



PESQUISA FECOMÉRCIO E FCDL
Intenção de compras - Dia das Mães 2015

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

Relatório de Intenção de Compras de Dia das Mães 2015

O perfil do consumidor e a intenção de compras para o período do Dia das Mães em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Abril de 2015

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES.....	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2015.....	6
CONCLUSÃO	17

INTRODUÇÃO

O Dia das Mães 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 realizou 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 2.535 pessoas entrevistadas, no período de 9 a 13 de abril de 2015, nos municípios de 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%, a margem de erro foi estimada em 5%.

Foram aplicadas 14 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 entender o perfil das pessoas que comprarão neste Dia das Mães em Santa Catarina. Abaixo, seguem algumas informações relevantes para este objetivo.

Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	60,4%	71,2%	47,8%	56,9%	81,4%	63,5%	84,0%	66,9%
Masculino	39,6%	28,8%	52,3%	43,1%	18,6%	36,5%	16,0%	33,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	31,4%	34,6%	37,0%	43,4%	23,8%	17,5%	32,5%	31,0%
De 26 a 35 anos	29,6%	28,3%	32,0%	24,3%	39,5%	19,5%	35,4%	30,0%
De 36 a 45 anos	17,9%	22,3%	16,3%	13,9%	26,4%	19,5%	19,9%	19,7%
De 46 a 55 anos	15,7%	10,3%	12,3%	12,5%	8,5%	22,3%	8,4%	12,8%
De 56 a 65 anos	3,9%	4,3%	1,8%	4,2%	1,8%	14,0%	2,9%	4,8%
66 anos ou mais	1,4%	0,3%	0,8%	1,7%	0,0%	7,0%	0,8%	1,7%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	1,3%	0,3%	0,3%
Fundamental incompleto	9,6%	17,0%	12,5%	5,6%	5,2%	24,5%	7,6%	12,1%
Fundamental completo	15,7%	18,3%	11,5%	3,1%	6,7%	15,3%	12,1%	12,0%
Médio incompleto	5,4%	8,0%	10,5%	8,0%	3,1%	6,8%	8,4%	7,2%
Médio completo	46,8%	38,1%	38,3%	51,7%	46,3%	38,0%	47,5%	43,3%
Superior incompleto	7,5%	11,3%	12,8%	17,4%	12,7%	6,8%	10,5%	11,2%
Superior completo	13,2%	5,8%	12,3%	10,8%	21,7%	6,3%	11,5%	11,6%
Pós-graduação	1,8%	1,5%	2,3%	2,8%	4,4%	1,3%	2,1%	2,3%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	1,3%	0,3%	0,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	2,5%	4,0%	4,5%	4,5%	1,8%	18,8%	2,1%	5,7%
Autônomo	13,6%	8,0%	17,3%	18,8%	11,9%	20,3%	15,0%	14,9%
Carteira assinada	65,0%	57,1%	57,8%	46,2%	53,2%	37,0%	49,9%	52,0%
Desempregado	7,1%	6,3%	8,3%	8,3%	3,9%	4,0%	5,5%	6,1%
Do lar	6,4%	8,8%	3,3%	1,7%	12,9%	12,3%	13,6%	8,8%
Empresário	1,8%	0,8%	1,8%	1,7%	4,1%	1,3%	3,4%	2,1%
Estudante	1,1%	6,8%	3,8%	11,8%	6,5%	1,0%	7,3%	5,4%
Funcionário Público	1,4%	4,3%	1,8%	3,8%	4,9%	3,0%	2,1%	3,1%
Outro	0,7%	4,0%	1,8%	3,1%	0,8%	2,5%	1,0%	2,0%
NS/NR	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Renda média mensal familiar

Renda familiar	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 0 a R\$ 946	6,4%	7,3%	3,5%	14,9%	4,7%	21,5%	6,3%	9,2%
De R\$ 947 a R\$ 1.509	23,6%	33,8%	23,0%	28,5%	23,8%	34,3%	28,1%	28,0%
De R\$ 1.510 a R\$ 4.007	44,6%	49,4%	51,8%	35,4%	39,3%	31,8%	39,9%	41,9%
De R\$ 4.008 a R\$ 6.506	15,7%	6,3%	13,0%	10,8%	19,9%	8,8%	18,1%	13,1%
De R\$ 6.507 a R\$ 8.483	5,0%	0,8%	6,5%	6,9%	5,2%	3,0%	3,9%	4,3%
De R\$ 8.484 a R\$ 12.479	2,1%	0,0%	1,5%	2,1%	6,7%	0,3%	2,9%	2,2%
De R\$ 12.480 ou mais	1,8%	2,5%	0,8%	1,4%	0,3%	0,3%	0,8%	1,1%
Recusa	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%	0,0%	0,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os dados acima mostram que o consumidor do Dia das Mães deste ano é formado majoritariamente por mulheres (66,9%) jovens, com idade entre 18 e 35 anos (61%). Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores, a maioria tem ensino médio completo (43,3%) ou grau de instrução equivalente ao fundamental incompleto (12,1%) e fundamental completo (12%). O percentual de respondentes que afirmar possuir certo grau de instrução superior também é relevante.

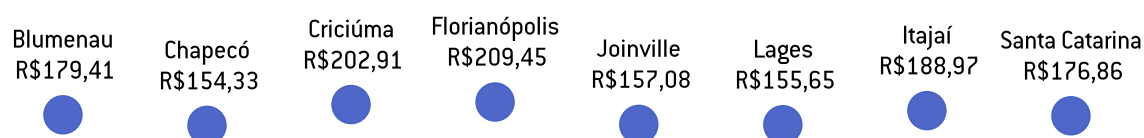
A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (52%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.510,00 e R\$ 4.007,00 (41,9%), além de famílias que ganham entre R\$ 947,00 a R\$ 1.509,00 (28%), ou seja, a maioria das famílias pertence à classe C (69,9%). Completa o quadro geral as famílias que têm rendimento entre R\$ 4.008,00 e R\$ R\$ 6.506,00 (13,1%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2015

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 das Mães será de R\$ 176,86 por pessoa. Gasto menor do que o levantado pela mesma pesquisa em 2014, que havia sido de R\$ 188,55. O destaque fica por conta de Florianópolis com o maior gasto do Estado: R\$ 209,45 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 médio dos anos anteriores.

Gasto médio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Anos Anteriores

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2014 (R\$)	160,66	141,02	159,68	192,90	125,86	176,28	185,17	188,55
2013 (R\$)	147,27	164,74	94,59	162,20	180,56	134,47	174,38	151,39

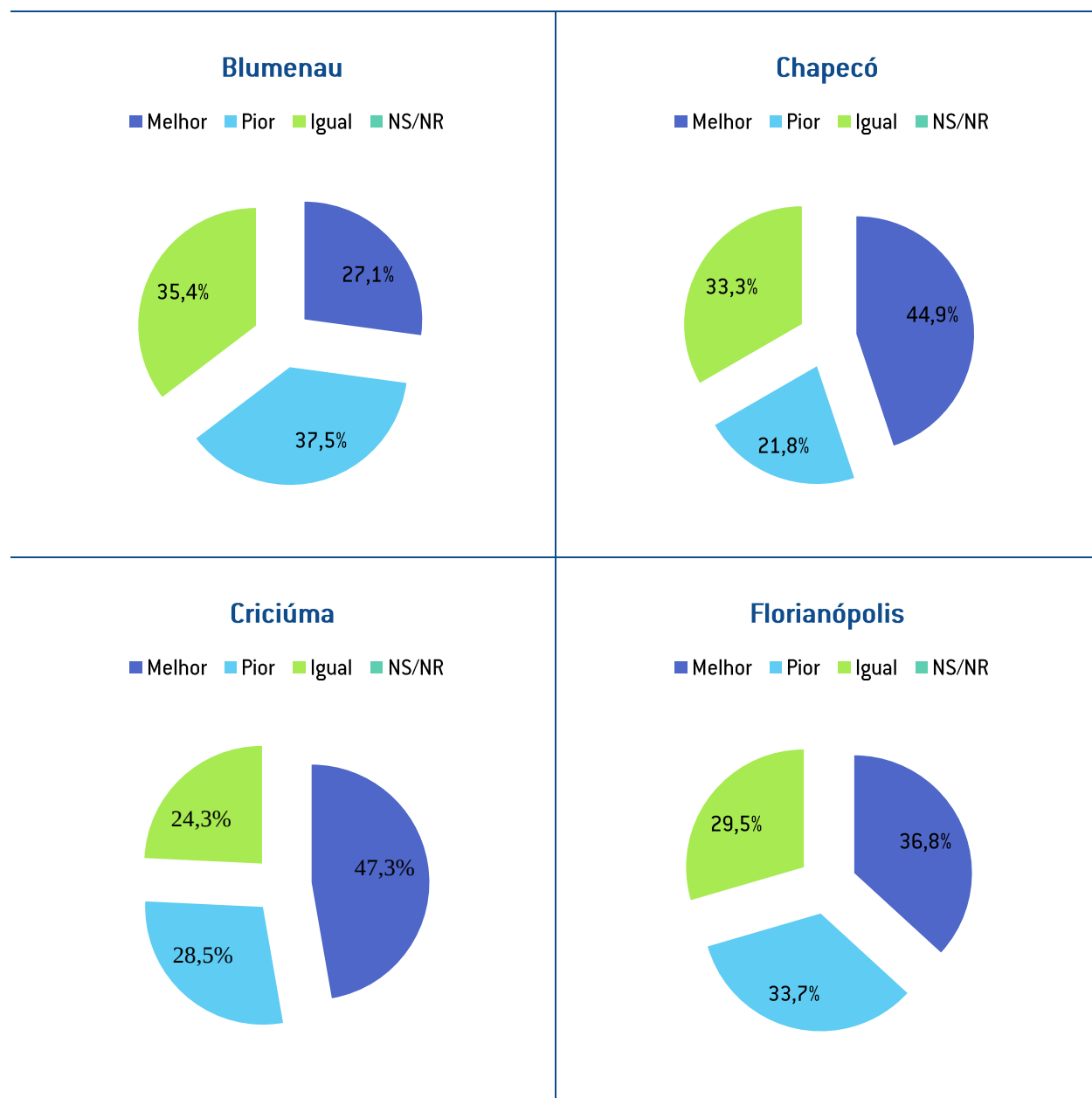
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

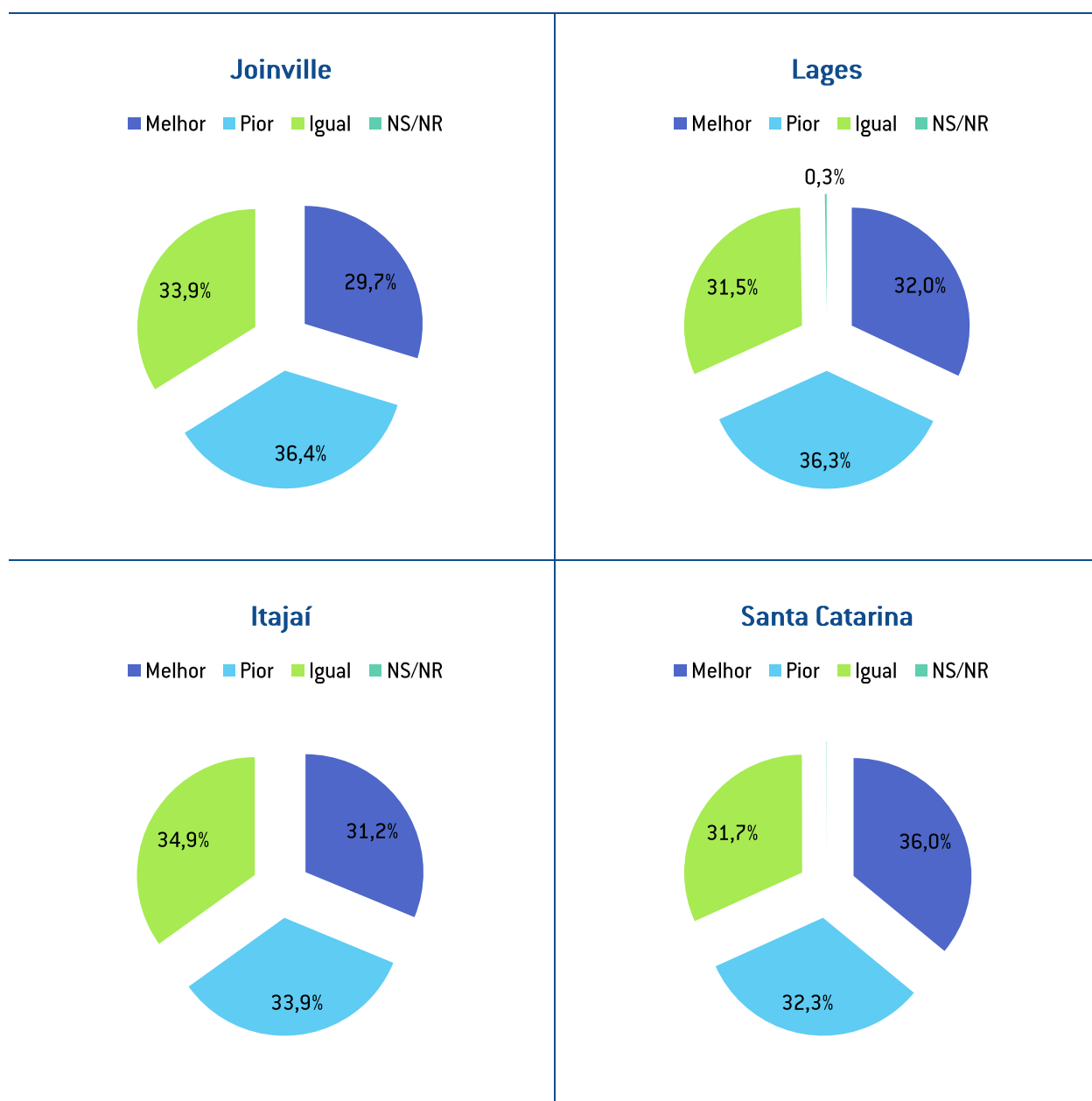
A queda da expectativa do gasto médio está fortemente vinculada à situação econômica brasileira, com inflação em alta, queda na confiança dos consumidores, acesso mais restrito ao crédito e desaceleração da renda real. Neste aspecto, os gráficos abaixo mostram que 36% das famílias declararam estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior, 31,7% apontaram que sua situação permaneceu igual e 32,3% afirmaram que estão em pior situação. Percentual muito maior que o resultado apurado no ano passado, de 12,4%.

Assim, a desaceleração da renda das famílias trouxe uma menor confiança na prospecção de gastos para o Dia das Mães, tornando pouco viável um crescimento expressivo

das vendas no período, quando comparado com o ano passado. O cenário é muito parecido entre todas as cidades, como também pode ser visto abaixo.

Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior





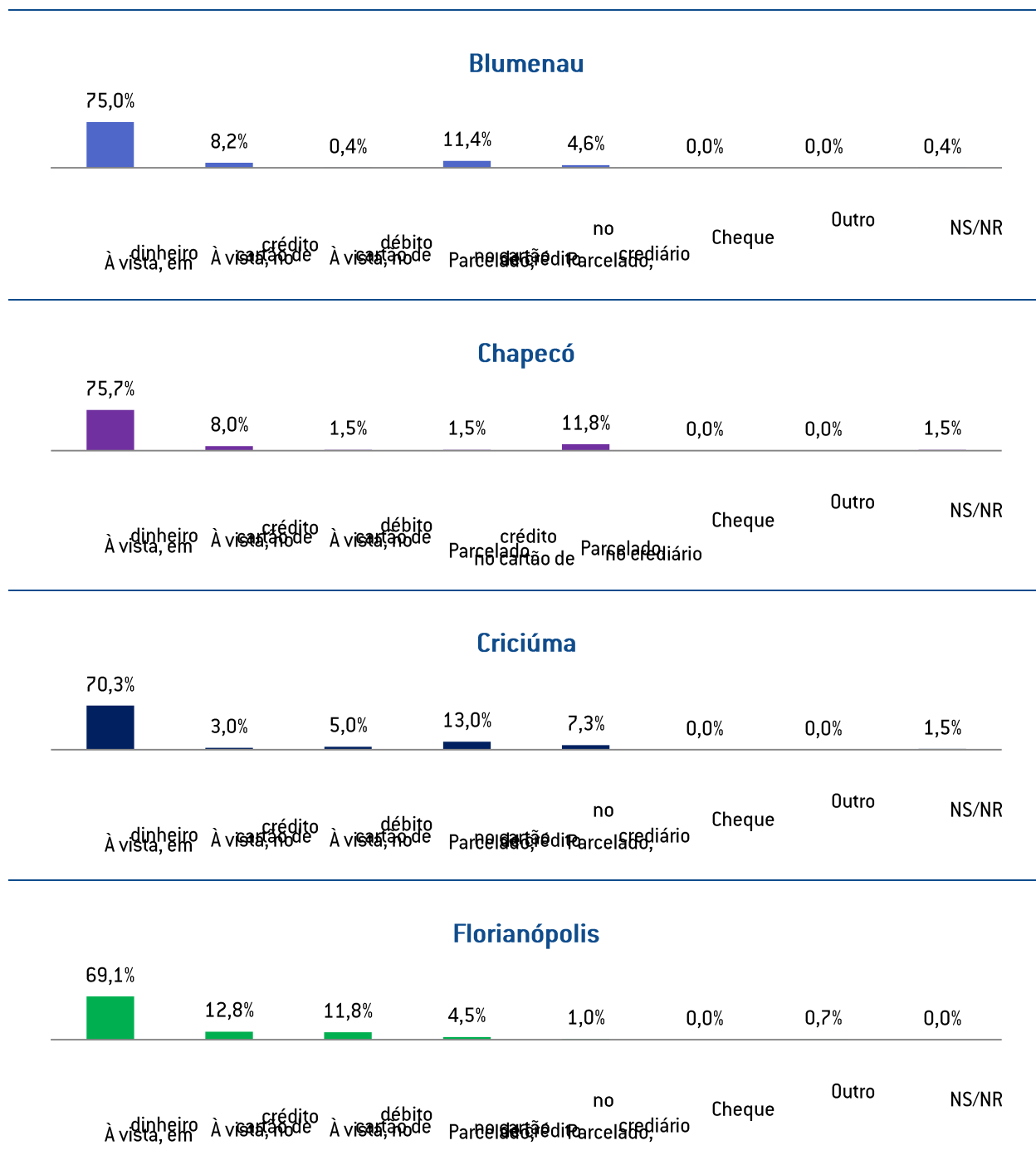
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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 (70,6%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra à vista no cartão de crédito (9%) e pelo parcelamento no cartão de crédito (8,8%). Desta maneira, os catarinenses estão pouco dispostos a endividar-se, procurando realizar quase que a totalidade de suas compras à vista.

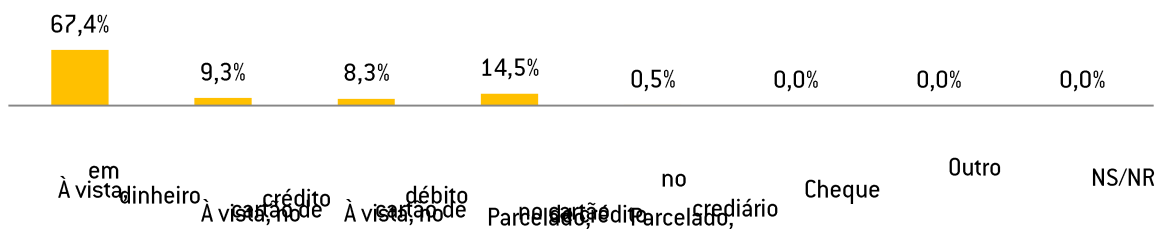
A intenção é bastante positiva, pois mostra uma maturidade por parte dos consumidores na hora de pensar os gastos de Dia das Mães, já que poucos pretendem comprar com base no crédito. Entretanto, isso demonstra apenas uma preferência do consumidor, pois

as pesquisas de Resultado de Vendas da Fecomércio SC demonstram que, na hora da compra, o recurso ao crédito aumenta consideravelmente, mas sempre de maneira responsável. Abaixo estão os dados desagregados por municípios entrevistados.

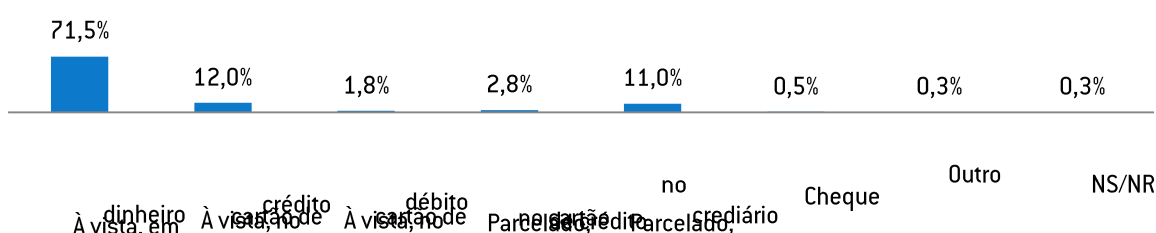
Como pretende pagar a compra desses materiais?



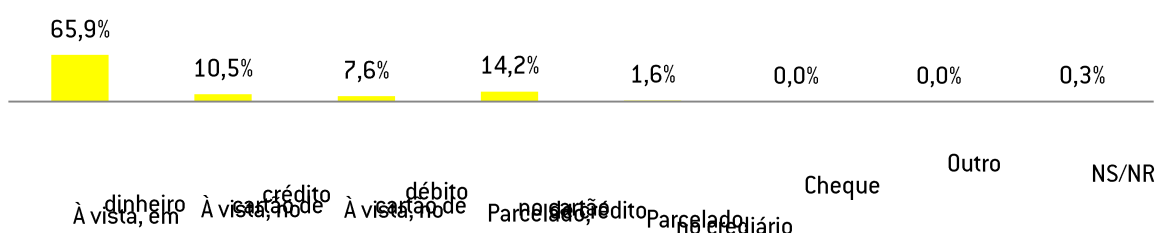
Joinville



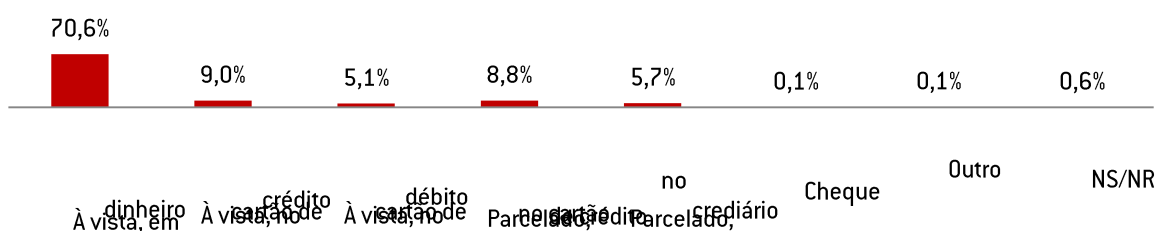
Lages



Itajaí



Santa Catarina

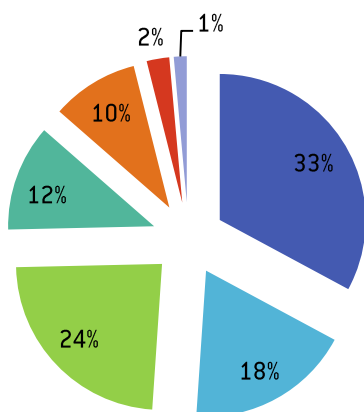


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

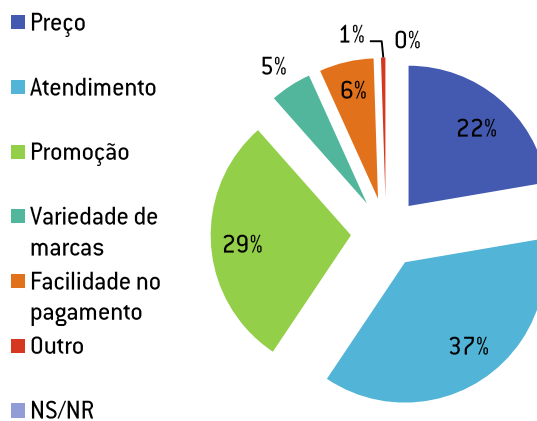
Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com o preço é central (33%), seguido pelo atendimento (27%) e pela promoção (23%), ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra são de interesse dos catarinenses. Na sequência aparece o resultado dividido por cidades.

Ação do comércio

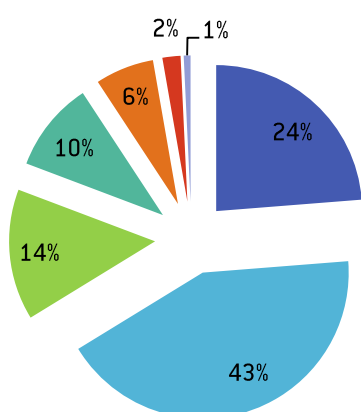
Blumenau



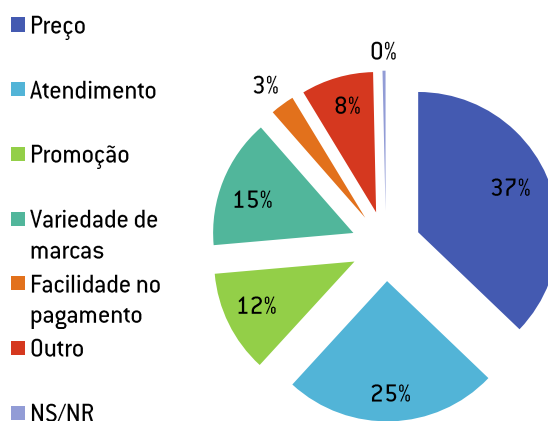
Chapecó

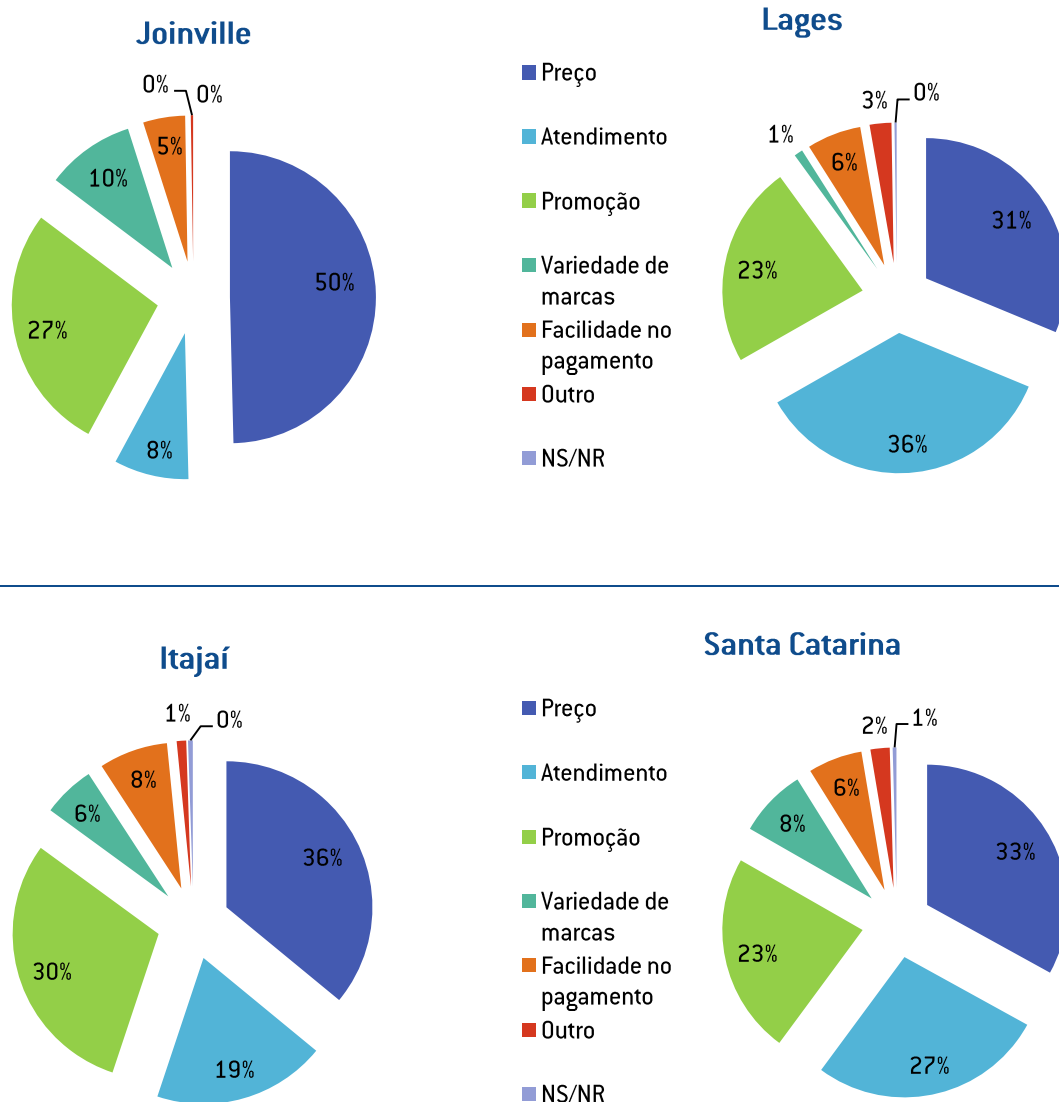


Criciúma



Florianópolis

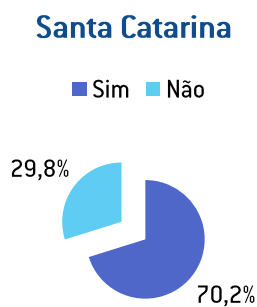
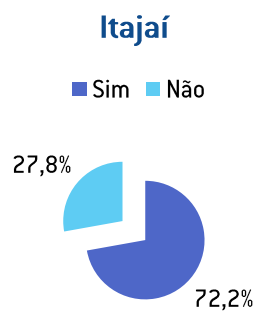
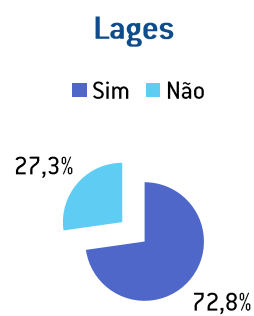
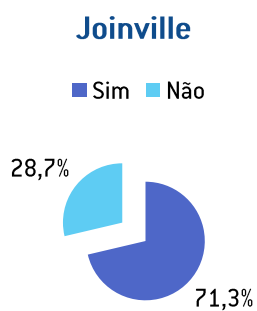
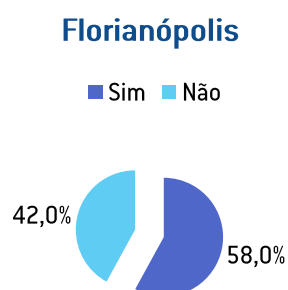
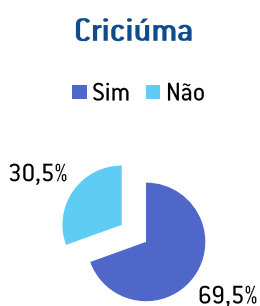
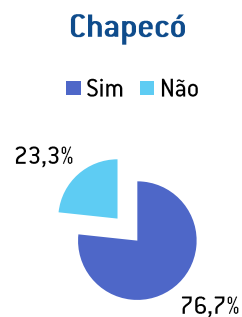
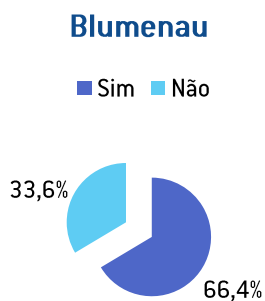




Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 70,2% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para o Dia das Mães. Resultado que é semelhante em todas as cidades que compõem a pesquisa, mostrando uma forte tendência do catarinense. Os dados por cidade podem ser vistos abaixo.

Realizará pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos catarinenses (74,8%), seguido pelos shoppings centers (18,5%). O restante dos destinos aparece com pouca relevância, mostrando uma grande concentração da demanda dos consumidores.

Local da compra

Local	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Comércio de rua	66,1%	87,0%	74,0%	67,7%	51,9%	93,8%	78,0%	74,8%
Shopping	25,0%	9,8%	13,0%	26,7%	43,9%	2,8%	16,0%	18,5%
Internet	1,8%	1,3%	5,5%	3,1%	1,6%	1,3%	3,1%	2,8%
Revendedores de porta em porta/catálogo	0,4%	1,3%	3,5%	0,0%	1,6%	0,3%	1,8%	1,5%
Camelô	0,4%	0,8%	0,3%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Outro	3,6%	0,0%	1,3%	1,4%	1,0%	0,8%	0,8%	1,1%
NS/NR	2,9%	0,0%	2,5%	0,3%	0,0%	1,3%	0,3%	1,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas 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 (44,6%), seguido pelo setor de perfumes (13%) e pelo de calçados/bolsas (11,5%). Uma parcela considerável dos consumidores (7,5%) ainda está indecisa quanto ao presente. Abaixo a questão pode ser vista com maior nível de detalhamento.

Presente

Tipo de presente	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Vestuário	40,7%	36,1%	39,8%	37,5%	52,7%	45,5%	57,7%	44,6%
Calçados/ Bolsas	10,4%	10,8%	13,0%	13,9%	11,4%	13,0%	8,4%	11,5%
Perfume/ Cosméticos	12,1%	20,3%	10,8%	14,9%	11,1%	9,8%	12,3%	13,0%
Eletrô domésticos	13,6%	11,0%	11,0%	7,6%	10,1%	10,8%	10,0%	10,6%
Celulares/ Smarts	1,4%	1,3%	3,0%	1,4%	0,8%	1,0%	0,8%	1,4%
Flores	3,6%	6,5%	2,5%	4,2%	3,9%	4,5%	2,6%	4,0%
Artigos de decoração	2,9%	2,5%	7,3%	6,3%	3,1%	4,5%	4,5%	4,4%
Joias	2,5%	2,0%	4,8%	4,9%	1,6%	0,3%	0,0%	2,2%
Bijuteria	1,1%	0,8%	0,3%	1,0%	1,3%	0,5%	0,8%	0,8%
NS/NR	11,8%	8,8%	7,8%	8,3%	4,1%	10,3%	2,9%	7,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Além de movimentar o comércio tradicional, o Dia das Mães também traz impactos para o setor de serviços. É grande o número de famílias que aproveitam o dia para realizar alguma programação especial. No Estado, 44,6% dos entrevistados irão almoçar ou jantar na casa de parentes, seguidos pelos 12,2% que irão sair para almoçar ou jantar em algum restaurante. Também é grande o percentual de pessoas que não irá realizar programa algum (30,6%), ou seja, provavelmente irá aproveitar a data para ficar em casa. Abaixo seguem os resultados completos.

Passeio

Passeio	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Almoçar / Jantar na casa de algum familiar	33,6%	68,4%	27,5%	10,4%	52,7%	56,3%	50,9%	44,6%
Almoçar/Jantar em algum restaurante	15,4%	3,0%	10,3%	24,3%	13,4%	8,5%	15,0%	12,2%
Viagem	1,1%	1,0%	3,0%	1,7%	0,8%	3,8%	1,3%	1,9%
Salão de beleza/ Spa	0,0%	0,0%	0,3%	0,7%	0,8%	0,0%	0,5%	0,3%
Não levará a lugar nenhum	41,4%	26,3%	54,5%	61,1%	7,0%	29,8%	3,7%	30,6%
Outro	3,9%	1,3%	0,0%	1,4%	1,0%	0,8%	2,1%	1,4%
NS/NR	4,6%	0,0%	4,5%	0,3%	24,3%	1,0%	26,5%	9,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Para finalizar, a Fecomércio SC indagou o motivo para a escolha da programação especial, sendo que a conveniência para a presença de familiares prevaleceu (52%), seguido pelo lugar que a mãe escolheu (10,9%). O item outro motivo também se destaca (11,4%). Abaixo é possível observar a questão com maior detalhe.

Motivo

Qual o motivo da escolha do lugar?	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Conveniência para a presença de familiares	47,6%	68,2%	25,3%	33,9%	57,1%	76,1%	45,7%	52,0%
Lugar que a mãe escolheu	25,3%	1,5%	4,5%	33,9%	7,0%	17,5%	14,6%	10,9%
Atendimento	4,1%	0,5%	2,8%	10,1%	2,3%	1,4%	0,7%	2,3%
Preço	1,2%	0,3%	0,0%	4,6%	0,3%	0,0%	0,4%	0,5%
Outro	18,8%	22,3%	12,5%	17,4%	3,9%	3,2%	5,7%	11,4%
NS/NR	2,9%	7,3%	54,9%	0,0%	29,5%	1,8%	32,9%	22,9%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

CONCLUSÃO

Os catarinenses que comprarão para as mães, principalmente, produtos relacionados ao vestuário e perfume, neste ano, são majoritariamente mulheres adultas, pertencentes à classe C1 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 têm intenção de pagar suas compras principalmente à vista e realizar pesquisa de preço. Quanto à realização de alguma atividade especial na data, a maioria afirmou que irá almoçar ou jantar com a mãe na casa de familiares.

Já a expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 176,86, inferior ao gasto médio prospectado pelas famílias do estado em 2014, que havia sido de R\$ 188,55. Aqui a desaceleração da renda tem um papel fundamental, já que a percepção de pior situação financeira por parte das famílias em relação ao ano anterior se elevou consideravelmente, passando de 12,4% em 2014, para 32,3% em 2015.

Desse modo, os números de consumo das famílias estão mostrando que o aumento do pessimismo em relação à sua situação financeira vem se consolidando em crescimento reduzido das vendas, até mesmo retração. Os dados mostram que, desde o início do ano, as vendas em Santa Catarina não crescem, o que traz um cenário não muito otimista para o Dia das Mães 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