



**PÁSCOA 2016**

Intenção de compras

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

# Intenção de Compras para o período de Páscoa 2016

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 2016

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES .....	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE PÁSCOA 2016 .....	6
CONCLUSÃO .....	18

## 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 e a FCDL/SC realizaram 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 2.120 pessoas. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o 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 pesquisas da Fecomércio SC. O universo foi o de homens e mulheres maiores de 18 anos, residentes em zonas urbanas.

Foram aplicadas 14 perguntas, sendo 13 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 algumas informações importantes:

### Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	68,0%	65,6%	78,4%	81,3%	57,8%	72,4%	57,0%	68,7%
Masculino	32,0%	34,4%	21,6%	18,7%	42,2%	27,6%	43,0%	31,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	21,6%	25,8%	38,4%	20,7%	40,5%	20,9%	27,3%	27,9%
De 26 a 35 anos	23,9%	30,1%	31,9%	31,3%	27,6%	25,2%	31,3%	28,8%
De 36 a 45 anos	22,5%	20,9%	19,0%	23,7%	18,3%	26,2%	17,3%	21,1%
De 46 a 55 anos	19,3%	11,3%	9,0%	16,3%	10,0%	14,3%	11,7%	13,1%
De 56 a 65 anos	10,5%	7,9%	1,6%	6,7%	3,0%	10,0%	9,3%	7,0%
66 anos ou mais	2,3%	4,0%	0,0%	1,3%	0,7%	3,3%	3,0%	2,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,1%
Fundamental incompleto	12,7%	10,3%	8,7%	6,7%	15,0%	17,6%	6,7%	11,1%
Fundamental completo	17,6%	10,6%	13,5%	15,7%	15,0%	10,0%	11,3%	13,4%
Médio incompleto	7,8%	8,6%	8,7%	14,0%	10,0%	4,3%	10,3%	9,1%

Médio completo	38,2%	36,1%	42,6%	43,0%	46,2%	44,5%	44,0%	42,1%
Superior incompleto	8,2%	14,2%	10,3%	10,7%	7,0%	7,6%	12,7%	10,1%
Superior completo	13,4%	16,9%	12,9%	8,7%	5,6%	13,6%	13,7%	12,1%
Pós-graduação	2,0%	3,3%	3,2%	1,3%	1,3%	1,7%	1,3%	2,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	8,2%	10,3%	1,3%	4,3%	4,3%	9,6%	6,0%	6,3%
Autônomo	14,4%	13,9%	12,3%	17,0%	16,6%	21,9%	21,3%	16,7%
Carteira assinada	53,6%	43,7%	53,5%	49,3%	43,2%	36,5%	52,0%	47,5%
Desempregado	9,8%	7,3%	12,3%	10,3%	21,3%	3,3%	5,0%	9,9%
Dollar	5,9%	6,6%	9,0%	4,0%	4,7%	14,6%	6,0%	7,3%
Empresário	2,6%	3,6%	1,9%	2,7%	4,7%	1,0%	5,0%	3,1%
Estudante	0,7%	8,3%	4,5%	7,3%	5,3%	2,0%	2,7%	4,4%
Outro	4,9%	6,3%	2,9%	5,0%	0,0%	11,0%	2,0%	4,6%
NS/NR	0,0%	0,0%	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%

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\$ 946	8,2%	7,0%	5,8%	15,7%	8,6%	16,3%	6,7%	9,7%
De R\$ 947 a R\$ 1.509	10,1%	18,5%	22,6%	24,0%	23,3%	30,2%	20,3%	21,3%
De R\$ 1.510 a R\$ 4.007	48,0%	42,7%	48,7%	40,0%	50,8%	39,2%	45,3%	45,0%
De R\$ 4.008 a R\$ 6.506	24,2%	19,2%	14,8%	13,7%	9,3%	11,0%	16,3%	15,5%
De R\$ 6.507 a R\$ 8.483	6,9%	6,6%	4,5%	4,7%	2,7%	1,7%	4,7%	4,5%
De R\$ 8.484 a R\$ 12.479	2,6%	3,0%	2,6%	1,7%	3,7%	1,3%	2,3%	2,5%
Mais de R\$ 12.480	0,0%	2,6%	1,0%	0,3%	1,0%	0,3%	1,7%	1,1%
Recusa	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	2,7%	0,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

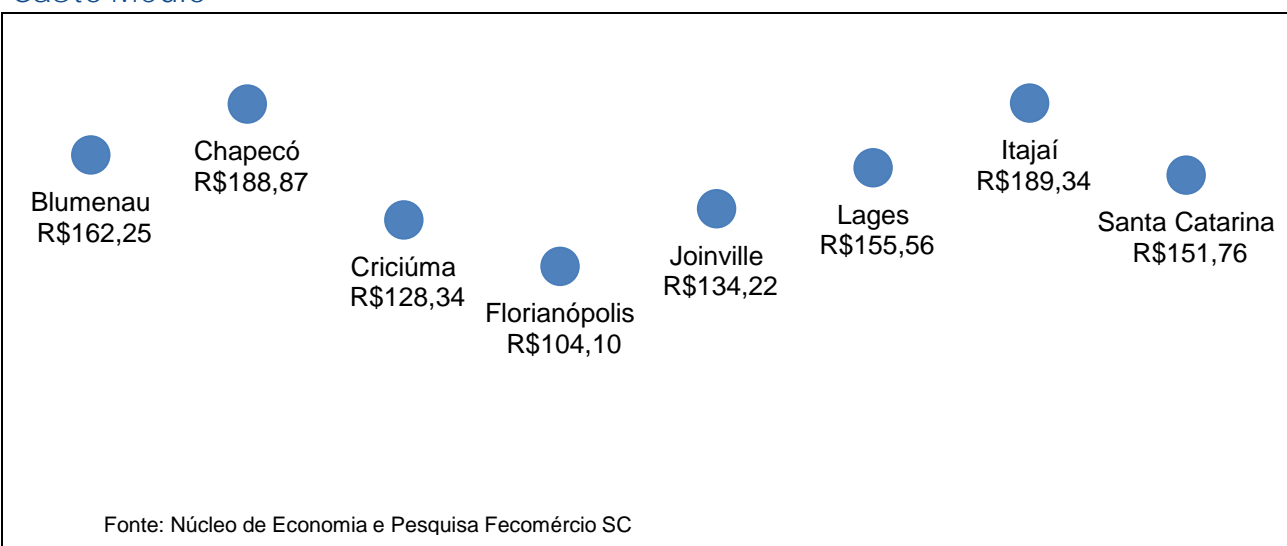
Os dados acima mostram que as entrevistadas são majoritariamente mulheres (68,7%); jovens, com idade entre 26 e 35 anos (28,8%). Em relação ao grau de escolaridade destas consumidoras, a maioria tem ensino médio completo (42,1%). A maioria são trabalhadores com carteira assinada (47,5%). Sendo que a renda da maior parte destas entrevistas tem renda familiar que fica entre R\$ 1.510 a R\$ 4.007 (45,0%), além de famílias que ganham entre R\$ R\$ 947,00 e R\$ R\$ 1.509,00 (21,3%).

## INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE PÁSCOA 2016

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio SC e a FCDL/SC diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores. Desta maneira, na média, o consumo desta Páscoa será de R\$ 151,76. Este gasto é menor( -4,1%) do que o levantado pela mesma pesquisa em 2015, que havia sido de R\$ 158,21. O destaque fica por conta de Itajaí com o maior gasto do Estado: R\$ 189,34 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



Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Fpolis	Joinville	Lages	Itajaí	SC
2015	R\$ 116,96	R\$ 162,63	R\$ 172,57	R\$ 157,70	R\$ 134,82	R\$ 169,46	R\$ 192,86	R\$ 158,21
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

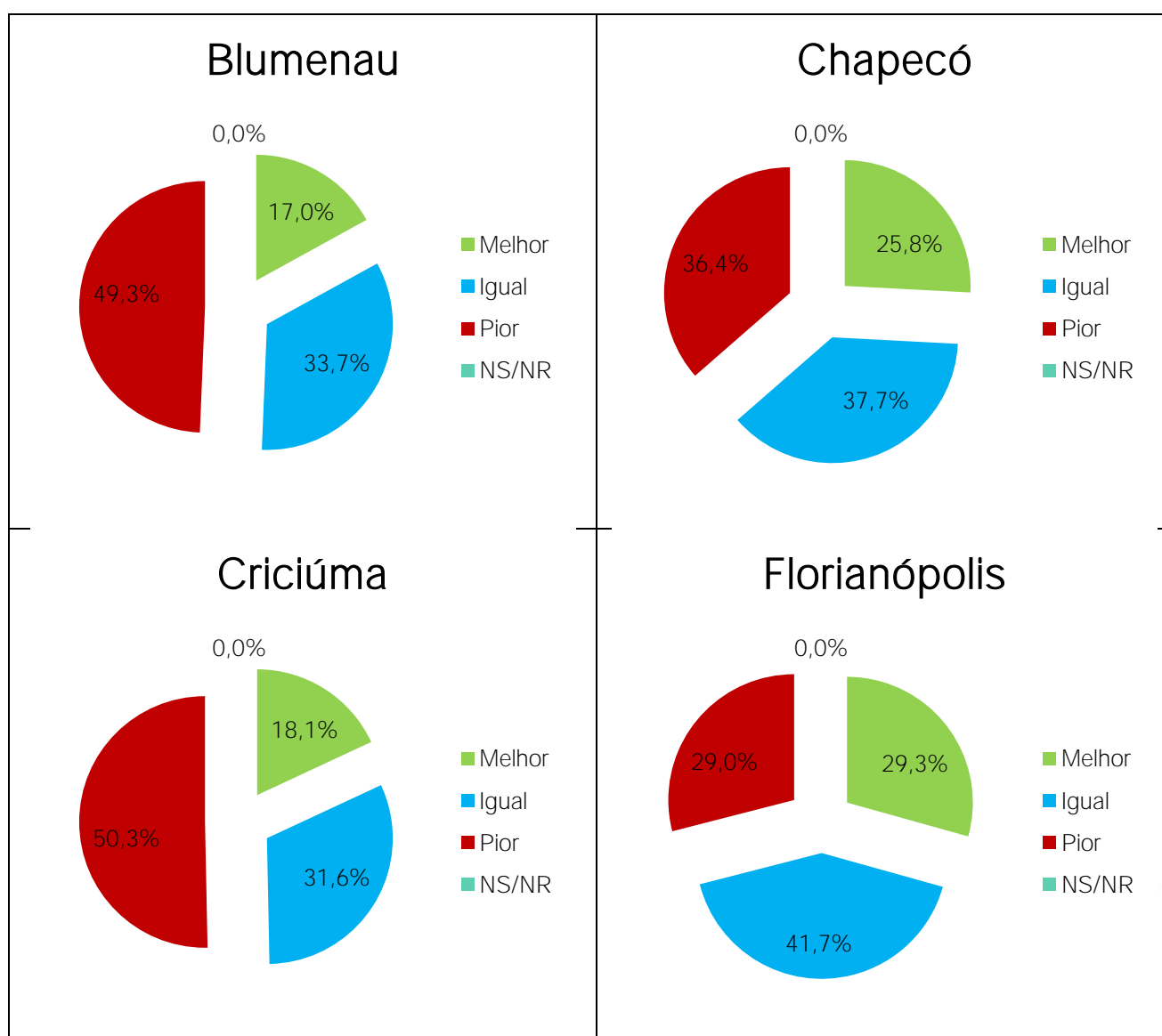
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

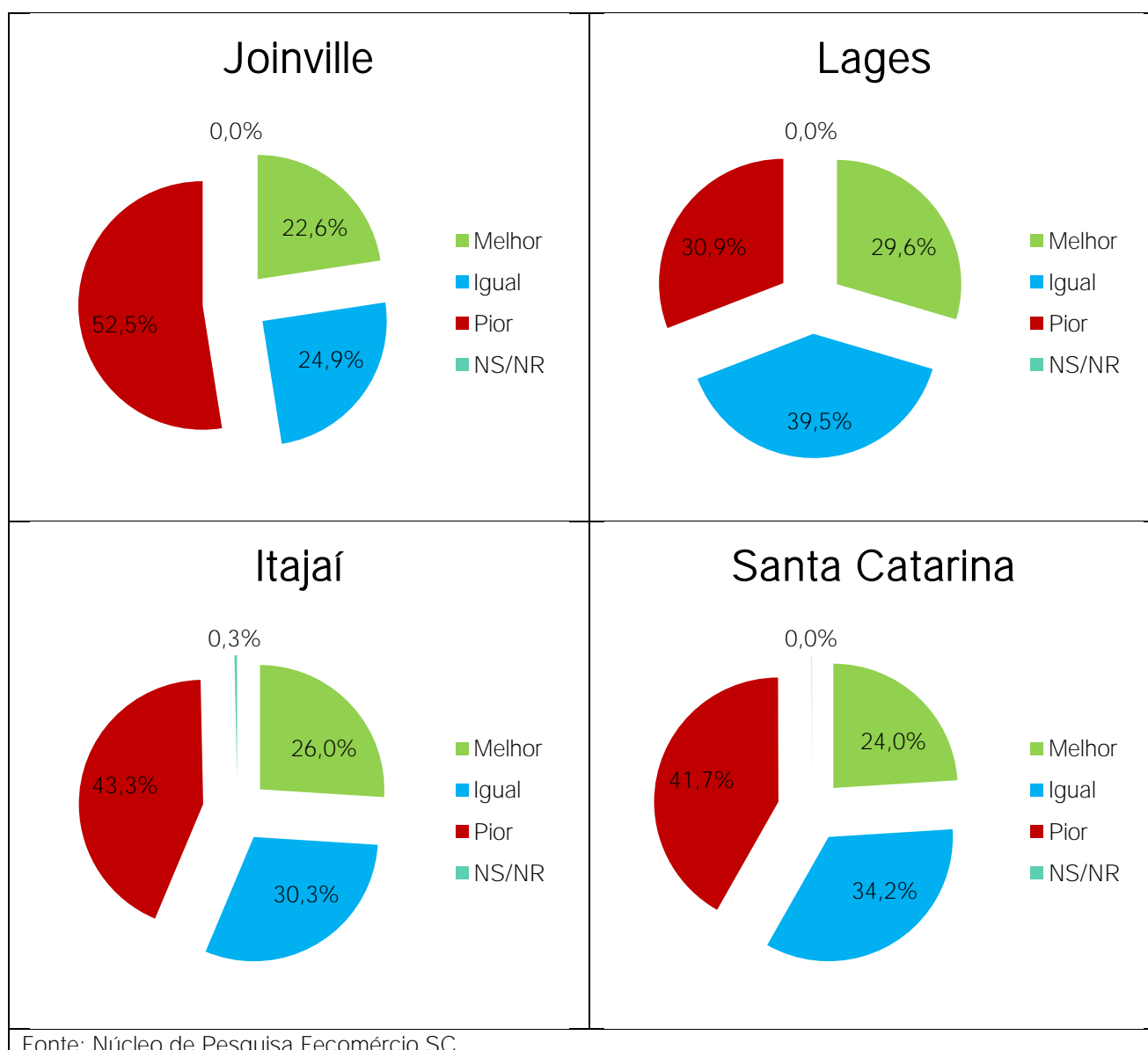
A redução da expectativa do gasto médio verificado neste ano está fortemente vinculada com outro dado levantado pela pesquisa: a evolução da situação financeira das famílias. Os gráficos abaixo mostram que 41,7% das famílias de Santa Catarina declararam estar em situação pior do que a do mesmo período do ano anterior, apenas 24% apontaram que sua situação melhorou e 34,2% afirmaram que estão em igual situação, fruto da desaceleração real da renda, oriunda da alta inflação e do aumento do desemprego



Assim, é claro que a redução da renda das famílias, trouxe uma menor confiança na prospecção de gastos para a Páscoa. O cenário é muito parecido entre todas as cidades, como também pode ser visto abaixo:

## Situação financeira comparada ao mesmo período de 2015

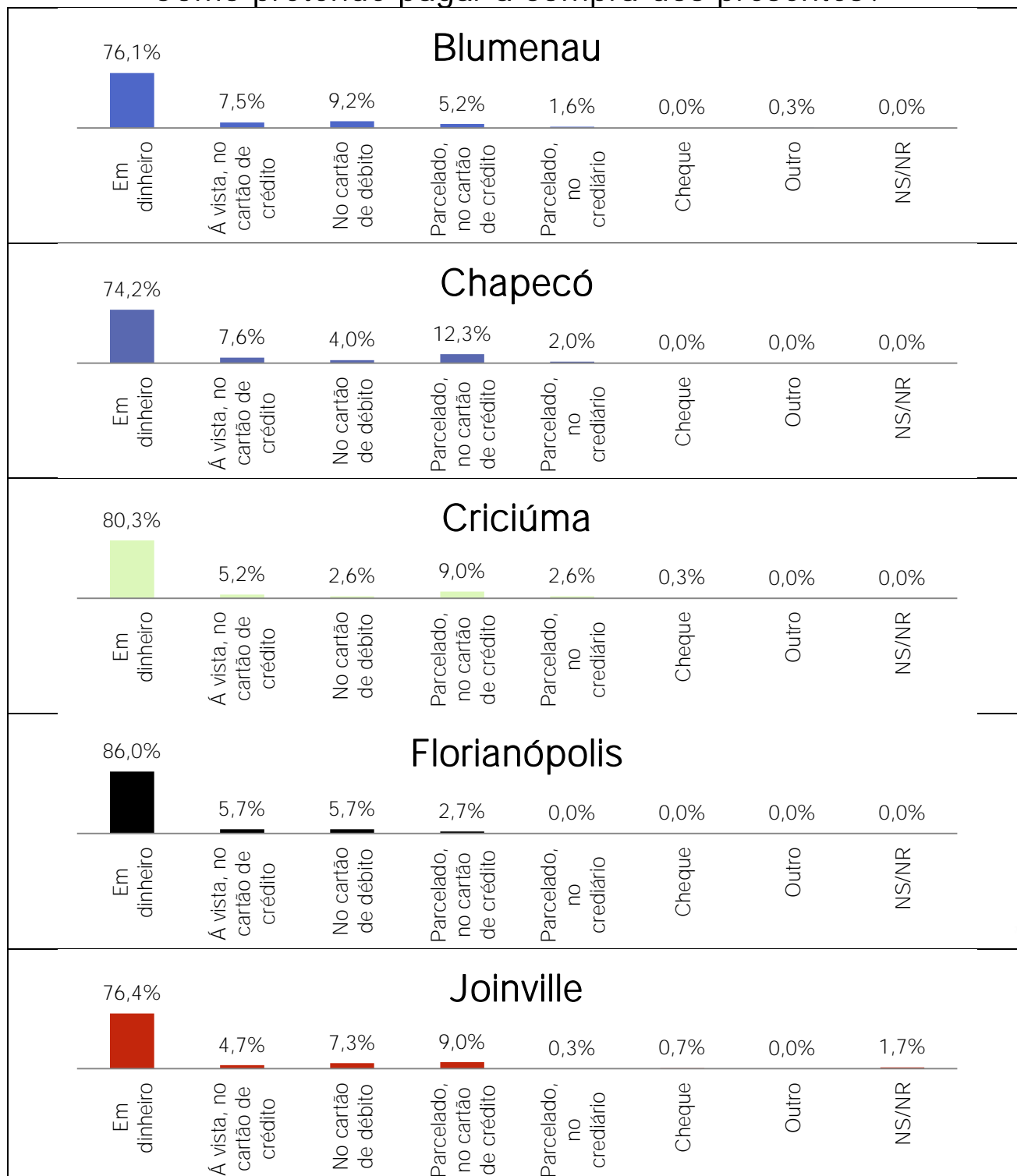


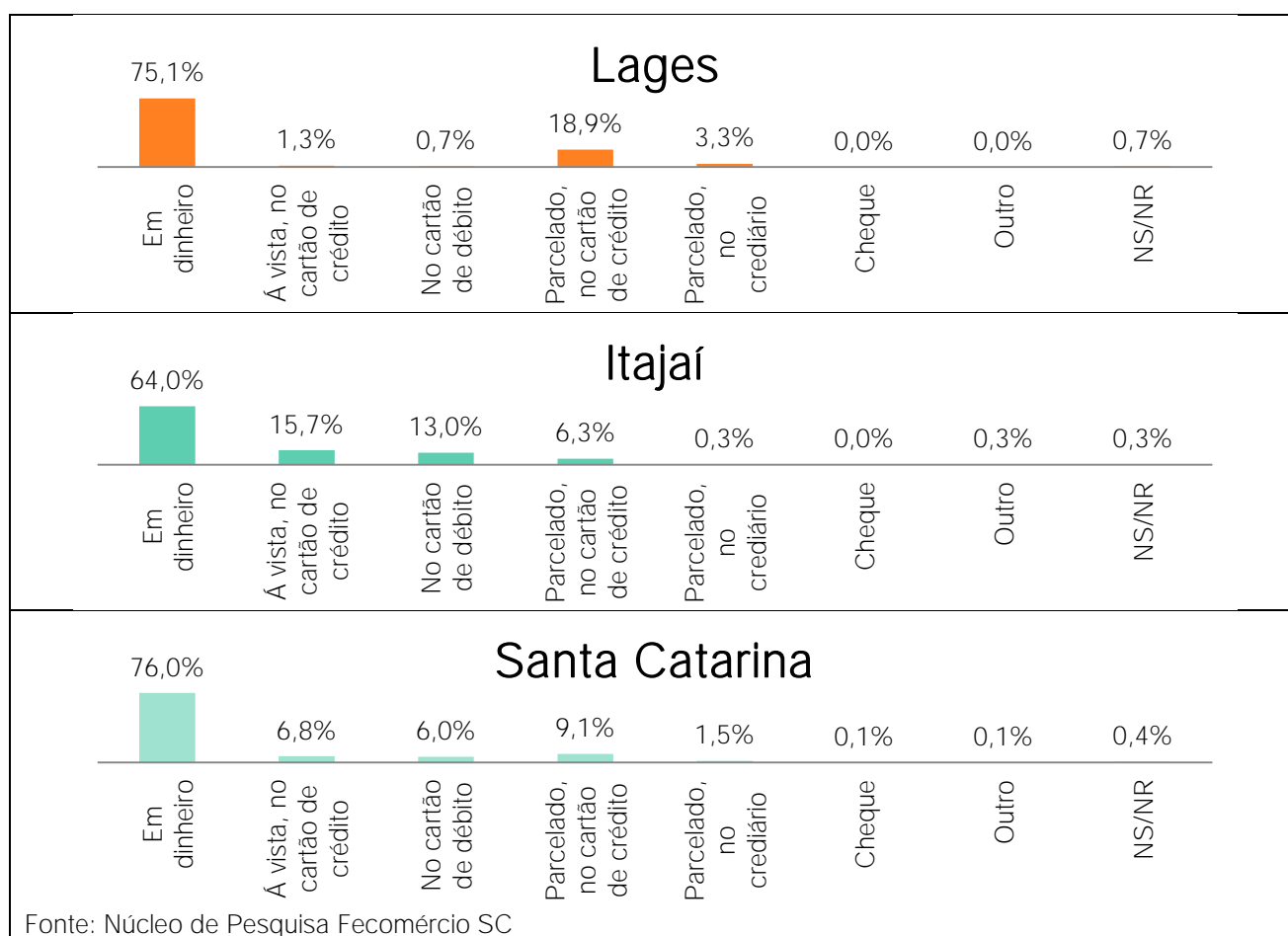


Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista. A opção em dinheiro foi a mais lembrada (76,0%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra parcelada no cartão de crédito (9,1%) e à vista no cartão de crédito (6,8%). 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, poucos pretendem comprar com base no crédito. Entretanto, isso demonstra apenas uma preferência do consumidor, já que 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?

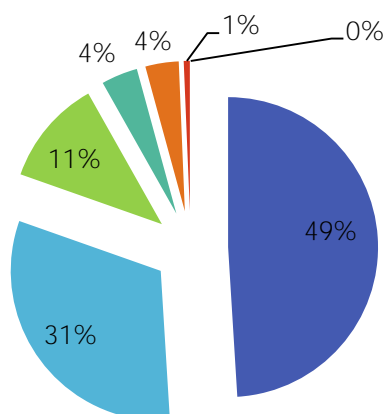




Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com o preço em períodos de retração econômica é central (42%), seguido pelas promoções (30%) e pelo atendimento (13%), ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra são de interesse dos catarinenses. Na sequência aparece o resultado dividido por cidades:

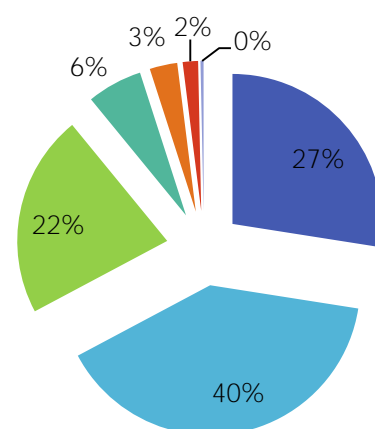
## Ação do comércio

## Blumenau

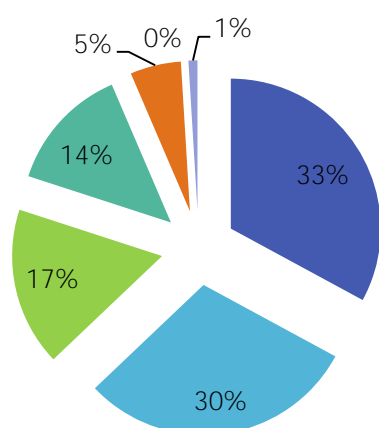


- Preço
- Promoção
- Atendimento
- Variedade de marcas
- Facilidade no pagamento
- Outro
- NS/NR

## Chapecó

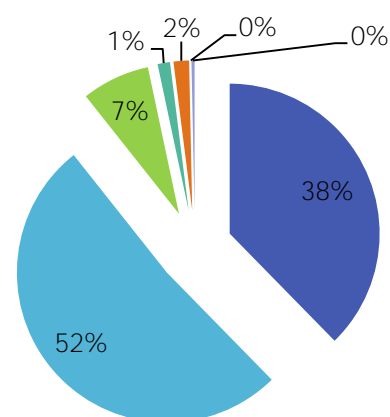


## Criciúma

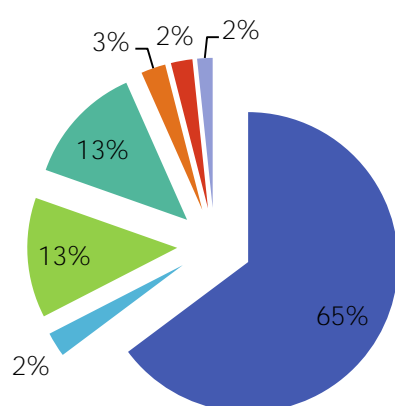


- Preço
- Promoção
- Atendimento
- Variedade de marcas
- Facilidade no pagamento
- Outro
- NS/NR

## Florianópolis

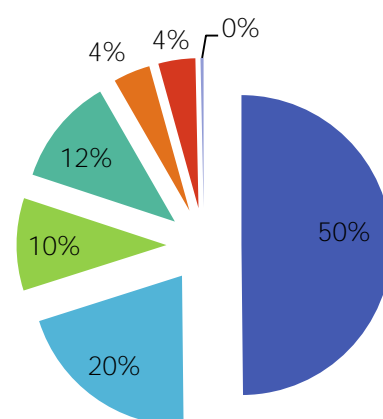


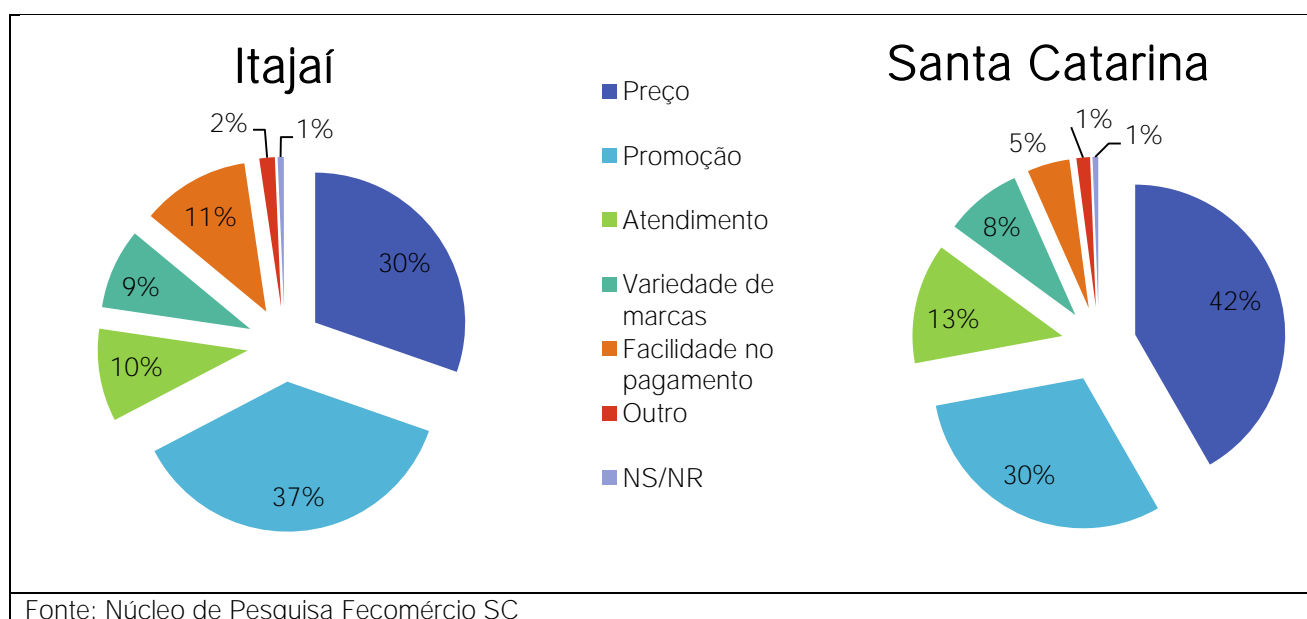
## Joinville



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

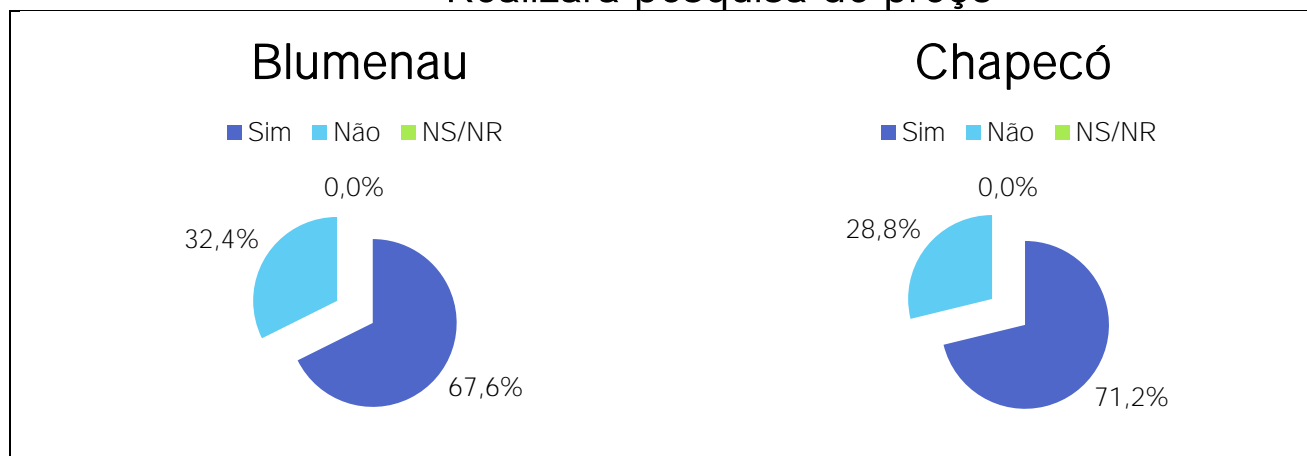
## Lages



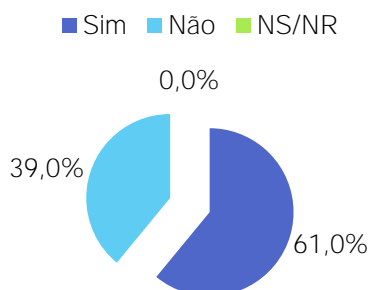


Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 67,7% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para a Páscoa. Resultado que é semelhante em todas as cidades que compõe a pesquisa, mostrando uma forte tendência do catarinense. Os dados por cidade podem ser vistos abaixo:

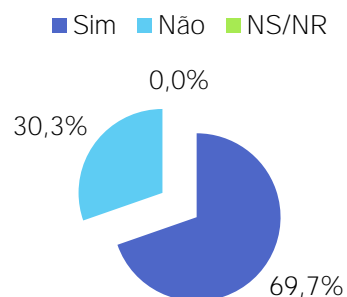
### Realizará pesquisa de preço



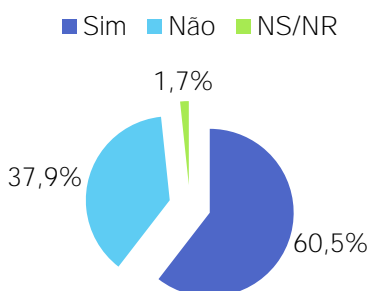
### Criciúma



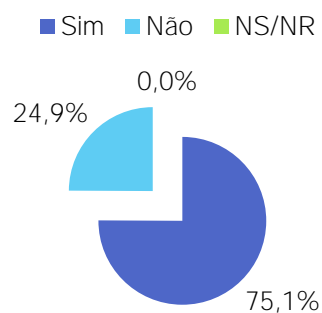
### Florianópolis



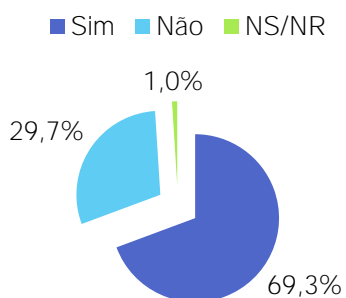
### Joinville



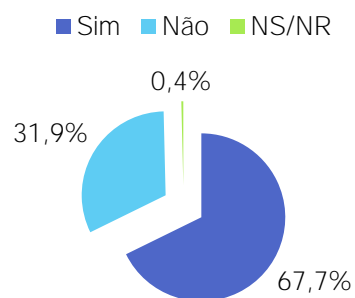
### Lages



### Itajaí



### Santa Catarina



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 (59,7%), seguido pelo comércio de rua (28,3%). Nas cidades de Chapecó e Lages, o comércio de rua atinge um percentual maior que os supermercados. No âmbito estadual, a internet terá uma pequena participação de 1,4%.

### Local da Compra

Estabelecimento	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Supermercado	63,7%	42,4%	71,0%	79,3%	46,8%	43,9%	70,3%	59,7%
Comércio de rua	22,9%	45,4%	25,5%	15,7%	21,3%	46,5%	21,3%	28,3%
Lojas do Shopping	0,0%	10,3%	3,2%	4,3%	9,3%	4,3%	6,0%	5,3%
Pela internet	6,9%	1,3%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	1,0%	1,4%
NS/NR	6,5%	0,7%	0,3%	0,0%	22,6%	5,3%	1,3%	5,2%
Supermercado	63,7%	42,4%	71,0%	79,3%	46,8%	43,9%	70,3%	59,7%

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 e a FCDL/SC perguntaram 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 (92,0%), como de costume nesta época do ano, seguido pelo setor de vestuário/calçados (5,4%) e pelos brinquedos (1,6%). 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	94,1%	74,8%	95,8%	98,7%	93,0%	94,0%	93,3%	92,0%
Vestuário / Calçados	3,9%	16,9%	3,2%	0,0%	5,0%	4,3%	4,0%	5,4%
Brinquedo	1,6%	5,0%	0,6%	0,7%	0,7%	1,3%	2,0%	1,6%
Outro	0,0%	2,6%	0,3%	0,7%	0,0%	0,0%	0,7%	0,6%
NS/NR	0,3%	0,7%	0,0%	0,0%	1,3%	0,3%	0,0%	0,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Posto 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 (47,2%), seguido de chocolates industrializados (44,4%). A seguir observa-se os dados por cidade.

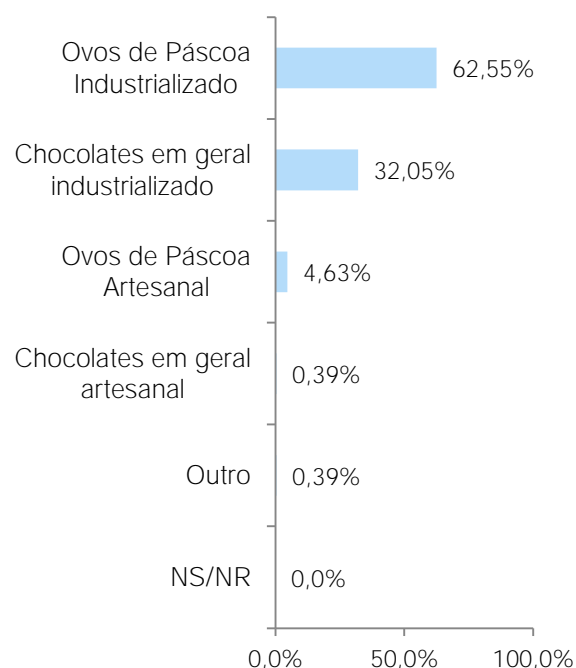


## Tipos de chocolate que comprará

### Blumenau



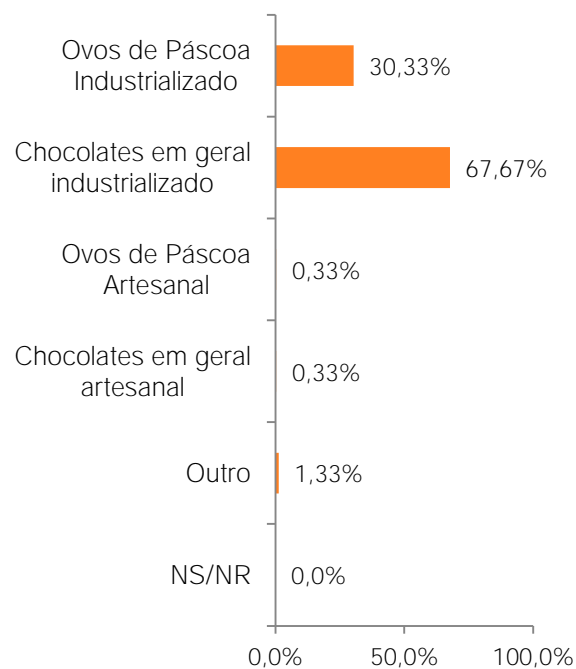
### Chapecó

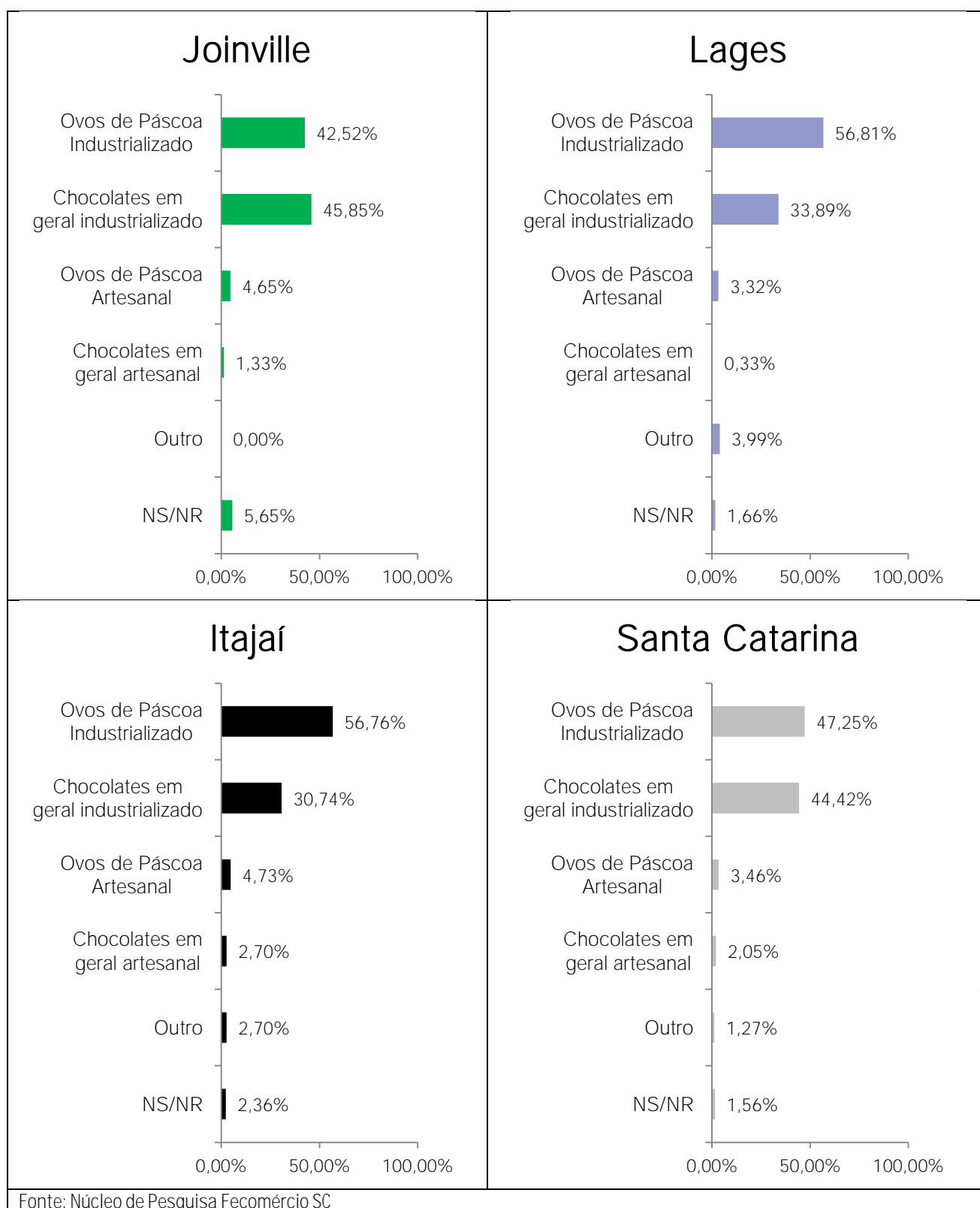


### Criciúma



### Florianópolis





Para finalizar, 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 12,5% dos entrevistados afirmaram que irão viajar. Quanto às cidades onde se mais viajará o destaque fica 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	84,0%	87,4%	89,0%	86,0%	83,7%	86,7%	85,0%	86,0%
Sim	11,8%	12,6%	11,0%	12,7%	13,6%	11,6%	14,3%	12,5%
NS/NR	4,2%	0,0%	0,0%	1,3%	2,7%	1,7%	0,7%	1,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

## CONCLUSÃO

Os catarinenses que comprarão principalmente chocolates industrializados (sejam eles ovos de Páscoa ou não) pertencem à classe média e que tem 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\$ 151,76, inferior ao gasto médio prospectado pelas famílias do Estado em 2015, que havia sido de R\$ 158,21. A magnitude da retração foi de -4,1%. 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, 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 serão menores que as do ano passado. Alguns fatores militam nesse sentido, como a já citada desaceleração da renda. Em 2015, o crescimento deste indicador foi o menor desde 2009. Junto a isso também vemos deterioração do mercado de trabalho, o que faz com que se reduza a renda e a confianças das famílias, diminuindo os recursos disponíveis e a intenção para consumo. Ademais temos visto uma inflação elevada, o que pressiona uma vez mais o nível de renda das famílias.