



PESQUISA FECOMÉRCIO E FCDL
Intenção de compras - Dia dos Pais 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 Pais 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 Pais 2014	7
Conclusão	17

Introdução

O Dia dos Pais é mais uma data especial 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 um melhor aproveitamento deste maior movimento.

A amostra foi de 2.800 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 21 e 23 de julho 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 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 dos Pais em Santa Catarina, abaixo seguem alguns dados importantes para realizar tal objetivo:

Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	55,2%	67,8%	56,5%	55,6%	55,6%	54,0%	51,2%	57,0%
Masculino	44,8%	32,2%	43,5%	44,4%	44,4%	46,0%	48,8%	43,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	40,2%	35,4%	42,7%	48,6%	20,2%	36,3%	38,7%	37,1%
De 26 a 35 anos	22,0%	29,2%	29,9%	29,2%	41,7%	26,5%	34,8%	30,9%
De 36 a 45 anos	20,3%	22,7%	13,8%	12,4%	25,7%	16,8%	18,6%	18,7%
De 46 a 55 anos	13,7%	9,1%	11,1%	7,8%	10,1%	14,2%	6,6%	10,2%
De 56 a 65 anos	2,9%	3,2%	2,5%	1,3%	2,2%	5,0%	1,2%	2,7%
66 anos ou mais	0,8%	0,4%	0,0%	0,8%	0,0%	1,1%	0,0%	0,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	0,3%
Fundamental incompleto	13,7%	14,1%	5,4%	0,3%	0,2%	12,0%	2,9%	6,9%
Fundamental completo	17,8%	10,5%	8,1%	9,0%	4,4%	5,0%	6,4%	8,2%
Médio incompleto	5,0%	20,7%	5,9%	9,0%	2,0%	12,5%	11,3%	10,2%
Médio completo	36,9%	31,0%	46,9%	41,3%	36,3%	43,8%	56,1%	41,8%
Superior incompleto	17,8%	9,9%	18,5%	24,8%	10,4%	10,1%	11,0%	14,1%
Superior completo	8,3%	7,0%	12,8%	12,4%	44,7%	12,0%	11,0%	15,6%
Mestrado	0,0%	0,4%	0,0%	1,6%	1,0%	0,2%	0,2%	0,5%
Doutorado	0,0%	6,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Especialização	0,5%	0,2%	2,2%	1,3%	1,0%	3,1%	1,0%	2,4%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Carteira assinada	59,3%	56,1%	64,2%	51,4%	67,4%	52,5%	67,4%	58,9%
Aposentado	4,1%	2,2%	1,5%	2,1%	1,0%	5,3%	1,0%	2,5%
Autônomo	15,4%	8,2%	10,1%	13,4%	12,0%	9,6%	12,0%	11,2%
Desempregado	8,3%	5,8%	9,4%	9,3%	6,6%	12,0%	6,6%	7,3%
Do lar	0,0%	6,6%	3,2%	1,0%	4,4%	9,2%	4,4%	5,0%
Empresário	2,1%	1,4%	4,4%	1,6%	1,2%	2,8%	1,2%	2,6%
Estagiário	5,8%	4,4%	1,2%	3,9%	0,0%	1,5%	0,0%	2,3%
Estudante	1,7%	3,0%	2,5%	14,7%	3,9%	5,3%	3,9%	4,9%
Outro	3,3%	12,1%	3,5%	2,3%	3,4%	1,8%	3,4%	5,7%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	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	1,7%	7,0%	4,2%	9,3%	0,0%	0,0%	2,5%	5,9%
De R\$ 889 a R\$ 1.417	14,5%	29,4%	20,2%	32,3%	0,7%	0,7%	17,6%	20,8%
De R\$ 1.418 a R\$ 3.763	53,5%	50,3%	48,4%	33,6%	45,9%	45,9%	48,3%	44,8%
De R\$ 3.764 a R\$ 6.109	21,6%	10,7%	16,8%	13,4%	39,5%	39,5%	22,5%	19,7%
De R\$ 6.110 a R\$ 7.965	5,0%	0,2%	4,0%	3,4%	3,0%	3,0%	4,4%	3,1%
Mais de R\$ 7.965	2,5%	0,6%	4,7%	4,9%	6,7%	6,7%	3,7%	3,7%
Recusa	1,2%	1,8%	1,7%	3,1%	4,2%	4,2%	1,0%	2,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados acima mostram que o consumidor do Dia dos Pais deste ano é formado majoritariamente por mulheres (57,0%) jovens, com idade entre 18 e 25 anos (37,1%). Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores, a maioria tem ensino médio completo (41,8%) ou grau de instrução maior que isso, como ensino superior incompleto (14,1%) e superior completo (15,6%).

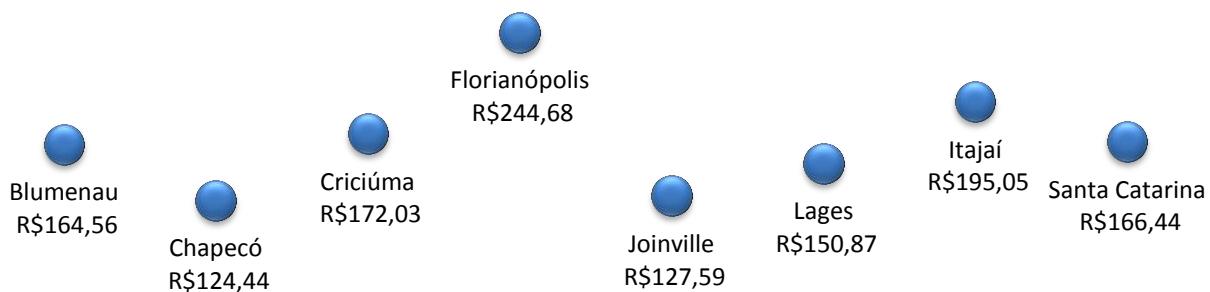
A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (58,9%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.418 a R\$ 3.763 (44,8%), além de famílias que ganham entre R\$ 3.764,00 a R\$ 6.109,00 (19,7%), ou seja, a maioria das famílias pertence à classe média (64,5%). Completa o quadro geral as famílias que tem rendimento entre R\$ 889,00 e R\$ 1.417,00 (20,8%).

Intenção de compras para o Dia dos Pais 2014

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pelas Federações diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores. Desta maneira, na média, o consumo deste Dia dos Pais será de R\$ 166,44 por pessoa. Gasto maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2013, que havia sido de R\$ 143,49. O destaque fica por conta de Florianópolis com o maior gasto do estado: R\$ 244,68 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



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2013	R\$ 131,95	R\$ 110,36	R\$ 120,10	R\$ 158,22	R\$ 171,92	R\$ 138,95	R\$ 161,75	R\$ 143,49
2012	R\$ 93,40	R\$ 122,79	R\$ 118,77	R\$ 98,23	R\$ 119,22	R\$ 117,03	-	R\$ 109,69

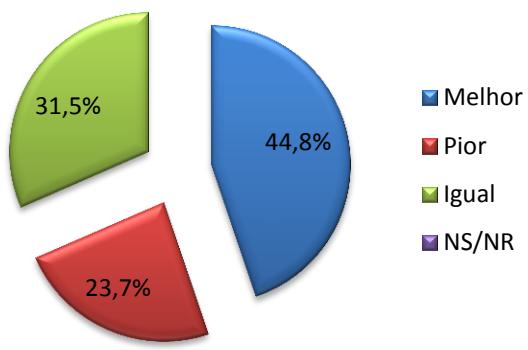
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O crescimento da expectativa de gasto médio no estado é bastante considerável (15,99%), acima da inflação do período, que foi de 6,52% segundo o IPCA do IBGE, ou seja, crescimento real de 9,47%. 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 48,5% das famílias de Santa Catarina declararam estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior, 36,8% apontaram que sua situação permaneceu igual e apenas 14,6% afirmaram que estão em pior situação.

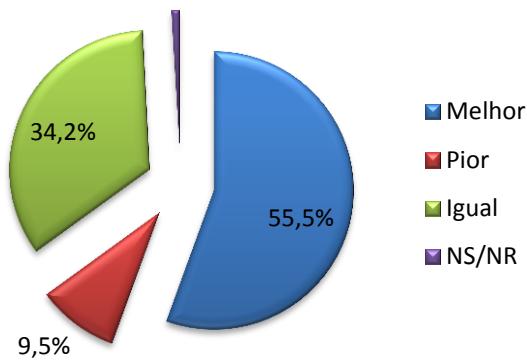
Assim, é claro que o aumento da renda das famílias, mesmo que menor nesse início de ano trouxe uma maior confiança na prospecção de gastos para o Dia dos Pais, tornando possível um crescimento das vendas no período. O cenário é muito parecido entre todas as cidades, como também pode ser visto abaixo:

Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior

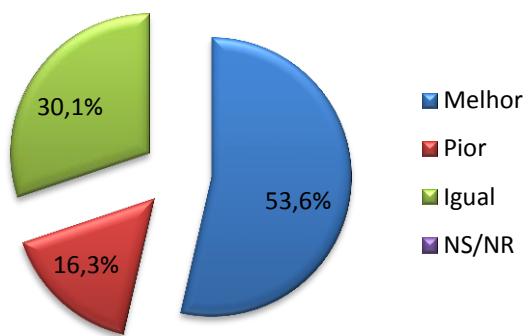
Blumenau



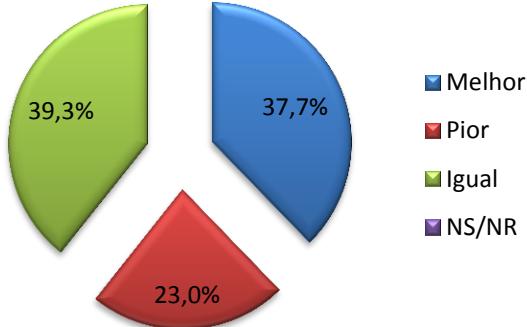
Chapecó



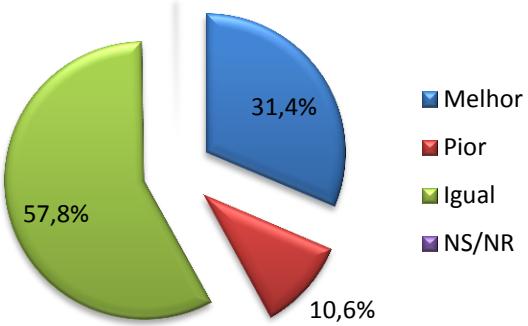
Criciúma



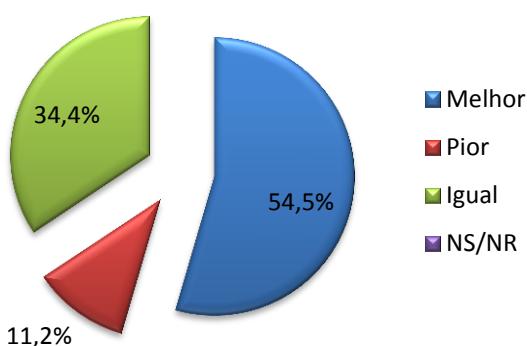
Florianópolis



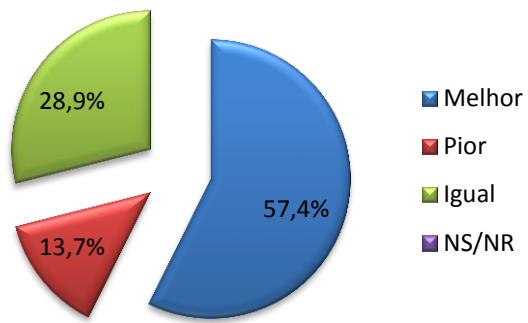
Joinville



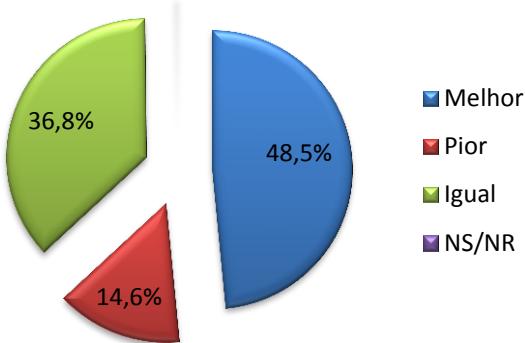
Lages



Itajaí



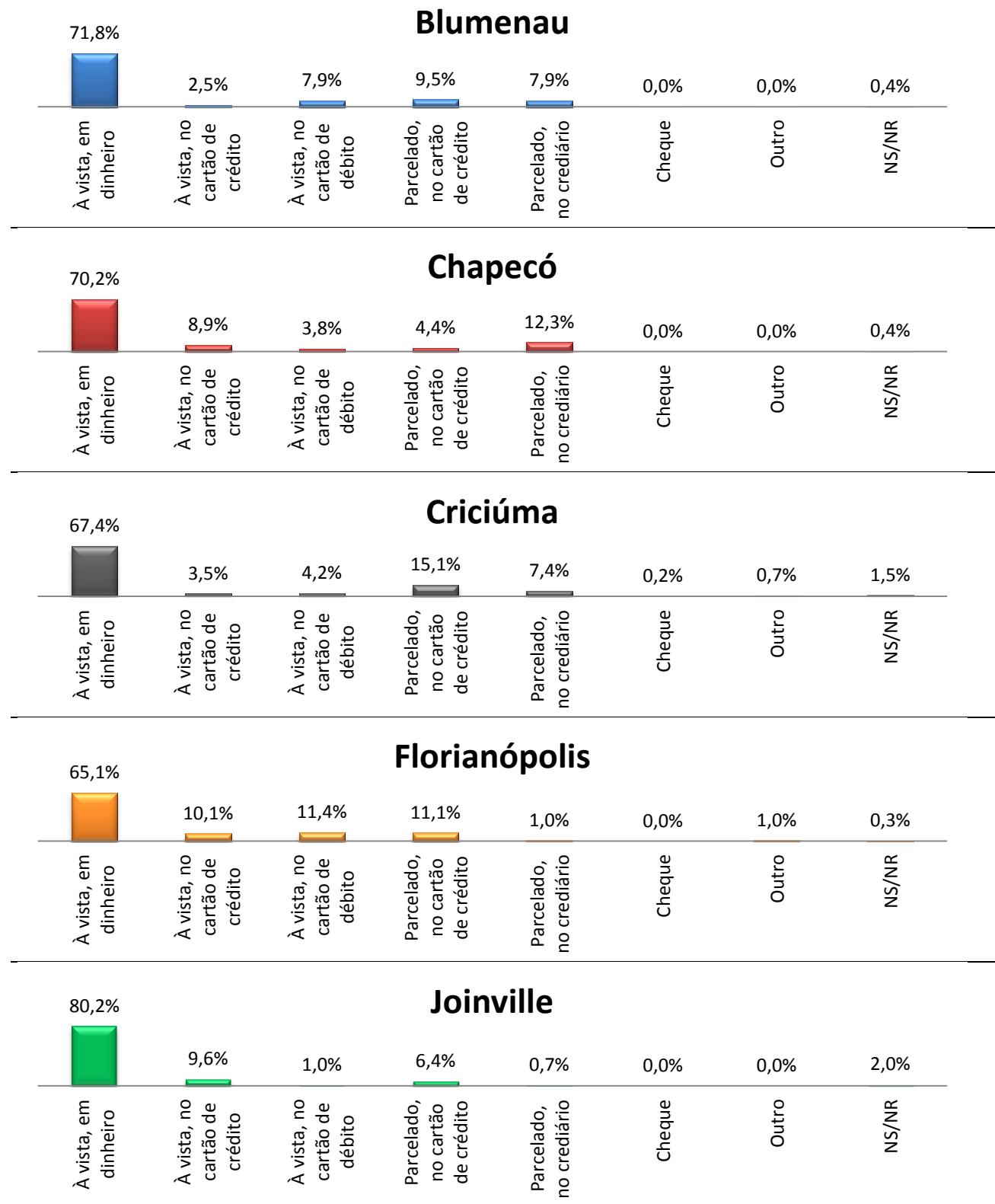
Santa Catarina

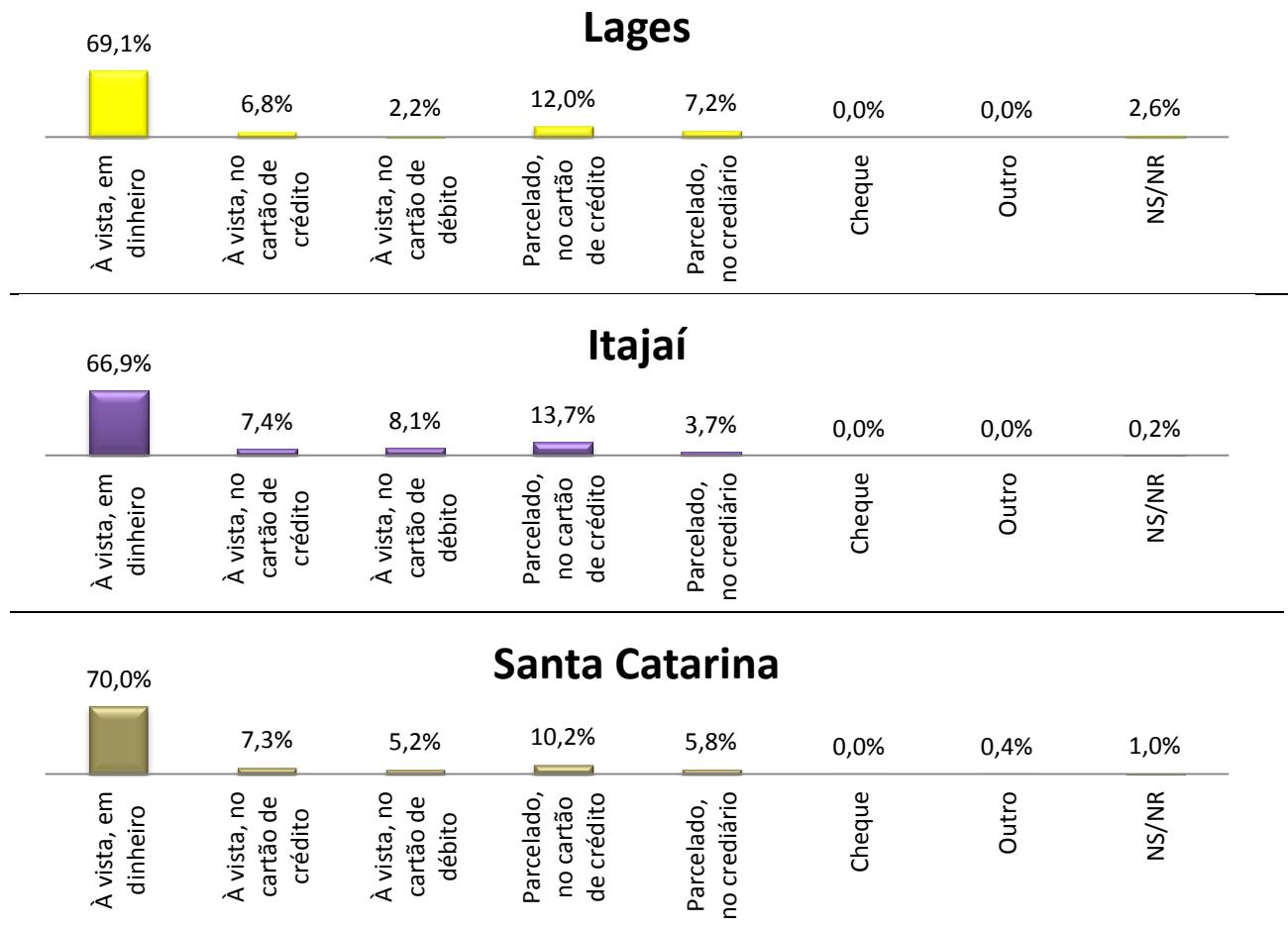


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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 (70,0%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra parcelada no cartão de crédito (7,3%) e pela compra à vista no cartão de débito (5,2%). 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?



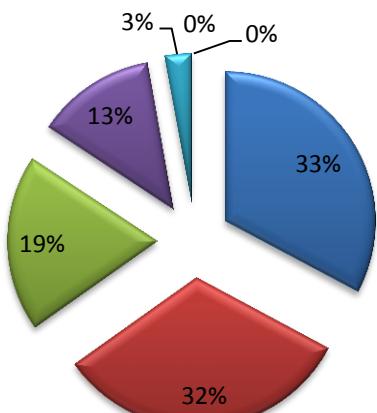


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

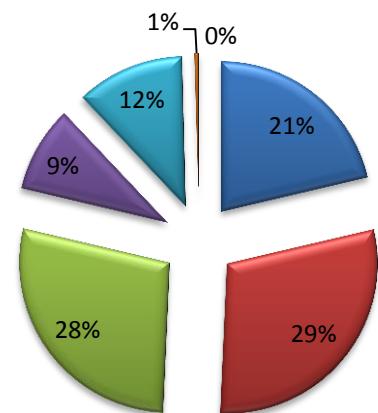
Para o empresário, também é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com o preço (30,0%) está a frente, seguido do atendimento e promoção, ambos com 27% Ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra são de interesse dos catarinenses. Na sequência aparece o resultado dividido por cidades:

Ação do comércio

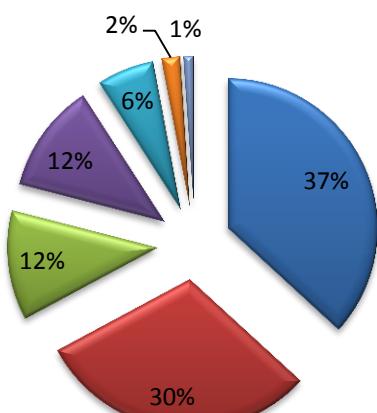
Blumenau



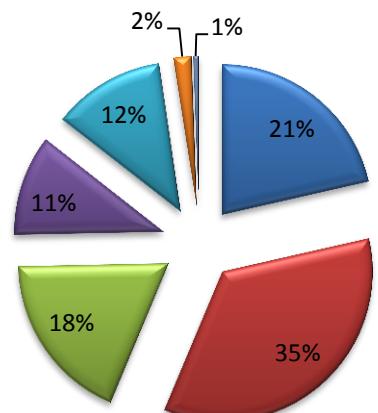
Chapecó



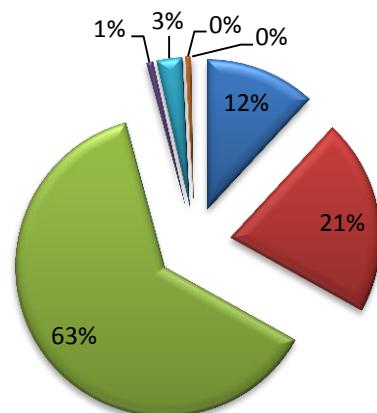
Criciúma



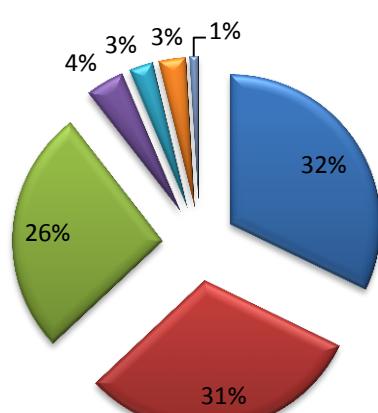
Florianópolis

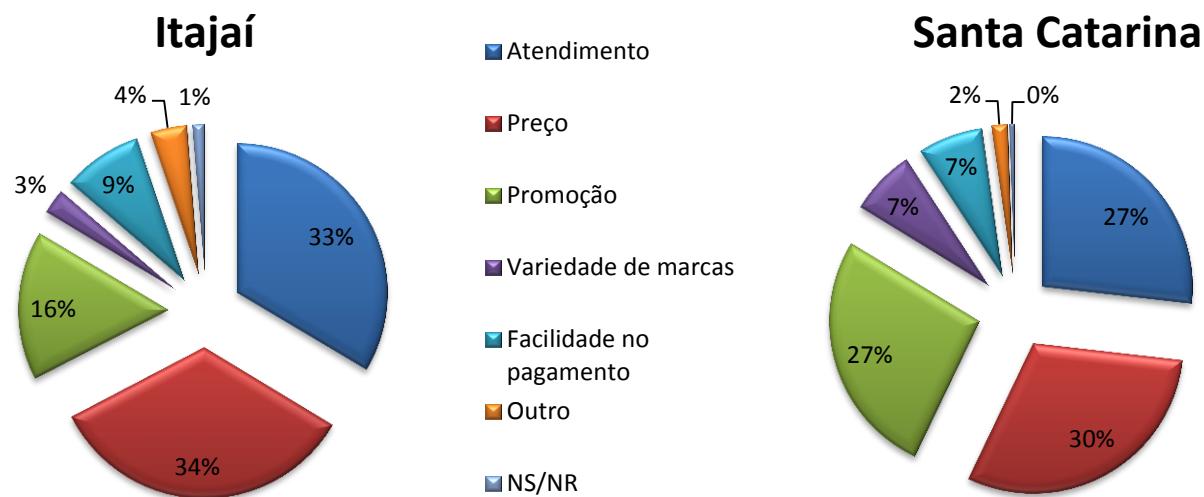


Joinville



Lages





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 66,9% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para o Dia dos Pais. 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



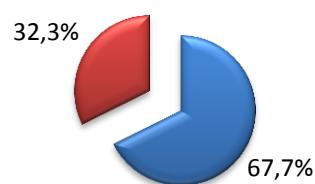
Florianópolis

■ Sim ■ Não



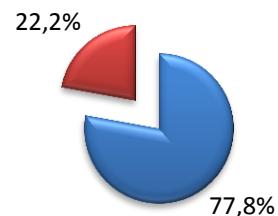
Joinville

■ Sim ■ Não



Lages

■ Sim ■ Não



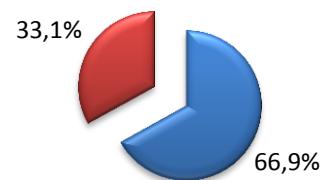
Itajaí

■ 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 (66,3%), seguido pelo shopping (24,8%) e pela internet (3,4%).

Local de compra	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Comércio de rua	51,9%	69,0%	75,1%	58,9%	26,2%	91,9%	81,1%	66,3%
Shopping	44,4%	23,1%	13,8%	27,1%	66,4%	1,1%	9,3%	24,8%
Internet	1,2%	0,6%	5,4%	5,9%	2,7%	3,1%	4,4%	3,4%
Revendedores de porta em porta/catálogo	2,1%	1,4%	1,2%	0,3%	0,7%	1,5%	2,7%	1,4%
Camelô	0,4%	0,8%	0,2%	2,6%	0,0%	0,2%	0,5%	0,7%
Outro	0,0%	3,8%	0,5%	3,6%	3,7%	0,7%	0,2%	1,9%
NS/NR	0,0%	1,2%	3,7%	1,6%	0,2%	1,5%	1,7%	1,5%

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 Pais. Desta maneira, a Fecomércio SC perguntou 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 (55,3%), seguido pelo setor de perfume/cosmético (12,5%) e pelos calçados (11,0%). Abaixo a questão pode ser vista com maior nível de detalhamento:

Tipo de presente	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Vestuário	53,1%	55,1%	60,0%	48,1%	51,9%	63,5%	52,9%	55,3%
Perfume/cosmético	21,2%	15,5%	9,6%	14,5%	11,9%	7,9%	10,5%	12,5%
Calçado	13,3%	15,1%	12,8%	7,2%	8,6%	8,8%	11,5%	11,0%
Eletroeletrônicos	3,7%	3,4%	4,4%	2,6%	4,2%	5,3%	3,9%	4,0%
Livro	1,7%	0,8%	1,2%	6,7%	0,5%	0,4%	0,5%	1,6%
Celular	1,2%	2,6%	0,5%	2,6%	0,0%	0,7%	1,0%	1,3%
Artigo de decoração	2,1%	0,2%	2,0%	2,3%	0,0%	0,7%	1,0%	1,1%
Artigo automotivo	0,8%	1,2%	1,0%	1,6%	0,5%	1,1%	0,0%	0,9%
Outro	0,8%	5,6%	5,4%	11,9%	17,5%	5,7%	5,1%	7,7%
NS/NR	2,1%	0,4%	3,0%	2,6%	4,9%	6,1%	13,5%	4,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Além de movimentar o comércio tradicional, o Dia dos Pais 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 na casa de familiares (47,5%). Entretanto um número expressivo disse que não levará a lugar nenhum (31,5%), como pode ser visualizado na tabela abaixo:

Passeio	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Almoçar/jantar na casa de familiares	39,0%	71,6%	47,7%	23,0%	74,6%	23,0%	46,6%	47,5%
Não levará a lugar nenhum	35,7%	12,9%	31,1%	53,5%	13,6%	54,0%	23,5%	31,5%
Almoçar/jantar em um restaurante	16,2%	6,8%	14,6%	15,8%	6,9%	13,6%	18,1%	12,8%
Viagem	6,2%	0,6%	2,7%	2,3%	0,2%	0,9%	0,2%	1,6%
Realizar alguma atividade ao ar livre	0,0%	1,2%	0,0%	2,3%	0,0%	0,7%	0,0%	0,6%
Outro	0,0%	5,8%	0,5%	0,8%	2,2%	4,2%	0,5%	2,3%
NS/NR	2,9%	1,0%	3,5%	2,3%	2,5%	3,7%	11,0%	3,8%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para finalizar, a Fecomércio SC indagou o motivo do passeio, sendo que a escolha pela conveniência para a presença dos familiares (43,9%), seguida pelo lugar que o pai escolheu (12,4%) e pelo atendimento (4,7%). Abaixo é possível observar a questão com maior detalhe:

Qual o motivo da viagem?	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Conveniência para a presença dos familiares	54,2%	65,3%	48,3%	27,6%	12,9%	52,5%	43,0%	43,9%
Lugar que o pai escolheu	18,3%	8,3%	14,4%	27,2%	5,9%	8,1%	11,8%	12,4%
Atendimento	2,5%	3,4%	2,5%	4,2%	3,5%	13,1%	6,6%	4,7%
Preço	0,8%	2,2%	0,0%	7,9%	1,5%	3,6%	1,2%	2,1%
Outro	20,0%	11,1%	3,7%	5,4%	30,0%	11,8%	12,0%	13,6%
NS/NR	4,2%	9,7%	31,2%	27,6%	46,3%	10,9%	25,3%	23,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Conclusão

Os catarinenses que comprarão principalmente produtos relacionados ao vestuário e calçados 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\$ 166,44, consideravelmente superior ao gasto médio prospectado pelas famílias do estado em 2013, que havia sido de R\$ 143,49. 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. Além disso, a inflação mais controlada dos últimos meses e o clima favorável gerado pela Copa do Mundo auxiliam nesta expectativa positiva de gasto médio.

Entretanto, os dados de consumo das famílias estão mostrando que esse maior otimismo 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 faz com que devamos ponderar este cenário otimista para o Dia dos Pais deste ano.



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



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