



CENTRO DE PESQUISAS ECONÔMICAS CDL/ALFA

**INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES
2010**

GOIÂNIA

2010

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 2010. Realizada pelo Centro de Pesquisas Econômicas e Mercadológicas – ALFA/CDL, entre os dias 19 a 22 de abril de 2010

A pesquisa teve como objetivo mensurar as intenções de compras para o Dia das Mães do ano de 2010. Foram utilizados os seguintes critérios: 475 entrevistas em diversos locais da Grande Goiânia, como 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 mediram qual a influência das características sócio-econômicas dos entrevistados em relação à intenção de compras para o Dia das Mães.

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

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?
- 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 mediram 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: a primeira é de cunho acadêmico em que professores e alunos colocam em prática a teoria trabalhada em sala de aula nos cursos das Faculdades Alves Faria; a segunda tem cunho econômico, para que a Câmara de Dirigentes Lojistas do Estado de Goiás possa ajudar seus associados a montar estratégias de vendas para o Dia das Mães norteado 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, em que o entrevistado é questionado diretamente pelo entrevistador.

Como população útil para a pesquisa foi considerada 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, em que o entrevistador escolhe o entrevistado de forma aleatória.

Foram aplicados 475 questionários, segundo a teoria da amostragem, populações acima de 100 mil elementos são consideradas grandes, 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).

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.

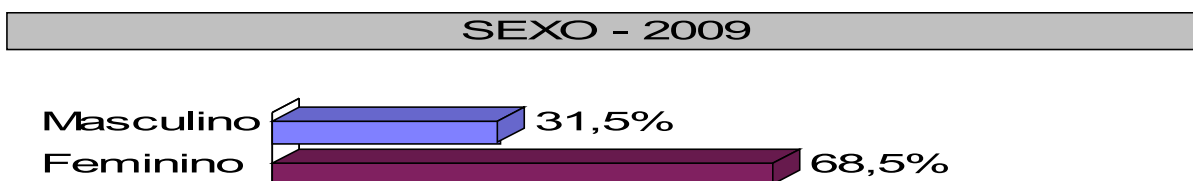
A equipe técnica responsável pela pesquisa é formada por professores da ALFA, Coordenados pelo Prof^o Aurélio Troncoso.

3. CONSTATAÇÕES DA PESQUISA.

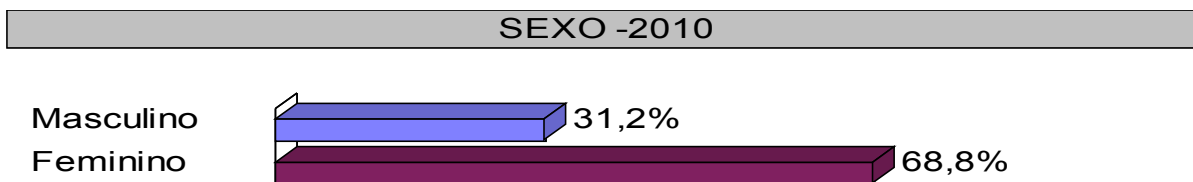
Foram entrevistadas 475 pessoas no período de 19 a 22 de abril de 2010, em locais de comércio de rua: Avenida 24 de outubro, Avenida Bernardo Sayão, Setor Central e shopping's.

A população pesquisada apresentou as seguintes distribuições sócio-econômicas:

A. DISTRIBUIÇÕES SÓCIO-ECONÔMICAS.

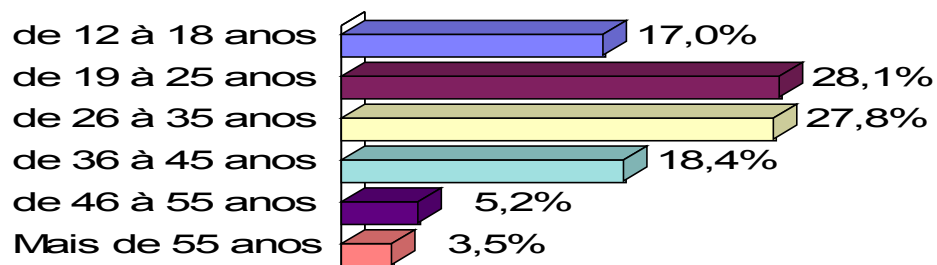


FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009



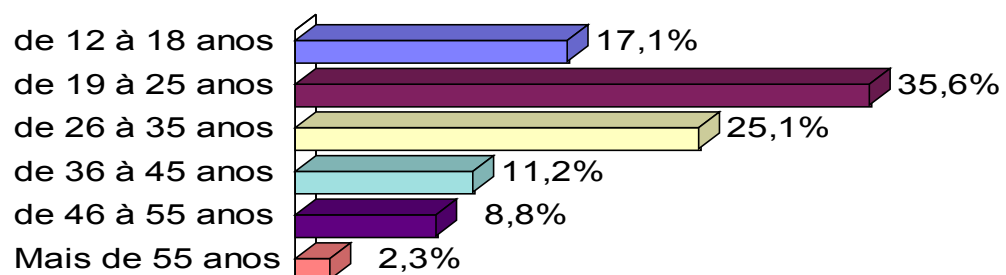
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

FAIXA_ETARIA - 2009



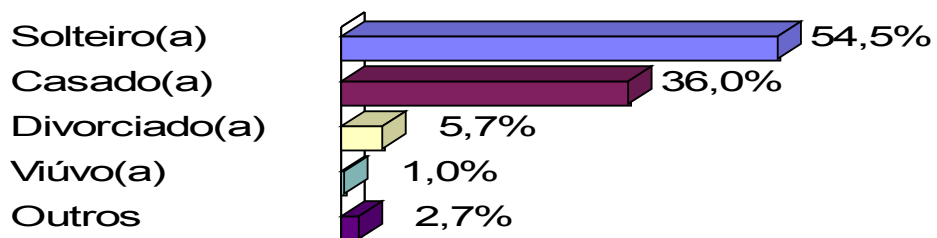
FONTE : CEPEN - CDL-ALFA - 2009

FAIXA_ETARIA - 2010



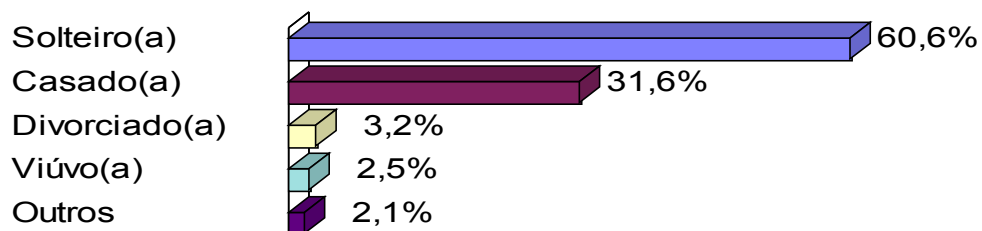
FONTE : CEPEN - CDL-ALFA - 2010

ESTADO_CVIL - 2009



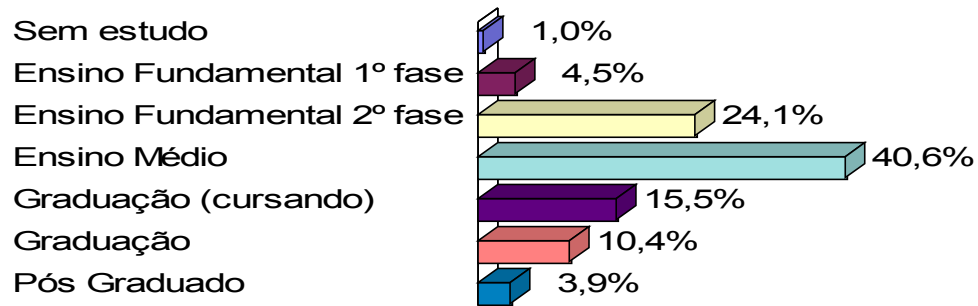
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

ESTADO_CVIL - 2010



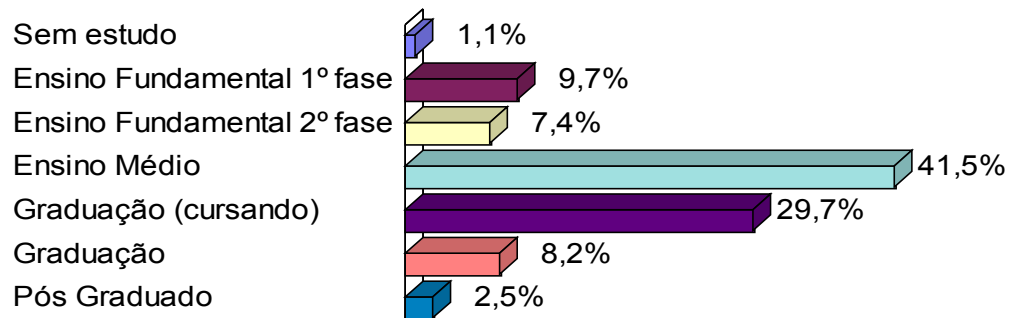
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

ESCOLARIDADE - 2009



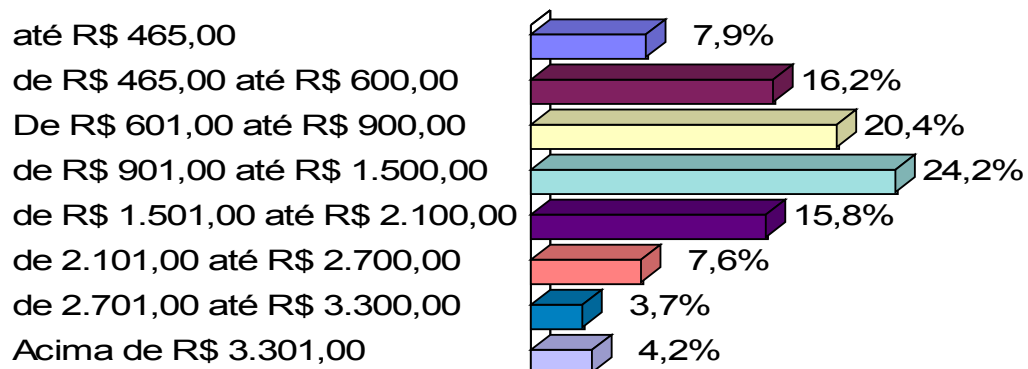
FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2009

ESCOLARIDADE - 2010



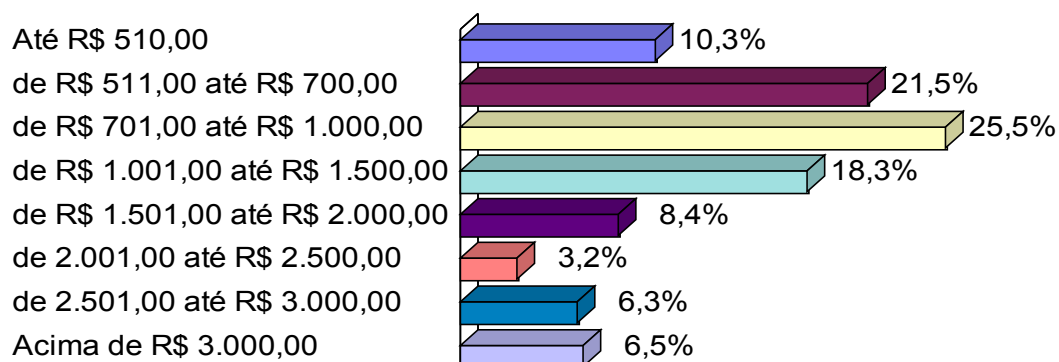
FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2010

RENDA_MENSAL_FAMILIA - 2009



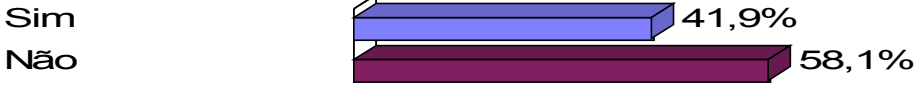
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

RENDA_MENSAL_FAMILIA - 2010



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

POSSUI_FILHOS



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

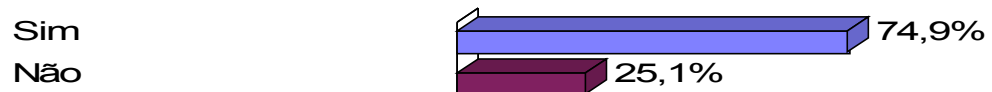
POSSUI_FILHOS - 2010



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

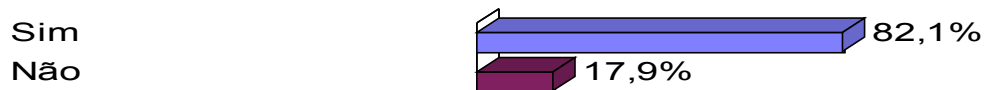
B. DISTRIBUIÇÃO QUANTO INTENÇÃO DE PRESENTEAR.

PRETENDE_PRESENTEAR - 2009



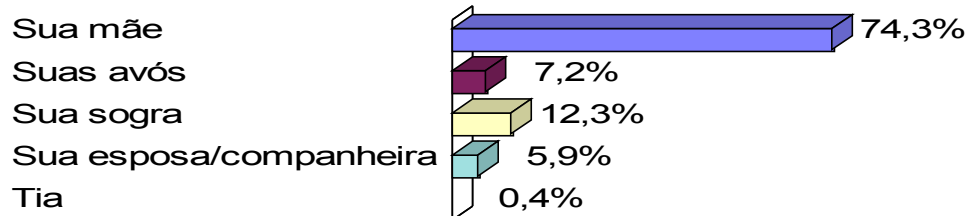
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

PRETENDE_PRESENTEAR - 2010



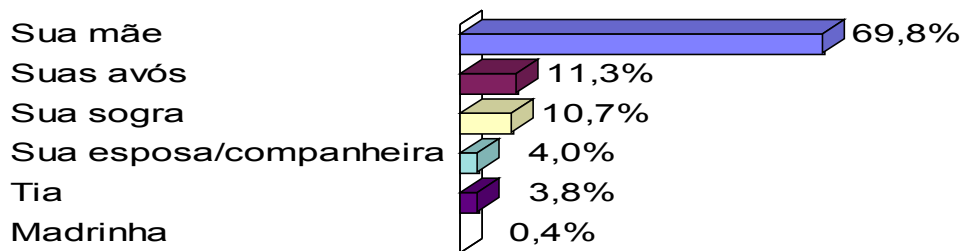
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

QUEM_PRESENTEAR - 2009



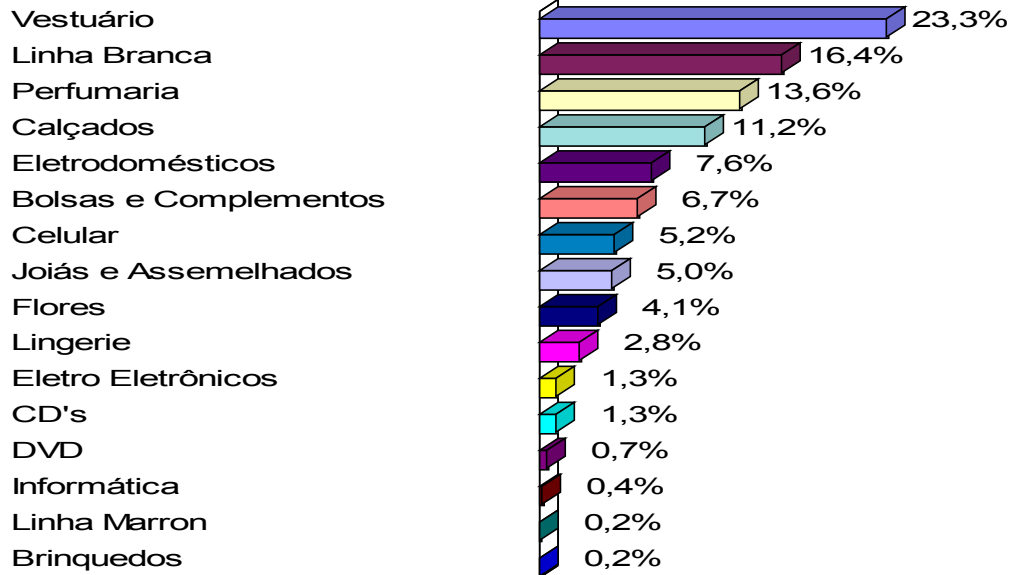
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

QUEM_PRESENTEAR - 2010



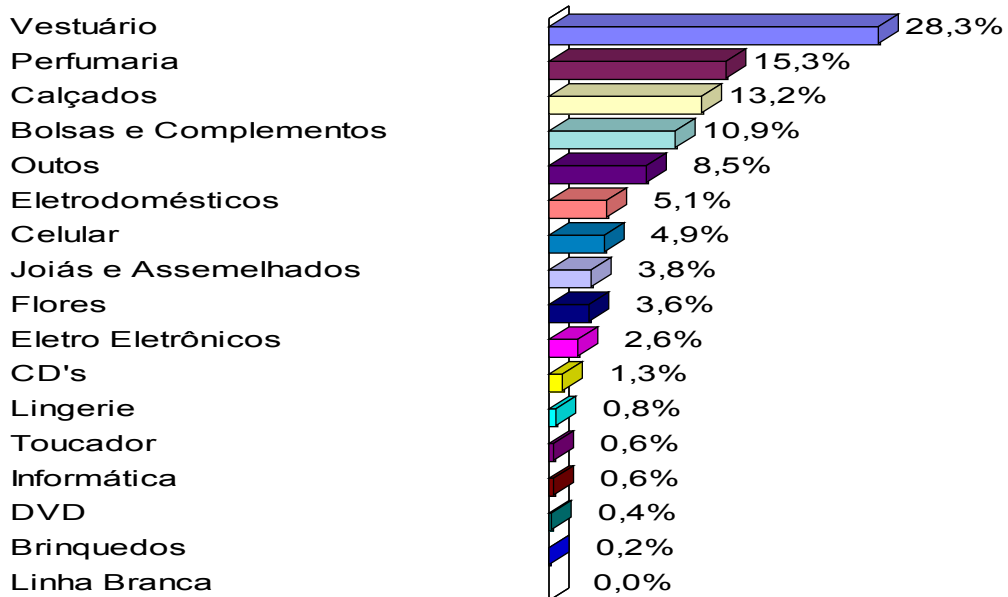
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

OQUE_PRETENDE_COMPRAR - 2009



FONTE : CEPEM - CDL-ALFA - 2009

OQUE_PRETENDE_COMPRAR - 2010



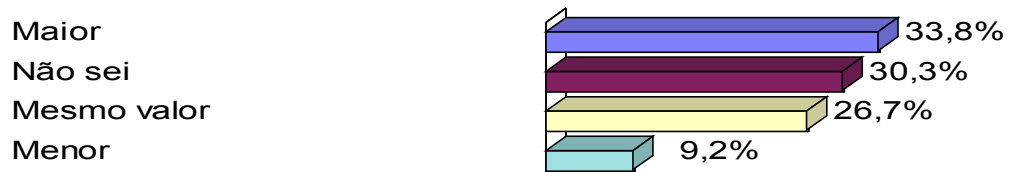
FONTE : CEPEM - CDL-ALFA - 2010

COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE DE 2008 PARA 2009



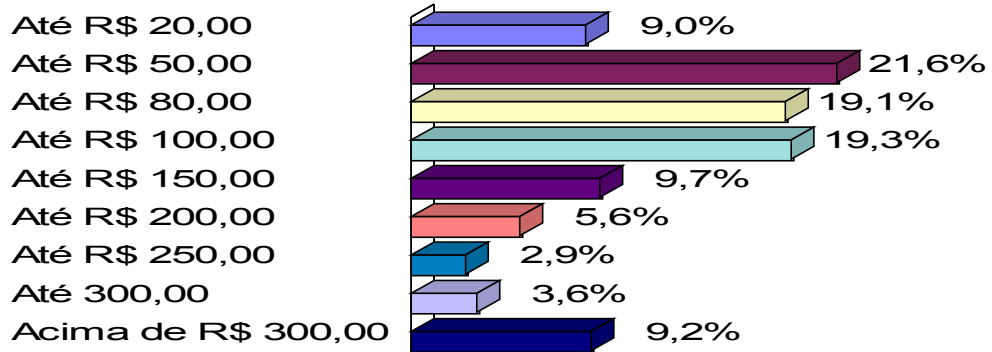
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA – 2009

COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE DE 2009 PARA 2010



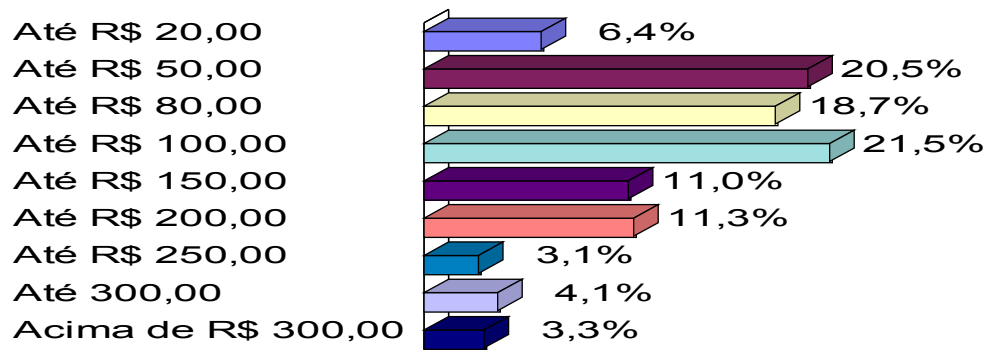
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

QUANTO_GASTAR - 2009



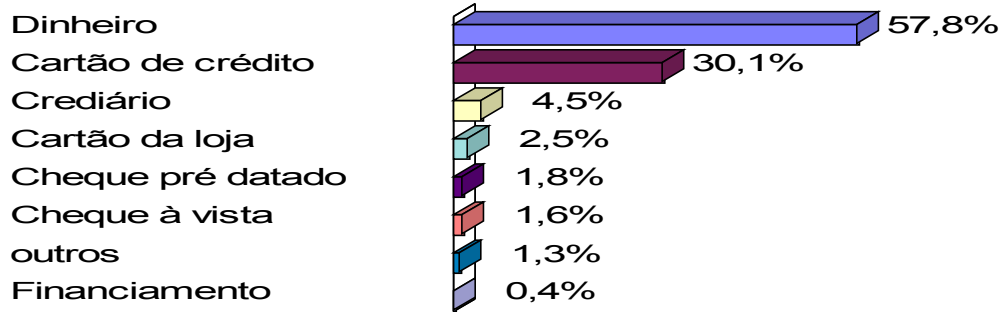
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

QUANTO_GASTAR - 2010



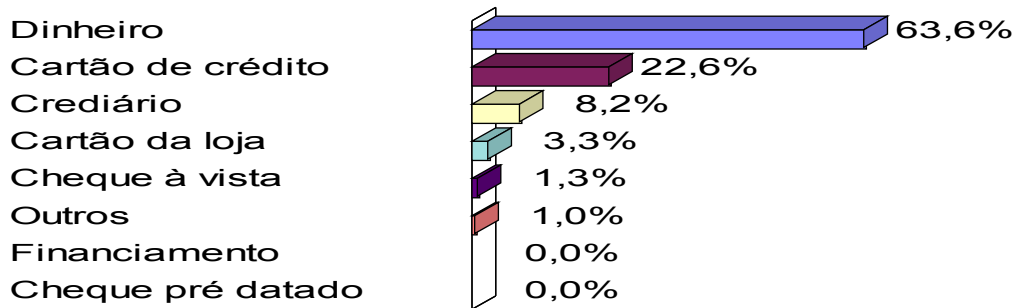
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

FORMA_PAGAMENTO - 2009



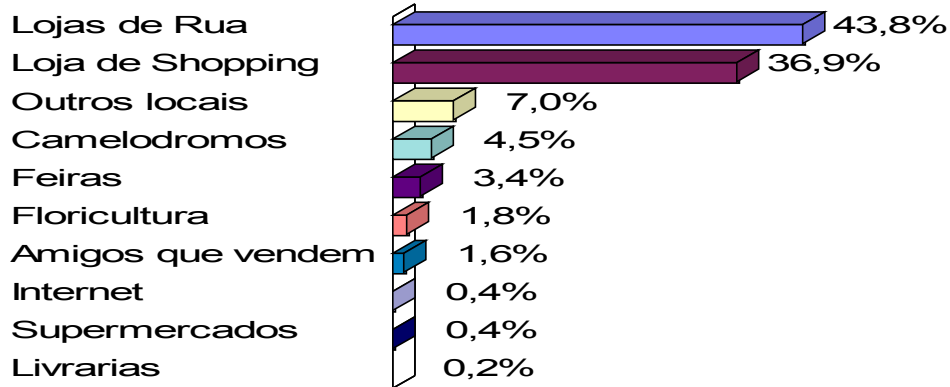
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA – 2009

FORMA_PAGAMENTO - 2010



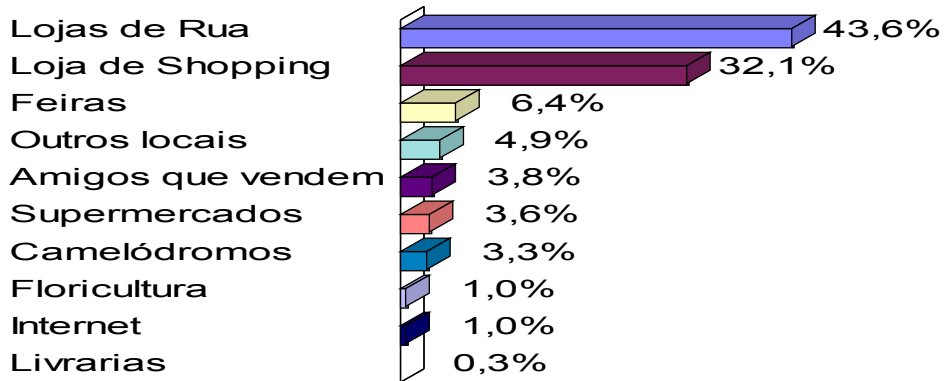
FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

LOCAL_COMPRA - 2009



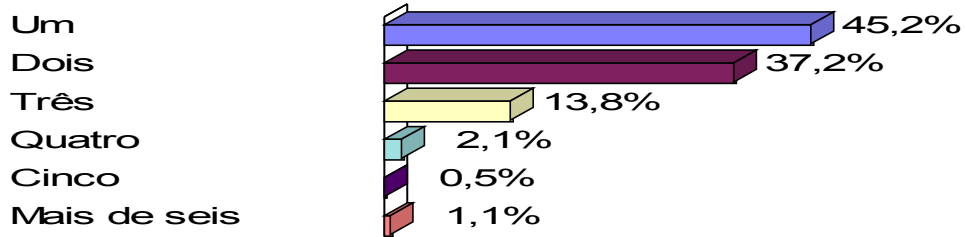
FONTE : CEPEN - CDL-ALFA - 2009

LOCAL_COMPRA - 2010



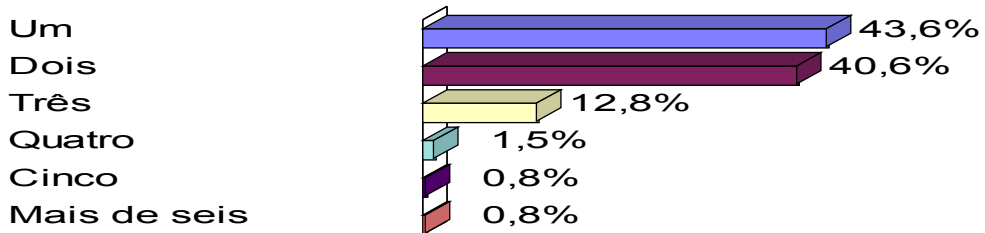
FONTE : CEPEN - CDL-ALFA - 2010

NR_FILHOS_MAE - 2009



FONTE : CEPEN - CDL-ALFA - 2009

NR_FILHOS_MÃES - 2010



FONTE : CEPEN - CDL-ALFA - 2010

MAE_RECEBEU_PRESENTES_ULTIMO_DIA - 2009



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA – 2009

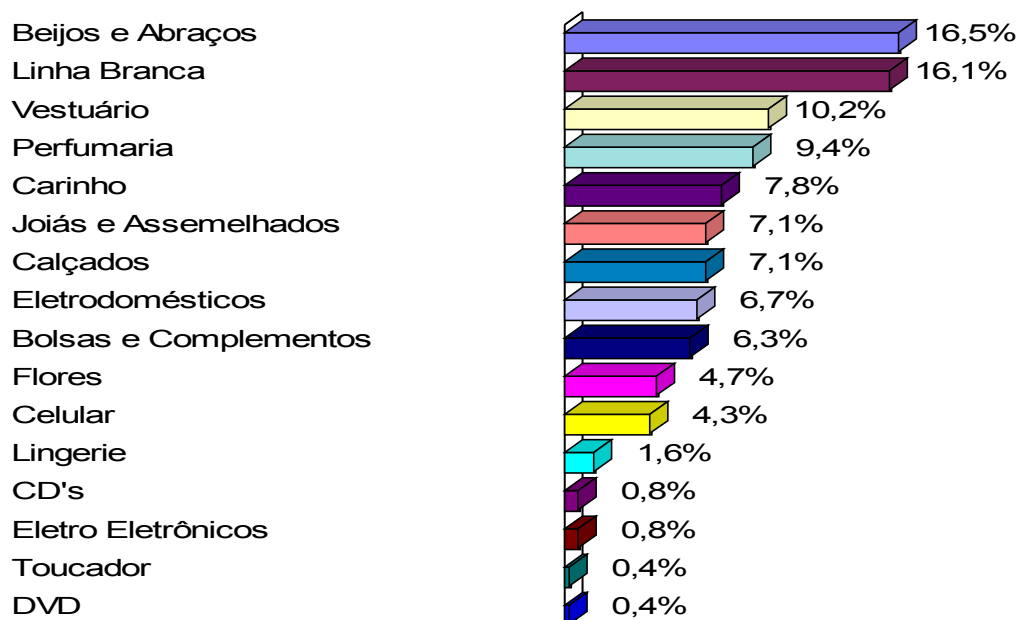
MAE_RECEBEU_PRESENTES_ULTIMO_DIA DAS MAES - 2010



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

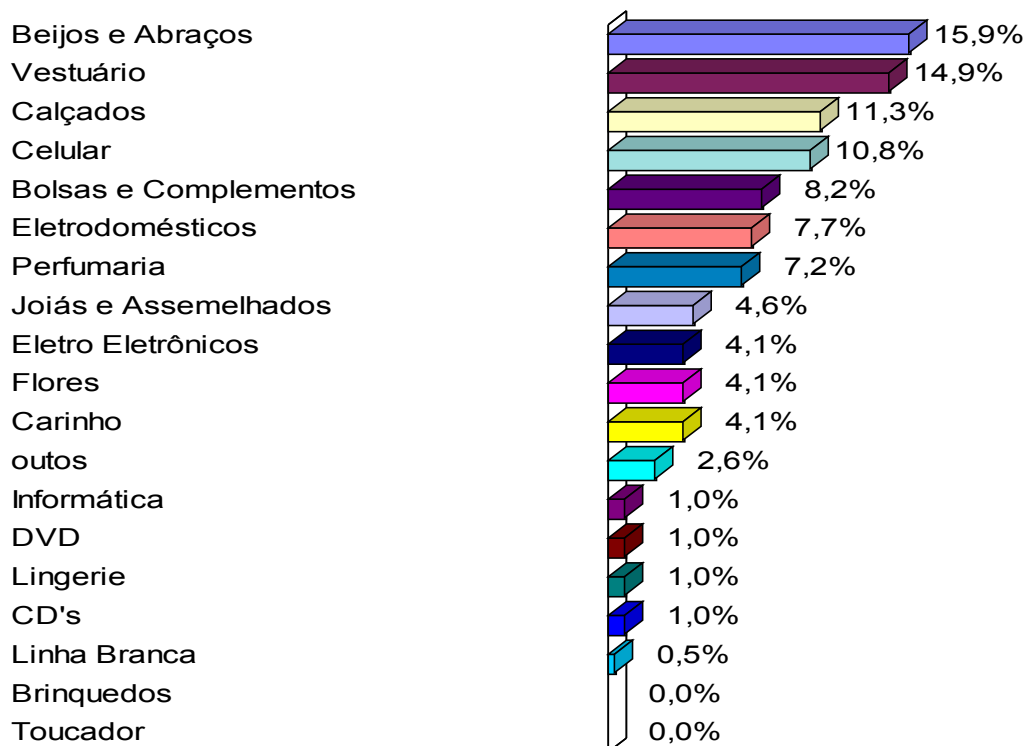
C. DISTRIBUIÇÃO DO QUE AS MÃES PRETENDEM GANHAR.

OQUE_MAE_GOSTARIA_GANHAR - 2009



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2009

O QUE_MÃES_GOSTARIAM_GANHAR - 2010



FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

CRUZAMENTO DE DADOS

D. DISTRIBUIÇÃO DE SEXO VERSUS QUEM PRESENTEAR.

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

2010

SEXO QUEM_PRESENTEAR	Masculino	Feminino	TOTAL
Sua mãe	19,8% (98)	50,0% (248)	69,8% (346)
Suas avós	4,4% (22)	6,9% (34)	11,3% (56)
Sua sogra	2,4% (12)	8,3% (41)	10,7% (53)
Sua esposa/companheira	4,0% (20)	0,0% (0)	4,0% (20)
Tia	1,4% (7)	2,4% (12)	3,8% (19)
Madrinha	0,0% (0)	0,4% (2)	0,4% (2)
TOTAL	32,1% (159)	67,9% (337)	100% (496)

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

E. DISTRIBUIÇÃO DE SEXO VERSUS O QUE COMPRAR.

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%
Eletrrodomésticos	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%
Eletr 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

2010

SEXO	Masculino	Feminino	TOTAL
OQUE_PRETENDE_COMPRAR			
Vestuário	7,9%	20,4%	28,3%
Perfumaria	5,5%	9,8%	15,3%
Calçados	4,2%	9,1%	13,2%
Bolsas e Complementos	2,8%	8,1%	10,9%
Outos	4,0%	4,5%	8,5%
Eletrrodomésticos	2,1%	3,0%	5,1%
Celular	1,9%	3,0%	4,9%
Joiás e Assemelhados	0,6%	3,2%	3,8%
Flores	1,7%	1,9%	3,6%
Eletr Eletrônicos	0,9%	1,7%	2,6%
CD's	0,6%	0,8%	1,3%
Lingerie	0,0%	0,8%	0,8%
Toucadador	0,0%	0,6%	0,6%
Informática	0,2%	0,4%	0,6%
DVD	0,4%	0,0%	0,4%
Brinquedos	0,2%	0,0%	0,2%
Linha Branca	0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL	32,8%	67,2%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

F. DISTRIBUIÇÃO DE RENDA FAMILIAR VERSUS QUANTO GASTAR.

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

2010

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\$ 510,00	1,8%	2,6%	1,8%	2,8%	0,5%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	10,0%
de R\$ 511,00 até R\$ 700,00	1,0%	5,6%	3,1%	6,4%	2,8%	2,1%	0,3%	0,3%	0,3%	21,8%
de R\$ 701,00 até R\$ 1.000,00	1,8%	5,1%	6,4%	3,8%	4,4%	2,8%	0,8%	1,0%	0,5%	26,7%
de R\$ 1.001,00 até R\$ 1.500,00	0,5%	3,3%	3,1%	3,1%	1,3%	3,3%	1,3%	1,0%	0,8%	17,7%
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.000,00	0,5%	1,0%	1,0%	2,6%	0,3%	0,8%	0,0%	1,0%	0,0%	7,2%
de 2.001,00 até R\$ 2.500,00	0,0%	0,8%	0,3%	0,5%	0,3%	0,8%	0,0%	0,0%	0,3%	2,8%
de 2.501,00 até R\$ 3.000,00	0,5%	1,0%	2,3%	1,0%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,5%	6,4%
Acima de R\$ 3.000,00	0,3%	1,0%	0,8%	1,3%	1,3%	1,0%	0,5%	0,3%	1,0%	7,4%
TOTAL	6,4%	20,5%	18,7%	21,5%	11,0%	11,3%	3,1%	4,1%	3,3%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

G. DISTRIBUIÇÃO DA FORMA DE PAGAMENTO VERSUS QUANTO GASTAR.

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

2010

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	6,2%	15,6%	13,3%	13,3%	6,7%	4,6%	1,3%	1,8%	0,8%	63,6%
Cheque à vista	0,0%	0,5%	0,3%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%
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	0,3%	2,1%	2,8%	4,6%	3,1%	5,1%	1,5%	1,3%	1,8%	22,6%
Cartão da loja	0,0%	0,8%	0,5%	0,8%	0,5%	0,3%	0,3%	0,0%	0,3%	3,3%
Crediário	0,0%	1,0%	1,3%	2,6%	0,8%	1,0%	0,0%	1,0%	0,5%	8,2%
Financiamento	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Outros	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
TOTAL	6,4%	20,5%	18,7%	21,5%	11,0%	11,3%	3,1%	4,1%	3,3%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

H. DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE COMPRAS VERSUS ESCOLARIDADE.

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%
Camelódromos	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

2010

ESCOLARIDADE	Sem estudo	Ensino Fundamental 1º fase	Ensino Fundamental 2º fase	Ensino Médio	Graduação (cursando)	Graduação	Pós Graduado	TOTAL
LOCAL_COMPRA								
Loja de Shopping	0,5%	4,1%	2,1%	7,4%	12,3%	3,8%	1,8%	32,1%
Lojas de Rua	0,3%	2,1%	2,6%	23,3%	12,3%	2,8%	0,3%	43,6%
Camelódromos	0,0%	0,0%	0,3%	1,3%	1,3%	0,0%	0,5%	3,3%
Feiras	0,3%	1,3%	0,5%	2,1%	1,8%	0,5%	0,0%	6,4%
Supermercados	0,0%	0,8%	0,5%	1,5%	0,3%	0,3%	0,3%	3,6%
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,5%	0,3%	1,0%
Livrarias	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Floricultura	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,3%	0,3%	0,0%	1,0%
Amigos que vendem	0,0%	0,8%	0,5%	1,5%	0,8%	0,3%	0,0%	3,8%
Outros locais	0,3%	0,8%	0,0%	2,1%	1,8%	0,0%	0,0%	4,9%
TOTAL	1,3%	10,0%	6,4%	39,7%	31,0%	8,5%	3,1%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

I. DISTRIBUIÇÃO ESCOLARIDADE VERSUS FORMA DE PAGAMENTO.

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 : CEPEN – CDL-ALFA - 2009

2010

FORMA_PAGAMENTO	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	Outros	TOTAL
ESCOLARIDADE									
Sem estudo	0,8%	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%
Ensino Fundamental 1º fase	8,2%	0,0%	0,0%	0,8%	0,8%	0,3%	0,0%	0,0%	10,0%
Ensino Fundamental 2º fase	3,8%	0,0%	0,0%	1,8%	0,3%	0,5%	0,0%	0,0%	6,4%
Ensino Médio	25,4%	0,5%	0,0%	7,7%	0,8%	4,9%	0,0%	0,5%	39,7%
Graduação (cursando)	18,2%	0,8%	0,0%	8,7%	1,0%	2,1%	0,0%	0,3%	31,0%
Graduação	4,6%	0,0%	0,0%	2,8%	0,3%	0,5%	0,0%	0,3%	8,5%
Pós Graduado	2,6%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%
TOTAL	63,6%	1,3%	0,0%	22,6%	3,3%	8,2%	0,0%	1,0%	100%

FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2010

J. DISTRIBUIÇÃO RENDA FAMILIAR VERSUS FORMA DE PAGAMENTO.

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 : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

FORMA_PAGAMENTO	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	Outros	TOTAL
RENDA_MENSAL_FAMILIA									
Até R\$ 510,00	7,2%	0,3%	0,0%	0,8%	1,0%	0,8%	0,0%	0,0%	10,0%
de R\$ 511,00 até R\$ 700,00	16,7%	0,0%	0,0%	4,1%	0,3%	0,8%	0,0%	0,0%	21,8%
de R\$ 701,00 até R\$ 1.000,00	15,9%	0,3%	0,0%	5,4%	1,0%	3,6%	0,0%	0,5%	26,7%
de R\$ 1.001,00 até R\$ 1.500,00	8,2%	0,5%	0,0%	5,6%	0,8%	2,1%	0,0%	0,5%	17,7%
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.000,00	4,4%	0,0%	0,0%	2,1%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	7,2%
de 2.001,00 até R\$ 2.500,00	2,1%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,8%
de 2.501,00 até R\$ 3.000,00	4,4%	0,3%	0,0%	1,3%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	6,4%
Acima de R\$ 3.000,00	4,9%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,4%
TOTAL	63,6%	1,3%	0,0%	22,6%	3,3%	8,2%	0,0%	1,0%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE COMPRA VERSUS QUANTO GASTAR.

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

2010

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	1,8%	6,2%	3,6%	7,4%	3,1%	5,1%	1,5%	2,1%	1,3%	32,1%
Lojas de Rua	1,0%	6,9%	9,2%	10,8%	7,2%	5,4%	1,3%	1,0%	0,8%	43,6%
Camelódromos	0,3%	1,8%	0,8%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	3,3%
Feiras	1,5%	2,8%	1,8%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,4%
Supermercados	1,0%	0,5%	0,3%	0,8%	0,0%	0,0%	0,3%	0,5%	0,3%	3,6%
Internet	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	1,0%
Livrarias	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Floricultura	0,0%	0,5%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
Amigos que vendem	0,0%	0,8%	1,8%	1,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%
Outros locais	0,5%	1,0%	0,8%	0,8%	0,5%	0,8%	0,0%	0,3%	0,3%	4,9%
TOTAL	6,4%	20,5%	18,7%	21,5%	11,0%	11,3%	3,1%	4,1%	3,3%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA – 2008

- **DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE COMPARAÇÃO DO 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

2010

COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2009 QUANTO_GASTAR	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	TOTAL
Até R\$ 20,00	1,0%	1,3%	1,3%	2,8%	6,4%
Até R\$ 50,00	3,8%	3,1%	6,9%	6,7%	20,5%
Até R\$ 80,00	5,9%	2,1%	6,2%	4,6%	18,7%
Até R\$ 100,00	7,2%	1,5%	7,2%	5,6%	21,5%
Até R\$ 150,00	4,4%	0,8%	1,5%	4,4%	11,0%
Até R\$ 200,00	5,4%	0,3%	1,8%	3,8%	11,3%
Até R\$ 250,00	1,8%	0,0%	0,5%	0,8%	3,1%
Até 300,00	1,8%	0,3%	0,8%	1,3%	4,1%
Acima de R\$ 300,00	2,6%	0,0%	0,5%	0,3%	3,3%
TOTAL	33,8%	9,2%	26,7%	30,3%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

- **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	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	TOTAL
RENDA_MENSAL_FAMILIA					
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

2010

COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2009	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	TOTAL
RENDA_MENSAL_FAMILIA					
Até R\$ 510,00	3,1%	1,5%	3,6%	1,8%	10,0%
de R\$ 511,00 até R\$ 700,00	9,0%	1,8%	5,4%	5,6%	21,8%
de R\$ 701,00 até R\$ 1.000,00	9,0%	2,3%	6,9%	8,5%	26,7%
de R\$ 1.001,00 até R\$ 1.500,00	4,1%	2,1%	5,1%	6,4%	17,7%
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.000,00	2,8%	0,8%	1,5%	2,1%	7,2%
de 2.001,00 até R\$ 2.500,00	0,8%	0,0%	0,8%	1,3%	2,8%
de 2.501,00 até R\$ 3.000,00	2,8%	0,5%	0,8%	2,3%	6,4%
Acima de R\$ 3.000,00	2,3%	0,3%	2,6%	2,3%	7,4%
TOTAL	33,8%	9,2%	26,7%	30,3%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

- **DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE VALOR DO PRESENTE , MAIOR, MENOR OU MESMO 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%
Eleto 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

20109

COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2009 OQUE_PRETENDE_COMPRAR	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	TOTAL
Bolsas e Complementos	3,8%	0,6%	4,5%	2,1%	10,9%
Brinquedos	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%
CD's	0,2%	0,6%	0,0%	0,6%	1,3%
Calçados	4,5%	0,6%	3,8%	4,3%	13,2%
Celular	3,0%	0,2%	0,6%	1,1%	4,9%
DVD	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,4%
Eletrodomésticos	2,5%	0,2%	0,8%	1,7%	5,1%
Eleto Eletrônicos	1,1%	0,0%	0,8%	0,8%	2,6%
Flores	0,8%	0,6%	0,9%	1,3%	3,6%
Linha Branca	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Informática	0,2%	0,0%	0,0%	0,4%	0,6%
Joiás e Assemelhados	1,9%	0,6%	0,9%	0,4%	3,8%
Lingerie	0,2%	0,4%	0,0%	0,2%	0,8%
Perfumaria	6,8%	0,4%	4,9%	3,2%	15,3%
Toucador	0,0%	0,4%	0,0%	0,2%	0,6%
Vestuário	7,5%	3,4%	7,2%	10,2%	28,3%
Outos	1,7%	0,4%	2,5%	4,0%	8,5%
TOTAL	34,2%	8,1%	26,8%	30,9%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

• **DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE VALOR DO PRESENTE , MAIOR, MENOR OU MESMO 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

2010

COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2009 FORMA_PAGAMENTO	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	TOTAL
Dinheiro	19,0%	7,9%	16,7%	20,0%	63,6%
Cheque à vista	0,5%	0,3%	0,5%	0,0%	1,3%
Cheque pré datado	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Cartão de crédito	9,2%	0,5%	4,9%	7,9%	22,6%
Cartão da loja	1,3%	0,0%	1,0%	1,0%	3,3%
Crediário	3,6%	0,5%	2,8%	1,3%	8,2%
Financiamento	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Outros	0,3%	0,0%	0,8%	0,0%	1,0%
TOTAL	33,8%	9,2%	26,7%	30,3%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA – 2010

- **DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE VALOR DO PRESENTE , MAIOR, MENOR OU MESMO 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 : CEPEM – CDL-ALFA – 2009

2010

COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2009 LOCAL_COMPRA	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	TOTAL
Loja de Shopping	13,1%	2,6%	8,2%	8,2%	32,1%
Lojas de Rua	14,1%	3,1%	12,6%	13,8%	43,6%
Camelódromos	0,5%	0,8%	0,5%	1,5%	3,3%
Feiras	1,5%	2,1%	1,5%	1,3%	6,4%
Supermercados	0,8%	0,0%	0,8%	2,1%	3,6%
Internet	0,5%	0,0%	0,5%	0,0%	1,0%
Livrarias	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,3%
Floricultura	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%	1,0%
Amigos que vendem	1,3%	0,3%	1,5%	0,8%	3,8%
Outros locais	1,5%	0,3%	1,0%	2,1%	4,9%
TOTAL	33,8%	9,2%	26,7%	30,3%	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA – 2010

4. APÊNDICE.

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

2009

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

SEXO	Qt. cit.	Freq.
Masculino	148	31,2%
Feminino	327	68,8%
TOTAL OBS.	475	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

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

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

2010

FAIXA_ETARIA	Qt. cit.	Freq.
de 12 à 18 anos	81	17,1%
de 19 à 25 anos	169	35,6%
de 26 à 35 anos	119	25,1%
de 36 à 45 anos	53	11,2%
de 46 à 55 anos	42	8,8%
Mais de 55 anos	11	2,3%
TOTAL OBS.	475	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

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

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%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

ESTADO_CIVIL	Qt. cit.	Freq.
Solteiro(a)	288	60,6%
Casado(a)	150	31,6%
Divorciado(a)	15	3,2%
Viúvo(a)	12	2,5%
Outros	10	2,1%
TOTAL OBS.	475	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

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

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

2010

ESCOLARIDADE	Qt. cit.	Freq.
Sem estudo	5	1,1%
Ensino Fundamental 1º fase	46	9,7%
Ensino Fundamental 2º fase	35	7,4%
Ensino Médio	197	41,5%
Graduação (cursando)	141	29,7%
Graduação	39	8,2%
Pós Graduado	12	2,5%
TOTAL OBS.	475	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

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

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

2010

RENDA_MENSAL_FAMILIA	Qt. cit.	Freq.
Até R\$ 510,00	49	10,3%
de R\$ 511,00 até R\$ 700,00	102	21,5%
de R\$ 701,00 até R\$ 1.000,00	121	25,5%
de R\$ 1.001,00 até R\$ 1.500,00	87	18,3%
de R\$ 1.501,00 até R\$ 2.000,00	40	8,4%
de 2.001,00 até R\$ 2.500,00	15	3,2%
de 2.501,00 até R\$ 3.000,00	30	6,3%
Acima de R\$ 3.000,00	31	6,5%
TOTAL OBS.	475	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

4.6 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – VOCÊ POSSUI FILHOS?

2009

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

POSSUI_FILHOS	Qt. cit.	Freq.
Sim	208	43,8%
Não	267	56,2%
TOTAL OBS.	475	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

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

2009

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

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2009

2010

PRETENDE_PRESENTEAR	Qt. cit.	Freq.
Sim	390	82,1%
Não	85	17,9%
TOTAL CIT.	475	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

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

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 : CEPEN – CDL-ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 594 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

2010

QUEM_PRESENTEAR	Qt. cit.	Freq.
Sua mãe	346	69,8%
Suas avós	56	11,3%
Sua sogra	53	10,7%
Sua esposa/companheira	20	4,0%
Tia	19	3,8%
Madrinha	2	0,4%
TOTAL CIT.	496	100%

FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2010

A tabela é constituída sobre 475 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

4.9 REQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – O QUÊ VOCÊ PRETENDE COMPRAR?

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.

2010

OQUE_PRETENDE_COMPRAR	Qt. cit.	Freq.
Bolsas e Complementos	58	10,9%
Brinquedos	1	0,2%
CD's	7	1,3%
Calçados	70	13,2%
Celular	26	4,9%
DVD	2	0,4%
Eletrodomésticos	27	5,1%
Eleto Eletrônicos	14	2,6%
Flores	19	3,6%
Linha Branca	0	0,0%
Informática	3	0,6%
Joiás e Assemelhados	20	3,8%
Lingerie	4	0,8%
Perfumaria	81	15,3%
Toucadador	3	0,6%
Vestuário	150	28,3%
Outos	45	8,5%
TOTAL CIT.	530	100%

Fonte: CEPEM-CDL/ALFA - 2010

A tabela é constituída sobre 475 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

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

2009

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%

2010

COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2009	Qt. cit.	Freq.
Maior	132	33,8%
Menor	36	9,2%
Mesmo valor	104	26,7%
Não sei	118	30,3%
TOTAL CIT.	390	100%

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

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 numero de citações

2010

QUANTO_GASTAR	Qt. cit.	Freq.
Até R\$ 20,00	25	6,4%
Até R\$ 50,00	80	20,5%
Até R\$ 80,00	73	18,7%
Até R\$ 100,00	84	21,5%
Até R\$ 150,00	43	11,0%
Até R\$ 200,00	44	11,3%
Até R\$ 250,00	12	3,1%
Até 300,00	16	4,1%
Acima de R\$ 300,00	13	3,3%
TOTAL CIT.	390	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

A tabela é constituída sobre 475 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

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

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 : CEPEN – CDL-ALFA - 2009

A tabela é constituída sobre 475 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

2010

FORMA_PAGAMENTO	Qt. cit.	Freq.
Dinheiro	248	63,6%
Cheque à vista	5	1,3%
Cheque pré datado	0	0,0%
Cartão de crédito	88	22,6%
Cartão da loja	13	3,3%
Crediário	32	8,2%
Financiamento	0	0,0%
Outros	4	1,0%
TOTAL CIT.	390	100%

FONTE : CEPEN – CDL-ALFA - 2010

A tabela é constituída sobre 475 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações.

4.12 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – QUAL O SEU LOCAL DE COMPRAS PREFERIDO?

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.

2010

LOCAL_COMPRA	Qt. cit.	Freq.
Loja de Shopping	125	32,1%
Lojas de Rua	170	43,6%
Camelódromos	13	3,3%
Feiras	25	6,4%
Supermercados	14	3,6%
Internet	4	1,0%
Livrarias	1	0,3%
Floricultura	4	1,0%
Amigos que vendem	15	3,8%
Outros locais	19	4,9%
TOTAL CIT.	390	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

A tabela é constituída sobre 475 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações

4.13 REQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – QUANTOS FILHOS VOCÊ POSSUI ?

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.

2010

NR_FILHOS_MÃES	Qt. cit.	Freq.
Um	58	43,6%
Dois	54	40,6%
Três	17	12,8%
Quatro	2	1,5%
Cinco	1	0,8%
Mais de seis	1	0,8%
TOTAL CIT.	133	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

A tabela é constituída sobre 475 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações

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

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 numero de citações

2010

MAE_RECEBEU_PRESENTES_ULTIMO_DIA	Qt. cit.	Freq.
Sim	101	75,4%
Não	33	24,6%
TOTAL CIT.	134	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

A tabela é constituída sobre 475 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações

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

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.

2010

O QUE_MÃES_GOSTARIAM_GANHAR	Qt. cit.	Freq.
Beijos e Abraços	31	15,9%
Bolsas e Complementos	16	8,2%
Brinquedos	0	0,0%
Carinho	8	4,1%
CD's	2	1,0%
Calçados	22	11,3%
Celular	21	10,8%
DVD	2	1,0%
Eletrodomésticos	15	7,7%
Eleto Eletrônicos	8	4,1%
Flores	8	4,1%
Linha Branca	1	0,5%
Informática	2	1,0%
Joiás e Assemelhados	9	4,6%
Lingerie	2	1,0%
Perfumaria	14	7,2%
Toucador	0	0,0%
Vestuário	29	14,9%
outos	5	2,6%
TOTAL CIT.	195	100%

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2010

A tabela é constituída sobre 475 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 2010 mostrou uma estabilidade nos principais índices de análise.

Houve variações expressivas que deverão modificar o cenário em relação ao ano anterior, com rupturas expressivas no cenário econômico mundial. A crise financeira iniciada em meados de setembro de 2008 fez com que o comércio mundial se contraísse em um primeiro momento, emergindo com cautela no ano de 2009. O mercado interno brasileiro não foi tão afetado como se imaginava, passou por um processo de adaptação e já em meados de março de 2009 se mostrava em plena recuperação, as medidas aplicadas pelo governo federal ajudaram nesta recuperação no que diz respeito à redução do IPI dos produtos dos seguimentos de linha branca como geladeiras, freezer, máquina de lavar, dos automóveis do setor moveleiro dentre outros. Neste ano de 2010 o consumidor aparece como o fiel da balança, bem menos comedido do que 2009 na intenção de presentear. O Dia das Mães é a segunda melhor data comemorativa de consumo do ano, perdendo apenas para o Natal.

Mães, sogras e avós terão preferência neste Dia das Mães. Vestuário, perfumaria, calçados, bolsas e complementos serão os produtos mais procurados. O valor do presente ficará entre R\$ 50,00 a R\$ 200,00. A forma de pagamento terá uma tendência em pagamento “dinheiro com 63,6% e cartão de crédito com 22,6%”. Como no ano passado, as lojas de rua terão a preferência de 43,6% dos consumidores e os shoppings com 32,1% no número de visitantes. Na comparação no valor do presente do ano de 2009 para o ano de 2010 terá um aumento de 5% principalmente entre os consumidores com valor de compra entre R\$ 80 a R\$ 200,00.

“Beijinhos e Abraços, vestuário, calçados, bolsas, complementos e celulares aparecem na preferência das mães. A surpresa é a volta dos celulares com um aumento de 6,5% a mais do que o ano anterior,

. O cenário que se forma é de um Dia das Mães com ruas e shopping cheios em suas devidas proporções, o comércio varejista poderá ter um acréscimo de 12% em relação às vendas do ano anterior, sem muitas preocupações.

Prof^o Ms Aurélio Troncoso

Coordenador do Centro de Pesquisas Econômicas e Mercadológicas CDL/ALFA