

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

# Intenção de Compras do Dia dos Pais 2024

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

Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC  
Julho de 2024

## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>2</b>
<b>PERFIL DOS ENTREVISTADOS .....</b>	<b>3</b>
<b>INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS PAIS 2024 .....</b>	<b>5</b>
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>15</b>

## INTRODUÇÃO

O Dia dos Pais é mais uma data especial que traz estímulos para a movimentação econômica 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 deste maior movimento.

A pesquisa foi realizada entre os dias 26 de junho e 05 de julho de 2024 e ouviu 2.100 pessoas. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Itajaí, Joinville e Lages.

A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem. A técnica de coleta dos dados ocorreu de forma presencial (na rua) e foi 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%.

Foram aplicadas treze perguntas, sendo onze fechadas e duas abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

## PERFIL DOS ENTREVISTADOS

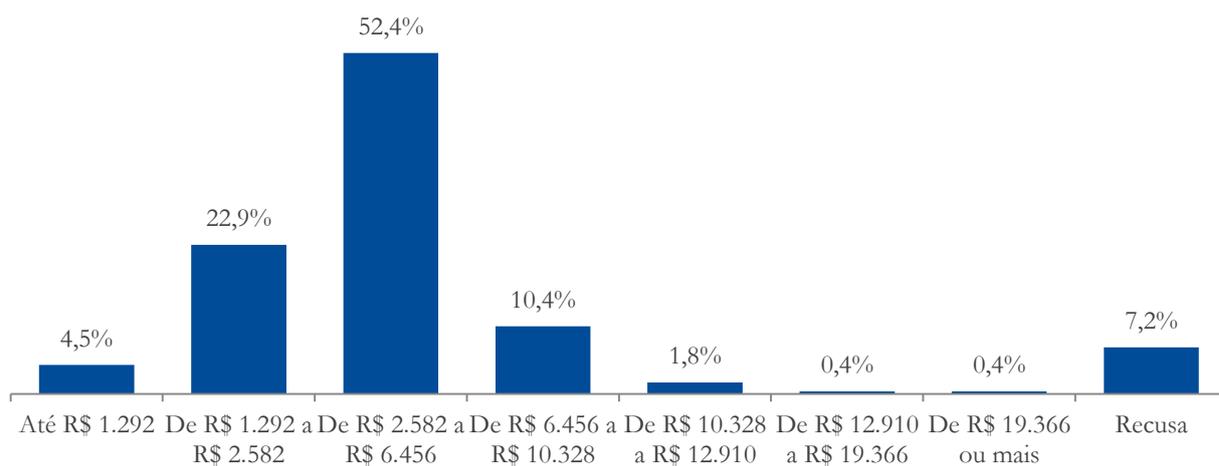
O perfil dos consumidores foi analisado com base em indicadores como sexo, faixa etária, escolaridade, ocupação e renda média mensal familiar.

Os dados mostram que os entrevistados para a pesquisa de intenção de compras do Dia dos Pais deste ano é formado majoritariamente por mulheres (62,7%) e por jovens, com idade entre 20 e 29 anos (37,2%).

Em relação ao grau de escolaridade destes entrevistados, a maioria tem ensino médio (68,3%), seguido do ensino superior 16% e nível fundamental (11,8%). A maioria atua com carteira assinada (60,4%). Outros 19% são autônomos; 4,5% atuam no lar; 3,9% estão desempregados; 2,7% são funcionários públicos; 2,6% são estudantes; 2,2% atuam como MEI; 2,1% estão aposentados; e 1,8% são empresários.

A distribuição da renda mensal média dos entrevistados nos últimos 12 meses mostra que a maioria se enquadra principalmente nas faixas entre R\$ 2.582,01 a R\$ 6.456,00, representando 52,4% do total. Além disso, uma parcela importante de famílias, correspondendo a 22,9%, está na faixa de renda entre R\$ 1.292,01 a R\$ 2.582,00.

### Renda média mensal familiar

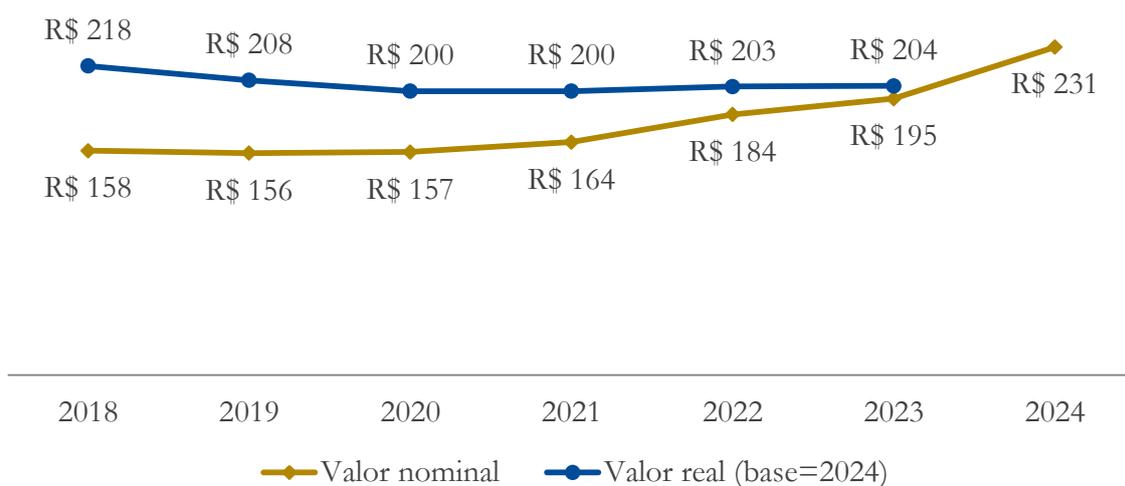


Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

## INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS PAIS 2024

A intenção de gasto dos consumidores para o Dia dos Pais deste ano cresceu 18,6%, alcançando 231 reais, o valor mais alto já registrado na série histórica. Ao considerar a inflação acumulada, o aumento real foi de 13,4%. Parte desse aumento pode ser explicado pelos resultados positivos registrados na economia catarinense. O mercado de trabalho está aquecido, com um saldo positivo de 84,5 mil vagas de emprego criadas até maio deste ano. Além disso, a pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias, também divulgada pela Fecomércio SC, revelou que as famílias catarinenses estão satisfeitas com o emprego atual e com a renda, fatores que se refletem na maior intenção de gastos.

### Intenção de gasto – valor nominal e real

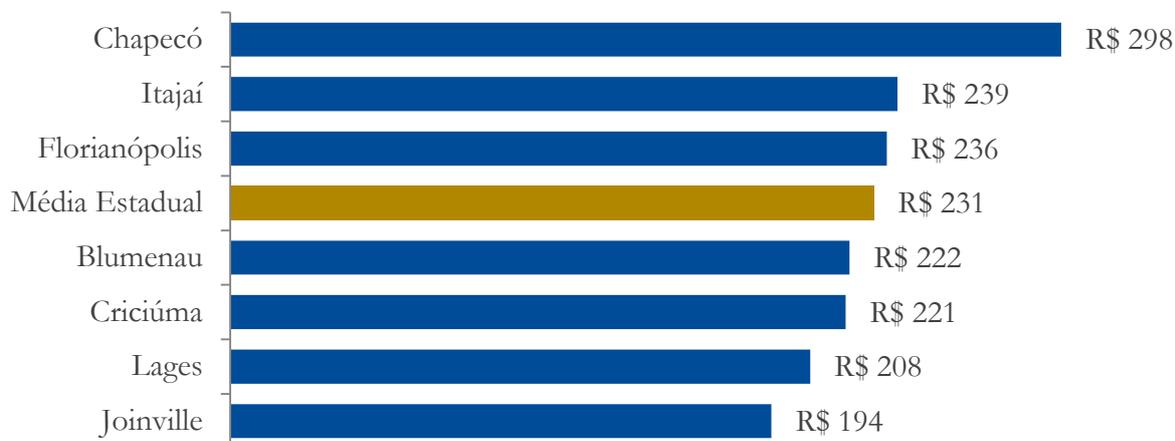


Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos da Fecomércio SC. Nota: dados deflacionados pelo IPCA.

Há uma diferença de R\$ 40 na intenção de gastos entre homens e mulheres. Em média, os filhos planejam gastar 257 reais, enquanto as filhas pretendem gastar 216 reais.

Entre as cidades pesquisadas, as intenções de gastos mais elevadas foram registradas em Chapecó, com R\$ 298, seguida por Itajaí, com R\$ 239, e Florianópolis, com R\$ 236. Em contraste, as intenções de gastos mais baixas, todas abaixo da média catarinense, foram observadas em Blumenau, com R\$ 222, Criciúma, com R\$ 221, Lages, com R\$ 208, e Joinville, com R\$ 194.

### Intenção de gasto nas cidades pesquisadas

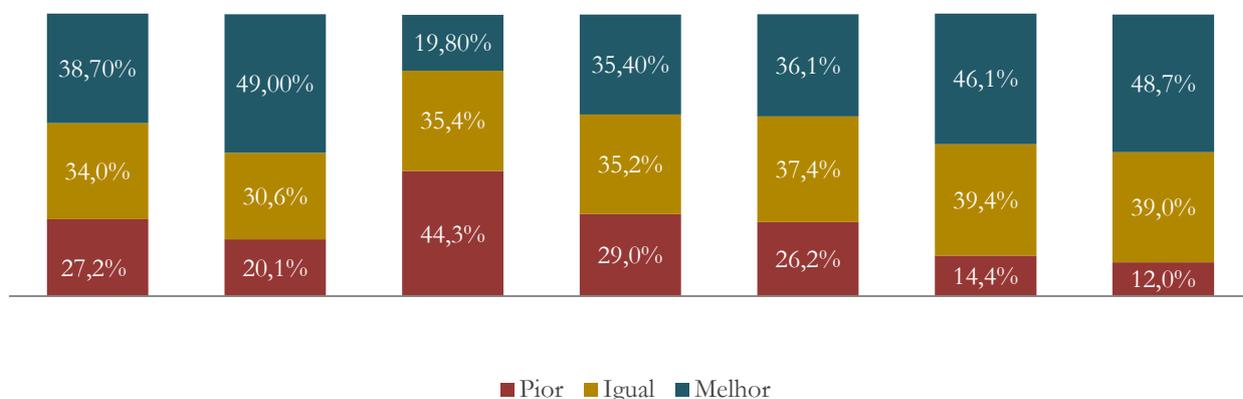


Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

### Situação financeira e data da compra

Para 48,7% dos entrevistados, a situação financeira está melhor em comparação com o Dia dos Pais do ano passado. A percepção de melhora cresceu 2,6 pontos percentuais no período. Ao mesmo tempo, a percepção de piora financeira diminuiu 2,4 p.p, representando agora 12% dos entrevistados. Por outro lado, 39% consideram que a situação financeira permaneceu a mesma, uma queda de 0,4 p.p no período.

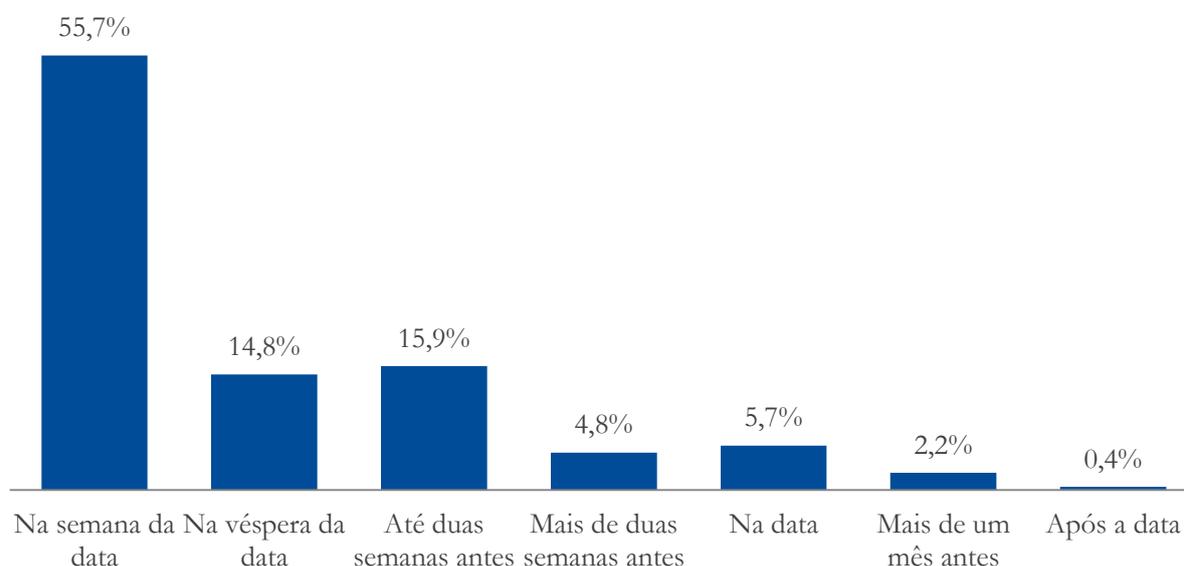
### Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Os entrevistados também foram questionados sobre quando pretendem realizar suas compras. A maioria (55,7%) planeja fazer as compras na semana da data. Aqueles que pretendem antecipar as compras (mais de um mês antes, mais de duas semanas antes, e até duas semanas antes) representam 22,9% dos entrevistados. Enquanto isso, 14,8% planejam fazer as compras na véspera; 5,7% no próprio dia e 0,4% após a data.

### Quando pretende realizar a maior parte das compras

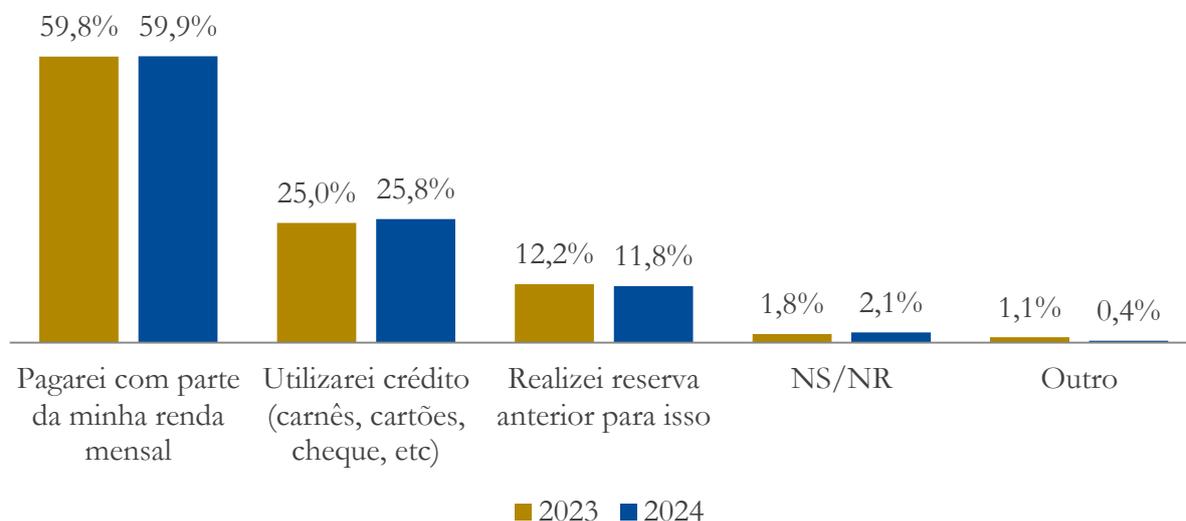


Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

### Recursos e forma de pagamento principal

Os dados revelam mudanças sutis nas fontes de pagamento das compras para o Dia dos Pais de 2023 para 2024. A maioria dos consumidores, 59,9%, planeja usar parte de sua renda mensal, um aumento de 0,1 p.p. O uso de crédito subiu para 25,8%, com um crescimento de 0,8 p.p. Em contrapartida, a utilização de reservas anteriores diminuiu para 11,8%, uma queda de 0,4 ponto percentual. A porcentagem de entrevistados que não souberam ou não responderam aumentou para 2,1%, crescendo 0,3 ponto percentual, enquanto o uso de outros recursos caiu para 0,4%, uma redução de 0,7 ponto percentual.

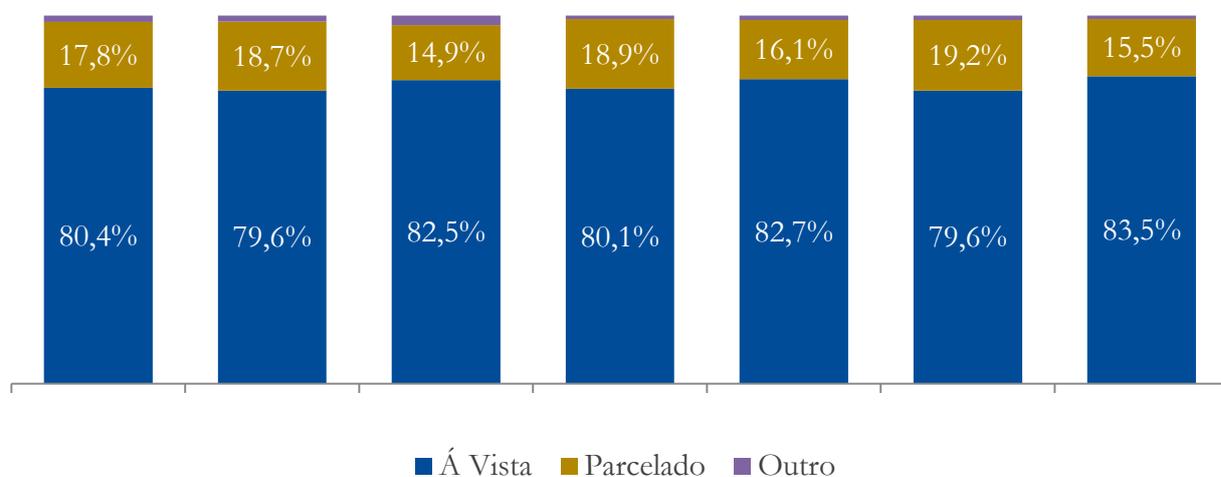
### Qual recurso utilizará para realizar as compras



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

No que diz respeito à forma de pagamento, a preferência pelo pagamento à vista continua predominando, sendo a escolha de 83,5% dos consumidores. Esta opção teve um aumento de 3,9 pontos percentuais em relação ao ano anterior. Em contrapartida, o pagamento parcelado caiu 3,7 pontos percentuais, sendo escolhido agora por apenas 15,5% dos consumidores.

### Forma de pagamento principal

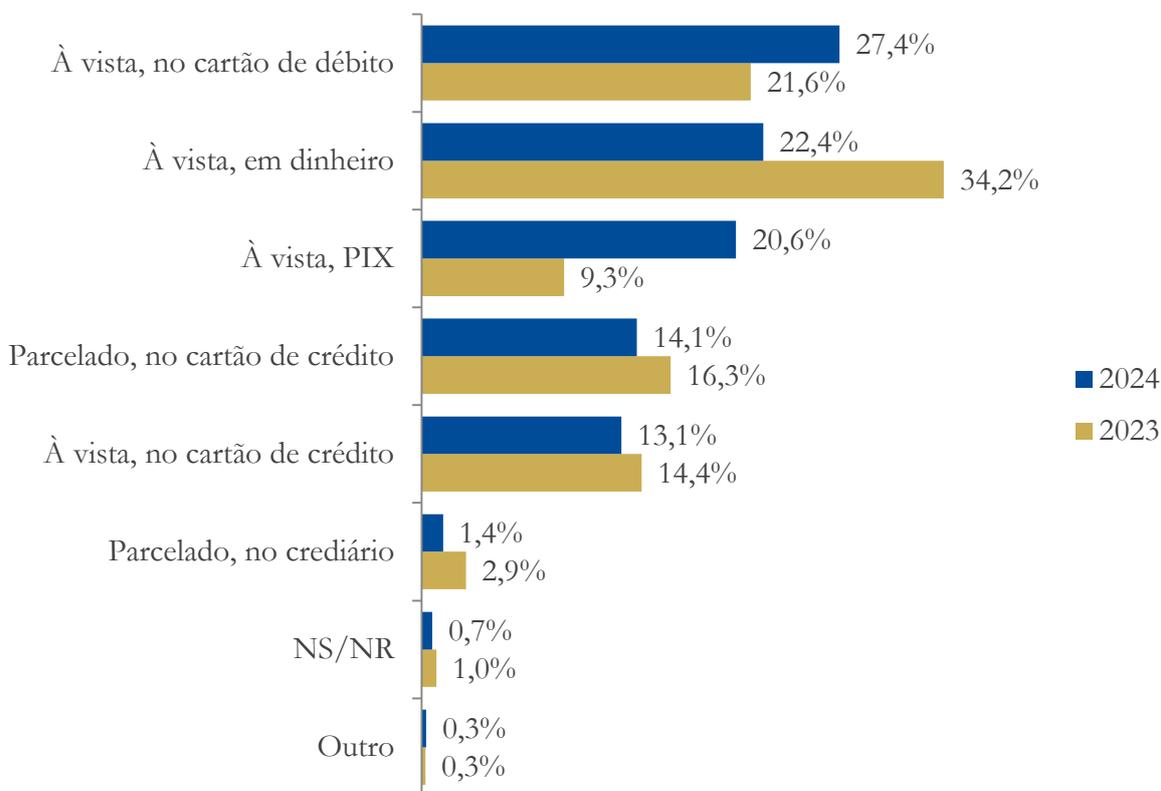


Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

## Modalidades de pagamento

Em 2024, a forma de pagamento mais utilizada pelos consumidores para a compra de presentes do Dia dos Pais é o pagamento à vista no cartão de débito, escolhido por 27,4%, representando um aumento de 5,8 pontos percentuais em relação a 2023. Em seguida, 22,4% dos consumidores optaram por pagar à vista em dinheiro, embora essa preferência tenha caído 11,8 pontos percentuais. O pagamento à vista via PIX experimentou um aumento significativo, passando de 9,3% para 20,6%, um crescimento de 11,3 pontos percentuais. O pagamento parcelado no cartão de crédito foi a escolha de 14,1%, uma redução de 2,2 pontos percentuais, enquanto 13,1% preferiram pagar à vista no cartão de crédito, uma diminuição de 1,3 pontos percentuais. Apenas 1,4% optaram pelo parcelamento no crediário, uma queda de 1,5 pontos percentuais.

## Como pretende pagar a compra dos presentes



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

## Meios de divulgação e ação do comércio para escolha do estabelecimento

Em 2024, os principais meios de divulgação e atração que mais influenciam os consumidores na escolha de estabelecimentos para compras são as vitrines ou exposições de produtos (27%), apesar de uma queda de 7,6 p.p. no período. Redes sociais seguem em segundo lugar, influenciando 21,0% dos consumidores, o que representa uma leve redução de 1,2 p.p. em comparação a 2023. A recomendação de amigos ou família cresceu ligeiramente, alcançando 17,7%, um aumento de 0,9 p.p. Surpreendentemente, 11,9% dos consumidores afirmam não serem influenciados por nenhum meio específico, um aumento considerável de 8,9 p.p. em relação ao ano anterior.

### Meios de divulgação/atração mais influenciam os consumidores



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

As ações do comércio mais valorizadas pelos consumidores neste ano são o preço (27,9%), a qualidade do produto (23%), as promoções (18,9%) e o atendimento (16,6%).

Embora seja indicada como o principal atributo, a importância dada ao preço caiu 4,5 p.p. no período, assim como ao preço (5,3 p.p.), enquanto à qualidade do produto cresceu 0,9 p.p. A importância dada às promoções caiu 3,8 p.p. Outra ação do comércio muito importante os consumidores é a qualidade do atendimento, que cresceu 3,7 p.p. Outros aspectos relevantes são a variedade de marcas, a experiência anterior com o atendimento e a facilidade no pagamento.

#### Ação do comércio para a escolha do estabelecimento

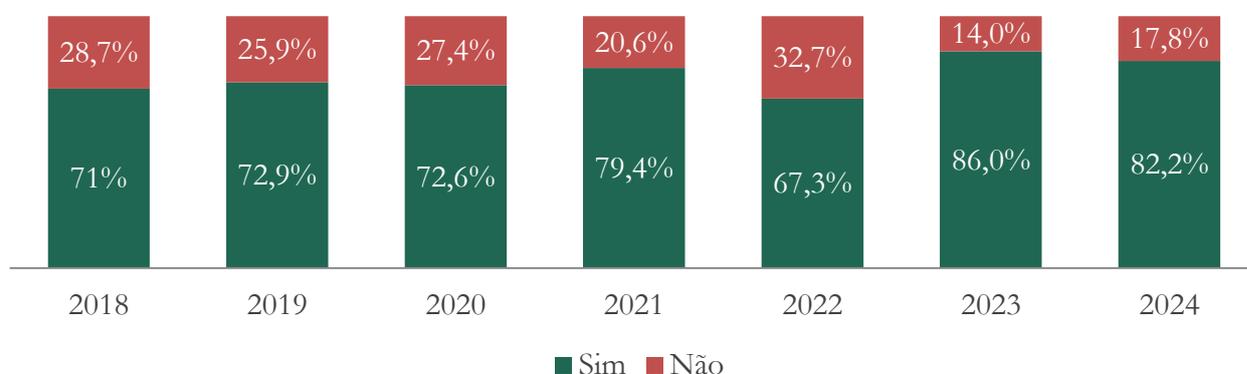


Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

## Pesquisa de preço e local de compra

A relevância do preço como um fator importante para os consumidores de Santa Catarina é evidenciada pelo fato de que 82,2% dos entrevistados planejam conduzir alguma forma de pesquisa de preço para a compra de presentes. No entanto, houve uma queda de 3,8 p.p. entre aqueles que realizarão essa pesquisa, enquanto houve um aumento de 3,8 p.p. entre aqueles que optarão por não fazê-la.

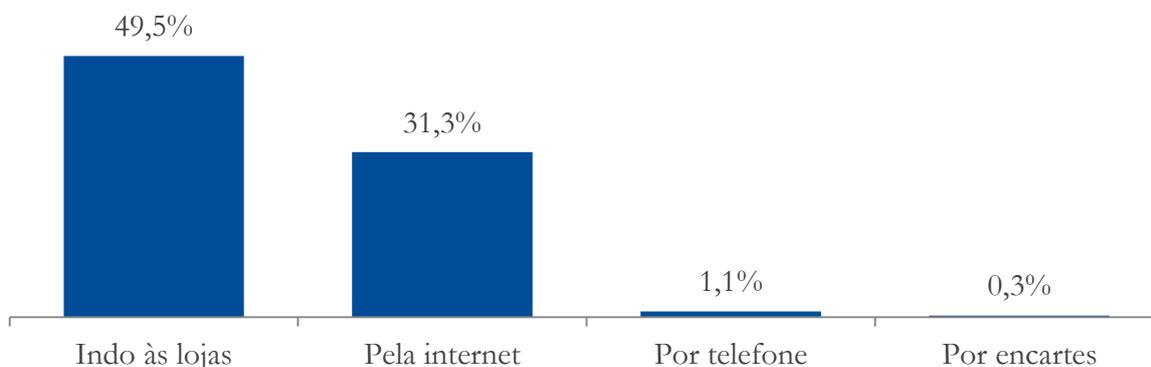
### Percentual dos entrevistados que farão pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Entre os que realizarão pesquisa de preço, a forma predominante será visitar lojas físicas. A pesquisa de preço pela internet é a escolha de 31,3% dos entrevistados, refletindo uma queda de 4,8 p.p. durante o período. As pesquisas por telefone (1,1%) e por encartes (0,3%) têm menor representatividade entre os tipos de pesquisa de preço.

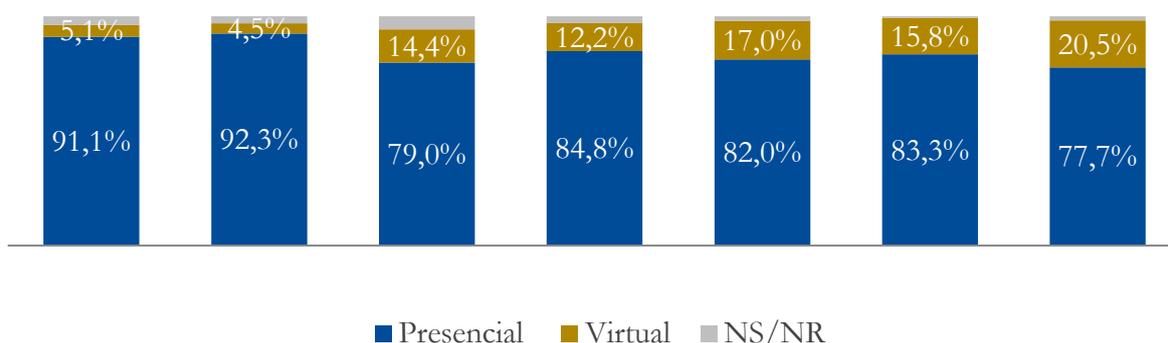
### Tipos de pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Mesmo com o avanço da internet como modo de compra, a opção presencial predomina entre os consumidores catarinenses (77,7%). Todavia, houve recuo de 5,6 p.p. em relação à mesma data no ano passado. Enquanto isso, as compras pela internet cresceram 4,7 p.p., sendo a opção para 20,5% dos consumidores.

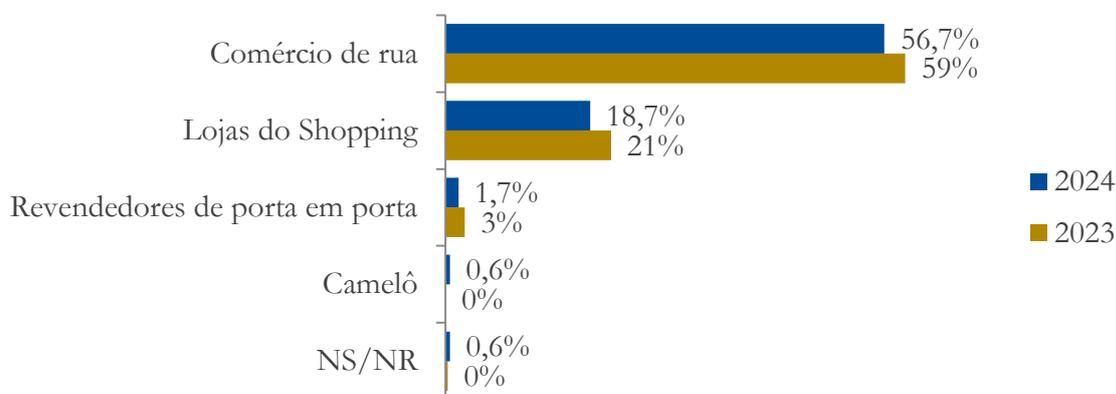
### Local de Compra



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Dentre os principais locais presenciais para a realização das compras, o comércio de rua (57%) mantém sendo o principal destino dos consumidores. Mas a escolha por esse local caiu 2,7 p.p. As lojas de shopping continuam em segundo lugar (18,7%), mas também com queda de 2,7 p.p. sobre o resultado do ano anterior. Na sequência, aparecem as categorias ‘revendedores’, com 1,7% e camelô (0,6%).

### Principais locais para as compras



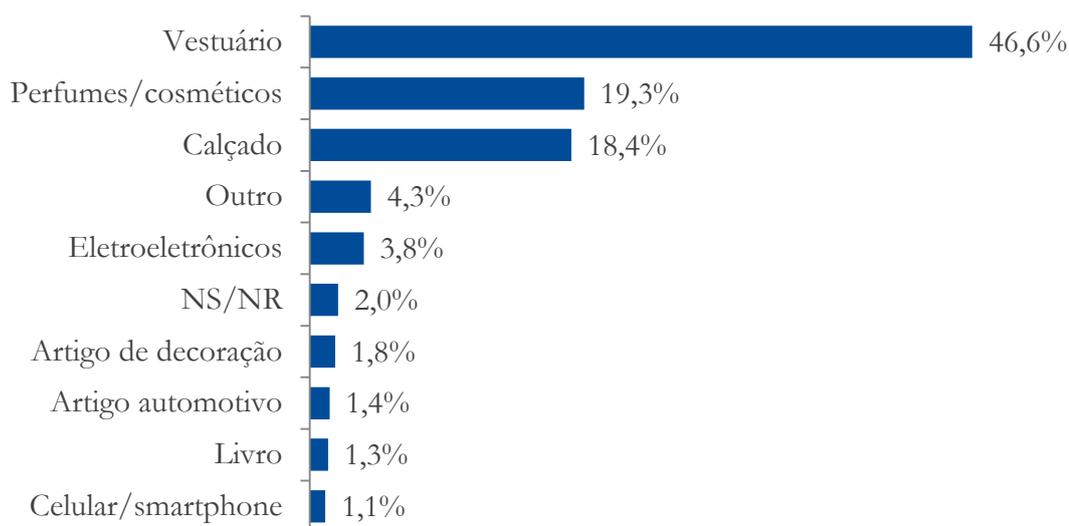
Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

## Tipos de presentes

A maior parte dos consumidores presenteará com itens de vestuário (46,6%); perfumes/cosméticos (19,3%) e calçados (18,4%). Outros presentes são: relógios, bebidas, ferramentas e churrasqueiras.

Em relação ao Dia dos Pais do ano passado, a opção por itens de vestuário caiu 4,6 pontos percentuais, enquanto presentes relacionados aos itens de perfumaria e cosméticos cresceram 3 p.p. Os artigos eletroeletrônicos também se destacaram neste ano, com crescimento de 1,9 p.p. na preferência dos consumidores.

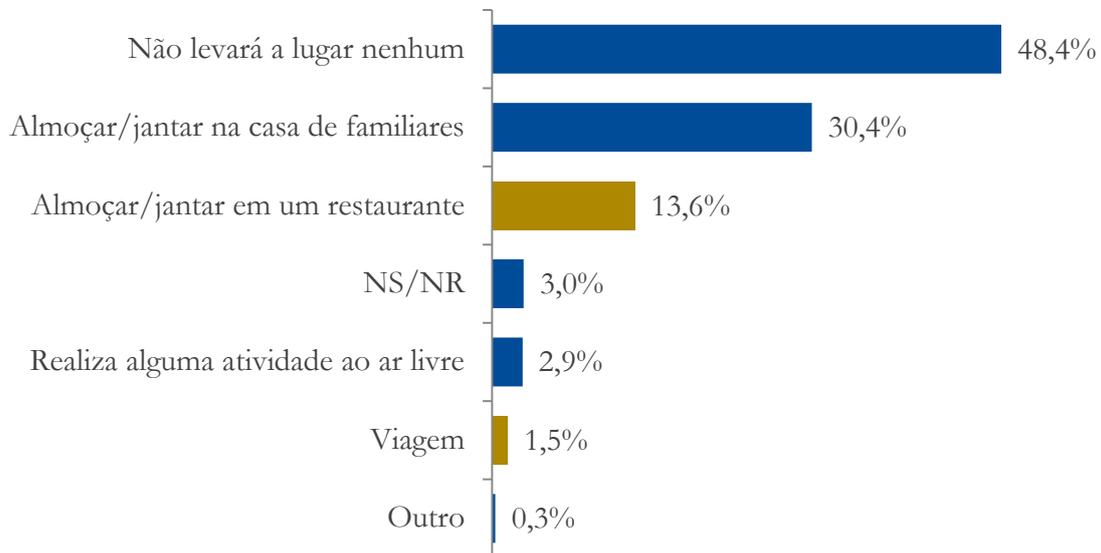
## Presente



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Além de movimentar o comércio, o Dia dos Pais também traz impactos para o setor de serviços. Neste ano, 13,6% dos filhos pretendem levar seu pai para almoçar ou jantar em algum restaurante e 1,5% pretende viajar. O percentual de 3% dos entrevistados que ainda não sabem o que farão na data destaca uma oportunidade para o setor de serviços. Esse pode atrair esses consumidores através das estratégias mencionadas neste relatório, como o uso das redes sociais, a oferta de um atendimento de qualidade e descontos nos preços.

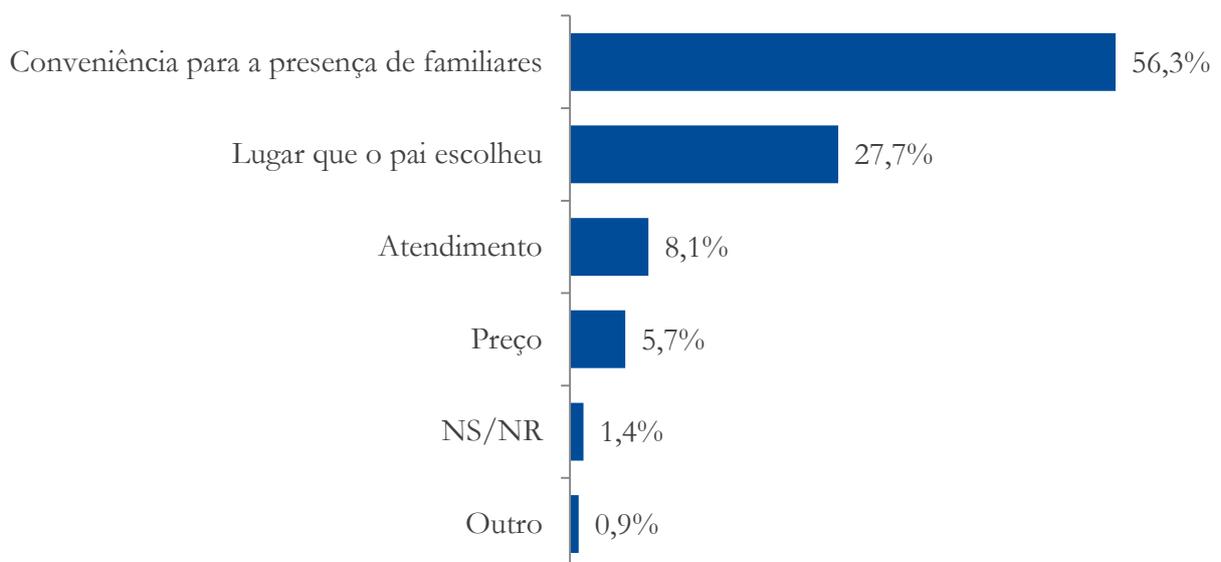
## Passeio



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos 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 (56,3%), seguido pelo lugar que o pai escolheu (27,7%). E, na sequência, aparecem o motivo a qualidade do atendimento (8,1%) e o preço (5,7%).

## Motivo



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

## CONCLUSÃO

As expectativas para a economia de Santa Catarina no próximo Dia dos Pais são bastante otimistas. A melhora da financeira dos consumidores, juntamente com um aumento na intenção de gastos, indica um crescimento nas vendas e na prestação de serviços. Vários setores deverão se beneficiar dessa tendência positiva.

O principal destaque positivo da pesquisa foi o aumento nominal de 18,6% na intenção de compra, que alcançou 231 reais – o valor mais alto já registrado na série histórica. Em termos reais, o aumento foi de 13,4%.

Os comerciantes de vestuário, perfumes/cosméticos, calçados e eletroeletrônicos serão os mais beneficiados, pois esses são os presentes que os filhos indicaram ter maior intenção de comprar. Mas as expectativas positivas não se limitam a esses itens. O setor de serviços também será favorecido pela data, com 13,6% dos entrevistados planejando levar seus pais para almoçar ou jantar em restaurantes, e 1,5% planejando viajar, principalmente para outros municípios do estado, para o Rio Grande do Sul ou Paraná.

Com a perspectiva de aumento dos gastos, é importante que os comerciantes e prestadores de serviços fiquem atentos aos preços, à qualidade do produto, às promoções e ao atendimento, que foram sinalizados pelos consumidores como os atributos mais importantes para a escolha do local de compra.

Outro ponto positivo é o aumento de 2,4 p.p. na percepção de melhora da situação financeira. Para 48,7% dos consumidores as finanças estão melhores em comparação com o Dia dos Pais do ano passado. Como resultado, o orçamento disponível para consumo aumenta. Neste ano, 59,9% dos filhos pretendem pagar suas compras com parte da renda disponível, principalmente no cartão de débito (27,4%).

As compras devem ficar concentradas durante a semana que antecede a data, pois 55,7% dos consumidores indicaram essa situação. As compras presenciais continuam sendo preferida dos consumidores, principalmente indo ao comércio de rua (56,7%) às lojas de shopping (18,7%). Mesmo assim, é importante ficar atento ao crescimento de 4,7 p.p. na opção por compras online. Com isso, também se deve marcar presença e adotar estratégias de posicionamento nas redes sociais para aumento das vendas.