



INTENÇÃO DE COMPRAS
DIA DAS MÃES 2019

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

Intenção de Compras de Dia das Mães 2019

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 2019

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2019	6
CONCLUSÃO	17

INTRODUÇÃO

O Dia das Mães é a segunda data comemorativa mais importante para a economia catarinense, depois do Natal. Além de provocar incremento nas vendas, estimula 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 melhor preparar o empresário do setor com informações relevantes para um melhor aproveitamento do movimento.

A amostra foi de 2.099 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 8 e 16 de abril de 2019. 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 uma 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	58,3%	79,9%	63,3%	50,0%	53,7%	60,0%	61,0%	60,9%
Masculino	41,7%	20,1%	36,7%	50,0%	46,3%	40,0%	39,0%	39,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	27,0%	31,8%	28,0%	23,7%	47,0%	36,7%	44,7%	34,1%
De 26 a 35 anos	26,7%	32,8%	31,3%	29,7%	24,0%	29,7%	26,0%	28,6%
De 36 a 45 anos	24,3%	23,1%	16,3%	20,0%	16,7%	20,7%	21,3%	20,3%
De 46 a 55 anos	17,0%	10,4%	13,3%	12,0%	9,3%	10,7%	6,0%	11,2%
De 56 a 65 anos	4,0%	1,7%	9,3%	12,0%	2,7%	2,3%	1,3%	4,8%
66 anos ou mais	1,0%	0,3%	1,7%	2,7%	0,3%	0,0%	0,7%	1,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Estado Civil

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Solteiro	38,3%	40,1%	40,7%	52,7%	48,7%	58,3%	51,0%	47,1%
Casado / União								
Estável	55,7%	55,9%	51,7%	37,7%	46,0%	36,0%	43,0%	46,5%
Divorciado	4,7%	3,0%	6,3%	8,3%	4,0%	4,7%	4,3%	5,1%
Viúvo	1,3%	1,0%	1,3%	1,3%	1,3%	1,0%	1,7%	1,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Fundamental incompleto	8,0%	5,7%	9,3%	4,7%	0,7%	1,7%	3,0%	4,7%
Fundamental completo	13,7%	5,7%	7,3%	3,3%	6,7%	4,3%	7,3%	6,9%
Médio incompleto	5,7%	8,4%	6,3%	3,7%	18,7%	3,0%	13,3%	8,4%
Médio completo	32,0%	44,5%	47,3%	30,3%	54,3%	31,3%	47,3%	41,0%
Superior incompleto	15,0%	11,4%	13,0%	19,0%	8,0%	28,0%	15,0%	15,6%
Superior completo	21,3%	19,4%	13,7%	34,0%	10,0%	24,7%	12,0%	19,3%
Pós-graduação	4,3%	5,0%	2,7%	5,0%	1,7%	7,0%	2,0%	4,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	2,7%	2,3%	6,7%	9,3%	3,3%	1,0%	2,0%	3,9%
Autônomo	19,7%	15,1%	21,0%	17,3%	19,0%	16,3%	22,7%	18,7%
Carteira assinada	53,3%	55,2%	41,0%	40,0%	51,0%	41,7%	45,0%	46,7%
Desempregado	10,0%	2,7%	9,7%	7,0%	11,0%	15,7%	8,7%	9,2%
Do lar	2,7%	12,7%	8,0%	3,3%	7,0%	0,0%	5,0%	5,5%
Empresário	3,7%	2,3%	4,3%	5,0%	1,7%	3,7%	3,7%	3,5%
Estudante	1,0%	4,7%	5,7%	8,7%	4,7%	11,0%	6,3%	6,0%
Funcionário Público	2,0%	4,3%	0,3%	7,0%	0,0%	7,7%	1,0%	3,2%
Outro	5,0%	0,7%	3,3%	2,3%	2,3%	3,0%	5,7%	3,2%

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\$ 1.011	7,0%	11,0%	6,3%	7,7%	16,0%	9,7%	7,7%	9,3%
De R\$ 1.012 a R\$ 2.021	24,3%	36,8%	26,3%	21,0%	41,0%	31,0%	29,7%	30,0%
De R\$ 2.022 a R\$ 5.053	42,0%	35,1%	43,3%	30,3%	30,0%	35,3%	43,0%	37,0%
De R\$ 5.054 a R\$ 8.083	16,3%	9,0%	11,3%	18,7%	8,0%	14,7%	14,7%	13,2%
De R\$ 8.084 a R\$ 10.104	6,3%	5,0%	2,3%	9,7%	3,3%	3,7%	3,0%	4,8%
De R\$ 10.105 a R\$ 15.157	2,3%	2,0%	0,3%	6,3%	0,7%	4,3%	1,3%	2,5%
R\$ 15.158 ou mais	1,3%	1,0%	1,0%	6,0%	0,7%	1,3%	0,7%	1,7%
Recusa	0,3%	0,00%	9,0%	0,3%	0,3%	0,00%	0,00%	1,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

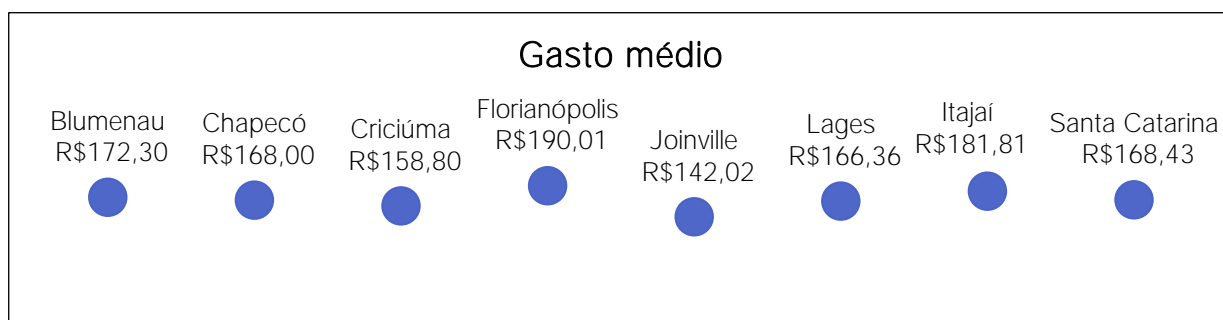
Os dados acima mostram que os entrevistados para a Pesquisa de Intenção de Compras do Dia das Mães deste ano é formado majoritariamente por mulheres (60,9%) jovens, com idade entre 18 e 25 anos (34,1%). Quanto ao estado civil, 47,1% dos entrevistados se declararam solteiros. Em relação ao grau de escolaridade destas consumidoras, a maioria tem ensino médio completo (41,0%).

A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (46,7%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 2.022,00 e R\$ 5.053,00 (37%).

Intenção de compras para o dia das mães 2019

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado foi da **expectativa de gasto médio dos consumidores**. Desta maneira, o total do gasto médio com toda a data será de **R\$ 168,43**. Gasto 2,2% maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2018, que havia sido de R\$ 164,81. O destaque fica por conta de Florianópolis e Itajaí com os maiores gastos do estado: R\$ 190,01 e R\$ 181,81 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

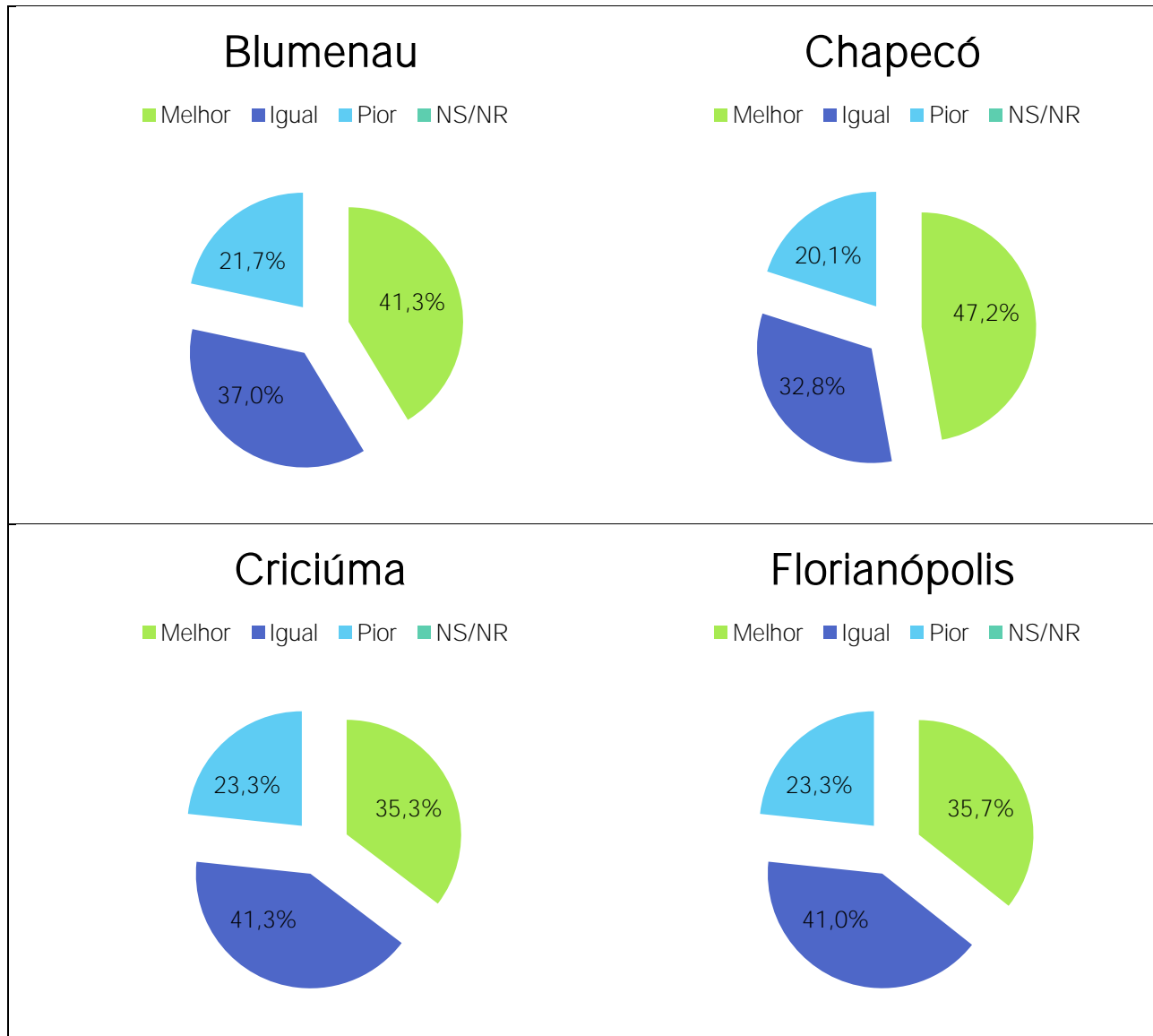
Anos Anteriores

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2018 (R\$)	172,02	168,41	140,73	163,61	163,58	142,50	202,15	164,81
2017 (R\$)	167,76	169,59	139,31	225,00	132,16	147,01	168,78	165,77

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

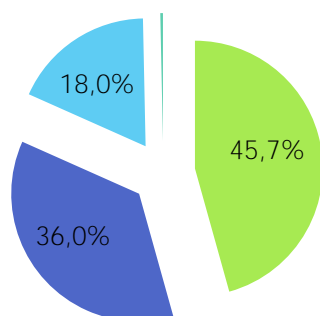
A elevação do gasto médio está vinculada a situação econômica das famílias. Neste aspecto, os gráficos abaixo mostram que 47% das famílias declararam estar em situação melhor que do ano anterior, 33,3% apontaram que sua situação está igual e 19,7% afirmaram que estão em pior situação.

Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior



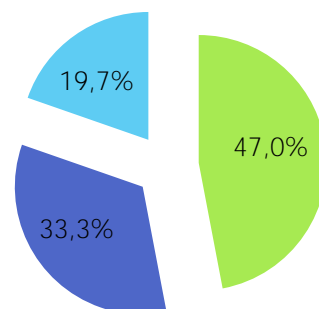
Joinville

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



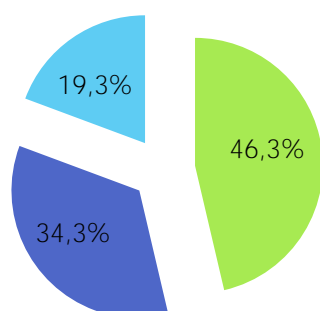
Lages

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



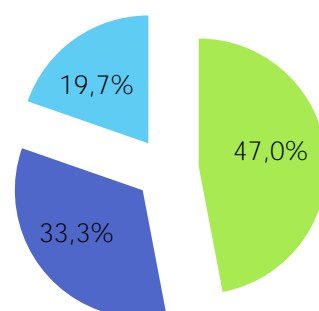
Itajaí

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



Santa Catarina

■ Melhor ■ Igual ■ Pior ■ NS/NR



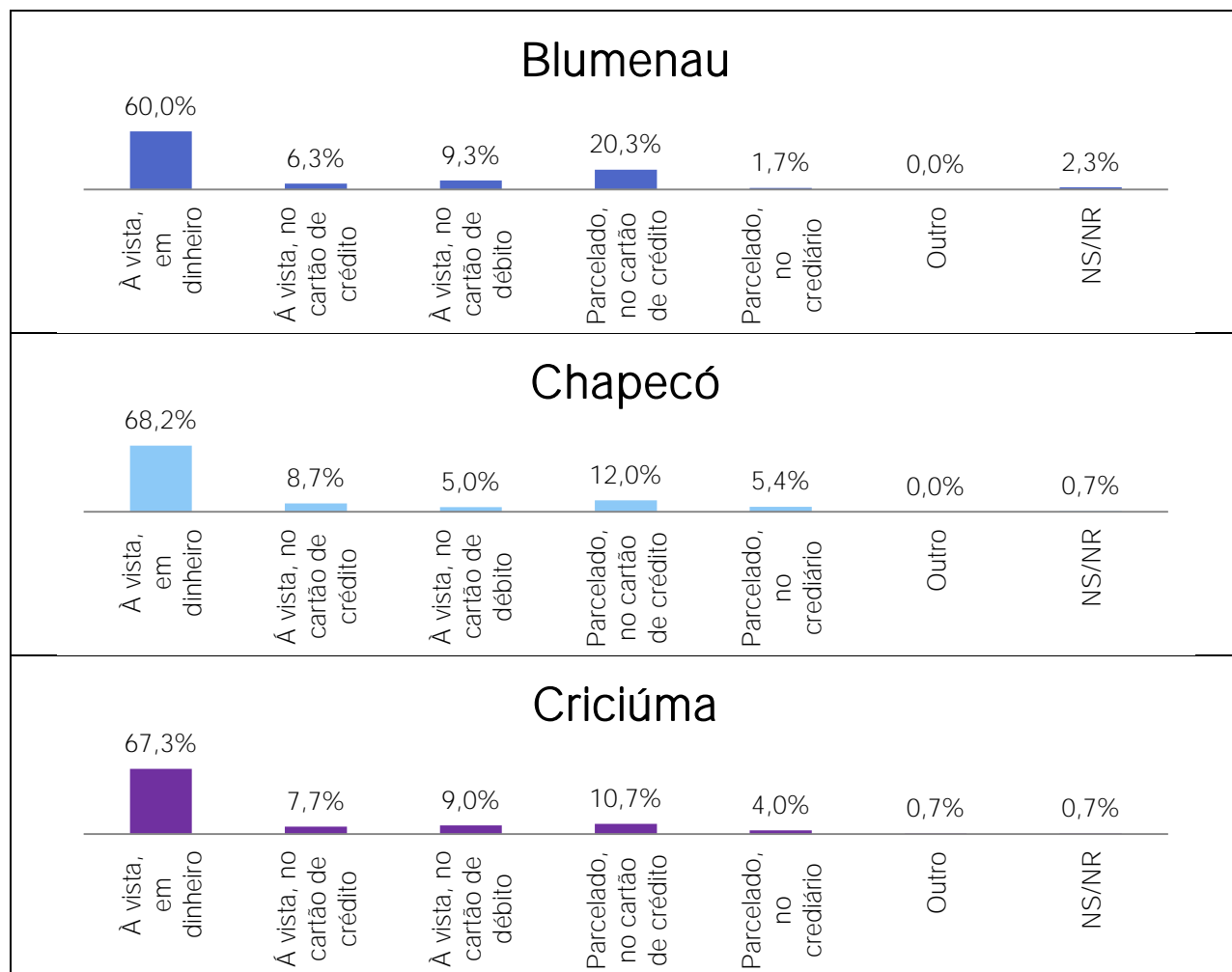
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

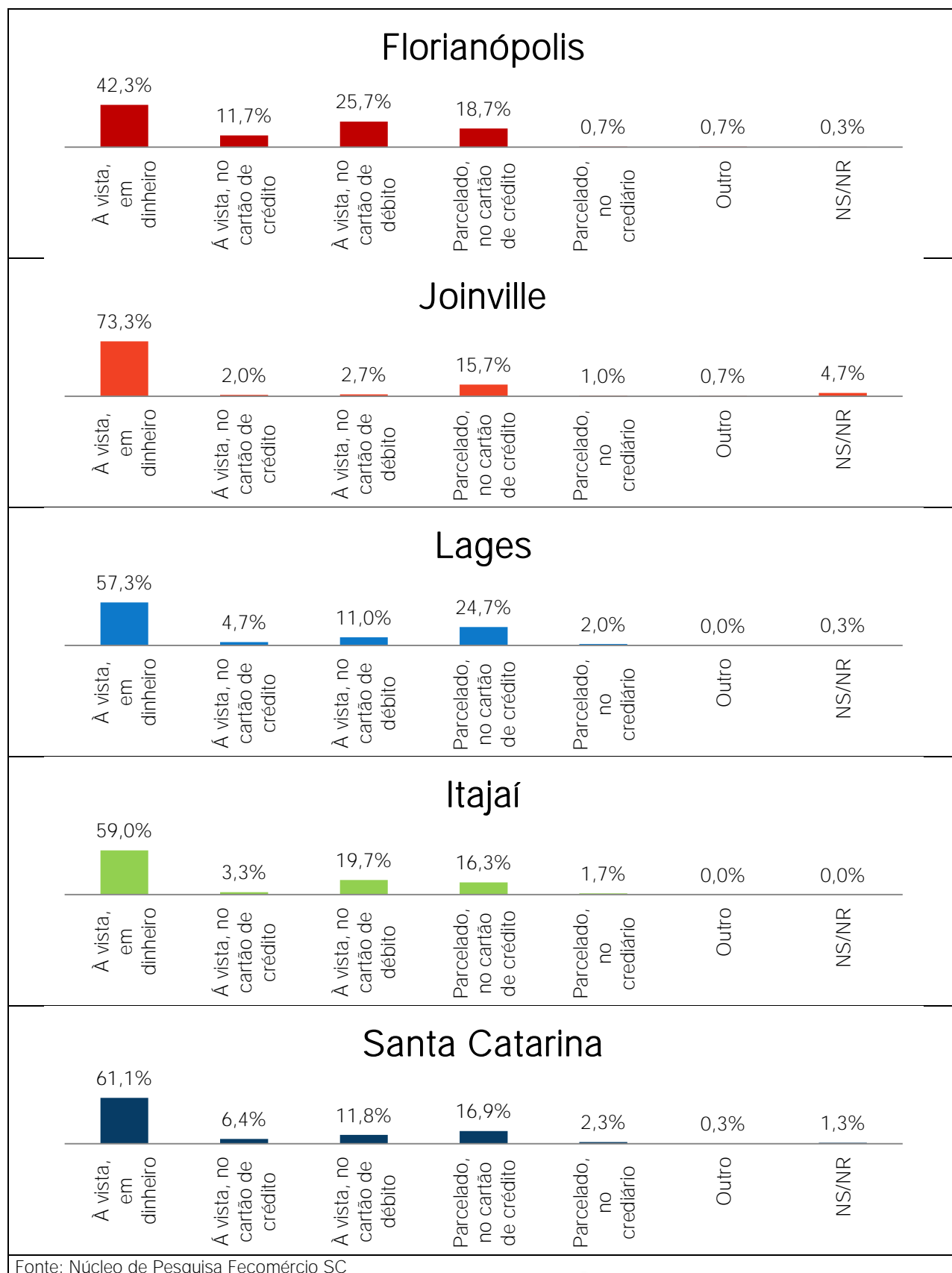
Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagar à vista. A opção à vista em dinheiro foi

a mais lembrada (61,1%) pelos catarinenses, sendo seguida pelo parcelamento no cartão de crédito (16,9%) e pela compra à vista no cartão de débito (11,8%). 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, 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 vêm demonstrado 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?

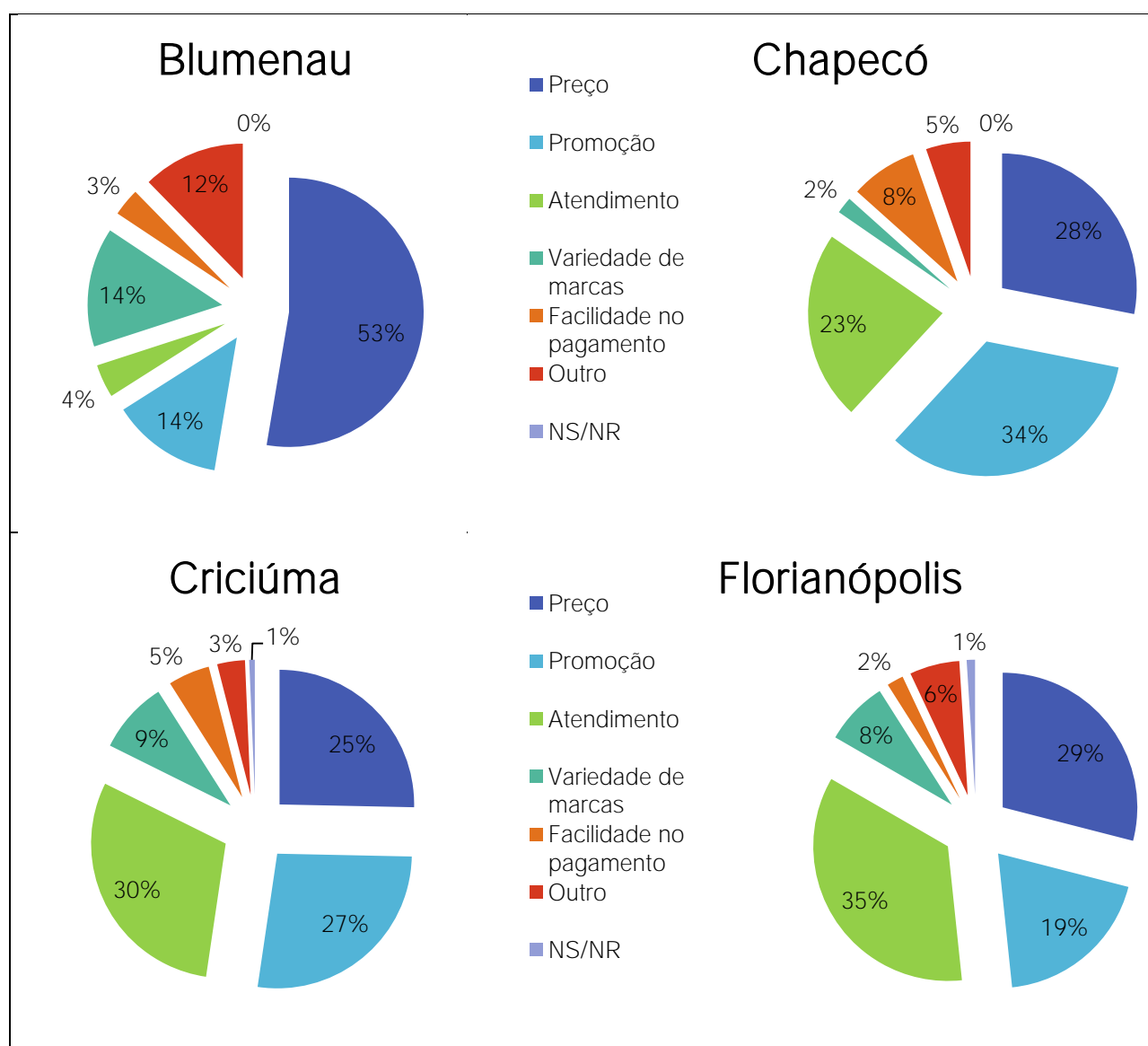


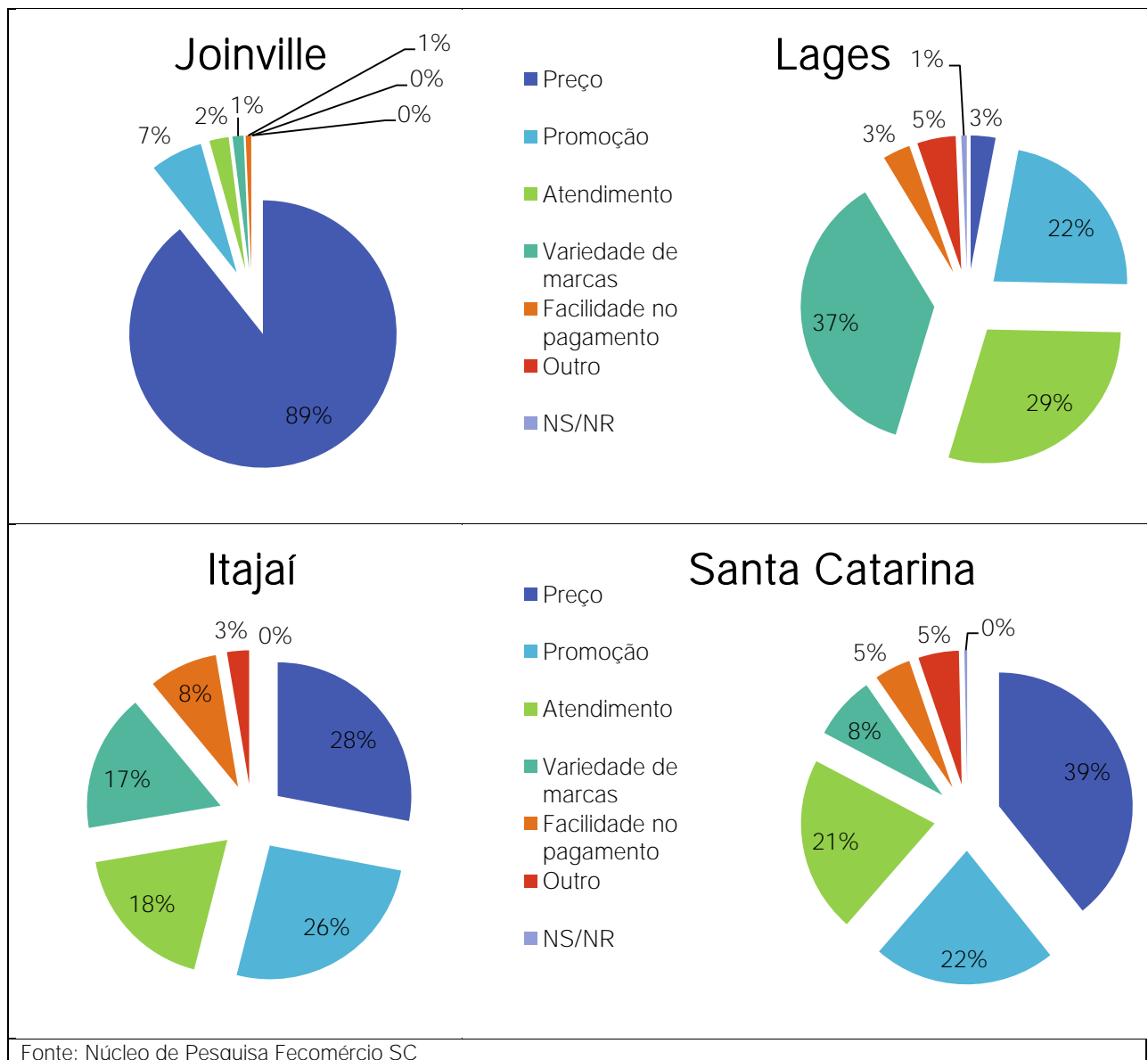


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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 (39%), seguido pelas promoções (22%) e pelo atendimento (21%), 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:

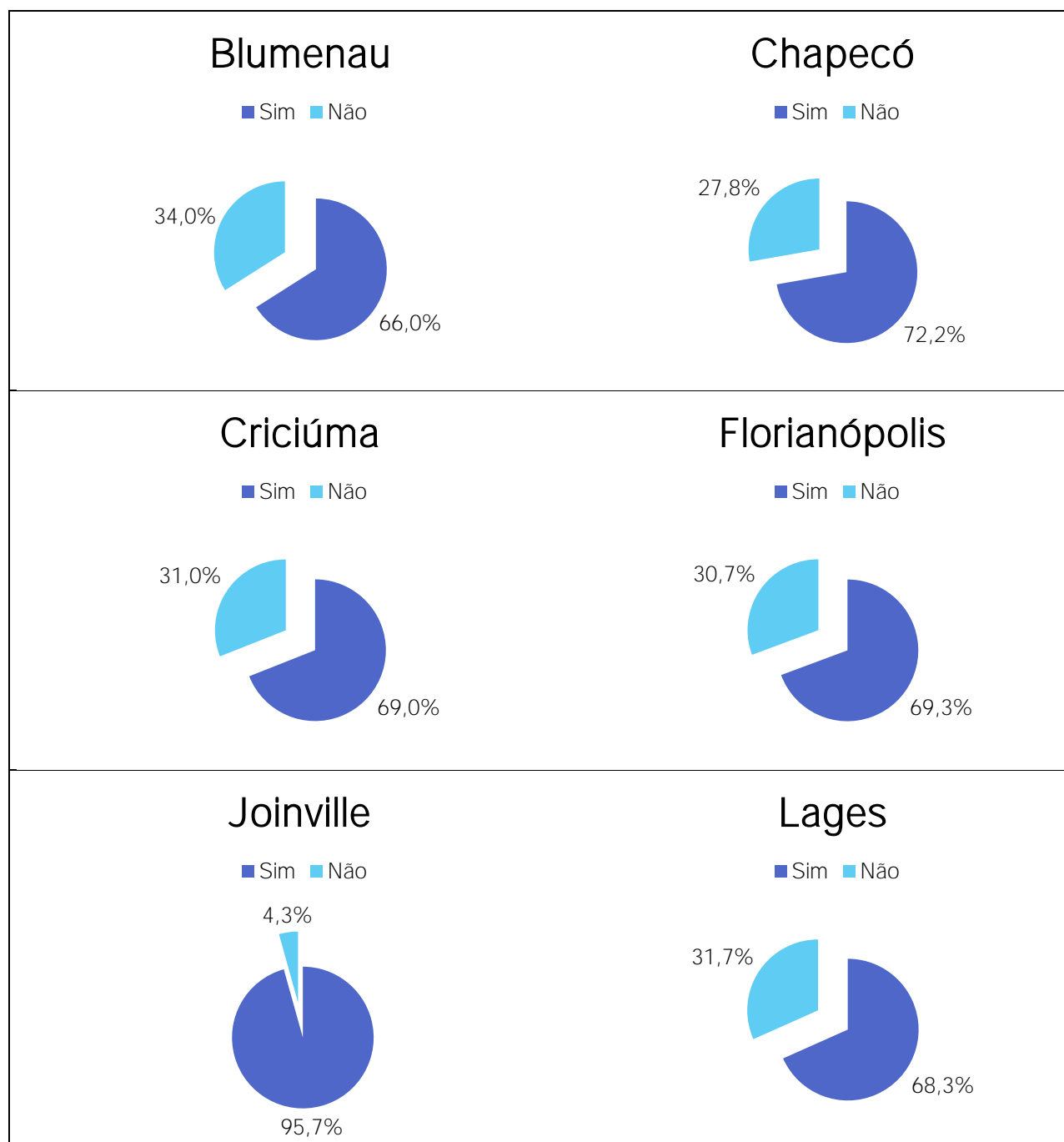
Ação do comércio

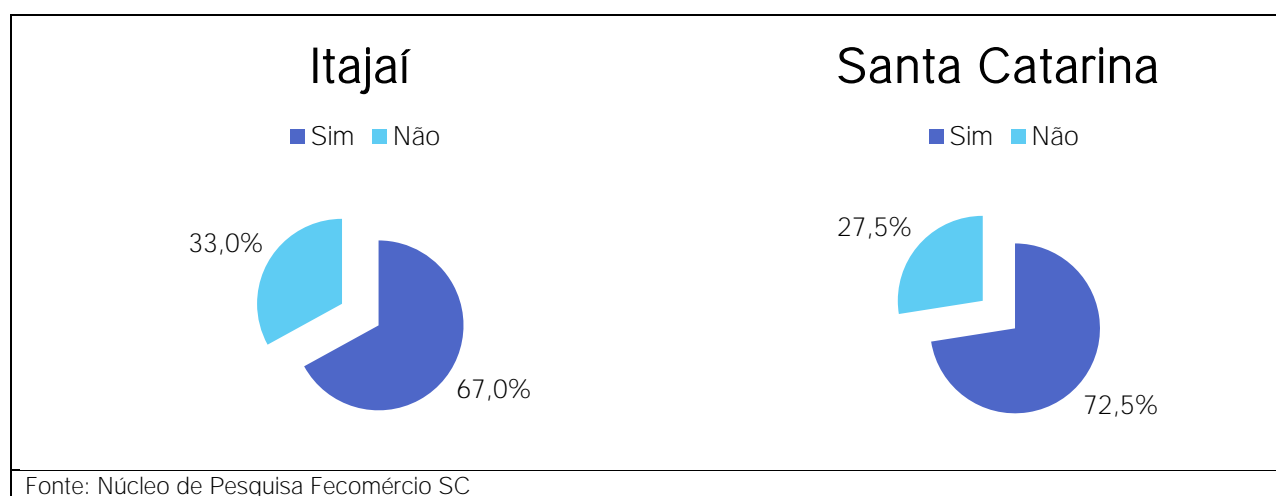




Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 72,5% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para o Dia das Mães. Resultado que é semelhante em todas as cidades que compõe a pesquisa, mostrando uma forte tendência do catarinense. Os dados por cidade podem ser vistos abaixo:

Realizará pesquisa de preço





Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos catarinenses (69,9%), seguido pelos Shoppings Centers (20,8%). 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	62,3%	84,6%	75,7%	55,3%	69,3%	76,0%	66,3%	69,9%
Shopping	23,7%	10,4%	15,0%	30,7%	24,7%	13,7%	27,3%	20,8%
Internet	2,0%	3,7%	3,7%	5,7%	1,0%	5,7%	4,7%	3,8%
Revendedores de porta em porta	0,3%	1,0%	1,7%	1,3%	2,0%	0,7%	0,0%	1,0%
Camelô	0,0%	0,0%	1,3%	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Outro	1,7%	0,0%	1,3%	2,3%	3,0%	2,7%	1,0%	1,7%
NS/NR	10,0%	0,3%	1,3%	2,3%	0,0%	1,3%	0,7%	2,3%

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 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 (47,7%), seguido pelo setor de perfumes/cosméticos (18,1%) e pelo de calçados/bolsas (8,8%). Uma parcela não negligenciável dos consumidores (3,7%) 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	43,0%	47,0%	46,3%	46,0%	54,0%	53,0%	44,3%	47,7%
Perfumes/cosméticos	19,0%	15,1%	14,3%	22,0%	17,3%	19,0%	20,0%	18,1%
Calçado/bolsa	11,0%	9,1%	11,7%	7,3%	10,7%	5,3%	6,7%	8,8%
Eletrrodomésticos	5,3%	3,0%	7,0%	3,0%	5,7%	8,3%	4,7%	5,3%
Flores	1,3%	8,4%	2,0%	6,3%	2,3%	3,0%	2,7%	3,7%
Jóias	1,7%	6,4%	2,3%	3,3%	0,3%	4,3%	3,0%	3,1%
Artigo de decoração	3,7%	2,7%	4,0%	5,7%	3,3%	0,7%	0,7%	3,0%
Bijuteria	0,0%	0,0%	0,7%	1,7%	0,0%	0,7%	2,0%	0,7%
Celular/smartphone	0,3%	0,0%	0,7%	1,0%	0,7%	0,7%	1,0%	0,6%
Outro	2,7%	4,4%	5,3%	3,0%	5,7%	2,3%	14,0%	5,3%
NS/NR	12,0%	4,0%	5,7%	0,7%	0,0%	2,7%	1,0%	3,7%

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, 36,0% dos entrevistados irão almoçar ou jantar na casa de parentes, seguidos pelos 20,0% que irão sair para almoçar ou jantar em algum restaurante. Também é grande o percentual de pessoas que não irá realizar programa algum (34,6%), 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	4,0%	69,2%	19,3%	26,3%	67,0%	31,0%	35,3%	36,0%
Não levará a lugar nenhum	60,0%	16,1%	54,7%	35,3%	3,3%	36,0%	36,7%	34,6%
Almoçar/jantar em um restaurante	23,3%	11,7%	15,7%	31,7%	12,0%	24,3%	21,3%	20,0%
Salão de beleza/SPA	0,0%	0,0%	0,7%	0,7%	0,0%	2,7%	1,3%	0,8%
Viagem	1,3%	1,0%	2,0%	1,7%	0,3%	2,7%	1,7%	1,5%
Outro	1,3%	0,3%	1,7%	3,0%	2,0%	2,0%	2,3%	1,8%
NS/NR	10,0%	1,7%	6,0%	1,3%	15,3%	1,3%	1,3%	5,3%

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 (60,9%), seguido pelo lugar que a mãe escolheu (20,6%). 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	28,9%	92,3%	37,3%	44,7%	73,8%	51,1%	55,9%	60,9%
Lugar que a mãe escolheu	36,7%	4,1%	28,0%	32,6%	6,9%	30,3%	29,0%	20,6%
Atendimento	20,0%	1,2%	13,6%	4,7%	1,0%	8,0%	4,8%	5,6%
Preço	6,7%	0,4%	10,2%	4,7%	0,0%	3,2%	3,2%	3,1%
Outro	7,8%	1,6%	9,3%	11,6%	2,8%	6,4%	7,0%	5,9%
NS/NR	0,0%	0,4%	1,7%	1,6%	15,5%	1,1%	0,0%	4,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A expectativa de gasto médio para o Dia das Mães em Santa Catarina em 2018 ficou em R\$ 168,43. O resultado é 2,2% superior ao gasto médio prospectado pelas famílias do estado em 2018, no qual havia sido de R\$ 164,81. Resultado considerado positivo. O aumento decorre de outro dado apurado pela pesquisa: a situação financeira das famílias. Para 47,0% delas houve uma melhora, enquanto que para 33,3% permaneceu igual e para 19,7%, piorou.

Adicionalmente, a pesquisa também constatou que o comércio de rua (69,9%) e os shoppings centers (20,8%) 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 em (72,5%). Quanto à realização de alguma atividade especial na data, a maioria afirmou que irá almoçar ou jantar com a mãe na casa de familiares (36,0%), pela conveniência de estar com os familiares (60,9%). Por fim, os consumidores irão prezar pelo preço (39,0%) e promoção (22%) na hora de decidir sua compra, a qual será majoritariamente artigo de vestuário (47,7%), perfumes/cosméticos (18,1%) e calçados/bolsas (8,8%).