

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de
Santa Catarina

Relatório Avaliação do Consumidor – Dia dos País 2024

SUMÁRIO

Introdução	2
Status da compra	3
Realizaram compras	4
<i>Avaliação do atendimento</i>	<i>10</i>
Não realizou compras	11
Problemas comércio	13
Conclusão	14

INTRODUÇÃO

O Dia dos Pais é uma data significativa para o comércio e é monitorada pela Fecomércio SC devido ao impacto que tem em vários setores. Desde 2016, a pesquisa de Avaliação tem como objetivo analisar o comportamento de compras para essa data, coletando informações sobre a realização de compras, o gasto médio, a avaliação do atendimento e permitindo que o consumidor reflita sobre diferentes aspectos de seu comportamento.

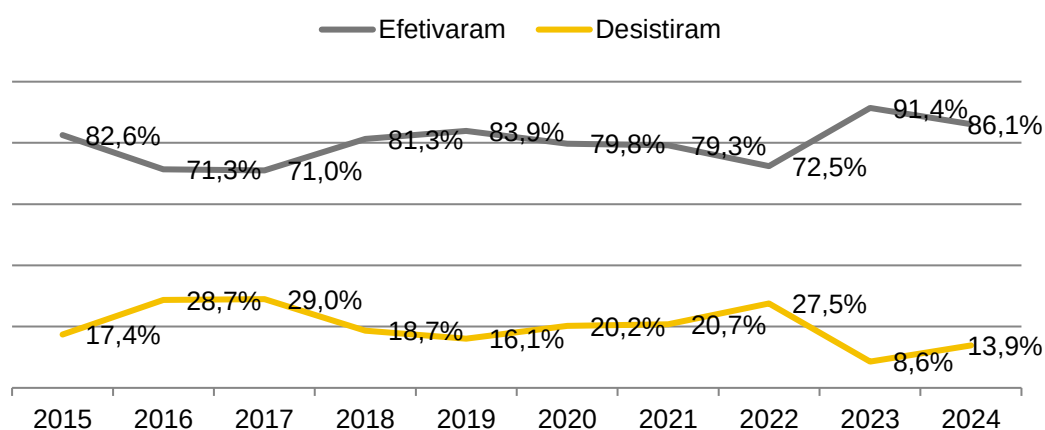
Em 2024 foram entrevistados 2.100 consumidores em sete cidades: Florianópolis, Criciúma, Chapecó, Blumenau, Joinville, Lages e Itajaí, entre 12 e 21 de agosto. A pesquisa tem um nível de significância de 95%, com uma margem de erro de 5,8% para os municípios e de 2,3% para o estado. Utilizou-se uma metodologia quantitativa por amostragem e a coleta de dados foi realizada através de entrevistas pessoais individuais com base em um questionário estruturado. O público-alvo eram homens e mulheres com 18 anos ou mais.

STATUS DA COMPRA

A pesquisa investigou se os consumidores realizaram compras de presentes para o Dia dos Pais. Em 2024, 56% dos consumidores compraram presentes para a ocasião.

A pesquisa de Avaliação monitora o indicador de efetivação de compras desde seu início. Esse indicador considera os consumidores que declararam a intenção de comprar, permitindo calcular a proporção daqueles que realmente efetivaram suas compras. Em 2024, 86,1% dos consumidores que tinham a intenção de comprar presentes concretizaram a compra, enquanto 13,2% desistiram.

Evolução efetivação das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

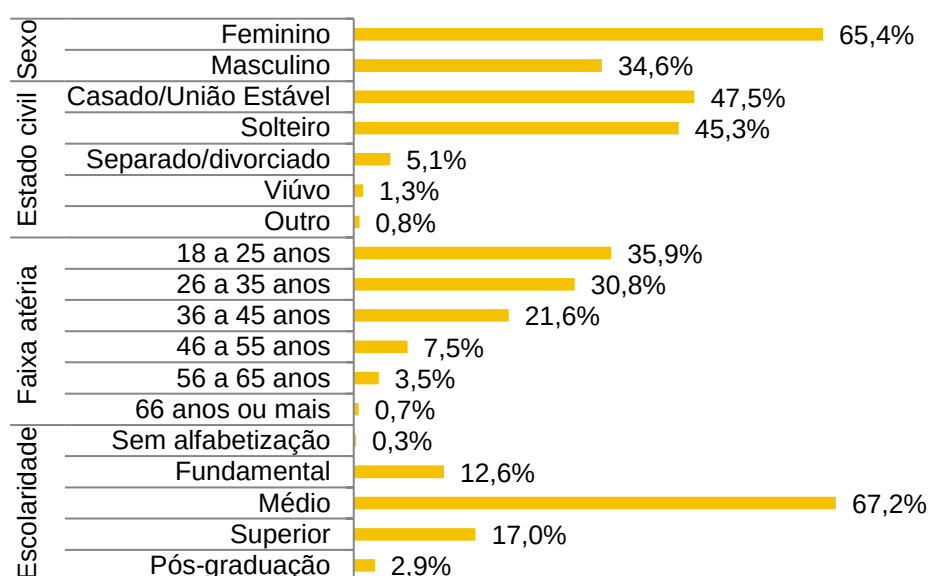
A seguir a pesquisa será dividida em capítulos, lavando em consideração o perfil dos que compraram e as características para a data, e o perfil dos que não compraram e as motivações para não realizá-las.

REALIZARAM COMPRAS

Este capítulo analisa o comportamento de todos os consumidores que realizaram compras para o Dia dos Pais, sejam elas planejadas ou espontâneas. O primeiro aspecto investigado é o perfil socioeconômico desses compradores.

Observa-se que a maior parte dos consumidores que compraram presentes para o Dia dos Pais é do sexo feminino, representando 65,3% do total. Esse dado reflete o perfil típico da data, onde mães e esposas frequentemente adquirem presentes para que seus filhos ou dependentes possam homenagear os pais. A idade média dos compradores é de 32 anos. Além disso, a maior proporção de consumidores é formada por pessoas casadas ou em união estável (47,5%), e a maioria completou o ensino médio (67,2%).

Perfil socioeconômico

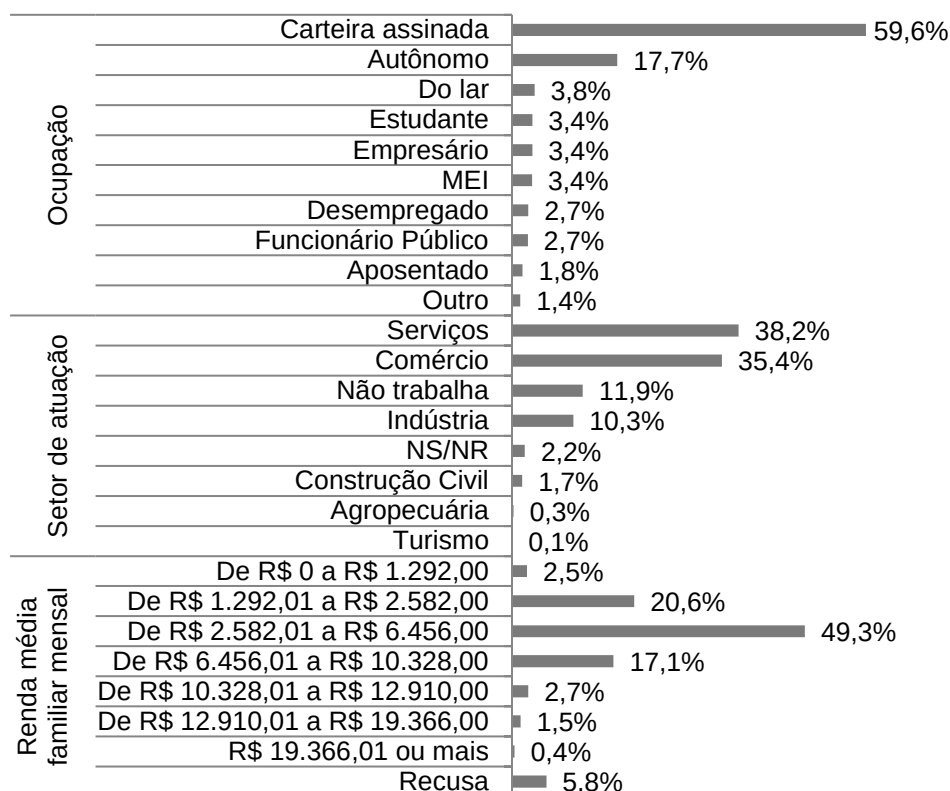


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outros indicadores socioeconômicos examinados incluem a ocupação, o setor de atuação e a faixa de renda dos consumidores. Observa-se que a maioria possui emprego com carteira assinada (59,6%), enquanto 17,7% atuam como autônomos. O setor de serviços é o mais frequente, com 38,5% dos consumidores atuando nele.

Esses dados indicam que a estabilidade no emprego formal e a atuação no setor de serviços são predominantes entre os compradores, sugerindo uma possível influência significativa desses fatores nas compras para o Dia dos Pais.

Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Características das compras

A pesquisa começa avaliando se o consumidor conseguiu realizar suas compras com sucesso, isto é, se encontrou e adquiriu o produto que inicialmente planejou. Embora algumas compras possam ocorrer por impulso, a maioria delas é feita com planejamento. A análise de dados históricos mostra que, em geral, os consumidores conseguem concluir suas compras para a data desejada com sucesso. A análise dos dados revela uma alta taxa de sucesso nas compras para o Dia dos Pais, com algumas flutuações ao longo dos anos. Embora o êxito total tenha diminuído ligeiramente em anos recentes, a capacidade dos consumidores de realizar suas compras continua bastante positiva.

Êxito	Evolução êxito realização das compras									
	Ano									
	2015	2017	2016	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Sim	99,0%	97,3%	92,4%	94,1%	89,9%	92,2%	91,6%	87,7%	86,3%	91,7%
Parcialmente	0,5%	0,2%	2,0%	1,3%	2,2%	5,1%	5,7%	4,0%	7,8%	4,3%
Não	0,5%	2,5%	5,6%	4,6%	7,9%	2,7%	2,7%	8,3%	5,9%	4,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

A pesquisa de Avaliação examina quatro atributos fundamentais na decisão de compra: Preço, Praça, Produto e Promoção. Esses fatores são essenciais para que uma empresa alcance seu

público-alvo de maneira eficaz. Os consumidores foram convidados a avaliar cada um desses atributos em uma escala de 1 a 10, onde 1 significa "não influenciou" e 10 indica "influenciou totalmente" na decisão de compra.

De acordo com a análise dos dados históricos, enquanto as características dos produtos continuam a ser o principal critério para os consumidores, sendo novamente em 2024, a importância do preço e das promoções tem aumentado ao longo do tempo. A influência do local de compra mostrou uma leve queda, possivelmente refletindo mudanças no comportamento de compra, como o aumento das compras online, como será abordado a seguir.

Critério de compra	Evolução critérios de compra (4ps)									
	Anos									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Produto	9,15	8,96	8,76	9,04	9,32	9,32	9,13	9,12	9,01	9,18
Praça	8,53	8,00	8,6	9,05	9,09	9,26	9,04	8,91	8,88	8,93
Preço	8,05	7,20	8,53	7,46	8,01	8,32	8,28	8,34	8,36	8,69
Promoção	6,74	5,70	8,74	6,29	5,65	7,59	7,16	7,56	8,25	8,39

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Foi avaliado também o gasto médio dos consumidores com presentes para a data. Em 2024, observou-se um aumento de 29,9% em relação ao ano anterior. Após um pico em 2019, o gasto médio caiu nos anos seguintes, com uma queda acentuada em 2020. Desde 2021, houve uma recuperação gradual, mas com variações. Em 2024, o gasto médio subiu significativamente, indicando um possível retorno à normalidade econômica ou maior disposição dos consumidores para gastar em presentes.

Evolução gasto médio					
2019	2020	2021	2022	2023	2024
R\$: 283,60	R\$: 172,79	R\$: 204,69	R\$: 161,92	R\$: 152,47	R\$: 197,99

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Em 2024, o segmento de vestuário continuou a ser o mais popular para presentes de Dia dos Pais, representando 36,2% das escolhas. Perfumes e cosméticos mantiveram sua posição significativa, com 18,3%, enquanto calçados tiveram uma ligeira diminuição para 14,3%. A queda na categoria "outros" e o surgimento de novas categorias, como chocolates e cestas de presente, indicam uma diversificação nas preferências dos consumidores. O aumento em segmentos como eletroeletrônicos e acessórios sugere uma adaptação às novas tendências e um retorno à variedade na escolha de presentes.

Evolução segmento dos presentes dias dos pais										
Segmento	Ano									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Vestuário	50,3%	51,4%	53,1%	46,9%	47,8%	42,1%	41,5%	32,3%	41,0%	36,2%
Perfume/cosmético	14,2%	12,5%	14,7%	17,7%	16,5%	11,5%	18,7%	16,7%	16,6%	18,3%
Calçado	14,2%	15,5%	13,3%	13,2%	12,1%	10,4%	12,8%	16,7%	15,9%	14,3%
Artigo de decoração	1,2%	2,8%	2,1%	1,3%	1,0%	2,4%	3,7%	4,0%	4,9%	6,0%
Eletroeletrônicos	1,6%	2,8%	3,7%	1,8%	3,0%	3,8%	5,7%	3,2%	3,5%	5,3%
Chocolates	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,7%
Artigo automotivo	0,5%	0,9%	0,0%	0,4%	0,2%	0,2%	0,2%	1,3%	2,6%	2,1%
Outro	14,5%	12,7%	11,5%	15,7%	18,0%	28,2%	14,3%	25,1%	13,8%	1,8%
Restaurante										1,8%
Livro	0,9%	0,2%	0,5%	0,7%	0,2%	0,4%	2,2%	0,5%	1,1%	1,8%
Acessórios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,7%
Celular	2,6%	1,3%	1,1%	2,2%	1,2%	0,9%	1,0%	0,3%	0,7%	1,6%
Cesta de presente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,3%
Relógio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,3%
Caneca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,3%
Bebidas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,2%
Ferramentas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,1%
Viagem	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Ao analisar o gasto por segmento de presente, observou-se que os consumidores que escolheram celulares ou smartphones foram os que mais investiram, com um gasto médio de R\$ 901,52. Em seguida, aqueles que optaram por eletroeletrônicos diversos gastaram, em média, R\$ 498,12. Por outro lado, os presentes mais comuns, como itens de vestuário, tiveram um gasto médio de R\$ 149,82.

Gasto por segmento	
Segmento	Gasto
Celular	R\$ 901,52
Eletroeletrônicos	R\$ 498,12
Artigo automotivo	R\$ 327,90
Relógio	R\$ 298,63
Restaurante	R\$ 198,54
Ferramentas	R\$ 188,00
Outro	R\$ 183,73
Perfume/cosmético	R\$ 182,70
Calçado	R\$ 178,26
Vestuário	R\$ 149,82
Cesta de presente	R\$ 145,11
Acessórios	R\$ 117,24
Bebidas	R\$ 106,83
Artigo de decoração	R\$ 88,71
Chocolate	R\$ 71,18
Livro	R\$ 67,42
Caneca	R\$ 37,28

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Em 2024, a maioria dos consumidores (73,6%) continuou a escolher um único presente, mantendo uma tendência geral observada na série histórica, com uma média de 1,3 presentes

por pessoa. A escolha de dois presentes variou, indicando que, embora a maioria prefira simplificar a compra, há um número considerável de consumidores dispostos a investir em mais de um presente. A leve recuperação na quantidade de presentes "três ou mais" em 2024 sugere que, apesar da preferência por menos presentes, alguns consumidores estão optando por diversificar suas escolhas.

Evolução quantidade de presentes									
Quantidade de presentes	Anos								
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1 presente	74,4%	79,9%	71,7%	71,4%	83,9%	73,0%	80,9%	85,2%	73,6%
2 presentes	18,0%	15,7%	18,9%	17,0%	12,9%	21,0%	15,1%	11,0%	18,2%
3 ou mais presentes	7,6%	4,5%	9,4%	11,6%	3,2%	6,0%	4,0%	3,9%	8,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100,00%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Em 2024 Chapecó foi a cidade com o maior gasto médio (R\$248,21). A variação nos gastos médios entre 2023 e 2024 sugere uma recuperação econômica ou uma mudança nas preferências de consumo em várias cidades. Chapecó e Itajaí lideram com aumentos significativos, enquanto Blumenau experimenta uma queda notável. As outras cidades mostram aumentos mais graduais, refletindo um padrão geral de crescimento no gasto médio com presentes, com algumas exceções que podem ser atribuídas a fatores econômicos locais específicos e decisões de compra particulares.

Cidade X Gasto médio efetivado		
Cidade	2023	2024
Chapecó	R\$ 165,28	R\$ 248,21
Itajaí	R\$ 168,37	R\$ 234,74
Criciúma	R\$ 141,30	R\$ 196,93
Florianópolis	R\$ 132,85	R\$ 190,57
Florianópolis	R\$ 132,85	R\$ 190,57
Lages	R\$ 161,33	R\$ 176,60
Blumenau	R\$ 195,24	R\$ 171,47
Joinville	R\$ 143,36	R\$ 157,18

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Em 2024, a preferência dos consumidores sobre o local de compra está mais diversificada. A queda na popularidade do comércio de rua e o aumento das compras online sugerem uma mudança nas atitudes em relação às compras, impulsionada pela conveniência e pela ampla oferta online. Shoppings e revendedores continuam a desempenhar papéis importantes, embora com tendências variadas.

Evolução local de compra									
Local de compra	Ano								
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Comércio de Rua	69,9%	67,9%	62,0%	69,2%	60,1%	50,4%	63,8%	64,5%	52,6%
Shopping	22,0%	24,6%	23,5%	20,7%	16,0%	27,2%	13,9%	18,0%	18,2%
Internet	3,5%	3,7%	4,1%	3,9%	6,4%	12,5%	10,0%	6,4%	13,2%
Outro	1,3%	0,5%	3,6%	1,7%	10,7%	3,9%	7,3%	4,8%	4,8%
Revendedores de porta em porte/catálogo	3,0%	3,2%	6,1%	3,7%	6,4%	6,0%	5,0%	4,8%	7,3%
Camelô	0,3%	0,0%	0,8%	0,7%	0,2%	0,0%	0,0%	1,5%	3,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

A pesquisa também mapeia quando o consumidor realizou o maior volume de compras de presentes para a data. Em 2024, houve um aumento significativo nas compras feitas na semana da data (56,7%), refletindo uma tendência crescente de procrastinação. A compra na véspera da data diminuiu, enquanto as compras feitas até duas semanas antes também caíram. Esse padrão sugere um comportamento de compra mais impulsivo e uma menor antecipação, com uma leve elevação nas compras feitas no próprio dia e após a data.

Evolução período de compras						
Período das compras	Ano					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mais de um mês antes	1,2%	1,7%	1,1%	1,7%	0,8%	0,6%
Mais de duas semanas antes	1,7%	2,4%	1,9%	4,9%	2,7%	3,5%
Até duas semanas antes	12,6%	10,2%	12,3%	36,9%	11,9%	9,6%
Na semana da data	47,0%	47,3%	46,9%	38,6%	51,4%	56,7%
Na véspera da data	37,4%	30,2%	30,2%	11,4%	27,0%	22,5%
Na data	-	5,4%	6,5%	5,4%	4,3%	4,8%
Após a data	-	2,7%	1,1%	1,1%	2,0%	2,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Em 2024, o consumo de pirataria subiu significativamente para 9,0%, marcando um retorno aos níveis mais altos observados anteriormente. A redução correspondente na taxa de não consumo, que caiu para 91,0%, reforça a ideia de que uma proporção crescente dos consumidores está optando por produtos piratas.

Evolução consumo de pirataria									
Consumo de pirataria	Ano								
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Sim	5,6%	9,3%	2,3%	2,0%	3,0%	2,5%	3,4%	3,5%	9,0%
Não	94,4%	90,7%	97,7%	98,0%	97,0%	97,5%	96,6%	96,5%	91,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

A data, além dos presentes, conta com comemorações diversas. Em 2024, a tendência geral para a comemoração da data mostra um retorno à prática tradicional de almoços em família, similar aos níveis de 2016. A diminuição na porcentagem de pessoas que não realizaram comemorações e a leve queda nas celebrações em restaurantes e bares indicam uma recuperação das tradições pré-pandemia.

Evolução da comemoração										
Comemoração	Ano									
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Almoço em família	73,1%	60,2%	68,1%	18,2%	46,3%	53,1%	53,4%	72,4%	73,1%	
Não realizou comemoração	15,2%	24,4%	18,9%	71,7%	32,8%	13,1%	17,7%	19,9%	16,4%	
Almoçou/jantou em restaurante/bares/afins	8,6%	10,7%	9,7%	8,1%	3,2%	15,5%	17,1%	5,3%	7,5%	
Outro	1,8%	3,7%	1,0%	0,5%	16,7%	17,7%	10,9%	2,4%	3,0%	
Viagem	1,3%	1,0%	2,3%	1,5%	1,0%	0,5%	0,9%	-	-	
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Junto com o entendimento sobre as características das compras, a pesquisa também apurou a avaliação do atendimento pelos consumidores para a data.

AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO

Os consumidores avaliaram com notas entre 1 a 10 três critérios de atendimento: cordialidade, clareza e agilidade. Em 2024, os atributos de atendimento continuam a mostrar uma percepção positiva geral, com pequenas variações em relação aos anos anteriores. A cordialidade, clareza e agilidade mantêm notas elevadas, com a agilidade se destacando pela recuperação significativa desde 2017. O atributo de atendimento apresenta uma tendência ligeiramente positiva, refletindo uma melhoria contínua.

Avaliação atributos atendimento	Evolução avaliação do atendimento									
	Anos									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Cordialidade	8,89	8,82	7,62	8,89	9,11	9,02	9,00	9,1	8,94	8,98
Clareza	8,75	8,63	8,84	8,83	9,14	8,93	9,00	8,89	8,91	8,89
Agilidade	8,69	8,66	6,55	8,92	9,12	8,96	9,07	8,95	8,86	8,87
Atendimento	8,78	8,70	7,67	8,88	9,12	8,97	9,02	8,95	8,9	8,92

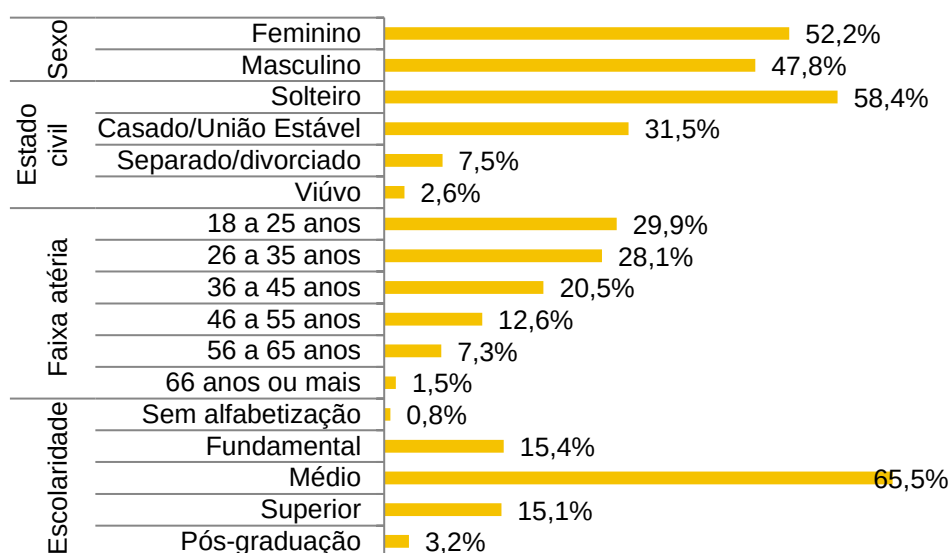
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Além de compreender a experiência de compra para o dia dos pais, a pesquisa também mapeou os motivos dos que não realizaram compras e o perfil dos mesmos, tais dados estão dispostos no capítulo a seguir.

NÃO REALIZOU COMPRAS

Esse capítulo versa sobre os consumidores que não realizaram suas compras para o dia dos pais. Considera a soma de todos que não compraram (44%). Embora o perfil demográfico e socioeconômico dos consumidores que não realizaram compras de presentes para o Dia dos Pais seja semelhante ao dos que compraram, destaca-se uma diferença notável no estado civil. A predominância de pessoas solteiras entre aqueles que não compraram presentes sugere que o estado civil pode desempenhar um papel importante na decisão de participar ou não das compras para a data.

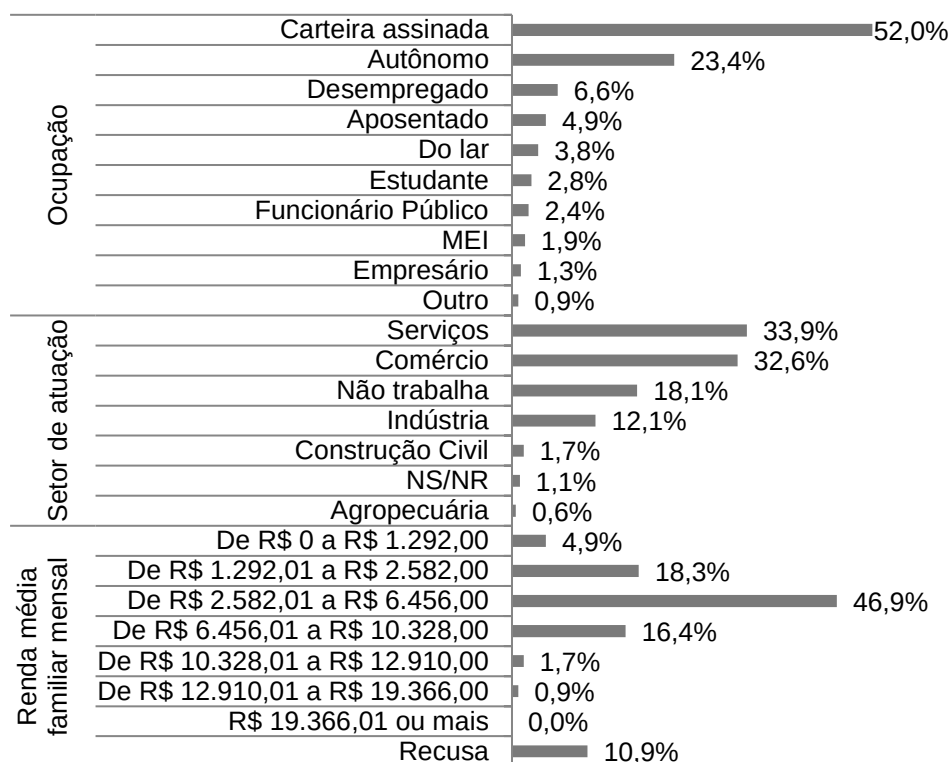
Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O perfil dos consumidores que não realizaram compras de presentes para o Dia dos Pais mostra uma maior presença de desempregados e aposentados, em contraste com os compradores. Esses grupos tendem a ter uma capacidade financeira limitada, refletindo a dificuldade de gastar com presentes. A faixa de renda predominante é a classe média, com a maioria dos compradores situando-se entre R\$ 2.582,01 e R\$ 6.456,00, semelhante aos que compraram.

Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Junto com o perfil, a pesquisa também apurou qual o motivo para a não realização da compra para a data. A análise dos motivos para não comprar presentes revela mudanças significativas entre 2023 e 2024. Aumentos notáveis em razões como o falecimento do pai e o desemprego, junto com uma redução em razões financeiras e motivos não específicos, destacam uma evolução nas circunstâncias e prioridades dos consumidores. Estas mudanças oferecem informações sobre como fatores emocionais e econômicos influenciam as decisões de compra ao longo do tempo.

Motivo não compra		
Motivo	2023	2024
Pai falecido	18,4%	31,8%
Pai mora longe	23,1%	21,8%
Motivos pessoais	-	11,9%
Sem dinheiro	21,1%	10,9%
Sem motivo específico	13,6%	7,2%
Não tem quem presentear	9,0%	5,3%
Não comemora a data	4,9%	3,4%
Outro	4,9%	3,6%
Falta de tempo	3,4%	3,2%
Desempregado	1,7%	9,0%
Não comemora a data	-	3,4%
Falta de tempo	-	3,2%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Quanto à realização de comemorações, entre aqueles que não compraram presentes, há uma divisão quase equilibrada: 50,1% realizaram alguma forma de celebração, enquanto 49,9% não comemoraram. Este número é muito superior ao observado entre os consumidores que efetivamente compraram presentes. Além disso, ao analisar o tipo de comemoração, observa-se que a maioria opta por celebrar em casa de familiares, com 90,2% escolhendo essa forma de celebração, um cenário semelhante ao de 2023.

Comemoração		
Comemoração	2023	2024
Almoço/jantar de família em casa	90,0%	90,2%
Passeios diversos de comemoração	4,4%	6,0%
Almoçou/jantou em restaurante/bares/afins	3,3%	3,8%
Outro	2,2%	0,0%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

PROBLEMAS COMÉRCIO

A pesquisa aproveitou o ensejo de conversar com uma grande quantidade de consumidores e questionou igualmente, consumidores que comprara para a data e consumidores que não compraram para o dia dos pais, com a seguinte questão: *Considerando suas últimas experiências (não necessariamente a compra para a data) em físicas, de maneira geral, qual a principal dificuldade encontrada no comércio da cidade?* Em 2024, a percepção das dificuldades no comércio físico sofreu alterações significativas em comparação a 2023. A principal preocupação, preços altos, diminuiu de 63,3% para 51,7%, indicando uma possível melhora na percepção de valor ou em estratégias de precificação. Em contrapartida, a qualidade do atendimento, especialmente no que se refere à cordialidade, tornou-se uma questão mais relevante, com a porcentagem de consumidores que mencionaram essa dificuldade subindo de 14,9% para 29,4%. Isso sugere uma crescente insatisfação com o atendimento ao cliente, o que pode indicar uma necessidade urgente de treinamento e melhorias na abordagem dos funcionários.

Dificuldade no comercio físico		
Dificuldade	2023	2024
Preços altos	63,3%	51,7%
Atendimento precisa melhorar (cordialidade)	14,9%	29,4%
Falta de produtos	10,0%	12,9%
Despreparo dos atendentes/vendedores	9,4%	5,1%
Outro	2,6%	1,0%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

A Pesquisa de Avaliação de Compra dos Consumidores dia dos pais 2023 indicou que 56% dos consumidores realizaram compras de presentes, planejadas ou não, para o dia dos pais. O indicador de efetivação sofreu leve queda em comparação com 2023 (86,1%), mas é o segundo maior da série histórica.

Em termos de perfil socioeconômico, o consumo é predominantemente realizado por mulheres, casadas ou em união estável, com uma faixa etária média de 32 anos. A renda familiar média e a ocupação destacam-se, com a maioria dos consumidores tendo carteira assinada e atuando no setor de serviços, embora a presença de desempregados e aposentados entre os que não compraram presentes seja mais significativa do que entre os compradores.

Sobre o gasto médio, houve um aumento geral, que alcançou R\$ 197,99, o segundo maior valor da série histórica. Chapecó se destacou com o maior gasto médio por presente, que chegou a R\$ 248,21, refletindo um aumento considerável em relação ao ano anterior. A quantidade de presentes adquiridos, por outro lado, permaneceu relativamente estável, com a maioria dos consumidores comprando apenas um presente.

No que tange ao local de compra, observou-se uma queda na preferência por comércio de rua, de 64,5% em 2023 para 52,6% em 2024, enquanto a compra pela internet ganhou destaque, aumentando para 13,2%. Isso reflete uma mudança no comportamento de compra, com um crescimento nas compras online.

Os principais motivos para a não compra de presentes no Dia dos Pais em 2024 destacam mudanças significativas nas circunstâncias pessoais e econômicas. A principal razão foi o falecimento do pai, que aumentou consideravelmente de 18,4% em 2023 para 31,8% em 2024, evidenciando um impacto emocional forte. Esses dados refletem uma combinação de fatores emocionais e econômicos que moldam a decisão dos consumidores em relação aos presentes para o Dia dos Pais.

Em termos gerais, os indicadores foram positivos, destacando-se o considerável aumento no gasto médio e na quantidade de presentes adquiridos. Esse cenário otimista foi corroborado pelas pesquisas de Intenção e Resultado de Vendas para a data, que também apontaram tendências favoráveis para as compras do Dia dos Pais.