



CENTRO DE PESQUISAS ECONÔMICAS CDL/ALFA

**PESQUISA DE INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O
NATAL 2010**

GOIÂNIA

2010

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta os resultados da pesquisa social aplicada, baseada em questionários, sobre intenção de compras para o Natal de 2010. Realizada pelo **Centro de Pesquisas Econômicas e Mercadológicas – CEPEM das Faculdades Alves Farias (ALFA)** e **Câmara de Dirigentes Lojistas de Goiânia (CDL)** nos dias 24 e 26 de novembro de 2010.

A pesquisa teve como objetivo mensurar as intenções de compras para Natal de 2010. Utilizamos os seguintes critérios: Foram realizadas 529 entrevistas em diversos locais da Grande Goiânia, dentre eles se destacam os corredores de grandes circulações e os Shoppings Centers. Com nível de confiança de 98% e margem de erro de 5%. A pesquisa colheu informações sócio-econômicas e de intenção de compras para o natal de 2010.

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

- Você pretende presentear alguém neste natal?
- Sexo¹?
- Qual seu estado civil?
- Qual a sua escolaridade?
- Qual a sua renda mensal?

De posse dessas informações, identificamos a influência que características sócio-econômicas têm em relação à intenção de compras para Natal de 2010.

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

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

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

- Você presenteou alguém no Natal do ano passado?
- Você recebeu presente no Natal do ano passado?
- O que você gostaria de ganhar neste Natal?
- O que representa o Natal para você?
- Você acha que este ano foi melhor financeiramente que o ano passado?
- Qual a figura que melhor representa o espírito natalino para você?

Essa pesquisa possui duas finalidades principais. A primeira é acadêmica, onde professores e alunos colocam em prática a teoria trabalhada em sala de aula nos cursos das Faculdades Alves Faria – ALFA. A segunda, de cunho econômico-comercial, propicia à Câmara de Dirigentes Lojistas de Goiânia, instrumentos para auxiliar seus associados a montarem suas estratégias de vendas para este Natal de 2010.

Esta pesquisa é coordenado pelo Professor pesquisador mestre em desenvolvimento regional Aurélio Troncoso.

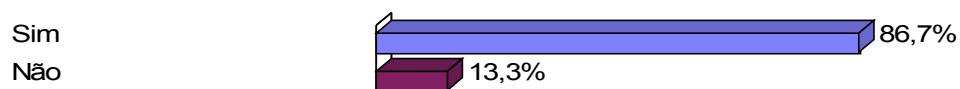
1. CONSTATAÇÕES DA PESQUISA.

Foram entrevistadas 529 pessoas no período de 24 e 26 de novembro de 2010, em locais de comércio de rua como: Setor Central, Avenida Anhanguera, Setor Campinas e Shoppings Centers de Goiânia.

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

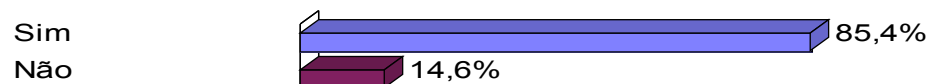
- Você pretende presentear alguém neste Natal?

PRETENDE PRESENTEAR - 2009



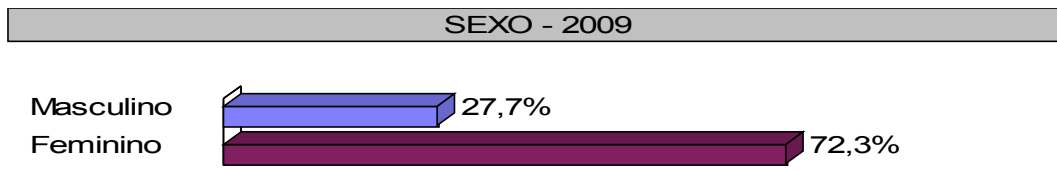
Fonte: CEPEM/ALFA - 2009

PRETENDE PRESENTEAR ALGUÉM NESTE NATAL - 2010

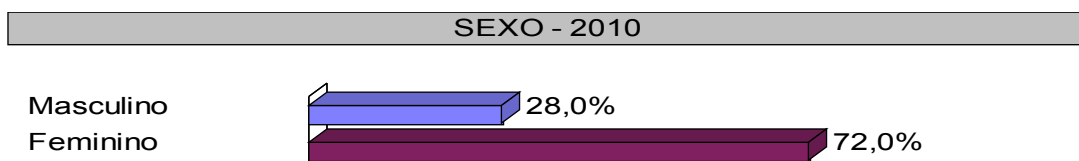


Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

- Sexo?



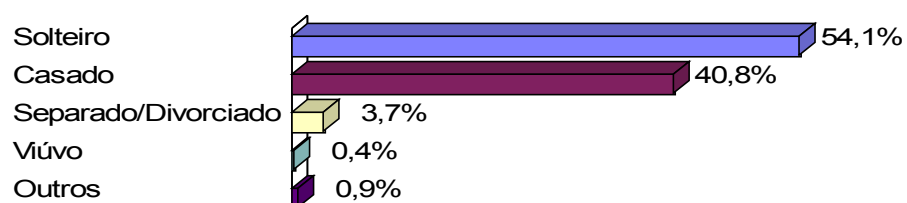
Fonte: CEPEM/ALFA – 2009



Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

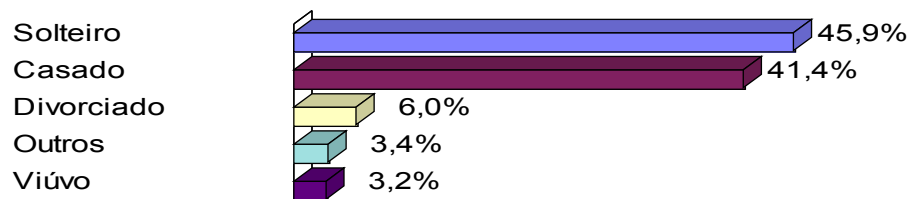
- Qual seu estado civil?

ESTADO CML - 2009



Fonte: CEPEM/ALFA - 2009

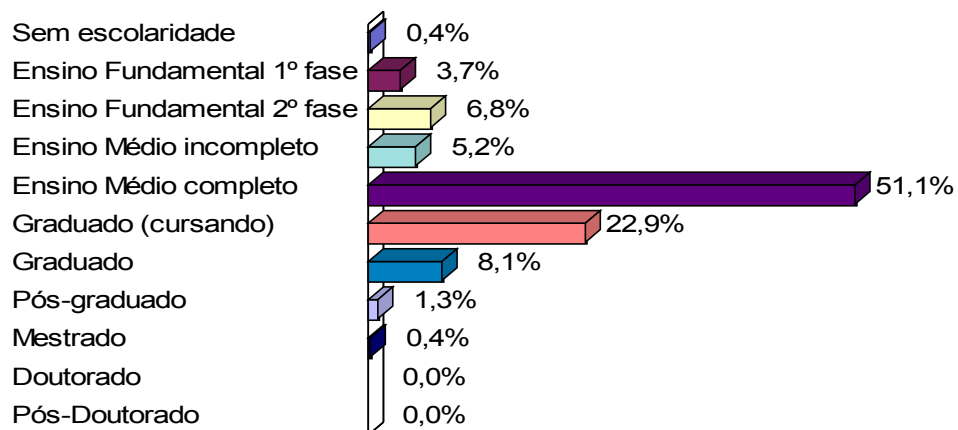
ESTADO CIVIL - 2010



Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

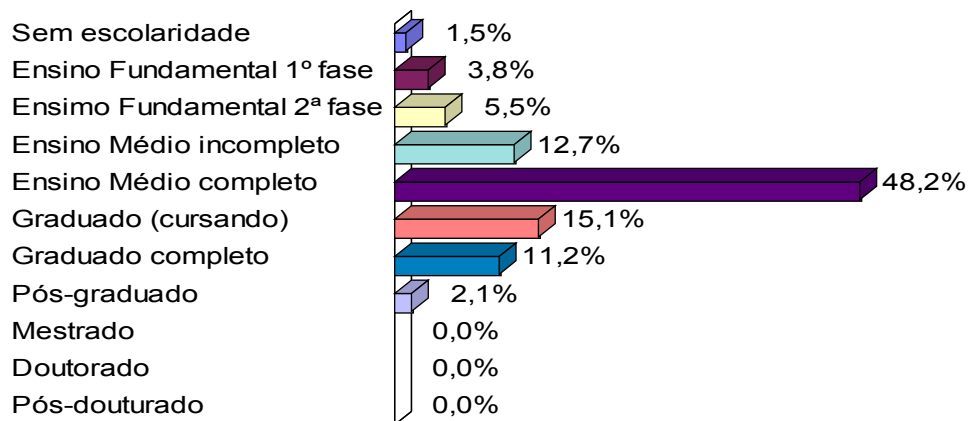
- Qual a sua escolaridade?

ESCOLARIDADE - 2009



Fonte: CEPEM/ALFA - 2009

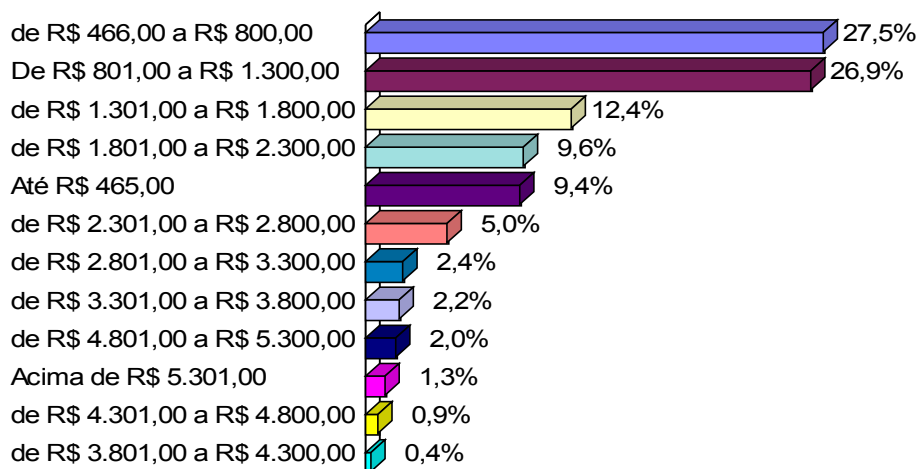
ESCOLARIDADE - 2010



Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

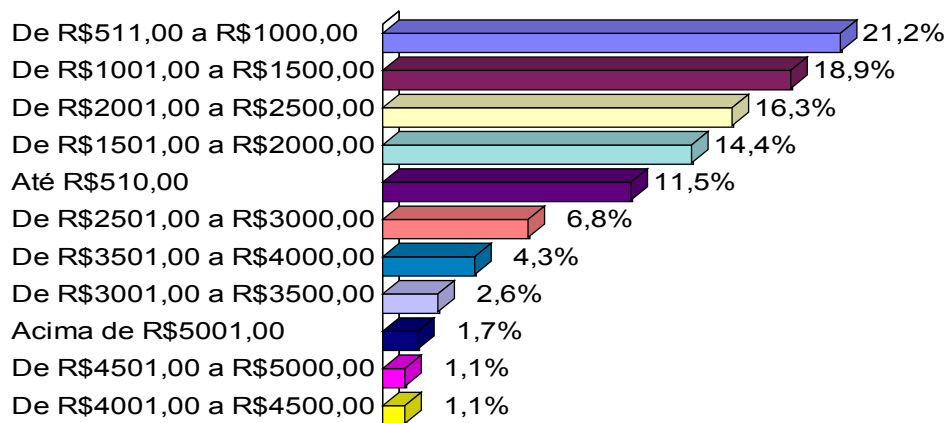
- Qual a sua renda mensal?

RENDA FAMILIAR - 2009



Fonte: CEPEM/ALFA - 2009

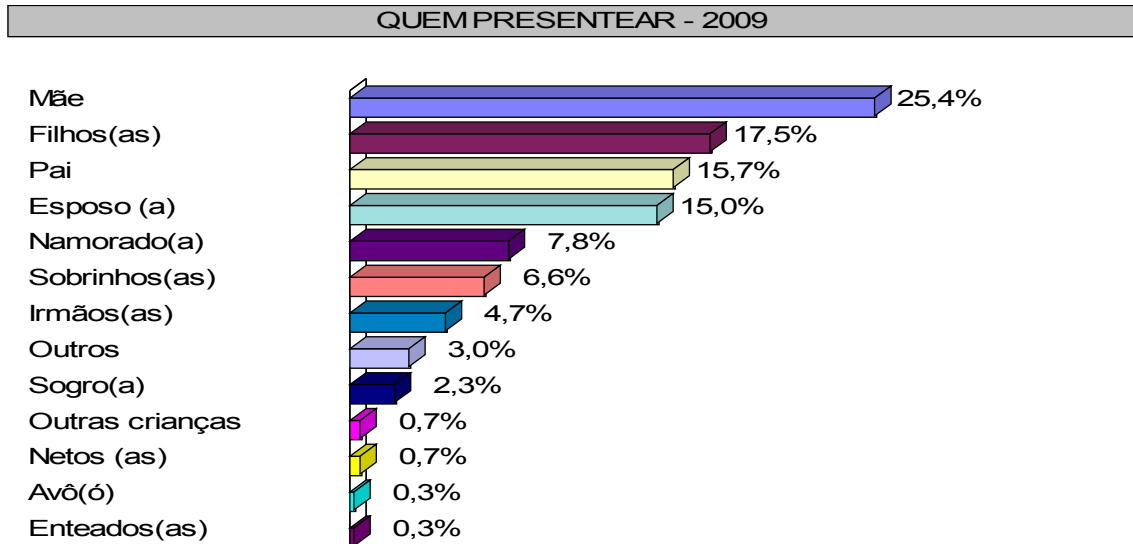
RENDA FAMILIAR MENSAL - 2010



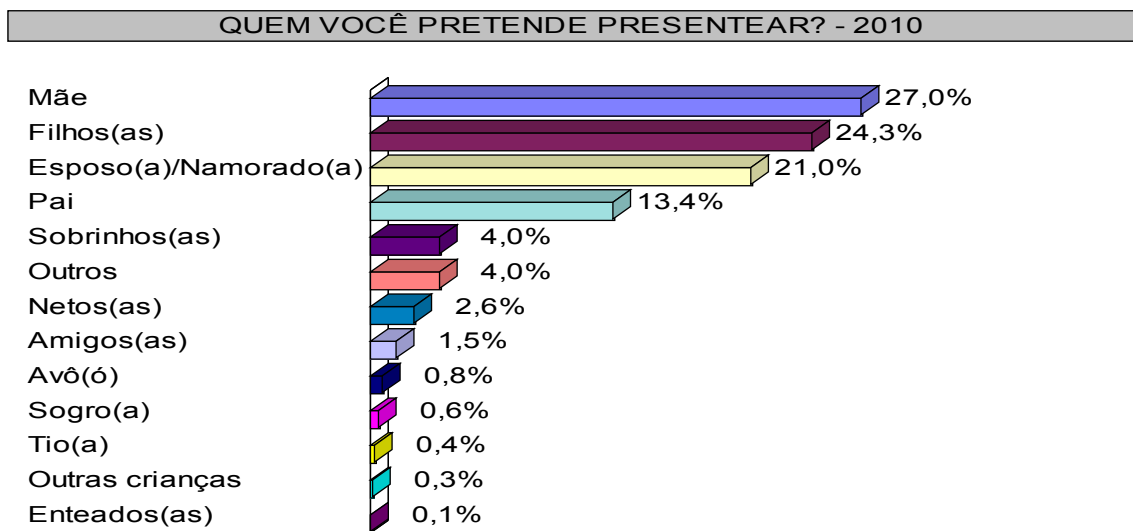
Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

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

- Quem você pretende presentear?



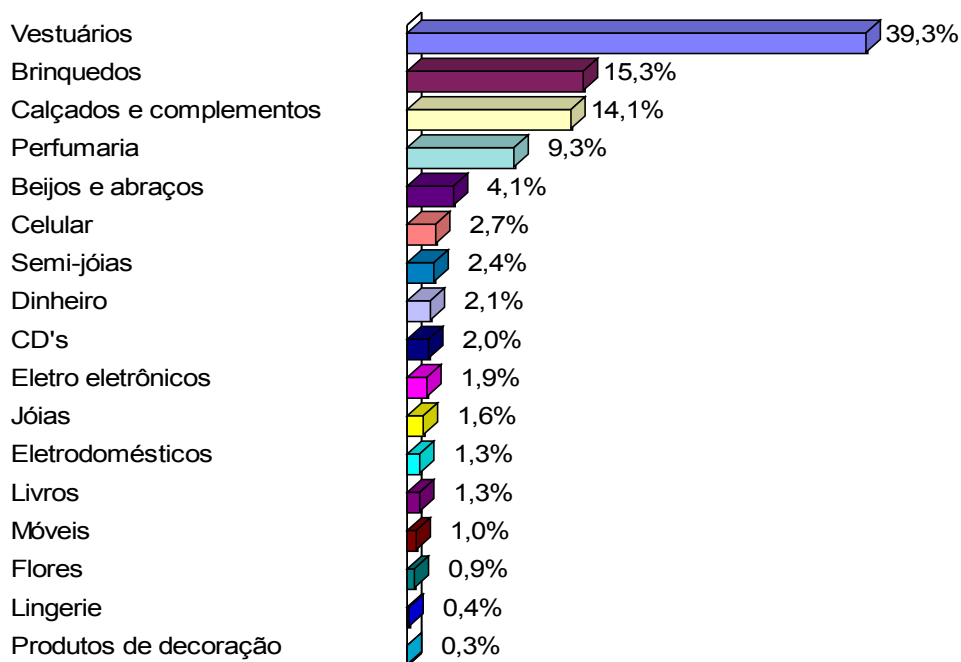
Fonte: CEPEM/ALFA - 2009



Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

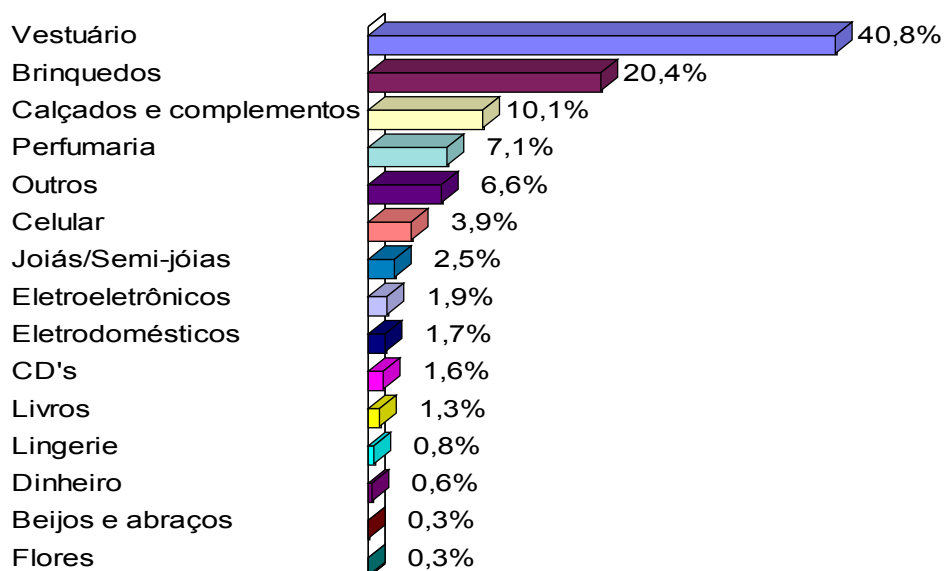
- O que pretende presentear?

O QUE PRETENDE COMPRAR -2009



Fonte: CEPEM/ALFA - 2009

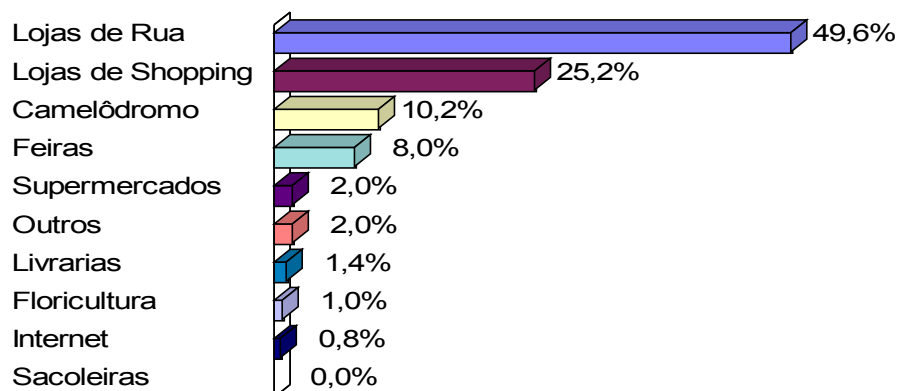
O QUE PRETENDE PRESENTEAR - 2010



Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

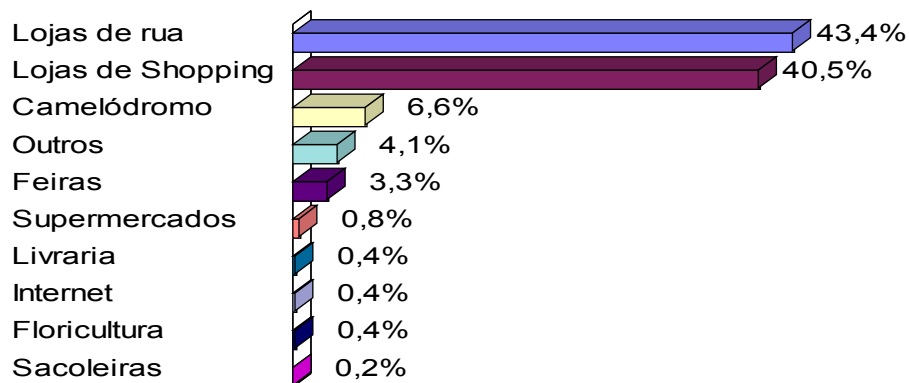
- Onde pretende comprar?

ONDE COMPRAR - 2009



Fonte: CEPEM/ALFA – 2009

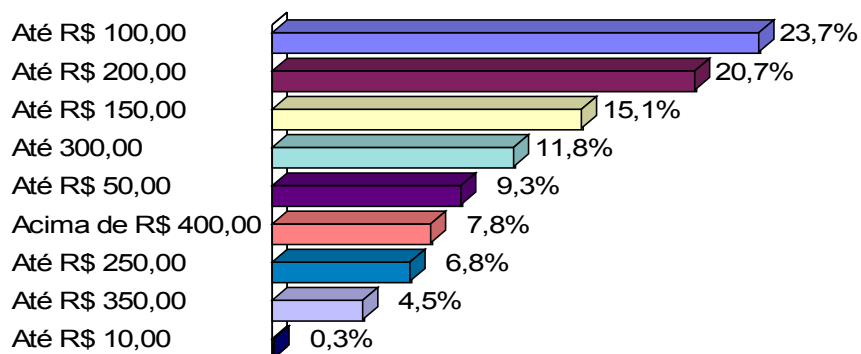
ONDE COMPRAR - 2010



Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

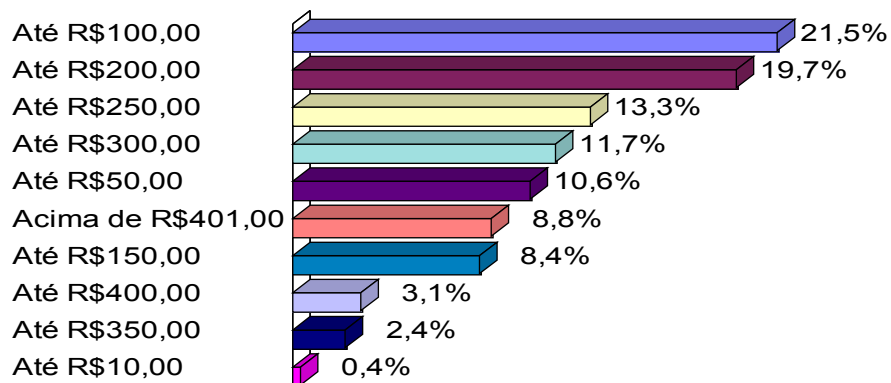
- Quanto você pretende gastar?

QUANTO GASTAR - 2009



Fonte: CEPEM/ALFA – 2009

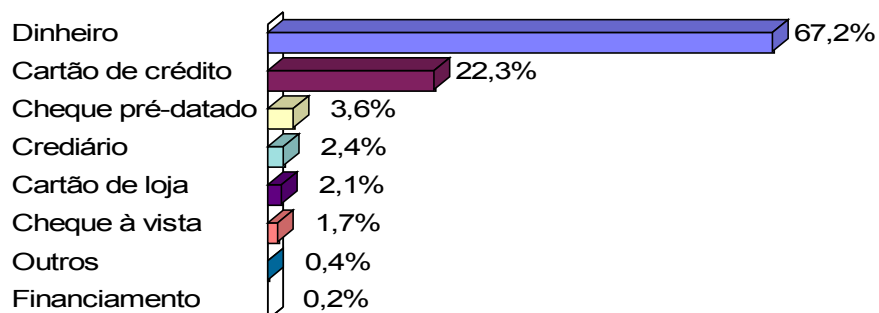
QUANTO GASTAR - 2010



Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

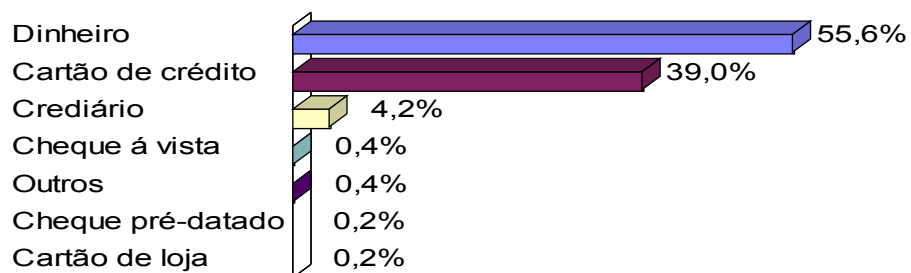
- Qual a forma de pagamento preferida?

COMO PAGAR - 2009



Fonte: CEPEM/ALFA – 2009

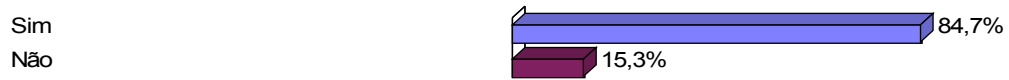
COMO PAGAR - 2010



Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

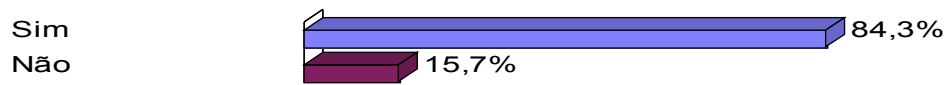
- Você presenteou alguém no natal do ano passado?

PRESENTEOU ALGUÉM NO ANO PASSADO - 2009



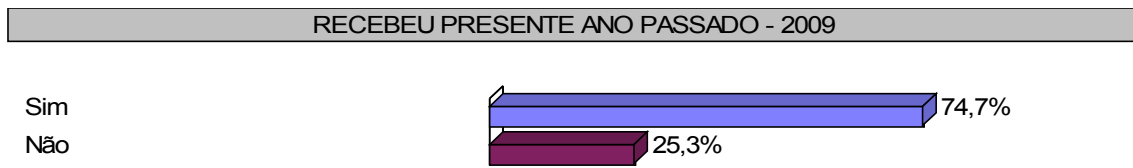
Fonte: CEPEM/ALFA – 2009

PRESENTEOU ALGUÉM ANO PASSADO - 2010

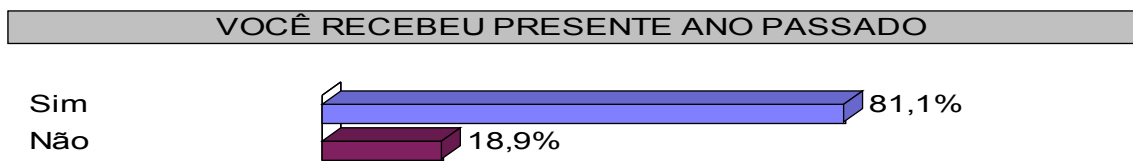


Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

- Você recebeu presente no natal do ano passado?



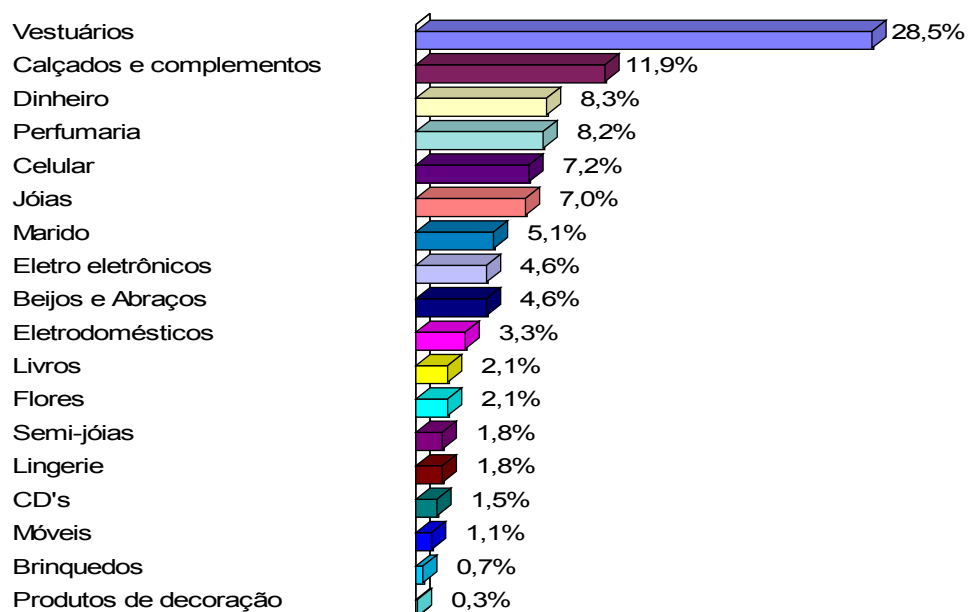
Fonte: CEPEM/ALFA – 2009



Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

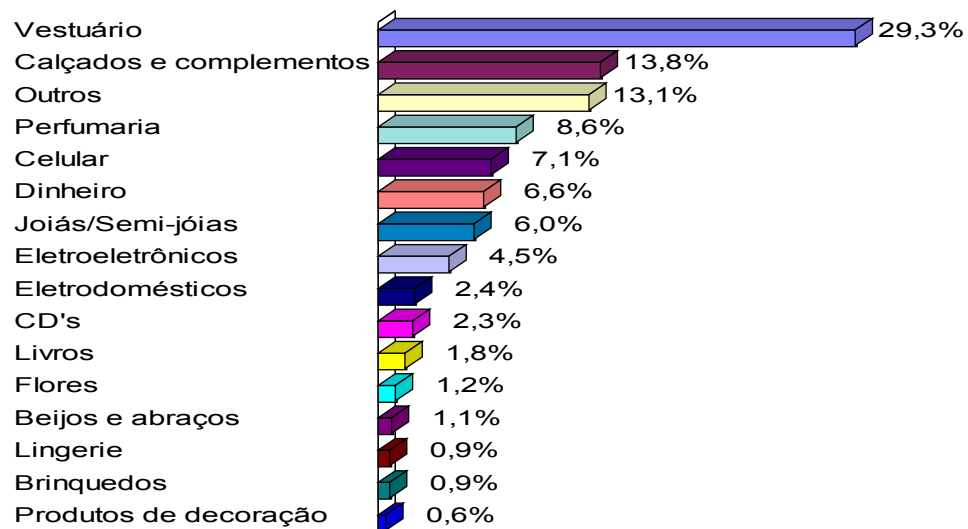
- O que você gostaria de ganhar neste natal?

O QUE GOSTARIA DE GANHAR - 2009



Fonte: CEPEM/ALFA – 2009

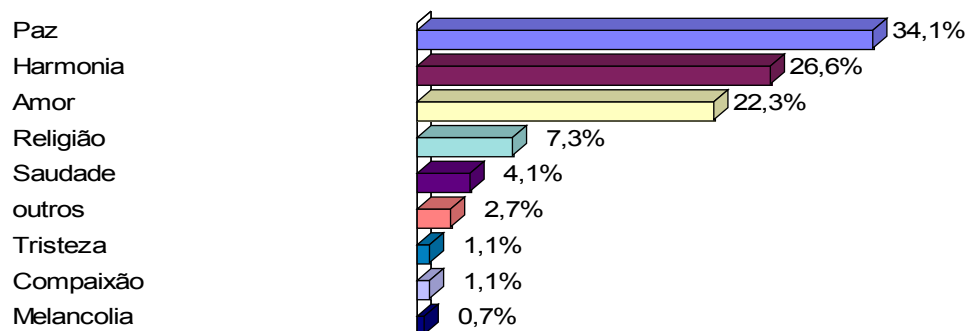
O QUE GOSTARIA DE GANHAR NESTE NATAL - 2010



Fonte: CEPEM/ALFA – 2010

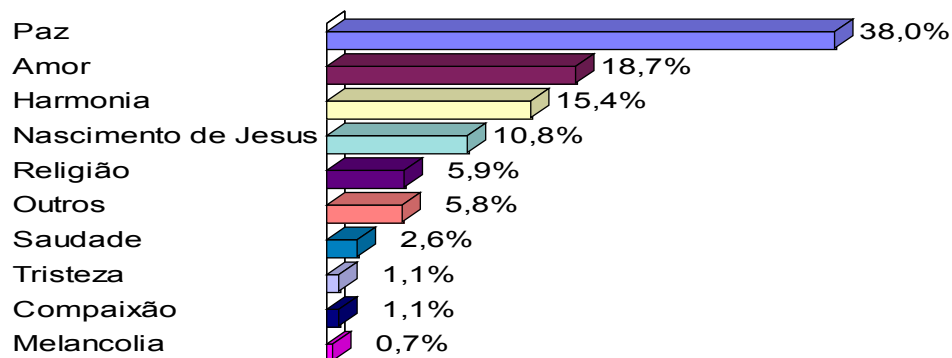
- O que representa o natal para você?

O QUE REPRESENTA O NATAL - 2009



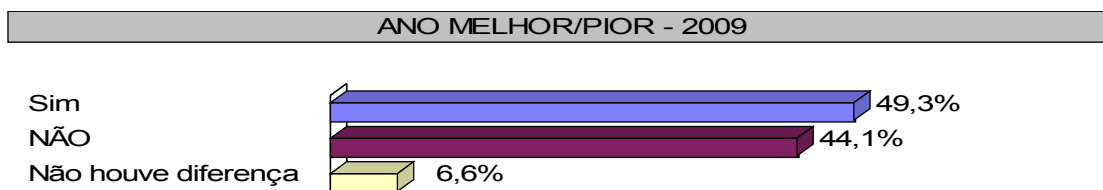
Fonte: CEPEM/ALFA – 2009

O QUE O NATAL REPRESENTA PARA VOCÊ - 2010

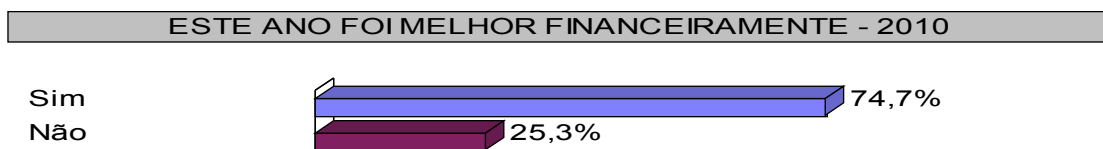


Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

- Você acha que este ano foi melhor financeiramente que o ano passado?



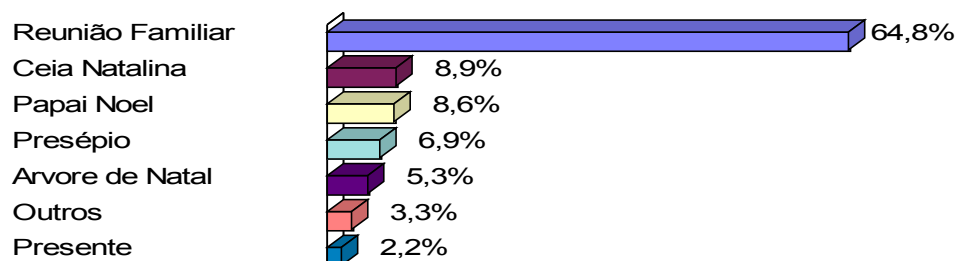
Fonte: CEPEM/ALFA – 2009



Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

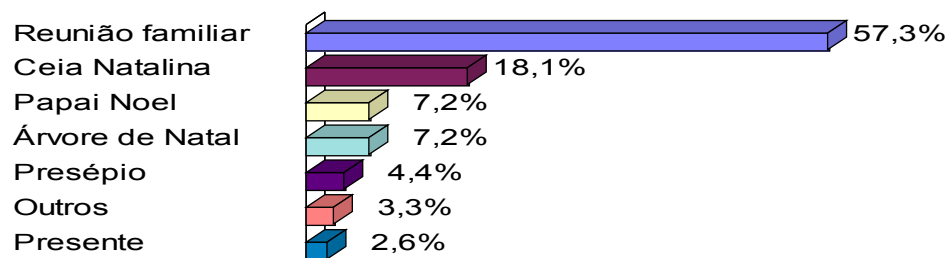
- Qual a figura que melhor representa o espírito natalino para você?

ESPÍRITO NATALINO - 2009



Fonte: CEPEM/ALFA – 2009

QUAL FIGURA REPRESENTA ESPÍRITO NATALINO - 2010



Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

2. Cruzamento de Dados

- Sexo versus O que presentear

2010

SEXO	Masculino	Feminino	TOTAL
QUEM VOCÊ PRETENDE PRESENTEAR?			
Mãe	5,1% (40)	21,9% (171)	27,0% (211)
Filhos(as)	7,4% (58)	16,9% (132)	24,3% (190)
Esposo(a)/Namorado(a)	6,5% (51)	14,5% (113)	21,0% (164)
Pai	2,7% (21)	10,8% (84)	13,4% (105)
Sobrinhos(as)	0,6% (5)	3,3% (26)	4,0% (31)
Outros	0,8% (6)	3,2% (25)	4,0% (31)
Netos(as)	0,8% (6)	1,8% (14)	2,6% (20)
Amigos(as)	0,3% (2)	1,3% (10)	1,5% (12)
Avô(ó)	0,4% (3)	0,4% (3)	0,8% (6)
Sogro(a)	0,4% (3)	0,3% (2)	0,6% (5)
Tio(a)	0,1% (1)	0,3% (2)	0,4% (3)
Outras crianças	0,0% (0)	0,3% (2)	0,3% (2)
Enteados(as)	0,1% (1)	0,0% (0)	0,1% (1)
TOTAL	25,2% (197)	74,8% (584)	100% (781)

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

- Sexo versus Quanto gastar

2010

SEXO	Masculino	Feminino	TOTAL
QUANTO GASTAR			
Até R\$100,00	4,4% (20)	17,0% (77)	21,5% (97)
Até R\$200,00	5,1% (23)	14,6% (66)	19,7% (89)
Até R\$250,00	4,0% (18)	9,3% (42)	13,3% (60)
Até R\$300,00	3,1% (14)	8,6% (39)	11,7% (53)
Até R\$50,00	3,1% (14)	7,5% (34)	10,6% (48)
Acima de R\$401,00	2,4% (11)	6,4% (29)	8,8% (40)
Até R\$150,00	2,4% (11)	6,0% (27)	8,4% (38)
Até R\$400,00	1,1% (5)	2,0% (9)	3,1% (14)
Até R\$350,00	0,2% (1)	2,2% (10)	2,4% (11)
Até R\$10,00	0,2% (1)	0,2% (1)	0,4% (2)
TOTAL	26,1% (118)	73,9% (334)	100% (452)

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

• Escolaridade versus Quanto gastar

2010

ESCOLARIDADE QUANTO GASTAR	Sem escolaridade	Ensino Fundamental 1º	Ensino Fundamental 2ª	Ensino Médio incompleto	Ensino Médio completo	Graduado (cursando)	Graduado completo	Pós-graduado	TOTAL
Até R\$100,00	0,2% (1)	0,9% (4)	0,7% (3)	4,0% (18)	10,4% (47)	2,4% (11)	2,0% (9)	0,9% (4)	21,5% (97)
Até R\$200,00	0,7% (3)	0,2% (1)	2,2% (10)	2,0% (9)	9,5% (43)	3,8% (17)	1,3% (6)	0,0% (0)	19,7% (89)
Até R\$250,00	0,2% (1)	0,7% (3)	0,9% (4)	0,4% (2)	6,0% (27)	3,5% (16)	1,3% (6)	0,2% (1)	13,3% (60)
Até R\$300,00	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,9% (4)	6,0% (27)	2,4% (11)	2,0% (9)	0,2% (1)	11,7% (53)
Até R\$50,00	0,2% (1)	1,1% (5)	1,3% (6)	1,8% (8)	4,2% (19)	0,9% (4)	0,9% (4)	0,2% (1)	10,6% (48)
Acima de R\$401,00	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	1,3% (6)	4,0% (18)	0,7% (3)	2,2% (10)	0,4% (2)	8,8% (40)
Até R\$150,00	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,9% (4)	4,9% (22)	1,8% (8)	0,7% (3)	0,0% (0)	8,4% (38)
Até R\$400,00	0,0% (0)	0,0% (0)	0,7% (3)	0,0% (0)	0,9% (4)	0,7% (3)	0,7% (3)	0,2% (1)	3,1% (14)
Até R\$350,00	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,4% (2)	0,9% (4)	0,2% (1)	0,9% (4)	0,0% (0)	2,4% (11)
Até R\$10,00	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,4% (2)
TOTAL	1,3% (6)	3,1% (14)	6,2% (28)	11,7% (53)	47,1% (213)	16,4% (74)	11,9% (54)	2,2% (10)	100% (452)

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

• Escolaridade versus Onde comprar

2010

ESCOLARIDADE ONDE COMPRAR	Sem escolaridade	Ensino Fundamental 1º	Ensino Fundamental 2ª	Ensino Médio incompleto	Ensino Médio completo	Graduado (cursando)	Graduado completo	Pós-graduado	TOTAL
Lojas de rua	0,8% (4)	0,4% (2)	2,9% (15)	5,2% (27)	21,5% (111)	8,7% (45)	3,3% (17)	0,6% (3)	43,4% (224)
Lojas de Shopping	0,0% (0)	0,8% (4)	2,1% (11)	3,7% (19)	17,8% (92)	7,0% (36)	7,4% (38)	1,7% (9)	40,5% (209)
Camelódromo	0,0% (0)	0,6% (3)	1,4% (7)	1,2% (6)	2,3% (12)	1,0% (5)	0,2% (1)	0,0% (0)	6,6% (34)
Outros	0,2% (1)	0,2% (1)	0,4% (2)	0,6% (3)	0,6% (3)	0,8% (4)	1,4% (7)	0,0% (0)	4,1% (21)
Feiras	0,2% (1)	0,4% (2)	0,2% (1)	0,4% (2)	2,1% (11)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	3,3% (17)
Supermercados	0,0% (0)	0,0% (0)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,8% (4)
Livraria	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,4% (2)
Internet	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,4% (2)
Floricultura	0,0% (0)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,4% (2)
Sacoleiras	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)
TOTAL	1,2% (6)	2,7% (14)	7,8% (40)	11,2% (58)	45,2% (233)	17,4% (90)	12,2% (63)	2,3% (12)	100% (516)

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

- Renda familiar mensal versus O que pretende presentear

2010

RENDA FAMILIAR MENSAL O QUE PRETENDE PRESENTEAR	Até R\$510,00	De R\$511,00 a R\$1000,00	De R\$1001,00 a R\$1500,00	De R\$1501,00 a R\$2000,00	De R\$2001,00 a R\$2500,00	De R\$2501,00 a R\$3000,00	De R\$3001,00 a R\$3500,00	De R\$3501,00 a R\$4000,00	De R\$4001,00 a R\$4500,00	De R\$4501,00 a R\$5000,00	Acima de R\$5001,00	TOTAL
Vestuário	4,1% (26)	6,6% (42)	7,6% (48)	5,4% (34)	7,7% (49)	3,6% (23)	0,8% (5)	2,7% (17)	0,6% (4)	0,5% (3)	1,1% (7)	40,8% (258)
Brinquedos	2,2% (14)	3,3% (21)	4,1% (26)	3,0% (19)	3,3% (21)	1,9% (12)	0,8% (5)	0,9% (6)	0,0% (0)	0,3% (2)	0,5% (3)	20,4% (129)
Calçados e complementos	1,3% (8)	1,6% (10)	1,7% (11)	0,8% (5)	1,9% (12)	1,1% (7)	0,2% (1)	0,9% (6)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,3% (2)	10,1% (64)
Perfumaria	0,6% (4)	1,6% (10)	1,7% (11)	0,6% (4)	0,9% (6)	0,9% (6)	0,3% (2)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	7,1% (45)
Outros	0,6% (4)	1,7% (11)	0,8% (5)	1,1% (7)	0,5% (3)	0,8% (5)	0,0% (0)	0,3% (2)	0,3% (2)	0,3% (2)	0,2% (1)	6,6% (42)
Celular	0,2% (1)	0,9% (6)	0,9% (6)	0,5% (3)	0,8% (5)	0,0% (0)	0,3% (2)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	3,9% (25)
Joiás/Semi-jóias	0,2% (1)	0,2% (1)	0,6% (4)	0,6% (4)	0,5% (3)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	2,5% (16)
Eletrônicos	0,2% (1)	0,2% (1)	0,3% (2)	0,3% (2)	0,3% (2)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	1,9% (12)
Eletrrodomésticos	0,2% (1)	0,3% (2)	0,3% (2)	0,5% (3)	0,3% (2)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,7% (11)
CD's	0,0% (0)	0,8% (5)	0,5% (3)	0,0% (0)	0,3% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,6% (10)
Livros	0,0% (0)	0,5% (3)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,5% (3)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,3% (8)
Lingerie	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,3% (2)	0,3% (2)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,8% (5)
Dinheiro	0,3% (2)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,6% (4)
Beijos e abraços	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,3% (2)
Flores	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,3% (2)
TOTAL	9,8% (62)	18,0% (114)	18,8% (119)	13,3% (84)	17,5% (111)	8,7% (55)	3,0% (19)	5,5% (35)	1,3% (8)	1,7% (11)	2,4% (15)	100% (633)

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

- Sexo versus Onde comprar

2010

SEXO ONDE COMPRAR	Masculino	Feminino	TOTAL
Lojas de rua	9,3% (48)	34,1% (176)	43,4% (224)
Lojas de Shopping	12,2% (63)	28,3% (146)	40,5% (209)
Camelódromo	1,9% (10)	4,7% (24)	6,6% (34)
Outros	1,4% (7)	2,7% (14)	4,1% (21)
Feiras	0,0% (0)	3,3% (17)	3,3% (17)
Supermercados	0,4% (2)	0,4% (2)	0,8% (4)
Livraria	0,2% (1)	0,2% (1)	0,4% (2)
Internet	0,0% (0)	0,4% (2)	0,4% (2)
Floricultura	0,4% (2)	0,0% (0)	0,4% (2)
Sacoleiras	0,0% (0)	0,2% (1)	0,2% (1)
TOTAL	25,8% (133)	74,2% (383)	100% (516)

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

- Sexo versus Forma de pagamento

2010

SEXO COMO PAGAR	Masculino	Feminino	TOTAL
Dinheiro	12,7% (63)	42,8% (212)	55,6% (275)
Cartão de crédito	12,1% (60)	26,9% (133)	39,0% (193)
Crediário	0,8% (4)	3,4% (17)	4,2% (21)
Cheque á vista	0,2% (1)	0,2% (1)	0,4% (2)
Outros	0,0% (0)	0,4% (2)	0,4% (2)
Cheque pré-datado	0,0% (0)	0,2% (1)	0,2% (1)
Cartão de loja	0,0% (0)	0,2% (1)	0,2% (1)
TOTAL	25,9% (128)	74,1% (367)	100% (495)

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

- O que presentear versus O que gostaria de ganhar de presente

2010

ÁREA DE GANHAR NESTE NATAL	Brinquedos	Vestuário	Calçados e complementos	Perfumaria	Celular	Eletroeletrônicos	Jóias/Semi-jóias	Livros	Eletrodomésticos	CD's	Lingerie	Dinheiro	Flores	Produtos de decoração	Beijos e abraços	Outros	TOTAL
O QUE PRETENDE PRESENTEAR																	
Vestuário	0,5%	11,9%	5,1%	3,4%	2,4%	2,0%	2,6%	0,8%	1,1%	0,7%	0,2%	1,6%	0,2%	0,3%	0,4%	3,1%	36,4%
Brinquedos	0,0%	5,7%	1,8%	1,6%	1,2%	0,9%	1,5%	0,5%	0,4%	0,3%	0,1%	1,0%	0,1%	0,1%	0,3%	2,4%	18,1%
Calçados e complementos	0,1%	2,5%	1,3%	1,2%	1,0%	0,4%	1,2%	0,4%	0,4%	0,2%	0,3%	0,5%	0,2%	0,0%	0,1%	0,7%	10,7%
Não resposta	0,1%	2,7%	1,1%	0,4%	1,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,3%	0,2%	0,0%	1,1%	0,2%	0,0%	0,0%	1,8%	9,3%
Perfumaria	0,0%	1,2%	0,9%	0,4%	0,9%	0,2%	0,3%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	5,8%
Outros	0,0%	1,2%	0,9%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,1%	0,0%	0,3%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	1,3%	5,4%
Celular	0,0%	1,4%	0,8%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	0,0%	0,2%	0,1%	0,0%	0,2%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	4,3%
Eletroeletrônicos	0,1%	0,4%	0,2%	0,4%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%
Jóias/Semi-jóias	0,0%	0,2%	0,3%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	1,9%
Eletrodomésticos	0,0%	0,3%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%	0,3%	1,6%
CD's	0,0%	0,3%	0,2%	0,3%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	1,3%
Livros	0,0%	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	1,2%
Lingerie	0,0%	0,2%	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,9%
Dinheiro	0,0%	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,4%
Flores	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Beijos e abraços	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%
TOTAL	0,9%	28,8%	13,5%	8,8%	7,5%	4,8%	6,7%	2,3%	2,7%	2,4%	0,8%	6,6%	1,2%	0,4%	1,2%	11,5%	100%

Fonte: CEPEN/ALFA - 2010

- Sexo versus Este ano foi melhor financeiramente do que o ano passado

2010

ESTE ANO FOI MELHOR FINANCEIRAMENTE	Sim	Não	TOTAL
SEXO			
Feminino	53,1% (281)	18,9% (100)	72,0% (381)
Masculino	21,6% (114)	6,4% (34)	28,0% (148)
TOTAL	74,7% (395)	25,3% (134)	100% (529)

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

- Renda familiar versus Este ano foi melhor financeiramente do que o ano passado

2010

ESTE ANO FOI MELHOR FINANCEIRAMENTE	Sim	Não	TOTAL
RENDA FAMILIAR MENSAL			
De R\$511,00 a R\$1000,00	13,8% (73)	7,4% (39)	21,2% (112)
De R\$1001,00 a R\$1500,00	14,6% (77)	4,3% (23)	18,9% (100)
De R\$2001,00 a R\$2500,00	13,4% (71)	2,8% (15)	16,3% (86)
De R\$1501,00 a R\$2000,00	10,2% (54)	4,2% (22)	14,4% (76)
Até R\$510,00	7,6% (40)	4,0% (21)	11,5% (61)
De R\$2501,00 a R\$3000,00	5,3% (28)	1,5% (8)	6,8% (36)
De R\$3501,00 a R\$4000,00	4,2% (22)	0,2% (1)	4,3% (23)
De R\$3001,00 a R\$3500,00	2,3% (12)	0,4% (2)	2,6% (14)
Acima de R\$5001,00	1,5% (8)	0,2% (1)	1,7% (9)
De R\$4501,00 a R\$5000,00	0,8% (4)	0,4% (2)	1,1% (6)
De R\$4001,00 a R\$4500,00	1,1% (6)	0,0% (0)	1,1% (6)
TOTAL	74,7% (395)	25,3% (134)	100% (529)

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

3. Apêndice

PRETENDE PRESENTEAR ALGUÉM NESTE NATAL	Qt. cit.	Freq.
Sim	452	85,4%
Não	77	14,6%
TOTAL CIT.	529	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

SEXO	Qt. cit.	Freq.
Feminino	381	72,0%
Masculino	148	28,0%
TOTAL CIT.	529	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

FAIXA ETÁRIA	Qt. cit.	Freq.
De 19 a 25 anos	174	32,9%
De 26 a 30 anos	137	25,9%
De 31 a 35 anos	54	10,2%
Até 18 anos	50	9,5%
De 41 a 45 anos	37	7,0%
De 36 a 40 anos	26	4,9%
de 46 a 50 anos	26	4,9%
Acima de 51 anos	25	4,7%
TOTAL CIT.	529	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

ESTADO CIVIL	Qt. cit.	Freq.
Solteiro	243	45,9%
Casado	219	41,4%
Divorciado	32	6,0%
Outros	18	3,4%
Viúvo	17	3,2%
TOTAL CIT.	529	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

ESCOLARIDADE	Qt. cit.	Freq.
Ensino Médio completo	255	48,2%
Graduado (cursando)	80	15,1%
Ensino Médio incompleto	67	12,7%
Graduado completo	59	11,2%
Ensino Fundamental 2ª fase	29	5,5%
Ensino Fundamental 1º fase	20	3,8%
Pós-graduado	11	2,1%
Sem escolaridade	8	1,5%
TOTAL CIT.	529	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

RENDA FAMILIAR MENSAL	Qt. cit.	Freq.
De R\$511,00 a R\$1000,00	112	21,2%
De R\$1001,00 a R\$1500,00	100	18,9%
De R\$2001,00 a R\$2500,00	86	16,3%
De R\$1501,00 a R\$2000,00	76	14,4%
Até R\$510,00	61	11,5%
De R\$2501,00 a R\$3000,00	36	6,8%
De R\$3501,00 a R\$4000,00	23	4,3%
De R\$3001,00 a R\$3500,00	14	2,6%
Acima de R\$5001,00	9	1,7%
De R\$4501,00 a R\$5000,00	6	1,1%
De R\$4001,00 a R\$4500,00	6	1,1%
TOTAL CIT.	529	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

QUEM VOCÊ PRETENDE PRESENTEAR?	Qt. cit.	Freq.
Mãe	211	27,0%
Filhos(as)	190	24,3%
Esposo(a)/Namorado(a)	164	21,0%
Pai	105	13,4%
Sobrinhos(as)	31	4,0%
Outros	31	4,0%
Netos(as)	20	2,6%
Amigos(as)	12	1,5%
Avô(ó)	6	0,8%
Sogra(a)	5	0,6%
Tio(a)	3	0,4%
Outras crianças	2	0,3%
Enteados(as)	1	0,1%
TOTAL CIT.	781	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

O QUE PRETENDE PRESENTEAR	Qt. cit.	Freq.
Vestuário	258	40,8%
Brinquedos	129	20,4%
Calçados e complementos	64	10,1%
Perfumaria	45	7,1%
Outros	42	6,6%
Celular	25	3,9%
Joiás/Semi-jóias	16	2,5%
Eletroeletrônicos	12	1,9%
Eletrodomésticos	11	1,7%
CD's	10	1,6%
Livros	8	1,3%
Lingerie	5	0,8%
Dinheiro	4	0,6%
Beijos e abraços	2	0,3%
Flores	2	0,3%
Produtos de decoração	0	0,0%
TOTAL CIT.	633	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

ONDE COMPRAR	Qt. cit.	Freq.
Lojas de rua	224	43,4%
Lojas de Shopping	209	40,5%
Camelódromo	34	6,6%
Outros	21	4,1%
Feiras	17	3,3%
Supermercados	4	0,8%
Livraria	2	0,4%
Internet	2	0,4%
Floricultura	2	0,4%
Sacoleiras	1	0,2%
TOTAL CIT.	516	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

QUANTO GASTAR	Qt. cit.	Freq.
Até R\$100,00	97	21,5%
Até R\$200,00	89	19,7%
Até R\$250,00	60	13,3%
Até R\$300,00	53	11,7%
Até R\$50,00	48	10,6%
Acima de R\$401,00	40	8,8%
Até R\$150,00	38	8,4%
Até R\$400,00	14	3,1%
Até R\$350,00	11	2,4%
Até R\$10,00	2	0,4%
TOTAL CIT.	452	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

COMO PAGAR	Qt. cit.	Freq.
Dinheiro	275	55,6%
Cartão de crédito	193	39,0%
Crediário	21	4,2%
Cheque á vista	2	0,4%
Outros	2	0,4%
Cheque pré-datado	1	0,2%
Cartão de loja	1	0,2%
Financiamento	0	0,0%
TOTAL CIT.	495	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

PRESENTEOU ALGUÉM ANO PASSADO	Qt. cit.	Freq.
Sim	446	84,3%
Não	83	15,7%
TOTAL CIT.	529	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

VOCÊ RECEBEU PRESENTE ANO PASSADO	Qt. cit.	Freq.
Sim	429	81,1%
Não	100	18,9%
TOTAL CIT.	529	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

O QUE GOSTARIA DE GANHAR NESTE NATAL	Qt. cit.	Freq.
Vestuário	195	29,3%
Calçados e complementos	92	13,8%
Outros	87	13,1%
Perfumaria	57	8,6%
Celular	47	7,1%
Dinheiro	44	6,6%
Joiás/Semi-jóias	40	6,0%
Eletroeletrônicos	30	4,5%
Eletrodomésticos	16	2,4%
CD's	15	2,3%
Livros	12	1,8%
Flores	8	1,2%
Beijos e abraços	7	1,1%
Lingerie	6	0,9%
Brinquedos	6	0,9%
Produtos de decoração	4	0,6%
TOTAL CIT.	666	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

O QUE O NATAL REPRESENTA PARA VOCÊ	Qt. cit.	Freq.
Paz	282	38,0%
Amor	139	18,7%
Harmonia	114	15,4%
Nascimento de Jesus	80	10,8%
Religião	44	5,9%
Outros	43	5,8%
Saudade	19	2,6%
Tristeza	8	1,1%
Compaixão	8	1,1%
Melancolia	5	0,7%
TOTAL CIT.	742	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

ESTE ANO FOI MELHOR FINANCEIRAMENTE	Qt. cit.	Freq.
Sim	395	74,7%
Não	134	25,3%
TOTAL CIT.	529	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

QUAL FIGURA REPRESENTA ESPÍRITO NATALINO	Qt. cit.	Freq.
Reunião familiar	368	57,3%
Ceia Natalina	116	18,1%
Papai Noel	46	7,2%
Árvore de Natal	46	7,2%
Presépio	28	4,4%
Outros	21	3,3%
Presente	17	2,6%
TOTAL CIT.	642	100%

Fonte: CEPEM/ALFA - 2010

4. Análise de Dados

Natal, palavra mágica com muitos significados, para muitos representa paz, amor, harmonia, para outros dentro de suas crenças a considera como nascimento de Jesus, religião, saudade, compaixão. Mas quando a pergunta é, quais são as figuras representativas no Natal, reunião familiar desponta com mais de 57% seguido da ceia de Natal com 18,1%. Uma das várias análises que se pode fazer é que o Natal representa a família sua união, seus valores e suas crenças.

Quando se compara a pesquisa atual (2010) com a anterior (2009), temos a certeza que estamos executado a metodologia correta. Do ano de 2009 para 2010 algumas variáveis apresentam resultados muito próximos, é o caso de quem pretende presentear. Este item apresenta uma pequena queda de 1,3% entre aqueles que não vão presentear com 14,6%, contra 85,4% das pessoas entrevistadas que pretendem presentear alguém neste Natal. Os mais citados foram as mães, com 27%, seguido de filhos com 24,3%, esposo(a)/Namorados(a), com 21,3%, e pais com 13,4%. Aparecem ainda sobrinhos, netos, amigos dentre outros, com 14,3%.

A renda familiar dos entrevistados variou entre R\$ 511,00 a R\$ 3.000,00. O presente mais procurado será como no ano anterior: vestuário, com 40,8% dos entrevistados. Em seguida aparecem brinquedos, com 20,4%, um aumento de 5,1% em relação a 2010. Calçados e complementos aparece em terceiro lugar com 10,1%, uma queda de 4% em relação ao ano anterior. Perfumaria aparece em quarto lugar com 7,1%, uma queda de 2,2% na intenção deste ano. Celular aparece em quinto lugar com 3,9%, um aumento em 1,2% em relação a 2009. Já os outros presente não apresentam muita alteração.

Quanto ao lugar de compra, este ano temos um empate técnico entre as lojas de Rua e os shoppings. A pesquisa mostra que as lojas de rua levarão uma pequena vantagem sobre os shoppings em 2,9%. Sendo Lojas de rua com 43,4% contra 40,5% dos Shoppings, seguido de camelódromos com 6,6% queda de 3,6%.

O valor dos presentes deverão girar entre R\$ 100,00 a R\$ 300,00 conforme disseram mais de 66% dos entrevistados.

A forma de pagamento para este ano tende a ser 55,6% em dinheiro, uma queda de 11,6% em relação ao ano de 2009. Em contra partida, 39% dos entrevistados deverão utilizar seus cartões de crédito, um aumento de 16,7% em relação ao ano anterior. Isso caracteriza que o consumidor deverá parcelar suas compras.

Quando perguntados se haviam presenteado alguém no ano passado o resultado ficou quase inalterado: 84,3% deste ano contra 84,7% do ano passado, sem comentários. Quando perguntado se ganhou presente no ano passado, 81,1% disseram que sim contra 74,7% do ano passado, um aumento de 6,4%.

Quanto ao que gostariam de ganhar, também sem muitas alterações, vestuário continua liderando com 29,3% contra 28,5% do ano passado, um aumento de 0,8%. Em seguida aparecem calçados e complementos com aumento de 1,9%, ficando os outros itens com diferenças sem muita representatividade de aumento ou redução de consumo.

A grande surpresa agradável foi à pergunta “Você acha que este ano foi melhor financeiramente que o ano passado?”. A resposta foi mais surpreendente ainda: mais de 74% dos entrevistados disseram que “SIM”, que este ano foi melhor financeiramente que o ano de 2009, com um aumento de mais de 25%.

Levando em conta as facilidades de crédito que ainda flutua no mercado aliado aos bons ganhos das famílias, juntamente com o dólar em baixa favorecendo a importação de produtos natalinos, alimentos e brinquedos agregados flexibilidade do lojista podemos afirmar que este Natal de 2010 será um dos melhores Natais dos últimos cinco anos.

Prof. Ms. Aurélio Troncoso
Coordenador do CEPEN – CDL/ALFA
CRE – 2080D
Cel : 85997019 / 32725086
aureliotroncoso@alfa.br