



Fecomércio RS
CNC Sesc Senac
Sindicatos

Pesquisa

*Dia das
Mães*
2022

Sumário Executivo

Resumo dos principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2022

- **Das 939 abordagens realizadas, 41,0% 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, o motivo indicado por 45,7% foi não ter mãe; para outros 25,8% os motivos relatados foram desemprego ou falta de recursos.
- **Na amostra de 385 entrevistados que referiram ter intenção de realizar compra para o Dia das Mães:**
 - 45,5% referiram um nível de renda atual menor ou muito menor que no período pré-pandemia.
- **Entre os 385 entrevistados, 86,5% darão presentes de forma individual, e 13,5% dividirão com alguém.**
 - O número médio de presentes por pessoa (considerando presente individual e em grupo) será 1,07 unidade.
 - Considerando apenas os presentes individuais, a média será de 1,38 unidades (1,49 homens; 1,29 mulheres)
- **O gasto pessoal médio deverá ser de R\$ 206,09.**
 - Os homens deverão apresentar um gasto médio de R\$ 247,81, enquanto as mulheres gastarão R\$ 173,45.
 - O gasto médio por classe deverá ser de R\$ 140,00 para indivíduos da classe baixa, R\$ 205,82 para classe média e R\$ 249,21 para a classe alta.
 - Quanto aos efeitos do momento atual sobre a pretensão de gasto para a data, 21,6% relataram efeito negativo (redução), 15,8% apontaram elevação no gasto pretendido e para 62,6% não houve impacto; o principal motivo apontado por aqueles que tiveram a pretensão de gastos afetada foi a inflação (54,9%).
- **O presente, em média, custará R\$ 149,14.**
 - Os presentes compartilhados deverão ter valor médio de R\$ 201,11, enquanto em relação aos presentes individuais o valor médio deverá ser de R\$ 141,01.
- **Na comparação com o Dia das Mães do ano anterior, a intenção de gastos, em média, é levemente superior às despesas na data em 2021.**
- **A categoria de tipo de presente mais frequente foi Vestuário (22,9%), seguido por Perfumes e Cosméticos (19,2%) e Calçados (11,7%).**
 - Depois de Preço (59,5%), Atendimento é o segundo fator mais citado (24,2%) como determinante na compra.
- **Entre os locais de compra, os mais citados são as Lojas do Centro das Cidades (60,8%), seguido por Shoppings Centers (15,1%) e Lojas de Bairro (12,5%); 8,6% indicaram que comprarão pela internet.**
 - 16,1% dos entrevistados referiram ter alterado o local de compra em função do coronavírus.
- **O maior movimento das vendas deve acontecer na semana anterior à data do Dia das Mães.**
 - Para 48,8% as compras serão feitas alguns dias antes da data e para 35,8% na semana anterior.
- **Quanto às formas de pagamento, 76,9% pretendem realizar compras à vista.**
 - Entre os que pretendem parcelar, 62,9% pretende pagar em 2 ou 3 parcelas.
- **50,4% das pessoas pretendem participar de algum evento especial em comemoração à data.**
 - Desses, 85,4% planejam almoço ou jantar especial em casa e 11,3% almoço ou jantar fora.

Pesquisa de Dia das Mães - 2022

O presente relatório tem por objetivo apresentar os principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2022, 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 23 de março de 2022. 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, presencialmente em pontos de fluxo, 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	50
Metropolitana	Porto Alegre	176
Nordeste	Caxias do Sul	69
Noroeste	Ijuí	42
Sul-Campanha	Pelotas	48

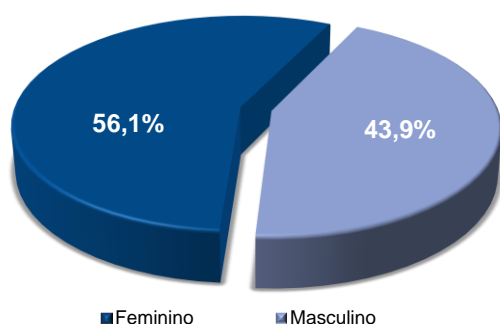
Elaboração própria.

Caracterização da Amostra

Para a realização da Pesquisa de dia das Mães de 2022, 939 pessoas foram abordadas. Desse total, **41,0% apontou que compraria presentes para o Dia das Mães**. Entre os que disseram que não comprariam, a justificativa mais frequente foi o fato de “Não ter mãe”, apontado por 45,7% dos entrevistados que não dariam presentes na data. Quando somado a “Não ter relação com a Mãe” (5,6%), o percentual supera 50,0%. Fatores econômicos como estar desempregado ou não ter recursos somaram 25,8%.

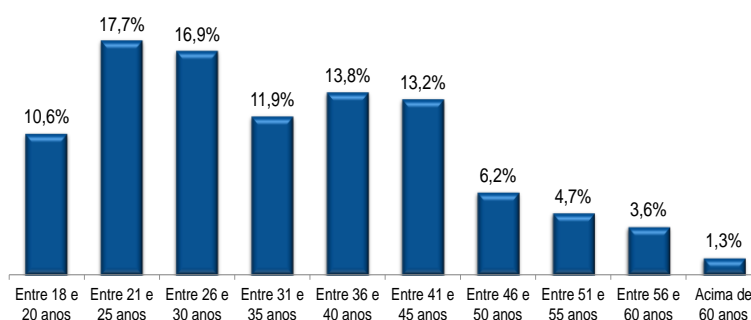
A Pesquisa de Dia das Mães 2022 é focada na criação de um perfil de consumo; entre os 385 respondentes da pesquisa, 43,9% dos indivíduos foram do gênero masculino, enquanto a parcela feminina foi de 56,1% do total de entrevistados (Gráfico 1).

Gráfico 1
Distribuição conforme Gênero



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

Gráfico 2
Distribuição conforme Faixa Etária



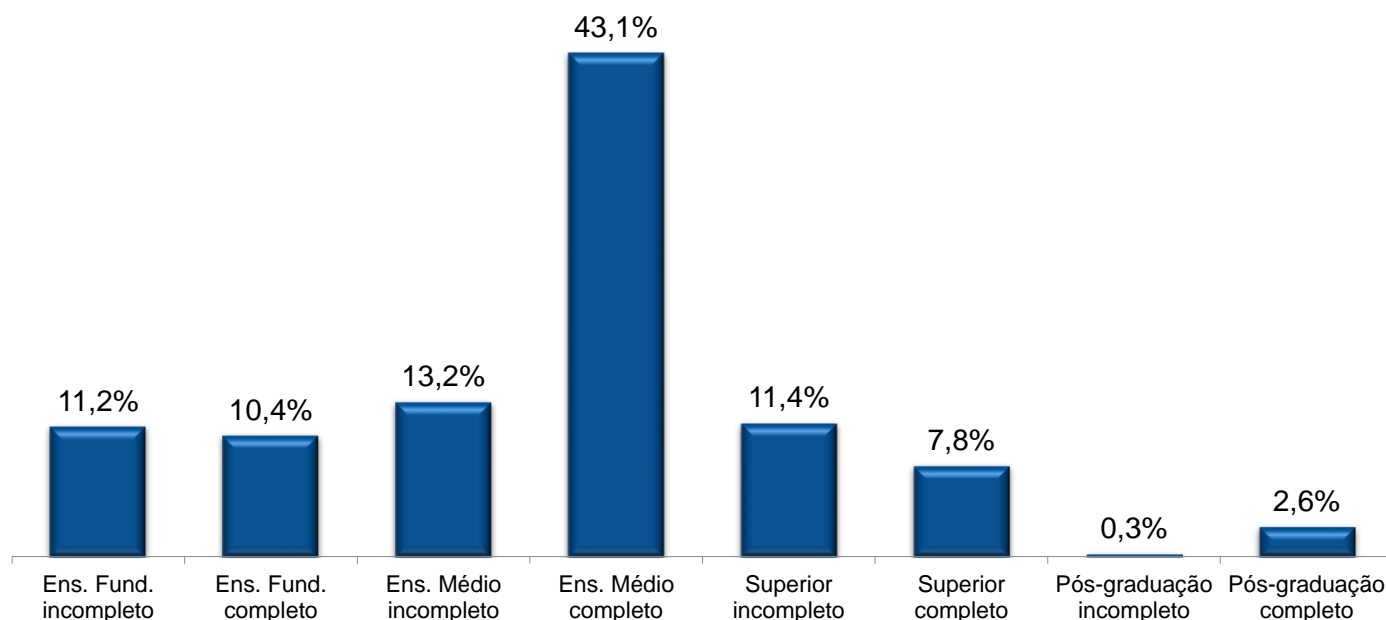
Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

No que diz respeito às faixas etárias contempladas na pesquisa, a parcela mais significativa, representando 17,7% 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 (16,9%). A faixa etária com idade superior a 60 anos

apresentou o menor número de entrevistados, com 1,3% do total de pessoas. Os dados são apresentados no Gráfico 2. A idade média dos entrevistados foi de 34 anos e a mediana de 33 anos.

No que se refere ao grau de escolaridade, apresentado no Gráfico 3, 43,1% dos entrevistados possuem escolaridade equivalente ao Ensino Médio Completo, enquanto 10,6% das pessoas da amostra possuem pelo menos Ensino Superior Completo.

Gráfico 3 – Grau de Escolaridade



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

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) em 2012, 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/21.

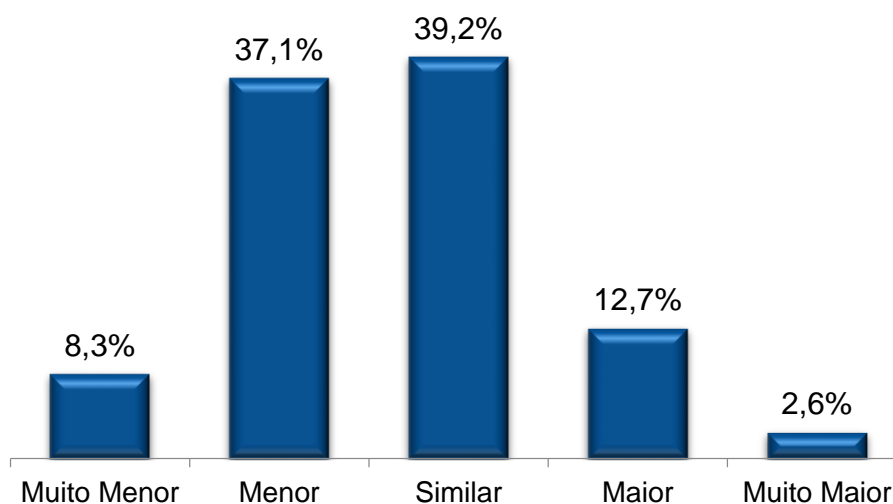
Tabela 2 – Distribuição amostral conforme Classe Econômica'

Classe Econômica	Frequência
Baixa	16,9%
Média	56,9%
Alta	26,2%

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

Na pesquisa de 2022, os entrevistados foram questionados quanto ao seu nível atual de renda comparado ao período pré-pandemia. Como se pode observar, entre os que disseram que irão comprar presente de Dia das Mães, 45,5% apontaram que apresentam atualmente renda menor ou muito menor do que no período pré-pandemia. Os resultados estão no Gráfico 4.

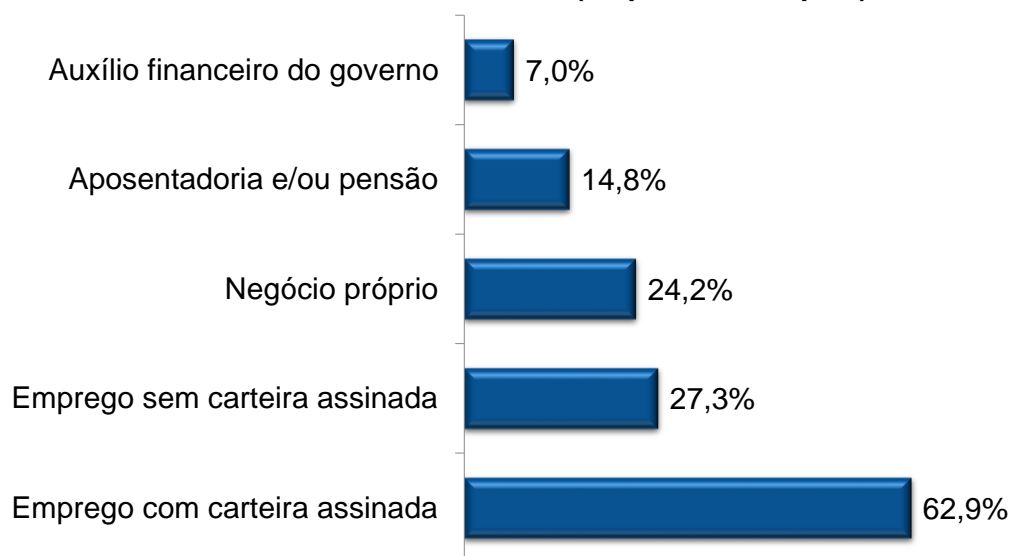
Gráfico 4 – Nível de renda (pré-pandemia)



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

Ainda ao analisar o aspecto renda dos indivíduos, os entrevistados foram questionados quanto a origem de seus recursos. Os dados são apresentados no Gráfico 5.

Gráfico 5 – Fonte de renda (respostas múltiplas)



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

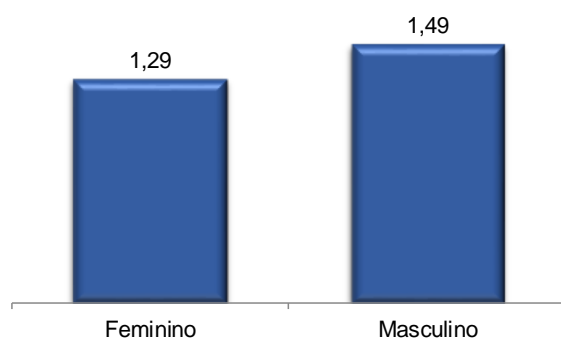
Aspectos Quantitativos das Compras de Dia das Mães

A presente seção apresenta os principais resultados quantitativos da pesquisa de Dia das Mães 2022. A seção objetiva tratar dos gastos pretendidos pelos gaúchos nesta data comemorativa, bem como da quantidade de presentes a ser adquirida.

Número de Presentes

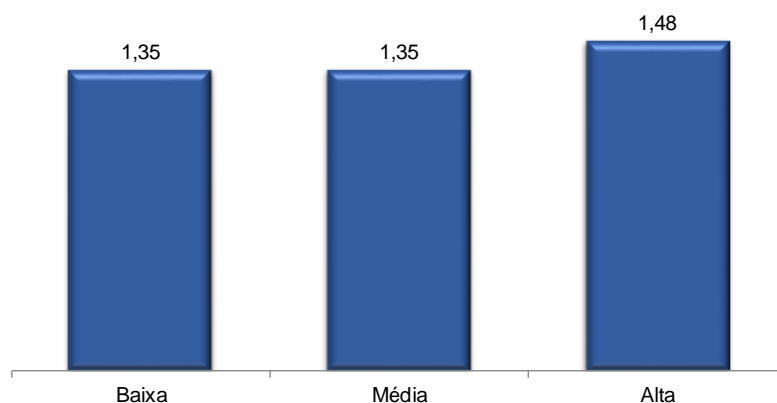
A pesquisa apurou que 86,5% dos entrevistados darão presentes de forma individual e 13,5% vão dividir com alguém. O número médio de itens adquiridos por pessoa (considerando presente individual e presentes dados em grupo) deverá ser de 1,07 unidade em 2022. Avaliando apenas os presentes INDIVIDUAIS, o número médio será de 1,38 unidades, sendo que os homens darão mais presentes em média (1,49 presente) do que as mulheres (1,29 presente). Quando se avalia por classe social, o número médio de presentes da classe Baixa, assim como da Classe Média, será de 1,35 presente, e da classe Alta será de 1,48 presente.

Gráfico 6 – Quantidade de Presentes INDIVIDUAIS por Gênero



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

Gráfico 7 – Quantidade de Presentes INDIVIDUAIS por Classe de Renda



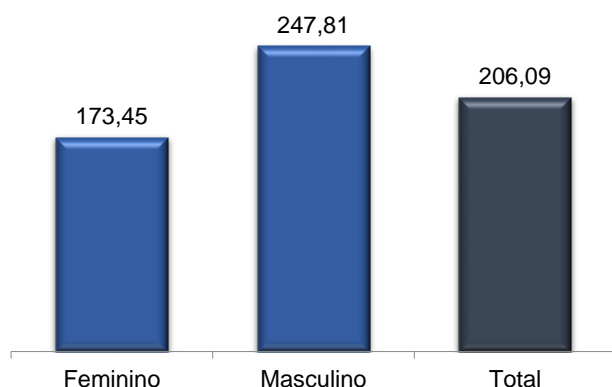
Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Gastos em Presentes

As pessoas que pretendem comprar ou já compraram presentes para o Dia das Mães de 2022 no Rio Grande do Sul devem gastar, em média, R\$ 206,09. A mediana do gasto foi de R\$ 150,00. Como mostra o Gráfico 8, a intenção de gastos médios é superior entre os homens (R\$ 247,81) do que entre as mulheres (R\$ 173,45). 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\$ 140,00, R\$ 205,82 e R\$ 249,21, respectivamente. O cálculo do gasto médio é baseado apenas no gasto individual¹ dos respondentes da pesquisa.

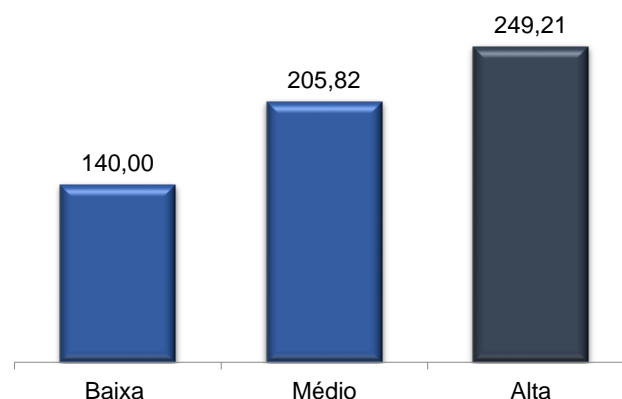
¹ O gasto individual aqui considerado é o gasto do presente individual e a parcela individual no gasto do presente conjunto.

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	38,5%	15,5%	6,9%	17,1%
De R\$ 50,01 até R\$ 100,00	26,2%	33,8%	23,8%	29,9%
De R\$ 100,01 até R\$ 150,00	10,8%	16,0%	9,9%	13,5%
De R\$ 150,01 até R\$ 200,00	15,4%	16,0%	23,8%	17,9%
De R\$ 200,01 até R\$ 250,00	1,5%	1,4%	5,0%	2,3%
Acima de R\$ 250,00	7,7%	17,4%	30,7%	19,2%

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

A pesquisa também apurou o efeito do momento atual sobre a pretensão de gastos no Dia das Mães 2022, conforme apontam os dados da Tabela 4. Entre os entrevistados, 21,6% apontaram que o momento atual reduziu a pretensão de gastos para a data, enquanto para 15,8% a situação provocou aumento na pretensão de gastar. Para a grande maioria, 62,6% dos entrevistados, o momento econômico atual não alterou a intenção de gastos.

Tabela 4 – Efeito do momento atual sobre a pretensão de gastos dos que irão comprar presente

Efeito do Momento Atual no gasto	Frequência
Afetou MUITO, para MAIOR	8,6%
Afetou POUCO, para MAIOR	7,3%
Não afetou	62,6%
Afetou POUCO, para MENOR	17,9%
Afetou MUITO, para MENOR	3,6%

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

Perguntados sobre o motivo que fez com que a pretensão de gasto fosse alterada, 54,9% dos respondentes apontaram que a inflação foi uma motivação relevante. É importante destacar aqui que a inflação é justificativa tanto para gastos menores (em virtude de orçamentos mais apertados) quanto para gastos maiores, derivados de um desembolso maior para a compra de presentes. As motivações são apresentadas na Tabela 5.

Tabela 5 – Motivos para alterar a Pretensão de Gastos (Resposta múltipla)

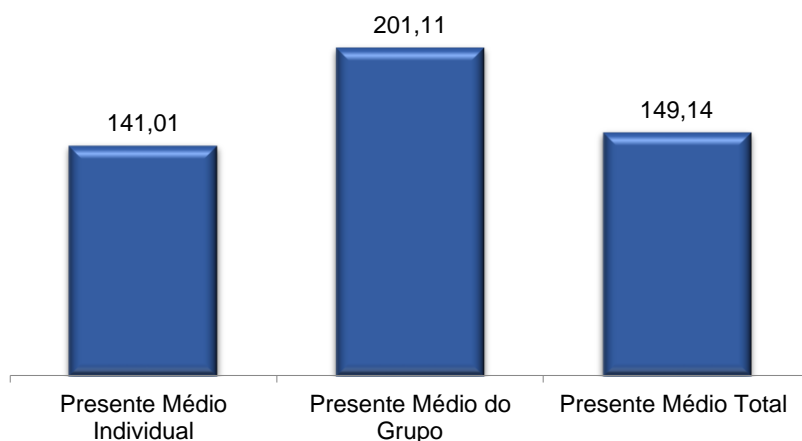
Principal motivo	Frequência
A inflação (aumento dos preços)	54,9%
Incerteza sobre condição financeira nos próximos meses	21,5%
Dificuldade em aumentar a renda	16,7%
Incerteza sobre rumos da pandemia	14,6%
Dificuldade em pagar as contas cotidianas	11,8%

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\$ 149,14 (Gráfico 10). Quando o presente é compartilhado entre mais de um comprador, esse valor aumenta para R\$ 201,11, enquanto os presentes individuais deverão custar, em média R\$ 141,01.

Comparação dos Gastos com o Dia das Mães 2021

A Tabela 6 apresenta a percepção dos indivíduos quanto à comparação de seus gastos com o Dia das Mães 2021. Do total de entrevistados, 27,9% afirmaram que irão gastar mais ou muito mais do que no ano passado, enquanto 21,5% das pessoas pretendem gastar menos ou muito menos. Entre os entrevistados, 50,6% devem gastar o mesmo que em 2021.

Tabela 6 – Intenção de Gastos para Dia das Mães 2022 em relação ao ano passado

Resposta	Frequência
Muito Menos	2,1%
Menos	19,4%
Igual	50,6%
Mais	25,3%
Muito Mais	2,6%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

A partir dos dados da Tabela 6, 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 2021), no qual o valor 100,0 indica que, na média, considerando os enquadramentos possíveis, os indivíduos pretendem gastar o mesmo do que em 2021. O índice calculado a partir das frequências da Tabela 6 resulta no valor de 103,5 indicando um gasto médio levemente superior ao do Dia das Mães do ano passado. Para o cálculo do índice foram desconsiderados os que não souberam responder e também aqueles que não efetivaram compras nessa data 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 2022. 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 7 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 22,9% e 19,2% das pessoas que pretendem comprar presentes neste Dia das Mães, respectivamente. Calçados e Eletrodomésticos/Eletrônicos aparecem na sequência, o primeiro com 11,7% de participação e o segundo com 9,1%. Entre os entrevistados, 10,1% afirmou não saber.

Tabela 7 – Principais Tipos de Presentes por Classes de Renda e Total (resposta múltipla)

	Baixa	Média	Alta	Total
Vestuário	29,2%	22,4%	19,8%	22,9%
Perfumes/Cosméticos	15,4%	21,0%	17,8%	19,2%
Calçados	4,6%	13,7%	11,9%	11,7%
Eletroeletrônicos/Eletrodomésticos	12,3%	6,4%	12,9%	9,1%
Artigos de Decoração	13,8%	7,3%	0,0%	8,3%
Bijouterias	1,5%	6,8%	8,9%	6,5%
Flores	4,6%	8,2%	2,0%	6,0%
Chocolates	6,2%	5,0%	1,0%	4,2%
Cheque-Presente	0,0%	3,2%	3,0%	2,6%
Alimentação	3,1%	1,8%	2,0%	2,1%
Celular	3,1%	0,9%	2,0%	1,6%
Livros	1,5%	0,0%	1,0%	0,5%
Viagem	0,0%	0,5%	1,0%	0,5%
Acessórios	1,5%	0,0%	1,0%	0,5%
Medicamento	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

Fatores que influenciam a compra

A Tabela 8 apresenta fatores que os consumidores levam em consideração no momento de aquisição do presente. Em primeiro lugar, os entrevistados apontaram o Preço (59,5%) e em segundo lugar aparece o Atendimento (24,2%). Também aparece em destaque a existência da Diversidade de Produtos, apontada por 22,9% dos respondentes. Entre os entrevistados, 2,1% afirmou não saber ou não respondeu.

Tabela 8– Fatores que influenciam a decisão de compra (resposta múltipla)

Fator	Frequência
Preço	59,5%
Atendimento	24,2%
Diversidade de produtos	22,9%
Condições de pagamento	10,6%
Condições de entrega (custo e prazo)	5,7%
Necessidade	1,6%
Proximidade	1,6%
Recomendação	0,8%
Protocolos de segurança	0,5%

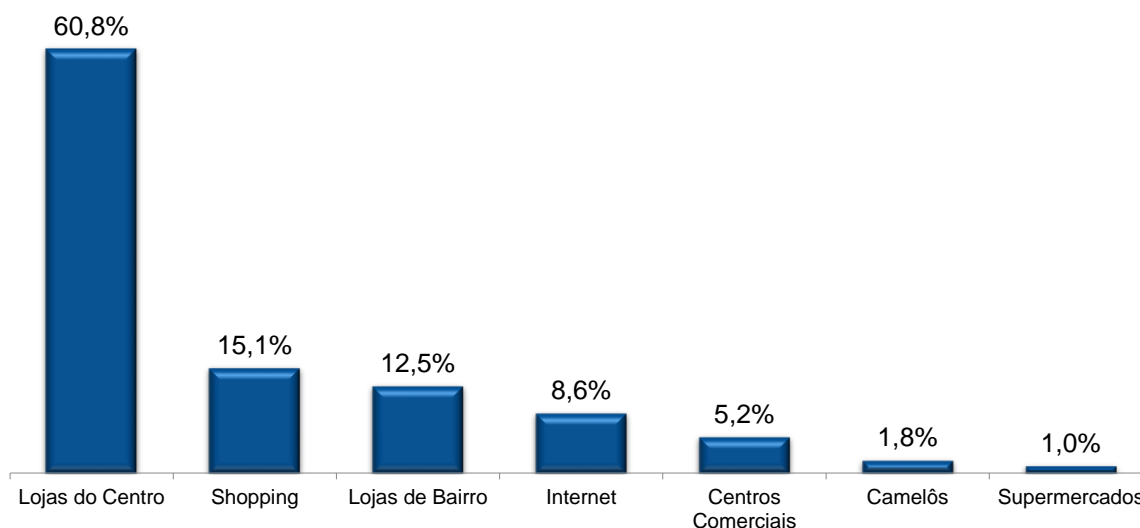
Fonte: Fecomércio-RS

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 60,8% dos respondentes. Em seguida, aparecem: Shoppings Centers (15,1%), Lojas de Bairro (12,5%) e Internet (8,6%).

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 9 apresenta a frequência dos locais de compra por classe de renda. Há gradientes claros nas preferências: quanto mais alta a classe de renda, maior a preferência por compras em Shopping. No caso de Lojas de Bairro, Centros Comerciais, Camelôs e Supermercados, quanto maior a classe de renda, menor a preferência como local de compra para o presente de Dia das Mães. Entre os entrevistados, 2,3% disse não saber ou não respondeu.

Tabela 9 – Estabelecimento onde pretende efetuar as compras do Dia das Mães por Classe de renda

	Baixa	Média	Alta	Total
Lojas do Centro	50,8%	63,0%	62,4%	60,8%
Shopping	6,2%	14,2%	22,8%	15,1%
Lojas de Bairro	20,0%	11,4%	9,9%	12,5%
Internet	9,2%	6,8%	11,9%	8,6%
Centros Comerciais	7,7%	5,9%	2,0%	5,2%
Camelôs	4,6%	1,8%	0,0%	1,8%
Supermercados	3,1%	0,9%	0,0%	1,0%

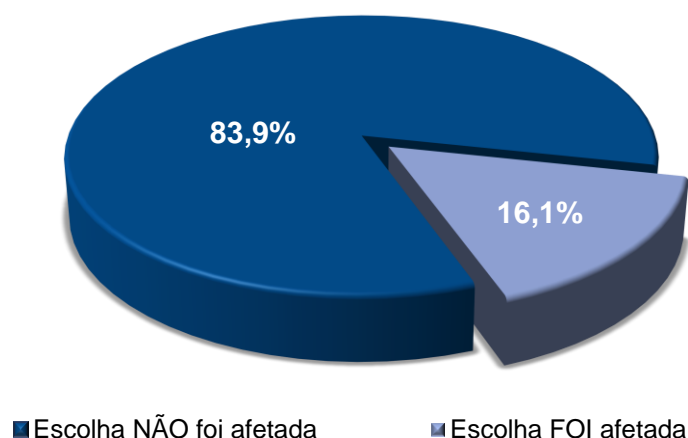
Nota: O somatório para cada classe pode ser superior a 100% visto que o percentual é calculado sobre o total de entrevistados e uma pessoa pode apontar mais de um local de preferência para compra dos presentes.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Em virtude da pandemia, 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, 16,1% 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

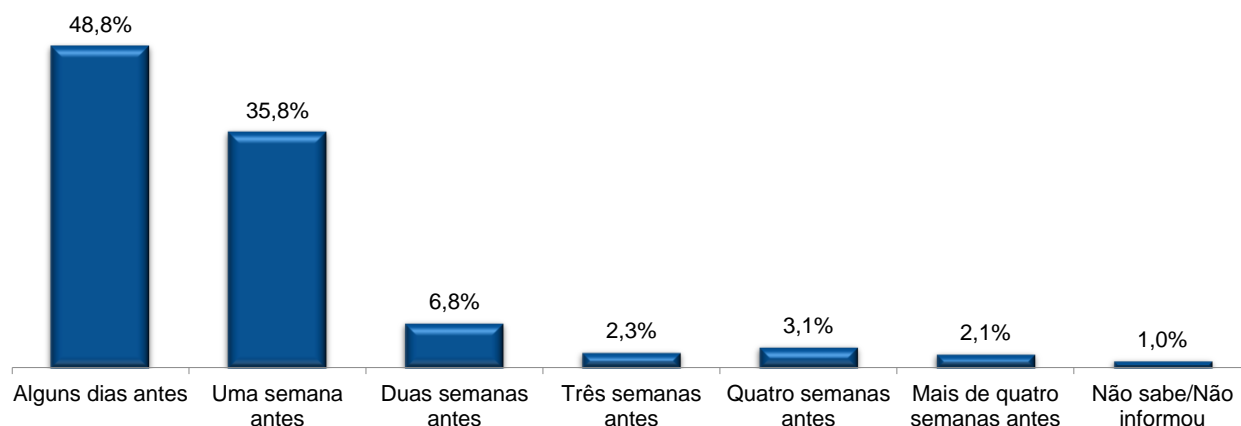
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Antecedência da Compra

As pessoas que compram presentes para o Dia das Mães o fazem majoritariamente no período próximo à data. Entre os respondentes, 35,8% afirmaram que pretendem comprar uma semana antes, enquanto 48,8% dizem que pretendem comprar apenas a alguns dias antes. Sendo assim, 84,7% 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

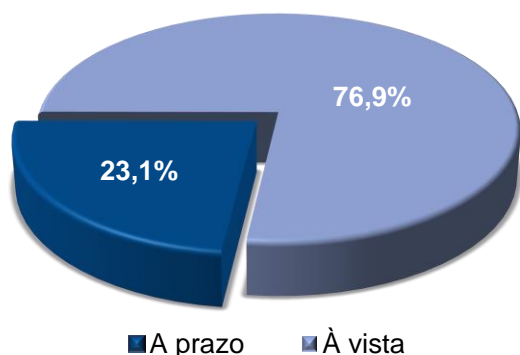


Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Formas de pagamento

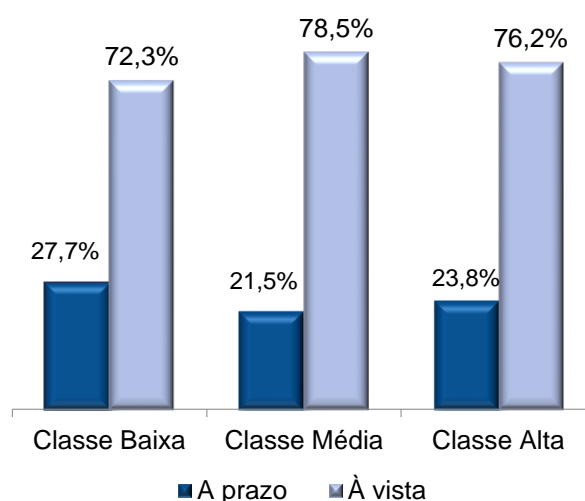
Acerca das formas de pagamento, 76,9% dos entrevistados afirmaram que irão efetuar suas compras de Dia das Mães à vista, enquanto 23,1% irão comprar a prazo. Essa informação pode ser visualizada no Gráfico 14. A intenção de forma de pagamento é analisada por classe de renda (Gráfico 15).

Gráfico 14 – Forma de pagamento



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

Gráfico 15 – Forma de pagamento

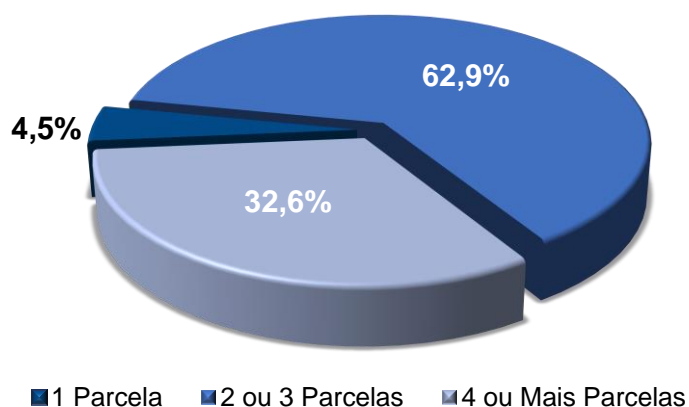


Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

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 2022 será de 3,4 parcelas, com mediana de 3 parcelas. Entre aqueles que irão comprar a prazo, a grande parte (62,9%) comprará em duas ou três vezes, 32,6% pagará em 4 ou mais parcelas, enquanto 4,5% optará por uma parcela.

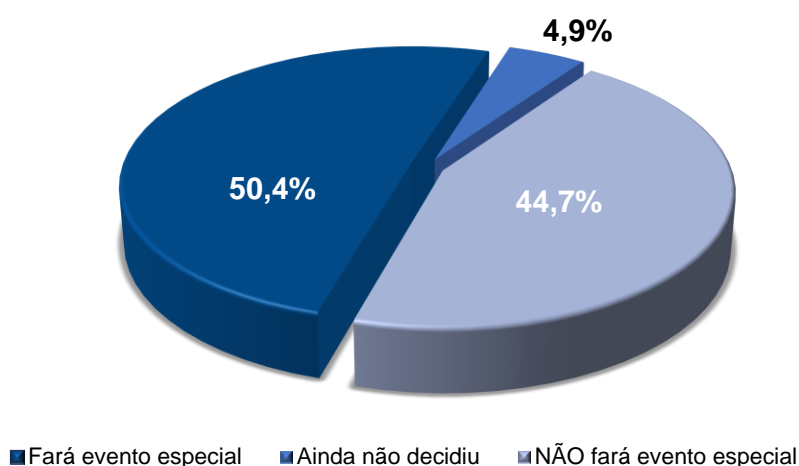
Gráfico 16 – Distribuição das compras a prazo por número de parcelas



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

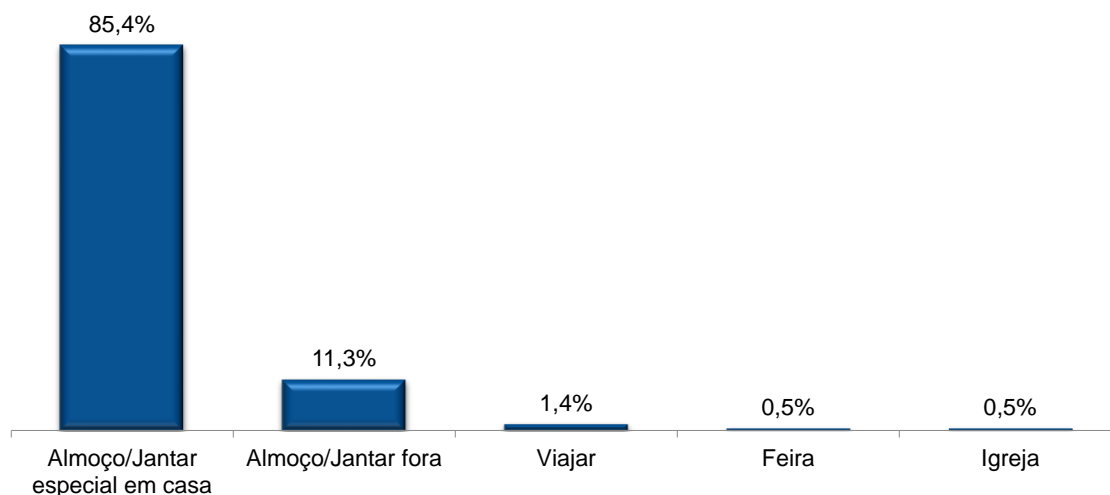


Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Entre os entrevistados, 50,4% afirmaram que pretendem proporcionar ou participar de um evento especial no Dia das Mães. O Gráfico 17 apresenta os dados. Ainda, sobre as comemorações no ano anterior, 41,6% dos entrevistados relataram ter comemorado a data do Dia das Mães em 2021. No que diz respeito ao tipo de evento comemorativo, 85,4% 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 11,3%. Os dados são apresentados no Gráfico 18.

Gráfico 18 – Tipo de Evento



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.

Fecomércio RS
CNC Sesc Senac
Sindicatos

Pesquisa
Dia das
Mães
2022