

Grupo
Datacenso[®]



Pesquisa, Inteligência de
Mercado e Marketing



DataCenso

Pesquisas Mercadológicas

Sobre o Grupo Datacenso

DataCenso
Pesquisas Mercadológicas

Há mais de **27 anos** é sinônimo de excelência em serviços de **Pesquisa, Inteligência de Mercado e Marketing**.

Desenvolve estudos e estratégias inteligentes, visando auxiliar e orientar seus clientes para **tomadas de decisão mais seguras e assertivas em seus negócios**.

Suas operações estão segmentadas em **3 núcleos de Inteligência**:



Escritórios do Grupo Datacenso



Responsabilidade técnica

Prof. Dr. Claudio Shimoyama



- **CEO do Grupo Datacenso;**
- **Doutor em Gestão de Negócios pela UFSC** – Universidade Federal de Santa Catarina;
- **Mestre em Engenharia da Informação e Inovações Tecnológicas** pela UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina;
- **Pós-graduado em Engenharia Econômica, Marketing e Propaganda**, com especialização em Estatística Aplicada e Desenvolvimento Executivo em Marketing pelo Baldwin Wallace University (Ohio-EUA);
- **Economista** formado pela FAE – Faculdade Católica de Administração e Economia;
- **Professor nível MBA da FGV** – Fundação Getúlio Vargas desde 2009 para disciplinas de Marketing, Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor;
- **Palestrante empresarial** em diversos temas atuais;
- **Consultor Econômico e de Marketing** da ACP – Associação Comercial do Paraná;
- **Filiado a NMSBA** – Neuromarketing Science & Business Association;
- **Conselheiro do CORECON-PR** – Conselho Regional de Economia do Paraná;
- **Diretor da ADVB-PR** – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil; e
- **Autor de livros e artigos** publicados nas áreas de Pesquisa e Inteligência de Mercado, Comportamento do Consumidor e Marketing.

Pesquisa sobre a expectativa de compra para o Dia das Crianças 2022



Introdução	6
Expectativas de compra dos consumidores - Dia das Crianças 2022	12
Conclusão	17



Introdução

Metodologia do estudo

Objetivo

- O estudo tem como objetivo geral avaliar a expectativa dos paranaenses para as compras no Dia das Crianças 2022.

Universo

- Consumidores do Paraná.

Amostra

- Foram entrevistados 571 consumidores.

Margem de erro

- A amostra apresenta margem de erro de 4%, considerando grau de confiança de 95%, e satisfatória para uma análise estatística.

Coleta de dados

- A coleta de dados foi realizada via online com o público-alvo, nos dias 23 a 27 de setembro de 2022.

Observações

- As perguntas cuja soma das porcentagens não totalizam 100% são decorrentes de arredondamentos ou de múltiplas respostas.
- Nas questões abertas, as respostas com pouca significância estatística são somadas e colocadas como outras citações.
- As perguntas são classificadas como estimuladas (feitas através de uma lista que é passada para os entrevistados escolherem algumas das alternativas) e espontâneas (nas quais não é dada nenhuma alternativa para resposta).

Esta pesquisa foi coletada, tabulada e analisada pelo **Datacenso Pesquisa e Inteligência de Mercado**, sob a responsabilidade técnica de:

Cláudio Shimoyama

Economista CORECON N.º 3313

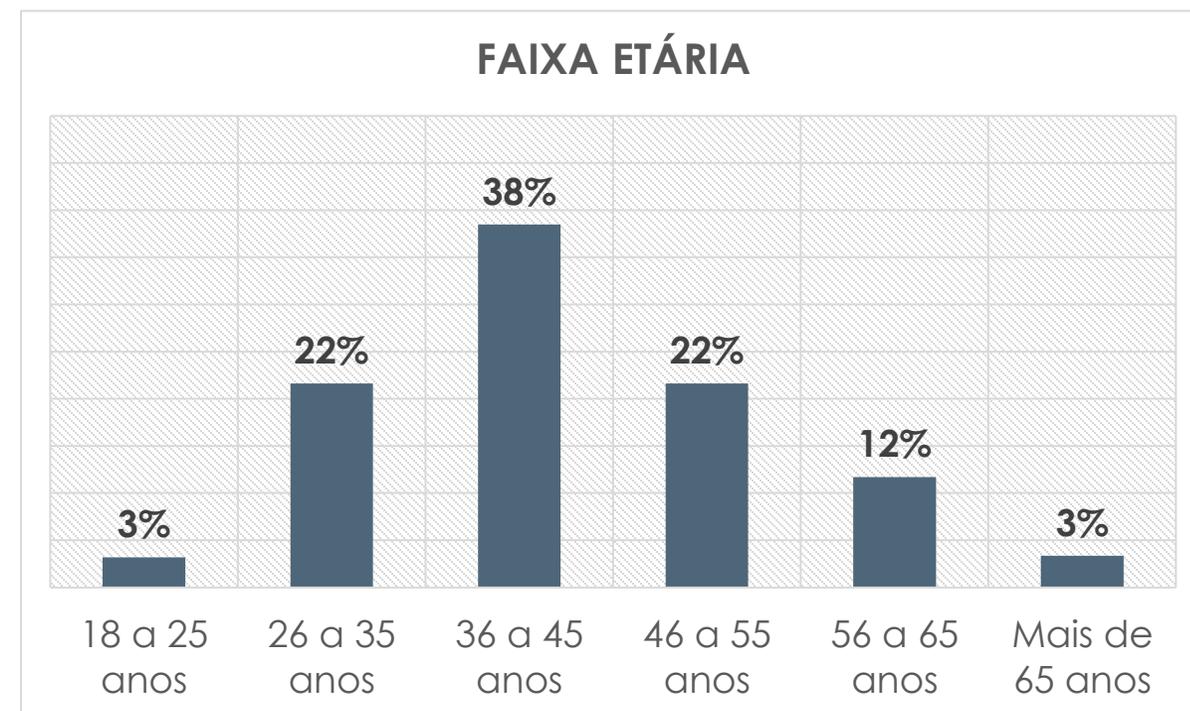
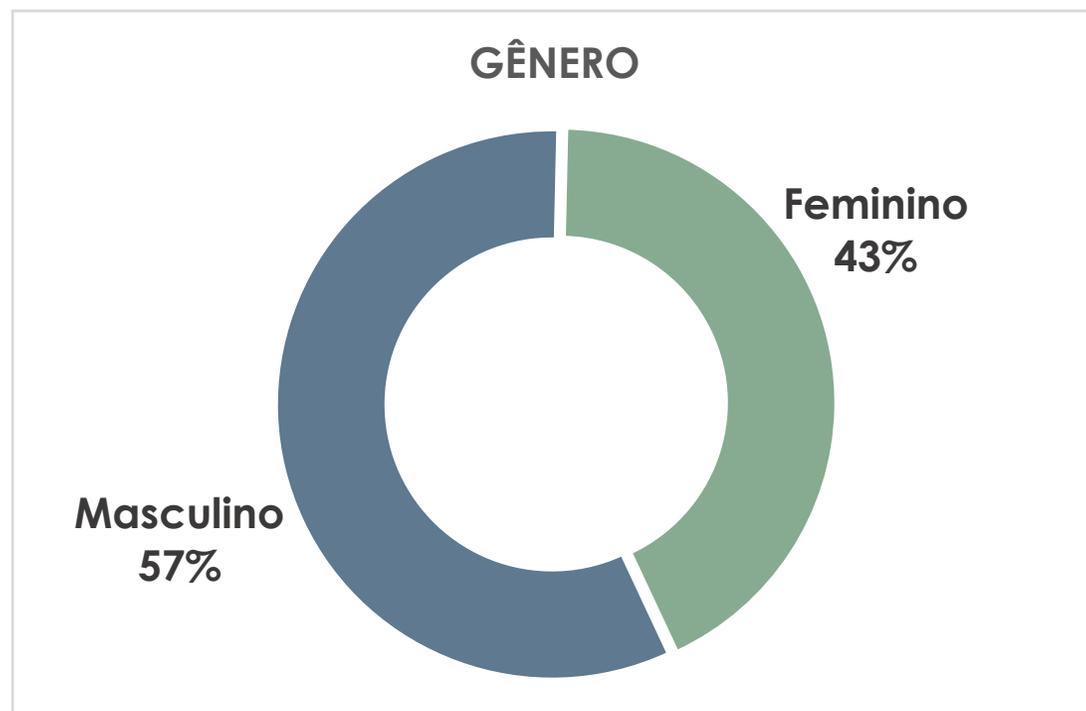
Doutor em Engenharia de Produção – UFSC

Curitiba, setembro de 2022.



Perfil dos entrevistados

Perfil do consumidor entrevistado (Espontânea única)



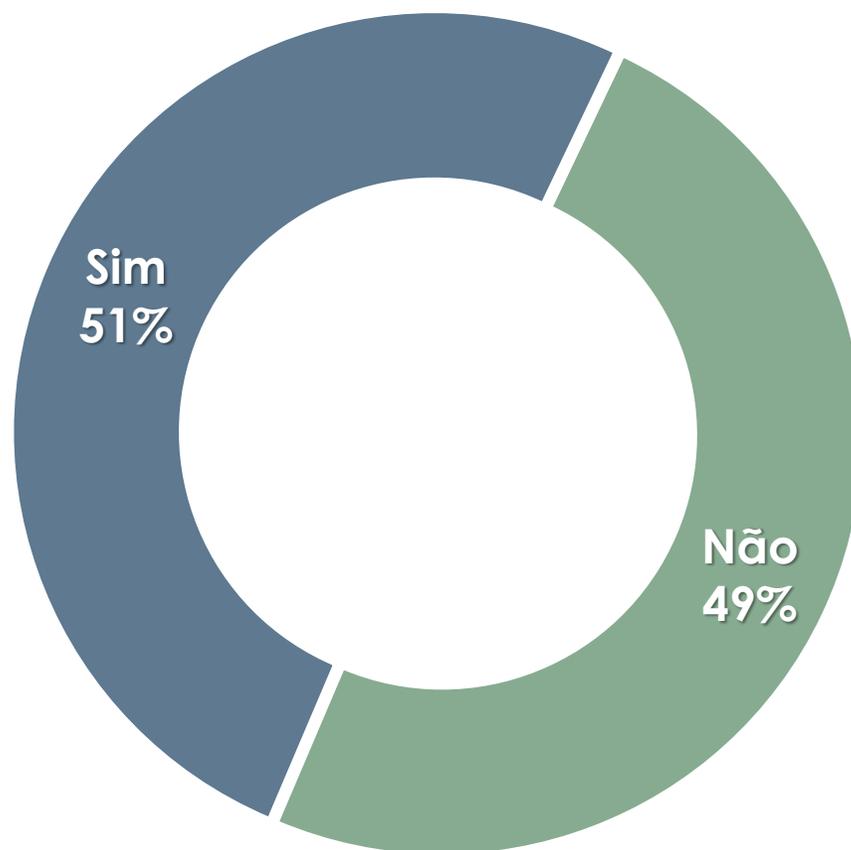
Quanto ao perfil do consumidor paranaense entrevistado, mais da metade pertence ao **gênero masculino**, com maior ocorrência na faixa etária entre **36 a 45 anos**, seguido de **26 a 35 anos** e **46 a 55 anos**, empatados.



Expectativas de compras do consumidor paranaense para o Dia das Crianças 2022

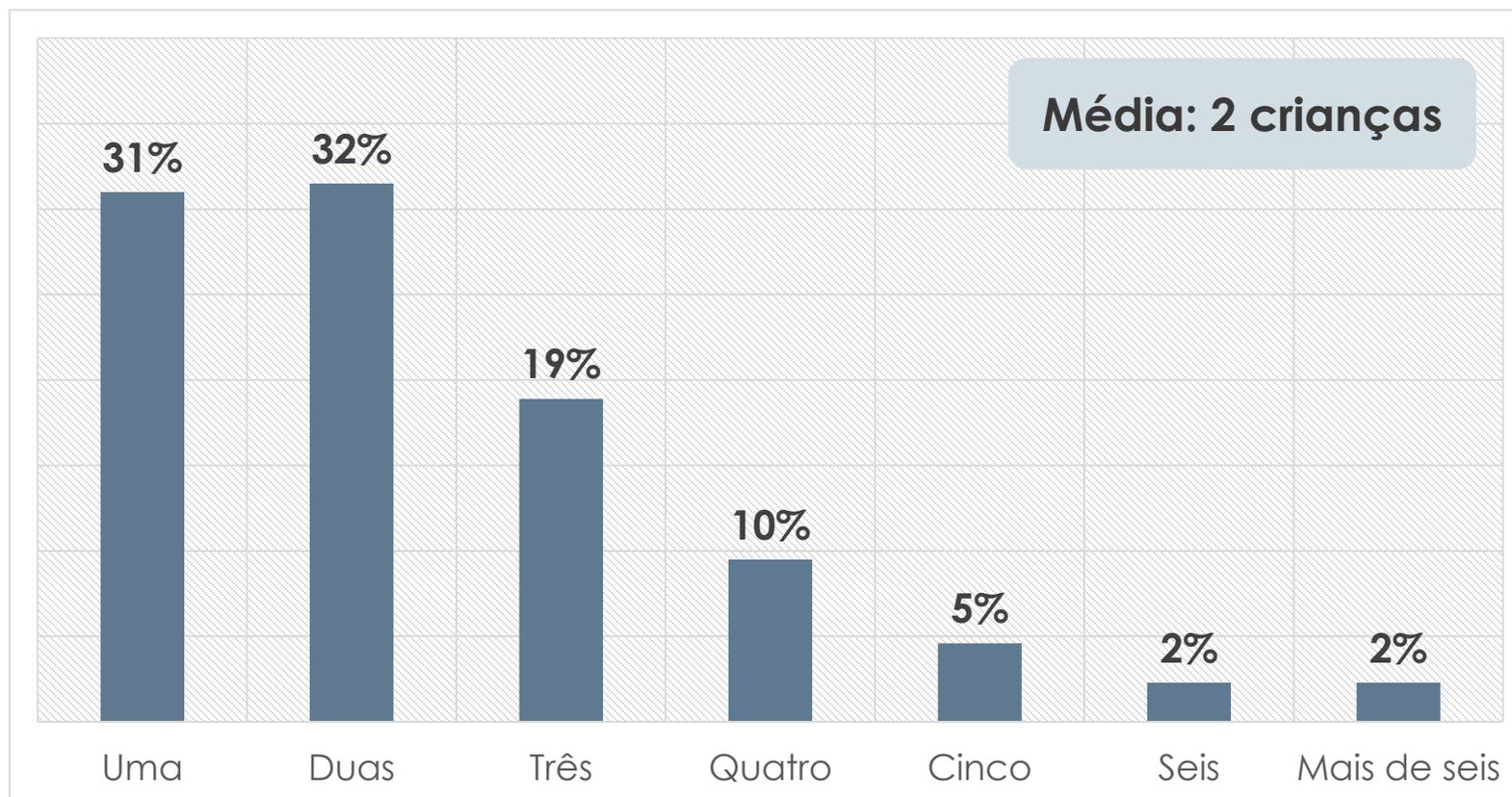
Consumidor

Percentual de consumidores que pretende presentear no Dia das Crianças (Espontânea única)



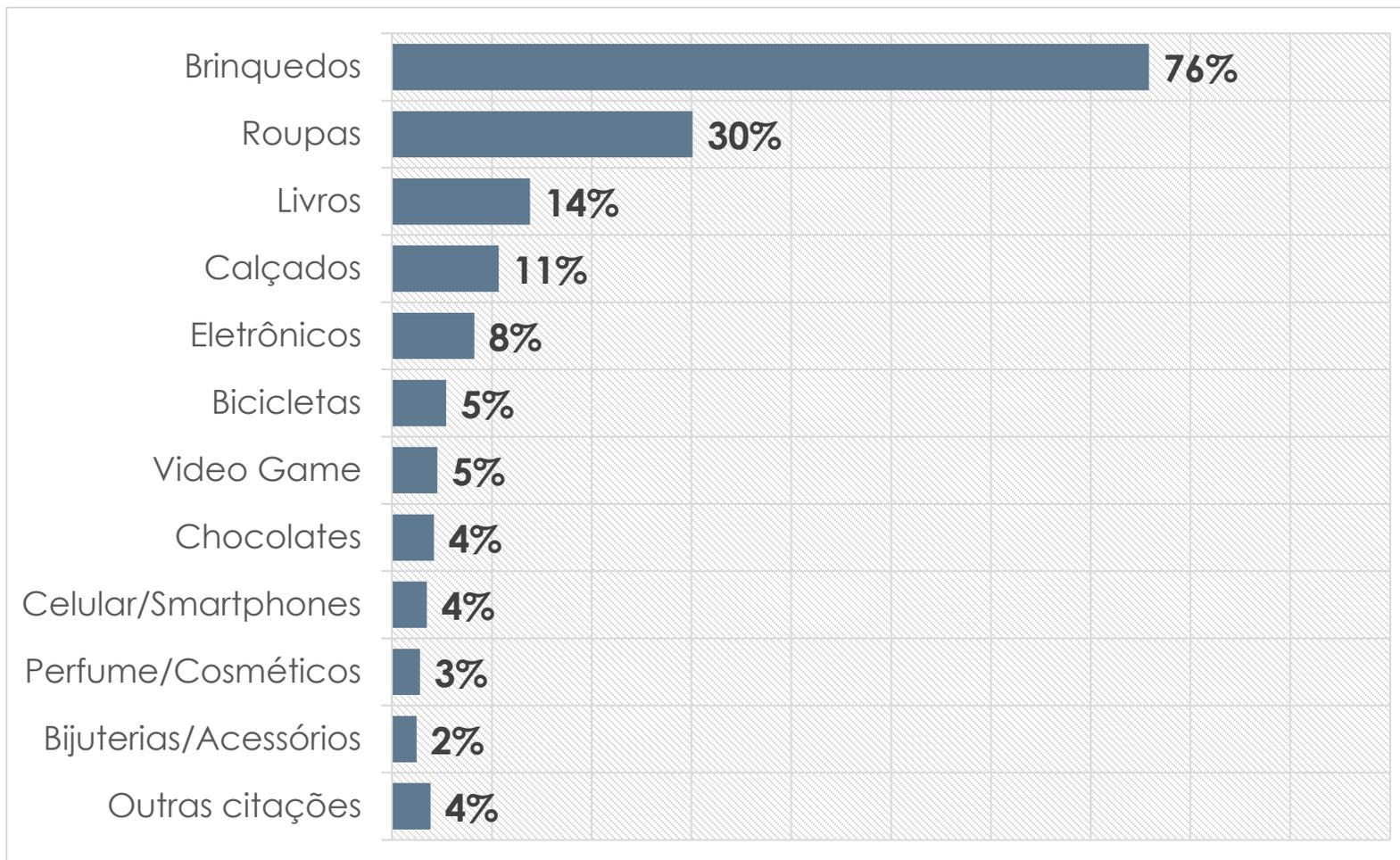
Segundo a pesquisa, mais da metade dos consumidores entrevistados **pretende presentear no Dia das Crianças.**

Quantidade de crianças que pretendem presentear no dia das crianças (Espontânea única)



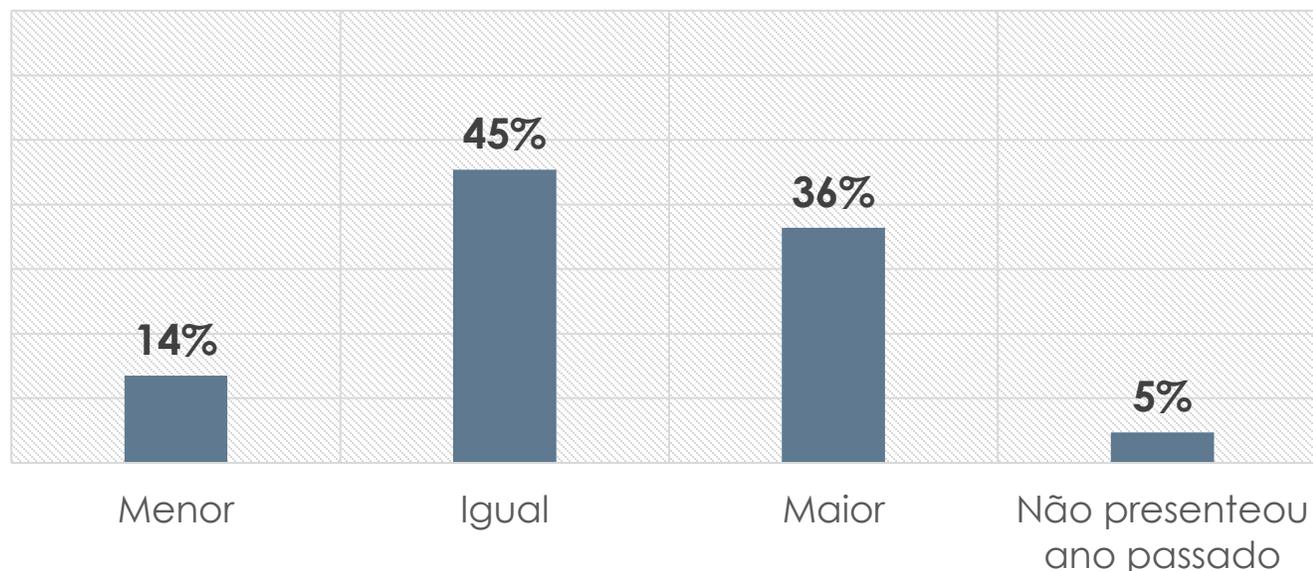
De acordo com a pesquisa, a maioria dos entrevistados irá presentear entre **uma e duas crianças**.

Presente que pretendem comprar para o Dia das Crianças (Espontânea múltipla)



De acordo com a pesquisa, os **principais presentes** que os consumidores paranaenses pretendem comprar para o **Dia das Crianças** são, em primeiro lugar, **brinquedos**, seguido por **roupas, livros e calçados**.

COMPARATIVO DO VALOR DE COMPRA DO DIA DAS CRIANÇAS DESTE ANO COM O ANO PASSADO



2022

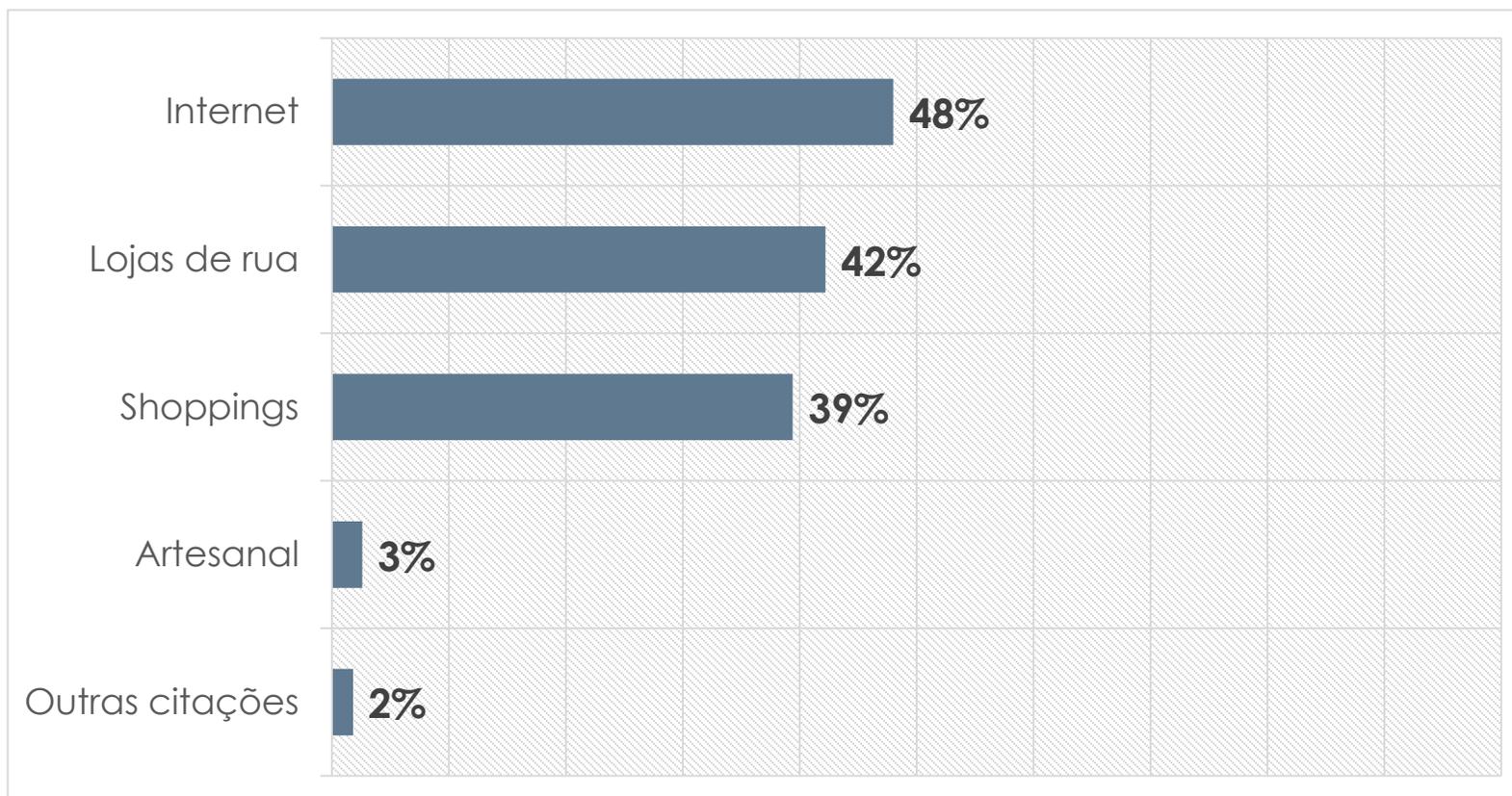
Expectativa



A maior ocorrência dos consumidores paranaenses pretende gastar na compra do **presente do Dia das Crianças, o mesmo valor que o ano passado**. Parte significativa respondeu que irá gastar mais este ano.

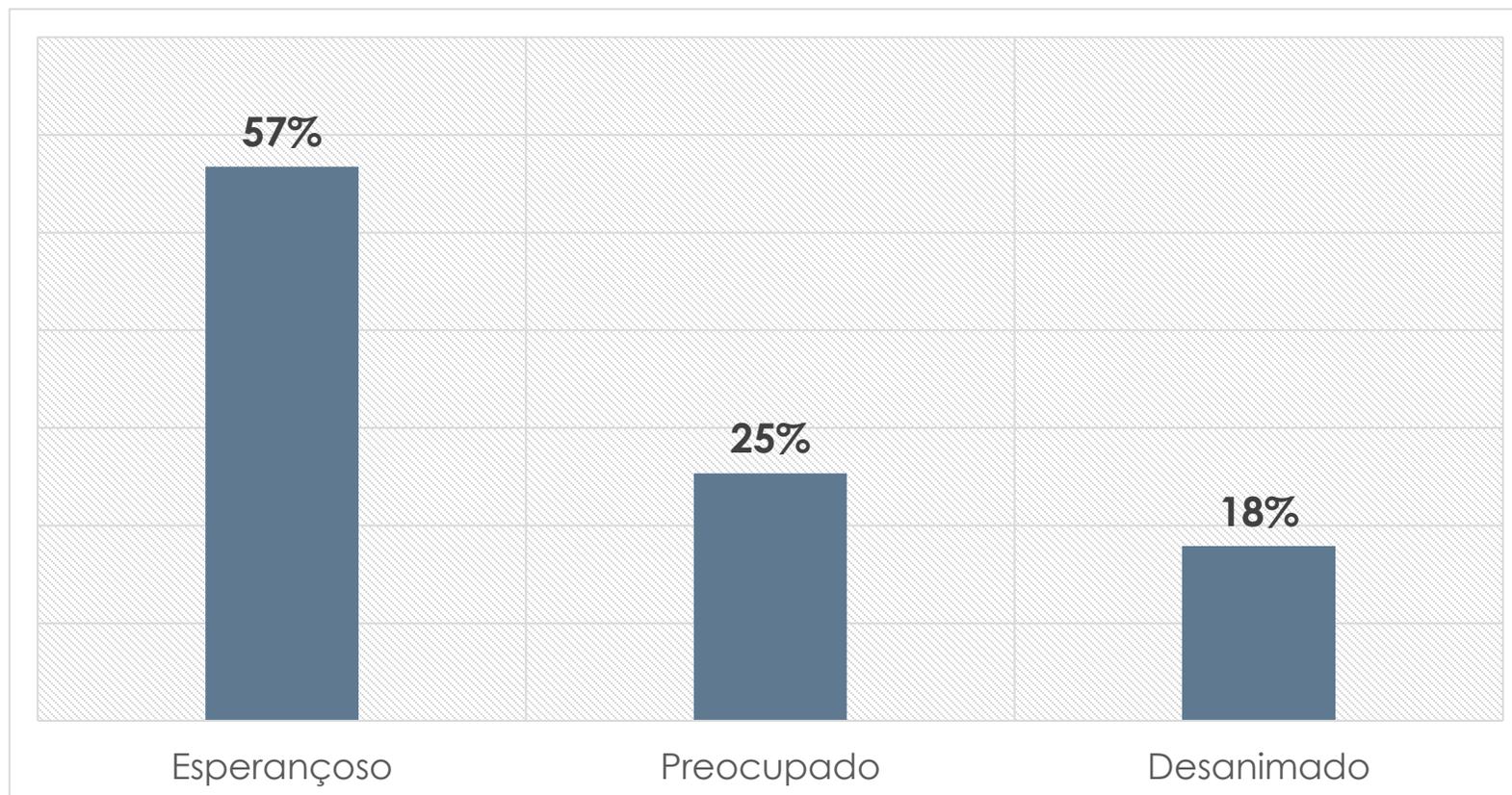
O tíquete médio previsto é de **R\$ 141,51 por presente**.

Local onde pretendem comprar o presente de Dia das Crianças (Estimulada única)



O estudo aponta que, metade dos consumidores paranaenses irá fazer suas compras de **Dia das Crianças** na **internet**. Em segundo lugar, citam **lojas de rua**, seguidos pelos que comprarão **em shoppings**.





Quanto a expectativa em relação a **economia**, mais da metade dos consumidores paranaenses está **esperançosa**. Mas, tem parte significativa que está **preocupada** com a evolução do cenário econômico.



Conclusão

A pesquisa Pré Dia das Crianças 2022 mostra os seguintes resultados:

EXPECTATIVA DE VALOR MÉDIO DE COMPRA DE R\$ 141,51 POR PRESENTE

Em média, o consumidor paranaense pretende gastar **R\$ 141,51** na compra do presente para o Dia das Crianças. E os principais presentes que pretendem dar são: **brinquedos em geral, roupas/vestuário, livros e calçados.**

No geral, o consumidor pretende **presentear em média duas crianças** nesta data.

INTERNET É O PRINCIPAL LOCAL DE COMPRA

Lojas online ganham destaque entre os locais de compra preferidos para o Dia das Crianças, seguido de **lojas de rua**. Os **shoppings** aparecem em terceiro lugar.

CONSUMIDOR PARANAENSE ESTÁ ESPERANÇOSO COM A ECONOMIA DO BRASIL PARA OS PRÓXIMOS MESES

Mais da metade dos consumidores paranaenses está **esperançosa** em relação a economia do Brasil para os próximos meses. Os homens estão mais animados que as mulheres.



Grupo



Datacenso

Pesquisa, Inteligência de
Mercado e Marketing