



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:

- Sexo¹?
- 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?

¹ 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.

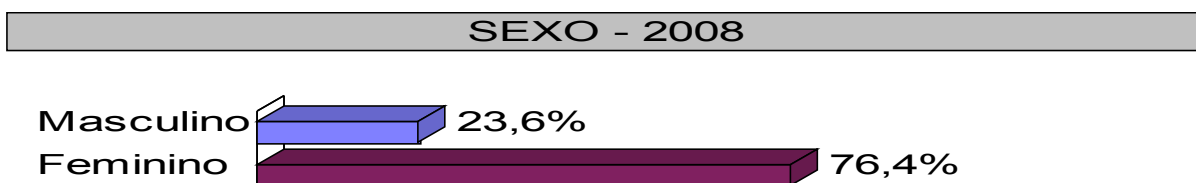
A equipe técnica responsável pela pesquisa é formada por professores da ALFA, coordenados pelo Prof^o Aurélio Troncoso.

3. CONSTATAÇÕES DA PESQUISA.

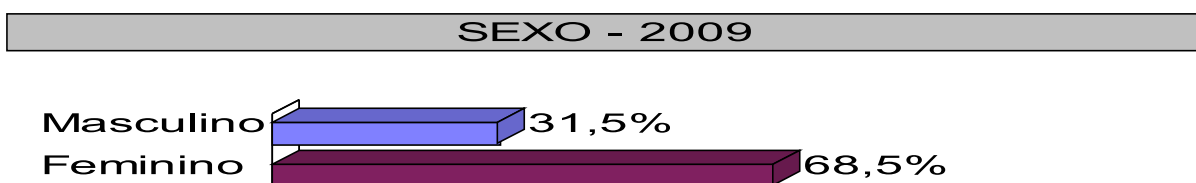
Foram entrevistadas 594 pessoas no período de 25 a 26 de abril de 2009, em locais de comércio de rua: Avenida 24 de Outubro, Avenida Bernardo Sayão, Setor Central e shopping's.

A população pesquisada apresentou as seguintes distribuições sócio-econômicas:

A. DISTRIBUIÇÕES SÓCIO-ECONÔMICAS.



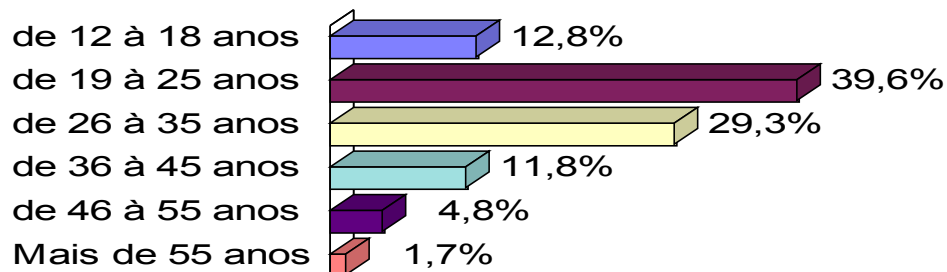
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

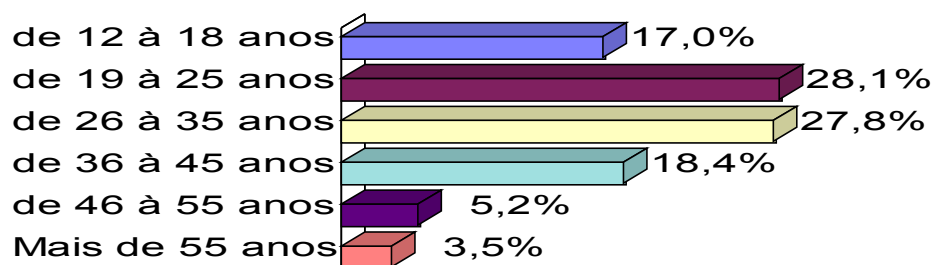
- Em 2009 foram entrevistados 7,9% a mais homens em relação ao mesmo período do ano de 2008.
- Mulheres prevaleceram com 68,5%, este fenômeno se deve por haver maior número de mulheres, fazendo compras no momento das entrevistas.

FAIXA_ETARIA - 2008



FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2008

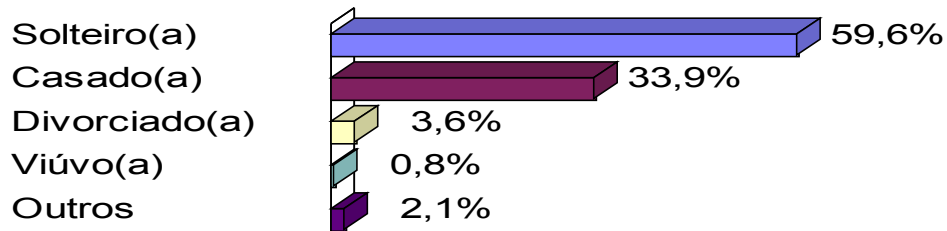
FAIXA_ETARIA - 2009



FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2009

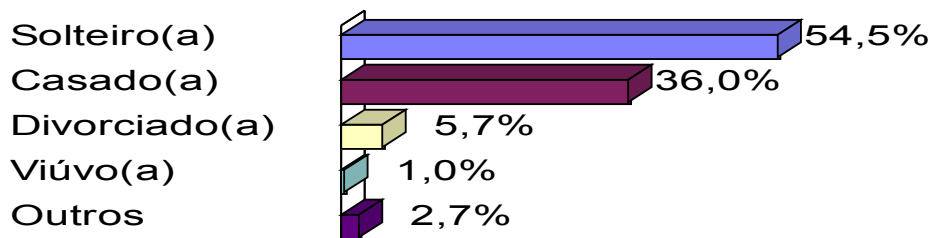
- Quanto à faixa etária, houve um equilíbrio entre 19 a 35 anos com 55,9%, mas não menos significante os 17% entre 13 a 18 anos e 18,4% entre 36 a 45 anos.

ESTADO_CIVIL - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

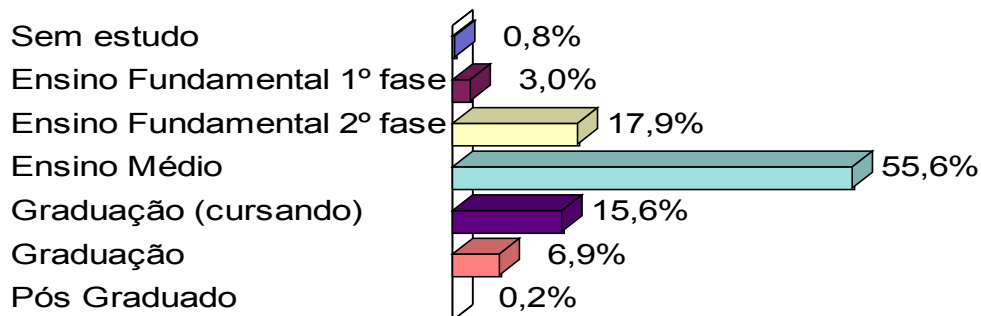
ESTADO_CIVIL - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

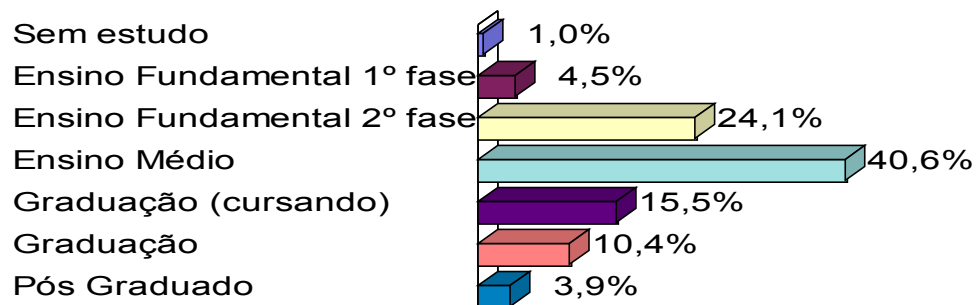
- Não houve nenhuma alteração expressiva entre casados e solteiros tendo sido entrevistados 2,1% a mais de casados em 2009.

ESCOLARIDADE - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

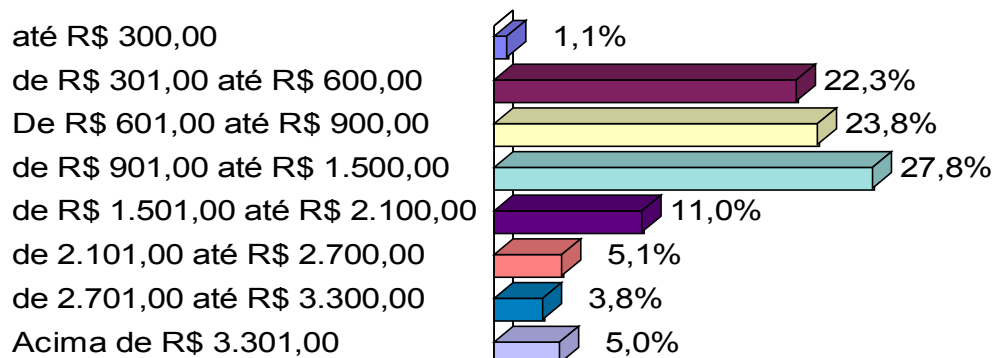
ESCOLARIDADE - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

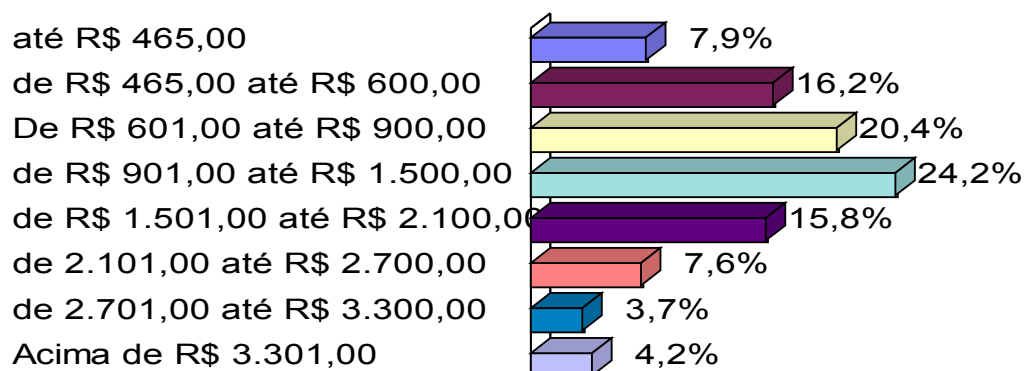
- Escolaridade prevaleceu ensino médio com 40,6% .

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

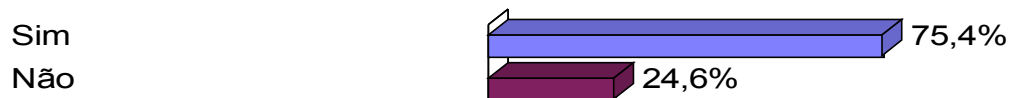


FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2009

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

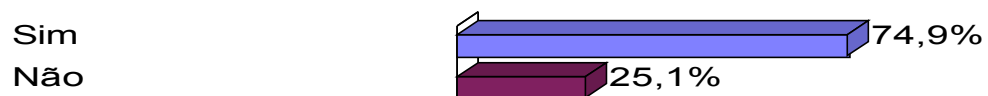
B. DISTRIBUIÇÃO QUANTO INTENÇÃO DE PRESENTEAR.

PRETENDE_PRESENTEAR - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

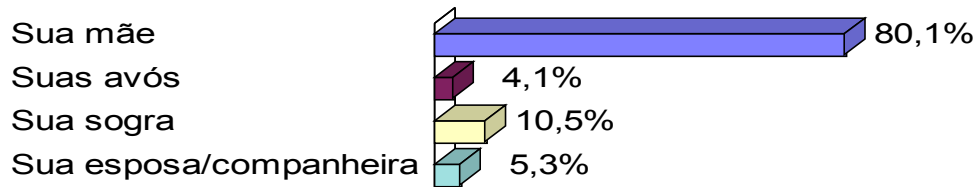
PRETENDE_PRESENTEAR - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

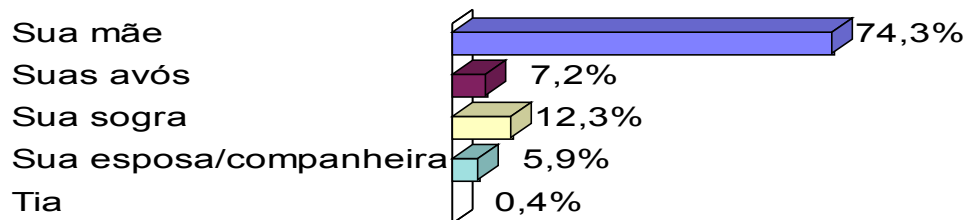
- Aumentou insignificante de 0,5% entre aqueles que disseram que não vão presentear ninguém este ano de 2009 em relação ao ano de 2008.

QUEM_PRESENTEAR - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

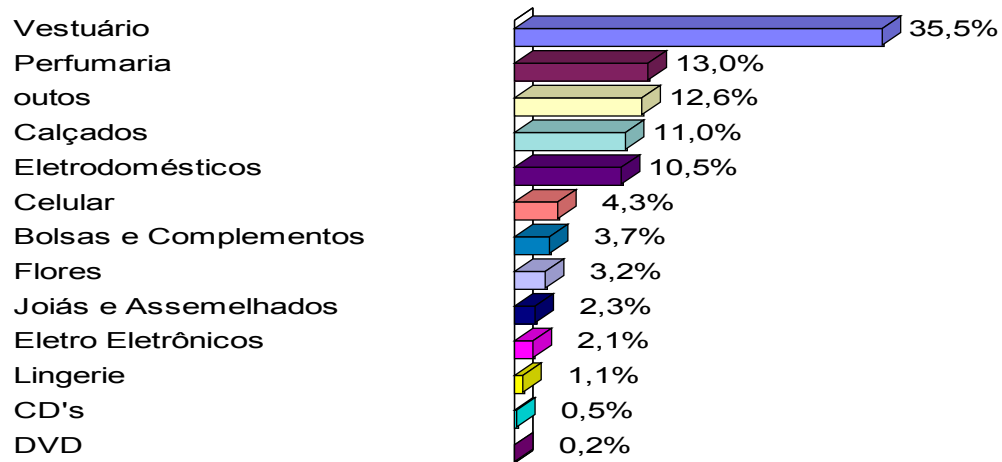
QUEM_PRESENTEAR - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

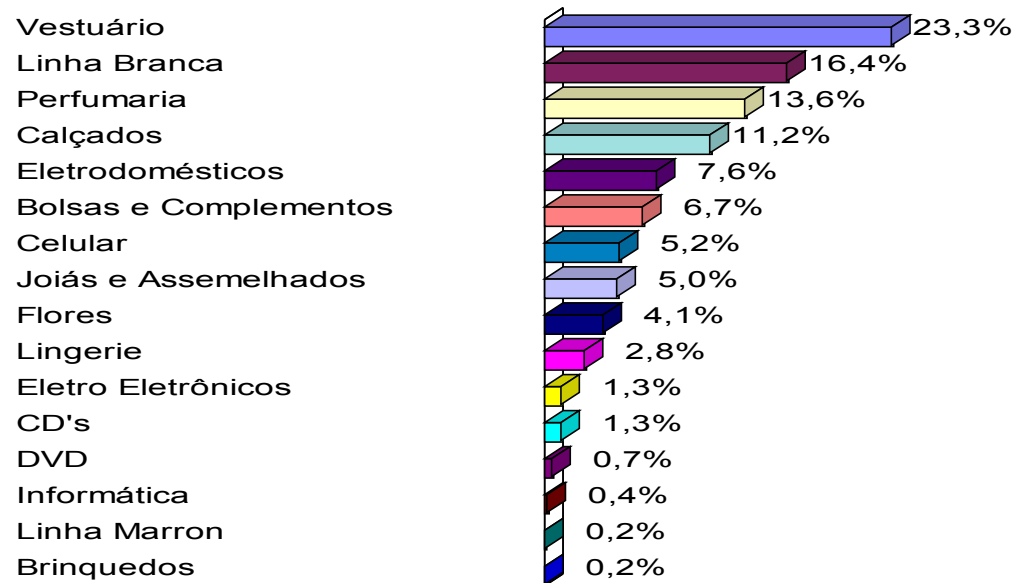
- Mãe será a preferida dos entrevistados com 74,3% , a segunda mãe que são as avós com 7,2% seguido das mães por herança que são as sogras com 12,3%, aqueles que ainda não definiram que são casados ou solteiros (Companheiras) 5,9% é as tias que nesta pesquisa apareceram pela primeira vez com modestos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

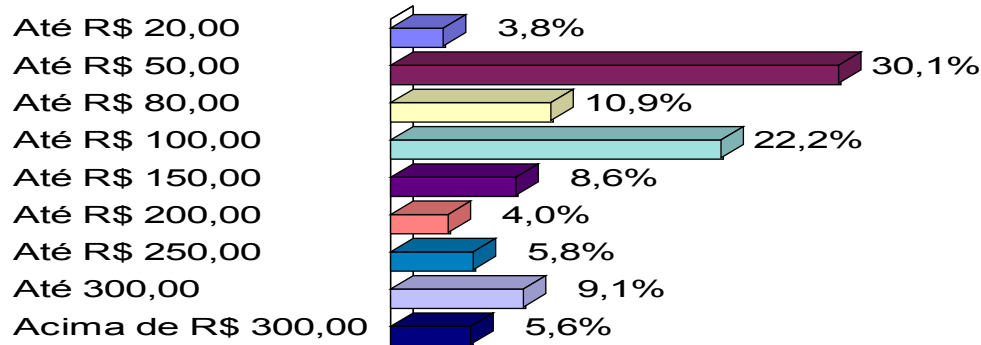


FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

IMPORTANTE

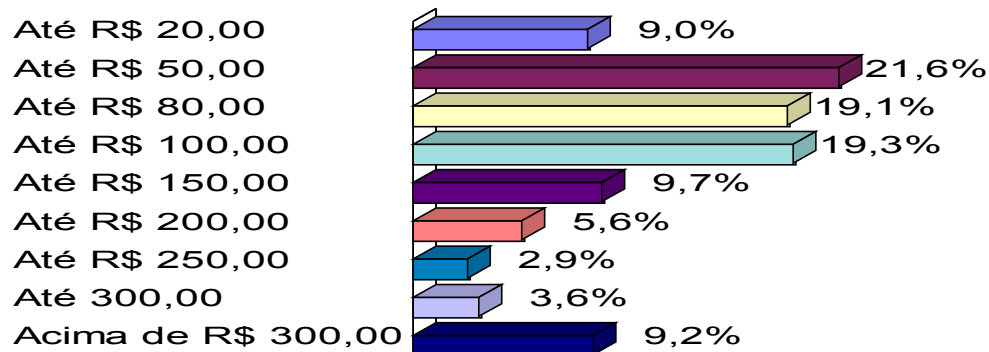
- ✓ Esta pergunta não foi feita nos anos anteriores. Levando em consideração que o momento da economia mundial fizemos esta pergunta para mensurar o grau de confiabilidade do consumidor em relação ao volume de compras neste Dia das Mães. O que se pode perceber é que: quando foram perguntados se o valor 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

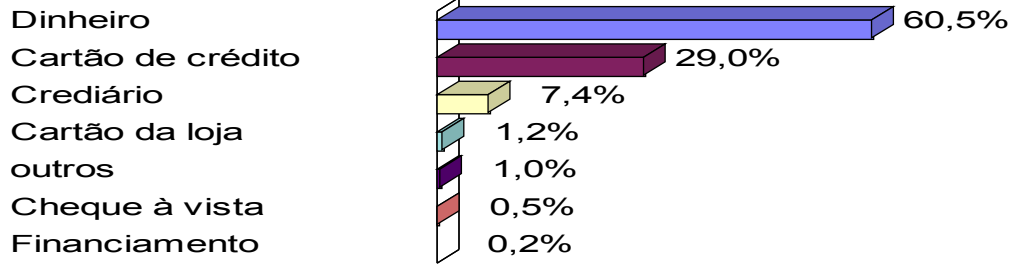
QUANTO_GASTAR - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

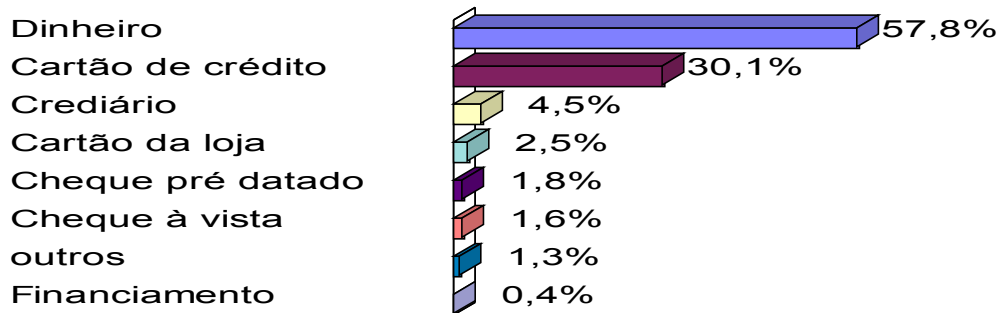
- A pesquisa mostra que mais de 60% deverão presentear com valores até é R\$ 100,00.
- Confirmando a tabela “Comparação no valor do Presente” a tabela acima mostra um aumento de 3,6% na intenção de compra para aqueles que disseram dar presentes acima de R\$ 300,00.

FORMA_PAGAMENTO - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

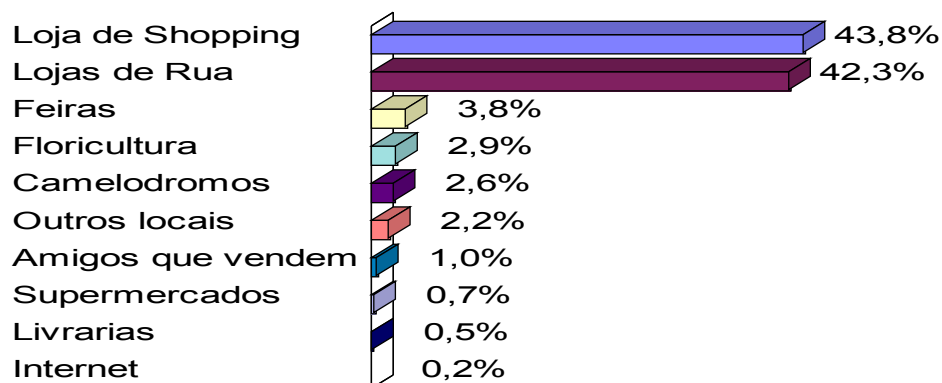
FORMA_PAGAMENTO - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

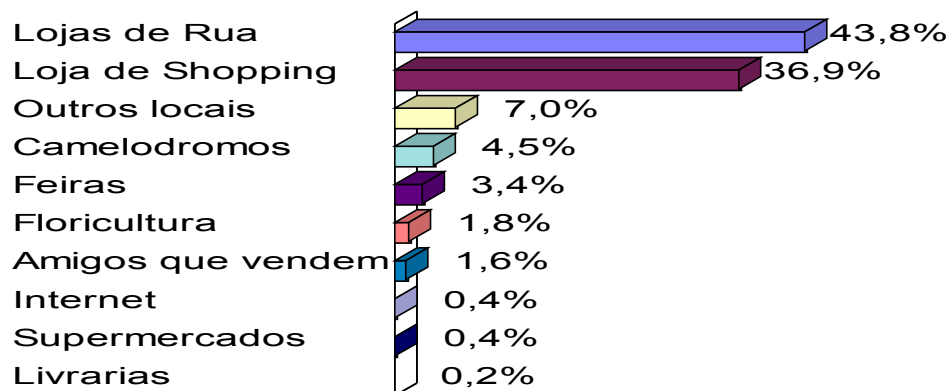
- Quanto a forma de pagamento houve um queda em relação aqueles que pretendem pagar suas compras em dinheiro em 2,7% e um aumento de 1,1% para aqueles que pretendem pagar com cartão de crédito.

LOCAL_COMPRA - 2008



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

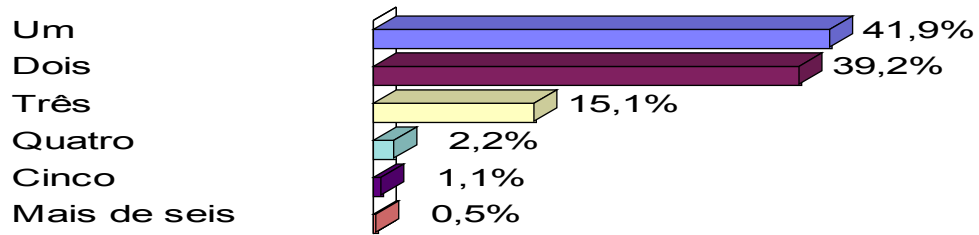
LOCAL_COMPRA - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

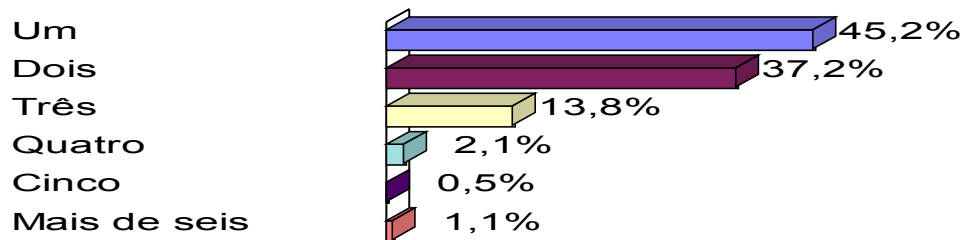
- Houve uma inversão de posição e coincidentemente nos mesmos percentuais, neste ano de 2009 lojas de rua devem ser visitadas por 43,8% um crescimento de 1,5% em relação a 2008. Os Shoppings com queda de 6% em relação a 2008.

NR_FILHOS_MAE - 2008



FONTE : CEPEN – CDL-ALFA – 2008

NR_FILHOS_MAE - 2009



FONTE : CEPEN – 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

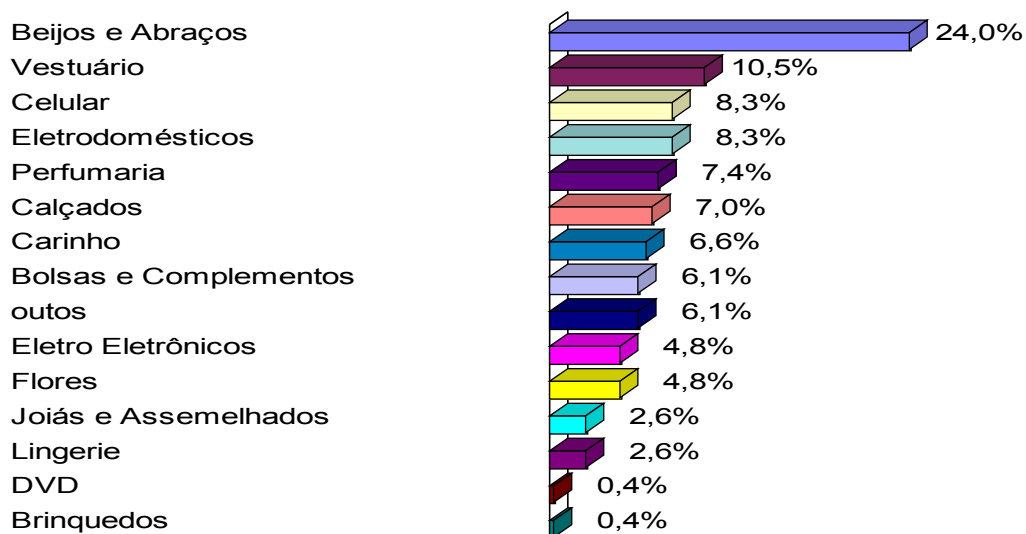


FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

- 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.

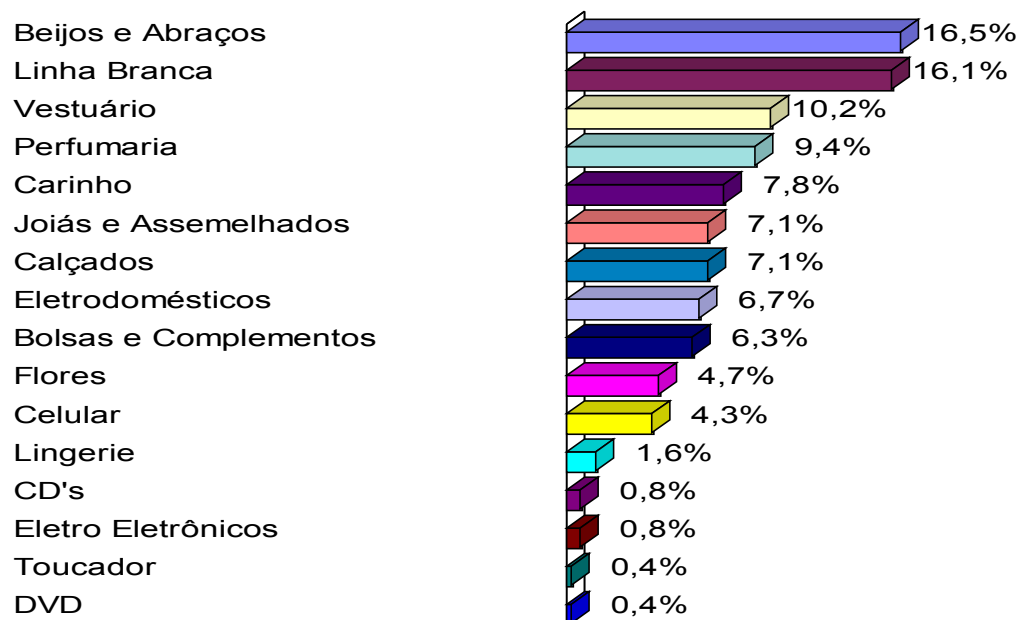
C. DISTRIBUIÇÃO DO QUE AS MÃES PRETENDEM GANHAR.

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

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

E. DISTRIBUIÇÃO DE SEXO VERSUS O QUE COMPRAR.

2008

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA – 2008

2009

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

F. DISTRIBUIÇÃO DE RENDA FAMILIAR VERSUS QUANTO GASTAR.

2008

QUANTO_GASTAR	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	TOTAL
RENDA_MENSAL_FAMILIA										
até R\$ 300,00	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,8%
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%	23,0%
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%	21,2%
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%	28,5%
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%	11,4%
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%	5,1%
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%	4,5%
Acima de R\$ 3.301,00	0,3%	1,0%	0,5%	1,3%	0,8%	0,3%	0,3%	0,8%	0,5%	5,6%
TOTAL	3,8%	30,1%	10,9%	22,2%	8,6%	4,0%	5,8%	9,1%	5,6%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

QUANTO_GASTAR	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	TOTAL
RENDA_MENSAL_FAMILIA										
até R\$ 465,00	0,4%	2,2%	0,7%	1,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	5,4%
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%	14,4%
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%	18,7%
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%	26,3%
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%	17,5%
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%	9,2%
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%	4,3%
Acima de R\$ 3.301,00	0,0%	1,1%	0,4%	0,7%	0,7%	0,2%	0,2%	0,7%	0,2%	4,3%
TOTAL	9,0%	21,6%	19,1%	19,3%	9,7%	5,6%	2,9%	3,6%	9,2%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

G. DISTRIBUIÇÃO DA FORMA DE PAGAMENTO VERSUS QUANTO GASTAR.

2008

QUANTO_GASTAR	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	TOTAL
FORMA_PAGAMENTO										
Dinheiro	3,5%	21,3%	5,5%	14,4%	5,5%	2,5%	3,0%	4,2%	0,7%	60,5%
Cheque à vista	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Cheque pré datado	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Cartão de crédito	0,0%	6,9%	3,7%	6,0%	2,7%	0,5%	2,0%	4,0%	3,2%	29,0%
Cartão da loja	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	1,2%
Crediário	0,2%	1,2%	1,5%	1,5%	0,2%	0,5%	0,5%	0,7%	1,0%	7,4%
Financiamento	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
outros	0,0%	0,5%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	1,0%
TOTAL	3,7%	30,0%	10,7%	22,6%	8,7%	4,0%	5,7%	9,2%	5,5%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

QUANTO_GASTAR	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	TOTAL
FORMA_PAGAMENTO										
Dinheiro	7,0%	15,3%	11,2%	10,3%	4,0%	3,6%	1,6%	1,6%	3,1%	57,8%
Cheque à vista	0,2%	0,4%	0,4%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	1,6%
Cheque pré datado	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%	0,7%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%
Cartão de crédito	1,6%	4,9%	4,9%	6,3%	4,0%	1,3%	1,1%	1,3%	4,5%	30,1%
Cartão da loja	0,0%	0,2%	0,9%	0,4%	0,4%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	2,5%
Crediário	0,0%	0,4%	1,1%	0,9%	0,2%	0,4%	0,0%	0,2%	1,1%	4,5%
Financiamento	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,4%
outros	0,2%	0,2%	0,4%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%
TOTAL	9,0%	21,6%	19,1%	19,3%	9,7%	5,6%	2,9%	3,6%	9,2%	100%

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
LOCAL_COMPRA								
Loja de Shopping	0,2%	1,2%	8,6%	21,3%	7,9%	4,3%	0,2%	43,8%
Lojas de Rua	0,2%	0,5%	6,9%	23,9%	7,2%	3,6%	0,0%	42,3%
Camelodromos	0,0%	0,0%	0,7%	1,2%	0,2%	0,5%	0,0%	2,6%
Feiras	0,0%	0,2%	0,7%	1,9%	0,5%	0,5%	0,0%	3,8%
Supermercados	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Livrarias	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%
Floricultura	0,0%	0,2%	0,5%	1,7%	0,2%	0,2%	0,0%	2,9%
Amigos que vendem	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	1,0%
Outros locais	0,0%	0,0%	0,5%	1,4%	0,2%	0,0%	0,0%	2,2%
TOTAL	0,5%	2,2%	17,9%	52,9%	17,2%	9,1%	0,2%	100%

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
LOCAL_COMPRA								
Loja de Shopping	0,2%	1,3%	11,0%	8,1%	7,2%	6,1%	2,9%	36,9%
Lojas de Rua	0,4%	1,1%	8,5%	21,6%	7,4%	4,3%	0,4%	43,8%
Camelodromos	0,0%	0,0%	0,4%	2,7%	0,7%	0,4%	0,2%	4,5%
Feiras	0,0%	0,0%	0,7%	1,1%	0,9%	0,2%	0,4%	3,4%
Supermercados	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,4%
Internet	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Livrarias	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Floricultura	0,0%	0,0%	1,3%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	1,8%
Amigos que vendem	0,0%	0,2%	0,2%	0,7%	0,2%	0,2%	0,0%	1,6%
Outros locais	0,0%	0,9%	1,6%	2,9%	0,9%	0,7%	0,0%	7,0%
TOTAL	0,7%	3,8%	24,0%	37,8%	17,5%	12,1%	4,0%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

I. DISTRIBUIÇÃO ESCOLARIDADE VERSUS FORMA DE PAGAMENTO.

2008

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

J. DISTRIBUIÇÃO RENDA FAMILIAR VERSUS FORMA DE PAGAMENTO.

2008

FORMA_PAGAMENTO	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	outros	TOTAL
RENDA_MENSAL_FAMILIA									
até R\$ 300,00	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
de R\$ 301,00 até R\$ 600,00	17,4%	0,0%	0,0%	3,2%	0,0%	2,5%	0,0%	0,2%	23,3%
De R\$ 601,00 até R\$ 900,00	11,2%	0,2%	0,0%	6,9%	0,2%	2,2%	0,0%	0,0%	20,8%
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%	28,8%
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%	11,4%
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%	5,0%
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%	4,5%
Acima de R\$ 3.301,00	2,7%	0,0%	0,0%	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	5,5%
TOTAL	60,5%	0,5%	0,0%	29,0%	1,2%	7,4%	0,2%	1,0%	100%

FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2008

2009

FORMA_PAGAMENTO	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	outros	TOTAL
RENDA_MENSAL_FAMILIA									
até R\$ 465,00	4,5%	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,4%
de R\$ 465,00 até R\$ 600,00	9,0%	0,2%	0,0%	3,6%	0,0%	0,9%	0,0%	0,7%	14,4%
De R\$ 601,00 até R\$ 900,00	11,5%	0,0%	0,4%	4,7%	0,7%	1,1%	0,0%	0,2%	18,7%
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%	26,3%
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%	17,5%
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%	9,2%
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%	4,3%
Acima de R\$ 3.301,00	2,0%	0,0%	0,2%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,3%
TOTAL	57,8%	1,6%	1,8%	30,1%	2,5%	4,5%	0,4%	1,3%	100%

FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2009

DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE COMPRA VERSUS QUANTO GASTAR.

2008

QUANTO_GASTAR	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	TOTAL
LOCAL_COMPRA										
Loja de Shopping	0,5%	10,5%	5,3%	9,8%	4,8%	2,4%	3,8%	3,8%	2,9%	43,8%
Lojas de Rua	1,7%	13,2%	4,8%	10,0%	2,6%	1,4%	1,9%	4,5%	2,2%	42,3%
Camelodromos	0,0%	1,4%	0,5%	0,5%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%
Feiras	0,7%	1,9%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,7%	0,0%	3,8%
Supermercados	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,7%
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%
Livrarias	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Floricultura	0,5%	1,7%	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%
Amigos que vendem	0,2%	0,5%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
Outros locais	0,2%	0,7%	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	2,2%
TOTAL	3,8%	30,1%	11,0%	21,8%	8,4%	4,1%	6,2%	9,1%	5,5%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA – 2008

2009

QUANTO_GASTAR	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	TOTAL
LOCAL_COMPRA										
Loja de Shopping	2,0%	6,1%	7,4%	6,1%	5,2%	2,2%	2,2%	1,3%	4,3%	36,9%
Lojas de Rua	3,4%	12,1%	4,9%	9,9%	3,4%	3,4%	0,4%	1,8%	4,5%	43,8%
Camelodromos	0,4%	1,1%	2,0%	0,4%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,5%
Feiras	0,2%	0,7%	1,1%	0,9%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	3,4%
Supermercados	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Internet	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Livrarias	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Floricultura	0,7%	0,0%	0,9%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%
Amigos que vendem	0,2%	0,2%	0,9%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%
Outros locais	1,6%	1,3%	1,1%	1,8%	0,2%	0,0%	0,0%	0,4%	0,4%	7,0%
TOTAL	9,0%	21,6%	19,1%	19,3%	9,7%	5,6%	2,9%	3,6%	9,2%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

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

2009

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

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

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

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

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

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

2009

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

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

2009

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

FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2009

4. APÊNDICE.

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

2008

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

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

2008

FAIXA_ETARIA	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	525	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

FAIXA_ETARIA	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	594	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

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

2008

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

FONTES : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

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

FONTES : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

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

2008

ESCOLARIDADE	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	525	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

ESCOLARIDADE	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	594	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

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

2008

RENDA_MENSAL_FAMILIA	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	525	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

RENDA_MENSAL_FAMILIA	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	594	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

4.6 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – VOCÊ POSSUI FILHOS?

2008

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

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

2008

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

2009

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

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

2008

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

2009

QUEM_PRESENTEAR	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	529	100%

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

OQUE_PRETENDE_COMPRAR	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	437	100%

Fonte: CEPEM-CDL/ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

2009

OQUE_PRETENDE_COMPRAR	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	537	100%

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?

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

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

2008

QUANTO_GASTAR	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	396	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

2009

QUANTO_GASTAR	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	445	100%

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

FORMA_PAGAMENTO	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	403	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

2009

FORMA_PAGAMENTO	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	445	100%

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

LOCAL_COMPRA	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	418	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações

2009

LOCAL_COMPRA	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	445	100%

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

NR_FILHOS_MAE	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	186	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações

2009

NR_FILHOS_MAE	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	188	100%

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

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações

2009

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

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

OQUE_MAE_GOSTARIA_GANHAR	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	229	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2008

A tabela é constituída sobre 525 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações

2009

OQUE_MAE_GOSTARIA_GANHAR	Qt. cit.	Freq.
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%
TOTAL CIT.	255	100%

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