



Intenção de Compras
DIA DAS MÃES 2017

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

Intenção de Compras de Dia das Mães 2017

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 2017

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. Além do incremento nas vendas, estimula-se a movimentação econômica de praticamente todos os segmentos do comércio. Em razão disso, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa para conhecer o perfil do consumidor desta data, buscando preparar o empresário do setor com informações relevantes para um melhor aproveitamento do movimento.

A amostra foi de 2.011 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 4 e 8 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 16 perguntas, sendo 15 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	62,3%	74,1%	60,8%	49,8%	53,1%	63,4%	59,8%	60,2%
Masculino	37,7%	25,9%	39,2%	50,2%	46,9%	36,6%	40,2%	39,8%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	21,3%	27,6%	37,2%	28,2%	51,2%	23,0%	23,6%	30,7%
De 26 a 35 anos	32,1%	35,5%	29,6%	27,8%	25,7%	40,4%	21,1%	29,5%
De 36 a 45 anos	27,9%	22,9%	16,6%	22,7%	15,2%	21,7%	23,9%	21,6%
De 46 a 55 anos	14,1%	12,3%	11,6%	11,0%	5,6%	11,8%	16,6%	11,9%
De 56 a 65 anos	3,0%	1,7%	4,7%	7,8%	2,0%	3,1%	10,6%	4,9%
66 anos ou mais	1,6%	0,0%	0,3%	2,6%	0,3%	0,0%	4,2%	1,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Estado Civil

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Casado / União Estável	57,0%	62,8%	41,2%	43,7%	49,2%	58,4%	55,6%	52,2%
Solteiro	39,3%	31,2%	50,8%	50,5%	47,9%	37,3%	34,1%	41,8%
Divorciado	3,0%	3,7%	6,6%	4,9%	2,0%	3,7%	6,9%	4,5%
Viúvo	0,7%	2,3%	1,3%	1,0%	1,0%	0,6%	3,3%	1,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compras – Dia das Mães 2017

Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	0,2%
Fundamental incompleto	8,5%	8,3%	10,6%	7,4%	4,0%	10,6%	10,9%	8,5%
Fundamental completo	13,8%	9,0%	10,0%	7,1%	11,9%	10,6%	7,3%	9,8%
Médio incompleto	5,2%	4,7%	7,6%	5,5%	12,2%	5,6%	9,7%	7,4%
Médio completo	34,8%	38,9%	38,9%	38,8%	54,8%	58,4%	48,9%	43,9%
Superior incompleto	13,8%	14,3%	20,6%	12,6%	8,9%	6,2%	6,9%	12,2%
Superior completo	20,3%	19,3%	11,6%	25,6%	7,6%	6,2%	12,4%	15,3%
Pós-graduação	3,6%	5,6%	0,7%	2,9%	0,7%	2,5%	2,4%	2,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	3,9%	2,7%	2,3%	7,8%	3,0%	3,1%	11,8%	5,2%
Autônomo	20,3%	10,0%	16,9%	13,3%	16,5%	13,0%	16,0%	15,3%
Carteira assinada	54,1%	56,1%	56,8%	44,7%	51,5%	50,3%	43,5%	50,9%
Desempregado	10,2%	2,7%	9,3%	12,6%	10,9%	5,0%	15,4%	9,8%
Do lar	3,0%	12,3%	1,7%	5,5%	3,6%	18,6%	6,6%	6,5%
Empresário	2,0%	2,7%	4,3%	3,2%	1,0%	3,7%	1,2%	2,5%
Estudante	0,0%	5,3%	8,0%	3,2%	7,9%	1,9%	2,1%	4,2%
Funcionário Público	2,0%	5,0%	0,3%	4,9%	0,0%	0,6%	3,0%	1,9%
Outro	4,3%	3,3%	0,3%	4,9%	5,6%	3,7%	0,3%	3,6%
NS/NR	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%

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	4,6%	7,3%	7,6%	10,4%	13,2%	11,2%	4,2%	8,1%
De R\$ 947 a R\$ 1.892	24,3%	26,6%	22,9%	35,6%	43,6%	43,5%	27,5%	31,1%

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compras – Dia das Mães 2017

De R\$ 1.893 a R\$ 4.730	41,6%	39,2%	45,2%	34,3%	30,4%	35,4%	41,4%	38,4%
De R\$ 4.731 a R\$ 7.568	18,0%	19,6%	15,0%	14,6%	8,9%	7,5%	18,1%	15,1%
De R\$ 7.569 a R\$ 9.460	5,6%	4,0%	6,3%	3,2%	1,7%	1,2%	3,6%	3,8%
De R\$ 9.461 a R\$ 14.190	2,6%	2,7%	1,3%	1,9%	0,7%	1,2%	2,1%	1,8%
De R\$ 14.191 ou mais	2,3%	0,3%	0,3%	0,0%	1,0%	0,0%	2,1%	0,9%
Recusa	1,0%	0,3%	1,3%	0,0%	0,7%	0,0%	0,9%	0,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

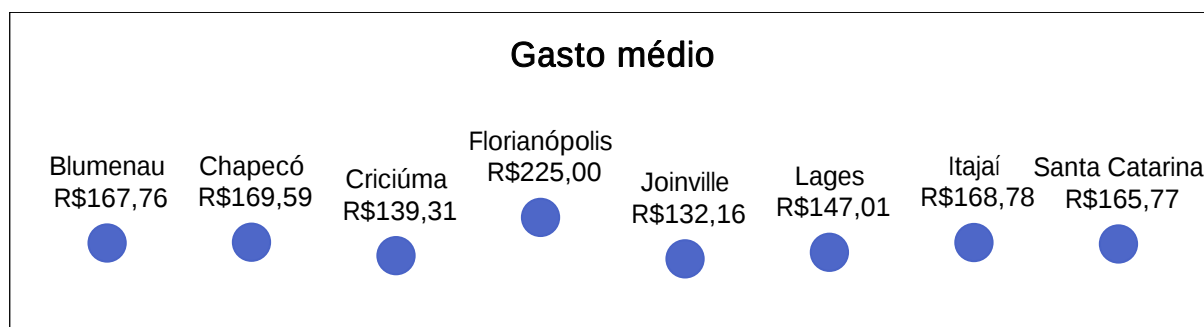
Os dados acima mostram que os entrevistados para a pesquisa de intenção de compras do Dia das Mães deste ano é formado majoritariamente por mulheres (60,2%) jovens, com idade entre 18 e 35 anos (60,2%). Quanto ao estado civil, 52,2% estão casados ou em união estável. Em relação ao grau de escolaridade destas consumidoras, a maioria tem ensino médio completo (43,9%).

A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (50,9%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.893,00 e R\$ 4.730,00 (38,4%), além de famílias que ganham entre R\$ 947,00 a R\$ 1.892,00 (31,1%). Completa o quadro geral as famílias que tem rendimento entre R\$ 4.731,00 e R\$ 7.568,00 (15,1%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2017

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio SC diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores. Desta maneira, o total do gasto médio com toda a data será de R\$ 165,77 por consumidor. Gasto 3,7% maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2016, que havia sido de R\$ 159,89, ambos resultados abaixo do valor apurado em 2015 pela mesma pesquisa. O destaque fica por conta de Chapecó e Florianópolis com os maiores gastos do estado: R\$ 169,59 e R\$ 225,00, 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
2016 (R\$)	132,72	175,43	145,41	190,03	143,36	141,97	190,34	159,89
2015 (R\$)	179,41	154,33	202,91	209,45	157,08	155,65	188,97	176,86

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

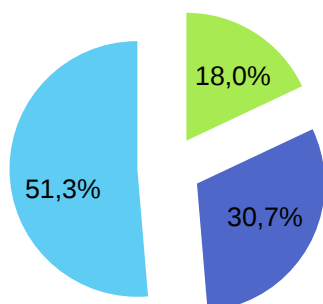
A relativa estabilidade do gasto médio está fortemente vinculada à situação econômica das famílias. Neste aspecto, os gráficos abaixo mostram que 34,6% das famílias declararam estar em situação igual a do ano anterior, 34,4% apontaram que a situação está melhor e 31,0% afirmaram que estão em pior situação. A resposta preponderante “situação financeira igual ao ano passado” aponta que as famílias do estado ainda não recuperaram o poder aquisitivo de 2015, já que 2016 foi um ano no qual as famílias declararam pela primeira vez estar numa situação financeira pior do que a do ano anterior.

Assim, esta estabilidade na 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 reduzido, mesmo que a variação do gasto médio tenha sido positiva. O cenário é muito parecido entre todas as cidades, como também pode ser visto abaixo.

Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior

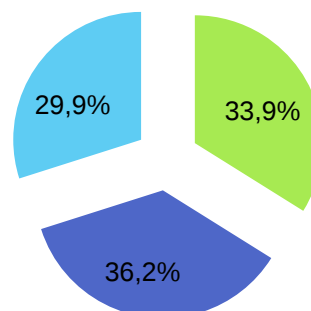
Blumenau

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



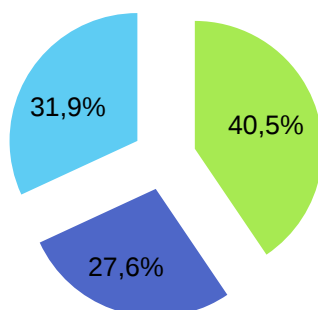
Chapecó

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



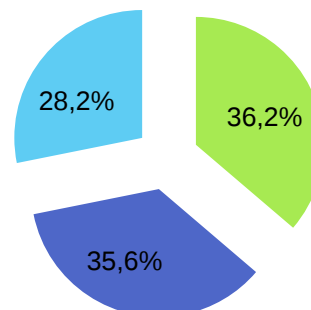
Criciúma

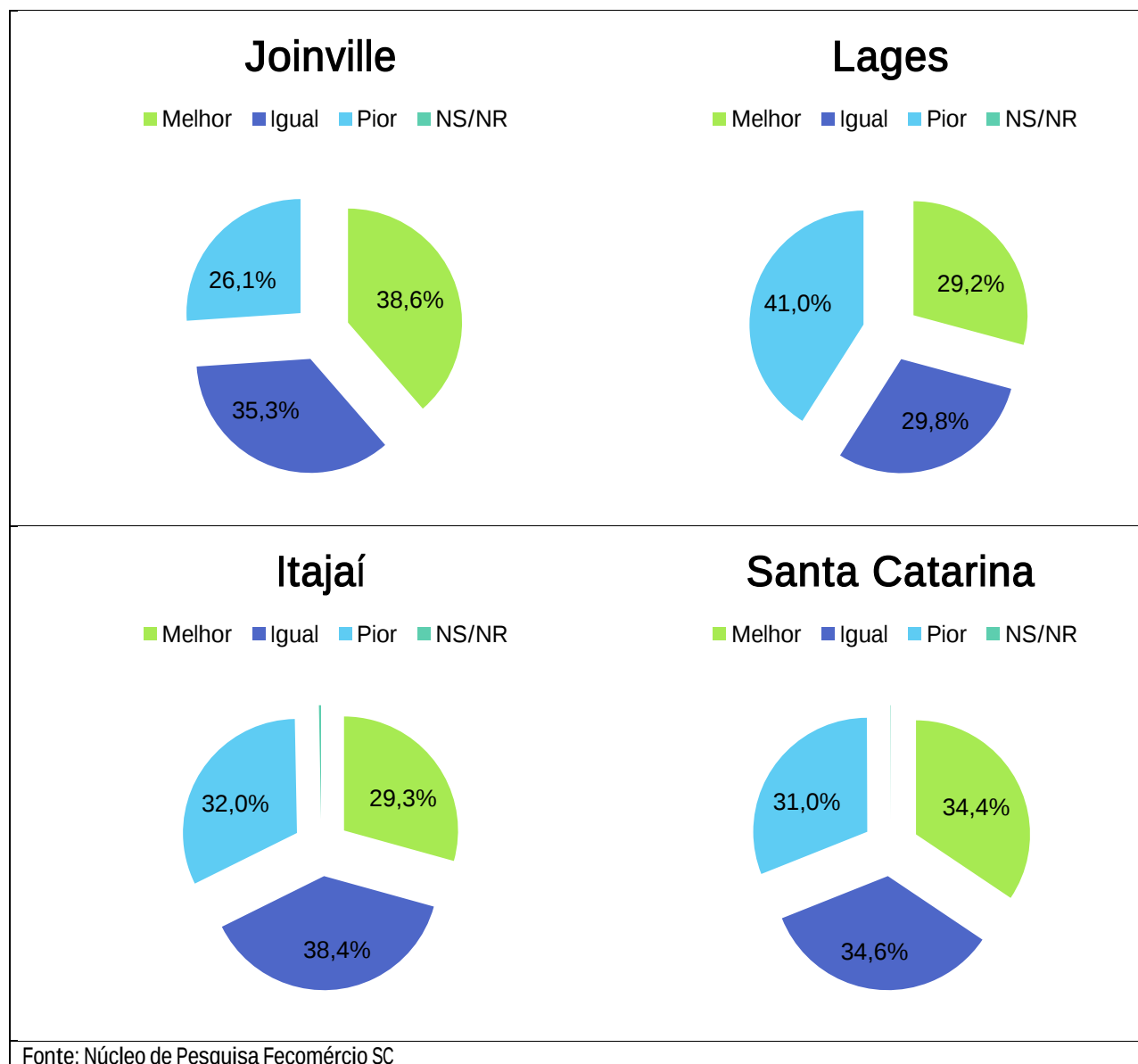
■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



Florianópolis

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



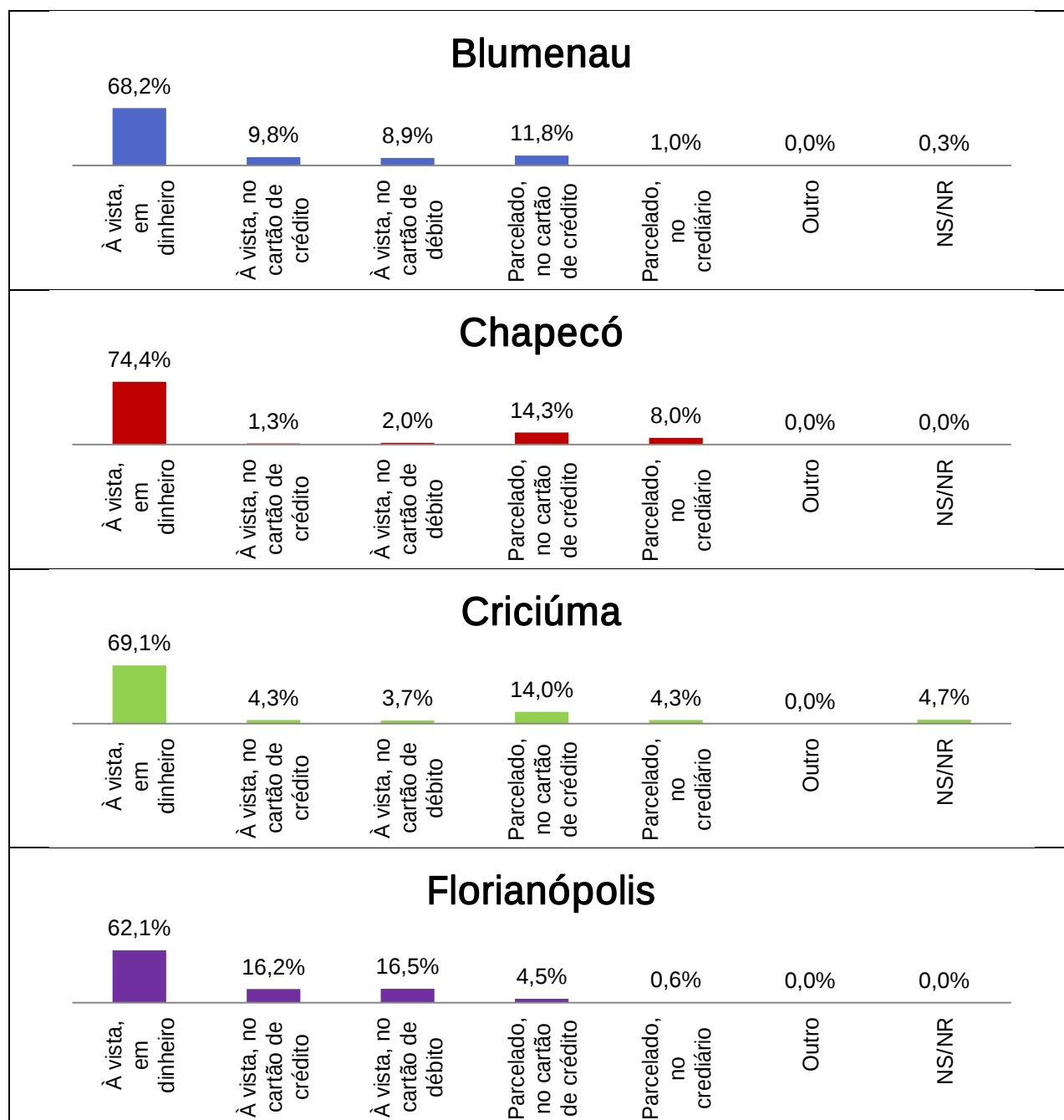


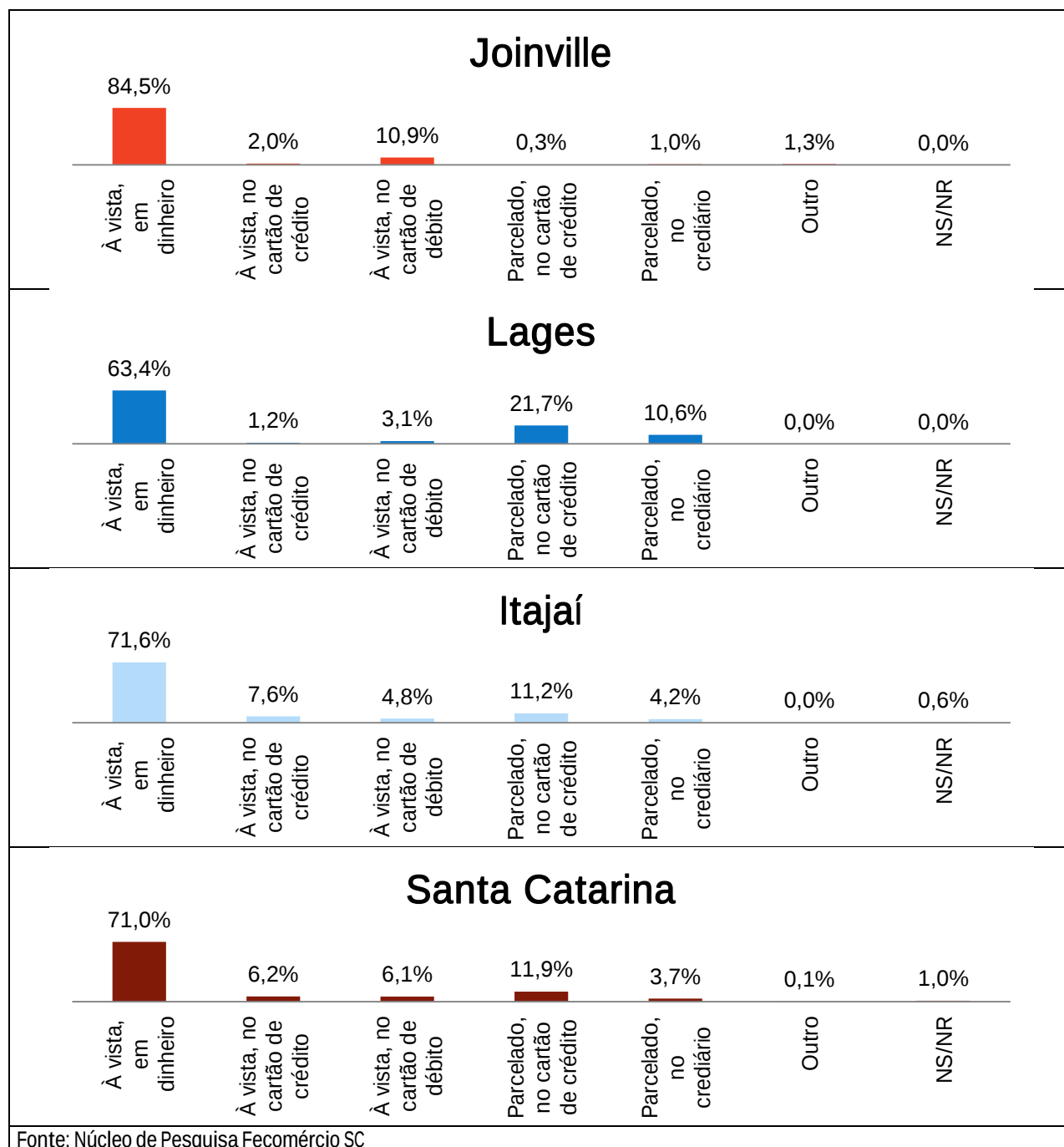
Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista. A opção em dinheiro foi a mais lembrada (71,0%) pelos catarinenses, sendo seguida pelo parcelamento no cartão de crédito (11,9%) e pela compra à vista no cartão de crédito (6,2%). 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, já que poucos pretendem comprar com base no crédito. Entretanto, isso demonstra apenas uma preferência do consumidor, visto que as pesquisas de Resultado de Vendas demonstrou que na hora da compra o uso do 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 (16,5%).

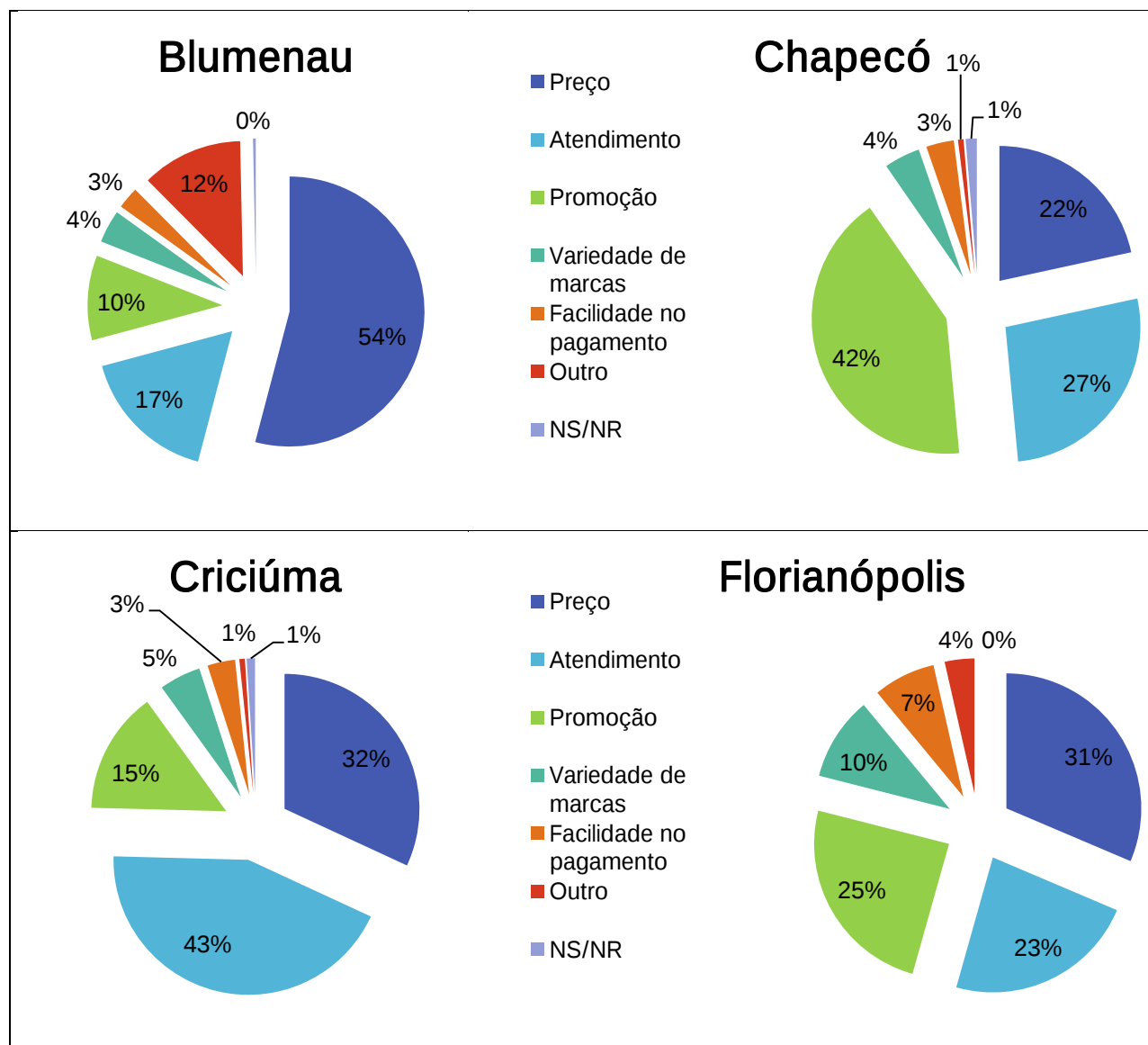
Como pretende pagar a compra desses materiais?

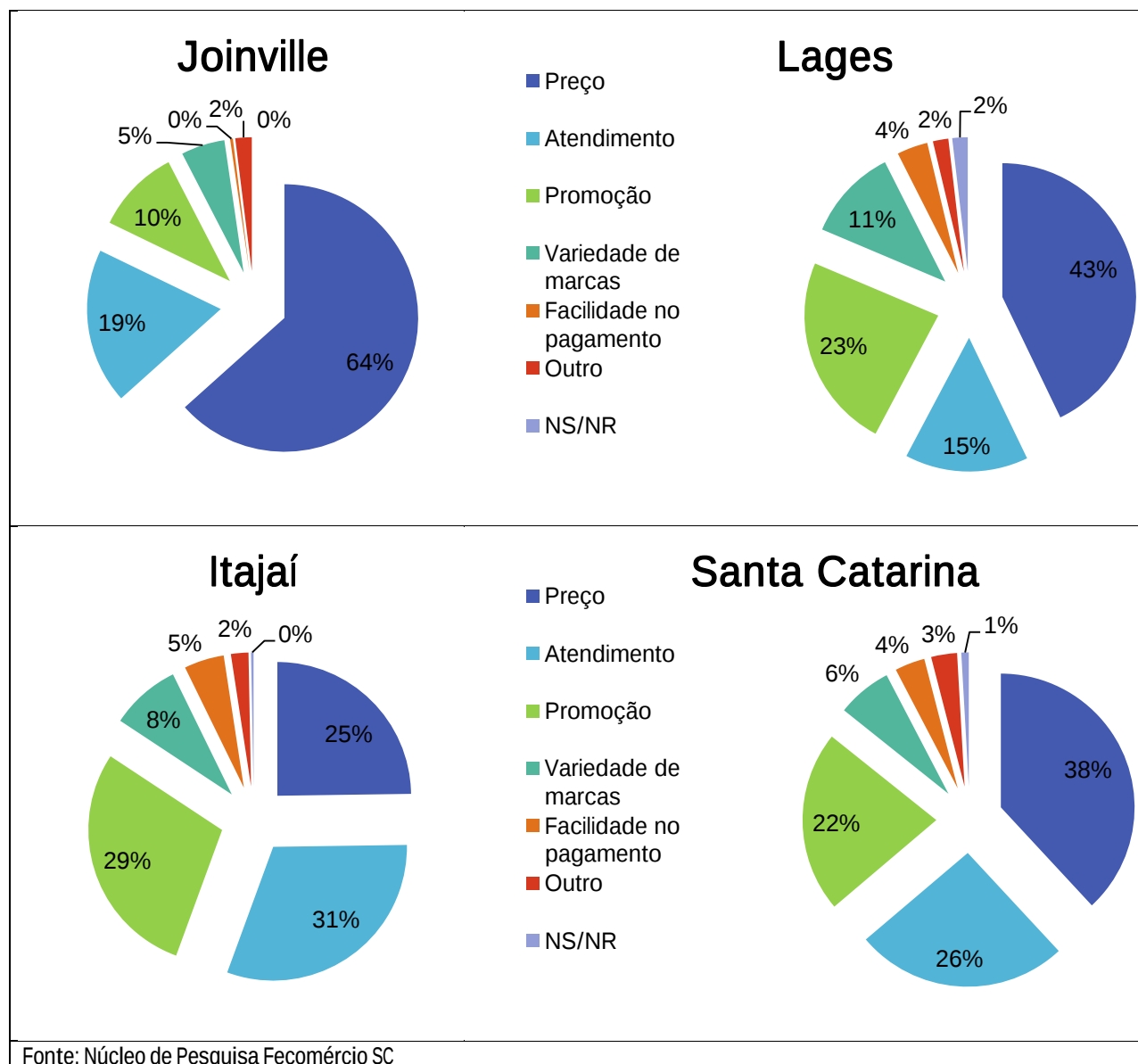




Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com o preço é central (38%), seguido pelo atendimento (26%) e pelas promoções (22%), ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra são de interesse dos catarinenses. Na sequência aparece o resultado dividido por cidades.

Ação do comércio

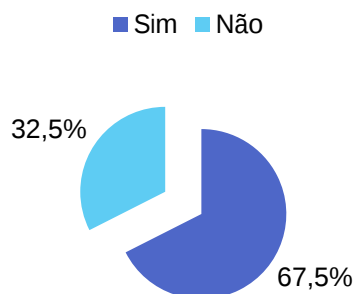




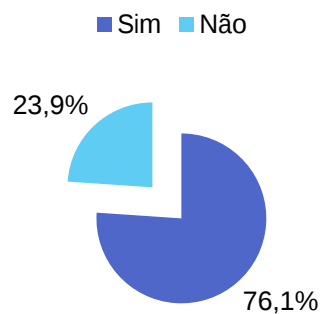
Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 71,1% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para o Dia das Mães. O resultado é semelhante em todas as cidades que compõe a pesquisa, mostrando uma forte tendência do catarinense. Os dados por cidade podem ser vistos abaixo.

Realizará pesquisa de preço

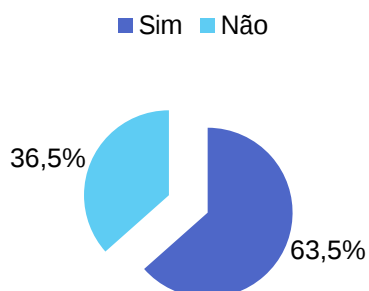
Blumenau



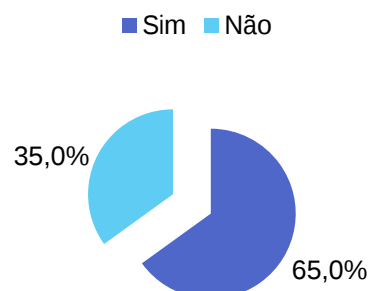
Chapecó



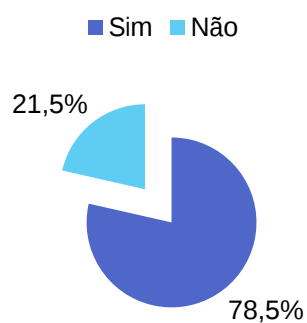
Criciúma



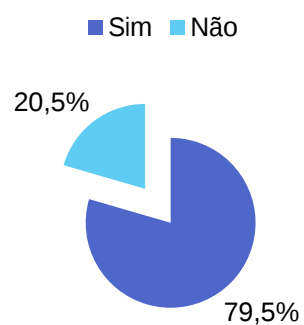
Florianópolis

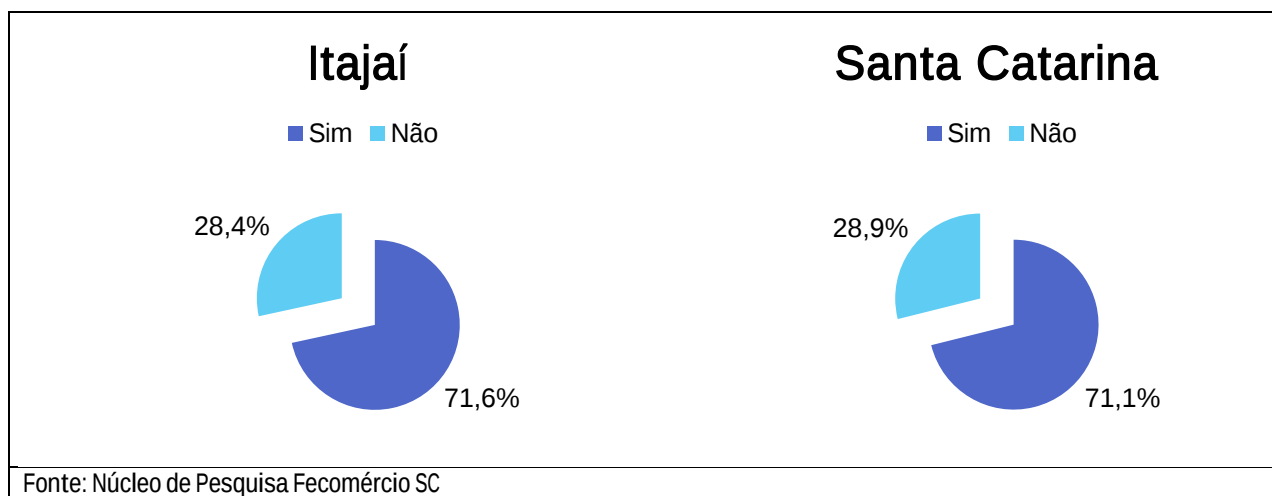


Joinville



Lages





Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos catarinenses (75,1%), seguido pelos Shoppings Centers (16,0%). 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	60,7%	84,4%	80,7%	75,7%	71,6%	90,7%	69,8%	75,1%
Shopping	24,9%	7,3%	9,0%	15,5%	25,4%	3,7%	19,9%	16,0%
Internet	1,3%	3,0%	2,0%	6,1%	1,0%	1,2%	3,0%	2,6%
Revendedores de porta em porta	1,0%	3,3%	1,7%	0,6%	0,3%	1,9%	0,9%	1,3%
Camelô	0,0%	0,7%	1,7%	0,6%	0,0%	0,0%	0,9%	0,6%
Outro	1,6%	0,3%	0,3%	1,0%	1,0%	1,2%	2,1%	1,1%
NS/NR	10,5%	1,0%	4,7%	0,3%	0,7%	1,2%	3,3%	3,2%

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 perguntou 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 (43,0%), seguido pelo setor de perfumes/cosméticos (13,3%) e pelo de calçados/bolsas (10,8%). Uma parcela considerável dos consumidores (8,8%) 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	41,8%	46,7%	41,5%	43,2%	41,3%	48,5%	40,5%	43,0%
Perfumes/cosméticos	16,0%	13,0%	12,1%	12,4%	12,5%	10,7%	15,1%	13,3%
Calçado/bolsa	11,8%	9,3%	15,3%	7,5%	10,3%	9,5%	11,4%	10,8%
Eletrodomésticos	6,5%	9,3%	3,2%	5,6%	4,4%	6,5%	7,4%	6,1%
Flores	4,2%	6,2%	4,5%	2,2%	5,0%	1,2%	4,6%	4,2%
Joias	1,3%	4,3%	1,9%	2,2%	1,9%	3,0%	2,8%	2,5%
Artigo de decoração	2,3%	3,1%	1,9%	3,7%	5,6%	8,3%	2,8%	3,7%
Bijuteria	0,3%	2,8%	2,6%	3,4%	4,1%	0,0%	1,7%	2,3%
Celular/smartphone	1,0%	0,9%	0,3%	0,6%	1,3%	0,6%	0,6%	0,8%
Outro	2,9%	3,4%	3,5%	6,2%	5,3%	6,5%	5,1%	4,6%
NS/NR	11,8%	0,9%	13,1%	13,0%	8,4%	5,3%	8,0%	8,8%

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, 45,1% dos entrevistados irão almoçar ou jantar na casa de parentes, seguidos pelos 114,3% que irão sair para almoçar ou jantar em algum restaurante. Também é grande o percentual de pessoas que não irá realizar programa algum (31,8%), 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	0,7%	81,7%	30,6%	64,4%	59,7%	86,3%	14,5%	45,1%
Não levará a lugar nenhum	69,2%	6,6%	48,2%	12,0%	10,9%	5,6%	55,9%	31,8%
Almoçar/jantar em um restaurante	18,0%	9,6%	15,3%	16,2%	11,6%	5,0%	19,6%	14,3%
Salão de beleza/SPA	0,0%	0,3%	1,3%	0,3%	0,3%	0,6%	1,2%	0,1%
Viagem	2,3%	1,0%	0,7%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	1,0%
Outro	0,7%	0,0%	4,0%	0,0%	0,0%	0,6%	1,5%	0,5%
NS/NR	9,2%	0,7%	0,0%	6,8%	17,2%	1,9%	7,3%	7,1%

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 (74,7%), seguido pelo lugar que a mãe escolheu (13,6%). 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 dos familiares	21,5%	93,2%	61,1%	76,9%	82,7%	90,3%	37,0%	74,7%
Lugar que a mãe escolheu	40,0%	3,6%	25,7%	10,4%	7,9%	5,2%	36,1%	13,6%
Atendimento	26,2%	2,1%	5,6%	1,6%	4,2%	0,6%	10,1%	4,6%
Preço	6,2%	0,7%	4,9%	9,6%	2,8%	1,9%	10,1%	4,6%
Outro	4,6%	0,4%	2,8%	1,6%	1,9%	1,9%	5,0%	1,5%
NS/NR	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	1,7%	1,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A expectativa de gasto médio para o Dia das Mães em Santa Catarina ficou em R\$ 165,77. O resultado é 3,7% superior ao gasto médio prospectado pelas famílias do estado em 2016, no qual havia sido de R\$ 159,89. A estabilidade da renda tem um papel fundamental, já que a percepção de que a situação financeira está igual em relação ao ano anterior foi a preponderante (34,6%). Como em 2016 grande parte dos entrevistados havia sinalizado que estava em situação pior é possível afirmar que a data neste ano apresentará um resultado de vendas reduzido, mesmo que a variação do gasto médio tenha sido positiva.

Adicionalmente, a pesquisa também constatou que o comércio de rua (75,1%) e os shoppings centers (16,0%) 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 (71,0% do total das compras), no cartão de crédito (6,2%) ou no cartão de débito (6,1%), bem como pretendem realizar pesquisa de preço (71,1%). Quanto à realização de alguma atividade especial na data, a maioria afirmou que irá almoçar ou jantar com a mãe na casa de familiares (45,1%), pela conveniência de estar com os familiares. Por fim, os consumidores irão prezar pelo preço (38,0%), qualidade do atendimento (26%) na hora de decidir sua compra, a qual será majoritariamente artigo de vestuário (43,0%), perfumes/cosméticos (13,3%) e calçados/bolsas (10,8%).