



Fecomércio RS
Sesc | Senac

**PESQUISA
DIA DAS
MÃES
2021**

Sumário Executivo

Resumo dos principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2021

- **Das 804 entrevistas realizadas, 47,9% afirmaram que comprariam presentes para o Dia das Mães, totalizando amostra mínima de 385 indivíduos.**
 - Entre aqueles que responderam que não iriam comprar presente para a data, 26,7% relataram ser por falta de dinheiro/recursos e 18,9% por estar desempregado.
- **Na amostra de 385 entrevistados que referiram ter intenção de realizar compra para o Dia das Mães:**
 - 57,1% referiram ter sua renda reduzida pelo coronavírus.
 - 47,0% relataram que algum integrante da família recebeu auxílio emergencial.
- **O número médio de presentes no Dia das Mães 2021 será de 1,02 unidade.**
 - Homens (1,08 presente) comprarão, em média, uma quantidade de presentes maior do que mulheres (0,96 presente).
- **O gasto pessoal médio deverá ser de R\$ 156,23.**
 - Os homens deverão apresentar um gasto médio de R\$ 196,49, enquanto as mulheres gastarão R\$ 110,39.
 - O gasto médio por classe deverá ser de R\$ 130,58 para indivíduos da classe baixa, R\$ 139,51 para classe média e R\$ 209,70 para a classe alta.
 - Quanto aos efeitos da crise do coronavírus sobre a pretensão de gasto para a data, 27,5% relataram efeito negativo (redução), 31,7% apontaram elevação no gasto pretendido e para 40,8% não houve impacto.
- **O presente, em média, custará R\$ 131,09.**
 - Os presentes compartilhados deverão ter valor médio de R\$ 161,24, enquanto em relação aos presentes individuais o valor médio deverá ser de R\$ 123,94.
- **Na comparação com o Dia das Mães do ano anterior, a intenção de gastos, em média, é semelhante às despesas na data em 2020.**
- **A categoria de tipo de presente mais frequente foi Vestuário (28,6%), seguido por Perfumes e Cosméticos (18,7%) e Calçados (9,4%).**
 - Depois de Preço (45,2%), Atendimento é o segundo fator mais citado (12,7%) como determinante na compra.
- **Entre os locais de compra, os mais citados são as Lojas do Centro das Cidades (52,2%), seguido pela Internet (18,4%) e Shoppings Centers (13,2%).**
 - 41,6% dos entrevistados referiram ter alterado o local de compra em função do coronavírus.
 - Em relação ao hábito de comprar online, pergunta do bloco especial identificou que 63,9% dos entrevistados compram pelo meio digital; desses, 80,5% referiram ter costume de fazer essas compras em grandes lojas.
- **O maior movimento das vendas deve acontecer na semana anterior à data do Dia das Mães.**
 - Para 42,9% as compras serão feitas alguns dias antes da data e para 38,2% na semana anterior.
 - Pergunta do bloco especial indica que em caso de comércio não-essencial fechado às vésperas da data, 77,9% realizarão a compra de toda forma, sendo 46,0% pela internet ou tele-entrega e 31,9% nas alternativas abertas do comércio; 7,0% deixariam de comprar presente e 15,1% postergariam a compra.
- **Quanto às formas de pagamento, 77,1% pretendem realizar compras à vista.**
 - Entre os que pretendem parcelar, 75,0% pretende pagar em 2 ou 3 parcelas.
- **20,3% das pessoas pretendem participar de algum evento especial em comemoração à data.**
 - Desses, 67,4% planejam almoço ou jantar especial em casa e 30,2% almoço ou jantar fora.

Pesquisa de Dia das Mães - 2021

O presente relatório tem por objetivo apresentar os principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2021, 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 11 a 23 de março de 2021. Em virtude das medidas de distanciamento social vigentes no Estado do Rio Grande do Sul, a pesquisa foi realizada por telefone, assim como no ano anterior. Foram entrevistadas 385 pessoas que afirmaram que comprariam presentes de dia das mães a fim de se criar um perfil do consumo para essa data. 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

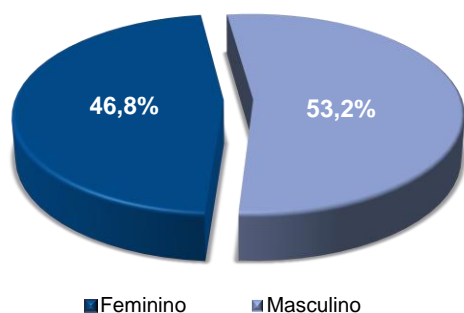
Macrorregião	Município	Amostra Estipulada
Centro	Santa Maria	49
Metropolitana	Porto Alegre	177
Nordeste	Caxias do Sul	68
Noroeste	Ijuí	43
Sul-Campanha	Pelotas	48

Elaboração própria.

Caracterização da Amostra

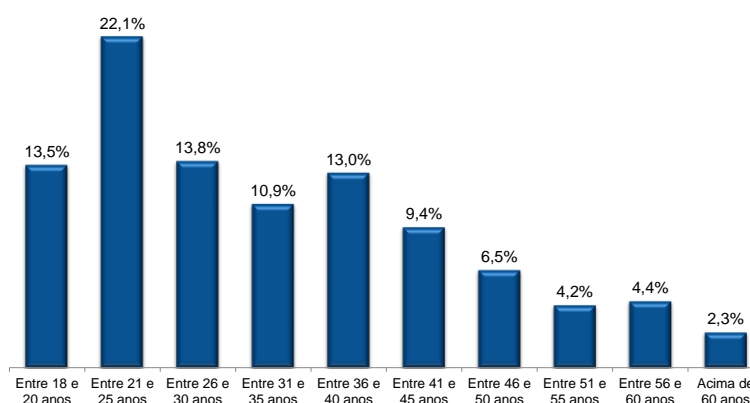
A amostra foi caracterizada por 53,2% de indivíduos do gênero masculino, enquanto a parcela feminina foi de 46,8% do total de entrevistados (Gráfico 1).

Gráfico 1
Distribuição conforme Gênero



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

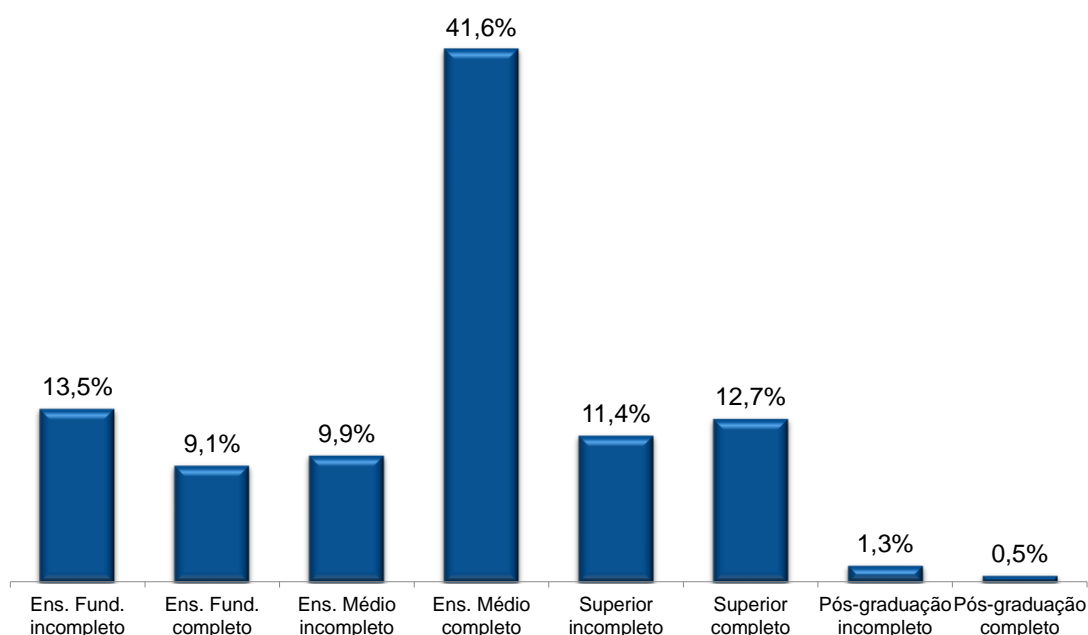
Gráfico 2
Distribuição conforme Faixa Etária



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

No que diz respeito às faixas etárias contempladas na pesquisa, a parcela mais significativa, representando 22,1% 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 (13,8%). A faixa etária com idade superior a 60 anos apresentou o menor número de entrevistados, com 2,3% do total de pessoas. 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, 41,6% dos entrevistados possuem escolaridade equivalente ao Ensino Médio Completo, enquanto 14,5% das pessoas da amostra possuem pelo menos Ensino Superior Completo.

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 habitual nominal da população ocupada gaúcha da Pesquisa Nacional de Amostras de Domicílios Contínua do IBGE até dez/20.

Tabela 2 – Distribuição amostral conforme Classe Econômica

Classe Econômica	Frequência
Baixa	16,9%
Média	57,1%
Alta	26,0%

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

Na pesquisa de 2021, questionamos os entrevistados se os mesmos tiveram sua renda afetada pela crise do coronavírus. Entre os entrevistados, 57,1% afirmou que teve sua renda reduzida pelo coronavírus. Os dados são apresentados no Gráfico 4. Essa situação explica, em parte, os resultados apresentados a seguir.

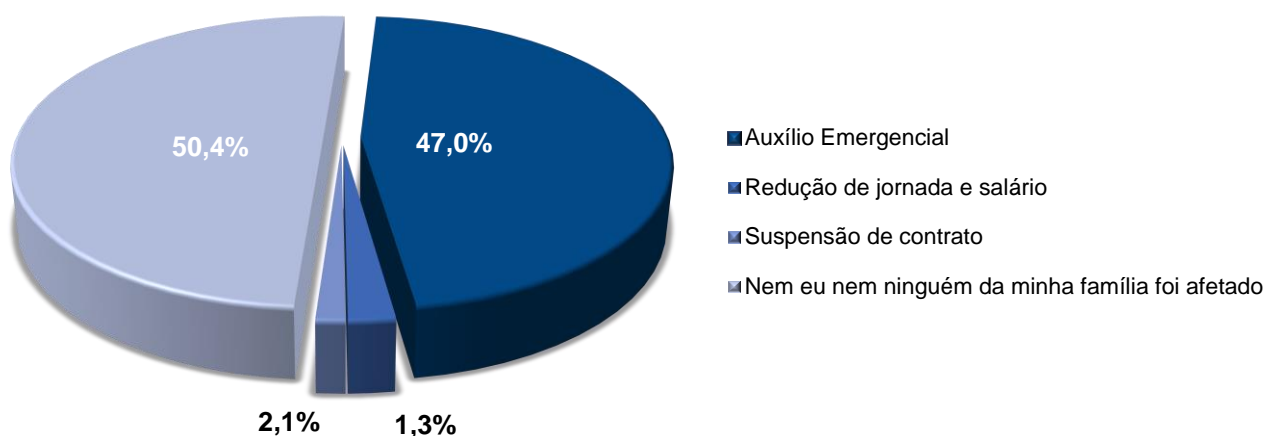
Gráfico 4 – Situação de Renda devido ao coronavírus



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

A pesquisa também apurou o percentual de pessoas que foram beneficiárias de medidas federais de preservação da renda e do emprego ao longo do ano passado. De todos entrevistados, 50,4% referiram que nenhuma pessoa do seu núcleo familiar teve acesso a esses tipos de benefício. Entre as medidas, destaque para o auxílio emergencial, recebido por 47,0% dos respondentes. Os dados são apresentados no Gráfico 5.

Gráfico 5 – Medidas Federais de Preservação da Renda em 2020



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

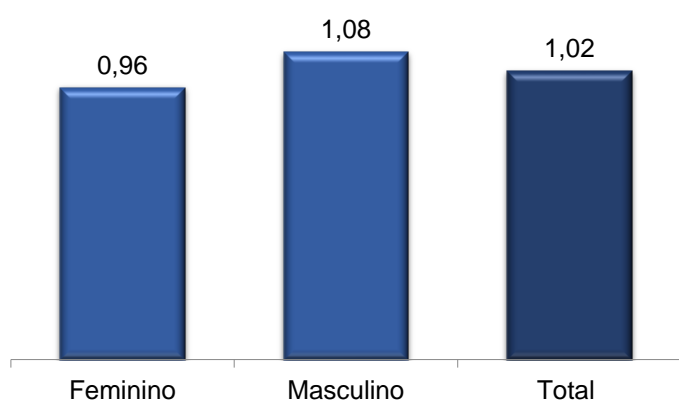
Aspectos Quantitativos das Compras de Dia das Mães

A presente seção apresenta os principais resultados quantitativos da pesquisa de Dia das Mães 2021. A seção objetiva tratar dos gastos pretendidos pelos gaúchos nesta data comemorativa, bem como da quantidade de presentes a ser adquirida.

Número de Presentes

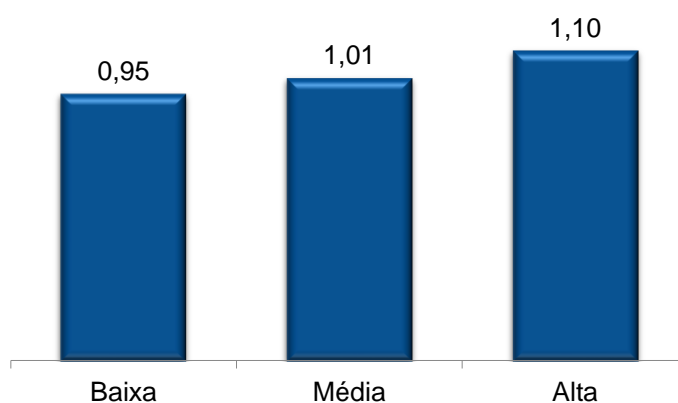
A pesquisa apurou que 82,3% dos entrevistados darão presentes de forma individual, 17,1% vão dividir com alguém e 0,5% darão presentes individuais e também dividirão com alguém. O número médio de itens adquiridos por pessoa deverá ser de 1,02 unidade em 2021. Desagregando essa média por gênero e classe de renda, é possível perceber as diferenças da intenção de consumo entre os grupos, como apresentado nos Gráficos 6 e 7.

Gráfico 6 – Quantidade de Presentes por Gênero



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

Gráfico 7 – Quantidade de Presentes por Classe de Renda



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

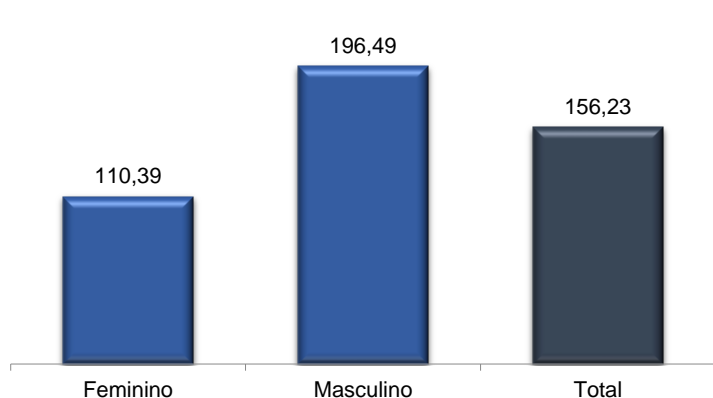
Como é comum a divisão de presentes de Dia das Mães entre irmãos, a média de itens adquiridos por pessoa pode ser inferior a 1,0. Em 2021, ocorreu isso tanto no caso das mulheres como no caso das pessoas de classe baixa. Na segmentação por gênero, nota-se que as mulheres devem adquirir, em média, 0,96 presente, enquanto os homens pretendem comprar 1,08 item. Já entre as classes de renda, as pessoas de classe baixa irão adquirir 0,95 presente, enquanto pessoas de média e alta renda adquirirão 1,01 e 1,10 item respectivamente.

Gastos em Presentes

As pessoas que pretendem comprar ou já compraram presentes para o Dia das Mães de 2021 no Rio Grande do Sul devem gastar, em média, R\$ 156,23. Como mostra o Gráfico 8, a intenção de gastos é superior entre os homens (R\$ 196,49) do que entre as mulheres (R\$ 110,39). Desagregando as intenções de gastos por classes de renda, há diferenças importantes entre as mesmas, com os gastos aumentando conforme a renda (Gráfico 9). Os indivíduos da classe baixa, classe média e classe alta deverão gastar em média, R\$ 130,58, R\$ 139,51 e R\$ 209,70, respectivamente. O cálculo do gasto médio é baseado apenas no gasto individual¹ dos respondentes da pesquisa.

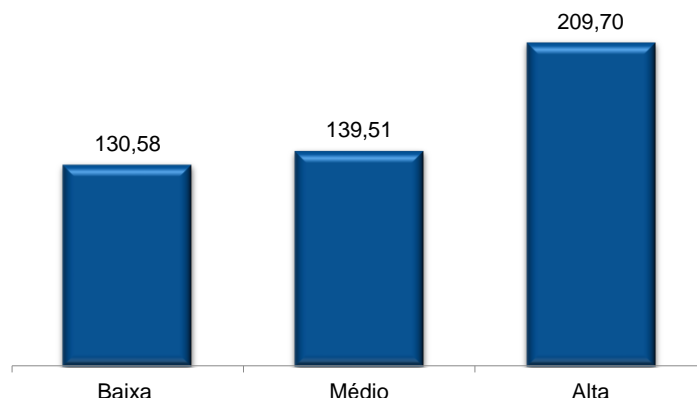
¹ O gasto individual aqui considerado é o gasto do presente individual e a parcela individual no gasto do presente conjunto.

Gráfico 8
Gasto médio por Gênero e Total
(em R\$)



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

Gráfico 9
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	Baixa	Média	Alta	Total
Até R\$ 50,00	44,6%	32,7%	11,0%	29,2%
De R\$ 50,01 até R\$ 100,00	27,7%	31,4%	40,0%	33,1%
De R\$ 100,01 até R\$ 150,00	4,6%	8,2%	8,0%	7,2%
De R\$ 150,01 até R\$ 200,00	9,2%	15,0%	18,0%	14,7%
De R\$ 200,01 até R\$ 250,00	1,5%	2,3%	2,0%	2,1%
Acima de R\$ 250,00	12,3%	10,5%	21,0%	13,7%

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

A pesquisa também apurou o efeito da crise do coronavírus, tanto na perspectiva econômica quanto na sanitária, sobre a pretensão de gastos no Dia das Mães 2021. A Tabela 4 mostra que 40,8% disseram que a crise não teve efeitos na pretensão dos gastos. Entre os entrevistados, 31,7% apontaram que a crise aumentou a pretensão de gastos para a data, enquanto para 27,5% a crise provocou redução na pretensão de gastar.

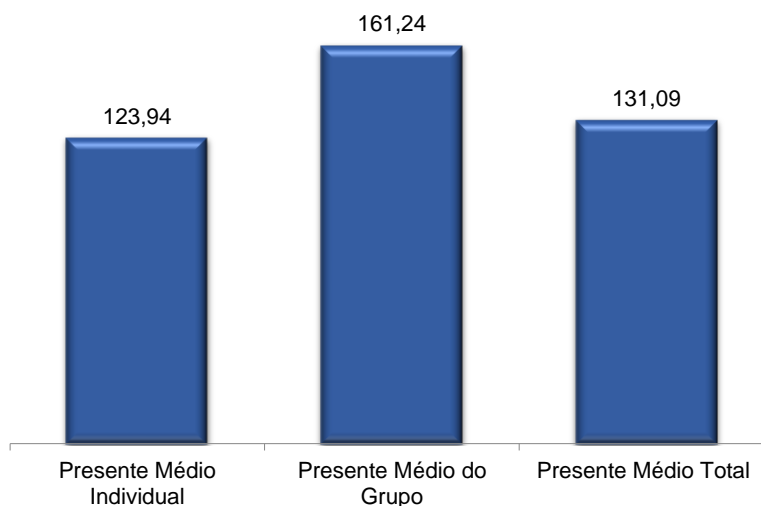
Tabela 4 – Efeito da crise do coronavírus sobre a pretensão de gastos dos que irão comprar presente

Efeito da Pandemia	Frequência
Afetou MUITO, para MAIOR	20,8%
Afetou POUCO, para MAIOR	10,9%
Não afetou	40,8%
Afetou POUCO, para MENOR	17,9%
Afetou MUITO, para MENOR	9,6%

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

Valor Médio dos Presentes

Gráfico 10
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\$ 131,09 (Gráfico 10). Quando o presente é compartilhado entre mais de um comprador, esse valor aumenta para R\$ 161,24, enquanto os presentes individuais deverão custar, em média R\$ 123,94.

Comparação dos Gastos com o Dia das Mães 2020

A Tabela 5 apresenta a percepção dos indivíduos quanto à comparação de seus gastos com o Dia das Mães 2020. Do total de entrevistados, 27,9% afirmaram que irão gastar mais ou muito mais do que no ano passado, enquanto 36,1% das pessoas pretendem gastar menos ou muito menos. Entre os entrevistados, 36,0% devem gastar o mesmo que em 2020.

Tabela 5 – Intenção de Gastos para Dia das Mães 2021 em relação ao ano passado

Resposta	Frequência
Muito Menos	7,9%
Menos	28,2%
Igual	36,0%
Mais	13,0%
Muito Mais	14,9%

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

A partir dos dados da Tabela 5, 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 2020) e 200,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito mais do que em 2020), no qual o valor 100,0 indica que, na média, considerando os enquadramentos possíveis, os indivíduos pretendem gastar o mesmo do que em 2020. O índice calculado a partir das frequências da Tabela 5 resulta no valor de 99,46 indicando um gasto médio semelhante ao do Dia das Mães do ano passado. Para o cálculo, considerou-se

que as pessoas que manifestaram que não realizaram compra no ano passado, mas que vão realizar esse terão um gasto muito maior do que no 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 2021. Nesta seção são abordados os tipos de presentes, fatores levados em consideração no momento da compra, locais de compra, antecedência da compra e formas de pagamento.

Tipos de Presentes

Primeiramente, a Tabela 6 apresenta os tipos de presentes com maior frequência de intenção de compra por parte dos entrevistados, por classe de renda. Entre os presentes que estão definidos, a maior concentração de entrevistados encontra-se nos tradicionais itens de vestuário e perfumes/cosméticos, que devem ser adquiridos por 28,6% e 18,7% das pessoas que pretendem comprar presentes neste Dia das Mães, respectivamente. Calçados e Flores aparecem na sequência, o primeiro com 9,4% de participação e o segundo com 8,3%. Neste ano, mais uma vez, a pesquisa destaca um grande percentual de entrevistados que não sabem ou ainda não decidiram.

Tabela 6 – Principais Tipos de Presentes por Classes de Renda e Total (resposta múltipla)

	Baixa	Média	Alta	Total
Vestuário	29,2%	27,3%	31,0%	28,6%
Perfumes/Cosméticos	15,4%	21,8%	14,0%	18,7%
Calçados	10,8%	7,3%	13,0%	9,4%
Flores	7,7%	9,5%	6,0%	8,3%
Eletroeletrônicos/Eletrrodomésticos	7,7%	8,2%	5,0%	7,3%
Artigos de Decoração	7,7%	5,9%	6,0%	6,2%
Relógio/Jóias	3,1%	4,1%	6,0%	4,4%
Cestas com presentes	1,5%	3,6%	2,0%	2,9%
Celular	0,0%	1,4%	3,0%	1,6%
Chocolate	1,5%	1,4%	2,0%	1,6%
Utensílios para Cozinha	1,5%	1,8%	0,0%	1,3%
Cheque-Presente	0,0%	0,9%	0,0%	0,5%
Livros	0,0%	0,5%	0,0%	0,3%
Viagem	0,0%	0,5%	0,0%	0,3%
Outros	6,2%	0,0%	0,0%	3,9%
Não Respondeu/Não Sabe	15,4%	11,8%	19,0%	14,3%

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

Fatores que influenciam a compra

A Tabela 7 apresenta fatores que os consumidores levam em consideração no momento de aquisição do presente. Em primeiro lugar, os entrevistados apontaram o preço (45,2%) e em segundo lugar aparece o atendimento (12,7%).

Tabela 7 – Fatores que influenciam a decisão de compra (resposta múltipla)

Fator	Frequência
Preço	45,2%
Atendimento	12,7%
Preferências pessoais	11,4%
Condições de Pagamento	10,4%
Diversidade de Produtos	7,8%
Condições de entrega (custo e prazo)	7,8%
Utilidade	6,0%
Qualidade do produto	2,1%
Valor Emocional	1,8%
Local da compra	0,8%
Custo/Benefício	0,3%

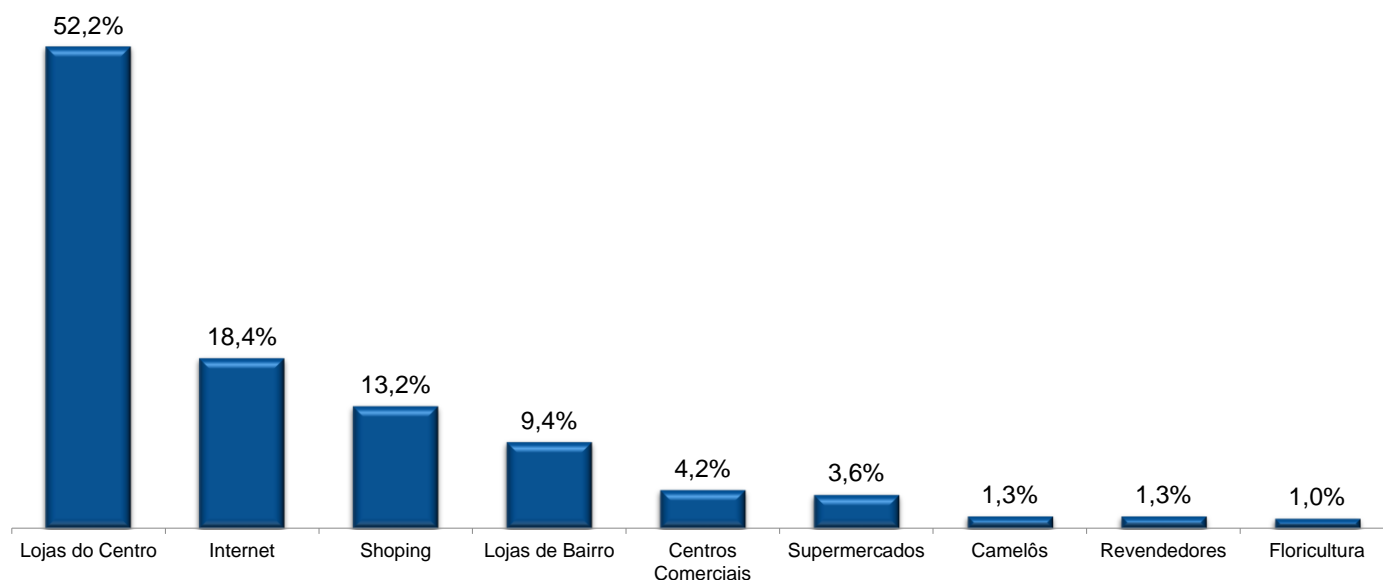
Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Locais de compra

O Gráfico 11 apresenta os principais locais de compra citados pelos entrevistados para a aquisição de presentes para o Dia das Mães. As Lojas do Centro das cidades foram indicados por 52,2% dos respondentes. Em seguida, aparecem: Internet (18,4%), Shoppings Centers (13,2%) e as Lojas de Bairro (9,4%).

Gráfico 11 – 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

A Tabela 8 apresenta a frequência dos locais de compra por classe de renda. No caso das Lojas de Centro, embora seja o local mais indicado em todas as classes, há uma participação maior nas classes média e baixa; já para compras na Internet, há um gradiente crescente de preferência conforme o nível de renda.

Tabela 8 – Estabelecimento onde pretende efetuar as compras do Dia das Mães por Classe de renda

	Baixa	Média	Alta	Total
Lojas do Centro	52,3%	58,6%	38,0%	52,2%
Internet	12,3%	16,4%	27,0%	18,4%
Shopping Centers	3,1%	13,6%	19,0%	13,2%
Lojas de Bairro	9,2%	9,1%	10,0%	9,4%
Centros Comerciais	4,6%	3,6%	5,0%	4,2%
Supermercados	12,3%	0,9%	4,0%	3,6%
Camelôs	6,2%	0,0%	1,0%	1,3%
Revendedores	3,1%	1,4%	1,0%	1,3%
Floricultura	0,0%	0,5%	3,0%	1,0%

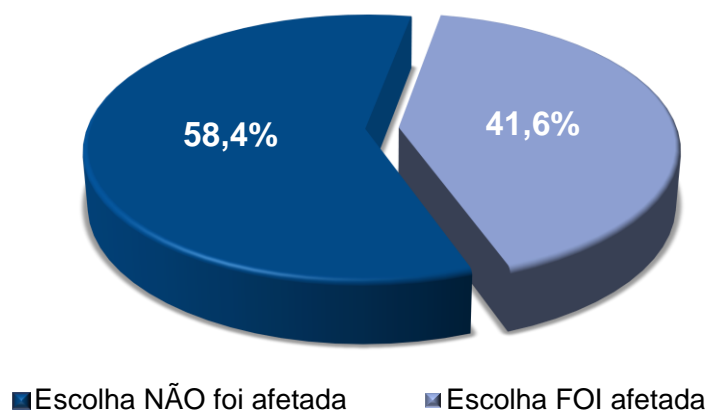
Nota: O somatório para cada classe pode ser superior a 100% visto que o percentual é calculado sobre o total de entrevistados e uma pessoa pode apontar mais de um local de preferência para compra dos presentes.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Em virtude da pandemia e das medidas de distanciamento social, os entrevistados para a Pesquisa do Dia das Mães foram questionados se alteraram suas escolhas de local de compra em virtude do coronavírus. Entre os respondentes, 41,6% afirmaram que modificaram suas escolhas originais. Os dados são apresentados do Gráfico 12.

Gráfico 12 – Alteração do local de compras do Dia das Mães em virtude do coronavírus



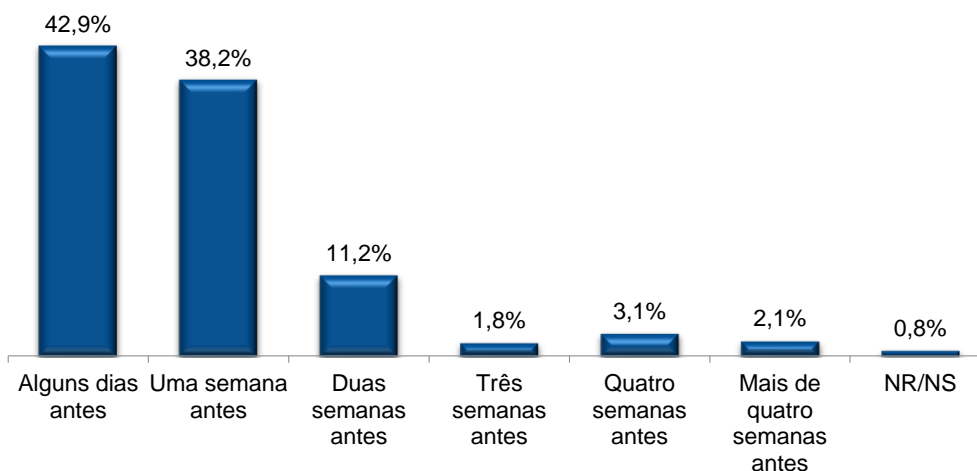
Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Antecedência da Compra

As pessoas que compram presentes para o Dia das Mães o fazem majoritariamente no período próximo à data. Entre os respondentes, 38,2% afirmaram que pretendem comprar uma semana antes, enquanto 42,9% dizem que pretendem comprar apenas a alguns dias antes. Sendo assim, mais de 80% das vendas ocorrem na semana que antecede a data. Os que afirmaram comprar com mais de 4 semanas de antecedência foram apenas 2,1% dos entrevistados. Os dados são apresentados no Gráfico 13.

Gráfico 13 – Antecedência das Compras para o Dia das Mães

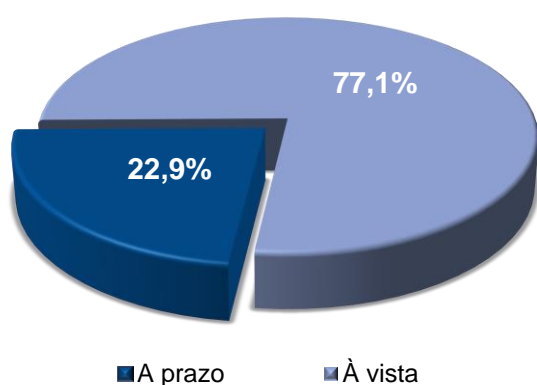


Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Formas de pagamento

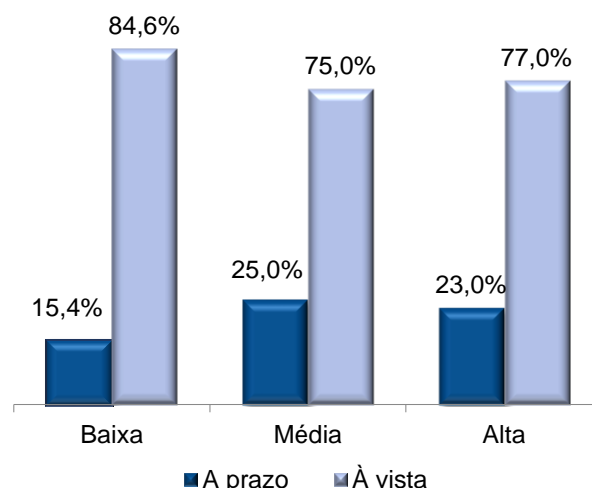
Acerca das formas de pagamento, 77,1% dos entrevistados afirmaram que irão efetuar suas compras de Dia das Mães à vista, enquanto 22,9% irão comprar a prazo. Essa informação pode ser visualizada no Gráfico 14. A intenção de forma de pagamento é analisada por classe de renda (Gráfico 15).

Gráfico 14 – Forma de pagamento



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

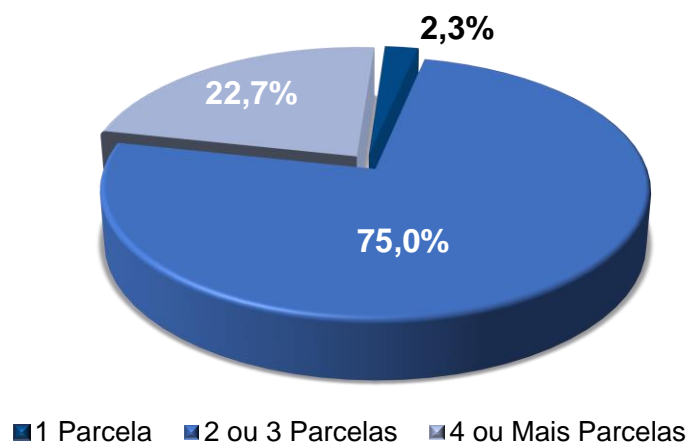
Gráfico 15 – Forma de pagamento



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

O Gráfico 16 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 2021 será de 2,98 parcelas. Entre aqueles que irão comprar a prazo, a grande parte (75,0%) comprará em duas ou três vezes, 22,7% pagará em 4 ou mais parcelas, enquanto 2,3% optará por uma parcela.

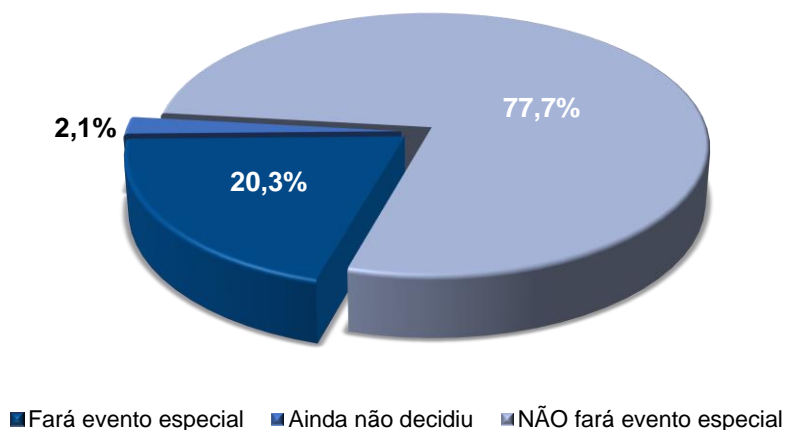
Gráfico 16 – Distribuição das compras a prazo por número de parcelas



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

Evento comemorativo

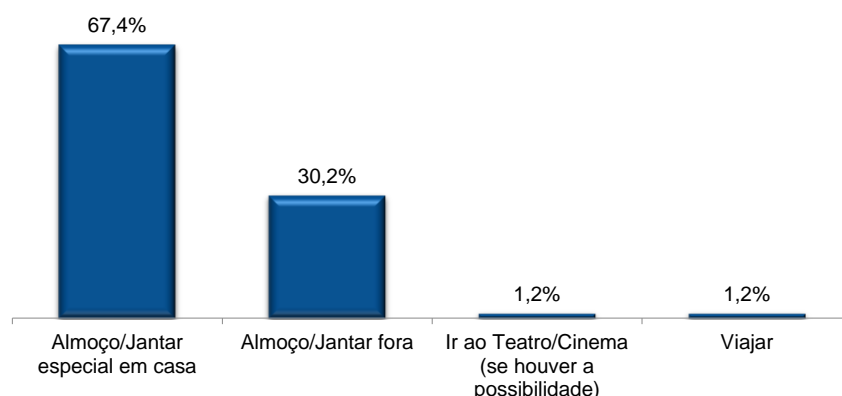
Gráfico 17 – Percentual de pessoas que pretende proporcionar ou participar de um evento especial em comemoração ao Dia das Mães



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

Entre os entrevistados, 20,3% afirmaram que pretendem proporcionar ou participar de um evento especial no Dia das Mães. O Gráfico 17 apresenta os dados. No que diz respeito ao tipo de evento comemorativo, 67,4% daqueles que devem participar ou proporcionar algum evento estarão envolvidos em um almoço ou jantar especial em casa. A opção de almoçar e jantar fora aparece em segundo lugar, com 30,2%. Os dados são apresentados no Gráfico 18.

Gráfico 18 – Tipo de Evento



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

Bloco Especial

Diante do cenário de incerteza sobre a permanência do comércio dito não-essencial aberto nos próximos meses, a pesquisa apurou o comportamento dos consumidores no caso de um fechamento das lojas na ocasião da compra do presente de Dia das Mães. Entre os respondentes, 7,0% afirmaram que deixariam de fazer a compra, enquanto 15,1% postergariam a compra para quando o comércio estivesse aberto. A parcela que afirmou que realizaria a compra disse que compraria por internet ou tele-entrega (46,0%) e 31,9% afirmou que utilizaria as alternativas de comércio que estivessem abertas na ocasião. A Tabela 9 apresenta esses resultados.

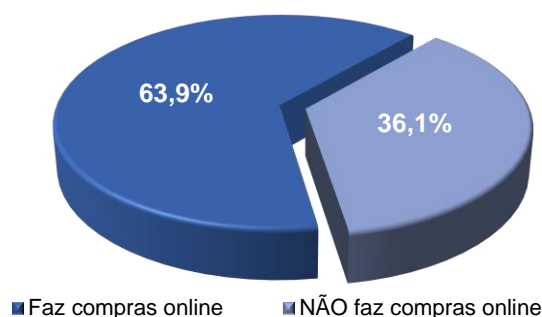
Tabela 9 – Decisão de consumo no caso de fechamento do comércio não-essencial

Decisão de Consumo	Frequência
Não vou comprar o presente de dia das mães	7,0%
Vou postergar a compra para quando o comércio estiver aberto	15,1%
Vou realizar a compra do presente de qualquer forma, utilizando a internet ou tele-entrega	46,0%
Vou realizar a compra do presente de qualquer forma, utilizando as alternativas de comércio abertas na ocasião	31,9%

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

A pesquisa também apurou sobre o comportamento de consumo na internet ou outros canais digitais: 63,9% afirmaram que fazem compras online, enquanto 36,1% referiram não fazer, conforme mostra o gráfico 19.

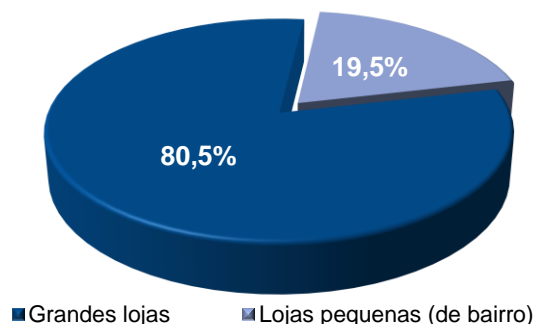
Gráfico 19 – Percentual de pessoas que faz compras pela internet ou por canais digitais



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

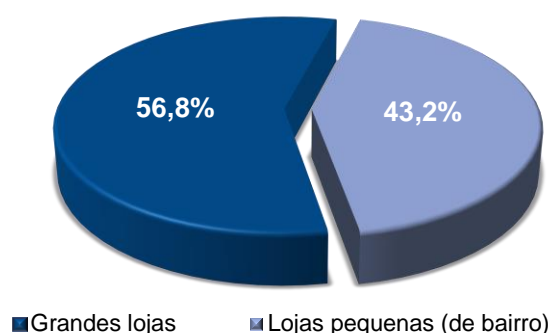
Entre aqueles que fazem compras online, a grande maioria (80,5%) tem o hábito de comprar de grandes lojas, com 19,5% comprando de lojas pequenas (Gráfico 20). Para os entrevistados que não fazem compras online, conforme mostra o Gráfico 21, as lojas grandes foram a opção mais apontada (56,8%) caso fizessem compras por esse meio; 43,2% referiram que fariam em lojas pequenas (de bairro).

Gráfico 20 – Local onde pessoas que compram online costumam fazer essas compras



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

Gráfico 21 – Local onde pessoas que NÃO compram online o fariam caso comprassem por esse meio

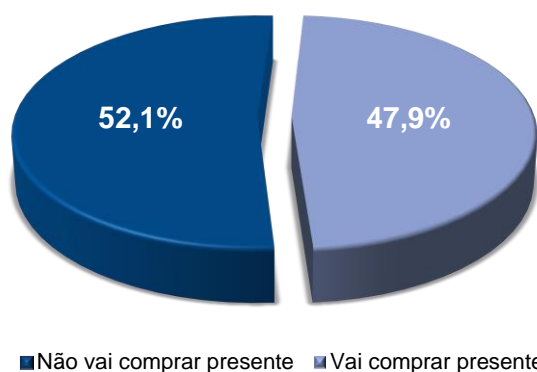


Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Informações Complementares

A Pesquisa de Dia das Mães tem por objetivo caracterizar o perfil do consumo no Dia das Mães. Para ser alcançada a amostra mínima de 385 indivíduos pesquisados foram feitas 804 entrevistas. Dessas, 47,9% afirmaram que iriam comprar presentes para o Dia das Mães. O Gráfico 22 mostra estes resultados.

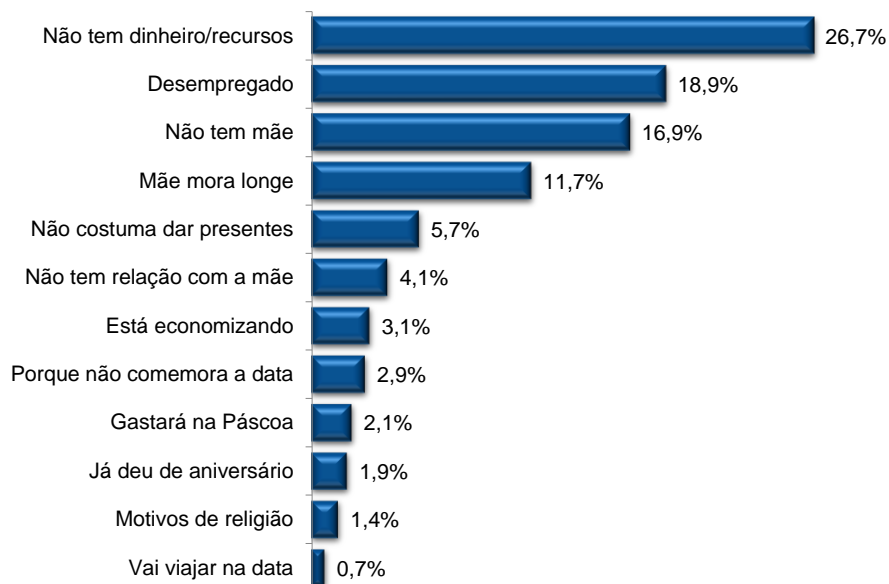
Gráfico 22 - Realização de compra de presente para o Dia das Mães



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

Entre as pessoas que disseram que não iriam realizar compras de presentes para o dia das mães, destaque para o percentual de respondentes que disseram estar desempregados (18,9%) ou não terem dinheiro/recursos (26,7%). O Gráfico 23 mostra os dados.

Gráfico 23 – Motivos para não comprar presente de Dia das Mães



Nota: 3,8% não informaram razão

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS