



Avaliação do Consumidor
DIA DAS CRIANÇAS


Fecomércio SC
Sesc | Senac

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

Relatório Avaliação do Consumidor – Dia das Crianças 2021

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS	3
PERFIL SOCIOECONÔMICO.....	3
CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS	5
Critérios para a decisão de compra	6
AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO	12
CONCLUSÃO.....	14

INTRODUÇÃO

Dentre as datas do comércio, o dia das crianças é muito importante, pois movimenta diferentes setores e é considerado um termômetro para as vendas de natal.

Dessa forma, a Fecomércio SC realiza a pesquisa Avaliação do Consumidor – Dia das Crianças/2021, que observa a experiência de compras na data, avaliando o atendimento no comércio, e compreende diversos atributos do comportamento do consumidor.

O levantamento dos dados ocorreu entre os dias 13 a 26 de outubro, coletados proporcionalmente nas cidades de Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí. A metodologia utilizada na pesquisa de Avaliação é a quantitativa, e a coleta dos dados ocorreu por telefone, baseado na metodologia *Computer Assisted Telephone Interviewing* (CATI). O erro amostral da pesquisa é de 5,5% com significância estadual de 95%, com relevância estadual.

EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS

Os pesquisadores da Fecomércio SC entraram em contato com 368 consumidores que afirmaram na pesquisa de Intenção de Compras Dia das Crianças 2021 que pretendiam comprar presentes para a data. Dentre os consumidores contatados, 13,3% desistiram de realizar a compra planejada. O percentual de desistência de 2021 voltou ao patamar dos anos de 2018 e 2019, apontando uma normalidade.

Efetivação das compras							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Efetivaram	68,0%	55,9%	68,4%	85,7%	85,7%	72,7%	86,7%
Desistiram	32,0%	44,1%	31,6%	14,3%	14,3%	27,3%	13,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

A seguir a pesquisa irá abordar o perfil dos consumidores que efetivaram as compras inicialmente planejadas (86,7%), observando suas características e a avaliação delas quanto o comércio nesta data.

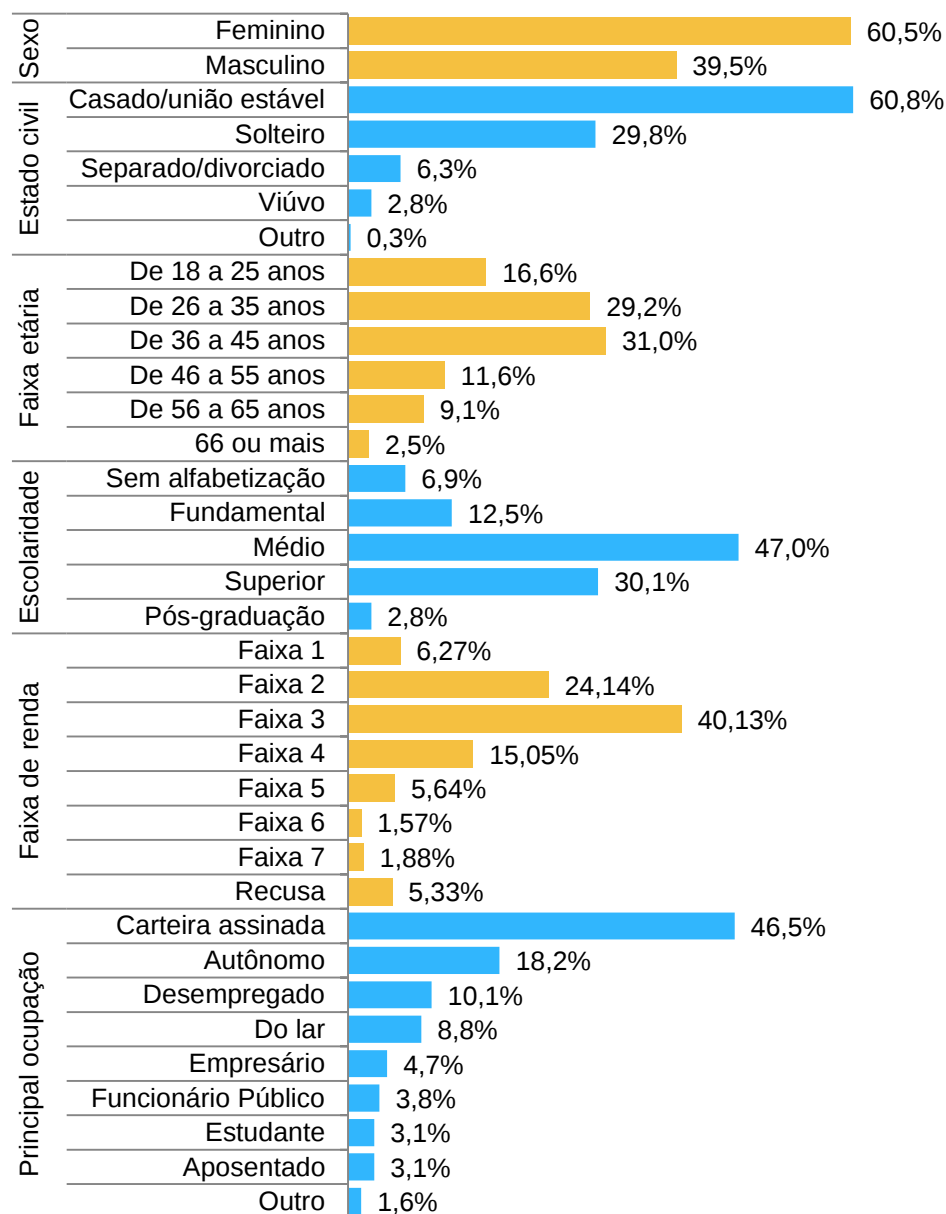
PERFIL SOCIOECONÔMICO

Para compreender o comportamento consumidor é fundamental o contexto socioeconômico dos pesquisados, pois tendem a influenciar diversos comportamentos de compra as características do perfil, como a idade, sexo, configuração familiar e faixa de renda, por exemplo.

Compras consideradas familiares, ou seja, no qual os produtos são direcionados para membros diversos da família tendem a ser realizadas pelas mulheres das famílias, o que é corroborado pela pesquisa, com 60,5% das mulheres. 60,8% dos entrevistados são casados ou estão em união estável e quando observamos a configuração familiar, 55,5% são casais com filhos em residências com média de 3,4 pessoas. A idade média dos consumidores entrevistados ficou em 37,5 anos, dialogando com o dado sobre a faixa etária, sendo a maior a entre 36 a 45 anos (31%).

Outros dados considerados foram a escolaridade, com 47% possuindo ensino médio completo, e a ocupação, na qual 46,5% dos consumidores são trabalhadores com carteira assinada, 18,2% autônomos e 10,1% desempregados.

Perfil socioeconômico



1

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A configuração familiar é um indicador que pode ajudar a compreender diversos comportamentos, pois muitas compras são realizadas devido às necessidades do núcleo familiar. O quadro a seguir demonstra que o maior percentual é de casais com filhos (55,5%) e observando os dados de maneira ampla observa-se que em 78% das residências habitam filhos (não foram apuradas as idades

¹ Faixa de renda: De R\$ 0 a R\$ 1.102; De R\$ 1.103 a R\$ 2.203; De R\$ 2.204 a R\$ 5.509; De R\$ 5.510 a R\$ 8.812; De R\$ 8.813 a R\$ 11.015; De R\$ 11.016 a R\$ 16.524; R\$ 16.525 ou mais

desses), mas o que ajuda a entender compras realizadas para a data do dia das crianças.

Configuração familiar	
Configuração familiar	%
Casal c/ filhos	55,5%
Casal s/ filhos	13,2%
Casal c/ filhos e c/ parentes	9,1%
Mulher s/cônjuge c/ filhos	5,6%
Mulher s/ cônjuge c/ filhos e c/ parentes	5,3%
Moro sozinho	4,1%
Casal s/ filhos e c/ parentes	2,5%
Outro	2,2%
Homem s/ cônjuge c/ filhos e c/ parentes	1,6%
Homem s/ cônjuge c/ filhos	0,9%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Outro dado que permite compreender os diversos comportamentos é a percepção do consumidor sobre a situação econômica em relação ao ano anterior. O maior percentual é de consumidores que compreendem que a situação se manteve igual (41,6%).

Situação econômica	
Situação econômica em relação ao ano anterior	%
Igual	41,6%
Melhor	30,0%
Pior	28,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Nesse sentido, mais do que uma descrição, compreender o perfil socioeconômico permite aos empresários do setor do comércio, por exemplo, terem *insights* e direcionarem suas campanhas de marketing e vendas para atingir o público-alvo de forma assertiva.

A pesquisa também apurou as características relacionadas ao consumo da data, como o êxito na realização das compras, os segmentos comprados, o gasto médio por segmento, a quantidade de presentes, as pessoas presenteadas, o principal local de compras e se realizou passeio com a pessoa presenteada.

CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS

A realização de uma compra ocorre devido a uma necessidade que é gerada e reconhecida pelo consumidor. Compreendendo essa necessidade, o consumidor lista os critérios a serem considerados para saná-la. Nem sempre essa necessidade atende a expectativa do consumidor. Dessa forma, entre as diversas características da compra explorada, a pesquisa observa se o consumidor comprou o que de fato motivou à ida as compras, dentre outras diversas informações relevantes que permitem ao empresário mapear as

demandas de seu consumidor. Em 2021 mais consumidores (95,9%) tiveram êxito na realização de suas compras, adquirindo o produto inicialmente planejado.

Êxito na realização da compra							
Êxito	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sim	95,9%	93,1%	86,5%	95,6%	88,9%	93,0%	95,9%
Não	3,2%	4,3%	8,6%	0,7%	4,2%	3,1%	0,9%
Parcialmente	1,0%	2,6%	4,8%	3,7%	6,9%	3,9%	3,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Nota-se que teve leve alta entre os consumidores que tiveram êxito na realização de compra, dado que pode estar relacionado à maior realização de pesquisas, como será observado a seguir.

Critérios para a decisão de compra

O processo de decisão de compra é parte fundamental do comportamento consumidor. Existem quatro atributos que são fundamentais na decisão de compra: Preço, Praça, Produto e Promoção.

A pesquisa de Avaliação do Consumidor permite que os consumidores atribuam uma nota de 1 a 10 sobre o quanto cada item influenciou em sua decisão de compra, considerando que 1 não influenciou e 10 influenciou totalmente.

Com foco no público infantil, é interessante observar que as características dos produtos foi atributo mais importante até 2020. Contudo, em 2021 a praça (localização do produto) passou a ser o principal. A diferença é pequena, 0,04, mas pode indicar que, possivelmente devido a pandemia, os consumidores tiveram que considerar mais o local de compra. Nota-se também os atributos preço e promoção, que diz respeito a divulgação dos produtos, tiveram alta, ficando ambos em 2021 com a maior nota de suas categorias na série histórica. O aumento do peso desses critérios pode estar relacionado ao momento de crise, com considerável aumento da inflação, fazendo os consumidores a pensarem mais para gastar e a realizar mais buscas por informações.

Decisão de compra							
Atributos	Ano						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Praça	8,48	8,63	8,42	9,02	9,11	8,52	9,52
Produto	8,73	9,06	8,84	9,11	9,17	8,70	9,48
Preço	8,03	7,81	7,67	8,07	8,32	8,16	8,95
Promoção	6,45	5,39	5,8	6,44	5,78	7,51	8,90

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A pesquisa também apura anualmente os principais segmentos de presentes. Tradicionalmente o segmento de brinquedos é o principal presente para a data, como a base histórica vem comprovando, contudo, em 2021, pela primeira vez, ficou inferior a 50% (48,7%). Enquanto itens de vestuário apresentaram alta, bem como os calçados.

Esse dado pode ter relação com a inflação de Dia das Crianças que, segundo o Instituto Brasileiro de Economia (Ibre) da Fundação Getúlio Vargas (FGV) subiu, em média, 6,18% nos últimos 12 meses.

Evolução segmento de presente							
Segmento	Ano						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Brinquedo	57,4%	55,4%	50,8%	55,1%	57,1%	51,5%	48,7%
Vestuário	23,0%	22,6%	25,5%	28,7%	24,2%	27,0%	32,6%
Calçado	5,4%	8,0%	13,3%	7,9%	7,2%	6,6%	7,3%
Outro	6,6%	6,2%	3,9%	2,5%	3,2%	6,2%	6,8%
Eletrônico	3,1%	3,3%	5,0%	3,5%	5,1%	4,6%	2,1%
Chocolate	1,4%	2,0%	0,8%	1,2%	1,3%	2,3%	1,6%
Livro	3,1%	2,6%	0,8%	1,0%	1,9%	1,9%	1,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Outro dado que teve alteração provavelmente relacionado ao cenário econômico foi a quantidade de crianças presenteadas, que em 2021 teve leve alta.

Evolução quantidade de crianças presenteadas					
Ano	2017	2018	2019	2020	2021
Quantidade	2,14	1,94	2,08	1,81	1,85

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Referente ao gasto em cada segmento de presente, os eletrônicos em geral tendem a apresentar o maior gasto, por possuir maior valor agregado. Contudo, como demonstrado anteriormente, teve queda a compra desse segmento, acarretando na não possibilidade de realizar a média desse setor. Cabe observar que, além da inflação, os valores desses produtos são diretamente afetados pelo preço do dólar, o que pode ter levado a essa desistência.

É importante observar que todos os segmentos apresentaram considerável queda no valor do gasto, outro indicador que demonstra o quanto os consumidores parecem mais cautelosos na realização de compras de itens sazonais.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2021

Gasto por segmento							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Eletrônico	R\$ 324,25	R\$ 523,00	R\$ 546,50	R\$ 471,35	R\$ 569,09	R\$ 404,00	*
Outro	R\$ 246,50	R\$ 255,55	R\$ 541,20	R\$ 249,17	R\$ 260,33	R\$ 164,00	R\$ 158,46
Brinquedo	R\$ 111,05	R\$ 111,11	R\$ 155,10	R\$ 171,46	R\$ 159,59	R\$ 132,61	R\$ 102,81
Vestuário	R\$ 117,65	R\$ 109,87	R\$ 140,61	R\$ 143,12	R\$ 151,91	R\$ 131,54	R\$ 97,18
Calçados	R\$ 80,46	R\$ 109,73	R\$ 109,96	R\$ 137,84	R\$ 123,18	R\$ 101,44	R\$ 94,27
Chocolate	*	*	*	*	*	R\$ 41,67	*

Nota: valores em branco não atingiram mais de dez citações.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Consequentemente ocorreu queda também no gasto médio geral com a data em relação ao ano anterior, que esse ano foi de R\$129,28, 31% menor em relação ao valor apurado em 2020 (R\$187,39).

Os cruzamentos entre os dados do consumo e o perfil do consumidor permitem compreender o comportamento em diversos perfis. Estabelecendo um cruzamento entre renda média familiar mensal e gasto médio, por exemplo, é possível que as famílias com maior renda apresentam maior gasto médio, pois possuem situação econômica mais confortável, mesmo frente a um cenário de crise. Olhando esse dado evolutivamente, nota-se que as faixas 4 e 5 foram as únicas em que o valor superou os R\$150,00. É possível notar também que, mesmo com a faixa 1 apresentando leve alta, todas as outras tiveram queda no gasto médio.

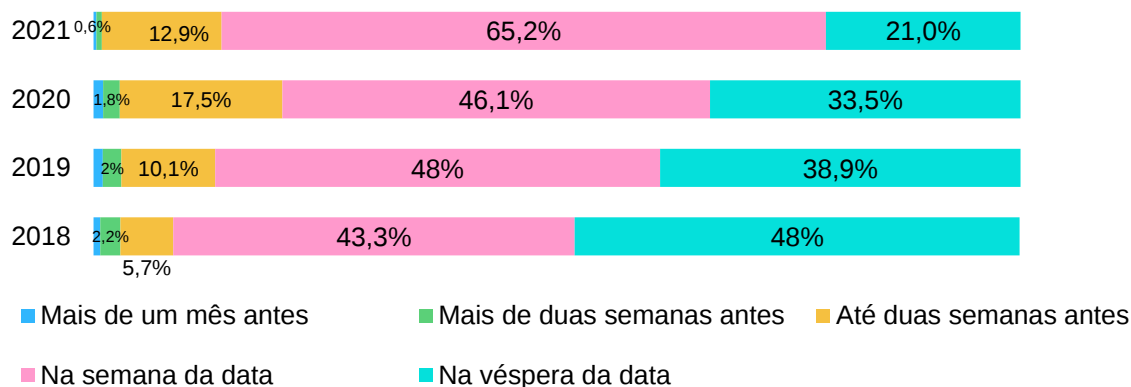
Relação renda X Gasto médio					
Renda média familiar mensal	Valor de referência 2021	2019	2020	2021	
Faixa 1	De R\$ 0 a R\$ 1.102	R\$ 158,35	R\$ 92,94	R\$ 102,44	
Faixa 2	De R\$ 1.103 a R\$ 2.203	R\$ 173,09	R\$ 138,91	R\$ 123,27	
Faixa 3	De R\$ 2.204 a R\$ 5.509	R\$ 196,32	R\$ 195,10	R\$ 121,68	
Faixa 4	De R\$ 5.510 a R\$ 8.812	R\$ 238,22	R\$ 230,33	R\$ 213,18	
Faixa 5	De R\$ 8.813 a R\$ 11.015	R\$ 276,79	R\$ 300,83	R\$ 161,18	
Faixa 6	De R\$ 11.016 a R\$ 16.524	R\$ 358,64	*	*	
Faixa 7	R\$ 16.525 ou mais	*	*	*	

Nota: valores em branco não atingiram mais de dez citações.*

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Outro dado que revela muito sobre o comportamento consumidor é o período em que ele realiza as compras de presentes. O período da compra pode influenciar em diversos outros dados do comportamento. A compra na semana da data foi a mais representativa na série histórica (65,2%), mas o percentual de consumidores que garantiram o presente na véspera também é significativo, embora tenha atingido o menor índice da série histórica.

Período de compras



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A Fecomércio SC tem como bandeira combater a comercialização de produtos piratas. Esses possuem valores inferiores, atraindo muitos consumidores. Entretanto, poucos consumidores admitem o consumo (1,9%) e outros 5,3% não sabem responder se os produtos eram ou não piratas.

Consumo pirataria							
Consumo	Ano						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Não	84,9%	88,6%	88,6%	92,6%	99,0%	98,2%	92,8%
Sim	10,7%	4,7%	9,4%	2,2%	1,0%	1,0%	1,9%
NS/NR	4,4%	6,8%	2,0%	5,2%	0,0%	0,8%	5,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

O local da compra é outra característica importante do comportamento consumidor. O comércio de rua manteve-se como o principal destino, com alta de 7,1 pontos percentuais, depois de queda em 2020. A compra pela internet apresenta crescimento gradual, chegando a 9% em 2021.

Local das compras							
Local	Ano						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Comércio de rua (Físico)	60,5%	68,6%	73,3%	71,9%	78,3%	62,1%	69,2%
Shopping (Físico)	25,5%	24,5%	19,9%	20,8%	18,2%	17,6%	15,6%
Internet (Sites/mídias sociais)	1,9%	2,9%	3,2%	4,0%	6,2%	8,5%	9,0%
Supermercados (Físico)	*	*	*	*	*	5,2%	4,2%
Outro	8,6%	1,4%	1,7%	0,7%	2,0%	3,5%	1,5%
Camelô (Físico)	3,3%	1,4%	2,0%	2,1%	1,0%	2,4%	0,6%
Revendedores de porta em porta/catálogo (Físico)	0,2%	0,7%	0,0%	0,5%	2,0%	0,7%	*
NS/NR	0%	0,5%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Apesar de ainda vivenciarmos um cenário pandêmico, observa-se que as pessoas preferiam realizar suas compras em locais físicos (90,9%), mas consideráveis 9,4% realizaram de forma remota ou online, apontando que, mesmo ainda não sendo um substituto das compras físicas, é um comportamento que deve se estabelecer.

Analisando a evolução do gasto médio em relação ao local de compra, é possível observar que as compras realizadas pela internet apresentaram o maior gasto médio (R\$219,09), o único que ficou na casa dos R\$200,00, enquanto a compra em mercados e supermercados foi a menor (R\$64,50).

Relação local de compra X Gasto médio			
Local	2019	2020	2021
Comércio de rua	R\$ 188,75	R\$ 169,59	R\$125,78
Shopping	R\$ 255,01	R\$ 234,95	R\$ 147,98
Internet	R\$ 325,56	R\$ 237,28	R\$ 219,09
Supermercado		R\$ 193,25	R\$ 64,50
Nota: para os demais locais não foi possível realizar o cálculo da média, pois não atingiram dez citações.			
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC			

Por serem presentes que, em geral, são direcionados ao público infantil, conhecer as características e informações é importante. Em 2021, 65,8% dos consumidores realizaram buscas e pesquisas de informações, a maior da série.

Busca informações produtos			
Busca de informações produtos	2019	Ano 2020	2021
Sim	51,2%	54,9%	65,8%
Não	48,8%	45,1%	34,2%
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.			

Em 2021 os consumidores voltaram a realizar suas pesquisas e buscas nas lojas físicas (80,5%)- esse comportamento foi afetado em 2020, mas voltou aos índices pré-pandemia.

Formas de busca de informações			
Formas de busca	2019	Ano 2020	2021
Visitando lojas físicas/vendo vitrines	80,8%	64,8%	80,5%
Em sites de busca como o Google	14,9%	17,4%	5,7%
Em sites de lojas ou de comparação de preços	3,8%	12,2%	9,0%
Propagandas na TV, revistas e jornais	0,5%	3,3%	1,0%
Em redes sociais como Facebook, Instagram	0%	2,3%	3,8%
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.			

Observando a forma de busca em relação a média de idade dos consumidores, os que realizaram de maneira remota/online possuem idade média menor (33,9), enquanto os que não realizaram buscas e pesquisas possuem idade média de 40,7 anos.

Analisando evolutivamente e traçando uma relação entre o dado sobre a busca por informação e o peso atribuído ao critério promoção, que aqui se refere à divulgação do produto, observa-se que os consumidores que buscaram informações atribuíram nota maior a esse critério. Em 2021 esse atributo apresentou considerável alta, mesmo entre os que não realizaram pesquisas.

Relação busca por informação X Nota promoção			
Busca informações	2019	2020	2021
Buscou informações	6,23	8,36	9,11
Não buscou	5,32	7,06	8,50

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Outra relação diz respeito a forma de pesquisa e o tipo de compra. Consumidores que não realizaram buscas ou pesquisas compraram predominantemente em lojas físicas (95,4%), bem como os que realizaram pesquisas em lojas físicas (97,6%). Contudo, entre os que realizaram a busca remota esse dado é equilibrado, com 54,3% comprando de forma remota e consideráveis 43,5% realizando a compra física.

Relação forma de busca X Tipo de compra			
Realização de buscas/pesquisas	Tipo de compra		
	Remota	Físico	Outro
Remota/online	54,3%	43,5%	2,2%
Não buscou	1,8%	95,4%	2,8%
Pesquisa física	1,8%	97,6%	0,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

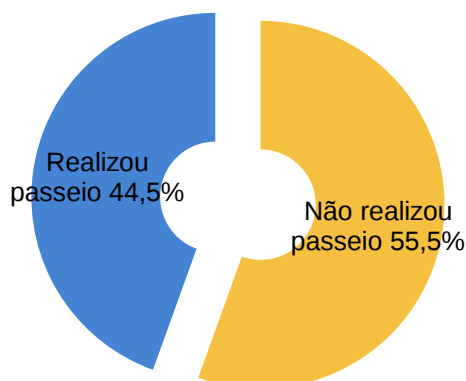
A relação entre período da compra e busca por informações também é um dado interessante que demonstra equilíbrio entre os consumidores de véspera com aqueles que não realizaram pesquisas.

Relação período da compra X Busca por informações		
Período da compra	Realização de buscas/pesquisas	
	Buscou informações	Não fez buscas/pesquisas
Na véspera da data	49,3%	50,7%
Na semana da data	69,7%	30,3%
Até duas semanas antes	75,6%	24,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Em 2021, com a cobertura vacinal da Covid-19 crescendo consideravelmente, diversas atividades voltaram a ser liberadas, permitindo que 44,5% dos consumidores pudessem fazer passeios na data.

Realização de passeios



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Dentre os que realizaram passeios ou comemorações diversas na data, o principal foi o almoço/jantar em casa de familiares (45,1%), seguido por passeios em locais públicos (32,4%).

Passeios



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO

Os consumidores avaliaram a experiência de compra para a data a partir da variável atendimento, julgando os critérios: agilidade no atendimento, cordialidade do atendente e clareza de informações fornecidas, atribuindo nota, de 1 a 10, considerando 01 péssimo e 10 ótimo, para os três itens.

O atributo cordialidade voltou a ser o principal. Todos os atributos tiveram alta, provavelmente pela possibilidade de os consumidores conseguirem maior interação com os atendentes e vendedores, com a diminuição das restrições da pandemia.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2021

Avaliação do Atendimento							
Atributos	Ano						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cordialidade	8,61	8,84	8,97	9,03	9,07	8,29	9,61
Agilidade	8,22	8,71	8,69	8,81	9,03	8,33	9,55
Clareza	8,36	8,84	8,78	8,92	8,94	8,25	9,53
Atendimento	8,4	8,8	8,81	8,92	9,01	8,29	9,56

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Analisando o atributo cordialidade no atendimento, nota-se que os shoppings apresentaram maior nota em 2021, seguido pelo comércio de rua (9,65), locais onde os consumidores tendem a interagir mais com atendentes e vendedores.

Relação local da compra X Nota cordialidade		
Local da compra	Nota cordialidade	
	2020	2021
Shopping (Físico)	8,81	9,79
Comércio de rua (Físico)	8,55	9,65
Pela internet (Sites/mídias sociais)	6,50	9,14
Supermercado (Físico)	8,91	8,79
Camelô (Físico)	8,70	*
Outro	6,36	*

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Analisando a avaliação do atendimento por local, os shoppings novamente se destacam com a maior nota (9,71).

Relação local de compra X Nota geral do atendimento		
Local de compra	Nota atendimento	
	2020	2021
Shopping (Físico)	8,88	9,71
Comércio de rua (Físico)	8,52	9,61
Pela internet (Sites/mídias sociais)	6,73	8,96
Supermercado (Físico)	8,92	8,90
Camelô (Físico)	8,43	
Outro	6,38	

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Sobre a ótica do período de compra, os consumidores que realizaram na semana da data tiveram uma melhor experiência de compra, com nota média de 9,76.

Relação período da compra X Nota Atendimento	
Período da compra	Nota atendimento
Na semana da data	9,76
Na véspera da data	9,25
Até duas semanas antes	9,12

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

Os dados da pesquisa demonstram que apesar da retomada das compras para a data, que voltou ao percentual médio de 2019 em termos de efetivação, o consumidor ainda sente o impacto da crise sanitária, política e econômica que o país vive, mesmo com o estado apresentando números melhores.

Os consumidores gastaram menos do que no ano anterior, quando o impacto maior era decorrente a pandemia. Apesar disso, outros comportamentos tradicionais de antes da pandemia retornaram, como os critérios de compra e pesquisa física, por exemplo.

É possível observar como a inflação vem castigando o consumidor quando observamos o percentual de consumidores que passaram a adotar ações para contornar a alta dos preços, bem como as ações diferentes adotadas, desde a pesquisa de preço, a não compra de alguns itens e a diminuição da alimentação fora de casa.