



Intenção de compras para o Dia das Crianças 2021

Setembro de 2021



METODOLOGIA

Público alvo: Consumidores das 27 capitais brasileiras, homens e mulheres, com idade igual ou maior a 18 anos, de todas as classes econômicas (excluindo analfabetos) e que pretendem comprar presentes no Dia das Crianças.

Método de coleta: pesquisa realizada via web e pós-ponderada por sexo, idade, estado, renda e escolaridade.

Tamanho amostral da Pesquisa: 836 casos em um primeiro levantamento para identificar o percentual de pessoas com intenção de comprar no Dia das Crianças. Em seguida, continuaram a responder o questionário 600 casos, que tinham a intenção de comprar presente no Dia dos Crianças. Resultando, respectivamente, uma margem de erro no geral de 3,4 p.p e 4,0 p.p para um intervalo de confiança a 95%.

Data de coleta dos dados: 03 a 12 de setembro de 2021.

OBJETIVOS DO ESTUDO

- Mapear a intenção de compra para o Dia das Crianças 2021 considerando os seguintes aspectos:
 - Produtos comprados e pessoas presenteadas;
 - Formas de pagamento e ticket médio das compras;
 - Locais de compras e formas de comemoração;
- Investigar fatores que influenciam a escolha dos presentes comprados;
- Mapear o uso dos recursos financeiros e suas consequências no orçamento pós-evento;
- Investigar os impactos da pandemia de coronavírus no consumo dos entrevistados.



**Intenção de
compra Dia
das Crianças
2021**

INTENÇÃO DE COMPRA DIA DAS CRIANÇAS 2021

- 72% pretendem comprar presente(s) para o Dia das Crianças;
- Os principais motivos para a compra dos presentes são: o hábito de presentear as pessoas que gosta (34%), considerar que o presenteado merece (25%) e considerar que este é um gesto importante (24%);
- Entre os que não pretendem dar presentes, 34% não possuem crianças na família ou no círculo de amigos que queiram presentear, 18% vão priorizar o pagamento de dívidas, e outros 18% não têm o costume;
- Entre os que vão deixar de presentear porque estão sem dinheiro, desempregados ou não vão encontrar o filho, 74% citam a influência dos impactos da pandemia do coronavírus;
- Os principais presentados serão: filho(a) (49%), sobrinho(a) (37%), afilhado(a) (17%), e o neto (a) (15%);
- Comparando os gastos do Dia das Crianças de 2021 com os de 2020, 36% pretendem gastar o mesmo valor este ano que no ano passado, 31% pretendem gastar menos e 23% esperam gastar mais;
- Entre os que pretendem gastar menos, 33% pretendem economizar, 29% estão com o orçamento apertado, e 18% citam as dificuldades do cenário econômico;

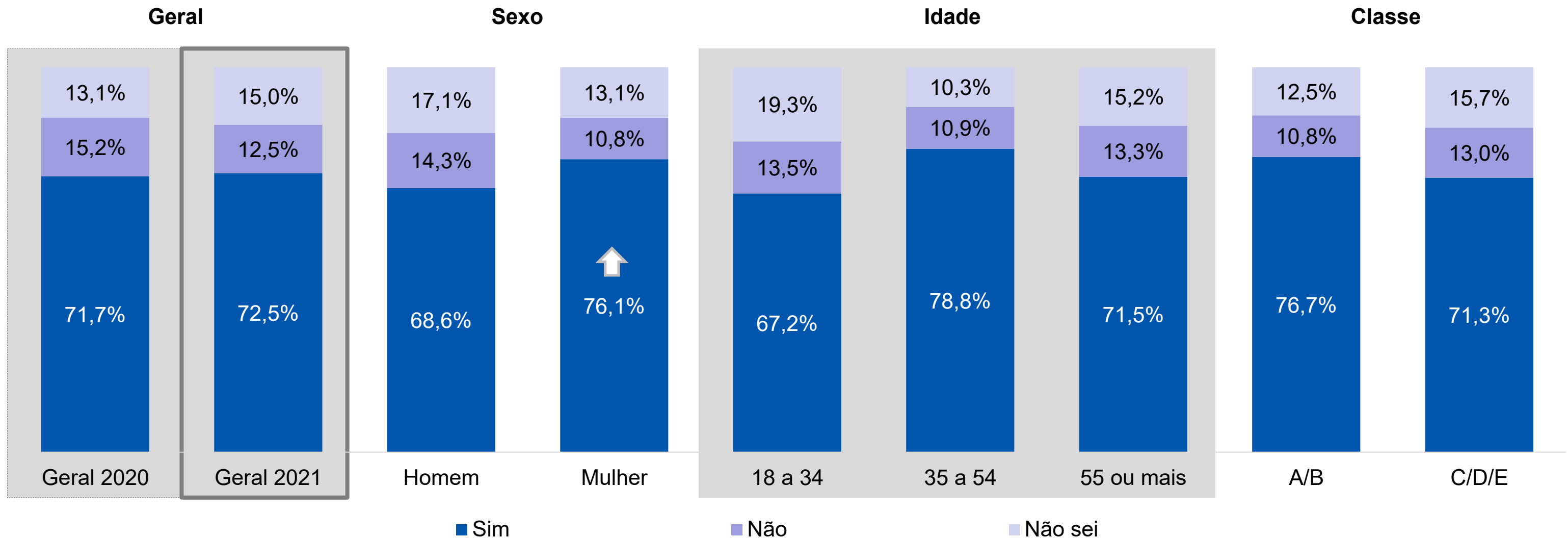
INTENÇÃO DE COMPRA DIA DAS CRIANÇAS 2021

- Entre os que pretendem gastar mais, as principais razões são: o desejo de comprar um presente melhor este ano (44%), o aumento dos preços dos produtos (35%) e a pretensão de comprar mais presentes (29%);
- Em média, os consumidores pretendem comprar 2,19 presentes e gastar R\$200 na compra. Estima-se movimentar no comércio cerca de R\$ 10,93 bilhões neste período.
- Os presentes mais visados são: bonecas/bonecos (41%), roupas e/ou calçados (35%), jogos de tabuleiro/educativos (32%) e avião/carrinho de brinquedo (20%);
- 82% pretendem pagar os presentes à vista e 38% planejam pagar parcelado. As principais formas de pagamento serão: dinheiro (45%), cartão de débito (38%) e cartão de crédito parcelado (36%). Entre os que irão dividir o pagamento das compras, o número médio de parcelas será de 4 prestações;
- 79% pretendem pagar todos os presentes sozinhos, enquanto 7% pretendem dividir as compras com outra pessoa e 8% pretendem pagar uma parte dos presentes sozinhos e outra parte dividindo o valor com outra pessoa;

INTENÇÃO DE COMPRA DIA DAS CRIANÇAS 2021

- Os principais motivos para dividir a compra dos presentes são: reduzir os gastos (47%), o fato de estar com o orçamento apertado (31%) e o aumento dos preços dos presentes (27%);
- 53% pretendem dividir o pagamento das compras com o cônjuge, 30% com o pai/mãe da criança e 16% com outros familiares;
- 37% pretendem comprar os presentes na primeira semana de Outubro, 22% apenas na véspera do Dia das Crianças e 13% em setembro;
- Os principais locais de compra dos presentes são: internet (37%), Shopping Center (33%) e lojas de rua/bairro (23%);
- Entre os que realizarão as compras pela internet, 79% devem utilizar os sites, 70% os aplicativos e 20% o Instagram;
- Os fatores que mais influenciam na escolha do estabelecimento que pretendem comprar são: preço (69%), localização (46%), e diversidade de produtos (43%);
- Diante da situação de pandemia, 52% sentem-se seguros para realizar suas compras em lojas de rua e 56% sentem-se seguros para comprar em loja de shopping;
- 58% planejam comemorar o Dia das Crianças em casa.

INTENÇÃO DE COMPRA DIA DAS CRIANÇAS 2021: 72% pretendem comprar presente(s) para o Dia das Crianças este ano (especialmente entre as mulheres).



BASE: Total da amostra	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	843	836	429	407	393	284	159	259	577



PORQUE PRETENDE FAZER COMPRAS NO DIA DAS CRIANÇAS: 34% têm o hábito de presentear as pessoas que gostam, 25% acreditam que a(s) criança(s) merece(m) ser presenteada(s) e 24% acreditam que este é um gesto importante.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Tenho costume de presentear as pessoas que gosto	35,5%	33,9%	30,1%	37,2%	26,5%	41,6%	32,3%	34,9%	33,6%
Porque ele(a) merece	25,5%	25,5%	24,4%	26,5%	34,4% ↑	22,3%	16,5%	21,4%	26,8%
Considero um gesto importante	21,8%	24,1%	28,1%	20,6%	28,1%	20,7%	23,5%	26,1%	23,4%
Para atender o pedido da criança	10,2%	10,7%	10,7%	10,8%	5,9%	11,2%	17,7%	14,1%	9,7%
Para cumprir uma obrigação social	3,7%	1,9%	2,0%	1,9%	2,4%	1,1%	2,7%	1,7%	2,0%
Outros	3,3%	3,9%	4,8%	3,0%	2,7%	3,1%	7,3%	1,8%	4,5%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



POR QUE NÃO PRETENDE PRESENTEAR NO DIA DAS CRIANÇAS: 34% não possuem crianças na família ou no círculo de amigos que queiram presentear, 18% vão priorizar o pagamento de dívidas, e outros 18% não têm o costume (principalmente as mulheres).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Não há nenhuma criança na minha família/ círculo de amigos que eu queira presentear	24,4%	34,3%	33,3%	35,6%	20,6%	40,3%	50,5%	26,1%	36,2%
Vou priorizar o pagamento de dívidas	9,1%	17,9%	17,8%	18,0%	10,6%	35,0%	8,1%	15,2%	18,5%
Não gosto/ Não tenho costume	13,1%	17,6%	10,7%	26,4% ↑	21,2%	12,1%	18,5%	14,9%	18,3%
Não tenho dinheiro	24,8%	12,4% ↓	12,0%	12,9%	20,5%	9,5%	1,9%	2,4%	14,8%
Estou desempregado	13,8%	7,7%	12,5%	1,7%	16,2%	2,2%	0,0%	15,5%	5,8%
Tenho outras prioridades de compra (casa, carro etc)	4,9%	4,5%	3,7%	5,5%	9,1%	0,9%	1,1%	0,0%	5,6%
Não tenho como encontrar com o filho para entregar o presente (distância, doença etc)	2,3%	1,2%	2,2%	0,0%	0,3%	0,0%	4,6%	6,4%	0,0%
Não tenho contato com o filho (a)	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Outros	6,7%	4,4%	7,8%	0,0%	1,4%	0,0%	15,3%	19,4%	0,8%

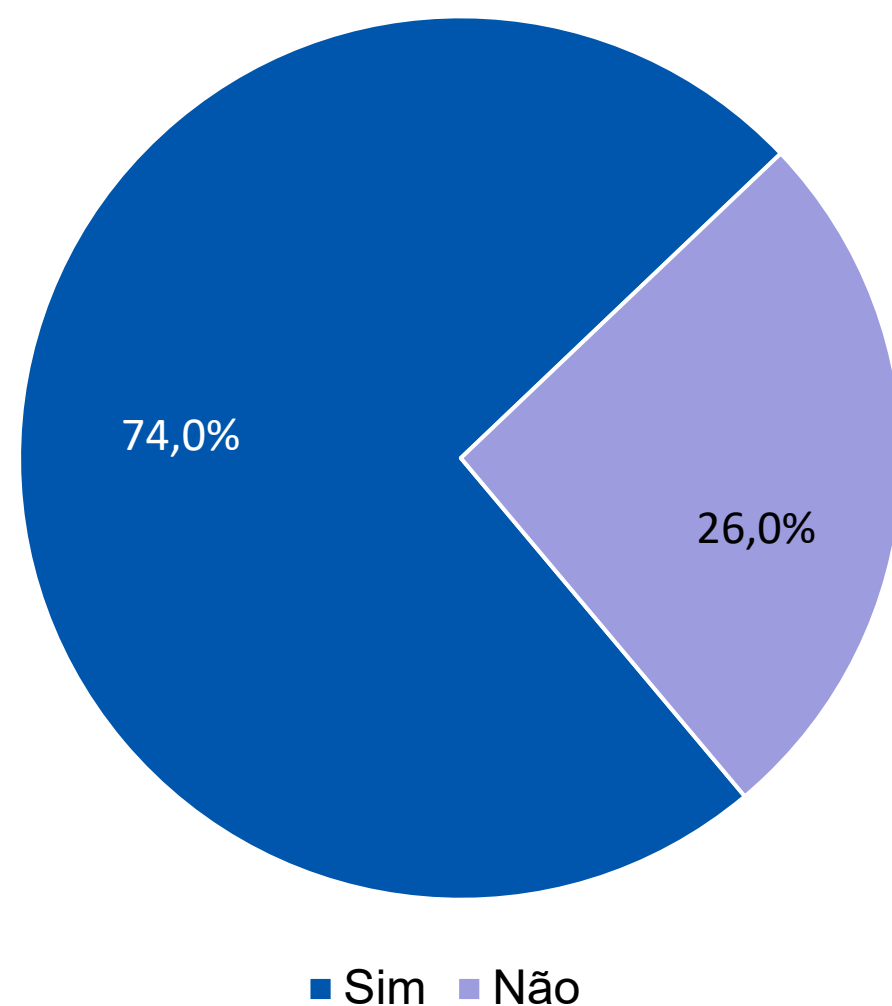
BASE: Somente para quem não pretende presentear no Dia das Crianças

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
122	110	68	42	56	31	23	26	84



VAI DEIXAR DE COMPRAR PRESENTE NO DIA DAS CRIANÇAS DEVIDO AOS IMPACTOS DO CORONAVÍRUS:

Entre os que vão deixar de presentear porque estão sem dinheiro, desempregados ou não vão encontrar o filho na data, 74% citam os impactos da pandemia do coronavírus.



Base: Somente para quem não pretende comprar presente para o Dia das Crianças porque está sem dinheiro, não vai encontrar o filho ou está desempregado

Geral 2021

30



QUEM PRETENDE PRESENTEAR NO DIA DAS CRIANÇAS: 49% pretendem presentear o filho(a) (em menor medida os mais velhos), 37% o sobrinho(a) (sobretudo os as mulheres) e 17% o(a) afilhado(a) (sobretudo entre as classes A/B)

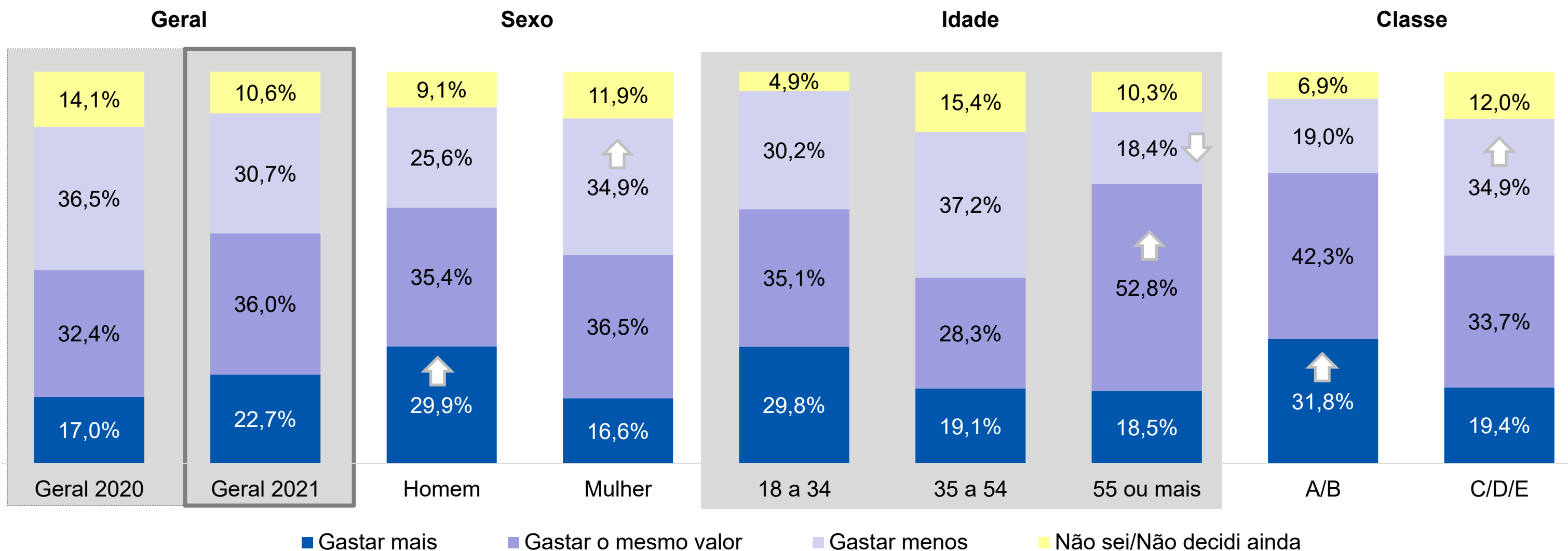
RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Filho(a)	49,2%	49,4%	46,7%	51,7%	54,5%	57,6%	26,6% ↓	51,2%	48,9%
Sobrinho(a)	32,7%	36,6%	31,2%	41,2% ↑	42,8%	36,3%	26,9%	36,4%	36,6%
Afilhado(a)	15,1%	16,7%	13,5%	19,5%	19,2%	15,2%	15,5%	24,9% ↑	14,2%
Neto(a)	18,3%	15,5%	16,6%	14,6%	1,5%	12,1%	44,6%	22,9% ↑	13,3%
Crianças de instituições de caridade, abrigos e/ou orfanatos	6,0%	8,5%	6,9%	9,9%	10,3%	7,7%	7,1%	11,3%	7,7%
Primo(a)	4,6%	8,1% ↑	6,1%	9,9%	13,0% ↑	5,0%	5,8%	5,2%	9,0%
Irmão(ã)	5,1%	6,6%	6,3%	6,9%	13,1% ↑	3,0%	2,5%	4,2%	7,4%
Enteado(a)	3,4%	4,1%	4,3%	4,0%	4,7%	5,3%	1,1%	4,5%	4,0%
Outros	1,7%	1,5%	1,6%	1,4%	1,2%	1,6%	2,0%	1,5%	1,5%
Não decidi ainda	2,8%	1,0% ↓	2,0% ↑	0,1%	0,4%	0,8%	2,3%	0,0%	1,3% ↑

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



INTENÇÃO DE GASTO ESTE ANO EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO:

36% pretendem gastar o mesmo valor este ano que no ano passado (sobretudo entre os mais velhos), 31% pretendem gastar o menos (principalmente mulheres e classes C/D/E) e 23% esperam gastar mais (especialmente os homens e classes A/B).



BASE: Somente para quem comprou presente no Dia das Crianças de 2020

	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	492	478	238	240	195	192	91	184	294



POR QUE PRETENDE GASTAR MENOS ESTE ANO EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO?

33% pretendem economizar, 29% estão com o orçamento apertado (queda de 25 p.p. em relação a 2020), e 18% citam as dificuldades do cenário econômico.

RESPOSTAS – RM (Até 3 opções)	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Para economizar	42,7%	32,7%	36,9%	30,2%	26,2%	35,7%	37,7%	24,8%	34,3%
Orçamento apertado / situação financeira difícil	53,8%	29,2% ↓	36,5%	24,6%	25,8%	27,5%	44,8%	33,9%	28,2%
Aumento da inflação / economia instável	23,9%	18,3%	14,9%	20,4%	24,7%	14,7%	15,9%	19,8%	18,0%
Estou desempregado	22,0%	12,4%	2,7%	18,4% ↑	10,1%	17,0%	0,0%	0,0%	14,9%
Irei comprar menos presentes este ano	13,7%	12,1%	12,9%	11,6%	14,2%	9,8%	15,7%	23,4%	9,8%
Preciso pagar dívidas em atraso	21,2%	9,4% ↓	4,1%	12,7%	14,2%	7,1%	6,2%	7,0%	9,9%
O(s) presente(s) que pretendo comprar é(são) mais(s) barato(s) que o(s) do ano passado	4,2%	9,0%	1,8%	13,4% ↑	4,0%	12,6%	6,9%	16,9%	7,4%
Tenho outras prioridades de compra (casa, carro, etc)	14,3%	6,5%	5,3%	7,2%	18,0%	0,6%	0,0%	5,1%	6,8%
Tive redução salarial/da renda mensal	17,2%	6,4% ↓	4,6%	7,5%	10,1%	4,2%	5,3%	2,6%	7,1%
Vou dividir o valor do presente com outra pessoa	3,4%	3,9%	2,4%	4,9%	2,1%	6,0%	0,0%	0,0%	4,7%
Não consegui juntar/economizar a quantia necessária	5,0%	2,6%	5,8%	0,6%	2,2%	0,4%	12,6%	1,2%	2,9%
Outros	0,3%	0,4%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	2,7%	0,0%	0,4%

Base: Somente para quem pretende gastar menos este ano em relação ao ano passado

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
157	118	45	73	47	57	14	22	96



POR QUE PRETENDE GASTAR MAIS ESTE ANO EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO?

44% pretendem comprar um presente melhor este ano, 35% citam o aumento no preço dos produtos e 29% querem comprar mais presentes.

RESPOSTAS – RM (Até 3 opções)	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Vou comprar um presente melhor	54,7%	44,3%	41,6%	48,5%	49,9%	45,8%	27,1%	52,7%	39,3%
Porque os produtos estão mais caros	49,0%	34,8%	39,9%	27,0%	31,7%	30,9%	50,9%	42,6%	30,1%
Vou comprar mais presentes	33,5%	29,2%	24,5%	36,5%	25,1%	28,5%	41,5%	34,2%	26,2%
Melhoria de salário/renda mensal	27,4%	21,2%	17,4%	26,8%	30,4%	16,5%	7,0%	21,3%	21,1%
Para compensar a situação de isolamento social devido à pandemia	26,2%	16,6%	21,0%	10,0%	13,3%	16,7%	25,1%	18,7%	15,4%
Conseguir pagamento facilitado, dividido em várias parcelas	17,3%	12,7%	17,7% ↑	5,0%	16,6%	10,1%	7,8%	7,4%	15,8%
O momento da economia brasileira é favorável	0,0%	2,2%	3,7%	0,0%	3,7%	1,5%	0,0%	1,6%	2,6%

Base: Somente para quem pretende gastar mais este ano em relação ao ano passado

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
92	143	89	54	71	48	24	76	67



QUANTOS PRESENTES PRETENDE COMPRAR: 32% pretendem comprar dois presentes e 26% um. Em média, os consumidores pretendem comprar 2,19 presentes (número que aumenta entre as mulheres).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média (R\$)	2,30	2,19	2,08	2,28 ↑	2,21	2,22	2,09	2,19	2,19
Um	26,6%	26,3%	31,4% ↑	22,0%	26,0%	24,8%	29,5%	24,9%	26,8%
Dois	31,1%	32,0%	30,9%	32,9%	30,1%	35,0%	29,7%	33,9%	31,4%
Três	18,1%	18,2%	17,9%	18,5%	16,4%	20,0%	17,9%	18,0%	18,3%
Quatro	12,2%	12,3%	10,2%	14,1%	13,8%	12,4%	9,7%	11,7%	12,5%
Cinco ou mais	5,7%	6,4%	5,4%	7,3%	8,6%	3,9%	7,4%	8,4%	5,8%
Não sei/Não decidi ainda	6,3%	4,8%	4,2%	5,2%	5,0%	3,9%	5,8%	3,2%	5,2%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



QUANTO PRETENDE GASTAR COM TODOS PRESENTES ESTE ANO: 27% pretendem gastar entre R\$ 76 e R\$ 150, enquanto 19% ainda não decidiram quanto devem gastar com presentes para a data. A média de gastos é de 199,99, e com isso, estima-se movimentar no comércio cerca de R\$ 10,93 bilhões neste período.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média	208,90	199,99	222,44	180,36	206,18	180,20	225,50	247,38	184,66
Até R\$ 75	8,4%	10,4%	7,7%	12,7%	12,0%	9,1%	10,0%	4,5%	12,2% ↑
R\$ 76 a R\$ 150	21,5%	27,4%	26,5%	28,1%	23,5%	32,8%	24,2%	25,6%	27,9%
R\$ 151 a R\$ 300	22,8%	24,4%	25,4%	23,6%	28,4%	23,9%	18,8%	27,3%	23,5%
R\$ 301 a R\$ 600	9,6%	12,9%	16,3%	10,0%	14,5%	8,5%	18,1%	20,5% ↑	10,6%
Mais de R\$ 600	8,0%	6,0%	6,9%	5,3%	5,3%	6,4%	6,5%	13,8% ↑	3,6%
Não decidi ainda	29,6%	18,9% ↓	17,2%	20,3%	16,3%	19,3%	22,4%	8,3%	22,1% ↑

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR PARA PRESENTEAR: 41% pretendem comprar bonecas/bonecos (aumento de 8 p.p. em relação ao ano passado e sobretudo as mulheres), 35% roupas e/ou calçados, 32% jogos de tabuleiro/educativos (com destaque entre as classes A/B) e 20% aviões/carrinhos de brinquedo.

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Bonecas/bonecos (Barbie/ Suzy, Maxstell, robôs, Super Heróis, pelúcias etc)	33,1%	41,0% ↑	34,0%	47,0% ↑	44,5%	39,6%	37,7%	40,0%	41,3%
Roupas, calçados	38,3%	35,4%	32,1%	38,2%	39,2%	33,9%	31,9%	36,1%	35,2%
Jogos de tabuleiro/Educativos (brinquedos de montar e desmontar, jogos de memória, quebra-cabeças, cubos etc)	27,8%	32,1%	31,6%	32,6%	28,2%	30,4%	41,6%	40,6% ↑	29,5%
Avião/Carrinho de brinquedo	16,0%	20,0%	18,8%	21,1%	20,7%	19,8%	19,3%	23,3%	19,0%
Bola	12,3%	18,2% ↑	17,6%	18,8%	22,7%	10,3% ↓	24,8%	21,2%	17,3%
Chocolate/ doces diversos	15,3%	14,9%	12,1%	17,2%	19,9%	10,6%	14,3%	19,9%	13,3%
Bicicletas, Skate, patinete, patins, hoverboard	11,6%	12,2%	13,0%	11,6%	17,4% ↑	9,6%	8,5%	12,3%	12,2%
Livros/ Gibis/ revistas	9,6%	11,2%	9,0%	13,2%	12,3%	10,3%	11,2%	13,2%	10,7%
Acessórios de papelaria (kits de canetinhas, lápis de cor, giz de cera, massinha etc)	7,5%	10,2%	6,5%	13,3% ↑	11,8%	9,8%	8,2%	12,1%	9,6%
Vídeo game (Xbox 360, Playstation, Nintendo, etc.)	6,8%	8,7%	11,4%	6,4%	10,4%	7,5%	8,1%	14,0%	7,1%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



Continua...

PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR PARA PRESENTEAR (CONTINUAÇÃO):

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Celular/ Smartphone	7,4%	6,8%	9,8%	4,3%	7,3%	8,0%	4,0%	10,0%	5,9%
Perfumes, maquiagem ou outros cosméticos	7,0%	6,5%	7,2%	5,9%	6,1%	6,3%	7,6%	7,9%	6,1%
Instrumento Musical	3,5%	5,8%	6,4%	5,3%	7,1%	6,7%	2,2%	7,3%	5,4%
Tablet	7,9%	5,6%	6,4%	4,9%	6,6%	3,7%	7,3%	5,0%	5,7%
Fantasia	3,5%	5,3%	3,9%	6,4%	6,1%	4,9%	4,6%	6,9%	4,8%
Dinheiro	4,5%	3,9%	5,0%	2,9%	6,1%	1,8%	3,9%	5,6%	3,4%
Computador/Notebook	3,2%	2,7%	2,6%	2,7%	4,1%	2,0%	1,4%	4,8%	2,0%
Viagem	0,6%	1,2%	1,1%	1,3%	1,9%	0,6%	1,1%	2,9%	0,7%
Outros	1,9%	0,4% ↓	0,4%	0,4%	0,8%	0,1%	0,4%	1,0%	0,2%
Não sei/Não decidi ainda	8,7%	8,7%	10,0%	7,7%	8,9%	5,9%	13,6%	6,7%	9,4%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



PRINCIPAIS FORMAS DE PAGAMENTO PARA EFETUAR A COMPRA DOS

PRESENTES: 82% pretendem pagar os presentes à vista (com destaque entre os homens), principalmente com dinheiro (45%, sobretudo entre as classes C/D/E e entre os mais jovens) e cartão de débito (38%). Já 38% planejam pagar parcelado, principalmente com o cartão de crédito (36%).

RESPOSTAS – RM	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
À Vista	81,6%	85,6% ↑	78,2%	86,2%	76,1%	84,0%	84,1%	80,9%
Dinheiro	44,8%	49,0%	41,1%	55,6% ↑	37,6%	39,9%	36,1%	47,4% ↑
Cartão de débito	37,9%	41,0%	35,3%	41,1%	35,2%	37,7%	41,3%	36,9%
Cartão de crédito (à vista, parcela única a pagar na data do vencimento)	26,4%	26,0%	26,6%	23,2%	25,6%	32,8%	42,1% ↑	21,5%
PIX	21,4%	25,5%	17,8%	24,5%	21,9%	15,3%	24,1%	20,5%
Boleto bancário	6,1%	7,3%	5,1%	4,9%	7,9%	5,0%	6,4%	6,1%
Cartão da própria loja (à vista, parcela única a pagar na data do vencimento)	4,3%	5,0%	3,8%	3,3%	5,2%	4,5%	6,3%	3,8%
Transferência bancária	3,7%	5,2%	2,5%	6,0%	1,8%	3,3%	5,6%	3,1%
Cheque à vista ou pré-datado, em uma única vez	0,6%	0,9%	0,4%	1,1%	0,4%	0,2%	0,6%	0,7%
Parcelado	38,3%	38,3%	38,3%	31,6%	46,0%	35,6%	42,7%	37,0%
Cartão de crédito (parcelado)	36,3%	35,6%	37,0%	27,7%	44,7%	35,6%	41,6%	34,7%
Cartão da própria loja (parcelado)	5,3%	7,8% ↑	3,1%	4,0%	4,6%	8,5%	4,4%	5,6%
Crediário/carnê (parcelado)	1,9%	1,9%	2,0%	3,0%	1,2%	1,5%	1,0%	2,2%
Cheque pré-datado (parcelado)	0,5%	0,7%	0,4%	1,0%	0,2%	0,2%	0,7%	0,4%
Não sabe/Não decidiu ainda	2,5%	2,1%	2,9%	2,7%	1,6%	4,1%	1,5%	2,9%
Outros	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,1%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



NÚMERO DE PARCELAS DO PAGAMENTO DAS COMPRAS: 19% pretendem pagar em três parcelas e 15% em cinco. Em média, os consumidores pretendem dividir as compras em 4,5 parcelas.

RESPOSTAS – RU	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média (parcelas)	4,46	4,75	4,19	4,36	4,36	4,77	4,56	4,41
Duas parcelas	11,2%	8,7%	13,5%	12,8%	11,3%	9,0%	7,2%	12,7%
Três parcelas	18,6%	17,2%	19,8%	13,5%	21,1%	20,2%	27,8%	15,3%
Quatro parcelas	7,8%	7,0%	8,4%	13,9%	6,1%	2,7%	7,3%	8,0%
Cinco parcelas	15,5%	18,1%	13,3%	14,0%	14,6%	19,8%	19,6%	14,0%
Seis ou mais parcelas	26,0%	31%	22%	26%	24%	32%	26%	26%
Não sei/não defini ainda	20,8%	18,4%	22,8%	20,1%	22,9%	16,8%	12,1%	23,9% ↑

BASE: Somente para quem pretende fazer compras parceladas

Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
233	111	122	82	114	37	87	146



PAGARÁ OS PRESENTES SOZINHO OU PRETENDE DIVIDIR COM MAIS

PESSOAS: 79% pretendem pagar todos os presentes sozinhos (principalmente entre as classes A/B), enquanto 8% pretendem pagar uma parte dos presentes sozinhos e outra parte dividindo o valor com outra pessoa (com queda de 5 p.p. frente a 2020).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Pagarei todos o(s) presente(s) que comprar sozinho	75,6%	79,4%	82,7%	76,6%	74,1%	81,0%	85,1%	85,5% ↑	77,5%
Parte do(s) presente(s) pagarei sozinho e outra parte irei dividir o valor com outra(s) pessoa(s)	12,7%	8,3% ↓	8,6%	7,9%	9,9%	7,5%	6,9%	8,5%	8,2%
Irei dividir o valor do presente ou de todos os presentes com outras pessoas	6,8%	7,4%	4,1%	10,2% ↑	9,2%	8,5%	2,5% ↓	5,3%	8,0%
Não sei/ não decidi ainda	4,9%	5,0%	4,6%	5,3%	6,7%	3,0%	5,6%	0,7%	6,3% ↑

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



POR QUE PRETENDE DIVIDIR A COMPRA DO(S) PRESENTE(S) COM OUTRAS PESSOAS?

47% afirmam que essa é uma forma de reduzir os gastos com presentes (aumento de 18 p.p. frente a 2020), 31% citam o orçamento apertado e 27% afirmam que os preços dos presentes estão muito altos.

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
É uma forma de reduzir os gastos com o presente	29,0%	47,4% ↑	45,7%	48,4%	41,9%	49,4%	59,9%	53,1%	45,9%
Estou com o orçamento apertado	20,5%	31,2%	35,0%	28,8%	29,3%	31,2%	37,0%	34,7%	30,2%
Porque os preços dos presentes estão muito altos	20,6%	27,3%	21,7%	30,7%	37,7%	23,4%	3,9%	18,8%	29,5%
Porque quero dar um presente melhor/mais caro	15,2%	18,4%	24,3%	14,9%	16,8%	18,4%	24,0%	30,0%	15,4%
Estou desempregado	15,3%	11,8%	14,5%	10,1%	14,1%	13,1%	0,0%	2,5%	14,2%
Outros	7,3%	1,6%	0,0%	2,5%	0,0%	2,9%	3,1%	7,6%	0,0%

BASE: Somente para quem pretende dividir o pagamento do presente com outra(s) pessoa(s)

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
126	95	38	57	48	38	9	27	68



COM QUEM IRÁ DIVIDIR O PAGAMENTO DA(S) COMPRA(S) DO(S) PRESENTE(S):

53% pretendem dividir o pagamento das compras com o cônjuge, 30% com o pai ou mãe da criança e 16% com os tios(as).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Com o cônjuge	47,7%	53,1%	52,5%	53,4%	49,3%	55,0%	59,9%	59,7%	51,4%
Com o pai/ mãe da criança	22,5%	30,2%	33,1%	28,4%	32,5%	29,7%	24,0%	36,0%	28,7%
Com tios(as) da criança	10,5%	16,4%	21,9%	13,0%	13,0%	14,5%	33,2%	19,2%	15,6%
Com outros familiares	16,6%	10,7%	12,3%	9,7%	15,4%	8,9%	0,0%	10,6%	10,7%
Com padrinho/madrinha da criança	7,9%	2,4%	1,8%	2,8%	3,0%	1,3%	3,9%	0,0%	3,1%
Outros	7,0%	3,7%	2,9%	4,1%	2,2%	5,5%	3,1%	7,6%	2,6%

BASE: Somente para quem pretende dividir o pagamento do presente com outra(s) pessoa(s)	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	126	95	38	57	48	38	9	27	68



QUANDO PRETENDE REALIZAR A COMPRA DO(S) PRESENTE(S): 37% pretendem comprar na primeira semana de Outubro (queda de 8 p.p. em comparação a 2020), 22% na véspera da data (aumento de 8 p.p.) e 13% afirmaram que comprariam em setembro (queda de 7 p.p.).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Comprarei na primeira semana de outubro	44,7%	36,6% ↓	35,0%	38,0%	37,3%	33,5%	41,1%	39,1%	35,9%
Comprarei nas vésperas do dia das crianças	14,1%	22,0% ↑	23,7%	20,6%	23,3%	21,8%	20,4%	22,5%	21,9%
Comprarei em setembro	20,8%	13,2% ↓	14,3%	12,2%	7,9%	15,5%	17,7%	20,5% ↑	10,9%
Comprarei após o dia das crianças	1,3%	2,2%	1,9%	2,4%	4,9% ↑	0,9%	0,0%	2,0%	2,2%
Já comprei o presente	4,1%	1,8% ↓	2,0%	1,7%	2,0%	1,7%	1,8%	1,7%	1,9%
Não sei/Não decidi ainda	15,0%	24,2%	23,1%	25,1%	24,7%	26,7%	18,9%	14,1%	27,3% ↑

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



ONDE PRETENDE COMPRAR O(S) PRESENTE(S): 37% pretendem fazer suas compras pela internet (sobretudo as classes A/B), 33% em shopping center (principalmente entre as classes A/B), 23% nas lojas de rua (sobretudo entre as classes C/D/E) e 23% em lojas de departamento.

RESPOSTAS – RM (Até 3 opções)	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Internet/lojas virtuais	34,1%	36,6%	37,7%	35,8%	32,4%	37,5%	42,1%	50,0%↑	32,5%
Shopping Center (exceto lojas de departamento)	30,7%	33,0%	36,5%	30,0%	34,1%	29,3%	37,8%	45,7%↑	29,0%
Lojas de rua/bairro (exceto lojas de departamento)	23,7%	23,4%	21,4%	25,1%	24,0%	26,9%	16,0%	15,3%	25,8%↑
Lojas de departamento	22,6%	23,0%	22,2%	23,7%	20,2%	26,5%	21,4%	28,8%	21,2%
Shopping popular	22,4%	19,5%	21,7%	17,7%	24,0%	14,7%	20,8%	17,0%	20,3%
Supermercados/hipermercados	8,8%	11,7%	14,4%	9,4%	8,6%	13,3%	14,0%	9,8%	12,3%
Não sei/Não decidi ainda	5,9%	7,6%	6,3%	8,6%	9,3%	5,2%	8,8%	5,8%	8,1%
Galeria comercial	7,7%	6,1%	5,3%	6,9%	7,5%	6,6%	3,0%	2,3%	7,3%↑
Feiras de rua/camelódromos	6,8%	6,1%	5,5%	6,6%	11,6%↑	3,9%	0,9%	2,0%	7,3%↑
Catálogo de revendedores	1,7%	2,1%	2,8%	1,6%	3,2%	1,0%	2,3%	3,3%	1,7%
Outlets	1,7%	2,0%	2,2%	1,9%	1,5%	1,2%	4,3%	1,6%	2,2%
Outros	0,5%	0,9%	0,8%	1,0%	0,3%	1,4%	1,1%	1,2%	0,8%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



QUAIS CANAIS DA INTERNET IRÁ UTILIZAR PARA COMPRAR O PRESENTE:

79% devem utilizar os sites, 70% os aplicativos (aumento de 16 p.p.) e 20% o Instagram (sobretudo os mais jovens).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sites	78,9%	79,4%	85,7%	73,7%	65,7% ↓	84,1%	89,3%	85,0%	76,7%
Aplicativos	54,5%	70,1% ↑	71,9%	68,5%	72,1%	64,7%	76,1%	71,9%	69,3%
Instagram	19,3%	20,5%	16,2%	24,3%	33,2% ↑	17,4%	9,2%	21,7%	19,9%
Facebook	17,8%	13,9%	15,8%	12,2%	17,8%	12,5%	11,2%	16,2%	12,8%
Whatsapp	20,2%	10,1% ↓	10,7%	9,7%	17,7%	7,9%	4,1%	7,4%	11,5%
Outros	0,4%	0,9%	0,0%	1,8%	0,8%	0,0%	2,6%	1,2%	0,8%

BASE: Somente para quem pretende comprar o presente na internet

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
220	249	120	129	103	98	48	112	137



PRINCIPAIS FATORES QUE INFLUENCIAM NA ESCOLHA DO ESTABELECIMENTO QUE PRETENDE COMPRAR:

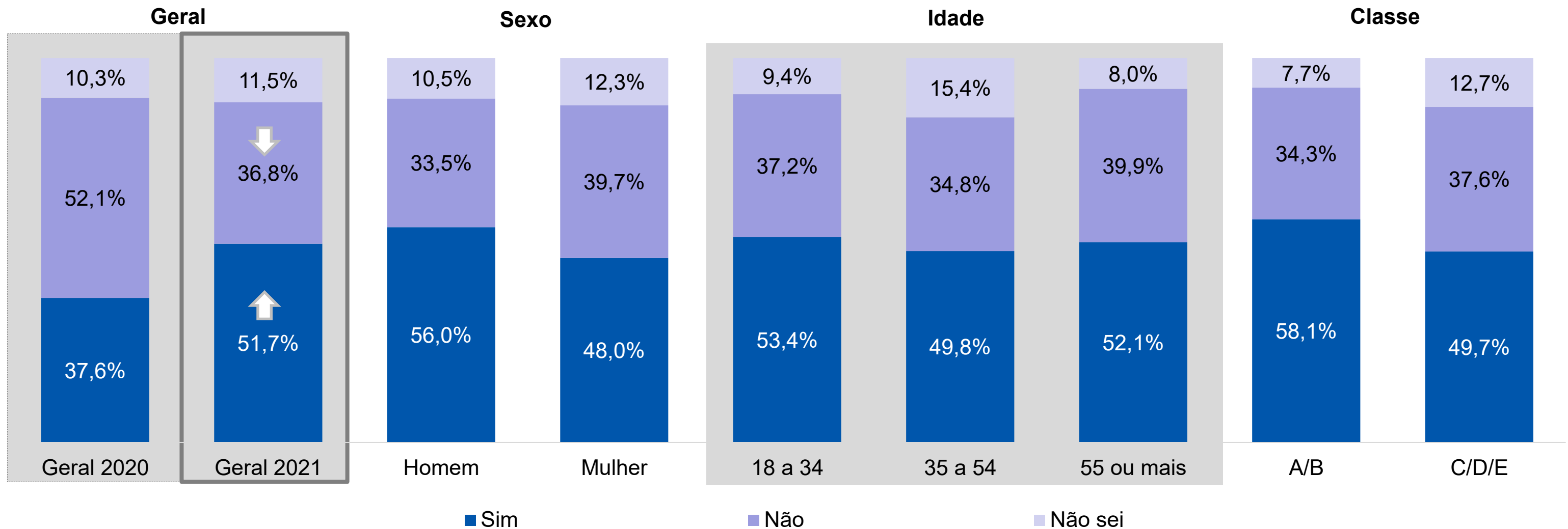
69% citam o preço (aumento de 16 p.p. e sobretudo entre as classes C/D/E), 46% a localização (crescimento de 28 p.p.), 43% a diversidade de produtos (aumento de 20 p.p.), e 37% as promoções e descontos.

RESPOSTAS – RM (Até 3 opções)	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Preço	52,5%	68,6% ↑	64,6%	72,0%	69,0%	72,5%	60,9%	59,9%	71,2% ↑
Localização	18,2%	46,5% ↑	48,5%	44,8%	45,2%	45,3%	50,9%	40,4%	48,4%
Diversidade de produtos	23,0%	43,5% ↑	43,8%	43,2%	45,9%	43,1%	40,2%	49,3%	41,7%
Promoções e descontos	41,2%	37,2%	35,8%	38,4%	38,6%	38,1%	33,6%	30,7%	39,2%
Frete grátis	20,0%	23,3%	18,8%	27,1% ↑	19,1%	23,6%	29,4%	24,7%	22,8%
Qualidade dos produtos	31,3%	21,9% ↓	21,9%	21,9%	27,7%	16,9%	21,5%	31,0% ↑	19,1%
Facilidade de pagamento	14,7%	12,5%	10,8%	13,9%	9,4%	14,5%	13,9%	11,2%	12,9%
Disponibilidade imediata do produto	17,9%	9,2% ↓	13,6% ↑	5,5%	7,2%	7,9%	15,0%	12,1%	8,4%
Procedimentos de segurança/proteção quanto ao Corona vírus	25,8%	7,7% ↓	6,2%	9,0%	9,9%	8,4%	2,9%	9,1%	7,3%
Marca	5,9%	5,0%	6,8%	3,4%	5,6%	2,7%	7,9%	9,1%	3,7%
Lojas e estabelecimentos que façam entrega em casa	10,3%	3,1% ↓	2,7%	3,4%	1,2%	4,2%	4,1%	3,7%	2,9%
Propaganda	4,3%	1,6% ↓	0,8%	2,3%	1,1%	1,9%	1,8%	2,5%	1,3%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



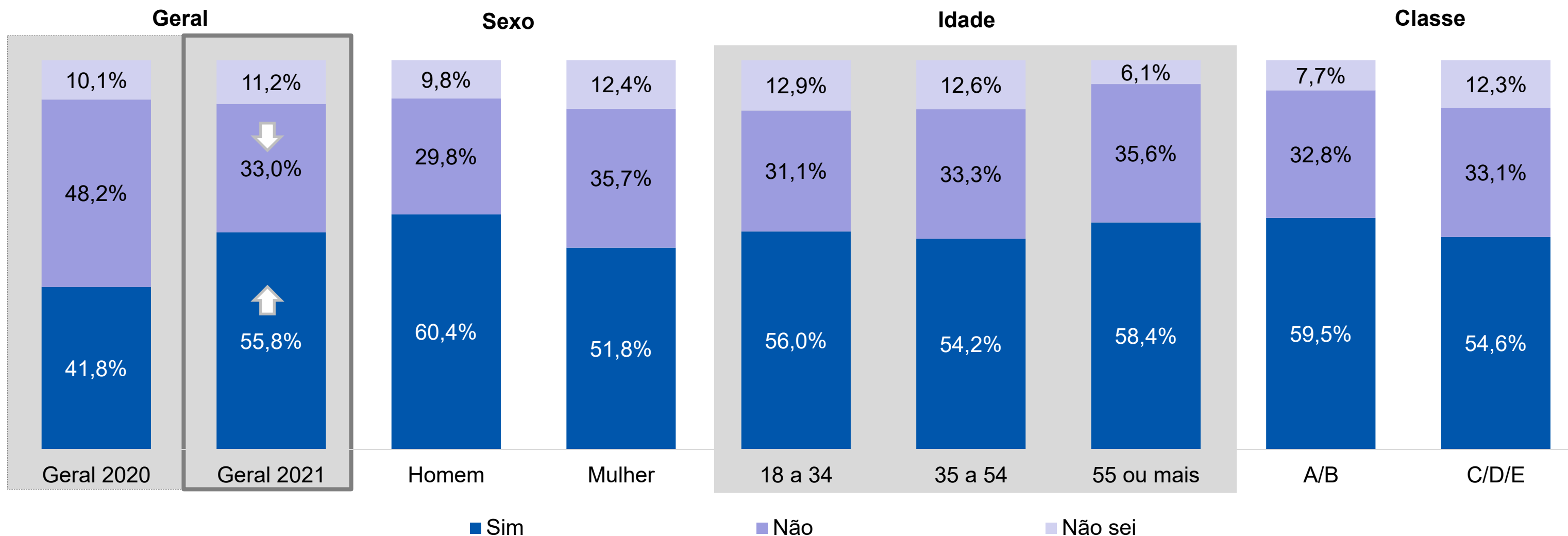
DEVIDO À PANDEMIA, SENTE-SE SEGURO PARA REALIZAR SUAS COMPRAS EM LOJAS DE RUA: 52% sentem-se seguros (aumento de 14 p.p. frente ao ano passado), enquanto 37% não se sentem dessa forma (queda de 15 p.p.).



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392

DEVIDO À PANDEMIA, SENTE-SE SEGURO PARA REALIZAR COMPRAS EM SHOPPINGS:

56% sentem-se seguros (aumento de 14 p.p. frente ao ano passado), enquanto 33% não se sentem dessa forma (queda de 15 p.p.).



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392

ONDE PRETENDE COMEMORAR O DIA DAS CRIANÇAS: 58% planejam comemorar a data em casa, 7% na casa de outros parentes, 6% em parques de diversão (aumento de 4 p.p.), e 5% na casa dos avós.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Em casa	64,6%	58,3%	53,4%	62,4%	51,3%	65,0%	57,7%	57,3%	58,6%
Casa de outros parentes	8,0%	7,2%	8,5%	6,0%	9,1%	4,6%	8,5%	9,3%	6,5%
Parque de diversão	2,1%	6,0% ↑	7,8%	4,4%	7,1%	5,3%	5,4%	6,8%	5,7%
Casa dos avós	6,8%	5,3%	5,2%	5,4%	5,6%	4,5%	6,3%	5,7%	5,2%
Shopping	3,6%	4,5%	5,7%	3,5%	3,6%	4,0%	6,7%	3,5%	4,8%
Restaurante/ Almoço fora	2,7%	2,6%	4,0%	1,5%	3,9%	1,6%	2,5%	3,1%	2,5%
Eventos públicos (em praças, ruas, etc.)	0,7%	2,5% ↑	2,0%	3,0%	2,3%	2,4%	3,0%	0,1%	3,3% ↑
Viagem	0,5%	1,8%	2,3%	1,4%	3,0%	1,0%	1,1%	1,1%	2,0%
Casa dos amigos	2,1%	1,1%	1,1%	1,1%	2,1%	0,7%	0,0%	0,0%	1,4% ↑
Clube	0,6%	0,7%	0,7%	0,6%	0,9%	0,8%	0,0%	1,7%	0,3%
Cinema	0,2%	0,6%	1,2%	0,1%	0,5%	0,8%	0,4%	1,5%	0,3%
Outros	0,5%	0,6%	0,6%	0,7%	0,7%	0,1%	1,3%	1,1%	0,5%
Não pretendo comemorar	3,0%	2,3%	2,7%	2,0%	1,9%	1,6%	4,3%	0,7%	2,8% ↑
Não sei/Não decidi ainda	4,5%	6,6%	4,9%	8,0%	7,8%	7,4%	2,9%	8,1%	6,1%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392





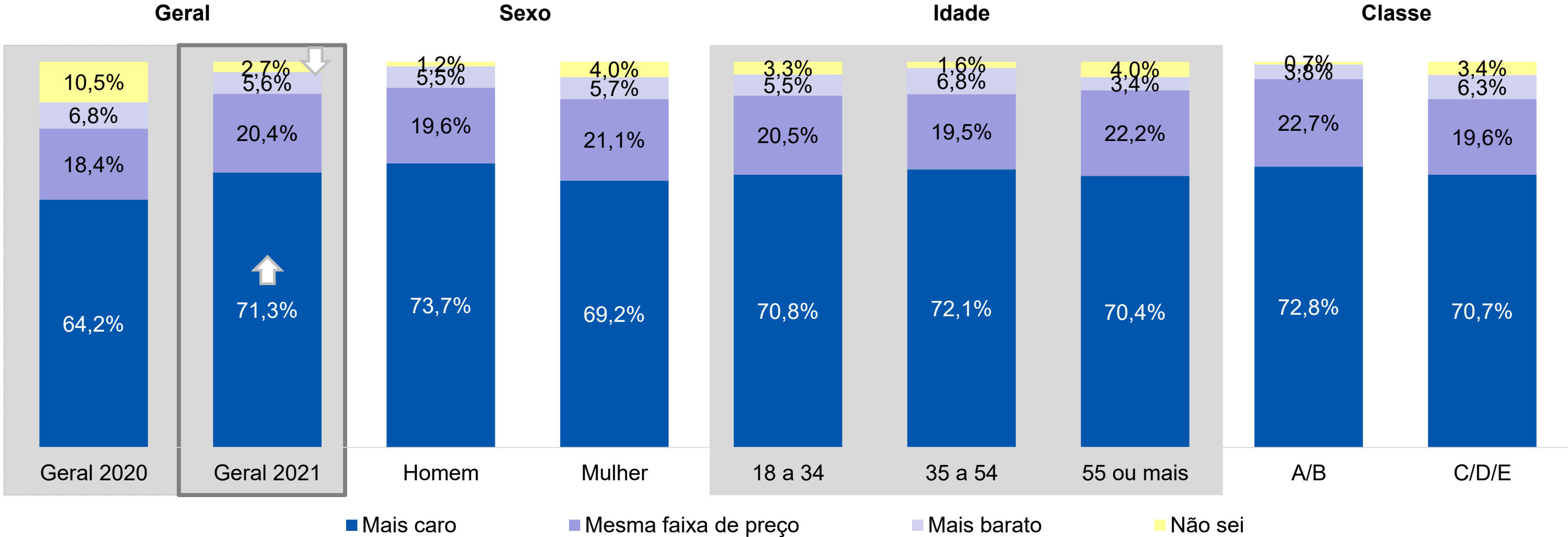
**Pesquisa de
preços**

PESQUISA DE PREÇOS

- Comparando o preço dos produtos para o Dia das Crianças de 2021 em relação a 2020, 71% consideram que os produtos estão mais caros este ano, 20% consideram que estão na mesma faixa de preço e apenas 6% que estão mais baratos;
- 79% pretendem fazer pesquisa de preço antes de comprar o(s) presente(s);
- 76% pesquisam preços online, sobretudo nos sites/aplicativos (65%), enquanto 70% farão pesquisa de preço offline, principalmente nas lojas de shopping (41%) e lojas de rua (40%);
- Entre os que vão utilizar sites e aplicativos para pesquisar preços, 80% citam os sites e aplicativos de varejistas, 62% os sites de busca e 39% os sites de comparação de preços.

COMPARAÇÃO DO PREÇO DOS PRODUTOS ESTE ANO EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO:

71% consideram que os produtos estão mais caros este ano se comparados ao ano passado (com aumento de 7 p.p. em relação à 2020), 20% consideram que estão na mesma faixa de preço e apenas 6% que estão mais baratos.



BASE: Somente para quem comprou presentes para o Dia das Crianças em 2020

	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	492	478	238	240	195	192	91	184	294



PRETENDE FAZER PESQUISA DE PREÇO ANTES DAS COMPRAS: 79% pretendem fazer pesquisa de preço antes das compras. 10% não pretendem, principalmente porque já tem um local de compra de costume (5%) ou porque gostam de comprar o que as agradam (3%). 10% ainda não decidiram (aumento de 4 p.p.).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sim	82,8%	79,5%	77,7%	81,1%	79,8%	83,5%	72,0%	74,6%	81,0%
Não	11,0%	10,1%	12,4%	8,0%	11,5%	6,9%	13,3%	13,6%	9,0%
Não, vou comprar nos locais que tenho costume	5,0%	5,3%	5,6%	5,0%	6,1%	4,9%	4,7%	4,9%	5,4%
Não, pois gosto de comprar o que vejo e me agrada, sem me preocupar muito com pesquisa de preço	5,0%	3,0%	4,5%	1,7%	3,1%	0,9%	6,6%	4,2%	2,6%
Não, pois não tenho tempo	1,1%	1,8%	2,3%	1,3%	2,4%	1,1%	2,1%	4,5%↑	1,0%
Não sei ainda	6,2%	10,4%↑	9,8%	10,9%	8,6%	9,7%	14,6%	11,7%	10,0%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



ONDE COSTUMA REALIZAR PESQUISA DE PREÇOS: 76% pesquisam os preços online (com destaque para as mulheres e classes A/B), principalmente em sites e aplicativos (65%, sobretudo as classes A/B). Já 70% realizam a pesquisa de forma off-line (principalmente homens), com destaque para as lojas de shopping (41%, sobretudo nas classes A/B) e lojas de rua (40%, principalmente classes C/D/E).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Online	76,1%	76,1%	70,4%	80,9% ↑	77,0%	77,1%	72,6%	89,9% ↑	72,2%
Sites/aplicativos	64,7%	65,4%	60,2%	69,8%	64,2%	66,4%	65,6%	82,5% ↑	60,6%
Redes Sociais	40,0%	37,2%	34,2%	39,7%	42,3%	35,8%	31,1%	44,4%	35,2%
Off-line	70,5%	69,7%	75,8% ↑	64,7%	71,3%	64,8%	76,9%	63,2%	71,5%
Lojas de shopping	36,0%	41,0%	45,0%	37,6%	41,5%	35,8%	50,6%	51,4% ↑	38,0%
Lojas de rua	37,8%	40,4%	38,0%	42,4%	40,8%	38,7%	43,1%	31,2%	43,0% ↑
Supermercados	14,6%	16,9%	20,3%	14,1%	14,3%	16,3%	22,8%	19,8%	16,1%
Panfletos de lojas	20,7%	16,3%	17,1%	15,6%	20,3%	12,3%	17,5%	14,8%	16,7%
Com conhecidos	7,7%	8,9%	9,1%	8,8%	11,0%	8,3%	6,4%	12,8%	7,8%
Jornais impressos	6,8%	3,5% ↓	5,0%	2,3%	2,7%	3,5%	5,0%	5,5%	2,9%
Outros	0,3%	0,2%	0,4%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,3%

BASE: Somente para quem pretende fazer pesquisa de preço antes das compras

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
496	472	223	249	206	186	80	157	315



SITES/APLICATIVOS QUE COSTUMA PESQUISAR PREÇOS: Entre os que pesquisam preço em sites ou aplicativos, 80% utilizam os de varejistas (aumento de 28 p.p.), 62% de busca (principalmente os mais velhos e classes A/B), e 39% os de comparação de preços (queda de 15 p.p., sobretudo os mais velhos e classes A/B)

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
De varejistas (Ex.: Americanas, Extra, Submarino etc)	52,2%	80,5% ↑	84,0%	77,9%	78,3%	78,1%	89,1%	84,6%	78,9%
De busca (ex.: Google, Bing etc)	65,7%	61,8%	66,2%	58,6%	59,4%	55,7%	78,7% ↑	71,5% ↑	58,0%
De comparação de preços (Ex.: Buscapé, Já Cotei, Zoom etc)	54,0%	38,9% ↓	44,3%	35,0%	36,0%	33,5%	55,1% ↑	51,4% ↑	34,0%
De ofertas (ex.: Guiato, Promobit, Pelando, Save Me, Oferta Esperta etc)	18,9%	18,7%	22,7%	15,8%	17,1%	14,5%	30,1%	27,7% ↑	15,2%
Outros	3,4%	1,3%	0,4%	2,0%	1,6%	1,7%	0,0%	0,3%	1,7%

BASE: Somente para quem pretende fazer pesquisa de preço em sites / aplicativos

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
331	337	151	186	143	137	57	134	203





**Processo de
decisão da
compra**

PROCESSO DE DECISÃO DA COMPRA

- Os principais fatores considerados na hora da compra do(s) presente(s) são: qualidade do presente (25%), o preço (18%), as promoções e descontos (16%) e o desejo do presenteado (16%);
- 52% escolhem os presentes sozinhos ou através de outro adulto, 35% decidem conjuntamente com a criança e 12% delegam a escolha para a criança;
- 21% consideram que existe pressão da criança para comprar o que deseja, sendo que 9% não cedem a pressão, mas 12% acabam cedendo. Por outro lado, 79% acreditam que não há pressão da criança;
- 28% dos entrevistados foram ou irão acompanhados da criança no momento da compra, enquanto 53% não foram ou não irão acompanhados e 19% ainda não sabem;
- 90% acreditam que a publicidade infantil influencia a pedir presentes;
- 91% consideram que há influência de outras crianças para a definição do presente, sendo que 49% acreditam numa influência pequena e 41% numa grande influência.

PRINCIPAL FATOR QUE LEVA EM CONSIDERAÇÃO NA HORA DE COMPRAR

O(S) PRESENTE(S): 25% levam em consideração a qualidade do presente (principalmente os homens), 18% o preço (destaque para a faixa etária de 35 a 54 anos), 16% as promoções e descontos (em menor medida os homens e mais velhos, e sobretudo as classes C/D/E), e 16% o desejo de quem será presenteado.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Qualidade do presente	24,2%	24,9%	31,2% ↑	19,6%	29,1%	16,9% ↓	32,4%	30,9%	23,1%
Preço do presente	18,4%	17,9%	17,6%	18,2%	14,6%	23,5% ↑	13,5%	18,6%	17,7%
Promoção / desconto	16,6%	16,4%	12,3% ↓	19,8%	17,7%	19,6%	8,5% ↓	4,3%	20,1% ↑
Desejo do presenteado	16,8%	16,4%	17,1%	15,7%	14,8%	15,3%	20,9%	17,5%	16,0%
Perfil do presenteado	14,3%	13,8%	11,9%	15,5%	14,2%	13,5%	14,0%	19,5%	12,1%
O impacto/impressão que o presente passa	2,8%	5,1%	4,2%	5,9%	4,8%	4,8%	6,1%	5,1%	5,1%
Marca do presente	4,1%	3,9%	3,8%	4,0%	2,4%	5,8%	2,9%	3,8%	3,9%
O que os outros irão achar / falar do presente	1,4%	0,2%	0,2%	0,3%	0,5%	0,1%	0,0%	0,2%	0,2%
Não sabe	1,3%	1,3%	1,8%	0,9%	1,9%	0,5%	1,7%	0,0%	1,7% ↑

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



QUEM ESCOLHE O PRESENTE? 52% escolhem os presentes sozinhos ou outro adulto escolhe (aumento de 8 p.p. e principalmente nas classes C/D/E), 35% decidem conjuntamente com a criança (em menor medida os mais velhos, e sobretudo entre as classes A/B) e 12% delegam a escolha para a criança.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Somente eu ou outro adulto escolhe	44,0%	51,7%↑	51,1%	52,2%	48,9%	48,4%	62,1%	35,4%	56,7%↑
Decidimos conjuntamente (eu e a criança presenteada)	38,4%	35,0%	33,0%	36,7%	37,6%	39,1%	23,4%↓	45,6%↑	31,7%
A própria criança	16,1%	12,3%	14,5%	10,4%	13,0%	11,8%	11,9%	17,2%	10,8%
Outros	1,5%	1,0%	1,4%	0,7%	0,4%	0,6%	2,7%	1,8%	0,8%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



EXISTE PRESSÃO DA CRIANÇA PARA COMPRAR O PRESENTE QUE ELA

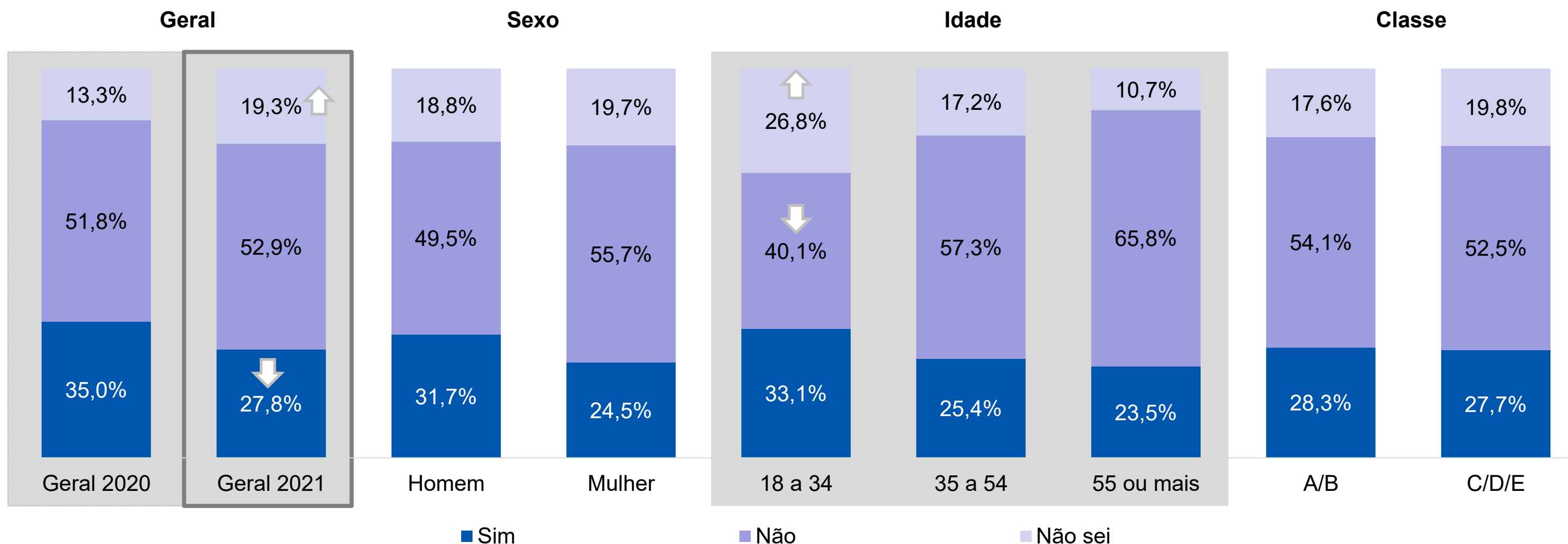
DESEJA? 21% consideram que existe pressão da criança para comprar o que deseja (queda de 19 p.p.), sendo que 9% dos entrevistados não cedem a pressão e 12% acabam cedendo. Por outro lado, 79% acreditam que não há pressão da criança (aumento de 19 p.p. frente a 2020).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sim	39,5%	20,9%↓	20,6%	21,1%	22,6%	22,6%	15,0%	16,9%	22,1%
Sim, e acabo comprando	23,0%	11,9%↓	13,4%	10,6%	13,2%	12,7%	8,3%	10,7%	12,3%
Sim, mas não compro	16,5%	9,0%↓	7,2%	10,5%	9,3%	9,9%	6,8%	6,2%	9,9%
Não	60,5%	79,1%↑	79,4%	78,9%	77,4%	77,4%	85,0%	83,1%	77,9%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



A CRIANÇA ACOMPANHA O MOMENTO DA COMPRA DO PRESENTE? 28% dos entrevistados foram ou irão acompanhados da criança no momento da compra (queda de 7 p.p. frente ao último ano), enquanto 53% não foram ou não irão acompanhados (em menor medida os mais jovens) e 19% ainda não sabem.

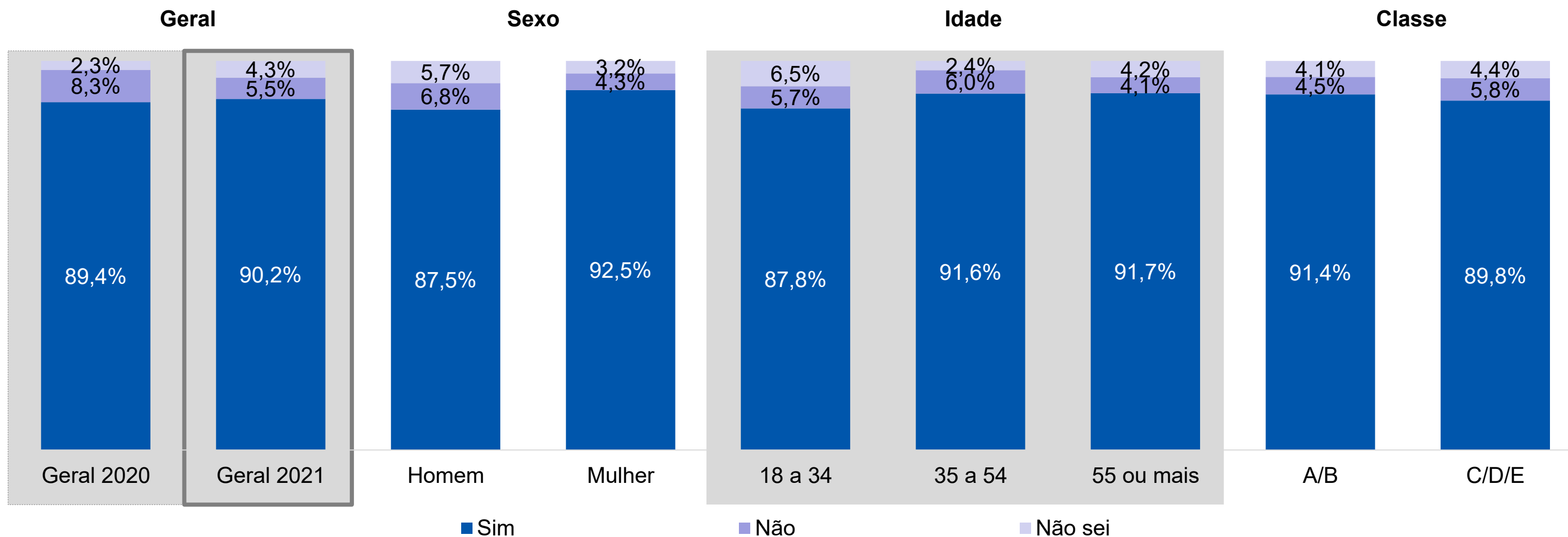


BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



ACREDITA QUE A PUBLICIDADE INFANTIL INFLUENCIA AS CRIANÇAS A PEDIR PRESENTES?

90% acreditam que a publicidade infantil influencia as crianças a pedir presentes, e apenas 5% discordam que influencia.



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392

EXISTE INFLUÊNCIA DE OUTRAS CRIANÇAS PARA A DEFINIÇÃO DO QUE A(O) PRESENTEADA(O) QUER GANHAR?

91% consideram que há influência de outras crianças para a definição do presente que o(a) presenteado(a) quer ganhar (aumento de 7 p.p. em relação a 2020), sendo que 49% acreditam numa influência pequena e 41% numa grande influência. 6% não acreditam que exista influência (com queda de 5 p.p. frente a 2020).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sim	84,3%	91,0% ↑	90,2%	91,6%	90,9%	89,2%	94,3%	94,2%	90,0%
Sim, um pouco	45,3%	49,5%	50,1%	49,0%	50,6%	48,7%	49,0%	58,7%	46,7%
Sim, muito	39,0%	41,5%	40,1%	42,7%	40,3%	40,5%	45,3%	35,5%	43,3%
Não	11,0%	5,9% ↓	6,5%	5,4%	5,5%	6,9%	4,8%	3,1%	6,8%
Não sei	4,6%	3,1%	3,2%	3,0%	3,6%	3,8%	0,9%	2,7%	3,2%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



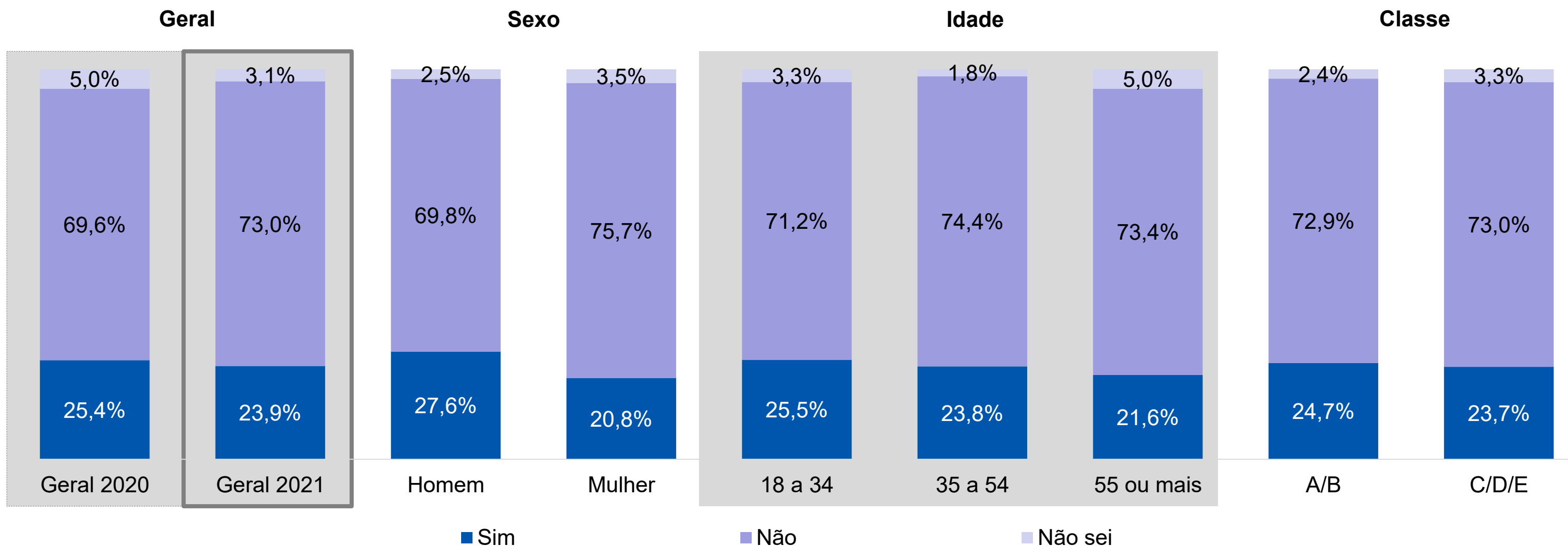


**Controle
financeiro nas
compras**

CONTROLE FINANCEIRO NAS COMPRAS

- 24% costumam gastar mais do que podem com as compras do Dia das Crianças;
- Entre os que vão presentear nesta data:
 - 7% pretendem deixar de pagar alguma conta para comprar o(s) presente(s);
 - 33% estão atualmente com alguma conta em atraso, sendo que 63% destes estão com o nome sujo.

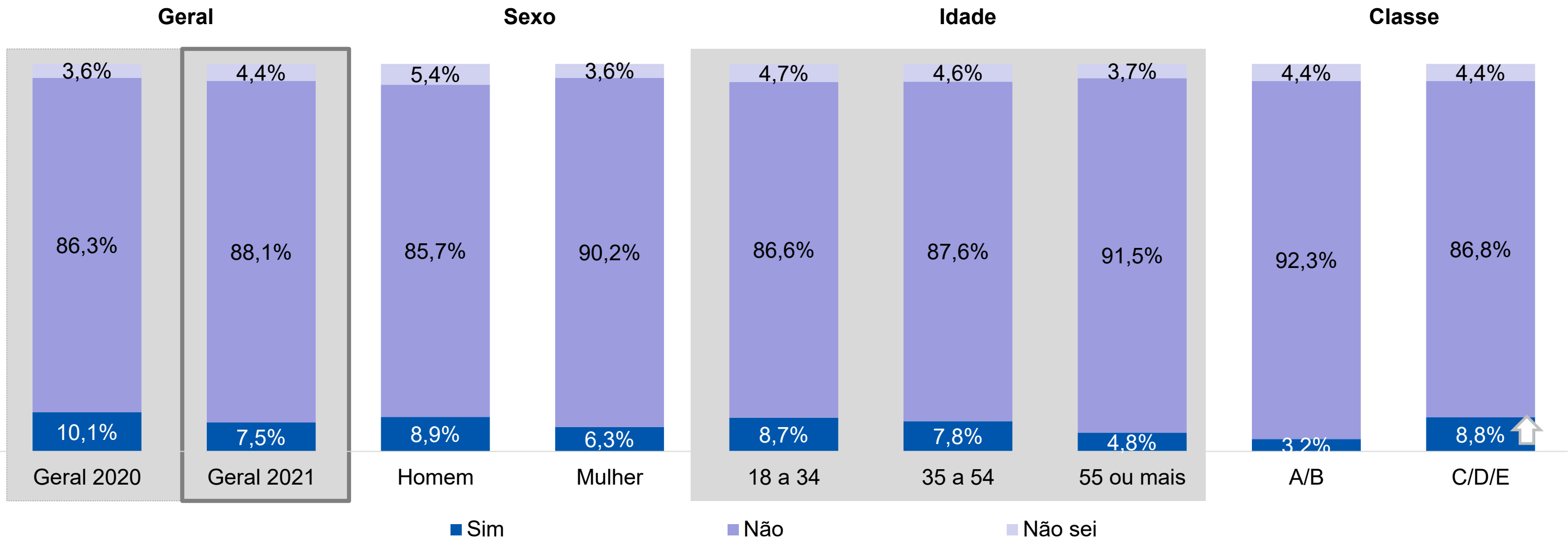
COSTUMA GASTAR MAIS DO QUE PODE COM A(S) COMPRA(S) DO DIA DAS CRIANÇAS: 24% costumam gastar mais do que podem com as compras do Dia das Crianças.



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



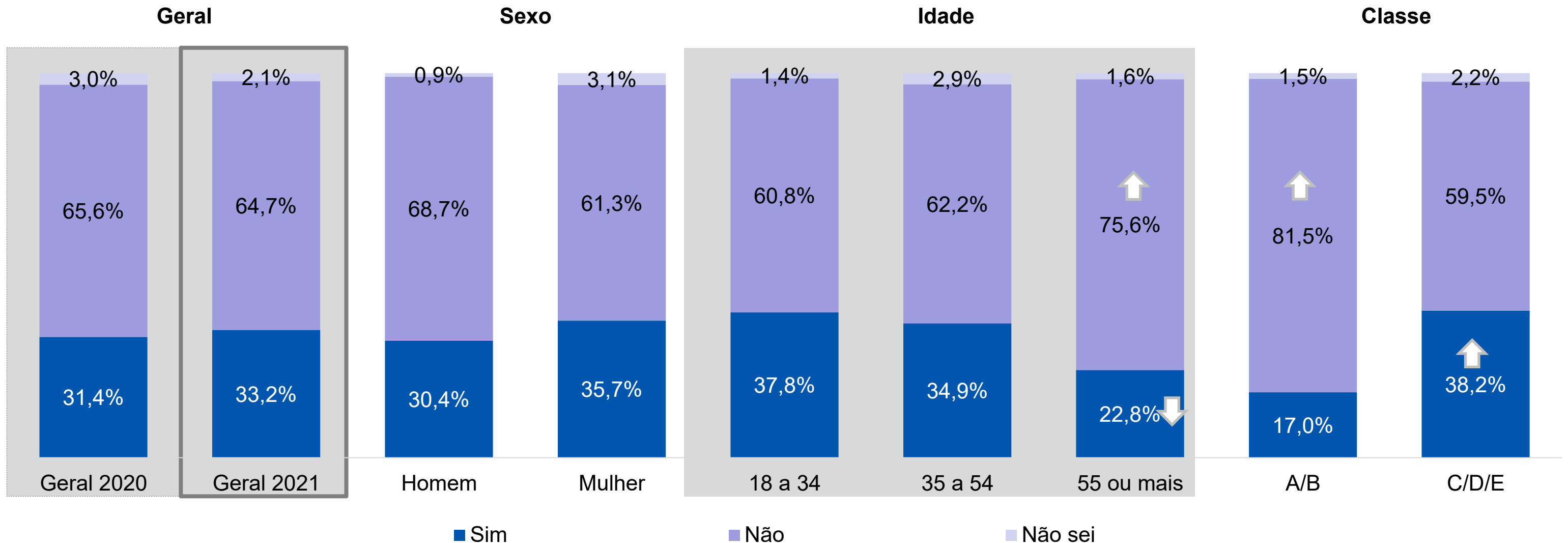
PRETENDE DEIXAR DE PAGAR ALGUMA CONTA PARA COMPRAR O(S) PRESENTE(S): 7% pretendem deixar de pagar alguma conta para comprar os presentes (sobretudo as classes C/D/E).



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



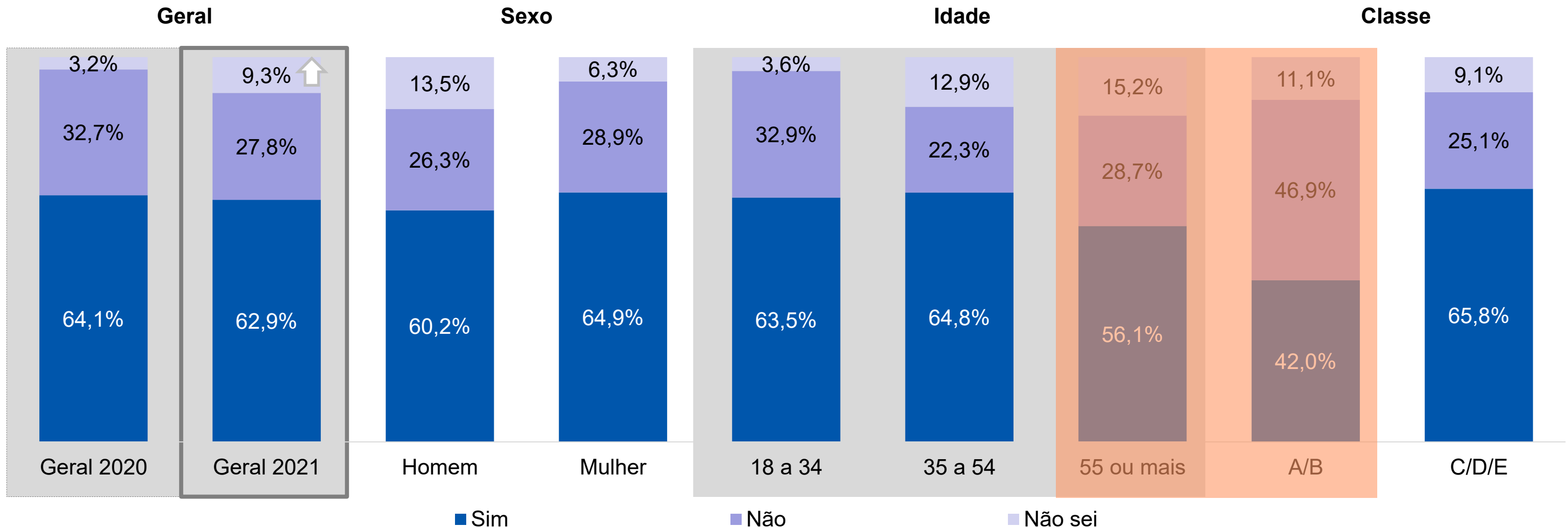
ATUALMENTE POSSUI CONTAS COM O PAGAMENTO EM ATRASO? 33% dos que pretendem comprar presentes, atualmente possuem contas em atraso (em menor medida os mais velhos, e sobretudo entre as classes C/D/E).



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	607	600	289	311	265	224	111	208	392



ATUALMENTE ESTÁ COM O NOME SUJO? Entre os que possuem conta com o pagamento em atraso, 63% estão com nome sujo atualmente.



BASE: Somente para quem tem conta com o pagamento em atraso

	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	179	172	75	97	85	63	24	29	143



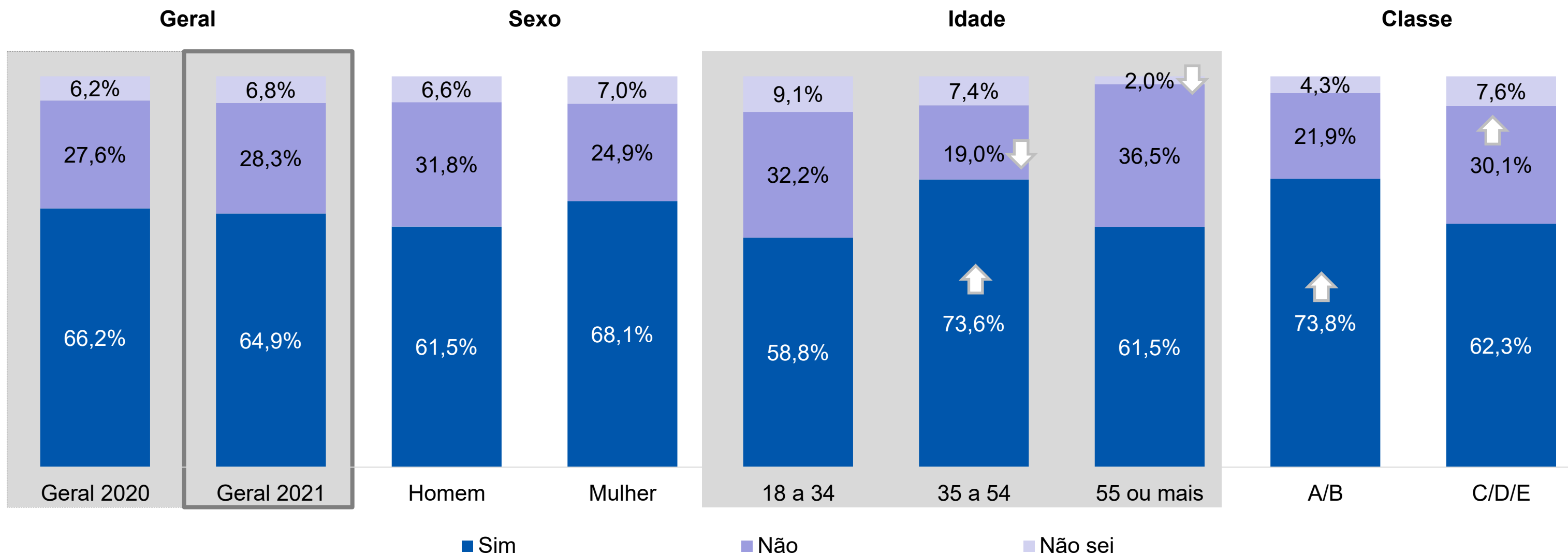


**Compras no
Dia das
Crianças 2020**

DIA DAS CRIANÇAS 2020

- 65% compraram presente(s) para o Dia das Crianças em 2020;
- Entre os que compraram, 11% ficaram com o nome sujo devido às compras realizadas, sendo que 6% já limparam o nome e 5% ainda estão negativados;

COMPROU PRESENTE NO DIA DAS CRIANÇAS EM 2020: 65% dos que pretendem comprar presentes este ano, também compraram presente(s) para esta data em 2020 (especialmente entre as faixas de 35 a 54 anos e as classes A/B).



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	843	836	429	407	393	284	159	259	577



FICOU COM O NOME SUJO PELAS COMPRAS FEITAS PARA O DIA DAS CRIANÇAS EM 2020:

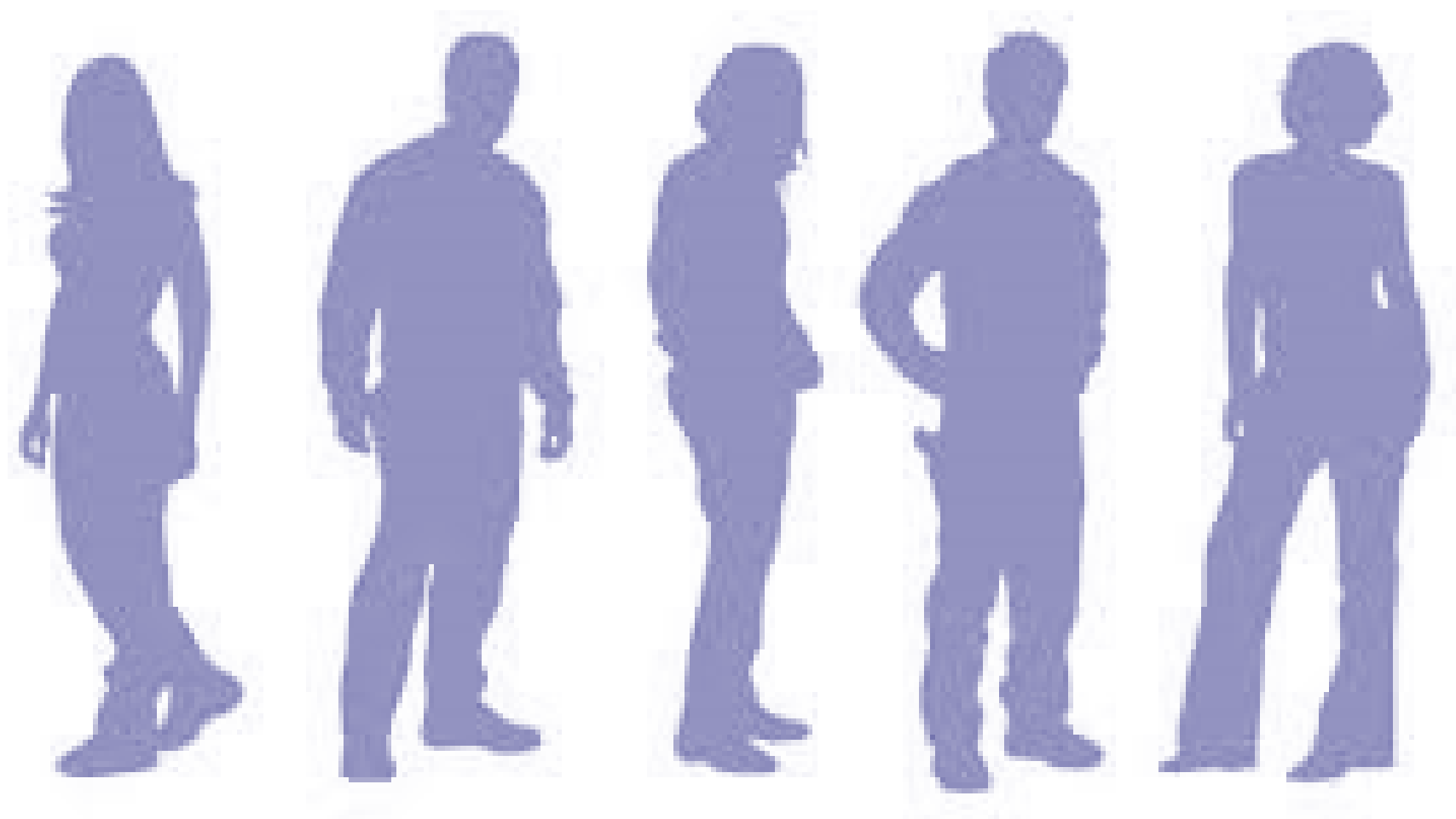
11% ficaram com o nome sujo pelas compras do Dia das Crianças no ano passado, sendo que 6% já limpam o nome e 5% ainda estão nessa negativados.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Sim	11,5%	11,3%	13,1%	9,7%	14,7%	8,7%	10,6%	9,8%	11,7%
Sim, estive nessa situação pelas compras feitas no Dia das Crianças de 2020, mas já limpei o nome	5,6%	6,2%	8,4%	4,3%	8,9%	3,7%	6,7%	5,5%	6,5%
Sim e ainda estou com nome sujo pelas compras feitas no Dia das Crianças de 2020	5,9%	5,0%	4,7%	5,3%	5,8%	5,0%	3,9%	4,4%	5,3%
Não estive nessa situação por causa das compras realizadas no Dia das Crianças de 2020	81,9%	84,4%	83,2%	85,3%	81,7%	84,6%	88,4%	85,2%	84,1%
Não sei / prefiro não responder	6,5%	4,4%	3,6%	5,0%	3,6%	6,8%	1,0%	4,9%	4,2%

BASE: Somente para quem realizou compras para o Dia das Crianças em 2020

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
569	540	272	268	228	209	103	196	344



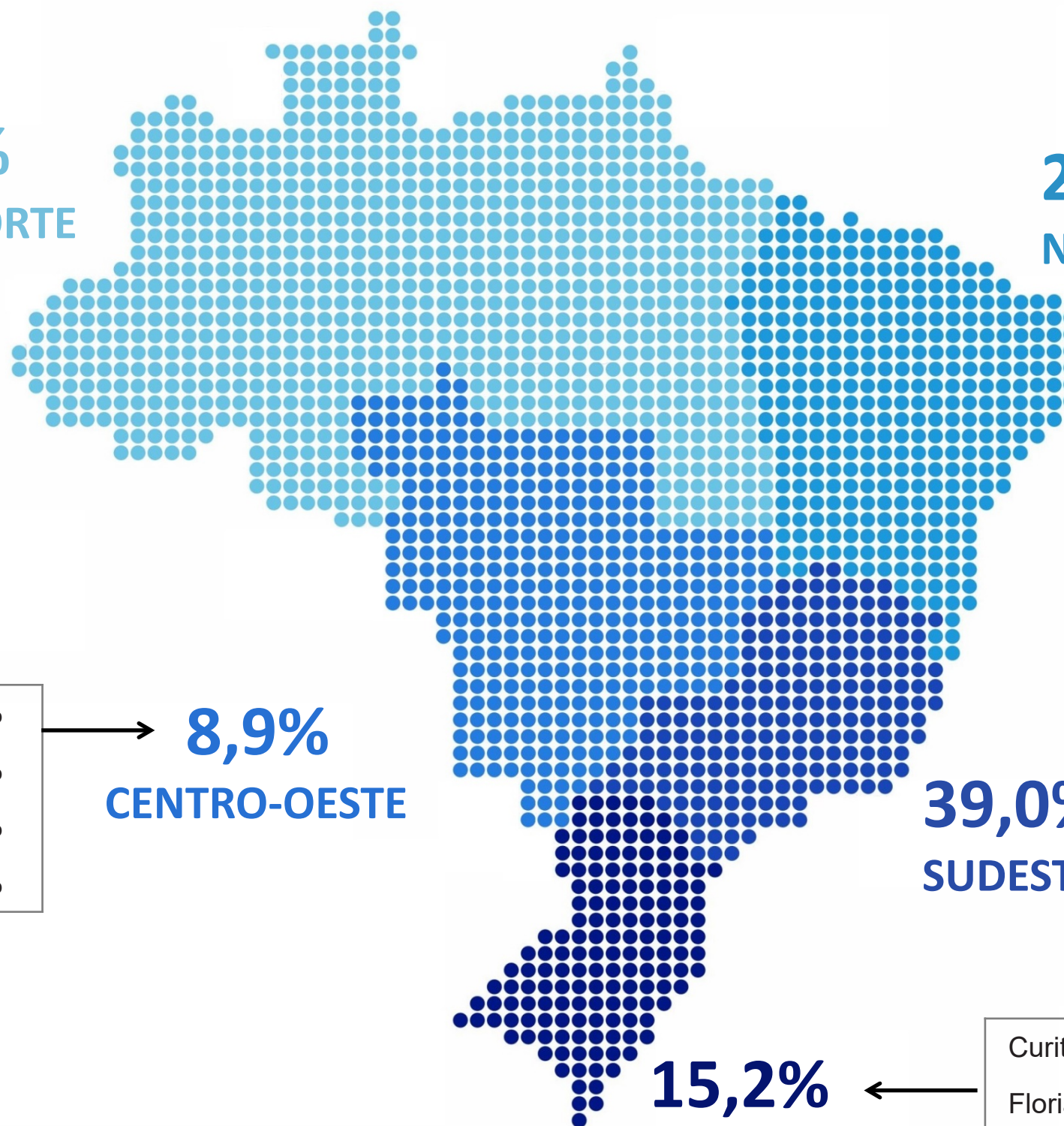


Caracterização da Amostra

REGIÃO | CIDADE

Belém	2,5%
Boa Vista	0,6%
Macapá	0,9%
Manaus	3,2%
Palmas	0,6%
Porto Velho	0,8%
Rio Branco	0,4%

9,0%
NORTE



27,9%
NORDESTE

Aracajú	1,0%
Fortaleza	7,6%
João Pessoa	1,6%
Maceió	1,6%
Natal	1,7%
Recife	2,9%
Salvador	7,0%
São Luís	2,0%
Teresina	2,5%

Brasília	3,9%
Campo Grande	1,6%
Cuiabá	0,8%
Goiânia	2,5%

8,9%
CENTRO-OESTE

39,0%
SUDESTE

Belo Horizonte	5,0%
Rio de Janeiro	12,8%
São Paulo	21,0%
Vitória	0,2%

15,2%
SUL

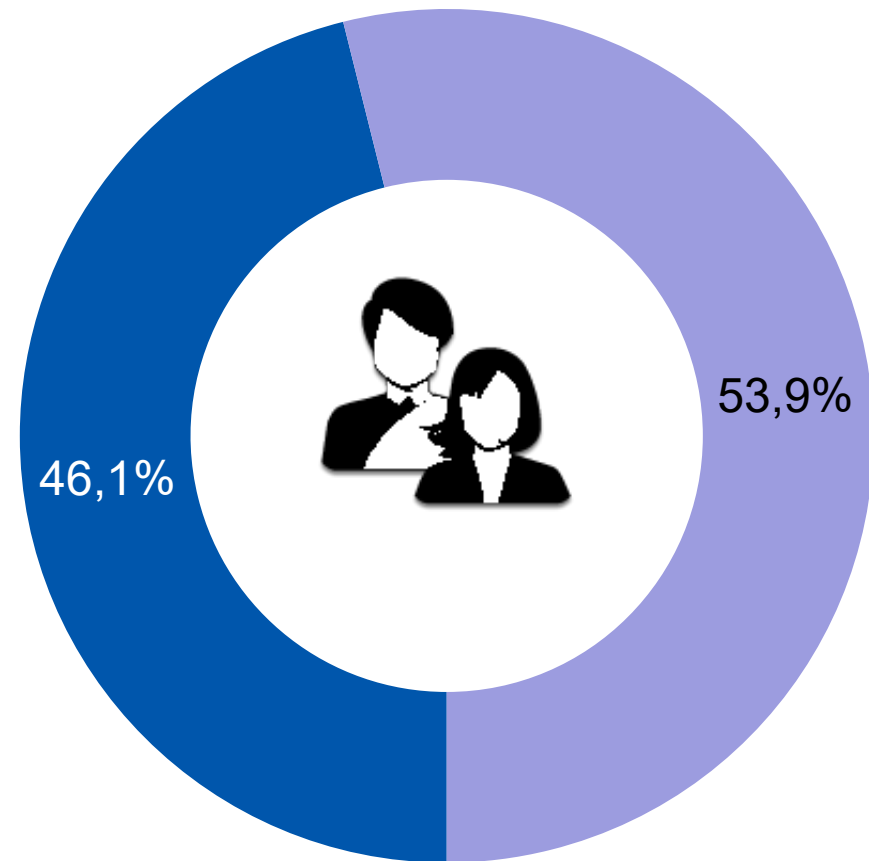
Curitiba	7,4%
Florianópolis	1,1%
Porto Alegre	6,7%

Geral 2021

600



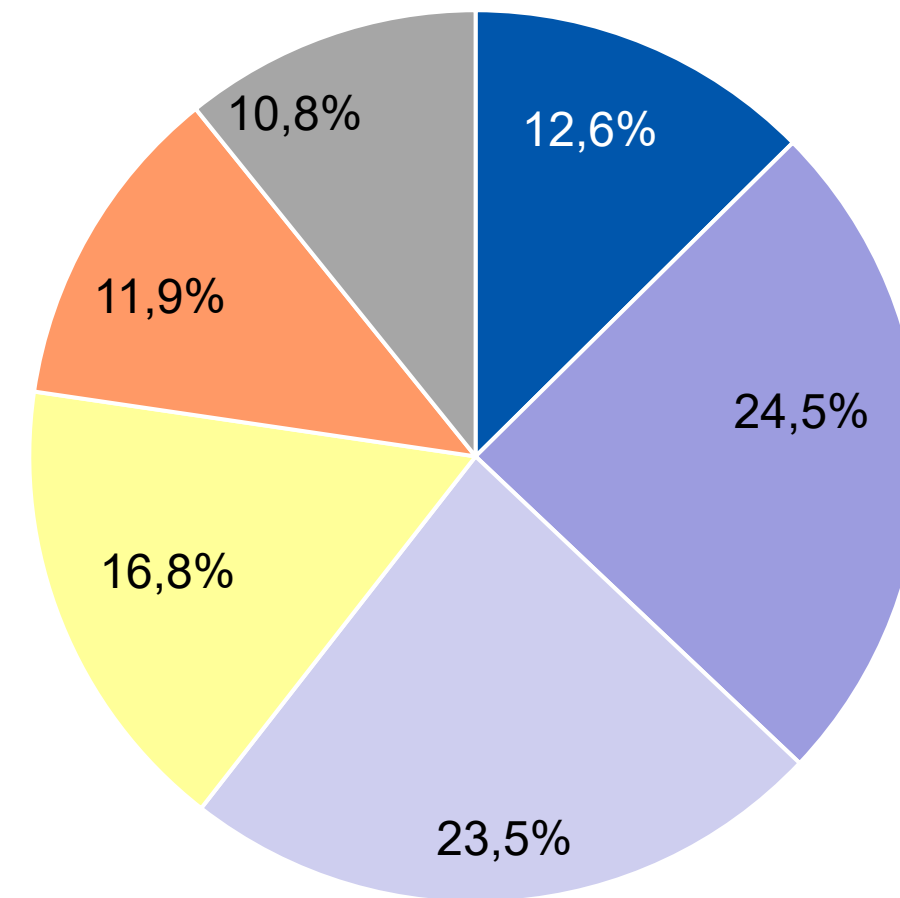
SEXO | IDADE



■ Homem ■ Mulher



Média: 42 anos



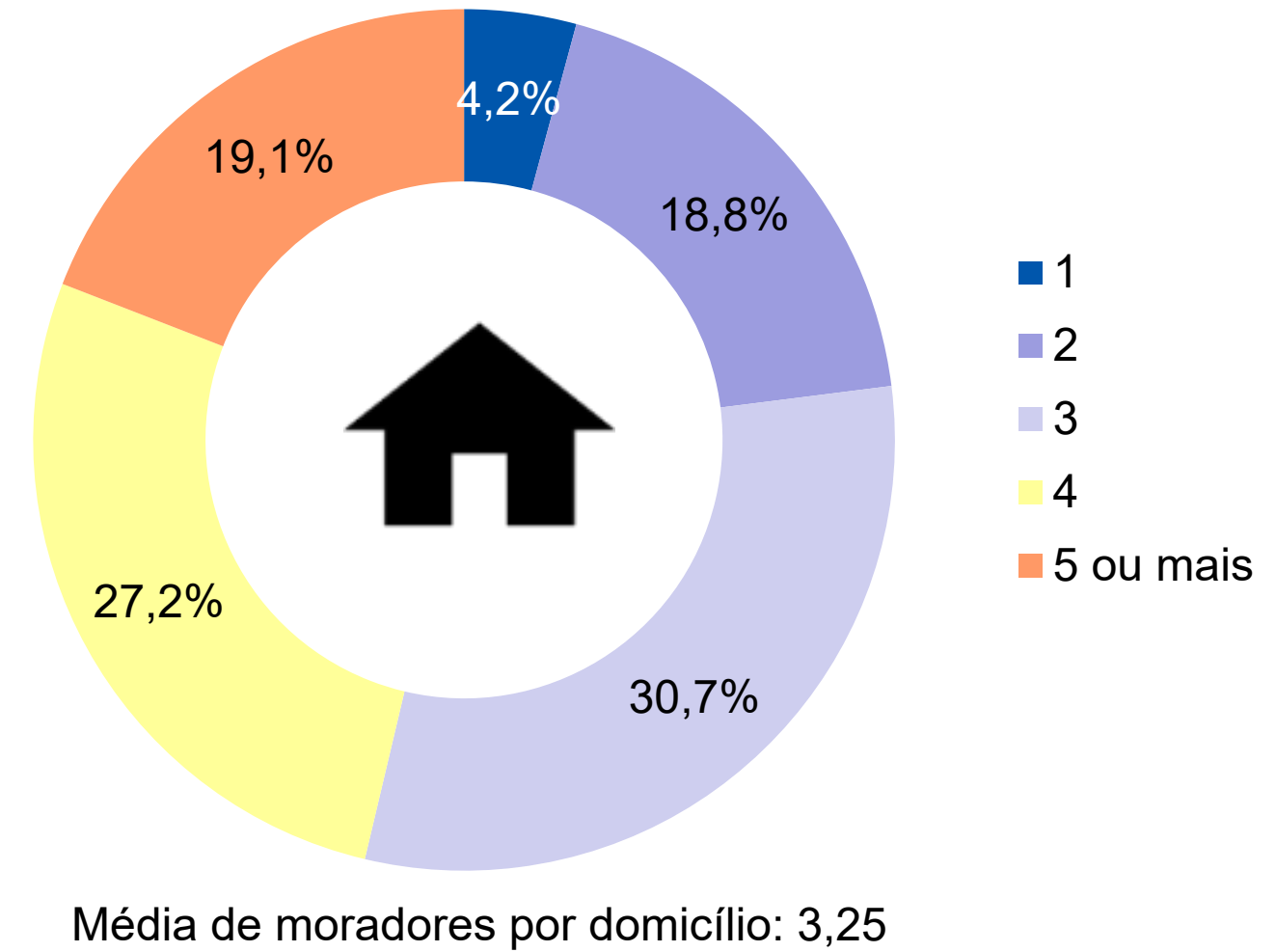
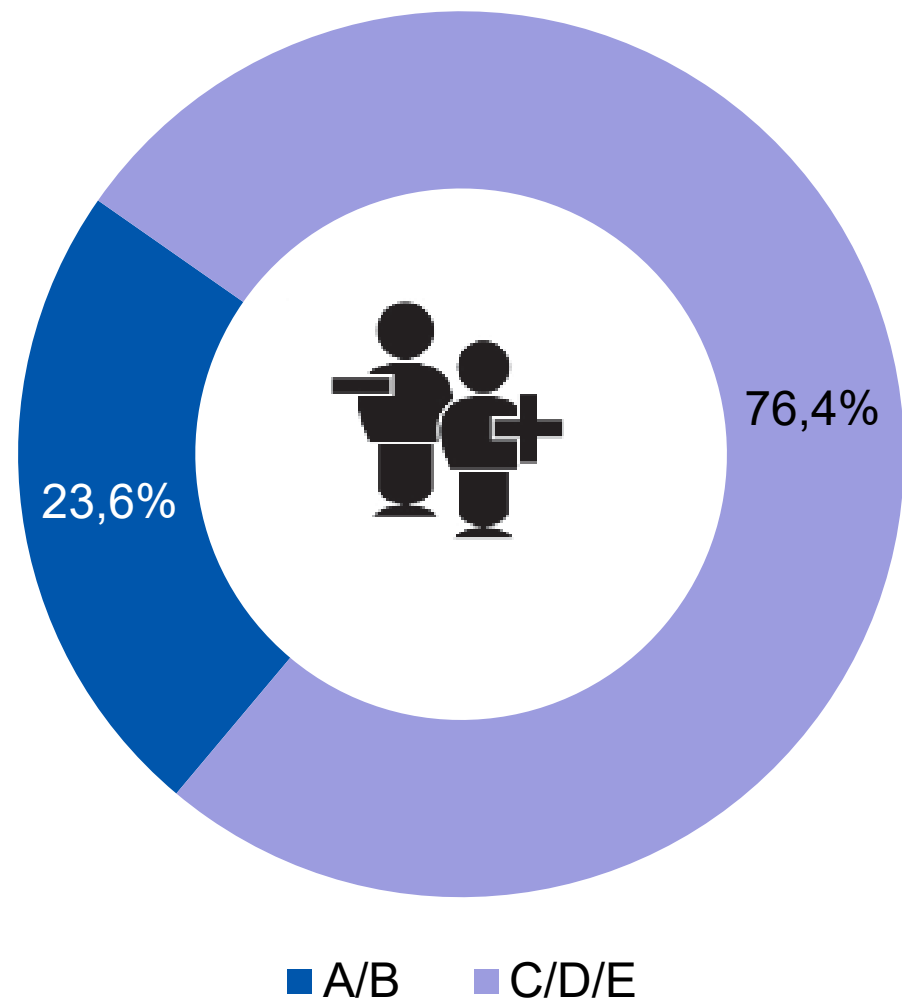
■ 18 a 24 anos ■ 25 a 34 anos ■ 35 a 44 anos
■ 45 a 54 anos ■ 55 a 64 anos ■ 65 anos ou mais

Geral 2021

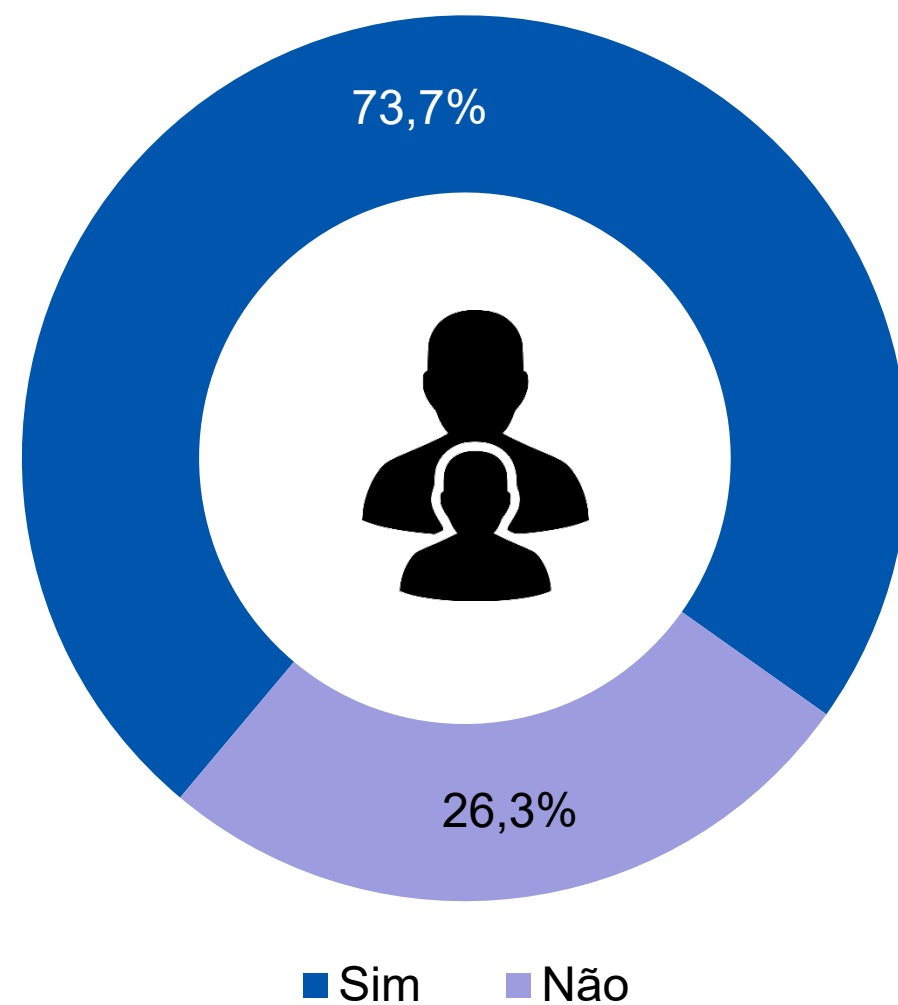
600



CLASSE | MORADORES



POSSUI FILHOS



Geral 2021
600