



DIA DAS CRIANÇAS 2022

Autoria: Inteligência de Mercado Globo | Setorial Varejo

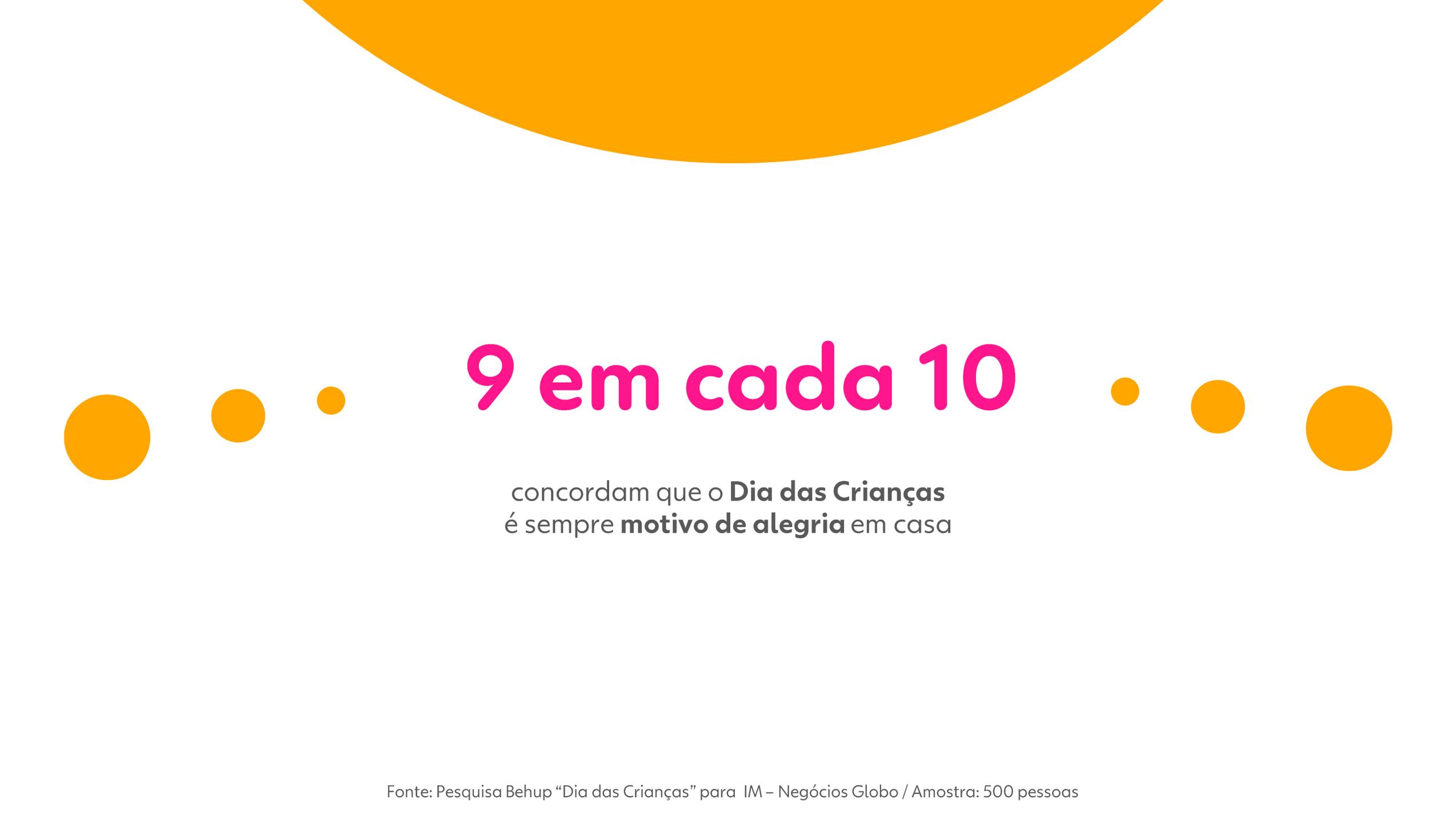
Fonte: Pesquisa Behup “Dia das Crianças” para IM –
Negócios Globo / Amostra: 500 pessoas



O Dia das Crianças é uma data valorizada pela família brasileira, com possibilidade de aquecimento de mercado em diversos segmentos.

O consumidor, cada vez mais focado em experiências omnichannel e com atendimento diferenciado, pretende comemorar e presentear filhos, netos ou outras crianças próximas em 2022 considerando vários fatores.

Acompanhe para entender melhor os hábitos desses consumidores e a **melhor forma de impactá-los nesta data especial.**



9 em cada 10

concordam que o **Dia das Crianças**
é sempre **motivo de alegria** em casa

76%

PRETENDEM COMEMORAR ESTE ANO

57%

COMEMORARAM EM 2021

81%

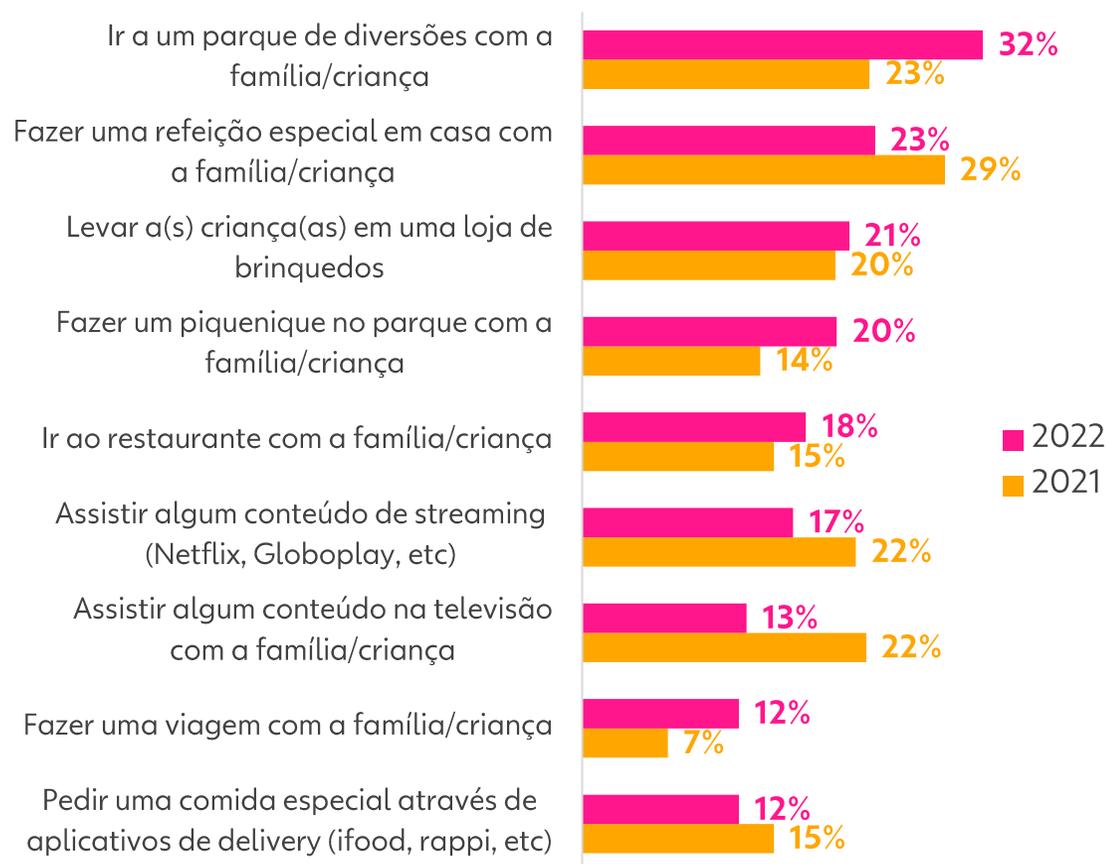
PRETENDEM PRESENTEAR ESSE ANO

70%

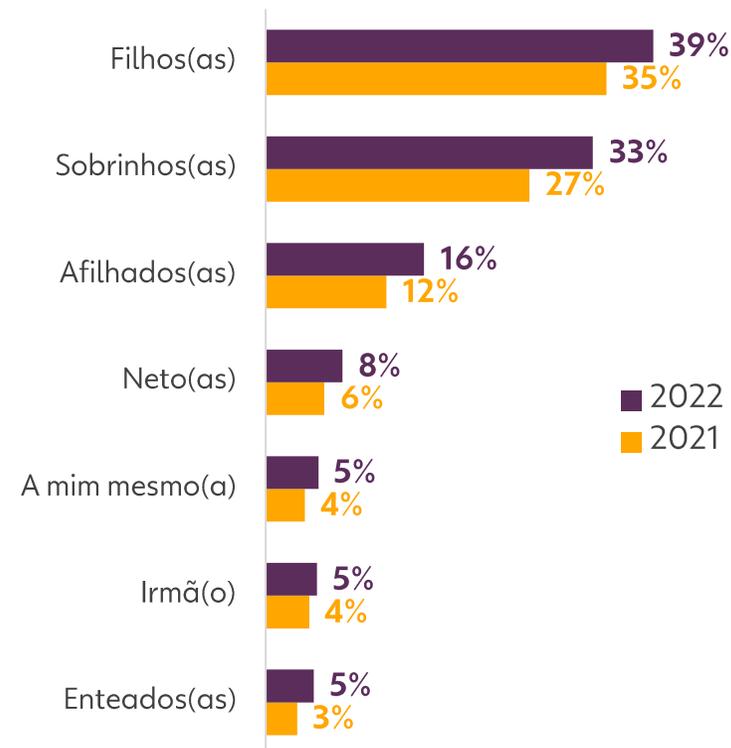
PRESENTEARAM EM 2021



A PREFERÊNCIA É MAIOR PARA COMEMORAÇÕES FORA DE CASA



QUEM VAI GANHAR PRESENTE?

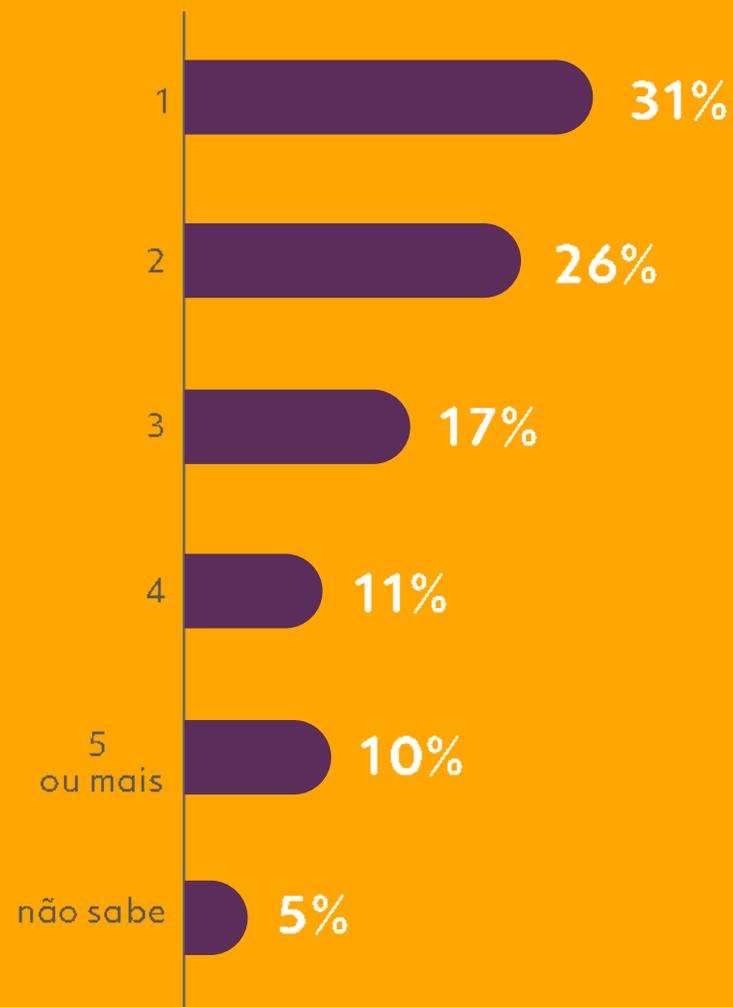


 **Filhos(as), sobrinhos(as) e afilhados(as) lideram a lista dos presenteados(as), mas todos ganham, vale até auto-presente**



**EM MÉDIA,
CADA PESSOA
PRETENDE PRESENTEAR
2 CRIANÇAS NA DATA**

Quantas pessoas/crianças
serão presenteadas este ano



TIPO DE PRESENTE PARA CADA FAIXA ETÁRIA

Intenção de compra de presentes

Fonte: Pesquisa Behup “Dia das Crianças” para
IM – Negócios Globo / Amostra: 500 pessoas

de 1 a 4 anos



Boneca, boneco, urso de pelúcia, avião, carrinho, caminhão, bola, brinquedo educativo, roupas ou calçados

Cama elástica, livros, gibis, revistas, avião, carrinho, caminhão, doces e chocolates, bola ou brinquedo educativo



de 5 a 9 anos

de 10 a 13 anos



Jogos de tabuleiro, vídeo game, jogos para vídeo game ou computador, bicicleta, skate, patinete, tablet, livros, gibis ou revistas

Celular / smartphone, computador / notebook, vídeo game, jogos para vídeo game ou computador, artigos de perfumaria, roupas, calçados, livros, gibis ou revistas



de 14 a 17 anos

18+

TAMBÉM PODE
GANHAR PRESENTE,
OU ATÉ MESMO SE
AUTO PRESENTEAR

17%

GANHARAM PRESENTE
NOS ÚLTIMOS ANOS

DE QUEM?

dos pais

69%

auto presente

32%

dos avós

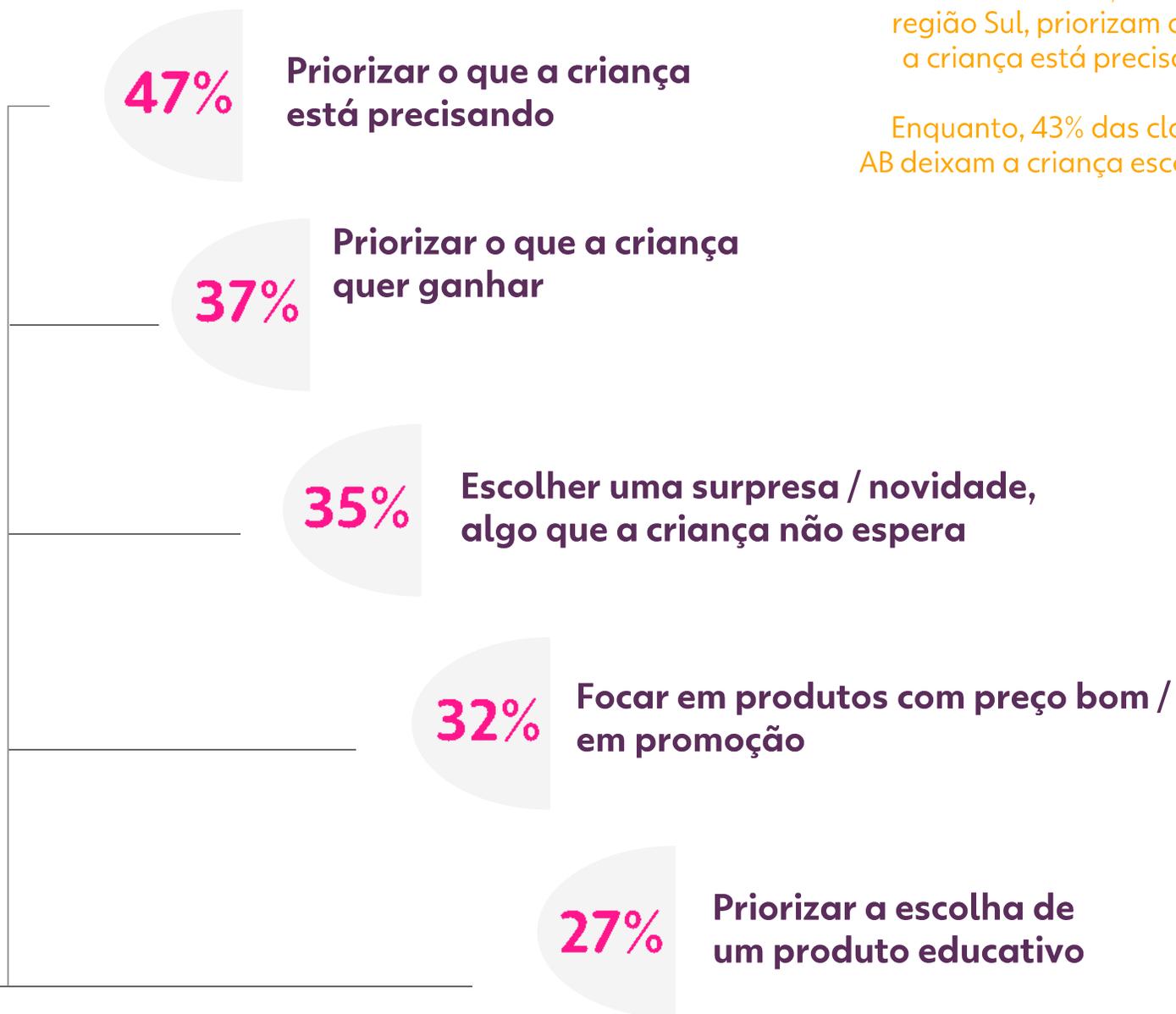
18%

O QUE GANHOU?



Roupas (47%), calçados (30%), Smartphone (26%),
doces e chocolates (25%), games / computador (23%)
e perfumes ou cosméticos (19%)

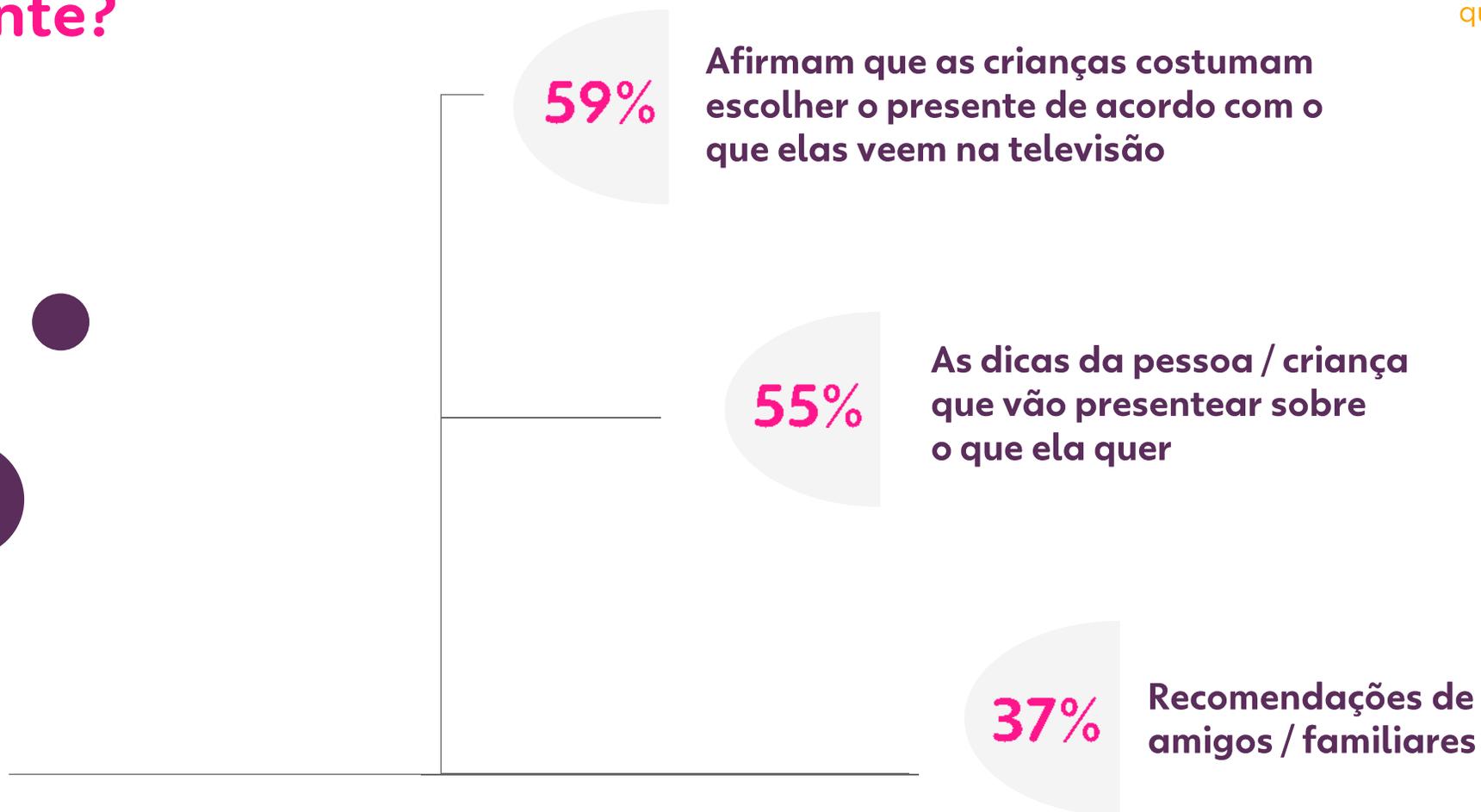
Na hora de pensar no presente, as pessoas costumam...



50% da classe C, e 56% da região Sul, priorizam o que a criança está precisando

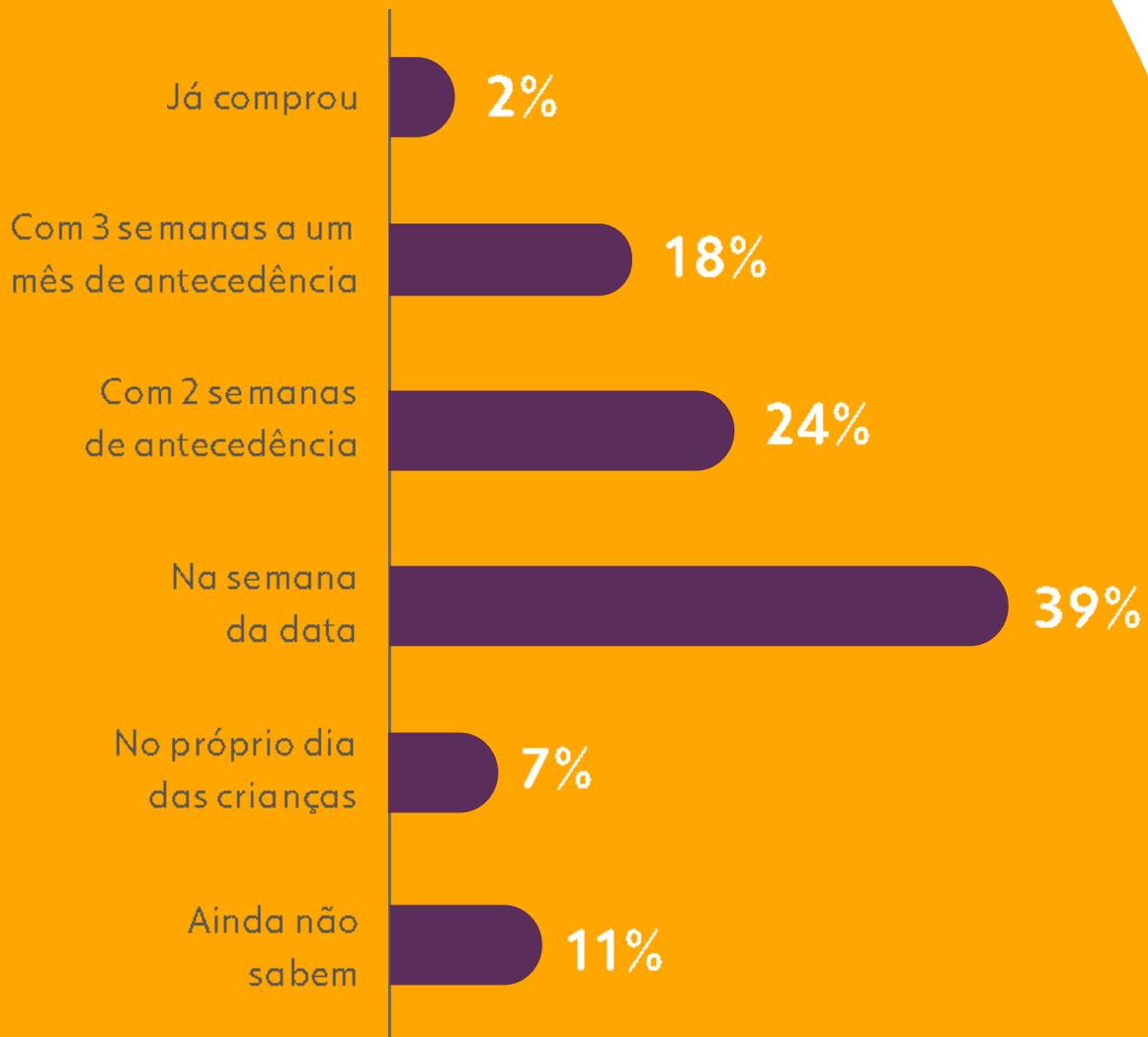
Enquanto, 43% das classes AB deixam a criança escolher

O que mais influencia na hora de comprar o presente?



69% do público com mais de 50 anos, e 63% da região Sul, concordam que as crianças são influenciadas pelo o que elas veem na televisão

67% da pessoas da região Norte, seguem as dicas da criança que será presenteada



Mas boa parte também costuma comprar com antecedência de até 1 mês



46%

DEIXAM PARA COMPRAR O PRESENTE NA ÚLTIMA SEMANA OU NO PRÓPRIO DIA

90% pretendem pesquisar preços e/ou informações sobre o produto antes de comprar o presente

50%

nas lojas físicas



44%

nos sites das próprias lojas



38%

em sites de buscas



38%

em marketplaces



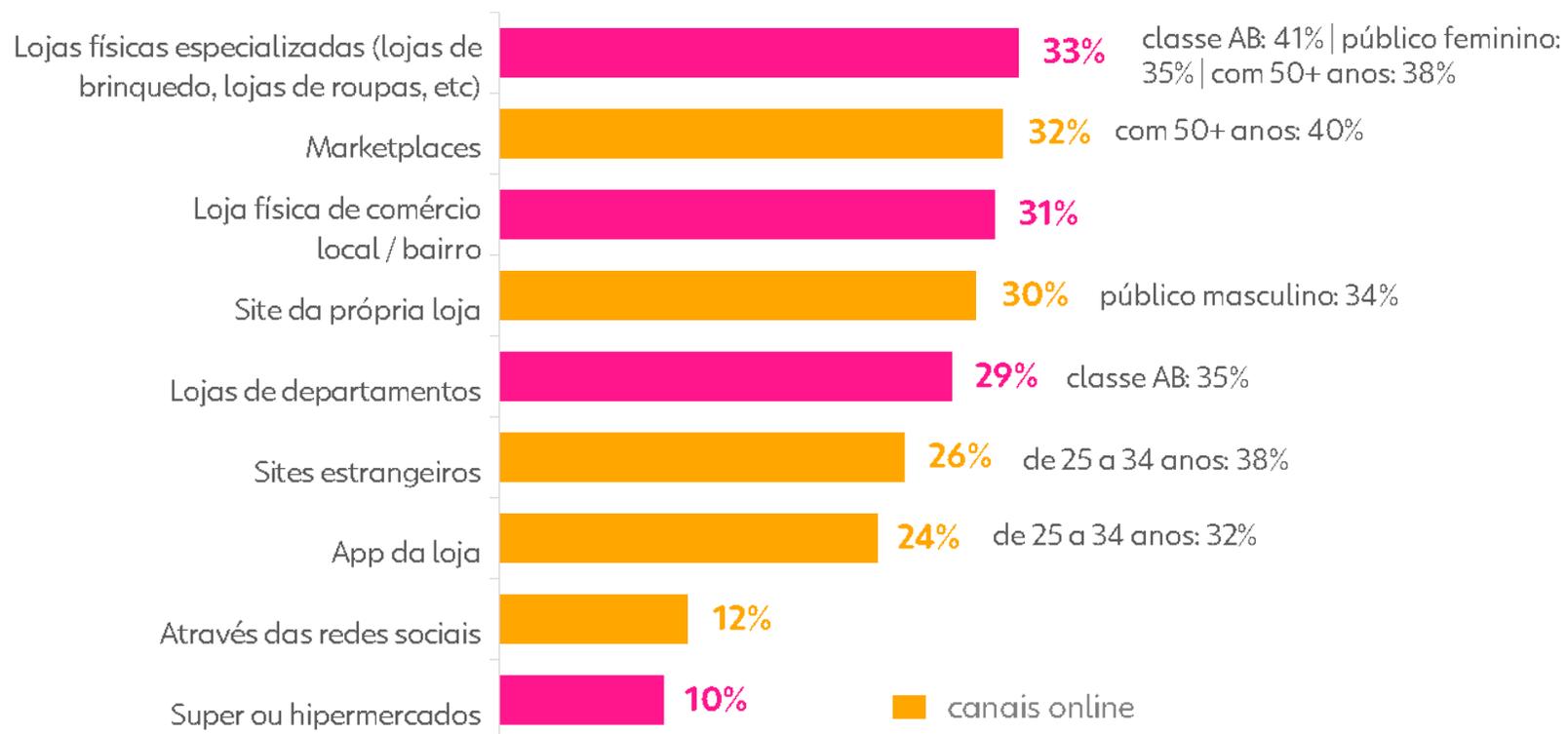
33%

em sites comparadores de preços



Onde pretendem comprar os presentes?

Fonte: Pesquisa Behup "Dia das Crianças" para IM - Negócios Globo / Amostra: 500 pessoas



Há oportunidades para vários tipos de comércio, principalmente para lojas físicas especializadas, marketplaces, loja física de comércio local e no site da própria loja.

Possibilidades que tornam a experiência de compra ainda melhor (concordam / concordam muito)

86%

Gosto da ideia de ter cupons de desconto disponíveis para compra dos presentes e isso me faria escolher uma loja em detrimento de outra

72%

Posso considerar fazer o download do aplicativo da loja (app), caso ele me dê um maior prazo de parcelamento

62%

Brindes são muito importantes na minha decisão de escolha da loja

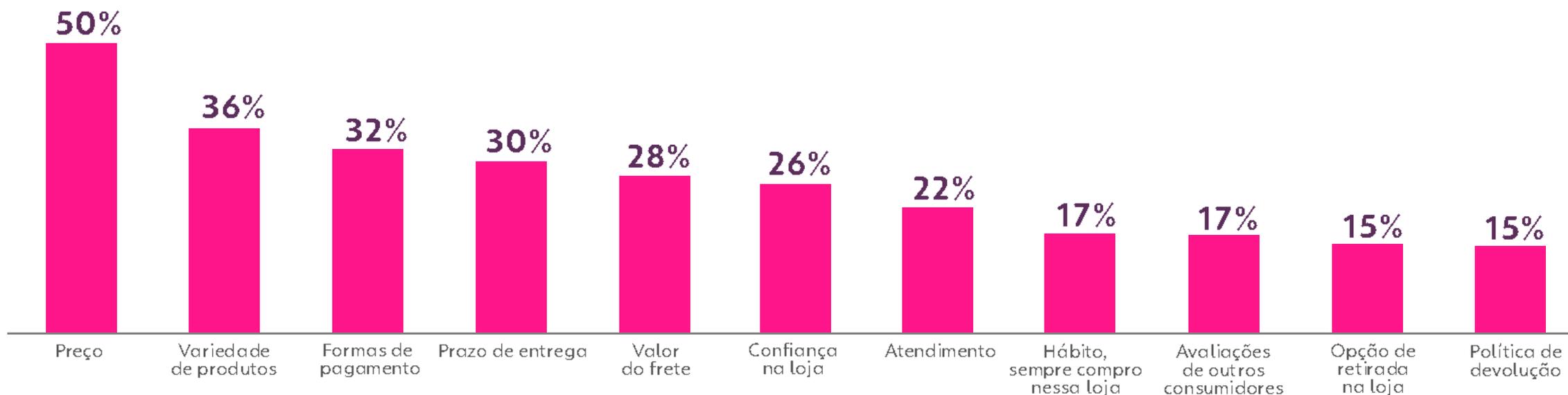
O consumidor quer ter vantagens no momento da compra e ser recompensado de alguma forma por suas escolhas

O que os consumidores levam em consideração para a escolha da loja

Preço é unânime em todos os tipos de loja

Para quem escolhe os canais físicos, obter o produto na hora é muito importante (prazo de entrega)

E um fator bastante relevante para aplicativos é a questão da confiança na loja



Comportamento cada vez mais omnichannel, independente da idade (concordam / concordam muito)



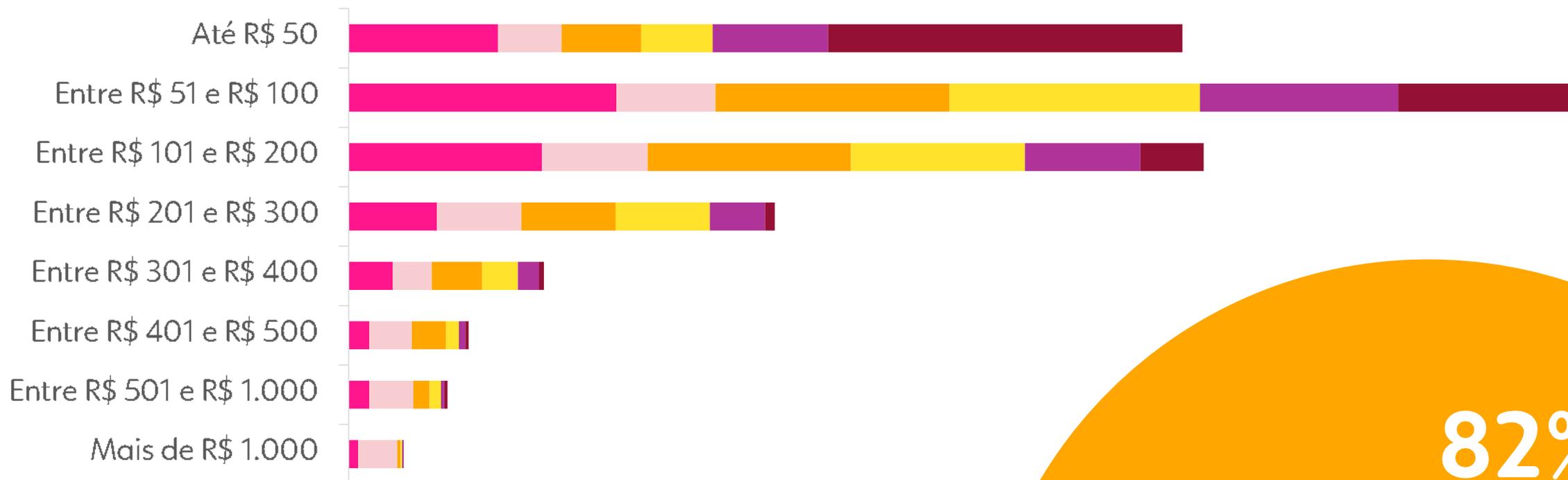


“

INTENÇÃO DE GASTO COM O PRESENTE

Em **média**, o consumidor
pretende gastar **R\$ 165**
com o presente de
Dia das Crianças

■ Brinquedos
 ■ Eletrônicos
 ■ Vestuário
 ■ Calçados
 ■ Perfumaria
 ■ Doces

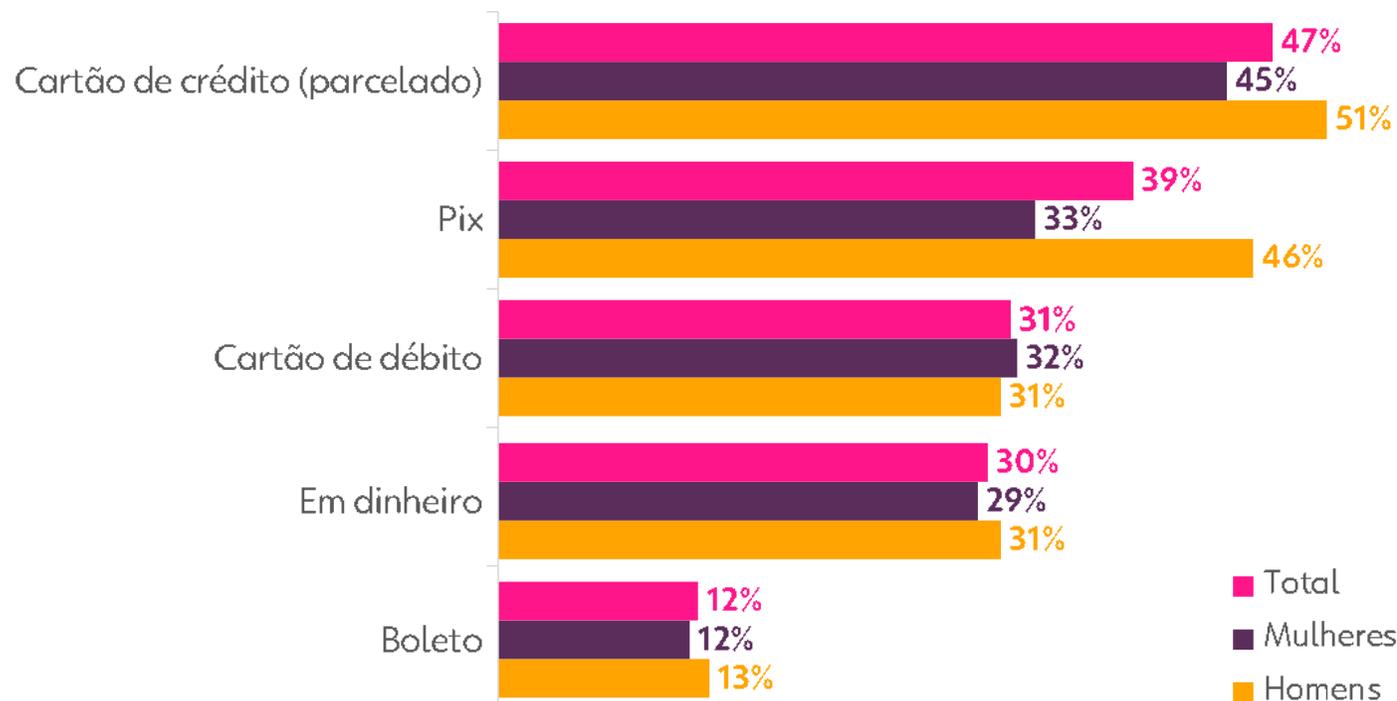


82%

afirmam que sempre escolhem um bom presente para dar no Dia das Crianças

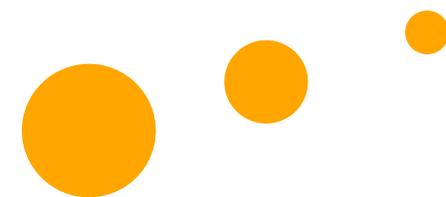
De que forma pretendem pagar o presente?

Fonte: Pesquisa Behup "Dia das Crianças" para IM - Negócios Globo / Amostra: 500 pessoas



A preferência é pelo parcelamento no cartão de crédito, mas se for à vista, o Pix é prioridade, principalmente entre o público masculino.

Comparando com o ano passado, **a maior parte dos consumidores** pretende **manter o valor gasto** no Dia das Crianças

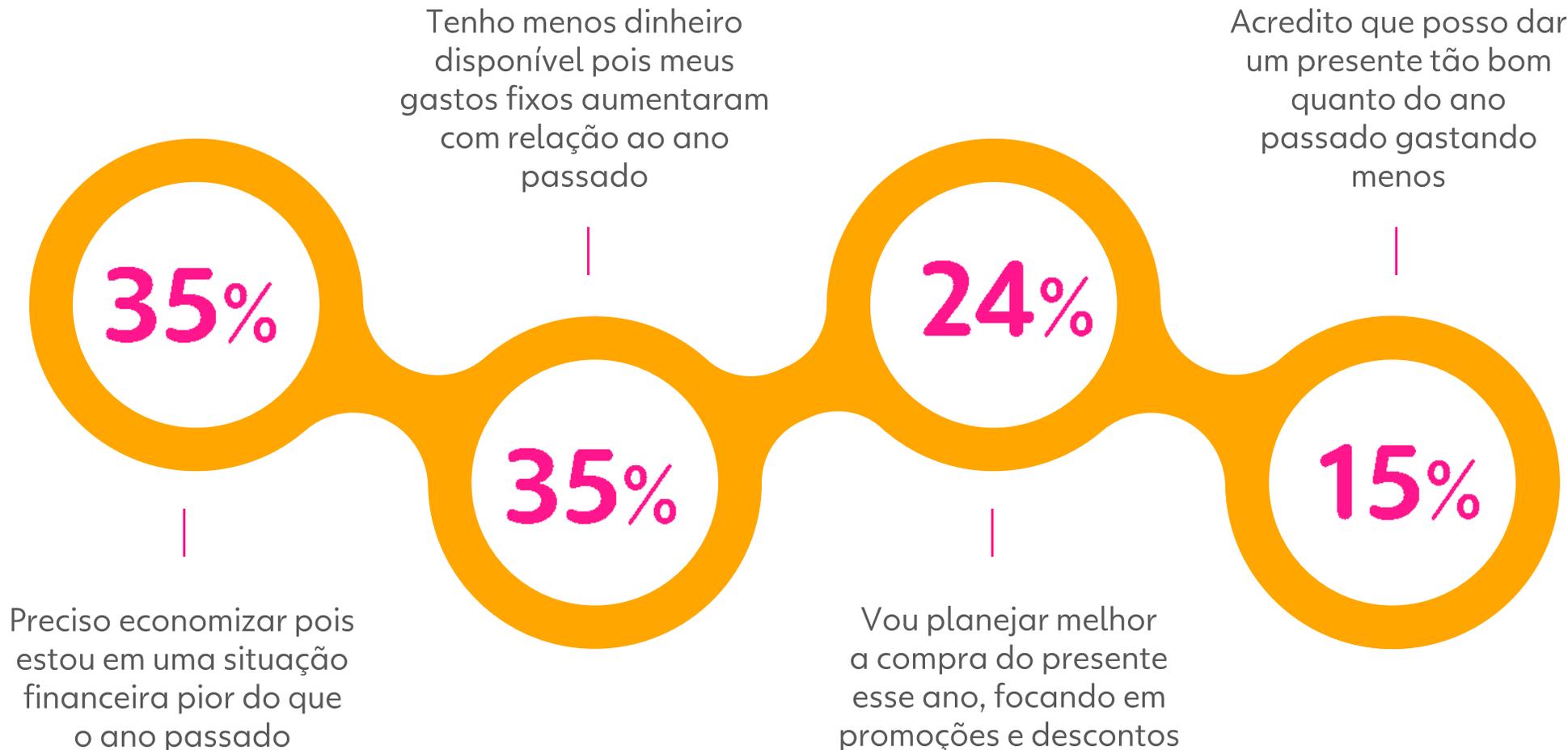


53%
MANTER

28%
AUMENTAR

19%
DIMINUIR

Motivos para diminuir o gasto com o presente



EM 2021, AS VENDAS NO DIA DAS CRIANÇAS AVANÇARÃO 16,5% NO VAREJO



+15,8%

EM LOJAS
FÍSICAS



+21,4%

EM LOJAS
ONLINE



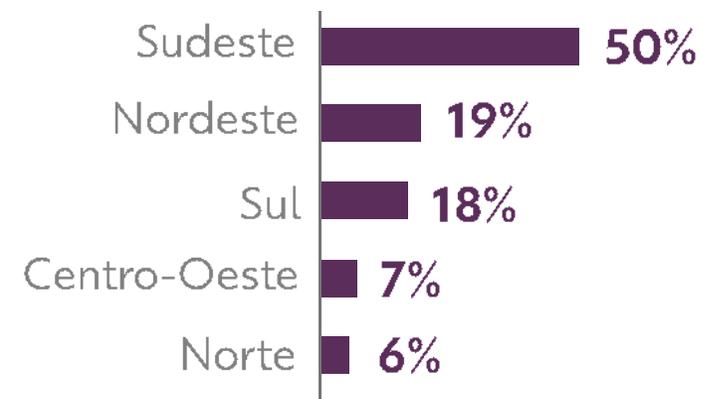
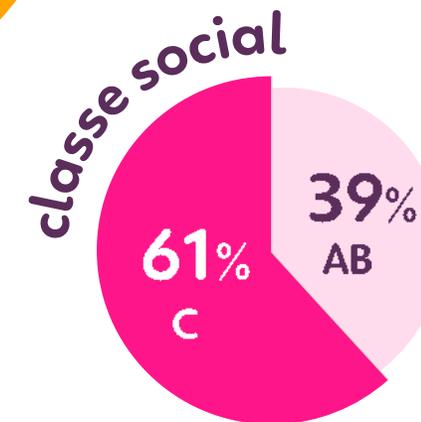
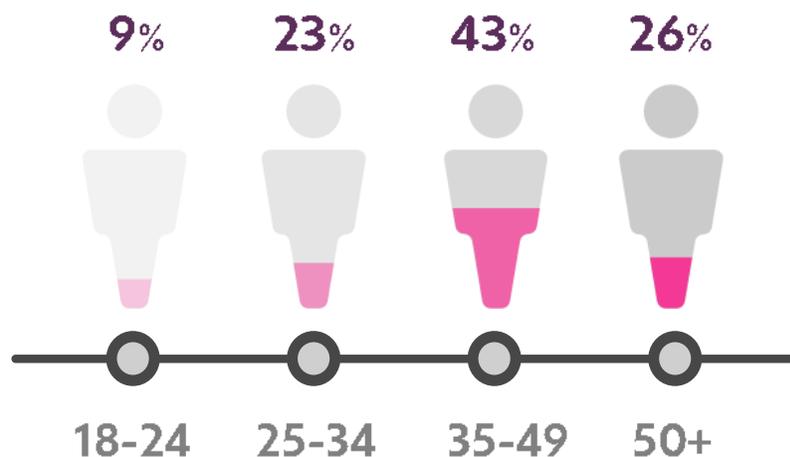
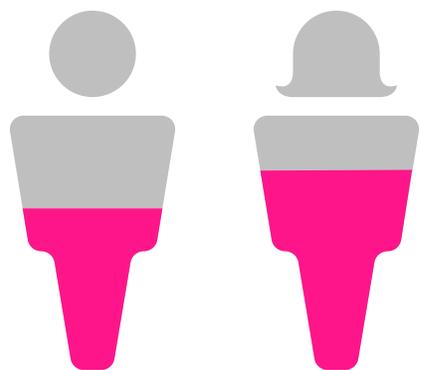
+25,9%

EM SHOPPING
CENTERS



PERFIL DEMOGRÁFICO PAIS/MÃES

56%
são pais ou mães



COMPORTAMENTO DOS PAIS, MÃES OU RESPONSÁVEIS

92%

Sentem prazer em passar tempo com a família

71%

Dizem que criam seus filhos(as) para o mundo

40%

Afirmam que seus filhos(as) influenciam nas compras para a casa

COMPORTAMENTO DE COMPRA

(PAIS, MÃES OU RESPONSÁVEIS)

Sempre procuram ofertas e descontos, mas...

92%

Concordam que compensa pagar mais caro por produtos de qualidade

86%

Pensam que marcas conhecidas são melhores

66%

60% gostam de participar de sorteios ou promoções

COMPORTAMENTO DE MÍDIA

(PAIS, MÃES OU RESPONSÁVEIS)



Gostam de relaxar assistindo TV

72%

Acham que a propaganda na televisão é interessante e proporciona assunto para conversar

58%

Dizem que a publicidade influencia nas decisões de compra

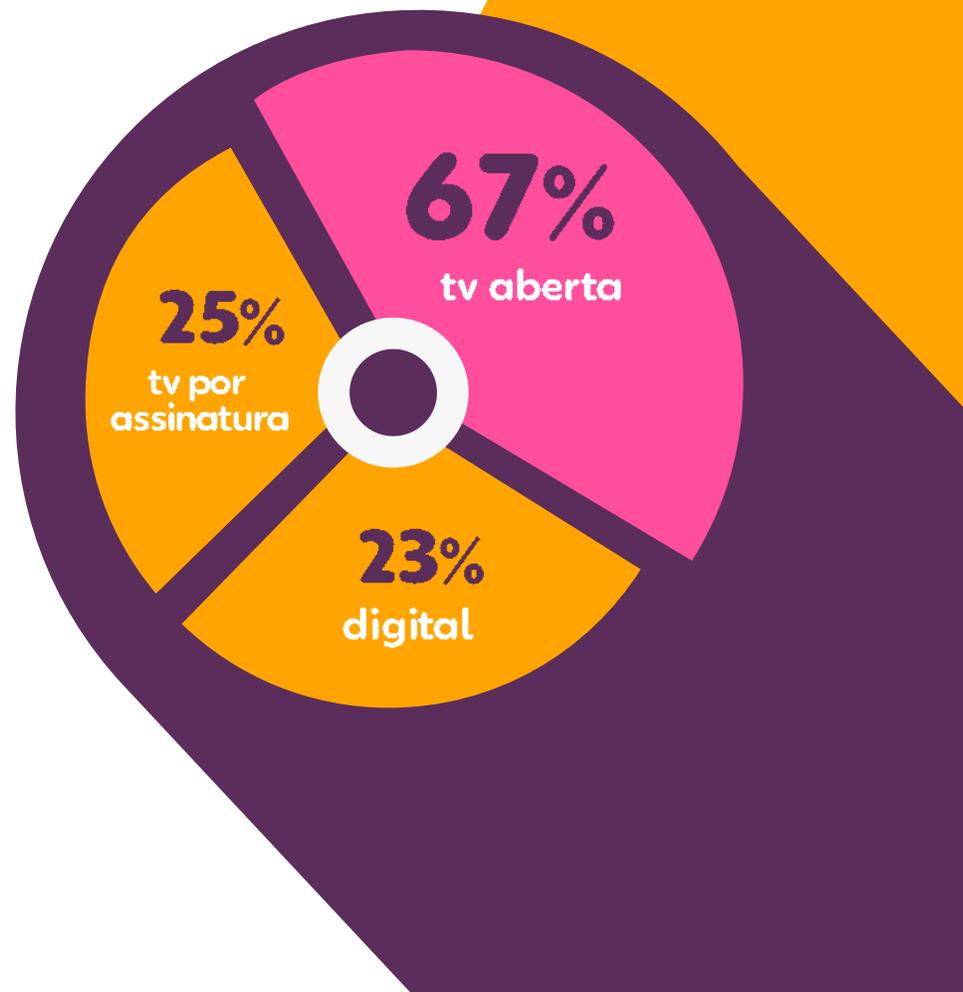
36%

Enquanto assistem TV, fazem buscas na internet sobre os produtos que veem anunciados

35%

78% DO TARGET

CONSOME CONTEÚDOS GLOBO, SEMANALMENTE



O Dia das Crianças vem com muitas possibilidades em comunicação de marca.

Aqui, o awareness é garantido,
com selo Globo de qualidade desde
a veiculação ao resultado de impacto
positivo no consumidor!



negócios globo

Autoria: Camila Viol

Diagramação: Beatriz Haude

Revisão de texto: Luiza Lourenço

Imagens:

freepik
jcomp
andreas
bearfotos
Drazen Zigic