



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

# **Intenção de Compras para a Páscoa 2022**

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 2022

## **SUMÁRIO**

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| INTRODUÇÃO .....                                        | 2  |
| PERFIL DOS CONSUMIDORES.....                            | 3  |
| INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE PÁSCOA 2022 ..... | 5  |
| CONCLUSÃO.....                                          | 14 |

## **INTRODUÇÃO**

A Páscoa é um período de intensificação do movimento no comércio, principalmente na busca por chocolates. Tendo em vista esta alta 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.

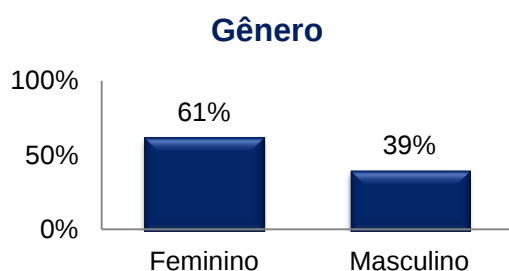
A amostra foi de 2.106 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 03 de fevereiro e 19 de março de 2022. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí. O projeto é realizado em locais de grande 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 por telefone 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.

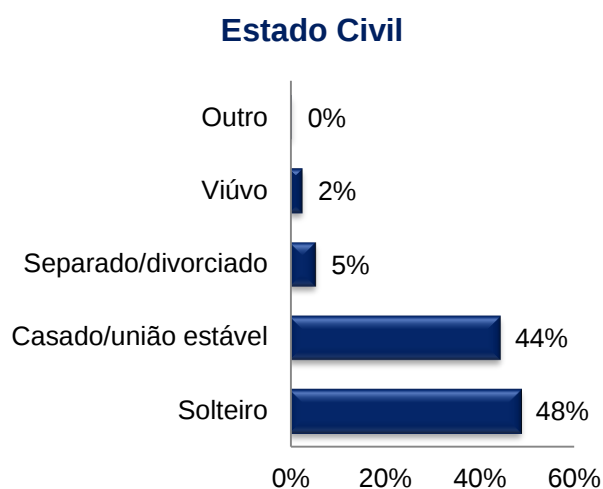
Foram aplicadas 19 perguntas, sendo 17 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e uma aberta. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

## PERFIL DOS CONSUMIDORES

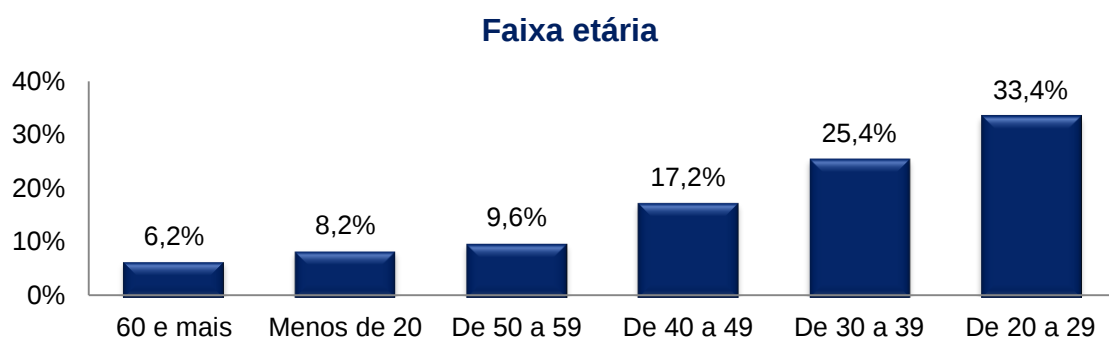
Em primeiro lugar, é importante entendermos o perfil dos entrevistados:



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

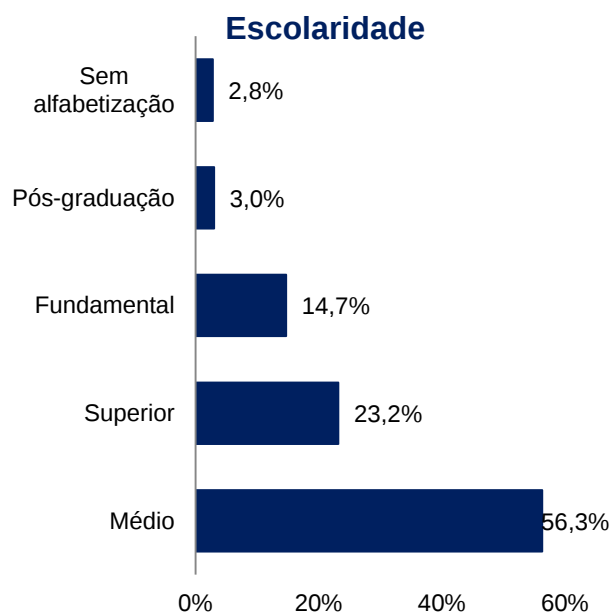


Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

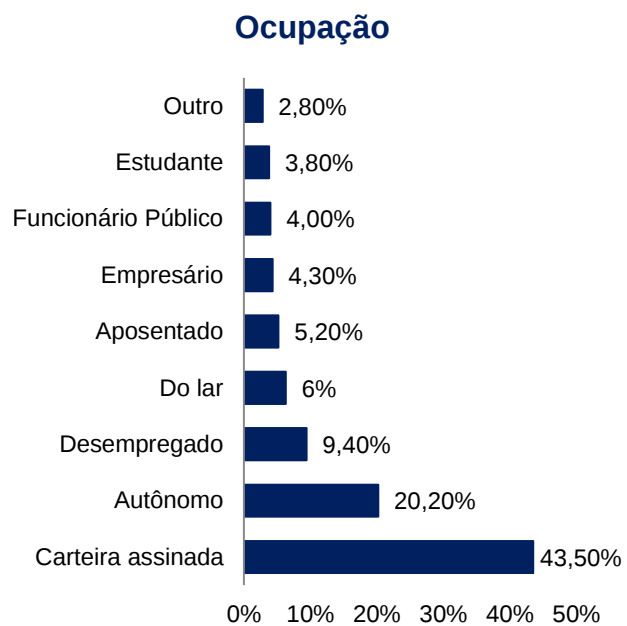


Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Os dados acima mostram que entrevistados para a pesquisa deste ano são majoritariamente mulheres (61,0%). Dentre os entrevistados, a maioria é solteira (48,0%), seguido por casados/união estável 44,0% e 33,4% situam-se na idade entre 20 até 29 anos.



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC



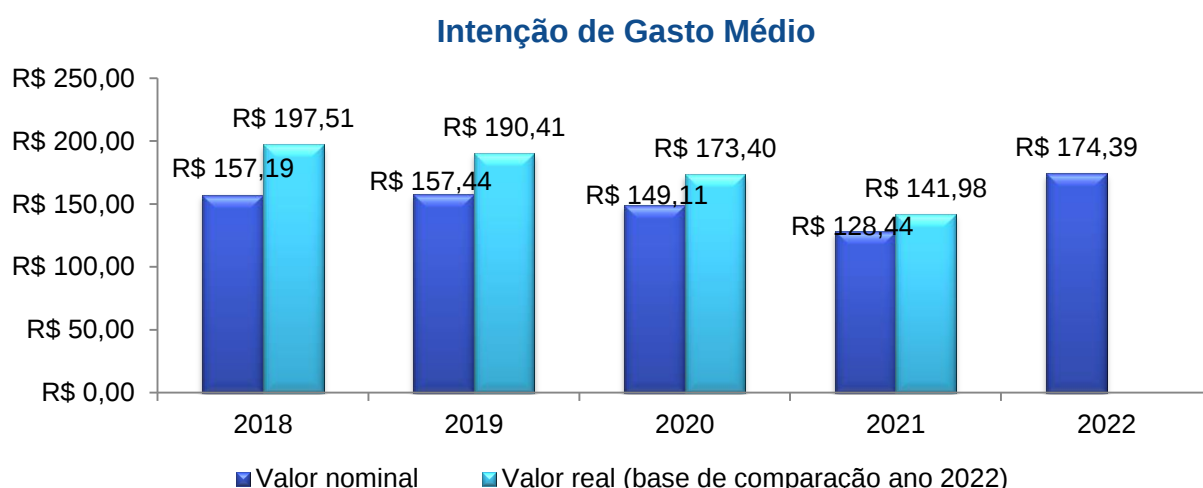
Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Em relação ao grau de escolaridade, estes consumidores, majoritariamente, têm ensino médio completo (56%) e são trabalhadores com carteira assinada (43,5%), seguido de autônomo (20,2%).

## INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE PÁSCOA 2022

A Páscoa foi uma das datas comemorativas mais afetadas durante a pandemia. Em 2020, foi marcada pelo fechamento total das atividades e das enormes incertezas sobre os impactos da COVID-19, já em 2021 aconteceu no auge da segunda onda. Essas condições derrubaram a intenção média de gastos dos consumidores naquele momento, queda de 5,29% e 13,86%, respectivamente. Por outro lado, em 2022, o contexto epidemiológico é diferente, com imunização elevada e o fim das restrições das atividades econômicas e das demais medidas de combate à COVID-19. A expectativa de gasto médio cresceu 35,8% e os consumidores devem desembolsar R\$ 174,39 na data.

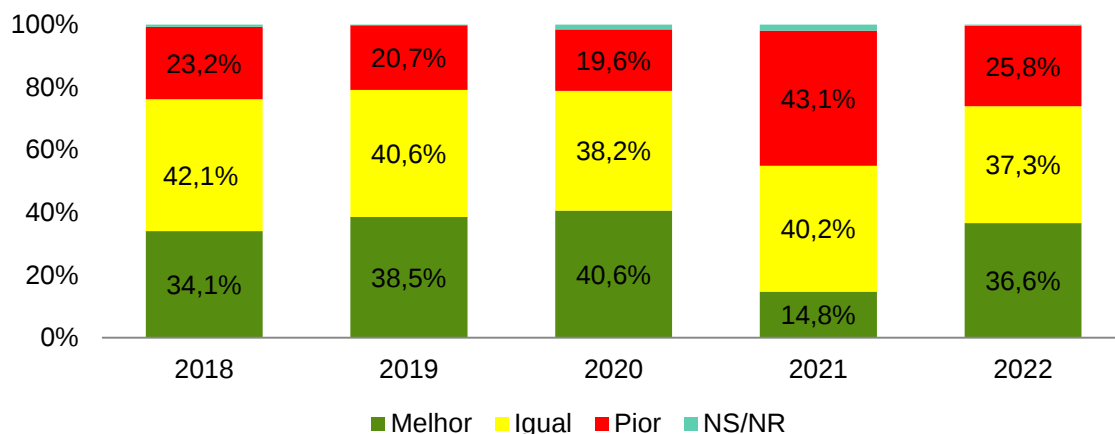
Apesar da alta expressiva neste ano, devido também à base de comparação fraca, a intenção média em termos reais não recuperou o nível pré-pandemia e está 8,4% menor que 2019 (R\$ 190,41) e 11,7% abaixo de 2018 (R\$ 197,51).



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Para uma melhor prospecção da data também é importante avaliar a evolução da situação financeira das famílias. Neste ano, a condição financeira inverteu a tendência anterior e passou a refletir o movimento de retomada das atividades econômicas, mas ainda permanece aquém do patamar apresentado no período pré-pandemia (2019). Assim, a maioria dos entrevistados relatou que estão em situação financeira igual (37,3%) e melhor (36,6%). Mesmo com uma situação financeira melhor, 25,8% dos entrevistados indicam estar em situação pior que em 2021, valor superior a 2018 e 2019, mas inferior a 2021, quando alcançou 43,1%. A estabilidade financeira, comparada com o ano passado, traz uma perspectiva de vendas e gasto médio maiores diante dos dois últimos anos.

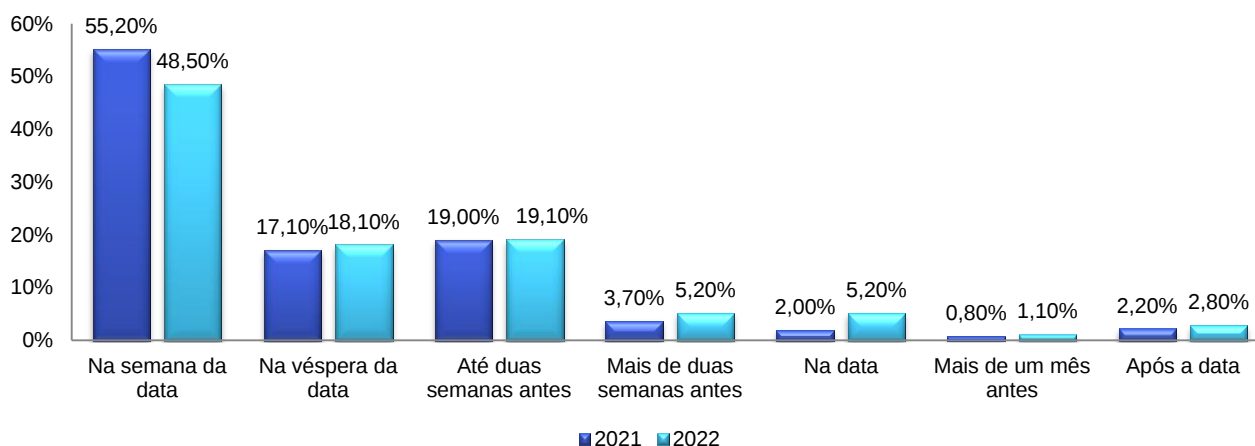
### Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Para averiguar a incidência da demanda em termos temporais, também foi perguntado aos entrevistados quando pretendiam realizar as compras de Páscoa em 2022. Segundo os entrevistados, 71,8% deles devem realizar a maior parte delas durante a semana da data, sendo que 18,1% indicam que a compra será realizada na véspera da data e 5,2% no dia da data. Esse comportamento é similar ao do ano anterior, quando 74,3% dos entrevistados relataram essa condição. Neste ano, 19,1% pretendem realizar as compras em até duas semanas antes da data e apenas 1,1% mais de um mês antes.

### Quando pretende realizar a maior parte das compras



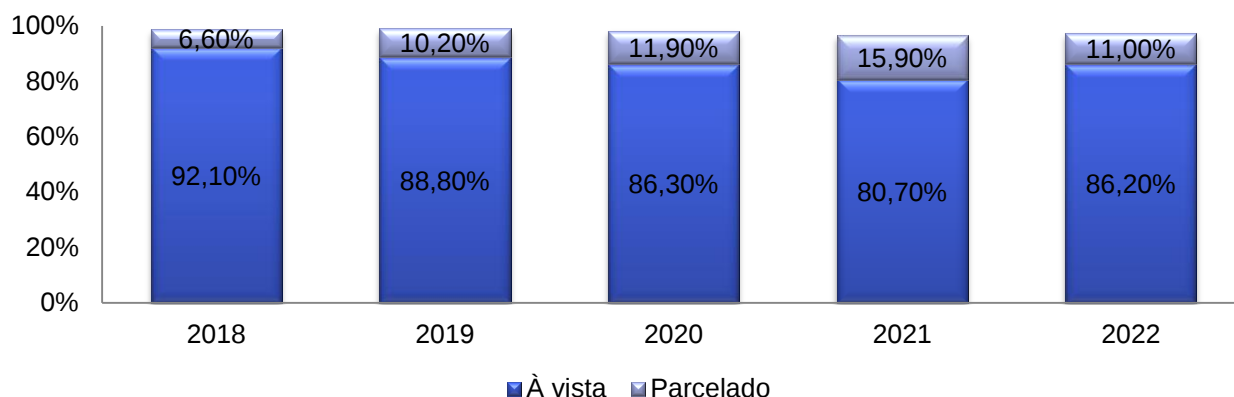
Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista, alcançando 86,2% dos entrevistados, alta de 5,5 pontos percentuais (p.p.) frente ao ano anterior. Esse comportamento é equivalente à média entre 2018 e 2021, que foi de 87,2%, resultado que indica que para a Páscoa a forma preponderante de pagamento não mudou mesmo

## Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compras – Páscoa 2022

com os efeitos da pandemia. A intenção é bastante positiva, pois mostra uma maturidade por parte dos consumidores na hora de pensar nos gastos da Páscoa, visto que poucos pretendem comprar com base no crédito (11%) em 2022.

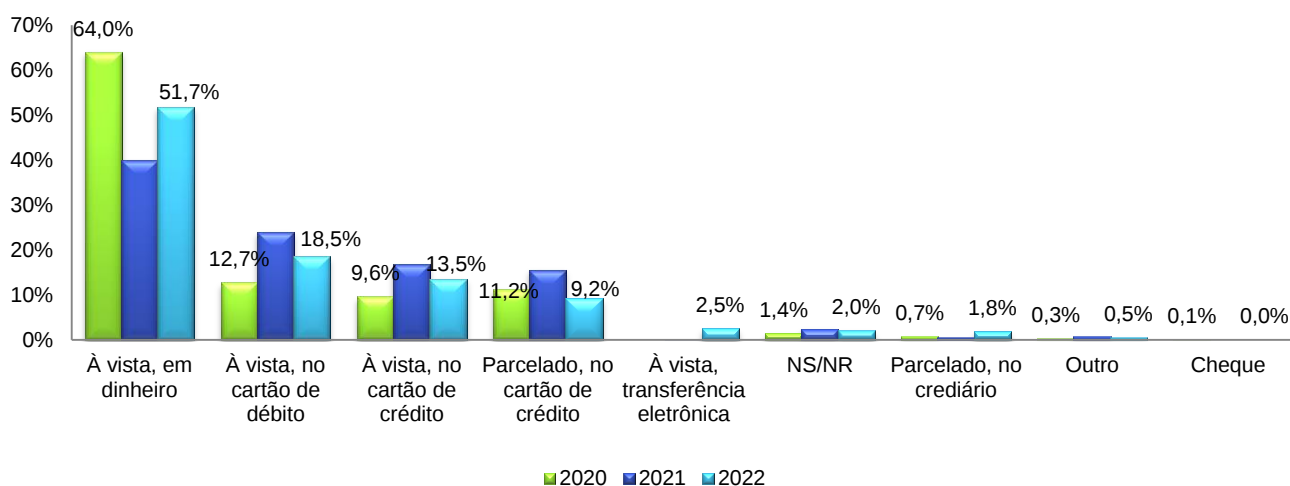
### Formas de Pagamento Principal



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Ao analisar as modalidades de pagamento de forma detalhada nota-se que a opção à vista em dinheiro representou 51,7% dos entrevistados, alta de 11,80 p.p. A modalidade do cartão de débito (18,5%) foi a segunda mais citada, seguido do cartão de crédito à vista (13,5%). Aqueles que estão utilizando crédito preferem usar o cartão de crédito (9,2%) com mais frequência do que o crediário (1,8%).

### Formas de Pagamento por modalidade

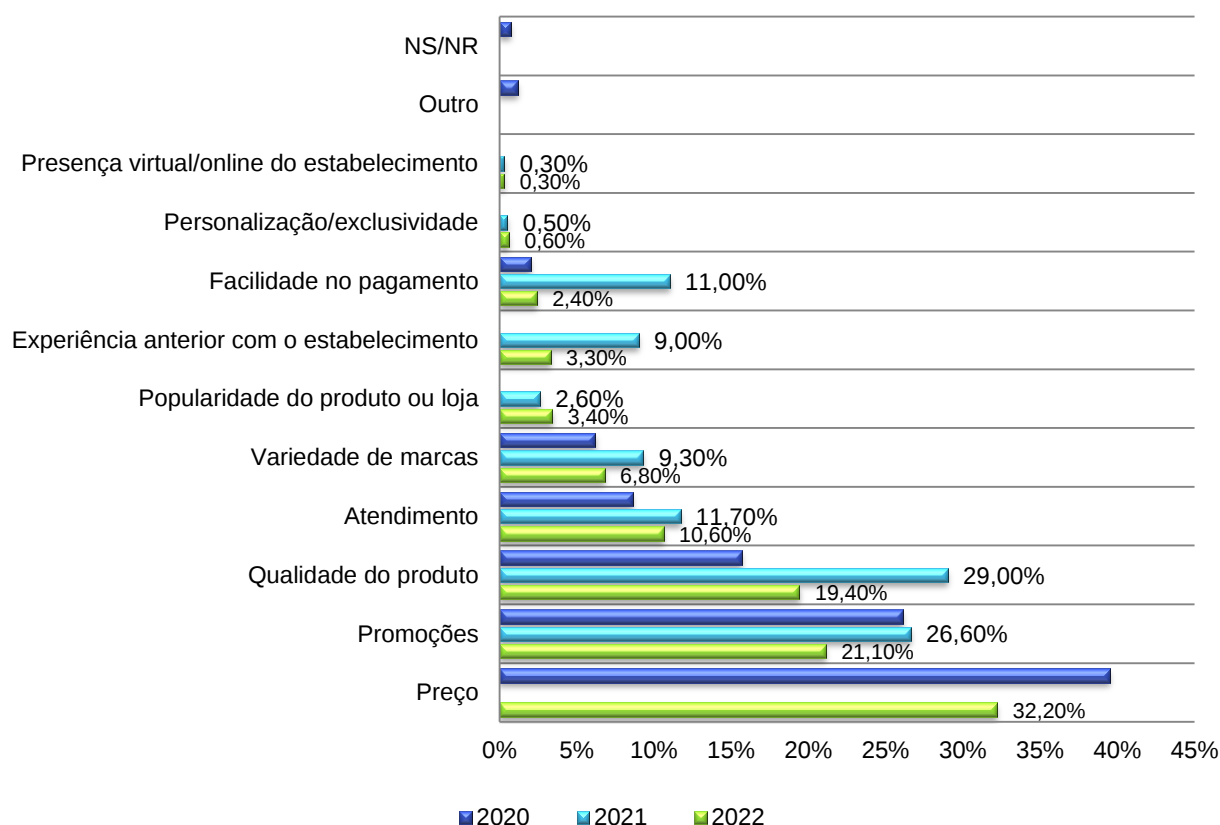


Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense valoriza nesta data. Assim, é perceptível que existe uma grande variedade de fatores que influenciam a escolha do estabelecimento e produto, mas o que se destaca na Páscoa de 2022 são os atributos de preços (32,2%) e as promoções (21,1%), que juntas representam 53,3% dos consumidores. A persistência dos preços

elevados e disseminados entre os produtos, que atingiu em fevereiro alta em 74,8% dos produtos pesquisados, motiva os consumidores a buscar alternativas para mitigar esse impacto. Além de estar atento aos preços, o consumidor também prioriza a qualidade dos produtos (19,4%) e o atendimento (10,6%).

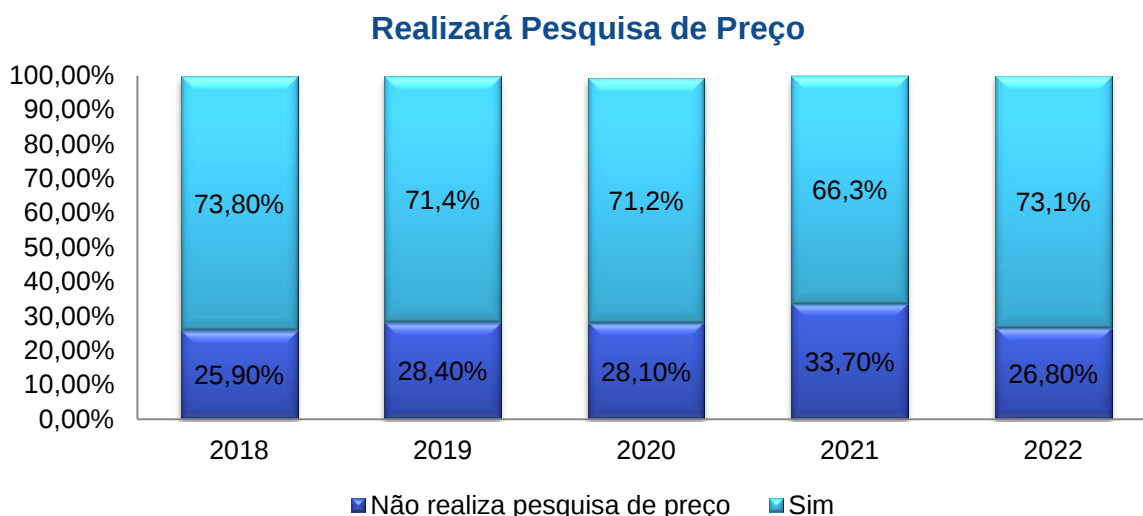
### Fatores de Influência Comercial



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

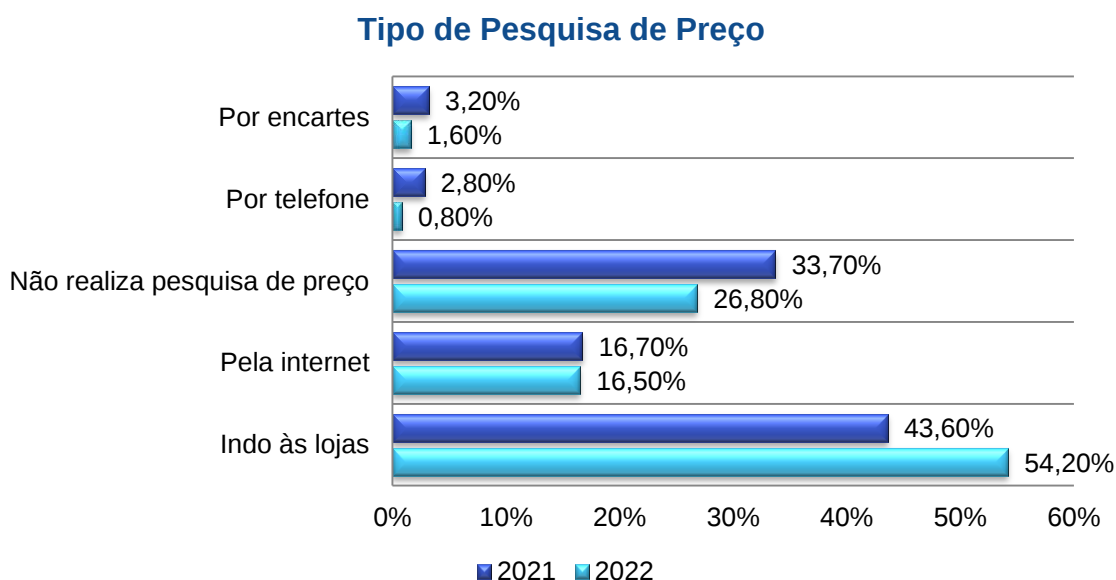
Confirma a visão de que os preços e promoções são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 73,1% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para as compras da Páscoa, maior resultado desde 2018 e alta de 6,8 p.p. diante de 2021 (66,3%). No ano passado, as pesquisas sazonais realizadas pela entidade apontaram que em média 80% dos consumidores iriam realizar pesquisa de preços, valor superior aos anos anteriores (73% em 2020; 74% em 2019 e 2018). Assim, a pesquisa atual sugere a manutenção dessa tendência para o ano de 2022.

## Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compras – Páscoa 2022



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

A Fecomércio SC questionou os consumidores sobre a forma como pretendem realizar a pesquisa de preço. Mais da metade deve ir às lojas (54,2%), crescimento de 10,6 p.p. frente a 2022. Esse resultado mostra maior confiança dos consumidores frente à pandemia. O meio virtual, que ganhou força nos dois últimos anos, se manteve estável ao representar 16,5% da pesquisa de preços.

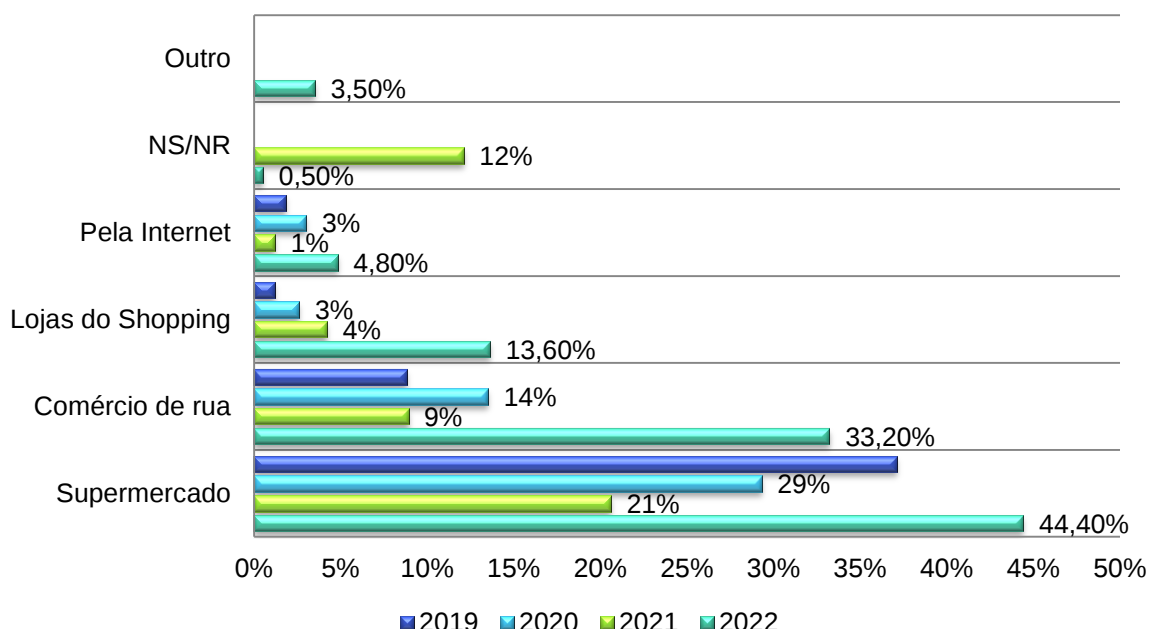


Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Ao se tratar do local de compra dos produtos, o supermercado vai ser a opção da maioria dos catarinenses (44,4%), mesmo com a queda de 8,6 p.p. comparado ao ano anterior. Por outro lado, o comércio de rua avançou 12,6 p.p. e passou a representar 33,2% das preferências dos consumidores. Em seguida aparecem lojas de shopping, com 13,6%. A opção comprar pela internet se manteve estável em relação a 2021, ao

atingir 4,8% dos entrevistados- este resultado é maior que o período pré-pandemia, mostrando que o consumidor se adaptou e que o comportamento segue presente.

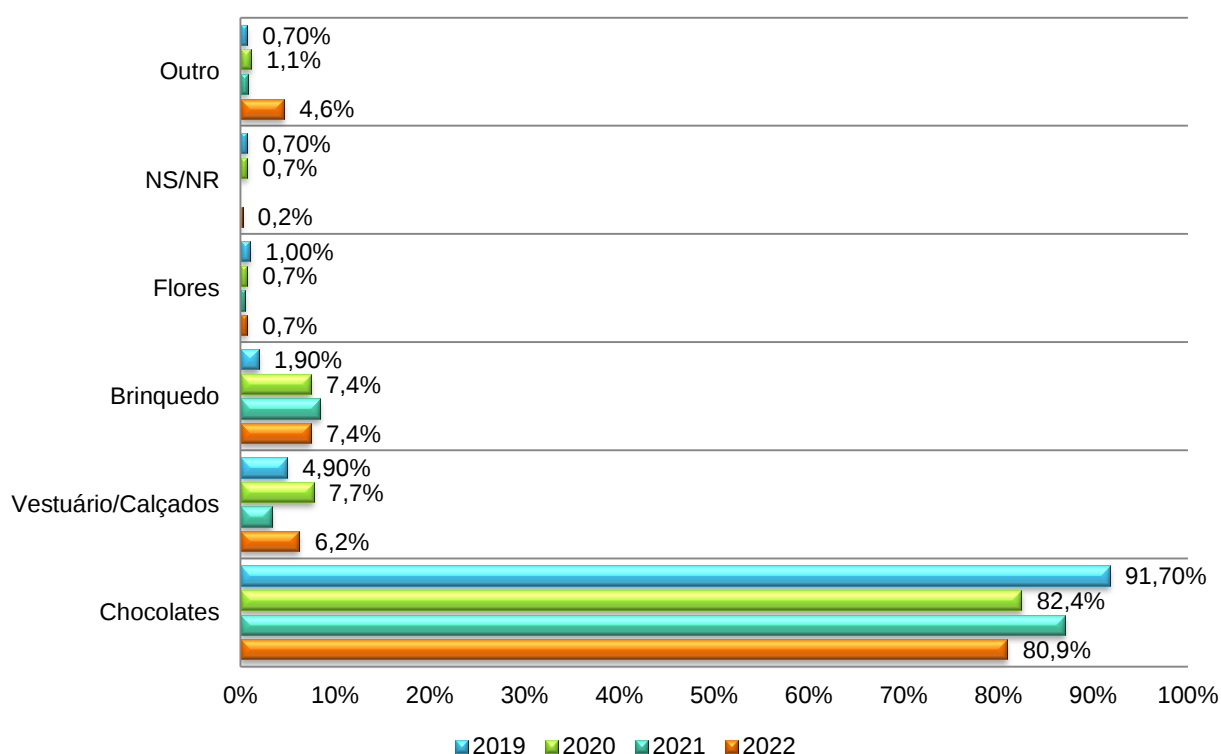
### Local da Compra



Fonte: Núcleo de Pesquisas da 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, conforme a tradição, que a principal parte dos consumidores presenteará produtos relacionados ao segmento de chocolate (80,90%), porém em proporção menor do que no ano passado, queda de 6,1 p.p. Por outro lado, há aumento da prática por presentear vestuário/calçados, passando de 3,3% para 6,2% em 2022. Apesar da queda de 1,9 p.p. na escolha por brinquedos, o resultado do ano está acima do período pré-pandemia, ao alcançar 7,4% dos entrevistados.

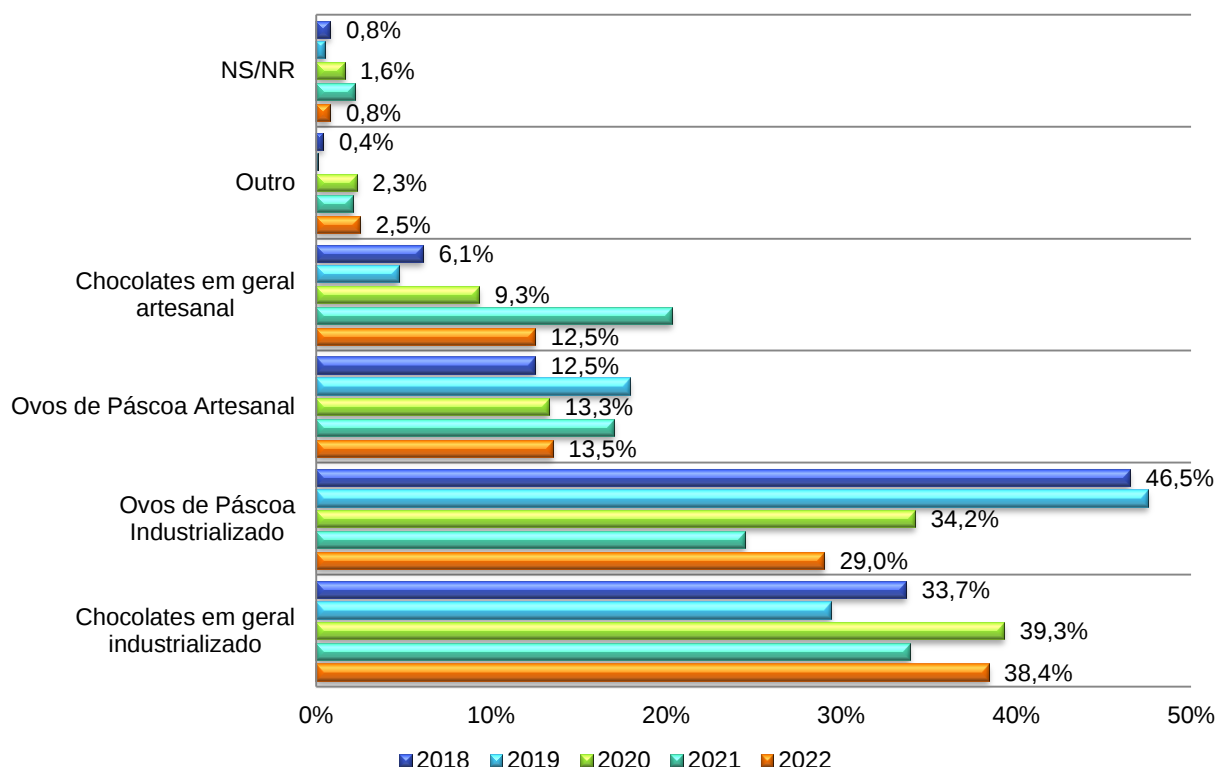
### Tipo de presente



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Sendo o chocolate o presente típico da Páscoa é fundamental saber qual tipo de chocolates os consumidores catarinenses comprarão. A proporção de consumidores que optará por comprar chocolates em geral industrializados cresceu de 33,9% para 38,4%, acompanhando também alta a demanda por ovos de páscoa industrializados (29,0%; +4,5 p.p.). Em movimento oposto, a demanda por produtos artesanais caiu de 37,3% para 26,0%, sendo que a procura por ovos de páscoa artesanal foi a que menos sentiu a queda, ao reduzir 3,5 p.p. passando de 17,0% para 13,5%. Já a preferência por chocolates em geral artesanais diminuiu para 12,5%, queda de 7,8 p.p.

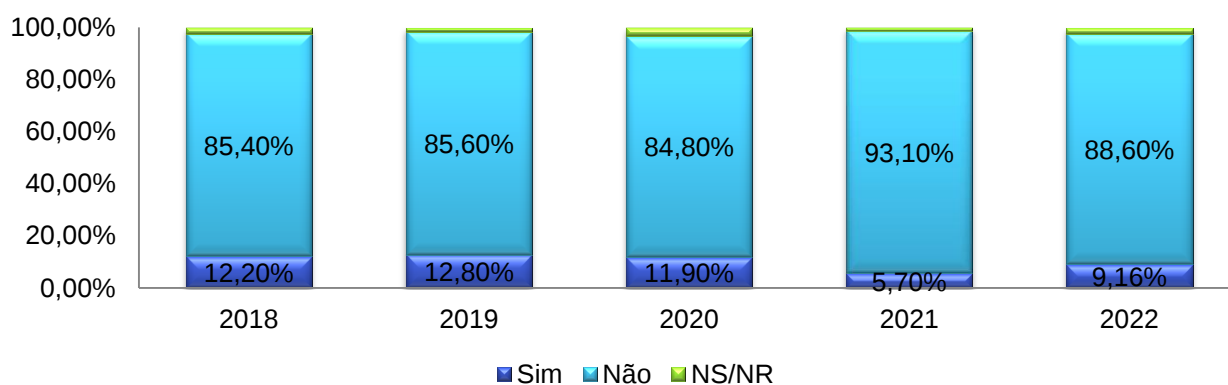
### Tipos de chocolate que comprará



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Além de movimentar o comércio tradicional, a Páscoa também traz impactos para o setor de serviços, por isso é importante conhecer o número de famílias que aproveitam o feriado para viajar. Em 2021, um número expressivo (93,1%) indicou que não iria viajar, condição que foi reduzida para 88,6% neste ano. Embora o cenário tenha mudado, o resultado é inferior ao período pré-pandemia, já que somente 9,16% dos entrevistados pretendem viajar, enquanto em 2018 e 2019 era de cerca de 12%.

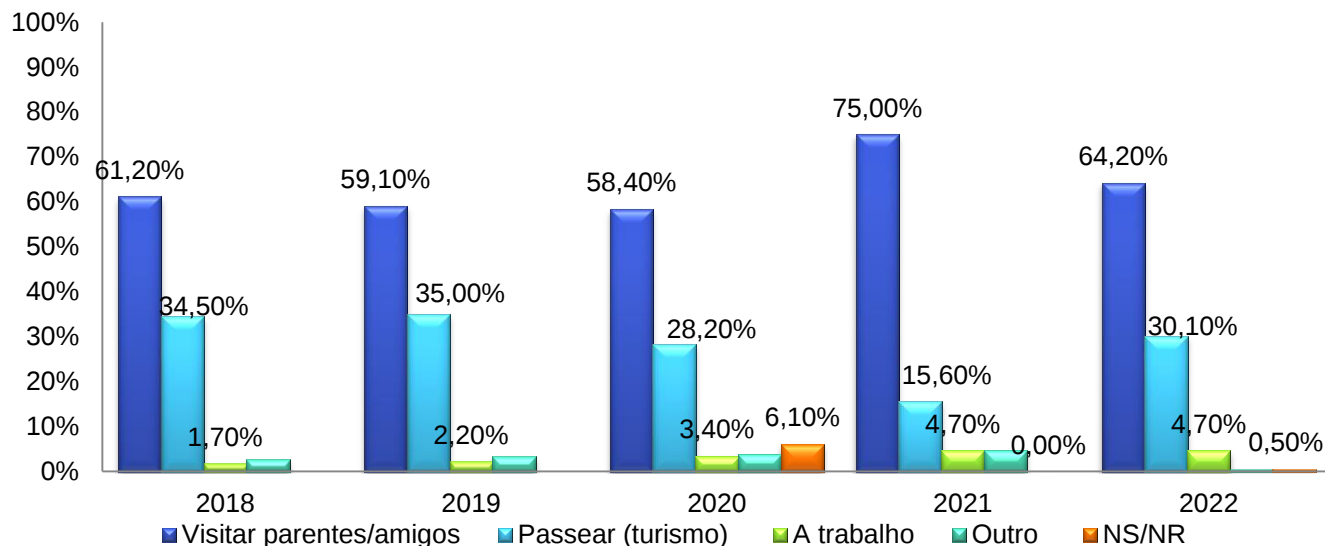
### Viagem durante o feriado



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Para finalizar, a Fecomércio SC indagou o motivo da viagem, sendo que a visita à familiares prevaleceu (64,2%). Nota-se que o motivo turismo (30,1%), a segunda preferência dos consumidores, teve o maior avanço na comparação com o ano passado, alta de 14,5 p.p.

### Motivos da viagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

## CONCLUSÃO

Após dois anos de muita instabilidade no período da Páscoa provocado pela pandemia, que comprometeu fortemente as vendas naquele momento, a expectativa de gasto médio avançou, registrando alta de 35,8% diante de 2021. A intenção neste ano será de R\$ 174,39- apesar do resultado positivo, o valor é inferior ao período pré-pandemia em termos reais.

Nota-se que a renda tem um papel fundamental, já que a percepção de situação financeira preponderante das famílias apontada na pesquisa está igual (37,3%) ou melhor (36,6%) que o ano anterior. Por outro lado, número ainda elevado de famílias (25,8%), indica situação financeira pior, comparado a antes da pandemia.

A maioria dos consumidores (71,8%) deve comprar os presentes na semana que antecede a data, sendo que 18,1% indicam que a compra será na véspera e 5,2% na data. A demanda principal desse período será por chocolates industrializados, atingindo 67,4% da preferência dos consumidores, sejam eles ovos de Páscoa (29,0%) ou chocolates (38,4%). Já a demanda por chocolates artesanais apresentou queda frente a 2021, mas ainda representa uma parcela importante de 26%. A forma de pagamento principal será à vista (86,2%), utilizando principalmente o dinheiro (51,7%), cartão de débito (18,5%) e crédito (13,5%).

Os supermercados (44,4%) e o comércio de rua (33,2%) serão os principais destinos destes consumidores. Dentre os fatos que mais influenciam a compra nesta data se destaca o preço (32,2%) e promoções (21,1%). Em relação à pesquisa de preço, 73,1% dos entrevistados afirmaram que a farão. Por fim, a proporção de viagens para a data ampliou para 9,16%, após sofrer forte queda no ano passado. A maioria (64,2%) deve aproveitar a viagem para visitar parentes/amigos e 30,1% para passeio turístico.