

INTENÇÃO DE COMPRAS DE NATAL 2017



Novembro 2017



OBJETIVOS DO ESTUDO



- Mapear a intenção de compras do consumidor para o Natal de 2017;
- Identificar quais são as características dos presentes mais comprados:
 - ✓ Tipo de produto
 - ✓ Quantidade
 - ✓ Ticket médio
 - ✓ Formas de pagamento
 - ✓ Local de compra
- Investigar fatores que influenciam as escolhas dos presentes;



Intenção de compras de Natal 2017

INTENÇÃO DE COMPRAS NATAL 2017



- 64% estão animados para o Natal, sendo que 46% sentem-se dessa forma porque adoram esse momento do ano em que podem fazer suas compras e participar das comemorações.
- 73% pretendem dar presentes esse ano, o que representa cerca de 110,8 milhões de consumidores em todo o país indo às compras; movimentando 51,2 bilhões na economia neste período. 74% afirmam ter comprado presentes no ano passado.
- Entre os que pretendem dar presentes, 64% explicam que já têm esse costume de presentear as pessoas que gostam e 31% porque consideram dar um presente um gesto importante.
- Entre os que não pretendem dar presentes, 20% justificam que não gostam ou não têm o costume de presentear, 17% porque não têm dinheiro e 15% afirmam que estão desempregados.
- Os principais destinatários dos presentes de Natal de 2017 são os filhos (63%), o marido/esposa (49%) e as mães (47%). Dentre esses, os que receberão o presente mais caro são os filhos (25%), seguido do marido/esposa (22%) e mães (15%)..

INTENÇÃO DE COMPRAS NATAL 2017



- Em média os consumidores pretendem comprar entre 4 e 5 presentes para o Natal, sendo que o valor médio de gasto pretendido por presente é de R\$ 104.
- Os presentes que estão no topo da lista para o Natal são roupas (56%), brinquedos (43%) e perfume/cosméticos (32%).
- Comparando com 2016, 22% acreditam que os presentes estão na mesma faixa de preço este ano, enquanto 58% consideram que estão mais caros. Além disso, 33% esperam gastar a mesma quantia de dinheiro com presentes neste ano, enquanto 26% pretendem gastar menos.
- Entre os que pretendem gastar mais (19%), os principais motivos são a vontade de dar um presente melhor (25%), a percepção de que os presentes estão mais caros este ano (17%) e o fato de que economizaram ao longo do ano e por isso poderão gastar um pouco mais (14%). Entre as razões dos que pretendem gastar menos, estão o orçamento apertado (32%), a necessidade de economizar (23%) e ter outras prioridades de compra no momento (13%).

INTENÇÃO DE COMPRAS NATAL 2017



- 52% pretendem realizar o pagamento dos presentes à vista, seja em dinheiro (34%) ou débito (19%). 43% pretendem usar modalidades de crédito como principal forma de compra dos presentes, com destaque para o cartão de crédito parcelado (31%). Entre os que pretendem parcelar as compras de Natal, o número médio de parcelas será de 5 prestações.
- 83% pretendem fazer pesquisa de preços antes de comprar presentes no Natal para economizar, sendo que desses, 76% costumam pesquisar pela internet, 50% em lojas de shopping e 48% em lojas de rua.
- Na escolha dos presentes, 28% levam em consideração o perfil do presenteado, 20% consideram o desejo da pessoa presenteada e 16% a qualidade do presente.
- Entre os fatores que mais influenciam na escolha do local de compra dos presentes estão: preço (58%), ofertas e promoções (50%) e a diversidade dos produtos (27%). Já os fatores que mais motivam a entrada em uma loja são as promoções e descontos (54%), os preços (53%) e qualidade dos produtos (35%).

INTENÇÃO DE COMPRAS NATAL 2017



- 40% pretendem fazer a maioria das suas compras pela internet, enquanto 37% pretendem fazer no Shopping Center e 37% nas lojas de departamento.
- Entre os que pretendem fazer compras pela internet, a expectativa é que, em média, 54% dos presentes sejam comprados por este canal de compra. Os tipos de sites mais visados para compras serão de lojas de grandes empresas (68%), sites de classificados de compra e venda de produtos (42%) e lojas especializadas de roupa, calçados e acessórios (34%).

COMO SE SENTE EM RELAÇÃO AO NATAL DESTE ANO:



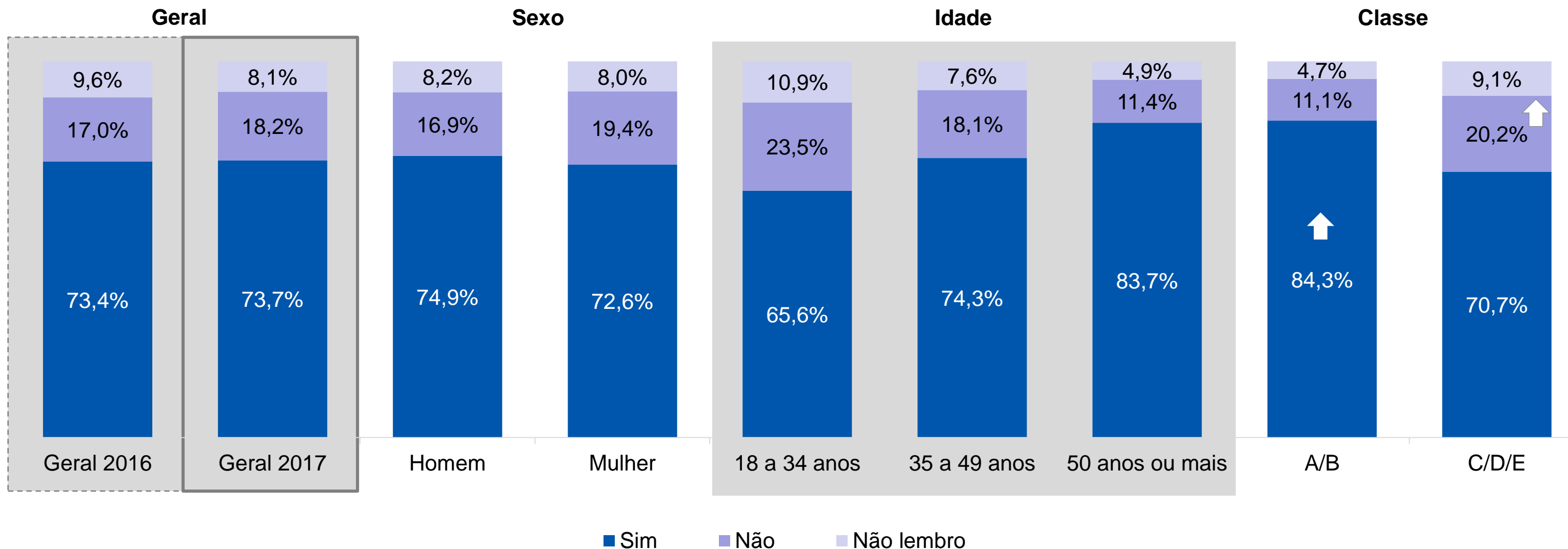
64% estão animados com o Natal de 2017, principalmente os homens e as classes A/B, sendo que 46% estão animados porque adoram esse momento do ano, em que fazem suas compras e participam das comemorações.

* Somente para quem tem a intenção de comprar presentes no natal

RESPOSTAS - RU	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Animado(a)	63,7%	70,5% ↑	57,1%	60,1%	62,1%	69,7%	74,0% ↑	60,6%
<i>Animado(a), adoro este momento do ano, faço minhas compras e participo das comemorações</i>	45,8%	51,5% ↑	40,3%	46,2%	40,8%	49,9%	56,3% ↑	42,7%
<i>Animado(a), é uma época do ano importante para mim, não farei compras, mas para mim o que importa é estar próximo a pessoas que gosto</i>	17,9%	19,0%	16,9%	14,0%	21,3%	19,7%	17,8%	17,9%
Menos animado(a) que nos anos anteriores, estou sem dinheiro, isto me deixa para baixo, pois gosto de fazer compras e ter dinheiro para comemorar	16,4%	11,8%	20,8% ↑	18,2%	15,2%	15,3%	7,6%	19,1% ↑
Desanimado(a)	10,4%	7,5%	13,2%	12,0%	11,9%	7,0%	7,0%	11,4%
<i>Desanimado(a), este ano estou passando por problemas, não estou com clima para festividades</i>	7,8%	5,5%	10,1%	9,9%	8,4%	4,8%	5,4%	8,6%
<i>Desanimado(a), este ano não comprarei presentes, evitarei participar de comemorações para gastar o mínimo possível</i>	2,6%	2,0%	3,1%	2,1%	3,5%	2,2%	1,7%	2,9%
Não sei	9,5%	10,2%	8,8%	9,7%	10,7%	8,0%	11,4%	8,9%

Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
611	296	315	272	184	155	265	346

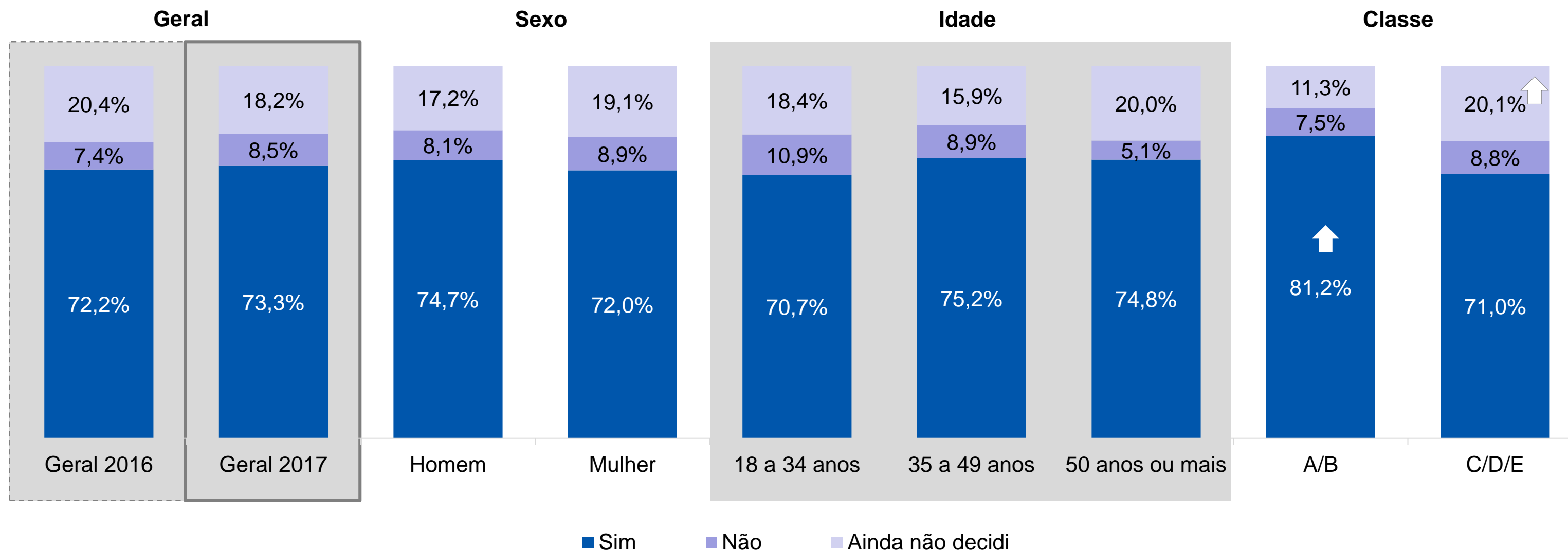
COMPROU PRESENTE PARA OUTRAS PESSOAS NO NATAL DO ANO PASSADO? 74% compraram presente em 2016, especialmente entre as classes A/B. 18%, no entanto, não compraram, especialmente as classes C/D/E.



Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
1632	730	350	380	327	219	184	299	431

PRETENDE PRESENTEAR ALGUÉM NO NATAL DE 2017?

73% pretendem dar presentes em 2017, principalmente as classes A/B. Outros 8% não pretendem e 18% ainda não decidiram (especialmente as classes C/D/E).



Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
1632	730	350	380	327	219	184	299	431

POR QUE PRETENDE PRESENTEAR NO NATAL: 64% pretendem dar presente por já ter o costume de presentear as pessoas que gostam (aumento de 11 p. p. em relação a 2016) e 31% porque consideram um gesto importante.



* Somente para quem pretende presentear alguém no natal

RESPOSTAS - RU	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Tenho costume de presentear as pessoas que gosto	53,3%	64,4% ↑	65,2%	63,7%	60,3%	62,2%	71,7%	67,3%	63,5%
Considero um gesto importante	35,6%	31,1%	29,6%	32,6%	35,0%	34,9%	22,6%	27,3%	32,3%
Para cumprir uma obrigação social	4,9%	2,1% ↓	2,5%	1,7%	3,6%	1,6%	0,8%	2,8%	1,9%
Tive aumento de renda/ salário	1,6%	1,4%	1,0%	1,7%	1,0%	1,0%	2,3%	0,0%	1,8%
Outro	4,7%	1,0% ↓	1,7%	0,3%	0,1%	0,3%	2,7%	2,6%	0,5%

Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
1237	567	278	289	246	176	145	257	310

POR QUE NÃO PRETENDE PRESENTEAR NO NATAL: 20% não pretendem presentear porque não gostam ou não tem o costume, 17% porque não têm dinheiro e 15% porque estão desempregados.



* Somente para quem não pretende presentear terceiros no natal

RESPOSTAS - RU	Geral 2016	Geral 2017
Não gosto/ Não tenho costume	20,6%	20,1%
Não tenho dinheiro	12,4%	17,4%
Estou desempregado	13,0%	15,4%
Tenho outras prioridades de compra (casa, carro, etc..)	4,4%	13,5%
Estou endividado, tenho que priorizar pagamento de dívidas	23,3%	10,5%
Tenho muitos impostos / gastos no início do ano / preciso guardar o dinheiro	4,6%	9,2%
Estou distante das pessoas que poderia presentear	2,0%	4,2%
Incerteza de como será o ano que vem	5,9%	2,3%
Tive redução salarial	5,2%	0,0%
Economizar para a ceia de Natal	2,9%	0,0%
Economizar para a ceia do Ano Novo	1,0%	0,0%
Economizar para viagem de fim de ano	1,1%	0,0%
Outro	3,5%	7,4%

Geral 2016	Geral 2017
113	51

QUEM PRETENDE PRESENTEAR: 63% pretendem presentear os filhos (percentual que é maior entre pessoas de 35 anos ou mais), 49% citam o marido/esposa (principalmente os homens), 47% citam as mães (percentual que cresce entre os mais jovens) e 27% citaram os irmãos (sobretudo as mulheres).



* Somente para quem pretende presentear alguém no natal

RESPOSTAS - RM	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Filho(a)	57,0%	62,6%	62,1%	63,2%	40,6% ↓	75,6%	77,4%	66,2%	61,5%
Marido/ Esposa	45,9%	49,1%	60,8% ↑	37,6%	43,0%	55,2%	50,8%	54,1%	47,5%
Mãe	45,2%	47,2%	48,1%	46,4%	63,8%	46,3%	27,7%	49,1%	46,6%
Irmão(ã)	24,5%	27,5%	19,1%	35,7% ↑	33,0%	25,4%	22,7%	32,0%	26,0%
Pai	18,8%	20,7%	18,5%	22,9%	30,2%	22,7%	7,1% ↓	22,9%	20,0%
Namorado(a)/ noivo(a)	19,0%	19,8%	20,6%	19,1%	25,4%	16,0%	16,8%	17,3%	20,7%
Sobrinho(a)	20,3%	19,2%	15,2%	23,1%	18,9%	21,3%	17,6%	22,1%	18,2%
Netos(as)	15,0%	18,1%	19,9%	16,2%	0,7%	6,8%	50,4%	33,3% ↑	13,1%
Amigos	14,8%	14,5%	10,8%	18,2% ↑	14,4%	11,0%	18,0%	21,7% ↑	12,1%
Afilhado(a)	15,0%	11,2%	9,5%	12,9%	9,6%	10,9%	13,6%	13,2%	10,6%

Continua...

Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
564	567	278	289	246	176	145	257	310

QUEM PRETENDE PRESENTEAR (CONTINUAÇÃO)



* Somente para quem pretende presentear alguém no natal

RESPOSTAS - RM	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Sogro(a)	8,0%	9,9%	10,9%	9,0%	11,0%	10,6%	7,9%	18,7% ↑	7,1%
Avô/ Avó	3,9%	5,7%	4,4%	6,9%	12,0% ↑	3,4%	0,1%	6,5%	5,4%
Enteados(as)	4,5%	5,6%	7,0%	4,1%	4,5%	5,2%	7,2%	9,0%	4,4%
Tio(a)	4,2%	3,3%	2,4%	4,3%	5,3%	2,4%	1,9%	5,4%	2,7%
Primo(a)	2,4%	2,8%	1,1%	4,4%	4,2%	1,4%	2,4%	3,4%	2,6%
Padrinhos/madrinhas	3,0%	2,8%	1,8%	3,8%	2,9%	3,7%	1,7%	4,0%	2,4%
Professor(a)	0,4%	0,8%	0,5%	1,1%	0,7%	1,2%	0,6%	2,5% ↑	0,3%
Outro	3,6%	4,1%	1,7%	6,5% ↑	1,1%	2,3%	9,5% ↑	7,5% ↑	3,0%
Não defini ainda	1,7%	0,4% ↓	0,9%	0,0%	0,1%	0,0%	1,2%	0,0%	0,6%

Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
564	567	278	289	246	176	145	257	310

QUEM RECEBERÁ O PRESENTE MAIS CARO: 25% pretendem dar o presente mais caro ao filho(a) (especialmente as mulheres e na faixa de 35 a 49 anos). Outros 22% afirmam que o(a) marido/esposa receberão o presente mais caro (principalmente entre os homens) e 15% citaram as mães (sobretudo nas classes C/D/E).



* Somente para quem pretende presentear alguém no natal

RESPOSTAS - RU	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Filho(a)	25,5%	25,1%	16,0%	34,3% ↑	22,8%	35,2% ↑	17,8%	23,5%	25,6%
Marido/ Esposa	19,9%	22,3%	36,0% ↑	8,4%	17,4%	29,8%	20,9%	24,0%	21,7%
Mãe	11,9%	15,1%	16,0%	14,2%	20,8%	12,7%	10,3%	8,8%	17,2% ↑
Namorado(a) / noivo(a)	8,4%	8,3%	8,0%	8,6%	13,2%	2,5%	7,9%	8,1%	8,3%
Netos(as)	5,0%	8,1% ↑	6,2%	10,0%	0,0%	2,0%	24,7% ↑	12,3%	6,7%
Irmão(ã)	0,2%	1,7% ↑	0,5%	3,0%	2,3%	2,4%	0,4%	1,7%	1,7%
Sobrinho(a)	1,3%	1,5%	1,5%	1,5%	2,3%	1,0%	1,0%	1,8%	1,4%
Pai	0,7%	0,7%	0,2%	1,1%	1,7%	0,0%	0,0%	1,6%	0,4%
Amigos	0,3%	0,6%	0,6%	0,6%	0,0%	1,9%	0,0%	0,0%	0,8%
Afilhado(a)	0,7%	0,4%	0,0%	0,8%	1,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,5%
Avô/ Avó	0,3%	0,3%	0,1%	0,5%	0,7%	0,1%	0,0%	0,2%	0,3%
Outro	0,3%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
Não sei/Não defini ainda	25,5%	15,9% ↓	14,9%	16,8%	17,9%	12,1%	17,1%	17,9%	15,2%

Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
494	535	268	267	233	167	135	242	293

QUANTIDADE DE PRESENTES QUE PRETENDE COMPRAR PARA PRESENTEAR OUTRAS PESSOAS: Em média os consumidores pretendem comprar entre 4 e 5 presentes (número que é maior entre pessoas de 35 anos ou mais e entre as classes A/B).



* Somente para quem pretende presentear alguém no natal

RESPOSTAS - RU	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Média	4,24	4,55	4,32	4,78	3,92 ↓	4,67	5,26	5,79 ↑	4,19
1 a 2 presentes	28,6%	16,4% ↓	16,8%	16,0%	24,7% ↑	14,7%	7,7%	9,9%	18,5% ↑
3 presentes	15,1%	21,1% ↑	19,1%	23,1%	23,0%	21,7%	18,2%	11,6%	24,2% ↑
4 presentes	15,2%	16,3%	18,9%	13,7%	17,7%	17,9%	12,9%	9,6%	18,5% ↑
5 a 6 presentes	17,1%	22,8% ↑	24,7%	21,0%	18,6%	18,5%	32,3% ↑	28,8%	20,9%
7 ou mais presentes	14,1%	15,0%	12,1%	17,9%	10,2%	18,5%	17,6%	25,2% ↑	11,7%
Não defini ainda	9,9%	8,4%	8,4%	8,3%	5,8%	8,7%	11,2%	14,9% ↑	6,2%

Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
564	567	278	289	246	176	145	257	310

TICKET MÉDIO POR PRESENTE: Considerando aqueles que sabem quanto irão gastar, o valor médio pretendido por presente é de R\$ 104 e estima-se um gasto total de R\$ 462 com a compra dos presentes para terceiros. Espera-se que a data movimente R\$ 51,2 bilhões na economia. Entretanto, 44% dos consumidores ainda não sabem ou não decidiram de quanto será o valor.



* Somente para quem pretende presentear alguém no natal

RESPOSTAS - RU	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Média (R\$)	109,81	103,83	119,40 ↑	87,11	85,43 ↓	115,32	120,15	120,96 ↑	98,73
Até R\$ 50	17,9%	17,3%	13,2%	21,3% ↑	26,2% ↑	13,5%	9,9%	10,8%	19,4% ↑
R\$ 51 a R\$ 100	12,5%	22,0% ↑	22,2%	21,8%	24,8%	22,3%	18,1%	19,0%	23,0%
R\$ 101 a R\$ 200	10,1%	10,4%	13,9% ↑	6,9%	6,6%	9,5%	16,0%	17,6% ↑	8,0%
Mais de R\$ 200	11,4%	6,8% ↓	9,1%	4,6%	5,9%	10,1%	4,8%	6,1%	7,0%
Não sei/Não defini ainda	48,1%	43,5%	41,6%	45,5%	36,5%	44,6%	51,2%	46,5%	42,6%

Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
564	567	278	289	246	176	145	257	310

PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR PARA PRESENTEAR



OUTRAS PESSOAS NO NATAL: 56% pretendem comprar roupas (principalmente os mais velhos), 43% brinquedos em geral, 32% perfumes ou outros cosméticos (especialmente as classes A/B) e 31% calçados.

* Somente para quem pretende presentear alguém no natal

RESPOSTAS – RM (até 5 opções)	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Roupas	60,1%	56,5%	57,0%	56,0%	50,4%	51,2%	69,1% ↑	64,4%	53,9%
Brinquedos em geral	41,6%	42,9%	45,9%	40,0%	42,1%	40,6%	46,2%	44,2%	42,5%
Perfumes ou outros cosméticos	30,3%	32,1%	30,0%	34,1%	32,4%	29,7%	33,9%	40,8% ↑	29,2%
Calçados	34,7%	31,1%	28,6%	33,7%	34,7%	29,7%	28,1%	31,2%	31,1%
Acessórios (cintos, bolsas, relógios, bijuterias)	20,7%	24,0%	25,4%	22,6%	26,3%	20,8%	24,2%	30,1%	22,0%
Livros	17,0%	16,1%	15,2%	17,1%	14,2%	15,2%	19,5%	27,3% ↑	12,5%
Celular/ Smartphone	17,6%	12,2% ↓	16,8% ↑	7,6%	7,5%	18,5%	11,8%	10,7%	12,6%
Jogos, videogames	9,7%	10,4%	12,8%	7,9%	8,3%	16,1%	7,4%	13,0%	9,5%
Vale presente	9,7%	8,4%	8,7%	8,1%	7,9%	9,3%	8,3%	11,4%	7,5%
Jóias/ semijóias	10,9%	8,4%	8,8%	8,0%	9,3%	9,7%	5,9%	12,0%	7,2%

Continua...

Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
564	567	278	289	246	176	145	257	310

PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR PARA PRESENTEAR OUTRAS PESSOAS NO NATAL (CONTINUAÇÃO)



* Somente para quem pretende presentear alguém no natal

RESPOSTAS – RM (até 5 opções)	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Eletrônicos (aparelho TV, DVD, câmera digital, som, etc..)	4,8%	7,8% ↑	9,7%	5,9%	4,5%	11,3%	8,3%	9,2%	7,3%
Bebidas (vinhos, espumantes, whisky e etc.)	4,4%	6,7%	6,0%	7,3%	6,4%	4,8%	8,8%	14,0% ↑	4,3%
Eletrodomésticos (geladeira, fogão, máquina de lavar, secadora, micro-ondas, cafeteira, etc..)	4,0%	6,0%	5,7%	6,3%	5,4%	7,6%	5,2%	3,7%	6,7%
Dinheiro	5,7%	5,3%	5,7%	4,9%	4,8%	4,5%	6,7%	7,7%	4,5%
Viagem	2,1%	4,2% ↑	4,5%	4,0%	3,5%	3,2%	6,1%	6,9%	3,4%
Tablet	3,0%	3,1%	4,1%	2,2%	3,2%	6,3%	0,0%	1,1%	3,8%
Computador/Notebook	2,7%	2,7%	4,0%	1,5%	1,0%	7,6% ↑	0,1%	3,5%	2,5%
Outros	7,1%	1,7% ↓	0,2%	3,3% ↑	1,3%	0,0%	3,9%	0,6%	2,1%
Não sei	6,9%	7,2%	7,2%	7,3%	10,1%	2,5%	8,3%	8,7%	6,8%

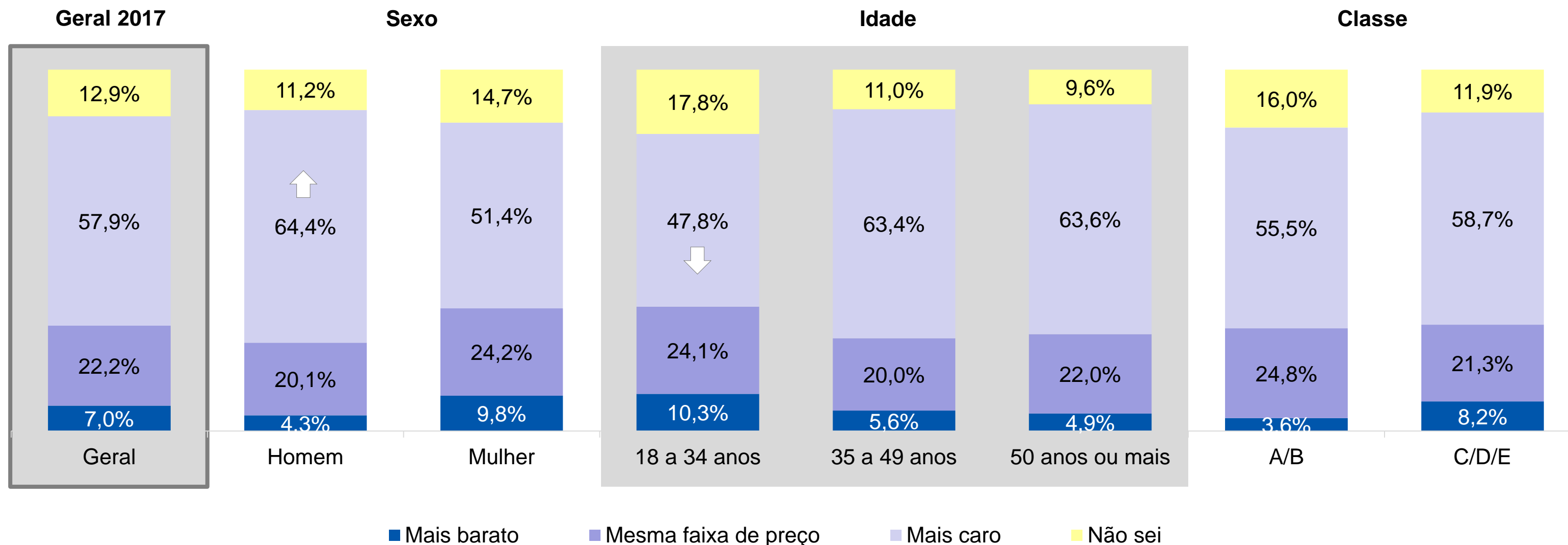
Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
564	567	278	289	246	176	145	257	310

PERCEPÇÃO DOS PREÇOS DOS PRESENTES DE NATAL

DESTE ANO EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO: 22% acreditam que os produtos estão na mesma faixa de preço na comparação com 2016. 58% consideram que o preço está mais caro este ano (sobretudo entre os homens e pessoas com 35 anos ou mais).



* Somente para quem comprou presente para os outros ou para si mesmo no natal do ano passado

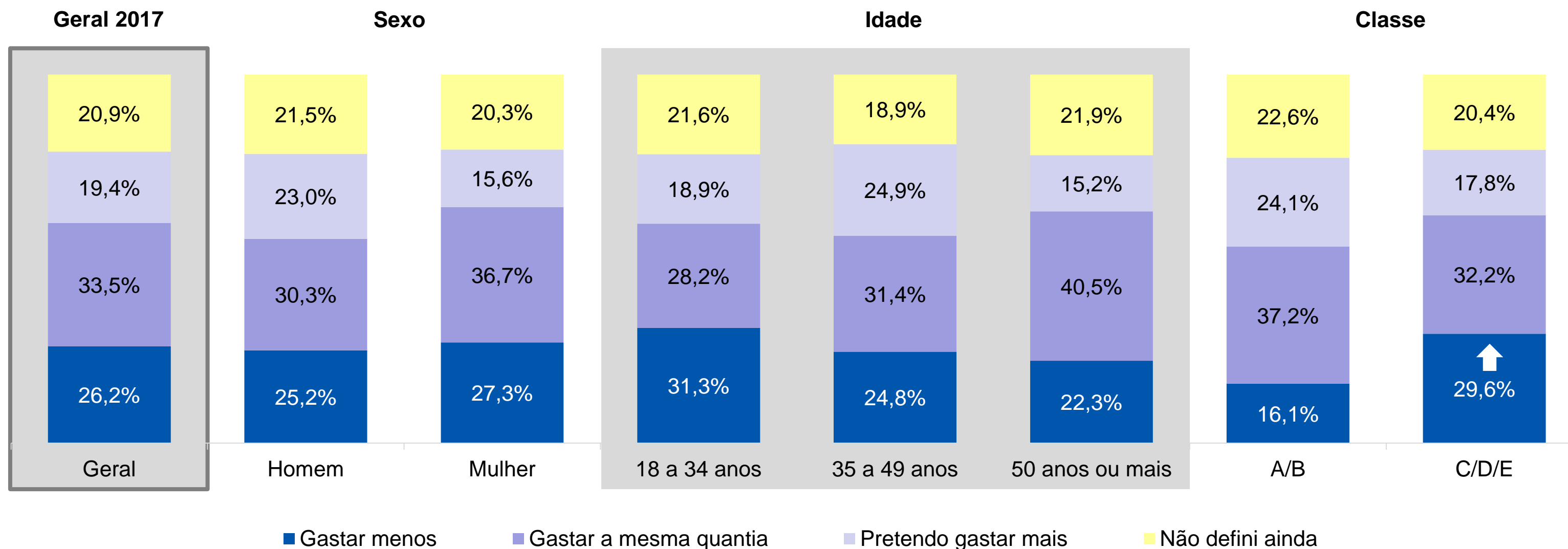


Grupo	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Geral 2017	271	274	229	168	148	254	291

COMPARADO COM O NATAL DE 2016, PRETENDE GASTAR MAIS OU MENOS NESTE ANO? 33% pretendem gastar a mesma quantia, enquanto 26% pretendem gastar menos (especialmente as classes C/D/E).



* Somente para quem comprou presente para os outros ou para si mesmo no natal do ano passado



Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
545	271	274	229	168	148	254	291

POR QUE PRETENDE GASTAR MAIS EM 2017: 25% têm a intenção de gastar mais este ano porque querem dar um presente melhor, 17% porque afirmam que os presentes estão mais caros e 14% pelo fato de terem economizado ao longo do ano.



* Somente para quem pretende gastar **mais** no natal deste ano comparado ao natal do ano passado

RESPOSTAS - RU	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Vou dar um presente melhor	25,0%	25,6%	24,0%	20,7%	16,1%	42,8%	16,0%	29,1%
Os preços subiram/presentes mais caros	16,6%	14,4%	20,0%	16,5%	15,5%	18,5%	16,0%	16,9%
Economizei ao longo do ano	14,5%	14,3%	14,9%	12,9%	19,0%	10,5%	18,6%	12,7%
Vou usar o meu 13º salário para fazer compras	10,9%	16,4% ↑	2,5%	11,9%	13,7%	5,7%	13,0%	9,9%
Vou dar mais presentes	9,8%	10,2%	9,2%	13,0%	3,2%	14,9%	17,5%	6,3%
Melhoria de salário	7,7%	6,4%	9,7%	16,5%	4,7%	0,8%	3,8%	9,5%
Estabilidade no emprego	6,8%	6,7%	7,0%	3,9%	14,5%	0,0%	6,6%	6,9%
Vou dividir em várias parcelas	4,6%	2,8%	7,3%	4,1%	8,4%	0,0%	0,8%	6,3%
O momento da economia brasileira é favorável	1,9%	3,2%	0,0%	0,0%	0,0%	6,9%	6,1% ↑	0,0%
Outro	2,1%	0,0%	5,3%	0,6%	5,1%	0,0%	1,6%	2,4%

Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
123	71	52	49	45	29	65	58

POR QUE PRETENDE GASTAR MENOS EM 2017: Os motivos mais citados entre quem pretende gastar menos são o orçamento apertado (32%), para economizar (23%) e outros 13% têm outras prioridades de compra (como casa, carro etc.).



* Somente para quem pretende gastar **menos** no natal deste ano comparado ao natal do ano passado

RESPOSTAS - RU	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Situação financeira ruim/orçamento apertado	31,8%	30,0%	33,6%	25,2%	35,2%	38,2%	23,9%	33,3%
Para economizar	23,4%	29,9%	17,3%	16,1%	27,9%	29,8%	22,4%	23,6%
Tenho outras prioridades de compra (casa, carro, etc.)	13,5%	15,5%	11,6%	12,5%	21,2%	7,6%	14,6%	13,3%
Estou desempregado(a)	6,8%	3,4%	10,1%	13,7%	3,7%	0,0%	2,1%	7,7%
Irei presentear menos pessoas este ano	5,7%	3,4%	8,0%	12,1%	0,0%	2,0%	9,6%	5,0%
Estou endividado(a)	4,4%	4,6%	4,2%	6,0%	4,8%	1,8%	8,9%	3,6%
O presente que pretendo comprar é mais barato do que o presente do ano passado	4,3%	6,9%	1,9%	4,3%	3,3%	5,4%	1,3%	4,9%
Não consegui juntar/economizar dinheiro	3,8%	1,9%	5,7%	2,1%	3,7%	6,4%	13,0% ↑	2,2%
Tive redução salarial/da renda mensal	2,3%	4,0%	0,7%	5,0%	0,0%	0,5%	3,4%	2,1%
Tenho medo de perder o emprego	0,5%	0,5%	0,4%	0,9%	0,4%	0,0%	0,8%	0,4%
Outro	3,4%	0,0%	6,5%	2,1%	0,0%	8,2%	0,0%	4,0%

Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
130	57	73	67	35	28	44	86

PRINCIPAL FORMA DE PAGAMENTO PARA A COMPRA DOS



PRESENTES: 52% pretendem usar o pagamento à vista como principal forma de compra dos presentes, seja em dinheiro (34%, destaque entre as classes C/D/E e que consiste em uma queda de 14,5 p.p. em relação a 2016) ou no cartão de débito (19%, sobretudo nas classes A/B e com aumento de 10 p.p. em relação a 2016). 43% pretendem usar modalidades de crédito, com destaque para o cartão de crédito parcelado (31%).

RESPOSTAS - RU	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Dinheiro	48,2%	33,7% ↓	30,6%	36,7%	40,2%	38,6%	21,0% ↓	12,4%	40,1% ↑
Cartão de crédito (parcelado)	28,2%	31,0%	31,4%	30,6%	29,5%	26,5%	36,9%	38,1%	28,8%
Cartão de débito	8,7%	18,7% ↑	20,5%	17,0%	15,9%	14,9%	25,8%	31,5% ↑	14,9%
Cartão de crédito (à vista, parcela única a pagar na data do vencimento)	11,2%	9,1%	10,6%	7,7%	8,4%	9,3%	9,8%	13,8% ↑	7,7%
Cartão da própria loja (parcelado)	0,3%	1,6% ↑	2,3%	1,0%	1,7%	3,4%	0,0%	0,8%	1,9%
Crediário/carnê (parcelado)	0,3%	1,0%	0,9%	1,2%	0,9%	1,1%	1,1%	0,4%	1,2%
Boleto bancário	0,3%	1,0%	0,8%	1,1%	0,1%	1,8%	1,3%	1,3%	0,9%
Cartão da própria loja (à vista, parcela única a pagar na data do vencimento)	0,0%	0,6%	0,8%	0,3%	0,4%	1,4%	0,0%	0,1%	0,7%
Outro	0,0%	0,3%	0,2%	0,3%	0,0%	0,6%	0,4%	1,2% ↑	0,0%
Não sei/Não decidi ainda	2,9%	3,0%	1,8%	4,2%	2,8%	2,5%	3,7%	0,5%	3,8%

Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
600	611	296	315	272	184	155	265	346

NÚMERO DE PARCELAS QUE PRETENDE FAZER PARA

PAGAR OS PRESENTES: Entre aqueles que pretendem parcelar as compras de Natal, o número médio de parcelas será de 5 prestações (média que é menor entre os mais jovens).



* Somente para quem pretende pagar os presentes de forma parcelada

RESPOSTAS - RU	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Média	4,64	4,98	5,36	4,59	4,15 ↓	5,20	5,73	4,48	5,16
2 parcelas	6,9%	8,0%	1,9%	14,1% ↑	13,8%	6,3%	3,1%	2,3%	10,0%
3 parcelas	28,1%	26,6%	26,6%	26,6%	37,9%	18,3%	20,8%	36,1%	23,1%
4 parcelas	17,8%	16,9%	17,7%	16,0%	12,9%	17,1%	20,9%	21,8%	15,0%
5 parcelas	14,2%	12,6%	13,3%	11,9%	11,7%	18,2%	9,4%	12,2%	12,8%
6 parcelas	11,3%	11,3%	11,9%	10,8%	8,7%	17,9%	9,3%	10,2%	11,8%
Mais de 6 parcelas	10,7%	19,5% ↑	23,9%	15,1%	11,9%	14,9%	31,1%	11,0%	22,7%
Não sei/não defini ainda parcelas	11,1%	5,1% ↓	4,8%	5,5%	3,1%	7,4%	5,6%	6,4%	4,7%

Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
186	215	111	104	90	62	63	106	109

PRETENDE FAZER PESQUISA DE PREÇO ANTES DE COMPRAR OS PRESENTES DE NATAL? 83% pretendem fazer pesquisa de preço para economizar, enquanto 7% não pretendem e 10% ainda não sabem (aumento de 5 p.p. em relação a 2016 e dado que é maior entre as mulheres).



RESPOSTAS - RU	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Sim, pretendo fazer pesquisa de preço para economizar	85,3%	82,6%	85,9%	79,3%	83,9%	84,6%	79,0%	82,2%	82,7%
Não (Total)	9,1%	7,3%	9,2%	5,4%	4,8%	6,3%	11,3%	8,3%	7,0%
<i>Não, pois não decidi o que vou comprar/ gosto de comprar o que vejo e gosto, sem me preocupar muito com pesquisa de preço</i>	4,7%	4,7%	7,6% ↑	2,0%	2,9%	2,4%	9,3% ↑	4,6%	4,8%
<i>Não, pois não tenho tempo/ vou comprar nos locais que tenho costume</i>	4,4%	2,5%	1,6%	3,4%	1,9%	3,9%	2,0%	3,6%	2,2%
Não sei ainda	5,3%	10,0% ↑	4,6%	15,3% ↑	11,3%	9,1%	9,3%	8,9%	10,4%
Outros	0,3%	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,6%	0,0%

Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
600	611	296	315	272	184	155	265	346

ONDE COSTUMA REALIZAR PESQUISA DE PREÇO: 76% costumam pesquisar preço pela internet (com destaque para as classes A/B, 89%), 50% em lojas de shopping (onde também se destacam as classes A/B, 59%) e 48% em lojas de rua (principalmente entre as classes C/D/E).



* Somente a quem pretende realizar pesquisa de preços

RESPOSTAS - RM	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Sites na internet	75,9%	79,8%	71,8%	74,0%	73,7%	80,6%	89,2% ↑	72,0%
Lojas de shopping	50,1%	54,2%	45,8%	50,7%	52,6%	46,7%	58,9% ↑	47,4%
Lojas de rua	47,7%	45,0%	50,4%	52,0%	49,3%	40,3%	36,1%	51,1% ↑
Aplicativos de ofertas	27,3%	28,4%	26,1%	28,2%	30,7%	22,8%	31,9%	26,0%
Com conhecidos	9,2%	8,4%	10,0%	10,2%	8,1%	8,9%	8,3%	9,5%
Outros	0,3%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,4%

Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
517	256	261	232	159	126	231	286

FATORES QUE CONSIDERA NO MOMENTO DE COMPRAR UM PRESENTE: 28% levam em consideração o perfil do presenteado, especialmente as classes A/B (42%). 20% levam em conta o desejo da pessoa presenteada e 16% a qualidade do presente.



RESPOSTAS - RU	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Perfil do presenteado	27,8%	28,4%	25,8%	30,8%	28,8%	19,6%	35,8%	42,5% ↑	24,1%
Desejo do presenteado	17,1%	20,0%	20,4%	19,6%	18,7%	19,6%	21,9%	21,0%	19,7%
Qualidade do presente	16,1%	16,5%	18,1%	14,9%	16,1%	20,8%	13,0%	13,8%	17,3%
Promoção/ desconto	16,7%	13,1%	12,2%	13,9%	15,0%	10,6%	12,9%	3,9%	15,8% ↑
Preço do presente	10,6%	9,4%	7,5%	11,2%	9,1%	11,8%	7,5%	6,0%	10,4%
O impacto/impressão que o presente passa	5,8%	6,6%	9,7% ↑	3,7%	6,3%	9,4%	4,6%	8,0%	6,2%
O que os outros irão achar/ falar do presente	1,8%	2,6%	2,0%	3,3%	3,1%	3,0%	1,7%	0,5%	3,3%
Marca do presente	1,7%	1,6%	2,2%	1,1%	1,0%	3,6%	0,5%	1,2%	1,7%
Outro	0,3%	0,9%	1,4%	0,4%	0,4%	1,6%	1,0%	3,0% ↑	0,3%
Não sei	2,1%	0,9%	0,7%	1,1%	1,4%	0,0%	1,1%	0,0%	1,2%

Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
600	611	296	315	272	184	155	265	346

FATORES QUE INFLUENCIAM NA ESCOLHA DO PONTO DE



VENDA: Os principais fatores que influenciam na escolha do local de compra dos presentes são o preço (58%, com aumento de 6,4 p.p. em relação a 2016), as ofertas e promoções (50%, aumento de 8 p.p. comparado a 2016) e a diversidade dos produtos (27%, com queda de 6 p.p. comparado ao ano passado).

RESPOSTAS – RM (até 3 opções)	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Preço	51,6%	58,0% ↑	60,5%	55,6%	56,2%	59,3%	59,3%	62,0%	56,9%
Ofertas e promoções	42,7%	50,5% ↑	47,1%	53,8%	50,6%	48,5%	52,2%	47,6%	51,4%
Diversidade de produtos	33,3%	27,1% ↓	24,7%	29,3%	28,4%	27,4%	25,0%	33,8%	25,0%
Atendimento	29,8%	19,9% ↓	19,3%	20,4%	22,5%	19,4%	17,0%	17,0%	20,7%
Disponibilidade imediata de produtos	14,8%	18,9%	20,6%	17,3%	16,5%	19,0%	21,8%	24,9%	17,1%
Possibilidade de verificar o produto pessoalmente	11,0%	15,0% ↑	14,6%	15,4%	11,6%	14,8%	19,6%	15,2%	15,0%
Segurança	13,5%	13,0%	16,0%	10,2%	10,0%	9,1%	20,4% ↑	14,3%	12,7%
Localização	17,8%	12,2% ↓	12,6%	11,8%	16,0%	12,8%	6,9%	13,7%	11,7%
Conforto	14,6%	11,4%	13,3%	9,6%	10,6%	11,5%	12,2%	11,0%	11,5%
Disponibilidade de estacionamento	3,3%	6,4% ↑	10,0% ↑	3,0%	3,8%	3,6%	12,5% ↑	10,1%	5,4%
Propaganda	2,2%	2,8%	1,6%	4,0%	4,8%	3,1%	0,0%	2,3%	2,9%
Decoração do local	1,6%	0,1% ↓	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,3%	0,4%	0,0%
Outro	0,5%	0,5%	0,6%	0,3%	0,4%	0,2%	0,8%	1,3%	0,2%
Não sei	2,3%	2,4%	2,7%	2,2%	3,0%	1,7%	2,4%	1,1%	2,8%

Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
600	611	296	315	272	184	155	265	346

FATORES QUE MOTIVAM A ENTRAR EM UMA LOJA PARA

AS COMPRAS DE NATAL: 54% são motivados a entrar nas lojas por promoções e descontos, 53% pelos preços (principalmente os homens) e 35% pela qualidade dos produtos (percentual que é maior entre as classes A/B e que representa um aumento de 11 p.p. em relação a 2016).



RESPOSTAS – RM (ate 3 opções)	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Promoções e Descontos	50,5%	53,9%	54,8%	53,0%	54,2%	50,2%	56,9%	47,9%	55,7%
Preço	49,1%	53,2%	58,6% ↑	48,1%	48,4%	55,1%	57,6%	60,5%	51,0%
Qualidade dos produtos	24,3%	35,3% ↑	38,5%	32,2%	32,6%	31,9%	41,9%	45,0% ↑	32,4%
Ter o que procuro/necessito	25,9%	28,7%	33,2%	24,4%	28,2%	24,7%	33,2%	42,6% ↑	24,6%
Variedade de produtos	32,5%	25,0% ↓	25,5%	24,5%	22,9%	19,1%	33,1%	23,3%	25,5%
Atendimento do vendedor	20,7%	18,1%	17,3%	18,9%	18,8%	19,5%	16,1%	11,8%	20,1% ↑
Facilidade em formas de pagamento	14,7%	16,0%	14,1%	17,8%	12,7%	16,8%	19,4%	13,6%	16,7%
Vitrine atrativa	10,9%	7,5% ↓	4,5%	10,4% ↑	13,9% ↑	2,4%	4,1%	5,6%	8,0%
Disponibilidade de estacionamento	4,7%	5,2%	7,4%	3,1%	2,7%	5,0%	8,5%	8,9% ↑	4,1%
Marca	6,7%	4,7%	5,1%	4,3%	4,5%	8,3%	1,4%	6,2%	4,2%
Brindes temáticos	3,7%	2,4%	1,5%	3,2%	3,4%	2,6%	1,0%	1,2%	2,8%
Sorteio de prêmios	2,0%	2,2%	1,9%	2,6%	1,5%	4,5%	1,1%	1,2%	2,5%
Outros	0,0%	0,2%	0,2%	0,2%	0,0%	0,3%	0,3%	0,8%	0,0%

Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
600	611	296	315	272	184	155	265	346

LOCAL QUE PRETENDE CONCENTRAR A MAIORIA DAS

COMPRAS: 40% pretendem fazer a maioria das compras pela internet (principalmente os homens e com um aumento de 8 p.p. na comparação com 2016), 37% em Shopping Center (principalmente os homens e as classes A/B) e 37% em lojas de departamento (aumento de 12 p.p. em relação a 2016).



RESPOSTAS – RM (até 3 opções)	Geral 2016	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
			Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Internet/lojas on line	32,3%	40,2% ↑	48,5% ↑	32,3%	33,1%	45,4%	44,5%	44,2%	39,1%
Shopping Center (exceto lojas de departamento)	40,7%	37,5%	43,0% ↑	32,3%	33,1%	38,9%	41,9%	49,5% ↑	34,0%
Lojas de departamento (exemplo: Renner, C&A, Riachuelo, Marisa etc.)	25,1%	37,4% ↑	35,3%	39,5%	34,5%	35,0%	43,3%	41,8%	36,1%
Lojas de rua/bairro (exceto lojas de departamento)	19,9%	26,4% ↑	23,0%	29,8%	25,3%	31,3%	23,3%	17,1%	29,2% ↑
Shopping popular	23,7%	13,0% ↓	9,8%	16,2%	20,4% ↑	8,4%	8,1%	10,9%	13,7%
Supermercados/hipermercados	8,9%	8,5%	10,6%	6,5%	6,1%	10,0%	10,1%	9,5%	8,2%
Revendedores de cosméticos Natura, Avon etc.	3,8%	6,8% ↑	4,6%	8,8%	7,0%	4,4%	8,7%	7,0%	6,7%
Outlets	4,7%	6,0%	6,8%	5,2%	5,8%	4,6%	7,5%	10,1% ↑	4,8%
Galeria comercial	9,4%	5,3% ↓	5,7%	4,9%	5,1%	5,6%	5,2%	4,8%	5,4%
Comércio ambulante (camelô)	7,0%	3,9% ↓	2,0%	5,8%	5,8%	3,3%	2,1%	1,0%	4,8%
Sacoleiras	1,5%	1,0%	0,0%	1,9%	0,6%	2,6%	0,0%	0,0%	1,3%
Outro	1,3%	0,5%	0,3%	0,6%	0,0%	0,3%	1,2%	1,1%	0,3%
Não sei/Não decidi ainda	10,9%	7,1% ↓	5,2%	8,9%	11,2% ↑	4,8%	4,2%	3,1%	8,3%

Geral 2016	Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
600	611	296	315	272	184	155	265	346



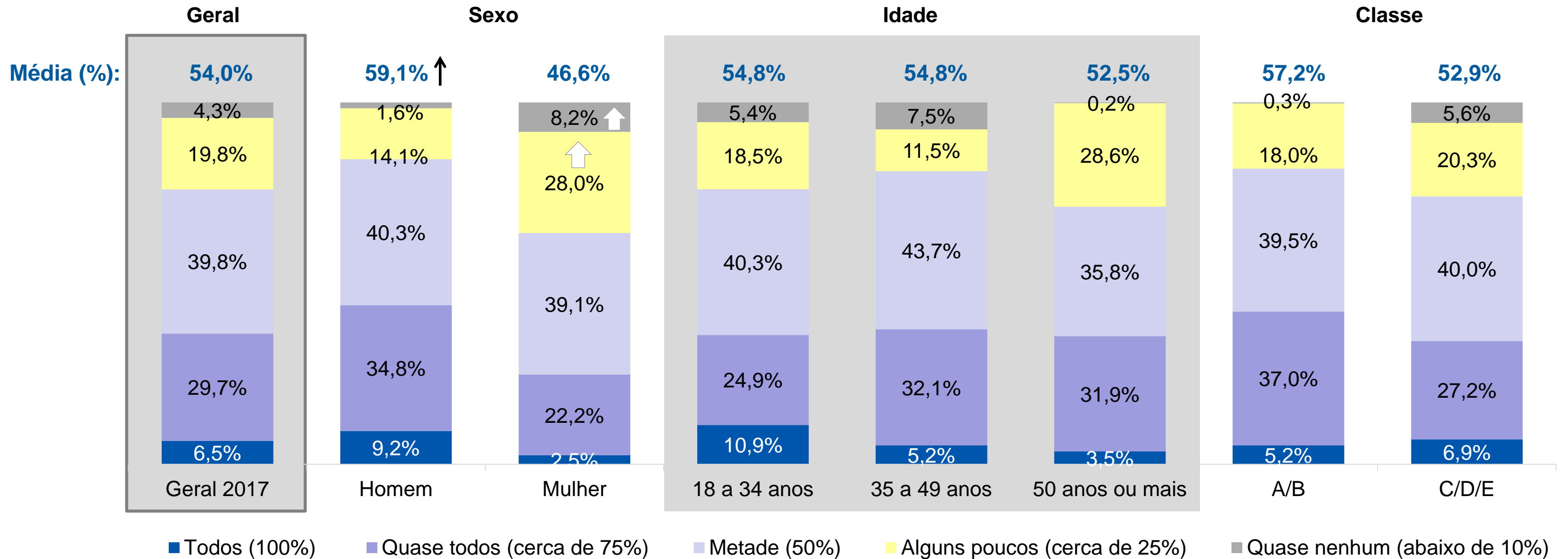
40% dos entrevistados pretendem fazer a maior parte das compras de Natal pela internet, percentual que aumentou 8 p.p. comparado ao ano de 2016

PERCENTUAL DE PRESENTES QUE PRETENDE COMPRAR



PELA INTERNET: Entre quem têm intenção de comprar presentes pela internet, a expectativa é de comprar em média 54% dos presentes de Natal por este canal (com destaque para os homens).

* Somente para quem pretende comprar presentes pela internet / lojas online



Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
282	164	118	114	95	73	144	138

TIPOS DE SITES EM QUE PRETENDE COMPRAR OS

PRESENTES DE NATAL: 68% pretendem comprar em sites de lojas de grandes empresas varejistas, principalmente as classes A/B. 42% citaram sites de classificados de compra e venda de produtos e 34% sites de lojas especializadas em roupas, calçados e acessórios (sobretudo as classes A/B).



* Somente para quem pretende comprar presentes pela internet / lojas online

RESPOSTAS - RM	Geral 2017	Sexo		Idade			Classe	
		Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
Sites de lojas de grandes empresas (como Americanas, Submarino, Ponto Frio, Casas Bahia, etc.)	67,8%	72,0%	61,6%	68,4%	71,7%	63,4%	78,7% ↑	64,0%
Sites como Mercado Livre, OLX, Bom Negócio	42,5%	51,6% ↑	29,3%	37,8%	35,1%	53,9%	36,1%	44,7%
Sites de lojas especializadas em roupas, calçados e acessórios	34,4%	34,7%	33,9%	36,8%	32,5%	33,8%	45,4% ↑	30,6%
Sites de descontos (como Peixe Urbano, Groupon, Privalia, Brandsclub, etc.)	23,4%	23,7%	23,0%	23,0%	19,1%	27,8%	20,9%	24,2%
Sites internacionais (AliExpress, Amazon, Ebay, etc.)	21,5%	20,7%	22,6%	27,4%	24,7%	12,9%	22,1%	21,2%
Lojas / perfis do facebook	8,0%	5,5%	11,6%	16,3%	2,8%	5,0%	10,7%	7,0%
Outro	1,5%	0,0%	3,8%	0,7%	0,0%	3,7%	1,0%	1,7%
Não sei/Não decidi ainda	2,7%	3,1%	2,1%	4,6%	1,5%	2,1%	3,9%	2,3%

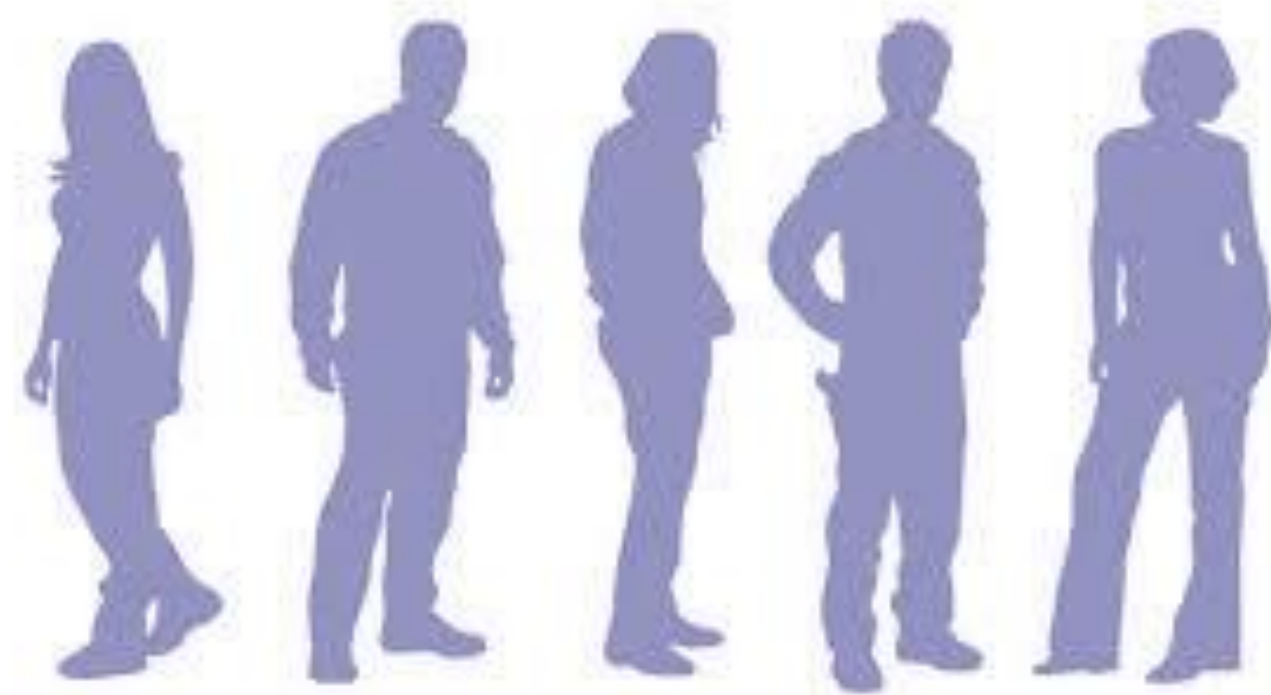
Geral 2017	Homem	Mulher	De 18 a 34	De 35 a 49	50 ou mais	A/B	C/D/E
282	164	118	114	95	73	144	138

Público alvo: Consumidores das 27 capitais brasileiras, homens e mulheres, com idade igual ou maior a 18 anos, de todas as classes econômicas (excluindo analfabetos) e que pretendem comprar presentes no Natal.

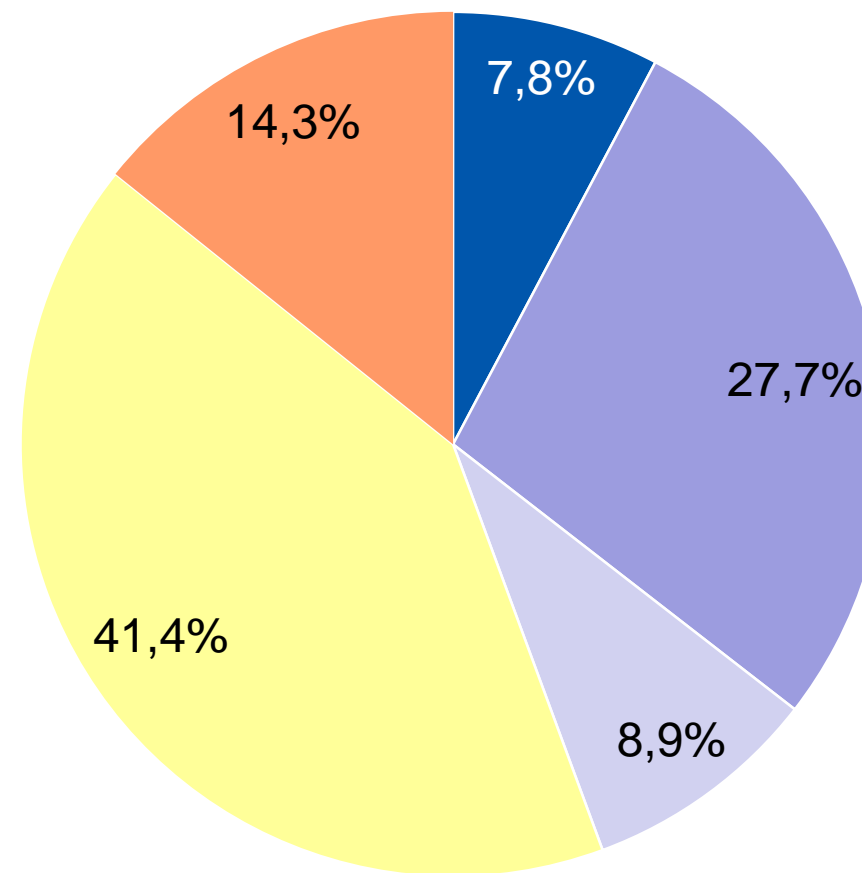
Método de coleta: pesquisa realizada via web e pós-ponderada por sexo, idade, estado, renda e escolaridade.

Tamanho amostral da Pesquisa: 730 casos em um primeiro levantamento para identificar o percentual de pessoas com intenção de comprar presentes no Natal. Em seguida, continuaram a responder o questionário 611 casos, que tinham a intenção de comprar presente no Natal. Resultando, respectivamente, uma margem de erro no geral de 3,6 p.p e 4,0 p.p para um intervalo de confiança a 95%.

Data de coleta dos dados: 02 de outubro a 06 de outubro de 2017.



Caracterização da Amostra



■ Centro-Oeste ■ Nordeste ■ Norte ■ Sudeste ■ Sul

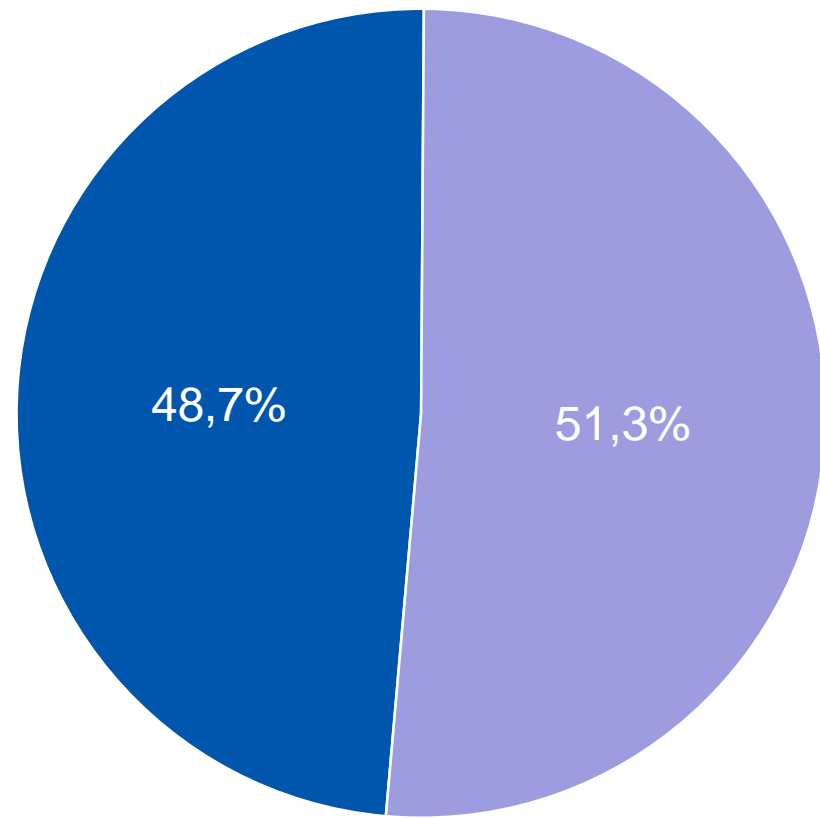
BASE	Geral
	730



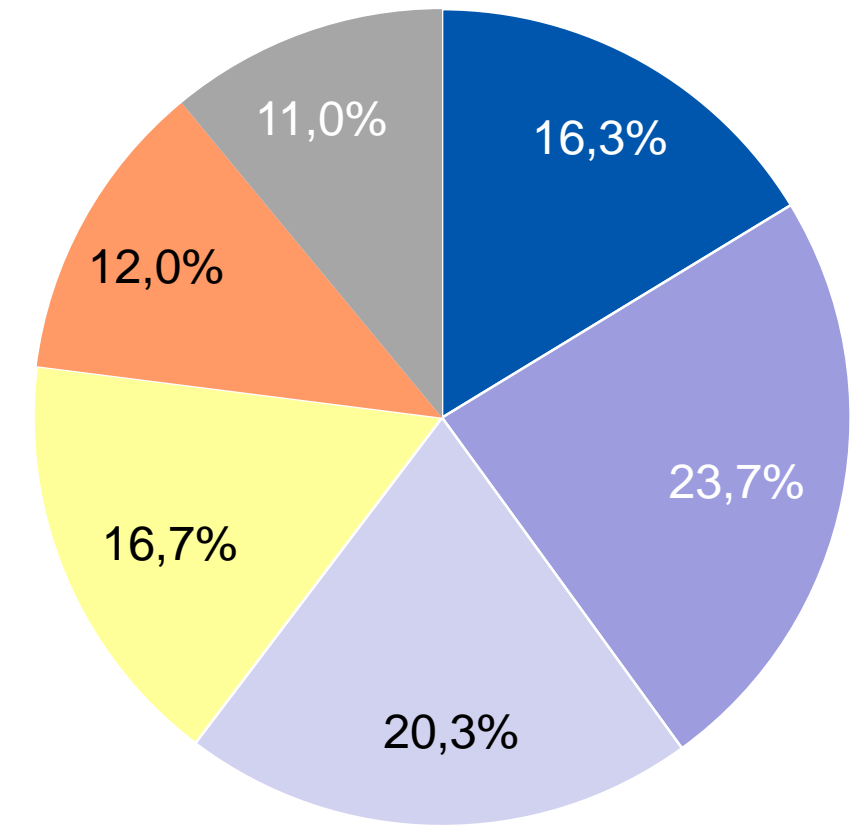
Cidade onde mora	%	Cidade onde mora	%
Aracajú	0,3%	Manaus	3,9%
Belém	2,6%	Natal	2,1%
Belo Horizonte	5,6%	Palmas	0,3%
Boa Vista	0,5%	Porto Alegre	6,4%
Brasília	4,0%	Porto Velho	0,5%
Campo Grande	1,1%	Recife	3,2%
Cuiabá	1,0%	Rio Branco	0,5%
Curitiba	7,1%	Rio de Janeiro	14,2%
Florianópolis	0,7%	Salvador	8,9%
Fortaleza	7,2%	São Luís	1,8%
Goiânia	1,7%	São Paulo	21,1%
João Pessoa	1,1%	Teresina	1,8%
Macapá	0,6%	Vitória	0,5%
Maceió	1,6%		

BASE	Geral
	730

SEXO E IDADE



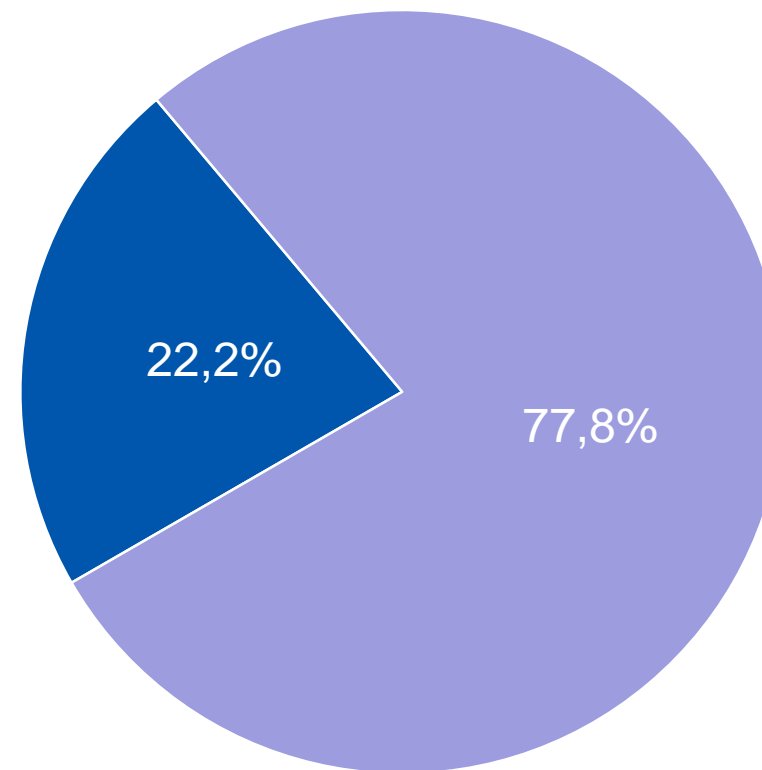
■ Homem ■ Mulher



■ 18 a 24 anos ■ 25 a 34 anos
■ 35 a 44 anos ■ 45 a 54 anos
■ 55 a 64 anos ■ 65 anos ou mais

BASE	Geral
	730





■ A/B

■ C/D/E

Média de moradores: **3,13**

BASE	Geral
	730

