

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

Intenção de Compras para o período de volta às aulas em 2022

O perfil do consumidor e resultado de intenção de compras
para o período de volta às aulas em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Janeiro de 2022

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES	3
CARACTERÍSTICAS DOS CONSUMIDORES	5
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA VOLTA ÀS AULAS	7
CONCLUSÃO	17

INTRODUÇÃO

O período que antecede a volta às aulas é de intensa movimentação no comércio. Os consumidores vão às lojas em busca de materiais escolares de qualidade para atender às listas solicitadas pelas escolas. Assim, para identificar a intenção de gastos com materiais escolares, o perfil dos consumidores, a influência dos filhos/dependentes nas compras, entre outros, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa em diversas cidades do estado.

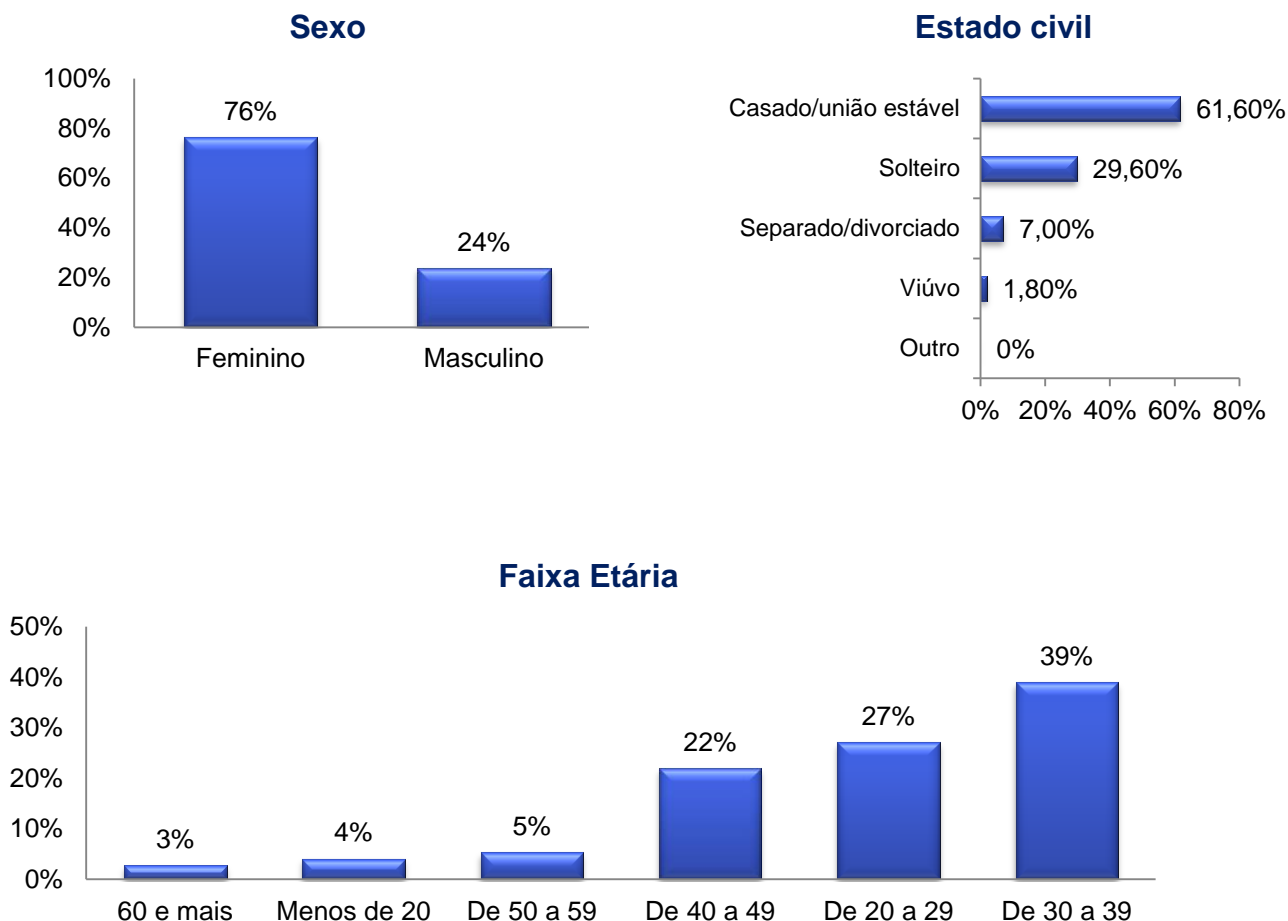
A amostra foi de 1.536 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 03 e 22 de janeiro de 2022. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Chapecó, Lages, Florianópolis, Criciúma, Joinville, Itajaí e Blumenau. A escolha destas cidades é justificada pela necessidade de compreender a intenção de compras e movimentação no comércio nas diferentes regiões do estado.

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 95,0% o erro amostral é de 2,5%, levando em conta a amostra ponderada.

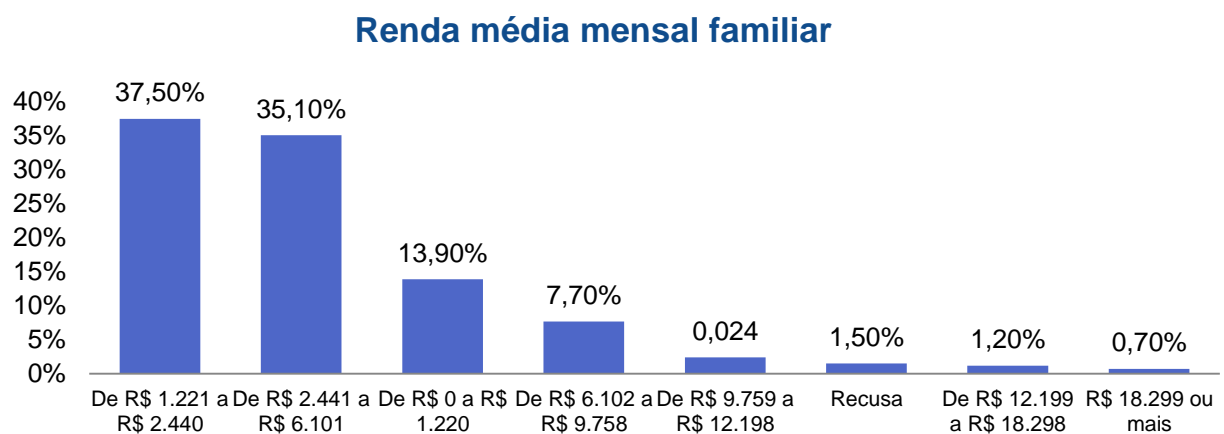
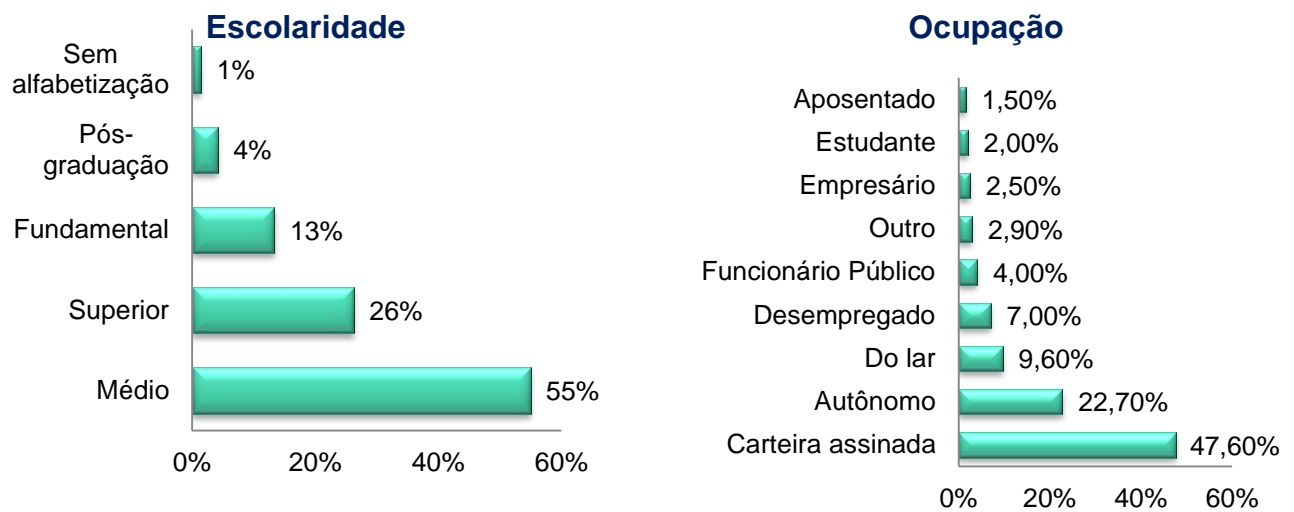
Foram aplicadas 19 perguntas, sendo 22 fechadas e 3 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico. O relatório apresentado a seguir, que contém a compilação e as análises dos dados, está estruturado inicialmente com a apresentação do perfil dos entrevistados, as características dos consumidores seguido da análise de intenção de compras e as considerações finais sobre os resultados.

PERFIL DOS CONSUMIDORES

Em primeiro lugar, é importante entendermos o perfil das pessoas entrevistadas nesta pesquisa de Volta às Aulas em Santa Catarina. Abaixo seguem dados referentes aos consumidores catarinenses:



Os dados acima mostram que entrevistados para a pesquisa deste ano são majoritariamente mulheres (76,3%). Dentre os entrevistados, a maioria são casados/união estável (61,6%), seguido de solteiros 29,6% e 38,9% situam-se na idade entre 30 até 39 anos.



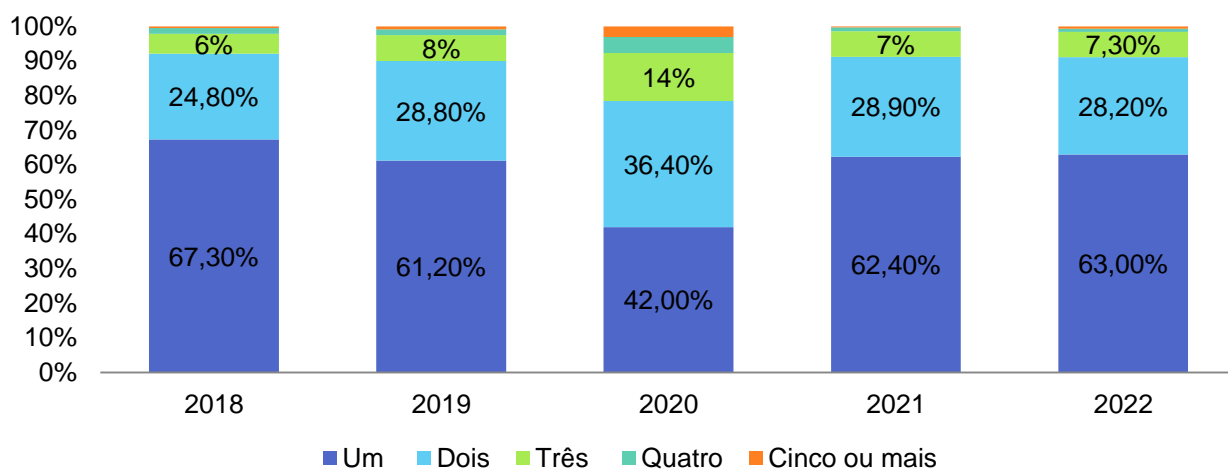
A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (47,6%) com nível de formação de ensino médio (54,9%) e 37,5% das famílias tem renda mensal entre R\$ 1.221 até R\$ 2.440.

CARACTERÍSTICAS DOS CONSUMIDORES DE MATERIAIS ESCOLARES

Com o objetivo de compreender o comportamento de consumo e a demanda dos consumidores por materiais escolares, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa para identificar a intenção de compras dos consumidores nesta época do ano. As semanas que antecedem o início do período escolar são de intensa movimentação no comércio, aquecendo as vendas do setor. Com base neste contexto, os resultados desta pesquisa buscam orientar os comerciantes nas estratégias de vendas para o retorno do período escolar.

O ano de 2022 é marcado pela volta 100% presencial das aulas em Santa Catarina na rede pública e privada, conforme aponta o Decreto Estadual nº 1.669, de 2022. Pela amostra pesquisada verifica-se que os responsáveis pela compra de materiais escolares irão realizar a compra para, em média, 1,3 estudantes. Este dado confirma-se, uma vez que 63,0% dos entrevistados irão comprar material escolar para apenas 1 dependente e 28,2% para 2 dependentes, resultado similar a 2021.

Número de filhos/dependentes

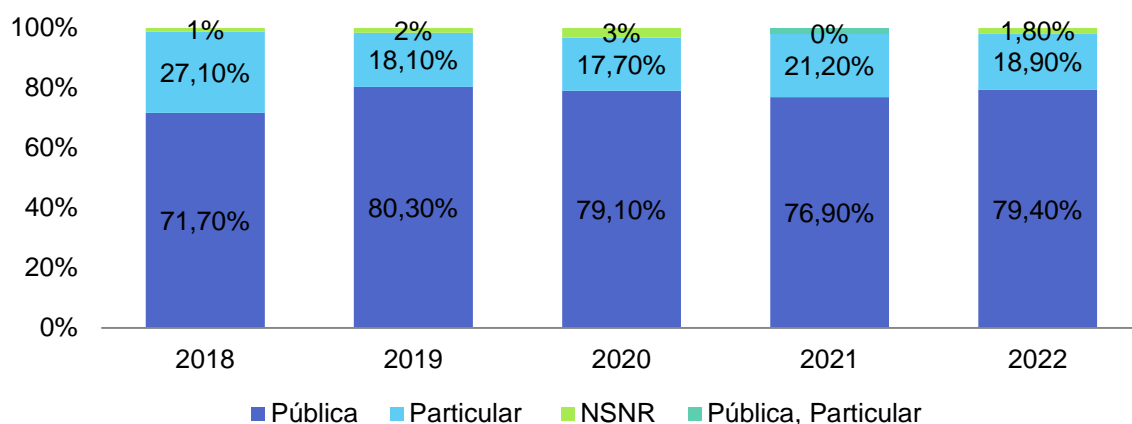


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Com relação ao tipo de escola dos estudantes para os quais serão destinados os materiais escolares, verifica-se que a maior parte será para estudantes de escola pública. Estes representam um percentual de 79,4% no total de Santa Catarina. Por outro lado, a rede privada foi citada por 18,9% dos entrevistados, queda de 2,3 pontos percentuais (p.p.) diante de 2021.

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de Compras – Volta às aulas 2022

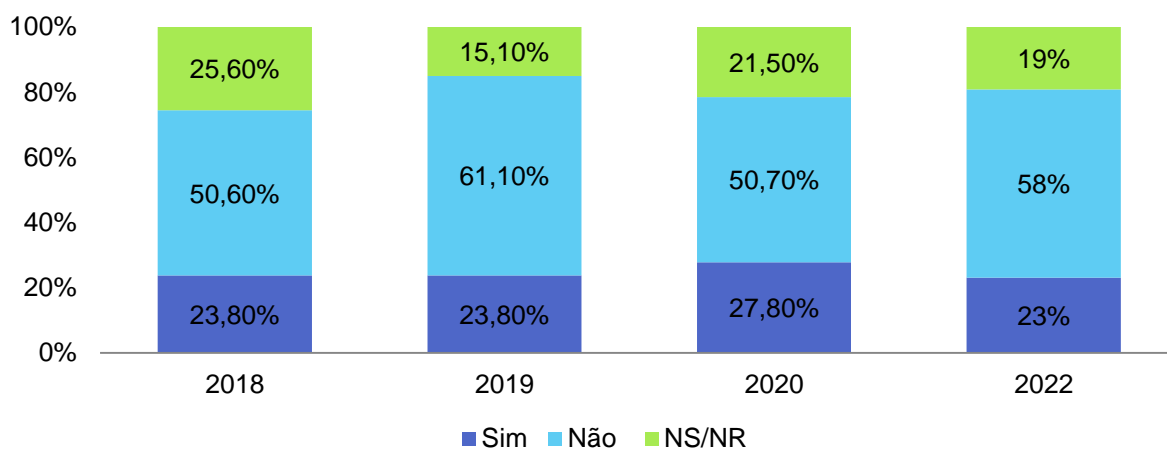
Tipo de escola



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Com relação à pertinência de materiais escolares solicitados nas listas escolares, a maioria dos responsáveis pela compra afirmou que consideram que todos os materiais solicitados são necessários, ou seja, não foram solicitados materiais supérfluos, cenário mantido durante os períodos anteriores, conforme as informações observadas abaixo.

Foi solicitado algum material que não considera pertinente?



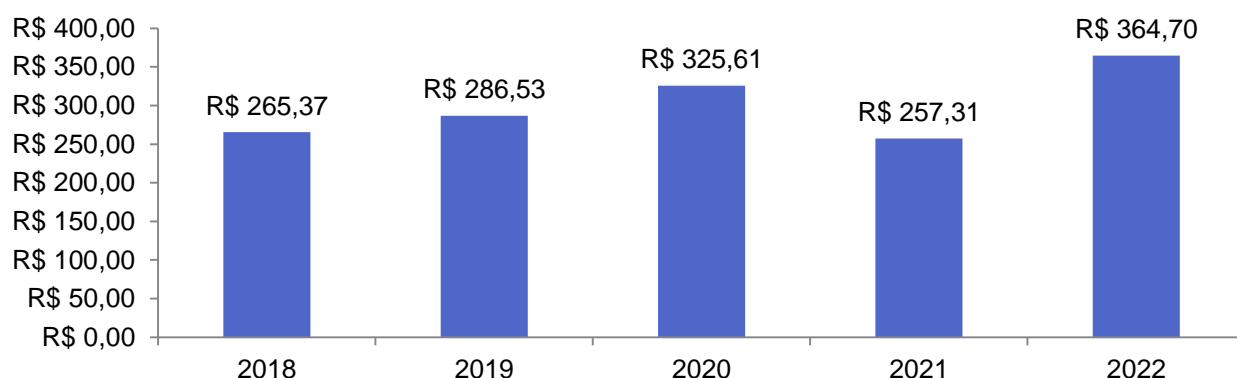
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE VOLTA ÀS AULAS 2022

A pesquisa de intenção de compras realizada pela Fecomércio SC, através de questionários aplicados diretamente com os consumidores de materiais escolares, é realizada com o objetivo de entender o impacto desta data para o comércio do Estado. Assim, as perguntas visam coletar informações diversas, entre estas, as referentes aos locais de compra que serão preferência para os consumidores, a média de gastos na compra de materiais escolares, a data em que os consumidores irão comprar, quais critérios analisados na escolha dos materiais, entre outros. Estas questões são pertinentes aos comerciantes, uma vez que resultam em informações relevantes para as decisões de vendas.

Neste ano, os consumidores entrevistados afirmaram que irão gastar um valor nominal superior ao observado no ano passado. Desta maneira, a intenção de gasto médio com toda a data será de R\$ 364,70, aumento de 41,7% em relação à mesma pesquisa de 2021, que havia sido de R\$ 257,31. Em termos reais, descontando a inflação oficial acumulada dos últimos 12 meses (10,06%), o resultado foi 28,8,% maior frente ao ano anterior. Importante notar que gasto médio reduzido no ano anterior tem forte reflexo do modelo híbrido (presencial e virtual) de ensino, que exige redução da utilização de certos itens escolares, além disso, havia altas incertezas devido ao recrudescimento da pandemia (2º onda) no Estado.

Gasto Médio

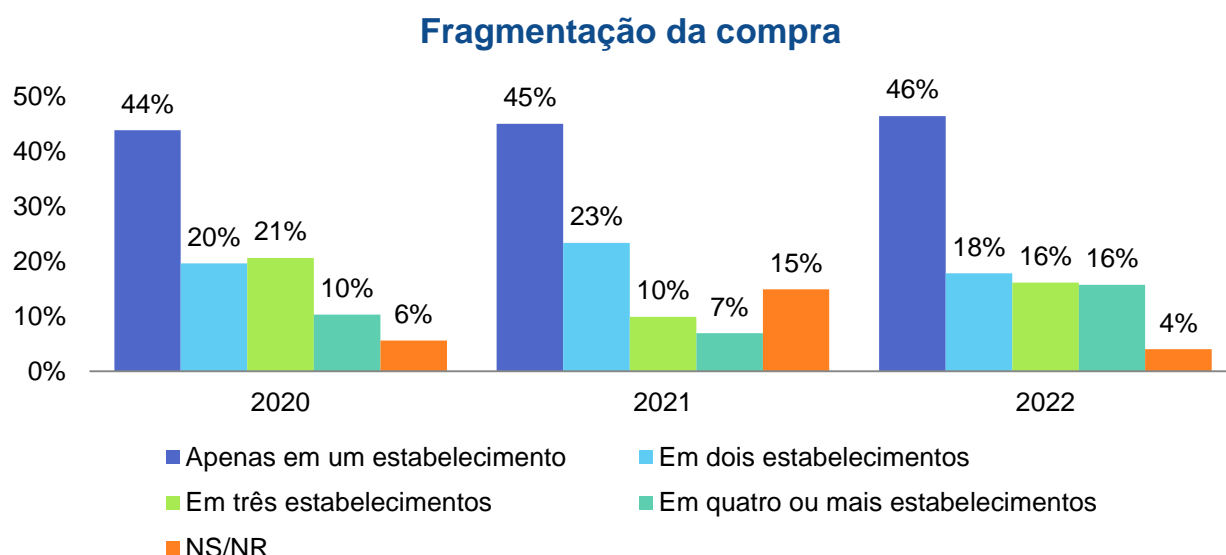


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Esse resultado, ainda que positivo, fica abaixo do apresentado no período pré-pandemia em 2020, na comparação com o valor atualizado, que é de R\$ 374,36. Naquele momento, a pesquisa foi realizada antes do início da crise, assim,

os consumidores realizaram as compras com a expectativa baseada na normalidade do ano letivo.

Quanto a fragmentação da compra, a maioria dos consumidores comprará todos os itens do material escolar em apenas um estabelecimento (46,4%), seguido pelos que optam por comprar em dois estabelecimentos (17,8%). Apesar de não haver mudanças no comparativo com os anos anteriores quanto a preferência preponderante dos consumidores, nota-se, que a imunização e a maior segurança sanitária possibilita aos consumidores ampliarem os deslocamentos para diversificar os estabelecimentos, por isso, houve aumento no grupo de três e quatro estabelecimentos, que alcançou 32% dos entrevistados, alta de 15 p.p. frente a 2021 (17%).



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ao se tratar do local de compra dos produtos, a compra presencial continua a ser a opção da maioria dos catarinenses (88,9%), ainda que tenha reduzido sua participação, que era de 95,4% em 2020 e 90,3% em 2021. Destaque para Papelaria/Livraria/Comércio de rua, que concentra 72,0% da preferência dos consumidores, em seguida aparecem os supermercados, com 9,7% dos locais de compra intencionados pelos consumidores para esta data. Já em terceiro lugar ganha espaço a Internet com 7,75% das opções, participação que representa um grande avanço em relação a 2020 (0,8%) e 2021 (2,9%), o que revela o rápido crescimento deste local e canal de vendas, que têm se mostrado um diferencial durante o período mais crítico da pandemia.

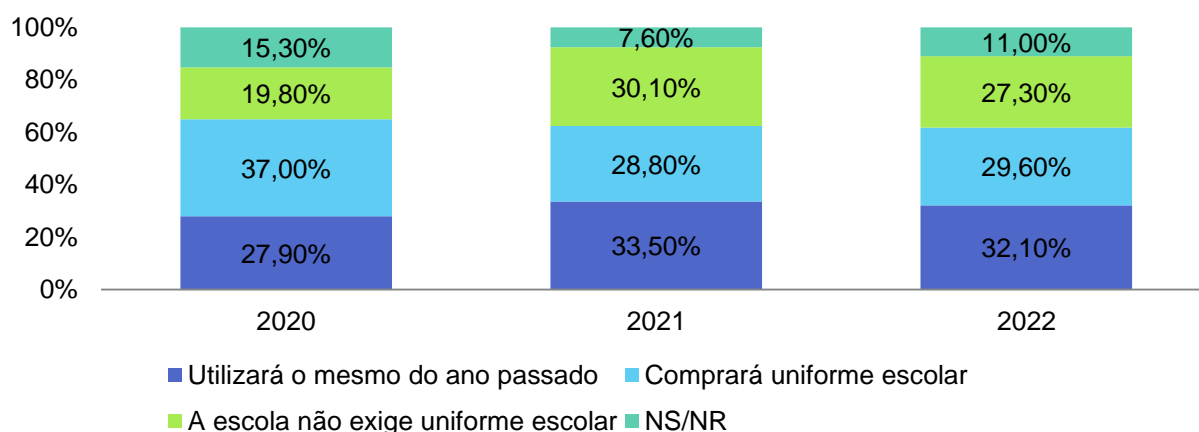
Local principal da Compra

Local da compra	2018	2019	2020	2021	2022
Papelaria/Livraria/Comércio de rua	83,80%	90,80%	91,20%	61,10%	72,00%
Supermercado	6,20%	3,30%	2,10%	14,00%	9,70%
Pela Internet	0,60%	0,80%	0,80%	2,90%	7,75%
Lojas do Shopping	2,30%	1,00%	2,10%	3,30%	7,20%
Outro	3,00%	0,40%	2,00%	1,10%	2,10%
NS/NR			1,70%	5,60%	1,40%
Lojas de departamento e eletroeletrônicos				11,90%	

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

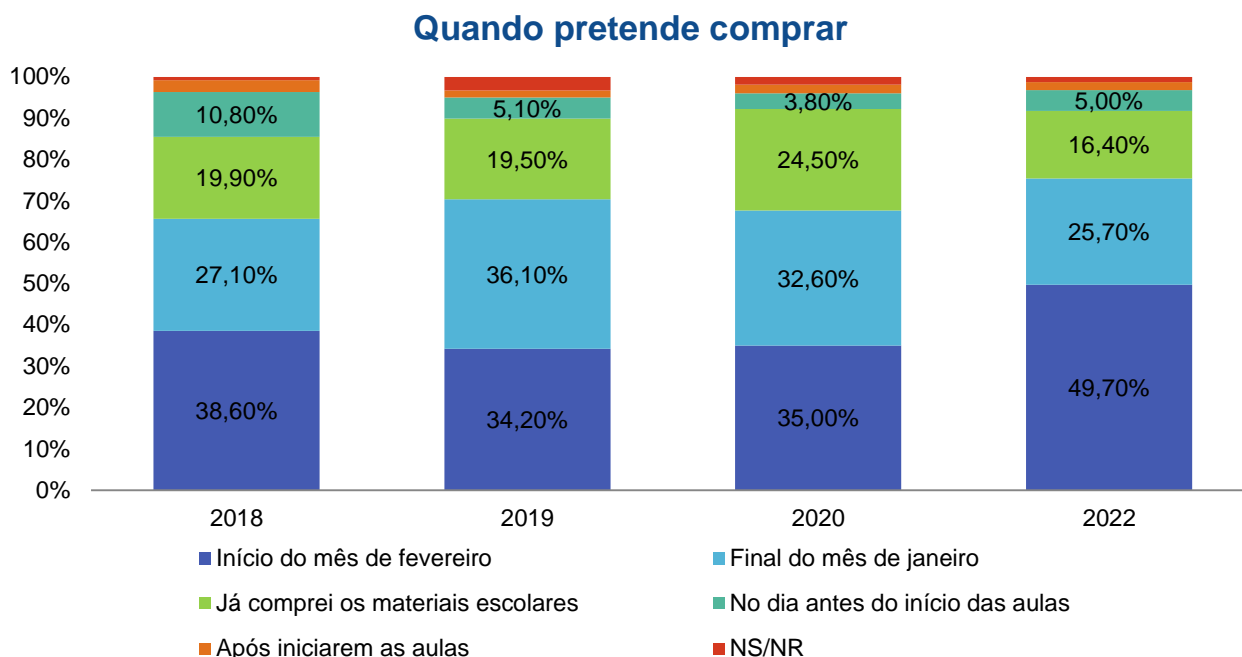
A maioria respondeu que pretende utilizar o mesmo uniforme do ano passado (32,1%), proporção ligeiramente superior aos 33,5% observados em 2021 e oposto ao período pré-crise. A proporção que irá comprar uniforme escolar foi de 29,6%, crescimento de 0,8 p.p frente a 2021 e queda de 8,2 p.p com relação a 2020.

Uniforme escolar



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para identificar qual será o período de maior movimentação no comércio, anterior a volta às aulas, perguntou-se aos consumidores quando iriam comprar os materiais escolares. Do total, 16,4% dos responsáveis já compraram os materiais escolares e 25,7% afirmam que devem comprar no final do mês de janeiro. A maioria (49,70%) dos consumidores devem ir às compras na primeira semana de fevereiro, semana que antecede o início das aulas letivas da rede estadual.

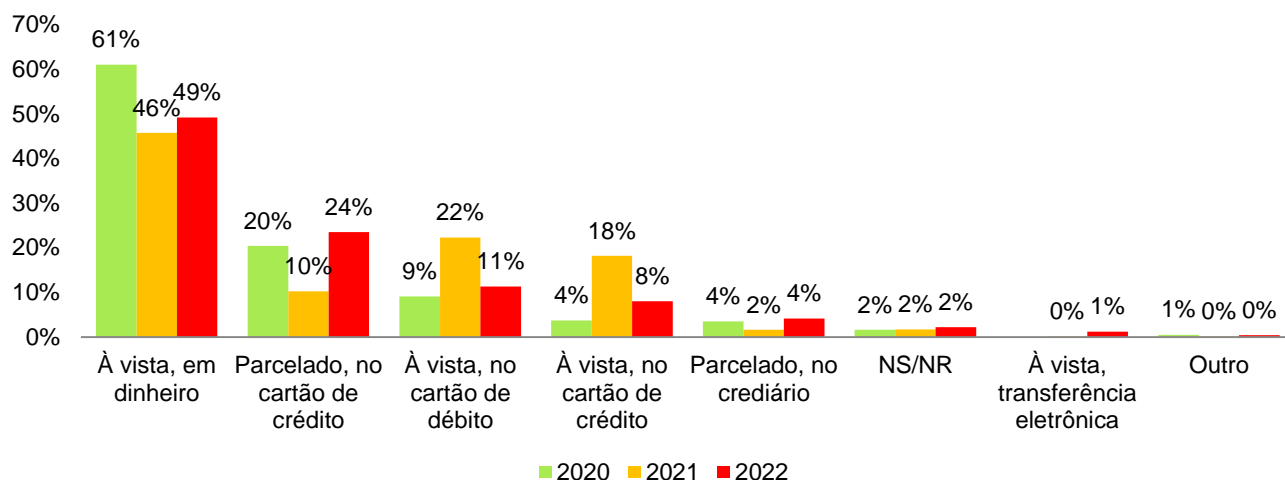


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista (69,7%). A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (49,2%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra à vista no cartão de débito (11,3%) e pela compra à vista no cartão de crédito (8,0%). Neste ano, o movimento de redução do uso de dinheiro, que foi fortemente apresentado na pesquisa anterior com redução significativa (45,8%; -15,3 p.p.), foi interrompido, ao avançar 3,4 p.p frente a 2021, entretendo, o resultado segue inferior aos demais anos.

O nível de parcelamento, que é um termômetro para mensurar a confiança das famílias, encerrou em tendência de crescimento nas pesquisas de intenção de compras do ano anterior, chegando a atingir 35,3% na Black Friday; 20,9% no Dia das Crianças; 19,1% no Natal; 18,90% no Dia dos Pais; 13,70% Dia dos Namorados e 21,23% dia das Mães. Nesta data, houve alta de 15,8 p.p diante de 2021, passando de 11,8% para 27,6% das indicações dos entrevistados, assim, o resultado indica maior segurança dos consumidores em realizar compras a prazo. Além disso, as famílias catarinenses estão com o orçamento mais equilibrado e em níveis de endividamento e inadimplência historicamente baixos, condição que possibilita a expansão das compras parceladas.

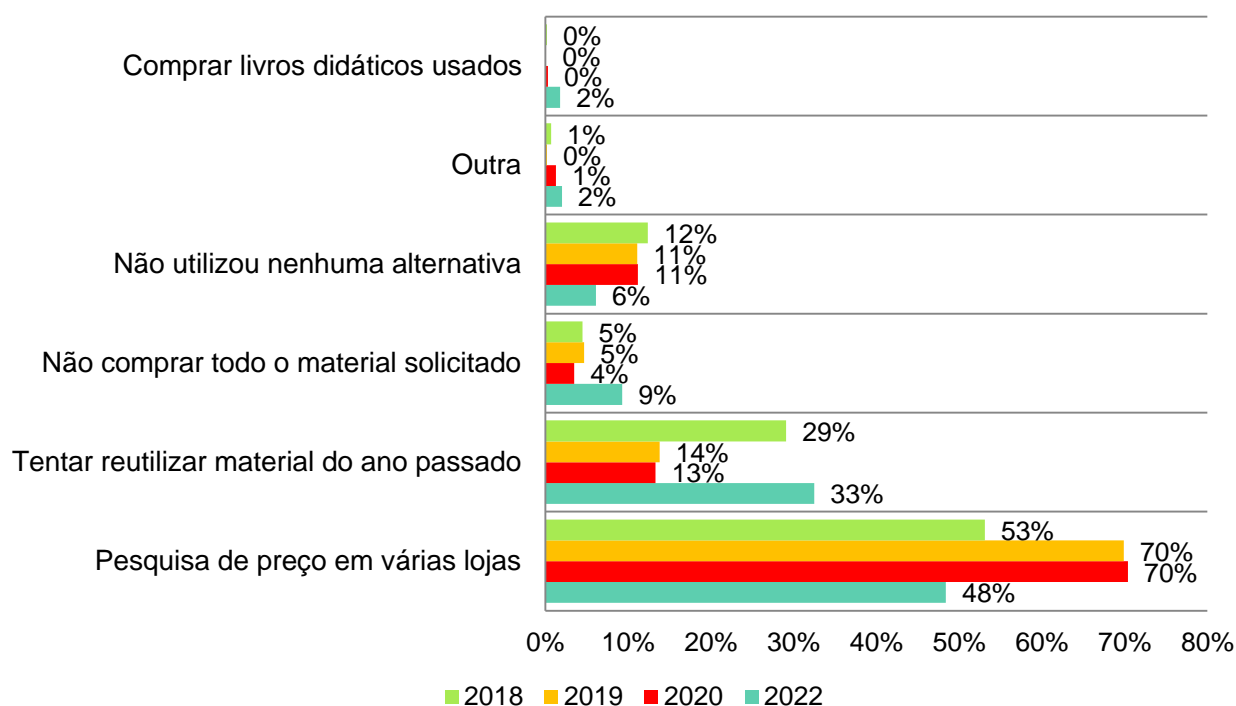
Meio principal de pagamento do material escolar?



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A aceleração dos níveis de preços, que corroía o poder de compra, tende a mudar o comportamento dos consumidores. Nesse cenário, para mitigar esse impacto, as alternativas para economizar são fundamentais, por isso, 94% dos consumidores entrevistados afirmaram que irão realizar alguma opção e, somente, 6% não deve utilizar nenhuma alternativa para economizar.

Alternativa principal para economizar

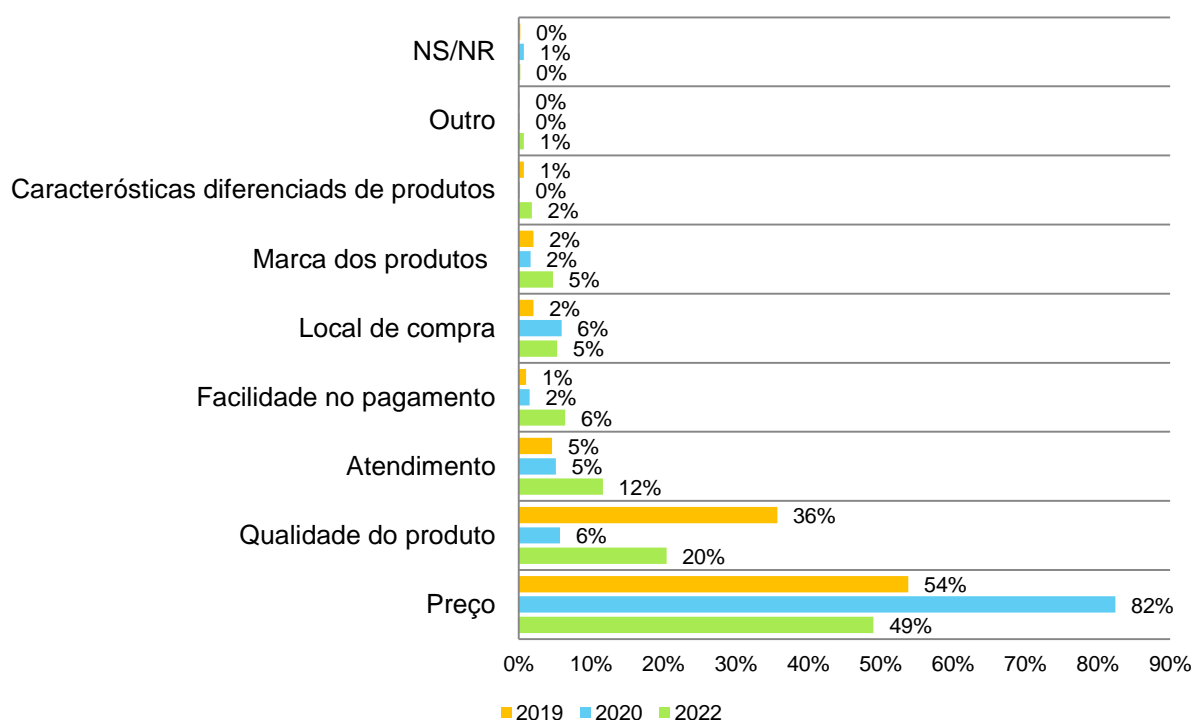


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Dentre as alternativas para economizar, a principal será a pesquisa de preços, informada por 48% dos entrevistados. Ainda, houve alta considerável de 19,2 p.p. na alternativa de tentar reutilizar material do ano passado, passando de 13% para 33%. Também um percentual significativo (9,3%) também afirmou que não irá utilizar qualquer alternativa.

Durante a escolha dos materiais escolares os consumidores de Santa Catarina afirmaram que adotam como critério, preferencialmente, o preço dos produtos. Apesar de essa opção ser a mais citada pelos entrevistados (49%), houve redução de 33,4 p.p. frente a 2021. Ganha espaço na escolha do material o atributo qualidade do produto, que passou de 5,7% para 20,4% em 2022.

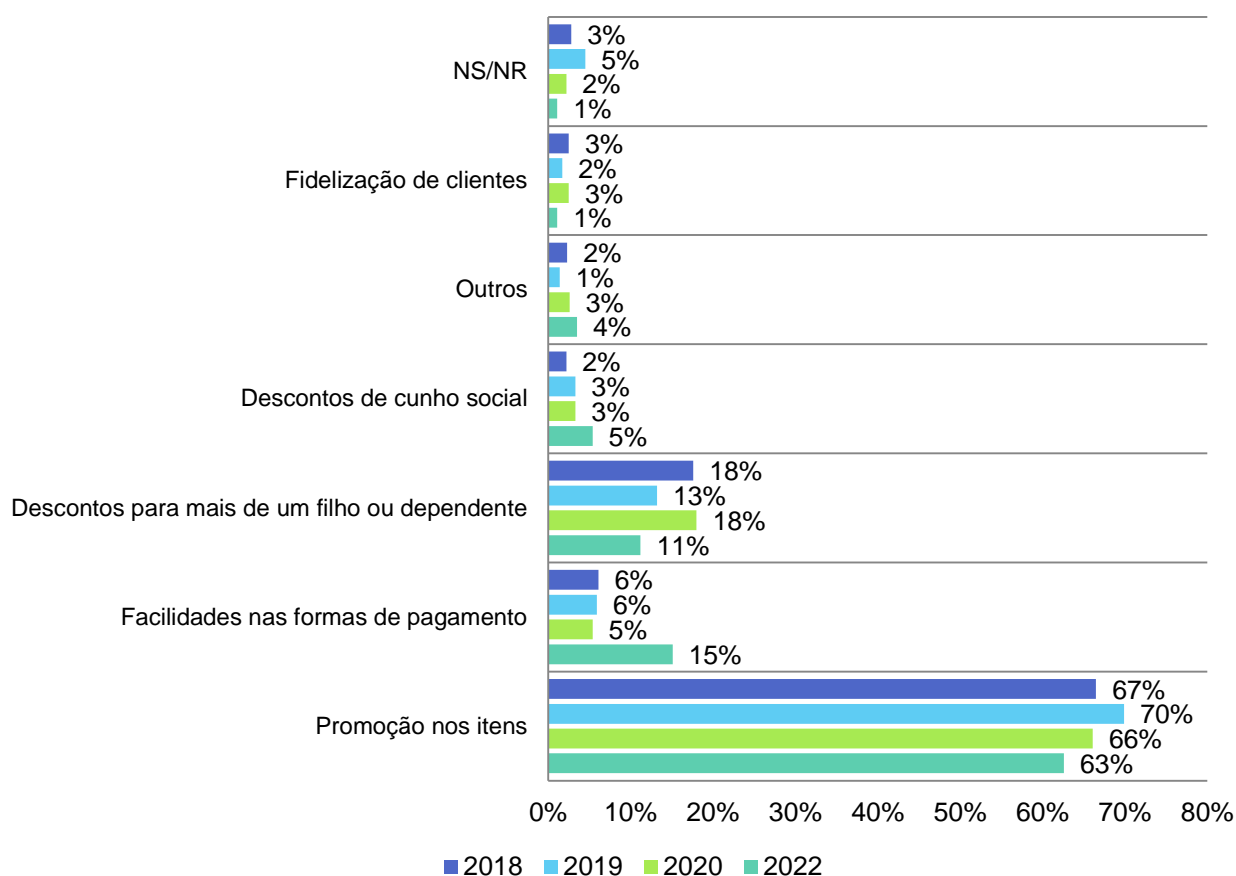
Critério principal para a compra do material



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Como o principal critério na escolha dos materiais escolares a serem comprados é o preço, os entrevistados apontaram como sugestões para os estabelecimentos comerciais a realização de promoções nos produtos (62,6%), seguido da facilidade nas formas de pagamento (15,1) ou desconto para mais de um filho/dependente (11,2%) para atrair os consumidores.

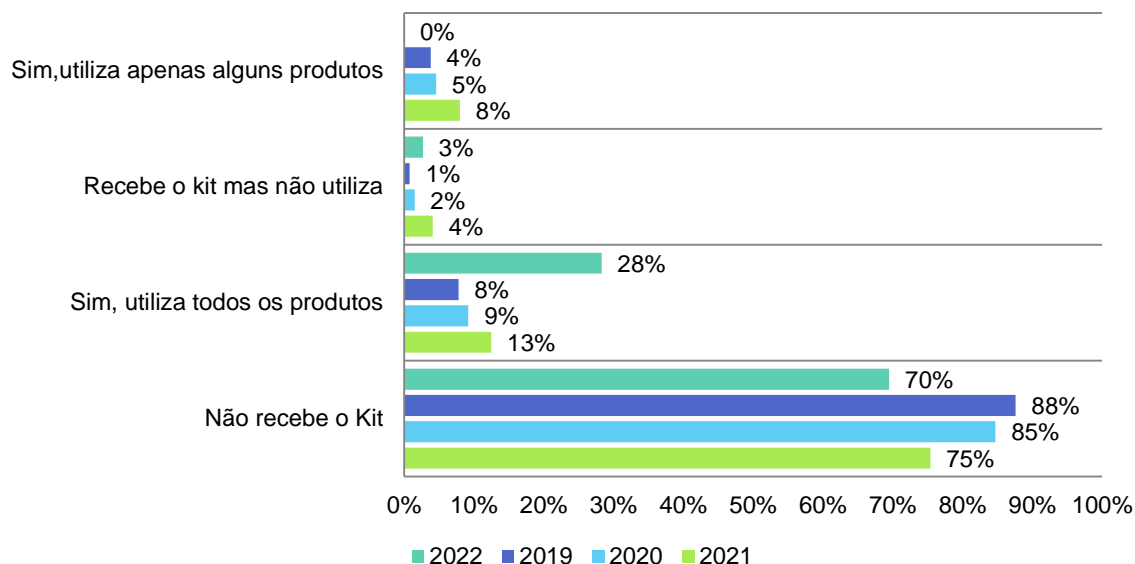
Atrativo principal para a escolha dos estabelecimentos comerciais



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

De modo a identificar se os kits de materiais fornecidos pelo governo podem influenciar na compra dos materiais escolares e, portanto, na movimentação do comércio neste período anterior ao início das aulas, perguntou-se aos entrevistados se estes utilizam os materiais fornecidos pelo governo. No total do estado, a maior parte dos consumidores afirmou que não recebe o kit de materiais (69,5%). Do outro lado, 28,3% afirmam que usam todo o kit recebido, alta de 15,8 p.p. diante de 2021 e, apenas 2,7% indica que utiliza apenas alguns produtos.

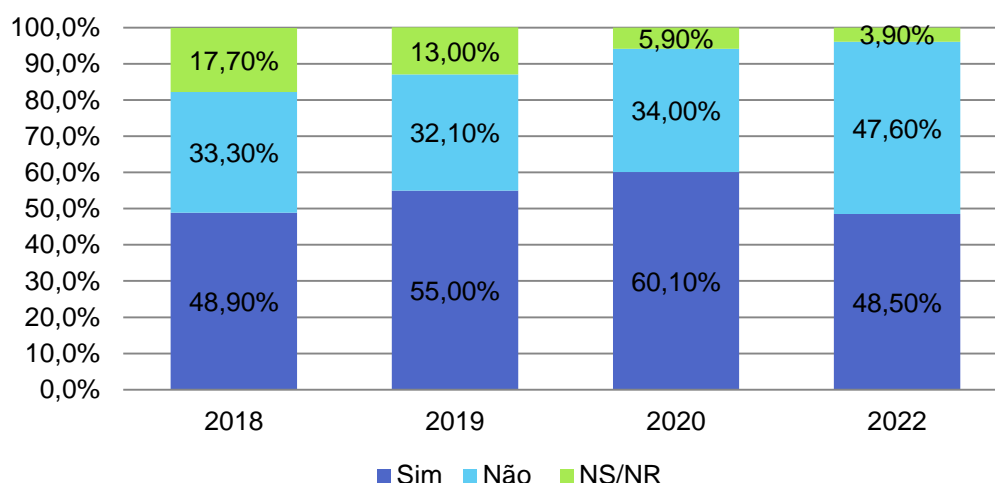
Kit do governo



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para identificar a influência dos filhos durante a compra dos materiais escolares, a pesquisa realizada pela Fecomércio SC envolveu perguntas neste sentido. A primeira é referente à presença dos filhos durante as compras. Quase a metade (48,5%) dos entrevistados vão acompanhados dos filhos ou dependentes, queda de 11,6 p.p. na comparação com 2021.

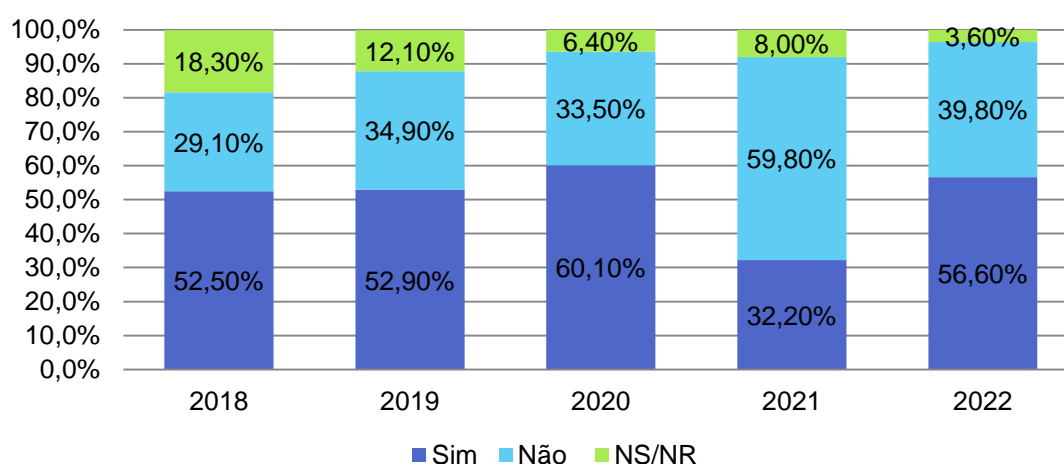
Filhos participam da compra



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Assim como os filhos/dependentes estão presentes durante as compras de materiais escolares, eles também influenciam nas decisões sobre quais produtos comprar. Em Santa Catarina, o percentual de pais que afirmou que os filhos/dependentes influenciam na compra também foi de 56,6% dos entrevistados, elevação de 24,4 p.p diante de 2021.

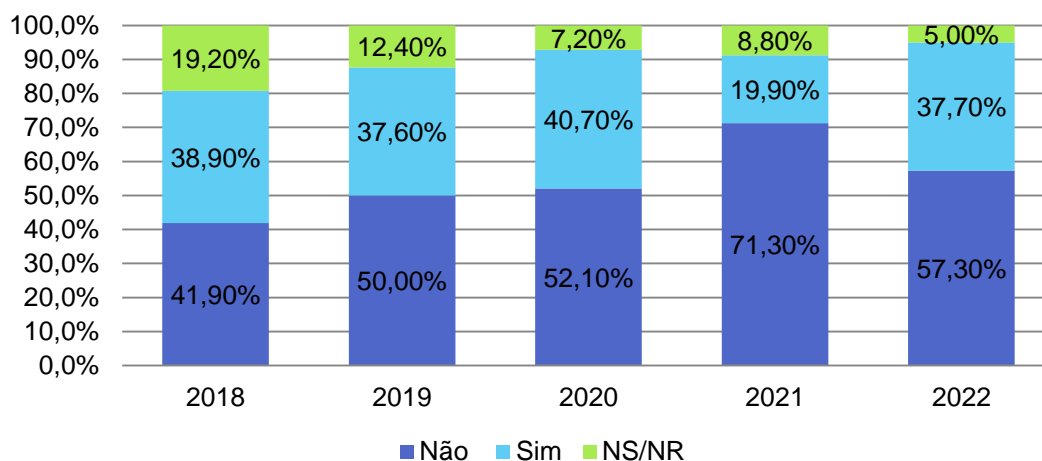
Filhos influenciam a compra



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Considerando os dados demonstrados anteriormente, buscou-se identificar se os pais/responsáveis estariam dispostos a pagar mais caro pelos materiais escolares para agradar os filhos. A maior parte dos entrevistados afirmou que não está disposto a pagar mais caro (57,3%).

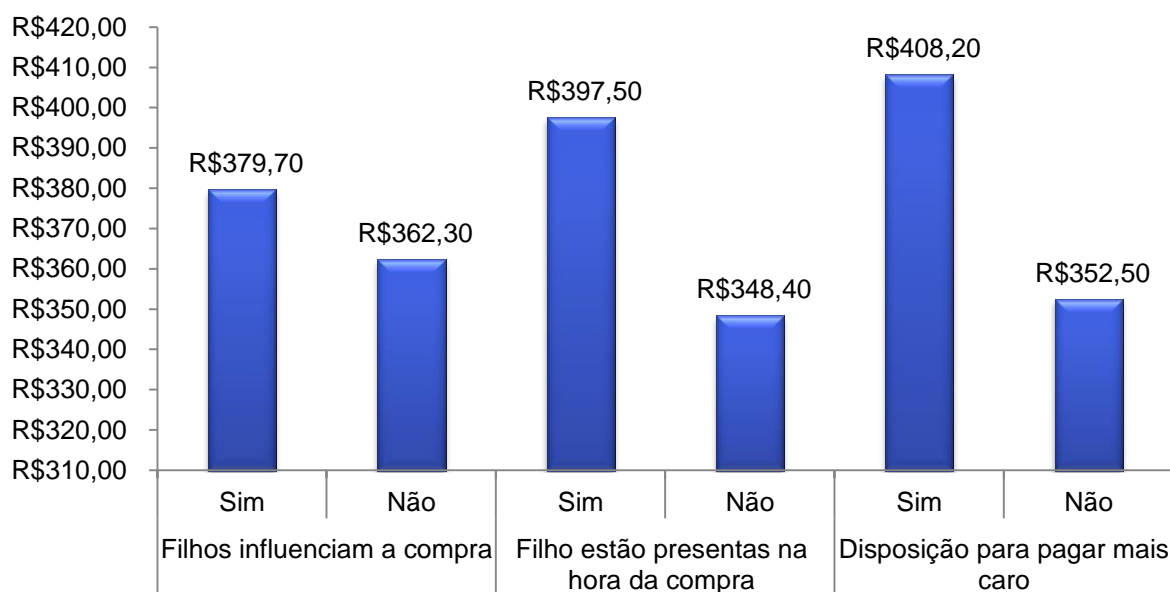
Disposição para pagar mais caro



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Por fim, foi realizado o cruzamento de algumas informações com a intenção de gasto do médio dos consumidores a fim de identificar a diferença de comportamento do consumidor. Nota-se que o gasto médio é maior quando os filhos participam ou estão juntos na compra dos materiais. A disposição em pagar mais caro, que foi apontado pela minoria dos entrevistados, supera o valor médio dos consumidores em termos absolutos.

Gasto médio x Filhos Influencia a compra x Filho participam da compra x Disposto a pagar mais *



Observação: *A relação é muito significativa no cruzamento das variáveis.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

Os consumidores catarinenses devem ampliar os gastos de materiais escolares neste início de 2022 em cerca de 41,7% na comparação com o ano anterior. Na média estadual, o gasto será de R\$ 364,70. Apesar do expressivo aumento, o resultado na comparação real é inferior ao período pré-pandemia (2020). A maior parte das compras, cerca de 75%, devem ocorrer entre o final de janeiro (25,7%) e o início de fevereiro (49,70%).

O comércio de rua, como livraria e papelaria, será o local de compra de preferência dos consumidores (72,0%), mas as compras pela internet ganham espaço (7,75%), alta expressiva na comparação com os anos anteriores (2020 - 0,8% e 2021 - 2,9%).

Outro ponto observado está relacionado à diminuição da cautela dos entrevistados quanto às compras a prazos. A intenção de usar crédito e do parcelamento passou de 11,8% para 27,6% dos entrevistados. O pagamento à vista segue sendo preponderante ao atingir 69,7% dos consumidores entrevistados.

Para mitigar os impactos da inflação, 94% dos consumidores entrevistados afirmaram que irão adotar alguma medida para economizar e somente 6% não deve utilizar nenhuma alternativa. Pesquisa de preços (48%) foi a opção mais citada pelos consumidores. Confirma a importância dos preços o fato de que 63% dos entrevistados consideram as promoções o principal atrativo para a escolha dos estabelecimentos.