



PESQUISA FECOMÉRCIO E FCDL
Intenção de compras - Dia das Mães 2014

Federação do Comércio do Estado de Santa Catarina

Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas de Santa Catarina

Intenção de compras para o

Dia das Mães 2014

Conteúdo

Introdução	4
Perfil dos consumidores	5
Gênero	5
Faixa etária	5
Escolaridade	5
Ocupação	6
Renda média mensal familiar	6
Intenção de compras para o Dia das Mães 2014	7
Conclusão	20

Introdução

O Dia das Mães é mais uma data que traz estímulos para a movimentação econômica de praticamente todos os setores do comércio. Em razão disso, a Fecomércio SC e a FCDL-SC realizaram uma pesquisa para conhecer o perfil do consumidor desta data, buscando melhor preparar o empresário do setor com informações relevantes para o aproveitamento deste maior movimento.

A amostra foi de 2.730 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 9 e 11 de abril de 2014. 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. 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 4,02 e 4,77 pontos percentuais entre os municípios, com média de 4,46.

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 sobre os entrevistados:

Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	47,6%	53,6%	54,6%	52,1%	69,7%	79,3%	59,2%	58,9%
Masculino	52,4%	46,4%	45,4%	47,9%	30,3%	20,7%	40,8%	41,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	31,9%	31,3%	48,3%	28,8%	24,4%	53,0%	20,6%	33,3%
De 26 a 35 anos	25,3%	37,1%	33,4%	31,1%	37,7%	33,5%	35,1%	33,3%
De 36 a 45 anos	22,0%	17,2%	11,7%	19,7%	23,9%	11,9%	26,1%	19,3%
De 46 a 55 anos	14,4%	11,2%	5,3%	14,8%	10,6%	1,3%	11,2%	10,1%
De 56 a 65 anos	5,0%	1,9%	0,8%	5,2%	3,2%	0,3%	6,2%	3,3%
66 anos ou mais	1,4%	0,7%	0,5%	0,5%	0,2%	0,0%	0,7%	0,6%
NS/NR	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,0%	0,5%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	0,5%	0,3%
Fundamental incompleto	12,5%	7,3%	2,9%	5,7%	0,2%	0,0%	9,0%	5,6%
Fundamental completo	8,7%	12,6%	2,1%	16,1%	4,4%	8,1%	12,7%	9,4%
Médio incompleto	6,6%	10,4%	8,2%	7,3%	1,7%	7,8%	4,7%	6,7%
Médio completo	35,2%	29,4%	26,3%	36,5%	54,4%	56,1%	45,3%	40,1%
Superior incompleto	17,0%	16,0%	36,6%	16,1%	9,1%	12,8%	11,4%	16,9%
Superior completo	13,5%	13,6%	14,3%	14,5%	27,6%	14,1%	14,2%	16,0%
Pós-graduação	6,4%	10,0%	8,5%	2,3%	2,2%	0,0%	2,2%	4,8%
NS/NR	0,0%	0,2%	1,1%	0,3%	0,2%	0,0%	0,0%	0,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	5,2%	2,7%	2,1%	5,4%	4,2%	0,0%	4,2%	3,5%
Autônomo	21,3%	14,6%	7,2%	14,0%	10,3%	9,9%	20,6%	14,2%
Carteira assinada	45,6%	60,9%	67,6%	59,3%	55,2%	55,6%	49,3%	56,1%
Desempregado	6,9%	1,5%	4,2%	6,5%	0,0%	1,5%	4,5%	3,6%
Do lar	1,2%	0,5%	2,9%	3,4%	6,4%	3,1%	10,0%	3,9%
Empresário	7,1%	7,3%	3,7%	2,3%	1,2%	2,2%	4,5%	4,1%
Estudante	4,3%	3,6%	12,2%	4,1%	1,5%	7,4%	1,7%	4,8%
Funcionário Público	6,1%	3,2%	0,0%	1,8%	20,7%	20,4%	5,2%	7,9%
Outro	2,4%	5,3%	0,0%	3,1%	0,2%	0,0%	0,0%	1,6%
NS/NR	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%

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	2,4%	2,7%	3,7%	2,6%	0,0%	2,8%	0,2%	2,0%
De R\$ 889 a R\$ 1.417	11,3%	12,4%	12,2%	8,3%	0,0%	17,3%	6,0%	9,4%
De R\$ 1.418 a R\$ 3.763	42,6%	54,9%	39,3%	50,3%	46,6%	49,1%	58,5%	48,8%
De R\$ 3.764 a R\$ 6.109	29,6%	16,3%	19,9%	20,2%	28,8%	22,5%	25,6%	23,4%
De R\$ 6.110 a R\$ 7.965	4,7%	2,9%	3,2%	4,4%	2,7%	3,1%	4,0%	3,6%
Mais de R\$ 7.965	5,2%	2,4%	4,0%	6,5%	2,5%	2,2%	3,0%	3,7%
Recusa	4,3%	8,5%	17,8%	7,8%	19,5%	3,1%	2,7%	9,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados acima mostram que o consumidor do Dia das Mães deste ano é formado, majoritariamente, por mulheres (58,9%) jovens, com idade entre 18 e 35 anos (66,6%). Em relação ao grau de escolaridade, a maioria tem ensino médio completo (40,1%) ou grau de instrução maior que isso, como ensino superior incompleto (16,9%) e superior completo (16,1%).

A maior parte destes consumidores é formada por trabalhadores com carteira assinada (56,1%). A renda familiar fica entre R\$ 1.418,00 e R\$ 3.763,00 (48,8%). Incluindo-se as famílias que ganham entre R\$ 3.764,00 a R\$ 6.109,00 (23,4%), teremos uma maioria das famílias pertencente à classe média (72,2%). Completa o quadro geral as famílias que têm rendimento entre R\$ 889,00 e R\$ R\$ 1.417,00 (9,4%).

Intenção de compras para o Dia das Mães 2014

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio SC e pela FCDL-SC diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores. Na média, o consumo deste Dia das Mães será de R\$ 188,55 por pessoa, gasto maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2013, que havia sido de R\$ 151,39. Florianópolis tem o maior gasto do Estado: R\$ 192,90 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:



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

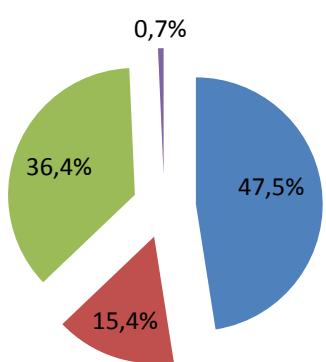
O crescimento da expectativa de gasto médio no Estado é bastante considerável (24,5%), acima da inflação do período, que foi de 6,15% segundo o IPCA do IBGE. Na origem do incremento real está em outro dado levantado pela pesquisa: a evolução da situação financeira das famílias. Os gráficos abaixo mostram que 41,7% das famílias declararam estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior, 41,4% apontaram que sua situação permaneceu igual e apenas 12,4% afirmaram que estão em pior situação.

O aumento da renda das famílias, mesmo que menor nesse início de 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 a seguir:

Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior

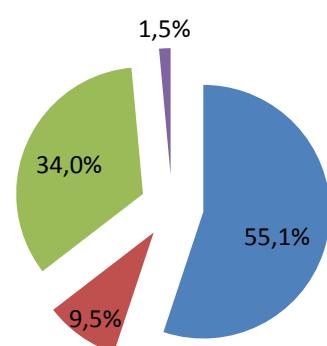
Blumenau

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



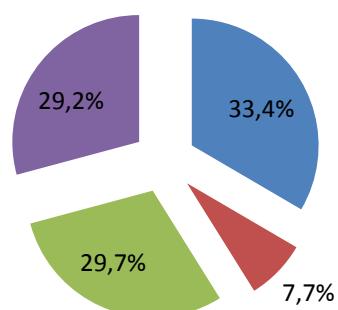
Chapecó

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



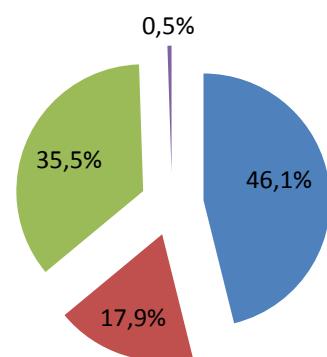
Criciúma

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



Florianópolis

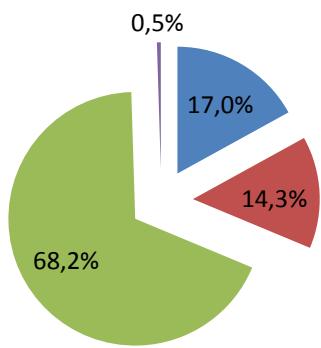
■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior

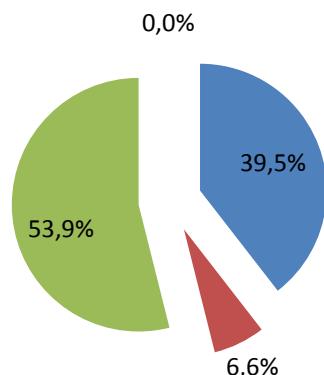
Joinville

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



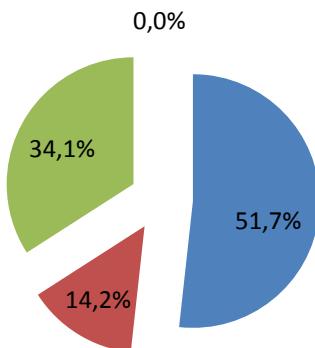
Lages

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



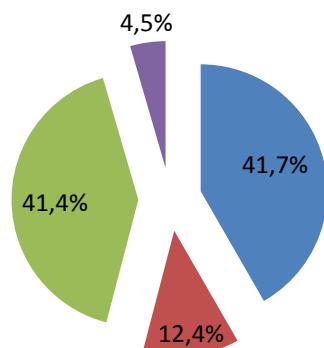
Itajaí

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



Santa Catarina

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



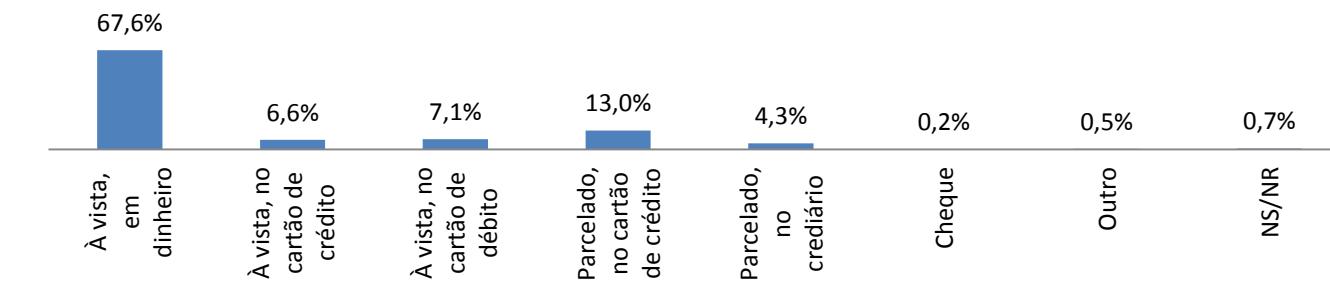
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Já em relação à forma de pagamento das compras, a maioria pretende pagá-las à vista. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (69,9%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra à vista no cartão de crédito (6,8%) e pela compra à vista no cartão de débito (6,2%), o que indica que os catarinenses estão pouco dispostos a endividar-se, procurando realizar quase que a totalidade de suas compras à vista.

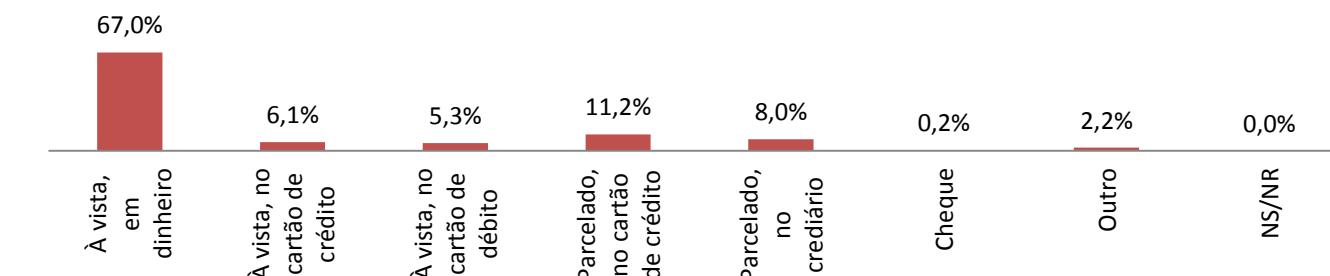
A intenção é bastante positiva, pois mostra uma maturidade por parte dos consumidores. Na hora de pensar os gastos de Dia das Mães, poucos pretendem comprar com base no crédito. Entretanto, isso demonstra apenas uma preferência do consumidor, já que as pesquisas de Resultado de Vendas demonstram que, 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 as compras de Dia das Mães?

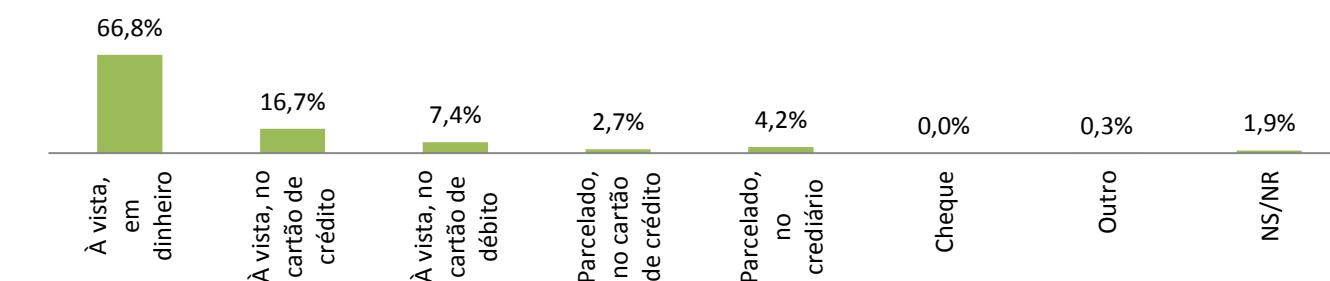
Blumenau



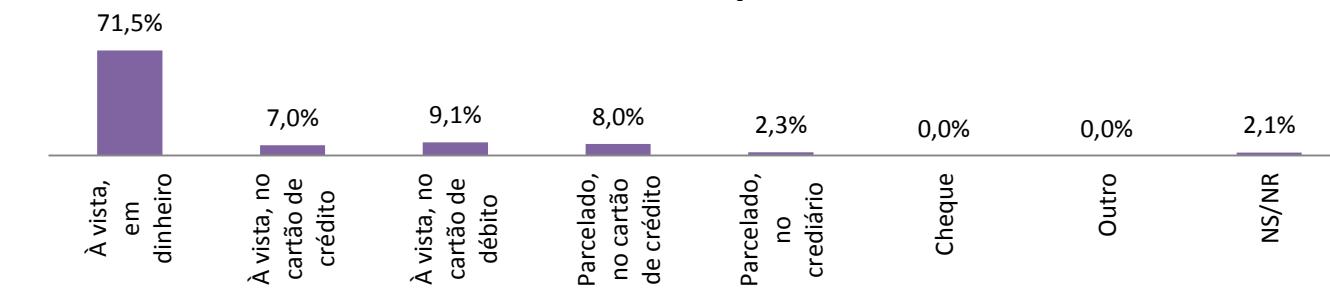
Chapéco



Criciúma

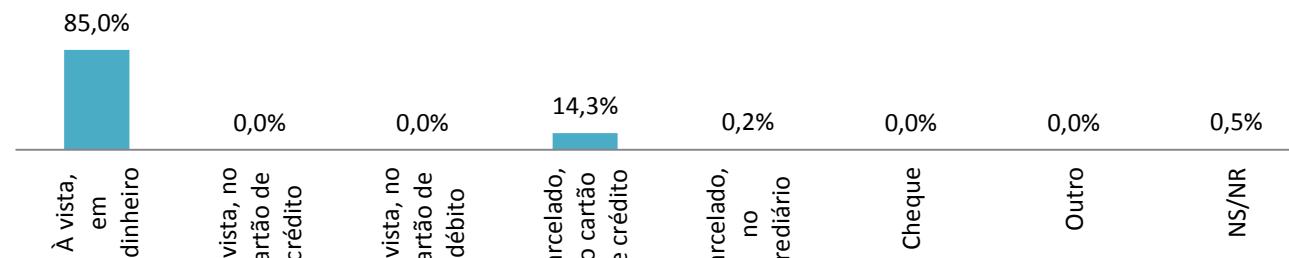


Florianópolis

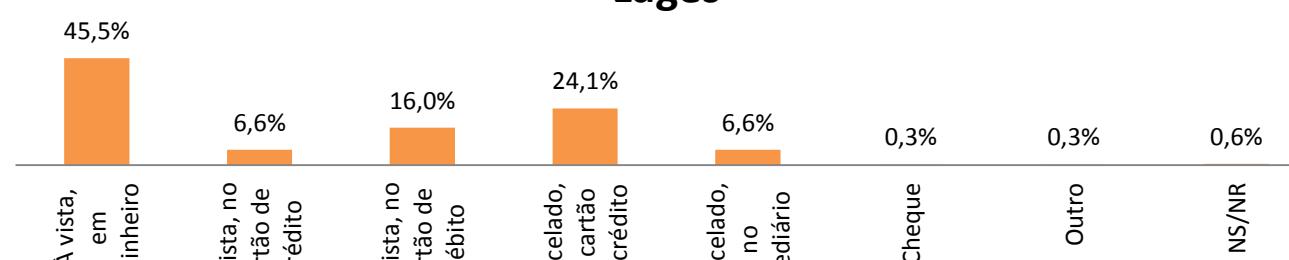


Como pretende pagar as compras de Dia das MÃes?

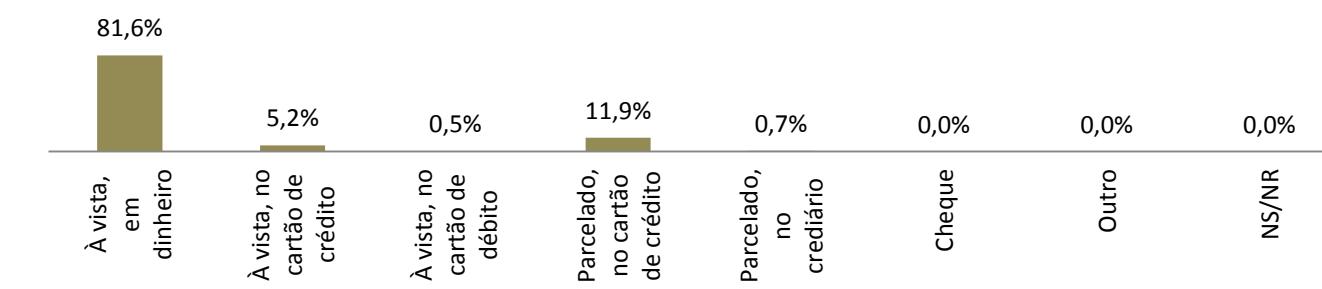
Joinville



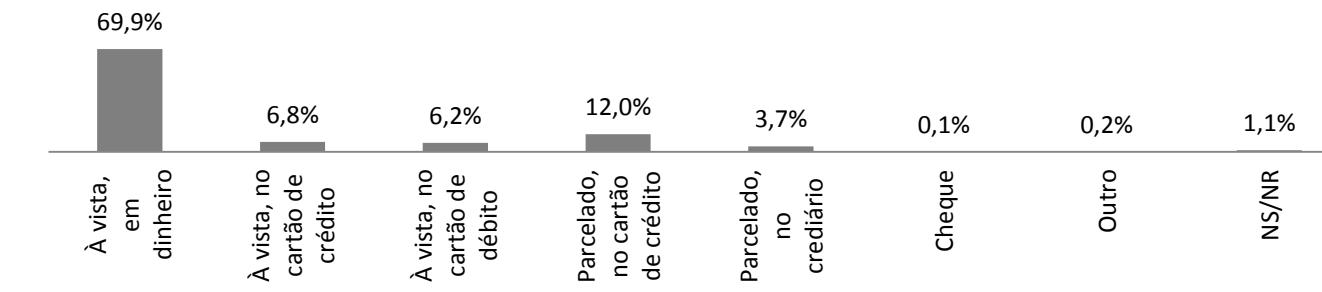
Lages



Itajaí



Santa Catarina

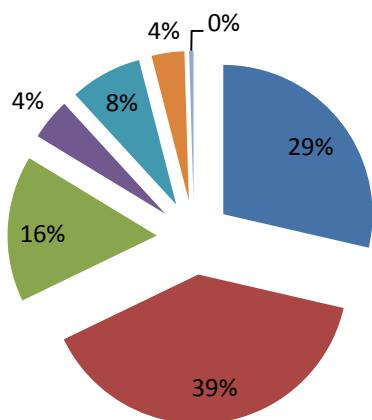


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomercio SC

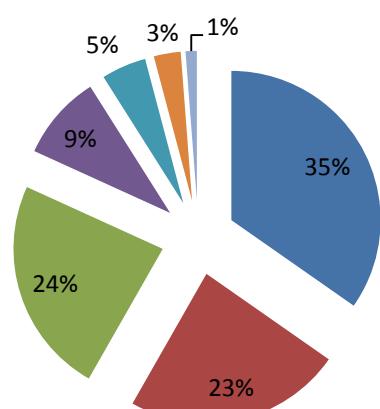
Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com as promoções é central (29%), seguido pelo preço dos produtos (28%) e pelo atendimento (25%), ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra é interessante. Na sequência aparece o resultado dividido por cidades:

Ação do comércio

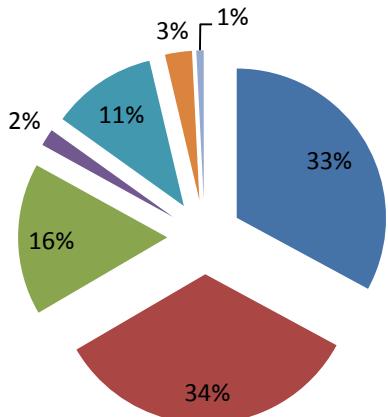
Blumenau



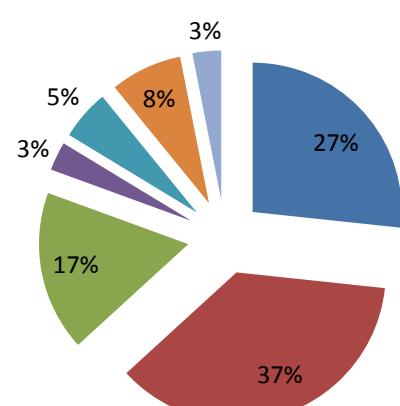
Chapecó



Criciúma

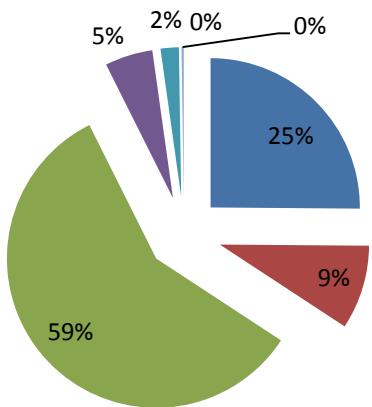


Florianópolis

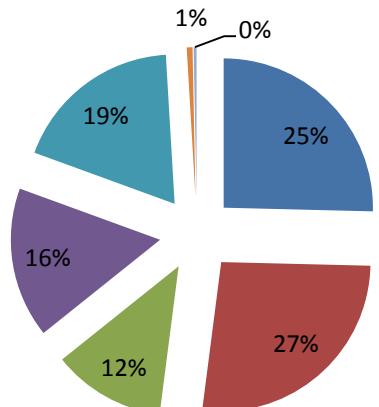


Ação do comércio

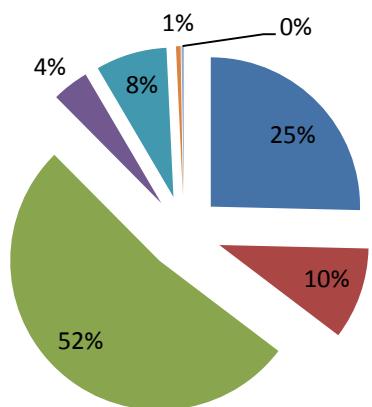
Joinville



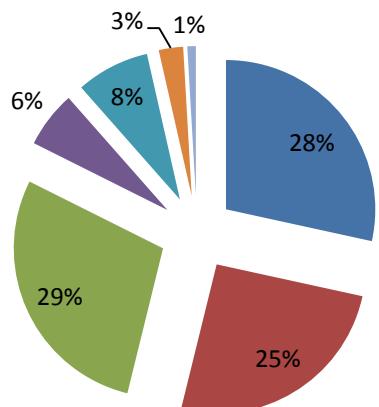
Lages



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 65,5% dos entrevistados irá realizar pesquisa de preÃo para o Dia das MÃes. Resultado que é semelhante em todas as cidades que compõem a pesquisa, mostrando uma forte tendÃencia do catarinense. Os dados por cidade podem ser vistos a seguir:

Realizará pesquisa de preo

Blumenau

■ Sim ■ Não



Chapéco

■ Sim ■ Não



Criciúma

■ Sim ■ Não



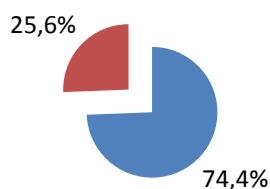
Florianópolis

■ Sim ■ Não



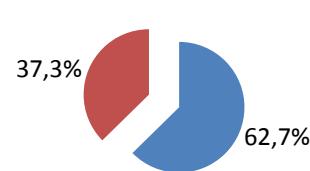
Joinville

■ Sim ■ Não



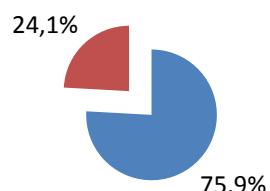
Lages

■ Sim ■ Não



Itajaí

■ Sim ■ Não



Santa Catarina

■ Sim ■ Não



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomercio SC

Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos catarinenses (64,9%), seguido pelos shoppings centers (23,2%). 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	60,5%	53,6%	62,1%	70,5%	47,0%	86,2%	79,4%	64,9%
Shopping	30,0%	20,6%	21,2%	18,1%	50,2%	1,5%	15,2%	23,2%
Internet	2,8%	1,2%	2,9%	2,3%	1,0%	0,9%	1,7%	1,9%
Revendedores de porta em porta/catálogo	0,7%	1,2%	2,7%	0,5%	0,0%	5,9%	1,5%	1,6%
Camelô	0,0%	2,7%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Outro	2,4%	6,1%	2,4%	1,0%	1,7%	0,3%	2,0%	2,3%
NS/NR	3,5%	14,6%	8,5%	7,5%	0,0%	4,9%	0,2%	5,6%

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 e a FCDL-SC perguntaram qual seria o presente comprado pelos catarinenses para seus pais. Nota-se que a principal parte dos consumidores presenteará produtos relacionados ao setor de vestuário (42,3%), seguido pelo setor de perfumes (13%) e pelo de calçados (8,1%). Uma parcela considerável dos consumidores (18,6%) ainda está indecisa quanto ao presente. Abaixo a questão pode ser vista com maior nível de detalhamento:

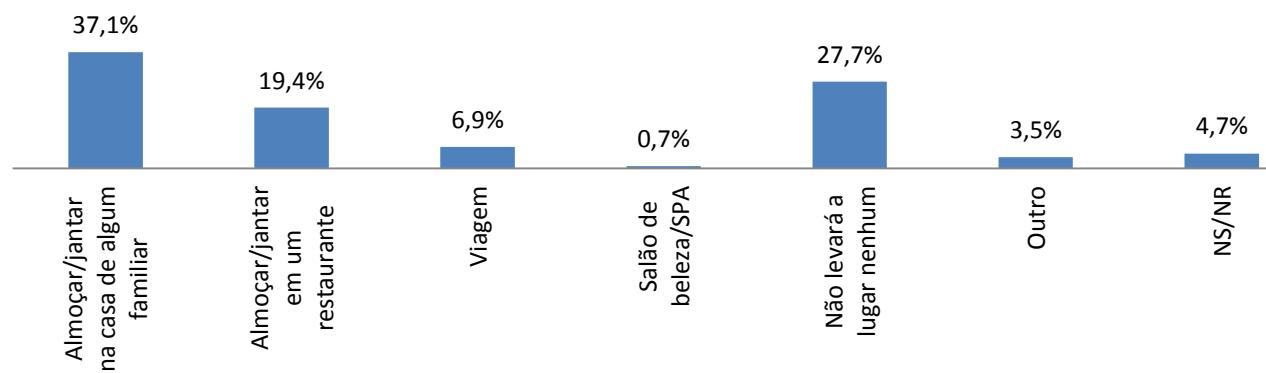
Tipo de presente	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Vestuário	34,8%	35,9%	45,1%	30,3%	47,5%	48,8%	55,5%	42,3%
Calçados/Bolsas	9,0%	8,5%	6,9%	6,7%	5,4%	9,6%	10,9%	8,1%
Perfume/Cosméticos	20,8%	10,9%	14,9%	9,3%	13,5%	12,2%	9,0%	13,0%
Eletrodomésticos	8,7%	7,0%	3,7%	7,8%	3,7%	14,1%	9,5%	7,7%
Celulares/Smarts	1,2%	0,5%	0,5%	1,6%	0,0%	1,9%	0,5%	0,8%
Flores	6,1%	8,0%	1,3%	3,6%	1,7%	2,2%	2,7%	3,8%
Bijuteria	2,1%	0,5%	1,1%	2,3%	0,7%	0,9%	0,5%	1,2%
Jóias	3,5%	2,7%	2,9%	2,8%	2,7%	0,6%	1,7%	2,5%
Artigos de decoração	3,1%	2,2%	1,6%	2,8%	1,7%	1,5%	0,5%	1,9%
NS/NR	10,6%	23,8%	22,0%	32,6%	22,9%	7,7%	9,2%	18,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

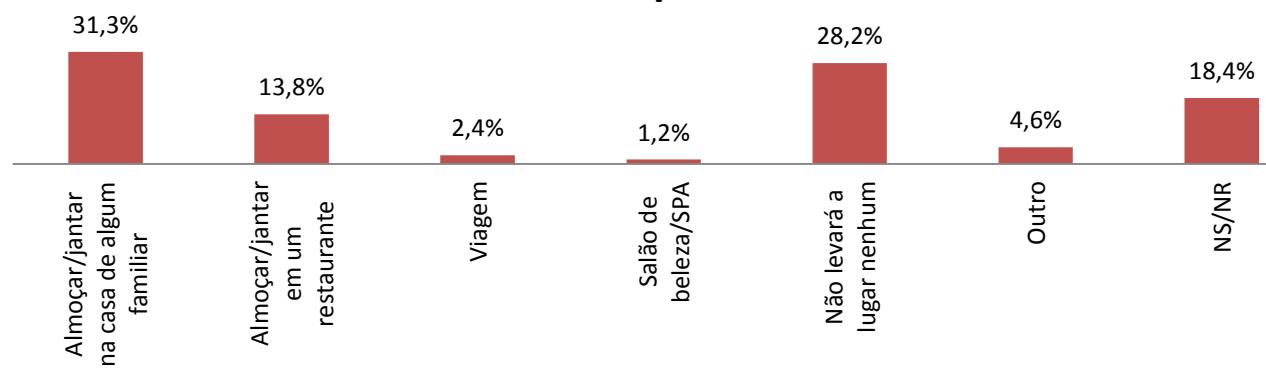
Além de movimentar o comércio tradicional, o Dia das MÃes também traz impactos para o setor de serviços. É grande o nÃmero de famílias que aproveita o dia para realizar alguma programação especial. No Estado, 50,7% dos entrevistados irão almoçar ou jantar na casa de parentes, seguidos pelos 16,4% que irão sair para almoçar ou jantar em algum restaurante. Tambérm é grande o percentual de pessoas que não irá realizar programa algum (19,9%), 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 dia?

Blumenau

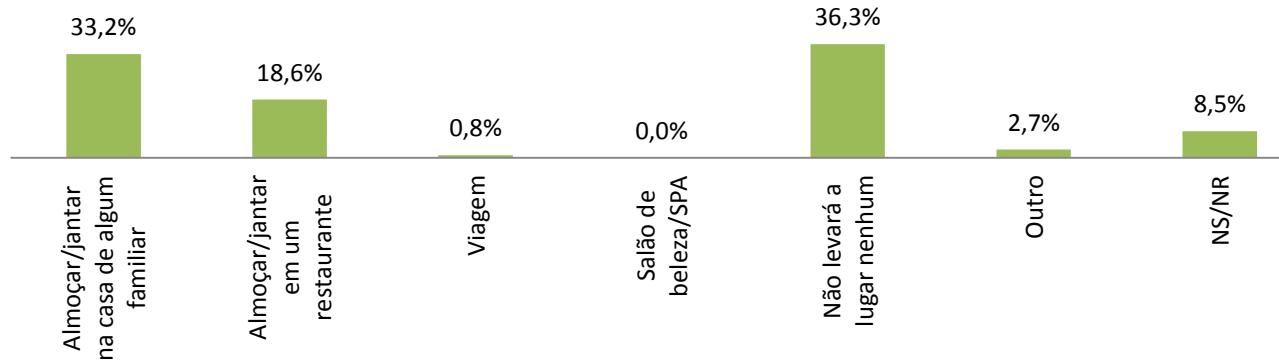


Chapecó

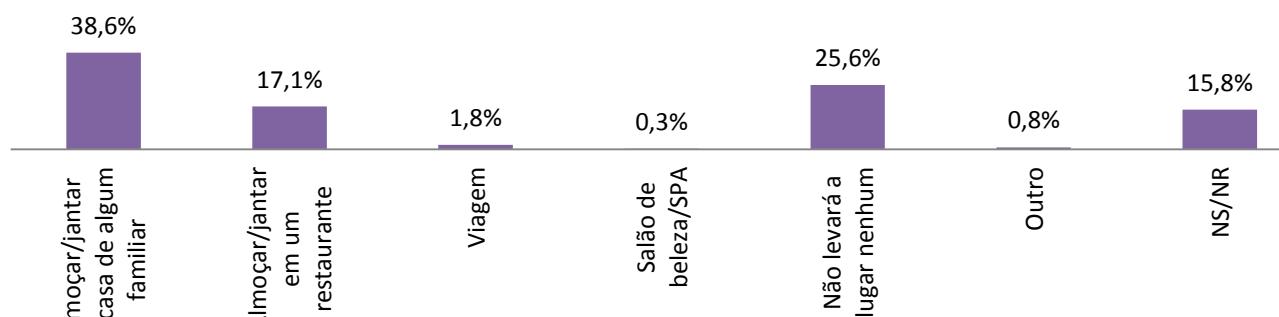


Vai realizar algum passeio com a mÃe durante o dia?

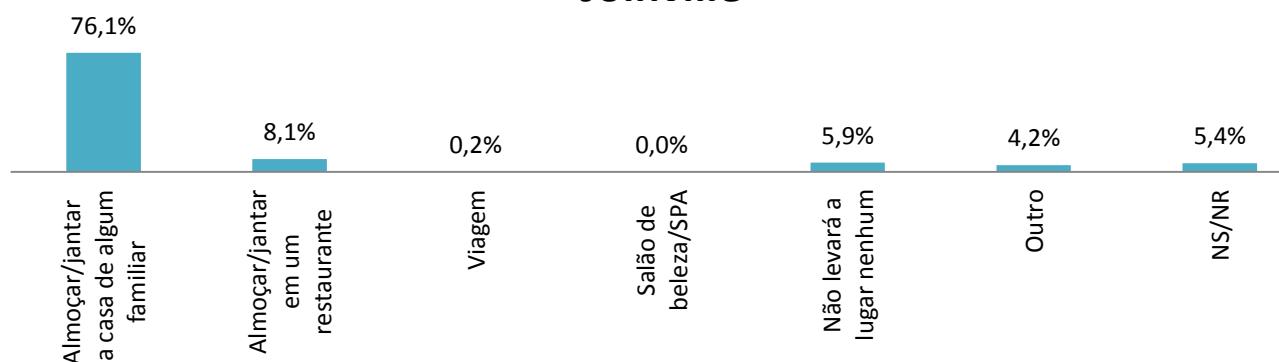
Criciúma



Florianópolis



Joinville

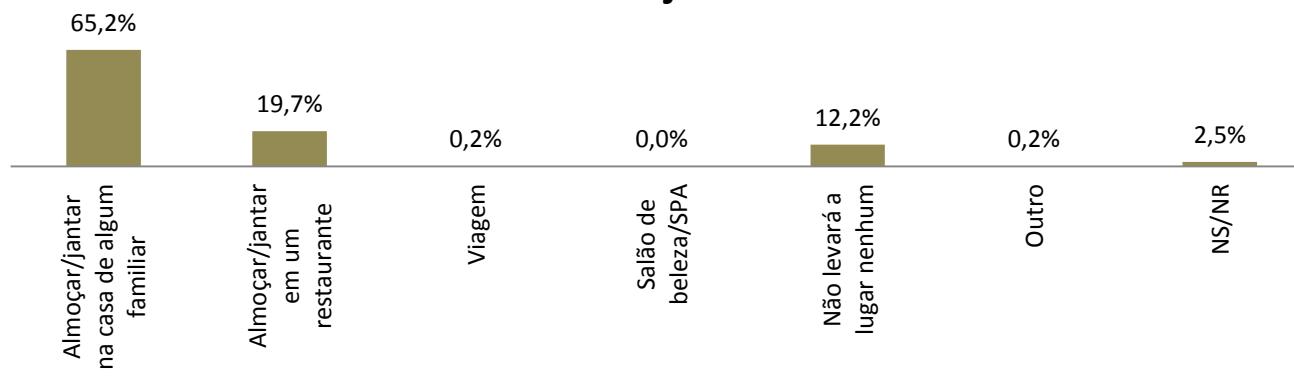


Vai realizar algum passeio com a mÃe durante o dia?

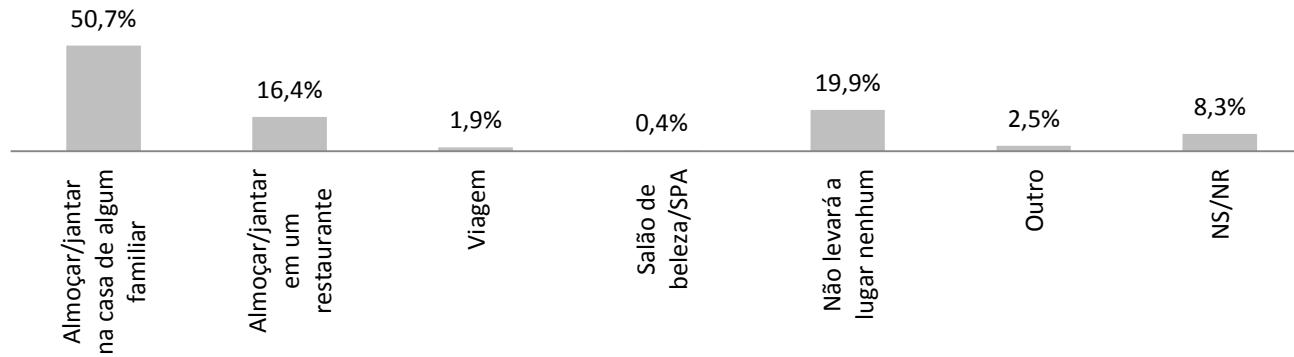
Lages



Itajaí



Santa Catarina



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomercio SC

Para finalizar, a Fecomércio SC e a FCDL-SC indagaram o motivo para a escolha da programação especial, sendo que a conveniência para a presença de familiares prevaleceu (70,1%), seguido pelo lugar que a mãe escolheu (8%). O item outro também se destaca (15,2%). Abaixo é possível observar a questão com maior detalhe:

Qual o motivo da escolha do lugar?	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Santa Catarina
Conveniência para a presença de familiares	37,8%	10,0%	34,0%	18,4%	1,5%	77,7%	70,1%
Lugar que a mãe escolheu	14,9%	7,5%	11,7%	9,3%	6,4%	16,0%	8,0%
Preço	3,8%	20,4%	1,3%	1,8%	3,4%	0,3%	0,2%
Atendimento	4,3%	14,3%	6,4%	3,6%	1,5%	2,5%	1,2%
Outro	6,1%	11,7%	4,2%	18,1%	45,1%	1,6%	15,2%
NS/NR	33,1%	36,2%	42,4%	48,7%	42,1%	1,9%	5,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Conclusão

Os catarinenses que comprarão para o Dia das Mães, principalmente, produtos relacionados ao vestuário e perfumes, neste ano, são majoritariamente mulheres adultas, pertencentes à classe média e assalariadas com carteira assinada. O comércio de rua e os shoppings serão os principais destinos destes consumidores, que têm intenção de pagar suas compras à vista.

Já a expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 188,55, consideravelmente superior ao gasto médio prospectado em 2013, que havia sido de R\$ 151,39. Aqui a evolução da renda tem um papel fundamental, já que a percepção de melhor situação financeira por parte das pessoas gera um otimismo em relação às datas especiais.

Entretanto, os dados de consumo das famílias estão mostrando que esse maior otimismo das famílias em relação à sua situação financeira não vem se consolidando em crescimento forte das vendas. Os dados mostram que, desde o início do ano, as vendas em Santa Catarina apresentam desaceleração, o que traz um cenário não tão otimista para o Dia das Mães deste ano.



Federação do Comércio de Bens, Serviços
e Turismo de Santa Catarina

Rua Felipe Schmidt 785 / 5º andar - Centro
CEP 88010-002 - Florianópolis / SC
48 3229 1000 - www.fecomercio-sc.com.br



*Federação das Câmaras
de Dirigentes Lojistas
de Santa Catarina*

Rua Rafael Bandeira, 41 - Centro
CEP 88015-450 - Florianópolis / SC
48 3251 5100 - www.fcdl-sc.org.br