



PESQUISA FECOMÉRCIO E FCDL
Intenção de compras - Dia dos Namorados 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 Dia dos Namorados 2015

O perfil do consumidor e a intenção de compra para o período do Dia
dos Namorados em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Maio de 2015

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS NAMORADOS 2014	6
CONCLUSÃO.....	17

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 e a FCDL/SC realizaram 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 2.099 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 13 e 16 de maio de 2015. 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 14 perguntas, sendo 13 fechadas 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:

Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	56,3%	73,7%	44,7%	58,3%	57,0%	59,2%	56,0%	57,9%
Masculino	43,7%	26,3%	55,3%	41,7%	43,0%	40,8%	44,0%	42,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	48,3%	39,3%	43,7%	49,0%	29,0%	31,8%	32,7%	39,1%
De 26 a 35 anos	35,7%	32,0%	29,3%	24,7%	44,0%	27,4%	40,0%	33,3%
De 36 a 45 anos	13,3%	18,7%	14,7%	14,7%	16,0%	17,7%	19,7%	16,4%
De 46 a 55 anos	2,3%	8,3%	10,0%	6,7%	10,0%	13,0%	6,0%	8,1%
De 56 a 65 anos	0,3%	1,7%	2,3%	3,7%	1,0%	7,0%	1,3%	2,5%
66 anos ou mais	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	3,0%	0,3%	0,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Fundamental incompleto	8,3%	10,0%	5,3%	1,7%	1,7%	15,4%	7,7%	7,1%
Fundamental completo	15,7%	17,0%	8,3%	4,3%	7,7%	9,7%	12,0%	10,7%
Médio incompleto	10,7%	8,3%	11,0%	6,7%	6,7%	4,0%	8,3%	8,0%
Médio completo	41,3%	41,7%	38,7%	54,0%	46,7%	52,5%	45,3%	45,7%
Superior incompleto	12,7%	14,7%	23,0%	19,0%	11,7%	7,7%	10,0%	14,1%
Superior completo	9,3%	7,3%	10,3%	12,7%	20,0%	8,0%	14,7%	11,8%
Pós-graduação	2,0%	0,7%	3,3%	1,7%	5,7%	2,3%	2,0%	2,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Carteira assinada	71,3%	61,3%	56,0%	58,7%	64,3%	44,8%	62,3%	59,8%
Aposentado	0,3%	1,3%	2,7%	3,7%	1,0%	9,7%	1,0%	2,8%
Autônomo	10,7%	6,3%	15,7%	9,7%	12,7%	25,1%	12,3%	13,2%
Desempregado	5,7%	4,0%	7,3%	7,7%	5,3%	6,7%	7,3%	6,3%
Do lar	3,3%	9,3%	3,3%	4,0%	7,0%	7,0%	8,7%	6,1%
Empresário	1,7%	0,7%	2,0%	1,7%	3,0%	2,0%	2,3%	1,9%
Estudante / Estagiário	2,3%	10,0%	9,3%	9,3%	3,3%	1,7%	5,0%	5,9%
Outro	4,7%	7,0%	3,7%	5,3%	3,3%	3,0%	1,0%	4,0%

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\$ 946	5,7%	3,3%	2,7%	7,7%	6,3%	14,4%	4,7%	6,4%
De R\$ 947 a R\$ 1.509	25,7%	32,0%	22,3%	21,7%	21,0%	20,7%	23,7%	23,9%
De R\$ 1.510 a R\$ 4.007	45,3%	52,0%	44,0%	51,3%	36,3%	44,8%	43,3%	45,3%
De R\$ 4.008 a R\$ 6.506	14,3%	9,3%	18,3%	10,7%	24,7%	11,0%	18,7%	15,3%
De R\$ 6.507 a R\$ 8.483	6,3%	1,7%	8,7%	3,3%	7,0%	5,7%	5,3%	5,4%
De R\$ 8.484 a R\$ 12.479	1,3%	1,0%	3,0%	3,0%	2,7%	1,0%	1,3%	1,9%
De R\$ 12.480 ou mais	1,3%	0,7%	0,7%	1,7%	2,0%	1,3%	2,7%	1,5%
Recusa	0,0%	0,0%	0,3%	0,7%	0,0%	1,0%	0,3%	0,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados acima mostram que na pesquisa deste ano foram ouvidas majoritariamente mulheres (57,9%) e que o perfil do consumidor do Dia dos Namorados é formado em sua maioria por jovens, com idade entre 18 e 25 anos (39,1%). Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores, a maioria tem ensino médio completo (45,7%) ou grau de instrução maior, como ensino superior incompleto (14,1%) e superior completo (11,8%).

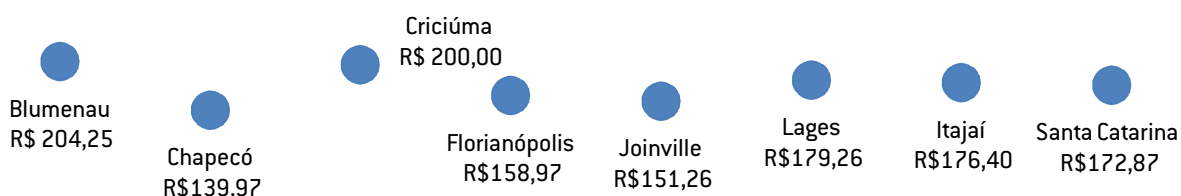
A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (59,8%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.510 a R\$ 4.007 (45,3%), além de famílias que ganham entre R\$ 947,00 e R\$ 1.509 (23,9%). Completa o quadro geral as famílias que têm rendimento entre R\$ 4.008 e R\$ 6.506 (15,3%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS NAMORADOS 2014

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio SC diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores com toda data, incluindo presentes e serviços. Desta maneira, na média, o consumo deste Dia dos Namorados será de R\$ 172,87 por pessoa. Gasto menor do que o levantado pela mesma pesquisa em 2014, quando deflacionado pela inflação (IPCA) do período de 8,17%. A variação real foi de -7,4%. O destaque fica por conta de Blumenau com a maior expectativa de gasto no Estado: R\$ 204,25 por consumidor. Portanto, especialmente em Blumenau e Lages, percebe-se que o consumidor ainda deseja consumir mais com toda a data, apesar da situação econômica em retração. Assim, as atuais condições do crédito e da inflação podem fazer com que esse gasto maior não se confirme. Cabe, nesse aspecto, por parte do empresário, procurar na medida do possível flexibilizar as condições de pagamento, a ponto de permitir realmente o consumidor gastar mais.

Abaixo é possível identificar a expectativa de gasto médio entre os consumidores em todas as cidades contidas na pesquisa e também uma comparação com a expectativa de gasto em anos anteriores:

Gasto Médio



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Anos anteriores

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2014	167,87	142,28	187,68	175,76	153,08	152,66	224,13	171,70
2013	151,82	120,53	143,58	201,54	151,02	138,51	146,76	151,19

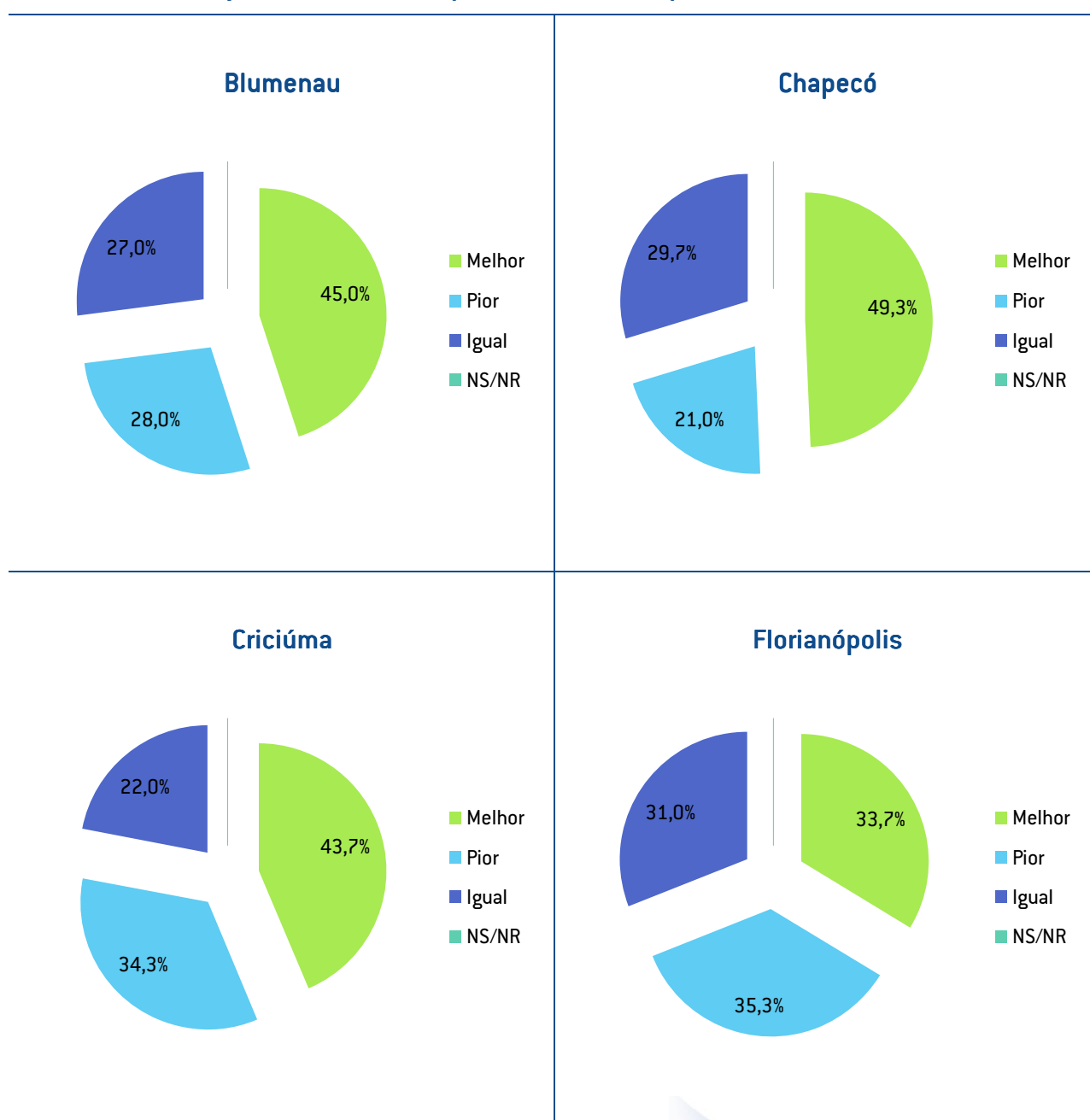
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

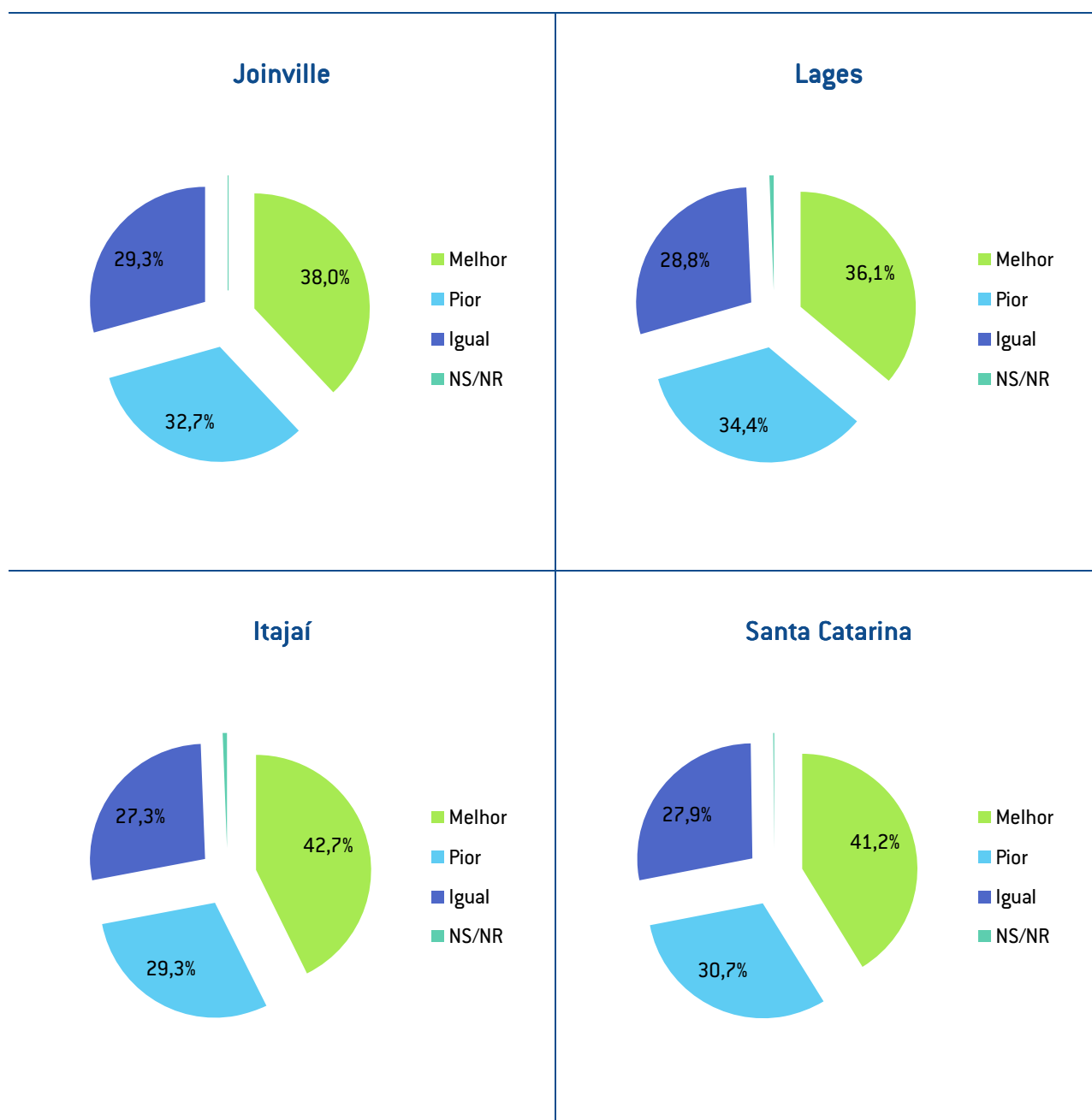
A origem da queda real na expectativa de gasto médio total por parte dos consumidores está em outro dado levantado pela pesquisa: a evolução da situação financeira das famílias. Os gráficos abaixo mostram que 41,2% das famílias de Santa Catarina declararam estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior, 27,9% apontaram que sua situação permaneceu igual e 30,7% afirmaram que estão em pior situação, resultado

consideravelmente maior do que no ano passado, quando apenas 15,8% afirmaram estar em situação pior.

Assim, é claro que a desaceleração da renda das famílias traz uma menor confiança na prospecção de gastos para o Dia dos Namorados, tornando pouco viável um crescimento considerável das vendas no período. Soma-se a isso o fato de as taxas de juros estarem mais altas que o ano passado, bem como a inflação e o desemprego. O cenário, portanto é de volume de vendas reduzido e faturamento baixo, quando comparado com períodos anteriores. Abaixo os dados para todas as cidades pesquisadas:

Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior



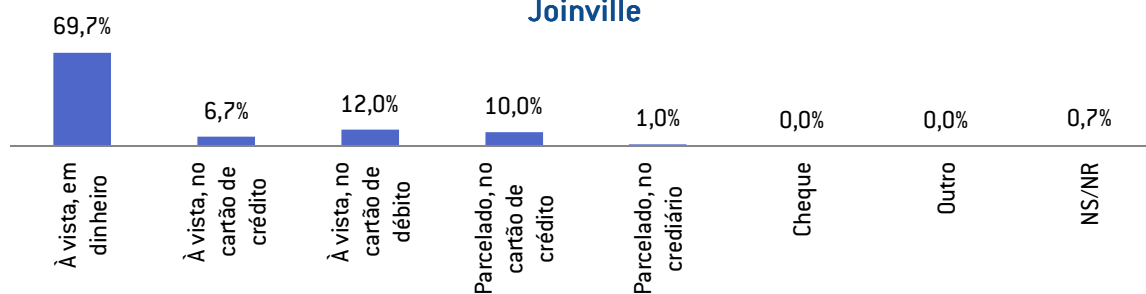


Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (71,2%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra parcelada no cartão de crédito (10,1%) e pela compra à vista no cartão de crédito (7,5%). 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:

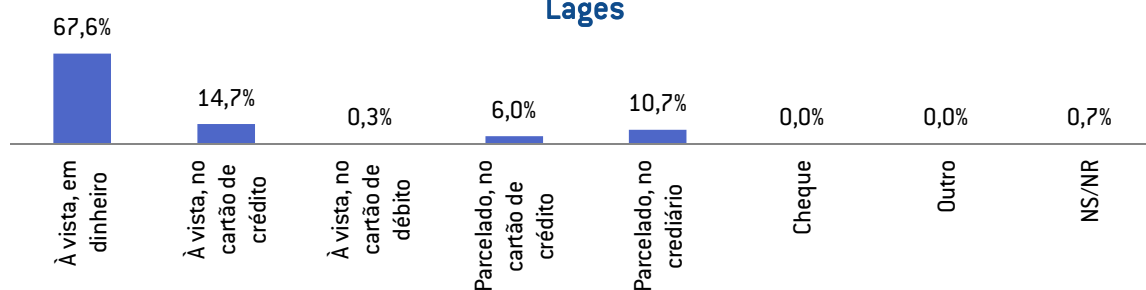
Como pretende pagar a compra dos presentes?



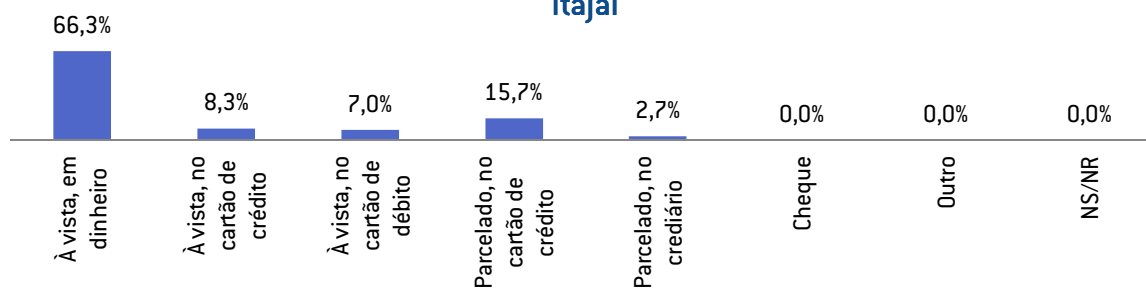
Joinville



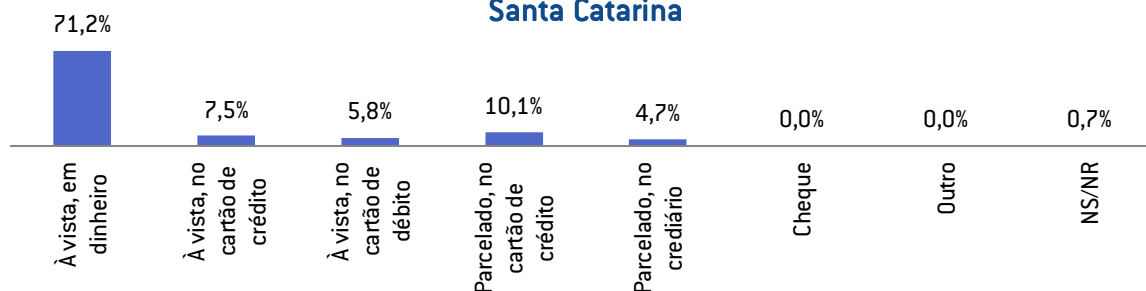
Lages



Itajaí



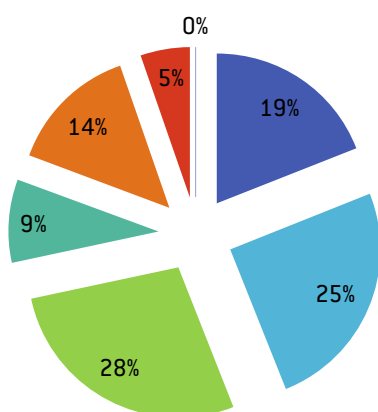
Santa Catarina



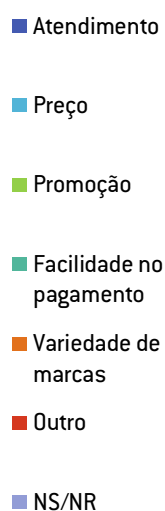
Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com o preço é central (33%), seguido pelo atendimento (26%) e pelas promoções (22%). Ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra é de interesse dos catarinenses. Na sequência aparece o resultado dividido por cidades:

Ação do comércio

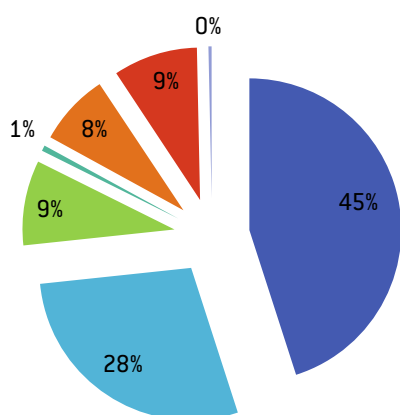
Blumenau



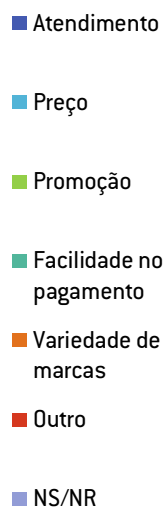
Chapecó

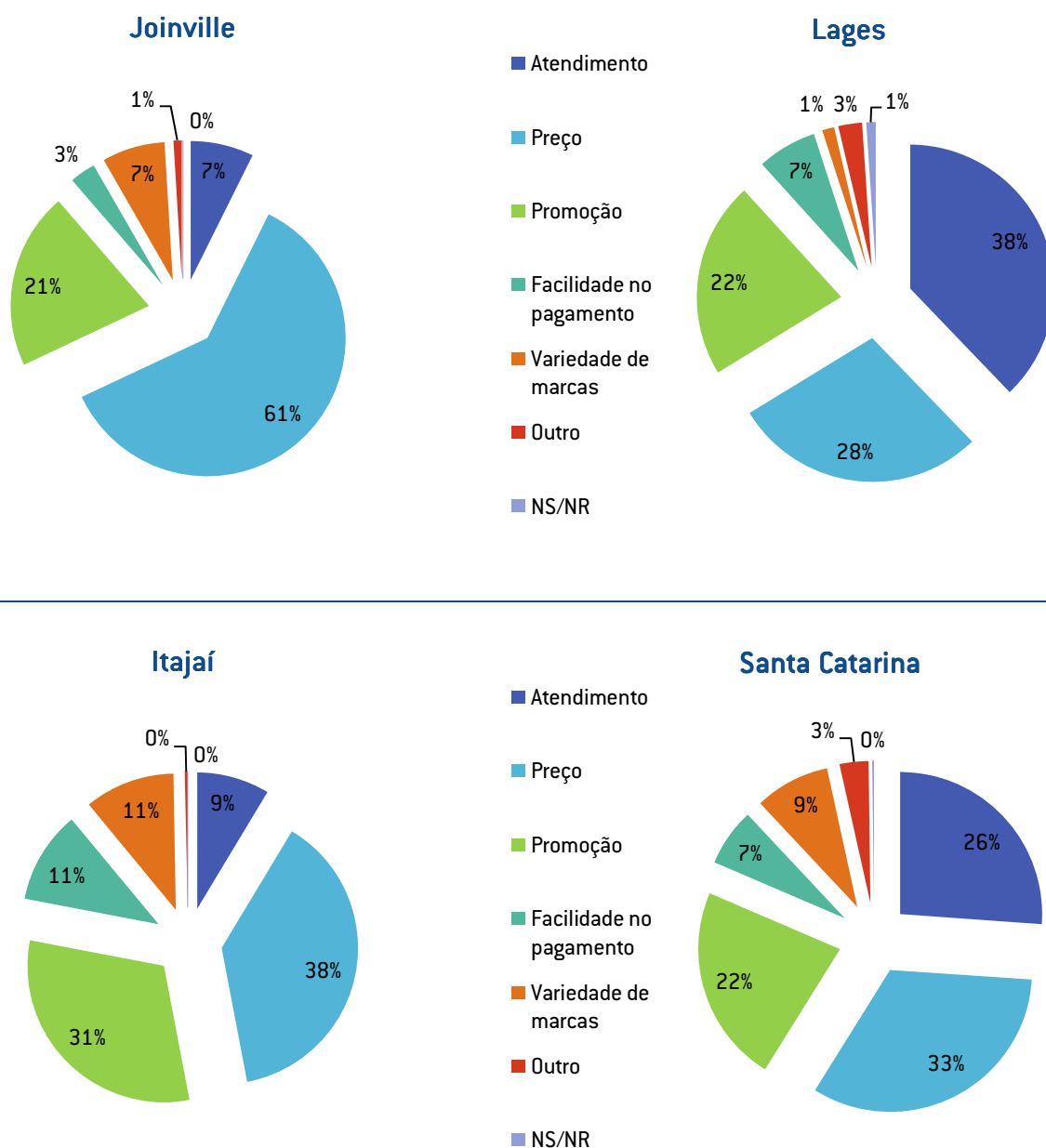


Criciúma



Florianópolis

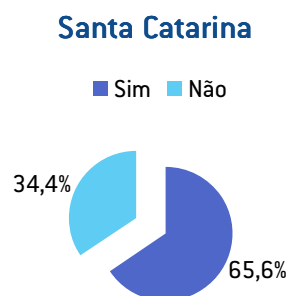
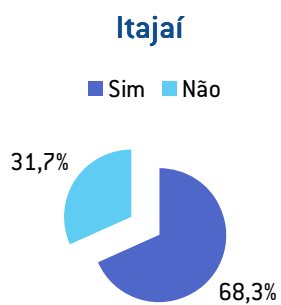
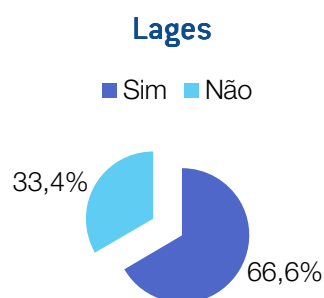
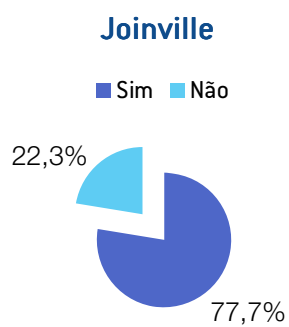
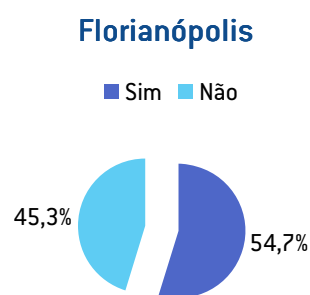
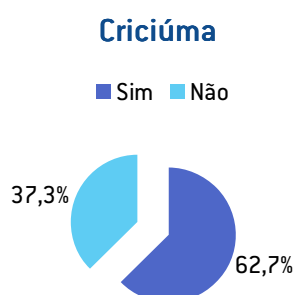
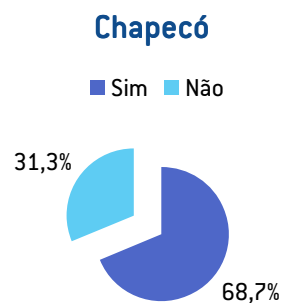
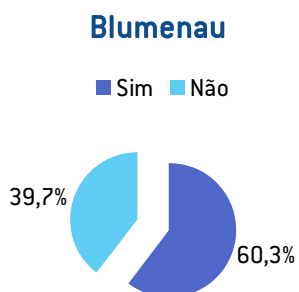




Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 65,6% dos entrevistados disseram que vão realizar pesquisa de preço para o Dia dos Namorados. Resultado que é semelhante em todas as cidades que compõem a pesquisa, mostrando uma forte tendência do catarinense na busca por economizar. Os dados por cidade podem ser vistos abaixo:

Realizará pesquisa de preço



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 (64,4%), seguido pelo shopping (28,4%) e pela internet (3,6%).

Local

Local de compra	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Comércio de rua	46,0%	79,7%	62,3%	50,3%	54,3%	92,6%	65,7%	64,4%
Shopping	49,3%	15,3%	20,3%	39,3%	41,0%	2,3%	31,0%	28,4%
Internet	1,3%	2,0%	9,3%	5,0%	2,7%	2,0%	2,7%	3,6%
Revendedores de porta em porta/ catálogo	1,3%	1,7%	3,0%	1,0%	0,0%	1,7%	0,3%	1,3%
Camelô	0,0%	0,7%	0,3%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Outro	1,0%	0,3%	0,0%	1,7%	1,7%	1,3%	0,0%	0,9%
NS/NR	1,0%	0,3%	4,7%	0,7%	0,3%	0,0%	0,3%	1,0%

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 (45,5%), seguido pelo setor de perfume/cosmético (17,2%) e pelos calçados/bolsas (10,4%). 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	43,0%	41,0%	35,0%	41,0%	58,0%	44,1%	56,3%	45,5%
Perfume/cosmético	20,0%	22,0%	12,0%	21,0%	15,0%	14,4%	16,3%	17,2%
Calçado/bolsa	12,3%	9,7%	13,0%	6,7%	9,7%	10,4%	11,3%	10,4%
Joias	1,7%	3,0%	3,3%	4,7%	4,0%	2,0%	3,7%	3,2%
Flores	2,7%	2,0%	1,3%	5,0%	2,0%	5,7%	3,0%	3,1%
Livro	0,7%	0,0%	5,0%	4,7%	1,3%	1,0%	1,3%	2,0%
Celular	1,7%	3,0%	1,7%	2,0%	0,7%	3,0%	1,0%	1,9%
Eletrodoméstico	1,3%	1,3%	2,3%	2,3%	1,0%	2,0%	1,7%	1,7%
Artigo de decoração	0,7%	0,0%	0,0%	3,3%	0,7%	0,7%	1,0%	0,9%
Biju	0,3%	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%	0,0%	0,3%	0,2%
Outro	8,7%	3,0%	2,7%	7,3%	6,0%	9,7%	3,7%	5,9%
NS/NR	7,0%	15,0%	23,7%	1,7%	1,3%	7,0%	0,3%	8,0%

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 bom saber o número de famílias que vai aproveitar a data para passear. Uma grande porção dos entrevistados afirmou que irá almoçar/jantar em um restaurante (36,3%). Entretanto a maioria disse que não levará a lugar nenhum (41,2%), como pode ser visualizado na tabela abaixo:

Passeio

Passeio	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Não levará a lugar nenhum	38,0%	52,3%	52,7%	39,3%	46,0%	27,4%	32,7%	41,2%
Almoçar/jantar em um restaurante	37,3%	40,7%	28,3%	45,7%	34,7%	23,1%	44,0%	36,3%
Viagem	2,7%	2,3%	7,3%	4,3%	1,0%	6,4%	2,0%	3,7%
Hotel/motel	1,0%	0,3%	0,7%	3,0%	2,0%	0,0%	1,3%	1,2%
Salão de beleza/SPA	0,3%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Outro	4,3%	3,3%	0,7%	4,0%	0,3%	30,1%	1,0%	6,2%
NS/NR	16,3%	1,0%	10,3%	3,3%	16,0%	13,0%	18,7%	11,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para finalizar, a Fecomércio SC indagou o motivo do passeio, sendo que a escolha pelo lugar que o(a) namorado(a) escolheu prevaleceu [18,4%], seguida pelo local romântico [14,6%] e pelo atendimento [8,1%]. Abaixo, é possível observar a questão com maior detalhe:

Motivo

Qual o motivo da viagem?	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Local romântico	22,0%	21,1%	12,4%	33,3%	6,8%	7,1%	9,8%	14,6%
Lugar que o(a) namorado(a) escolheu	9,8%	32,4%	7,0%	33,9%	24,4%	11,4%	23,5%	18,4%
Atendimento	11,8%	26,8%	7,4%	10,7%	2,8%	1,0%	6,8%	8,1%
Preço	5,7%	4,9%	2,7%	8,5%	2,0%	0,3%	3,4%	3,5%
Outro	33,3%	11,3%	6,4%	9,6%	8,0%	38,4%	11,4%	17,8%
NS/NR	17,5%	3,5%	64,2%	4,0%	56,0%	41,8%	45,1%	37,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

Os catarinenses que comprarão principalmente vestuário neste Dia dos Namorados são jovens, pertencentes à classe média e têm seu rendimento advindo do trabalho assalariado com carteira assinada. O comércio de rua e os shoppings serão os principais destinos desses consumidores, que têm intenção de pagar suas compras principalmente à vista, em dinheiro.

Já a expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 172,87, resultado real inferior em -7,4% ao gasto médio prospectado pelas famílias do Estado em 2014. Aqui a desaceleração da renda tem um papel fundamental, já que a percepção de pior situação financeira em relação ao ano anterior, por parte das famílias, foi consideravelmente maior e isso gera certa cautela em relação aos gastos com o Dias dos Namorados.

Além disso, a busca pelas promoções e pelo melhor preço continuarão sendo a tônica deste Dia dos Namorados para os catarinenses. Por fim, a maioria dos catarinenses planeja não sair com seu(ua) namorado(a), mas um número elevado planeja levar para almoçar/jantar em um restaurante.



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