



Intenção de Compras
DIA DOS PAIS 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 do Dia dos Pais 2016

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 2016

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS PAIS 2016	6
CONCLUSÃO	17

INTRODUÇÃO

O Dia dos Pais é uma data especial que traz estímulos para a movimentação econômica de praticamente todos os setores 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 da pesquisa foi de 2.059 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 11 e 20 de julho 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 95,0% e erro amostral médio entre os municípios de 5,0%.

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 ENTREVISTADOS

Em primeiro lugar, é importante entender o perfil dos entrevistados nesta pesquisa de intenção de compras do 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	59,5%	52,0%	77,7%	68,1%	72,9%	71,7%	67,2%	66,8%
Masculino	40,5%	48,0%	22,3%	31,9%	27,1%	28,3%	32,8%	33,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Estado Civil

Estado Civil	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Casado/ união estável	50,6%	55,0%	47,0%	33,6%	50,8%	48,9%	53,3%	48,4%
Solteiro	43,4%	38,4%	51,7%	60,9%	46,2%	45,5%	42,7%	47,0%
Separado/ divorciado	4,1%	6,3%	1,3%	4,6%	2,0%	2,6%	3,6%	3,5%
Viúvo	1,6%	0,0%	0,0%	1,0%	1,0%	0,4%	0,3%	0,6%
Outro	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	0,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	32,0%	33,8%	48,3%	36,2%	41,8%	38,2%	35,8%	37,9%
De 26 a 35 anos	29,4%	30,5%	34,3%	30,0%	29,8%	27,0%	31,1%	30,4%
De 36 a 45 anos	22,2%	19,2%	12,3%	20,2%	17,4%	23,2%	19,5%	19,0%
De 46 a 55 anos	13,3%	11,3%	4,3%	9,1%	8,0%	9,9%	10,9%	9,6%
De 56 a 65 anos	3,2%	4,3%	0,7%	3,3%	2,7%	1,3%	2,3%	2,6%
De 66 anos ou mais	0,0%	1,0%	0,0%	1,3%	0,3%	0,4%	0,3%	0,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Intenção de compra – Dia dos Pais 2016

Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Fundamental incompleto	4,4%	3,0%	5,3%	2,3%	6,7%	9,0%	7,9%	5,4%
Fundamental completo	7,6%	5,6%	5,0%	3,6%	7,4%	6,4%	8,6%	6,3%
Médio incompleto	6,6%	15,6%	10,0%	4,2%	8,0%	8,2%	9,3%	8,8%
Médio completo	37,0%	41,1%	45,3%	35,5%	48,5%	39,5%	53,0%	42,9%
Superior incompleto	15,5%	14,6%	17,3%	22,1%	12,7%	21,5%	10,6%	16,2%
Superior completo	25,9%	13,6%	13,0%	22,5%	14,4%	13,7%	8,9%	16,2%
Pós-graduação	2,5%	6,6%	3,7%	9,8%	2,3%	1,7%	1,7%	4,1%
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	3,8%	3,3%	0,7%	2,0%	2,3%	1,7%	2,0%	2,3%
Autônomo	15,8%	14,6%	11,0%	12,7%	11,0%	14,6%	16,9%	13,8%
Carteira assinada	60,4%	45,4%	59,0%	51,5%	53,5%	48,5%	50,7%	52,9%
Desempregado	7,9%	10,6%	5,7%	8,1%	8,7%	8,6%	8,6%	8,3%
Do lar	2,5%	5,0%	4,7%	2,3%	10,7%	11,2%	8,6%	6,2%
Empresário	5,1%	5,6%	4,0%	5,5%	4,3%	1,7%	4,3%	4,5%
Estagiário	1,9%	2,6%	5,3%	3,9%	1,7%	3,4%	1,7%	2,9%
Estudante	0,6%	6,6%	4,3%	8,5%	4,3%	4,3%	2,3%	4,4%
Outro	1,9%	6,3%	5,3%	5,5%	3,3%	6,0%	4,6%	4,7%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	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	1,6%	10,3%	3,0%	4,6%	7,7%	10,7%	3,6%	5,7%
De R\$ 947 a R\$ 1.509	11,1%	15,2%	16,3%	17,6%	31,8%	25,8%	30,8%	21,0%

Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Intenção de compra – Dia dos Pais 2016

De R\$ 1.510 a R\$ 4.007	43,0%	38,1%	53,0%	39,7%	35,1%	47,2%	41,7%	42,4%
De R\$ 4.008 a R\$ 6.506	22,8%	19,5%	19,3%	18,6%	12,4%	12,0%	13,2%	17,0%
De R\$ 6.507 a R\$ 8.483	9,5%	7,6%	5,0%	6,5%	5,7%	3,4%	4,0%	6,1%
De R\$ 8.484 a R\$ 12.479	6,6%	6,6%	3,3%	7,2%	2,0%	0,0%	2,3%	4,2%
De R\$ 12.480 ou mais	4,7%	2,0%	0,0%	4,2%	1,0%	0,4%	0,7%	1,9%
Recusa	0,6%	0,7%	0,0%	1,6%	4,3%	0,4%	3,6%	1,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

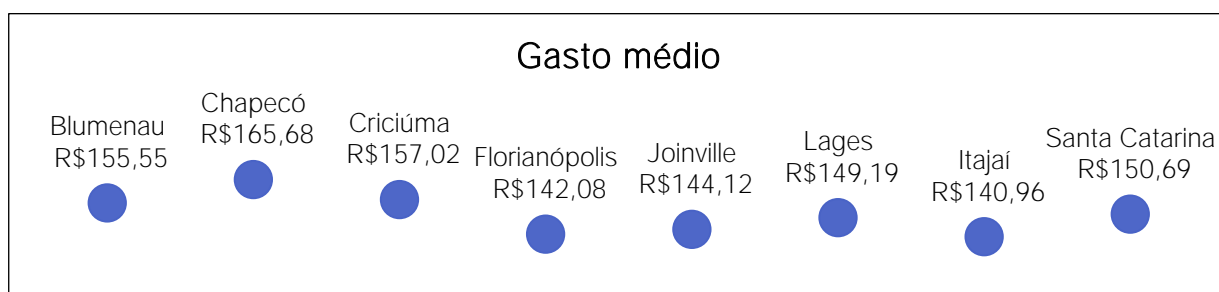
Os dados acima mostram que os respondentes da pesquisa de intenção do Dia dos Pais deste ano é formada majoritariamente por mulheres (66,8%) casadas ou em união estável (48,4%). Estas consumidoras são jovens, com idade entre 18 e 35 anos (68,3%). Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores, a maioria tem ensino médio completo (42,9%) ou grau de instrução equivalente ao superior incompleto (16,2%) e superior completo (16,2%). O percentual de respondentes que afirma possuir certo grau de instrução fundamental também é relevante.

A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (52,9%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.510,00 e R\$ 4.007,00 (42,4%), além de famílias que ganham entre R\$ 947,00 a R\$ 1.509,00 (21,0%). Ainda é relevante as famílias que tem rendimento entre R\$ 4.008,00 e R\$ R\$ 6.506,00 (17,0%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS PAIS 2016

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio SC e a FCDL/SC diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores. Desta maneira, na média, o consumo deste Dia dos Pais será de R\$ 150,69. Gasto 6,2% maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2015, que havia sido de R\$ 141,90. Portanto, abaixo da inflação de 8,84% do período, segundo o IPCA e também abaixo do valor apurado em 2014. 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.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Anos Anteriores

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2015 (R\$)	131,63	129,40	213,63	118,39	109,32	145,03	146,02	141,90
2014 (R\$)	164,56	124,44	172,03	244,68	127,59	150,87	195,05	166,44

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

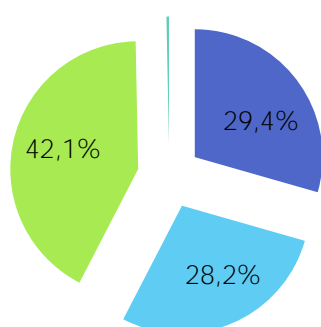
A expectativa do gasto médio em SC é maior em relação ao ano passado, mas ainda situa-se abaixo da inflação. Ou seja, o consumidor gastou mais com o presente e consumiu menos. Este resultado está fortemente vinculado à situação econômica brasileira, com inflação elevada, desemprego em alta, queda na confiança dos consumidores, acesso mais restrito ao crédito e queda da renda real. Neste aspecto, os gráficos abaixo mostram que 40,7% afirmaram que estão em pior situação na comparação com 2015; 31,3% das famílias declararam estar em situação melhor e 27,9% apontaram que sua situação permaneceu igual. 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 até a pesquisa de 2014.

Assim, a retração da renda das famílias trouxe uma menor confiança na prospecção de gastos para o Dia dos Pais, o que provocará 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

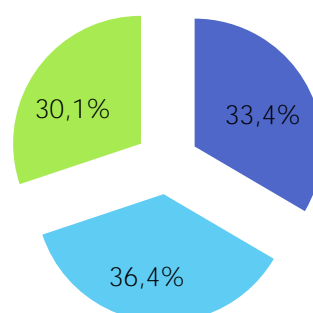
Blumenau

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



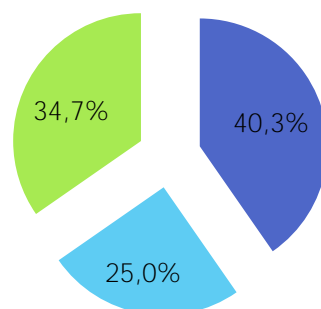
Chapecó

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



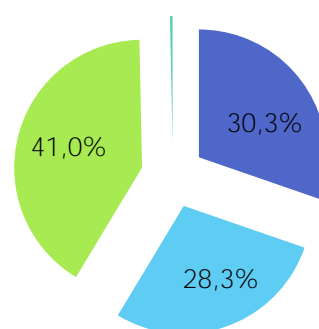
Criciúma

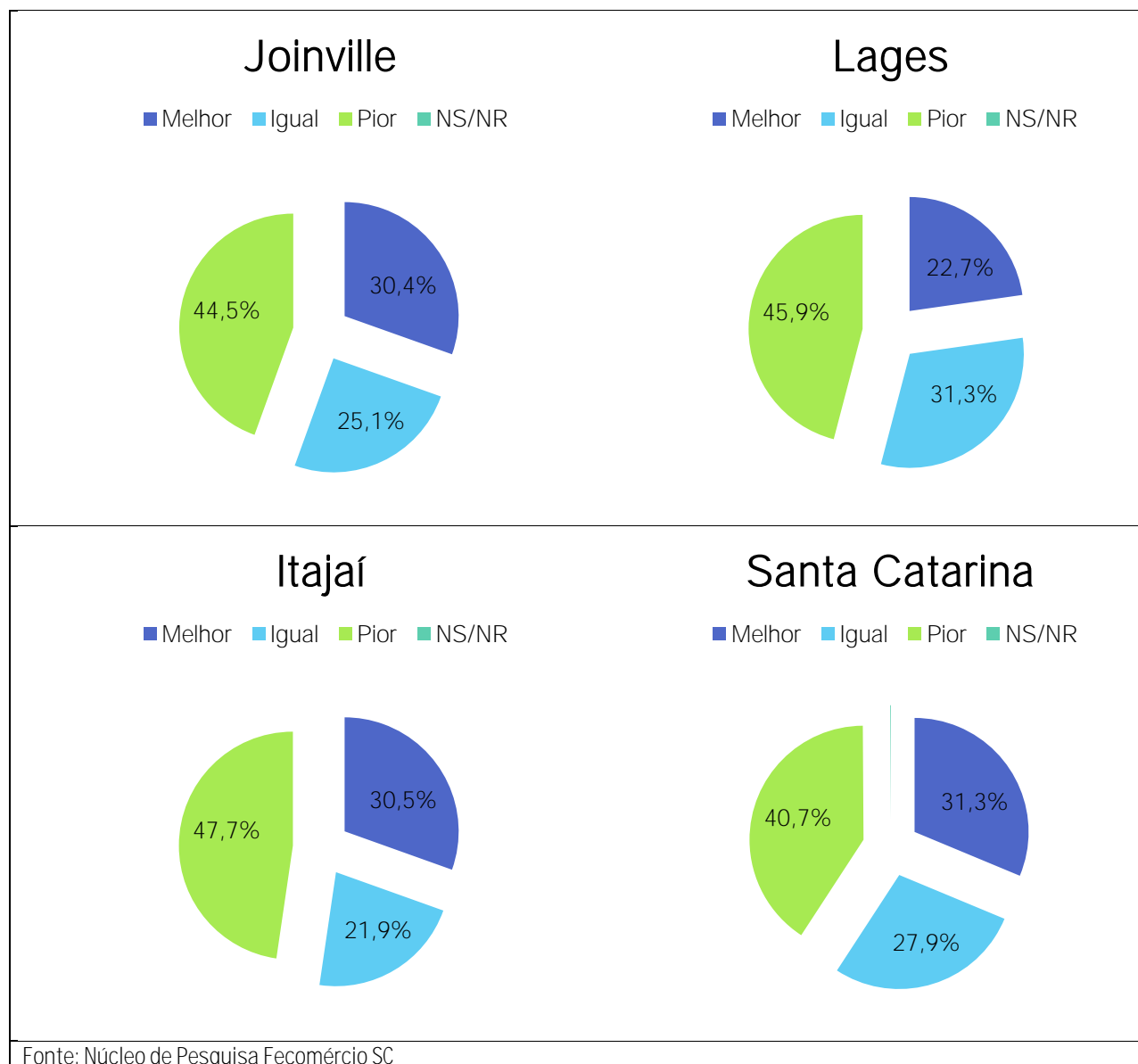
■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



Florianópolis

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR

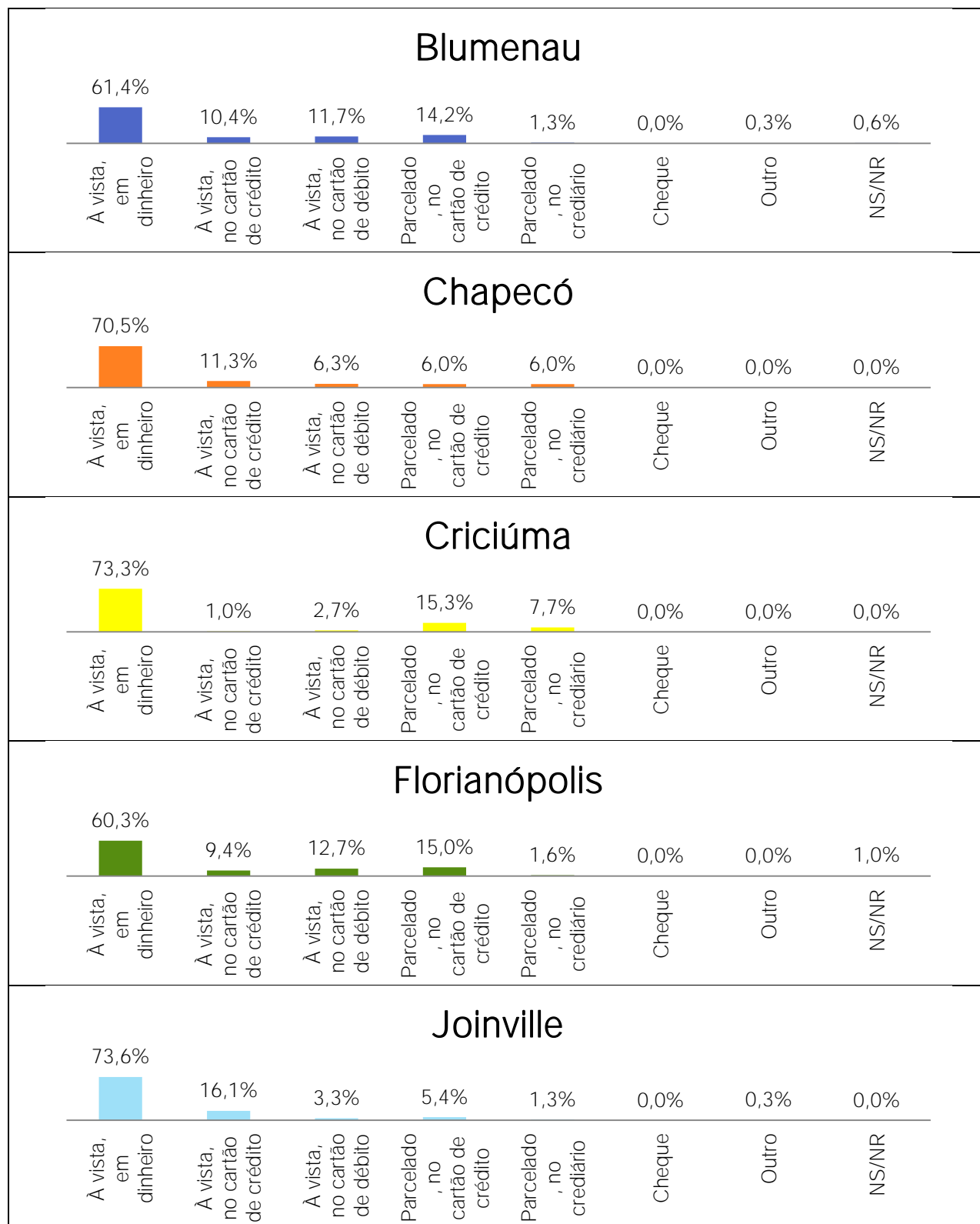


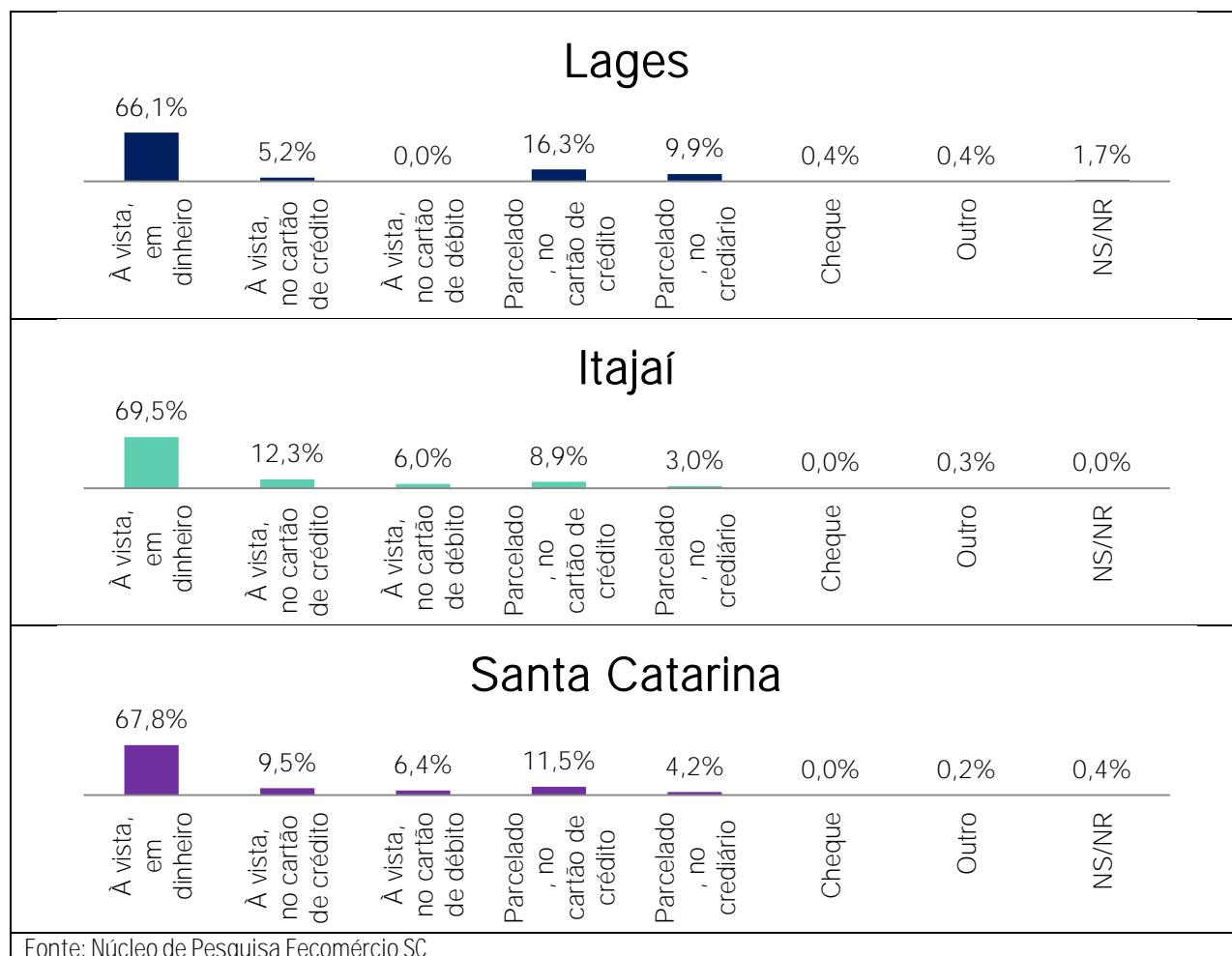


Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (67,8%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra no cartão de crédito: parcelada (11,5%) e à vista (9,5%).

A intenção é bastante positiva, pois mostra uma maturidade por parte dos consumidores na hora de pensar os gastos de Dia dos Pais, 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.

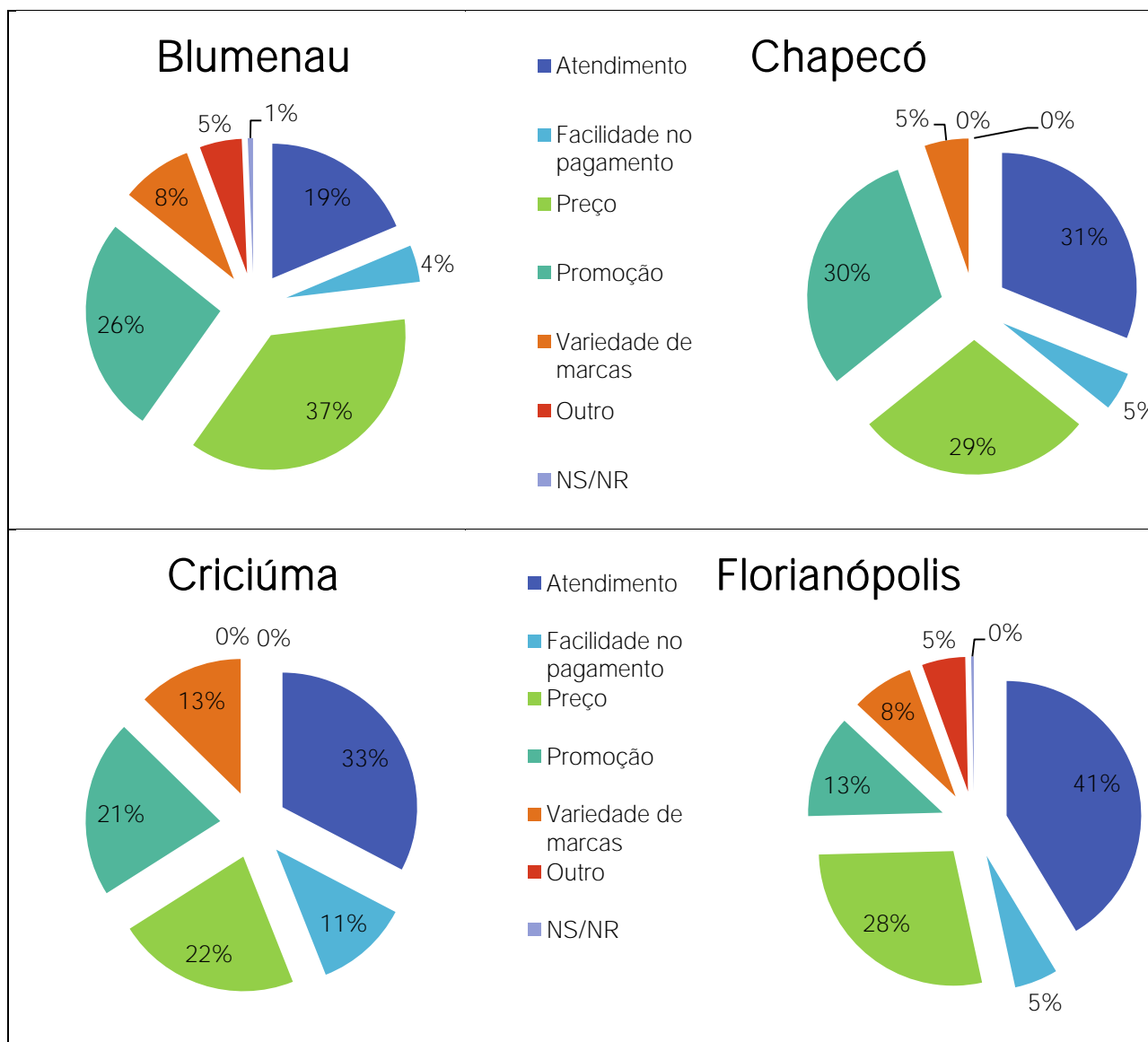
Como pretende pagar a compra desses materiais?

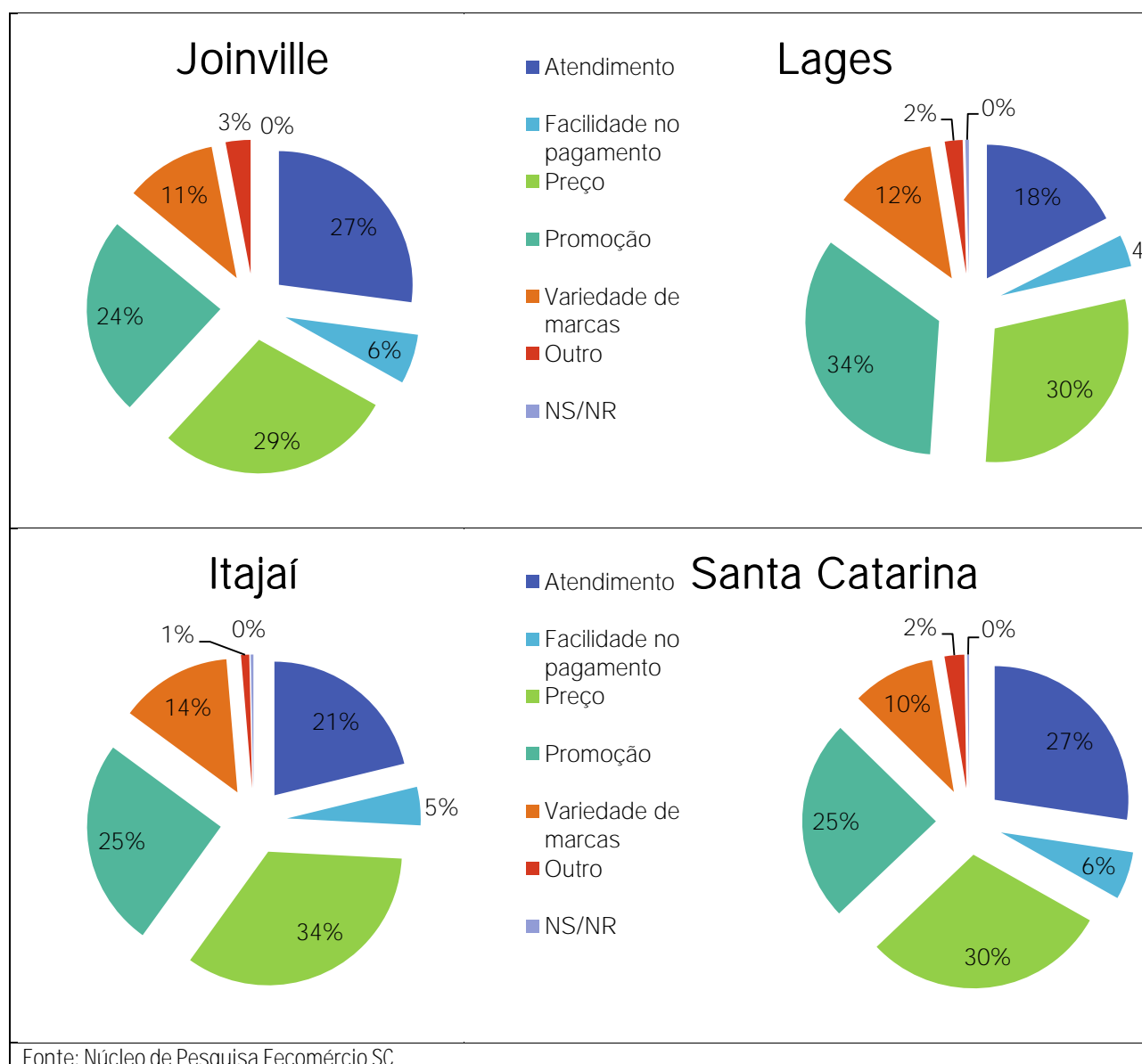




Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com o preço é central (30%), seguido pelo atendimento (27%) e pela promoção (25%), ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra. Na sequência aparece o resultado dividido por cidades.

Ação do comércio

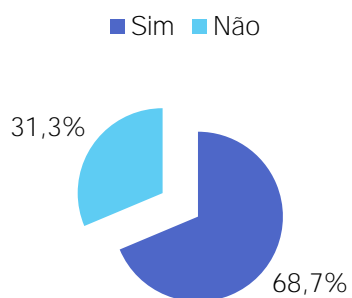




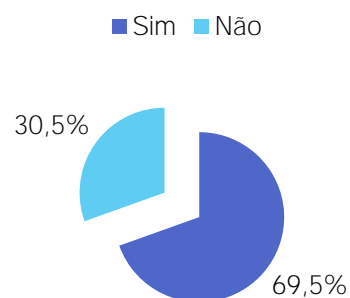
Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 70,8% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para o Dia dos Pais. Resultado que é semelhante em todas as cidades que compõe a pesquisa, mostrando uma forte tendência do catarinense. Os dados por cidade podem ser vistos abaixo.

Realizará pesquisa de preço

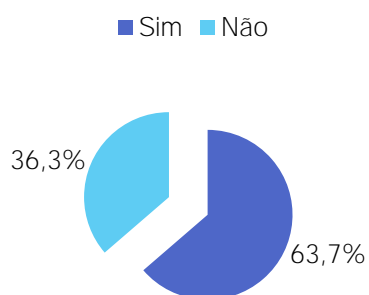
Blumenau



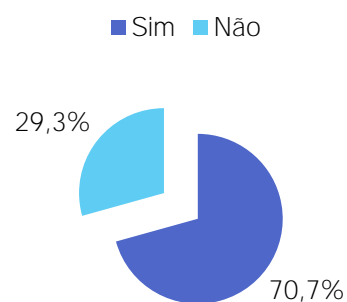
Chapecó



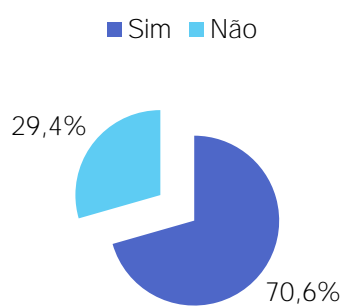
Criciúma



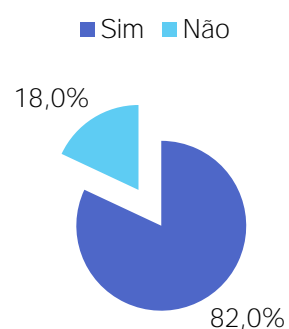
Florianópolis

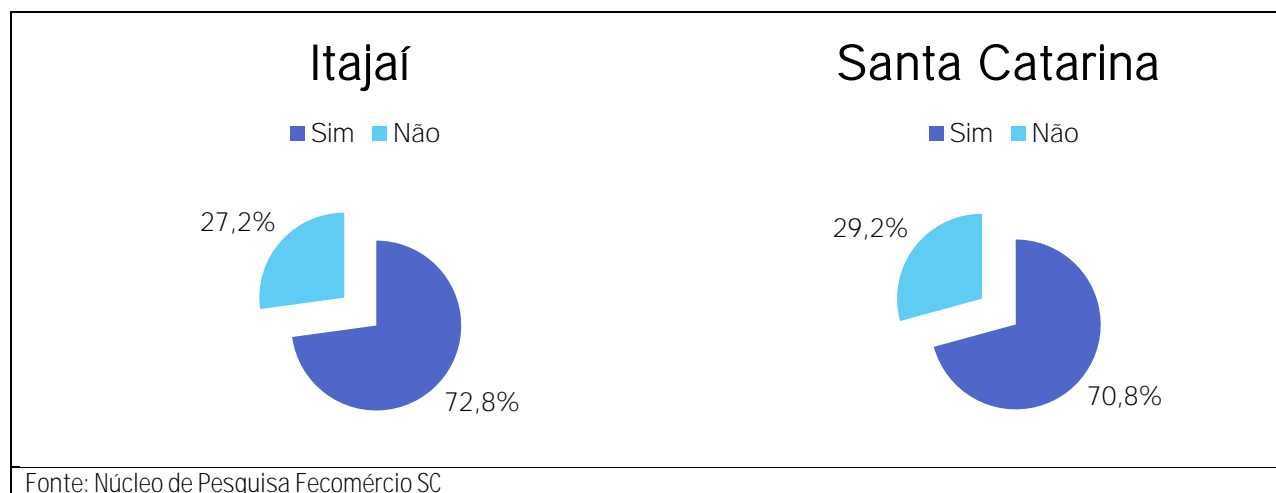


Joinville



Lages





Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos catarinenses (71,9%), 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	63,6%	79,5%	82,3%	62,5%	60,5%	85,0%	73,5%	71,9%
Shopping	26,6%	10,6%	10,7%	23,8%	30,8%	5,2%	18,5%	18,5%
Internet	1,9%	5,6%	3,0%	5,2%	5,0%	3,4%	3,0%	3,9%
Revendedores de porta em porta/catálogo	2,2%	1,7%	2,0%	2,3%	2,0%	4,7%	1,3%	2,2%
Camelô	0,3%	1,0%	1,0%	2,3%	0,3%	0,9%	1,3%	0,9%
Outro	1,6%	1,3%	0,3%	1,3%	1,3%	0,9%	2,0%	1,3%
NS/NR	3,8%	0,3%	0,7%	2,6%	0,0%	0,0%	0,3%	1,3%

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 e a FCDL/SC perguntaram 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 (60,1%), seguido pelos calçados (12,1) e o setor de perfumes e cosméticos (11,5%). Uma parcela relevante dos consumidores (4,1%) ainda estão indecisos 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	62,3%	55,0%	67,0%	50,8%	65,6%	58,8%	61,3%	60,1%

Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Intenção de compra – Dia dos Pais 2016

Calçado	8,2%	14,2%	14,7%	9,8%	12,0%	12,0%	13,9%	12,1%
Perfume/ cosmético	12,3%	13,6%	10,0%	11,1%	10,4%	11,2%	11,6%	11,5%
Eletrônicos	2,2%	5,0%	1,0%	5,5%	3,3%	3,4%	2,0%	3,2%
Livro	1,6%	1,0%	0,7%	4,6%	0,7%	0,4%	0,0%	1,3%
Celular	1,3%	0,0%	0,7%	0,7%	1,0%	1,7%	1,3%	0,9%
Artigo automotivo	0,0%	1,3%	0,3%	0,7%	0,7%	0,0%	1,7%	0,7%
Artigo de decoração	1,3%	0,0%	0,3%	0,3%	1,3%	0,4%	0,7%	0,6%
Outro	6,0%	6,0%	5,0%	7,2%	4,3%	2,6%	6,3%	5,4%
NS/NR	4,7%	4,0%	0,3%	9,4%	0,7%	9,4%	1,3%	4,1%

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 aproveitam o dia para realizar alguma programação especial. No estado, 49,4% dos entrevistados irão almoçar ou jantar na casa de parentes, seguidos pelos 12,1% que irão sair para almoçar ou jantar em algum restaurante. Também é grande o percentual de pessoas que não irá realizar programa algum (33,2%), 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	31,6%	43,0%	38,3%	53,1%	57,2%	79,4%	50,7%	49,4%
Não levará a lugar nenhum	50,6%	43,0%	43,3%	22,5%	26,4%	7,7%	32,5%	33,2%
Almoçar/jantar em um restaurante	11,1%	11,9%	16,0%	19,9%	9,0%	5,2%	9,9%	12,1%
Viagem	0,9%	1,3%	1,0%	0,3%	2,3%	1,3%	3,6%	1,6%
Realizar alguma atividade ao ar livre	1,3%	0,00%	0,00%	0,7%	1,0%	0,4%	0,7%	0,6%
Outro	0,6%	0,00%	0,3%	0,3%	1,7%	2,1%	0,7%	0,8%
NS/NR	3,8%	0,7%	1,0%	3,3%	2,3%	3,9%	2,0%	2,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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 (52,9%), seguido pelo lugar que o pai escolheu (7,7%). O item outro também se destaca (8,0%). 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	28,2%	82,6%	42,3%	53,1%	56,2%	75,1%	51,5%	52,9%
Lugar que o pai escolheu	8,2%	11,6%	8,0%	8,1%	7,7%	4,3%	7,0%	7,7%
Preço	3,2%	0,6%	4,3%	4,9%	5,7%	5,2%	6,0%	4,5%
Atendimento	2,2%	4,7%	0,7%	5,5%	1,7%	0,4%	2,0%	2,4%
Outro	26,6%	0,6%	0,3%	5,5%	7,0%	6,4%	5,6%	8,0%
NS/NR	31,6%	0,0%	44,3%	22,8%	21,7%	8,6%	27,9%	24,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

Nesta pesquisa de intenção de compra do Dia dos Pais 2016, o perfil dos entrevistados é composto majoritariamente por mulheres jovens, casadas, pertencentes à classe C e que tem seu rendimento advindo do trabalho assalariado com carteira assinada.

Os principais produtos que serão comprados neste Dia dos Pais são relacionados ao vestuário (60,1%) e calçado (12,1%). O comércio de rua (71,9%) e os shoppings (16,5%) serão os principais destinos destes consumidores, que têm intenção de pagar suas compras principalmente à vista em dinheiro (67,8%) e realizar pesquisa de preço (70,8%), sendo assim o preço será o fator determinante para a efetivação das compras (30,0%). Quanto à realização de alguma atividade especial na data, a maioria afirmou que irá almoçar ou jantar com o pai na casa de familiares (49,4%) e a razão principal para isso é a conveniência para a presença da família (52,9%).

Já a expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 150,69, superior em 6,9% ao gasto médio prospectado pelas famílias do estado em 2015, que havia sido de R\$ 141,90. O resultado não recompõe a perda com a inflação acumulada no período (8,84%), segundo o IPCA. Portanto, aqui a retração da renda real tem um papel fundamental, já que a percepção de pior situação financeira por parte das famílias se elevou consideravelmente (40,7%).

Desse modo, os números de consumo das famílias estão mostrando que o forte pessimismo em relação à sua situação financeira vem se consolidando em queda no volume das vendas. Os dados mostram que desde o início do ano passado as vendas em Santa Catarina não crescem, o que traz um cenário negativo para o Dia dos Pais deste ano.