



**NATAL 2015**

Intenção de compras

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

# Intenção de Compras para o Natal 2015

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 2015

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES .....	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O NATAL 2015 .....	6
CONCLUSÃO .....	20

## INTRODUÇÃO

O Natal é o período de maior movimentação econômica no comércio em geral. Por isso, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa para conhecer o perfil das pessoas que compram nesta data e, assim, orientar os empresários em suas estratégias para o fim do ano. O estudo também pretende revelar as principais tendências de consumo nas compras de Natal.

A amostra foi de 2.084 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 24 de novembro e 1º de dezembro de 2015. 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 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 95,5% 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 16 fechadas e 2 abertas. 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	56,5%	52,3%	57,0%	61,5%	70,3%	63,2%	57,3%	59,7%
Masculino	43,5%	47,7%	43,0%	38,5%	29,7%	36,8%	42,7%	40,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	35,8%	20,7%	27,3%	39,5%	23,0%	19,7%	20,3%	26,5%
De 26 a 35 anos	20,7%	38,3%	23,7%	36,7%	35,7%	31,8%	31,3%	31,1%
De 36 a 45 anos	21,1%	21,7%	17,0%	11,9%	23,7%	24,1%	21,0%	20,1%
De 46 a 55 anos	13,7%	13,3%	17,3%	9,1%	12,7%	15,4%	17,3%	14,2%
De 56 a 65 anos	8,0%	5,3%	7,3%	2,4%	3,7%	6,0%	7,3%	5,8%
66 anos ou mais	0,7%	0,7%	7,3%	0,3%	1,3%	3,0%	2,7%	2,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Fundamental incompleto	15,1%	8,7%	5,7%	4,5%	5,3%	16,1%	16,7%	10,3%
Fundamental completo	14,7%	10,0%	12,0%	4,5%	11,0%	14,4%	13,3%	11,5%
Médio incompleto	11,0%	5,7%	5,0%	7,0%	4,7%	3,3%	4,7%	5,9%



## Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compras – Natal 2015

Médio completo	36,5%	35,7%	42,3%	40,2%	41,7%	45,5%	39,3%	40,2%
Superior incompleto	13,0%	11,0%	13,0%	24,8%	10,3%	9,0%	13,7%	13,5%
Superior completo	8,4%	21,7%	19,3%	18,5%	22,7%	7,7%	11,0%	15,6%
Pós-graduação	1,0%	7,3%	2,0%	0,3%	4,3%	4,0%	0,7%	2,8%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	7,0%	5,0%	11,3%	1,7%	4,0%	6,0%	7,7%	6,1%
Autônomo	13,7%	12,7%	21,7%	10,1%	16,3%	20,4%	19,7%	16,4%
Carteira assinada	58,5%	52,0%	40,0%	78,0%	56,0%	44,5%	52,3%	54,3%
Desempregado	8,0%	1,3%	7,0%	2,4%	7,7%	6,0%	7,0%	5,7%
Do lar	2,3%	5,3%	6,3%	1,7%	5,7%	13,4%	6,0%	5,9%
Empresário	2,0%	7,7%	5,0%	2,4%	1,3%	2,3%	4,0%	3,6%
Estudante	5,0%	5,0%	3,0%	1,4%	3,7%	0,7%	1,0%	2,8%
Outro	3,0%	11,0%	5,3%	2,1%	5,0%	6,7%	2,0%	5,0%
NS/NR	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,2%

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\$ 946	10,4%	1,7%	4,3%	10,5%	7,3%	17,1%	6,3%	8,2%
De R\$ 947 a R\$ 1.509	25,1%	11,0%	15,7%	28,0%	20,0%	29,1%	27,3%	22,3%
De R\$ 1.510 a R\$ 4.007	42,8%	50,3%	45,7%	51,0%	39,0%	38,1%	43,0%	44,2%
De R\$ 4.008 a R\$ 6.506	13,7%	19,7%	20,3%	3,8%	21,3%	10,0%	15,0%	14,9%
De R\$ 6.507 a R\$ 8.483	4,7%	9,7%	5,7%	1,4%	6,3%	2,7%	4,0%	4,9%
De R\$ 8.484 a R\$ 12.479	3,0%	4,3%	3,7%	1,4%	3,0%	3,0%	3,3%	3,1%
De R\$ 12.480 ou mais	0,3%	2,3%	4,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,3%	1,1%
Recusa	0,0%	1,0%	0,7%	3,8%	2,3%	0,0%	0,7%	1,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados acima mostram que entrevistados para a pesquisa de Natal deste ano é formado majoritariamente por mulheres (59,7%) jovens, com idade entre 18 e 35 anos (57,6%). Em relação ao grau de escolaridade destes entrevistados, a maioria tem ensino médio completo (40,2%) ou grau de instrução maior que isso, como ensino superior pelo menos iniciado (31,9%).

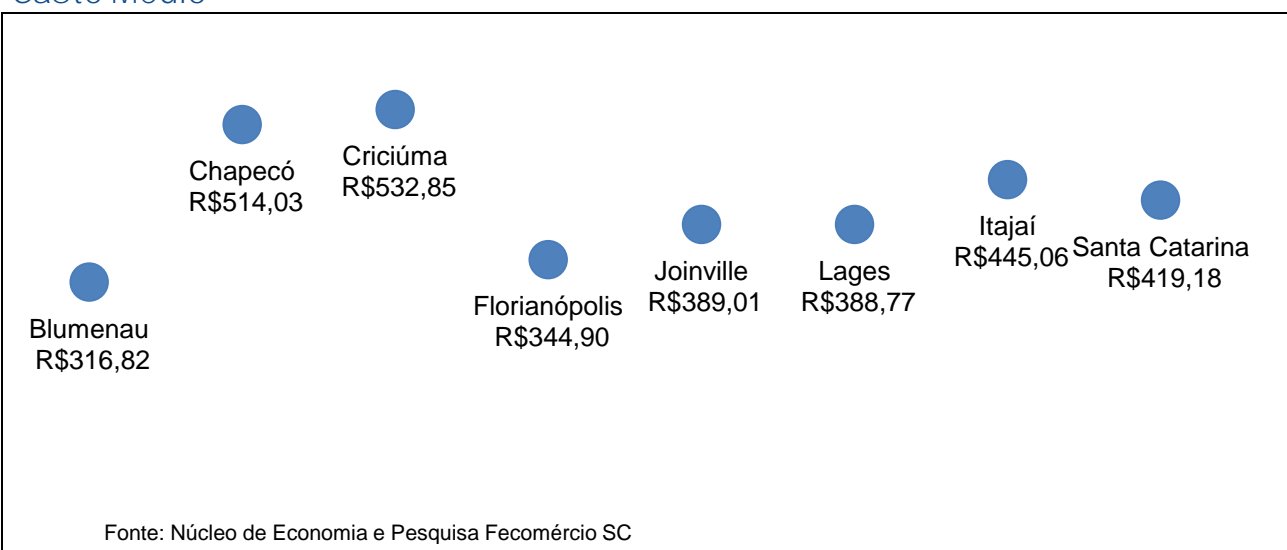
A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (57,3%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.510,00 e R\$ 4.007,00 (44,2%), além de famílias que ganham entre R\$ 947 a R\$ 1.509 (22,3%), ou seja, a maioria das famílias pertence à classe média. Completa o quadro geral as famílias que tem rendimento entre R\$ 4.008 e R\$ 6.506 (14,9%).

## INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O NATAL 2015

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio SC diz respeito à expectativa de gasto médio total dos consumidores com a data. Desta maneira, em média, os consumidores têm a intenção de gastar na compra de bens ou serviços a cifra de R\$ 419,18 por pessoa. Número 1,8% menor do que o levantado pela mesma pesquisa em 2014, quando havia sido de R\$ 426,99. O destaque fica por conta de Itajaí com o maior gasto médio do estado: R\$ 637,78 por consumidor. Contribui para esta queda na intenção do gasto médio, a forte inflação que diminuiu a renda real do consumidor; os altos juros, que retraem o acesso ao crédito e a deterioração da qualidade do emprego, fruto da redução dos investimentos produtivos. Esses fatores têm impacto decisivo na confiança e nas perspectivas dos consumidores.

Abaixo é possível identificar a expectativa de gasto médio de todas as cidades contidas na pesquisa e também uma comparação com a expectativa de gasto do ano anterior e de 2013.

### Gasto Médio



Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2014 (R\$)	357,58	300,02	481,05	395,11	514,56	337,65	637,78	426,99
2013 (R\$)	362,98	349,22	153,82	479,57	494,44	495,79	546,23	417,27

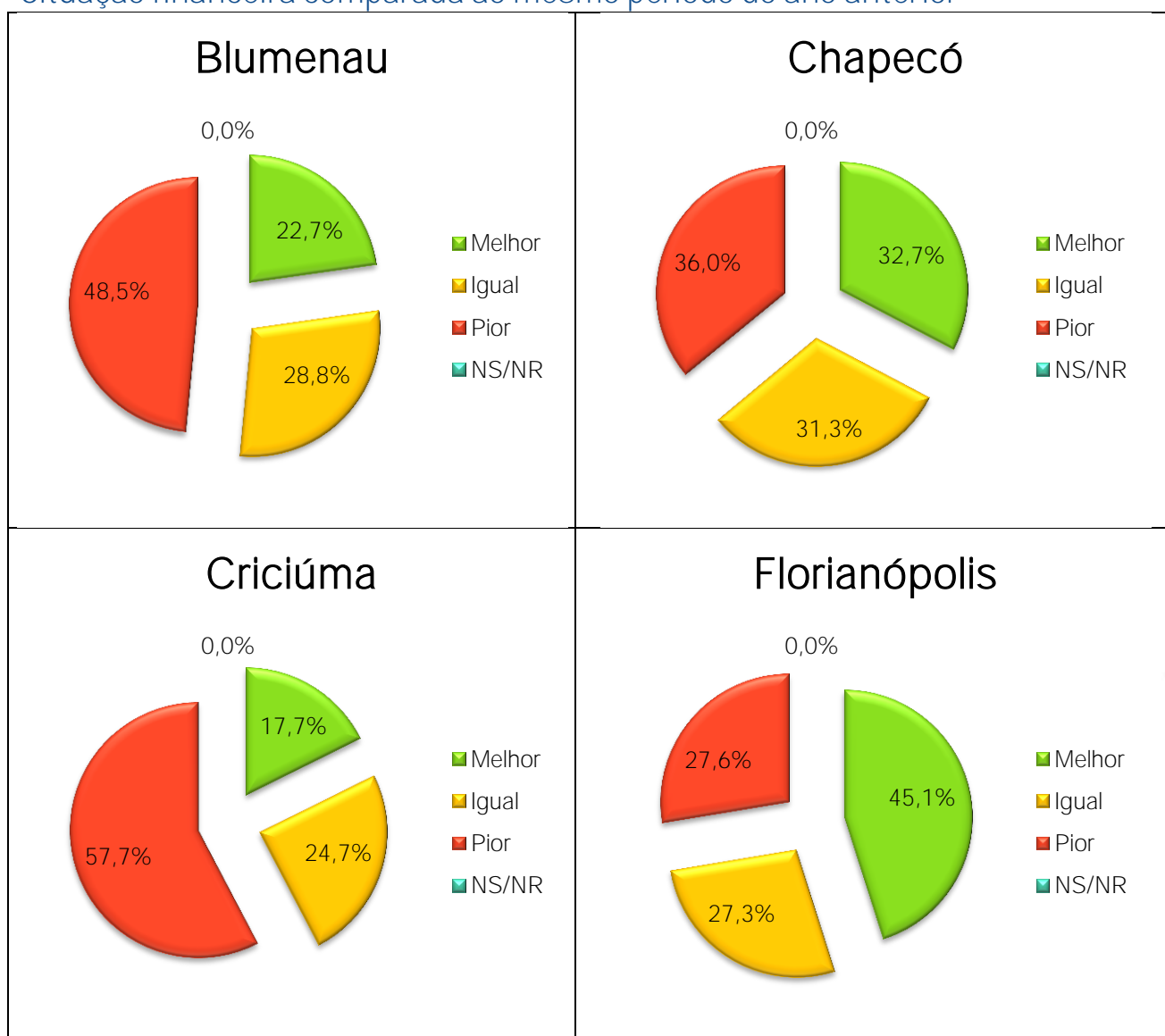
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

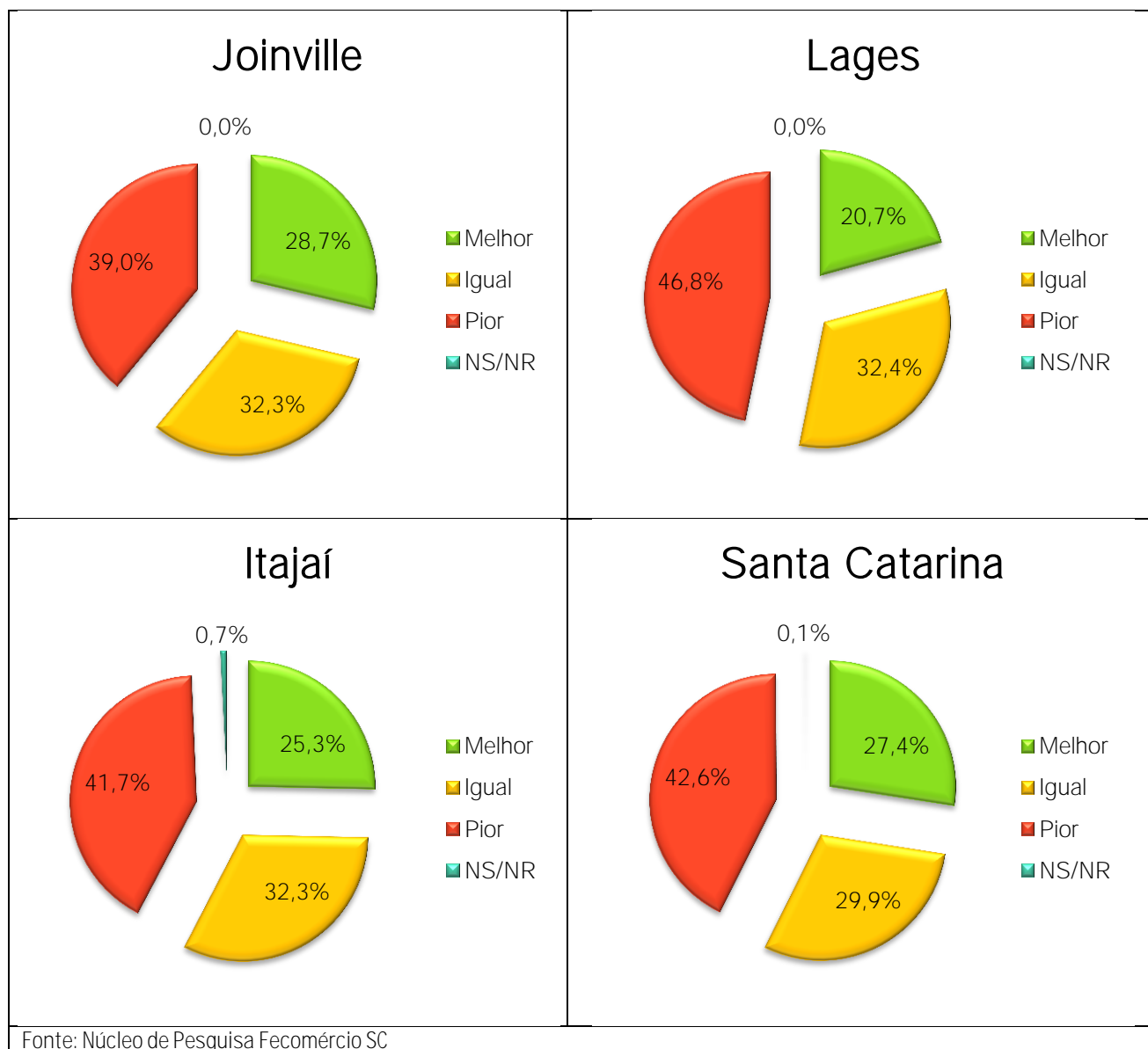


Outra informação apurada pela Fecomércio SC que ajuda a explicar a tese de que vamos ter um Natal mais fraco que o ano passado. Os gráficos abaixo mostram que quase a metade das famílias de Santa Catarina (42,6% percentual maior que em 2014) declararam estar em situação financeira pior do que a do mesmo período do ano anterior, 29,9% apontaram que sua situação permaneceu igual e 27,4% afirmaram que estão em melhor situação. Este cenário, no qual a maioria dos consumidores está em situação financeira pior que a do ano passado, é inédita para a pesquisa. Em 2014, por exemplo, esse valor correspondia apenas 16,7%, enquanto que os que estavam com condição melhor respondia por 45,9%.

O cenário é muito parecido entre todas as cidades, exceto Florianópolis, nas quais as famílias que estão em condições financeira melhor ano passado superam as com piores condições como também pode ser visto abaixo:

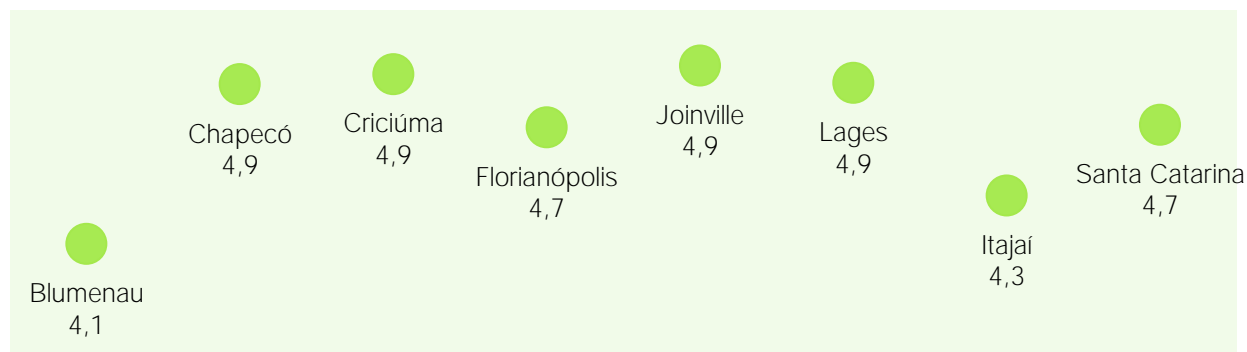
### Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior





Foi perguntado também quantos presentes se pretende comprar. A média do estado ficou em 4,7 por consumidor, resultado idêntico ao apurado ano passado. Essa compra de muitos presentes para várias pessoas é a principal característica do Natal e que torna a data a mais importante para o comércio, tendo um gasto médio muito mais elevado que as demais datas comemorativas.

## Número de presentes



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Assim, a Fecomércio SC também se interessou em saber quais são seriam as pessoas presenteadas em primeiro lugar. Os catarinenses pretendem presentear primeiramente seus filhos (43,7%), depois seus pais (16,3%) e seus cônjuges (10,6%), como pode ser observado na tabela abaixo:

## Presenteado

Parentesco	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Filhos	40,1%	43,7%	41,5%	35,3%	46,3%	50,8%	48,0%	43,7%
Pais	19,1%	12,0%	17,4%	17,1%	19,7%	14,7%	14,0%	16,3%
Cônjuge	11,0%	13,7%	10,0%	7,7%	9,0%	10,4%	12,0%	10,6%
Netos	6,0%	5,3%	7,4%	17,8%	4,3%	2,0%	3,3%	6,5%
Namorados	7,7%	6,0%	6,4%	3,1%	5,7%	8,7%	5,0%	6,1%
Irmãos	5,7%	2,0%	4,0%	9,1%	1,7%	1,7%	2,3%	3,7%
Amigos	2,3%	1,7%	0,0%	5,2%	2,0%	0,3%	1,7%	1,9%
Avós	0,0%	0,7%	0,3%	0,7%	0,3%	0,0%	0,0%	0,2%
Outros	8,0%	15,0%	13,0%	3,8%	11,0%	11,4%	13,3%	10,8%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%

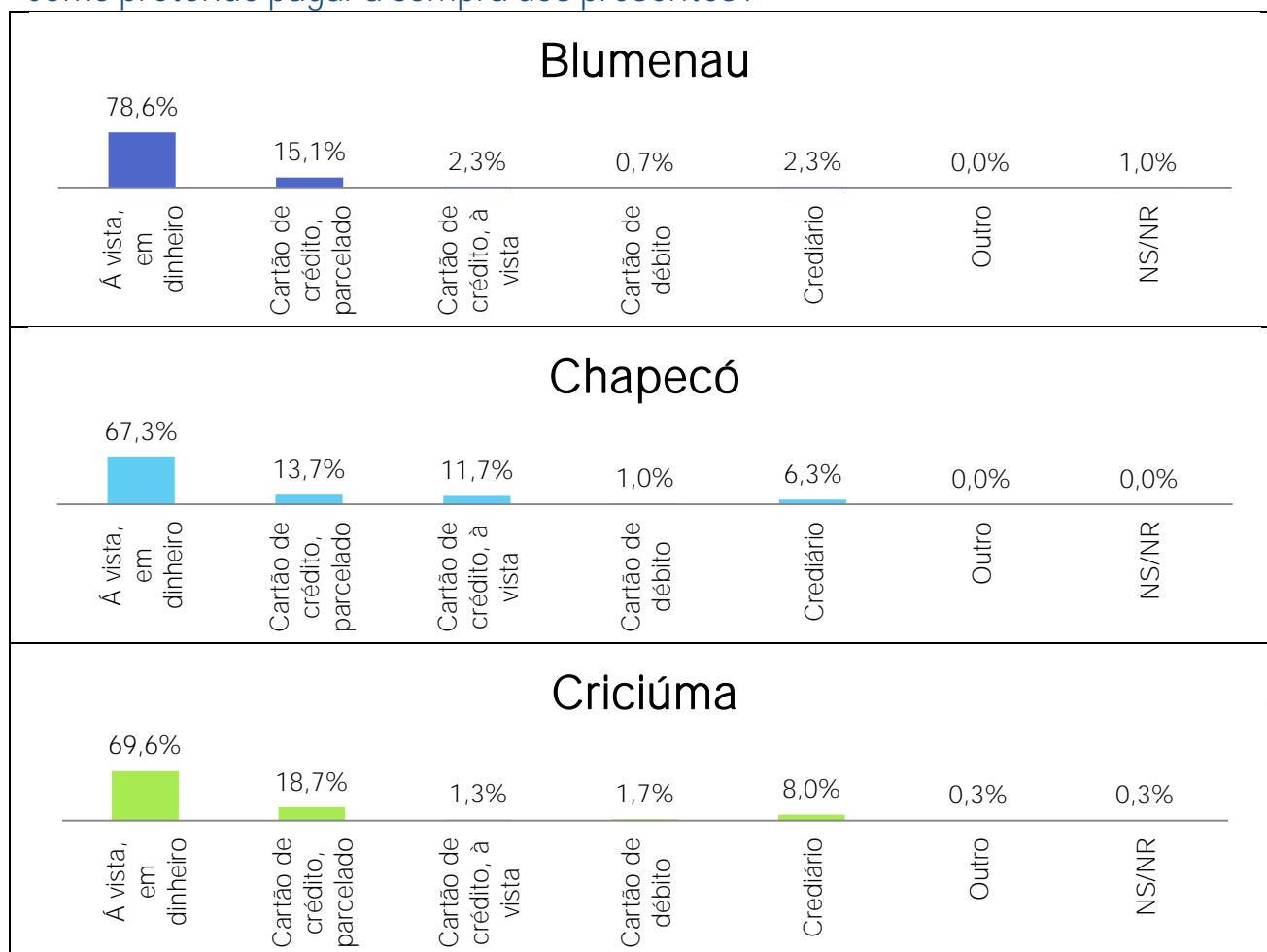
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

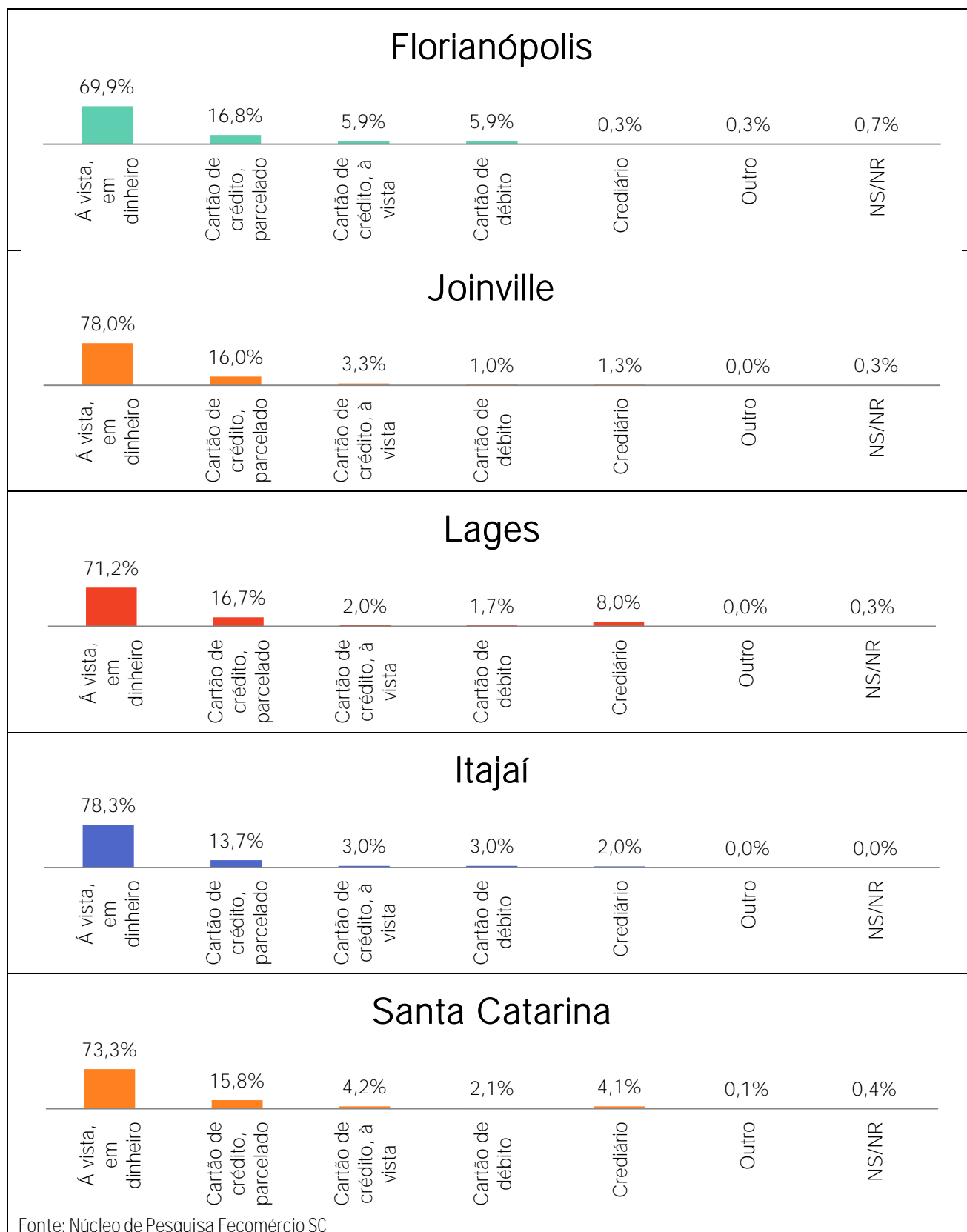
Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores têm como objetivo pagá-las à vista. A opção à vista em dinheiro foi a mais lembrada (73,3%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra parcelada no cartão de crédito (15,8%) e pela compra à vista no cartão de crédito (4,2%). Desta maneira, os catarinenses estão

dispostos a endividar-se, procurando pagar no crédito um percentual considerável de suas compras.

Além disso, chama atenção o número de consumidores que pretendem comprar seus presentes de Natal no cartão de crédito parcelado. O alto nível da renda dos consumidores comprometida com dívidas faz com que a capacidade de se comprar à vista fique reduzida. O consumidor, então, opta por parcelar a compra, já que o gasto será menor, ainda que isso signifique mais dívida. Esse fato, diferente das pesquisas de intenção de compras anteriores, na qual o pagamento à vista no cartão era sempre mais lembrado que o pagamento parcelado no cartão, demonstra que os consumidores estão um pouco mais conscientes e realistas sobre suas condições de compra. As pesquisas de Resultado de Vendas da Fecomércio SC demonstram que na hora da compra o recurso ao crédito aumenta consideravelmente, porém sempre de maneira responsável. Abaixo seguem os dados desagregados por municípios entrevistados:

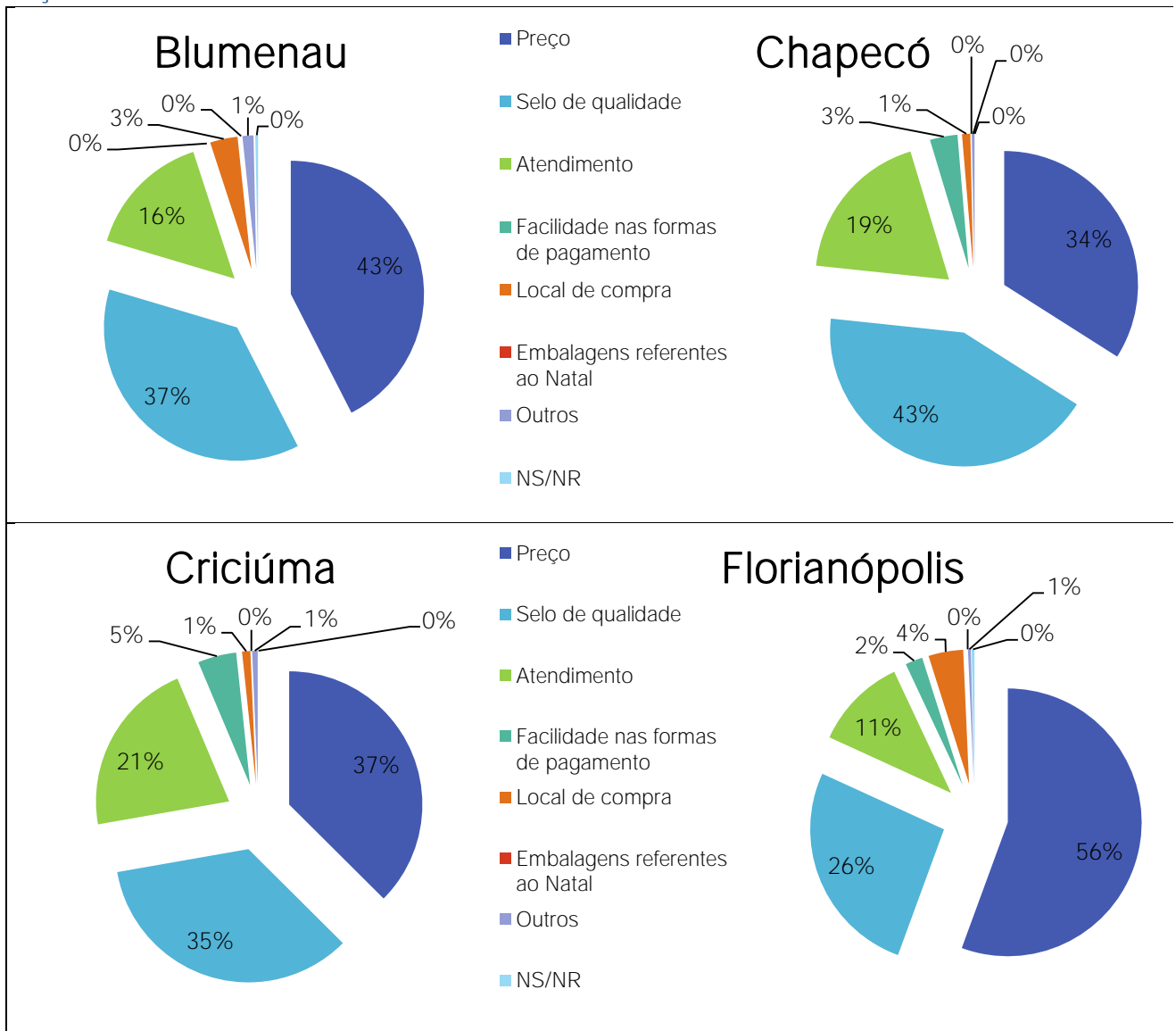
### Como pretende pagar a compra dos presentes?



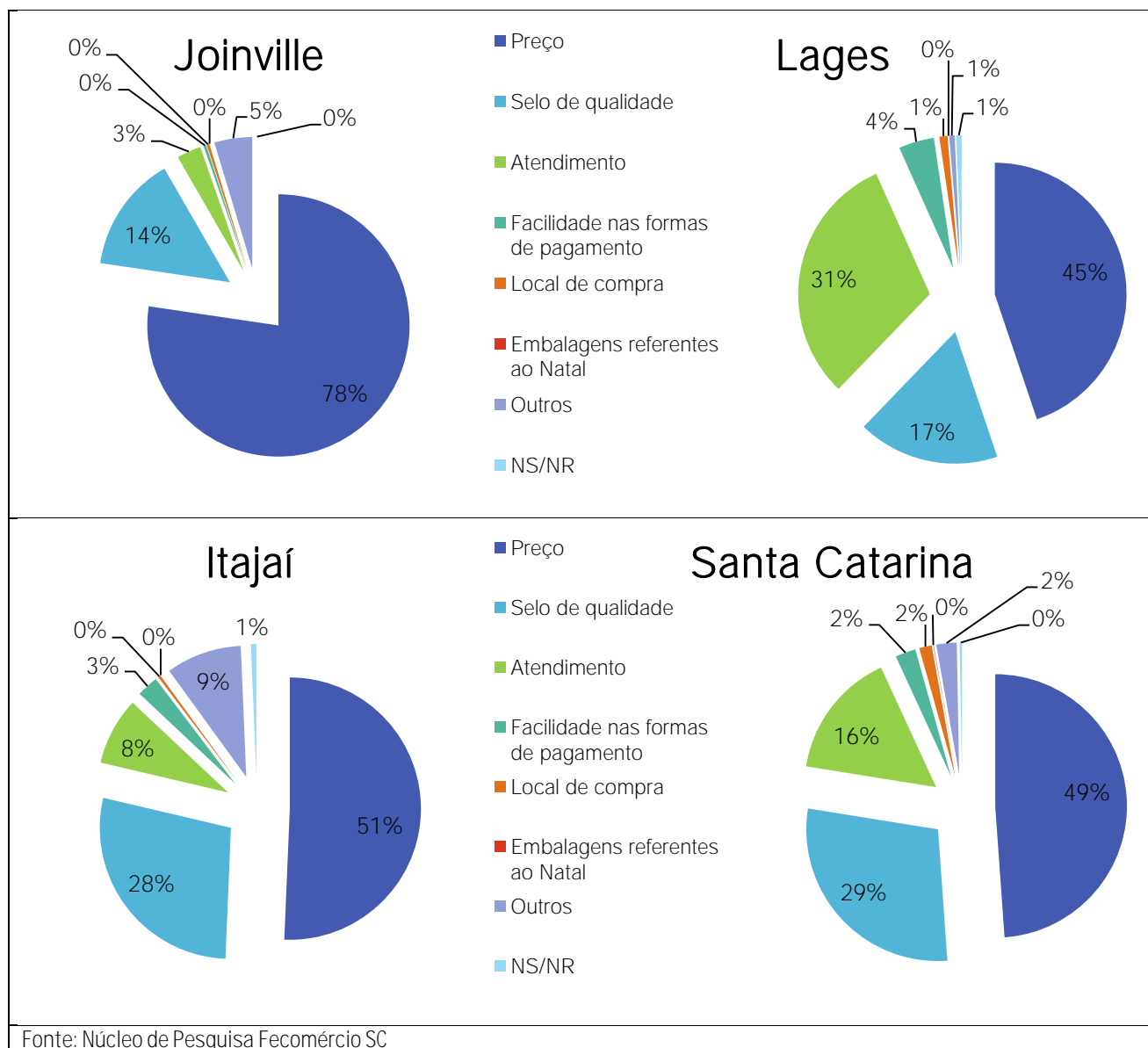


Para o empresário, é importante saber que tipo de atributos o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Esta informação é importante para que os comerciantes possam direcionar esforços para atrair os consumidores. Assim, é perceptível que a preocupação com o preço dos produtos é central (49%), seguido pelo selo de qualidade (29%) e pelo atendimento (16%), ou seja, tudo o que contribuir para um menor gasto e uma melhor experiência de compra são de interesse dos catarinenses. Na sequência aparece o resultado dividido por cidades:

### Ação do comércio



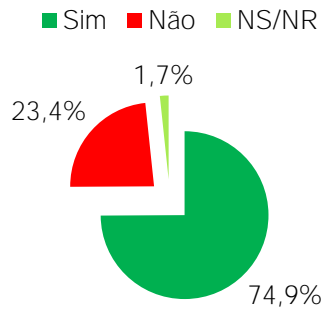




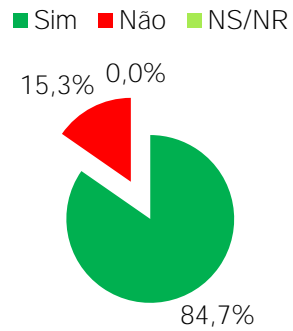
Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 79,5% dos entrevistados irá realizar pesquisa de preço para o Natal. Resultado que é semelhante em todas as cidades que compõe a pesquisa, mostrando uma forte tendência do catarinense. Os dados por cidade podem ser vistos abaixo:

## Pesquisa de preços

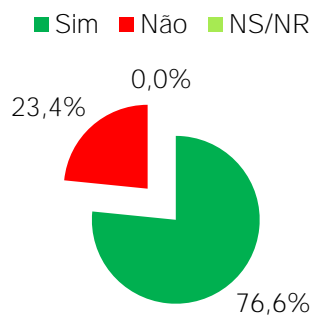
### Blumenau



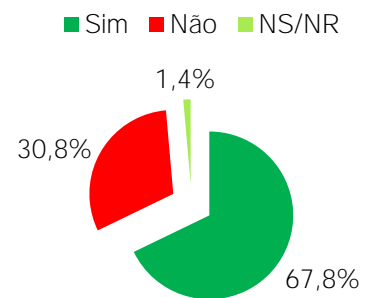
### Chapecó



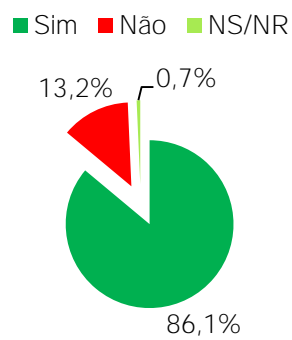
### Criciúma



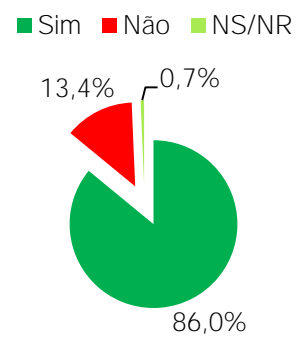
### Florianópolis

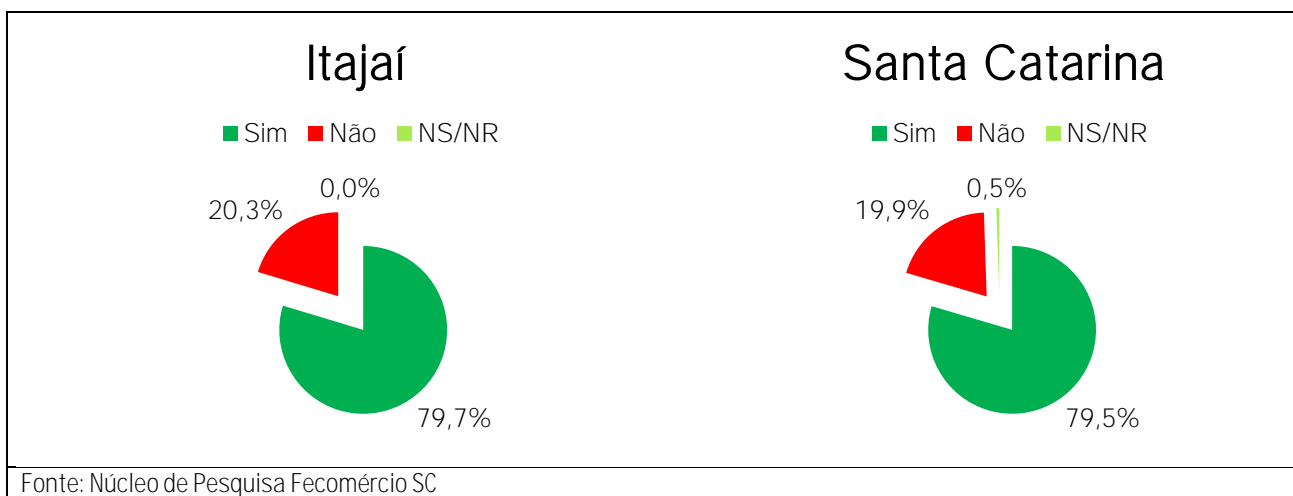


### Joinville



### Lages





Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos catarinenses (66,8%), seguido pelos Shoppings Centers (22,8%). O restante dos destinos aparece com uma pequena participação, embora a internet se sobressaia (4,1%) mostrando uma grande concentração da demanda dos consumidores.

#### Local de compra

Local de compra	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
No comércio de rua	64,9%	81,3%	79,6%	45,8%	48,0%	86,3%	60,7%	66,8%
No shopping	25,4%	10,3%	11,0%	43,4%	37,0%	8,4%	25,0%	22,8%
Na internet	3,3%	6,0%	4,3%	3,8%	3,7%	2,7%	4,7%	4,1%
No camelô	0,3%	0,3%	3,3%	4,5%	0,7%	0,3%	1,7%	1,6%
Outro	4,0%	0,3%	1,3%	0,3%	0,3%	1,3%	2,7%	1,5%
NS/NR	2,0%	1,7%	0,3%	2,1%	10,3%	1,0%	5,3%	3,3%

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 Fecomércio SC perguntou em qual categoria se enquadraria os presentes que serão comprados no Natal. Nota-se que a principal parte dos consumidores presenteará artigos de vestuário (44,4%), seguido pelo setor de brinquedos (26,0%) e pelos artigos de cama, mesa e banho (4,9%). Abaixo a questão pode ser vista com maior nível de detalhamento:

### Setores

Local de compra	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Vestuário	50,0%	46,7%	46,9%	36,4%	50,4%	45,8%	38,3%	44,4%
Brinquedos	25,3%	35,7%	29,4%	12,8%	30,2%	28,9%	23,2%	26,0%
Cama, mesa e banho	0,8%	0,2%	1,6%	19,2%	0,3%	1,4%	6,3%	4,9%
Calçados	6,6%	4,5%	3,4%	6,0%	1,3%	6,8%	3,1%	4,6%
Eletrônicos	2,1%	6,3%	5,3%	3,7%	2,5%	5,2%	4,6%	4,3%
Perfumaria/cosméticos	5,3%	2,2%	4,8%	3,8%	1,8%	3,5%	3,5%	3,6%
Móveis/Decoração/Utilidades domésticas	1,9%	0,9%	0,5%	1,5%	1,0%	0,0%	2,6%	1,2%
Informática	1,1%	0,4%	1,6%	2,0%	0,0%	0,7%	2,0%	1,2%
Óticas/jóias/relogios	0,3%	0,9%	1,4%	0,5%	0,3%	1,6%	0,4%	0,8%
Livraria/papelaria	0,8%	0,7%	0,5%	1,1%	0,3%	0,7%	0,7%	0,7%
Outro	3,2%	1,6%	4,1%	11,0%	4,5%	4,2%	8,3%	5,5%
NS/NR	2,7%	0,0%	0,5%	2,0%	7,6%	1,2%	7,0%	2,9%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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, 34,1% dos entrevistados irá realizar alguma viagem, seja nos dois feriados ou em apenas um deles. Contudo, também é grande o percentual de pessoas que não irá viajar (62,6%), ou seja, provavelmente irá aproveitar a data para ficar em casa. Abaixo seguem os resultados completos.

### Viagem Natal / Ano Novo

Passeio	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Não irá viajar	51,8%	61,7%	67,6%	71,3%	51,0%	63,5%	71,7%	62,6%
Sim, nos dois feriados	31,4%	14,3%	11,0%	8,7%	27,7%	14,7%	8,0%	16,6%
Sim, no Ano novo	8,0%	13,0%	14,7%	5,9%	9,7%	14,4%	5,7%	10,2%
Sim, no Natal	5,0%	9,7%	4,3%	12,2%	4,3%	5,0%	10,7%	7,3%
NS/NR	3,7%	1,3%	2,3%	1,7%	7,3%	2,3%	4,0%	3,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para finalizar, a Fecomércio SC perguntou o destino da viagem. A maioria optará por viajar pelo próprio estado (28,4%), dinamizando a economia local. Em seguida apareceu o Nordeste com 13,4% e depois destinos próximos, como o Paraná (5,9%) e Rio Grande do Sul (4,8%). Abaixo é possível observar a questão com maior detalhe:

### Viajar para onde?

Destino	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Santa Catarina	46,8%	60,4%	23,7%	13,3%	35,1%	28,1%	10,7%	28,4%
Nordeste	2,1%	0,0%	3,1%	0,8%	10,5%	63,2%	0,9%	13,4%
Paraná	10,1%	7,2%	0,9%	4,2%	2,1%	2,7%	7,9%	5,9%
Rio Grande do Sul	3,2%	23,4%	6,1%	5,0%	3,8%	1,7%	2,3%	4,8%
São Paulo	1,6%	2,7%	1,8%	2,5%	0,4%	0,7%	6,5%	2,7%
Rio de Janeiro	0,0%	0,9%	1,3%	2,1%	2,1%	1,7%	0,0%	0,7%
Internacional	2,7%	5,4%	1,3%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
Outro	12,2%	0,0%	7,9%	18,3%	46,0%	1,9%	7,5%	7,7%
NS/NR	21,3%	0,0%	53,9%	53,3%	0,0%	0,0%	64,2%	35,8%

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, 62,9% informaram que recebem décimo terceiro e que, destes, a prioridade será o pagamento de dívidas (28,6%). A cidade, na qual esta resposta obteve o maior percentual foi em Chapecó, com um percentual de 34,6%.

### Décimo terceiro salário

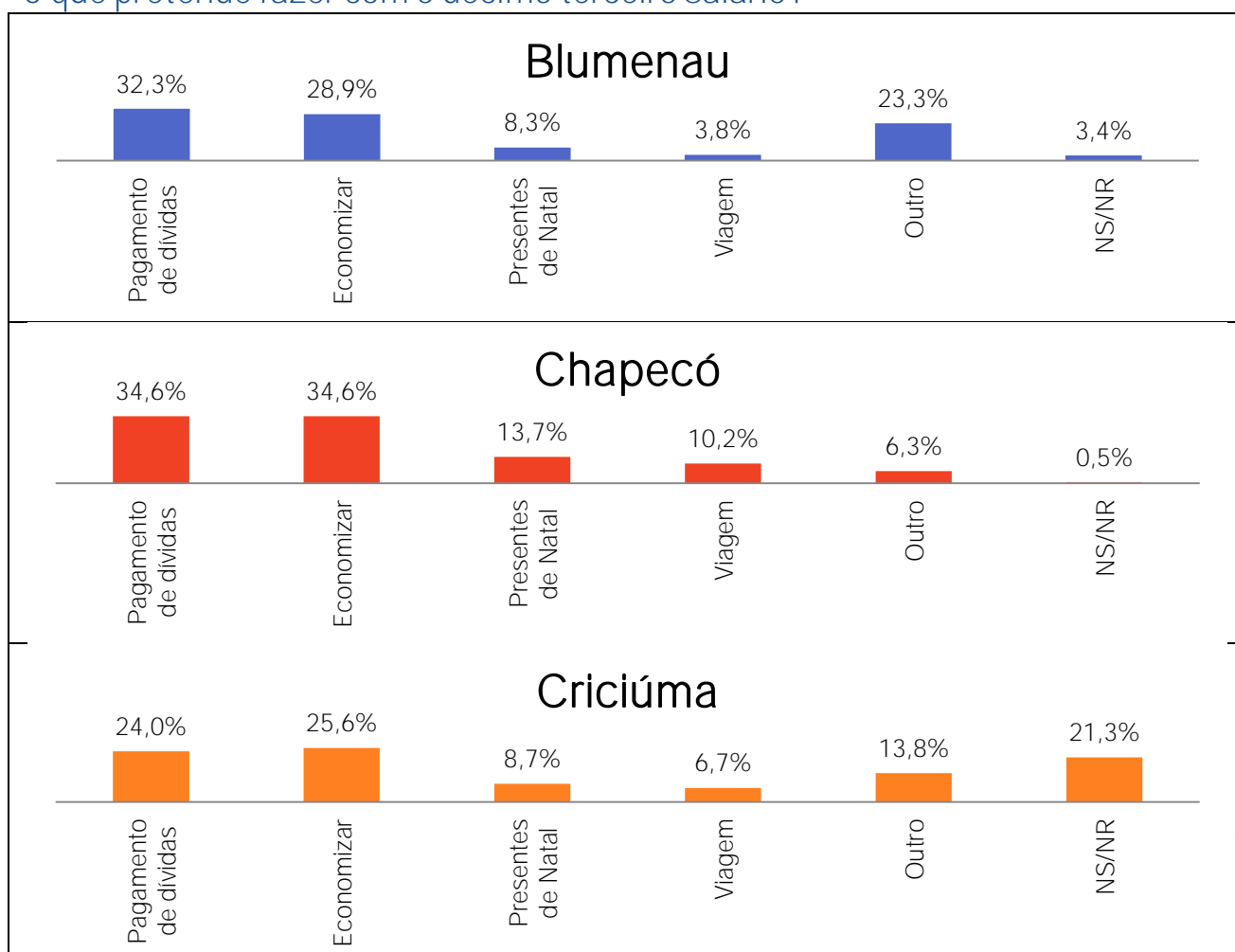
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sim	67,2%	68,3%	59,2%	65,7%	65,3%	54,5%	60,3%	62,9%
Não	32,8%	31,7%	40,8%	34,3%	34,7%	45,5%	39,7%	37,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

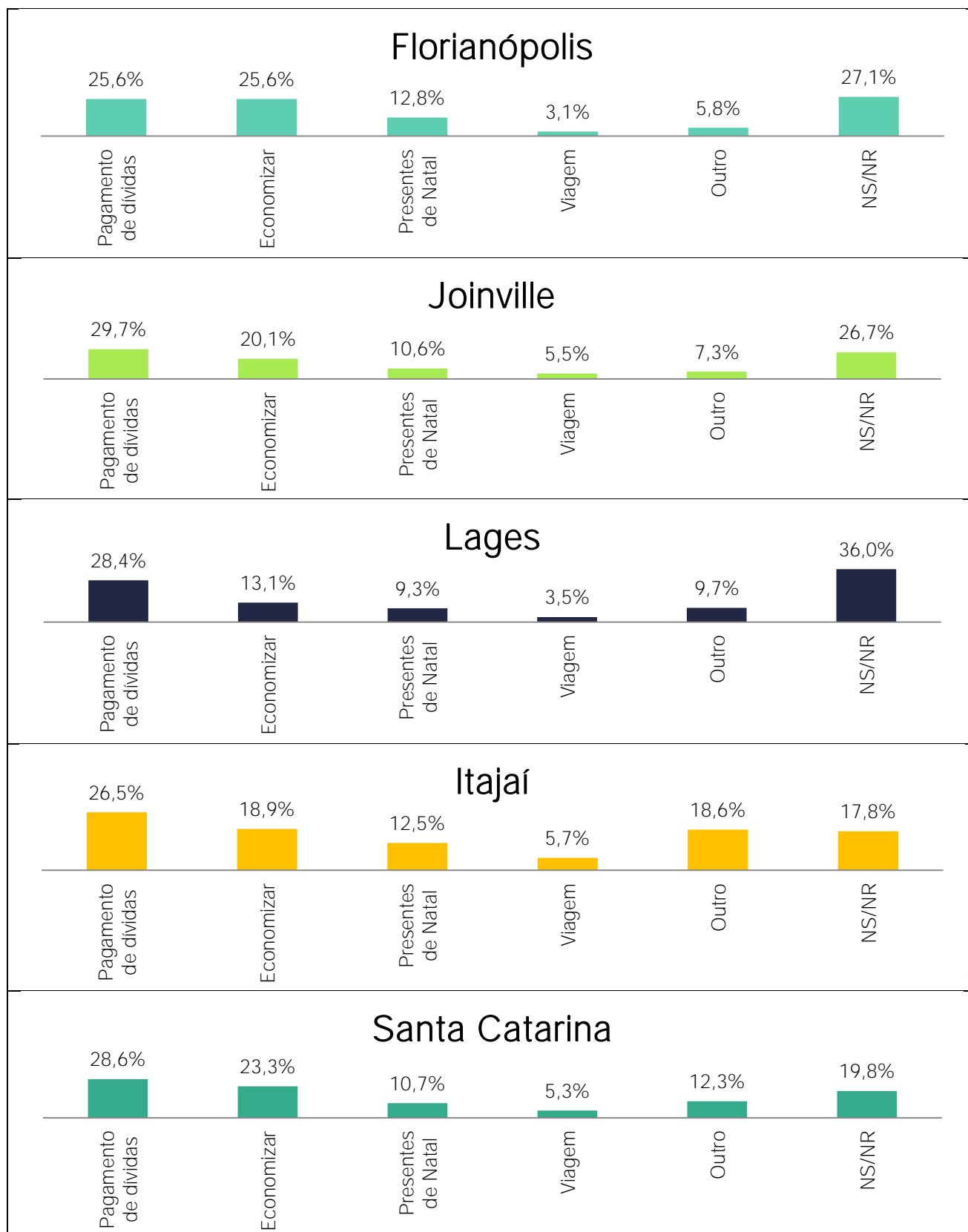
A segunda opção para destinação do décimo terceiro, logo após a primeira, é para economizar (23,3%).

Em seguida, a opção mais citada pelos entrevistados foi a destinação do décimo terceiro para a compras de presentes de Natal. O percentual de 10,7% obtido é expressivo para a movimentação do comércio. Chapecó foi a cidade que informou em maior quantidade que irá destinar o décimo terceiro para compras de presentes de Natal (13,7%).

### O que pretende fazer com o décimo terceiro salário?







Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

## CONCLUSÃO

A pesquisa realizada pela Fecomércio SC teve como intuito identificar o impacto das festividades natalinas no comércio de Santa Catarina, através 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 no comércio, demonstrou que a situação financeira dos consumidores está, majoritariamente, pior (42,6%), se comparada ao ano anterior. Situação inédita, visto que em anos anteriores a resposta preponderante era situação financeira melhor. Este cenário de retração nas condições financeiras, associado à perda de qualidade do emprego e aos altos juros que reduzem o acesso ao crédito geraram uma queda no gasto médio de -1,8%. Foi de R\$ 426,99 em 2014 para R\$ 419,18 em 2015. O crescimento reduzido da expectativa de gasto está inserido dentro de um contexto de baixo volume de vendas observado ao longo de 2015.

A maioria dos consumidores afirmou que pagarão seus gastos à vista, em dinheiro, como a principal opção de pagamento (73,3%). Seguido pelo cartão de crédito parcelado (15,8%) e à vista (4,2%). Adicionalmente, pela pesquisa foi possível verificar que, para 10,7% dos entrevistados a prioridade de destinação do décimo terceiro é a compra de presentes de Natal. Alternativas utilizadas para destinação do décimo terceiro são: economizar (23,2%) e pagar dívidas (28,6%), a resposta majoritária.

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. As preferências para compra de presentes ocorrem nos produtos de vestuário (44,4%) e brinquedos (26,0%), que serão as categorias mais procuradas neste Natal.

A pesquisa indica que os presentes comprados serão direcionados para os filhos (43,7%), pais (16,3%) ou cônjuges (10,6%) dos consumidores. Este comportamento é similar ao observado em 2014, onde a maior parte dos consumidores direcionou seus presentes para estes familiares.

É importante também analisar que muitos dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço: 79,5% da amostra. Para grande parte dos consumidores (49,0%), 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 (29%) e o atendimento do estabelecimento comercial (16%). Além das compras de Natal, os feriados de final de ano movimentam o setor turístico. Da amostra, 34,1% irão viajar, a maior parte irá viajar nos dois feriados (16,6%), especialmente com destino para cidades do estado de Santa Catarina (28,4%).

O estudo realizado pela Fecomércio SC buscou compreender qual o impacto do Natal e das festas de final ano no comércio do estado de Santa Catarina. Os resultados mostram que esta data é importante, em especial, pela pretensão de gasto médio e quantidade de presentes a serem comprados. No entanto, em consonância com os resultados observado em 2015, o natal deste ano reduzirá, mas não será suficiente para compensar as perdas ocorridas nos últimos 12 meses