

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

Intenção de Compras para a Páscoa 2024

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 2024

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES.....	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE PÁSCOA 2024	5
CONCLUSÃO.....	13

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.

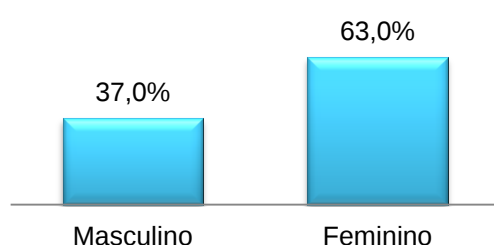
A amostra foi de 2.100 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 21 de fevereiro e 04 de março de 2024. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Itajaí, Joinville e Lages. O projeto é realizado em locais de grande 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.

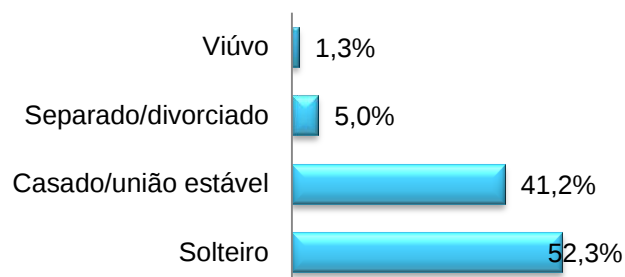
Foram aplicadas 19 perguntas, sendo 18 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e uma aberta. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS CONSUMIDORES

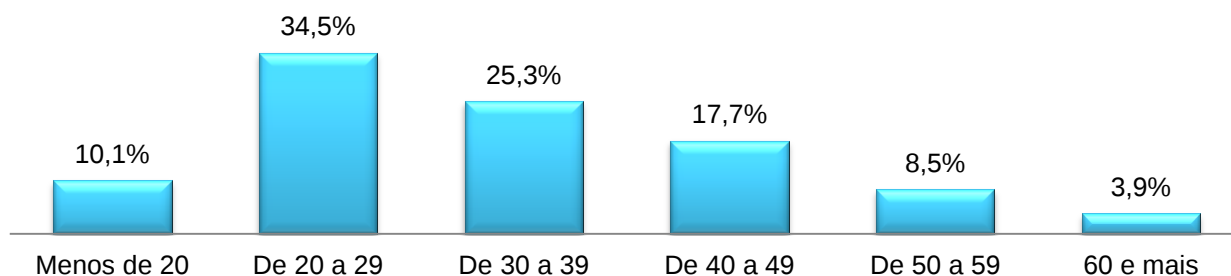
Em primeiro lugar, é importante entendermos o perfil dos entrevistados:



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

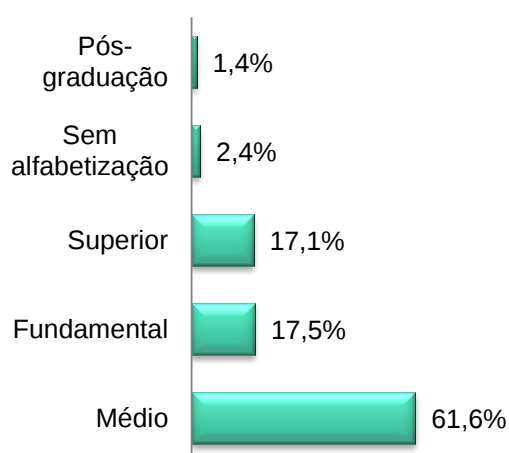


Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

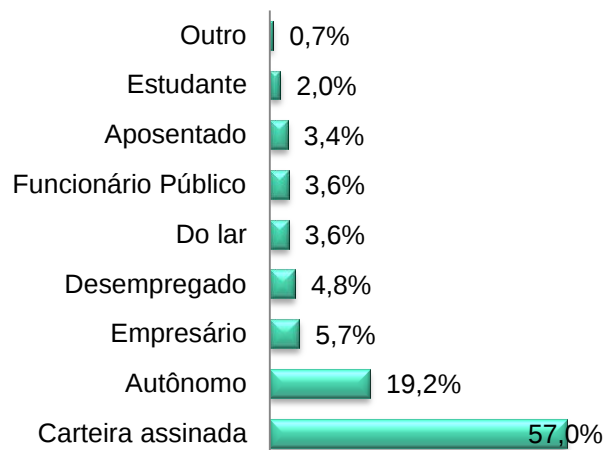


Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Os dados acima mostram que os entrevistados para a pesquisa deste ano são majoritariamente mulheres (63,0%), solteiros (52,3%) e com idade entre 20 até 29 anos.



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Estes consumidores, majoritariamente, possuem ensino médio completo (61,6%) e são trabalhadores com carteira assinada (57,0%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O PERÍODO DE PÁSCOA 2024

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 forte com crescimento de 35,8%, seguido de uma pequena redução de -2,6% em 2023. Dando seguimento a este movimento disforme, a intenção de gasto nesta Páscoa subiu 34,5%, de modo que na média, o consumidor catarinense pretende gastar R\$ 228,42, o maior valor da série histórica.



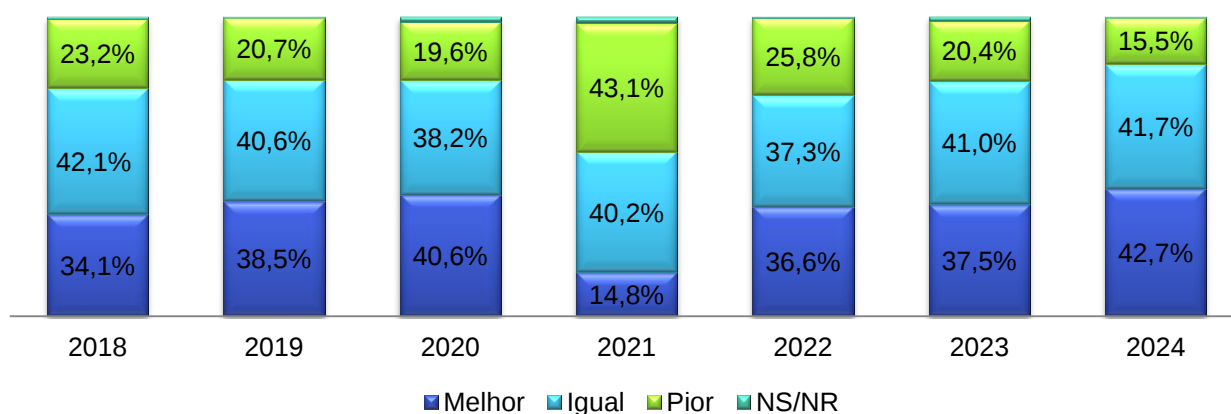
Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Em termos reais, a intenção de gasto médio nesta Páscoa é 28,7% superior a do ano anterior (R\$ 177,46). Tal elevação pode ser resultado do *mix* entre o longo processo inflacionário, a dinâmica do mercado formal de trabalho em Santa Catarina e o contínuo crescimento das intenções de compras do consumidor. Isto porque, vale lembrar, conforme relatórios anteriores da Fecomércio SC, que no estado foram gerados mais de 62 mil novos postos de trabalho ao longo de 2023, a taxa anual de ocupação da mão de obra foi a maior dentre todas as unidades da federação (65,9%) e a Intenção de Consumo das Famílias catarinenses (ICF) apresenta uma série de crescimento consecutivo que já perdura vinte e três meses.

Regionalmente, houve significativa amplitude entre as intenções de gasto médio nas diferentes cidades. De um lado, os maiores valores foram registrados em Lages (R\$ 286,53), Blumenau (R\$ 261,35) e Chapecó (R\$ 261,07). Por outro lado, as menores intenções foram capturadas em Joinville (R\$ 163,46), Criciúma (R\$ 189,56) e Florianópolis (R\$ 213,08), enquanto em Itajaí (R\$ 224,03) o valor foi bastante próximo à média estadual (R\$ 228,42).

Para melhor prospecção da data também é importante avaliar a evolução da situação financeira das famílias. Neste ano, a condição financeira é semelhante a do ano passado e continua a refletir o movimento de retomada das atividades econômicas, chegando a apresentar performance superior ao do período pré-pandemia (2019). Assim, a maioria dos entrevistados relatou que estão em situação financeira melhor (42,7%) e igual (41,7%). Mesmo com uma situação financeira melhor, 15,5% dos entrevistados indicam estar em situação pior, o menor percentual observado na série. Assim, a rigor, o indicativo mostra o seu melhor desempenho neste ano de 2024, o que traz uma boa perspectiva para a data.

Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior



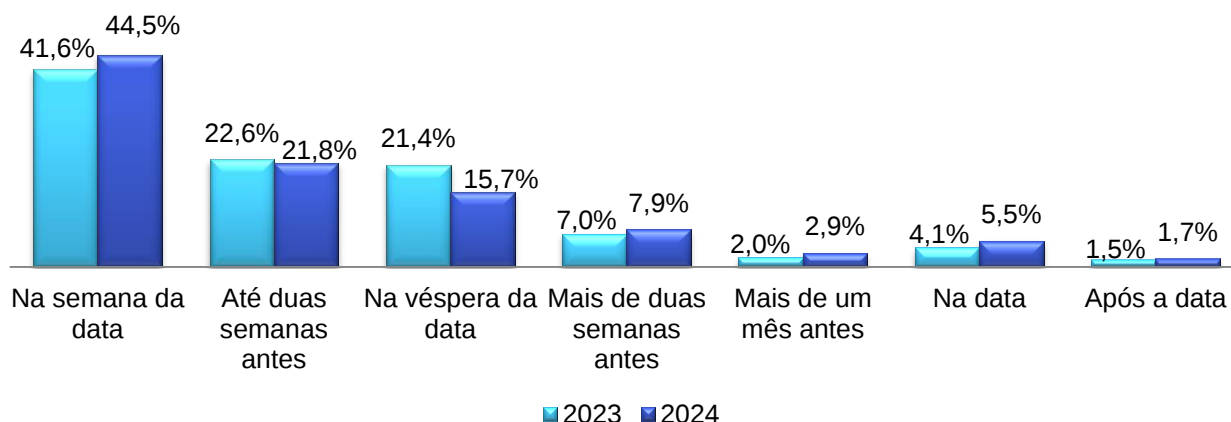
Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Entre as cidades pesquisadas, Blumenau apresentou o maior percentual de entrevistados com situação financeira melhor do que no ano passado, 60,7%, enquanto Joinville mostrou o menor, 24,7%. Já em relação à situação financeira pior, os maiores percentuais foram registrados em Criciúma (25,7%) e em Itajaí (25,3%).

Para averiguar a incidência da demanda em termos temporais, também foi perguntado aos entrevistados quando pretendiam realizar as compras de Páscoa em 2024. Segundo os entrevistados, 65,7% deles devem realizar a maior parte delas durante a semana da data, sendo que 15,7% indicam que a compra será realizada na véspera da data e 5,5% no próprio Domingo de Páscoa. Esse comportamento é similar ao do ano anterior, quando 67,0% dos entrevistados relataram essa condição. Ainda, neste ano 21,8% pretendem realizar as compras em até duas semanas antes da data e apenas 2,9% com mais de um mês antecedência.

Regionalmente, os consumidores mais apressados para realizar as compras de Páscoa são os de Blumenau, onde 44,0% afirmaram que comprarão até duas semanas antes da data. Entre os que preferem comprar na semana que antecede a data, Joinville surpreende com 73,0%. Na véspera da Páscoa, as maiores concentrações de consumidores devem ocorrer em Criciúma (25,7%) e em Lages (25,3%). Para o Domingo de Páscoa a maior proporção foi em Criciúma com 19,7%. Enquanto os menos apressados são os de Florianópolis com 5,7% sinalizando que comprarão após a data.

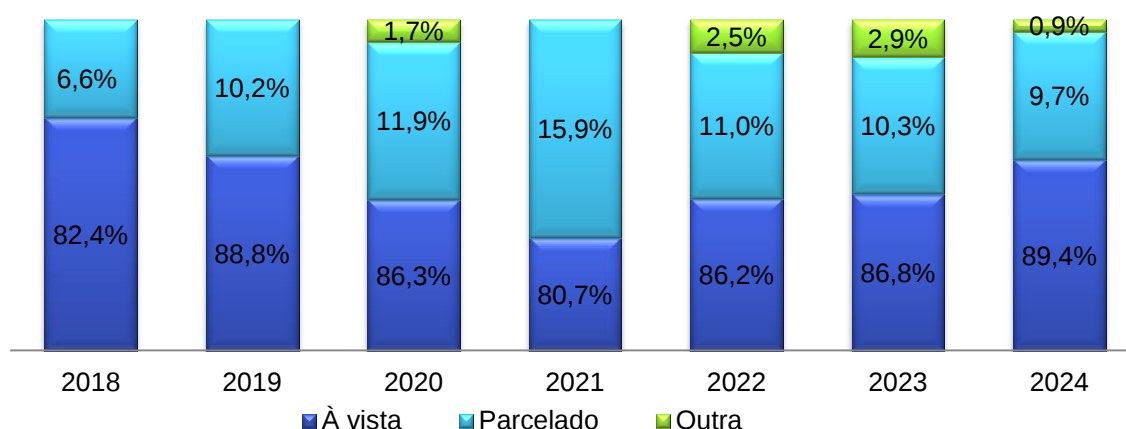
Quando pretende realizar a maior parte das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Já em relação à forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista, alcançando 89,4% dos entrevistados, o maior percentual registrado na série. 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 e poucos pretendem comprar com base no crédito, 9,7% dos entrevistados em 2024.

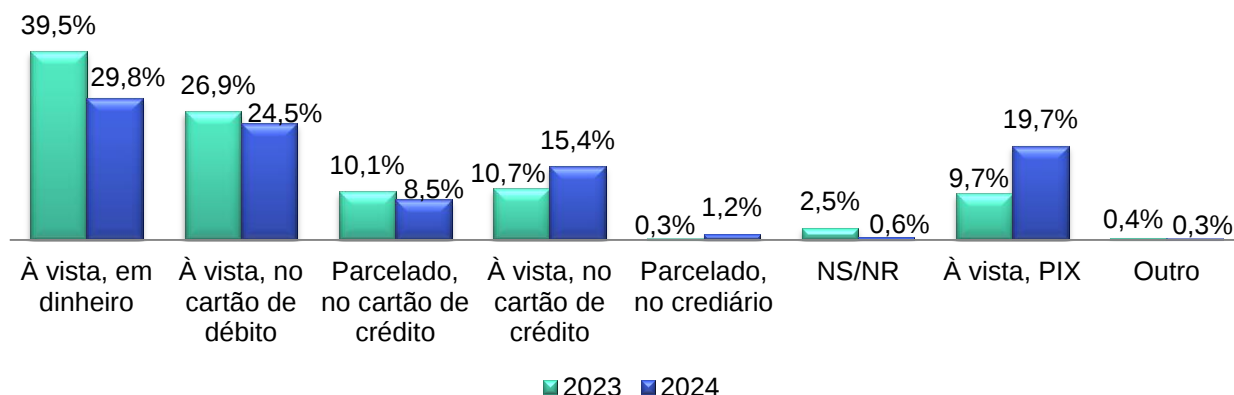
Formas de Pagamento Principal



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 29,8% dos entrevistados, queda de 9,7 p.p. Todavia, importante ressaltar quem em Joinville o uso de dinheiro segue bastante significativo (40,1%), destoando das demais cidades. A modalidade do cartão de débito (24,5%) foi a segunda mais citada, seguida do PIX (19,7%) e do cartão de crédito à vista (15,4%). Aqueles que irão utilizar o crédito preferem usar o cartão de crédito (8,5%) com mais frequência do que o crediário (1,2%).

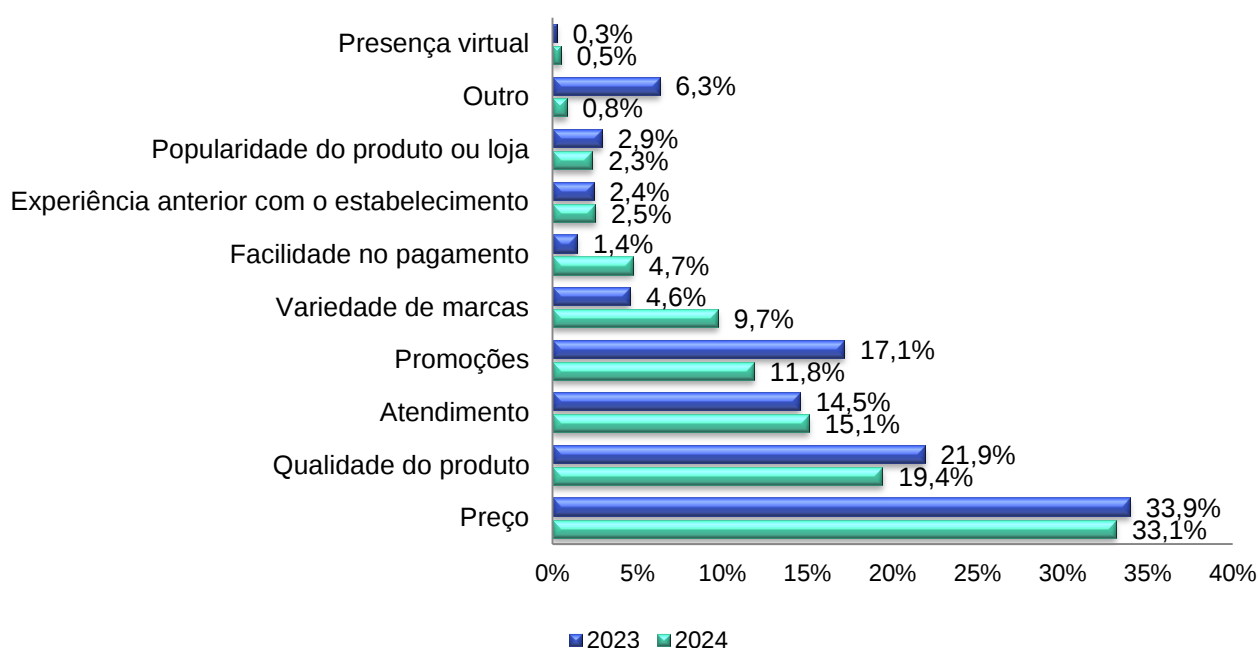
Formas de Pagamento por modalidade



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 2024 são os atributos de preços (33,1%), qualidade (19,4%), atendimento (15,1%) e as promoções (11,8%), que juntas representam 79,4% 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, um aspecto que até o ano de 2022 não apresentava influência superior ao nível dos 10,0%.

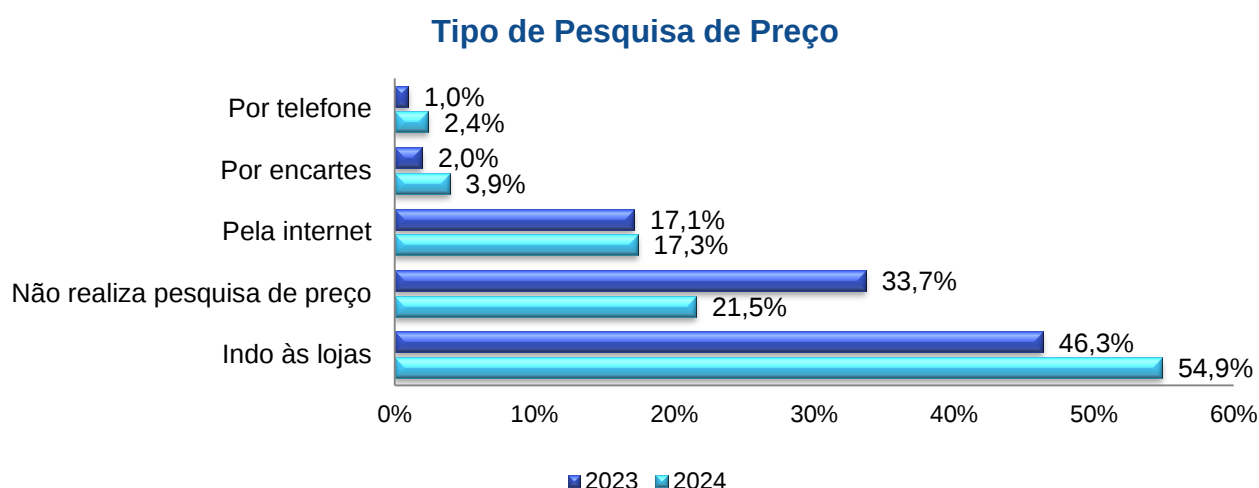
Fatores de Influência Comercial



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 78,5% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para as compras da Páscoa. Além da magnitude do número, este percentual é o maior da série e representa uma elevação de 12,1 p.p. diante do registrado em 2023 (66,3%).

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, 54,9%, um crescimento de 8,5 p.p. frente a 2023. Por outro lado, 17,3% pretendem pesquisar no meio virtual, praticamente, o mesmo percentual do ano passado (17,1%). Ainda figuram entre os grupos de pesquisas, o dos que as realizam por meio de encartes (3,9%) e o dos que preferem utilizar o telefone (2,4%). Vale destacar que ambos os grupos apresentaram expansão na passagem do ano, 1,9 p.p e 1,4 p.p., respectivamente.



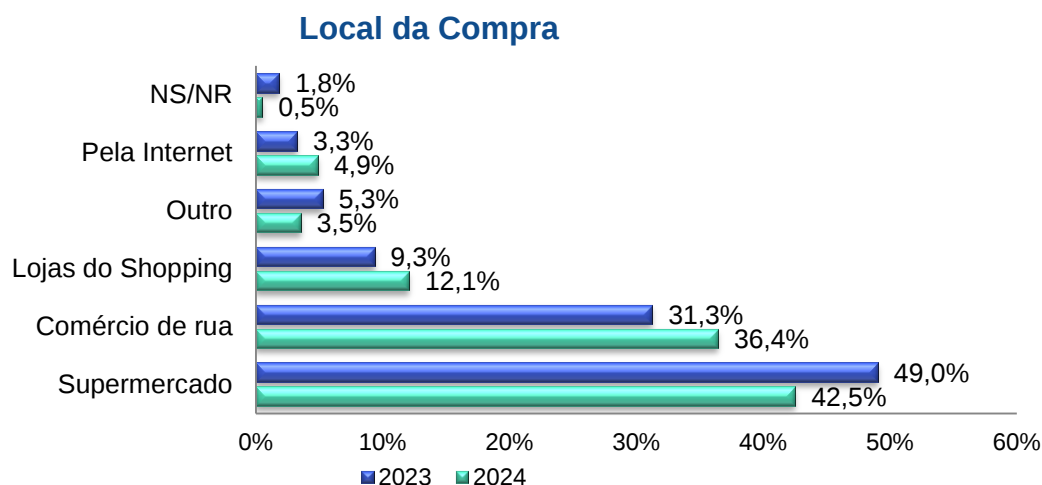
Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Analisando o padrão das respostas em relação à pesquisa de preço nas cidades pesquisadas, observa-se que o predomínio de consumidores indo às lojas salta aos olhos em Lages (95,7%) e em Blumenau (81,7%). Os que preferem fazer uso da internet e do telefone em suas pesquisas concentram-se em Chapecó com 38,3% e 9,0% de respondentes, respectivamente. Já os encartes são mais populares em Criciúma (10,7%). Além disso, é na capital que se registrou o maior percentual de entrevistados que admitiram não realizar nenhum tipo de pesquisa de preços, 48,3%.

Ao se tratar do local de compra dos produtos, o supermercado continua sendo a opção da maioria dos catarinenses (42,5%), embora o percentual tenha recuado -6,5 p.p. na comparação com o ano anterior. Por outro lado, o comércio de rua avançou 5,2 p.p. e representa 36,4% das preferências dos consumidores. Em seguida aparecem as Lojas do Shopping com 12,1%, alta de 2,7 p.p. A opção comprar pela internet também apresentou crescimento em relação a 2023, ao atingir 4,9% dos entrevistados. No geral, o resultado sugere que o consumidor retornou ao comportamento de compras presenciais.

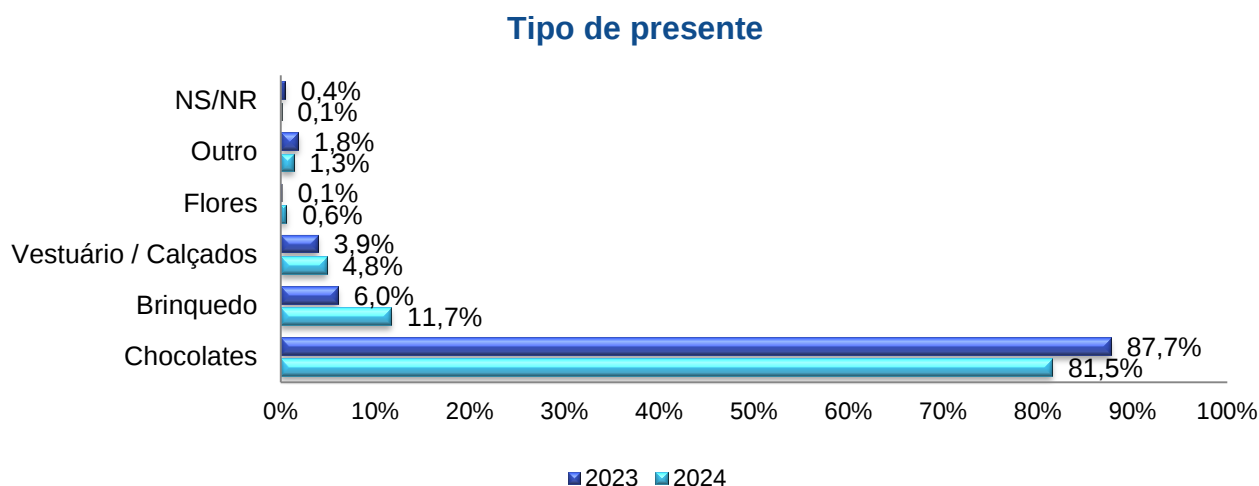
Regionalmente, o comércio de rua será mais procurado em Lages (52,4%), os supermercados em Criciúma (50,7%), as lojas dos shoppings em Joinville (16,0%) enquanto o maior percentual dos que compram pela internet é o de Florianópolis, 10,4%.

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compras – Páscoa 2024



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 no período. Desta maneira, a Fecomércio SC perguntou qual seria o presente comprado para a Páscoa. E, conforme a tradição, a principal parte dos consumidores presenteará produtos relacionados ao segmento de chocolate, 81,5%, a qual embora seja uma proporção significativa é -6,2 p.p menor do que a do ano passado. Por outro lado, há expansões em vestuário/calçados, passando de 3,9% para 4,8%, e em brinquedos, de 6,0% para 11,7%.

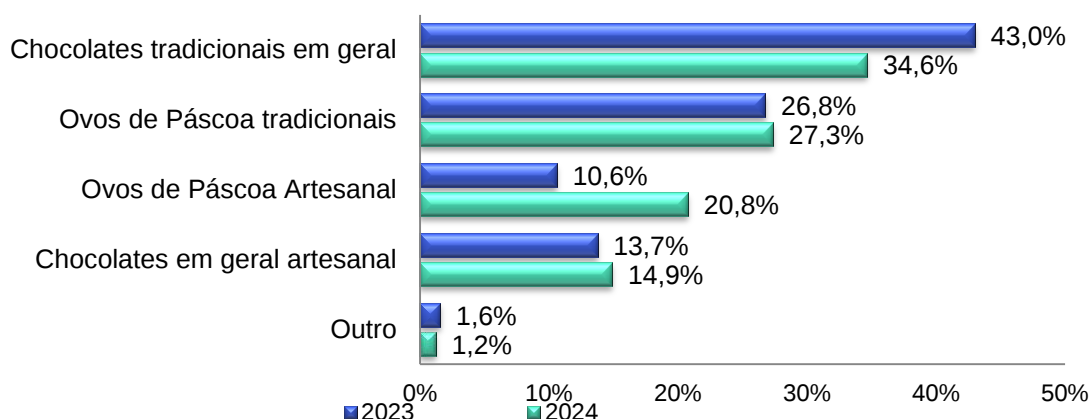


Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

Entre as cidades pesquisadas, vale ressaltar que o maior percentual de entrevistados que pretendem adquirir artigos de vestuário e/ou calçados nesta Páscoa está em Blumenau (9,3%). Os que afirmaram que vão comprar brinquedos destacaram-se em Criciúma (21,8%), município em que foi relatado o menor percentual de consumidores que comprarão chocolates (71,9%). Em contraste, a maior proporção foi registrada em Lages (92,0%).

Sendo chocolate o presente típico da Páscoa é interessante saber qual tipo de chocolates os consumidores comprarão. A proporção de consumidores que optará por comprar chocolates tradicionais em geral (chocolates industrializados) caiu de 43,0% para 34,6%. Em contraste, houve aumento nas demandas por chocolates não tradicionais, como Ovos de Páscoa e/ou artesanais, sinalizando que o catarinense está disposto a adquirir mais do que uma mera lembrancinha nesta Páscoa. Assim, 27,3% devem escolher Ovos de Páscoa tradicionais, 20,8% os Ovos de Páscoa artesanais e 14,9% os chocolates artesanais sem formato específico.

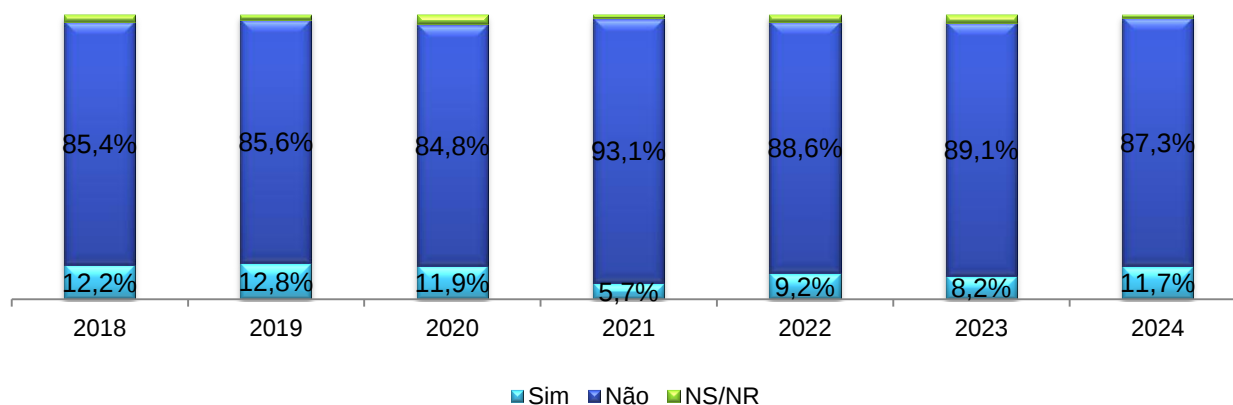
Tipos de chocolate que comprará



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

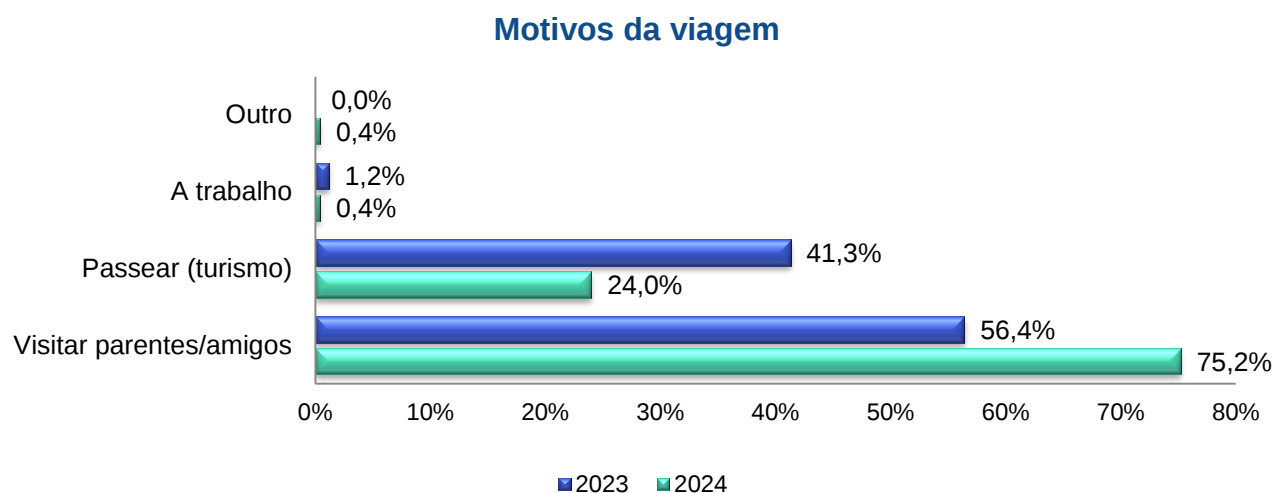
Além de movimentar o comércio tradicional, a Páscoa também traz impactos para o setor de serviços, por isso é importante conhecer o número de famílias que aproveitam o feriado para viajar. Em 2021, um número expressivo (93,1%) indicou que não iria viajar, condição que foi reduzida para 88,6% em 2022 e que se reduziu novamente neste ano de 2024 atingindo os 87,3%. Desta forma o indicativo é de um cenário mais próximo ao do período anterior à pandemia, já que 11,7% dos entrevistados pretendem viajar, enquanto em 2018 e 2019, tal percentual era de, aproximadamente, 12,0%. No entanto, entre as cidades, a maior predisposição a viajar foi registrada em Chapecó (29,0%).

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 (75,2%), com um avanço de 18,8 p.p. na passagem do ano. Nota-se ainda que o motivo passear/turismo (24,0%), a segunda preferência dos consumidores, teve recuo considerável frente ao resultado de 2023, uma queda de 17,3 p.p.



Fonte: Núcleo de Pesquisas da Fecomércio-SC

CONCLUSÃO

A pesquisa de intenção de compra para a Páscoa de 2024 apontou avanço na intenção de gasto médio dos consumidores de 34,5% frente ao ano anterior. Assim, a expectativa de gasto dos catarinenses será de R\$ 228,42, o maior valor da série histórica. Em termos reais, ou seja, considerando a inflação acumulada nos últimos doze meses, essa intenção de gasto é 28,7% superior a de 2023, indicando que, de fato, os consumidores desejam comemorar a data comprando mais do que no ano passado.

As famílias catarinenses vêm com a melhor percepção de situação financeira da série histórica. 42,7% dos entrevistados declararam estar em situação financeira melhor do que no ano passado, 41,7% em igual situação e 15,5% indicaram estar em situação pior. A rigor, tal indicativo reforça a boa perspectiva para a data.

Os itens mais desejados seguem sendo chocolates (81,5%), brinquedos (11,7%) e artigos de vestuário/calçados (4,8%). Sendo chocolate o presente típico da Páscoa é interessante observar que a proporção de consumidores que optará por comprar chocolates tradicionais em geral (chocolates industrializados) caiu de 43,0% para 34,6%. Em contraste, houve aumento nas demandas por chocolates não tradicionais, de modo que, 27,3% devem escolher Ovos de Páscoa tradicionais, 20,8% os Ovos de Páscoa artesanais e 14,9% os chocolates artesanais sem formato específico. Isto sinaliza que o catarinense está disposto a adquirir mais do que uma mera lembrancinha nesta Páscoa.

Em termos temporais, a maioria dos consumidores (65,7%) deve comprar os presentes na semana que antecede a data (de 24 a 30 de março), sendo que 15,7% indicam que a compra será realizada na véspera e 5,5% no próprio Domingo de Páscoa. Todavia, para 21,8% dos entrevistados o melhor momento para iniciar as compras será duas semanas antes da data (de 17 a 23 de março).

Os principais destinos dos consumidores serão os supermercados (42,5%), o comércio de rua (36,4%) e as lojas de shopping (12,1%). E a forma de pagamento principal será a vista (89,4%), utilizando principalmente o dinheiro (29,8%), o cartão de débito (24,5%), o PIX (19,7%) e o de crédito à vista (15,4%).

Entre os fatores que mais influenciam na hora de efetivar a compra, os entrevistados destacaram o preço (33,1%), a qualidade do produto (19,4%), o atendimento (15,1%) e as promoções (11,8%). Ainda confirma a visão de que os preços e promoções são muito importantes para os consumidores o fato de que 78,5% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preços para as compras desta Páscoa. Sendo predominante a que é realizada indo às lojas (54,9%) e as no meio virtual (17,3%).

Por fim, a proporção de viagens para a data atingiu 11,7%, patamar semelhante ao dos anos de 2018 e 2019. E, entre os que viajarão, a maioria (75,2%) vai aproveitar a viagem para visitar parentes/amigos e 24,0% para realizar passeio turístico.