

Sumário Executivo

Resumo dos principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2017

- **O número médio de presentes no Dia das Mães 2017 será de 1,0 unidade.**
 - Homens (1,1 presentes) comprarão, em média, uma quantidade de presentes maior do que mulheres (0,9 presentes).
- Os tipos de presente, mais frequentes, serão vestuário (37,2%), perfumes e cosméticos (14,3%), calçados (10,2%) e eletroeletrônicos e eletrodomésticos (6,5%).
- Entre os locais de compra, os mais citados são as lojas do centro das cidades (53,0%).
- **O gasto pessoal médio deverá ser de R\$ 127,14**
 - Os homens deverão apresentar um gasto médio de R\$ 151,76, enquanto as mulheres gastarão R\$ 115,58.
 - 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\$ 179,64, a classe baixa gastará, em média, R\$ 87,67. A classe média gastará, em média, R\$ 125,53.
- **O presente, em média, custará R\$ 118,07.**
 - Os presentes compartilhados deverão ter valor médio de R\$ 170,08, enquanto os presentes individuais é R\$ 108,65.
- **Na comparação com o Dia das Mães de 2016, a intenção de gastos é inferior às despesas realizadas no ano anterior.**
- **Quanto às formas de pagamento, 77,3% pretende realizar compras à vista.**
 - Entre os que pretendem parcelar, 75,0% pretende pagar em até 3 parcelas.
- 52,7% das pessoas pretendem participar de algum evento especial em comemoração ao Dia das Mães em 2017.
 - Desses, 87,7% participará de almoço ou jantar especial em casa, enquanto 6,4% devem ir a restaurantes.

Pesquisa de Dia das Mães - 2017

O presente relatório tem por objetivo apresentar os principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2017, 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 29 de março a 04 de abril de 2017. 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

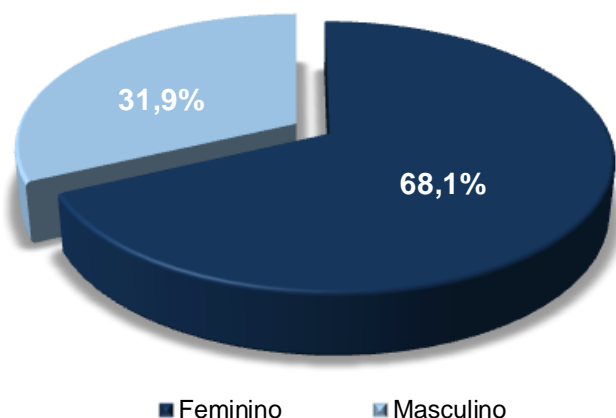
Macrorregião	Município	População	Peso % Esperado	Amostra Estipulada
Centro	Santa Maria	1.390.675	12,96%	51
Metropolitana	Porto Alegre	4.862.683	45,33%	174
Nordeste	Caxias do Sul	1.814.348	16,91%	65
Noroeste	Ijuí	1.231.146	11,48%	44
Sul-Campanha	Pelotas	1.429.085	13,32%	51
Total		10.727.937	100,00%	385

Fonte (população): IBGE

Caracterização da Amostra

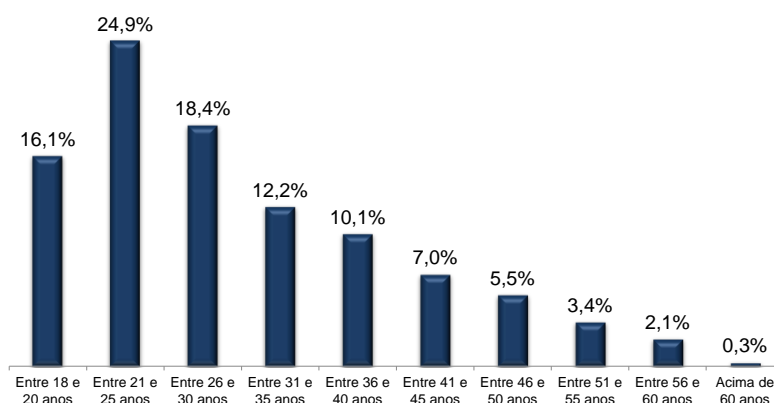
A amostra foi caracterizada por 68,1% de indivíduos do gênero feminino, enquanto a parcela masculina foi de 31,9% do total de entrevistados (Gráfico 1).

Gráfico 1
Distribuição conforme Gênero



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

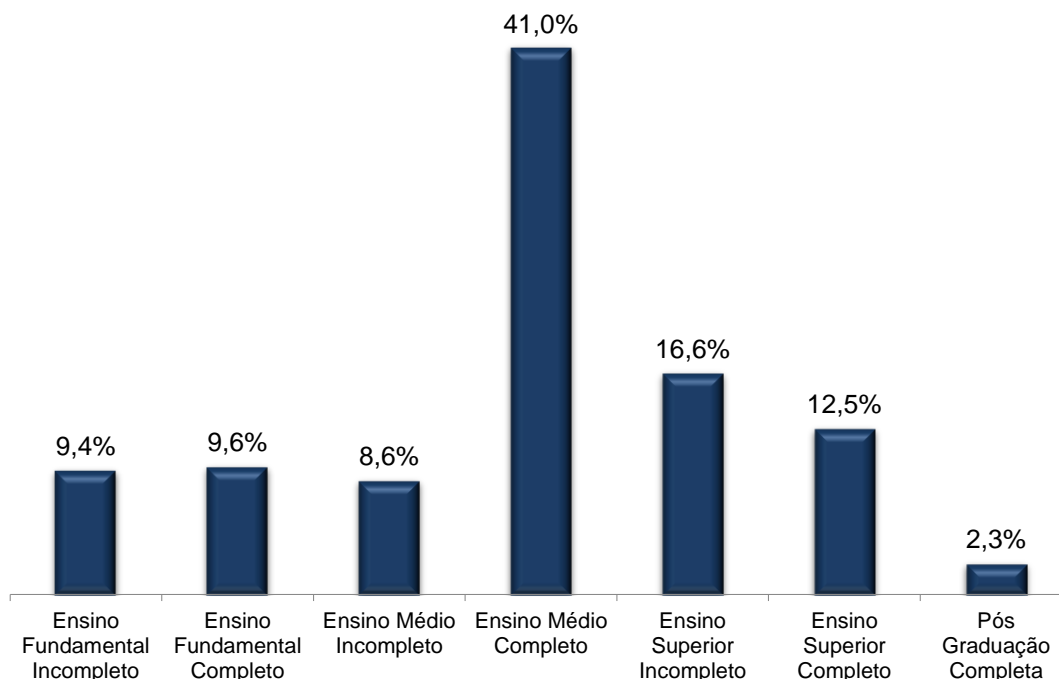
Gráfico 2
Distribuição conforme Faixa Etária



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

No que diz respeito às faixas etárias contempladas na pesquisa, a parcela mais significativa, representando 24,9% da amostra, é a de pessoas entre 21 e 25 anos de idade. Em seguida, a segunda maior parcela comporta indivíduos entre 26 e 30 anos. As faixas etárias entre 56 e 60 anos e acima de 60 anos apresentaram o menor número de entrevistados, com 2,1% e 0,3% 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, 41,0% dos entrevistados possuem escolaridade equivalente ao Ensino Médio Completo, enquanto 16,6% das pessoas da amostra possuem Ensino Superior 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 Nacional de Amostras de Domicílios Contínua 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

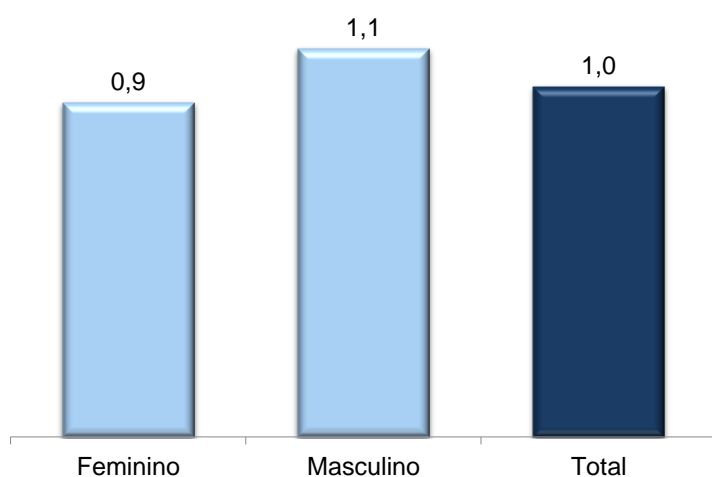
Aspectos Quantitativos das Compras de Dia das Mães

A presente seção apresenta os principais resultados quantitativos da pesquisa de Dia das Mães 2017. A seção objetiva tratar dos gastos pretendidos pelos gaúchos nesta data comemorativa, bem como da quantidade de presentes a ser adquirida.

Número de Presentes

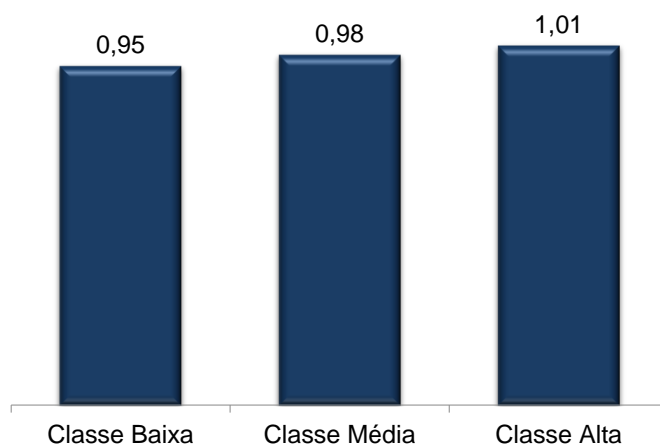
Em primeiro lugar, o número médio de itens adquiridos por pessoa deverá ser de 1,0 unidade. Desagregando essa média por gênero e classe de renda, percebem-se algumas diferenças entre os grupos, como apresentado nos Gráficos 4 e 5. Como é comum a divisão de presentes de Dia das Mães entre irmãos, a média de itens adquiridos por pessoa pode ser inferior a 1,0. Na segmentação por gênero, nota-se que as mulheres devem adquirir, em média, 0,9 presentes, enquanto os homens pretendem comprar 1,1 itens. Já entre as classes de renda, apesar da diferença sutil, a quantidade de presentes aumenta conforme o nível de renda.

Gráfico 4 – Quantidade de Presentes por Gênero



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

Gráfico 5 – Quantidade de Presentes por Classe de Renda



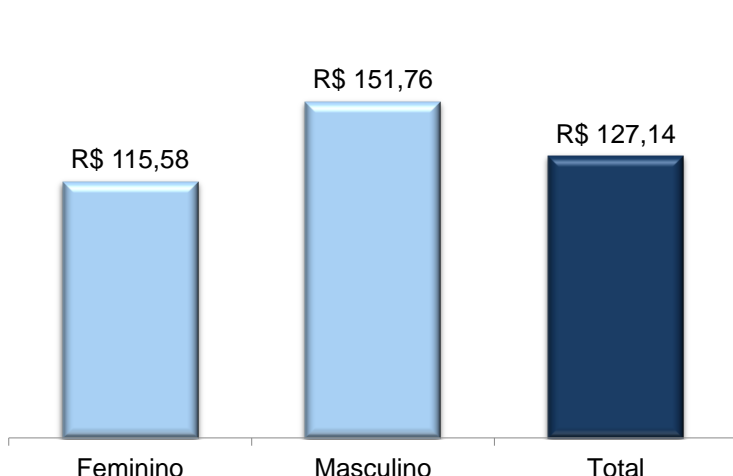
Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Gastos em Presentes

As pessoas que pretendem comprar ou já compraram presentes para o Dia das Mães de 2017 no Rio Grande do Sul devem gastar, em média, R\$ 127,14. Como mostra o Gráfico 5, a intenção de gastos é superior entre os homens (R\$ 151,76) do que entre as mulheres (R\$ 115,58). Desagregando as intenções de gastos por classes de renda, há diferenças sensíveis entre as mesmas, com os gastos aumentando conforme a renda (Gráfico 6), naturalmente. Os indivíduos da classe baixa, classe média e classe alta deverão gastar em média, R\$ 87,67, R\$ 125,53 e R\$ 179,64, respectivamente.

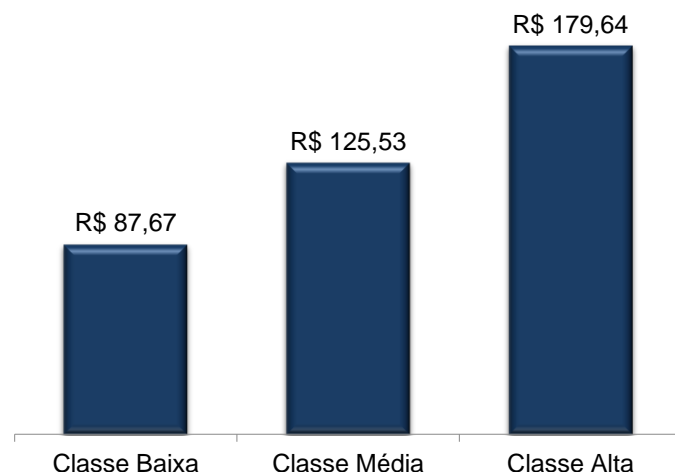
A distribuição das intenções de gastos totais e por classe de renda é apresentada na Tabela 3, por classe de renda e total. Mais de 65,0% das pessoas pretendem gastar até R\$ 100,00 neste Dia das Mães. Entre os indivíduos da classe baixa, esse percentual supera os 80,0%, enquanto na classe alta, não chega a 50,0%.

Gráfico 5
Gasto médio por Gênero e Total



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

Gráfico 6
Gasto médio por Classes de Renda



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

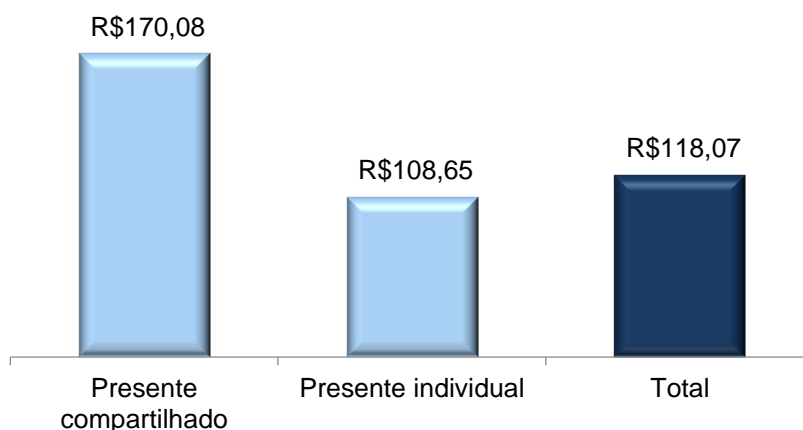
Tabela 3 – Distribuição da intenção de gastos com presente por Classes de Renda

Faixa de Valor	Baixa	Média	Alta	Total
Até R\$ 50,00	50,7%	35,2%	13,1%	32,2%
De R\$ 50,01 até R\$ 100,00	31,3%	37,9%	32,3%	35,3%
De R\$ 100,01 até R\$ 150,00	6,0%	11,0%	14,1%	10,9%
De R\$ 150,01 até R\$ 200,00	7,5%	7,3%	21,2%	10,9%
De R\$ 200,01 até R\$ 250,00	0,0%	0,5%	6,1%	1,8%
Acima de R\$ 250,00	4,5%	8,2%	13,1%	8,8%

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

Valor Médio dos Presentes

Gráfico 7
Presente médio por tipo de aquisição



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

Considerando o volume total de gastos e de presentes a serem adquiridos neste Dia das Mães, de forma individual ou compartilhada, estima-se que o valor médio por presente comprado deverá ser de R\$ 118,07 (Gráfico 7). Quando o presente é compartilhado entre mais de um comprador, esse valor sobe para R\$ 170,08, enquanto os presentes individuais deverão custar, em média R\$ 108,65.

Comparação dos Gastos com o Dia das Mães 2016

A Tabela 4 apresenta a percepção dos indivíduos quanto à comparação de seus gastos com o Dia das Mães 2016. Conforme os dados apurados pela pesquisa, os indivíduos, na média, pretendem gastar uma quantia menor com a compra de presentes em 2017. Do total de entrevistados, 32,1% afirmaram que irão gastar menos ou muito menos do que no ano passado, enquanto 21,0% das pessoas pretende gastar mais ou muito mais. Entre os entrevistados, 47,0% deve gastar o mesmo que em 2016.

Tabela 4 – Intenção de Gastos para Dia das Mães 2017 em relação ao ano passado

Resposta	Frequência
Muito Menos	2,5%
Menos	29,6%
Igual	47,0%
Mais	19,9%
Muito mais	1,1%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A partir dos dados da Tabela 4, é possível elaborar um indicador 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 2016) e 200,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito mais do que em 2016), no qual o valor 100,0 indica que, na média, considerando os enquadramentos possíveis, os indivíduos pretendem gastar o mesmo do que em 2016. O índice calculado a partir das frequências da Tabela 4 resulta no valor de 93,8 indicando um gasto médio inferior ao do Dia das Mães passado.

Aspectos Qualitativos das Compras de Dia das Mães

A presente seção apresenta algumas características básicas acerca das intenções de compras de presentes para o Dia das Mães 2017. Nesta seção são abordados os tipos de presentes, locais de compra e formas de pagamento.

Tipos de Presentes

Primeiramente, a Tabela 5 apresenta os tipos de presentes com maior frequência de intenção de compra por parte dos entrevistados, por classe de renda. Assim como em anos anteriores, a maior concentração de entrevistados encontra-se nos tradicionais itens de vestuário, perfumes/cosméticos e calçados, que devem ser adquiridos por 37,2%, 14,3% e 10,2% das pessoas que pretendem comprar presentes neste Dia das Mães, respectivamente.

Desagregando as preferências de presentes por classes de renda, notam-se algumas diferenças entre os estratos. Perfumes/cosméticos e eletroeletrônicos/eletrodomésticos apresentam concentração crescente conforme a renda aumenta. Por outro lado, flores, cestas e relógio/jóias, registram concentração decrescente no espectro de renda.

Tabela 5 – Principais Tipos de Presentes por Classes de Renda e Total (resposta múltipla)

	Baixa	Média	Alta	Total
Vestuário	32,8%	39,3%	35,7%	37,2%
Perfumes/Cosméticos	7,5%	12,8%	22,4%	14,3%
Calçados	10,4%	9,6%	11,2%	10,2%
Eletroeletrônicos/Eletrrodomésticos	3,0%	4,6%	13,3%	6,5%
Flores	7,5%	5,0%	3,1%	4,9%
Cesta com presentes	4,5%	1,4%	1,0%	1,8%
Relógio/Jóias	4,5%	1,4%	1,0%	1,8%
Artigos de Decoração	1,5%	0,5%	1,0%	0,8%
Livros	0,0%	0,5%	2,0%	0,8%
Celular	1,5%	0,0%	1,0%	0,5%
Cheque-presente	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%

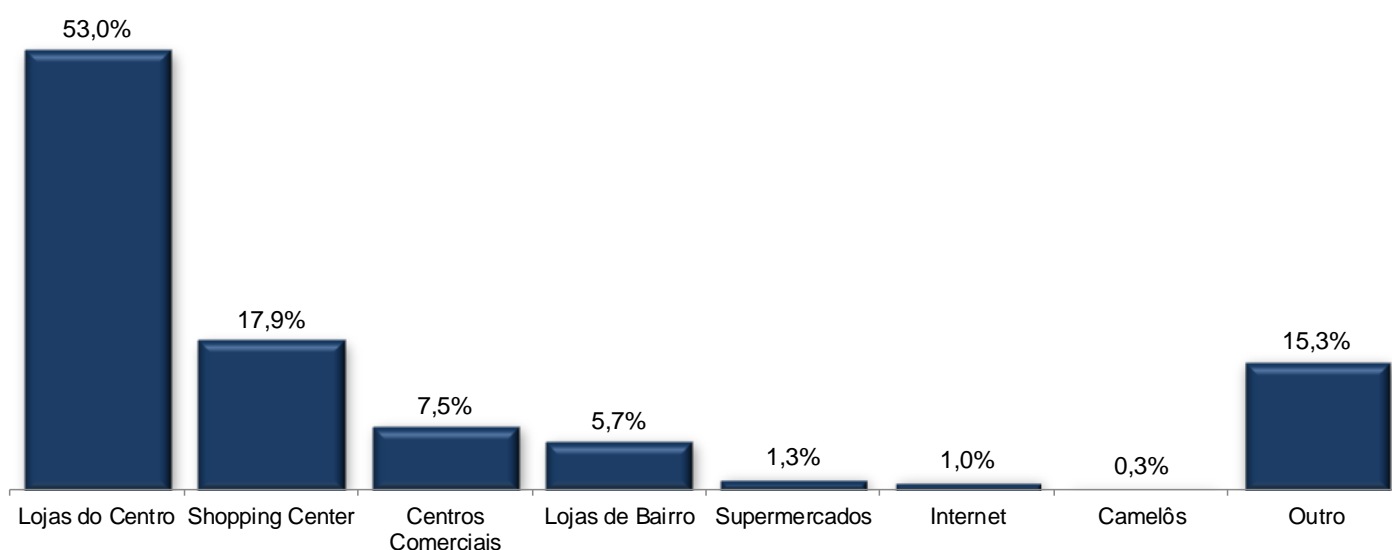
Nota: Como cada indivíduo pode adquirir mais de um item, a soma dos itens será maior do que 100,0%.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Locais de compra

O Gráfico 8 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 53,0%. Em seguida, também com participação relevante, aparecem: *Shopping Centers* (17,9%), Centros Comerciais (7,5%), Lojas de Bairro (5,7%) e Supermercados (1,3%). A Tabela 6 apresenta a frequência dos locais de compra por classe de renda. Apesar das lojas do centro liderarem para todos os estratos, as mesmas possuem maior concentração de preferência na classe baixa (59,7%), enquanto na classe alta a preferência pelo local é de 40,4%. No caso dos *Shopping Centers*, há maior concentração na classe alta (31,3%), enquanto na classe baixa a preferência é de apenas 4,5% dos entrevistados.

Gráfico 8 – 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

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

Local	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta	Total
Lojas do centro	59,7%	56,6%	40,4%	53,0%
Shopping Center	4,5%	16,0%	31,3%	17,9%
Centros Comerciais	9,0%	6,8%	8,1%	7,5%
Lojas de Bairro	6,0%	5,9%	5,1%	5,7%
Supermercados	3,0%	1,4%	0,0%	1,3%
Internet	1,5%	0,5%	2,0%	1,0%
Camelôs	1,5%	0,0%	0,0%	0,3%
Outros	14,9%	15,1%	16,2%	15,3%

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.

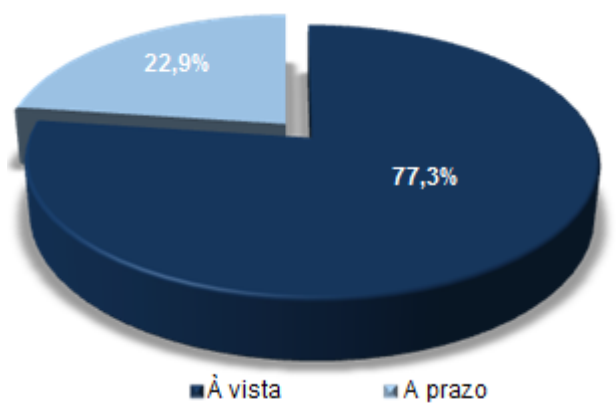
Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Formas de pagamento

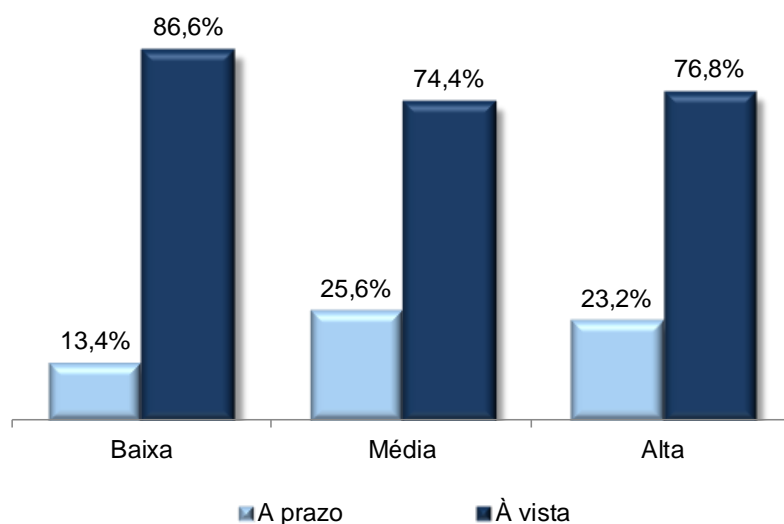
Acerca das formas de pagamento, 77,3% dos entrevistados afirmaram que irão efetuar suas compras de Dia das Mães à vista, enquanto 22,9% irão comprar a prazo. Essa informação pode ser visualizada no Gráfico 9. Quando a intenção de forma de pagamento é analisada por classe de renda (Gráfico 10), nota-se que a pretensão de utilização de crédito é mais presente nas classes média e alta.

Gráfico 9 – Forma de pagamento



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

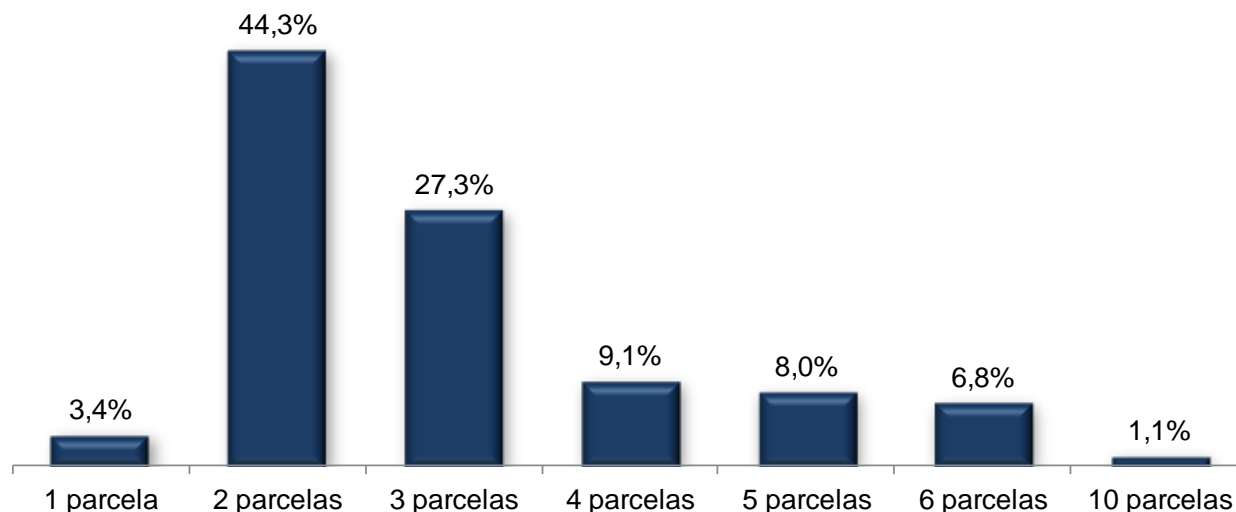
Gráfico 10 – Forma de pagamento



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

O Gráfico 11 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 3,0 parcelas. Entre aqueles que irão comprar a prazo, a grande parte (75,0%) comprará em até três vezes, os outros 25,0% parcelarão em mais vezes.

Gráfico 11 – Distribuição das compras a prazo por número de parcelas



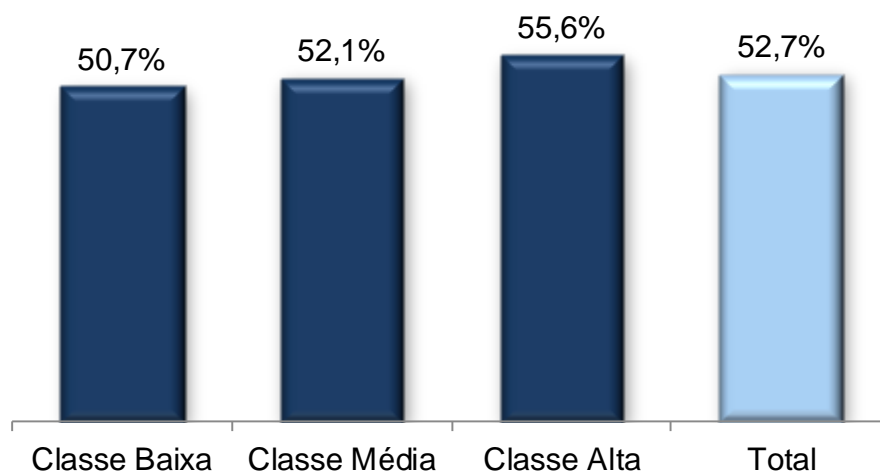
Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Evento comemorativo

Entre os entrevistados, 52,7% afirmaram que pretendem proporcionar ou participar de um evento especial no Dia das Mães. O Gráfico 12 apresenta tal intenção desagregada por classe econômica. Como é possível perceber, a diferença entre as classes econômicas não é muito significativa.

Gráfico 12 – 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

No que diz respeito ao tipo de evento comemorativo, 87,7% 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 4,4%, enquanto para a classe alta o percentual é de 10,9%. A classe baixa, por sua vez, apresentou um percentual de pessoas optando por almoço/jantar fora (5,9%) superior ao das pessoas de classe média.

Tabela 7 – Tipo de evento por Classe de renda e Total

	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta	Total
Almoço/Jantar especial em casa	91,2%	88,6%	83,6%	87,7%
Almoçar/ Jantar fora	5,9%	4,4%	10,9%	6,4%
Ir ao Teatro/Cinema	0,0%	0,0%	1,8%	0,5%
Outros	2,9%	7,0%	3,6%	5,4%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS