



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

Intenção de Compras de Dia das Mães 2023

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 2023

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	3
PERFIL DOS CONSUMIDORES	4
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES.....	6
CONCLUSÃO	15

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 preparar o empresário do setor com informações relevantes para um melhor aproveitamento do movimento.

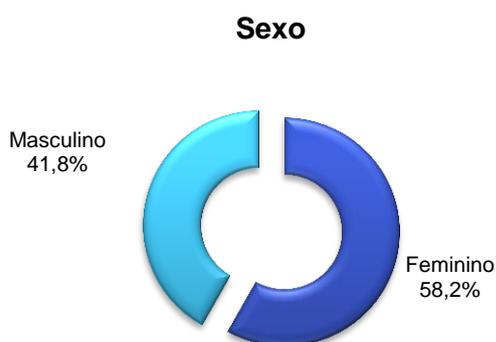
A amostra foi de 2.099 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 29 de março e 11 de abril de 2023. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Itajaí, Joinville e Lages.

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%.

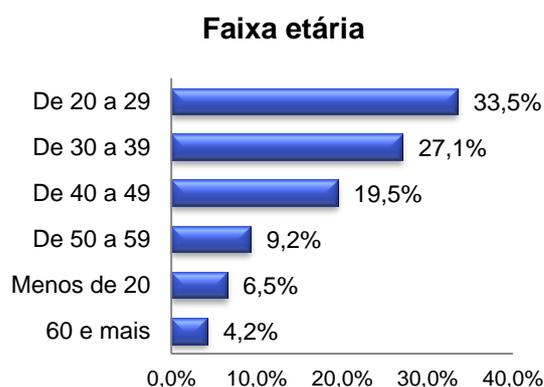
Foram aplicadas 20 perguntas, sendo 17 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e 3 aberta. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

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

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 (58,2%) jovens, com idade entre 20 e 29 anos (33,5%). Quanto ao estado civil dos entrevistados, 47,4% estão solteiros e 46,9% são casados/união. Em relação ao grau de escolaridade dos consumidores, a maioria tem ensino médio 59,6%, enquanto 18,6% possuem nível superior.

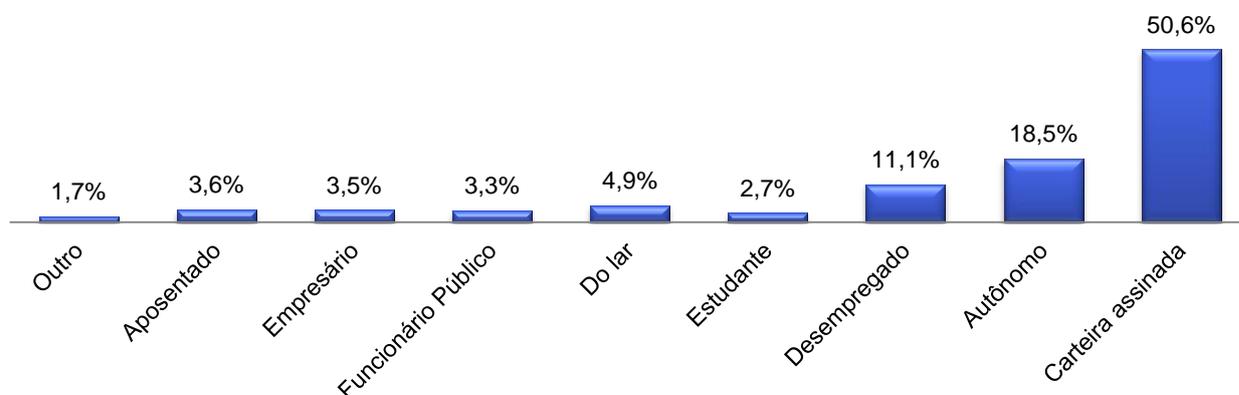


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

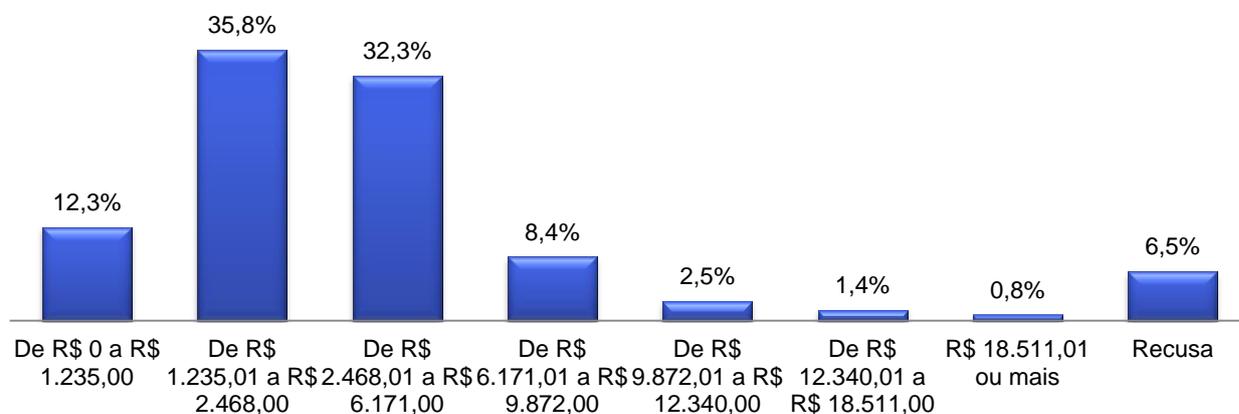
Ocupação



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além disso, a maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (50,6%), seguido de autônomos (18,5%) e desempregados (11,1%), cuja distribuição de rendimento mensal médio da família é predominantemente entre as faixas de R\$ 1.235,01 a R\$ 2.468,00 (35,8%) e de R\$ 2.468,01 a R\$ 6.171,00 (32,3%).

Renda média mensal familiar



INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES

A importância que o consumidor catarinense atribui à data comemorativa do Dia das Mães pode ser observada, entre outros fatores, na escalada do valor da intenção de gasto com a aquisição de presentes. Após forte queda em 2020 de 18,4%, a intenção de gasto médio dos consumidores avança pelo terceiro ano consecutivo. Desta maneira, os consumidores catarinenses pretendem gastar em média em 2023 o montante de R\$ 211,33, aumento de 7,5% diante do ano anterior, de 30,0% em relação a 2021 e de 53,8% com o de 2020. Em termos nominais, é a intenção de gastos para o Dia das Mães de 2023 é a maior da série.

Apesar da sequência de alta, a intenção média em termos reais não recuperou o nível pré-pandemia e está 1,7% menor que 2019 (R\$ 215,02) e 4,0% abaixo de 2018 (R\$ 220,03). Esse resultado reforça a pressão dos níveis de preços na redução do poder de compra dos consumidores. Entre maio de 2018 e março de 2023, a inflação oficial (IPCA) acumulada foi de 28,81%. Ainda sim, em termos reais, a intenção de gasto em 2023 é 2,7% superior a de 2022.

Intenção de Gasto – Valor Nominal e Real*

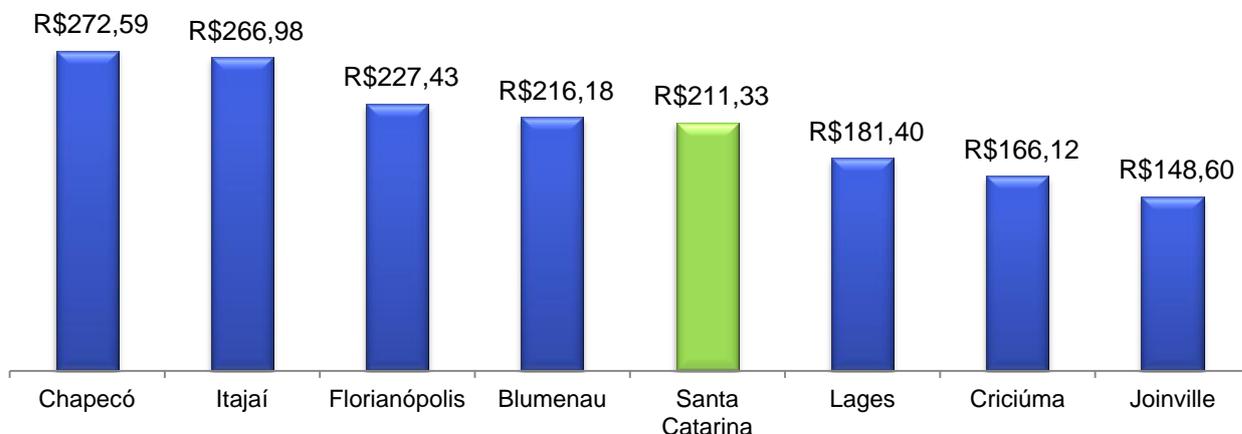


Os dados foram corrigidos com base no Índice de Preço do Consumidor Amplo (IPCA) e representam os valores reais para o ano de 2023.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ainda em termos de gasto médio dos consumidores, observa-se que os filhos intencionam gastar um pouco mais do que as filhas. Enquanto os homens declararam uma intenção de gasto médio de R\$ 236,84, as mulheres revelaram que pretendem gastar R\$ 192,98 nesta data. Já em termos de cidades pesquisadas, registra-se que a maior intenção de gasto, independente do sexo do entrevistado, ocorreu em Chapecó (R\$ 272,59) e a menor em Joinville (R\$ 148,60).

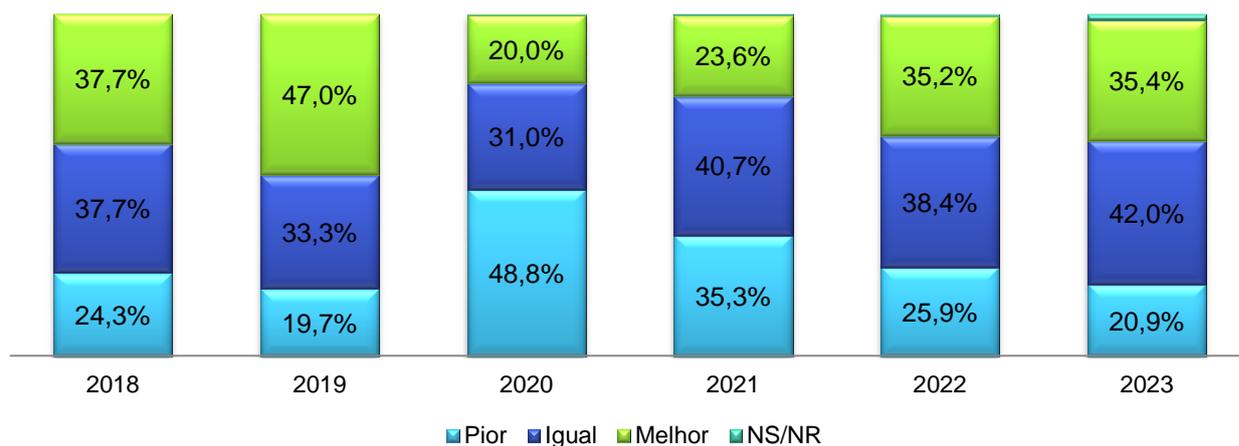
Intenção de gasto nas cidades pesquisadas



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para uma melhor prospecção da data também é importante avaliar a evolução da situação financeira das famílias. Neste ano, a auto declaração sobre a condição financeira manteve-se semelhante ao do ano anterior, refletindo um cenário mais positivo na economia. Assim, a maioria dos entrevistados relatou que estão em situação financeira igual (42,0%), bem como um ligeiro aumento no grupo de famílias com melhora nas condições financeiras, passando de 35,2% para 35,4%. Mesmo assim, 20,9% dos entrevistados indicam estar em situação pior que em 2022. Este percentual é o menor desde o início da pandemia e bastante próximo ao de 2019 (19,7%).

Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior

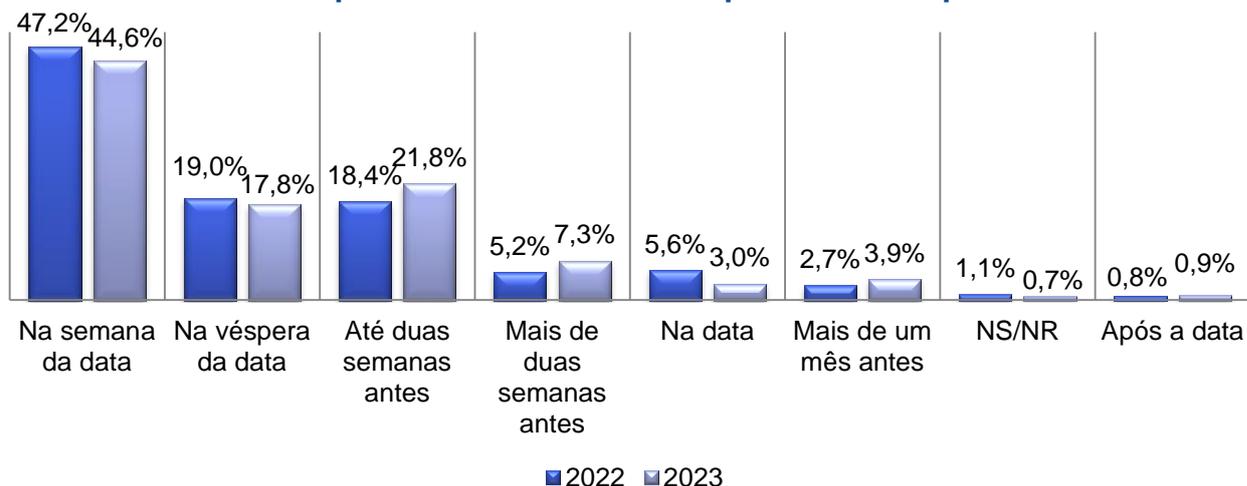


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para averiguar a realização da demanda em termos temporais, também foi perguntado aos entrevistados quando pretendiam realizar as compras do Dia das Mães. Segundo os entrevistados, 65,4% deles devem realizar a maior parte das compras durante a semana que antecede a data comemorativa, resultado inferior ao do

ano anterior, quando o percentual foi de 71,8%. Desse total, 17,8% indicam que a compra pode ser realizada na véspera da data e 3,0% no dia da data. Já, 21,8% pretendem realizar as compras em até duas semanas antes da data e 3,9% mais de um mês antes.

Quando pretende realizar a maior parte das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados também mostram que o planejamento do consumidor em relação aos recursos financeiros que utilizará para realizar as compras não se alterou significativamente de 2022 para 2023. Embora, houve queda de 5,1 pontos percentuais (p.p.) no grupo que pretende pagar com parte da renda mensal, este ainda constitui a maioria com 51,1% dos entrevistados. Em seguida, com aumento de 1,9 p.p., 27,1% declararam que utilizará alguma forma de crédito como os carnês e/ou o próprio cartão de crédito. E o percentual dos que realizaram reserva anterior para compra os presentes às mães, passou de 15,2% para 14,9%, uma ligeira alta de 0,3 p.p. Chama atenção ainda, o percentual de entrevistados que estão indecisos, 6,4%, o que pode ser interpretado como um potencial para o comércio.

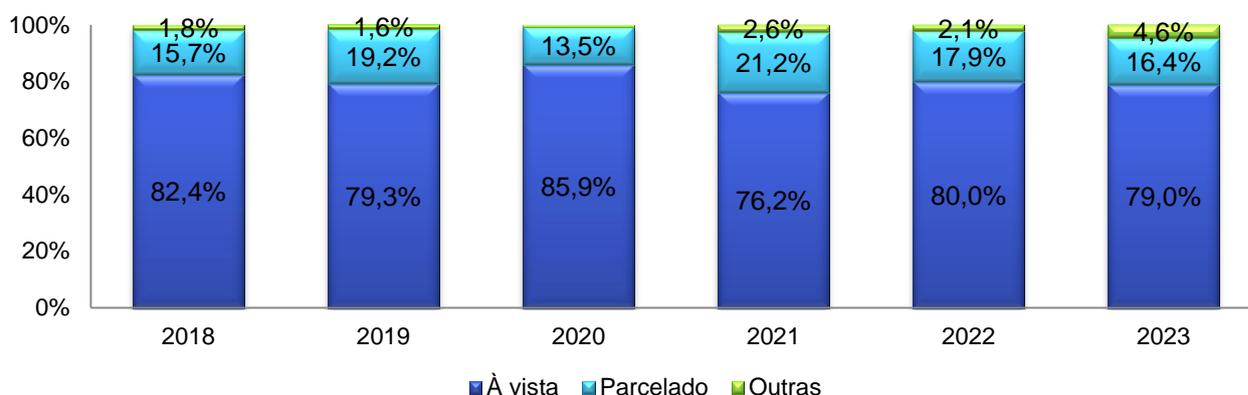
Qual recurso utilizará para realizar as compras



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, alcançando 79,0% dos entrevistados, redução de 1,0 p.p. frente ao ano anterior. Esse comportamento é equivalente à média do pagamento à vista em 2019, que foi de 79,3%, resultado que indica que para o Dia das Mães a forma preponderante de pagamento não mudou mesmo com os efeitos da pandemia. As compras parceladas foram citadas por 16,4% dos consumidores, queda de 1,5 p.p. frente a 2022.

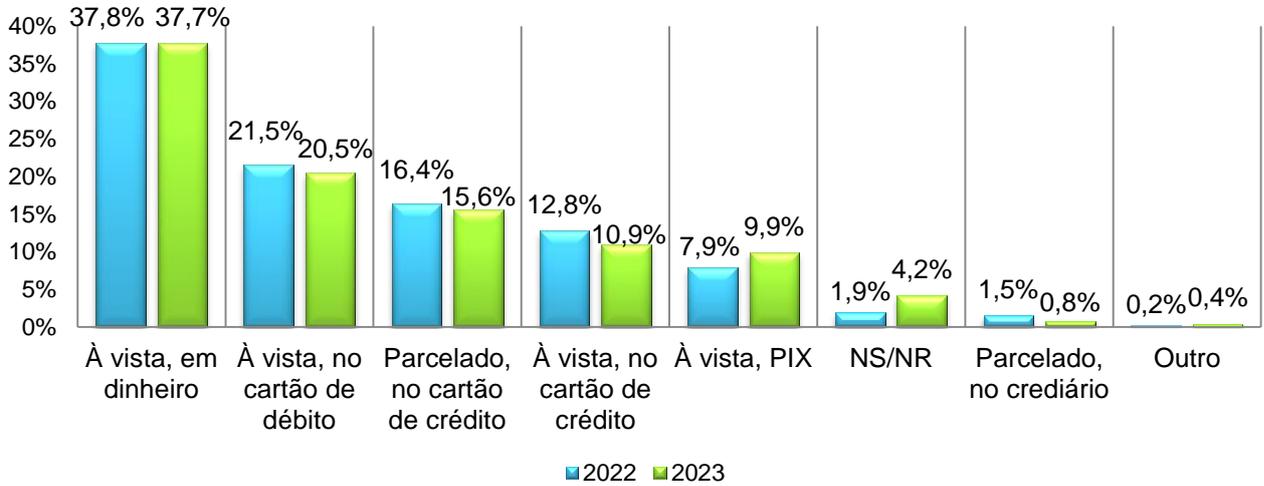
Forma de pagamento principal



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ao analisar as modalidades de pagamento de forma detalhada nota-se que houve estabilidade em quase todas as alternativas. As exceções foram o PIX e o à vista no cartão de crédito. A modalidade PIX está crescendo desde o seu lançamento, no final de 2020, e passou de 7,9% para 9,9% dos consumidores na pesquisa deste ano, alta de 2,0 p.p. Por outro lado, a modalidade à vista no cartão de crédito passou de 12,8% para 10,9%, uma redução de 1,9 p.p. Ademais, a principal modalidade citada pelos entrevistados continua a ser o dinheiro em espécie (37,7%), seguido do cartão de débito (20,5%). Aqueles que estão indicando o parcelamento preferem usar o cartão de crédito (15,6%), com mais frequência do que o crediário (0,8%).

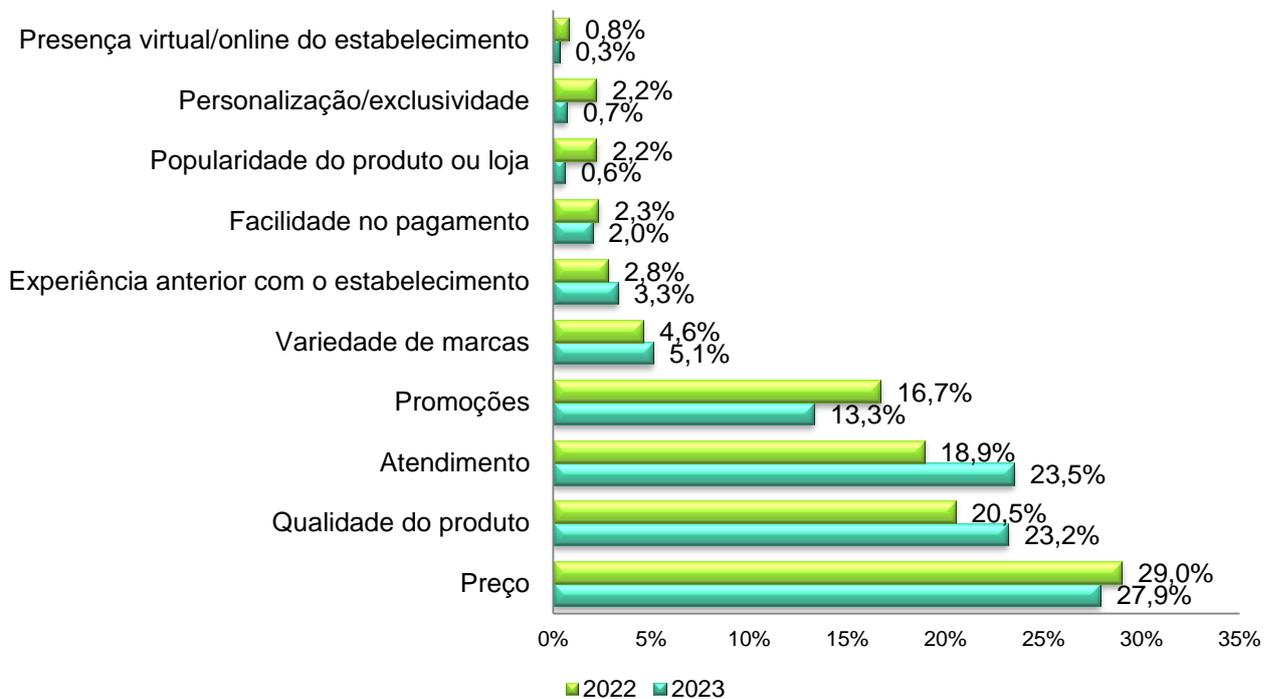
Como pretende pagar a compra desses presentes? Por modalidade



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para o empresário, é importantíssimo saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim como em anos anteriores, neste ano, o principal atributo será o preço para a escolha do estabelecimento, informado por 27,9% dos consumidores. Em seguida também foi observada a importância do atendimento (23,5%), da qualidade do produto (23,2%) e promoções (13,3%).

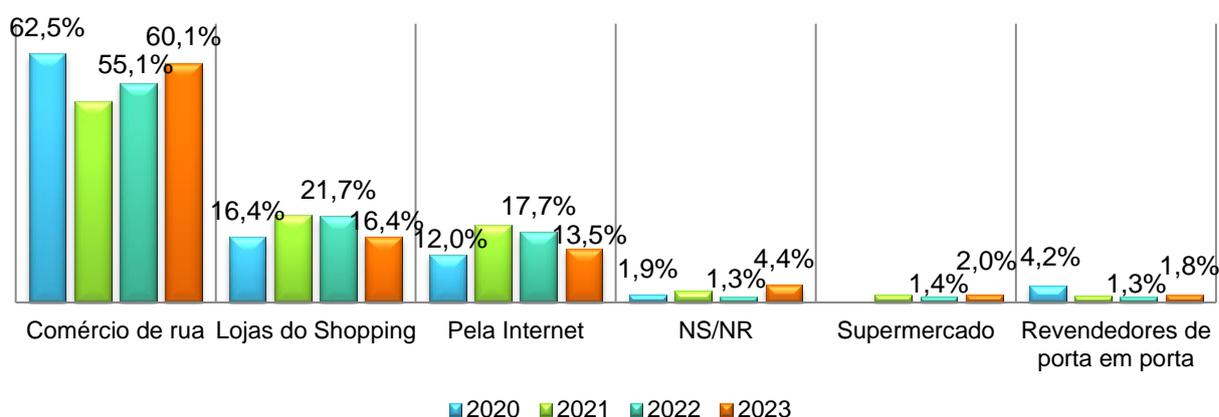
Ação do comércio para a escolha do estabelecimento



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua permanece sendo opção da maioria dos catarinenses (60,1%), alta de 5,0 p.p frente ao ano anterior. A segunda opção foi os *Shoppings Centers* (16,4%), seguido das compras pela internet (13,5%). Ainda merece destaque o percentual de 4,4% de entrevistados que não sabem onde realizarão as compras para a data- o percentual de indecisos é o maior observado até então.

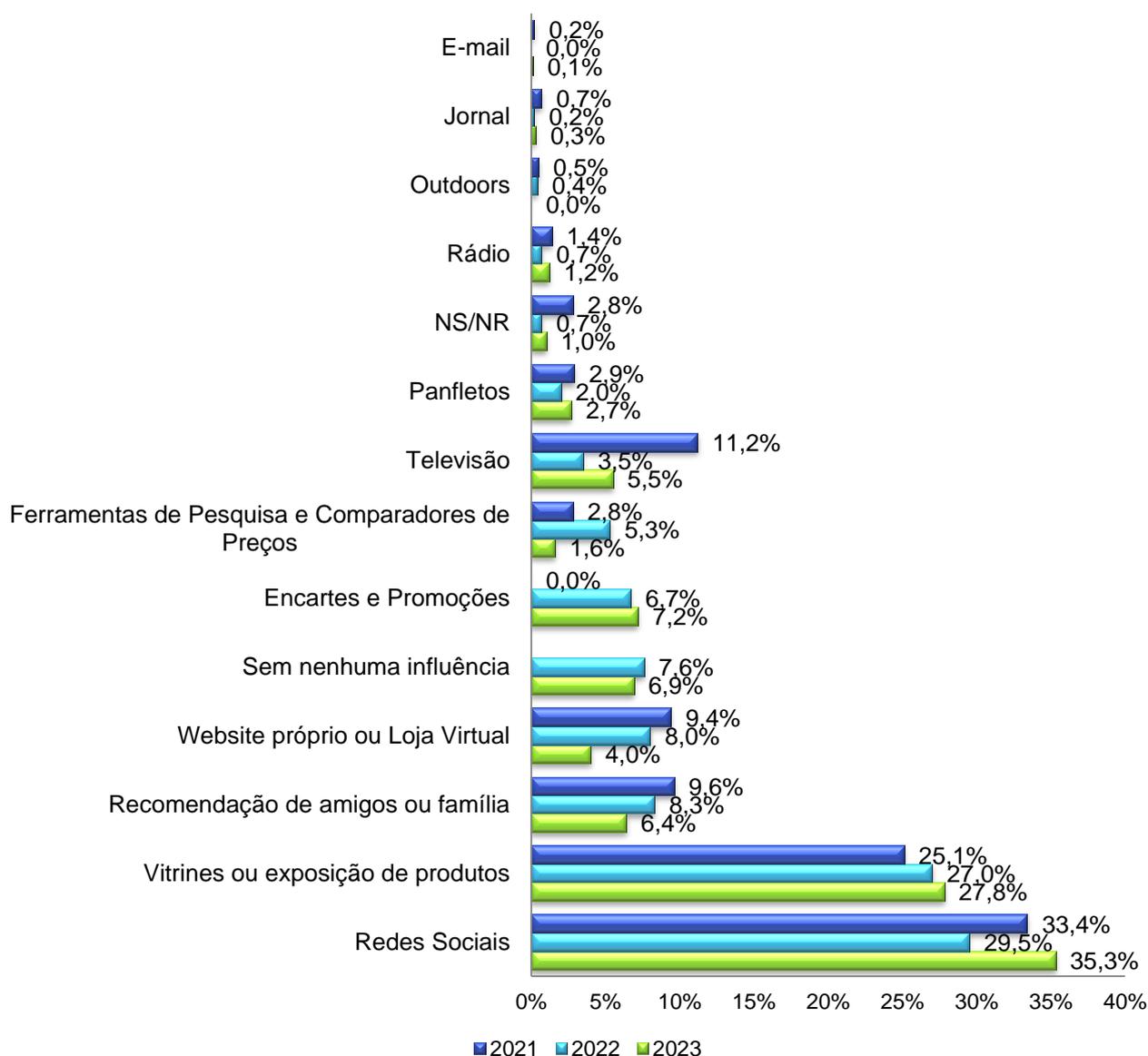
Local da compra



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os consumidores catarinenses apontaram que as redes sociais (35,3%) são o principal meio que mais influencia na escolha dos locais para a compra, aumento de 5,8 p.p. diante do ano passado. As vitrines ou a exposição dos produtos na loja (27,8%) são a segunda opção dos entrevistados, seguido de encartes e promoções (7,2%). A tradicional recomendação de amigos ou família figura em quinto lugar com 6,4% das respostas, atrás até mesmo do grupo que declara que não sofre influência alguma (6,9%).

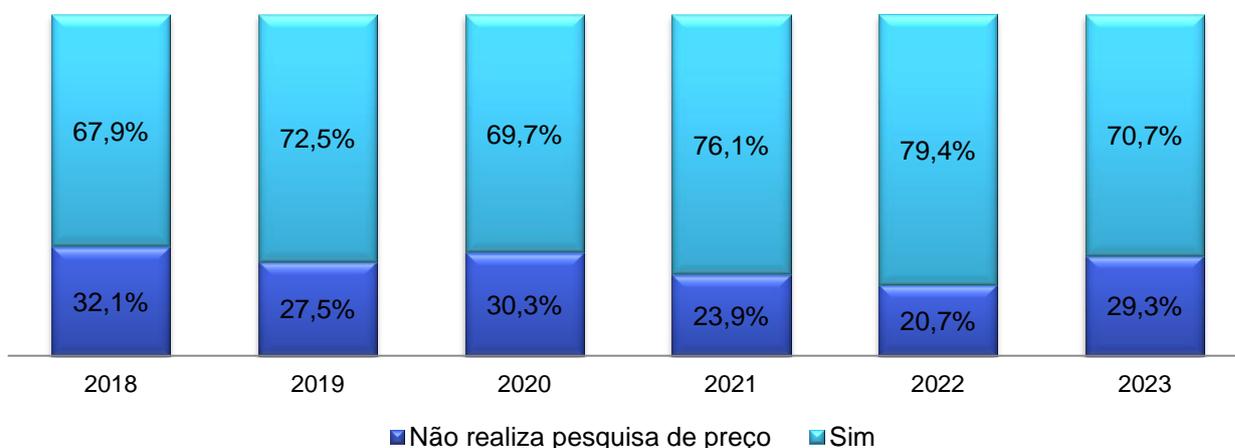
Meios de divulgação/atração que mais influenciam escolha do estabelecimento



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A visão de que os preços são importantes para os consumidores de Santa Catarina também é demonstrada pelo fato de que 70,7% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para a compra dos presentes. O resultado é semelhante à média pré-pandemia (70,2%) e ainda é 1,0 p.p. superior ao registrado em 2020. Entretanto, em relação ao percentual do ano passado há uma redução de 8,7 p.p. O que demonstra que o impacto do processo inflacionário na data anterior era mais severo do que na data atual.

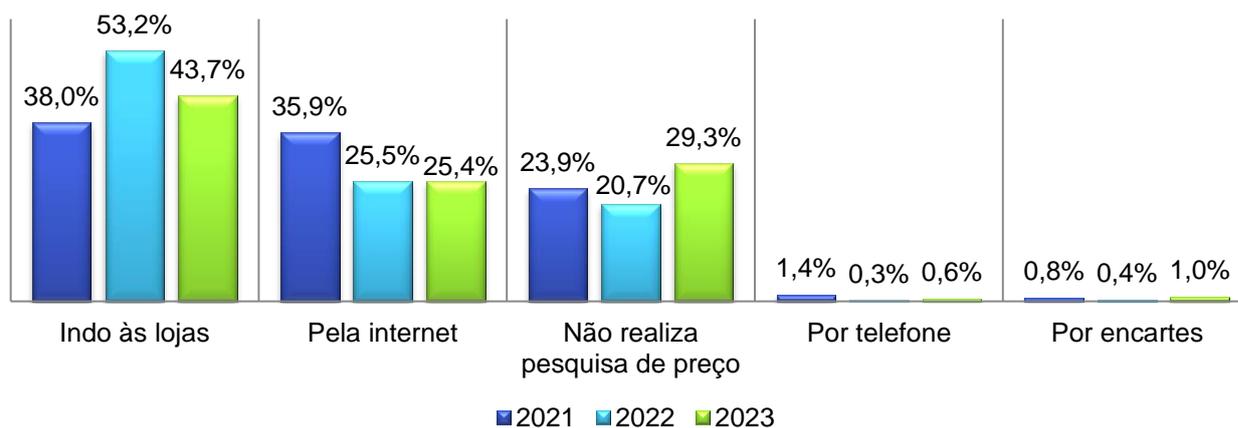
Realizará pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além disso, o consumidor também tende a estar mais presente no comércio de rua para realizar as pesquisa de preço, 43,7%, enquanto que pela internet o percentual é de 25,4%. Cabe destaque a elevação dos entrevistados que declararam não realizar pesquisa de preço passando de 20,7% em 2022 para 29,3% em 2023. O movimento pode ter sido influenciado pela importância que o consumidor atribui à data em adição a sua sensação de segurança no mercado de trabalho, conforme divulgado anteriormente na Pesquisa do Índice de Confiança das Famílias (ICF), o qual cresceu pelo décimo segundo mês consecutivo em março de 2023.

Tipos de pesquisa de Preço

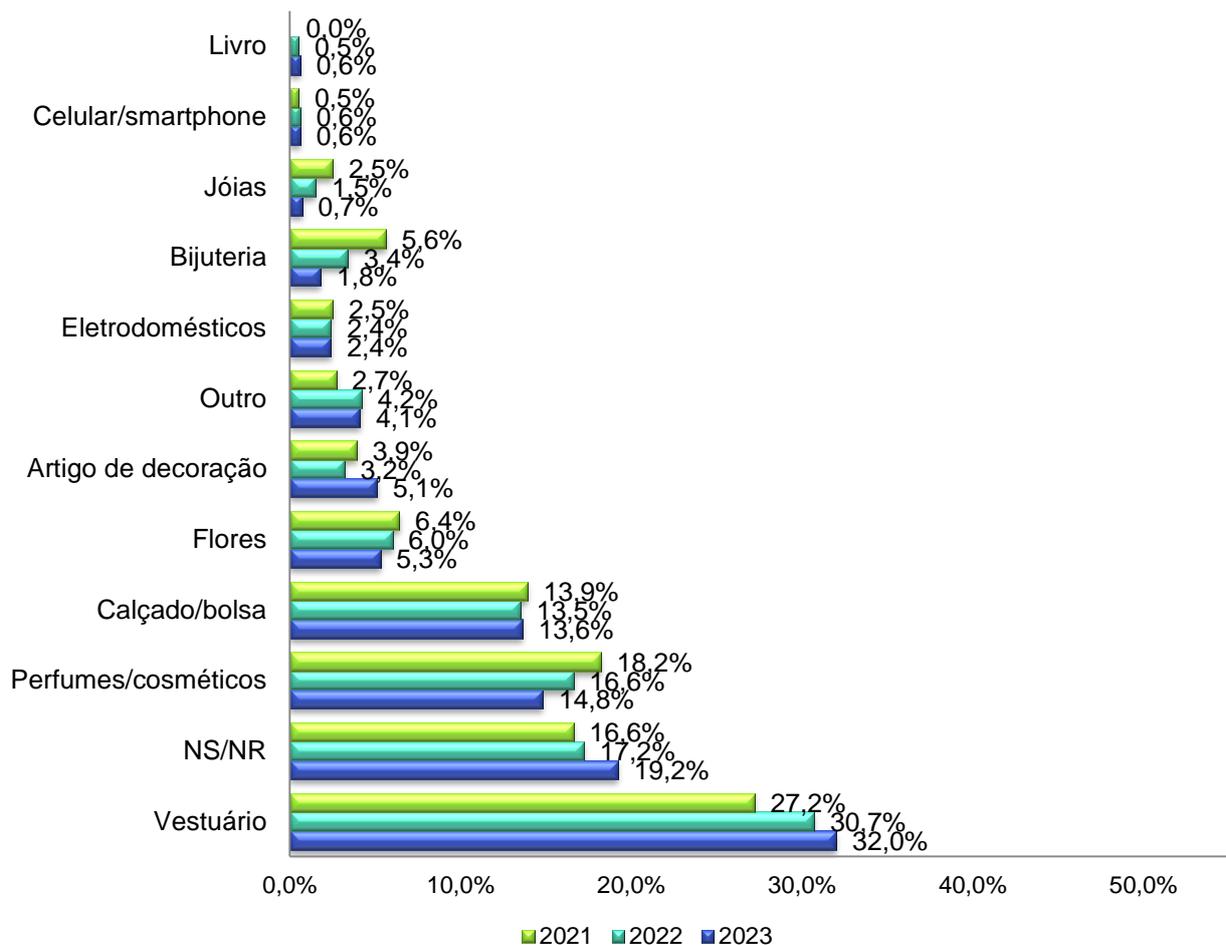


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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 (32,0%), seguido pelo setor de perfumes/cosméticos (14,8%) e pelo de calçados/bolsas (13,6%). Esses principais produtos apontados pelos consumidores foram equivalentes ao do ano

anterior na escala de preferência. Ainda se destaca o elevado percentual de consumidores que se declararam indecisos na escolha do presente para as mães, 19,2%. Em termos absolutos este é o segundo maior percentual apontado pelos entrevistados e sinaliza um grande espaço para a ação dos comerciantes na tentativa de cativar os clientes.

Tipo de Presente

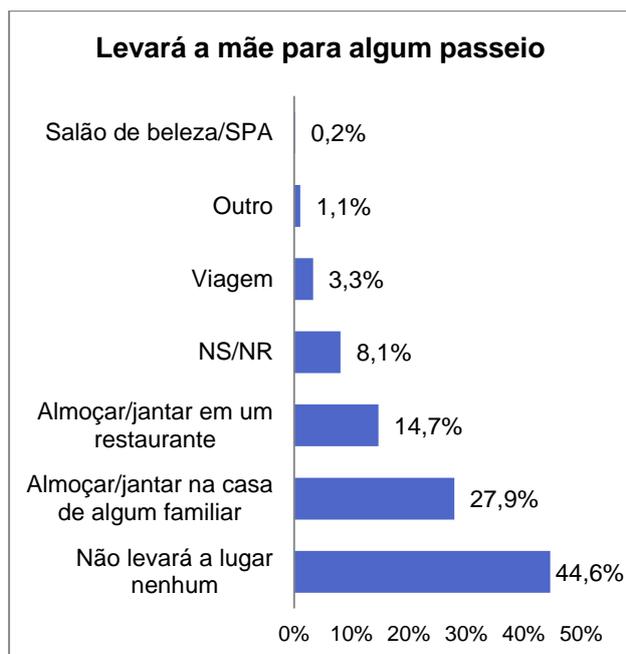


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além de movimentar o comércio tradicional, o Dia das Mães também traz impactos para o setor de serviços e turismo. 47,3% dos consumidores informou que levará a mãe em algum passeio, enquanto, 44,6% não a levarão em lugar algum. Entre os que pretendem fazer alguma programação especial, predomina almoçar/jantar na casa de algum familiar (27,9%), seguido de almoçar/jantar em um restaurante (14,7%). O nível de indecisos também é considerável, 8,1% dos entrevistados ainda não decidiram se levarão as mães para algum passeio especial na data.

Para finalizar a pesquisa, a Fecomércio SC indagou o motivo para a escolha da programação, sendo que a conveniência para a presença dos familiares prevaleceu

(62,3%). Em segundo lugar e citado por 27,6% dos entrevistados, a programação especial será no lugar que a mãe escolheu. E, em terceiro lugar, o fator preponderante foi o preço (2,9%). Tendo este último uma redução significativa em relação à data anterior. No Dia das Mães de 2022, 11,3% dos que declararam que levariam a mãe para passear, disseram que a escolha do local teria sido baseada no preço.



fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

Em 2023, a expectativa de gasto médio para o Dia das Mães em Santa Catarina cresceu 7,5% frente ao ano anterior e está estimada em R\$ 211,33. Este é o terceiro avanço consecutivo e, em termos nominais, é a maior intenção de gastos para o Dia das Mães da série. Em termos reais, a intenção média de gasto em 2023 é 2,7% superior a de 2022, porém, não recuperou o nível pré-pandemia e está 1,7% menor que 2019 (R\$ 215,02) e 4,0% abaixo de 2018 (R\$ 220,03). Resultado que reforça a pressão dos níveis de preços na redução do poder de compra dos consumidores.

Nota-se que a renda tem um papel fundamental, já que a percepção de situação financeira preponderante das famílias apontada na pesquisa semelhante a de 2022. A maioria dos entrevistados relatou que estão em situação financeira igual (42,0%), bem como um ligeiro aumento no grupo de famílias com melhora nas condições financeiras, passando de 35,2% para 35,4%. Mesmo assim, 20,9% dos entrevistados indicam estar em situação pior que em 2022. Este percentual é o menor desde o início da pandemia e bastante próximo ao de 2019 (19,7%)

A pesquisa mostra também que o planejamento do consumidor em relação aos recursos financeiros que utilizará para realizar as compras não se alterou significativamente de 2022 para 2023. A maior parte utilizará recursos oriundos da renda mensal para realizar as compras (51,1%). Em segundo lugar, aparece os que utilizarão alguma forma de crédito como os carnês e/ou o próprio cartão de crédito (27,1%), seguido dos que realizaram reserva prévia para a compra do presente da mãe (14,9%).

A pesquisa constatou que o comércio de rua permanece sendo opção preferida da maioria dos catarinenses, 60,1%, para realizar as compras para a data. A segunda opção foi os *Shoppings Centers* (16,4%), seguido das compras pela internet (13,5%). As compras devem ficar concentradas durante a semana que antecede a data comemorativa, pois 65,4% dos consumidores indicaram essa situação. E o principal momento deve ser a véspera do Dia das Mães, quando 17,8% dos entrevistados pretendem realizar as compras.

O pagamento das compras será predominantemente à vista em (79,0%), com destaque para a elevação do pagamento em PIX, que alcançou 9,9%. As demais modalidades de pagamento não sofreram alterações significativas, sendo que a mais citada pelos entrevistados continua a ser o dinheiro em espécie (37,7%), seguido do cartão de débito (20,5%). Já os que parcelarão as compras, preferem usar o cartão de crédito (15,6%). Além disso, 70,7% dos consumidores irão realizar pesquisa de preço, resultado é semelhante à média pré-pandemia (70,2%) e 8,7 p.p. abaixo do ano de 2022.

Por fim, assim como em anos anteriores os consumidores devem prezar pelo preço (27,9%), a importância do atendimento (23,5%) e da qualidade do produto (23,2%) na hora de decidir o local da compra, a qual será majoritariamente em artigo de vestuário (32,0%), perfumes/cosméticos (14,8%) e calçados/bolsas (13,6%). Além disso, há outras oportunidades para o comércio, devido ao percentual de entrevistados que estão indecisos em relação: ao presente que comprarão (19,2%); se levarão ou não a mãe para algum passeio (8,1%); ao recurso que utilizarão para pagar as compras (6,4%) e; ao local em que realizarão as compras (4,4%).