



PESQUISA
DIA DAS
MÃES 2019

Sumário Executivo

Resumo dos principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2019

- **O número médio de presentes no Dia das Mães 2019 será de 1,12 unidade.**
 - Homens (1,23 presente) comprarão, em média, uma quantidade de presentes maior do que mulheres (1,02 presente).
- Os tipos de presente mais frequentes serão vestuário (44,7%), perfumes e cosméticos (17,7%), e eletroeletrônicos e eletrodomésticos (13,2%).
- Entre os locais de compra, os mais citados são as lojas do centro das cidades (60,3%).
- **O gasto pessoal médio deverá ser de R\$ 180,37.**
 - Os homens deverão apresentar um gasto médio de R\$ 207,61, enquanto as mulheres gastarão R\$ 149,67.
 - 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\$ 235,78, a classe baixa gastará, em média, R\$ 106,17. A classe média gastará, em média, R\$ 160,71.
- **O presente, em média, custará R\$ 144,19.**
 - Os presentes compartilhados deverão ter valor médio de R\$ 175,45, enquanto em relação aos presentes individuais o valor médio deverá ser de R\$ 138,46.
- **Na comparação com o Dia das Mães de 2018, a intenção de gastos é superior às despesas realizadas no ano anterior.**
- **Quanto às formas de pagamento, 77,9% pretende realizar compras à vista.**
 - Entre os que pretendem parcelar, 72,9% pretende pagar em até 3 parcelas.
- 64,4% das pessoas pretendem participar de algum evento especial em comemoração ao Dia das Mães em 2019.
 - Desses, 71,4% participará de almoço ou jantar especial em casa, enquanto 25,4% devem ir a restaurantes.

Pesquisa de Dia das Mães - 2019

O presente relatório tem por objetivo apresentar os principais resultados da Pesquisa de Dia das Mães 2019, 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 14 de março a 23 de março de 2019. 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

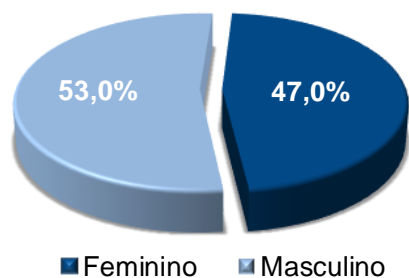
Macrorregião	Município	População	Peso % Esperado	Amostra Estipulada
Centro	Santa Maria	1.390.675	12,96%	51
Metropolitana	Porto Alegre	4.862.683	45,33%	174
Nordeste	Caxias do Sul	1.814.348	16,91%	65
Noroeste	Ijuí	1.231.146	11,48%	44
Sul-Campanha	Pelotas	1.429.085	13,32%	51
Total		10.727.937	100,00%	385

Fonte (população): IBGE

Caracterização da Amostra

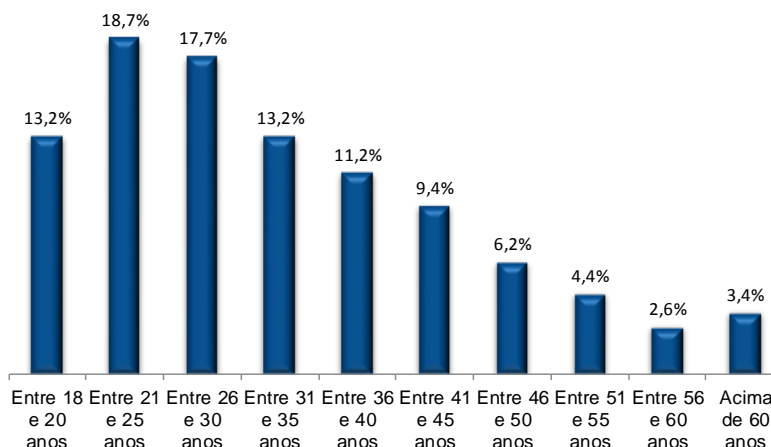
A amostra foi caracterizada por 47,0% de indivíduos do gênero feminino, enquanto a parcela masculina foi de 53,0% do total de entrevistados (Gráfico 1).

Gráfico 1
Distribuição conforme Gênero



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

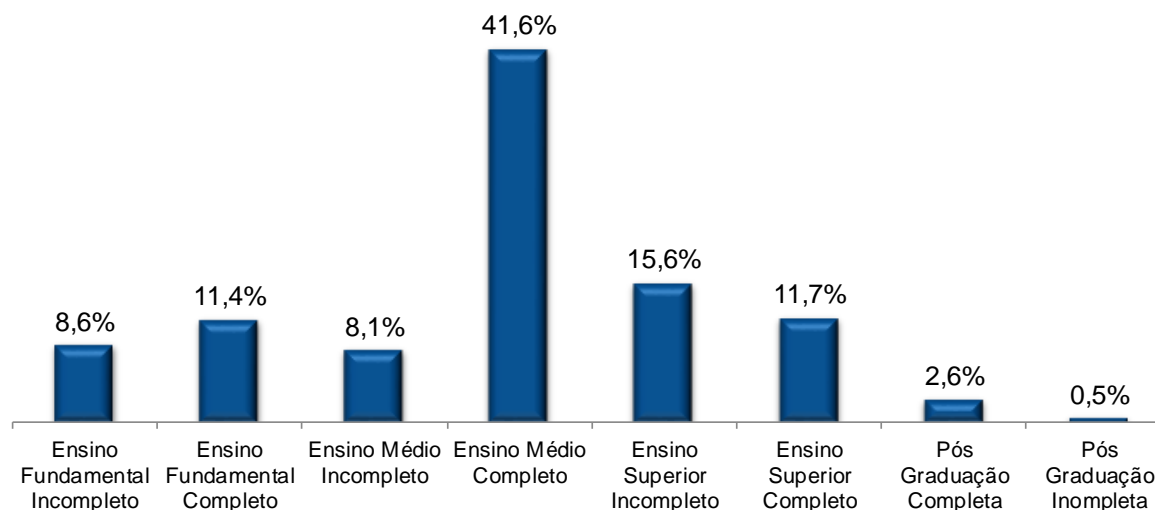
Gráfico 2
Distribuição conforme Faixa Etária



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

No que diz respeito às faixas etárias contempladas na pesquisa, a parcela mais significativa, representando 18,7% 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. As faixas etárias entre 56 e 60 anos e acima de 60 anos apresentaram o menor número de entrevistados, com 2,6% e 3,4% 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, 41,6% dos entrevistados possuem escolaridade equivalente ao Ensino Médio Completo, enquanto 15,6% 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	12,2%
Classe Média	52,7%
Classe Alta	35,1%

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

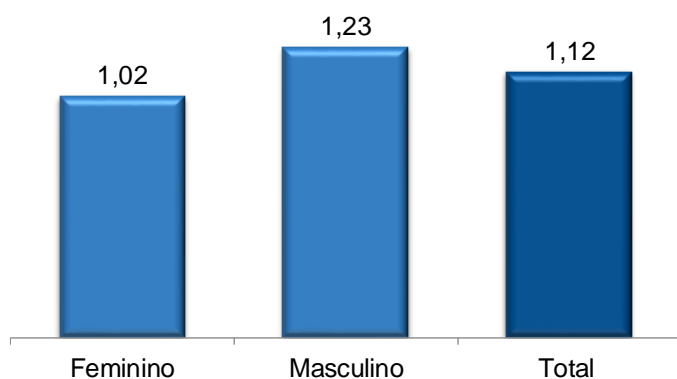
Aspectos Quantitativos das Compras de Dia das Mães

A presente seção apresenta os principais resultados quantitativos da pesquisa de Dia das Mães 2019. A seção objetiva tratar dos gastos pretendidos pelos gaúchos nesta data comemorativa, bem como da quantidade de presentes a ser adquirida.

Número de Presentes

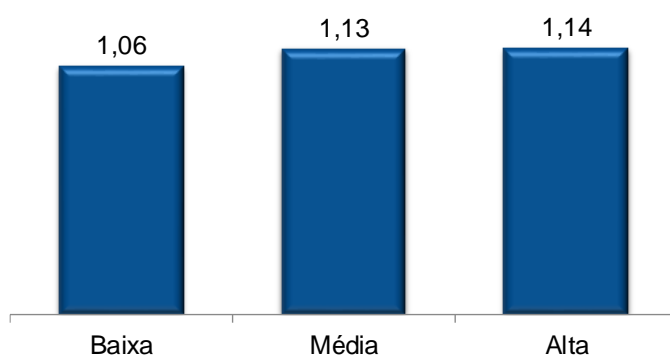
Em primeiro lugar, o número médio de itens adquiridos por pessoa deverá ser de 1,12 unidade. Desagregando essa média por gênero e classe de renda, percebem-se poucas diferenças entre os grupos, como apresentado nos Gráficos 4 e 5. Como é comum a divisão de presentes de Dia das Mães entre irmãos, a média de itens adquiridos por pessoa pode ser inferior a 1,0. Entretanto, em 2019 temos uma média superior a 1. Na segmentação por gênero, nota-se que as mulheres devem adquirir, em média, 1,02 presente, enquanto os homens pretendem comprar 1,23 item. Já entre as classes de renda, a diferença é marginal.

Gráfico 4 – Quantidade de Presentes por Gênero



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

Gráfico 5 – Quantidade de Presentes por Classe de Renda

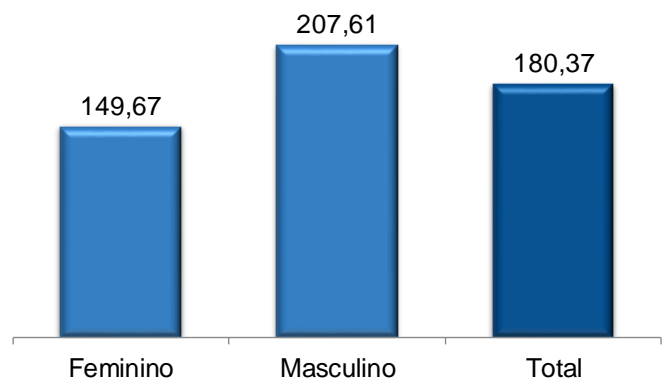


Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Gastos em Presentes

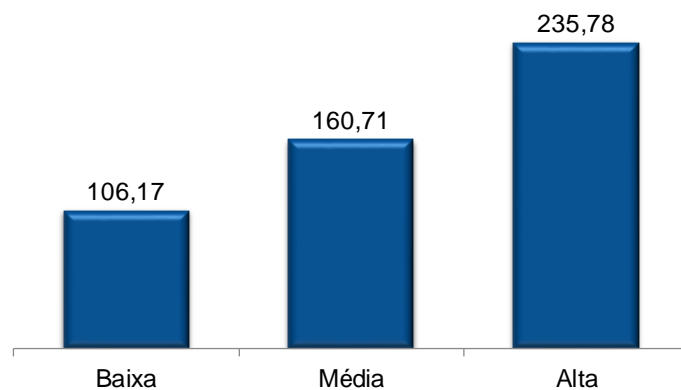
As pessoas que pretendem comprar ou já compraram presentes para o Dia das Mães de 2019 no Rio Grande do Sul devem gastar, em média, R\$ 180,37. Como mostra o Gráfico 5, a intenção de gastos é superior entre os homens (R\$ 207,61) do que entre as mulheres (R\$ 149,67). Desagregando as intenções de gastos por classes de renda, há diferenças importantes entre as mesmas, com os gastos aumentando conforme a renda (Gráfico 6). Os indivíduos da classe baixa, classe média e classe alta deverão gastar em média, R\$ 106,17, R\$ 160,71 e R\$ 235,78, respectivamente. O cálculo do gasto médio é baseado apenas no gasto individual dos respondentes da pesquisa.

**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

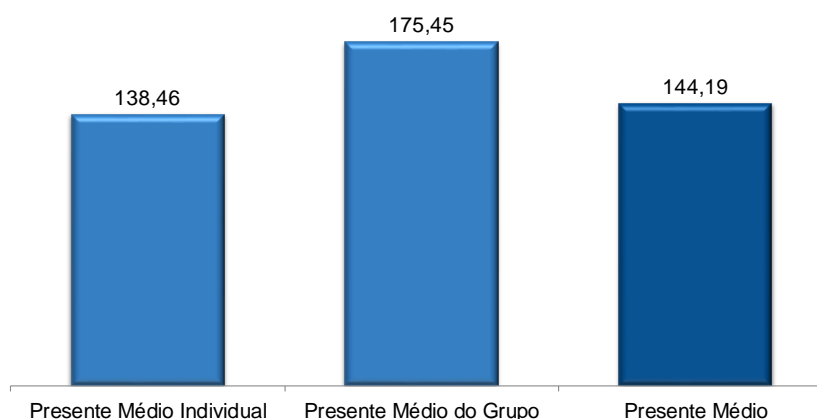
Faixa de Valor	Baixa	Média	Alta	Total
Até R\$ 50,00	38,3%	22,0%	10,4%	19,9%
De R\$ 50,01 até R\$ 100,00	34,0%	36,6%	29,6%	33,9%
De R\$ 100,01 até R\$ 150,00	19,1%	11,7%	13,3%	13,2%
De R\$ 150,01 até R\$ 200,00	4,3%	13,7%	20,7%	15,0%
De R\$ 200,01 até R\$ 250,00	0,0%	2,0%	2,2%	1,8%
Acima de R\$ 250,00	4,3%	14,1%	23,7%	16,3%

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\$ 144,19 (Gráfico 7). Quando o presente é compartilhado entre mais de um comprador, esse valor sobe para R\$ 175,45, enquanto os presentes individuais deverão custar, em média R\$ 138,46.

Comparação dos Gastos com o Dia das Mães 2018

A Tabela 4 apresenta a percepção dos indivíduos quanto à comparação de seus gastos com o Dia das Mães 2018. Conforme os dados apurados pela pesquisa, os indivíduos, na média, pretendem gastar uma quantia maior com a compra de presentes em 2019. Do total de entrevistados, 27,0% afirmaram que irão gastar mais ou muito mais do que no ano passado, enquanto 18,8% das pessoas pretende gastar menos ou muito menos. Entre os entrevistados, 54,2% deve gastar o mesmo que em 2018.

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 2018) e 200,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito mais do que em 2018), no qual o valor 100,0 indica que, na média, considerando os enquadramentos possíveis, os indivíduos pretendem gastar o mesmo do que em 2018. O índice calculado a partir das frequências da Tabela 4 resulta no valor de 106,35 indicando um gasto médio superior ao do Dia das Mães do ano passado.

Tabela 4 – Intenção de Gastos para Dia das Mães 2019 em relação ao ano passado

Resposta	Frequência
Muito Mais	5,8%
Mais	21,2%
Igual	54,2%
Menos	17,5%
Muito Menos	1,3%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

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 2019. Nesta seção são abordados os tipos de presentes, locais de compra, antecedência da 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. A maior concentração de entrevistados encontra-se nos tradicionais itens de vestuário e perfumes/cosméticos, que devem ser adquiridos por 44,7% e 17,7% das pessoas que pretendem comprar presentes neste Dia das Mães, respectivamente. Os eletroeletrônicos/eletrodomésticos ultrapassaram os calçados em 2019, apresentando-se como a escolha de 13,2% dos entrevistados.

Desagregando as preferências de presentes por classes de renda, notam-se algumas diferenças entre os estratos. Perfumes/cosméticos apresentam concentração crescente conforme a renda aumenta, enquanto que o contrário ocorre no caso dos calçados.

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

	Baixa	Média	Alta	Total
Vestuário	48,9%	44,3%	43,7%	44,7%
Perfumes/Cosméticos	10,6%	15,8%	23,0%	17,7%
Eletroeletrônicos/eletrodomésticos	10,6%	15,3%	11,1%	13,2%
Calçados	14,9%	11,3%	10,4%	11,4%
Flores	6,4%	8,4%	3,0%	6,2%
Relógio /Joias	0,0%	2,0%	8,9%	4,2%
Artigos de Decoração	4,3%	1,0%	3,0%	2,1%
Celular	2,1%	1,5%	0,7%	1,3%
Cesta de presentes	0,0%	2,0%	0,0%	1,0%
Livros	2,1%	0,0%	1,5%	0,8%
Cheque-presente	0,0%	1,0%	0,7%	0,8%
CD's / DVD's	2,1%	0,0%	0,0%	0,3%
Viagem	2,1%	0,0%	0,0%	0,3%

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

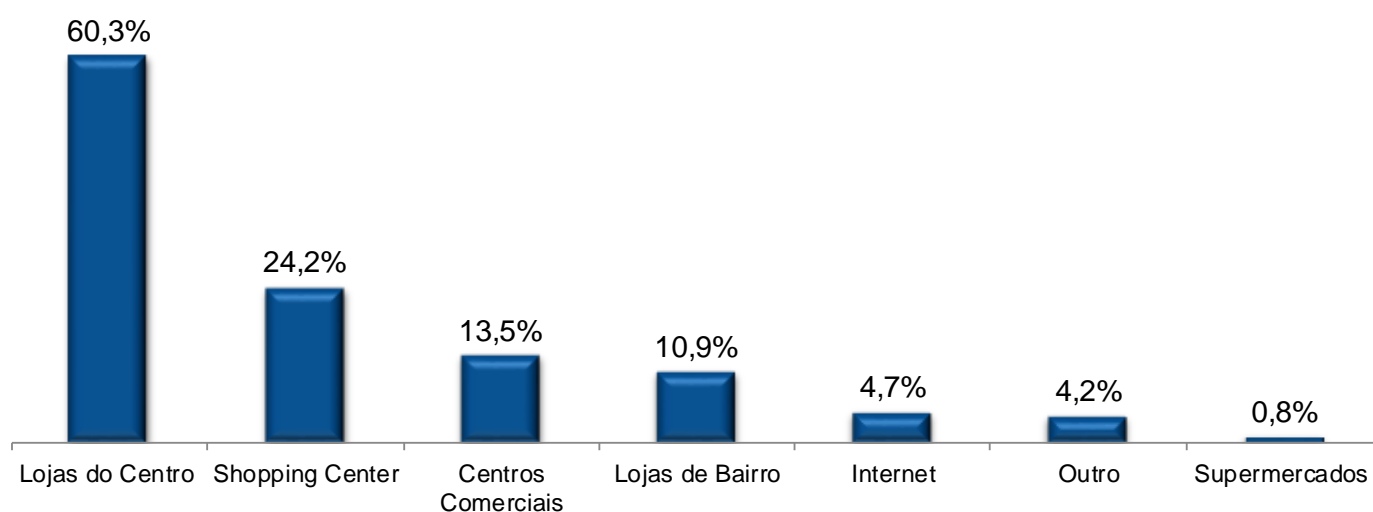
Fonte: Fecomércio-RS

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 60,3%. Em seguida, também com participação relevante, aparecem: *Shopping Centers* (24,2%), Centros Comerciais (13,5%) e Lojas de Bairro (10,9%). 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 (70,2%), enquanto na classe alta a preferência pelo local é de 49,6%. No caso dos *Shopping Centers*, há maior concentração na classe alta (31,1%), enquanto na classe baixa a preferência é de apenas 14,9% 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

	Baixa	Média	Alta	Total
Lojas do Centro	70,2%	65,0%	49,6%	60,3%
Shopping Center	14,9%	21,7%	31,1%	24,2%
Centros Comerciais	14,9%	15,3%	10,4%	13,5%
Lojas de Bairro	14,9%	10,3%	10,4%	10,9%
Internet	0,0%	3,0%	8,9%	4,7%
Outro	2,1%	3,9%	5,2%	4,2%
Supermercados	2,1%	1,0%	0,0%	0,8%

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.

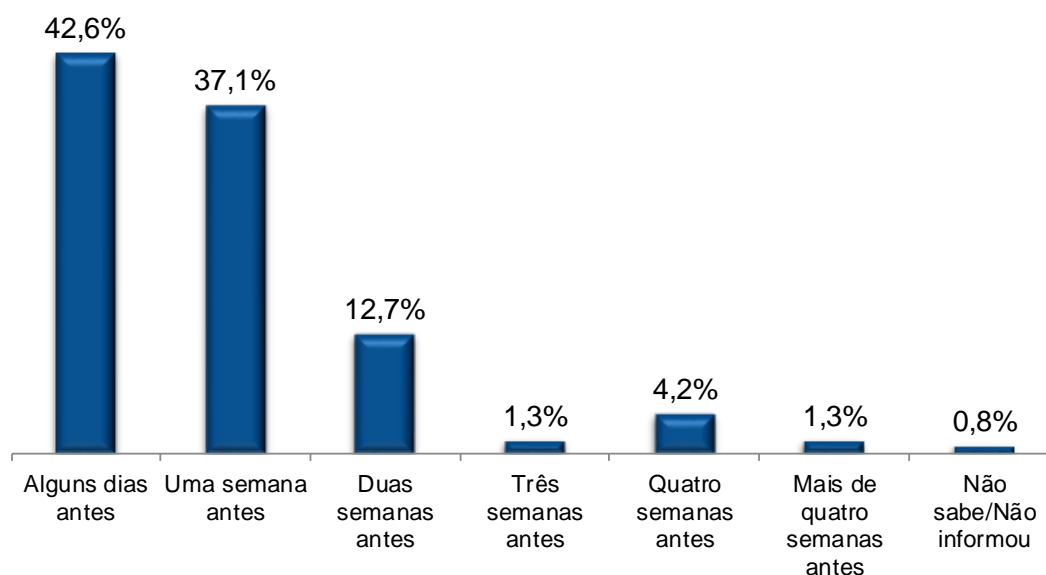
Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Antecedência da Compra

As pessoas que compram presentes para o Dia das Mães o fazem majoritariamente no período próximo à data. Entre os respondentes, 37,1% afirmaram que pretendem comprar uma semana antes, enquanto 42,6% dizem que pretendem comprar apenas a alguns dias antes. Os que afirmaram comprar com mais de 4 semanas de antecedência foram apenas 1,3% dos entrevistados. Os dados são apresentados no Gráfico 9.

Gráfico 9 – Antecedência das Compras para o Dia das Mães

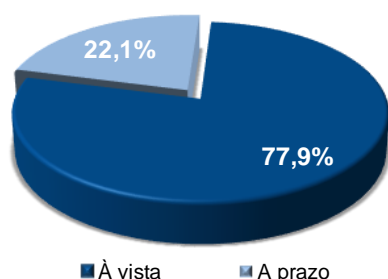


Fonte: Fecomércio-RS
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Formas de pagamento

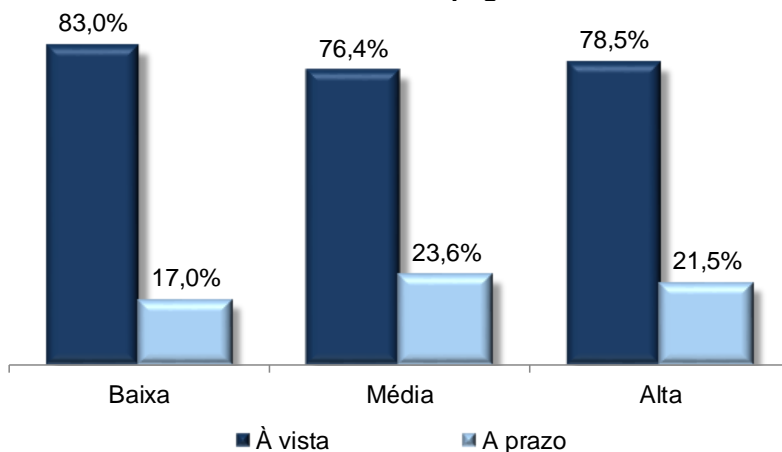
Acerca das formas de pagamento, 77,9% dos entrevistados afirmaram que irão efetuar suas compras de Dia das Mães à vista, enquanto 22,1% irão comprar a prazo. Essa informação pode ser visualizada no Gráfico 10. Quando a intenção de forma de pagamento é analisada por classe de renda (Gráfico 11), nota-se que a pretensão de utilização de crédito é mais presente nas classes média e alta.

Gráfico 10 – Forma de pagamento



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

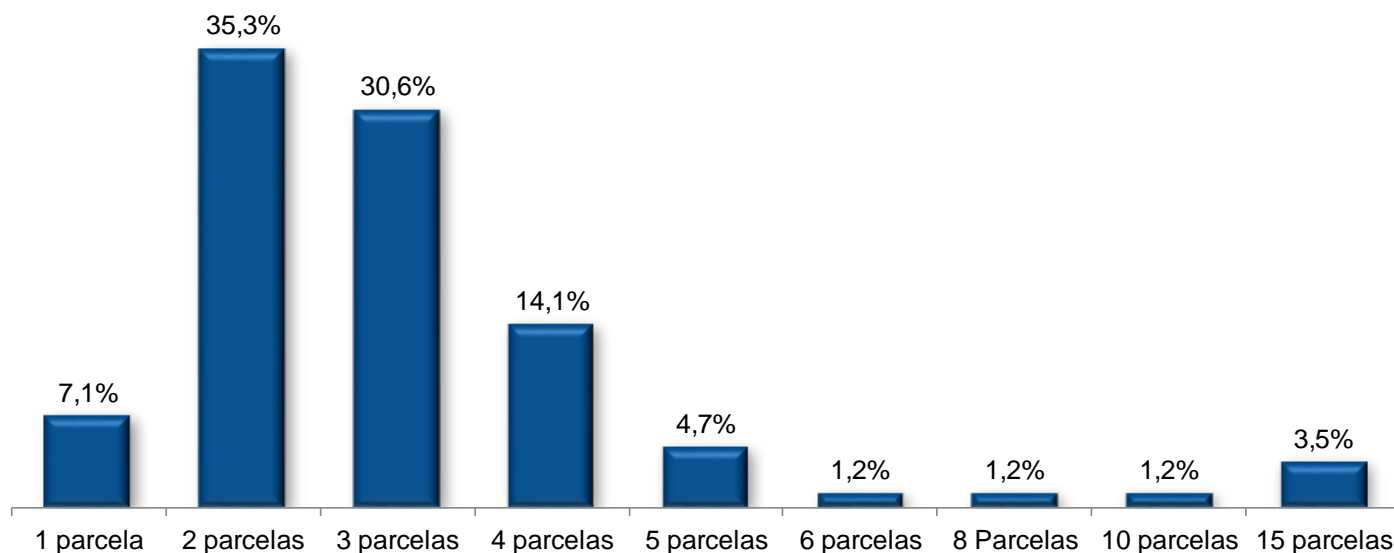
Gráfico 11 – Forma de pagamento



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

O Gráfico 12 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 2019 será de 3,3 parcelas. Entre aqueles que irão comprar a prazo, a grande parte (72,9%) comprará em até três vezes, os demais parcelarão em mais vezes.

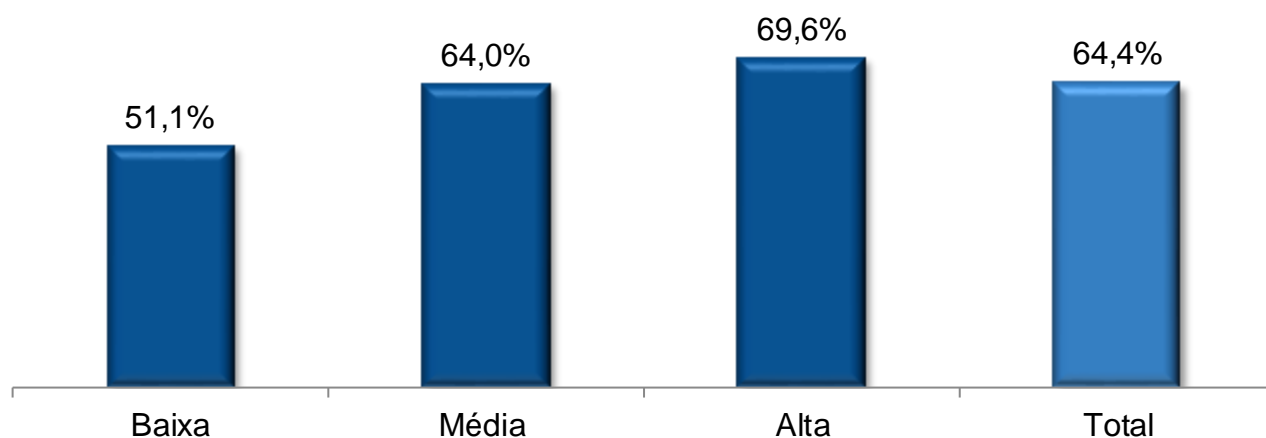
Gráfico 12 – Distribuição das compras a prazo por número de parcelas



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

Evento comemorativo

Gráfico 13 – 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, 64,4% afirmaram que pretendem proporcionar ou participar de um evento especial no Dia das Mães. O Gráfico 13 apresenta tal intenção desagregada por classe econômica. Como é possível perceber, a diferença entre as classes econômicas não é muito significativa, a exceção da “baixa” em que apenas metade das pessoas estão dispostas a realizar/participar de algum evento especial.

No que diz respeito ao tipo de evento comemorativo, 71,4% 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, não há uma diferença significativa nas opções de programação para o Dia das Mães. A grande maioria dos entrevistados faz um almoço/jantar especial em casa. A opção de almoçar e jantar fora também é significativa para todas as classes. Os dados são apresentados na Tabela 7.

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

	Baixa	Média	Alta	Total
Almoço/Jantar especial em casa	75,0%	70,0%	72,3%	71,4%
Almoçar/ Jantar fora	25,0%	26,2%	24,5%	25,4%
Ir ao Teatro/Cinema	0,0%	0,8%	0,0%	0,4%
Outro	0,0%	3,1%	2,1%	2,4%
Viajar	0,0%	0,0%	1,1%	0,4%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS