

Federação do Comércio do Estado de Santa Catarina

Intenção de compras para o Dia dos Namorados 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 dos Namorados 2013	6
Conclusão	19

Introdução

O Dia dos Namorados acarreta em um forte incremento na movimentação econômica de 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 3.155 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 20 e 22 de maio 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 dos Namorados em Santa Catarina, abaixo seguem alguns dados importantes para realizar tal objetivo:

Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	58,9%	59,6%	51,6%	56,3%	75,4%	71,2%	66,0%	63,5%
Masculino	41,1%	40,4%	48,4%	43,7%	24,6%	28,8%	34,0%	36,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	35,4%	39,2%	73,9%	22,7%	20,8%	39,3%	35,6%	36,2%
De 26 a 35 anos	36,2%	28,8%	17,1%	39,3%	27,1%	32,5%	31,4%	31,1%
De 36 a 45 anos	18,8%	21,3%	3,5%	23,4%	39,4%	13,9%	16,3%	20,4%
De 46 a 55 anos	7,9%	8,6%	3,9%	9,6%	8,1%	11,3%	12,0%	9,0%
De 56 a 65 anos	1,4%	1,9%	1,3%	4,5%	4,2%	2,6%	3,3%	2,8%
66 anos ou mais	0,0%	0,0%	0,3%	0,6%	0,4%	0,4%	1,3%	0,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,0%	0,5%	0,6%	0,0%	0,2%	0,4%	0,7%	0,3%
Fundamental incompleto	5,3%	5,8%	3,2%	5,9%	0,2%	2,4%	10,0%	4,7%
Fundamental completo	9,1%	6,3%	1,3%	9,8%	7,9%	3,2%	14,0%	7,6%
Médio incompleto	7,3%	10,2%	3,9%	6,6%	1,4%	6,2%	8,9%	6,4%
Médio completo	39,9%	34,1%	16,8%	46,7%	48,1%	50,8%	49,4%	42,2%
Superior incompleto	12,6%	17,2%	61,3%	9,6%	6,7%	16,7%	7,8%	16,6%
Superior completo	19,8%	13,5%	8,4%	16,8%	31,3%	18,3%	8,2%	17,3%
Mestrado	1,4%	1,4%	1,0%	0,2%	1,0%	0,4%	0,0%	0,8%
Especialização	4,5%	10,9%	3,5%	4,5%	3,0%	1,8%	0,2%	4,0%
Doutorado	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%
NS/NR	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,4%	0,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	1,6%	1,4%	1,6%	3,8%	4,0%	1,6%	2,7%	2,4%
Autônomo	12,3%	10,0%	9,4%	18,7%	13,5%	12,9%	16,0%	13,5%
Carteira assinada	67,2%	65,2%	42,9%	52,3%	53,5%	62,7%	56,6%	57,9%
Desempregado	4,9%	1,4%	8,7%	4,9%	6,5%	4,2%	10,0%	5,6%
Do lar	2,0%	3,9%	2,6%	4,5%	11,1%	0,6%	6,5%	4,5%
Empresário	4,7%	7,2%	1,3%	8,1%	4,2%	13,1%	2,7%	6,2%
Estagiário	1,0%	4,6%	17,7%	1,9%	0,6%	0,6%	0,0%	3,0%
Estudante	3,0%	3,7%	13,9%	3,8%	0,6%	2,8%	0,9%	3,6%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,7%	0,1%
Outro	3,2%	2,6%	1,9%	1,9%	5,9%	1,4%	4,0%	3,0%

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	2,8%	7,0%	4,9%	3,6%	0,4%	12,7%	4,5%	5,1%
De R\$ 889 a R\$ 1.417	8,1%	15,1%	18,8%	11,9%	1,0%	32,1%	18,7%	14,9%
De R\$ 1.418 a R\$ 3.763	42,1%	57,3%	46,3%	49,0%	63,6%	39,1%	54,3%	50,3%
De R\$ 3.764 a R\$ 6.109	21,5%	12,1%	16,2%	24,8%	19,6%	13,5%	16,3%	17,9%
De R\$ 6.110 a R\$ 7.965	5,5%	4,2%	5,5%	5,9%	7,1%	0,8%	2,4%	4,4%
Mais de R\$ 7.965	5,9%	1,9%	6,1%	2,1%	3,6%	1,8%	1,6%	3,2%
Recusa	14,2%	2,6%	2,3%	2,5%	4,6%	0,0%	2,2%	4,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados acima mostram que o consumidor do Dia dos Namorados deste ano é formado majoritariamente por mulheres (63,5%) jovens, com idade entre 18 e 35 anos (67,3%). Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores, a maioria tem ensino médio completo (42,2%) ou grau de instrução maior que isso, como ensino superior incompleto (16,6%) e superior completo (17,3%).

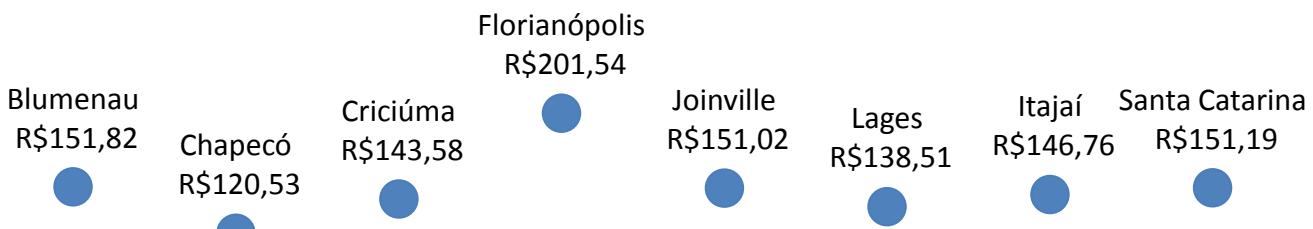
A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (57,9%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.418,00 e R\$ 3.763,00 (50,3%), além de famílias que ganham entre R\$ 3.764,00 a R\$ 6.109,00 (17,9%), ou seja, a maioria das famílias pertence à classe média (68,2%). Completa o quadro geral as famílias que tem rendimento entre R\$ 889,00 e R\$ 1.417,00 (14,9%).

Intenção de compras para o Dia dos Namorados 2013

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio SC diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores. Desta maneira, na média, o consumo deste Dia dos Namorados será de R\$ 151,19 por pessoa, gasto maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2012, que havia sido de R\$ 130,98. O destaque fica por conta de Florianópolis com o maior gasto do estado: R\$ 201,54 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\$ 151,82	R\$ 120,53	R\$ 143,58	R\$ 201,54	R\$ 151,02	R\$ 138,51	R\$ 146,76	R\$ 151,19
2012	R\$ 131,34	R\$ 186,53	R\$ 124,76	R\$ 105,51	R\$ 116,86	R\$ 140,61	-	R\$ 130,98

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

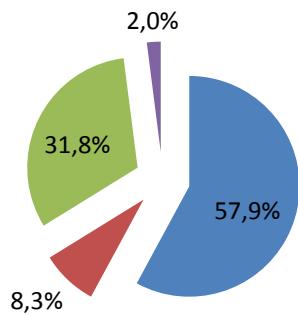
O crescimento da expectativa de gasto médio no estado é bastante considerável (15,4%), acima da inflação do período, que foi de 6,49% segundo o IPCA do IBGE. Desta maneira, na origem de tal incremento real está outro dado levantado pela pesquisa: a evolução da situação financeira das famílias. Os gráficos abaixo mostram que mais da metade das famílias de Santa Catarina (53,3%) declararam estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior, 34,1% apontaram que sua situação permaneceu igual e apenas 12,1% afirmaram que estão em pior situação.

Assim, é claro que o aumento da renda das famílias do último ano trouxe uma maior confiança na prospecção de gastos para o Dia dos Namorados, 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

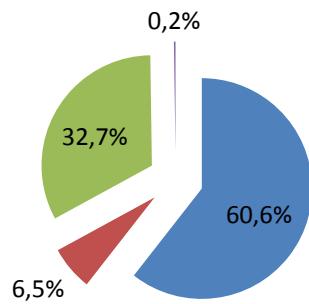
Blumenau

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



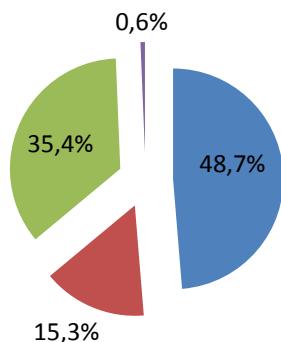
Chapecó

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



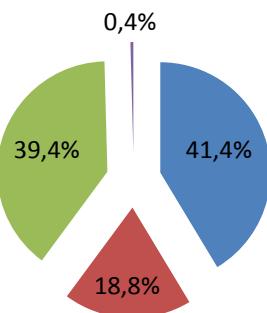
Criciúma

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



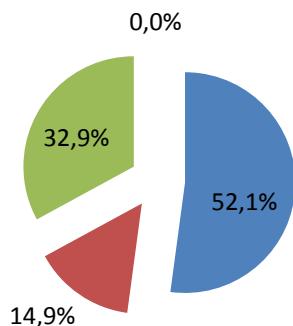
Florianópolis

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



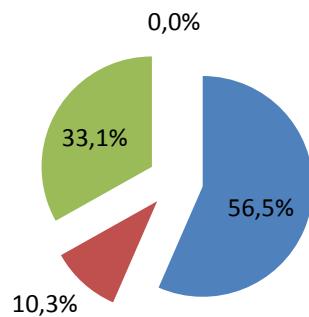
Joinville

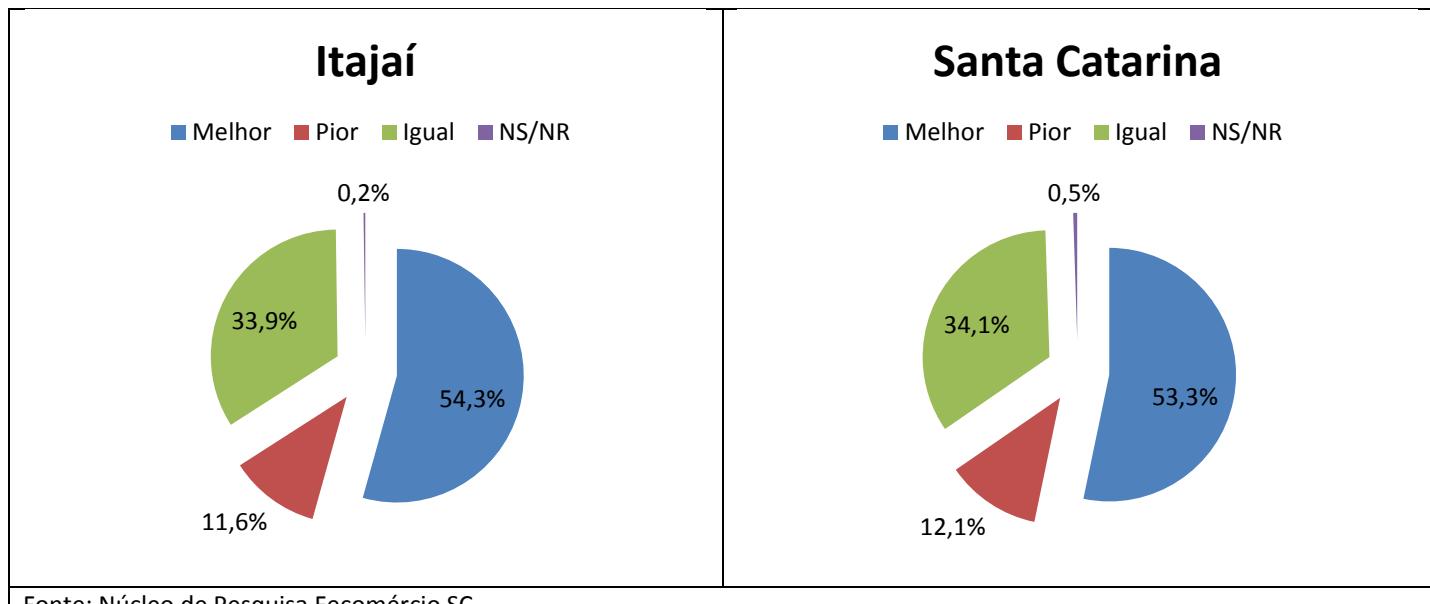
■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



Lages

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR

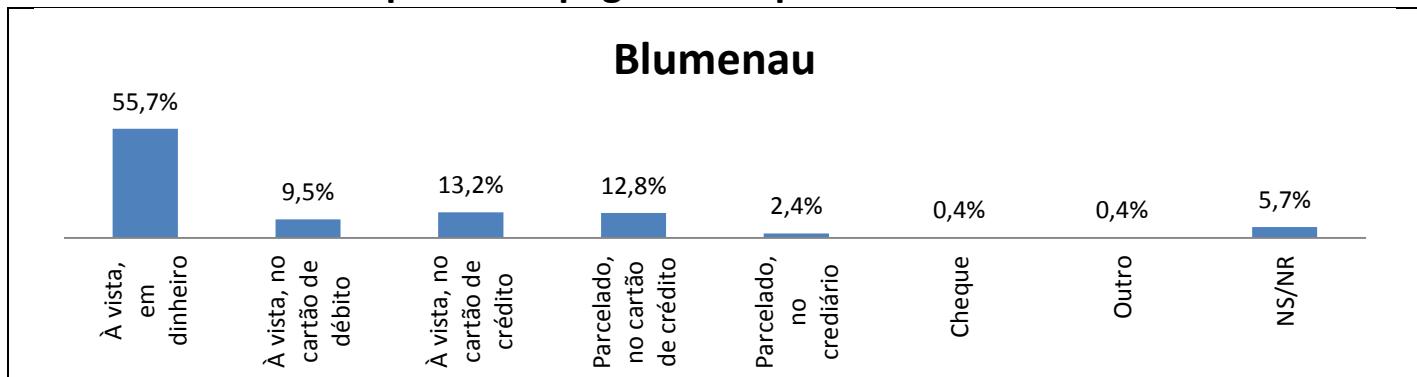




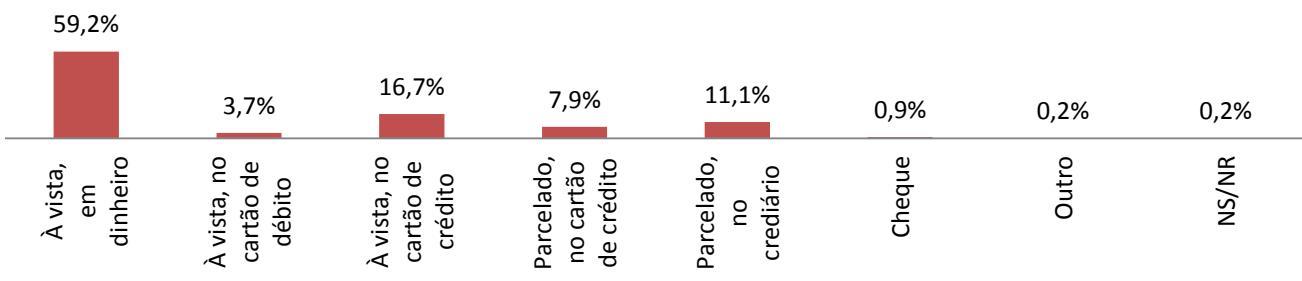
Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (62,9%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra à vista no cartão de crédito (10,4%) e pela compra à vista no cartão de débito (6,1%). 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 dos Namorados, poucos pretendem comprar com base no crédito, com prioridade no uso do cartão de crédito (13,4%) para parcelar. Entretanto, isso demonstra apenas uma preferência do consumidor, já que as pesquisas de Resultado de Vendas da Fecomércio demonstram que na hora da compra o recurso ao crédito aumenta consideravelmente, porém sempre de maneira responsável. Abaixo seguem os dados desagregados por municípios entrevistados:

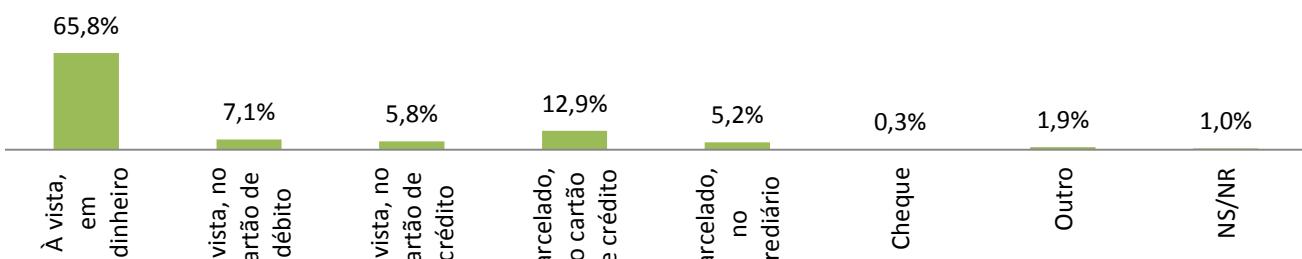
Como pretende pagar a compra desses materiais?



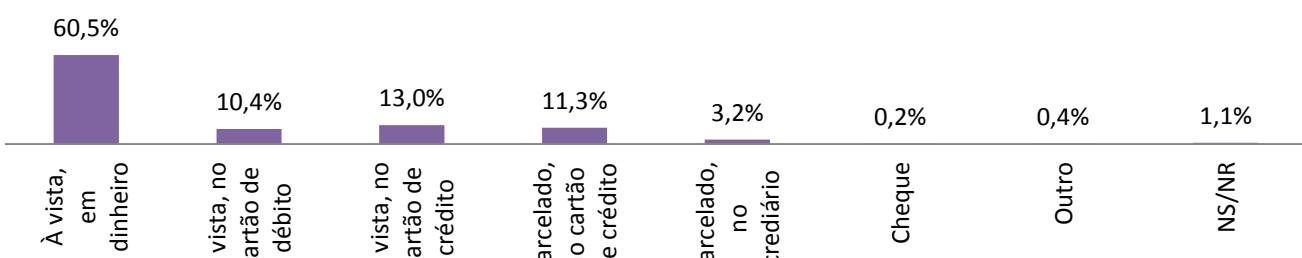
Chapecó



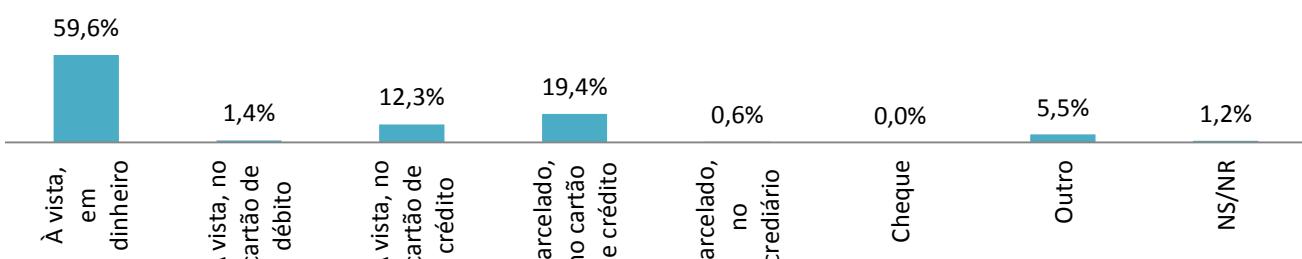
Criciúma



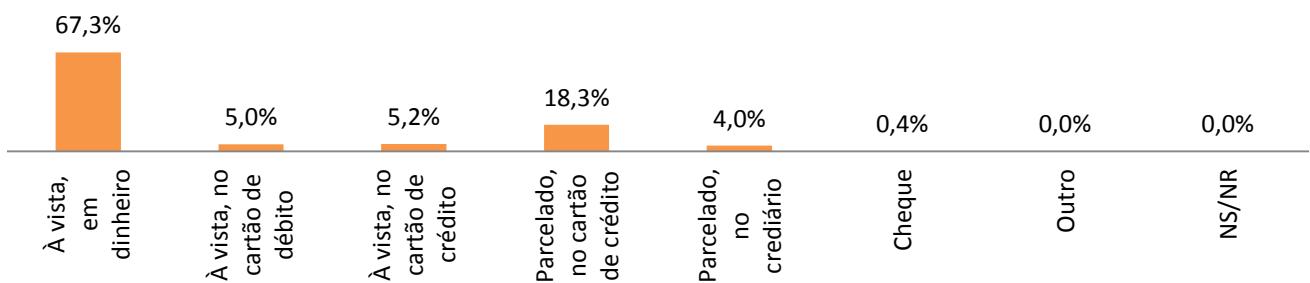
Florianópolis



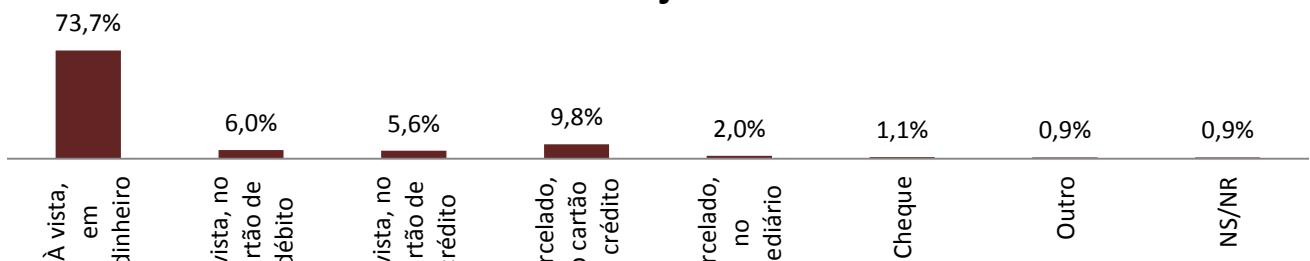
Joinville



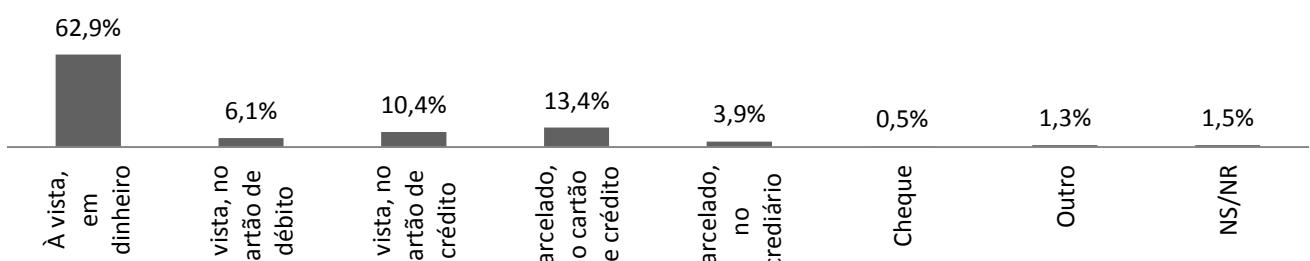
Lages



Itajaí



Santa Catarina

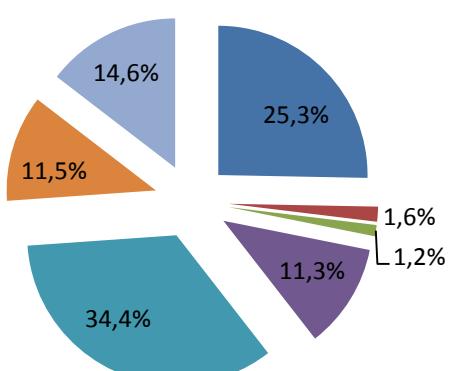


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

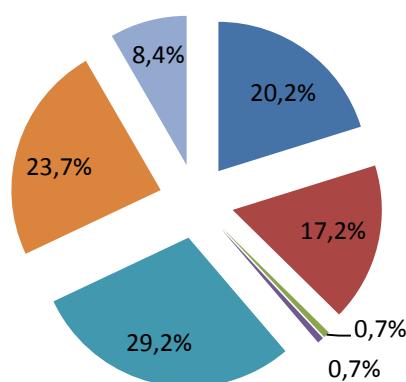
Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com o preço dos produtos é central (28,5%), seguido pelo atendimento (24,2%) e pelas promoções (22,6%), ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra são de interesse dos catarinenses. Na sequência aparece o resultado dividido por cidades:

Ação do comércio

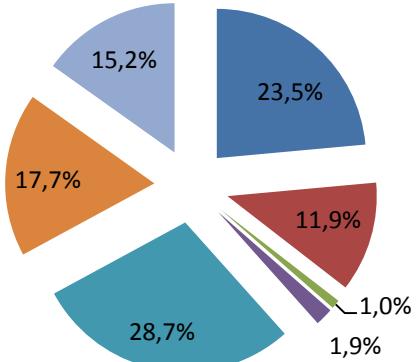
Blumenau



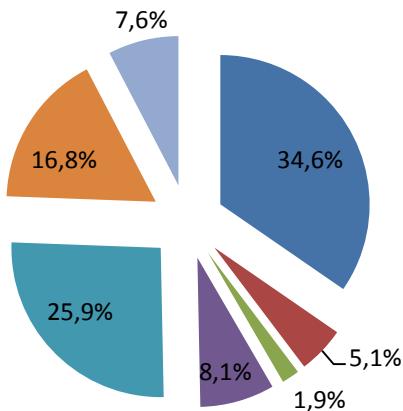
Chapecó



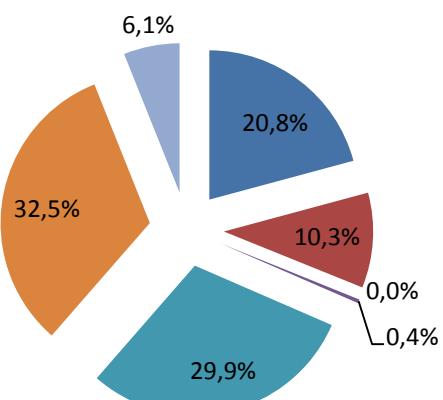
Criciúma



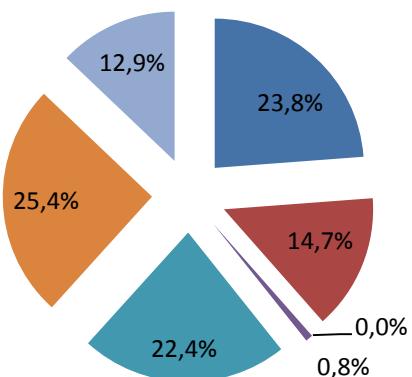
Florianópolis



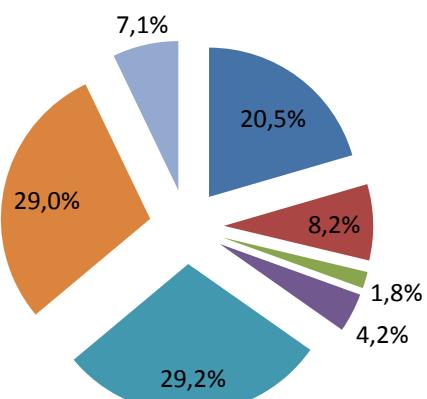
Joinville



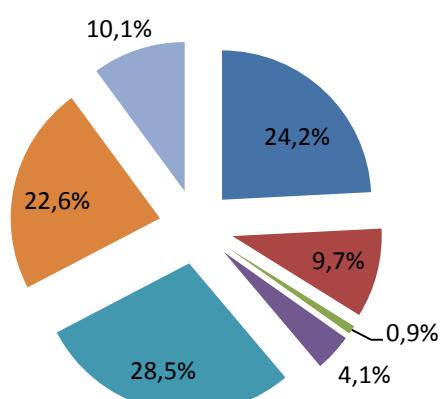
Lages



Itajaí



Santa Catarina



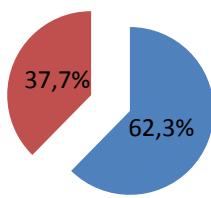
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 64,6% dos entrevistados irá realizar pesquisa de preço para o Dia dos Namorados. 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

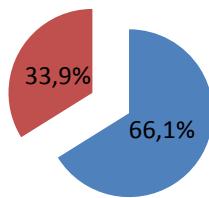
Blumenau

■ Sim ■ Não



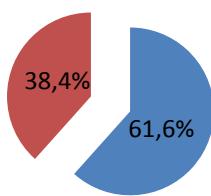
Chapecó

■ Sim ■ Não



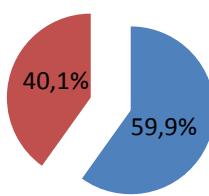
Criciúma

■ Sim ■ Não



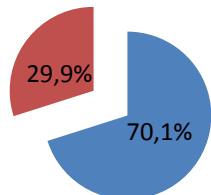
Florianópolis

■ Sim ■ Não



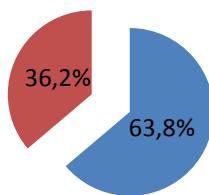
Joinville

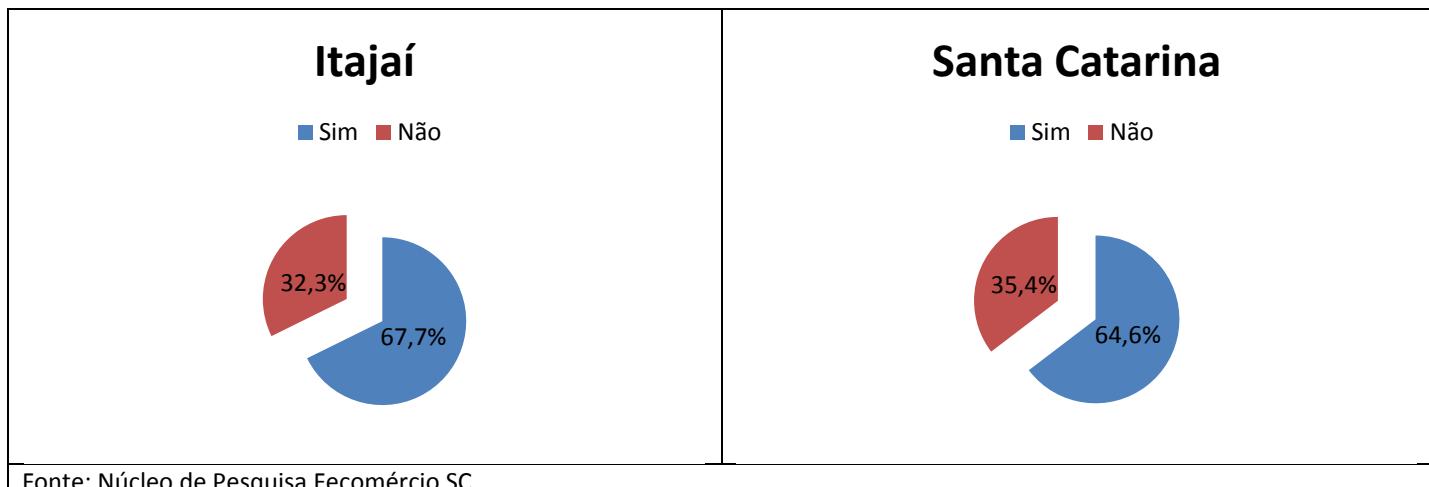
■ Sim ■ Não



Lages

■ Sim ■ Não





Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos catarinenses (58,2%), seguido pelos Shoppings Centers (27,4%). 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	32,4%	57,8%	45,8%	51,4%	43,4%	93,0%	79,7%	58,2%
Shopping	27,7%	30,4%	34,8%	37,8%	46,7%	2,0%	15,1%	27,4%
Internet	1,0%	2,8%	6,5%	3,2%	3,6%	2,4%	1,8%	2,9%
Revendedores de porta em porta/catálogo								
	2,0%	3,7%	1,9%	1,7%	0,4%	2,0%	0,4%	1,7%
Camelô	0,2%	0,5%	0,6%	0,6%	0,0%	0,2%	0,4%	0,3%
Outro	1,2%	1,9%	6,1%	2,3%	3,4%	0,4%	1,1%	2,2%
NS/NR	35,4%	3,0%	4,2%	3,0%	2,4%	0,0%	1,3%	7,4%

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 dos Namorados. Desta maneira, a Fecomércio SC perguntou qual seria o presente comprado pelos catarinenses para seus namorados ou namoradas. Nota-se que a principal parte dos consumidores presenteará produtos relacionados ao setor de vestuário (45,2%), seguido pelo setor de perfumes e cosméticos (17,8%) e pelo de calçados e bolsas (7,2%). Abaixo a questão pode ser vista com maior nível de detalhamento:

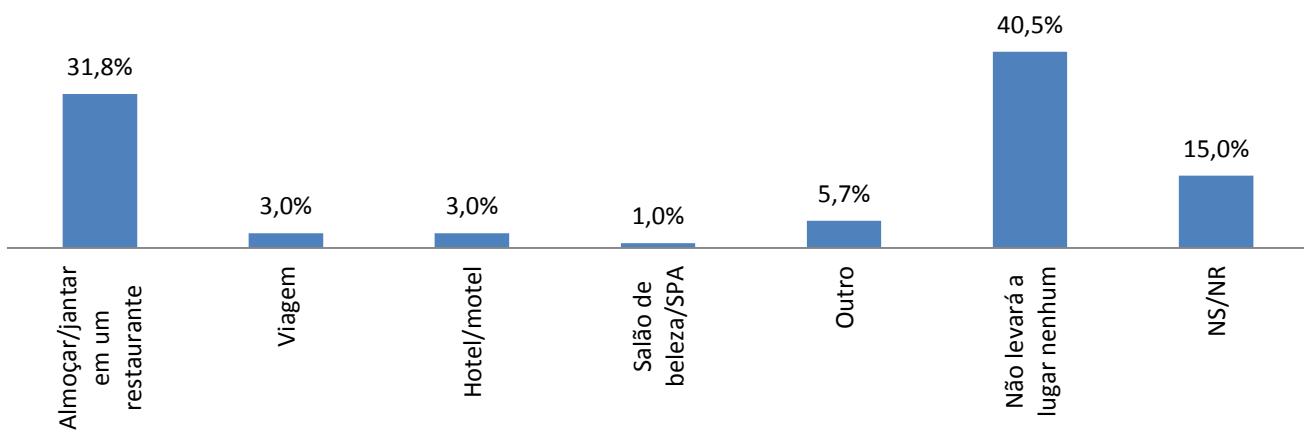
Tipo de presente	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Vestuário	25,9%	43,2%	39,7%	38,0%	56,6%	54,8%	56,6%	45,2%
Perfume/cosmético	12,3%	28,1%	17,4%	14,0%	15,2%	22,4%	15,8%	17,8%
Calçado/bolsa	3,8%	7,0%	6,5%	8,3%	8,7%	6,9%	8,9%	7,2%
Flores	2,8%	5,1%	2,6%	5,5%	1,6%	2,0%	3,3%	3,3%
Jóias	2,0%	3,7%	6,1%	3,6%	3,0%	2,2%	3,1%	3,2%
Eletrodoméstico	2,4%	1,2%	1,0%	4,7%	3,2%	0,4%	2,7%	2,3%
Celular	3,0%	2,1%	1,3%	1,9%	1,4%	1,8%	1,1%	1,8%
Livro	0,2%	1,9%	7,4%	1,9%	0,8%	1,4%	1,1%	1,8%
Artigo de decoração	1,4%	0,5%	0,3%	0,0%	0,8%	0,2%	0,0%	0,5%
Outro	5,5%	4,4%	11,9%	8,9%	5,9%	7,9%	2,7%	6,5%
NS/NR	40,5%	3,0%	5,8%	13,2%	2,8%	0,0%	4,7%	10,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

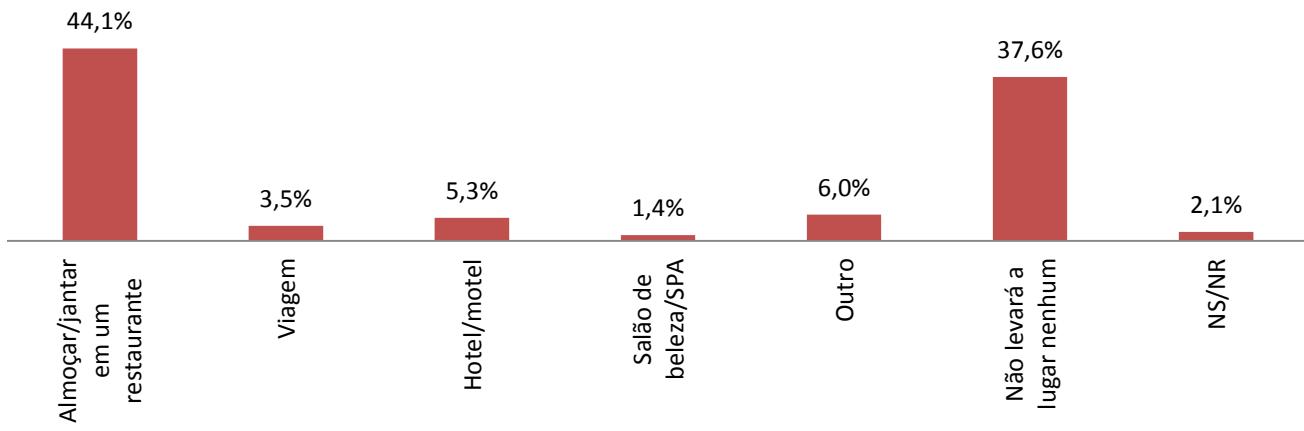
Além de movimentar o comércio tradicional, o Dia dos Namorados também traz impactos para o setor de serviços. É grande o número de casais que aproveitam o dia para realizar alguma programação especial. No estado, 37,6% dos entrevistados irão sair para almoçar ou jantar, sendo que outras programações que não as listadas pela pergunta obtiveram 11,5% da preferência. Entretanto, também é grande o percentual de pessoas que não irá realizar programa algum (34,7%), ou seja, provavelmente irá aproveitar a data para ficar em casa. Abaixo seguem os resultados completos.

Vai realizar algum passeio com a mãe durante o feriado?

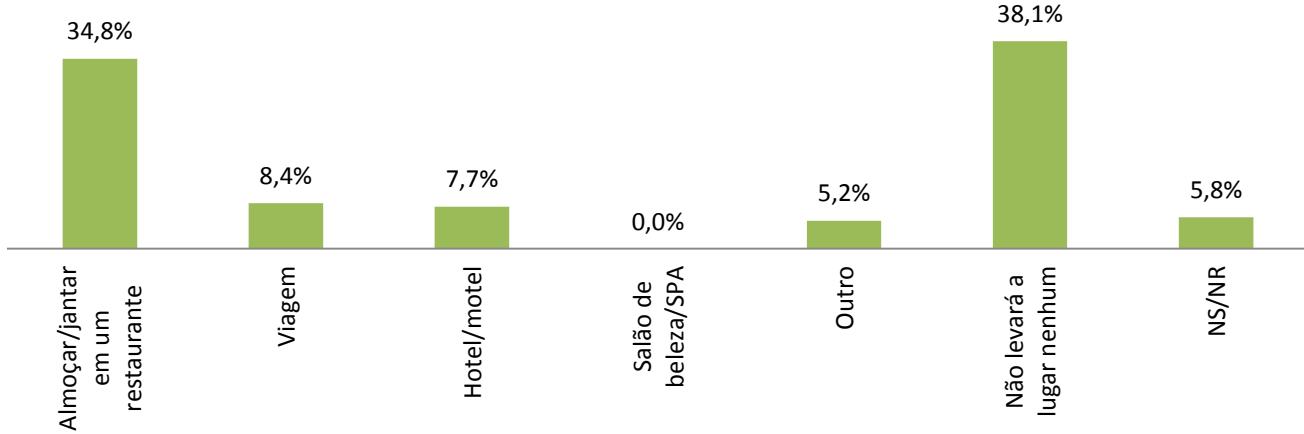
Blumenau



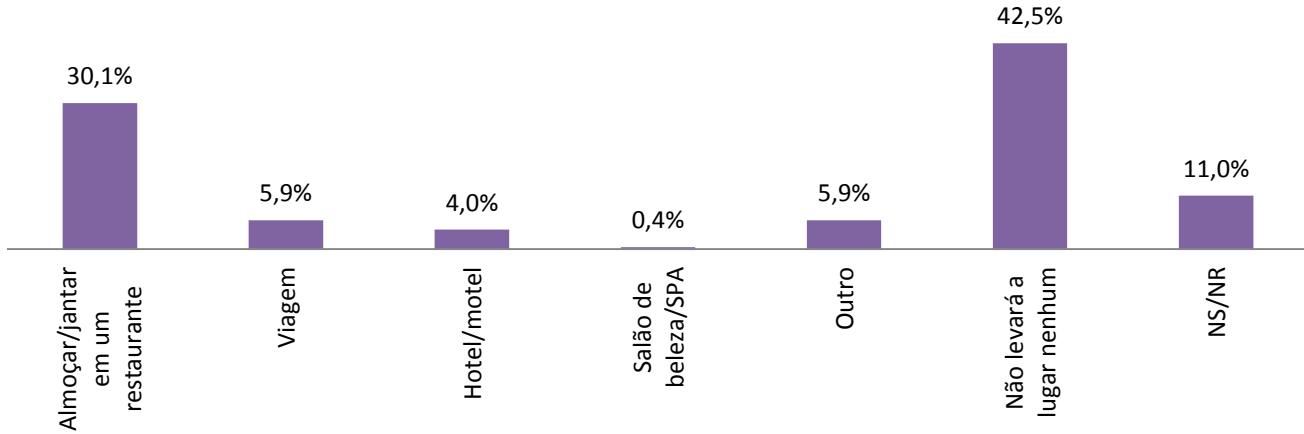
Chapecó



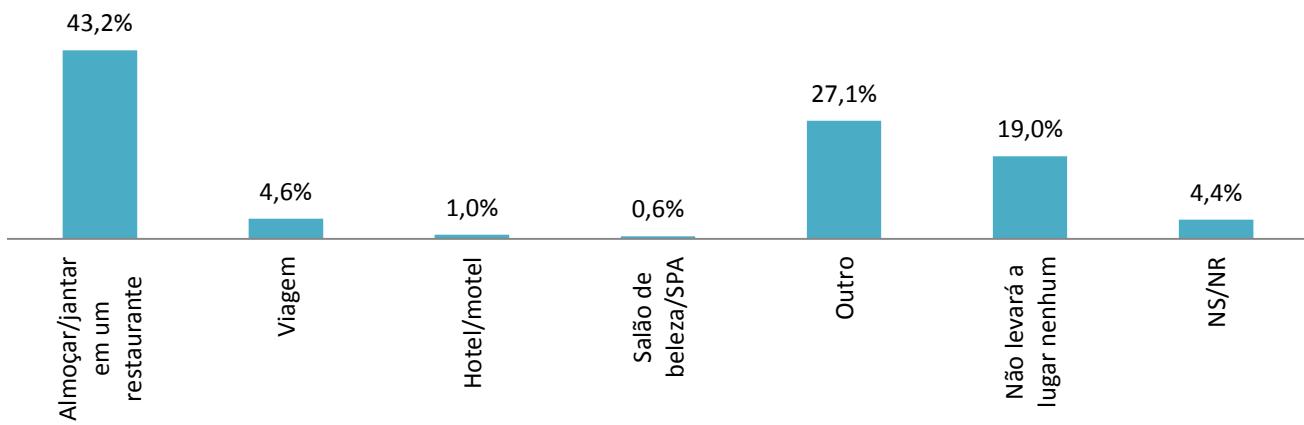
Criciúma



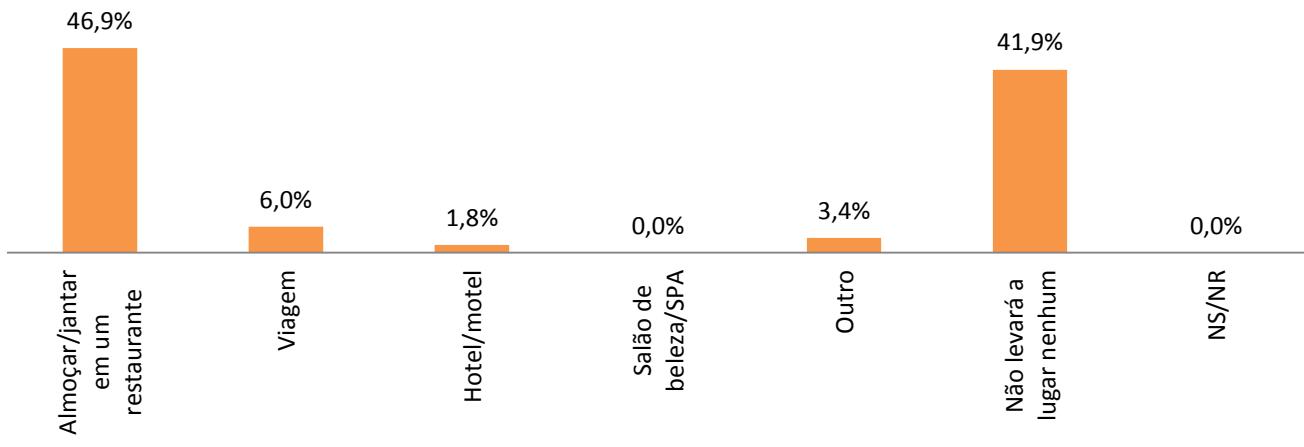
Florianópolis



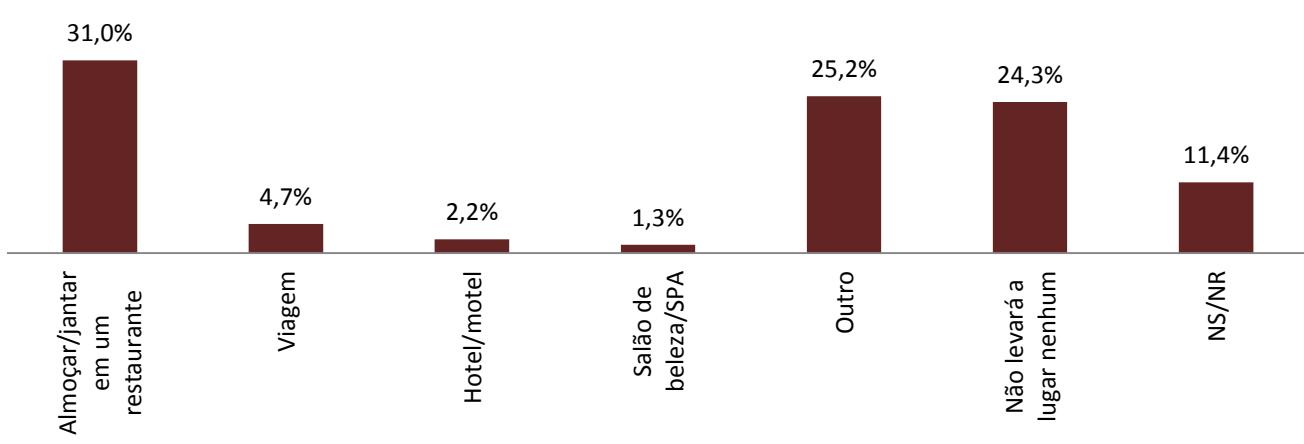
Joinville



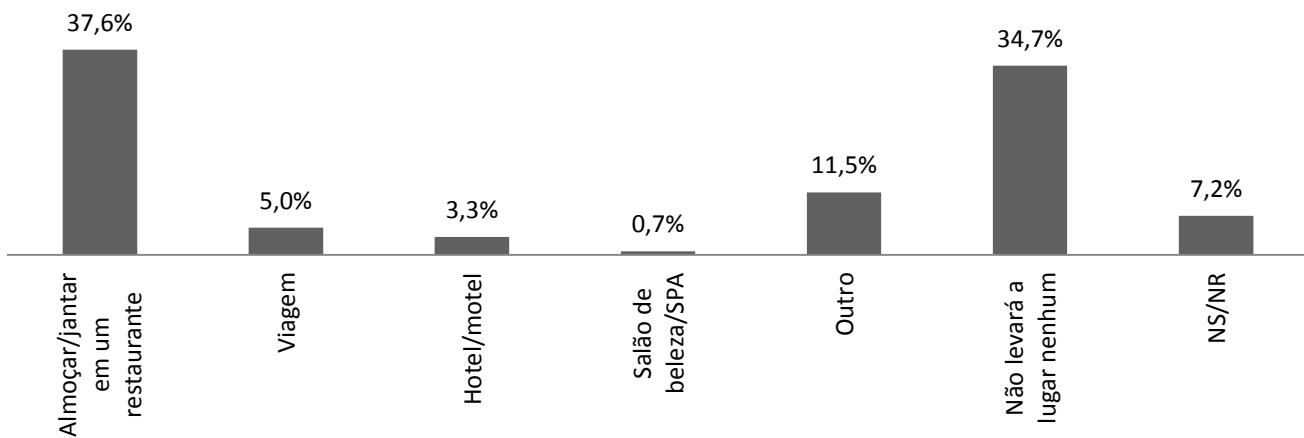
Lages



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 o local de preferência do namorado ou da namorada prevaleceu (13,8%), seguido pelo atendimento (6,9%). Abaixo é possível observar a questão com maior detalhe:

Qual o motivo da escolha da lugar?	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Santa Catarina
Lugar que o(a) namorado(a) escolheu	8,5%	14,8%	14,6%	15,1%	37,2%	17,7%	13,8%
Local romântico	12,6%	15,8%	22,3%	23,6%	3,2%	25,8%	5,8%
Atendimento	9,9%	12,5%	7,1%	6,2%	1,8%	8,0%	6,9%
Preço	1,6%	9,5%	3,2%	2,6%	1,2%	3,8%	3,1%
Outro	17,0%	5,8%	8,1%	19,7%	48,9%	17,1%	34,8%
NS/NR	50,4%	41,5%	44,7%	32,7%	7,7%	27,6%	35,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Conclusão

Os catarinenses que comprarão principalmente produtos relacionados ao vestuário, perfumes e cosméticos e calçados e bolsas neste ano são majoritariamente mulheres adultas, pertencentes à classe média e que tem seu rendimento advindo do trabalho assalariado com carteira assinada. O comércio de rua e os shoppings serão os principais destinos destes consumidores, que tem intenção de pagar suas compras principalmente à vista.

Já a expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 151,19, consideravelmente superior ao gasto médio prospectado pelas famílias do estado em 2012, que havia sido de R\$ 130,98. Aqui a evolução da renda tem um papel fundamental, já que a melhor situação financeira das famílias do estado vem se refletindo no aumento do volume de vendas. Entretanto, isto vem ocorrendo quase que exclusivamente nas datas comemorativas, já que no geral as vendas do comércio de Santa Catarina em 2013 apresenta desaceleração em relação ao ano passado.