

Sumário Executivo

Resumo dos principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2016

- **O número médio de presentes no Dia das Mães 2016 será de 1,24 unidades.**
 - Homens (1,25 presentes) comprarão, em média, a mesma quantidade de presentes do que mulheres (1,24 presentes).
- Os tipos de presente, mais frequentes, serão vestuário (45,7%), perfumes e cosméticos (20,3%), calçados (12,5%) e eletroeletrônicos e eletrodomésticos (8,3%).
- Entre os locais de compra, os mais citados são as lojas do centro das cidades (64,4%).
- **O gasto pessoal médio deverá ser de R\$ 135,14.**
 - Os homens deverão apresentar um gasto médio de R\$ 175,88, enquanto as mulheres gastarão R\$ 109,48.
 - Quanto às classes econômicas, os gastos médios refletem a renda média de cada classe. Dessa forma, enquanto o gasto médio da classe alta deverá ser de R\$ 216,48, a classe baixa gastará, em média, R\$ 73,56. A classe média gastará, em média, R\$ 117,30.
- **O presente, em média, custará R\$ 133,17.**
 - Os homens devem adquirir presentes com custo médio de R\$ 186,54, enquanto as mulheres pretendem gastar R\$ 99,12 na média, em cada item.
 - Entre as classes econômicas, o item médio da classe alta deverá custar R\$ 228,88, enquanto o da classe baixa deverá custar R\$ 68,89. O presente médio da classe média terá valor de R\$ 112,97.
- **Na comparação com o Dia das Mães de 2015, a intenção de gastos é inferior às despesas realizadas no ano anterior.**
- **Quanto às formas de pagamento, 79,2% pretende realizar compras à vista.**
 - Entre os que pretendem parcelar, 62,5% pretende pagar em até 3 parcelas.
- 61,6% das pessoas pretendem participar de algum evento especial em comemoração ao Dia das Mães em 2016.
 - Desses, 87,8% participará de almoço ou jantar especial em casa, enquanto 10,1% devem ir a restaurantes.

Pesquisa de Dia das Mães - 2016

O presente relatório tem por objetivo apresentar os principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2016, 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 16 a 21 de março de 2016. As 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

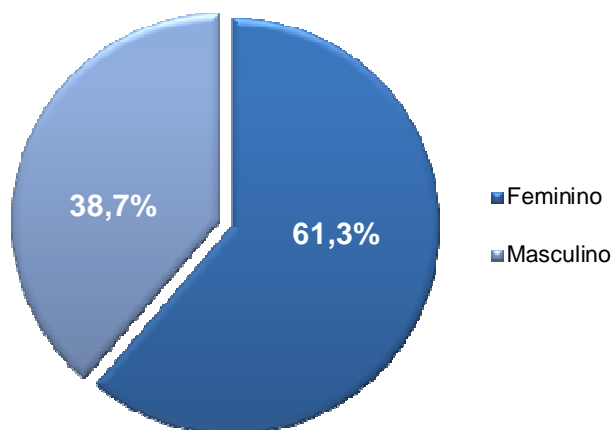
Macrorregião	Município	População	Peso % Esperado	Amostra Estipulada
Centro	Santa Maria	1.390.675	12,96%	51
Metropolitana	Porto Alegre	4.862.683	45,33%	174
Nordeste	Caxias do Sul	1.814.348	16,91%	65
Noroeste	Ijuí	1.231.146	11,48%	44
Sul-Campanha	Pelotas	1.429.085	13,32%	51
Total		10.727.937	100,00%	385

Fonte (população): IBGE

Caracterização da Amostra

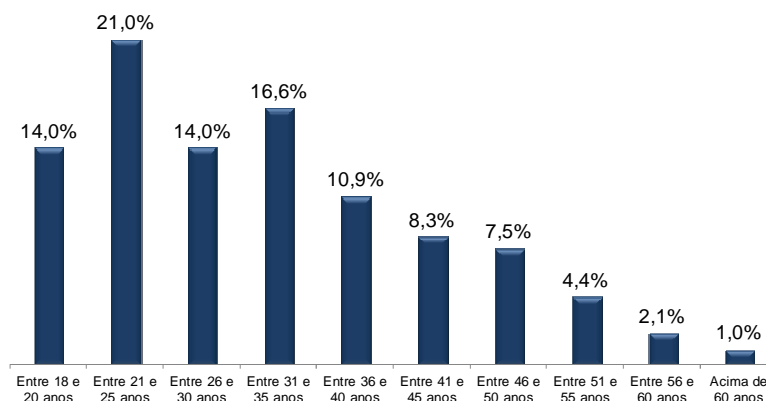
A amostra foi caracterizada por 61,3% de indivíduos do gênero feminino, enquanto a parcela masculina foi de 38,7% do total de entrevistados (Gráfico 1).

Gráfico 1
Distribuição conforme Gênero



Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

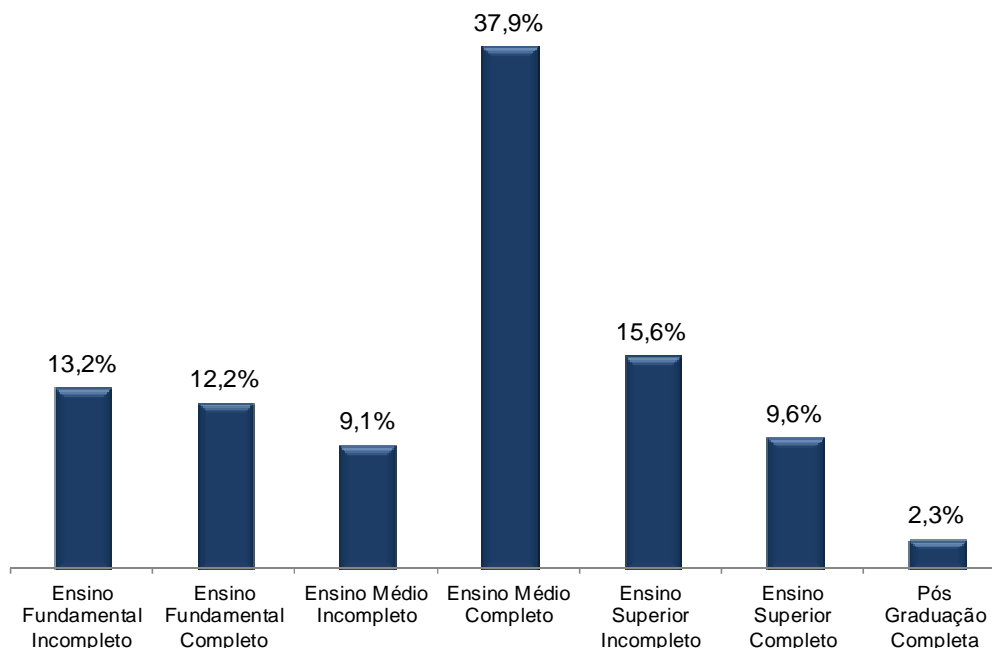
Gráfico 2
Distribuição conforme Faixa Etária



Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

No que diz respeito às faixas etárias contempladas na pesquisa, a parcela mais significativa, representando 21,0% da amostra, é a de pessoas entre 21 e 25 anos de idade. Em seguida, a segunda maior parcela comporta indivíduos entre 31 e 35 anos. As faixas etárias entre 56 e 60 anos e acima de 60 anos apresentaram o menor número de entrevistados, com 2,1% e 1,0% do total de pessoas, respectivamente. Os dados são apresentados no Gráfico 2.

Gráfico 3 – Grau de Escolaridade



Fonte: Fecomércio-RS
 Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

No que se refere ao grau de escolaridade, apresentado no Gráfico 3, 37,9% dos entrevistados possuem escolaridade equivalente ao Ensino Médio Completo, enquanto 13,2% das pessoas da amostra possuem Ensino Fundamental Incompleto. A menor representação foi a dos indivíduos com Pós-Graduação Completa (2,3%).

Além da intenção de compra de presente de Dia das Mães, é possível verificar na amostra a distribuição de classes econômicas 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 econômicas.

No que diz respeito à classificação dos consumidores conforme a classe econômica foram considerados dois aspectos: a renda familiar e o número de pessoas que dependem dessa renda. Foram utilizados os valores calculados pela Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE), como limites de renda superior e inferior de cada faixa de renda familiar, conforme o número de pessoas que dependem da renda, atualizados pelo rendimento médio da população ocupada da Pesquisa Mensal de Emprego do IBGE.

Tabela 2 – Distribuição amostral conforme Classe Econômica

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

Fonte: Fecomércio-RS
 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 há diferenças na distribuição entre os gêneros, porém a média é praticamente a mesma. A intenção média é de compra de 1,24 presentes.

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

	Feminino	Masculino	Total
1 presente	83,9%	77,9%	81,6%
2 presentes	12,7%	20,1%	15,6%
3 presentes	1,7%	1,3%	1,6%
4 presentes	0,8%	0,7%	0,8%
5 ou mais presentes	0,8%	0,0%	0,5%
Média de Presentes*	1,24	1,25	1,24

*Em unidades.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A Tabela 4 apresenta os tipos de presentes com maior frequência de intenção de compra por parte dos entrevistados que souberam apontar pelo menos um tipo de presente. Do total dos entrevistados, 1,6% ainda não sabe ou não decidiu o que comprará.

Tabela 4 – Tipo de presente que comprou ou pretende comprar

Tipo de Presente	Frequência
Vestuário	45,7%
Perfumes/ cosméticos	20,3%
Calçados	12,5%
Eletroeletrônicos/ eletrodomésticos	8,3%
Flores	8,1%
Relógio/ jóias	2,9%
Artigos de Decoração	2,6%
Celular	2,3%
Acessório	1,8%
CDs / DVDs	1,3%
Cheque presente	1,3%
Outros	4,7%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Conforme pode ser observado na Tabela 4, dentre aqueles que pretendem dar presentes, a maioria opta por Vestuário (45,7%). Na sequência, os presentes com maior citação foram: Perfumes/Cosméticos (20,3%), Calçados (12,5%) e Eletroeletrônicos/Eletrodomésticos (8,3%).

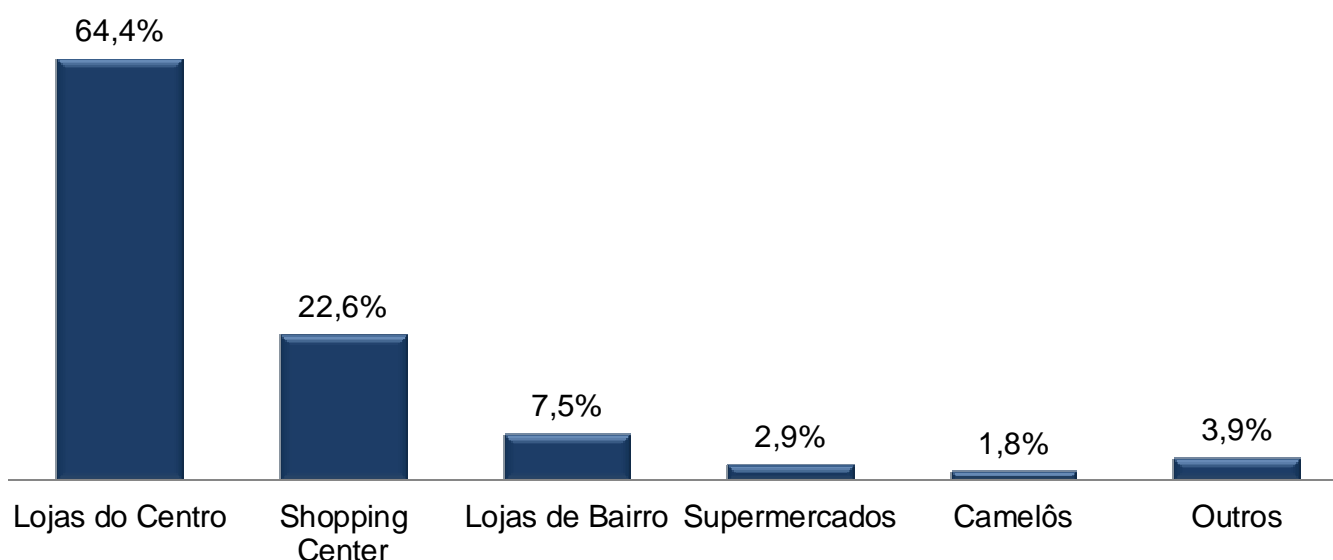
Quando se analisa os tipos de presentes por classe econômica (Tabela 5), verifica-se que as duas primeiras posições são compartilhadas por todas as classes. Destaca-se também a presença de um claro gradiente que aumenta a participação relativa de vestuário e calçados como presente à medida que a classe econômica se reduz.

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

	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta	Total
Vestuário	49,3%	47,0%	40,4%	45,7%
Perfumes/ cosméticos	20,9%	17,8%	25,3%	20,3%
Calçados	20,9%	12,8%	6,1%	12,5%
Eletroeletrônicos/ eletrodomésticos	4,5%	10,0%	7,1%	8,3%
Flores	7,5%	8,7%	7,1%	8,1%
Relógio/ jóias	0,0%	2,7%	5,1%	2,9%
Artigos de Decoração	1,5%	3,2%	2,0%	2,6%
Celular	3,0%	1,4%	4,0%	2,3%
Acessório	0,0%	1,4%	4,0%	1,8%
CDs / DVDs	1,5%	1,4%	1,0%	1,3%
Cheque presente	1,5%	0,5%	3,0%	1,3%
Outros	3,0%	5,5%	4,0%	4,7%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

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


Nota: O somatório pode ser superior a 100% visto que o percentual é calculado sobre o total de entrevistados e uma pessoa pode apontar mais de um local de preferência para compra dos presentes.

Fonte: Fecomércio-RS

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 das cidades aparecem como principal tipo de estabelecimento para as compras do presente do Dia das Mães, com participação de 64,4%. Em seguida, também com participação relevante, aparecem: shopping centers (22,6%), lojas de bairro (7,5%) e supermercados (2,9%). A Tabela 6 apresenta a frequência dos locais de compra por classe econômica. Apesar das lojas do centro liderarem para todos os estratos, as mesmas possuem maior concentração de preferência na classe baixa (73,1%), enquanto na classe alta a preferência pelo local é de 51,5%. No caso dos shopping centers, há maior concentração na classe alta (37,4%), enquanto na classe baixa a preferência é de apenas 7,5% dos entrevistados.

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

	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta	Total
Lojas do Centro	73,1%	67,6%	51,5%	64,4%
Shopping Center	7,5%	20,5%	37,4%	22,6%
Lojas de Bairro	11,9%	7,3%	5,1%	7,5%
Supermercados	4,5%	2,7%	2,0%	2,9%
Camelôs	6,0%	0,9%	1,0%	1,8%
Outros	0,0%	4,1%	6,1%	3,9%

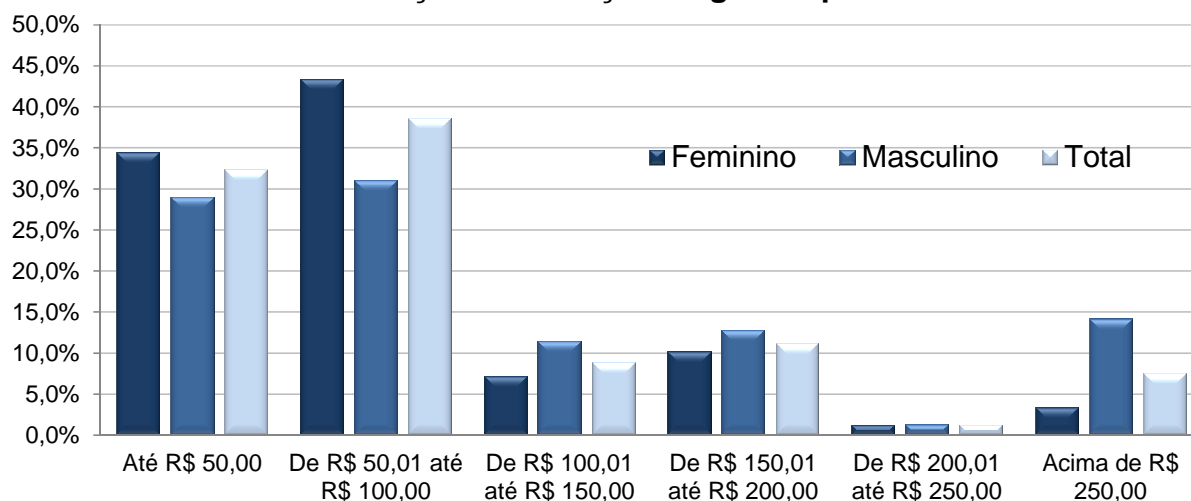
Nota: O somatório para cada classe pode ser superior a 100% visto que o percentual é calculado sobre o total de entrevistados e uma pessoa pode apontar mais de um local de preferência para compra dos presentes.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Intenção de Gastos para o Dia das Mães 2016

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 (38,6%) para o total de pessoas concentra-se na faixa de gastos de R\$ 50,01 até R\$ 100,00. É possível perceber a existência de uma diferença na distribuição dos gastos entre os gêneros. Os homens apresentam maior concentração de respostas nas faixas de maior valor (acima de R\$ 100,00) do que as mulheres, que registram maior frequência de gastos nos estratos até R\$ 100,00. Tal diferença pode ser melhor visualizada no Gráfico 6, que apresenta o percentual de pessoas, por gênero, com intenção de gastos acima de R\$ 100,00.

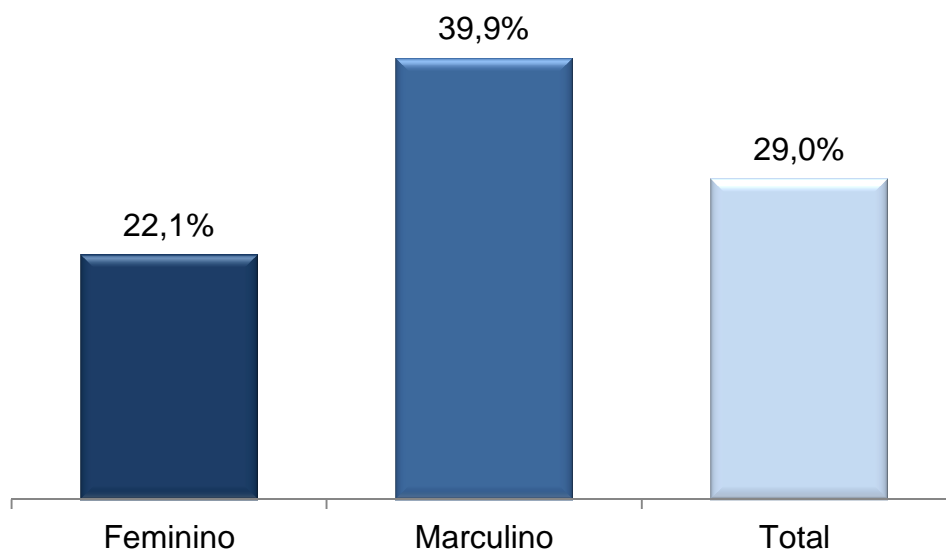
Gráfico 5 – Distribuição da intenção de gastos por Gênero e Total


Nota: excluindo os indivíduos que não sabem ou não decidiram

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Gráfico 6 – 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: Fecomércio-RS
 Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A Tabela 7 apresenta a distribuição das intenções de gasto por classes econômicas. Observa-se, como era o esperado, que a classe alta possui maior concentração nas faixas de maior valor. A classe baixa apresenta maior frequência (59,1%) nos gastos até R\$ 50,00, enquanto a classe média nos dispêndios entre R\$ 50,01 e R\$ 100,00 (39,8%).

Tabela 7 – Distribuição da intenção de gastos por Classe Econômica

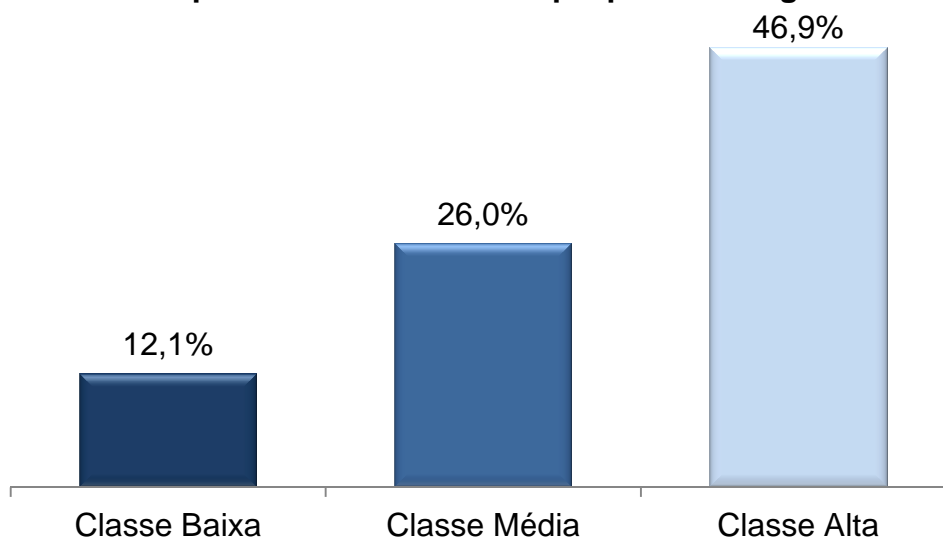
Faixa de Valor	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta
Até R\$ 50,00	59,1%	32,9%	13,3%
De R\$ 50,01 até R\$ 100,00	28,8%	41,1%	39,8%
De R\$ 100,01 até R\$ 150,00	6,1%	11,0%	6,1%
De R\$ 150,01 até R\$ 200,00	1,5%	8,7%	23,5%
De R\$ 200,01 até R\$ 250,00	1,5%	0,9%	2,0%
Acima de R\$ 250,00	3,0%	5,5%	15,3%

Nota: excluindo os indivíduos que não sabem ou não decidiram.
 Fonte: Fecomércio-RS
 Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Excluindo os indivíduos que não sabem ou não decidiram, a proporção de indivíduos que pretendem gastar mais de R\$ 100,00 (Gráfico 7), é de 12,1% entre os consumidores da classe baixa, 26,0% na classe média, 46,9% na classe alta.

Gráfico 7

Proporção de indivíduos por Classe econômica que pretendem gastar mais de R\$ 100,00



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

Fonte: Fecomércio-RS

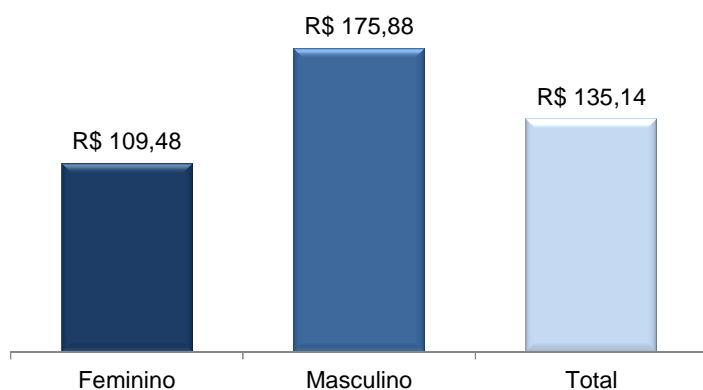
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

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\$ 135,14 em presentes, sendo que os homens (R\$ 175,88) deverão apresentar um gasto superior ao das mulheres (R\$ 109,48).

O Gráfico 9 apresenta o gasto médio em presentes por classe econômica. Os indivíduos da classe média deverão gastar, em média, R\$ 117,30 valor superior aos R\$ 73,56 da classe baixa. Já os indivíduos da classe alta possuem intenção de gastar, em média, R\$ 216,48 em presentes neste Dia das Mães.

Gráfico 8

Gasto Pessoal médio por Gênero e Total

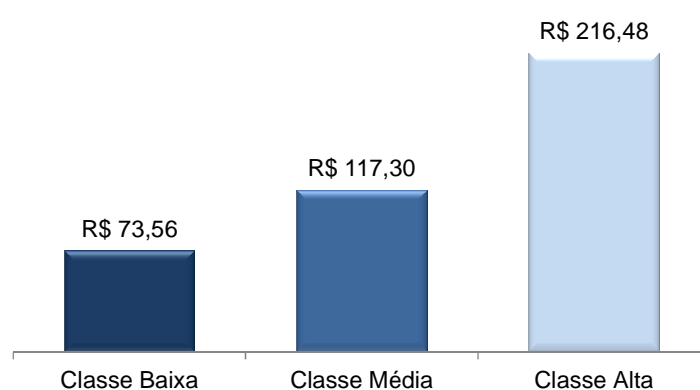


Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

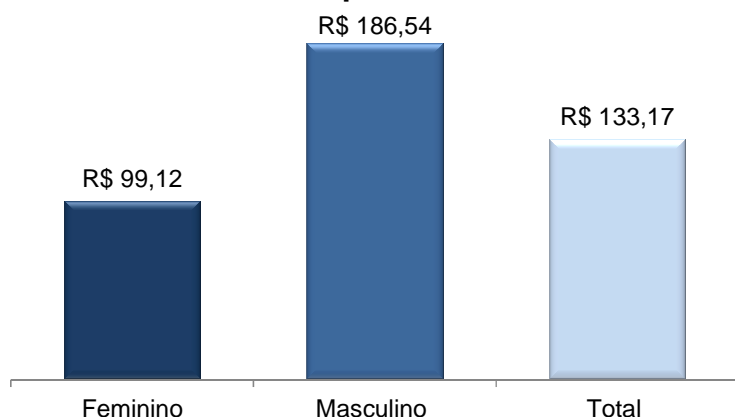
Gráfico 9

Gasto Pessoal médio por Classe Econômica

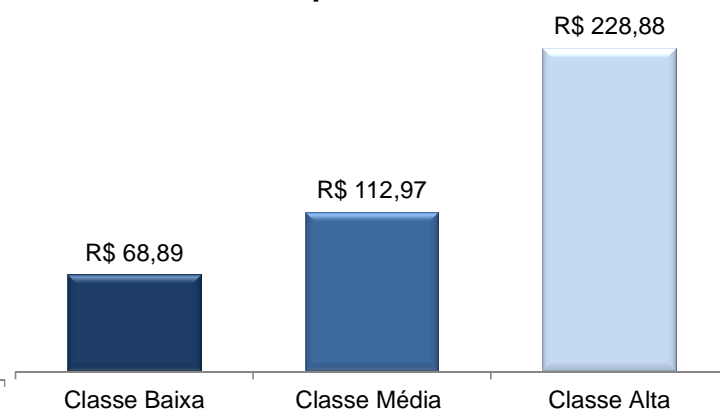


Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Gráfico 10
Presente médio por Gênero e Total


Fonte: Fecomércio-RS
 Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Gráfico 11
Presente médio por Classe Econômica


Fonte: Fecomércio-RS
 Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Levando em conta o número médio de presentes que devem ser adquiridos e a intenção de gastos, o valor médio por presente comprado neste Dia das Mães deverá ser de R\$ 99,12 para as mulheres e de R\$ 186,54 para os homens, resultando em uma média consolidada de R\$ 133,17. O Gráfico 11 apresenta o valor médio dos presentes que devem ser adquiridos no Dia das Mães por classe econômica. Os indivíduos da classe baixa pretendem comprar, em média, presentes com valor unitário de R\$ 68,89, enquanto a classe alta deve adquirir itens com valor médio de R\$ 228,88.

A Tabela 8 apresenta a percepção média dos gaúchos em relação à comparação de seus gastos com o Dia das Mães de 2015. A maior parte das pessoas (35,7%) pretende despendar o mesmo valor gasto no ano passado, com concentração superior nas respostas “Menos” e “Muito menos” do que em “Mais” e “Muito mais”.

Dessa forma, conforme os dados apurados pela pesquisa, os indivíduos, na média, pretendem gastar uma quantia inferior com a compra de presentes em 2016. 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 2015) e 200,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito mais do que em 2015), no qual o valor 100,0 indica que, na média, os indivíduos pretendem gastar o mesmo do que em 2015. O índice calculado a partir das frequências da Tabela 8 resulta no valor de 95,8, indicando um gasto médio por pessoa inferior ao do Dia das Mães passado.

Tabela 8 – Intenção de gastos para o Dia das Mães 2016 em relação ao Dia das Mães 2015

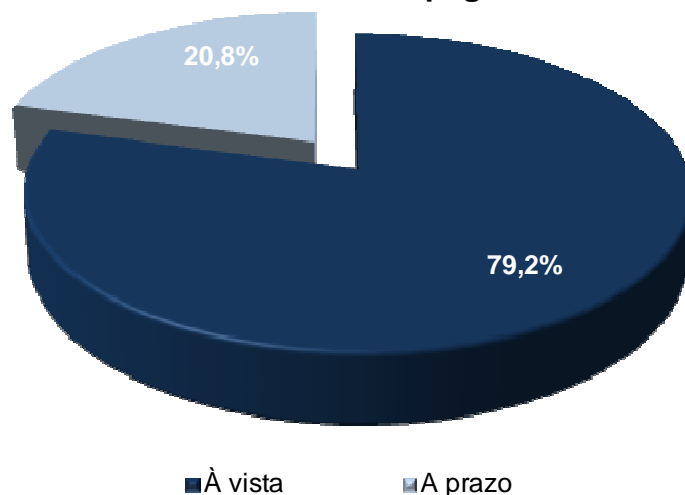
Resposta	Frequência
Muito menos	4,5%
Menos	31,7%
O mesmo	35,7%
Mais	23,8%
Muito mais	4,2%

Fonte: Fecomércio-RS
 Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Formas de Pagamento

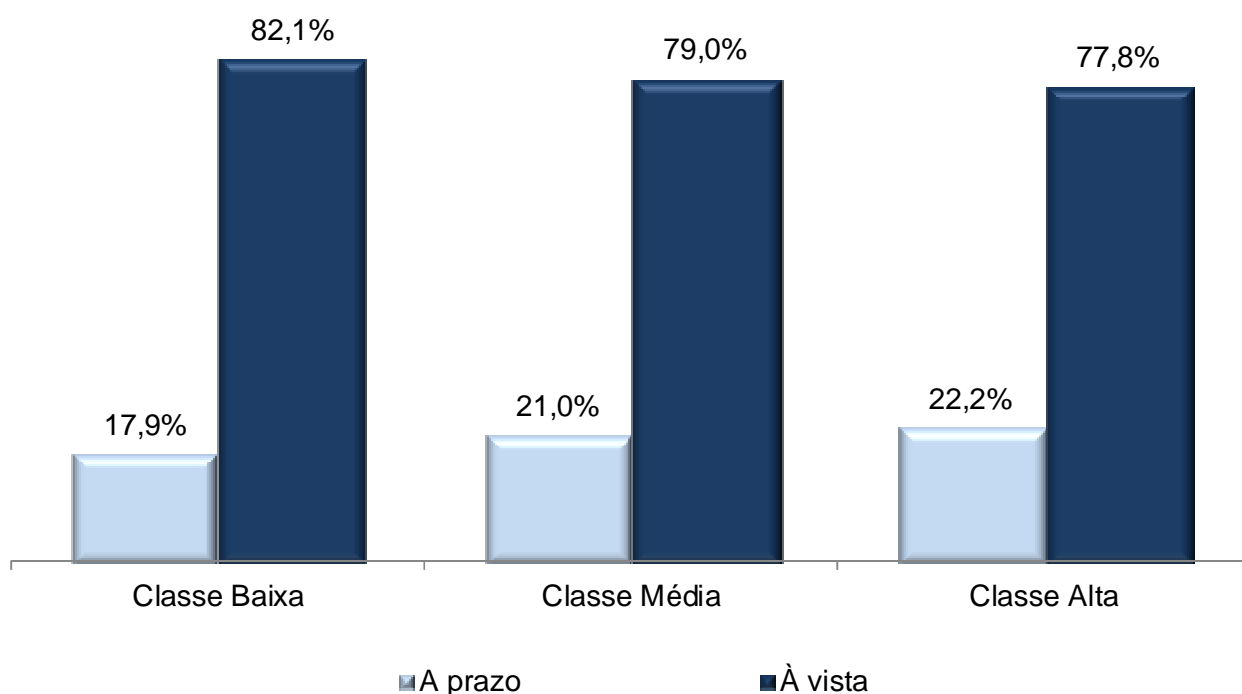
Acerca das formas de pagamento, 79,2% dos entrevistados afirmaram que irão efetuar suas compras de Dia das Mães à vista, enquanto 20,8% irão comprar a prazo. Essa informação pode ser visualizada no Gráfico 12.

Gráfico 12 – Forma de pagamento



Fonte: Fecomércio-RS
 Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Gráfico 13 – Forma de pagamento por Classe econômica



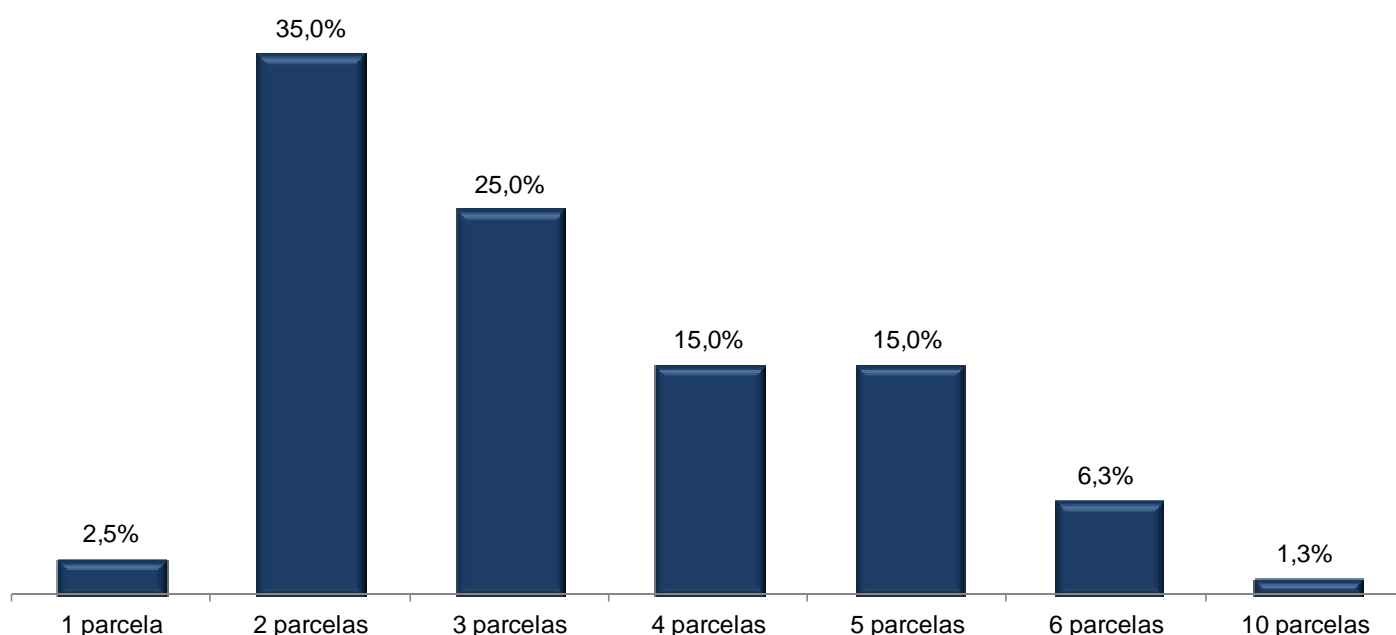
Fonte: Fecomércio-RS
 Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Quando a intenção de forma de pagamento é analisada por classe econômica (Gráfico 13), nota-se que a pretensão de utilização de crédito é mais presente nas classes média e alta.

O Gráfico 14 apresenta a distribuição das compras a prazo por número de parcelas. Considerando apenas aqueles que pretendem pagar a prazo e que sabiam informar em quantas parcelas iriam efetuar o pagamento, a média de parcelamento das compras realizadas para o Dia das Mães 2016 será de 3,3 parcelas.

Entre aqueles que irão comprar a prazo, a grande parte (60,0%) comprará em duas ou três vezes (35,0% parcelarão em duas vezes, enquanto 25,0% parcelarão em três vezes).

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



Fonte: Fecomércio-RS

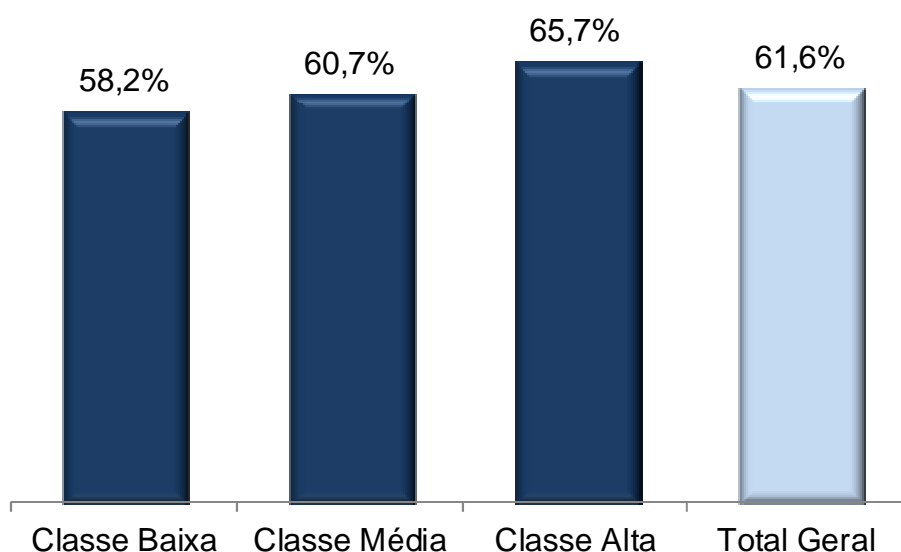
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Evento Especial

Entre os entrevistados, 61,6% afirmaram que pretendem proporcionar ou participar de um evento especial no Dia das Mães. O Gráfico 15 apresenta tal intenção desagregada por classe econômica. A diferença entre as classes econômicas não é muito significativa, e a menor penetração desse tipo de evento se dá na classe baixa perante as demais.

No que diz respeito ao tipo de evento comemorativo, 87,8% 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 econômicas é diferenciada nas opções de programação para o Dia das Mães. Na classe média, o almoço ou jantar fora possui frequência de 9,8%, enquanto para a classe alta o percentual é de 15,4%. A classe baixa, por sua vez, é que apresenta o menor percentual de pessoas optando por almoçar/jantar fora (2,6%).

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



Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Tabela 9 – Tipo de evento por Classe Econômica e Total

	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta	Total
Almoçar/ Jantar fora	2,6%	9,8%	15,4%	10,1%
Almoço/Jantar especial em casa	92,3%	88,7%	83,1%	87,8%
Outros	5,1%	1,5%	1,5%	2,1%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS