



CENTRO DE PESQUISAS ECONÔMICAS CDL/ALFA

**INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS PAIS
2009**

GOIÂNIA
2009

1. INTRODUÇÃO.

Este trabalho apresenta os resultados da pesquisa social aplicada, baseada em questionários, sobre intenção de compras para o Dia dos Pais de 2009. Realizada pelo **Centro de Pesquisas Econômicas e Mercadológicas – CEPEM das Faculdades Alves Farias (ALFA)** e **Câmara de Dirigentes Lojistas de Goiânia (CDL)** nos dias 29 a 30 de Julho de 2009.

A pesquisa teve como objetivo mensurar as intenções de compras para o Dia dos Pais de 2009 tendo como parâmetro dados de 2008. Foram utilizados os seguintes critérios: Foram realizadas 579 entrevistas em diversos locais da Grande Goiânia, dentre eles se destacam os corredores de grande circulação e os Shopping Center's. A pesquisa colheu Informações Sócio-econômicas, de Intenção de Compras e Características dos Pais.

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

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

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

Na seção de intenção de compras, os entrevistados responderam às seguintes questões:

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

De posse dessas informações foi possível medir quais as preferências dos entrevistados para o Dia dos Pais.

Na questão direcionada ao perfil dos Pais foram perguntados.

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

- Qual o estado civil de seu pai?
- Como você definiria seu pai?
- Quando seu pai sai com você, o que ele mais gosta de fazer?
- Quais as características físicas de seu pai?
- Qual o esporte que seu pai mais gosta de praticar?

De posse dessas informações foi possível inferir qual a relação entre pais e filhos, suas preferências, afetividade e as características físicas em relação a prática de esportes praticado pelos pais.

Na questão direcionada ao desejo de receberem presentes.

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

De posse destas informações, mensurou-se a quantidade de pais que ganharam presentes no ano anterior e a preferência pelo que gostaria de ganhar neste ano de 2009.

Essa pesquisa possui duas finalidades principais. A primeira é acadêmica, na qual 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 (CDL) instrumentos para auxiliar seus associados a montarem suas estratégias de vendas para o Dia dos Pais.

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, foi considerada todas as pessoas de ambos os sexos com faixa etária a partir de 03 anos de idade. A amostra foi selecionada seguindo o critério da conveniência, no qual o entrevistador escolhe o entrevistado de forma aleatória.

Foram aplicados 579 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 dos Pais. A amostra mínima com um nível de significância de 95% e com margem de erro de 5% seria de aproximadamente 375 questionários.

A pesquisa foi realizada nos dias 29 e 30 de Julho de 2009 pelo Centro de Pesquisa CDL/ALFA – CEPEM Centro de Pesquisas Econômicas e Mercadológicas Alfa.

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

Foi realizada uma pesquisa piloto, 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 nas seguintes áreas, Estatística Econômica, Econometria, Macroeconomia, coordenados pelo **Professor e Economista Aurélio Troncoso**.

3. CONSTATAÇÕES DA PESQUISA.

Foram entrevistadas 579 pessoas nos dias 29 e 30 de Julho de 2009, em locais de comércio de rua, corredores de Grande circulação e Shoppings Centres de Goiânia.

A população pesquisada apresentou as seguintes distribuições sócio-econômicas:

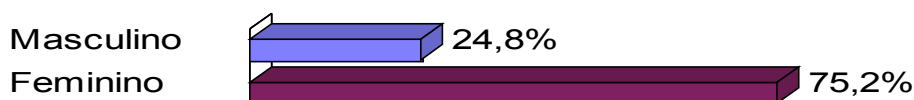
A. DISTRIBUIÇÕES SÓCIO-ECONÔMICAS

SEXO - 2008



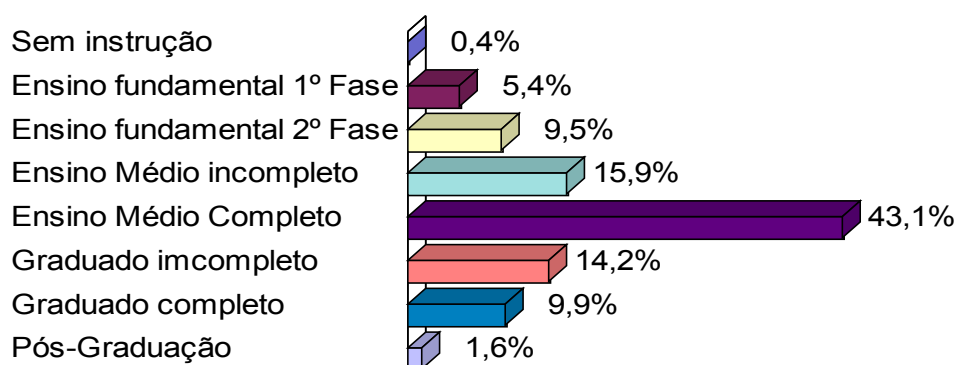
Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

SEXO - 2009



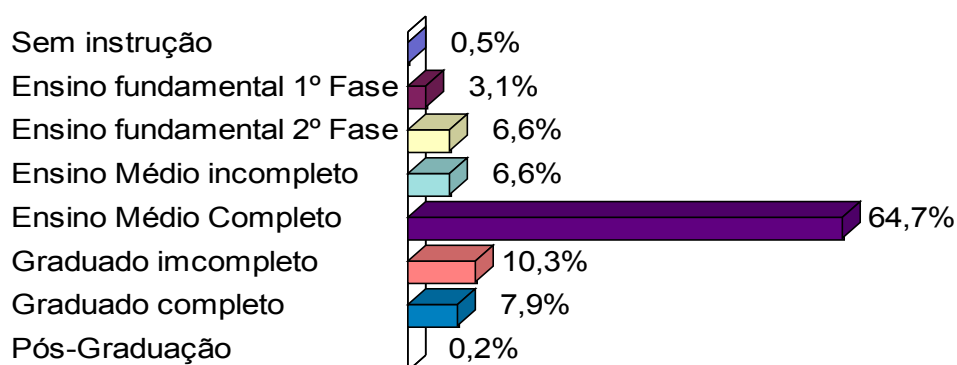
Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

ESCOLARIDADE - 2008



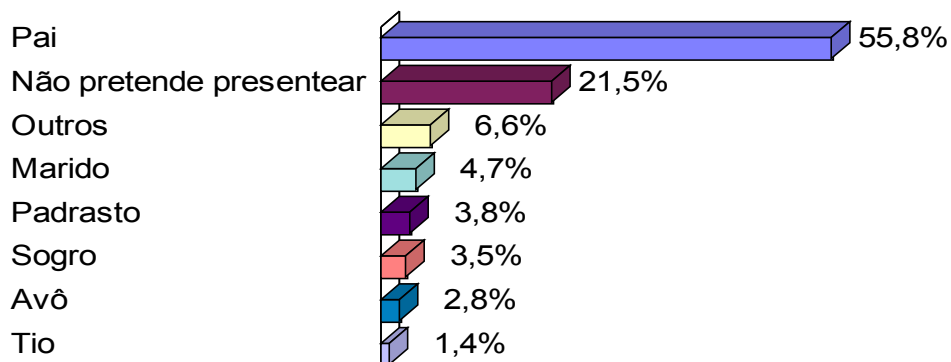
Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

ESCOLARIDADE - 2009



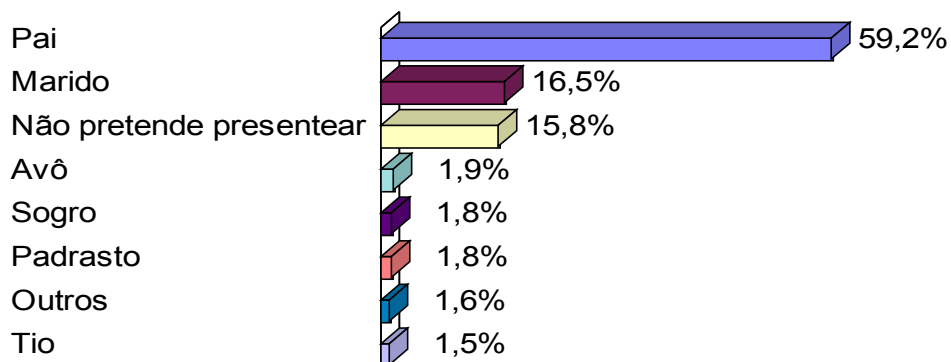
Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

QUEM PRESENTEAR - 2008



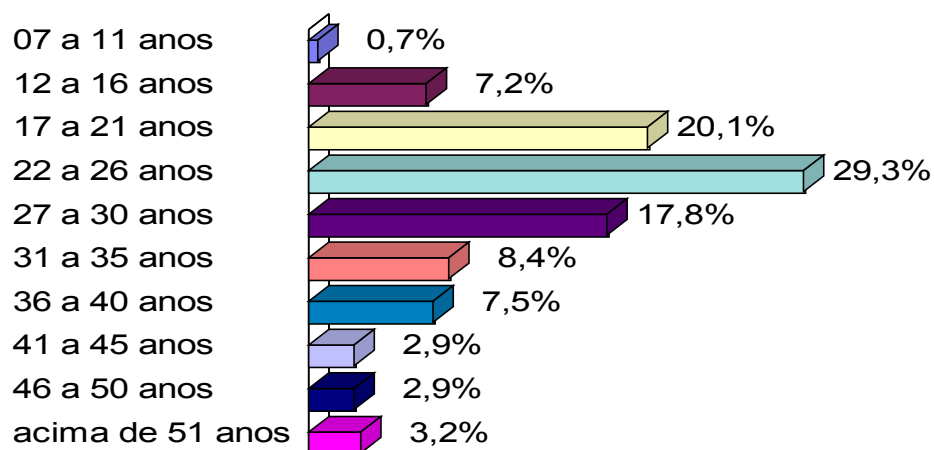
Fonte:CEPEM- ALFA - 2008

QUEM PRESENTEAR - 2009



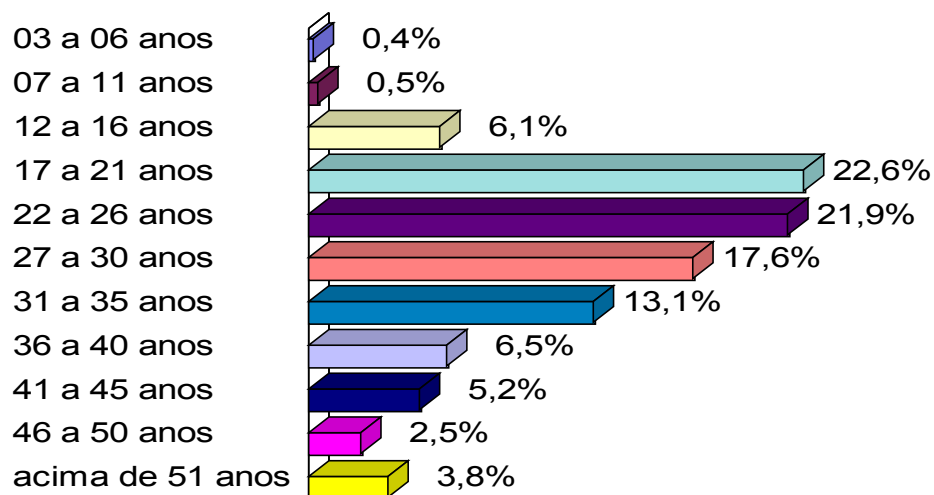
Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

FAIXA ETÁRIA - 2008



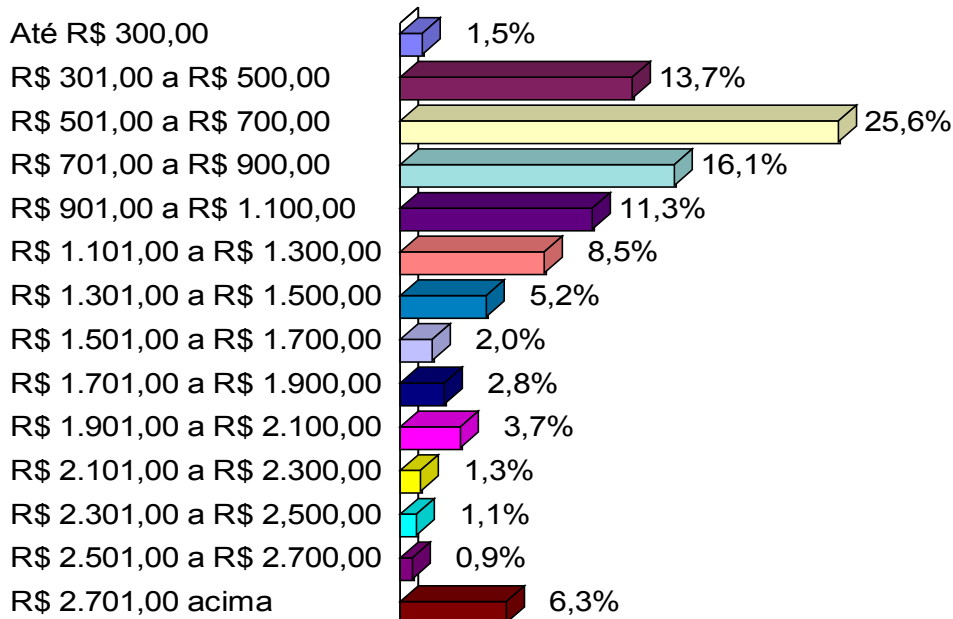
Fonte:CEPEM- ALFA - 2008

FAIXA ETÁRIA - 2009



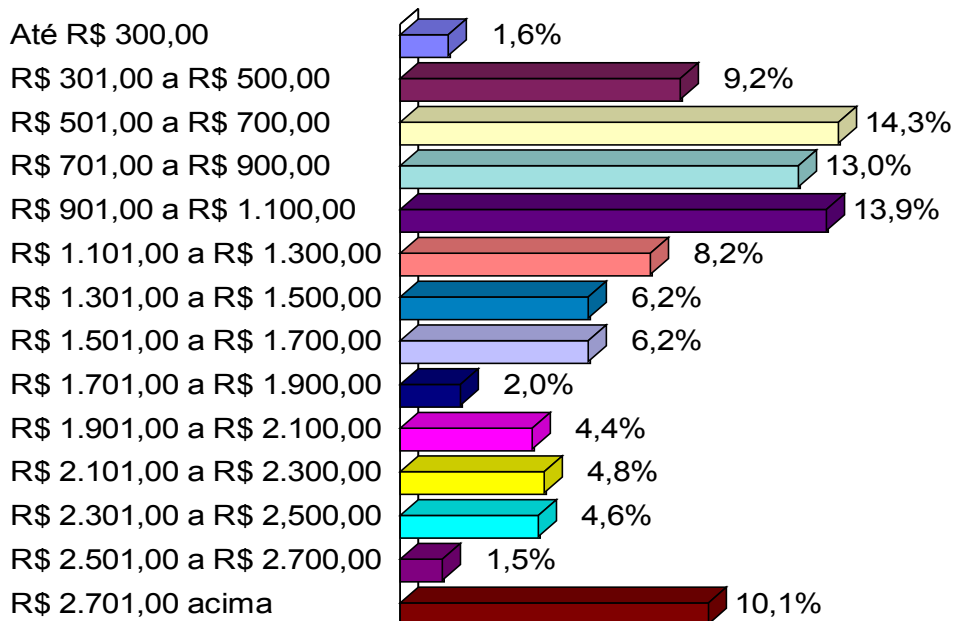
Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

RENDA FAMILIAR - 2008



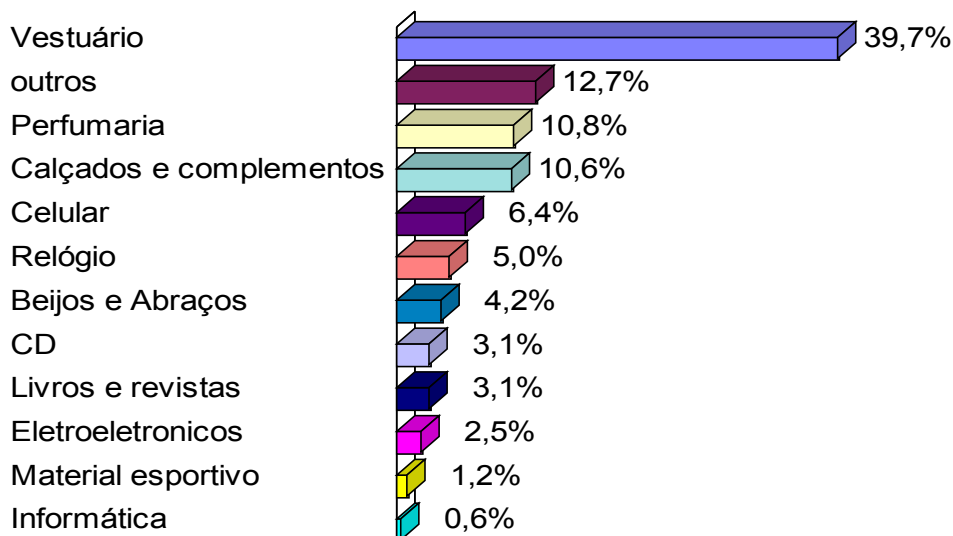
Fonte:CEPEM- ALFA - 2008

RENDA FAMILIAR - 2009



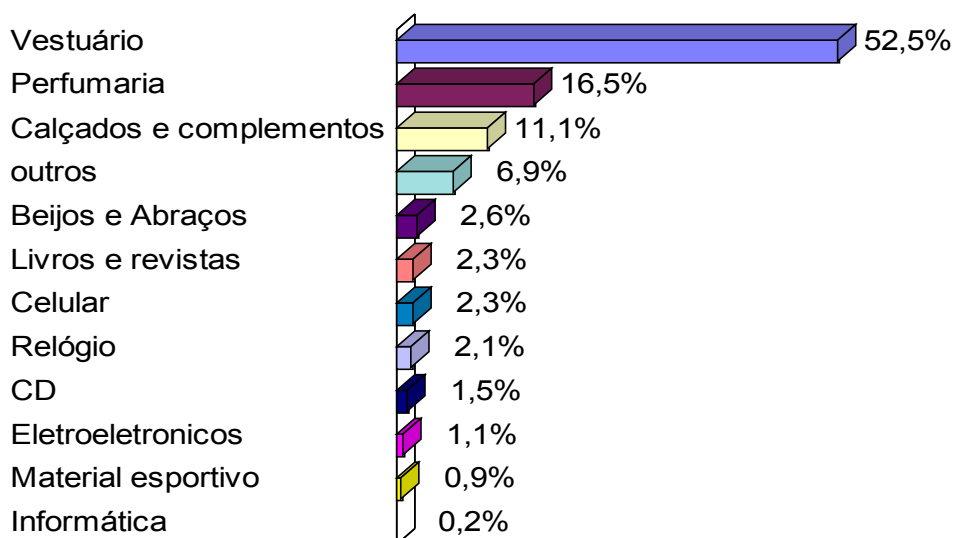
Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

O QUE PRESENTEAR - 2008



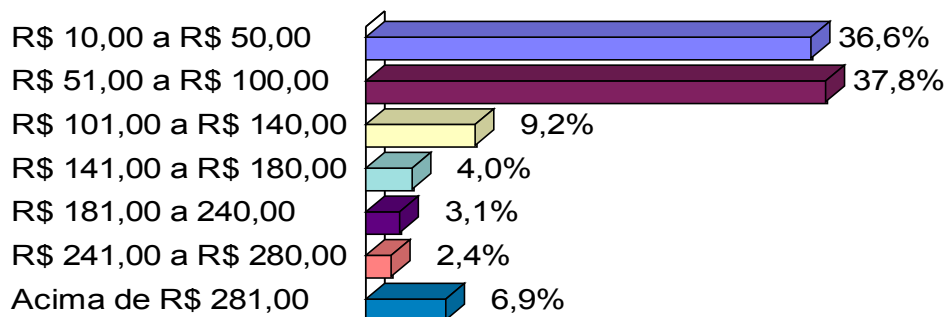
Fonte:CEPEM- ALFA - 2008

O QUE PRESENTEAR - 2009



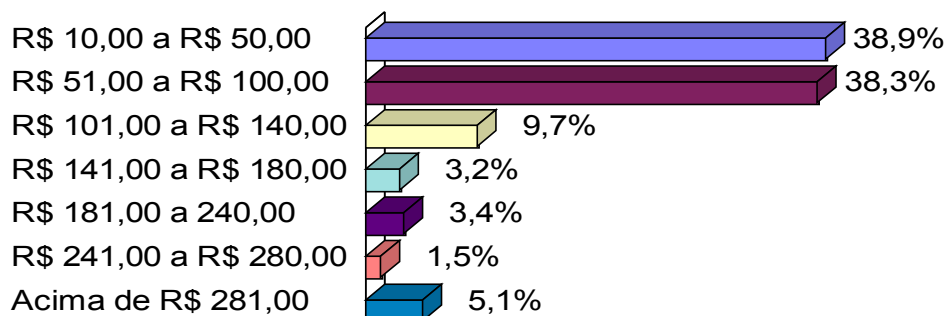
Fonte: CEPEM- ALFA – 2009

QUANTO GASTAR - 2008



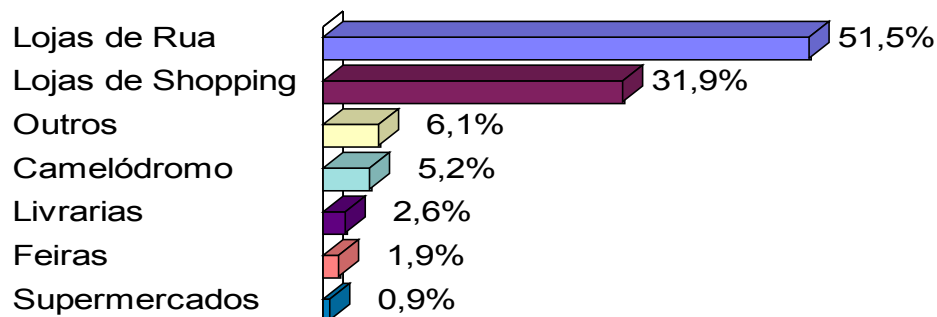
Fonte:CEPEM- ALFA - 2008

QUANTO GASTAR - 2009



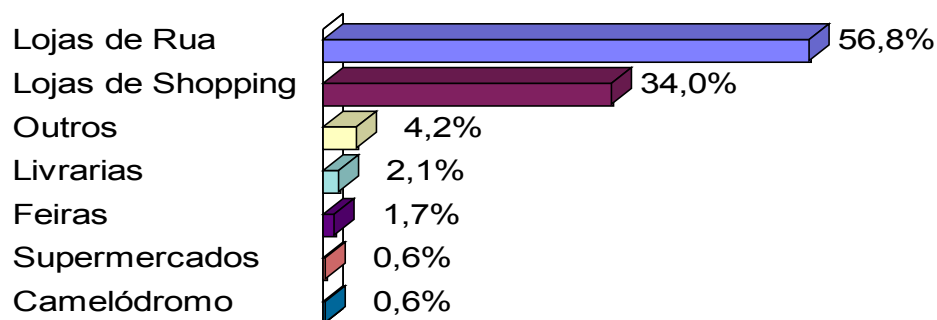
Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

ONDE COMPRAR - 2008



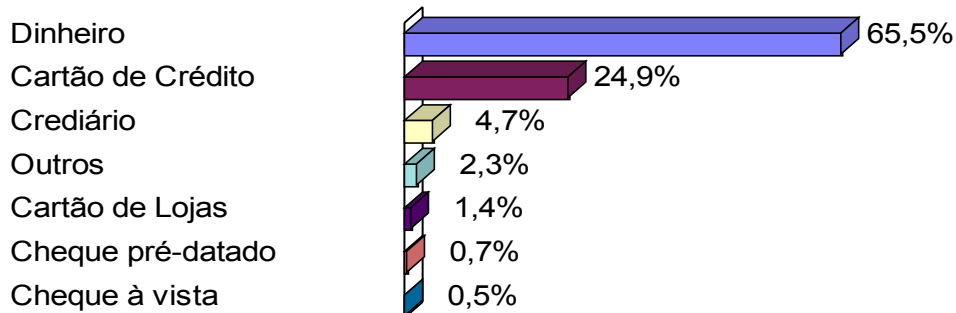
Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

ONDE COMPRAR - 2009



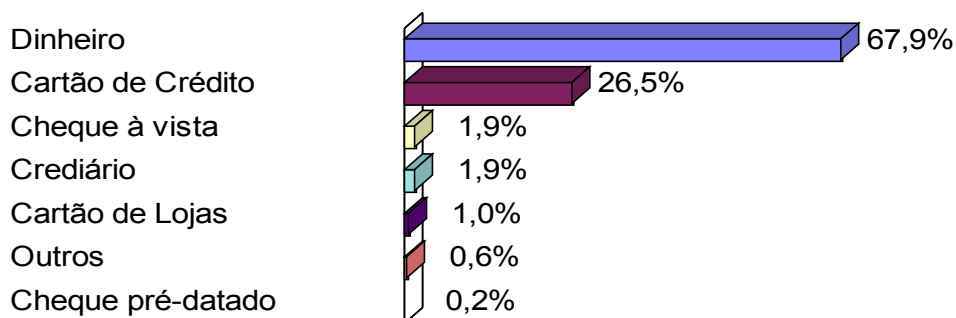
Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

FORMA DE PAGAMENTO - 2008



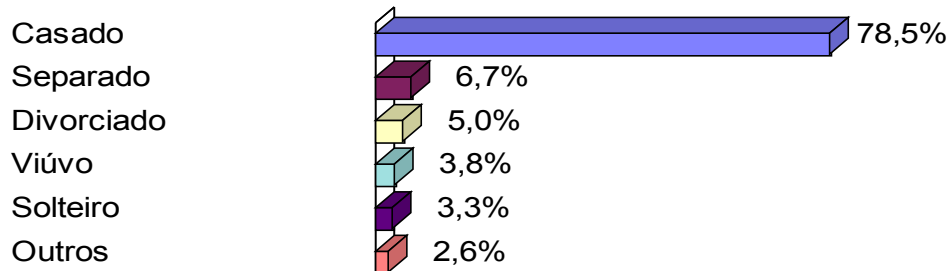
Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

FORMA DE PAGAMENTO - 2009



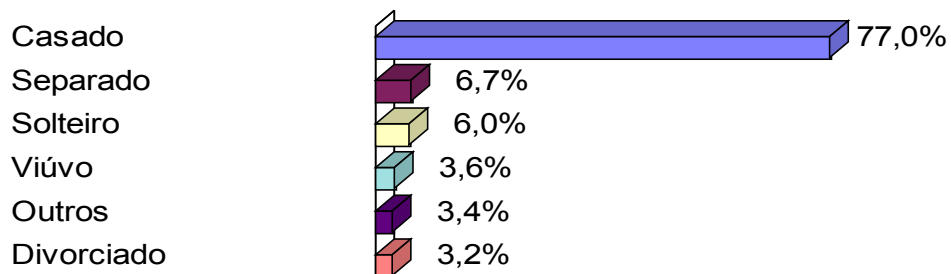
Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

ESTADO CIVIL DO PAI - 2008



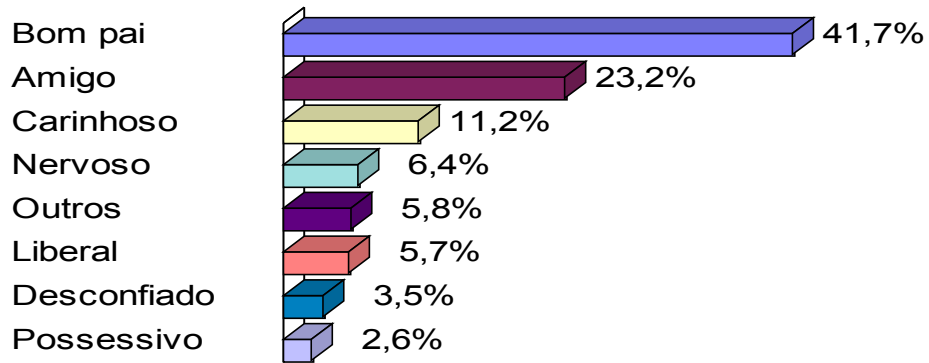
Fonte:CEPEM- ALFA - 2008

ESTADO CIVIL DO PAI - 2009



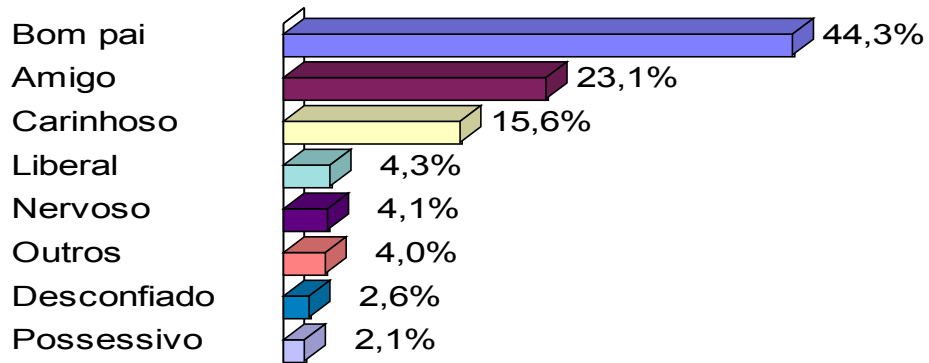
Fonte: CEPEM- ALFA – 2009

DEFINIR O PAI - 2008



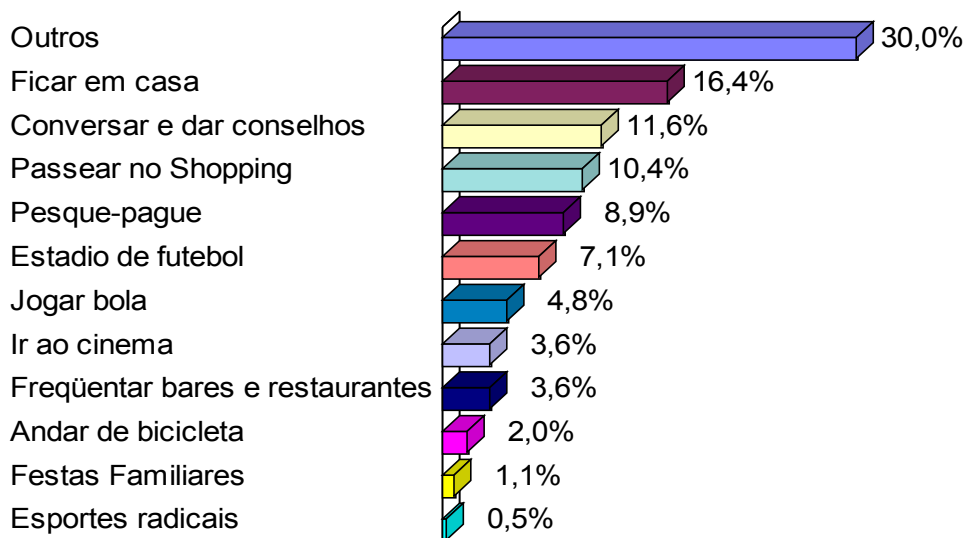
Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

DEFINIR O PAI - 2009



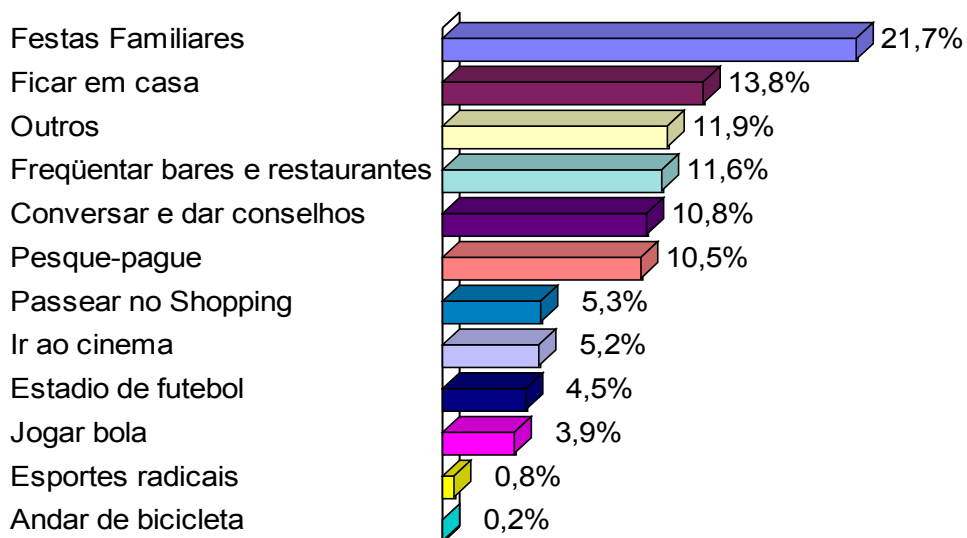
Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

ATIVIDADE PAI E FILHO - 2008



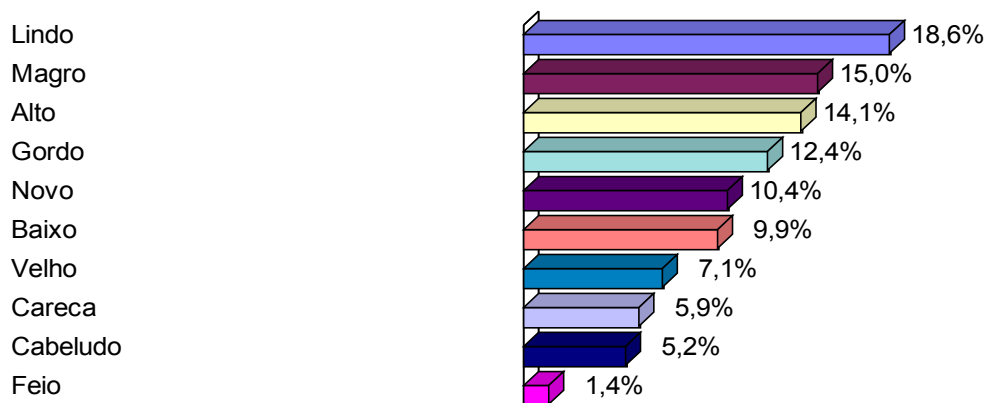
Fonte:CEPEM- ALFA - 2008

ATIVIDADE PAI E FILHO - 2009



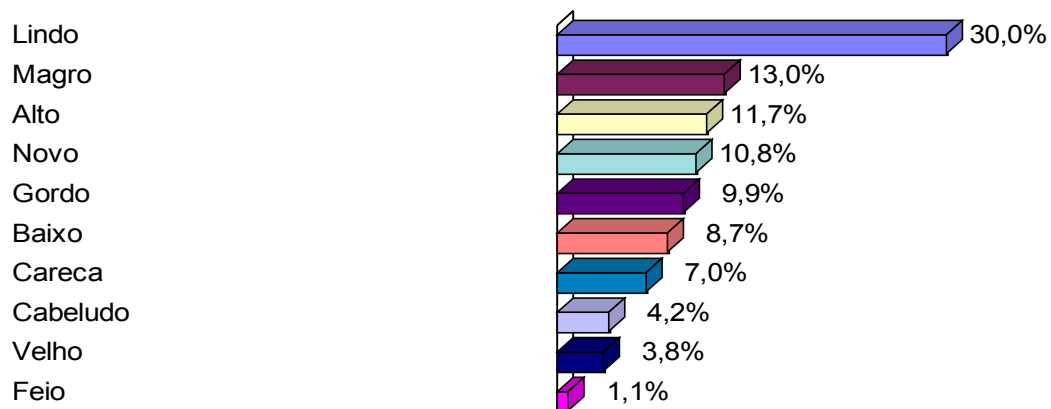
Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DOS PAIS - 2008



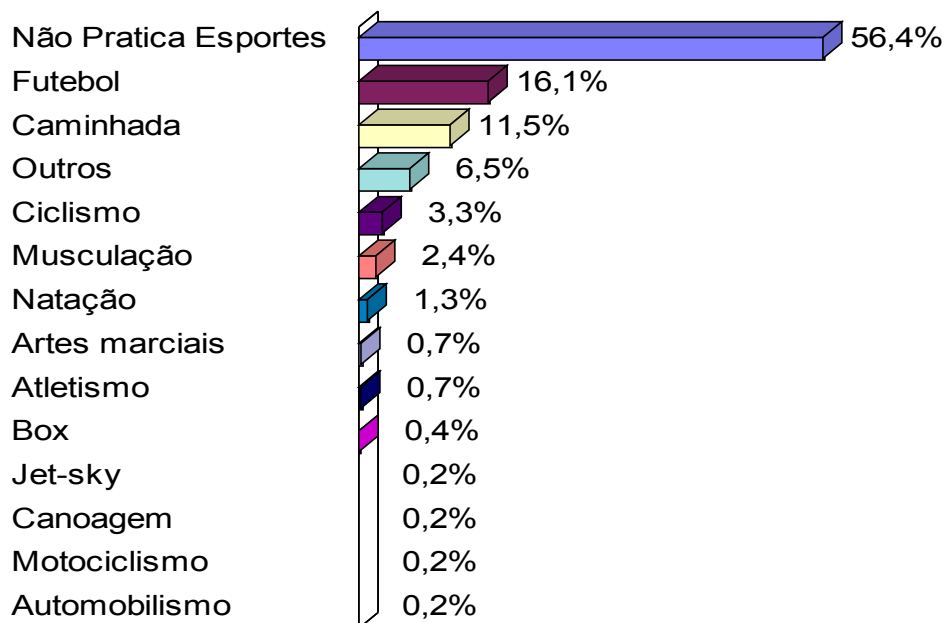
Fonte:CEPEM- ALFA - 2008

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DOS PAIS - 2009



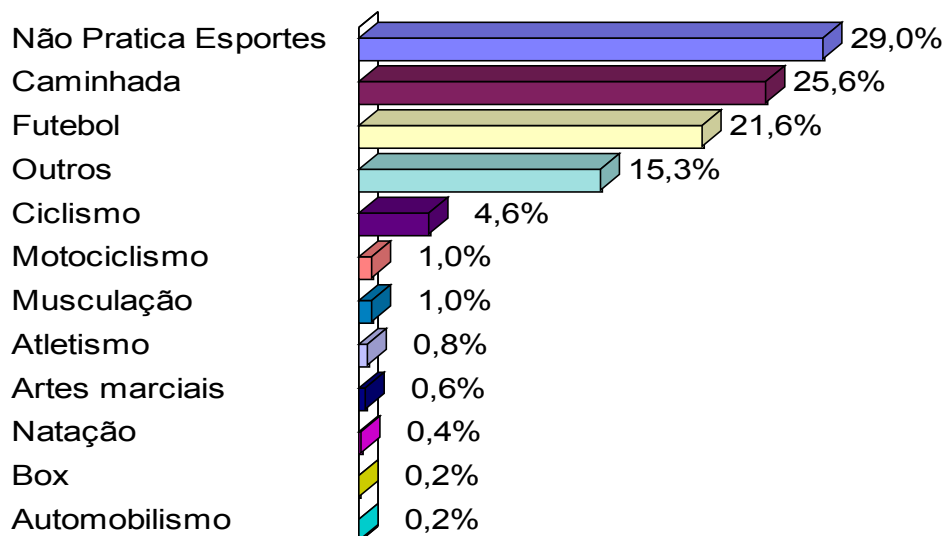
Fonte: CEPEM- ALFA – 2009

ESPORTE DOS PAIS - 2008



Fonte:CEPEM- ALFA - 2008

ESPORTE DOS PAIS - 2009



Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

RECEBEU PRESENTE ANO PASSADO 2008

Sim



Não



Fonte:CEPEM- ALFA - 2008

RECEBEU PRESENTE ANO PASSADO - 2009

Sim

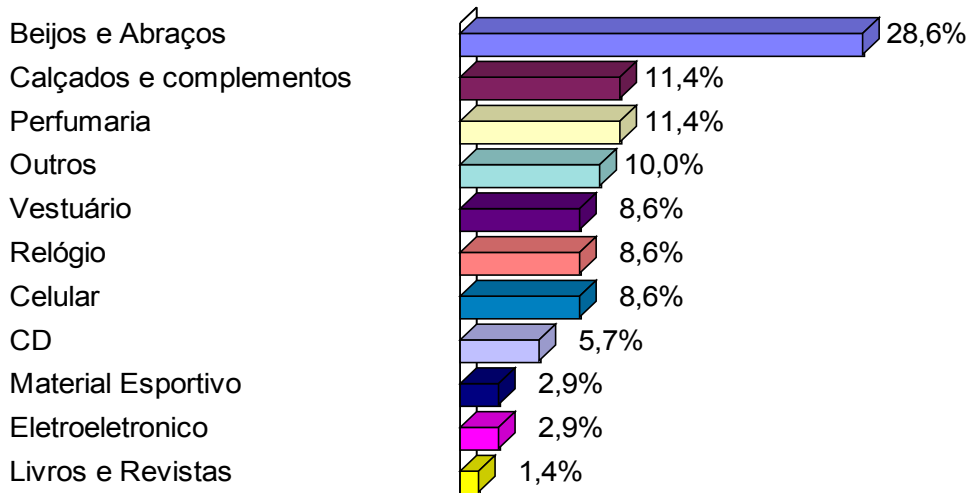


Não



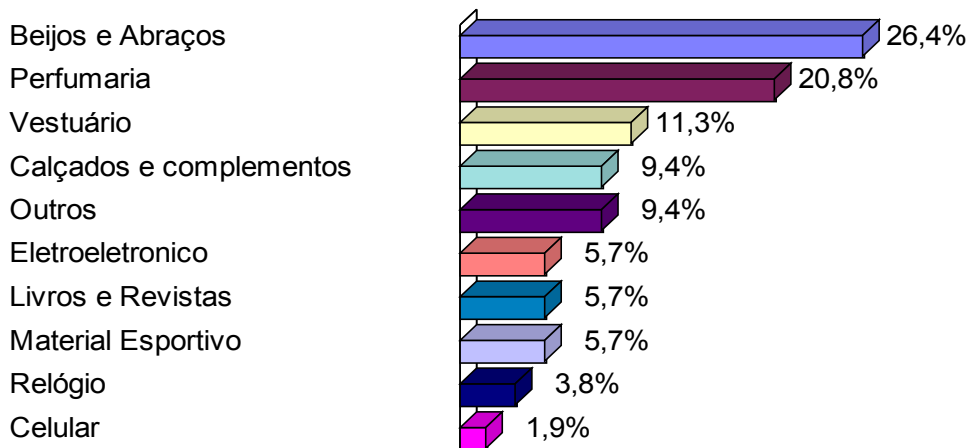
Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

O QUE GOSTARIA DE GANHAR - 2008



Fonte:CEPEM- ALFA – 2008

O QUE GOSTARIA DE GANHAR - 2009



Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

4 CRUZAMENTO DE DADOS

4.1. DISTRIBUIÇÃO DE SEXO VERSUS O QUE PRESENTEAR.

2009

SEXO O QUE PRESENTEAR	Masculino	Feminino	TOTAL
Vestuário	10,2% (54)	42,5% (226)	52,6% (280)
Perfumaria	3,2% (17)	13,3% (71)	16,5% (88)
Calçados e complementos	2,6% (14)	8,5% (45)	11,1% (59)
outros	1,5% (8)	5,5% (29)	7,0% (37)
Beijos e Abraços	0,4% (2)	2,3% (12)	2,6% (14)
Livros e revistas	0,4% (2)	1,9% (10)	2,3% (12)
Celular	0,4% (2)	1,9% (10)	2,3% (12)
Relógio	0,6% (3)	1,3% (7)	1,9% (10)
CD	0,4% (2)	1,1% (6)	1,5% (8)
Eletroeletronicos	0,0% (0)	1,1% (6)	1,1% (6)
Material esportivo	0,4% (2)	0,6% (3)	0,9% (5)
Informática	0,0% (0)	0,2% (1)	0,2% (1)
TOTAL	19,9% (106)	80,1% (426)	100% (532)

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

4.2 DISTRIBUIÇÃO DE SEXO VERSUS QUANTO GASTAR.

2009

SEXO QUANTO GASTAR	Masculino	Feminino	TOTAL
R\$ 10,00 a R\$ 50,00	6,5% (31)	32,3% (153)	38,8% (184)
R\$ 51,00 a R\$ 100,00	9,7% (46)	28,7% (136)	38,4% (182)
R\$ 101,00 a R\$ 140,00	2,7% (13)	7,0% (33)	9,7% (46)
R\$ 141,00 a R\$ 180,00	0,4% (2)	2,7% (13)	3,2% (15)
R\$ 181,00 a 240,00	0,6% (3)	2,7% (13)	3,4% (16)
R\$ 241,00 a R\$ 280,00	0,4% (2)	1,1% (5)	1,5% (7)
Acima de R\$ 281,00	0,8% (4)	4,2% (20)	5,1% (24)
TOTAL	21,3% (101)	78,7% (373)	100% (474)

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

4.3 DISTRIBUIÇÃO DE ESCOLARIDADE VERSUS RENDA FAMILIAR.

2009

ESCOLARIDADE RENDA FAMILIAR	Sem instrução	Ensino fundamental 1º	Ensino fundamental 2º	Ensino Médio incompleto	Ensino Médio Completo	Graduado incompleto	Graduado completo	Pós-Graduação	TOTAL
Até R\$ 300,00	0,0% (0)	0,4% (2)	0,4% (2)	0,2% (1)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,4% (2)	0,0% (0)	1,7% (9)
R\$ 301,00 a R\$ 500,00	0,0% (0)	0,0% (0)	1,1% (6)	1,3% (7)	6,1% (33)	0,2% (1)	0,4% (2)	0,0% (0)	9,1% (49)
R\$ 501,00 a R\$ 700,00	0,0% (0)	0,6% (3)	1,1% (6)	1,3% (7)	8,9% (48)	0,9% (5)	1,7% (9)	0,0% (0)	14,4% (78)
R\$ 701,00 a R\$ 900,00	0,0% (0)	0,4% (2)	1,3% (7)	0,7% (4)	9,6% (52)	0,9% (5)	0,2% (1)	0,0% (0)	13,1% (71)
R\$ 901,00 a R\$ 1.100,00	0,6% (3)	0,2% (1)	0,7% (4)	1,3% (7)	9,1% (49)	0,9% (5)	0,7% (4)	0,0% (0)	13,5% (73)
R\$ 1.101,00 a R\$ 1.300,00	0,0% (0)	0,4% (2)	0,4% (2)	0,0% (0)	5,0% (27)	1,7% (9)	0,7% (4)	0,0% (0)	8,1% (44)
R\$ 1.301,00 a R\$ 1.500,00	0,0% (0)	0,2% (1)	0,4% (2)	0,0% (0)	4,6% (25)	0,7% (4)	0,4% (2)	0,0% (0)	6,3% (34)
R\$ 1.501,00 a R\$ 1.700,00	0,0% (0)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,4% (2)	4,1% (22)	0,7% (4)	0,7% (4)	0,0% (0)	6,3% (34)
R\$ 1.701,00 a R\$ 1.900,00	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,7% (9)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,0% (0)	2,0% (11)
R\$ 1.901,00 a R\$ 2.100,00	0,0% (0)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,2% (1)	3,5% (19)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	4,4% (24)
R\$ 2.101,00 a R\$ 2.300,00	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	2,6% (14)	1,5% (8)	0,7% (4)	0,0% (0)	4,8% (26)
R\$ 2.301,00 a R\$ 2.500,00	0,0% (0)	0,6% (3)	0,6% (3)	0,2% (1)	2,4% (13)	0,4% (2)	0,6% (3)	0,0% (0)	4,6% (25)
R\$ 2.501,00 a R\$ 2.700,00	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,9% (5)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,5% (8)
R\$ 2.701,00 acima	0,0% (0)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,6% (3)	5,9% (32)	1,5% (8)	1,7% (9)	0,2% (1)	10,2% (55)
TOTAL	0,6% (3)	3,3% (18)	6,3% (34)	6,3% (34)	64,7% (350)	10,4% (56)	8,3% (45)	0,2% (1)	100% (541)

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

4.4 DISTRIBUIÇÃO QUANTO GASTAR VERSUS ESCOLARIDADE

2009

QUANTO GASTAR ESCOLARIDADE	R\$ 10,00 a R\$ 50,00	R\$ 51,00 a R\$ 100,00	R\$ 101,00 a R\$ 140,00	R\$ 141,00 a R\$ 180,00	R\$ 181,00 a 240,00	R\$ 241,00 a R\$ 280,00	Acima de R\$ 281,00	TOTAL
Sem instrução	0,2% (1)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,4% (2)
Ensino fundamental 1º Fase	1,1% (5)	1,3% (6)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	2,6% (12)
Ensino fundamental 2º Fase	3,6% (17)	2,1% (10)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	6,0% (28)
Ensino Médio incompleto	3,0% (14)	2,3% (11)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,4% (2)	6,6% (31)
Ensino Médio Completo	25,2% (118)	27,7% (130)	5,1% (24)	2,3% (11)	1,9% (9)	0,2% (1)	3,0% (14)	65,5% (307)
Graduado incompleto	3,2% (15)	3,2% (15)	2,1% (10)	0,4% (2)	0,9% (4)	0,4% (2)	0,2% (1)	10,4% (49)
Graduado completo	2,6% (12)	1,7% (8)	1,9% (9)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,6% (3)	1,3% (6)	8,5% (40)
TOTAL	38,8% (182)	38,4% (180)	9,8% (46)	3,2% (15)	3,4% (16)	1,5% (7)	4,9% (23)	100% (469)

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

4.5 DISTRIBUIÇÃO ONDE COMPRAR VERSUS RENDA FAIXA ETÁRIA.

2009

ONDE COMPRAR FAIXA ETÁRIA	Lojas de Shopping	Lojas de Rua	Camelódromo	Feiras	Superme rcados	Livrarias	Outros	TOTAL
03 a 06 anos	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,4% (2)
07 a 11 anos	0,4% (2)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,6% (3)
12 a 16 anos	4,2% (20)	2,3% (11)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	6,5% (31)
17 a 21 anos	8,8% (42)	11,3% (54)	0,6% (3)	0,4% (2)	0,0% (0)	1,3% (6)	1,3% (6)	23,7% (113)
22 a 26 anos	5,7% (27)	14,5% (69)	0,0% (0)	0,8% (4)	0,4% (2)	0,4% (2)	0,4% (2)	22,3% (106)
27 a 30 anos	5,3% (25)	12,6% (60)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,4% (2)	18,5% (88)
31 a 35 anos	4,6% (22)	7,1% (34)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,8% (4)	12,8% (61)
36 a 40 anos	2,5% (12)	3,2% (15)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,6% (3)	6,5% (31)
41 a 45 anos	1,5% (7)	2,3% (11)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	4,0% (19)
46 a 50 anos	0,6% (3)	1,1% (5)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,7% (8)
acima de 51 anos	0,4% (2)	2,1% (10)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,4% (2)	2,9% (14)
TOTAL	34,2% (163)	56,7% (270)	0,6% (3)	1,7% (8)	0,4% (2)	2,1% (10)	4,2% (20)	100% (476)

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

4.6 DISTRIBUIÇÃO ONDE COMPRAR VERSUS ESCOLARIDADE.

2009

ONDE COMPRAR ESCOLARIDADE	Lojas de Shopping	Lojas de Rua	Camelódromo	Feiras	Supermercados	Livrarias	Outros	TOTAL
Sem instrução	0,2% (1)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,4% (2)
Ensino fundamental 1º Fase	0,8% (4)	1,1% (5)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,6% (3)	2,5% (12)
Ensino fundamental 2º Fase	2,1% (10)	3,0% (14)	0,0% (0)	0,4% (2)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,4% (2)	6,1% (29)
Ensino Médio incompleto	2,3% (11)	4,2% (20)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	6,8% (32)
Ensino Médio Completo	20,3% (96)	40,0% (189)	0,4% (2)	0,8% (4)	0,4% (2)	1,3% (6)	2,1% (10)	65,3% (309)
Graduado incompleto	4,2% (20)	4,2% (20)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,6% (3)	0,8% (4)	10,1% (48)
Graduado completo	4,0% (19)	4,0% (19)	0,0% (0)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	8,7% (41)
TOTAL	34,0% (161)	56,7% (268)	0,6% (3)	1,7% (8)	0,6% (3)	2,1% (10)	4,2% (20)	100% (473)

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

4.7 DISTRIBUIÇÃO OQUE PRESENTEAR VERSUS RENDA FAMILIAR.

2009

ONDE COMPRAR ESCOLARIDADE	Lojas de Shopping	Lojas de Rua	Camelódromo	Feiras	Supermercados	Livrarias	Outros	TOTAL
Sem instrução	0,2% (1)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,4% (2)
Ensino fundamental 1º Fase	0,8% (4)	1,1% (5)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,6% (3)	2,5% (12)
Ensino fundamental 2º Fase	2,1% (10)	3,0% (14)	0,0% (0)	0,4% (2)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,4% (2)	6,1% (29)
Ensino Médio incompleto	2,3% (11)	4,2% (20)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	6,8% (32)
Ensino Médio Completo	20,3% (96)	40,0% (189)	0,4% (2)	0,8% (4)	0,4% (2)	1,3% (6)	2,1% (10)	65,3% (309)
Graduado incompleto	4,2% (20)	4,2% (20)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,6% (3)	0,8% (4)	10,1% (48)
Graduado completo	4,0% (19)	4,0% (19)	0,0% (0)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	8,7% (41)
TOTAL	34,0% (161)	56,7% (268)	0,6% (3)	1,7% (8)	0,6% (3)	2,1% (10)	4,2% (20)	100% (473)

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

4.1 DISTRIBUIÇÃO ONDE COMPRAR VERSUS SEXO.

2009

ONDE COMPRAR SEXO	Lojas de Shopping	Lojas de Rua	Camelódromo	Feiras	Supermercados	Livrarias	Outros	TOTAL
Masculino	9,0% (43)	9,6% (46)	0,0% (0)	0,4% (2)	0,4% (2)	0,6% (3)	1,3% (6)	21,3% (102)
Feminino	24,9% (119)	47,3% (226)	0,6% (3)	1,3% (6)	0,2% (1)	1,5% (7)	2,9% (14)	78,7% (376)
TOTAL	33,9% (162)	56,9% (272)	0,6% (3)	1,7% (8)	0,6% (3)	2,1% (10)	4,2% (20)	100% (478)

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

4.9 DISTRIBUIÇÃO FORMA DE PAGAMENTO VERSUS SEXO.

2009

SEXO	Masculino	Feminino	TOTAL
FORMA DE PAGAMENTO			
Dinheiro	16,3% (78)	51,6% (247)	67,8% (325)
Cheque à vista	0,8% (4)	1,0% (5)	1,9% (9)
Cheque pré-datado	0,0% (0)	0,2% (1)	0,2% (1)
Cartão de Crédito	2,9% (14)	23,6% (113)	26,5% (127)
Crediário	0,4% (2)	1,5% (7)	1,9% (9)
Cartão de Lojas	0,4% (2)	0,6% (3)	1,0% (5)
Outros	0,4% (2)	0,2% (1)	0,6% (3)
TOTAL	21,3% (102)	78,7% (377)	100% (479)

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

4.2 DISTRIBUIÇÃO QUE PRESENTEAR VERSUS RENDA FAIXA ETÁRIA.

2009

FAIXA ETÁRIA O QUE PRESENTEAR	03 a 06 anos	07 a 11 anos	12 a 16 anos	17 a 21 anos	22 a 26 anos	27 a 30 anos	31 a 35 anos	36 a 40 anos	41 a 45 anos	46 a 50 anos	acima de 51 anos	TOTAL
CD	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,4% (2)	0,4% (2)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,5% (8)
Livros e revistas	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,8% (4)	0,6% (3)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	2,3% (12)
Celular	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,6% (3)	0,6% (3)	0,4% (2)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	2,3% (12)
Eletroeletrônicos	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,4% (2)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,1% (6)
Vestuário	0,0% (0)	0,2% (1)	2,3% (12)	12,7% (67)	11,3% (60)	10,6% (56)	7,2% (38)	4,0% (21)	1,9% (10)	0,8% (4)	1,7% (9)	52,6% (278)
Perfumaria	0,0% (0)	0,0% (0)	1,5% (8)	4,2% (22)	2,6% (14)	4,3% (23)	2,8% (15)	0,4% (2)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,2% (1)	16,4% (87)
Calçados e complementos	0,2% (1)	0,2% (1)	1,5% (8)	1,7% (9)	2,5% (13)	2,1% (11)	0,9% (5)	0,9% (5)	0,6% (3)	0,4% (2)	0,2% (1)	11,2% (59)
Informática	0,0% (0)	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)	0,0% (0)	0,2% (1)
Material esportivo	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,9% (5)
Relógio	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,6% (3)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,4% (2)	0,4% (2)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	2,1% (11)
outros	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	1,1% (6)	2,3% (12)	1,1% (6)	0,9% (5)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,6% (3)	6,8% (36)
Beijos e Abraços	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,6% (3)	0,8% (4)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,2% (1)	0,6% (3)	0,0% (0)	0,2% (1)	2,6% (14)
TOTAL	0,4% (2)	0,4% (2)	6,2% (33)	23,1% (122)	21,6% (114)	19,8% (105)	13,2% (70)	6,8% (36)	4,0% (21)	1,5% (8)	3,0% (16)	100% (529)

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

4.3 -DISTRIBUIÇÃO O QUE GOSTARIA DE GANHAR VERSUS O QUE PRESENTEAR.

2009

O QUE PRESENTEAR O QUE GOSTARIA DE GANHAR	Vestuário	Perfumaria	Calçados e complementos	Material esportivo	outros	TOTAL
Beijos e Abraços	17,1% (6)	0,0% (0)	0,0% (0)	2,9% (1)	0,0% (0)	20,0% (7)
Livros e Revistas	0,0% (0)	0,0% (0)	2,9% (1)	0,0% (0)	2,9% (1)	5,7% (2)
Celular	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	2,9% (1)	2,9% (1)
Calçados e complementos	2,9% (1)	2,9% (1)	5,7% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	11,4% (4)
Eletroeletrônico	2,9% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	2,9% (1)
Vestuário	5,7% (2)	5,7% (2)	2,9% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	14,3% (5)
Perfumaria	14,3% (5)	5,7% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	20,0% (7)
Material Esportivo	5,7% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	5,7% (2)
Relógio	2,9% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	2,9% (1)
Outros	8,6% (3)	2,9% (1)	2,9% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	14,3% (5)
TOTAL	60,0% (21)	17,1% (6)	14,3% (5)	2,9% (1)	5,7% (2)	100% (35)

Fonte: CEPEM- ALFA – 2009

4.11 DISTRIBUIÇÃO CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DOS PAIS VERSUS ESPORTES DOS PAIS.

2009

TERÍSTICAS FÍSICAS DOS PAIS ESPORTE DOS PAIS	Lindo	Feio	Gordo	Magro	Careca	Cabeludo	Baixo	Alto	Velho	Novo	TOTAL
Atletismo	0,3% (3)	0,1% (1)	0,0% (0)	0,2% (2)	0,2% (2)	0,0% (0)	0,2% (2)	0,1% (1)	0,1% (1)	0,2% (2)	1,2% (14)
Caminhada	8,6% (99)	0,3% (3)	2,4% (27)	3,9% (45)	2,1% (24)	1,0% (11)	2,6% (30)	2,4% (27)	1,4% (16)	2,9% (33)	27,4% (315)
Musculação	0,2% (2)	0,0% (0)	0,2% (2)	0,1% (1)	0,1% (1)	0,0% (0)	0,1% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (2)	0,8% (9)
Ciclismo	1,7% (19)	0,0% (0)	0,5% (6)	0,4% (5)	0,4% (5)	0,3% (3)	0,6% (7)	0,5% (6)	0,3% (4)	0,9% (10)	5,7% (65)
Automobilismo	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,1% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,1% (1)
Motociclismo	0,3% (4)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (2)	0,0% (0)	0,1% (1)	0,1% (1)	0,0% (0)	0,1% (1)	0,0% (0)	0,8% (9)
Box	0,1% (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)	0,0% (0)	0,1% (1)
Artes marciais	0,3% (3)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (2)	0,1% (1)	0,0% (0)	0,1% (1)	0,1% (1)	0,0% (0)	0,2% (2)	0,9% (10)
Futebol	6,9% (79)	0,1% (1)	2,0% (23)	2,7% (31)	1,2% (14)	1,0% (11)	1,7% (19)	3,0% (35)	0,2% (2)	3,7% (42)	22,4% (257)
Natação	0,2% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (2)
Não Pratica Esportes	7,1% (81)	0,3% (4)	3,0% (35)	3,6% (41)	2,2% (25)	1,1% (13)	2,8% (32)	3,1% (36)	1,0% (11)	2,4% (28)	26,7% (306)
Outros	4,5% (52)	0,2% (2)	1,3% (15)	2,0% (23)	0,8% (9)	0,7% (8)	0,8% (9)	1,9% (22)	0,4% (5)	1,2% (14)	13,9% (159)
TOTAL	30,1% (345)	1,0% (11)	9,4% (108)	13,2% (152)	7,1% (81)	4,1% (47)	8,9% (102)	11,2% (129)	3,5% (40)	11,6% (133)	100% (1148)

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

4.4 DISTRIBUIÇÃO ATIVIDADES PAIS E FILHOS VERSUS DEFINIR O PAI.

4.5

2009

DEFINIR O PAI ATIVIDADE PAI E FILHO	Bom pai	Amigo	Carinhoso	Possessivo	Nervoso	Liberal	Desconfiado	Outros	TOTAL
Passar no Shopping	2,3% (25)	1,6% (18)	1,2% (13)	0,0% (0)	0,4% (4)	0,2% (2)	0,1% (1)	0,1% (1)	5,8% (64)
Ir ao cinema	2,6% (29)	2,1% (23)	1,6% (18)	0,0% (0)	0,1% (1)	0,5% (6)	0,1% (1)	0,1% (1)	7,1% (79)
Pesque-pague	4,1% (46)	3,3% (37)	1,6% (18)	0,2% (2)	0,5% (6)	0,4% (4)	0,1% (1)	0,0% (0)	10,3% (114)
Estadio de futebol	2,2% (24)	1,3% (14)	0,5% (5)	0,0% (0)	0,1% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	4,0% (44)
Esportes radicais	0,4% (4)	0,2% (2)	0,2% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,7% (8)
Andar de bicicleta	0,0% (0)	0,1% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,1% (1)
Jogar bola	1,7% (19)	1,4% (15)	0,6% (7)	0,1% (1)	0,1% (1)	0,5% (6)	0,2% (2)	0,3% (3)	4,9% (54)
Ficar em casa	5,7% (63)	2,5% (28)	1,9% (21)	0,4% (4)	0,8% (9)	0,8% (9)	0,2% (2)	0,5% (6)	12,8% (142)
Conversar e dar conselhos	4,8% (53)	3,2% (35)	1,7% (19)	0,2% (2)	0,3% (3)	0,5% (5)	0,1% (1)	0,3% (3)	10,9% (121)
Outros	4,1% (46)	1,9% (21)	1,5% (17)	0,3% (3)	0,2% (2)	0,3% (3)	0,6% (7)	1,4% (15)	10,3% (114)
Freqüentar bares e restaurantes	4,4% (49)	2,4% (27)	1,5% (17)	0,2% (2)	0,8% (9)	0,4% (4)	0,4% (4)	0,4% (4)	10,5% (116)
Festas Familiares	9,9% (110)	5,6% (62)	4,7% (52)	0,3% (3)	0,3% (3)	1,3% (14)	0,5% (6)	0,3% (3)	22,8% (253)
TOTAL	42,2% (468)	25,5% (283)	17,0% (189)	1,5% (17)	3,5% (39)	4,8% (53)	2,3% (25)	3,2% (36)	100% (1110)

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

4.13 DISTRIBUIÇÃO ESPORTE DOS PAIS VERSUS ESTADO CIVIL DO PAIS.

2009

ESTADO CIVIL DO PAI ESPORTE DOS PAIS	Solteiro	Casado	Separado	Divorciado	Viúvo	Outros	TOTAL
Atletismo	0,0% (0)	0,6% (3)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,8% (4)
Caminhada	0,8% (4)	20,6% (103)	1,6% (8)	0,6% (3)	0,8% (4)	1,2% (6)	25,5% (128)
Musculação	0,0% (0)	1,0% (5)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,0% (5)
Ciclismo	0,4% (2)	3,8% (19)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,2% (1)	4,6% (23)
Automobilismo	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)
Motociclismo	0,0% (0)	0,6% (3)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,6% (3)
Box	0,0% (0)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)
Artes marciais	0,0% (0)	0,4% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,2% (1)	0,6% (3)
Futebol	1,2% (6)	16,8% (84)	1,4% (7)	0,8% (4)	0,8% (4)	0,8% (4)	21,8% (109)
Natação	0,2% (1)	0,2% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,4% (2)
Não Pratica Esportes	2,4% (12)	22,2% (111)	2,8% (14)	0,8% (4)	0,4% (2)	0,2% (1)	28,7% (144)
Outros	0,8% (4)	11,2% (56)	0,4% (2)	0,8% (4)	1,0% (5)	1,4% (7)	15,6% (78)
TOTAL	5,8% (29)	77,6% (389)	6,4% (32)	3,0% (15)	3,2% (16)	4,0% (20)	100% (501)

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.1 - FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO - QUAL O SEU SEXO ?

2008

SEXO	Qt. cit.	Freq.
Masculino	200	35,3%
Feminino	366	64,7%
TOTAL CIT.	566	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

2009

SEXO	Qt. cit.	Freq.
Masculino	143	24,8%
Feminino	434	75,2%
TOTAL CIT.	577	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.2 - FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO - QUAL A SUA ESCOLARIDADE?

2008

ESCOLARIDADE	Qt. cit.	Freq.
Sem instrução	2	0,4%
Ensino fundamental 1º Fase	30	5,4%
Ensino fundamental 2º Fase	53	9,5%
Ensino Médio incompleto	88	15,9%
Ensino Médio Completo	239	43,1%
Graduado incompleto	79	14,2%
Graduado completo	55	9,9%
Pós-Graduação	9	1,6%
TOTAL CIT.	555	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

2009

ESCOLARIDADE	Qt. cit.	Freq.
Sem instrução	3	0,5%
Ensino fundamental 1º Fase	18	3,1%
Ensino fundamental 2º Fase	38	6,6%
Ensino Médio incompleto	38	6,6%
Ensino Médio Completo	370	64,7%
Graduado incompleto	59	10,3%
Graduado completo	45	7,9%
Pós-Graduação	1	0,2%
TOTAL CIT.	572	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.3 - FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO –QUAL A SUA FAIXA ETÁRIA?

2008

FAIXA ETÁRIA	Qt. cit.	Freq.
07 a 11 anos	4	0,7%
12 a 16 anos	40	7,2%
17 a 21 anos	112	20,1%
22 a 26 anos	163	29,3%
27 a 30 anos	99	17,8%
31 a 35 anos	47	8,4%
36 a 40 anos	42	7,5%
41 a 45 anos	16	2,9%
46 a 50 anos	16	2,9%
acima de 51 anos	18	3,2%
TOTAL CIT.	557	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

2009

FAIXA ETÁRIA	Qt. cit.	Freq.
03 a 06 anos	2	0,4%
07 a 11 anos	3	0,5%
12 a 16 anos	34	6,1%
17 a 21 anos	126	22,6%
22 a 26 anos	122	21,9%
27 a 30 anos	98	17,6%
31 a 35 anos	73	13,1%
36 a 40 anos	36	6,5%
41 a 45 anos	29	5,2%
46 a 50 anos	14	2,5%
acima de 51 anos	21	3,8%
TOTAL CIT.	558	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

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

2008

RENDA FAMILIAR	Qt. cit.	Freq.
Até R\$ 300,00	8	1,5%
R\$ 301,00 a R\$ 500,00	74	13,7%
R\$ 501,00 a R\$ 700,00	138	25,6%
R\$ 701,00 a R\$ 900,00	87	16,1%
R\$ 901,00 a R\$ 1.100,00	61	11,3%
R\$ 1.101,00 a R\$ 1.300,00	46	8,5%
R\$ 1.301,00 a R\$ 1.500,00	28	5,2%
R\$ 1.501,00 a R\$ 1.700,00	11	2,0%
R\$ 1.701,00 a R\$ 1.900,00	15	2,8%
R\$ 1.901,00 a R\$ 2.100,00	20	3,7%
R\$ 2.101,00 a R\$ 2.300,00	7	1,3%
R\$ 2.301,00 a R\$ 2,500,00	6	1,1%
R\$ 2.501,00 a R\$ 2.700,00	5	0,9%
R\$ 2.701,00 acima	34	6,3%
TOTAL CIT.	540	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

2009

RENDA FAMILIAR	Qt. cit.	Freq.
Até R\$ 300,00	9	1,6%
R\$ 301,00 a R\$ 500,00	50	9,2%
R\$ 501,00 a R\$ 700,00	78	14,3%
R\$ 701,00 a R\$ 900,00	71	13,0%
R\$ 901,00 a R\$ 1.100,00	76	13,9%
R\$ 1.101,00 a R\$ 1.300,00	45	8,2%
R\$ 1.301,00 a R\$ 1.500,00	34	6,2%
R\$ 1.501,00 a R\$ 1.700,00	34	6,2%
R\$ 1.701,00 a R\$ 1.900,00	11	2,0%
R\$ 1.901,00 a R\$ 2.100,00	24	4,4%
R\$ 2.101,00 a R\$ 2.300,00	26	4,8%
R\$ 2.301,00 a R\$ 2,500,00	25	4,6%
R\$ 2.501,00 a R\$ 2.700,00	8	1,5%
R\$ 2.701,00 acima	55	10,1%
TOTAL CIT.	546	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.5 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO - QUEM PRESENTEAR?

2008

QUEM PRESENTEAR	Qt. cit.	Freq.
Pai	322	55,8%
Não pretende presentear	124	21,5%
Outros	38	6,6%
Marido	27	4,7%
Padrasto	22	3,8%
Sogro	20	3,5%
Avô	16	2,8%
Tio	8	1,4%
TOTAL CIT.	577	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

2009

QUEM PRESENTEAR	Qt. cit.	Freq.
Pai	367	59,2%
Marido	102	16,5%
Não pretende presentear	98	15,8%
Avô	12	1,9%
Sogro	11	1,8%
Padrasto	11	1,8%
Outros	10	1,6%
Tio	9	1,5%
TOTAL CIT.	620	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.6 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – O QUE PRESENTEAR ?

2008

O QUE PRESENTEAR	Qt. cit.	Freq.
CD	15	3,1%
Livros e revistas	15	3,1%
Celular	31	6,4%
Eletroeletronicos	12	2,5%
Vestuário	191	39,7%
Perfumaria	52	10,8%
Calçados e complementos	51	10,6%
Informática	3	0,6%
Material esportivo	6	1,2%
Relógio	24	5,0%
outros	61	12,7%
Beijos e Abraços	20	4,2%
TOTAL CIT.	481	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

2009

O QUE PRESENTEAR	Qt. cit.	Freq.
Vestuário	280	52,5%
Perfumaria	88	16,5%
Calçados e complementos	59	11,1%
outros	37	6,9%
Beijos e Abraços	14	2,6%
Livros e revistas	12	2,3%
Celular	12	2,3%
Relógio	11	2,1%
CD	8	1,5%
Eletroeletronicos	6	1,1%
Material esportivo	5	0,9%
Informática	1	0,2%
TOTAL CIT.	533	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.1 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – QUANTO GASTAR?

2008

QUANTO GASTAR	Qt. cit.	Freq.
R\$ 10,00 a R\$ 50,00	155	36,6%
R\$ 51,00 a R\$ 100,00	160	37,8%
R\$ 101,00 a R\$ 140,00	39	9,2%
R\$ 141,00 a R\$ 180,00	17	4,0%
R\$ 181,00 a 240,00	13	3,1%
R\$ 241,00 a R\$ 280,00	10	2,4%
Acima de R\$ 281,00	29	6,9%
TOTAL CIT.	423	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

2009

QUANTO GASTAR	Qt. cit.	Freq.
R\$ 10,00 a R\$ 50,00	185	38,9%
R\$ 51,00 a R\$ 100,00	182	38,3%
R\$ 101,00 a R\$ 140,00	46	9,7%
R\$ 141,00 a R\$ 180,00	15	3,2%
R\$ 181,00 a 240,00	16	3,4%
R\$ 241,00 a R\$ 280,00	7	1,5%
Acima de R\$ 281,00	24	5,1%
TOTAL CIT.	475	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.8 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – ONDE COMPRAR?

2008

ONDE COMPRAR	Qt. cit.	Freq.
Lojas de Rua	220	51,5%
Lojas de Shopping	136	31,9%
Outros	26	6,1%
Camelódromo	22	5,2%
Livrarias	11	2,6%
Feiras	8	1,9%
Supermercados	4	0,9%
TOTAL CIT.	427	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

2009

ONDE COMPRAR	Qt. cit.	Freq.
Lojas de Rua	272	56,8%
Lojas de Shopping	163	34,0%
Outros	20	4,2%
Livrarias	10	2,1%
Feiras	8	1,7%
Supermercados	3	0,6%
Camelódromo	3	0,6%
TOTAL CIT.	479	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.9 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO - FORMA DE PAGAMENTO?

2008

FORMA DE PAGAMENTO	Qt. cit.	Freq.
Dinheiro	279	65,5%
Cartão de Crédito	106	24,9%
Crediário	20	4,7%
Outros	10	2,3%
Cartão de Lojas	6	1,4%
Cheque pré-datado	3	0,7%
Cheque à vista	2	0,5%
TOTAL CIT.	426	100%

Fonte: CEPEM- ALFA – 2008

2009

FORMA DE PAGAMENTO	Qt. cit.	Freq.
Dinheiro	326	67,9%
Cartão de Crédito	127	26,5%
Cheque à vista	9	1,9%
Crediário	9	1,9%
Cartão de Lojas	5	1,0%
Outros	3	0,6%
Cheque pré-datado	1	0,2%
TOTAL CIT.	480	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.10 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – ESTADO CIVIL DO PAI?

2008

ESTADO CIVIL DO PAI	Qt. cit.	Freq.
Casado	328	78,5%
Separado	28	6,7%
Divorciado	21	5,0%
Viúvo	16	3,8%
Solteiro	14	3,3%
Outros	11	2,6%
TOTAL CIT.	418	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

2009

ESTADO CIVIL DO PAI	Qt. cit.	Freq.
Casado	359	77,0%
Separado	31	6,7%
Solteiro	28	6,0%
Viúvo	17	3,6%
Outros	16	3,4%
Divorciado	15	3,2%
TOTAL CIT.	466	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.11 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – DEFINIR O PAI ?

2008

DEFINIR O PAI	Qt. cit.	Freq.
Bom pai	287	41,7%
Amigo	160	23,2%
Carinhoso	77	11,2%
Nervoso	44	6,4%
Outros	40	5,8%
Liberal	39	5,7%
Desconfiado	24	3,5%
Possessivo	18	2,6%
TOTAL CIT.	689	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

2009

DEFINIR O PAI	Qt. cit.	Freq.
Bom pai	344	44,3%
Amigo	179	23,1%
Carinhoso	121	15,6%
Liberal	33	4,3%
Nervoso	32	4,1%
Outros	31	4,0%
Desconfiado	20	2,6%
Possessivo	16	2,1%
TOTAL CIT.	776	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.12 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – ATIVIDADE PAI E FILHO?

2008

ATIVIDADE PAI E FILHO	Qt. cit.	Freq.
Outros	168	30,0%
Ficar em casa	92	16,4%
Conversar e dar conselhos	65	11,6%
Passear no Shopping	58	10,4%
Pesque-pague	50	8,9%
Estadio de futebol	40	7,1%
Jogar bola	27	4,8%
Ir ao cinema	20	3,6%
Freqüentar bares e restaurantes	20	3,6%
Andar de bicicleta	11	2,0%
Festas Familiares	6	1,1%
Esportes radicais	3	0,5%
TOTAL CIT.	560	100%

Fonte: CEPEM- ALFA – 2008

2009

ATIVIDADE PAI E FILHO	Qt. cit.	Freq.
Festas Familiares	139	21,7%
Ficar em casa	88	13,8%
Outros	76	11,9%
Freqüentar bares e restaurantes	74	11,6%
Conversar e dar conselhos	69	10,8%
Pesque-pague	67	10,5%
Passear no Shopping	34	5,3%
Ir ao cinema	33	5,2%
Estadio de futebol	29	4,5%
Jogar bola	25	3,9%
Esportes radicais	5	0,8%
Andar de bicicleta	1	0,2%
TOTAL CIT.	640	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.13 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DOS PAIS?

2008

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DOS PAIS	Qt. cit.	Freq.
Lindo	191	18,6%
Magro	154	15,0%
Alto	145	14,1%
Gordo	128	12,4%
Novo	107	10,4%
Baixo	102	9,9%
Velho	73	7,1%
Careca	61	5,9%
Cabeludo	54	5,2%
Feio	14	1,4%
TOTAL CIT.	1029	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

2009

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DOS PAIS	Qt. cit.	Freq.
Lindo	310	30,0%
Magro	134	13,0%
Alto	121	11,7%
Novo	112	10,8%
Gordo	102	9,9%
Baixo	90	8,7%
Careca	72	7,0%
Cabeludo	43	4,2%
Velho	39	3,8%
Feio	11	1,1%
TOTAL CIT.	1034	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.14 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – ESPORTE PREFERIDO DE SEU PAI?

2008

ESPORTE DOS PAIS	Qt. cit.	Freq.
Não Pratica Esportes	260	56,4%
Futebol	74	16,1%
Caminhada	53	11,5%
Outros	30	6,5%
Ciclismo	15	3,3%
Musculação	11	2,4%
Natação	6	1,3%
Artes marciais	3	0,7%
Atletismo	3	0,7%
Box	2	0,4%
Jet-sky	1	0,2%
Canoagem	1	0,2%
Motociclismo	1	0,2%
Automobilismo	1	0,2%
TOTAL CIT.	461	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

2009

ESPORTE DOS PAIS	Qt. cit.	Freq.
Não Pratica Esportes	152	29,0%
Caminhada	134	25,6%
Futebol	113	21,6%
Outros	80	15,3%
Ciclismo	24	4,6%
Motociclismo	5	1,0%
Musculação	5	1,0%
Atletismo	4	0,8%
Artes marciais	3	0,6%
Natação	2	0,4%
Box	1	0,2%
Automobilismo	1	0,2%
TOTAL CIT.	524	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.15 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – RECEBEU PRESENTES NO ANO PASSADO

2008

RECEBEU PRESENTE ANO PASSADO	Qt. cit.	Freq.
Não	54	59,3%
Sim	37	40,7%
TOTAL CIT.	91	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

2009

RECEBEU PRESENTE ANO PASSADO	Qt. cit.	Freq.
Sim	43	81,1%
Não	10	18,9%
TOTAL CIT.	53	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

5.16 FREQUÊNCIA RELATIVA REFERENTE A QUESTÃO – O QUE GOSTARIA DE GANHAR?

2008

O QUE GOSTARIA DE GANHAR	Qt. cit.	Freq.
Beijos e Abraços	20	28,6%
Calçados e complementos	8	11,4%
Perfumaria	8	11,4%
Outros	7	10,0%
Vestuário	6	8,6%
Relógio	6	8,6%
Celular	6	8,6%
CD	4	5,7%
Material Esportivo	2	2,9%
Eletroeletronico	2	2,9%
Livros e Revistas	1	1,4%
TOTAL CIT.	70	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2008

2009

O QUE GOSTARIA DE GANHAR	Qt. cit.	Freq.
Beijos e Abraços	14	26,4%
Perfumaria	11	20,8%
Vestuário	6	11,3%
Calçados e complementos	5	9,4%
Outros	5	9,4%
Livros e Revistas	3	5,7%
Material Esportivo	3	5,7%
Eletroeletronico	3	5,7%
Relógio	2	3,8%
Celular	1	1,9%
TOTAL CIT.	53	100%

Fonte: CEPEM- ALFA - 2009

6. Análise

O Centro de Pesquisas Econômicas CDL/ALFA entra em seu sexto ano de pesquisas contínuas, com início em 2004, propiciando assim a formação de um banco de dados com alguns perfis dos consumidores goianienses.

A pesquisa realizada nos dias 29 e 30 de julho de 2009 sinalizou algumas peculiaridades quanto à identificação das preferências, quem presentear, o que presentear, onde comprar e como pagar, em relação aos anos anteriores. Através do cruzamento de tabelas, foi possível perceber as características pessoais, físicas, de lazer e esportivas dos pais.

O consumidor define o que será lançado no mercado. A pesquisa de intenção de compras para o Dia dos Pais de 2009 confirma que os consumidores preferem presentear seus entes queridos com vestuários (52,5%), um aumento de 12,8% em relação ao ano de 2008.

O valor do presente em sua maioria, 77,2%, ficará entre R\$ 10,00 e R\$ 100,00. Desse, 61% correspondem às mulheres e 16,2% aos homens. O valor menos citado pelos entrevistados foi na faixa de R\$ 241,00 a R\$ 280,00, correspondendo a 1,5% das pretensões de compra. A renda familiar dos entrevistados ficou entre R\$ 301,00 a R\$ 1.700,00, sendo que Ensino Médio completo representa 47,4% deste intervalo de renda familiar, Superior Incompleto com 6% e Superior Completo com 4,8%.

Ao cruzarmos os dados “Quanto gastar versus Escolaridade” constatou-se que:

- Quem está no ensino médio completo deverá gastar até R\$ 140,00
- Quem está no ensino médio incompleto deverá gastar até R\$ 100,00
- Quem está no ensino superior incompleto deverá gastar até R\$ 140,00
- Quem está no ensino superior completo deverá gastar até R\$ 280,00

Este ano as vendas deverão se acentuar nas lojas de rua, que aparecem com 56,8% das intenções de compra. Os Camelódromos apresentam queda de 4,6% em relação à 2008. O perfil do consumidor de shopping, lojas de rua, feiras ou camelódromos não está ligado ao grau de escolaridade e sim ao preço dos produtos.

Muito se pergunta se a renda define o valor do presente. Na teoria eu diria que sim, a renda define a

cesta de mercadoria a ser consumida. Mas com o surgimento dos crediários fica difícil definir isso na prática. A pesquisa ficou indefinida em relação à renda e o que presentear, entretanto é possível identificar que quem tem renda familiar entre R\$ 301,00 a R\$ 1.100,00 pretende presentear com vestuários.

A forma de pagamento dos presentes apresentou, como nos outros anos, uma preferência em pagamento em dinheiro, com 67,9%, se destacando também a preferência pelo pagamento com cartões de crédito, de 26,5%. Ambos tiveram crescimento de 2,4% em relação ao ano anterior. Dos 67,8% que disseram que pagarão com dinheiro, 51,6% correspondem às mulheres e 16,3% corresponde aos homens. No caso dos 26,5% que disseram que pagarão com cartão de crédito, 23,6% são mulheres e 2,9% correspondem a homens. As mulheres deverão acumular mais cartões do que os homens em termos de crediário, sendo que 1,5% são de mulheres e 0,4% de homens.

No ano de 2008 tínhamos 12,4% dos pais caracterizados como gordos, em 2009 diminuiu para 9,9%, uma queda de 2,5%. Podemos perceber que 9,9% dos pais que foram caracterizados como gordos, 3% não praticam esportes, 4,4% optam por caminhada e futebol. As pesquisas dos anos anteriores comparadas com essa nos mostra uma queda no sedentarismo dos pais, isso pode ter ocorrido talvez devido aos parques implantados pelo poder público para a prática de esportes.

A pesquisa mostrou que dos 77,6% pais casados, 22,2% não praticam esportes. Dos separados e divorciados, dos 9,4% que responderam, 3,6% não praticam esportes. Os esportes preferidos dos pais foram: caminhada, com 25,6%, e futebol, com 21,6%.

Podemos afirmar que a cobrança de estacionamento não irá prejudicar as vendas nos shoppings, o tempo de implantação e maturação já se aspirou e o consumidor agregou mais este custo em seu orçamento, como sempre acontece em nosso país, é preciso tempo para se acostumar. Outro fator que poderá aumentar as vendas no varejo são as promoções oferecidas pelos shoppings da cidade. A tendência de crescimento nas vendas para o Dia dos Pais 2009 oscila entre 6% a 8%.

Profº Aurélio Troncoso
Economista – CRE – 2080/D
Coordenador do CEPEM
Centro de Pesquisas Econômicas
e Mercadológicas – ALFA/CDL

Eloisa Gonçalves Chagas
Estudante de Economia
Estagiária do CEPEM-ALFA

Thayce Luan de Souza Bastos
Estudante de Economia
Estagiária do CEPEM-ALFA