

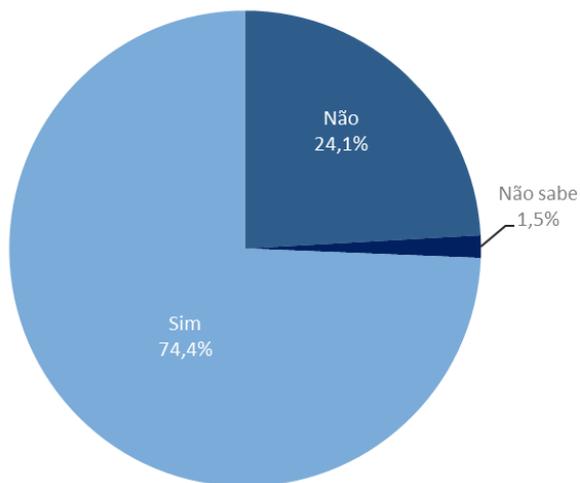
Sondagem de intenção de
compras

DIA DAS CRIANÇAS

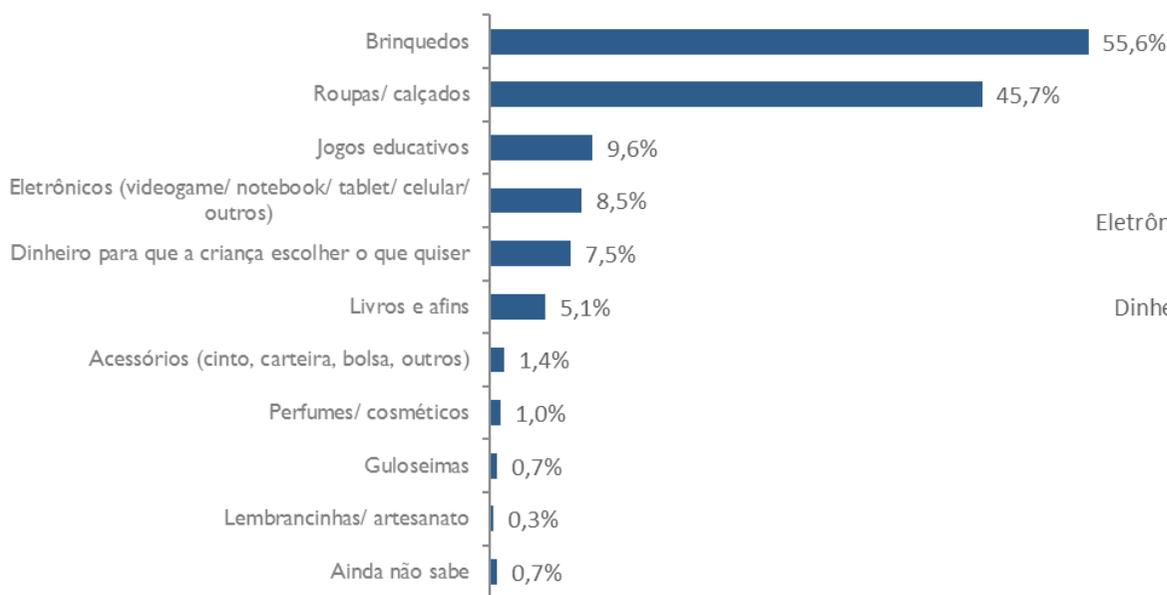
Outubro/2022



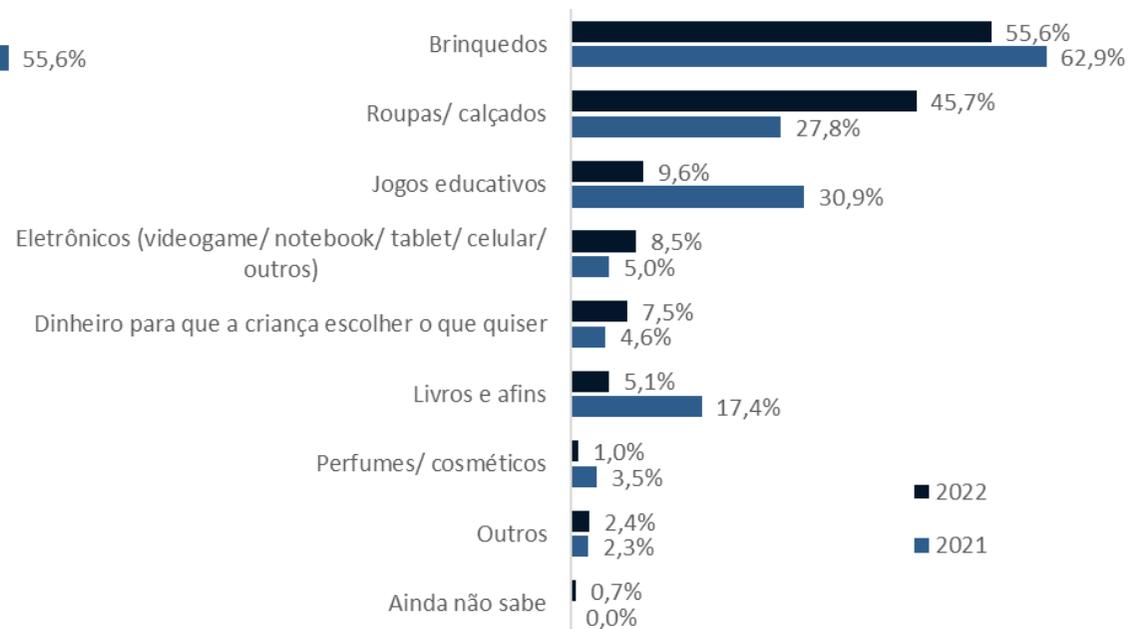
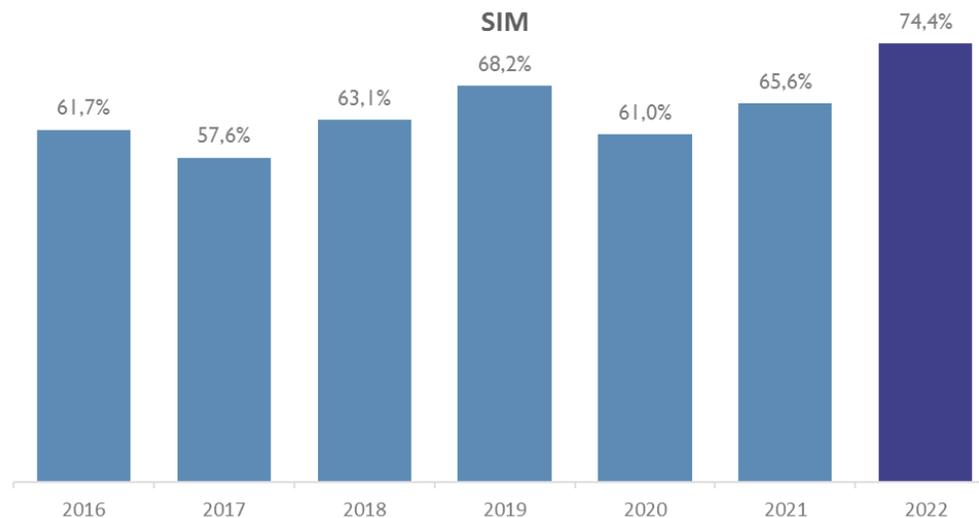
INTENÇÃO DE PRESENTEAR



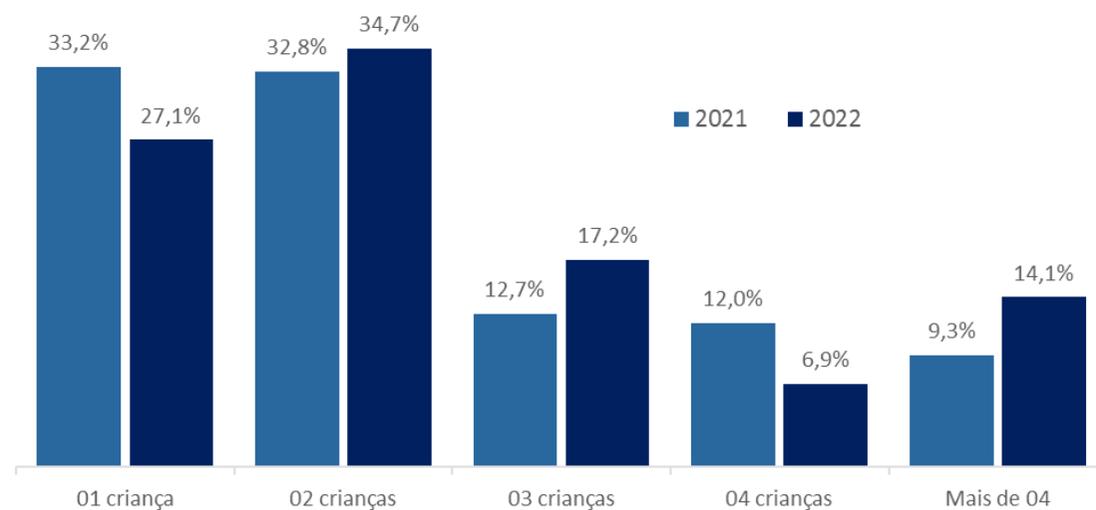
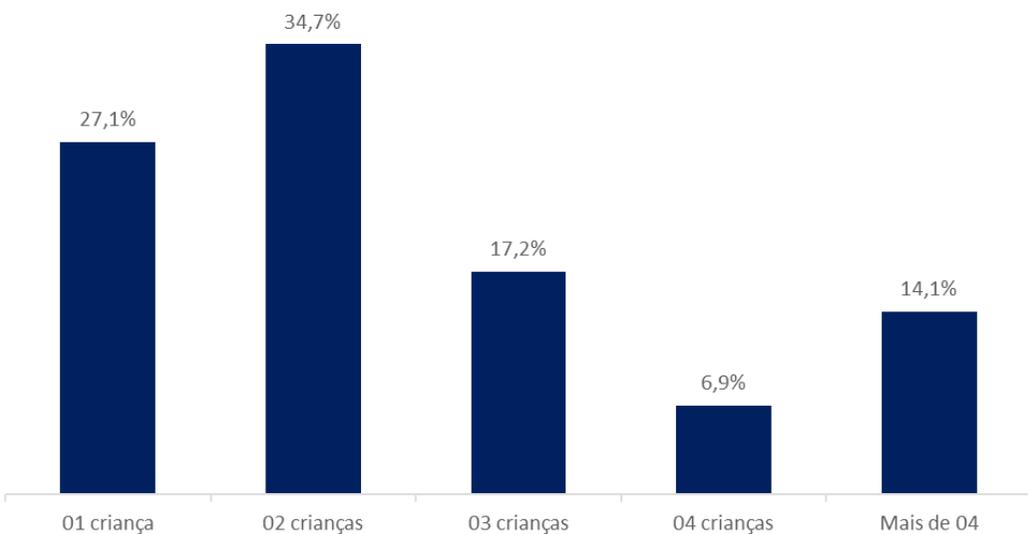
TIPO DE PRESENTE



SÉRIE HISTÓRICA



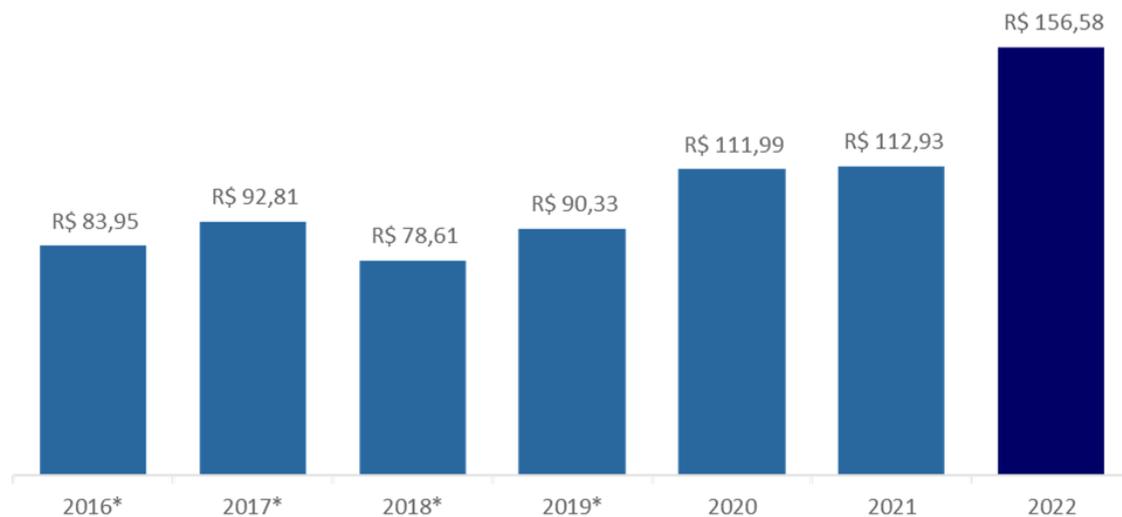
NÚMERO DE CRIANÇAS QUE PRETENDE PRESENTEAR



VALOR DOS PRESENTES



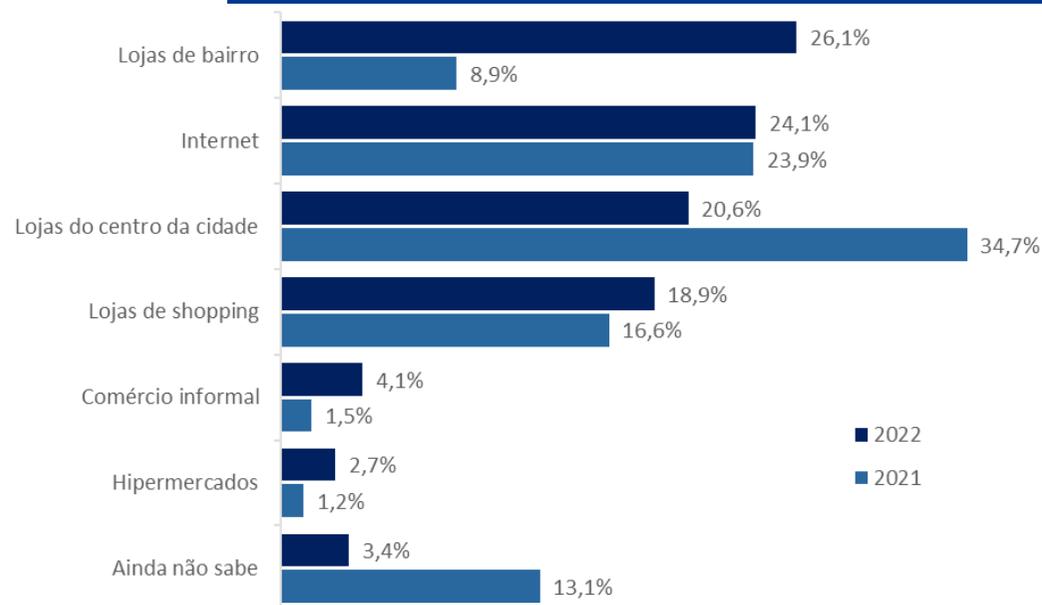
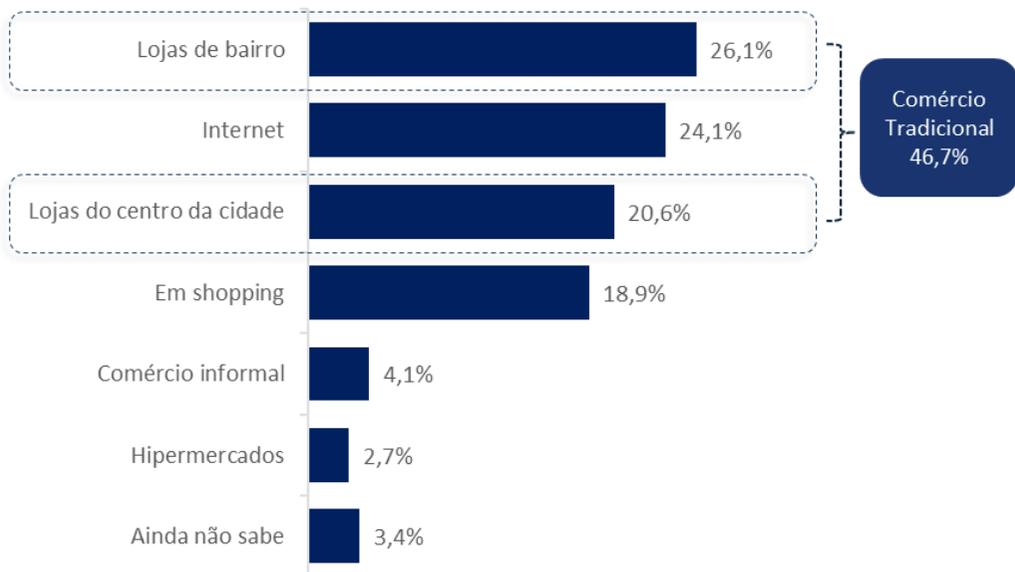
TÍQUETE MÉDIO



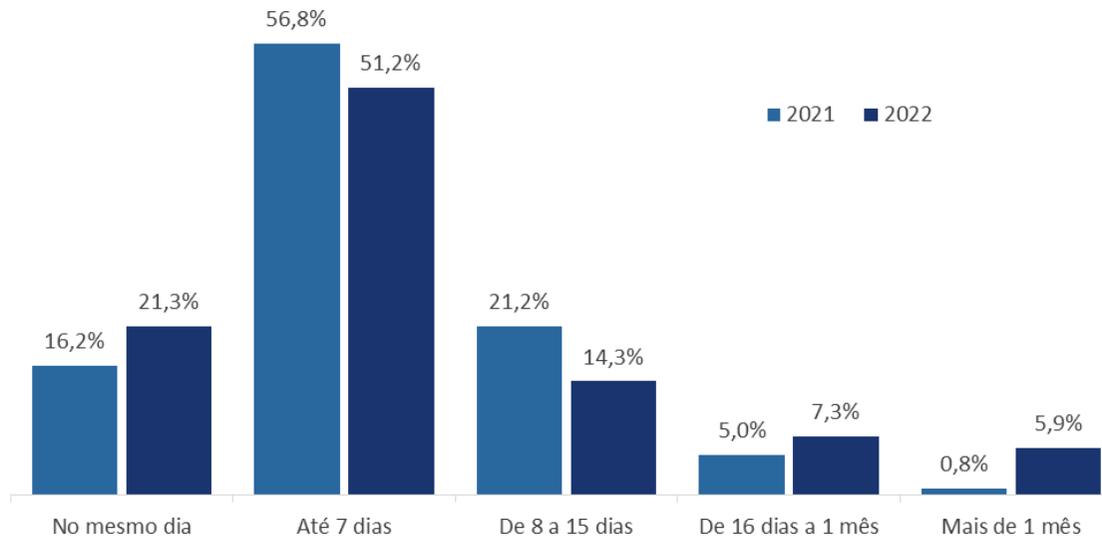
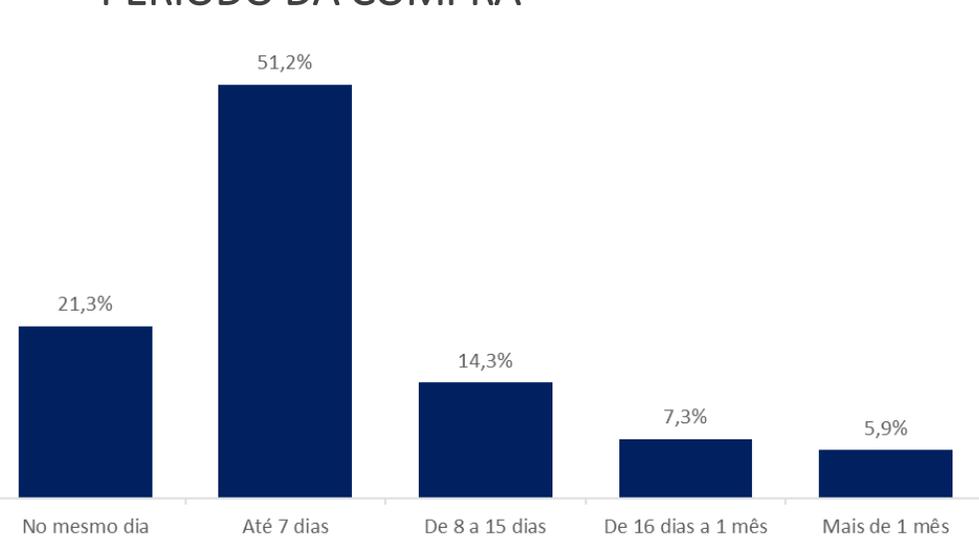
* Valores com ajuste de cálculo

Sondagem de Intenção de Compras Dia das Crianças

LOCAL DA COMPRA

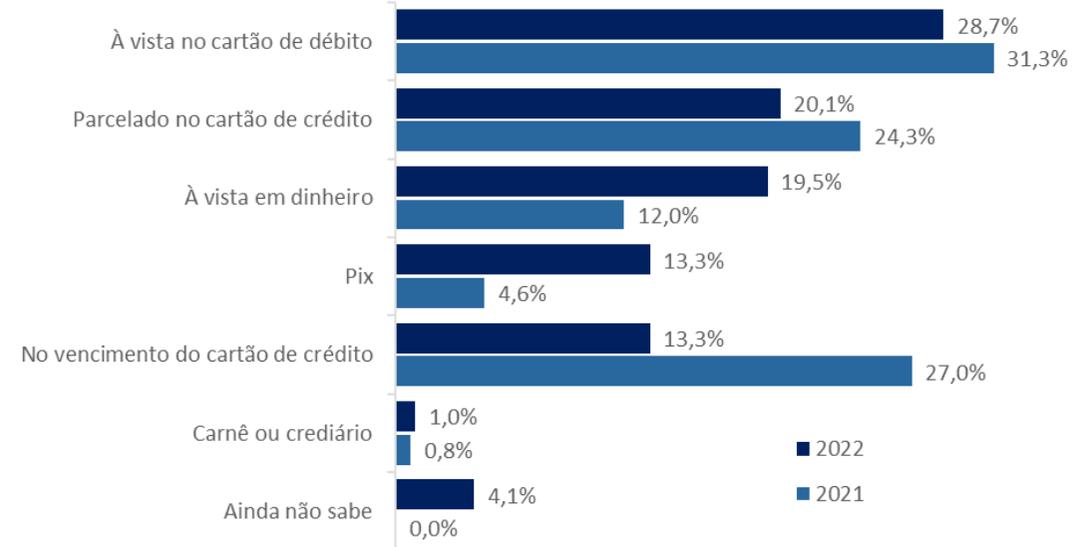
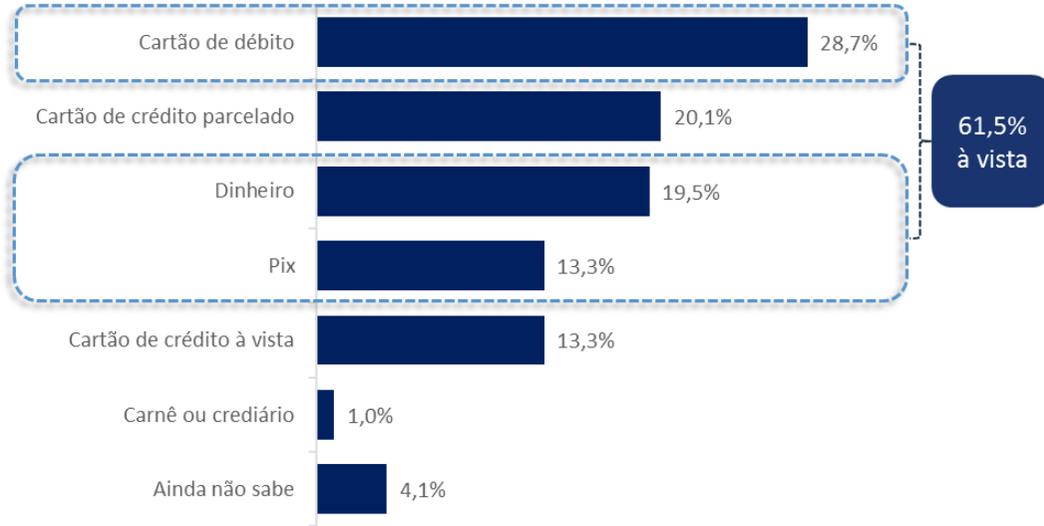


PERÍODO DA COMPRA

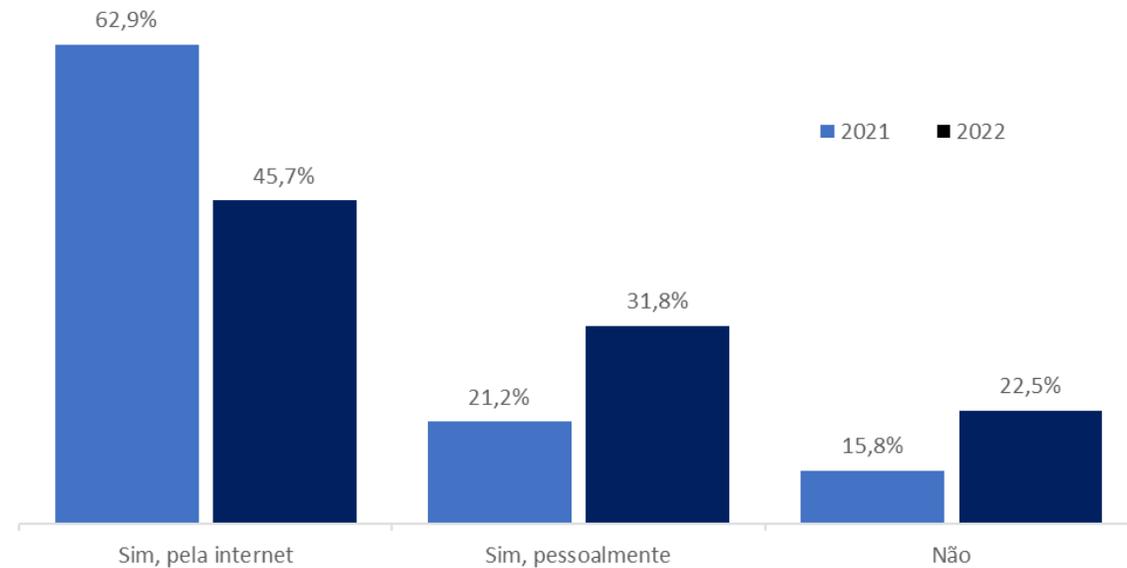
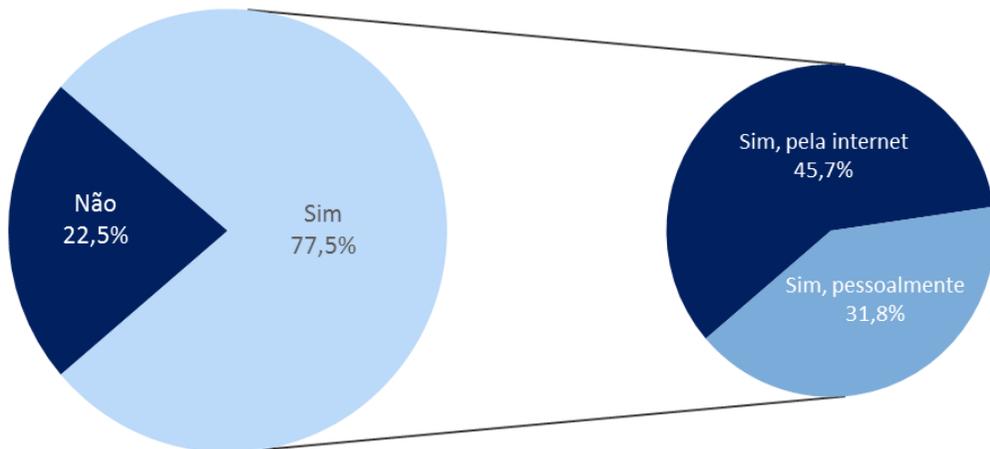


Sondagem de Intenção de Compras Dia das Crianças

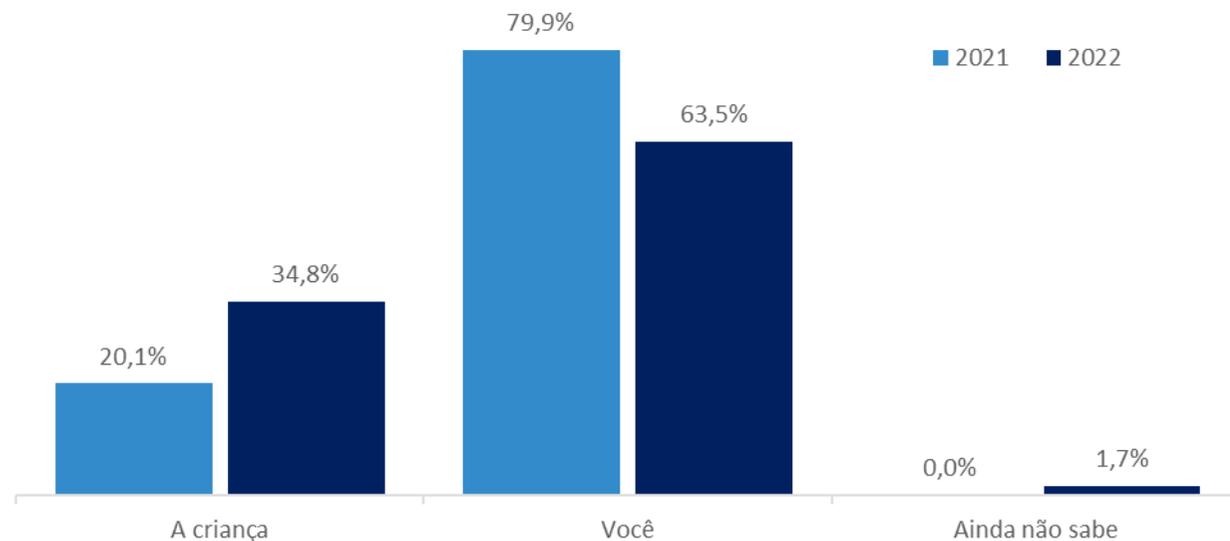
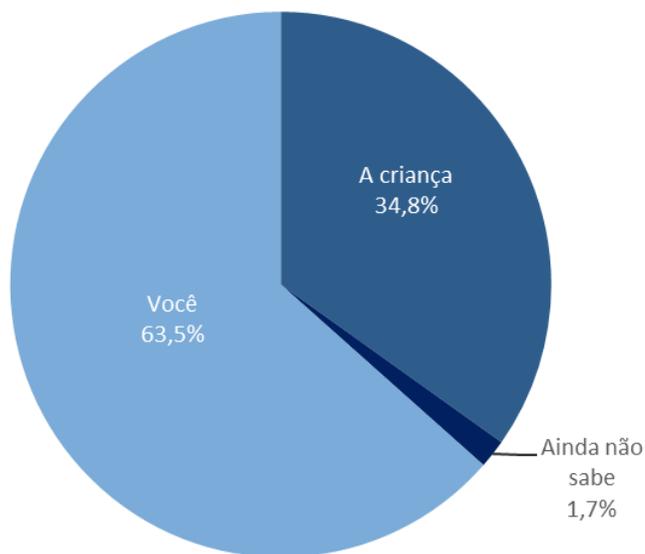
FORMA DE PAGAMENTO



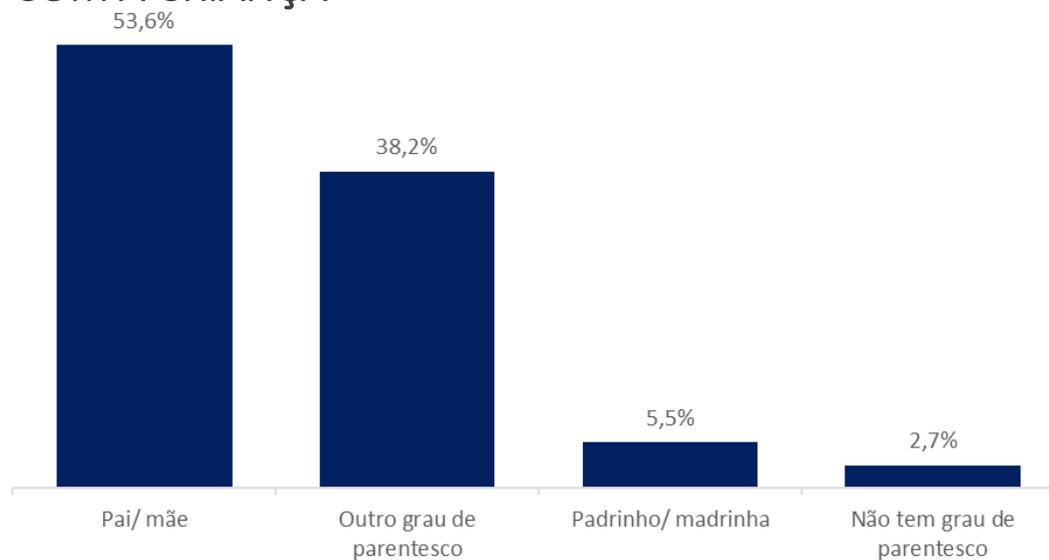
PESQUISA DE PREÇO



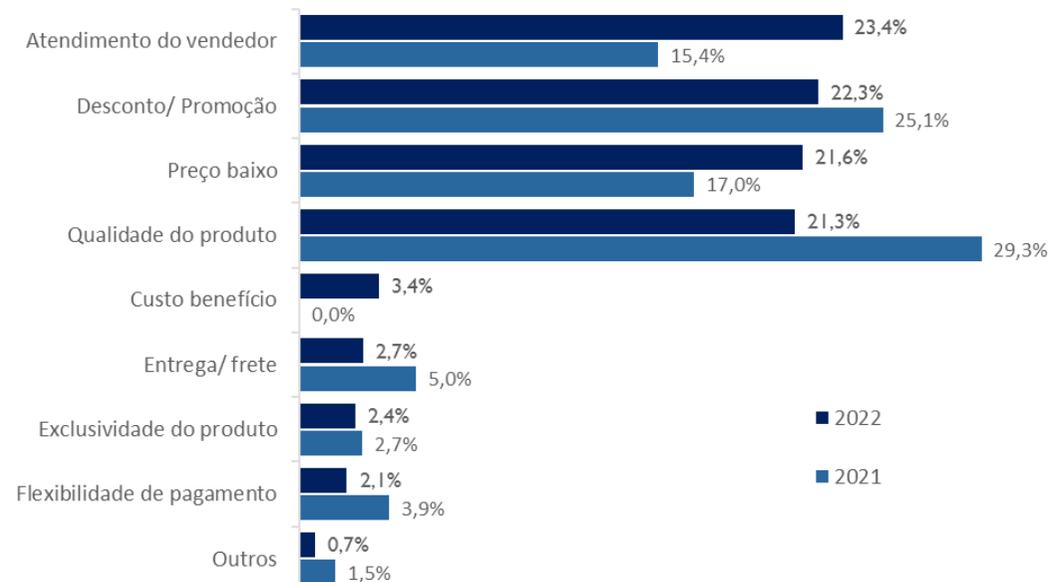
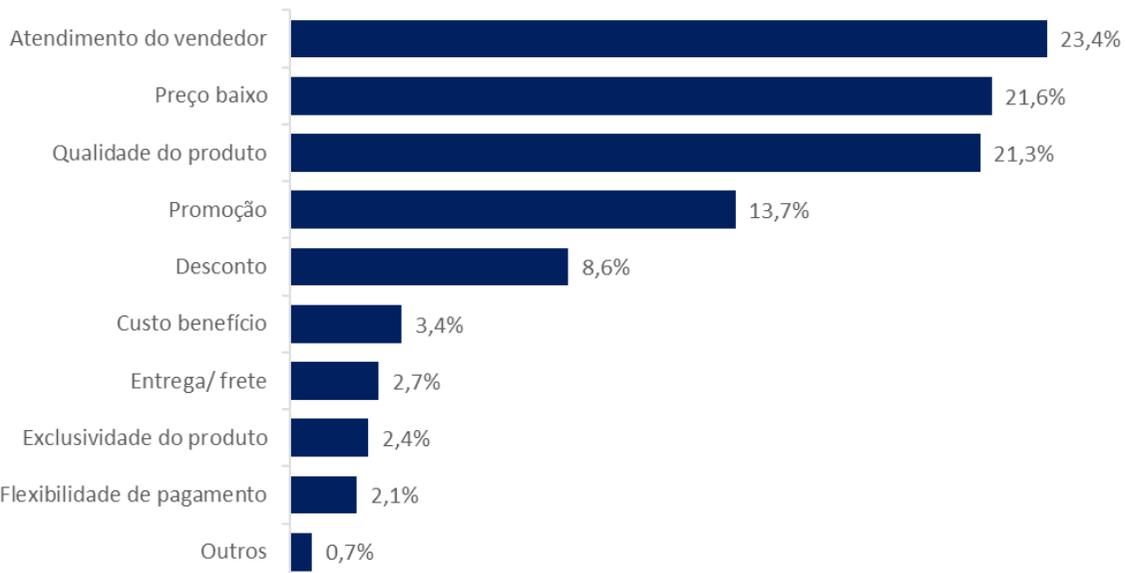
QUEM ESCOLHERÁ O PRESENTE



GRAU DE PARENTESCO COM A CRIANÇA



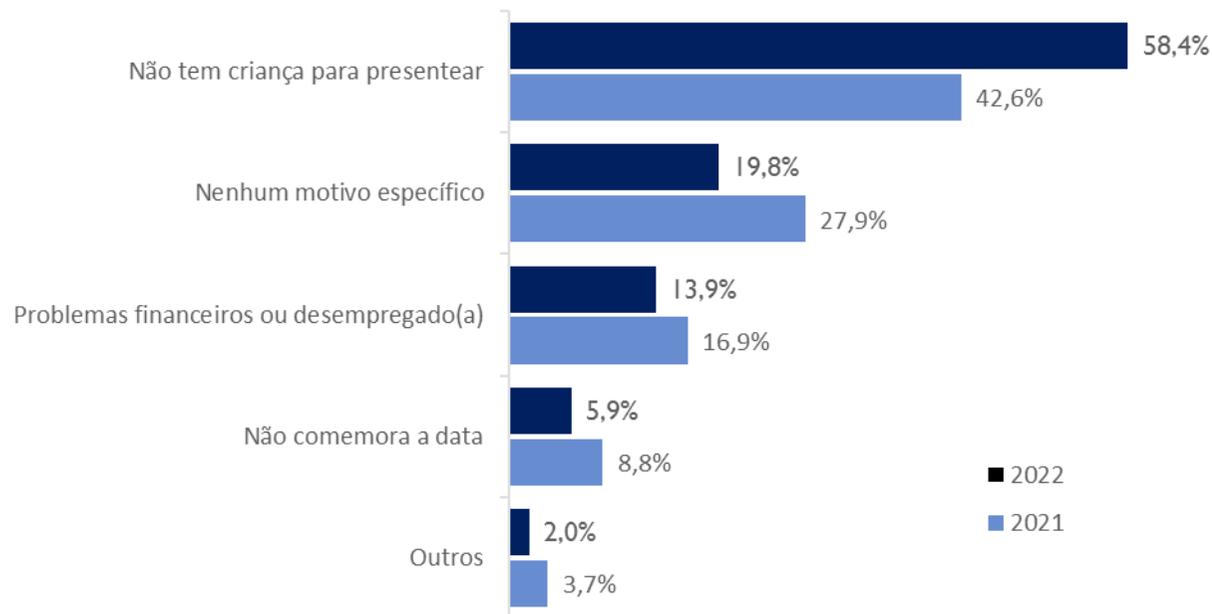
PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRAR



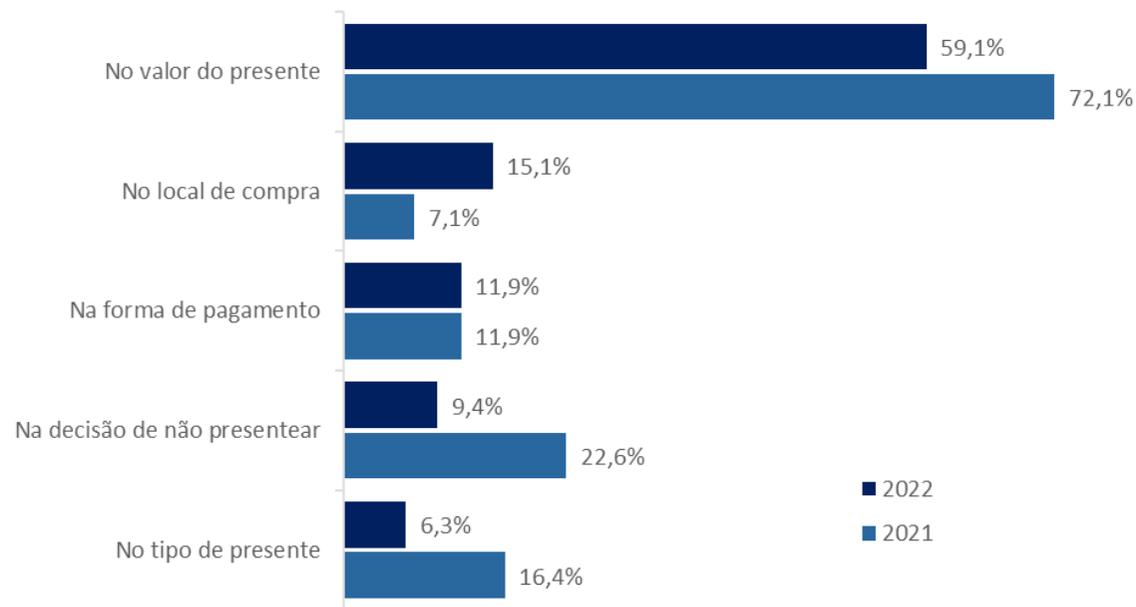
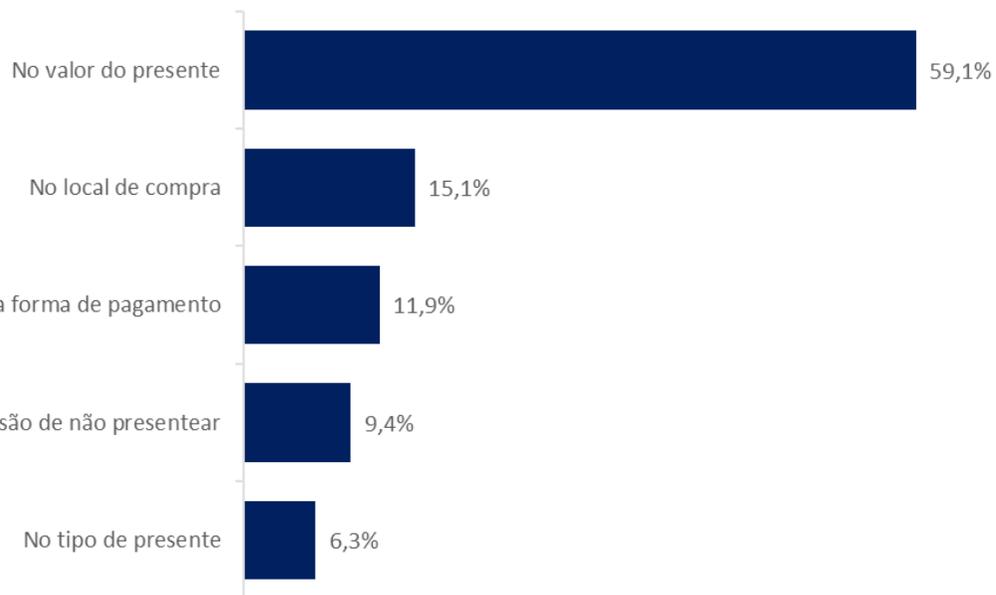
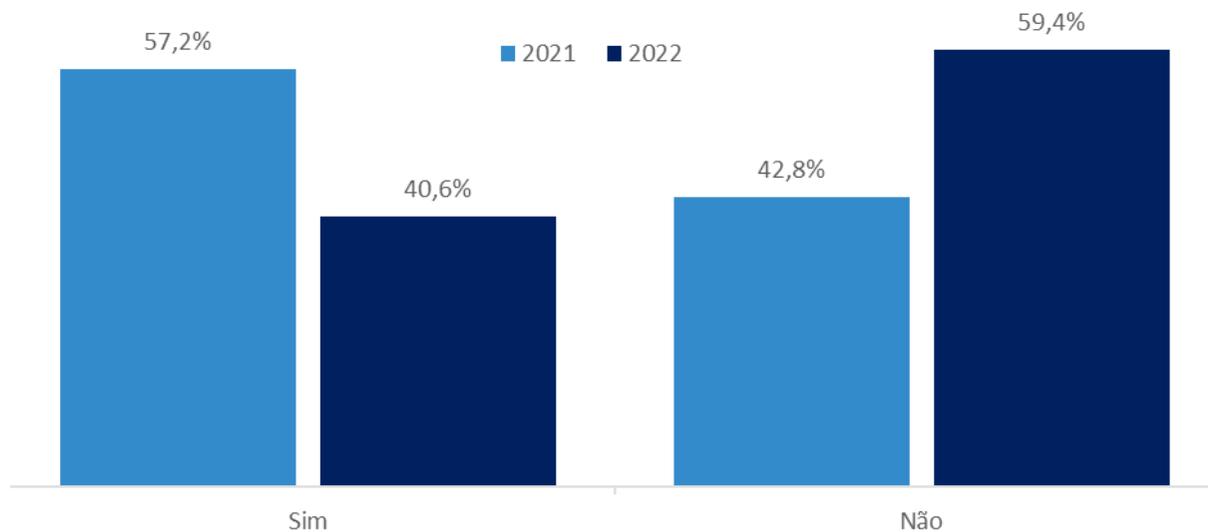
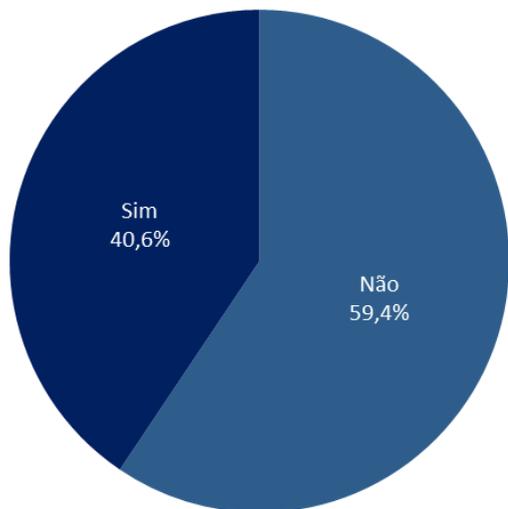
INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA DECISÃO DE COMPRAR



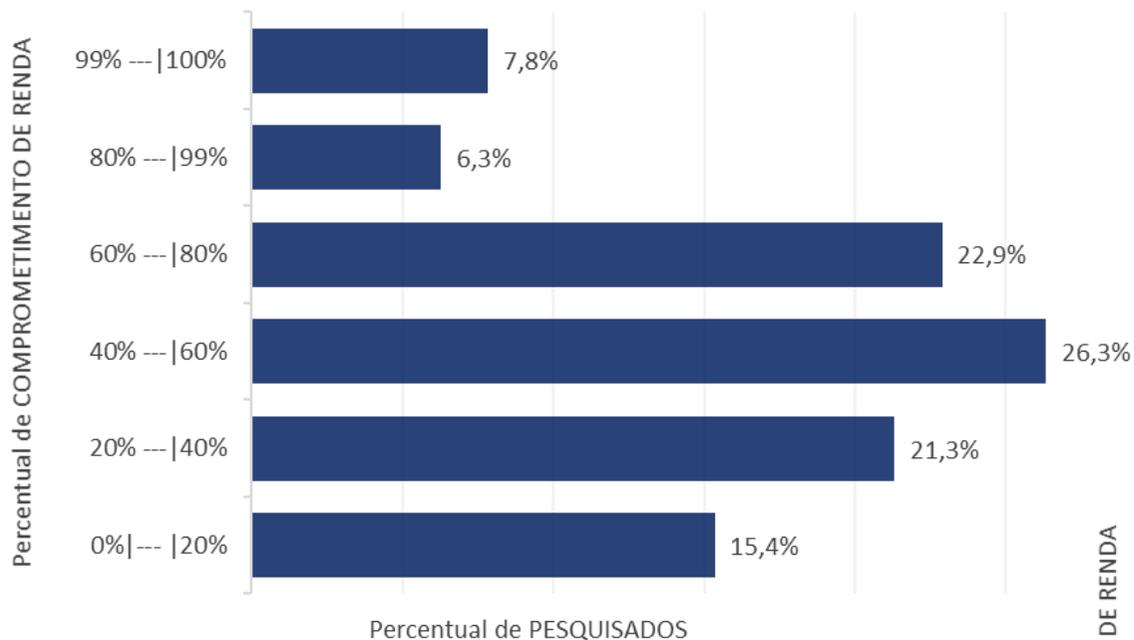
MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR



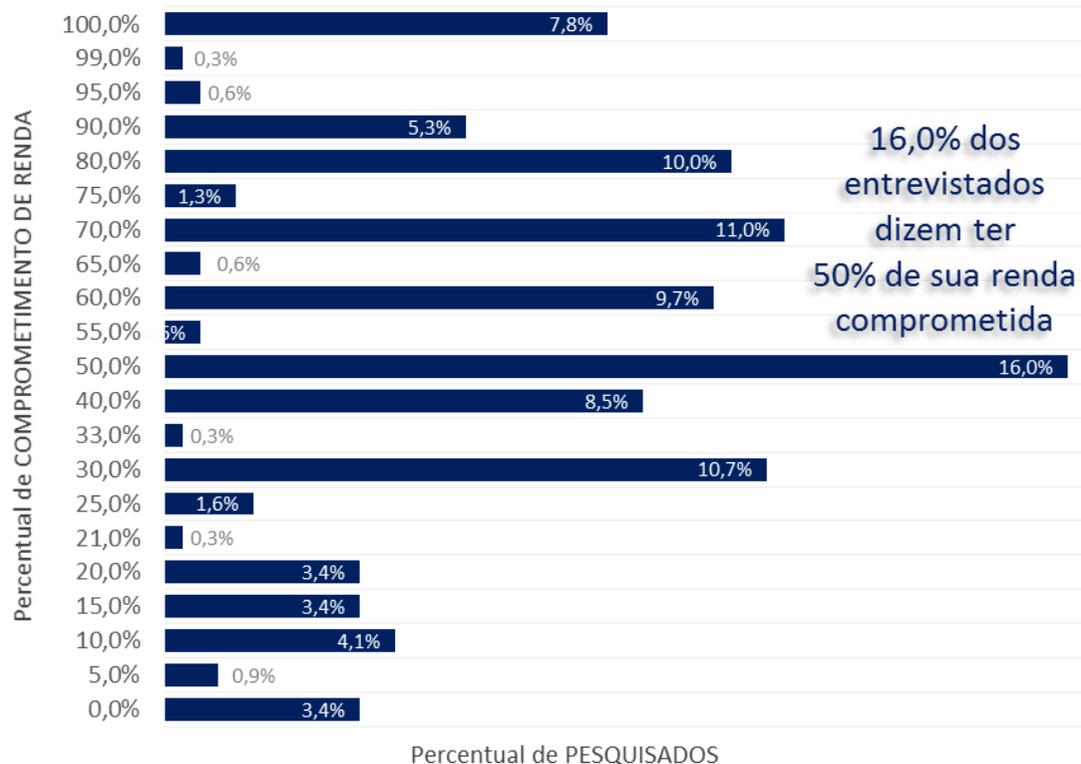
IMPACTOS DA PANDEMIA



PERCENTUAL DE RENDA COMPROMETIDA

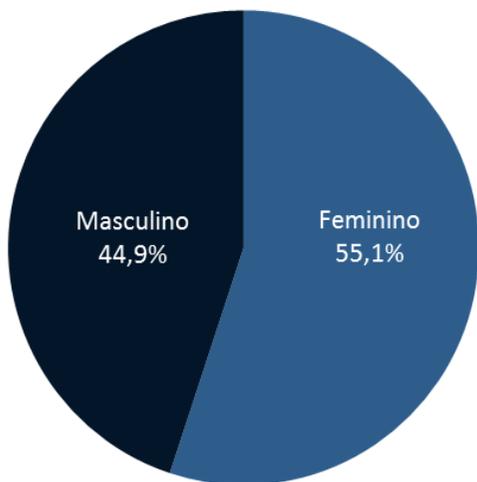


63,3% dos entrevistados dizem ter 50% ou mais de sua renda comprometida.

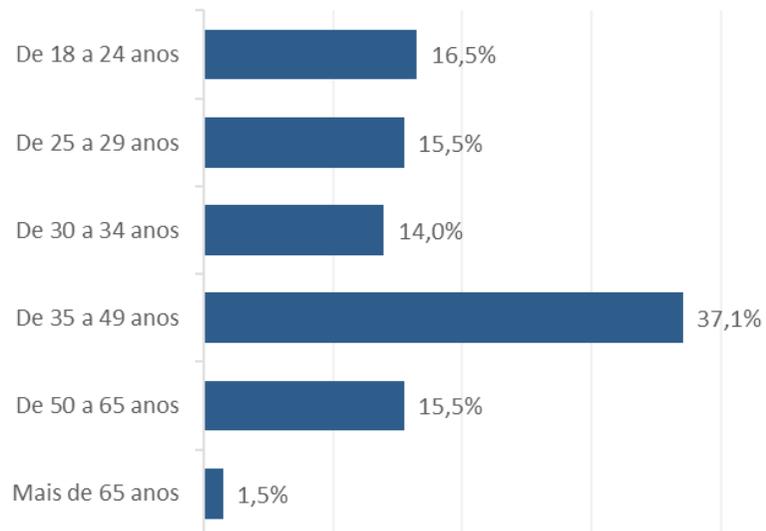


PERFIL DO CONSUMIDOR

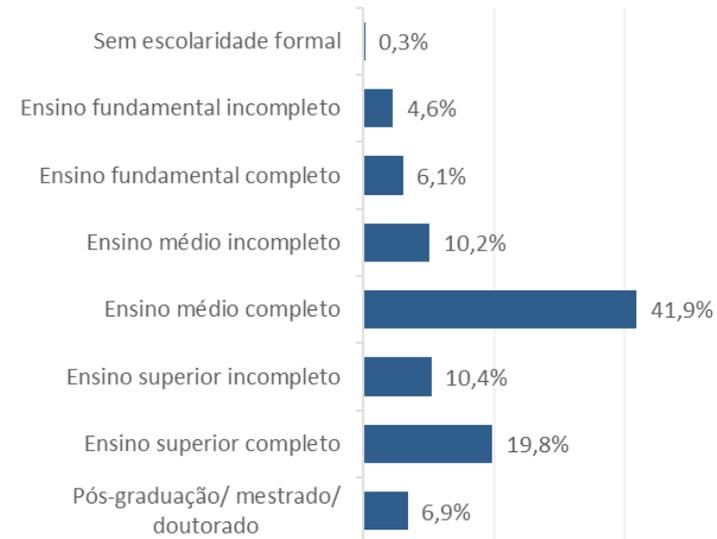
GÊNERO



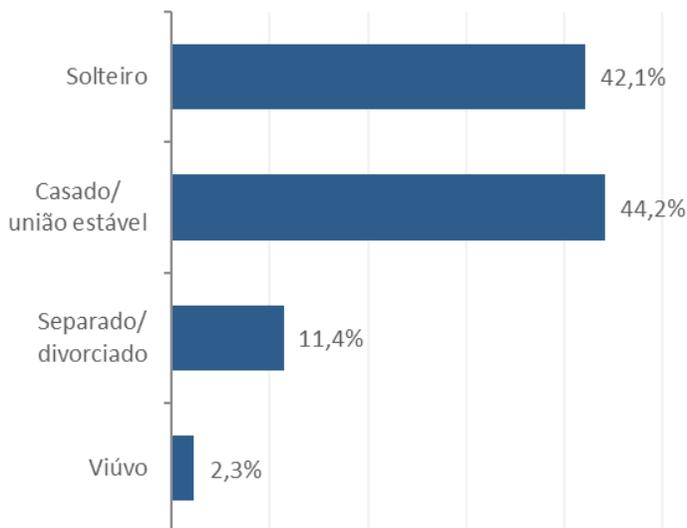
FAIXA ETÁRIA



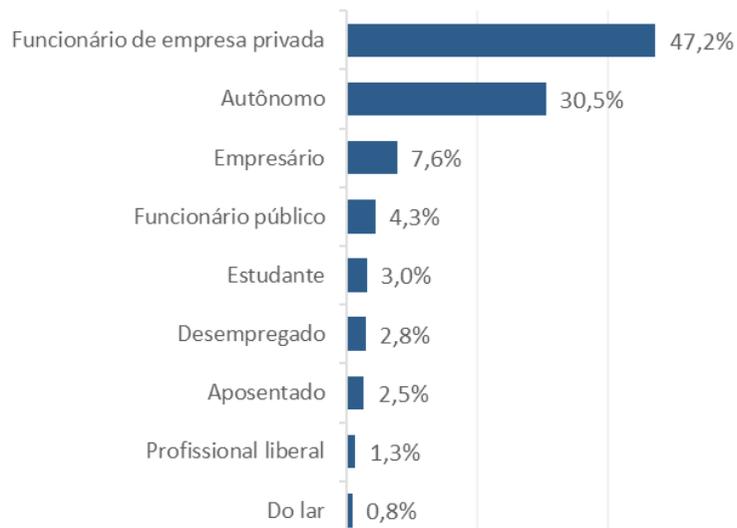
ESCOLARIDADE



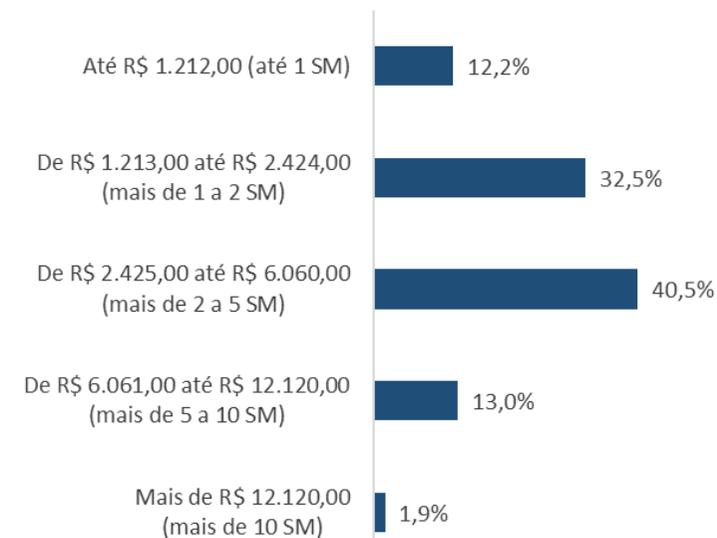
ESTADO CIVIL



OCUPAÇÃO PRINCIPAL

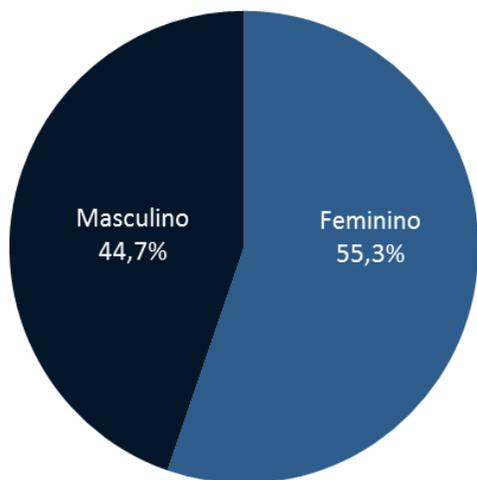


FAIXA DE RENDA

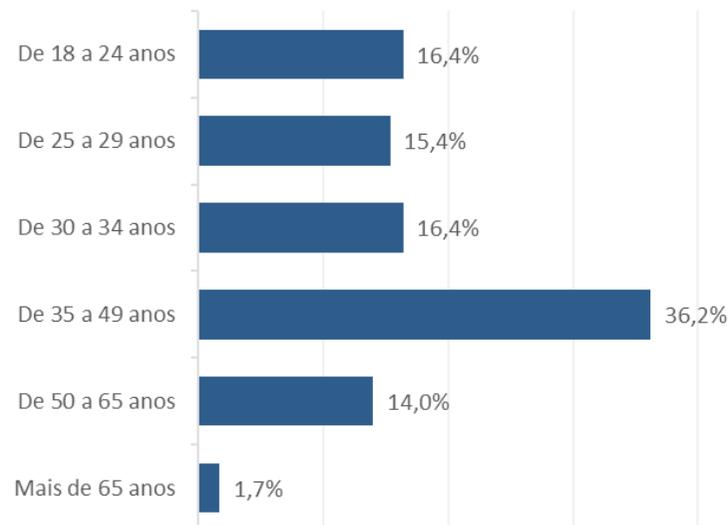


PERFIL DO CONSUMIDOR QUE PRESENTEARÁ

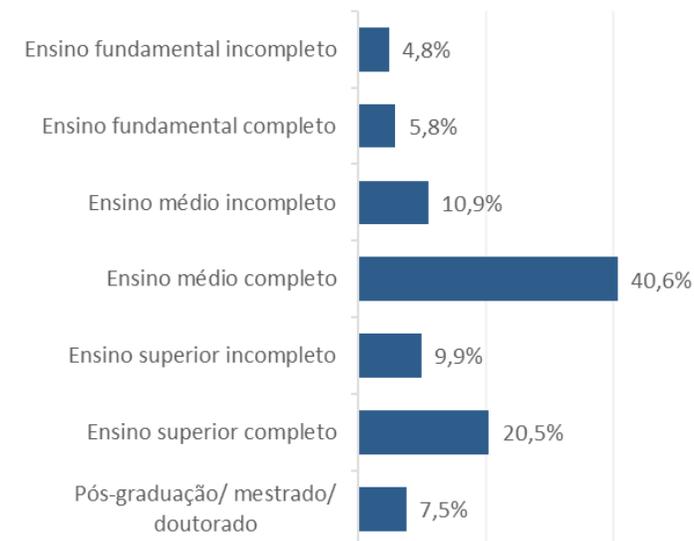
GÊNERO



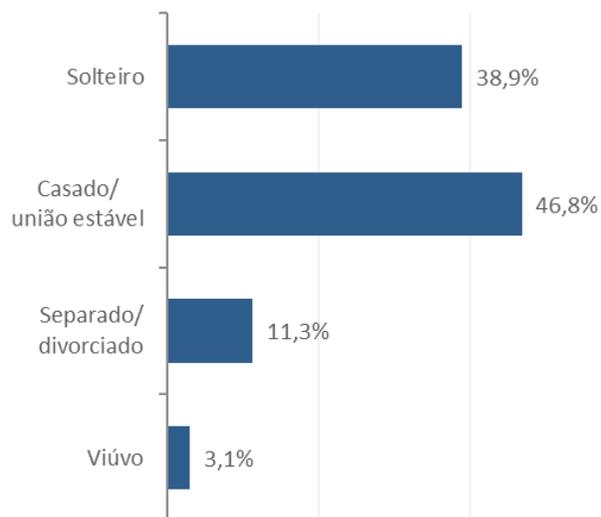
FAIXA ETÁRIA



ESCOLARIDADE



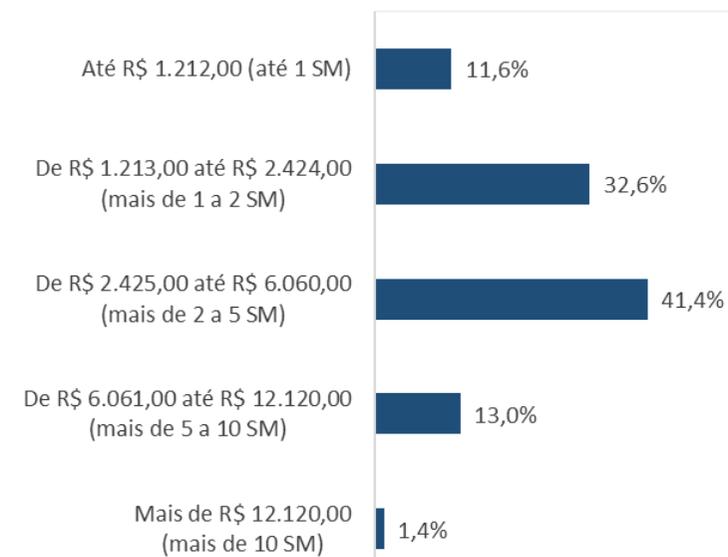
ESTADO CIVIL



OCUPAÇÃO PRINCIPAL

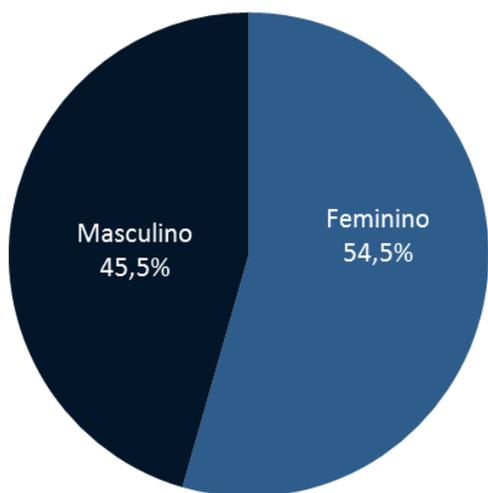


FAIXA DE RENDA

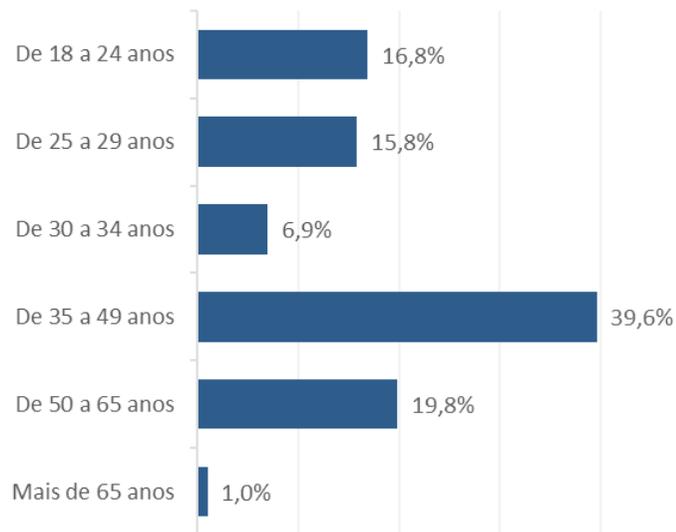


PERFIL DO CONSUMIDOR QUE NÃO PRESENTEARÁ

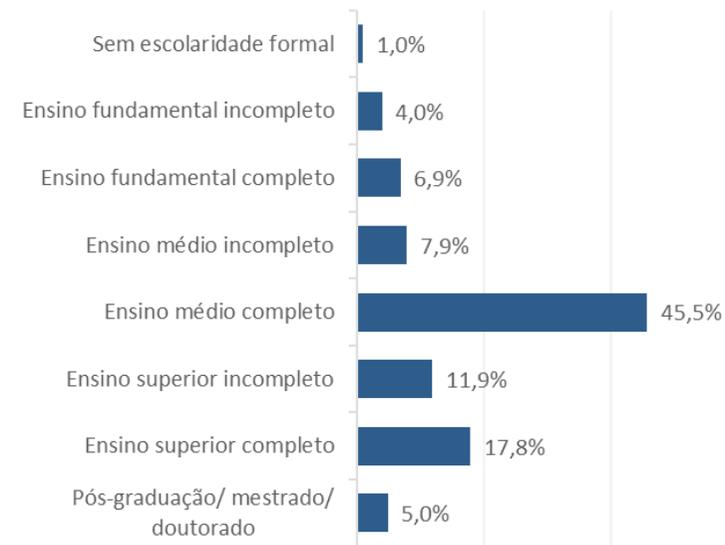
GÊNERO



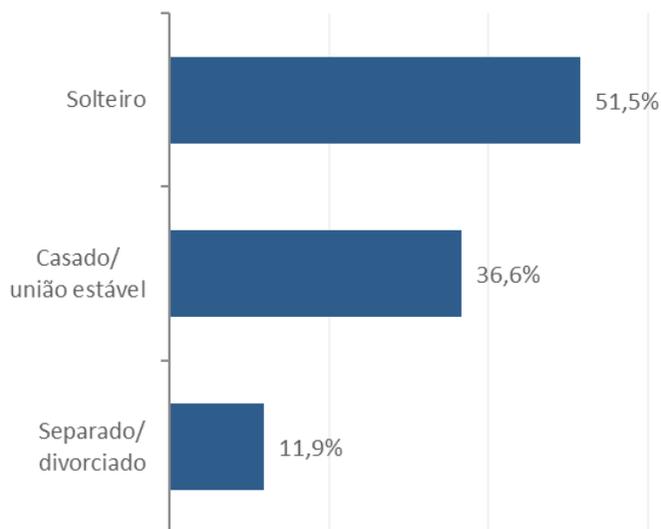
FAIXA ETÁRIA



ESCOLARIDADE



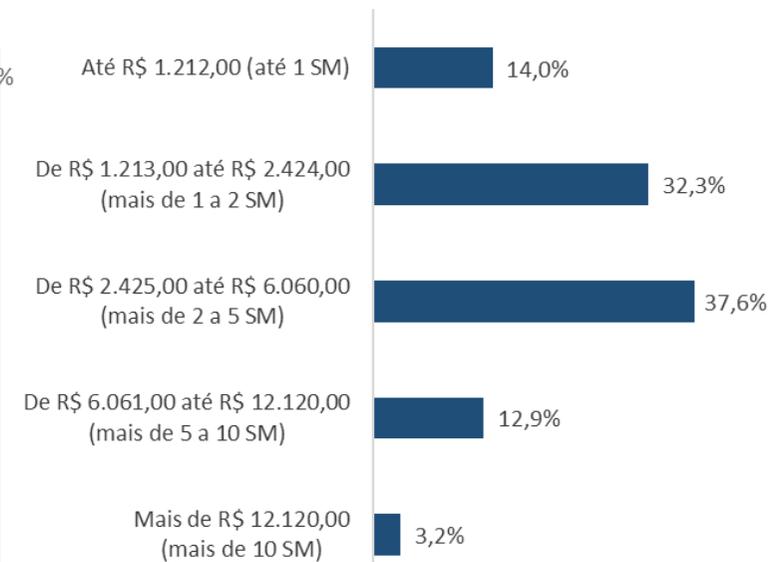
ESTADO CIVIL



OCUPAÇÃO PRINCIPAL



FAIXA DE RENDA



DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ A data comemorativa do Dia das Crianças está entre as mais importantes para as vendas no comércio.
- ✓ 74,4% dos paranaenses irão presentear neste Dia das Crianças. Esse é o melhor resultado da série histórica, iniciada em 2016. Em 2021, 65,6% dos paranaenses pretendiam comprar um presente e em 2020 esse percentual foi de 61%.
- ✓ Intenção dos que **não vão** ou **não sabem se vão** presentear passou de 34,4% em 2021 para 25,6% em 2022.
- ✓ Quanto ao tipo do presente, com 55,6%, os brinquedos são o principal tipo de presente escolhido, mas perderam um pouco do destaque na comparação com o ano passado, quando receberam 62,9% das menções. Por outro lado, roupas e calçados tiveram aumento em relação a 2021, passando de 27,8% para 45,7%. Na sequência aparecem outros tipos de presentes, como jogos educativos (9,6%), eletrônicos (8,5%), valores em dinheiro para que a criança possa escolher o que quiser (7,5%), livros e afins (5,1%), entre outros.
- ✓ A maior parte dos paranaenses – 34,7% – vai presentear duas crianças; 27,1% presentearão apenas uma; 17,2% comprarão presentes para três crianças; 6,9%, para quatro crianças e, 14,1%, para mais de quatro crianças.
- ✓ Na análise por faixa de valores, verifica-se que 1/3 das famílias vai economizar e gastar até R\$ 100,00 e outro terço vai despendar mais de R\$ 200,00.
- ✓ O valor do presente é o maior já registrado pela sondagem. O tíquete médio será de R\$ 156,58. O valor está, inclusive, mais alto do que antes da pandemia – em 2019 a média gasta em presentes para as crianças era de R\$ 90,33.

DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ Pela primeira vez na série histórica, as lojas de bairro serão o local preferido para as compras dos presentes do Dia das Crianças, com 26,1%. Em 2021, o comércio de bairro recebeu apenas 8,9% do fluxo nesta data. As lojas do centro das cidades são a escolha de 20,6% dos consumidores ouvidos este ano, enquanto a internet é mencionada por 24,1%, e os shoppings, por 18,9%.
- ✓ A maior parte das compras – 51,2% – será feita na semana que antecede o Dia das Crianças. Os consumidores que farão a compra no mesmo dia correspondem a 21,3%; os que vão se antecipar de 8 a 15 dias são 14,3%, e os que já compraram o presente somam 13,2%.
- ✓ Os presentes da criançada serão pagos, preferencialmente, à vista, por 61,5%, somando cartão de débito (28,7%), dinheiro (19,5%) e PIX (13,3%). As compras parceladas no cartão de crédito devem corresponder a 20,1%, e as feitas para o vencimento, 13,3%.
- ✓ 77,5% fazem pesquisa de preço antes de comprar o presente, entre estes 45,7% o fazem pela internet e 31,8% pessoalmente indo nas lojas.
- ✓ A escolha do presente será feita principalmente pelo adulto, com 63,5%. Entretanto, o percentual de crianças que vai escolher seu presente subiu este ano, passando de 20,1% para 34,8%.
- ✓ O atendimento do vendedor vai sobressair em 2022 e lidera como o principal fator de influência na decisão de compra, com 23,4%. Em 2021, a consultoria prestada pelo vendedor era considerada determinante para 15,4% dos consumidores. O preço baixo instiga 21,6% dos paranaenses, enquanto a qualidade do produto define 21,3% das compras. Promoções e descontos são decisivos para 13,7% e 8,6%, respectivamente, dos compradores.

DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ As redes sociais exercem grande influência na decisão de compra do Dia das Crianças. Em uma escala de 1 a 5, sendo 5 o maior nível de sugestão, 31,9% dos consumidores ouvidos reconhecem que as publicações em redes sociais exercem muita influência em suas compras e 12% se enquadram no nível 4 de indução. Entretanto, parcela considerável diz que Instagram, Facebook, Tiktok e afins exercem pouca influência na sua decisão de compra, sendo 26,7% no nível 1 e 13% no nível 2.
- ✓ O principal motivo de não presentear este ano continua o mesmo: não ter criança para agradecer, com 58,4%. Outros 19,8% declararam não ter um motivo específico; 13,9% não possuem condições financeiras para comprar presentes ou estão desempregados e 5,9% não comemoram a data.
- ✓ Podemos perceber que a melhora nas condições da crise sanitária atenuaram os impactos na intenção de presentear dos consumidores. Este ano somente 40,6% foram impactados pela covid-19, ante 57,2%, em 2021, e o impacto mais citado continua sendo no valor do presente (59,1%).
- ✓ 63,3% dos entrevistados afirmaram que têm 50% ou mais da sua renda comprometida com o pagamento de dívidas mensais, sendo que desse total 7,8% estão com 100% de comprometimento da renda.
- ✓ 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 deu-se no período de 8 a 20 de setembro de 2022. A abordagem dos consumidores ocorreu de forma aleatória, em diferentes pontos de circulação de Curitiba, resultando em uma amostra de 394 respondentes. O nível de confiança desta pesquisa é de 95%, com margem de erro de 4,94%.

Departamento de Pesquisas da Fecomércio PR

pesquisa@fecomerciopr.com.br

(41) 3883-4527

