

Pesquisa Hábitos de Consumo - Dia das Crianças 2015

BoaVista SCPC

Objetivo, metodologia e amostra

- **Objetivo:** A sondagem tem por objetivo identificar os hábitos de compras dos consumidores para o Dia das Crianças, suas preferências de compras e a forma de pagamento desejada para pagamento das compras. Identificamos também a pretensão de gastos para a compra dos presentes neste ano e também o que é mais relevante para a decisão de compra.
- A 2ª parte da pesquisa identificou informações relacionadas à educação financeira durante a infância na visão dos consumidores, abrangendo temas como controle financeiro e hábitos de poupança.
- **Metodologia:** utilização de metodologia quantitativa para realização da coleta das informações, por meio de pesquisa eletrônica via internet.
- **Período de realização da pesquisa: 19 de agosto a 02 de setembro 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: 1.034** respondentes
- **Leitura dos resultados:** Deve-se considerar as diferenças estatísticas, apontadas através de teste de significância.

Principais constatações

Hábitos de compras para o Dia das Crianças

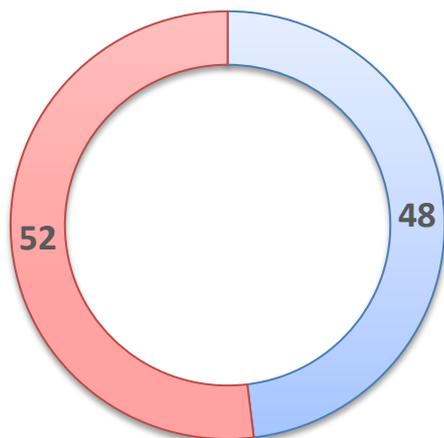
- 75% dos consumidores entrevistados nesta sondagem irão comprar presentes para comemorar o Dia das Crianças neste ano. 59% deles pretendem gastar a mesma quantia ou menos, quando comparado aos gastos no ano anterior.
- O valor médio pretendido para gastar com o presente do Dia das Crianças será de R\$ 188, aproximadamente 11% inferior ao valor médio registrado em 2014. Entre os consumidores que pretendem gastar menos, 27% deles o farão devido a contenção de despesas. No geral, 21% dos consumidores pretendem gastar até R\$ 50 e, 30% dispenderá entre R\$ 51 a R\$ 100.
- Ainda em relação aos consumidores que comprarão presentes para o Dia das Crianças, 81% deles irão concentrar as compras em lojas físicas, sendo que 39% delas serão realizadas em lojas de rua, seguido por lojas de shopping center com 30% das menções.
- Entre as opções de presentes, 40% dos consumidores irão comprar brinquedos, entretanto, este item tem demonstrado diminuição na intenção de compra na comparação com os últimos dois anos – em 2013 registrava 62% e em 2014 registrava 47% das menções, respectivamente. Outros itens mencionados para presentear as crianças neste ano de 2015, inclusive demonstrando crescimento, foram: Tablet (28%), Celular (25%), Vídeo Game (18%), Smartphone (14%), TV (7%), iPad (5%), Aparelho de Som (2%) e MP3 (1%).
- Na opinião de 32% dos consumidores, a decisão de escolha do presente está centrada no desejo da criança, seguido por preço (25%), promoção (20%), necessidade (19%) e qualidade/marca (4%).
- 64% dos consumidores irão comprar o presente e pagar à vista, um crescimento de 10p.p em relação ao ano anterior. 57% utilizarão o dinheiro e 24% farão uso do cartão de débito. Outros 36% pretendem parcelar o valor do presente para o Dia das Crianças e, 72% deles, utilizarão o cartão de crédito, seguido por carnê/boleto (23%).
- Ainda em relação aos consumidores que irão parcelar o valor do presente para o Dia das Crianças, independente do meio de pagamento a ser utilizado, 46% deles irão parcelar o valor em até três vezes, ou seja, um menor prazo de comprometimento com dívidas.

PERFIL DOS RESPONDENTES

- 34% dos consumidores concentram-se na faixa etária 25 a 34 anos.
- 64% representam as Classes D/E, 31% a Classe C e 5% as Classes A/B.

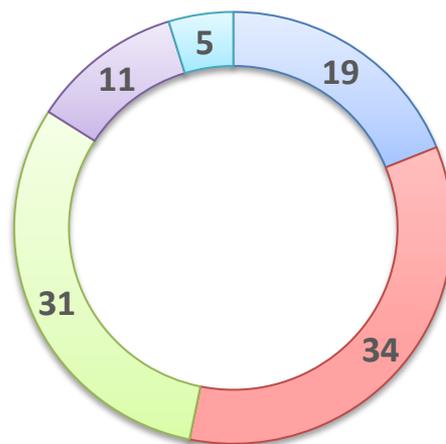
Sexo(%)

- Masculino
- Feminino



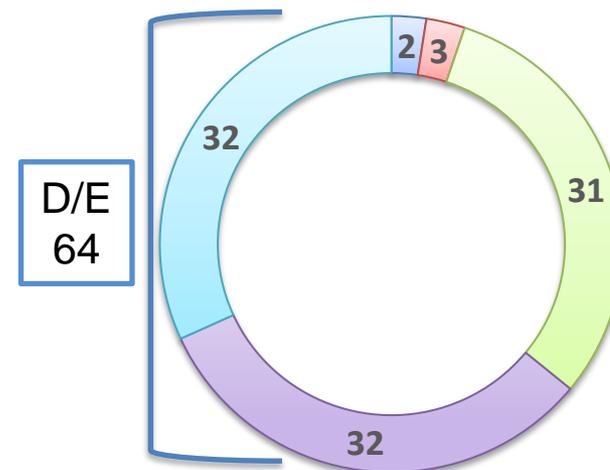
Idade (%)

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



Classe Social (%)

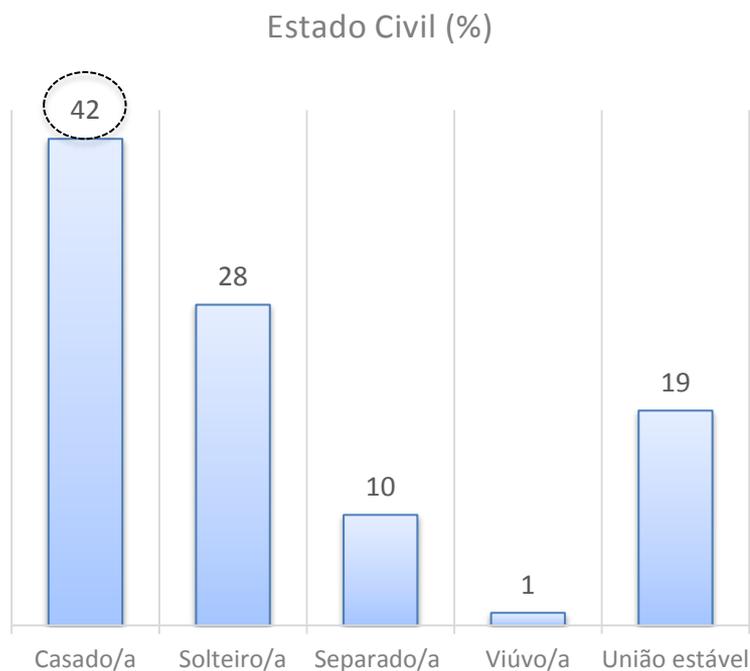
- Classe A
- Classe B
- Classe C
- Classe D
- Classe E



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

- Quanto ao estado civil, 42% dos consumidores que responderam a pesquisa são casados.
- 65% dos respondentes concentram-se na região Sudeste e, destes, 45% em São Paulo.



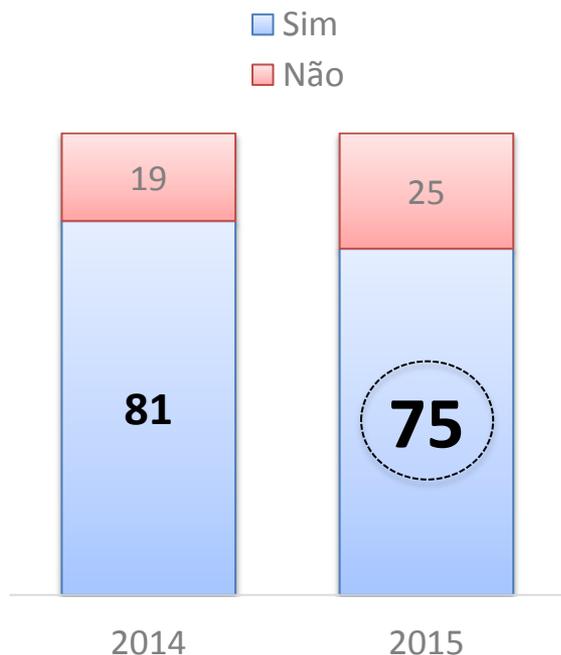
Local onde mora (%)

Região	Estado	Representatividade por Estado	Representatividade por Região
Norte	Pará	1,3%	4,1%
	Tocantins	0,1%	
	Amazonas	1,3%	
	Amapá	0,1%	
	Rondônia	0,4%	
	Acre	0,0%	
	Roraima	0,9%	
Nordeste	Pernambuco	2,7%	12,8%
	Alagoas	0,9%	
	Bahia	2,8%	
	Ceará	3,0%	
	Piauí	0,6%	
	Rio Grande do Norte	0,6%	
	Sergipe	0,7%	
	Maranhão	0,9%	
	Paraíba	0,7%	
Centroeste	Mato Grosso do Sul	0,9%	7,3%
	Distrito Federal	2,0%	
	Goiás	2,7%	
	Mato Grosso	1,7%	
Sudeste	São Paulo	45,3%	65,1%
	Minas Gerais	8,4%	
	Rio de Janeiro	10,1%	
	Espírito Santo	1,3%	
Sul	Rio Grande do Sul	4,1%	10,7%
	Paraná	3,8%	
	Santa Catarina	2,7%	

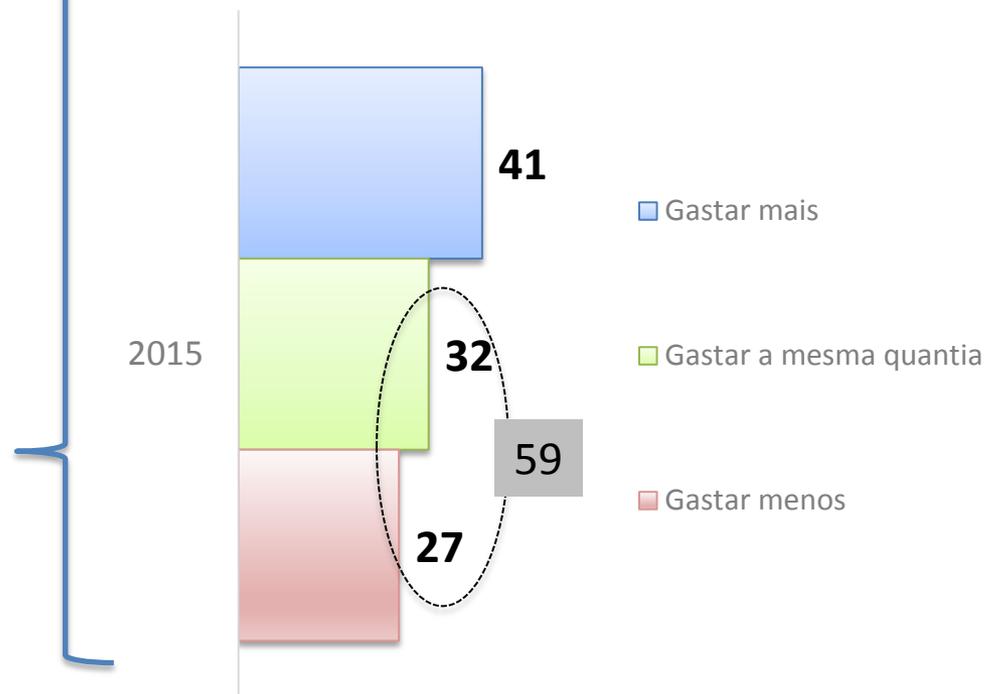
PRETENSÃO DE COMPRAS E GASTOS (para o Presente do Dia das Crianças)

- 75% dos consumidores irão comprar presentes para comemorar o Dia das Crianças.
- Quanto a pretensão de gastos, 59% dos consumidores irão gastar a mesma quantia ou menos com a compra do presente do Dia das Crianças, quando comparado aos gastos do ano anterior.

Pretende comprar presentes neste Dia das Crianças? (%)



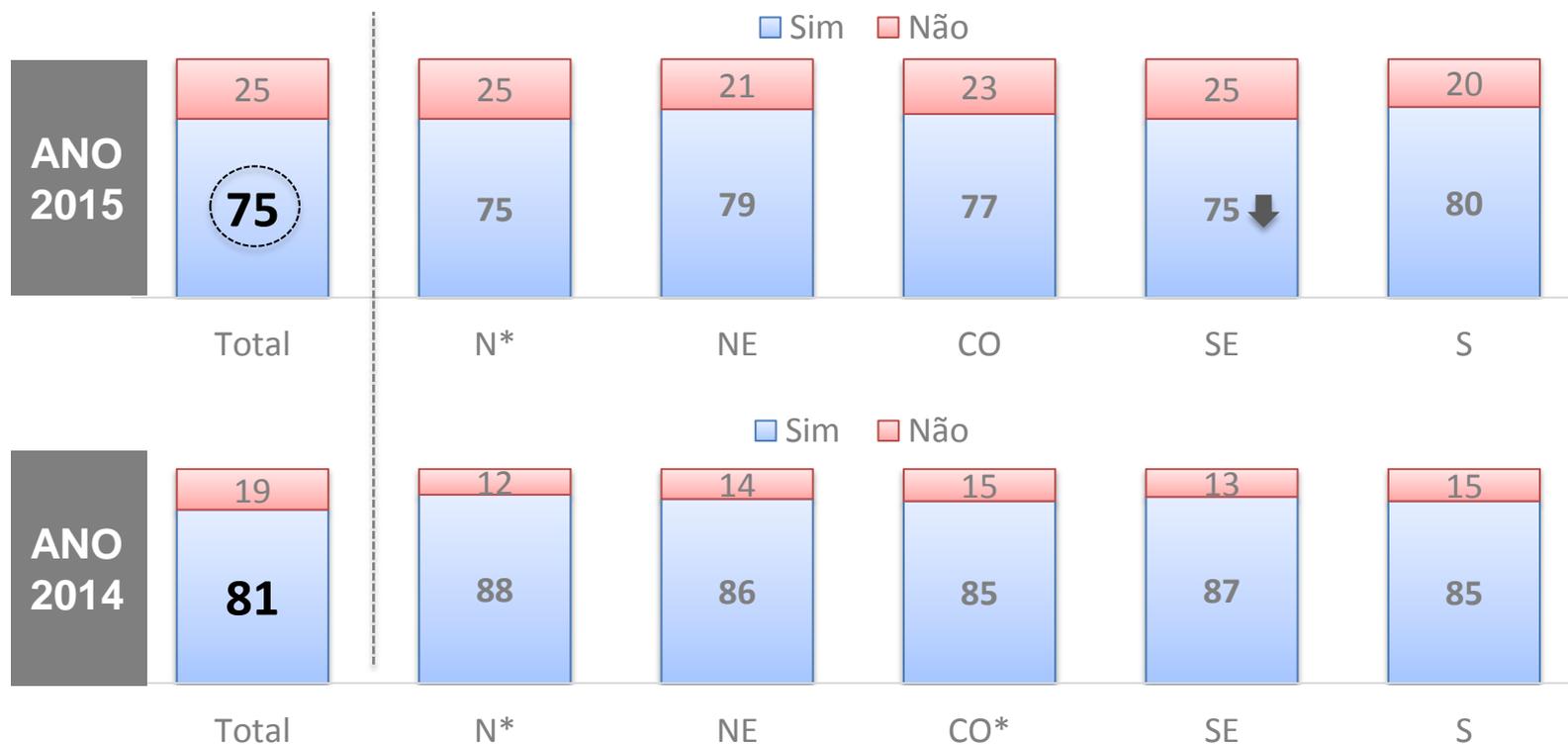
Comparado ao ano anterior, quanto pretende gastar com o presente do Dia das Crianças deste ano? (%)



- Comparado ao ano anterior, a pretensão de compra do presente para o Dia das Crianças cai 12p.p na região Sudeste do país, passando de 87% para 75% das menções.
- Apesar dos percentuais de intenção de compra serem representativos, também há queda na intenção de compra nas outras regiões: N(13p.p), NE(7p.p), CO(11p.p) e S(5p.p).

EVOLUTIVO POR REGIÃO

Pretende comprar presentes neste Dia das Crianças? (%)



- 74% dos consumidores da classe DE e 80% da classe C pretendem comprar presentes para o Dia das Crianças neste ano. Na classe DE, diminui a pretensão de compra comparado ao ano anterior em 12p.p, de 86% para 74% das menções.

EVOLUTIVO POR CLASSE SOCIAL

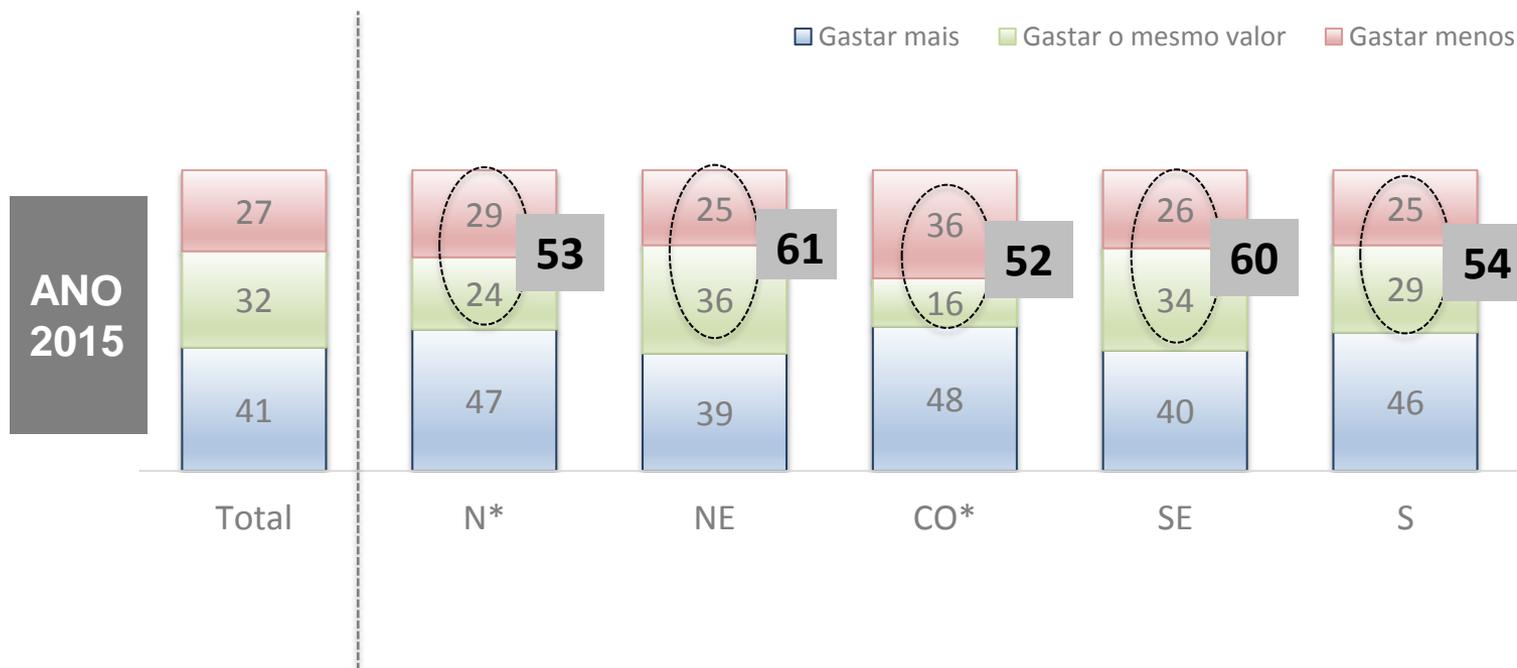
Pretende comprar presentes neste Dia das Crianças? (%)



- Os consumidores serão mais conservadores em relação aos gastos com o presente do Dia das Crianças nesse ano. 61% dos consumidores no Nordeste, 60% no Sudeste e 54% no Sul, pretendem gastar a mesma quantidade ou menos neste ano, em comparação ao valor que gastaram com o presente no ano passado.

EVOLUTIVO POR REGIÃO

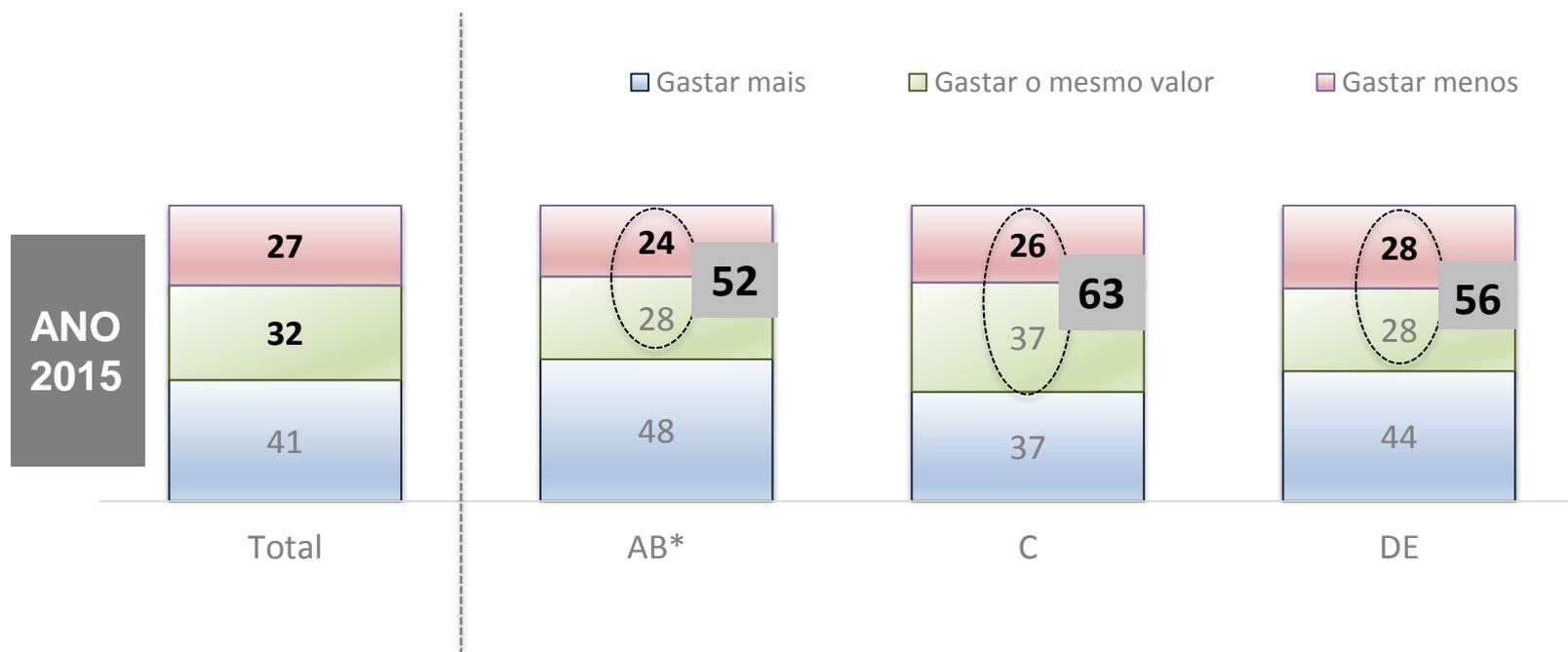
E o quanto está disposto(a) a gastar com o presente deste ano? (%)



- Para este Dia das Crianças, na classe C, 63% gastarão igual ou menos que o ano passado, nas classe AB (52%) e na classe DE (56%).

EVOLUTIVO POR CLASSE SOCIAL

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

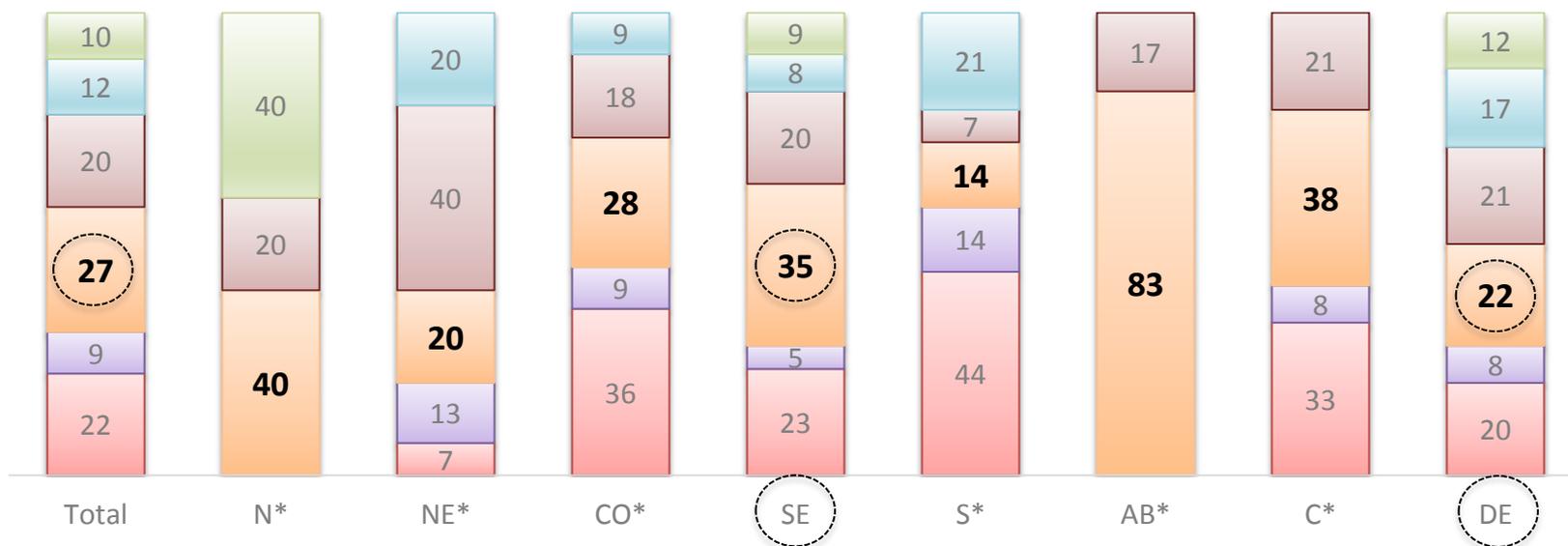


**MOTIVO PELO QUAL PRETENDE GASTAR MENOS
COM O PRESENTE DO DIA DAS CRIANÇAS**

- Entre os consumidores que pretendem gastar menos neste ano com o presente para o Dia das Crianças, 27% deles o farão por contenção de despesas, seguido por 22% pelo motivo de aumento dos preços / inflação. A contenção de despesas é o principal motivo para 35% dos consumidores do Sudeste e para 22% da classe DE.

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

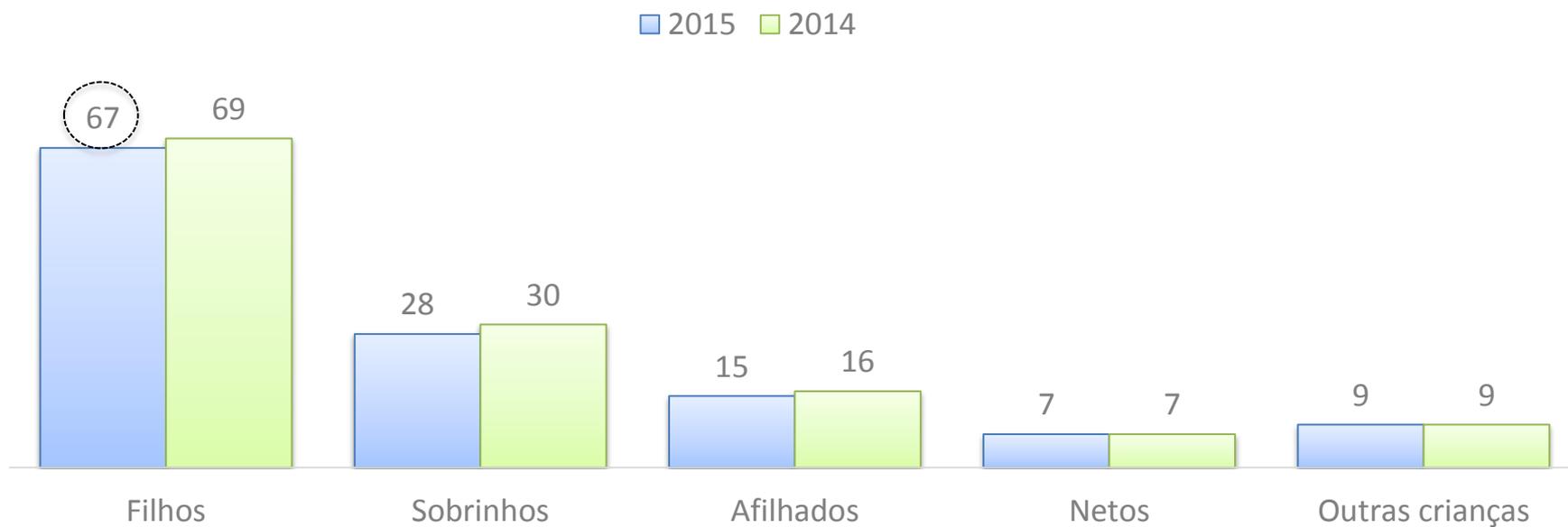
- Está desempregado
- Redução de renda / salário
- Irá priorizar o pagamento de outras despesas (conta de água, escola, plano médico, etc.)
- Contenção de despesas
- Alta dos juros
- Aumento dos preços / inflação



**QUEM IRÁ PRESENTEAR e
MOTIVOS QUE INFLUENCIARÃO NA DECISÃO DE
COMPRA DO PRESENTE DO DIA DAS CRIANÇAS**

- Do total de consumidores que irão comprar presentes neste Dia das Crianças, 67% irão presentear os filhos, seguido por 28% que irão presentear os sobrinhos.

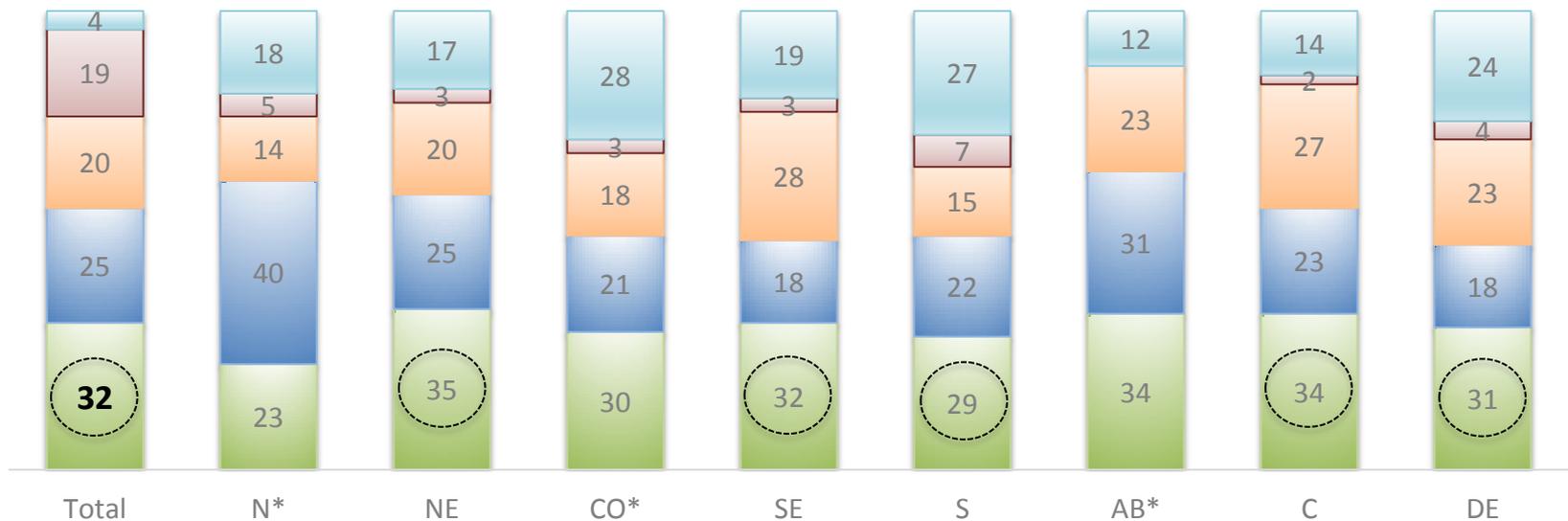
Quem irá presentear neste Dia das Crianças? (%)



- É o desejo da criança que os consumidores levarão em conta na hora de comprar o presente do Dia das Crianças, com 32% das menções, seguido por preço (25%).
- No Sudeste, 28% dos consumidores buscarão por promoções e descontos.
- Na classe C, 27% dos consumidores buscarão por promoções e descontos.

O que os consumidores levam em conta na hora de comprar o presente do Dia das Crianças? (%)

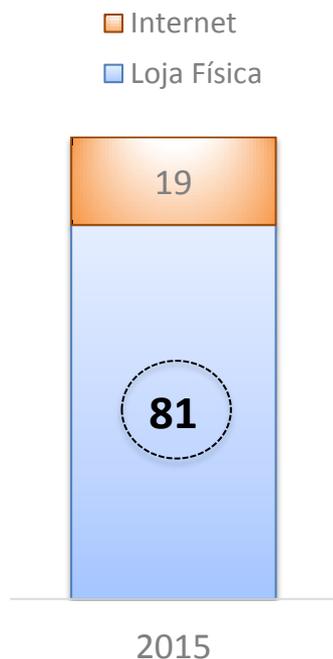
- Desejo de quem irá receber o presente
- Preço
- Promoção / Desconto
- Necessidade / utilidade do presente
- Qualidade / Marca



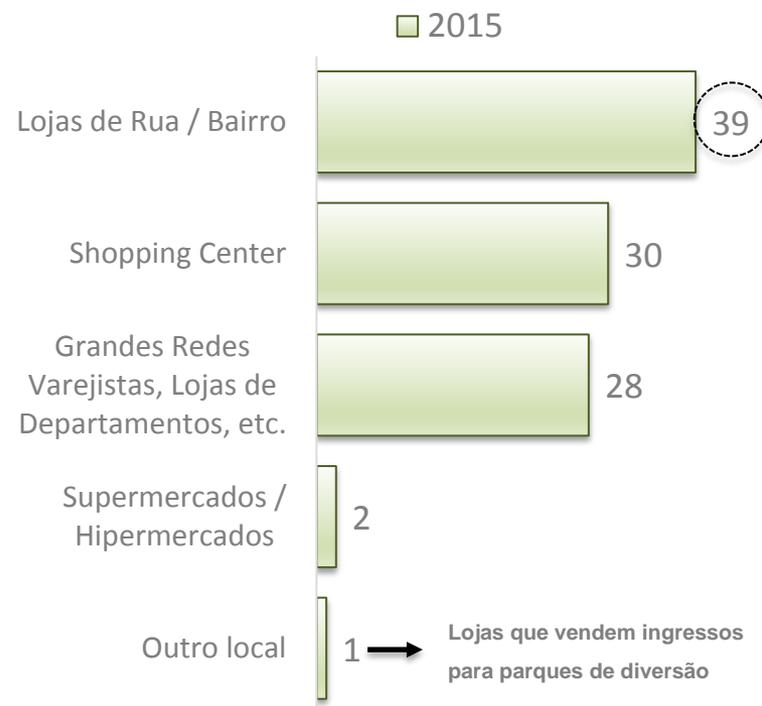
**LOCAL ONDE PRETENDE COMPRAR O
PRESENTE DO DIA DAS CRIANÇAS**

- 81% dos consumidores que pretendem comprar presentes neste ano, irão concentrar as compras em lojas físicas.
- Destes, 39% realizarão as compras em lojas de rua, no próprio bairro, seguido por lojas em shoppings centers, com 30% das menções.

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



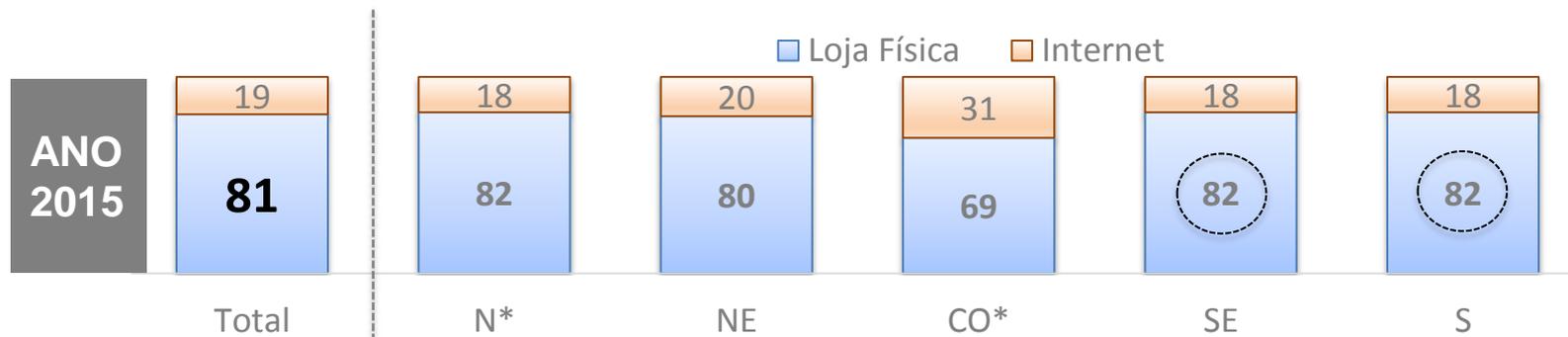
Local onde espera conseguir comprar a maior parte dos presentes? (%)



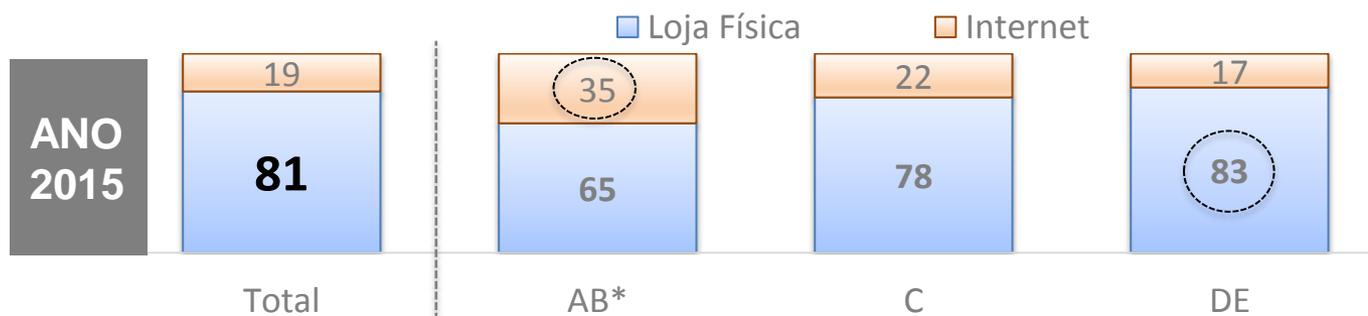
- No Sudeste e Sul, 82% dos consumidores concentrarão as compras dos presentes para o Dia das Crianças em lojas físicas. Na classe DE, este percentual passa para 83%, enquanto que entre os consumidores das classes mais altas, o percentual daqueles que comprarão por internet é maior, 35% na classe AB, 22% na classe C e 17% na classe DE.

EVOLUTIVO POR REGIÃO

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



EVOLUTIVO POR CLASSE SOCIAL

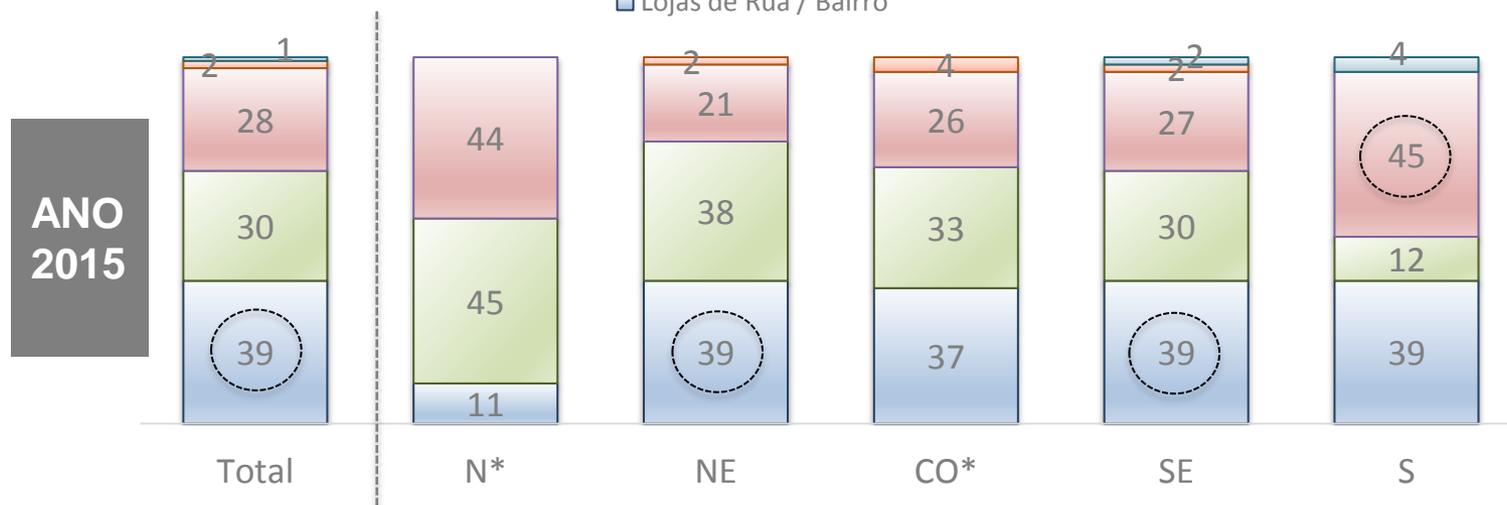


- 39% dos consumidores nas regiões Sudeste e Nordeste concentrarão a maior parte das compras para o Dia das Crianças em lojas de rua. No Sul, 45% pretendem realizar estas compras em lojas de rede varejistas e departamentos.

EVOLUTIVO POR REGIÃO

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

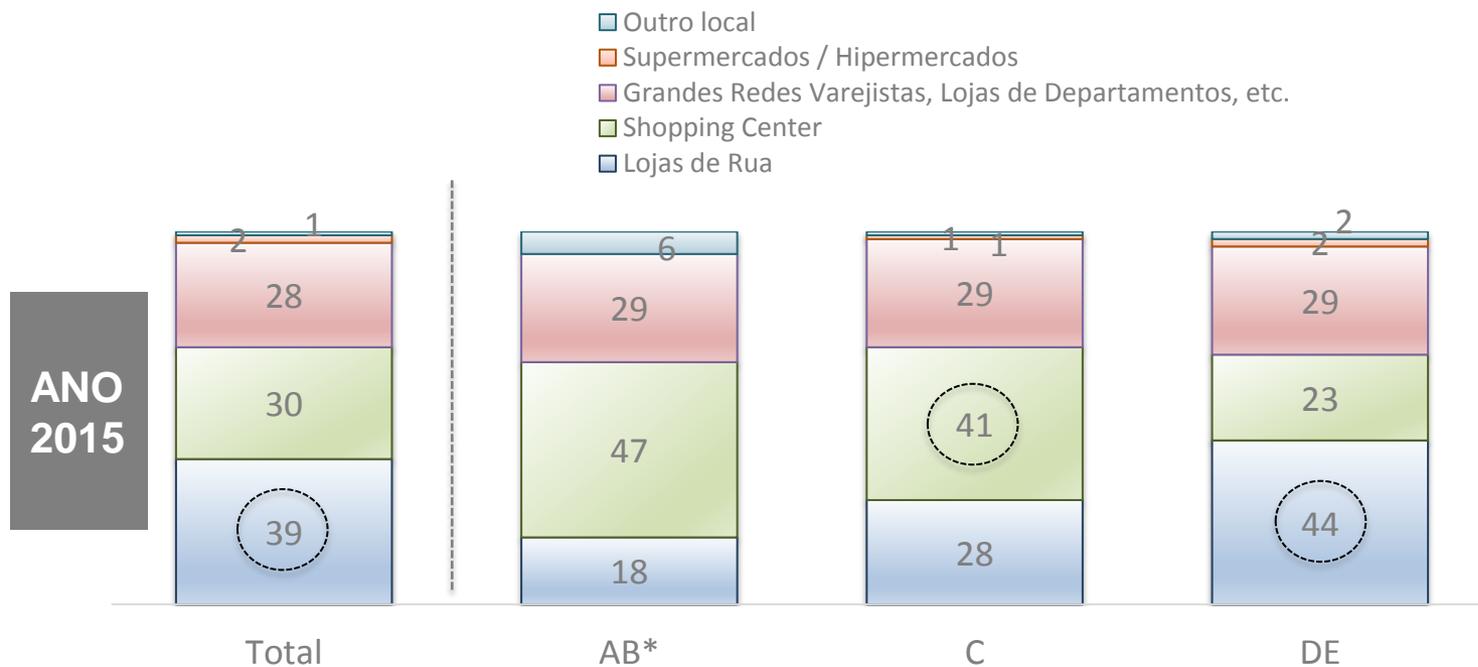
- Outro local
- Supermercados / Hipermercados
- Grandes Redes Varejistas, Lojas de Departamentos, etc.
- Shopping Center
- Lojas de Rua / Bairro



- 44% dos consumidores da classe DE pretendem realizar a maior parte das compras para o Dia das Crianças em lojas de rua. Na classe C, 41% irão concentrar as compras em lojas de shopping, aumentando para 47% entre os consumidores da classe AB.

EVOLUTIVO POR CLASSE SOCIAL

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



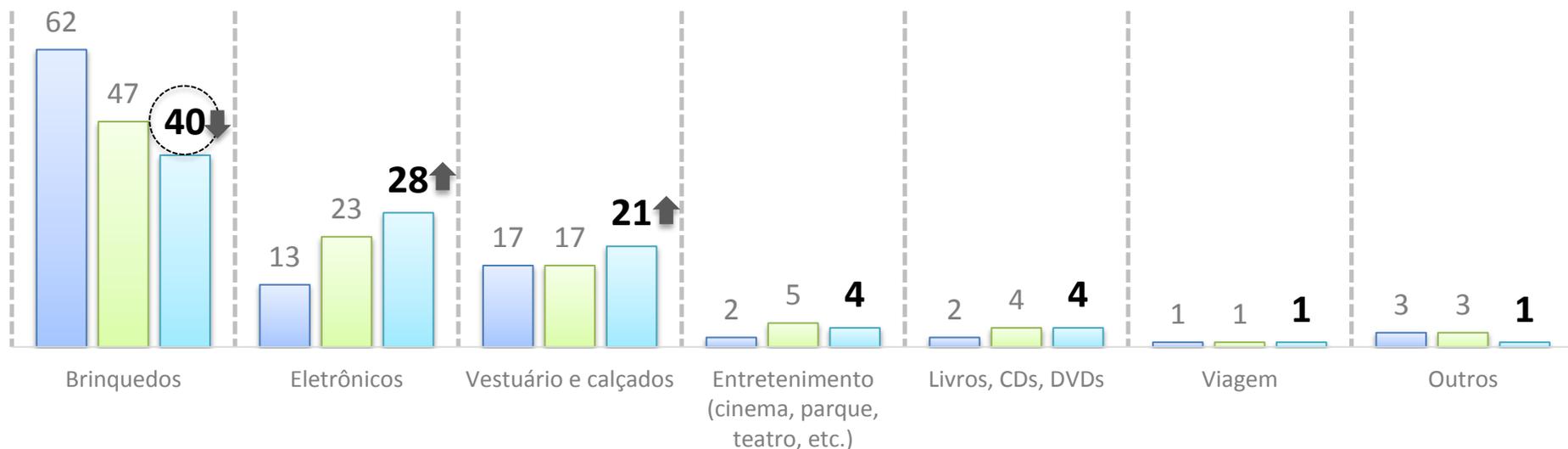
PRESENTE PARA O DIA DAS CRIANÇAS

(Tipo de presente que pretende comprar para o Dia das Crianças)

- 40% dos consumidores comprarão brinquedos neste ano, mas este percentual vem diminuindo em comparação aos últimos dois anos, de 62% em 2013 para 47% em 2014.
- Nesse ano, há crescimento na intenção de compra de eletrônicos para presentear neste próximo Dia das Crianças, de 13% em 2013, para 23% em 2014 e 28% em 2015.
- Vestuário e calçados sobe 4p.p (de 17% para 21%).

Presentes para o Dia das Crianças (%)

■ Ano 2013 ■ Ano 2014 ■ Ano 2015



Eletrônicos ¹	Menções (%)	
	2014	2015
Tablet	33	28
Celular	22	25
Video Game	16	18
Smartphone	14	14
TV	7	7
Ipad	3	5
MP3/MP4	3	1
Aparelho de Som	2	2

- Brinquedos prevalece como opção de presente para o Dia das Crianças neste ano de 2015, mesmo apresentando diminuição no percentual de menções quando comparado ao ano de 2014.
- Cresce a intenção de presentear as crianças com eletrônicos na região Sudeste (de 22% para 28%) e no Sul (de 13% para 25%).

Itens que pretende comprar para presentear no Dia das Crianças (em %)	Total da amostra		Região									
			N		NE		CO		SE		S	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Brinquedos	47	40	44	26	36	34	44	40	46	42	50	38
Eletrônicos	23	28	25	26	28	31	23	23	22	28	13	25
Vestuário e calçados	17	21	15	33	17	22	23	21	18	19	22	23
Entretenimento (Teatro, cinema, parque de diversões, etc.)	5	4	5	3	7	3	7	5	4	4	7	6
Livros, CDs, DVDs	4	4	5	9	4	5	0	4	5	4	5	3
Viagem	1	1	3	0	1	2	0	2	2	0	1	0
Outros	3	1	3	3	7	3	3	5	3	3	2	5

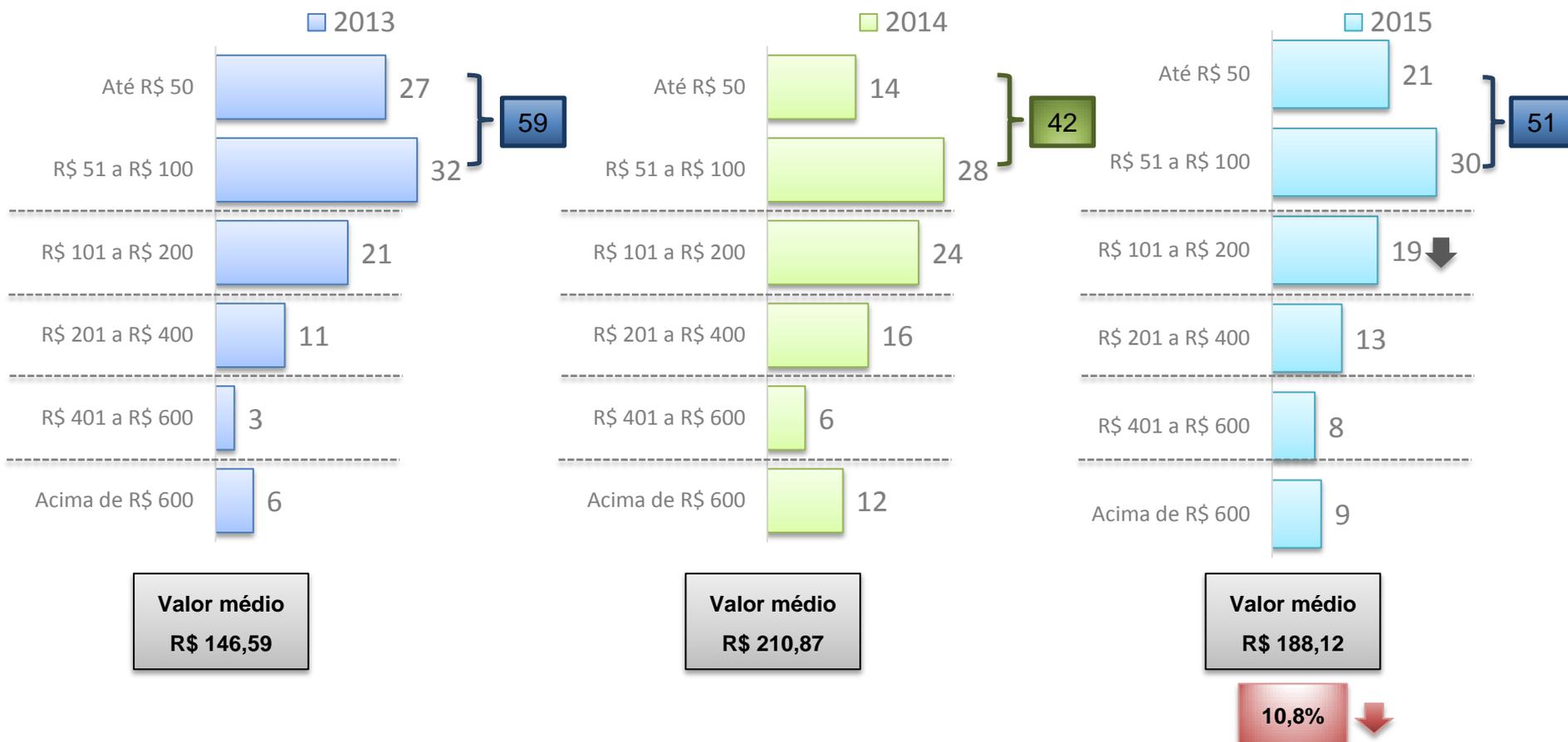
- 40% dos consumidores nas classes C e DE, e 44% na classe AB, têm a intenção de presentear com brinquedos no próximo Dia das Crianças.
- Na classe C cresce a intenção neste ano de presentear as crianças com eletrônicos em 8pp, de 21% para 29% das menções.

Itens que pretende comprar para presentear no Dia das Crianças (em %)	Total da amostra		Classe Social					
			AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15
Brinquedos	47	40	39	44	47	40	44	40
Eletrônicos	23	28	24	22	21	29	23	26
Vestuário e calçados	17	21	17	17	17	18	19	23
Entretenimento (Teatro, cinema, parque de diversões, etc.)	5	4	2	3	4	5	6	4
Livros, CDs, DVDs	4	4	7	8	6	5	3	3
Viagem	1	1	4	0	1	0	2	1
Outros	3	1	7	6	4	3	3	3

VALOR DO PRESENTE DO DIA DAS CRIANÇAS E COMPROMETIMENTO DA RENDA

- O valor médio pretendido para gastar com o presente do Dia das Crianças neste ano de 2015 será de R\$ 188,12 (10,8% inferior ao valor médio registrado em 2014).
- Ainda em 2015, 51% dos consumidores gastarão até R\$ 100,00 (21% gastarão até R\$ 50,00 e 30% entre R\$ 51,00 a R\$ 100,00).

Valor que pretende gastar com os presentes para o Dia das Crianças (%)



- Cresce significativamente o percentual de consumidores que pretendem gastar até R\$ 100,00 com o presente para o Dia das Crianças neste ano, em comparação a 2014.
- No Sudeste, 23% gastarão até R\$ 50,00 e 29% entre R\$ 51,00 a R\$ 100,00, no total um aumento de 10p.p na intenção de gastar até R\$ 100,00. Ainda na região, o valor médio pretendido cai 8,8% em comparação ao ano anterior, de R\$ 213,46 para R\$ 194,77.

Valor que pretende gastar com os presentes para o Dia das Crianças (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	14	21	5	14	23	13	0	23	14	23	15	21
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	28	30	25	27	24	30	33	23	27	29	33	30
De R\$ 101,00 a R\$ 200,00	24	19	30	18	21	30	33	26	24	16	22	23
De R\$ 201,00 a R\$ 400,00	16	13	10	27	11	15	19	10	17	12	18	15
De R\$ 401,00 a R\$ 600,00	6	8	0	0	8	4	5	8	5	10	7	3
Acima de R\$ 600,00	12	9	30	14	13	8	10	10	13	10	5	8
Valor médio (em R\$)	210,87	188,12	275,33	215,14	207,18	188,42	213,55	192,64	213,46	194,77	184,95	174,53



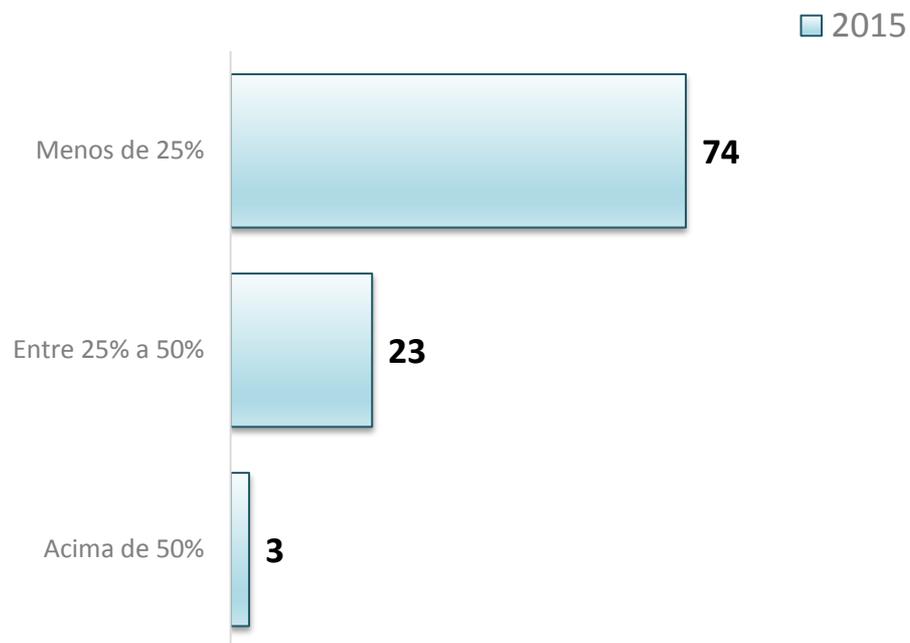
- 57% dos consumidores da classe DE pretendem gastar até R\$ 100,00 com o presente do Dia das Crianças, contra 48% registrados em 2014. Ainda na classe DE, diminui em 14,3% o valor médio pretendido para gastar com o presente, de R\$ 201,24 para R\$ 172,37.

Valor que pretende gastar com os presentes para o Dia das Crianças (em %)	Total da amostra		Classe Social					
			AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15
Até R\$ 50,00	14	21	13	4	11	17	17	24
De R\$ 51,00 a R\$ 100,00	28	30	26	23	24	22	31	33
De R\$ 101,00 a R\$ 200,00	24	19	13	35	29	26	21	16
De R\$ 201,00 a R\$ 400,00	16	13	30	8	18	14	13	13
De R\$ 401,00 a R\$ 600,00	6	8	9	11	5	8	6	7
Acima de R\$ 600,00	12	9	9	19	13	13	12	7
Valor médio (em R\$)	210,87	188,12	229,74	266,73	223,62	218,99	201,24	172,37



- 74% dos consumidores irão comprometer menos de 25% da renda familiar para a compra do presente do Dia das Crianças neste ano.

Comprometimento da renda com o valor do presente do Dia das Crianças (%)



- Os consumidores no Nordeste e no Sul são os que comprometerão menos de 25% da renda familiar com a compra do presente do Dia das Crianças, com 83% e 76% das menções.
- No Sudeste, 72% dos consumidores comprometerão menos de 25% da renda familiar.
- Na classe DE, entretanto, 34% dos consumidores que comprarão presentes, irão comprometer mais de 25% da renda familiar.

Comprometimento da renda familiar com a compra do presente do Dia das Crianças (em %)	Total da amostra	Região				
		N	NE	CO	SE	S
Ano	15	15	15	15	15	15
Menos de 25%	74	68	83	64	72	76
Entre 25% a 50%	23	32	14	33	25	22
Acima de 50%	3	0	3	3	3	2

Comprometimento da renda familiar com a compra do presente do Dia das Crianças (em %)	Total da amostra	Classe Social		
		AB	C	DE
Ano	15	15	15	15
Menos de 25%	74	88	86	66
Entre 25% a 50%	23	8	12	31
Acima de 50%	3	4	2	3

HÁBITOS DE PAGAMENTO

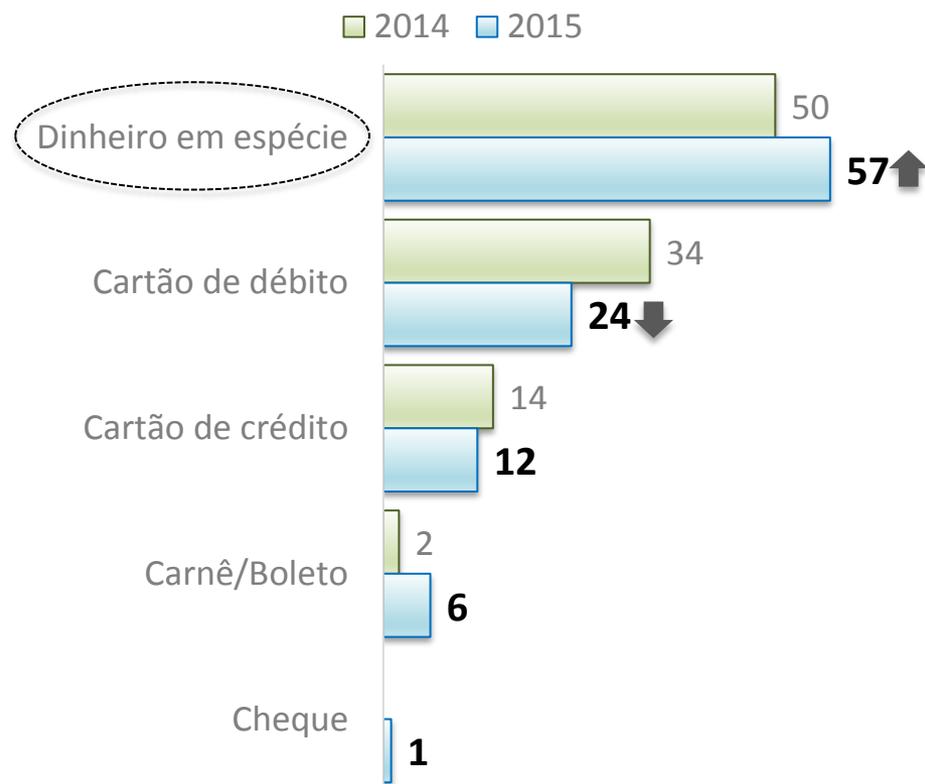
(Formas de Pagamentos em relação a compra do presente para o Dia das Crianças)

- 64% dos consumidores irão comprar o presente do Dia das Crianças e pagar à vista, um crescimento de 10p.p em relação ao ano anterior.
- 57% utilizarão o dinheiro, 7p.p acima em comparação a 2014, seguido por 24% que farão uso do cartão de débito, diminuindo 10p.p se comparado ao ano anterior.

Forma como pretende pagar o presente do Dia das Crianças? (%)



Meio de pagamento para compras à vista (%)



- Comparado ao ano anterior, aumenta significativamente em todas as regiões a intenção de pagar o presente do Dia das Crianças à vista – 12p.p no Sudeste (55% para 67%), 10p.p no Sul (52% para 62%) e 7p.p no Nordeste (49% para 56%).
- Nas três regiões o dinheiro será o principal meio de pagamento: S (76%), NE (73%) e SE (50%).

Forma como pretende pagar o presente do Dia das Crianças (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	54	64	45	68 ▲	49	56 ▲	55	77 ▲	55	67 ▲	52	62 ▲
Dinheiro em espécie	50	57	70	47	59	73	67	60	46	50	37	76
Cartão de débito	34	24	10	20	19	23	8	20	38	28	52	13
Cartão de crédito	14	12	20	13	18	2	25	7	14	14	7	8
Carnê / Boleto	2	6	0	20	4	2	0	13	1	7	4	3
Cheque	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0

- Comparado ao ano de 2014, cresce nas classes AB (19p.p), DE (15p.p) e C (6p.p) a intenção de pagar o presente do Dia das Crianças de forma à vista.
- Nas classes C e DE prevalecerá o pagamento em dinheiro com 65% e 44% das menções.
- Na classe AB o meio de pagamento será o cartão de crédito, com parcela única, passando de 33% para 48% das menções, um aumento de 15p.p em relação ao ano anterior.

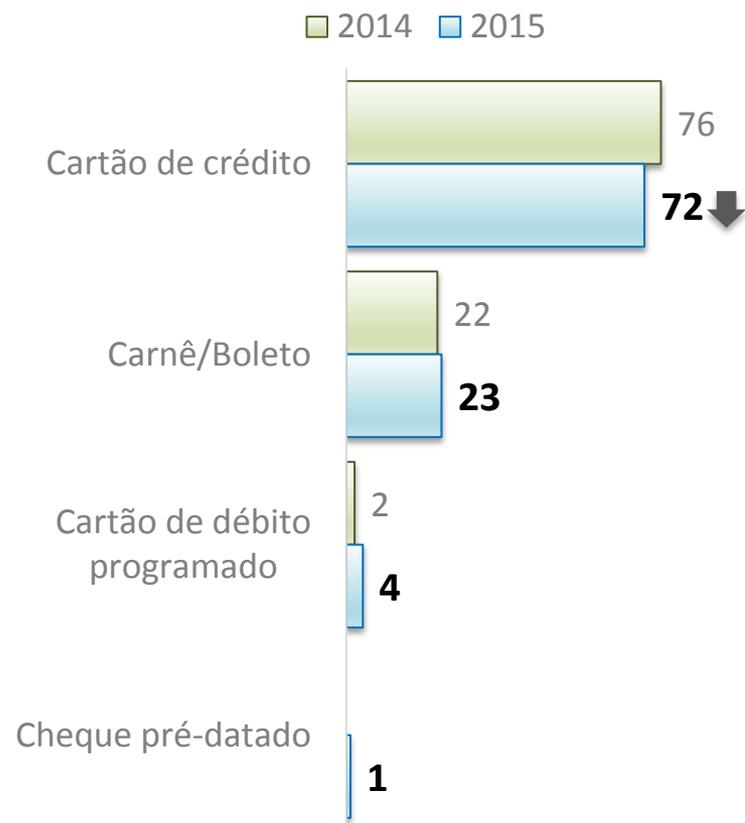
Forma como pretende pagar o presente do Dia das Crianças (em %)	Total da amostra		Classe Social					
			AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15
À vista	54	64	62	81 ▲	59	65 ▲	50	65 ▲
Dinheiro em espécie	50	57	7	14	41	44	61	65
Cartão de débito	34	24	53	33	43	33	25	20
Cartão de crédito	14	12	33	48	16	10	11	9
Carnê / Boleto	2	6	7	5	0	12	2	5
Cheque	0	1	0	0	0	1	1	1

- 36% dos consumidores pretendem parcelar o valor do presente para o Dia das Crianças.
- 72% deles utilizarão o cartão de crédito (4p.p menos se comparado ao ano de 2014, mas ainda representado o principal meio de pagamento para parcelar uma compra), seguido por carnê/boleto com 23% das menções.

Forma como pretende pagar o presente do Dia das Crianças? (%)



Meio de pagamento para compras parceladas (%)



- Diminui em comparação ao ano anterior a intenção de parcelar o valor gasto com a compra do presente do Dia das Crianças – 12p.p no Sudeste (45% para 33%) e 10p.p no Sul (48% para 38%).
- O cartão de crédito será o principal meio de pagamento em todas as regiões: N (57%), NE (84%), CO (89%), SE (76%) e S (48%). Ainda no Sul aumenta o uso dos outros meios de pagamentos – carnê (24% para 39%), débito programado (0% para 4%) e cheque pré-datado (0% para 9%).

Forma como pretende pagar o presente do Dia das Crianças (em %)	Total da amostra		Região									
			N		NE		CO		SE		S	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Parcelado	46	36	55	32 ↓	51	44 ↓	45	23 ↓	45	33 ↓	48	38 ↓
Cartão de crédito	76	72	75	57	85	84	70	89	75	76	76	48
Carnê/Boleto	22	23	25	43	11	10	30	11	22	21	24	39
Cartão de débito programado	2	4	0	0	4	6	0	0	3	2	0	4
Cheque pré-datado	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	9

- Comparado ao ano de 2014, diminui a intenção de pagar parcelado o presente do Dia das Crianças, principalmente entre os consumidores da classe DE, de 50% para 35%, ou seja, menos consumidores querem se comprometer com parcelamentos. Na classe C este percentual cai de 41% para 35% e na classe AB, de 38% para 19%. Quanto ao meio de pagamento, prevalecerá o cartão de crédito: classe AB (60%), classe C (75%) e classe DE (73%).

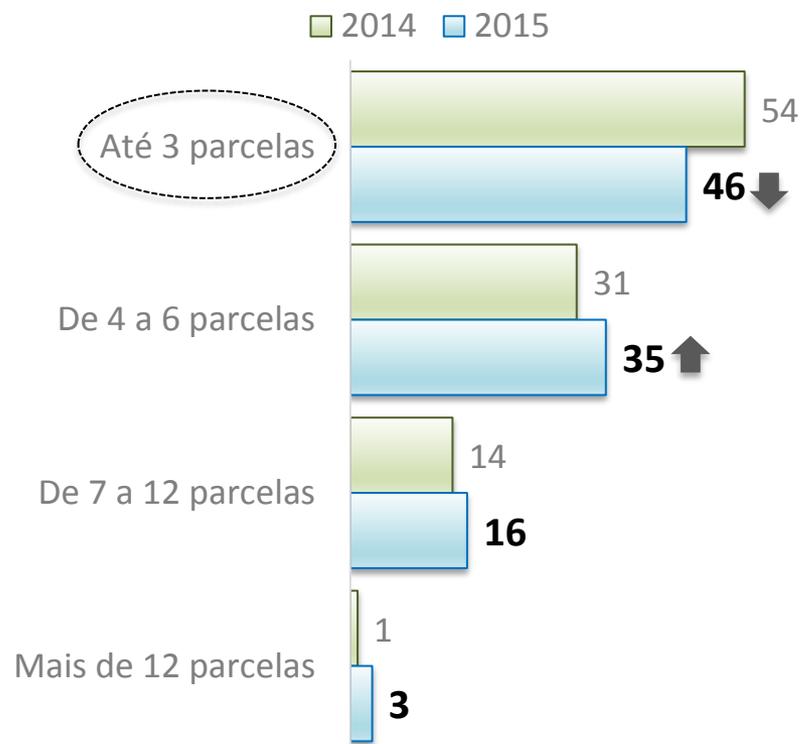
Forma como pretende pagar o presente do Dia das Crianças (em %)	Total da amostra		Classe Social					
			AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15
Parcelado	46	36	38	19 ↓	41	35 ↓	50	35 ↓
Cartão de crédito	76	72	89	60	86	75	70	73
Carnê/Boleto	22	23	11	20	11	15	28	26
Cartão de débito programado	2	4	0	0	3	7	2	1
Cheque pré-datado	0	1	0	20	0	3	0	0

- 36% dos consumidores pretendem parcelar o valor do presente para o Dia das Crianças. Independente do meio de pagamento a ser utilizado, 46% deles pretendem parcelar o valor em até três vezes, seguido por 35% que irão parcelar entre 4 a 6 vezes e 19% acima de 6 vezes.

Forma como pretende pagar o presente do Dia das Crianças? (%)



Quantidade de parcelas que pretende contratar (%)



- 33% dos consumidores no Sudeste e 38% no Sul irão parcelar o valor dos presentes para o Dia das Crianças, queda de 12p.p e 10p.p em comparação ao ano passado.
- 44% dos consumidores no Nordeste pretendem pagar parcelado o presente do Dia das Crianças neste ano. 84% deles irão parcelar o valor no máximo em até seis vezes.

Forma como pretende pagar o presente do Dia das Crianças (em %)	Total da amostra		Região									
			N		NE		CO		SE		S	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Parcelado	46	36	55	32 ↓	51	44 ↓	45	24 ↓	45	33 ↓	48	38 ↓
Até 3 parcelas	54	46	75	29	36	42	50	33	54	43	60	53
De 4 a 6 parcelas	31	35	25	29	50	42	50	45	29	36	24	30
De 7 a 12 parcelas	14	16	0	42	14	13	0	22	17	17	16	17
Mais de 12 parcelas	1	3	0	0	0	3	0	0	0	4	0	0

- Os consumidores da classe DE demonstram maior conservadorismo ao parcelarem o valor do presente do Dia das Crianças, onde 46% deles o farão em até três parcelas. Já nas classes C e AB cresce o percentual dos que irão parcelar em mais parcelas, de 38% para 60% e de 55% para 80%, respectivamente.

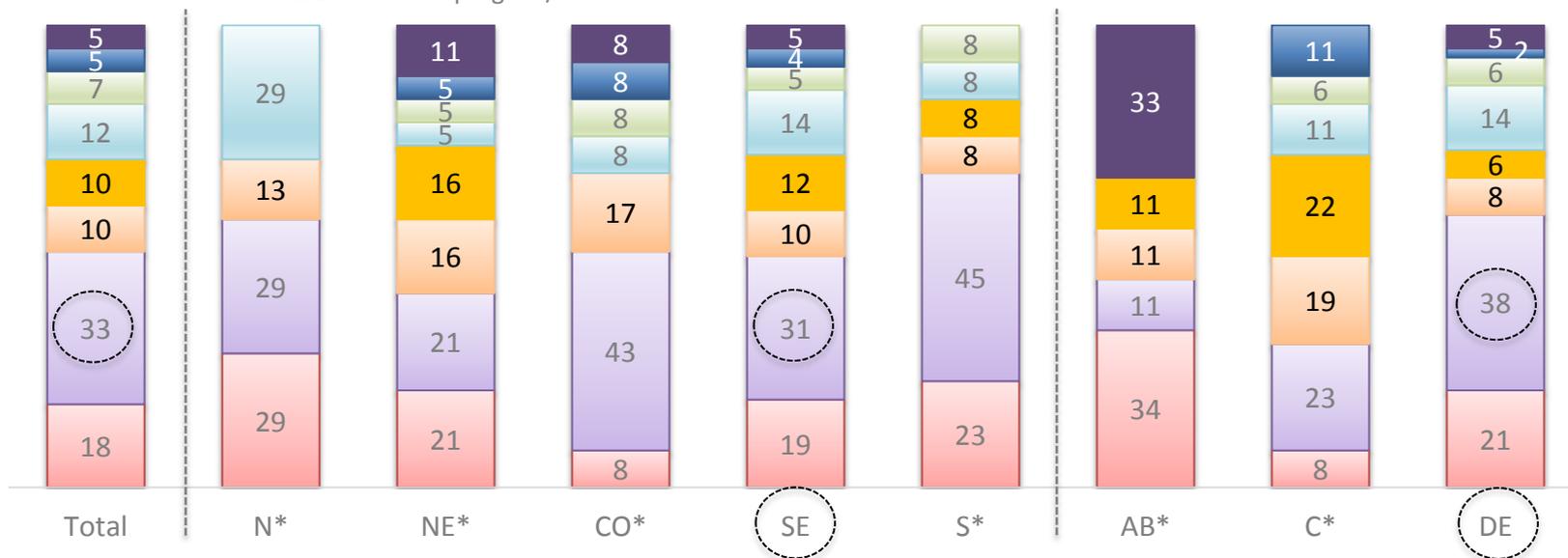
Forma como pretende pagar o presente do Dia das Crianças (em %)	Total da amostra		Classe Social					
			AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15
Parcelado	46	36	38	19	41	35	50	35
Até 3 parcelas	54	46	45	20	63	40	47	46
De 4 a 6 parcelas	31	35	33	40	23	40	38	35
De 7 a 12 parcelas	14	16	22	20	14	20	15	16
Mais de 12 parcelas	1	3	0	20	1	0	0	3

MOTIVO PELO QUAL NÃO IRÁ COMPRAR O PRESENTE PARA COMEMORAR O DIA DAS CRIANÇAS

- Entre os consumidores que declararam que não comprarão presentes neste ano para comemorar o Dia das Crianças, 33% não farão pois estão endividados, sem condições financeiras. O segundo motivo é o desemprego, com 18%, seguido por 12% que priorizará o pagamento de outras despesas como contas da casa, escola, plano médico, etc.
- 38% dos consumidores da classe DE, assim como 31% no Sudeste, estão endividados.

Motivo pelo qual não comprará o presente do Dia das Crianças (%)

- Redução de renda/salário
- Alta dos juros
- Aumento dos preços dos produtos / inflação
- Irá priorizar o pagamento de outras despesas (contas da casa, escola, plano médico, etc.)
- Contenção de despesas
- Não costume dar presentes em datas comemorativas
- Estou sem condições financeiras / endividado/a
- Estou desempregado/a



Educação Financeira na Infância

BoaVista SCPC

Principais constatações

Percepção dos consumidores sobre a educação financeira para as crianças

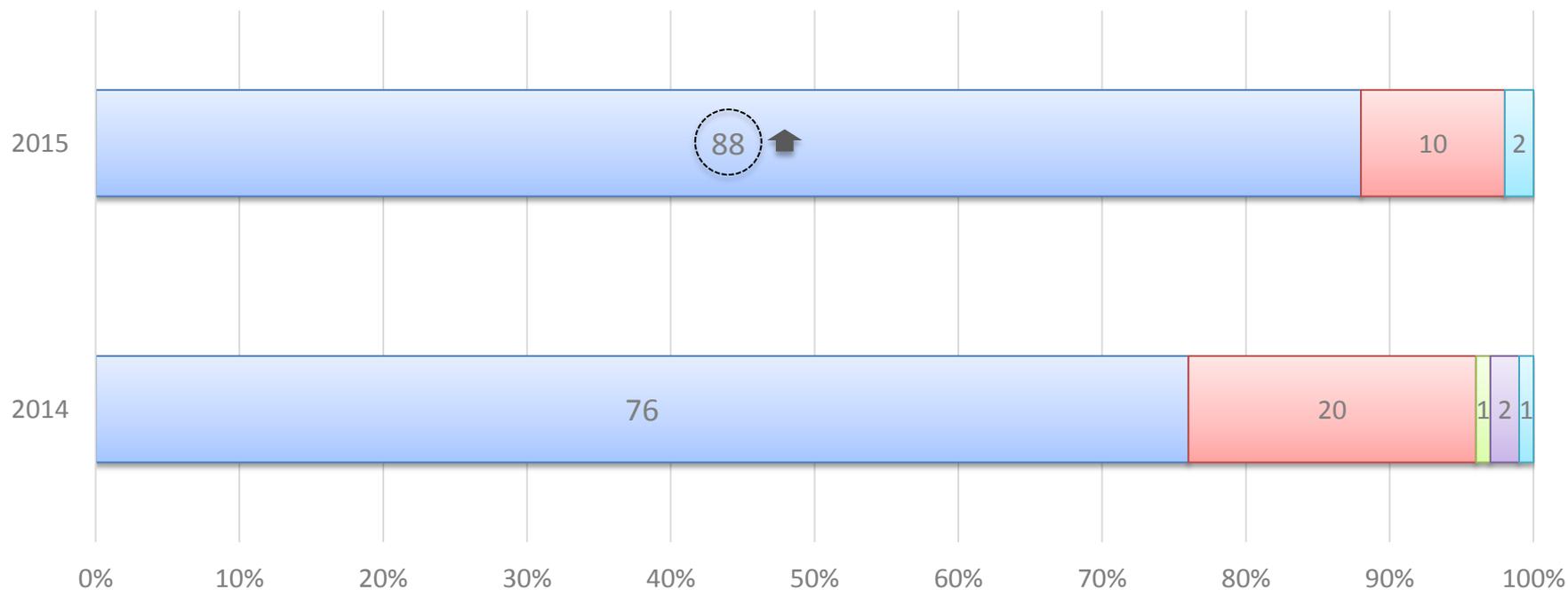
- Questionados sobre a educação financeira dos filhos, 88% dos consumidores entrevistados acreditam ser muito importante que as crianças recebam orientação sobre como lidar com o dinheiro, percentual que cresceu 12p.p em comparação ao ano anterior, ou seja, a preocupação dos pais com esta questão vem tomando maior dimensão.
- 18% destes consumidores adotaram o sistema de mesada ou semanada para as crianças, percentual que em 2014 registrava 32% das menções. Entretanto, para os que pagam a mesada atualmente, em 84% dos casos, esta é direcionada aos filhos exclusivamente.
- 52% optaram por esta prática tendo como intensão estimular a educação financeira, ensinar as crianças a como lidar com o dinheiro. O segundo motivo é provê-las com recursos para o lanche/alimentação, com 26% das menções e, para outros 21% deles, a mesada é uma forma de recompensa frente ao bom comportamento da criança.
- Ainda em relação ao pagamento da mesada, 96% delas são pagas em dinheiro e, para os consumidores que utilizam o cartão como meio de disponibilizar o recurso para as crianças, o motivo é por se tratar de uma boa ferramenta para organização das despesas, seja por meio de um cartão de crédito adicional ou mesmo de um cartão pré-pago.
- Em paralelo, os consumidores foram também questionados se possuem o hábito de poupar para as crianças e, 49% deles responderam que sim, têm o hábito de poupar para os filhos. Destes, 51% poupam até R\$ 50,00 por mês e 49% deles, conseguem guardar para os filhos valores acima de R\$ 50,00. Em 78% dos casos o motivo é apoiar os filhos na educação (estudos, faculdade e cursos extras).
- Questionados se utilizariam os recursos poupados para os filhos em uma emergência financeira, 57% dos consumidores recorreriam a estas aplicações e, 54% deles utilizariam apenas parte destes recursos, os outros 46% utilizariam todo o investimento dos filhos diante desta situação.
- Por fim, perguntamos se os consumidores substituiriam o “tradicional presente” por um presente em forma de aplicação financeira e, assim como identificamos no ano anterior, 53% deles responderam que não substituiriam o presente do Dia das Crianças e, outros 47% deles substituiriam, sendo a poupança a principal opção com 74% das menções.

EDUCAÇÃO FINANCEIRA

- 88% dos consumidores entrevistados acreditam ser muito importante que as crianças recebam orientação sobre como lidar com o dinheiro, percentual que cresceu 12p.p em comparação ao ano anterior, ou seja, a preocupação dos pais com esta questão tem tomada maior importância.

Importância da Educação Financeira para crianças (em %)

Muito importante Importante Indiferente Pouco importante Nada importante

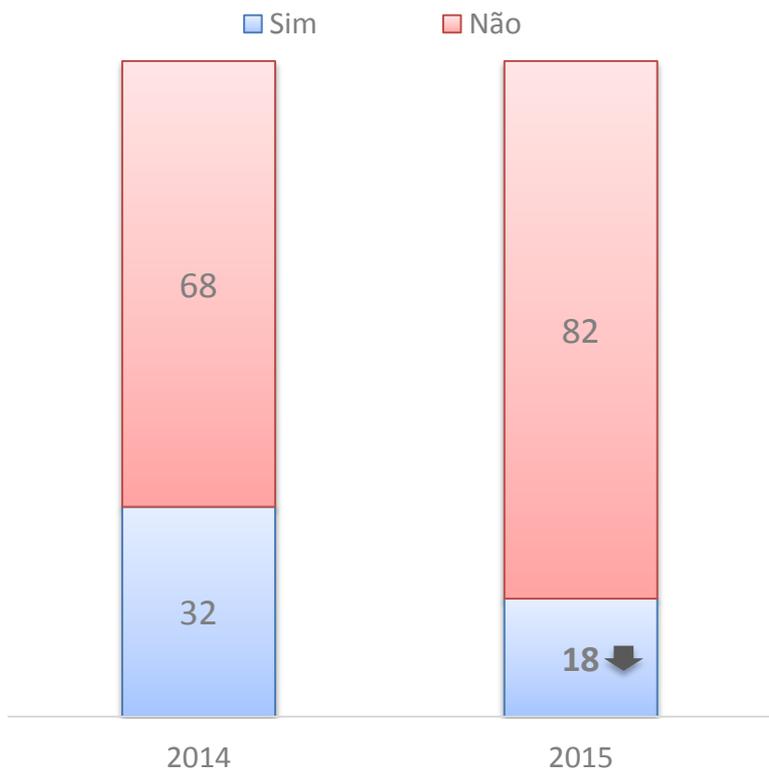


- Cresce 16p.p na região Nordeste a preocupação dos pais com a orientação financeira dos filhos (73% para 89%), seguido por Sudeste (10p.p) e Sul (9p.p).
- Entre as classes sociais, a importância de orientar os filhos cresce em comparação ao ano anterior entre os consumidores da classe DE (77% para 88%), seguido por classe C (79% para 88%).

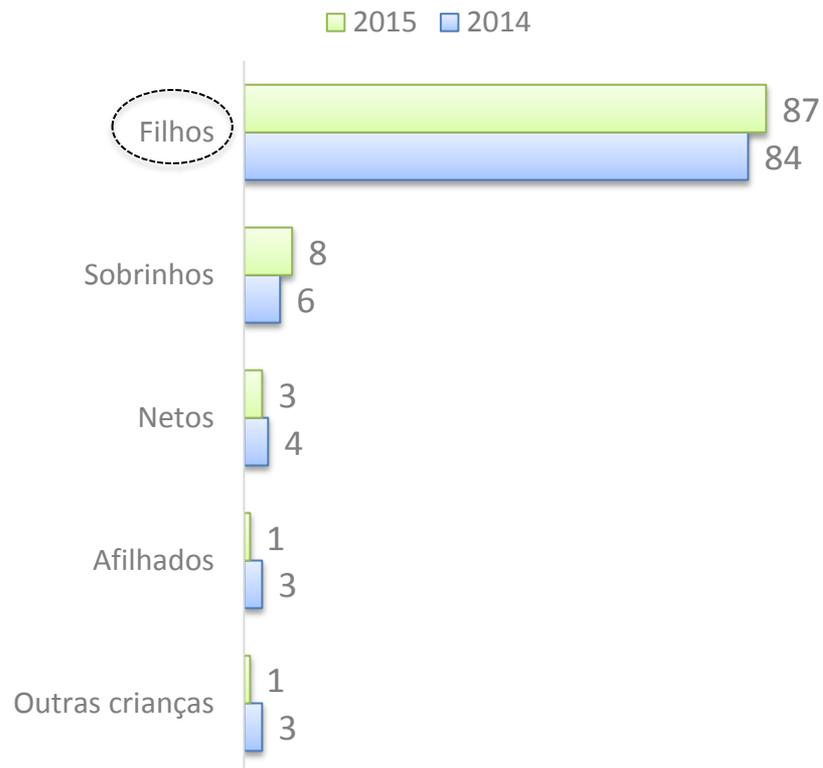
Importância da Educação Financeira para crianças (em %)	Total da amostra		Região										Classe Social					
			N		NE		CO		SE		S		AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Muito importante	76	88	88	83	73	89 ▲	73	90	78	88 ▲	82	91 ▲	82	92	79	88 ▲	77	88 ▲
Importante	20	10	12	10	22	9	19	6	18	10	18	8	11	3	20	11	18	9
Indiferente	1	0	0	0	0	1	4	0	1	0	0	1	0	0	0	0	2	1
Pouco importante	2	0	0	0	2	0	0	0	2	1	0	0	0	0	1	0	1	1
Nada importante	1	2	0	7	3	1	4	4	1	1	0	0	7	5	0	1	2	1

- Comparado ao ano de 2014, cai significativamente o percentual de consumidores que declaram dar mesada ou semanada para as crianças, de 32% para 18%, respectivamente. Em 84% dos casos, a mesada é direcionada aos filhos.

Costuma dar mesada ou semanada? (em %)



Para quem costuma dar mesada ou semanada? (em %)



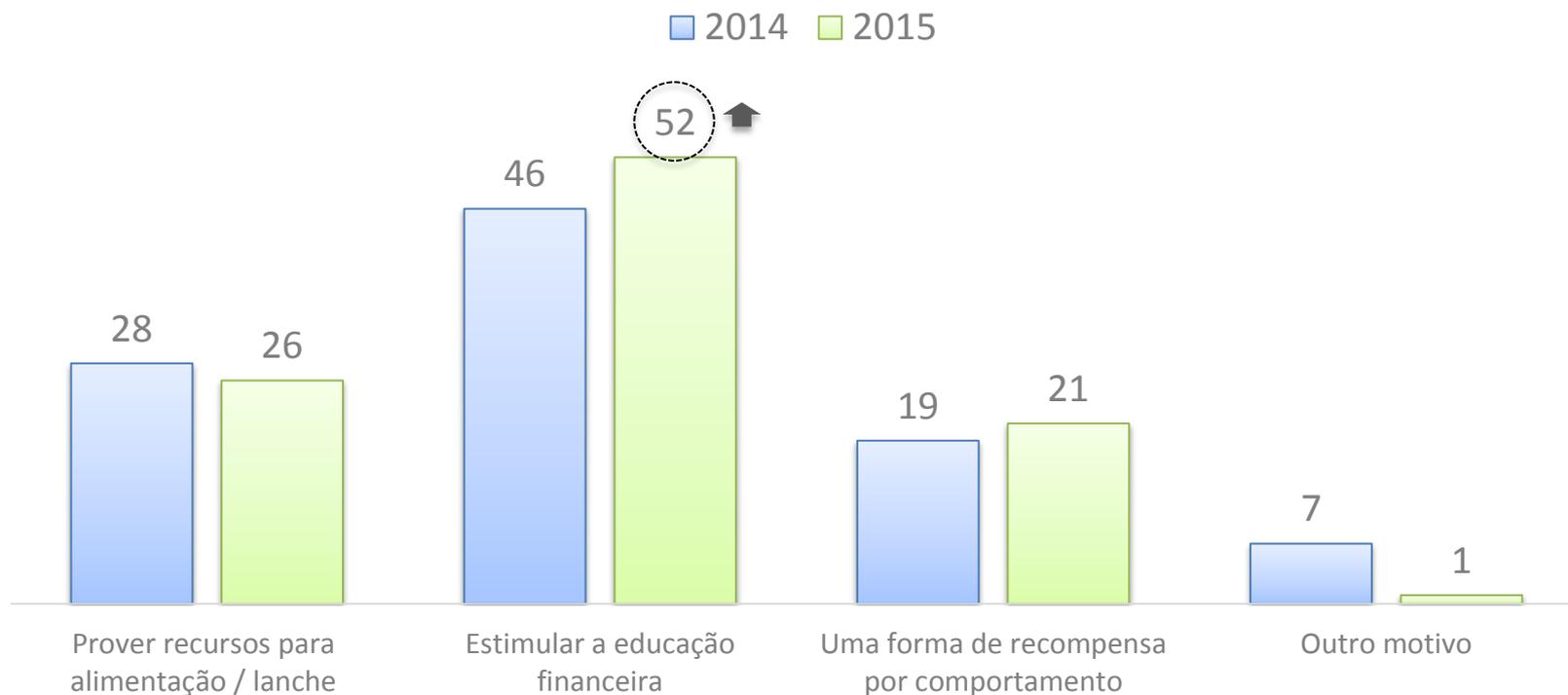
- Na comparação entre as diferentes regiões do país, o Sul aponta maior percentual entre aqueles que costumam dar mesada ou semanada às crianças, com 23% das menções, contra 16% no Sudeste.
- Já entre as classes sociais, mesmo apresentando queda nos percentuais daqueles que costumam dar a mesada, em relação ao ano de 2014, ainda prevalece esta hábito entre as classes de maior renda familiar, com 36% das menções, seguido por 20% na C e 13% na DE.

Costuma dar mesada ou semanada? (em %)	Total da amostra		Região										Classe Social					
			N		NE		CO		SE		S		AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Sim	32	18	24	17	27	12	23	16	31	16	31	23	46	36	32	20	26	13
Não	68	82	76	83	73	88	77	84	69	84	69	77	54	64	68	80	74	87

Para quem costuma dar a mesada ou semanada? (em %)	Total da amostra		Região										Classe Social					
			N		NE		CO		SE		S		AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Filhos	84	87	76	100	62	83	100	67	85	87	94	88	74	73	91	85	80	90
Sobrinhos	6	8	12	0	14	17	0	33	6	7	0	6	7	20	3	9	11	7
Netos	4	3	12	0	5	0	0	0	3	5	6	0	7	7	3	2	3	3
Afilhados	3	1	0	0	5	0	0	0	3	0	0	6	6	0	3	2	3	0
Outras crianças	3	1	0	0	14	0	0	0	3	1	0	0	6	0	0	2	3	0

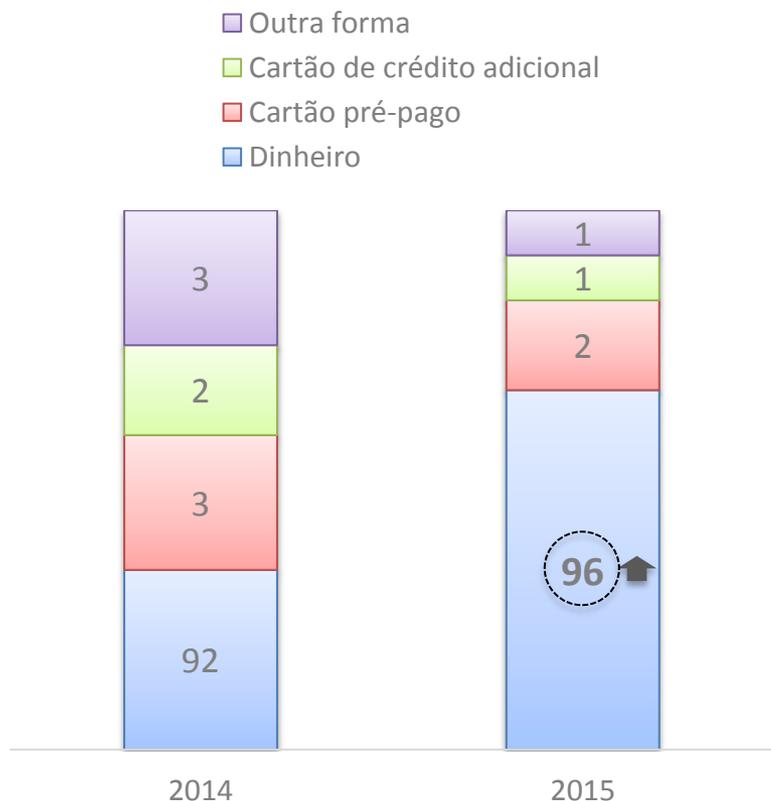
- Entre os consumidores que adotaram o “sistema” de mesada ou semanada, 52% optaram por esta prática tendo como intenção estimular a educação financeira, ensinar as crianças a como lidar com o dinheiro. O segundo motivo é provê-las com recursos para o lanche, com 26% das menções e 21% como uma forma de recompensa por comportamento.

Motivo pelo qual adotou a mesada (em %)

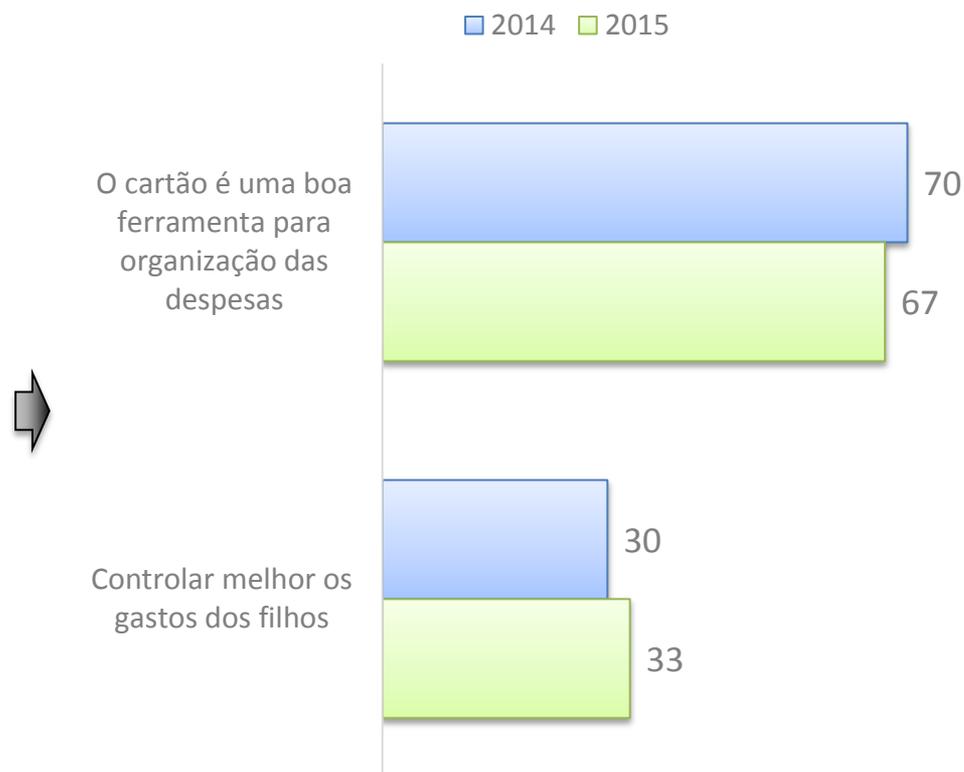


- 96% das mesadas são pagas em dinheiro e, para aqueles que utilizam o cartão como meio de disponibilizar o recurso para as crianças, o motivo é por se tratar de uma boa ferramenta para organização das despesas, seja por meio de um cartão de crédito adicional ou mesmo de um cartão pré-pago.

Forma como disponibiliza os recursos da mesada? (em %)



Motivo de ter optado por pagar a mesada através do cartão? (em %)



- Entre os consumidores que adotaram a mesada ou semanada, o dinheiro em espécie é o principal meio de pagar este recurso para as crianças, com 100% das menções nas regiões Norte e Sul do país, 99% no Sudeste, 91% no Nordeste e 88% no Centro-oeste.

Forma como disponibiliza os recursos da mesada (em %)	Total da amostra		Região										Classe Social					
			N		NE		CO		SE		S		AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Dinheiro	92	96	90	100	70	91	100	88	94	99	100	100	79	100	99	95	88	99
Cartão pré-pago	3	2	10	0	4	9	0	12	3	0	0	0	14	0	1	5	4	0
Cartão de crédito adicional com limite pré-estabelecido	2	2	0	0	13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0
Outra forma	3	1	0	0	13	0	0	0	3	1	0	0	7	0	0	0	5	1

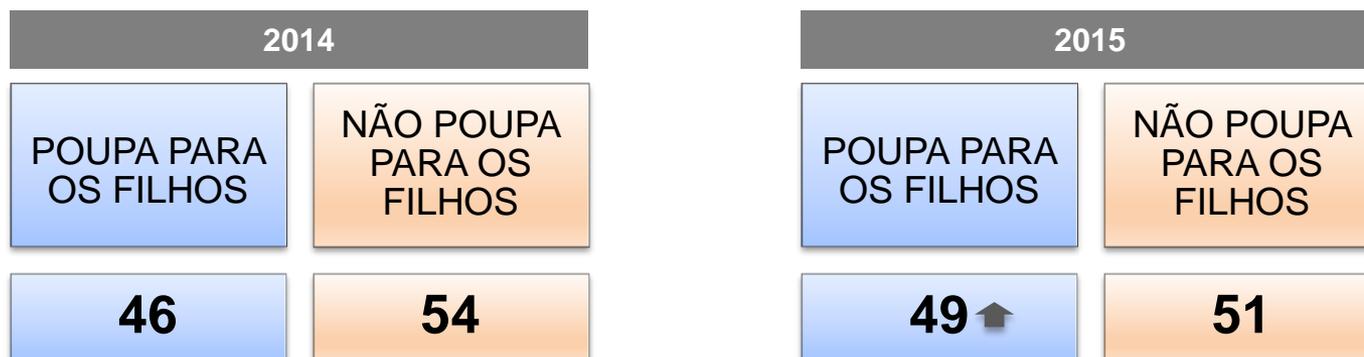
- Entre aqueles que optaram por pagar a mesada através de cartão, seja de crédito adicional ou mesmo pré-pago, o fizeram por se tratar de uma ferramenta para organização das despesas, registrando 100% das menções no Nordeste. Este motivo também prevalece junto aos consumidores das classes C (100%) e DE (67%).

Motivo de ter optado por pagar a mesada através do cartão (em %)	Total da amostra		Região										Classe Social					
			N		NE		CO		SE		S		AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
O cartão é uma boa ferramenta para organização das despesas	70	67	100	0	100	100	0	0	50	0	0	0	50	0	100	50	67	0
Controlar melhor os gastos dos filhos	30	33	0	0	0	0	0	100	50	0	0	0	50	0	0	50	33	0

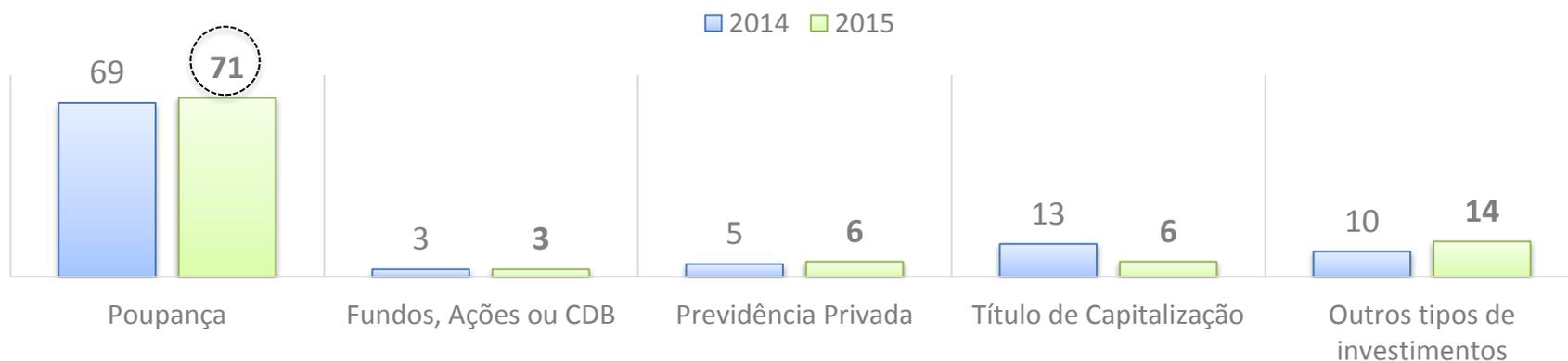
HÁBITOS DE POUPAR PARA OS FILHOS

- Sobe de 46% para 49%, neste ano em comparação ao anterior, o percentual de consumidores que declaram ter o hábito de poupar para os filhos. 71% deles investem os recursos na modalidade de poupança.

Hábitos de Poupar para os filhos/netos/sobrinhos (%)



Modalidades de investimentos utilizadas entre os consumidores que pouparam para os filhos (em %)



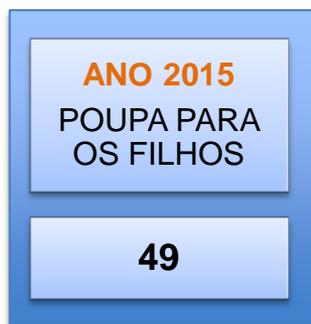
- Concentra-se na região Centro-oeste os consumidores que têm por hábito pagar mesada aos filhos (55%). No Sudeste este percentual é de 46% e no Sul de 45%.
- A poupança é a modalidade de investimento mais utilizada na classe DE (75%) e C (64%). Na classe AB destaca-se a previdência privada (24%), precedido pela poupança (48%).

Tem o hábito de poupar para os filhos (em %)	Total da amostra		Região										Classe Social					
			N		NE		CO		SE		S		AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Sim	46	49	44	45	50	47	42	55	45	46	44	45	61	69	47	53	42	42
Não	54	51	56	55	50	53	58	45	55	54	56	55	39	31	53	47	58	58

Modalidade de investimento utilizada para poupar (em %)	Total da amostra		Região										Classe Social					
			N		NE		CO		SE		S		AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Poupança	69	71	82	76	81	69	90	79	63	69	82	64	58	48	68	64	72	75
Fundos, ações e CDB	3	3	0	8	0	2	0	0	5	4	0	0	12	16	3	4	3	1
Previdência Privada	5	6	0	0	0	5	0	0	7	9	7	6	24	24	6	9	3	4
Título de Capitalização	13	6	9	8	6	5	10	0	15	6	0	6	6	4	13	9	11	4
Outros tipos de investimentos	10	14	9	8	13	19	0	21	10	12	11	24	0	8	10	14	11	16

- 49% dos consumidores responderam que têm o hábito de poupar para os filhos.
- Destes, 51% poupam até R\$ 50,00 por mês e 49% deles, conseguem guardar para os filhos valores acima de R\$ 50,00. Ainda em relação aos que costumam poupar, em 78% dos casos o motivo é apoiar os filhos na educação (estudos, faculdade e cursos extras).

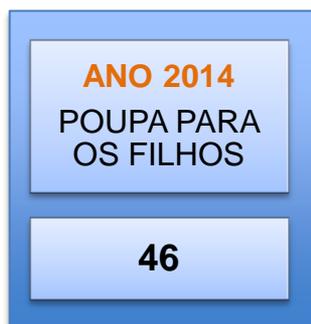
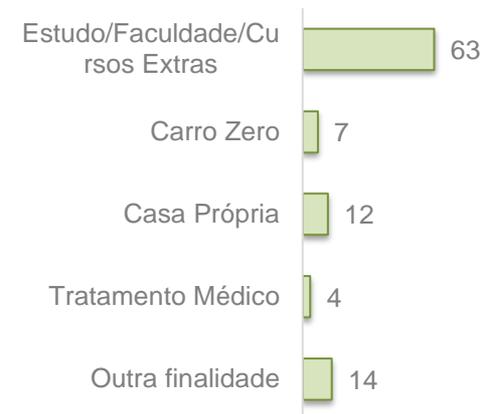
Hábitos de Poupar para os filhos/netos/sobrinhos (%)



Quantia que costuma poupar no mês (%)



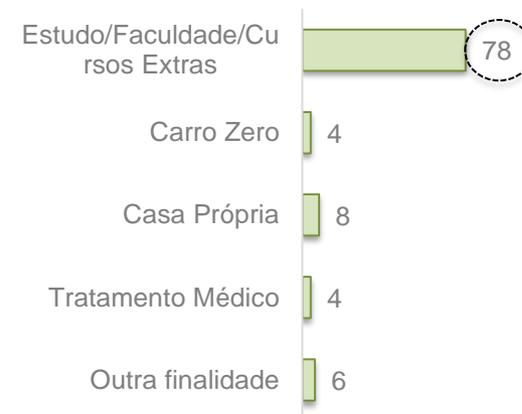
Finalidade da aplicação mensal (%)



Quantia que costuma poupar no mês (%)



Finalidade da aplicação mensal (%)



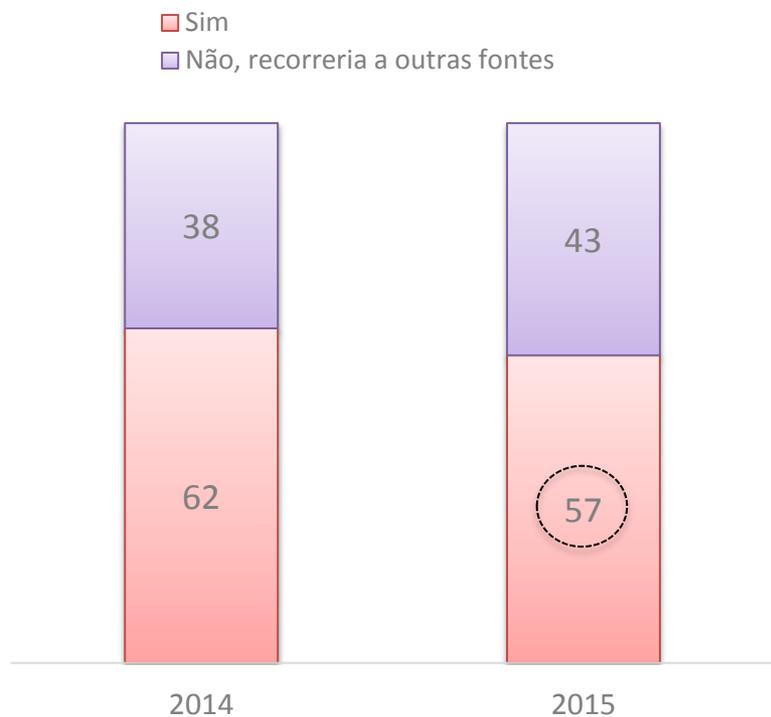
- Prevalece em todas as regiões do país e também entre os consumidores das classes C e DE o hábito de poupar valores de até R\$ 50,00 por mês para os filhos. Na classe AB, 40% dos consumidores conseguem poupar valores acima de R\$ 100,00 por mês.
- O motivo de poupar para apoiar os filhos com os estudos é unânime, seja na análise por região ou mesmo na comparação entre as diferentes classes sociais.

Quantia que costuma poupar (em %)	Total da amostra		Região										Classe Social					
			N		NE		CO		SE		S		AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Até R\$ 50,00 mês	38	51	46	54	50	34	18	47	36	50	30	62	0	24	26	38	52	59
R\$ 51,00 a R\$ 100,00 mês	32	30	45	31	28	33	55	39	31	31	33	26	24	36	30	34	35	29
Acima de R\$ 100,00 mês	30	19	9	15	22	33	27	14	33	19	37	12	76	40	44	28	13	12

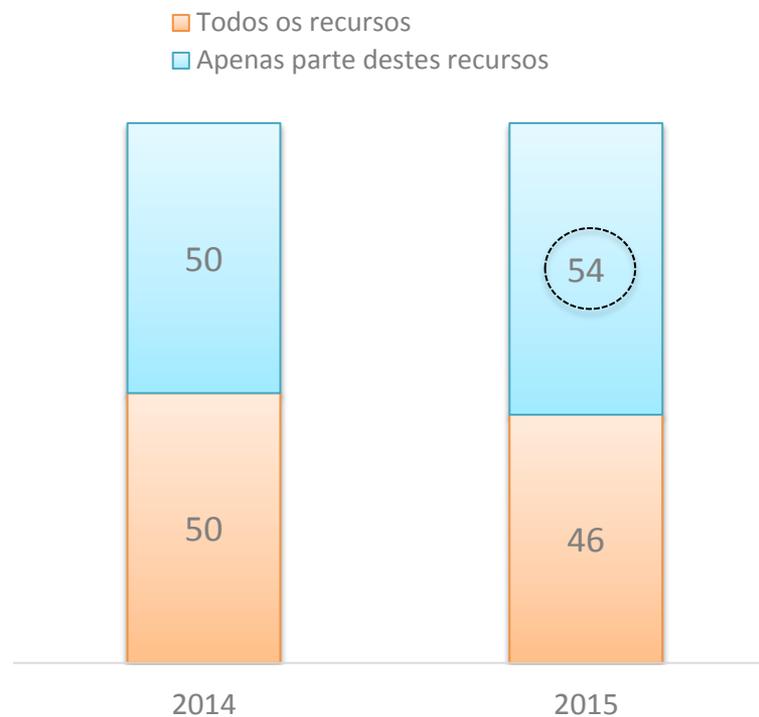
Principal finalidade desta aplicação (em %)	Total da amostra		Região										Classe Social					
			N		NE		CO		SE		S		AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Estudo/Faculdade/Cursos	63	78	45	92	63	74	64	88	65	77	67	85	59	80	67	84	63	76
Carro zero	7	4	0	8	6	2	0	0	8	4	7	3	6	0	6	1	8	5
Casa própria	12	8	18	0	9	19	18	4	12	7	15	3	6	8	13	7	13	8
Tratamento médico	4	4	9	0	6	0	0	4	3	6	4	0	12	12	2	2	3	6
Outra finalidade	14	6	23	0	16	5	18	4	12	6	7	9	18	0	12	6	13	5

- 57% dos consumidores que poupam recursos para os filhos, recorreriam a estas aplicações em um momento de emergência financeira.
- 54% deles utilizariam apenas parte destes recursos e 46% utilizariam todo o investimento.

Uso dos recursos financeiros poupados para os filhos em uma emergência? (em %)



Quanto utilizaria deste recurso que tomou emprestado da poupança dos filhos? (em %)



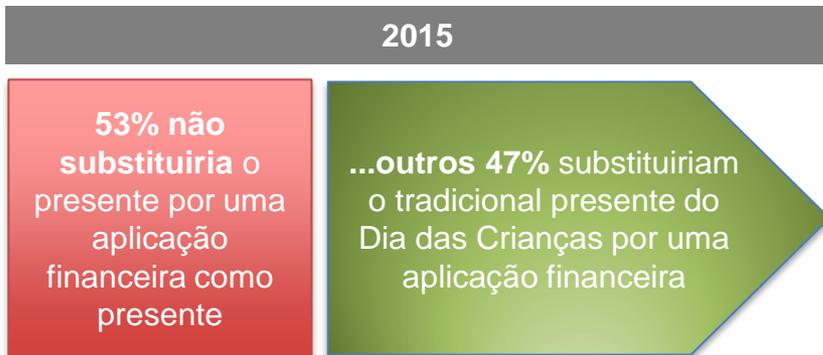
- Com exceção do Centro-oeste, mais da metade dos consumidores das demais regiões que costumam poupar para os filhos declaram que, em uma situação de emergência financeira, recorreriam a estes recursos: NE (62%), SE (55%) e S (56%).
- Entretanto, no SE (55%) e no S (68%), utilizariam apenas parte destes recursos.

Uso dos recursos financeiros poupados para os filhos em uma emergência (em %)	Total da amostra		Região										Classe Social					
			N		NE		CO		SE		S		AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Sim	62	57	73	54	78	62	64	46	61	55	63	56	59	52	58	46	69	62
Não, usaria outras fontes	38	43	27	46	22	38	36	54	39	45	37	44	41	48	42	54	31	38

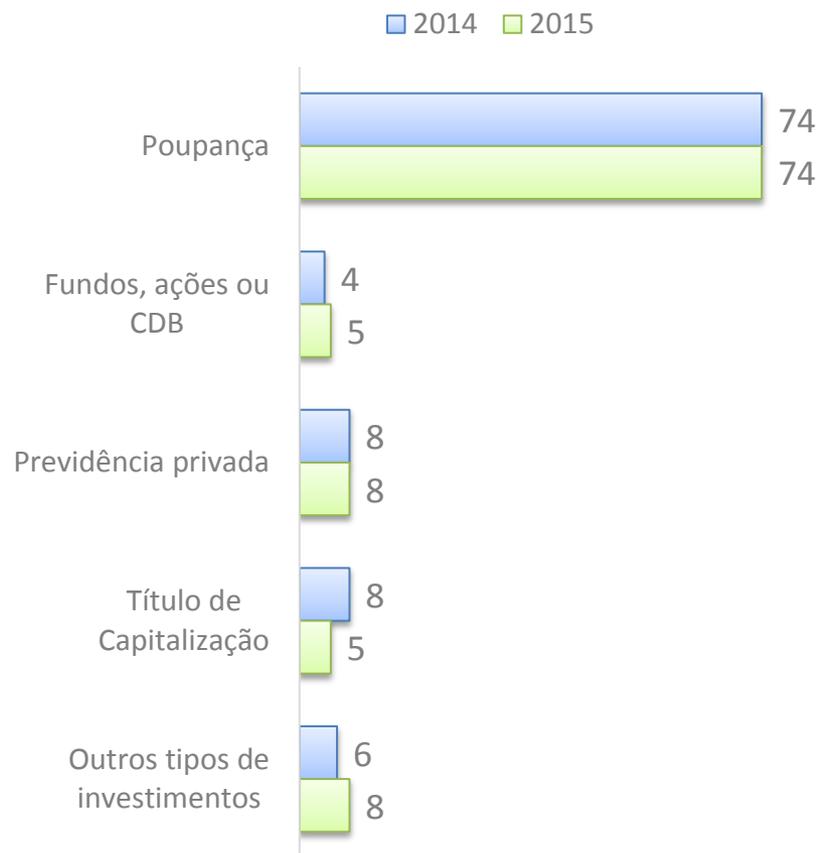
Quanto utilizaria deste recurso que tomou emprestado dos filhos (em %)	Total da amostra		Região										Classe Social					
			N		NE		CO		SE		S		AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Todos os recursos	50	46	12	57	60	54	57	54	51	45	47	32	70	69	40	35	55	48
Apenas parte destes recursos	50	54	88	43	40	46	43	46	49	55	53	68	30	31	60	65	45	52

SUBSTITUIÇÃO DO PRESENTE DO DIA DAS CRIANÇAS POR UMA APLICAÇÃO FINANCEIRA

- Comparado ao ano anterior, não há diferença no percentual de consumidores que, neste ano, responderam que não substituiriam o presente do Dia das Crianças por um presente em forma de aplicação financeira, também registrando 53% das menções.
- Outros 47% deles substituiriam e, a principal opção, com 74% das menções, seria a poupança.



Tipo de Modalidade que escolheria para substituir o presente? (em %)



- Consumidores das regiões Sul e Sudeste não substituiriam o presente tradicional para o Dia das Crianças por um presente em forma de aplicação financeira, com 57% e 55% das menções.
- Nas demais regiões os consumidores substituiriam sim: Norte (55%), Nordeste (51%) e Centro-oeste (53%) e, a poupança seria a modalidade mais utilizada por todos estes diferentes públicos.

Substituiria o presente por uma aplicação financeira? (em %)	Total da amostra		Região										Classe Social					
			N		NE		CO		SE		S		AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Sim	47	47	64	55	55	51	35	53	46	45	30	43	50	56	44	47	46	46
Não	53	53	36	44	45	49	65	47	54	55	70	57	50	44	56	53	54	54

Modalidade de investimento que substituiria o presente do Dia da Criança (em %)	Total da amostra		Região										Classe Social					
			N		NE		CO		SE		S		AB		C		DE	
Ano	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15	14	15
Poupança	74	74	88	68	73	74	78	78	71	74	67	72	35	45	68	64	82	82
Fundos, ações e CDB	4	5	0	13	0	4	11	0	6	6	0	0	29	20	2	8	3	2
Previdência Privada	8	8	0	6	0	9	0	7	11	9	6	6	29	20	11	14	4	4
Título de Capitalização	8	5	12	13	11	4	11	4	6	4	11	3	7	5	12	7	5	3
Outros tipos de investimentos	6	8	0	0	6	9	0	11	6	7	16	19	0	10	7	7	6	9

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