



Intenção de Compras  
**DIA DOS NAMORADOS 2016**

 **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 Dia dos Namorados 2016

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 2016

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES.....	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS NAMORADOS 2016.....	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 as intenções de compra do consumidor nessa data e, assim, orientar os empresários do setor com relação a este período.

A amostra foi de 1.988 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 10 e 14 de maio de 2016. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí. A pesquisa foi realizada 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.

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 dos entrevistados nesta pesquisa Dia dos Namorados 2016 em Santa Catarina. Abaixo seguem alguns dados importantes para realizar tal objetivo:

### Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	54,6%	57,0%	66,8%	52,3%	58,5%	57,0%	64,5%	58,8%
Masculino	45,4%	43,0%	33,2%	47,7%	41,5%	43,0%	35,5%	41,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	36,6%	32,1%	70,1%	53,7%	37,8%	53,6%	42,5%	46,2%
De 26 a 35 anos	35,6%	37,7%	24,3%	34,7%	23,7%	24,0%	32,2%	30,7%
De 36 a 45 anos	20,3%	16,9%	4,0%	9,7%	21,1%	11,7%	17,3%	14,6%
De 46 a 55 anos	5,9%	9,9%	1,7%	2,0%	12,7%	7,8%	5,3%	6,4%
De 56 a 65 anos	1,6%	1,7%	0,0%	0,0%	3,3%	1,7%	2,0%	1,5%
66 anos ou mais	0,0%	1,7%	0,0%	0,0%	1,3%	1,1%	0,7%	0,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,1%
Fundamental incompleto	4,2%	2,0%	4,3%	2,3%	0,0%	5,0%	3,3%	2,9%
Fundamental completo	10,1%	7,0%	1,0%	2,7%	17,7%	14,0%	12,0%	8,9%
Médio incompleto	4,9%	10,9%	13,6%	13,3%	5,4%	8,9%	11,6%	9,9%
Médio	38,2%	39,4%	48,8%	43,7%	52,5%	39,1%	44,5%	44,0%

## Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Intenção de compras – Dia dos Namorados 2016

completo								
Superior								
incompleto	21,9%	18,2%	9,6%	17,3%	9,7%	5,6%	15,0%	14,4%
Superior								
completo	19,0%	17,2%	19,6%	18,7%	12,7%	25,1%	12,6%	17,4%
Pós-								
graduação	1,6%	5,3%	3,0%	2,0%	2,0%	1,7%	1,0%	2,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	0,3%	4,0%	0,3%	1,0%	1,7%	3,9%	1,0%	1,6%
Autônomo	15,4%	16,6%	8,6%	21,3%	17,4%	12,8%	12,0%	15,0%
Carteira assinada	53,9%	50,3%	55,5%	50,0%	58,2%	54,2%	61,5%	54,8%
Desempregado	18,0%	7,3%	7,3%	7,7%	9,0%	11,7%	11,0%	10,2%
Do lar	2,6%	4,0%	1,3%	2,0%	4,3%	0,6%	6,3%	3,2%
Empresário	5,9%	4,0%	4,7%	1,0%	3,3%	0,0%	1,0%	3,0%
Estagiário	0,3%	1,7%	4,7%	3,0%	0,3%	0,6%	0,7%	1,7%
Estudante	1,3%	5,0%	11,6%	10,7%	3,3%	12,3%	4,7%	6,6%
Outro	2,3%	7,3%	6,0%	3,3%	2,3%	3,9%	2,0%	3,9%

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	3,3%	2,6%	1,3%	3,3%	5,0%	2,2%	4,0%	3,2%
De R\$ 947 a R\$ 1.509	13,7%	16,9%	15,0%	14,3%	24,7%	37,1%	22,6%	19,6%
De R\$ 1.510 a R\$ 4.007	46,1%	44,0%	51,2%	46,0%	44,5%	47,8%	44,9%	46,3%
De R\$ 4.008 a R\$ 6.506	18,0%	23,5%	19,9%	20,3%	17,4%	10,1%	16,6%	18,5%
De R\$ 6.507 a R\$ 8.483	9,5%	7,6%	7,6%	8,0%	4,7%	1,7%	6,3%	6,8%
De R\$ 8.484 a R\$ 12.479	5,9%	4,0%	2,3%	5,3%	0,7%	1,1%	2,7%	3,3%
De R\$ 12.480 ou mais	3,6%	1,3%	2,3%	2,3%	1,3%	0,0%	1,0%	1,8%
Recusa	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%	1,7%	0,0%	2,0%	0,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados acima mostram que para a pesquisa deste ano foram ouvidas majoritariamente mulheres (58,8%) e que elas têm na maioria idade entre 18 e 25 anos (46,2%). Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores, a maioria tem ensino médio completo (44,0%) ou grau de instrução maior que isso, como ensino superior incompleto (14,4%) e superior completo (17,4%).

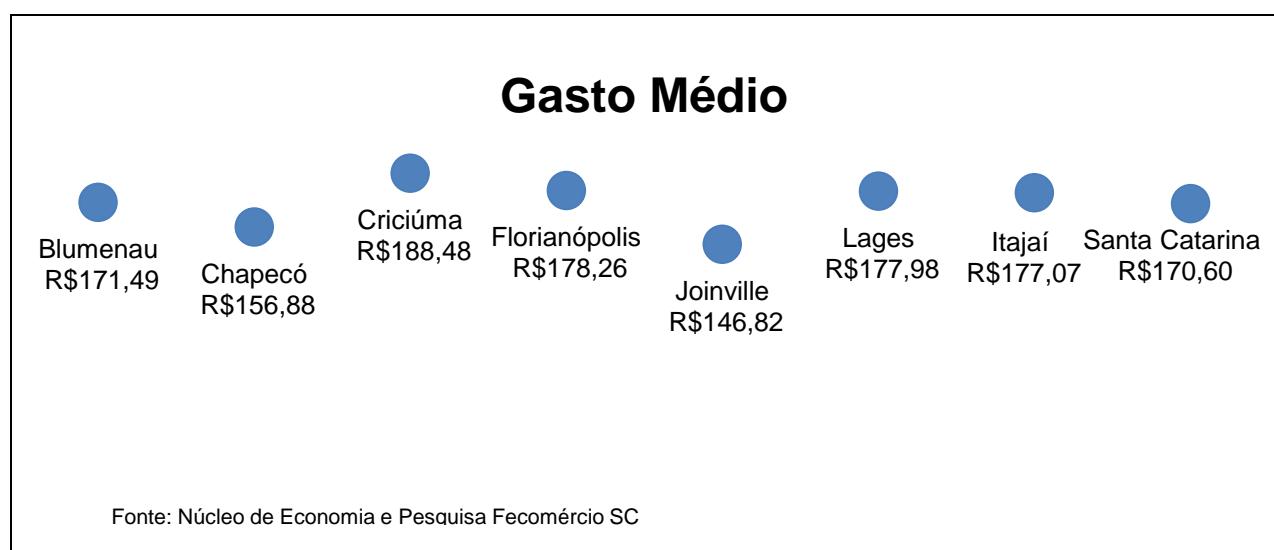
A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (54,8%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.510 a R\$ 4.007 (46,3%), além de famílias que ganham entre R\$ 947,00 e R\$ 1.509 (19,6%). Completa o quadro geral as famílias que tem rendimento entre R\$ 4.008 e R\$ 6.506 (18,5%).

## INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS NAMORADOS 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 com toda data, incluindo presentes e serviços. Desta maneira, na média, o consumo deste Dia dos Namorados será de R\$ 170,60. Gasto menor do que o levantado pela mesma pesquisa em 2015, quando os consumidores afirmaram que gastariam 172,87, o que representa uma variação de -1,3%.

O destaque fica por conta de Criciúma com a maior expectativa de gasto no estado: R\$ 188,48. As atuais condições do crédito, da renda e da inflação fazem com que a intenção do gasto médio seja menor neste ano. Cabe, por parte do empresário, procurar na medida do possível flexibilizar as condições de pagamento para permitir um maior gasto.

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



Anos anteriores (R\$)

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2015	204,25	139,97	200,00	158,97	151,26	179,26	176,40	172,87
2014	167,87	142,28	187,68	175,76	153,08	152,66	224,13	171,70

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

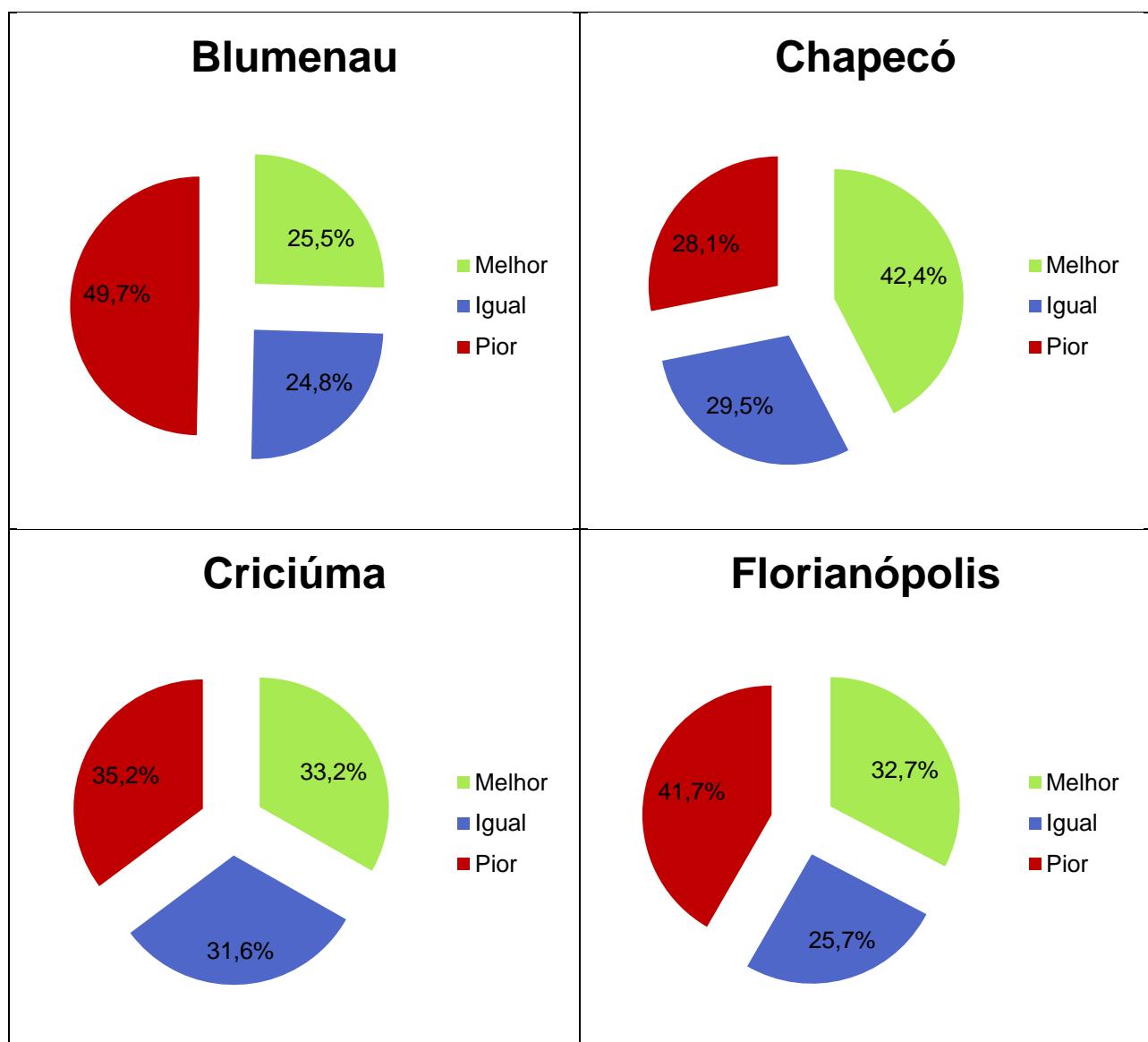
Um fator que explica a queda na expectativa de gasto médio total por parte dos consumidores está em outro dado levantado pela pesquisa: a evolução da situação financeira das famílias. Os gráficos abaixo mostram que 39,6% das famílias de Santa Catarina declararam estar em situação financeira pior do que a do mesmo período do ano anterior, 27,9% apontaram

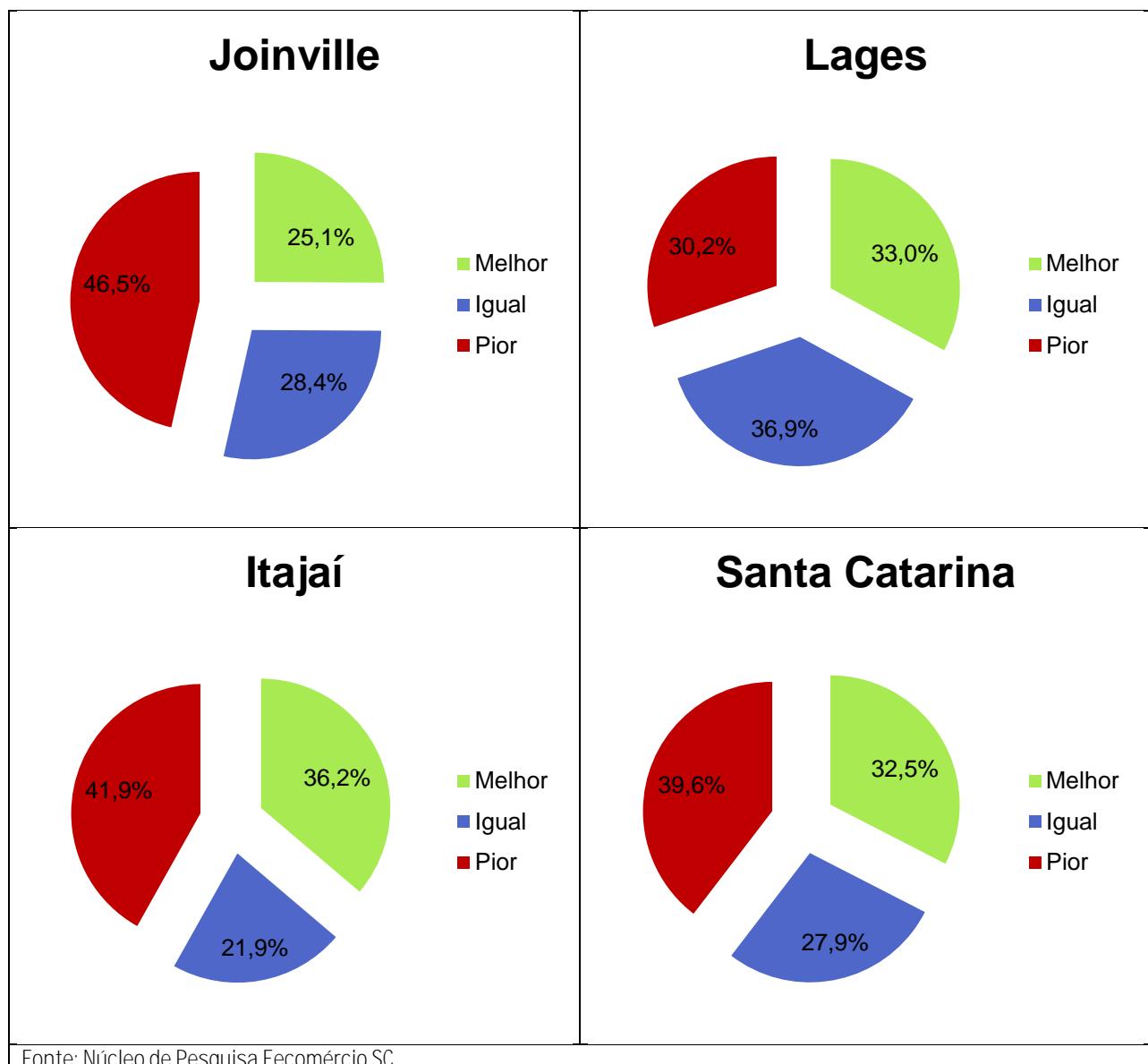
que sua situação permaneceu igual e 32,5% afirmaram que estão em melhor situação. Este resultado é inédito, pois até ano passado nas pesquisas de intenção de compra do Dia dos Namorados, o percentual de famílias com melhor condição financeira superava o percentual daquelas com pior condição financeira.

A desaceleração da renda das famílias traz uma menor confiança na prospecção de gastos para o Dia dos Namorados, tornando pouco viável um crescimento das vendas no período. Soma-se a isso o fato de as taxas de juros estarem mais altas que o ano passado, bem como o desemprego e as incertezas políticas. 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:

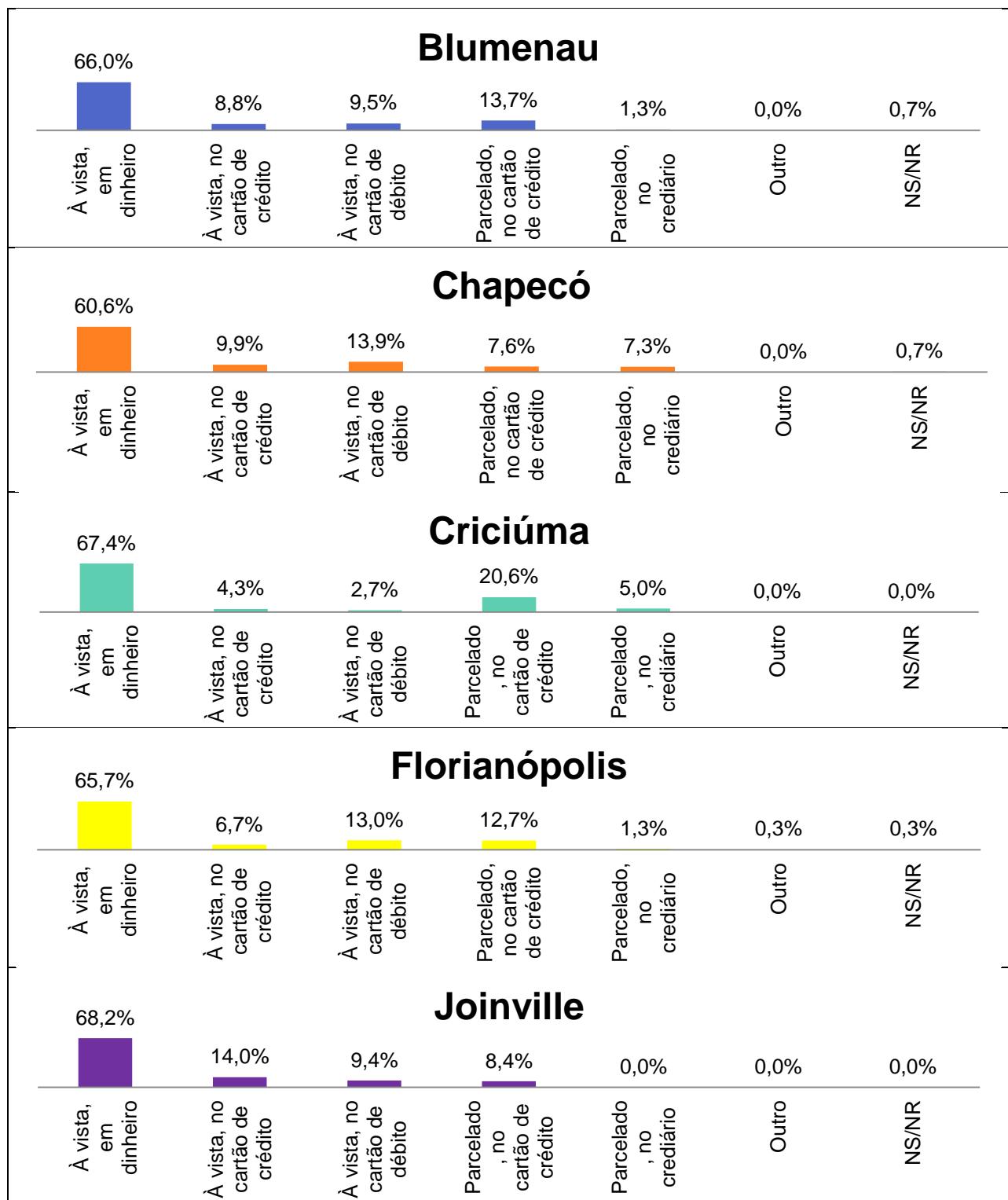
Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior

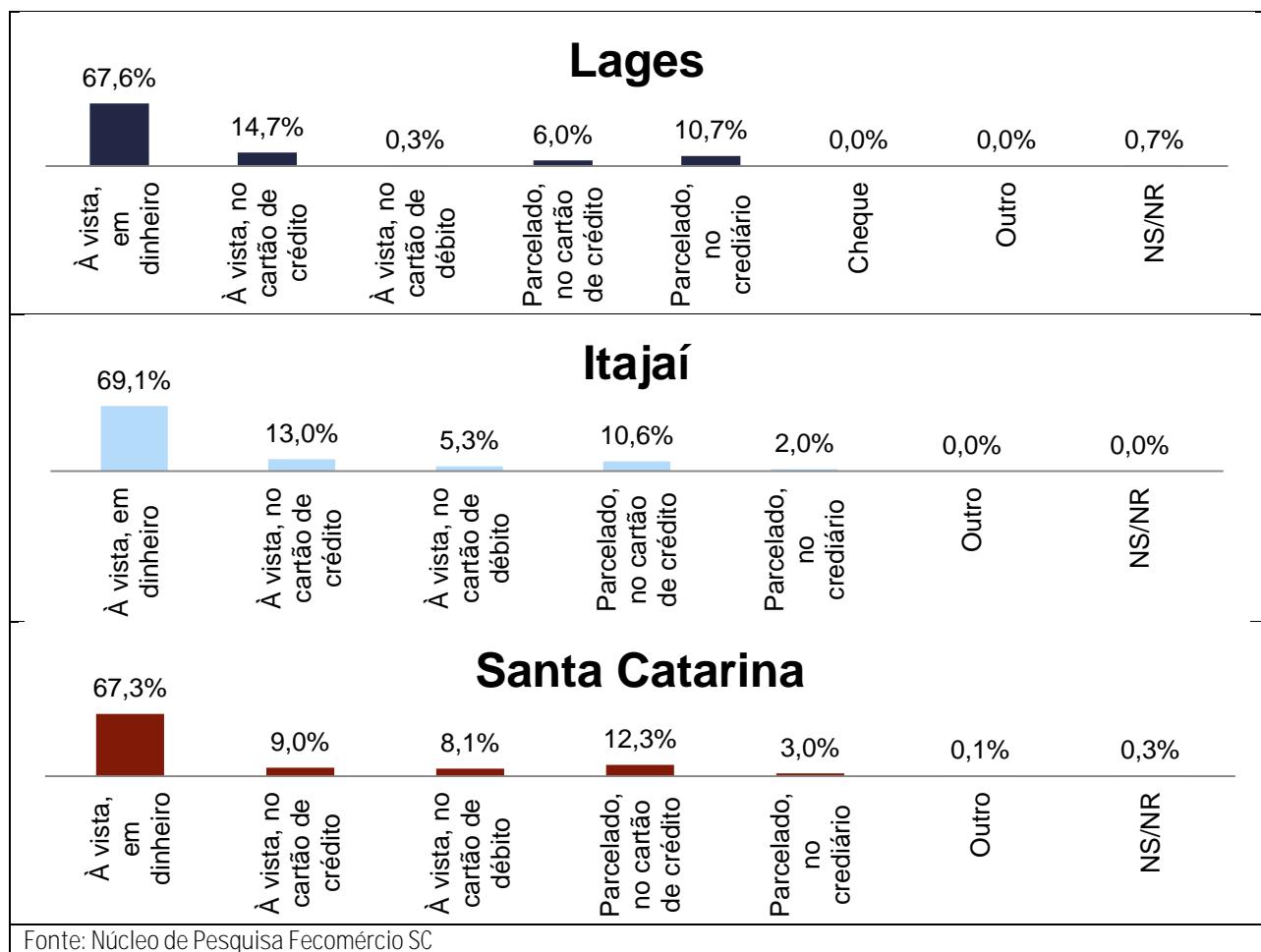




Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (67,3%) pelos catarinenses, seguida pela compra parcelada no cartão de crédito (12,3%) e pela compra à vista no cartão de crédito (9,0%). 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:

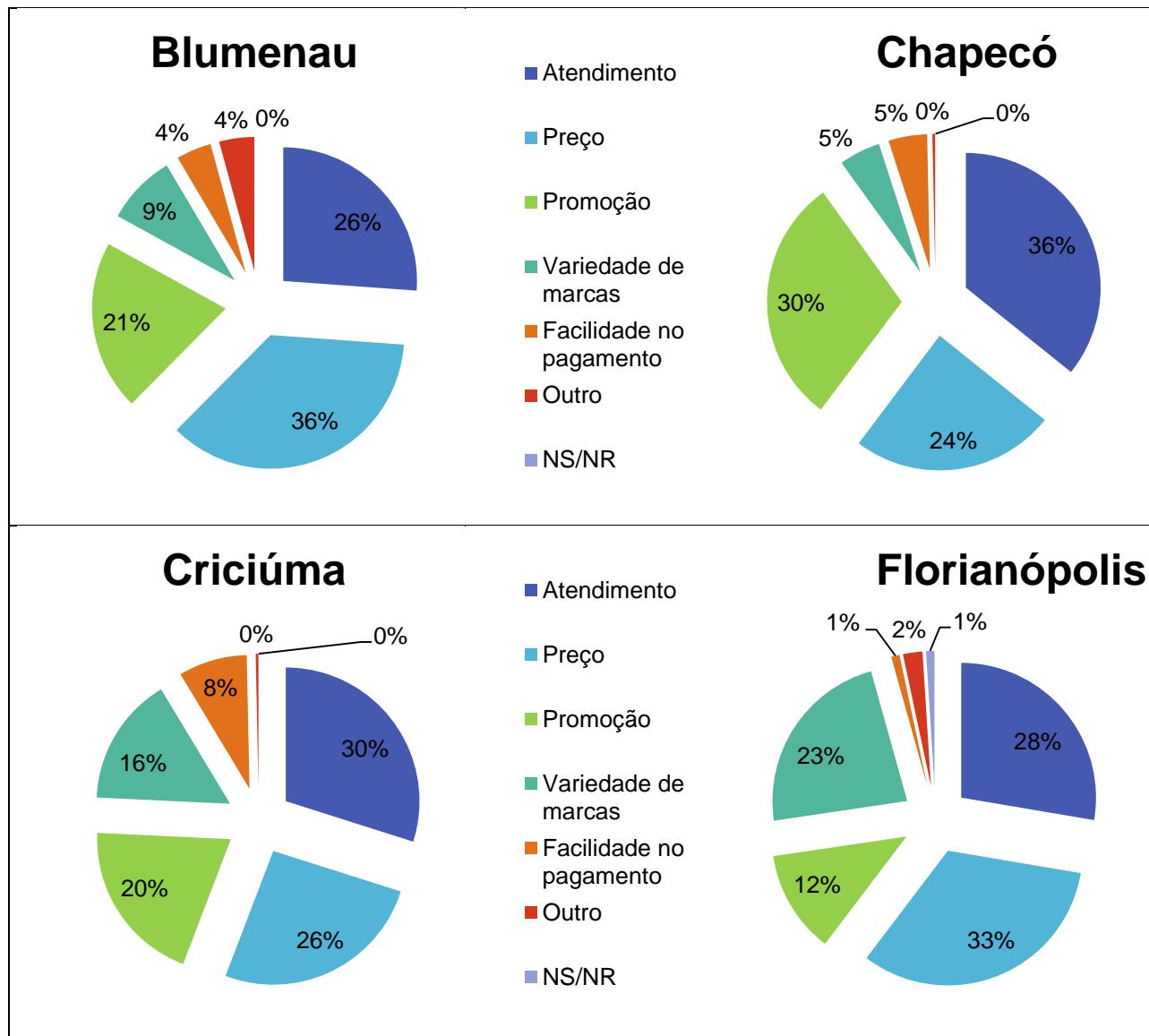
Como pretende pagar a compra dos presentes?

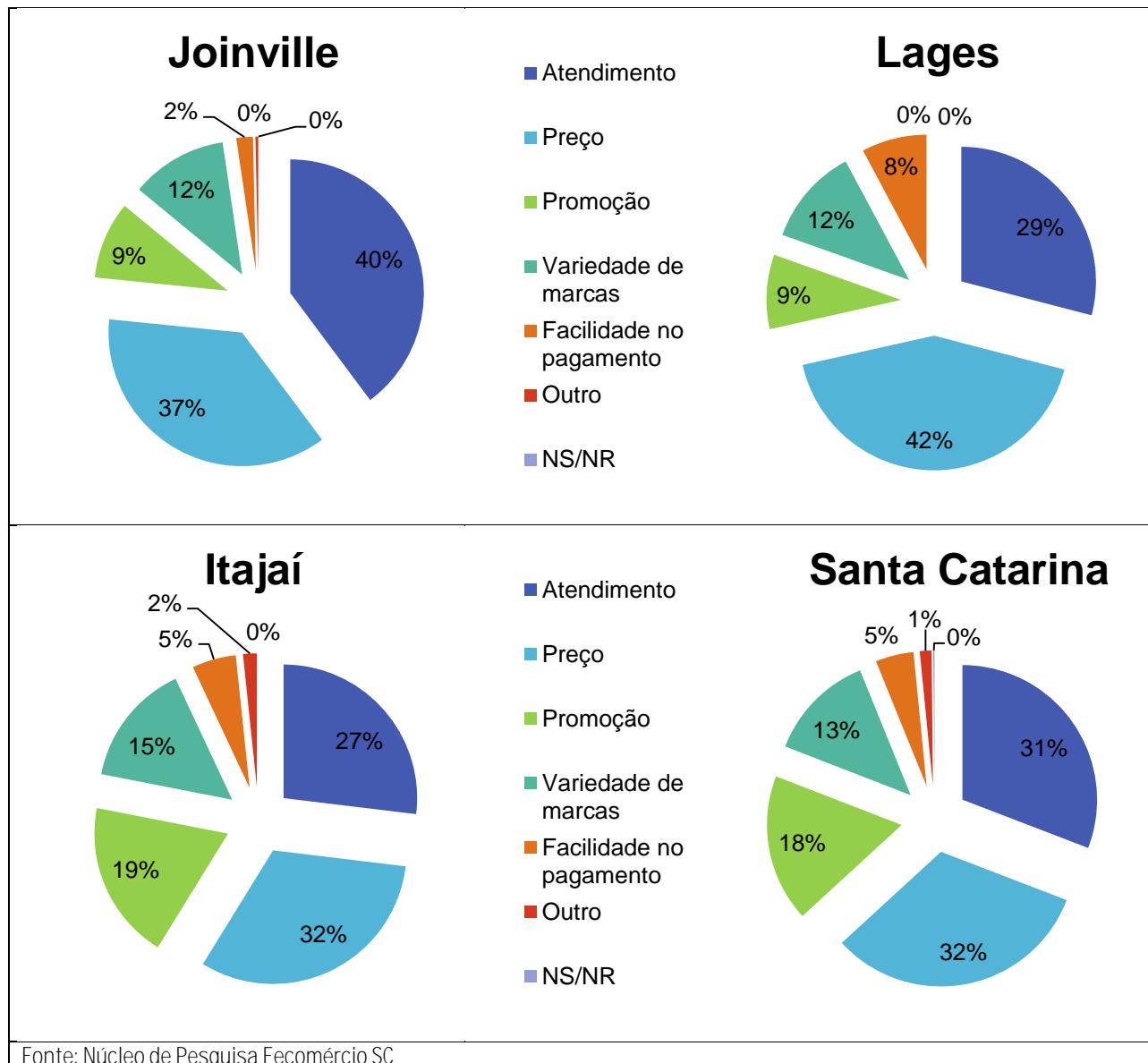




Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com o preço é central (32%), seguido pelo atendimento (31%) e pelas promoções (18%). Ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra são de interesse dos catarinenses. Na sequência aparece o resultado dividido por cidades:

Ação do comércio



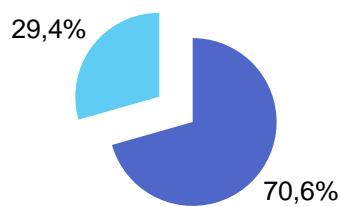


Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 65,5% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para o Dia dos Namorados. Resultado que é semelhante em todas as cidades que compõe a pesquisa, mostrando uma forte tendência do catarinense na busca por economizar, com Lages chegando a 78,2%. Os dados por cidade podem ser vistos abaixo:

Realizará pesquisa de preço

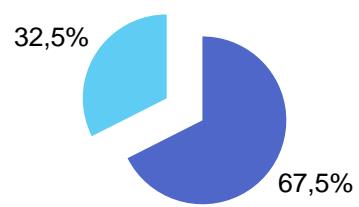
### Blumenau

■ Sim ■ Não



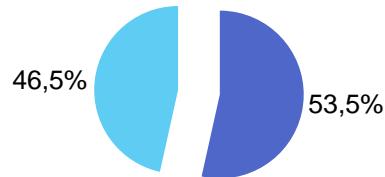
### Chapecó

■ Sim ■ Não



### Criciúma

■ Sim ■ Não



### Florianópolis

■ Sim ■ Não



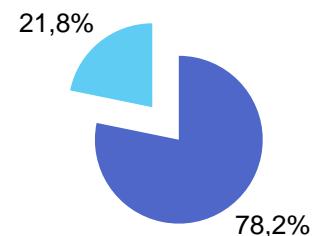
### Joinville

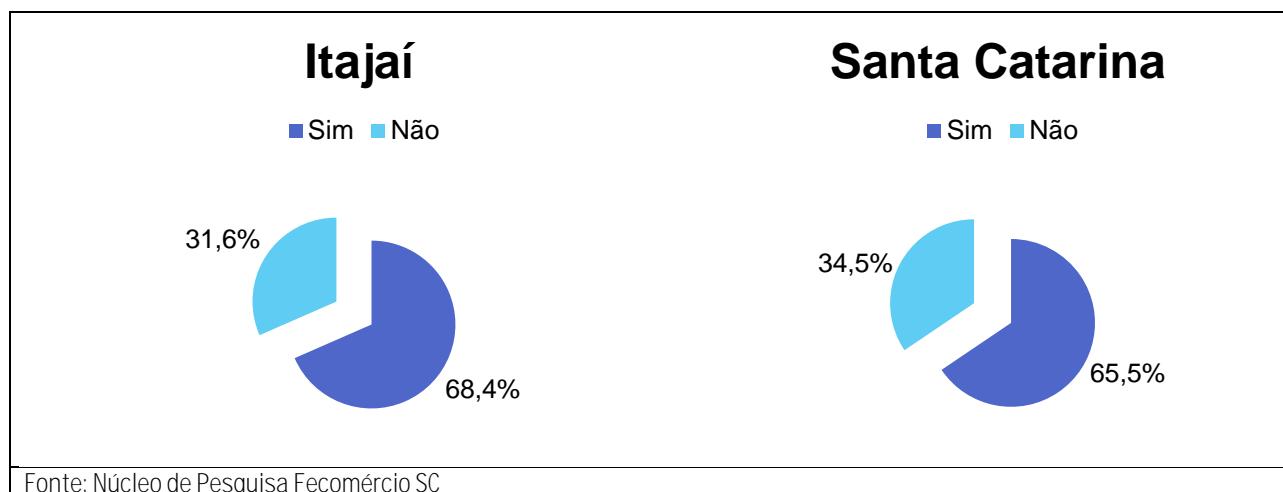
■ Sim ■ Não



### Lages

■ Sim ■ Não





Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos catarinenses (65,2%), seguido pelo shopping (26,6%) e pela internet (3,7%). Entre os municípios o comércio de rua lageano e chapecoense devem ser o mais beneficiados com a data. Nos shoppings, destaca-se Blumenau e Joinville.

Local									
Local de compra	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina	
Comércio de rua	56,9%	76,5%	70,4%	54,7%	56,9%	78,8%	67,8%	65,2%	
Shopping	35,0%	17,2%	20,6%	30,7%	33,4%	16,2%	28,6%	26,6%	
Internet	2,0%	4,0%	4,3%	5,0%	5,7%	3,4%	1,7%	3,7%	
Revendedores de porta em porta/ catálogo	0,7%	2,0%	1,7%	1,0%	2,3%	0,6%	1,3%	1,4%	
Camelô	0,3%	0,0%	1,0%	0,3%	1,3%	0,0%	0,0%	0,5%	
Outro	0,0%	0,3%	2,0%	0,7%	0,3%	1,1%	0,7%	0,7%	
NS/NR	5,2%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%	

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 (48,3%), seguido pelo setor de perfume/cosmético (17,7%) e pelos calçados/bolsas (11,2%). 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	43,1%	43,7%	56,5%	35,0%	49,2%	57,5%	56,8%	48,3%
Perfume/ cosmético	16,3%	27,5%	13,6%	16,0%	18,7%	18,4%	13,3%	17,7%
Calçado/bolsa	13,7%	7,9%	11,0%	10,7%	12,0%	7,8%	14,0%	11,2%
Flores	3,9%	4,3%	1,3%	5,7%	6,0%	3,4%	1,3%	3,7%
Joias	5,9%	2,6%	4,0%	4,3%	4,0%	0,6%	3,0%	3,7%
Livro	1,3%	1,3%	2,0%	4,0%	2,3%	1,7%	4,0%	2,4%
Artigo de decoração	0,7%	1,7%	1,3%	1,3%	1,0%	0,0%	0,7%	1,0%
Celular	0,3%	1,3%	1,3%	1,0%	2,0%	1,1%	1,3%	0,9%
Eletrodoméstico	0,3%	1,0%	0,0%	0,7%	1,0%	0,0%	1,0%	0,8%
Biju	0,0%	0,3%	0,0%	1,0%	0,0%	1,1%	0,0%	0,5%
Outro	9,2%	2,6%	9,0%	7,0%	3,7%	6,7%	4,0%	6,0%
NS/NR	5,2%	5,6%	0,0%	13,3%	0,0%	1,7%	0,7%	3,9%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além de movimentar o comércio tradicional, o Dia dos Namorados também traz impactos para o setor de serviços. Uma grande porção dos entrevistados afirmou que irão almoçar/jantar em um restaurante (39,8%). Entretanto, a maioria afirmou que não levará a lugar nenhum (46,4%), como pode ser visualizado na tabela abaixo:

**Passeio**

Passeio	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Não levará a lugar nenhum	38,2%	46,0%	45,8%	42,7%	66,2%	52,5%	35,9%	46,4%
Almoçar/ jantar em um restaurante	40,8%	49,7%	40,9%	43,7%	23,1%	29,6%	46,5%	39,8%
Viagem	6,2%	0,0%	4,7%	2,0%	5,0%	3,9%	2,3%	3,7%
Hotel/motel	1,0%	1,7%	4,7%	1,0%	1,7%	0,6%	0,3%	1,5%
Salão de beleza/ SPA	0,3%	1,3%	0,7%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,3%
Outro	3,3%	0,3%	1,7%	2,3%	2,3%	6,7%	1,7%	2,4%
NS/NR	10,1%	1,0%	1,7%	8,0%	1,3%	6,7%	13,3%	6,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para finalizar, a Fecomércio SC e a FCDL/SC indagaram o motivo do passeio, sendo que a escolha pelo lugar que o (a) namorado (a) escolheu prevaleceu (18,6%), seguida pelo local romântico (16,3%) e pelo atendimento (12,6%). Abaixo é possível observar a questão com maior detalhe:

Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Intenção de compras – Dia dos Namorados 2016

Qual o motivo da viagem?	Motivo							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	SCa
Parceiro (a) escolheu	15,4%	45,4%	12,3%	15,3%	29,9%	15,8%	14,6%	18,6%
Local romântico	11,5%	22,1%	25,2%	13,7%	30,9%	6,8%	12,4%	16,3%
Atendimento	15,7%	25,2%	8,3%	9,3%	17,5%	4,0%	13,5%	12,6%
Preço	3,6%	6,7%	4,7%	6,7%	20,6%	4,0%	5,1%	6,0%
Outro	33,8%	0,6%	1,0%	3,0%	1,0%	28,8%	14,6%	12,9%
NS/NR	20,0%	0,0%	48,5%	52,0%	0,0%	40,7%	39,8%	33,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

## CONCLUSÃO

A Pesquisa Fecomércio SC – FCDL/SC de Intenção de Compras – Dia dos Namorados 2016 constatou que os catarinenses comprarão principalmente artigos de vestuário neste Dia dos Namorados. O perfil dos entrevistados é jovens, 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 em dinheiro.

Já a expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 170,60, resultado inferior em 1,3% ao gasto médio prospectado em 2015, cujo valor foi de R\$ 172,87. 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 do que o ano passado e isso gera certa cautela em relação aos gastos com os dias dos namorados.

Ademais, 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 (uma) namorado (a), mas um número elevado planeja levar para almoçar/jantar em um restaurante.