

Sumário Executivo

Resumo dos principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2018

- **O número médio de presentes no Dia das Mães 2018 será de 0,97 unidade.**
 - Homens (1,01 presente) comprarão, em média, uma quantidade de presentes maior do que mulheres (0,95 presentes).
- Os tipos de presente, mais frequentes, serão vestuário (55,8%), perfumes e cosméticos (21,6%), calçados (12,7%) e eletroeletrônicos e eletrodomésticos (10,4%).
- Entre os locais de compra, os mais citados são as lojas do centro das cidades (73,0%).
- **O gasto pessoal médio deverá ser de R\$ 171,27**
 - Os homens deverão apresentar um gasto médio de R\$ 203,02, enquanto as mulheres gastarão R\$ 147,06.
 - 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\$ 200,45, a classe baixa gastará, em média, R\$ 103,88. A classe média gastará, em média, R\$ 178,73.
- **O presente, em média, custará R\$ 149,12.**
 - Os presentes compartilhados deverão ter valor médio de R\$ 225,49, enquanto os presentes individuais é R\$ 133,03.
- **Na comparação com o Dia das Mães de 2017, a intenção de gastos é superior às despesas realizadas no ano anterior.**
- **Quanto às formas de pagamento, 78,7% pretende realizar compras à vista.**
 - Entre os que pretendem parcelar, 74,4% pretende pagar em até 3 parcelas.
- 51,9% das pessoas pretendem participar de algum evento especial em comemoração ao Dia das Mães em 2017.
 - Desses, 83,0% participará de almoço ou jantar especial em casa, enquanto 17,0% devem ir a restaurantes.

Pesquisa de Dia das Mães - 2018

O presente relatório tem por objetivo apresentar os principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2018, 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 23 de março a 28 de março de 2018. 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

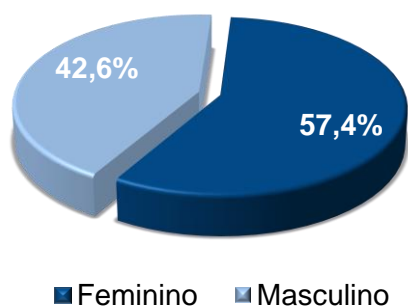
Macrorregião	Município	População	Peso % Esperado	Amostra Estipulada
Centro	Santa Maria	1.390.675	12,96%	51
Metropolitana	Porto Alegre	4.862.683	45,33%	174
Nordeste	Caxias do Sul	1.814.348	16,91%	65
Noroeste	Ijuí	1.231.146	11,48%	44
Sul-Campanha	Pelotas	1.429.085	13,32%	51
Total		10.727.937	100,00%	385

Fonte (população): IBGE

Caracterização da Amostra

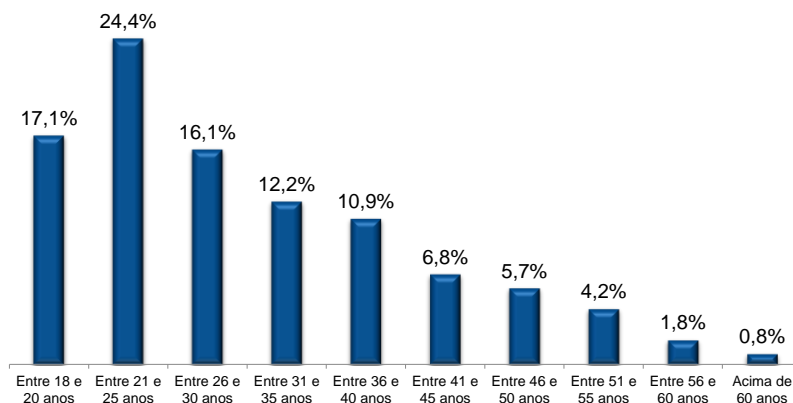
A amostra foi caracterizada por 57,4% de indivíduos do gênero feminino, enquanto a parcela masculina foi de 42,6% do total de entrevistados (Gráfico 1).

Gráfico 1
Distribuição conforme Gênero



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

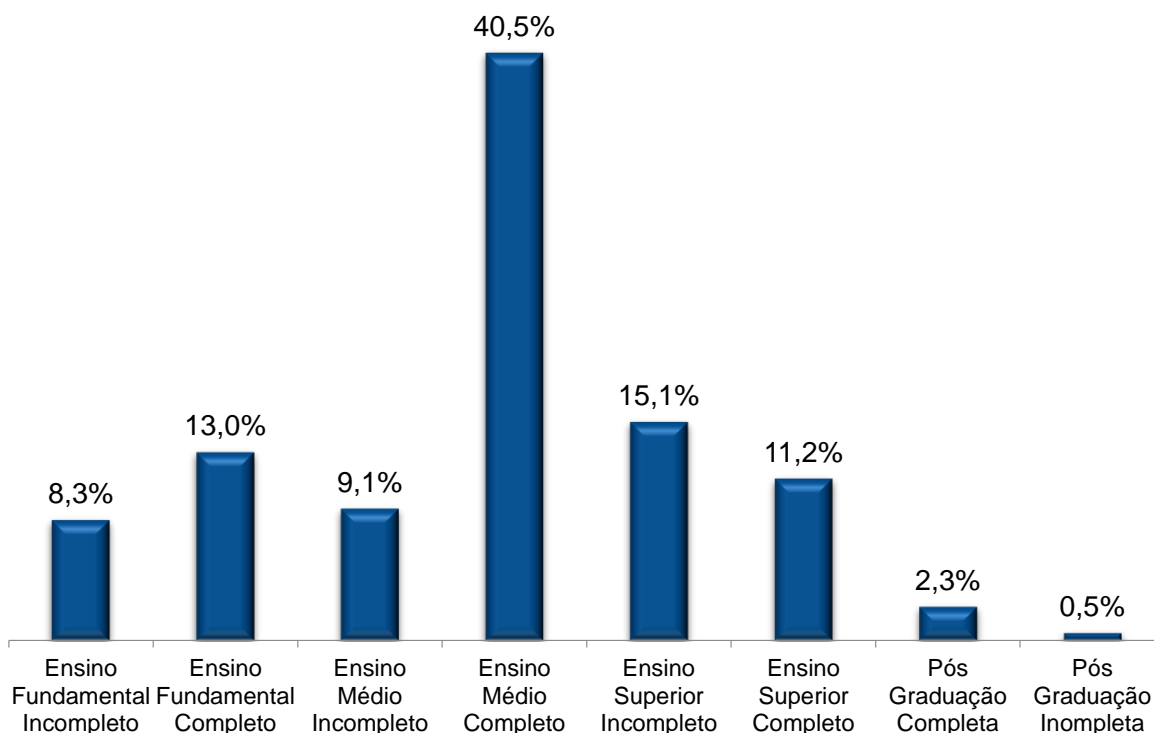
Gráfico 2
Distribuição conforme Faixa Etária



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

No que diz respeito às faixas etárias contempladas na pesquisa, a parcela mais significativa, representando 24,4% da amostra, é a de pessoas entre 21 e 25 anos de idade. Em seguida, a segunda maior parcela comporta indivíduos entre 18 e 20 anos. As faixas etárias entre 56 e 60 anos e acima de 60 anos apresentaram o menor número de entrevistados, com 1,8% e 0,8% 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, 40,5% dos entrevistados possuem escolaridade equivalente ao Ensino Médio Completo, enquanto 15,1% das pessoas da amostra possuem Ensino Superior Incompleto. A menor representação foi a dos indivíduos com Pós-Graduação Incompleta (0,5%).

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

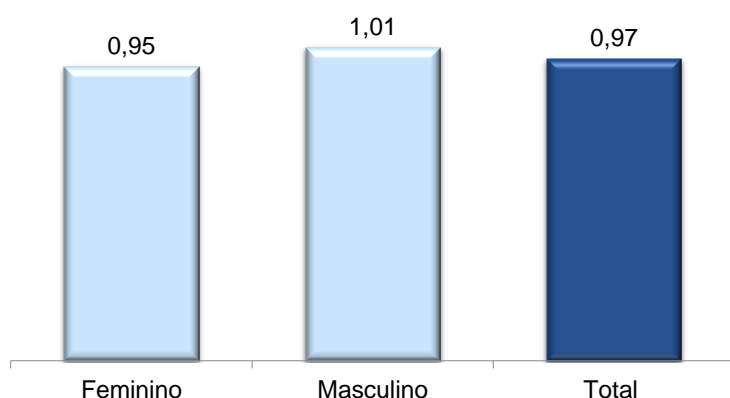
Aspectos Quantitativos das Compras de Dia das Mães

A presente seção apresenta os principais resultados quantitativos da pesquisa de Dia das Mães 2018. A seção objetiva tratar dos gastos pretendidos pelos gaúchos nesta data comemorativa, bem como da quantidade de presentes a ser adquirida.

Número de Presentes

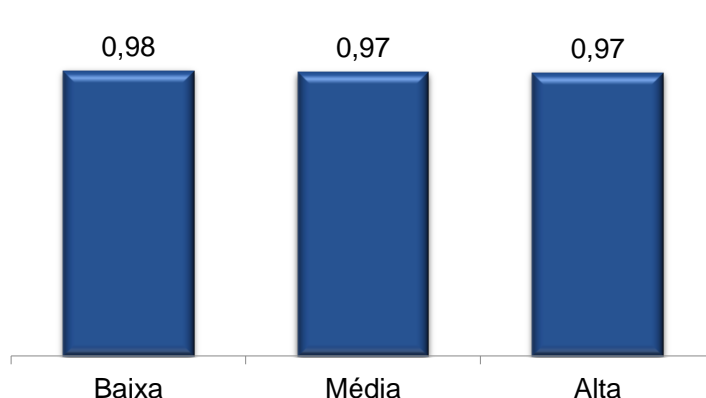
Em primeiro lugar, o número médio de itens adquiridos por pessoa deverá ser de 0,97 unidade. Desagregando essa média por gênero e classe de renda, percebem-se poucas diferenças entre os grupos, como apresentado nos Gráficos 4 e 5. Como é comum a divisão de presentes de Dia das Mães entre irmãos, a média de itens adquiridos por pessoa pode ser inferior a 1,0. Na segmentação por gênero, nota-se que as mulheres devem adquirir, em média, 0,95 presentes, enquanto os homens pretendem comprar 1,01 item. Já entre as classes de renda, a diferença é sutil.

Gráfico 4 – Quantidade de Presentes por Gênero



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

Gráfico 5 – Quantidade de Presentes por Classe de Renda



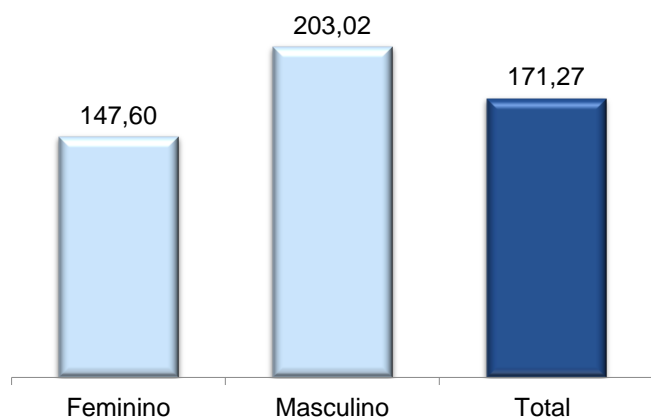
Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Gastos em Presentes

As pessoas que pretendem comprar ou já compraram presentes para o Dia das Mães de 2018 no Rio Grande do Sul devem gastar, em média, R\$ 171,27. Como mostra o Gráfico 5, a intenção de gastos é superior entre os homens (R\$ 203,02) do que entre as mulheres (R\$ 147,60). 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\$ 103,88, R\$ 178,73 e R\$ 200,45, respectivamente.

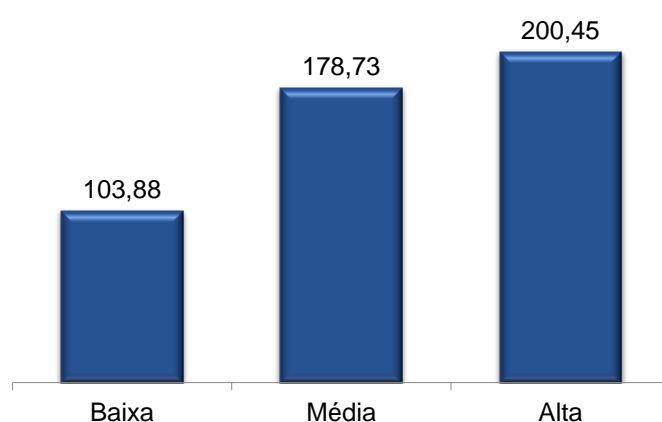
A distribuição das intenções de gastos totais e por classe de renda é apresentada na Tabela 3, por classe de renda e total. Mais de 50,0% das pessoas pretendem gastar até R\$ 100,00 neste Dia das Mães. Entre os indivíduos da classe baixa, esse percentual é próximo a 70%, enquanto na classe alta, não chega a 40,0%.

Gráfico 5
Gasto médio por Gênero e Total
(em R\$)



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

Gráfico 6
Gasto médio por Classes de Renda
(em R\$)



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

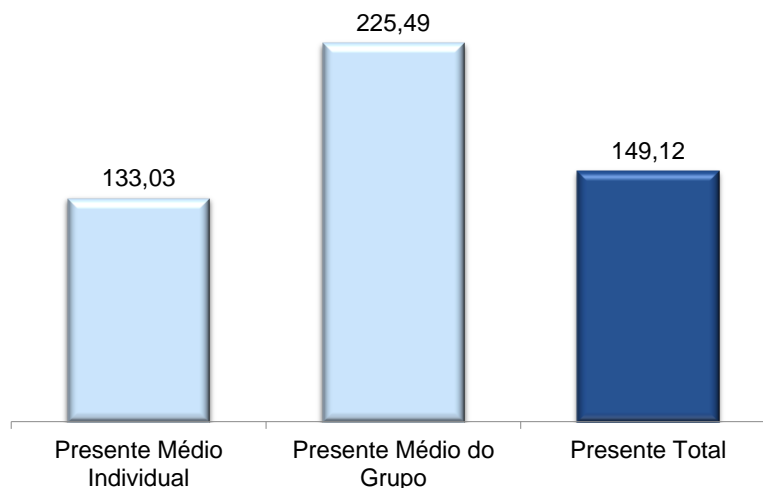
Tabela 3 – Distribuição da intenção de gastos com presente por Classes de Renda

Faixa de Valor	Feminino	Masculino	Baixa	Média	Alta	Total
Até R\$ 50,00	29,0%	14,6%	47,8%	20,1%	12,1%	22,9%
De R\$ 50,01 até R\$ 100,00	36,2%	30,5%	19,4%	41,6%	26,3%	33,8%
De R\$ 100,01 até R\$ 150,00	13,6%	13,4%	10,4%	11,4%	20,2%	13,5%
De R\$ 150,01 até R\$ 200,00	11,8%	20,1%	19,4%	11,0%	22,2%	15,3%
De R\$ 200,01 até R\$ 250,00	0,9%	2,4%	0,0%	1,4%	3,0%	1,6%
Acima de R\$ 250,00	8,6%	18,9%	3,0%	14,6%	16,2%	13,0%

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

Valor Médio dos Presentes

Gráfico 7
Presente médio por tipo de aquisição (em R\$)



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\$ 149,12 (Gráfico 7). Quando o presente é compartilhado entre mais de um comprador, esse valor sobe para R\$ 225,49, enquanto os presentes individuais deverão custar, em média R\$ 133,05.

Comparação dos Gastos com o Dia das Mães 2017

A Tabela 4 apresenta a percepção dos indivíduos quanto à comparação de seus gastos com o Dia das Mães 2017. Conforme os dados apurados pela pesquisa, os indivíduos, na média, pretendem gastar uma quantia maior com a compra de presentes em 2018. Do total de entrevistados, 30,7% afirmaram que irão gastar mais ou muito mais do que no ano passado, enquanto 19,8% das pessoas pretende gastar menos ou muito menos. Entre os entrevistados, 49,5% deve gastar o mesmo que em 2017.

Tabela 4 – Intenção de Gastos para Dia das Mães 2018 em relação ao ano passado

Resposta	Frequência
Muito Mais	2,1%
Mais	28,6%
Igual	49,5%
Menos	19,0%
Muito Menos	0,8%

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 2017) e 200,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito mais do que em 2017), no qual o valor 100,0 indica que, na média, considerando os enquadramentos possíveis, os indivíduos pretendem gastar o mesmo do que em 2017. O índice calculado a partir das frequências da Tabela 4 resulta no valor de 106,1 indicando um gasto médio superior ao do Dia das Mães do ano 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 2018. 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 55,8%, 21,6% e 12,7% 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.

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

	Baixa	Média	Alta	Total
Vestuário	62,7%	53,9%	55,6%	55,8%
Perfumes/Cosméticos	14,9%	21,5%	26,3%	21,6%
Calçados	6,0%	15,5%	11,1%	12,7%
Eletroeletrônicos/Eletrodomésticos	7,5%	9,6%	14,1%	10,4%
Artigos de Decoração	7,5%	5,0%	5,1%	5,5%
Flores	6,0%	4,6%	5,1%	4,9%
Relógio/Jóias	1,5%	4,1%	3,0%	3,4%
Celular	0,0%	1,8%	1,0%	1,3%
Cesta com presentes	0,0%	0,5%	1,0%	0,5%
Livros	1,5%	0,0%	1,0%	0,5%
Cheque-presente	0,0%	0,5%	0,0%	0,3%

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

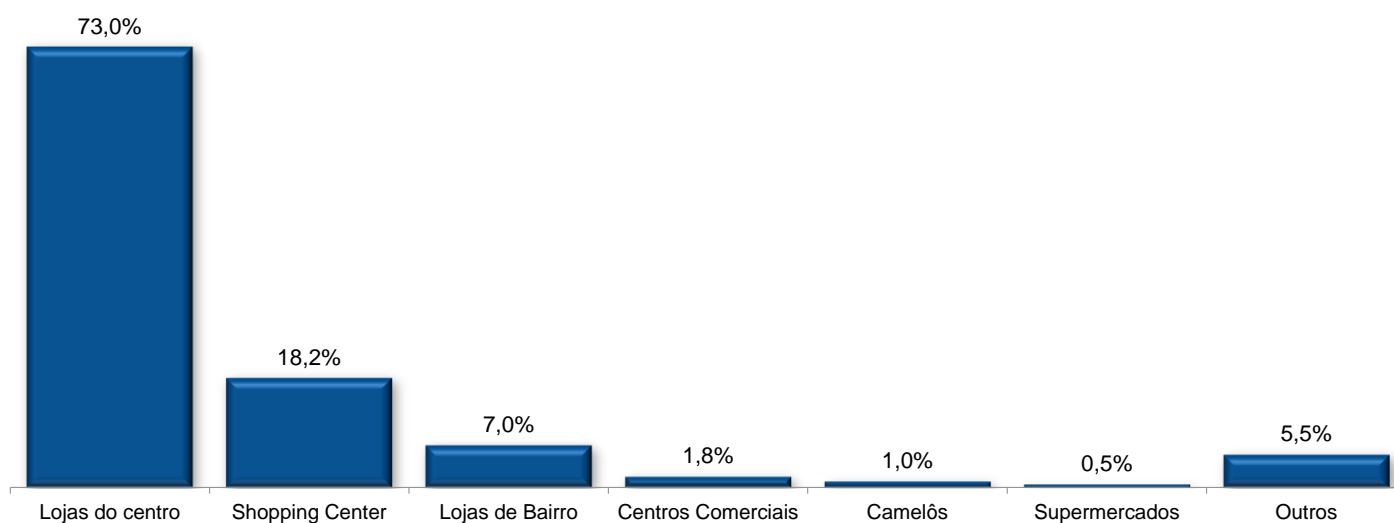
Fonte: Fecomércio-RS

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 73,0%. Em seguida, também com participação relevante, aparecem: *Shopping Centers* (18,2%), Lojas de Bairro (7,0%) e Centros Comerciais (1,8%). 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 (79,1%), enquanto na classe alta a preferência pelo local é de 65,7%. No caso dos *Shopping Centers*, há maior concentração na classe alta (34,3%), enquanto na classe baixa a preferência é de apenas 6,0% 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	79,1%	74,4%	65,7%	73,0%
Shopping Center	6,0%	14,6%	34,3%	18,2%
Lojas de Bairro	11,9%	6,8%	4,0%	7,0%
Centros Comerciais	1,5%	1,8%	2,0%	1,8%
Camelôs	1,5%	0,5%	2,0%	1,0%
Supermercados	1,5%	0,5%	0,0%	0,5%
Outros	3,0%	6,8%	4,0%	5,5%

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.

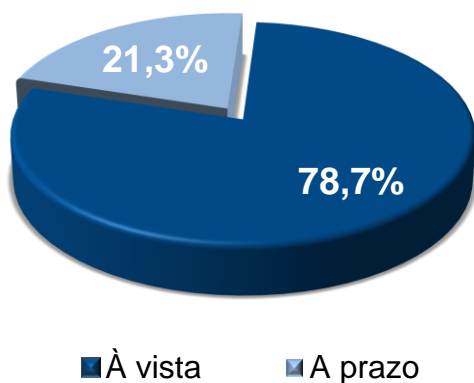
Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Formas de pagamento

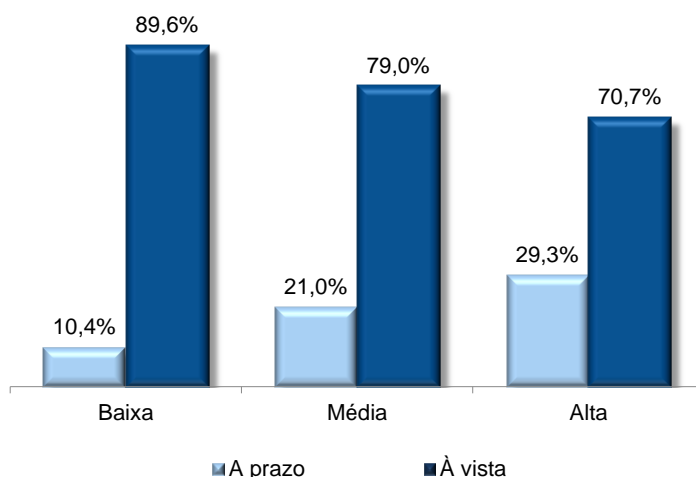
Acerca das formas de pagamento, 78,7% dos entrevistados afirmaram que irão efetuar suas compras de Dia das Mães à vista, enquanto 21,3% irão comprar a prazo. Essa informação pode ser visualizada no Gráfico 9. Quando a intenção de forma de pagamento é analisada por classe de renda (Gráfico 10), nota-se 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

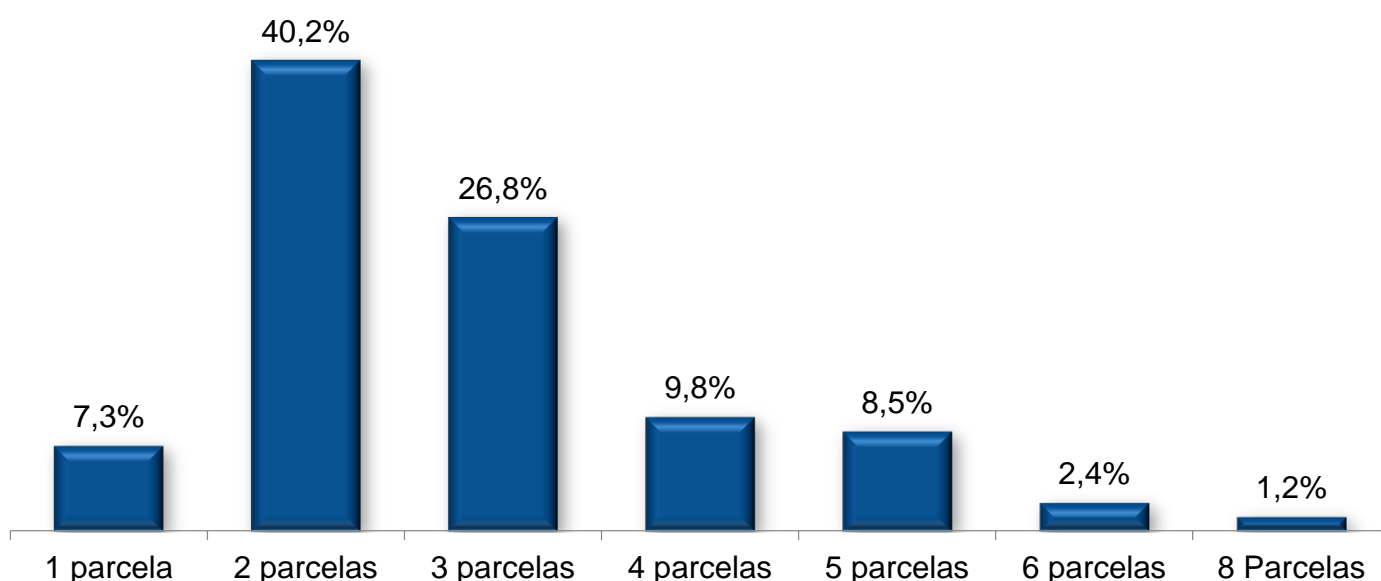
Gráfico 10 – Forma de pagamento



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 2018 será de 3,1 parcelas. Entre aqueles que irão comprar a prazo, a grande parte (74,4%) comprará em até três vezes, os outros 25,6% parcelarão em mais vezes.

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

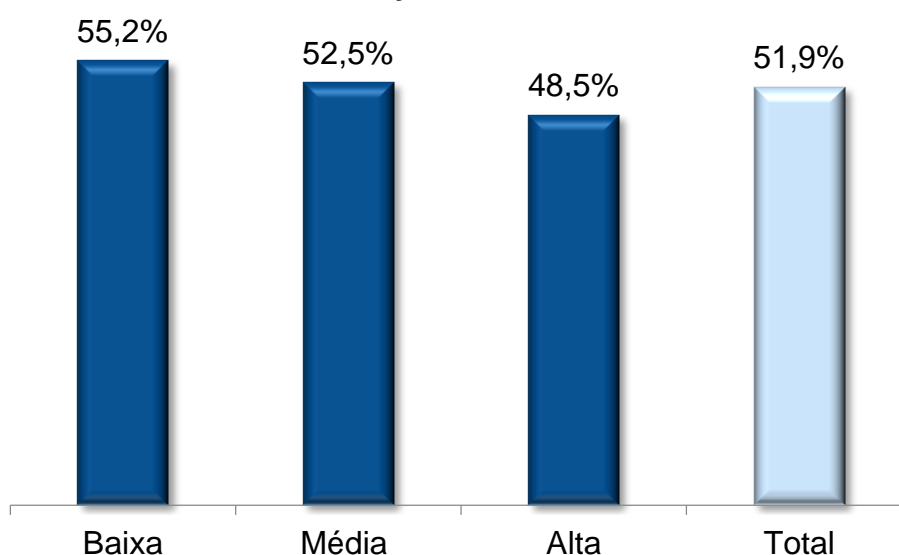


Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Evento comemorativo

Entre os entrevistados, 51,9% 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, 83,0% 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 há uma diferença nas opções de programação para o Dia

das Mães. Na classe média, o almoço ou jantar fora possui frequência de 17,4%, enquanto para a classe alta o percentual é de 18,8%. A classe baixa, por sua vez, apresentou um percentual de pessoas optando por almoçar/jantar de 13,5.

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

	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta	Total
Almoço/Jantar especial em casa	86,5%	82,6%	81,3%	83,0%
Almoçar/ Jantar fora	13,5%	17,4%	18,8%	17,0%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

É permitida a reprodução total ou parcial deste conteúdo, elaborado pela Fecomércio-RS, desde que citada a fonte. A FECOMÉRCIO-RS não se responsabiliza por atos/interpretações/decisões tomadas com base nas informações disponibilizadas por suas publicações.