



Avaliação do Consumidor
DIA DAS CRIANÇAS 2017


Fecomércio SC
Sesc | Senac

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

Relatório Avaliação do Consumidor – Dia das Crianças 2017

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS	3
PERFIL SOCIOECONÔMICO.....	4
CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS	5
CRITÉRIOS PARA A DECISÃO DE COMPRA.....	5
AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO	12
CONCLUSÃO.....	13

INTRODUÇÃO

O Dia das Crianças é a quarta data mais significativa para o comércio, também é importante por ser a data que antecede o Natal, sendo um termômetro para a data futura. Com apelo ao público infantil, cada vez mais exigente, a data movimenta diversos setores da economia.

Considerando a sua importância, a Fecomércio SC realizou a pesquisa Avaliação do Consumidor – Dia das Crianças 2017. A pesquisa observa a experiência de compras do consumidor sobre a data, avaliando o atendimento no comércio, e compreendendo diversos atributos do comportamento do consumidor como o gasto médio por segmento, os principais atributos de escolha do presente, entre outros.

O levantamento dos dados ocorreu entre os dias 13 a 20 de outubro, coletados proporcionalmente nas cidades de Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí. A metodologia utilizada na pesquisa de Avaliação é a quantitativa, e a coleta dos dados ocorreu por telefone, baseado na metodologia *Computer Assisted Telephone Interviewing* (CATI). O erro amostral da pesquisa é de 5% com significância estadual de 95%, com relevância estadual.

EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS

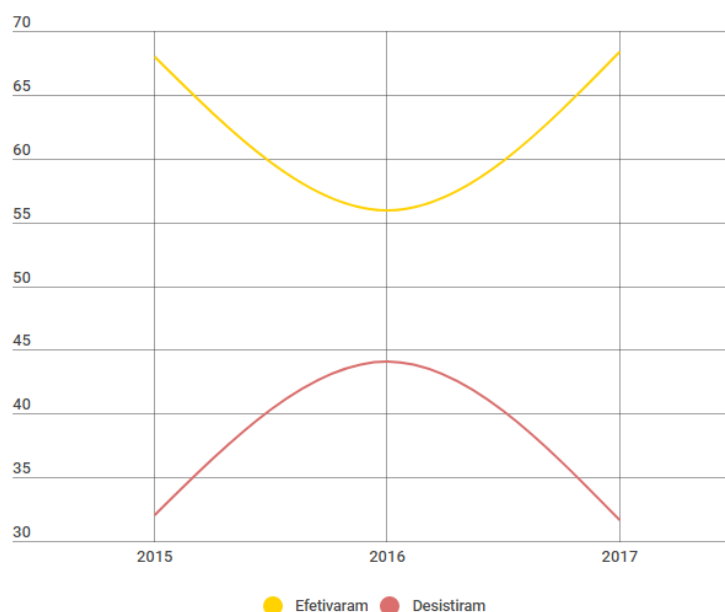
Para a realização da pesquisa, 576 consumidores foram contatados - consumidores que na pesquisa de Intenção de Compras Dia das Crianças 2017 responderam que iriam comprar presentes para a data. Dentre os consumidores contatados, 31,6% desistiram de comprar, enquanto 68,4% efetivaram.

Efetivação das compras			
Efetivação	2015	2016	2017
Efetivaram	68,0%	55,9%	68,4%
Desistiram	32,0%	44,1%	31,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Comparando com os dados da pesquisa de Dia das Crianças 2016, o percentual de desistência de compras caiu 12,5 pontos percentuais. Os números este ano assemelham-se aos percentuais atingidos na pesquisa de 2015. O aumento na efetivação das compras vai ao encontro com a retomada da confiança dos consumidores, já apontada na pesquisa de Intenção de Compras Dia das Crianças 2017 e também pela pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias de Santa Catarina (ICFSC) de setembro, apurado pela CNC em parceria com a Fecomércio SC, que voltou a variar positivamente. O gráfico a seguir ilustra o movimento da taxa nos três anos de apuração da pesquisa.

Efetivação das compras

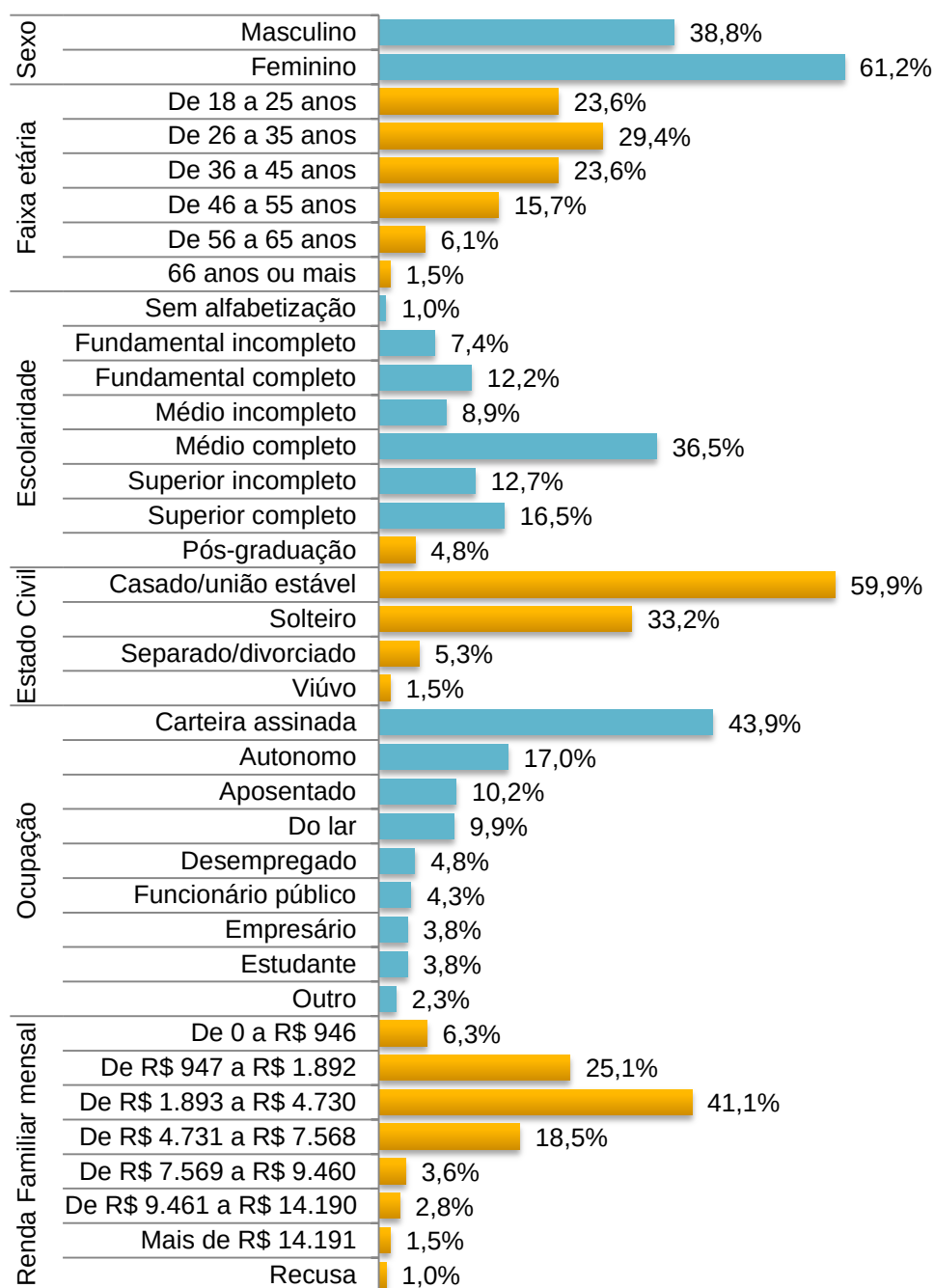


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

PERFIL SOCIOECONÔMICO

Entender o perfil socioeconômico dos entrevistados é fundamental para compreender o comportamento consumidor catarinense. O perfil a seguir exposto diz respeito a informações da amostra de 68,4% que efetivaram as compras.

Perfil Socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os consumidores são em sua maioria mulheres jovens até 35 anos casadas ou em união estável que cursaram até o ensino médio, trabalham com carteira assinada e possuem renda familiar mensal familiar entre R\$1.893 a R\$4.730.

CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS

Baseado neste perfil de consumidor, a pesquisa buscou compreender as diversas características da compra. Quando o consumidor planeja realizar uma compra idealiza as principais características do produto. Mas, muitas vezes, podem não encontrar o produto desejado. Assim, a pesquisa busca entender se o consumidor teve êxito e se encontrou os produtos que motivaram à ida as compras. A questão indica, por exemplo, se o comércio manteve seus estoques abastecidos e se ofereceu diversidade de produtos. A maioria de consumidores em Santa Catarina obteve êxito na realização de suas compras, adquirindo os produtos idealizados (86,5%), 8,6% não encontraram os presentes planejados e 4,8% encontraram parcialmente.

Êxito na realização da compra			
Êxito	2015	2016	2017
Sim	95,9%	93,1%	86,5%
Não	3,2%	4,3%	8,6%
Parcialmente	1,0%	2,6%	4,8%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A base histórica aponta queda gradual na taxa de efetividade, apresentando queda de 6,6 pontos percentuais entre 2016 e 2017. Analisando esse comportamento junto com o aumento de efetivação das compras, delineia-se um comportamento consumidor otimista, que substitui o produto desejado não deixando de consumir. Mas pode servir de alerta para o comércio ficar atento com o seu estoque e buscar manter uma variedade de produtos.

Crítérios para a decisão de compra

O processo de decisão de compra é parte fundamental do comportamento consumidor, e essa decisão inicia quando há uma necessidade que é ativada ou reconhecida. Para atender as necessidades, existem quatro atributos que são substanciais na decisão de compra: Preço, Praça, Produto e Promoção, definições fundamentais que uma empresa deve considerar para atingir um determinado público-alvo.

A pesquisa de Avaliação do Consumidor permite que os consumidores atribuam uma nota de 1 a 10, sobre o quanto cada item influenciou em sua decisão de compra, considerando que 1 não influenciou e 10 influenciou totalmente.

Para a realização das compras do dia das crianças, o principal atributo levantado pelos consumidores foi o produto, com nota média 8,84, o local (praça) foi o segundo atributo com maior nota média (8,42). Todos os atributos apresentaram queda.

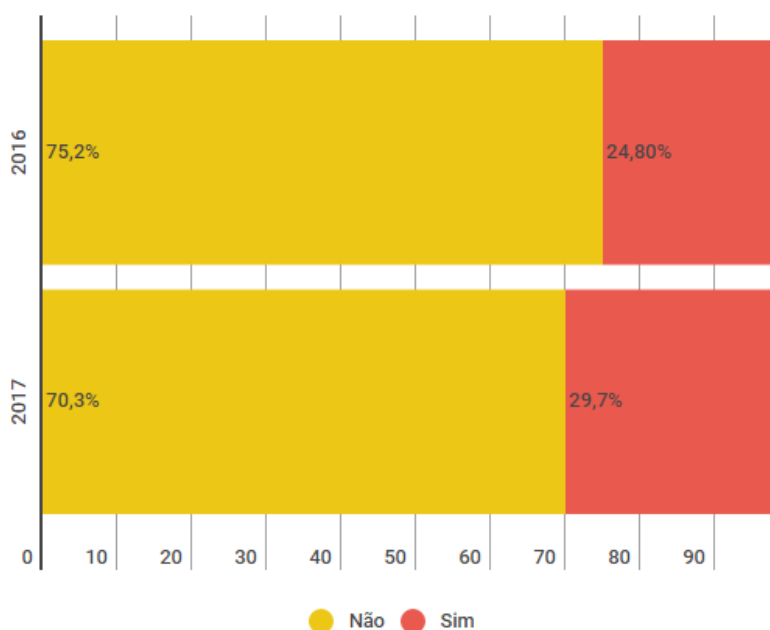
Atributos de decisão de compra

Decisão de compra			
Atributos	2015	2016	2017
Produto	8,73	9,06	8,84
Praça	8,48	8,63	8,42
Preço	8,03	7,81	7,67
Promoção	6,45	5,39	5,80

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A presença da criança durante as compras pode influenciar e muito na decisão de compra, podendo muitas vezes encarecer a compra. Por esse motivo é interessante entender o comportamento do consumidor neste sentido e as estratégias adotadas. A maior parte dos consumidores optou por não levar as crianças para as compras (70,3%), como também não levaram em 2016.

Acompanhamento



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

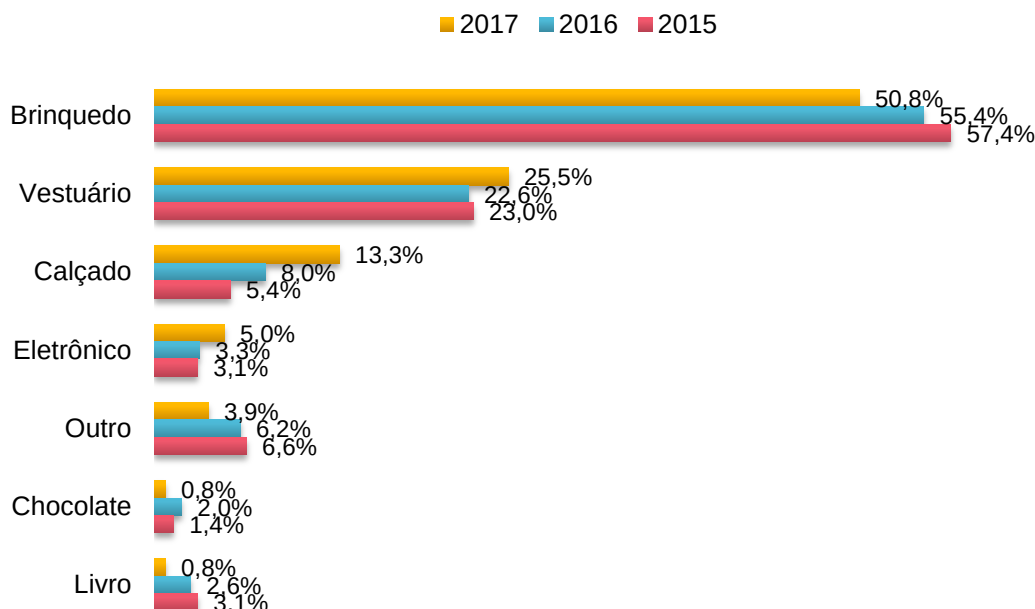
Sobre a relação familiar entre o consumidor e a criança presenteada, em 2017 a maioria das crianças que receberam presentes foram os filhos (46,8%) como também apontou a pesquisa de Intenção de Compras Dia das Crianças 2017. Os afilhados ficaram em segundo lugar (18,3%), seguido pelos sobrinhos (14,9%). Mesmo comportamento do ano anterior.

Crianças presenteadas			
Parentesco	Ano		
	2015	2016	2017
Filho	45,9%	46,3%	46,8%
Afilhado	15,3%	16,2%	18,3%
Sobrinho	14,7%	15,8%	14,9%
Neto	16,7%	14,7%	12,4%
Outro	5,5%	4,8%	6,3%
Filho de amigo	1,0%	1,5%	0,6%
Enteado	0,8%	0,6%	0,6%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os principais presentes comprados para o dia das crianças em 2017 foram do segmento de brinquedos (50,8%), seguido por vestuários (25,5%). Tais segmentos foram os dois principais também na pesquisa do ano anterior, contudo brinquedo sofreu queda gradual na base histórica, calçados apresentou considerável alta. Mas a quantidade média de presentes comprados este ano foi maior, passando de 1,85 para 2,14 em 2017.

Segmento por ano



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Referente ao gasto médio em cada segmento de presente, o consumidor que presenteou com eletrônicos em geral foi o que mais gastou (R\$546,50), seguido pela opção outros (R\$541,20), a opção outros é utilizada pelo respondente quando as demais opções não contemplam o presente comprado. Os brinquedos foram o terceiro gasto médio mais representativo, ficando em R\$155,10.

Gasto médio por segmento ¹			
Segmento	Ano		
	2015	2016	2017
Eletrônico	R\$ 324,25	R\$ 523,00	R\$ 546,50
Outro	R\$ 246,50	R\$ 255,55	R\$ 541,20
Brinquedo	R\$ 111,05	R\$ 111,11	R\$ 155,10
Vestuário	R\$ 117,65	R\$ 109,87	R\$ 140,61
Calçados	R\$ 80,46	R\$ 109,73	R\$ 109,96

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Uma estratégia utilizada para tentar economizar é a compra de produtos piratas, uma prática nociva que acarreta diversos problemas à sociedade, na maioria das vezes sendo um barato que sai caro. Como a Fecomércio SC tem como premissa o combate à venda e ao consumo de produtos pirateados um dos

¹ Livros e chocolates não atingiram dez citações, não sendo assim realizada a média destes segmentos.

dados que a pesquisa apurou é se o consumidor comprou produtos piratas como presente.

Consumo pirataria			
Consumo	2015	2016	2017
Não	84,9%	88,6%	88,6%
Sim	10,7%	4,7%	9,4%
NS/NR	4,4%	6,8%	2,0%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A maioria dos consumidores afirmou não ter comprado produtos piratas (88,6%), o mesmo percentual da pesquisa de 2016. Entretanto, o percentual dos que compraram pirataria aumentou 4,7 pontos percentuais. Os brinquedos foram os produtos piratas mais consumidos (83,6%), vestuários e acessórios representam 16,2%.

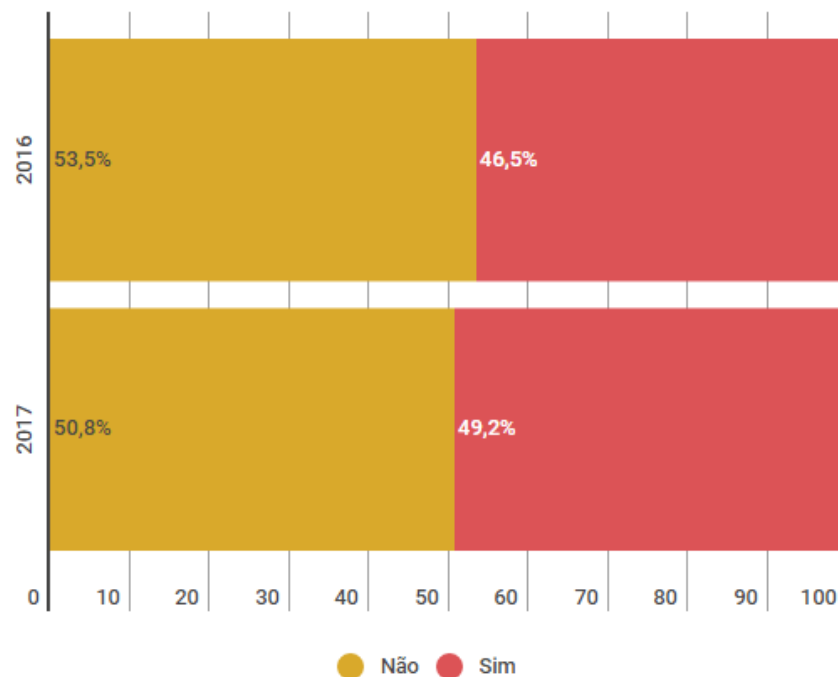
O local da compra é outra característica importante do comportamento consumidor, pois cada local possui características específicas e atraem públicos diferenciados. A maioria dos catarinenses realizou suas compras no comércio de rua (73,3%), o shopping ficou em segundo lugar, com 19,2%, queda de 4,6 pontos percentuais. As compras pela internet, contudo, vêm apresentando aumento gradual na série histórica.

Local das compras			
Local	2015	2016	2017
Comércio de rua	60,5%	68,6%	73,3%
Shopping	25,5%	24,5%	19,9%
Internet	1,9%	2,9%	3,2%
Camelô	3,3%	1,4%	2,0%
Outro	8,6%	1,4%	1,7%
Revendedores de porta em porta/catálogo	0,2%	0,7%	0%
NS/NR	0%	0,5%	0%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Em tempos de crise outra estratégia do consumidor para economizar é realizar pesquisas de preço. Em 2017, 49,2% dos consumidores realizaram pesquisas, aumento de 2,7 pontos percentuais. Contudo, o maior percentual é de consumidores que não realizam pesquisas (50,8%).

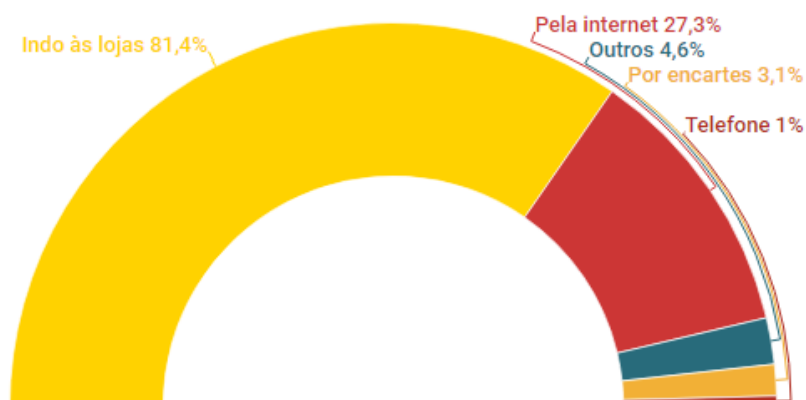
Realização de pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Dentre os que realizaram pesquisa de preço a maioria pesquisou indo às lojas (81,4%) e 27,3% utilizaram a internet para comparar os preços.

Pesquisa de preço



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

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2017

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Relacionando o tipo de pesquisa de preço com a renda nota-se que os entrevistados que realizam pesquisa de preço indo às lojas tem renda entre R\$1.893 a R\$4.730 (41,1%). A pesquisa pela internet tem maior distribuição entre as faixas, inclusive entre as maiores como a de R\$7.569 a R\$9.460 (11,3%).

Relação pesquisa de preço X Renda média familiar mensal									
Pesquisa de preço	Renda média familiar mensal								Total
	De R\$0 a R\$ 946	De R\$ 947 a R\$ 1.892	De R\$1.893 a R\$4.730	De R\$ 4.731 a R\$ 7.568	De R\$ 7.569 a R\$ 9.460	De R\$ 9.461 a R\$ 14.190	Mais de R\$ 14.191	Recusa	
Indo às lojas	8,2%	26,6%	41,1%	17,1%	1,9%	3,2%	1,3%	0,6%	100%
Pela internet	0%	28,3%	37,7%	9,4%	11,3%	7,5%	5,7%	0%	100%
Por encartes	0%	33,3%	50%	16,7%	0%	0%	0%	0%	100%
Telefone	0%	0%	50%	0%	0%	0%	50%	0%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Sobre o local de compra e a pesquisa de preço, nota-se que quem comprou em lojas de rua realizou as pesquisas indo às lojas (38,8%), quem comprou em shopping também fez as pesquisas nas lojas (30,7%), já quem realizou as compras pela internet realizou as pesquisas pela internet (47,6%).

Relação local de compra X Pesquisa de preço							
Local	Pesquisa de preço						Total
	Não realizou	Indo às lojas	Pela internet	Outros	Por encartes	Telefone	
Comércio de rua	45,8%	38,8%	11,40%	2,2%	1,8%	0%	100%
Shopping	50,0%	30,7%	13,64%	3,4%	0,0%	2,3%	100%
Internet	14,3%	23,8%	47,6%	4,8%	4,8%	4,8%	100%
Camelô	50%	50%	0%	0%	0%	0%	100%
Outro	71,4%	14,3%	14,3%	0%	0%	0%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A pesquisa também oportunizou aos consumidores avaliar diversos atributos relacionados ao atendimento recebido nos estabelecimentos. Esta avaliação, realizada nas principais datas do comércio, permite ao empresário do comércio catarinense o aprimoramento contínuo dos serviços e produtos ofertados. A avaliação que o consumidor realiza permite também compreender como foi a experiência de compras para a data.

AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO

Os consumidores avaliaram a experiência de compra para a data, a partir da variável atendimento, julgando os critérios: agilidade no atendimento, cordialidade do atendente e clareza de informações fornecidas, atribuindo nota, de 1 a 10, considerando 1 péssimo e 10 ótimo, para os três itens.

O atributo do atendimento cordialidade tem sido o melhor avaliado ano após ano, com nota 8,97 em 2017, a clareza das informações e a agilidade apresentaram queda, ficando com nota de 8,78 e 8,69, respectivamente. Apesar disso, o atendimento durante as compras para o dia das crianças não apresentou queda com nota 8,81.

Avaliação do Atendimento			
Atributos	Ano		
	2015	2016	2017
Cordialidade	8,61	8,84	8,97
Clareza	8,36	8,84	8,78
Agilidade	8,22	8,71	8,69
Atendimento	8,40	8,80	8,81

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A experiência de compras é o “conjunto das percepções que um consumidor constrói ao interagir com uma operação varejista, durante o ato de consumo ou pesquisa”. Tendo como foco esta característica, a pesquisa Avaliação do Consumidor – Dia das Crianças 2017, busca entender a experiência de compras e analisar outras características do comportamento consumidor.

A pesquisa de Avaliação Dia das Crianças 2017 apontou alta na taxa de efetivação das compras de 12,5 pontos percentuais. O aumento na efetivação das compras dialoga com a retomada da confiança dos consumidores, apontada na pesquisa de Intenção Dia das Crianças 2017 e pela pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias (ICFSC) de setembro, que voltou a variar positivamente. A retomada da confiança pode ser observada também em outros dados, como no aumento na quantidade de presentes, 2,14 em 2017.

Sobre as estratégias dos consumidores durante as compras, ocorreu leve aumento de 2,7 pontos percentuais na realização de pesquisa de preço, em 2017 49,2% dos consumidores realizaram pesquisas. Contudo, o maior percentual é de consumidores que não realizam pesquisa (50,8%). Esses números demonstram a atmosfera de confiança, com os consumidores realizando compras por impulso. Contudo, o aumento na realização de pesquisa de preços demonstra que apesar de confiantes e desejando consumir, os consumidores ainda mantêm estratégias de cautela. A principal forma de pesquisa foi indo às lojas (81,4%), mas o uso da internet representa um considerável percentual de 27,3%, superando meios tradicionais como o uso de encartes e a pesquisa por telefone.

Outra estratégia adotada especificamente nesta data é a de não levar as crianças às compras. Consumir pirataria também é, infelizmente, uma prática utilizada para economizar e neste ano o consumo destes produtos para a data aumentou.

Referente à avaliação do atendimento esta se manteve estável, mas os atributos clareza e agilidade sofreram leve queda, sendo um alerta para os lojistas.

Assim, o conjunto de dados das pesquisas realizadas pela Fecomércio SC demonstra a retomada da confiança do consumidor. Aumento na taxa de efetivação, aumento do gasto médio e aumento no número de presentes são exemplos de dados que apontam para esse olhar mais otimista do consumidor, dados relevantes para uma data que serve de termômetro para o natal, período mais aguardado pelos empresários do comércio.