

CAPA

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

Pesquisa Avaliação Consumidores Natal 2023

O perfil do consumidor e a avaliação do comércio no
período de Natal em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Janeiro de 2024

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
STATUS DA COMPRA	3
REALIZARAM COMPRAS	5
Perfil socioeconômico	5
Avaliação do atendimento	13
Comemoração	14
NÃO REALIZOU COMPRAS	15
ONDA DE CALOR	18
CONCLUSÃO	20

INTRODUÇÃO

O Natal é a data comemorativa mais esperada pelo comércio, pois movimenta diversos segmentos de produtos, de vestuário até brinquedos e chocolates. A pesquisa Panorama dos Pequenos varejistas, uma parceria entre a Fecomércio SC e a Zucchetti apontou que o Natal foi apontado por 42% dos entrevistados como a data que mais impacta os negócios (Fecomércio SC & Zucchetti, 2023).

A pesquisa de Avaliação de compras mapeia os dados das compras sazonais já efetivadas pelos consumidores para as diversas datas importantes para o comércio. O relatório está dividido em cinco capítulos, abordando o comportamento do consumidor que comprou; os que não compraram para a data e um capítulo sobre compra realizadas devido às ondas de calor ocorridas em novembro e dezembro, além da introdução e as considerações finais da pesquisa.

2100 consumidores foram entrevistados em sete cidades: Florianópolis, Criciúma, Chapecó, Blumenau, Joinville, Lages e Itajaí, entre os dias 26 de dezembro de 2023 a 05 de janeiro de 2024. A pesquisa tem significância de 95% e uma margem de erro estimada de 5,8% para os municípios e de 2,3% para o estado. A metodologia aplicada foi a de pesquisa quantitativa por amostragem. A técnica de coleta de dados foi a de entrevista pessoal individual aplicada com base em questionário estruturado. O universo foi composto por homens e mulheres maiores de 18 anos.

STATUS DA COMPRA

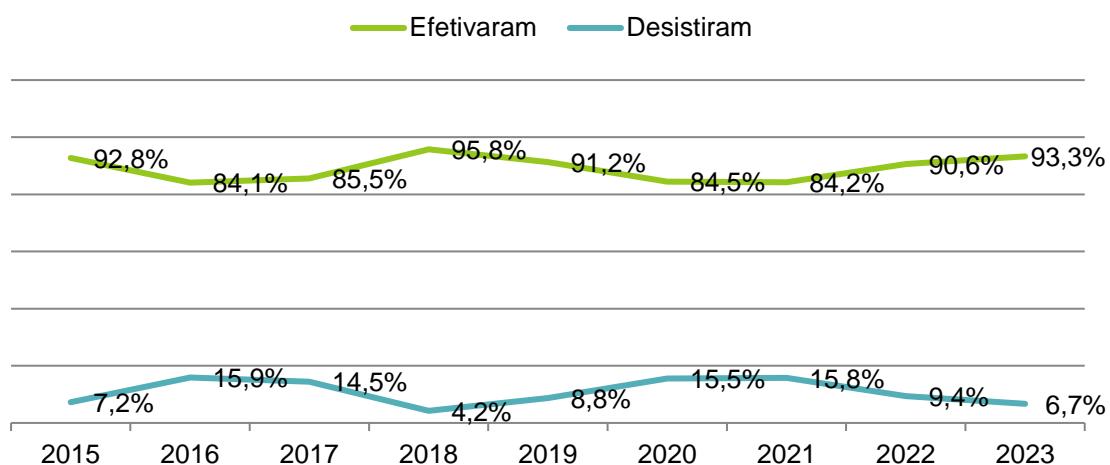
Inicialmente, a pesquisa questiona se o consumidor realizou compras de presentes para a data. Em 2023, 88,6% dos consumidores catarinenses afirmaram ter feito compras de presentes de Natal. Dentre esses, quase 10% realizaram compras não planejadas, enquanto 11,4% optaram por não adquirir presentes para a ocasião.

Realização das compras	
	%
Realização das compras	
Comprei, já tinha intenção	79,4%
Comprei, não tinha intenção (compras não planejadas)	9,2%
Não comprei, não tinha intenção	5,7%
Não comprei, mas tinha intenção	5,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

A pesquisa de Avaliação acompanha o indicador de efetivação de compras das diversas datas desde o seu lançamento. Esse indicador é calculado levando em consideração os consumidores que afirmaram ter a intenção de comprar, permitindo calcular se efetivamente concretizaram a compra. Em 2023, o percentual de efetivação de compras de Natal atingiu 93,3%, representando o indicador mais positivo pós-pandemia.

Efetivação



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Em 2023, a nova metodologia da pesquisa, conduzida de forma presencial e com uma amostragem mais abrangente nas sete cidades pesquisadas, proporcionou dados significativos sobre o comportamento do consumidor nessas localidades. Um dos insights obtidos diz respeito à realização de compras, destacando que a capital Florianópolis foi a cidade com maior índice de

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2023

consumidores realizando compras para a data (93%). Além disso, Itajaí registrou o maior percentual de compras não planejadas (19,3%) e também é a cidade com a maior proporção de consumidores que optaram por não fazer compras para a ocasião (23,7%).

Cidade	Cidade X Realização das compras para a data			
	Realização das compras			
	Comprou, já tinha intenção	Comprou compras não planejadas	Não comprou, mas tinha intenção	Não comprou, não tinha intenção
Florianópolis	91,7%	1,3%	4,3%	2,7%
Lages	81,7%	5,3%	8,7%	4,3%
Blumenau	75,0%	13,0%	4,7%	7,3%
Joinville	85,3%	7,7%	5,7%	1,3%
Criciúma	81,7%	11,7%	4,7%	2,0%
Chapecó	83,3%	6,0%	2,3%	8,3%
Itajaí	57,0%	19,3%	9,7%	14,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O próximo capítulo da pesquisa aborda os consumidores que realizaram compras para a data, planejadas ou não (88,6%), investigando seu perfil de consumo, comportamento de compra e avaliação do atendimento.

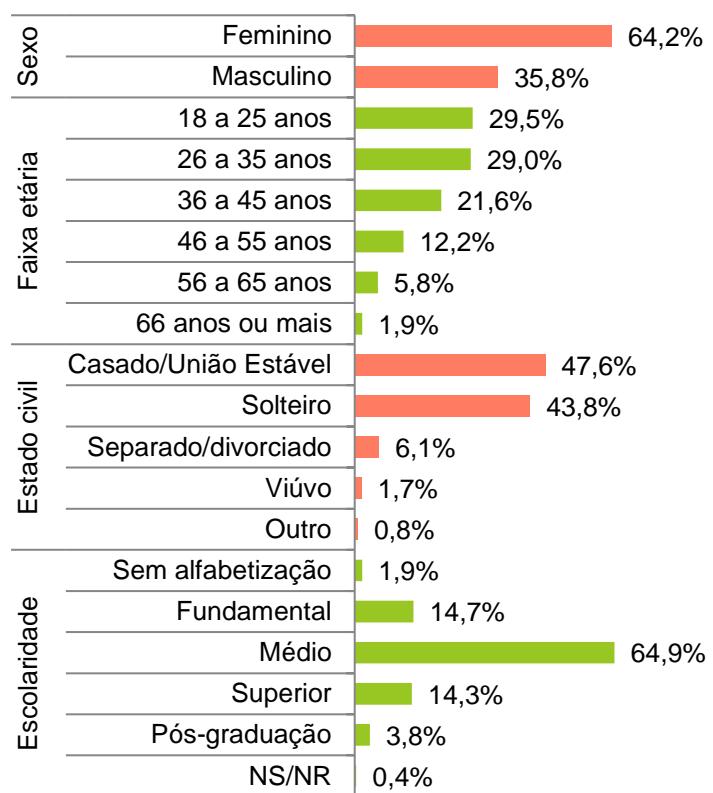
REALIZARAM COMPRAS

Este capítulo engloba todos os consumidores que realizaram compras, planejadas ou não, para o Dia dos Pais (88,6%). O primeiro aspecto analisado é o perfil socioeconômico desses consumidores.

Perfil socioeconômico

O primeiro ponto abordado na pesquisa é o perfil socioeconômico do consumidor, uma vez que o comportamento de compra está diretamente relacionado a ele. Características como idade, sexo e renda, por exemplo, exercem uma influência significativa nas decisões de compra.

Perfil socioeconômico



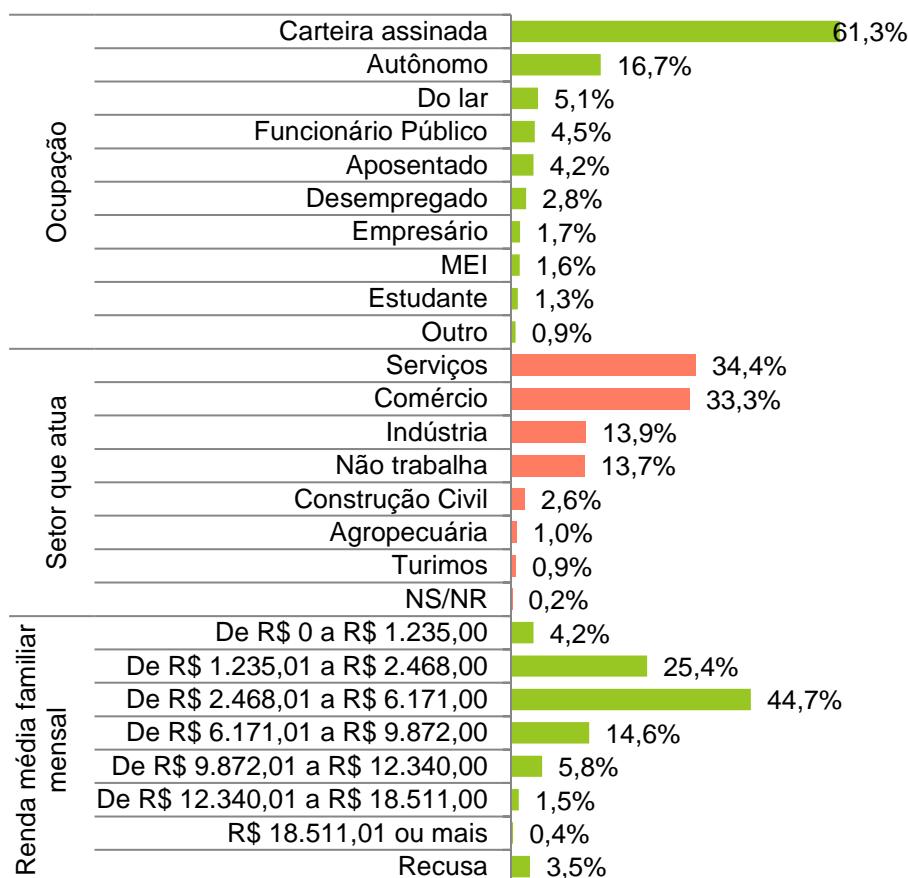
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

A média de idade dos consumidores que realizaram compras é de 34,5 anos, sendo que as consumidoras do sexo feminino representam a maioria (64,2%). Isso reflete um padrão social em que as mulheres assumem predominantemente

as compras para a família, alinhando-se ao fato de que 47,6% dos consumidores se declaram casados ou em uma união estável.

No que diz respeito à ocupação, a maioria dos consumidores atua com carteira assinada (61,3%), seguida pelos autônomos (16,7%) e aqueles que desempenham atividades domésticas como do lar (5,1%). Esses consumidores estão predominantemente empregados nos setores de serviços (34,4%) e comércio (33,3%). Além disso, 74,2% possuem uma renda média familiar mensal de até R\$6.171,00.

Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Os dados do perfil socioeconômico auxiliam os empresários na elaboração de suas campanhas de venda e marketing, sendo utilizados em diálogo com as informações sobre o comportamento de compra para a data.

Características da data

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2023

A pesquisa questiona se o consumidor teve êxito na realização de suas compras para a data, ou seja, se encontrou e comprou o item desejado. Essa questão é crucial, pois, pela perspectiva do consumidor, indica se o comércio manteve seus estoques abastecidos e ofereceu diversidade de produtos. Historicamente, os consumidores têm tido êxito, mantendo-se sempre na faixa dos 90%. Em 2023, o indicador de êxito volta a crescer, após uma leve queda em 2022.

Encontrou	Evolução êxito da compra								
	Ano								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Sim	94,9%	92,0%	94,4%	93,6%	94,8%	94,1%	97,4%	92,6%	94,0%
Não	3,4%	4,0%	1,8%	3,9%	1,5%	3,2%	0,3%	3,0%	2,8%
Parcialmente	1,7%	4,0%	3,8%	2,5%	3,7%	2,7%	2,3%	4,4%	3,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

A pesquisa também analisa os critérios de compra. No campo do marketing, considera-se a existência de quatro atributos básicos na decisão de compra para um consumidor: Produto, Praça, Preço e Promoção. Dessa forma, na pesquisa, os consumidores tiveram a oportunidade de atribuir uma nota de 1 a 10, indicando o quanto cada item influenciou em sua decisão de compra, onde 1 significa que não influenciou e 10 significa que influenciou totalmente.

Em 2023, as características dos produtos novamente se destacam como o principal critério (8,9), e a localização, que havia sido o principal critério em 2022, fica em segundo lugar. No entanto, o destaque vai para o critério promoção, relacionado à divulgação dos produtos, que pela primeira vez supera a marca de 8 pontos, alinhando-se com os demais critérios. Isso sugere que os consumidores foram mais influenciados por diversas propagandas durante as compras de Natal em 2023.

Atributo	Evolução atributos de decisão de compra								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Produto	8,9	8,9	9,0	8,9	9,1	9,2	8,9	8,5	8,9
Praça	8,7	8,7	8,2	8,6	8,8	9,3	8,8	8,8	8,7
Preço	7,5	8,4	7,6	7,9	8,3	8,4	8,1	7,7	8,5
Promoção	7,3	5,4	5,8	5,3	6,8	6,8	7,3	6,6	8,3

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outra característica marcante da data é a compra de múltiplos presentes, evidenciada pela observação da quantidade média de presentes, consistentemente superior a 4 unidades. Em 2023, a quantidade de presentes permaneceu estável.

Ano	Evolução quantidade de presentes								
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Quantidade	5,75	5,21	5,5	4,63	4,21	4,22	4,61	4,63	

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2023

O gasto médio em 2023 foi o maior da série histórica, atingindo R\$590,00, representando um aumento de 17,6% em comparação com os gastos de 2022 e superando os níveis pré-pandemia. Isso indica que o consumidor estava disposto a desembolsar valores significativos para concretizar suas compras, embora de maneira controlada, como será observado nos demais dados que a pesquisa apurou.

Ano	Evolução gasto médio				
	2019	2020	2021	2022	2023
Gasto médio	R\$ 515,27	R\$ 448,61	R\$ 474,32	R\$ 501,52	R\$ 590,00

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A cidade onde os consumidores mais gastaram com presentes de Natal foi Florianópolis, atingindo a média de R\$932,52. É importante lembrar que foi também na capital onde os consumidores mais realizaram compras para a data. As demais cidades apresentaram comportamentos mais semelhantes, exceto Joinville, que teve o único gasto médio inferior aos R\$500, totalizando R\$464,56.

Cidade	Cidade X Gasto médio	
		Gasto médio
Florianópolis		R\$ 932,52
Criciúma		R\$ 631,38
Itajaí		R\$ 631,09
Blumenau		R\$ 617,33
Chapecó		R\$ 575,95
Lages		R\$ 505,86
Joinville		R\$ 464,56

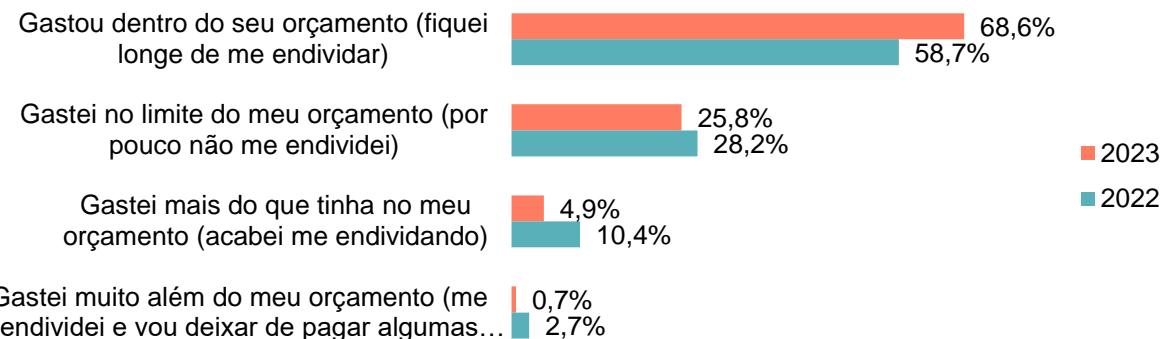
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

O Natal antecede gastos importantes para o consumidor, como férias, impostos de imóveis e veículo, e volta às aulas, entre outros. Dessa forma, a pesquisa apurou se, para a realização das compras de presentes e comemoração do Natal, os consumidores ficaram dentro ou fora do orçamento previsto.

Em 2023, os consumidores demonstraram maior planejamento, com sete em cada dez conseguindo manter-se dentro do orçamento para as compras da data (68,6%), representando um aumento de 9,9 pontos percentuais em comparação com 2022. Também houve uma considerável redução entre aqueles que se endividaram (queda de 5,5 pontos percentuais), e menos de 1% chegou a se endividar ao ponto de deixar de pagar contas em 2023 (0,7%)

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2023

Como gastou



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Ao analisar a evolução da forma como os consumidores gastaram e o gasto médio, observa-se que aqueles que conseguiram evitar endividamento apresentaram um gasto médio inferior a R\$600,00.

Evolução de como gasto X Gasto médio
Como gastou

Ano	Gastou dentro do seu orçamento	Gastei no limite do meu orçamento	Gastei mais do que tinha no meu orçamento	Gastei muito além do meu orçamento
2022	R\$ 432,50	R\$ 502,35	R\$ 808,00	-
2023	R\$ 507,01	R\$ 647,03	R\$ 786,90	R\$ 761,82

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

O Natal é uma data marcada pela diversidade de segmentos de presentes, já que os consumidores presenteiam várias pessoas, adquirindo uma quantidade maior de itens em comparação com outras ocasiões. Em 2023, essa diversificação se mostrou bastante acentuada, com os consumidores dividindo suas compras em itens de vestuário (33,7%) — a menor porcentagem da série histórica para esse segmento —, seguido por calçados (17,7%), brinquedos (17,1%) e chocolates (8,9%), que se destacaram como os principais segmentos de presentes.

Segmentos comprados por ano

Segmento	Ano								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Vestuário	42,4%	41,2%	44,1%	40,5%	44,3%	43,3%	37,6%	40,0%	33,7%
Calçados	13,4%	12,5%	16,3%	16,0%	17,6%	14,3%	11,8%	12,3%	17,7%
Brinquedos	20,6%	21,8%	19,3%	22,8%	15,9%	20,3%	23,6%	19,7%	17,1%
Chocolates	3,9%	4,2%	3%	4,7%	3,4%	4,7%	2,9%	6,0%	8,9%
Eletrônicos	4,6%	5,5%	4,9%	4,4%	4,8%	3,5%	3,6%	3,9%	4,5%
Outro	3,2%	3,6%	2,1%	2,7%	3,3%	4,2%	7,3%	5,1%	4,5%
Perfumaria/cosméticos	4,4%	3,3%	4,1%	4,1%	4,4%	3,4%	7,7%	7,8%	4,4%
Bijuterias	1,4%	0,8%	0,9%	0,9%	1,1%	1,7%	0,7%	0,6%	3,0%
Óculos, joias e relógios	1,5%	2,4%	1,4%	0,9%	2,0%	0,0%	0,5%	1,8%	1,8%
Celulares/smartphones	2,1%	2,1%	1,2%	0,5%	0,5%	1,2%	1,1%	0,6%	1,4%
Decoração	0,8%	0,7%	0,9%	0,6%	1,2%	1,7%	1,6%	0,2%	1,4%

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2023

Cama/Mesa/Banho	0,4%	1,0%	0,6%	0,8%	0,6%	1,2%	0,5%	0,8%	1,1%
Livros	1,2%	0,9%	0,9%	0,9%	0,6%	0,3%	1,1%	0,8%	0,6%
Carro/moto	-	-	-	0,2%	0,2%	0,3%	0%	0%	0,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Ao observar os segmentos pela ótica do gasto médio para cada um, nota-se que os itens com maior valor agregado, conforme esperado, apresentam as maiores médias. Os consumidores que compraram celulares e smartphones, por exemplo, tiveram um gasto médio mais elevado (R\$1.927,20), seguidos pelos eletrônicos (R\$1.045,17). Em seguida, temos o vestuário (R\$575,31), que se aproxima bastante da média geral de gastos.

Segmentos	Evolução gasto médio por segmento								
	Ano								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Celulares/smartphones	-	-	-	-	-	-	-	-	R\$ 1.927,20
Eletrônicos	R\$ 1.157,24	R\$ 750,74	R\$ 1.226,25	R\$ 1.254,89	R\$ 1.081,03	R\$ 1.488,05	R\$ 1.221,25	R\$ 567,86	R\$ 1.045,17
Óculos, joias e relógios.	-	-	-	-	R\$ 331,92	-	-	-	R\$ 575,31
Vestuário	R\$ 330,44	R\$ 185,38	R\$ 295,05	R\$ 357,73	R\$ 313,06	R\$ 418,72	R\$ 387,35	R\$ 374,29	R\$ 424,64
Cama/Mesa/Banho	-	-	-	-	-	-	-	-	R\$ 418,16
Decoração	-	-	-	-	-	R\$ 385,00	-	-	R\$ 339,79
Brinquedos	R\$ 233,53	R\$ 178,74	R\$ 229,17	R\$ 254,45	R\$ 217,20	R\$ 313,23	R\$ 251,90	R\$ 226,39	R\$ 312,68
Calçados	R\$ 254,93	R\$ 160,81	R\$ 247,76	R\$ 233,25	R\$ 267,05	R\$ 293,93	R\$ 235,85	R\$ 254,89	R\$ 297,92
Outro	R\$ 376,52	R\$ 395,45	R\$ 264,29	R\$ 603,53	R\$ 336,67	R\$ 566,76	R\$ 344,72	R\$ 415,45	R\$ 296,83
Perfumaria/cosméticos	R\$ 190,91	R\$ 133,30	R\$ 229,26	R\$ 200,85	R\$ 285,89	R\$ 269,25	R\$ 239,44	R\$ 252,55	R\$ 250,26
Bijuterias	-	-	-	-	-	R\$ 244,00	-	-	R\$ 206,45
Chocolate	R\$ 106,43	R\$ 91,68	R\$ 87,95	R\$ 135,07	R\$ 83,40	R\$ 109,11	R\$ 60,53	133,3	R\$ 144,94
Livros	-	-	-	-	-	-	-	-	R\$ 110,67

*Nota: entre os segmentos com menos de dez citações não foi possível realizar o cálculo da média.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O local de compra é um importante indicador do comportamento do consumidor, e nota-se estabilidade no principal local, o comércio de rua (62,7%). No entanto, pela primeira vez, os shoppings ficaram em terceiro lugar (11,2%), sendo superados pela compra online (13,2%), que permaneceu estável, mas registrou crescimento em outros canais, como mercados e camelôs. A compra pela internet ultrapassou os 10% em 2020, refletindo os impactos da pandemia, mas vem se tornando mais comum entre os consumidores de compras sazonais.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2023

Local da compra	Evolução local da compra								
	Ano								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Comércio de rua	63,6%	66,9%	62,2%	68,6%	66,9%	61,1%	58,7%	62,4%	62,7%
Internet	3,0%	4,8%	8,6%	3,6%	5,9%	14,4%	11,5%	13,1%	13,2%
Shopping	29,0%	23,4%	24,5%	24,2%	22,8%	21,6%	20,4%	19,9%	11,2%
Mercado						2,2%	8,2%	3,3%	8,0%
Outro	2,2%	2,6%	3,4%	1,9%	3,4%	2,2%	0,7%	0,3%	0,6%
Revendedores de porta em porta/catálogo	0,0%	0,2%	0%	0%	0,2%	0,6%	0,5%	1,1%	0,8%
Camelô	2,2%	2,2%	1,2%	1,7%	0,8%	0%	0%	0%	3,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Mesmo com a queda, os shoppings ainda lideram como locais de compra com o maior gasto médio (R\$646,74), conforme observado na série histórica, embora tenham apresentado uma leve diminuição. O gasto online permaneceu estável (R\$627,93), enquanto o comércio de rua registrou crescimento, ficando muito próximo da média geral de gastos. Um destaque notável é para os mercados e supermercados, que apresentaram um considerável aumento, reflexo do aumento nas realizações de compras nesse canal.

Local da compra	Gasto médio por local de compra					
	Gasto médio ano					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Shopping	R\$ 704,36	R\$ 700,42	R\$ 645,00	R\$ 799,29	R\$ 699,00	R\$ 649,74
Internet	R\$ 939,41	R\$ 1.029,28	R\$ 847,28	R\$ 791,51	R\$ 629,37	R\$ 627,93
Comércio de rua	R\$ 517,09	R\$ 499,93	R\$ 429,00	R\$ 357,59	R\$ 510,83	R\$ 577,99
Camelô	-	-	-	-	-	R\$ 521,62
Mercados	*	*	R\$ 171,11	R\$ 435,18	R\$ 188,75	R\$ 514,45
Revendedores de porta em porta/catálogo	-	-	-	-	-	R\$ 393,06

*Nota: entre os segmentos com menos de dez citações não foi possível realizar o cálculo da média.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Agrupando os locais de compras em físicos e online, observa-se pela série histórica que aqueles que compram de maneira remota tendem sempre a investir mais do que aqueles que realizam compras em locais físicos.

Tipo	Relação tipo de compra X Gasto médio			
	Evolução gasto médio			
	2020	2021	2022	2023
Online	R\$ 847,28	R\$ 791,05	R\$ 629,37	R\$ 627,93
Físico	R\$ 432,30	R\$ 473,85	R\$ 469,80	R\$ 557,79

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Outro dado apurado foi o local de compra em relação à geolocalização do estabelecimento físico em relação às cidades, ou seja, se o consumidor comprou em comércios no centro das cidades ou nos bairros. A compra no comércio dos centros urbanos é predominante, representando 79,7% das escolhas.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2023

Geolocalização compra	
Geolocalização	%
Centro	79,7%
Bairro	21,7%
Online	16,4%
Outro	1,6%
Total	119,4%

Nota: Respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A Fecomércio SC tem como bandeira o combate à venda e consumo de produtos piratas. Para combater essa prática, prejudicial tanto para quem compra quanto para o comércio, é essencial contar com dados. Nesse sentido, em suas pesquisas, a Federação acompanha o consumo nas datas sazonais. No Natal de 2023, houve uma queda no consumo desses produtos (6,4%). Contudo, é imperativo continuar a combater essa prática, pois muitos consumidores podem adquirir produtos sem saber a procedência.

Consumo pirataria	Evolução do consumo de pirataria								
	Ano								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Não	94,9%	88,3%	86,9%	92,6%	97,8%	94,9%	94,2%	86,9%	91,8%
Sim	4,9%	8,2%	8,8%	7,1%	2,2%	5,1%	4,6%	9,4%	6,4%
NS/NR	0,2%	3,5%	4,3%	0,2%	0%	0%	1,2%	3,7%	1,8%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A data em que foi registrado o maior volume de compras também foi apurada na pesquisa. Em 2023, o maior percentual foi aquele referente aos consumidores que realizaram suas compras na semana da data (até o dia 23) (49,4%), apresentando um aumento considerável. Em segundo lugar, temos os consumidores que compraram até duas semanas antes da data (18,7%), registrando uma queda.

Período	Evolução período de compra					
	Ano					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Mais de um mês antes	3,9%	2,7%	2,7%	1,4%	2,3%	2,6%
Mais de duas semanas antes	4,2%	4,9%	5,4%	4,6%	8,7%	5,7%
Até duas semanas antes	23,6%	35,0%	30,3%	18,8%	32,2%	18,7%
Na semana da data	47,3%	35,7%	44,5%	56,4%	34,9%	49,4%
Na véspera da data	20,9%	21,7%	14,2%	16,8%	18,5%	17,4%
Na data	-	-	0,7%	0,3%	3,0%	4,0%
Depois da data	-	-	2,2%	1,7%	0,3%	2,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Analizando o período em relação ao gasto médio, observa-se que os consumidores que anteciparam suas compras apresentaram o maior gasto médio. Por exemplo, aqueles que compraram mais de um mês antes gastaram em média R\$ 911,45, possivelmente aproveitando as promoções da Black

Friday. Por outro lado, os consumidores que, por algum motivo, compraram na data apresentaram o menor gasto médio (R\$166,65), talvez precisando realizar compras de última hora para não deixar de presentear.

Período X Gasto médio	
Período	Gasto médio
Mais de um mês antes	R\$ 911,45
Mais de duas semanas antes	R\$ 638,85
Até duas semanas antes	R\$ 743,56
Na semana da data	R\$ 649,86
Na véspera da data	R\$ 497,90
Na data	R\$ 166,65
Depois da data	R\$ 350,24

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Os consumidores também avaliaram sua experiência de compra com base na variável atendimento, a qual será discutida no próximo item.

Avaliação do atendimento

Ter uma boa experiência de compra é fundamental para a efetivação ou não de uma transação. Quando um consumidor não se sente bem atendido, ele pode desistir da compra e até mesmo compartilhar a experiência negativa. Por isso, é essencial que as empresas busquem sempre proporcionar um bom atendimento.

A pesquisa permitiu que os consumidores avaliassem o atendimento recebido durante suas compras de Natal, considerando os critérios de agilidade no atendimento, cordialidade do atendente e clareza das informações fornecidas. Os consumidores atribuíram notas de 1 a 10, onde 1 representa péssimo e 10 ótimo, para esses três itens.

Em 2023, as notas atribuídas para os atributos pesquisados ficaram muito semelhantes, com a cordialidade ainda se destacando um pouco frente aos demais.

Atributo	Evolução das notas do atendimento								
	Ano								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Cordialidade	8,35	8,74	8,59	8,73	8,76	9,12	8,43	9,12	8,77
Clareza	8,08	8,32	8,56	8,69	8,69	8,85	8,39	8,89	8,73
Agilidade	7,94	8,36	8,35	8,55	8,57	8,47	8,35	8,76	8,70
Atendimento	8,12	8,47	8,50	8,66	8,68	8,81	8,39	8,92	8,73

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Contudo, ao avaliarmos a nota média de atendimento por cidade, percebe-se uma variação no comportamento, com os consumidores da capital tendo a melhor experiência (9,11), enquanto os consumidores de Lages indicam uma experiência não tão positiva (7,45).

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2023

Cidade	Nota atendimento	Nota média
Florianópolis	9,11	
Blumenau	9,02	
Criciúma	8,82	
Joinville	8,53	
Itajaí	8,48	
Chapecó	8,31	
Lages	7,45	

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Além das compras de presentes no Natal, é tradicional a realização de comemorações, dados que serão apurados no próximo item.

Comemoração

O Natal de 2023 foi amplamente celebrado, com 96,2% das pessoas participando de alguma comemoração, representando um aumento de 6,6 pontos percentuais em comparação com 2022 (89,6%). Entretanto, as festividades ocorreram fora das casas dos entrevistados, sendo que 54,9% comemoraram na casa de parentes e amigos, enquanto 32,2% receberam seus entes queridos em suas próprias residências.

Tipo de comemoração	Comemoração	%
Na casa de parentes/amigos		54,9%
Em casa com parentes/amigos		32,2%
Viajei no feriado		9,5%
Não		3,8%
Em bares e restaurantes		2,6%
Outro		0,2%
Total		103,2%

Nota: Respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

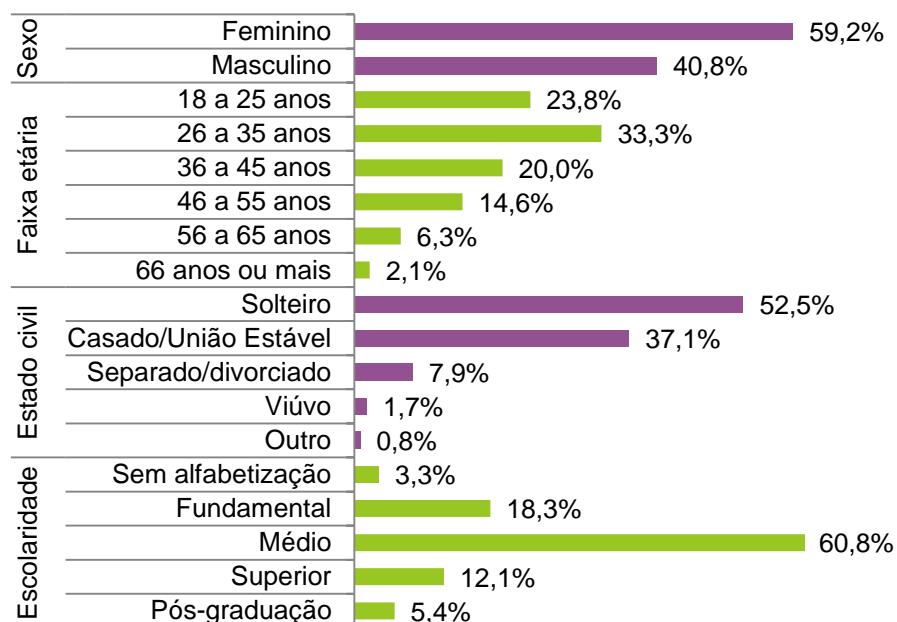
O próximo item abordará os consumidores que não realizaram compras de presentes de Natal em 2023.

NÃO REALIZOU COMPRAS

O perfil socioeconômico dos 11,4% dos consumidores entrevistados que não realizaram compras para a data é muito semelhante ao dos consumidores que compraram presentes de Natal, com dados como sexo, escolaridade, ocupação e setor muito próximos.

Contudo, alguns dados os distinguem e podem justificar, entre outros fatores, a não realização da compra, como o estado civil, onde a maioria dos consumidores que não realizaram compras são solteiros (52,5%), enquanto entre os que realizaram a situação é inversa.

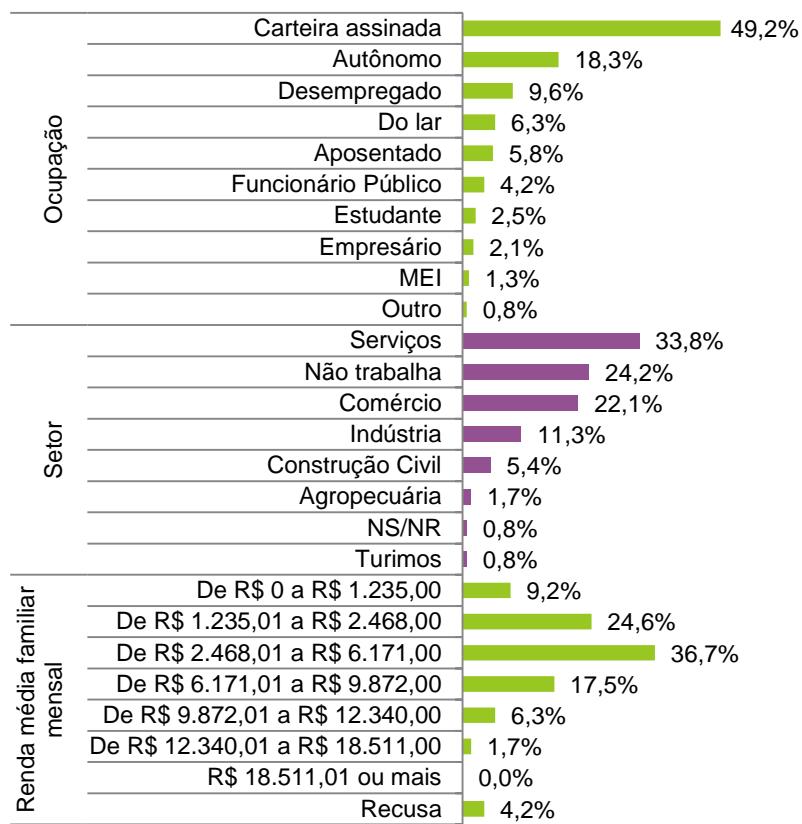
Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

No que diz respeito à ocupação, também há algumas pequenas diferenças que podem justificar a não realização da compra, como uma maior participação de consumidores desempregados e, de maneira geral, um maior número de pessoas que não estão atualmente empregadas.

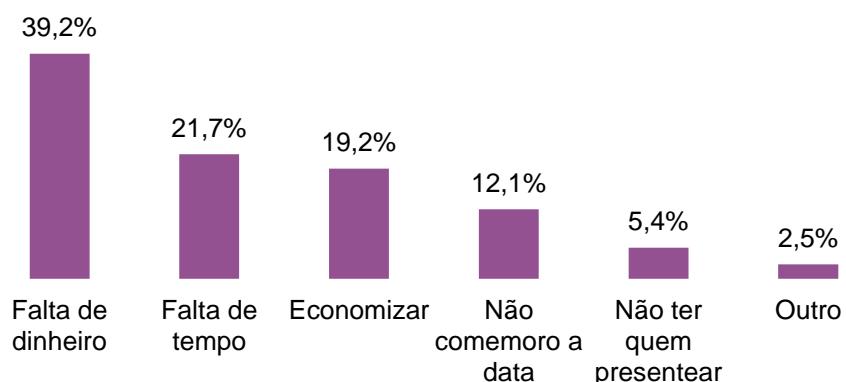
Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O principal motivo para a não realização das compras para a data foi a falta de dinheiro (39,2%). Além disso, muitos consumidores indicaram a falta de tempo como motivo (21,7%), e outros, mesmo tendo dinheiro, optaram por economizar em 2023 (19,2%).

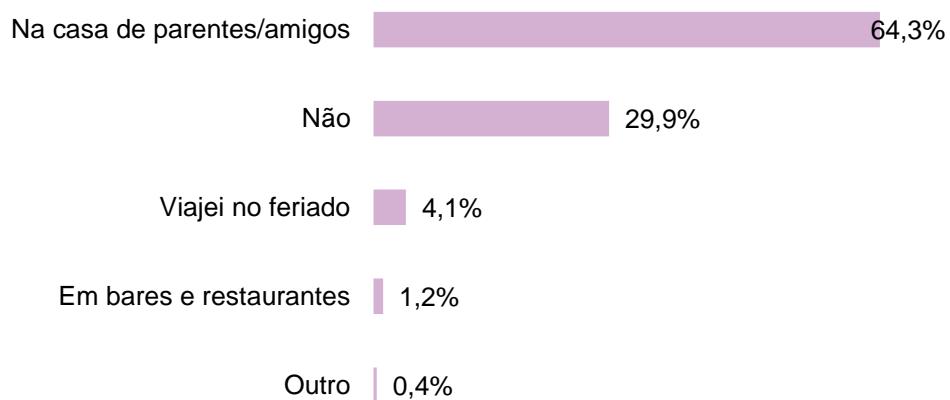
Motivo não compra



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Apesar de não comprarem presentes, muitos consumidores desse perfil realizaram comemorações (70%), embora esse percentual seja significativamente inferior em comparação com aqueles que compraram presentes. No entanto, semelhante aos que realizaram compras para a data, as comemorações ocorreram fora das casas dos entrevistados, com 64,3% delas ocorrendo na casa de parentes e amigos.

Comemoração

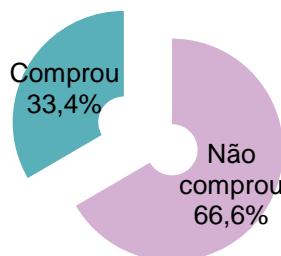


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

ONDA DE CALOR

Entre os meses de novembro e dezembro de 2023, tanto o Brasil quanto o Estado de Santa Catarina enfrentaram ondas de calor extremo, com a cidade de Urussanga registrando uma temperatura de 40,3º no dia 11 de dezembro, ainda durante a primavera. Considerando que fenômenos como esse impactam no comportamento do consumidor, que busca minimizar os efeitos do calor extremo, a pesquisa perguntou se os consumidores realizaram alguma ação para enfrentar as altas temperaturas. Essa pergunta foi direcionada a toda a amostra, incluindo consumidores que realizaram compras de Natal ou não.

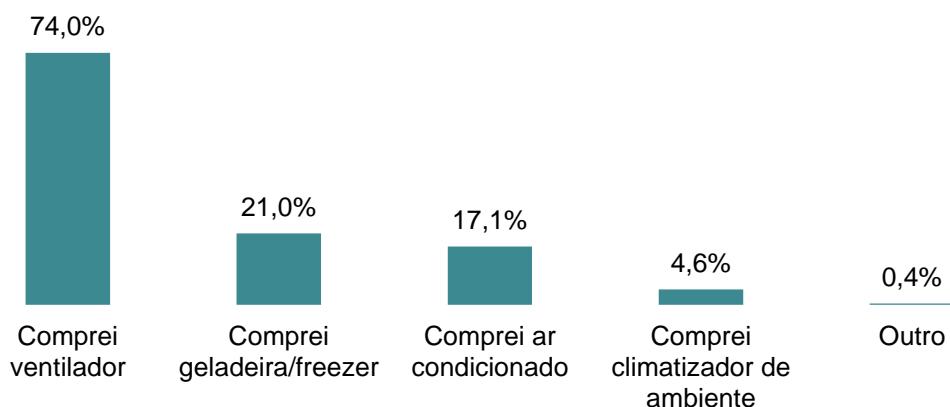
Compras na onda de calor



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Dentre aqueles que compraram algum item relacionado à onda de calor, o principal foi o ventilador (74%), seguido por geladeiras/freezers (21%) e ar condicionado (17,1%).

Itens comprados para a onda de calor



Nota: Respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2023

A cidade na qual os consumidores mais compraram itens para enfrentar as ondas de calor de novembro e dezembro foi Criciúma, com mais de 50% precisando fazer algum investimento (53%). O Sul do Estado é conhecido pelas altas temperaturas, o que justifica tais compras. Lages ficou em segundo lugar, com 46,3% dos consumidores entrevistados comprando algum item para enfrentar as altas temperaturas. Por ser uma cidade normalmente fria, que também foi acometida pela onda de calor, os moradores não deviam estar preparados para tanto calor, justificando assim a ida às compras.

Cidade	Cidade X Compra onda de calor	
	Compras onda de calor	
	Não comprou	Comprou
Florianópolis	82,0%	18,0%
Lages	64,7%	35,3%
Blumenau	53,7%	46,3%
Joinville	92,7%	7,3%
Criciúma	47,0%	53,0%
Chapecó	69,3%	30,7%
Itajaí	57,0%	43,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

A pesquisa de Avaliação do Consumidor do Natal de 2023 revelou resultados positivos em vários aspectos. Um maior número de consumidores efetivou a intenção de realizar compras de presentes para a data, atingindo 93,3%. No total, 88,6% dos consumidores efetuaram compras de presentes, incluindo compras planejadas e não planejadas. Além disso, o gasto médio cresceu, alcançando o maior valor da série histórica.

Apesar do aumento nas compras e do maior gasto médio, os consumidores demonstraram um comportamento mais planejado durante as compras. Houve uma redução no número de consumidores que se endividaram por causa das compras para a data, com sete em cada dez consumidores ficando dentro do orçamento planejado e evitando endividamento (68,6%).

Os segmentos principais de presentes foram tradicionais, como vestuário, calçados e brinquedos, mas outros setores aumentaram sua participação, indicando que os consumidores optaram por presentear com uma variedade de itens. Isso é corroborado pelo dado da quantidade média de presentes adquiridos, mantendo-se estável em relação a 2022, com uma média de 4,63 presentes.

A preferência por canais físicos de compra se manteve, com destaque para o comércio de rua como o mais representativo. Apesar da estabilidade nas compras pela internet em relação ao ano anterior, essa modalidade superou as compras em shoppings, que perderam espaço. Os comércios nos centros das cidades concentraram o maior volume de compras, representando 79,7% do total.

Os consumidores que anteciparam suas compras apresentaram o maior gasto médio, destacando a importância das compras planejadas para o comércio. O atendimento no estado foi bem avaliado, sendo Florianópolis a cidade com a melhor nota nesse critério. A maioria dos consumidores que realizou compras também participou de comemorações na data, atingindo um percentual superior ao de 2022, com 96,2%.

Entretanto, 11,4% dos consumidores não realizaram compras de presentes de Natal, sendo a falta de dinheiro (39,2%) e a falta de tempo (21,7%) os principais motivos. Mesmo sem presentes, esse grupo também comemorou a data (70%).

Por fim, a pesquisa explorou se os consumidores realizaram compras para enfrentar as ondas de calor de novembro e dezembro. A maioria não comprou

(66,6%), e entre aqueles que compraram, os ventiladores foram os itens mais adquiridos (74%). Analisando por cidade, Criciúma foi onde os consumidores mais investiram em itens para combater o calor.

A análise dos dados indica um cenário positivo para o comércio durante o Natal de 2023, com consumidores demonstrando otimismo, planejamento financeiro e uma variedade de preferências de compra.