

Pesquisa Hábitos de Consumo Dia dos Pais 2015

Agosto de 2015

BoaVista SCPC

○ Objetivo, metodologia e amostra	03
○ Sumário	04
○ Perfil dos respondentes	05
○ Pretensão de compra e gastos com relação ao presente do Dia dos Pais	10
○ Motivo pela qual pretende gastar menos com o presente do Dia dos Pais	16
○ Quem irá presentear e motivos que influenciarão na decisão de compra do presente	18
○ Local onde pretende comprar o presente para o Dia dos Pais	23
○ Tipo de presente que pretende comprar para o Dia dos Pais	29
○ Valor do presente para o Dia dos Pais e comprometimento da renda	33
○ Hábitos de pagamento (forma de pagamento e meio de pagamento a ser utilizado)	39
○ Motivos de não comprar o presente para o Dia dos Pais	49
○ Pretensão de ganhar presentes (junto aos pais que responderam a pesquisa)	52

Objetivo, metodologia e amostra

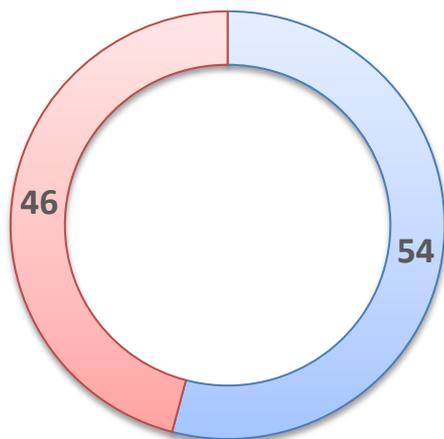
- **Objetivo:** A sondagem ter por objetivo identificar os hábitos de compras dos consumidores para o Dia dos Pais, suas preferências e a forma de pagamento das compras. São identificadas também a pretensão de gastos para a compra dos presentes neste ano e o que é mais relevante para a decisão de compra, bem como os motivos entre os consumidores que não irão comprar presentes para o Dia dos Pais.
- **Metodologia:** quantitativa com coleta das informações por meio de pesquisa eletrônica via internet.
- **Período de realização da pesquisa:** 15 de junho a 06 de julho de 2015
- **Target:** O universo da pesquisa é representado por consumidores que buscaram informações e orientações no site Consumidor Positivo da Boa Vista SCPC – www.consumidorpositivo.com.br
- **Amostra:** 1.018 respondentes

PERFIL DOS RESPONDENTES

36% dos consumidores concentram-se na faixa etária 25 a 34 anos.
65% representam as Classes D/E, 28% a Classe C e 7% as Classes A/B.

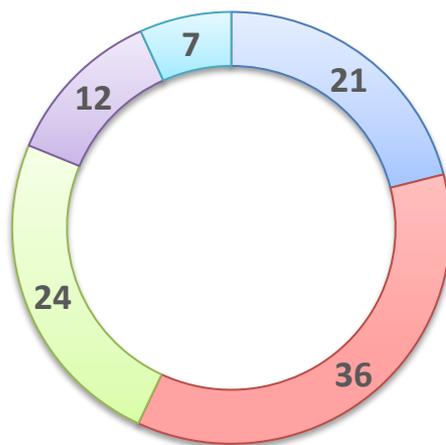
Sexo(%)

- Masculino
- Feminino



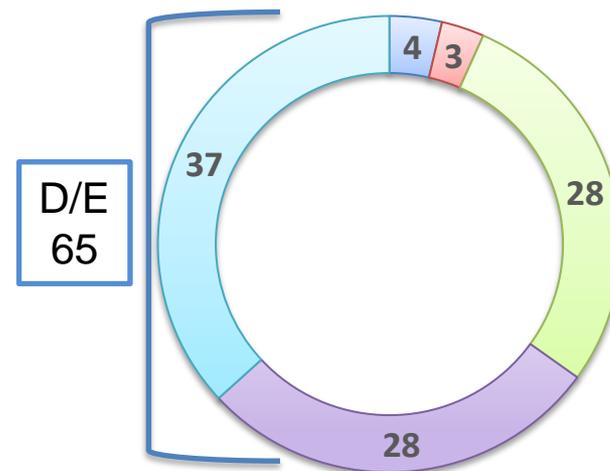
Idade (%)

- Até 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 anos ou mais



Classe Social (%)

- Classe A
- Classe B
- Classe C
- Classe D
- Classe E



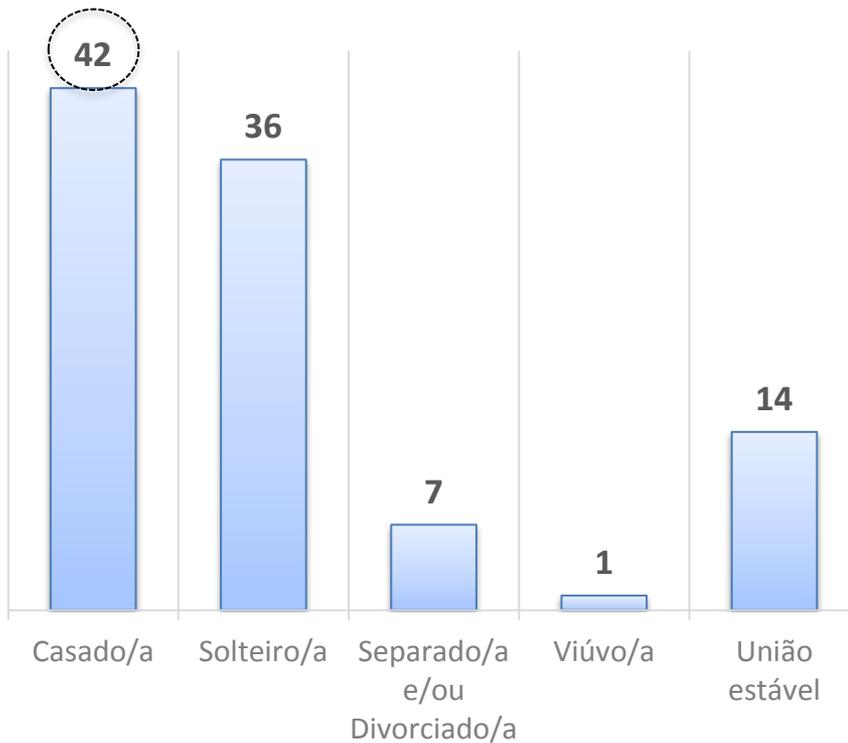
Equivalência Renda Familiar Mensal

- Classe A – acima de R\$ 11.300
- Classe B – de R\$ 8.700 a R\$ 11.300
- Classe C - de R\$ 2.030 a R\$ 8.700
- Classe D – de R\$ 1.230 a R\$ 2.030
- Classe E – até R\$ 1.230

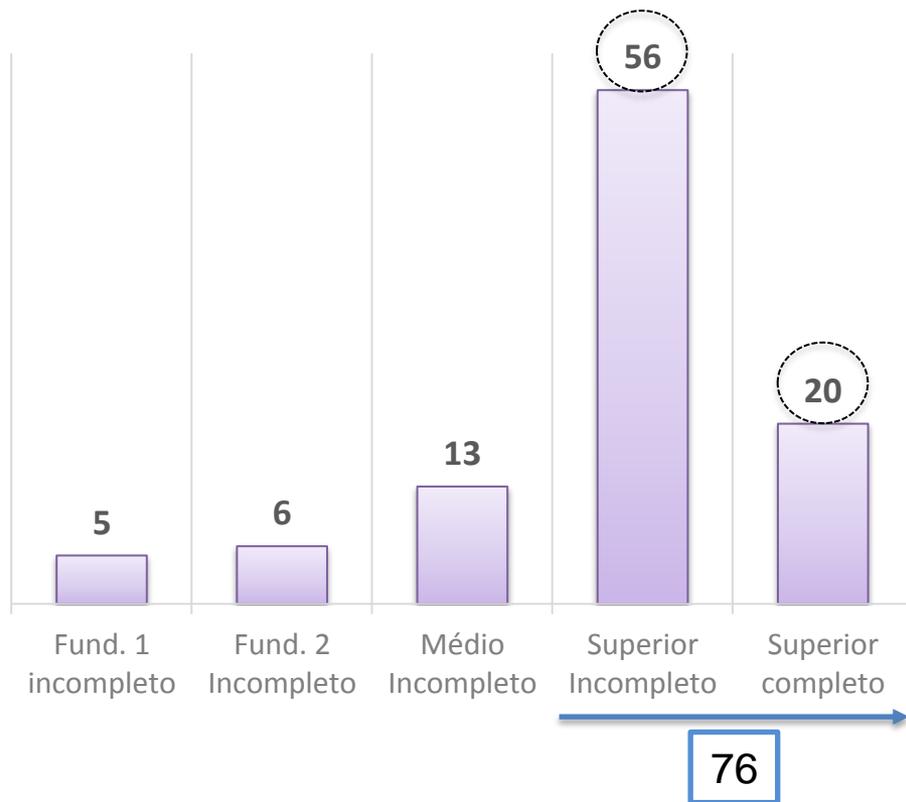
A classe social é determinada segundo o critério FGV 2012 que leva em conta o rendimento familiar mensal, com valores adaptados ao salário mínimo vigente em JAN2015)

- 42% dos consumidores que responderam a pesquisa são casados.
- No que se refere à escolaridade, 76% possuem nível superior.

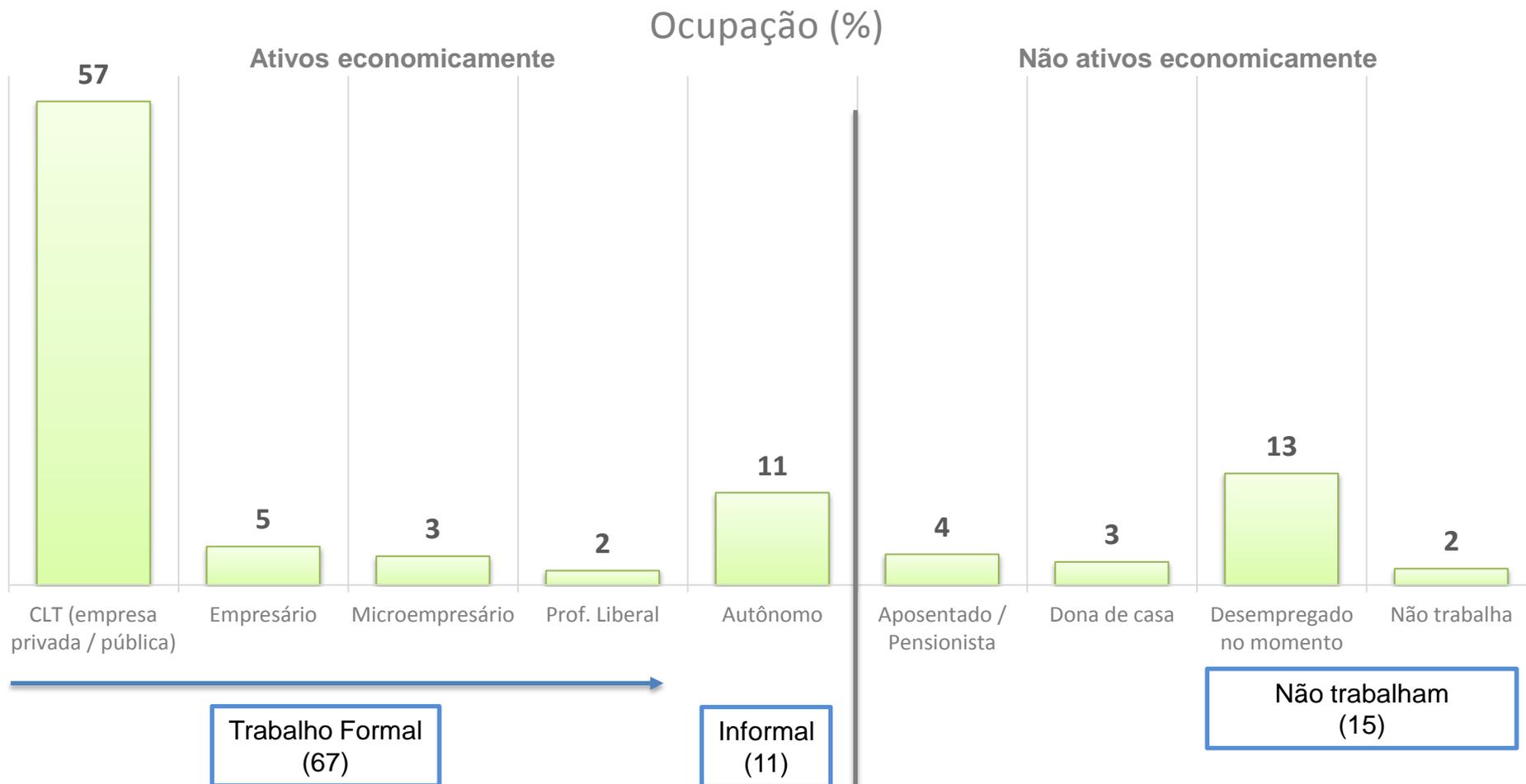
Estado Civil (%)



Escolaridade (%)

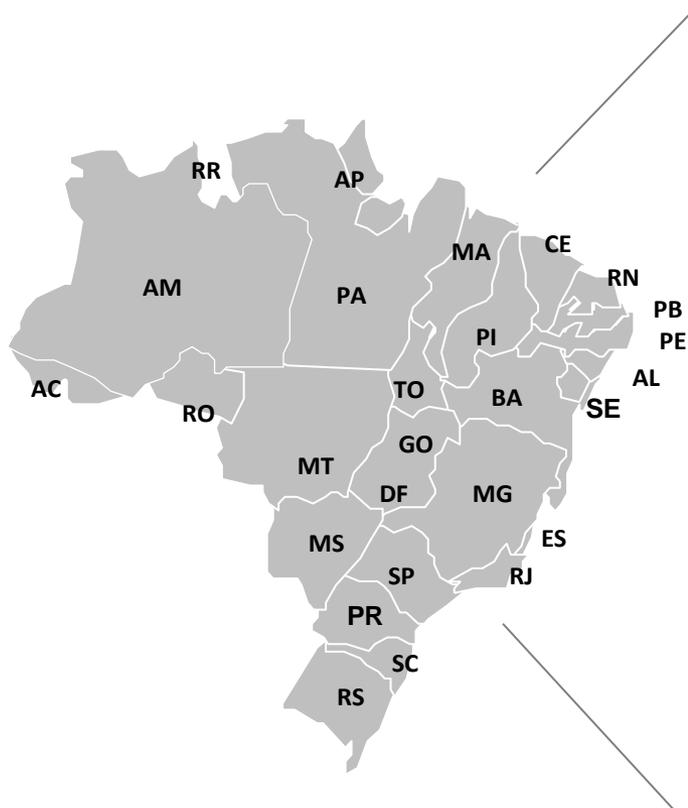


67% dos consumidores que responderam a pesquisa são economicamente ativos e estão empregados no mercado formal de trabalho. Outros 11% deles são autônomos (informais), 15% não trabalham e os demais 7% estão divididos entre aposentados e donas de casa.



66% dos consumidores que responderam a pesquisa concentram-se na Região Sudeste do país, sendo que 43% deles em São Paulo.

Nordeste tem 13,8% dos respondentes, seguido pelas regiões Sul com 10,3%, Centro-oeste com 7% e Norte com 2,7%.



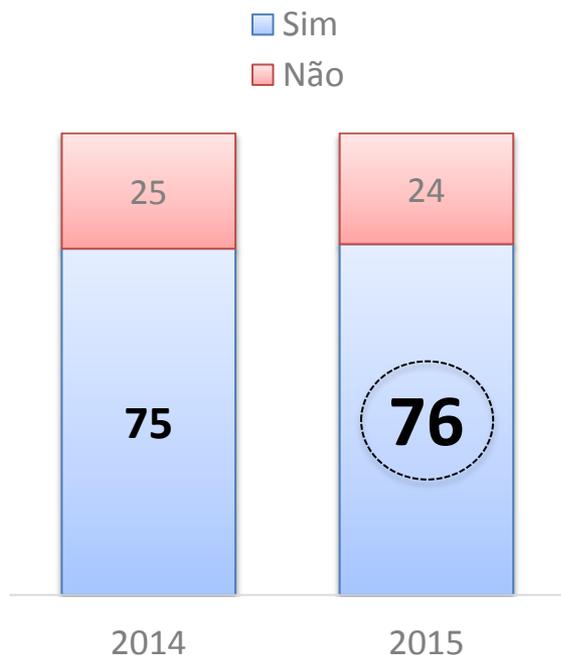
Região	Estado	Representatividade por Estado	Representatividade por Região
Norte	Pará	0,6%	2,7%
	Tocantins	0,1%	
	Amazonas	1,2%	
	Amapá	0,1%	
	Rondônia	0,3%	
	Acre	0,1%	
	Roraima	0,2%	
Nordeste	Pernambuco	3,0%	13,8%
	Alagoas	0,7%	
	Bahia	3,0%	
	Ceará	2,3%	
	Piauí	0,3%	
	Rio Grande do Norte	1,4%	
	Sergipe	0,5%	
	Maranhão	0,8%	
	Paraíba	1,7%	
	Centroeste	Mato Grosso do Sul	
Distrito Federal		1,5%	
Goiás		2,8%	
Mato Grosso		1,5%	
Sudeste	São Paulo	42,9%	66,3%
	Minas Gerais	8,7%	
	Rio de Janeiro	13,2%	
	Espírito Santo	1,5%	
Sul	Rio Grande do Sul	3,9%	10,3%
	Paraná	3,8%	
	Santa Catarina	2,5%	

PRETENSÃO DE COMPRAS E GASTOS (para o Presente do Dia dos Pais)

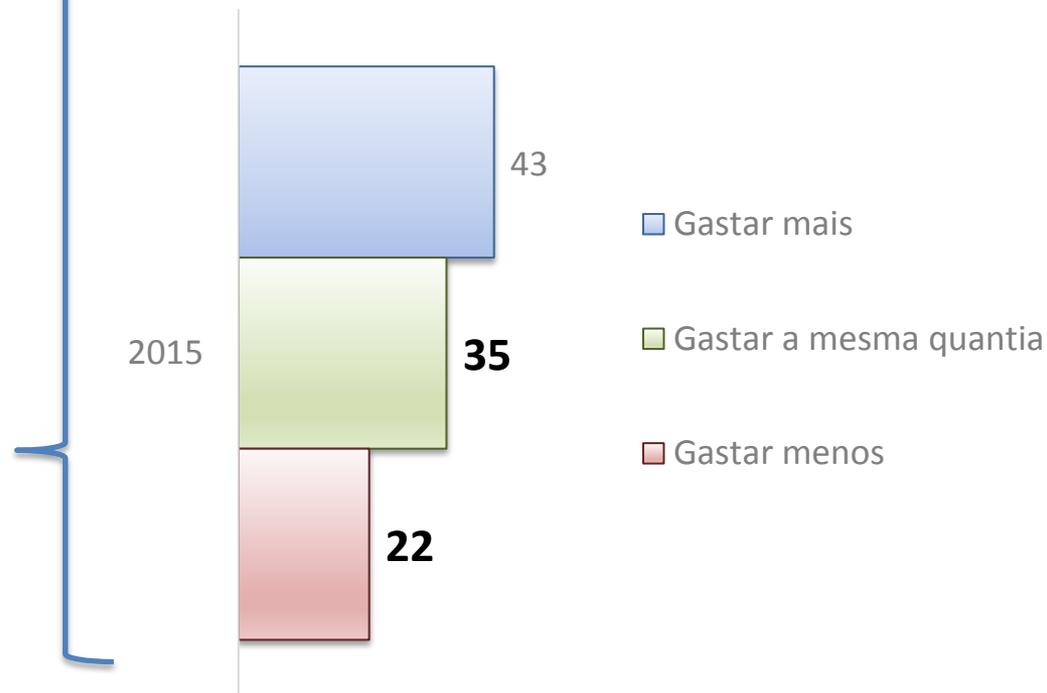
76% dos consumidores irão comprar presentes para comemorar o Dia dos Pais.

Quanto a pretensão de gastos, 57% dos consumidores irão gastar a mesma quantia ou menos com a compra do presente do Dia dos Pais, quando comparado aos gastos no ano anterior.

Pretende comprar presentes neste Dia dos Pais? (%)



Comparado ao ano anterior, quanto pretende gastar com o presente do Dia dos Pais deste ano? (%)



Comparado ao ano anterior, a pretensão de compra do presente para o Dia dos Pais aumenta na região Sul do país, passando de 75% para 84% das menções.

No Sudeste, 73% dos consumidores entrevistados pretendem comprar presentes para comemorar o Dia dos Pais.

EVOLUTIVO POR REGIÃO

Pretende comprar presentes neste Dia dos Pais? (%)

↑ Crescimento em relação ao ano anterior
↓ Diminuição em relação ao ano anterior



79% dos consumidores da classe C e 75% da classe DE pretendem comprar presentes para o Dia dos Pais neste ano. Na classe AB, diminui a pretensão de compra comparado ao ano anterior, de 91% para 52% das menções.

EVOLUTIVO POR CLASSE SOCIAL

Pretende comprar presentes neste Dia dos Pais? (%)

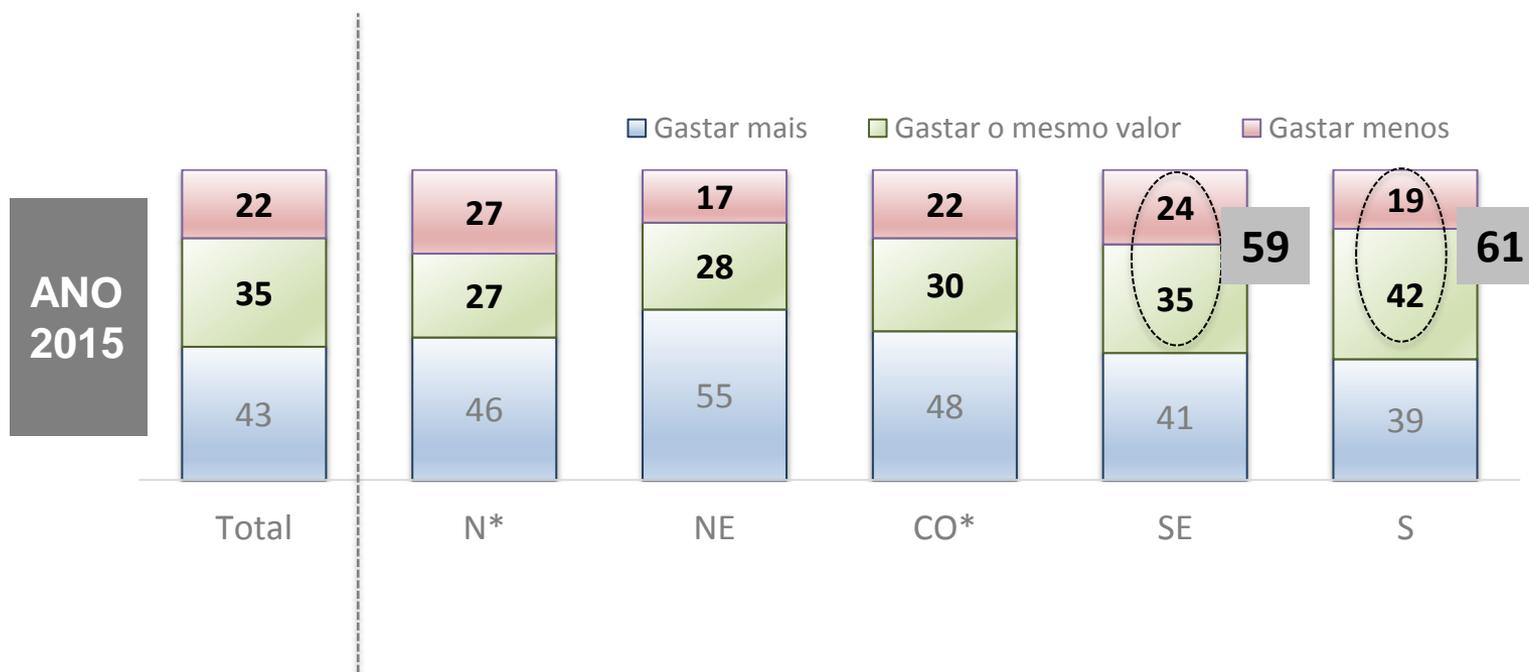
↑ Crescimento em relação ao ano anterior
 ↓ Diminuição em relação ao ano anterior



Os consumidores serão mais conservadores em relação aos gastos com o presente do Dia dos Pais nesse ano. 61% dos consumidores no Sul e 59% no Sudeste, por exemplo, pretendem gastar a mesma quantia ou menos neste ano, em comparação ao valor que gastaram com o presente no ano passado.

EVOLUTIVO POR REGIÃO

E o quanto está disposto(a) a gastar com o presente deste ano? (%)

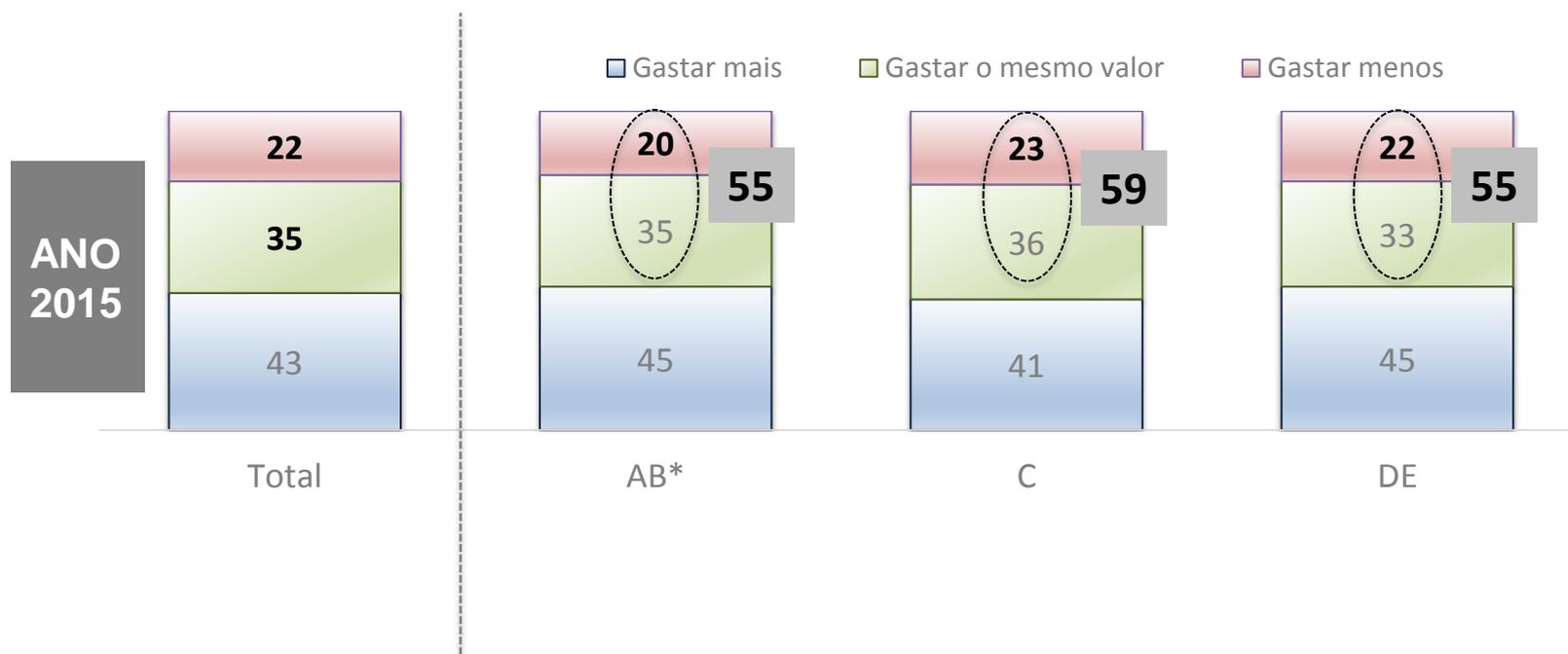


Para este Dia dos Pais, pouco mais da metade dos consumidores irá gastar a mesma quantia ou menos, em comparação ao que gastaram no ano passado.

Na classe C, 59% gastarão igual ou menos que o ano passado, nas classe AB e DE, este percentual será de 55%.

EVOLUTIVO POR CLASSE SOCIAL

E o quanto está disposto(a) a gastar com o presente deste ano? (%)

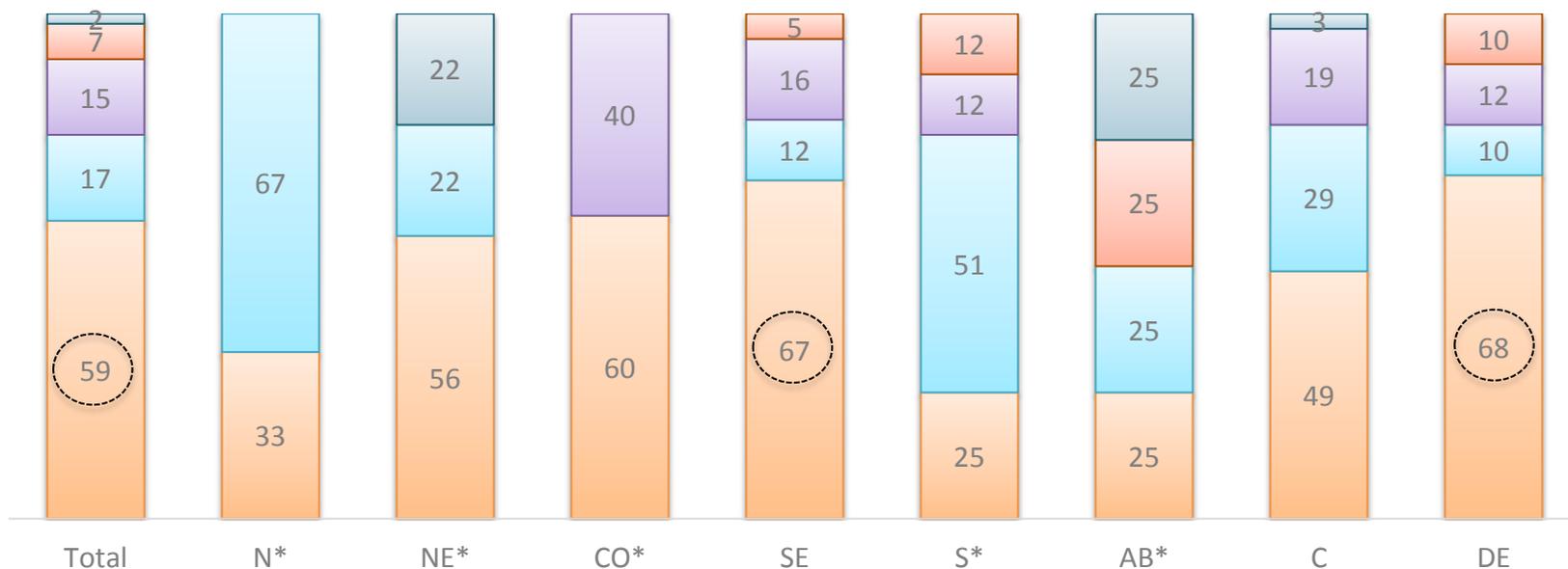


**MOTIVO PELO QUAL PRETENDE GASTAR MENOS
COM O PRESENTE DO DIA DOS PAIS**

Entre os consumidores que pretendem gastar menos neste ano com o presente para o Dia dos Pais, 59% deles o farão devido a situação econômica atual. Assim como percebido na região Sudeste (67%) e também entre a classe DE (68%).

Motivo que fez com que pretendesse gastar menos neste ano com o presente para o Dia dos Pais (%)

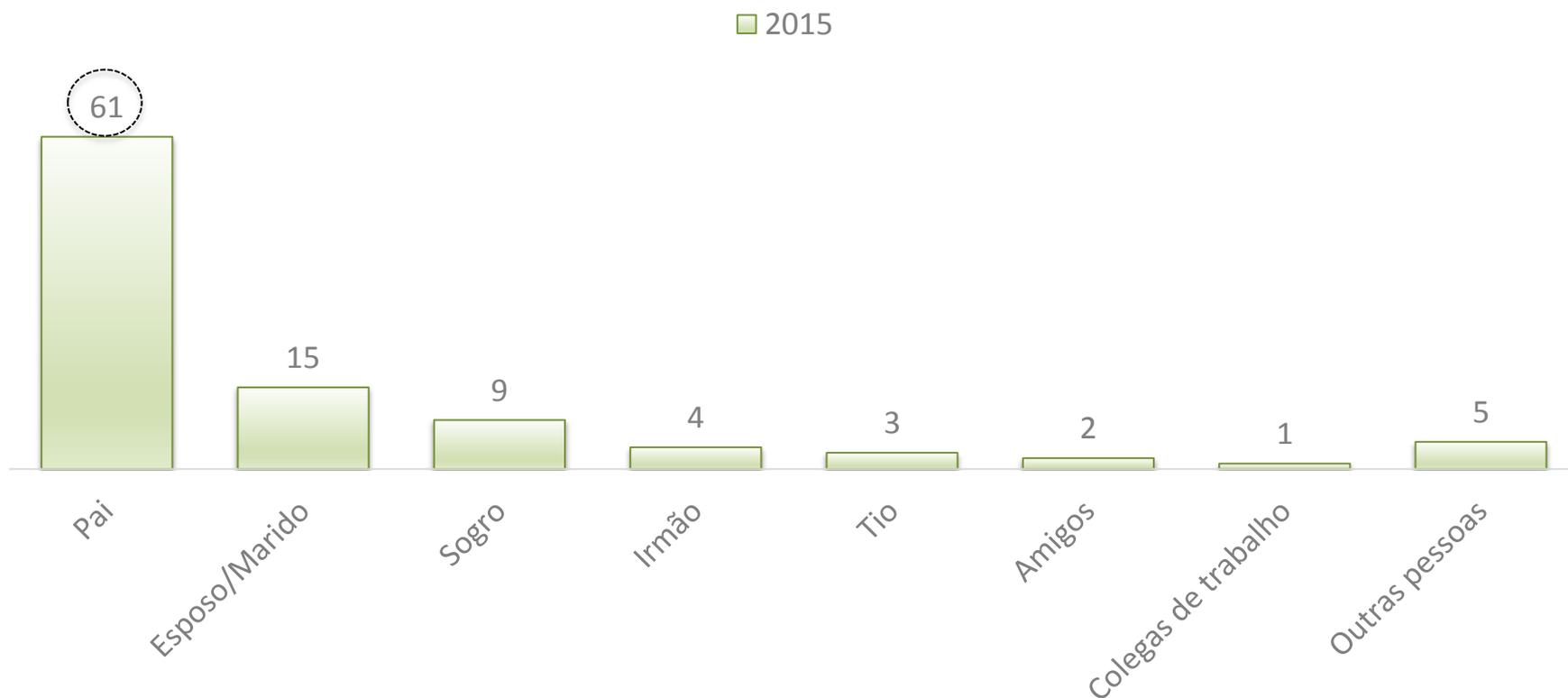
- Situação econômica atual
- Contenção de despesas
- Irá priorizar o pagto de outras despesas da casa
- Diminuição da renda
- Outro motivo



**QUEM IRÁ PRESENTEAR e
MOTIVOS QUE INFLUENCIARÃO NA DECISÃO DE
COMPRA DO PRESENTE DO DIA DOS PAIS**

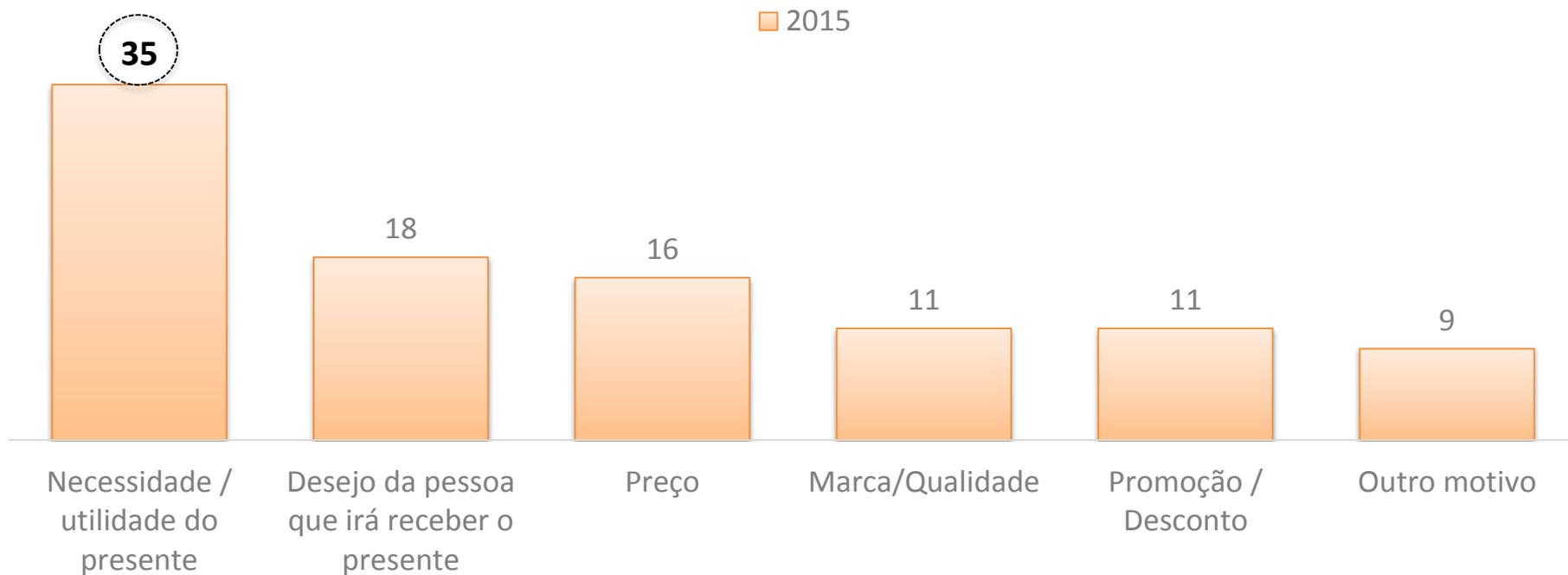
Do total de consumidores que irão comprar presentes neste Dia dos Pais, 61% irão presentear os pais, seguido por 15% que irão presentear maridos.

Quem irá presentear neste Dia dos Pais? (%)



Na opinião de 35% dos consumidores, a decisão de escolha do presente está centrada na necessidade e/ou utilidade do mesmo, seguido por desejo (18%) e preço (16%).

O que é mais relevante e que influenciará a sua decisão de compra do Presente do Dia dos Pais? (%)



A necessidade ou utilidade do presente é o que os consumidores mais levam em conta na hora de decidir sobre a compra. 48% dos consumidores na região Sul pensam desta forma, seguido por 37% na região Sudeste.

No Nordeste, os consumidores avaliam a necessidade (22%) e o preço (20%).

O que é mais relevante e influenciará na decisão de compra? (em %)	Total da amostra	Região				
		N	NE	CO	SE	S
Ano	15	15	15	15	15	15
Necessidade / utilidade do presente	35	30	22	36	37	48
Desejo da pessoa que irá receber o presente	18	21	13	19	19	12
Preço	16	21	20	15	15	18
Marca / Qualidade	11	7	17	15	10	6
Promoção / Desconto	11	21	15	11	11	10
Outro motivo	9	0	13	4	8	6

45% dos consumidores na classe C decidem a compra com base na necessidade e utilidade do presente. Na classe DE, 30% dos consumidores também decidem desta forma e outros 20% avaliam o preço que irão pagar.

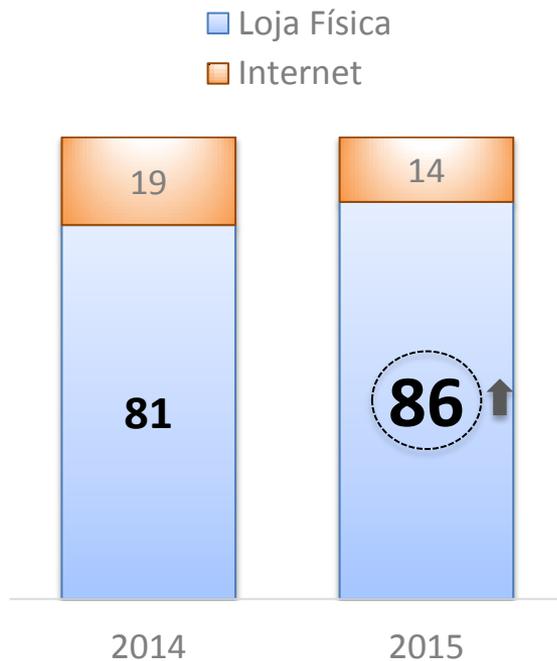
O que é mais relevante e influenciará na decisão de compra? (em %)	Total da amostra	Classe Social		
		AB	C	DE
Ano	15	15	15	15
Necessidade / utilidade do presente	35	32	45	30
Desejo da pessoa que irá receber o presente	18	32	21	15
Preço	16	4	12	20
Marca / Qualidade	11	9	11	11
Promoção / Desconto	11	5	6	15
Outro motivo	9	18	5	9

**LOCAL ONDE PRETENDE COMPRAR O
PRESENTE DO DIA DOS PAIS**

86% dos consumidores que pretendem comprar presentes neste ano, irão concentrar as compras em lojas físicas, um crescimento de 5p.p em relação ao ano anterior.
39% das compras serão realizadas em lojas de shopping center.

↑ Crescimento em relação ao ano anterior
↓ Diminuição em relação ao ano anterior

Onde pretende concentrar a maior parte das compras dos presentes do Dia dos Pais? (%)



Local onde espera conseguir comprar a maior parte dos presentes? (%)



Cresce na região Sudeste de 77% para 86% o percentual de consumidores que pretendem concentrar a maior parte das compras de presentes para o Dia dos Pais em lojas físicas ao invés da Internet. Já entre os consumidores no Sul, passa de 8% para 18% aqueles que utilizarão a internet para realizar a compra do presente.

EVOLUTIVO POR REGIÃO

Onde pretende concentrar a maior parte das compras dos presentes do Dia dos Pais? (%)



 Crescimento em relação ao ano anterior
 Diminuição em relação ao ano anterior

Cresce nas classes C (de 81% para 85%) e DE (de 81% para 87%), a intenção de concentrar as compras em lojas físicas neste ano de 2015.

Na classe AB ainda é maior o percentual do que utilizam a internet (18%), contra 15% na classe C e 13% na classe DE.

EVOLUTIVO POR CLASSE SOCIAL

Onde pretende concentrar a maior parte das compras dos presentes do Dia dos Pais? (%)

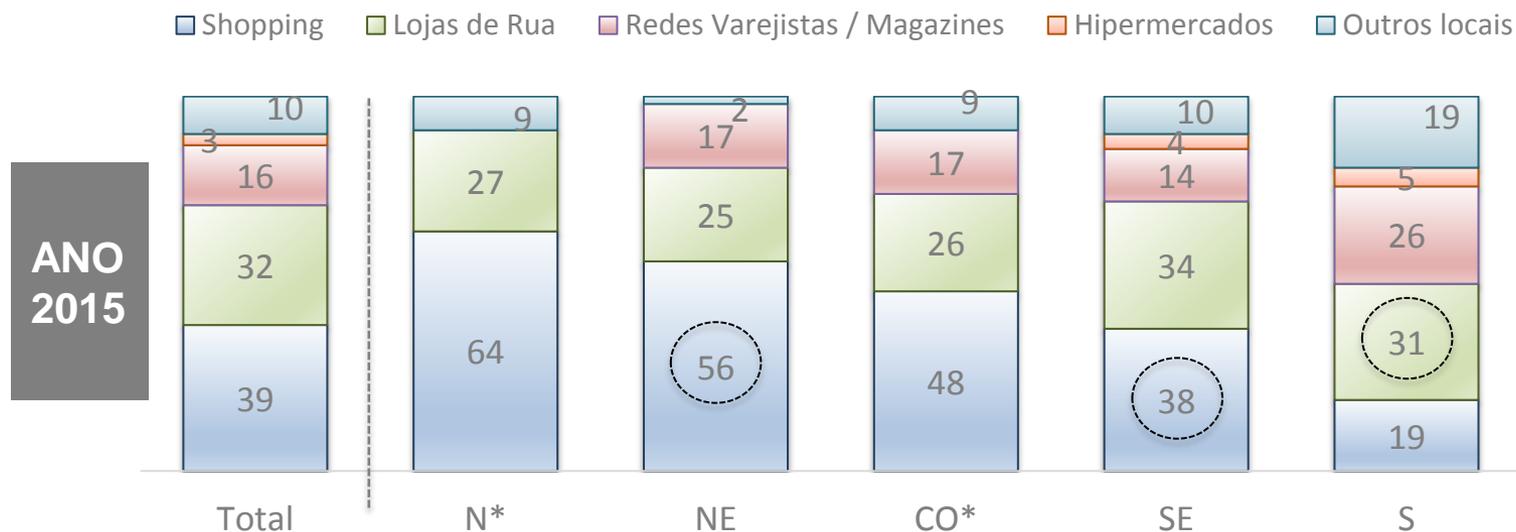


↑ Crescimento em relação ao ano anterior
↓ Diminuição em relação ao ano anterior

38% dos consumidores da região Sudeste pretendem realizar a maior parte das compras para o Dia dos Pais em lojas de shopping, assim como no Nordeste, com 56%.
 No Sul, 31% dos consumidores concentrarão as compras em lojas de rua.

EVOLUTIVO POR REGIÃO

Local onde espera conseguir comprar a maior parte dos presentes? (%)

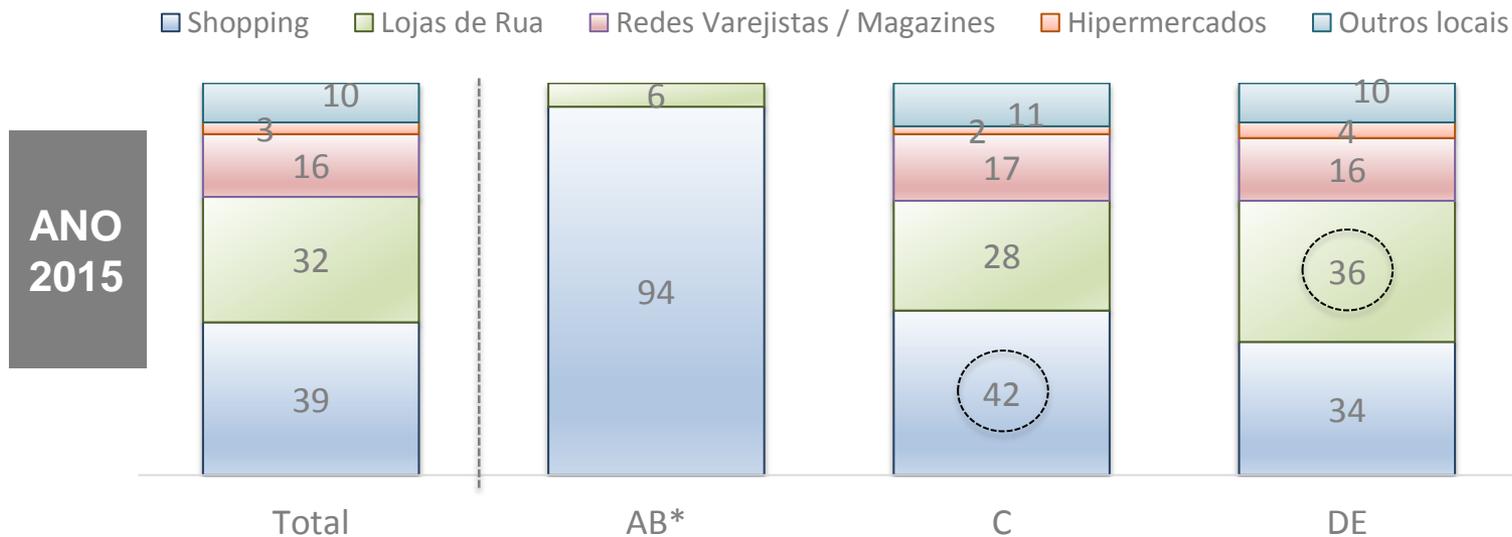


↑ Crescimento em relação ao ano anterior
 ↓ Diminuição em relação ao ano anterior

42% dos consumidores da classe C pretendem realizar a maior parte das compras para o Dia dos Pais em lojas de shopping neste ano de 2015. Já na classe DE, 36% irão concentrar as compras em lojas de rua e 34% em lojas de shopping.

EVOLUTIVO POR CLASSE SOCIAL

Local onde espera conseguir comprar a maior parte dos presentes? (%)



↑ Crescimento em relação ao ano anterior
↓ Diminuição em relação ao ano anterior

PRESENTE PARA O DIA DOS PAIS

(Tipo de presente que pretende comprar para o Dia dos Pais)

66% dos consumidores irão comprar itens de uso pessoal para presentear neste Dia dos Pais, entre eles: roupas, calçados, acessórios, perfume, joias e relógios.

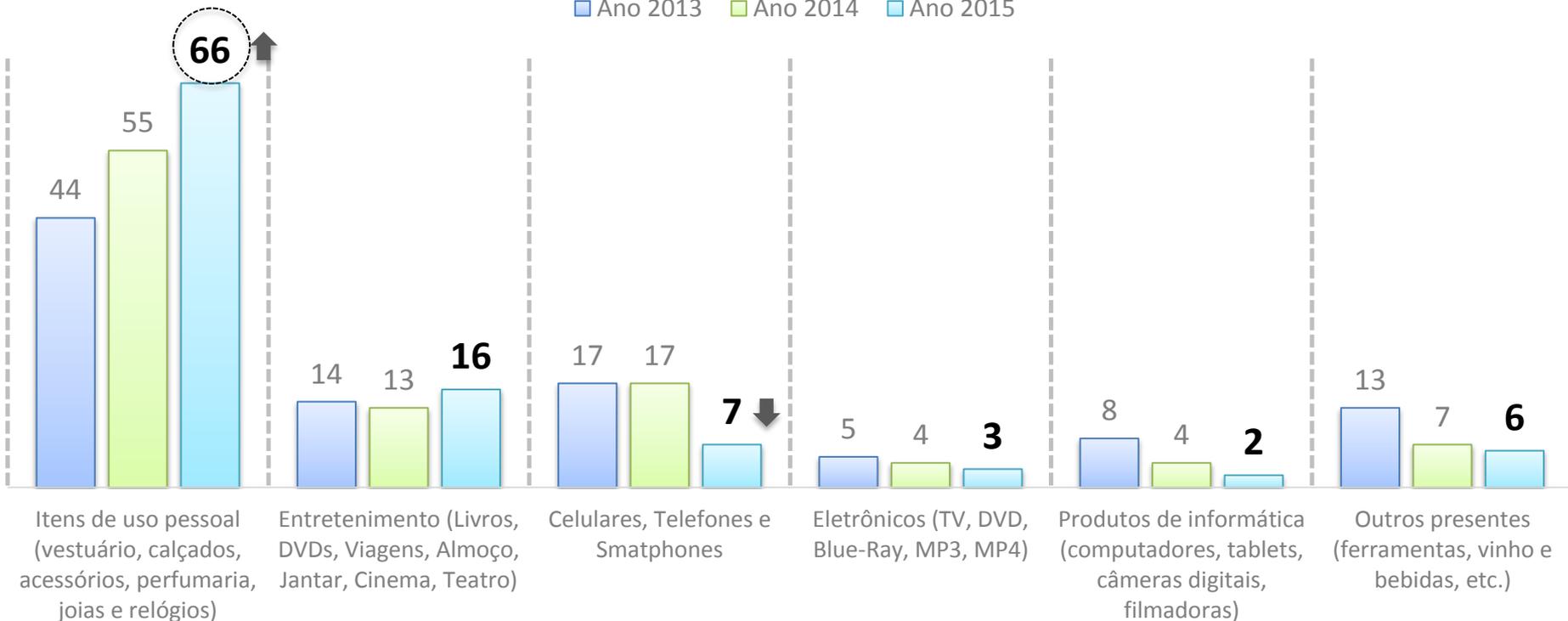
Outros 16% irão presentear com almoço de família, viagem e outros itens de lazer.

Cai a pretensão de compra de celular / smartphone neste ano, de 17% para 7%.

Presentes para o Dia dos Pais (%)

▲ Crescimento em relação ao ano anterior
▼ Diminuição em relação ao ano anterior

■ Ano 2013 ■ Ano 2014 ■ Ano 2015



Comparado ao ano de 2014, cresce o percentual de consumidores que neste ano comprarão itens de uso pessoal, para presentear os pais, com 69% das menções na região Sudeste e 68% na região Sul. No Nordeste, cresce a intenção de compra de itens de entretenimento (10% para 14%) e de eletrônicos (3% para 10%).

Itens que pretende comprar para presentear no Dia dos Pais (em %)	Total da amostra		Região									
			N		NE		CO		SE		S	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Itens de uso pessoal (vestuário, calçados, acessórios, perfumes, joias e relógios)	55	66	76	72	56	56	50	69	55	69	58	68
Entretenimento (Livros, DVDs, Viagens, Almoço, Jantar, Cinema e Teatro)	13	16	3	14	10	14	19	15	13	16	15	14
Celulares, Telefones e Smartphones	17	7	9	14	19	15	19	8	16	6	12	6
Eletrônicos (TV, DVD, Blue Ray, MP3, MP4)	4	3	0	0	3	10	5	4	6	2	3	2
Produtos de informática (computadores, tablets, câmeras digitais, filmadoras)	4	2	6	0	6	2	2	0	4	1	0	0
Outros presentes (ferramentas, vinhos e bebidas, etc.)	7	6	6	0	6	3	5	4	6	6	12	10

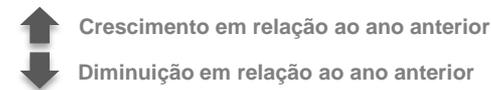
66% dos consumidores na classe C e 65% na classe DE irão comprar neste ano itens de uso pessoal para presentear os pais, registrando a maioria das escolhas em comparação às demais opções. Ainda na classe C, aumenta de 11% para 16% a intenção de compra para itens de entretenimento, em relação a 2014.

Itens que pretende comprar para presentear no Dia dos Pais (em %)	Total da amostra		Classe Social					
			AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15
Itens de uso pessoal (vestuário, calçados, acessórios, perfumes, joias e relógios)	55	66	48	68	59	66	56	65
Entretenimento (Livros, DVDs, Viagens, Almoço, Jantar, Cinema e Teatro)	13	16	28	18	11	16	13	16
Celulares, Telefones e Smartphones	17	7	7	9	13	4	19	10
Eletrônicos (TV, DVD, Blue Ray, MP3, MP4)	4	3	7	0	3	5	5	3
Produtos de informática (computadores, tablets, câmeras digitais, filmadoras)	4	2	7	0	5	1	3	2
Outros presentes (ferramentas, vinhos e bebidas, etc.)	7	6	3	5	9	8	4	4

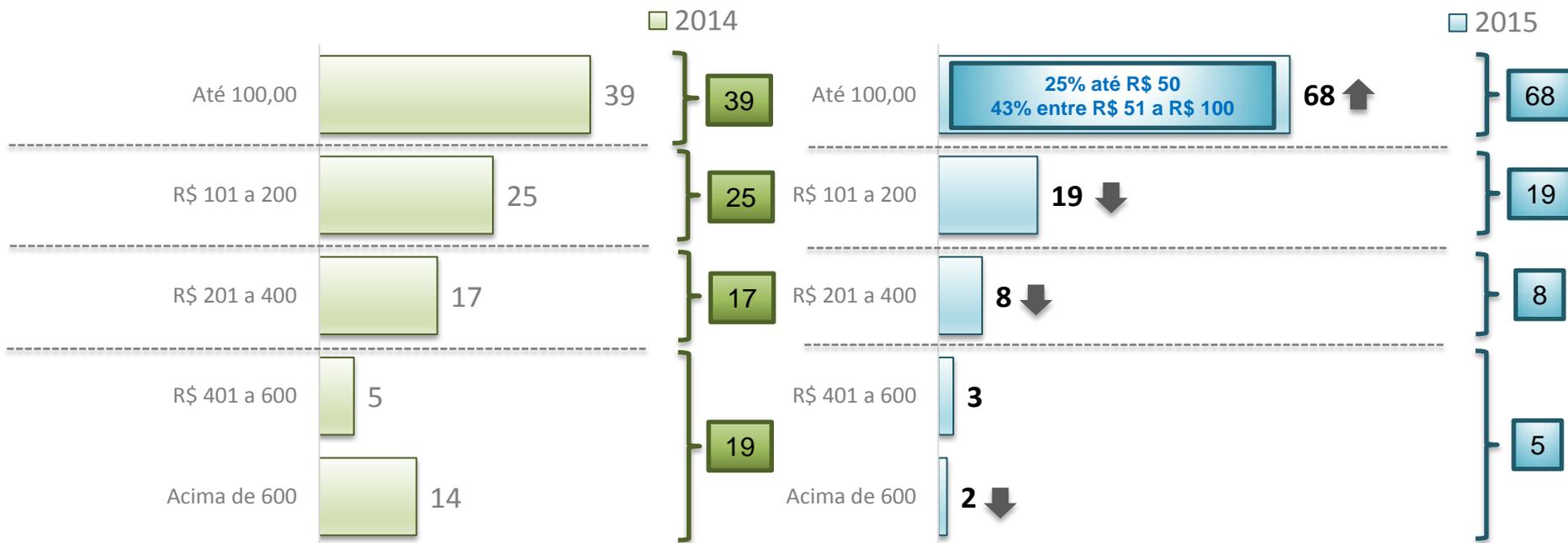
VALOR DO PRESENTE DO DIA DOS PAIS E COMPROMETIMENTO DA RENDA

O valor médio pretendido para gastar com o presente do Dia dos Pais neste ano de 2015 será de R\$ 112,40 aproximadamente 48% inferior ao valor médio registrado em 2014.

Ainda em 2015, 68% dos consumidores gastarão até R\$ 100,00 (25% gastarão até R\$ 50,00 e 43% entre R\$ 51,00 a R\$ 100,00).



Valor que pretende gastar com os presentes para o Dia dos Pais (%)



Valor médio do presente: R\$ 215,78

Valor médio do presente: R\$ 112,40
(redução de 47,9% em relação ao gasto médio em 2014)

Cresce significativamente o percentual de consumidores que pretendem gastar até R\$ 100,00 com o presente para o Dia dos Pais neste ano, em comparação a 2014.

31p.p na região SE (41% para 72%) e 23p.p na região S (44% para 67%).

No Sudeste, 26% gastarão até R\$ 50,00 e 46% entre R\$ 51,00 a R\$ 100,00.

Valor que pretende gastar com os presentes para o Dia dos Pais (em %)	Total da amostra		Região									
			N		NE		CO		SE		S	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Até R\$ 50,00	Não se aplica	25	Não se aplica	7	Não se aplica	20	Não se aplica	31	Não se aplica	26	Não se aplica	33
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00		43		36		33		34		46		33
Até R\$ 100,00	39	68 [▲]	40	43	38	53 [▲]	32	65 [▲]	41	72 [▲]	44	67 [▲]
De R\$ 101,00 a R\$ 200,00	25	19	24	29	26	22	32	23	23	16	31	23
De R\$ 201,00 a R\$ 400,00	17	8	9	28	15	18	10	8	19	6	14	8
De R\$ 401,00 a R\$ 600,00	5	3	15	0	7	5	12	0	3	4	3	0
Acima de R\$ 600,00	14	2	21	0	14	2	14	4	14	2	8	2
Valor médio (em R\$)	215,78	112,40	235,48	150,29	227,45	149,39	241,73	113,61	214,43	109,69	176,51	104,08

▲ Crescimento em relação ao ano anterior
 ▼ Diminuição em relação ao ano anterior

74% dos consumidores da classe DE pretendem gastar até R\$ 100,00 com o presente do Dia dos Pais e, destes, 28% gastarão até R\$ 50,00 e 46% entre R\$ 51,00 a R\$ 100,00.
Na classe C, 62% dos consumidores gastarão até R\$ 100,00.

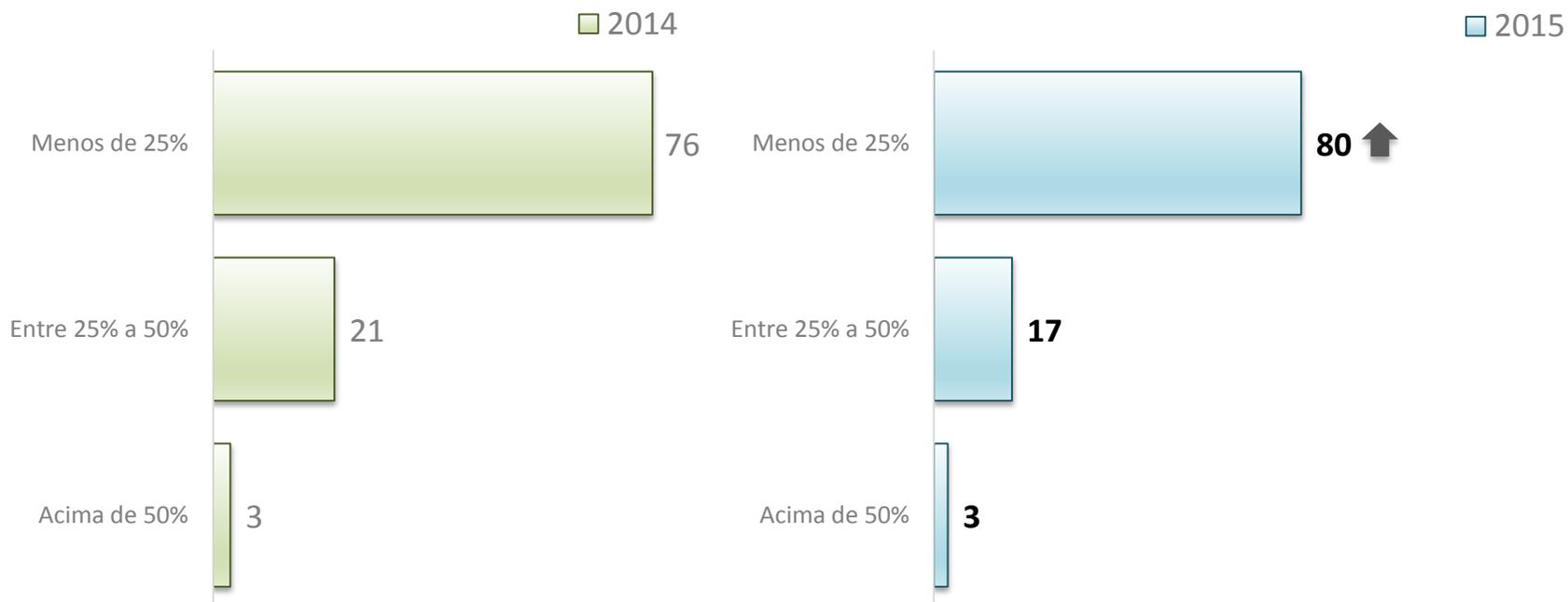
Valor que pretende gastar com os presentes para o Dia dos Pais (em %)	Total da amostra		Classe Social					
			AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15
Até R\$ 50,00	Não se aplica	25	Não se aplica	14	Não se aplica	21	Não se aplica	28
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00		43		9		41		46
Até R\$ 100,00	39	68	21	23	32	62	46	74
De R\$ 101,00 a R\$ 200,00	25	19	21	32	32	25	21	15
De R\$ 201,00 a R\$ 400,00	17	8	21	27	19	10	15	7
De R\$ 401,00 a R\$ 600,00	5	3	0	9	4	2	5	3
Acima de R\$ 600,00	14	2	37	9	13	1	13	1
Valor médio (em R\$)	215,78	112,40	331,24	241,25	220,13	116,04	201,33	104,87

 Crescimento em relação ao ano anterior
 Diminuição em relação ao ano anterior

80% dos consumidores irão comprometer menos de 25% da renda familiar para a compra do presente do Dia dos Pais neste ano, 4p.p acima em comparação ao ano anterior.

↑ Crescimento em relação ao ano anterior
↓ Diminuição em relação ao ano anterior

Comprometimento da renda com o valor do presente do Dia dos Pais (%)



82% dos consumidores na região Sudeste irão comprometer menos de 25% da renda familiar para a compra do presente do Dia dos Pais neste ano, 7p.p acima em comparação ao ano anterior. Na classe DE, 76% comprometerão menos de 25% da renda, contra 65% em 2014.

Comprometimento da renda familiar com a compra do presente do Dia dos Pais (em %)	Total da amostra		Região									
			N		NE		CO		SE		S	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Menos de 25%	76	80	73	71	72	78	86	80	75	82	80	82
Entre 25% a 50%	21	17	21	29	25	20	12	20	21	15	20	18
Acima de 50%	3	3	6	0	3	2	2	0	4	3	0	0

Comprometimento da renda familiar com a compra do presente do Dia dos Pais (em %)	Total da amostra		Classe Social					
			AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15
Menos de 25%	76	80	97	77	89	90	65	76
Entre 25% a 50%	21	17	0	18	10	9	30	21
Acima de 50%	3	3	3	5	1	1	5	3

HÁBITOS DE PAGAMENTO

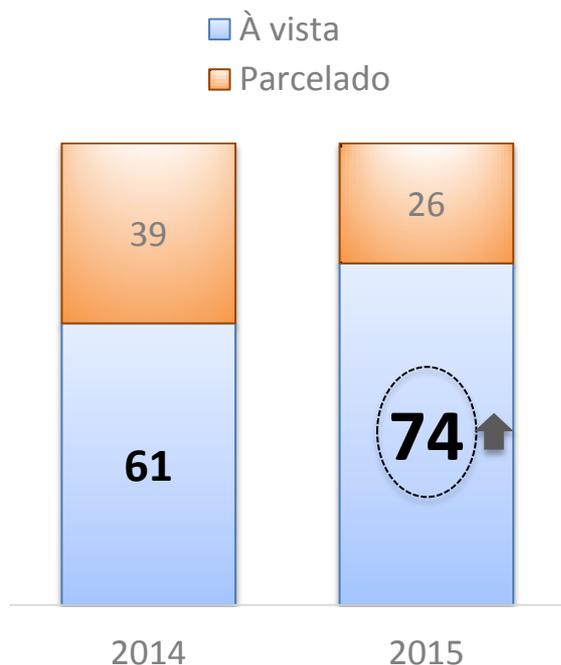
(Formas de Pagamentos em relação a compra do presente para o Dia dos Pais)

74% dos consumidores irão comprar o presente do Dia das Pais e pagar à vista, um crescimento de 13p.p em relação ao ano anterior.

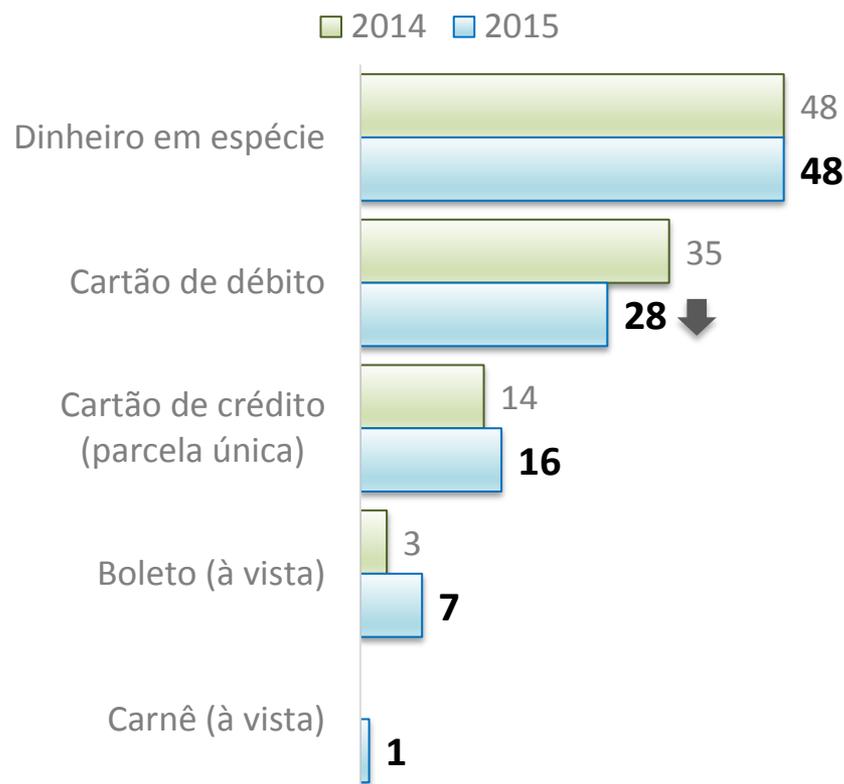
48% utilizarão o dinheiro, mesmo percentual registrado em 2014, e 28% farão uso do cartão de débito, diminuindo 7p.p se comparado ao ano anterior.

↑ Crescimento em relação ao ano anterior
↓ Diminuição em relação ao ano anterior

Forma como pretende pagar o presente do Dia dos Pais? (%)



Meio de pagamento para compras à vista (%)



Comparado ao ano de 2014, cresce nas regiões Sul (17p.p) e Sudeste (15p.p) a intenção de pagar o presente do Dia dos Pais de forma à vista.

51% dos consumidores no Sudeste pagarão o presente em dinheiro. No Sul, 33% utilizarão o cartão de débito e outros 33% o cartão de crédito com parcela única.

Forma como pretende pagar o presente do Dia dos Pais (em %)	Total da amostra		Região									
			N		NE		CO		SE		S	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
À vista	61	74	71	64	59	63	63	73	62	77 ▲	61	78 ▲
Dinheiro em espécie	48	48	70	67	46	37	49	69	43	51	49	30
Cartão de débito	35	28	20	0	34	34	32	26	42	29	24	33
Cartão de crédito	14	16	10	11	17	21	14	5	13	13	18	33
Boleto	3	7	0	22	3	8	5	0	2	7	9	2
Carnê	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Cheque	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

▲ Crescimento em relação ao ano anterior
 ▼ Diminuição em relação ao ano anterior

Comparado ao ano de 2014, cresce nas classes C (13p.p) e DE (13p.p) a intenção de pagar o presente do Dia dos Pais de forma à vista.

Na classe DE prevalecerá o pagamento em dinheiro com 60% das menções e na classe C o meio de pagamento será o cartão de débito, com 43% das menções.

Forma como pretende pagar o presente do Dia dos Pais (em %)	Total da amostra		Classe Social					
			AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15
À vista	61	74	66	82	62	75 ↑	60	73 ↑
Dinheiro em espécie	48	48	21	17	28	32	49	60
Cartão de débito	35	28	37	33	48	43	23	20
Cartão de crédito	14	16	42	44	17	18	16	12
Boleto	3	7	0	6	7	7	11	7
Carnê	0	1	0	0	0	0	0	1
Cheque	0	0	0	0	0	0	1	0

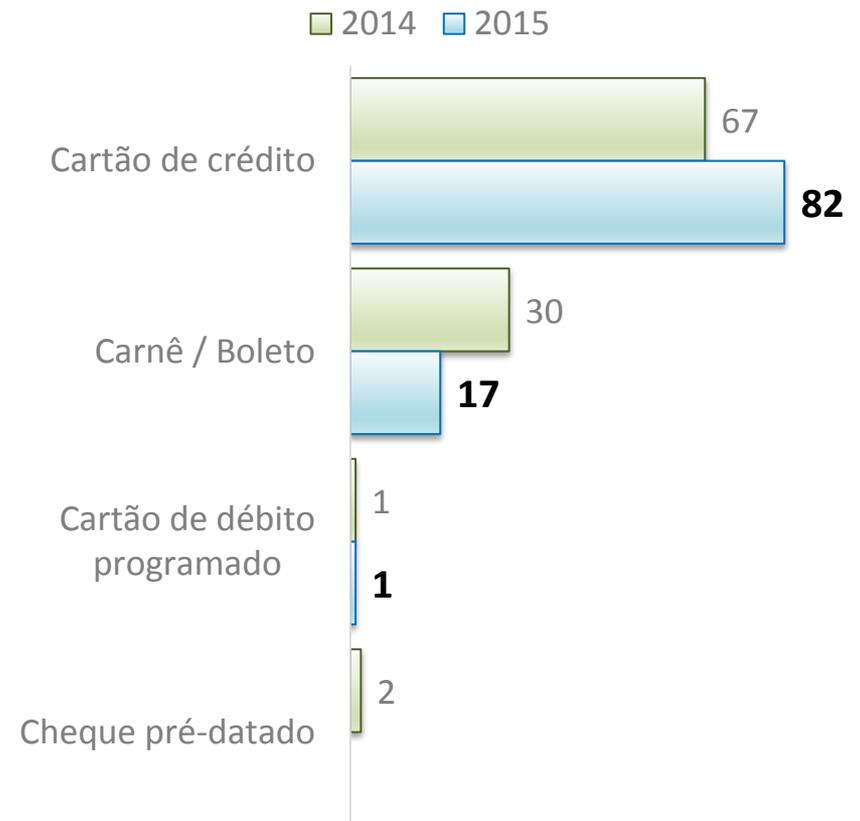
 Crescimento em relação ao ano anterior
 Diminuição em relação ao ano anterior

26% dos consumidores pretendem parcelar o valor do presente para o Dia dos Pais.
82% deles utilizarão o cartão de crédito, que apresenta aumento de 15p.p na intenção de uso em relação ao ano anterior, seguido por carnê (14%) e boleto (3%).

Forma como pretende pagar o presente do Dia dos Pais? (%)



Meio de pagamento para compras parceladas (%)



23% dos consumidores no Sudeste pretendem pagar parcelado o presente do Dia dos Pais neste ano, contra 38% registrados em 2014.

O cartão de crédito será o principal meio de pagamento, com 84% das menções.

Forma como pretende pagar o presente do Dia dos Pais (em %)	Total da amostra		Região									
			N		NE		CO		SE		S	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Parcelado	39	26	29	36	41	37	37	27	38	23	39	22
Cartão de crédito	67	82	72	40	76	95	36	72	58	84	61	64
Carnê / Boleto	30	17	28	60	20	5	43	28	40	14	29	36
Cartão de débito programado	1	1	0	0	0	0	14	0	1	2	0	0
Cheque pré-datado	2	0	0	0	4	0	7	0	1	0	10	0

Comparado ao ano de 2014, diminui a intenção de pagar parcelado o presente do Dia dos Pais, de 38% para 25% na classe C e de 40% para 27% na classe DE.

O cartão de crédito irá prevalecer como meio de pagamento entre estes consumidores, com 89% e 79% das menções, respectivamente.

Forma como pretende pagar o presente do Dia dos Pais (em %)	Total da amostra		Classe Social					
			AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15
Parcelado	39	26	34	18	38	25	40	27
Cartão de crédito	67	82	75	100	68	89	57	79
Carnê / Boleto	30	17	25	0	27	11	38	20
Cartão de débito programado	1	1	0	0	2	0	2	1
Cheque pré-datado	2	0	0	0	3	0	3	0

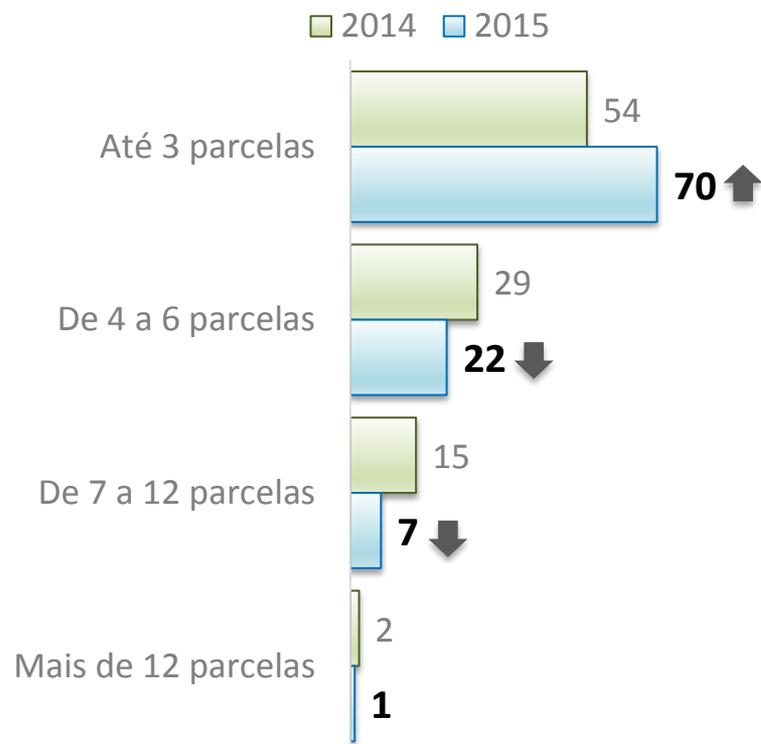
26% dos consumidores pretendem parcelar o valor do presente para o Dia dos Pais. Independentemente do meio de pagamento a ser utilizado, aumenta de 54% para 70% aqueles que pretendem parcelar o valor em até três vezes.

↑ Crescimento em relação ao ano anterior
 ↓ Diminuição em relação ao ano anterior

Forma como pretende pagar o presente do Dia dos Pais? (%)



Quantidade de parcelas que pretende contratar (%)



23% dos consumidores no Sudeste pretendem pagar parcelado o presente do Dia dos Pais neste ano. 81% deles irão parcelar o valor no máximo em até três vezes.

Forma como pretende pagar o presente do Dia dos Pais (em %)	Total da amostra		Região									
			N		NE		CO		SE		S	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Parcelado	39	26	29	36	41	37	37	27	38	23 ↓	39	22
Até 3 parcelas	54	70	50	40	50	55	73	43	53	81	53	73
De 4 a 6 parcelas	29	22	40	40	29	36	27	43	25	13	43	27
De 7 a 12 parcelas	15	7	10	20	21	9	0	14	19	5	4	0
Mais de 12 parcelas	2	1	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0

 Crescimento em relação ao ano anterior
 Diminuição em relação ao ano anterior

Comparado ao ano de 2014, diminui o percentual de consumidores que pretendem parcelar o valor dos presentes para o Dia dos Pais de 38% para 25% na classe C e de 40% para 27% na classe DE.

Forma como pretende pagar o presente do Dia dos Pais (em %)	Total da amostra		Classe Social					
			AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15
Parcelado	39	26	34	18	38	25 ↓	40	27 ↓
Até 3 parcelas	54	70	50	50	58	75	51	70
De 4 a 6 parcelas	29	22	10	25	26	22	32	22
De 7 a 12 parcelas	15	7	40	25	13	3	16	7
Mais de 12 parcelas	2	1	0	0	3	0	1	1

 Crescimento em relação ao ano anterior
 Diminuição em relação ao ano anterior

PRETENSÃO DE GANHAR PRESENTES **(do ponto de vista de quem é Pai e também irá presentear nesta data)**

70% dos homens entrevistados são pais também e possuem até dois filhos.
 83% deles possuem expectativa de ganhar algum presente e, destes, 35% esperam poder viajar com a família para aproveitar a data.

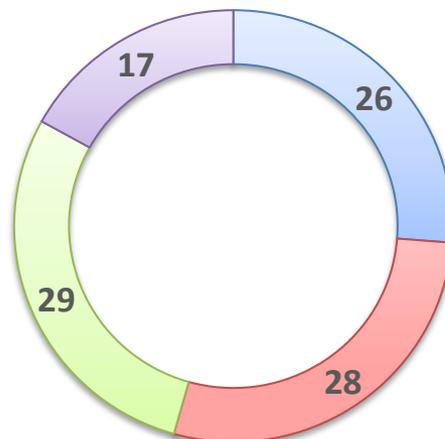
Tem filhos (%)

- 1 filho
- 2 filhos
- 3 filhos
- 4 ou mais filhos

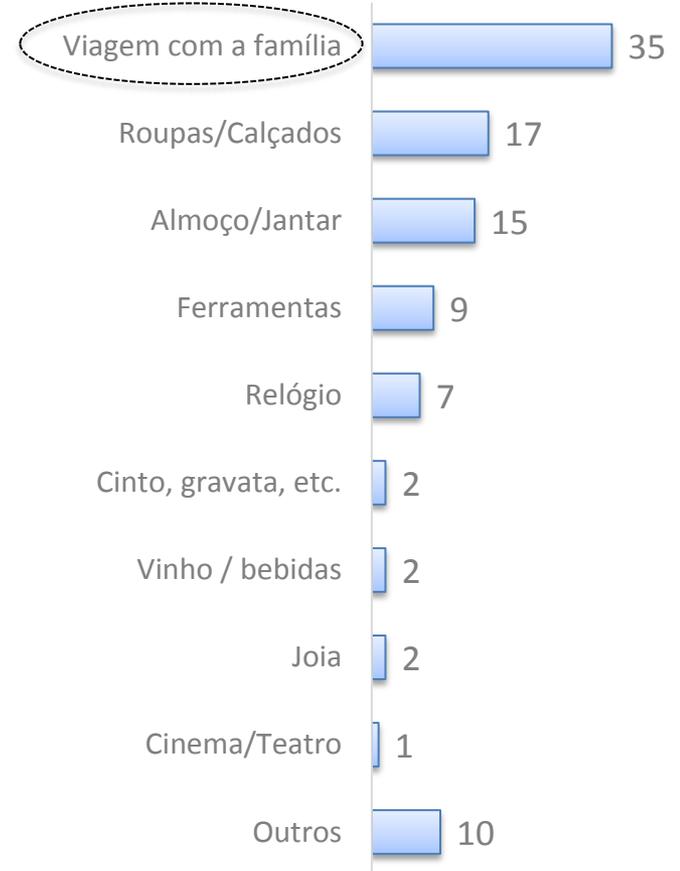


Expectativa de ganhar presente (%)

- Alta
- Média
- Baixa
- Nenhuma



Presente que gostaria de ganhar (em %)



Se pudessem escolher o que gostariam de ganhar, 47% dos pais na região Sudeste optariam por viajar e/ou almoçar com a família. No Nordeste, a opção por viajar com a família também se destaca, com 46% das menções, assim como nas demais regiões.

Presente que gostaria de ganhar (em %)	Total da amostra	Região				
		N	NE	CO	SE	S
Ano	15	15	15	15	15	15
Viagem com a família	35	50	46	32	27	49
Roupas / Calçados	17	0	14	31	15	23
Almoço / Jantar	15	0	7	5	20	8
Ferramentas	9	17	7	16	9	4
Relógio	7	0	9	0	8	8
Cinto, gravata, etc.	2	0	4	11	2	4
Vinho / Bebidas	2	0	0	0	4	0
Joia	2	0	0	0	3	4
Cinema / Teatro	1	17	0	5	1	0
Outros	10	16	13	0	11	0

Prevalece entre os pais, entre as diferentes classes sociais, a opção de ganhar uma viagem com a família – classe AB (40%), classe C (34%) e classe DE (33%).

Presente que gostaria de ganhar (em %)	Total da amostra	Classe Social		
		AB	C	DE
Ano	15	15	15	15
Viagem com a família	35	40	34	33
Roupas / Calçados	17	9	17	17
Almoço / Jantar	15	15	17	14
Ferramentas	9	0	9	10
Relógio	7	9	6	8
Cinto, gravata, etc.	2	0	0	5
Vinho / Bebidas	2	12	3	1
Joia	2	3	3	1
Cinema / Teatro	1	3	1	1
Outros	10	9	10	10

Assessoria de Imprensa

Tamer Comunicação Empresarial

Liliana Liberato

(11) 3031-2388 ramal 225

liliana@tamer.com.br

Theo Carnier

(11) 3031-2388 ramal 224

theo@tamer.com.br