

# FACULDADES ALVES FARIA - ALFA

CENTRO DE PESQUISAS ECONÔMICAS E MERCADOLÓGICAS – ALFA /CDL



INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES DO ANO DE 2014

GOIÂNIA

2014

## 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 2014. Realizada pelo Centro de Pesquisas Econômicas e Mercadológicas – ALFA/CDL. Entre os dias 22 a 25 de abril de 2014

A pesquisa teve como objetivo mensurar as intenções de compras para o dia das mães do ano de 2014. Foi utilizado os seguintes critérios: Foram realizadas 489 entrevistas em diversos locais da grande Goiânia, dentre eles se destacam, corredores de grandes circulação e shopping. A pesquisa colheu informações sócio-econômicas e de intenção de compras.

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

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

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

---

<sup>1</sup> 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 puderam medir qual a relação existente entre a intenção das pessoas que iriam presentear (filhos, esposos, netos,...) em relação às pessoas que iriam receber os presentes (mães, avós, esposas / companheiras).

Essa pesquisa possui duas finalidades principais, a primeira é de cunho acadêmico, onde professores e alunos colocam em prática a teoria trabalhada em sala de aula nos cursos das Faculdades Alves Faria, a segunda tem cunho econômico, onde a Câmara de Dirigentes Lojistas do Estado de Goiás possa ajudar seus associados a montarem suas 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, 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 12 anos de idade. A amostra foi selecionada seguindo o critério da conveniência, onde o entrevistador escolhe o entrevistado de forma aleatória.

Foram aplicados 489 questionários, segundo a teoria da amostragem, populações acima de cem mil elementos são consideradas grandes populações, como é o caso do número de pessoas que poderão presentear alguém no dia das mães. A amostra mínima com um nível de significância de 95% e com margem de erro de 5% seria de aproximadamente 378 questionários. O número de questionários acima do mínimo exigido foi determinado para diminuir o possível viés causado pelo tempo entre a realização da pesquisa e a data do evento pesquisado (dia das mães).

A pesquisa foi realizada de 22 a 25 de abril de 2014, atendendo ao pedido da entidade patrocinadora, no caso, a Câmara de Dirigentes Lojistas do Estado de Goiás (CDL/GO).

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

Foi realizada uma pesquisa piloto nos limites das Faculdades Alves Faria, com aplicação de 100 questionários, para servir como refinamento do questionário e treinamento dos entrevistadores e os resultados obtidos na pesquisa piloto foram corroborados pelos resultados da pesquisa definitiva.

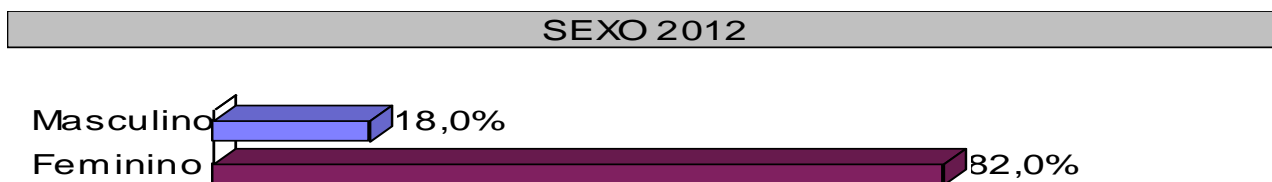
A equipe técnica responsável pela pesquisa é formada por professores da ALFA, Coordenados pelo Prof<sup>o</sup> MS. Aurélio Troncoso

### 3. CONSTATAÇÕES DA PESQUISA.

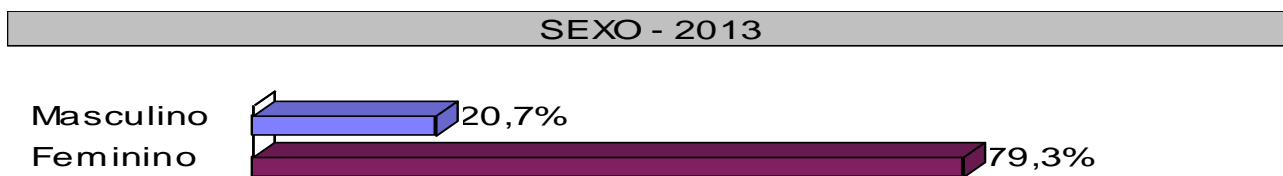
Foram entrevistadas 489 pessoas no período de 22 a 25 de abril de 2014, em locais de comércio de rua: Avenida 24 de outubro, Avenida Bernardo Sayão, Setor central e shoppings.

A população pesquisada apresentou as seguintes distribuições sócio-econômicas:

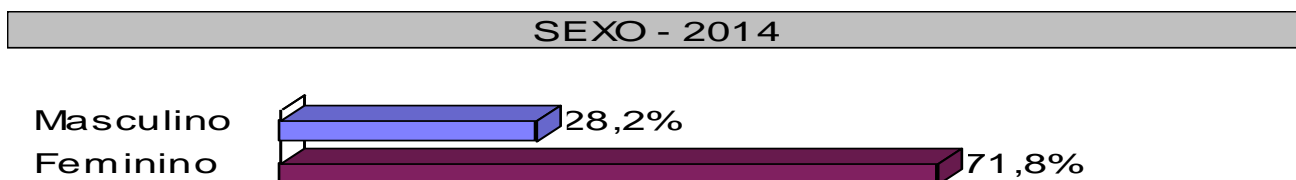
#### A. DISTRIBUIÇÕES SÓCIO-ECONÔMICAS.



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

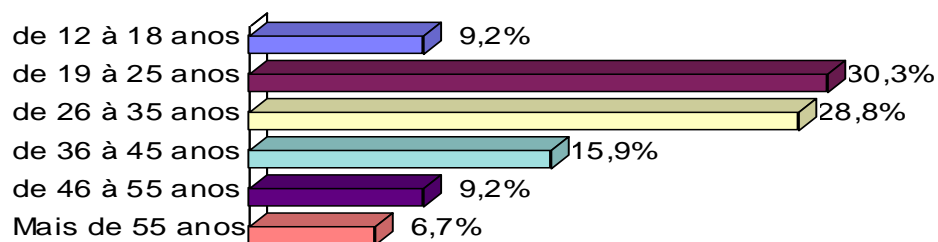


FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013



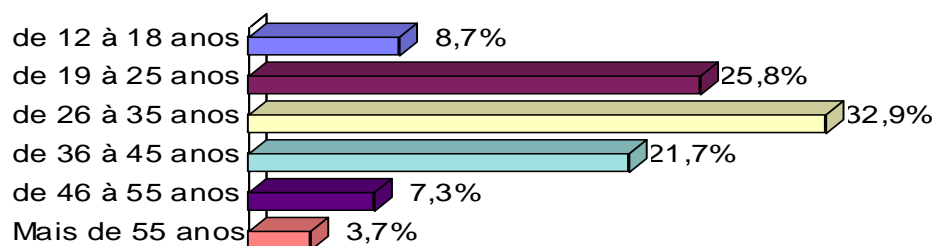
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

### FAIXA\_ETARIA 2012



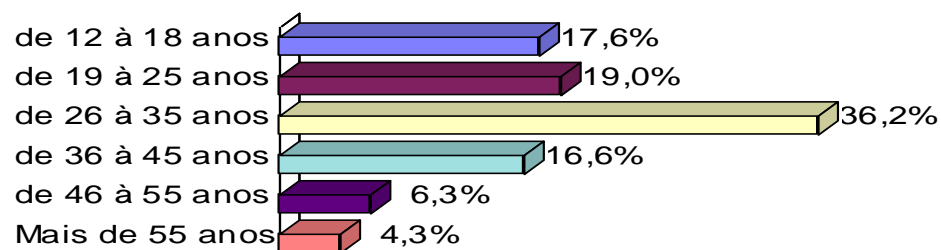
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

### FAIXA\_ETARIA - 2013



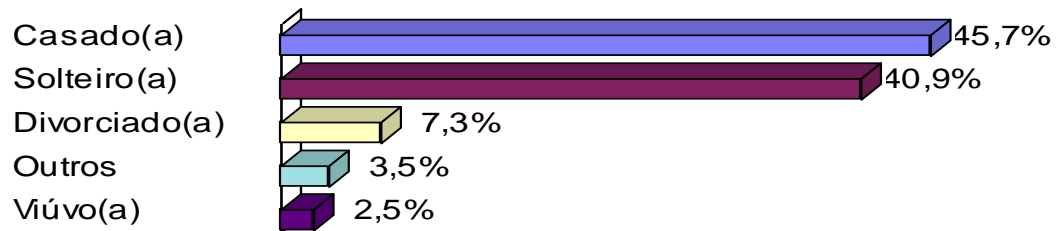
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

### FAIXA\_ETARIA - 2014



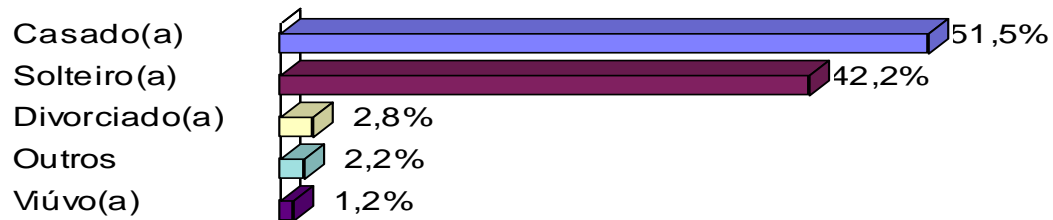
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

### ESTADO\_CIVIL 2012



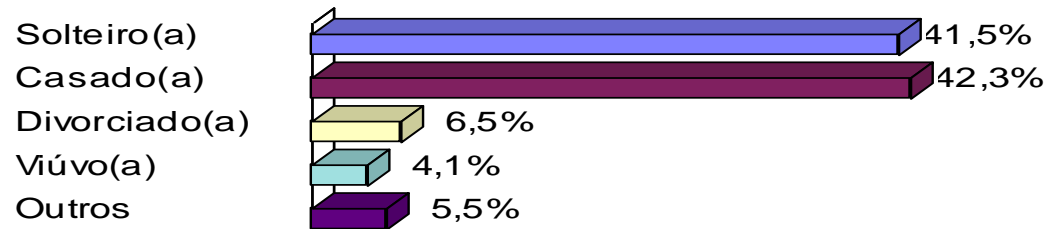
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

### ESTADO\_CIVIL - 2013



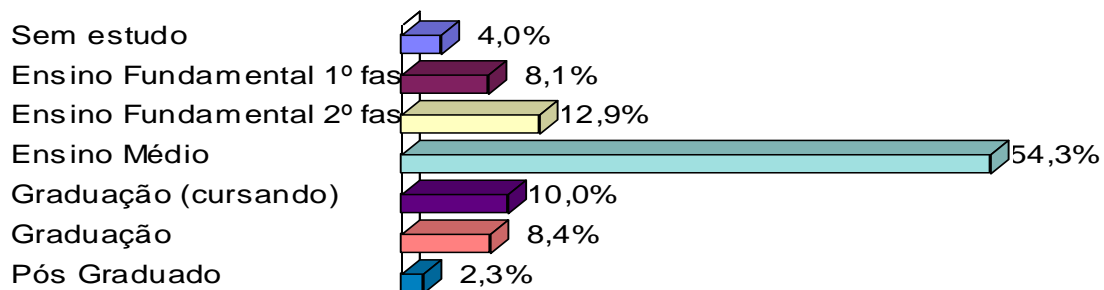
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

### ESTADO\_CIVIL - 2014



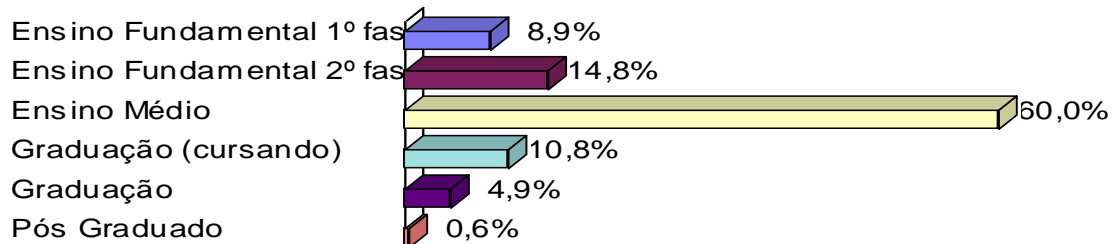
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

### ESCOLARIDADE 2012



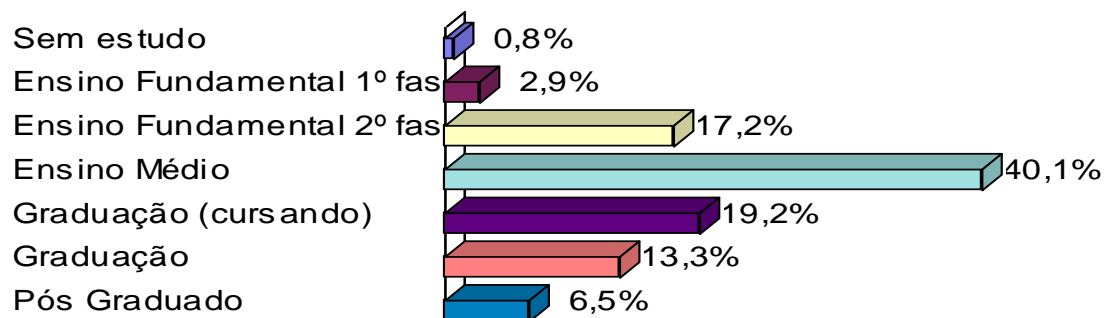
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

### ESCOLARIDADE - 2013



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

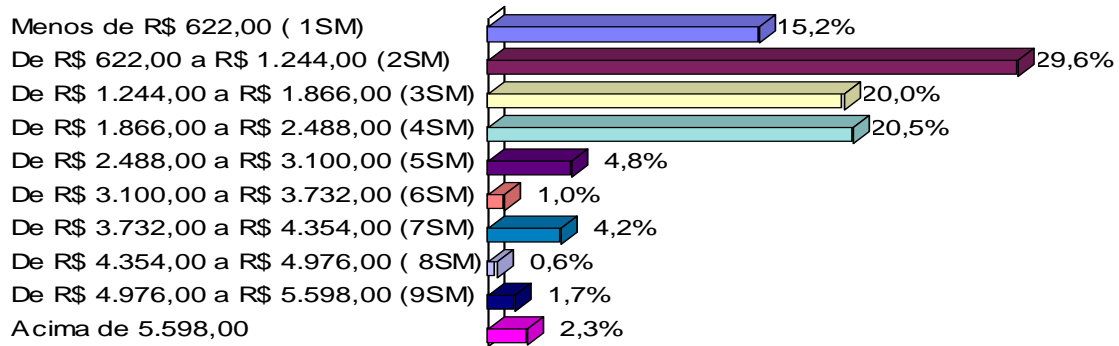
### ESCOLARIDADE - 2014



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

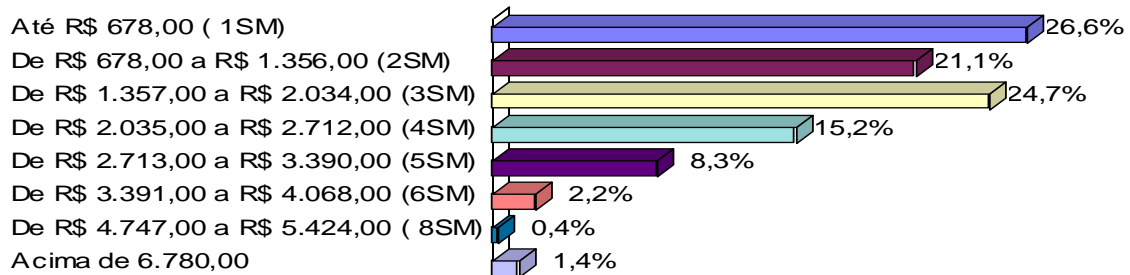


RENDA\_MENSAL\_FAMILIA 2012



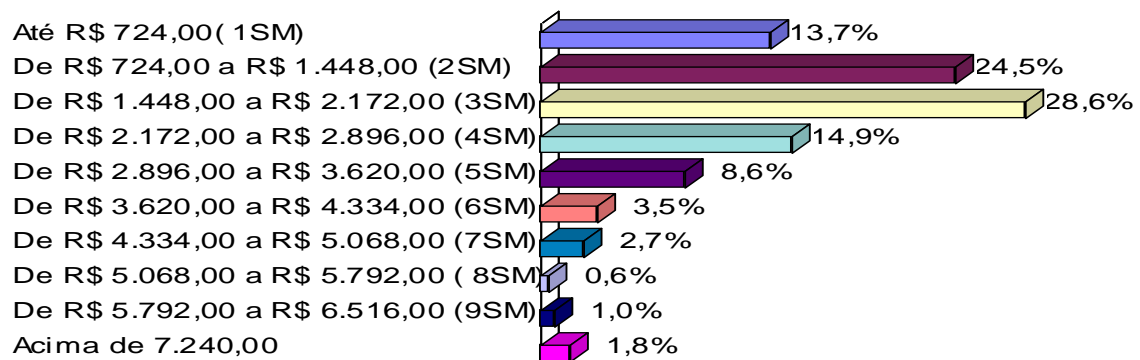
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

RENDA\_MENSAL\_FAMILIA - 2013



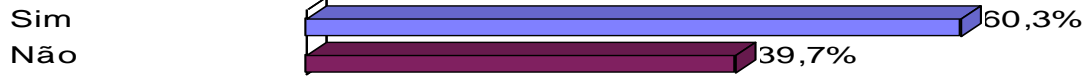
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

RENDA\_MENSAL\_FAMILIA - 2014



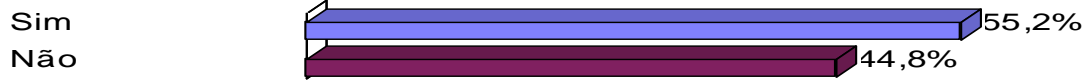
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

POSSUI FILHOS 2012



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

POSSUI\_FILHOS - 2013



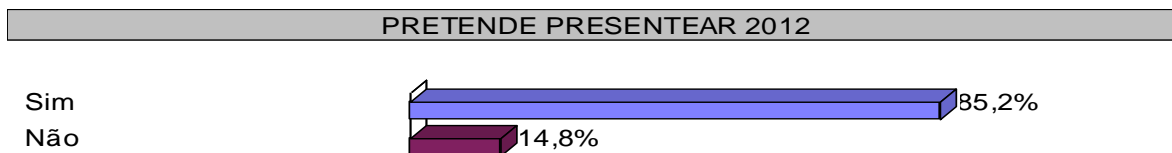
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

POSSUI\_FILHOS - 2014

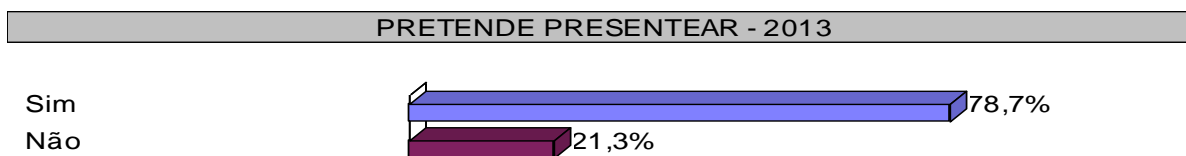


FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

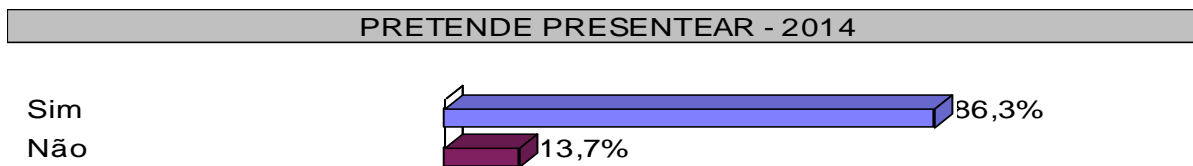
## B. DISTRIBUIÇÃO QUANTO INTENÇÃO DE PRESENTEAR.



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

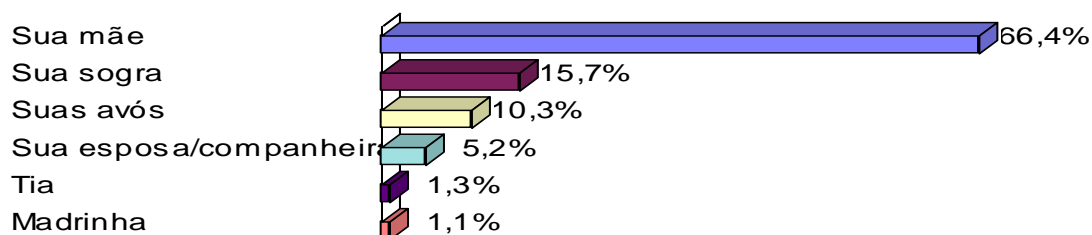


FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013



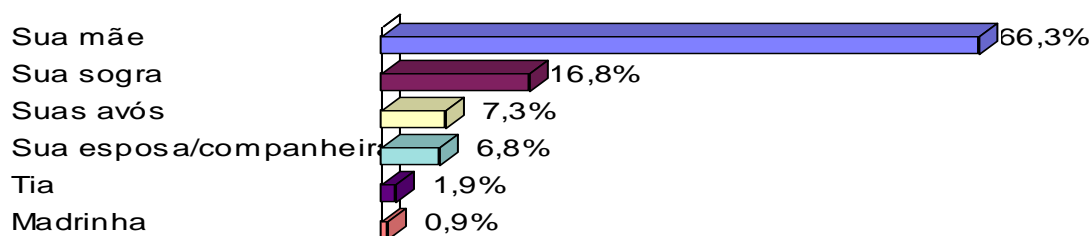
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

### QUEM\_PRESENTEAR 2012



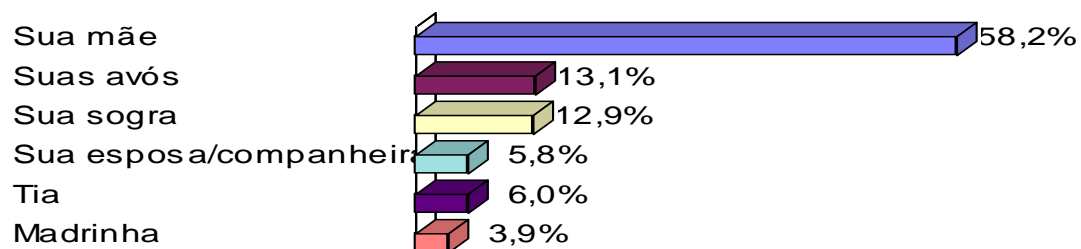
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

### QUEM\_PRESENTEAR - 2013



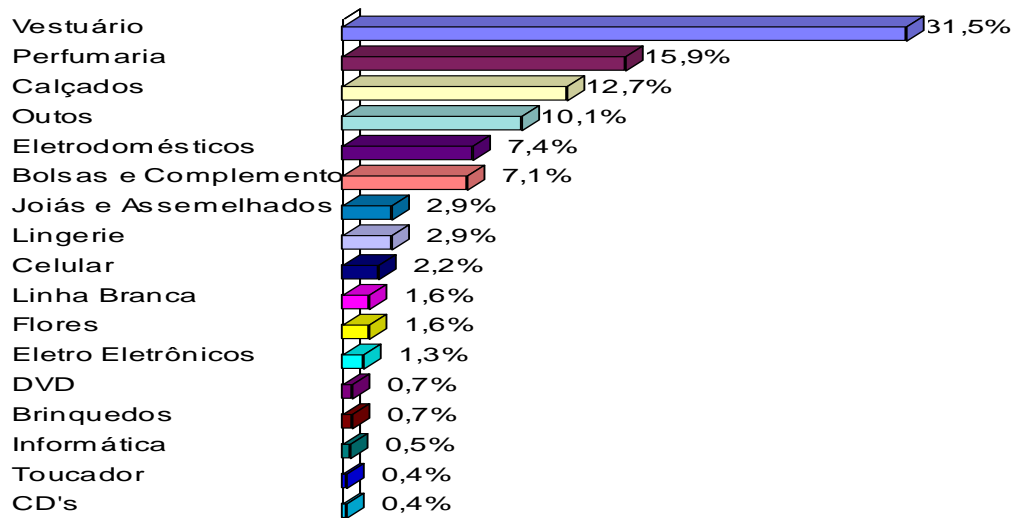
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

### QUEM\_PRESENTEAR - 2014



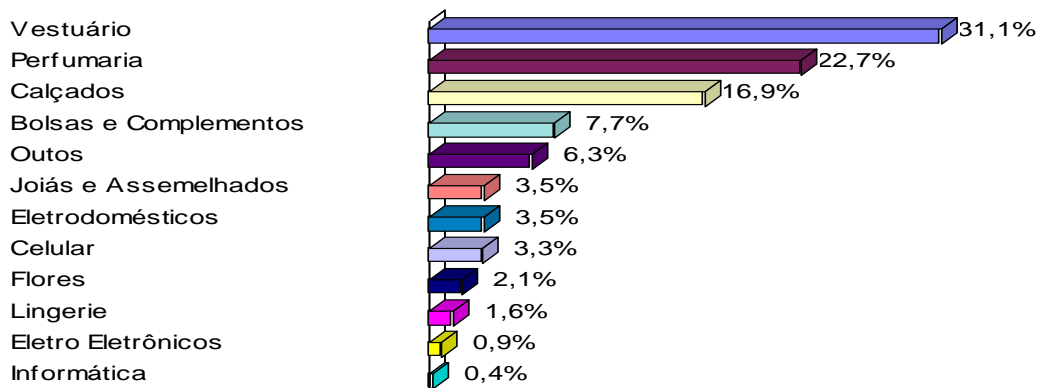
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

OUQUE\_PRETENDE\_COMPRAR 2012



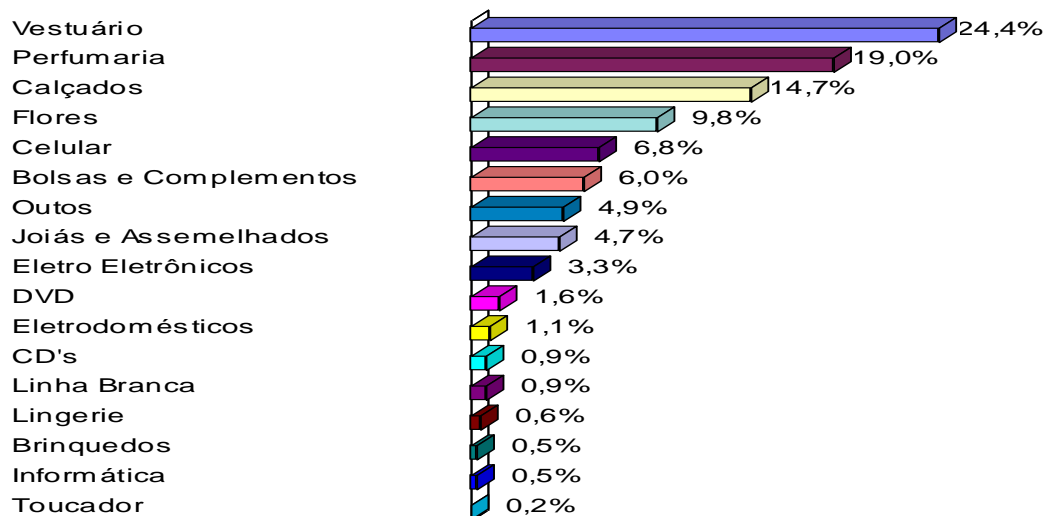
FONTE: CEPEM - CDL-ALFA - 2012

OUQUE\_PRETENDE\_COMPRAR - 2013



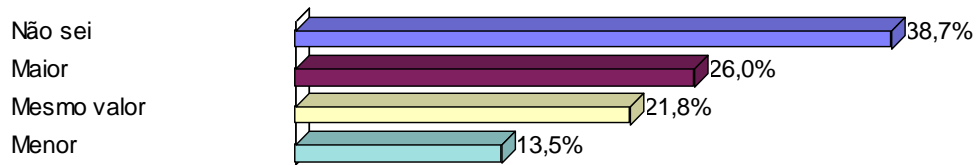
FONTE: CEPEM - CDL-ALFA - 2013

OUQUE\_PRETENDE\_COMPRAR - 2014



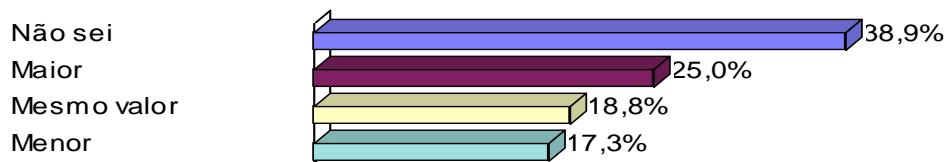
FONTE: CEPEM - CDL-ALFA - 2014

### COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2011 PARA 2012



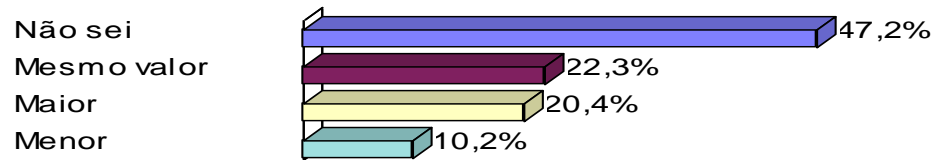
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

### COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2012 PARA 2013



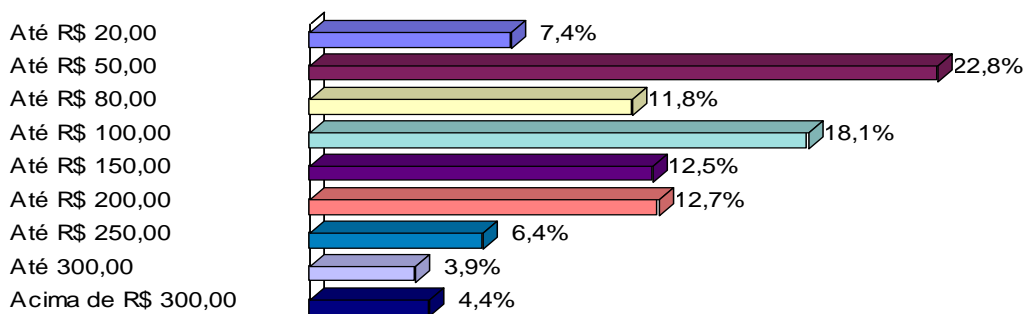
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

### COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2013-2014



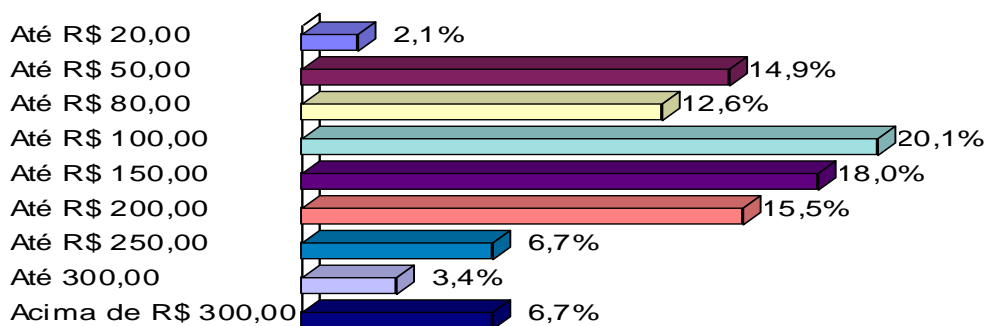
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

QUANTO\_GASTAR 2012



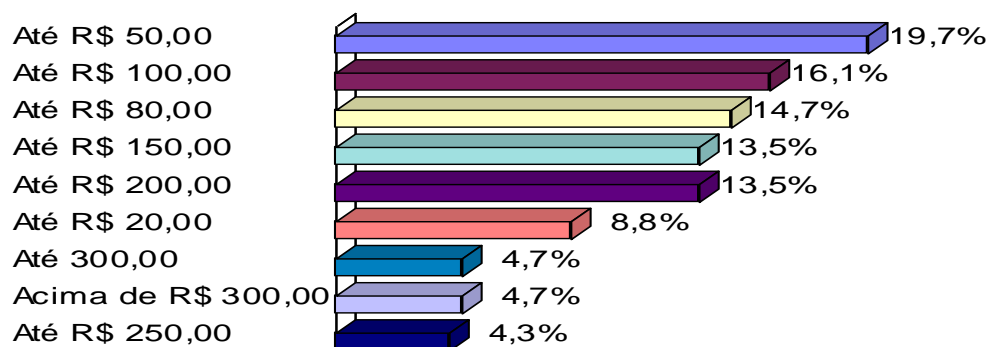
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

QUANTO\_GASTAR - 2013



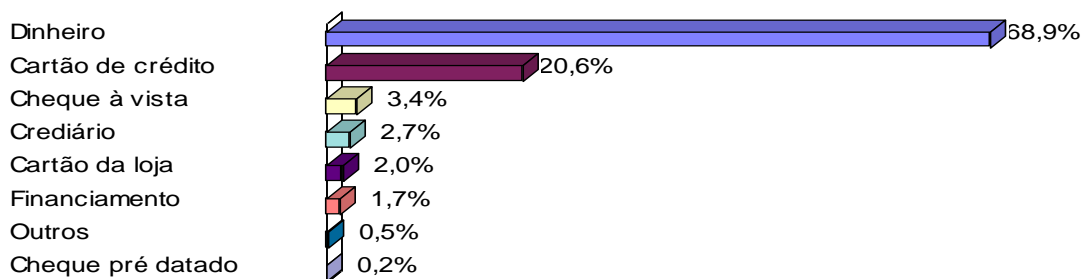
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

QUANTO\_GASTAR - 2014



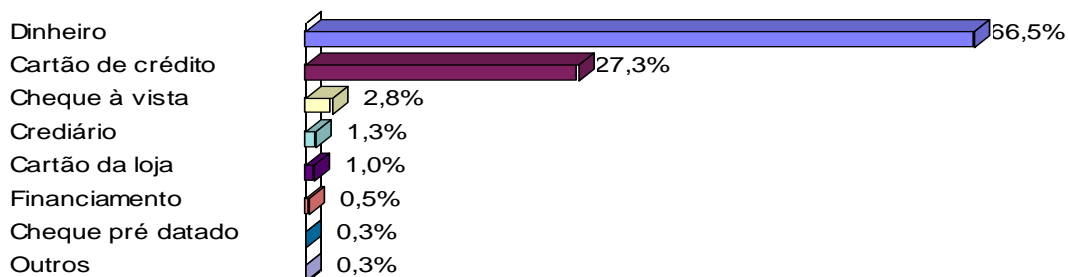
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

FORMA\_PAGAMENTO 2012



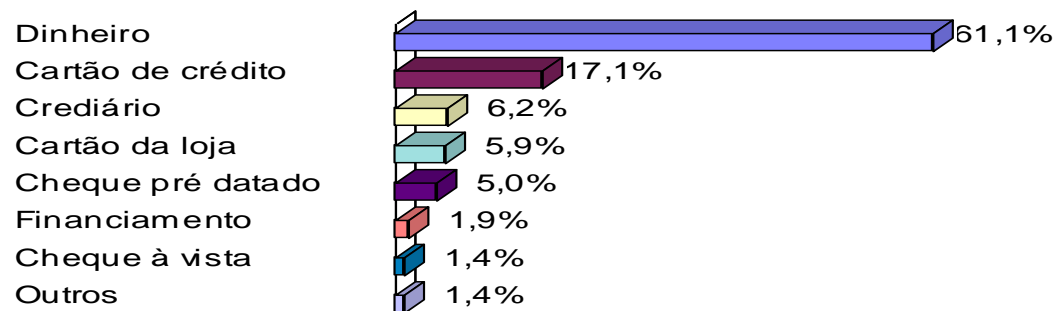
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

FORMA\_PAGAMENTO - 2013



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

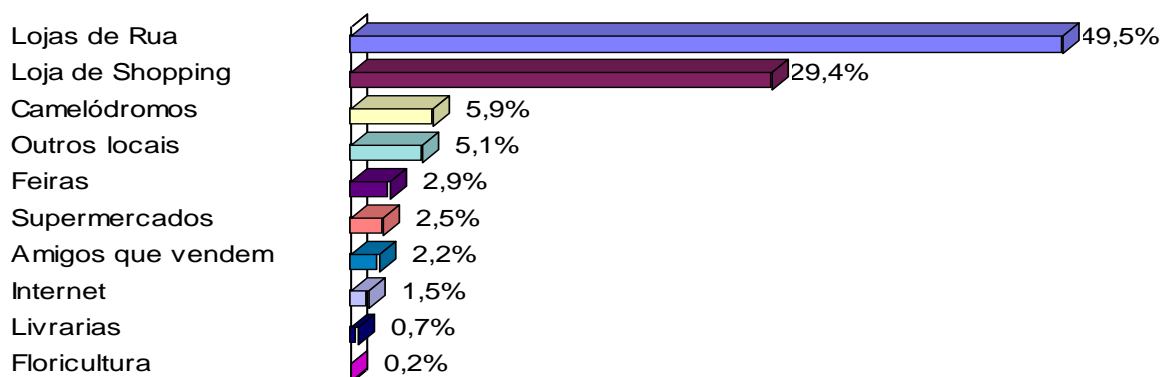
FORMA\_PAGAMENTO - 2014



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

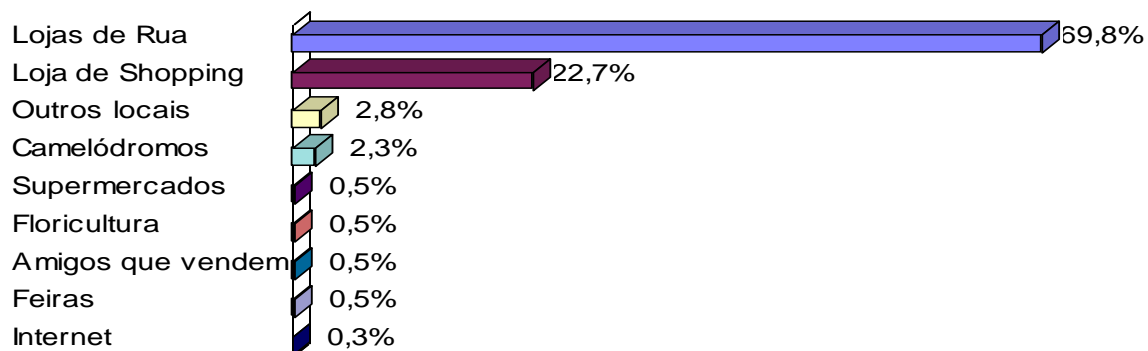


LOCAL DA COMPRA 2012



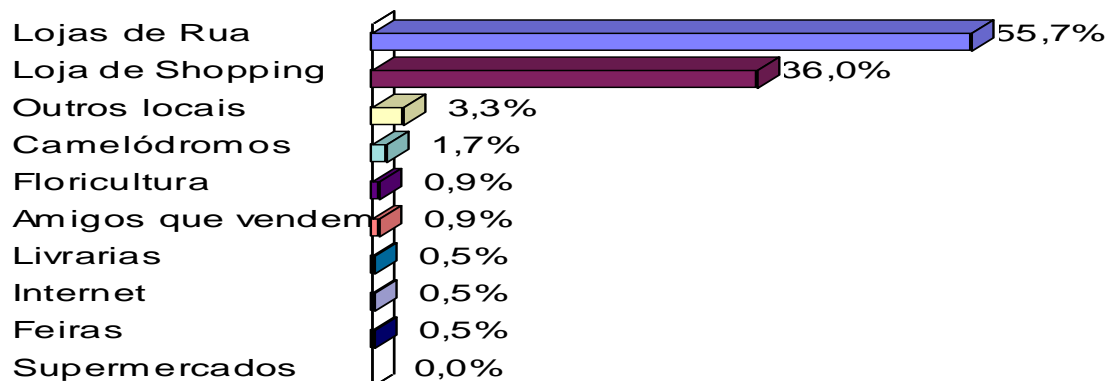
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

LOCAL\_COMPRA - 2013



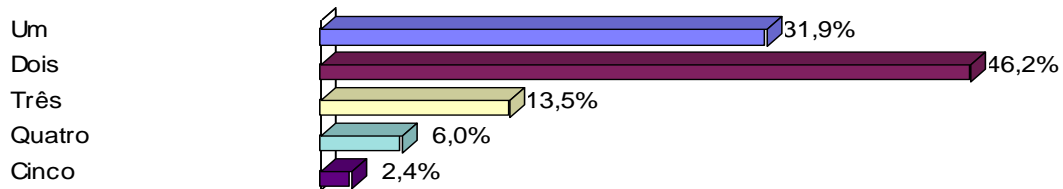
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

LOCAL\_COMPRA - 2014



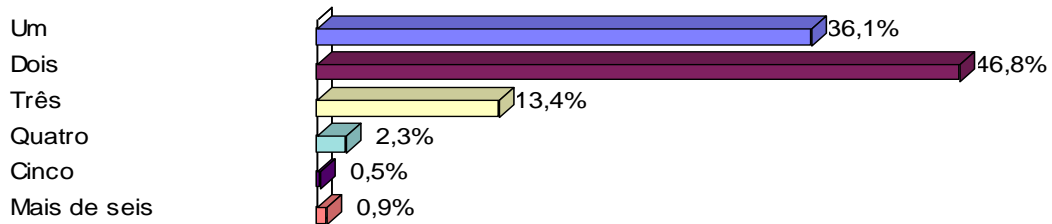
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

NR\_FILHOS\_MÃES 2012



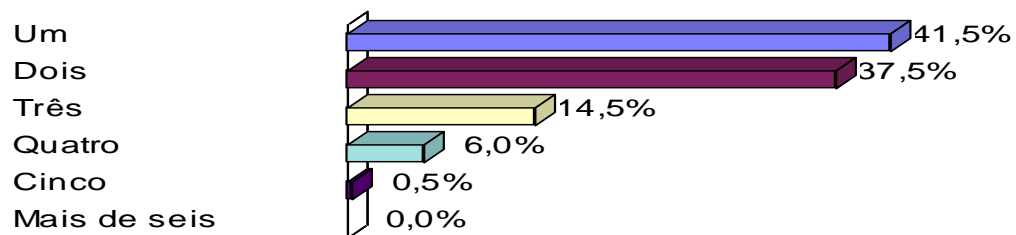
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

NR\_FILHOS\_MÃES - 2013



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

NR\_FILHOS\_MÃES - 2014



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

### MAE\_RECEBEU\_PRESENTES\_ULTIMO\_DIA\_2012



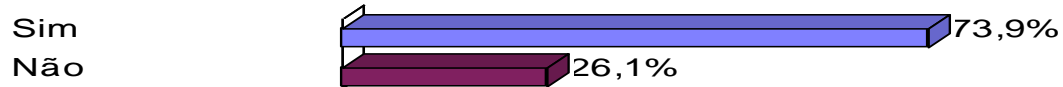
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2012

### MAE\_RECEBEU\_PRESENTES\_ULTIMO\_DIA - 2013



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

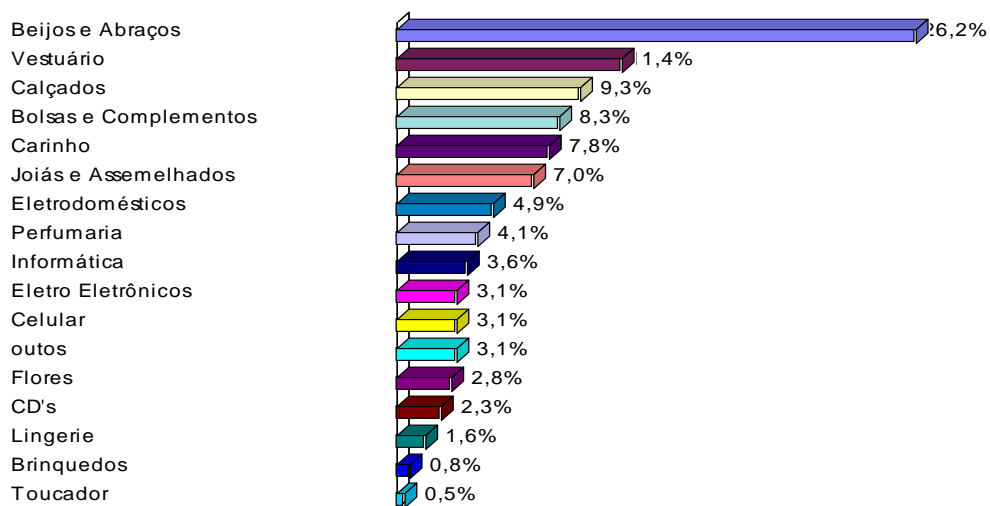
### MAE\_RECEBEU\_PRESENTES\_ULTIMO\_DIA - 2013



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2014

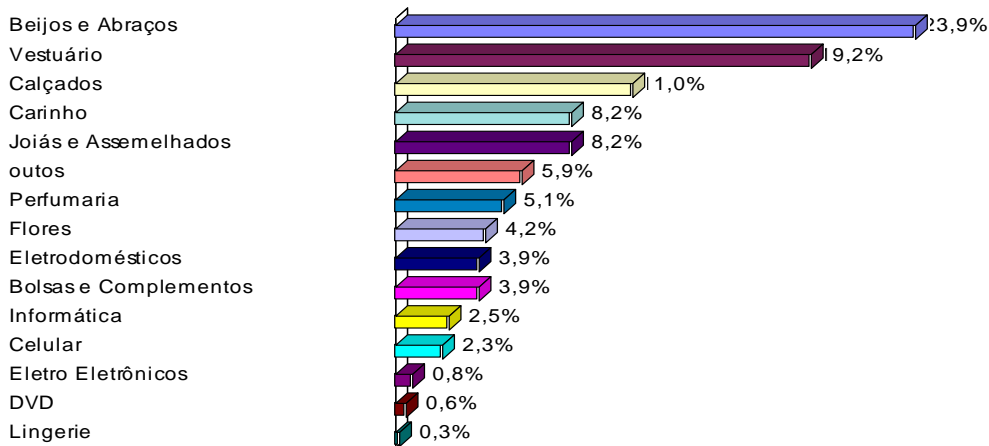
## C. DISTRIBUIÇÃO DO QUE AS MÃES PRETENDEM GANHAR.

### O QUE MÃES\_GOSTARIAM\_GANHAR\_2012



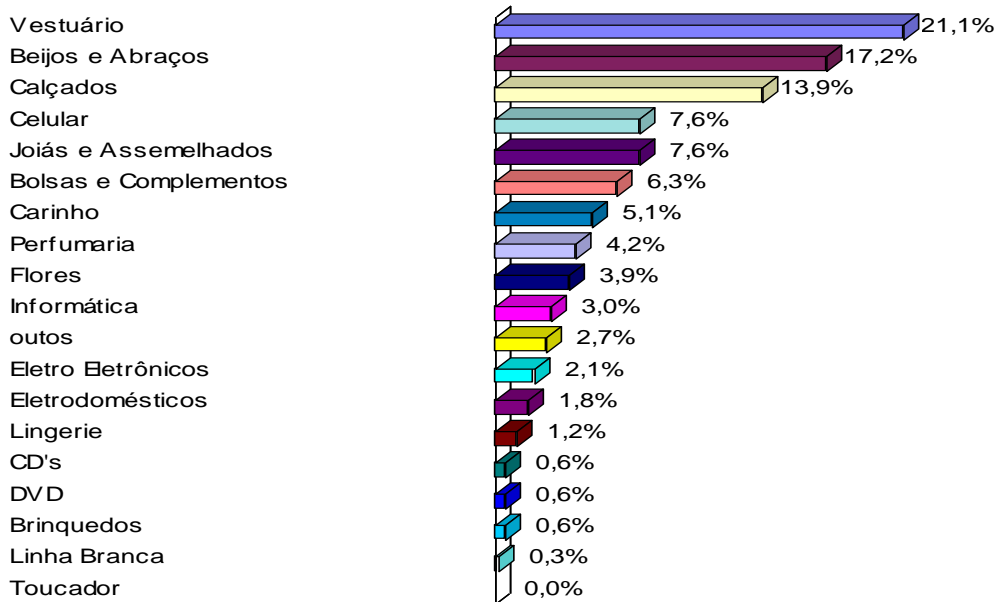
FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2012

O QUE MÃES GOSTARIAM GANHAR - 2013



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

O QUE MÃES GOSTARIAM GANHAR - 2014



FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

## CRUZAMENTO DE DADOS

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

2012

<b>SEXO</b> <b>QUEM_PRESENTEAR</b>	Masculino	Feminino	<b>TOTAL</b>
Sua mãe	10,7%	55,7%	<b>66,4%</b>
Suas avós	2,0%	8,3%	<b>10,3%</b>
Sua sogra	2,6%	13,1%	<b>15,7%</b>
Sua esposa/companheira	4,8%	0,4%	<b>5,2%</b>
Tia	0,0%	1,3%	<b>1,3%</b>
Madrinha	0,2%	0,9%	<b>1,1%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>20,3%</b>	<b>79,7%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA – 2012

2013

<b>SEXO</b> <b>QUEM_PRESENTEAR</b>	Masculino	Feminino	<b>TOTAL</b>
Não resposta	3,1%	13,4%	<b>16,5%</b>
Sua mãe	11,5%	43,9%	<b>55,3%</b>
Suas avós	0,9%	5,2%	<b>6,1%</b>
Sua sogra	3,6%	10,4%	<b>14,0%</b>
Sua esposa/companheira	5,2%	0,5%	<b>5,7%</b>
Tia	0,2%	1,4%	<b>1,6%</b>
Madrinha	0,0%	0,8%	<b>0,8%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>24,5%</b>	<b>75,5%</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA – 2013

<b>SEXO</b> <b>QUEM_PRESENTEAR</b>	Masculino	Feminino	<b>TOTAL</b>
Sua mãe	16,3% ( 92)	41,9% (237)	<b>58,2% (329)</b>
Suas avós	3,0% ( 17)	10,1% ( 57)	<b>13,1% ( 74)</b>
Sua sogra	2,3% ( 13)	10,6% ( 60)	<b>12,9% ( 73)</b>
Sua esposa/companheira	4,8% ( 27)	1,1% ( 6)	<b>5,8% ( 33)</b>
Tia	1,2% ( 7)	4,8% ( 27)	<b>6,0% ( 34)</b>
Madrinha	0,5% ( 3)	3,4% ( 19)	<b>3,9% ( 22)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>28,1% (159)</b>	<b>71,9% (406)</b>	<b>100% (565)</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

## E. DISTRIBUIÇÃO DE SEXO VERSUS O QUE COMPRAR.

2012

<b>SEXO</b>	Masculino	Feminino	<b>TOTAL</b>
<b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>			
Vestuário	5,0%	23,0%	<b>27,9%</b>
Perfumaria	2,1%	12,0%	<b>14,1%</b>
Não resposta	1,9%	9,5%	<b>11,4%</b>
Calçados	2,4%	8,8%	<b>11,2%</b>
Outos	2,1%	6,9%	<b>9,0%</b>
Eletrodomésticos	1,1%	5,5%	<b>6,6%</b>
Bolsas e Complementos	1,0%	5,3%	<b>6,3%</b>
Joiás e Assemelhados	0,3%	2,2%	<b>2,6%</b>
Lingerie	0,3%	2,2%	<b>2,6%</b>
Celular	0,8%	1,1%	<b>1,9%</b>
Linha Branca	0,3%	1,1%	<b>1,4%</b>
Flores	0,3%	1,1%	<b>1,4%</b>
Eleto Eletrônicos	0,0%	1,1%	<b>1,1%</b>
DVD	0,0%	0,6%	<b>0,6%</b>
Brinquedos	0,2%	0,5%	<b>0,6%</b>
Informática	0,3%	0,2%	<b>0,5%</b>
Toucador	0,2%	0,2%	<b>0,3%</b>
CD's	0,2%	0,2%	<b>0,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>18,5%</b>	<b>81,5%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

2013

<b>SEXO</b>	Masculino	Feminino	<b>TOTAL</b>
<b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>			
Vestuário	6,5%	24,6%	<b>31,1%</b>
Perfumaria	5,4%	17,2%	<b>22,7%</b>
Calçados	4,2%	12,7%	<b>16,9%</b>
Bolsas e Complementos	1,8%	6,0%	<b>7,7%</b>
Outos	0,7%	5,6%	<b>6,3%</b>
Joiás e Assemelhados	1,1%	2,5%	<b>3,5%</b>
Eletrodomésticos	0,9%	2,6%	<b>3,5%</b>
Celular	0,9%	2,5%	<b>3,3%</b>
Flores	0,9%	1,2%	<b>2,1%</b>
Lingerie	0,2%	1,4%	<b>1,6%</b>
Eleto Eletrônicos	0,0%	0,9%	<b>0,9%</b>
Informática	0,2%	0,2%	<b>0,4%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>22,7%</b>	<b>77,3%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

<b>SEXO</b>	<b>Masculino</b>	<b>Feminino</b>	<b>TOTAL</b>
<b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>			
Bolsas e Complementos	2,1% ( 13)	4,0% ( 25)	<b>6,0%( 38)</b>
Brinquedos	0,2% ( 1)	0,3% ( 2)	<b>0,5%( 3)</b>
CD's	0,3% ( 2)	0,6% ( 4)	<b>0,9%( 6)</b>
Calçados	3,2% ( 20)	11,6% ( 73)	<b>14,7%( 93)</b>
Celular	2,8% ( 18)	4,0% ( 25)	<b>6,8%(43)</b>
DVD	0,6% ( 4)	0,9% ( 6)	<b>1,6%( 10)</b>
Eletrrodomésticos	0,3% ( 2)	0,8% ( 5)	<b>1,1%( 7)</b>
Eleto Eletrônicos	1,3% ( 8)	2,1% ( 13)	<b>3,3%(21)</b>
Flores	3,0% ( 19)	6,8% ( 43)	<b>9,8%( 62)</b>
Linha Branca	0,2% ( 1)	0,8% ( 5)	<b>0,9%( 6)</b>
Informática	0,0% ( 0)	0,5% ( 3)	<b>0,5%( 3)</b>
Joiás e Assemelhados	1,7% ( 11)	3,0% ( 19)	<b>4,7%( 30)</b>
Lingerie	0,0% ( 0)	0,6% ( 4)	<b>0,6%( 4)</b>
Perfumaria	6,6% ( 42)	12,3% ( 78)	<b>19,0%(120)</b>
Toucador	0,0% ( 0)	0,2% ( 1)	<b>0,2%( 1)</b>
Vestuário	5,2% ( 33)	19,1% (121)	<b>24,4%(154)</b>
Outos	1,3% ( 8)	3,6% ( 23)	<b>4,9%( 31)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>28,8%(182)</b>	<b>71,2%(450)</b>	<b>100%(632)</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2014

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

2012

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
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>										
Menos de R\$ 622,00 ( 1SM)	3,9%	3,9%	0,7%	1,7%	0,7%	2,2%	1,2%	0,5%	0,5%	15,4%
De R\$ 622,00 a R\$ 1.244,00 (2SM)	1,7%	10,0%	4,7%	6,1%	1,2%	1,5%	1,5%	1,7%	1,0%	29,4%
De R\$ 1.244,00 a R\$ 1.866,00 (3SM)	0,2%	3,2%	2,7%	2,7%	5,4%	2,2%	1,5%	0,0%	0,7%	18,6%
De R\$ 1.866,00 a R\$ 2.488,00 (4SM)	0,7%	2,9%	2,9%	4,9%	2,5%	4,7%	1,7%	0,5%	1,0%	21,8%
De R\$ 2.488,00 a R\$ 3.100,00 (5SM)	0,2%	1,0%	0,5%	0,7%	1,0%	0,5%	0,0%	0,7%	0,0%	4,7%
De R\$ 3.100,00 a R\$ 3.732,00 (6SM)	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
De R\$ 3.732,00 a R\$ 4.354,00 (7SM)	0,2%	0,7%	0,0%	1,0%	1,0%	0,7%	0,2%	0,0%	0,7%	4,7%
De R\$ 4.354,00 a R\$ 4.976,00 ( 8SM)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,5%
De R\$ 4.976,00 a R\$ 5.598,00 (9SM)	0,2%	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%
Acima de 5.598,00	0,0%	0,5%	0,0%	0,5%	0,2%	0,5%	0,0%	0,2%	0,5%	2,5%
<b>TOTAL</b>	<b>7,4%</b>	<b>22,8%</b>	<b>11,8%</b>	<b>18,1%</b>	<b>12,5%</b>	<b>12,7%</b>	<b>6,4%</b>	<b>3,9%</b>	<b>4,4%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

2013

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
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>										
Até R\$ 678,00 ( 1SM)	0,8%	4,9%	2,1%	5,7%	0,8%	2,1%	2,3%	1,5%	4,9%	25,0%
De R\$ 678,00 a R\$ 1.356,00 (2SM)	0,5%	5,2%	4,6%	5,4%	0,8%	1,5%	0,3%	0,8%	0,8%	19,8%
De R\$ 1.357,00 a R\$ 2.034,00 (3SM)	0,3%	3,4%	3,6%	5,7%	6,7%	3,4%	0,5%	0,5%	0,5%	24,5%
De R\$ 2.035,00 a R\$ 2.712,00 (4SM)	0,5%	1,3%	1,8%	1,8%	5,2%	3,9%	1,3%	0,0%	0,3%	16,0%
De R\$ 2.713,00 a R\$ 3.390,00 (5SM)	0,0%	0,3%	0,3%	0,5%	3,9%	3,4%	1,5%	0,3%	0,0%	10,1%
De R\$ 3.391,00 a R\$ 4.068,00 (6SM)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	1,3%	0,8%	0,3%	0,3%	2,8%
De R\$ 4.747,00 a R\$ 5.424,00 ( 8SM)	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Acima de 6.780,00	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%
<b>TOTAL</b>	<b>2,1%</b>	<b>14,9%</b>	<b>12,6%</b>	<b>20,1%</b>	<b>18,0%</b>	<b>15,5%</b>	<b>6,7%</b>	<b>3,4%</b>	<b>6,7%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

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
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>										
Até R\$ 724,00( 1SM)	2,4%	5,0%	2,8%	0,9%	0,7%	0,7%	0,5%	0,2%	0,2%	13,5%
De R\$ 724,00 a R\$ 1.448,00 (2SM)	2,6%	6,2%	4,5%	2,8%	1,4%	1,2%	0,2%	1,9%	0,7%	21,6%
De R\$ 1.448,00 a R\$ 2.172,00 (3SM)	1,4%	4,7%	3,3%	6,9%	5,5%	5,0%	1,2%	0,9%	0,7%	29,6%
De R\$ 2.172,00 a R\$ 2.896,00 (4SM)	1,4%	1,2%	1,7%	3,3%	2,6%	4,0%	0,9%	0,2%	0,7%	16,1%
De R\$ 2.896,00 a R\$ 3.620,00 (5SM)	0,0%	1,4%	0,9%	0,9%	2,1%	0,9%	0,9%	0,7%	0,9%	9,0%
De R\$ 3.620,00 a R\$ 4.334,00 (6SM)	0,5%	0,2%	0,7%	0,5%	0,7%	0,5%	0,2%	0,2%	0,2%	3,8%
De R\$ 4.334,00 a R\$ 5.068,00 (7SM)	0,0%	0,7%	0,7%	0,0%	0,0%	0,7%	0,2%	0,2%	0,0%	2,6%
De R\$ 5.068,00 a R\$ 5.792,00 ( 8SM)	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,5%
De R\$ 5.792,00 a R\$ 6.516,00 (9SM)	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	1,2%
Acima de 7.240,00	0,0%	0,2%	0,0%	0,5%	0,2%	0,2%	0,0%	0,2%	0,7%	2,1%
<b>TOTAL</b>	<b>8,8%</b>	<b>19,7%</b>	<b>14,7%</b>	<b>16,1%</b>	<b>13,5%</b>	<b>13,5%</b>	<b>4,3%</b>	<b>4,7%</b>	<b>4,7%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014



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

2012

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
<b>FORMA PAGAMENTO</b>										
Dinheiro	5,9%	17,6%	8,1%	14,2%	8,3%	8,1%	2,5%	1,7%	2,5%	<b>68,9%</b>
Cartão de crédito	0,2%	2,9%	2,9%	3,2%	3,4%	2,9%	2,2%	1,2%	1,5%	<b>20,6%</b>
Cheque à vista	0,0%	1,2%	0,0%	0,7%	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%	0,5%	<b>3,4%</b>
Crediário	1,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,5%	0,0%	0,5%	0,0%	<b>2,7%</b>
Cartão da loja	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%	0,2%	0,5%	0,2%	0,0%	<b>2,0%</b>
Financiamento	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,5%	0,7%	0,0%	0,0%	<b>1,7%</b>
Outros	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>0,5%</b>
Cheque pré datado	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>7,4%</b>	<b>22,8%</b>	<b>11,8%</b>	<b>18,1%</b>	<b>12,5%</b>	<b>12,7%</b>	<b>6,4%</b>	<b>3,9%</b>	<b>4,4%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

2013

QUANTO_GASTAR	Não res posta	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
<b>FORMA PAGAMENTO</b>											
Dinheiro	0,0%	1,8%	10,8%	7,2%	15,2%	14,2%	7,7%	3,1%	2,1%	4,4%	<b>66,5%</b>
Cartão de crédito	0,0%	0,3%	3,6%	4,6%	4,6%	3,6%	6,4%	2,6%	0,5%	1,0%	<b>27,3%</b>
Cheque à vista	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,3%	0,0%	0,3%	0,8%	0,5%	0,5%	<b>2,8%</b>
Crediário	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,3%	<b>1,3%</b>
Cartão da loja	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,5%	0,0%	0,0%	0,3%	<b>1,0%</b>
Financiamento	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%	0,0%	<b>0,5%</b>
Cheque pré datado	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	<b>0,3%</b>
Outros	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>0,0%</b>	<b>2,1%</b>	<b>14,9%</b>	<b>12,6%</b>	<b>20,1%</b>	<b>18,0%</b>	<b>15,5%</b>	<b>6,7%</b>	<b>3,4%</b>	<b>6,7%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

2014

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
<b>FORMA PAGAMENTO</b>										
Dinheiro	8,5%	17,8%	11,6%	8,1%	4,7%	4,0%	1,9%	1,9%	2,6%	<b>61,1%</b>
Cheque à vista	0,0%	0,2%	0,0%	0,5%	0,2%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>1,4%</b>
Cheque pré datado	0,2%	0,7%	0,2%	1,4%	0,7%	1,4%	0,0%	0,0%	0,2%	<b>5,0%</b>
Cartão de crédito	0,0%	0,2%	1,7%	2,1%	2,6%	4,5%	1,7%	2,4%	1,9%	<b>17,1%</b>
Cartão da loja	0,0%	0,0%	0,2%	1,4%	1,9%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>5,9%</b>
Crediário	0,0%	0,7%	0,5%	1,9%	2,4%	0,5%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>6,2%</b>
Financiamento	0,0%	0,0%	0,2%	0,5%	0,7%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>1,9%</b>
Outros	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,0%	<b>1,4%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8,8%</b>	<b>19,7%</b>	<b>14,7%</b>	<b>16,1%</b>	<b>13,5%</b>	<b>13,5%</b>	<b>4,3%</b>	<b>4,7%</b>	<b>4,7%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

## H. DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE COMPRAS VERSUS ESCOLARIDADE.

2012

ESCOLARIDADE	Sem estudo	Ensino Fundamental 1º fase	Ensino Fundamental 2º fase	Ensino Médio	Graduação (cursando)	Graduação	Pós Graduado	TOTAL
<b>LOCAL_COMPRA</b>								
Lojas de Rua	1,2%	2,9%	5,6%	29,4%	5,4%	4,4%	0,5%	<b>49,5%</b>
Loja de Shopping	2,5%	1,7%	3,7%	15,0%	3,4%	2,5%	0,7%	<b>29,4%</b>
Camelódromos	0,0%	0,7%	1,0%	3,7%	0,5%	0,0%	0,0%	<b>5,9%</b>
Outros locais	0,2%	0,7%	0,7%	3,2%	0,0%	0,0%	0,2%	<b>5,1%</b>
Feiras	0,0%	0,5%	0,0%	1,0%	0,7%	0,7%	0,0%	<b>2,9%</b>
Supermercados	0,0%	0,7%	0,5%	0,2%	0,2%	0,5%	0,2%	<b>2,5%</b>
Amigos que vendem	0,2%	0,0%	0,2%	0,7%	0,0%	0,2%	0,7%	<b>2,2%</b>
Internet	0,2%	0,5%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,2%	<b>1,5%</b>
Livrarias	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>0,7%</b>
Floricultura	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>4,4%</b>	<b>8,3%</b>	<b>12,0%</b>	<b>53,2%</b>	<b>10,8%</b>	<b>8,6%</b>	<b>2,7%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

2013

ESCOLARIDADE	Ens. F. 1º fase	Ens. F. 2º fase	Ensino Médio	Graduação (cursando)	Graduação	Pós Graduado	TOTAL
<b>LOCAL_COMPRA</b>							
Lojas de Rua	3,1%	9,8%	45,4%	7,2%	4,1%	0,3%	<b>69,8%</b>
Loja de Shopping	3,9%	2,1%	11,3%	4,1%	1,0%	0,3%	<b>22,7%</b>
Outros locais	0,5%	1,3%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>2,8%</b>
Camelódromos	0,3%	0,3%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>2,3%</b>
Supermercados	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Floricultura	0,0%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Amigos que vendem	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Feiras	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	<b>0,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8,2%</b>	<b>13,7%</b>	<b>60,8%</b>	<b>11,6%</b>	<b>5,2%</b>	<b>0,5%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

2014

ESCOLARIDADE	Sem estudo	Ensino Fundamental 1º fase	Ensino Fundamental 2º fase	Ensino Médio	Graduação (cursando)	Graduação	Pós Graduado	TOTAL
<b>LOCAL_COMPRA</b>								
Loja de Shopping	0,0%	1,4%	9,5%	7,1%	7,6%	5,7%	4,7%	<b>36,0%</b>
Lojas de Rua	0,7%	0,7%	4,3%	32,2%	9,5%	6,4%	1,9%	<b>55,7%</b>
Camelódromos	0,0%	0,2%	0,5%	0,2%	0,5%	0,2%	0,0%	<b>1,7%</b>
Feiras	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Supermercados	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Livrarias	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	<b>0,5%</b>
Floricultura	0,0%	0,2%	0,2%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>0,9%</b>
Amigos que vendem	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,5%	0,0%	<b>0,9%</b>
Outros locais	0,0%	0,0%	0,5%	0,7%	1,2%	0,7%	0,2%	<b>3,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>0,7%</b>	<b>2,6%</b>	<b>15,6%</b>	<b>40,5%</b>	<b>19,7%</b>	<b>13,7%</b>	<b>7,1%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

## I. DISTRIBUIÇÃO ESCOLARIDADE VERSUS FORMA DE PAGAMENTO.

**2012**

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	Outros	<b>TOTAL</b>
<b>ESCOLARIDADE</b>									
Sem estudo	2,9%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,7%	0,2%	0,0%	<b>4,4%</b>
Ensino Fundamental 1º fa	3,9%	1,7%	0,0%	0,7%	0,2%	0,2%	1,2%	0,2%	<b>8,3%</b>
Ensino Fundamental 2º fa	9,6%	0,5%	0,0%	1,2%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	<b>12,0%</b>
Ensino Médio	38,5%	0,5%	0,2%	11,8%	1,5%	0,7%	0,0%	0,0%	<b>53,2%</b>
Graduação (cursando)	8,6%	0,2%	0,0%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>10,8%</b>
Graduação	4,2%	0,2%	0,0%	3,9%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>8,6%</b>
Pós Graduado	1,2%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,2%	0,2%	0,2%	<b>2,7%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>68,9%</b>	<b>3,4%</b>	<b>0,2%</b>	<b>20,6%</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,7%</b>	<b>1,7%</b>	<b>0,5%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

**2013**

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	Outros	<b>TOTAL</b>
<b>ESCOLARIDADE</b>									
Ensino Fundamental 1º fa	5,7%	2,1%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>8,2%</b>
Ensino Fundamental 2º fa	8,8%	0,0%	0,0%	4,1%	0,5%	0,0%	0,0%	0,3%	<b>13,7%</b>
Ensino Médio	41,2%	0,8%	0,3%	17,0%	0,5%	0,5%	0,5%	0,0%	<b>60,8%</b>
Graduação (cursando)	7,7%	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	<b>11,6%</b>
Graduação	2,8%	0,0%	0,0%	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>5,2%</b>
Pós Graduado	0,3%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>66,5%</b>	<b>2,8%</b>	<b>0,3%</b>	<b>27,3%</b>	<b>1,0%</b>	<b>1,3%</b>	<b>0,5%</b>	<b>0,3%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

**2014**

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	Outros	<b>TOTAL</b>
<b>ESCOLARIDADE</b>									
Sem estudo	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,7%</b>
Ensino Fundamental 1º fa	2,4%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>2,6%</b>
Ensino Fundamental 2º fa	12,6%	0,2%	0,2%	2,4%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>15,6%</b>
Ensino Médio	19,2%	1,2%	2,6%	6,4%	5,2%	3,6%	1,7%	0,7%	<b>40,5%</b>
Graduação (cursando)	12,6%	0,0%	2,1%	2,8%	0,5%	1,4%	0,0%	0,2%	<b>19,7%</b>
Graduação	7,8%	0,0%	0,0%	4,0%	0,2%	0,9%	0,2%	0,5%	<b>13,7%</b>
Pós Graduado	5,9%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>7,1%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>61,1%</b>	<b>1,4%</b>	<b>5,0%</b>	<b>17,1%</b>	<b>5,9%</b>	<b>6,2%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,4%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

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

2012

FORMA_PAGAMENTO	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	Outros	TOTAL
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>									
Menos de R\$ 622,00 ( 1SM)	10,0%	1,7%	0,0%	0,7%	0,2%	1,5%	1,2%	0,0%	15,4%
De R\$ 622,00 a R\$ 1.244,00 (2SM)	22,3%	1,2%	0,2%	3,9%	0,7%	0,7%	0,0%	0,2%	29,4%
De R\$ 1.244,00 a R\$ 1.866,00 (3SM)	14,0%	0,0%	0,0%	4,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	18,6%
De R\$ 1.866,00 a R\$ 2.488,00 (4SM)	13,2%	0,2%	0,0%	7,4%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	21,8%
De R\$ 2.488,00 a R\$ 3.100,00 (5SM)	3,7%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	4,7%
De R\$ 3.100,00 a R\$ 3.732,00 (6SM)	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
De R\$ 3.732,00 a R\$ 4.354,00 (7SM)	2,2%	0,2%	0,0%	2,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	4,7%
De R\$ 4.354,00 a R\$ 4.976,00 ( 8S)	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,5%
De R\$ 4.976,00 a R\$ 5.598,00 (9SM)	1,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	1,5%
Acima de 5.598,00	1,7%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%
<b>TOTAL</b>	<b>68,9%</b>	<b>3,4%</b>	<b>0,2%</b>	<b>20,6%</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,7%</b>	<b>1,7%</b>	<b>0,5%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

2013

FORMA_PAGAMENTO	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	Outros	TOTAL
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>									
Até R\$ 678,00 ( 1SM)	18,0%	2,3%	0,3%	3,6%	0,3%	0,3%	0,0%	0,3%	25,0%
De R\$ 678,00 a R\$ 1.356,00 (2SM)	12,1%	0,3%	0,0%	6,2%	0,0%	0,8%	0,5%	0,0%	19,8%
De R\$ 1.357,00 a R\$ 2.034,00 (3SM)	16,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,5%	0,3%	0,0%	0,0%	24,5%
De R\$ 2.035,00 a R\$ 2.712,00 (4SM)	10,8%	0,3%	0,0%	4,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,0%
De R\$ 2.713,00 a R\$ 3.390,00 (5SM)	6,7%	0,0%	0,0%	3,1%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	10,1%
De R\$ 3.391,00 a R\$ 4.068,00 (6SM)	1,3%	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,8%
De R\$ 4.069,00 a R\$ 4.747,00 ( 8S)	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Acima de 4.748,00	1,3%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%
<b>TOTAL</b>	<b>66,5%</b>	<b>2,8%</b>	<b>0,3%</b>	<b>27,3%</b>	<b>1,0%</b>	<b>1,3%</b>	<b>0,5%</b>	<b>0,3%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

2014

FORMA_PAGAMENTO	Dinheiro	Cheque à vista	Cheque pré datado	Cartão de crédito	Cartão da loja	Crediário	Financiamento	Outros	TOTAL
<b>RENDA_MENSAL_FAMILIA</b>									
Até R\$ 724,00( 1SM)	12,1%	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	13,5%
De R\$ 724,00 a R\$ 1.448,00 (2SM)	17,5%	0,2%	0,5%	2,8%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	21,6%
De R\$ 1.448,00 a R\$ 2.172,00 (3SM)	14,5%	1,2%	1,2%	4,7%	3,6%	3,3%	0,7%	0,5%	29,6%
De R\$ 2.172,00 a R\$ 2.896,00 (4SM)	5,2%	0,0%	1,9%	3,6%	2,1%	1,9%	0,9%	0,5%	16,1%
De R\$ 2.896,00 a R\$ 3.620,00 (5SM)	4,3%	0,0%	0,5%	3,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	9,0%
De R\$ 3.620,00 a R\$ 4.344,00 (6SM)	3,1%	0,0%	0,2%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%
De R\$ 4.344,00 a R\$ 5.068,00 (7SM)	2,1%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%
De R\$ 5.068,00 a R\$ 5.792,00 ( 8SM)	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
De R\$ 5.792,00 a R\$ 6.516,00 (9SM)	0,9%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
Acima de 6.517,00	1,2%	0,0%	0,2%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,1%
<b>TOTAL</b>	<b>61,1%</b>	<b>1,4%</b>	<b>5,0%</b>	<b>17,1%</b>	<b>5,9%</b>	<b>6,2%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,4%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

## DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE COMPRA VERSUS QUANTO GASTAR.

**2012**

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
<b>LOCAL_COMPRA</b>										
Lojas de Rua	2,2%	13,0%	6,9%	9,6%	5,9%	5,1%	3,7%	0,7%	2,5%	<b>49,5%</b>
Loja de Shopping	2,7%	4,4%	3,4%	5,9%	4,9%	4,2%	1,5%	1,5%	1,0%	<b>29,4%</b>
Camelódromos	0,5%	2,5%	0,2%	2,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>5,9%</b>
Outros locais	0,5%	1,5%	0,5%	0,0%	0,7%	0,7%	0,0%	0,7%	0,5%	<b>5,1%</b>
Feiras	0,2%	0,7%	0,5%	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	<b>2,9%</b>
Supermercados	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,2%	0,0%	0,0%	<b>2,5%</b>
Amigos que vendem	0,2%	0,2%	0,2%	0,0%	0,2%	0,7%	0,0%	0,2%	0,2%	<b>2,2%</b>
Internet	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	<b>1,5%</b>
Livrarias	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	<b>0,7%</b>
Floricultura	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>7,4%</b>	<b>22,8%</b>	<b>11,8%</b>	<b>18,1%</b>	<b>12,5%</b>	<b>12,7%</b>	<b>6,4%</b>	<b>3,9%</b>	<b>4,4%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2012

**2013**

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
<b>LOCAL_COMPRA</b>										
Lojas de Rua	1,3%	11,3%	9,5%	13,1%	15,2%	11,1%	4,1%	1,0%	3,1%	<b>69,8%</b>
Loja de Shopping	0,5%	1,8%	2,6%	5,2%	2,8%	3,9%	1,5%	1,8%	2,6%	<b>22,7%</b>
Outros locais	0,0%	0,3%	0,5%	1,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,3%	0,3%	<b>2,8%</b>
Camelódromos	0,3%	0,8%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,5%	0,3%	0,3%	<b>2,3%</b>
Supermercados	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Floricultura	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Amigos que vendem	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	<b>0,5%</b>
Feiras	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Internet	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	<b>0,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2,1%</b>	<b>14,9%</b>	<b>12,6%</b>	<b>20,1%</b>	<b>18,0%</b>	<b>15,5%</b>	<b>6,7%</b>	<b>3,4%</b>	<b>6,7%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

**2014**

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
<b>LOCAL_COMPRA</b>										
Loja de Shopping	2,4%	6,4%	3,8%	5,2%	4,7%	5,5%	1,7%	3,1%	3,3%	<b>36,0%</b>
Lojas de Rua	4,3%	11,1%	8,8%	10,0%	8,5%	7,8%	2,6%	1,4%	1,2%	<b>55,7%</b>
Camelódromos	0,7%	0,7%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>1,7%</b>
Feiras	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Supermercados	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
Internet	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	<b>0,5%</b>
Livrarias	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,5%</b>
Floricultura	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,9%</b>
Amigos que vendem	0,2%	0,0%	0,5%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	<b>0,9%</b>
Outros locais	0,2%	0,9%	0,7%	0,7%	0,2%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	<b>3,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8,8%</b>	<b>19,7%</b>	<b>14,7%</b>	<b>16,1%</b>	<b>13,5%</b>	<b>13,5%</b>	<b>4,3%</b>	<b>4,7%</b>	<b>4,7%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

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

### 2012

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2011 QUANTO_GASTAR</b>	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	<b>TOTAL</b>
Até R\$ 20,00	3,2%	1,7%	0,5%	2,0%	<b>7,4%</b>
Até R\$ 50,00	3,4%	5,9%	5,9%	7,6%	<b>22,8%</b>
Até R\$ 80,00	2,7%	2,7%	2,7%	3,7%	<b>11,8%</b>
Até R\$ 100,00	4,4%	1,0%	4,7%	8,1%	<b>18,1%</b>
Até R\$ 150,00	3,4%	0,2%	3,4%	5,4%	<b>12,5%</b>
Até R\$ 200,00	4,4%	0,2%	2,5%	5,6%	<b>12,7%</b>
Até R\$ 250,00	1,7%	1,0%	1,0%	2,7%	<b>6,4%</b>
Até 300,00	1,0%	0,5%	0,7%	1,7%	<b>3,9%</b>
Acima de R\$ 300,00	1,7%	0,2%	0,5%	2,0%	<b>4,4%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>26,0%</b>	<b>13,5%</b>	<b>21,8%</b>	<b>38,7%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2012

### 2013

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2012 QUANTO_GASTAR</b>	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	<b>TOTAL</b>
Até R\$ 20,00	0,0%	1,0%	0,8%	0,3%	<b>2,1%</b>
Até R\$ 50,00	2,3%	5,9%	2,6%	4,1%	<b>14,9%</b>
Até R\$ 80,00	2,6%	5,7%	3,1%	1,3%	<b>12,6%</b>
Até R\$ 100,00	8,2%	2,3%	3,6%	5,9%	<b>20,1%</b>
Até R\$ 150,00	3,4%	0,5%	2,8%	11,3%	<b>18,0%</b>
Até R\$ 200,00	4,1%	0,8%	2,6%	8,0%	<b>15,5%</b>
Até R\$ 250,00	0,8%	0,3%	1,3%	4,4%	<b>6,7%</b>
Até 300,00	1,0%	0,5%	1,3%	0,5%	<b>3,4%</b>
Acima de R\$ 300,00	2,6%	0,3%	0,8%	3,1%	<b>6,7%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>25,0%</b>	<b>17,3%</b>	<b>18,8%</b>	<b>38,9%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

### 2014

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2013 QUANTO_GASTAR</b>	Maior	Menor	Mesmo valor	Não sei	<b>TOTAL</b>
Até R\$ 20,00	0,7%	1,2%	0,9%	5,9%	<b>8,8%</b>
Até R\$ 50,00	2,1%	2,6%	5,7%	9,2%	<b>19,7%</b>
Até R\$ 80,00	2,1%	2,4%	3,6%	6,6%	<b>14,7%</b>
Até R\$ 100,00	2,4%	3,1%	3,1%	7,6%	<b>16,1%</b>
Até R\$ 150,00	3,1%	0,2%	4,7%	5,5%	<b>13,5%</b>
Até R\$ 200,00	6,9%	0,2%	1,9%	4,5%	<b>13,5%</b>
Até R\$ 250,00	0,7%	0,0%	0,9%	2,6%	<b>4,3%</b>
Até 300,00	0,7%	0,5%	1,2%	2,4%	<b>4,7%</b>
Acima de R\$ 300,00	1,7%	0,0%	0,2%	2,8%	<b>4,7%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>20,4%</b>	<b>10,2%</b>	<b>22,3%</b>	<b>47,2%</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

#### 4. APÊNDICE.

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

2012

<b>SEXO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Masculino	86	18,0%
Feminino	393	82,0%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>479</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2012

2013

<b>SEXO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Masculino	102	20,7%
Feminino	391	79,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>493</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

2014

<b>SEXO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Masculino	138	28,2%
Feminino	351	71,8%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>489</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

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

2012

<b>FAIXA_ETARIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
de 12 à 18 anos	44	9,2%
de 19 à 25 anos	145	30,3%
de 26 à 35 anos	138	28,8%
de 36 à 45 anos	76	15,9%
de 46 à 55 anos	44	9,2%
Mais de 55 anos	32	6,7%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>479</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2012

2013

<b>FAIXA_ETARIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
de 12 à 18 anos	43	8,7%
de 19 à 25 anos	127	25,8%
de 26 à 35 anos	162	32,9%
de 36 à 45 anos	107	21,7%
de 46 à 55 anos	36	7,3%
Mais de 55 anos	18	3,7%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>493</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

2014

<b>FAIXA_ETARIA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
de 12 à 18 anos	86	17,6%
de 19 à 25 anos	93	19,0%
de 26 à 35 anos	177	36,2%
de 36 à 45 anos	81	16,6%
de 46 à 55 anos	31	6,3%
Mais de 55 anos	21	4,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>489</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2014



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

2012

<b>ESTADO_CIVIL</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Solteiro(a)	196	40,9%
Casado(a)	219	45,7%
Divorciado(a)	35	7,3%
Viúvo(a)	12	2,5%
Outros	17	3,5%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>479</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2012

2013

<b>ESTADO_CIVIL</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Solteiro(a)	208	42,2%
Casado(a)	254	51,5%
Divorciado(a)	14	2,8%
Viúvo(a)	6	1,2%
Outros	11	2,2%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>493</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

2014

<b>ESTADO_CIVIL</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Solteiro(a)	203	41,5%
Casado(a)	207	42,3%
Divorciado(a)	32	6,5%
Viúvo(a)	20	4,1%
Outros	27	5,5%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>489</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

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

2012

<b>ESCOLARIDADE</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sem estudo	19	4,0%
Ensino Fundamental 1º fas.	39	8,1%
Ensino Fundamental 2º fas.	62	12,9%
Ensino Médio	260	54,3%
Graduação (cursando)	48	10,0%
Graduação	40	8,4%
Pós Graduado	11	2,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>479</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2012

2013

<b>ESCOLARIDADE</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sem estudo	0	0,0%
Ensino Fundamental 1º fas.	44	8,9%
Ensino Fundamental 2º fas.	73	14,8%
Ensino Médio	296	60,0%
Graduação (cursando)	53	10,8%
Graduação	24	4,9%
Pós Graduado	3	0,6%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>493</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

2014

<b>ESCOLARIDADE</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sem estudo	4	0,8%
Ensino Fundamental 1º fas.	14	2,9%
Ensino Fundamental 2º fas.	84	17,2%
Ensino Médio	196	40,1%
Graduação (cursando)	94	19,2%
Graduação	65	13,3%
Pós Graduado	32	6,5%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>489</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

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

2012

RENDA_MENSAL_FAMILIA	Qt. cit.	Freq.
Menos de R\$ 622,00 ( 1SM)	73	15,2%
De R\$ 622,00 a R\$ 1.244,00 (2SM)	142	29,6%
De R\$ 1.244,00 a R\$ 1.866,00 (3SM)	96	20,0%
De R\$ 1.866,00 a R\$ 2.488,00 (4SM)	98	20,5%
De R\$ 2.488,00 a R\$ 3.100,00 (5SM)	23	4,8%
De R\$ 3.100,00 a R\$ 3.732,00 (6SM)	5	1,0%
De R\$ 3.732,00 a R\$ 4.354,00 (7SM)	20	4,2%
De R\$ 4.354,00 a R\$ 4.976,00 ( 8SM)	3	0,6%
De R\$ 4.976,00 a R\$ 5.598,00 (9SM)	8	1,7%
Acima de 5.598,00	11	2,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>479</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2012

2013

RENDA_MENSAL_FAMILIA	Qt. cit.	Freq.
Até R\$ 678,00 ( 1SM)	131	26,6%
De R\$ 678,00 a R\$ 1.356,00 (2SM)	104	21,1%
De R\$ 1.357,00 a R\$ 2.034,00 (3SM)	122	24,7%
De R\$ 2.035,00 a R\$ 2.712,00 (4SM)	75	15,2%
De R\$ 2.713,00 a R\$ 3.390,00 (5SM)	41	8,3%
De R\$ 3.391,00 a R\$ 4.068,00 (6SM)	11	2,2%
De R\$ 4.069,00 a R\$ 4.746,00 (7SM)	0	0,0%
De R\$ 4.747,00 a R\$ 5.424,00 ( 8SM)	2	0,4%
De R\$ 5.425,00 a R\$ 6.102,00 (9SM)	0	0,0%
Acima de 6.780,00	7	1,4%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>493</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

2014

RENDA_MENSAL_FAMILIA	Qt. cit.	Freq.
Até R\$ 724,00( 1SM)	67	13,7%
De R\$ 724,00 a R\$ 1.448,00 (2SM)	120	24,5%
De R\$ 1.448,00 a R\$ 2.172,00 (3SM)	140	28,6%
De R\$ 2.172,00 a R\$ 2.896,00 (4SM)	73	14,9%
De R\$ 2.896,00 a R\$ 3.620,00 (5SM)	42	8,6%
De R\$ 3.620,00 a R\$ 4.334,00 (6SM)	17	3,5%
De R\$ 4.334,00 a R\$ 5.068,00 (7SM)	13	2,7%
De R\$ 5.068,00 a R\$ 5.792,00 ( 8SM)	3	0,6%
De R\$ 5.792,00 a R\$ 6.516,00 (9SM)	5	1,0%
Acima de 7.240,00	9	1,8%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>489</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

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

2012

<b>POSSUI_FILHOS</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	289	60,3%
Não	190	39,7%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>479</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

2013

<b>POSSUI_FILHOS</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	272	55,2%
Não	221	44,8%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>493</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

2014

<b>POSSUI_FILHOS</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	269	55,0%
Não	220	45,0%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>489</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

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

**2012**

<b>PRETENDE_PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	408	85,2%
Não	71	14,8%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>479</b>	<b>100%</b>

**Média = 1,15 Desvio-padrão = 0,35**

FONTA: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

**2013**

<b>PRETENDE PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	388	78,7%
Não	105	21,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>493</b>	<b>100%</b>

FONTA: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

**2014**

<b>PRETENDE PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sim	422	86,3%
Não	67	13,7%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>489</b>	<b>100%</b>

FONTA: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

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

2012

<b>QUEM_PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sua mãe	360	66,4%
Suas avós	56	10,3%
Sua sogra	85	15,7%
Sua esposa/companheira	28	5,2%
Tia	7	1,3%
Madrinha	6	1,1%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>542</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

A tabela é constituída sobre 479 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações

2013

<b>QUEM_PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sua mãe	352	66,3%
Suas avós	39	7,3%
Sua sogra	89	16,8%
Sua esposa/companheira	36	6,8%
Tia	10	1,9%
Madrinha	5	0,9%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>531</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

A tabela é construída sobre 493 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

2014

<b>QUEM_PRESENTEAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Sua mãe	329	58,2%
Suas avós	74	13,1%
Sua sogra	73	12,9%
Sua esposa/companheira	33	5,8%
Tia	34	6,0%
Madrinha	22	3,9%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>565</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

A tabela é construída sobre 489 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

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

2012

<b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Bolsas e Complementos	39	7,1%
Brinquedos	4	0,7%
CD's	2	0,4%
Calçados	70	12,7%
Celular	12	2,2%
DVD	4	0,7%
Eletrodomésticos	41	7,4%
Eleto Eletrônicos	7	1,3%
Flores	9	1,6%
Linha Branca	9	1,6%
Informática	3	0,5%
Joiás e Assemelhados	16	2,9%
Lingerie	16	2,9%
Perfumaria	88	15,9%
Toucador	2	0,4%
Vestuário	174	31,5%
Outos	56	10,1%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>552</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

A tabela é constituída sobre 479 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações

2013

<b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Bolsas e Complementos	44	7,7%
Calçados	96	16,9%
Celular	19	3,3%
Eletrodomésticos	20	3,5%
Eleto Eletrônicos	5	0,9%
Flores	12	2,1%
Informática	2	0,4%
Joiás e Assemelhados	20	3,5%
Lingerie	9	1,6%
Perfumaria	129	22,7%
Vestuário	177	31,1%
Outos	36	6,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>569</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

A tabela é construída sobre 493 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

2014

<b>OQUE_PRETENDE_COMPRAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Bolsas e Complementos	38	6,0%
Brinquedos	3	0,5%
CD's	6	0,9%
Calçados	93	14,7%
Celular	43	6,8%
DVD	10	1,6%
Eletrodomésticos	7	1,1%
Eleto Eletrônicos	21	3,3%
Flores	62	9,8%
Linha Branca	6	0,9%
Informática	3	0,5%
Joiás e Assemelhados	30	4,7%
Lingerie	4	0,6%
Perfumaria	120	19,0%
Toucador	1	0,2%
Vestuário	154	24,4%
Outos	31	4,9%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>632</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2014

A tabela é construída sobre 489 observações.  
Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

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

2012

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2011</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Maior	106	26,0%
Menor	55	13,5%
Mesmo valor	89	21,8%
Não sei	158	38,7%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>408</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

2013



<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2012</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Maior	97	25,0%
Menor	67	17,3%
Mesmo valor	73	18,8%
Não sei	151	38,9%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>388</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

2014

<b>COMPARAÇÃO NO VALOR DO PRESENTE C/ 2013</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Maior	86	20,4%
Menor	43	10,2%
Mesmo valor	94	22,3%
Não sei	199	47,2%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>422</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

#### 4.11 FREQÜÊNCIA RELATIVA REFERENTE À QUESTÃO – QUANTO VOCÊ PRETENDE GASTAR?

2012

<b>QUANTO_GASTAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Até R\$ 20,00	30	7,4%
Até R\$ 50,00	93	22,8%
Até R\$ 80,00	48	11,8%
Até R\$ 100,00	74	18,1%
Até R\$ 150,00	51	12,5%
Até R\$ 200,00	52	12,7%
Até R\$ 250,00	26	6,4%
Até 300,00	16	3,9%
Acima de R\$ 300,00	18	4,4%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>408</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2012

2013

<b>QUANTO_GASTAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Até R\$ 20,00	8	2,1%
Até R\$ 50,00	58	14,9%
Até R\$ 80,00	49	12,6%
Até R\$ 100,00	78	20,1%
Até R\$ 150,00	70	18,0%
Até R\$ 200,00	60	15,5%
Até R\$ 250,00	26	6,7%
Até 300,00	13	3,4%
Acima de R\$ 300,00	26	6,7%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>388</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

2014

<b>QUANTO_GASTAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Até R\$ 20,00	37	8,8%
Até R\$ 50,00	83	19,7%
Até R\$ 80,00	62	14,7%
Até R\$ 100,00	68	16,1%
Até R\$ 150,00	57	13,5%
Até R\$ 200,00	57	13,5%
Até R\$ 250,00	18	4,3%
Até 300,00	20	4,7%
Acima de R\$ 300,00	20	4,7%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>422</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

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

**2012**

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Dinheiro	281	68,9%
Cheque à vista	14	3,4%
Cheque pré datado	1	0,2%
Cartão de crédito	84	20,6%
Cartão da loja	8	2,0%
Crediário	11	2,7%
Financiamento	7	1,7%
Outros	2	0,5%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>408</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2012

**2013**

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Dinheiro	258	66,5%
Cheque à vista	11	2,8%
Cheque pré datado	1	0,3%
Cartão de crédito	106	27,3%
Cartão da loja	4	1,0%
Crediário	5	1,3%
Financiamento	2	0,5%
Outros	1	0,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>388</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

**2014**

<b>FORMA_PAGAMENTO</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Dinheiro	334	79,1%
Cheque à vista	6	1,4%
Cheque pré datado	0	0,0%
Cartão de crédito	72	17,1%
Cartão da loja	0	0,0%
Crediário	9	2,1%
Financiamento	0	0,0%
Outros	1	0,2%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>422</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

**4.12 FREQUÊNCIAS RELATIVAS REFERENTE À QUESTÃO – QUAL O SEU LOCAL DE COMPRAS PREFERIDO?**

2012

<b>LOCAL_COMPRA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Loja de Shopping	120	29,4%
Lojas de Rua	202	49,5%
Camelódromos	24	5,9%
Feiras	12	2,9%
Supermercados	10	2,5%
Internet	6	1,5%
Livrarias	3	0,7%
Floricultura	1	0,2%
Amigos que vendem	9	2,2%
Outros locais	21	5,1%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>408</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

2013

<b>LOCAL_COMPRA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Loja de Shopping	88	22,7%
Lojas de Rua	271	69,8%
Camelódromos	9	2,3%
Feiras	2	0,5%
Supermercados	2	0,5%
Internet	1	0,3%
Floricultura	2	0,5%
Amigos que vendem	2	0,5%
Outros locais	11	2,8%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>388</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2013

2014

<b>LOCAL_COMPRA</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Não resposta	67	13,7%
Loja de Shopping	152	31,1%
Lojas de Rua	235	48,1%
Camelódromos	7	1,4%
Feiras	2	0,4%
Supermercados	0	0,0%
Internet	2	0,4%
Livrarias	2	0,4%
Floricultura	4	0,8%
Amigos que vendem	4	0,8%
Outros locais	14	2,9%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>489</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

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

**2012**

<b>NR_FILHOS_MÃES</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Um	80	31,9%
Dois	116	46,2%
Três	34	13,5%
Quatro	15	6,0%
Cinco	6	2,4%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2012

A tabela é constituída sobre 479 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações

**2013**

<b>NR_FILHOS_MÃES</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Um	78	36,1%
Dois	101	46,8%
Três	29	13,4%
Quatro	5	2,3%
Cinco	1	0,5%
Mais de seis	2	0,9%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2013

A tabela é construída sobre 493 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

**2014**

<b>NR_FILHOS_MÃES</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Um	83	41,5%
Dois	75	37,5%
Três	29	14,5%
Quatro	12	6,0%
Cinco	1	0,5%
Mais de seis	0	0,0%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA – 2014

A tabela é construída sobre 489 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações.

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

2012

MAE_RECEBEU_PRESENTES_ULTIMO_DIA	Qt. cit.	Freq.
Sim	190	75,7%
Não	61	24,3%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2012

A tabela é onstituída sobre 479 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações

2012

MAE_RECEBEU_PRESENTES_ULTIMO_DIA	Qt. cit.	Freq.
Sim	140	64,8%
Não	76	35,2%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>

FONTE : CEPEM – CDL-ALFA - 2013

A tabela é onstituída sobre 493 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações

2014

MAE_RECEBEU_PRESENTES_ULTIMO_DIA	Qt. cit.	Freq.
Sim	150	73,9%
Não	53	26,1%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>203</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

A tabela é onstituída sobre 489 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?**

**2012**

<b>O QUE MÃES GOSTARIAM GANHAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Beijos e Abraços	101	26,2%
Bolsas e Complementos	32	8,3%
Brinquedos	3	0,8%
Carinho	30	7,8%
CD's	9	2,3%
Calçados	36	9,3%
Celular	12	3,1%
Eletrodomésticos	19	4,9%
Eleto Eletrônicos	12	3,1%
Flores	11	2,8%
Informática	14	3,6%
Joiás e Assemelhados	27	7,0%
Lingerie	6	1,6%
Perfumaria	16	4,1%
Toucador	2	0,5%
Vestuário	44	11,4%
outos	12	3,1%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>386</b>	<b>100%</b>

FONTES : CEPEN – CDL-ALFA –2012

A tabela é constituída sobre 479 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações

**2013**

<b>O QUE MÃES GOSTARIAM GANHAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Beijos e Abraços	85	23,9%
Bolsas e Complementos	14	3,9%
Carinho	29	8,2%
Calçados	39	11,0%
Celular	8	2,3%
DVD	2	0,6%
Eletrodomésticos	14	3,9%
Eleto Eletrônicos	3	0,8%
Flores	15	4,2%
Informática	9	2,5%
Joiás e Assemelhados	29	8,2%
Lingerie	1	0,3%
Perfumaria	18	5,1%
Vestuário	68	19,2%
outos	21	5,9%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>355</b>	<b>100%</b>

FONTES : CEPEN – CDL-ALFA –2013

A tabela é constituída sobre 493 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao número de citações

2014

<b>O QUE MÃES GOSTARIAM GANHAR</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Freq.</b>
Beijos e Abraços	57	17,2%
Bolsas e Complementos	21	6,3%
Brinquedos	2	0,6%
Carinho	17	5,1%
CD's	2	0,6%
Calçados	46	13,9%
Celular	25	7,6%
DVD	2	0,6%
Eletrodomésticos	6	1,8%
Eleto Eletrônicos	7	2,1%
Flores	13	3,9%
Linha Branca	1	0,3%
Informática	10	3,0%
Joiás e Assemelhados	25	7,6%
Lingerie	4	1,2%
Perfumaria	14	4,2%
Toucador	0	0,0%
Vestuário	70	21,1%
outos	9	2,7%
<b>TOTAL CIT.</b>	<b>331</b>	<b>100%</b>

FONTE: CEPEM – CDL-ALFA - 2014

A tabela é constituída sobre 489 observações.

Os percentuais são calculados em relação ao numero de citações



## ANÁLISE DA PESQUISA

Entre os dias 22 a 25 de abril de 2014, os pesquisadores foram a campo entrevistaram 489 pessoas de ambos os sexos em diversos locais da grande Goiânia, dentre eles se destacam, corredores de grandes circulação e shopping, colhendo informação referente a intenção de compras para o dia das Mães.

A pesquisa apresentou variáveis importantes para o comercio varejista de Goiânia, pautando situações referente a quem presentear, o que presentear, onde comprar, quanto pagar e como pagar.

Como acontecem todos os anos foram entrevistados mais mulheres do que homens. A faixa etária ficou entre 19 a 25 anos com 36,6% de 26 a 35 com 36,2% e de 36 à acima de 55 anos com 27,2%, conservando os números do ano passado 41,5% são solteiros e 42,3% são casados, 6,5% divorciados, 4,1% viúvos e outros com 5,5%. Quanto a escolaridade 40% dos entrevistados tem ensino médio, 17,2% tem ensino fundamental segunda fase, 19,2% estão cursando graduação, 13,3% são graduados e 6,5% são pós graduado, 3,7% estão no ensino fundamental primeira fase ou estão sem estudo. A renda dos entrevistados apresentou a seguinte característica 13,7% com renda até R\$ 724,00, 53,1% entre R\$ 725,00 a R\$ 2.172,00, 23,5% entre R\$ 2.173,00 a R\$ 3.620,00 e 9,65 entre R\$ 3.621,00 a acima de R\$ 7.240,00. Dos entrevistados 55% disse ter filhos 45% disserão não ter filhos, 86,3% dos entrevistados disseram presentear alguém neste dia das mães 2014 um aumento se 7,6% em relação a 2013. Quando perguntados que vão presentear neste dia das Mães 2014 mais de 58% vão presentear as mães, 12,9% as sogras, 13,1% as avós, as esposas com 5,8% e tia e madrinhas com 9,9%.

Quando perguntados o que pretendem presentear, Roupas aprece em primeiro lugar com 24,4% contra 31,1% do ano anterior queda de 6,7%, seguido de perfumaria com 19% contra 22,7% do ano anterior queda de 3,7%, Calçados com 14,7% contra 16,9% do ano anterior queda de 2,2%, Bolsas e complementos com 6% contra 7,7% do ano anterior uma queda de 1,7%, Joias e assemelhados 4,7% contra 3,5% um aumento de 1,2% em relação ao ano anterior, Eletrodomésticos 1,1% contra 3,5% do ano anterior uma queda de 2,4%, celular com 6,8% contra 3,3% um aumento de 3,5% em relação ao ano anterior, Eletro eletrônicos manteve-se entre 3,3% a 3,5% do ano passado, flores apresentou um crescimento 9,8% contra 2,1% um aumento de 7,7% em relação ao ano anterior sendo este o item que mais aumentou na intenção de compras do dia das mães 2014.

Em relação ao valor do presente 47,2% ainda estão indefinidos em relação ao valor do presente, um aumento de 8,3%, já para 22,3% disseram que o valor será o mesmo do ano passado um aumento de 3,5%, para 20,4% disseram ser superior ao presente de 2013 uma queda de 4,6% e 10,2% disseram que o valor do presente será menor que o do ano passado uma queda de 7,1%.

O valor do presente ficara entre R\$ 50,00 a R\$ 200,00 com mais de 77,5% uma queda de 3,5% em relação a 2013. Porém as pessoas que pretende presentear com valores de R\$ 250 a acima de R\$ 300,00 somam 13,7% uma queda de 3,1% em relação a 2013 e 8,8% disseram que irão presentear com valor até R\$ 20,00 um aumento de 6,7%.

A forma de pagamento escolhida este ano, continua sendo Dinheiro com 61,1% uma queda de 5,4% em relação ao ano passado, cartão de crédito com 17,1% uma queda de 10,2%, Cheque à vista aparece com 1,4% com queda de 1,4%, crediário aparece com 6,2% um aumento de 4,9%, cartão de loja aparece com 5,9% um aumento de 4,9% , financiamento aparece com 1,9% aumento de 1,4%, e cheque pré-datado aparece com 5% um aumento de 4,75 e outros aparece com 1,4% um aumento de 1,1% em relação ao ano anterior.

Quanto ao local de compra as lojas de rua serão mais uma vez mais procuradas que os shoppings, mas o percentual entre eles começou a cair, lojas de rua aparece com 55,7% contra 69,8% do ano anterior uma queda de 14,1%, shopping 36% contra 22,7% um aumento de 13,3% em relação ao ano anterior, o percentual perdido pelas lojas de rua foram puchados pelo aumento das pessoas que disseram comprar seus presentes nos Shopping, mesmo assim as lojas de rua ainda serão mais visitadas que os shopping em 19,7% a mais, os camelódromos aparecem 1,7 % uma queda de 0,6% em relação a 2013.

Uma pergunta interessante e feita para aquelas que disseram serem mães, perguntando a elas o que elas gostariam de ganhar, 17,2%% das mães gostariam de ganhar de seus filhos “Beijos e Abraços”, 24,4% dos filhos pretende presentear as mães com vestuários acredito que este ano os filhos possivelmente deverão acertar no presente, pois 21,1% das mães gostariam de ganhar este presente, o mesmo acontece com calçados 14,7% dos filhos disseram que irão presentear suas mães com calçados e 13,9% doas mães disserão que gostariam de ganhar este presente, Celular tembem apresenta esta coincidência 6,8% dos filhos pretendem e 7,6% das mães gostariam de ganhar, estas e outras coincidência aparecem em grande parte dos itens.

A pesquisa mostra que existe uma cautela entre as pessoas em relação a seus gastos, mas o dia das Mães é a segunda melhor data para o varejista, perdendo apenas para o Natal. O cenário que se forma é que, neste dia das mães as pessoas deverão andar mais para comprar o presente para suas entes

queridas (Mães, esposas, Avós, Tias etc.). Com aumento na taxa de juros faz com que os produtos fiquem mais caros, e o que vem acontecendo com os alimentos e possivelmente deverá atingir também bens de consumo duráveis. Seguindo o mesmo critério dos anos anteriores acreditamos que haverá um aumento no volume de vendas, mas o mesmo será inferior ao de 2013, este aumento deverá girar entre 5% a 8%. **Feliz dia das mães 2014.**

Professor Ms. Aurélio Troncoso  
Coordenador do Centro de pesquisas Economicas e Mercadológicas  
CEPEM – CDL/ALFA  
[aurelio.troncoso@alfa.br](mailto:aurelio.troncoso@alfa.br) – 85997019 / 85998252/ 62327250-86