

PESQUISA SOBRE O POTENCIAL DE COMPRA PARA O DIA DAS CRIANÇAS
FORTALEZA (CE) 2016

Elaboração:
Francisco Estevam Martins de Oliveira, Estatístico

Coordenação de Campo:
Roberto Guerra

SUMÁRIO

1. RESULTADOS SINTÉTICOS DA PESQUISA.....	4
Ilustração 1 - Consumidores que irão comprar algum produto para presentear no Dia das Crianças	4
Ilustração 2 – Número de produtos que os consumidores irão comprar para presentear no Dia das Crianças	4
Ilustração 3 - Tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia das Crianças	5
Ilustração 4 - Consumidores que irão comemorar o Dia das Crianças	5
Ilustração 5 - Locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia das Crianças.....	6
Ilustração 6 - Valor que os consumidores pretendem gastar com presentes para o Dia das Crianças	6
Ilustração 7 - Formas de pagamentos que os consumidores pretendem pagar os presentes para o Dia das Crianças	7
Ilustração 8 - Locais em que os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia das Crianças	7
Ilustração 9 - Dia da semana preferido pelos consumidores para realizar compras para o Dia das Crianças	8
Ilustração 10 - Motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas.....	8
2. RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA	8
Ilustração 11 - Porcentagem de consumidores que irão comprar algum produto para presentear no Dia das Crianças, por sexo	8
Ilustração 12 - Porcentagem de consumidores que irão comprar algum produto para presentear no Dia das Crianças, por idade.....	9
Ilustração 13 - Porcentagem de consumidores que irão comprar algum produto para presentear no Dia das Crianças, por escolaridade	9
Ilustração 14 - Porcentagem de consumidores que irão comprar algum produto para presentear no Dia das Crianças, por renda familiar mensal	9
Ilustração 15 - Porcentagem dos tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia das Crianças, por sexo	9
Ilustração 16 - Porcentagem dos tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia das Crianças, por idade	10
Ilustração 17 - Porcentagem dos tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia das Crianças, escolaridade	10
Ilustração 18 - Porcentagem dos tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia das Crianças, renda familiar mensal.....	11
Ilustração 19 - Porcentagem de consumidores que vão comemorar o Dia das Crianças, por sexo	11
Ilustração 20 - Porcentagem de consumidores que vão comemorar o Dia das Crianças, por idade.....	11
Ilustração 21 - Porcentagem de consumidores que vão comemorar o Dia das Crianças, por escolaridade	11
Ilustração 22 - Porcentagem de consumidores que vão comemorar o Dia das Crianças, por renda familiar mensal	12
Ilustração 23 – Distribuição porcentagem dos locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia das Crianças, por sexo	12
Ilustração 24 – Distribuição porcentagem dos locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia das Crianças, por idade.....	12
Ilustração 25 – Distribuição porcentagem dos locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia das Crianças, por escolaridade	12
Ilustração 26 – Distribuição porcentagem dos locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia das Crianças, por renda	12
Ilustração 27 - Porcentagem do valor que os consumidores pretendem gastar com presentes para o Dia das Crianças, por sexo	13

Ilustração 28 - Porcentagem do valor que os consumidores pretendem gastar com presentes para o Dia das Crianças, por idade.....	13
Ilustração 29 - Porcentagem do valor que os consumidores pretendem gastar com presentes para o Dia das Crianças, por escolaridade	13
Ilustração 30 - Porcentagem do valor que os consumidores pretendem gastar com presentes para o Dia das Crianças, por renda familiar mensal	14
Ilustração 31 - Porcentual das formas de pagamentos que os consumidores pretendem pagar os presentes para o Dia das Crianças, por sexo	14
Ilustração 32 - Porcentual das formas de pagamentos que os consumidores pretendem pagar os presentes para o Dia das Crianças, por idade	14
Ilustração 33 - Porcentual das formas de pagamentos que os consumidores pretendem pagar os presentes para o Dia das Crianças, por escolaridade	14
Ilustração 34 - Porcentual das formas de pagamentos que os consumidores pretendem pagar os presentes para o Dia das Crianças, por renda familiar mensal.....	14
Ilustração 35 - Porcentual dos locais em que os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia das Crianças, por sexo	15
Ilustração 36 - Porcentual dos locais em que os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia das Crianças, por idade	15
Ilustração 37 - Porcentual dos locais em que os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia das Crianças, por escolaridade.....	15
Ilustração 38 - Porcentual dos locais em que os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia das Crianças, por renda familiar mensal	16
Ilustração 39 - Porcentual do dia da semana preferido pelos consumidores para realizar compras para o Dia das Crianças, por sexo	16
Ilustração 40 - Porcentual do dia da semana preferido pelos consumidores para realizar compras para o Dia das Crianças, por idade	16
Ilustração 41 - Porcentual do dia da semana preferido pelos consumidores para realizar compras para o Dia das Crianças, por escolaridade.....	17
Ilustração 42 - Porcentual do dia da semana preferido pelos consumidores para realizar compras para o Dia das Crianças, por renda familiar mensal	17
Ilustração 43 - Porcentual dos motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas, por sexo	17
Ilustração 44 - Porcentual dos motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas, por idade.....	17
Ilustração 45 - Porcentual dos motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas, por escolaridade	18
Ilustração 46 - Porcentual dos motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas, por renda familiar mensal .	18

1. RESULTADOS SINTÉTICOS DA PESQUISA

Ilustração 1 - Consumidores que irão comprar algum produto para presentear no Dia das Crianças

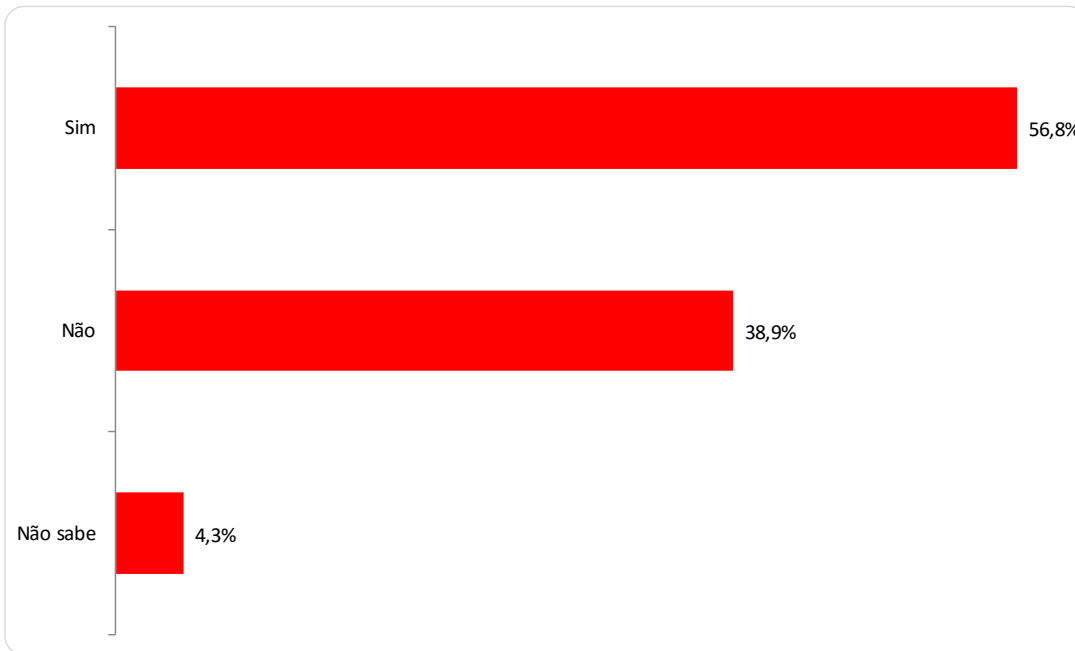


Ilustração 2 – Número de produtos que os consumidores irão comprar para presentear no Dia das Crianças

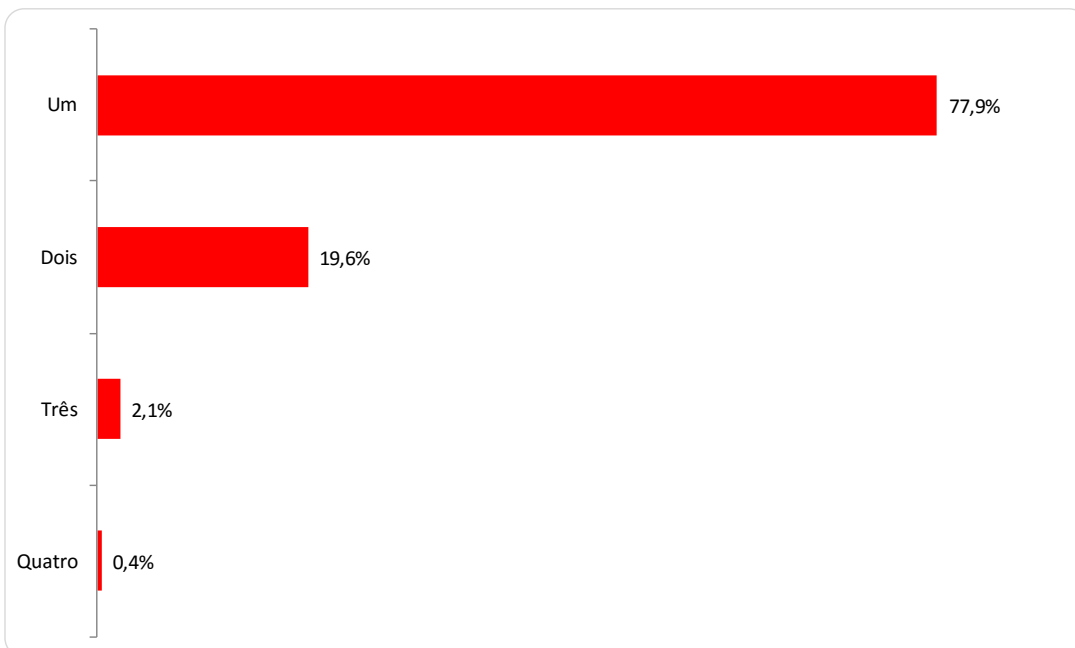


Ilustração 3 - Tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia das Crianças

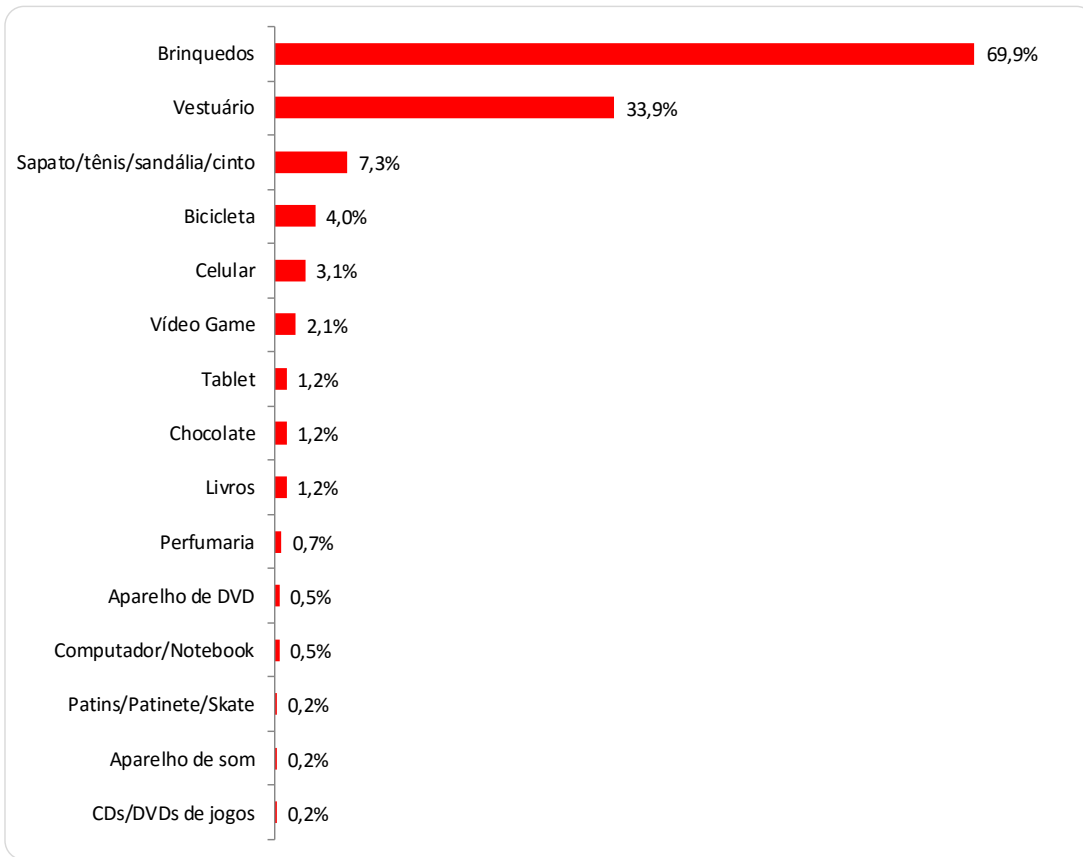


Ilustração 4 - Consumidores que irão comemorar o Dia das Crianças

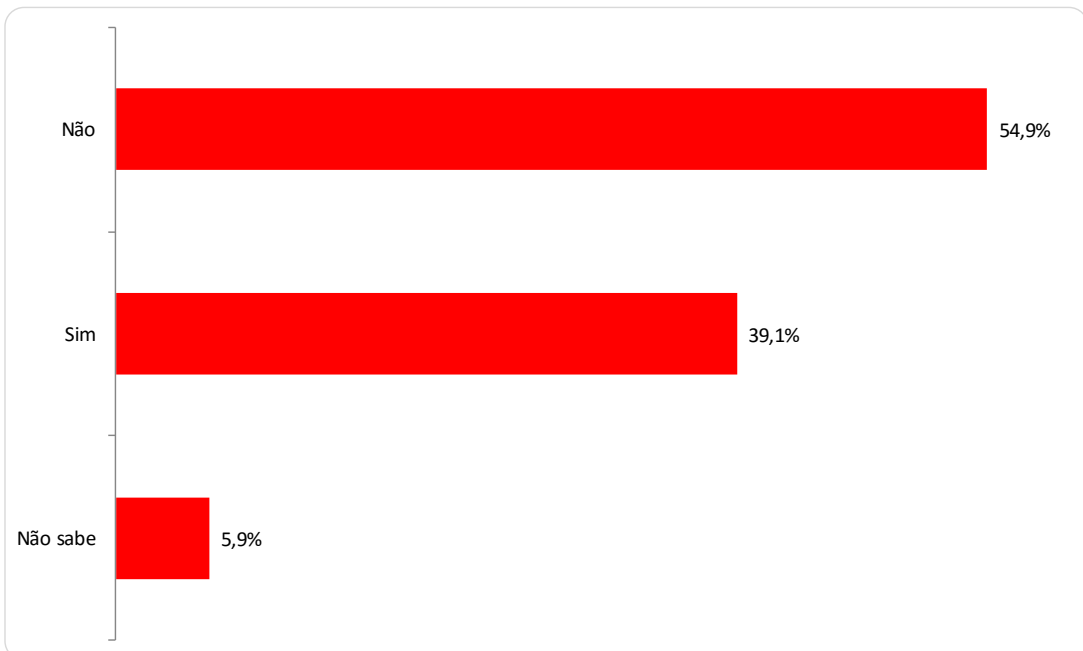


Ilustração 5 - Locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia das Crianças

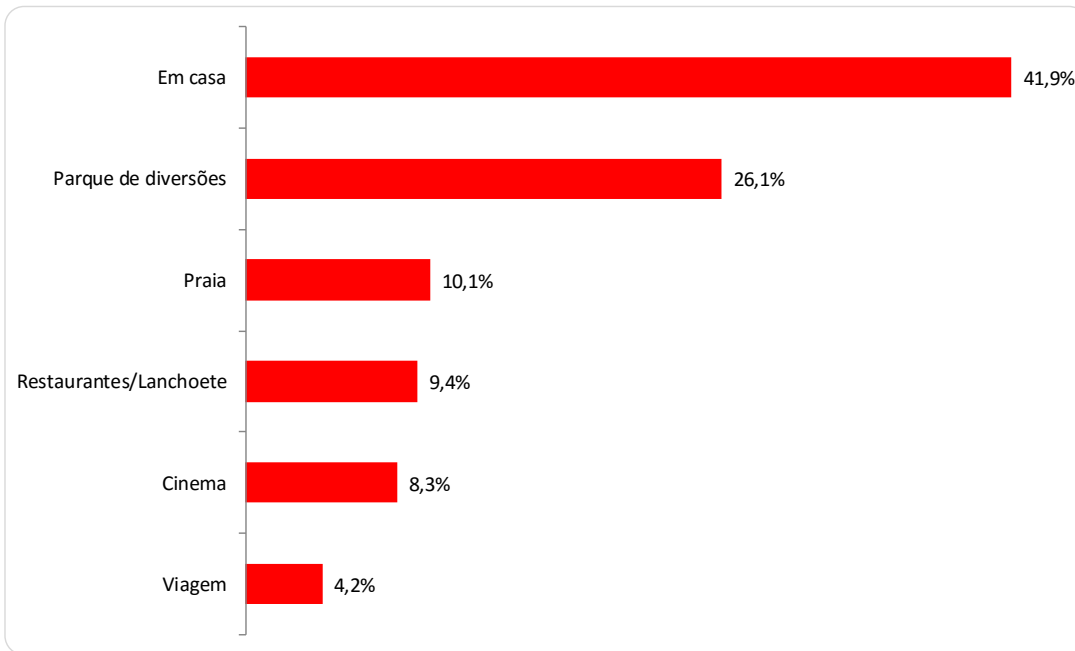


Ilustração 6 - Valor que os consumidores pretendem gastar com presentes para o Dia das Crianças

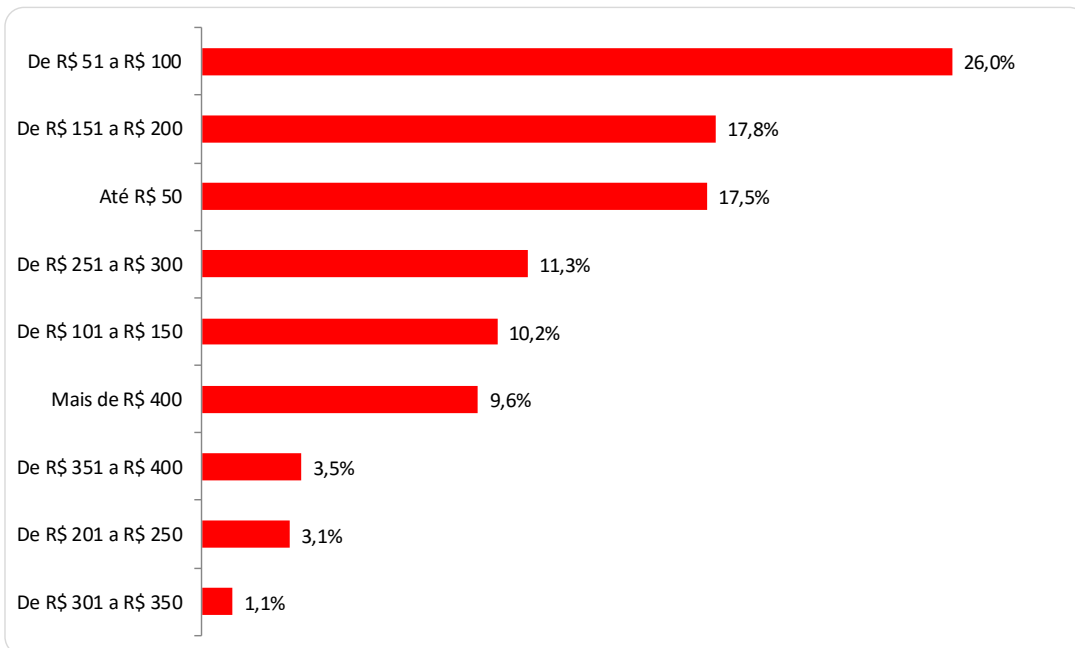


Ilustração 7 - Formas de pagamentos que os consumidores pretendem pagar os presentes para o Dia das Crianças

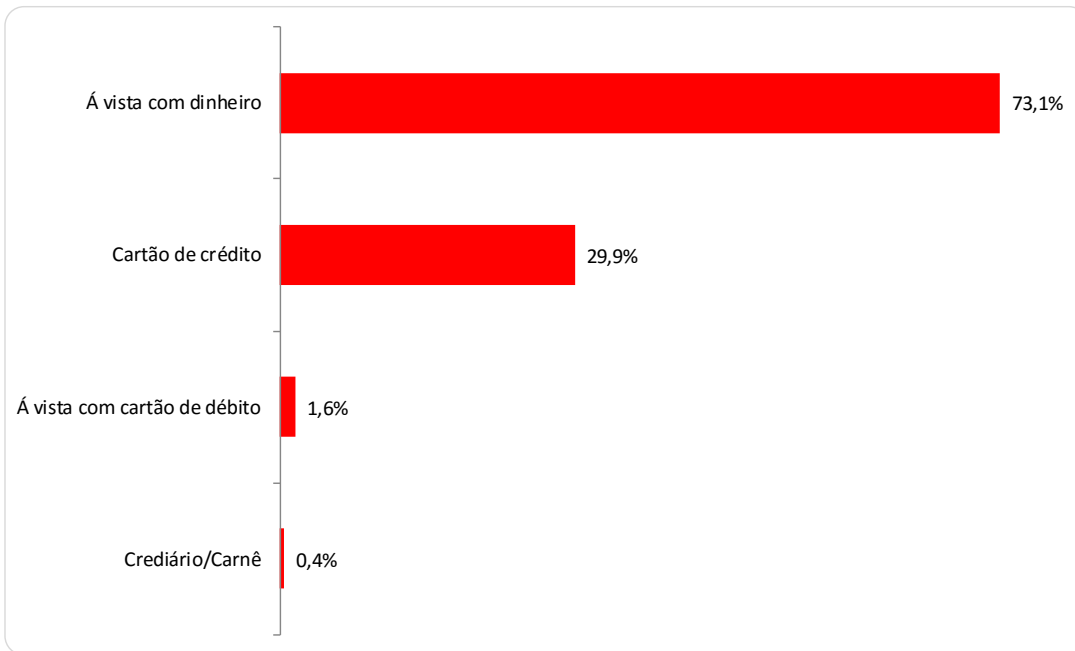


Ilustração 8 - Locais em que os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia das Crianças

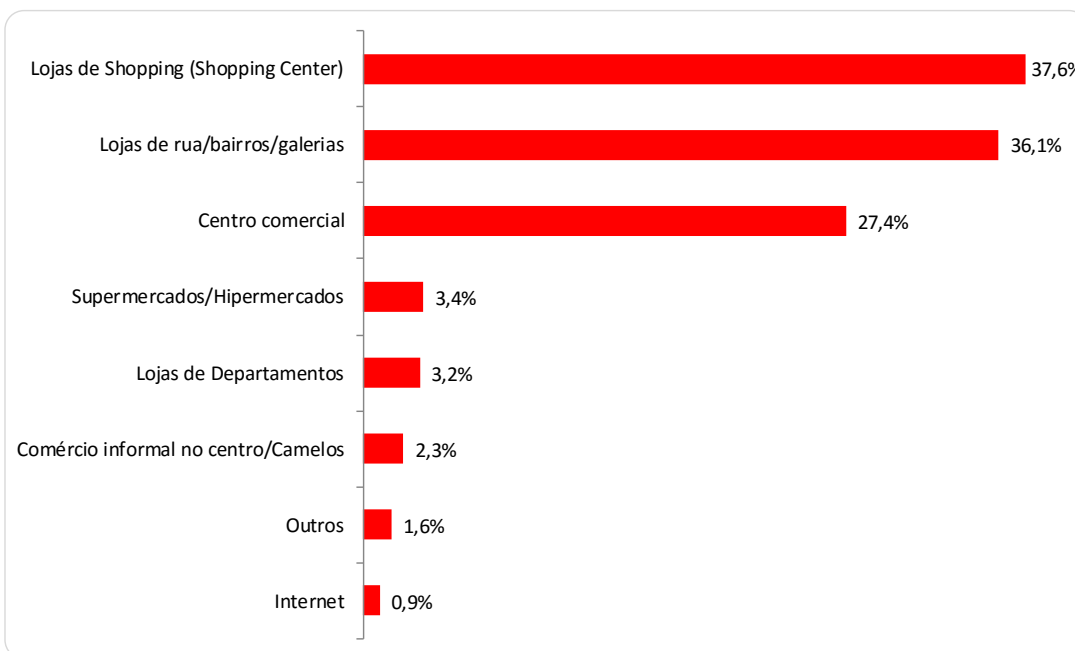


Ilustração 9 - Dia da semana preferido pelos consumidores para realizar compras para o Dia das Crianças

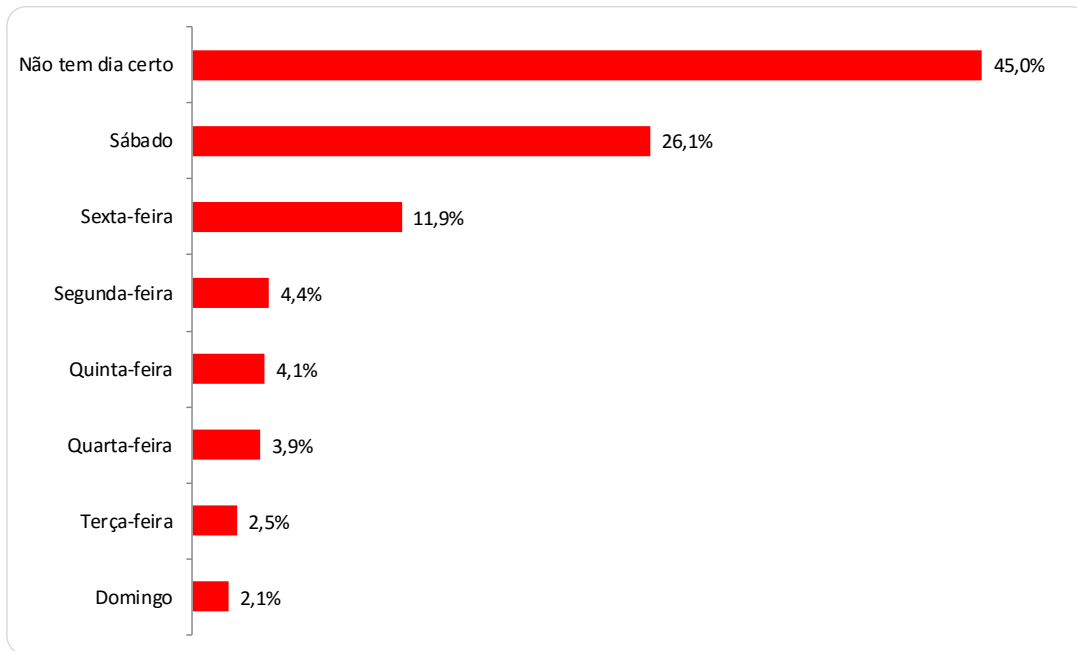
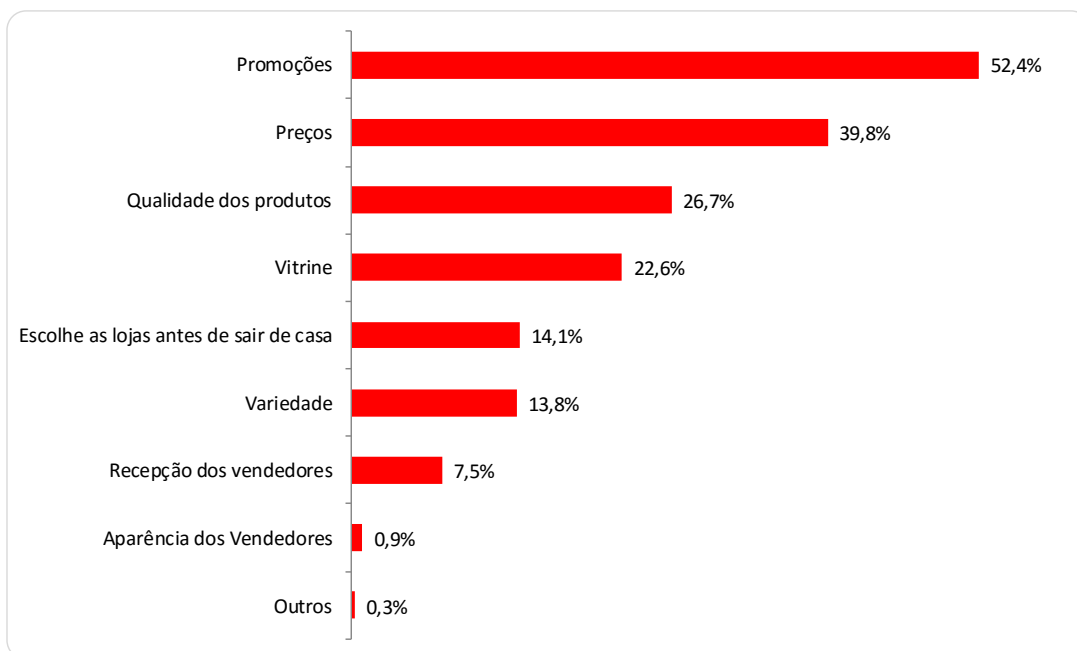


Ilustração 10 - Motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas



2. RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA

Ilustração 11 - Porcentagem de consumidores que irão comprar algum produto para presentear no Dia das Crianças, por sexo

Resposta	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Sim	56,8	56,2	57,3
Não	38,9	40,0	38,0
Não sabe	4,3	3,8	4,7
<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

Ilustração 12 - Porcentagem de consumidores que irão comprar algum produto para presentear no Dia das Crianças, por idade

Resposta	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Sim	56,8	43,8	64,1	57,7
Não	38,9	51,3	31,7	38,2
Não sabe	4,3	4,9	4,2	4,1
<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

Ilustração 13 - Porcentagem de consumidores que irão comprar algum produto para presentear no Dia das Crianças, por escolaridade

Resposta	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Sim	56,8	56,5	55,0	64,7
Não	38,9	37,0	41,1	33,5
Não sabe	4,3	6,5	3,9	1,9
<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

Ilustração 14 - Porcentagem de consumidores que irão comprar algum produto para presentear no Dia das Crianças, por renda familiar mensal

Resposta	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Sim	56,8	54,6	61,8	69,0
Não	38,9	41,4	32,7	28,0
Não sabe	4,3	4,0	5,5	3,0
<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

Ilustração 15 - Porcentagem dos tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia das Crianças, por sexo

Produtos	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Brinquedos	69,9	66,4	72,8
Vestuário	33,9	33,6	34,2
Sapato/tênis/sandália/cinto	7,3	6,8	7,7
Bicicleta	4,0	4,2	3,9
Celular	3,1	5,3	1,3
Vídeo Game	2,1	3,7	0,9
Tablet	1,2	0,5	1,8
Chocolate	1,2	0,5	1,7
Livros	1,2	1,0	1,3
Perfumaria	0,7	0,0	1,3
Aparelho de DVD	0,5	0,5	0,4
Computador/Notebook	0,5	1,1	0,0
Patins/Patinete/Skate	0,2	0,0	0,4
CDs/DVDs de jogos	0,2	0,5	0,0
Aparelho de som	0,2	0,5	0,0
Outros	0,0	0,0	0,0
Televisão	0,0	0,0	0,0
Relógio	0,0	0,0	0,0
MP3/MP4/Pen drive	0,0	0,0	0,0
CDs/DVDs de música	0,0	0,0	0,0
Câmera digital	0,0	0,0	0,0

Ilustração 16 - Porcentagem dos tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia das Crianças, por idade

Produtos	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Brinquedos	69,9	68,7	71,5	71,3
Vestuário	33,9	34,7	33,4	31,9
Sapato/tênis/sandália/cinto	7,3	7,2	6,5	9,6
Bicicleta	4,0	4,2	4,9	1,6
Celular	3,1	5,1	0,8	0,0
Vídeo Game	2,1	2,5	2,4	0,0
Tablet	1,2	0,8	2,5	0,0
Chocolate	1,2	1,3	1,6	0,0
Livros	1,2	0,4	1,6	3,2
Perfumaria	0,7	0,4	1,6	0,0
Aparelho de DVD	0,5	0,8	0,0	0,0
Computador/Notebook	0,5	0,8	0,0	0,0
Patins/Patinete/Skate	0,2	0,4	0,0	0,0
CDs/DVDs de jogos	0,2	0,4	0,0	0,0
Aparelho de som	0,2	0,4	0,0	0,0
Outros	0,0	0,0	0,0	0,0
Televisão	0,0	0,0	0,0	0,0
Relógio	0,0	0,0	0,0	0,0
MP3/MP4/Pen drive	0,0	0,0	0,0	0,0
CDs/DVDs de música	0,0	0,0	0,0	0,0
Câmera digital	0,0	0,0	0,0	0,0

Ilustração 17 - Porcentagem dos tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia das Crianças, escolaridade

Produtos	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Brinquedos	69,9	69,8	71,4	68,0
Vestuário	33,9	32,0	37,6	34,8
Sapato/tênis/sandália/cinto	7,3	9,1	4,5	5,8
Bicicleta	4,0	3,8	3,6	5,8
Celular	3,1	3,3	0,9	5,8
Vídeo Game	2,1	2,5	0,9	2,9
Tablet	1,2	1,3	1,8	0,0
Chocolate	1,2	0,8	1,8	1,5
Livros	1,2	1,6	0,0	1,5
Perfumaria	0,7	1,3	0,0	0,0
Aparelho de DVD	0,5	0,4	0,9	0,0
Computador/Notebook	0,5	0,4	0,0	1,4
Patins/Patinete/Skate	0,2	0,0	0,0	1,4
CDs/DVDs de jogos	0,2	0,0	0,9	0,0
Aparelho de som	0,2	0,0	0,9	0,0
Outros	0,0	0,0	0,0	0,0
Televisão	0,0	0,0	0,0	0,0
Relógio	0,0	0,0	0,0	0,0
MP3/MP4/Pen drive	0,0	0,0	0,0	0,0
CDs/DVDs de música	0,0	0,0	0,0	0,0
Câmera digital	0,0	0,0	0,0	0,0

Ilustração 18 - Porcentagem dos tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia das Crianças, renda familiar mensal

Produtos	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Brinquedos	69,9	68,7	70,9	82,0
Vestuário	33,9	34,6	32,2	32,0
Sapato/tênis/sandália/cinto	7,3	7,3	5,0	18,1
Bicicleta	4,0	3,7	4,0	9,1
Celular	3,1	2,3	5,0	4,5
Vídeo Game	2,1	1,3	5,0	0,0
Tablet	1,2	1,0	2,0	0,0
Chocolate	1,2	1,3	1,0	0,0
Livros	1,2	1,3	1,0	0,0
Perfumaria	0,7	1,0	0,0	0,0
Aparelho de DVD	0,5	0,3	1,0	0,0
Computador/Notebook	0,5	0,3	1,0	0,0
Patins/Patinete/Skate	0,2	0,0	0,0	4,6
CDs/DVDs de jogos	0,2	0,3	0,0	0,0
Aparelho de som	0,2	0,3	0,0	0,0
Outros	0,0	0,0	0,0	0,0
Televisão	0,0	0,0	0,0	0,0
Relógio	0,0	0,0	0,0	0,0
MP3/MP4/Pen drive	0,0	0,0	0,0	0,0
CDs/DVDs de música	0,0	0,0	0,0	0,0
Câmera digital	0,0	0,0	0,0	0,0

Ilustração 19 - Porcentagem de consumidores que vão comemorar o Dia das Crianças, por sexo

Resposta	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Sim	39,1	39,8	38,6
Não	54,9	54,6	55,2
Não sabe	5,9	5,6	6,2
Total	100,0	100,0	100,0

Ilustração 20 - Porcentagem de consumidores que vão comemorar o Dia das Crianças, por idade

Resposta	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Sim	39,1	27,1	46,4	39,7
Não	54,9	68,7	48,4	53,4
Não sabe	5,9	4,2	5,2	6,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Ilustração 21 - Porcentagem de consumidores que vão comemorar o Dia das Crianças, por escolaridade

Resposta	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Sim	39,1	36,7	39,3	43,1
Não	54,9	57,7	55,3	48,5
Não sabe	5,9	5,6	5,5	8,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Ilustração 22 - Porcentagem de consumidores que vão comemorar o Dia das Crianças, por renda familiar mensal

Resposta	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Sim	39,1	36,8	42,6	62,6
Não	54,9	58,2	47,5	37,4
Não sabe	5,9	5,1	9,9	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Ilustração 23 – Distribuição porcentagem dos locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia das Crianças, por sexo

Local	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Em casa	41,9	44,3	39,9
Restaurantes/Lanchoete	9,4	13,6	5,9
Cinema	8,3	6,7	9,7
Praia	10,1	11,4	9,1
Viagem	4,2	3,8	4,5
Parque de diversões	26,1	20,3	31,0

Ilustração 24 – Distribuição porcentagem dos locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia das Crianças, por idade

Local	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Em casa	41,9	47,3	32,9	45,7
Restaurantes/Lanchoete	9,4	2,6	11,3	9,9
Cinema	8,3	18,4	10,3	4,9
Praia	10,1	0,0	11,3	11,7
Viagem	4,2	0,0	3,4	5,6
Parque de diversões	26,1	31,6	30,8	22,2

Ilustração 25 – Distribuição porcentagem dos locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia das Crianças, por escolaridade

Local	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Em casa	41,9	45,8	42,2	34,8
Restaurantes/Lanchoete	9,4	5,6	8,3	19,6
Cinema	8,3	5,5	9,4	8,7
Praia	10,1	7,0	11,3	10,8
Viagem	4,2	2,8	4,1	6,6
Parque de diversões	26,1	33,4	24,8	19,5

Ilustração 26 – Distribuição porcentagem dos locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia das Crianças, por renda

Local	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Em casa	41,9	40,4	50,7	26,2
Restaurantes/Lanchoete	9,4	7,0	14,5	15,7
Cinema	8,3	8,5	8,6	5,3
Praia	10,1	9,0	8,7	26,4
Viagem	4,2	4,5	2,9	5,3
Parque de diversões	26,1	30,5	14,5	21,1

Ilustração 27 - Porcentagem do valor que os consumidores pretendem gastar com presentes para o Dia das Crianças, por sexo

Valor em R\$	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Até R\$ 50	17,5	13,0	21,1
De R\$ 51 a R\$ 100	23,7	23,7	23,7
De R\$ 101 a R\$ 150	10,2	11,7	9,1
De R\$ 151 a R\$ 200	18,2	10,5	26,6
De R\$ 201 a R\$ 250	3,1	2,0	3,9
De R\$ 251 a R\$ 300	11,3	13,1	9,8
De R\$ 301 a R\$ 350	1,1	1,4	0,8
De R\$ 351 a R\$ 400	3,5	3,9	3,1
Mais de R\$ 400	9,6	12,7	7,1
<i>Valor médio da compra em R\$</i>	181	169	196
<i>Valor médio por presente em R\$</i>	93	86	100

Ilustração 28 - Porcentagem do valor que os consumidores pretendem gastar com presentes para o Dia das Crianças, por idade

Valor em R\$	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Até R\$ 50	17,5	31,9	16,1	14,5
De R\$ 51 a R\$ 100	23,7	20,5	23,6	24,8
De R\$ 101 a R\$ 150	10,2	4,4	12,4	10,6
De R\$ 151 a R\$ 200	18,2	24,4	20,1	15,1
De R\$ 201 a R\$ 250	3,1	1,5	2,9	3,5
De R\$ 251 a R\$ 300	11,3	7,2	11,7	12,2
De R\$ 301 a R\$ 350	1,1	1,4	0,7	1,2
De R\$ 351 a R\$ 400	3,5	2,9	2,9	3,9
Mais de R\$ 400	9,6	2,9	10,9	10,6
<i>Valor médio da compra em R\$</i>	181	141	187	188
<i>Valor médio por presente em R\$</i>	93	81	95	93

Ilustração 29 - Porcentagem do valor que os consumidores pretendem gastar com presentes para o Dia das Crianças, por escolaridade

Valor em R\$	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Até R\$ 50	17,5	22,9	17,3	9,5
De R\$ 51 a R\$ 100	23,7	48,9	22,2	23,1
De R\$ 101 a R\$ 150	10,2	11,5	9,5	10,9
De R\$ 151 a R\$ 200	18,2	19,4	20,4	15,9
De R\$ 201 a R\$ 250	3,1	4,1	2,3	4,0
De R\$ 251 a R\$ 300	11,3	11,5	9,8	16,2
De R\$ 301 a R\$ 350	1,1	1,6	0,4	2,7
De R\$ 351 a R\$ 400	3,5	0,0	4,5	5,4
Mais de R\$ 400	9,6	5,0	9,5	17,5
<i>Valor médio da compra em R\$</i>	181	159	187	199
<i>Valor médio por presente em R\$</i>	93	84	95	99

Ilustração 30 - Porcentagem do valor que os consumidores pretendem gastar com presentes para o Dia das Crianças, por renda familiar mensal

Valor em R\$	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Até R\$ 50	17,5	20,6	11,0	4,0
De R\$ 51 a R\$ 100	23,7	19,8	25,1	26,6
De R\$ 101 a R\$ 150	10,2	10,1	12,1	4,2
De R\$ 151 a R\$ 200	18,2	23,3	16,6	1,8
De R\$ 201 a R\$ 250	3,1	3,0	0,9	12,6
De R\$ 251 a R\$ 300	11,3	7,3	22,2	16,7
De R\$ 301 a R\$ 350	1,1	0,9	0,0	8,3
De R\$ 351 a R\$ 400	3,5	3,3	3,7	4,2
Mais de R\$ 400	9,6	7,3	14,8	16,7
<i>Valor médio da compra em R\$</i>	181	171	203	232
<i>Valor médio por presente em R\$</i>	93	87	104	116

Ilustração 31 - Percentual das formas de pagamentos que os consumidores pretendem pagar os presentes para o Dia das Crianças, por sexo

Formas	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Cartão de crédito	29,9	27,9	31,6
Crediário/Carnê	0,4	1,0	0,0
À vista com cartão de débito	1,6	1,5	1,6
À vista com dinheiro	73,1	76,0	70,8

Ilustração 32 - Percentual das formas de pagamentos que os consumidores pretendem pagar os presentes para o Dia das Crianças, por idade

Formas	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Cartão de crédito	29,9	19,4	22,3	36,8
Crediário/Carnê	0,4	0,0	0,0	0,8
À vista com cartão de débito	1,6	0,0	2,2	1,6
À vista com dinheiro	73,1	82,0	79,2	67,6

Ilustração 33 - Percentual das formas de pagamentos que os consumidores pretendem pagar os presentes para o Dia das Crianças, por escolaridade

Formas	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Cartão de crédito	29,9	23,4	31,4	35,5
Crediário/Carnê	0,4	0,0	0,8	0,0
À vista com cartão de débito	1,6	0,8	1,6	2,7
À vista com dinheiro	73,1	77,5	72,0	70,0

Ilustração 34 - Percentual das formas de pagamentos que os consumidores pretendem pagar os presentes para o Dia das Crianças, por renda familiar mensal

Formas	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Cartão de crédito	29,9	27,6	34,3	41,7
Crediário/Carnê	0,4	0,6	0,0	0,0
À vista com cartão de débito	1,6	0,9	2,8	4,2
À vista com dinheiro	73,1	74,6	67,5	79,4

Ilustração 35 - Porcentual dos locais em que os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia das Crianças, por sexo

Local	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Lojas de rua/bairros/galerias	36,1	30,8	40,4
Lojas de Shopping (Shopping Center)	37,6	38,8	36,7
Comércio informal no centro/Camelos	2,3	1,5	2,9
Catálogo	0,0	0,0	0,0
Centro comercial	27,4	28,3	26,6
Supermercados/Hipermercados	3,4	4,0	2,9
Lojas de Departamentos	3,2	3,0	3,3
Internet	0,9	1,0	0,9
Outros	1,6	2,0	1,3

Ilustração 36 - Porcentual dos locais em que os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia das Crianças, por idade

Local	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Lojas de rua/bairros/galerias	36,1	35,4	31,3	38,8
Lojas de Shopping (Shopping Center)	37,6	39,9	43,5	33,9
Comércio informal no centro/Camelos	2,3	1,6	3,8	1,6
Catálogo	0,0	0,0	0,0	0,0
Centro comercial	27,4	29,2	19,8	31,0
Supermercados/Hipermercados	3,4	1,5	3,1	4,1
Lojas de Departamentos	3,2	1,6	3,0	3,7
Internet	0,9	0,0	2,3	0,4
Outros	1,6	0,0	3,0	1,2

Ilustração 37 - Porcentual dos locais em que os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia das Crianças, por escolaridade

Local	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Lojas de rua/bairros/galerias	36,1	36,1	37,4	30,9
Lojas de Shopping (Shopping Center)	37,6	28,6	35,8	60,2
Comércio informal no centro/Camelos	2,3	5,1	1,6	0,0
Catálogo	0,0	0,0	0,0	0,0
Centro comercial	27,4	31,0	27,5	20,7
Supermercados/Hipermercados	3,4	6,7	2,8	0,0
Lojas de Departamentos	3,2	2,5	2,8	5,9
Internet	0,9	0,0	1,2	1,5
Outros	1,6	2,5	1,2	1,5

Ilustração 38 - Porcentual dos locais em que os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia das Crianças, por renda familiar mensal

Local	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Lojas de rua/bairros/galerias	36,1	36,6	33,3	41,0
Lojas de Shopping (Shopping Center)	37,6	31,2	50,0	72,7
Comércio informal no centro/Camelos	2,3	2,9	1,0	0,0
Catálogo	0,0	0,0	0,0	0,0
Centro comercial	27,4	28,9	25,5	13,7
Supermercados/Hipermercados	3,4	4,4	1,0	0,0
Lojas de Departamentos	3,2	2,5	3,9	9,1
Internet	0,9	0,6	2,0	0,0
Outros	1,6	2,2	0,0	0,0

Ilustração 39 - Porcentual do dia da semana preferido pelos consumidores para realizar compras para o Dia das Crianças, por sexo

Dias da Semana	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Segunda-feira	4,4	2,5	5,8
Terça-feira	2,5	0,0	4,6
Quarta-feira	3,9	4,6	3,3
Quinta-feira	4,1	4,1	4,2
Sexta-feira	11,9	11,2	12,5
Sábado	26,1	28,5	24,2
Domingo	2,1	2,6	1,6
Não tem dia certo	45,0	46,5	43,8
<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

Ilustração 40 - Porcentual do dia da semana preferido pelos consumidores para realizar compras para o Dia das Crianças, por idade

Dias da Semana	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Segunda-feira	4,4	4,6	7,1	2,9
Terça-feira	2,5	3,1	3,2	2,1
Quarta-feira	3,9	4,6	3,1	4,1
Quinta-feira	4,1	3,1	3,9	4,5
Sexta-feira	11,9	12,3	11,0	12,3
Sábado	26,1	29,1	25,1	25,8
Domingo	2,1	3,1	1,6	2,0
Não tem dia certo	45,0	40,0	44,9	46,3
<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

Ilustração 41 - Porcentual do dia da semana preferido pelos consumidores para realizar compras para o Dia das Crianças, por escolaridade

Dias da Semana	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Segunda-feira	4,4	0,8	5,6	5,9
Terça-feira	2,5	4,2	1,6	3,0
Quarta-feira	3,9	5,0	4,0	1,5
Quinta-feira	4,1	2,6	2,8	11,8
Sexta-feira	11,9	11,9	11,6	13,2
Sábado	26,1	28,9	24,7	26,4
Domingo	2,1	3,4	1,6	1,5
Não tem dia certo	45,0	43,2	48,1	36,7
<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>0,0</i>

Ilustração 42 - Porcentual do dia da semana preferido pelos consumidores para realizar compras para o Dia das Crianças, por renda familiar mensal

Dias da Semana	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Segunda-feira	4,4	3,2	6,0	13,7
Terça-feira	2,5	3,2	1,0	0,0
Quarta-feira	3,9	4,8	1,9	0,0
Quinta-feira	4,1	4,5	0,0	18,2
Sexta-feira	11,9	12,1	12,9	4,7
Sábado	26,1	26,8	24,7	22,5
Domingo	2,1	2,5	1,0	0,0
Não tem dia certo	45,0	42,9	52,5	41,0
<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

Ilustração 43 - Porcentual dos motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas, por sexo

Motivos	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Vitrine	22,6	17,9	26,5
Promoções	52,4	48,1	55,9
Preços	39,8	41,5	38,3
Variedade	13,8	12,4	15,0
Recepção dos vendedores	7,5	8,0	7,2
Qualidade dos produtos	26,7	29,9	24,1
Aparência dos Vendedores	0,9	1,5	0,5
Escolhe as lojas antes de sair de casa	14,1	16,5	12,1
Outros	0,3	0,3	0,2

Ilustração 44 - Porcentual dos motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas, por idade

Motivos	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Vitrine	22,6	32,0	27,8	17,0
Promoções	52,4	43,8	52,9	55,0
Preços	39,8	42,4	38,1	39,7
Variedade	13,8	15,3	15,7	12,4
Recepção dos vendedores	7,5	4,9	12,0	6,3
Qualidade dos produtos	26,7	30,4	21,9	27,7
Aparência dos Vendedores	0,9	1,4	0,5	1,0
Escolhe as lojas antes de sair de casa	14,1	11,7	11,5	16,1
Outros	0,3	0,0	0,0	0,5

Ilustração 45 - Porcentual dos motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas, por escolaridade

Motivos	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Vitrine	22,6	15,4	24,5	28,3
Promoções	52,4	61,2	52,4	35,9
Preços	39,8	38,0	42,4	32,0
Variedade	13,8	8,0	15,5	17,9
Recepção dos vendedores	7,5	5,6	8,4	7,6
Qualidade dos produtos	26,7	23,4	28,8	24,5
Aparência dos Vendedores	0,9	0,0	1,1	1,9
Escolhe as lojas antes de sair de casa	14,1	10,5	12,9	25,5
Outros	0,3	0,5	0,2	0,0

Ilustração 46 - Porcentual dos motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas, por renda familiar mensal

Motivos	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Vitrine	22,6	22,4	22,3	28,0
Promoções	52,4	54,4	51,0	25,1
Preços	39,8	40,6	37,2	37,7
Variedade	13,8	12,1	19,2	15,6
Recepção dos vendedores	7,5	6,4	9,4	18,8
Qualidade dos produtos	26,7	24,7	32,9	31,1
Aparência dos Vendedores	0,9	0,5	2,4	0,0
Escolhe as lojas antes de sair de casa	14,1	10,9	22,3	28,3
Outros	0,3	0,2	0,6	0,0