

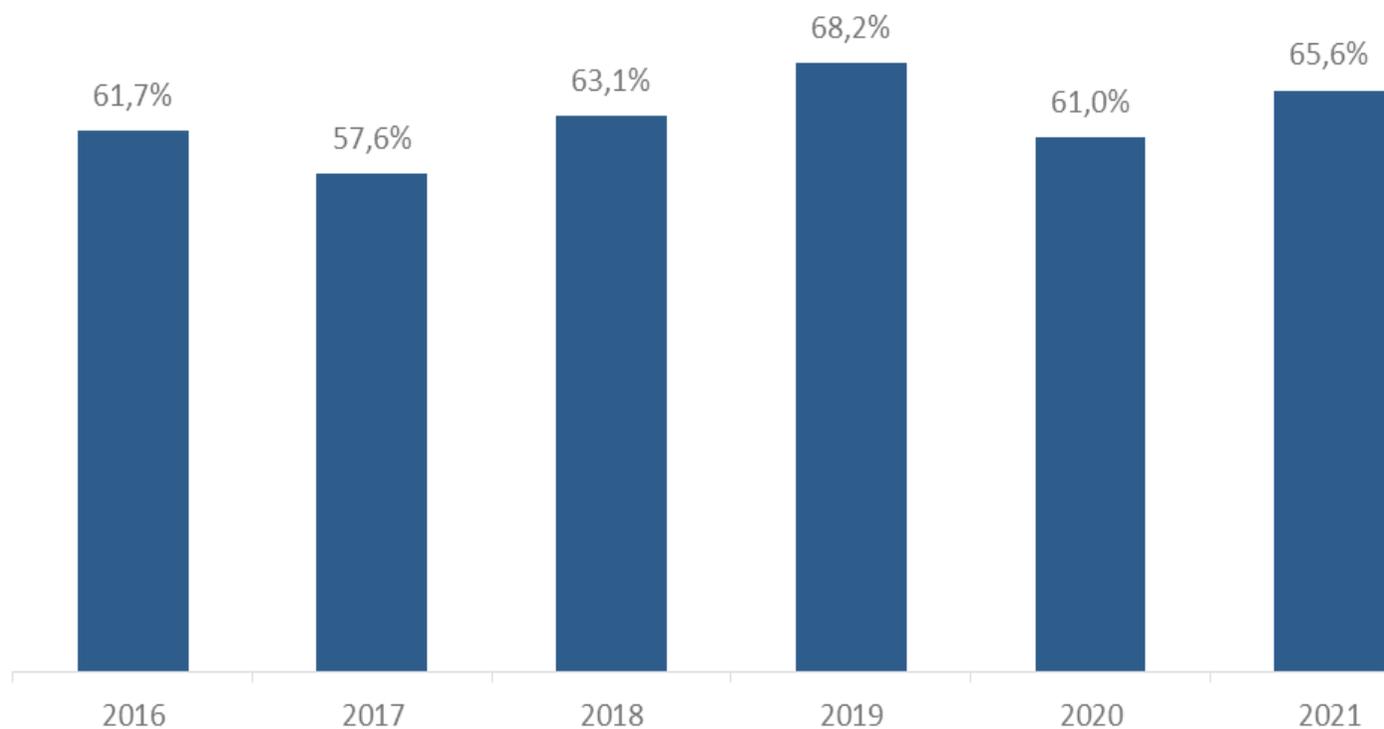
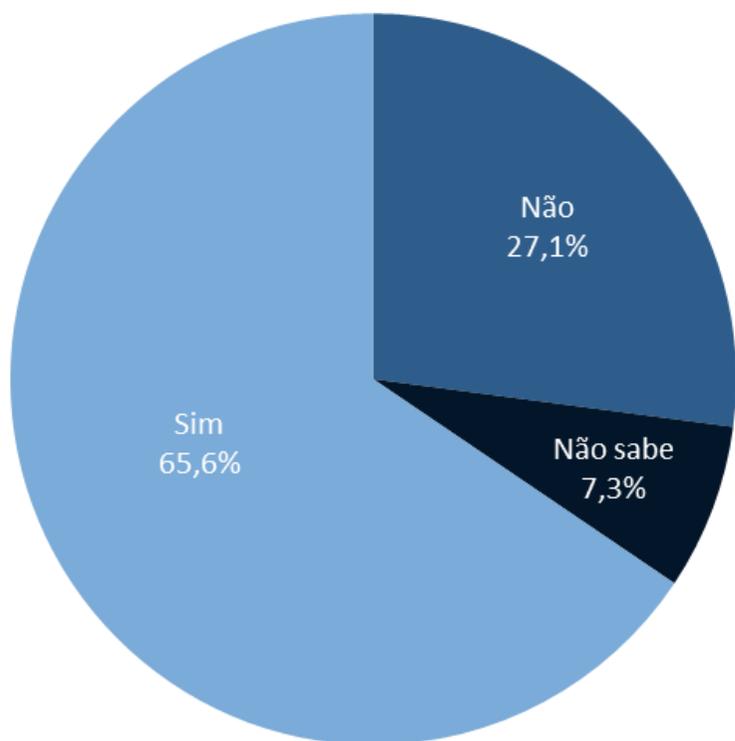
**Sondagem do intenção de compras**

**DIA DAS CRINÇAS**

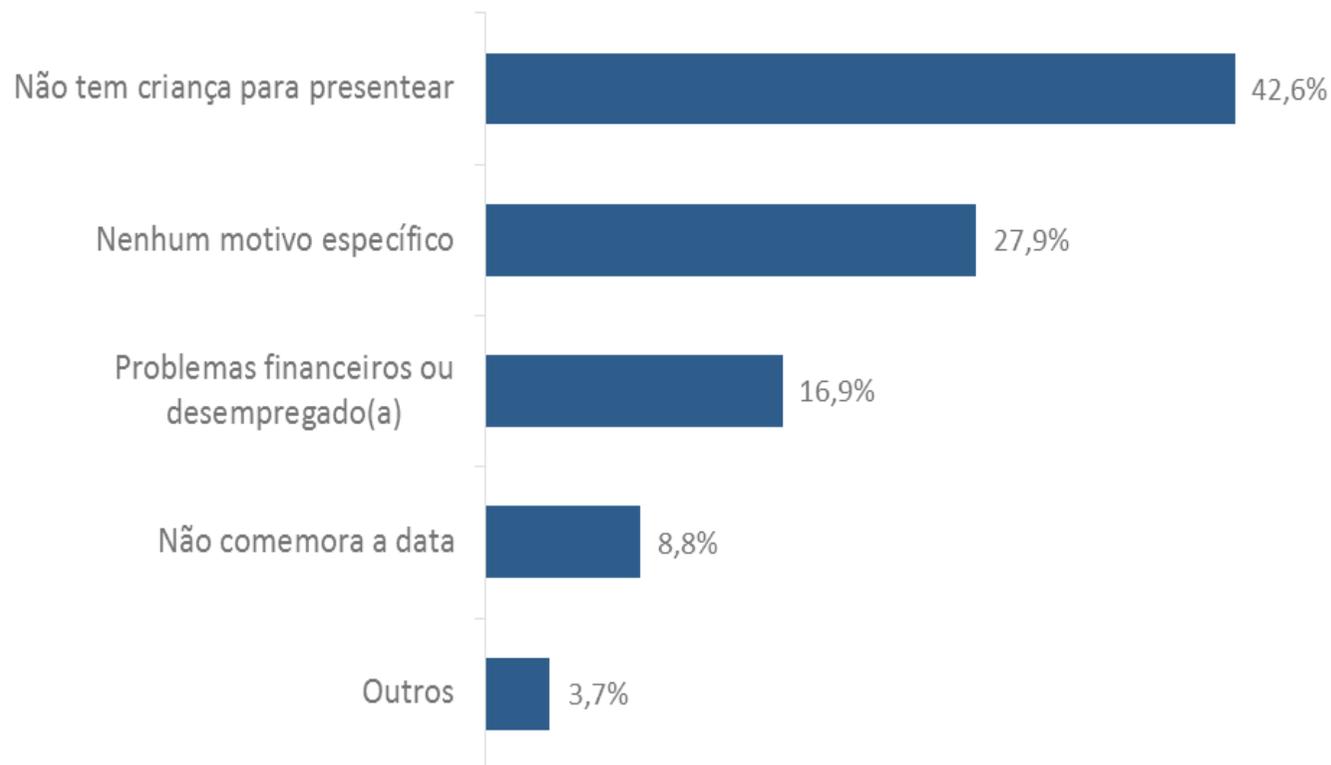


**OUTUBRO/2021**

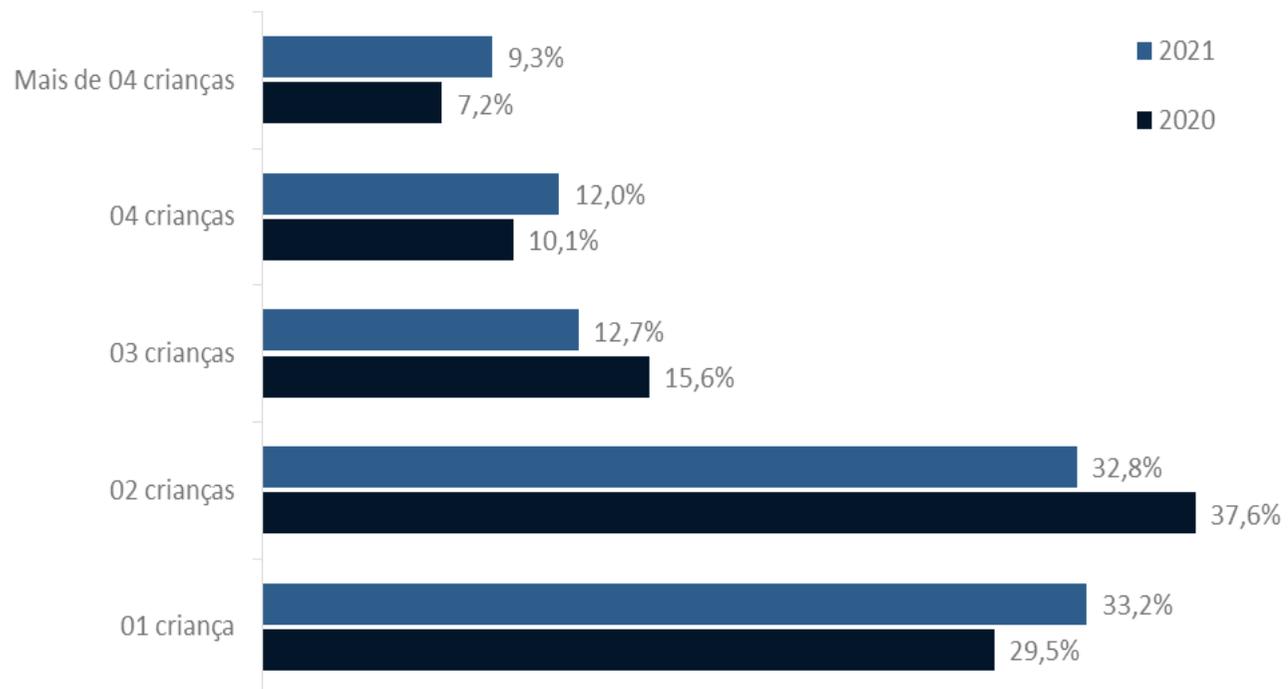
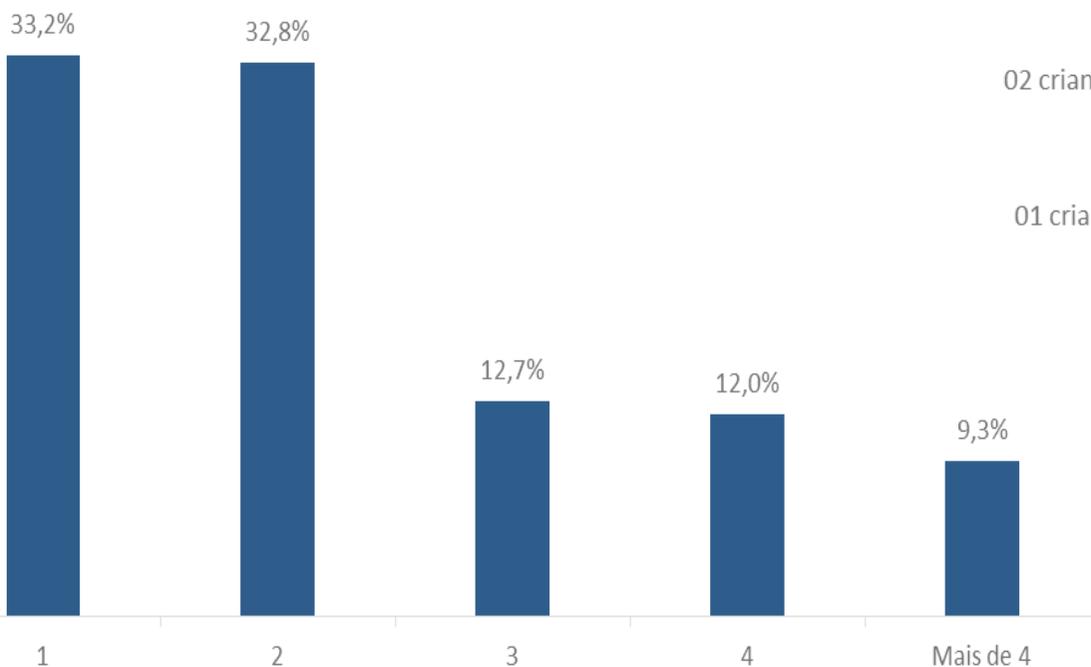
## INTENÇÃO DE PRESENTEAR



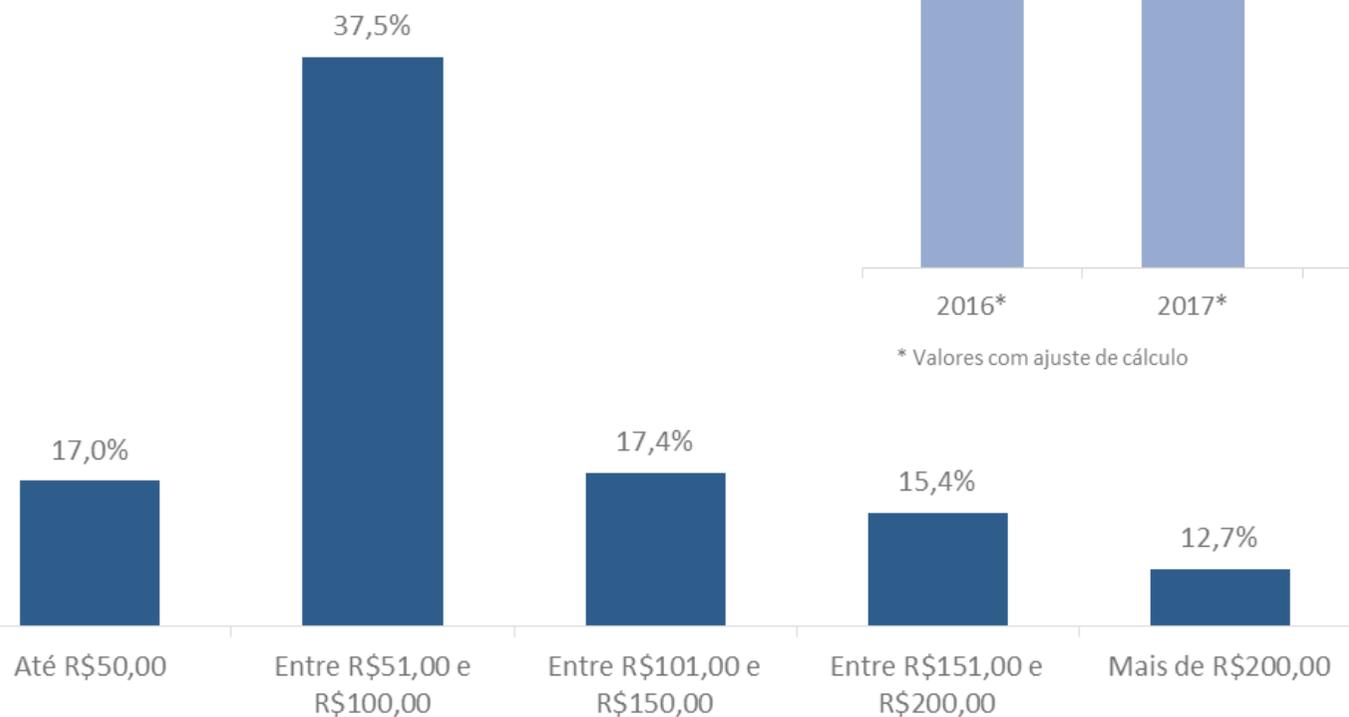
## MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR



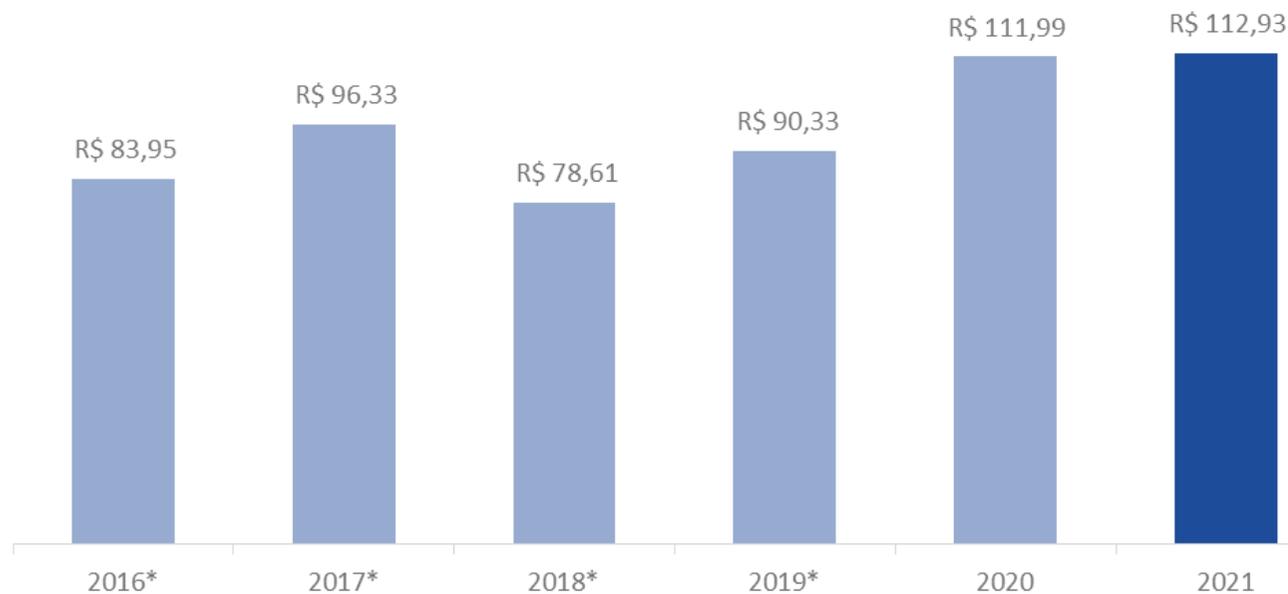
## NÚMERO DE CRIANÇAS QUE PRETENDE PRESENTEAR



## VALOR DO PRESENTE



## HISTÓRICO DO TIQUETE MÉDIO



\* Valores com ajuste de cálculo

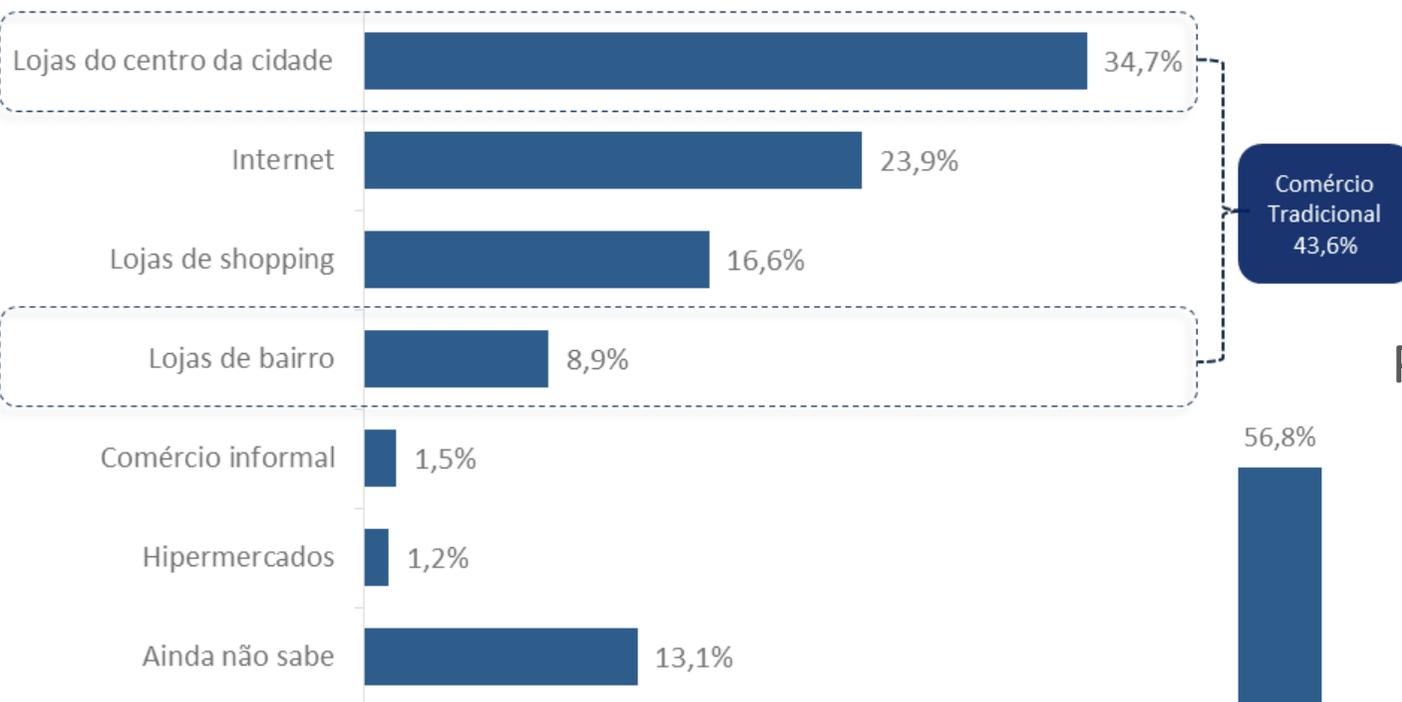
## TIPO DE PRESENTE



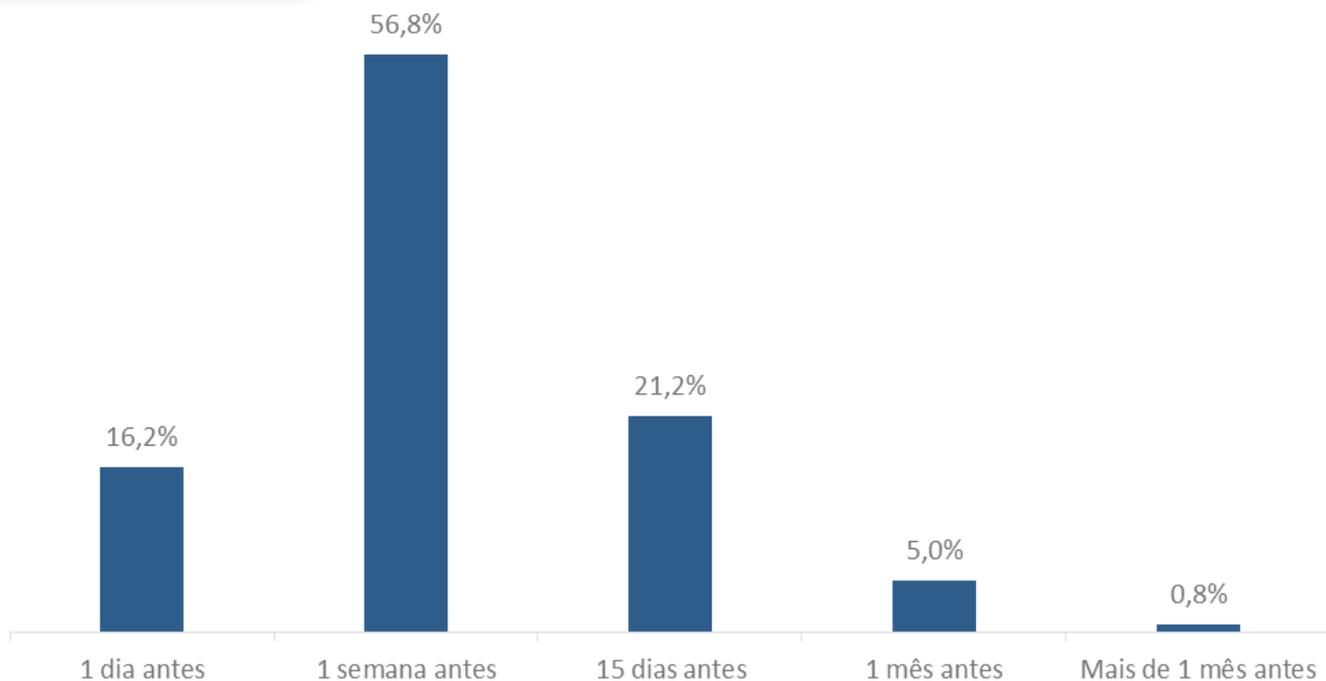
## PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRAR



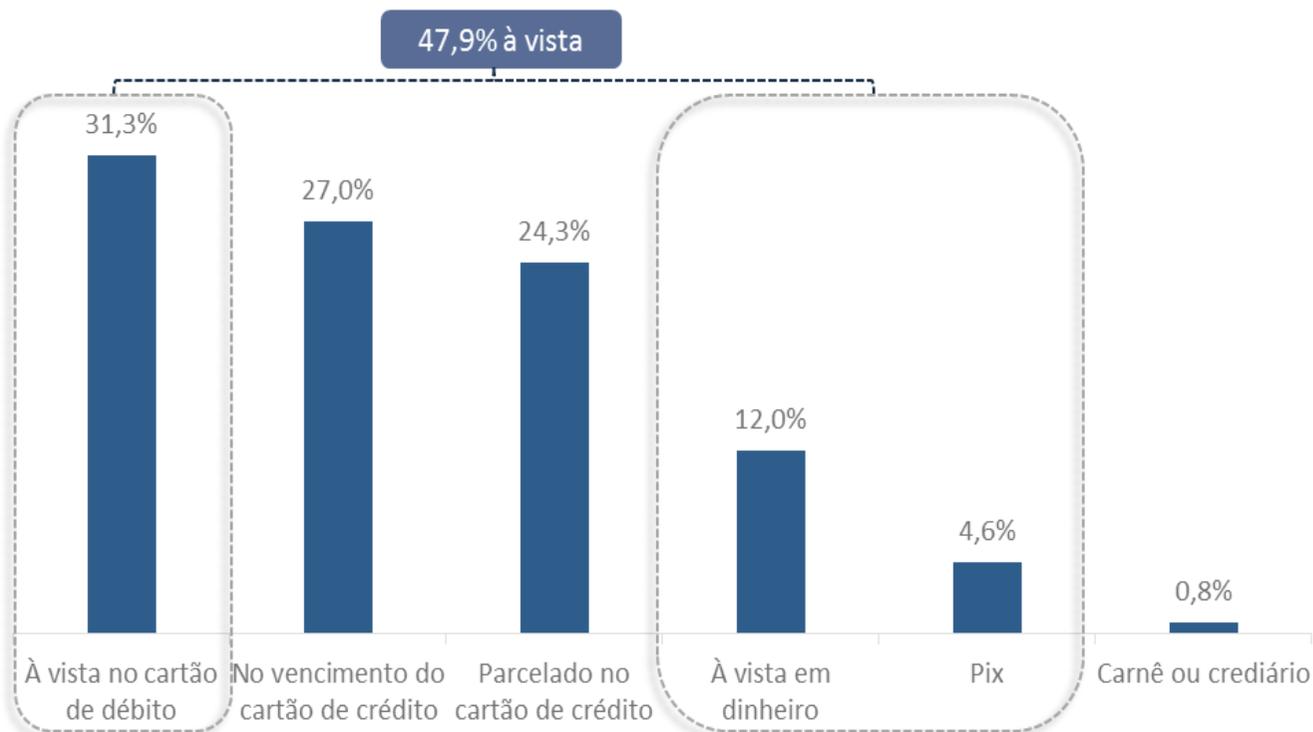
## LOCAL DA COMPRA



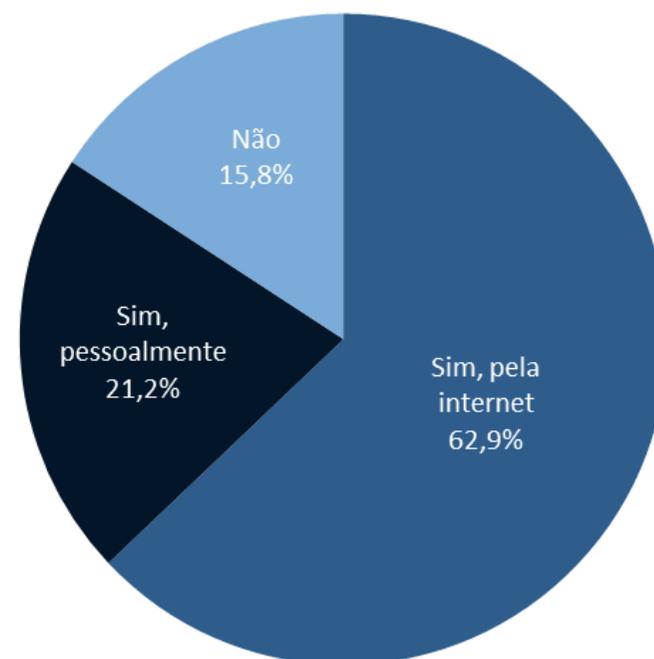
## PERÍODO DA COMPRA



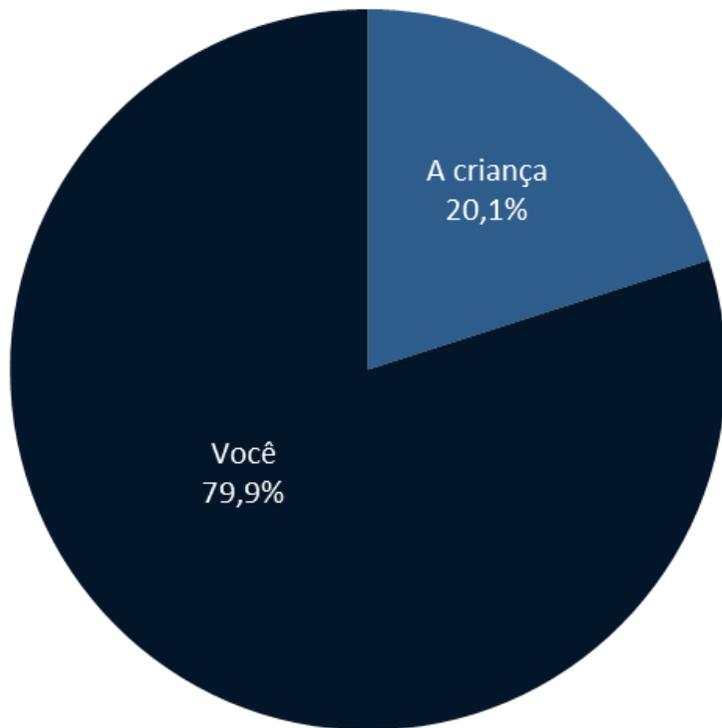
## FORMAS DE PAGAMENTO



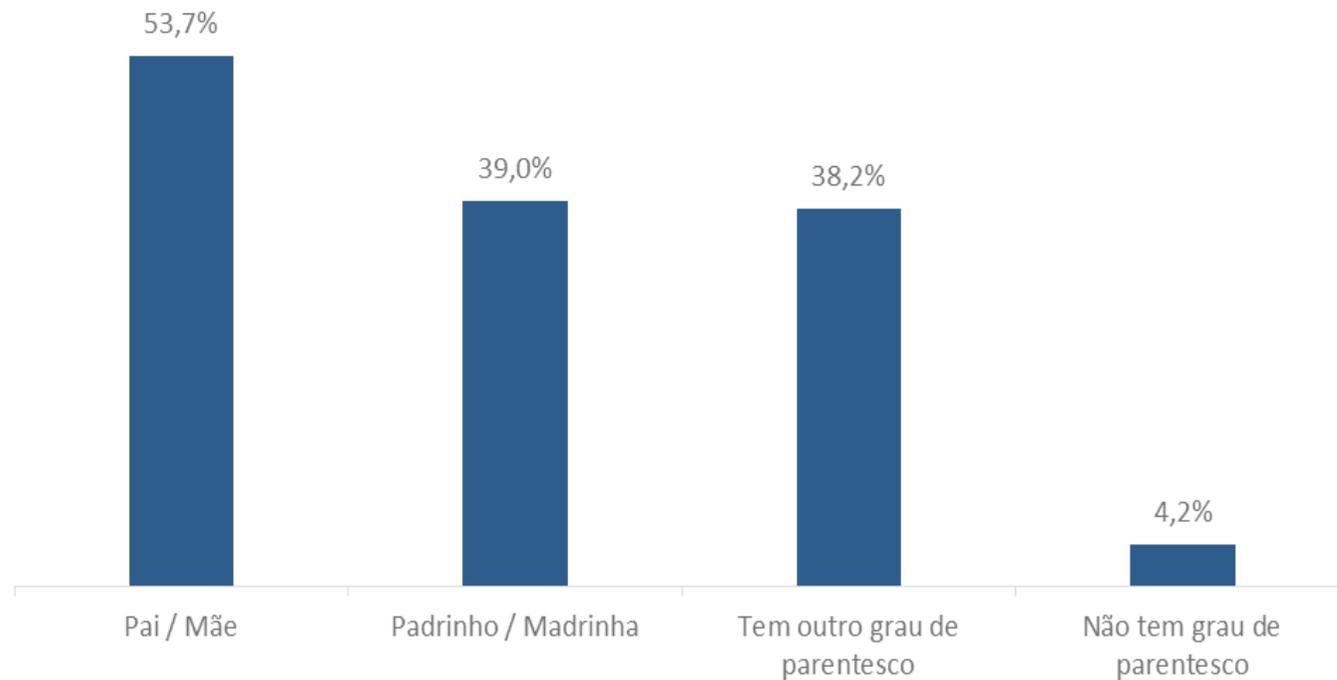
## PESQUISA DE PREÇO



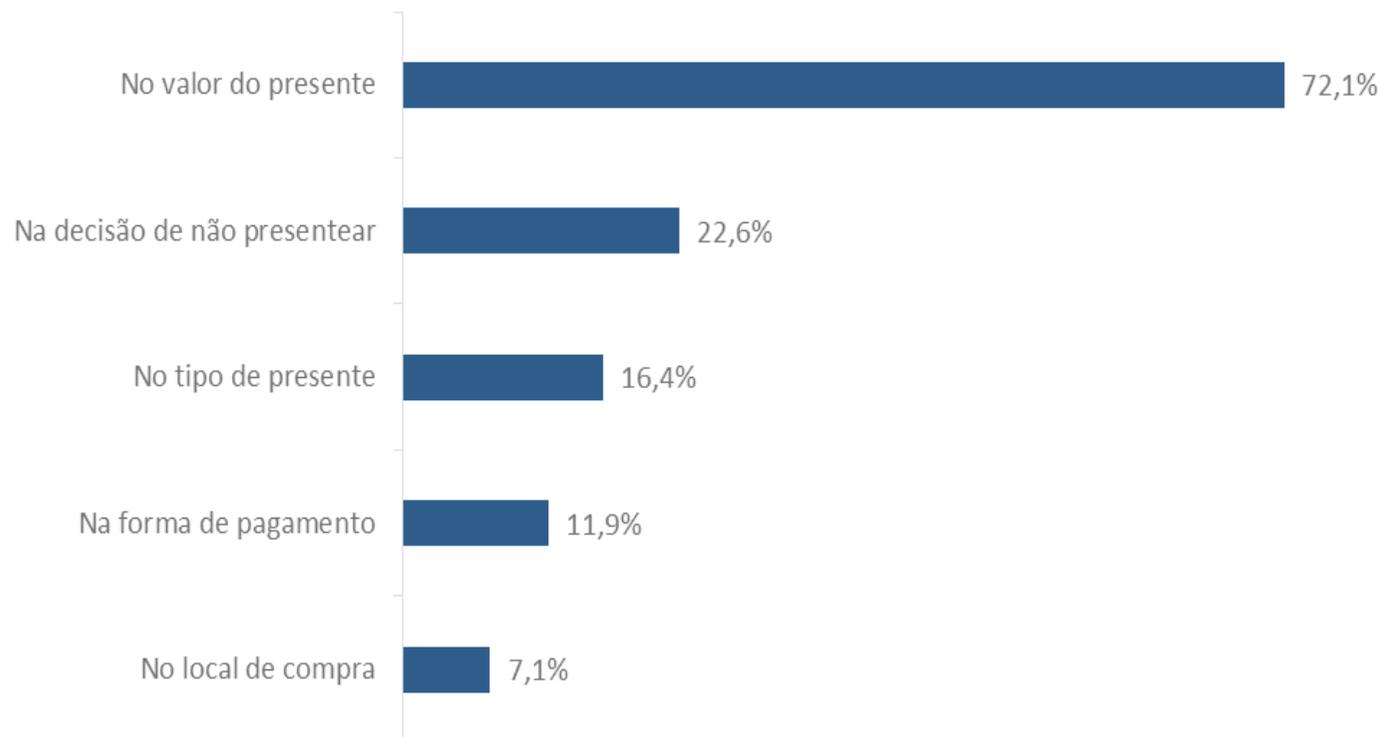
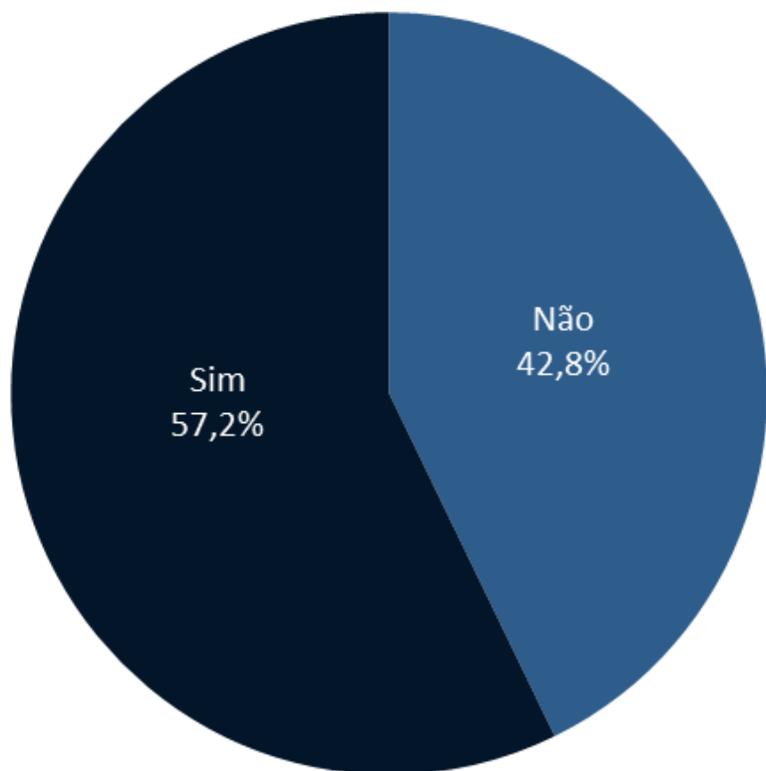
## QUEM ESCOLHERÁ O PRESENTE



## GRAU DE PARENTESCO COM A CRIANÇA



## IMPACTOS DA PANDEMIA



## DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ Aumentou de 61,0% em 2020 para 65,6% em 2021 o número de pessoas que pretendem presentear as crianças este ano;
- ✓ 34,4% não vão ou não sabem se vão presentear (27,1% - Não e 7,3% - Não Sabe), ante 39,0% em 2020;
- ✓ Principal motivo para não presentear ainda é por não ter criança para homenagear (42,6%); por motivo financeiro ou estar desempregado baixou muito em comparação com 2020 que era de 31,9% e agora são somente 16,9%, isso provavelmente causado pela segurança maior da manutenção dos empregos por causa da vacinação e também apesar do grande número de desocupados a cada mês o saldo de empregos no Paraná está positivo;
- ✓ Ticket médio ficou praticamente no mesmo valor do ano passado que era R\$111,99 e passou para R\$112,93 (0,84% de crescimento), mesmo com a amenização da pandemia, continua sendo o presente uma forma de aproximação;
- ✓ Quanto ao tipo de presente, continua a preferência pelos brinquedos, sendo o mais citado, mas o que chama a atenção são os eletrônicos citado por 10,4% em 2020 e baixando para 5,0% em 2021 (caindo 51,8%) possivelmente pelo valor mais elevado desses presentes, e o único que aumentou em relação o ano anterior foi Livros e afins, que passou de 16,8% em 2020 para 17,4% em 2021;
- ✓ Em média 2 (2,3) crianças irão receber presentes;
- ✓ 84,2% costumam fazer pesquisa de preço antecipada, por internet ou pessoalmente;

## DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ 56,8% dos entrevistados declararam que compram o presente na semana anterior a data e somente 16,2% compram na véspera;
- ✓ Quanto o local das compras a preferência continua sendo pelo comércio tradicional sendo 43,6% dos estabelecimento de ruas do centro e bairro, apesar de as lojas de bairro terem caído de 12,4% para 8,9%, possivelmente marcado pelo fechamento dos estabelecimentos que não suportaram a crise causada pela pandemia;
- ✓ Queda cada vez mais da utilização do papel moeda, com destaque para pagamentos realizados em cartão que somam 82,6%, e um destaque maior ainda para o PIX que apesar de ser uma transação bem nova 4,6% dos entrevistados alegam que se utilizarão desta ferramenta, isso pode ser bem importante ao comerciante para ajudar na redução das perdas do faturamento;
- ✓ O que mais influencia na decisão da compra do presente é a qualidade do produto com 29,3%;
- ✓ Perfil dos entrevistados são na maioria PAIS da criança (53,7% das citações), e a escolha do presente será feita principalmente por quem vai presentear (79,9%);
- ✓ 57,2% dos pesquisados sofreram impactos da pandemia, sendo o maior impacto no valor do presente com 72,1% das citações;
- ✓ Foram coletadas respostas de consumidores através de e-mails e redes sociais em todo o estado do Paraná, no período de 24 a 30/09/2021. O nível de confiança desta pesquisa é de 95%, com margem de erro de 5%.

Departamento de Pesquisas da Fecomércio/PR



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

(41) 3883-4527

