



Intenção de Compras  
**DIA DOS NAMORADOS 2017**

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

# Intenção de Compras Dia dos Namorados 2017

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 2017

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES.....	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS NAMORADOS 2014.....	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 realizou 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 2.043 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 10 e 13 de maio de 2016, com exceção do município de Chapecó, no qual a pesquisa foi realizada durante o período de 20 a 23 de maio. 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.

Foram aplicadas 15 perguntas, sendo 14 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 2017 em Santa Catarina. Abaixo seguem alguns dados importantes para realizar tal objetivo:

### Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	57,0%	57,1%	50,5%	49,8%	52,8%	49,7%	54,9%	53,0%
Masculino	43,0%	42,9%	49,5%	50,2%	47,2%	50,3%	45,1%	47,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Estado Civil

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Casado/ União Estável	63,6%	60,8%	40,5%	56,2%	51,5%	51,2%	60,7%	54,6%
Solteiro	33,1%	37,5%	52,5%	42,1%	47,9%	40,9%	34,0%	41,5%
Divorciado	3,0%	1,7%	6,7%	1,7%	0,7%	4,6%	3,9%	3,1%
Viúvo	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	3,4%	1,5%	0,8%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	23,6%	39,5%	44,8%	33,1%	52,5%	32,6%	34,0%	37,2%
De 26 a 35 anos	30,5%	35,5%	30,1%	29,1%	23,6%	18,3%	35,4%	28,5%
De 36 a 45 anos	28,5%	16,3%	13,7%	17,4%	13,4%	16,2%	16,5%	17,5%
De 46 a 55 anos	13,4%	6,3%	8,0%	13,4%	9,2%	16,5%	10,2%	11,1%
De 56 a 65 anos	3,6%	2,3%	3,0%	5,0%	1,3%	11,6%	1,9%	4,3%
66 anos ou mais	0,3%	0,0%	0,3%	2,0%	0,0%	4,9%	1,9%	1,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,0%	0,0%	0,7%	0,3%	0,0%	0,9%	0,0%	0,3%
Fundamental incompleto	3,0%	3,3%	5,4%	5,4%	4,3%	12,5%	6,3%	5,8%
Fundamental completo	5,6%	5,3%	9,4%	6,4%	12,8%	14,3%	6,3%	8,8%
Médio incompleto	4,9%	10,0%	8,0%	5,0%	23,0%	9,1%	2,9%	9,3%
Médio completo	54,4%	34,9%	38,8%	38,5%	43,3%	38,1%	44,7%	41,7%
Superior incompleto	11,1%	19,3%	25,1%	11,4%	9,2%	15,2%	21,4%	15,8%
Superior completo	19,7%	18,3%	11,0%	28,4%	6,6%	9,1%	17,0%	15,6%
Pós-graduação	1,3%	9,0%	1,7%	4,7%	1,0%	0,6%	1,0%	2,8%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	0,7%	1,0%	3,3%	4,3%	2,3%	10,7%	2,9%	3,7%
Autônomo	15,4%	15,3%	14,7%	15,4%	14,1%	23,8%	18,0%	16,7%
Carteira assinada	62,0%	50,2%	54,8%	42,1%	44,3%	32,9%	54,4%	48,2%
Desempregado	5,2%	4,7%	11,4%	11,0%	16,4%	11,9%	15,0%	10,6%
Do lar	4,3%	6,3%	3,0%	6,7%	6,2%	8,2%	0,5%	5,3%
Empresário	4,3%	5,6%	3,3%	5,7%	1,6%	1,8%	4,4%	3,8%
Estagiário	0,7%	2,7%	0,3%	2,7%	1,0%	3,0%	1,0%	1,7%
Estudante	1,3%	7,6%	8,4%	4,3%	12,5%	1,8%	2,4%	5,6%
Outro	6,2%	6,6%	0,7%	7,7%	1,6%	5,8%	1,5%	4,5%

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	2,3%	4,3%	3,0%	6,7%	10,5%	14,9%	2,4%	6,6%
De R\$ 947 a R\$ 1.892	13,1%	20,9%	30,4%	34,8%	40,0%	36,6%	24,8%	28,9%
De R\$ 1.893 a R\$ 4.730	59,7%	46,5%	44,5%	32,1%	37,4%	34,1%	47,6%	42,8%
De R\$ 4.731 a R\$ 7.568	19,3%	21,6%	16,1%	15,1%	8,5%	7,6%	15,5%	14,7%
De R\$ 7.569 a R\$ 9.460	2,6%	3,3%	2,7%	5,4%	1,3%	2,7%	6,8%	3,4%
De R\$ 9.461 a R\$ 14.190	1,6%	1,7%	1,3%	4,3%	1,3%	1,5%	1,5%	1,9%
De R\$ 14.191 ou mais	0,3%	1,7%	1,7%	1,3%	0,7%	1,8%	1,5%	1,3%
Recusa	1,0%	0,0%	0,3%	0,3%	0,3%	0,6%	0,0%	0,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados acima mostram que para a pesquisa deste ano foram ouvidas majoritariamente mulheres (53,0%), que elas são casadas/união estável (54,6%) e que elas têm na maioria idade entre 18 e 25 anos (37,2%). Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores, a maioria tem ensino médio completo (41,7%) ou grau de instrução maior que isso, como ensino superior incompleto (15,8%) e superior completo (15,6%).

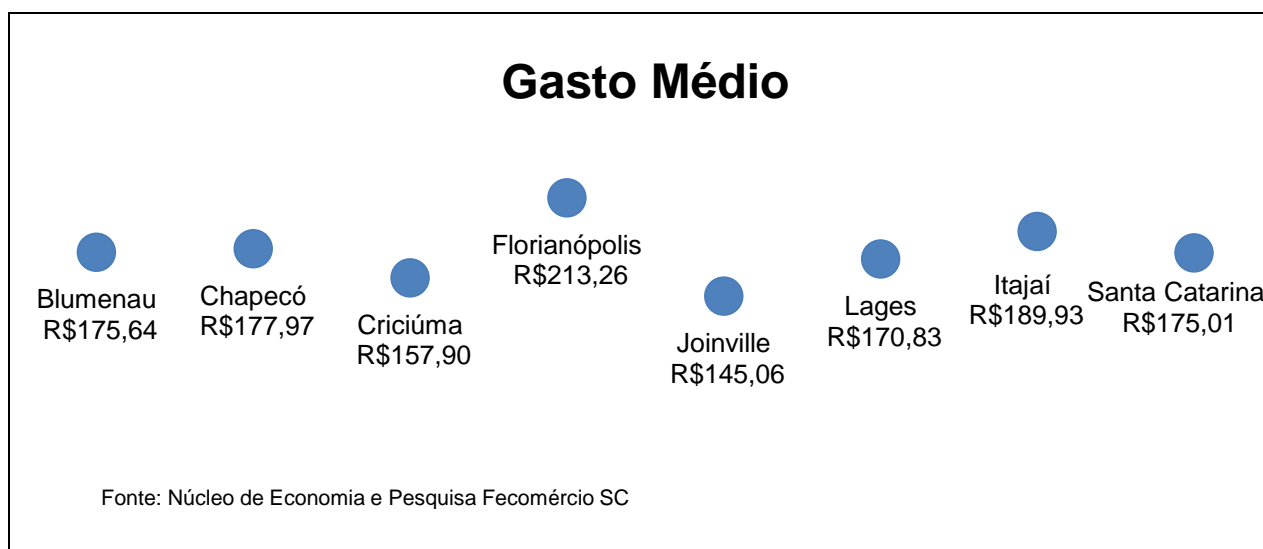
A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (48,6%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.893 a R\$ 4.730 (42,8%), além de famílias que ganham entre R\$ 947,00 e R\$ 1.892 (28,9%).



## INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS NAMORADOS 2017

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio 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\$ 175,01. Gasto 2,6% maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2016, quando os consumidores afirmaram que gastariam R\$ 170,60. O destaque fica por conta de Florianópolis com a maior expectativa de gasto no estado: R\$ 213,26.

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



### Anos anteriores (R\$)

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2016	171,49	156,88	188,48	178,26	146,82	177,98	177,07	170,60
2015	204,25	139,97	200,00	158,97	151,26	179,26	176,40	172,87

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Um fator que explica a alta 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 37,6% das famílias de Santa Catarina declararam estar em situação financeira melhor do que a do mesmo período do ano anterior, 31,2% apontaram que sua situação permaneceu igual e outros 31,2% afirmaram que estão em pior situação. Este resultado é importante, pois ano passado na mesma pesquisa de intenção de

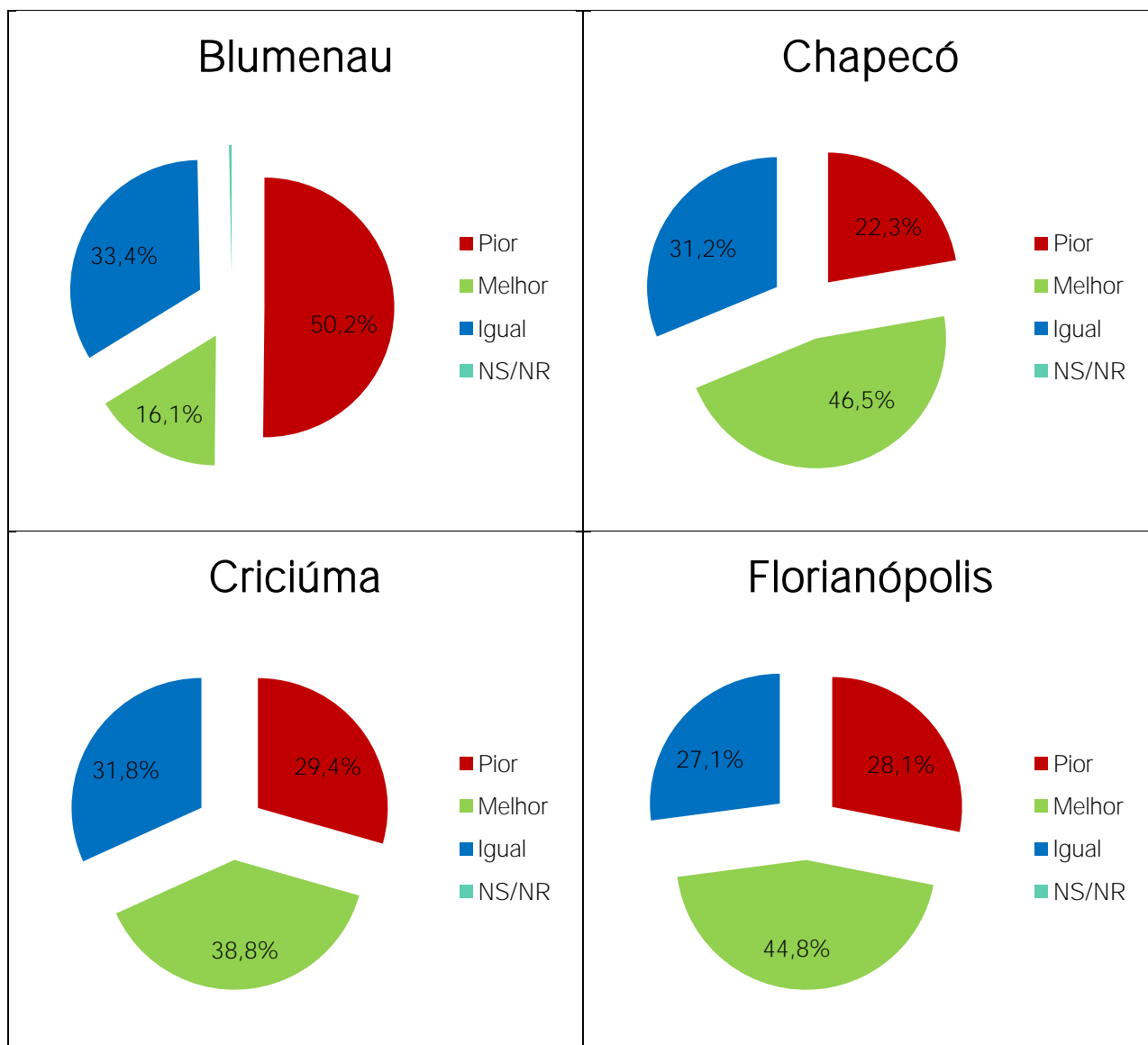


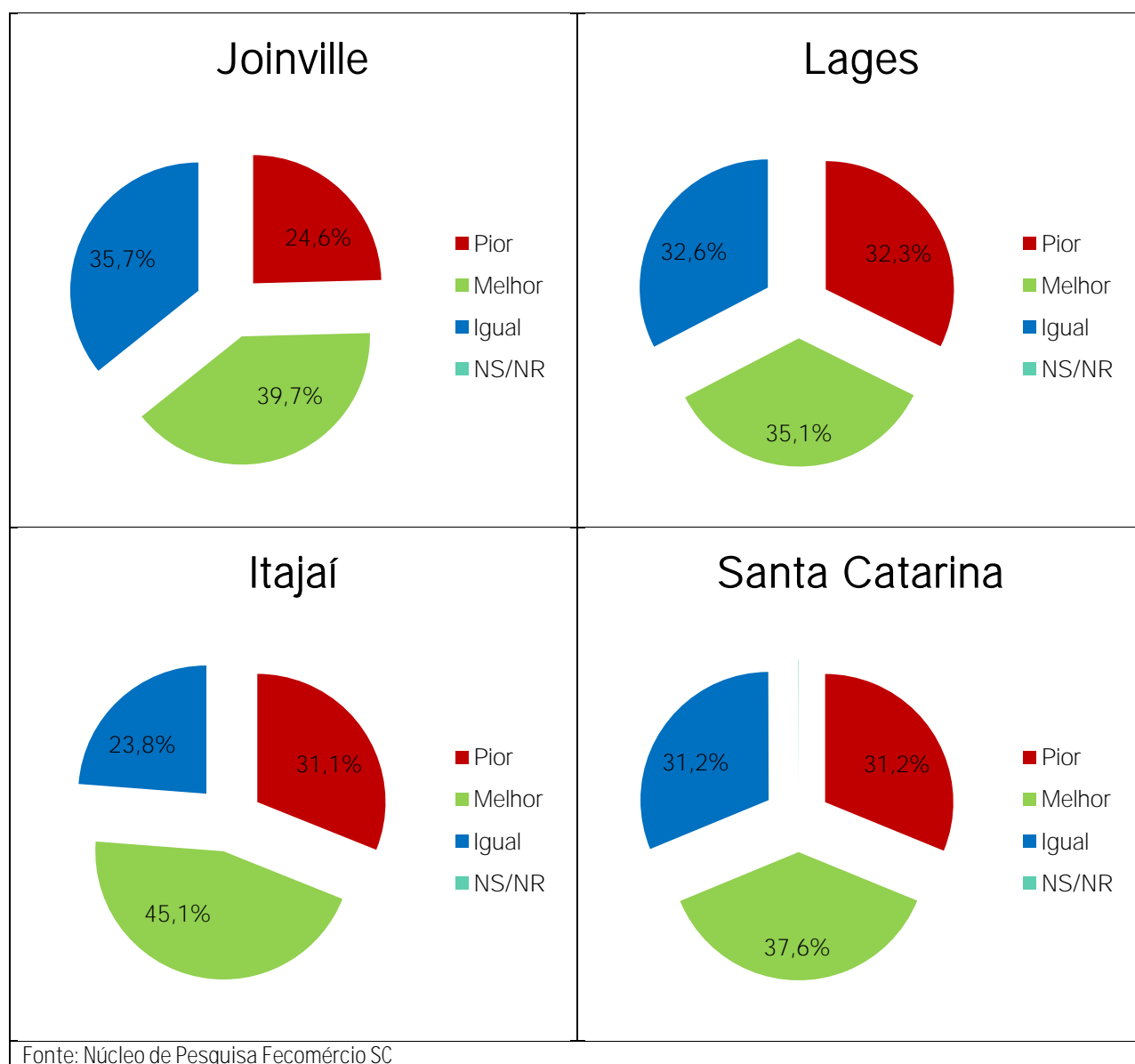
compra do Dia dos Namorados, o percentual de famílias com melhor condição financeira era inferior ao percentual daquelas com pior condição financeira.

Assim, a recuperação da renda das famílias traz uma maior confiança na prospecção de gastos para o Dia dos Namorados, tornando viável um crescimento das vendas no período.

Abaixo os dados para todas as cidades pesquisadas:

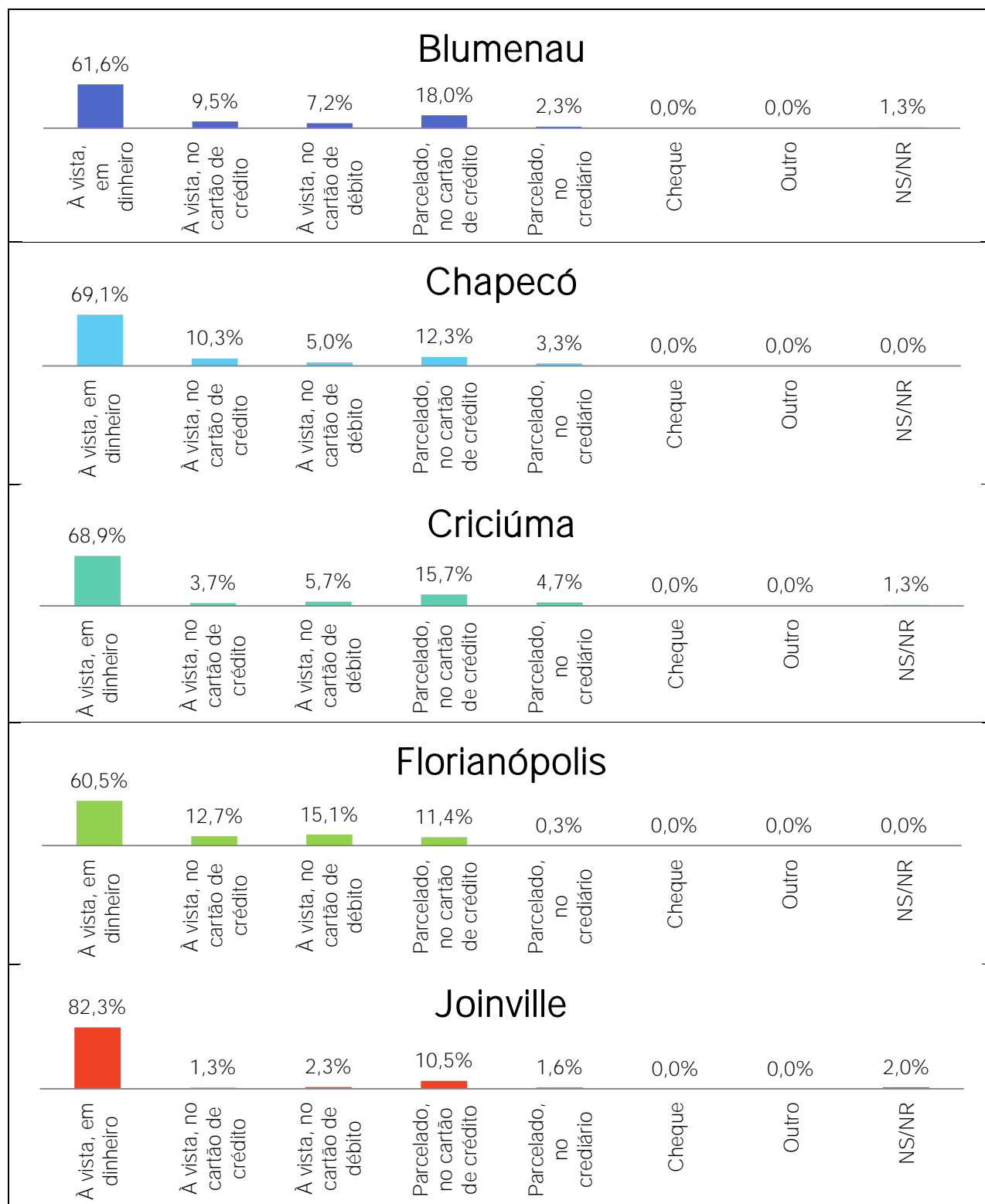
Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior

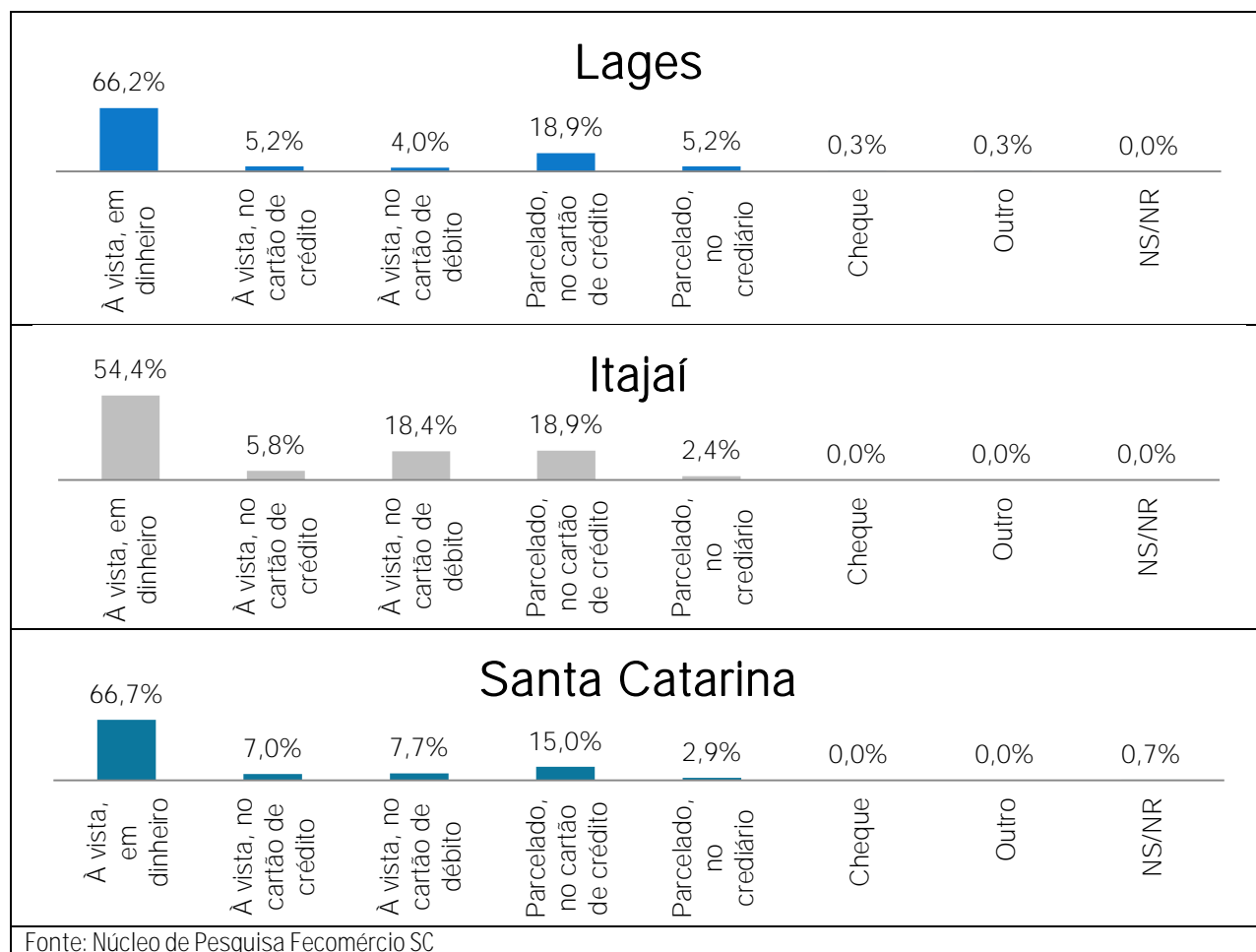




Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (66,7%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra parcelada no cartão de crédito (15,0%) e pela compra à vista no cartão de débito (7,7%). 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:

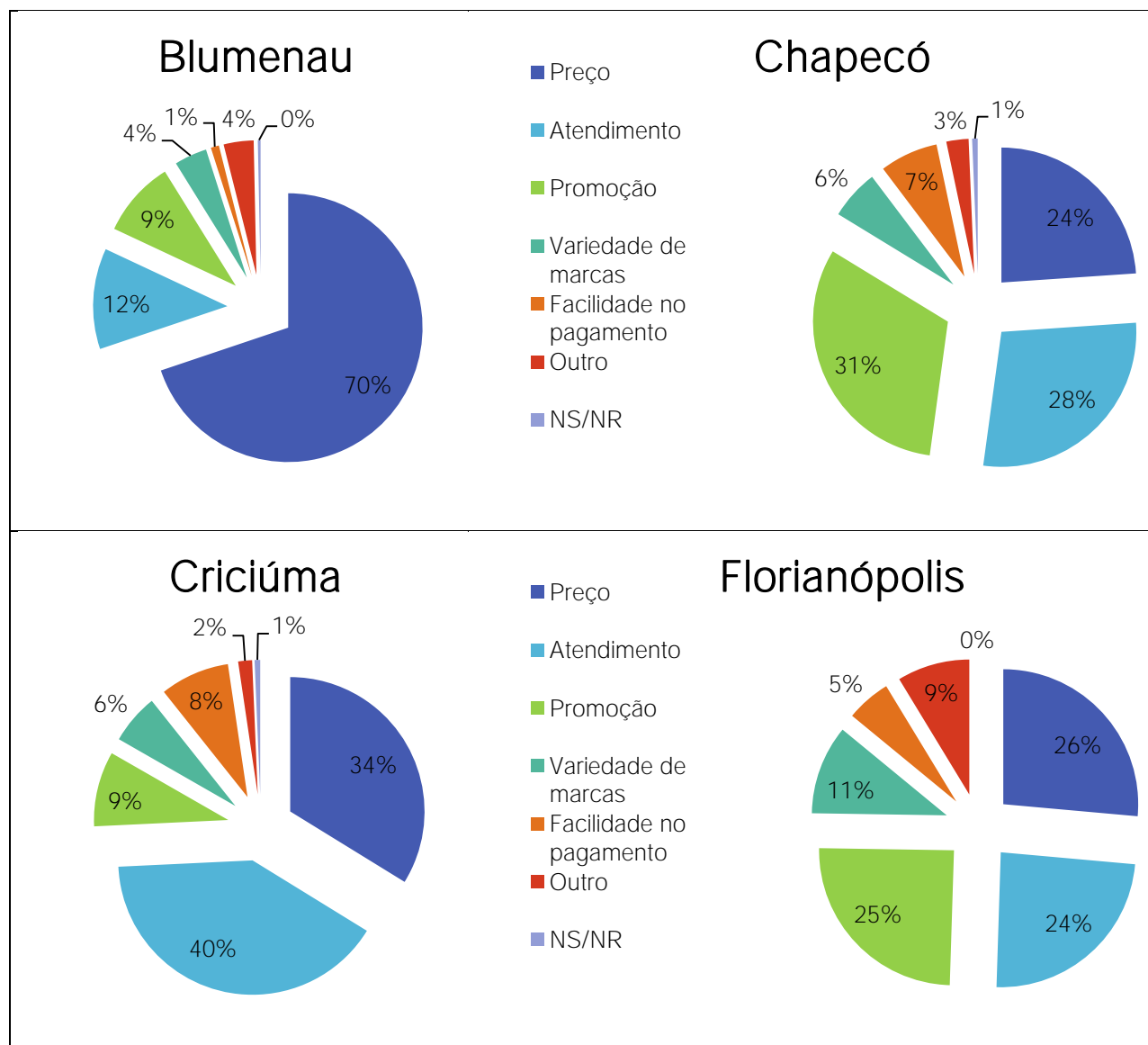
Como pretende pagar a compra dos presentes?

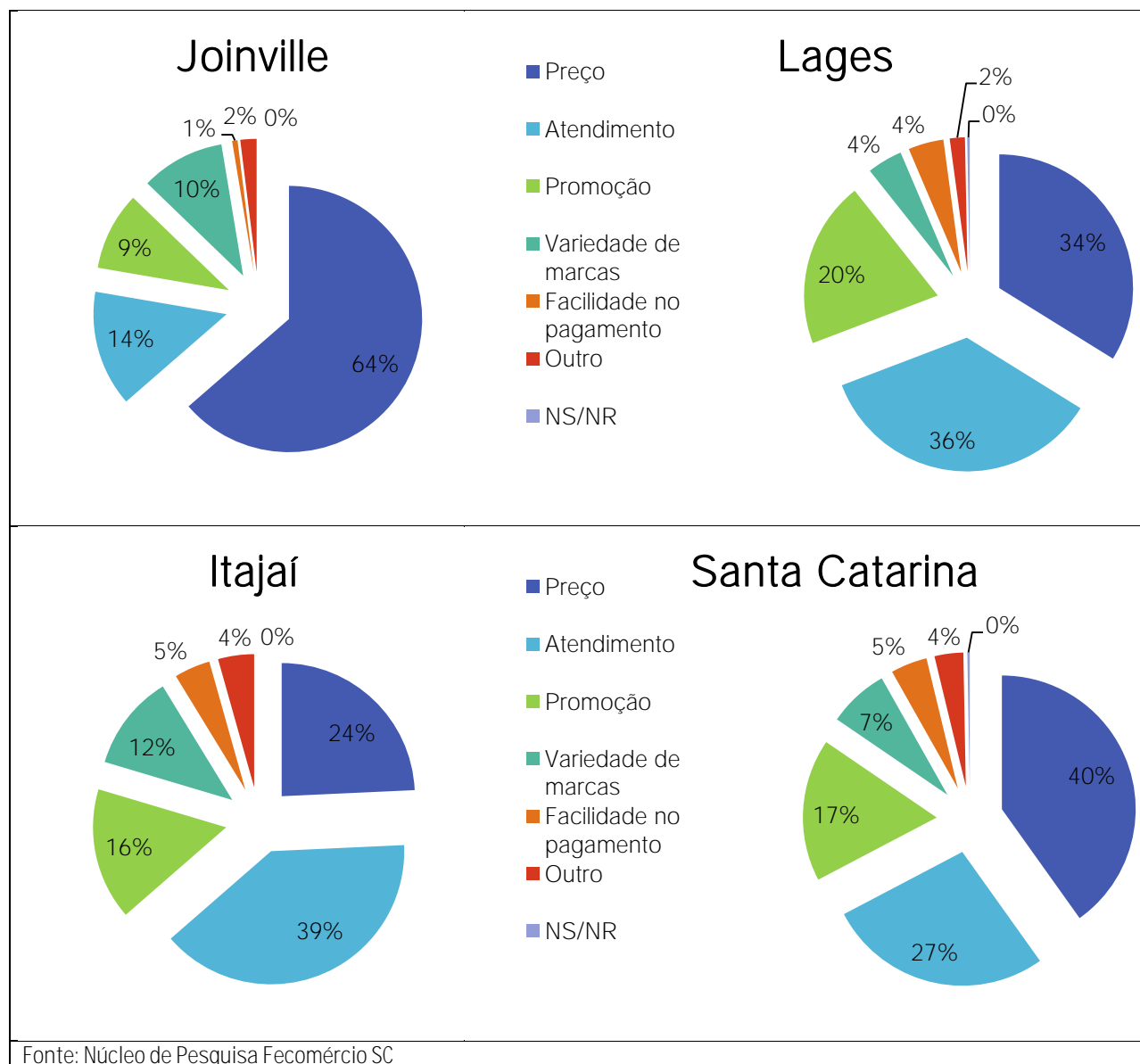




Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com o preço é central (40%), seguido pelo atendimento (27%) e pelas promoções (17%). Ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra são de interesse dos catarinenses. Na sequência aparece o resultado dividido por cidades. Em Chapecó e Florianópolis é possível perceber uma maior valorização das promoções por parte do consumidor:

### Ação do comércio





Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 68,5% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para o Dia dos Namorados. Este resultado 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

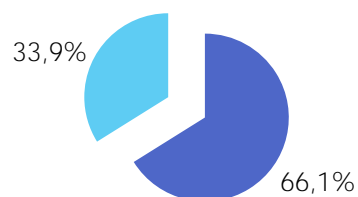
Blumenau

■ Sim ■ Não



Chapecó

■ Sim ■ Não



Criciúma

■ Sim ■ Não



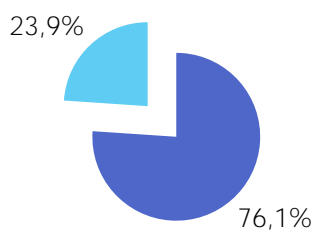
Florianópolis

■ Sim ■ Não



Joinville

■ Sim ■ Não

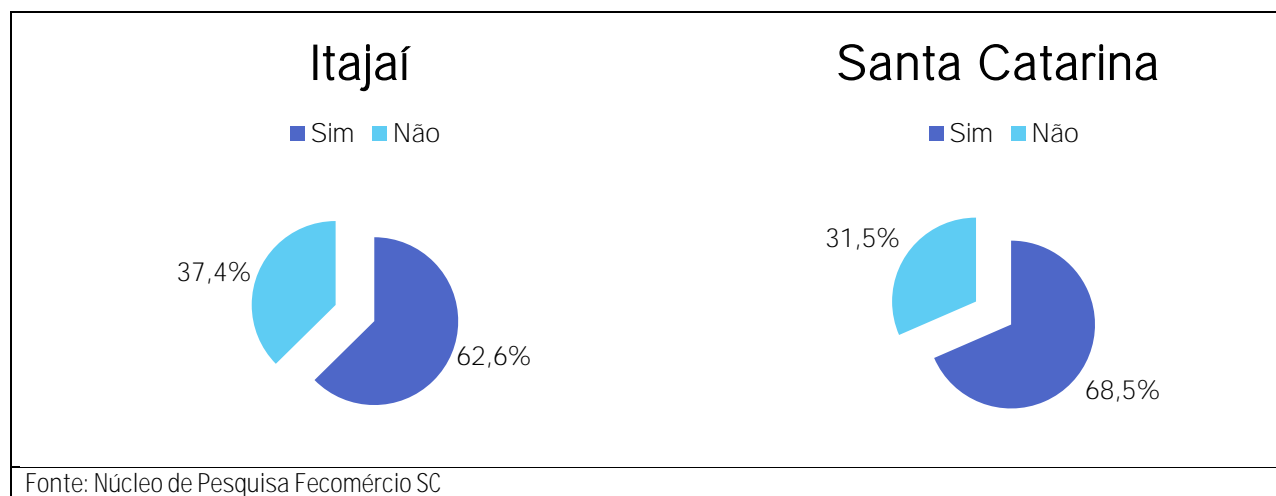


Lages

■ Sim ■ Não







Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos catarinenses (70,6%), seguido pelo shopping (20,9%) e pela internet (4,1%).

#### Local

Local de compra	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Comércio de rua	74,1%	73,8%	66,6%	73,6%	61,0%	83,5%	56,3%	70,6%
Shopping	16,7%	15,9%	24,1%	21,1%	33,4%	7,9%	31,1%	20,9%
Internet	2,6%	5,3%	3,3%	2,7%	2,0%	5,8%	7,8%	4,1%
Revendedores de porta em porta/catálogo	0,3%	1,7%	1,0%	0,3%	1,6%	1,5%	0,0%	1,0%
Camelô	0,0%	0,7%	0,3%	0,0%	0,0%	0,6%	2,9%	0,5%
Outro	0,7%	1,7%	1,0%	2,3%	0,3%	0,6%	1,5%	1,1%
NS/NR	5,6%	1,0%	3,7%	0,0%	1,6%	0,0%	0,5%	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 Namorados. Desta maneira, a Fecomércio SC perguntou 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 (46,0%), seguido pelo setor de perfume/cosmético (15,4%) e pelos calçados/bolsa (10,6%). 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	44,6%	46,2%	41,8%	40,5%	46,2%	53,4%	50,0%	46,0%
Perfume/cosmético	16,1%	20,9%	12,7%	11,4%	13,8%	17,7%	14,6%	15,4%
Calçado/bolsa	16,7%	6,0%	9,4%	9,4%	12,1%	9,8%	10,7%	10,6%
Flores	3,9%	4,3%	2,3%	3,0%	4,3%	4,0%	5,3%	3,8%
Jóias	3,0%	6,3%	2,3%	6,4%	2,6%	3,4%	2,4%	3,8%
Celular	0,7%	1,7%	0,7%	1,3%	2,6%	2,4%	2,4%	1,7%
Eletrodoméstico	2,3%	2,0%	0,7%	0,7%	1,3%	1,5%	1,5%	1,4%
Livro	0,0%	0,7%	2,0%	2,7%	0,7%	1,2%	2,9%	1,4%
Artigo de decoração	1,0%	0,7%	1,0%	0,3%	0,7%	0,9%	0,0%	0,7%
Biju	0,0%	1,7%	0,3%	0,7%	0,0%	0,3%	0,0%	0,4%
Outro	8,2%	6,3%	5,7%	7,0%	8,2%	3,0%	8,3%	6,6%
NS/NR	3,6%	3,3%	21,1%	16,7%	7,5%	2,4%	1,9%	8,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além de movimentar o comércio tradicional, o Dia dos Namorados também traz impactos para o setor de serviços. É bom saber o número de pessoas que vão aproveitar a data para passear. Uma grande porção dos entrevistados afirmou que irão almoçar/jantar em um restaurante (42,3%). Entretanto, um percentual relevante afirmou que não levará a lugar nenhum (38,6%), como pode ser visualizado na tabela abaixo:

### Passeio

Passeio	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Almoçar/jantar em um restaurante	43,3%	47,8%	35,8%	47,8%	41,0%	29,9%	55,8%	42,3%
Não levará a lugar nenhum	32,1%	47,5%	52,2%	13,0%	39,7%	58,5%	19,4%	38,6%
Viagem	5,6%	1,3%	1,7%	3,3%	3,0%	8,5%	9,7%	4,6%
Hotel/motel	1,6%	0,7%	2,0%	0,3%	0,0%	1,2%	1,0%	1,0%
Salão de beleza/SPA	0,0%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Outro	2,3%	2,3%	2,0%	24,4%	2,0%	1,5%	5,8%	5,4%
NS/NR	15,1%	0,0%	6,0%	11,0%	14,4%	0,3%	8,3%	8,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para finalizar, a Fecomércio SC indagou o motivo do passeio, sendo que a escolha pelo lugar que o(a) namorado(a) escolheu prevaleceu (38,2%), seguida pelo local romântico (18,7%) e pelo atendimento (13,4%). Abaixo é possível observar a questão com maior detalhe:

Motivo

Qual o motivo da viagem?	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Lugar que o(a) namorado(a) escolheu	30,4%	35,1%	40,8%	54,6%	40,0%	36,9%	26,5%	38,2%
Local romântico	14,0%	43,5%	19,2%	6,2%	10,3%	20,6%	24,9%	18,7%
Atendimento	11,1%	13,6%	20,0%	13,7%	8,6%	14,2%	14,9%	13,4%
Preço	5,8%	5,2%	11,5%	14,5%	5,1%	10,6%	6,6%	8,6%
Outro	10,6%	1,9%	3,8%	11,0%	7,4%	14,2%	8,8%	8,6%
NS/NR	28,0%	0,6%	4,6%	0,0%	28,6%	3,5%	18,2%	12,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

## CONCLUSÃO

A Pesquisa Fecomércio SC de Intenção de Compras – Dia dos Namorados 2017 constatou que os catarinenses comprarão principalmente artigos de vestuário neste Dia dos Namorados (46,0%). O perfil dos entrevistados são jovens, pertencentes à classe média e que tem seu rendimento advindo do trabalho assalariado com carteira assinada. O comércio de rua (70,6%) e os shoppings (20,9%) serão os principais destinos destes consumidores, que tem intenção de pagar as compras principalmente à vista em dinheiro (66,7%).

Já a expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 175,01, resultado superior em 2,6% ao gasto médio prospectado em 2016, cujo valor foi de R\$ 170,60. Aqui a recuperação da renda tem um papel fundamental, já que a percepção de melhor situação financeira em relação ao ano anterior por parte das famílias foi consideravelmente maior do que o ano passado (37,6% dos entrevistados) e isso gera certo otimismo em relação aos gastos com os dias dos namorados.

Ademais, a busca pelo melhor preço (40,0%) e atendimento (27,0%) continuarão sendo a tônica deste Dia dos Namorados para os catarinenses. Comprova isso o fato de que 68,5% dos catarinenses afirmaram que farão pesquisa de preços. Por fim, a maioria dos catarinenses planeja levar o(a) namorado(a) para almoçar/jantar (42,3), por ser o lugar que o companheiro(a) escolheu (38,2%).