



PESQUISA SOBRE O POTENCIAL DE COMPRA PARA O DIA DOS PAIS
FORTALEZA (CE) 2019

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

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

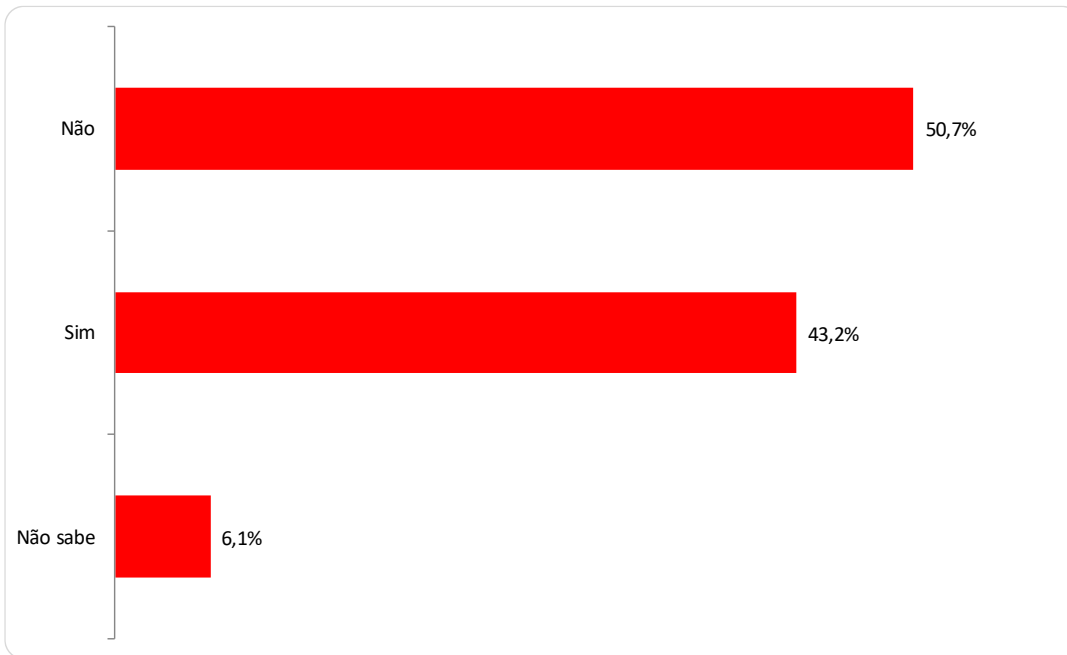


Ilustração 2 – Número de produtos que os consumidores irão comprar para presentear no Dia dos Pais

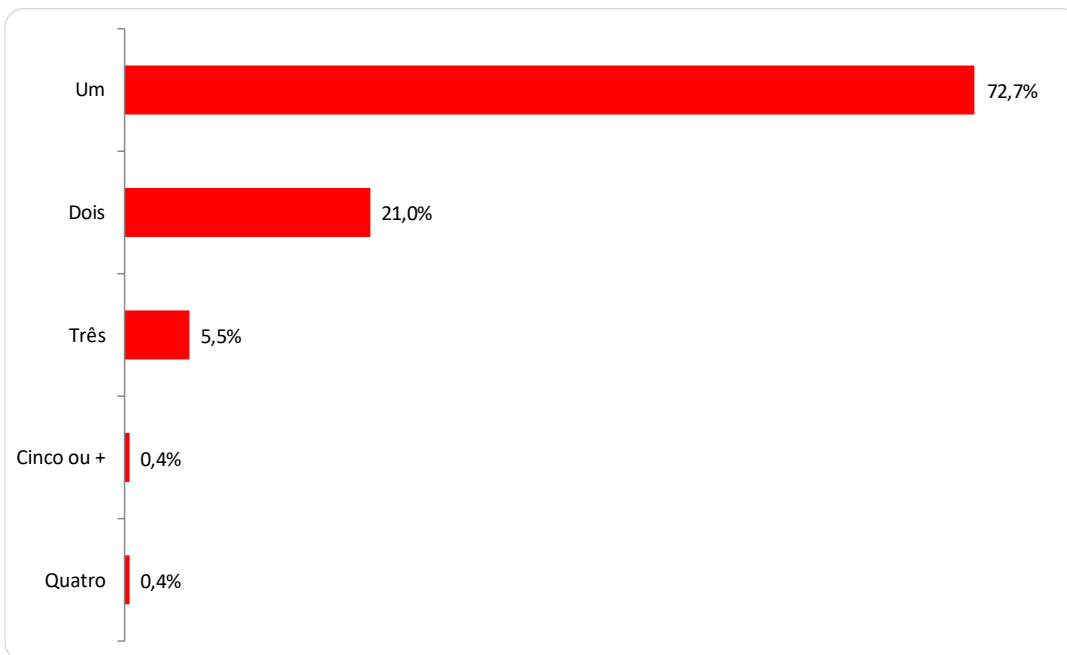


Ilustração 3 - Tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia dos Pais

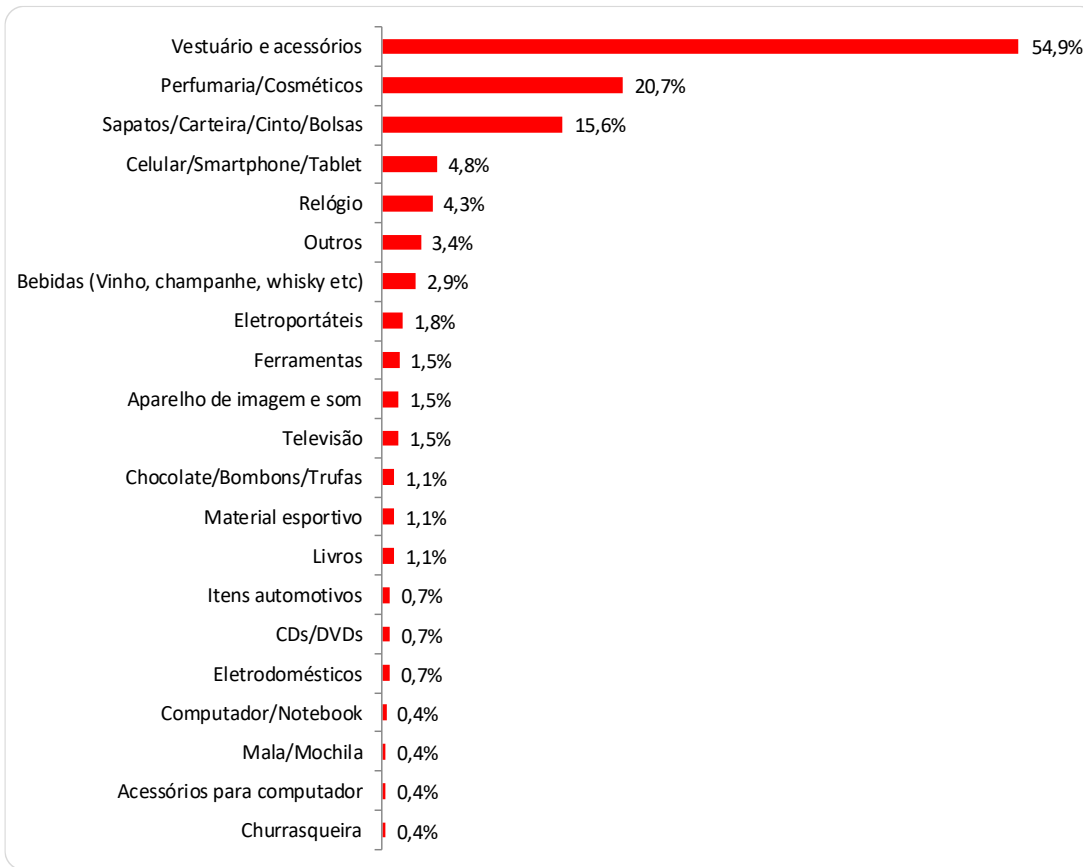


Ilustração 4 - Consumidores que irão comemorar o Dia dos Pais



Ilustração 5 - Locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia dos Pais

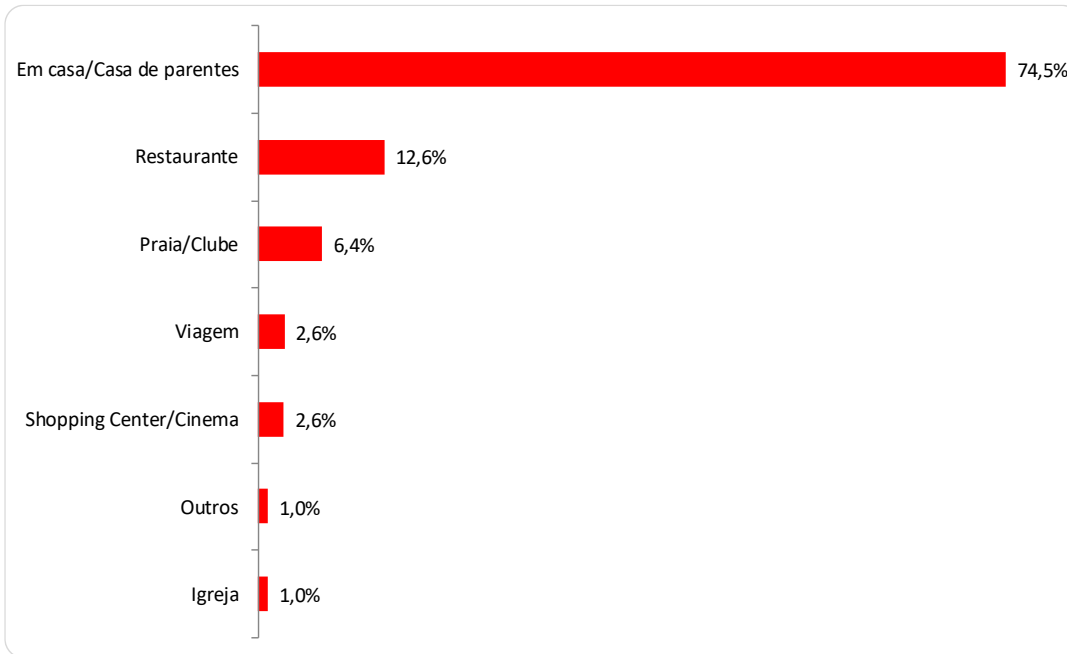


Ilustração 6 - Valor que os consumidores pretendem gastar com presentes para o Dia dos Pais

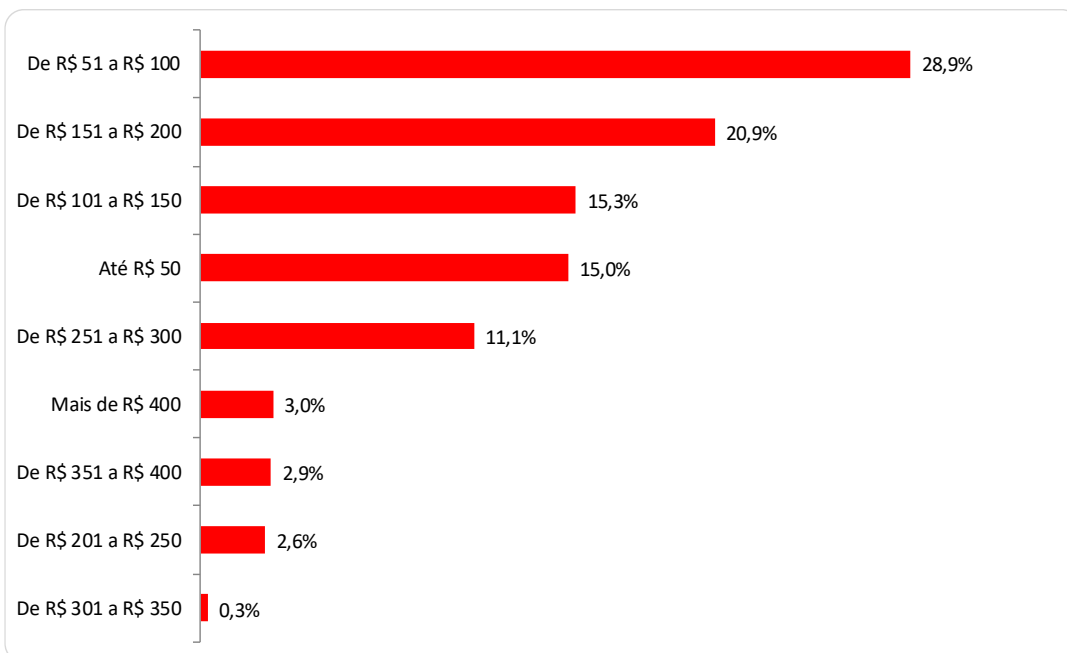


Ilustração 7 - Formas de pagamentos que os consumidores pretendem pagar os presentes para o Dia dos Pais

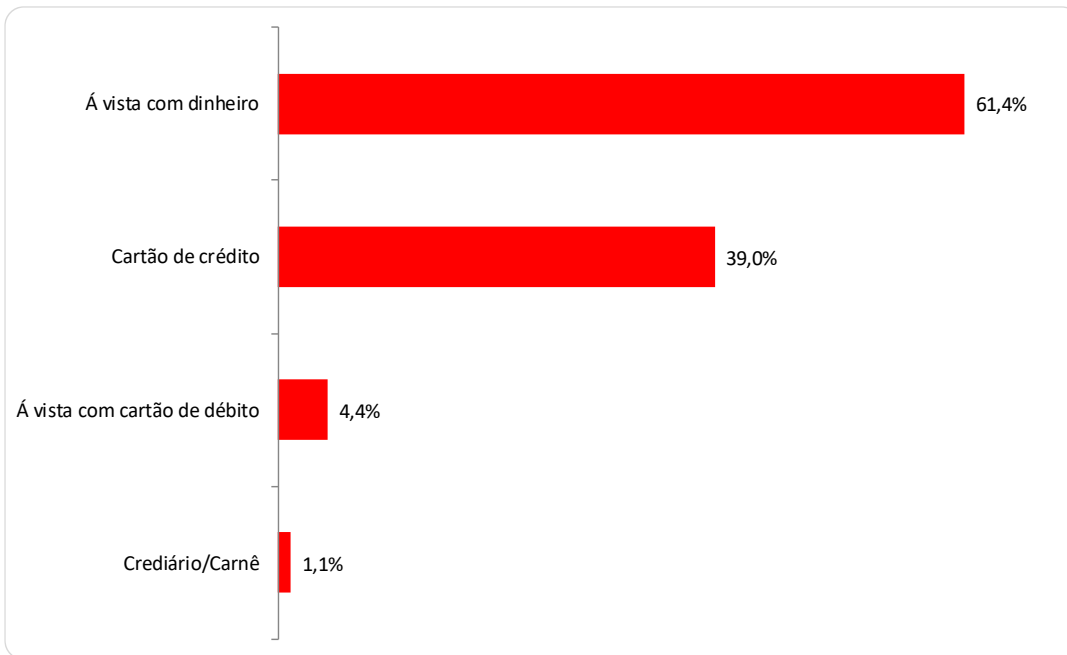


Ilustração 8 - Locais em que os consumidores pretendem realizar suas compras para o Dia dos Pais

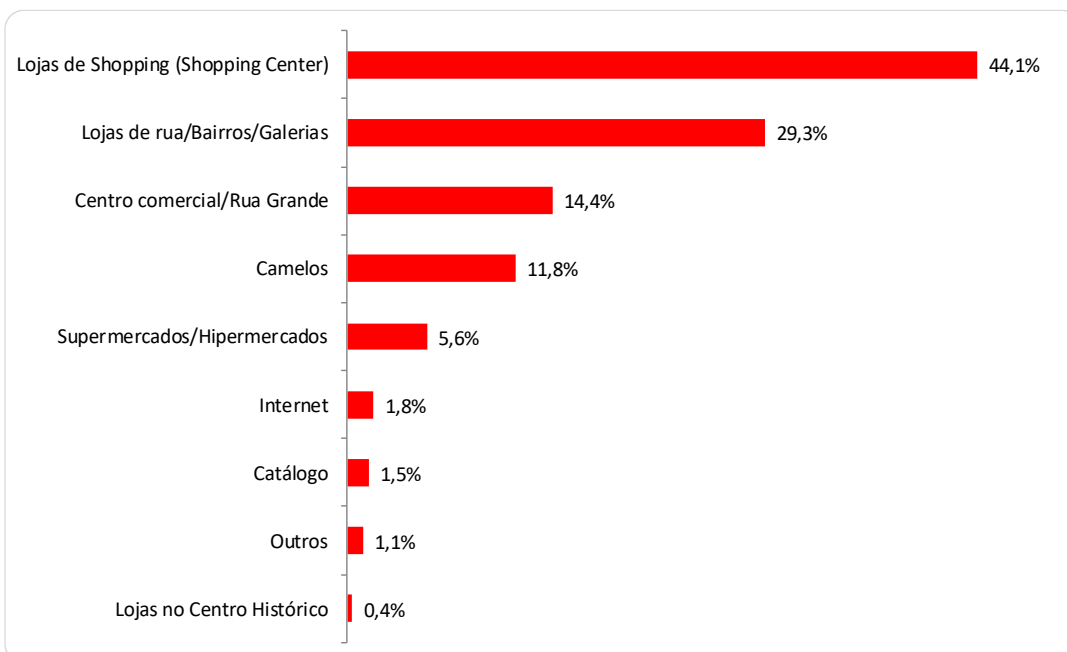


Ilustração 9 - Dia da semana preferido pelos consumidores para realizar compras para o Dia dos Pais

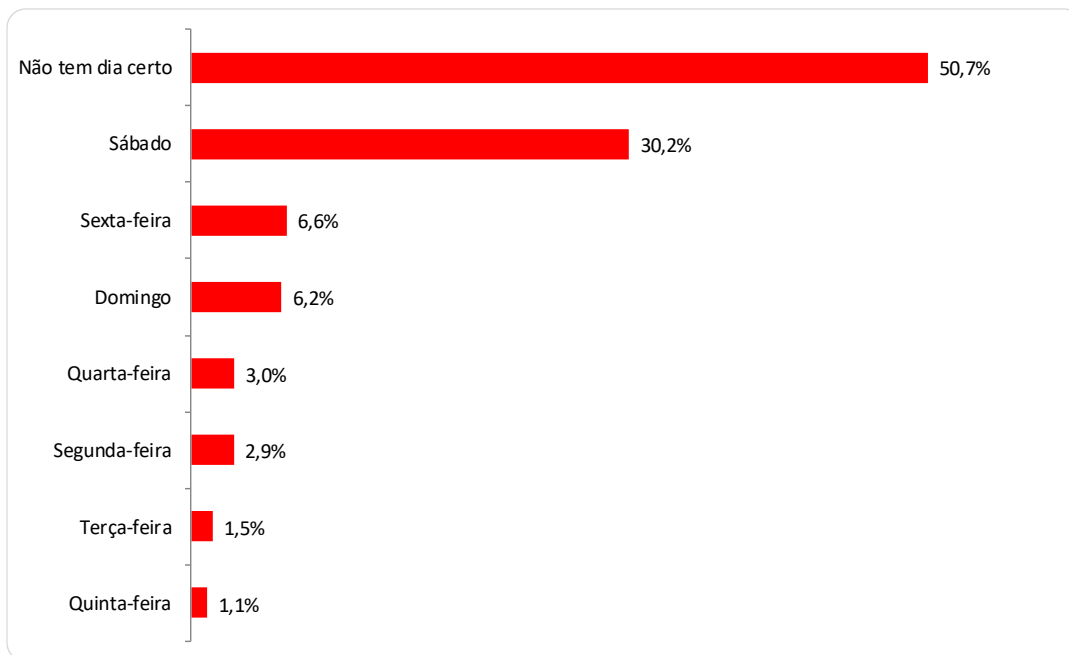


Ilustração 10 - Motivos que levam os consumidores a entrarem nas lojas



2. RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA

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

Resposta	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Sim	43,2	39,5	46,3
Não	50,7	55,6	46,7
Não sabe	6,1	4,9	7,0
Total	100,0	100,0	100,0

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

Resposta	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Sim	43,2	48,3	55,7	35,7
Não	50,7	39,0	39,6	59,9
Não sabe	6,1	12,7	4,8	4,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Resposta	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Sim	43,2	33,3	46,0	47,9
Não	50,7	61,4	46,6	50,1
Não sabe	6,1	5,4	7,4	2,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Resposta	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Sim	43,2	42,4	56,1	12,6
Não	50,7	51,0	42,2	87,4
Não sabe	6,1	6,6	1,8	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Produtos	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Vestuário e acessórios	54,9	49,4	58,9
Perfumaria/Cosméticos	20,7	17,7	22,9
Sapatos/Carteira/Cinto/Bolsas	15,6	17,9	13,9
Celular/Smartphone/Tablet	4,8	6,2	3,8
Relógio	4,3	7,0	2,5
Outros	3,4	0,9	5,1
Bebidas (Vinho, champanhe, whisky etc)	2,9	1,7	3,8
Eletrônicos	1,8	0,9	2,5
Ferramentas	1,5	1,9	1,3
Aparelho de imagem e som	1,5	1,8	1,3
Televisão	1,5	1,7	1,3
Chocolate/Bombons/Trufas	1,1	0,0	1,9
Material esportivo	1,1	0,9	1,3
Livros	1,1	0,9	1,3
Itens automotivos	0,7	0,0	1,3
CDs/DVDs	0,7	0,0	1,3
Eletrônicos domésticos	0,7	1,7	0,0
Computador/Notebook	0,4	0,0	0,6
Mala/Mochila	0,4	0,0	0,6
Acessórios para computador	0,4	0,0	0,6
Churrasqueira	0,4	0,9	0,0

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

Produtos	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Vestuário e acessórios	54,9	50,9	59,2	53,6
Perfumaria/Cosméticos	20,7	8,7	21,5	25,5
Sapatos/Carteira/Cinto/Bolsas	15,6	19,3	11,9	16,6
Celular/Smartphone/Tablet	4,8	7,0	4,3	4,1
Relógio	4,3	8,8	6,4	0,8
Outros	3,4	1,8	4,4	3,3
Bebidas (Vinho, champanhe, whisky etc)	2,9	0,0	3,2	4,1
Eletrônicos	1,8	3,5	0,0	2,5
Ferramentas	1,5	0,0	0,0	3,3
Aparelho de imagem e som	1,5	0,0	2,1	1,7
Televisão	1,5	1,7	2,1	0,8
Chocolate/Bombons/Trufas	1,1	1,8	2,2	0,0
Material esportivo	1,1	0,0	1,1	1,6
Livros	1,1	0,0	2,1	0,8
Itens automotivos	0,7	1,8	0,0	0,8
CDs/DVDs	0,7	1,8	0,0	0,8
Eletrônicos	0,7	1,7	1,1	0,0
Computador/Notebook	0,4	0,0	0,0	0,8
Mala/Mochila	0,4	0,0	1,1	0,0
Acessórios para computador	0,4	1,8	0,0	0,0
Churrasqueira	0,4	0,0	1,1	0,0

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

Produtos	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Vestuário e acessórios	54,9	53,5	53,5	61,5
Perfumaria/Cosméticos	20,7	18,1	21,3	21,5
Sapatos/Carteira/Cinto/Bolsas	15,6	16,4	14,4	19,1
Celular/Smartphone/Tablet	4,8	4,0	5,7	2,2
Relógio	4,3	3,9	5,1	2,1
Outros	3,4	2,0	2,3	8,5
Bebidas (Vinho, champanhe, whisky etc)	2,9	0,0	2,9	6,4
Eletrônicos	1,8	2,0	2,3	0,0
Ferramentas	1,5	0,0	2,4	0,0
Aparelho de imagem e som	1,5	2,1	1,1	2,1
Televisão	1,5	0,0	2,3	0,0
Chocolate/Bombons/Trufas	1,1	0,0	0,6	4,2
Material esportivo	1,1	0,0	1,1	2,1
Livros	1,1	0,0	0,6	4,3
Itens automotivos	0,7	0,0	0,6	2,1
CDs/DVDs	0,7	0,0	1,2	0,0
Eletrônicos	0,7	1,9	0,6	0,0
Computador/Notebook	0,4	2,0	0,0	0,0
Mala/Mochila	0,4	0,0	0,0	2,1
Acessórios para computador	0,4	0,0	0,6	0,0
Churrasqueira	0,4	0,0	0,6	0,0

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

Produtos	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Vestuário e acessórios	54,9	54,8	54,8	100,0
Perfumaria/Cosméticos	20,7	22,2	9,7	0,0
Sapatos/Carteira/Cinto/Bolsas	15,6	15,2	19,3	0,0
Celular/Smartphone/Tablet	4,8	4,6	6,5	0,0
Relógio	4,3	4,5	3,2	0,0
Outros	3,4	3,0	6,5	0,0
Bebidas (Vinho, champanhe, whisky etc)	2,9	2,1	9,7	0,0
Eletrônicos	1,8	2,1	0,0	0,0
Ferramentas	1,5	1,7	0,0	0,0
Aparelho de imagem e som	1,5	1,3	3,3	0,0
Televisão	1,5	1,7	0,0	0,0
Chocolate/Bombons/Trufas	1,1	0,8	3,2	0,0
Material esportivo	1,1	1,2	0,0	0,0
Livros	1,1	0,0	9,6	0,0
Itens automotivos	0,7	0,4	3,2	0,0
CDs/DVDs	0,7	0,8	0,0	0,0
Eletrônicos domésticos	0,7	0,8	0,0	0,0
Computador/Notebook	0,4	0,4	0,0	0,0
Mala/Mochila	0,4	0,0	3,2	0,0
Acessórios para computador	0,4	0,4	0,0	0,0
Churrasqueira	0,4	0,4	0,0	0,0

Ilustração 19 - Porcentagem de consumidores que vão comemorar o Dia dos Pais, por sexo

Resposta	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Sim	49,6	53,0	46,9
Não	47,8	44,9	50,2
Não sabe	2,6	2,1	2,9
Total	100,0	100,0	100,0

Ilustração 20 - Porcentagem de consumidores que vão comemorar o Dia dos Pais, por idade

Resposta	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Sim	49,6	54,2	58,6	43,8
Não	47,8	39,8	39,0	54,7
Não sabe	2,6	5,9	2,4	1,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Ilustração 21 - Porcentagem de consumidores que vão comemorar o Dia dos Pais, por escolaridade

Resposta	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Sim	49,6	36,1	54,1	53,2
Não	47,8	59,2	44,0	44,9
Não sabe	2,6	4,7	1,9	2,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Resposta	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Sim	49,6	48,6	60,0	50,2
Não	47,8	48,6	40,0	49,8
Não sabe	2,6	2,8	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Ilustração 23 – Distribuição percentagem dos locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia dos Pais, por sexo

Local	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Em casa/Casa de parentes	74,5	78,0	71,2
Shopping Center/Cinema	2,6	2,0	3,1
Restaurante	12,6	9,3	15,7
Praia/Clube	6,4	6,5	6,2
Viagem	2,6	2,7	2,5
Igreja	1,0	0,7	1,3
Outros	1,0	1,4	0,6

Ilustração 24 – Distribuição percentagem dos locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia dos Pais, por idade

Local	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Em casa/Casa de parentes	74,5	73,5	73,2	75,7
Shopping Center/Cinema	2,6	3,1	4,1	1,4
Restaurante	12,6	15,6	8,3	14,1
Praia/Clube	6,4	6,2	12,3	2,7
Viagem	2,6	1,6	2,1	3,4
Igreja	1,0	0,0	0,0	2,0
Outros	1,0	0,0	0,0	2,0

Ilustração 25 – Distribuição percentagem dos locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia dos Pais, por escolaridade

Local	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Em casa/Casa de parentes	74,5	79,7	78,5	53,9
Shopping Center/Cinema	2,6	0,0	2,9	3,8
Restaurante	12,6	7,5	10,3	26,9
Praia/Clube	6,4	10,9	4,4	9,5
Viagem	2,6	0,0	3,0	3,9
Igreja	1,0	1,9	1,0	0,0
Outros	1,0	1,9	0,5	2,0

Ilustração 26 – Distribuição percentagem dos locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia dos Pais, por renda

Local	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Em casa/Casa de parentes	74,5	77,7	48,5	74,8
Shopping Center/Cinema	2,6	2,6	3,0	0,0
Restaurante	12,6	9,9	33,4	25,2
Praia/Clube	6,4	6,1	9,1	0,0
Viagem	2,6	2,2	6,0	0,0
Igreja	1,0	1,1	0,0	0,0
Outros	1,0	0,8	0,0	25,2

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

Valor em R\$	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Até R\$ 50	15,0	13,2	16,4
De R\$ 51 a R\$ 100	28,9	26,0	31,2
De R\$ 101 a R\$ 150	15,3	16,6	14,3
De R\$ 151 a R\$ 200	20,9	21,9	20,1
De R\$ 201 a R\$ 250	2,6	1,3	3,7
De R\$ 251 a R\$ 300	11,1	14,5	8,5
De R\$ 301 a R\$ 350	0,3	0,0	0,5
De R\$ 351 a R\$ 400	2,9	3,2	2,7
Mais de R\$ 400	3,0	3,4	2,6
<i>Valor médio da compra em R\$</i>	<i>165</i>	<i>174</i>	<i>157</i>
<i>Valor médio por presente em R\$</i>	<i>122</i>	<i>148</i>	<i>106</i>

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

Valor em R\$	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Até R\$ 50	15,0	16,4	15,5	14,0
De R\$ 51 a R\$ 100	28,9	27,4	29,2	29,3
De R\$ 101 a R\$ 150	15,3	23,3	11,9	14,0
De R\$ 151 a R\$ 200	20,9	17,8	20,0	22,9
De R\$ 201 a R\$ 250	2,6	2,7	2,7	2,5
De R\$ 251 a R\$ 300	11,1	6,9	14,4	10,9
De R\$ 301 a R\$ 350	0,3	0,0	0,0	0,6
De R\$ 351 a R\$ 400	2,9	1,4	5,4	1,9
Mais de R\$ 400	3,0	4,1	0,9	3,8
<i>Valor médio da compra em R\$</i>	<i>165</i>	<i>155</i>	<i>167</i>	<i>168</i>
<i>Valor médio por presente em R\$</i>	<i>122</i>	<i>124</i>	<i>124</i>	<i>119</i>

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

Valor em R\$	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Até R\$ 50	15,0	32,8	11,6	5,5
De R\$ 51 a R\$ 100	28,9	18,5	33,0	26,0
De R\$ 101 a R\$ 150	15,3	13,1	16,6	12,9
De R\$ 151 a R\$ 200	20,9	19,9	18,5	31,7
De R\$ 201 a R\$ 250	2,6	2,9	1,8	5,5
De R\$ 251 a R\$ 300	11,1	4,2	14,3	7,4
De R\$ 301 a R\$ 350	0,3	1,4	0,0	0,0
De R\$ 351 a R\$ 400	2,9	1,4	2,7	5,5
Mais de R\$ 400	3,0	5,8	1,4	5,6
<i>Valor médio da compra em R\$</i>	<i>165</i>	<i>148</i>	<i>163</i>	<i>194</i>
<i>Valor médio por presente em R\$</i>	<i>122</i>	<i>125</i>	<i>120</i>	<i>126</i>

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

Valor em R\$	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Até R\$ 50	15,0	16,0	6,8	0,0
De R\$ 51 a R\$ 100	28,9	30,7	13,7	0,0
De R\$ 101 a R\$ 150	15,3	16,3	6,8	0,0
De R\$ 151 a R\$ 200	20,9	19,2	31,4	75,5
De R\$ 201 a R\$ 250	2,6	1,9	10,4	0,0
De R\$ 251 a R\$ 300	11,1	10,7	13,6	24,5
De R\$ 301 a R\$ 350	0,3	0,3	0,0	0,0
De R\$ 351 a R\$ 400	2,9	2,5	6,9	0,0
Mais de R\$ 400	3,0	2,3	10,4	0,0
<i>Valor médio da compra em R\$</i>	<i>165</i>	<i>157</i>	<i>233</i>	<i>224</i>
<i>Valor médio por presente em R\$</i>	<i>122</i>	<i>116</i>	<i>176</i>	<i>224</i>

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

Formas	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Cartão de crédito	39,0	38,5	39,4
Crediário/Carnê	1,1	0,9	1,3
À vista com cartão de débito	4,4	3,5	5,1
À vista com dinheiro	61,4	59,8	62,5

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

Formas	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Cartão de crédito	39,0	47,4	34,4	38,7
Crediário/Carnê	1,1	0,0	1,1	1,7
À vista com cartão de débito	4,4	7,0	5,4	2,5
À vista com dinheiro	61,4	52,6	64,6	63,0

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

Formas	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Cartão de crédito	39,0	26,6	38,1	55,5
Crediário/Carnê	1,1	2,0	1,2	0,0
À vista com cartão de débito	4,4	2,0	5,1	4,3
À vista com dinheiro	61,4	73,5	60,8	51,0

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

Formas	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Cartão de crédito	39,0	35,4	64,7	100,0
Crediário/Carnê	1,1	1,3	0,0	0,0
À vista com cartão de débito	4,4	3,7	9,7	0,0
À vista com dinheiro	61,4	65,5	32,1	0,0

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

Local	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Lojas de rua/Bairros/Galerias	29,3	26,8	31,1
Lojas de Shopping (Shopping Center)	44,1	47,6	41,7
Camelos	11,8	15,1	9,5
Catálogo	1,5	0,0	2,6
Centro comercial/Rua Grande	14,4	9,6	17,7
Supermercados/Hipermercados	5,6	2,7	7,6
Lojas no Centro Histórico	0,4	0,9	0,0
Internet	1,8	0,9	2,5
Outros	1,1	0,9	1,3

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

Local	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Lojas de rua/Bairros/Galerias	29,3	15,8	30,2	34,7
Lojas de Shopping (Shopping Center)	44,1	59,7	40,7	39,7
Camelos	11,8	8,8	16,1	10,0
Catálogo	1,5	0,0	0,0	3,3
Centro comercial/Rua Grande	14,4	17,5	10,8	15,6
Supermercados/Hipermercados	5,6	1,7	7,6	5,8
Lojas no Centro Histórico	0,4	1,7	0,0	0,0
Internet	1,8	1,7	4,4	0,0
Outros	1,1	3,5	1,1	0,0

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

Local	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Lojas de rua/Bairros/Galerias	29,3	48,1	26,0	21,4
Lojas de Shopping (Shopping Center)	44,1	20,0	46,3	61,9
Camelos	11,8	10,0	12,1	12,6
Catálogo	1,5	6,1	0,6	0,0
Centro comercial/Rua Grande	14,4	17,9	15,0	8,5
Supermercados/Hipermercados	5,6	0,0	6,4	8,5
Lojas no Centro Histórico	0,4	1,9	0,0	0,0
Internet	1,8	0,0	1,1	6,3
Outros	1,1	0,0	1,7	0,0

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

Local	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Lojas de rua/Bairros/Galerias	29,3	31,9	9,9	0,0
Lojas de Shopping (Shopping Center)	44,1	38,7	84,0	100,0
Camelos	11,8	12,1	9,6	0,0
Catálogo	1,5	1,7	0,0	0,0
Centro comercial/Rua Grande	14,4	15,5	6,4	0,0
Supermercados/Hipermercados	5,6	5,9	3,2	0,0
Lojas no Centro Histórico	0,4	0,4	0,0	0,0
Internet	1,8	1,7	3,2	0,0
Outros	1,1	1,2	0,0	0,0

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

Dias da Semana	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Segunda-feira	2,9	3,5	2,5
Terça-feira	1,5	0,9	1,9
Quarta-feira	3,0	2,7	3,2
Quinta-feira	1,1	1,8	0,6
Sexta-feira	6,6	7,8	5,7
Sábado	30,2	36,2	25,9
Domingo	6,2	5,3	6,9
Não tem dia certo	50,7	46,3	53,8
<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 dos Pais, por idade

Dias da Semana	Idade			
	Valores em (%)			
	Total	Até 20 anos	21 a 35 anos	36 anos ou +
Segunda-feira	2,9	5,2	3,2	1,6
Terça-feira	1,5	1,7	0,0	2,5
Quarta-feira	3,0	3,5	1,1	4,1
Quinta-feira	1,1	0,0	2,1	0,8
Sexta-feira	6,6	5,3	9,6	4,9
Sábado	30,2	29,8	36,5	25,7
Domingo	6,2	12,3	4,3	4,9
Não tem dia certo	50,7	47,4	45,3	56,2
<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 dos Pais, por escolaridade

Dias da Semana	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Segunda-feira	2,9	3,9	2,8	2,1
Terça-feira	1,5	0,0	2,3	0,0
Quarta-feira	3,0	6,0	2,3	2,2
Quinta-feira	1,1	0,0	1,1	2,2
Sexta-feira	6,6	5,9	6,2	8,5
Sábado	30,2	29,9	29,8	31,8
Domingo	6,2	8,0	5,1	8,5
Não tem dia certo	50,7	48,2	51,9	48,9
Total	100,0	100,0	100,0	0,0

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

Dias da Semana	Renda Familiar Mensal			
	Valores em (%)			
	Total	< 3 SM	3 a 6 SM	> 6 SM
Segunda-feira	2,9	3,3	0,0	0,0
Terça-feira	1,5	1,7	0,0	0,0
Quarta-feira	3,0	2,9	0,0	100,0
Quinta-feira	1,1	0,8	3,4	0,0
Sexta-feira	6,6	7,4	0,0	0,0
Sábado	30,2	29,2	38,5	0,0
Domingo	6,2	5,0	15,9	0,0
Não tem dia certo	50,7	51,6	45,3	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Motivos	Sexo		
	Valores em (%)		
	Total	Masculino	Feminino
Vitrine atrativa	16,7	15,6	17,6
Promoções e descontos	56,0	49,9	61,0
Preços	41,7	40,8	42,5
Variedade de produtos	21,3	18,0	24,0
Atendimento do vendedor	18,7	18,4	19,0
Qualidade dos produtos	26,8	30,1	24,1
Aparência dos vendedores	1,4	1,7	1,2
Escolhe as lojas antes de sair de casa	12,3	15,3	9,7
Outros	0,6	1,1	0,3

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 atrativa	16,7	17,0	16,2	16,9
Promoções e descontos	56,0	54,3	58,8	55,2
Preços	41,7	41,5	40,7	42,3
Variedade de produtos	21,3	29,7	25,3	16,6
Atendimento do vendedor	18,7	22,9	17,9	17,7
Qualidade dos produtos	26,8	25,4	28,0	26,6
Aparência dos vendedores	1,4	3,4	1,2	0,9
Escolhe as lojas antes de sair de casa	12,3	10,1	8,3	14,8
Outros	0,6	0,8	1,2	0,3

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

Motivos	Escolaridade			
	Valores em (%)			
	Total	Fundamental	Médio	Superior
Vitrine atrativa	16,7	11,4	17,5	21,6
Promoções e descontos	56,0	63,8	55,6	45,8
Preços	41,7	38,2	43,3	41,0
Variedade de produtos	21,3	12,7	23,1	27,4
Atendimento do vendedor	18,7	16,1	18,5	23,5
Qualidade dos produtos	26,8	18,0	26,8	39,8
Aparência dos vendedores	1,4	1,3	1,6	1,0
Escolhe as lojas antes de sair de casa	12,3	14,9	11,5	11,2
Outros	0,6	0,0	0,3	3,0

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 atrativa	16,7	15,9	23,7	25,3
Promoções e descontos	56,0	57,3	48,9	12,6
Preços	41,7	42,3	36,4	37,9
Variedade de produtos	21,3	21,4	23,4	0,0
Atendimento do vendedor	18,7	18,5	16,3	49,8
Qualidade dos produtos	26,8	25,3	41,7	24,9
Aparência dos vendedores	1,4	1,2	3,6	0,0
Escolhe as lojas antes de sair de casa	12,3	12,2	9,3	37,2
Outros	0,6	0,5	1,8	0,0