

Retração econômica impacta nas vendas de Natal em Criciúma

Data registrou queda no faturamento

A cautela dos consumidores diante da instabilidade financeira impactou nas vendas de Natal em Criciúma. O comércio amargou uma queda de 11,4% no faturamento em relação ao Natal de 2015 e registrou recuo de 7% quando comparado ao ganho real dos meses anteriores. Os dados são da Pesquisa de Resultado de Vendas de Natal realizada pela Fecomércio SC e Federação das CDLs de Santa Catarina (FCDL/SC). O desempenho fraco se repetiu na queda do valor do ticket médio. Após uma recuperação em 2015 (R\$241,13), os criciumenses tiveram um gasto de em média R\$217,82.

“As vendas de Natal, tão esperadas pelo comércio, abrandaram a crise econômica que nos assombrou ao longo de 2016. Ainda que não seja expressivo, o incremento nas vendas oportuniza um novo fôlego ao empresário e sinaliza que o consumidor está retomando aos poucos o consumo, embora cauteloso. Para 2017, com juros e inflação menor é possível esperar um melhor ano para o comércio”, pondera o presidente da Fecomércio SC, Bruno Breithaupt. “A opção pelas compras à vista mostra que os catarinenses evitaram o endividamento. E a recuperação do varejo prossegue dependente da oferta de emprego e da redução das taxas de juros”, considera o empresário Ivan Tauffer, presidente da FCDL/SC.

Com gasto menor, o consumidor optou pelo pagamento à vista (60%). No topo da lista o cartão de débito - escolhido por 25,7% dos consumidores, seguido do dinheiro (22,9%) e do cartão de crédito à vista (11,4%). O parcelamento no cartão somou 28,6%, já 11,4% dos consumidores optaram pelo crediário parcelado.

A pesquisa de preço, conhecida como uma estratégia do consumidor para economizar, foi muito equilibrada em Criciúma: 34,3% dos lojistas consideraram a frequência alta, 34,3% baixa e 31,4% razoável. Para a data houve um incremento de 37,1% nas vagas de temporários para o setor.

Comportamento do consumidor em Santa Catarina

Outro estudo produzido pelas duas Federações, logo após a data, é realizado com parte dos consumidores já entrevistados para avaliar sua experiência de compra. Os dados mostram que 84,1% deles a efetivaram. No entanto, o percentual de desistência cresceu – caindo de 7,2% em 2015 para 15,9%. O recuo pode ser explicado pela retração na economia, endividamento familiar, desemprego e queda na renda, o que dificulta o acesso ao crédito e deixa o consumidor mais cauteloso na hora de decidir pelo gasto. A instabilidade financeira também impactou na quantidade de presentes.

Se em 2015 a média alcançou 5,75, no Natal de 2016 não passou dos 5,45 por cliente. A tendência pela escolha de presentear com vestuário (41,2%), brinquedos (21,8%) e calçados (12,5%) foi mantida em 2016. Já no gasto médio, destacam-se os celulares/smartphones (R\$ 1.122,58) e os

eletrônicos em geral (R\$ 750,74). Apesar de estarem no topo da lista de presentes mais comprados, os itens de vestuário amargaram um recuo de 43,9% no valor do gasto médio.

O comércio de rua continua sendo o local preferido para as compras de Natal, com 66,9% das escolhas. Os shopping centers permaneceram em segundo lugar, mas perderam espaço: em 2015 foram a opção para 29% dos consumidores e em 2016 caiu para 23,4%. E o comércio eletrônico vem crescendo como opção, de 3% em 2015 para 4,8% no ano passado. Assim como em 2015, as características dos produtos (8,9) e o local da compra (8,7) foram os atributos mais importantes considerados na decisão de consumo. Chama atenção o aumento significativo da influência do preço na hora da compra de 7,5 pontos, em 2015, para 8,4 em 2016, muito pelo fator econômico que freou o consumo nos gastos de Natal.

O empresário catarinense está atento para o bom atendimento prestado. Este ano todos os três atributos avaliados pelo consumidor registraram alta: cordialidade do atendente (8,74) clareza das informações (8,32) e agilidade (8,36). No total, o atendimento no comércio catarinense recebeu uma ótima avaliação dos clientes (8,47).