

Federação do Comércio do Estado de Santa Catarina

# Intenção de compras para a Páscoa 2013

## Conteúdo

Introdução .....	3
Perfil dos consumidores .....	4
Gênero .....	4
Faixa etária .....	4
Escolaridade.....	4
Ocupação .....	5
Renda média mensal familiar .....	5
Intenção de compras para a Volta às Aulas 2013 .....	5
Conclusão .....	20

## Introdução

A Páscoa é um período de intensificação do movimento comercial, principalmente na busca por chocolates. Tendo em vista este acréscimo na atividade comercial, a Fecomércio-SC realizou uma pesquisa para conhecer o perfil das pessoas que compram nesta data e, assim, orientar os empresários do setor com relação a este período. O estudo também pretende revelar as principais tendências de consumo nas compras para a data.

A amostra foi de 2.776 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 7 e 8 de março de 2013. Foram escolhidos seis municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville e Lages. O projeto é realizado em locais de grande fluxo para facilitar a abordagem dos entrevistados.

A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem. A técnica de coleta de dados foi a de entrevista pessoal individual aplicada 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 95,5%, a margem de erro foi estimada entre 4,45 e 4,66 pontos percentuais entre os municípios.

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

## Perfil dos consumidores

Em primeiro lugar, é necessário entendermos o perfil das pessoas que comprarão nesta Páscoa, em Santa Catarina. Abaixo, seguem alguns dados importantes para realizar este objetivo:

### Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Santa Catarina
Feminino	60,43%	50,72%	60,45%	66,01%	66,02%	71,24%	62,40%
Masculino	39,57%	49,28%	39,55%	33,99%	33,98%	28,76%	37,60%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	21,30%	46,38%	52,73%	30,94%	15,70%	33,12%	33,30%
De 26 a 35 anos	31,74%	25,26%	19,32%	26,80%	31,40%	25,49%	26,72%
De 36 a 45 anos	26,96%	19,67%	11,36%	20,04%	24,30%	18,95%	20,28%
De 46 a 55 anos	14,57%	6,00%	10,68%	11,98%	16,77%	14,60%	12,40%
De 56 a 65 anos	3,70%	2,28%	5,00%	6,54%	7,31%	5,45%	5,03%
66 anos ou mais	1,74%	0,41%	0,91%	3,70%	4,30%	1,31%	2,06%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,00%	0,21%	0,23%	0,22%	0,00%	0,87%	0,25%
Fundamental incompleto	11,71%	9,73%	7,27%	2,39%	6,24%	6,32%	7,30%
Fundamental completo	12,80%	14,49%	4,55%	6,96%	13,12%	11,33%	10,62%
Médio incompleto	9,76%	14,08%	8,64%	6,09%	9,46%	4,36%	8,78%
Médio completo	37,53%	23,60%	16,82%	49,57%	41,29%	38,34%	34,57%
Superior incompleto	6,72%	18,43%	44,77%	13,26%	7,96%	19,39%	18,21%
Superior completo	16,49%	17,60%	15,23%	20,43%	17,63%	16,56%	17,34%
Mestrado	0,65%	0,41%	0,45%	0,22%	0,43%	0,22%	0,40%
Especialização	4,34%	1,45%	2,05%	0,65%	2,58%	2,40%	2,24%
Doutorado	0,00%	0,00%	0,00%	0,22%	0,00%	0,00%	0,04%
NS/NR	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,29%	0,22%	0,25%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Total geral
Aposentado	4,13%	1,66%	4,55%	6,54%	8,60%	5,45%	5,13%
Autônomo	12,39%	11,39%	12,50%	10,68%	13,76%	12,64%	12,22%
Carteira assinada	65,22%	62,73%	52,27%	48,15%	51,18%	51,42%	55,24%
Desempregado	3,91%	6,00%	4,55%	4,14%	3,87%	4,58%	4,52%
Do lar	3,04%	1,04%	4,55%	2,61%	13,55%	6,32%	5,17%
Empresário	5,65%	2,28%	0,91%	15,47%	4,52%	8,28%	6,18%
Estagiário	0,22%	3,52%	5,68%	0,44%	0,00%	1,53%	1,88%
Estudante	1,74%	8,70%	12,95%	9,80%	0,43%	3,92%	6,22%
NS/NR	0,00%	0,00%	0,45%	0,00%	0,86%	0,44%	0,29%
Outro	3,70%	2,69%	1,59%	2,18%	3,23%	5,45%	3,15%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Renda média mensal familiar

Renda média	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Santa Catarina
De 0 a R\$ 888	3,90%	10,77%	8,64%	13,48%	3,23%	12,64%	8,78%
De R\$ 889 a R\$ 1.417	13,88%	22,98%	22,27%	42,17%	11,61%	25,49%	23,05%
De R\$ 1.418 a R\$ 3.763	50,33%	39,75%	49,32%	31,96%	52,90%	38,12%	43,67%
De R\$ 3.764 a R\$ 6.109	17,79%	15,32%	14,55%	9,35%	19,35%	10,24%	14,45%
De R\$ 6.110 a R\$ 7.965	2,60%	1,86%	1,82%	0,87%	3,01%	1,96%	2,02%
Mais de R\$ 7.965	1,30%	1,45%	2,50%	0,87%	2,58%	2,61%	1,88%
Recusa	10,20%	7,87%	0,91%	1,30%	7,31%	8,93%	6,14%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

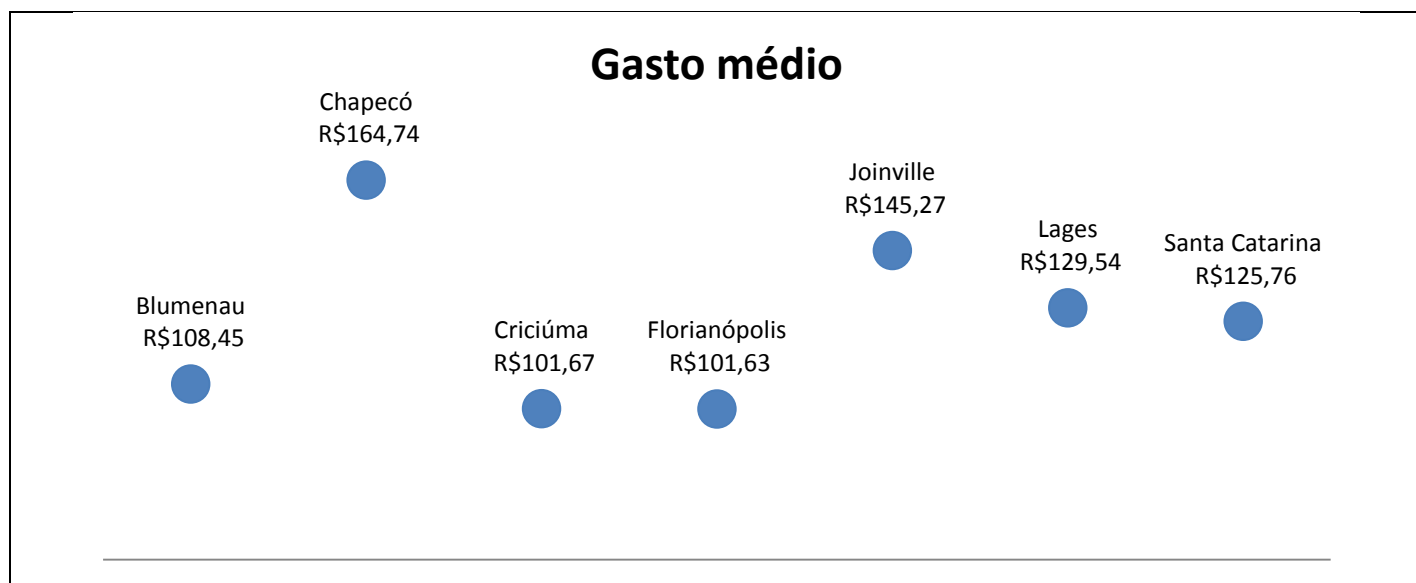
As tabelas acima demonstram que as pessoas que compram na Páscoa são majoritariamente mulheres (62,4%) adultas, com idade entre 18 e 45 anos (80,3%). Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores, a maioria tem ensino médio completo (34,57%) ou grau de instrução mais elevado, como ensino superior incompleto (18,21%) e superior completo (17,34%).

A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (55,24%). A renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.418,00 e R\$ 3.763,00 (43,67%). Incluindo-se as famílias que ganham entre R\$ 3.764,00 a R\$ 6.109,00 (14,45%), pode-se afirmar que a maioria pertence à classe média (58,12%). Completam o quadro geral as famílias que têm rendimento entre R\$ 889,00 e R\$ 1.417,00 (23,05%).

### Intenção de compras para a Páscoa 2013

Com base neste perfil de consumidor do Estado, o primeiro dado apurado pela Fecomércio-SC diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores, que ficou em R\$ 125,78 por pessoa, valor superior ao levantado pela mesma pesquisa de 2012, que havia sido de R\$ 114,00. O destaque fica por conta de Chapecó, com o maior gasto do Estado: R\$ 164,74 por consumidor.

Abaixo é possível identificar a expectativa de gasto médio de todas as cidades contidas na pesquisa e também uma comparação com a expectativa de gasto do ano anterior:



Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Santa Catarina
2013	R\$ 108,45	R\$ 164,74	R\$ 101,67	R\$ 101,63	R\$ 145,27	R\$ 129,54	R\$ 125,76
2012	R\$ 104,34	R\$ 145,63	R\$ 96,85	R\$ 114,67	R\$ 102,63	R\$ 128,51	R\$ 114,00

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

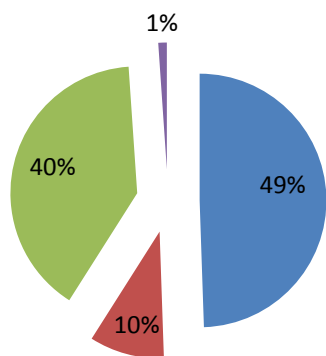
Na origem deste incremento na expectativa de gasto dos consumidores do Estado está outro dado levantado pela pesquisa: a evolução da situação financeira das famílias. Como é possível vislumbrar abaixo, 47% das famílias de Santa Catarina declararam estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior; 40% apontaram que sua situação permaneceu inalterada e apenas 12% afirmaram que estão em pior situação.

Assim, fica claro que o aumento da renda das famílias no último ano propiciou uma melhor percepção das mesmas sobre sua própria condição financeira, indicando, assim, que é muito provável um crescimento das vendas nesta Páscoa. O cenário é muito parecido entre todas as cidades, como também pode ser visto abaixo:

## Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior

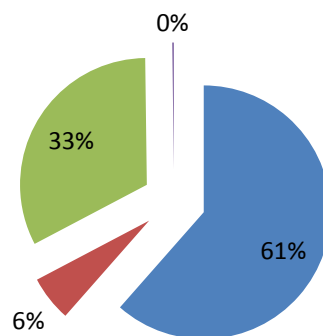
### Blumenau

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



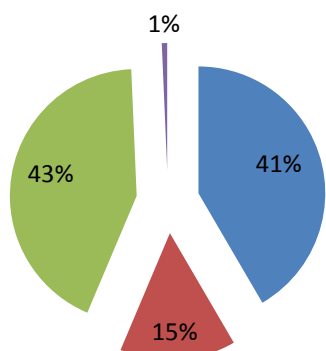
### Chapecó

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



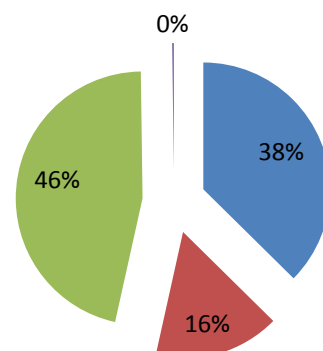
### Criciúma

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



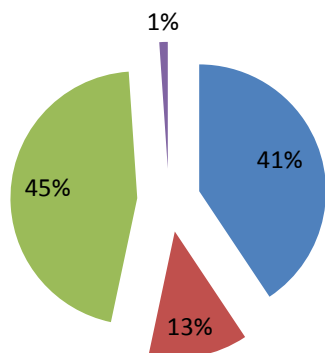
### Florianópolis

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



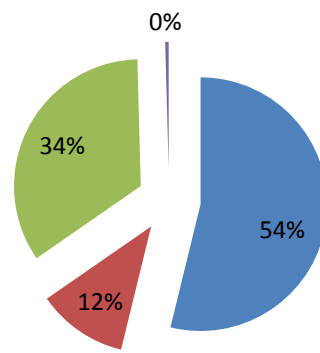
### Joinville

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



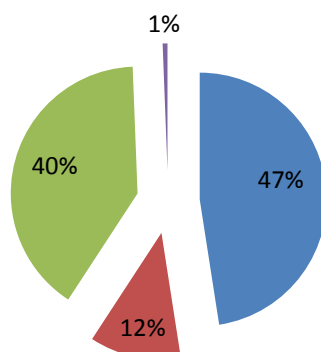
### Lages

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



### Santa Catarina

■ Melhor ■ Pior ■ Igual ■ NS/NR



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

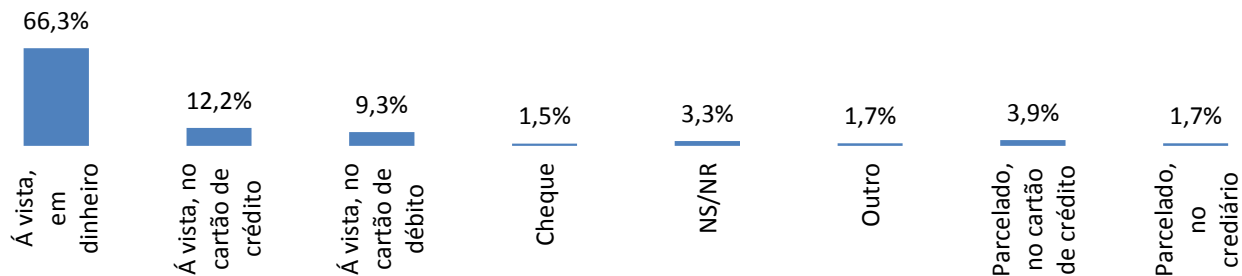
Já em relação à forma de pagamento, o consumidor catarinense indicou que pretende pagá-las no ato da compra. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (70,9%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra à vista no cartão de crédito (12,73%) e pela compra à vista no cartão de débito (6,72%). Desta maneira, os catarinenses estão pouco dispostos a endividar-se nesta Páscoa, procurando realizar quase que a totalidade de suas compras à vista.

Contribui para isso o valor relativamente menor dos presentes característicos da Páscoa, já que, por exemplo, o preço de um ovo de chocolate é muito inferior ao preço de um eletrodoméstico, ou seja, “cabe” muito mais confortavelmente no orçamento dos consumidores, tornando a compra à vista a forma mais adequada para esta aquisição. Abaixo, seguem os dados desagregados por municípios entrevistados:

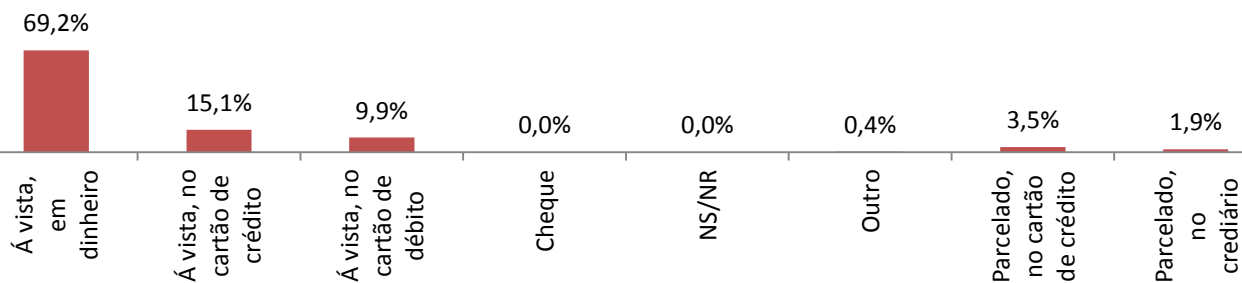


## Como pretende pagar a compra desses materiais?

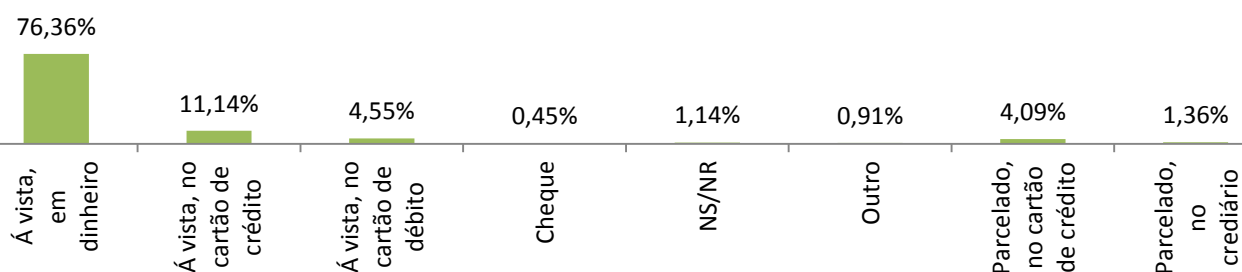
### Blumenau



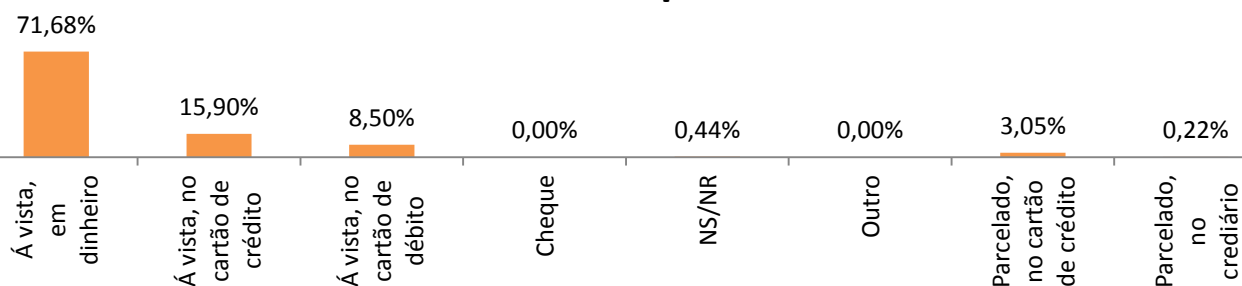
### Chapecó



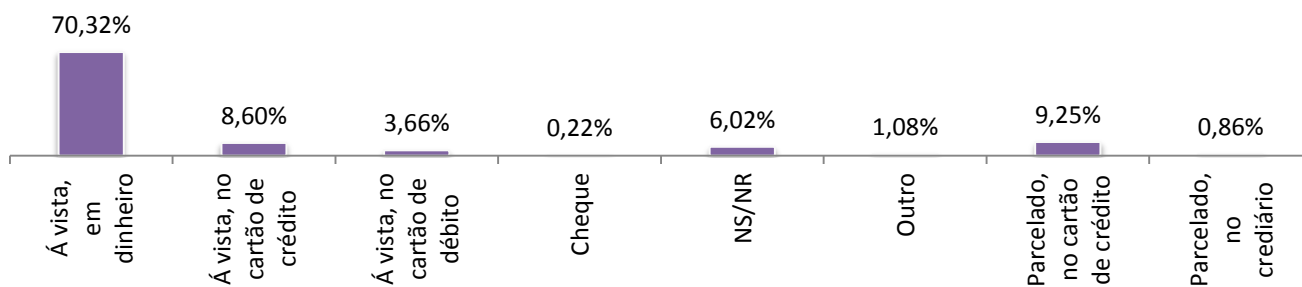
### Criciúma



### Florianópolis



### Joinville



### Lages



### Santa Catarina

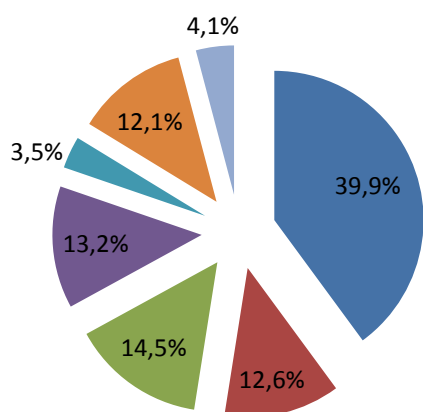


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

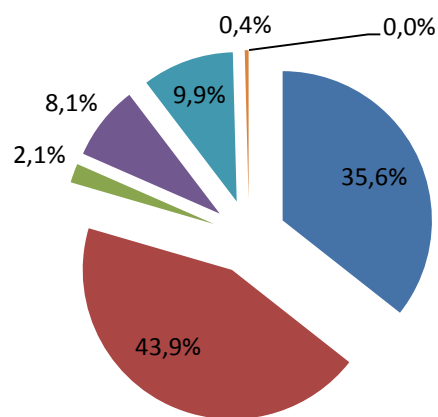
Além de não querer se endividar, também é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta Páscoa. Assim, nota-se que a preocupação com o preço dos produtos é central (35,5%), seguido pela valorização de promoções (24,7%); ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto é bem-vindo para os catarinenses. Na sequência, aparece o resultado dividido por cidades:

### Ação do comércio

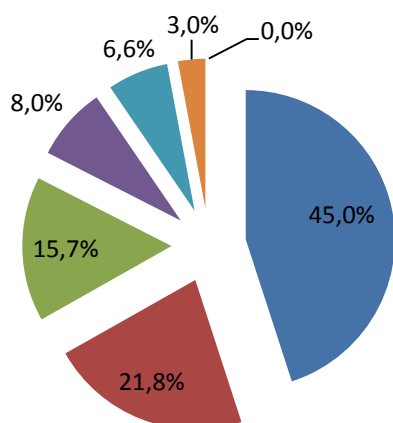
#### Blumenau



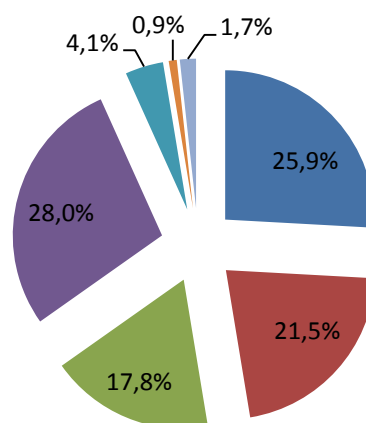
#### Chapecó



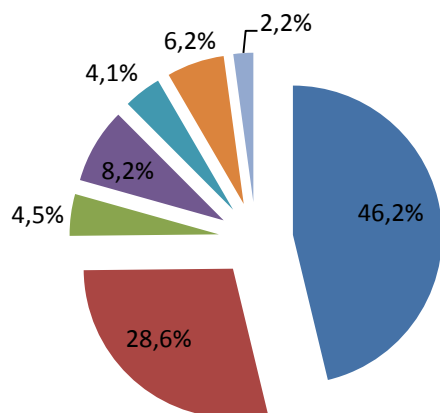
#### Criciúma



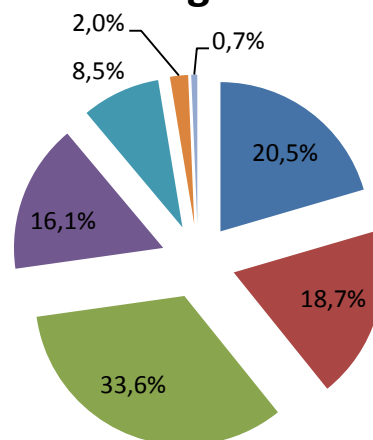
#### Florianópolis



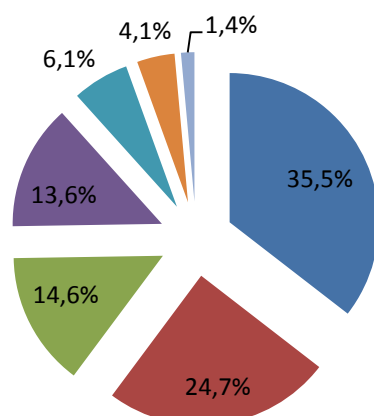
### Joinville



### Lages



### Santa Catarina



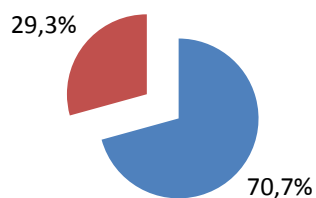
- Preço
- Promoção
- Atendimento
- Variedade de marcas
- Facilidade no pagamento
- Outro
- NS/NR

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A preocupação com os preços é tão marcante que a grande maioria das pessoas (65,9%) irá realizar pesquisa de preço nesta Páscoa. Resultado que é muito semelhante em todas as cidades que compõem a pesquisa, como pode ser notado abaixo.

## Realizará pesquisa de preço

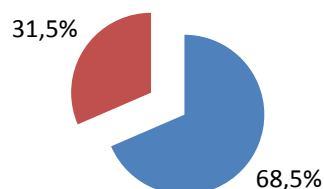
### Blumenau



### Chapecó



### Criciúma



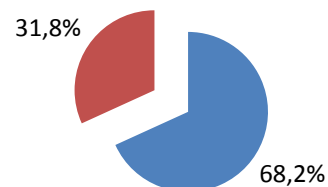
### Florianópolis



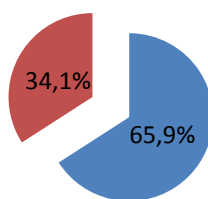
### Joinville



### Lages



### Santa Catarina



■ Sim ■ Não

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

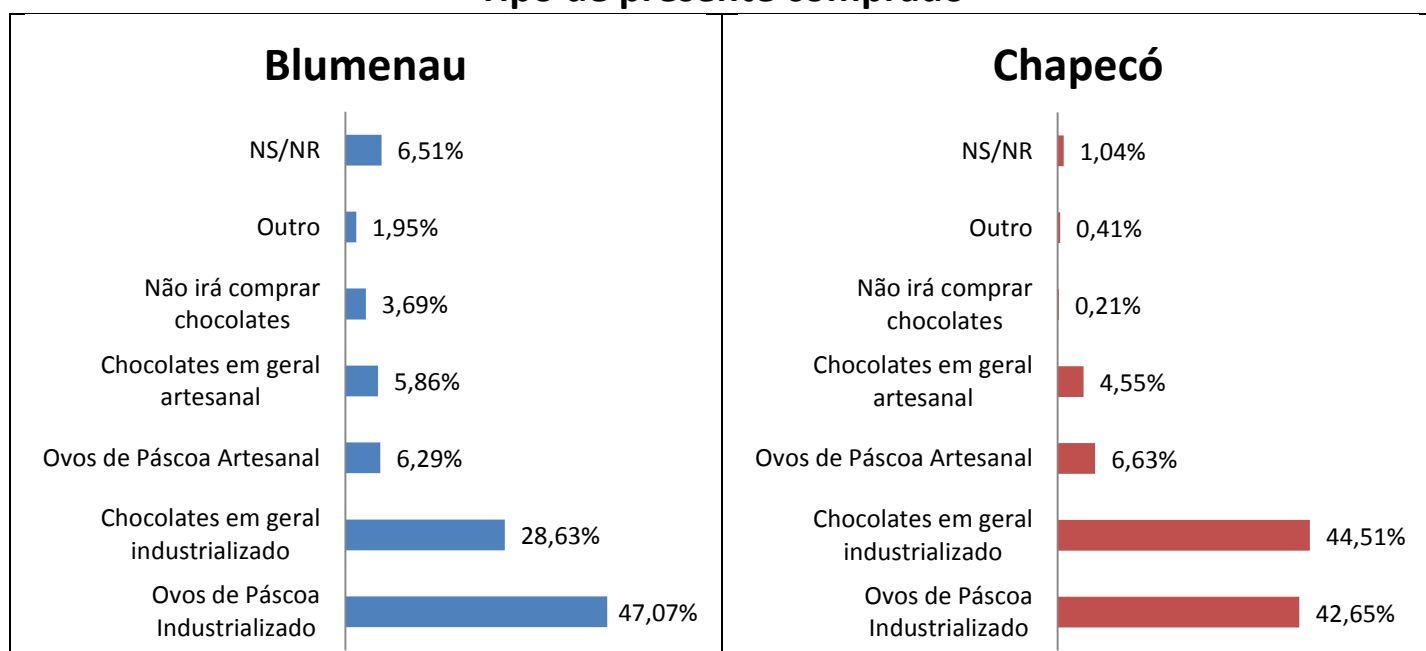
Já em relação ao local da compra dos produtos, os supermercados dominam a preferência dos catarinenses (76,59%), seguidos pelo comércio tradicional (ou de rua) com 12,75% e pelas lojas localizadas em shopping centers (5,82%).

Local de compra do presente	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Santa Catarina
Supermercado	67,25%	77,23%	85,68%	82,61%	81,08%	66,01%	76,59%
Comércio tradicional/comércio de rua	11,93%	16,56%	6,82%	5,22%	6,02%	29,63%	12,75%
Lojas do Shopping	6,07%	5,80%	3,86%	10,43%	6,67%	1,96%	5,82%
Pela internet	0,00%	0,21%	0,45%	0,22%	0,00%	0,00%	0,14%
NS/NR	14,75%	0,21%	3,18%	1,52%	6,24%	2,40%	4,70%

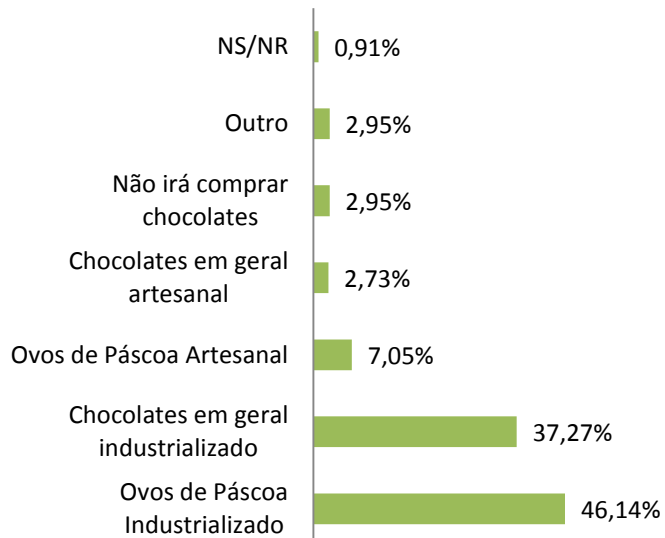
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Esta preferência pelos supermercados justifica-se pelo tipo de presente mais visado nesta Páscoa: os chocolates industrializados encontrados em grande quantidade nos supermercados. Enquanto que 53,25% dos consumidores darão ovos de chocolates industrializados, 29,15% presentearão chocolates em geral também industrializados. Ou seja, o presente de 82,4% dos catarinenses vai ser algum tipo de chocolate fabricado industrialmente, sendo que apenas 11,56% dos consumidores demandarão chocolates artesanais. Abaixo, isso pode ser visto mais claramente nos gráficos:

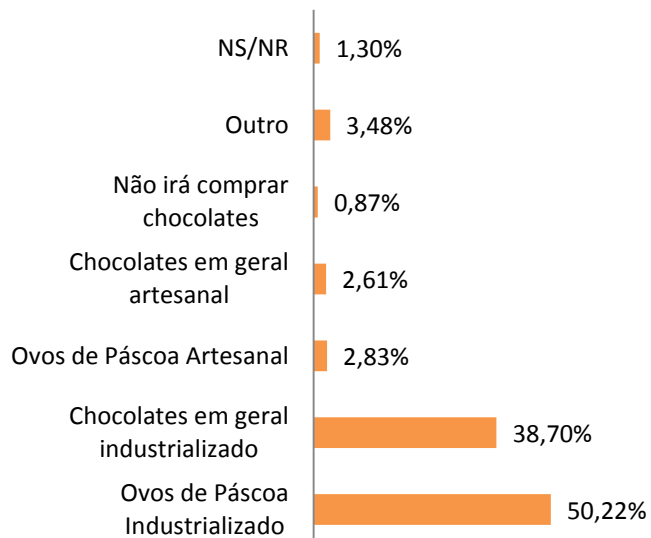
### Tipo de presente comprado



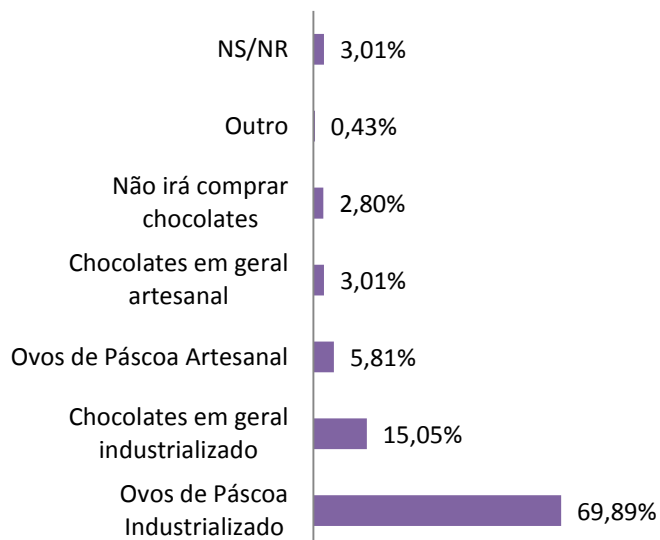
### Criciúma



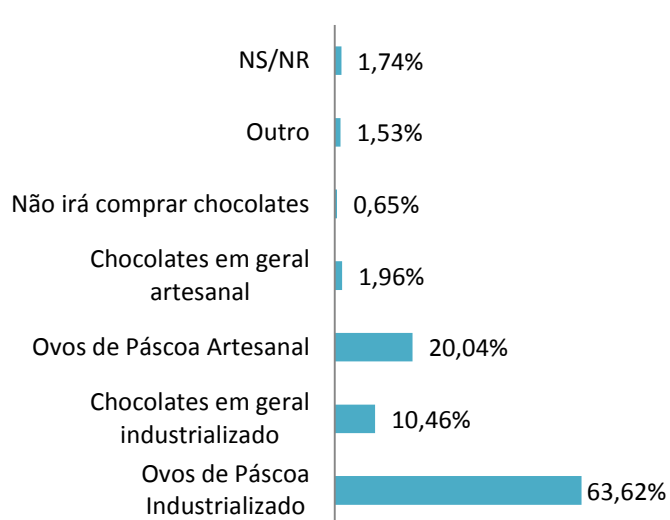
### Florianópolis



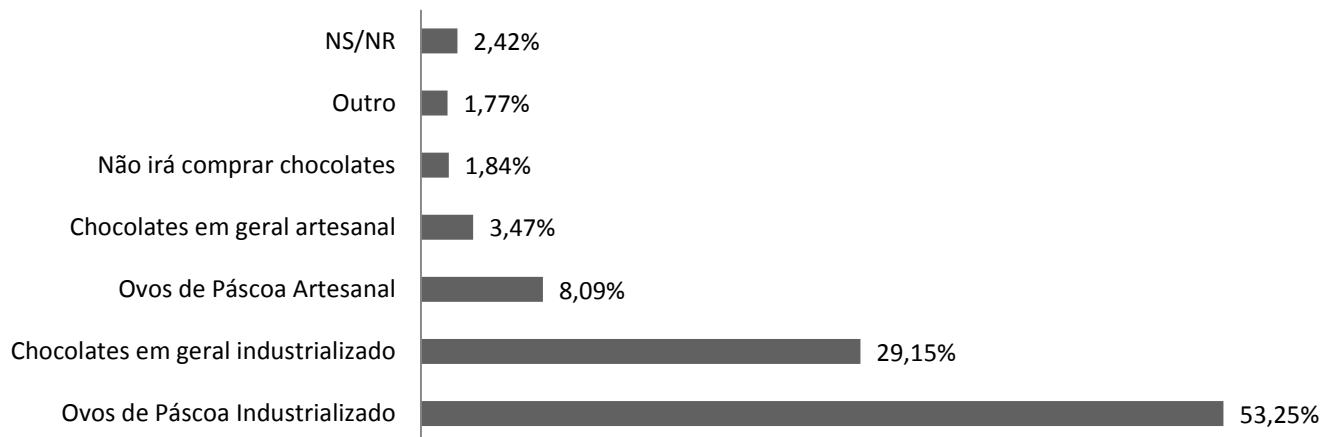
### Joinville



### Lages



## Santa Catarina



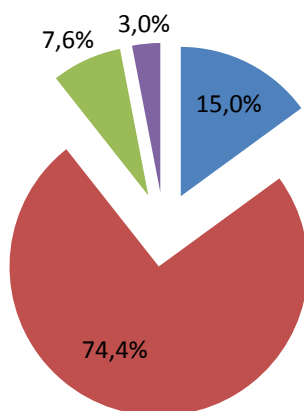
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Outra informação relevante para o comércio é saber se a demanda da data será destinada, também, para outros setores. Desta maneira, a Fecomércio perguntou aos entrevistados se eles substituiriam o chocolate por outro presente. Como resposta, verificou-se que apenas 12,4% dos catarinenses irão comprar outro tipo de produto em detrimento do chocolate, e que 5,9% deles irão optar pelas duas opções. Isso mostra a força do chocolate para a data, já que 77,4% dos consumidores comprarão apenas este produto.

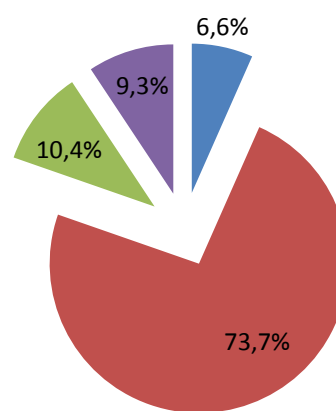
Para aqueles que buscarão outros produtos, o principal setor beneficiado deve ser o de vestuário, com 11,07% da demanda extra, seguido pelo de brinquedos (9,6%). Entretanto, a grande maioria (59,97%) ainda não sabe o que comprar. Na sequência, os resultados podem ser examinados de maneira mais minuciosa:

## Vai substituir o chocolate por outro presente?

### Blumenau

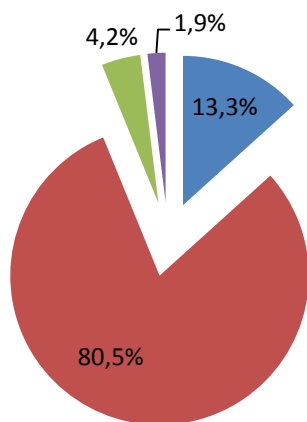


### Chapecó

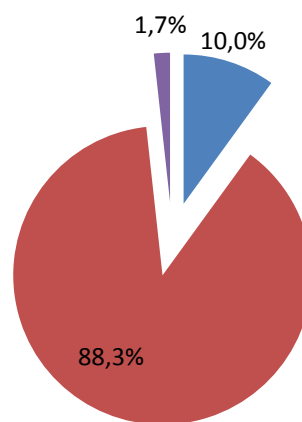




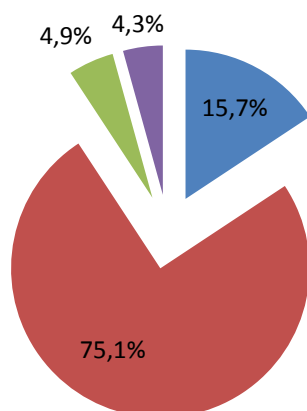
### Criciúma



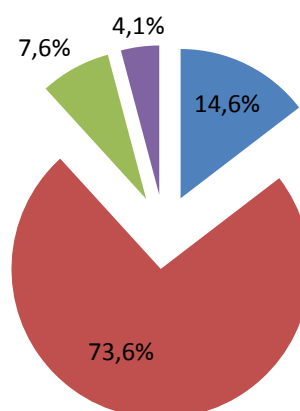
### Florianópolis



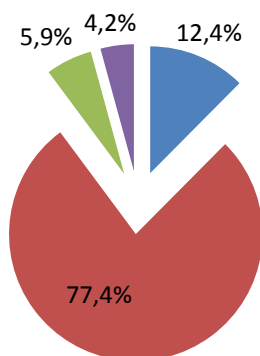
### Joinville



### Lages



### Santa Catarina



■ Sim ■ Não ■ Vou comprar os dois ■ NS/NR

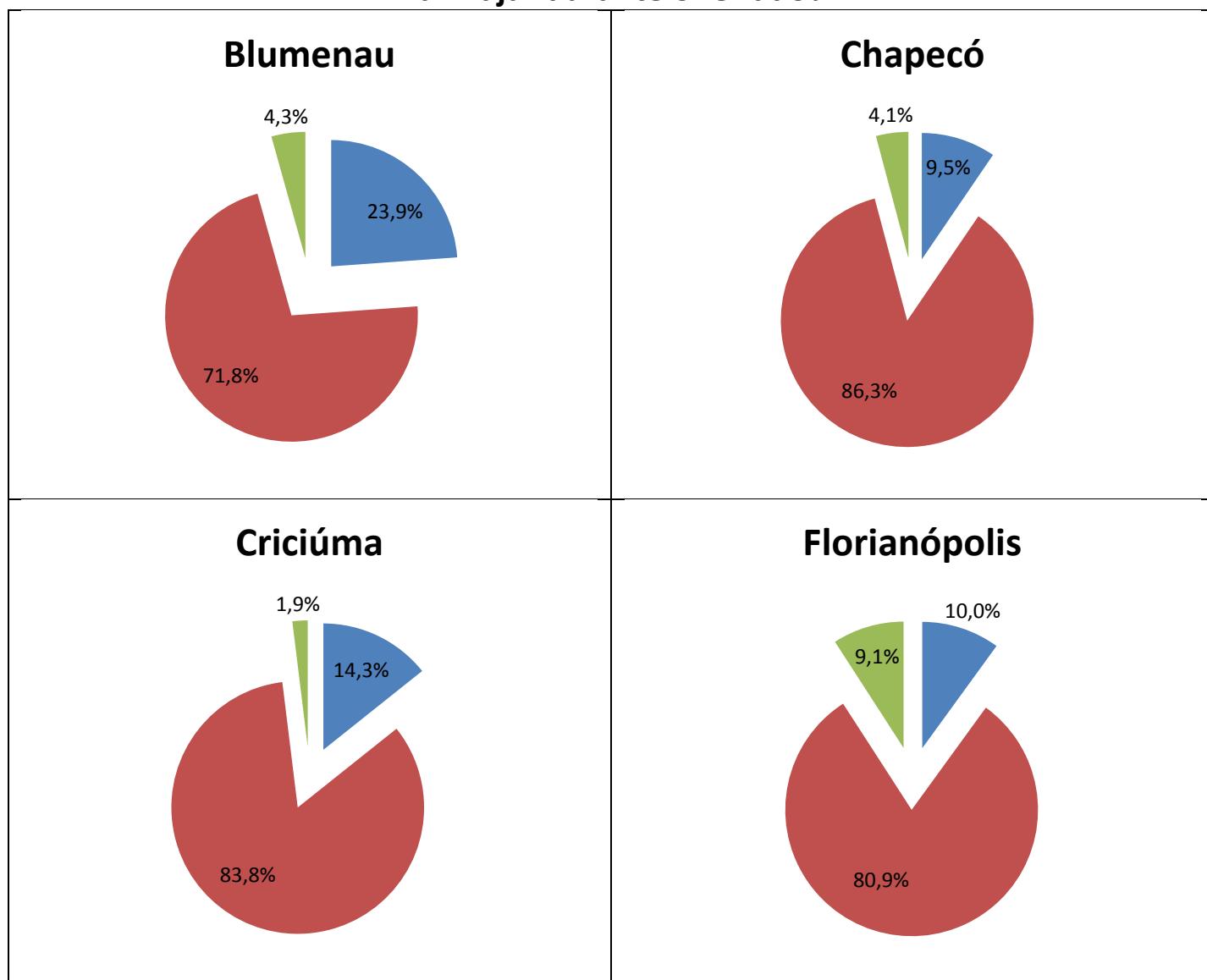
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Vai substituir por qual produto?	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Santa Catarina
Vestuário / Calçados	9,76%	7,87%	30,65%	28,57%	6,02%	21,37%	11,07%
Brinquedo	6,51%	6,21%	17,74%	47,62%	11,61%	9,68%	9,60%
Flores	0,22%	0,21%	3,23%	4,76%	0,22%	0,00%	0,40%
Outro	6,29%	31,47%	33,87%	19,05%	21,29%	10,08%	18,97%
NS/NR	77,22%	54,24%	14,52%	0,00%	60,86%	58,87%	59,97%

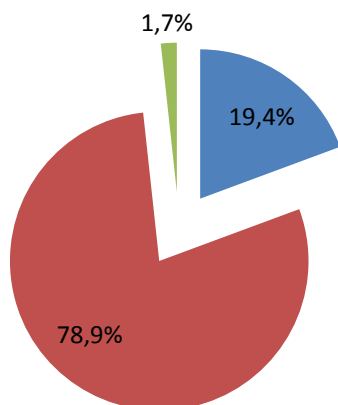
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O feriado de Páscoa, além de movimentar o comércio, também é caracterizado pelo fluxo intenso de veículos nas estradas do nosso Estado. É grande o número de pessoas que aproveitam o feriado para viajar. No Estado, 15,8% das pessoas disseram que pretendiam viajar, o que, apesar de pequeno, não deixa de ser significativo para o movimento das estradas.

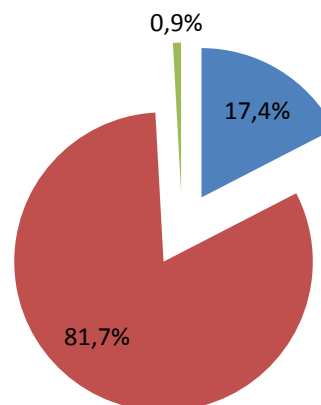
### Vai viajar durante o feriado?



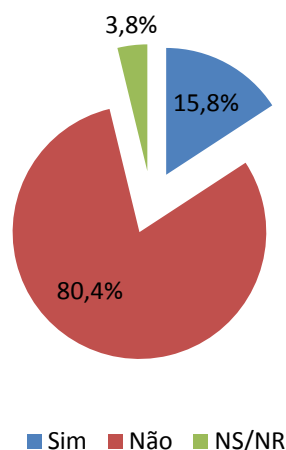
### Joinville



### Lages



### Santa Catarina



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O principal objetivo destas viagens é a visita a parentes e amigos (16,52%), seguido pela vontade conhecer novas cidades (5,49%). Entretanto, a maioria (56,72%) ainda não sabe o que fazer, apenas tem a convicção de que vai viajar. Abaixo, é possível observar a questão com maior detalhe:

Qual o motivo da viagem?	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Santa Catarina
Visitar parentes ou amigos	18,66%	7,87%	64,44%	81,08%	9,03%	24,81%	16,52%
Passear, conhecer nova cidade	2,82%	1,24%	22,22%	2,70%	7,53%	12,02%	5,49%
Trabalho	0,22%	0,00%	0,00%	0,00%	0,22%	0,39%	0,17%
Outro	1,30%	52,59%	8,89%	8,11%	20,65%	2,33%	21,10%
NS/NR	77,01%	38,30%	4,44%	8,11%	62,58%	60,47%	56,72%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

## Conclusão

Os catarinenses que comprarão principalmente chocolates industrializados (sejam ovos de Páscoa ou chocolates comuns), neste ano, são majoritariamente mulheres adultas, pertencentes à classe média e que têm seu rendimento advindo do trabalho assalariado com carteira assinada.

Os supermercados serão o principal destino destes consumidores, que buscarão sempre o pagamento à vista de suas compras, muito em virtude do menor valor relativo dos produtos da data.

Já a expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 125,76, pouco superior ao gasto médio prospectado pelas famílias do Estado em 2012, que havia sido de R\$ 114,00. Aqui, a evolução da renda tem um papel fundamental, já que o crescimento desta variável no último ano possibilitou uma melhor situação financeira das famílias do Estado, o que vem se refletindo nas vendas tanto do final do ano passado quanto do início deste ano.

Entretanto, mesmo com uma situação financeira melhor, a busca pelo melhor preço continua sendo uma tônica para o catarinense, fator que a pesquisa demonstra com clareza.