



PESQUISA FECOMÉRCIO E FCDL
Intenção de compras - Natal 2014

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina
Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas de Santa Catarina

Intenção de Compras para o Natal 2014

O perfil do consumidor e resultado de intenção de compras para o
período do Natal em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Dezembro de 2014

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O NATAL 2014	6
Gasto Médio	6
Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior	7
Número de presentes	9
Ação do comércio	13
Pesquisa de preços	15
O que pretende fazer com o décimo terceiro salário?.....	19
CONCLUSÃO	21

INTRODUÇÃO

O Natal é o período de maior movimentação econômica no comércio. Por isso, a Fecomércio SC e a FCDL/SC realizam anualmente uma pesquisa para conhecer o perfil dos consumidores desta data comemorativa e, assim, orientar os empresários em suas estratégias para o fim do ano. O estudo também pretende revelar as principais tendências de consumo para as compras de Natal.

A amostra da pesquisa de intenção de compras foi de 2.785 pessoas entrevistadas, no período entre 25 e 28 de novembro de 2014. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Chapecó, Lages, Florianópolis, Criciúma, Joinville, Itajaí e Blumenau. O projeto é realizado em locais de grande fluxo para facilitar a abordagem dos respondentes.

A metodologia aplicada é 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 95,5%, a margem de erro foi estimada entre 4,72 e 5,14 pontos percentuais entre os municípios, com média de 4,94.

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

PERFIL DOS CONSUMIDORES

Em primeiro lugar, é importante entendermos o perfil das pessoas que comprarão neste Natal em Santa Catarina. Abaixo seguem dados referentes aos consumidores catarinenses:

Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	59,2%	66,6%	50,8%	65,4%	69,8%	51,7%	54,6%	60,1%
Masculino	40,8%	33,4%	49,2%	34,6%	30,2%	48,3%	45,4%	39,9%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	30,2%	30,5%	36,3%	27,1%	11,2%	30,6%	24,8%	27,0%
De 26 a 35 anos	24,8%	25,1%	25,1%	30,3%	33,4%	25,8%	31,8%	28,1%
De 36 a 45 anos	20,3%	20,9%	17,0%	23,9%	29,4%	26,5%	27,1%	23,8%
De 46 a 55 anos	14,1%	16,4%	13,2%	8,5%	18,7%	12,1%	11,5%	13,5%
De 56 a 65 anos	8,2%	6,1%	6,8%	7,7%	5,7%	3,8%	4,3%	6,0%
66 anos ou mais	2,5%	1,1%	1,6%	2,5%	1,5%	1,2%	0,5%	1,5%
66 anos ou mais	1,0%	1,6%	0,0%	0,3%	4,0%	1,0%	4,0%	1,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Intenção de compras – Natal 2014

Escalaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,2%	0,2%	0,3%	2,2%	0,00%	0,7%	0,00%	0,5%
Fundamental incompleto	17,6%	20,4%	12,2%	5,2%	1,5%	6,9%	12,8%	11,0%
Fundamental completo	25,2%	22,0%	10,9%	12,7%	6,7%	9,7%	14,5%	14,8%
Médio incompleto	7,9%	11,7%	9,0%	6,5%	1,5%	9,7%	4,8%	7,3%
Médio completo	30,0%	28,9%	33,4%	49,3%	57,6%	52,4%	47,1%	42,8%
Superior incompleto	11,4%	9,9%	21,2%	11,2%	4,5%	8,5%	6,0%	10,0%
Superior completo	7,4%	4,7%	8,0%	10,4%	23,4%	9,5%	12,8%	10,9%
Pós-graduação (Especialização, Mestrado, Doutorado)	0,2%	2,2%	4,8%	2,5%	4,7%	2,6%	2,0%	2,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	6,7%	5,2%	10,9%	8,2%	5,2%	3,3%	3,8%	6,0%
Autônomo	12,9%	8,5%	15,1%	11,4%	12,5%	14,7%	15,0%	12,7%
Carteira assinada	65,3%	57,8%	47,9%	56,0%	59,1%	53,6%	62,4%	57,7%
Desempregado	5,2%	5,2%	6,4%	6,0%	0,5%	4,0%	4,5%	4,5%
Do lar	2,2%	8,3%	3,9%	4,7%	12,2%	4,0%	8,0%	6,3%
Empresário	1,2%	3,1%	1,6%	3,5%	3,0%	3,1%	2,5%	2,6%
Estagiário	3,7%	5,6%	8,7%	8,0%	2,0%	10,7%	0,3%	5,5%
Estudante	2,5%	5,6%	5,5%	2,2%	5,5%	5,5%	3,5%	4,3%
NS/NR	0,2%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Renda média mensal familiar

Renda familiar	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 0 a R\$ 888	10,4%	4,9%	7,1%	5,7%	5,7%	20,4%	5,3%	8,6%
De R\$ 889 a R\$ 1.417	13,9%	10,3%	18,0%	17,2%	26,4%	8,5%	18,8%	15,9%
De R\$ 1.418 a R\$ 3.763	40,3%	42,2%	40,8%	48,0%	41,4%	37,2%	42,9%	41,8%
De R\$ 3.764 a R\$ 6.109	30,0%	32,3%	26,4%	19,2%	18,5%	28,9%	22,1%	25,4%
De R\$ 6.110 a R\$ 7.965	3,2%	0,9%	3,9%	6,5%	1,2%	0,9%	5,3%	3,1%
Mais de R\$ 7.965	2,2%	0,9%	2,9%	2,5%	1,7%	1,2%	3,5%	2,1%
Recusa	0,00%	8,5%	1,0%	1,0%	5,0%	2,8%	2,3%	3,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados acima mostram que o público consumidor do Natal deste ano é formado majoritariamente por mulheres (60,1%) jovens, com idade entre 18 e 35 anos (55,1%). Em relação ao grau de escolaridade destes consumidores, a maioria tem ensino médio completo (42,8%) ou ensino superior iniciado (23,6%).

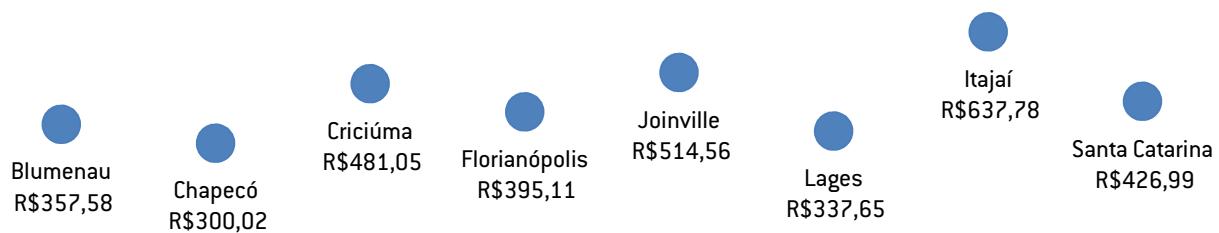
A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (57,7%), sendo que a renda familiar fica entre R\$ 1.418,00 e R\$ 3.763,00 (41,8%), além de famílias que ganham entre R\$ 889 a R\$ 1.417 (15,9%), ou seja, a maioria das famílias pertence à classe média. Completa o quadro geral as famílias que têm rendimento entre R\$ 3.764 e R\$ 6.109 (25,4%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O NATAL 2014

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado diz respeito à expectativa de gasto médio dos consumidores. Desta maneira, o consumo médio deste Natal será de R\$ 426,99 por pessoa, um valor maior do que os R\$ 417,27 registrados pela mesma pesquisa em 2013. O destaque fica por conta de Itajaí com o maior gasto médio do Estado: R\$ 637,78 por consumidor.

Abaixo é possível identificar a expectativa de gasto médio de todas as cidades analisadas e também uma comparação com a expectativa de gasto do ano anterior e de 2012, quando Itajaí não havia sido incluída no levantamento:

Gasto Médio



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2013	R\$ 362,98	R\$ 349,22	R\$ 153,82	R\$ 479,57	R\$ 494,44	R\$ 495,79	R\$ 546,23	R\$ 417,27
2012	R\$ 430,73	R\$ 307,23	R\$ 338,64	R\$ 371,83	R\$ 318,84	R\$ 399,21	-	R\$ 372,25

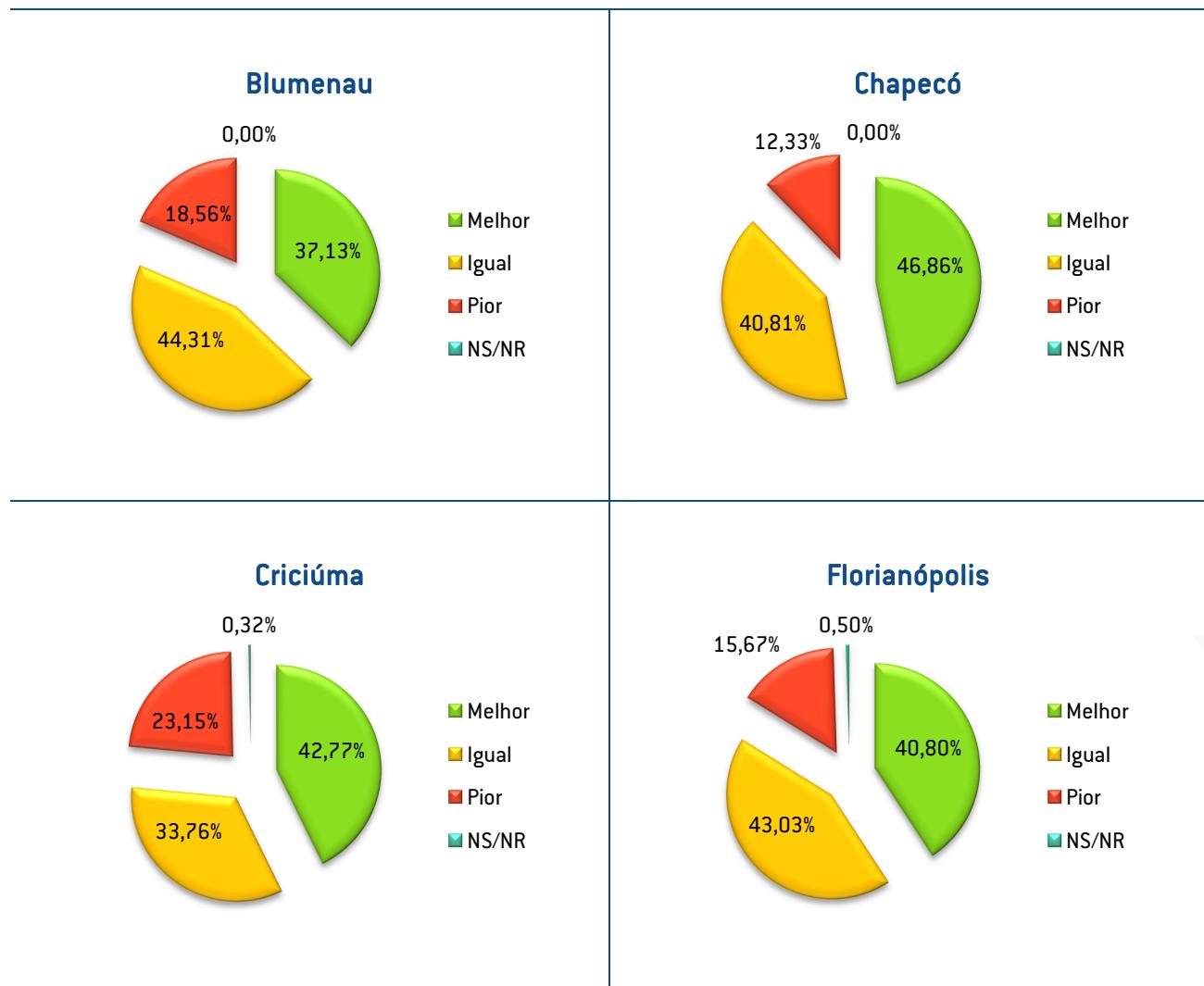
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

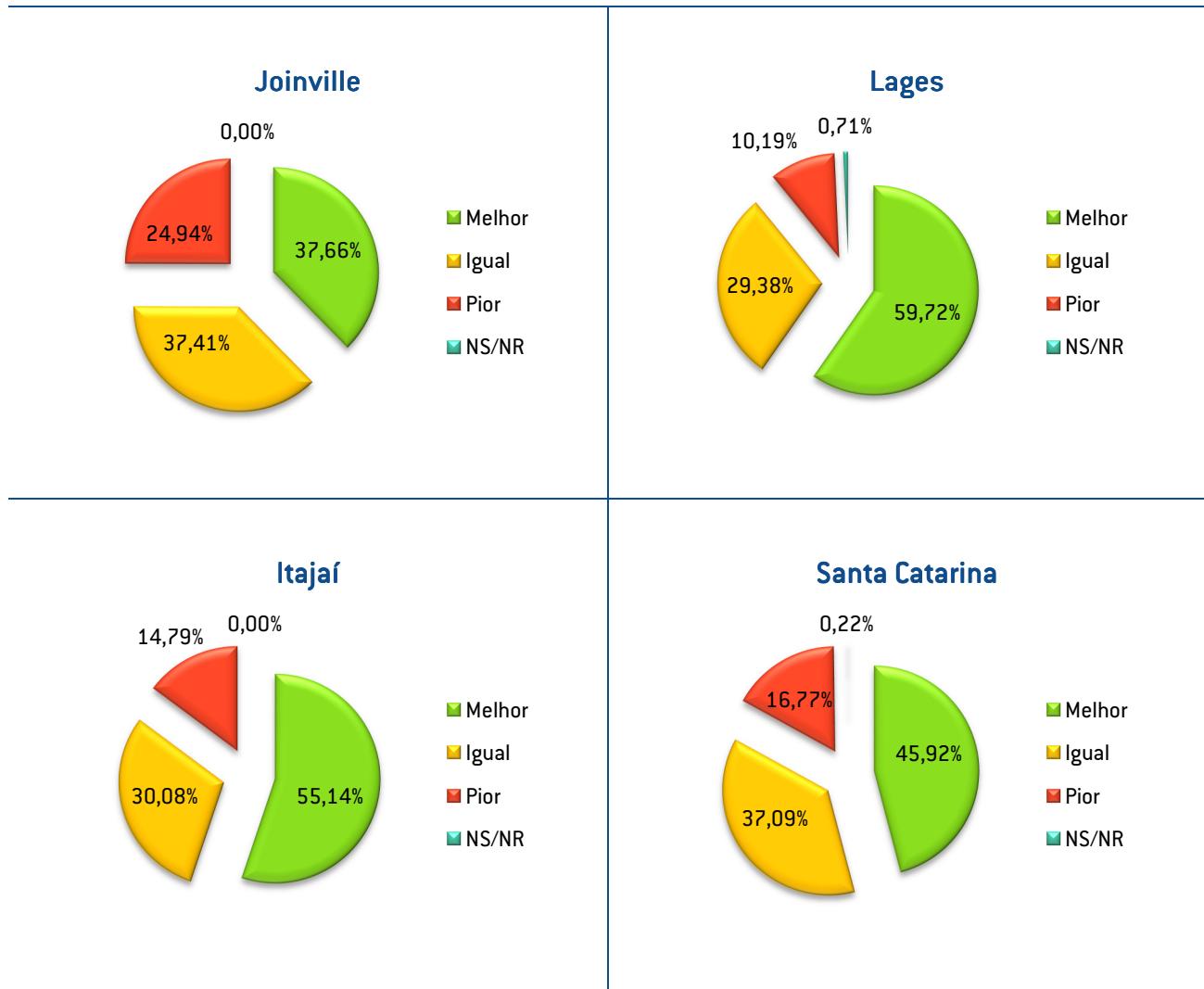
O crescimento da expectativa de gasto médio no Estado é pequeno (2,3%), abaixo da inflação do período, que é de 6,6%, segundo o IPCA do IBGE. Esta variação real negativa é fruto da má situação econômica, retratada pela elevação dos juros, pela redução dos postos de trabalho e pelo crescimento menor da renda, bem como pela persistente inflação e deterioração da confiança dos consumidores.

Para que se tenha um panorama mais amplo da situação, os gráficos a seguir mostram que quase a metade das famílias de Santa Catarina (45,9%, percentual menor do que em 2013) declarou estar em situação melhor do que a do mesmo período do ano anterior. 37,0% apontaram que sua situação permaneceu igual e 16,7% afirmaram que estão em pior situação. Em 2013, 13,5% dos entrevistados responderam negativamente a esta pergunta.

O cenário é muito parecido entre todas as cidades, exceto em Blumenau e Florianópolis, nas quais as famílias que estão em condições iguais aos do ano passado superam as com melhores condições como também pode ser visto abaixo:

Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior

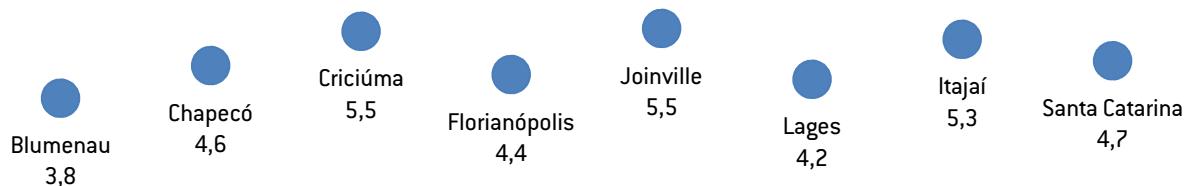




Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Questionou-se também a quantidade de presentes que será comprado para o Natal. A média do Estado ficou em 4,7 presentes por consumidor. A expressiva quantidade de presentes comprados e o gasto médio elevado tornam o Natal a data mais importante para o comércio. No quesito presentes, destaque para a cidade de Joinville, que registrou uma média de 5,5 por pessoa.

Número de presentes



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Com as informações de gasto médio total e de número médio de presentes que serão comprados é possível calcular o gasto médio por presente. No Estado, esse indicador será de R\$ 90,53, sendo que os consumidores de Itajaí gastarão mais (R\$ 121,29). Chapecó, por sua vez, gastará menos (R\$ 65,27).

Gasto médio por presente

Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
R\$ 94,79	R\$ 65,27	R\$ 88,11	R\$ 90,45	R\$ 92,99	R\$ 79,56	R\$ 121,29	R\$ 90,53

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A pesquisa também se interessou em saber quais seriam as pessoas presenteadas em primeiro lugar. Os catarinenses pretendem presentear primeiramente seus filhos (47,0%), depois seus pais (19,4%) e seus cônjuges (8,8%), como pode ser observado na tabela a seguir:

Presenteado

Parentesco	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Filhos	40,3%	51,6%	30,5%	41,5%	60,1%	44,5%	56,1%	47,0%
Pais	16,3%	18,2%	29,9%	23,9%	14,0%	22,0%	13,8%	19,4%
Cônjuges	7,7%	7,0%	10,6%	4,0%	13,2%	5,5%	14,3%	8,8%
Netos	3,7%	8,1%	5,8%	3,0%	4,0%	4,0%	2,5%	4,5%
Namorados	4,5%	2,5%	5,5%	4,2%	1,2%	6,6%	2,0%	3,7%
Irmãos	5,2%	3,4%	4,5%	2,7%	2,0%	4,5%	1,5%	3,4%
Amigos	1,2%	2,5%	4,5%	3,2%	0,5%	1,2%	1,0%	1,9%
Avós	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	1,4%	0,3%	0,3%
Outros	20,8%	6,5%	8,7%	4,7%	4,5%	5,9%	8,3%	8,4%
NS/NR	0,2%	0,4%	0,0%	12,7%	0,2%	4,3%	0,3%	2,7%

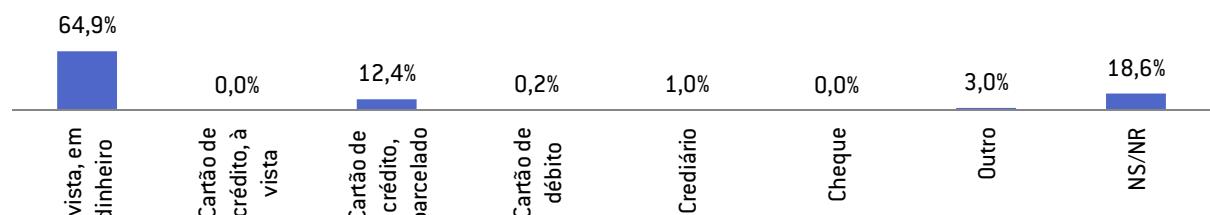
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Já em relação à forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores catarinenses pretende pagá-las à vista. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (70,9%), seguida pela compra parcelada no cartão de crédito (15,3%) e pela compra à vista no cartão de crédito (2,5%). Desta maneira, os catarinenses estão um pouco mais dispostos a endividar-se, procurando parcelar um percentual considerável de suas compras.

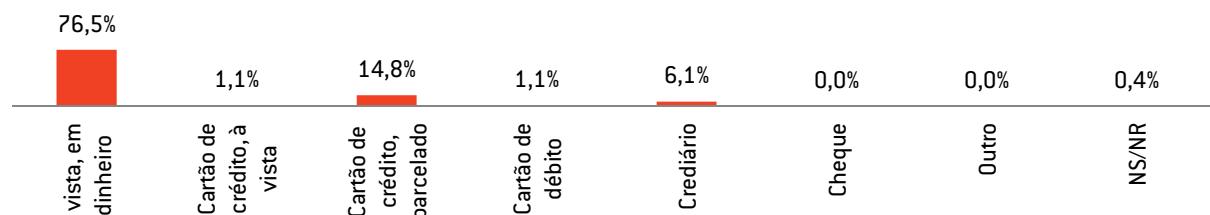
Esse percentual considerável de consumidores que pretendem comprar seus presentes de Natal parcelados no cartão de crédito indica que há um alto nível da renda dos consumidores comprometida com dívidas, o que faz com que a capacidade de se comprar à vista fique reduzida. Assim, o consumidor opta por parcelar a compra, já que o gasto do presente será menor, ainda que isso signifique assumir mais dívidas. Este dado diferencia a pesquisa deste ano da de 2013, na qual o pagamento à vista no cartão era sempre mais lembrado do que o pagamento parcelado no cartão. Isso demonstra que os consumidores estão um pouco mais conscientes e realistas em relação às suas condições de compra. As pesquisas de Resultado de Vendas da Fecomércio SC e FCDL/SC demonstram que, na hora da compra, o recurso ao crédito aumenta consideravelmente, porém sempre de maneira responsável. A seguir, seguem os dados desagregados por municípios entrevistados:

Como pretende pagar a compra dos presentes?

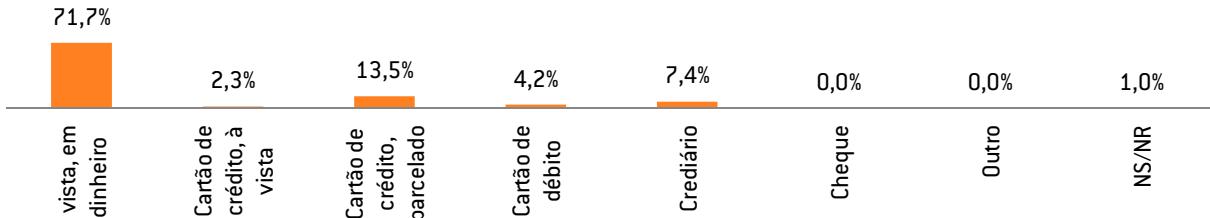
Blumenau



Chapecó



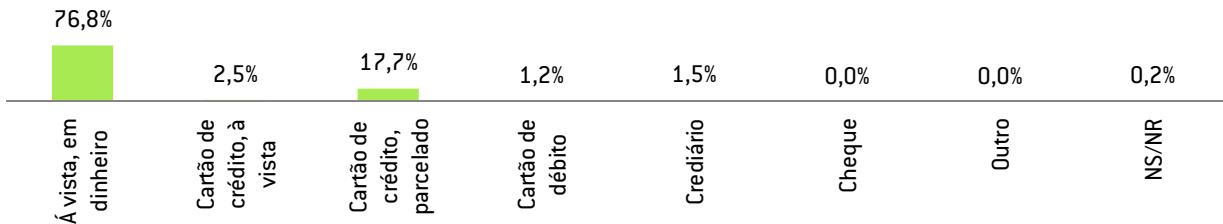
Criciúma



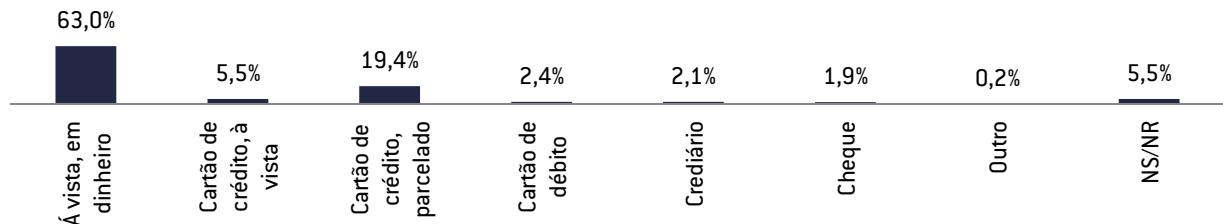
Florianópolis



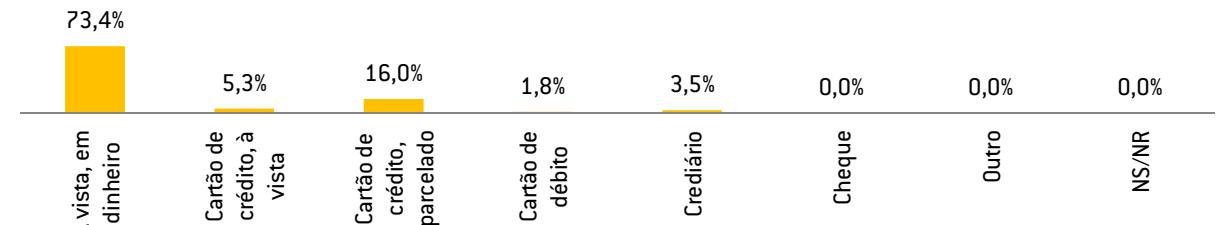
Joinville



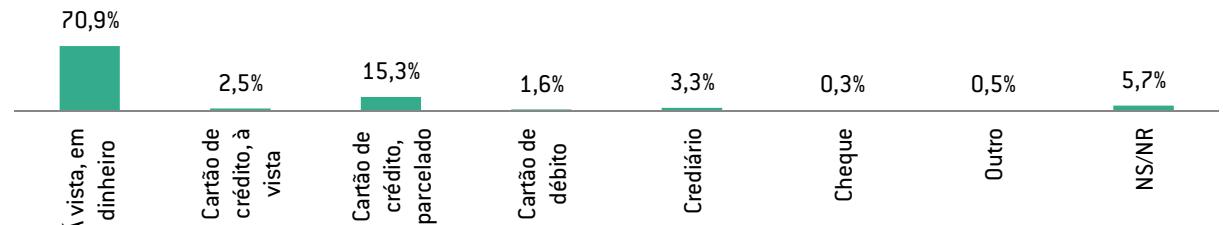
Lages



Itajaí



Santa Catarina

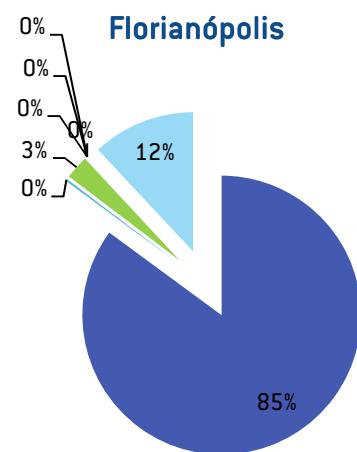
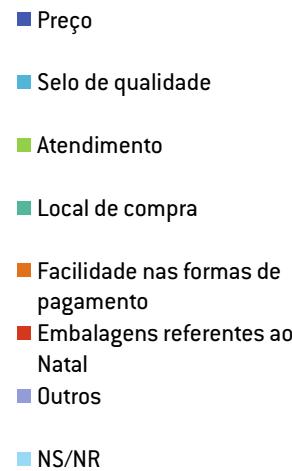
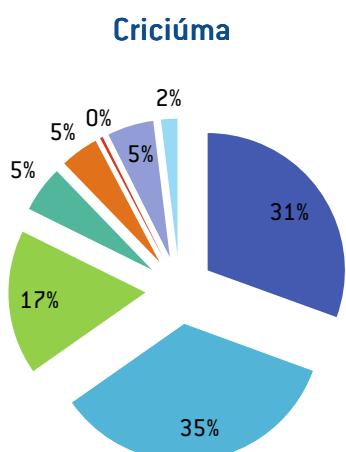
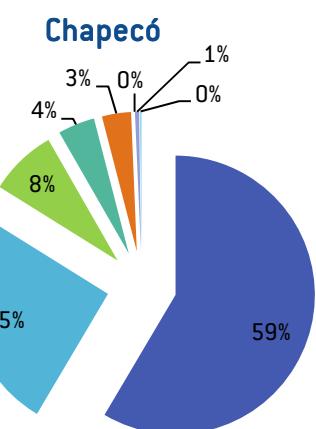
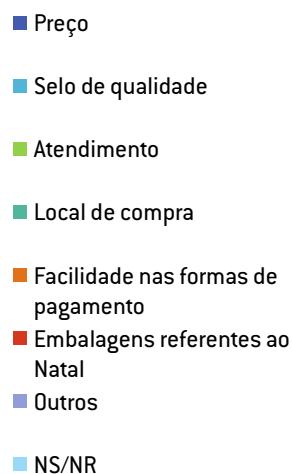
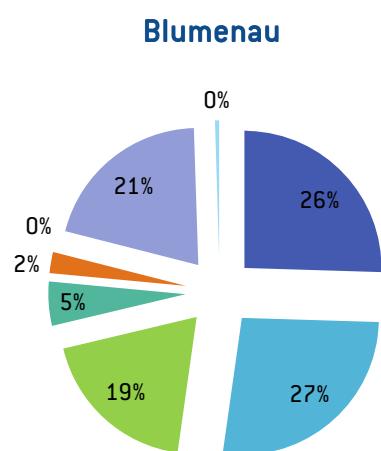


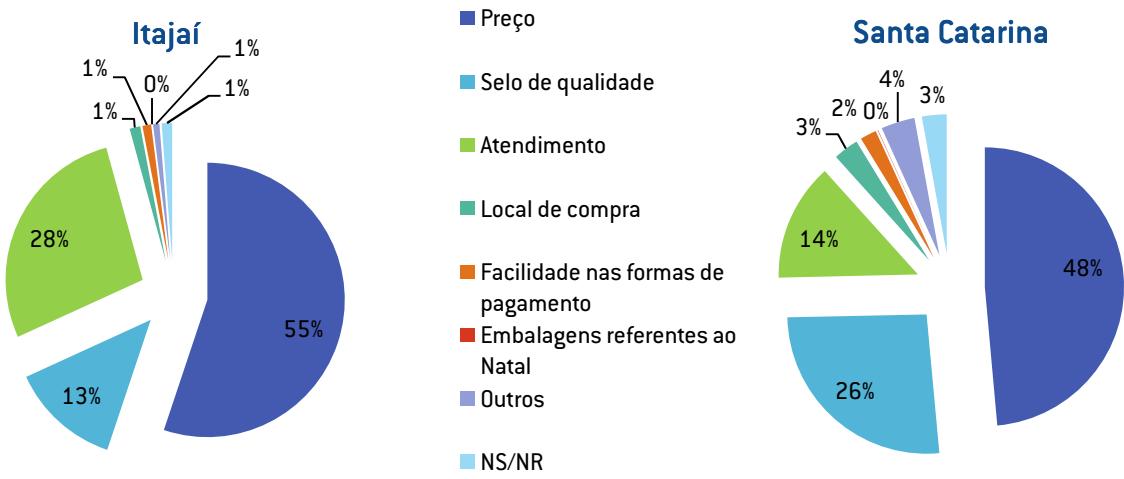
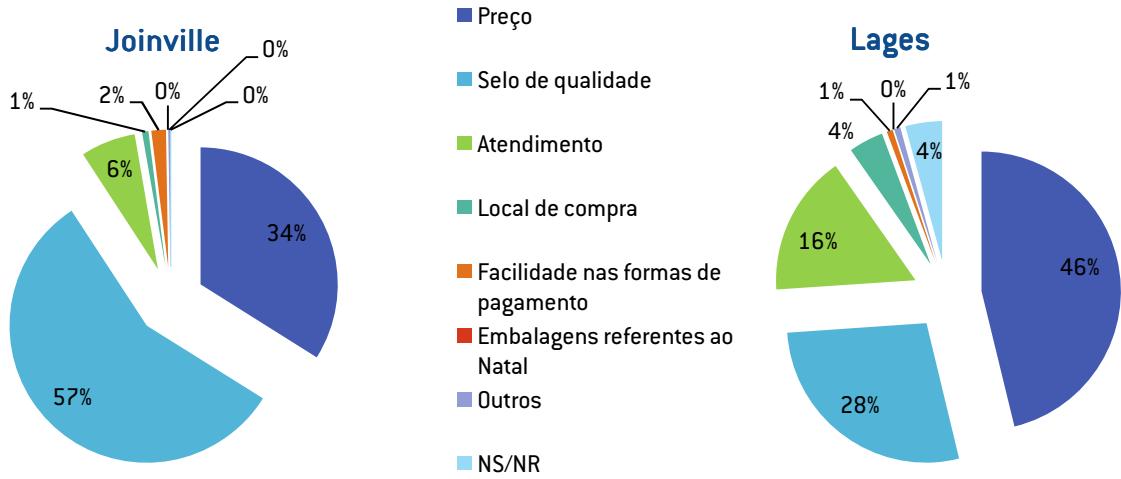
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A pesquisa também avalia quais os atributos valorizados pelo consumidor, a fim de direcionar os esforços e as estratégias do empresário do comércio. É perceptível que a preocupação com o preço dos produtos é central (48%), seguida pelo selo de qualidade (26%) e

pelo atendimento (14%), ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra são de interesse dos catarinenses. Na sequência, o resultado dividido por cidades:

Ação do comércio





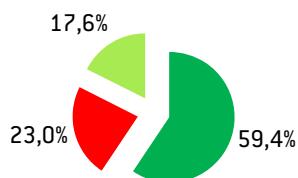
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

79,5% dos entrevistados realização pesquisa de preços para o Natal. Isso confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina. O resultado é semelhante em todas as cidades que compõe a pesquisa, mostrando uma forte tendência do catarinense.

Pesquisa de preços

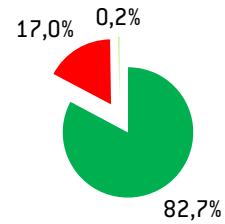
Blumenau

■ Sim ■ Não ■ NS/NR



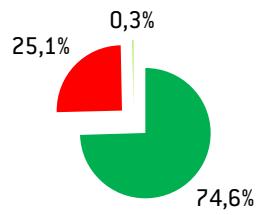
Chapecó

■ Sim ■ Não ■ NS/NR



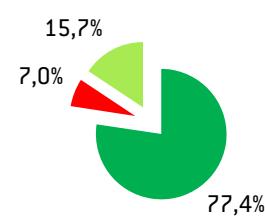
Criciúma

■ Sim ■ Não ■ NS/NR



Florianópolis

■ Sim ■ Não ■ NS/NR



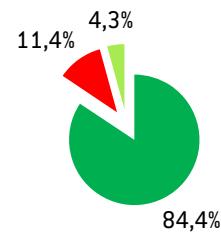
Joinville

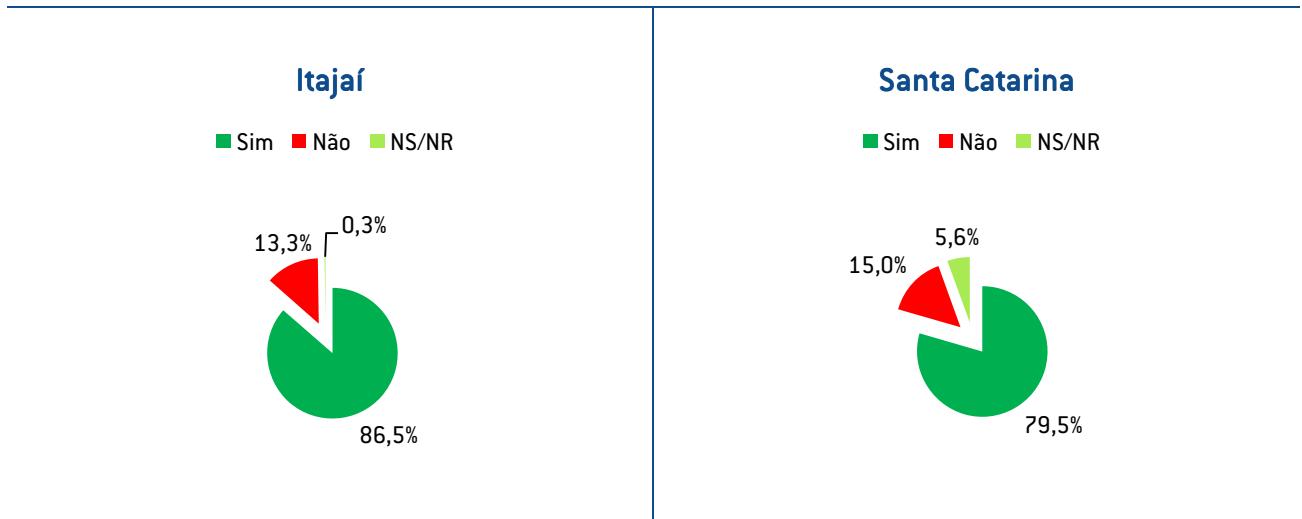
■ Sim ■ Não ■ NS/NR



Lages

■ Sim ■ Não ■ NS/NR





Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos catarinenses (59,4%), seguido pelos shoppings centers (26,4%). O restante dos destinos aparece com uma pequena participação, mostrando uma grande concentração da demanda dos consumidores.

Local de compra

Local de compra	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Comércio de rua	44,3%	88,3%	70,1%	56,2%	42,4%	46,7%	67,9%	59,4%
Shopping	29,5%	6,1%	13,5%	24,1%	55,1%	28,4%	27,3%	26,4%
Camelô	0,7%	2,0%	2,6%	0,7%	0,0%	15,6%	0,3%	3,2%
Internet	1,5%	2,5%	6,1%	1,5%	2,2%	0,9%	4,0%	2,5%
Outro	22,5%	0,7%	2,6%	0,0%	0,2%	0,7%	0,5%	3,9%
NS/NR	1,5%	0,4%	5,1%	17,4%	0,0%	7,6%	0,0%	4,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Se o comércio de rua e os shoppings irão concentrar a demanda dos consumidores, é importante saber quais setores serão os mais procurados durante o período que antecede o Natal. Desta maneira, a pesquisa perguntou em quais categorias se enquadrariam os presentes. Nota-se que a maioria dos consumidores comprará artigos de vestuário (78,9%), seguido pelo setor de calçados (8,13%) e pela perfumaria/cosmético (5,5%). A questão pode ser vista a seguir com maior nível de detalhamento:

Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Intenção de compras – Natal 2014

Setores

Local de compra	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Vestuários	82,4%	68,0%	74,7%	94,3%	89,5%	61,5%	84,5%	78,9%
Calçados	8,2%	18,5%	12,3%	1,6%	1,4%	9,1%	5,8%	8,3%
Perfumaria/ cosméticos	5,6%	8,0%	5,7%	2,2%	0,3%	12,3%	3,5%	5,5%
Óticas/Joias/ Relógios	1,1%	1,5%	3,1%	1,3%	0,6%	13,1%	0,0%	3,0%
Móveis/Decorações/ Utilidades Domésticas	2,6%	1,5%	3,8%	0,3%	1,7%	3,1%	3,5%	2,3%
Informática	0,0%	2,5%	0,4%	0,3%	6,5%	0,9%	2,6%	2,0%

Além de movimentar o comércio tradicional, as festas de fim de ano também trazem impactos para o setor de serviços. É grande o número de famílias que aproveitam o dia para realizar alguma programação especial. No Estado, 38,3% dos entrevistados realização alguma viagem, seja nos dois feriados – Natal e Ano Novo – ou em apenas um deles. Contudo, também é grande o percentual de pessoas que não irá viajar (58,7).

Viagem Natal / Ano Novo

Passeio	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Não irá viajar	51,5%	60,1%	56,9%	77,9%	55,1%	35,1%	75,2%	58,7%
Sim, nos dois feriados	34,9%	14,8%	17,0%	9,7%	33,9%	21,3%	9,8%	20,3%
Sim, no Ano Novo	5,2%	15,9%	20,3%	4,2%	6,7%	23,2%	3,3%	11,1%
Sim, no Natal	4,5%	8,3%	4,8%	5,7%	3,5%	10,7%	9,8%	6,9%
NS/NR	4,0%	0,9%	1,0%	2,5%	0,7%	9,7%	2,0%	3,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para finalizar, a Fecomércio SC perguntou o destino da viagem. A maioria optará por viajar por Santa Catarina (45,5%), dinamizando a economia local. Em seguida, ficaram destinos próximos como os estados vizinhos Paraná (9,8%) e Rio Grande do Sul (8,3%).

Viajar para onde?

Destino	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Santa Catarina	54,5%	63,4%	68,9%	27,8%	39,5%	47,7%	18,5%	45,5%
Paraná	11,7%	4,0%	3,0%	9,8%	9,8%	13,2%	11,6%	9,8%
Rio Grande do Sul	3,8%	26,9%	15,9%	5,3%	2,9%	4,2%	8,7%	8,3%
São Paulo	4,2%	2,3%	1,5%	1,5%	2,9%	2,1%	6,9%	3,1%
Rio de Janeiro	0,5%	1,1%	1,5%	8,3%	1,0%	1,2%	2,3%	1,8%
Internacional	1,9%	0,0%	1,5%	3,0%	0,0%	0,3%	2,3%	1,0%
Nordeste	0,5%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Outro	21,6%	0,0%	3,0%	9,0%	1,6%	3,9%	8,7%	6,8%
NS/NR	1,4%	2,3%	3,0%	35,3%	42,2%	27,3%	41,0%	23,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A pesquisa também teve como objetivo verificar algumas situações complementares, que são características desta época do ano e que influenciam o comércio no período do Natal. Assim, buscou-se compreender se os consumidores terão o décimo terceiro em dezembro e qual a destinação deste acréscimo no salário.

Da amostra, 67,3% dos entrevistados informaram que recebem décimo terceiro e que a prioridade será economizar (29,5%). A cidade na qual a economia obteve o maior percentual foi em Lages, com um percentual de 43,3%.

Décimo terceiro salário

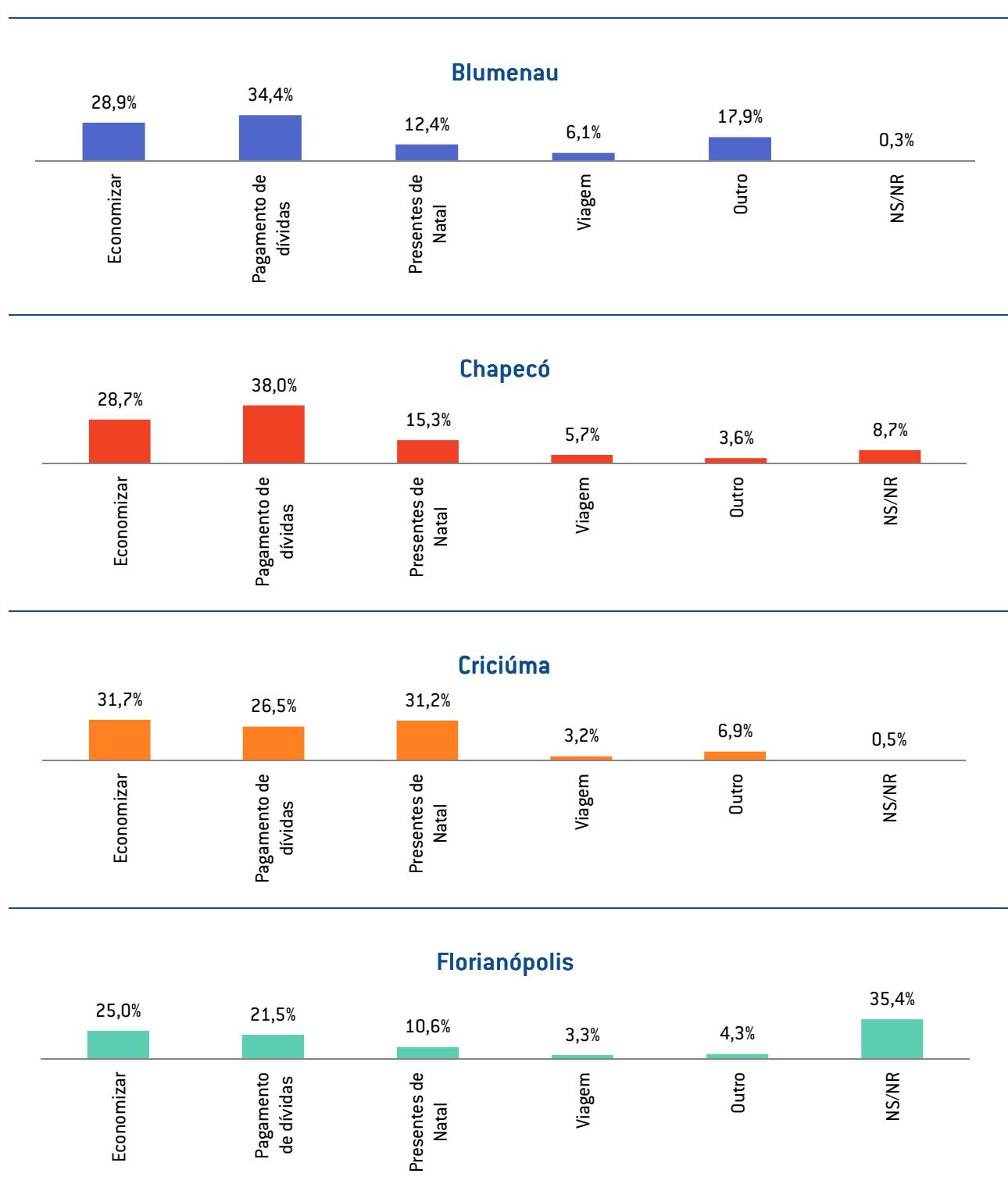
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sim	72,8%	72,9%	61,0%	55,0%	70,8%	70,9%	65,9%	67,3%
Não	27,2%	27,1%	39,0%	45,0%	29,2%	29,1%	34,1%	32,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A segunda opção para destinação do décimo terceiro é para o pagamento de dívidas (28,9%). Em Chapecó, o percentual da amostra que deseja pagar dívidas com o décimo terceiro é de 38,0%, o maior índice entre os municípios.

Em seguida, a opção mais citada pelos entrevistados foi o uso do décimo terceiro para as compras de presentes de Natal. O percentual de 12,0% é expressivo para a movimentação do comércio. Criciúma é a cidade que mais destinará o décimo terceiro para as compras (31,2%). Em seguida, vem Chapecó (15,3%) e Blumenau (12,4%). Assim, é importante os varejistas criarem estratégias para captar esta demanda adicional criada pelo pagamento do décimo terceiro salário.

0 que pretende fazer com o décimo terceiro salário?



Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Intenção de compras – Natal 2014



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A pesquisa realizada pela Fecomércio SC e pela FCDL/SC teve como intuito identificar o impacto das festividades natalinas no comércio de Santa Catarina, por meio de entrevistas em cidades representativas das regiões do Estado (Chapecó, Lages, Florianópolis, Criciúma, Joinville, Itajaí e Blumenau). A pesquisa, realizada com homens e mulheres maiores de 18 anos, que circulavam em vias de grande movimento do comércio, demonstrou que a situação financeira dos consumidores está melhor (45,9%), se comparada a 2013. Entretanto, esse número de consumidores em situação melhor é menor do que em anos anteriores. Em contrapartida, cresceu o percentual de famílias que afirma estar em situação igual ou pior a 2013. Este cenário gerou um aumento de apenas 2,2% no gasto médio. Foi de R\$ 417,27 em 2013 para R\$ 426,99 em 2014.

O crescimento reduzido da expectativa de gasto médio está inserido dentro de um contexto de baixo volume de vendas observado ao longo de 2014. A desaceleração da economia, acompanhada da retração do crédito e do aumento das taxas de juros, bem como as persistentes pressões inflacionárias, o crescimento reduzido do emprego e da renda, deterioraram a confiança do consumidor.

Pela pesquisa foi possível verificar que 12,0% dos entrevistados destinarão o décimo terceiro para as compras de presentes de Natal. Alternativas de uso do décimo terceiro serão economizar (29,5%) e pagar dívidas (28,9%).

Os resultados demonstram que o Natal tem impacto positivo sobre o comércio, em especial pelo gasto médio dos consumidores e pela quantidade de presentes que se deseja comprar, em média 4,7 presentes, o que significa um gasto médio por presente de R\$ 90,53. As preferências para compra de presentes ocorrem nos produtos de vestuário (78,9%) e calçados (8,3%), que serão as categorias mais procuradas neste Natal.

A pesquisa indica que os presentes comprados serão direcionados para os filhos (47,0%), pais (19,4%) ou cônjuges (8,8%) dos consumidores. Este comportamento é similar ao observado em 2013, onde a maior parte dos consumidores direcionou seus presentes para estes entes familiares.

É importante também analisar que muitos dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço, mais de 79,4% da amostra. Para grande parte dos consumidores (48,5%), o preço é um dos atributos mais avaliados na hora de escolher o local de compra dos presentes. Também são consideradas a qualidade dos produtos (26,1%) e o atendimento do estabelecimento comercial (13,6%).

Além das compras de Natal, os feriados de final de ano movimentam o setor turístico. 38,2% dos entrevistados vão viajar, a maior parte nos dois feriados (20,3%), especialmente com destino às cidades do Estado (45,5%).

O estudo realizado pela Fecomércio SC e pela FCDL/SC buscou compreender qual o impacto do Natal e das festas de final ano no comércio de Santa Catarina. Os resultados mostram que esta data é importante, em especial, pela pretensão de gasto médio e pela quantidade de presentes a serem comprados, utilizando o pagamento à vista em dinheiro como a principal opção de pagamento. A melhor situação financeira das famílias e a maior expectativa de gasto médio indicam um crescimento nas vendas de Natal e de final de ano, o que contribui para um início de 2014 mais animador para os comerciantes do Estado.



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina
Rua Felipe Schmidt 785/5º andar - Centro - CEP 88010.002 - Florianópolis/SC
48 3229 1000 - www.fecomercio-sc.com.br