



CENTRO DE PESQUISAS ECONÔMICAS CDL/ALFA

**INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS NAMORADOS
2010**

GOIÂNIA

2010

1. INTRODUÇÃO.

Este trabalho apresenta os resultados da pesquisa social aplicada, baseada em questionários, sobre intenção de compras para o Dia dos Namorados. Realizada pelo **Centro de Pesquisas Econômicas e Mercadológicas – CEPEM das Faculdades Alves Farias (ALFA)** e **Câmara de Dirigentes Lojistas de Goiânia (CDL)** entre os dias 25 e 27 de maio de 2010.

A pesquisa teve como objetivo mensurar as intenções de compras para o Dia dos Namorados de 2010. Critérios utilizados: 494 entrevistas em diversos locais da Grande Goiânia, como corredores de grande circulação, Av. Bernardo Sayão, Centro, Av. 85 e Shoppings Center's. A pesquisa colheu informações sócio-econômicas, de intenção de compras e características dos namorados.

Na seção sócio-econômica os entrevistados responderam as seguintes questões:

- Sexo¹?
- Qual a sua escolaridade?
- Qual é a sua faixa etária?
- Qual a renda?

De posse dessas informações, identificamos a influência que características sócio-econômicas têm em relação à intenção de compras para o Dia dos Namorados.

Na seção de intenção de compras os entrevistados responderam as seguintes questões :

- Quem você pretende presentear?
- O que pretende presentear?
- Quanto você pretende gastar?
- Onde pretende comprar?
- Qual a forma de pagamento preferida?

De posse dessas informações, foi possível medir quais as de preferência dos entrevistados para o Dia dos Namorados.

¹ Essa pergunta não foi feita diretamente ao entrevistado, e sim, respondida pelo entrevistador através dos traços físicos do entrevistado.

Na questão direcionada ao perfil dos namorados, foram perguntados.

- Quais características físicas dos seu namorado?
- Qual a característica física que você mais gosta?
- Qual a nota você daria para o seu namorado hoje?

De posse dessas informações, foi possível inferir qual a relação entre ao namorados, suas preferências, afetividade e as características físicas .

Na questão direcionada ao desejo de receberem presentes.

- Você ganhou presente no ano passado?
- O que você gostaria de ganhar neste dia dos namorados?

De posse destas informações, mensuramos a quantidade de namorados (as) que ganharam presentes no ano anterior e a preferência pelo o que ganhar este ano 2009.

Essa pesquisa possui duas finalidades: acadêmica, onde professores e alunos colocam em prática a teoria trabalhada em sala de aula nos cursos das Faculdades Alves Faria – ALFA; e de cunho econômico-comercial, propiciando à Câmara de Dirigentes Lojistas de Goiânia, instrumentos para auxiliar seus associados na montagem de estratégias de vendas para o Dia dos Namorados.

2. METODOLOGIA.

A pesquisa seguiu os critérios teóricos e práticos de uma pesquisa social aplicada, baseada em questionários realizados pessoalmente, onde o entrevistado é questionado diretamente pelo entrevistador.

Foi considerada como população útil para a pesquisa, pessoas de ambos os sexos na faixa etária a partir de 16 anos de idade. A amostra foi selecionada seguindo o critério da conveniência, onde o entrevistador escolhe o entrevistado de forma aleatória.

Foram aplicados 494 questionários. Segundo a teoria da amostragem, populações acima de 100 mil elementos são consideradas grandes populações, como é o caso do número de pessoas que poderão presentear alguém no Dia dos Namorados. A amostra mínima com um nível de significância de 95% e com margem de erro de 5% seria de aproximadamente 378 questionários.

Os entrevistadores foram recrutados e selecionados dentro dos quadros discentes das Faculdades Alves Faria nos cursos de Ciências Econômicas e Administração de Empresas e Turismo e receberam treinamento específico para esse trabalho.

Foi realizada uma pesquisa piloto nos limites das Faculdades Alves Faria, com aplicação de 100 questionários, para servir como refinamento do questionário e treinamento dos entrevistadores e os resultados obtidos na pesquisa piloto foram corroborados pelos resultados da pesquisa definitiva.

A equipe técnica responsável pela pesquisa é formada por professores da ALFA, Coordenados pelo Prof^o Ms. Aurélio Troncoso.

3. CONSTATAÇÕES DA PESQUISA.

A população pesquisada apresentou as seguintes distribuições sócio-econômicas:

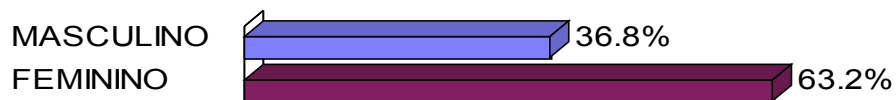
A. DISTRIBUIÇÕES SÓCIO-ECONÔMICAS.

SEXO 2009



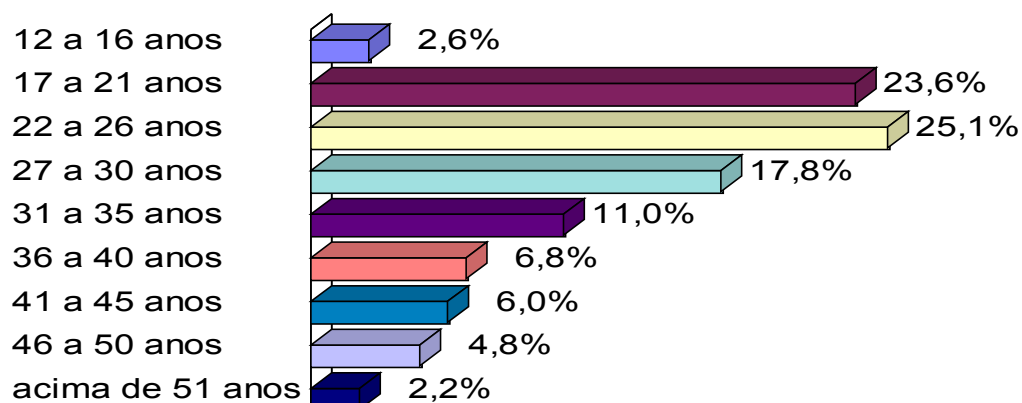
FONTE – CDL/ALFA – 2009

SEXO - 2010



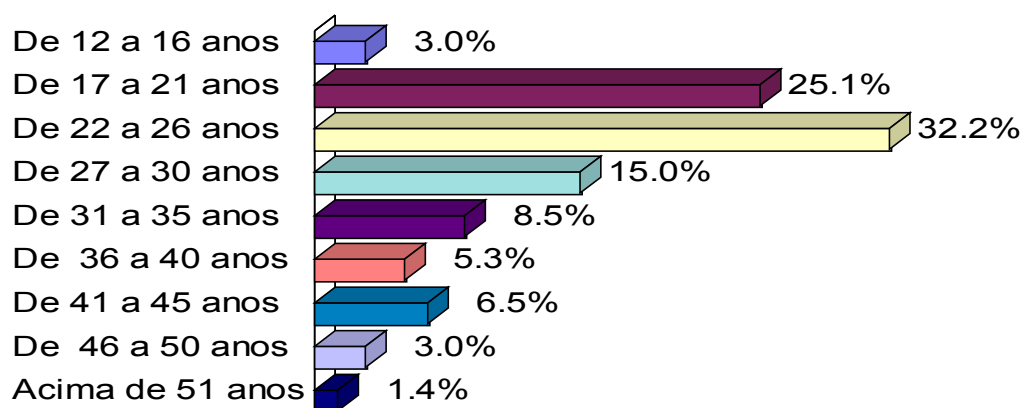
FONTE – CDL/ALFA – 2010

QUAL SUA FAIXA ETÁRIA 2009



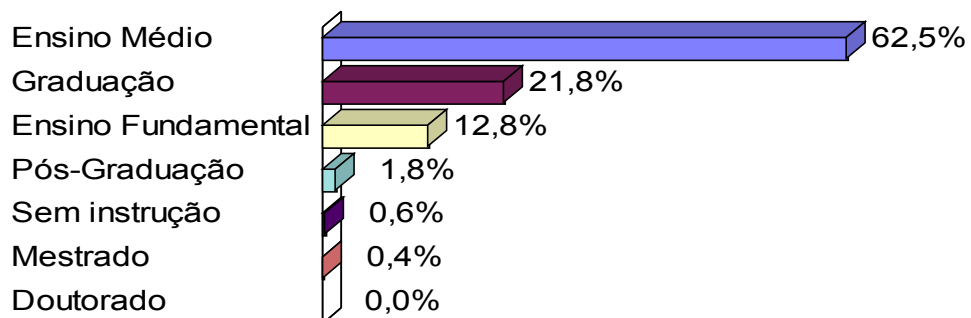
FONTE – CDL/ALFA – 2009

QUAL SUA FAIXA ETÁRIA - 2010



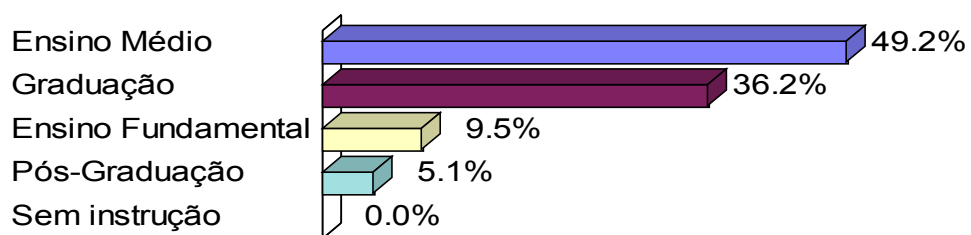
FONTE – CDL/ALFA – 2010

ESCOLARIDADE 2009



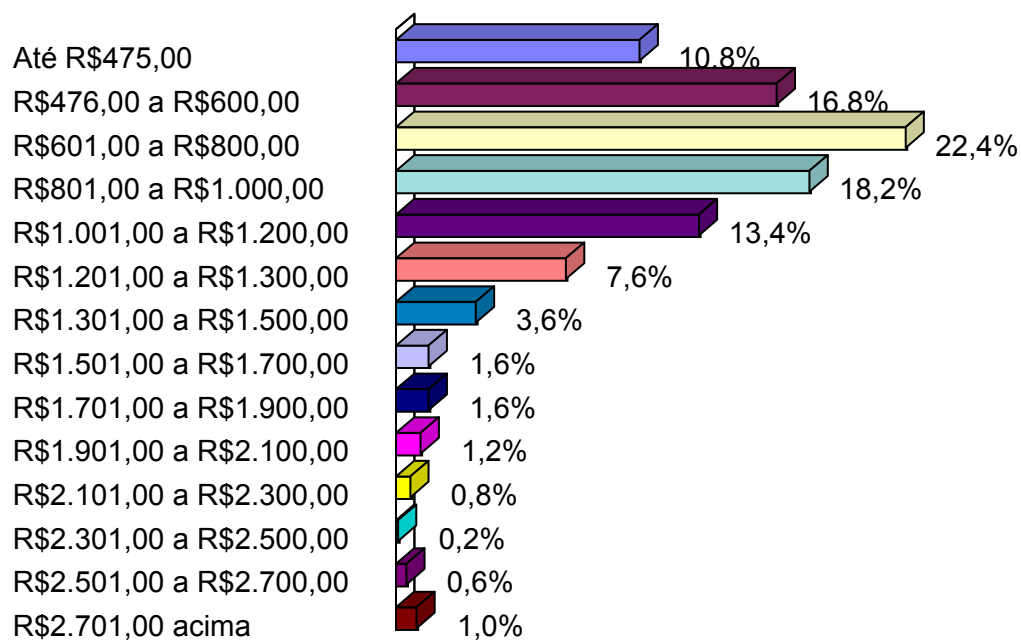
FONTE – CDL/ALFA – 2009

ESCOLARIDADE - 2010



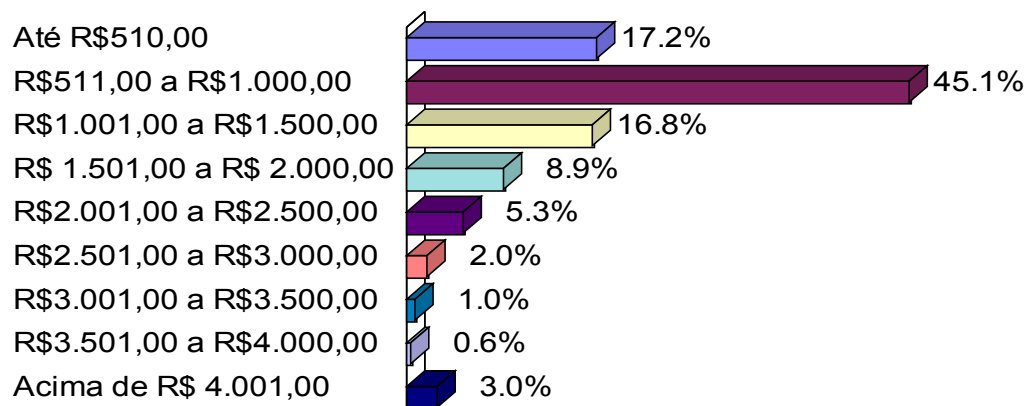
FONTE – CDL/ALFA – 2010

RENDA MENSAL 2009



FONTE – CDL/ALFA – 2009

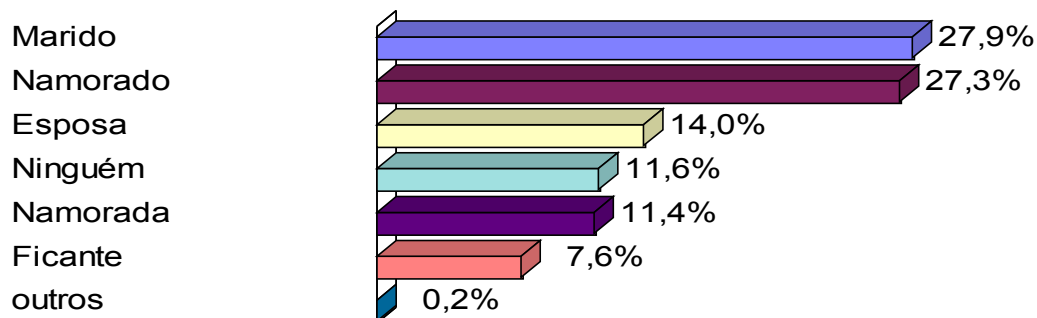
RENDA MENSAL -2010



FONTE – CDL/ALFA – 2010

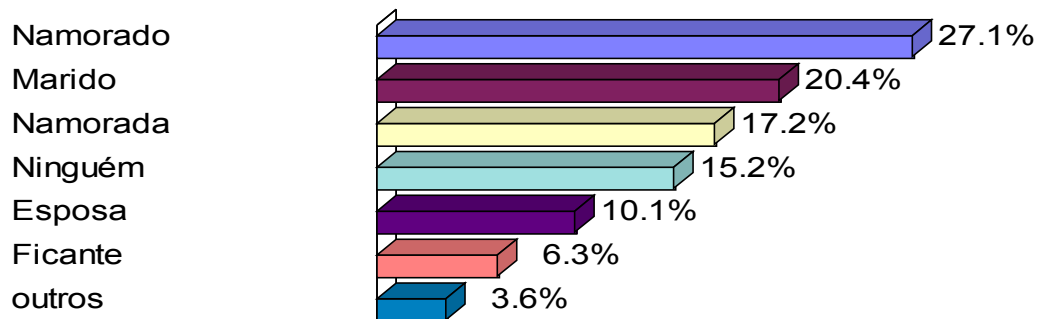
3.2 DISTRIBUIÇÃO QUANTO INTENÇÃO DE PRESENTEAR.

QUEM PRESENTEAR 2009



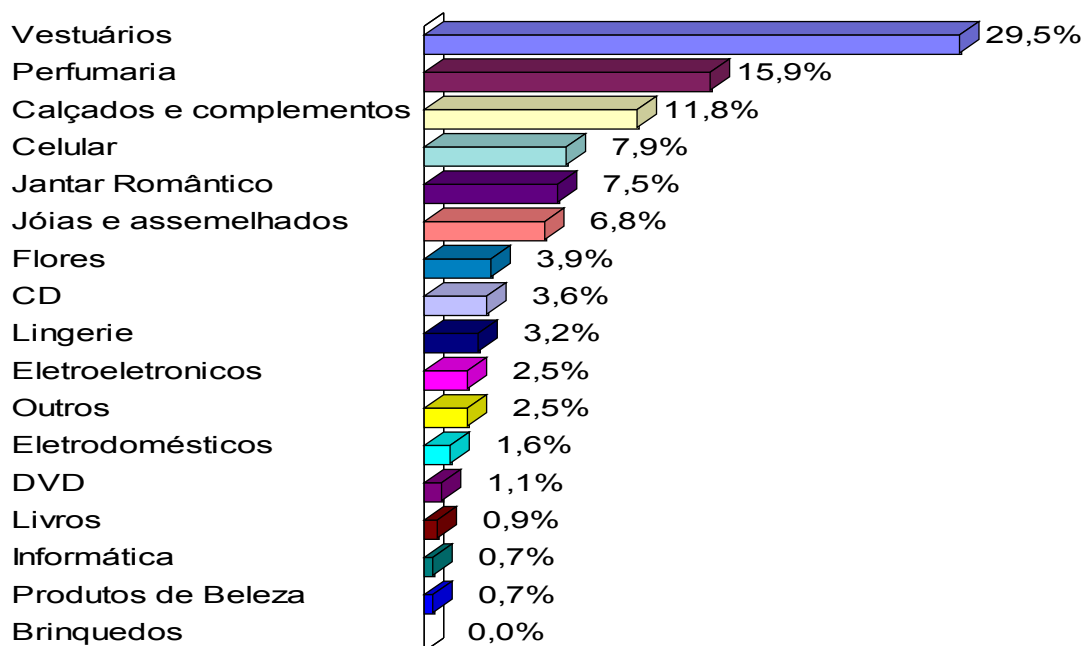
FONTE – CDL/ALFA – 2010

QUEM PRESENTEAR - 2010



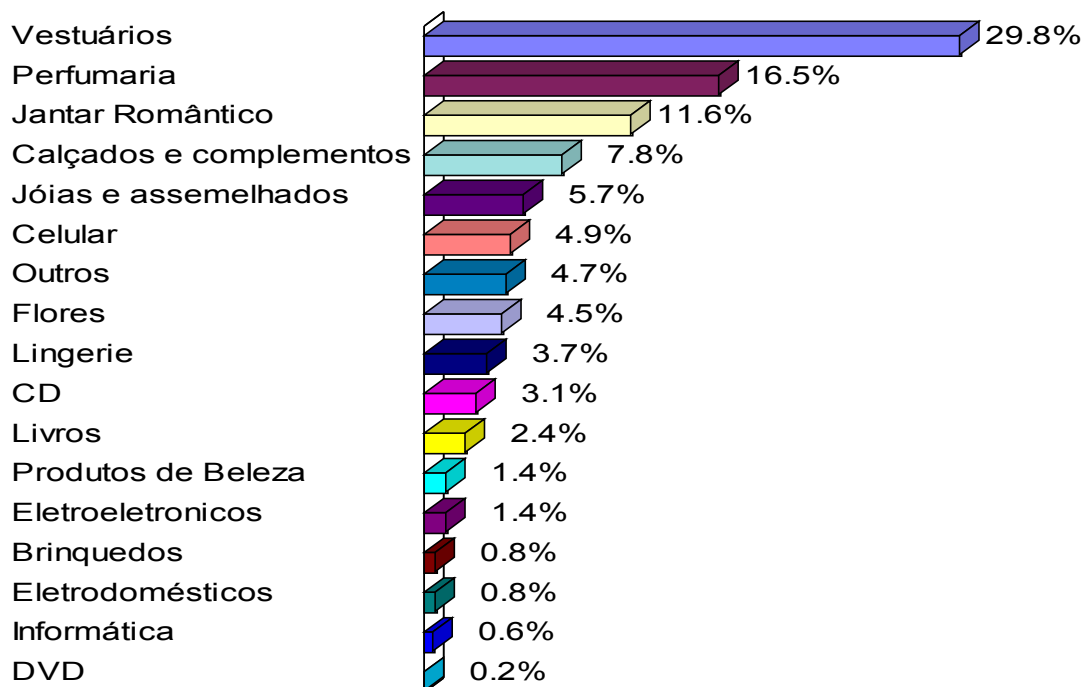
FONTE – CDL/ALFA – 2009

O QUE PRESENTEAR 2009



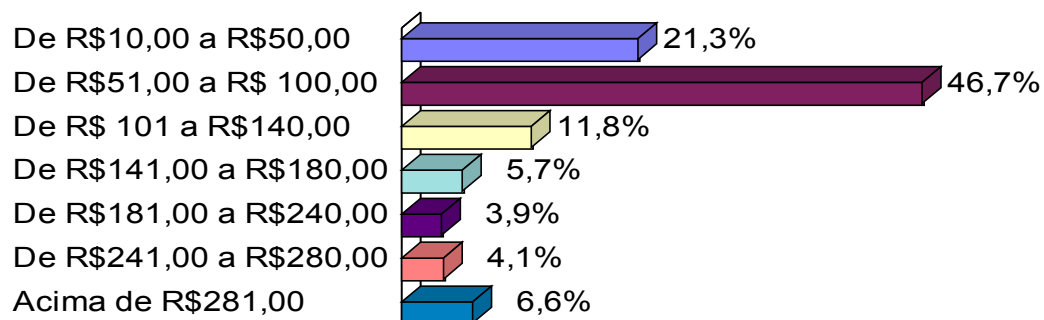
FONTE – CDL/ALFA – 2009

O QUE PRESENTEAR - 2010



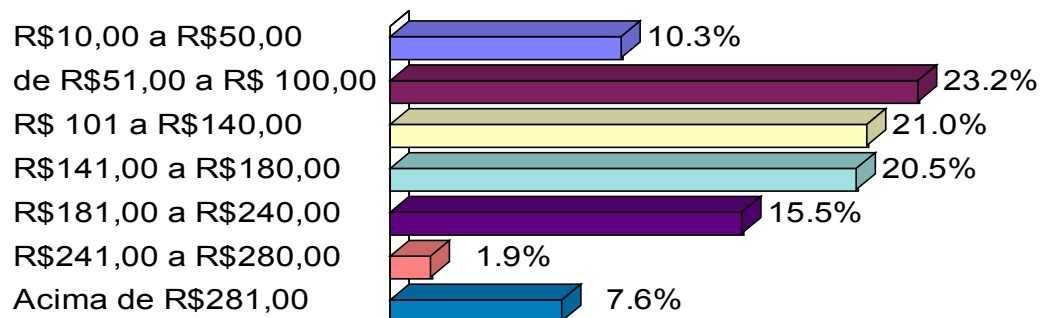
FONTE – CDL/ALFA – 2010

QUANTO GASTAR 2009



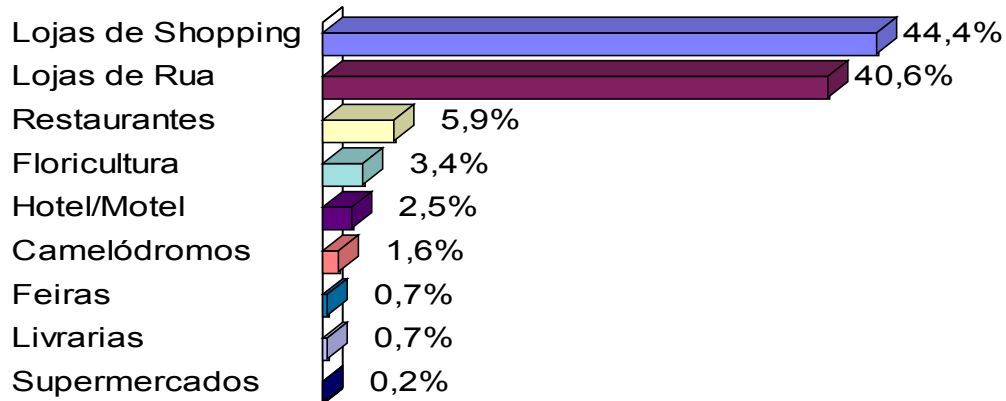
FONTE – CDL/ALFA – 2009

QUANTO GASTAR - 2010



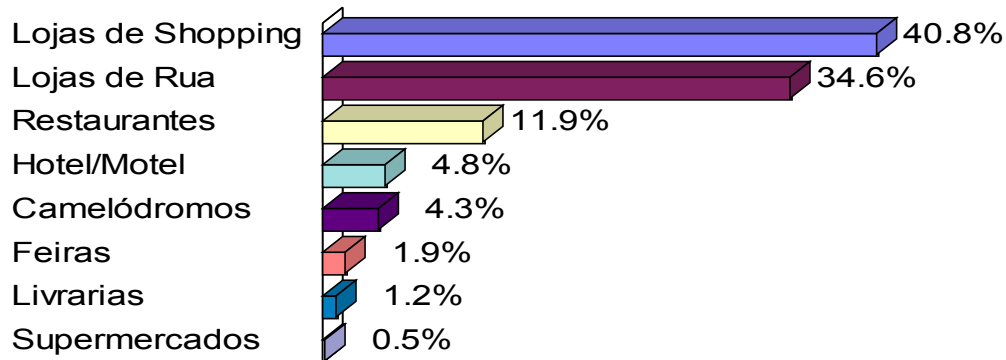
FONTE – CDL/ALFA – 2010

ONDE COMPRAR 2009



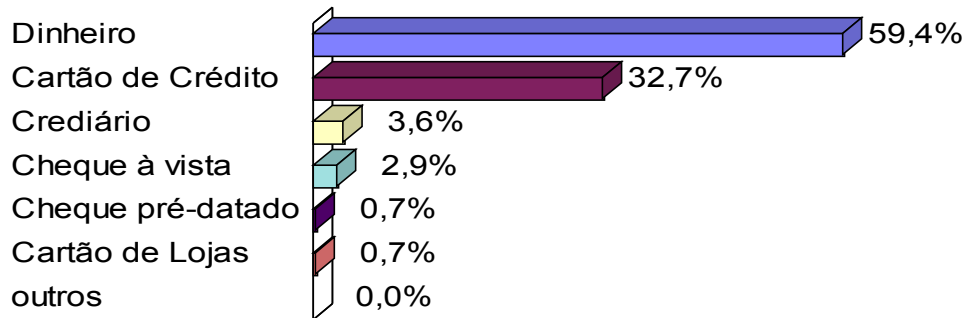
FONTE – CDL/ALFA – 2009

ONDE COMPRAR - 2010



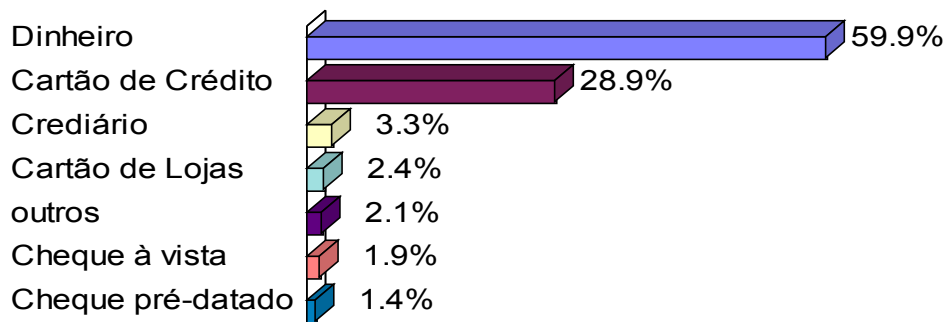
FONTE – CDL/ALFA – 2009

COMO PAGAR 2009



FONTE – CDL/ALFA – 2009

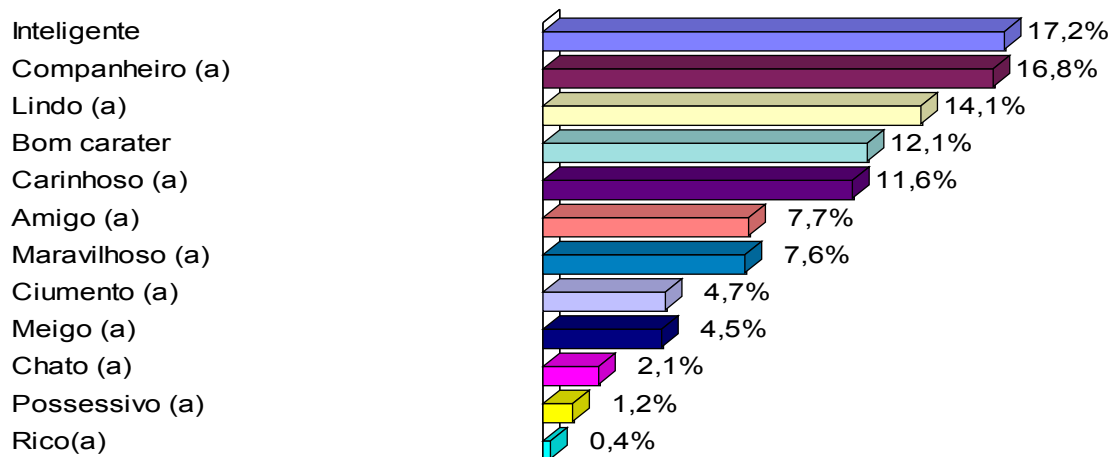
COMO PAGAR - 2010



FONTE – CDL/ALFA – 2010

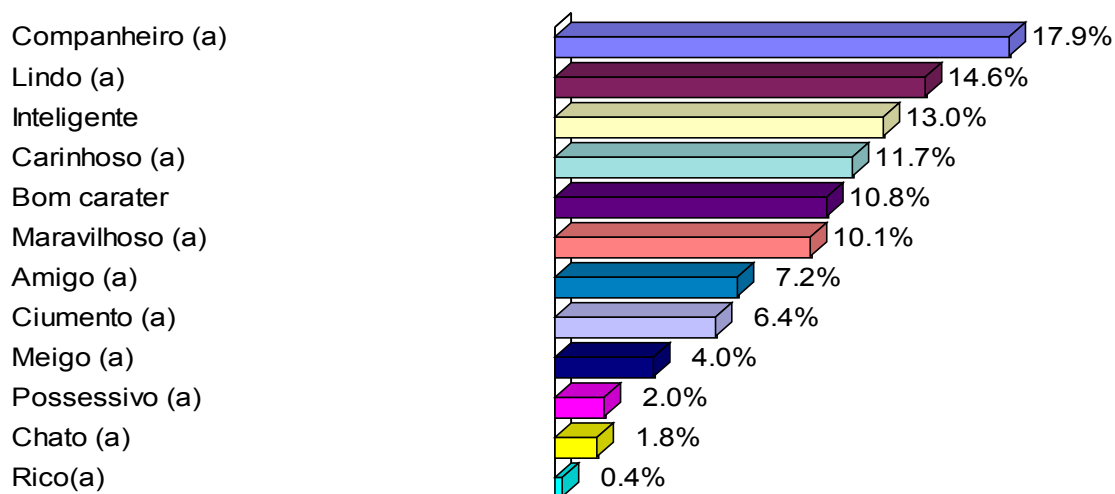
3.3 Distribuição Quanto aos Atributos e Características Pessoais dos Namorados

CARACTERÍSTICAS DO NAMORADO 2009



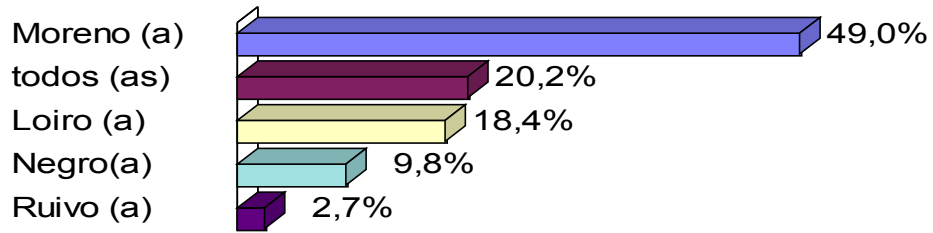
FONTE – CDL/ALFA – 2009

CARACTERÍSTICAS DO NAMORADOS - 2010



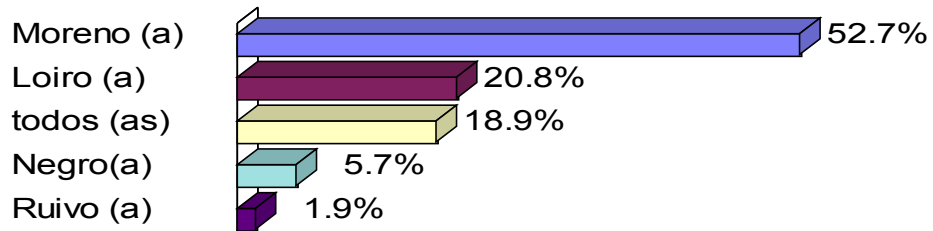
FONTE – CDL/ALFA – 2010

GOSTA 2009



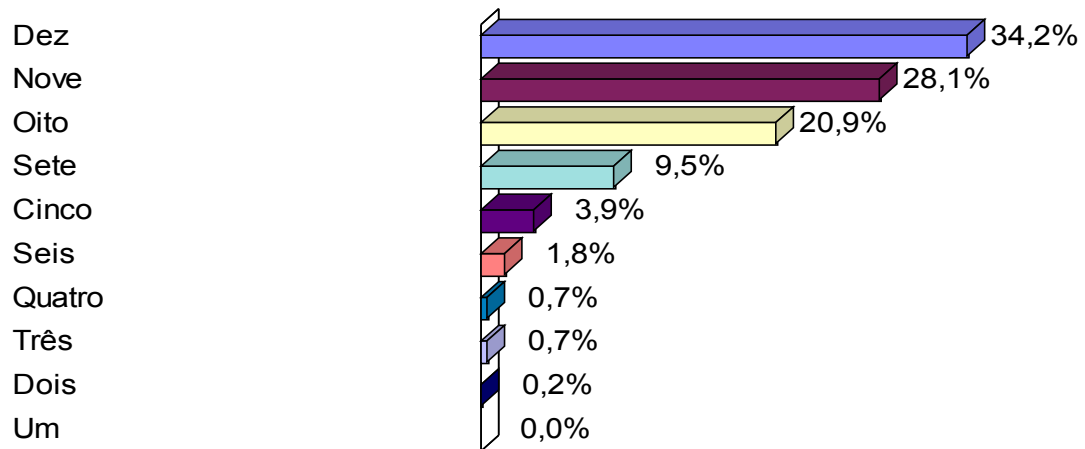
FONTE - CDL/ALFA - 2009

GOSTA - 2010



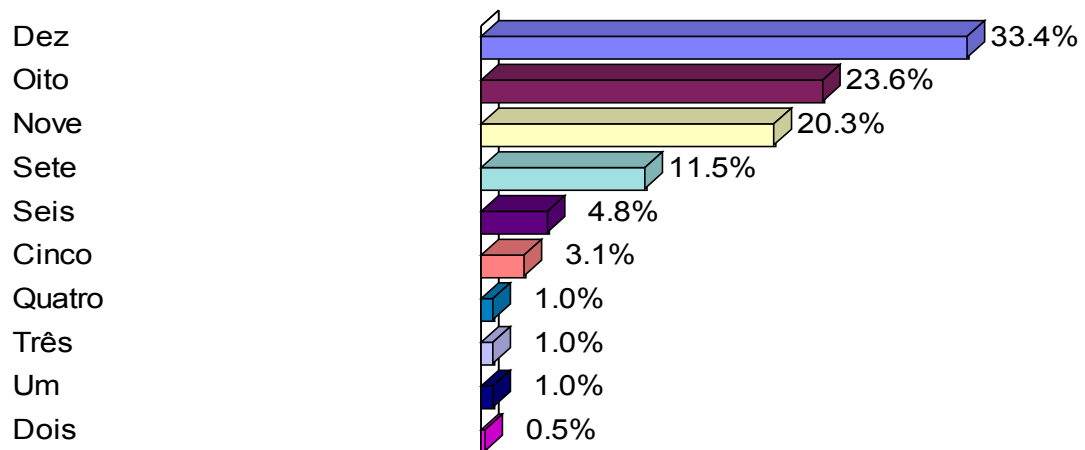
FONTE - CDL/ALFA - 2010

NOTAS PARA OS NAMORADOS (as) 2009



FONTE – CDL/ALFA – 2009

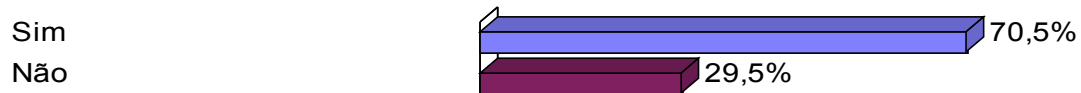
NOTAS PARA OS NAMORADOS (as) - 2010



FONTE – CDL/ALFA – 2010

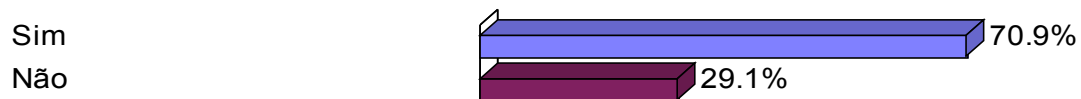
3.4. Distribuição do que os Namorados Pretendem Ganhar.

VOCÊ GANHOU PRESENTE NO ANO PASSADO? 2009



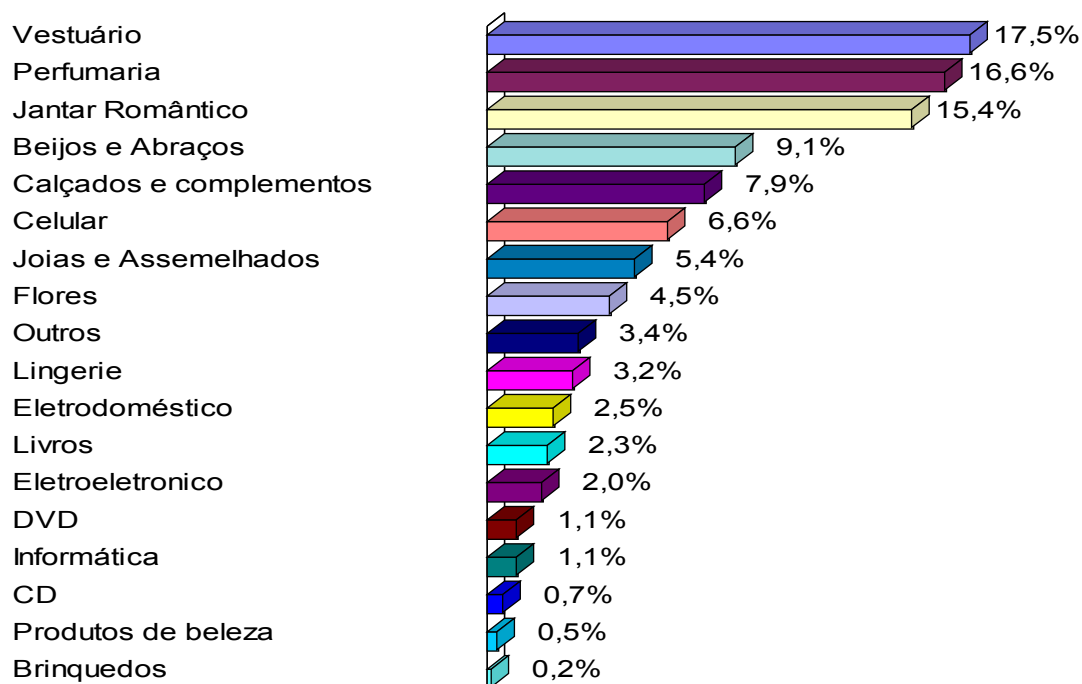
FONTE – CDL/ALFA – 2009

VOCÊ GANHOU PRESENTE NO ANO PASSADO? - 2010



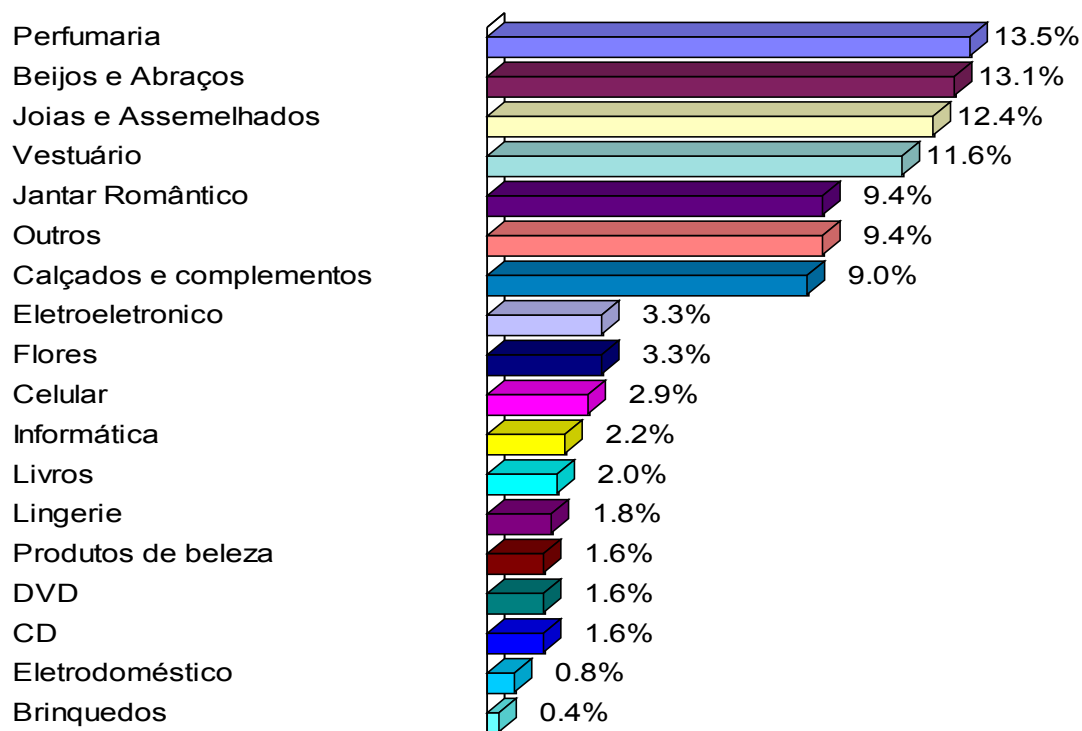
FONTE – CDL/ALFA – 2010

O QUE GOSTARIA DE GANHAR 2009



FONTE – CDL/ALFA – 2009

O QUE GOSTARIA DE GANHAR - 2010



FONTE – CDL/ALFA - 2010

4.0 CRUZAMENTO DE DADOS

4.1. DISTRIBUIÇÃO DE SEXO VERSUS QUEM PRESENTEAR.

2009

QUEM PRESENTEAR	Namorado	Namorada	Marido	Esposa	Ficante	Ninguém	outros	TOTAL
SEXO								
MASCULINO	2,2%	10,6%	1,6%	12,4%	3,2%	4,0%	0,0%	34,1%
FEMININO	25,1%	0,8%	26,3%	1,6%	4,4%	7,6%	0,2%	65,9%
TOTAL	27,3%	11,4%	27,9%	14,0%	7,6%	11,6%	0,2%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

QUEM PRESENTEAR	Namorado	Namorada	Marido	Esposa	Ficante	Ninguém	outros	TOTAL
SEXO								
MASCULINO	1,8%	16,4%	1,0%	8,9%	2,2%	5,1%	1,4%	36,8%
FEMININO	25,3%	0,8%	19,4%	1,2%	4,0%	10,1%	2,2%	63,2%
TOTAL	27,1%	17,2%	20,4%	10,1%	6,3%	15,2%	3,6%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

4.2. DISTRIBUIÇÃO DE SEXO VERSUS O QUE COMPRAR.

2009

SEXO	MASCULINO	FEMININO	TOTAL
O QUE PRESENTEAR			
CD	0,9%	2,7%	3,6%
Jóias e assemelhados	4,1%	2,7%	6,8%
Livros	0,5%	0,5%	0,9%
Brinquedos	0,0%	0,0%	0,0%
Celular	2,5%	5,4%	7,9%
Eletronicos	1,4%	1,1%	2,5%
Eletrdomésticos	0,7%	0,9%	1,6%
Vestuários	5,4%	24,0%	29,5%
Perfumaria	5,0%	10,9%	15,9%
Lingerie	2,7%	0,5%	3,2%
Flores	2,9%	0,9%	3,9%
Produtos de Beleza	0,5%	0,2%	0,7%
Calçados e complementos	2,7%	9,1%	11,8%
Informática	0,0%	0,7%	0,7%
DVD	0,2%	0,9%	1,1%
Jantar Romântico	4,1%	3,4%	7,5%
Outros	0,5%	2,0%	2,5%
TOTAL	34,0%	66,0%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

SEXO	MASCULINO	FEMININO	TOTAL
O QUE PRESENTEAR			
CD	0.2%	2.9%	3.1%
Jóias e assemelhados	4.1%	1.6%	5.7%
Livros	1.0%	1.4%	2.4%
Brinquedos	0.2%	0.6%	0.8%
Celular	1.6%	3.3%	4.9%
Eletronicos	0.2%	1.2%	1.4%
Eletrdomésticos	0.4%	0.4%	0.8%
Vestuários	7.6%	22.2%	29.8%
Perfumaria	5.7%	10.8%	16.5%
Lingerie	2.7%	1.0%	3.7%
Flores	3.7%	0.8%	4.5%
Produtos de Beleza	1.2%	0.2%	1.4%
Calçados e complementos	2.7%	5.1%	7.8%
Informática	0.0%	0.6%	0.6%
DVD	0.0%	0.2%	0.2%
Jantar Romântico	4.9%	6.7%	11.6%
Outros	2.0%	2.7%	4.7%
TOTAL	38.2%	61.8%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

4.3. DISTRIBUIÇÃO DE RENDA FAMILIAR VERSUS QUANTO GASTAR.

2009

QUANTO GASTAR	De R\$10,00 a R\$50,00	De R\$51,00 a R\$ 100,00	De R\$ 101 a R\$140,00	De R\$141,00 a R\$180,00	De R\$181,00 a R\$240,00	De R\$241,00 a R\$280,00	Acima de R\$281,00	TOTAL
RENDA MENSAL								
Até R\$475,00	3,6%	4,3%	0,9%	0,5%	0,5%	0,0%	0,2%	10,0%
R\$476,00 a R\$600,00	5,0%	9,8%	1,4%	0,9%	0,0%	0,0%	0,9%	17,9%
R\$601,00 a R\$800,00	4,8%	10,7%	2,3%	1,1%	0,7%	0,5%	1,1%	21,1%
R\$801,00 a R\$1.000,00	3,4%	6,3%	2,7%	1,1%	1,8%	0,5%	1,4%	17,2%
R\$1.001,00 a R\$1.200,00	2,7%	8,6%	1,8%	0,5%	0,2%	0,7%	0,5%	15,0%
R\$1.201,00 a R\$1.300,00	1,1%	4,1%	1,4%	0,7%	0,5%	0,2%	0,2%	8,2%
R\$1.301,00 a R\$1.500,00	0,0%	0,7%	0,7%	0,5%	0,2%	1,1%	0,5%	3,6%
R\$1.501,00 a R\$1.700,00	0,0%	0,7%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	1,8%
R\$1.701,00 a R\$1.900,00	0,2%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	1,8%
R\$1.901,00 a R\$2.100,00	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,2%	1,1%
R\$2.101,00 a R\$2.300,00	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,9%
R\$2.301,00 a R\$2.500,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
R\$2.501,00 a R\$2.700,00	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
R\$2.701,00 acima	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,7%
TOTAL	21,3%	46,7%	11,8%	5,7%	3,9%	4,1%	6,6%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

QUANTO GASTAR	R\$10,00 a R\$50,00	de R\$51,00 a R\$ 100,00	R\$ 101 a R\$140,00	R\$141,00 a R\$180,00	R\$181,00 a R\$240,00	R\$241,00 a R\$280,00	Acima de R\$281,00	TOTAL
RENDA MENSAL								
Até R\$510,00	3.6%	4.8%	2.1%	2.6%	2.4%	0.0%	0.0%	15.5%
R\$511,00 a R\$1.000,00	5.0%	12.2%	10.3%	8.1%	6.9%	1.0%	2.4%	45.8%
R\$1.001,00 a R\$1.500,00	0.7%	3.1%	5.5%	3.8%	2.1%	0.5%	1.2%	16.9%
R\$ 1.501,00 a R\$ 2.000,00	1.0%	1.2%	1.2%	3.1%	2.6%	0.2%	0.7%	10.0%
R\$2.001,00 a R\$2.500,00	0.0%	1.0%	1.0%	1.4%	0.7%	0.2%	1.0%	5.3%
R\$2.501,00 a R\$3.000,00	0.0%	0.2%	0.5%	0.5%	0.2%	0.0%	0.2%	1.7%
R\$3.001,00 a R\$3.500,00	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	0.7%
R\$3.501,00 a R\$4.000,00	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.5%	0.7%
Acima de R\$ 4.001,00	0.0%	0.7%	0.5%	0.7%	0.0%	0.0%	1.4%	3.3%
TOTAL	10.3%	23.2%	21.0%	20.5%	15.5%	1.9%	7.6%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

4.4. DISTRIBUIÇÃO DA FORMA DE PAGAMENTO VERSUS QUANTO GASTAR.

2009

QUANTO GASTAR	De R\$10,00 a R\$50,00	De R\$51,00 a R\$ 100,00	De R\$ 101 a R\$140,00	De R\$141,00 a R\$180,00	De R\$181,00 a R\$240,00	De R\$241,00 a R\$280,00	Acima de R\$281,00	TOTAL
COMO PAGAR								
Dinheiro	16,8%	28,1%	6,1%	3,4%	1,4%	2,0%	1,6%	59,4%
Cheque à vista	0,0%	1,1%	0,5%	0,2%	0,5%	0,5%	0,2%	2,9%
Cheque pré-datado	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,7%
Cartão de Crédito	3,6%	15,6%	4,5%	1,8%	1,4%	1,1%	4,5%	32,7%
Crediário	0,9%	1,4%	0,2%	0,2%	0,7%	0,0%	0,2%	3,6%
Cartão de Lojas	0,0%	0,5%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
outros	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL	21,3%	46,7%	11,8%	5,7%	3,9%	4,1%	6,6%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

QUANTO GASTAR	R\$10,00 a R\$50,00	de R\$51,00 a R\$ 100,00	R\$ 101 a R\$140,00	R\$141,00 a R\$180,00	R\$181,00 a R\$240,00	R\$241,00 a R\$280,00	Acima de R\$281,00	TOTAL
COMO PAGAR								
Dinheiro	8.1%	14.8%	12.6%	11.0%	9.3%	1.2%	2.9%	59.9%
Cheque à vista	0.0%	0.7%	0.5%	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	1.9%
Cheque pré-datado	0.0%	0.5%	0.2%	0.2%	0.5%	0.0%	0.0%	1.4%
Cartão de Crédito	0.7%	5.5%	6.7%	8.6%	3.8%	0.2%	3.3%	28.9%
Crediário	0.0%	1.2%	0.5%	0.0%	0.7%	0.2%	0.7%	3.3%
Cartão de Lojas	0.7%	0.2%	0.2%	0.5%	0.5%	0.2%	0.0%	2.4%
outros	0.7%	0.2%	0.2%	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%	2.1%
TOTAL	10.3%	23.2%	21.0%	20.5%	15.5%	1.9%	7.6%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

4.5. DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE COMPRAS VERSUS ESCOLARIDADE.

2009

ESCOLARIDADE	Sem instrução	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Graduação	Pós-Graduação	Mestrado	Doutorado	TOTAL
ONDE COMPRAR								
Lojas de Shopping	0,2%	3,4%	28,1%	11,1%	1,4%	0,2%	0,0%	44,4%
Lojas de Rua	0,2%	7,5%	25,2%	7,3%	0,2%	0,2%	0,0%	40,6%
Camelódromos	0,0%	0,5%	0,9%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%
Feiras	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
Supermercados	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Livrarias	0,0%	0,0%	0,5%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
Floricultura	0,0%	0,7%	1,8%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	3,4%
Restaurantes	0,0%	0,9%	3,6%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	5,9%
Hotel/Motel	0,0%	0,5%	1,1%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%
TOTAL	0,5%	13,4%	61,9%	22,2%	1,6%	0,5%	0,0%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

ONDE COMPRAR	Lojas de Shopping	Lojas de Rua	Camelódromos	Feiras	Supermercados	Livrarias	Hotel/Motel	Restaurantes	TOTAL
ESCOLARIDADE									
Sem instrução	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Ensino Fundamental	3.3%	2.6%	0.7%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	8.8%
Ensino Médio	14.8%	23.9%	2.9%	0.7%	0.5%	0.2%	0.2%	5.0%	48.2%
Graduação	20.3%	7.6%	0.5%	0.5%	0.0%	1.0%	4.1%	4.5%	38.4%
Pós-Graduação	2.4%	0.5%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	1.0%	4.5%
TOTAL	40.8%	34.6%	4.3%	1.9%	0.5%	1.2%	4.8%	11.9%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

4.6. DISTRIBUIÇÃO ESCOLARIDADE VERSUS FORMA DE PAGAMENTO.

2009

COMO PAGAR	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré-datado	Cartão de Crédito	Crediário	Cartão de Lojas	TOTAL
ESCOLARIDADE							
Sem instrução	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,5%
Ensino Fundamental	8,2%	0,0%	0,0%	4,8%	0,5%	0,0%	13,4%
Ensino Médio	37,9%	2,3%	0,2%	19,0%	2,5%	0,0%	61,9%
Graduação	12,0%	0,7%	0,5%	7,9%	0,5%	0,7%	22,2%
Pós-Graduação	0,7%	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%	1,6%
Mestrado	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Doutorado	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL	59,4%	2,9%	0,7%	32,7%	3,6%	0,7%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

COMO PAGAR	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré-datado	Cartão de Crédito	Crediário	Cartão de Lojas	outros	TOTAL
ESCOLARIDADE								
Sem instrução	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Ensino Fundamental	6.9%	0.0%	0.0%	1.0%	0.5%	0.0%	0.5%	8.8%
Ensino Médio	32.5%	0.7%	1.0%	11.5%	1.0%	1.0%	0.7%	48.2%
Graduação	19.1%	0.2%	0.5%	15.3%	1.7%	1.2%	0.5%	38.4%
Pós-Graduação	1.4%	1.0%	0.0%	1.2%	0.2%	0.2%	0.5%	4.5%
TOTAL	59.9%	1.9%	1.4%	28.9%	3.3%	2.4%	2.1%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

4.7. DISTRIBUIÇÃO RENDA MENSAL VERSUS FORMA DE PAGAMENTO.

2009

COMO PAGAR	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré-datado	Cartão de Crédito	Crediário	Cartão de Lojas	outros	TOTAL
RENDA MENSAL								
Até R\$475,00	7,7%	0,2%	0,0%	1,6%	0,5%	0,0%	0,0%	10,0%
R\$476,00 a R\$600,00	10,2%	0,2%	0,0%	6,8%	0,7%	0,0%	0,0%	17,9%
R\$601,00 a R\$800,00	13,2%	0,0%	0,2%	7,3%	0,2%	0,2%	0,0%	21,1%
R\$801,00 a R\$1.000,00	8,4%	1,8%	0,0%	5,9%	1,1%	0,0%	0,0%	17,2%
R\$1.001,00 a R\$1.200,00	9,3%	0,0%	0,0%	5,2%	0,5%	0,0%	0,0%	15,0%
R\$1.201,00 a R\$1.300,00	4,1%	0,2%	0,2%	2,9%	0,2%	0,5%	0,0%	8,2%
R\$1.301,00 a R\$1.500,00	2,3%	0,2%	0,2%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%
R\$1.501,00 a R\$1.700,00	1,1%	0,0%	0,0%	0,5%	0,2%	0,0%	0,0%	1,8%
R\$1.701,00 a R\$1.900,00	0,7%	0,2%	0,0%	0,7%	0,2%	0,0%	0,0%	1,8%
R\$1.901,00 a R\$2.100,00	0,9%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%
R\$2.101,00 a R\$2.300,00	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%
R\$2.301,00 a R\$2.500,00	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
R\$2.501,00 a R\$2.700,00	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
R\$2.701,00 acima	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
TOTAL	59,4%	2,9%	0,7%	32,7%	3,6%	0,7%	0,0%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

COMO PAGAR	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré-datado	Cartão de Crédito	Crediário	Cartão de Lojas	outros	TOTAL
RENDA MENSAL								
Até R\$510,00	11.0%	0.0%	0.5%	3.6%	0.0%	0.5%	0.0%	15.5%
R\$511,00 a R\$1.000,00	28.2%	0.5%	0.2%	13.4%	1.4%	1.2%	1.0%	45.8%
R\$1.001,00 a R\$1.500,00	10.3%	0.0%	0.5%	4.8%	1.0%	0.2%	0.2%	16.9%
R\$ 1.501,00 a R\$ 2.000,00	4.5%	0.2%	0.2%	3.3%	0.7%	0.5%	0.5%	10.0%
R\$2.001,00 a R\$2.500,00	2.6%	0.5%	0.0%	1.7%	0.2%	0.0%	0.2%	5.3%
R\$2.501,00 a R\$3.000,00	1.4%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%
R\$3.001,00 a R\$3.500,00	0.5%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
R\$3.501,00 a R\$4.000,00	0.5%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
Acima de R\$ 4.001,00	1.0%	0.7%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%	0.2%	3.3%
TOTAL	59.9%	1.9%	1.4%	28.9%	3.3%	2.4%	2.1%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

4.8. DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE COMPRA VERSUS QUANTO GASTAR.

2009

QUANTO GASTAR	De R\$10,00 a R\$50,00	De R\$51,00 a R\$ 100,00	De R\$ 101 a R\$140,00	De R\$141,00 a R\$180,00	De R\$181,00 a R\$240,00	De R\$241,00 a R\$280,00	Acima de R\$281,00	TOTAL
ONDE COMPRAR								
Lojas de Shopping	7,7%	18,4%	7,3%	2,9%	1,8%	2,9%	3,4%	44,4%
Lojas de Rua	9,1%	21,5%	3,4%	2,0%	1,1%	0,7%	2,7%	40,6%
Camelódromos	0,7%	0,5%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	1,6%
Feiras	0,5%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
Supermercados	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%
Livrarias	0,0%	0,5%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
Floricultura	1,4%	1,6%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	3,4%
Restaurantes	1,8%	2,9%	0,7%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	5,9%
Hotel/Motel	0,2%	1,1%	0,0%	0,5%	0,2%	0,2%	0,2%	2,5%
TOTAL	21,3%	46,7%	11,8%	5,7%	3,9%	4,1%	6,6%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

QUANTO GASTAR	R\$10,00 a R\$50,00	de R\$51,00 a R\$ 100,00	R\$ 101 a R\$140,00	R\$141,00 a R\$180,00	R\$181,00 a R\$240,00	R\$241,00 a R\$280,00	Acima de R\$281,00	TOTAL
ONDE COMPRAR								
Lojas de Shopping	3.3%	10.3%	5.7%	9.3%	6.7%	0.5%	5.0%	40.8%
Lojas de Rua	4.1%	7.9%	9.8%	6.0%	5.0%	1.0%	1.0%	34.6%
Camelódromos	1.0%	1.0%	0.5%	0.5%	1.2%	0.0%	0.2%	4.3%
Feiras	0.5%	0.2%	0.0%	0.5%	0.5%	0.2%	0.0%	1.9%
Supermercados	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%
Livrarias	0.0%	0.7%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%
Hotel/Motel	0.2%	0.5%	0.7%	1.9%	0.5%	0.2%	0.7%	4.8%
Restaurantes	1.2%	2.4%	3.8%	2.1%	1.7%	0.0%	0.7%	11.9%
TOTAL	10.3%	23.2%	21.0%	20.5%	15.5%	1.9%	7.6%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

4.9. DISTRIBUIÇÃO FAIXA ETÁRIA VERSUS QUANTO GASTAR.

2009

QUANTO GASTAR	R\$10,00 a R\$50,00	R\$51,00 a R\$ 100,00	R\$ 101 a R\$140,00	R\$141,00 a R\$180,00	R\$181,00 a R\$240,00	R\$241,00 a R\$280,00	Acima de R\$281,00	TOTAL
QUAL SUA FAIXA ETÁRIA								
12 a 16 anos	1,3%	0,5%	0,5%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%
17 a 21 anos	7,3%	12,3%	1,8%	1,0%	2,6%	1,0%	1,3%	27,4%
22 a 26 anos	9,4%	12,5%	4,7%	1,8%	1,8%	0,5%	1,6%	32,4%
27 a 30 anos	3,1%	6,3%	2,6%	0,8%	1,6%	0,3%	1,3%	15,9%
31 a 35 anos	2,6%	2,1%	1,6%	0,3%	0,8%	0,0%	1,0%	8,4%
36 a 40 anos	2,6%	2,3%	0,8%	0,3%	0,3%	0,0%	0,3%	6,5%
41 a 45 anos	0,8%	0,8%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	2,1%
46 a 50 anos	0,8%	1,0%	0,8%	0,3%	0,0%	0,3%	0,5%	3,7%
acima de 51 anos	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	1,0%
TOTAL	27,9%	37,9%	13,8%	4,7%	7,0%	2,3%	6,3%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

QUANTO GASTAR	De R\$10,00 a R\$50,00	De R\$51,00 a R\$ 100,00	De R\$ 101 a R\$140,00	De R\$141,00 a R\$180,00	De R\$181,00 a R\$240,00	De R\$241,00 a R\$280,00	Acima de R\$281,00	TOTAL
QUAL SUA FAIXA ETÁRIA								
12 a 16 anos	0,9%	0,9%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%
17 a 21 anos	5,0%	12,9%	1,8%	1,4%	1,1%	0,5%	0,9%	23,6%
22 a 26 anos	5,9%	12,5%	2,9%	1,6%	0,7%	0,5%	0,7%	24,7%
27 a 30 anos	2,5%	7,9%	4,1%	0,9%	0,7%	1,1%	0,9%	18,1%
31 a 35 anos	2,9%	4,5%	0,9%	0,9%	0,5%	0,2%	1,6%	11,6%
36 a 40 anos	0,9%	2,5%	0,7%	0,7%	0,5%	0,7%	0,9%	6,8%
41 a 45 anos	1,1%	3,2%	0,5%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	5,2%
46 a 50 anos	0,9%	1,8%	0,2%	0,0%	0,2%	0,9%	1,1%	5,2%
acima de 51 anos	1,1%	0,5%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,2%	2,3%
TOTAL	21,3%	46,7%	11,8%	5,7%	3,9%	4,1%	6,6%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

4.10. DISTRIBUIÇÃO ESCOLARIDADE VERSUS QUANTO GASTAR.

2009

QUANTO GASTAR	De R\$10,00 a R\$50,00	De R\$51,00 a R\$ 100,00	De R\$ 101 a R\$140,00	De R\$141,00 a R\$180,00	De R\$181,00 a R\$240,00	De R\$241,00 a R\$280,00	Acima de R\$281,00	TOTAL
ESCOLARIDADE								
Sem instrução	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,5%
Ensino Fundamental	2,9%	7,0%	1,4%	0,5%	0,0%	0,5%	1,1%	13,4%
Ensino Médio	15,0%	31,3%	6,6%	3,4%	2,5%	0,9%	2,3%	61,9%
Graduação	3,2%	7,7%	3,6%	1,8%	1,1%	2,3%	2,5%	22,2%
Pós-Graduação	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,5%	0,7%	1,6%
Mestrado	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Doutorado	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL	21,3%	46,7%	11,8%	5,7%	3,9%	4,1%	6,6%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

QUANTO GASTAR	R\$10,00 a R\$50,00	de R\$51,00 a R\$ 100,00	R\$ 101 a R\$140,00	R\$141,00 a R\$180,00	R\$181,00 a R\$240,00	R\$241,00 a R\$280,00	Acima de R\$281,00	TOTAL
ESCOLARIDADE								
Sem instrução	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Ensino Fundamental	1.7%	2.9%	1.4%	0.5%	1.9%	0.0%	0.5%	8.8%
Ensino Médio	6.7%	13.1%	12.4%	7.4%	5.7%	0.7%	2.1%	48.2%
Graduação	1.7%	6.4%	6.4%	11.7%	7.4%	1.0%	3.8%	38.4%
Pós-Graduação	0.2%	0.7%	0.7%	1.0%	0.5%	0.2%	1.2%	4.5%
TOTAL	10.3%	23.2%	21.0%	20.5%	15.5%	1.9%	7.6%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

4.11. DISTRIBUIÇÃO FAIXA ETÁRIA VERSUS QUEM PRESENTEAR

2009

QUEM PRESENTEAR QUAL SUA FAIXA ETÁRIA	Namorado	Namorada	Marido	Esposa	Ficante	Ninguém	outros	TOTAL
12 a 16 anos	1,2%	0,4%	0,2%	0,0%	0,4%	0,4%	0,0%	2,6%
17 a 21 anos	10,0%	4,6%	4,0%	0,4%	1,8%	2,8%	0,0%	23,6%
22 a 26 anos	7,8%	2,6%	7,0%	1,8%	2,4%	3,2%	0,2%	25,1%
27 a 30 anos	3,6%	1,4%	7,2%	2,4%	1,4%	1,8%	0,0%	17,8%
31 a 35 anos	1,8%	0,2%	5,0%	2,6%	0,6%	0,8%	0,0%	11,0%
36 a 40 anos	1,0%	1,0%	1,0%	2,4%	0,6%	0,8%	0,0%	6,8%
41 a 45 anos	0,6%	0,8%	1,2%	1,8%	0,2%	1,4%	0,0%	6,0%
46 a 50 anos	0,8%	0,2%	1,6%	1,8%	0,2%	0,2%	0,0%	4,8%
acima de 51 anos	0,4%	0,2%	0,6%	0,8%	0,0%	0,2%	0,0%	2,2%
TOTAL	27,3%	11,4%	27,9%	14,0%	7,6%	11,6%	0,2%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

QUEM PRESENTEAR QUAL SUA FAIXA ETÁRIA	Namorado	Namorada	Marido	Esposa	Ficante	Ninguém	outros	TOTAL
De 12 a 16 anos	1.4%	1.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.4%	0.0%	3.0%
De 17 a 21 anos	10.5%	4.3%	2.4%	0.2%	2.0%	4.7%	1.0%	25.1%
De 22 a 26 anos	10.7%	7.9%	6.3%	1.2%	2.6%	3.0%	0.4%	32.2%
De 27 a 30 anos	2.4%	2.0%	3.2%	2.8%	0.0%	3.4%	1.0%	15.0%
De 31 a 35 anos	1.2%	1.0%	3.0%	1.6%	0.2%	1.2%	0.2%	8.5%
De 36 a 40 anos	0.6%	0.0%	2.2%	1.0%	0.6%	0.2%	0.6%	5.3%
De 41 a 45 anos	0.0%	0.4%	2.2%	1.8%	0.6%	1.2%	0.2%	6.5%
De 46 a 50 anos	0.2%	0.6%	0.8%	0.8%	0.0%	0.6%	0.0%	3.0%
Acima de 51 anos	0.0%	0.0%	0.2%	0.6%	0.0%	0.4%	0.2%	1.4%
TOTAL	27.1%	17.2%	20.4%	10.1%	6.3%	15.2%	3.6%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

4.12 DISTRIBUIÇÃO O QUE PRETENDE GANHAR VERSUS SEXO

2009

SEXO	MASCULINO	FEMININO	TOTAL
O QUE GOSTARIA DE GANHAR			
Beijos e Abraços	2,9%	6,1%	9,1%
Jóias e Assemelhados	0,9%	4,5%	5,4%
CD	0,5%	0,2%	0,7%
Livros	1,4%	0,9%	2,3%
Celular	2,7%	3,9%	6,6%
Calçados e complementos	3,9%	4,1%	7,9%
Informática	0,7%	0,5%	1,1%
Produtos de beleza	0,0%	0,5%	0,5%
Eletrônico	0,7%	1,4%	2,0%
Vestuário	5,9%	11,6%	17,5%
Brinquedos	0,0%	0,2%	0,2%
Perfumaria	5,9%	10,7%	16,6%
Lingerie	0,5%	2,7%	3,2%
Eletrrodoméstico	0,9%	1,6%	2,5%
Flores	0,2%	4,3%	4,5%
DVD	1,1%	0,0%	1,1%
Jantar Romântico	4,3%	11,1%	15,4%
Outros	1,6%	1,8%	3,4%
TOTAL	34,0%	66,0%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

SEXO	MASCULINO	FEMININO	TOTAL
O QUE GOSTARIA DE GANHAR			
Beijos e Abraços	7.1%	5.9%	13.1%
Jóias e Assemelhados	3.1%	9.4%	12.4%
CD	1.2%	0.4%	1.6%
Livros	1.6%	0.4%	2.0%
Celular	2.0%	0.8%	2.9%
Calçados e complementos	2.4%	6.5%	9.0%
Informática	1.6%	0.6%	2.2%
Produtos de beleza	0.2%	1.4%	1.6%
Eletrônico	2.2%	1.0%	3.3%
Vestuário	4.5%	7.1%	11.6%
Brinquedos	0.0%	0.4%	0.4%
Perfumaria	3.1%	10.4%	13.5%
Lingerie	0.0%	1.8%	1.8%
Eletrrodoméstico	0.2%	0.6%	0.8%
Flores	0.0%	3.3%	3.3%
DVD	1.0%	0.6%	1.6%
Jantar Romântico	2.4%	6.9%	9.4%
Outros	4.7%	4.7%	9.4%
TOTAL	37.6%	62.4%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

Tabelas

2009

SEXO	Qt. cit.	Freq.
MASCULINO	170	34,1%
FEMININO	329	65,9%
TOTAL CIT.	499	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

SEXO	Qt. cit.	Freq.
MASCULINO	182	36.8%
FEMININO	312	63.2%
TOTAL OBS.	494	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

2009

QUAL SUA FAIXA ETÁRIA	Qt. cit.	Freq.
12 a 16 anos	13	2,6%
17 a 21 anos	118	23,6%
22 a 26 anos	125	25,1%
27 a 30 anos	89	17,8%
31 a 35 anos	55	11,0%
36 a 40 anos	34	6,8%
41 a 45 anos	30	6,0%
46 a 50 anos	24	4,8%
acima de 51 anos	11	2,2%
TOTAL CIT.	499	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

QUAL SUA FAIXA ETÁRIA	Qt. cit.	Freq.
De 12 a 16 anos	15	3.0%
De 17 a 21 anos	124	25.1%
De 22 a 26 anos	159	32.2%
De 27 a 30 anos	74	15.0%
De 31 a 35 anos	42	8.5%
De 36 a 40 anos	26	5.3%
De 41 a 45 anos	32	6.5%
De 46 a 50 anos	15	3.0%
Acima de 51 anos	7	1.4%
TOTAL OBS.	494	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

2009

ESCOLARIDADE	Qt. cit.	Freq.
Sem instrução	3	0,6%
Ensino Fundamental	64	12,8%
Ensino Médio	312	62,5%
Graduação	109	21,8%
Pós-Graduação	9	1,8%
Mestrado	2	0,4%
Doutorado	0	0,0%
TOTAL CIT.	499	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

ESCOLARIDADE	Qt. cit.	Freq.
Sem instrução	0	0.0%
Ensino Fundamental	47	9.5%
Ensino Médio	243	49.2%
Graduação	179	36.2%
Pós-Graduação	25	5.1%
TOTAL OBS.	494	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

2009

RENDA MENSAL	Qt. cit.	Freq.
Até R\$475,00	54	10,8%
R\$476,00 a R\$600,00	84	16,8%
R\$601,00 a R\$800,00	112	22,4%
R\$801,00 a R\$1.000,00	91	18,2%
R\$1.001,00 a R\$1.200,00	67	13,4%
R\$1.201,00 a R\$1.300,00	38	7,6%
R\$1.301,00 a R\$1.500,00	18	3,6%
R\$1.501,00 a R\$1.700,00	8	1,6%
R\$1.701,00 a R\$1.900,00	8	1,6%
R\$1.901,00 a R\$2.100,00	6	1,2%
R\$2.101,00 a R\$2.300,00	4	0,8%
R\$2.301,00 a R\$2.500,00	1	0,2%
R\$2.501,00 a R\$2.700,00	3	0,6%
R\$2.701,00 acima	5	1,0%
TOTAL CIT.	499	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

RENDA MENSAL	Qt. cit.	Freq.
Até R\$510,00	85	17.2%
R\$511,00 a R\$1.000,00	223	45.1%
R\$1.001,00 a R\$1.500,00	83	16.8%
R\$ 1.501,00 a R\$ 2.000,00	44	8.9%
R\$2.001,00 a R\$2.500,00	26	5.3%
R\$2.501,00 a R\$3.000,00	10	2.0%
R\$3.001,00 a R\$3.500,00	5	1.0%
R\$3.501,00 a R\$4.000,00	3	0.6%
Acima de R\$ 4.001,00	15	3.0%
TOTAL OBS.	494	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

2009

QUANTO GASTAR	Qt. cit.	Freq.
De R\$10,00 a R\$50,00	94	21,3%
De R\$51,00 a R\$ 100,00	206	46,7%
De R\$ 101 a R\$140,00	52	11,8%
De R\$141,00 a R\$180,00	25	5,7%
De R\$181,00 a R\$240,00	17	3,9%
De R\$241,00 a R\$280,00	18	4,1%
Acima de R\$281,00	29	6,6%
TOTAL CIT.	441	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

QUANTO GASTAR	Qt. cit.	Freq.
Não resposta	75	15.2%
R\$10,00 a R\$50,00	43	8.7%
de R\$51,00 a R\$ 100,00	97	19.6%
R\$ 101 a R\$140,00	88	17.8%
R\$141,00 a R\$180,00	86	17.4%
R\$181,00 a R\$240,00	65	13.2%
R\$241,00 a R\$280,00	8	1.6%
Acima de R\$281,00	32	6.5%
TOTAL OBS.	494	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

2009

QUEM PRESENTEAR	Qt. cit.	Freq.
Namorado	136	27,3%
Namorada	57	11,4%
Marido	139	27,9%
Esposa	70	14,0%
Ficante	38	7,6%
Ninguém	58	11,6%
outros	1	0,2%
TOTAL CIT.	499	100%

FONTE - CDL/ALFA - 2009

2010

QUEM PRESENTEAR	Qt. cit.	Freq.
Namorado	134	27.1%
Namorada	85	17.2%
Marido	101	20.4%
Esposa	50	10.1%
Ficante	31	6.3%
Ninguém	75	15.2%
outros	18	3.6%
TOTAL OBS.	494	100%

FONTE - CDL/ALFA - 2010

2009

O QUE PRESENTEAR	Qt. cit.	Freq.
CD	16	3,6%
Jóias e assemelhados	30	6,8%
Livros	4	0,9%
Brinquedos	0	0,0%
Celular	35	7,9%
Eletroeletronicos	11	2,5%
Eletrodomésticos	7	1,6%
Vestuários	130	29,5%
Perfumaria	70	15,9%
Lingerie	14	3,2%
Flores	17	3,9%
Produtos de Beleza	3	0,7%
Calçados e complementos	52	11,8%
Informática	3	0,7%
DVD	5	1,1%
Jantar Romântico	33	7,5%
Outros	11	2,5%
TOTAL CIT.	441	100%

FONTE - CDL/ALFA - 2009

2010

O QUE PRESENTEAR	Qt. cit.	Freq.
CD	15	3.1%
Jóias e assemelhados	28	5.7%
Livros	12	2.4%
Brinquedos	4	0.8%
Celular	24	4.9%
Eletroeletronicos	7	1.4%
Eletrodomésticos	4	0.8%
Vestuários	146	29.8%
Perfumaria	81	16.5%
Lingerie	18	3.7%
Flores	22	4.5%
Produtos de Beleza	7	1.4%
Calçados e complementos	38	7.8%
Informática	3	0.6%
DVD	1	0.2%
Jantar Romântico	57	11.6%
Outros	23	4.7%
TOTAL CIT.	490	100%

FONTE - CDL/ALFA - 2010

2009

ONDE COMPRAR	Qt. cit.	Freq.
Lojas de Shopping	196	44,4%
Lojas de Rua	179	40,6%
Camelódromos	7	1,6%
Feiras	3	0,7%
Supermercados	1	0,2%
Livrarias	3	0,7%
Floricultura	15	3,4%
Restaurantes	26	5,9%
Hotel/Motel	11	2,5%
TOTAL CIT.	441	100%

FONTE - CDL/ALFA - 2009

2010

ONDE COMPRAR	Qt. cit.	Freq.
Lojas de Shopping	171	40.8%
Lojas de Rua	145	34.6%
Camelódromos	18	4.3%
Feiras	8	1.9%
Supermercados	2	0.5%
Livrarias	5	1.2%
Hotel/Motel	20	4.8%
Restaurantes	50	11.9%
TOTAL CIT.	419	100%

FONTE - CDL/ALFA - 2010

2009

COMO PAGAR	Qt. cit.	Freq.
Dinheiro	262	59,4%
Cheque à vista	13	2,9%
Cheque pré-datado	3	0,7%
Cartão de Crédito	144	32,7%
Crediário	16	3,6%
Cartão de Lojas	3	0,7%
outros	0	0,0%
TOTAL CIT.	441	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

COMO PAGAR	Qt. cit.	Freq.
Dinheiro	251	59.9%
Cheque à vista	8	1.9%
Cheque pré-datado	6	1.4%
Cartão de Crédito	121	28.9%
Crediário	14	3.3%
Cartão de Lojas	10	2.4%
outros	9	2.1%
TOTAL CIT.	419	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

2009

CARACTERISTICAS DO NAMORADO	Qt. cit.	Freq.
Lindo (a)	106	14,1%
Inteligente	129	17,2%
Bom carater	91	12,1%
Carinhoso (a)	87	11,6%
Meigo (a)	34	4,5%
Amigo (a)	58	7,7%
Rico(a)	3	0,4%
Maravilhoso (a)	57	7,6%
Companheiro (a)	126	16,8%
Chato (a)	16	2,1%
Possessivo (a)	9	1,2%
Ciumento (a)	35	4,7%
TOTAL CIT.	751	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

CARACTERISTICAS DO NAMORADOS	Qt. cit.	Freq.
Lindo (a)	107	14.6%
Inteligente	95	13.0%
Bom carater	79	10.8%
Carinhoso (a)	86	11.7%
Meigo (a)	29	4.0%
Amigo (a)	53	7.2%
Rico(a)	3	0.4%
Maravilhoso (a)	74	10.1%
Companheiro (a)	131	17.9%
Chato (a)	13	1.8%
Possessivo (a)	15	2.0%
Ciumento (a)	47	6.4%
TOTAL CIT.	732	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

2009

GOSTA	Qt. cit.	Freq.
Loiro (a)	81	18,4%
Moreno (a)	216	49,0%
Ruivo (a)	12	2,7%
Negro(a)	43	9,8%
todos (as)	89	20,2%
TOTAL CIT.	441	100%

FONTE - CDL/ALFA - 2009

2010

GOSTA	Qt. cit.	Freq.
Loiro (a)	87	20.8%
Moreno (a)	221	52.7%
Ruivo (a)	8	1.9%
Negro(a)	24	5.7%
todos (as)	79	18.9%
TOTAL CIT.	419	100%

FONTE - CDL/ALFA - 2010

2009

NOTAS PARA OS NAMORADOS (as)	Qt. cit.	Freq.
Um	0	0,0%
Dois	1	0,2%
Três	3	0,7%
Quatro	3	0,7%
Cinco	17	3,9%
Seis	8	1,8%
Sete	42	9,5%
Oito	92	20,9%
Nove	124	28,1%
Dez	151	34,2%
TOTAL CIT.	441	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

NOTAS PARA OS NAMORADOS (as)	Qt. cit.	Freq.
Um	4	1.0%
Dois	2	0.5%
Três	4	1.0%
Quatro	4	1.0%
Cinco	13	3.1%
Seis	20	4.8%
Sete	48	11.5%
Oito	99	23.6%
Nove	85	20.3%
Dez	140	33.4%
TOTAL CIT.	419	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

2009

VOCÊ GANHOU PRESENTE NO ANO PASSADO?	Qt. cit.	Freq.
Sim	311	70,5%
Não	130	29,5%
TOTAL CIT.	441	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

VOCÊ GANHOU PRESENTE NO ANO PASSADO?	Qt. cit.	Freq.
Sim	297	70.9%
Não	122	29.1%
TOTAL CIT.	419	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

2009

O QUE GOSTARIA DE GANHAR	Qt. cit.	Freq.
Beijos e Abraços	40	9,1%
Jóias e Assemelhados	24	5,4%
CD	3	0,7%
Livros	10	2,3%
Celular	29	6,6%
Calçados e complementos	35	7,9%
Informática	5	1,1%
Produtos de beleza	2	0,5%
Eletroeletrônico	9	2,0%
Vestuário	77	17,5%
Brinquedos	1	0,2%
Perfumaria	73	16,6%
Lingerie	14	3,2%
Eletrodoméstico	11	2,5%
Flores	20	4,5%
DVD	5	1,1%
Jantar Romântico	68	15,4%
Outros	15	3,4%
TOTAL CIT.	441	100%

FONTE - CDL/ALFA - 2009

2010

O QUE GOSTARIA DE GANHAR	Qt. cit.	Freq.
Beijos e Abraços	64	13.1%
Jóias e Assemelhados	61	12.4%
CD	8	1.6%
Livros	10	2.0%
Celular	14	2.9%
Calçados e complementos	44	9.0%
Informática	11	2.2%
Produtos de beleza	8	1.6%
Eletroeletrônico	16	3.3%
Vestuário	57	11.6%
Brinquedos	2	0.4%
Perfumaria	66	13.5%
Lingerie	9	1.8%
Eletrodoméstico	4	0.8%
Flores	16	3.3%
DVD	8	1.6%
Jantar Romântico	46	9.4%
Outros	46	9.4%
TOTAL CIT.	490	100%

FONTE - CDL/ALFA - 2010

Cruzamento Dados dos namorados

2009

SEXO	MASCULINO	FEMININO	TOTAL
CARACTERISTICAS DO NAMORADO			
Lindo (a)	5,2%	8,9%	14,1%
Inteligente	6,1%	11,1%	17,2%
Bom carater	4,3%	7,9%	12,1%
Carinhoso (a)	3,2%	8,4%	11,6%
Meigo (a)	2,4%	2,1%	4,5%
Amigo (a)	2,5%	5,2%	7,7%
Rico(a)	0,1%	0,3%	0,4%
Maravilhoso (a)	2,7%	4,9%	7,6%
Companheiro (a)	6,5%	10,3%	16,8%
Chato (a)	0,3%	1,9%	2,1%
Possessivo (a)	0,3%	0,9%	1,2%
Ciumento (a)	1,3%	3,3%	4,7%
TOTAL	34,9%	65,1%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

SEXO	MASCULINO	FEMININO	TOTAL
CARACTERISTICAS DO NAMORADOS			
Lindo (a)	6.3%	8.3%	14.6%
Inteligente	4.6%	8.3%	13.0%
Bom carater	2.9%	7.9%	10.8%
Carinhoso (a)	4.6%	7.1%	11.7%
Meigo (a)	2.7%	1.2%	4.0%
Amigo (a)	2.6%	4.6%	7.2%
Rico(a)	0.1%	0.3%	0.4%
Maravilhoso (a)	4.1%	6.0%	10.1%
Companheiro (a)	6.6%	11.3%	17.9%
Chato (a)	0.4%	1.4%	1.8%
Possessivo (a)	0.5%	1.5%	2.0%
Ciumento (a)	1.9%	4.5%	6.4%
TOTAL	37.4%	62.6%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

2009

GOSTA SEXO	Loiro (a)	Moreno (a)	Ruivo (a)	Negro(a)	todos (as)	TOTAL
MASCULINO	8,6%	13,4%	2,0%	1,8%	8,2%	34,0%
FEMININO	9,8%	35,6%	0,7%	7,9%	12,0%	66,0%
TOTAL	18,4%	49,0%	2,7%	9,8%	20,2%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

GOSTA SEXO	Loiro (a)	Moreno (a)	Ruivo (a)	Negro(a)	todos (as)	TOTAL
MASCULINO	11.5%	14.6%	1.4%	1.2%	8.8%	37.5%
FEMININO	9.3%	38.2%	0.5%	4.5%	10.0%	62.5%
TOTAL	20.8%	52.7%	1.9%	5.7%	18.9%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

2009

SEXO	MASCULINO	FEMININO	TOTAL
NOTAS PARA OS NAMORADOS (as)			
Um	0,0%	0,0%	0,0%
Dois	0,0%	0,2%	0,2%
Três	0,0%	0,7%	0,7%
Quatro	0,0%	0,7%	0,7%
Cinco	0,9%	2,9%	3,9%
Seis	0,2%	1,6%	1,8%
Sete	1,6%	7,9%	9,5%
Oito	6,6%	14,3%	20,9%
Nove	9,1%	19,0%	28,1%
Dez	15,6%	18,6%	34,2%
TOTAL	34,0%	66,0%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

SEXO	MASCULINO	FEMININO	TOTAL
NOTAS PARA OS NAMORADOS (as)			
Um	0.5%	0.5%	1.0%
Dois	0.2%	0.2%	0.5%
Três	0.2%	0.7%	1.0%
Quatro	0.2%	0.7%	1.0%
Cinco	0.2%	2.9%	3.1%
Seis	1.4%	3.3%	4.8%
Sete	4.5%	6.9%	11.5%
Oito	8.6%	15.0%	23.6%
Nove	7.9%	12.4%	20.3%
Dez	13.6%	19.8%	33.4%
TOTAL	37.5%	62.5%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

2009

QUAL SUA FAIXA ETÁRIA	12 a 16 anos	17 a 21 anos	22 a 26 anos	27 a 30 anos	31 a 35 anos	36 a 40 anos	41 a 45 anos	46 a 50 anos	acima de 51 anos	TOTAL
CARACTERÍSTICAS DO NAMORADO										
Lindo (a)	1,1%	4,0%	3,5%	2,3%	1,3%	0,8%	0,7%	0,5%	0,0%	14,1%
Inteligente	0,1%	3,3%	4,4%	3,5%	2,3%	1,6%	0,4%	1,5%	0,1%	17,2%
Bom caráter	0,1%	3,1%	3,3%	1,3%	1,3%	0,8%	0,9%	0,5%	0,7%	12,1%
Carinhoso (a)	0,3%	3,7%	3,2%	1,9%	1,3%	0,1%	0,4%	0,3%	0,4%	11,6%
Meigo (a)	0,5%	1,6%	0,9%	0,3%	0,3%	0,5%	0,1%	0,3%	0,0%	4,5%
Amigo (a)	0,0%	2,0%	1,5%	0,9%	1,2%	0,4%	1,3%	0,1%	0,3%	7,7%
Rico(a)	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Maravilhoso (a)	0,0%	1,2%	2,7%	1,6%	1,1%	0,5%	0,3%	0,3%	0,0%	7,6%
Companheiro (a)	0,1%	2,0%	3,5%	4,4%	1,7%	1,7%	0,9%	2,0%	0,4%	16,8%
Chato (a)	0,0%	0,4%	0,8%	0,4%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	2,1%
Possessivo (a)	0,0%	0,3%	0,5%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	1,2%
Ciumento (a)	0,0%	1,5%	1,2%	0,9%	0,8%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	4,7%
TOTAL	2,5%	23,2%	25,4%	17,4%	11,6%	6,8%	5,2%	5,9%	2,0%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2009

2010

QUAL SUA FAIXA ETÁRIA	De 12 a 16 anos	De 17 a 21 anos	De 22 a 26 anos	De 27 a 30 anos	De 31 a 35 anos	De 36 a 40 anos	De 41 a 45 anos	De 46 a 50 anos	Acima de 51 anos	TOTAL
CARACTERÍSTICAS DO NAMORADOS										
Lindo (a)	0.8%	4.1%	3.8%	2.3%	1.1%	1.0%	0.8%	0.4%	0.3%	14.6%
Inteligente	0.3%	3.1%	4.9%	2.2%	0.5%	0.7%	1.1%	0.1%	0.0%	13.0%
Bom caráter	0.0%	1.9%	3.8%	1.5%	1.4%	0.7%	0.8%	0.7%	0.0%	10.8%
Carinhoso (a)	0.3%	3.6%	4.4%	1.4%	0.8%	0.7%	0.5%	0.1%	0.0%	11.7%
Meigo (a)	0.1%	0.4%	1.8%	0.5%	0.3%	0.4%	0.3%	0.0%	0.1%	4.0%
Amigo (a)	0.0%	1.9%	2.5%	1.0%	0.3%	1.1%	0.3%	0.1%	0.1%	7.2%
Rico(a)	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%
Maravilhoso (a)	0.4%	2.5%	2.6%	1.8%	1.0%	0.4%	1.2%	0.1%	0.1%	10.1%
Companheiro (a)	0.1%	3.8%	6.4%	1.8%	2.0%	1.5%	1.0%	1.0%	0.3%	17.9%
Chato (a)	0.3%	0.5%	0.5%	0.1%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%
Possessivo (a)	0.0%	0.7%	0.5%	0.3%	0.0%	0.1%	0.3%	0.0%	0.1%	2.0%
Ciumento (a)	0.5%	1.6%	2.3%	0.8%	0.5%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	6.4%
TOTAL	2.9%	24.2%	33.6%	13.9%	8.3%	6.6%	6.3%	3.1%	1.1%	100%

FONTE – CDL/ALFA – 2010

4. CONCLUSÃO.

Constatação da pesquisa

- A pesquisa de 2010 não é muito diferente da pesquisa de 2009, foram entrevistados: Em 2010 , homens 36,8% contra 34,1% em 2009 o mesmo acontecendo coma as mulheres foram entrevistadas em 2010, 63,2% contra 65,9% em 2009.
- Quanto à faixa etária prevaleceu em 2010 entre 17 a 30 anos em sua maioria.
- Quanto à escolaridade os números foram muito parecidos prevalecendo ensino médio com 49,2% em 2010 contra 62,5% % em 2009, já graduação houve um aumento 11,4% em relação a 2009.
- Em 2010 mais de 79% da renda mensal dos entrevistados ficou na faixa entre R\$ 510,00 a R\$ 1.500,00 um aumento de 13,3% em relação ao ano anterior.
- Quanto à intenção de presentear os namorados(as) aparecem 44,3% contra 30,5% dos maridos/esposas. Os Ficantes aparecem com 6,3% um pouco menor que o ano anterior que apresentou 7,6%.
- Quanto ao que presentear, vestuário aparece em primeiro lugar com 29,8% praticamente o mesmo do ano passado seguido de perfumaria com 16,5/% aumento de 0,6% em relação a 2009. Jantar romântico aparece com crescimento considerável de 4,1% em relação a 2009. Calçados e complementos vêm em quarto lugar com 7,8% uma queda de 4% em relação a 2009. Jóias e assemelhados aparece com 5,7% uma queda de 1,1% em relação ao ano passado. E bom acrescentar que vários outros produtos serão consumidos neste Dia dos Namorados, como flores, celulares, livros, lingerie, eletroeletrônicos etc.
- O presente do Dia dos Namorados deverá ficar em média de R\$ 125,00, um aumento de 20% em relação ao ano anterior.
- Quanto onde comprar, os shoppings deverão ser visitados por 40,8% dos entrevistados contra 34,6% das lojas de rua. Os camelódromos aparecem com 4,3% na intenção dos entrevistados. Como no ano passado os restaurantes da cidade apreem novamente com considerável aumento de 6% em relação ao ano passado, sendo que em 2010 11,9% contra 5,9% em 2009. Hotéis/motéis também com um aumento de 2,3% em

relação a 2009, considerando que em 2009 foi 2,5% , em 2010 foi de 4,8% quase o dobro.

- Quanto como pagar, não houve grandes mudanças, Dinheiro novamente prevaleceu com 59,9% contra 59,4% do ano anterior um leve aumento de 0,3%. Já o cartão de crédito aparece com queda de 3,8% em relação a 2009.
- Quanto às características dos namorados (as) as qualidades foram as melhores possíveis, em ordem apareceram: companheiro, lindo, inteligente, carinhoso e bom caráter.
- Que me desculpem os loiros(as), mas a preferência do(a) goianiense por mais um ano seguido são os morenos(as) com mais de 52%, o dobro dos loiros(as) com 20,8%.
- Quanto à nota dada aos seus parceiros (as), está de bom tamanho, entre 8 e 10. Com certeza, nota para passar em qualquer vestibular que a vida lhes imponha.
- Quando perguntados se ganharam presentes no ano de 2010, 70,9% disseram que sim, um aumento modesto de 0,4% em relação ao a 2009.
- Quando foi perguntado ao entrevistado o que ele gostaria de ganhar: perfumaria aparece em primeiro lugar com 13,5%; beijos e abraços em segundo com 13,1%, jóias e assemelhados em terceiro, com 12,4%, Vestuário em quarto lugar, com 11,6% e jantar romântico, 9,4%, seguido de calçados e complementos com 9,0%.

Análise do coordenador da pesquisa

A pesquisa mostra que este Dia dos Namorados será, no mínimo, 25% mais lucrativo do que o do ano passado. Constatou-se que serão dados presentes com maior valor agregado; surgiram novas modalidades de presentear; e os consumidores deverão visitar praticamente todos os setores da economia goianiense. A novidade está relacionada a alimentos e bebidas. Tudo indica que os restaurantes devem se organizar para receber o dobro de visitantes em relação ao ano passado. Hotéis e motéis também estarão na mira dos namorados. Aqueles que forem mais criativos, com certeza terão sua capacidade de reserva esgotada antes do dia 12 de junho.

Aurélio Troncoso
Economista
Coordenador do Centro de Pesquisas
Econômicas e Mercadológicas CDL/ALFA
Aureliotroncoso@alfa.br
(62) 8489-0055 ou (62) 327-25086