



DIA DAS MÃES 2020


Fecomércio SC
Sesc | Senac

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

Intenção de Compras de Dia das Mães 2020

O perfil do consumidor e a intenção de compras para o período do Dia das Mães em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Maio de 2020

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2019.....	6
CONCLUSÃO	12

INTRODUÇÃO

O Dia das Mães é a segunda data comemorativa mais importante para a economia catarinense depois do Natal, pois, 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 deste maior movimento.

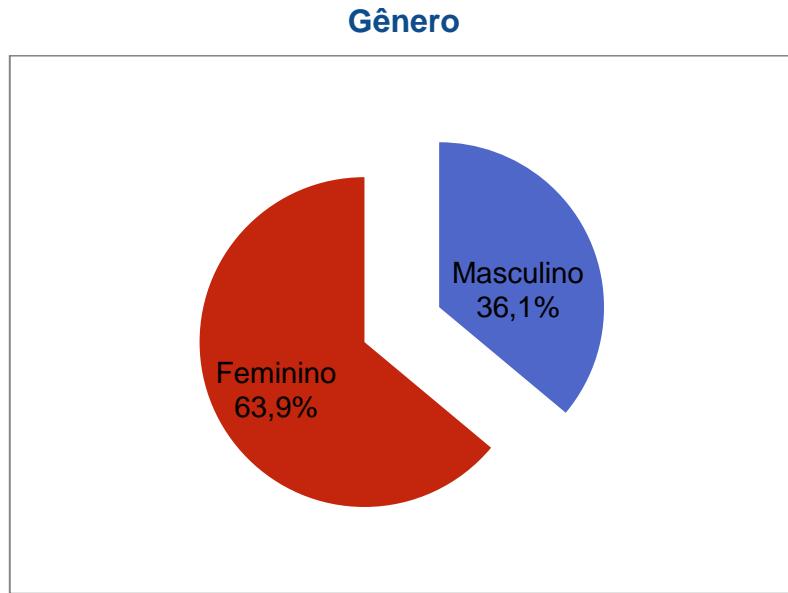
A amostra foi de 1.123 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 24 de abril e 06 de maio de 2020. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí. A pesquisa, porém, trata apenas do agregado estadual de Santa Catarina.

A metodologia utilizada na pesquisa de avaliação é a quantitativa por amostragem, e a coleta dos dados ocorreu por telefone, baseada na metodologia Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI), 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 3%.

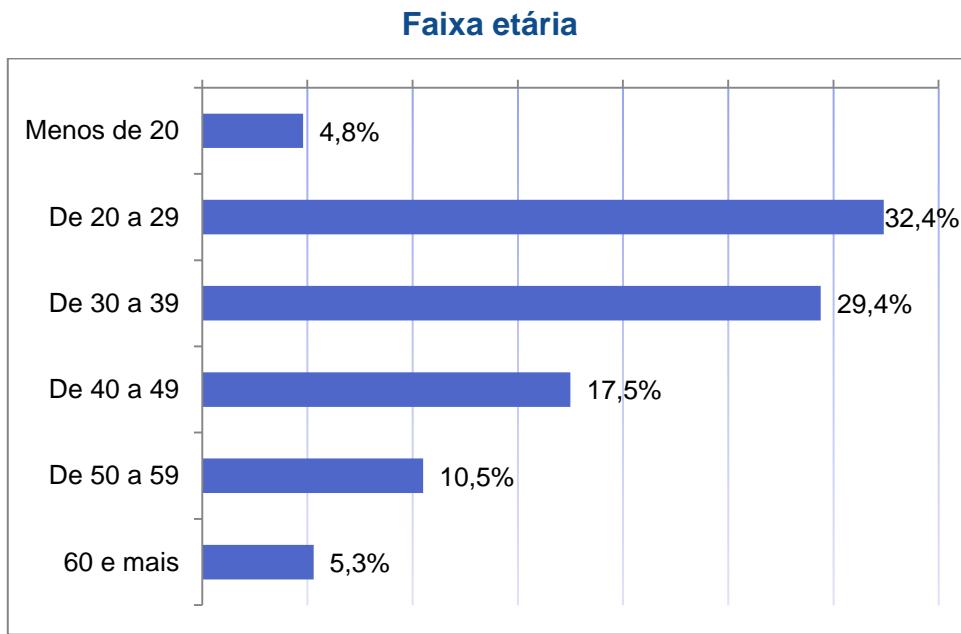
Foram aplicadas 16 perguntas, sendo 15 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e 1 aberta. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

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.

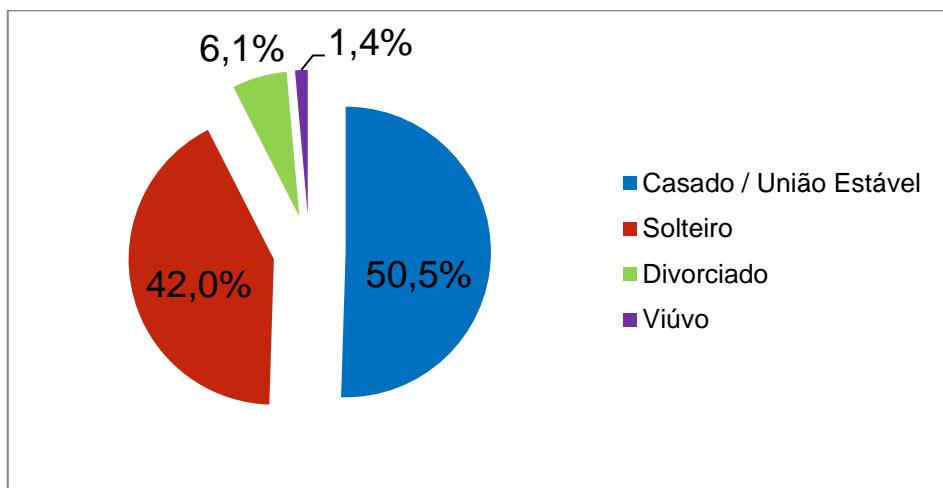


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



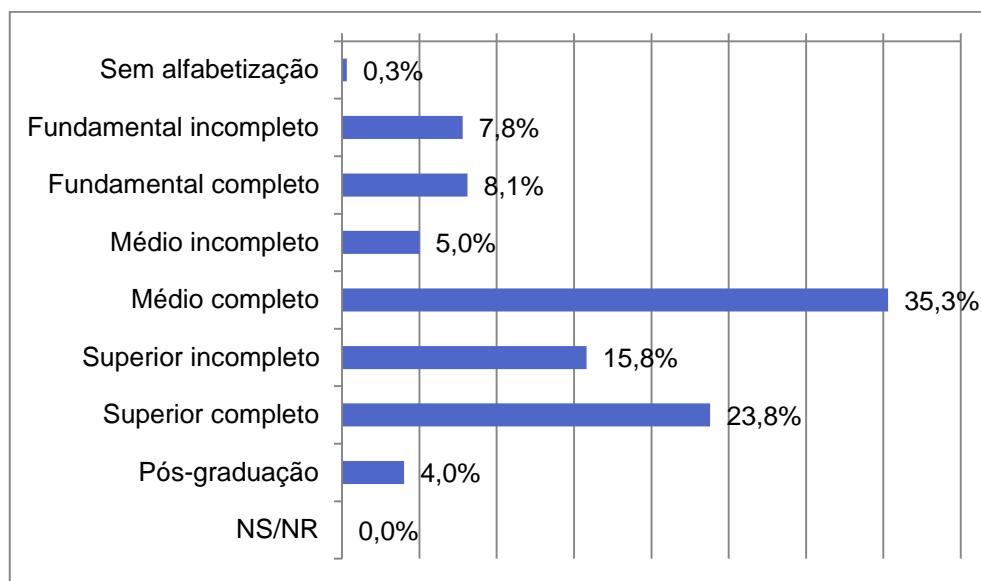
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Estado Civil



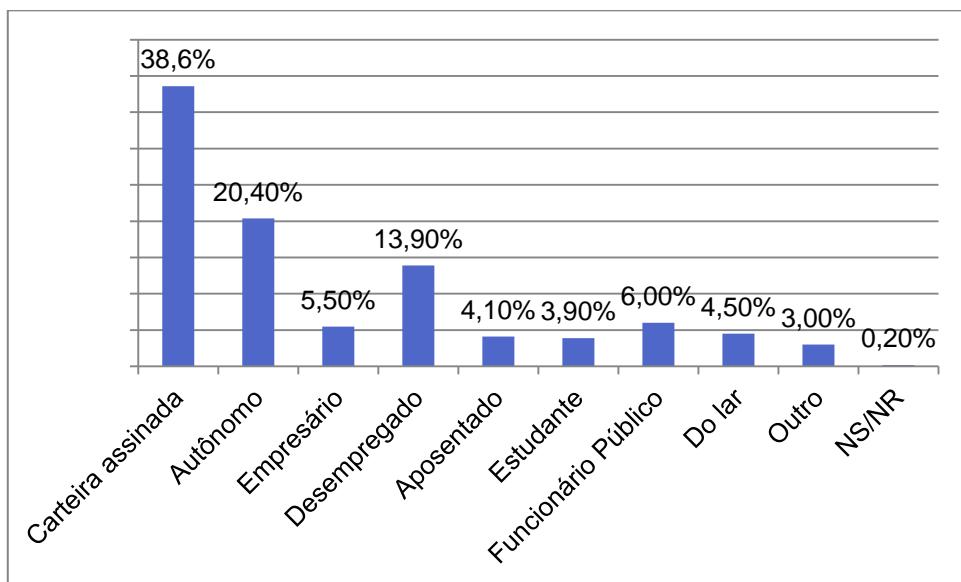
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Escolaridade



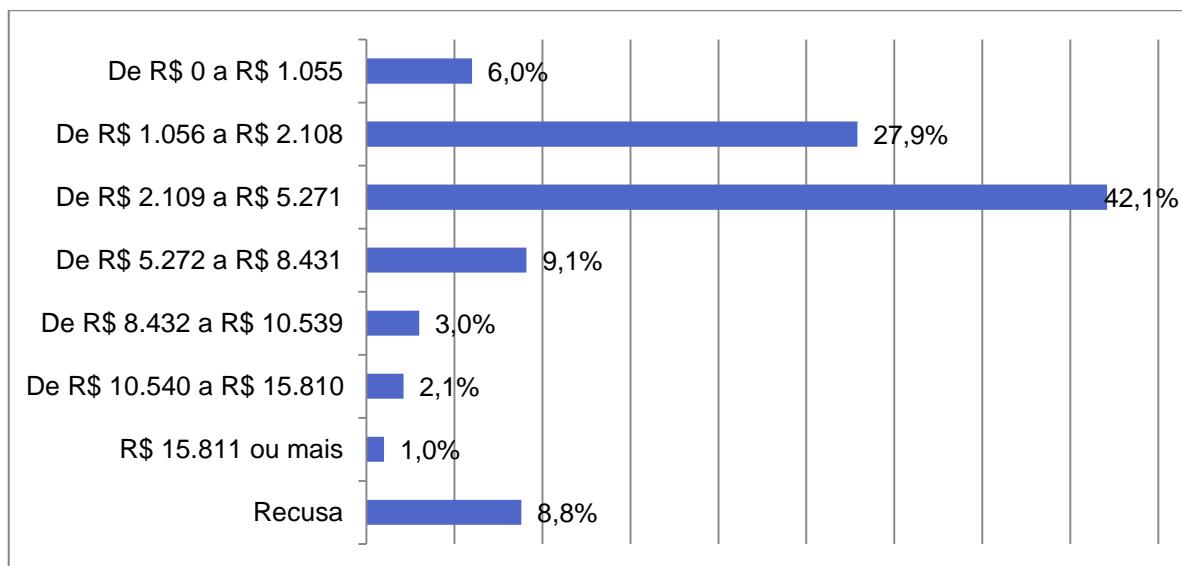
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Renda média mensal familiar



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

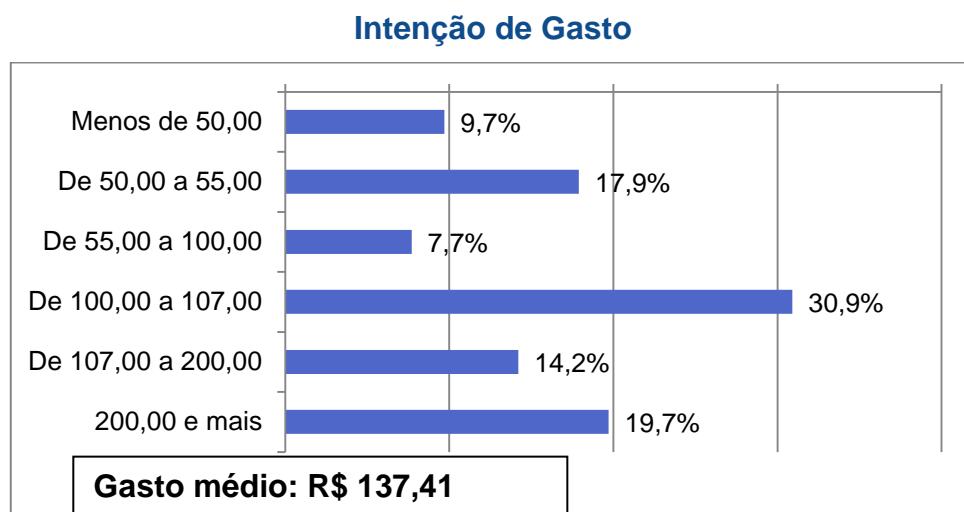
Os dados acima mostram que os entrevistados para a pesquisa de intenção de compras do Dia das Mães deste ano é formado majoritariamente por mulheres (63,9%) jovens, com idade entre 20 e 29 anos (32,4%). Quanto ao estado civil, 50,5% estão casados/união estável. Em relação ao grau de escolaridade dos consumidores, a maioria tem ensino médio completo (35,3%).

A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (38,8%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 2.109,00 e R\$ 5.271,00 (42,1%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2019

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio SC diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores. Desta maneira, o gasto médio esperado com toda a data será de R\$ 137,41. Gasto -18,41% menor do que o levantado pela mesma pesquisa em 2019 (R\$ 168,43).

Abaixo é possível identificar a expectativa de gasto médio segundo faixas de renda separadas por frequência, assim com uma comparação com a expectativa de gasto médio dos anos anteriores, distribuídos por cidade.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

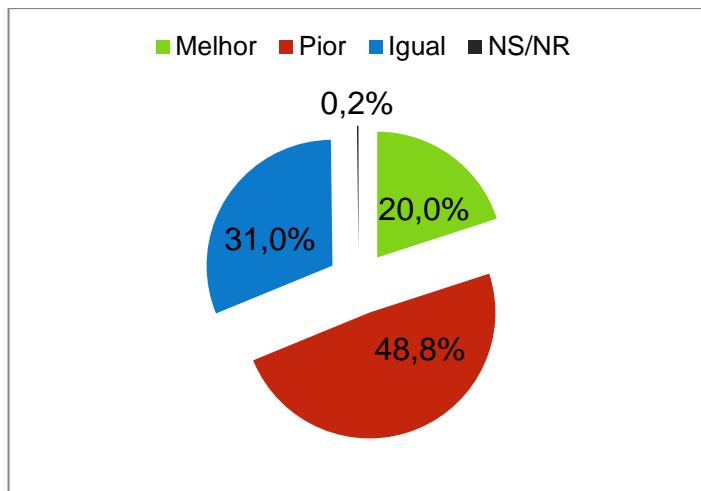
Média dos Anos Anteriores

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2019 (R\$)	172,3	168,00	158,80	190,01	142,02	166,36	181,81	168,43
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 redução do gasto médio está vinculada a situação de crise devido à pandemia e acompanha a Intenção de Consumo das Famílias, ainda que de maneira ainda mais acentuada do que foi observado em Abril nesse indicador. Os respondentes relataram uma piora considerável da sua situação financeira. As gráficos abaixo mostram que 48,8% das famílias declararam estar em situação pior que do ano anterior, 31,0% apontaram que sua situação está igual e 20,0% afirmaram que estão em melhor situação. Praticamente uma inversão do cenário relatado no ano de 2019.

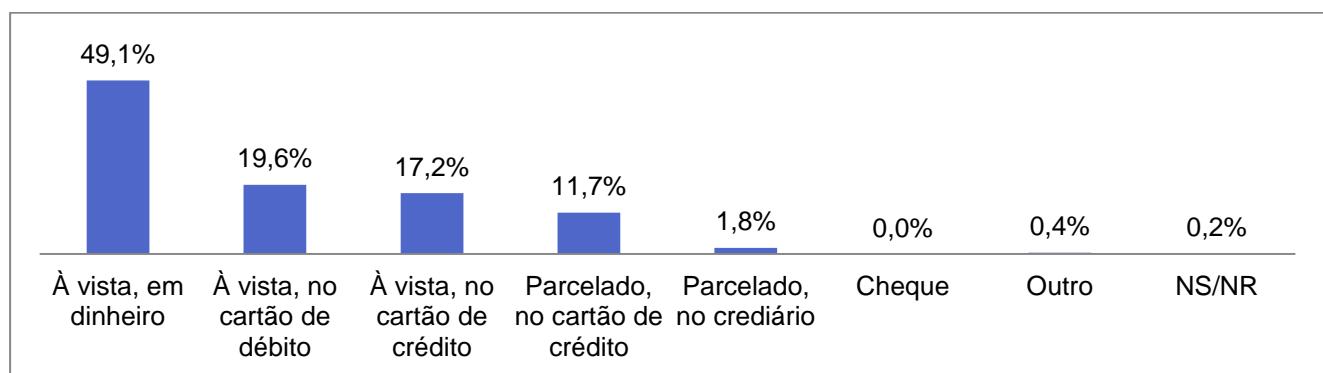
Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior



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 pagá-las à vista. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (49,1%) pelos catarinenses, sendo seguida pelo pagamento à vista no cartão de débito (19,6%) e pela compra à vista no cartão de crédito (17,2%). Desta maneira, os catarinenses estão pouco dispostos a endividar-se, procurando realizar grande parte de suas compras à vista, com uma redução de -5,7 pontos percentuais nas compras parceladas em relação a 2019. Outra mudança considerável foi a redução de 12,0 pontos percentuais na utilização de dinheiro, o que reflete o comportamento do consumidor frente à pandemia e avanço de outras formas de pagamento magnético, NFC e digital.

Como pretende pagar a compra desses presentes?



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Também é interessante analisar a distribuição das formas de pagamento segundo os tipos de presente. A tabela abaixo cruza esses dois dados, a partir da qual é possível destacar a maior utilização de dinheiro para Flores e Artigos de Decoração. A utilização do débito e crédito à vista ficou acima da média para Jóias e

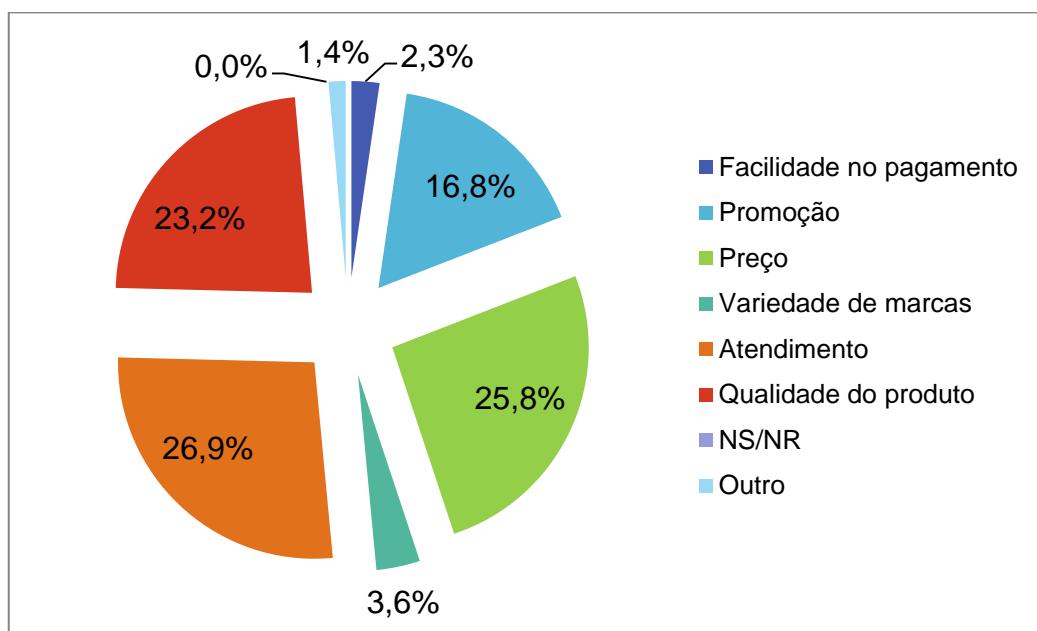
Calçados/Botas. Por fim, a tendência a um parcelamento acima da média foi observada para Celulares/Smartphones, Eletrodomésticos e Jóias.

Como pretende pagar a compra desses presentes segundo tipo de presente?

	À vista, em dinheiro	À vista, no cartão de débito	À vista, no cartão de crédito	Parcelado, no cartão de crédito	Parcelado, no crediário	Cheque	Outro	NS/NR
	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.
Vestuário	52,5%	18,3%	17,6%	9,8%	1,7%	0,0%	0,2%	0,0%
Calçado/bolsa	46,5%	20,0%	15,9%	14,7%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Perfumes/cosméticos	51,2%	24,9%	12,6%	9,0%	2,0%	0,0%	0,3%	0,0%
Eletrodomésticos	40,3%	17,9%	17,9%	17,9%	4,5%	0,0%	1,5%	0,0%
Flores	62,5%	12,5%	16,7%	6,9%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%
Jóias	36,7%	20,0%	23,3%	16,7%	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Bijuteria	50,0%	25,0%	12,5%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Celular/smartphone	41,7%	8,3%	0,0%	41,7%	0,0%	0,0%	8,3%	0,0%
Artigo de decoração	64,3%	11,9%	14,3%	7,1%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Outro	47,3%	25,2%	17,6%	7,6%	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%
NS/NR	39,5%	20,9%	22,8%	14,0%	1,4%	0,0%	0,0%	1,4%

Para o empresário, é importantíssimo saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, neste ano a preocupação ficou relativamente dividida entre o Atendimento (26,9) e o Preço (25,8%). Em seguida também foi observada a importância da Qualidade do Produto (23,2%), assim como pelas promoções (16,8%) em menor medida, ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra são de interesse dos catarinenses.

Ação do comércio



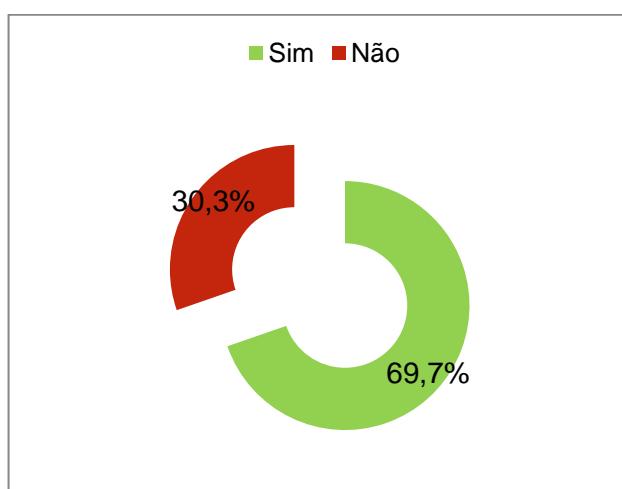
Por fim, também foi analisado o cruzamento entre as ações comerciais segundo a faixa de renda, o que possibilita ao empresário articular melhor suas ações de acordo com a faixa de renda do seu público alvo e ticket médio de seus produtos. Destaca-se na tabela abaixo a maior importância de preços e promoções nas faixas de renda mais baixas, assim como uma maior preocupação na qualidade do produto e variedade de marcas nas faixas de renda mais altas. A preocupação com o atendimento permaneceu relativamente estável nas diversas faixas de renda, sendo acentuada entre as faixas que vão de R\$ 1.056 a R\$ 5.271. O cruzamento das ações de comércio segundo tipo de produto não foi estatisticamente significante para se inferir relações nesta pesquisa.

Ação do comércio segundo a Faixa de Renda

	De R\$ 0 a R\$ 1.055	De R\$ 1.056 a R\$ 2.108	De R\$ 2.109 a R\$ 5.271	De R\$ 5.272 a R\$ 8.431	De R\$ 8.432 a R\$ 10.539	De R\$ 10.540 a R\$ 15.810	R\$ 15.811 ou mais	Recusa
	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.
Facilidade no pagamento	3,0%	2,2%	2,7%	2,0%	2,9%	0,0%	0,0%	1,0%
Promoção	19,4%	20,1%	14,8%	21,6%	11,8%	8,3%	9,1%	14,1%
Preço	34,3%	26,8%	25,8%	25,5%	26,5%	8,3%	0,0%	24,2%
Variedade de marcas	0,0%	3,5%	3,0%	2,0%	0,0%	16,7%	0,0%	9,1%
Atendimento	25,4%	29,4%	27,1%	23,5%	26,5%	16,7%	27,3%	25,3%
Qualidade do produto	16,4%	16,6%	25,8%	24,5%	29,4%	45,8%	63,6%	22,2%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Outro	1,5%	1,3%	0,8%	1,0%	2,9%	4,2%	0,0%	4,0%

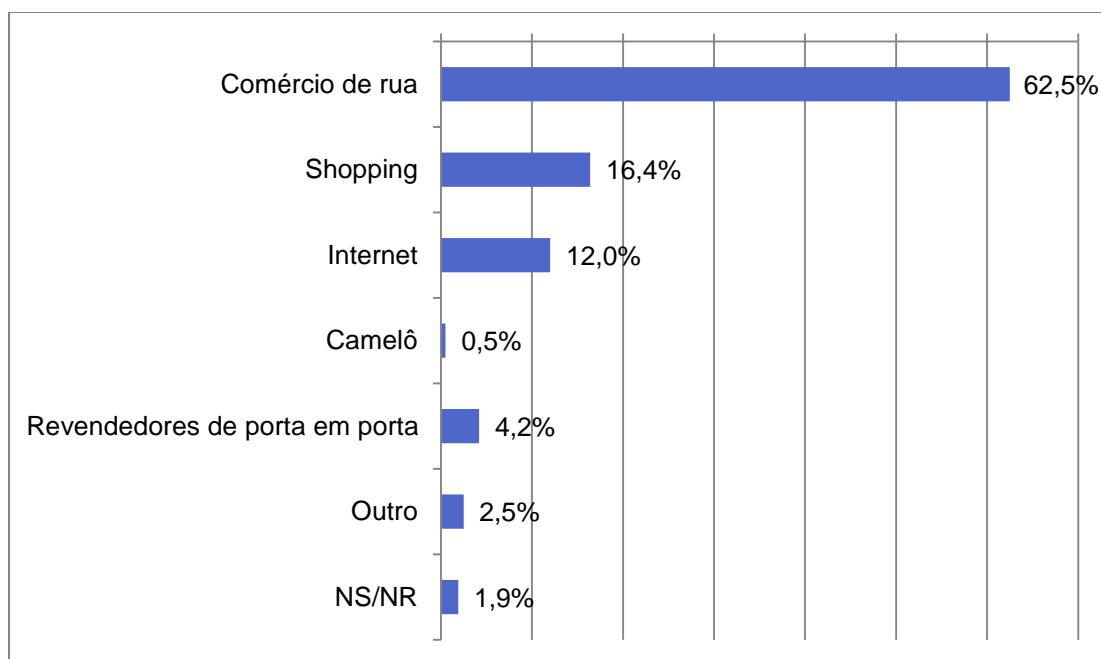
A visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina também é demonstrada pelo fato de que 69,7% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para o Dia das Mães, ainda que esse número tenha se reduzido ligeiramente 2,8 pontos percentuais em relação ao ano passado.

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 (62,5%), seguido pelos Shoppings Centers (16,4%). Em relação ao ano passado observou-se um crescimento considerável da Internet (12,0%, +8,2 p.p.) como local de compra, assim como de revendedores de porta em porta (4,2%, +3,2 p.p.), tal movimento foi acompanhado de uma redução proporcional nos dois principais locais de compra, e refletem a mudança de comportamento frente à pandemia.

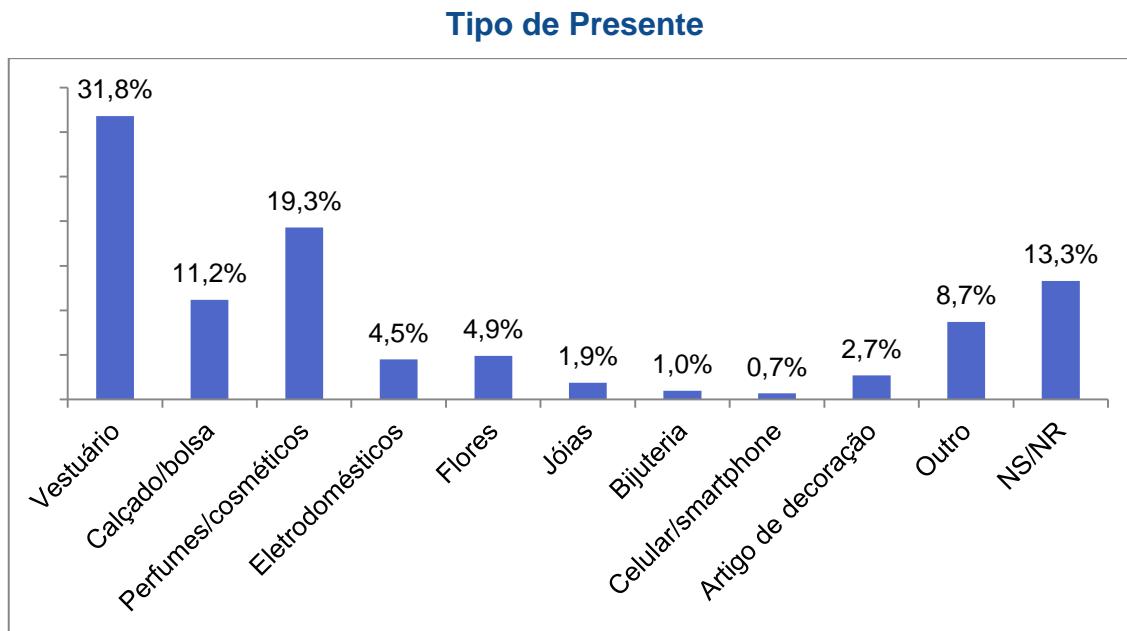
Local da compra



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

É importante saber quais setores serão os mais procurados durante o período que antecede o Dia das Mães. Dessa 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 (31,8%), seguido pelo setor de perfumes/cosméticos (19,3%) e pelo de calçados/bolsas (11,2%).

Uma parcela não negligenciável, e muito maior do que nos anos anteriores, de consumidores (13,3%) ainda estão indecisos quanto ao presente, o que demonstra uma situação de incerteza considerável no consumo. A seguir esse dado pode ser visto num gráfico:



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além de movimentar o comércio tradicional, o Dia das Mães também traz impactos para o setor de serviços. Neste ano, porém, devido à excepcionalidade da Pandemia, um número expressivo de catarinenses não irá comemorar a data (58,5%), a maior parte dos demais o farão no ambiente doméstico, seja na casa de familiares (16,7%) ou ficando em casa (16,1%). Em relação ao ano passado, isso representa uma queda principalmente para o segmento de restaurantes, que anteriormente correspondia a 20,0% das intenções de passeio, reduzindo-se para 0,5% neste ano.

Passeio

Colunas1	N	%
Não vai comemorar	657	58,5%
Comemoração na casa de familiares (almoço/jantar)	187	16,7%
Vai ficar em casa	181	16,1%
Vai visitar a mãe/família	62	5,5%
Não sabe	22	2,0%
Comemoração em restaurante	6	0,5%
Passeios diversos	3	0,3%
Homenagear de longe	2	0,2%
Vai viajar	2	0,2%
Outro	1	0,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A expectativa de gasto médio para o Dia das Mães em Santa Catarina em 2020 ficou em R\$ 137,41. O resultado é -18,41% inferior ao gasto médio prospectado pelas famílias em 2019, no qual havia sido de R\$ 168,43. O resultado é considerado bastante negativo. A queda decorre do impacto geral da crise econômica e pela pandemia de COVID-19, o que acarretou uma piora na situação financeira das famílias. Para 48,8% delas houve uma piora, enquanto que para 31,0% permaneceu igual e para 20,0%, melhorou.

Adicionalmente, a pesquisa também constatou que o comércio de rua (62,5%) e os shoppings centers (16,4%) serão os principais destinos dos consumidores para as compras do Dia das Mães, ainda que tenha se observado um crescimento na utilização da Internet (12,0%) e Revendedores de porta em porta (4,2%). A maioria dos catarinenses tem intenção de pagar suas compras à vista em (85,9%), com maior utilização de formas de pagamento magnéticas e digitais, ainda que o dinheiro permaneça como principal forma.

Quanto à realização de alguma atividade especial na data, a maioria afirmou que não irá comemorar a data (58,5%), enquanto os demais o farão na casa de familiares (16,7%) ou ficando em casa (16,1%). Por fim, os consumidores irão prezar pelo atendimento (26,9%) e preço (25,8%) na hora de decidir sua compra, a qual será majoritariamente em artigo de vestuário (31,8%), perfumes/cosméticos (19,3%) e calçados/bolsas (11,2%). Ainda que tais fatores variem conforme a faixa de renda.