



Intenção de Compras
PÁSCOA 2017

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

Intenção de Compras para o período de Páscoa 2017

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 2017

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE PÁSCOA 2017	6
CONCLUSÃO	19

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 esta data.

A amostra foi de 2.119 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 13 a 18 de março de 2017. 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. 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 16 perguntas, sendo 15 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e 1 aberta. 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 alguns dados importantes para realizar tal objetivo:

Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	68,0%	65,9%	50,8%	50,3%	60,8%	62,5%	67,9%	60,9%
Masculino	32,0%	34,1%	49,2%	49,7%	39,2%	37,5%	32,1%	39,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	19,3%	27,8%	26,4%	27,3%	32,6%	23,3%	23,9%	25,8%
De 26 a 35 anos	33,3%	29,8%	32,1%	33,6%	26,2%	25,9%	25,6%	29,5%
De 36 a 45 anos	22,5%	22,5%	18,4%	17,4%	21,9%	22,3%	24,6%	21,4%
De 46 a 55 anos	14,7%	13,2%	16,4%	13,5%	12,6%	13,6%	12,5%	13,8%
De 56 a 65	8,2%	5,0%	5,7%	6,9%	5,0%	11,3%	10,2%	7,5%
Mais de 66	2,0%	1,7%	1,0%	1,3%	1,7%	3,7%	3,3%	2,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Estado Civil

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Casado/ União Estável	57,5%	62,3%	48,5%	40,8%	56,8%	45,5%	48,2%	51,4%
Divorciado	5,2%	3,3%	6,7%	6,3%	8,0%	6,0%	5,6%	5,9%
Solteiro	35,0%	32,8%	42,5%	51,0%	33,2%	43,2%	40,7%	39,8%
Viúvo	2,3%	1,7%	2,3%	2,0%	2,0%	5,3%	5,6%	3,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	1,3%	1,6%	0,5%
Fundamental incompleto	12,1%	6,0%	10,4%	7,6%	5,3%	19,3%	14,8%	10,8%
Fundamental completo	11,4%	7,0%	14,0%	6,3%	19,6%	11,6%	13,4%	11,9%
Médio incompleto	5,2%	11,9%	8,7%	4,6%	10,3%	6,0%	12,8%	8,5%
Médio completo	47,7%	34,4%	40,8%	38,5%	48,5%	43,9%	33,8%	41,1%
Superior incompleto	8,5%	10,6%	11,7%	17,4%	9,3%	7,3%	9,5%	10,6%
Superior completo	13,4%	20,2%	12,7%	22,4%	6,3%	10,3%	12,5%	14,0%
Pós-graduação	1,6%	9,9%	1,3%	3,3%	0,3%	0,3%	1,6%	2,6%
Sem alfabetização	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	1,3%	1,6%	0,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	8,2%	5,6%	5,4%	4,9%	4,7%	11,6%	8,2%	6,9%
Autônomo	21,2%	11,6%	18,1%	19,7%	18,3%	15,0%	15,7%	17,1%
Carteira assinada	52,0%	50,7%	56,5%	40,5%	38,2%	42,2%	42,6%	46,1%
Desempregado	10,5%	6,3%	7,7%	12,5%	16,3%	7,3%	21,3%	11,7%
Do lar	2,9%	7,3%	4,0%	5,3%	10,0%	15,3%	6,2%	7,3%
Empresário	1,3%	6,0%	1,7%	2,6%	1,3%	0,7%	1,3%	2,1%
Estudante	0,0%	4,3%	4,3%	5,9%	5,6%	3,3%	3,0%	3,8%
Outro	3,9%	8,3%	2,3%	8,6%	5,6%	4,7%	1,6%	5,0%
Aposentado	8,2%	5,6%	5,4%	4,9%	4,7%	11,6%	8,2%	6,9%

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	6,5%	4,6%	8,7%	10,5%	16,6%	23,3%	16,1%	12,3%
De R\$ 947 a	32,7%	25,5%	25,8%	37,2%	42,9%	34,9%	37,0%	33,7%

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compras – Páscoa 2017

R\$ 1.892								
De R\$ 1.893 a R\$ 4.730	43,5%	38,7%	46,5%	31,9%	31,6%	30,2%	31,8%	36,3%
De R\$ 4.731 a R\$ 7.568	10,8%	20,5%	12,4%	13,2%	5,6%	8,0%	8,9%	11,3%
De R\$ 7.569 a R\$ 9.460	3,6%	5,3%	3,7%	4,3%	1,0%	1,0%	3,3%	3,2%
De R\$ 9.461 a R\$ 14.190	2,0%	2,3%	1,7%	1,6%	0,0%	0,7%	1,6%	1,4%
Mais de R\$ 14.191	0,3%	2,6%	0,3%	0,7%	0,7%	0,0%	0,0%	0,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

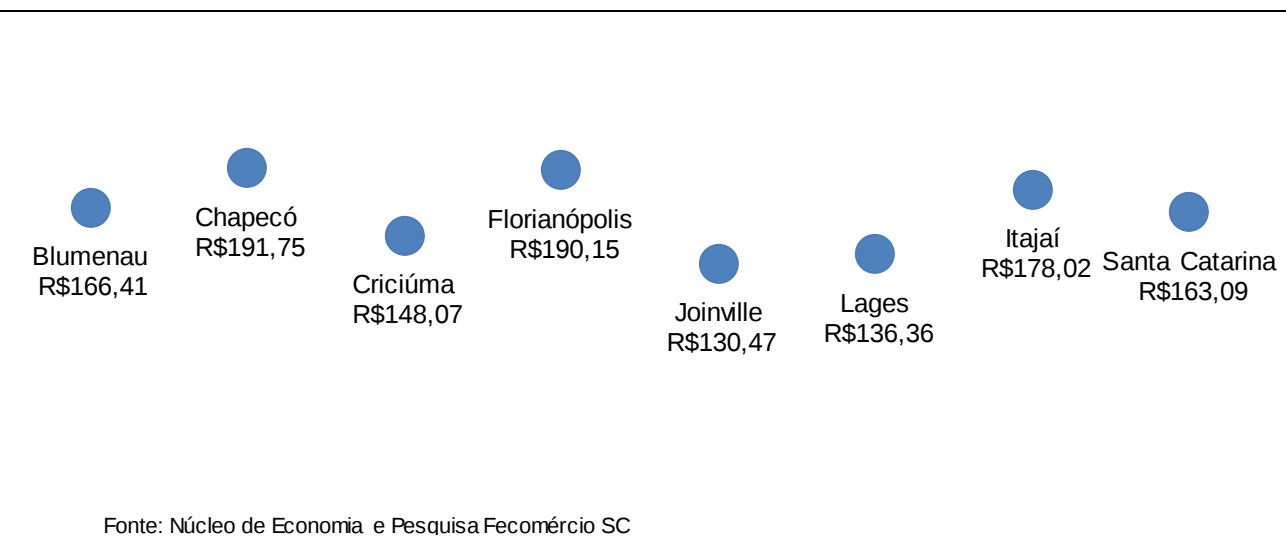
Os dados acima mostram que o perfil dos entrevistados para a pesquisa de Páscoa deste ano é formado majoritariamente por mulheres (60,9%), pessoas com idade entre 26 e 35 anos (29,5%). A maioria dos entrevistados é casada ou com união estável (51,4%). Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores, a maioria tem ensino médio completo (41,1%) e são trabalhadores com carteira assinada (46,1%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.893 a R\$ 4.730 (36,3%), além de famílias que ganham entre R\$ R\$ 947,00 e R\$ R\$ 1.892,00 (33,7%). Completa o quadro geral as famílias que tem rendimento entre 4.731,00 a R\$ 7.568,00 (11,3%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE PÁSCOA 2017

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 consumidor desta Páscoa irá gastar R\$ 163,09 na data. Este gasto é maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2016, o qual havia sido de R\$ 151,82. Apesar da variação de 7,4%, o efeito é minimizado, pois o gasto médio de 2016 foi baixo na comparação com os outros anos. Chapecó se destaca com o maior gasto médio: R\$ 191,75.

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



Anos anteriores (R\$)

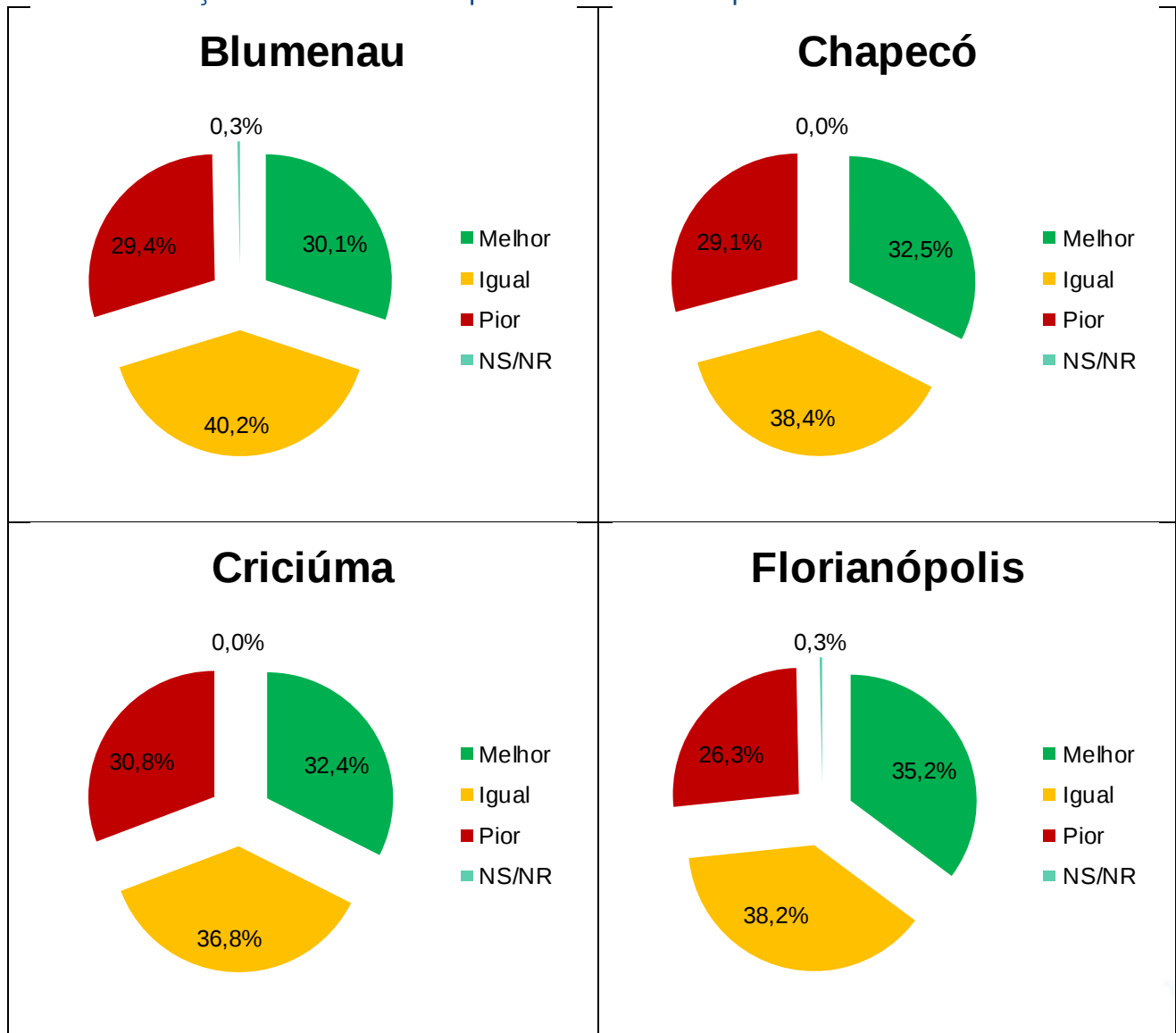
Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2016	162,25	188,87	128,34	104,10	134,22	155,56	189,34	151,76
2015	116,96	162,63	172,57	157,70	134,82	169,46	192,86	158,21

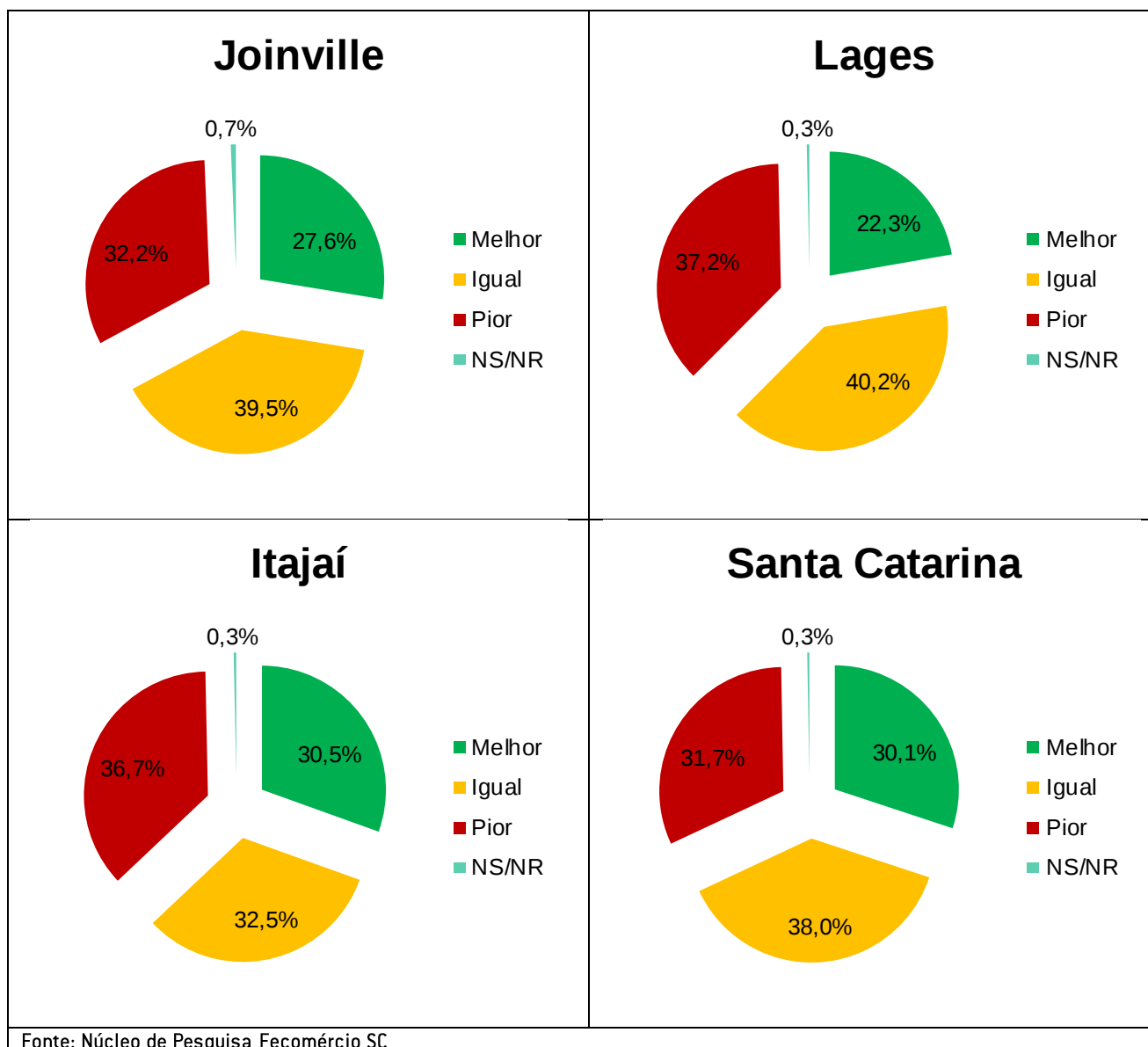
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para mensurar o efeito da crise econômica no consumidor, bem como se o comportamento será mais cauteloso, é importante avaliar a evolução da situação financeira das famílias. Os gráficos abaixo mostram que 31,7% das famílias de Santa Catarina declararam estar em situação pior do que a do mesmo período do ano anterior, 30,1% apontaram que a situação melhorou e 38,0% afirmaram que estão em igual situação.

A estabilidade da renda na comparação com o ano passado, a qual já vem em forte queda, traz uma perspectiva de vendas nos mesmo níveis de 2016, ou seja, em volumes baixos, quando observados em uma perspectiva mais ampla desde 2011.

Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior



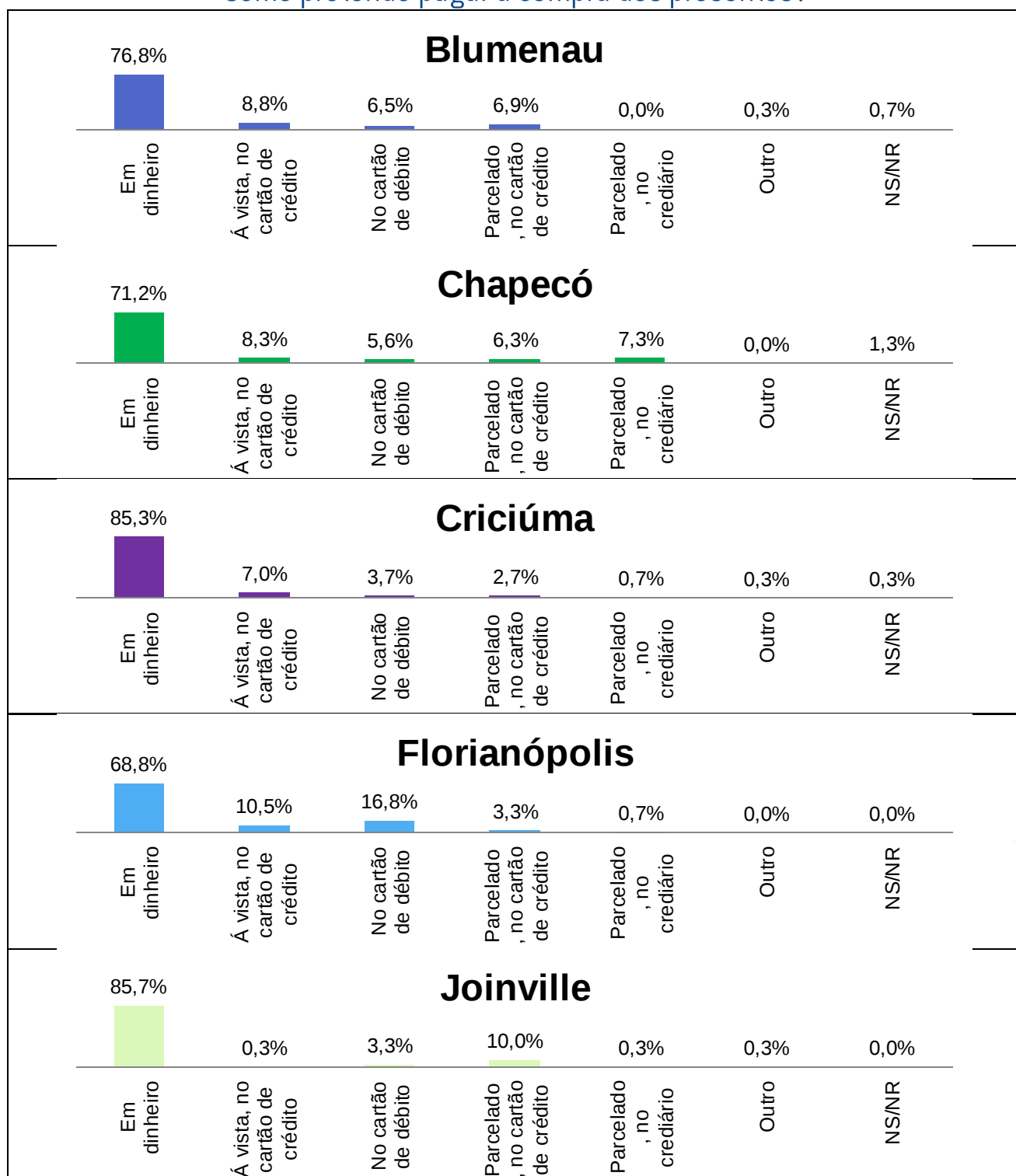


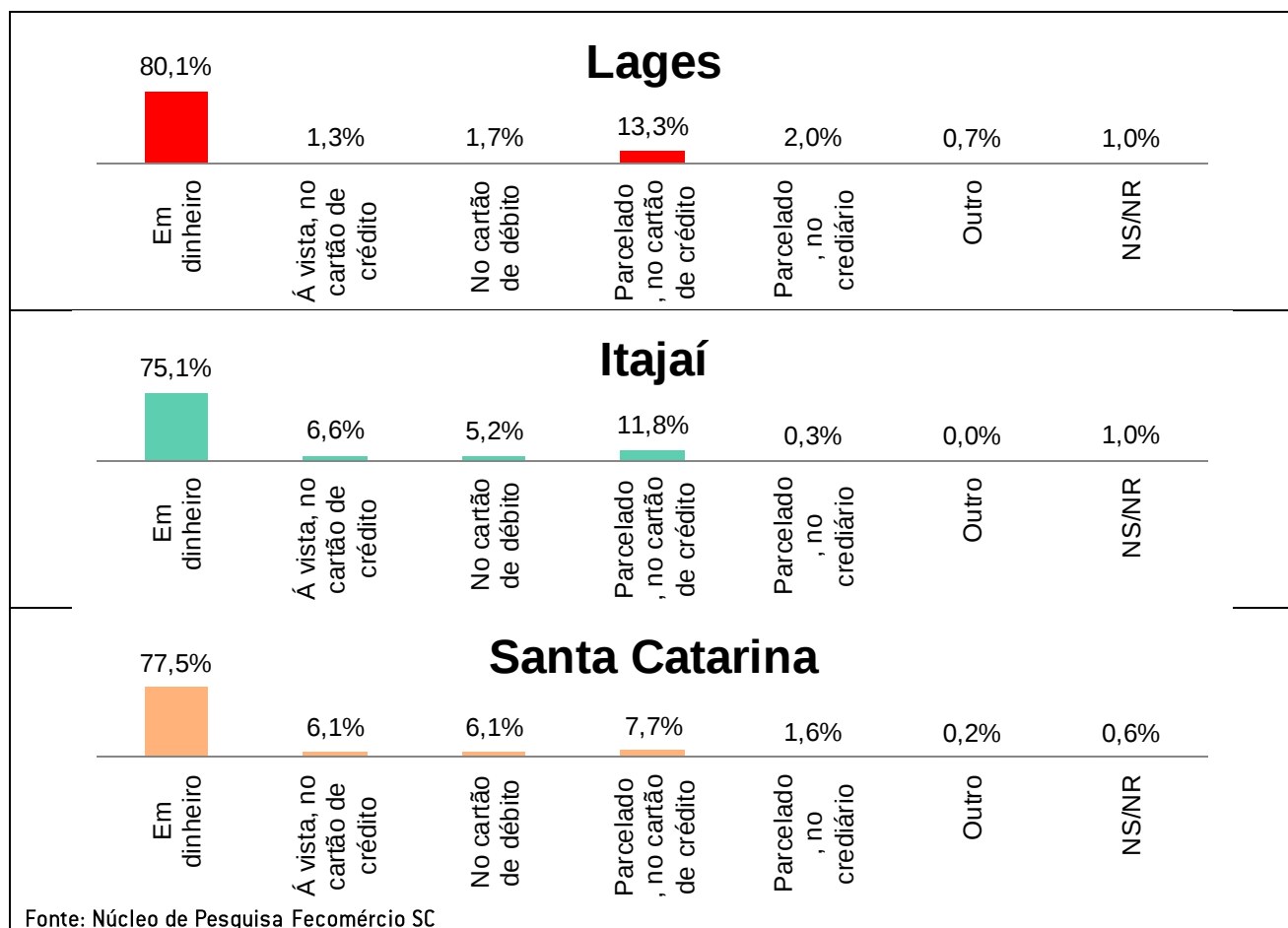
Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista. A opção em dinheiro foi a mais lembrada (77,5%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra parcelada no cartão de crédito (7,7%), cartão de débito e à vista no crédito (ambos com 6,1%). Desta maneira, os catarinenses estão pouco dispostos a endividar-se, procurando realizar quase que a totalidade de suas compras à vista. A pesquisa ainda permitiu apurar o grau de dúvida do consumidor quanto à utilização de um ou outro meio de pagamento (3,2%).

A intenção é bastante positiva, pois mostra uma maturidade por parte dos consumidores na hora de pensar os gastos da Páscoa. Entretanto, isso aponta 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?

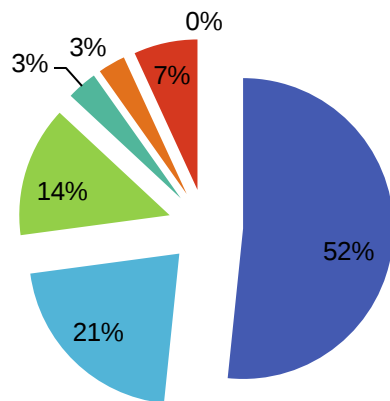




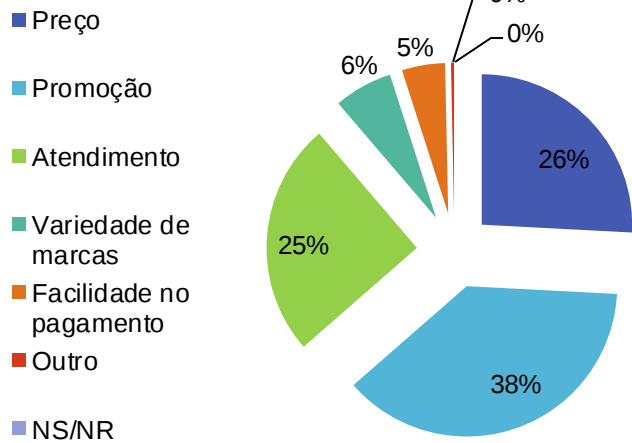
Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, é perceptível que a preocupação com o preço em períodos de retração econômica é central (42%), seguido pelas promoções (31%) e pelo atendimento (14%), ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra. Na sequência aparece o resultado dividido por cidades:

Ação do comércio

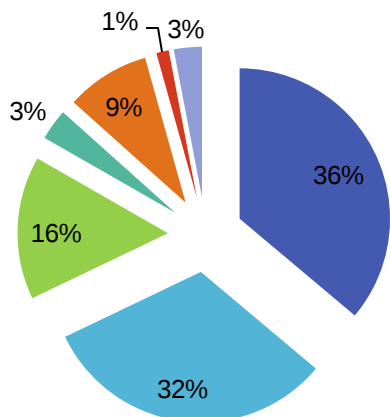
Blumenau



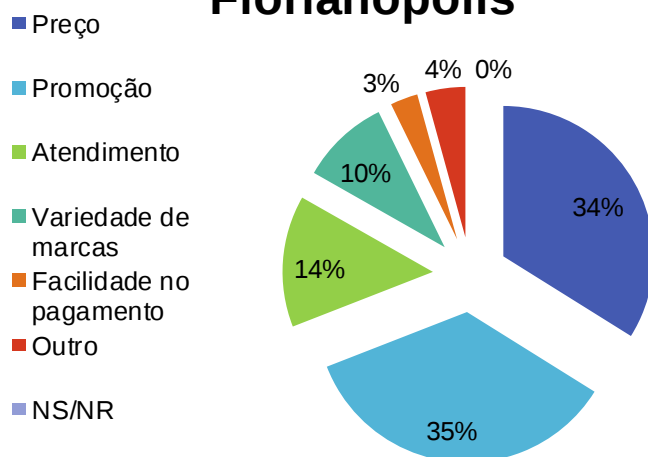
Chapecó

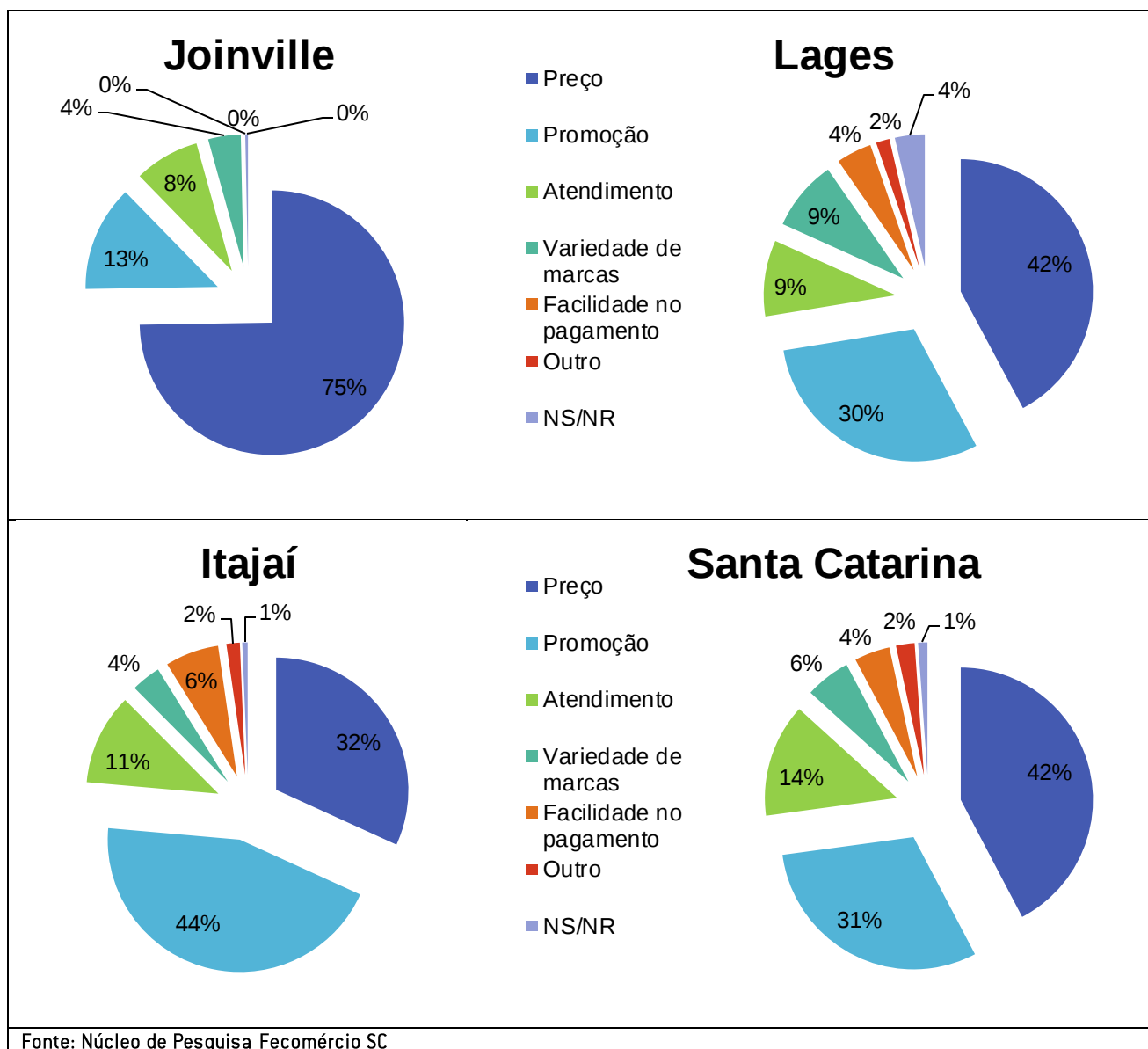


Criciúma



Florianópolis

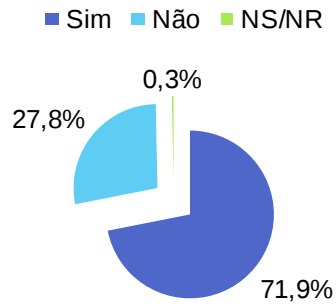




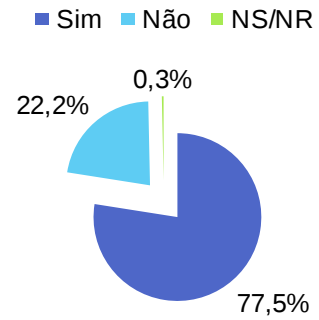
Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 73,5% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para a Páscoa. Este resultado é semelhante em todas as cidades que compõe a pesquisa, mostrando uma forte tendência do catarinense. Os dados por cidade podem ser vistos abaixo:

Realizará pesquisa de preço

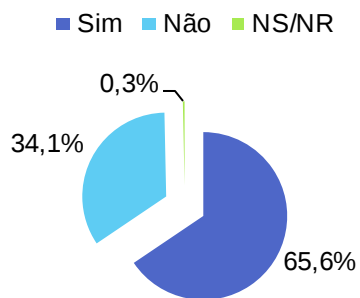
Blumenau



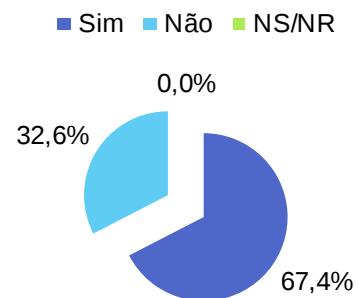
Chapecó



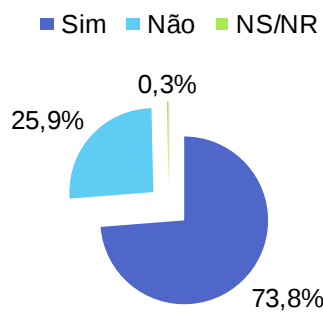
Criciúma



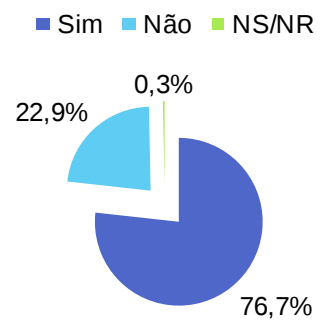
Florianópolis

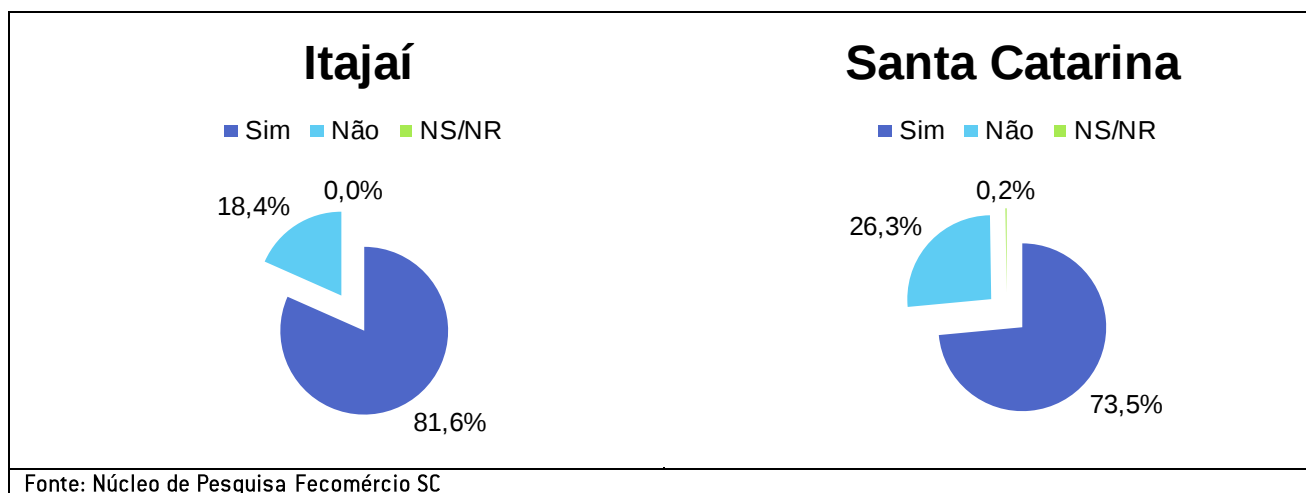


Joinville



Lages





Ao se tratar do local de compra dos produtos, o supermercado vai ser a opção da maioria dos catarinenses [51,5%], seguido pelo comércio de rua [35,7%] e pelo shopping [7,8%]. Em Lages e Chapecó, a opção comércio de rua superou os supermercados.

Ainda, 11,0% dos consumidores estão em dúvida em qual tipo de estabelecimento comprará o presente.

Local da Compra

Estabelecimento	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Supermercado	53,3%	40,7%	62,9%	52,0%	48,5%	44,9%	58,0%	51,5%
Comércio de rua	37,3%	48,7%	17,4%	35,5%	37,2%	45,2%	28,5%	35,7%
Lojas do Shopping	3,9%	8,3%	6,0%	10,2%	12,3%	4,7%	9,5%	7,8%
Pela internet	0,0%	1,7%	1,0%	0,7%	0,0%	0,7%	0,7%	0,7%
NS/NR	5,6%	0,7%	12,7%	1,6%	2,0%	4,7%	3,3%	4,3%

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 [92,3%], como de costume nesta época do ano, seguido pelo setor de vestuário/calçados [5,0%] e pelos brinquedos [2,0%]. Ademais, 2,0% seguem com dúvida. Abaixo a questão pode ser vista com maior nível de detalhamento:

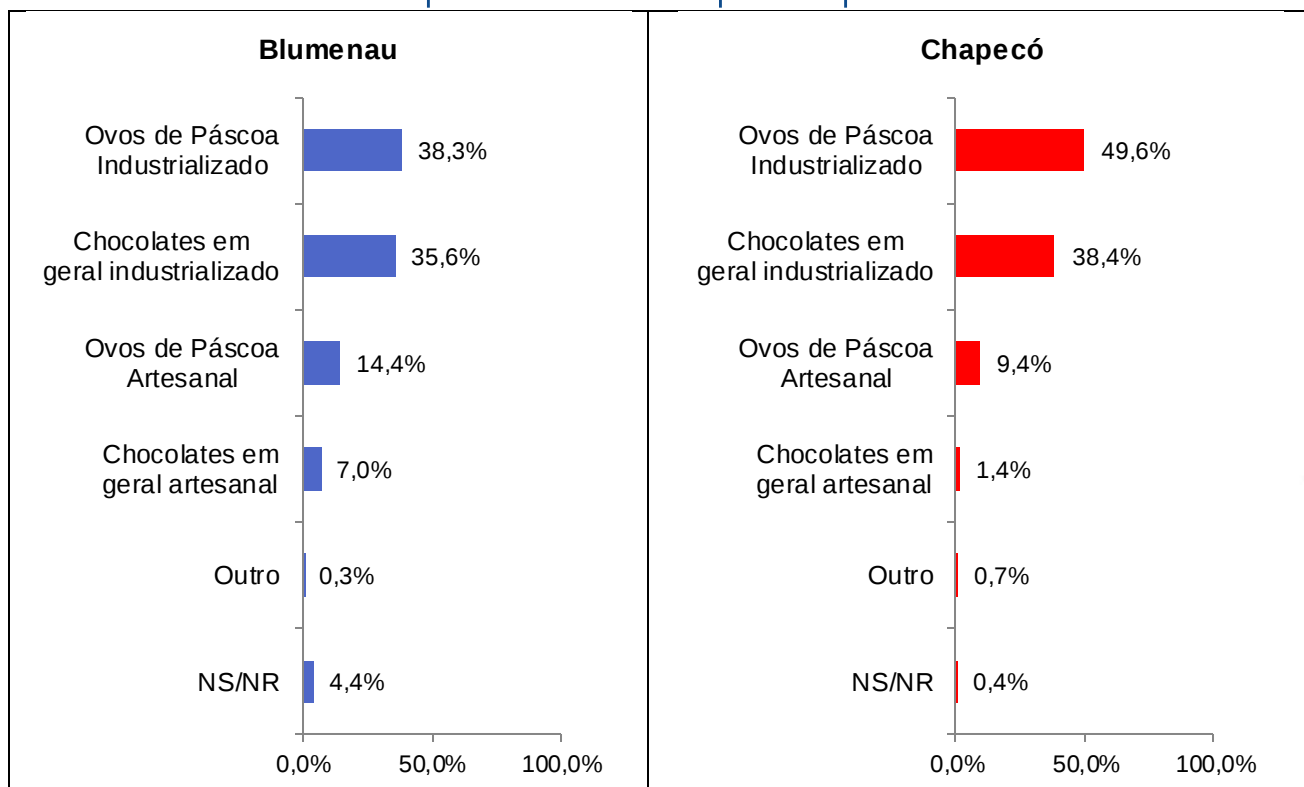
Tipo de presente

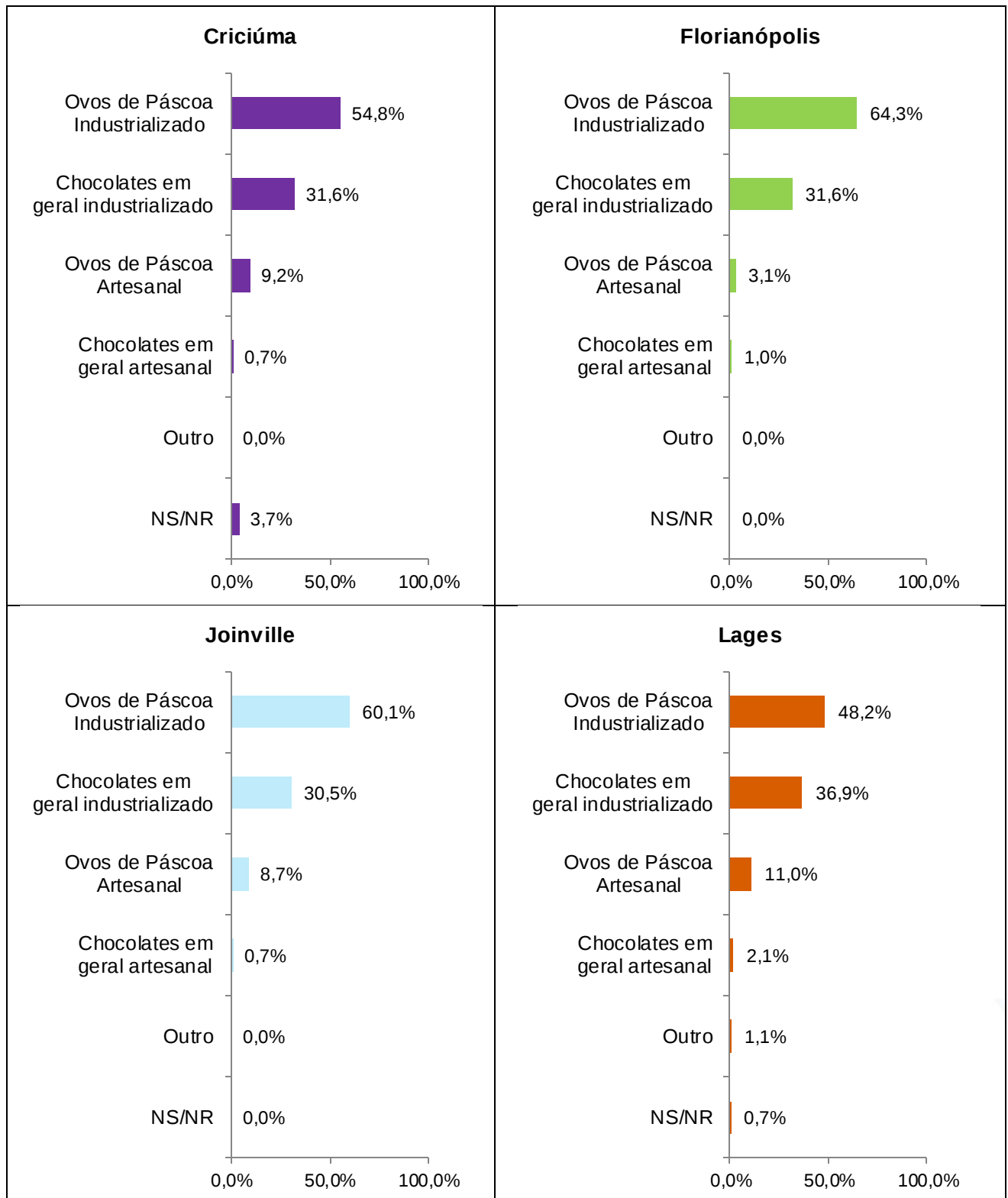
Presente	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Chocolates	96,4%	76,8%	95,7%	95,1%	99,0%	90,7%	92,1%	92,3%
Vestuário/ Calçados	2,6%	16,2%	2,0%	2,3%	0,3%	6,6%	4,9%	5,0%
Brinquedo	0,7%	6,3%	2,0%	1,0%	0,0%	1,3%	2,6%	2,0%
Flores	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Outro	0,0%	0,3%	0,3%	1,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,3%
NS/NR	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	0,3%	0,3%

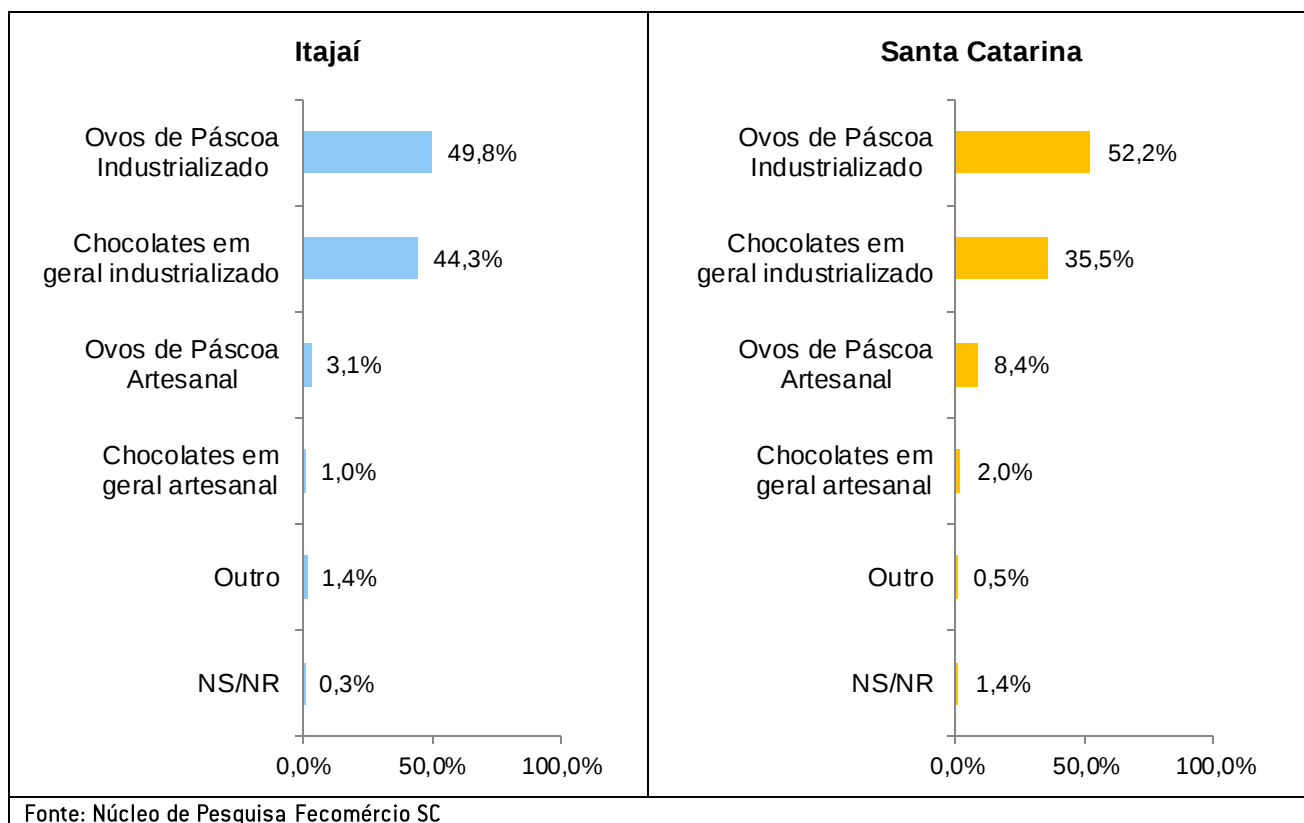
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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 (52,5%), seguido de chocolates industrializados (35,5%). O grau de dúvida nesta pergunta foi apurado em 8,7%. A seguir observa-se os dados por cidade.

Tipos de chocolate que comprará







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, apenas 11,7% dos entrevistados afirmaram que irão viajar. Quanto às cidades onde se mais viajará o destaque fica para Chapecó e Lages (15,9% e 12,3%, respectivamente).

Viagem durante o feriado

Respostas	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Não	82,7%	83,1%	88,3%	82,9%	88,7%	85,4%	88,2%	85,6%
Sim	14,4%	15,9%	10,0%	10,2%	8,0%	12,3%	10,8%	11,7%
NS/NR	2,9%	1,0%	1,7%	6,9%	3,3%	2,3%	1,0%	2,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Quanto ao destino da viagem, a maioria dos catarinenses (54,3%) afirmou que vai viajar no próprio estado (54,3%), movimentando a economia local. Em seguida aparecem os outros dois estados do sul: Rio Grande do Sul (18,6%) e Paraná (13,8%).

Destino da viagem

Respostas	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Dentro de Santa Catarina	70,5%	50,0%	50,0%	41,9%	50,0%	78,4%	30,3%	54,3%

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compras – Páscoa 2017

Rio Grande do Sul	2,3%	33,3%	30,0%	25,8%	8,3%	16,2%	12,1%	18,6%
Paraná	25,0%	8,3%	6,7%	6,5%	33,3%	2,7%	18,2%	13,8%
Demais estados do Brasil, excetuando a região sul	0,0%	6,3%	6,7%	19,4%	8,3%	0,0%	36,4%	10,1%
Exterior	2,3%	2,1%	3,3%	6,5%	0,0%	2,7%	3,0%	2,4%

Para finalizar, a Fecomércio SC indagou o motivo da viagem, sendo que a visita a familiares prevaleceu [55,5%], seguido pelo turismo [40,3%]. 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	62,5%	45,8%	53,3%	82,8%	54,2%	45,9%	50,0%	55,5%
Passear [turismo]	32,5%	50,0%	40,0%	17,2%	41,7%	48,6%	46,7%	40,3%
A trabalho	2,5%	4,2%	3,3%	0,0%	0,0%	2,7%	3,3%	2,5%
Outro	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%	2,7%	0,0%	1,3%
NS/NR	0,0%	0,0%	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

Os catarinenses nesta Páscoa comprarão principalmente chocolates industrializados, sejam eles ovos de Páscoa (52,2%) ou outros chocolates (35,5%). Os supermercados (51,5%) e o comércio de rua (35,7%) serão os principais destinos destes consumidores, que tem intenção de pagar suas compras principalmente à vista e em dinheiro (77,5%).

Já a expectativa de gasto médio dos consumidores catarinenses ficou em R\$ 163,09, superior em 7,4% ao gasto médio prospectado pelas famílias do estado em 2016 (R\$ 151,76). Como o gasto médio do ano passado foi reduzido, o incremento percentual desde ano apenas atenua o resultado, comparado com anos melhores. Desse modo, a renda tem um papel fundamental, já que a percepção de situação financeira estável está nos patamares de 2016 (38,0%), e gera cautela por parte das famílias em relação às datas especiais. Com isso, 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 pesquisa apurou o percentual de catarinenses que pretendem viajar no feriado. Para 11,7% a resposta foi afirmativa. Destes 54,3% pretendem viajar dentro do Santa Catarina e a razão principal é de visitar parentes e/ou amigos, 55,5%.