

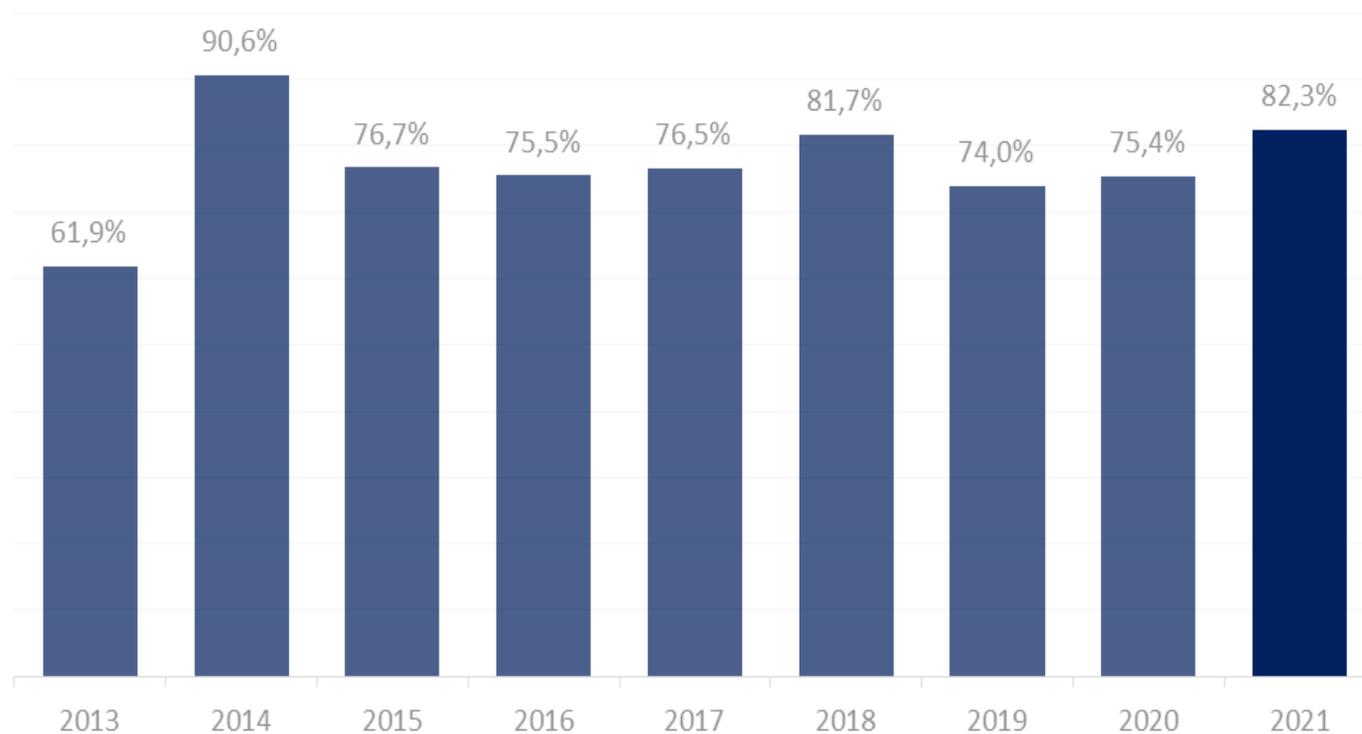
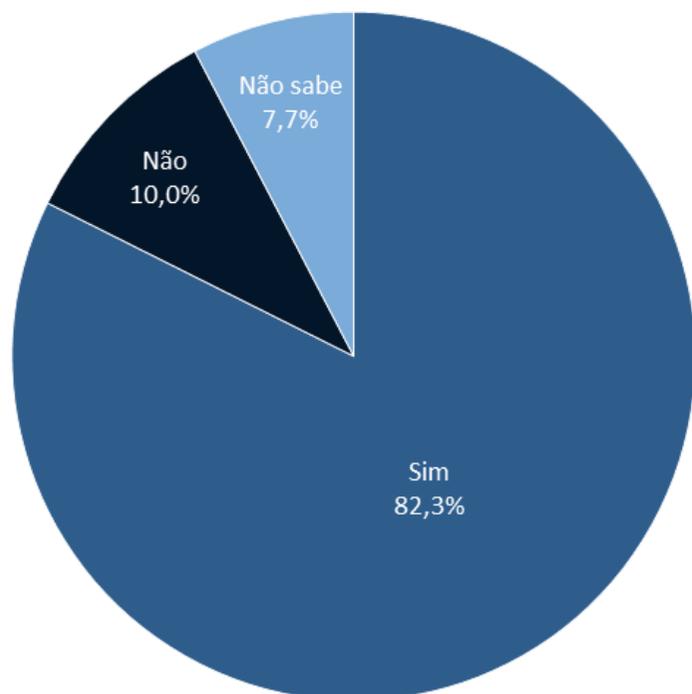
Sondagem de intenção de compras

NATAL

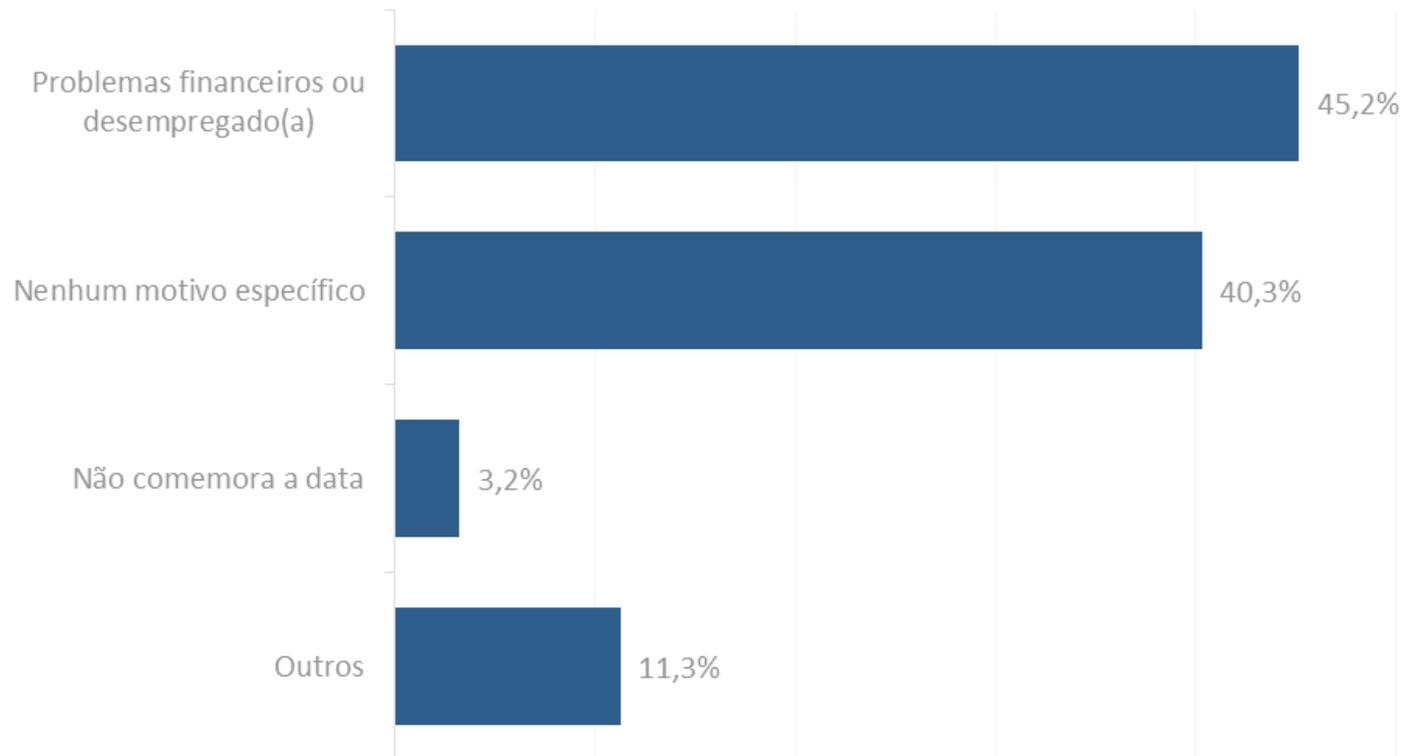
Dezembro/2021



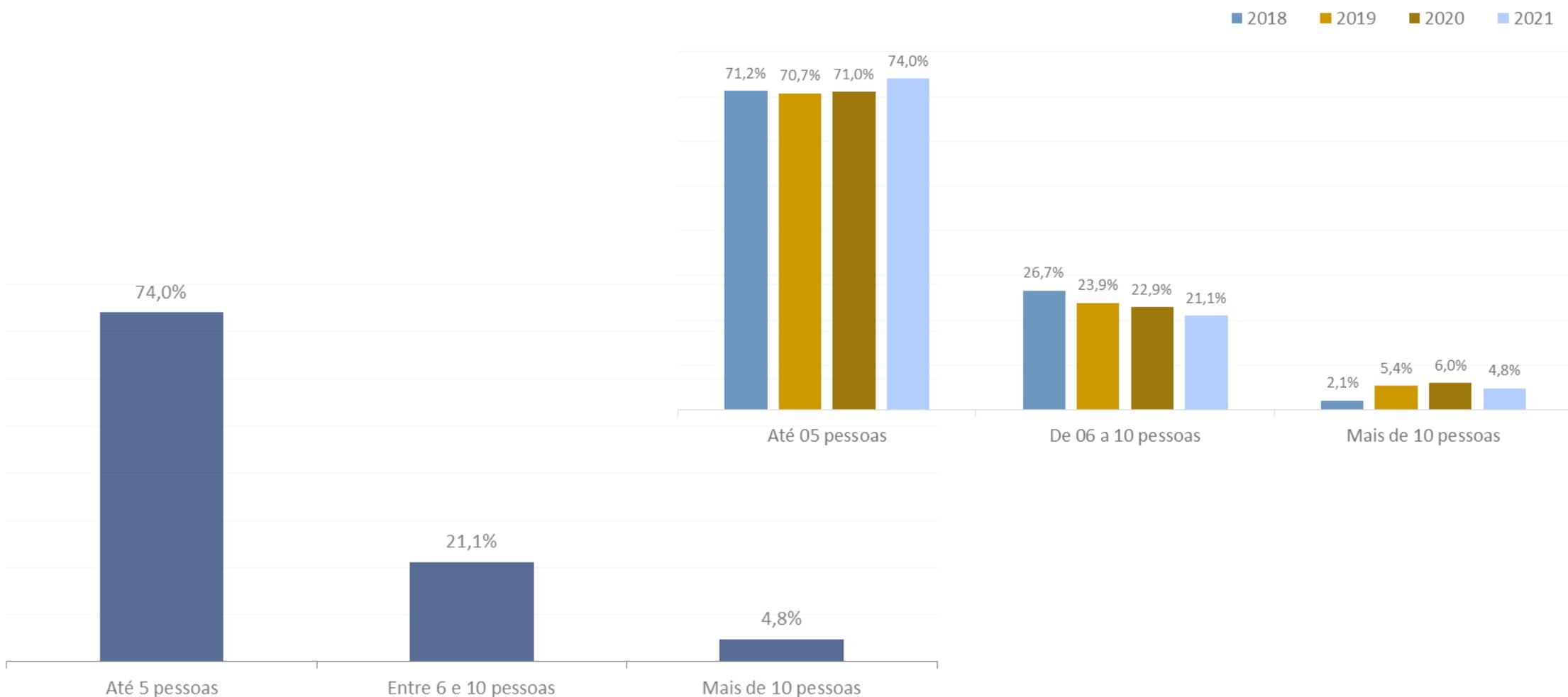
## INTENÇÃO DE PRESENTEAR



## MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

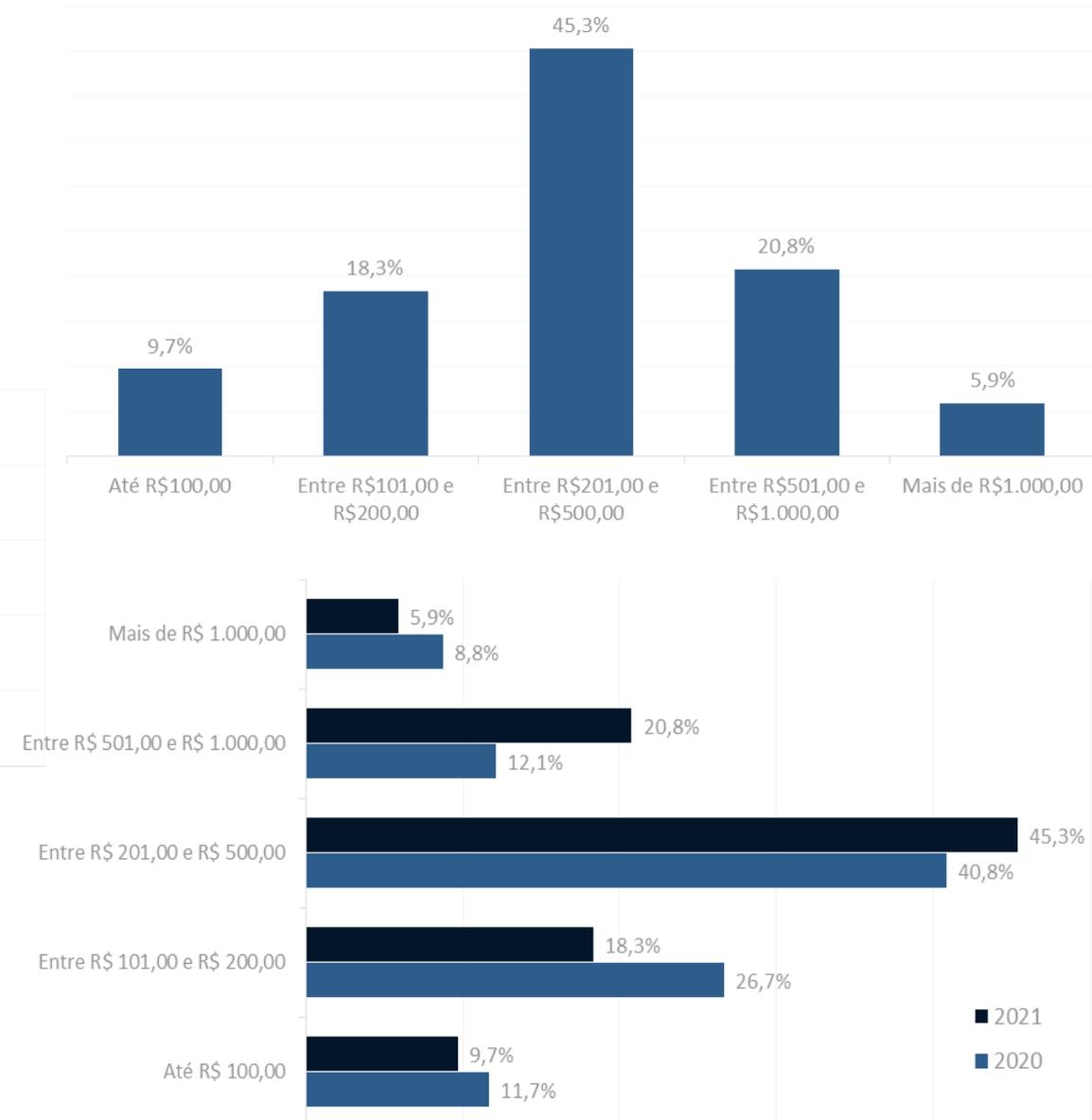
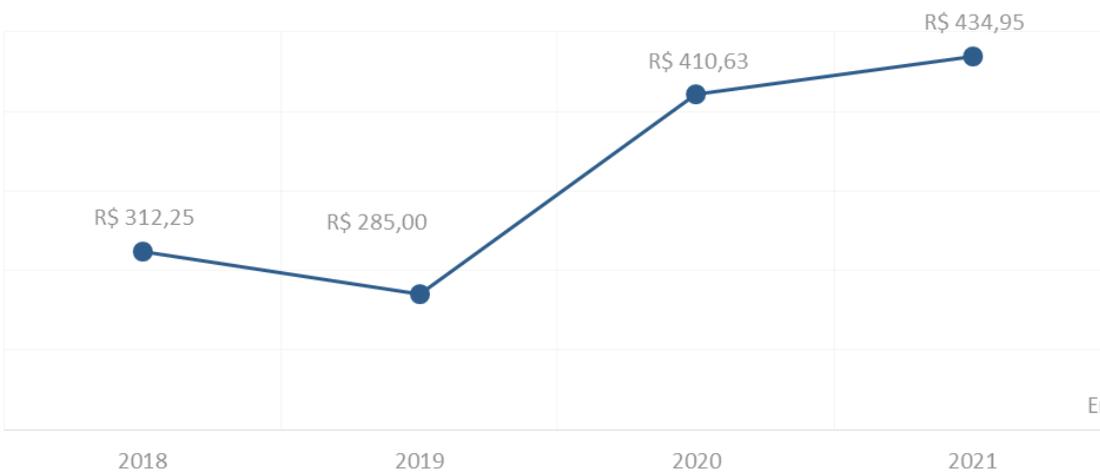


## NÚMERO DE PESSOAS QUE PRETENDE PRESENTEAR

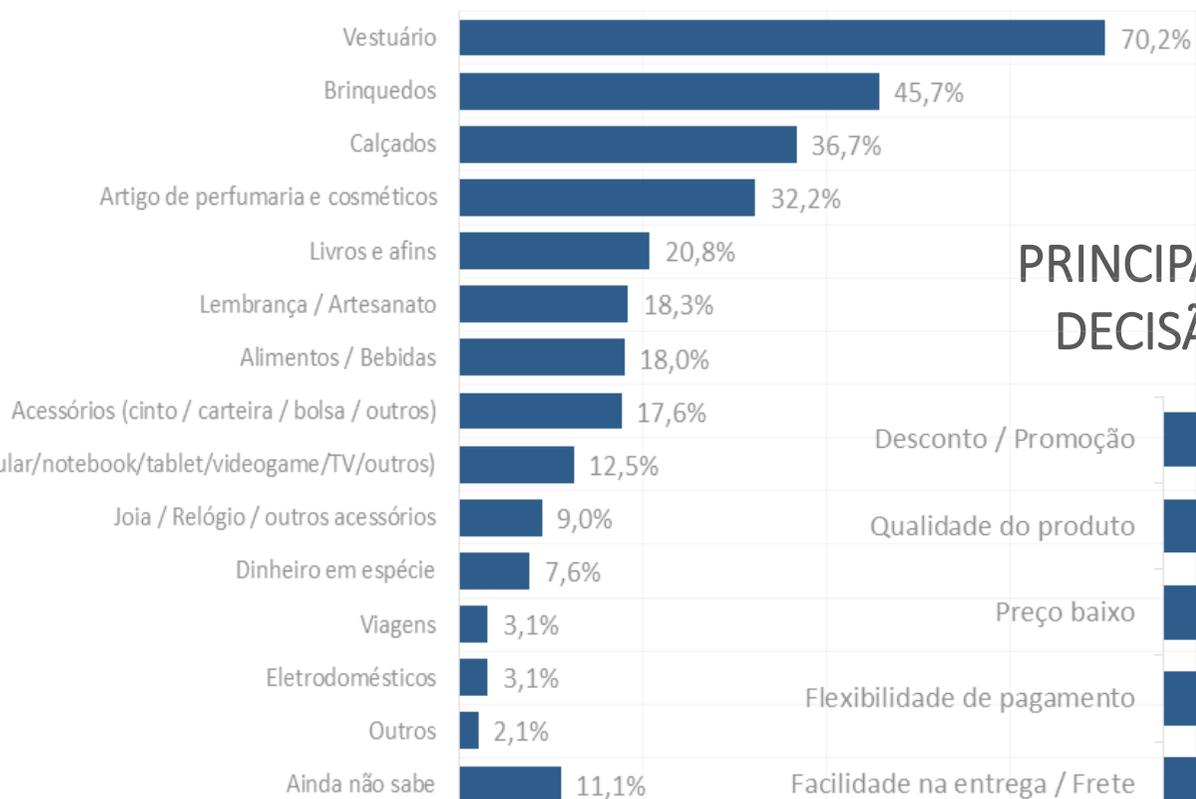


### VALOR DO PRESENTE

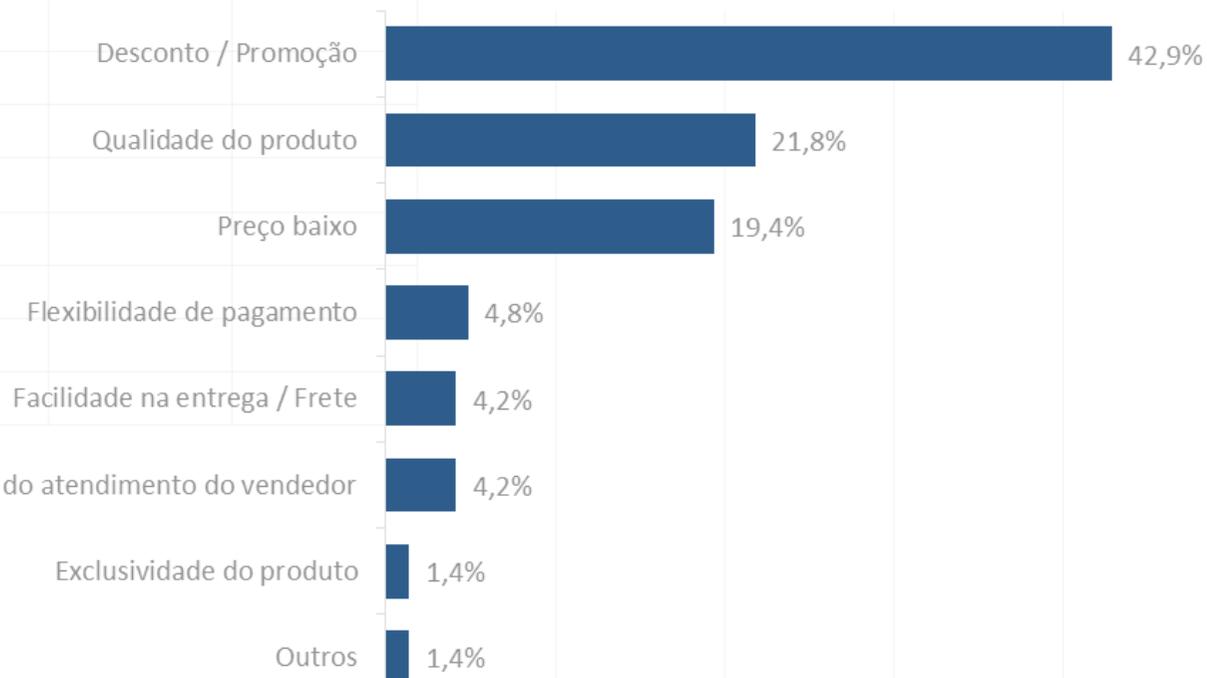
HISTÓRICO DO TIQUETE MÉDIO



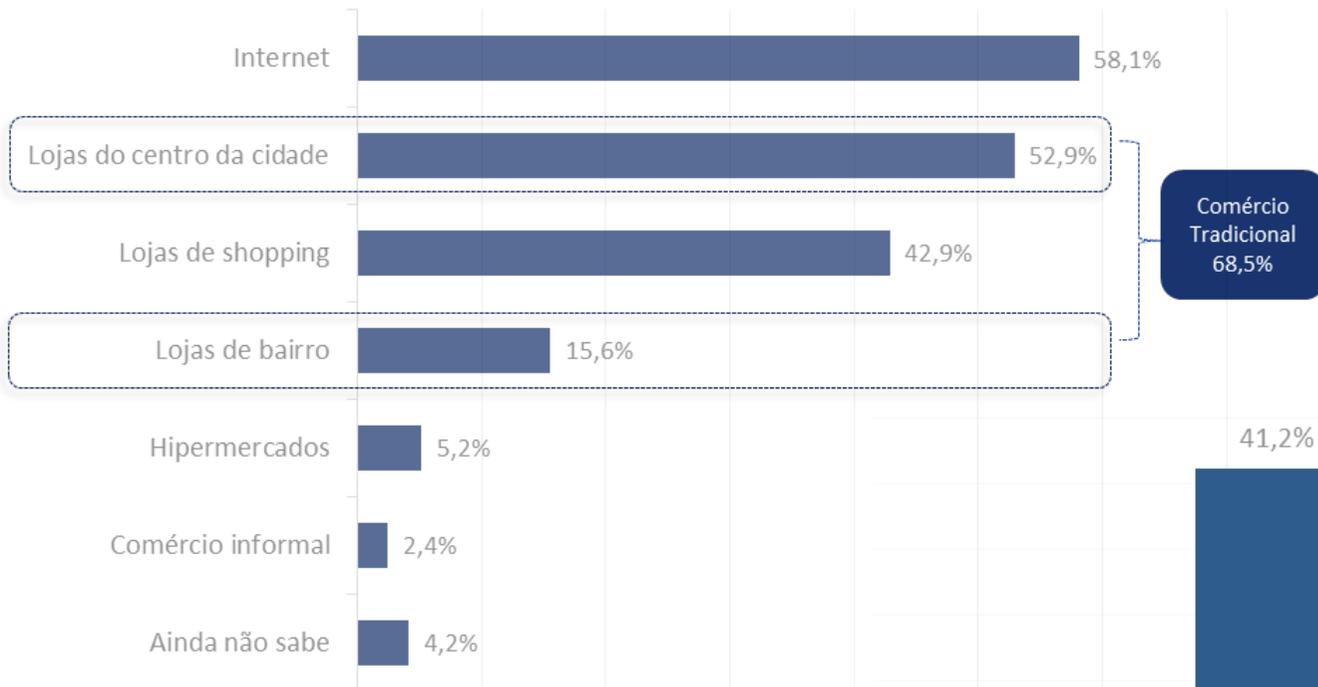
### TIPO DE PRESENTE



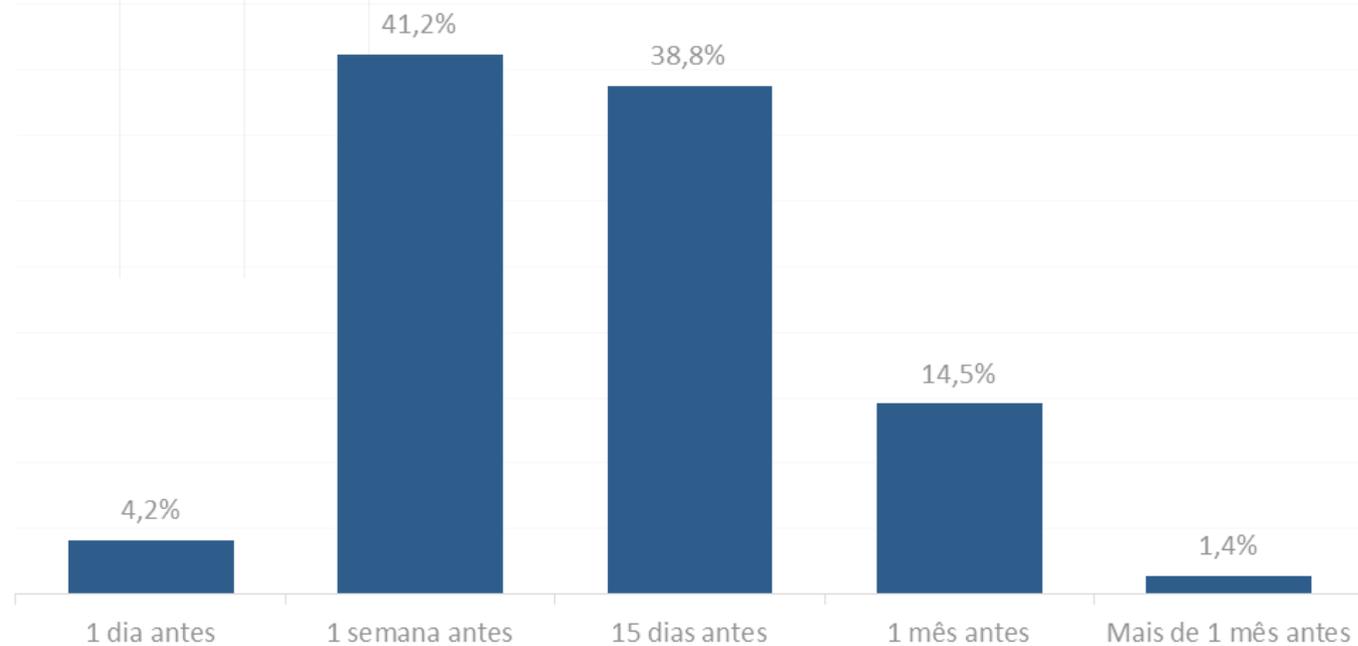
### PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRAR



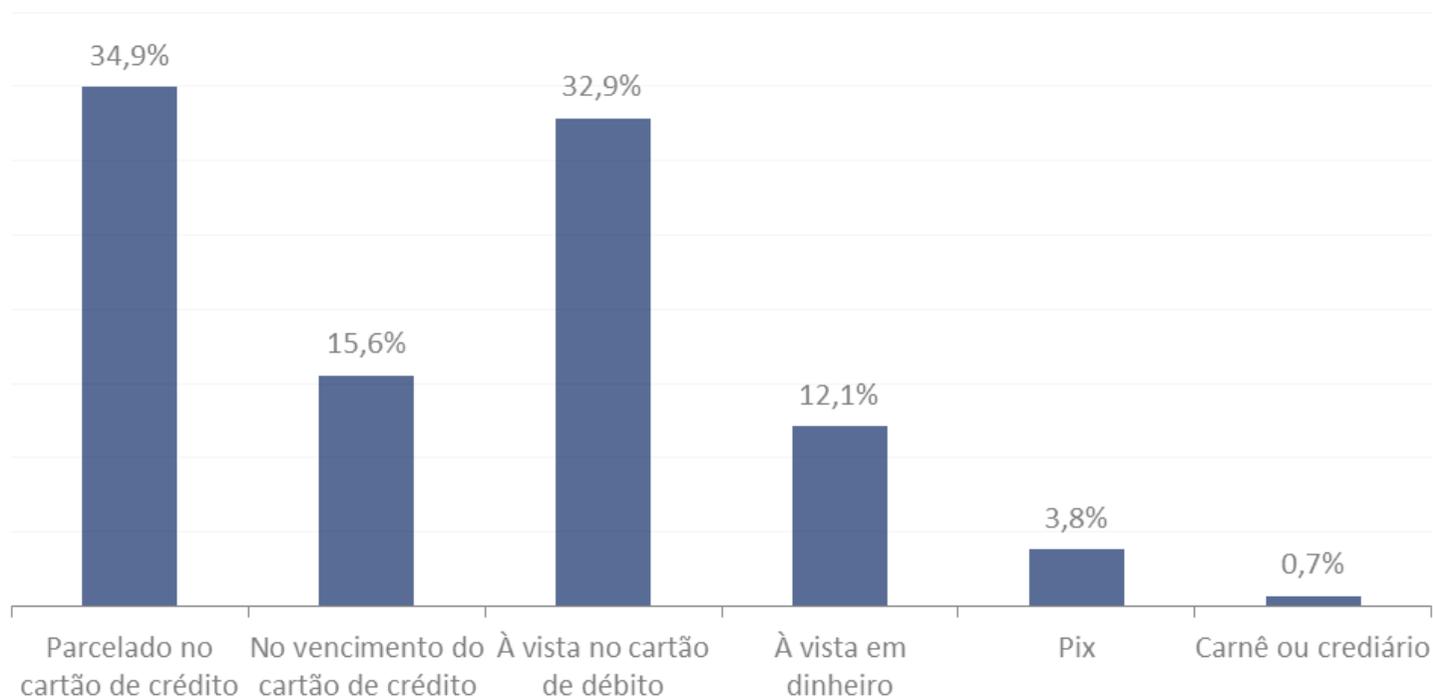
### LOCAL DA COMPRA



### PERÍODO DA COMPRA



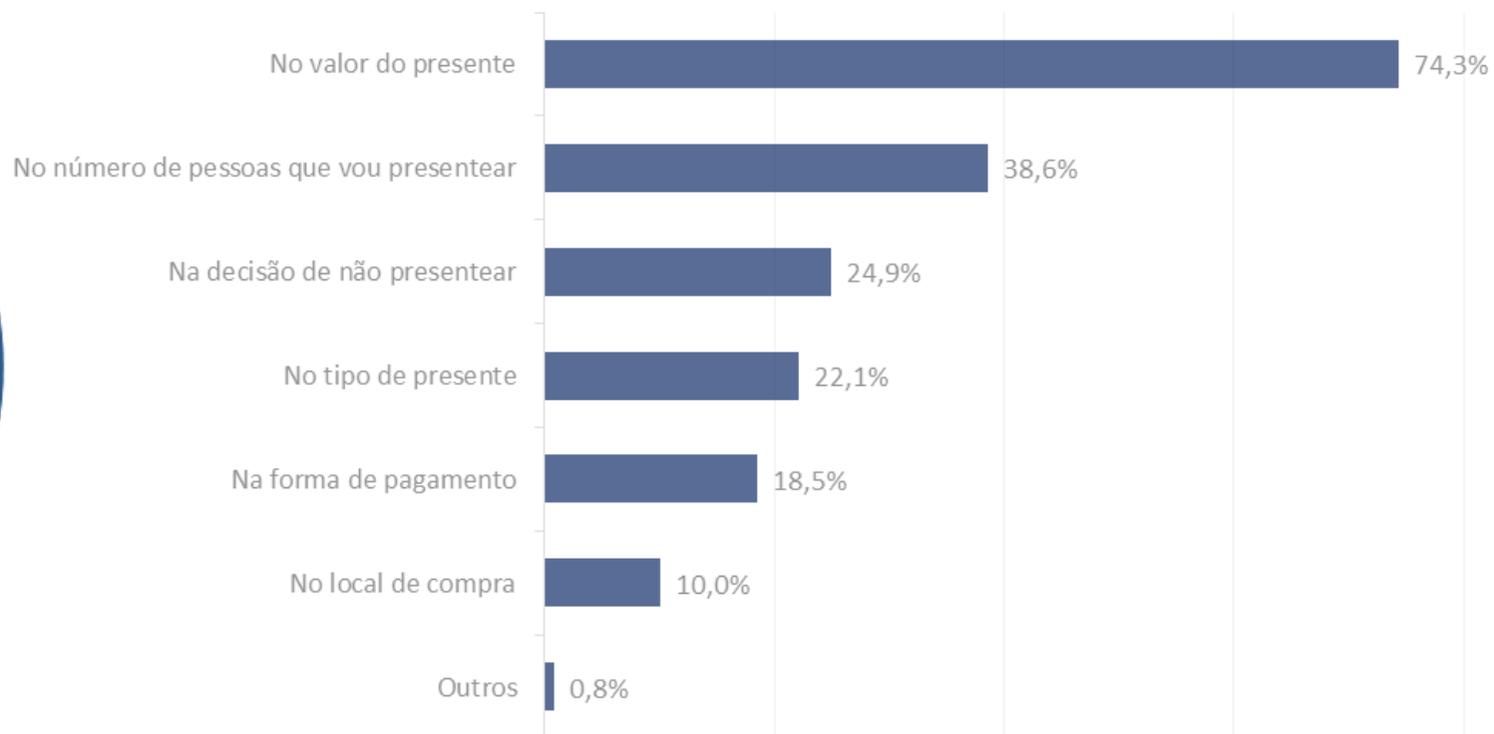
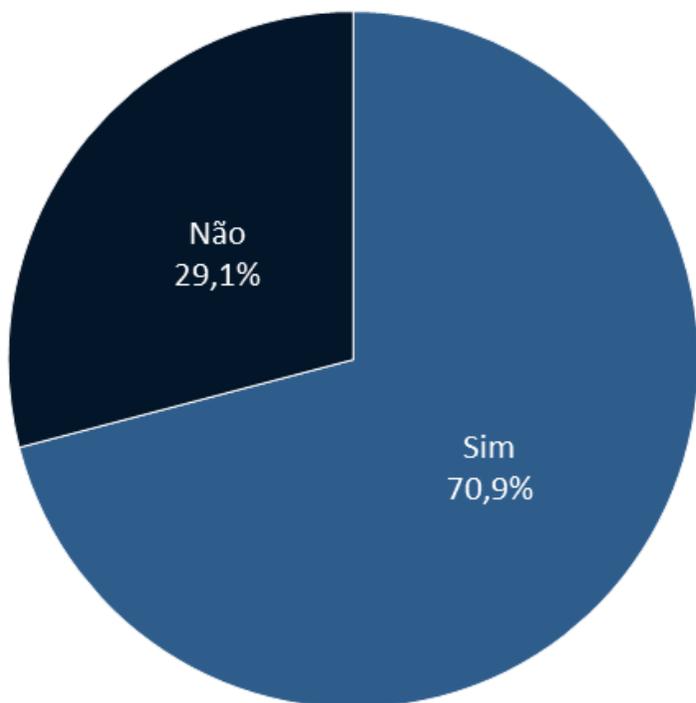
### FORMAS DE PAGAMENTO



### PESQUISA DE PREÇO



## IMPACTOS DA PANDEMIA



## DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ Intenção de presentear aumentou de 75,4% em 2020 para 82,3% em 2021, o 2º maior percentual da série histórica sendo superado somente em 2014 (90,6%);
- ✓ Intenção de não e não sabem se presentearão, caiu de 24,6% em 2020 para 17,7% em 2021;
- ✓ O principal motivo de não presentear este ano é por problemas financeiros ou desempregado(a), com 45,2%;
- ✓ A principal influência na decisão de compra do presente são os descontos e promoções (42,9%);
- ✓ 91,4% expressaram que fazem pesquisa de preço, sendo que a maioria 74,4% fazem pela internet;
- ✓ Aumento de 5,9% no tíquete médio do presente passando de R\$410,63 em 2020 para R\$434,95 em 2021, sendo este crescimento explicado pelo aumento de preços causado pela inflação;
- ✓ Os principais tipos de presentes mais citados continuam o mesmo Top 3, sendo Vestuário (70,2%), Brinquedos (45,7%), Calçados (36,7%);
- ✓ A média do nº de pessoas a serem presenteadas caiu um pouco de 5 pessoas em 2020 para 4 a 5 Pessoas (4,6) em 2021;

## DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ Forma de pagamento mudou este ano, sendo a preferência pelo pagamento no cartão de crédito, parcelado ou no vencimento (50,5%), superando o pagamento a vista (48,8%);
- ✓ O local da compra mais citado é pela internet (58,1%), mas ainda tem-se uma grande preferência pelo comércio tradicional de rua (Lojas do centro – 52,9% e Lojas de bairro – 15,6%);
- ✓ A grande maioria está comprando os presentes com 1 ou 2 semanas de antecedência da data de Natal;
- ✓ Quantos aos impactos da pandemia na decisão de compra do presente caiu um pouco, de 79,1% em 2020 para 70,9% em 2021, dos entrevistados que tiveram algum tipo de impacto causado pela pandemia da covid-19;
- ✓ Já os maiores impactos continuam os mesmos que foram no valor do presente (74,3%) ante 67,5%, e no nº de pessoas que irão presentear (38,6%) ante 41,3% em 2020;
- ✓ Foram coletadas respostas de consumidores através de e-mails e redes sociais em todo o estado do Paraná, no período de 03 a 17/11/2021. O nível de confiança desta pesquisa é de 95%, com margem de erro de 5,5%.

Departamento de Pesquisas da Fecomércio/PR

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

(41) 3883-4527

