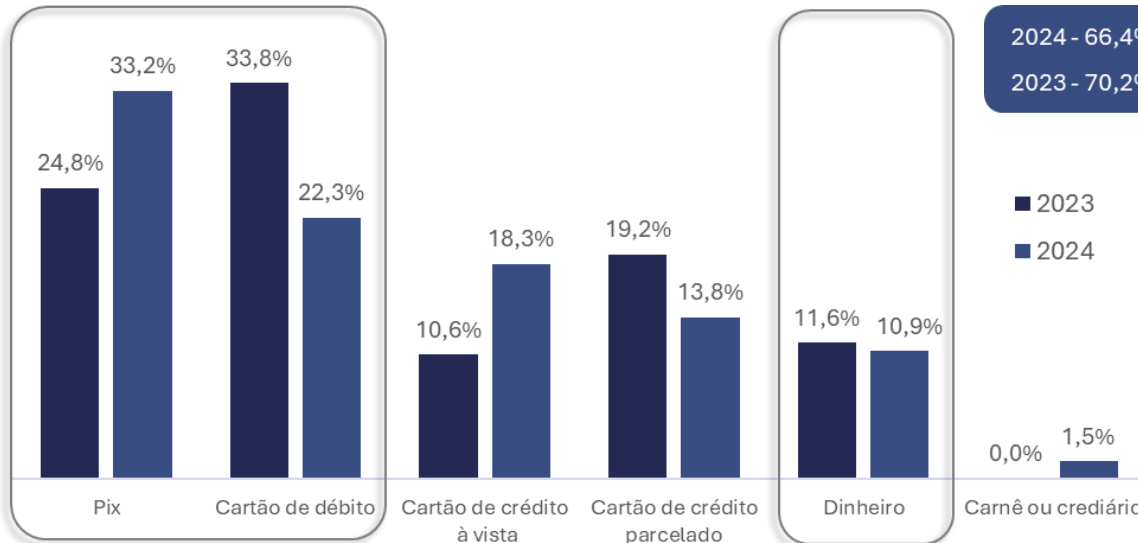
LOCAL DA COMPRA



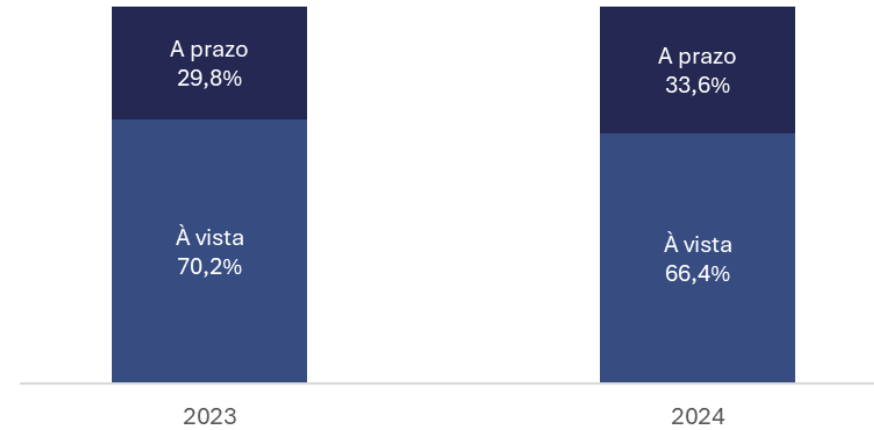
FORMA DE PAGAMENTO



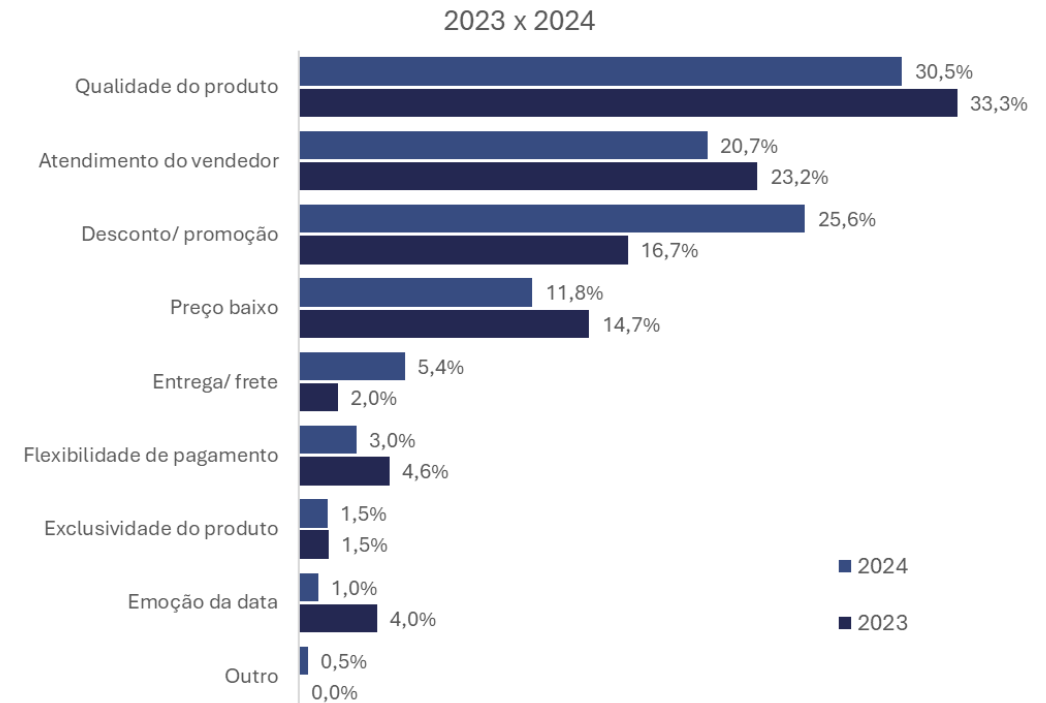
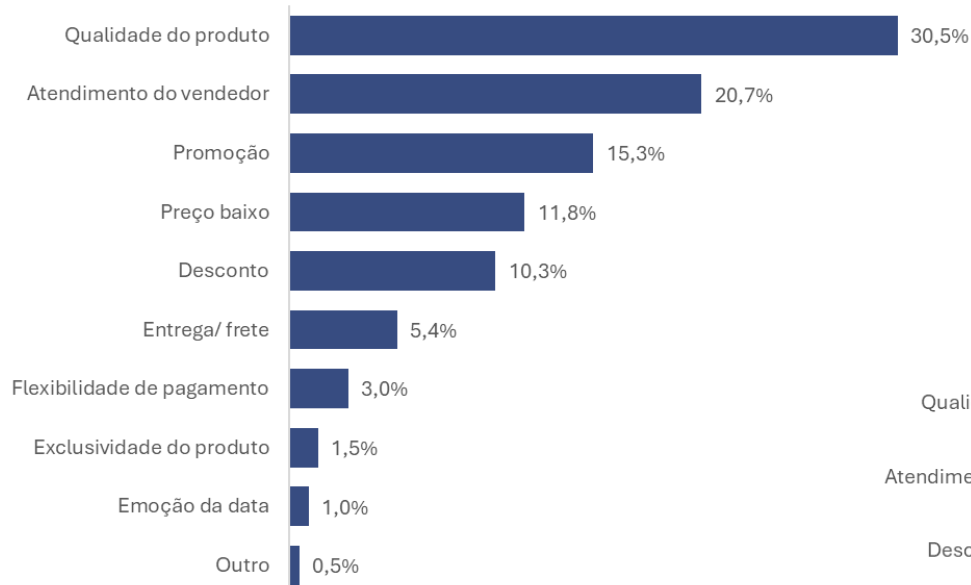
2023 x 2024



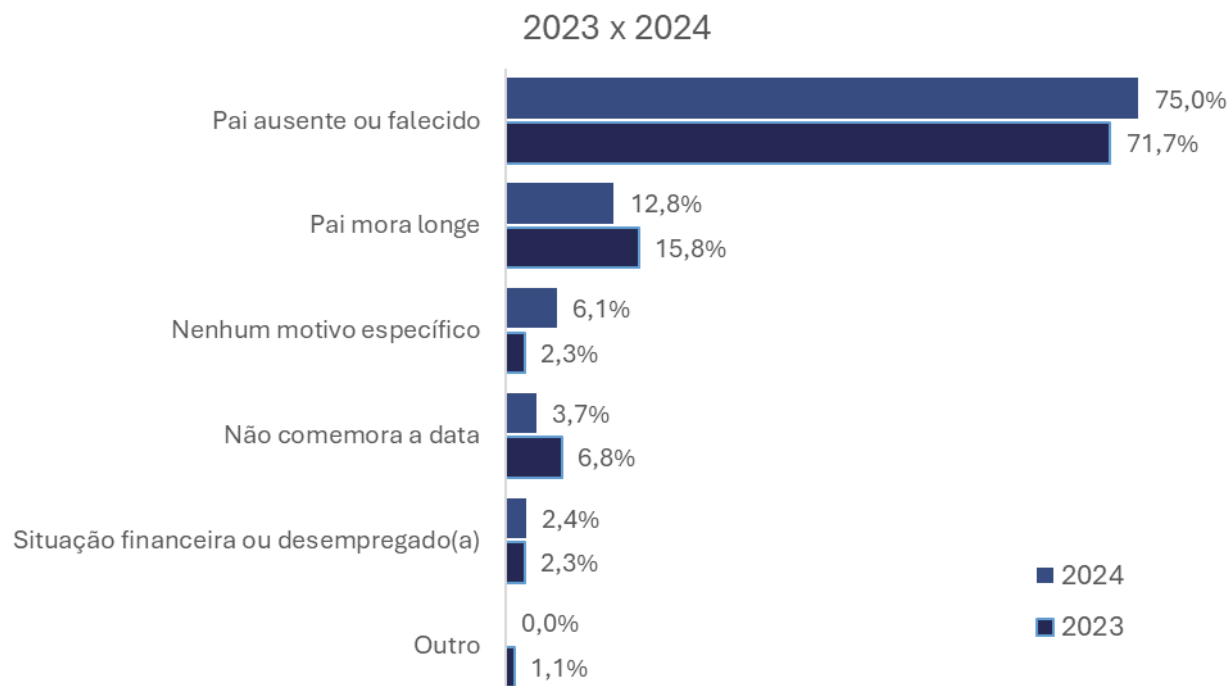
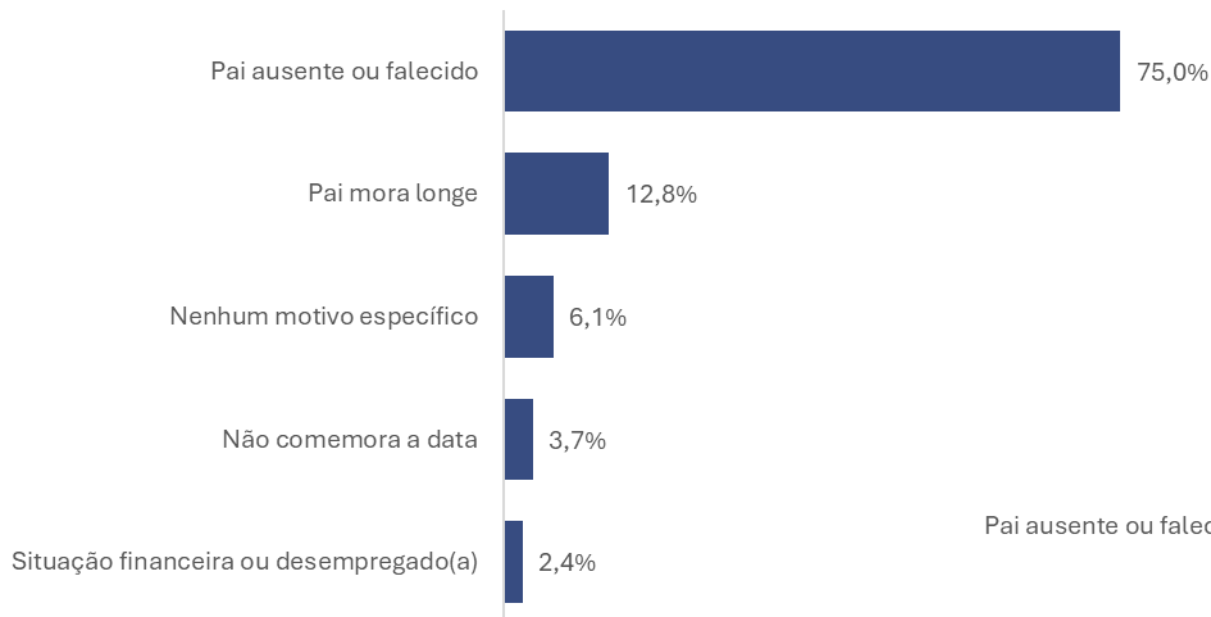
MODALIDADE DE PAGAMENTO À VISTA x A PRAZO



PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRAR

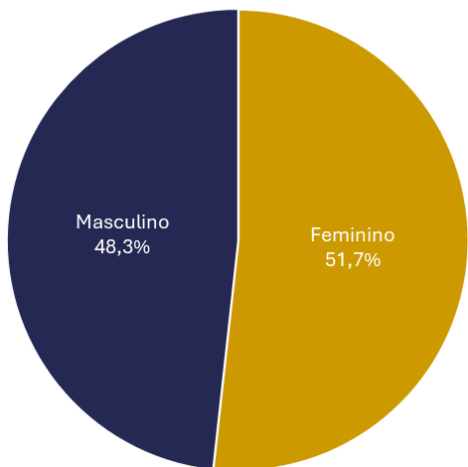


MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

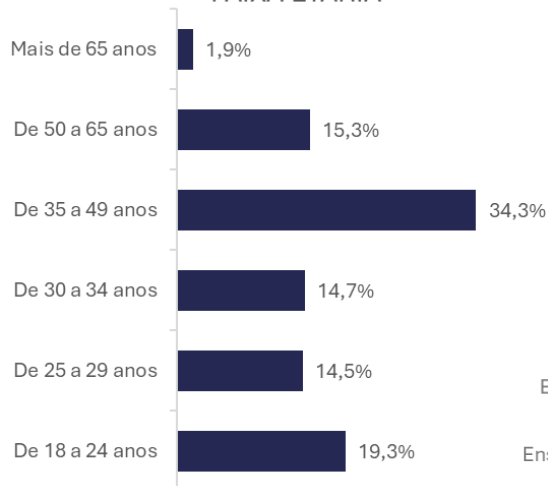


PERFIL DO CONSUMIDOR

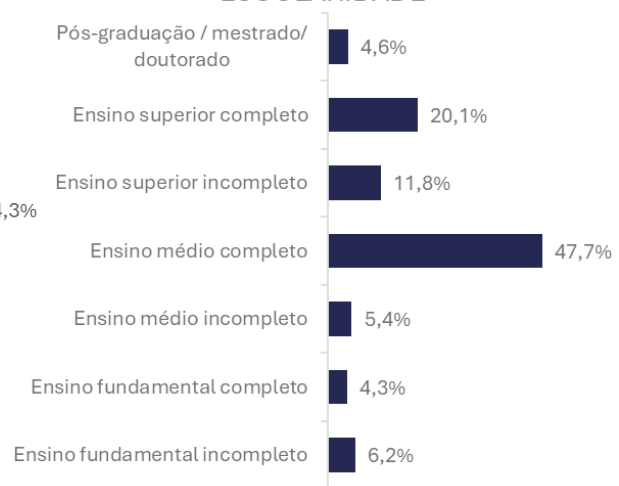
GÊNERO



FAIXA ETÁRIA



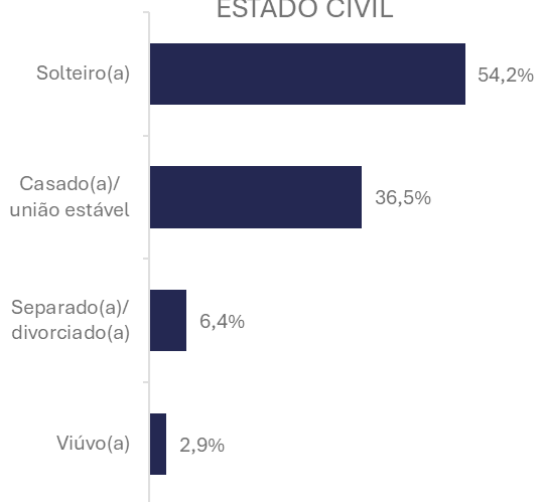
ESCOLARIDADE



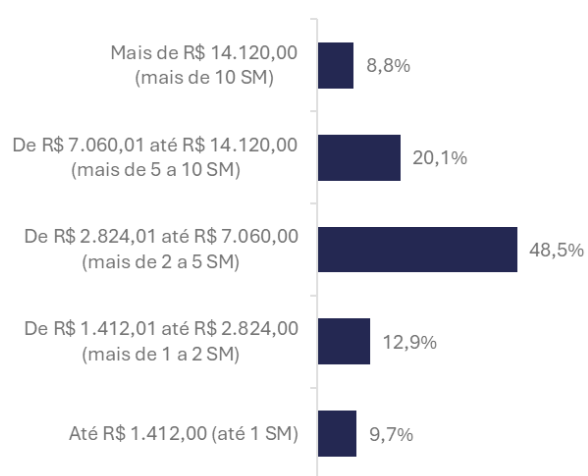
OCUPAÇÃO PRINCIPAL



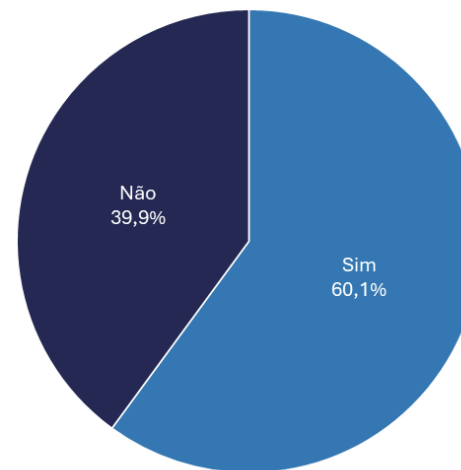
ESTADO CIVIL



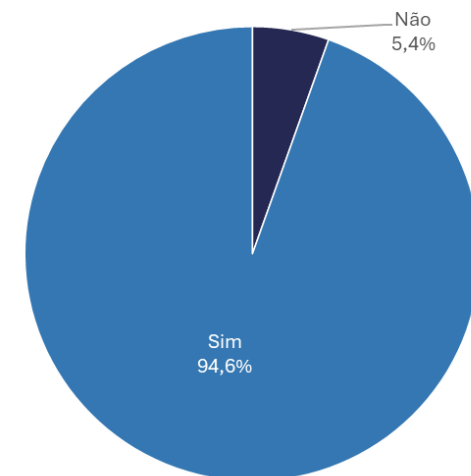
FAIXA DE RENDA FAMILIAR



POSSUEM FILHOS

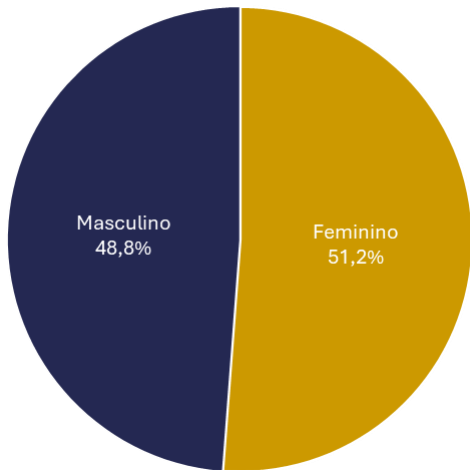


PAI QUE GOSTARIA DE SER PRESENTEADO

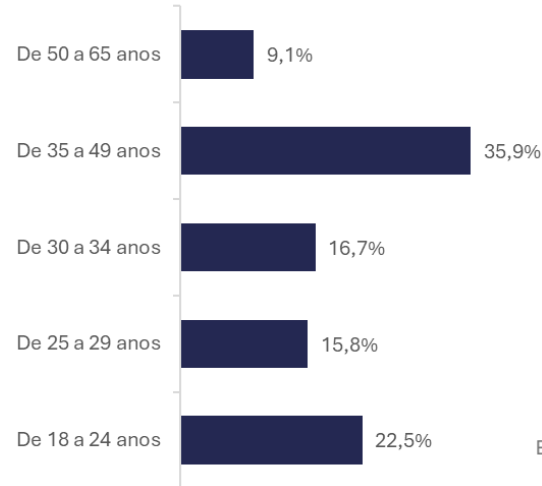


PERFIL DO CONSUMIDOR QUE PRESENTEARÁ

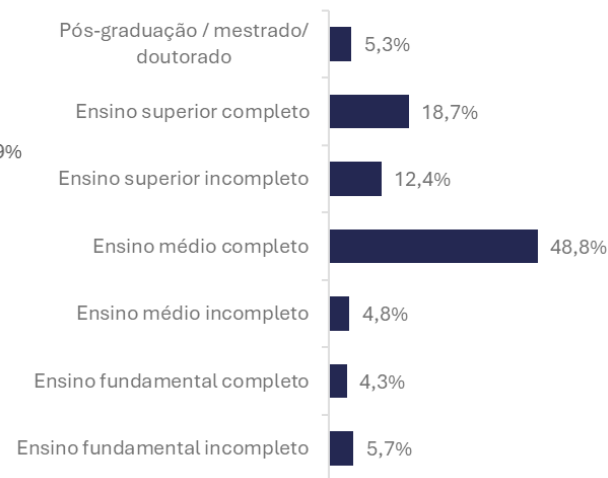
GÊNERO



FAIXA ETÁRIA



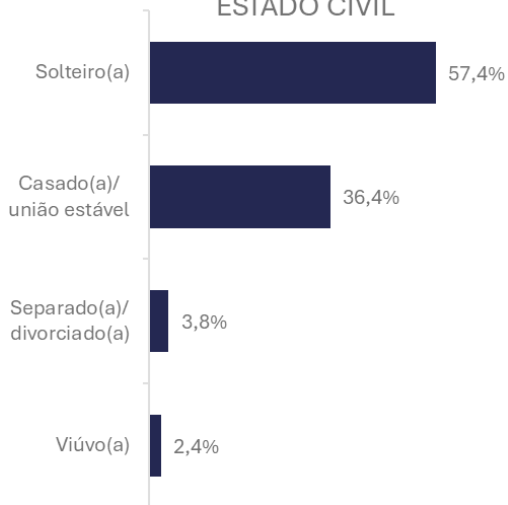
ESCOLARIDADE



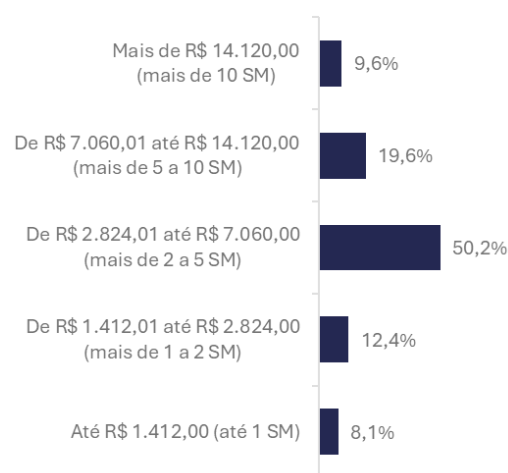
OCUPAÇÃO PRINCIPAL



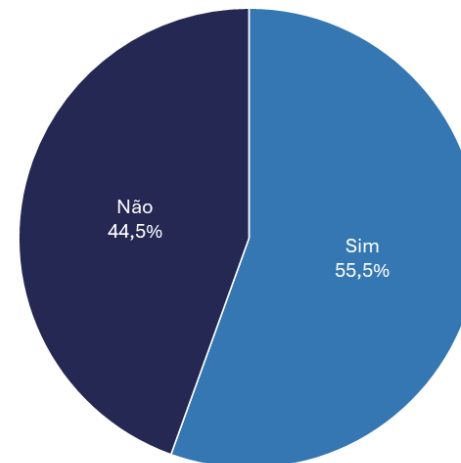
ESTADO CIVIL



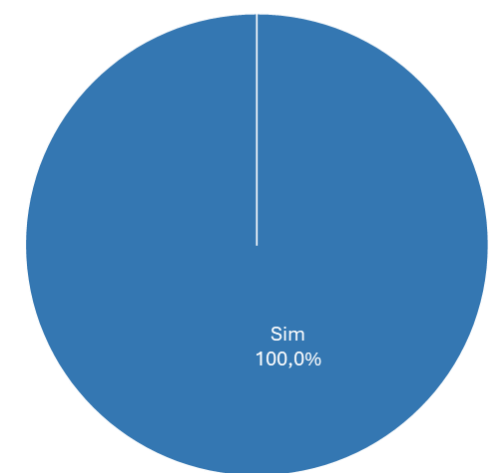
FAIXA DE RENDA FAMILIAR



POSSUEM FILHOS

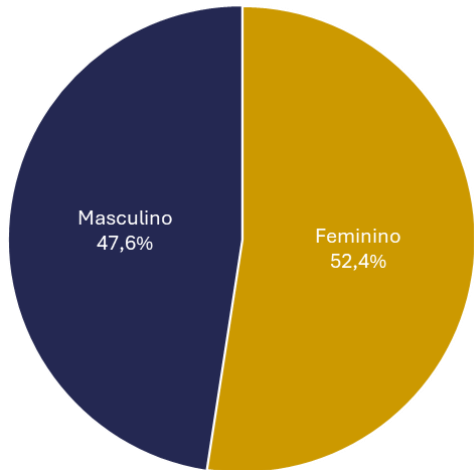


PAI QUE GOSTARIA DE SER PRESENTEADO

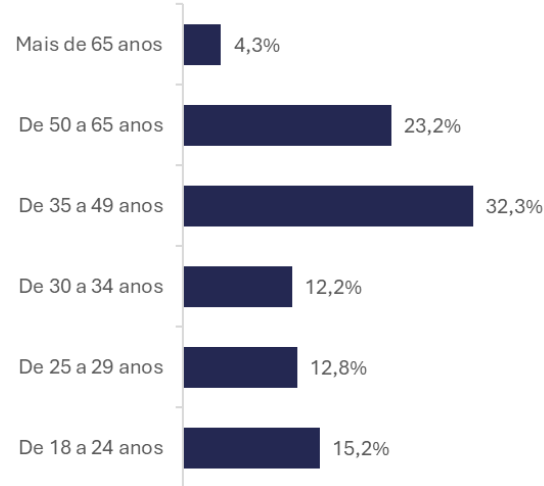


PERFIL DO CONSUMIDOR QUE NÃO PRESENTEARÁ

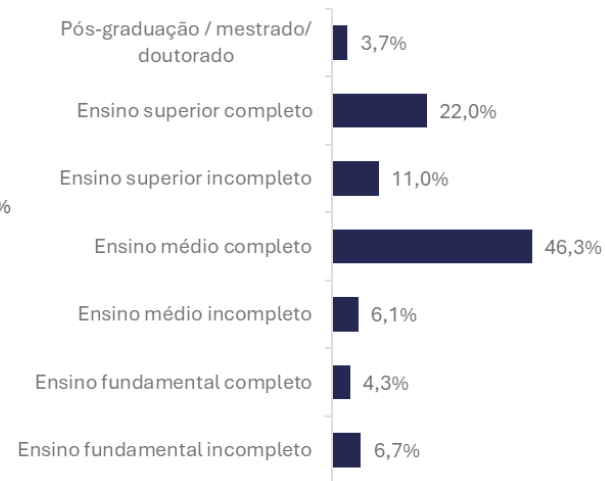
GÊNERO



FAIXA ETÁRIA



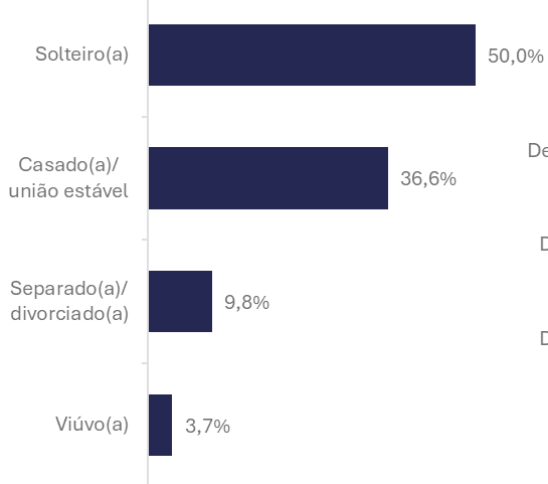
ESCOLARIDADE



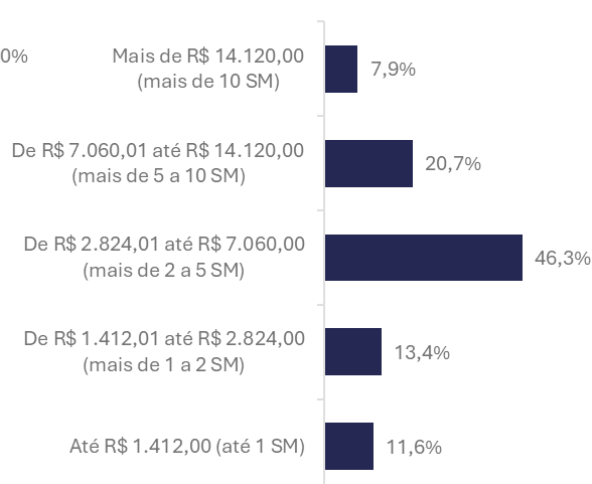
OCUPAÇÃO PRINCIPAL



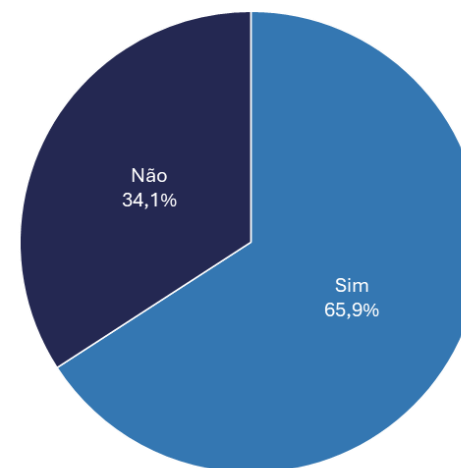
ESTADO CIVIL



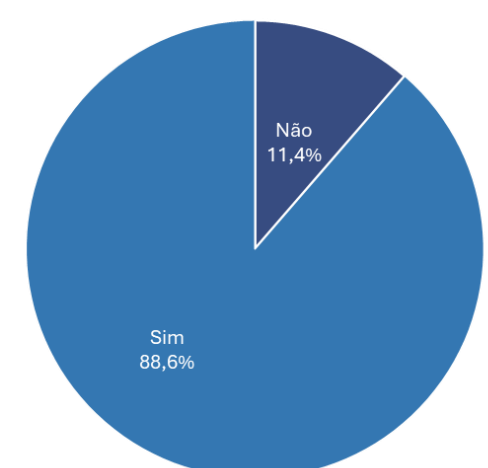
FAIXA DE RENDA FAMILIAR



POSSUEM FILHOS



PAI QUE GOSTARIA DE SER PRESENTEADO



DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ Intenção de presentear volta a crescer, passando de 66,4% em 2021 para 60,8% em 2022 chegando a 53,9% em 2023, e 56% dos pesquisados em 2024 mostrando aumento no desejo de comemorar a data.
- ✓ A Intenção dos que “não” presentearão e “não sabem” passou de 46,1% em 2023 para 44% em 2024.
- ✓ O principal motivo de não presentear este ano continua o mesmo, pai ausente ou falecido, com 75%.
- ✓ O tipo de presente continua sendo a preferência por Roupas / Calçados (52,1%) e Perfumes / Cosméticos (19,1%).
- ✓ De modo geral, com 36,5%, os presentes devem custar até R\$ 100,00. Os filhos que comprarão recordações na faixa de R\$ 101,00 e R\$ 150,00 somam 25,6% e os que vão gastar entre R\$ 151,00 a R\$ 200,00 são 24,1%. Os que vão desembolsar mais de R\$ 200,00 representam 13,8%.
- ✓ O Tíquete Médio caiu 1,1%, passando de R\$ 137,62 em 2023 para R\$ 136,08 neste ano.
- ✓ As compras online devem corresponder a 27,6% do volume de compras, mas o comércio presencial será o mais procurado, especialmente das lojas de rua. Somadas, as lojas do centro da cidade e de bairro receberão 32,5% dos consumidores. Os shoppings serão o local de compras de 27,6% dos paranaenses.
- ✓ Como podemos observar nas sondagens anteriores, a grande maioria (74,1%) deixa para comprar o presente na semana que antecede a data, sendo que 60,7% comprará em até uma semana antes e 13,4% no mesmo dia.

DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ A preferência é pelo pagamento à vista dos presentes com 66,4% ante 70,2%, novamente com destaque este ano pela utilização do Pix com 33,2%, ante 24,8% em 2023, que se torna uma forma de diminuir o endividamento, evidenciando que o sistema de pagamentos instantâneos está se firmando como a principal ferramenta de transação do mercado.
- ✓ 75,6% fazem pesquisa de preço antes de comprar o presente, entre esses 50,2% fazem por internet e 25,4%, pessoalmente indo nas lojas.
- ✓ A qualidade do produto é o que mais influencia, com 30,5%. O atendimento do vendedor é outro ponto determinante, com 20,7%. Somente depois os aspectos relacionados a preço são avaliados: promoção (15,3%), preço baixo (11,8%) e desconto (10,3%).
- ✓ Na análise por gênero, 51,2% dos que vão presentear são mulheres e 48,8% são homens. Já na análise por faixa de renda dos entrevistados, a maioria dos que disseram que vão presentear seu pai encontra-se nas faixas de mais de 2 até 5 salários mínimos (50,2%) e de mais de 5 até 10 salários mínimos (19,6%).
- ✓ 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 realizada pelo Sebrae Paraná se deu no período de 3 a 10 de julho de 2024. A abordagem dos consumidores se deu de forma aleatória, em diferentes pontos de circulação de Curitiba, resultando em uma amostra de 373 respondentes. O nível de confiança desta pesquisa é de 95%, com margem de erro de 5,1%.

Departamento de Pesquisas da Fecomércio PR

pesquisa@fecomercompr.com.br

(41) **3883-4527**

