



PESQUISA FECOMÉRCIO E FCDL

Intenção de compras - Páscoa 2015

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina
Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas de Santa Catarina

Pesquisa de Intenção de Compras de Páscoa 2015

O perfil do consumidor e resultado de intenção de compras para o
período de Páscoa em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Março de 2015

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES.....	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE PÁSCOA 2015.....	5
CONCLUSÃO	17

INTRODUÇÃO

A Páscoa é um período de intensificação do movimento no comércio, 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 esta data.

A amostra foi de 2.818 pessoas entrevistadas, no período de 4 e 13 de março de 2015. Foram escolhidos os sete municípios de Santa Catarina que melhor representam a dinâmica do comércio no Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí. O projeto é realizado em locais de grande fluxo para facilitar a abordagem dos respondentes.

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 Pesquisa 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 4,02 e 4,77 pontos percentuais entre os municípios, com média de 4,46.

Foram aplicadas 15 perguntas, sendo 14 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e 1 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS CONSUMIDORES

Em primeiro lugar, é importante entendermos o perfil das pessoas que comprarão nesta Páscoa em Santa Catarina. Abaixo, seguem os dados que configuram esse perfil:

Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	62,3%	78,1%	55,4%	51,0%	55,9%	72,1%	64,0%	62,9%
Masculino	37,7%	21,9%	44,6%	49,0%	44,1%	27,9%	36,0%	37,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	27,1%	34,2%	41,5%	34,5%	36,1%	24,6%	25,9%	31,9%
De 26 a 35 anos	25,1%	30,3%	29,0%	25,4%	23,2%	23,8%	31,3%	26,9%
De 36 a 45 anos	24,6%	20,7%	17,2%	17,9%	19,0%	19,2%	23,9%	20,4%
De 46 a 55 anos	16,7%	9,3%	8,1%	11,4%	13,5%	14,1%	14,8%	12,5%
De 56 a 65 anos	4,9%	4,1%	3,1%	8,9%	4,7%	10,2%	3,7%	5,7%
Mais de 66 anos	1,5%	1,4%	1,0%	1,9%	3,4%	8,2%	0,5%	2,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,3%	1,3%	0,0%	0,4%
Fundamental incompleto	16,5%	21,4%	8,4%	5,8%	7,7%	19,7%	14,3%	13,5%
Fundamental completo	20,9%	18,9%	8,4%	9,9%	15,6%	11,8%	12,8%	14,1%
Médio incompleto	8,9%	6,6%	11,7%	6,3%	7,1%	4,6%	8,1%	7,6%
Médio completo	37,2%	32,8%	36,8%	48,6%	48,0%	46,3%	47,3%	42,3%
Superior incompleto	7,6%	13,2%	20,9%	15,9%	7,1%	7,7%	9,6%	11,7%
Superior completo	8,1%	4,8%	11,7%	11,8%	10,8%	6,4%	7,4%	8,7%
Pós-graduação (Especialização, Mestrado, Doutorado)	0,5%	2,1%	1,8%	1,4%	3,4%	2,3%	0,5%	1,7%
NS/NR	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	5,4%	4,1%	4,4%	7,7%	6,6%	15,9%	2,5%	6,6%
Autônomo	15,5%	6,2%	11,0%	15,0%	12,1%	13,0%	16,0%	12,6%
Carteira assinada	60,8%	59,9%	60,3%	51,0%	58,0%	40,9%	55,2%	55,2%
Desempregado	9,1%	4,1%	9,4%	7,2%	10,0%	11,8%	8,4%	8,5%
Do lar	2,0%	10,3%	3,7%	5,1%	5,0%	5,1%	9,1%	5,8%
Empresário	1,0%	0,9%	1,6%	2,4%	2,6%	1,3%	4,2%	2,0%
Estudante / Estagiário	3,2%	8,9%	5,2%	6,0%	4,7%	3,8%	1,2%	4,8%
Outro	3,0%	5,7%	4,2%	5,6%	0,8%	8,2%	3,4%	4,4%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Renda média mensal familiar

Renda familiar	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 0 a R\$ 888	8,1%	5,5%	2,1%	10,4%	4,0%	19,4%	6,7%	8,0%
De R\$ 889 a R\$ 1.417	26,1%	26,4%	19,1%	25,4%	19,0%	35,8%	30,8%	26,2%
De R\$ 1.418 a R\$ 3.763	47,0%	50,3%	47,8%	40,1%	53,3%	29,7%	37,4%	43,7%
De R\$ 3.764 a R\$ 6.109	12,6%	10,7%	22,2%	10,9%	14,5%	12,0%	13,5%	13,7%
De R\$ 6.110 a R\$ 7.965	3,0%	1,4%	5,0%	6,0%	4,7%	1,5%	5,4%	3,8%
Mais de R\$ 7.965	2,7%	0,5%	3,7%	6,0%	2,4%	1,5%	3,4%	2,9%
Recusa	0,5%	5,2%	0,3%	1,2%	2,1%	0,0%	2,7%	1,8%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

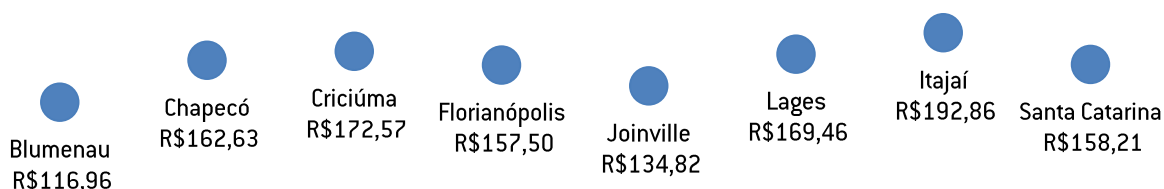
Os dados acima mostram que o consumidor do Páscoa deste ano é formado majoritariamente por mulheres (62,9%) jovens, com idade entre 18 e 25 anos (31,9%). Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores, a maioria tem ensino médio completo (42,3%). A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (55,2%). A renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.418 a R\$ 3.763 (43,7%), além de famílias que ganham entre R\$ R\$ 889 e R\$ 1.417 (26,2%). Completa o quadro geral as famílias que tem rendimento entre R\$ 3.764 a R\$ 6.109 (13,7%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE PÁSCOA 2015

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 desta Páscoa será de R\$ 158,21 por pessoa. Este gasto é maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2014, que havia sido de R\$ 151,82. Variação positiva de 4,2%, mas inferior à inflação do período de 7,7%, o que implica uma redução real de -3,5%. O destaque fica por conta de Itajaí, com o maior gasto do Estado: R\$ 192,86 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:

Gasto Médio



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

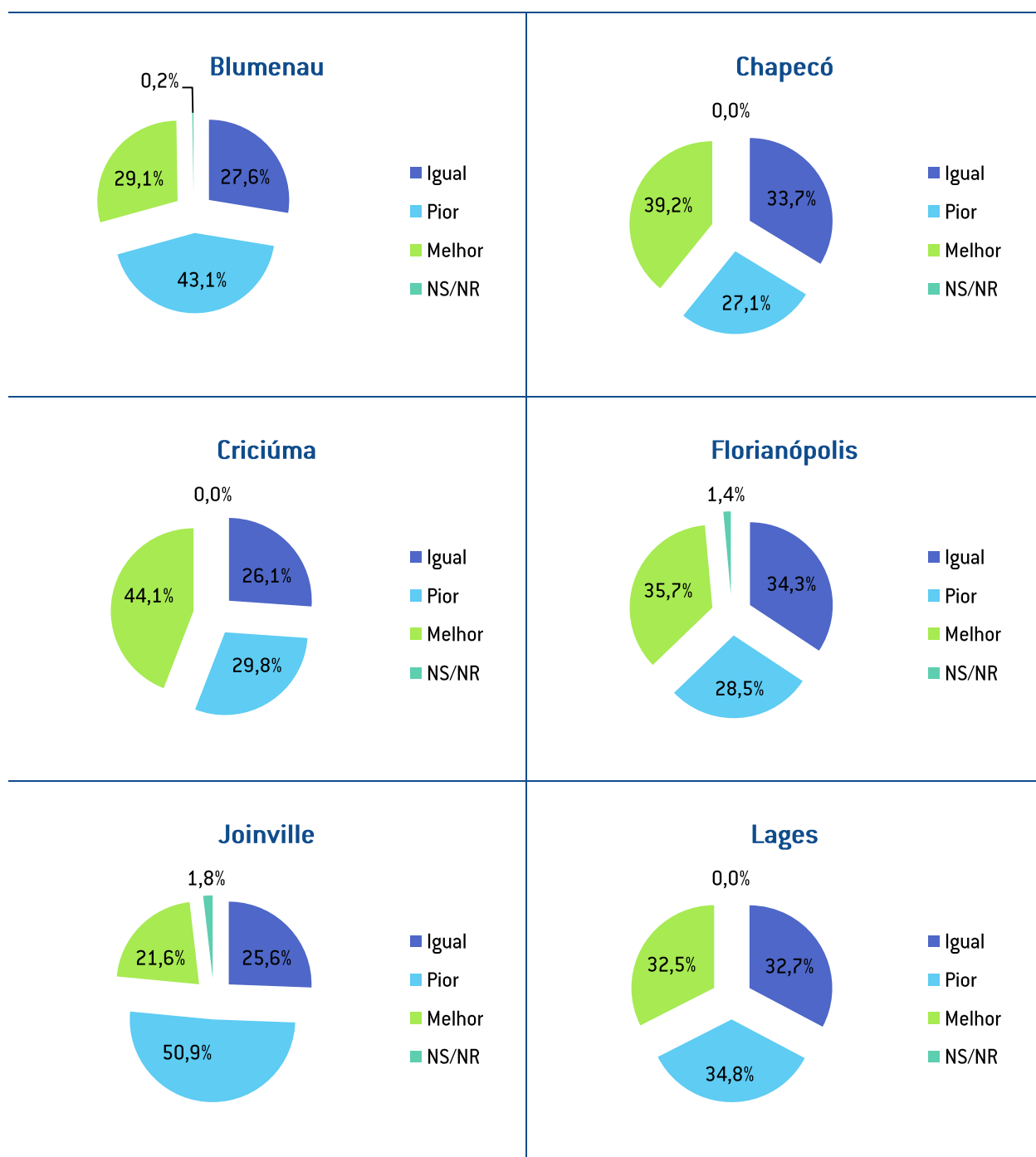
Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2014	R\$ 154,08	R\$ 144,60	R\$ 126,37	R\$ 164,36	R\$ 121,64	R\$ 162,25	R\$ 190,05	R\$ 151,82
2013	R\$ 108,45	R\$ 145,63	R\$ 96,85	R\$ 114,64	R\$ 145,27	R\$ 129,54	-	R\$ 125,76

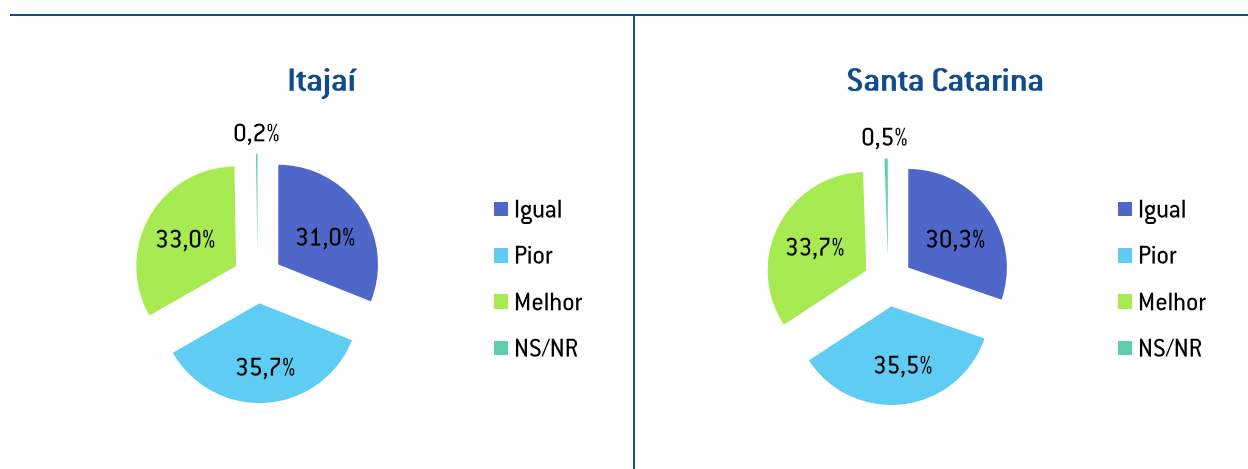
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A perda real do gasto médio verificado neste ano está fortemente vinculado com outro dado levantado pela pesquisa: a evolução da situação financeira das famílias. Os gráficos abaixo mostram que 35,5% das famílias de Santa Catarina declararam estar em situação pior do que a do mesmo período do ano anterior; 30,3% apontaram que sua situação permaneceu igual, e apenas 33,7% afirmaram que estão em melhor situação.

Assim, é claro que a redução da renda das famílias, mesmo que menor nesse início de ano, trouxe uma queda na confiança na prospecção de gastos para a Páscoa, o que preocupa, já que certamente implicará num crescimento tímido das vendas nesta Páscoa em relação a anos anteriores. O cenário é muito parecido entre todas as cidades, como também pode ser visto abaixo:

Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior



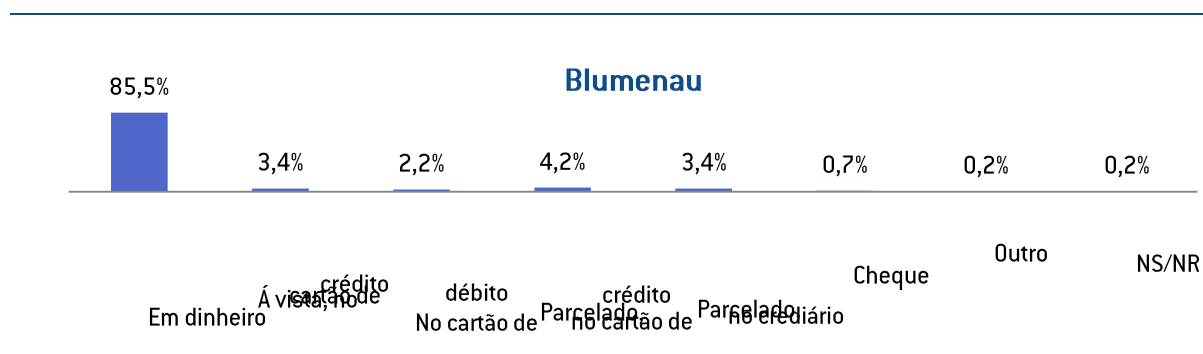


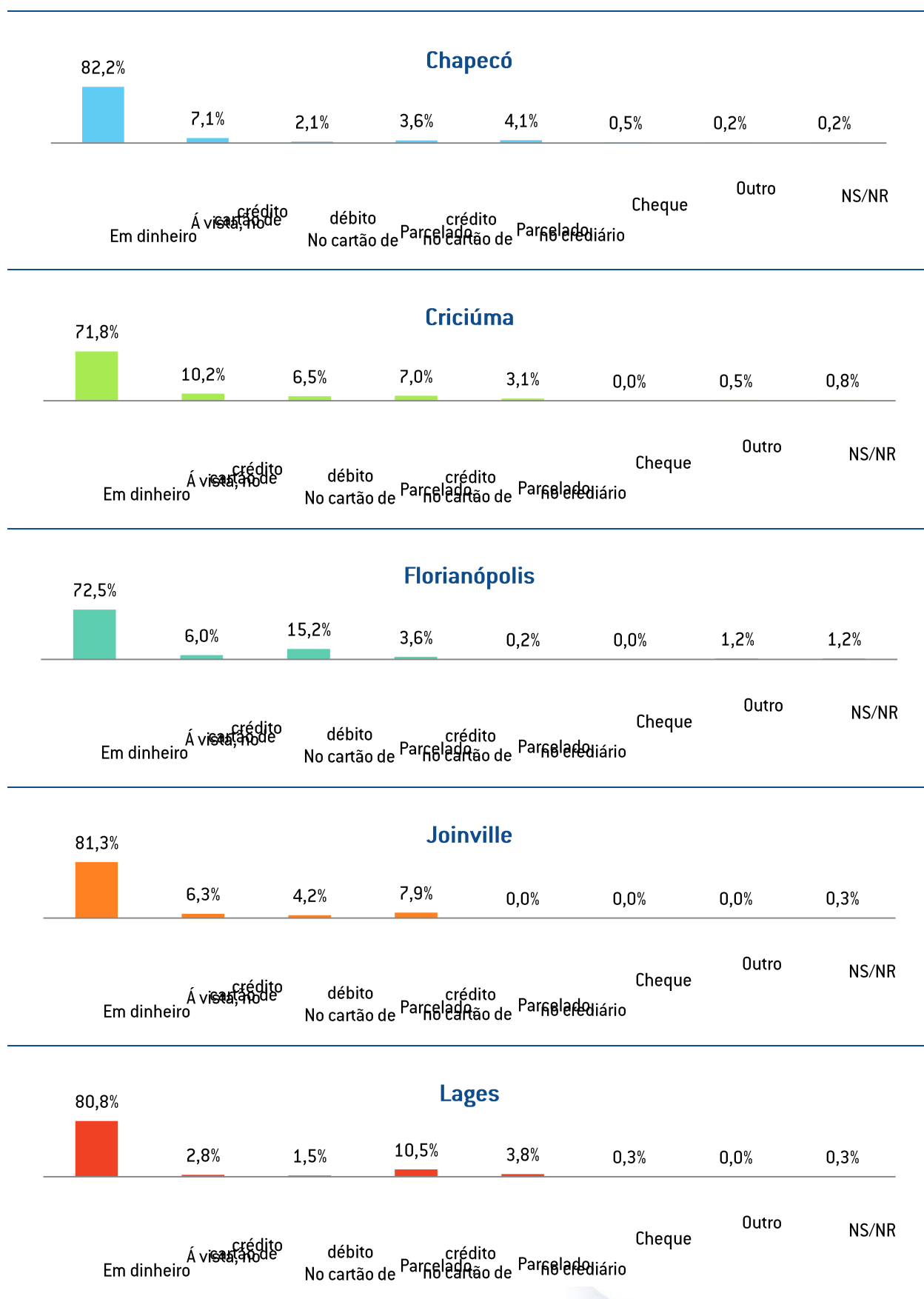
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

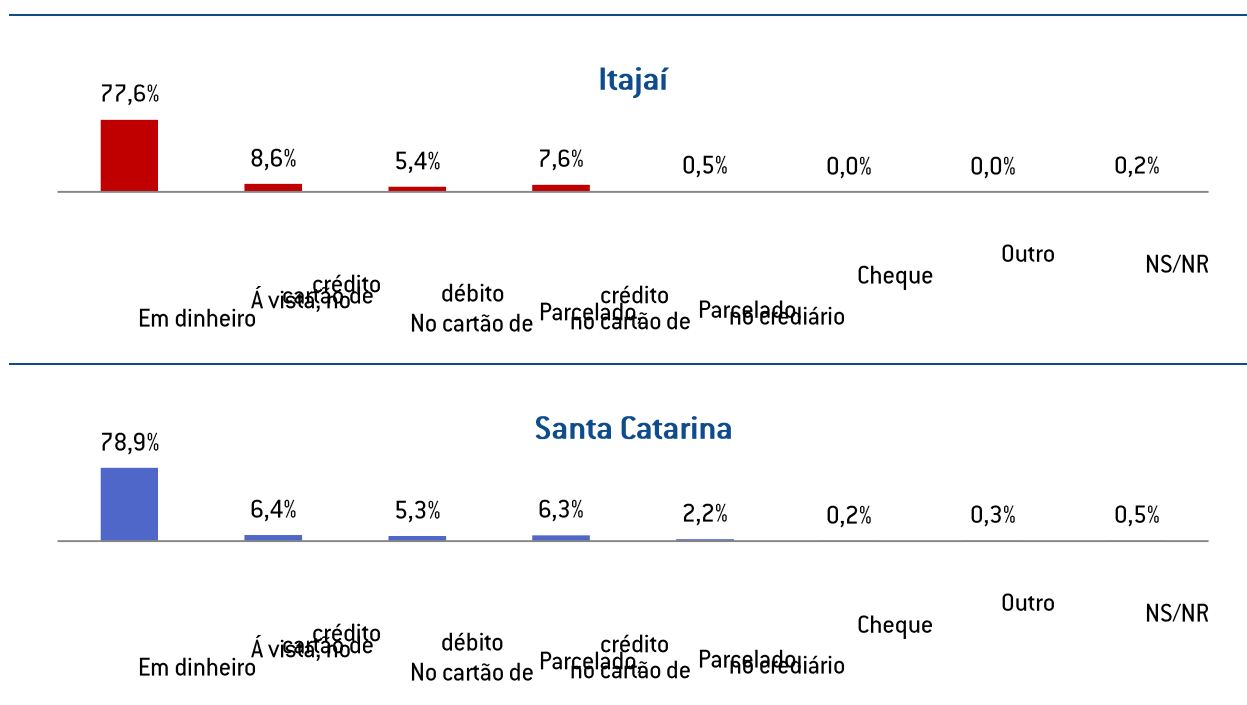
Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais prefere pagá-las à vista. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (78,9%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra parcelada no cartão de crédito (6,4%) e pelo cartão de débito (5,3%). Desta maneira, os catarinenses estão pouco dispostos a endividar-se, procurando realizar quase que a totalidade de suas compras à vista.

A intenção é bastante positiva, pois mostra uma maturidade por parte dos consumidores na hora de pensar os gastos da Páscoa, já que poucos pretendem comprar com base no crédito. Entretanto, isso demonstra apenas uma preferência do consumidor, pois as pesquisas de Resultado de Vendas da Fecomércio SC demonstram que, na hora da compra, o recurso ao crédito aumenta consideravelmente, porém sempre de maneira responsável. Abaixo, seguem os dados desagregados por municípios entrevistados:

Como pretende pagar a compra dos presentes?



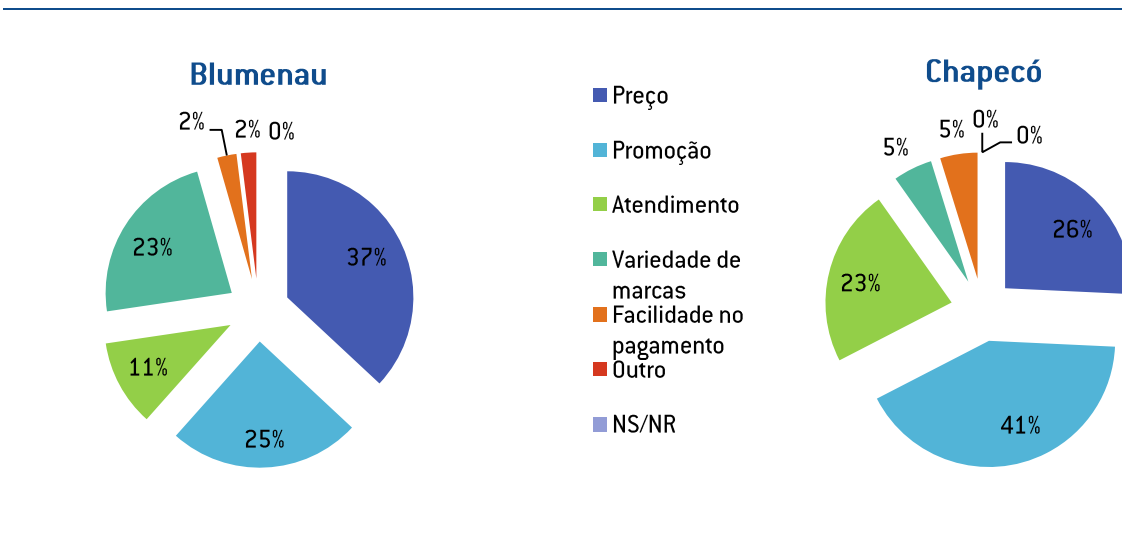




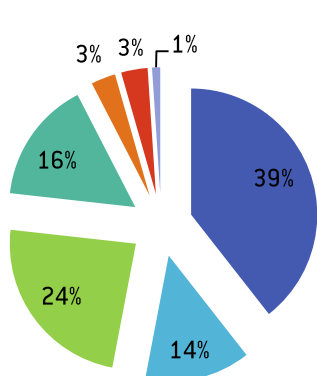
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com o preço em períodos de retração econômica é central (38%), seguido pelas promoções (27%) e pelo atendimento (17%), ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra são de interesse dos catarinenses. Na sequência, aparece o resultado dividido por cidades:

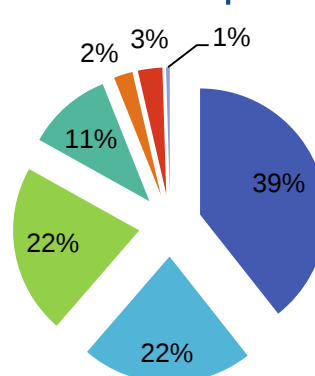
Ação do comércio



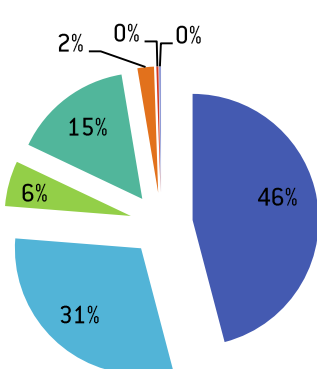
Criciúma



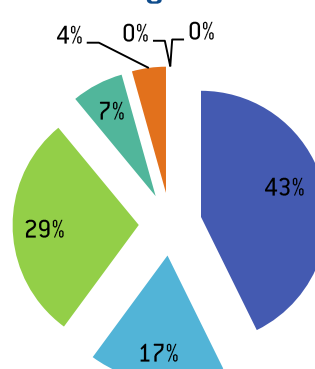
Florianópolis



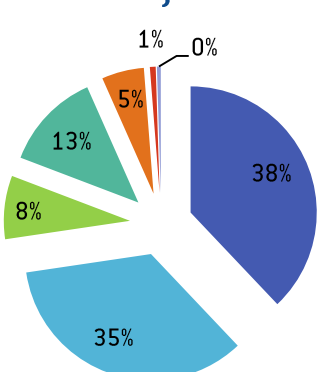
Joinville



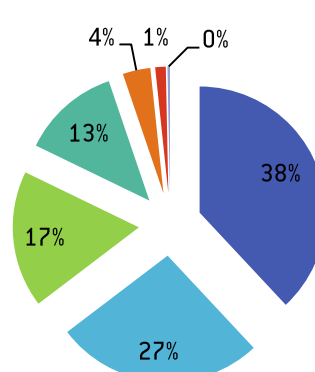
Lages



Itajaí

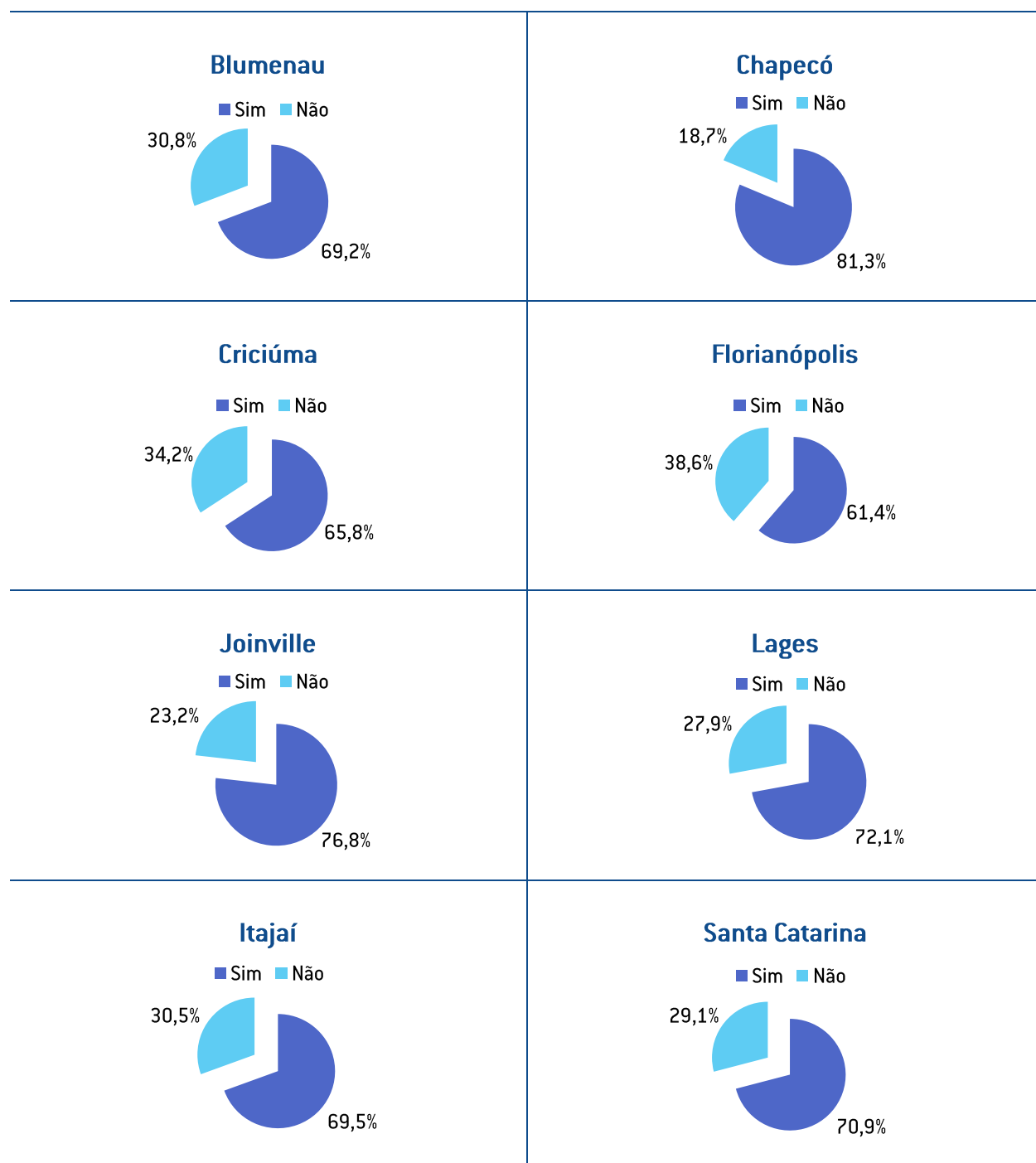


Santa Catarina



Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 70,9% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para a Páscoa. Resultado que é semelhante em todas as cidades que compõem a pesquisa, mostrando uma forte tendência do catarinense. Os dados por cidade podem ser vistos abaixo:

Realizará pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ao se tratar do local de compra dos produtos, o supermercado vai ser a opção da maioria dos catarinenses (61,1%), seguido pelo comércio de rua (15,8%) e pelas grandes lojas (12,5%)

Local da Compra

Estabelecimento	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Supermercado	73,9%	51,0%	61,6%	60,6%	69,9%	37,3%	74,1%	61,1%
Comércio de rua	13,8%	23,9%	14,1%	21,3%	5,3%	19,2%	11,6%	15,8%
Grandes Lojas	4,4%	13,9%	9,9%	8,7%	13,7%	33,0%	4,2%	12,5%
Lojas do Shopping	4,4%	10,7%	9,9%	7,0%	8,4%	7,2%	8,6%	8,1%
Pela internet	0,2%	0,0%	1,8%	1,2%	1,1%	0,3%	0,0%	0,6%
NS/NR	3,2%	0,5%	2,6%	1,2%	1,6%	3,1%	1,5%	1,9%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Se os supermercados e os comércios de rua irão concentrar a demanda dos consumidores, é importante saber quais setores serão os mais procurados durante o período que antecede a Páscoa. Desta maneira, a Fecomércio SC perguntou qual seria o presente comprado para a Páscoa. Nota-se, como era de se esperar, que a principal parte dos consumidores presenteará produtos relacionados ao setor de chocolate (90,6%), como de costume nesta época do ano, seguido pelo setor de vestuário/calçados (4,9%) e pelos brinquedos (2,0%). Abaixo a questão pode ser vista com maior nível de detalhamento:

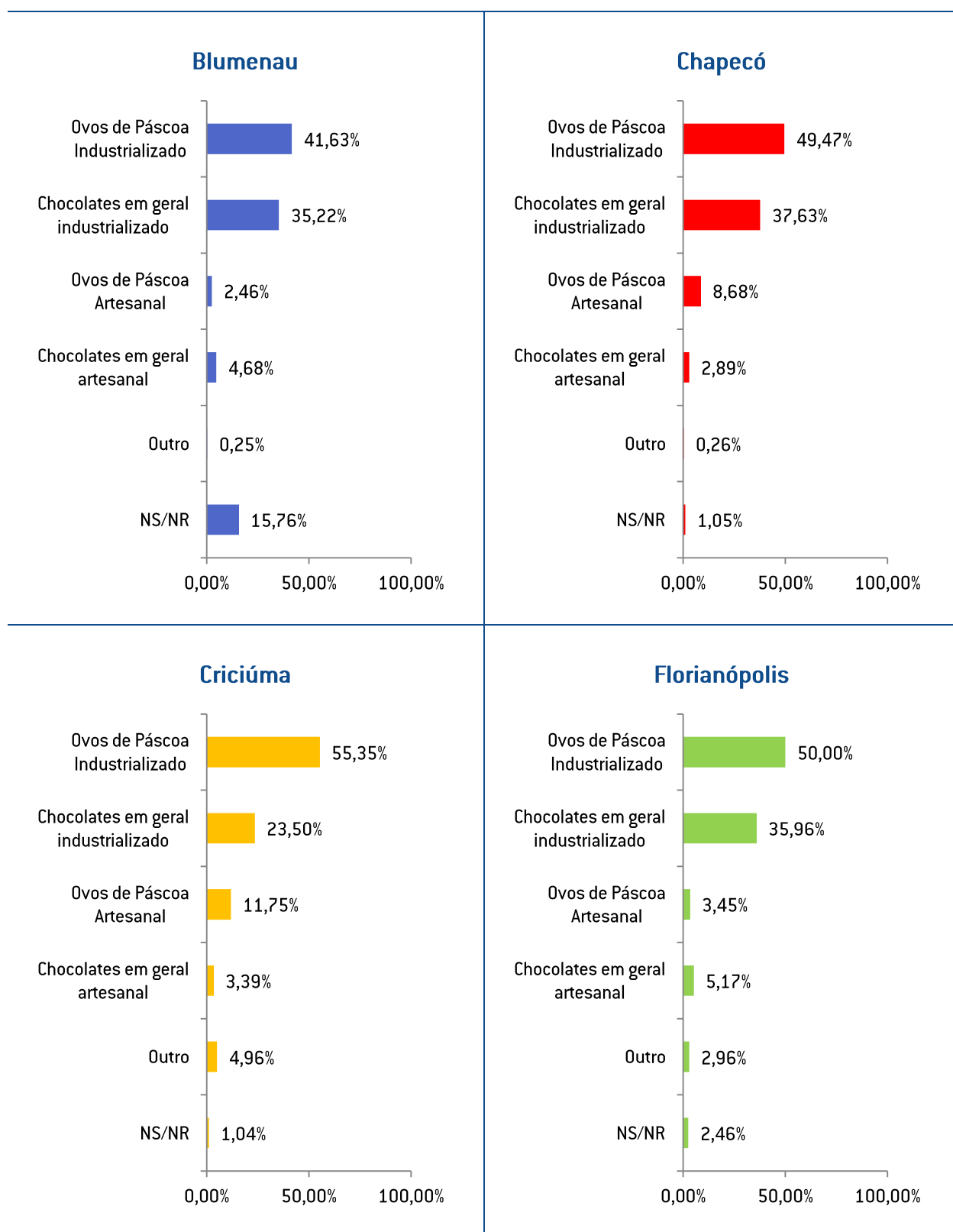
Tipo de presente

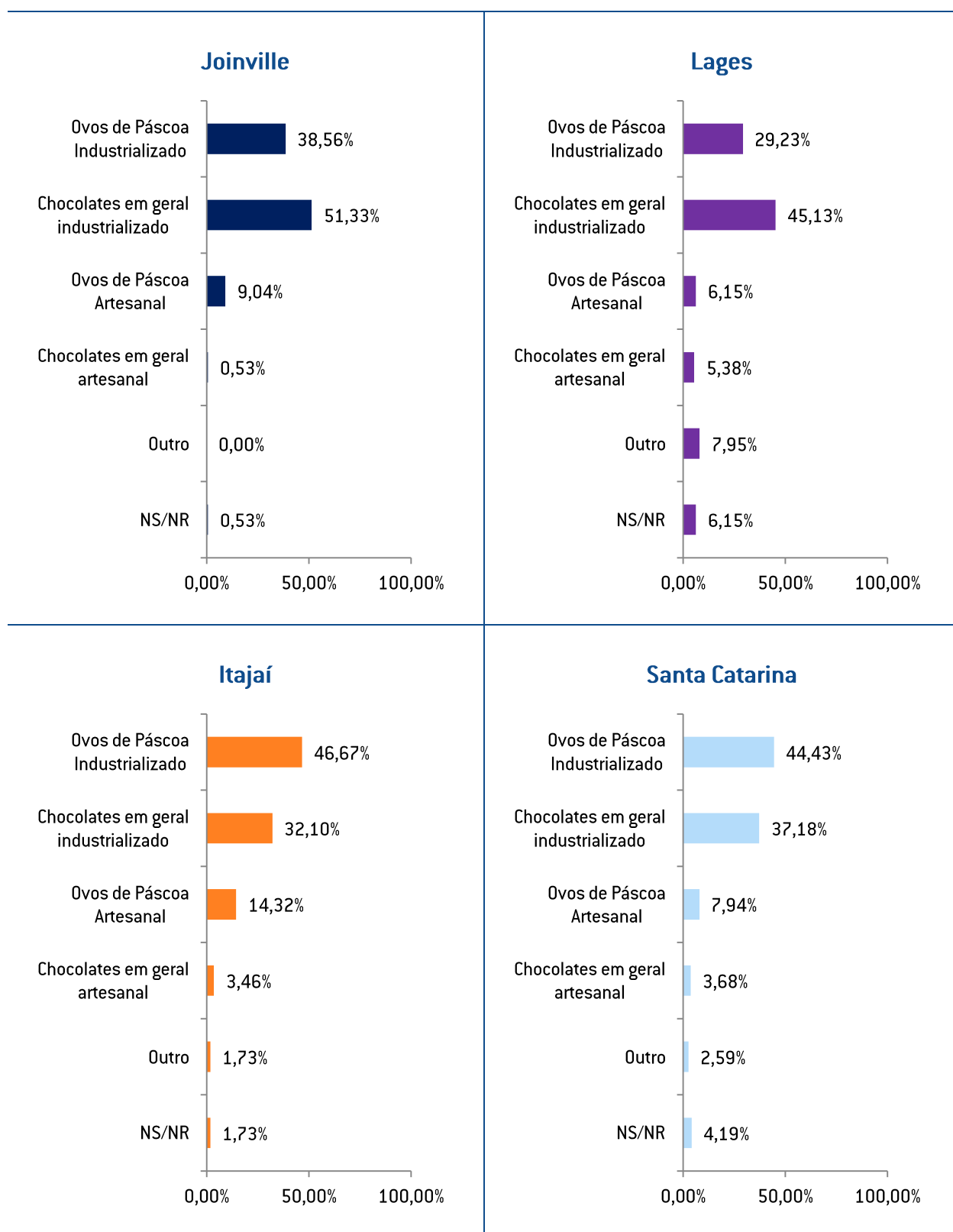
Presente	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Chocolates	93,8%	79,0%	94,0%	92,0%	97,6%	86,4%	92,3%	90,6%
Vestuários/Calçados	3,0%	16,2%	1,8%	2,9%	1,1%	5,9%	2,5%	4,9%
Brinquedo	1,2%	3,9%	2,1%	1,4%	0,8%	2,8%	1,7%	2,0%
Flores	0,0%	0,0%	0,3%	0,5%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Outro	0,0%	0,2%	1,6%	1,9%	0,0%	0,5%	1,5%	0,8%
NS/NR	2,0%	0,7%	0,3%	1,2%	0,3%	4,3%	2,0%	1,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Já que o chocolate é o presente típico da Páscoa e representa quase que a totalidade dos presentes nesta época, é fundamental saber qual tipo de chocolates os consumidores catarinenses comprarão. A maioria optará por comprar ovos de Páscoa industrializados (44,3%), seguido de chocolates industrializados (37,1%). A seguir, observam-se os dados por cidade.

Tipos de chocolate que comprará





Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além de movimentar o comércio tradicional, a Páscoa também traz impactos para o setor de serviços. É bom saber o número de famílias que aproveitam o feriado para viajar. Entretanto, no Estado, apenas 11,8% dos entrevistados afirmaram que irão viajar. Quanto às cidades onde se mais viajará, os destaques ficam para Florianópolis e Itajaí (13,5% e 12,3%, respectivamente).

Viagem durante o feriado

Respostas	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Não	85,0%	86,3%	85,4%	84,8%	87,1%	89,3%	85,2%	86,1%
Sim	11,8%	12,1%	11,5%	13,5%	11,3%	9,7%	12,3%	11,8%
NS/NR	3,2%	1,6%	3,1%	1,7%	1,6%	1,0%	2,5%	2,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para finalizar, a Fecomércio SC indagou o motivo da viagem, sendo que a visita a familiares prevaleceu (6,9%), seguido pelo turismo (4,1%). A opção outros teve grande quantidade de respostas, sendo a mais citada (8,1%). Também houve uma grande quantidade de pessoas que não sabem ou não responderam a pergunta. Abaixo, é possível observar a questão com maior detalhe:

Motivos da viagem

Sugestões	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Visitar parentes/amigos	5,9%	8,4%	6,0%	8,9%	3,7%	4,9%	7,6%	6,9%
Turismo	4,9%	3,6%	5,5%	4,3%	0,5%	3,6%	3,2%	4,1%
Trabalho	0,0%	0,0%	0,5%	0,2%	0,0%	0,5%	0,5%	0,3%
Outro	45,1%	6,8%	0,5%	0,0%	2,6%	0,0%	0,7%	8,1%
NS/NR	44,1%	81,1%	87,5%	86,5%	86,8%	91,0%	87,9%	80,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

Os catarinenses que comprarão principalmente chocolates industrializados (sejam eles ovos de Páscoa ou não), neste ano, são majoritariamente mulheres jovens, pertencentes à classe média e que têm seu rendimento advindo do trabalho assalariado com carteira assinada. Os supermercados e o comércio de rua serão os principais destinos destes consumidores, que tem intenção de pagar suas compras principalmente à vista e em dinheiro.

Já a expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 158,21, superior ao gasto médio prospectado pelas famílias do Estado em 2014, que havia sido de R\$ 151,82, mas inferior à inflação observada no período de 7,7%, de acordo com o IPCA do IBGE. Desse modo, houve uma retração real do gasto prospectado em -3,5%. Aqui, a evolução da renda tem um papel fundamental, já que a percepção de pior situação financeira por parte das famílias gera uma cautela em relação às datas especiais.

Assim, com uma situação financeira pior para a maioria das famílias, ainda que as respostas de melhor situação financeira e situação igual tenham alcançado um percentual próximo à resposta preponderante, a busca pelas promoções e pelo melhor preço continuarão sendo a tônica desta Páscoa para os catarinenses, fator que a pesquisa demonstra com clareza.

Por fim, a expectativa para as vendas de Páscoa neste ano é menor que a do ano passado. Alguns fatores militam nesse sentido, como a já citada desaceleração da renda. Em 2014, o crescimento deste indicador foi o menor desde 2009, ano de forte crise. Junto a isso, também vemos fortes pressões inflacionárias, vinda da política de “realismo tarifário” (a qual se inclui o reajuste da energia elétrica) adotada pelo governo, o que faz com que se reduza a renda real das famílias, diminuindo os recursos disponíveis para consumo. Além disso, temos visto uma retração no número de empregos, o que pressiona negativamente a taxa de desemprego e reduz a intenção de consumo das famílias.



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina
Rua Felipe Schmidt 785/5º andar - Centro - CEP 88010.002 - Florianópolis/SC
48 3229 1000 - www.fecomercio-sc.com.br