

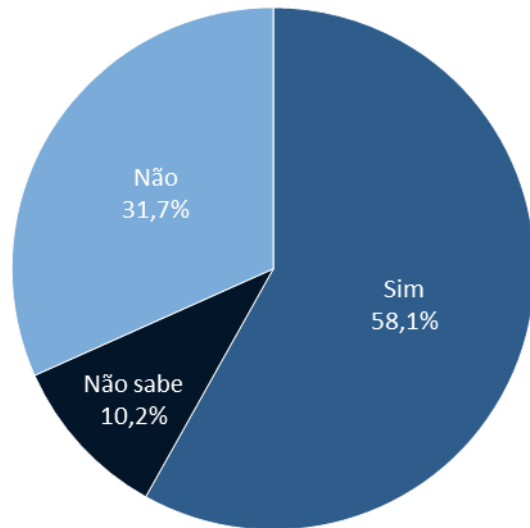
**Sondagem de intenção de compras**

**DIA DOS NAMORADOS**

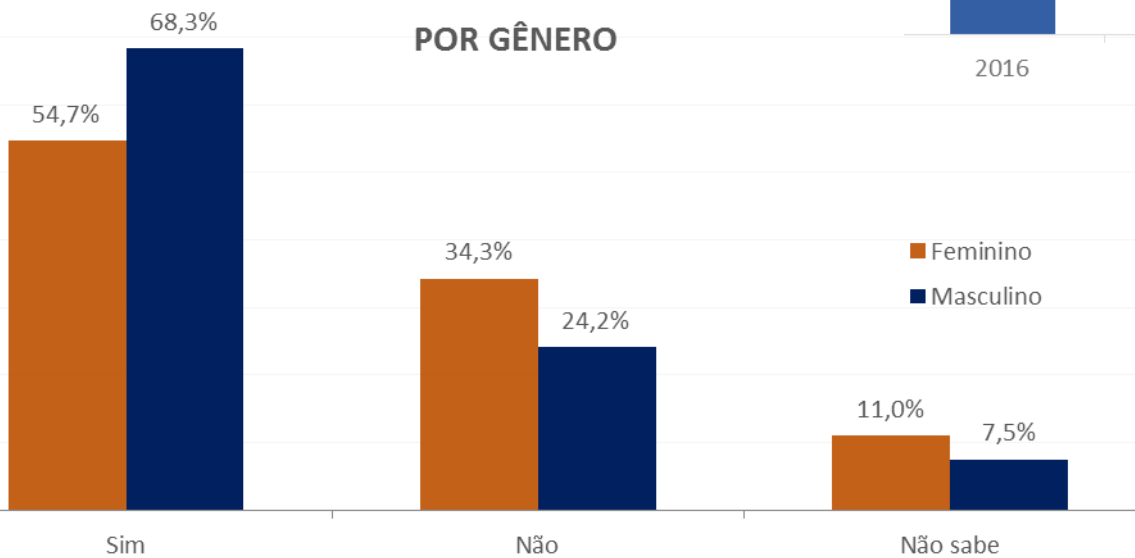


**Junho/2021**

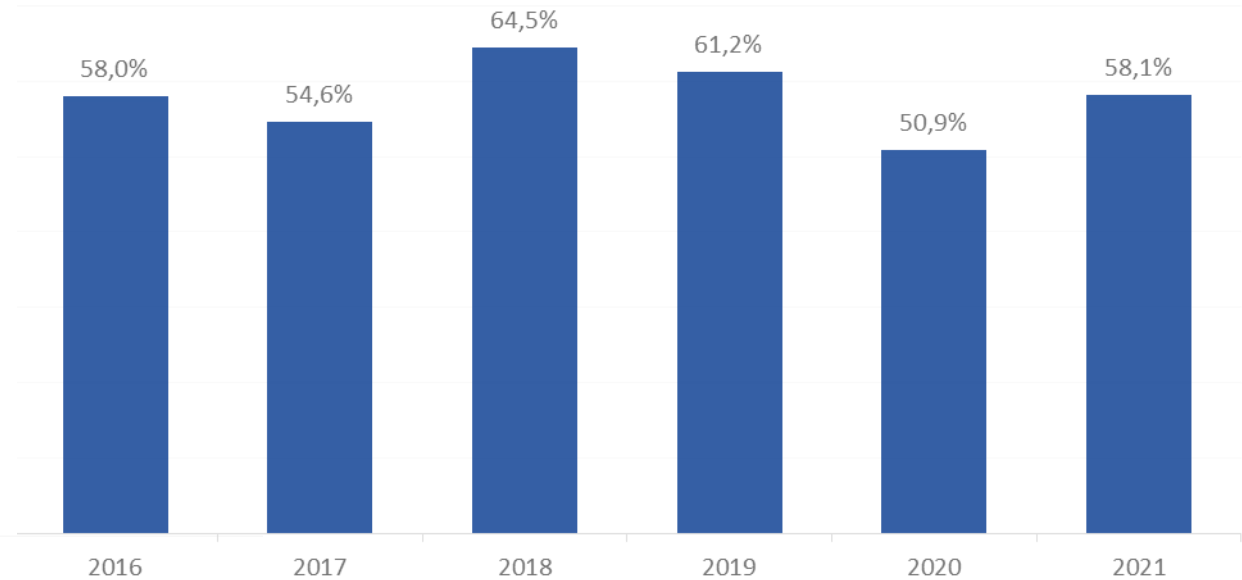
## PRETENSÃO DE PRESENTEAR



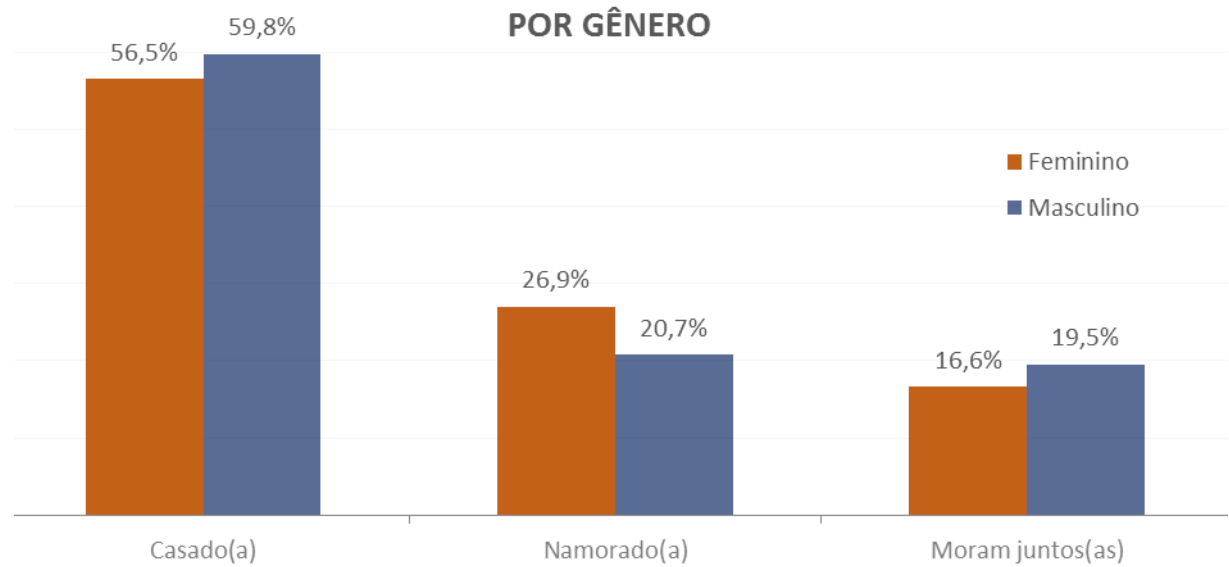
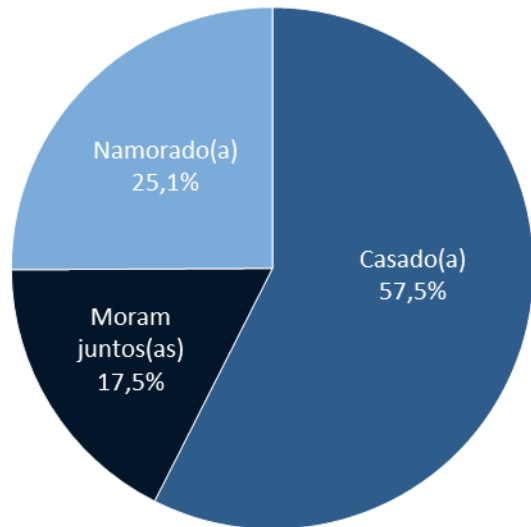
### POR GÊNERO



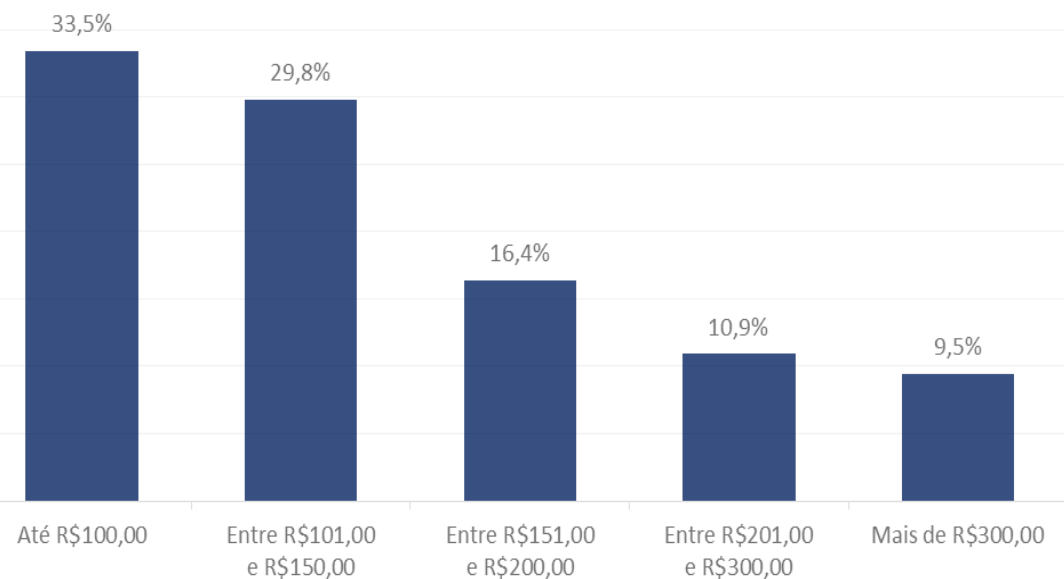
### HISTÓRICO



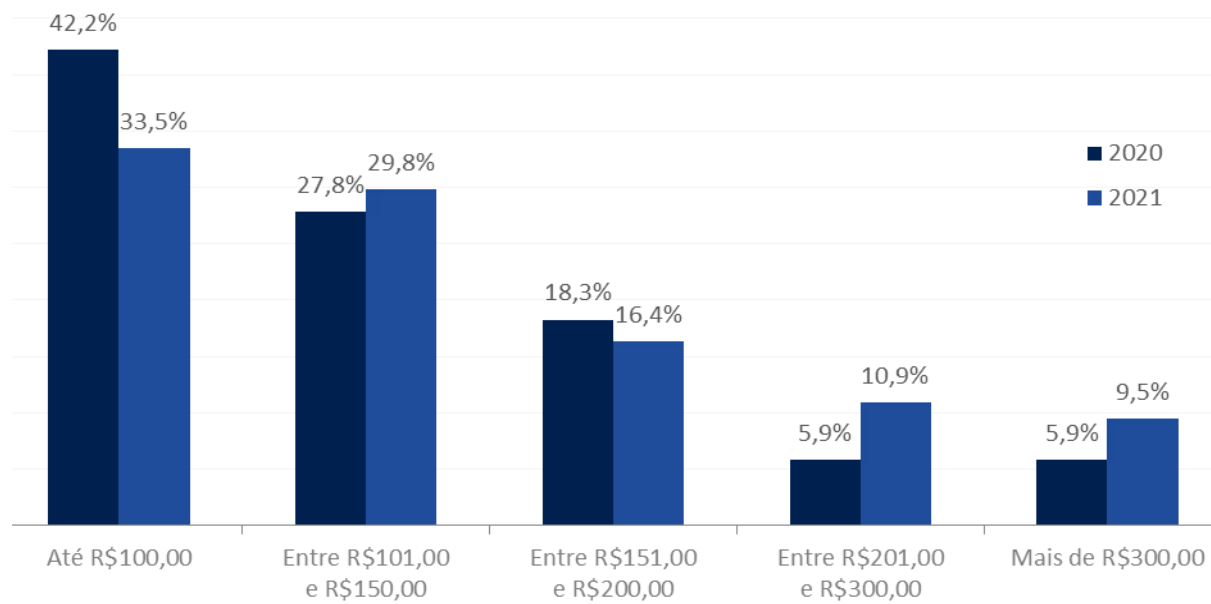
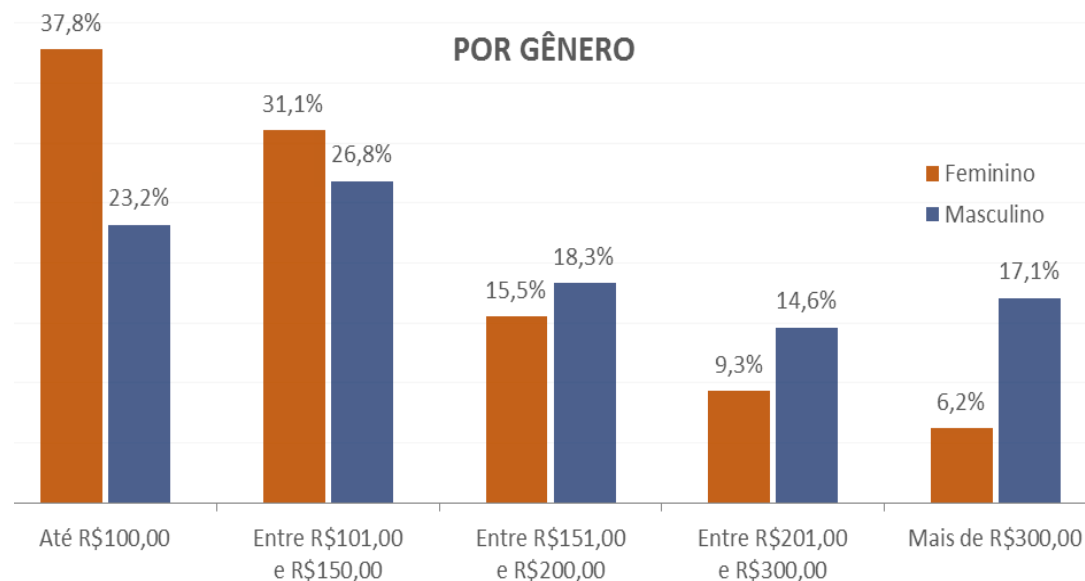
## STATUS DO RELACIONAMENTO



## VALOR DO PRESENTE



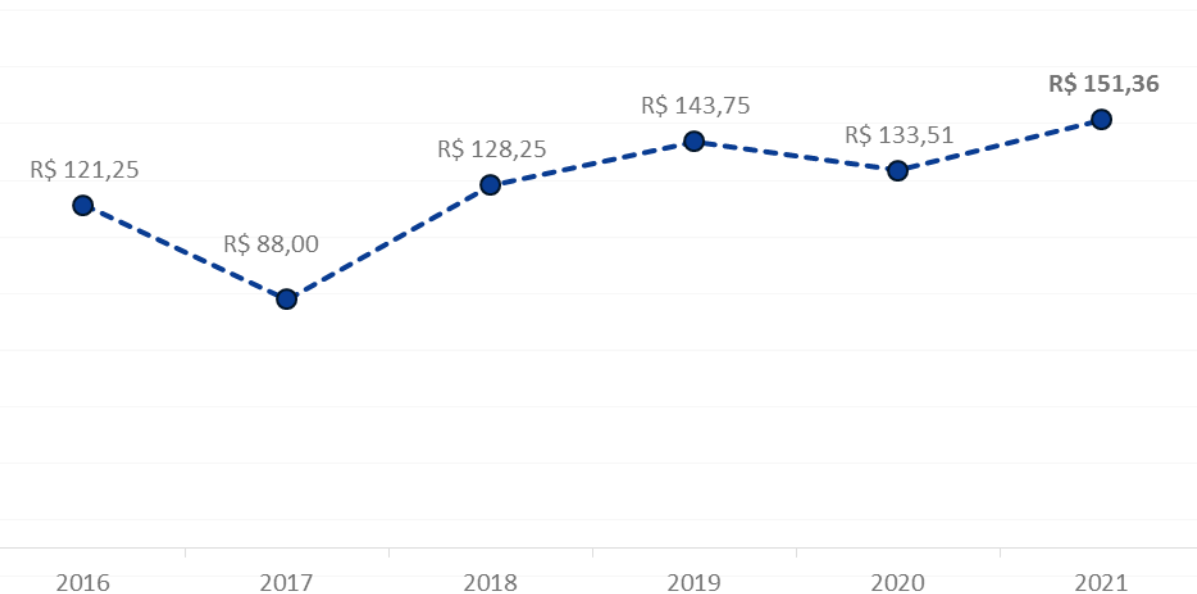
## POR GÊNERO



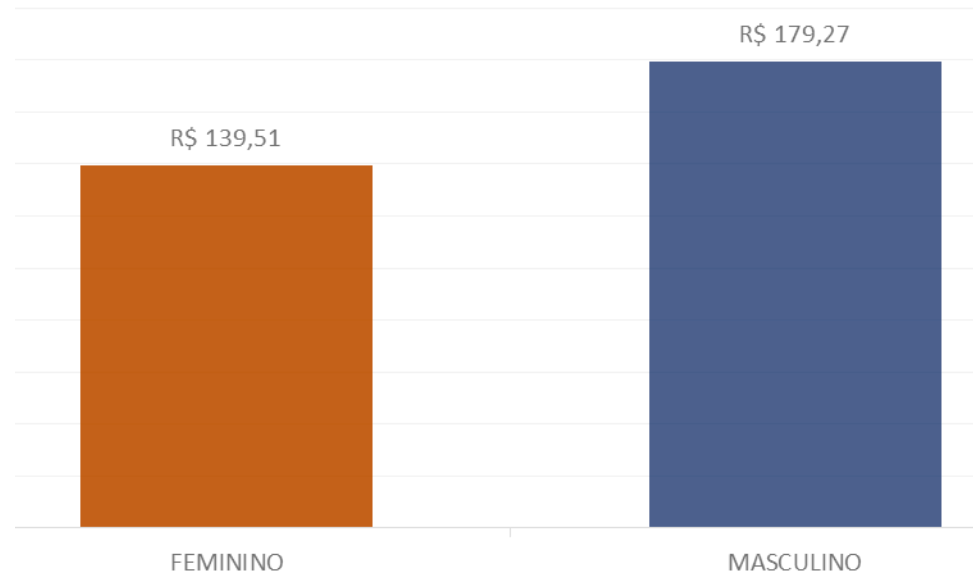
## TIQUETE MÉDIO

# Sondagem de Intenção de Compras Dia dos Namorados

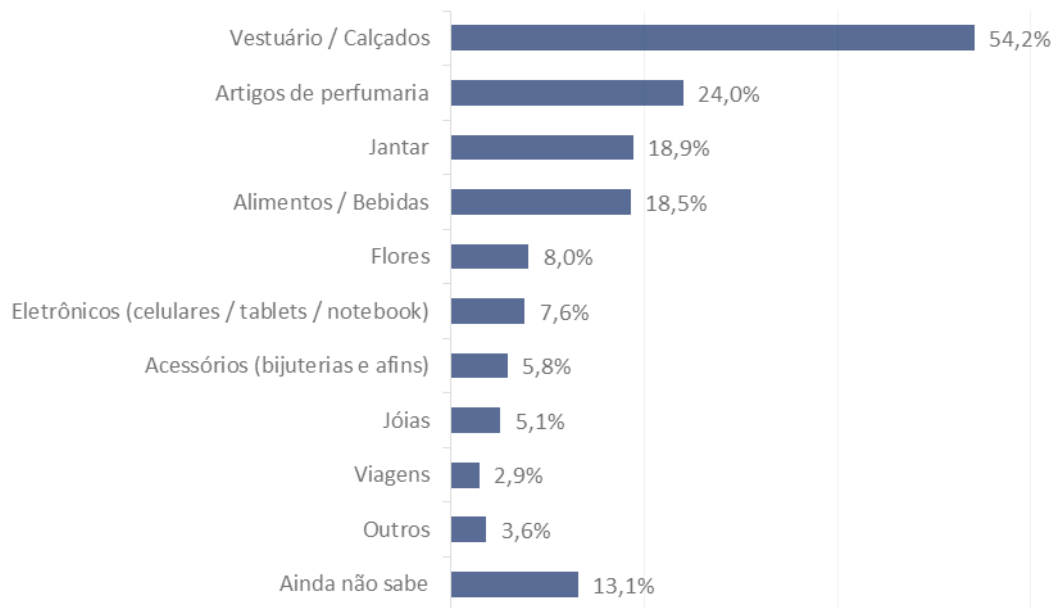
### HISTÓRICO



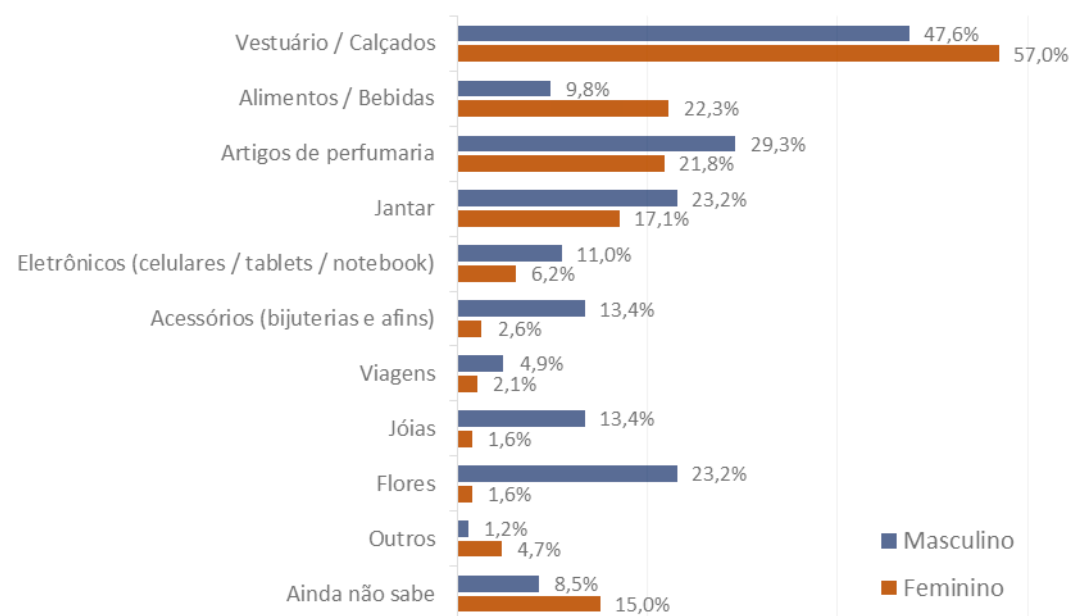
### POR GÊNERO



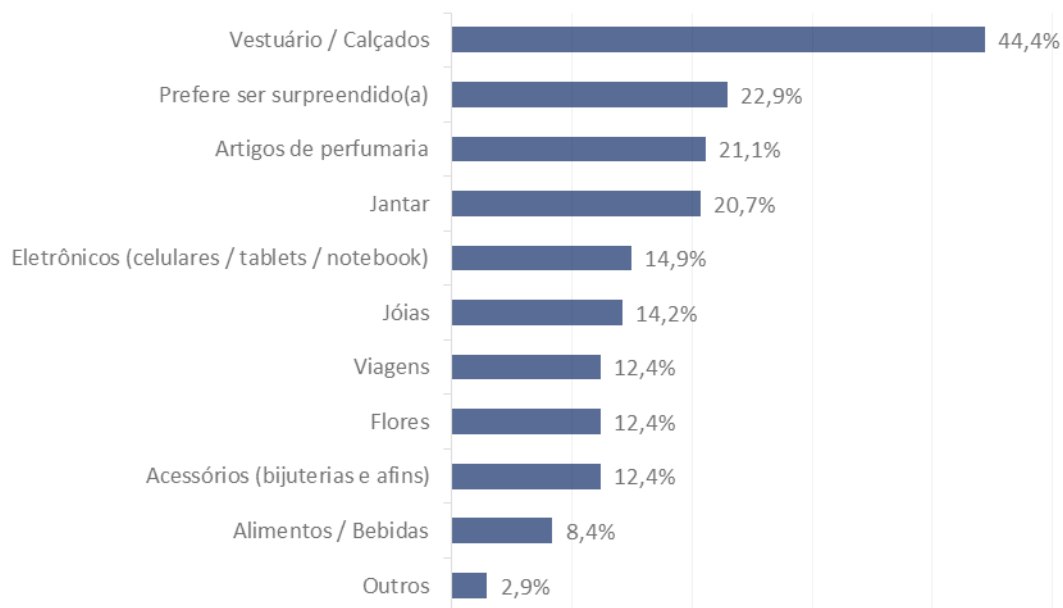
## TIPO DE PRESENTE PRETENSÃO DE PRESENTEAR



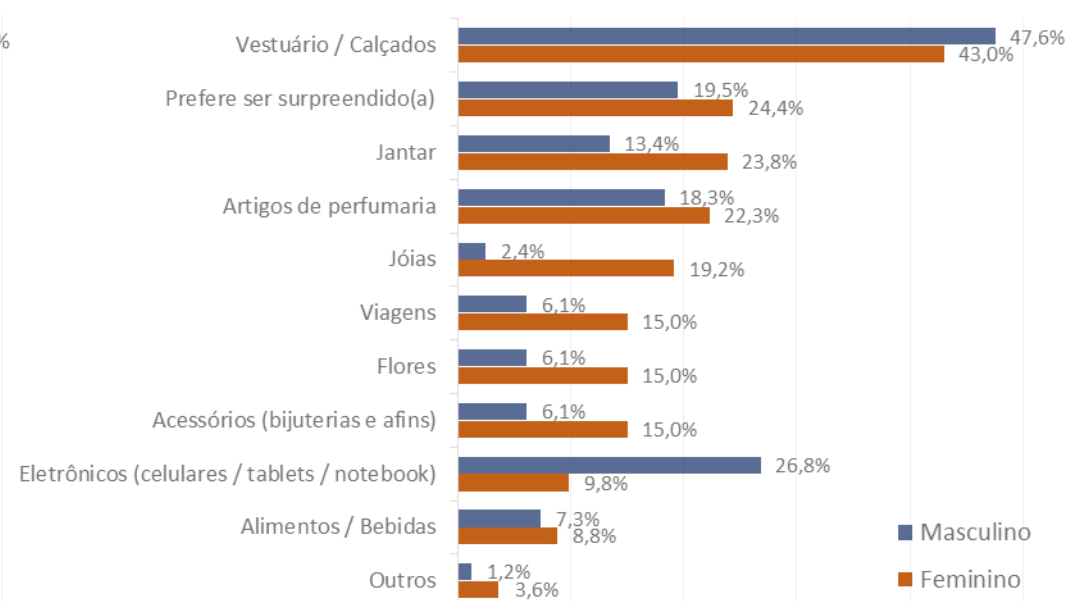
## POR GÊNERO



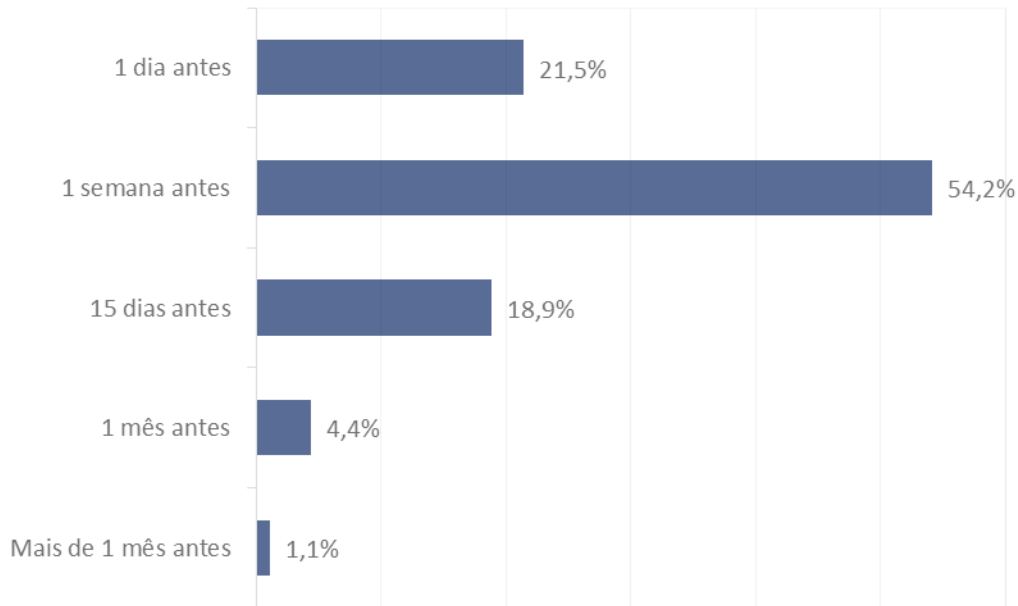
## TIPO DE PRESENTE PRETENSÃO DE GANHAR



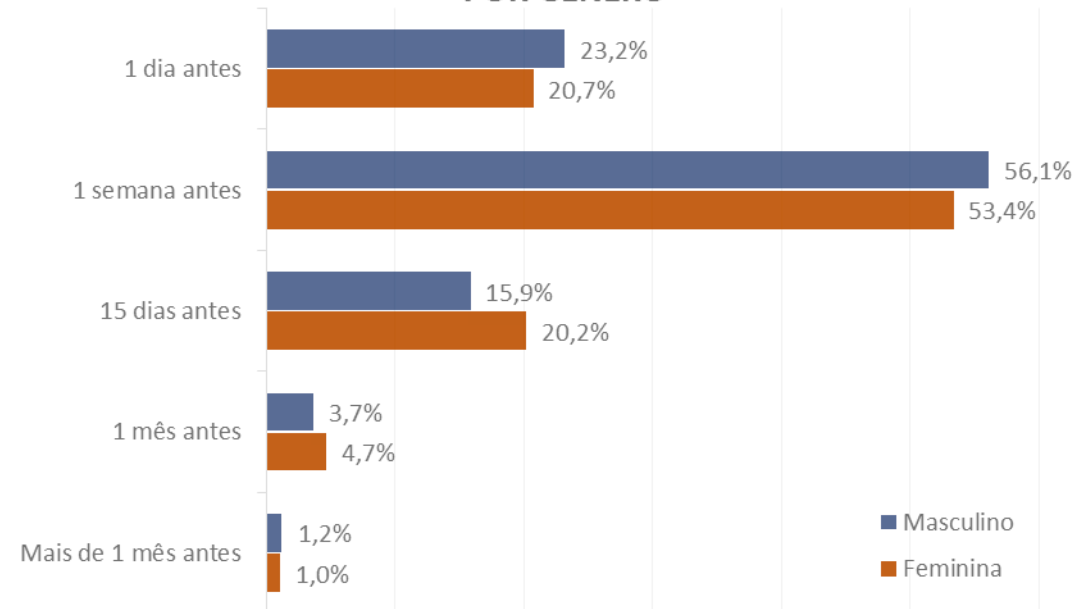
## POR GÊNERO



## PERÍODO DA COMPRA

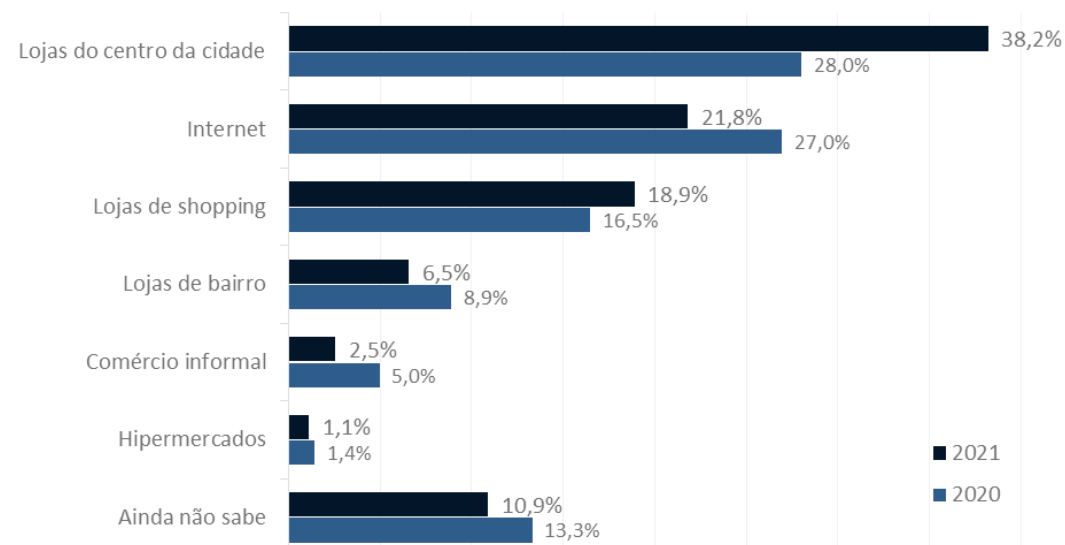
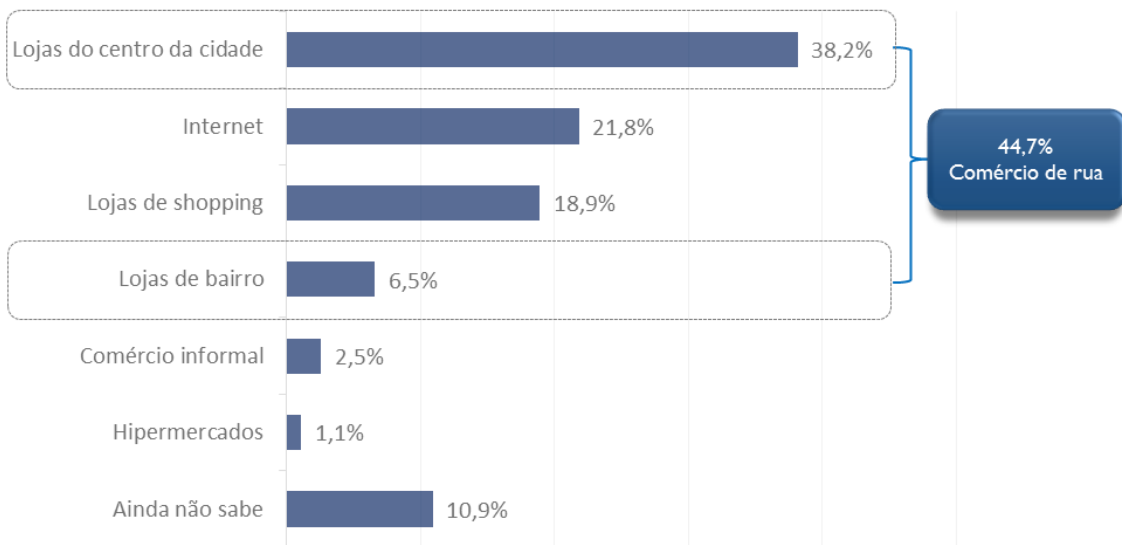


## POR GÊNERO

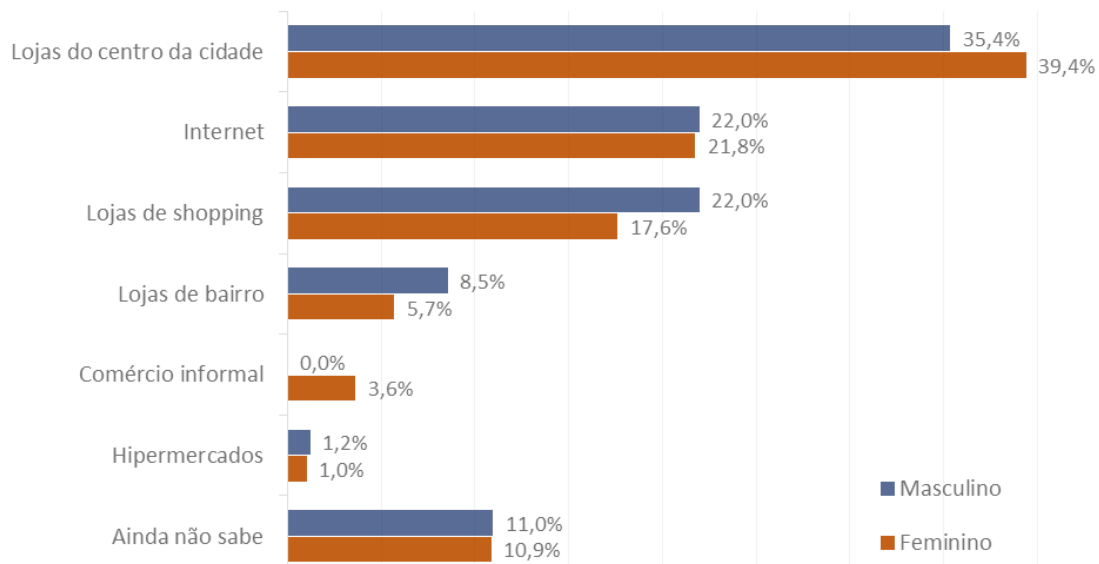




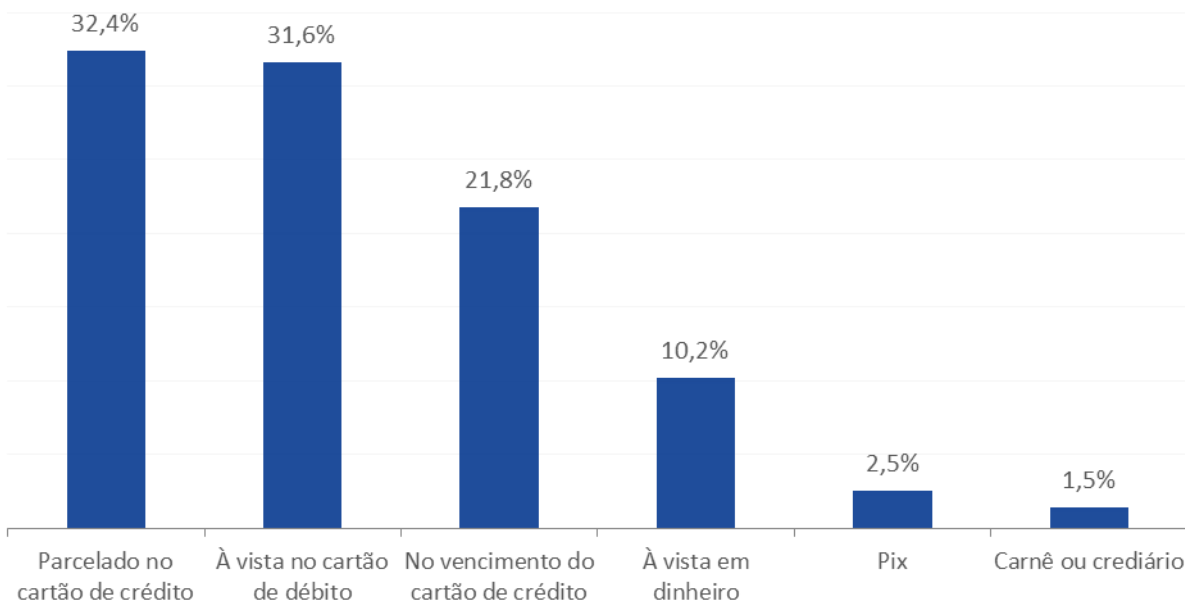
## LOCAL DA COMPRA



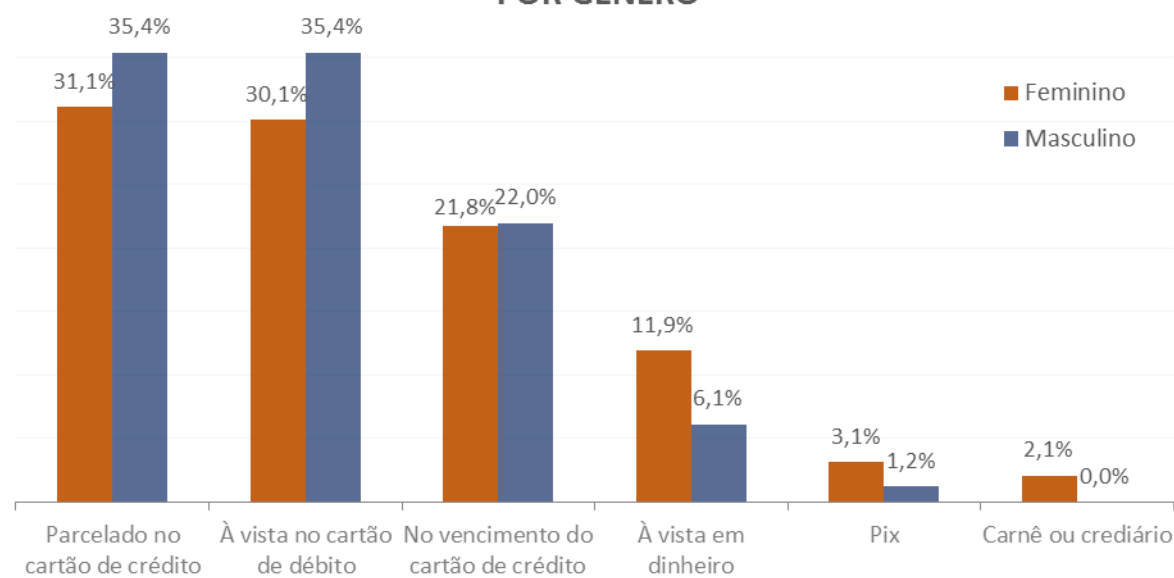
## POR GÊNERO



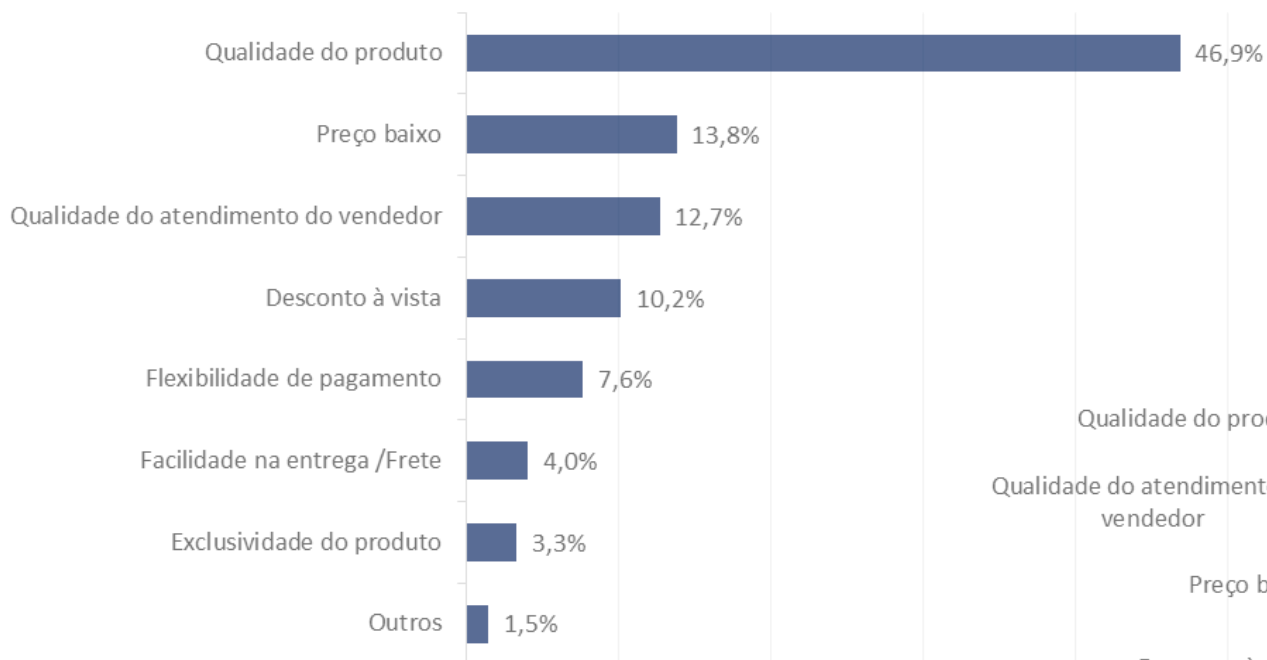
## FORMAS DE PAGAMENTO



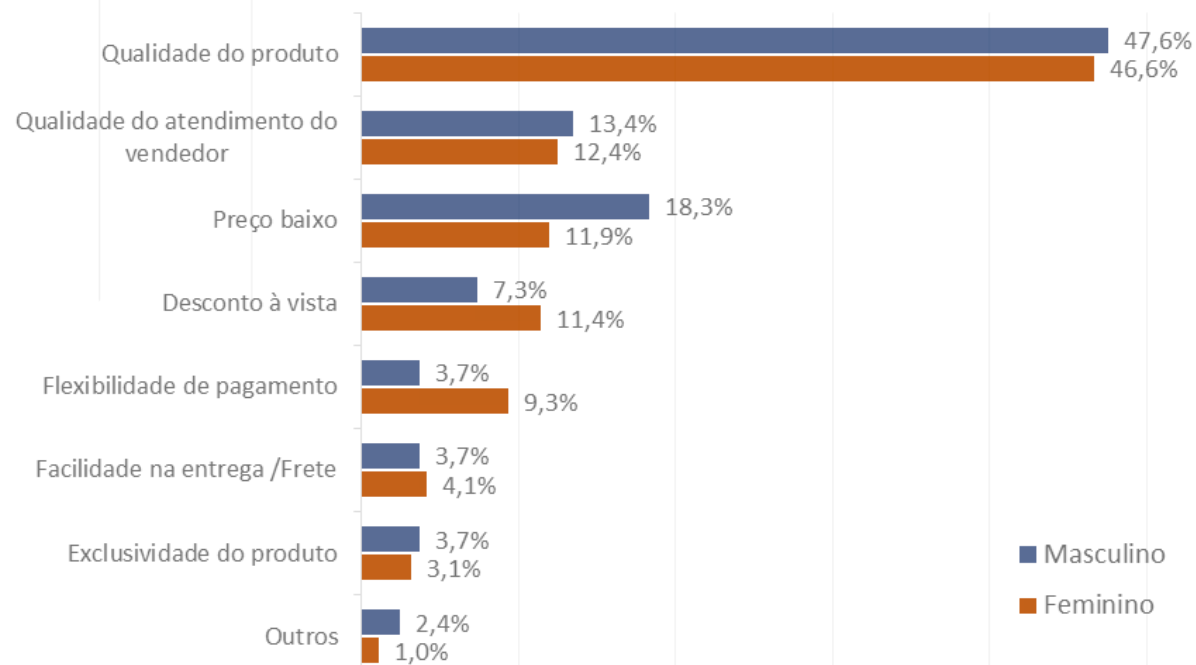
## POR GÊNERO



## PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRA

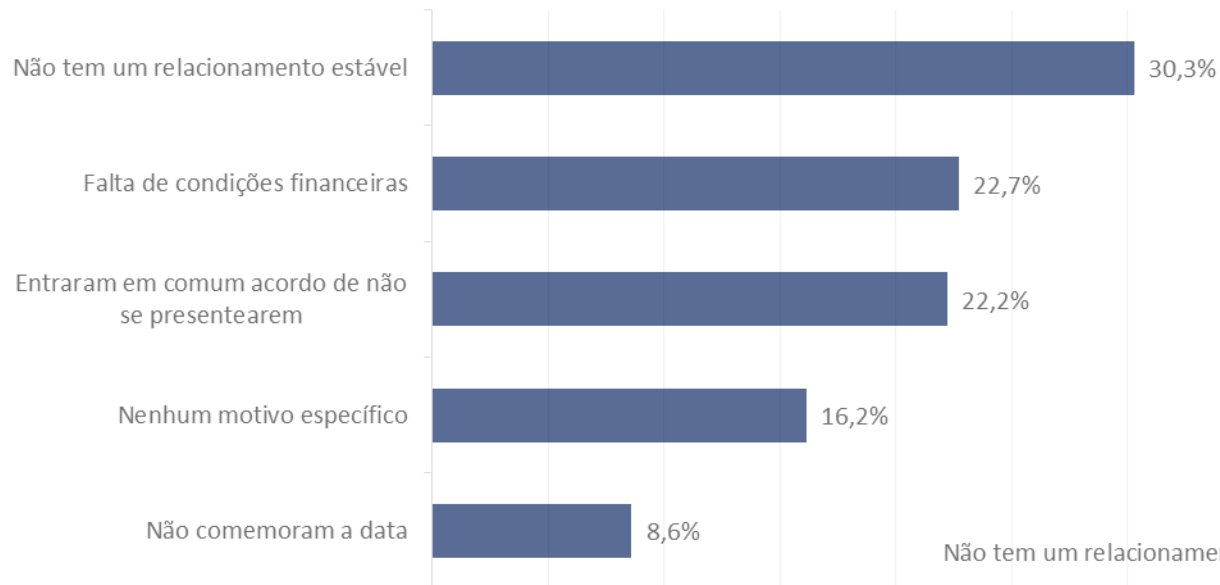


## POR GÊNERO

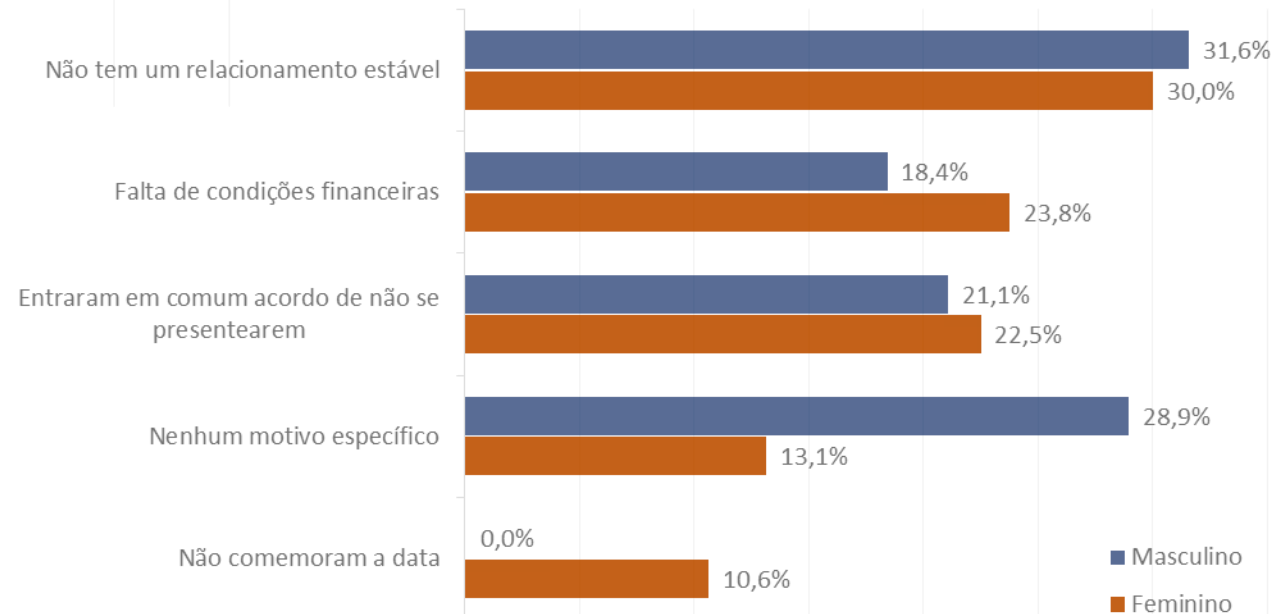


■ Masculino  
■ Feminino

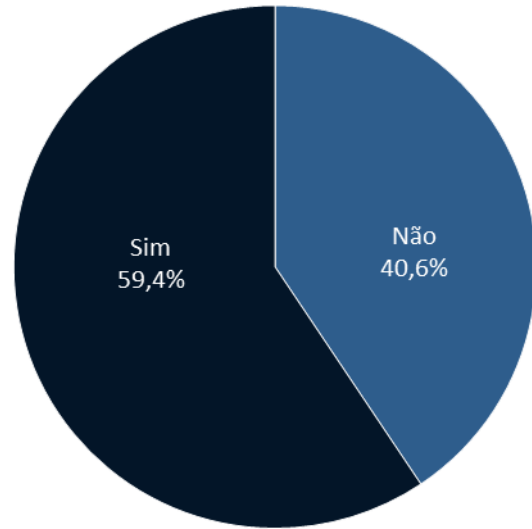
## MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR



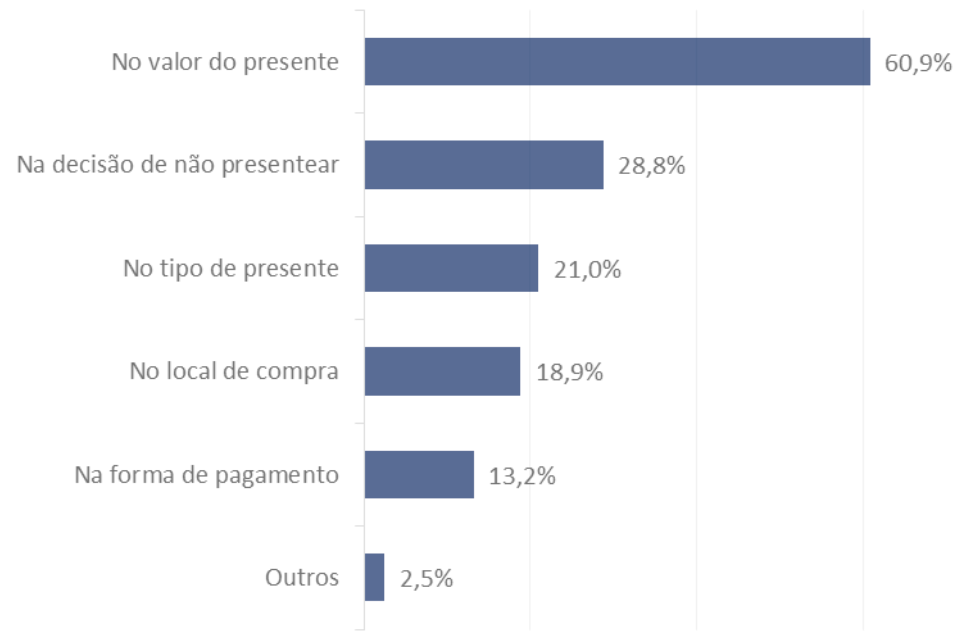
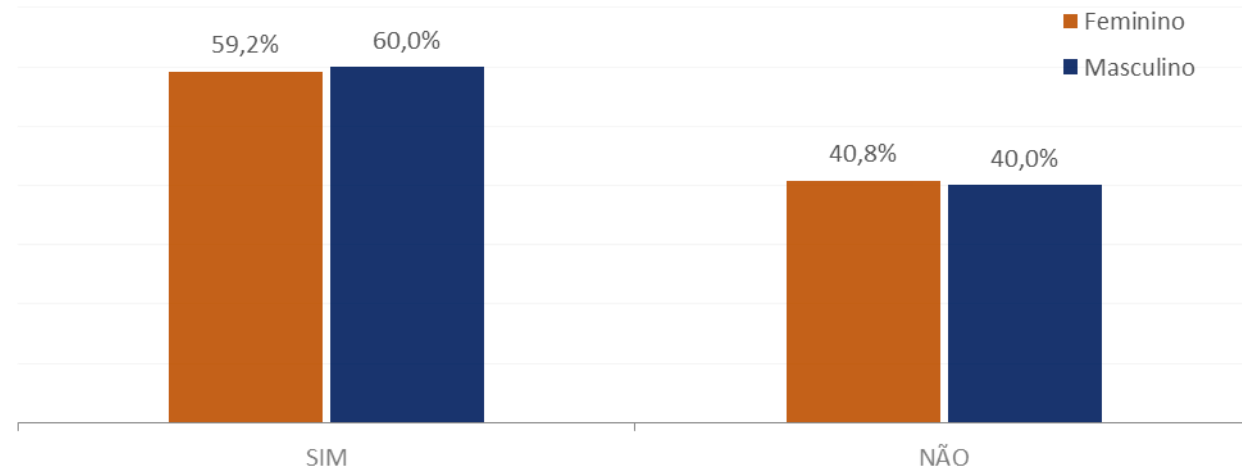
## POR GÊNERO



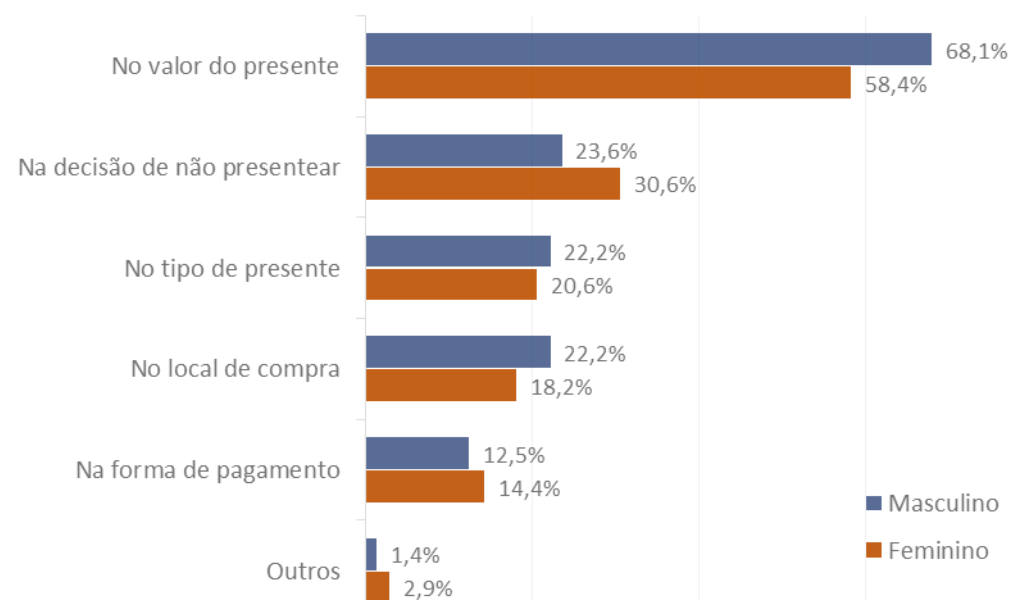
## IMPACTOS DA PANDEMIA



## POR GÊNERO



## POR GÊNERO



## DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ Intenção de presentear aumentou de 50,9% em 2020 para 58,1% em 2021, um aumento de 14,1%.
- ✓ Mais homens pretendem presentear em relação às mulheres (68,3% x 54,7%).
- ✓ A maioria dos que vão presentear no dia dos namorados estão casados (57,5%).
- ✓ O tíquete médio aumentou, passando de R\$133,51 para R\$151,36, o maior da série histórica. O tíquete médio do presente que será comprado pelos homens (R\$179,27) é superior ao que será adquirido pelas mulheres (R\$139,51).
- ✓ Ao presentear, as opções mais citadas continuam as mesmas de 2020: vestuário e calçados (54,2%), artigos de perfumaria (24,0%) e jantar a dois (18,9%).
- ✓ E o que gostariam de receber de presente, os mais citados foram: vestuário e calçados (44,4%), preferem ser surpreendidos (22,9%), artigos de perfumaria (21,1%) e jantar romântico (20,7%).
- ✓ A sondagem mostra que três a cada quatro entrevistados deixam para comprar o presente na última semana. Já as mulheres estão planejando com mais antecedência a compra do presente que os homens.
- ✓ Mesmo com a maior parte das respostas obtidas antes das medidas mais restritivas adotadas pelos governos estaduais e municipais para contenção da disseminação da Covid-19, o estudo mostra que o local preferido para comprar o presente é o comércio de rua (44,7%), somando as lojas do centro da cidade (38,2%) e lojas de bairro (6,5%). Já as compras pela internet (21,8%) este ano está com o percentual abaixo do registrado em 2020 (27,0%).

## DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ O pagamento virtual ou nos cartões de crédito e débito são as preferências dos entrevistados.
- ✓ A qualidade do produto é o que mais influência na decisão da compra do presente em quase 50% dos entrevistados.
- ✓ Intenção de NÃO e NÃO SABE presentear caiu de 49,1% em 2020 para 41,9% em 2021.
- ✓ O motivo mais citado de não presentear este ano é por não ter um relacionamento estável (30,3%), ficando em segundo a falta de condições financeiras (22,7%) para comprar uma lembrança.
- ✓ A pandemia impactou na decisão de compra para a data, afetando 59,4% dos paranaenses influenciando principalmente no valor do presente (60,9%) e na decisão de não presentear (28,8%).
- ✓ Foram coletadas respostas de consumidores através de e-mails e redes sociais em todo o estado do Paraná, no período de 24 a 31/05/2021. O nível de confiança desta pesquisa é de 95%, com margem de erro de 4,5%.

Departamento de Pesquisas da Fecomércio/PR

[pesquisa@fecomerceiopr.com.br](mailto:pesquisa@fecomerceiopr.com.br)

(41) 3883-4527

