

O presente relatório tem como objetivo apresentar os principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2012, 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 28 de março a 1º de abril de 2011. A técnica utilizada foi a entrevista probabilística estratificada, em pontos de fluxo. Foram realizadas **384 entrevistas**, na principal cidade de cada Macrorregião do Estado: Santa Maria, Porto Alegre, Caxias do Sul, Ijuí e Pelotas. A margem de erro da pesquisa é de 4,88%.

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

Macrorregião	Município	População	Peso % Esperado	Amostra Estipulada
Centro	Santa Maria	1.390.675	12,96%	50
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>384</b>

Fonte (população): IBGE

## Sumário Executivo - Resumo dos principais resultados da pesquisa de Dia das Mães 2011

- **O número médio de presentes no Dia das Mães 2011 será 1,3 unidades.**
  - Essa média não varia significativamente entre os gêneros e as classes sociais.
- Os tipos de presente mais frequentes serão vestuário (35,9%), perfumes e cosméticos (13,3%), calçados (12,5%) e eletroeletrônicos e eletrodomésticos (10,2%).
- Dentre os locais de compra, os mais citados são as lojas do centro das cidades (69,5%).
- **O gasto médio, por pessoa, deverá ser de R\$ 121,81.**
  - Os homens deverão apresentar um gasto médio de R\$ 137,05, enquanto as mulheres gastarão R\$ 115,64.
  - Quanto às classes sociais, os gastos médios refletem a renda média de cada classe. Dessa forma, enquanto o gasto médio da classe A deverá ser de R\$ 231,48, a classe E gastará, em média, R\$ 64,00. A classe C gastará, em média R\$ 110,47.
- **O presente, em média, custará R\$ 93,89.**
  - Os homens devem adquirir presentes com custo médio de R\$ 107,98, enquanto as mulheres pretendem gastar R\$ 88,51, na média, em cada item.
  - Entre as classes sociais, o item médio da classe A deverá custar R\$ 178,57, enquanto o da classe deverá custar R\$ 44,14. O presente médio da classe C terá valor de R\$ 88,80.
- **Na comparação com o Dia das Mães de 2011, a intenção de gastos é superior às despesas realizadas no ano anterior.**
- **Quanto às formas de pagamento, 76,6% pretende realizar compras à vista.**

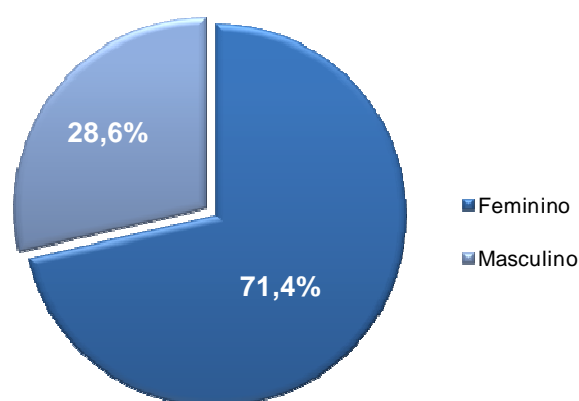
- Entre os que pretendem parcelar, 59,5% pretende pagar em 2 a 3 parcelas.
- 68,8% das pessoas pretendem participar de algum evento especial em comemoração ao Dia das Mães em 2012. Desses, 84,8% participará de almoço ou jantar especial em casa, enquanto 12,5% devem ir a restaurantes.

A maior parte dos indivíduos entrevistados é do gênero feminino, representando 71,4% do total. A parcela masculina foi de 28,6% (Gráfico 1).

Acerca das faixas etárias contempladas na pesquisa, a parcela mais significativa, representando 20,6% da amostra, é a de pessoas entre 21 e 25 anos de idade. Em seguida, a segunda maior parcela é representada por indivíduos entre 26 e 30 anos. A faixa etária com o menor número de entrevistados (1,0% do total) é a dos que têm acima de 60 anos. Os dados são apresentados no Gráfico 2.

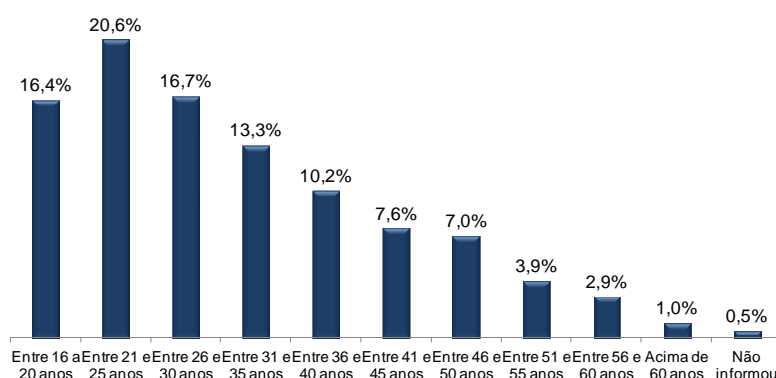
Quanto à relação entre gênero e idade, vale salientar que o gênero feminino teve maior participação na maioria das faixas etárias, com destaque para a faixa entre 51 e 55 anos de idade, na qual as mulheres somaram 86,7% e os homens apenas 13,3%.

**Gráfico 1 – Distribuição conforme Gênero**



Fonte: IFEP  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

**Gráfico 2 – Distribuição conforme Faixa Etária**

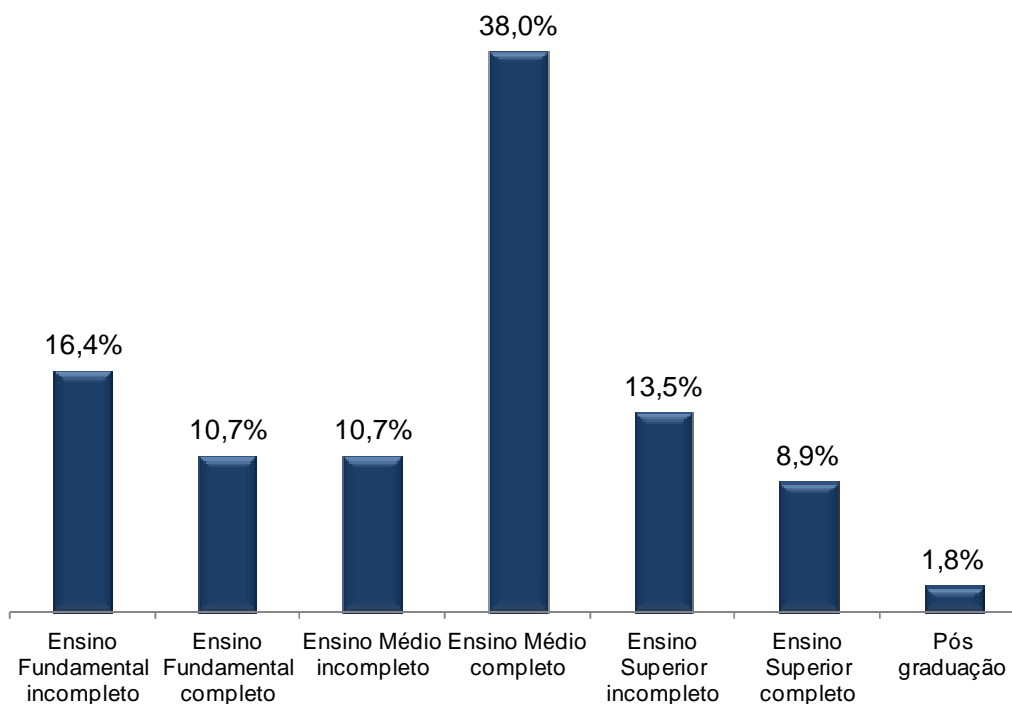


Fonte: IFEP  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Em relação ao grau de escolaridade, apresentado no Gráfico 3, 38,0% da amostra possui escolaridade equivalente ao Ensino Médio Completo, enquanto 16,4% possuem Ensino Fundamental Incompleto. A menor representação foi a dos indivíduos com Pós-Graduação (1,8%).

Além da intenção de compra de presente de Dia das Mães, outro filtro da amostra foi a distribuição de classes sociais conforme sua representatividade na população gaúcha. Assim, a pesquisa possui significância estatística 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 FGV, como limites de renda superior e inferior de cada faixa, conforme o número de pessoas que dependem da renda.

**Gráfico 3 – Grau de Escolaridade**


Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

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

Distribuição da Amostra	
Classe A	7,8%
Classe B	10,7%
Classe C	58,9%
Classe D	16,4%
Classe E	6,3%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

A Tabela 3 apresenta a frequência de entrevistados por gênero e quantidade de presentes que pretende comprar neste Dia das Mães. Percebe-se que, assim como a classe social, o gênero tem pouca influência sobre o número médio de presentes adquiridos. Tanto homens quanto mulheres pretendem comprar 1,3 presentes na média.

**Tabela 3 – Quantidade de presentes por Gênero e Total**

	Feminino	Masculino	Total
1 presente	77,6%	76,1%	77,2%
2 presentes	17,3%	20,2%	18,1%
3 presentes	3,7%	2,8%	3,4%
4 presentes	0,4%	0,9%	0,5%
5 presentes	0,4%	0,0%	0,3%
6 presentes	0,7%	0,0%	0,5%
<b>Média de Presentes*</b>	<b>1,3</b>	<b>1,3</b>	<b>1,3</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 (35,9%). Na sequência, os presentes com maior citação foram: Perfumes/Cosméticos (13,3%), Calçados (12,5%) e Eletroeletrônicos/Eletrrodomésticos (10,2%).

**Tabela 4 – Presente que comprou/pretende comprar**

Tipo de Presente	Frequência
Vestuário	35,9%
Perfumes/Cosméticos	13,3%
Calçados	12,5%
Eletroeletrônicos/Eletrrodomésticos	10,2%
Artigos de Decoração	5,7%
Flores	5,2%
Cesta com Presentes	2,3%
Cheque-Presente	2,3%
Relógios/Jóias	2,1%
Cama/Mesa/Banho	1,8%
Celular	1,3%
Chocolate/Bolo/Torta	1,3%
Livros	0,8%
Bolsa/Mala	0,5%
CD's/DVD's	0,5%
Copos	0,3%
Viagem	0,3%
Não sabe	3,6%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Em termos de classe social, vestuário é a primeira opção para todos os estratos. Contudo, dentre as classes, atinge o maior percentual de participação na classe D (39,7%), enquanto na classe A representa 26,7% dos presentes. Em seguida, na segunda posição, aparecem Perfumes/Cosméticos (para as classes A, C e D) e Calçados (para as classes B e E).

**Tabela 5 – Presente que comprou/pretende comprar por Classe Social**

	Classe A	Classe B	Classe C	Classe D	Classe E
Vestuário	26,7%	36,6%	36,7%	39,7%	29,2%
Perfumes/Cosméticos	16,7%	9,8%	14,6%	14,3%	0,0%
Calçados	13,3%	12,2%	12,4%	9,5%	20,8%
Eletroeletrônicos/Eletrrodomésticos	6,7%	12,2%	10,6%	11,1%	4,2%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Acerca do local de compra (Tabela 6), as lojas do centro despontam como principal tipo de estabelecimento para as compras do presente do Dia das Mães, com participação de 69,5%. Em seguida, também com participação relevante, aparecem: shoppings (15,4%) e lojas de bairro (6,0%).

Para as classes sociais (Tabela 7), as lojas do centro lideram em todos os estratos. Na classe C atinge a maior participação (73,9%), enquanto na classe A possui participação mais reduzida (50,0%). Para as classes A e B é significativa a participação dos shoppings como local preferido de compra, 30,0% e 26,8%, respectivamente. Nas classes C e D shopping também aparece como a segunda opção. Como exceção, na classe E, o segundo local predileto para as compras são lojas de bairro (12,5%).

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

Estabelecimentos	Frequência
Lojas do Centro	69,5%
Shopping	15,4%
Lojas de Bairro	6,0%
Centros Comerciais	2,6%
Camelôs/Centro Popular de Compras	1,6%
Floricultura	1,0%
Vendedoras Autônomas/Avon/Jequití	1,0%
Internet	0,5%
Supermercados	0,5%
Doceria	0,3%
Free shop	0,3%
Padaria	0,3%
Não sabe	1,0%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

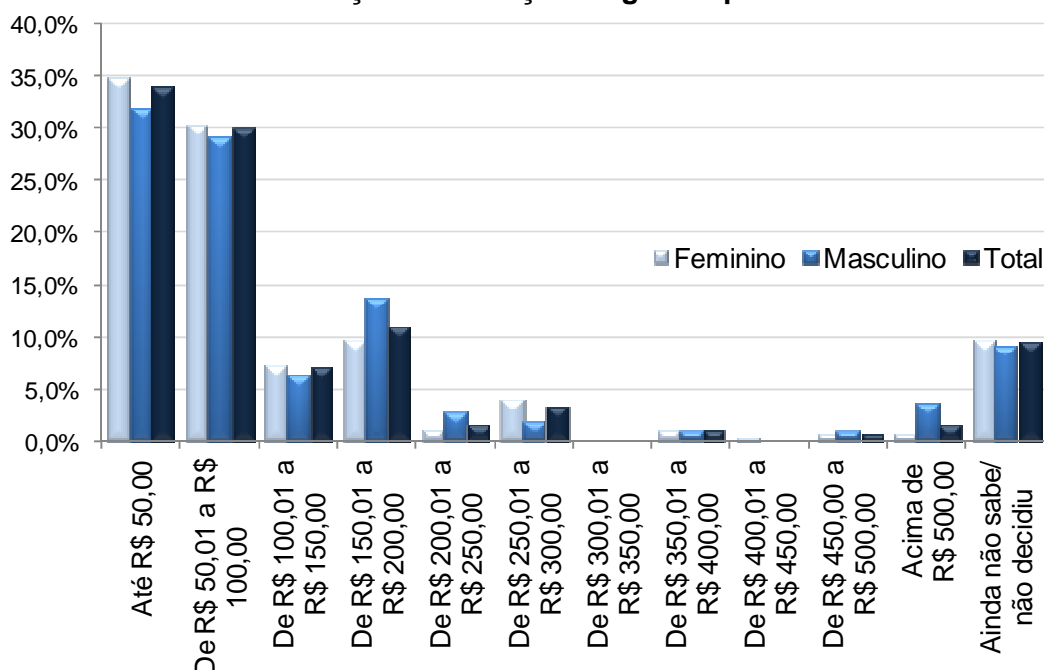
**Tabela 7 – Estabelecimento/local onde pretende efetuar as compras do Dia das Mães por Classe Social**

	Classe A	Classe B	Classe C	Classe D	Classe E
Lojas do Centro	50,0%	63,4%	73,9%	71,4%	58,3%
Shopping	30,0%	26,8%	13,3%	11,1%	8,3%
Lojas de Bairro	3,3%	2,4%	5,3%	9,5%	12,5%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

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.

**Gráfico 4 – Distribuição da intenção de gastos por Gênero e Total**


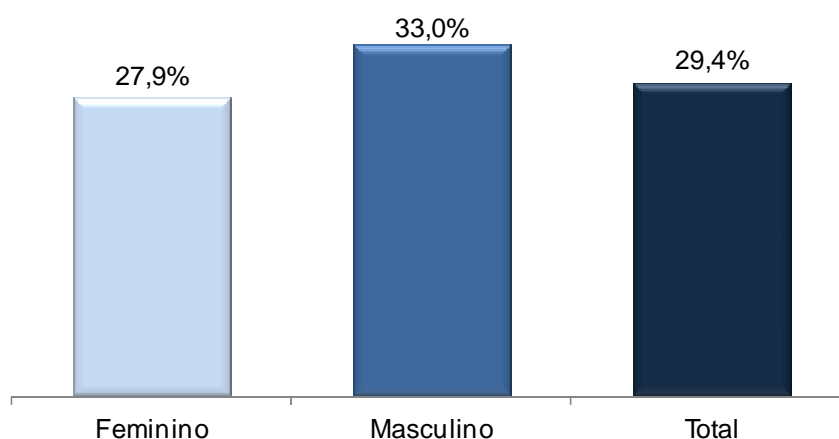
Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

O Gráfico 4 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 até R\$ 100,00. As diferenças entre os gêneros são pequenas, porém percebe-se que os homens apresentam maior concentração de respostas nas faixas de maior valor do que as mulheres. Enquanto 27,9% das mulheres que revelaram suas intenções de gasto para o Dia das Mães pretendem despendar mais de R\$ 100,00, entre os homens essa proporção é de 33,0% (Gráfico 5).

A Tabela 8 apresenta a distribuição das intenções de gasto por classes sociais. Observa-se, naturalmente, que as classes A e B possuem maior concentração nas faixas de maior valor. Excluindo os indivíduos que não sabem ou não decidiram, a proporção de indivíduos que pretendem gastar mais de R\$ 100,00 (Gráfico 6), é de 70,1% entre os consumidores da Classe A, 47,7% na Classe B, 26,1% na Classe C, 17,5% na Classe D e apenas 4,2% na Classe E.

**Gráfico 5 – Percentual de pessoas que pretendem gastar mais de R\$ 100,00 por Gênero e Total**



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

Fonte: IFEP

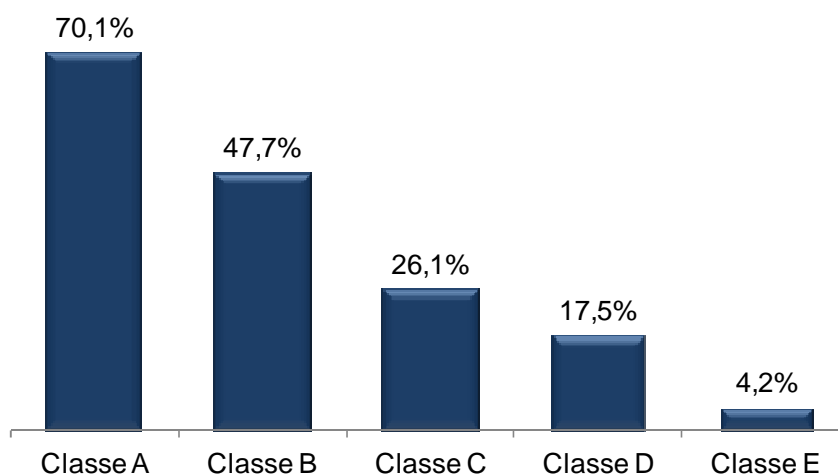
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

**Tabela 8 – Distribuição da intenção de gastos por Classe Social**

	Classe A	Classe B	Classe C	Classe D	Classe E
Até R\$ 50,00	3,3%	19,5%	36,4%	49,2%	45,8%
De R\$ 50,01 a R\$ 100,00	23,3%	29,3%	32,3%	25,4%	33,3%
De R\$ 100,01 a R\$ 150,00	13,3%	7,3%	5,6%	9,5%	4,2%
De R\$ 150,01 a R\$ 200,00	16,7%	19,5%	10,1%	4,8%	0,0%
De R\$ 200,01 a R\$ 250,00	10,0%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%
De R\$ 250,01 a R\$ 300,00	10,0%	12,2%	1,5%	1,6%	0,0%
De R\$ 300,01 a R\$ 350,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
De R\$ 350,01 a R\$ 400,00	6,7%	0,0%	0,5%	1,6%	0,0%
De R\$ 400,01 a R\$ 450,00	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%
De R\$ 450,00 a R\$ 500,00	3,3%	2,4%	0,5%	0,0%	0,0%
Acima de R\$ 500,00	3,3%	2,4%	1,5%	0,0%	0,0%
Ainda não sabe/ não decidiu	10,0%	7,3%	9,6%	7,9%	16,7%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

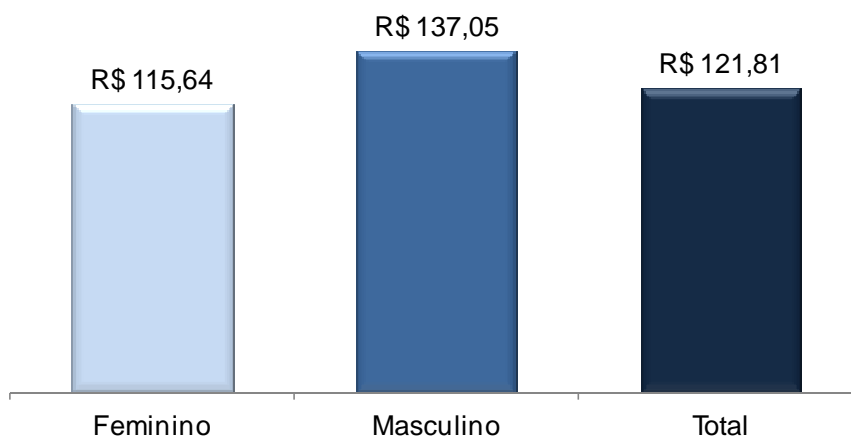
**Gráfico 6 – Proporção de indivíduos por Classe Social que pretendem gastar mais de R\$ 100,00**


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

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

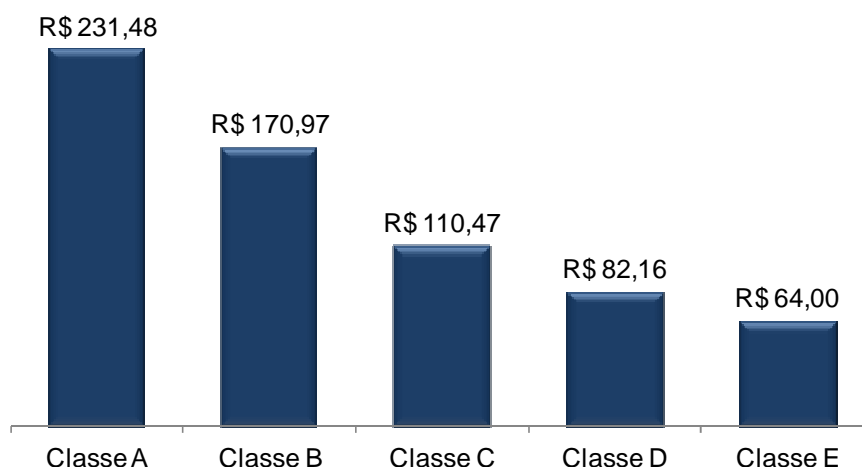
O Gráfico 7 traz a consolidação dos gastos que pretendem ser realizados pelos gaúchos neste Dia das Mães. Em média, cada pessoa deve gastar R\$ 121,81 em presentes, sendo que os homens (R\$ 137,05) deverão gastar, em média R\$ 21,41 (22,0%) a mais do que as mulheres (R\$ 115,64).

**Gráfico 7 – Gasto médio por Gênero e Total**


Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

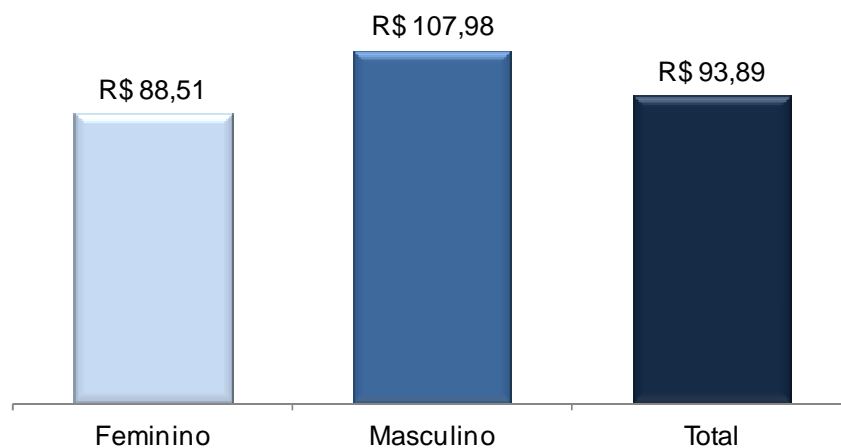
O Gráfico 8 apresenta o gasto médio em presentes por classe social. Os indivíduos da classe A deverão gastar, em média, R\$ 231,48. A classe C gaúcha, por sua vez, deverá gastar em média R\$ 110,47 em presentes neste Dia das Mães. Por fim, as pessoas da classe E pretendem gastar R\$ 64,00.

**Gráfico 8 – 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\$ 88,51 para as mulheres e de R\$ 107,98 para os homens, resultando em uma média consolidada de R\$ 93,89. Dessa forma, a diferença de gastos entre os gêneros, mesmo realizando a ponderação pelo número de presentes que devem ser adquiridos, praticamente se mantém inalterada em cerca de R\$ 20,00.

**Gráfico 9 – Presente médio por Gênero e Total**


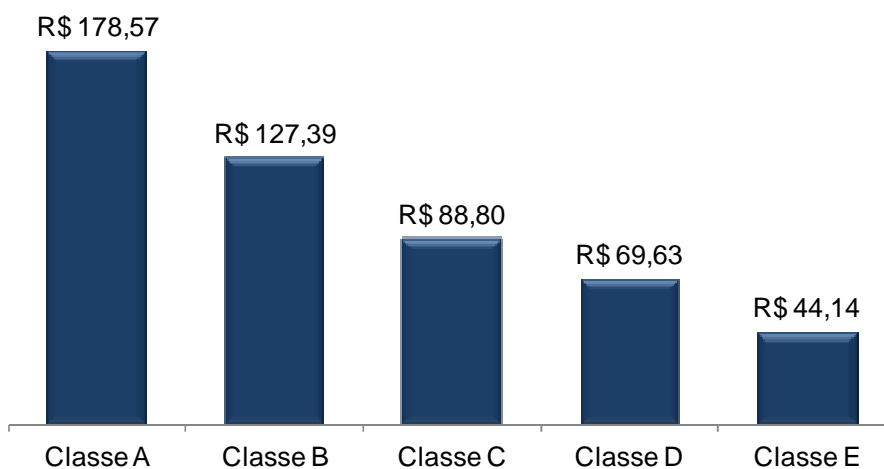
Nota: para o cálculo do presente médio são considerados apenas os indivíduos que responderam às questões referentes à intenção de gasto total e à quantidade de presentes.

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

O Gráfico 10 apresenta o valor médio dos presentes que devem ser adquiridos no Dia das Mães por classe social. As diferenças entre as faixas de rendimento são bastante salientes. Enquanto os indivíduos da classe A pretendem comprar, em média, presentes com valor unitário de R\$ 178,57, a classe E deve adquirir itens com valor médio de R\$ 44,14.



**Gráfico 10 – 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

A Tabela 9 apresenta a percepção média dos gaúchos em relação à comparação de seus gastos com o Dia das Mães de 2011. A maior parte das pessoas (43,8%) pretende despendar o mesmo valor do que no ano passado, contudo existe maior concentração 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 2011. A partir da Tabela 9, 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 2011) e 200,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito mais do que em 2011), no qual o valor 100,0 indica que, na média, os indivíduos pretendem gastar o mesmo do que em 2011. O índice calculado a partir das frequências da Tabela 9 é resulta no valor de 111,26, indicando um gasto médio por pessoa superior ao do Dia das Mães passado.

**Tabela 9 – Intenção de gastos para o Dia das Mães 2012 em relação ao Dia das Mães 2011**

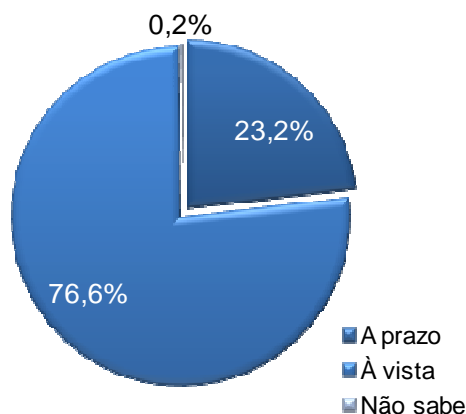
	Frequência
Muito mais	2,6%
Mais	33,9%
O mesmo	43,8%
Menos	16,7%
Muito menos	0,3%
Não sabe	2,9%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Acerca das formas de pagamento, 76,6% dos entrevistados afirmaram que irão efetuar suas compras de Dia das Mães à vista, enquanto 23,2% irão comprar a prazo. Os demais ainda não sabem a forma de pagamento.

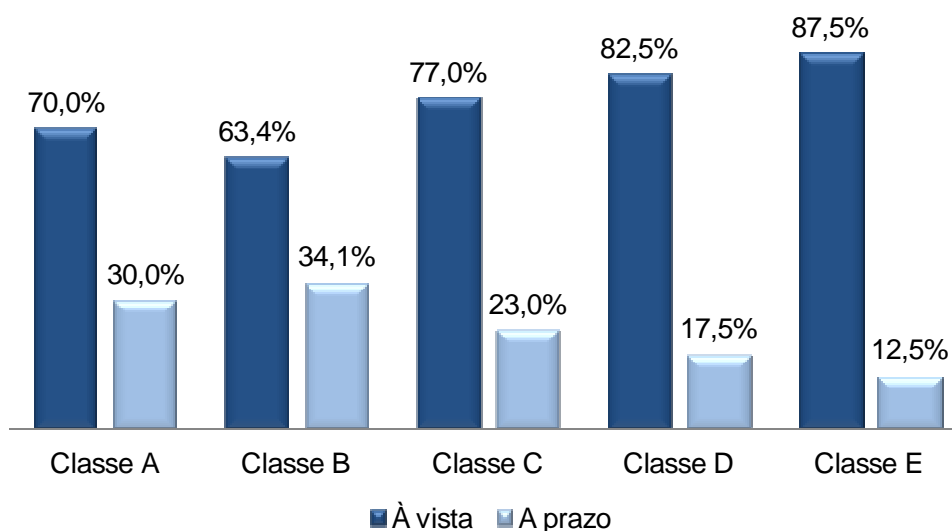
**Gráfico 11 – Forma de Pagamento**



Fonte: IFEP  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

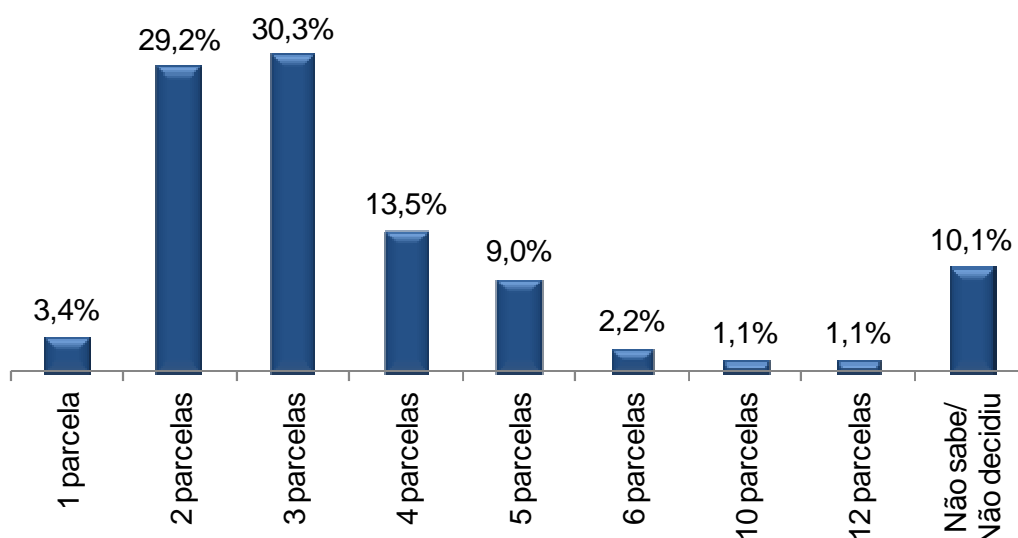
Dentre as classes sociais, as que mais irão parcelar as compras do Dia das Mães são as classes A e B. Enquanto 30,0% dos entrevistados da classe A afirmaram que irão comprar a prazo, na classe B o percentual é ainda maior, 34,1%. A classe E é a que registra a menor participação de compras a prazo (12,5%), seguida da classe D (17,5%) e C (23,0%).

**Gráfico 12 – Forma de pagamento por Classe Social**



Fonte: IFEP  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

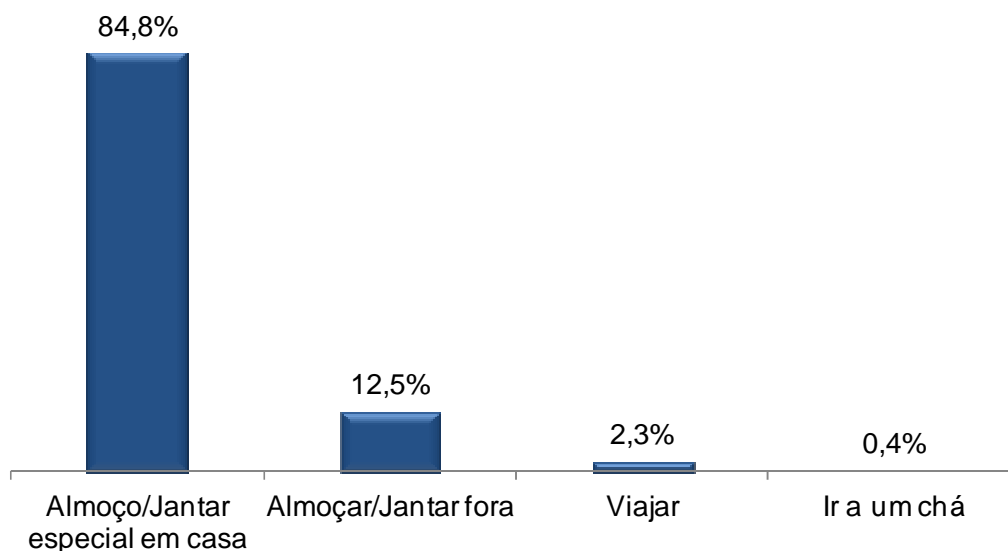
Entre aqueles que irão parcelar suas compras, a grande maioria (59,5%) parcelará em duas ou três vezes (30,3% parcelarão em duas vezes, enquanto 29,2% parcelarão em três vezes). O Gráfico 13 apresenta a distribuição das compras a prazo por número de parcelas.

**Gráfico 13 – Distribuição das compras a prazo por número de parcelas**


Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Dentre os entrevistados, 68,8% afirmaram que pretendem proporcionar/participar de um evento especial no Dia das Mães. Entre esses, a grande maioria (84,8%) optará por almoço/janta em casa. Os demais participarão de almoço/janta fora (12,5%), viagem (2,3%) e chá (0,4%).

**Gráfico 14 – Tipo de evento**


Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Desagregadamente, para as classes sociais, as classes D e E despontam como aquelas que mais pretendem realizar almoço/janta em casa. Para a classe E, 93,3% dos entrevistados afirmaram essa opção, ante 90,0% da classe D. Já para as demais classes, esse percentual é um pouco menor, 84,4% para a classe C, 79,3% para a classe B e 78,3% para a classe A. Almoçar/Jantar fora é a segunda opção favorita para

todas as classes, com destaque para a B, onde essa opção atinge o maior patamar, 20,7%. Ainda, viajar aparece como opção significativa apenas para a classe A, com 8,7% de participação.

**Gráfico 15 – Tipo de evento por classe social**

	Classe A	Classe B	Classe C	Classe D	Classe E
Almoço/Jantar especial em casa	78,3%	79,3%	84,4%	90,0%	93,3%
Almoçar/Jantar fora	13,0%	20,7%	12,9%	8,0%	6,7%
Viajar	8,7%	0,0%	2,0%	2,0%	0,0%
Ir a um chá	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%

Fonte: IFEP

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS