

Sondagem de intenção de compras

DIA DOS NAMORADOS

Junho/2025

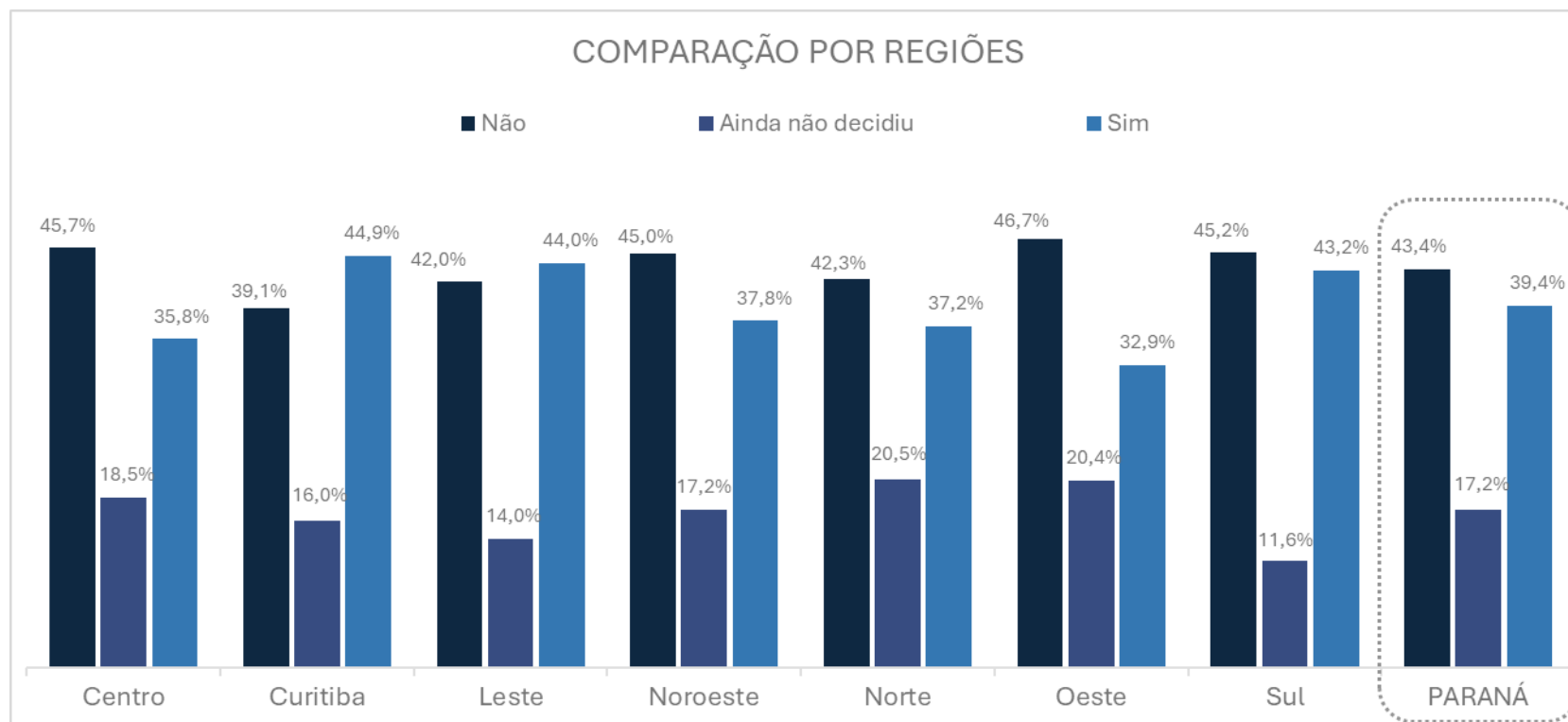


INTENÇÃO DE PRESENTEAR

1. Tem intenção de presentear no Dia dos Namorados?

Intenção de Presentear	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	45,7%	39,1%	42,0%	45,0%	42,3%	46,7%	45,2%	43,4%
Ainda não decidiu	18,5%	16,0%	14,0%	17,2%	20,5%	20,4%	11,6%	17,2%
Sim	35,8%	44,9%	44,0%	37,8%	37,2%	32,9%	43,2%	39,4%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

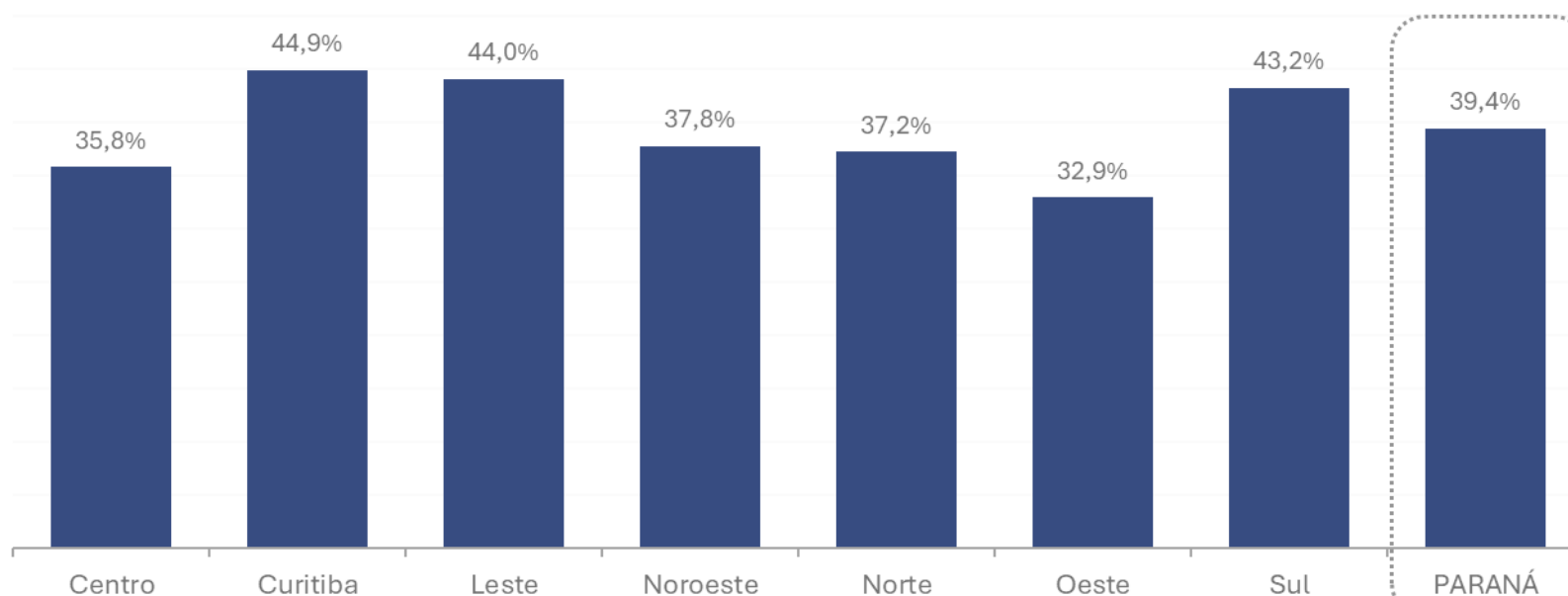
COMPARAÇÃO POR REGIÕES



INTENÇÃO DE PRESENTEAR

Intenção Positiva

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - INTENÇÃO POSITIVA

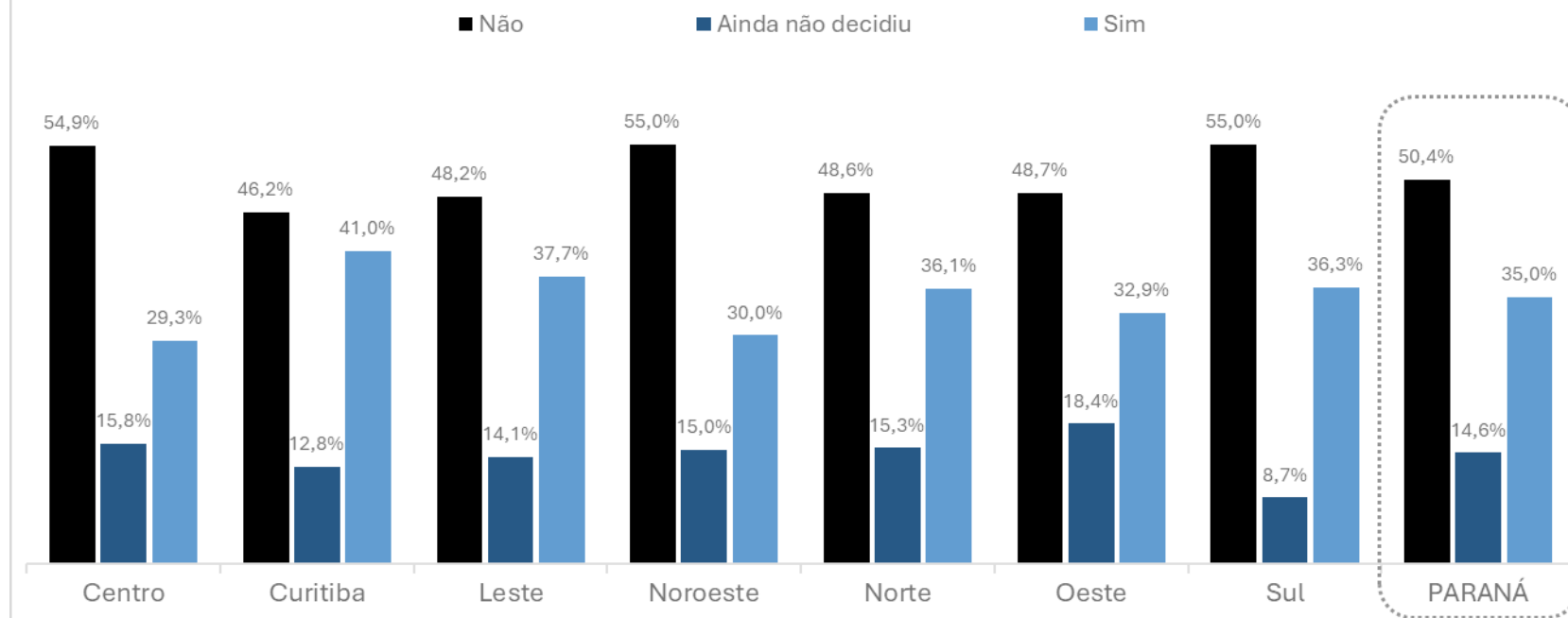


INTENÇÃO DE PRESENTEAR

Gênero Feminino

Intenção de Presentear - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	54,9%	46,2%	48,2%	55,0%	48,6%	48,7%	55,0%	50,4%
Ainda não decidiu	15,8%	12,8%	14,1%	15,0%	15,3%	18,4%	8,7%	14,6%
Sim	29,3%	41,0%	37,7%	30,0%	36,1%	32,9%	36,3%	35,0%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO FEMININO

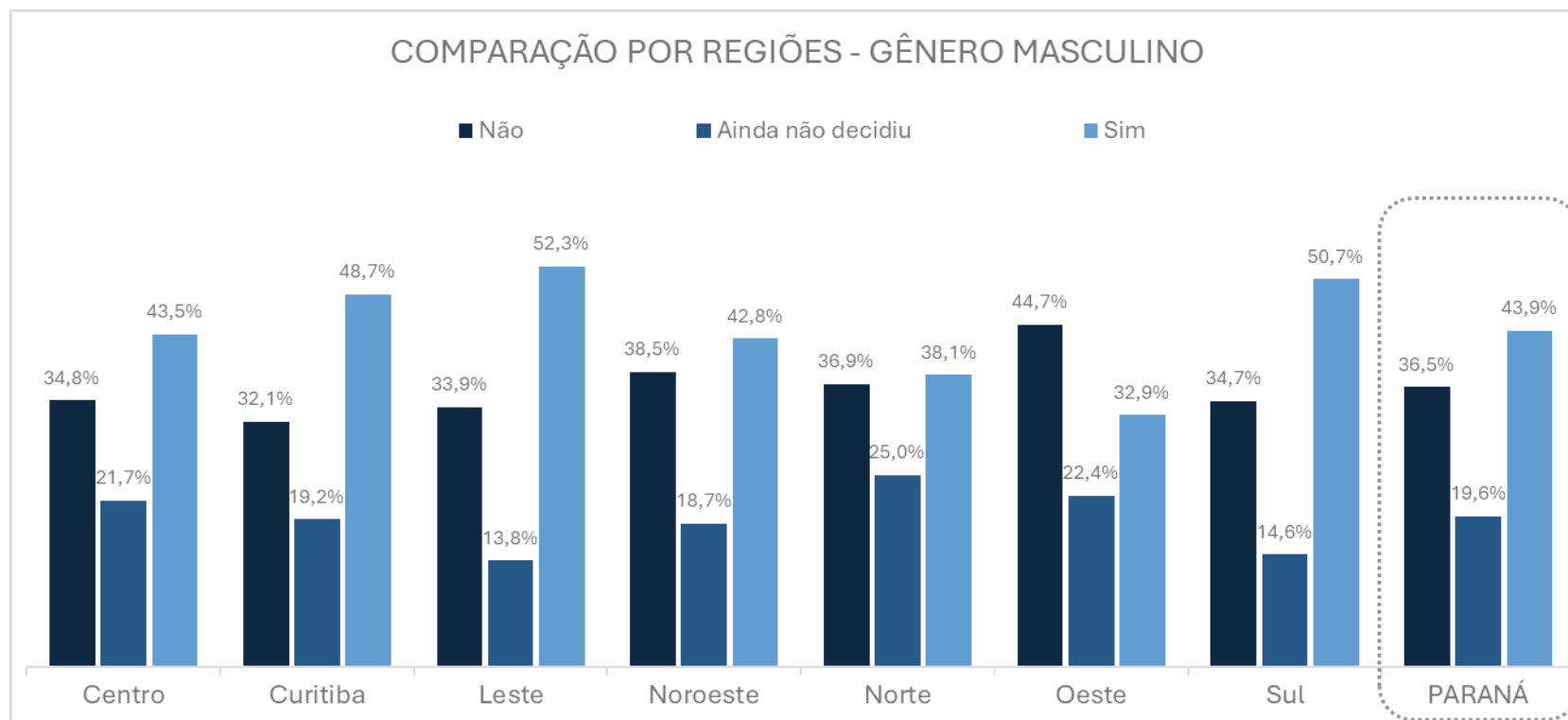


INTENÇÃO DE PRESENTEAR

Gênero Masculino

Intenção de Presentear - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	34,8%	32,1%	33,9%	38,5%	36,9%	44,7%	34,7%	36,5%
Ainda não decidiu	21,7%	19,2%	13,8%	18,7%	25,0%	22,4%	14,6%	19,6%
Sim	43,5%	48,7%	52,3%	42,8%	38,1%	32,9%	50,7%	43,9%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO MASCULINO

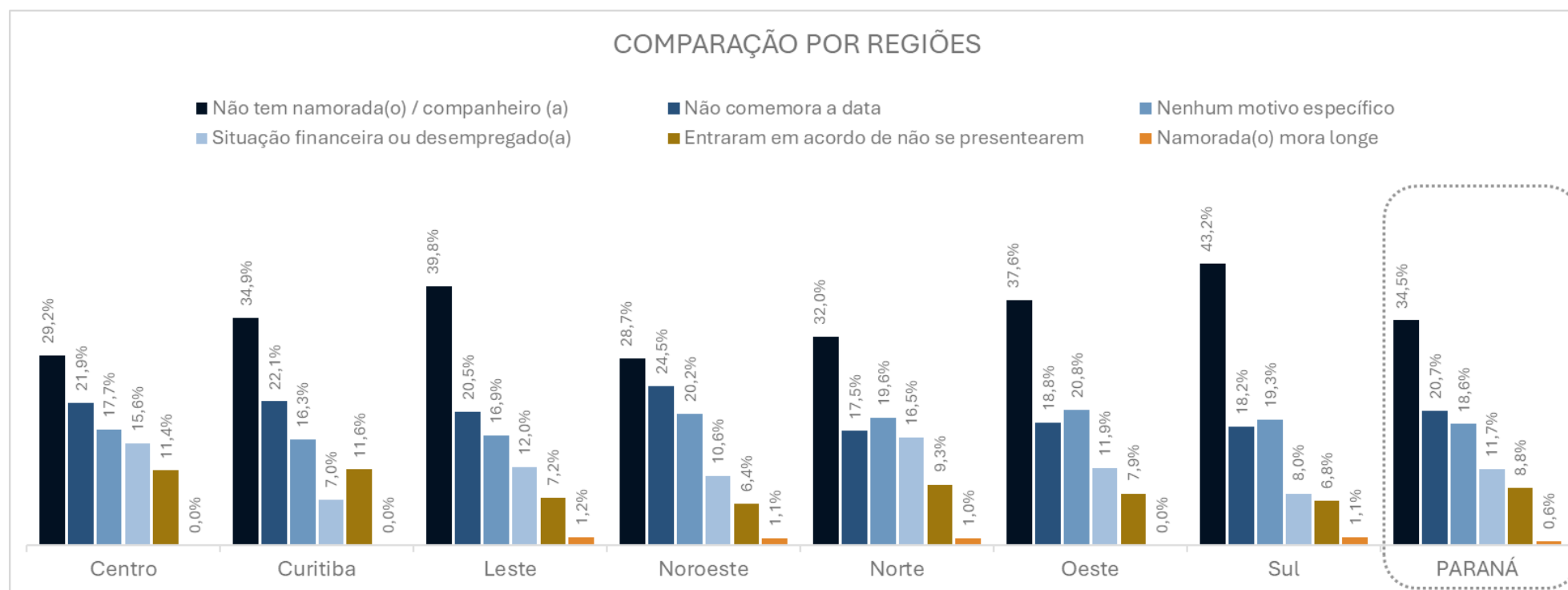


MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

2. Qual o motivo de não presentear no Dia dos Namorados?

Motivo de não presentear - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não tem namorada(o) / companheiro (a)	29,2%	34,9%	39,8%	28,7%	32,0%	37,6%	43,2%	34,5%
Não comemora a data	21,9%	22,1%	20,5%	24,5%	17,5%	18,8%	18,2%	20,7%
Nenhum motivo específico	17,7%	16,3%	16,9%	20,2%	19,6%	20,8%	19,3%	18,6%
Situação financeira ou desempregado(a)	15,6%	7,0%	12,0%	10,6%	16,5%	11,9%	8,0%	11,7%
Entraram em acordo de não se presentear	11,4%	11,6%	7,2%	6,4%	9,3%	7,9%	6,8%	8,8%
Namorada(o) mora longe	0,0%	0,0%	1,2%	1,1%	1,0%	0,0%	1,1%	0,6%
Outro	4,2%	8,1%	2,4%	8,5%	4,1%	3,0%	3,4%	5,1%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES

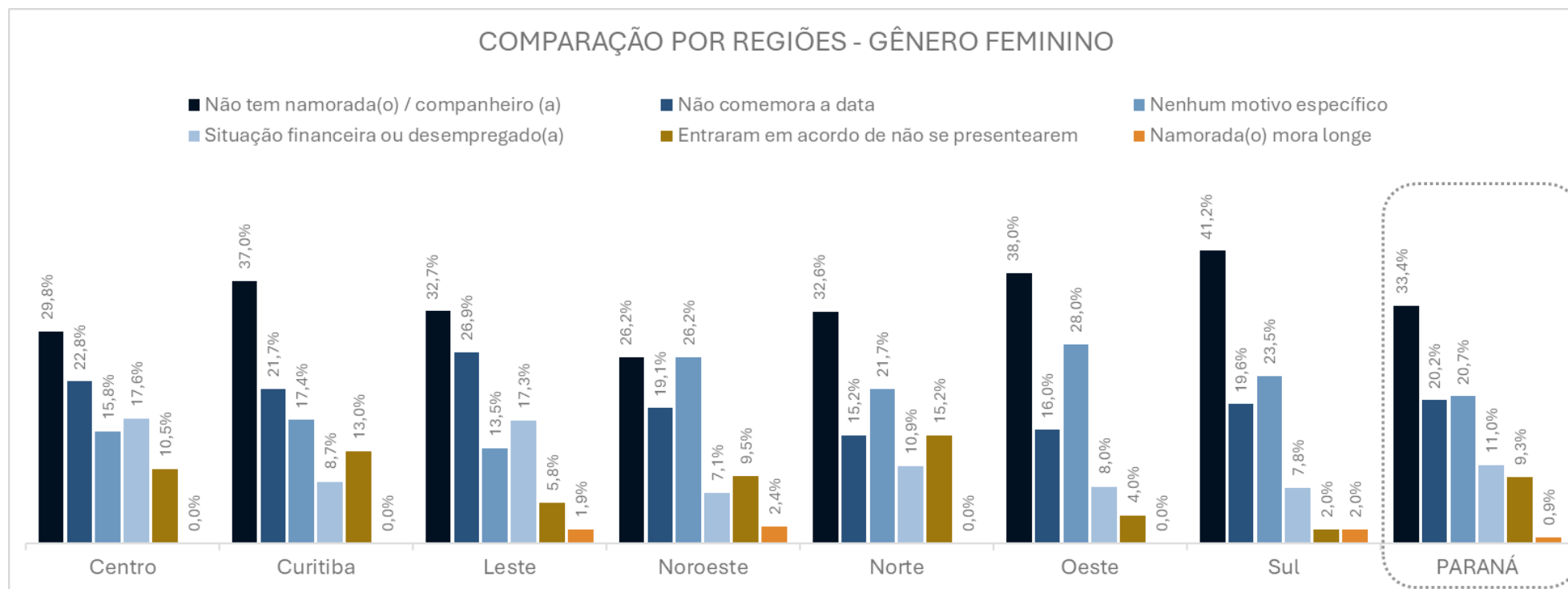


MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

Gênero Feminino

Motivo de não presentear - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não tem namorada(o) / companheiro (a)	29,8%	37,0%	32,7%	26,2%	32,6%	38,0%	41,2%	33,4%
Não comemora a data	22,8%	21,7%	26,9%	19,1%	15,2%	16,0%	19,6%	20,2%
Nenhum motivo específico	15,8%	17,4%	13,5%	26,2%	21,7%	28,0%	23,5%	20,7%
Situação financeira ou desempregado(a)	17,6%	8,7%	17,3%	7,1%	10,9%	8,0%	7,8%	11,0%
Entraram em acordo de não se presentear	10,5%	13,0%	5,8%	9,5%	15,2%	4,0%	2,0%	9,3%
Namorada(o) mora longe	0,0%	0,0%	1,9%	2,4%	0,0%	0,0%	2,0%	0,9%
Outro	3,5%	2,2%	1,9%	9,5%	4,4%	6,0%	3,9%	4,5%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO FEMININO



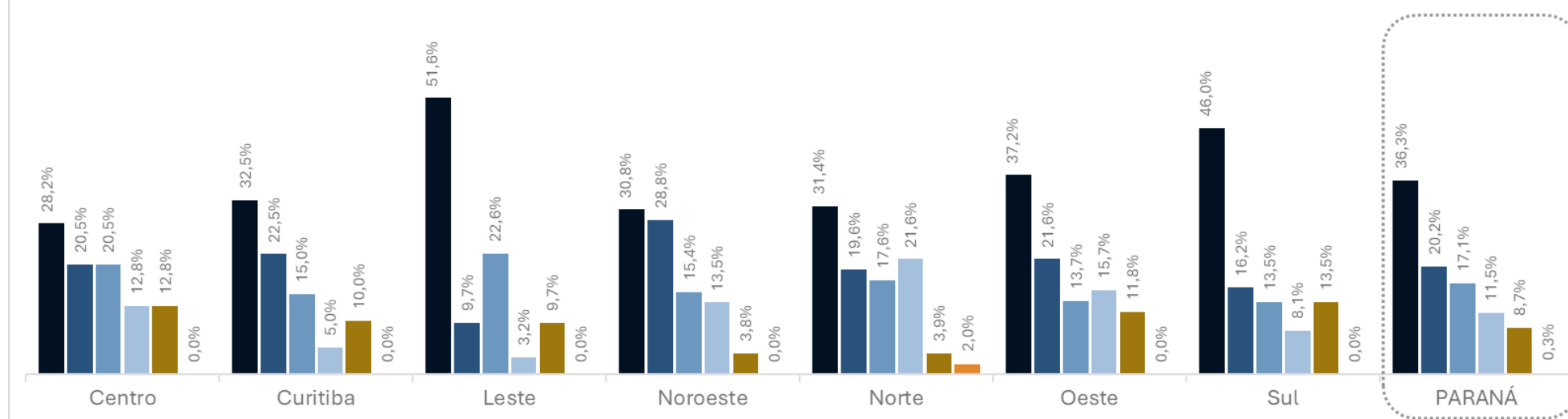
MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

Gênero Masculino

Motivo de não presentear - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não tem namorada(o) / companheiro (a)	28,2%	32,5%	51,6%	30,8%	31,4%	37,2%	46,0%	36,3%
Não comemora a data	20,5%	22,5%	9,7%	28,8%	19,6%	21,6%	16,2%	20,2%
Nenhum motivo específico	20,5%	15,0%	22,6%	15,4%	17,6%	13,7%	13,5%	17,1%
Situação financeira ou desempregado(a)	12,8%	5,0%	3,2%	13,5%	21,6%	15,7%	8,1%	11,5%
Entraram em acordo de não se presentear	12,8%	10,0%	9,7%	3,8%	3,9%	11,8%	13,5%	8,7%
Namorada(o) mora longe	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Outro	5,2%	15,0%	3,2%	7,7%	3,9%	0,0%	2,7%	5,9%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO MASCULINO

■ Não tem namorada(o) / companheiro (a) ■ Não comemora a data ■ Nenhum motivo específico
 ■ Situação financeira ou desempregado(a) ■ Entraram em acordo de não se presentear ■ Namorada(o) mora longe

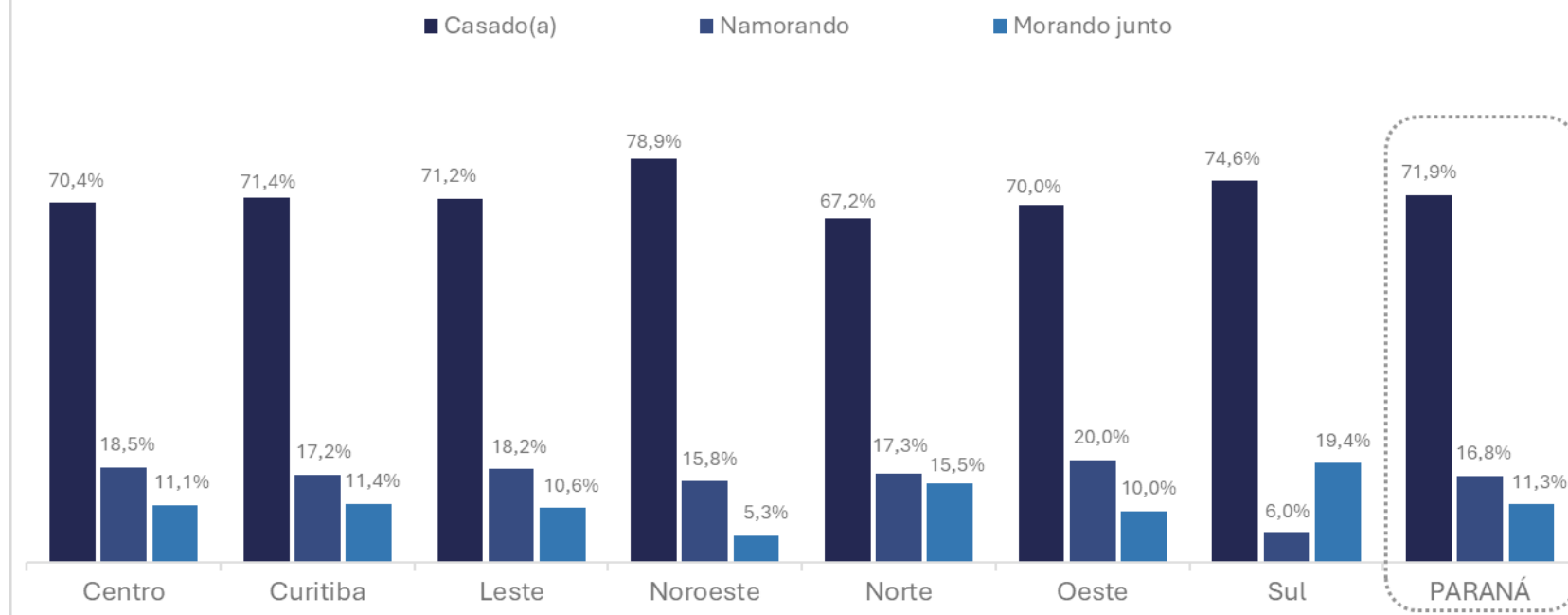


STATUS DO RELACIONAMENTO

3. Qual é o status do seu relacionamento?

Status do Relacionamento - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Casado(a)	70,4%	71,4%	71,2%	78,9%	67,2%	70,0%	74,6%	71,9%
Namorando	18,5%	17,2%	18,2%	15,8%	17,3%	20,0%	6,0%	16,8%
Morando junto	11,1%	11,4%	10,6%	5,3%	15,5%	10,0%	19,4%	11,3%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES

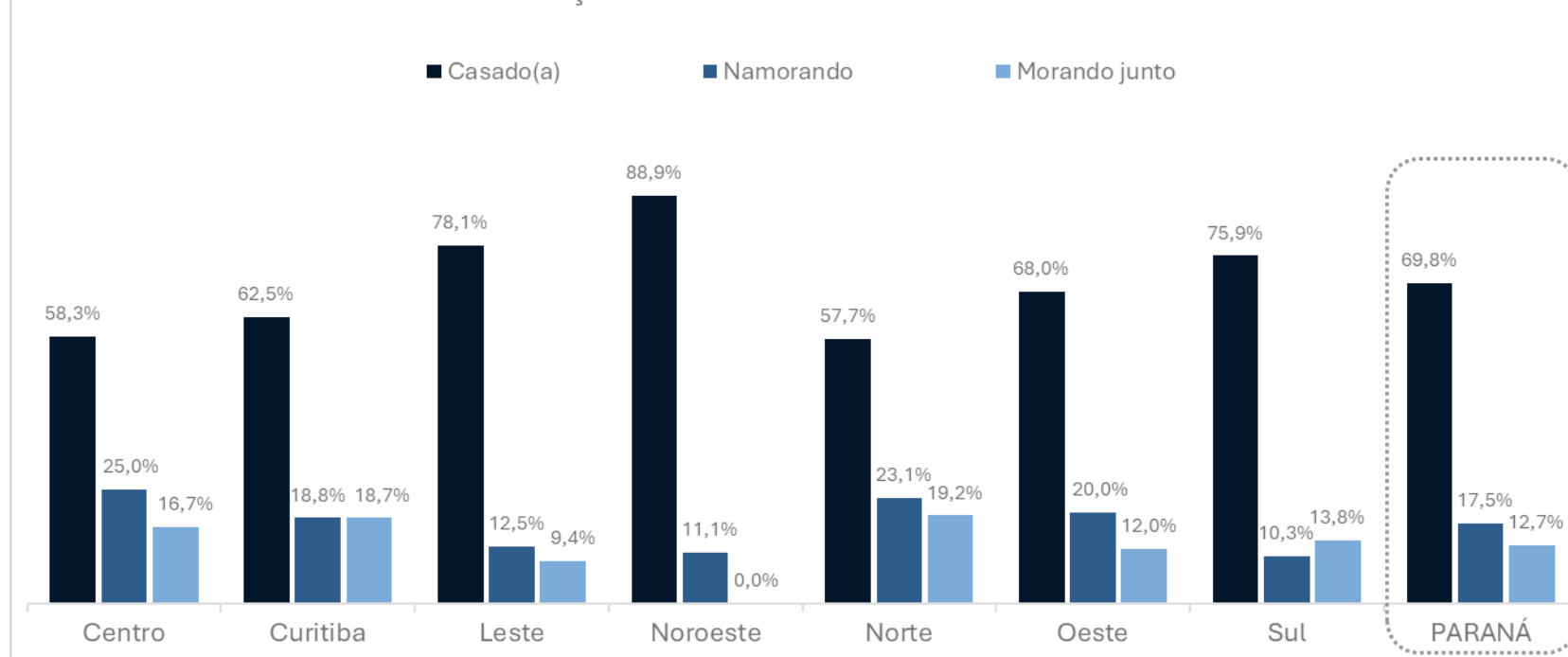


STATUS DO RELACIONAMENTO

Gênero Feminino

Status do Relacionamento - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Casado(a)	58,3%	62,5%	78,1%	88,9%	57,7%	68,0%	75,9%	69,8%
Namorando	25,0%	18,8%	12,5%	11,1%	23,1%	20,0%	10,3%	17,5%
Morando junto	16,7%	18,7%	9,4%	0,0%	19,2%	12,0%	13,8%	12,7%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO FEMININO

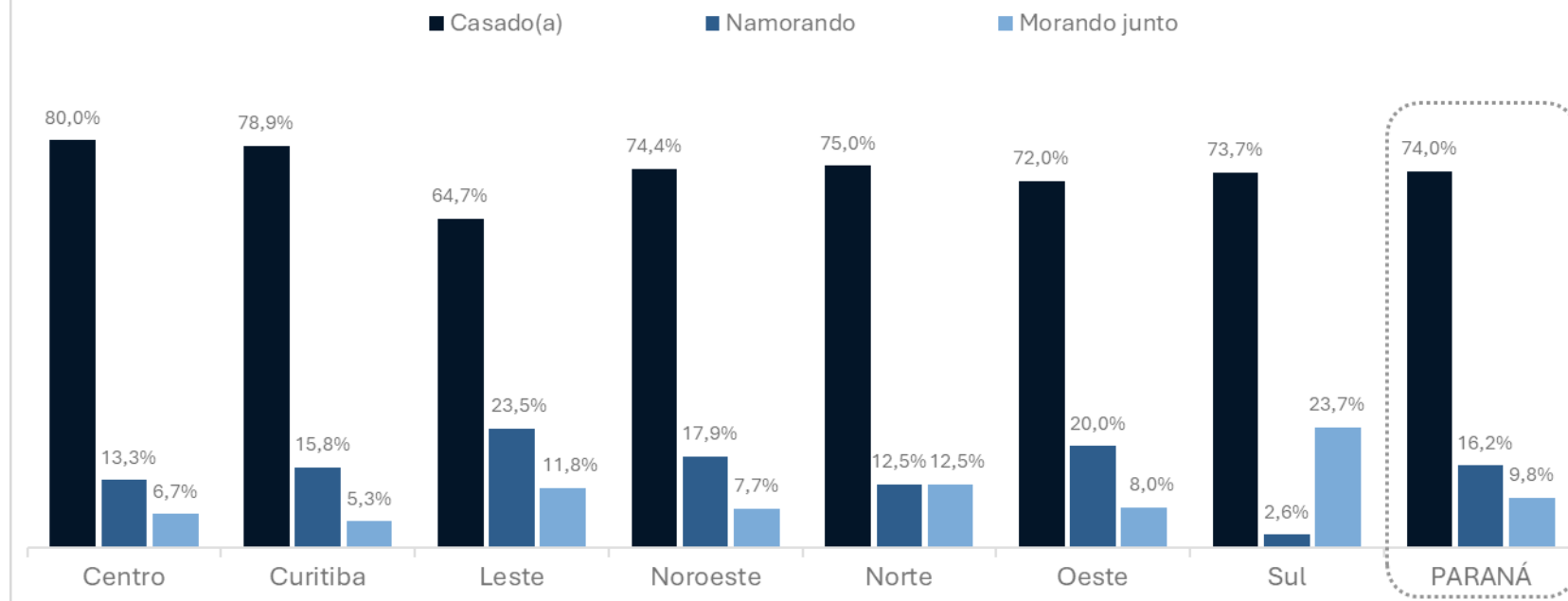


STATUS DO RELACIONAMENTO

Gênero Masculino

Status do Relacionamento - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Casado(a)	80,0%	78,9%	64,7%	74,4%	75,0%	72,0%	73,7%	74,0%
Namorando	13,3%	15,8%	23,5%	17,9%	12,5%	20,0%	2,6%	16,2%
Morando junto	6,7%	5,3%	11,8%	7,7%	12,5%	8,0%	23,7%	9,8%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

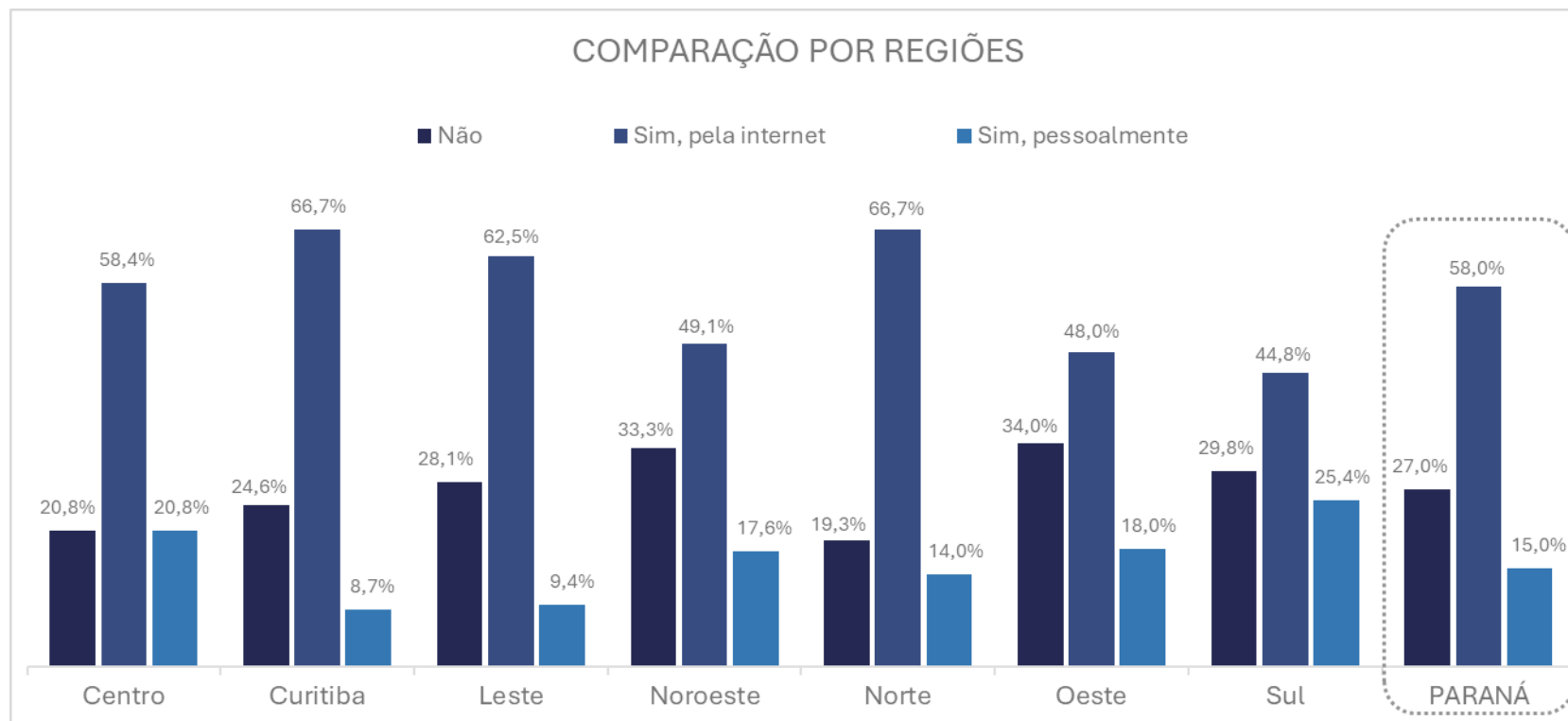
COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO MASCULINO



PESQUISA DE PREÇO

4. Costuma fazer pesquisa de preço antes de comprar?

Pesquisa de Preço -Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	20,8%	24,6%	28,1%	33,3%	19,3%	34,0%	29,8%	27,0%
Sim, pela internet	58,4%	66,7%	62,5%	49,1%	66,7%	48,0%	44,8%	58,0%
Sim, pessoalmente	20,8%	8,7%	9,4%	17,6%	14,0%	18,0%	25,4%	15,0%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



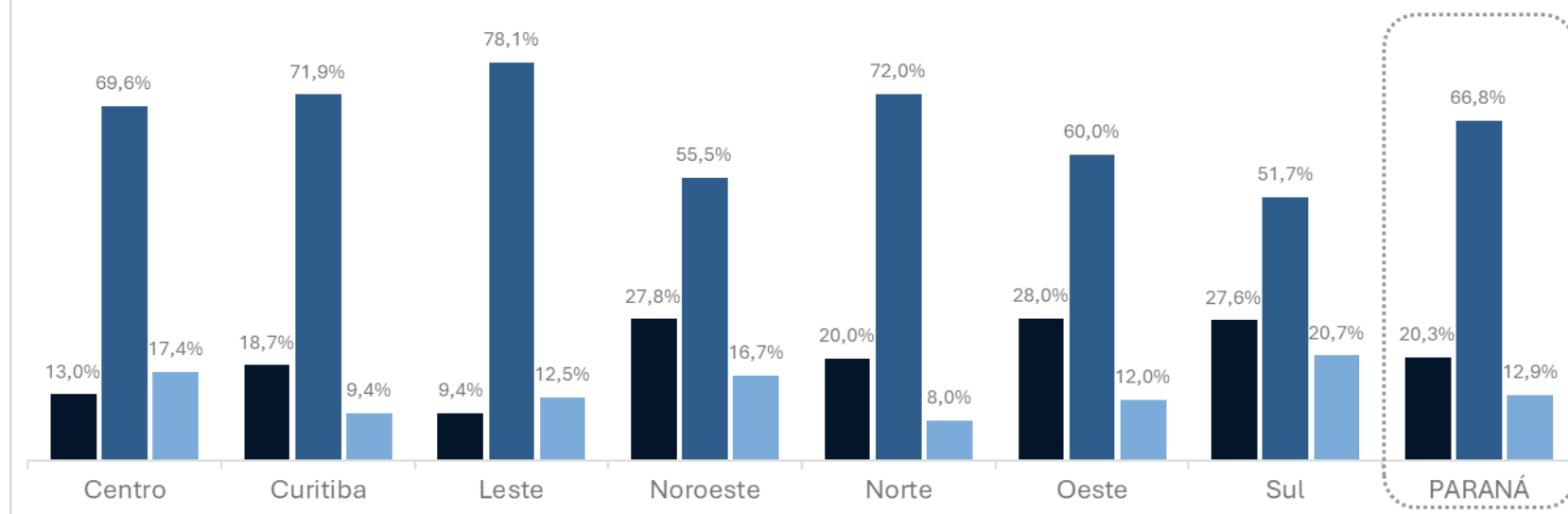
PESQUISA DE PREÇO

Gênero Feminino

Pesquisa de Preço - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	13,0%	18,7%	9,4%	27,8%	20,0%	28,0%	27,6%	20,3%
Sim, pela internet	69,6%	71,9%	78,1%	55,5%	72,0%	60,0%	51,7%	66,8%
Sim, pessoalmente	17,4%	9,4%	12,5%	16,7%	8,0%	12,0%	20,7%	12,9%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO FEMININO

■ Não ■ Sim, pela internet ■ Sim, pessoalmente

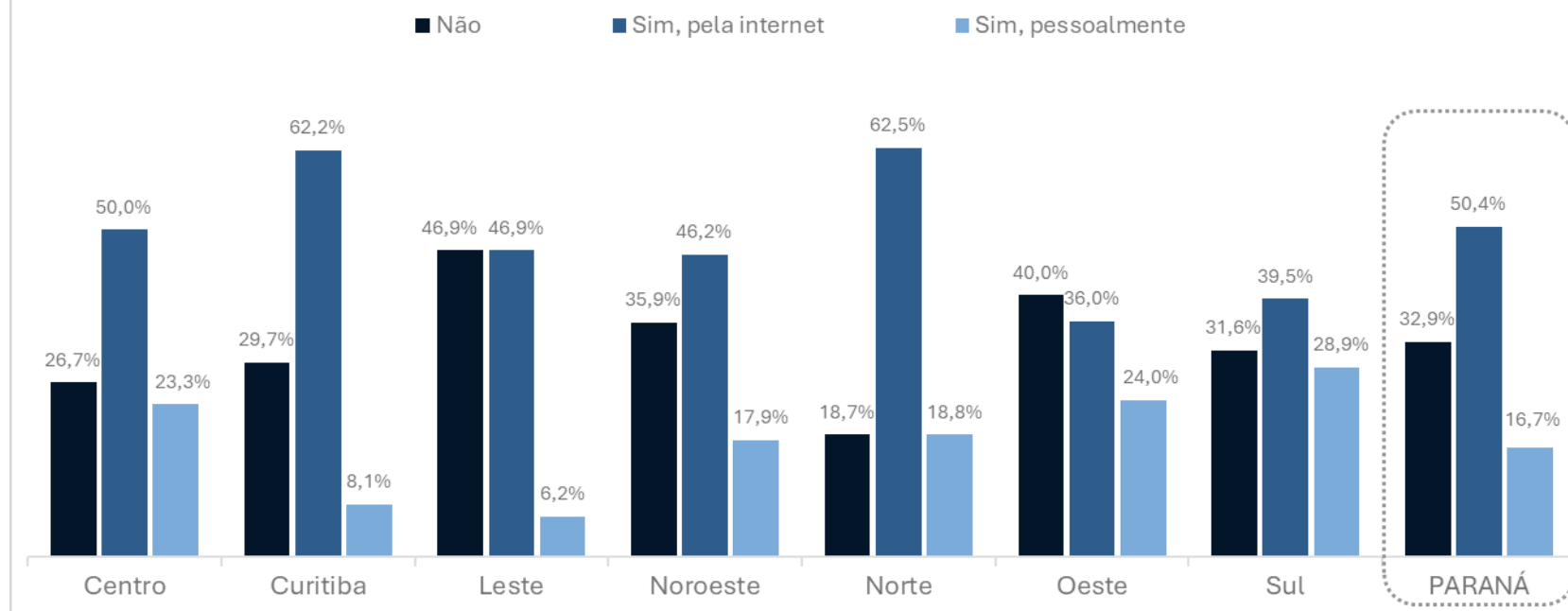


PESQUISA DE PREÇO

Gênero Masculino

Pesquisa de Preço - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	26,7%	29,7%	46,9%	35,9%	18,7%	40,0%	31,6%	32,9%
Sim, pela internet	50,0%	62,2%	46,9%	46,2%	62,5%	36,0%	39,5%	50,4%
Sim, pessoalmente	23,3%	8,1%	6,2%	17,9%	18,8%	24,0%	28,9%	16,7%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO MASCULINO

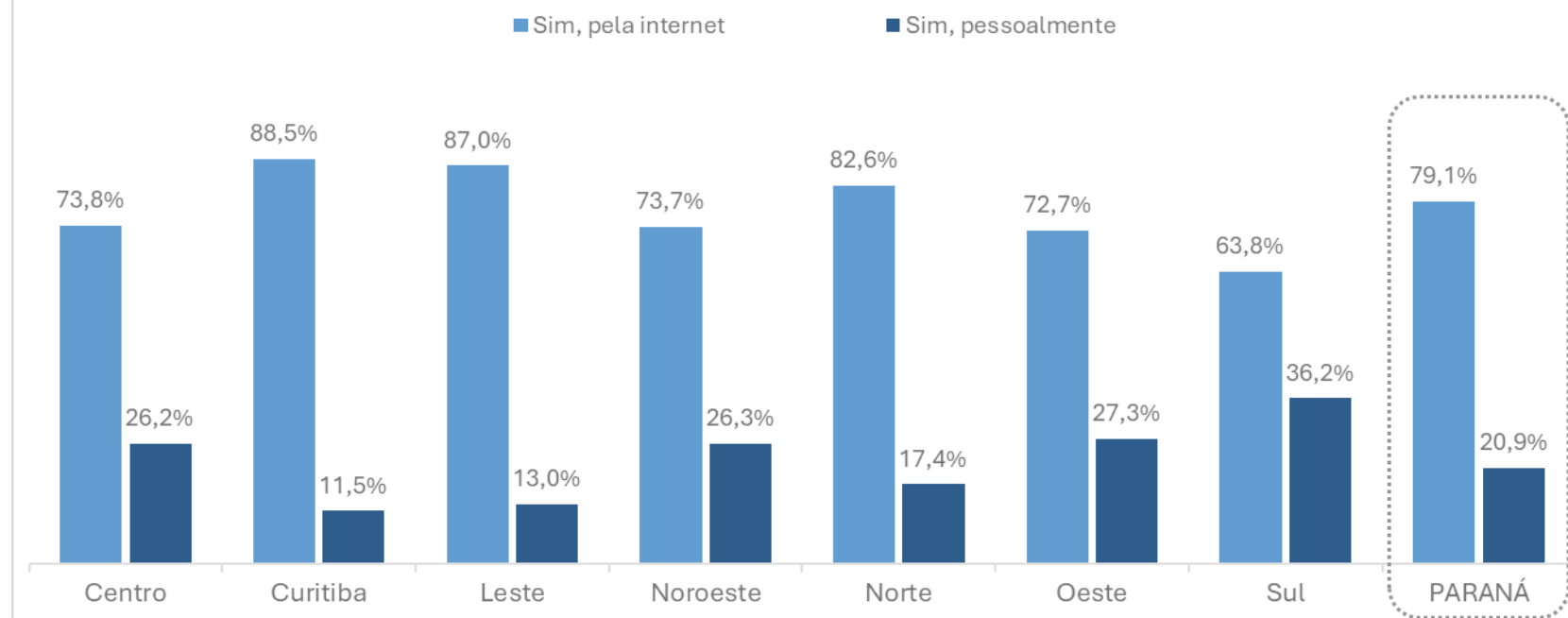


PESQUISA DE PREÇO

Quem faz pesquisa de preço antes de comprar

Quem faz Pesquisa de Preço	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Sim, pela internet	73,8%	88,5%	87,0%	73,7%	82,6%	72,7%	63,8%	79,1%
Sim, pessoalmente	26,2%	11,5%	13,0%	26,3%	17,4%	27,3%	36,2%	20,9%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

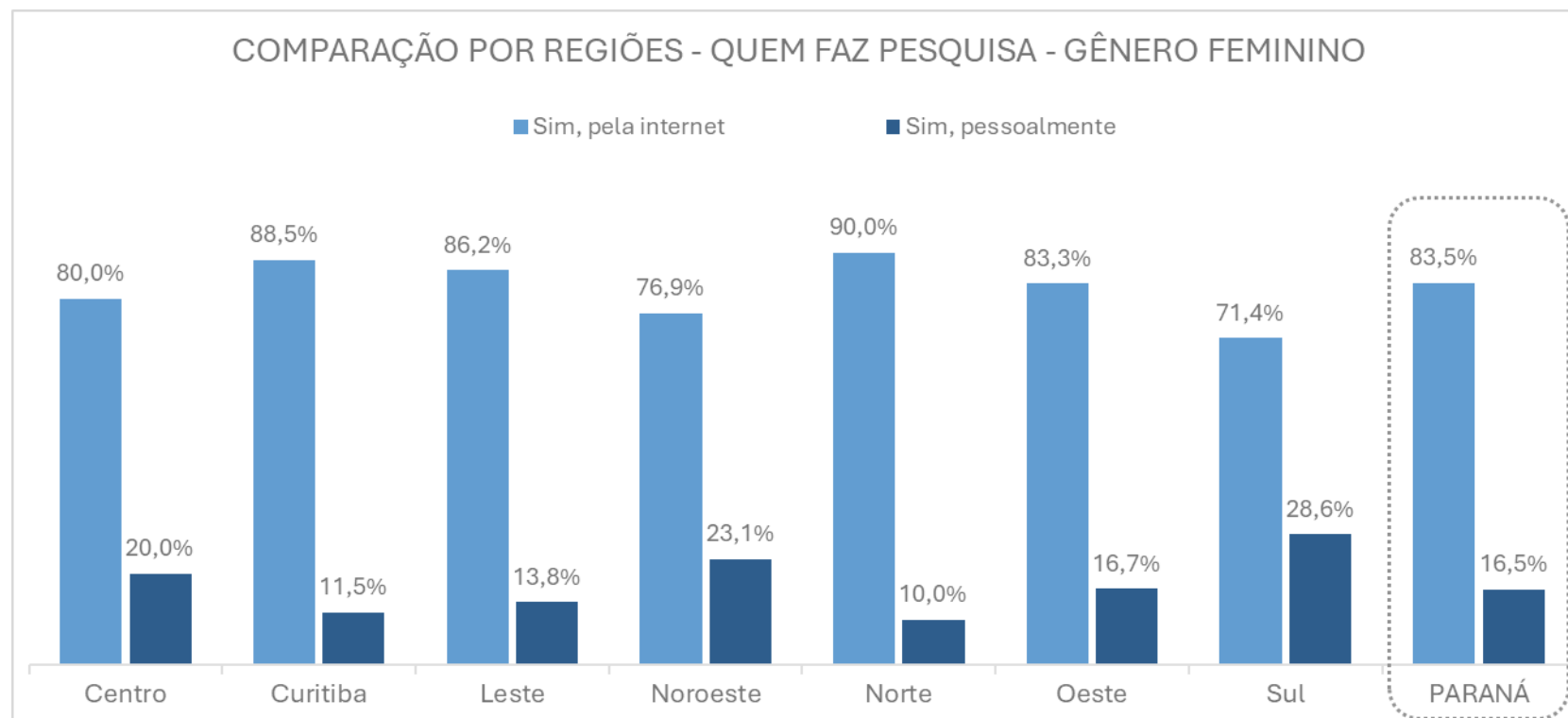
COMPARAÇÃO POR REGIÕES - QUEM FAZ PESQUISA



PESQUISA DE PREÇO

Gênero Feminino

Quem faz Pesquisa de Preço - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Sim, pela internet	80,0%	88,5%	86,2%	76,9%	90,0%	83,3%	71,4%	83,5%
Sim, pessoalmente	20,0%	11,5%	13,8%	23,1%	10,0%	16,7%	28,6%	16,5%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

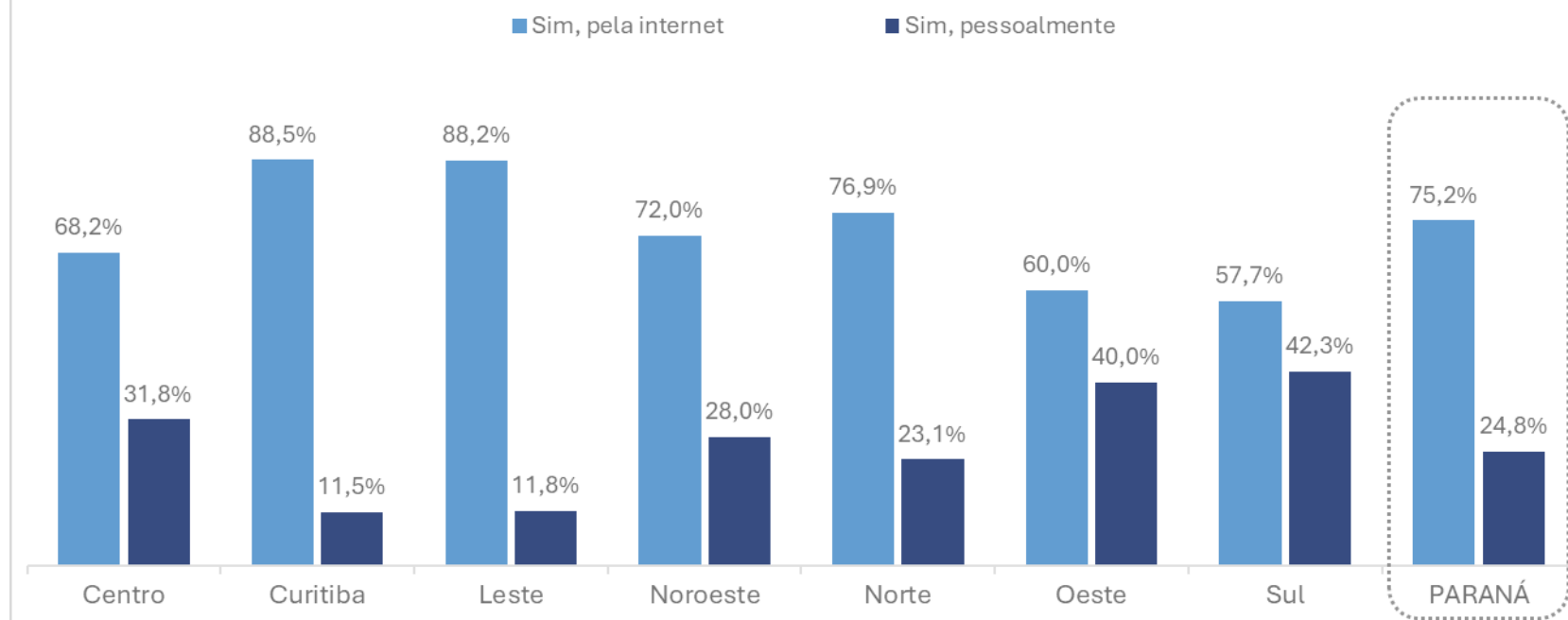


PESQUISA DE PREÇO

Gênero Masculino

Quem faz Pesquisa de Preço - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Sim, pela internet	68,2%	88,5%	88,2%	72,0%	76,9%	60,0%	57,7%	75,2%
Sim, pessoalmente	31,8%	11,5%	11,8%	28,0%	23,1%	40,0%	42,3%	24,8%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - QUEM FAZ PESQUISA - GÊNERO MASCULINO

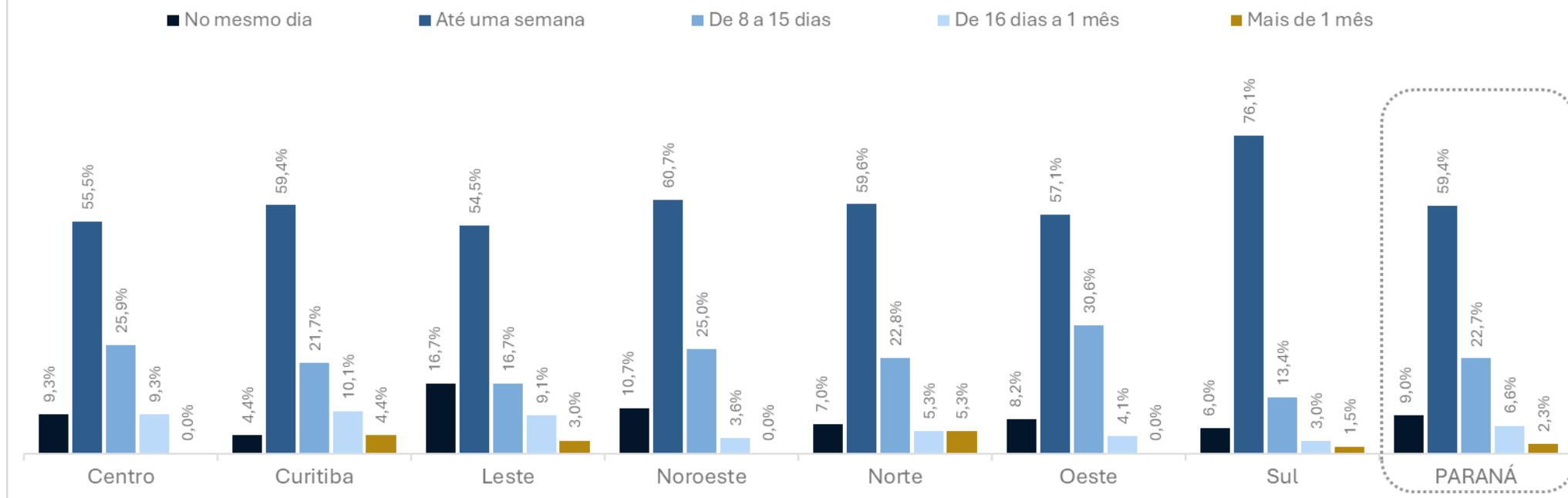


PERÍODO DA COMPRA

5. Com qual antecedência costuma fazer a compra do presente?

Período da Compra - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
No mesmo dia	9,3%	4,4%	16,7%	10,7%	7,0%	8,2%	6,0%	9,0%
Até uma semana	55,5%	59,4%	54,5%	60,7%	59,6%	57,1%	76,1%	59,4%
De 8 a 15 dias	25,9%	21,7%	16,7%	25,0%	22,8%	30,6%	13,4%	22,7%
De 16 dias a 1 mês	9,3%	10,1%	9,1%	3,6%	5,3%	4,1%	3,0%	6,6%
Mais de 1 mês	0,0%	4,4%	3,0%	0,0%	5,3%	0,0%	1,5%	2,3%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES

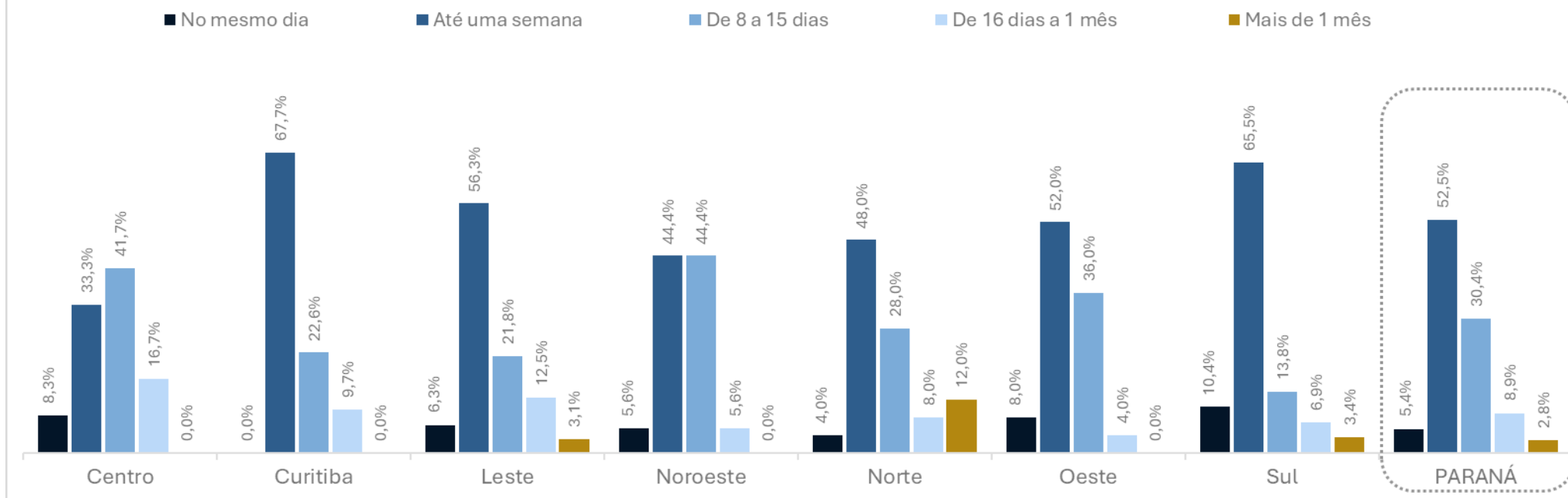


PERÍODO DA COMPRA

Gênero Feminino

Período da Compra - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
No mesmo dia	8,3%	0,0%	6,3%	5,6%	4,0%	8,0%	10,4%	5,4%
Até uma semana	33,3%	67,7%	56,3%	44,4%	48,0%	52,0%	65,5%	52,5%
De 8 a 15 dias	41,7%	22,6%	21,8%	44,4%	28,0%	36,0%	13,8%	30,4%
De 16 dias a 1 mês	16,7%	9,7%	12,5%	5,6%	8,0%	4,0%	6,9%	8,9%
Mais de 1 mês	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%	12,0%	0,0%	3,4%	2,8%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO FEMININO

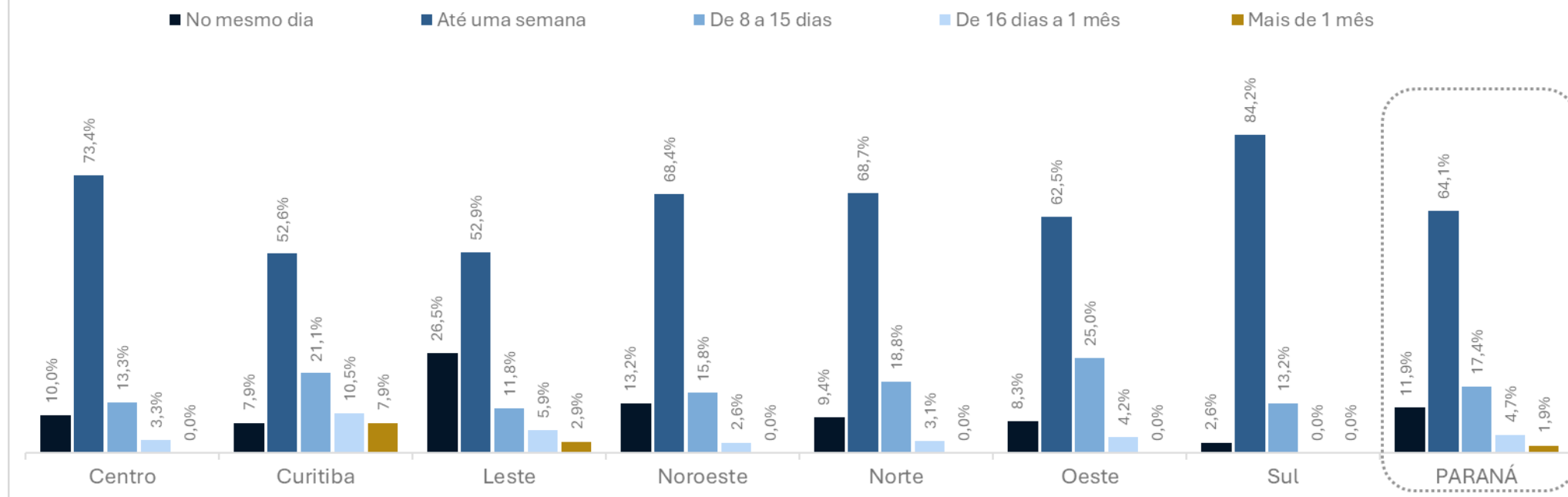


PERÍODO DA COMPRA

Gênero Masculino

Período da Compra - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
No mesmo dia	10,0%	7,9%	26,5%	13,2%	9,4%	8,3%	2,6%	11,9%
Até uma semana	73,4%	52,6%	52,9%	68,4%	68,7%	62,5%	84,2%	64,1%
De 8 a 15 dias	13,3%	21,1%	11,8%	15,8%	18,8%	25,0%	13,2%	17,4%
De 16 dias a 1 mês	3,3%	10,5%	5,9%	2,6%	3,1%	4,2%	0,0%	4,7%
Mais de 1 mês	0,0%	7,9%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO MASCULINO

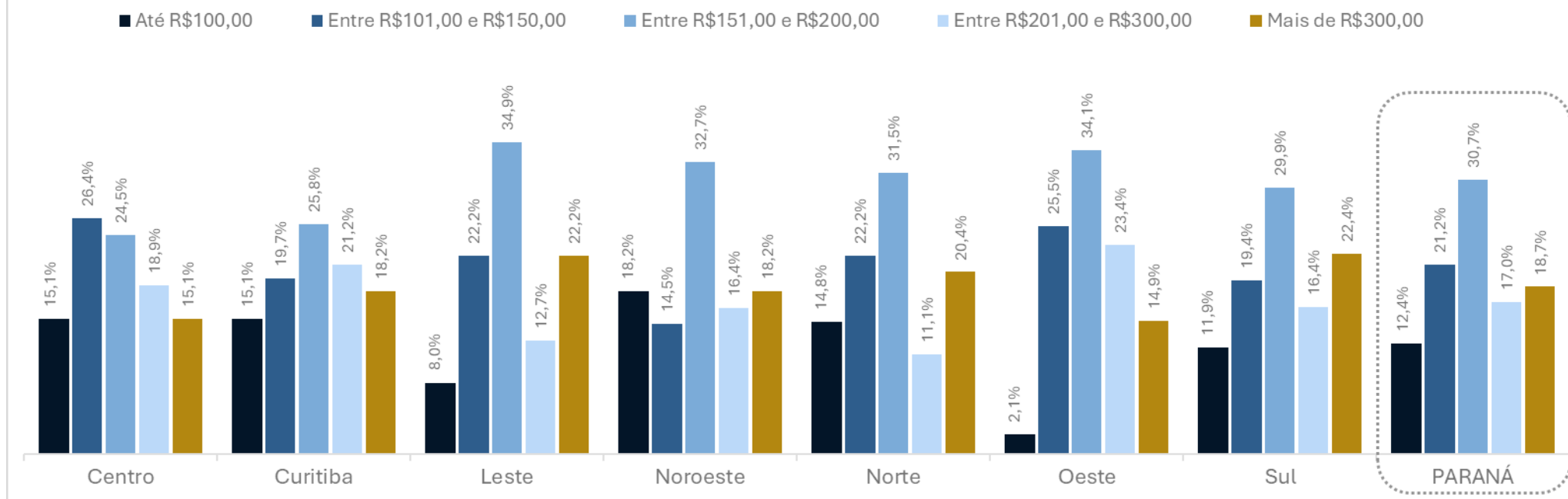


VALOR DOS PRESENTES

6. Quanto pretende gastar no presente do Dia dos Namorados?

Pretensão de Gasto - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Até R\$100,00	15,1%	15,1%	8,0%	18,2%	14,8%	2,1%	11,9%	12,4%
Entre R\$101,00 e R\$150,00	26,4%	19,7%	22,2%	14,5%	22,2%	25,5%	19,4%	21,2%
Entre R\$151,00 e R\$200,00	24,5%	25,8%	34,9%	32,7%	31,5%	34,1%	29,9%	30,7%
Entre R\$201,00 e R\$300,00	18,9%	21,2%	12,7%	16,4%	11,1%	23,4%	16,4%	17,0%
Mais de R\$300,00	15,1%	18,2%	22,2%	18,2%	20,4%	14,9%	22,4%	18,7%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES

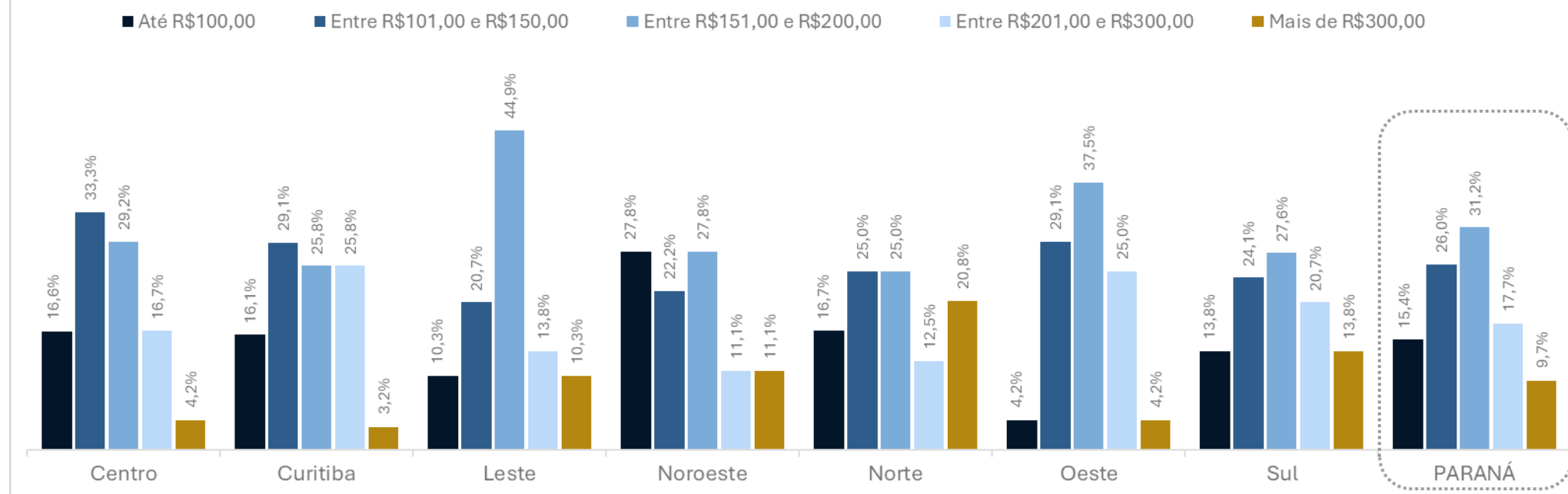


VALOR DOS PRESENTES

Gênero Feminino

Pretensão de Gasto - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Até R\$100,00	16,6%	16,1%	10,3%	27,8%	16,7%	4,2%	13,8%	15,4%
Entre R\$101,00 e R\$150,00	33,3%	29,1%	20,7%	22,2%	25,0%	29,1%	24,1%	26,0%
Entre R\$151,00 e R\$200,00	29,2%	25,8%	44,9%	27,8%	25,0%	37,5%	27,6%	31,2%
Entre R\$201,00 e R\$300,00	16,7%	25,8%	13,8%	11,1%	12,5%	25,0%	20,7%	17,7%
Mais de R\$300,00	4,2%	3,2%	10,3%	11,1%	20,8%	4,2%	13,8%	9,7%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO FEMININO

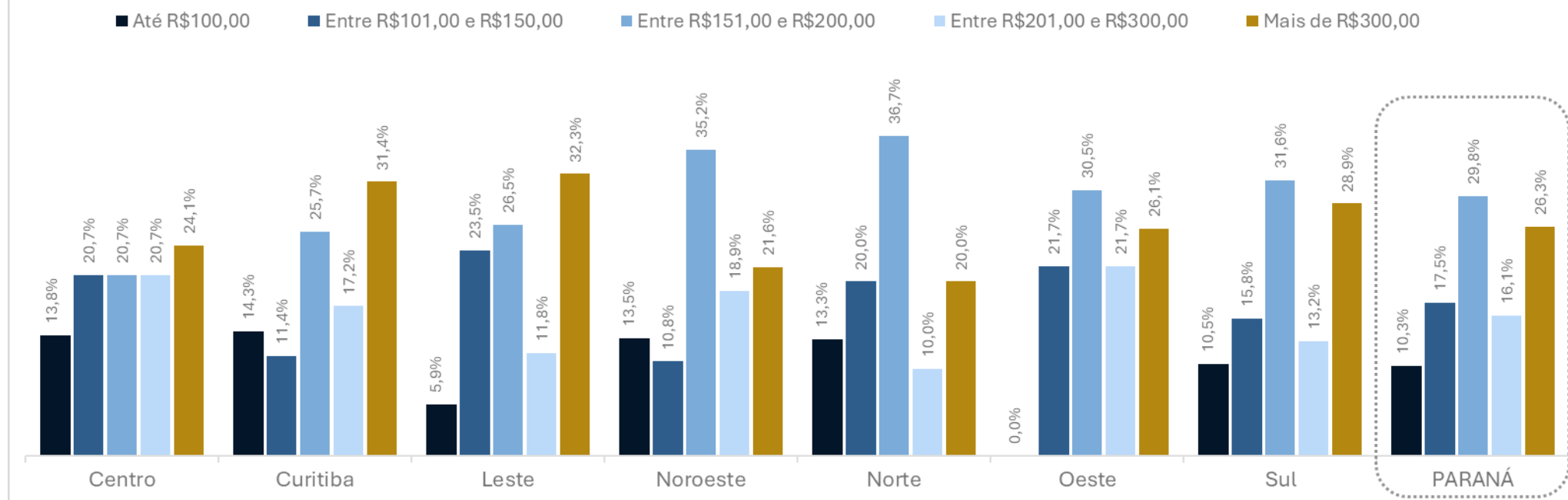


VALOR DOS PRESENTES

Gênero Masculino

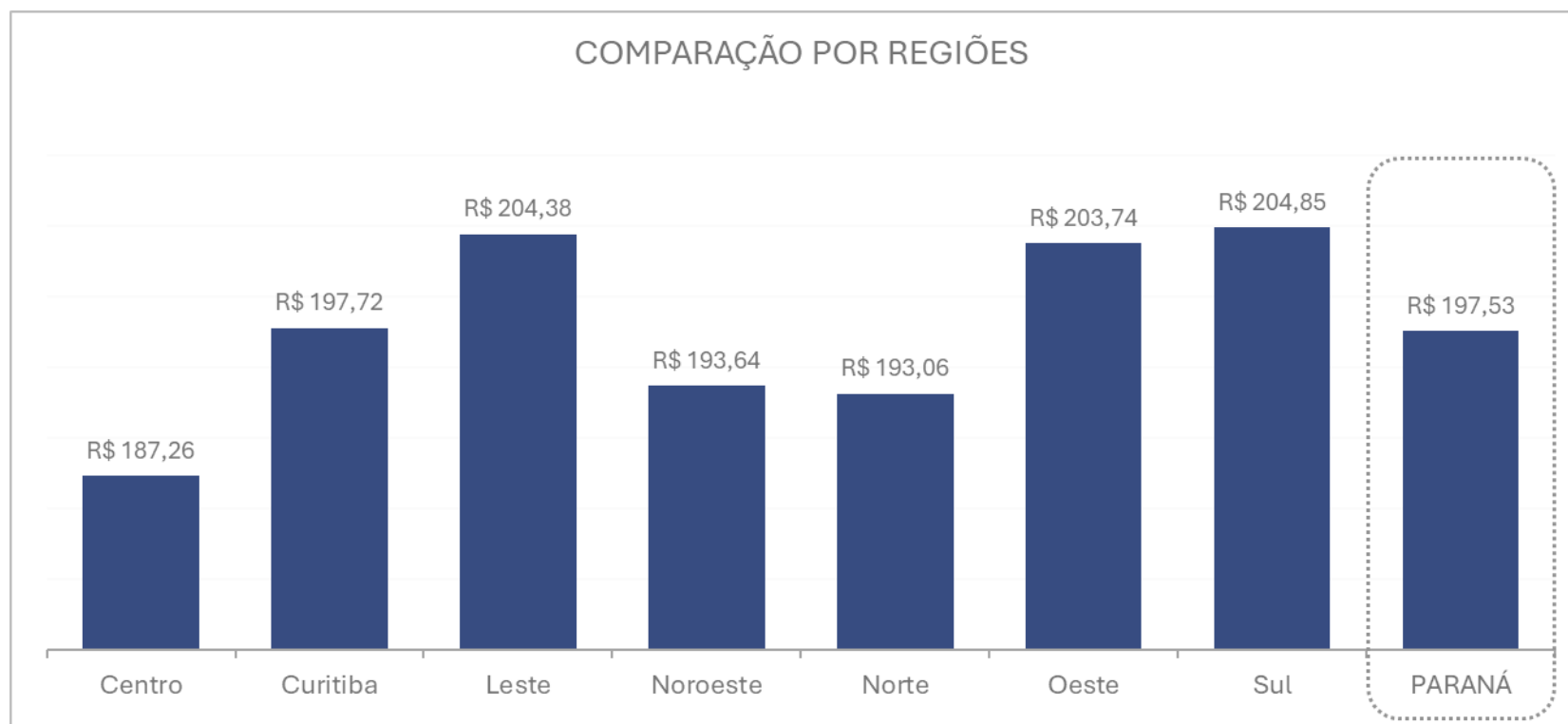
Pretensão de Gasto - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Até R\$100,00	13,8%	14,3%	5,9%	13,5%	13,3%	0,0%	10,5%	10,3%
Entre R\$101,00 e R\$150,00	20,7%	11,4%	23,5%	10,8%	20,0%	21,7%	15,8%	17,5%
Entre R\$151,00 e R\$200,00	20,7%	25,7%	26,5%	35,2%	36,7%	30,5%	31,6%	29,8%
Entre R\$201,00 e R\$300,00	20,7%	17,2%	11,8%	18,9%	10,0%	21,7%	13,2%	16,1%
Mais de R\$300,00	24,1%	31,4%	32,3%	21,6%	20,0%	26,1%	28,9%	26,3%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO MASCULINO



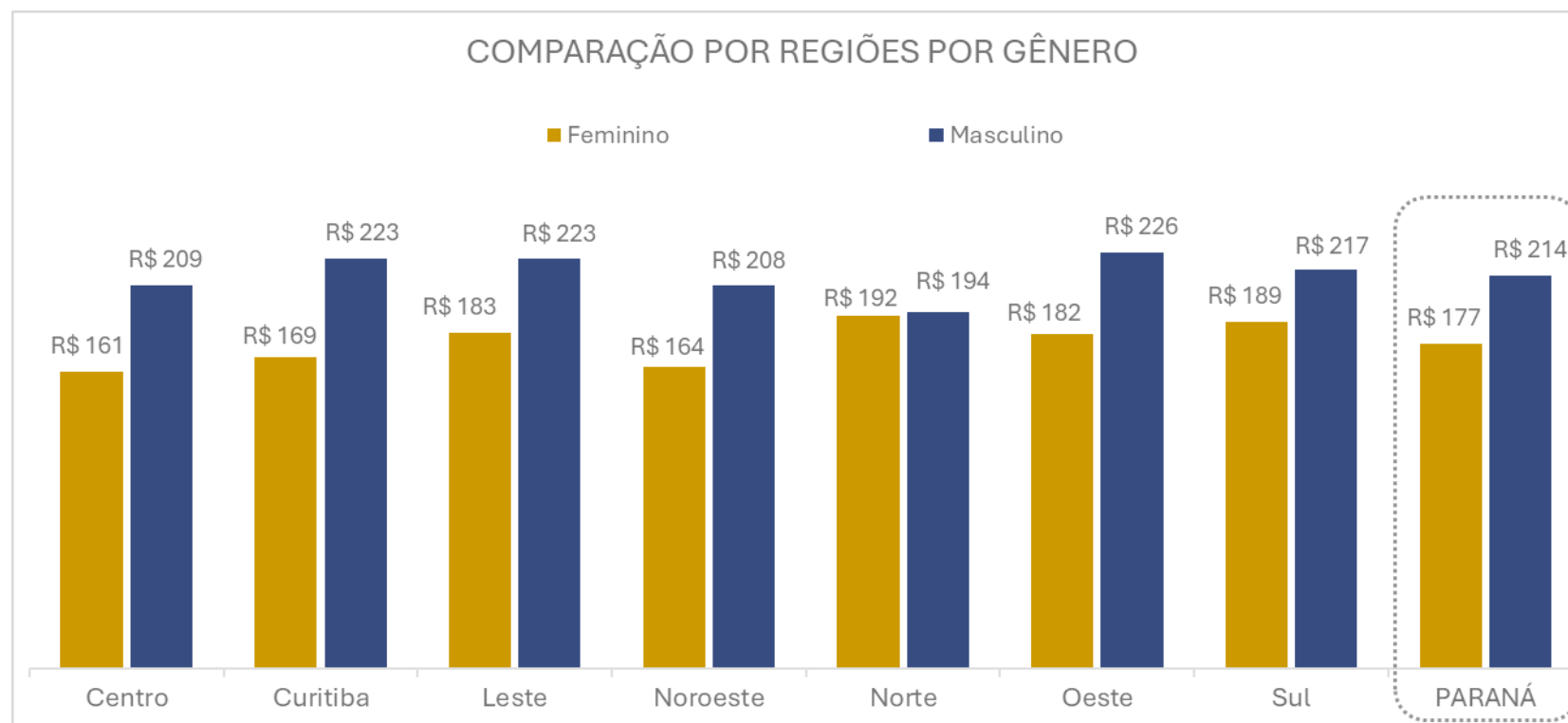
TÍQUETE MÉDIO

Tíquete Médio	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Geral	R\$ 187,26	R\$ 197,72	R\$ 204,38	R\$ 193,64	R\$ 193,06	R\$ 203,74	R\$ 204,85	R\$ 197,53
Feminino	R\$ 161,44	R\$ 169,38	R\$ 182,81	R\$ 163,89	R\$ 191,67	R\$ 182,27	R\$ 188,79	R\$ 176,81
Masculino	R\$ 208,62	R\$ 222,88	R\$ 222,76	R\$ 208,14	R\$ 194,17	R\$ 226,12	R\$ 217,11	R\$ 213,96



TÍQUETE MÉDIO

Análise por Gênero



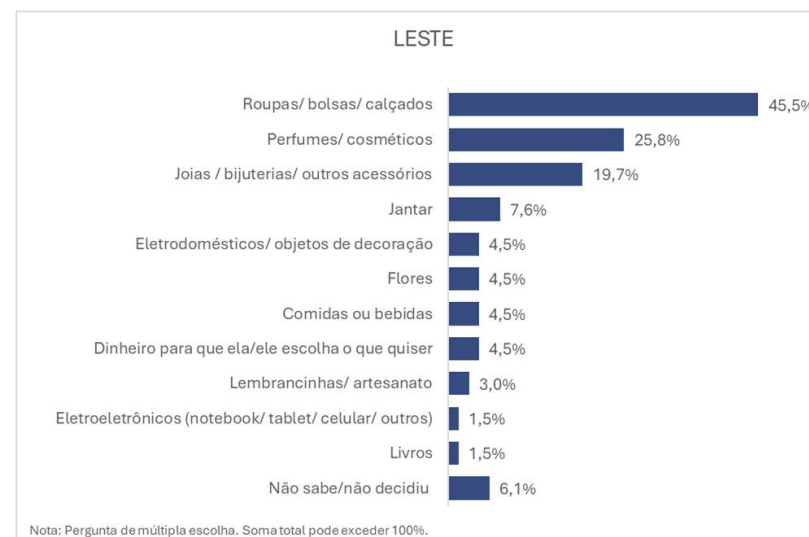
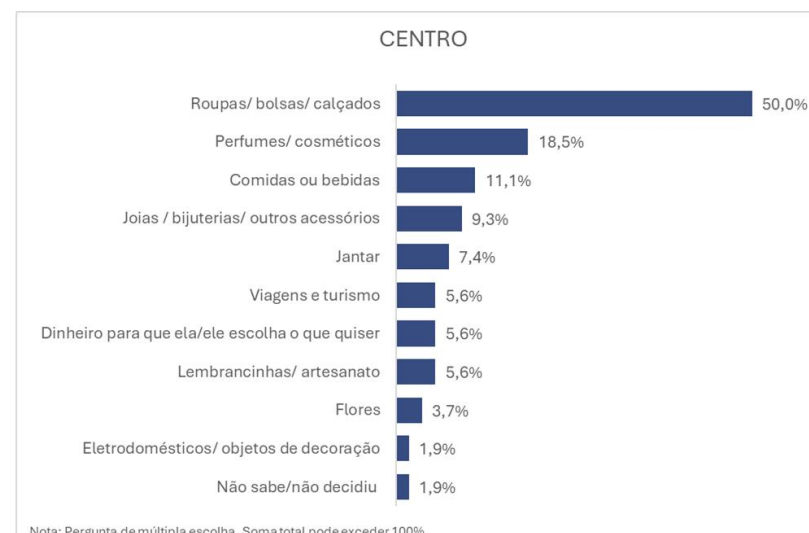
TIPO DE PRESENTE – PRETENDE COMPRAR

7. Qual ou quais tipos de presentes pretende comprar?

Tipo de Presentes - Pretende Comprar	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Roupas/ bolsas/ calçados	50,0%	40,0%	45,5%	49,1%	56,1%	42,9%	40,3%	46,0%
Perfumes/ cosméticos	18,5%	21,4%	25,8%	26,3%	28,1%	26,5%	25,4%	24,5%
Joias / bijuterias/ outros acessórios	9,3%	15,7%	19,7%	12,3%	12,3%	12,2%	13,4%	13,8%
Jantar	7,4%	15,7%	7,6%	7,0%	14,0%	20,4%	13,4%	12,1%
Flores	3,7%	8,6%	4,5%	12,3%	10,5%	6,1%	6,0%	7,4%
Comidas ou bebidas	11,1%	11,4%	4,5%	3,5%	8,8%	6,1%	4,5%	7,1%
Viagens e turismo	5,6%	10,0%	0,0%	1,8%	3,5%	4,1%	7,5%	4,8%
Eletroeletrônicos (notebook/ tablet/ celular/ outros)	0,0%	5,7%	1,5%	1,8%	8,8%	4,1%	6,0%	4,0%
Dinheiro para que ela/ele escolha o que quiser	5,6%	2,9%	4,5%	3,5%	1,8%	2,0%	3,0%	3,3%
Lembrancinhas/ artesanato	5,6%	4,3%	3,0%	5,3%	0,0%	0,0%	1,5%	2,9%
Livros	0,0%	2,9%	1,5%	1,8%	3,5%	0,0%	1,5%	1,7%
Eletrodomésticos/ objetos de decoração	1,9%	0,0%	4,5%	1,8%	0,0%	2,0%	0,0%	1,4%
Não sabe/não decidiu	1,9%	4,3%	6,1%	1,8%	0,0%	2,0%	4,5%	3,1%
Total Geral	120,4%	142,9%	128,8%	128,1%	147,4%	128,6%	126,9%	132,1%

TIPO DE PRESENTE – PRETENDE COMPRAR

Gráficos por Região



TIPO DE PRESENTE – PRETENDE COMPRAR

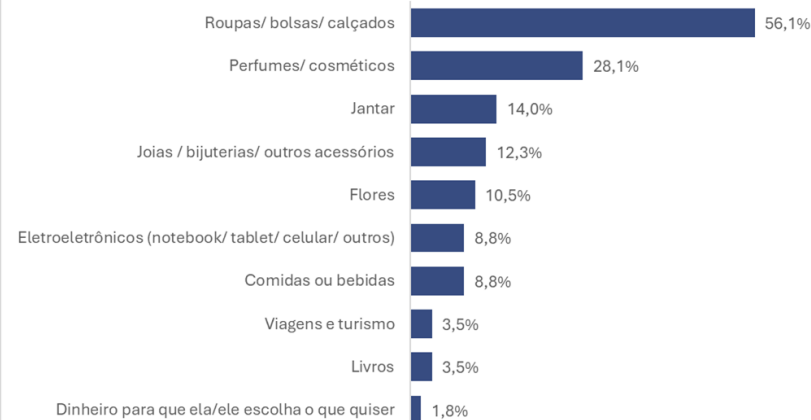
Gráficos por Região

NOROESTE



Nota: Pergunta de múltipla escolha. Soma total pode exceder 100%.

NORTE



Nota: Pergunta de múltipla escolha. Soma total pode exceder 100%.

OESTE



Nota: Pergunta de múltipla escolha. Soma total pode exceder 100%.

SUL



Nota: Pergunta de múltipla escolha. Soma total pode exceder 100%.

TIPO DE PRESENTE – PRETENDE COMPRAR

Gênero Feminino

Tipo de Presentes - Pretende Comprar Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Roupas/ bolsas/ calçados	62,5%	56,3%	68,8%	66,7%	68,0%	54,2%	58,6%	62,0%
Perfumes/ cosméticos	8,3%	25,0%	21,9%	27,8%	28,0%	25,0%	20,7%	22,3%
Joias / bijuterias/ outros acessórios	4,2%	6,3%	6,3%	11,1%	8,0%	0,0%	0,0%	4,9%
Jantar	0,0%	6,3%	3,1%	0,0%	8,0%	16,7%	6,9%	6,0%
Flores	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Comidas ou bebidas	12,5%	6,3%	6,3%	0,0%	8,0%	8,3%	6,9%	7,1%
Viagens e turismo	4,2%	9,4%	0,0%	0,0%	8,0%	8,3%	3,4%	4,9%
Eletroeletrônicos (notebook/ tablet/ celular/ outros)	0,0%	6,3%	3,1%	0,0%	16,0%	0,0%	10,3%	5,4%
Dinheiro para que ela/ele escolha o que quiser	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%	0,0%	0,5%
Lembrancinhas/ artesanato	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,4%	1,6%
Livros	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%	3,4%	1,6%
Eletrodomésticos/ objetos de decoração	0,0%	0,0%	6,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%
Não sabe/não decidiu	4,2%	9,4%	0,0%	5,6%	0,0%	0,0%	6,9%	3,8%
Total Geral	104,2%	128,1%	115,6%	111,1%	148,0%	116,7%	120,7%	121,2%

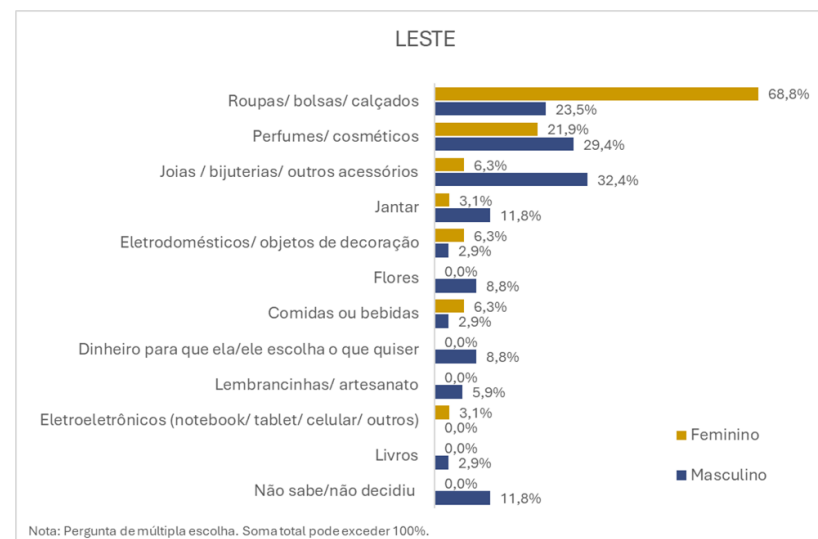
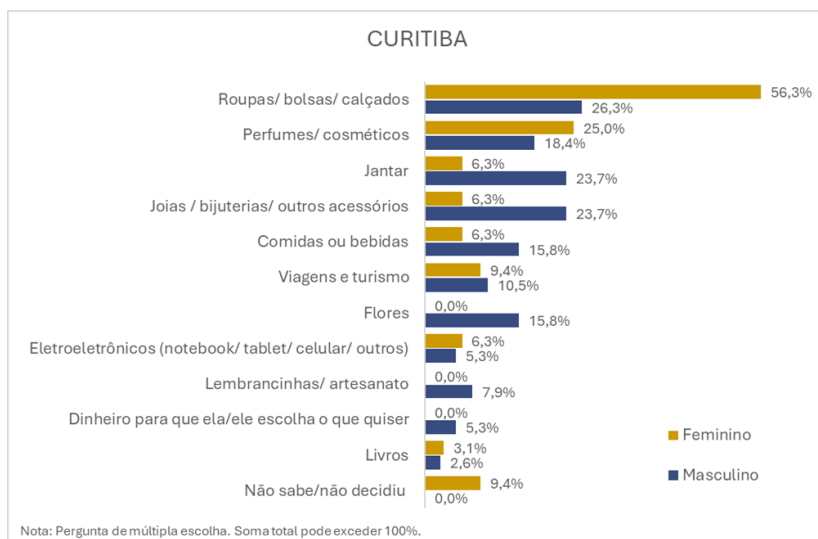
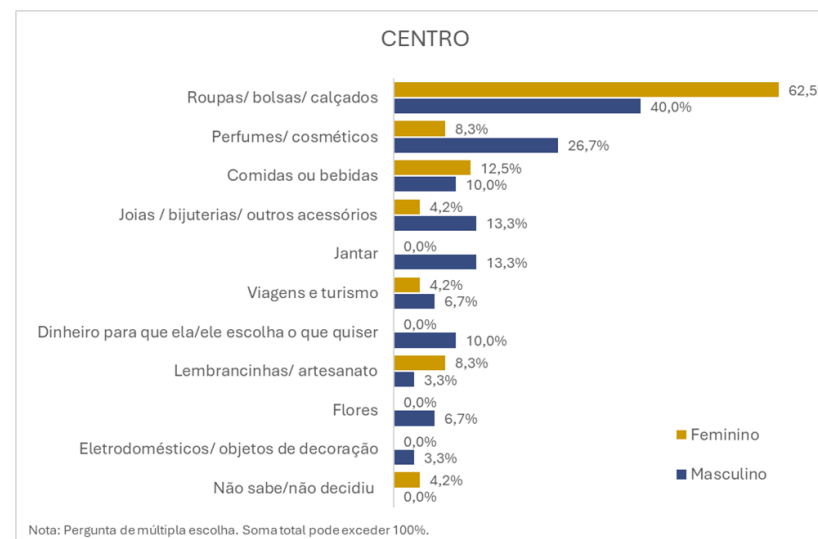
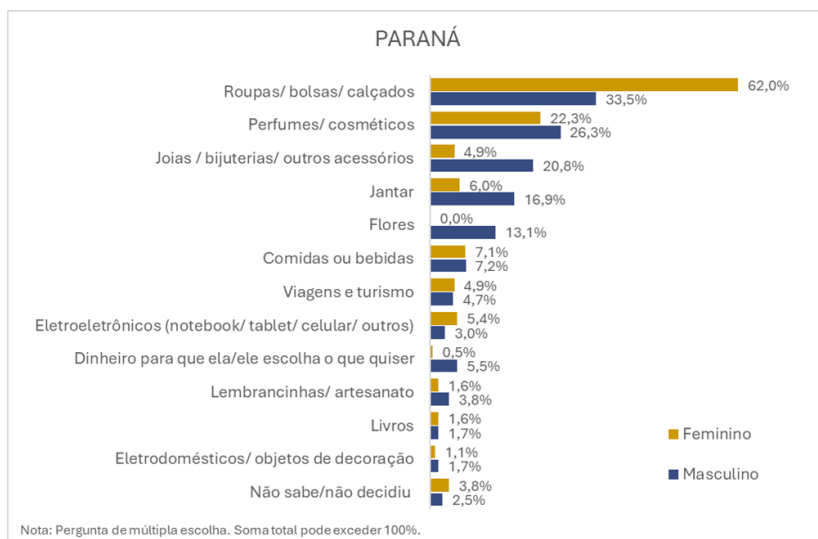
TIPO DE PRESENTE – PRETENDE COMPRAR

Gênero Masculino

Tipo de Presentes - Pretende Comprar Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Roupas/ bolsas/ calçados	40,0%	26,3%	23,5%	41,0%	46,9%	32,0%	26,3%	33,5%
Perfumes/ cosméticos	26,7%	18,4%	29,4%	25,6%	28,1%	28,0%	28,9%	26,3%
Joias / bijuterias/ outros acessórios	13,3%	23,7%	32,4%	12,8%	15,6%	24,0%	23,7%	20,8%
Jantar	13,3%	23,7%	11,8%	10,3%	18,8%	24,0%	18,4%	16,9%
Flores	6,7%	15,8%	8,8%	17,9%	18,8%	12,0%	10,5%	13,1%
Comidas ou bebidas	10,0%	15,8%	2,9%	5,1%	9,4%	4,0%	2,6%	7,2%
Viagens e turismo	6,7%	10,5%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	10,5%	4,7%
Eletroeletrônicos (notebook/ tablet/ celular/ outros)	0,0%	5,3%	0,0%	2,6%	3,1%	8,0%	2,6%	3,0%
Dinheiro para que ela/ele escolha o que quiser	10,0%	5,3%	8,8%	5,1%	3,1%	0,0%	5,3%	5,5%
Lembrancinhas/ artesanato	3,3%	7,9%	5,9%	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%
Livros	0,0%	2,6%	2,9%	2,6%	3,1%	0,0%	0,0%	1,7%
Eletrodomésticos/ objetos de decoração	3,3%	0,0%	2,9%	2,6%	0,0%	4,0%	0,0%	1,7%
Não sabe/não decidiu	0,0%	0,0%	11,8%	0,0%	0,0%	4,0%	2,6%	2,5%
Total Geral	133,3%	155,3%	141,2%	135,9%	146,9%	140,0%	131,6%	140,7%

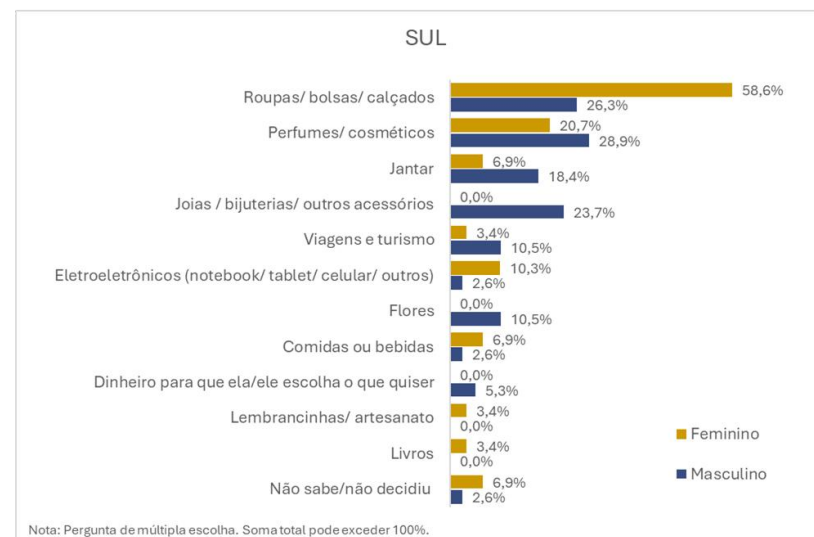
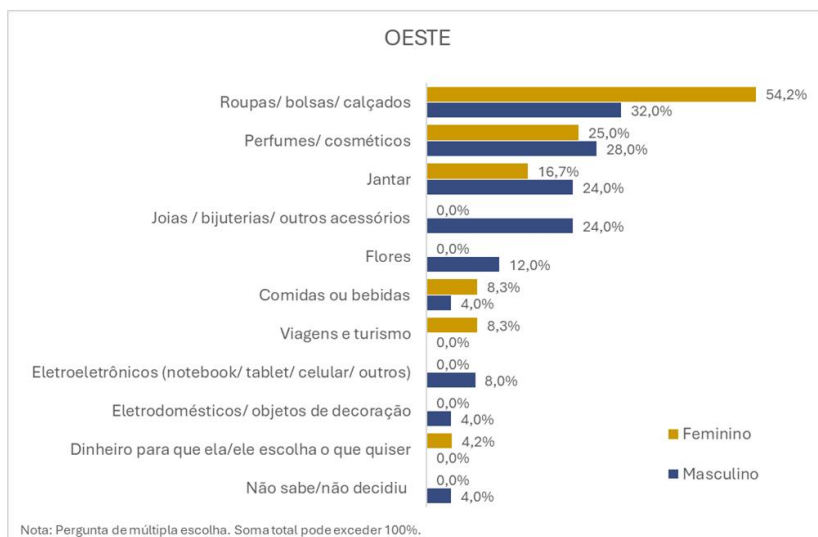
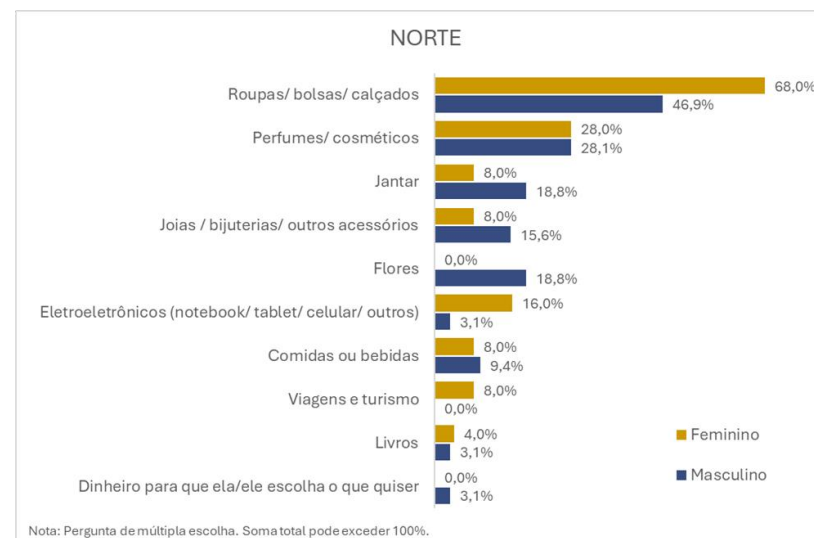
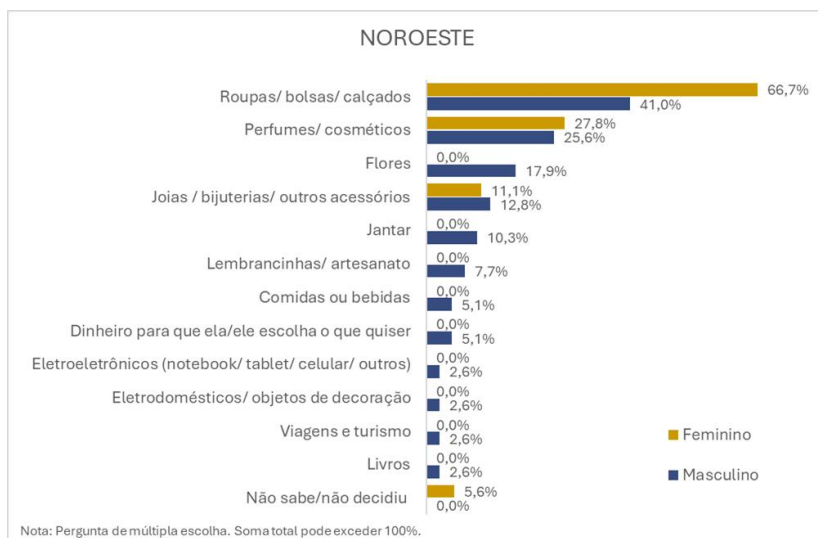
TIPO DE PRESENTE – PRETENDE COMPRAR

Gráficos por Região – Análise por Gênero



TIPO DE PRESENTE – PRETENDE COMPRAR

Gráficos por Região – Análise por Gênero



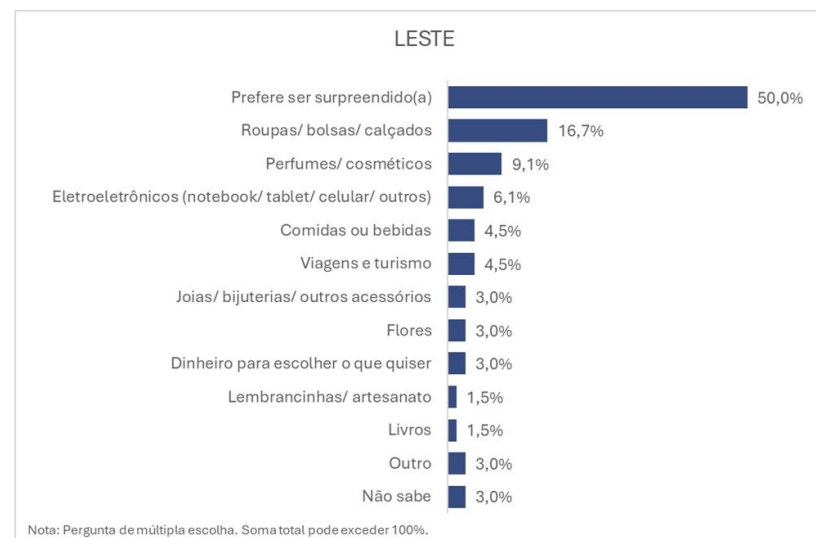
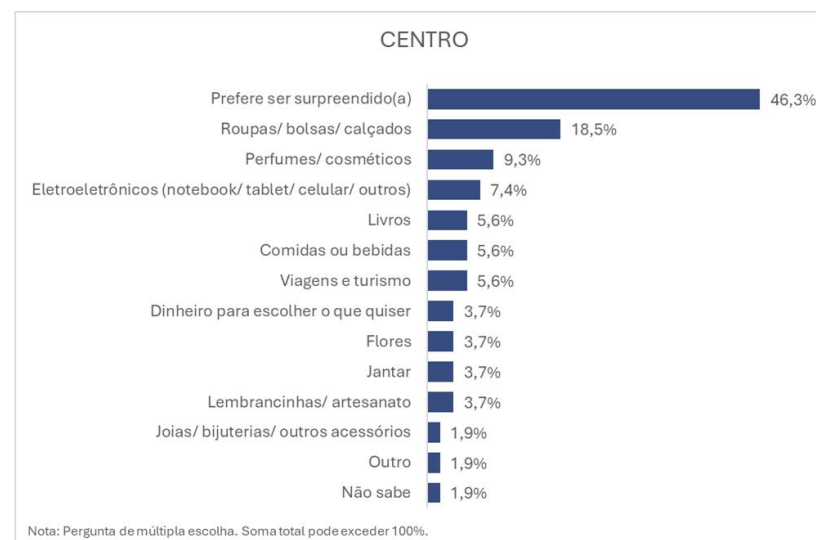
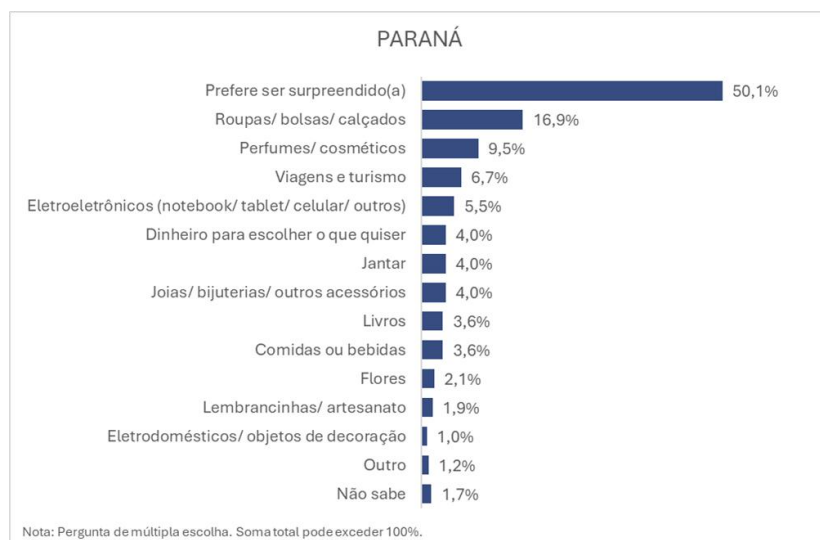
TIPO DE PRESENTE – GOSTARIA DE GANHAR

8. Qual ou quais tipos de presentes gostaria de ganhar?

Tipo de Presentes - Gostaria de Ganhar	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Prefere ser surpreendido(a)	46,3%	58,0%	50,0%	49,1%	43,1%	58,0%	46,3%	50,1%
Roupas/ bolsas/ calçados	18,5%	14,5%	16,7%	17,5%	20,7%	10,0%	19,4%	16,9%
Perfumes/ cosméticos	9,3%	10,1%	9,1%	8,8%	10,3%	12,0%	7,5%	9,5%
Viagens e turismo	5,6%	8,7%	4,5%	7,0%	10,3%	6,0%	4,5%	6,7%
Eletroeletrônicos (notebook/ tablet/ celular/ outros)	7,4%	4,3%	6,1%	7,0%	8,6%	2,0%	3,0%	5,5%
Dinheiro para escolher o que quiser	3,7%	1,4%	3,0%	0,0%	6,9%	6,0%	7,5%	4,0%
Jantar	3,7%	10,1%	0,0%	0,0%	3,4%	6,0%	4,5%	4,0%
Joias/ bijuterias/ outros acessórios	1,9%	1,4%	3,0%	7,0%	6,9%	2,0%	6,0%	4,0%
Livros	5,6%	5,8%	1,5%	3,5%	5,2%	2,0%	1,5%	3,6%
Comidas ou bebidas	5,6%	2,9%	4,5%	5,3%	1,7%	2,0%	3,0%	3,6%
Flores	3,7%	1,4%	3,0%	5,3%	0,0%	2,0%	0,0%	2,1%
Lembrancinhas/ artesanato	3,7%	1,4%	1,5%	1,8%	0,0%	4,0%	1,5%	1,9%
Eletrodomésticos/ objetos de decoração	0,0%	1,4%	0,0%	1,8%	0,0%	2,0%	1,5%	1,0%
Outro	1,9%	0,0%	3,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%	1,2%
Não sabe	1,9%	1,4%	3,0%	0,0%	3,4%	2,0%	0,0%	1,7%
Total Geral	118,5%	123,2%	109,1%	114,0%	120,7%	116,0%	109,0%	115,7%

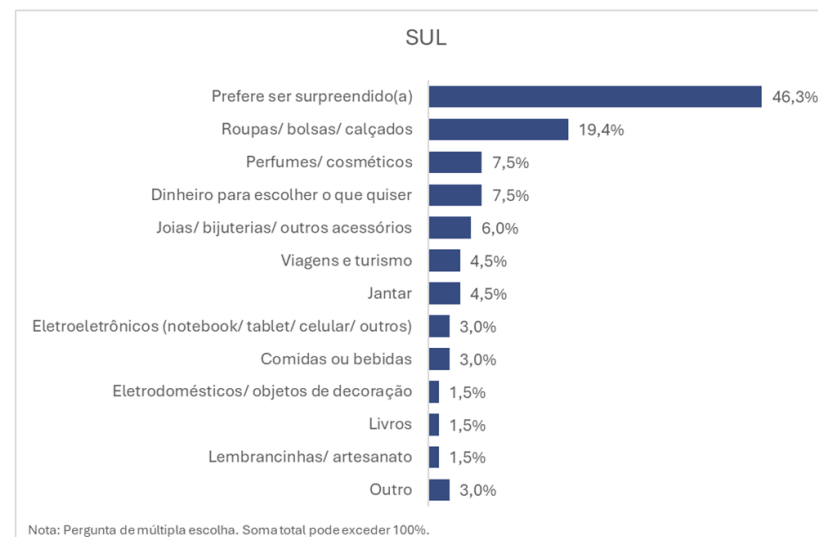
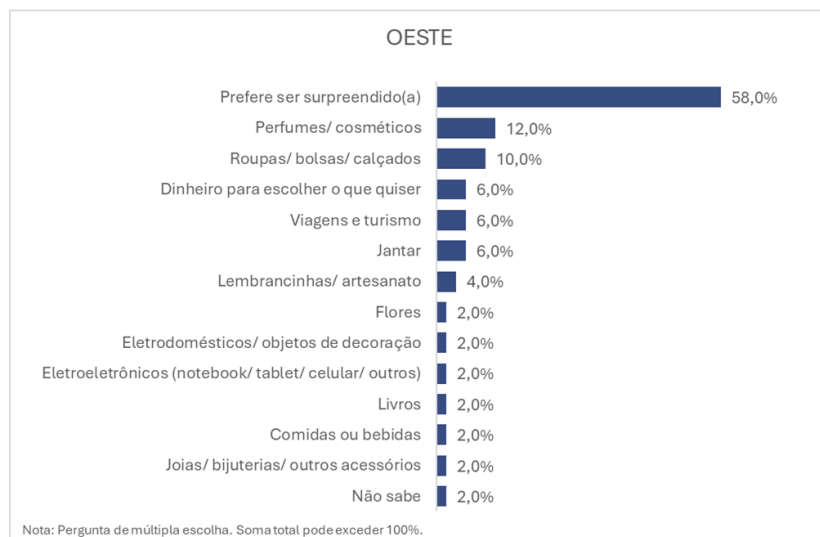
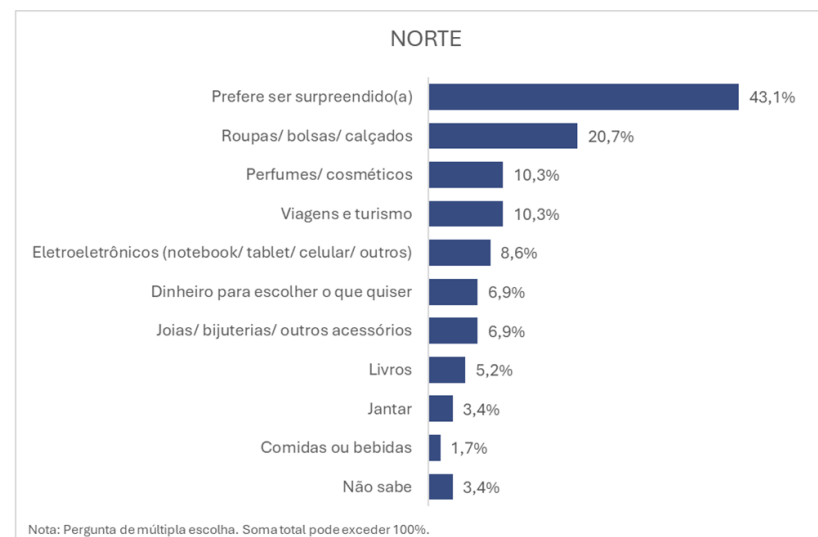
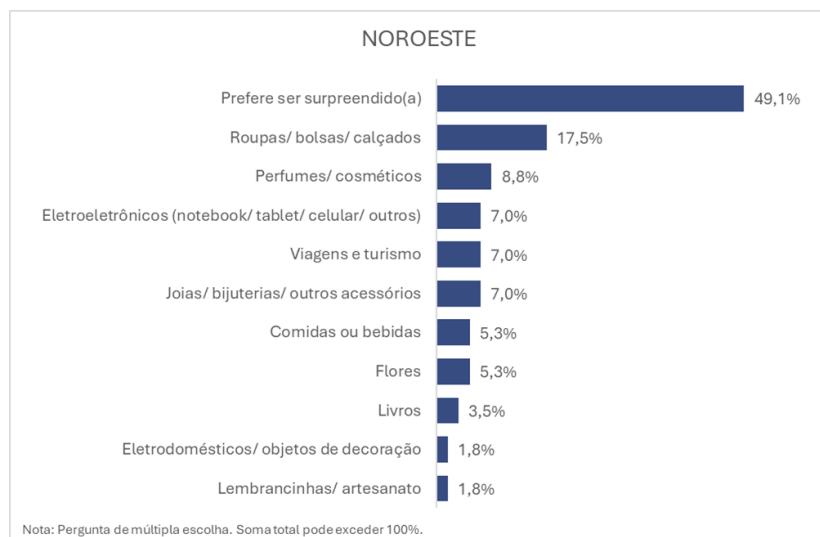
TIPO DE PRESENTE – GOSTARIA DE GANHAR

Gráficos por Região



TIPO DE PRESENTE – GOSTARIA DE GANHAR

Gráficos por Região



TIPO DE PRESENTE – GOSTARIA DE GANHAR

Gênero Feminino

Tipo de Presentes - Paraná - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Gostaria de Ganhar								
Prefere ser surpreendido(a)	41,7%	62,5%	56,3%	50,0%	38,5%	56,0%	58,6%	52,7%
Roupas/ bolsas/ calçados	25,0%	15,6%	21,9%	33,3%	26,9%	16,0%	13,8%	21,0%
Perfumes/ cosméticos	8,3%	9,4%	9,4%	11,1%	11,5%	8,0%	6,9%	9,1%
Viagens e turismo	0,0%	9,4%	6,3%	0,0%	11,5%	8,0%	6,9%	6,5%
Eletroeletrônicos (notebook/ tablet/ celular/ outros)	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%	4,0%	0,0%	1,6%
Dinheiro para escolher o que quiser	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	4,0%	3,4%	2,2%
Jantar	8,3%	9,4%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	10,3%	5,4%
Joias/ bijuterias/ outros acessórios	4,2%	3,1%	3,1%	16,7%	11,5%	4,0%	13,8%	7,5%
Livros	8,3%	6,3%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	3,2%
Comidas ou bebidas	4,2%	3,1%	3,1%	0,0%	3,8%	0,0%	0,0%	2,2%
Flores	8,3%	3,1%	3,1%	16,7%	0,0%	4,0%	0,0%	4,3%
Lembrancinhas/ artesanato	8,3%	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%
Eletrodomésticos/ objetos de decoração	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Outro	4,2%	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	3,4%	1,6%
Não sabe	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%	1,1%
Total Geral	129,2%	121,9%	109,4%	127,8%	130,8%	108,0%	117,2%	119,9%

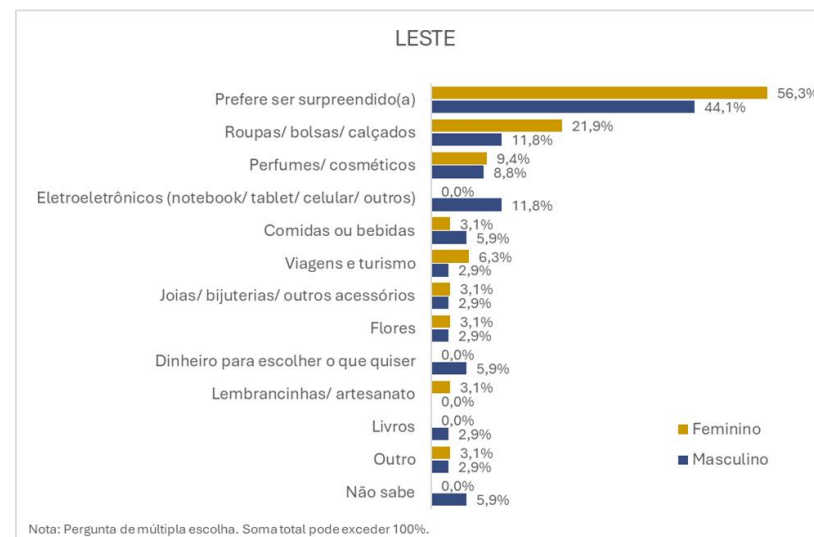
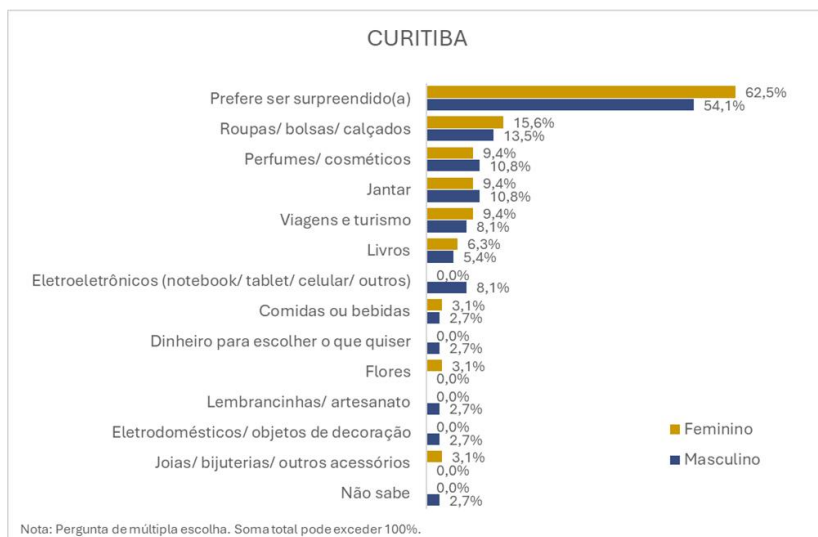
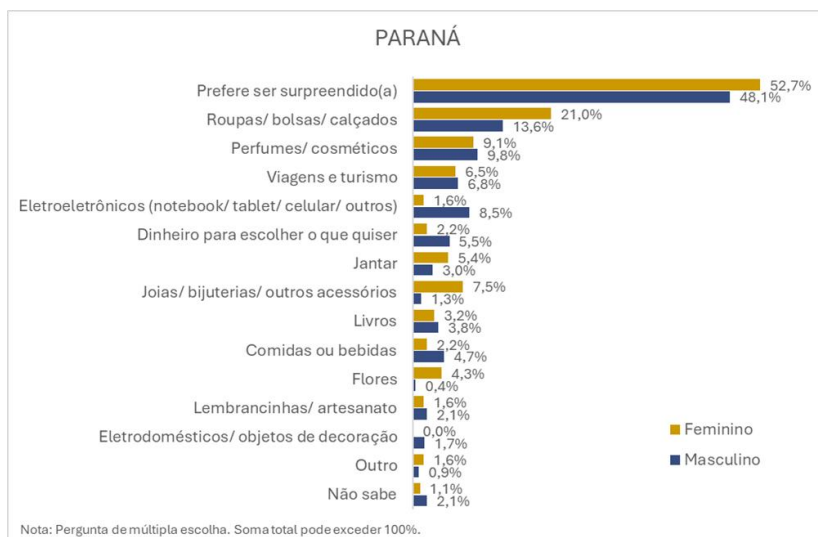
TIPO DE PRESENTE – GOSTARIA DE GANHAR

Gênero Masculino

Tipo de Presentes - Paraná - Masculino Gostaria de Ganhar	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Prefere ser surpreendido(a)	50,0%	54,1%	44,1%	48,7%	46,9%	60,0%	36,8%	48,1%
Roupas/ bolsas/ calçados	13,3%	13,5%	11,8%	10,3%	15,6%	4,0%	23,7%	13,6%
Perfumes/ cosméticos	10,0%	10,8%	8,8%	7,7%	9,4%	16,0%	7,9%	9,8%
Viagens e turismo	10,0%	8,1%	2,9%	10,3%	9,4%	4,0%	2,6%	6,8%
Eletroeletrônicos (notebook/ tablet/ celular/ outros)	10,0%	8,1%	11,8%	10,3%	12,5%	0,0%	5,3%	8,5%
Dinheiro para escolher o que quiser	6,7%	2,7%	5,9%	0,0%	6,3%	8,0%	10,5%	5,5%
Jantar	0,0%	10,8%	0,0%	0,0%	0,0%	12,0%	0,0%	3,0%
Joias/ bijuterias/ outros acessórios	0,0%	0,0%	2,9%	2,6%	3,1%	0,0%	0,0%	1,3%
Livros	3,3%	5,4%	2,9%	5,1%	3,1%	4,0%	2,6%	3,8%
Comidas ou bebidas	6,7%	2,7%	5,9%	7,7%	0,0%	4,0%	5,3%	4,7%
Flores	0,0%	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Lembrancinhas/ artesanato	0,0%	2,7%	0,0%	2,6%	0,0%	8,0%	2,6%	2,1%
Eletrodomésticos/ objetos de decoração	0,0%	2,7%	0,0%	2,6%	0,0%	4,0%	2,6%	1,7%
Outro	0,0%	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,9%
Não sabe	0,0%	2,7%	5,9%	0,0%	6,3%	0,0%	0,0%	2,1%
Total Geral	110,0%	124,3%	108,8%	107,7%	112,5%	124,0%	102,6%	112,3%

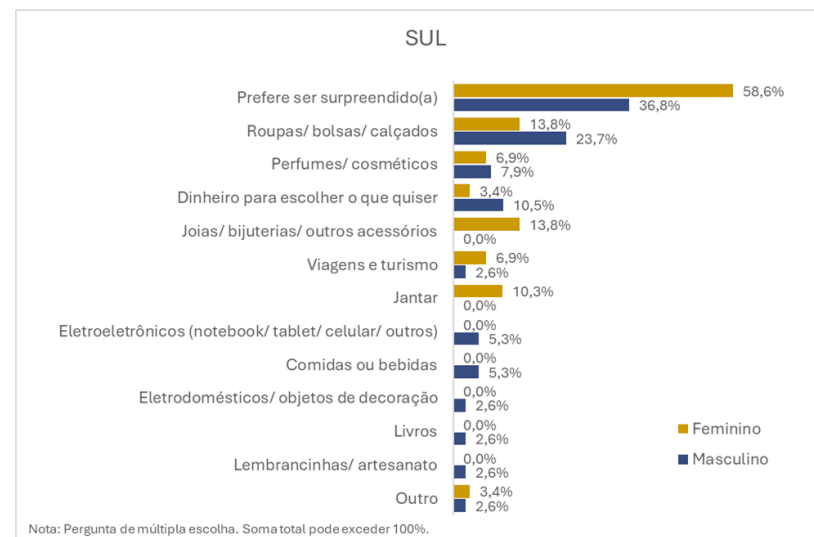
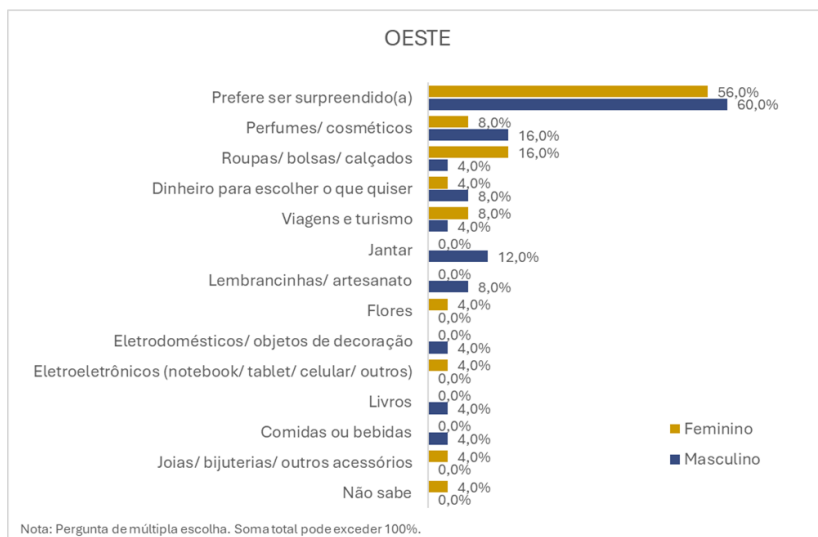
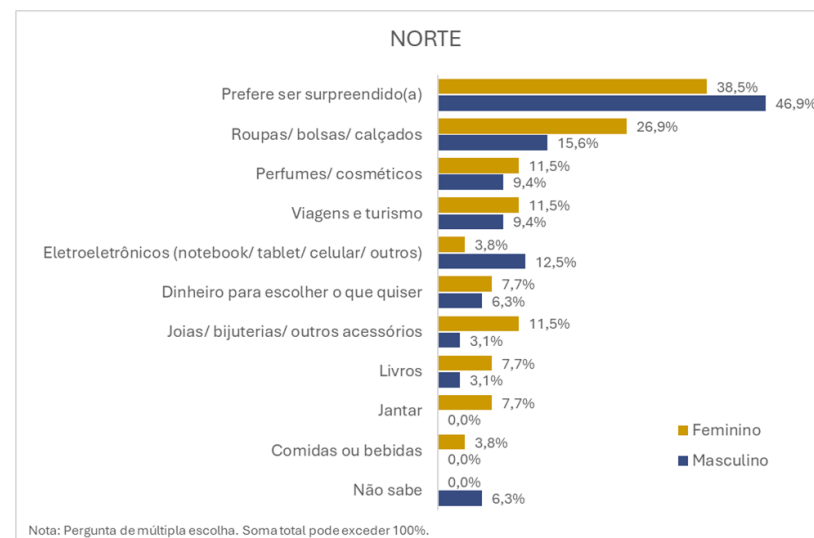
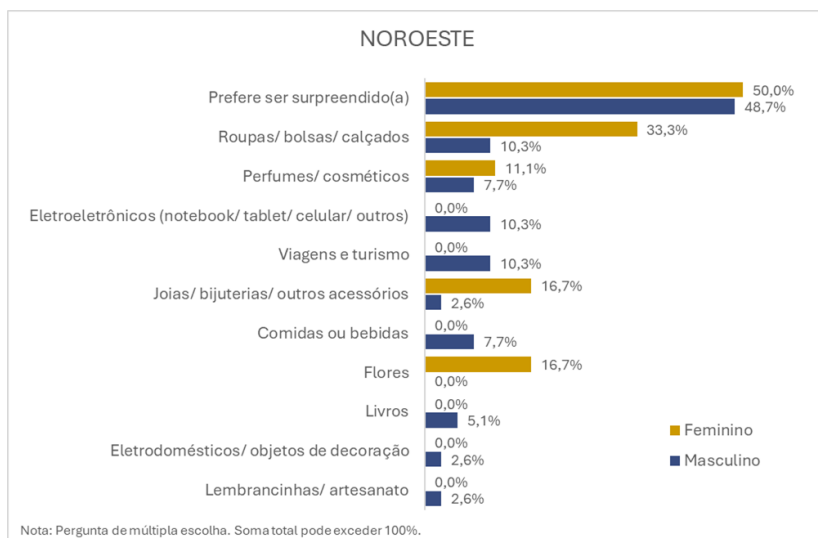
TIPO DE PRESENTE – GOSTARIA DE GANHAR

Gráficos por Região – Análise por Gênero



TIPO DE PRESENTE – GOSTARIA DE GANHAR

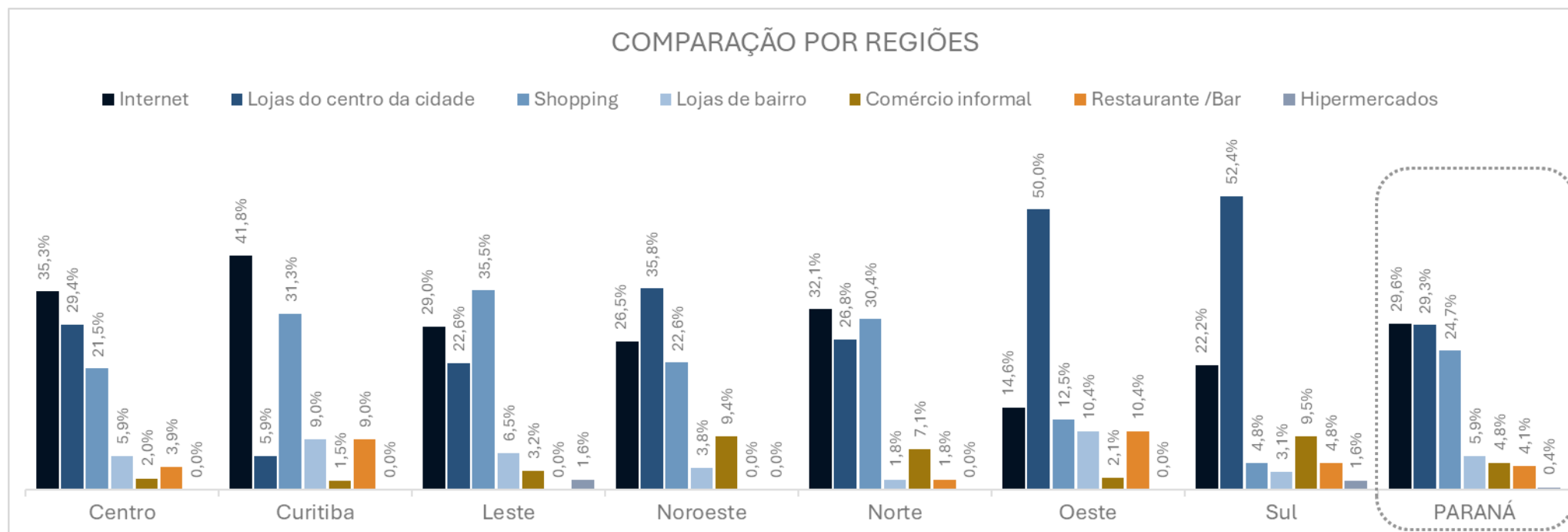
Gráficos por Região – Análise por Gênero



LOCAL DA COMPRA

9. Onde pretende comprar?

Local da Compra	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Internet	35,3%	41,8%	29,0%	26,5%	32,1%	14,6%	22,2%	29,6%
Lojas do centro da cidade	29,4%	5,9%	22,6%	35,8%	26,8%	50,0%	52,4%	29,3%
Shopping	21,5%	31,3%	35,5%	22,6%	30,4%	12,5%	4,8%	24,7%
Lojas de bairro	5,9%	9,0%	6,5%	3,8%	1,8%	10,4%	3,1%	5,9%
Comércio informal	2,0%	1,5%	3,2%	9,4%	7,1%	2,1%	9,5%	4,8%
Restaurante /Bar	3,9%	9,0%	0,0%	0,0%	1,8%	10,4%	4,8%	4,1%
Hipermercados	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,4%
Outro	2,0%	1,5%	1,6%	1,9%	0,0%	0,0%	1,6%	1,2%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

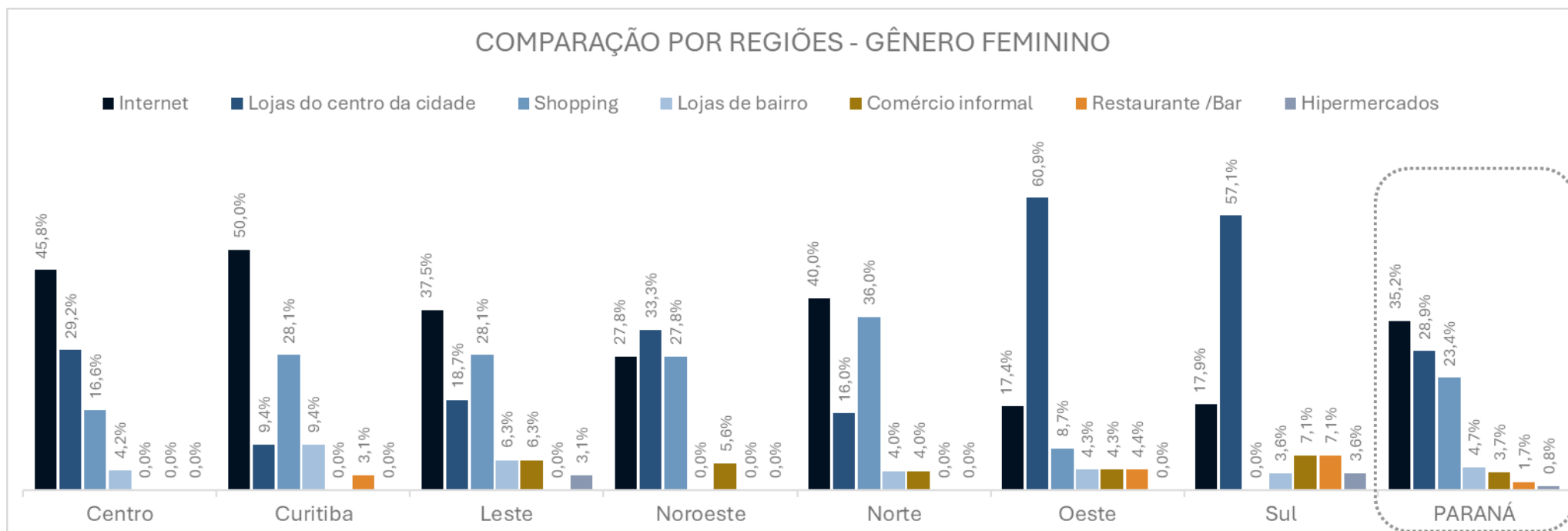


LOCAL DA COMPRA

Gênero Feminino

Local da Compra - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Internet	45,8%	50,0%	37,5%	27,8%	40,0%	17,4%	17,9%	35,2%
Lojas do centro da cidade	29,2%	9,4%	18,7%	33,3%	16,0%	60,9%	57,1%	28,9%
Shopping	16,6%	28,1%	28,1%	27,8%	36,0%	8,7%	0,0%	23,4%
Lojas de bairro	4,2%	9,4%	6,3%	0,0%	4,0%	4,3%	3,6%	4,7%
Comércio informal	0,0%	0,0%	6,3%	5,6%	4,0%	4,3%	7,1%	3,7%
Restaurante /Bar	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	4,4%	7,1%	1,7%
Hipermercados	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	0,8%
Outro	4,2%	0,0%	0,0%	5,5%	0,0%	0,0%	3,6%	1,6%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO FEMININO

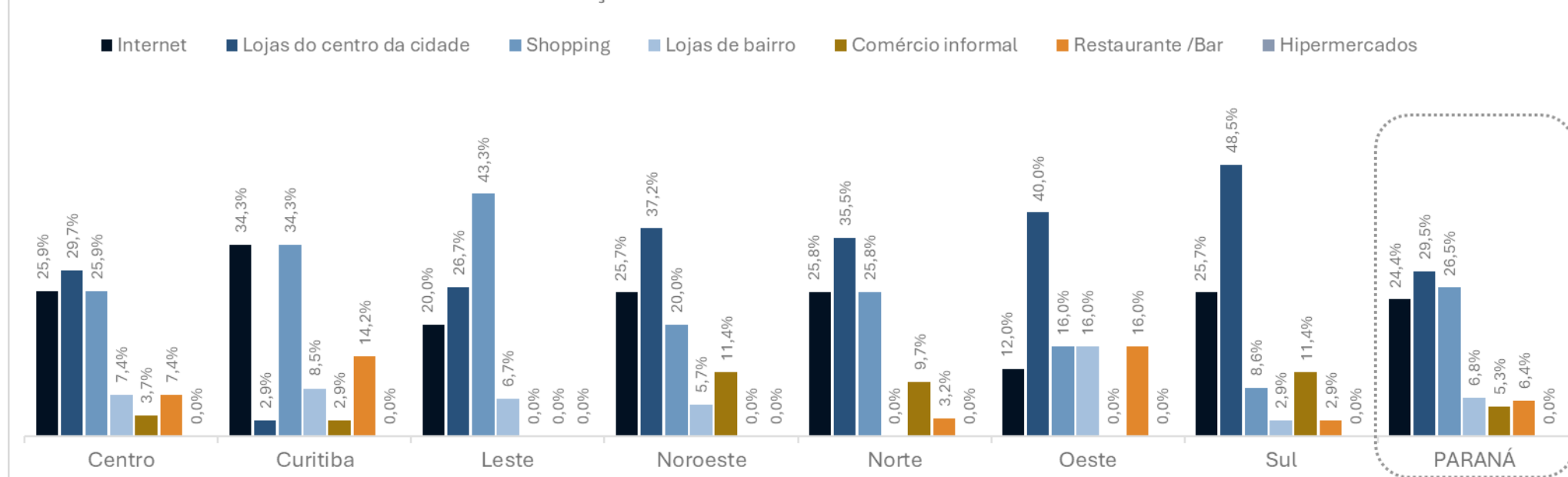


LOCAL DA COMPRA

Gênero Masculino

Local da Compra - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Internet	25,9%	34,3%	20,0%	25,7%	25,8%	12,0%	25,7%	24,4%
Lojas do centro da cidade	29,7%	2,9%	26,7%	37,2%	35,5%	40,0%	48,5%	29,5%
Shopping	25,9%	34,3%	43,3%	20,0%	25,8%	16,0%	8,6%	26,5%
Lojas de bairro	7,4%	8,5%	6,7%	5,7%	0,0%	16,0%	2,9%	6,8%
Comércio informal	3,7%	2,9%	0,0%	11,4%	9,7%	0,0%	11,4%	5,3%
Restaurante /Bar	7,4%	14,2%	0,0%	0,0%	3,2%	16,0%	2,9%	6,4%
Hipermercados	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Outro	0,0%	2,9%	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO MASCULINO

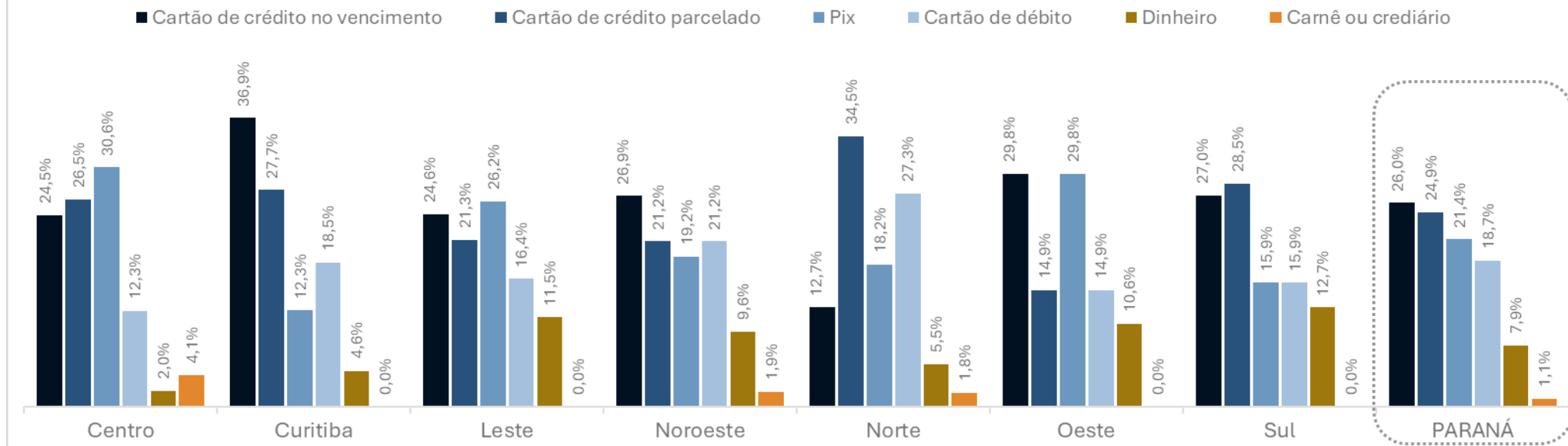


FORMA DE PAGAMENTO

10. Como pretende pagar a compra?

Forma de Pagamento	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Cartão de crédito no vencimento	24,5%	36,9%	24,6%	26,9%	12,7%	29,8%	27,0%	26,0%
Cartão de crédito parcelado	26,5%	27,7%	21,3%	21,2%	34,5%	14,9%	28,5%	24,9%
Pix	30,6%	12,3%	26,2%	19,2%	18,2%	29,8%	15,9%	21,4%
Cartão de débito	12,3%	18,5%	16,4%	21,2%	27,3%	14,9%	15,9%	18,7%
Dinheiro	2,0%	4,6%	11,5%	9,6%	5,5%	10,6%	12,7%	7,9%
Carnê ou crediário	4,1%	0,0%	0,0%	1,9%	1,8%	0,0%	0,0%	1,1%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES

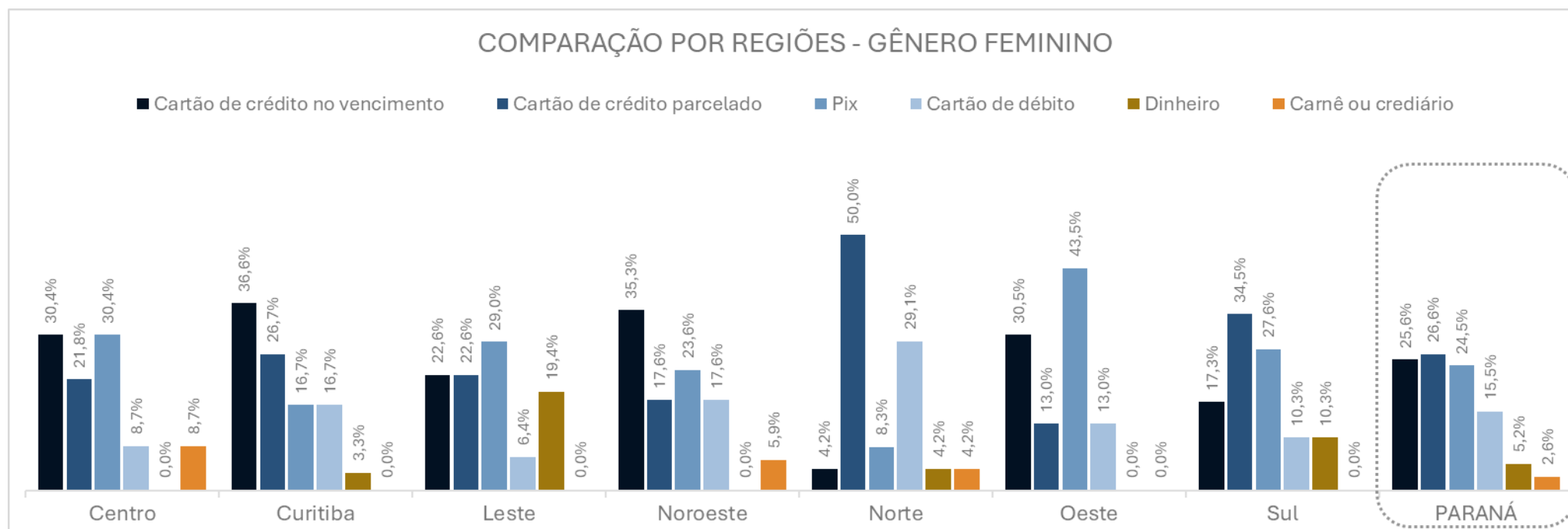


FORMA DE PAGAMENTO

Gênero Feminino

Forma de Pagamento - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Cartão de crédito no vencimento	30,4%	36,6%	22,6%	35,3%	4,2%	30,5%	17,3%	25,6%
Cartão de crédito parcelado	21,8%	26,7%	22,6%	17,6%	50,0%	13,0%	34,5%	26,6%
Pix	30,4%	16,7%	29,0%	23,6%	8,3%	43,5%	27,6%	24,5%
Cartão de débito	8,7%	16,7%	6,4%	17,6%	29,1%	13,0%	10,3%	15,5%
Dinheiro	0,0%	3,3%	19,4%	0,0%	4,2%	0,0%	10,3%	5,2%
Carnê ou crediário	8,7%	0,0%	0,0%	5,9%	4,2%	0,0%	0,0%	2,6%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO FEMININO



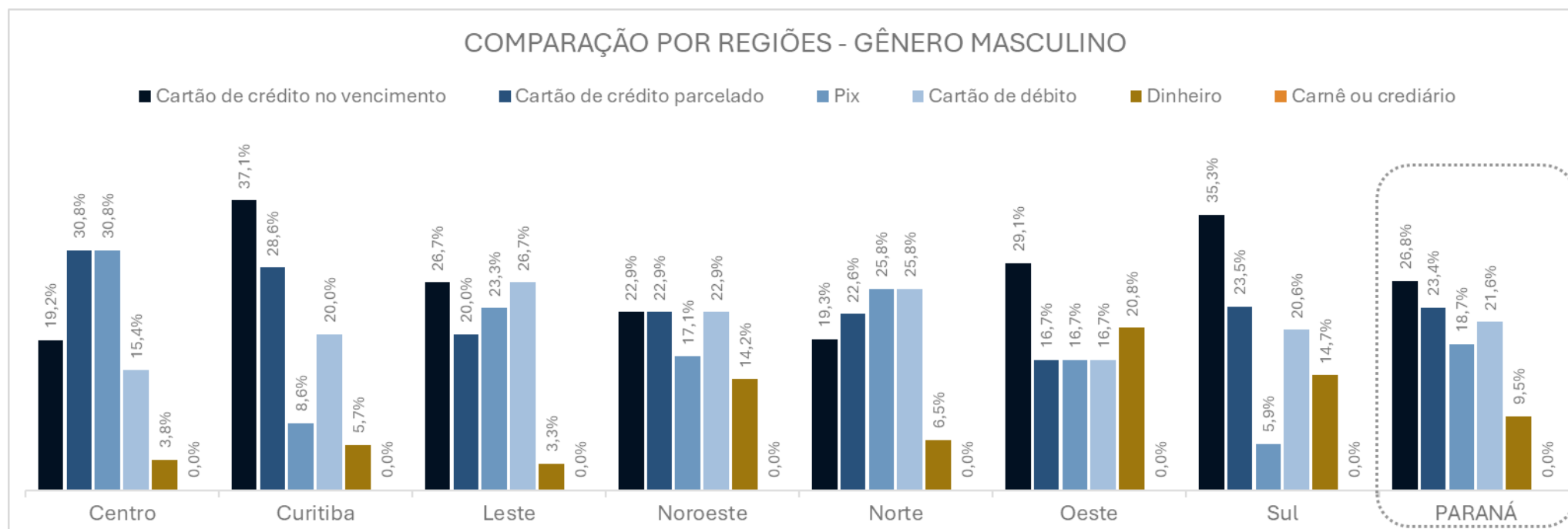
FORMA DE PAGAMENTO

Gênero Masculino

Forma de Pagamento - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Cartão de crédito no vencimento	19,2%	37,1%	26,7%	22,9%	19,3%	29,1%	35,3%	26,8%
Cartão de crédito parcelado	30,8%	28,6%	20,0%	22,9%	22,6%	16,7%	23,5%	23,4%
Pix	30,8%	8,6%	23,3%	17,1%	25,8%	16,7%	5,9%	18,7%
Cartão de débito	15,4%	20,0%	26,7%	22,9%	25,8%	16,7%	20,6%	21,6%
Dinheiro	3,8%	5,7%	3,3%	14,2%	6,5%	20,8%	14,7%	9,5%
Carnê ou crediário	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

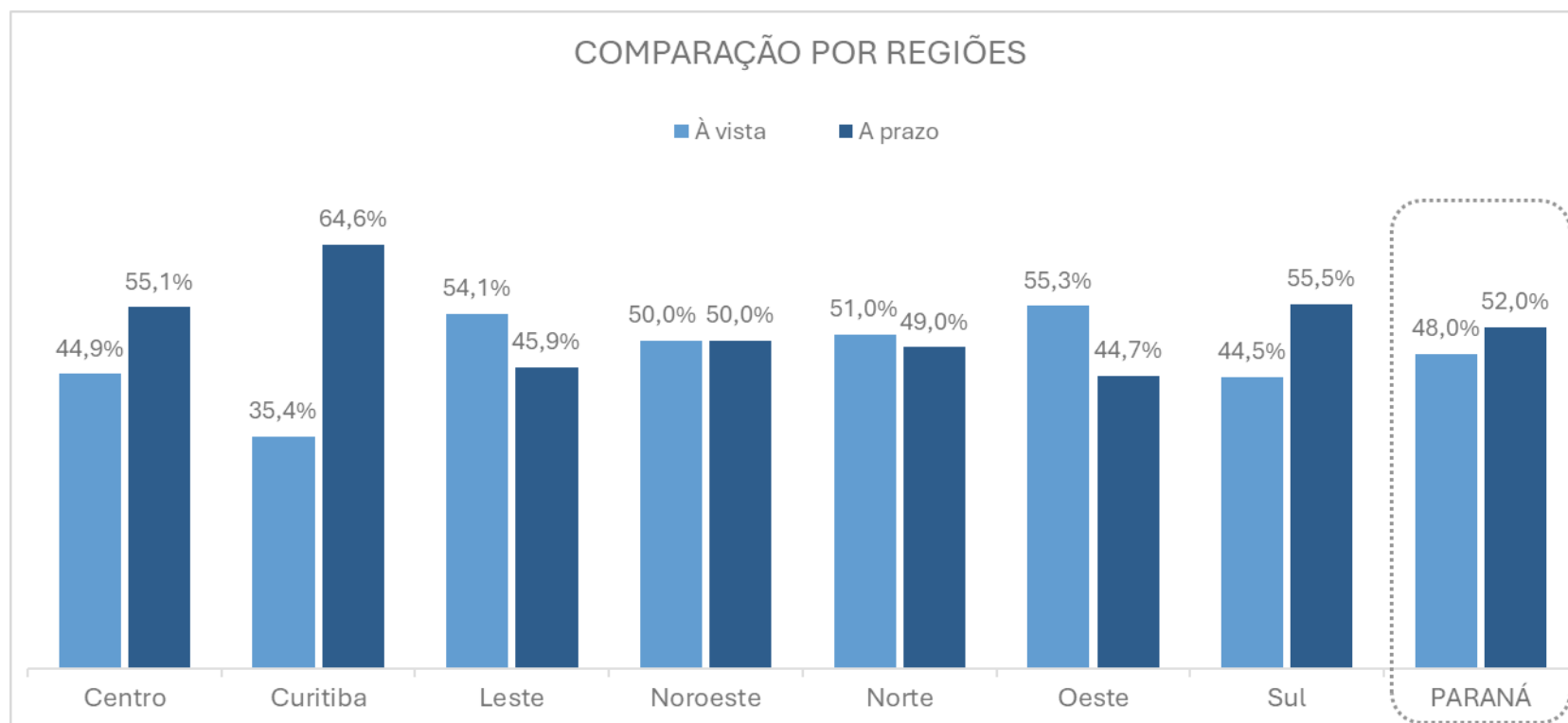
COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO MASCULINO

■ Cartão de crédito no vencimento
 ■ Cartão de crédito parcelado
 ■ Pix
 ■ Cartão de débito
 ■ Dinheiro
 ■ Carnê ou crediário



MODALIDADE DE PAGAMENTO

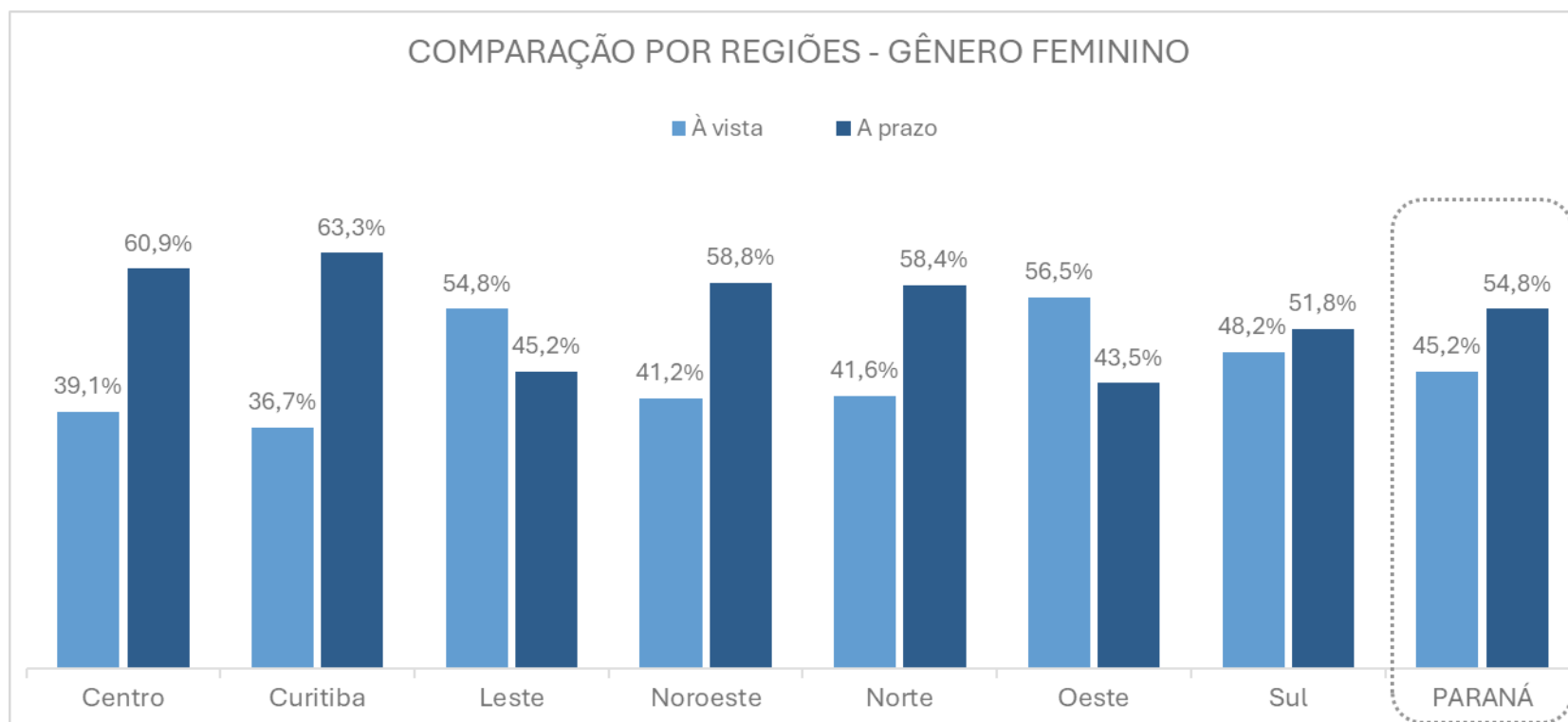
Modalidade de Pagamento	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
À vista	44,9%	35,4%	54,1%	50,0%	51,0%	55,3%	44,5%	48,0%
A prazo	55,1%	64,6%	45,9%	50,0%	49,0%	44,7%	55,5%	52,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



MODALIDADE DE PAGAMENTO

Gênero Feminino

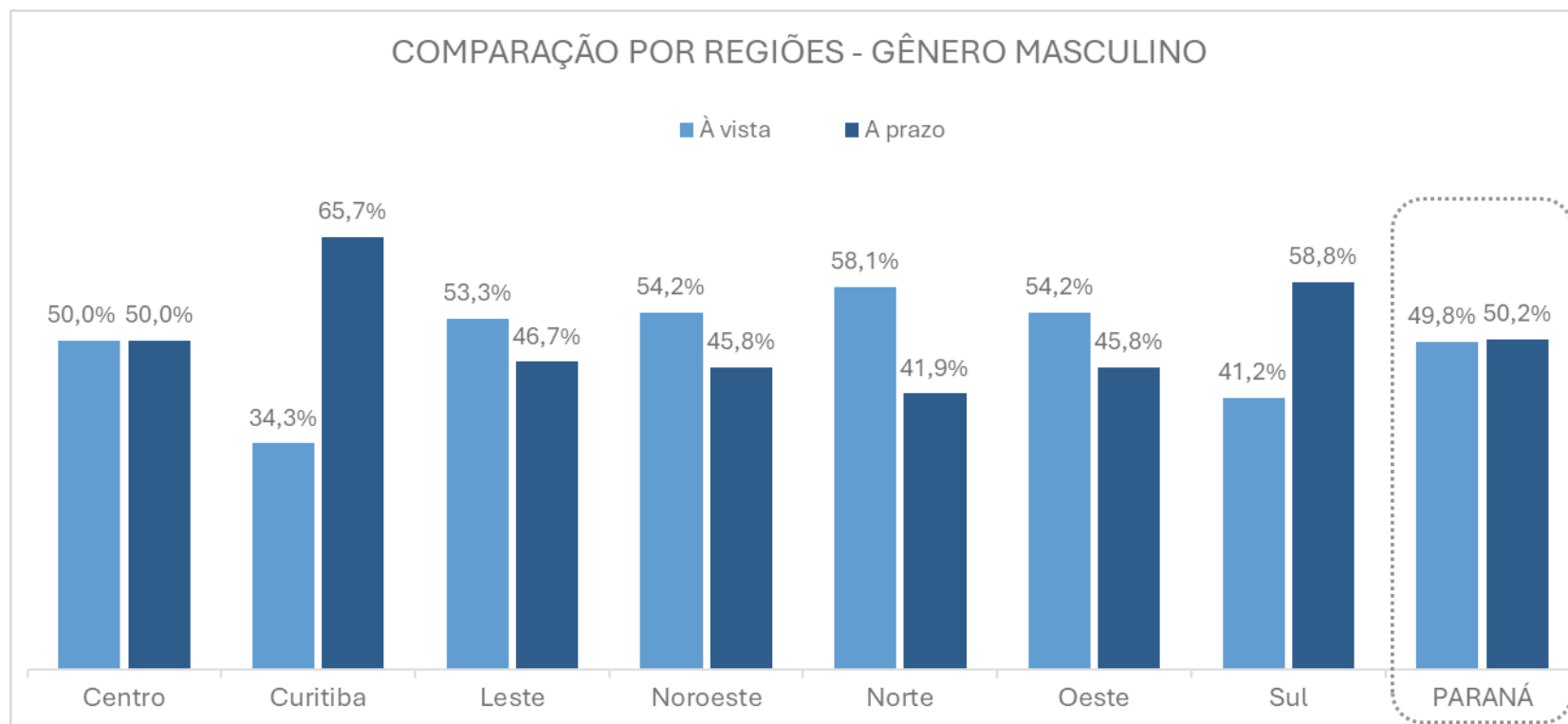
Modalidade de Pagamento - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
À vista	39,1%	36,7%	54,8%	41,2%	41,6%	56,5%	48,2%	45,2%
A prazo	60,9%	63,3%	45,2%	58,8%	58,4%	43,5%	51,8%	54,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



MODALIDADE DE PAGAMENTO

Gênero Masculino

Modalidade de Pagamento - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
À vista	50,0%	34,3%	53,3%	54,2%	58,1%	54,2%	41,2%	49,8%
A prazo	50,0%	65,7%	46,7%	45,8%	41,9%	45,8%	58,8%	50,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

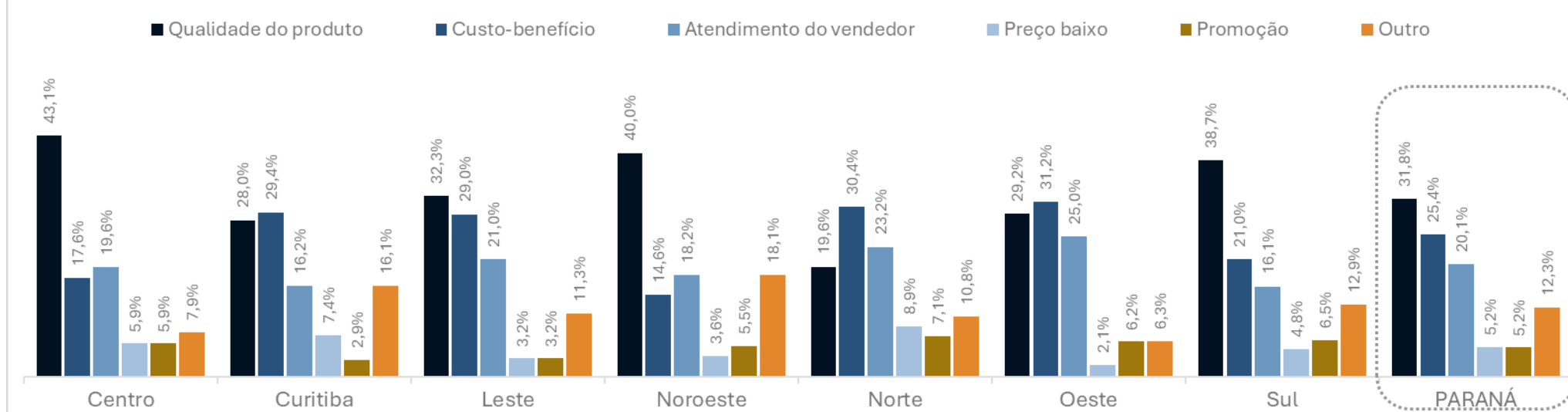


PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRAR

11. O que mais influencia a sua decisão de compra?

Mais Influencia na Compra	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Qualidade do produto	43,1%	28,0%	32,3%	40,0%	19,6%	29,2%	38,7%	31,8%
Custo-benefício	17,6%	29,4%	29,0%	14,6%	30,4%	31,2%	21,0%	25,4%
Atendimento do vendedor	19,6%	16,2%	21,0%	18,2%	23,2%	25,0%	16,1%	20,1%
Preço baixo	5,9%	7,4%	3,2%	3,6%	8,9%	2,1%	4,8%	5,2%
Promoção	5,9%	2,9%	3,2%	5,5%	7,1%	6,2%	6,5%	5,2%
Desconto	5,9%	4,4%	4,9%	3,6%	5,4%	2,1%	3,3%	4,3%
Emoção da data	2,0%	5,9%	1,6%	3,6%	3,6%	2,1%	4,8%	3,4%
Entrega/ frete	0,0%	2,9%	1,6%	5,5%	1,8%	0,0%	1,6%	2,1%
Exclusividade do produto	0,0%	2,9%	1,6%	1,8%	0,0%	2,1%	1,6%	1,5%
Flexibilidade de pagamento	0,0%	0,0%	1,6%	3,6%	0,0%	0,0%	1,6%	1,0%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES

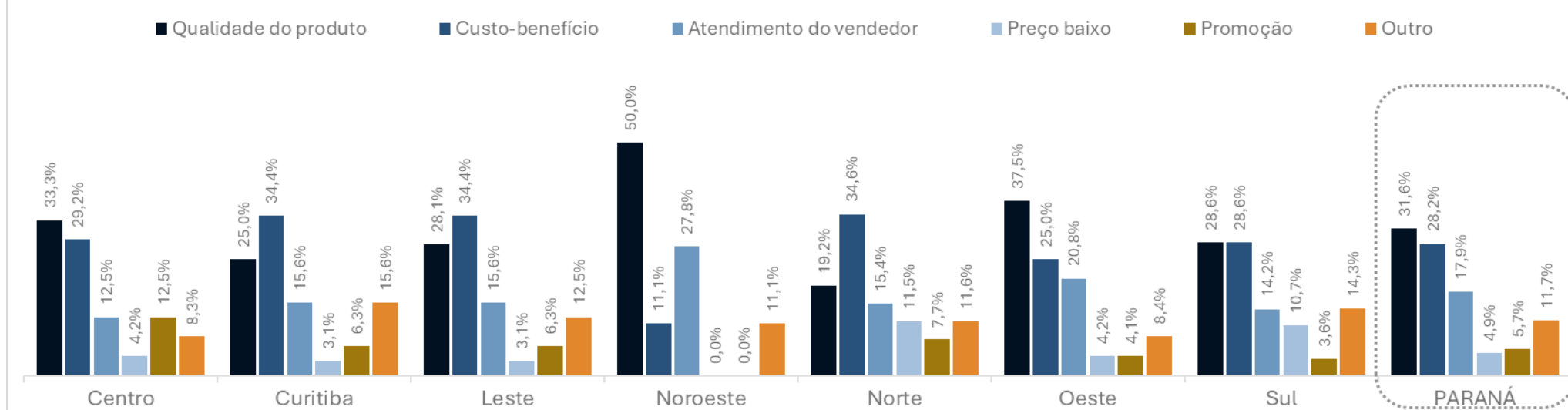


PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRAR

Gênero Feminino

Mais Influencia na Compra - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Qualidade do produto	33,3%	25,0%	28,1%	50,0%	19,2%	37,5%	28,6%	31,6%
Custo-benefício	29,2%	34,4%	34,4%	11,1%	34,6%	25,0%	28,6%	28,2%
Atendimento do vendedor	12,5%	15,6%	15,6%	27,8%	15,4%	20,8%	14,2%	17,9%
Preço baixo	4,2%	3,1%	3,1%	0,0%	11,5%	4,2%	10,7%	4,9%
Promoção	12,5%	6,3%	6,3%	0,0%	7,7%	4,1%	3,6%	5,7%
Desconto	8,3%	9,4%	6,3%	0,0%	7,7%	4,2%	7,1%	6,0%
Emoção da data	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%	0,0%	1,1%
Entrega/ frete	0,0%	3,1%	3,1%	11,1%	3,9%	0,0%	0,0%	3,5%
Exclusividade do produto	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	0,8%
Flexibilidade de pagamento	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	0,3%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO FEMININO

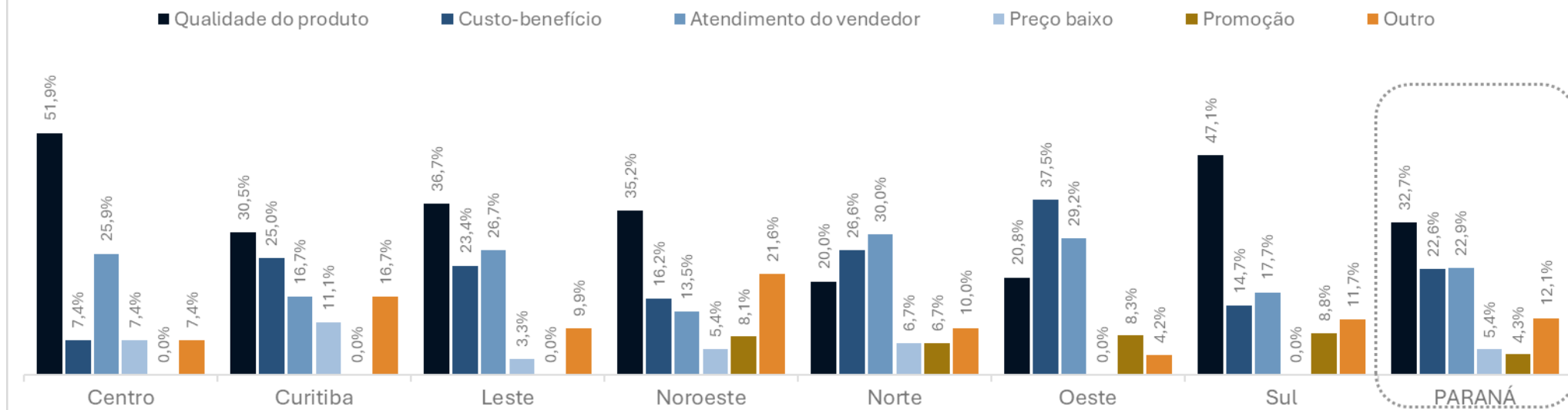


PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRAR

Gênero Masculino

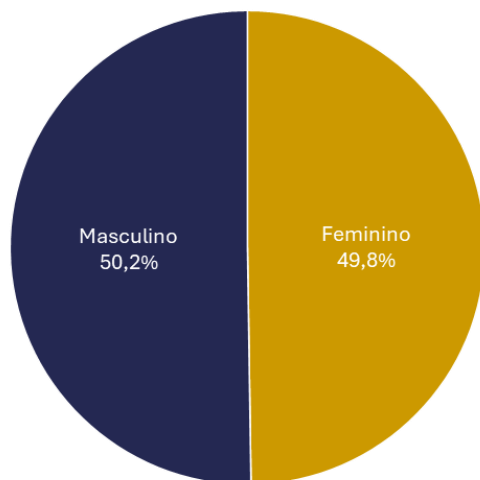
Mais Influencia na Compra - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Qualidade do produto	51,9%	30,5%	36,7%	35,2%	20,0%	20,8%	47,1%	32,7%
Custo-benefício	7,4%	25,0%	23,4%	16,2%	26,6%	37,5%	14,7%	22,6%
Atendimento do vendedor	25,9%	16,7%	26,7%	13,5%	30,0%	29,2%	17,7%	22,9%
Preço baixo	7,4%	11,1%	3,3%	5,4%	6,7%	0,0%	0,0%	5,4%
Promoção	0,0%	0,0%	0,0%	8,1%	6,7%	8,3%	8,8%	4,3%
Desconto	3,7%	0,0%	3,3%	5,4%	3,3%	0,0%	0,0%	2,4%
Emoção da data	3,7%	8,3%	3,3%	5,4%	6,7%	0,0%	8,8%	5,1%
Entrega/ frete	0,0%	2,8%	0,0%	2,7%	0,0%	0,0%	2,9%	1,2%
Exclusividade do produto	0,0%	5,6%	0,0%	2,7%	0,0%	4,2%	0,0%	2,0%
Flexibilidade de pagamento	0,0%	0,0%	3,3%	5,4%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO POR REGIÕES - GÊNERO MASCULINO

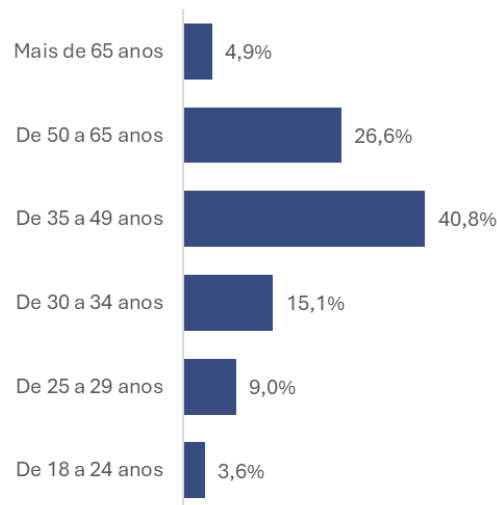


PERFIL DO CONSUMIDOR

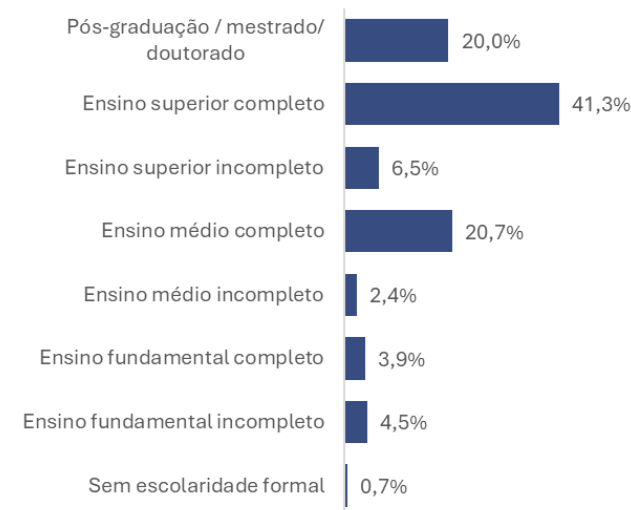
GÊNERO



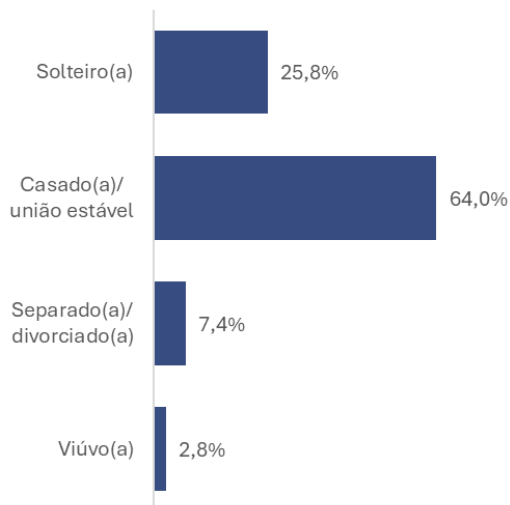
FAIXA ETÁRIA



ESCOLARIDADE



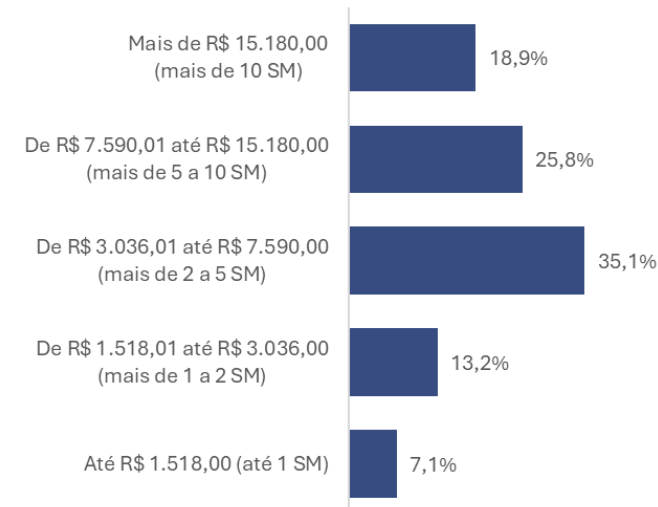
ESTADO CIVIL



OCUPAÇÃO PRINCIPAL



FAIXA DE RENDA

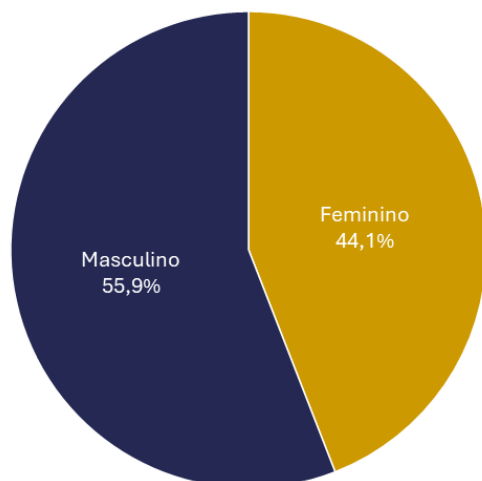


Sondagem de Intenção de Compras

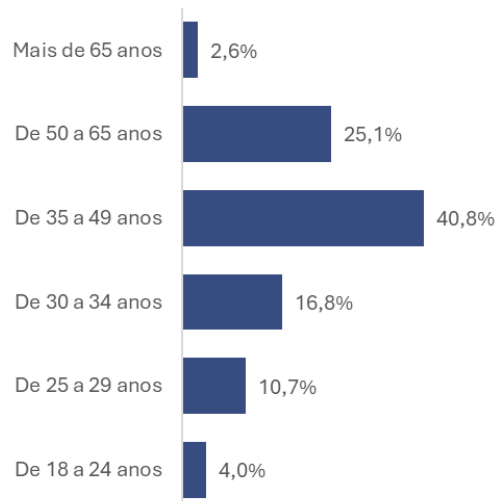
Dia dos Namorados

PERFIL DO CONSUMIDOR QUE PRESENTEARÁ

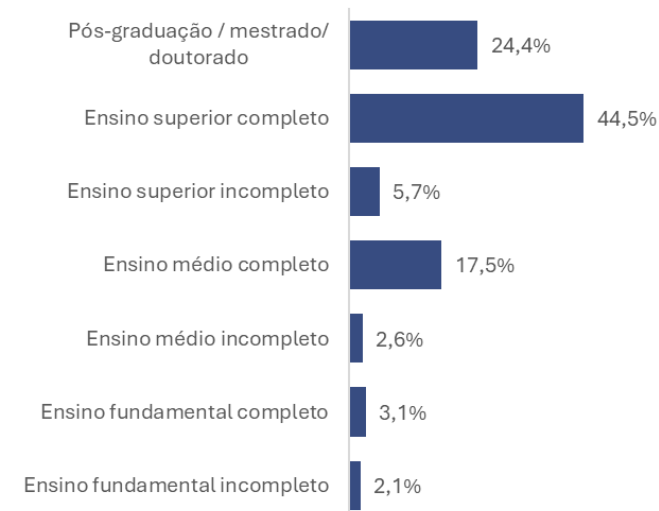
GÊNERO



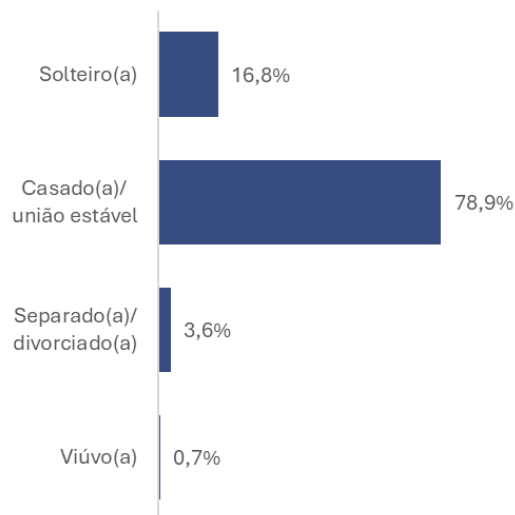
FAIXA ETÁRIA



ESCOLARIDADE



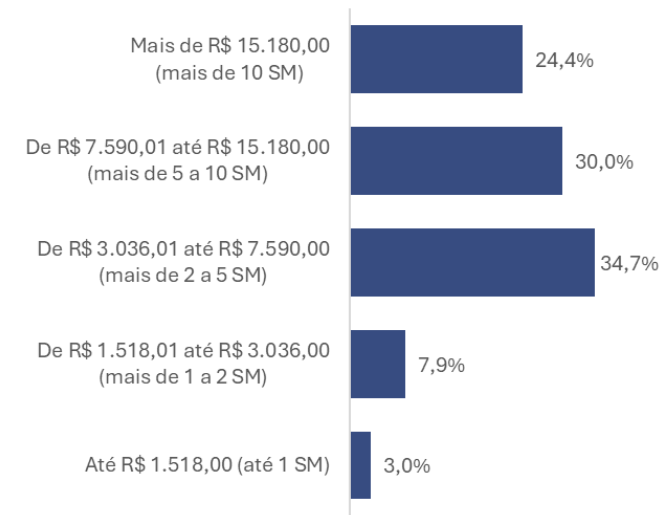
ESTADO CIVIL



OCUPAÇÃO PRINCIPAL



FAIXA DE RENDA

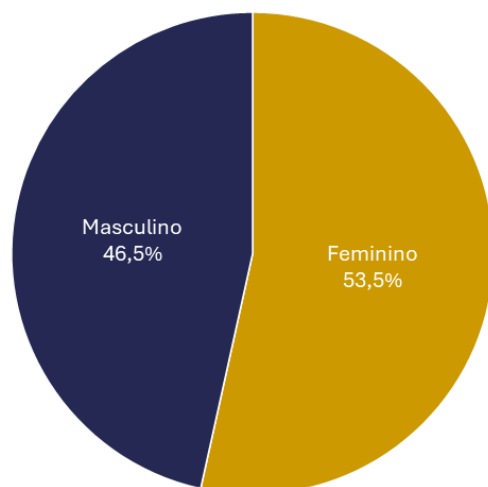


Sondagem de Intenção de Compras

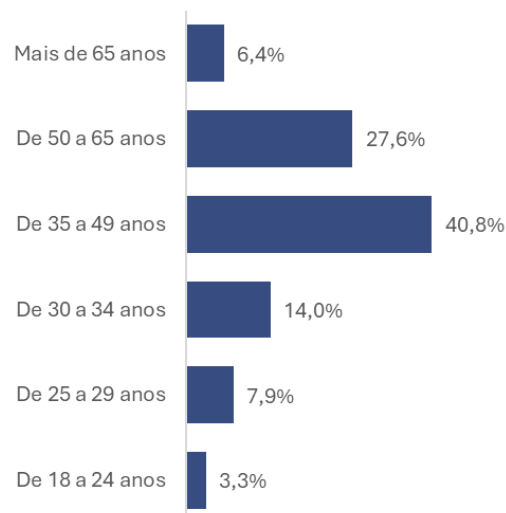
Dia dos Namorados

PERFIL DO CONSUMIDOR QUE NÃO PRESENTEARÁ

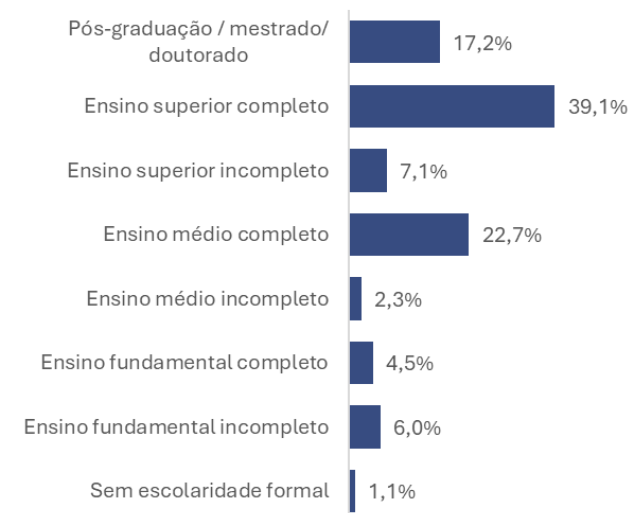
GÊNERO



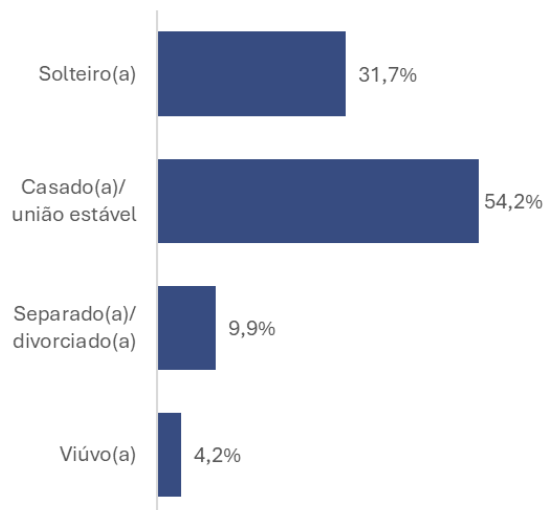
FAIXA ETÁRIA



ESCOLARIDADE



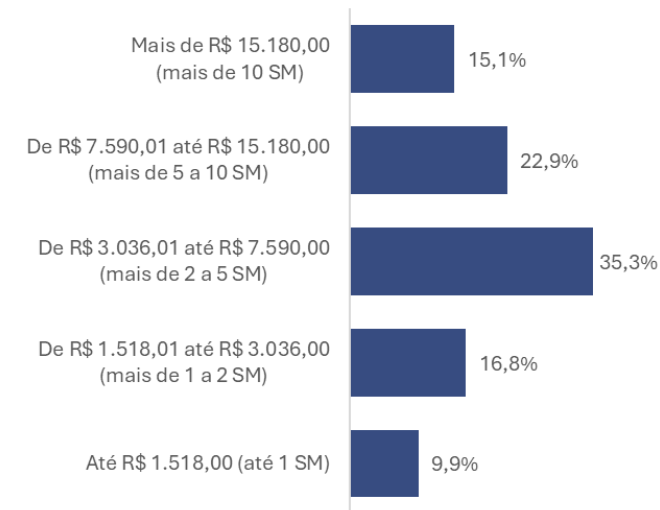
ESTADO CIVIL



OCUPAÇÃO PRINCIPAL



FAIXA DE RENDA



ASPECTOS METODOLÓGICOS

A Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia dos Namorados, realizada pelo Sebrae/PR em parceria com a Fecomércio PR, visa entender o comportamento de consumo dos paranaenses em relação à uma das datas comerciais do primeiro semestre do ano. A pesquisa abrangeu aspectos como intenção de presentear, locais de compra e forma de pagamento mais utilizada, proporcionando insights valiosos para o planejamento do setor empresarial e do comércio no Paraná.

Objetivo do Estudo

O estudo foi elaborado com o objetivo de identificar o potencial de consumo e as preferências dos paranaenses para a data que comemora o Dia dos Namorados. Essas informações, segmentadas por região, servem como subsídio para empresas ajustarem suas campanhas promocionais, gestão de estoques e planejamento estratégico para a data.

População e Amostra

Para garantir representatividade, a pesquisa total abrangeu uma amostra de 1.071 entrevistas, distribuídas entre as sete regionais do Sebrae Paraná: Centro, Curitiba, Leste, Noroeste, Norte, Oeste e Sul. A distribuição das entrevistas foi proporcional à população total de cada região, conforme dados censitários, assegurando uma amostra que reflete a diversidade demográfica e geográfica do estado. A divisão da amostra foi a seguinte:

- Centro: 151 entrevistas (14,1%)
- Curitiba: 156 entrevistas (14,6%)
- Leste: 150 entrevistas (14,0%)
- Noroeste: 151 entrevistas (14,1%)
- Norte: 156 entrevistas (14,6%)
- Oeste: 152 entrevistas (14,2%)
- Sul: 155 entrevistas (14,4%)

Com um intervalo de confiança de 95% e um erro amostral máximo de $\pm 3,0\%$ para os resultados gerais, a amostra foi cuidadosamente dimensionada para assegurar a precisão nas estimativas e permitir a extrapolação para a população estadual.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Período de Coleta

A coleta de dados foi realizada entre 22 de abril e 15 de maio de 2025. Esse período foi estrategicamente escolhido para captar as intenções e o planejamento de consumo dos paranaenses, com foco nas compras para a data comemorativa.

Método de Coleta e Instrumento de Pesquisa

A pesquisa foi conduzida por meio de entrevistas telefônicas, baseada no método CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), com um questionário estruturado que abordou os seguintes temas: Intenção de Presentear no Dia dos Namorados: Perguntas sobre o hábito de presentear, período da compra, valor planejado para o presente, tipos de itens desejados, local e forma de pagamento das compras.

Procedimento de Ponderação

Para garantir que os resultados fossem representativos da estrutura socioeconômica do estado, foi aplicada uma ponderação por peso, utilizando a População Economicamente Ativa (PEA) de cada região, conforme dados do Censo de 2010. Essa ponderação permite que cada região contribua de forma proporcional ao seu peso econômico, assegurando que os resultados reflitam não apenas a distribuição populacional, mas também a relevância econômica de cada região.

Tratamento e Análise dos Dados

Após a coleta e ponderação dos dados, as informações foram analisadas por região, possibilitando uma visão segmentada entre as médias regionais e a média estadual. Foram realizados cálculos específicos do tíquete médio planejado para a data, além de segmentações por gênero, para uma compreensão aprofundada dos hábitos e preferências de consumo. Essa análise desagregada permite a identificação de padrões específicos e o desenvolvimento de estratégias comerciais adaptadas a cada perfil regional.

Departamento de Pesquisas da Fecomércio PR

pesquisa@fecomerciopr.com.br

(41) **3883-4527**

