



Intenção de Compras
DIA DOS PAIS


Fecomércio SC
Sesc | Senac

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

Intenção de Compras do Dia dos Pais 2021

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

Núcleo de Pesquisas e Núcleo de Estudos
Estratégicos Fecomércio SC
Julho de 2021

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS PAIS 2021	1
CONCLUSÃO	3

INTRODUÇÃO

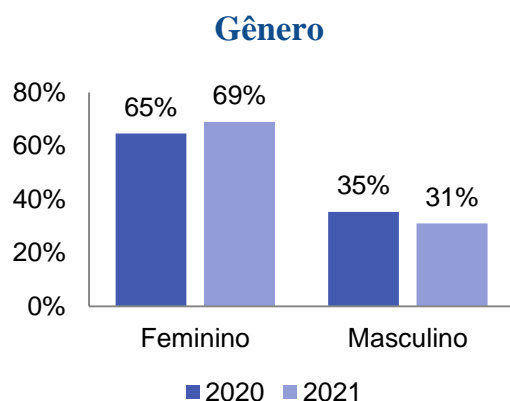
O Dia dos Pais é mais uma data especial que impulsiona a economia de praticamente todos os setores do comércio. Em razão disso, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa para conhecer o perfil do consumidor desta data, buscando melhor preparar o empresário do setor com informações relevantes para um melhor aproveitamento do movimento.

A pesquisa foi realizada entre os dias 29 de junho e 13 de julho de 2021 e ouviu 1.123 pessoas. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí.

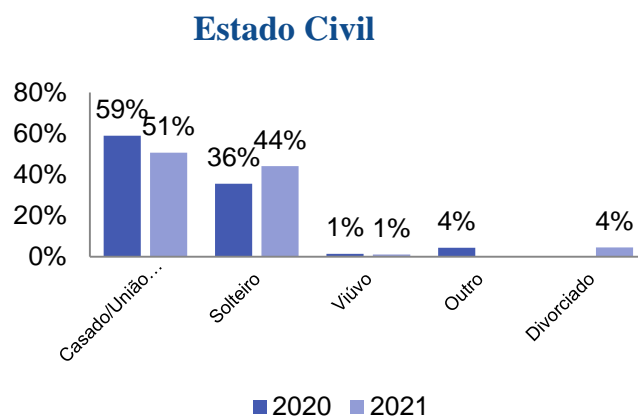
A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem. A técnica de coleta dos dados ocorreu por telefone nas cidades de Florianópolis, Blumenau e Lages e nas demais a pesquisa foi presencial (na rua), baseada na metodologia Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) com base em questionário 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 95,0% o erro amostral é de 3,0%.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

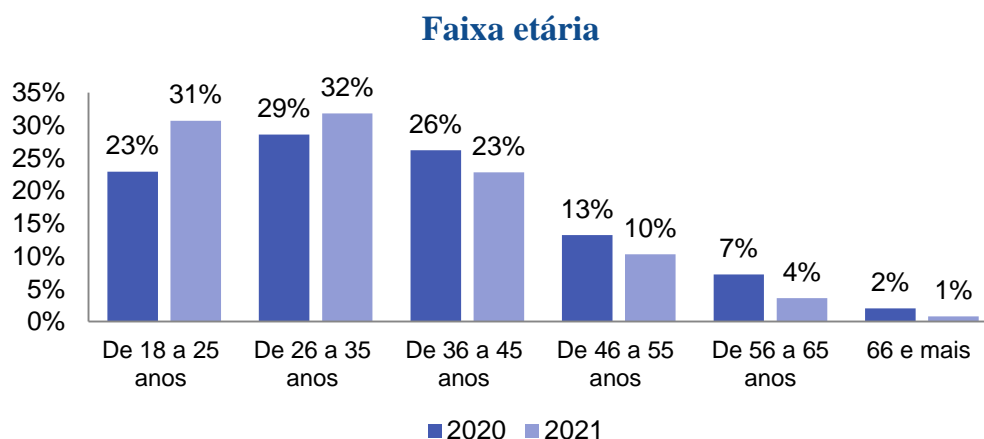
Em primeiro lugar, é importante entender o perfil dos entrevistados nesta pesquisa de intenção de compras do Dia dos Pais em Santa Catarina. Abaixo seguem algumas informações relevantes para este objetivo.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



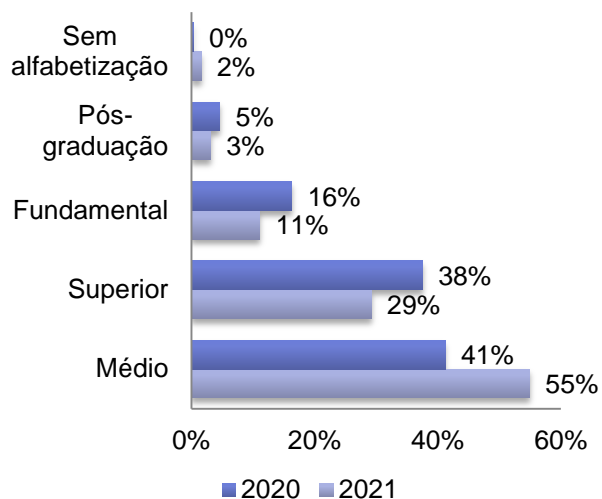
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

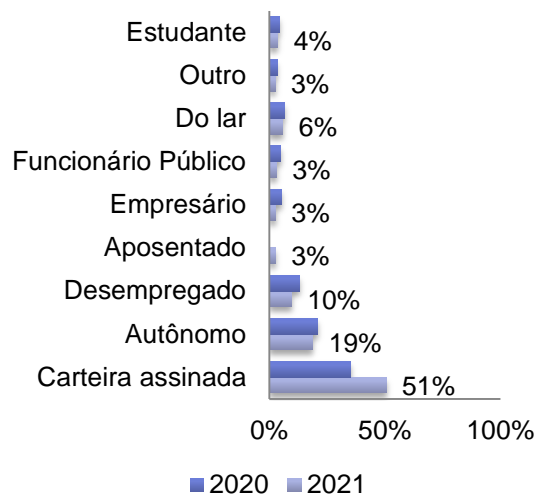
Os dados mostram que para a pesquisa deste ano foram ouvidas majoritariamente mulheres (69%), tendência similar ao do ano anterior. Dentre os entrevistados, a maioria são casadas/união estável (51%) e 32% situam-se na idade entre 26 e 35 anos.

Escolaridade



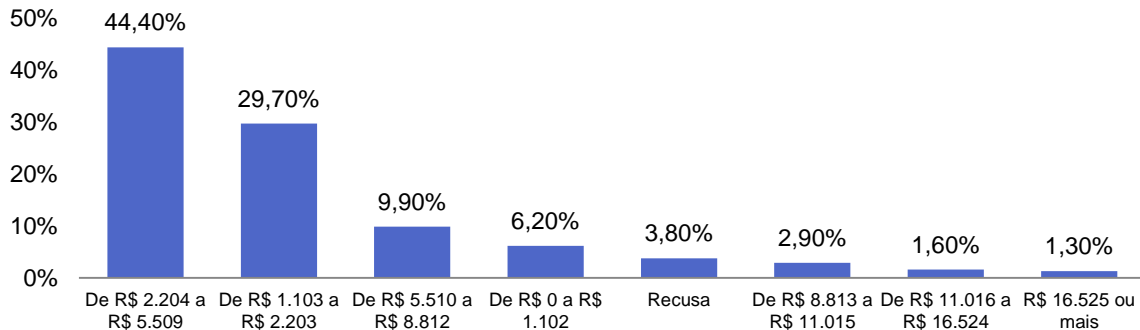
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Renda média mensal familiar



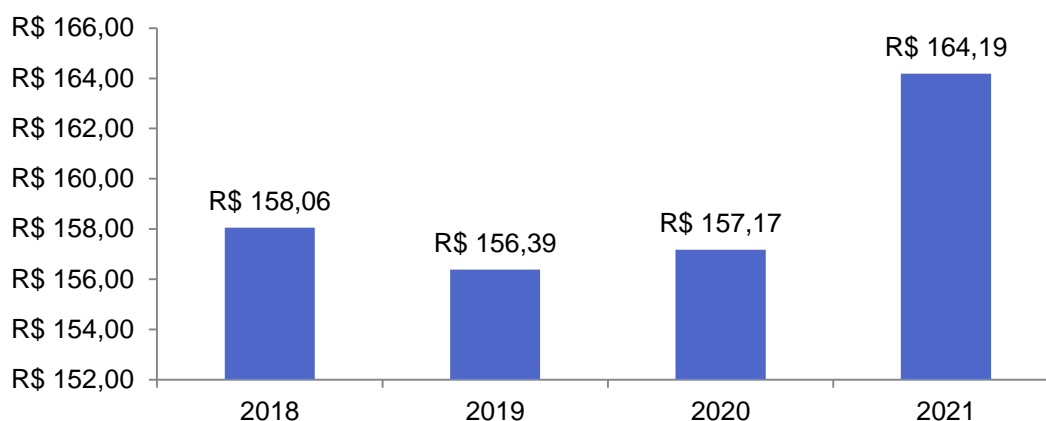
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (50,6%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 2.104,00 e R\$ 5.559,00 (44,4%), além de famílias que ganham entre R\$ 1.056,00 a R\$ 2.109,00 (29,7%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS PAIS 2021

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio SC diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores. Desta maneira, na média, o consumo deste Dia dos Pais será de R\$ 164,19. Gasto 4,47% maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2020, que havia sido de R\$ 156,39. Em termos reais, considerada a inflação acumulada em 12 meses (8,35%), o resultado é negativo, com queda de 3,6%.

Intenção de Gasto

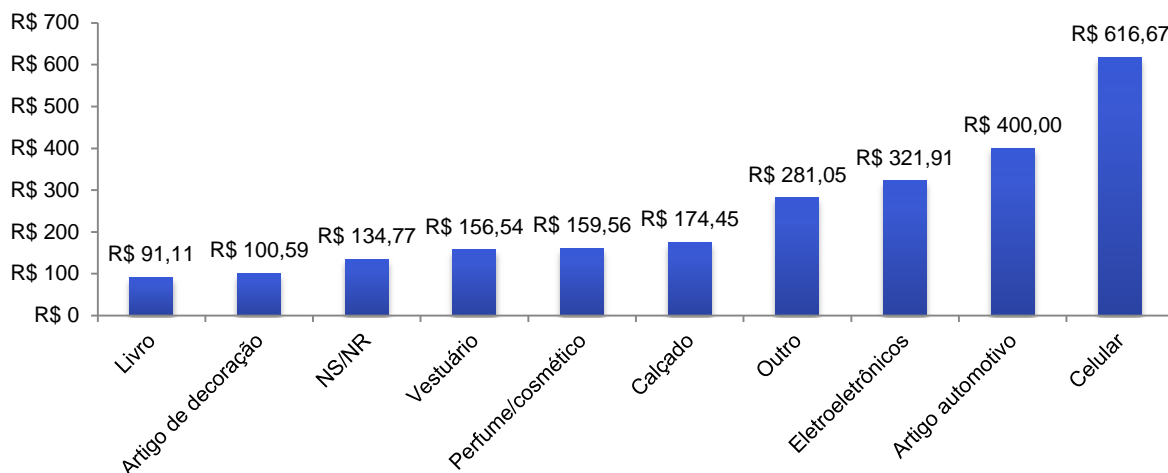


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Esse resultado positivo em termos nominais pode estar relacionado ao cenário epidemiológico, o isolamento social e os regramentos sanitários das atividades econômicas, que possibilitam maior segurança para os consumidores e empresários, intensificando assim a propensão em ampliar os gastos. Além disso, as medidas econômicas que impulsionam a renda, como o auxílio emergencial de 2021, que teve início de pagamento em abril, também devem estar motivando os consumidores a realizar suas compras. Por fim, a ampliação da imunização proporciona expectativas positivas sobre o cenário futuro e impacta na Intenção de Consumo das famílias catarinenses, que encerrou o primeiro semestre com avanço de 1,1% na passagem do mês. Observa-se que a aceleração dos níveis de preços começa a refletir na capacidade de compra e no poder aquisitivo dos consumidores.

Na comparação com os tipos de presente e a intenção de gasto, o destaque ocorre em termos absolutos para celulares (R\$ 611,67) e artigos automotivos (R\$ 400,00).

Intenção de Gasto por Tipo de Presente*

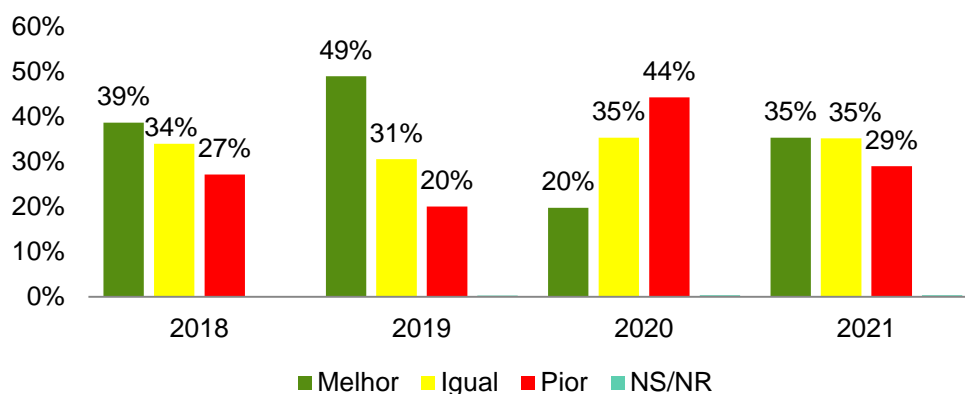


*A relação é muito significativa.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A situação financeira das famílias inverteu a tendência anterior e passou a refletir o movimento de retomada das atividades econômicas, mas ainda permanece aquém do patamar apresentado no período pré-pandemia (2019). Assim, o resultado indica que as vendas tendem a serem maiores que o ano de 2020, porém inferior a 2019. Os entrevistados relataram de maneira similar que estão em situação financeira equivalente (35,2%) e melhor (35,4%) ao ano anterior, mas ainda 29% das famílias declararam estar em situação pior que em 2020. Em 2019, o grupo de entrevistados que afirmaram estar em situação financeira piora era de 20%, apesar da queda em relação a 2020, o nível de entrevistados deste ano com situação financeira pior permanece acima do patamar pré-crise (+ 9 p.p).

Situação Financeira comparada ao mesmo período do ano anterior

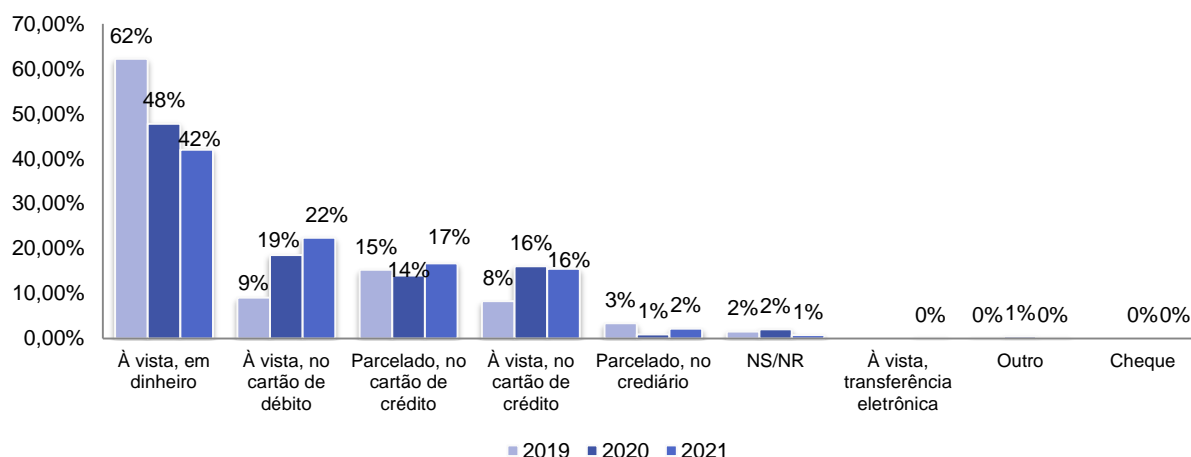


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Já em relação à forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais pretende pagá-las à vista, o que representa 80,1% dos entrevistados, número

inferior ao informado em 2020 (82,5%). Neste ano, o movimento de redução do uso de dinheiro, apresentado na pesquisa anterior com redução significativa (47,8%; -14,4 p.p.), perdeu força, mas manteve a tendência e encerrou sendo citado por 42,0% dos entrevistados (-5,8 p.p frente a 2020). De outro lado, ganhou peso o uso no cartão de débito, que abrange 22,7% dos entrevistados, crescimento de 13,3 p.p em relação 2019.

Como pretende pagar a compra desses materiais?

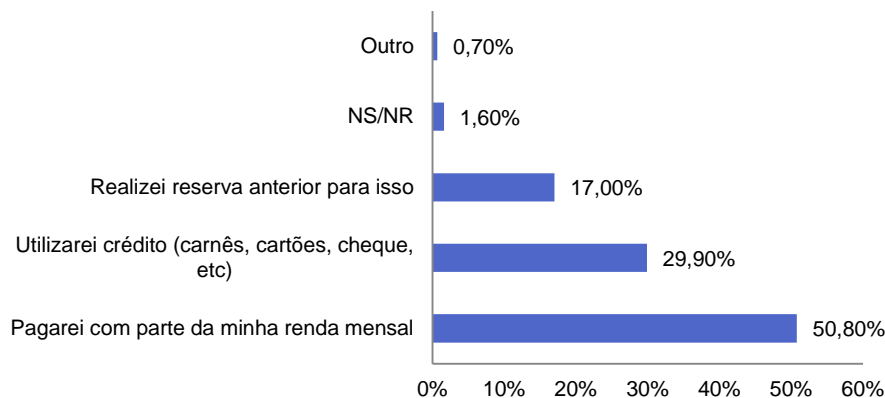


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O aumento da confiança dos consumidores, sobretudo, pela retomada da atividade econômica e ampliação da imunização, permite reverter a cautela do ano anterior, refletindo na intenção de realizar compras parceladas. Em 2020, o parcelamento reduziu 4 p.p frente ao ano anterior, já em 2021 avançou na mesma proporção ao alcançar 18,90% dos entrevistados, superior aos níveis pré-crise (média de 18,25% entre 2018 e 2019). Dentre essa forma de pagamento, o destaque fica para o uso do cartão de crédito parcelado (16,7%).

Para realizar as compras, 50,8% dos entrevistados indicam a utilização de parte da renda mensal como forma de pagamento, enquanto, 29,9% irão utilizar o crédito. Parte dos consumidores optou pelo planejamento financeiro com antecedência ao realizar reserva para as compras dessa data (17,0%).

Qual recurso utilizará para realizar as compras

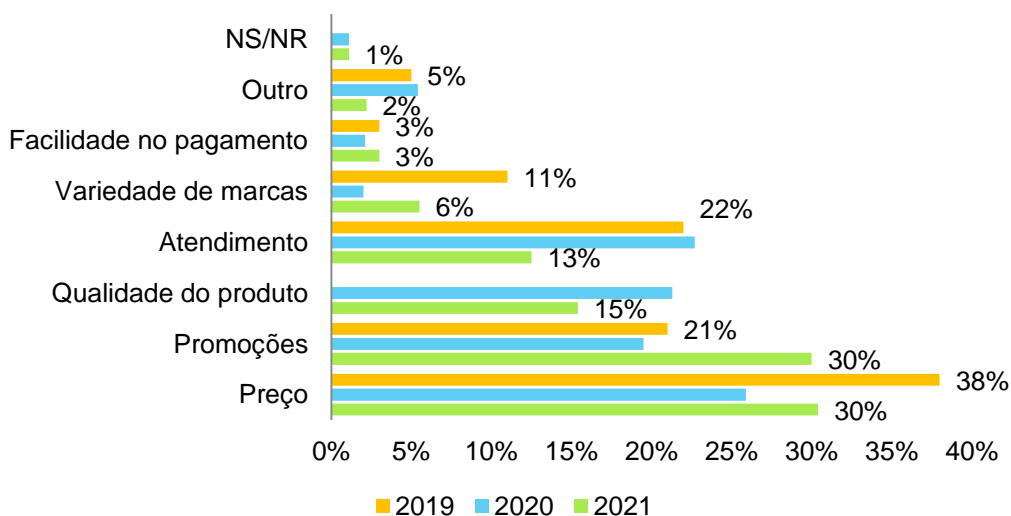


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor irá valorizar nesta data. A pesquisa aponta que os consumidores devem estar mais atentos aos preços neste ano, reflexo da aceleração dos preços e da diminuição do poder de compra dos consumidores. Reforça essa tendência os dados sobre o aumento dos entrevistados que devem realizar pesquisa de preços e a maior procura por promoções.

Assim, os aspectos que predominaram para determinar a escolha dos estabelecimentos segundo os consumidores entrevistados foi o preço (30,4%), seguido pela promoção (30,4%). Ao considerar essas duas ações, houve crescimento de 15 p.p frente ao ano anterior (45,40%)- somente a promoção avançou 10,5 p.p em comparação com 2020 (19,5%).

Ação Comercial



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Dia dos Pais 2021

A Qualidade do Produto (15,4%) e a o Atendimento (12,5%), apesar de representar uma parte considerável dos entrevistados, apresentaram diminuições consideráveis em relação a 2020, 5,9 p.p. e 10,2 p.p. respectivamente. Além disso, ao cruzar tal informação com o tipo de presente intencionado, percebe-se que o preço e a promoção são mais importantes para quase todos os presentes, exceto para os itens Eletroeletrônicos (Qualidade do produto 31,3%).

Ação comercial X Tipo de presente*

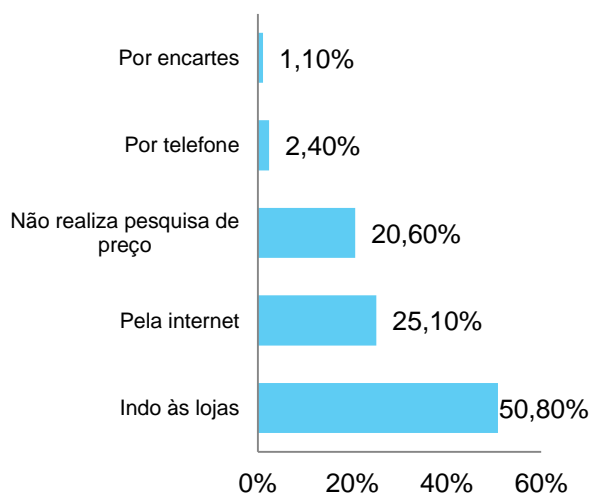
	Facilidade no pagamento	Promoção	Preço	Variedade de marcas	Atendimento	Qualidade do produto	Outro	NS/NR
Vestuário	3,00%	32,50%	33,60%	4,90%	10,70%	14,00%	0,80%	0,60%
Calçado	2,50%	29,60%	31,70%	5,00%	14,10%	15,60%	0,50%	1,00%
Perfume/cosmético	5,30%	30,00%	32,10%	4,70%	13,20%	12,60%	0,00%	2,10%
Eletroeletrônicos	3,10%	25,00%	6,30%	9,40%	18,80%	31,30%	6,30%	0,00%
Celular	0,00%	33,30%	33,30%	0,00%	0,00%	0,00%	33,30%	0,00%
Livro	11,10%	33,30%	44,40%	11,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Artigo automotivo	0,00%	50,00%	0,00%	0,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Decoração	0,00%	17,60%	23,50%	17,60%	17,60%	23,50%	0,00%	0,00%
Outro	3,40%	17,20%	22,40%	5,20%	19,00%	20,70%	10,30%	1,70%
NS/NR	0,00%	24,30%	26,20%	6,50%	13,10%	17,80%	9,30%	2,80%

* A relação é muito significativa.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

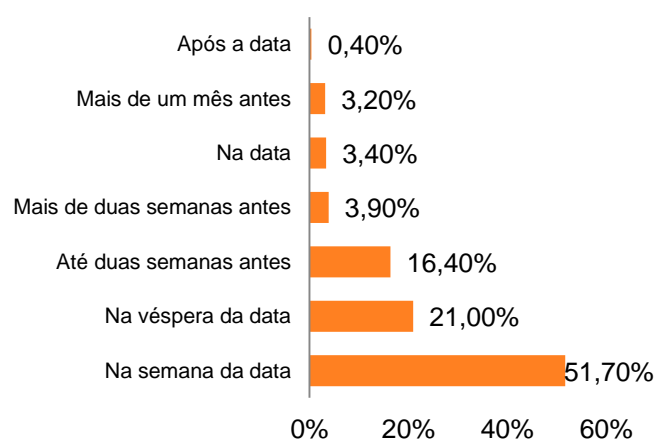
Quanto à pesquisa de preços, houve ampliação dos grupos de consumidores que pretendem realizar, passando de 72,6% para 79,4%. Além disso, em sua grande parte, será realizado indo às lojas (50,8%), seguida da pesquisa por meio virtual (internet de 25,1%).

Realizar Pesquisa de Preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

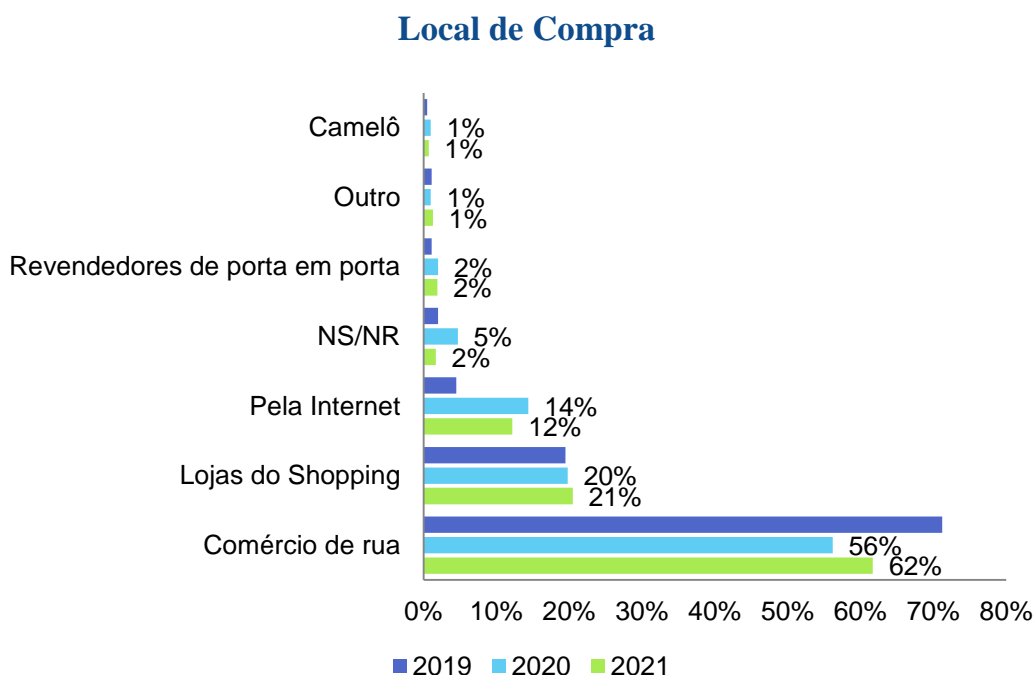
Período das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

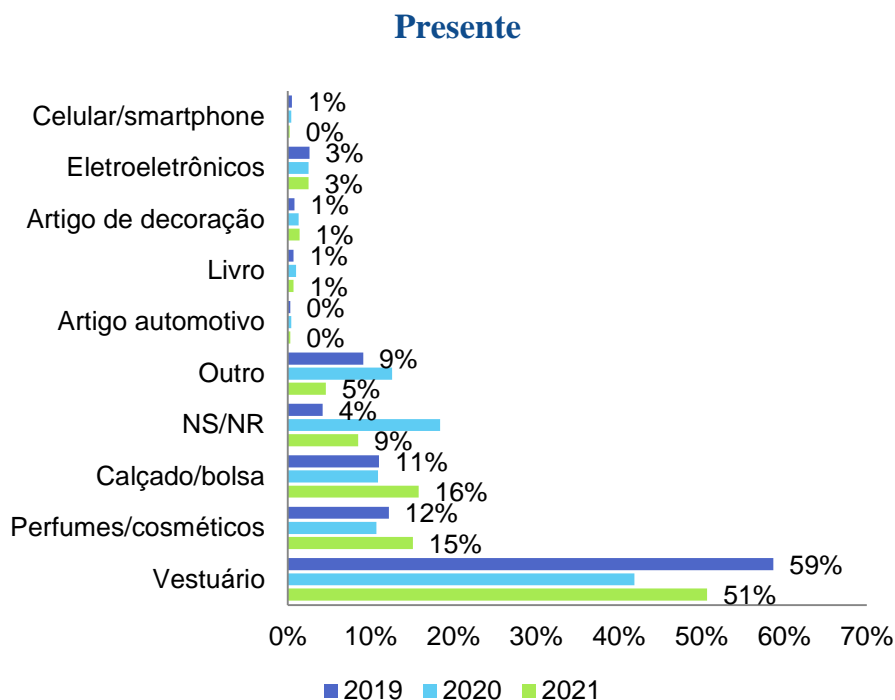
Vale também destacar o período que as compras devem ser realizadas. Segundo os entrevistados, 76,10% devem realizar a maior parte delas na semana da data, sendo que 21,0% indicam que a compra será realizada na véspera e 3,4% no dia. Já 16,4% pretendem realizar as compras em até duas semanas antes da data e apenas 3,2% mais de um mês antes.

Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua continua a ser a opção da maioria dos catarinenses (61,7%), ainda que tenha reduzido consideravelmente a participação, que era de 71,2% em 2019. Em seguida aparecem os Shoppings, que representam 20,5% dos locais de compra, valor similar ao do ano passado (19,8%). Em terceiro lugar aparece a Internet com 12,2% das opções, participação que representa um grande avanço em relação a 2019 (4,5%), o que evidencia o rápido crescimento deste local e canal de vendas, que tem se mostrado um diferencial durante o período mais crítico da pandemia. Os demais destinos tiveram pouca variação e permanecem com pouca relevância, mostrando uma grande concentração da demanda dos consumidores.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Também é importante saber quais setores serão os mais procurados durante o período que antecede o Dia dos Pais. Desta maneira, a Fecomércio SC perguntou qual seria o presente comprado pelos catarinenses para seus pais. Nota-se que a principal parte dos consumidores presenteará produtos relacionados ao setor de vestuário (50,7%), um dos principais impactados pela pandemia, seguido pelos calçados (15,8%) e perfumes e cosméticos (15,1%). Esses principais produtos apontados pelos consumidores foram equivalentes ao do ano anterior.



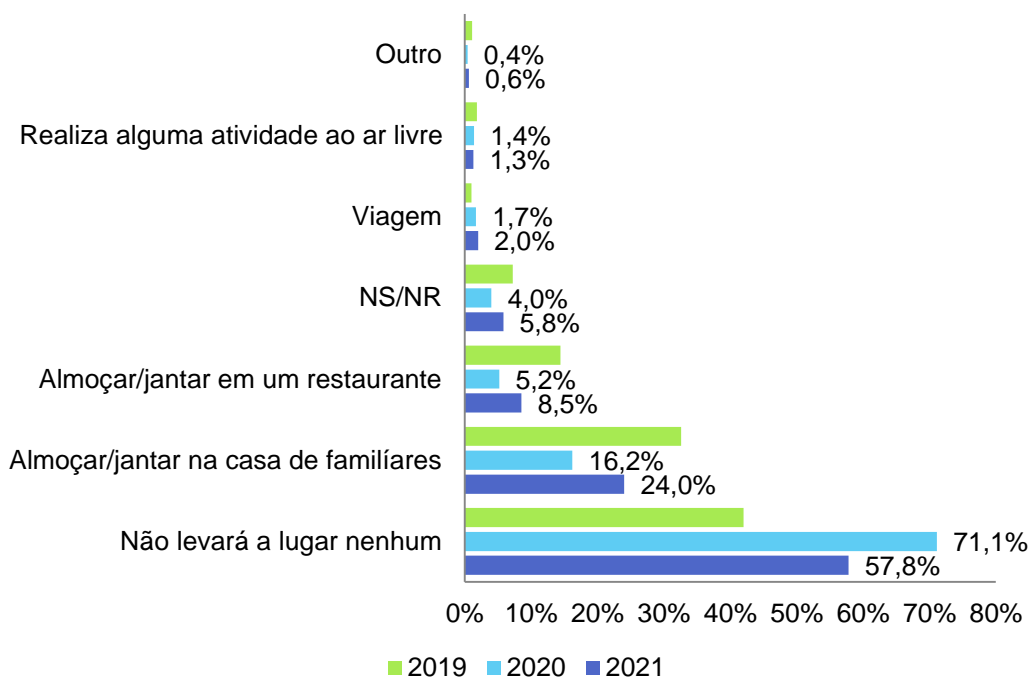
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Esses principais segmentos indicados pelos consumidores vêm mostrando sinais de recuperação nas últimas datas comemorativas do ano e segundo a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), realizada pelo IBGE, o setor de tecidos, vestuário e calçados e Veículos, acumula alta de 27,60% no volume de vendas entre janeiro e maio.

Além de movimentar o comércio tradicional, o Dia dos Pais também traz impactos para o setor de serviços. Geralmente é grande o número de famílias que aproveitam o dia para realizar alguma programação especial. Entretanto, devido à pandemia, a maioria dos entrevistados informou que não pretende realizar nenhum tipo de passeio (57,8%) - esse percentual diminuiu 13,3% comparado a 2020, mostrando que o isolamento social ainda reflete no comportamento dos consumidores, mas em tendência de queda.

A segunda opção foi almoçar/jantar na casa de familiares, que foi respondida por 24,0% dos entrevistados, também apresentou movimento de alta frente ao ano anterior (+7,8 p.p). A intenção de ir a restaurantes e de viajar ganhou espaço entre as famílias. Apesar de continuar abaixo dos períodos pré-pandemia, o acréscimo de 3,3 p.p na pretensão de almoçar/jantar fora é um sinal de alento para o segmento.

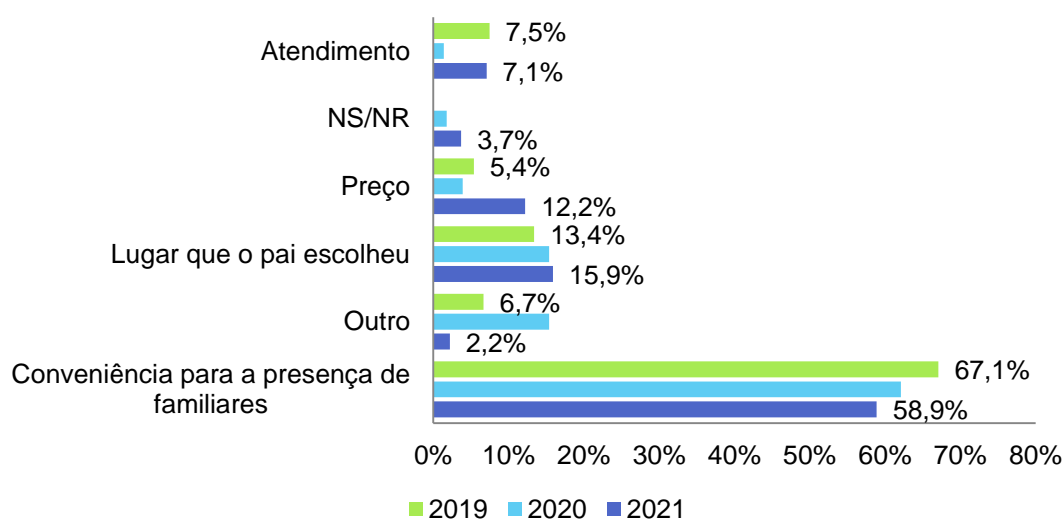
Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Dia dos Pais 2021



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 (58,9%), seguido pelo lugar que o pai escolheu (15,9%). Nota-se que o fator preço ampliou consideravelmente frente aos anos anteriores e alcançou 12,2%, mais um sinal que o consumidor está atento e preocupado em relação a aceleração do nível de preços.

Motivo



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A pesquisa de intenção de compra do Dia dos Pais 2021 demonstra que os consumidores estão propensos a ampliar os gastos com presentes- alta de 4,5% frente ao ano anterior. A expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 164,19. Apesar do resultado positivo, ao considerar a inflação do período, observa-se diminuição de 3,6% frente a 2010.

Diante desse cenário, nota-se que os consumidores podem estar buscando alternativas para minimizar os efeitos inflacionários em relação ao poder compra. Na escolha dos estabelecimentos, os entrevistados indicaram que devem priorizar o preço (30,4%) e as promoções (30,0%)- as citações cresceram 10,5 p.p. frente a 2020 (19,5%). Reforça essa tendência o crescimento no grupo de entrevistados que afirmam que devem realizar pesquisa de preço, passando de 72,6% para 79,4%.

Por outro lado, a retomada econômica e a ampliação da população imunizada, além de impulsionar a intenção de compra dos consumidores, pode ter possibilitado a mudança na situação financeira das famílias frente ao ano anterior. Neste ano, a maioria dos entrevistados indicou ter situação financeira melhor e/ou equivalente ao do ano anterior, já em 2020 a maioria dos entrevistados afirmou estar em situação financeira pior. Esse cenário pode ter colaborado para reverter a cautela dos consumidores, ao ampliar as intenções de usar crédito e parcelamento, que passou de 14,90% para 18,90% dos entrevistados.

Os principais produtos que serão comprados neste Dia dos Pais são relacionados ao vestuário (50,7%), calçados (15,8%) e perfumes e cosméticos (15,1%). O comércio de rua (61,7%) e os shoppings (20,5%) serão os principais destinos destes consumidores, que também usarão mais a Internet (12,2%) para realizar suas compras. Ademais, nota-se a concentração das compras na semana que antecede a data comemorativa.

Quanto à realização de alguma atividade especial na data, devido à pandemia, a maioria absoluta afirmou que não irá a lugar nenhum (57,8%). Entretanto, esse resultado diminuiu frente a 2020, indicando que os consumidores tendem a realizar alguma programação especial neste ano, como almoço/jantar em algum restaurante, que ampliou 3,3 p.p frente a 2020, passando de 5,2% para 8,2%.