



**DIA DAS MÃES 2016**  
Intenção de Compras

 **Fecomércio SC**  
Sesc | Senac

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

# Intenção de Compras de Dia das Mães 2016

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 2016

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES.....	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2016.....	6
CONCLUSÃO .....	17

## INTRODUÇÃO

O Dia das Mães é a segunda data comemorativa mais importante para a economia catarinense, depois do Natal, visto que, além de promover o incremento nas vendas, estimula-se a movimentação econômica de praticamente todos os segmentos do comércio. Em razão disso, a Fecomércio SC e a FCDL/SC realizaram uma pesquisa para conhecer o perfil do consumidor desta data, buscando preparar o empresário do setor com informações relevantes para um melhor aproveitamento deste maior movimento.

A amostra foi de 2.116 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 5 e 9 de abril de 2016. 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% a margem de erro foi estimada em 5%.

Foram aplicadas 15 perguntas, sendo 14 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	61,7%	61,6%	71,9%	52,5%	63,5%	69,5%	62,5%	63,3%
Masculino	38,3%	38,4%	28,1%	47,5%	36,5%	30,5%	37,5%	36,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	24,7%	30,5%	29,4%	34,6%	28,6%	36,1%	32,2%	30,9%
De 26 a 35 anos	29,3%	32,5%	33,3%	37,2%	32,6%	35,8%	30,6%	33,0%
De 36 a 45 anos	22,7%	17,4%	19,9%	13,0%	20,3%	15,2%	20,9%	18,5%
De 46 a 55 anos	15,3%	13,4%	9,8%	6,6%	11,3%	9,3%	11,3%	11,0%
De 56 a 65 anos	7,3%	4,9%	6,9%	6,6%	6,0%	3,3%	4,7%	5,7%
66 anos ou mais	0,7%	1,3%	0,7%	2,0%	1,3%	0,3%	0,3%	0,9%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Fundamental incompleto	11,3%	6,9%	12,7%	5,0%	4,7%	15,9%	11,0%	9,6%
Fundamental completo	20,3%	6,9%	5,9%	5,3%	10,3%	12,3%	11,6%	10,3%
Médio incompleto	9,3%	7,9%	10,8%	9,6%	4,0%	4,3%	8,3%	7,8%
Médio completo	32,0%	48,9%	35,0%	45,5%	50,2%	46,0%	44,9%	43,2%

## Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Intenção de compras – Dia das Mães 2016

Superior incompleto	10,7%	11,1%	16,0%	14,0%	9,0%	12,6%	11,6%	12,1%
Superior completo	13,7%	15,1%	18,6%	16,3%	18,9%	7,6%	11,0%	14,5%
Pós-graduação	2,7%	3,3%	1,0%	3,7%	2,7%	1,3%	1,7%	2,3%
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
Aposentado	5,0%	6,2%	7,2%	4,0%	5,6%	3,3%	3,7%	5,0%
Autônomo	11,3%	11,8%	15,0%	19,6%	10,0%	13,6%	15,9%	13,9%
Carteira assinada	56,7%	49,8%	49,3%	50,5%	58,1%	48,3%	48,2%	51,6%
Desempregado	14,0%	6,9%	9,8%	5,6%	7,6%	6,0%	11,3%	8,7%
Do lar	2,7%	5,2%	6,5%	3,0%	6,0%	16,9%	6,0%	6,6%
Empresário	1,7%	4,9%	4,6%	3,0%	2,0%	1,3%	3,3%	3,0%
Estudante	0,7%	8,9%	3,6%	8,6%	3,7%	3,6%	4,0%	4,7%
Funcionário								
Público	6,7%	4,9%	1,0%	4,3%	6,3%	0,7%	4,0%	4,0%
Outro	1,0%	1,3%	2,9%	1,3%	0,7%	6,3%	3,7%	2,5%
NS/NR	0,3%	0,0%	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\$ 946	6,7%	5,2%	4,9%	5,0%	3,3%	14,6%	5,3%	6,4%
De R\$ 947 a R\$ 1.509	19,7%	19,3%	15,4%	23,3%	14,6%	45,7%	19,9%	22,5%
De R\$ 1.510 a R\$ 4.007	57,7%	40,7%	47,7%	40,9%	52,5%	32,8%	50,8%	46,1%
De R\$ 4.008 a R\$ 6.506	9,0%	20,0%	18,6%	15,3%	15,9%	6,0%	13,0%	14,0%
De R\$ 6.507 a R\$ 8.483	3,7%	6,9%	9,5%	6,3%	6,0%	0,7%	6,3%	5,6%
De R\$ 8.484 a R\$ 12.479	1,3%	3,9%	2,9%	4,0%	2,7%	0,0%	3,0%	2,6%
De R\$ 12.480 ou mais	1,3%	1,6%	1,0%	5,0%	1,0%	0,3%	1,3%	1,7%
Recusa	0,7%	2,3%	0,0%	0,3%	4,0%	0,0%	0,3%	1,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

## Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Intenção de compras – Dia das Mães 2016

Os dados acima mostram que os entrevistados para a pesquisa de intenção de compras do Dia das Mães deste ano é formado majoritariamente por mulheres (63,3%) jovens, com idade entre 18 e 35 anos (63,9%). Em relação ao grau de escolaridade destas consumidoras, a maioria tem ensino médio completo (43,2%).

A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (51,6%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.510,00 e R\$ 4.007,00 (46,1%), além de famílias que ganham entre R\$ 947,00 a R\$ 1.509,00 (22,5%), ou seja, a maioria das famílias pertence à classe C (68,6%). Completa o quadro geral as famílias que tem rendimento entre R\$ 4.008,00 e R\$ R\$ 6.506,00 (14,0%).

## INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2016

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio SC e pela FCDL/SC diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores. Desta maneira, o total do gasto médio com toda a data será de R\$ 159,89 por consumidor, valor 9,6% menor do que o levantado pela mesma pesquisa em 2015, que havia sido de R\$ 176,86. O destaque fica por conta de Itajaí e Florianópolis com os maiores gastos do Estado: R\$ 190,34 e R\$ 190,03, respectivamente.

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.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Anos Anteriores

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2015 (R\$)	179,41	154,33	202,91	209,45	157,08	155,65	188,97	176,86
2014 (R\$)	160,66	141,02	159,68	192,90	125,86	176,28	185,17	188,55

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

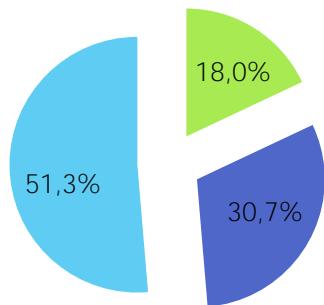
A queda da expectativa do gasto está fortemente vinculada à situação econômica brasileira, com inflação elevada, queda na confiança dos consumidores, acesso mais restrito ao crédito e desaceleração da renda real. Neste aspecto, os gráficos abaixo mostram que 43,0% das famílias declararam estar em situação pior do que a do mesmo período do ano anterior, 32,1% apontaram que sua situação permaneceu igual e 24,8% afirmaram que estão em melhor situação. Resultado inédito, haja vista que é a primeira vez que as famílias que estão em situação financeira pior atingiu um percentual maior que as que melhoraram sua situação financeira.

Assim, a desaceleração da renda das famílias trouxe uma menor confiança na prospecção de gastos para o Dia das Mães, o que fará com que a data apresente um resultado em vendas menor, 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

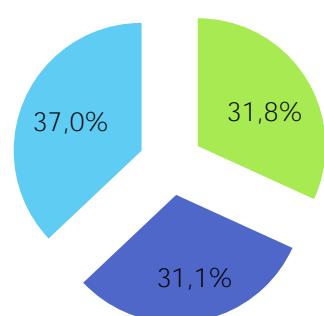
Blumenau

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



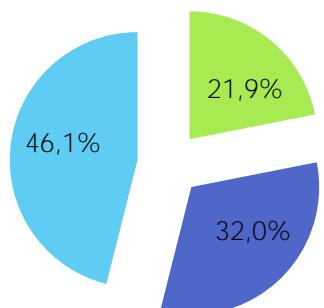
Chapecó

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



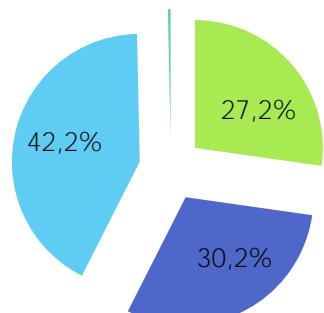
Criciúma

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



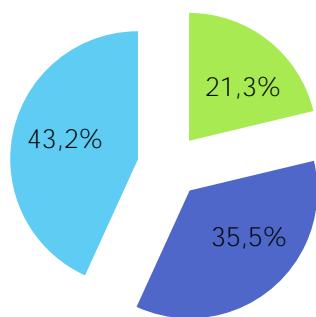
Florianópolis

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



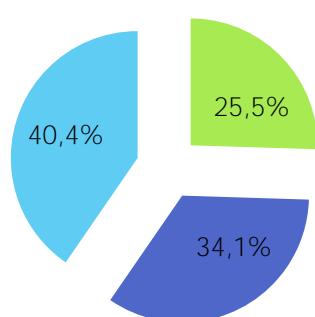
### Joinville

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



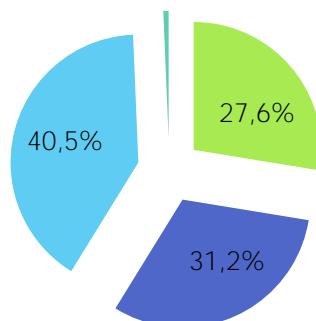
### Lages

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



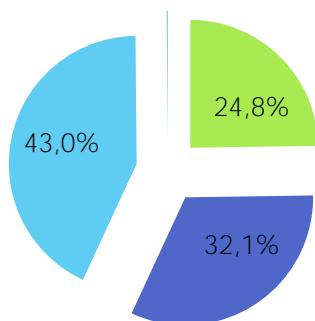
### Itajaí

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



### Santa Catarina

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



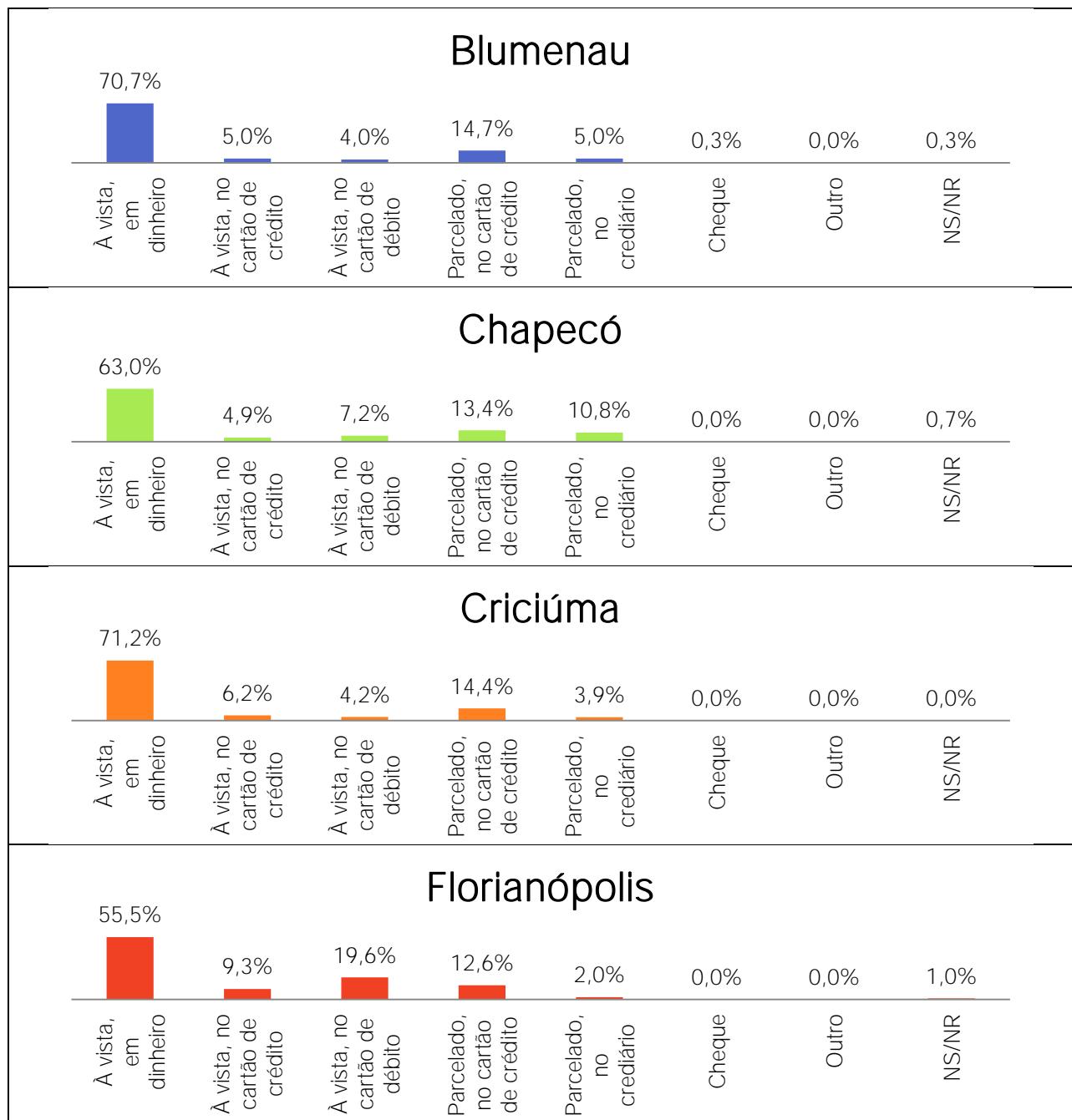
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

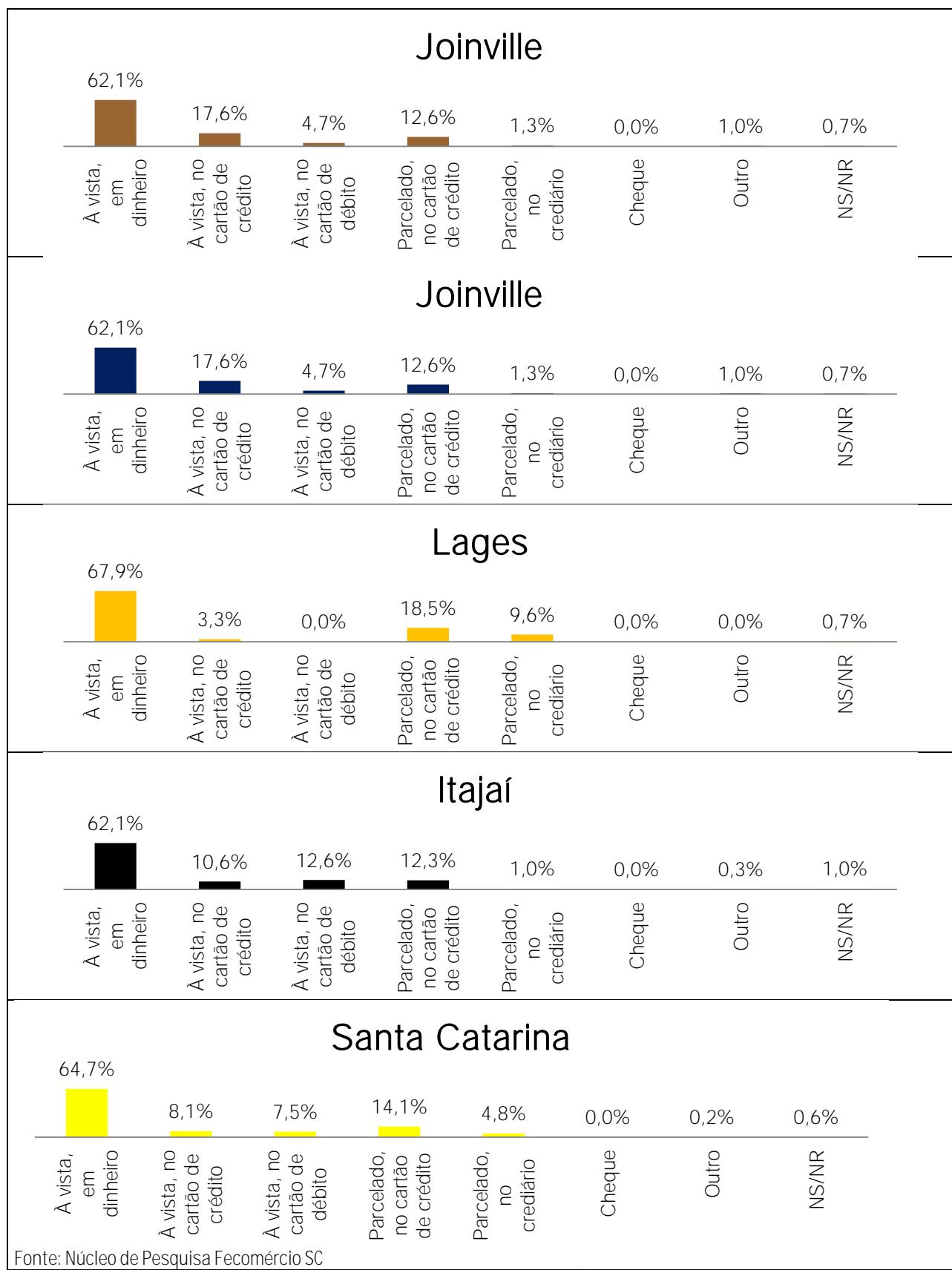
Em relação à escolha da forma de pagamento, a maioria dos consumidores estaduais pretende pagá-las à vista. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (64,7%) pelos catarinenses, seguida pelo parcelamento no cartão de crédito (14,1%) e pela compra à vista no cartão de crédito (8,1%). Desta maneira, os catarinenses estão pouco dispostos a endividar-se, procurando realizar grande parte 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, visto 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 e FCDL/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. Chama atenção o percentual discrepante em relação às outras cidades de

consumidores que pretendem pagar suas contas à vista no cartão de débito em Florianópolis (19,6%).

### Como pretende pagar a compra desses materiais?

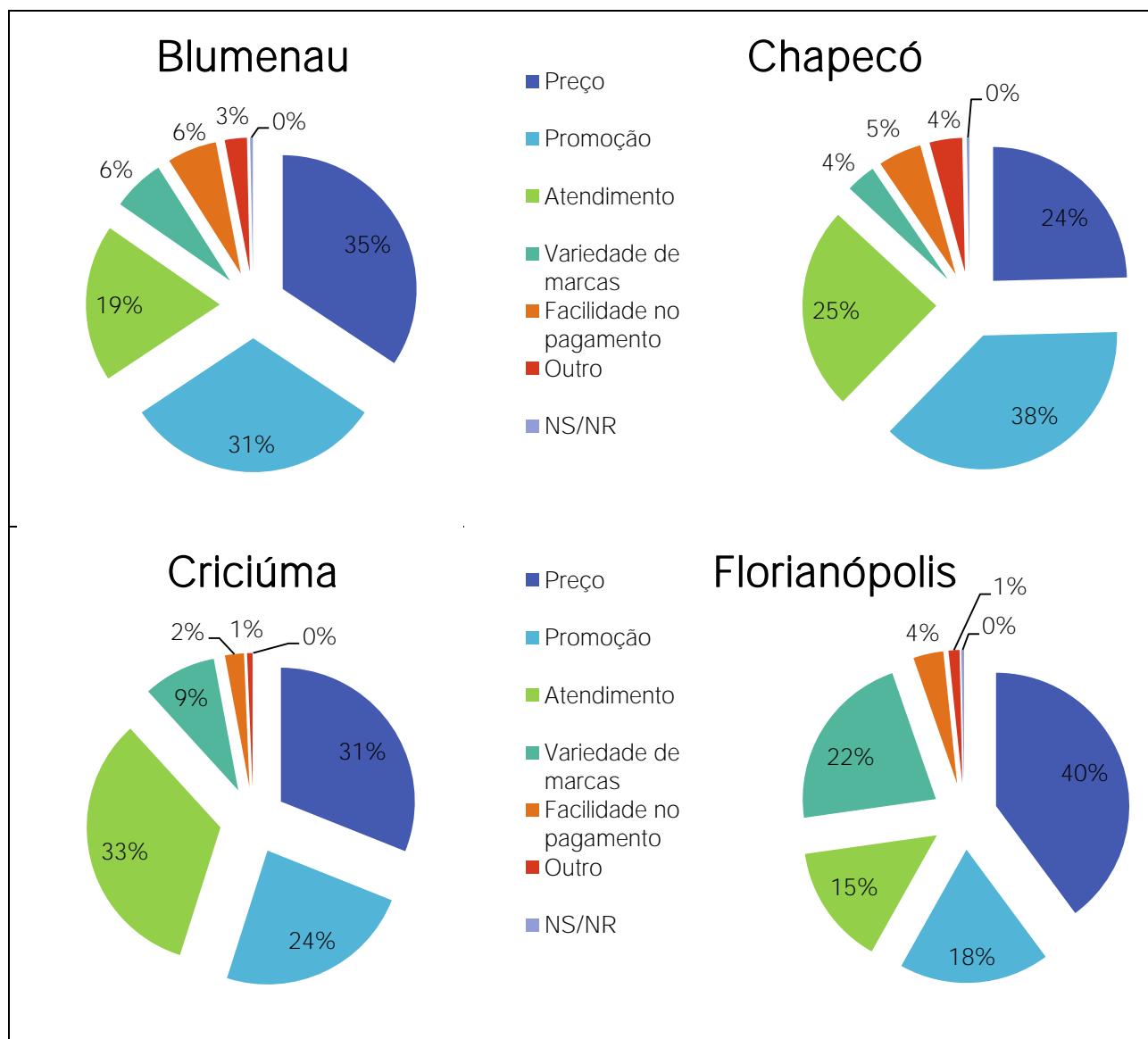


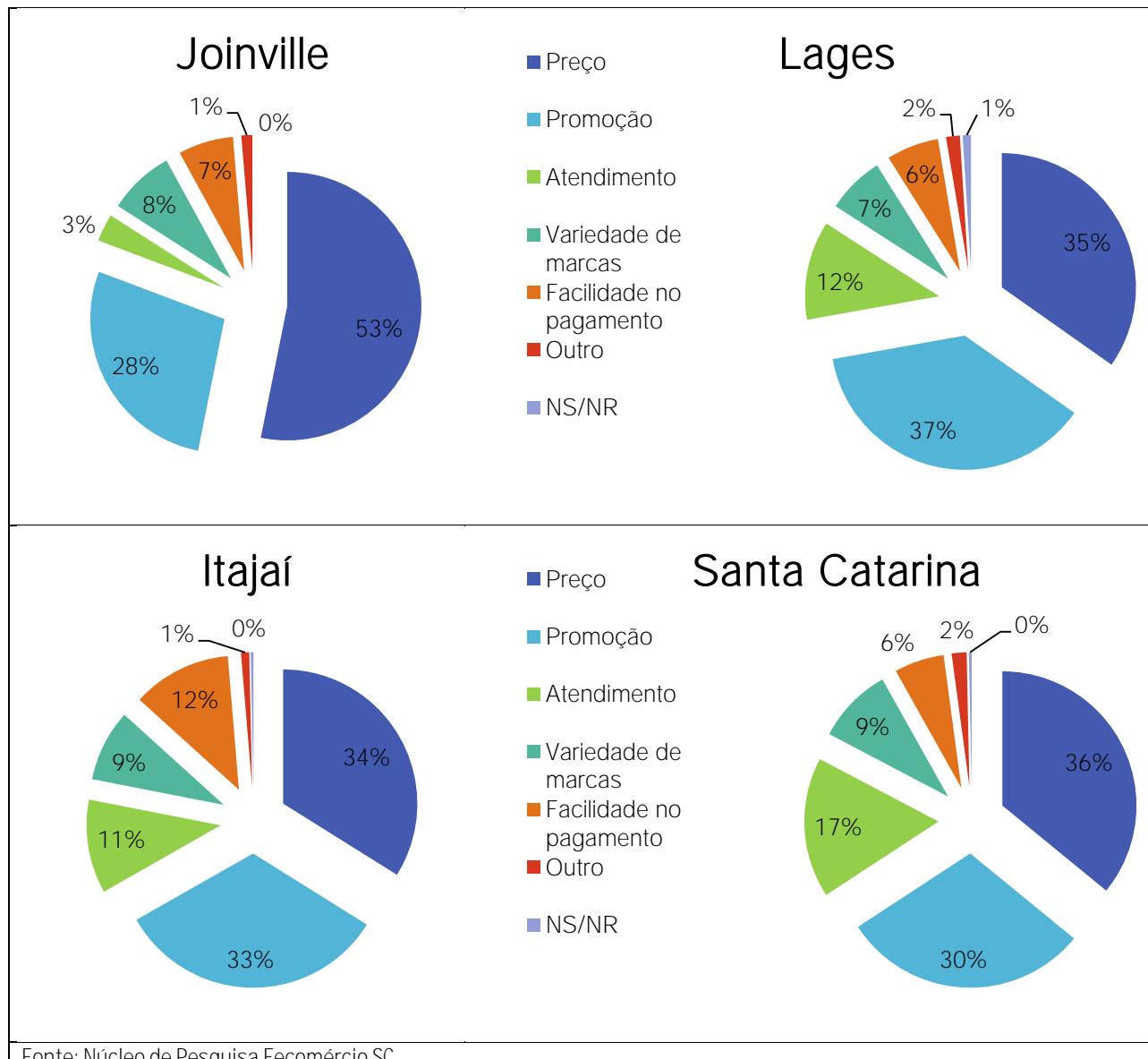


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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 (36%), seguido pelas promoções (30%) e pelo atendimento (17%), 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



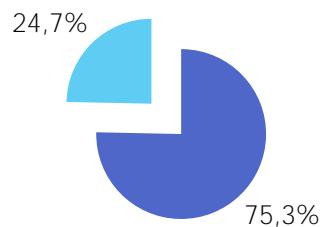


Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 72,4% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para o Dia das Mães. Resultado que é semelhante em todas as cidades que compõe a pesquisa, mostrando uma forte tendência do catarinense. Os dados por cidade podem ser vistos abaixo.

Realizará pesquisa de preço

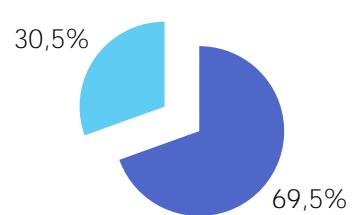
### Blumenau

■ Sim ■ Não



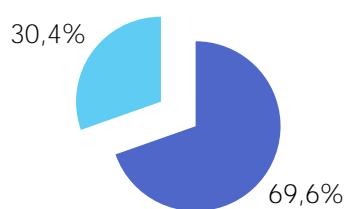
### Chapecó

■ Sim ■ Não



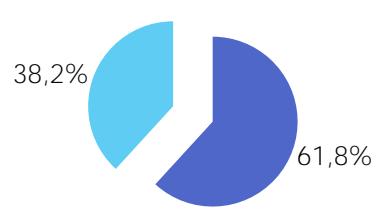
### Criciúma

■ Sim ■ Não



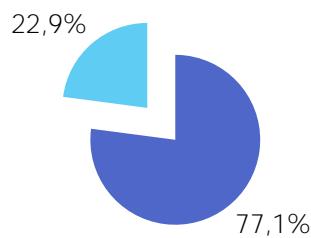
### Florianópolis

■ Sim ■ Não



### Joinville

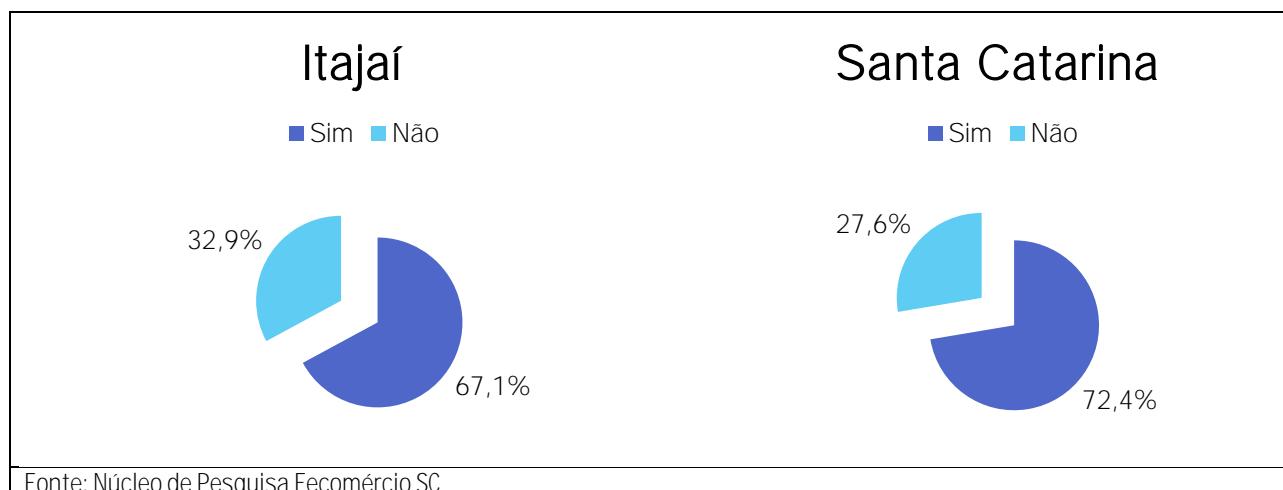
■ Sim ■ Não



### Lages

■ Sim ■ Não





Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos catarinenses (70,7%), seguido pelos Shoppings Centers (19,9%). 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	66,3%	83,0%	81,7%	59,8%	48,8%	86,8%	67,8%	70,7%
Shopping Centers	27,7%	11,1%	10,1%	22,6%	43,5%	2,6%	22,3%	19,9%
Internet	1,7%	1,0%	1,6%	5,6%	4,7%	2,6%	5,0%	3,2%
Revendedores de porta em porta	0,7%	3,3%	4,2%	0,7%	1,3%	3,6%	2,3%	2,3%
Camelô	0,0%	0,7%	1,0%	1,7%	0,0%	0,3%	1,0%	0,7%
Outro	1,0%	0,7%	0,7%	1,0%	1,0%	1,3%	0,7%	0,9%
NS/NR	2,7%	0,3%	0,7%	8,6%	0,7%	2,6%	1,0%	2,4%

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 das Mães. Desta maneira, a Fecomércio SC e a FCDL/SC perguntaram 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 (41,5%), seguido pelo setor de perfumes (14,6%) e pelo de calçados/bolsas (11,8%). Uma parcela considerável dos consumidores (73%) ainda está indecisa quanto ao presente.

## Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Intenção de compras – Dia das Mães 2016

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	43,5%	46,3%	45,9%	35,3%	46,8%	43,8%	31,9%	41,5%
Perfumes/cosméticos	19,7%	16,2%	17,7%	12,0%	12,2%	11,5%	13,5%	14,6%
Calçado/bolsa	11,9%	12,0%	14,6%	8,5%	12,8%	13,5%	9,7%	11,8%
Eletrodomésticos	9,0%	4,2%	5,7%	3,2%	4,5%	11,8%	7,7%	6,6%
Flores	4,2%	5,5%	2,5%	4,7%	6,7%	2,6%	6,1%	4,7%
Jóias	1,0%	5,5%	2,5%	5,0%	3,5%	5,9%	1,5%	3,5%
Artigo de decoração	0,6%	2,9%	5,4%	6,0%	4,2%	2,3%	0,8%	3,1%
Bijuteria	4,5%	0,6%	1,3%	3,5%	1,6%	1,3%	2,8%	2,3%
Celular/smartphone	0,0%	1,3%	1,9%	0,9%	1,6%	1,0%	0,5%	1,0%
Outro	1,0%	1,9%	1,9%	4,4%	3,8%	3,6%	7,7%	3,6%
NS/NR	4,5%	3,6%	0,6%	16,4%	2,2%	2,6%	17,9%	7,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa 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, 41,6% dos entrevistados irão almoçar ou jantar na casa de parentes, seguidos pelos 17,6% que irão sair para almoçar ou jantar em algum restaurante. Também é grande o percentual de pessoas que não irá realizar programa algum (29,8%), 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	26,3%	43,6%	12,1%	39,5%	53,2%	88,7%	27,9%	41,6%
Não levará a lugar nenhum	41,0%	38,0%	37,6%	30,9%	24,9%	2,3%	33,9%	29,8%
Almoçar/jantar em um restaurante	19,7%	12,5%	19,3%	26,9%	15,6%	5,6%	23,9%	17,6%
Viagem	2,3%	3,6%	1,0%	0,7%	0,7%	1,7%	0,3%	1,5%
Salão de beleza/SPA	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Outro	0,7%	0,7%	0,0%	0,7%	1,3%	0,7%	1,7%	0,8%
NS/NR	10,0%	1,0%	30,1%	1,3%	4,3%	1,0%	12,3%	8,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

## Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Intenção de compras – Dia das Mães 2016

Para finalizar, a Fecomércio SC e a FCDL/SC indagaram o motivo para a escolha da programação especial, sendo que a conveniência para a presença de familiares prevaleceu (42,2%), seguido pelo lugar que a mãe escolheu (10,9%). Abaixo é possível observar a questão com maior detalhe.

Qual o motivo da escolha do lugar?	Motivo							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Conveniência para a presença dos familiares	19,7%	46,2%	16,0%	37,9%	55,8%	90,7%	28,9%	42,2%
Lugar que a mãe escolheu	17,3%	10,2%	10,1%	17,9%	8,0%	3,0%	10,0%	10,9%
Atendimento	4,0%	3,9%	4,2%	5,0%	1,0%	0,0%	6,6%	3,5%
Preço	7,0%	0,3%	2,0%	4,3%	4,7%	0,0%	5,0%	3,3%
Outro	1,3%	1,3%	0,0%	1,7%	1,3%	4,3%	3,3%	1,9%
NS/NR	50,7%	38,0%	67,6%	33,2%	29,2%	2,0%	46,2%	38,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

## CONCLUSÃO

A expectativa de gasto médio para o Dia das Mães em Santa Catarina ficou em R\$ 159,89. O resultado é 9,6% inferior ao gasto médio prospectado pelas famílias do estado em 2015, no qual havia sido de R\$ 176,86. 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 para 43,0%. É a primeira vez desde o início da pesquisa que o percentual de famílias em pior situação financeira é mais elevado do que as que se encontram em melhor condição. Deste modo, a inflação elevada, que provoca a desaceleração na renda, e a deterioração da qualidade do emprego somadas ao aumento da restrição ao crédito indicam que haverá uma redução dos volumes de vendas e no faturamento em 2016, quando comparado com a mesma data do ano passado.

Adicionalmente, a pesquisa também constatou que o comércio de rua (70,7%) e os shoppings centers (19,9%) serão os principais destinos dos consumidores para as compras do Dia das Mães. A maioria dos catarinenses tem intenção de pagar suas compras à vista, seja ela em dinheiro (64,7% do total das compras), no cartão de crédito (8,1%) ou no cartão de débito (7,5%), bem como pretendem realizar pesquisa de preço (72,4%). Quanto à realização de alguma atividade especial na data, a maioria afirmou que irá almoçar ou jantar com a mãe na casa de familiares (41,6%). Por fim, os consumidores irão prezar pelo preço (36,0%), promoção (30%) e qualidade do atendimento (17%) na hora de decidir sua compra, a qual será majoritariamente artigo de vestuário (41,5%), perfumes/cosméticos (14,6%) e calçados/bolsas (11,8%).