



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

# **Intenção de Compras para a Páscoa 2023**

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 2023

## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>PERFIL DOS CONSUMIDORES.....</b>	<b>2</b>
<b>INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE PÁSCOA 2023 .....</b>	<b>5</b>
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>12</b>

## INTRODUÇÃO

A Páscoa aquece as vendas no comércio, principalmente na busca por chocolates. Tendo em vista esta movimentação, 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.

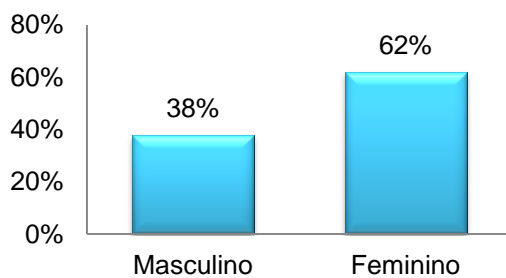
A amostra foi de 2.100 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 01 e 16 de março de 2023. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Itajaí, Joinville e Lages. O projeto é realizado em locais de grande fluxo para 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.

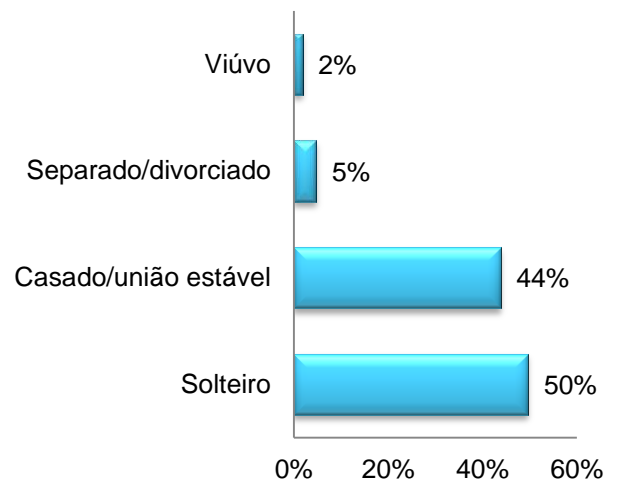
Foram aplicadas 19 perguntas, sendo 18 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e uma aberta. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

## PERFIL DOS CONSUMIDORES

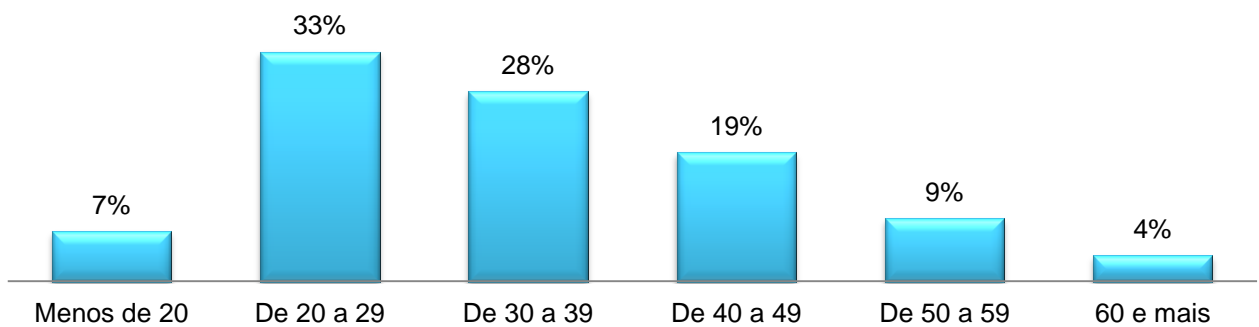
Em primeiro lugar, é importante entendermos o perfil dos entrevistados:



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

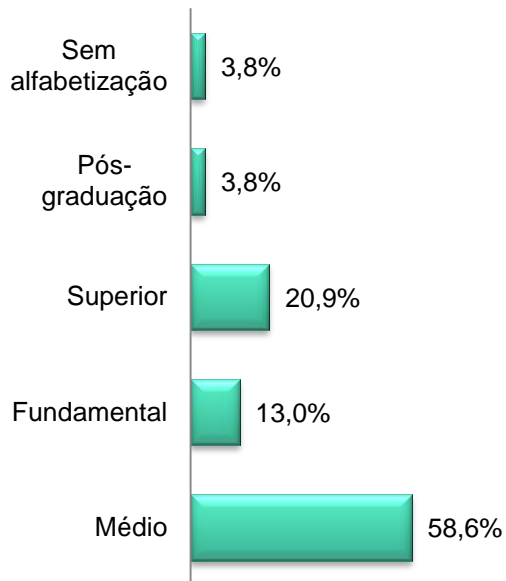


Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

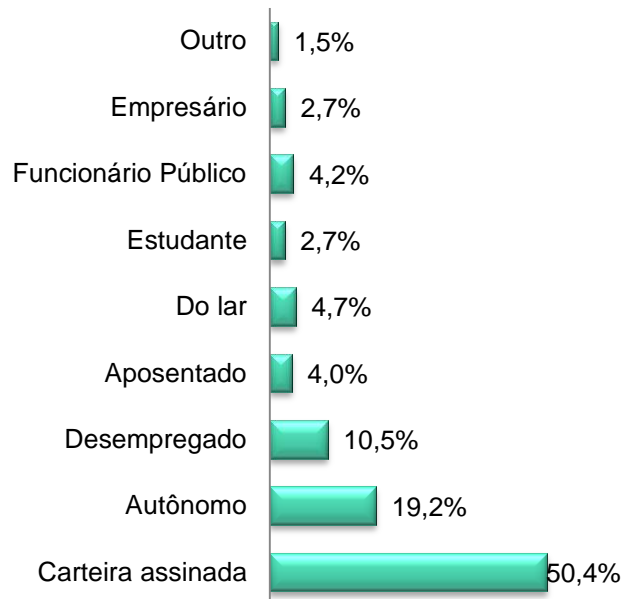


Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Os dados acima mostram que os entrevistados para a pesquisa deste ano são majoritariamente mulheres (62,0%), solteiros (50,0%) e com idade entre 20 até 29 anos.



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

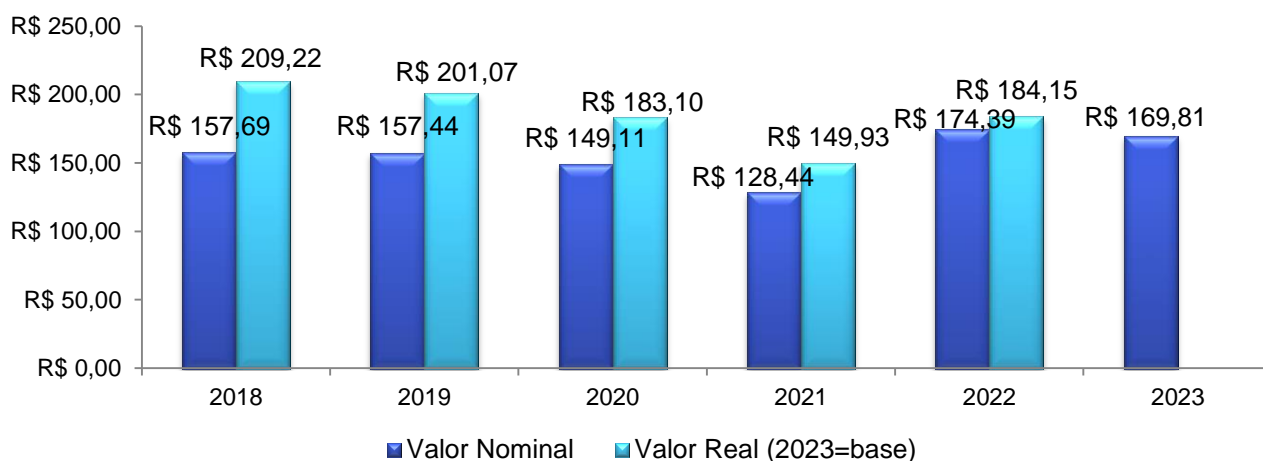
Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores, majoritariamente possui ensino médio completo (58,6%) e são trabalhadores com carteira assinada (50,4%).

## INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE PÁSCOA 2023

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, em 2021 esteve 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 era diferente e a expectativa de gasto médio dos consumidores reagiu ao crescer 35,8%. Porém, em 2023, observa-se uma pequena redução (-2,6%) dessa intenção de gasto, de modo que, na média, o consumidor catarinense irá gastar R\$ 169,81 nesta Páscoa.

Em termos reais, a intenção de gasto médio é superior apenas ao de 2021 (R\$ 149,93), o menor valor da série, e por isso, não recuperou o nível pré-pandemia sendo 15,5% inferior ao valor de 2019 (R\$ 201,07) e 18,8% abaixo do de 2018 (R\$ 209,22).

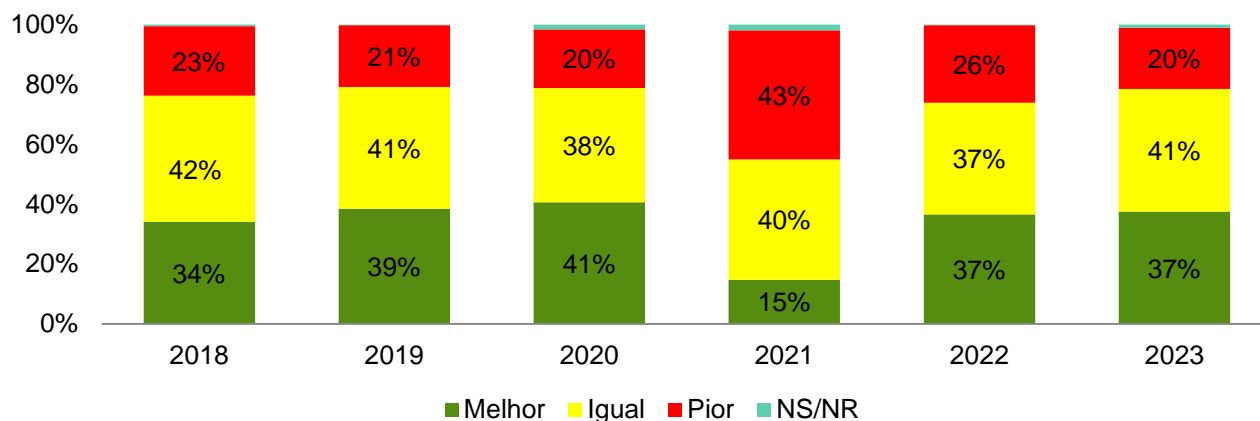
### Intenção de Gasto Médio



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 é bastante semelhante a do ano passado e continuou 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 (41,0%) e melhor (37,5%). Mesmo com uma situação financeira melhor, 20,4% dos entrevistados indicam estar em situação pior que em 2022, mesmo nível do observado em 2019 (20,7%). A similaridade da percepção financeira dos consumidores catarinenses comparada entre este ano e o passado traz uma boa perspectiva de vendas e de gasto médio maiores diante dos três últimos anos.

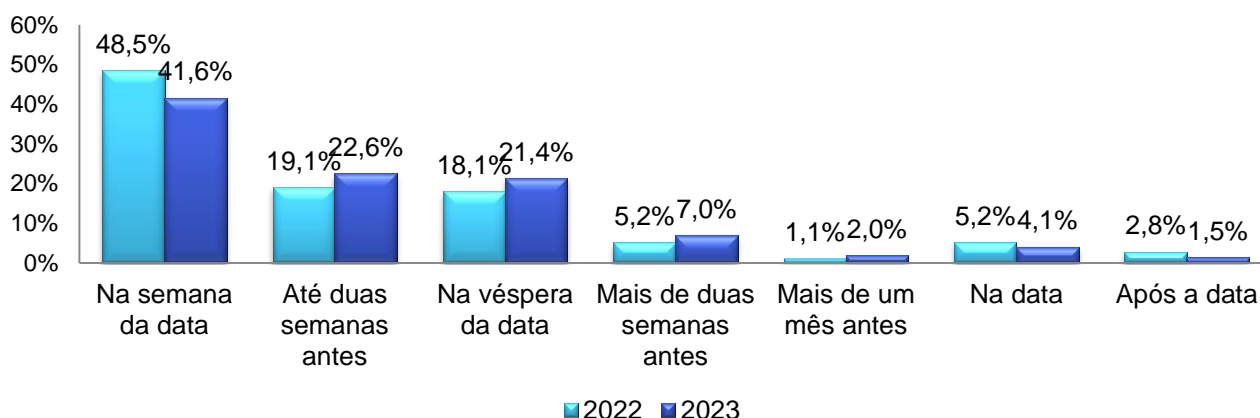
### Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior



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 2023. Segundo os entrevistados, 67,0% deles devem realizar a maior parte delas durante a semana da data, sendo que 21,4% indicam que a compra será realizada na véspera da data e 4,1% no próprio Domingo de Páscoa. Esse comportamento é similar ao dos anos anteriores, quando 74,3% dos entrevistados relataram essa condição em 2021 e 71,8% em 2022. Ainda, neste ano 22,6% pretendem realizar as compras em até duas semanas antes da data e apenas 2,0% com mais de um mês antecedência.

### Quando pretende realizar a maior parte das compras



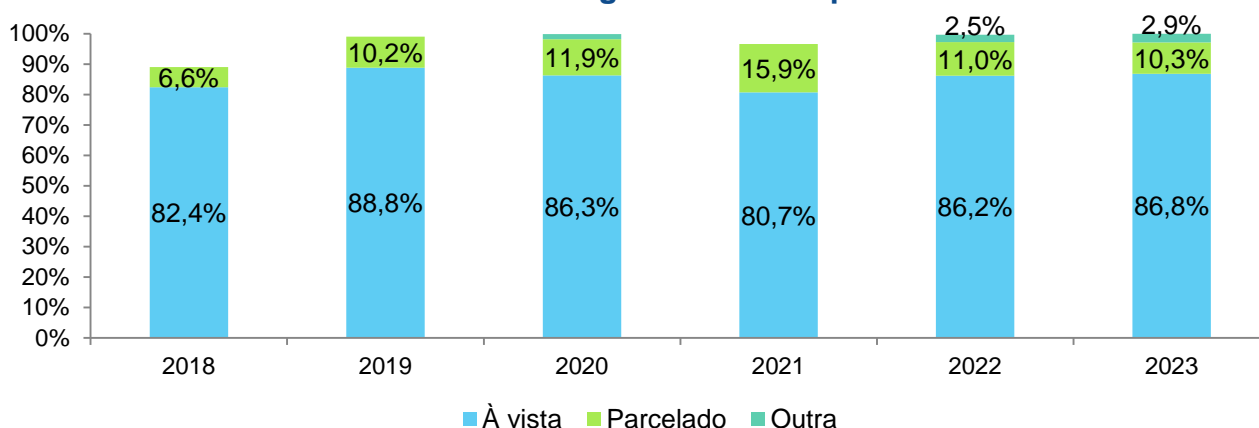
Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio SC

Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista, alcançando 86,8% dos entrevistados, praticamente o mesmo percentual do ano anterior (86,2%). Esse comportamento é equivalente à média do pagamento à vista entre 2018 e 2020, que foi de 85,8%, resultado que indica que para a Páscoa a forma preponderante de pagamento



não mudou mesmo 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, poucos pretendem comprar com base no crédito, somente 10,3% dos entrevistados em 2023.

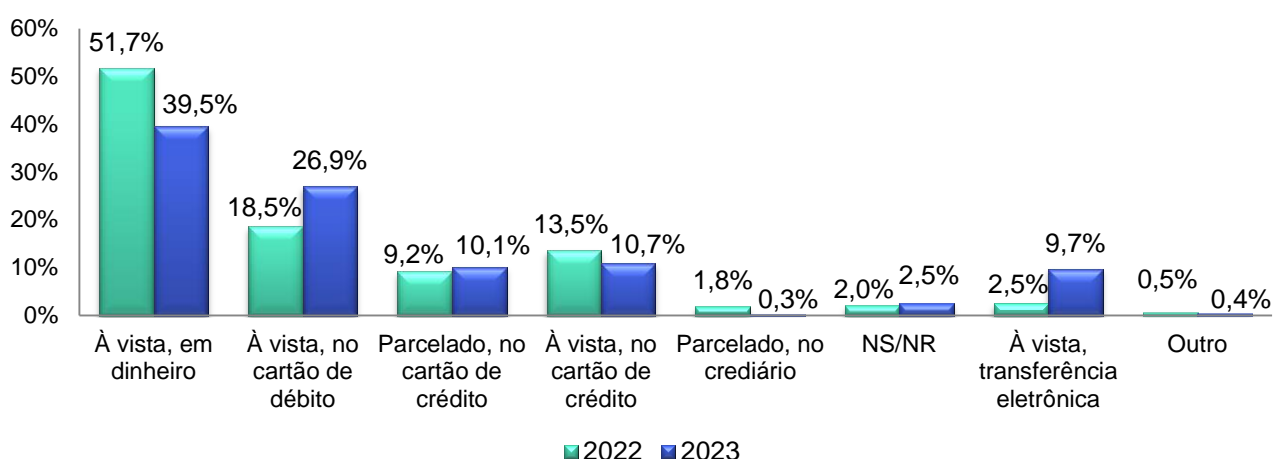
### Formas de Pagamento Principal



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 39,5% dos entrevistados, queda de 12,2 p.p. A modalidade do cartão de débito (26,9%) foi a segunda mais citada, seguido do cartão de crédito à vista (10,7%) e do PIX (9,7%). Aqueles que estão utilizando crédito preferem usar o cartão de crédito (10,1%) com mais frequência do que o crediário (0,3%).

### Formas de Pagamento por modalidade

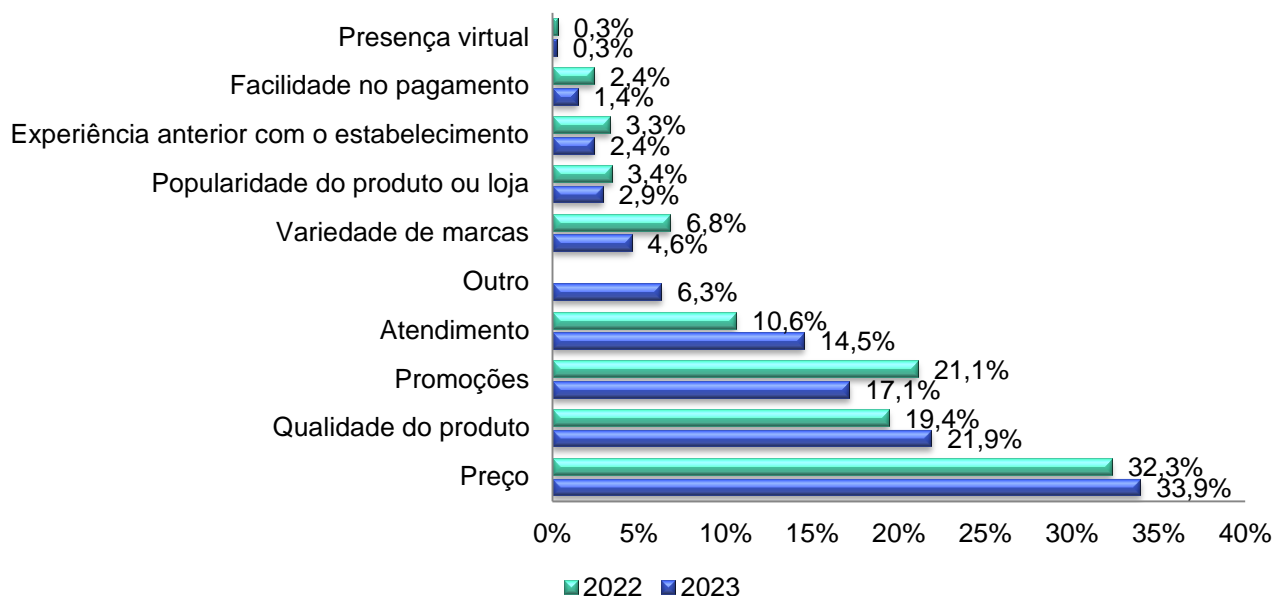


Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio SC

Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense valoriza nesta data. É perceptível que existe uma grande variedade de fatores que influenciam a escolha do estabelecimento e do produto, mas o que se destaca na Páscoa de 2023 são os atributos de preços (33,9%), qualidade (21,9%) e as promoções (17,1%), que juntas representam 72,9% das preferências. A

persistência dos preços elevados e a disseminação da inflação entre os mais diversos produtos motiva os consumidores a buscar alternativas para mitigar esse impacto. Além disso, o consumidor também está sinalizando que vai priorizar o atendimento (14,5%), um aspecto que tradicionalmente não apresentava influência superior ao nível dos 10,0%.

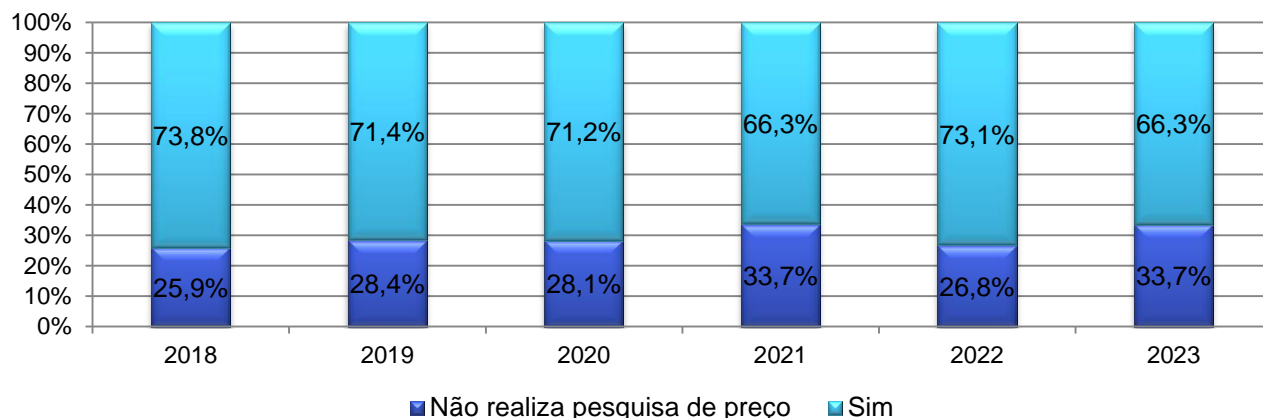
### Fatores de Influência Comercial



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio SC

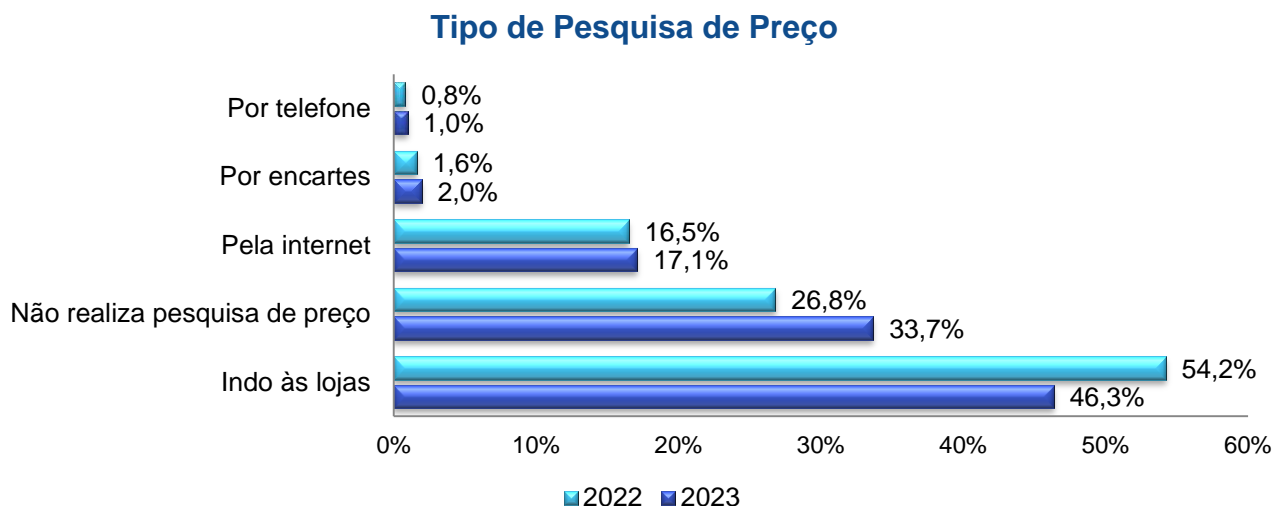
Confirma a visão de que os preços e promoções são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 66,3% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para as compras da Páscoa. Todavia, ainda que pese a magnitude do número, o percentual é o menor da série e idêntico ao de 2021, representando queda de 6,8 p.p. diante de 2022 (73,1%).

### Realizará Pesquisa de Preço



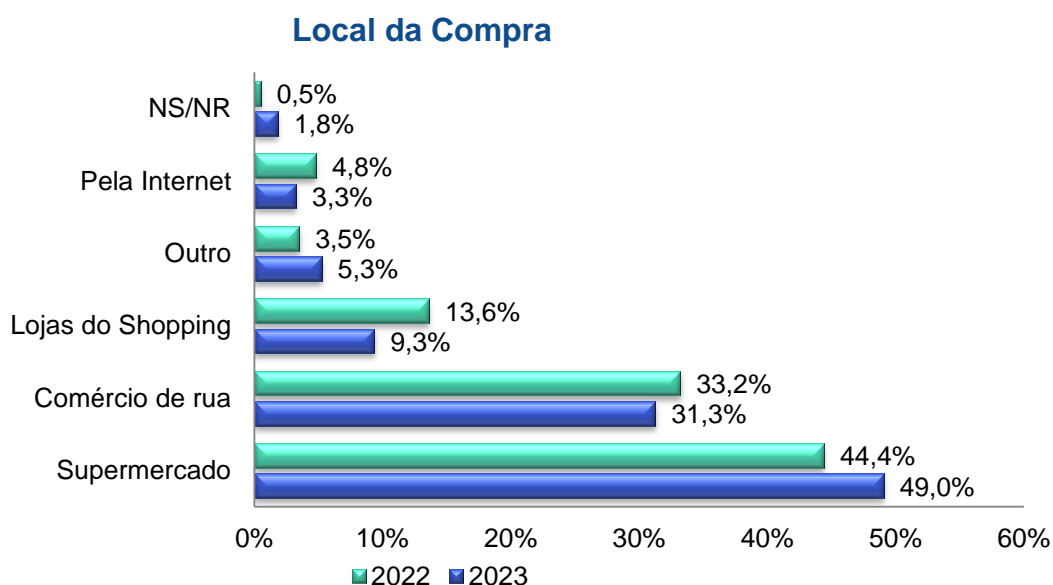
Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio SC

Ademais, a Fecomércio SC questionou os consumidores sobre a forma como pretendem realizar a pesquisa de preço. A resposta predominante foi de que ela seria realizada indo às lojas, 46,3%, um decréscimo de 7,9 p.p. frente a 2022. Por outro lado, 17,1% pretendem pesquisar no meio virtual, um ligeiro crescimento de 0,6 p.p.



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio SC

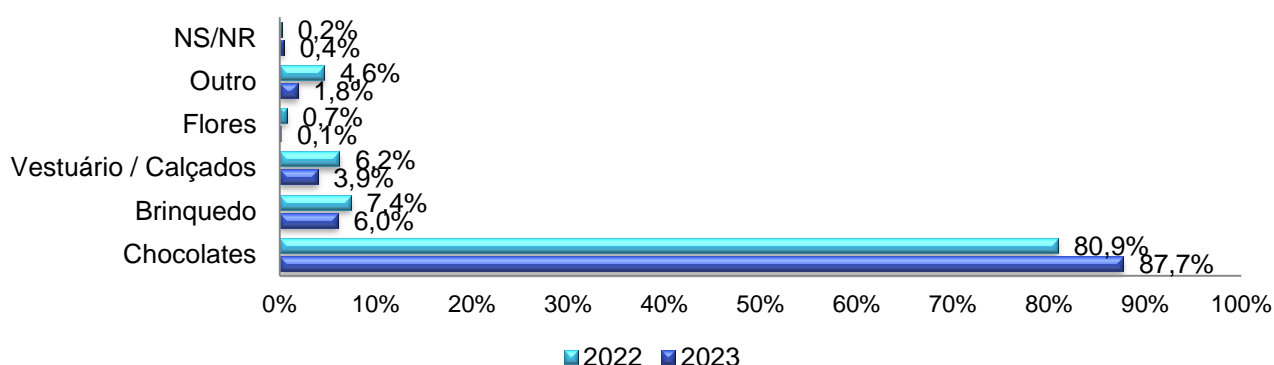
Ao se tratar do local de compra dos produtos, o supermercado continua sendo a opção da maioria dos catarinenses (49,0%), avanço de 4,6 p.p. comparado ao ano anterior. Por outro lado, o comércio de rua recuou 1,9 p.p. e representa 31,3% das preferências dos consumidores. Em seguida aparecem as Lojas do Shopping com 9,3%, queda de 4,3 p.p. A opção comprar pela internet também apresentou leve recuo em relação a 2022, ao atingir 3,3% dos entrevistados, o resultado sugere que o consumidor superou à pandemia e retornou ao comportamento de compras presenciais.



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 (87,7%), uma proporção 6,8 p.p maior do que no ano passado (80,9%). Por outro lado, há reduções na prática de presentear com vestuário/calçados, passando de 6,2% para 3,9% em 2023, e na escolha de brinquedos, caindo de 7,4% para 6,0%.

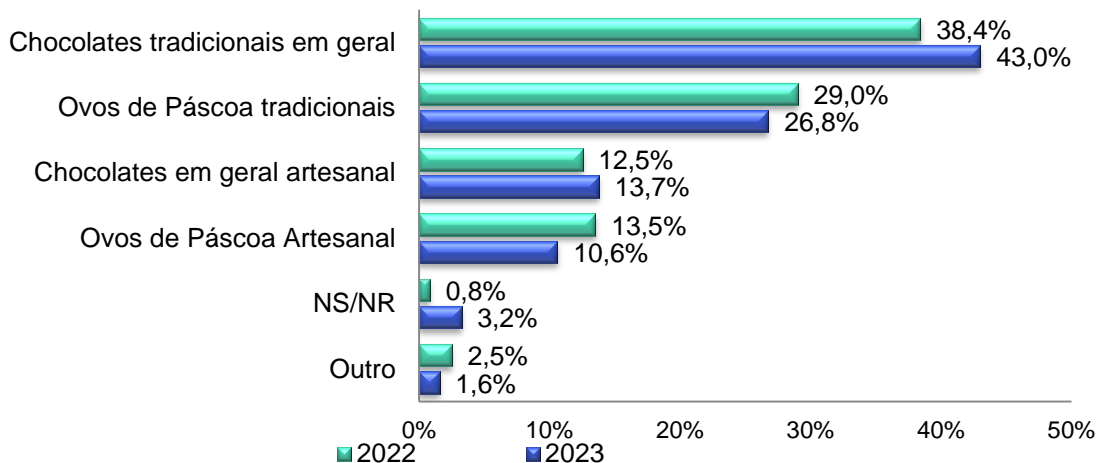
### Tipo de presente



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio SC

Sendo 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 tradicionais em geral (chocolates industrializados) cresceu de 38,4% para 43,0%. Também houve ligeira alta na demanda por chocolates em geral artesanal (chocolates artesanais) que saiu de 12,5% para 13,7%. Em movimento oposto, a demanda por ovos de Páscoa recuou. Ovos de páscoa tradicionais caíram de 29,0% para 26,8%, enquanto os ovos de Páscoa artesanais saíram de 13,5% para 10,6%.

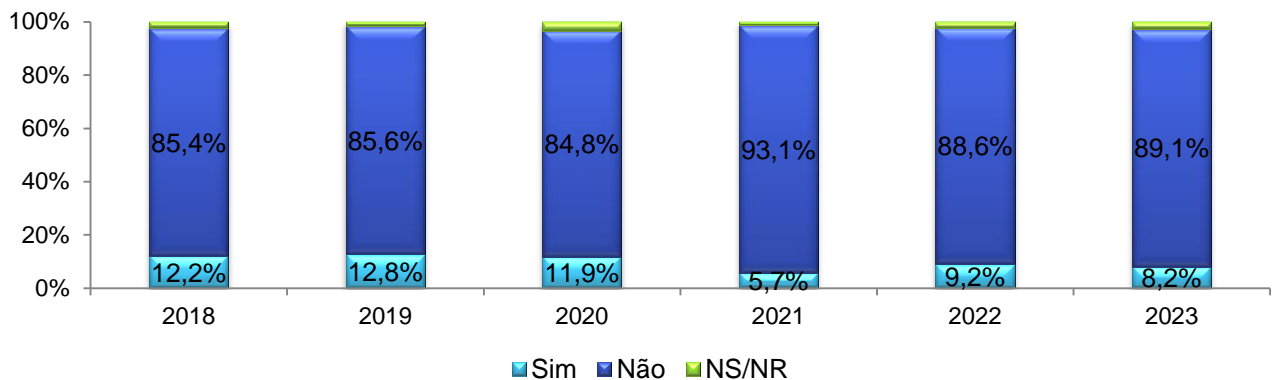
### Tipos de chocolate que comprará



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% em 2022 e que se manteve estável com 89,1% neste ano. Embora o cenário epidemiológico tenha mudado o resultado ainda é inferior ao período pré-pandemia, já que somente 8,2% dos entrevistados pretendem viajar, enquanto em 2018 e 2019, este percentual era de cerca de 12,0%.

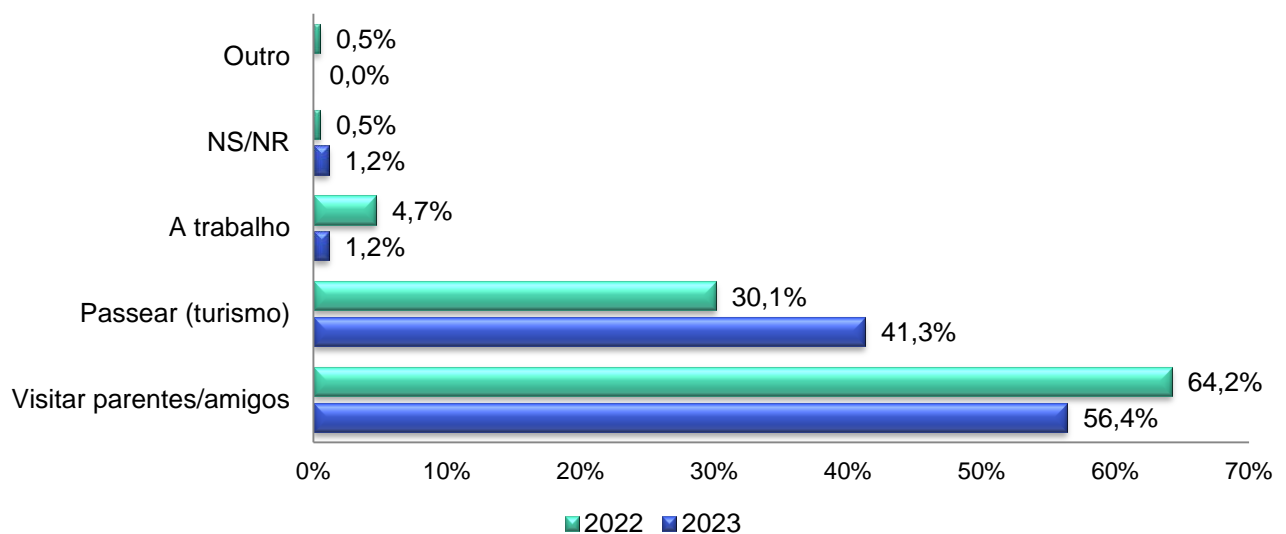
### Viagem durante o feriado



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio SC

Para finalizar, a Fecomércio SC indagou o motivo da viagem, sendo que a visita aos familiares e amigos prevalece como o principal (56,4%), não obstante a queda de 7,8 p.p. Nota-se ainda que o motivo passear/turismo (41,3%), a segunda preferência dos consumidores, teve avanço considerável frente ao resultado de 2022, alta de 11,2p.p.

### Motivos da viagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio SC

## CONCLUSÃO

As famílias catarinenses vem com uma percepção de situação financeira semelhante a de 2022 para a Páscoa de 2023. 41,0% dos entrevistados declararam estar em situação financeira igual a do ano passado, 37,5% melhor e 20,4% em situação pior. Em 2022, esses mesmos percentuais eram de 37,3%, de 36,6% e de 25,8%, respectivamente. Ademais, um número menor de consumidores afirmou que fará pesquisa de preço (66,3%) este ano, frente ao de 2022 (73,1%).

A maioria dos consumidores (67,0%) deve comprar os presentes na semana que antecede a data (de 02 a 09 de abril), sendo que 21,4% indicam que a compra será realizada na véspera e 4,1% no próprio Domingo de Páscoa. Para 22,6% dos entrevistados o melhor momento para iniciar as compras será duas semanas antes da data (de 26 a 31 de abril).

A intenção de gasto médio na Páscoa de 2023 é de R\$ 169,81. Observa-se uma pequena redução de -2,6% frente ao valor nominal de 2022 (R\$ 174,39). Todavia, em termos reais, o valor é superior apenas ao de 2021 (R\$ 149,93), o menor valor da série, e por isso, não recuperou o nível pré-pandemia sendo 15,5% inferior ao valor de 2019 (R\$ 201,07) e 18,8% abaixo do de 2018 (R\$ 209,22).

A demanda principal desse período será por chocolates tradicionais (industrializados), atingindo 69,7% da preferência dos consumidores (sejam eles ovos de Páscoa, 26,8% ou chocolates, 43,0%). Já a demanda por chocolates artesanais apresentou queda frente a 2022, mas ainda representa uma parcela importante de 24,3%. A forma de pagamento principal será a vista (86,8%), utilizando principalmente o dinheiro (39,5%), o cartão de débito (26,9%), o de crédito à vista (10,7%) e o PIX (9,7%).

Os supermercados (49,0%) e o comércio de rua (31,3%) 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%).

Por fim, a proporção de viagens para a data reduziu-se em 1,0 p.p. atingindo o patamar de 8,2%. Entre os que viajarão, a maioria (56,4%) vai aproveitar a viagem para visitar parentes/amigos e 41,3% para realizar passeio turístico. Esta última preferência, teve avanço considerável frente ao resultado de 2022, alta de 11,2 p.p.