



**PESQUISA FECOMÉRCIO E FCDL**  
Intenção de Compras - Dia dos Namorados 2014

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina  
Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas de Santa Catarina

# Intenção de compras para o Dia dos Namorados de 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 dos Namorados 2014 .....	7
Conclusão .....	18

## Introdução

O Dia dos Namorados traz um importante incremento na movimentação econômica de praticamente todos os setores do comércio. A data, hoje, já é a terceira em maior movimentação do comércio, perdendo apenas para o Natal e para o Dia das Mães. Por isso, a Fecomércio SC e a FCDL/SC realizaram uma pesquisa para conhecer o perfil das pessoas que compram nessa data e, assim, orientar os empresários do setor com relação ao período. O estudo também pretende revelar as principais tendências de consumo nas compras para a data.

A amostra foi de 2.871 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 14 e 16 de maio 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 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 1,83 e 5,11 pontos percentuais entre os municípios, com média de 4,84%.

Foram aplicadas 16 perguntas, sendo 15 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e uma 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	55,0%	64,5%	58,5%	50,8%	52,8%	73,0%	52,0%	58,0%
Masculino	45,0%	35,5%	41,5%	49,2%	47,2%	27,0%	48,0%	42,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	50,4%	41,9%	45,0%	35,5%	22,5%	71,4%	36,5%	42,8%
De 26 a 35 anos	25,6%	34,0%	31,9%	31,2%	31,1%	24,0%	36,2%	30,7%
De 36 a 45 anos	12,5%	15,4%	13,3%	18,4%	27,2%	4,4%	17,7%	15,7%
De 46 a 55 anos	9,1%	6,1%	5,7%	10,4%	13,8%	0,3%	7,4%	7,6%
De 56 a 65 anos	2,5%	1,8%	3,2%	3,3%	4,9%	0,0%	1,7%	2,5%
66 anos ou mais	0,0%	0,7%	1,0%	1,2%	0,5%	0,0%	0,5%	0,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Fundamental incompleto	2,5%	6,4%	2,9%	3,5%	0,2%	0,3%	11,3%	4,0%
Fundamental completo	5,4%	11,6%	3,7%	7,6%	2,2%	4,1%	9,1%	6,4%
Médio incompleto	3,2%	14,5%	8,8%	7,1%	3,2%	11,4%	12,1%	8,7%
Médio completo	32,2%	21,9%	43,5%	50,4%	53,8%	45,2%	49,8%	42,0%
Superior incompleto	33,4%	20,4%	21,9%	17,5%	9,1%	28,1%	8,6%	19,7%
Superior completo	16,7%	12,5%	15,0%	12,8%	30,9%	10,4%	8,9%	15,3%
Mestrado	1,7%	0,9%	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%
Doutorado	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Especialização	4,7%	11,2%	3,9%	1,20%	0,0%	0,5%	0,2%	3,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

## Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Carteira assinada	67,1%	65,4%	67,1%	51,5%	60,0%	52,6%	63,3%	61,1%
Aposentado	1,5%	2,2%	2,9%	1,9%	4,4%	0,0%	2,2%	2,2%
Autônomo	11,1%	5,9%	10,8%	18,7%	12,1%	5,2%	15,5%	11,4%
Desempregado	3,7%	2,9%	5,4%	5,2%	0,0%	1,6%	5,4%	3,5%
Do lar	0,7%	2,4%	1,0%	1,4%	8,4%	2,2%	8,4%	3,5%
Empresário	6,9%	2,6%	6,9%	11,1%	1,7%	2,7%	2,7%	5,0%
Estagiário	2,7%	5,0%	1,2%	1,2%	0,2%	3,5%	0,0%	2,0%
Estudante	2,7%	7,2%	2,5%	4,7%	0,7%	19,1%	0,7%	5,2%
NS/NR	3,7%	6,1%	2,2%	4,3%	12,3%	13,1%	1,7%	6,1%
Outro	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

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	1,0%	7,2%	1,0%	5,0%	0,0%	1,1%	0,0%	2,3%
De R\$ 889 a R\$ 1.417	9,1%	16,4%	13,8%	18,4%	0,0%	18,3%	5,9%	11,7%
De R\$ 1.418 a R\$ 3.763	31,9%	54,4%	51,6%	49,9%	49,6%	48,2%	64,0%	50,1%
De R\$ 3.764 a R\$ 6.109	34,2%	14,5%	25,6%	17,5%	29,4%	20,2%	20,2%	22,9%
De R\$ 6.110 a R\$ 7.965	10,8%	1,3%	2,7%	3,3%	1,0%	1,4%	3,4%	3,4%
Mais de R\$ 7.965	8,6%	1,5%	5,4%	3,1%	2,2%	6,5%	3,0%	4,2%
Recusa	4,4%	4,6%	0,0%	2,8%	17,8%	4,4%	3,4%	5,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

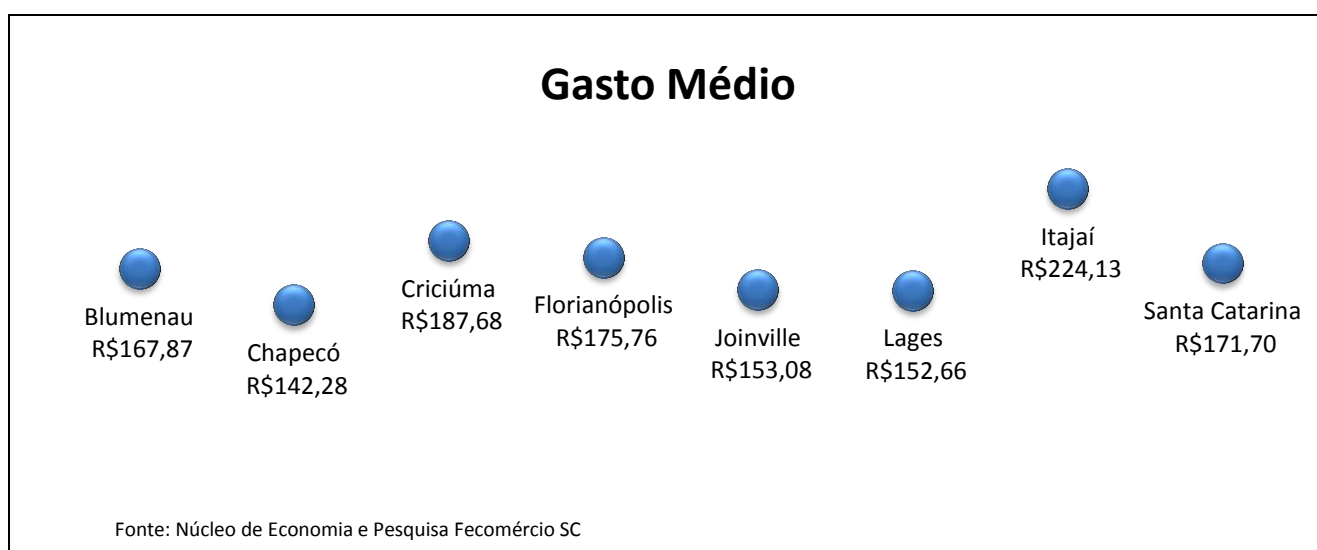
Os dados acima mostram que o consumidor do Dia dos Namorados deste ano é formado, majoritariamente, por mulheres (58,0%) jovens, com idade entre 18 e 25 anos (42,8%). Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores, a maioria tem ensino médio completo (42,0%) ou grau de instrução maior que isso, como ensino superior incompleto (19,7%) e superior completo (15,3%).

A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (61,1%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.418 a R\$ 3.763 (50,1%), além de famílias que ganham entre R\$ 3.764,00 a R\$ 6.109,00 (22,9%), ou seja, a maioria das famílias pertence à classe média (73%). Completa o quadro geral as famílias que têm rendimento entre R\$ 889,00 e R\$ R\$ 1.417,00 (11,7%).

## Intenção de compras para o Dia dos Namorados 2014

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela pesquisa diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores. Desta maneira, na média, o consumo deste Dia dos Namorados será de R\$ 171,70 por pessoa. Gasto maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2013, que havia sido de R\$ 151,19. O destaque fica por conta de Itajaí com o maior gasto do Estado: R\$ 224,13 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\$ 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

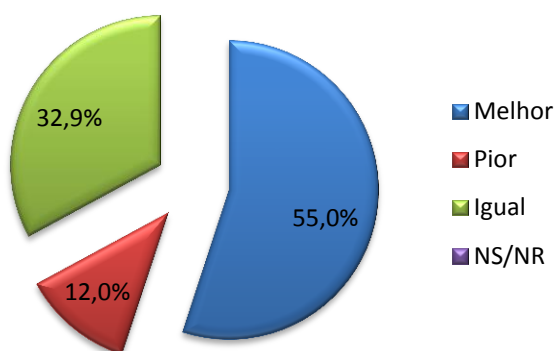
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O crescimento da expectativa de gasto médio no Estado é bastante considerável (13,6%), acima da inflação do período, que foi de 6,2% segundo o IPCA do IBGE. Desta maneira, na origem do incremento real está outro dado levantado pela pesquisa: a evolução da situação financeira das famílias. Os gráficos abaixo mostram que 48,8% das famílias de Santa Catarina declararam estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior, 33,8% apontaram que sua situação permaneceu igual e apenas 15,8% afirmaram que estão em pior situação.

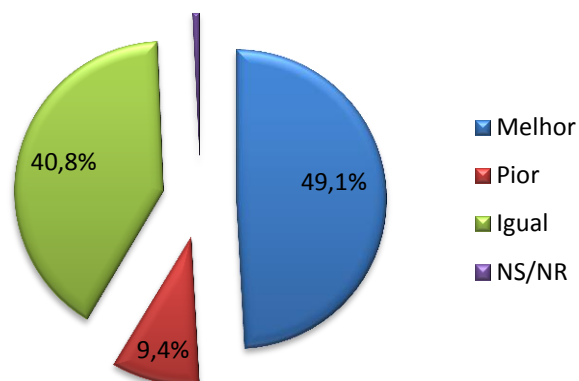
Assim, é claro que o aumento da renda das famílias, mesmo que menor nesse início de ano, traz uma maior confiança na prospecção de gastos para o Dia dos Namorados, tornando possível um crescimento das vendas no período. O cenário é muito parecido entre todas as cidades, como também pode ser visto abaixo:

**Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior**

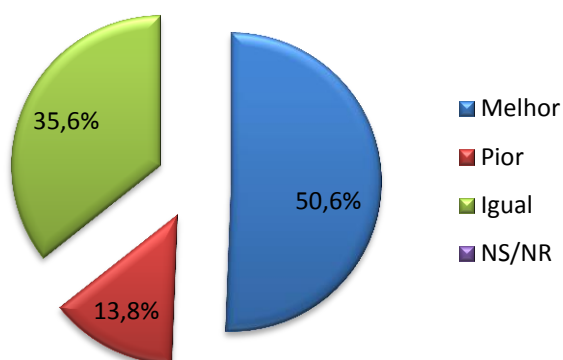
**Blumenau**



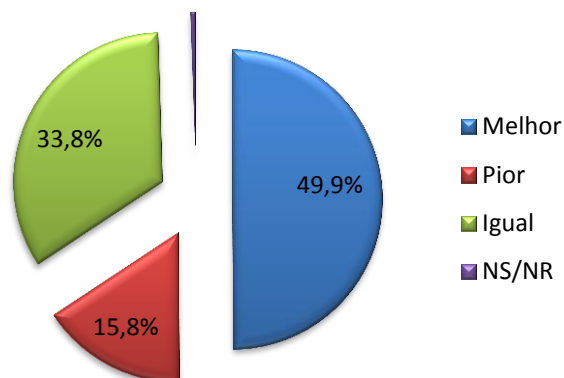
**Chapecó**



**Criciúma**

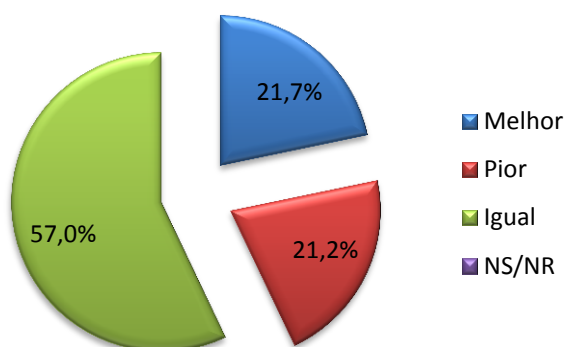


**Florianópolis**

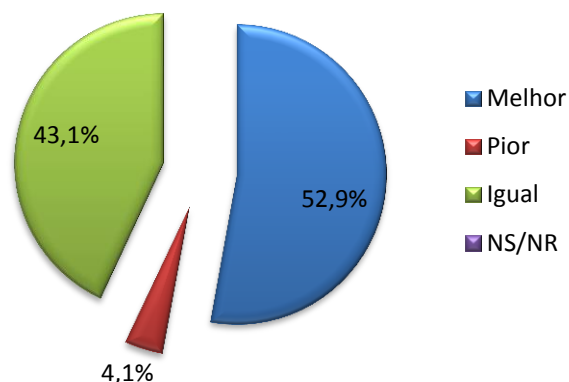




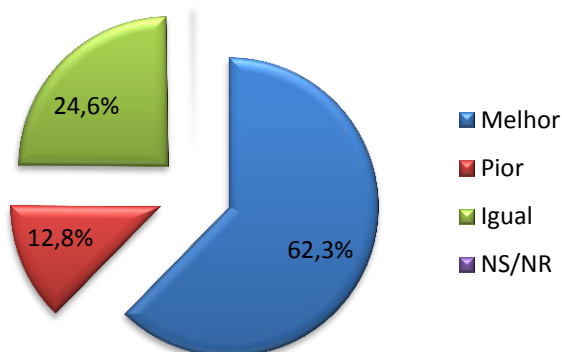
### Joinville



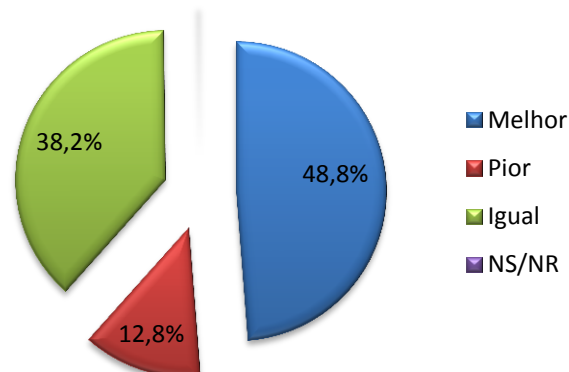
### Lages



### Itajaí



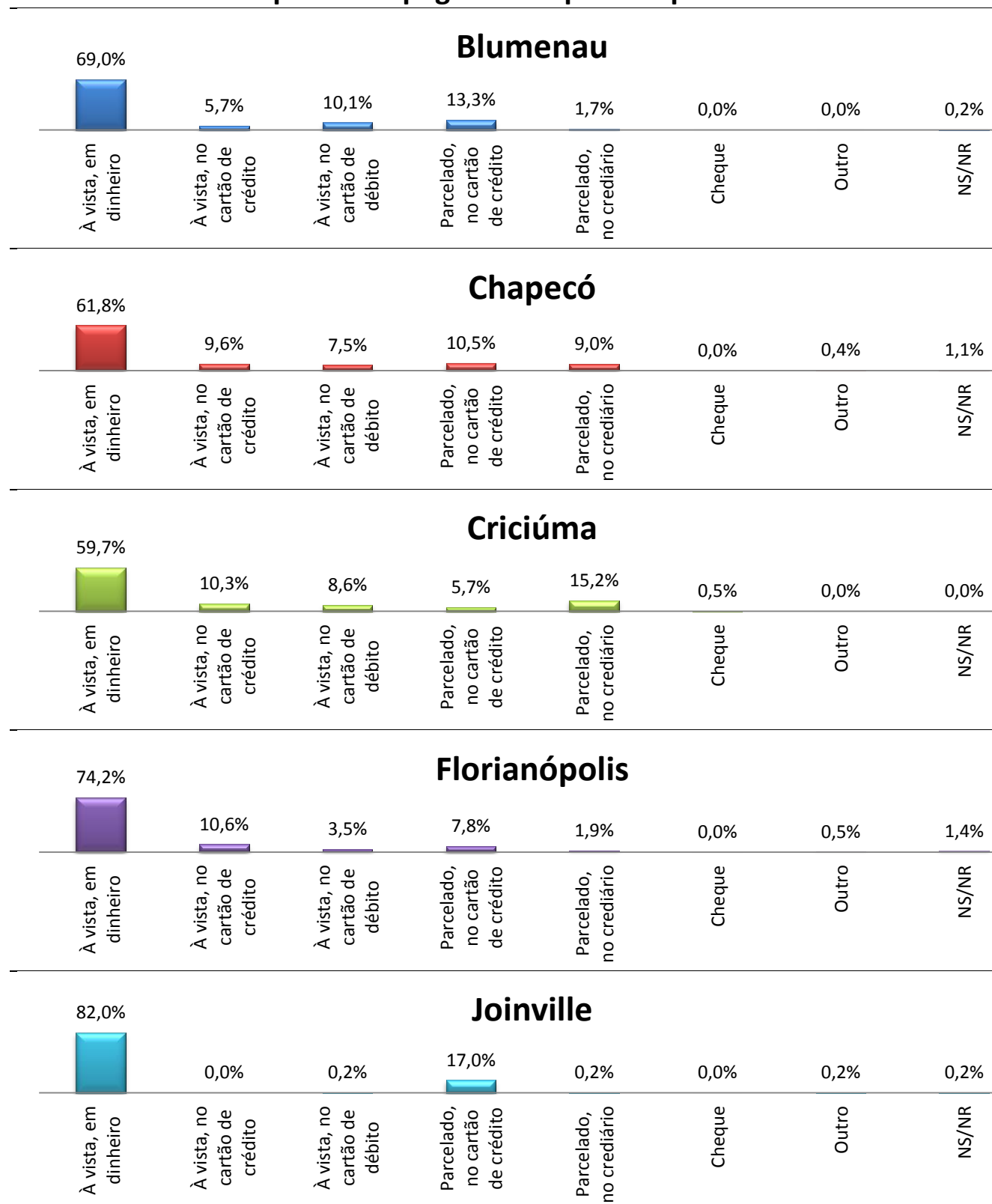
### Santa Catarina

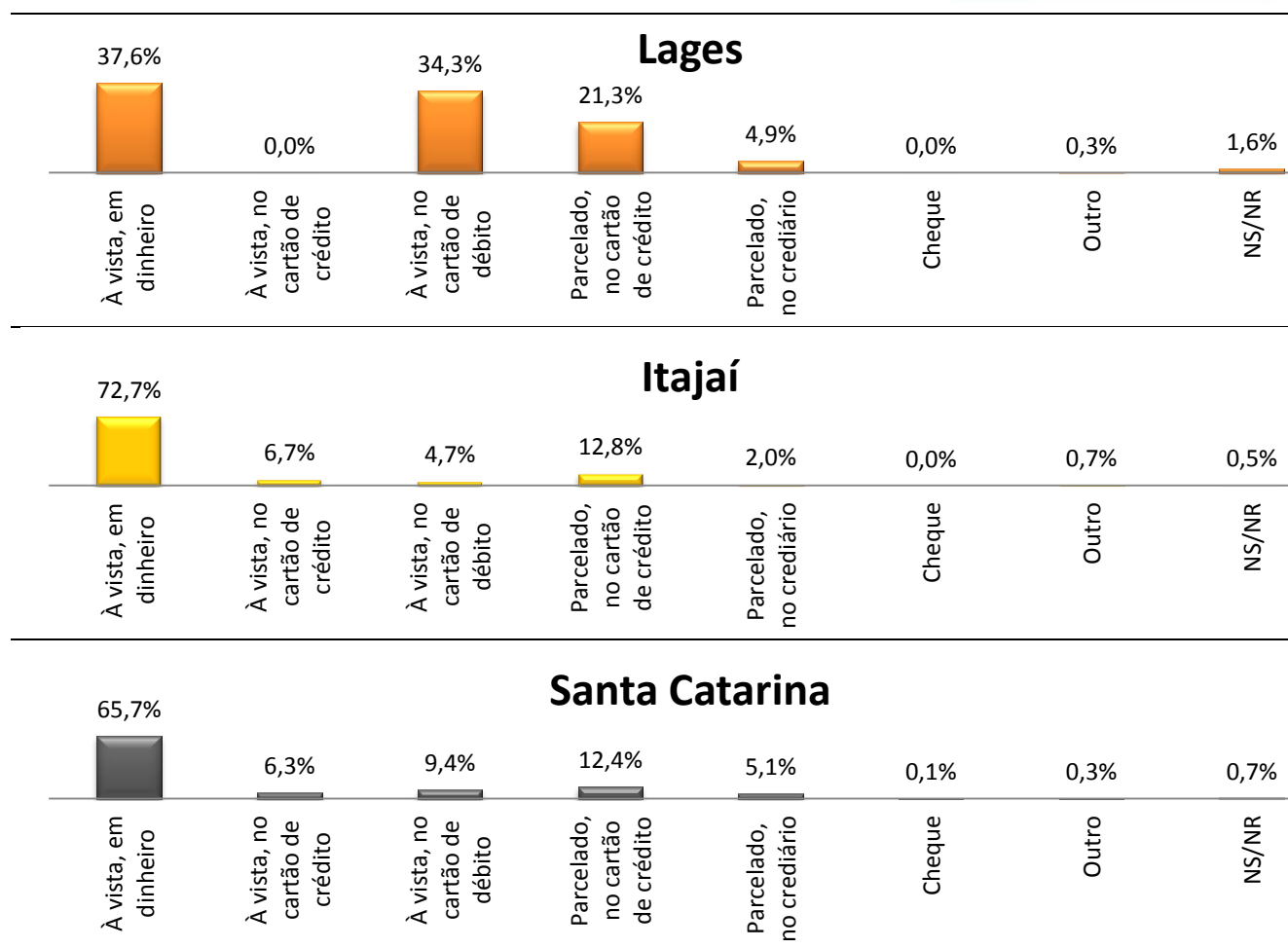


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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 (65,7%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra parcelada no cartão de crédito (12,4%) e pela compra à vista no cartão de débito (9,4%). Desta maneira, os catarinenses estão pouco dispostos a endividar-se, procurando realizar quase que a totalidade de suas compras à vista. Contribui para isso o já elevado nível de endividamento familiar. Abaixo seguem os dados desagregados por municípios entrevistados:

## Como pretende pagar a compra dos presentes?



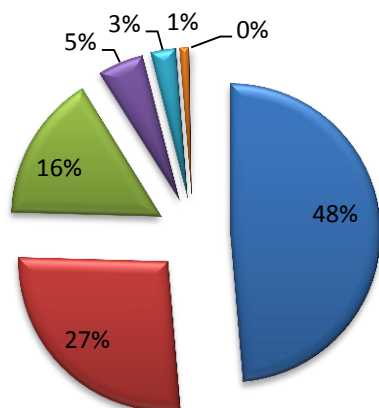


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para o empresário, também é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com o atendimento é central (32%), seguido pelo preço (28%) e pelas promoções (23%). 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



Atendimento

Preço

Promoção

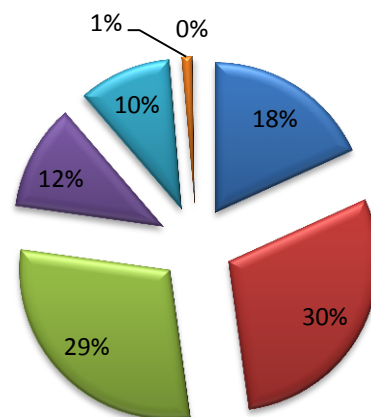
Variedade de  
marcas

Facilidade no  
pagamento

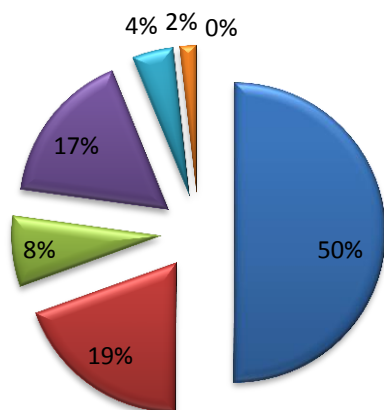
Outro

NS/NR

### Chapecó



### Criciúma



Atendimento

Preço

Promoção

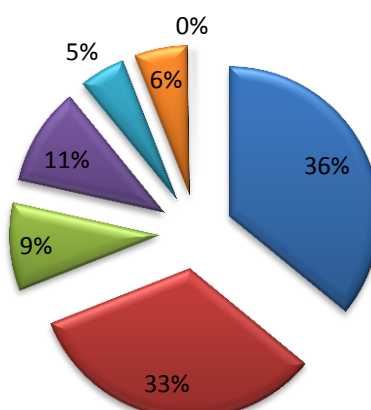
Variedade de  
marcas

Facilidade no  
pagamento

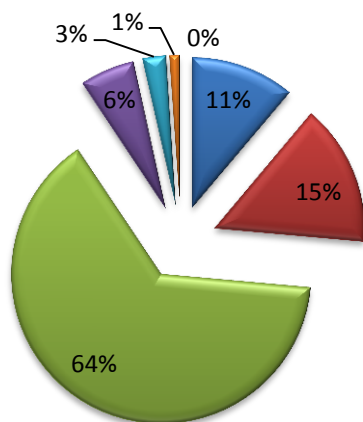
Outro

NS/NR

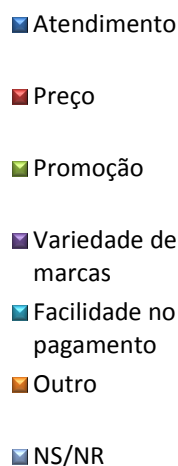
### Florianópolis



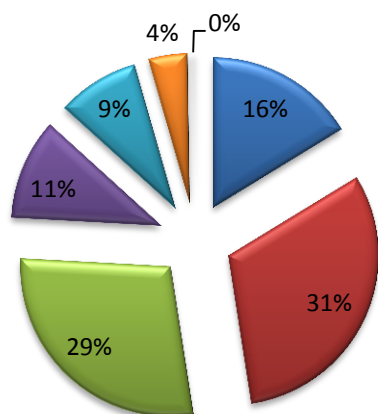
### Joinville



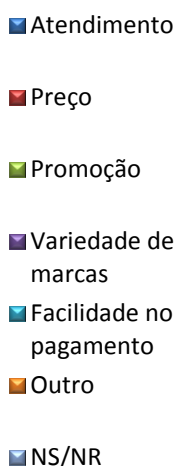
### Lages



### Itajaí



### Santa Catarina



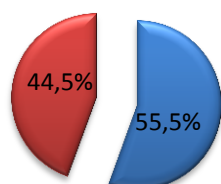
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 63,1% dos entrevistados irão 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 na busca por economizar. Os dados por cidade podem ser vistos abaixo:

## Realizará pesquisa de preço

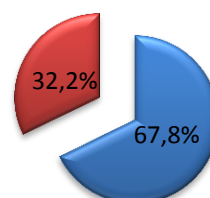
### Blumenau

■ Sim ■ Não



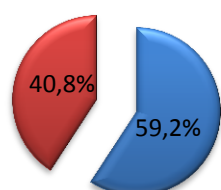
### Chapecó

■ Sim ■ Não



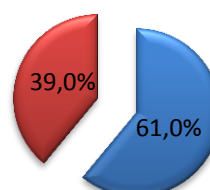
### Criciúma

■ Sim ■ Não



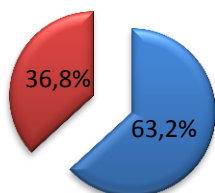
### Florianópolis

■ Sim ■ Não



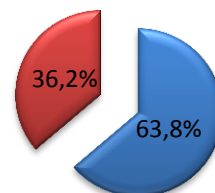
## Joinville

Sim Não



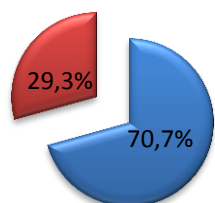
## Lages

Sim Não



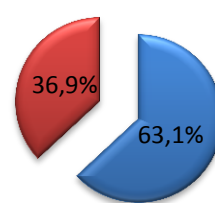
## Itajaí

Sim Não



## Santa Catarina

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 (62,4%), seguido pelo shopping (30,8%) e pela internet (2,6%).

Local de compra	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Comércio de rua	50,4%	56,1%	72,7%	57,0%	27,2%	94,3%	83,3%	62,4%
Shopping	44,7%	33,6%	19,9%	32,9%	67,7%	0,8%	12,8%	30,8%
Internet	2,9%	2,4%	3,4%	5,2%	1,5%	0,3%	2,5%	2,6%
Revendedores de porta em porta/ catálogo	0,2%	0,7%	2,0%	1,2%	0,2%	2,2%	0,5%	1,0%
Camelô	0,0%	0,4%	0,2%	0,7%	0,0%	0,3%	0,5%	0,3%
Outro	1,2%	3,1%	1,5%	0,9%	3,0%	0,3%	0,5%	1,5%
NS/NR	0,5%	3,7%	0,2%	2,1%	0,5%	1,9%	0,0%	1,3%

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 e a FCDL/SC perguntaram qual seria o presente comprado pelos catarinenses para seus namorados. Nota-se que a principal parte dos consumidores presenteará

produtos relacionados ao setor de vestuário (45,4%), seguido pelo setor de perfume/cosmético (18,7%) e pelos calçados/bolsas (10,0%). Abaixo a questão pode ser vista com maior nível de detalhamento:

Tipo de presente	Blumenu	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
<b>Vestuário</b>	45,7%	42,5%	47,9%	41,1%	39,5%	54,2%	47,8%	45,4%
<b>Perfume/cosmético</b>	20,4%	26,5%	13,5%	17,0%	24,7%	16,6%	10,8%	18,7%
<b>Calçado/bolsa</b>	12,3%	10,5%	8,6%	8,0%	8,9%	6,8%	14,3%	10,0%
<b>Joias</b>	2,0%	5,0%	7,4%	4,5%	6,4%	1,4%	4,4%	4,5%
<b>Flores</b>	5,9%	1,5%	3,2%	4,7%	1,7%	0,8%	1,0%	2,7%
<b>Livro</b>	5,2%	0,9%	2,9%	3,3%	1,0%	0,3%	0,2%	2,0%
<b>Celular</b>	2,0%	1,3%	3,2%	2,8%	0,7%	1,1%	1,7%	1,8%
<b>Eletrodoméstico</b>	1,0%	0,7%	2,0%	1,2%	1,2%	0,8%	2,7%	1,4%
<b>Artigo de decoração</b>	0,0%	0,4%	1,5%	0,9%	0,2%	0,0%	0,7%	0,6%
<b>Bijuterias</b>	0,0%	0,2%	0,5%	0,5%	0,2%	0,3%	0,0%	0,2%
<b>Outro</b>	3,2%	5,3%	8,1%	7,8%	13,6%	15,3%	4,7%	8,1%
<b>NS/NR</b>	2,5%	5,0%	1,2%	8,0%	1,7%	2,5%	11,6%	4,7%
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.								

Além de movimentar o comércio tradicional, a Páscoa também traz impactos para o setor de serviços. É bom saber o número de famílias que vão aproveitar a data para passear. A maioria dos entrevistados afirmou que irão almoçar/jantar em um restaurante (47,0%). Entretanto um número expressivo disse que não levará a lugar nenhum (27,9%), como pode ser visualizado na tabela abaixo:

Passeio	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Almoçar/jantar em um restaurante	54,1%	45,0%	44,7%	38,3%	48,9%	61,3%	38,9%	47,0%
Não levará a lugar nenhum	20,4%	21,7%	40,0%	43,7%	14,8%	21,8%	32,0%	27,9%
Viagem	7,1%	1,8%	6,6%	4,3%	1,2%	4,9%	3,0%	4,1%
Hotel/motel	4,4%	3,7%	1,2%	0,7%	0,7%	5,4%	0,7%	2,4%
Salão de beleza/SPA	0,0%	0,4%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Outro	4,2%	13,2%	4,4%	5,0%	7,9%	1,9%	5,2%	6,1%
NS/NR	9,8%	14,3%	2,7%	7,8%	26,4%	4,6%	20,2%	12,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



Para finalizar, a pesquisa indagou o motivo do passeio, sendo que a escolha por um local romântico prevaleceu (22,00%), seguida pelo lugar que o(a) namorado(a) escolheu (18,4%) e pelo atendimento (11,2%). Abaixo é possível observar a questão com maior detalhe:

Qual o motivo da viagem?	Blumenu	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Local romântico	24,1%	14,0%	17,7%	21,1%	13,3%	72,5%	7,7%	22,0%
Lugar que o(a) namorado(a) escolheu	25,1%	13,2%	20,1%	16,6%	22,7%	5,4%	21,6%	18,4%
Atendimento	7,4%	15,6%	11,5%	18,1%	9,4%	13,6%	5,2%	11,2%
Preço	1,5%	7,2%	4,4%	4,5%	1,0%	0,7%	3,2%	3,4%
Outro	14,0%	14,9%	4,7%	14,3%	25,4%	5,4%	6,7%	12,5%
NS/NR	27,8%	35,1%	41,5%	25,3%	28,1%	2,5%	55,6%	32,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

## Conclusão

Os catarinenses que comprarão principalmente vestuário neste Dia dos Namorados são, majoritariamente, mulheres jovens, pertencentes à classe média e que têm 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 em dinheiro.

Já a expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 171,70, consideravelmente superior ao gasto médio prospectado pelas famílias do Estado em 2013, que havia sido de R\$ 156,19. Aqui a evolução da renda tem um papel fundamental, já que a percepção de melhor situação financeira por parte das famílias gera um otimismo em relação às datas especiais.

Entretanto, mesmo com uma situação financeira melhor ou igual, a busca pelas promoções e pelo melhor preço continuarão sendo a tônica deste Dia dos Namorados para os catarinenses, fator que a pesquisa demonstra com clareza.

A expectativa é de que as vendas não apresentem incremento considerável, tendo em vista o resultado recente do Dia das Mães (queda de 0,9% no faturamento do comércio). A inflação elevada, concentrada nos alimentos e nos serviços, vem corroendo o poder de compra das famílias de renda mais modesta, impactando no comércio catarinense, situação que tende a se repetir neste Dia dos Namorados.



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



Rua Rafael Bandeira, 41 - Centro  
CEP 88015-450 - Florianópolis / SC  
48 3251 5100 - [www.fcdl-sc.org.br](http://www.fcdl-sc.org.br)