

## Sumário Executivo

### Resumo dos principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2013

- **O número médio de presentes no Dia das Mães 2013 será de 1,44 unidades.**
  - Essa média difere entre os gêneros. Os homens pretendem comprar, em média, 1,58 unidades, enquanto as mulheres, 1,36 unidades.
- Os tipos de presente, mais frequentes, serão vestuário (32,4%), perfumes e cosméticos (17,5%), eletroeletrônicos e eletrodomésticos (10,8%) e calçados (10,6%).
- Dentre os locais de compra, os mais citados são as lojas do centro das cidades (57,2%).
- **O gasto médio, por pessoa, deverá ser de R\$ 154,29.**
  - Os homens deverão apresentar um gasto médio de R\$ 194,85, enquanto as mulheres gastarão R\$ 130,09.
  - Quanto às classes sociais, os gastos médios refletem a renda média de cada classe. Dessa forma, enquanto o gasto médio da classe alta deverá ser de R\$ 224,84, a classe baixa gastará, em média, R\$ 125,08. A classe média gastará, em média, R\$ 131,52.
- **O presente, em média, custará R\$ 106,19.**
  - Os homens devem adquirir presentes com custo médio de R\$ 122,69, enquanto as mulheres pretendem gastar R\$ 94,73, na média, em cada item.
  - Entre as classes sociais, o item médio da classe alta deverá custar R\$ 151,52, enquanto o da classe baixa deverá custar R\$ 79,26. O presente médio da classe média terá valor de R\$ 93,61.
- **Na comparação com o Dia das Mães de 2012, a intenção de gastos é superior às despesas realizadas no ano anterior.**
- **Quanto às formas de pagamento, 77,9% pretende realizar compras à vista.**
  - Dentre os que pretendem parcelar, 56,5% pretende pagar em até 3 parcelas.
- 58,4% das pessoas pretendem participar de algum evento especial em comemoração ao Dia das Mães em 2013.  
Desses, 82,6% participará de almoço ou jantar especial em casa, enquanto 16,5% devem ir a restaurantes.

## Pesquisa de Dia das Mães - 2013

O presente relatório tem por objetivo apresentar os principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2013, analisando as intenções de compra para a data comemorativa. O público-alvo foram consumidores com intenção de realizar compras para o Dia das Mães, entrevistados no período de 9 à 13 de abril de 2013. As realizadas 385 entrevistas foram realizadas em pontos de fluxo. Foram pesquisados consumidores na principal cidade de cada Macrorregião do Estado: Santa Maria, Porto Alegre, Caxias do Sul, Ijuí e Pelotas.

**Tabela 1 – Amostra estipulada por município pesquisado**

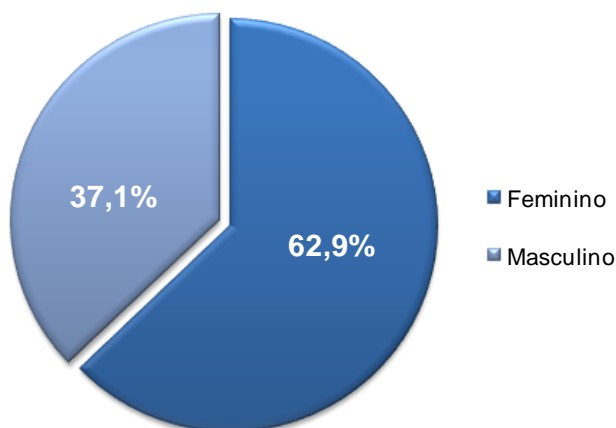
Macrorregião	Município	População	Peso % Esperado	Amostra Estipulada
Centro	Santa Maria	1.390.675	12,96%	51
Metropolitana	Porto Alegre	4.862.683	45,33%	174
Nordeste	Caxias do Sul	1.814.348	16,91%	65
Noroeste	Ijuí	1.231.146	11,48%	44
Sul-Campanha	Pelotas	1.429.085	13,32%	51
<b>Total</b>		<b>10.727.937</b>	<b>100,00%</b>	<b>385</b>

Fonte (população): IBGE

### Caracterização da Amostra

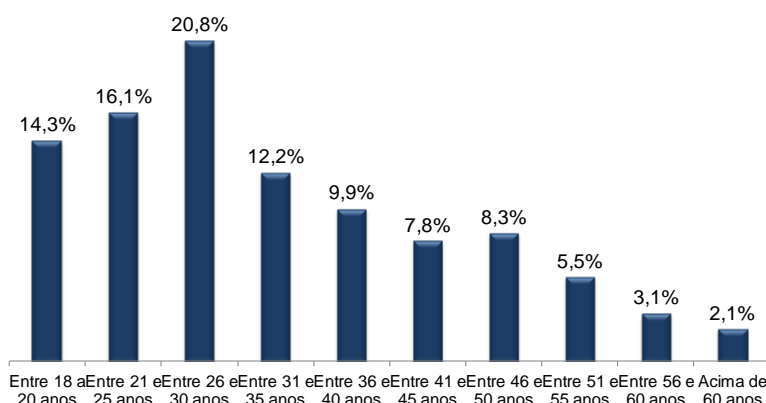
Dos indivíduos entrevistados, grande parte é do gênero feminino, representando 62,9% do total. A parcela masculina foi igual a 37,1% (Gráfico 1).

**Gráfico 1**  
Distribuição conforme Gênero



Fonte: IFEP  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

**Gráfico 2**  
Distribuição conforme Faixa Etária

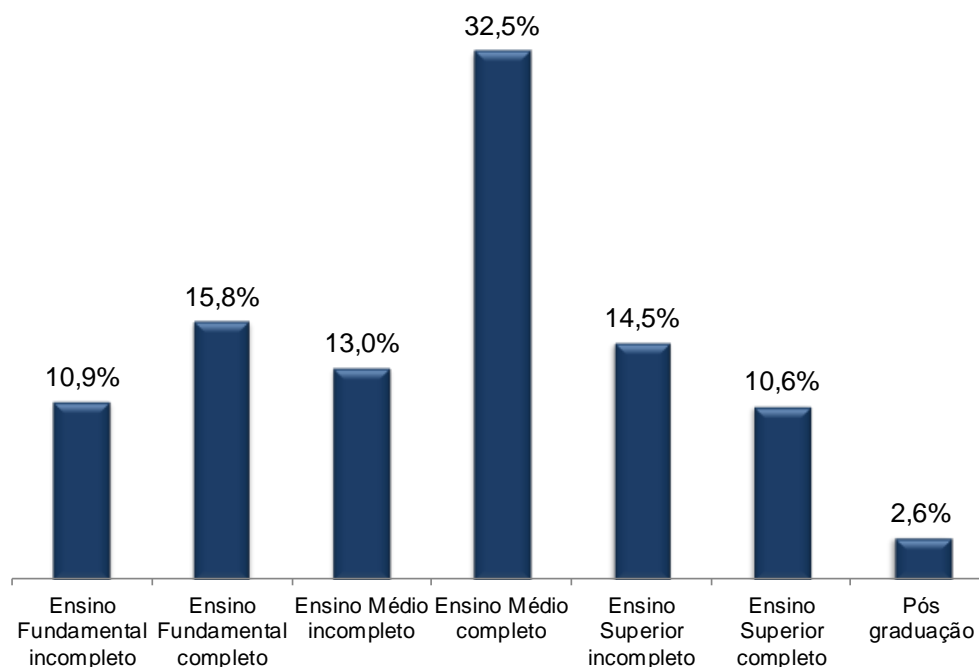


Fonte: IFEP  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

No que diz respeito às faixas etárias contempladas na pesquisa, a parcela mais significativa, representando 20,8% da amostra, é a de pessoas entre 26 e 30 anos de

idade. Em seguida, a segunda maior parcela comporta indivíduos entre 21 e 25 anos. A faixa etária com o menor número de entrevistados é a dos que estão acima de 60 anos, com um total de 2,1% de pessoas. Os dados são apresentados no Gráfico 2.

**Gráfico 3 – Grau de Escolaridade**



Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

No que tange ao grau de escolaridade, apresentado no Gráfico 3, 32,5% da amostra possui escolaridade equivalente ao Ensino Médio Completo, enquanto 10,9% possuem Ensino Fundamental Incompleto. A menor representação foi a dos indivíduos com Pós-Graduação (2,6%).

Além da intenção de compra de presente de Dia das Mães, é possível extrair da amostra a distribuição de classes sociais conforme sua representatividade na população gaúcha. Dessa forma, a significância estatística da pesquisa também é expressa no que diz respeito ao comportamento de consumo conforme as classes sociais.

No que diz respeito à classificação dos consumidores conforme a classe social, foram considerados dois aspectos: a renda familiar e o número de pessoas que dependiam dessa renda, sendo utilizados os **valores calculados pela Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE)**, como limites de renda superior e inferior de cada faixa, conforme o número de pessoas que dependem da renda.

**Tabela 2 – Distribuição amostral conforme Classe Social**

Distribuição da Amostra	
Classe Alta	25,7%
Classe Média	56,9%
Classe Baixa	17,4%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

## Compras de Dia das Mães

A Tabela 3 apresenta a frequência de entrevistados por gênero e quantidade de presentes que pretende comprar neste Dia das Mães. Nota-se que os homens pretendem comprar uma quantidade superior de itens. Enquanto 73,2% das mulheres afirmam que devem adquirir um item para presentear suas mães, uma parcela menor dos homens (62,2%) deve fazer o mesmo. Conseqüentemente, os homens possuem maior concentração nas intenções de aquisição superiores a um item. A intenção média é de compra de 1,44 presentes, sendo que os homens pretendem comprar 1,58 itens, enquanto as mulheres devem adquirir 1,36 presentes na média.

**Tabela 3 – Quantidade de presentes que comprou ou pretende comprar por Gênero e Total**

	Feminino	Masculino	Total
1 presente	73,2%	62,2%	69,1%
2 presentes	21,8%	25,9%	23,3%
3 presentes	1,3%	7,0%	3,4%
4 presentes	3,3%	2,1%	2,9%
5 presentes	0,4%	2,1%	1,0%
6 presentes	0,0%	0,7%	0,3%
<b>Média de Presentes*</b>	<b>1,36</b>	<b>1,58</b>	<b>1,44</b>

\*Em unidades.

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A Tabela 4 apresenta os tipos de presentes com maior frequência de intenção de compra por parte dos entrevistados. Verifica-se que, dentre aqueles que pretendem dar presentes, a maioria opta por Vestuário (32,4%). Na sequência, os presentes com maior citação foram: Perfumes/Cosméticos (17,5%), Eletroeletrônicos/Eletrodomésticos (10,8%) e Calçados (10,6%).

**Tabela 4 – Tipo de presente que comprou ou pretende comprar**

<b>Tipo de Presente</b>	<b>Frequência</b>
Vestuário	32,4%
Perfumes/ cosméticos	17,5%
Eletroeletrônicos/ eletrodomésticos	10,8%
Calçados	10,6%
Artigos de decoração	6,7%
Flores	6,3%
Celular	4,5%
Relógio/ jóias	2,7%
Cheque-presente	2,5%
Livros	1,3%
Cesta com presentes	1,1%
Móveis	0,9%
Utensílios domésticos	0,9%
Artigos de cama, mesa e banho	0,4%
Bolsa	0,4%
Viagem	0,4%
Bombons	0,2%
CD's/ DVD's	0,2%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Quando se analisa os tipos de presentes com intenção de compra por classe social (Tabela 5), existem algumas diferenças significativas entre os estratos. A maior dessas diferenças está nos item de Perfume/cosméticos, cuja concentração é mais elevada para a classe média (21,3%). Também pode-se destacar a frequência maior do grupo Flores para a classe baixa (13,5%), bem como do grupo Relógio/jóias para a classe alta (5,3%).

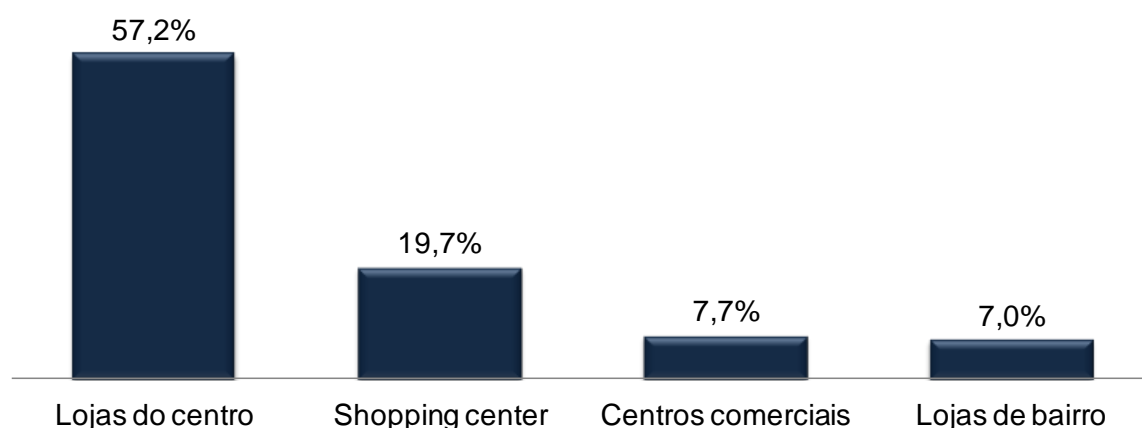
**Tabela 5 – Tipo de presente que comprou ou pretende comprar por Classe Social**

	<b>Classe Baixa</b>	<b>Classe Média</b>	<b>Classe Alta</b>
Vestuário	32,4%	33,3%	30,1%
Perfumes/ cosméticos	10,8%	21,3%	13,3%
Eletroeletrônicos/ eletrodomésticos	9,5%	11,2%	10,6%
Calçados	8,1%	10,9%	11,5%
Artigos de decoração	6,8%	7,0%	6,2%
Flores	13,5%	3,1%	8,8%
Celular	5,4%	4,7%	3,5%
Relógio/ jóias	1,4%	1,9%	5,3%
Cheque-presente	4,1%	1,2%	4,4%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

**Gráfico 4 – Local onde pretende efetuar as compras do Dia das Mães**



Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

O Gráfico 4 apresenta os principais locais de compra citados pelos entrevistados para a aquisição de presentes para o Dia das Mães. Nota-se que as lojas do centro aparecem como principal tipo de estabelecimento para as compras do presente do Dia das Mães, com participação de 57,2%. Em seguida, também com participação relevante, aparecem: *shopping centers* (19,7%), centros comerciais (7,7%) e lojas de bairro (7,0%). A Tabela 6 apresenta a frequência dos locais de compra por classe social. Apesar das lojas do centro liderarem para todos os estratos, as mesmas possuem menor concentração de preferência na classe baixa (46,1%).

**Tabela 6 – Estabelecimento/local onde pretende efetuar as compras do Dia das Mães por Classe Social**

	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta
Lojas do centro	46,1%	59,7%	61,4%
<i>Shopping center</i>	34,3%	5,6%	17,5%
Centros comerciais	8,8%	8,3%	7,0%
Lojas de bairro	4,9%	11,1%	6,6%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

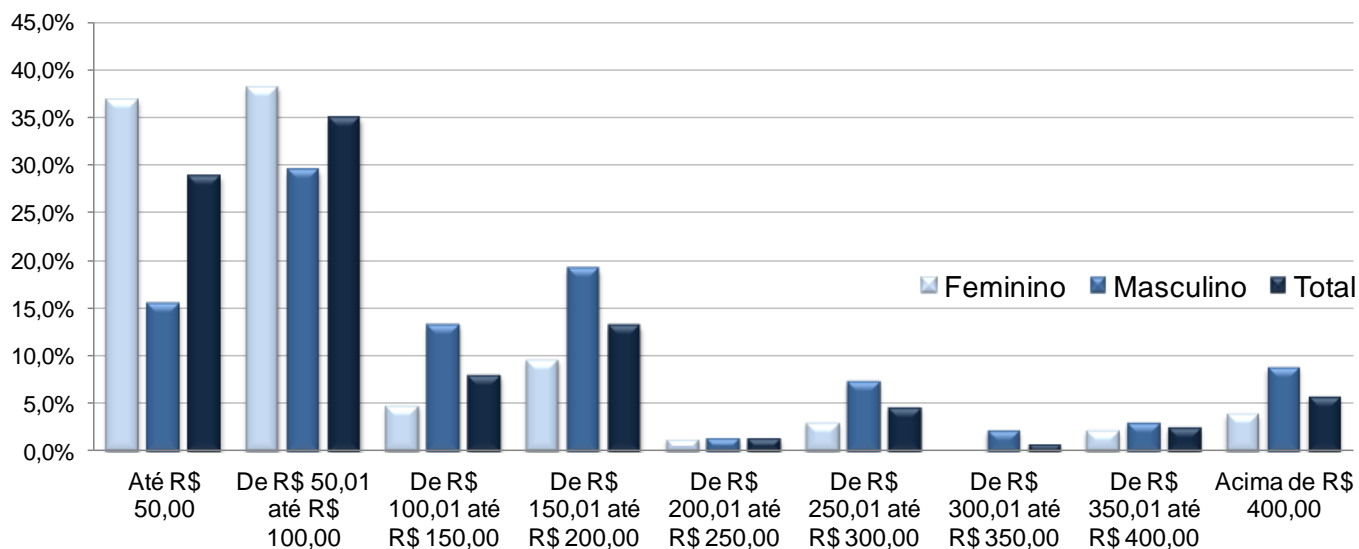
## Intenção de Gastos para o Dia das Mães 2013

A seguir, apresentam-se os principais resultados da pesquisa no que diz respeito aos gastos pretendidos para a compra de presentes neste Dia das Mães.

O Gráfico 5 apresenta a distribuição das intenções de gastos individuais em intervalos de valores, por gênero. Considerando essa segmentação, é possível perceber que a maioria das respostas (63,8%) para o total de pessoas concentra-se na faixa de gastos de R\$ 50,01 até R\$ 100,00. As diferenças entre os gêneros são significativas, sendo que os homens apresentam maior concentração de respostas

nas faixas de maior valor do que as mulheres. Enquanto 84,6% dos homens que revelaram suas intenções de gasto para o Dia das Mães pretendem despende mais de R\$ 50,00, entre as mulheres essa proporção cai para 63,2% (Gráfico 6).

**Gráfico 5 – Distribuição da intenção de gastos por Gênero e Total**

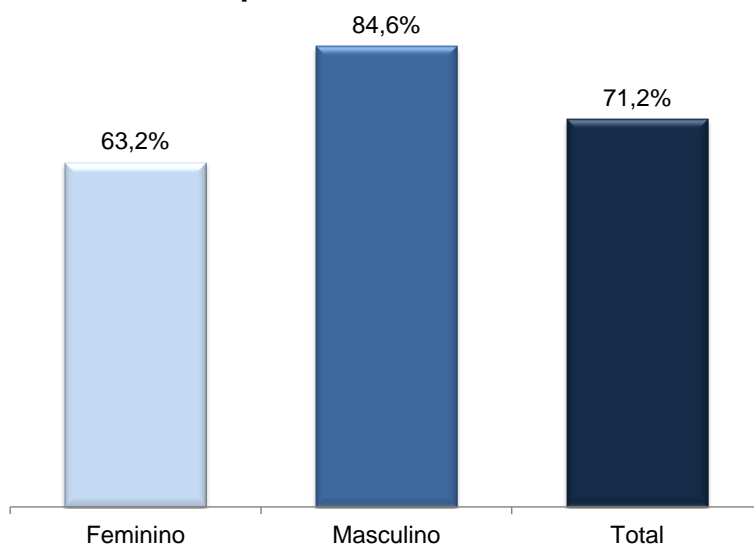


Nota: excluindo os indivíduos que não sabem ou não decidiram

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

**Gráfico 6 – Percentual de pessoas que pretendem gastar mais de R\$ 50,00 por Gênero e Total**



Nota: excluindo os indivíduos que não sabem ou não decidiram.

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

**Tabela 7 – Distribuição da intenção de gastos por Classe Social**

	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta
Até R\$ 50,00	39,3%	30,0%	19,4%
De R\$ 50,01 até R\$ 100,00	26,2%	39,5%	30,1%
De R\$ 100,01 até R\$ 150,00	6,6%	6,7%	11,8%
De R\$ 150,01 até R\$ 200,00	13,1%	12,4%	15,1%
De R\$ 200,01 até R\$ 250,00	0,0%	1,9%	1,1%
De R\$ 250,01 até R\$ 300,00	9,8%	3,3%	4,3%
De R\$ 300,01 até R\$ 350,00	0,0%	1,0%	1,1%
De R\$ 350,01 até R\$ 400,00	3,3%	2,4%	2,2%
Acima de R\$ 400,00	1,6%	2,9%	15,1%

Nota: excluindo os indivíduos que não sabem ou não decidiram.

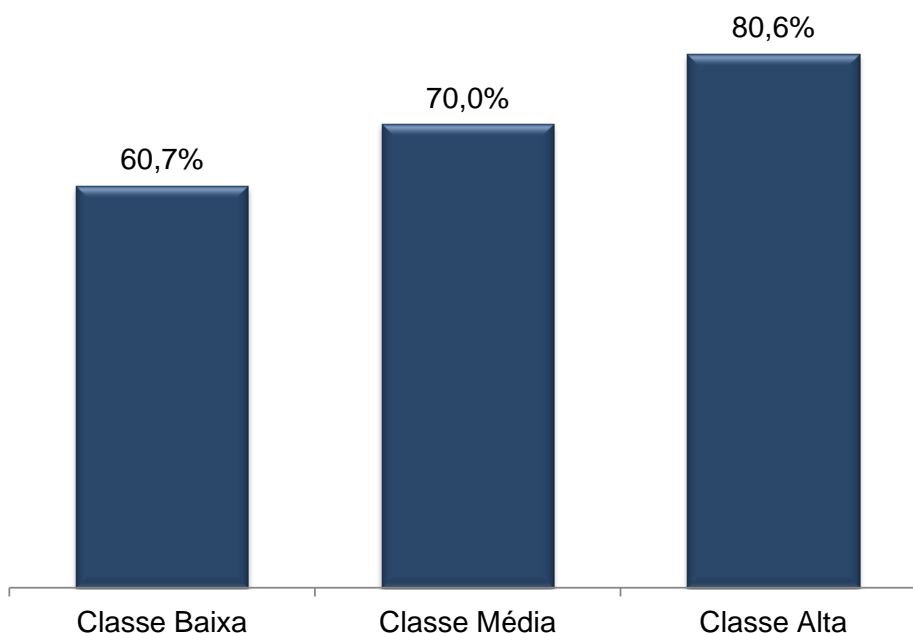
Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A Tabela 7 apresenta a distribuição das intenções de gasto por classes sociais. Observa-se, naturalmente, que a classe alta possui maior concentração nas faixas de maior valor. A classe baixa apresenta maior frequência (39,3%) nos gastos até R\$ 50,00, enquanto a classe média nos dispêndios entre R\$ 50,01 e R\$ 100,00 (39,5%). Excluindo os indivíduos que não sabem ou não decidiram, a proporção de indivíduos que pretendem gastar mais de R\$ 50,00 (Gráfico 7), é de 60,7% entre os consumidores da classe baixa, 70,0% na classe média, 80,6% na classe alta.

**Gráfico 7**

**Proporção de indivíduos por Classe Social que pretendem gastar mais de R\$ 50,00**



Nota: excluindo os indivíduos que não sabem ou não decidiram.

Fonte: IFEP

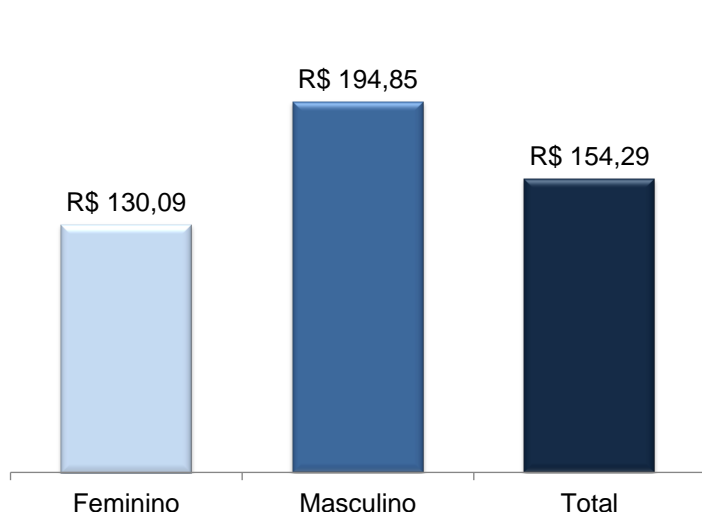
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS



O Gráfico 8 traz a consolidação dos gastos que pretendem ser efetuados pelos gaúchos neste Dia das Mães. Em média, cada pessoa deve gastar R\$ 154,29 em presentes, sendo que os homens (R\$ 194,85) deverão apresentar um gasto superior ao das mulheres (R\$ 130,09).

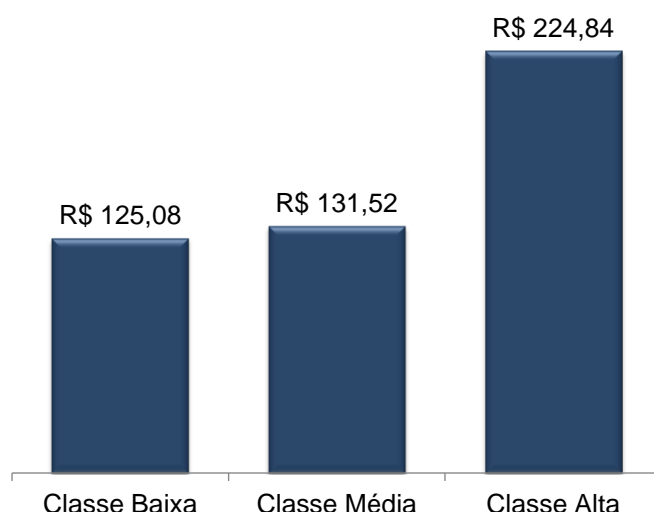
O Gráfico 9 apresenta o gasto médio em presentes por classe social. Os indivíduos da classe média deverão gastar, em média, R\$ 131,52, valor levemente superior aos R\$ 125,08 da classe baixa. Já os indivíduos da classe alta possuem intenção de gastar, em média R\$ 224,84 em presentes neste Dia das Mães.

**Gráfico 8**  
Gasto médio por Gênero e Total



Fonte: IFEP  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

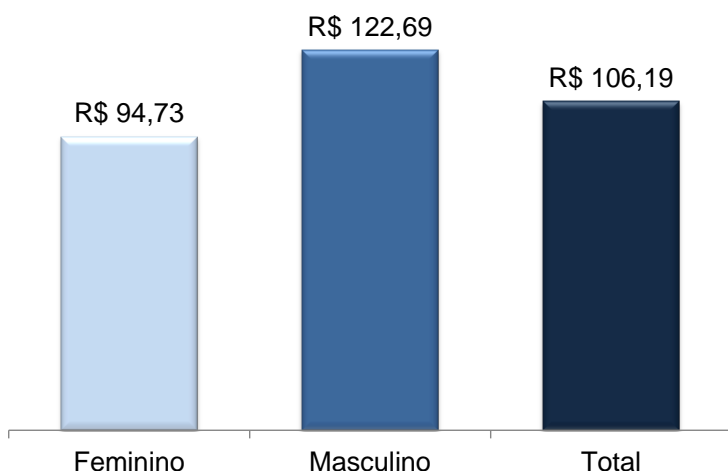
**Gráfico 9**  
Gasto médio por Classe Social



Fonte: IFEP  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Levando em conta o número médio de presentes que devem ser adquiridos na intenção de gastos, o valor médio por presente comprado neste Dia das Mães deverá ser de R\$ 94,73 para as mulheres e de R\$ 122,69 para os homens, resultando em uma média consolidada de R\$ 106,19. Dessa forma, nota-se que os homens devem gastar mais, em parte, pelo fato de que comprarão um número maior de presentes, mas também porque devem adquirir presentes de maior valor.

**Gráfico 10**  
Presente médio por Gênero e Total

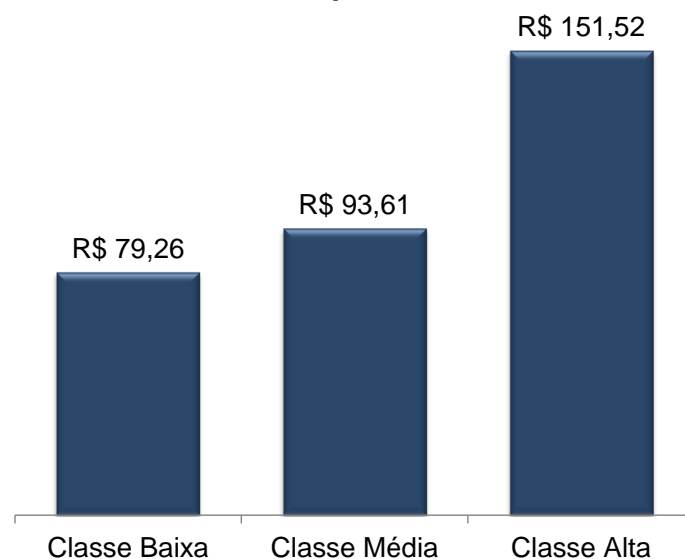


Nota: para o cálculo do presente médio, são considerados apenas os indivíduos que responderam às questões referentes à intenção de gasto total e à quantidade de presentes.

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

**Gráfico 11**  
Presente médio por Classe Social



Nota: para o cálculo do presente médio, são considerados apenas os indivíduos que responderam às questões referentes à intenção de gasto total e à quantidade de presentes.

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

O Gráfico 11 apresenta o valor médio dos presentes que devem ser adquiridos no Dia das Mães por classe social. Os indivíduos da classe baixa pretendem comprar, em média, presentes com valor unitário de R\$ 79,26, enquanto a classe alta deve adquirir itens com valor médio de R\$ 151,52.

A Tabela 8 apresenta a percepção média dos gaúchos em relação à comparação de seus gastos com o Dia das Mães de 2012. A maior parte das pessoas (45,5%) pretende despendar o mesmo valor gasto no ano passado, contudo existe concentração significativamente superior nas respostas “Mais” e “Muito mais” do que em “Menos” e “Muito menos”.

Dessa forma, conforme os dados apurados pela pesquisa, os indivíduos, na média, pretendem gastar uma quantia superior com a compra de presentes em 2012. A partir da Tabela 8, é possível elaborar um índice que consolida a distribuição de respostas em um único número, que varia entre 0,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito menos do que em 2012) e 200,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito mais do que em 2012), no qual o valor 100,0 indica que, na média, os indivíduos pretendem gastar o mesmo do que em 2012. O índice calculado a partir das frequências da Tabela 8 resulta no valor de 113,1, indicando um gasto médio por pessoa superior ao do Dia das Mães passado.

**Tabela 8 – Intenção de gastos para o Dia das Mães 2013 em relação ao Dia das Mães 2012**

Resposta	Frequência
Muito menos	0,8%
Menos	13,5%
O mesmo	45,5%
Mais	35,6%
Muito mais	2,6%
Não sabe/ não informou	2,1%

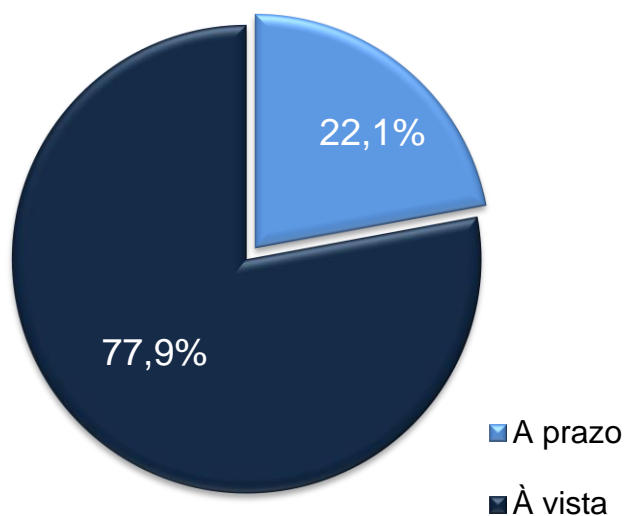
Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

## Formas de Pagamento

Acerca das formas de pagamento, 77,9% dos entrevistados afirmaram que irão efetuar suas compras de Dia das Mães à vista, enquanto 22,1% irão comprar a prazo. Quando a intenção de forma de pagamento é analisada por classe social (Gráfico 13), nota-se que a pretensão de utilização de crédito é mais presente nas classes média e alta.

**Gráfico 12 – Forma de pagamento**

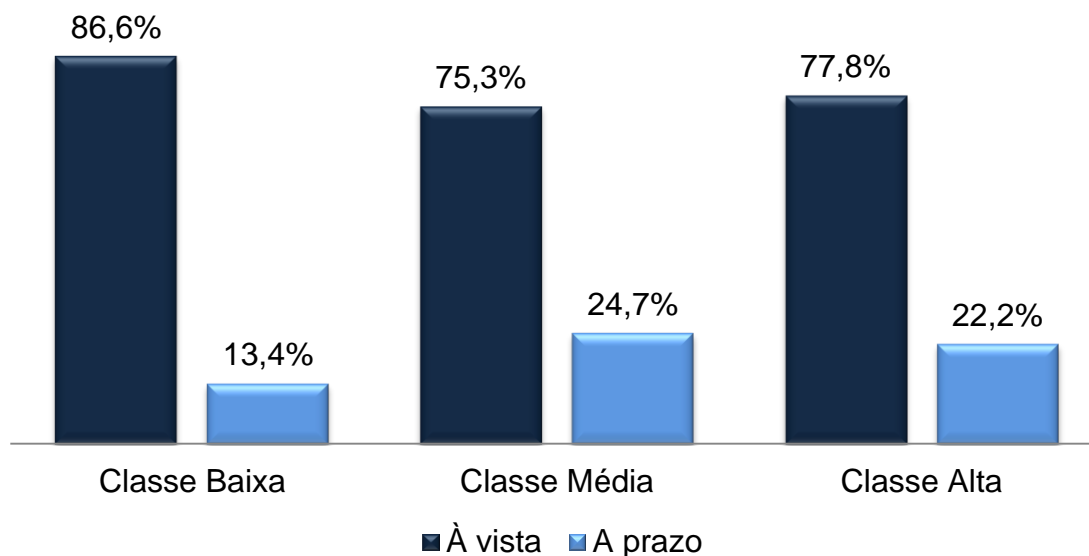


Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Entre aqueles que irão parcelar suas compras, a grande parte (49,4%) comprará em duas ou três vezes (28,2% parcelarão em duas vezes, enquanto 21,2% parcelarão em três vezes).

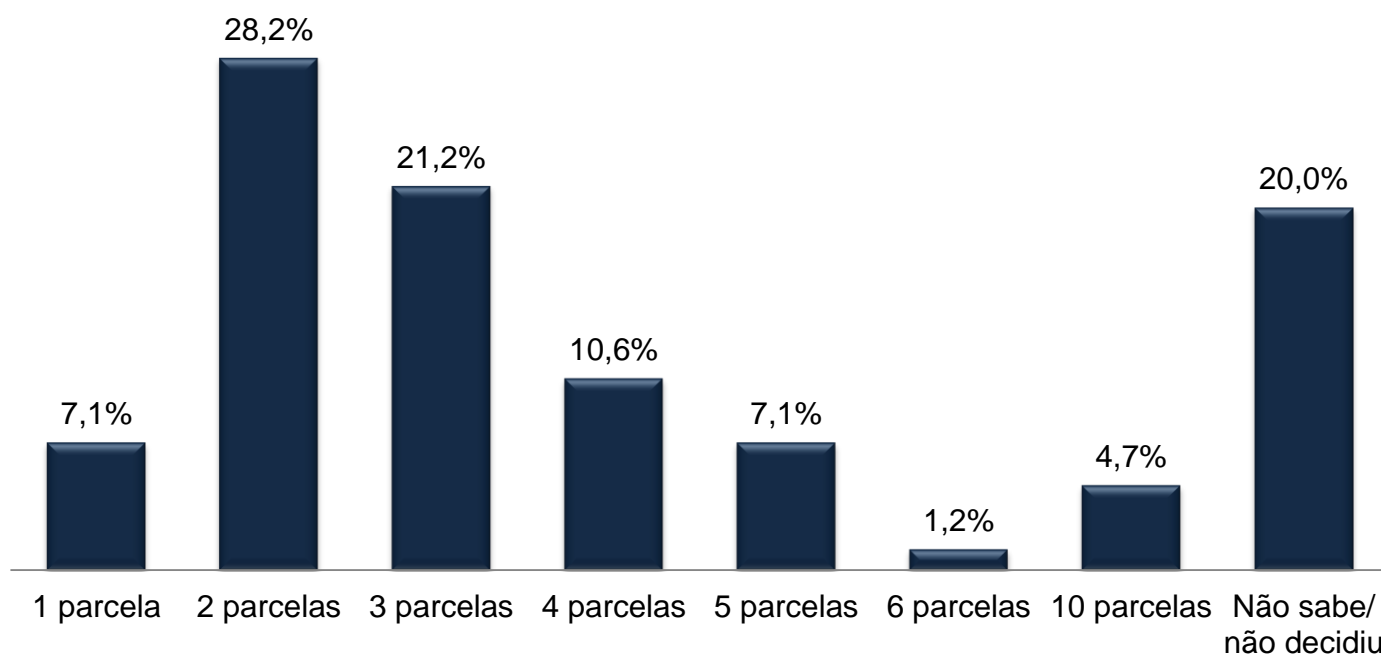
**Gráfico 13 – Forma de pagamento por Classe Social**



Fonte: IFEP  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

O Gráfico 14 apresenta a distribuição das compras a prazo por número de parcelas. Considerando aqueles que responderam ao questionamento, para a parcela que deverá utilizar o crédito no Dia das Mães, a média de parcelamento das compras será de 3,2 meses.

**Gráfico 14 – Distribuição das compras a prazo por número de parcelas**

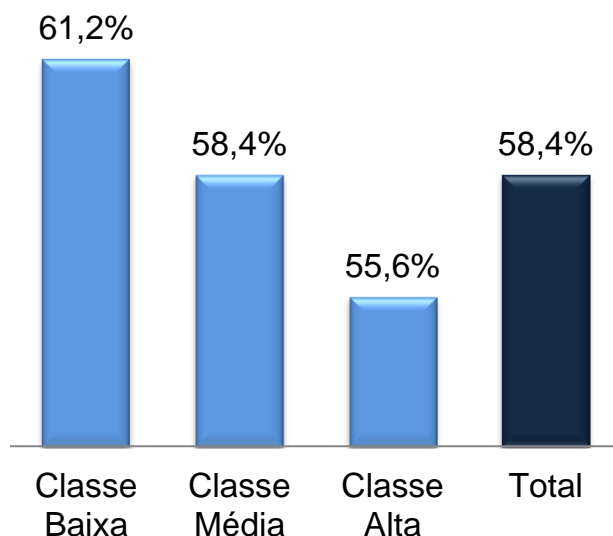


Fonte: IFEP  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

## Evento Especial

Dentre os entrevistados, 58,4% afirmaram que pretendem proporcionar ou participar de um evento especial no Dia das Mães. O Gráfico 15 apresenta tal intenção desagregada por classe social. Percebe-se que os eventos comemorativos possuem maior penetração na classe baixa (61,2%) do que na classe alta (55,6%)

**Gráfico 15 – Percentual de pessoas que pretende proporcionar ou participar de um evento especial em comemoração ao Dia das Mães**



Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

No que diz respeito ao tipo de evento comemorativo, 82,6% daqueles que devem participar ou proporcionar algum evento estarão envolvidos em um almoço ou jantar especial em casa. Quando essa intenção é desagregada por classes sociais contudo, nota-se uma distinção significativa entre os grupos. Na classe baixa, o almoço ou jantar em casa possui frequência de 95,1%, enquanto a refeição fora de casa de apenas 2,4%. Em oposição, na classe alta, essas frequências são de 74,5% e 25,5%, respectivamente.

**Tabela 9 – Tipo de evento por Classe Social e Total**

Tipo de Evento	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta	Total
Almoçar/jantar fora	2,4%	17,2%	25,5%	16,5%
Almoço/jantar especial em casa	95,1%	82,0%	74,5%	82,6%
Ir ao teatro/cinema	2,4%	0,8%	0,0%	0,9%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS