

Sondagem de intenção de
compras

**DIA DOS
NAMORADOS**

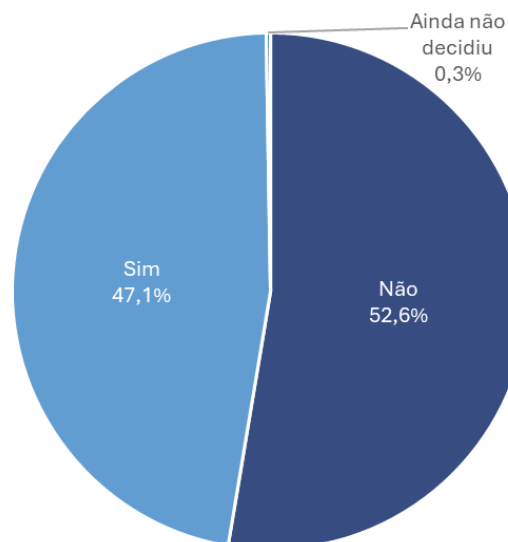
Junho/2024



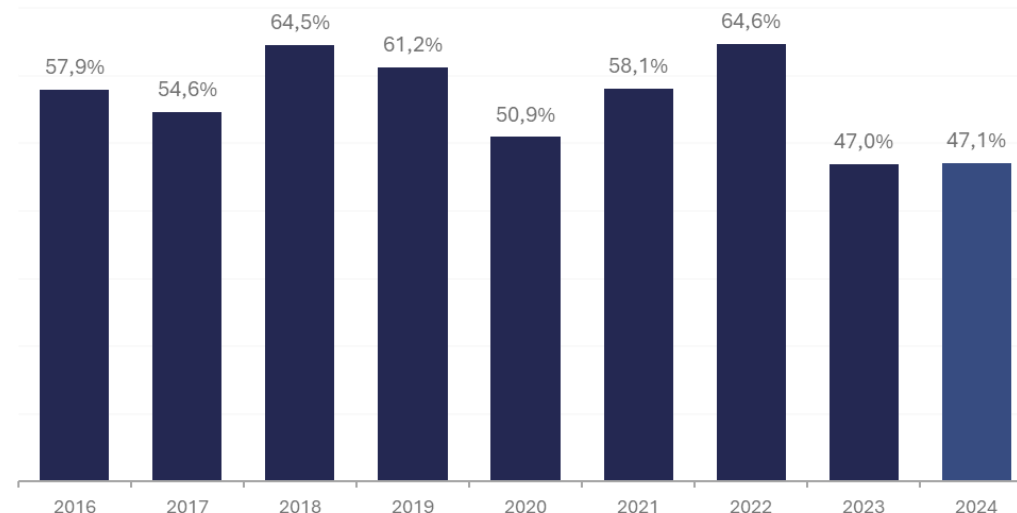
Sondagem de Intenção de Compras

Dia dos Namorados

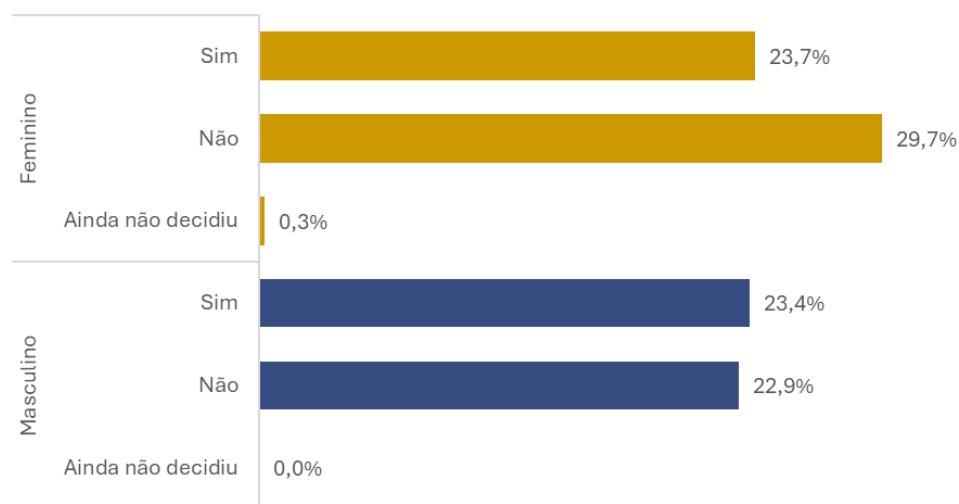
INTENÇÃO DE PRESENTEAR



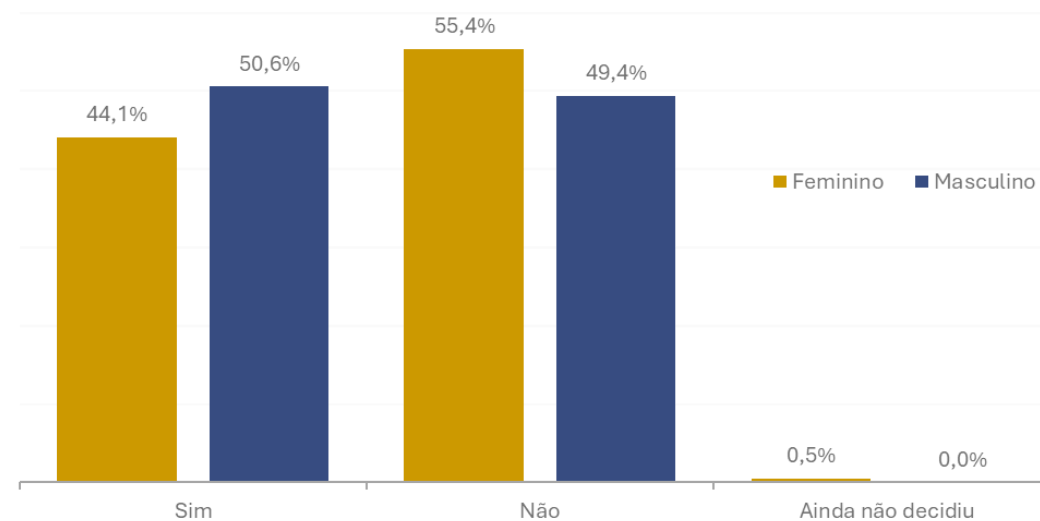
SÉRIE HISTÓRICA - SIM



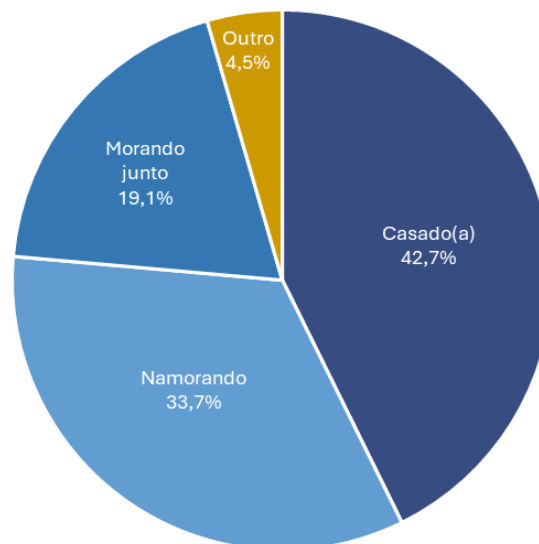
Análise do total de entrevistados por gênero



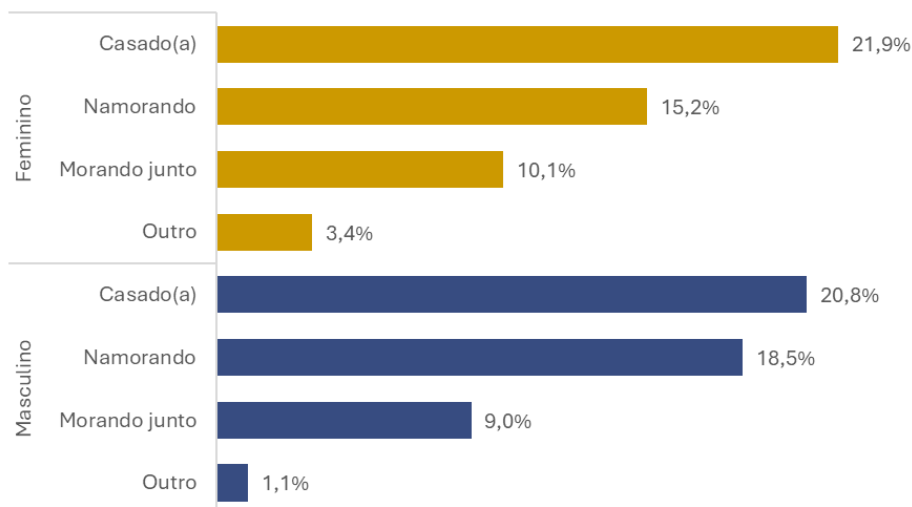
Análise por gênero



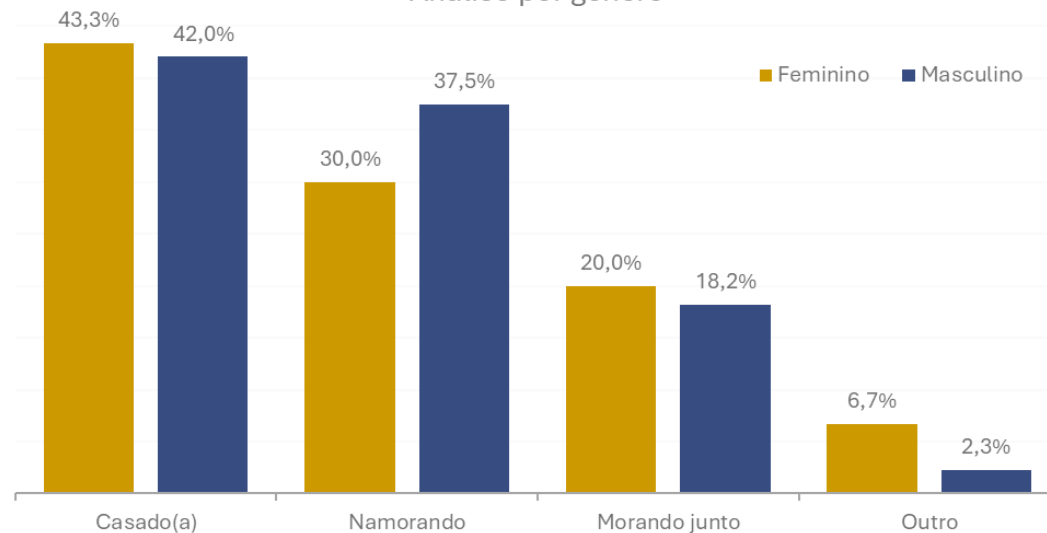
STATUS DO RELACIONAMENTO



Análise do total que presenteará por gênero



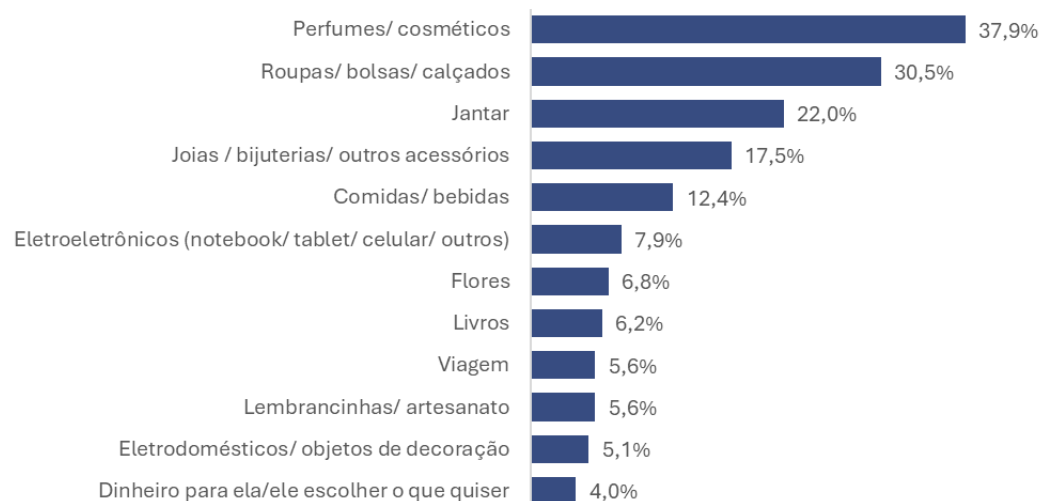
Análise por gênero



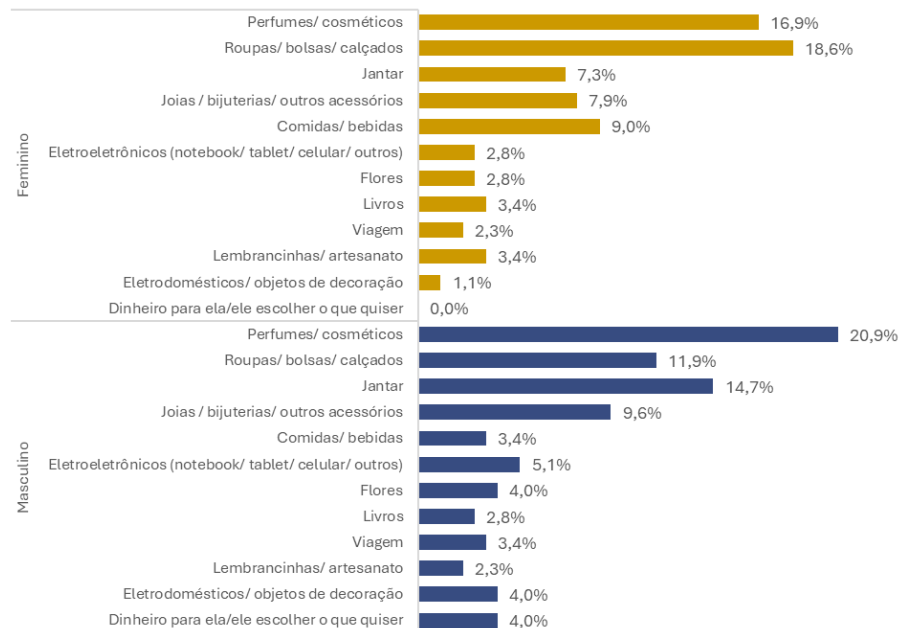
Sondagem de Intenção de Compras

Dia dos Namorados

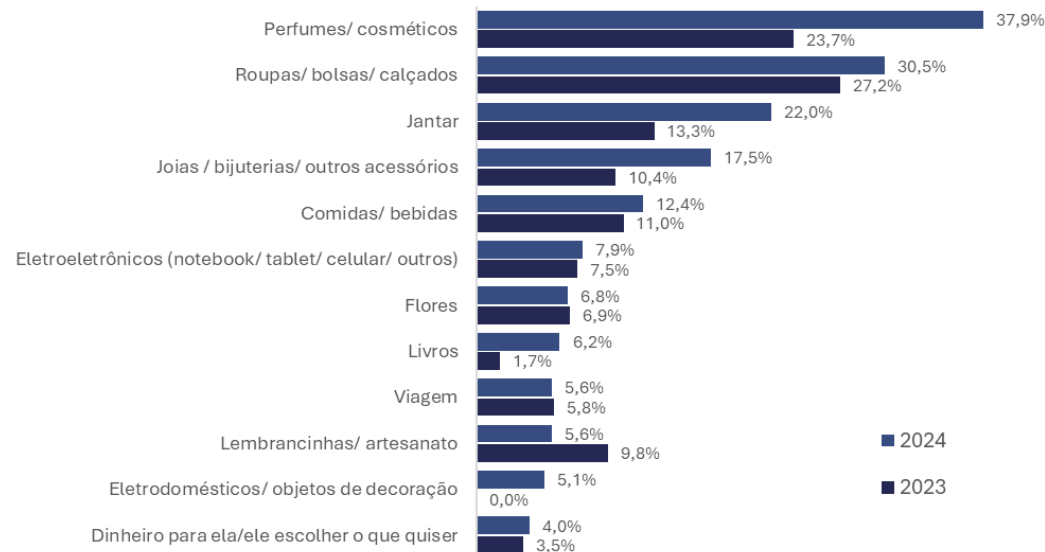
TIPO DE PRESENTE – PRETENSÃO DE PRESENTEAR



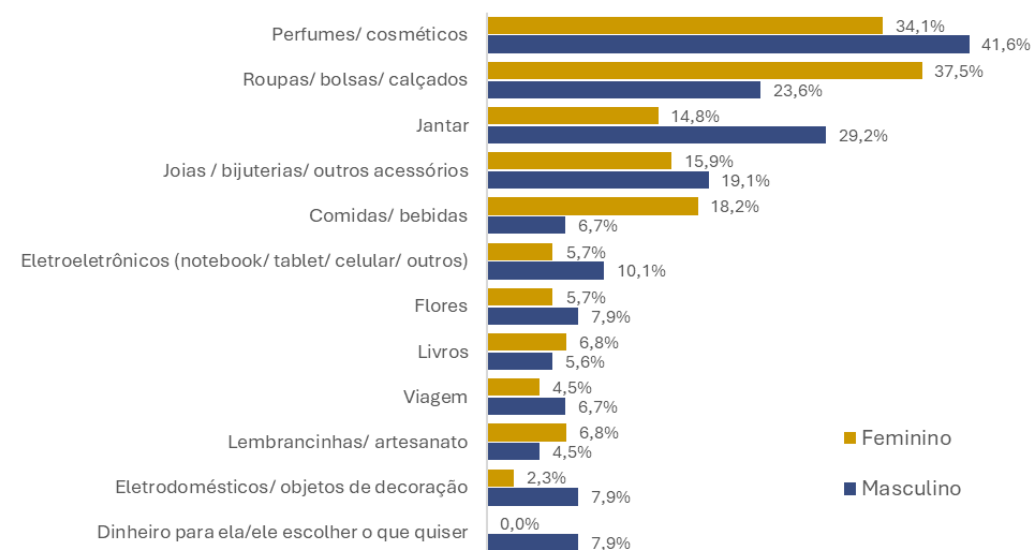
Análise do total que presenteará por gênero



2024 x 2023



Análise por gênero



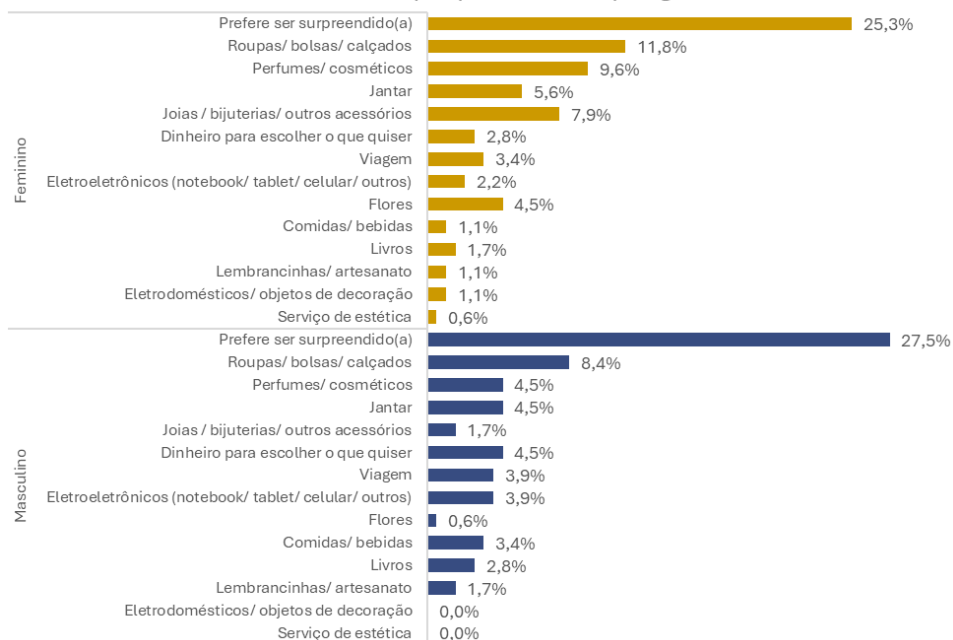
Sondagem de Intenção de Compras

Dia dos Namorados

TIPO DE PRESENTE – PRETENSÃO DE GANHAR



Análise do total que presenteará por gênero



2024 x 2023



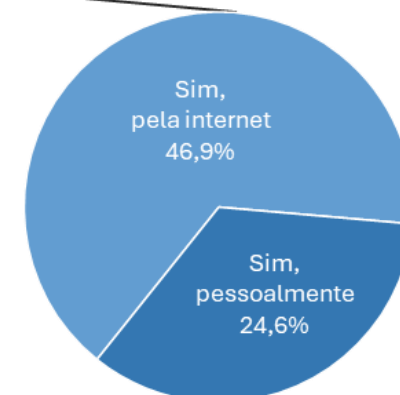
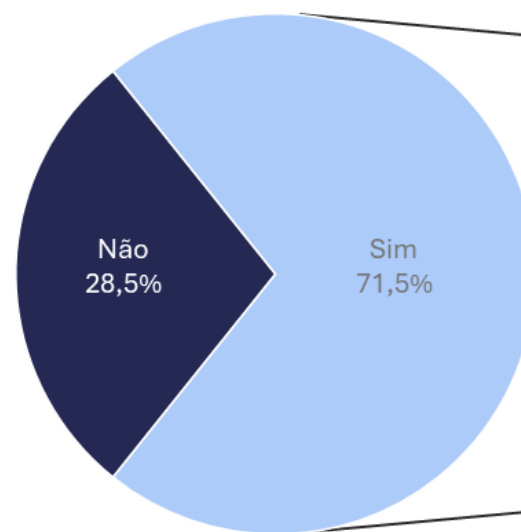
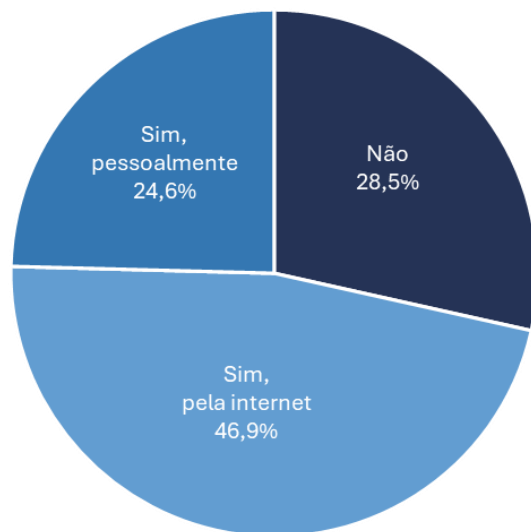
Análise por gênero



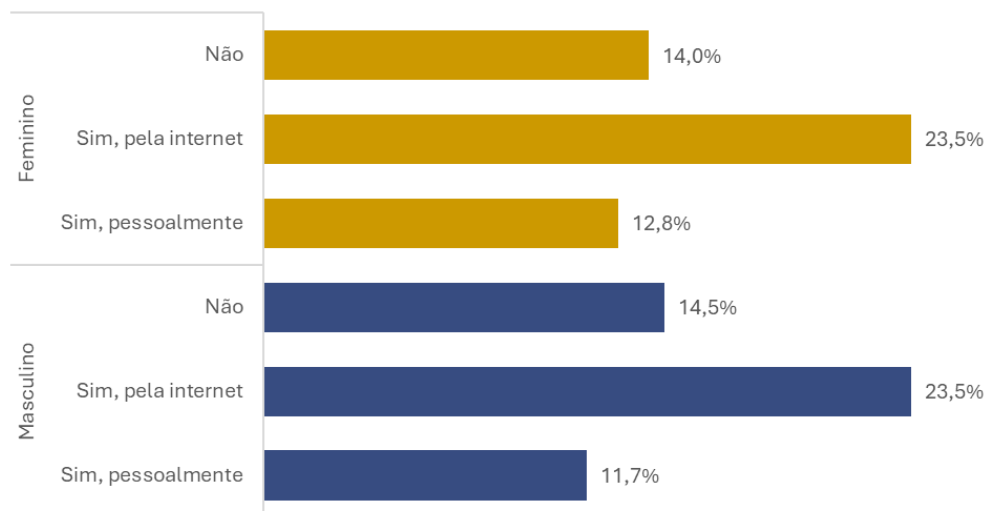
Sondagem de Intenção de Compras

Dia dos Namorados

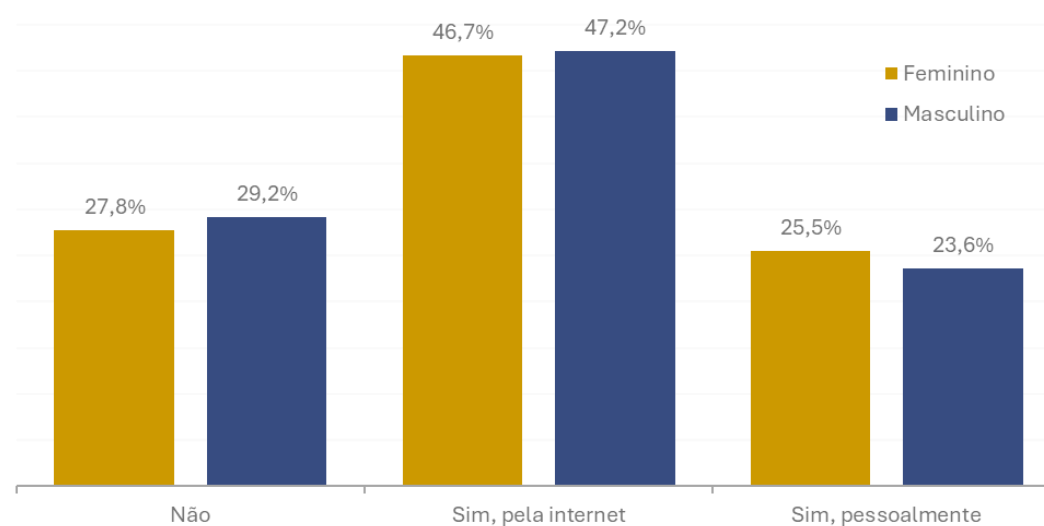
PESQUISA DE PREÇO



Análise do total que presenteará por gênero



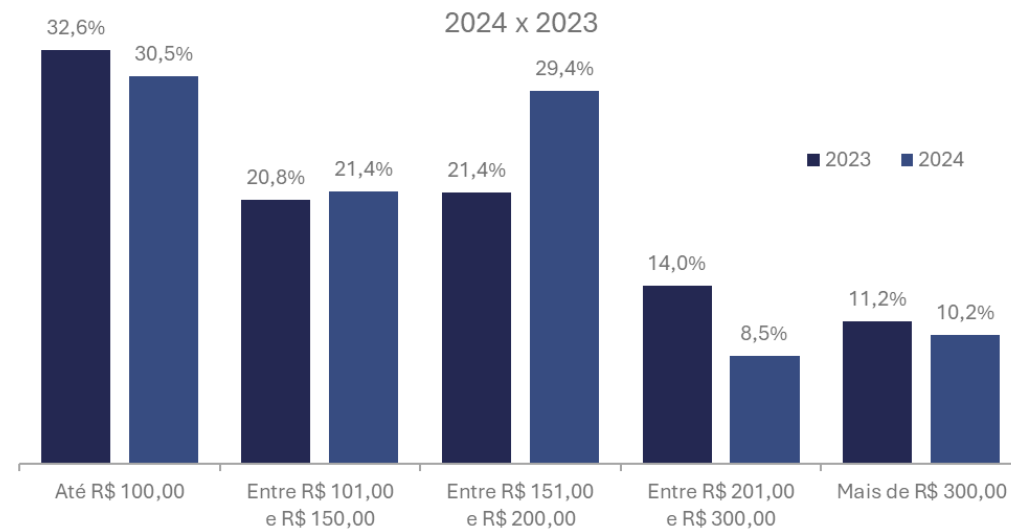
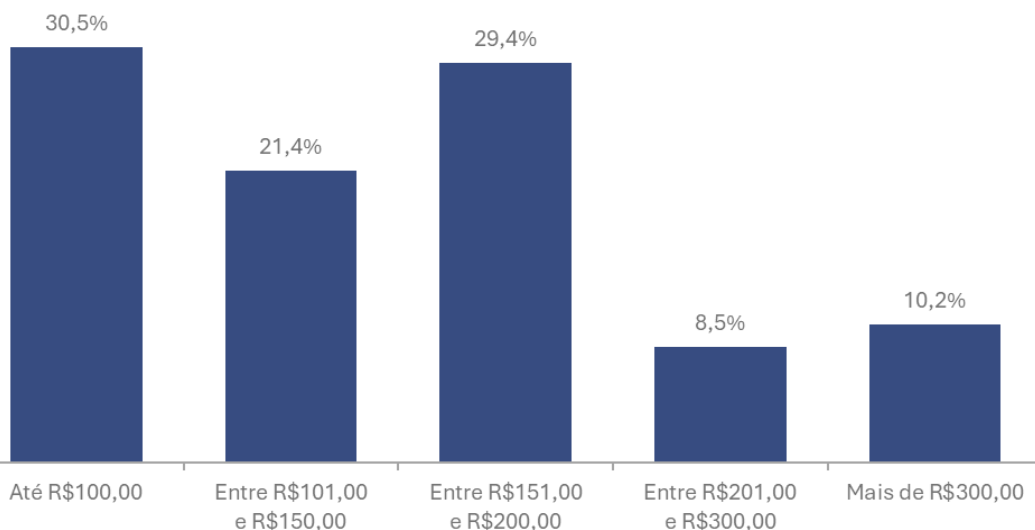
Análise por gênero



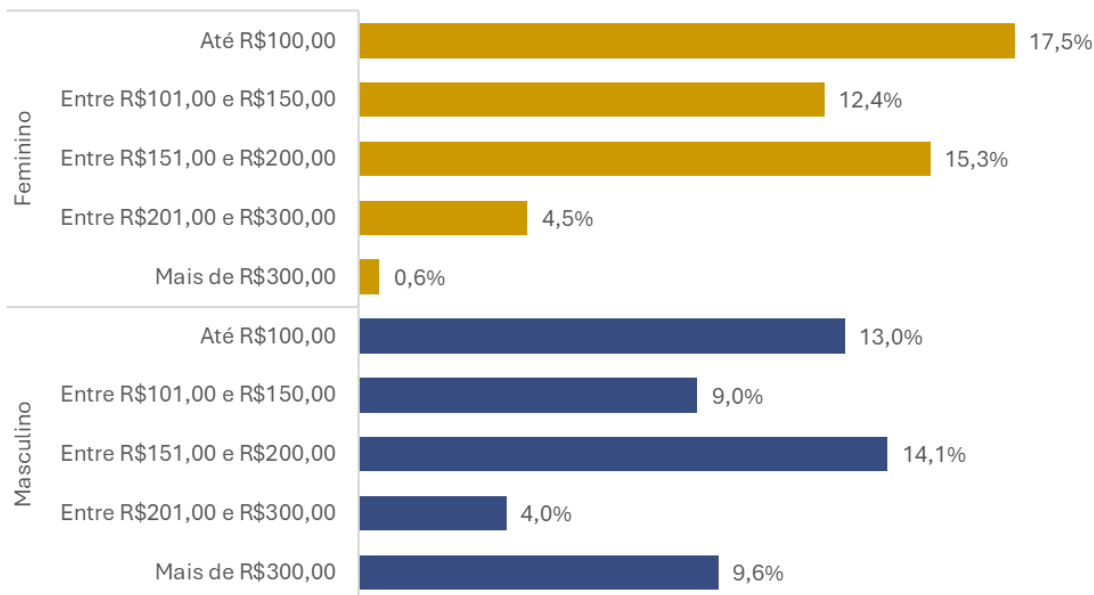
Sondagem de Intenção de Compras

Dia dos Namorados

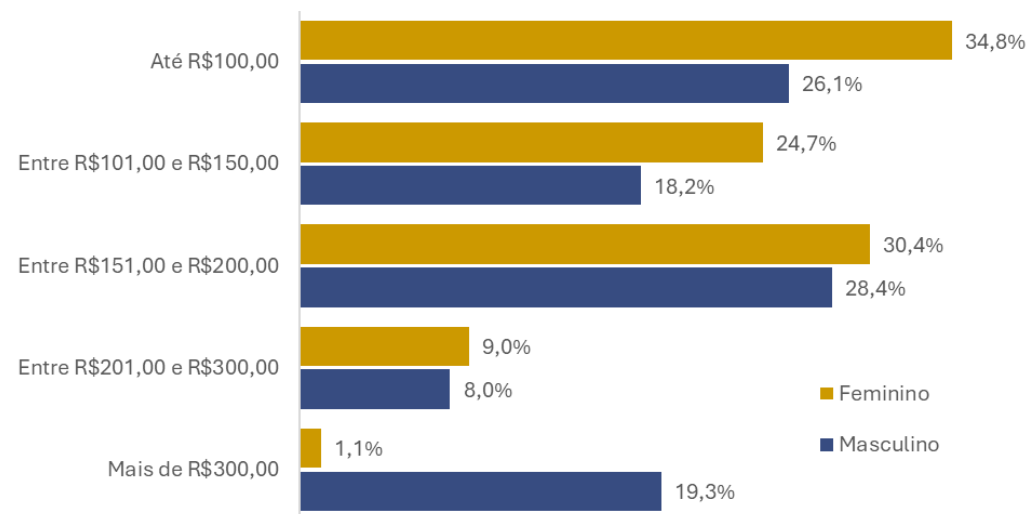
VALOR DO PRESENTE



Análise do total que presenteará por gênero



Análise por gênero

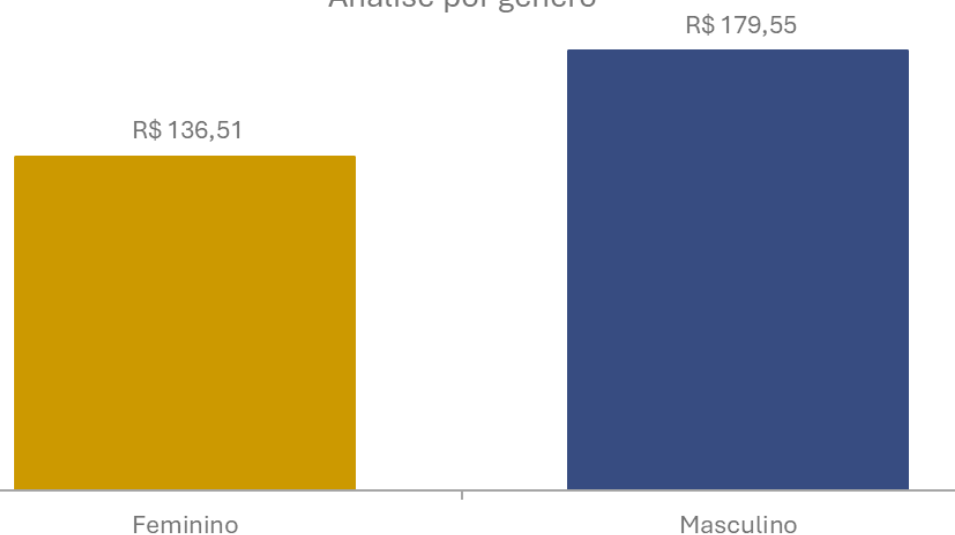


TÍQUETE MÉDIO

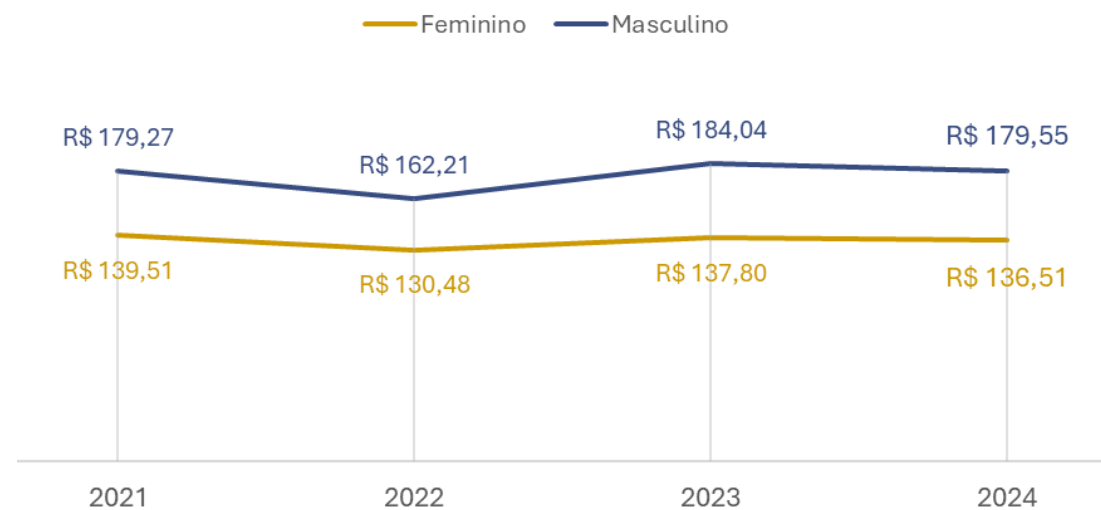
HISTÓRICO



Análise por gênero



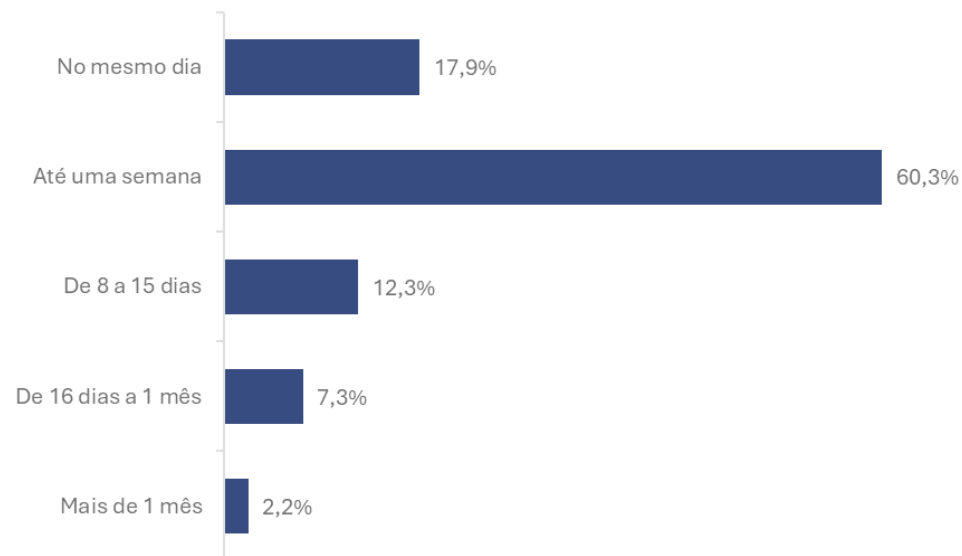
HISTÓRICO - Análise por gênero



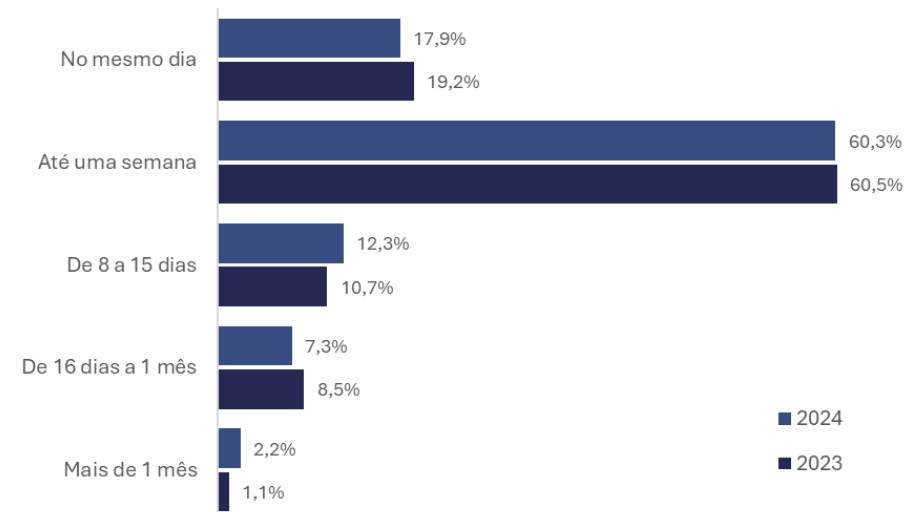
Sondagem de Intenção de Compras

Dia dos Namorados

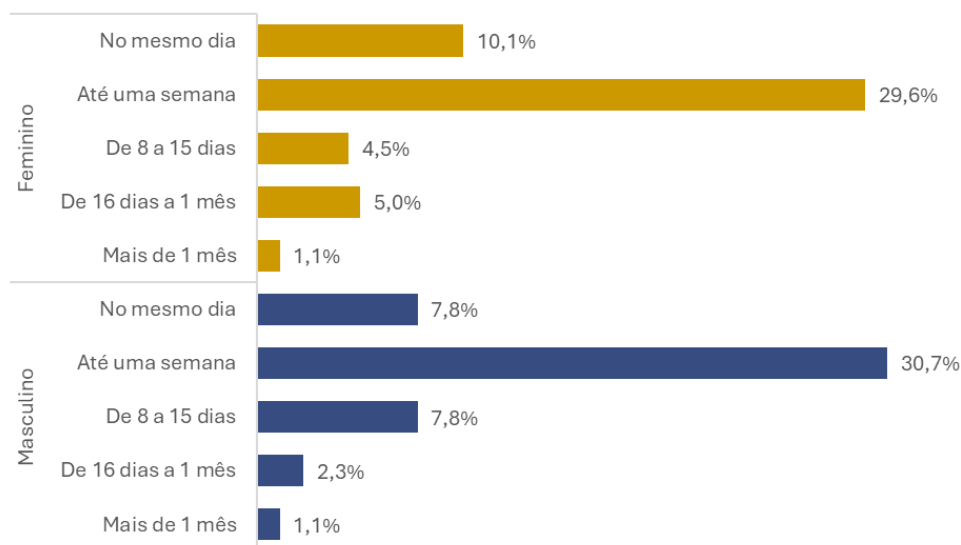
PERÍODO DA COMPRA



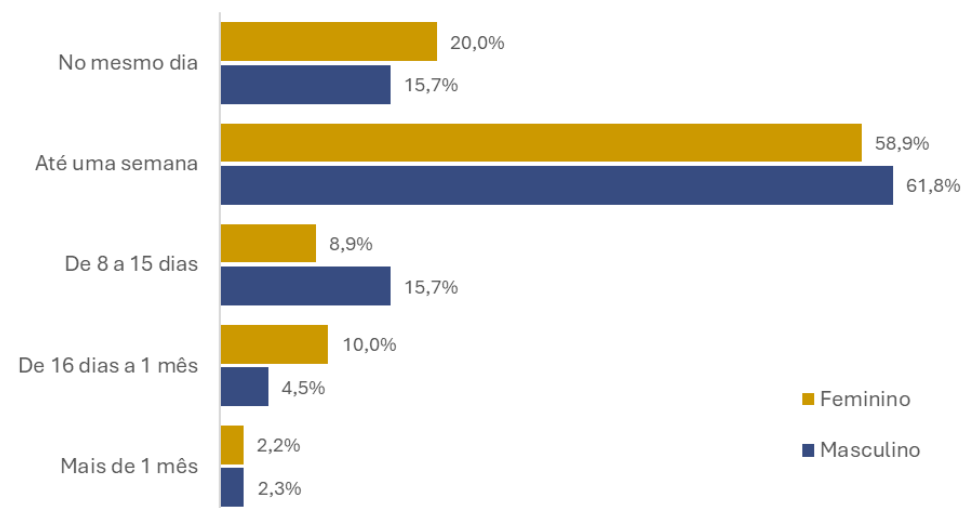
2024 x 2023



Análise do total que presenteará por gênero



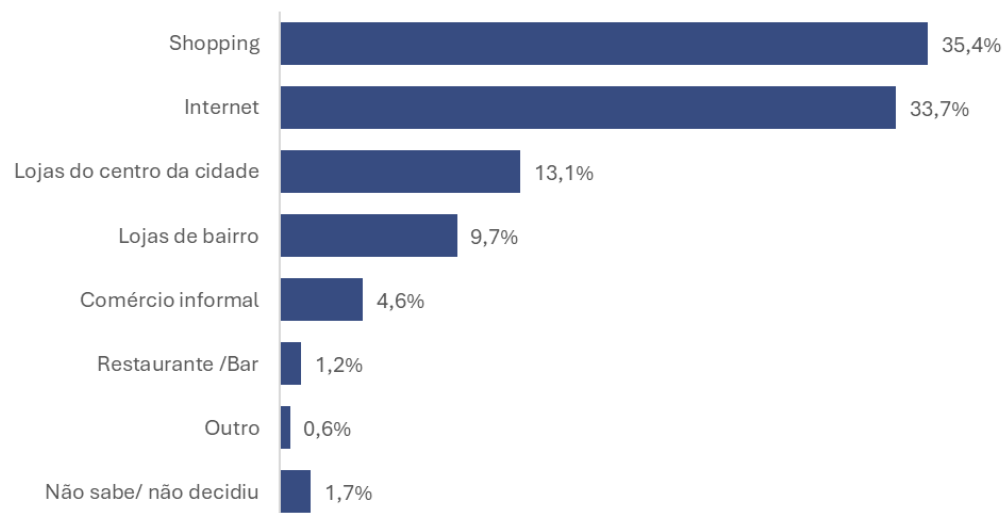
Análise por gênero



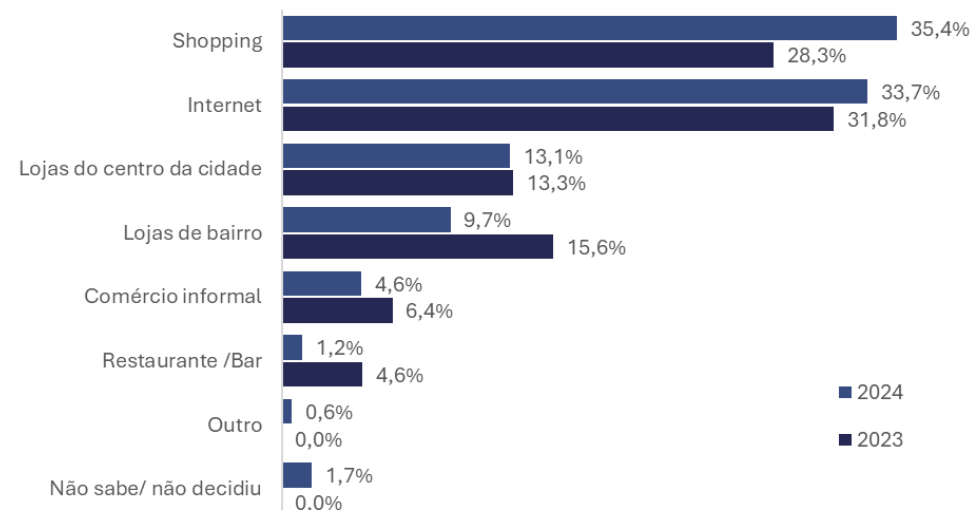
Sondagem de Intenção de Compras

Dia dos Namorados

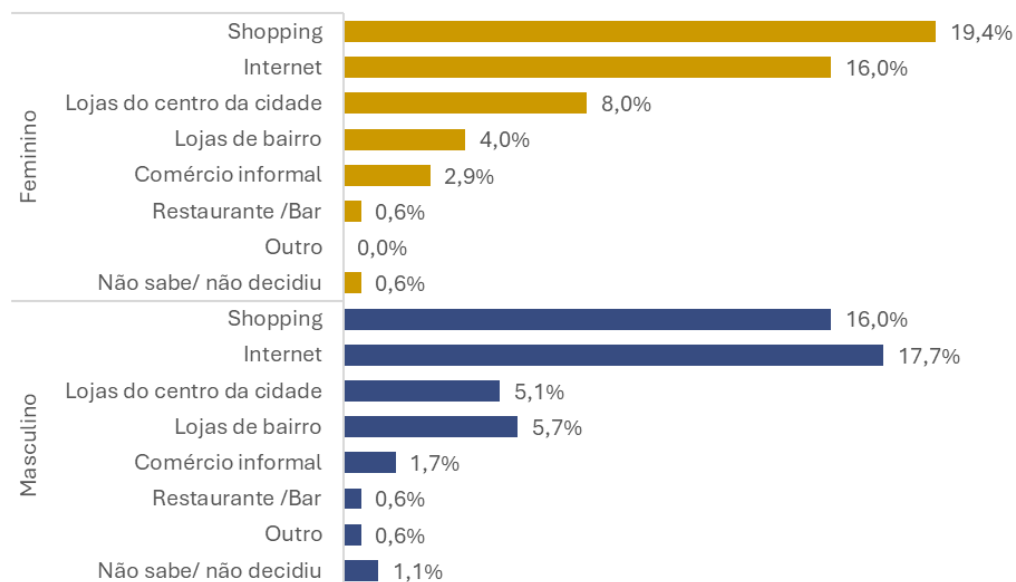
LOCAL DA COMPRA



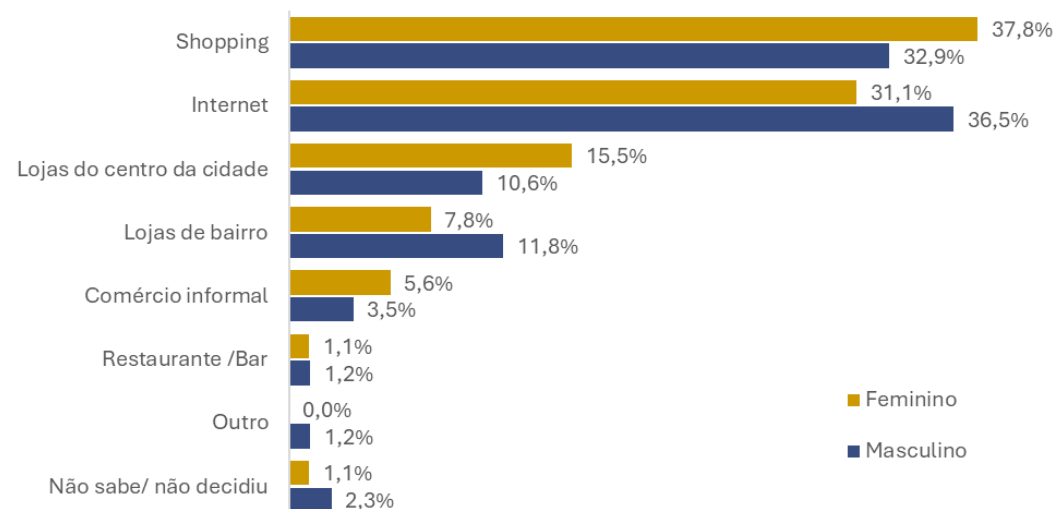
2024 x 2023



Análise do total que presenteará por gênero



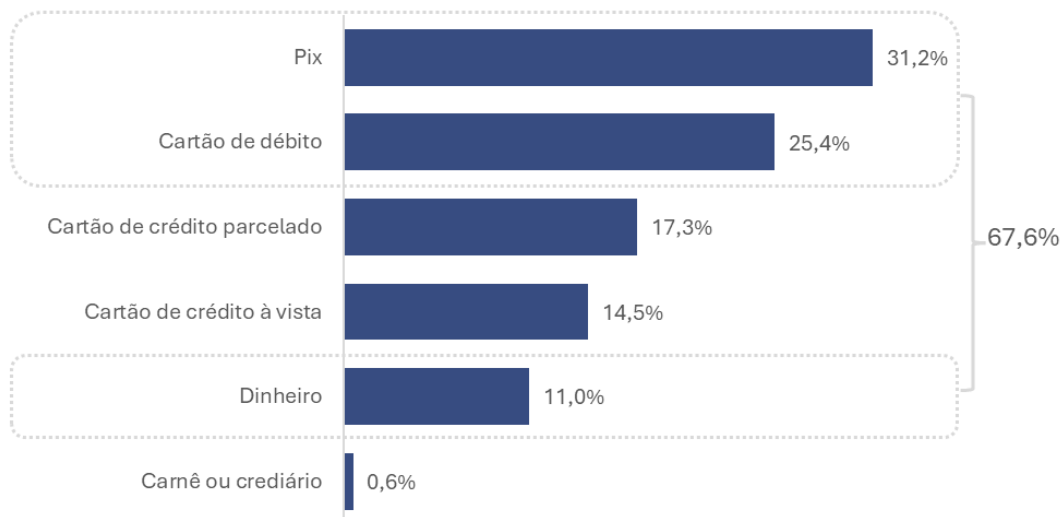
Análise por gênero



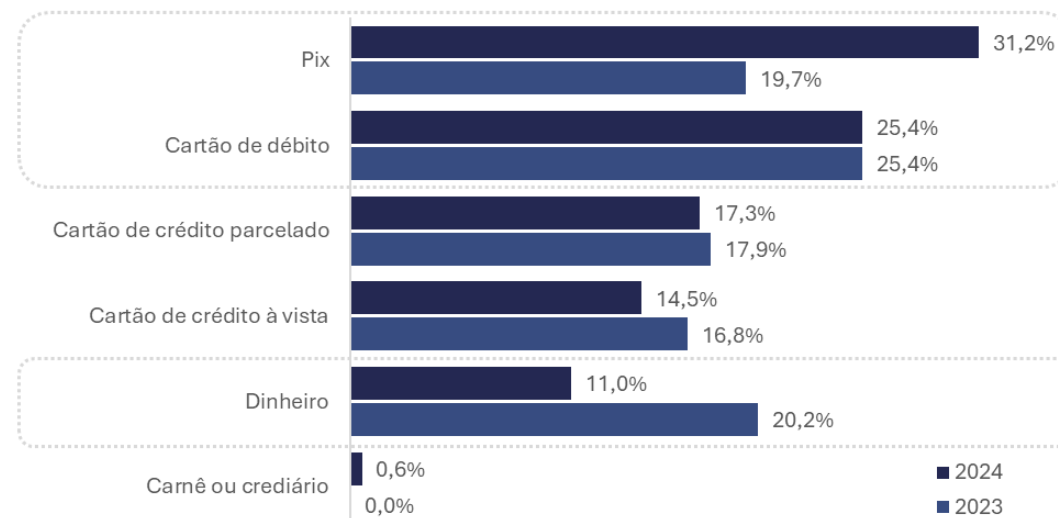
Sondagem de Intenção de Compras

Dia dos Namorados

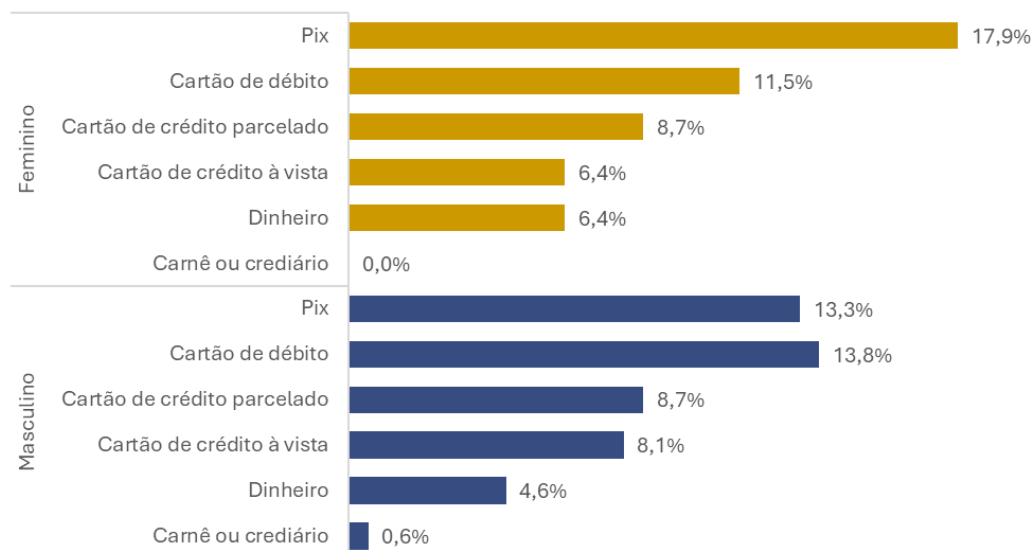
FORMA DE PAGAMENTO



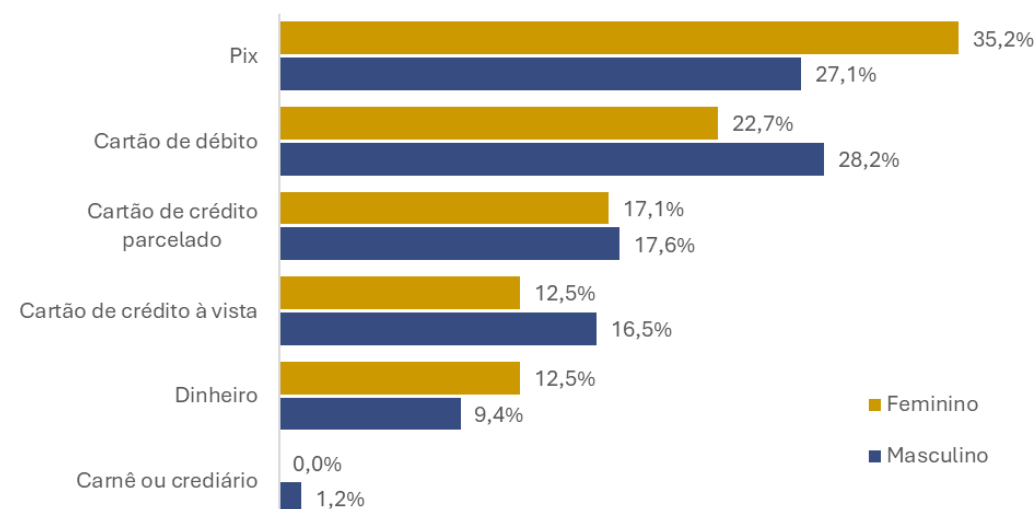
2024 x 2023



Análise do total que presenteará por gênero



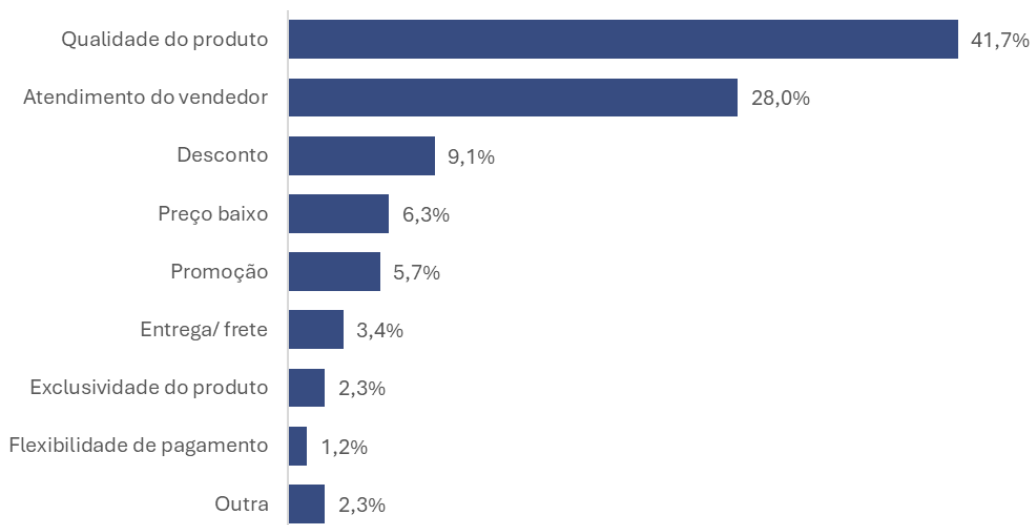
Análise por gênero



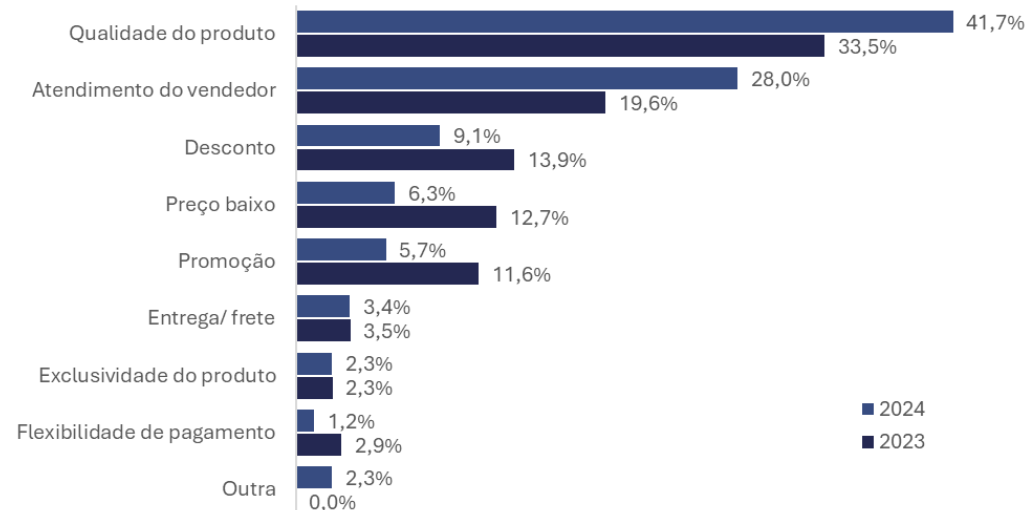
Sondagem de Intenção de Compras

Dia dos Namorados

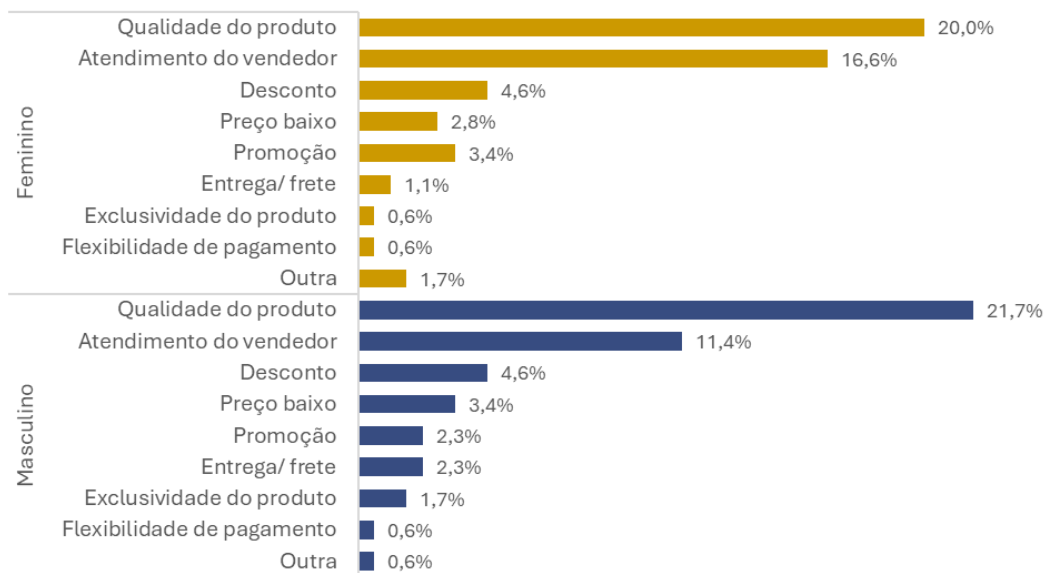
PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRAR



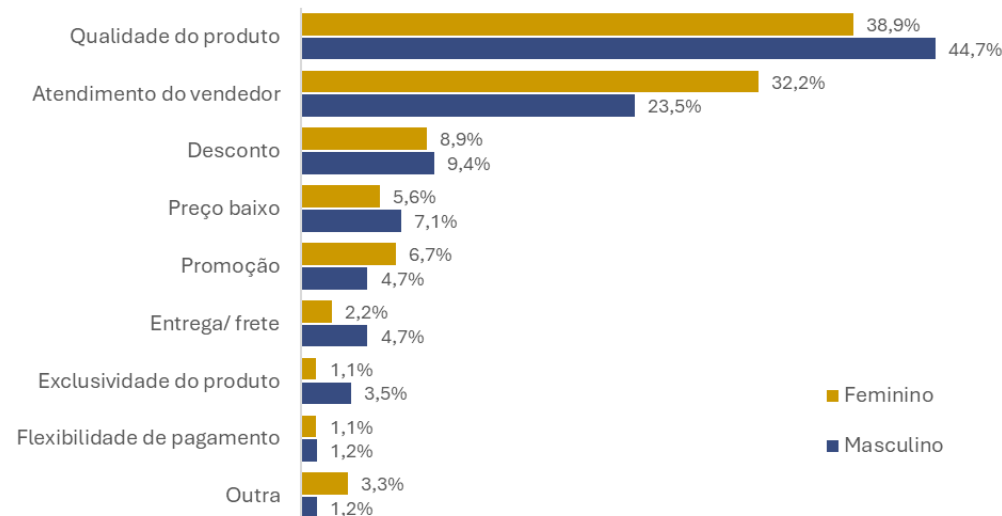
2024 x 2023



Análise do total que presenteará por gênero



Análise por gênero



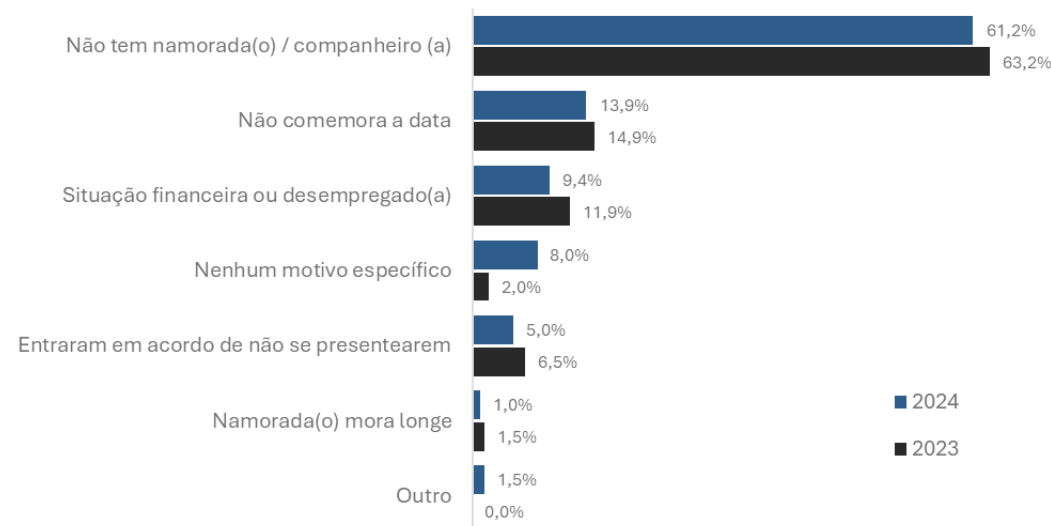
Sondagem de Intenção de Compras

Dia dos Namorados

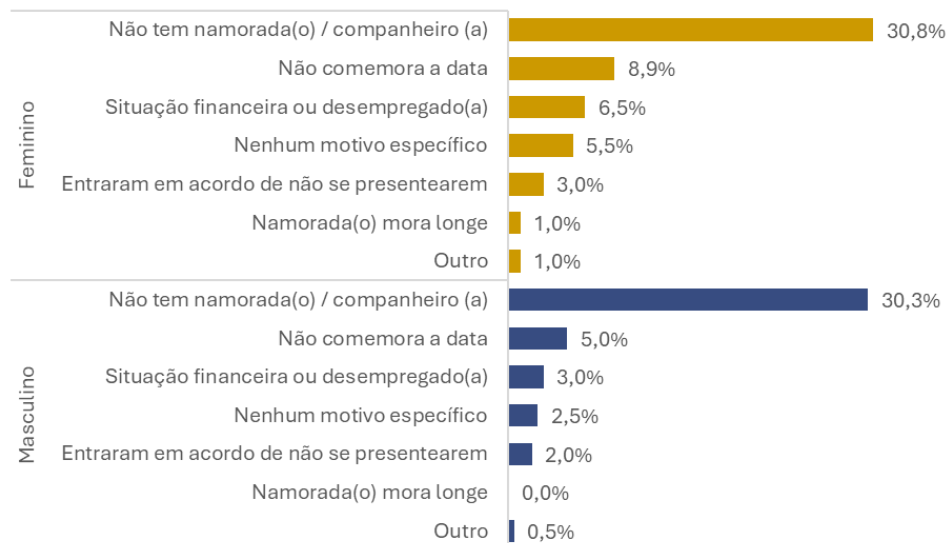
MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR



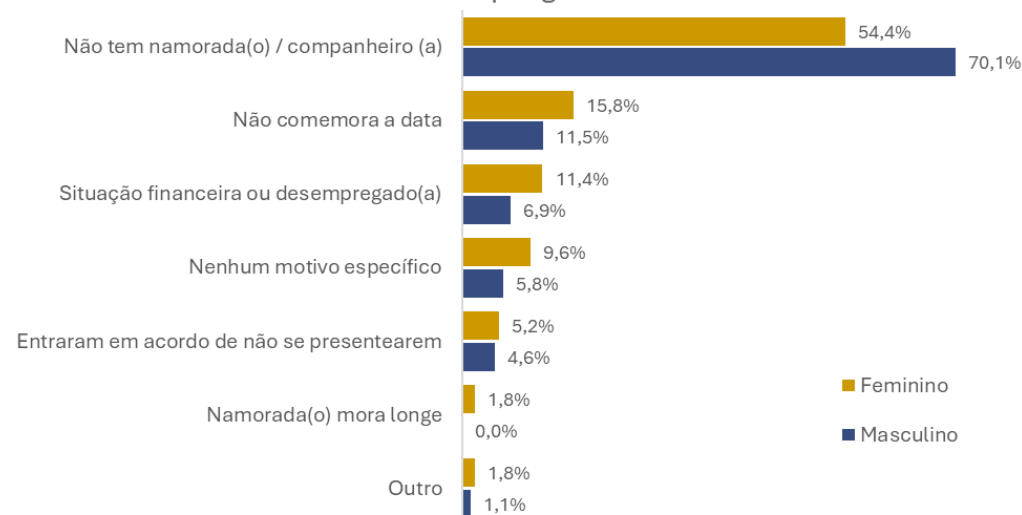
2024 x 2023



Análise do total que não presenteará por gênero



Análise por gênero

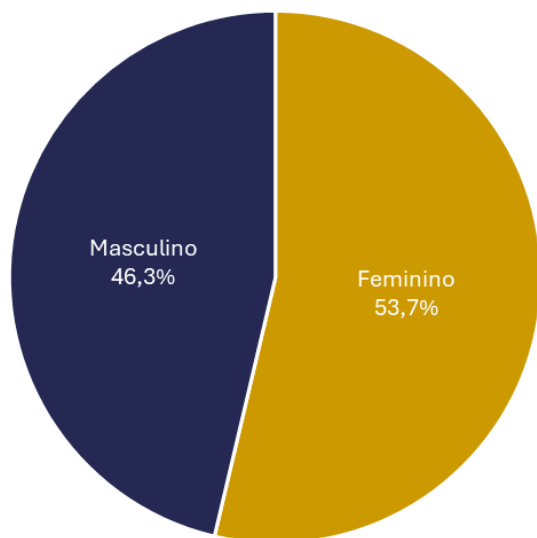


Sondagem de Intenção de Compras

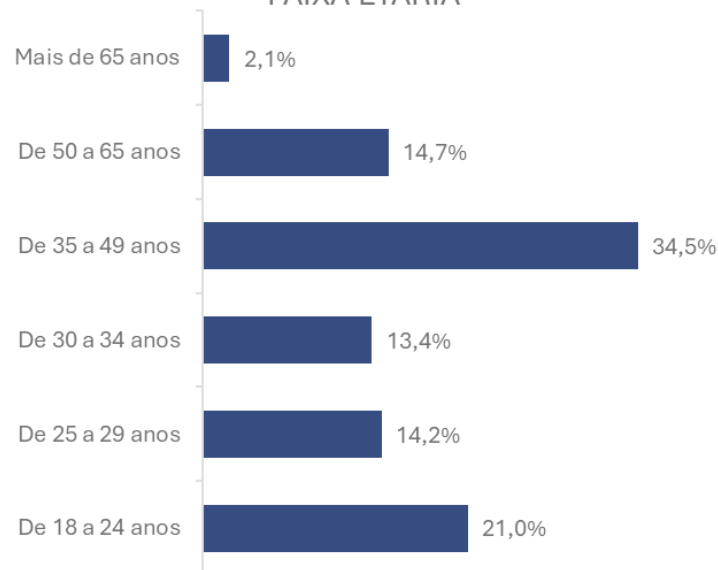
Dia dos Namorados

PERFIL DO CONSUMIDOR

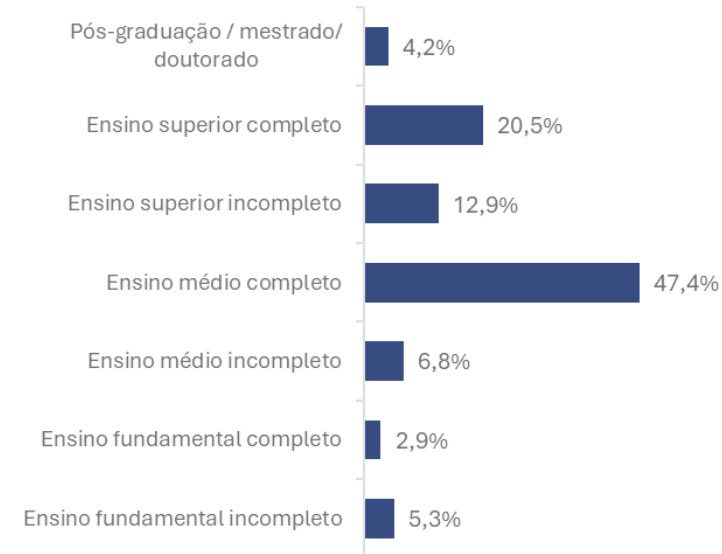
GÊNERO



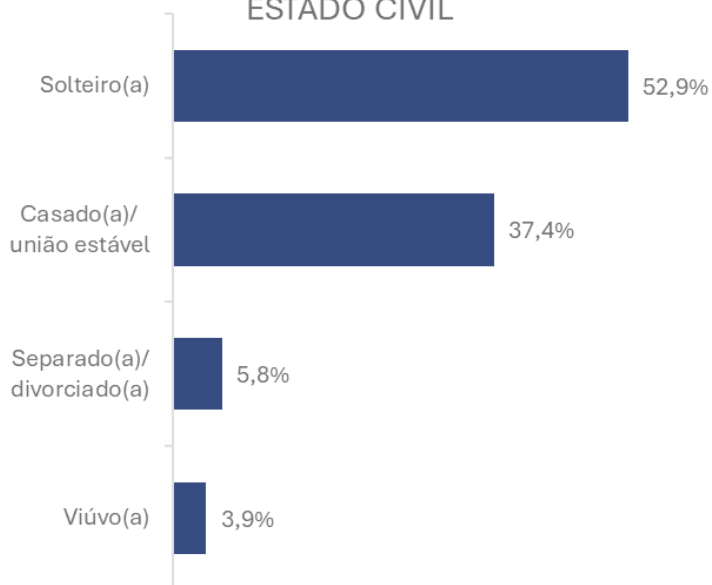
FAIXA ETÁRIA



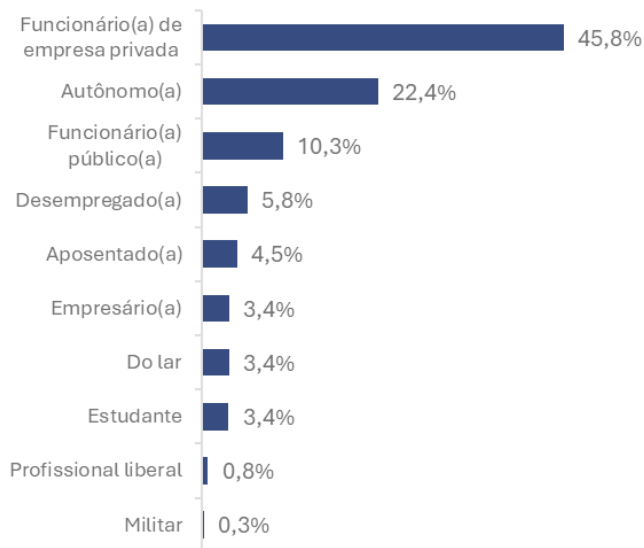
ESCOLARIDADE



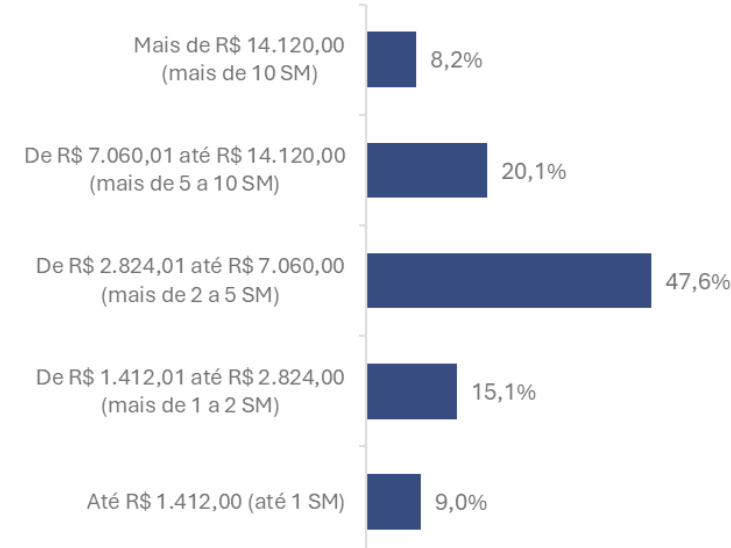
ESTADO CIVIL



OCUPAÇÃO PRINCIPAL



FAIXA DE RENDA FAMILIAR

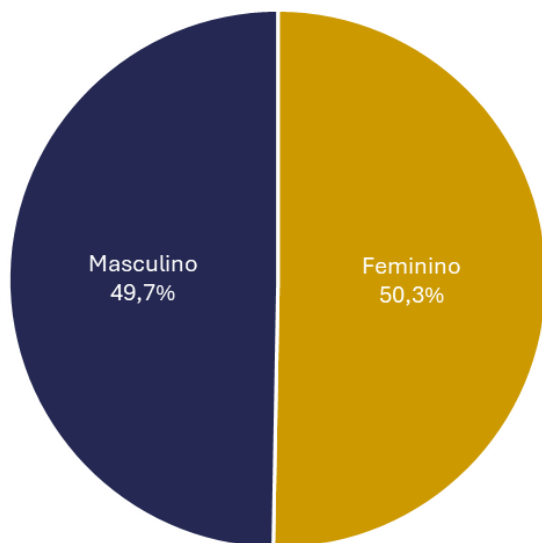


Sondagem de Intenção de Compras

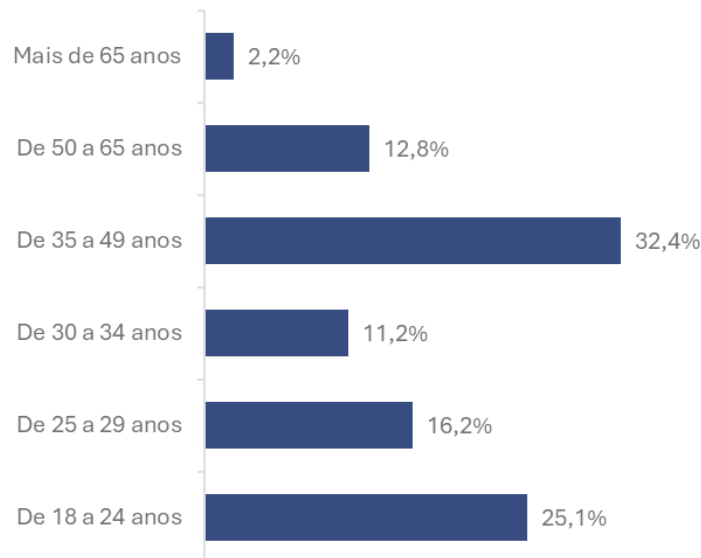
Dia dos Namorados

PERFIL DO CONSUMIDOR QUE PRESENTEARÁ

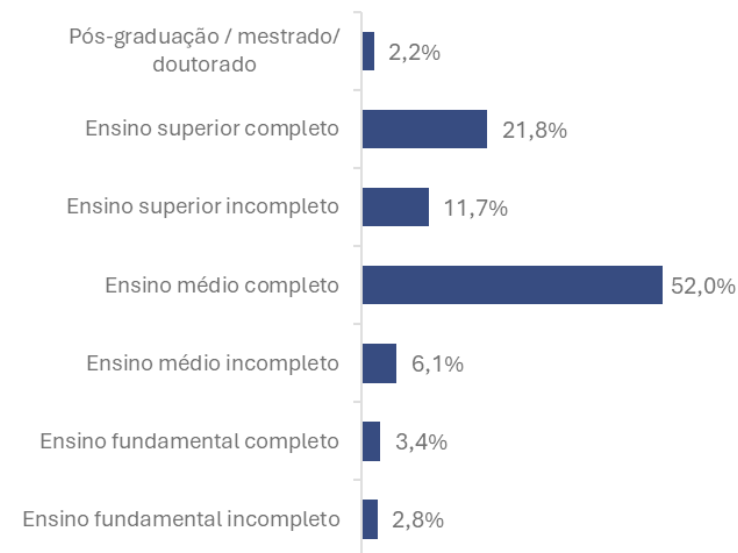
GÊNERO



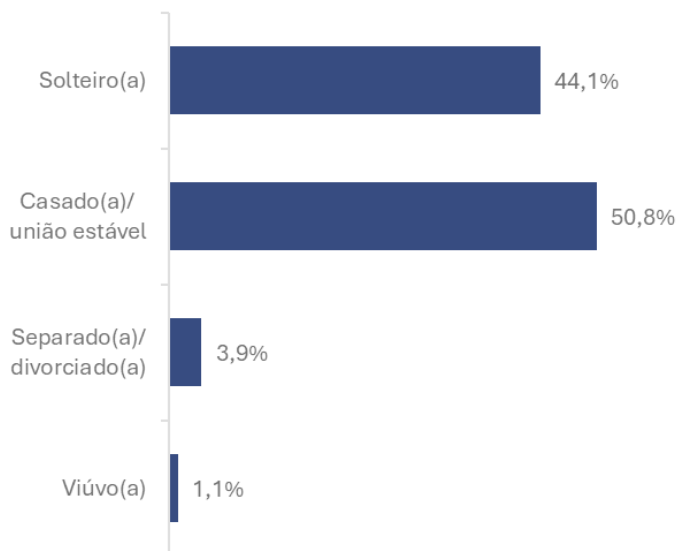
FAIXA ETÁRIA



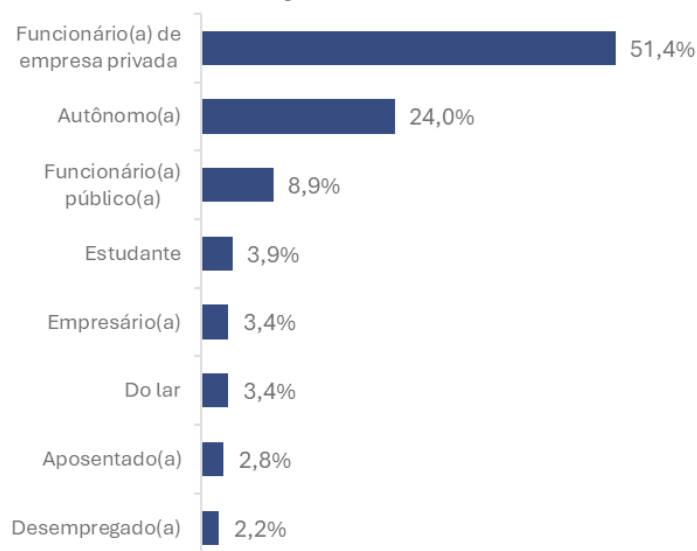
ESCOLARIDADE



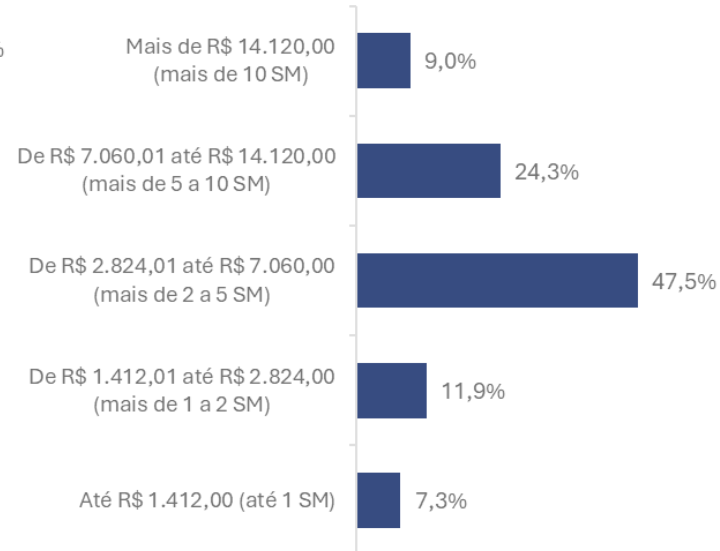
ESTADO CIVIL



OCUPAÇÃO PRINCIPAL



FAIXA DE RENDA FAMILIAR

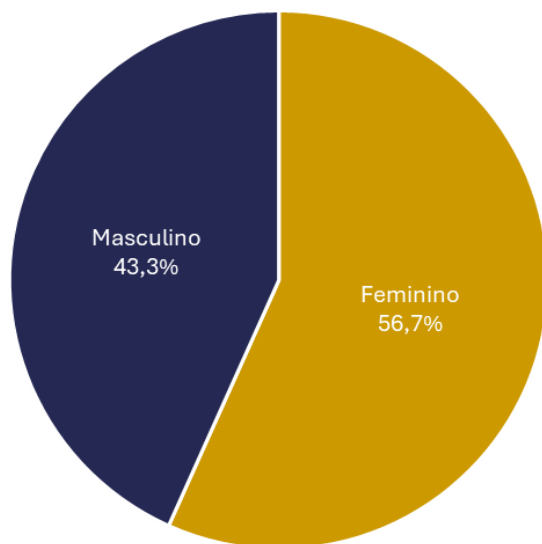


Sondagem de Intenção de Compras

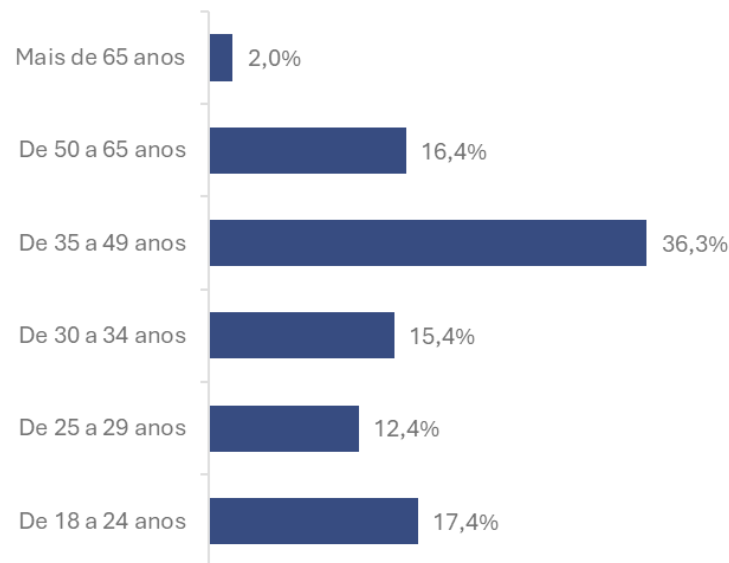
Dia dos Namorados

PERFIL DO CONSUMIDOR QUE NÃO PRESENTEARÁ

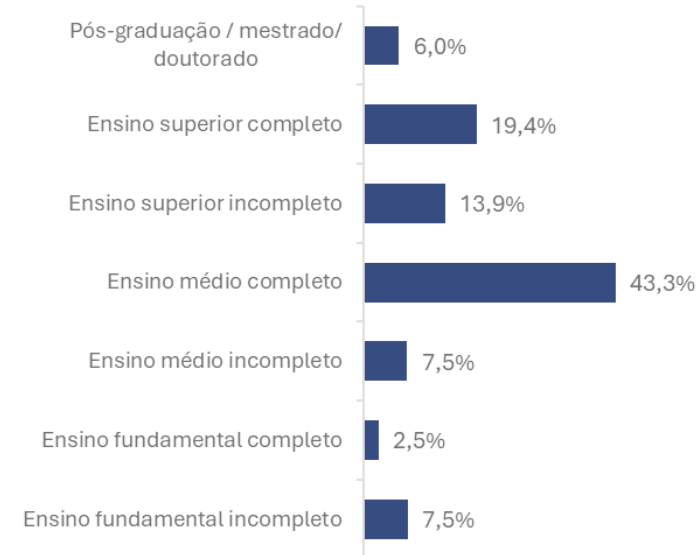
GÊNERO



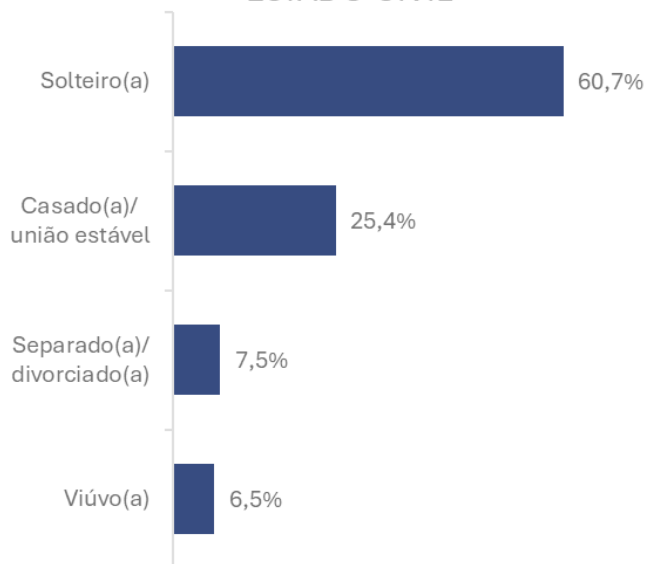
FAIXA ETÁRIA



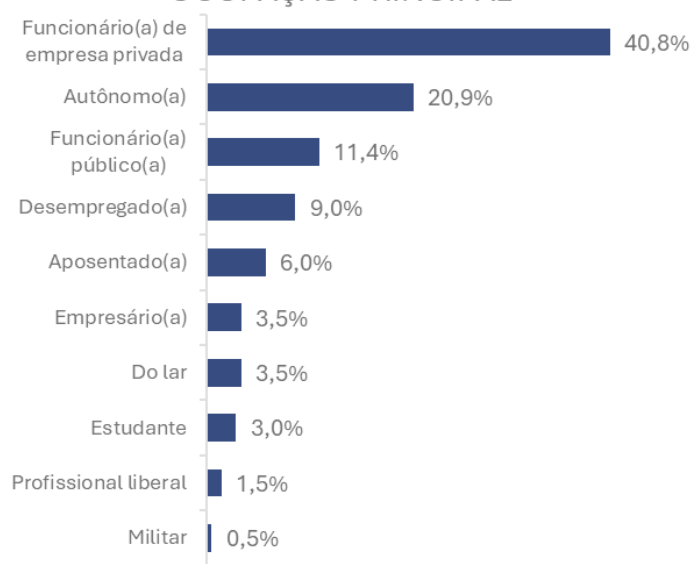
ESCOLARIDADE



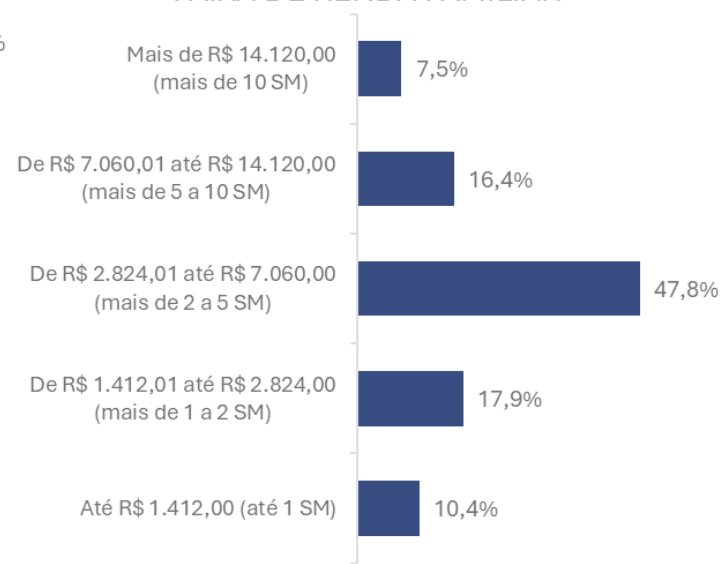
ESTADO CIVIL



OCUPAÇÃO PRINCIPAL



FAIXA DE RENDA FAMILIAR



DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ A data comemorativa do Dia dos Namorados está entre as mais importantes para as vendas no comércio.
- ✓ 47,1% dos paranaenses irão presentear neste Dia dos Namorados. Esse é o segundo pior resultado da série histórica, iniciada em 2016. Praticamente o mesmo que em 2023, quando 47% dos paranaenses pretendiam comprar um presente para o(a) parceiro(a). Já em 2022 esse percentual foi de 64,6%.
- ✓ Intenção dos que “não” e “não sabem se” presentearão passou de 53% em 2023 para 52,9% em 2024.
- ✓ O principal motivo de não presentear este ano continua o mesmo, não ter namorado(a) ou companheiro(a), com 61,2%. Outros 13,9% não comemoram a data e 9,4% não possuem condições financeiras para comprar presentes ou estão desempregados.
- ✓ Entre os homens o percentual que pretende presentear é maior do que entre as mulheres (50,6% x 44,1%).
- ✓ A maioria dos que vão presentear no Dia dos Namorados está casado (50,8%).
- ✓ Apesar de ter diminuído 2,1 pontos percentuais em comparação com 2023, a maioria dos presentes será no valor de até R\$ 100,00 para 30,5% dos pesquisados. E o que teve grande aumento foram os presentes de valor entre R\$ 151,00 e R\$ 200,00 que passou de 21,4% em 2023 para 29,4% dos entrevistados em 2024.
- ✓ O tíquete médio caiu em 2,7% de 2023 para 2024, passando de R\$ 162,22 para R\$ 157,86. A média do valor do presente que será comprado pelos homens (R\$ 179,55) é superior ao que será adquirido pelas mulheres (R\$ 136,51).
- ✓ Entre os que vão presentear, fazendo a análise por gênero, 49,7% são homens e 50,3% são mulheres. Já na análise por faixa de renda dos entrevistados, a maioria encontra-se na faixa de 2 até 5 salários mínimos (47,5%).

DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ 71,5% fazem pesquisa de preço antes de comprar o presente, entre estes 46,9% o fazem pela internet e 24,6% indo às lojas. Quem mais pesquisa valores antes de comprar são as mulheres, com 72,2% de respostas positivas, ante 70,8% entre os homens.
- ✓ Perfumes e cosméticos são os tipos de presentes mais mencionados neste ano, com 37,9% das citações, superando pela primeira vez roupas e calçados, que concentram 30,5% das menções de compra e um jantar romântico é a opção escolhida por 22% dos paranaenses. Na sequência aparecem outros tipos de presentes, como joias, bijuterias e acessórios (17,5%), comidas e bebidas (12,4%), eletrônicos (7,9%), flores (6,8%), livros (6,2%), viagem (5,6%), lembrancinhas e artesanato (5,6%), eletrodomésticos e objetos de decoração (5,1%) e valores em dinheiro para que a pessoa possa comprar o que quiser (4%).
- ✓ Ao serem questionados sobre o que gostariam de ganhar neste Dia dos Namorados, a sondagem verificou um desejo comum nas preferências entre os gêneros, a maioria dos namorados (52,8%) prefere ser surpreendida, tendo os homens com 55,7% e as mulheres com 50%. Contudo, na “wish list” feminina constam, em primeiro lugar, roupas, bolsas e calçados (23,3%), perfumes e cosméticos (18,9%), joias (15,6%), jantar (11,1%) e flores (8,9%), entre outros itens. Já os homens preferem ganhar itens de vestuário (17%), perfumes e cosméticos (9,1%), jantar (9,1%), dinheiro para comprar o que quiser (9,1%), além de viagem (8%) e eletrônicos (8%).
- ✓ A preferência é pelo pagamento à vista dos presentes (67,6%), com 25,4% das compras no cartão de débito, 11% em dinheiro e a utilização do pix passou de 19,7% em 2023 para 31,2% neste ano, ocupando o primeiro lugar na preferência da forma de pagamento. As compras no cartão de crédito parcelado somam 17,3% e no cartão de crédito à vista, 14,5%. Entre as mulheres, a principal forma de pagamento será o Pix, com 35,2%, seguido pelo cartão de débito (22,7%), cartão de crédito parcelado (17,1%), cartão de crédito à vista (12,5%) e dinheiro (12,5%). Já entre os homens, os principais métodos de pagamento serão o cartão de débito, com 28,2%, além do pix (27,1%), o cartão de crédito parcelado (17,6%), cartão de crédito à vista (16,5%) e em dinheiro (9,4%).

DESTAQUES E METODOLOGIA

- ✓ Como podemos observar na sondagem, a maioria (60,3%) deixa para comprar o presente durante a semana que antecede a data e 17,9% no Dia dos Namorados. Apenas 12,3% adquirem o presente de 8 a 15 dias antes e os que se antecipam ainda mais correspondem a 9,5%. Entre os enamorados que vão deixar a compra do presente para última hora, as mulheres se destacam, com 20%, ante 15,7% entre os homens. Elas também são maioria na parcela que se programa com mais antecedência, de 16 a um mês antes da data, correspondendo a 10%, na comparação com 4,5% entre os homens.
- ✓ O shopping e a internet são os locais preferidos para a compra dos presentes, com 35,4% e 33,7%, respectivamente. Enquanto o shopping é o local de compra favorito das mulheres, com 37,8%, a internet é o dos homens, com 36,5%. As lojas do centro da cidade devem receber 13,1% do fluxo de consumidores e as lojas de bairro, 9,7%.
- ✓ O principal fator considerado para a escolha do presente, continua sendo a qualidade do produto, com 41,7% das menções, seguido pelo atendimento do vendedor que chega a motivar 28% das pessoas durante a compra. Já os descontos, preço baixo e promoções influenciam 9,1%, 6,3% e 5,7% dos consumidores, respectivamente. Na análise por gênero, a qualidade do produto influencia sobretudo para os consumidores do gênero masculino, sendo essa questão citada por 44,7% dos entrevistados, ante 38,9% entre as mulheres. O atendimento do vendedor é outro ponto de grande importância na hora da compra, citado por 32,2% das mulheres e por 23,5% dos homens.
- ✓ 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 se deu no período de 3 a 9 de maio de 2024. A abordagem dos consumidores ocorreu de forma aleatória, em diferentes pontos de circulação de Curitiba, resultando em uma amostra de 380 respondentes. O nível de confiança desta pesquisa é de 95%, com margem de erro de 5,03%.

Departamento de Pesquisas da Fecomércio PR

pesquisa@fecomerciopr.com.br

(41) **3883-4527**

