



PÁSCOA 2020

 **Fecomércio SC**
Sesc Senac

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

Intenção de Compras Páscoa - 2020

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL SOCIOECONÔMICO.....	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE PÁSCOA 2020	6
CONCLUSÃO.....	12

INTRODUÇÃO

A Páscoa é uma das datas que mais movimenta o comércio no primeiro semestre, com consumidores em busca de presentes em diversos segmentos, principalmente de chocolates. Além de se caracterizar pela troca de doces, na páscoa é comum a reunião de amigos e familiares, movimentando o comércio de alimentos e turismo, por exemplo.

Considerando a importância da data, a Fecomércio SC realiza um conjunto de pesquisas que mapeiam as tendências de consumo para data e os resultados junto aos empresários. A seguir estão os dados referentes à pesquisa de Intenção de Compras Páscoa 2020, que tem como objetivo conhecer o perfil das pessoas que compram nesta data e, assim, orientar os empresários do setor com relação a este período.

Importante: a pesquisa foi realizada antes da quarentena, portanto, os dados podem não refletir o comportamento atual. As atividades que são consideradas não essenciais estão suspensas desde o início da quarentena, porém o Governo anunciou na sexta-feira (3) que as lojas que vendem chocolate, apenas do comércio de rua, estão autorizadas a abrir as portas, pois a Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE) dos estabelecimentos comerciais está relacionada a gênero alimentício.

A Fecomércio SC entrevistou 2.047 consumidores que indicaram a intenção de realizar compras para a data, entre os dias 03 a 17 de março. 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 utilizada 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 16 perguntas, sendo 15 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e uma aberta. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL SOCIOECONÔMICO

Os primeiros dados apurados pela pesquisa são as informações socioeconômicas dos consumidores: sexo, faixa etária, estado civil, escolaridade, renda média familiar mensal e ocupação. Esses dados permitem ao empresariado compreender qual será o público que irá as compras, seu perfil e traçar estratégias a partir do conhecimento deste perfil.

Os consumidores do sexo feminino são os principais consumidores nas sete cidades pesquisadas, com destaque para Blumenau onde 68,9% dos consumidores são do sexo feminino. Já em Chapecó existe equilíbrio, com diferença de apenas de 1,6 pontos percentuais entre os sexos.

Sexo por cidade								
Sexo	Cidade							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	68,9%	50,8%	53,2%	60,2%	61,1%	61,1%	62,1%	59,6%
Masculino	31,1%	49,2%	46,8%	39,8%	38,9%	38,9%	37,9%	40,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Considerando a faixa etária dos consumidores, jovens adultos entre 18 a 35 anos são predominantes, correspondendo a 57,9% na análise estadual.

Faixa etária								
Faixa etária	Cidades							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	20,5%	42,5%	23,6%	41,6%	30,6%	29,5%	25,9%	30,7%
De 26 a 35 anos	24,8%	24,1%	30,7%	25,2%	29,2%	26,5%	30,3%	27,2%
De 36 a 45 anos	24,5%	12,7%	16,1%	16,8%	19,6%	20,8%	21,7%	18,9%
De 46 a 55 anos	18,5%	9,2%	13,5%	8,0%	12,6%	12,1%	14,8%	12,7%
De 56 a 65 anos	8,9%	7,0%	12,0%	6,9%	7,0%	7,0%	5,5%	7,7%
66 anos ou mais	2,6%	2,2%	4,1%	1,5%	1,0%	4,0%	1,7%	2,4%
NS/NR	0,0%	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Sobre o estado civil, ocorreu equilíbrio entre consumidores solteiros (47,7%) e os que se declaram casado ou em união estável (44,5%). Contudo, existe diferenças entre cidades, em Blumenau o maior percentual é de consumidores casados ou em união estável (55%), enquanto em Florianópolis o maior percentual é de consumidores que se declaram solteiros (64,6%).

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de Compras Páscoa 2020

Estado civil	Estado civil							
	Cidades							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Solteiro	34,8%	54,9%	46,8%	64,6%	40,9%	48,3%	44,5%	47,7%
Casado/União Estável	55,0%	39,7%	40,8%	27,7%	51,2%	45,0%	50,3%	44,5%
Divorciado	6,0%	4,4%	6,4%	5,5%	5,3%	5,4%	3,4%	5,2%
Viúvo	4,3%	1,0%	6,0%	2,2%	2,7%	1,3%	1,7%	2,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Referente à escolaridade, no estado 37,7% terminaram o ensino médio, perfil comum à análise por cidades, menos em Lages, onde o maior percentual foi de consumidores que declararam ter o ensino superior incompleto (29,9%).

Escolaridade	Escolaridade por cidade							
	Cidade							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Itajaí	Joinville	Lages	Santa Catarina
Sem alfabetização	0%	0%	0,7%	0,4%	0%	0%	0%	0,1%
Fundamental incompleto	12,6%	6,7%	23,6%	3,6%	4,5%	3,7%	5,0%	8,4%
Fundamental completo	13,9%	12,1%	9,4%	6,9%	10,7%	13,0%	5,7%	10,3%
Médio incompleto	6,6%	13,0%	15,4%	6,9%	9,3%	20,6%	1,0%	10,4%
Médio completo	39,1%	30,8%	35,2%	33,9%	53,4%	48,2%	23,2%	37,7%
Superior incompleto	11,3%	18,1%	7,9%	27,4%	8,6%	5,0%	29,9%	15,4%
Superior completo	13,2%	17,1%	6,0%	13,5%	11,7%	7,6%	23,2%	13,3%
Pós-graduação	3,3%	2,2%	1,5%	7,3%	1,7%	2,0%	12,1%	4,3%
NS/NR	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outro importante dado socioeconômico que está diretamente relacionado ao comportamento consumidor é a renda familiar mensal, pois direciona o quanto o consumidor pode investir em determinada compra.

O maior percentual no estado é de consumidores com renda média familiar mensal de até R\$ 5.271 (81,8%), sendo a principal faixa a de R\$ 2.109 a R\$ 5.271 (35%). Entretanto em Joinville, a maior cidade do estado, a principal faixa de renda, representando mais da metade, é a de R\$ 1.056 a R\$ 2.108 (54,2%).

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de Compras Páscoa 2020

Faixa de renda familiar mensal								
Faixa de renda	Local							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Itajaí	Joinville	Lages	Santa Catarina
De R\$ 0 a R\$ 1.055	7,6%	11,7%	6,4%	17,5%	15,5%	10,3%	9,1%	11,1%
De R\$ 1.056 a R\$ 2.108	34,4%	24,4%	30,0%	35,4%	36,9%	54,2%	20,5%	33,7%
De R\$ 10.540 a R\$ 15.810	2,3%	5,1%	0,4%	1,5%	1,0%	0,7%	2,7%	2,0%
De R\$ 2.109 a R\$ 5.271	37,7%	33,0%	44,6%	28,1%	33,4%	28,2%	40,6%	35,0%
De R\$ 5.272 a R\$ 8.431	12,6%	14,9%	4,9%	10,6%	9,7%	5,0%	19,8%	11,2%
De R\$ 8.432 a R\$ 10.539	4,3%	6,3%	1,9%	2,6%	3,1%	1,0%	5,4%	3,6%
R\$ 15.811 ou mais	0,3%	1,9%	1,1%	2,2%	0,3%	0,0%	1,0%	1,0%
Recusa	0,7%	2,5%	10,9%	2,2%	0,0%	0,7%	1,0%	2,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Referente à principal ocupação dos consumidores, trabalhador com carteira assinada é principal atividade em todas as cidades, mas supera a metade da amostra apenas na cidade de Blumenau (52,3%).

Ocupação por cidade								
Ocupação	Local							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Carteira assinada	52,3%	40%	41,2%	34,7%	45,8%	38,9%	40,3%	42%
Autônomo	23,8%	17,1%	21,3%	20,8%	18,9%	10,4%	31,4%	20,5%
Desempregado	5%	12,1%	7,1%	12,0%	13,6%	4,0%	7,9%	8,8%
Aposentado	8,9%	4,1%	10,9%	5,5%	4,3%	5,4%	6,9%	6,5%
Funcionário Público	1,7%	4,8%	1,5%	5,5%	1,7%	25,8%	0,7%	6,0%
Estudante	1,7%	7,9%	0,4%	13,1%	2,0%	5,4%	2,1%	4,6%
Do lar	2,0%	1,9%	2,6%	2,9%	10,3%	2,7%	7,9%	4,3%
Empresário	1,7%	6,3%	10,1%	1,5%	1,3%	4,4%	1,7%	3,8%
Outro	3,0%	5,4%	1,5%	4%	2%	2,3%	1,0%	2,8%
NS/NR	0%	0,3%	3,4%	0%	0%	0,7%	0%	0,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

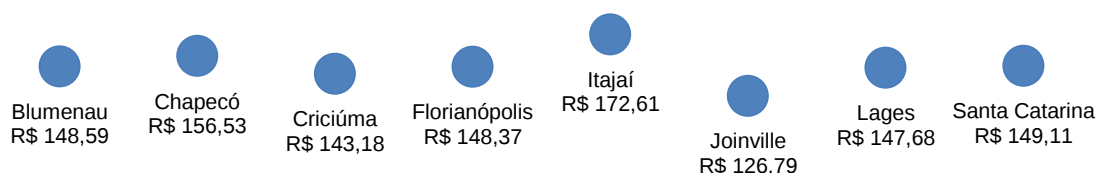
Os dados apontam que os consumidores de páscoa de 2020 serão mulheres jovens solteiras que tem como principal ocupação o trabalho com carteira assinada e renda familiar mensal de até R\$ 5.271.

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE PÁSCOA 2020

Dentre os diversos dados que permitem compreender o comportamento consumidor, a pretensão do gasto médio com a data é uma das informações que permitem ao empresário se programar para o período.

A cidade com o maior gasto médio em 2020 foi Itajaí, com R\$172,61, enquanto Joinville apresentou a menor pretensão de gasto (R\$126,79).

Gasto médio por cidade



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

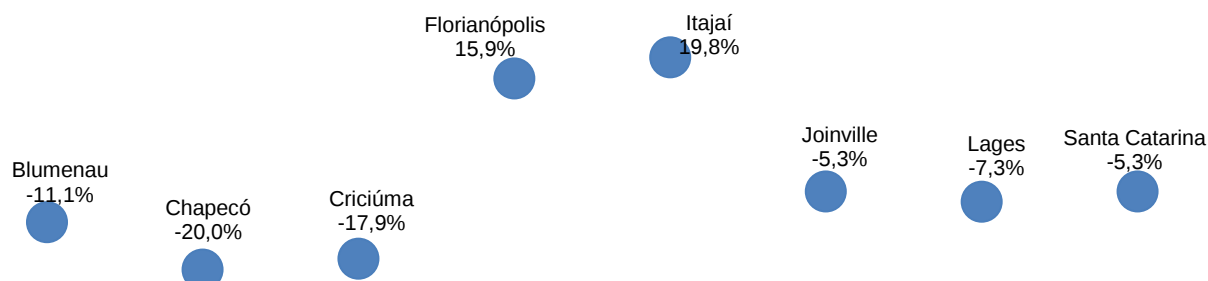
A expectativa do gasto médio para o estado foi de R\$149,11, queda de -5,3% em relação à intenção de gasto de 2019.

Gasto médio por cidade e ano								
Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Itajaí	Joinville	Lages	Santa Catarina
2019	R\$ 167,12	R\$ 195,63	R\$ 174,45	R\$ 128,06	R\$ 144,05	R\$ 133,94	R\$ 159,24	R\$ 157,44
2020	R\$ 177,61	R\$ 120,69	R\$ 148,10	R\$ 167,77	R\$ 185,56	R\$ 139,52	R\$ 181,38	R\$ 157,69

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Itajaí também apresentou o maior percentual de variação (19,8%), enquanto Chapecó apresentou a queda mais considerável (-20%).

Variações 2019/2020



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de Compras Páscoa 2020

Observando a relação da faixa de renda e a pretensão do gasto médio em Santa Catarina, constata-se que o gasto médio aumenta conforme o aumento da renda familiar do consumidor, assim a maior pretensão de gasto foi da faixa de renda de R\$15.811 ou mais (R\$255,00).

Relação faixa de renda X Gasto médio Santa Catarina	
Faixa de renda	Gasto médio
De R\$ 0 a R\$ 1.055	R\$ 115,48
De R\$ 1.056 a R\$ 2.108	R\$ 130,59
De R\$ 2.109 a R\$ 5.271	R\$ 151,03
De R\$ 5.272 a R\$ 8.431	R\$ 188,01
De R\$ 8.432 a R\$ 10.539	R\$ 220,89
De R\$ 10.540 a R\$ 15.810	R\$ 235,37
R\$ 15.811 ou mais	R\$ 255,00

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outro dado importante que permite compreender o comportamento consumidor para a data é a evolução da percepção da situação financeira do consumidor em relação ao ano anterior, onde 40,6% declara estar melhor enquanto 38,2% diz estar igual, diferença de apenas 2,4 pontos percentuais.

Situação financeira comparada com o mesmo período do ano anterior por cidade								
Situação	Local							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Melhor	45,7%	44,8%	38,2%	36,5%	39,9%	32,6%	45,9%	40,6%
Igual	39,7%	36,2%	34,8%	35,4%	42,2%	42,3%	36,2%	38,2%
Pior	14,6%	18,7%	22,5%	28,1%	17,6%	19,5%	17,6%	19,6%
NS/NR	0,0%	0,3%	4,5%	0,0%	0,3%	5,7%	0,3%	1,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Analisando a situação financeira no perfil do estado em relação ao gasto médio, observa-se que os que declararam estar em melhor situação apresentaram o maior gasto médio (R\$163,10), apontando que a percepção da situação financeira melhor pode estimular o consumo.

Relação gasto médio X Situação Ano anterior em Santa Catarina	
Situação financeira	Gasto médio
Melhor	R\$ 163,10
Igual	R\$ 145,74
Pior	R\$ 131,09
Total	R\$ 149,11

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outro dado de fundamental importância para o empresariado se preparar para a data é a forma de pagamento que o consumidor pretende utilizar nas compras.

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de Compras Páscoa 2020

Forma de pagamento	Formas de pagamento por cidade							
	Local							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Em dinheiro	70,0%	65,3%	75,6%	51,5%	78,4%	47,8%	62,5%	64,0%
No cartão de débito	11,0%	16,6%	12,2%	17,4%	1,6%	11,5%	17,9%	12,7%
Parcelado, no cartão de crédito	9,7%	8,2%	4,4%	10,7%	13,1%	13,0%	18,6%	11,2%
À vista, no cartão de crédito	6,8%	7,3%	6,3%	19,5%	0%	25,8%	0%	9,6%
NS/NR	0,6%	0,9%	0,0%	0,0%	6,5%	1,2%	0,3%	1,4%
Parcelado, no crediário	1,3%	1,5%	1,1%	0,3%	0%	0,3%	0,6%	0,7%
Outro	0,3%	0,3%	0,4%	0,6%	0,3%	0,3%	0%	0,3%
Cheque	0,3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

A maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (64%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra no cartão de débito (12,7%). Desta maneira, os catarinenses estão pouco dispostos fazer dívida, procurando realizar quase que a totalidade de suas compras à vista.

Em todas as cidades o pagamento a vista em dinheiro foi a principal forma, com destaque para Joinville (78,4%), mas Lages o pagamento em dinheiro não chegou a 50% (47,8%).

Analisando o gasto médio em relação à forma de pagamento no Estado, observa-se que consumidores que parcelarão as compras têm pretensão de gasto médio maior, superior a R\$ 200,00. Os que pretendem pagar à vista o gasto médio é menor, inferior a R\$170,00.

Forma de pagamento X Gasto médio Santa Catarina	
Forma de pagamento	Gasto médio
Parcelado, no cartão de crédito	R\$ 235,23
Parcelado, no crediário	R\$ 205,63
No cartão de débito	R\$ 168,01
À vista, no cartão de crédito	R\$ 150,98
Em dinheiro	R\$ 136,48

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. O preço é a preocupação central dos consumidores catarinenses (39,5%), seguido pelas promoções (26,1%), ações relacionadas à economia. Em Joinville, contudo, a preocupação com o preço supera os 80% (85,4%). Já nas cidades de Chapecó e Lages, a promoção foi o critério com maior percentual.

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de Compras Páscoa 2020

Ação do comércio	Ações do comércio por cidade							
	Local							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Preço	40,1%	27,9%	31,5%	37,4%	85,4%	17,1%	36,2%	39,5%
Promoção	28,8%	29,5%	24,7%	33,0%	10,0%	31,2%	25,5%	26,1%
Qualidade do produto	9,6%	23,5%	19,5%	10,3%	1,0%	26,8%	19,0%	15,7%
Atendimento	7,9%	10,2%	15,0%	8,1%	1,3%	6,0%	12,4%	8,6%
Variedade de marcas	6,3%	4,4%	4,1%	8,1%	1,7%	12,8%	6,2%	6,2%
Facilidade no pagamento	2,3%	2,5%	1,5%	2,6%	0,7%	4,0%	0,3%	2,0%
Outro	5,0%	1,3%	0,7%	0,7%	0,0%	0,3%	0,3%	1,2%
NS/NR	0%	0,6%	3,0%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	0,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

A realização de pesquisa de preço, importante estratégia para economizar, será realizada por 71,2% dos catarinenses, dialogando com o dado sobre a importância do critério preço e promoções. Esse comportamento se repete em todas as cidades, com destaque em Joinville, onde 93% dos consumidores pretendem realizar pesquisas de preço antes das compras.

Pesquisa de preço	Pretensão pesquisa de preço por cidade							
	Local							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sim	65,9%	65,1%	66,7%	71,5%	93,0%	62,4%	73,4%	71,2%
Não	34,1%	34,6%	31,1%	28,1%	6,3%	36,2%	26,2%	28,1%
NS/NR	0,0%	0,3%	2,2%	0,4%	0,7%	1,3%	0,3%	0,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O local onde o consumidor pretende realizar as compras é outra informação que permite ao empresário se planejar para a data. O supermercado será a principal opção para a maioria dos consumidores catarinenses (51,6%), seguido pelas lojas no comércio de rua (29,3%), 3% dos consumidores ainda não sabem informar onde realizarão as compras.

Local de compra	Local de compra por cidade							
	Local							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Itajaí	Joinville	Lages	Santa Catarina
Supermercado	54,3%	48,9%	60,1%	45,4%	52,6%	59,5%	42,2%	51,6%
Comércio de rua	28,0%	28,2%	19,9%	34,0%	28,3%	32,0%	31,8%	29,3%
Lojas do Shopping	9,9%	14,4%	15,3%	13,6%	16,6%	6,7%	18,8%	13,5%
NS/NR	7,8%	3,7%	2,5%	3,3%	0,6%	1,2%	2,3%	3,0%
Pela internet	0%	4,8%	2,1%	3,6%	1,8%	0,5%	4,8%	2,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Junto com a forma de pagamento e o local de compra, é importante saber quais setores serão os mais procurados durante o período que antecede a Páscoa.

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de Compras Páscoa 2020

Desta maneira, a Fecomércio SC perguntou qual seria o presente comprado para a Páscoa. Tradicionalmente, o principal segmento é o de chocolates (82,4%), seguido por vestuário/calçados (7,7%) e brinquedos (7,4%).

Tipo de presente por cidade								
Presente	Local							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Itajaí	Joinville	Lages	Santa Catarina
Chocolates	80,5%	71,0%	86,3%	84,2%	85,5%	88,9%	82,7%	82,4%
Vestuário / Calçados	5,9%	15,1%	5,7%	5,4%	8,5%	3,0%	9,2%	7,7%
Brinquedo	10,7%	11,3%	5,0%	6,3%	5,4%	6,3%	5,8%	7,4%
Flores	0,3%	1,1%	1,7%	1,6%	0,3%	0,0%	0,3%	0,7%
NS/NR	1,4%	0,8%	1,0%	0%	0%	0%	1,4%	0,7%
Outro	1,1%	0,8%	0,3%	2,5%	0,3%	1,8%	0,6%	1,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Considerando que os chocolates são os principais presentes, é importante saber quais os tipos de chocolates que os consumidores pretendem comprar. A maioria irá optar por chocolates em geral industrializados, como barras e caixas de bombons (39,3%), mas os tradicionais ovos industrializados são a segunda principal categoria correspondendo a 34,2%, diferença de 5,1 pontos percentuais. Analisando por cidade, Chapecó os ovos de páscoa industrializados deverão ser principal presente (43,6%).

Tipo de chocolate por cidade								
Tipos de chocolate	Local							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Itajaí	Joinville	Lages	Santa Catarina
Chocolates em geral industrializados	43%	28,7%	38,3%	30,9%	43,7%	44,7%	42%	39,3%
Ovos de Páscoa Industrializados	35,4%	43,6%	30,7%	36,2%	24,1%	37,2%	30,8%	34,2%
Ovos de Páscoa Artesanal	8,4%	21,0%	17,0%	17,7%	10,1%	9,8%	12,3%	13,3%
Chocolates em geral artesanais	9,7%	5,4%	9,2%	11,2%	12,6%	7,3%	10,4%	9,3%
Outro	0,8%	0,3%	1,7%	2,5%	7,8%	1,0%	2,5%	2,3%
NS/NR	2,8%	1,0%	3,1%	1,5%	1,7%	0%	2,2%	1,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Além de movimentar o comércio de chocolates, o feriado da páscoa movimentará o setor de serviços, pois os consumidores podem utilizar a data para realizarem viagens. Apesar disso, apenas 11,9% realizarão viagens na data. Em Lages, esse percentual chegou a 17,1%.

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de Compras Páscoa 2020

Viagem no feriado								
Viagem feriado	Local							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Itajaí	Joinville	Lages	Santa Catarina
Não	78,8%	87,9%	85,8%	84,7%	86,2%	89,4%	80,9%	84,8%
Sim	15,9%	11,4%	8,2%	12,4%	11,0%	6,6%	17,1%	11,9%
NS/NR	5,3%	0,6%	6,0%	2,9%	2,8%	4,0%	2,0%	3,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Entre os que realizarão viagens durante o feriado, o principal destino é o próprio estado, em cidades de Santa Catarina (56,1%), seguido por consumidores que viajaram para o Rio Grande do Sul (13,8%).

Destino por cidade								
Destino da viagem	Local							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Itajaí	Joinville	Lages	Santa Catarina
Dentro de Santa Catarina	58,3%	51,4%	68,2%	47,1%	40,6%	39,4%	78,4%	56,1%
Rio Grande do Sul	5%	27%	22,7%	20,6%	15,6%	3%	11,8%	13,8%
Demais estados do Brasil, excetuando a região sul	8,3%	5,4%	4,5%	23,5%	25,0%	9,1%	2%	10,4%
NS/NR	20,0%	2,7%	4,5%	0%	0%	39,4%	0%	10%
Paraná	8,3%	13,5%	0%	8,8%	18,8%	9,1%	7,8%	9,7%
Exterior	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O principal motivo da viagem é a visita a familiares (58,4%), seguida pelo turismo (28,2%). Em Criciúma, o principal motivo será a realização de turismo (50%). Abaixo é possível observar a distribuição por cidade:

Motivo da viagem por cidade								
Motivo da viagem	Local							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Itajaí	Joinville	Lages	Santa Catarina
Visitar parentes/amigos	56,9%	53,8%	40,9%	79,4%	59,4%	54,5%	58,8%	58,4%
Passear (turismo)	27,5%	38,5%	50%	20,6%	28,1%	3,0%	33,3%	28,2%
NS/NR	2,0%	2,6%	0%	0%	3,1%	0%	0%	6,1%
Outro	13,7%	0%	4,5%	0%	3,1%	3%	0%	3,8%
A trabalho	0%	5,1%	4,5%	0%	6,3%	0%	7,8%	3,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

Os consumidores catarinenses nesta páscoa são mulheres jovens, trabalhadoras assalariadas com carteira assinada. A principal opção de presentes serão os chocolates industrializados em geral (73,5%), principalmente os chocolates em geral, como barras e caixas de chocolates.

As compras serão preferencialmente realizadas em supermercados (51,6%), e pagas principalmente à vista e em dinheiro (64%).

Considerando a expectativa de gasto médio dos catarinenses, ela ficou em R\$ 149,11 em 2020, queda de -5,3% em relação a 2019. Itajaí foi à cidade que apresentou a expectativa de maior gasto (R\$172,61). Com isso, os consumidores se demonstraram preocupados em economizar, com a maioria realizando pesquisas de preço (71,2%) e o preço a principal ação do comércio levada em consideração pelos consumidores (39,5%), seguido pelas promoções (26,1%). Consumidores que pretendem parcelar suas compras apresentaram maior pretensão de gastos.

Sobre a realização de viagens durante o feriado, apenas 11,9% irão viajar, predominantemente para destinos dentro do estado (56,1%) com o objetivo de visitar parentes e amigos (58,4%).