



**CENTRO DE PESQUISAS ECONÔMICAS CDL/ALFA**

**INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES DO ANO DE 2009**

GOIÂNIA

2009

## 1. INTRODUÇÃO.

Este trabalho apresenta os resultados da pesquisa social aplicada, baseada em questionários, sobre intenção de compras para o Dia das Mães no ano de 2009. Realizada pelo Centro de Pesquisas Econômicas e Mercadológicas – ALFA/CDL nos dias 25 e 26 de abril de 2009.

A pesquisa teve como objetivo mensurar as intenções de compras para o Dia das Mães do ano de 2009. Foram utilizados os seguintes critérios: 594 entrevistas em diversos locais da Grande Goiânia, dentre eles corredores de grande circulação e shoppings. A pesquisa colheu informações sócio-econômicas e de intenção de compras.

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

- Sexo<sup>1</sup>?
- Qual é a sua faixa etária?
- Qual o seu estado civil?
- Qual a sua escolaridade?
- Qual a renda mensal de sua família?
- Você possui filhos?

De posse dessas informações, os pesquisadores puderam medir qual a influência das características sócio-econômicas dos entrevistados em relação à intenção de compras para o Dia das Mães.

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

- Você pretende comprar presentes no Dia das Mães?
- Quem você pretende presentear no Dia das Mães?
- Qual a linha de produtos de sua preferência?

---

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

- Quanto você pretende gastar?
- O presente que você pretende dar, tem valor maior, menor ou mesmo valor que no ano passado?
- Qual a forma de pagamento preferida?
- Qual o seu local de compras preferido?

De posse dessas informações, os pesquisadores puderam medir quais as opções de preferência dos entrevistados para o Dia das Mães.

Na seção dirigida somente às mães, elas responderam as seguintes questões:

- Quantos filhos você possui?
- Você recebeu presentes no último Dia das Mães?
- Qual a linha de produtos você gostaria de receber no próximo Dia das Mães?

De posse dessas informações, os pesquisadores puderam medir qual a relação existente entre a intenção das pessoas que iriam presentear (filhos, esposos, netos,...) em relação às pessoas que iriam receber os presentes (mães, avós, esposas /companheiras).

Essa pesquisa possui duas finalidades principais, a primeira é de cunho acadêmico, onde professores e alunos colocam em prática a teoria trabalhada em sala de aula nos cursos das Faculdades Alves Faria, a segunda tem cunho econômico, onde a Câmara de Dirigentes Lojistas de Goiânia possa ajudar seus associados a montarem suas estratégias de vendas para o Dia das Mães norteadas pela pesquisa ora apresentada.

## **2. METODOLOGIA.**

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

Como população útil para essa pesquisa, foram consideradas todas as pessoas de ambos os sexos com faixa etária a partir de 12 anos de idade. A amostra foi selecionada seguindo o critério da conveniência, onde o entrevistador escolhe o entrevistado de forma aleatória.

Foram aplicados 594 questionários, segundo a teoria da amostragem, populações acima de cem mil elementos são consideradas grandes populações, como é o caso do número de pessoas que poderão presentear alguém no Dia das Mães. A amostra mínima com um nível de significância de 95% e com margem de erro de 5% seria de aproximadamente 378 questionários. O número de questionários acima do mínimo exigido foi determinado para diminuir os possíveis vieses causados pelo tempo entre a realização da pesquisa e a data do evento pesquisado (Dia das Mães).

A pesquisa foi realizada de 23 a 24 de abril de 2009, atendendo ao pedido da entidade patrocinadora, a Câmara de Dirigentes Lojistas de Goiânia (CDL Goiânia).

Os entrevistadores foram recrutados e selecionados dentro dos quadros discentes das Faculdades Alves Faria nos cursos de Ciências Econômicas, 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.

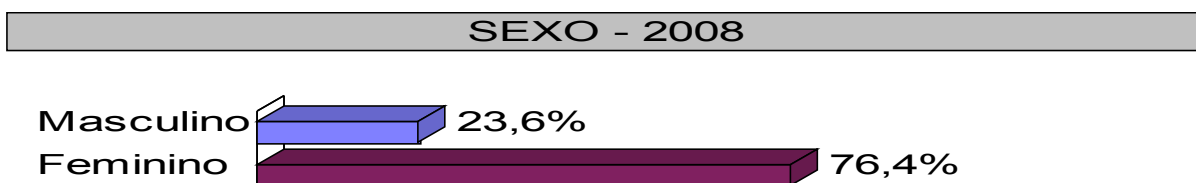
A equipe técnica responsável pela pesquisa é formada por professores da ALFA, coordenados pelo Prof<sup>o</sup> Aurélio Troncoso.

### 3. CONSTATAÇÕES DA PESQUISA.

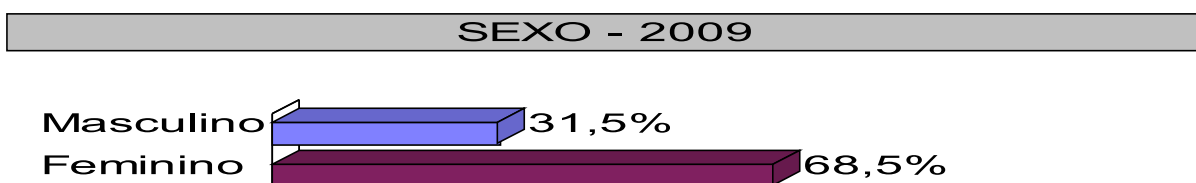
Foram entrevistadas 594 pessoas no período de 25 a 26 de abril de 2009, em locais de comércio de rua: Avenida 24 de Outubro, Avenida Bernardo Sayão, Setor Central e shopping's.

A população pesquisada apresentou as seguintes distribuições sócio-econômicas:

#### A. DISTRIBUIÇÕES SÓCIO-ECONÔMICAS.



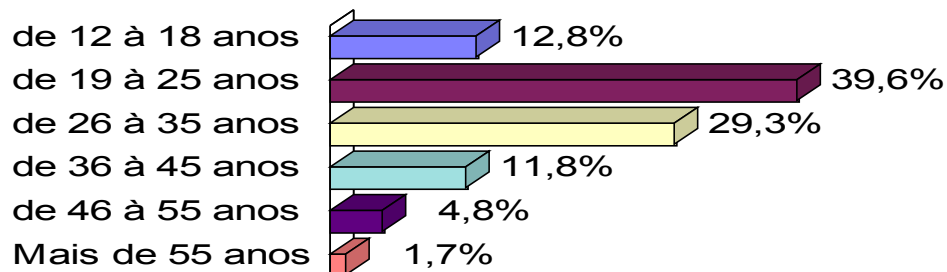
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

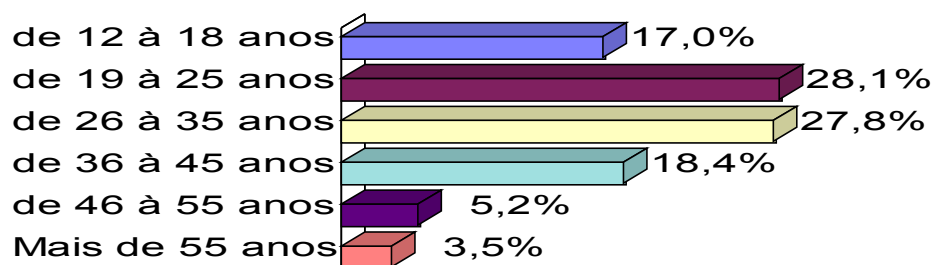
- Em 2009 foram entrevistados 7,9% a mais homens em relação ao mesmo período do ano de 2008.
- Mulheres prevaleceram com 68,5%, este fenômeno se deve por haver maior número de mulheres, fazendo compras no momento das entrevistas.

### FAIXA\_ETARIA - 2008



FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2008

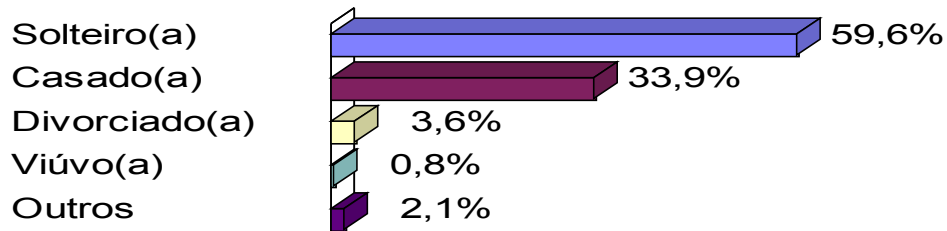
### FAIXA\_ETARIA - 2009



FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2009

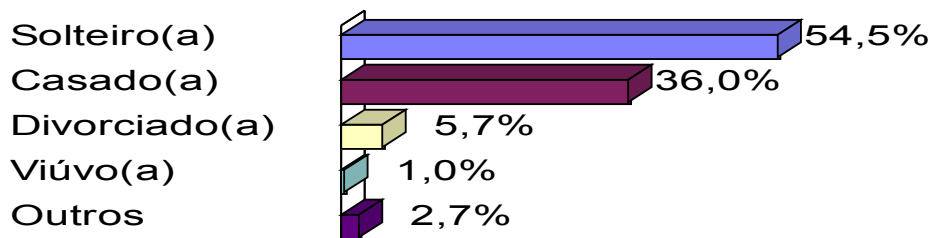
- Quanto à faixa etária, houve um equilíbrio entre 19 a 35 anos com 55,9%, mas não menos significante os 17% entre 13 a 18 anos e 18,4% entre 36 a 45 anos.

## ESTADO\_CIVIL - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

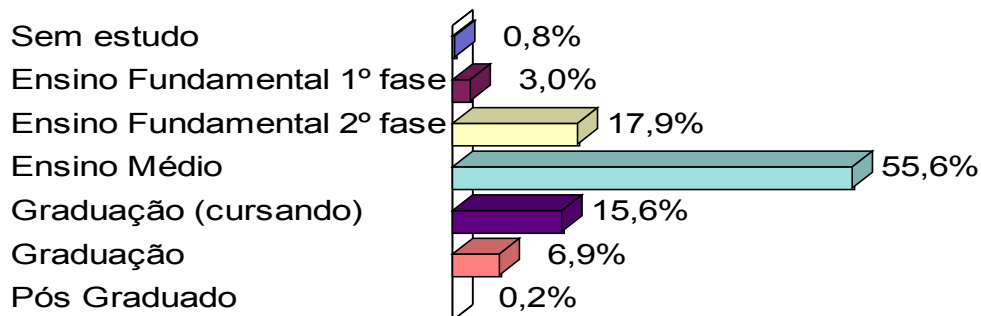
## ESTADO\_CIVIL - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

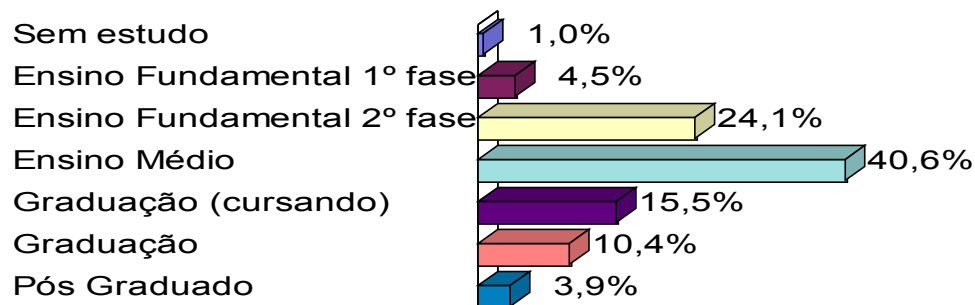
- Não houve nenhuma alteração expressiva entre casados e solteiros tendo sido entrevistados 2,1% a mais de casados em 2009.

## ESCOLARIDADE - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

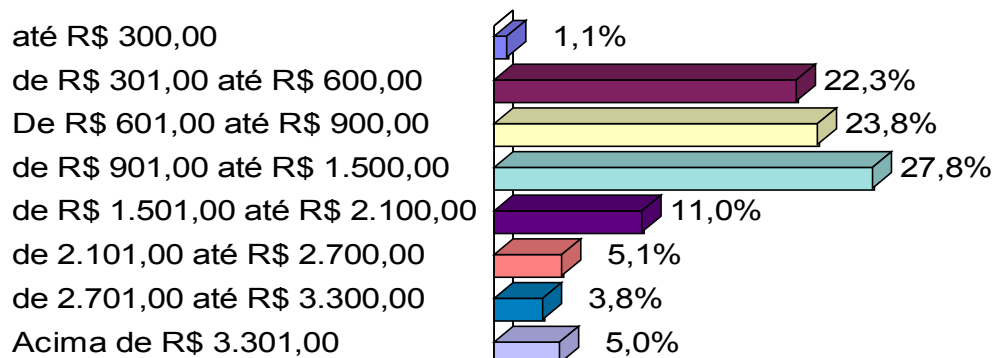
## ESCOLARIDADE - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

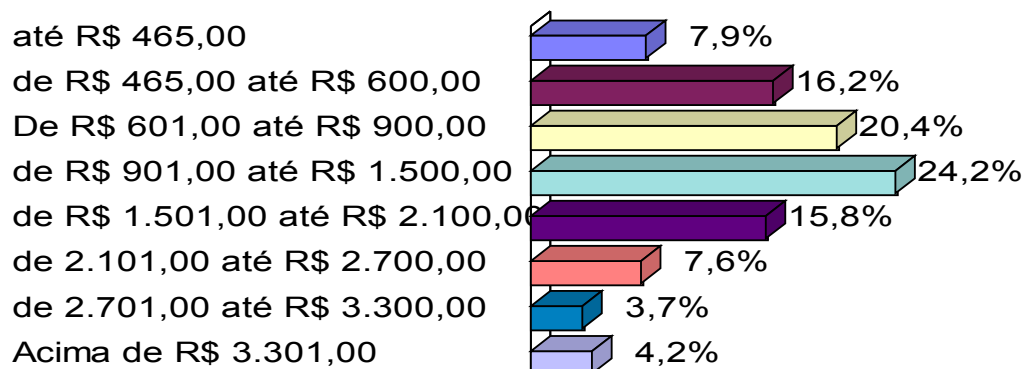
- Escolaridade prevaleceu ensino médio com 40,6% .

### RENDA\_MENSAL\_FAMILIA - 2008



FORNTE : CEPEN - CDL-ALFA - 2008

### RENDA\_MENSAL\_FAMILIA - 2009



FORNTE : CEPEN - CDL-ALFA - 2009

- A renda familiar em 2009 ficou entre R\$ R\$ 465,00 a R\$ 2.100,00 .

### POSSUI\_FILHOS - 2008



FONTE : CEPEN – CDL-ALFA – 2008

### POSSUI\_FILHOS

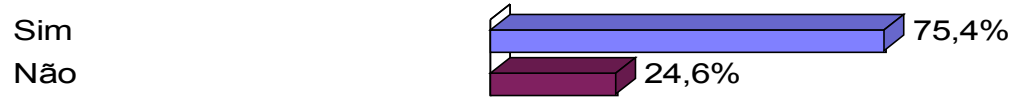


FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2009

- Redução de 1,3% em relação aqueles que disseram ter filhos em relação ao ano anterior.

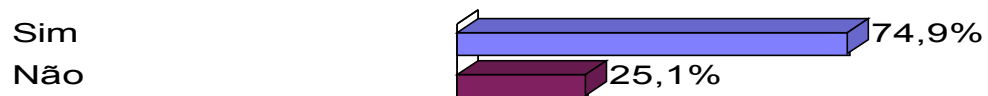
**B. DISTRIBUIÇÃO QUANTO INTENÇÃO DE PRESENTEAR.**

**PRETENDE\_PRESENTEAR - 2008**



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

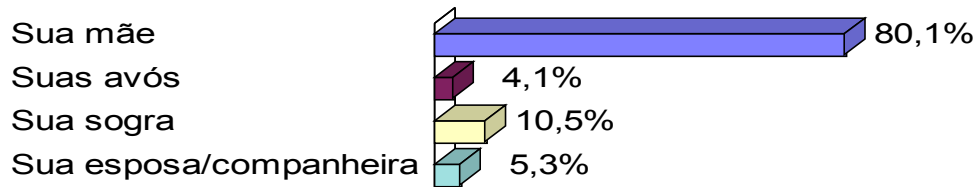
**PRETENDE\_PRESENTEAR - 2009**



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

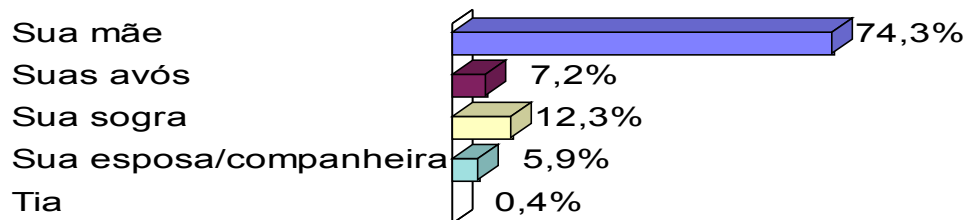
- Aumentou insignificante de 0,5% entre aqueles que disseram que não vão presentear ninguém este ano de 2009 em relação ao ano de 2008.

### QUEM\_PRESENTEAR - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

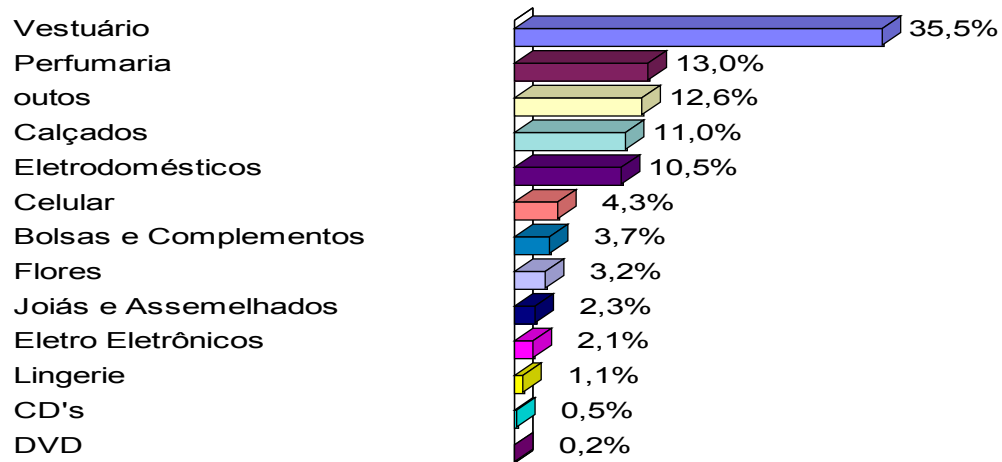
### QUEM\_PRESENTEAR - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

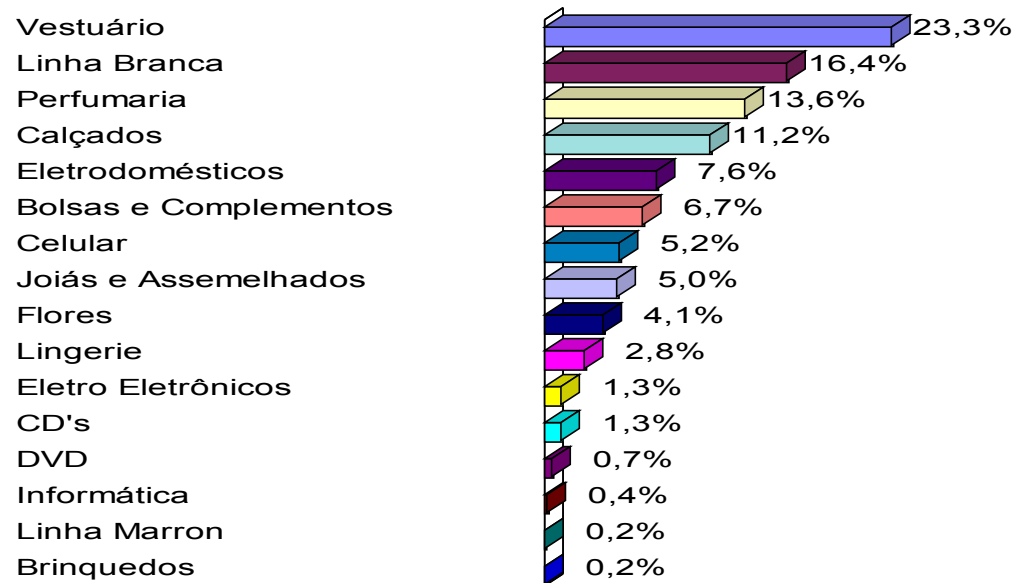
- Mãe será a preferida dos entrevistados com 74,3% , a segunda mãe que são as avós com 7,2% seguido das mães por herança que são as sogras com 12,3%, aqueles que ainda não definiram que são casados ou solteiros (Companheiras) 5,9% é as tias que nesta pesquisa apareceram pela primeira vez com modestos 0,4%.

### OQUE\_PRETENDE\_COMPRAR - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

### OQUE\_PRETENDE\_COMPRAR - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

- Queda de 12,2% pessoas que disseram presentear com vestuário;
- Linha branca aparece em segundo com 16,4%. Isso se deve a redução do IPI sobre os bens duráveis e semi-duráveis.
- O restante dos produtos sem muitas alterações significativas.

## COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE DE 2008 PARA 2009

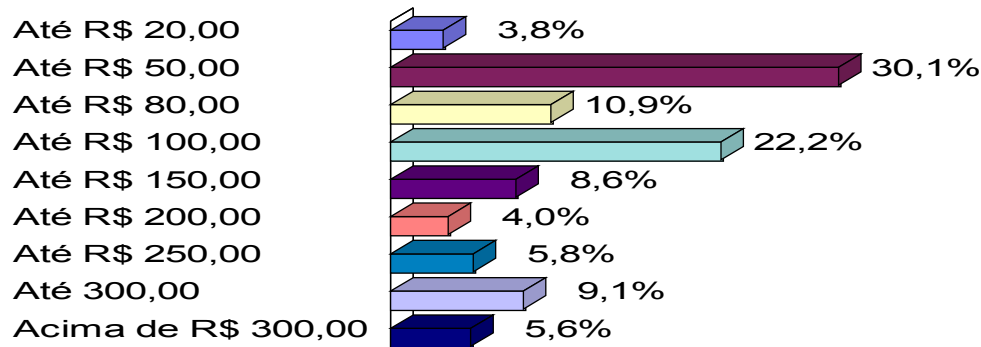


FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

### **IMPORTANTE**

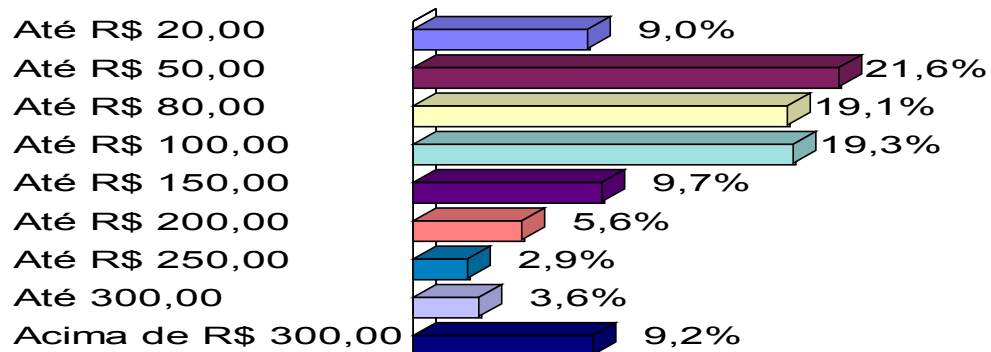
- ✓ Esta pergunta não foi feita nos anos anteriores. Levando em consideração que o momento da economia mundial fizemos esta pergunta para mensurar o grau de confiabilidade do consumidor em relação ao volume de compras neste Dia das Mães. O que se pode perceber é que: quando foram perguntados se o valor do presente a ser dado neste Dias das Mães seria maior ou menor, mesmo do ano anterior ou não sabiam responder, para nossa surpresa o apresentado é que, 52,2% deveram aumentar ou manter o mesmo valor do ano anterior, 22% deveram diminuir o valor do presente e 25,8% estão em dúvida quanto ao valor do presente.

### QUANTO\_GASTAR - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

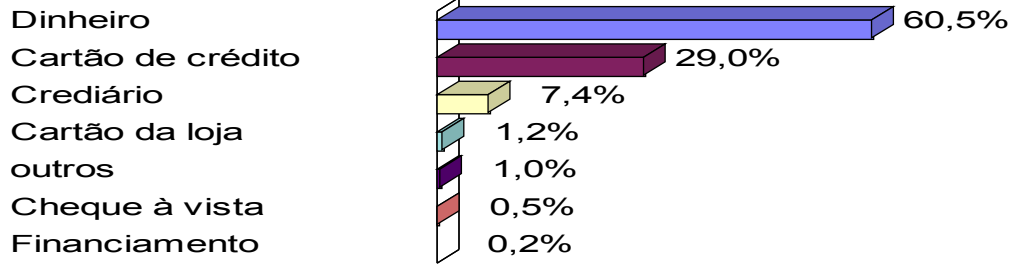
### QUANTO\_GASTAR - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

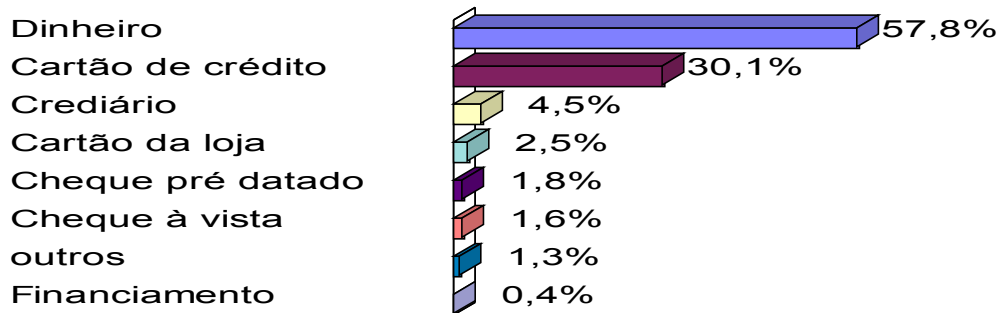
- A pesquisa mostra que mais de 60% deverão presentear com valores até é R\$ 100,00.
- Confirmando a tabela “Comparação no valor do Presente” a tabela acima mostra um aumento de 3,6% na intenção de compra para aqueles que disseram dar presentes acima de R\$ 300,00.

### FORMA\_PAGAMENTO - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

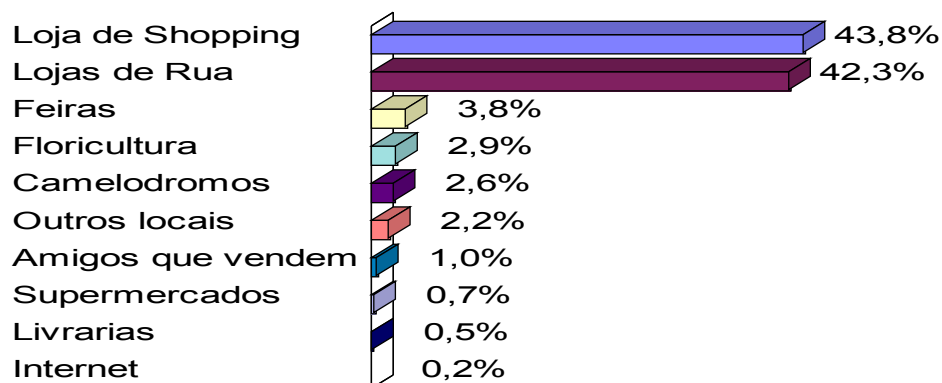
### FORMA\_PAGAMENTO - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

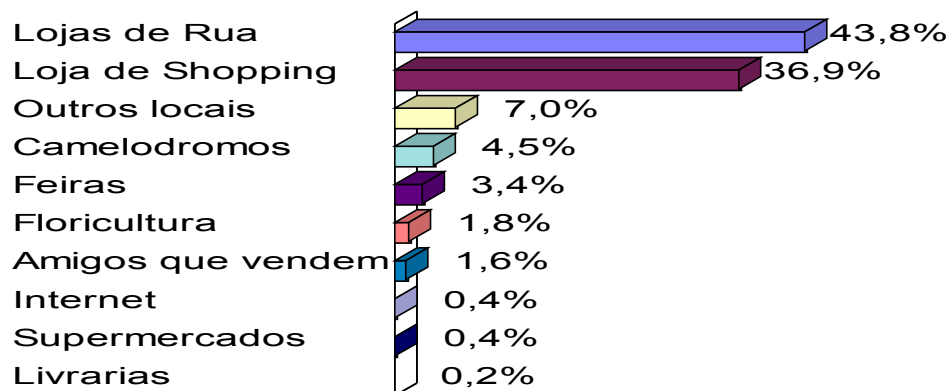
- Quanto a forma de pagamento houve um queda em relação aqueles que pretendem pagar suas compras em dinheiro em 2,7% e um aumento de 1,1% para aqueles que pretendem pagar com cartão de crédito.

### LOCAL\_COMPRA - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

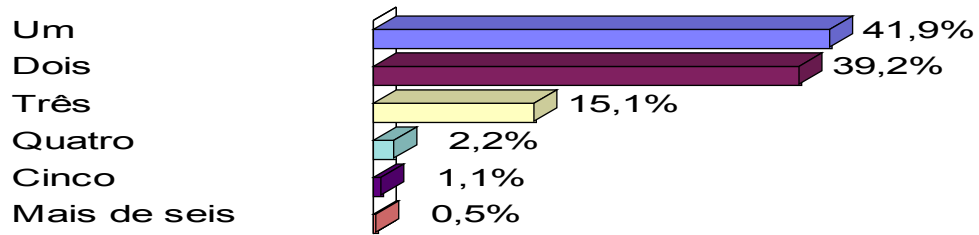
### LOCAL\_COMPRA - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

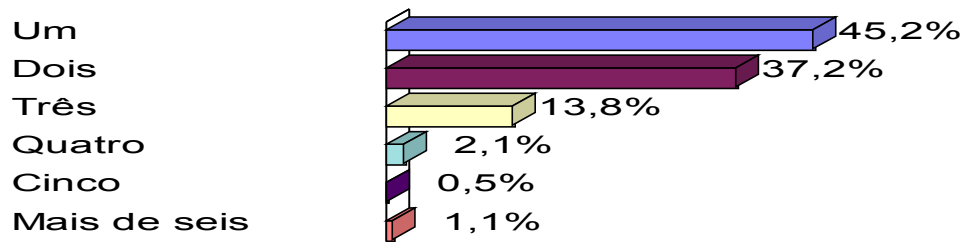
- Houve uma inversão de posição e coincidentemente nos mesmos percentuais, neste ano de 2009 lojas de rua devem ser visitadas por 43,8% um crescimento de 1,5% em relação a 2008. Os Shoppings com queda de 6% em relação a 2008.

### NR\_FILHOS\_MAE - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA – 2008

### NR\_FILHOS\_MAE - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

- Quanto à quantidade de filhos continua prevalecendo nestes seis anos de pesquisa consecutivas, entre um e dois filhos. Pode-se afirmar que a média de filhos dos goianienses é de no máximo de dois filhos.

MAE\_RECEBEU\_PRESENTES\_ULTIMO\_DIA 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

MAE\_RECEBEU\_PRESENTES\_ULTIMO\_DIA - 2009

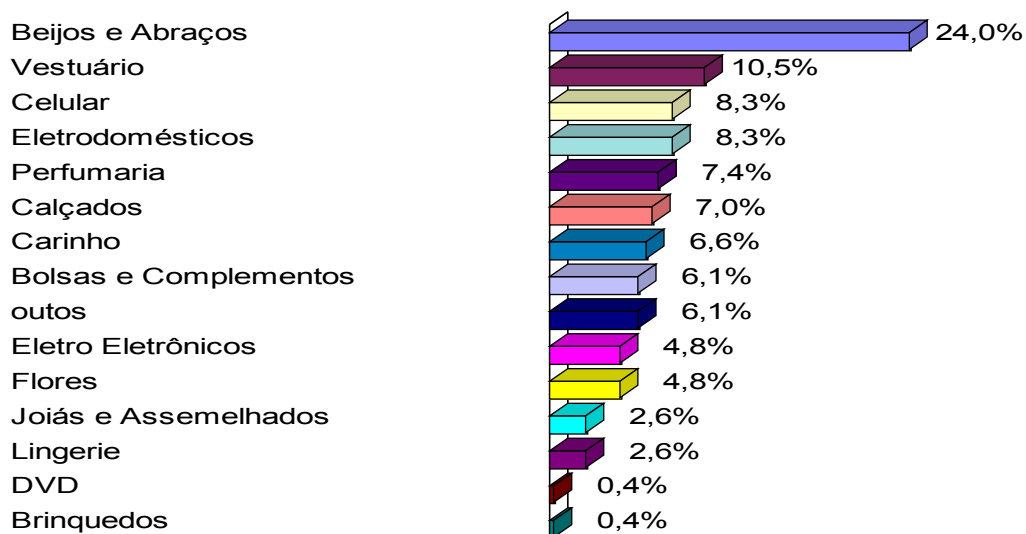


FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

- O ano de 2008 refere-se ao ano anterior 2007 e o ano de 2009 refere-se ao ano 2008, a pesquisa mostra que houve uma queda expressiva no número de mães que deixaram de receber presentes em 2008, que sem sombra de dúvidas foi um dos melhores Dias das Mães dos últimos seis anos em quase 31%. Isso se deve ao bom momento em que a economia estava passando.

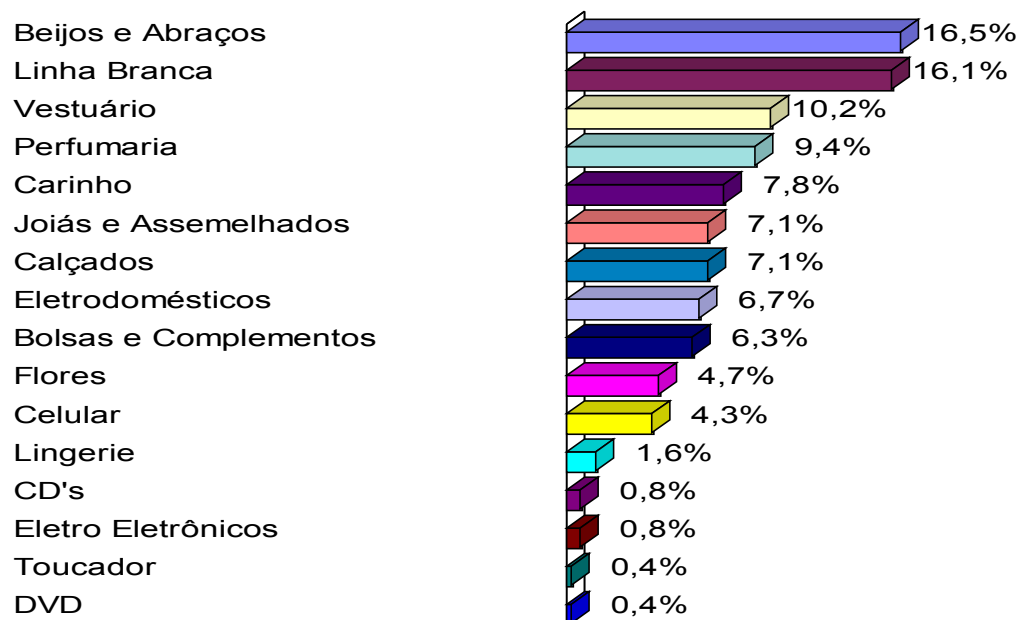
C. DISTRIBUIÇÃO DO QUE AS MÃES PRETENDEM GANHAR.

OQUE\_MAE\_GOSTARIA\_GANHAR - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 20078

OQUE\_MAE\_GOSTARIA\_GANHAR - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

- Este ano de 2009 as mães gostariam de ganhar, além dos tradicionais beijos e abraços, produtos da linha branca. O cenário que se forma e a troca de geladeiras, máquinas de lavar roupa e outros produtos que formam o mix deste seguimento. Os outros presentes com queda e aumento pouco significativo.

**D. DISTRIBUIÇÃO DE SEXO VERSUS QUEM PRESENTEAR.**

**2008**

<b>SEXO</b> <b>QUEM_PRESENTEAR</b>	Masculino	Feminino	<b>TOTAL</b>
Sua mãe	17,7%	62,4%	<b>80,1%</b>
Suas avós	0,4%	3,6%	<b>4,1%</b>
Sua sogra	2,1%	8,3%	<b>10,5%</b>
Sua esposa/companheira	5,3%	0,0%	<b>5,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>25,6%</b>	<b>74,4%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

**2009**

<b>SEXO</b> <b>QUEM_PRESENTEAR</b>	Masculino	Feminino	<b>TOTAL</b>
Sua mãe	21,0% (111)	53,3% (282)	<b>74,3% (393)</b>
Suas avós	2,3% ( 12)	4,9% ( 26)	<b>7,2% ( 38)</b>
Sua sogra	4,2% ( 22)	8,1% ( 43)	<b>12,3% ( 65)</b>
Sua esposa/companheira	5,5% ( 29)	0,4% ( 2)	<b>5,9% ( 31)</b>
Tia	0,0% ( 0)	0,4% ( 2)	<b>0,4% ( 2)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>32,9% (174)</b>	<b>67,1% (355)</b>	<b>100% (529)</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

E. DISTRIBUIÇÃO DE SEXO VERSUS O QUE COMPRAR.

2008

<b>SEXO</b>	Masculino	Feminino	<b>TOTAL</b>
<b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>			
Bolsas e Complementos	0,9%	2,7%	<b>3,7%</b>
Brinquedos	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
CD's	0,2%	0,2%	<b>0,5%</b>
Calçados	1,8%	9,2%	<b>11,0%</b>
Celular	1,8%	2,5%	<b>4,3%</b>
DVD	0,0%	0,2%	<b>0,2%</b>
Eletrodomésticos	1,8%	8,7%	<b>10,5%</b>
Eleto Eletrônicos	0,7%	1,4%	<b>2,1%</b>
Flores	1,6%	1,6%	<b>3,2%</b>
Linha Branca	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
Informática	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
Joiás e Assemelhados	0,9%	1,4%	<b>2,3%</b>
Lingerie	0,2%	0,9%	<b>1,1%</b>
Perfumaria	3,4%	9,6%	<b>13,0%</b>
Toucador	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
Vestuário	7,6%	27,9%	<b>35,5%</b>
outos	2,3%	10,3%	<b>12,6%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>23,3%</b>	<b>76,7%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA – 2008

2009

<b>SEXO</b>	Masculino	Feminino	<b>TOTAL</b>
<b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>			
Vestuário	4,8%	18,4%	<b>23,3%</b>
Linha Branca	6,5%	9,9%	<b>16,4%</b>
Perfumaria	5,0%	8,6%	<b>13,6%</b>
Calçados	3,2%	8,0%	<b>11,2%</b>
Eletrodomésticos	2,8%	4,8%	<b>7,6%</b>
Bolsas e Complementos	2,0%	4,7%	<b>6,7%</b>
Celular	3,2%	2,0%	<b>5,2%</b>
Joiás e Assemelhados	1,7%	3,4%	<b>5,0%</b>
Flores	2,0%	2,0%	<b>4,1%</b>
Lingerie	0,9%	1,9%	<b>2,8%</b>
Eleto Eletrônicos	0,4%	0,9%	<b>1,3%</b>
CD's	0,7%	0,6%	<b>1,3%</b>
DVD	0,4%	0,4%	<b>0,7%</b>
Informática	0,2%	0,2%	<b>0,4%</b>
Linha Marron	0,0%	0,2%	<b>0,2%</b>
Brinquedos	0,2%	0,0%	<b>0,2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>34,1%</b>	<b>65,9%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

**F. DISTRIBUIÇÃO DE RENDA FAMILIAR VERSUS QUANTO GASTAR.**

**2008**

<b>QUANTO_GASTAR</b>	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	<b>TOTAL</b>
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>										
até R\$ 300,00	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	<b>0,8%</b>
de R\$ 301,00 até R\$ 600,00	2,3%	7,1%	2,8%	5,1%	1,8%	0,5%	0,8%	1,5%	1,3%	<b>23,0%</b>
De R\$ 601,00 até R\$ 900,00	0,5%	5,3%	2,5%	5,3%	1,8%	1,5%	1,5%	2,0%	0,8%	<b>21,2%</b>
de R\$ 901,00 até R\$ 1.500,00	0,3%	10,6%	2,5%	6,3%	2,5%	1,0%	1,3%	2,5%	1,5%	<b>28,5%</b>
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.100,00	0,3%	3,5%	1,5%	2,0%	0,8%	0,0%	0,8%	1,8%	0,8%	<b>11,4%</b>
de 2.101,00 até R\$ 2.700,00	0,0%	1,3%	0,3%	1,3%	0,5%	0,5%	0,8%	0,3%	0,3%	<b>5,1%</b>
de 2.701,00 até R\$ 3.300,00	0,0%	1,0%	0,8%	1,0%	0,5%	0,3%	0,5%	0,0%	0,5%	<b>4,5%</b>
Acima de R\$ 3.301,00	0,3%	1,0%	0,5%	1,3%	0,8%	0,3%	0,3%	0,8%	0,5%	<b>5,6%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3,8%</b>	<b>30,1%</b>	<b>10,9%</b>	<b>22,2%</b>	<b>8,6%</b>	<b>4,0%</b>	<b>5,8%</b>	<b>9,1%</b>	<b>5,6%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

**2009**

<b>QUANTO_GASTAR</b>	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	<b>TOTAL</b>
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>										
até R\$ 465,00	0,4%	2,2%	0,7%	1,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>5,4%</b>
de R\$ 465,00 até R\$ 600,00	2,0%	3,6%	2,2%	1,8%	1,1%	1,3%	0,9%	0,2%	1,1%	<b>14,4%</b>
De R\$ 601,00 até R\$ 900,00	1,8%	3,4%	4,9%	3,8%	2,2%	0,2%	0,2%	1,1%	0,9%	<b>18,7%</b>
de R\$ 901,00 até R\$ 1.500,00	2,5%	5,8%	6,1%	5,4%	2,5%	1,1%	0,2%	0,7%	2,0%	<b>26,3%</b>
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.100,00	1,1%	2,9%	3,4%	3,4%	1,6%	1,3%	0,9%	0,4%	2,5%	<b>17,5%</b>
de 2.101,00 até R\$ 2.700,00	0,9%	2,0%	0,7%	2,2%	0,7%	0,7%	0,0%	0,2%	1,8%	<b>9,2%</b>
de 2.701,00 até R\$ 3.300,00	0,2%	0,4%	0,7%	0,7%	0,7%	0,4%	0,2%	0,2%	0,7%	<b>4,3%</b>
Acima de R\$ 3.301,00	0,0%	1,1%	0,4%	0,7%	0,7%	0,2%	0,2%	0,7%	0,2%	<b>4,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>9,0%</b>	<b>21,6%</b>	<b>19,1%</b>	<b>19,3%</b>	<b>9,7%</b>	<b>5,6%</b>	<b>2,9%</b>	<b>3,6%</b>	<b>9,2%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

**G. DISTRIBUIÇÃO DA FORMA DE PAGAMENTO VERSUS QUANTO GASTAR.**

**2008**

<b>QUANTO_GASTAR</b>	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	<b>TOTAL</b>
<b>FORMA_PAGAMENTO</b>										
Dinheiro	3,5%	21,3%	5,5%	14,4%	5,5%	2,5%	3,0%	4,2%	0,7%	<b>60,5%</b>
Cheque à vista	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Cheque pré datado	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
Cartão de crédito	0,0%	6,9%	3,7%	6,0%	2,7%	0,5%	2,0%	4,0%	3,2%	<b>29,0%</b>
Cartão da loja	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	<b>1,2%</b>
Crediário	0,2%	1,2%	1,5%	1,5%	0,2%	0,5%	0,5%	0,7%	1,0%	<b>7,4%</b>
Financiamento	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,2%</b>
outros	0,0%	0,5%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	<b>1,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3,7%</b>	<b>30,0%</b>	<b>10,7%</b>	<b>22,6%</b>	<b>8,7%</b>	<b>4,0%</b>	<b>5,7%</b>	<b>9,2%</b>	<b>5,5%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

**2009**

<b>QUANTO_GASTAR</b>	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	<b>TOTAL</b>
<b>FORMA_PAGAMENTO</b>										
Dinheiro	7,0%	15,3%	11,2%	10,3%	4,0%	3,6%	1,6%	1,6%	3,1%	<b>57,8%</b>
Cheque à vista	0,2%	0,4%	0,4%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>1,6%</b>
Cheque pré datado	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%	0,7%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,8%</b>
Cartão de crédito	1,6%	4,9%	4,9%	6,3%	4,0%	1,3%	1,1%	1,3%	4,5%	<b>30,1%</b>
Cartão da loja	0,0%	0,2%	0,9%	0,4%	0,4%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	<b>2,5%</b>
Crediário	0,0%	0,4%	1,1%	0,9%	0,2%	0,4%	0,0%	0,2%	1,1%	<b>4,5%</b>
Financiamento	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	<b>0,4%</b>
outros	0,2%	0,2%	0,4%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>9,0%</b>	<b>21,6%</b>	<b>19,1%</b>	<b>19,3%</b>	<b>9,7%</b>	<b>5,6%</b>	<b>2,9%</b>	<b>3,6%</b>	<b>9,2%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

## H. DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE COMPRAS VERSUS ESCOLARIDADE.

**2008**

ESCOLARIDADE	Sem estudo	Ensino Fundamental 1º fase	Ensino Fundamental 2º fase	Ensino Médio	Graduação (cursando)	Graduação	Pós Graduado	TOTAL
<b>LOCAL_COMPRA</b>								
Loja de Shopping	0,2%	1,2%	8,6%	21,3%	7,9%	4,3%	0,2%	<b>43,8%</b>
Lojas de Rua	0,2%	0,5%	6,9%	23,9%	7,2%	3,6%	0,0%	<b>42,3%</b>
Camelodromos	0,0%	0,0%	0,7%	1,2%	0,2%	0,5%	0,0%	<b>2,6%</b>
Feiras	0,0%	0,2%	0,7%	1,9%	0,5%	0,5%	0,0%	<b>3,8%</b>
Supermercados	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,7%</b>
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,2%</b>
Livrarias	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Floricultura	0,0%	0,2%	0,5%	1,7%	0,2%	0,2%	0,0%	<b>2,9%</b>
Amigos que vendem	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	<b>1,0%</b>
Outros locais	0,0%	0,0%	0,5%	1,4%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>2,2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>0,5%</b>	<b>2,2%</b>	<b>17,9%</b>	<b>52,9%</b>	<b>17,2%</b>	<b>9,1%</b>	<b>0,2%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

**2009**

ESCOLARIDADE	Sem estudo	Ensino Fundamental 1º fase	Ensino Fundamental 2º fase	Ensino Médio	Graduação (cursando)	Graduação	Pós Graduado	TOTAL
<b>LOCAL_COMPRA</b>								
Loja de Shopping	0,2%	1,3%	11,0%	8,1%	7,2%	6,1%	2,9%	<b>36,9%</b>
Lojas de Rua	0,4%	1,1%	8,5%	21,6%	7,4%	4,3%	0,4%	<b>43,8%</b>
Camelodromos	0,0%	0,0%	0,4%	2,7%	0,7%	0,4%	0,2%	<b>4,5%</b>
Feiras	0,0%	0,0%	0,7%	1,1%	0,9%	0,2%	0,4%	<b>3,4%</b>
Supermercados	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>0,4%</b>
Internet	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,4%</b>
Livrarias	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,2%</b>
Floricultura	0,0%	0,0%	1,3%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>1,8%</b>
Amigos que vendem	0,0%	0,2%	0,2%	0,7%	0,2%	0,2%	0,0%	<b>1,6%</b>
Outros locais	0,0%	0,9%	1,6%	2,9%	0,9%	0,7%	0,0%	<b>7,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>0,7%</b>	<b>3,8%</b>	<b>24,0%</b>	<b>37,8%</b>	<b>17,5%</b>	<b>12,1%</b>	<b>4,0%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

## I. DISTRIBUIÇÃO ESCOLARIDADE VERSUS FORMA DE PAGAMENTO.

**2008**

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	outros	<b>TOTAL</b>
<b>ESCOLARIDADE</b>									
Sem estudo	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Ensino Fundamental 1º fase	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>2,2%</b>
Ensino Fundamental 2º fase	14,1%	0,2%	0,0%	2,2%	0,2%	1,0%	0,0%	0,0%	<b>17,9%</b>
Ensino Médio	31,8%	0,2%	0,0%	15,9%	1,0%	4,0%	0,2%	1,0%	<b>54,1%</b>
Graduação (cursando)	8,9%	0,0%	0,0%	6,7%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	<b>17,1%</b>
Graduação	3,5%	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	<b>7,9%</b>
Pós Graduado	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>0,2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>60,5%</b>	<b>0,5%</b>	<b>0,0%</b>	<b>29,0%</b>	<b>1,2%</b>	<b>7,4%</b>	<b>0,2%</b>	<b>1,0%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

**2009**

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	outros	<b>TOTAL</b>
<b>ESCOLARIDADE</b>									
Sem estudo	0,4%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,7%</b>
Ensino Fundamental 1º fase	2,7%	0,2%	0,0%	0,4%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	<b>3,8%</b>
Ensino Fundamental 2º fase	16,0%	0,2%	0,0%	5,2%	0,7%	1,6%	0,2%	0,2%	<b>24,0%</b>
Ensino Médio	22,9%	0,7%	0,7%	10,3%	0,2%	2,2%	0,2%	0,4%	<b>37,8%</b>
Graduação (cursando)	7,9%	0,2%	0,9%	7,6%	0,4%	0,0%	0,0%	0,4%	<b>17,5%</b>
Graduação	6,3%	0,2%	0,2%	4,3%	0,7%	0,4%	0,0%	0,0%	<b>12,1%</b>
Pós Graduado	1,6%	0,0%	0,0%	2,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>4,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>57,8%</b>	<b>1,6%</b>	<b>1,8%</b>	<b>30,1%</b>	<b>2,5%</b>	<b>4,5%</b>	<b>0,4%</b>	<b>1,3%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

**J. DISTRIBUIÇÃO RENDA FAMILIAR VERSUS FORMA DE PAGAMENTO.**

**2008**

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	outros	<b>TOTAL</b>
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>									
até R\$ 300,00	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,7%</b>
de R\$ 301,00 até R\$ 600,00	17,4%	0,0%	0,0%	3,2%	0,0%	2,5%	0,0%	0,2%	<b>23,3%</b>
De R\$ 601,00 até R\$ 900,00	11,2%	0,2%	0,0%	6,9%	0,2%	2,2%	0,0%	0,0%	<b>20,8%</b>
de R\$ 901,00 até R\$ 1.500,00	16,4%	0,2%	0,0%	9,9%	0,2%	1,7%	0,0%	0,2%	<b>28,8%</b>
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.100,00	6,0%	0,0%	0,0%	4,2%	0,5%	0,5%	0,2%	0,0%	<b>11,4%</b>
de 2.101,00 até R\$ 2.700,00	3,2%	0,0%	0,0%	1,0%	0,2%	0,5%	0,0%	0,0%	<b>5,0%</b>
de 2.701,00 até R\$ 3.300,00	3,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	<b>4,5%</b>
Acima de R\$ 3.301,00	2,7%	0,0%	0,0%	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	<b>5,5%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>60,5%</b>	<b>0,5%</b>	<b>0,0%</b>	<b>29,0%</b>	<b>1,2%</b>	<b>7,4%</b>	<b>0,2%</b>	<b>1,0%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2008

**2009**

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	outros	<b>TOTAL</b>
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>									
até R\$ 465,00	4,5%	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>5,4%</b>
de R\$ 465,00 até R\$ 600,00	9,0%	0,2%	0,0%	3,6%	0,0%	0,9%	0,0%	0,7%	<b>14,4%</b>
De R\$ 601,00 até R\$ 900,00	11,5%	0,0%	0,4%	4,7%	0,7%	1,1%	0,0%	0,2%	<b>18,7%</b>
de R\$ 901,00 até R\$ 1.500,00	16,0%	0,0%	0,2%	8,3%	0,4%	0,9%	0,0%	0,4%	<b>26,3%</b>
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.100,00	7,6%	0,7%	0,4%	6,5%	0,9%	1,1%	0,2%	0,0%	<b>17,5%</b>
de 2.101,00 até R\$ 2.700,00	4,7%	0,4%	0,4%	2,9%	0,4%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>9,2%</b>
de 2.701,00 até R\$ 3.300,00	2,5%	0,2%	0,0%	1,1%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	<b>4,3%</b>
Acima de R\$ 3.301,00	2,0%	0,0%	0,2%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>4,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>57,8%</b>	<b>1,6%</b>	<b>1,8%</b>	<b>30,1%</b>	<b>2,5%</b>	<b>4,5%</b>	<b>0,4%</b>	<b>1,3%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2009

## DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE COMPRA VERSUS QUANTO GASTAR.

**2008**

<b>QUANTO_GASTAR</b>	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	<b>TOTAL</b>
<b>LOCAL_COMPRA</b>										
Loja de Shopping	0,5%	10,5%	5,3%	9,8%	4,8%	2,4%	3,8%	3,8%	2,9%	<b>43,8%</b>
Lojas de Rua	1,7%	13,2%	4,8%	10,0%	2,6%	1,4%	1,9%	4,5%	2,2%	<b>42,3%</b>
Camelodromos	0,0%	1,4%	0,5%	0,5%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>2,6%</b>
Feiras	0,7%	1,9%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,7%	0,0%	<b>3,8%</b>
Supermercados	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>0,7%</b>
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	<b>0,2%</b>
Livrarias	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Floricultura	0,5%	1,7%	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>2,9%</b>
Amigos que vendem	0,2%	0,5%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,0%</b>
Outros locais	0,2%	0,7%	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	<b>2,2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3,8%</b>	<b>30,1%</b>	<b>11,0%</b>	<b>21,8%</b>	<b>8,4%</b>	<b>4,1%</b>	<b>6,2%</b>	<b>9,1%</b>	<b>5,5%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA – 2008

**2009**

<b>QUANTO_GASTAR</b>	Até R\$ 20,00	Até R\$ 50,00	Até R\$ 80,00	Até R\$ 100,00	Até R\$ 150,00	Até R\$ 200,00	Até R\$ 250,00	Até 300,00	Acima de R\$ 300,00	<b>TOTAL</b>
<b>LOCAL_COMPRA</b>										
Loja de Shopping	2,0%	6,1%	7,4%	6,1%	5,2%	2,2%	2,2%	1,3%	4,3%	<b>36,9%</b>
Lojas de Rua	3,4%	12,1%	4,9%	9,9%	3,4%	3,4%	0,4%	1,8%	4,5%	<b>43,8%</b>
Camelodromos	0,4%	1,1%	2,0%	0,4%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>4,5%</b>
Feiras	0,2%	0,7%	1,1%	0,9%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>3,4%</b>
Supermercados	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,4%</b>
Internet	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,4%</b>
Livrarias	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,2%</b>
Floricultura	0,7%	0,0%	0,9%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,8%</b>
Amigos que vendem	0,2%	0,2%	0,9%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,6%</b>
Outros locais	1,6%	1,3%	1,1%	1,8%	0,2%	0,0%	0,0%	0,4%	0,4%	<b>7,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>9,0%</b>	<b>21,6%</b>	<b>19,1%</b>	<b>19,3%</b>	<b>9,7%</b>	<b>5,6%</b>	<b>2,9%</b>	<b>3,6%</b>	<b>9,2%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

- **DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE VALOR DO PRESENTE** , MAIOR, MENOR OU MESMO VALOR QUE NO ANO PASSADO  
VERSUS QUANTO GASTAR.

2009

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2008 QUANTO_GASTAR</b>	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	<b>TOTAL</b>
Até R\$ 20,00	0,9%	2,9%	1,8%	3,4%	<b>9,0%</b>
Até R\$ 50,00	3,8%	5,4%	6,5%	5,8%	<b>21,6%</b>
Até R\$ 80,00	4,7%	5,8%	4,7%	3,8%	<b>19,1%</b>
Até R\$ 100,00	4,7%	4,5%	4,7%	5,4%	<b>19,3%</b>
Até R\$ 150,00	4,3%	1,3%	2,2%	1,8%	<b>9,7%</b>
Até R\$ 200,00	2,0%	0,9%	1,1%	1,6%	<b>5,6%</b>
Até R\$ 250,00	1,1%	0,2%	1,1%	0,4%	<b>2,9%</b>
Até 300,00	1,3%	0,2%	0,4%	1,6%	<b>3,6%</b>
Acima de R\$ 300,00	5,8%	0,7%	0,7%	2,0%	<b>9,2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>28,8%</b>	<b>22,0%</b>	<b>23,4%</b>	<b>25,8%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

- **DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE VALOR DO PRESENTE** , MAIOR, MENOR OU MESMO VALOR QUE  
NO ANO PASSADO VERSUS RENDA MENSAL FAMILIAR.

2009

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2008 RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	<b>TOTAL</b>
até R\$ 465,00	1,1%	0,7%	1,3%	2,2%	<b>5,4%</b>
de R\$ 465,00 até R\$ 600,00	3,8%	2,0%	2,9%	5,6%	<b>14,4%</b>
De R\$ 601,00 até R\$ 900,00	4,5%	4,9%	3,8%	5,4%	<b>18,7%</b>
de R\$ 901,00 até R\$ 1.500,00	8,5%	8,8%	4,3%	4,7%	<b>26,3%</b>
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.100,00	5,2%	3,1%	5,6%	3,6%	<b>17,5%</b>
de 2.101,00 até R\$ 2.700,00	3,1%	2,0%	2,5%	1,6%	<b>9,2%</b>
de 2.701,00 até R\$ 3.300,00	1,3%	0,2%	1,6%	1,1%	<b>4,3%</b>
Acima de R\$ 3.301,00	1,1%	0,2%	1,3%	1,6%	<b>4,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>28,8%</b>	<b>22,0%</b>	<b>23,4%</b>	<b>25,8%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

- **DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE VALOR DO PRESENTE , MAIOR, MENOR OUMESMO VALOR QUE NO ANO PASSADO VERSUS O QUE PRETENDE COMPRAR.**

**2009**

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2008 OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	<b>TOTAL</b>
Bolsas e Complementos	1,9%	1,7%	1,5%	1,7%	<b>6,7%</b>
Brinquedos	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>0,2%</b>
CD's	0,2%	0,7%	0,2%	0,2%	<b>1,3%</b>
Calçados	2,8%	2,8%	3,0%	2,6%	<b>11,2%</b>
Celular	2,6%	0,9%	0,7%	0,9%	<b>5,2%</b>
DVD	0,2%	0,0%	0,4%	0,2%	<b>0,7%</b>
Eletrodomésticos	3,5%	1,3%	1,1%	1,7%	<b>7,6%</b>
Eleto Eletrônicos	0,7%	0,2%	0,4%	0,0%	<b>1,3%</b>
Flores	0,6%	2,0%	0,6%	0,9%	<b>4,1%</b>
Linha Marron	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,2%</b>
Informática	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,4%</b>
Joiás e Assemelhados	1,3%	1,3%	0,9%	1,5%	<b>5,0%</b>
Lingerie	1,1%	0,2%	1,1%	0,4%	<b>2,8%</b>
Perfumaria	4,1%	3,7%	3,2%	2,6%	<b>13,6%</b>
Vestuário	6,1%	5,8%	6,1%	5,2%	<b>23,3%</b>
Linha Branca	2,4%	3,0%	3,2%	7,8%	<b>16,4%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>28,1%</b>	<b>23,6%</b>	<b>22,5%</b>	<b>25,7%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

- **DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE VALOR DO PRESENTE , MAIOR, MENOR OUMESMO VALOR QUE NO ANO PASSADO VERSUS FORMA DE PAGAMENTO.**

**2009**

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2008 FORMA_PAGAMENTO</b>	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	<b>TOTAL</b>
Dinheiro	15,5%	12,6%	13,7%	16,0%	<b>57,8%</b>
Cheque à vista	0,4%	0,0%	0,2%	0,9%	<b>1,6%</b>
Cheque pré datado	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	<b>1,8%</b>
Cartão de crédito	9,7%	6,7%	7,2%	6,5%	<b>30,1%</b>
Cartão da loja	0,7%	0,9%	0,4%	0,4%	<b>2,5%</b>
Crediário	1,6%	0,9%	1,1%	0,9%	<b>4,5%</b>
Financiamento	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	<b>0,4%</b>
outros	0,2%	0,4%	0,2%	0,4%	<b>1,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>28,8%</b>	<b>22,0%</b>	<b>23,4%</b>	<b>25,8%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

- **DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE VALOR DO PRESENTE , MAIOR, MENOR OUMESMO VALOR QUE NO ANO PASSADO VERSUS LOCAL DE COMPRA.**

**2009**

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2008 LOCAL_COMPRA</b>	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	<b>TOTAL</b>
Loja de Shopping	13,9%	5,6%	8,1%	9,2%	<b>36,9%</b>
Lojas de Rua	10,6%	10,6%	11,7%	11,0%	<b>43,8%</b>
Camelodromos	0,2%	1,6%	0,9%	1,8%	<b>4,5%</b>
Feiras	0,7%	1,8%	0,7%	0,2%	<b>3,4%</b>
Supermercados	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>0,4%</b>
Internet	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>0,4%</b>
Livrarias	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>0,2%</b>
Floricultura	0,4%	0,7%	0,2%	0,4%	<b>1,8%</b>
Amigos que vendem	0,4%	0,2%	0,4%	0,4%	<b>1,6%</b>
Outros locais	2,0%	1,3%	0,9%	2,7%	<b>7,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>28,8%</b>	<b>22,0%</b>	<b>23,4%</b>	<b>25,8%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2009

#### 4. APÊNDICE.

##### 4.1 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUAL É O SEU SEXO?.

2008

<b>SEXO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Masculino	124	23,6%
Feminino	401	76,4%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>525</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

<b>SEXO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Masculino	187	31,5%
Feminino	407	68,5%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>594</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

#### 4.2 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUAL É SUA FAIXA ETÁRIA?.

2008

<b>FAIXA_ETARIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
de 12 à 18 anos	67	12,8%
de 19 à 25 anos	208	39,6%
de 26 à 35 anos	154	29,3%
de 36 à 45 anos	62	11,8%
de 46 à 55 anos	25	4,8%
Mais de 55 anos	9	1,7%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>525</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

<b>FAIXA_ETARIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
de 12 à 18 anos	101	17,0%
de 19 à 25 anos	167	28,1%
de 26 à 35 anos	165	27,8%
de 36 à 45 anos	109	18,4%
de 46 à 55 anos	31	5,2%
Mais de 55 anos	21	3,5%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>594</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

#### 4.3 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUAL O SEU ESTADO CÍVIL?

2008

<b>ESTADO_CIVIL</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Solteiro(a)	313	59,6%
Casado(a)	178	33,9%
Divorciado(a)	19	3,6%
Viúvo(a)	4	0,8%
Outros	11	2,1%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>525</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

<b>ESTADO_CIVIL</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Solteiro(a)	324	54,5%
Casado(a)	214	36,0%
Divorciado(a)	34	5,7%
Viúvo(a)	6	1,0%
Outros	16	2,7%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>594</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

#### 4.4 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUAL O GRAU DE INSTRUÇÃO?

2008

<b>ESCOLARIDADE</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sem estudo	4	0,8%
Ensino Fundamental 1º fase	16	3,0%
Ensino Fundamental 2º fase	94	17,9%
Ensino Médio	292	55,6%
Graduação (cursando)	82	15,6%
Graduação	36	6,9%
Pós Graduado	1	0,2%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>525</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

<b>ESCOLARIDADE</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sem estudo	6	1,0%
Ensino Fundamental 1º fase	27	4,5%
Ensino Fundamental 2º fase	143	24,1%
Ensino Médio	241	40,6%
Graduação (cursando)	92	15,5%
Graduação	62	10,4%
Pós Graduado	23	3,9%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>594</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

#### 4.5 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUAL A SUA RENDA FAMILIAR?

2008

<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
até R\$ 300,00	6	1,1%
de R\$ 301,00 até R\$ 600,00	117	22,3%
De R\$ 601,00 até R\$ 900,00	125	23,8%
de R\$ 901,00 até R\$ 1.500,00	146	27,8%
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.100,00	58	11,0%
de 2.101,00 até R\$ 2.700,00	27	5,1%
de 2.701,00 até R\$ 3.300,00	20	3,8%
Acima de R\$ 3.301,00	26	5,0%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>525</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
até R\$ 465,00	47	7,9%
de R\$ 465,00 até R\$ 600,00	96	16,2%
De R\$ 601,00 até R\$ 900,00	121	20,4%
de R\$ 901,00 até R\$ 1.500,00	144	24,2%
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.100,00	94	15,8%
de 2.101,00 até R\$ 2.700,00	45	7,6%
de 2.701,00 até R\$ 3.300,00	22	3,7%
Acima de R\$ 3.301,00	25	4,2%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>594</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

#### 4.6 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – VOCÊ POSSUI FILHOS?

2008

<b>POSSUI_FILHOS</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	227	43,2%
Não	298	56,8%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>525</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

<b>POSSUI_FILHOS</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	249	41,9%
Não	345	58,1%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>594</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

#### 4.7 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – VOCÊ PRETENDE PRESENTEAR ALGUÉM NO DIA DAS MÃES?

2008

<b>PRETENDE_PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	396	75,4%
Não	129	24,6%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>525</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

<b>PRETENDE_PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	445	74,9%
Não	149	25,1%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>594</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

#### 4.8 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – QUEM VOCÊ PRETENDE PRESENTEAR?

2008

<b>QUEM_PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sua mãe	375	80,1%
Suas avós	19	4,1%
Sua sogra	49	10,5%
Sua esposa/companheira	25	5,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>468</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

2009

<b>QUEM_PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sua mãe	393	74,3%
Suas avós	38	7,2%
Sua sogra	65	12,3%
Sua esposa/companheira	31	5,9%
Tia	2	0,4%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>529</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 594 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

#### 4.9 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – O QUÊ VOCÊ PRETENDE COMPRAR?

2008

<b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Bolsas e Complementos	16	3,7%
CD's	2	0,5%
Calçados	48	11,0%
Celular	19	4,3%
DVD	1	0,2%
Eletrodomésticos	46	10,5%
Eleto Eletrônicos	9	2,1%
Flores	14	3,2%
Joiás e Assemelhados	10	2,3%
Lingerie	5	1,1%
Perfumaria	57	13,0%
Vestuário	155	35,5%
outos	55	12,6%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>437</b>	<b>100%</b>

Fonte: CEPEM-CDL/ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

2009

<b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Vestuário	125	23,3%
Linha Branca	88	16,4%
Perfumaria	73	13,6%
Calçados	60	11,2%
Eletrodomésticos	41	7,6%
Bolsas e Complementos	36	6,7%
Celular	28	5,2%
Joiás e Assemelhados	27	5,0%
Flores	22	4,1%
Lingerie	15	2,8%
Eleto Eletrônicos	7	1,3%
CD's	7	1,3%
DVD	4	0,7%
Informática	2	0,4%
Linha Marron	1	0,2%
Brinquedos	1	0,2%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>537</b>	<b>100%</b>

Fonte: CEPEM-CDL/ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 594 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

4.10 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – O PRESENTE QUE VOCÊ PRETENDE DAR, TEM VALOR MAIOR, MENOR OU MESMO VALOR QUE NO ANO PASSADO?

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2008</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Maior	128	28,8%
Menor	98	22,0%
Mesmo valor	104	23,4%
Não sei	115	25,8%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>445</b>	<b>100%</b>

4.11 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUANTO VOCÊ PRETENDE GASTAR?

2008

<b>QUANTO_GASTAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Até R\$ 20,00	15	3,8%
Até R\$ 50,00	119	30,1%
Até R\$ 80,00	43	10,9%
Até R\$ 100,00	88	22,2%
Até R\$ 150,00	34	8,6%
Até R\$ 200,00	16	4,0%
Até R\$ 250,00	23	5,8%
Até 300,00	36	9,1%
Acima de R\$ 300,00	22	5,6%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

2009

<b>QUANTO_GASTAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Até R\$ 20,00	40	9,0%
Até R\$ 50,00	96	21,6%
Até R\$ 80,00	85	19,1%
Até R\$ 100,00	86	19,3%
Até R\$ 150,00	43	9,7%
Até R\$ 200,00	25	5,6%
Até R\$ 250,00	13	2,9%
Até 300,00	16	3,6%
Acima de R\$ 300,00	41	9,2%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>445</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 594 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações

4.12 FREQÜÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUAL A FORMA DE PAGAMENTO PREFERIDA?

2008

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Dinheiro	244	60,5%
Cheque à vista	2	0,5%
Cheque pré datado	0	0,0%
Cartão de crédito	117	29,0%
Cartão da loja	5	1,2%
Crediário	30	7,4%
Financiamento	1	0,2%
outros	4	1,0%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>403</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

2009

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Dinheiro	257	57,8%
Cheque à vista	7	1,6%
Cheque pré datado	8	1,8%
Cartão de crédito	134	30,1%
Cartão da loja	11	2,5%
Crediário	20	4,5%
Financiamento	2	0,4%
outros	6	1,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>445</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 594 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

#### 4.12 FREQÜÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUAL O SEU LOCAL DE COMPRAS PREFERIDO?

2008

<b>LOCAL_COMPRA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Loja de Shopping	183	43,8%
Lojas de Rua	177	42,3%
Camelodromos	11	2,6%
Feiras	16	3,8%
Supermercados	3	0,7%
Internet	1	0,2%
Livrarias	2	0,5%
Floricultura	12	2,9%
Amigos que vendem	4	1,0%
Outros locais	9	2,2%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>418</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações

2009

<b>LOCAL_COMPRA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Loja de Shopping	164	36,9%
Lojas de Rua	195	43,8%
Camelodromos	20	4,5%
Feiras	15	3,4%
Supermercados	2	0,4%
Internet	2	0,4%
Livrarias	1	0,2%
Floricultura	8	1,8%
Amigos que vendem	7	1,6%
Outros locais	31	7,0%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>445</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 594 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

**4.13** FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUANTOS FILHOS VOCÊ  
POSSUI ?

**2008**

<b>NR_FILHOS_MAE</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Um	78	41,9%
Dois	73	39,2%
Três	28	15,1%
Quatro	4	2,2%
Cinco	2	1,1%
Mais de seis	1	0,5%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>186</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações

**2009**

<b>NR_FILHOS_MAE</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Um	85	45,2%
Dois	70	37,2%
Três	26	13,8%
Quatro	4	2,1%
Cinco	1	0,5%
Mais de seis	2	1,1%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>188</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 594 observações

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

#### 4.14 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – VOCÊ RECEBEU PRESENTES NO ÚLTIMO DIA DAS MÃES?

**2008**

<b>MAE_RECEBEU_PRESENTES_ULTIMO_DIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	112	60,2%
Não	74	39,8%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>186</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações

**2009**

<b>MAE_RECEBEU_PRESENTES_ULTIMO_DIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	172	91,5%
Não	16	8,5%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>188</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 594 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações

4.15 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – O QUE VOCÊ GOSTARIA DE GANHAR NO PRÓXIMO DIA DAS MÃES?

2008

<b>OQUE_MAE_GOSTARIA_GANHAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Beijos e Abraços	55	24,0%
Bolsas e Complementos	14	6,1%
Brinquedos	1	0,4%
Carinho	15	6,6%
Calçados	16	7,0%
Celular	19	8,3%
DVD	1	0,4%
Eletrodomésticos	19	8,3%
Eleto Eletrônicos	11	4,8%
Flores	11	4,8%
Joiás e Assemelhados	6	2,6%
Lingerie	6	2,6%
Perfumaria	17	7,4%
Vestuário	24	10,5%
outos	14	6,1%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações

2009

<b>OQUE_MAE_GOSTARIA_GANHAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Beijos e Abraços	42	16,5%
Linha Branca	41	16,1%
Vestuário	26	10,2%
Perfumaria	24	9,4%
Carinho	20	7,8%
Joiás e Assemelhados	18	7,1%
Calçados	18	7,1%
Eletrodomésticos	17	6,7%
Bolsas e Complementos	16	6,3%
Flores	12	4,7%
Celular	11	4,3%
Lingerie	4	1,6%
CD's	2	0,8%
Eleto Eletrônicos	2	0,8%
Toucador	1	0,4%
DVD	1	0,4%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>255</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 4594 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

## **Conclusão**

Em linhas gerais conclui-se que a Pesquisa de Intenção de Compras dos Dias das Mães de 2009 mostrou uma estabilidade nos principais índices de análise.

Houve variações expressivas que modificam o cenário dos anos anteriores. Pelo que tudo indica a redução do IPI dos produtos do segmento de linha branca como geladeiras, freezers, máquina de lavar, entre outros, serão procurados neste Dia das Mães de 2009. A pesquisa mostra um consumidor comedido, mas com intenção de presentear. O Dia das Mães é a segunda melhor data comemorativa de consumo do ano perdendo apenas para o Natal.

Outro variável importante é a mudança novamente de onde comprar. As lojas de rua deverão ser mais visitadas que os shoppings, fato que está ligada diretamente ao produto mais procurado que são as linhas brancas. Nota-se que existem muito mais lojas deste segmento fora dos shoppings. Como já foi dito, beijinhos e abraços e uma bela geladeira farão a alegria das mães juntamente com outros vários presentes que seus filhos e maridos têm a intenção de presentear-las.

Conclui-se que em 2009 o DIA DAS MÃES terá um desempenho muito parecido com o ano de 2008.

O valor do presente deverá continuar entre R\$ 50,00 a R\$ 100,00 em média.

O cenário que se forma é de um Dia das Mães com ruas e shoppings cheios em suas devidas proporções. O comércio varejista poderá ter um acréscimo de 3% em relação as vendas do ano anterior, sem muitas preocupações.

Profº Aurélio Troncoso  
Coordenador do Centro de  
Pesquisas Econômicas e Mercadológicas CDL/ALFA  
Fone: 8489-0055  
3272.5086