



Intenção de Compras
NATAL 2016

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 2016

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 2016

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS CONSUMIDORES	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O NATAL 2016	6
CONCLUSÃO	20

INTRODUÇÃO

O Natal é o período de maior movimentação econômica no comércio em geral. Por isso, a Fecomércio SC e a FCDL/SC realizaram 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 2.100 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 23 e 26 de novembro de 2016. 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.

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 entrevistadas nesta pesquisa de Natal em Santa Catarina. Abaixo seguem dados referentes aos consumidores catarinenses:

Gênero

Gênero	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Feminino	61,8%	57,0%	62,3%	55,0%	53,5%	61,2%	57,5%	58,3%
Masculino	38,2%	43,0%	37,7%	45,0%	46,5%	38,8%	42,5%	41,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Faixa etária

Faixa etária	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	17,8%	22,3%	33,7%	19,7%	36,9%	25,4%	34,4%	27,1%
De 26 a 35 anos	23,0%	33,3%	32,0%	29,7%	23,6%	30,9%	34,4%	29,5%
De 36 a 45 anos	22,7%	22,0%	14,0%	18,3%	18,3%	22,0%	16,4%	19,1%
De 46 a 55 anos	19,1%	15,3%	13,0%	16,7%	14,0%	15,8%	9,7%	14,8%
De 56 a 65 anos	11,7%	6,0%	5,0%	12,7%	6,0%	4,8%	4,7%	7,3%
66 anos ou mais	5,8%	0,7%	2,3%	3,0%	1,3%	1,0%	0,3%	2,1%
NS/NR	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Escolaridade

Escolaridade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sem alfabetização	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Fundamental incompleto	17,8%	9,7%	8,7%	4,3%	5,6%	12,4%	6,7%	9,3%
Fundamental completo	16,8%	8,3%	12,7%	10,0%	15,0%	14,8%	14,0%	13,1%

Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Intenção de compras – Natal 2016

Médio incompleto	8,7%	14,7%	8,0%	5,0%	13,3%	2,7%	4,7%	8,2%
Médio completo	30,4%	32,7%	41,0%	30,3%	49,2%	51,5%	47,2%	40,2%
Superior incompleto	8,4%	15,3%	14,0%	14,3%	6,6%	7,9%	14,4%	11,6%
Superior completo	13,6%	13,3%	14,7%	23,7%	8,6%	9,3%	11,4%	13,5%
Pós-graduação (Especialização, Mestrado, Doutorado)	3,9%	6,0%	1,0%	12,3%	1,7%	1,4%	1,7%	4,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Estado Civil

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Casado/ União Estável	60,2%	55,7%	47,7%	43,2%	54,8%	56,7%	52,8%	53,1%
Solteiro	29,1%	37,0%	41,7%	44,5%	34,9%	36,1%	39,1%	37,4%
Separado/ Divorciado	7,1%	6,3%	7,7%	9,6%	6,6%	5,8%	7,0%	7,2%
Viúvo	3,6%	1,0%	2,7%	2,1%	3,7%	1,0%	0,7%	2,1%
Outro	0,0%	0,0%	0,3%	0,7%	0,0%	0,3%	0,3%	0,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação

Ocupação	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Aposentado	12,0%	5,0%	5,7%	11,3%	4,7%	5,5%	2,0%	6,6%
Autônomo	17,2%	19,7%	12,0%	17,7%	14,0%	17,2%	17,1%	16,4%
Carteira assinada	52,4%	52,0%	57,3%	45,0%	51,5%	44,7%	63,5%	52,4%
Desempregado	8,4%	3,0%	7,7%	6,7%	15,9%	6,9%	5,0%	7,7%
Do lar	3,2%	5,3%	5,3%	3,3%	5,0%	11,0%	6,7%	5,7%
Empresário	2,6%	3,7%	4,3%	5,3%	0,7%	1,7%	0,7%	2,7%
Estudante/Estagiário	0,0%	5,0%	1,7%	6,0%	4,0%	1,4%	2,7%	3,0%
Outro	4,2%	6,3%	5,0%	4,7%	4,3%	11,7%	2,3%	5,5%
NS/NR	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%

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	6,1%	6,7%	3,7%	10,0%	4,7%	15,8%	7,0%	7,7%
De R\$947 a R\$1.509	20,1%	18,7%	25,3%	22,3%	19,6%	29,6%	20,1%	22,2%
De R\$1.510 a R\$4.007	39,8%	46,3%	47,7%	40,7%	55,5%	41,2%	44,5%	45,1%
De R\$4.008 a R\$6.506	19,1%	17,0%	15,3%	12,3%	15,3%	11,3%	18,4%	15,6%
De R\$6.507 a R\$8.483	8,7%	7,7%	4,7%	6,7%	2,7%	1,4%	5,4%	5,3%
De R\$8.484 a R\$12.479	3,9%	2,3%	2,0%	3,7%	1,7%	0,7%	1,7%	2,3%
De R\$12.480 ou mais	2,3%	1,0%	0,3%	3,7%	0,3%	0,0%	2,0%	1,4%
Recusa	0,0%	0,3%	1,0%	0,7%	0,3%	0,0%	1,0%	0,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados acima mostram que entrevistados para a pesquisa de Natal deste ano é formado majoritariamente por mulheres (58,3%) jovens, com idade entre 18 e 35 anos (56,6%). Em relação ao grau de escolaridade destes entrevistados, a maioria tem ensino médio completo (40,1%).

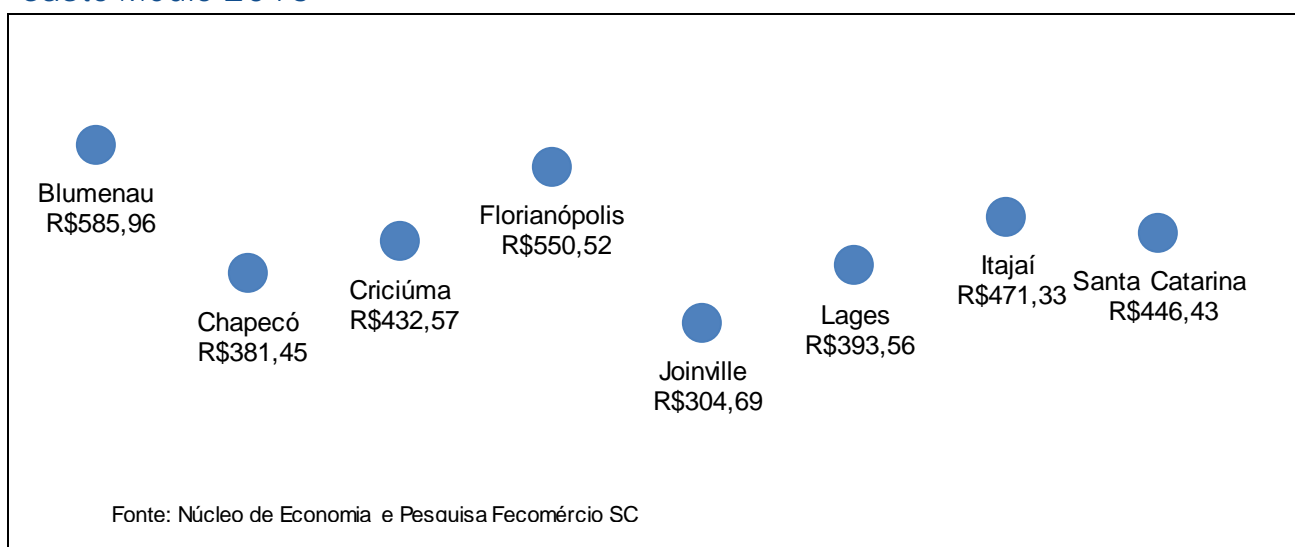
A maioria destes consumidores são casados ou em união estável (53,1%) e trabalhadores com carteira assinada (52,4%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.510,00 e R\$ 4.007,00 (45,1%), além de famílias que ganham entre R\$ 947 a R\$ 1.509 (22,2%), ou seja, a maioria das famílias pertence à classe média. Completa o quadro geral as famílias que tem rendimento entre R\$ 4.008 e R\$ 6.506 (15,6%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O NATAL 2016

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio SC e pela FCDL/SC diz respeito à expectativa de gasto médio 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\$ 446,43. O valor é 6,5% maior do que o levantado pela mesma pesquisa em 2015, quando havia sido de R\$ 419,18. O destaque fica por conta de Blumenau com o maior gasto médio do estado: R\$ 585,96.

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 2014.

Gasto Médio 2016



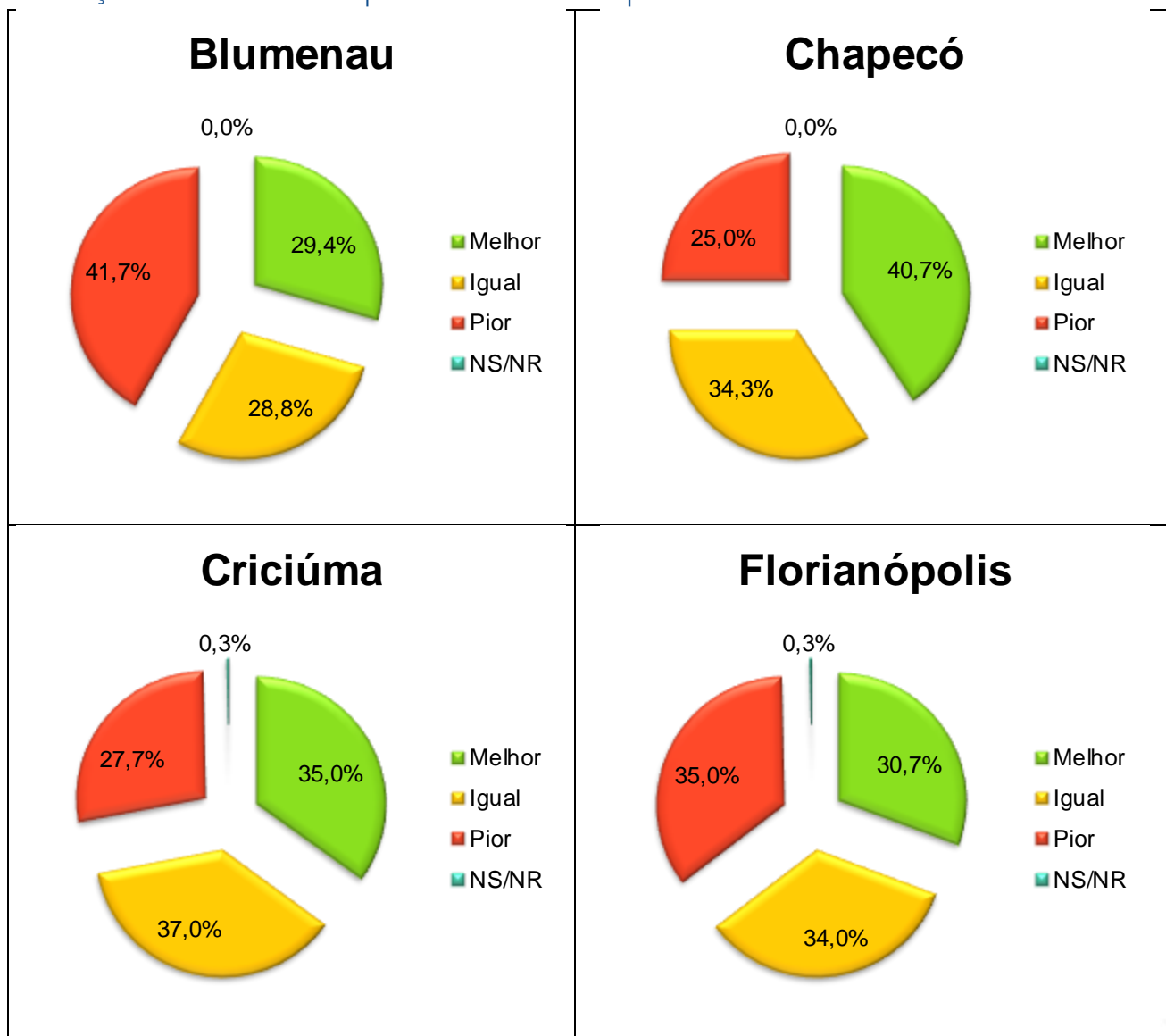
Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2015 (R\$)	316,82	514,03	532,85	344,90	389,01	388,77	445,06	419,18
2014 (R\$)	357,58	300,02	481,05	395,11	514,56	337,65	637,78	426,99

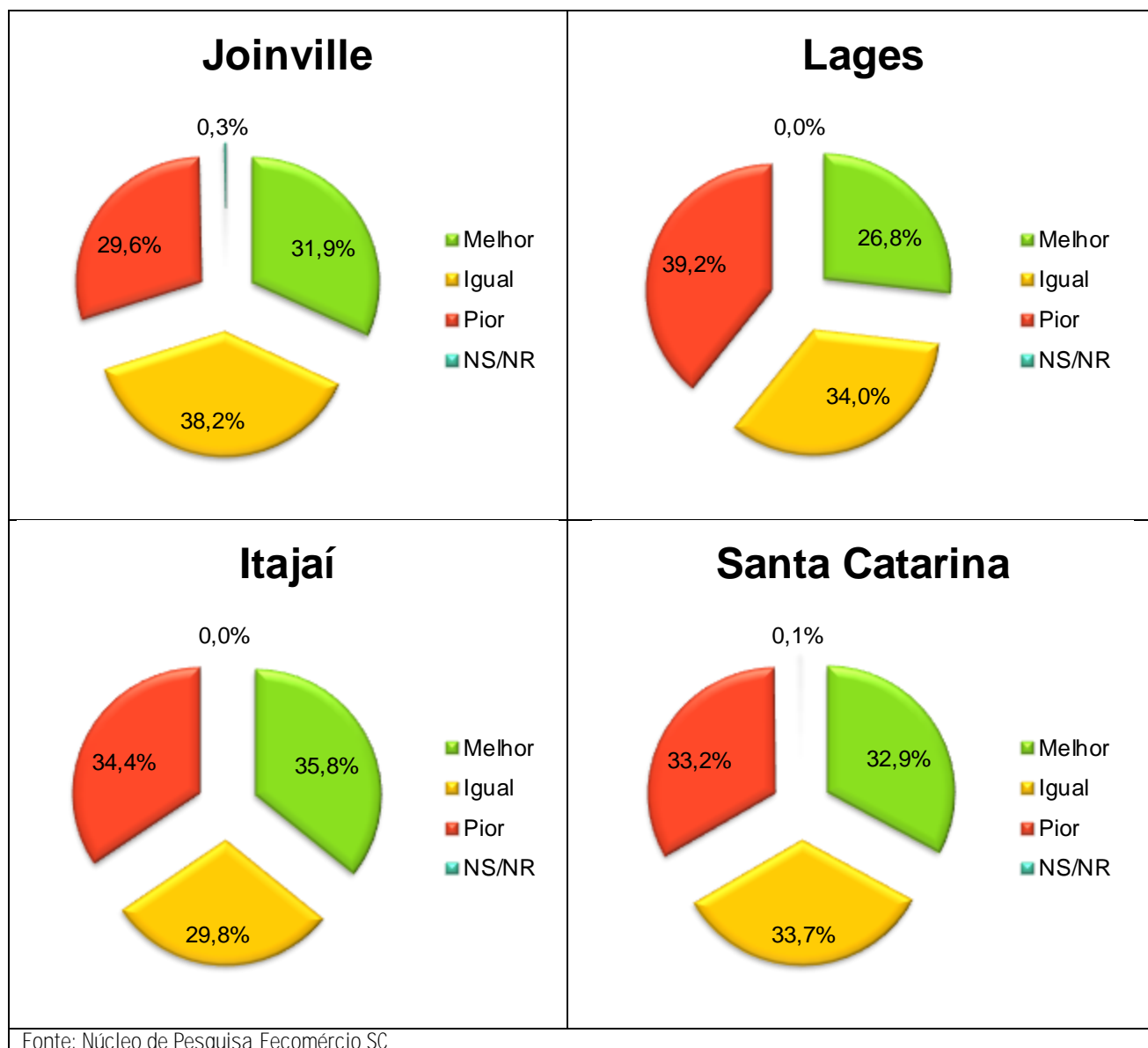
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Outra informação apurada pela Fecomércio SC e pela FCDL/SC é a situação financeira das famílias. Os gráficos abaixo mostram que quase metade das famílias de Santa Catarina (33,2%) declarou estar em situação financeira pior do que o mesmo período do ano anterior, 33,7% apontaram que a situação permaneceu igual e 32,9% afirmaram que estão em melhor situação. Este cenário, no qual a maioria dos consumidores está em situação financeira pior que a do ano

passado, voltou a se repetir em 2016, indicando que o faturamento do comércio para o Natal neste ano será menor, comparado com anos anteriores.

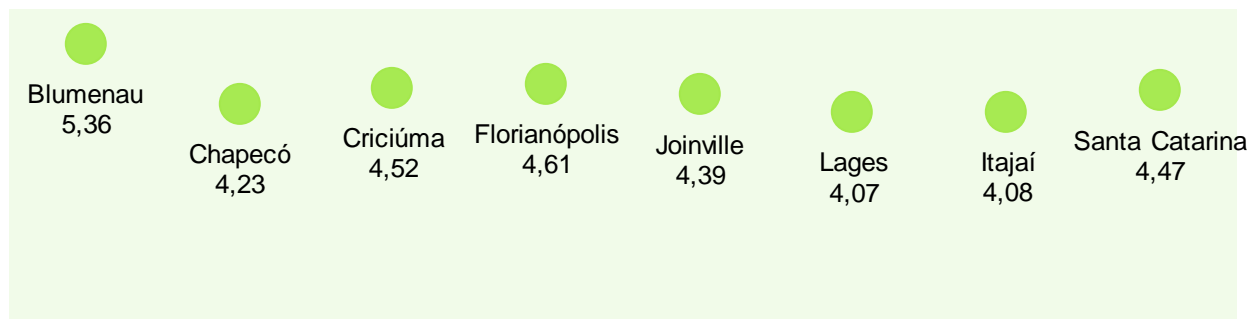
Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior





Foi perguntado também quantos presentes se pretende comprar. A média do estado ficou em 4,47 por consumidor, resultado próximo ao apurado ano passado (4,7). Essa compra de múltiplos 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 mais elevado que as demais datas comemorativas. Blumenau é o município no qual se comprarão mais presentes por consumidor (5,36).

Número de presentes



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Assim, a Fecomércio SC e a FCDL/SC também se interessaram em saber quais são seriam as pessoas presenteadas em primeiro lugar. Os catarinenses pretendem presentear primeiramente seus filhos (45,7%), depois seus pais (16,2%) e seus cônjuges (11,1%), como pode ser observado na tabela abaixo:

Presenteado

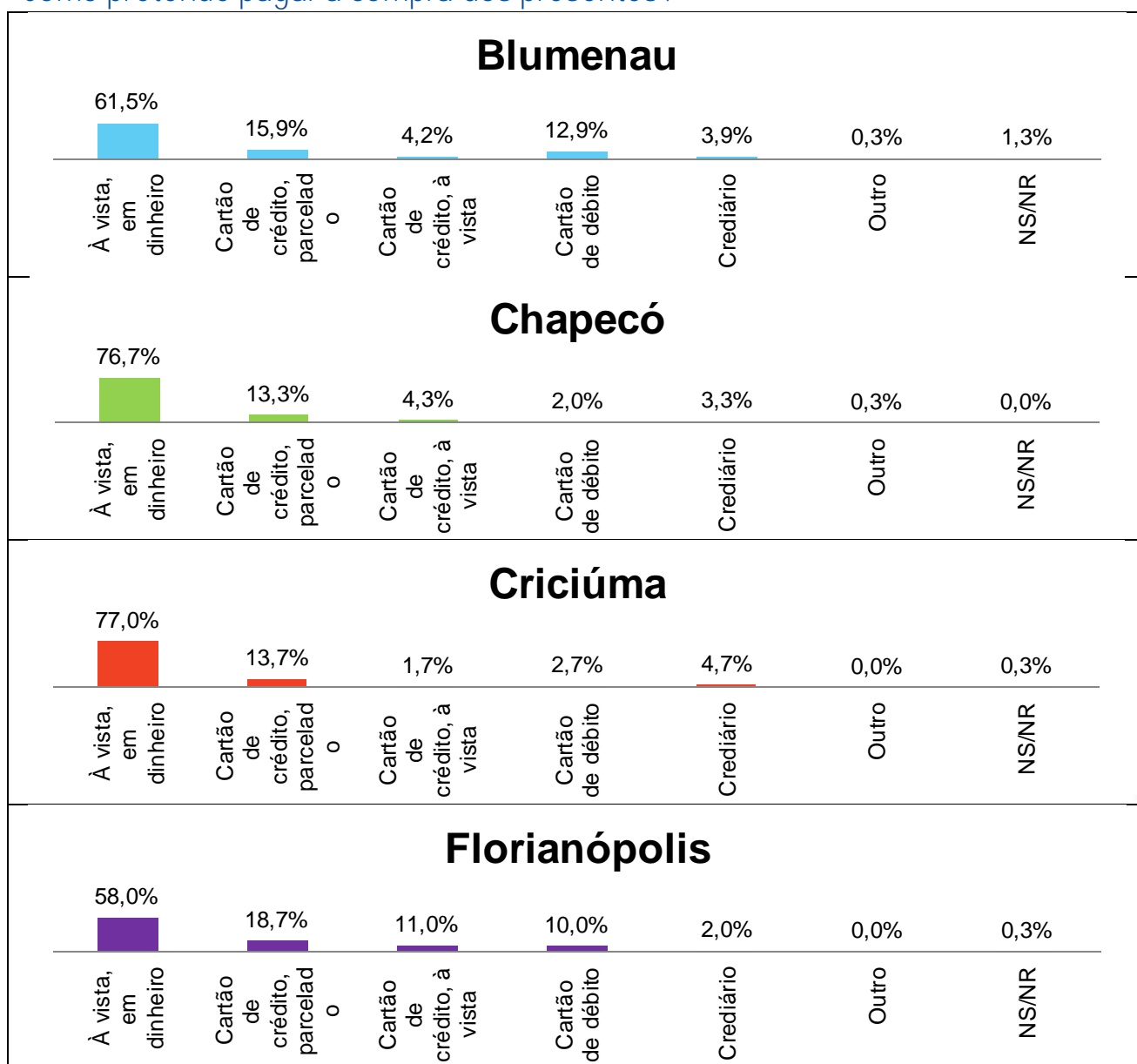
Parentesco	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Filhos	48,5%	48,3%	42,7%	38,7%	48,8%	57,0%	35,8%	45,7%
Pais	13,6%	13,3%	21,0%	14,0%	14,3%	17,2%	20,1%	16,2%
Cônjuge	10,4%	9,0%	10,3%	12,3%	12,6%	4,5%	18,4%	11,1%
Netos	10,4%	4,3%	8,0%	10,0%	6,6%	7,2%	4,3%	7,3%
Namorados	2,9%	7,7%	7,7%	7,7%	4,0%	1,7%	4,7%	5,2%
Irmãos	3,6%	3,3%	3,0%	4,3%	4,0%	2,4%	4,0%	3,5%
Amigos	1,3%	1,0%	0,7%	2,7%	2,3%	0,3%	1,0%	1,3%
Avós	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Outros	9,1%	12,7%	6,3%	10,3%	7,0%	9,6%	11,7%	9,5%
NS/NR	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%

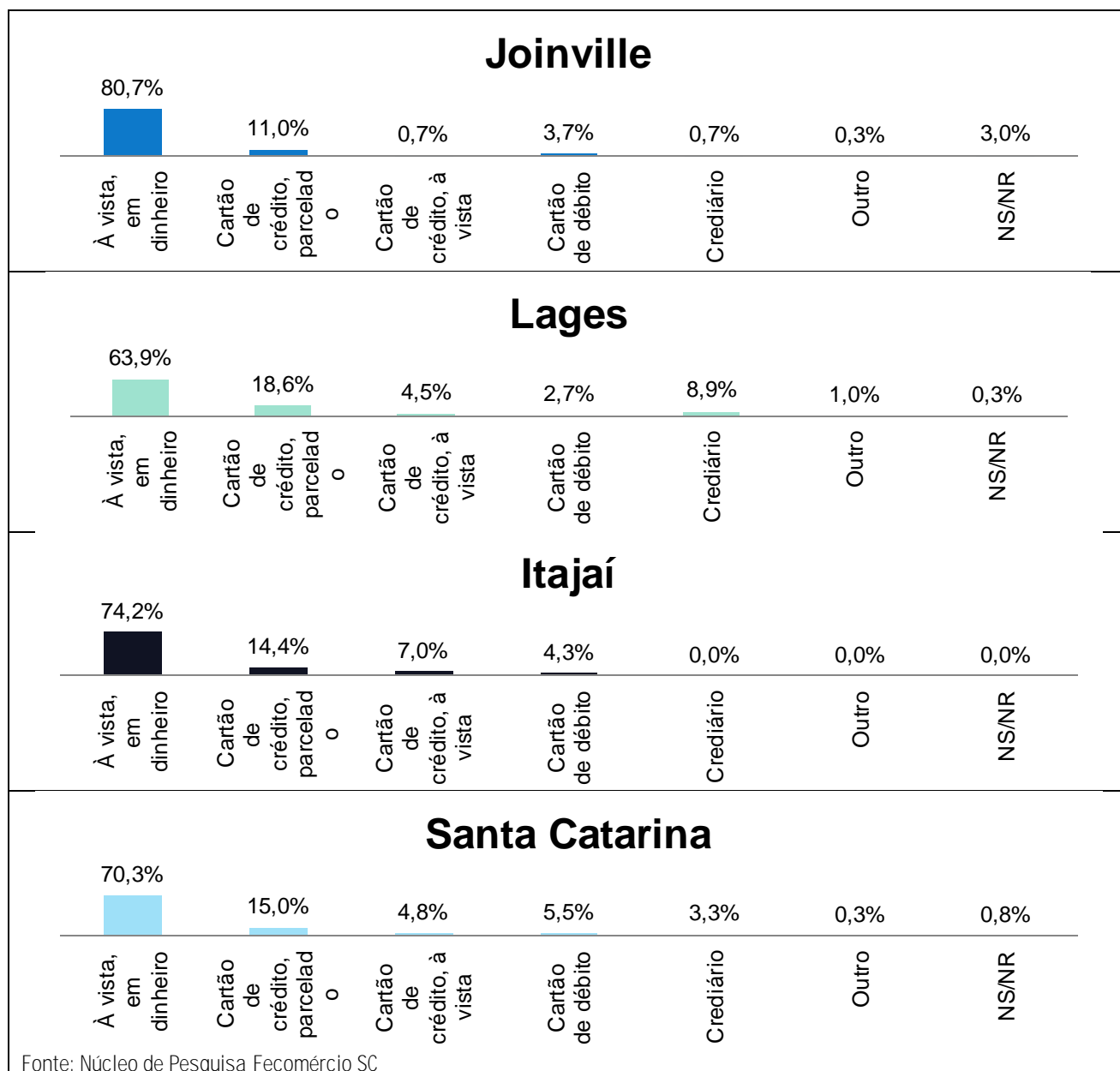
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores tem como objetivo pagá-las à vista. A opção em dinheiro foi a mais lembrada (70,3%) pelos catarinenses, sendo seguida pela compra parcelada no cartão de crédito (15,0%) e pelo cartão de débito (5,5%). 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.

Como pretende pagar a compra dos presentes?

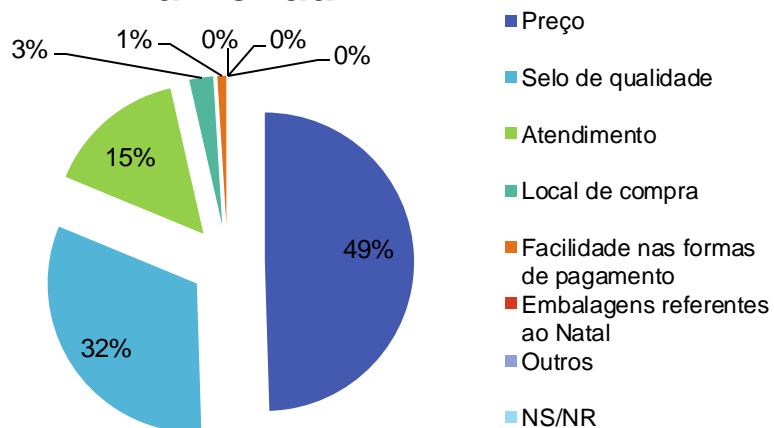




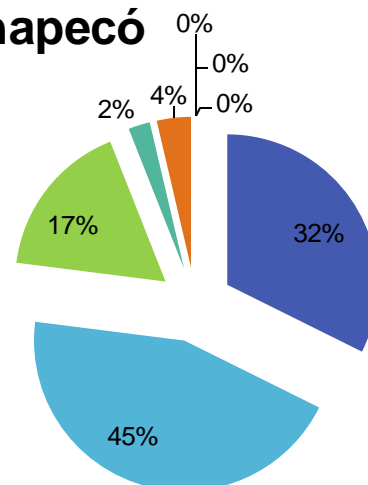
Para o empresário, é importante saber que tipo de atributos o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Esta informação é importante para que os comerciantes possam direcionar esforços para atrair os consumidores. Assim, é perceptível que a preocupação com o preço dos produtos é central (48%), seguido pelo selo de qualidade (31%) 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

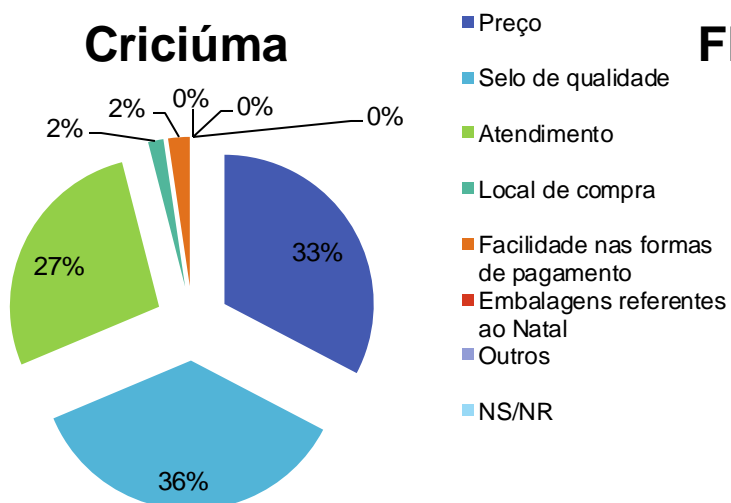
Blumenau



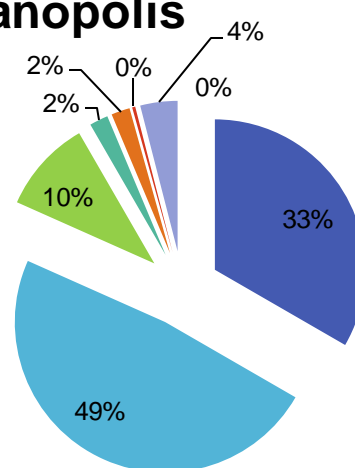
Chapecó

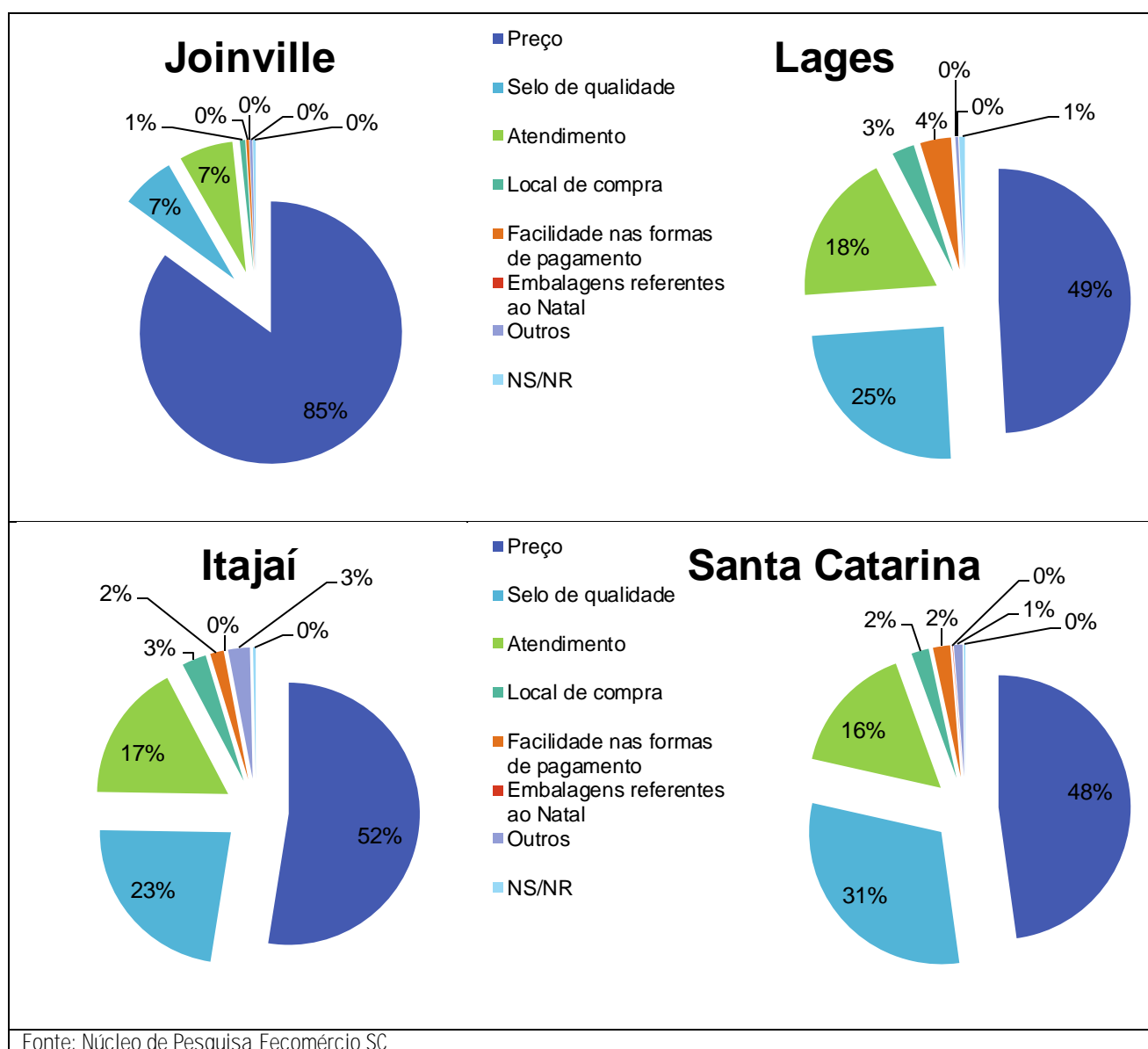


Criciúma



Florianópolis



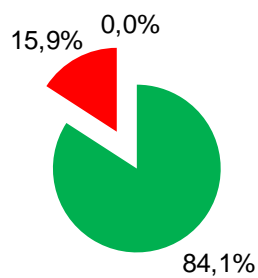


Confirma a visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina o fato de que 79,7% dos entrevistados irá realizar pesquisa de preço para o Natal. Resultado que é semelhante em todas as cidades que compõe a pesquisa, mostrando uma forte tendência do catarinense. Os dados por cidade podem ser vistos abaixo:

Pesquisa de preços

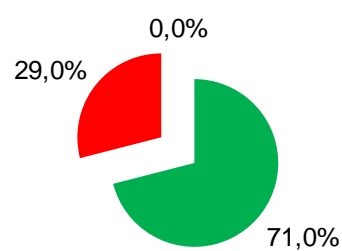
Blumenau

■ Sim ■ Não ■ NS/NR



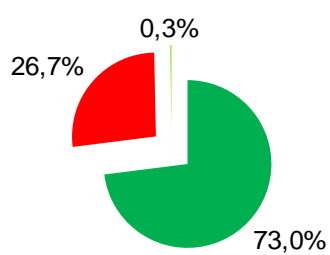
Chapecó

■ Sim ■ Não ■ NS/NR



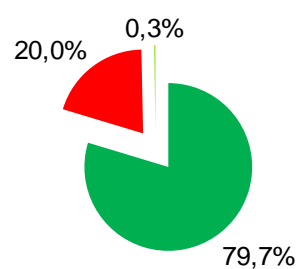
Criciúma

■ Sim ■ Não ■ NS/NR



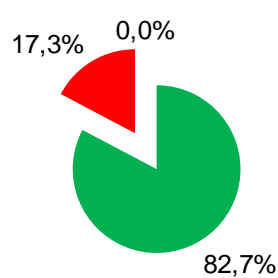
Florianópolis

■ Sim ■ Não ■ NS/NR



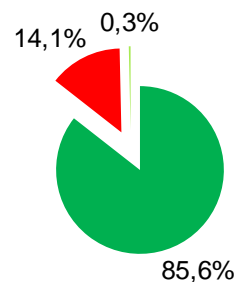
Joinville

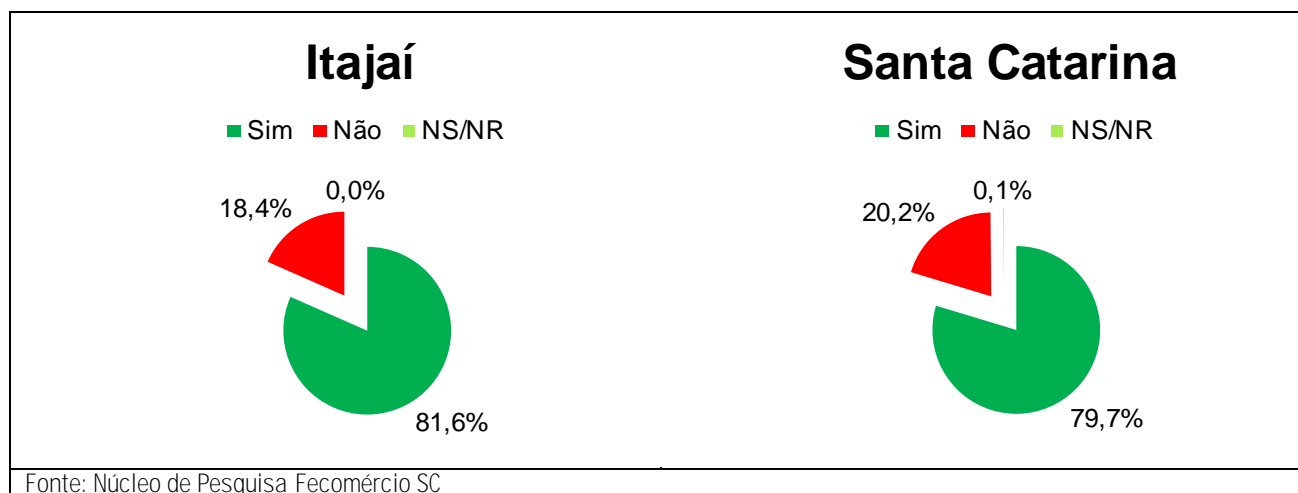
■ Sim ■ Não ■ NS/NR



Lages

■ Sim ■ Não ■ NS/NR





Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua vai ser a opção da maioria dos catarinenses (77,5%), seguido pelos Shoppings Centers (13,6%). 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	76,4%	80,3%	79,0%	65,0%	78,1%	91,8%	72,6%	77,5%
No shopping	13,3%	13,3%	12,0%	19,7%	15,6%	2,1%	19,1%	13,6%
Na internet	3,6%	3,3%	1,7%	10,7%	2,0%	1,7%	5,7%	4,1%
No camelô	0,0%	1,3%	1,3%	1,3%	0,3%	0,0%	1,7%	0,9%
Outro	0,6%	1,3%	2,3%	1,0%	2,0%	1,7%	0,7%	1,4%
NS/NR	6,1%	0,3%	3,7%	2,3%	2,0%	2,7%	0,3%	2,5%

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 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 (44,9%), seguido pelo setor de brinquedos (28,3%) e pelos calçados (5,4%). Abaixo a questão pode ser vista com maior nível de detalhamento:

Setores

	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Vestuário	45,6%	42,2%	44,8%	39,1%	46,8%	44,1%	52,2%	44,9%
Brinquedos	28,5%	29,2%	30,7%	25,2%	25,5%	32,4%	26,8%	28,3%
Calçados	5,5%	7,8%	4,9%	4,2%	3,0%	7,7%	4,8%	5,4%
Perfumaria/ cosméticos	5,3%	5,1%	4,9%	6,1%	2,3%	5,1%	4,1%	4,7%
Eletrônicos	8,6%	3,4%	2,7%	6,4%	3,0%	3,1%	5,1%	4,6%
Móveis/ Decoração/ Utilidades domésticas	0,9%	3,2%	0,2%	2,6%	0,9%	1,8%	0,8%	1,5%
Óticas/jóias/ relógios	1,1%	1,0%	1,8%	2,8%	0,5%	1,5%	0,3%	1,3%
Cama, mesa e banho	0,2%	0,5%	3,4%	0,9%	2,8%	0,5%	0,3%	1,3%
Livraria/papelaria	0,7%	0,2%	0,4%	2,6%	0,7%	0,0%	0,5%	0,7%
Informática	0,2%	0,0%	0,4%	0,7%	0,2%	0,0%	1,3%	0,4%
Carro/moto	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Outro	1,8%	5,1%	4,5%	5,2%	11,5%	2,6%	3,8%	4,9%
NS/NR	1,8%	1,7%	1,1%	4,2%	2,6%	1,3%	0,3%	1,9%

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, 34,7% 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 (64,0%), 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	50,5%	70,7%	64,0%	70,7%	52,5%	67,0%	72,9%	64,0%
Sim, nos dois feriados	25,9%	13,3%	15,0%	7,3%	23,6%	11,0%	15,1%	16,0%
Sim, no Ano novo	13,3%	10,3%	13,3%	11,0%	15,3%	16,2%	4,7%	12,0%
Sim, no Natal	8,4%	5,7%	7,3%	9,0%	5,0%	4,5%	7,0%	6,7%
NS/NR	1,9%	0,0%	0,3%	2,0%	3,7%	1,4%	0,3%	1,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A Fecomércio SC e a FCDL/SC perguntaram o destino da viagem. A maioria optará por viajar pelo próprio estado (35,5%), dinamizando a economia local. Em seguida apareceu o estado do Paraná (7,5%) e Rio Grande do Sul (5,1%). Abaixo é possível observar a questão com maior detalhe:

Viajar para onde?

Destino	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Santa Catarina	32,7%	64,8%	30,5%	50,6%	28,0%	74,2%	17,4%	35,5%
Paraná	6,5%	8,0%	3,4%	6,9%	10,5%	5,2%	10,5%	7,5%
Rio Grande do Sul	1,3%	19,3%	7,3%	10,3%	1,0%	11,3%	2,6%	5,1%
São Paulo	2,9%	1,1%	0,9%	5,7%	3,4%	1,0%	4,7%	2,8%
Rio de Janeiro	1,6%	1,1%	1,3%	9,2%	1,0%	1,0%	2,1%	1,8%
Nordeste	0,6%	1,1%	0,4%	8,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
Internacional	1,0%	1,1%	2,6%	2,3%	0,07%	0,0%	0,0%	0,8%
Outro	1,3%	3,4%	53,6%	5,7%	30,1%	2,1%	5,8%	9,2%
NS/NR	52,1%	0,0%	0,0%	1,1%	25,3%	5,2%	56,8%	36,5%

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, 63,8% informaram que recebem décimo terceiro e que, destes, a prioridade será o pagamento de dívidas (31,5%). Lages se destaca com o maior percentual (40,6%) destinado às dívidas.

Décimo terceiro salário

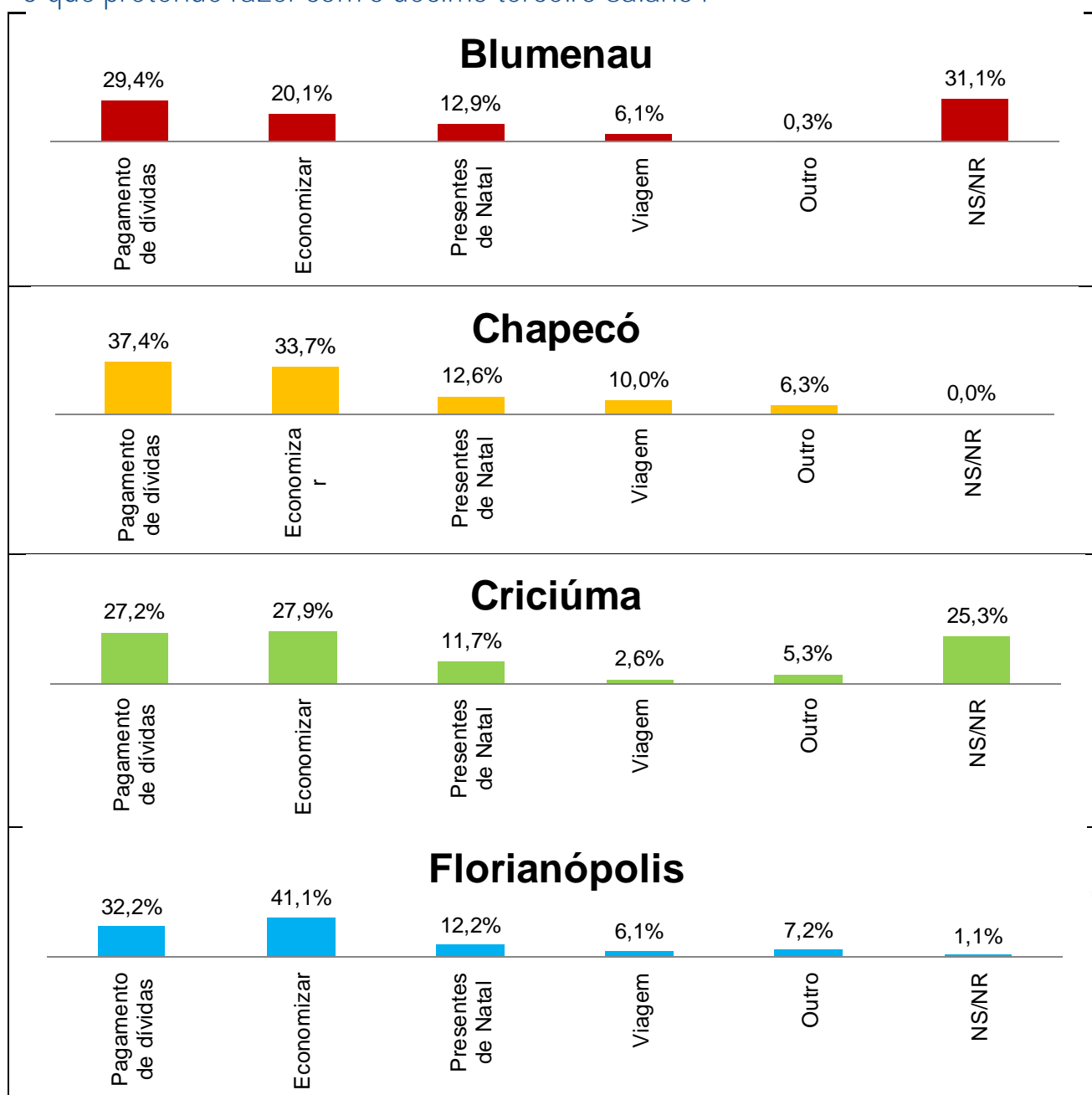
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Sim	69,6%	63,3%	63,0%	60,0%	64,1%	59,5%	66,6%	63,8%
Não	30,4%	36,7%	37,0%	40,0%	35,9%	40,5%	33,4%	36,2%

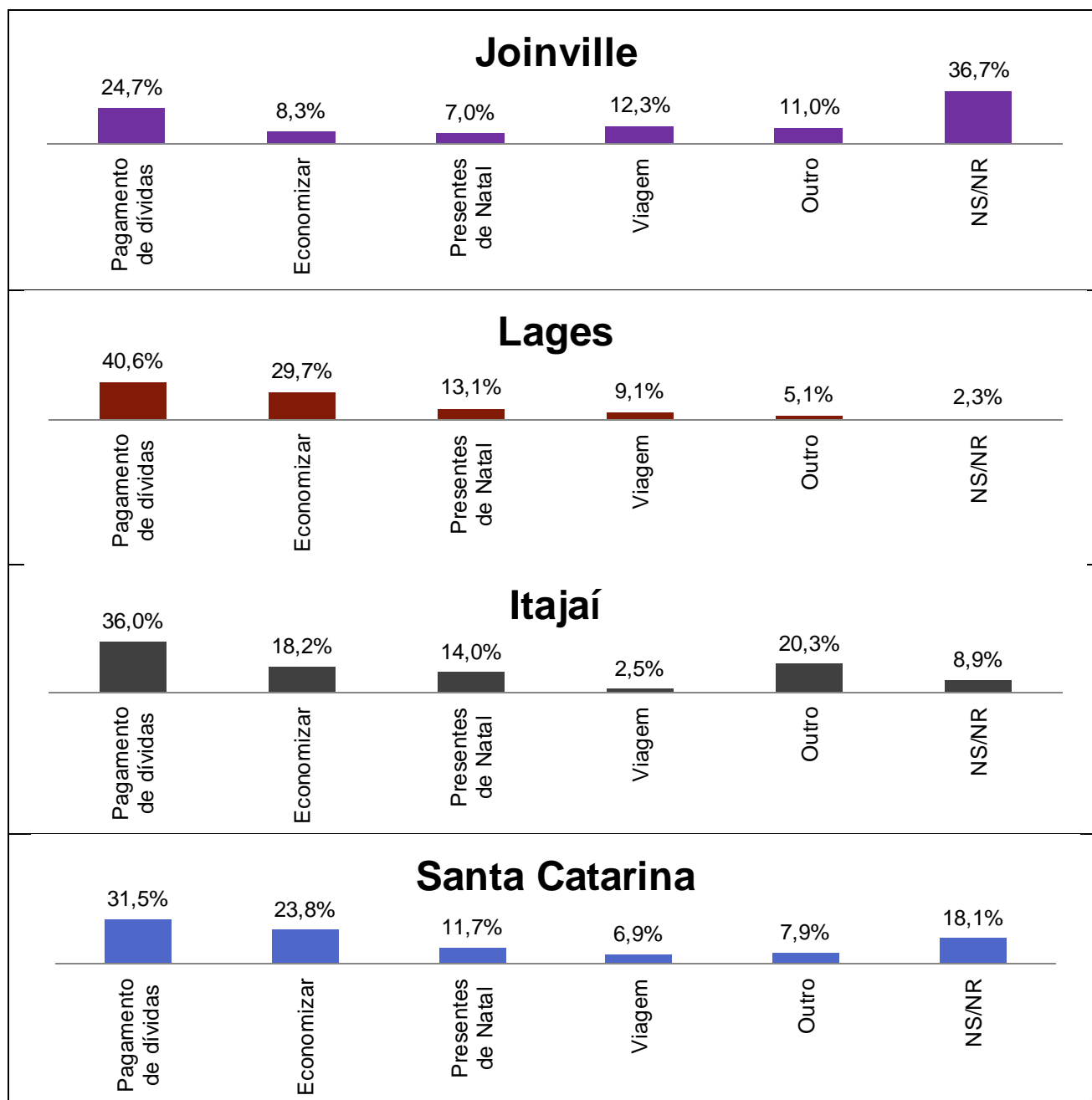
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A segunda opção para destinação do décimo terceiro é para economizar (23,8%).

Em seguida, a opção mais citada pelos entrevistados foi a compras de presentes de Natal. O percentual de 11,7% é expressivo para a movimentação do comércio. Itajaí foi a cidade que informou em maior quantidade que irá destinar o décimo terceiro para compras de presentes de Natal (14,0%).

O que pretende fazer com o décimo terceiro salário?





Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A pesquisa realizada pela Fecomércio SC e FCDL/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 (33,2%), se comparada ao ano anterior. Situação que voltou a se repetir em 2016, como em 2015. 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 pequena variação positiva no gasto médio de 6,5% (R\$ 446,43). O valor é abaixo da inflação acumulada do período (IPCA: 7,87% em outubro no acumulado de 12 meses).

A maioria dos consumidores afirmou que pagarão suas compras à vista, em dinheiro, como a principal opção de pagamento (70,3%), seguido pelo cartão de crédito parcelado (15,0%) e o cartão de débito (5,5%). Adicionalmente, foi possível verificar que para 11,7% dos entrevistados a prioridade de destinação do décimo terceiro é a compra de presentes de Natal. Alternativas utilizadas para destinação do décimo terceiro são: pagar dívidas (31,5%), a resposta majoritária, e economizar (23,8%).

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 4,47 presentes. Os produtos do setor de vestuário (44,9%) e brinquedos (28,3%) devem ser os mais procurados neste Natal.

A pesquisa indica que os presentes serão direcionados para os filhos (45,7%), pais (16,2%) ou cônjuges (11,1%) dos consumidores. Este comportamento é similar ao observado em 2015, 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: 79,7% da amostra. Para grande parte dos consumidores (48,0%), 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 (31%) e o atendimento do estabelecimento comercial (16%). Além das compras de Natal, os feriados de final de ano movimentam o setor turístico. Da amostra, 34,7% devem viajar, a maior parte nos dois feriados (16,0%), especialmente com destino para cidades de Santa Catarina (35,5%).