



DIA DOS NAMORADOS 2020

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

Intenção de Compras Dia dos Namorados 2020

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 2020

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS NAMORADOS 2019	6
CONCLUSÃO.....	13

INTRODUÇÃO

O Dia dos Namorados impacta 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 avaliada foi de 1.126 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 18 e 30 de maio de 2020. Foram escolhidas sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Itajaí, Joinville e Lages.

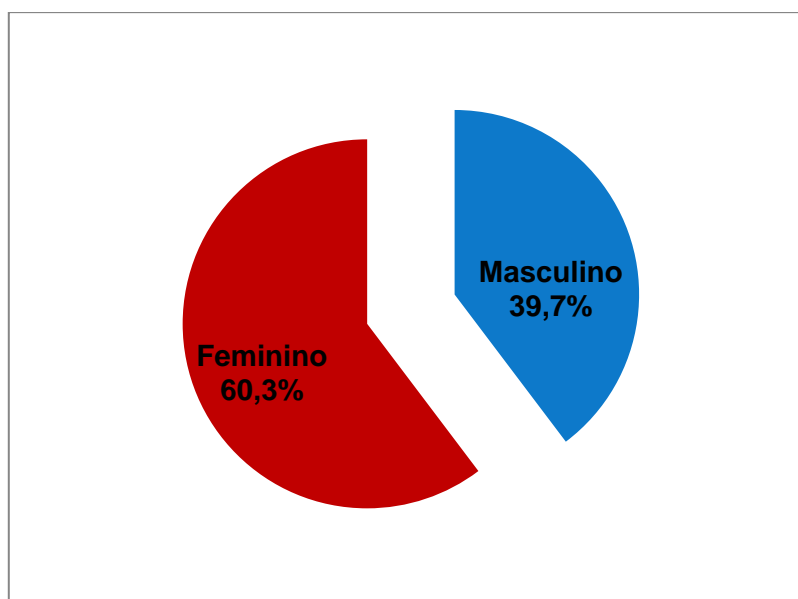
A metodologia utilizada na pesquisa de resultados é a quantitativa por amostragem, e a coleta dos dados ocorreu por telefone, baseada na metodologia Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI), com base em questionário estruturado desenvolvido pelo núcleo de pesquisas da Fecomércio SC. O universo 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 15 perguntas, sendo 14 fechadas e 1 aberta quantitativa. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS CONSUMIDORES

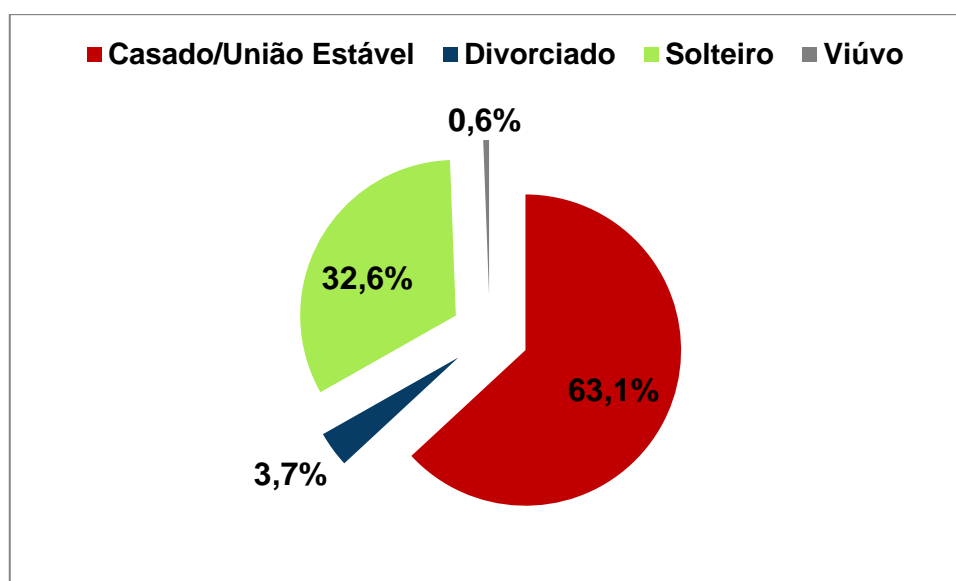
Em primeiro lugar, é importante entendermos o perfil dos entrevistados nesta pesquisa Dia dos Namorados 2020 em Santa Catarina. Abaixo seguem alguns dados importantes para realizar tal objetivo:

Gênero



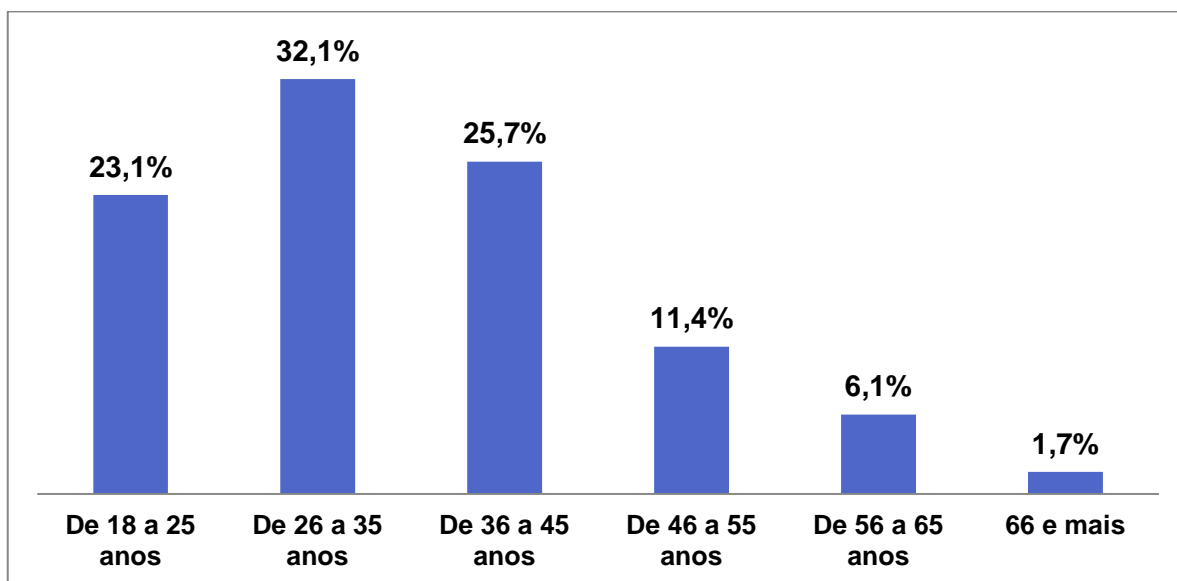
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Estado Civil



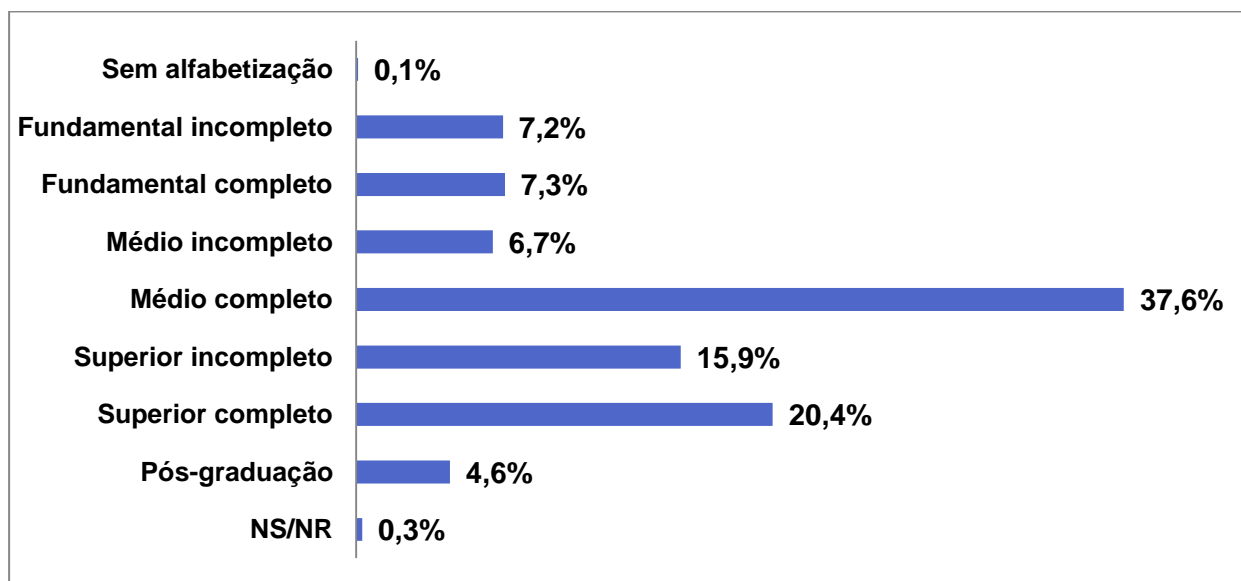
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária



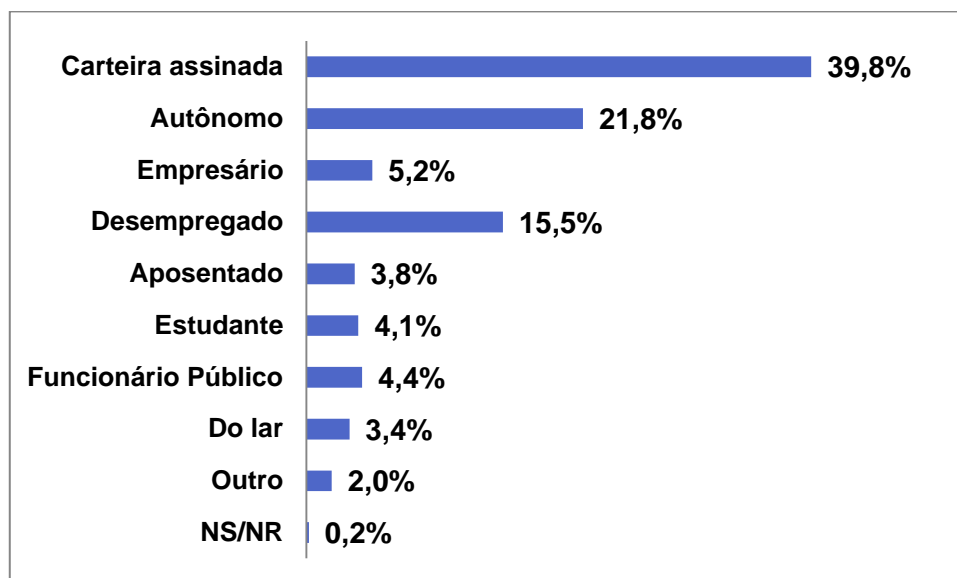
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Escolaridade



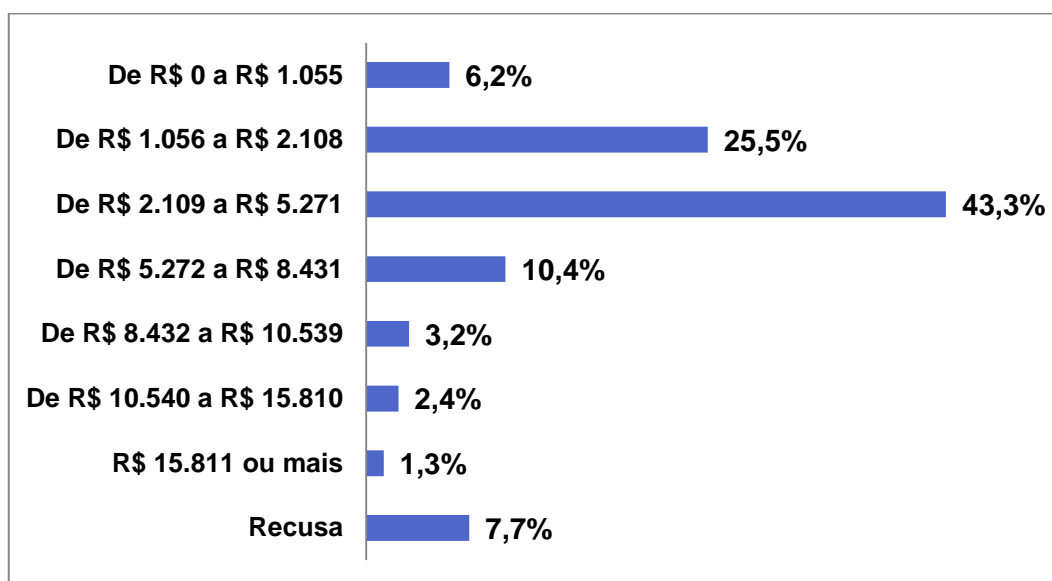
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Renda média mensal familiar



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados acima mostram que foram ouvidas majoritariamente mulheres (60,3%), que são casadas/união estável (63,1%) e que têm na maioria idade entre 26 e 35 anos (32,1%). Em relação ao grau de escolaridade, a maioria tem ensino médio completo (37,6%) ou grau de instrução maior que isso, como ensino superior incompleto (15,9%) e superior completo (20,4%). A maioria são trabalhadores com carteira assinada (39,8%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 2.109 a R\$ 5.271 (43,3%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS NAMORADOS 2019

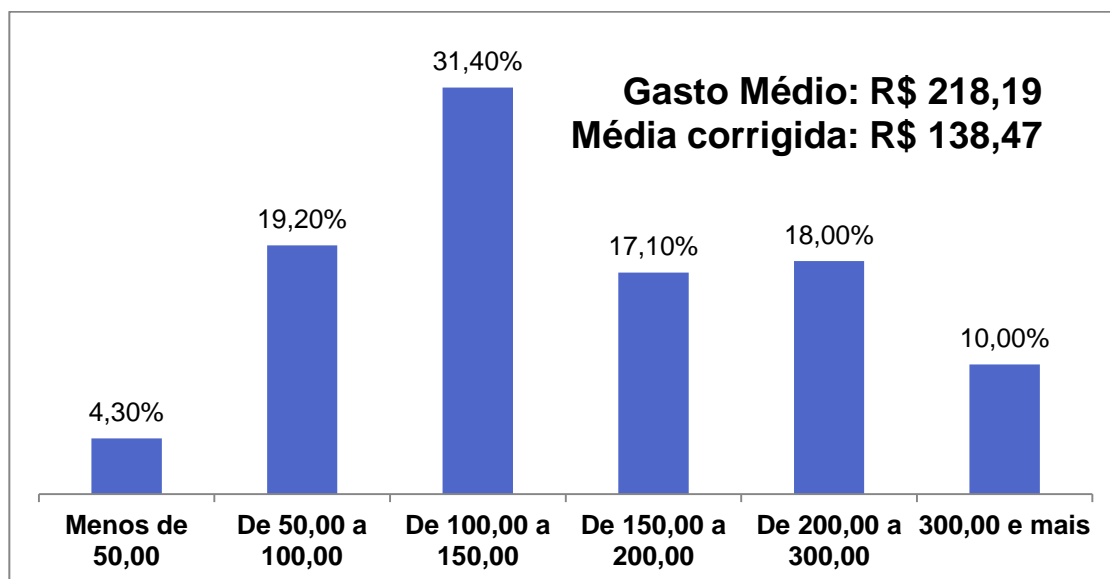
Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio SC diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores com toda data, incluindo presentes e serviços. O resultado de 2020 destoa das intenções dos anos anteriores para esta data, com um aumento do gasto médio de 22,2% em relação ao ano passado, chegando a R\$ 218,19.

Este resultado contraintuitivo frente ao momento atual de retração econômica, explica-se pelo fato de que há uma distribuição assimétrica, de maneira que o aumento na intenção de gasto das faixas maiores de renda mais que compensaram a queda das faixas menores.

Isso pode ser confirmado ao se tratar os dados para desconsiderar os dados mais discrepantes (tanto os menores quanto maiores), resultando em uma “média corrigida” no valor de R\$ 138,47, o que implicaria numa queda de 22,4% comparada com a média não-corrigida do ano passado. A principal faixa de intenção de gasto encontra-se entre R\$ 100,00 e R\$ 150,00, que representou 31,4% dos entrevistados, seguida pela faixa de R\$ 50,00 a R\$ 100,00, com 19,2%.

Este movimento aparentemente contraditório pode ser observado de maneira similar em relação ao aumento do rendimento médio no país divulgado pela PNAD Contínua do IBGE nos últimos meses, que é acompanhada ao mesmo tempo de uma redução da massa total de rendimentos. Abaixo é possível identificar a expectativa de gasto médio dos consumidores e também uma comparação com a expectativa de gasto em anos anteriores:

Intenção de Gasto (R\$)



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Anos anteriores (R\$)

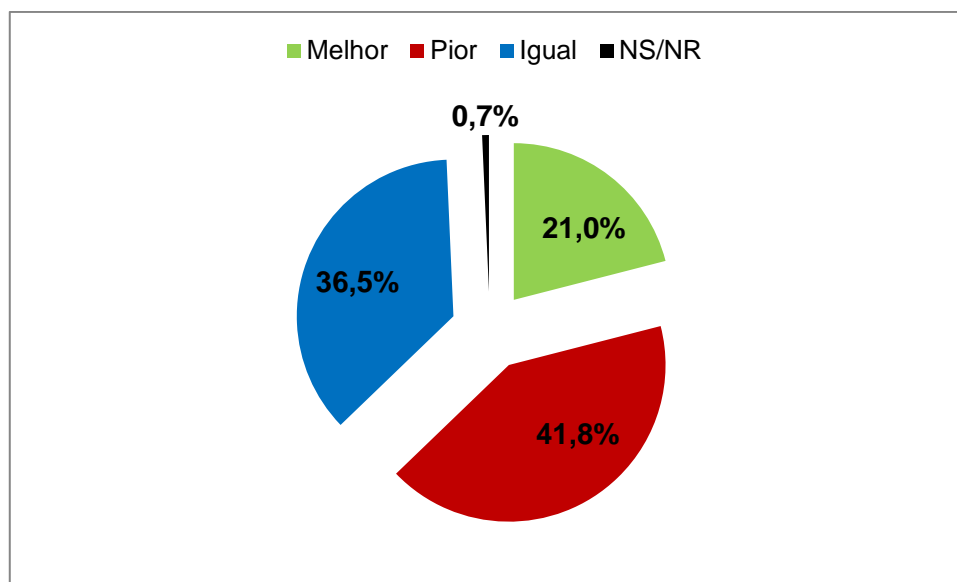
Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2019	211,10	175,17	167,66	168,45	166,17	156,55	204,5	178,53
2018	180,68	149,43	157,80	200,06	159,30	177,19	187,94	173,76
2017	175,64	177,97	157,90	213,26	145,06	170,83	189,93	175,01

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O dado a seguir auxilia a entender o movimento atual dos consumidores, a despeito do aumento na intenção de gasto médio, há uma deterioração significativa da situação financeira, com 41,8% dos consumidores entrevistados informando uma piora na situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior, 36,5% afirmam estarem em situação igual e 21,0% com uma situação melhor. Esses dados praticamente invertem a situação financeira observada no ano passado e indicam que o resultado de vendas tenderá a ser consideravelmente menor na média.

Abaixo os dados para todas as cidades pesquisadas:

Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior



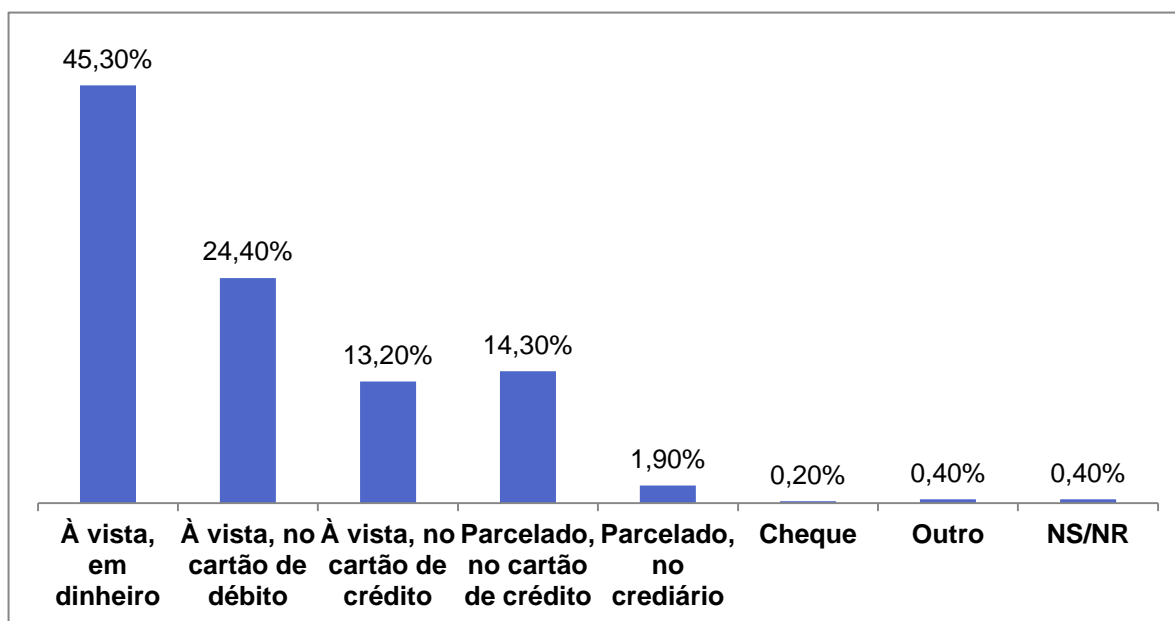
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista, com uma redução no uso do dinheiro que, porém, ainda permanece sendo a principal forma de pagamento dos catarinenses, lembrada por 45,3% dos entrevistados. Em segundo lugar ficou o uso de cartão de débito à vista (24,4%), sendo

seguida pela compra parcelada no cartão de crédito (14,3%) e pela compra à vista no cartão de crédito (13,2%).

Desta maneira, os catarinenses continuam no mesmo patamar do ano passado em termos da intenção de endividamento nesta data, procurando realizar quase que a totalidade de suas compras à vista. Abaixo seguem os dados

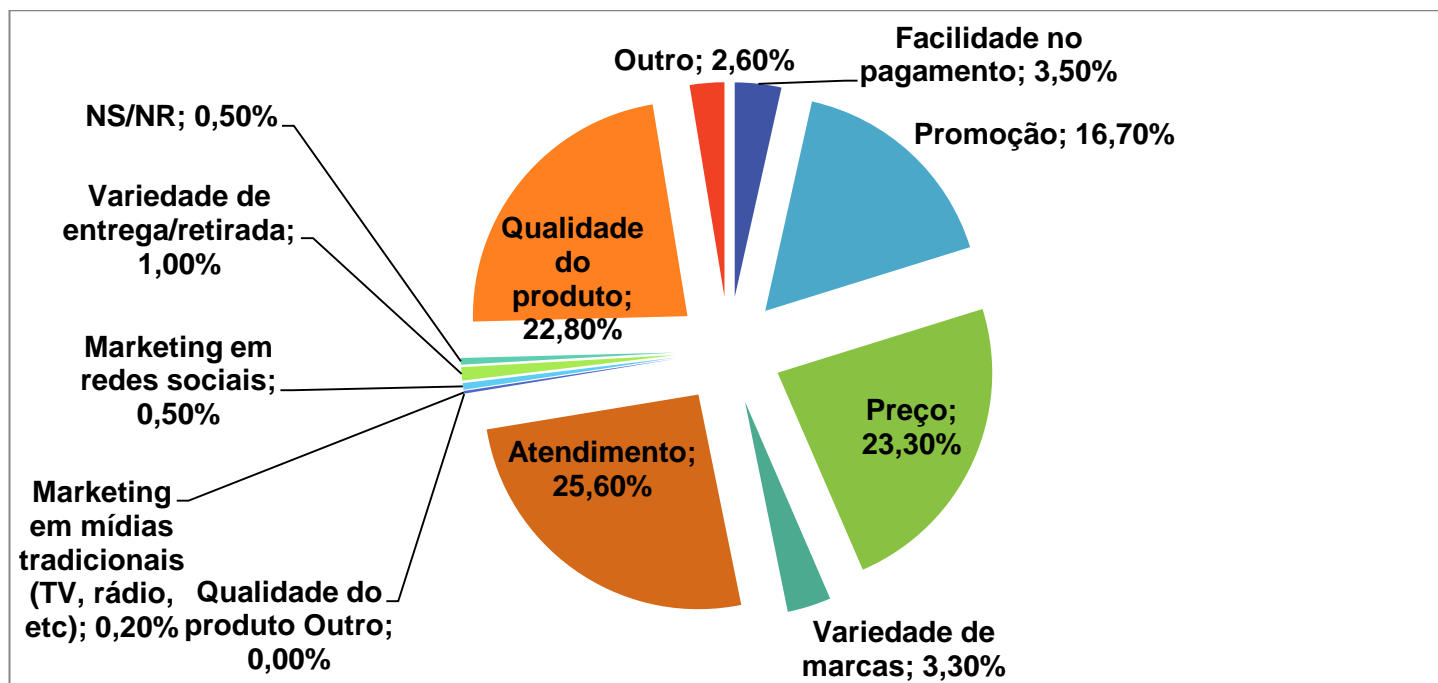
Como pretende pagar a compra dos presentes?



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. Os resultados deste ano indicam uma alteração no comportamento do consumidor em relação aos anos anteriores. Primeiramente, uma menor prioridade foi dada ao Preço como ação comercial mais determinante para os consumidores, que foi citado por 23,3% dos entrevistados, logo acima da preocupação com a Qualidade do Produto, citada por 22,8%, enquanto que a ação considerada mais determinante foi o Atendimento, com 25,6% de citações. Essas três ações do comércio se encontram em patamares similares e são consideradas as mais determinantes pelos consumidores, seguida em quarto lugar pelas Promoções, com 16,7% das citações.

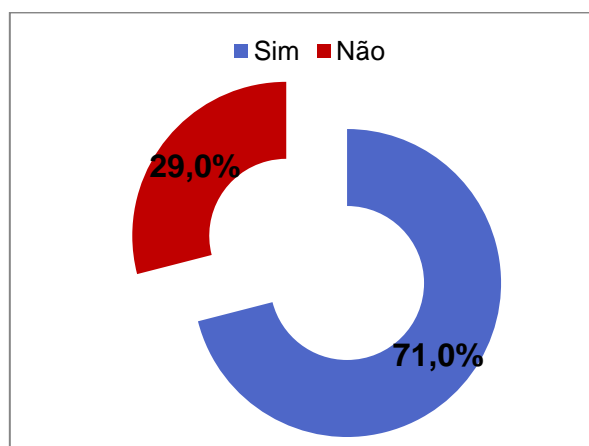
Ação do comércio



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A redução da importância do preço, porém, não se refletiu na dinâmica da pesquisa de preço, que se manteve estável com 71,0% dos entrevistados informando que realizará pesquisa de preço.

Realizará pesquisa de preço

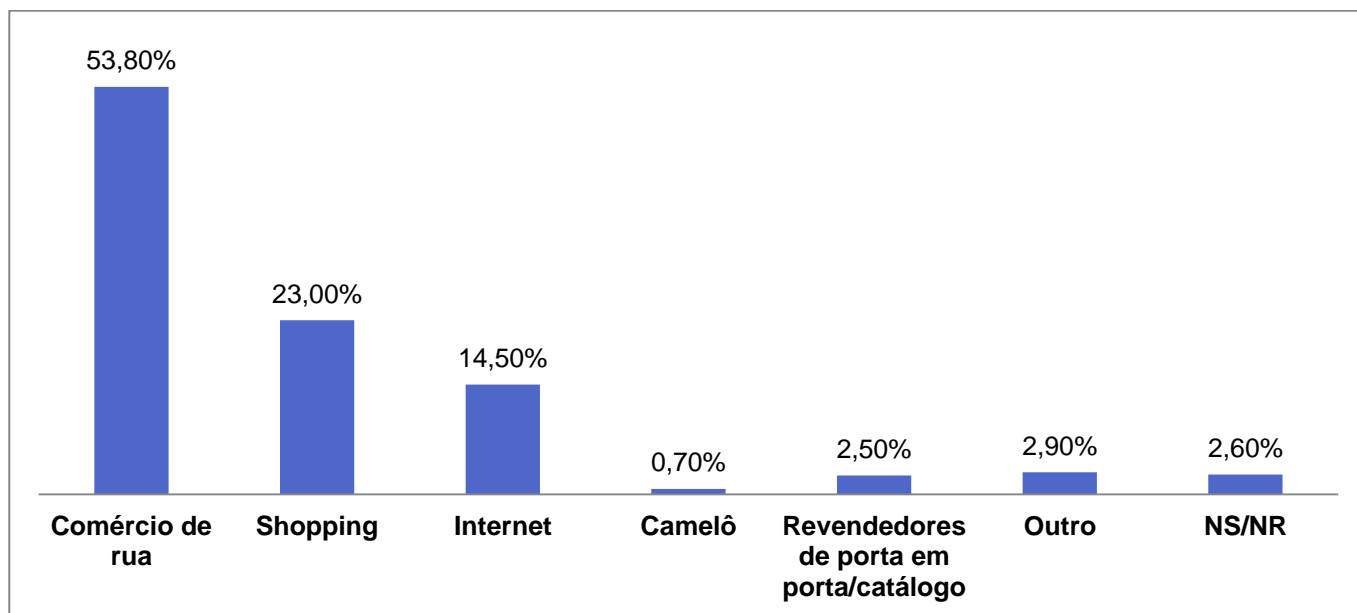


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O Comércio de Rua (53,8%) e Shopping (23,0%) continuam sendo os principais locais de compra dos consumidores catarinenses para o Dia dos Namorados. Ainda assim, em relação ao ano passado, houve uma redução significativa das citações desses locais, em especial do comércio de rua (-9,0

p.p.), que foi acompanhada quase proporcionalmente por um aumento da Internet, que passou a figurar com 14,5% das citações, mais que dobrando a participação de 6,3% apontada no ano passado. Variações positivas, mas pouco significativas, também foram observadas para os revendedores de porta em porta/catálogo (2,5%), assim como Outro (2,9%).

Local

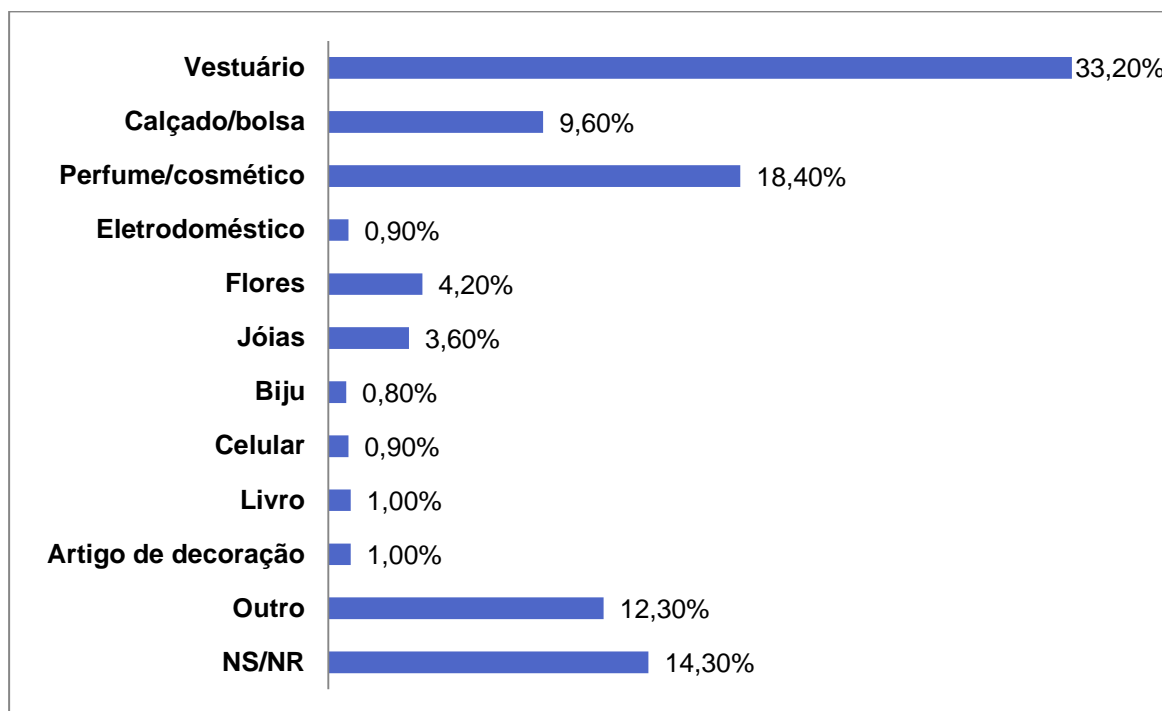


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Se o comércio de rua, os shoppings e a internet 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 o dia dos namorados. Nota-se que a principal parte dos consumidores presenteará produtos relacionados ao setor de vestuário (33,2%), seguido pelo setor de perfume/cosmético (18,4%) e pelos calçados/bolsas (9,6%), mantendo proporções similares com as do ano passado.

Um elemento de destaque neste ponto se refere ao aumento significativo de consumidores que informaram não saber ou não quiserem responder o presente a ser adquirido, cuja proporção quase triplicou em relação ao ano passado, atingindo 14,3%. Isso pode demonstrar um maior grau de incerteza por parte dos consumidores, que também informaram buscar outros presentes além das categorias tradicionais em uma proporção maior do que nos anos anteriores. A seguir a questão pode ser vista com maior nível de detalhamento:

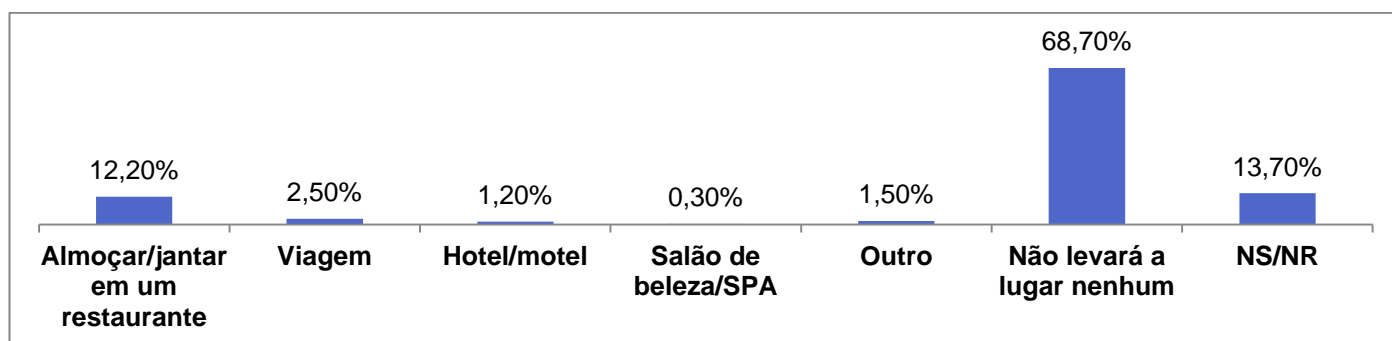
Presente



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além de movimentar o comércio tradicional, o Dia dos Namorados geralmente também traz impactos para o setor de serviços. Nesse sentido, a pesquisa da Fecomércio SC permite avaliar o impacto da pandemia sobre as intenções de passeio para o Dia dos namorados. Nos anos precedentes, os restaurantes constavam como principal destino de passeio, porém em 2020 houve uma queda de quase 30 pontos percentuais, situando tal opção em apenas 12,2% dos entrevistados, atrás até mesmo daqueles que não sabem ou não responderam suas intenções de passeio, que representou 13,7% dos entrevistados. 68,7% do total de entrevistados informou que não pretende sair com o (a) companheiro(a). O Gráfico abaixo detalha tais informações:

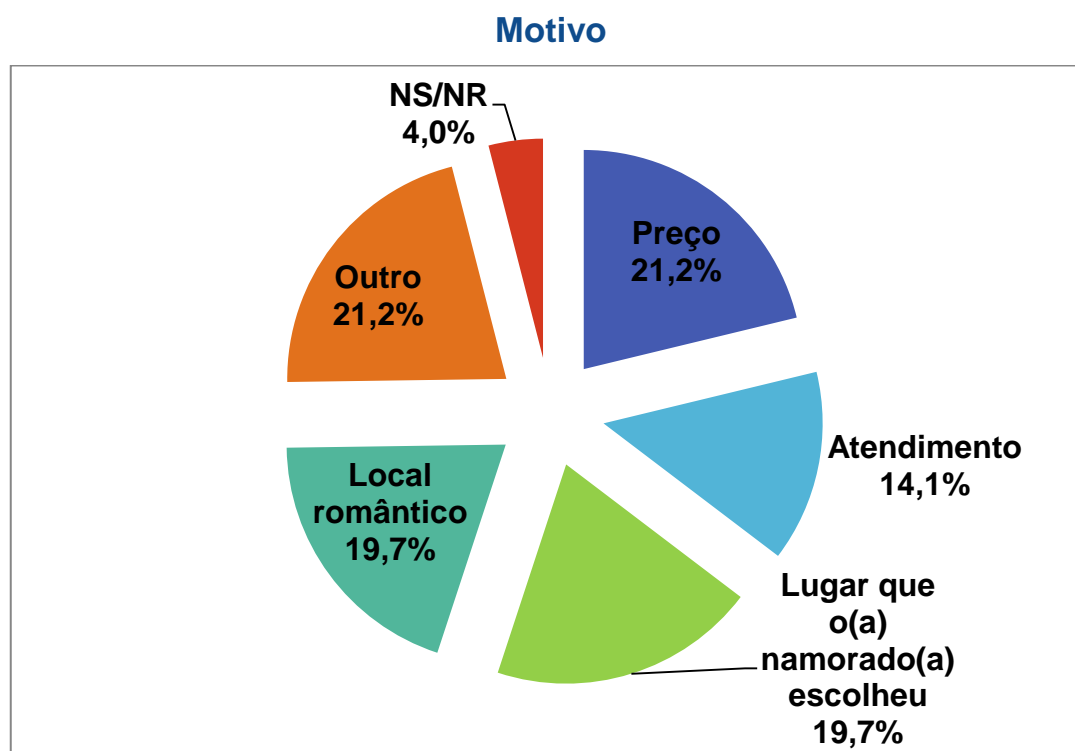
Passeio



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para finalizar, a Fecomércio SC indagou o motivo do passeio, sendo que para além de uma redução bastante abrupta na proporção de consumidores que realizam passeio, também houve uma alteração na motivação para escolha do local. Ao contrário dos anos anteriores, onde havia uma concentração em locais românticos e o lugar escolhido pelo (a) namorado (a), desta vez sobressaiu-se a motivação pelo Preço entre 21,2% dos entrevistados que informaram realizar passeio, mesma proporção daqueles que alegaram outro motivo para a escolha do local. Seguindo-se, então, por 19,7% de pessoas motivadas por locais românticos e mais 19,7% pelo lugar escolhido pelo namorado (a).

Este resultado parece indicar que houve um aumento expressivo da influência dos preços sobre os serviços, o que não foi observado para o caso dos presentes, onde houve uma maior prioridade para o atendimento, ainda que o preço continue sendo variável comercial importante. Não é possível, entretanto, avaliar ainda se tal mudança persistirá após esta data e qual sua relação com a variação dos rendimentos e expectativas.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A Pesquisa Fecomércio SC de Intenção de Compras – Dia dos Namorados 2020 constatou que os catarinenses comprarão principalmente artigos de vestuário neste Dia dos Namorados (33,2%) e perfume/cosmético (18,4%). 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 (53,8%), os shoppings (23,0%) e a Internet (14,5%) serão os principais locais de compra destes consumidores, que tem intenção de pagar suas compras principalmente à vista em dinheiro (45,3%), também com considerável uso do cartão de débito à vista (24,4%).

Já a expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 218,19, resultado inesperado por ser superior em 22,2% ao gasto médio prospectado em 2019, cujo valor foi de R\$ 178,53. Entretanto, ao tratar a média para evitar a influência de dados muito discrepantes, obtém-se o valor corrigido de R\$ 138,47 – o que revela que o aumento se concentrou em faixas de renda mais altas, de maneira que avaliando os dados corrigidos, há uma redução considerável na média da intenção de gasto.

Ademais, constataram-se alterações no comportamento do consumidor, que passou a priorizar o Atendimento (25,6%) como ação comercial mais determinante, à frente do Preço (23,3%) e da Qualidade do Produto (22,8%). O preço, porém, continua sendo fator muito importante, dado que 71,0% dos consumidores pretendem realizar pesquisa de preço, valor ligeiramente superior ao ano passado.

Por fim, houve uma redução expressiva de consumidores que pretendem realizar passeios durante esta data, 68,7% dos entrevistados informou que não levará seu namorado ou namorada a lugar nenhum, enquanto 13,7% não sabiam ou não responderam. Entre aqueles que pretendem passear na data, a escolha do local foi mais determinada pelo Preço (21,2%) e Outros motivos (21,2%), diferentemente da tendência anterior de se concentrar amplamente a motivação em locais românticos (19,7%) ou escolhidos pelo(a) namorado(a) (19,7%).