



PESQUISA FECOMÉRCIO

Intenção de compras - Dia dos Pais 2015

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

Relatório de Intenção de Compras do Dia dos Pais 2015

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Julho de 2015

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS PAIS 2015	6
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 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 2.115 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 8 e 11 de julho 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% e erro amostral médio entre os municípios de 5,63%.

Foram aplicadas 14 perguntas, sendo 13 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 dos Pais em Santa Catarina. Abaixo, seguem algumas informações relevantes para este objetivo.

Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	58,7%	76,0%	36,7%	69,8%	66,3%	64,2%	64,9%	62,4%
Masculino	41,3%	24,0%	63,3%	30,2%	33,7%	35,8%	35,1%	37,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	39,7%	37,8%	45,3%	29,6%	34,3%	32,5%	38,0%	36,7%
De 26 a 35 anos	32,0%	35,9%	32,0%	29,9%	37,7%	27,5%	40,9%	33,7%
De 36 a 45 anos	19,7%	17,8%	15,0%	21,9%	19,3%	17,5%	16,6%	18,3%
De 46 a 55 anos	6,0%	6,3%	6,3%	13,0%	5,7%	12,9%	4,5%	7,8%
De 56 a 65 anos	2,3%	2,3%	1,3%	5,0%	2,3%	5,6%	0,0%	2,7%
66 anos ou mais	0,3%	0,0%	0,0%	0,7%	0,7%	4,0%	0,0%	0,8%
NS/NR	39,7%	37,8%	45,3%	29,6%	34,3%	32,5%	38,0%	36,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%	0,2%
Fundamental incompleto	11,7%	12,2%	9,3%	0,3%	4,3%	12,6%	7,5%	8,3%
Fundamental completo	15,0%	14,5%	6,0%	4,3%	12,3%	11,9%	12,0%	10,9%
Médio incompleto	8,0%	3,6%	10,0%	1,0%	4,3%	7,0%	4,2%	5,4%
Médio completo	39,7%	42,1%	45,3%	55,8%	35,0%	47,4%	52,3%	45,4%
Superior incompleto	11,3%	14,1%	18,3%	13,3%	11,3%	9,3%	11,7%	12,8%
Superior completo	13,7%	9,5%	9,3%	22,9%	25,0%	6,6%	11,4%	14,0%
Pós-graduação	0,7%	3,9%	1,3%	2,3%	7,7%	4,3%	0,6%	2,8%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	2,7%	2,0%	3,0%	3,3%	1,0%	10,3%	1,0%	3,3%
Autônomo	11,0%	8,6%	16,0%	15,0%	13,7%	13,6%	12,7%	12,9%
Carteira assinada	66,3%	58,6%	55,7%	49,8%	61,3%	46,7%	61,7%	57,2%
Desempregado	12,3%	6,3%	9,0%	7,3%	7,3%	7,9%	13,3%	9,1%
Do lar	3,3%	8,6%	5,0%	8,0%	3,0%	7,3%	6,5%	6,0%
Empresário	0,7%	1,3%	2,3%	0,7%	3,0%	1,0%	1,9%	1,6%
Estagiário	0,7%	2,0%	2,7%	2,0%	1,7%	0,3%	0,6%	1,4%
Estudante	0,7%	7,2%	3,7%	7,3%	3,7%	7,0%	1,3%	4,4%
Outro	2,3%	5,6%	2,3%	6,6%	3,7%	5,6%	1,0%	3,9%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	1,7%	0,3%	0,0%	0,3%

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	6,0%	5,6%	2,7%	11,3%	11,0%	13,9%	2,9%	7,6%
De R\$ 947 a R\$ 1.509	25,0%	21,7%	22,3%	31,6%	26,3%	25,8%	28,6%	25,9%
De R\$ 1.510 a R\$ 4.007	44,3%	62,8%	39,7%	40,5%	32,0%	44,4%	46,1%	44,3%
De R\$ 4.008 a R\$ 6.506	17,3%	6,9%	19,3%	9,3%	20,3%	4,6%	15,9%	13,4%
De R\$ 6.507 a R\$ 8.483	3,0%	2,0%	8,7%	4,0%	8,3%	2,0%	2,9%	4,4%
De R\$ 8.484 a R\$ 12.479	2,7%	0,3%	4,3%	1,7%	0,7%	0,7%	2,3%	1,8%
De R\$ 12.480 ou mais	1,7%	0,7%	2,7%	1,7%	0,3%	1,0%	1,3%	1,3%
Recusa	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	1,0%	7,6%	0,0%	1,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados acima mostram que os respondentes da pesquisa de intenção do Dia dos Pais deste ano são formados majoritariamente por mulheres (62,4%). Esses consumidores são jovens, com idade entre 18 e 35 anos (70,4%). Em relação ao grau de escolaridade desses consumidores, a maioria tem ensino médio completo (45,4%) ou grau de instrução equivalente ao superior incompleto (12,8%) e superior completo (14,0%). O percentual de respondentes que afirma possuir certo grau de instrução fundamental também é relevante.

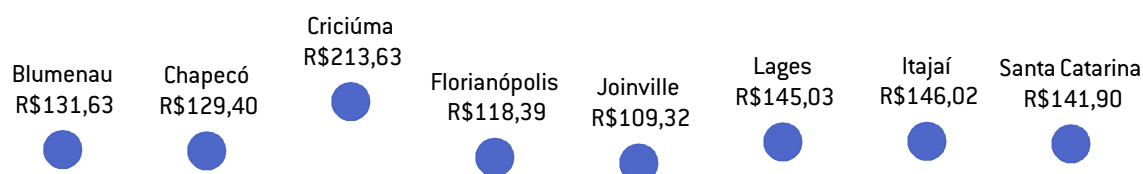
A maioria desses consumidores são trabalhadores com carteira assinada (57,2%). Sendo que a renda da maior parte dessas famílias fica entre R\$ 1.510,00 e R\$ 4.007,00 (44,3%), além de famílias que ganham entre R\$ 947,00 a R\$ 1.509,00 (25,9%), ou seja, a maioria das famílias pertence à classe C e D (70,2%). Completa o quadro geral as famílias que têm rendimento entre R\$ 4.008,00 e R\$ R\$ 6.506,00 (13,4%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS PAIS 2015

Baseado nesse perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio SC diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores. Desta maneira, na média, o consumo deste Dia dos Pais será de R\$ 141,90 por pessoa, gasto menor do que o levantado pela mesma pesquisa em 2014, que havia sido de R\$ 166,44. O destaque fica por conta de Criciúma, com o maior gasto do Estado: R\$ 213,63 por consumidor. Este gasto se refere a todo gasto que o consumidor pretende realizar com compras e serviços na data.

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 Pesquisa Fecomércio SC

Anos Anteriores

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2014 (R\$)	164,56	124,44	172,03	244,68	127,59	150,87	195,05	166,44
2013 (R\$)	131,95	110,36	120,10	158,22	171,92	138,95	161,75	143,49

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

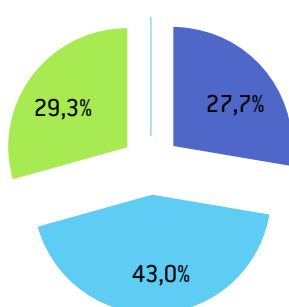
A queda da expectativa do gasto médio está fortemente vinculada à situação econômica brasileira, com inflação e desemprego em alta, queda na confiança dos consumidores, acesso mais restrito ao crédito e queda da renda real. Nesse aspecto, os gráficos abaixo mostram que 33,2% das famílias declararam estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior; 27,9% apontaram que sua situação permaneceu igual e 38,4% afirmaram que estão em pior situação. Chama atenção o fato de que o percentual de famílias em situação pior do que a do ano passado é maior que as famílias em situação melhor, cenário que não ocorria nos últimos anos.

Assim, a retração da renda das famílias trouxe uma menor confiança na prospecção de gastos para o Dia dos Pais, o que torna bastante viável uma redução do volume de 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

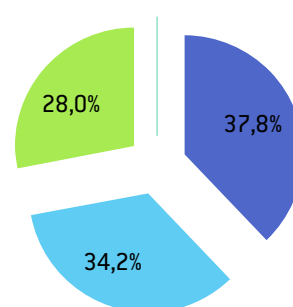
Blumenau

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



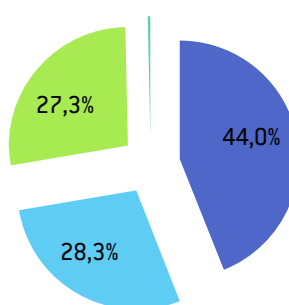
Chapecó

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



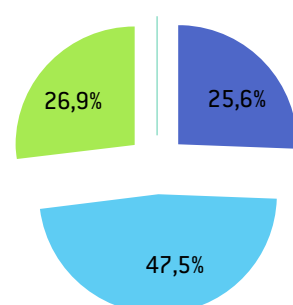
Criciúma

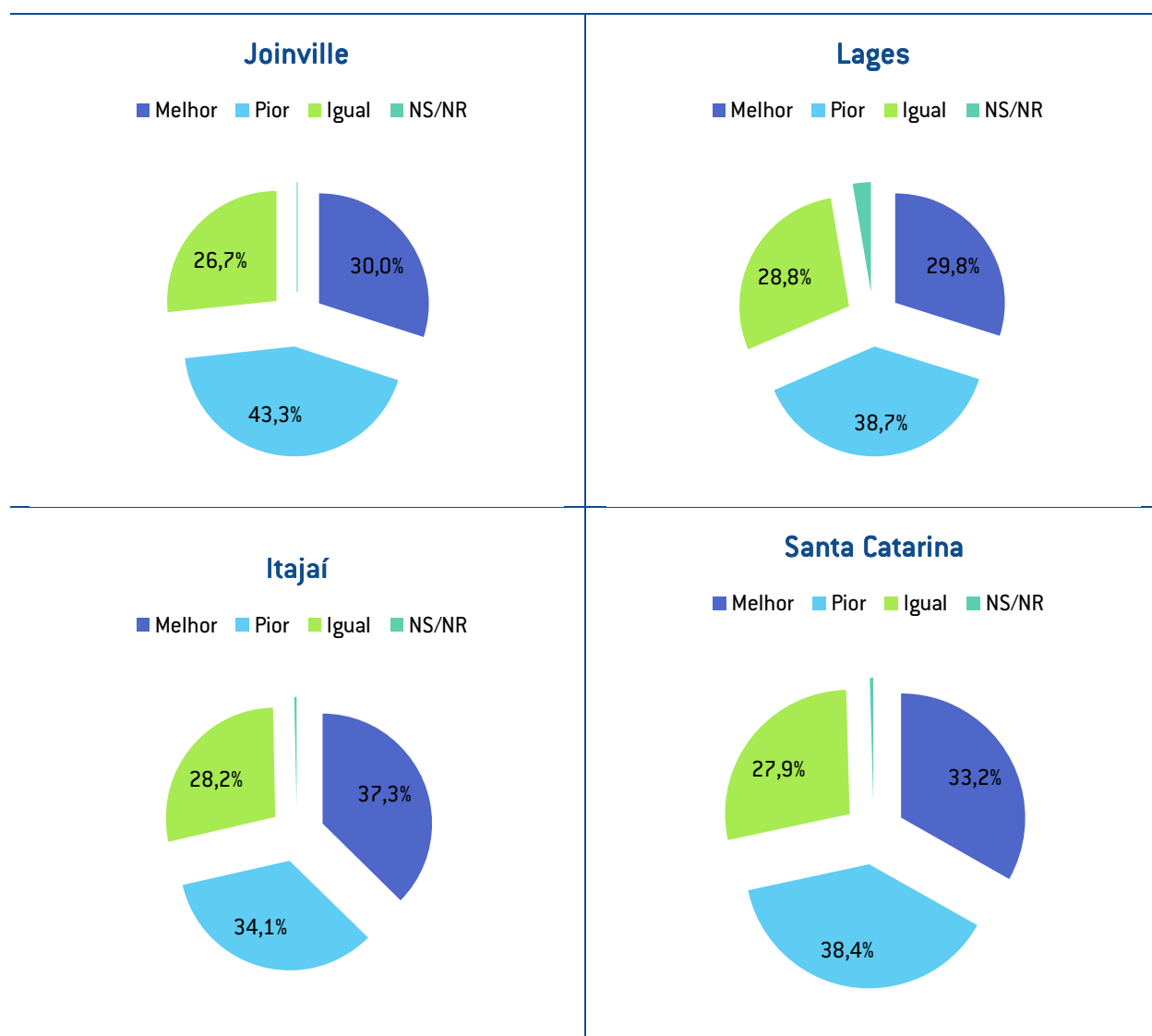
■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



Florianópolis

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR





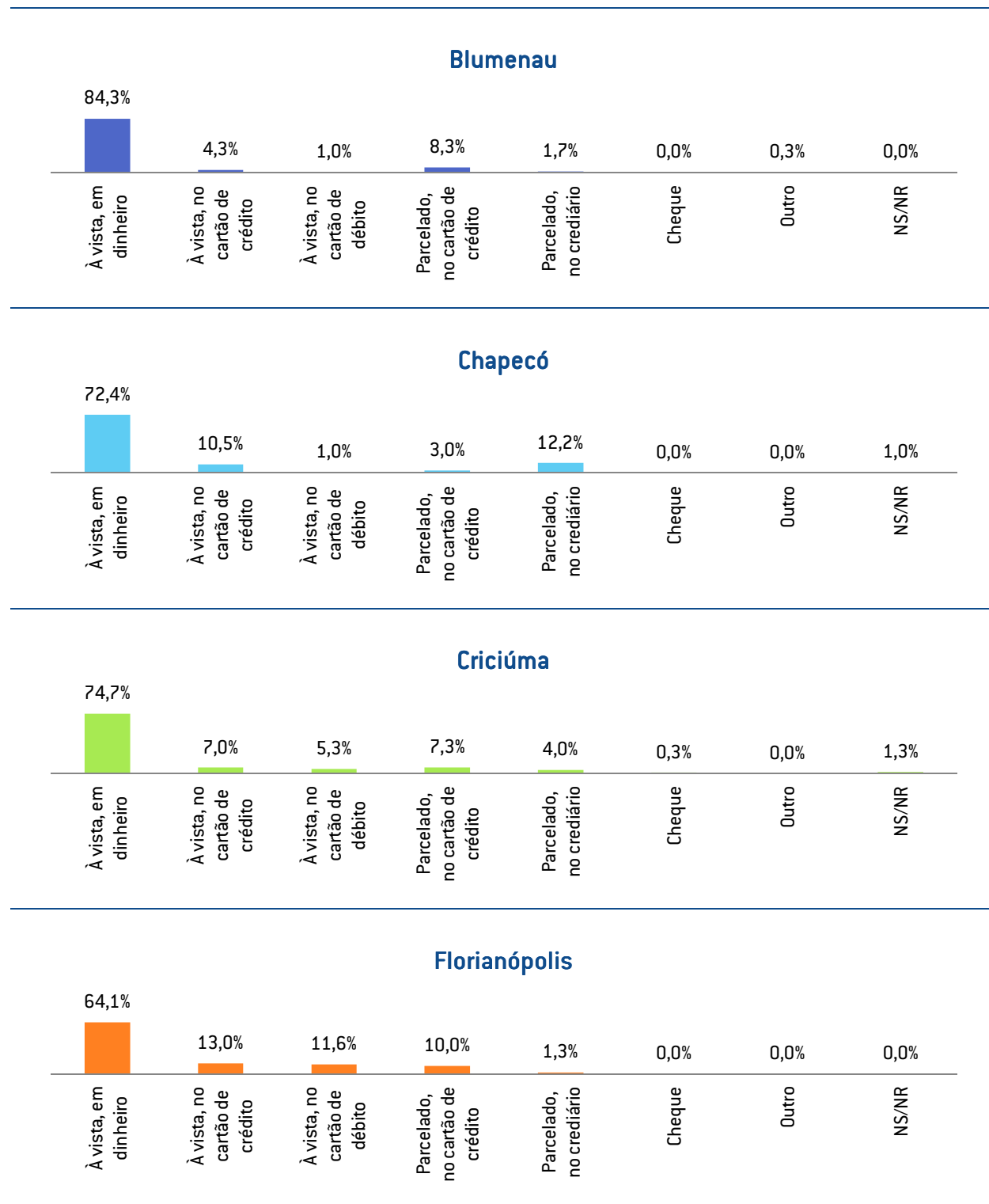
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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 (73,7%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra parcelada no cartão de crédito (9,5%) e pelo pagamento à vista no mesmo cartão de crédito (6,9%). Desta maneira, os catarinenses estão um pouco mais dispostos a endividar-se, já que o percentual de famílias que pretende parcelar no cartão de crédito é maior dos que pretendem pagar à vista. Algo que não se via nos últimos anos e decorre muito do próprio cenário de retração da renda real, devido à persistente inflação.

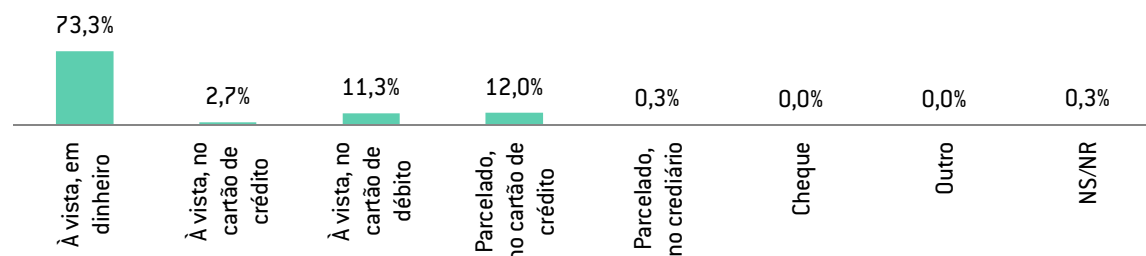
Ainda assim, o percentual de famílias que pretende comprar à vista e em dinheiro é bastante elevado. A intenção é bastante positiva, pois mostra uma maturidade por parte dos consumidores na hora de pensar os gastos de Dia dos Pais, já que poucos pretendem comprar com base no crédito. Entretanto, isso demonstra apenas uma preferência do consumidor, já que as pesquisas de Resultado de Vendas da Fecomércio SC 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.

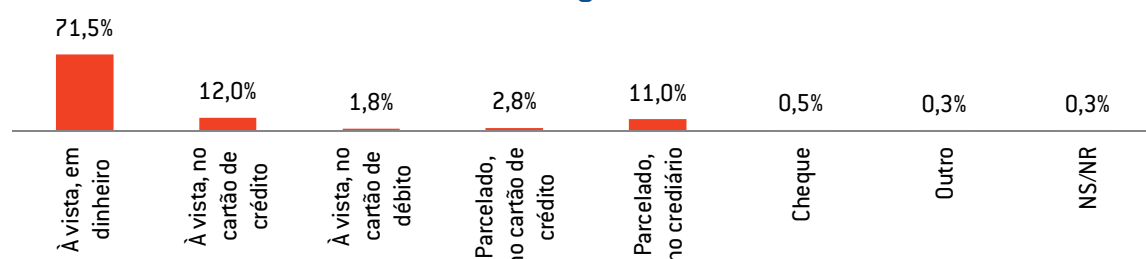
Como pretende pagar a compra desses materiais?



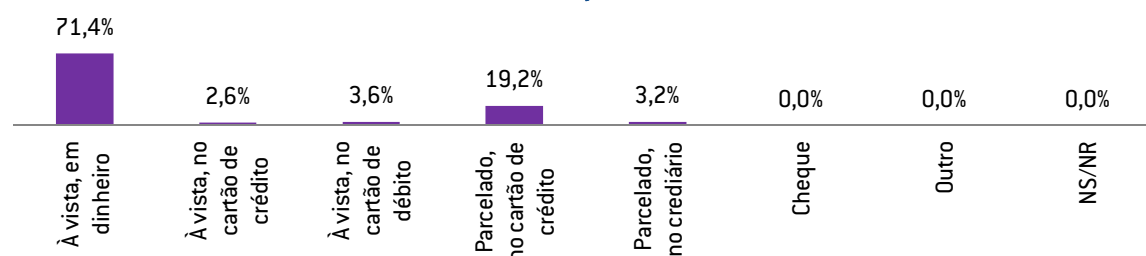
Joinville



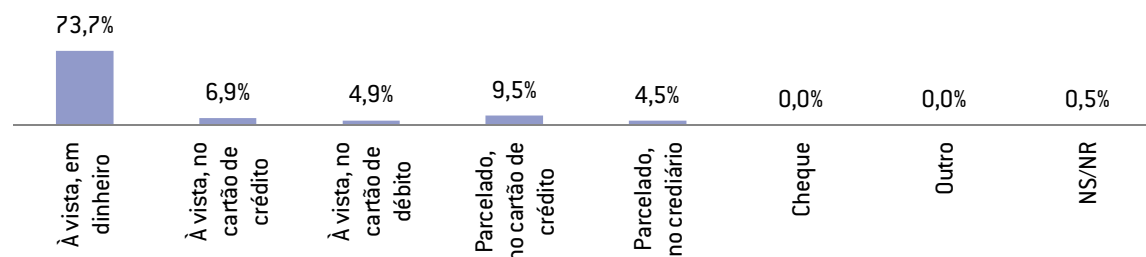
Lages



Itajaí



Santa Catarina



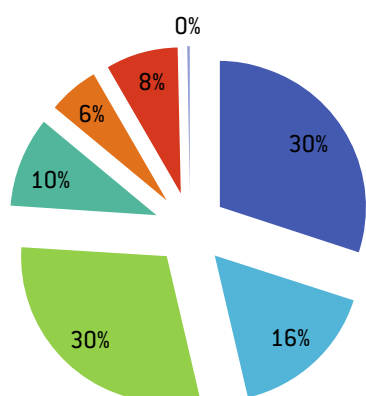
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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 (34%), seguido pelo atendimento (26%) e pela promoção (25%), ou seja, tudo o que

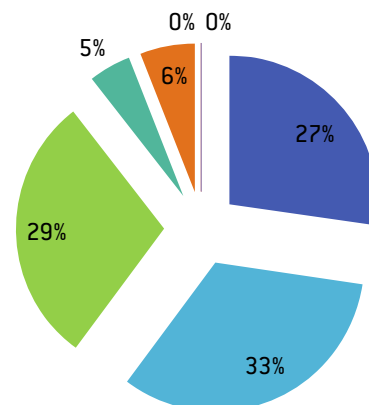
contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra é de interesse dos catarinenses. Na sequência, aparece o resultado dividido por cidades.

Ação do comércio

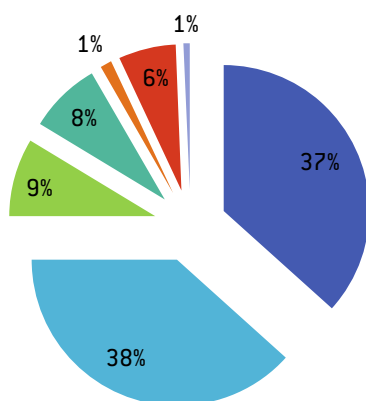
Blumenau



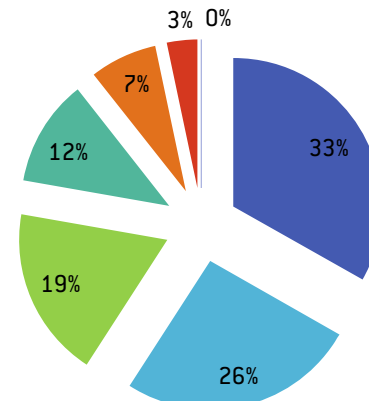
Chapecó

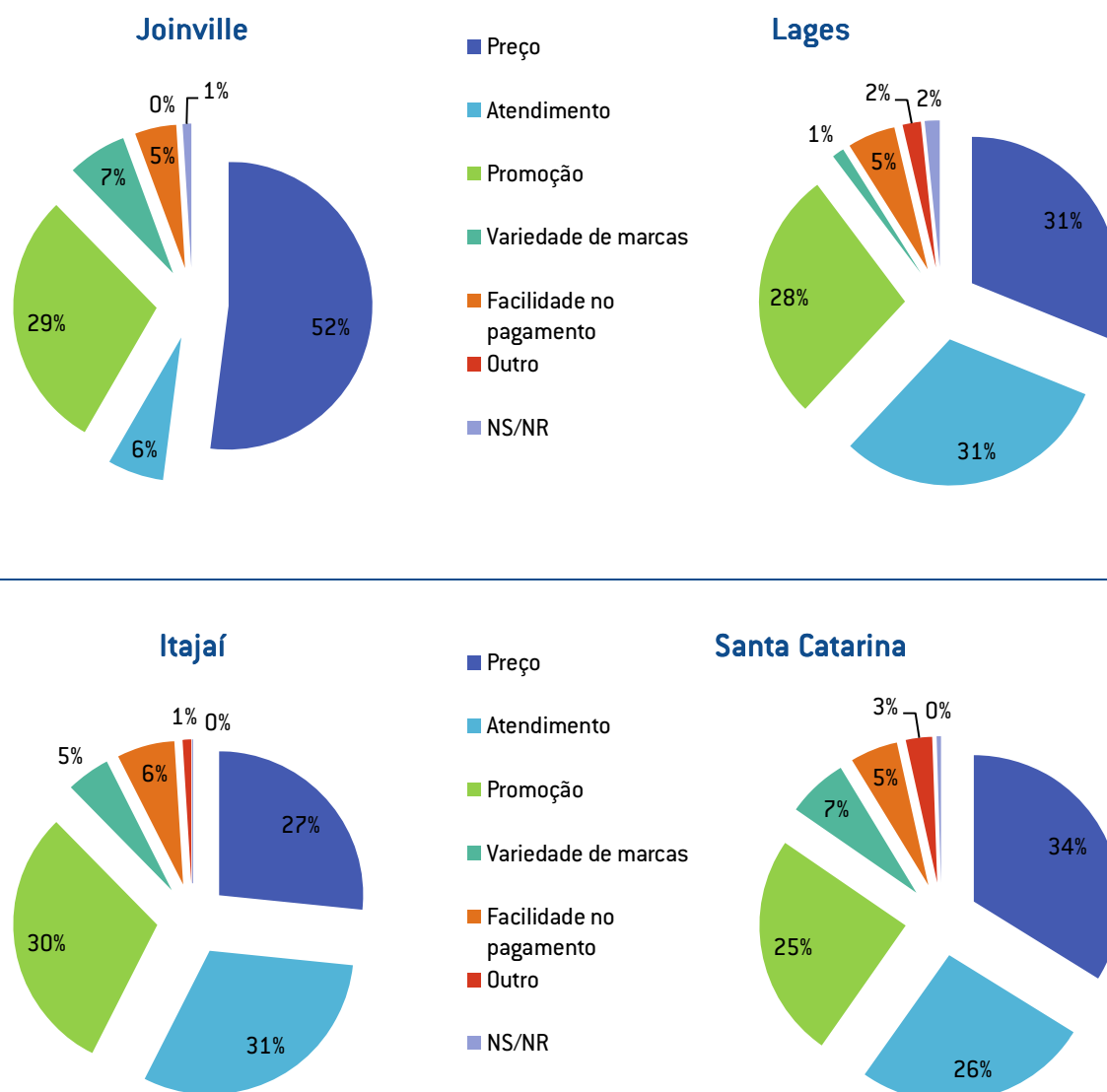


Criciúma



Florianópolis

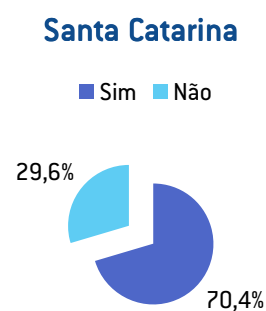
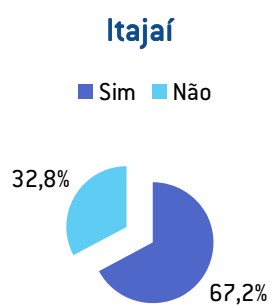
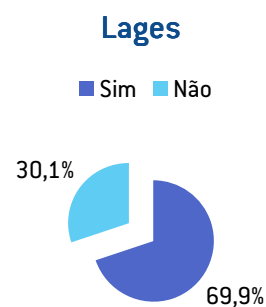
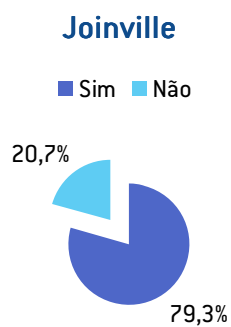
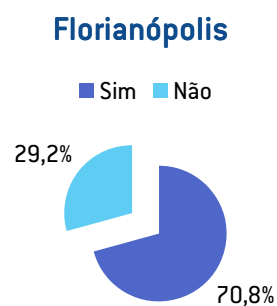
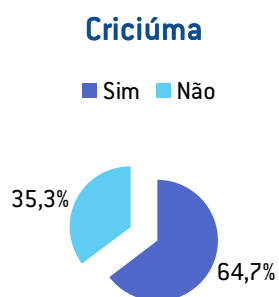
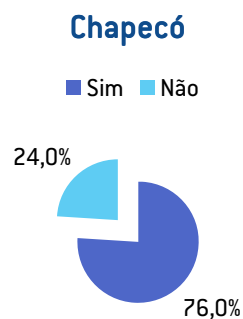
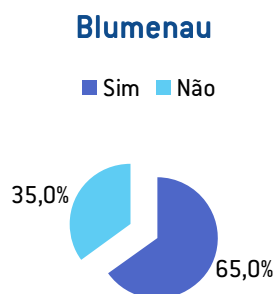




Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 70,4% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para o Dia dos Pais. 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



Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos catarinenses (73,4%), seguido pelos shoppings centers (20,0%). 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	56,7%	89,1%	69,7%	62,5%	61,0%	96,7%	77,9%	73,4%
Shopping	32,7%	8,9%	16,3%	30,2%	34,3%	1,0%	17,2%	20,0%
Internet	1,3%	1,3%	6,7%	2,7%	2,3%	1,3%	2,3%	2,6%
Revendedores de porta em porta/catálogo	2,0%	0,0%	1,0%	1,0%	0,3%	0,7%	1,9%	1,0%
Camelô	0,0%	0,7%	0,3%	2,3%	0,7%	0,0%	0,3%	0,5%
Outro	1,3%	0,0%	0,7%	1,3%	0,0%	0,3%	0,3%	0,7%
NS/NR	6,0%	0,0%	5,3%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	1,8%

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 (57,4%), seguido pelo setor de perfumes e cosméticos (12,2%) e pelo de calçado (12,1%). Uma parcela considerável dos consumidores (4,4%) 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	59,0%	57,9%	50,0%	50,2%	62,3%	60,3%	62,0%	57,4%
Perfume/ cosmético	11,7%	13,5%	8,0%	18,6%	9,3%	10,6%	13,6%	12,2%
Calçado	12,3%	14,8%	20,3%	9,6%	10,7%	8,3%	8,8%	12,1%
Eletroeletrônicos	1,0%	3,3%	4,3%	3,0%	3,0%	3,3%	5,8%	3,4%
Livro	0,0%	0,3%	0,7%	6,0%	1,3%	1,3%	0,3%	1,4%
Celular	0,7%	0,7%	3,0%	2,3%	1,0%	1,7%	0,0%	1,3%
Artigo de decoração	0,7%	1,3%	2,0%	2,3%	1,0%	0,3%	0,6%	1,2%
Artigo automotivo	0,3%	0,3%	0,7%	0,3%	0,3%	0,3%	0,0%	0,3%
Outro	8,0%	3,0%	5,3%	6,6%	6,3%	7,0%	7,1%	6,2%
NS/NR	6,3%	4,9%	5,7%	1,0%	4,7%	7,0%	1,6%	4,4%

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 grande o número de famílias que aproveita o dia para realizar alguma programação especial. No Estado, 47,6% dos entrevistados irão almoçar ou jantar na casa de parentes, seguidos pelos 11,4% que irão sair para almoçar ou jantar em algum restaurante. Também é grande o percentual de pessoas que não irá realizar programa algum (32%), 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 familiares	41,0%	85,9%	23,0%	26,6%	38,0%	77,8%	40,6%	47,6%
Não levará a lugar nenhum	45,0%	10,2%	45,7%	48,8%	37,3%	7,0%	30,5%	32,0%
Almoçar/jantar em um restaurante	11,3%	3,3%	12,3%	18,6%	9,7%	6,6%	18,2%	11,4%
Viagem	0,3%	0,7%	2,7%	3,3%	1,7%	2,6%	0,0%	1,6%
Realizar alguma atividade ao ar livre	0,0%	0,0%	6,3%	1,7%	0,7%	0,3%	0,0%	1,3%
Outro	0,7%	0,0%	0,0%	0,3%	0,7%	1,3%	1,9%	0,7%
NS/NR	1,7%	0,0%	10,0%	0,7%	12,0%	4,3%	8,8%	5,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa 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 (53,5%), seguido pelo lugar que o pai escolheu (9,3%). O item outro também se destaca (6,8%). 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	38,3%	95,3%	31,3%	60,1%	37,5%	73,4%	40,8%	53,5%
Lugar que o pai escolheu	14,3%	2,2%	5,7%	19,0%	5,8%	7,0%	17,1%	9,3%
Atendimento	0,7%	1,1%	2,4%	9,2%	0,7%	1,3%	2,6%	2,1%
Preço	0,7%	1,1%	1,7%	5,2%	1,0%	0,3%	1,8%	1,4%
Outro	18,5%		2,4%	5,9%	5,2%	7,0%	8,8%	6,8%
NS/NR	27,5%	0,4%	56,6%	0,7%	49,8%	11,0%	28,9%	26,9%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

Os catarinenses que comprarão principalmente produtos relacionados ao vestuário e perfume neste ano são majoritariamente mulheres jovens, pertencentes à classe C e que 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 e realizar pesquisa de preço. Quanto à realização de alguma atividade especial na data, a maioria afirmou que irá almoçar ou jantar com o pai na casa de familiares.

Já a expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 141,90, inferior ao gasto médio prospectado em 2014, que havia sido de R\$ 166,44. Aqui a retração da renda real tem um papel fundamental, já que a percepção de pior situação financeira por parte das famílias em relação ao ano anterior se elevou consideravelmente: 38,4% das famílias afirmaram estar nessa situação.

Desse modo, os números estão mostrando que o aumento do pessimismo das famílias em relação à sua situação financeira vem se consolidando em queda do volume das vendas. Os dados mostram que, desde o início do ano, as vendas em Santa Catarina não crescem, o que traz um cenário negativo para o Dia dos Pais deste ano, com expectativa de retração em relação a 2014.



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