

Federação do Comércio do Estado de Santa Catarina

Intenção de compras para o Dia das Mães 2013

Conteúdo

Introdução	3
Perfil dos consumidores	4
Gênero	4
Faixa etária	4
Escolaridade.....	4
Ocupação	5
Renda média mensal familiar	5
Intenção de compras para o Dia das Mães 2013	6
Conclusão	19

Introdução

O Dia das Mães acarreta em uma grande movimentação econômica em praticamente todos os setores do comércio. Por isso, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa para conhecer o perfil das pessoas que compram nesta data e, assim, orientar os empresários do setor com relação a este período. O estudo também pretende revelar as principais tendências de consumo nas compras para a data.

A amostra foi de 3.308 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 15 e 16 de abril de 2013. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí. O projeto é realizado em locais de grande fluxo para facilitar a abordagem dos respondentes.

A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem. A técnica de coleta de dados foi a de entrevista pessoal individual aplicada com base em questionário estruturado desenvolvido pelo núcleo de pesquisas da Fecomércio SC. O universo foi o de homens e mulheres maiores de 18 anos, residentes em zonas urbanas. Para um índice de confiabilidade de 95,5% a margem de erro foi estimada entre 4,44 e 4,55 pontos percentuais entre os municípios, com média de 4,49.

Foram aplicadas 16 perguntas, sendo 15 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e 1 aberta. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

Perfil dos consumidores

Em primeiro lugar, é importante entendermos o perfil das pessoas que comprarão neste Dia das Mães em Santa Catarina, abaixo seguem alguns dados importantes para realizar tal objetivo:

Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	52,3%	62,1%	60,9%	62,8%	57,4%	75,0%	67,3%	62,5%
Masculino	47,7%	37,9%	39,1%	37,2%	42,6%	24,9%	32,7%	37,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	0,2%	0,4%	0,2%	1,1%	0,8%	0,6%	2,4%	0,8%
De 26 a 35 anos	28,8%	38,6%	63,3%	31,2%	21,3%	39,4%	25,0%	35,3%
De 36 a 45 anos	33,1%	25,6%	20,1%	28,8%	35,3%	30,3%	25,4%	28,4%
De 46 a 55 anos	24,6%	20,0%	10,8%	20,1%	24,0%	15,0%	27,8%	20,4%
De 56 a 65 anos	10,0%	11,3%	4,5%	11,1%	14,2%	10,0%	10,3%	10,2%
66 anos ou mais	3,4%	3,7%	1,1%	7,7%	4,4%	4,7%	8,5%	4,8%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,2%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%
Fundamental incompleto	9,5%	17,5%	5,6%	5,3%	3,3%	1,5%	12,2%	7,9%
Fundamental completo	11,4%	11,5%	4,8%	8,8%	10,2%	5,7%	14,7%	9,6%
Médio incompleto	6,6%	22,7%	3,9%	6,6%	4,4%	3,4%	4,5%	7,5%
Médio completo	34,1%	29,9%	19,7%	43,4%	49,9%	49,3%	43,4%	38,5%
Superior incompleto	16,3%	8,7%	50,5%	15,6%	7,9%	19,5%	7,1%	17,8%
Superior completo	16,9%	6,0%	11,7%	14,1%	17,7%	17,3%	15,6%	14,2%
Mestrado	0,2%	0,2%	0,6%	0,9%	0,4%	0,0%	0,6%	0,4%
Especialização	4,4%	1,9%	3,2%	5,1%	6,1%	3,2%	1,3%	3,6%
Doutorado	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,1%
NS/NR	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	1,9%	2,9%	1,1%	4,9%	4,2%	1,5%	5,1%	3,1%
Autônomo	13,3%	7,2%	9,9%	15,4%	15,0%	11,4%	20,1%	13,2%
Carteira assinada	60,6%	60,6%	57,0%	54,5%	61,2%	62,8%	49,8%	58,1%
Desempregado	6,6%	5,4%	3,0%	3,6%	2,3%	1,9%	6,4%	4,2%
Desempregado à procura de emprego	0,0%	0,0%	0,2%	2,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Do lar	2,8%	5,6%	1,7%	7,1%	6,7%	1,1%	11,3%	5,2%
Empresário	6,1%	0,8%	1,9%	4,1%	3,8%	15,4%	3,2%	5,0%
Estagiário	0,2%	1,2%	12,1%	1,9%	0,6%	0,4%	0,4%	2,4%
Estudante	4,4%	4,1%	10,2%	6,2%	1,0%	2,1%	1,1%	4,1%
NS/NR	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,3%
Outro	4,0%	10,9%	2,8%	0,2%	5,2%	3,4%	1,9%	4,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Renda média mensal familiar

Renda familiar	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 0 a R\$ 888	7,8%	5,6%	8,9%	6,6%	0,6%	8,7%	2,4%	5,8%
De R\$ 889 a R\$ 1.417	11,9%	27,6%	36,1%	29,7%	8,1%	21,8%	21,4%	22,3%
De R\$ 1.418 a R\$ 3.763	38,3%	50,3%	40,0%	32,7%	59,9%	47,4%	53,2%	46,0%
De R\$ 3.764 a R\$ 6.109	19,9%	9,1%	11,0%	17,1%	21,1%	16,7%	17,1%	16,0%
De R\$ 6.110 a R\$ 7.965	4,7%	0,6%	2,4%	5,8%	4,2%	2,1%	2,4%	3,1%
Mais de R\$ 7.965	5,1%	0,6%	1,7%	4,5%	0,8%	2,1%	1,3%	2,3%
Recusa	12,3%	6,2%	0,0%	3,6%	5,2%	1,3%	2,4%	4,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados acima mostram que o consumidor do Dia das Mães deste ano é formado majoritariamente por mulheres (62,5%) adultas, com idade entre 26 e 55 anos (84,1%). Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores, a maioria tem ensino médio completo (38,5%) ou grau de instrução maior que isso, como ensino superior incompleto (17,8%) e superior completo (14,2%).

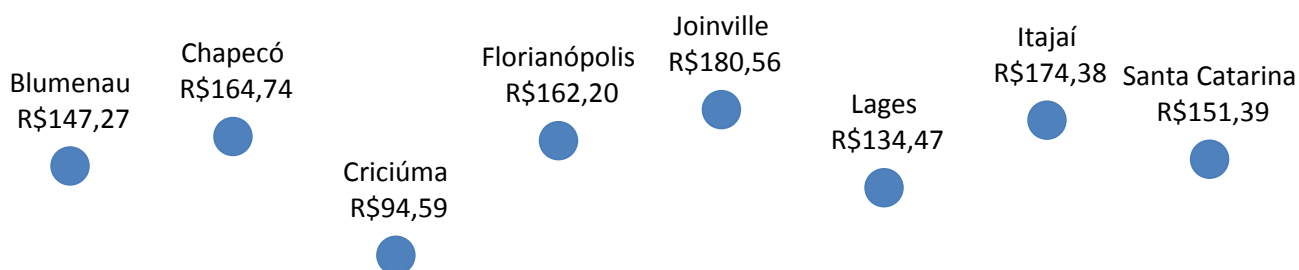
A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (58,1%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.418,00 e R\$ 3.763,00 (46,0%), além de famílias que ganham entre R\$ 3.764,00 a R\$ 6.109,00 (16,0%), ou seja, a maioria das famílias pertence à classe média (58,12%). Completa o quadro geral as famílias que tem rendimento entre R\$ 889,00 e R\$ 1.417,00 (22,3%).

Intenção de compras para o Dia das Mães 2013

Baseado neste perfil de consumidor do estado, o primeiro dado levantado pela Fecomércio SC diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores. Desta maneira, para a média do estado, o consumo deste Dia das Mães será de R\$ 151,39 por pessoa, valor superior ao levantado pela mesma pesquisa em 2012, que havia sido de R\$ 123,00. O destaque fica por conta de Joinville com o maior gasto do estado: R\$ 180,56 por consumidor.

Abaixo é possível identificar a expectativa de gasto médio de todas as cidades contidas na pesquisa e também uma comparação com a expectativa de gasto do ano anterior:

Gasto médio



Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2013	R\$ 147,27	R\$ 164,74	R\$ 94,59	R\$ 162,20	R\$ 180,56	R\$ 134,47	R\$ 174,38	R\$ 151,39
2012	R\$ 95,40	R\$ 159,82	R\$ 117,38	R\$ 137,00	R\$ 97,12	R\$ 131,28	-	R\$ 123,00

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

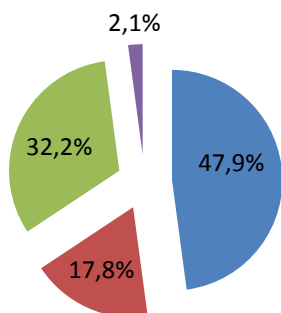
Como pode ser visto, o crescimento da expectativa de gasto médio no estado é bastante considerável, passando de R\$ 123,00 em 2012 para os atuais R\$ 151,39. Na origem de tal incremento está outro dado levantado pela pesquisa: a evolução da situação financeira das famílias. Os gráficos abaixo mostram que quase metade das famílias de Santa Catarina (49,3%) declarou estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior, 35,6% apontaram que sua situação permaneceu inalterada e apenas 14,7% afirmaram que estão em pior situação.

Assim, é notável que o aumento da renda das famílias do último ano trouxe uma maior confiança na prospecção de gastos para o Dia das Mães, tornando muito viável um crescimento expressivo das vendas no período. O cenário é muito parecido entre todas as cidades, como também pode ser visto abaixo:

Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior

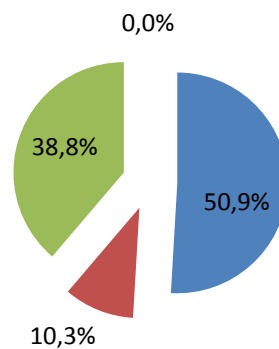
Blumenau

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



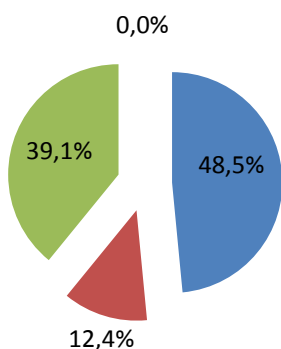
Chapecó

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



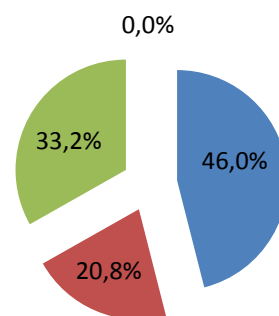
Criciúma

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



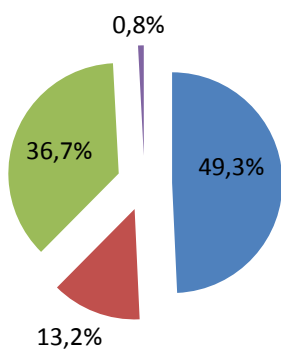
Florianópolis

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



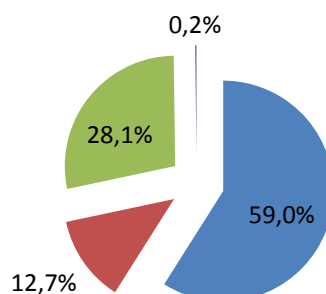
Joinville

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



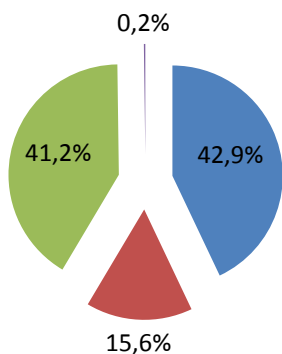
Lages

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



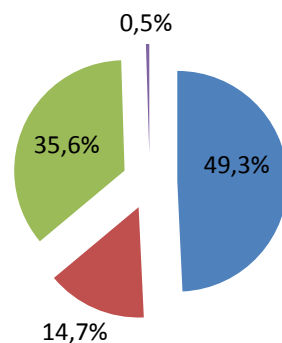
Itajaí

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



Santa Catarina

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



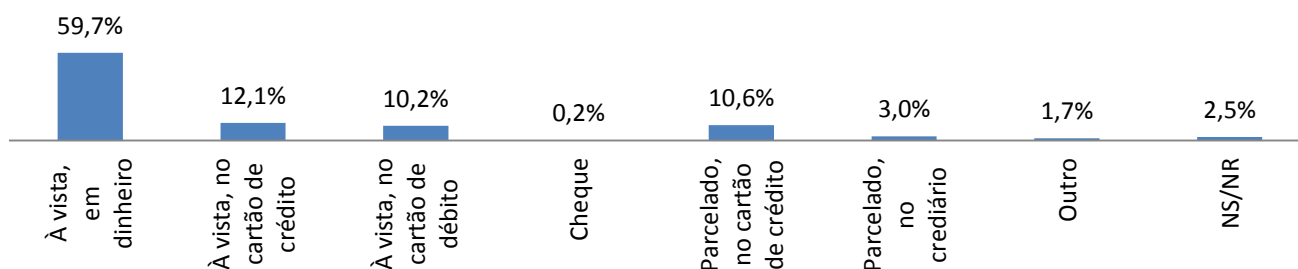
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Relativamente à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria do consumidor estadual tem como objetivo pagá-las à vista. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (64,7%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra à vista no cartão de crédito (8,8%) e pela compra à vista no cartão de débito (5,7%). Desta maneira, os catarinenses estão pouco dispostos a endividar-se, procurando realizar quase que a totalidade de suas compras à vista.

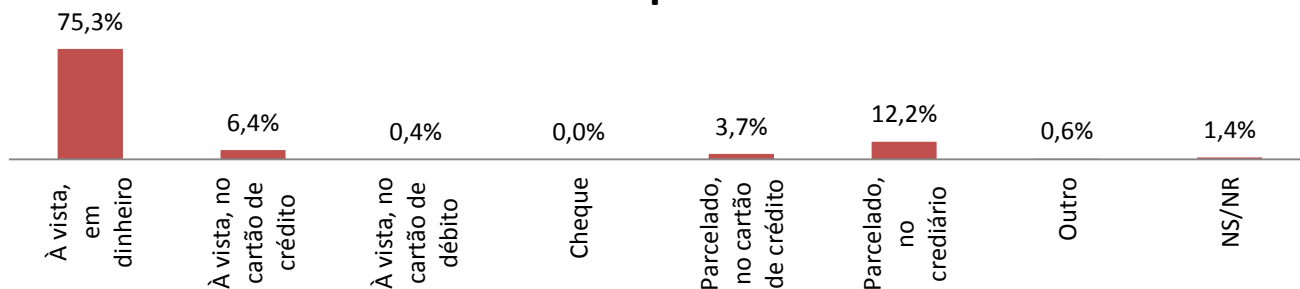
A intenção é bastante positiva, pois mostra uma maturidade por parte dos consumidores na hora de pensar os gastos de Dia das Mães, poucos pretendem comprar com base no crédito, com prioridade no uso do cartão de crédito (11,2%) para parcelar. Abaixo seguem os dados desagregados por municípios entrevistados:

Como pretende pagar a compra desses materiais?

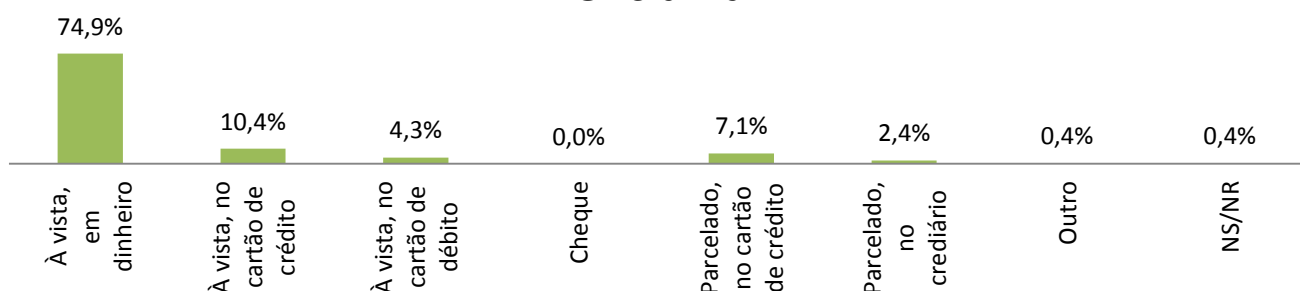
Blumenau



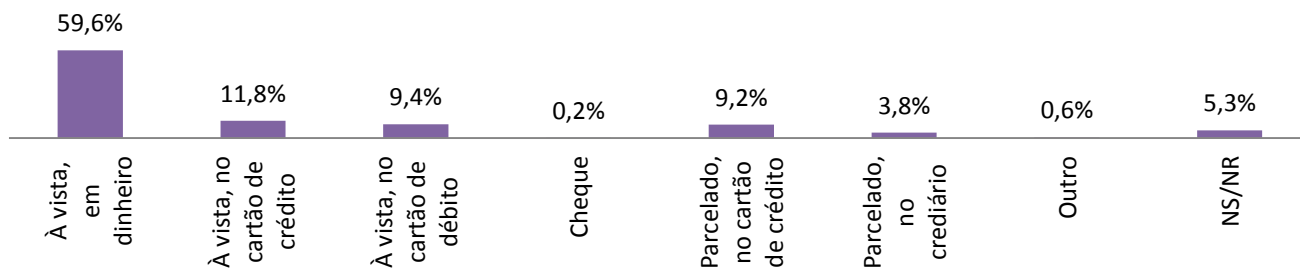
Chapecó



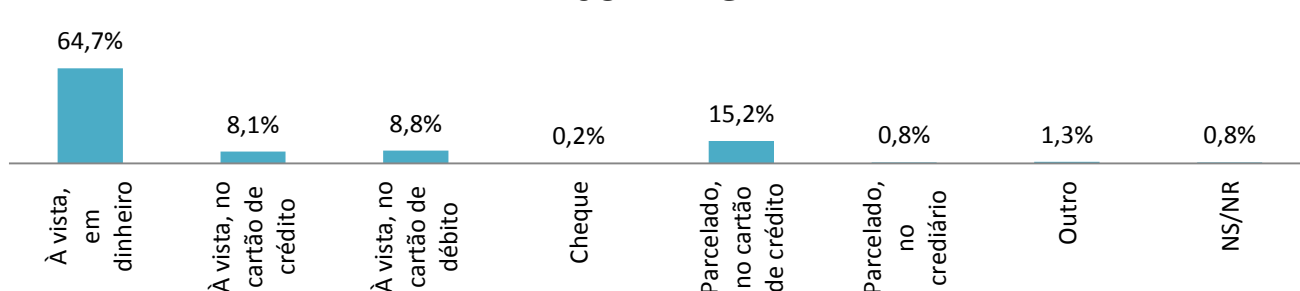
Criciúma



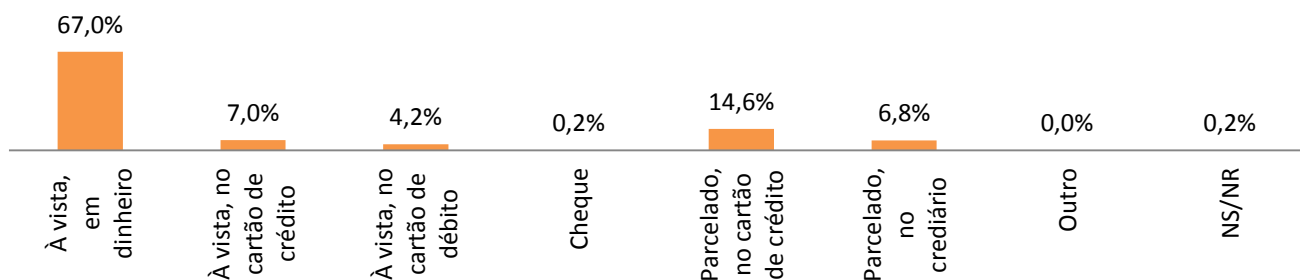
Florianópolis



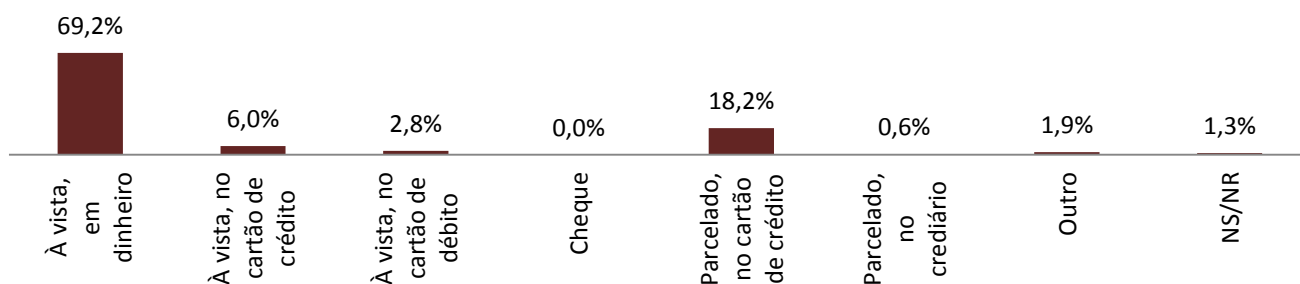
Joinville



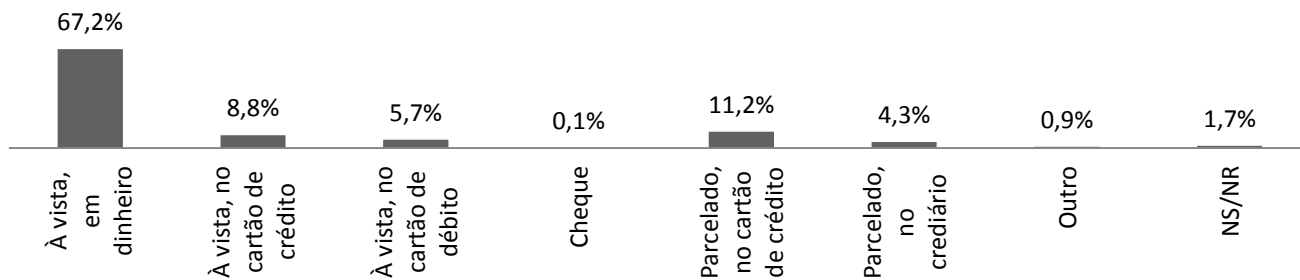
Lages



Itajaí



Santa Catarina

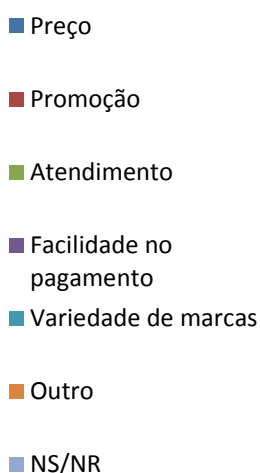
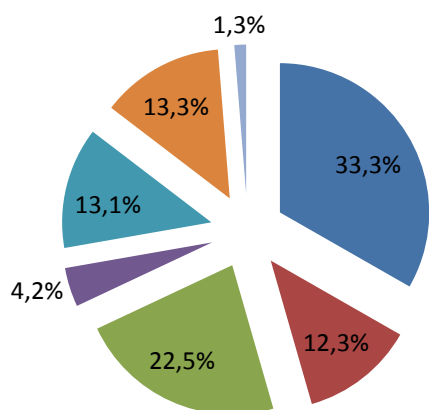


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

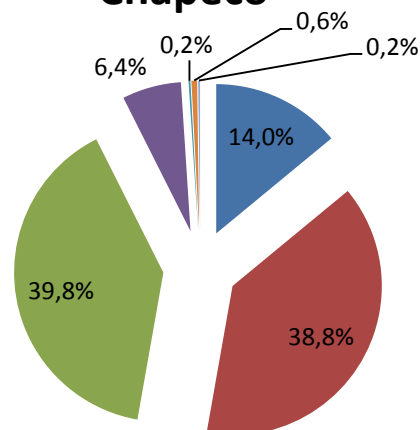
Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar neste Dia das Mães. Desta maneira, é perceptível que a preocupação com o preço dos produtos é central (28,1%), seguido pela valorização de promoções (27,2%) e pelo atendimento (26,4%), ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra são de interesse dos catarinenses. Na sequência aparece o resultado dividido por cidades:

Ação do comércio

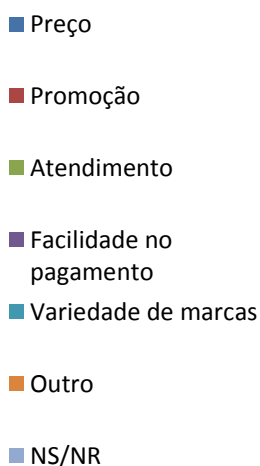
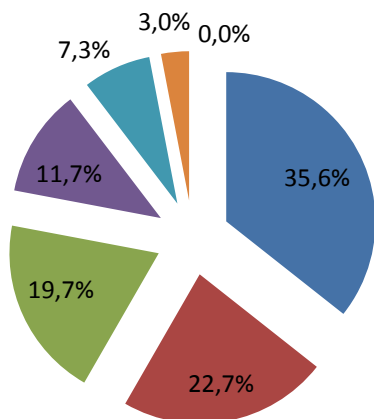
Blumenau



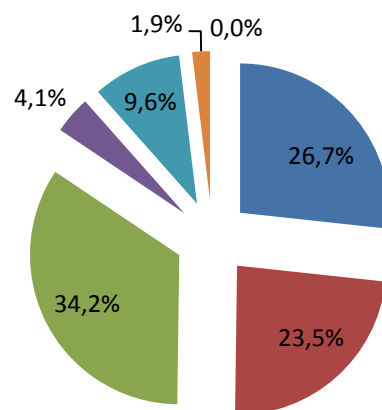
Chapecó

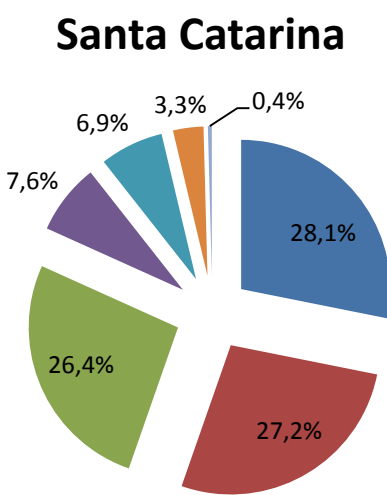
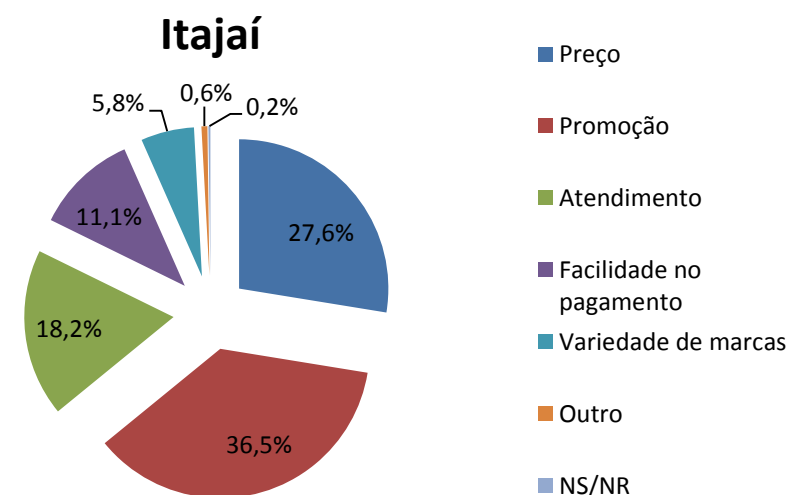
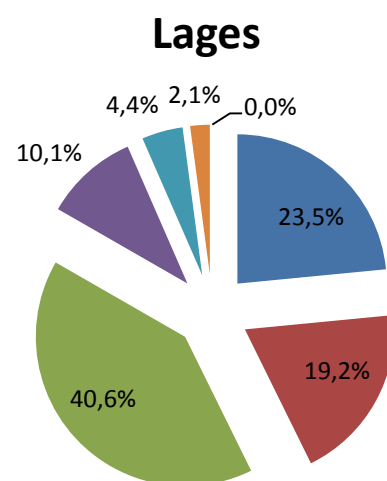
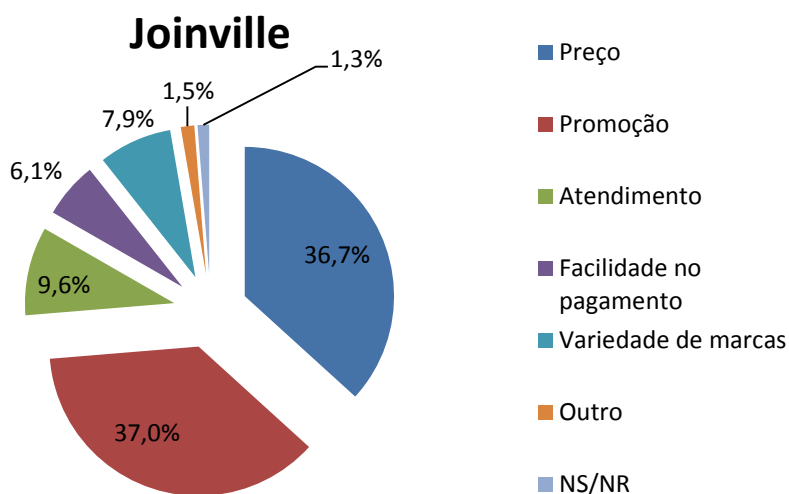


Criciúma



Florianópolis





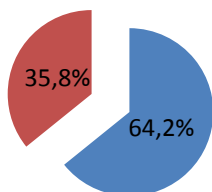
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Reforça a ideia de que os preços são centrais para os consumidores o fato de que 72,6% dos entrevistados irá realizar pesquisa de preço para o Dia das Mães. Resultado que é semelhante em todas as cidades que compõe a pesquisa, mostrando uma forte tendência do catarinense. Os dados por cidade podem ser vistos abaixo:

Realizará pesquisa de preço

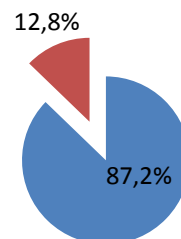
Blumenau

■ Sim ■ Não



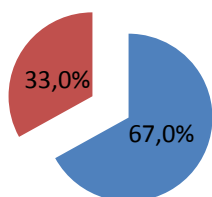
Chapecó

■ Sim ■ Não



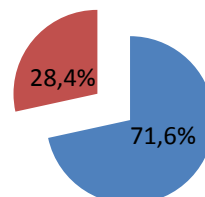
Criciúma

■ Sim ■ Não



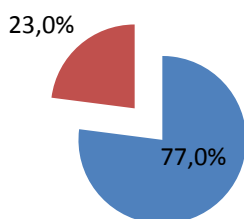
Florianópolis

■ Sim ■ Não



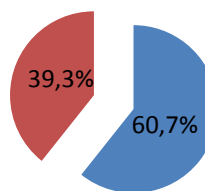
Joinville

■ Sim ■ Não



Lages

■ Sim ■ Não





No que tange o local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos catarinenses (69,7%), seguido pelos Shoppings Centers (17,6%). O restante dos destinos aparece com pouca relevância, mostrando uma grande concentração da demanda dos consumidores.

Local de compra	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Comércio de rua	42,4%	93,4%	65,9%	54,7%	66,6%	87,5%	76,4%	69,7%
Shopping	22,9%	3,1%	21,0%	30,3%	27,1%	3,0%	16,5%	17,6%
Internet	1,1%	0,4%	0,9%	4,9%	1,0%	0,8%	2,8%	1,7%
Revendedores de porta em porta/catálogo	1,5%	1,2%	1,9%	1,9%	1,3%	3,4%	1,5%	1,8%
Camelô	0,2%	0,0%	0,6%	1,5%	0,2%	0,0%	0,2%	0,4%
Outro	3,0%	0,6%	3,2%	2,1%	2,5%	1,5%	1,7%	2,1%
NS/NR	29,0%	1,2%	6,5%	4,5%	1,3%	3,8%	0,9%	6,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Se o comércio de rua e os Shoppings irão concentrar a demanda dos consumidores, é importante saber quais setores serão os mais procurados durante o período que antecede o Dia das Mães. Desta maneira, a Fecomércio SC perguntou qual seria o presente comprado pelos catarinenses para suas mães. Nota-se que a principal parte dos consumidores presenteará produtos relacionados ao setor de vestuário (42,8%), seguido pelo setor de perfumes e cosméticos (14,3%), pelo de calçados e bolsas (9,8%) e pelo de eletrodomésticos (9,3%). Abaixo a questão pode ser vista com maior nível de detalhamento:

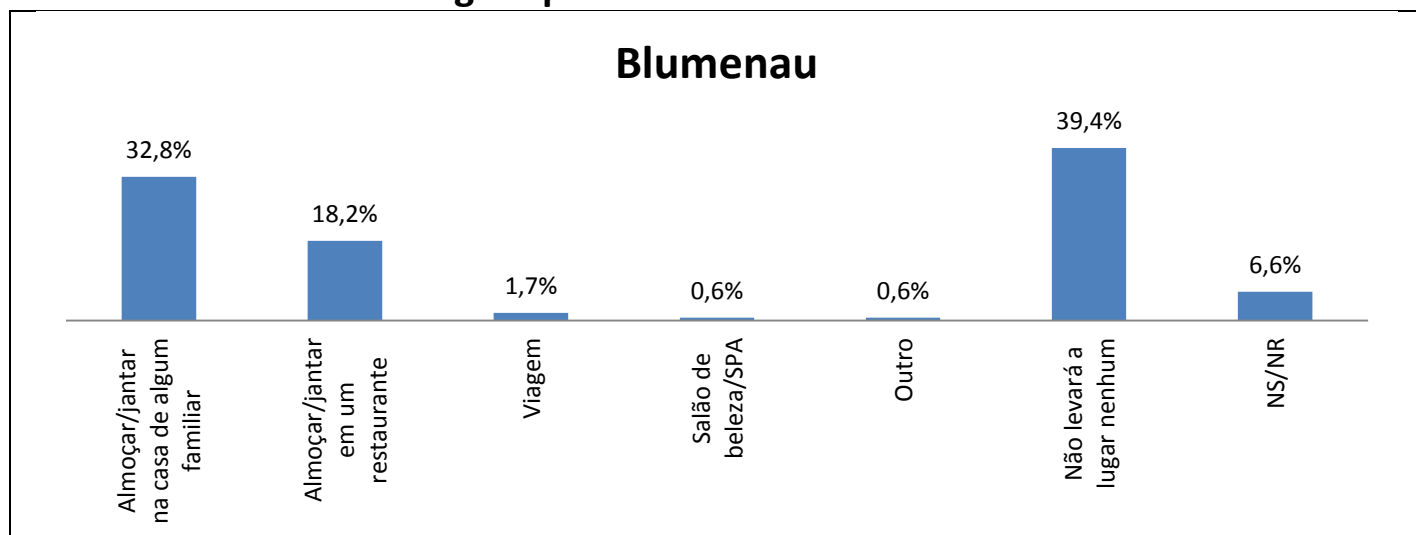
Tipo de presente	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Vestuário	18,9%	50,1%	46,0%	37,0%	52,8%	46,2%	48,6%	42,8%
Perfume/cosmético	10,2%	12,8%	20,9%	15,0%	11,5%	18,5%	11,8%	14,3%
Calçado/bolsa	6,8%	8,9%	10,1%	12,2%	9,2%	11,1%	10,7%	9,8%
Eletrodoméstico	10,0%	7,6%	5,7%	9,8%	10,4%	7,2%	14,6%	9,3%
Flores	6,4%	6,8%	3,3%	6,5%	2,7%	2,1%	2,6%	4,4%
Jóias	2,5%	5,8%	0,0%	1,5%	1,9%	0,9%	3,4%	2,3%
Artigo de decoração	2,8%	2,3%	2,6%	2,4%	0,4%	2,3%	1,3%	2,0%
Celular	0,6%	2,1%	0,2%	0,7%	0,6%	0,6%	1,9%	1,0%
Outro	6,4%	1,0%	4,2%	4,1%	5,0%	4,9%	3,9%	4,2%
NS/NR	35,6%	2,7%	6,8%	10,7%	5,4%	6,2%	1,3%	9,8%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

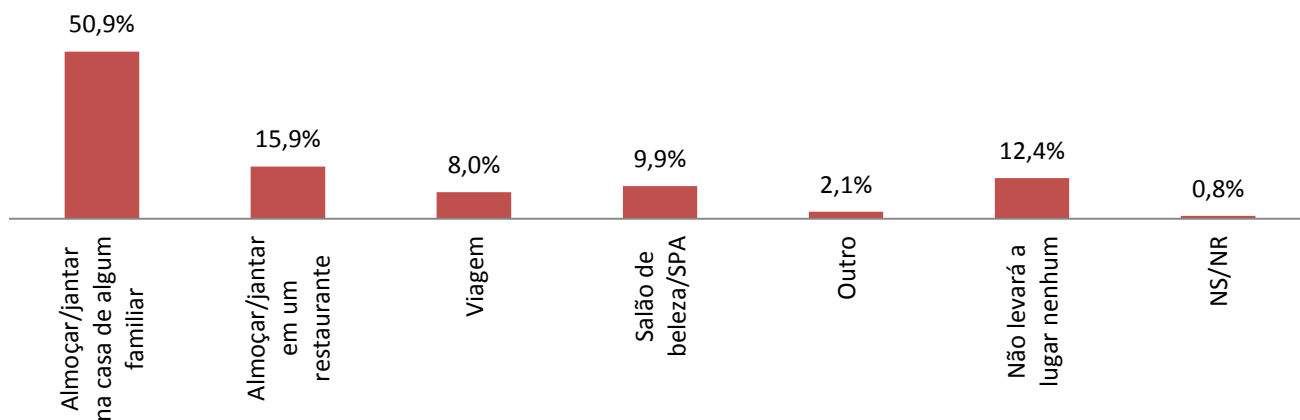
Apesar de não ser feriado, o Dia das Mães movimenta outros setores que não apenas o comércio tradicional, principalmente o setor de serviços. É grande o número de pessoas que aproveitam o dia para realizar alguma programação especial com suas mães. No estado, 36,4% dos entrevistados irão realizar almoços ou jantares em casa de familiares para as mães e na sequência aparecem os catarinenses que irão levar a mãe para almoçar ou jantar em algum restaurante (16,3%). Entretanto, também é grande o percentual de pessoas que não irá realizar programa algum (35,4), ou seja, apenas presenteará a mãe. Abaixo seguem os resultados completos.

Vai realizar algum passeio com a mãe durante o feriado?

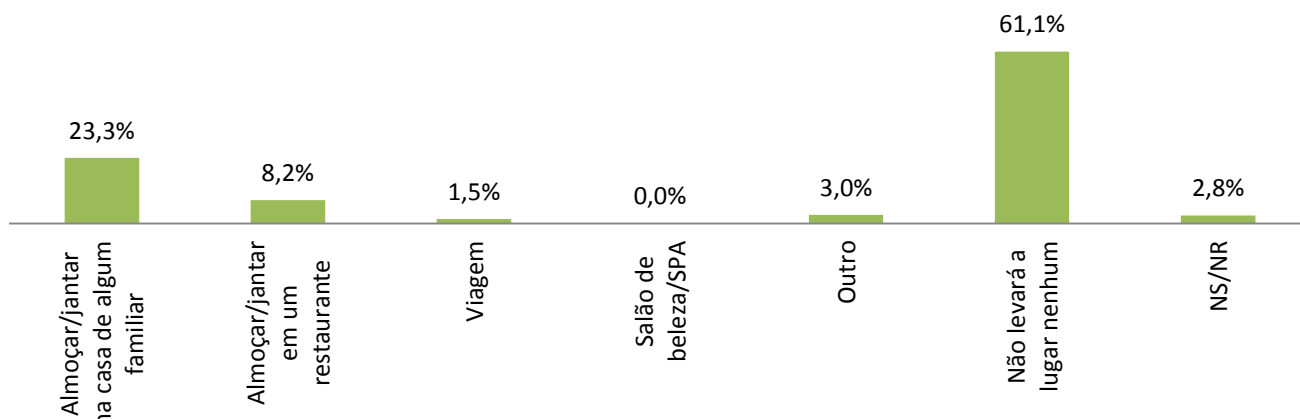
Blumenau



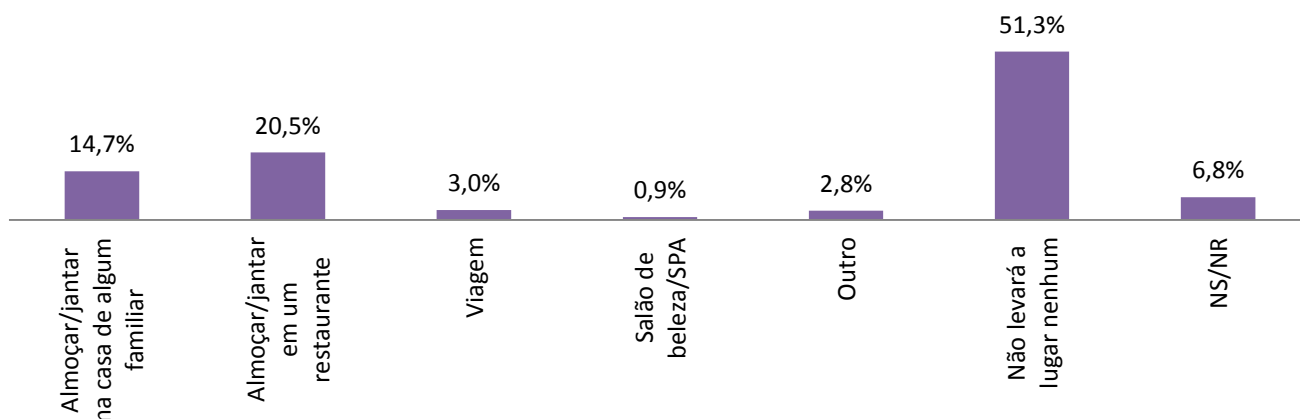
Chapecó



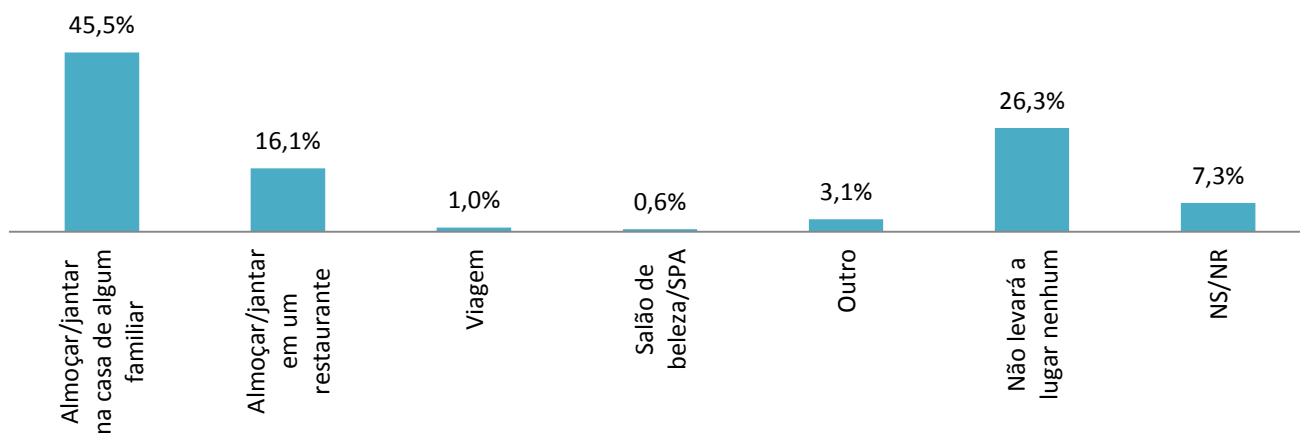
Criciúma



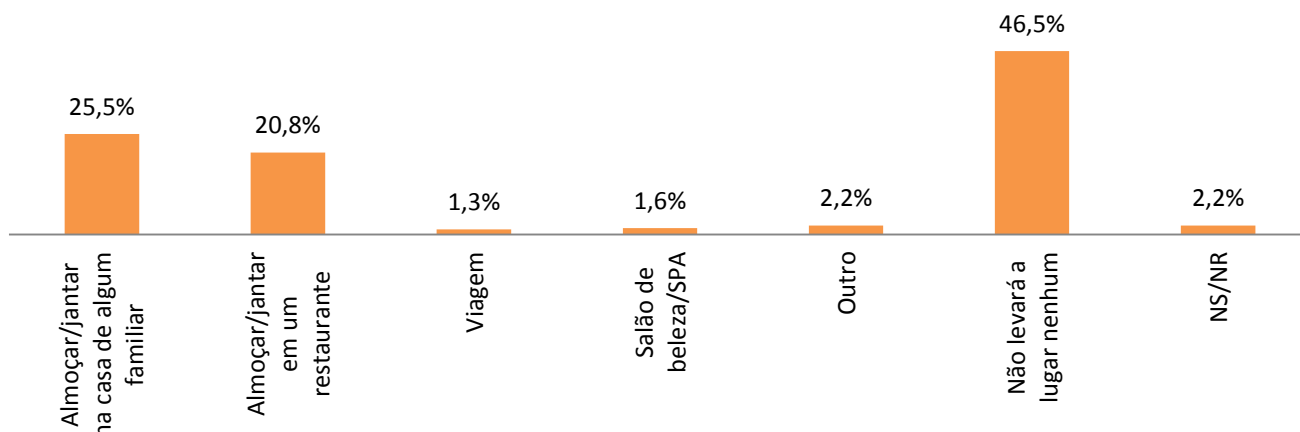
Florianópolis



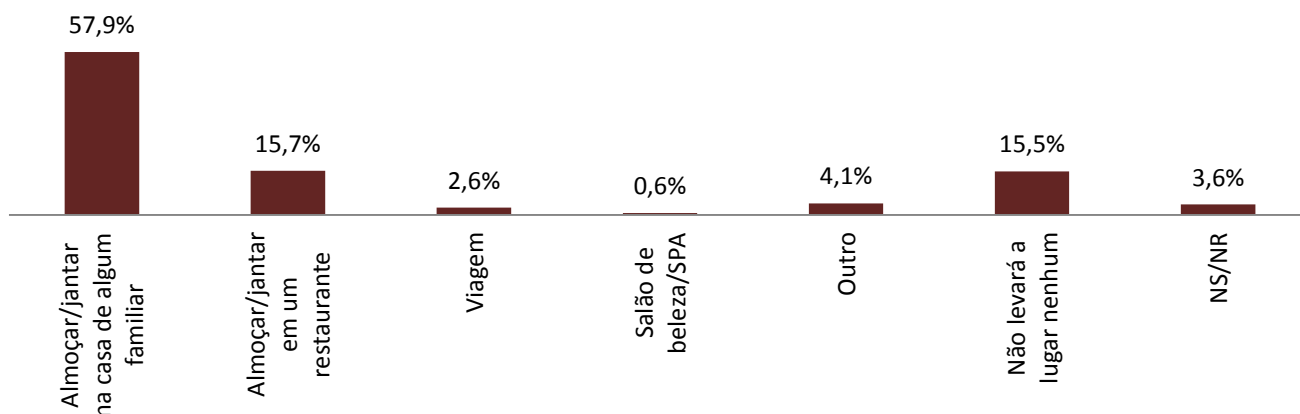
Joinville



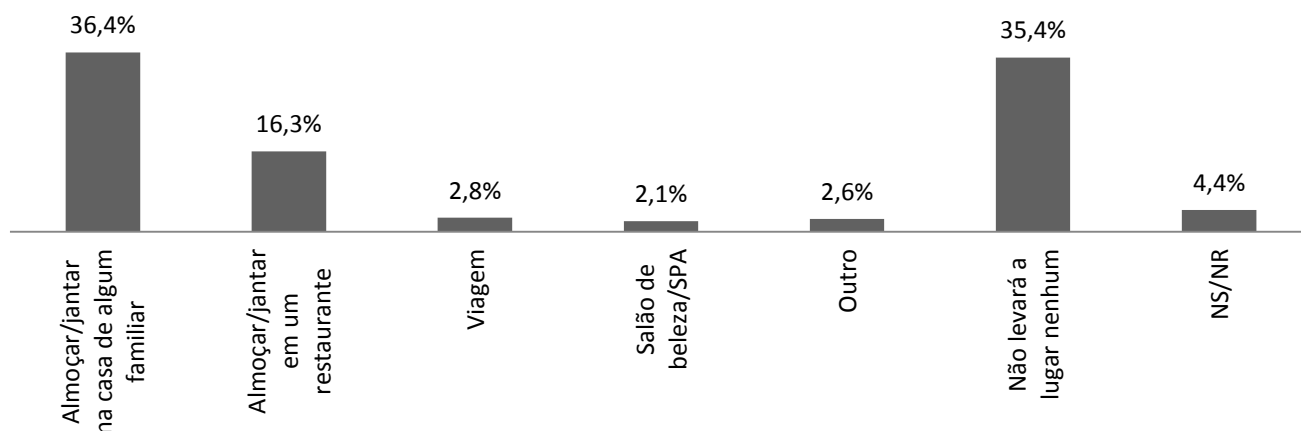
Lages



Itajaí



Santa Catarina



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para finalizar, a Fecomércio SC indagou o motivo para a escolha da programação especial, sendo que a conveniência para a presença dos familiares (54,1%) foi o principal elemento apontado pelos entrevistados, seguido pela escolha da mãe (12,4%). Abaixo é possível observar a questão com maior detalhe:

Qual o motivo da escolha da lugar?	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Santa Catarina
Conveniência para a presença dos familiares	23,9%	19,2%	19,6%	33,6%	43,8%	38,1%	54,1%
Lugar que a mãe escolheu	18,2%	26,0%	8,7%	11,9%	13,2%	19,0%	12,4%
Preço	1,7%	42,9%	3,6%	1,7%	1,0%	2,2%	1,9%
Atendimento	3,4%	10,1%	1,8%	7,5%	2,7%	5,3%	3,4%
Outro	21,0%	1,0%	5,4%	5,3%	8,6%	32,7%	10,9%
NS/NR	31,8%	0,8%	60,8%	40,0%	30,7%	2,7%	17,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Conclusão

Os catarinenses que comprarão neste Dia das Mães serão majoritariamente mulheres adultas, pertencentes à classe média e que tem o rendimento familiar advindo do trabalho assalariado com carteira assinada.

O comércio de rua e os shoppings centers serão o principal destino destes consumidores, principalmente as lojas que vendem produtos de vestuário, perfumes e cosméticos, calçados e bolsas e eletrodomésticos, ou seja, produtos extremamente associados à figura da mulher. Nestas compras, a expectativa do consumidor é de pagá-las à vista, buscando fugir do endividamento.

Já a expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 151,39, superior ao gasto médio prospectado pelas famílias do estado em 2012, que havia sido de R\$ 123,00. Aqui a evolução da renda tem um papel fundamental, já que o crescimento desta variável no último ano possibilitou uma melhor situação financeira das famílias do estado, o que vem se refletindo nas vendas tanto do final do ano passado quanto do início deste ano.

Entretanto, mesmo com uma situação financeira melhor, a busca pelo melhor preço continua sendo uma tônica para o catarinense, fator que a pesquisa demonstra com clareza.