



PESQUISA FECOMÉRCIO E FCDL
Avaliação do consumidor - Dia das Mães 2015

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina
Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas de Santa Catarina.

Avaliação Consumidor Dia das Mães

Pesquisa Avaliação dos Consumidores sobre as compras de Dia das
Mães 2015

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Maio de 2015

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS	3
PERFIL SOCIOECONÔMICO	4
REAÇÃO DO CONSUMIDOR.....	6
TIPOS DE PRESENTES	6
DECISÃO DE COMPRA	8
AValiação SOBRE O ATENDIMENTO NO COMÉRCIO	9
CONCLUSÃO	10

INTRODUÇÃO

O Dia das Mães é uma das datas mais aguardadas pelo comércio como um todo, sendo a segunda principal para o varejo, pelo potencial expressivo de vendas que representa. Em decorrência da importância da data para o comércio, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina - Fecomércio SC, realiza a pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2015, na qual os consumidores têm a oportunidade de avaliar como foi a sua experiência de compras para a data.

A pesquisa foi realizada com parte dos consumidores que, na pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC de Intenção de Compras Dia das Mães, declararam que realizariam compras para a data. Esses consumidores foram novamente contatados para dar opinião quanto à experiência das compras para o Dia das Mães.

A amostra de consumidores contatados foi de 476 pessoas em sete dos principais municípios de Santa Catarina: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí, entre os dias 11 e 14 de maio de 2015. Os dados têm significância de 95,5% para o Estado, com erro amostral calculado de 4,65%.

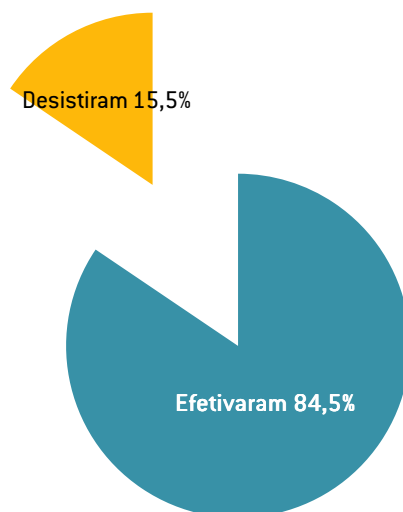
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS

Para a realização da pesquisa Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2015, parte dos consumidores pesquisados na pesquisa de Intenção de Compras Dia das Mães 2015 foi novamente contatada, agora para dar sua opinião quanto à experiência das compras.

Inicialmente, foi apurado se o consumidor, que na pesquisa de Intenção declarou que realizaria compras de Dia das Mães, de fato concretizou as compras. Entre a amostra, 15,5% dos entrevistados declararam não ter realizado as compras, ou seja, desistiram de comprar. Como a pesquisa tem como objetivo a avaliação do consumidor quanto à experiência de compras para a data, a esses entrevistados não foram realizadas as demais perguntas e não estão contabilizados no perfil a seguir. Entretanto, esse percentual considerável que desistiu da compra pode apontar o receio dos consumidores frente cenário econômico.

Referente aos consumidores contatados que efetivaram suas compras de Dia das Mães, a taxa chegou a 84,5%.

Taxa de efetividade das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

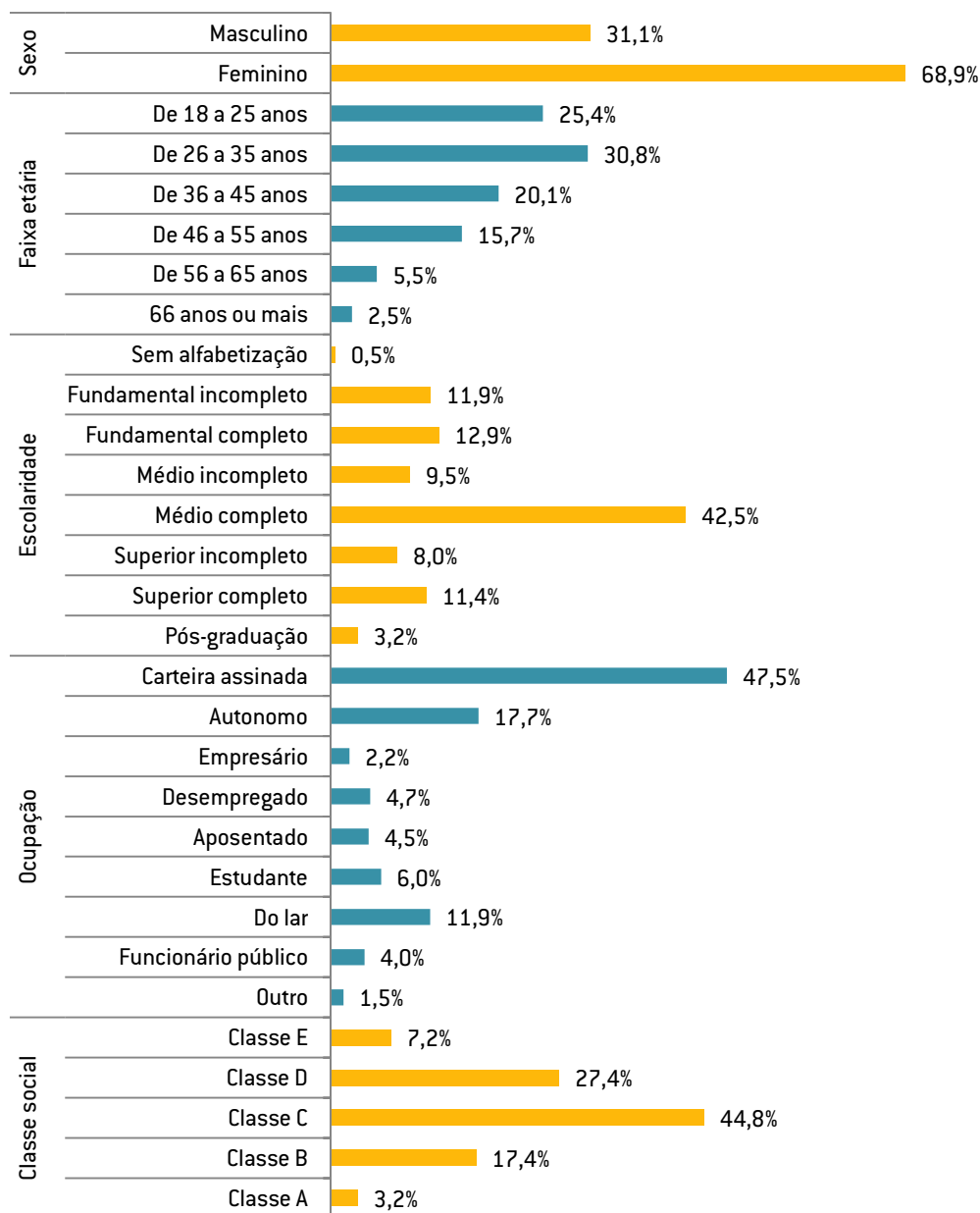
Os dados a seguir retratam a porcentagem de consumidores que realizaram as compras, ou seja, os 84,5% que efetivaram a compras (402 pessoas).

PERFIL SOCIOECONÔMICO

Primeiramente foram levantados os dados do perfil do consumidor que concretizou suas compras. Dentre os dados foi resgatado sexo, idade, escolaridade, ocupação e classe social. Entre esses consumidores, temos o percentual de 68,9% de mulheres e 31,1% de homens. Esses consumidores são, em sua maioria, jovens adultos entre 26 a 35 anos (30,8%), seguidos por jovens entre 18 a 25 anos (25,4%). Observa-se, também, um percentual considerável de consumidores entre 36 a 45 anos (20,1%).

Tais consumidores cursaram, em sua maioria, até o ensino médio completo (42,5%); seguido por consumidores que possuem o ensino fundamental completo (12,9%). A maior parte destes tem como ocupação principal o trabalho com carteira assinada (47,5%); seguida por profissionais autônomos (17,7%); e, também, por consumidores que se declaram como do lar (11,9%).

Perfil Consumidor



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

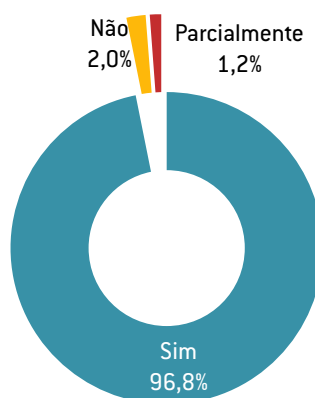
Sobre a classe social destes consumidores, a grande maioria faz parte da Classe C (44,8%), seguida por aqueles enquadrados dentro da Classe D (27,4%). Há, também, uma considerável parcela de consumidores pertencentes à Classe B (17,4%).

REAÇÃO DO CONSUMIDOR

Referente às compras realizadas, procurou-se examinar se o consumidor teve êxito na busca e aquisição dos produtos, ou seja, se conseguiu encontrar o produto desejado. Tal dado é relevante, pois aponta se os estabelecimentos estiveram com seu estoque abastecido para a data e se procuraram disponibilizar uma gama variada de produtos aos seus consumidores.

Os entrevistados, em sua maioria (96,8%) encontraram os produtos desejados; 1,2% acharam apenas parte dos produtos procurados, e 2% não tiveram sucesso na compra dos produtos desejados. Entretanto, como afirmaram ter realizado as compras para a data, provavelmente os substituíram por produtos equivalentes.

Sucesso na compra



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

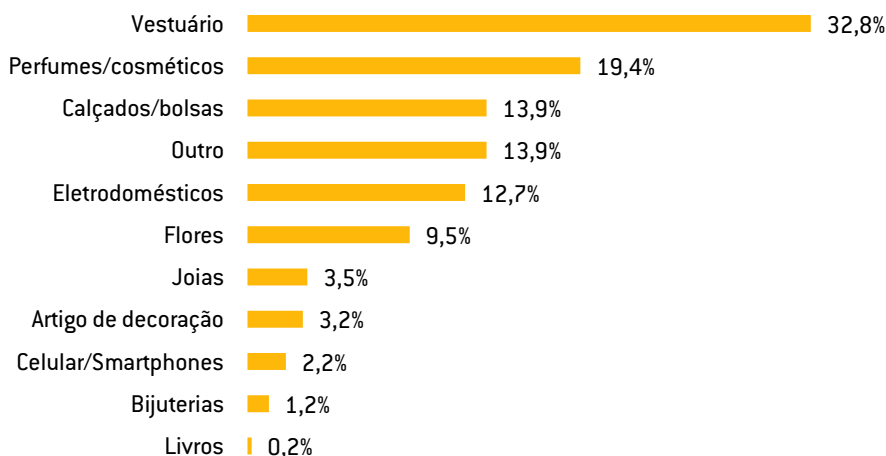
TIPOS DE PRESENTES

Além de perguntar ao consumidor se o mesmo encontrou o presente desejado, também foi questionado qual o segmento do presente adquirido e quanto gastou. Como muitos consumidores têm o hábito de comprar mais de um presente ou de presentear mais de uma pessoa, este teve a opção de marcar os três principais segmentos de presentes comprados.

O segmento com o qual os consumidores catarinenses mais presentearam suas mães foi o de vestuário (32,8%), seguido por itens do segmento de perfumaria e cosméticos (19,4%) além de calçados e bolsas (13,9%). Tal dado dialoga intimamente com dados da pesquisa de

Intenção de Compra de Dia das Mães 2015 realizada pela Fecomércio SC e FCDL/SC que apontou, nesta ordem, que estes seriam os três principais segmentos com os quais as mães catarinenses seriam presenteadas. Os percentuais de compras dos demais segmentos encontram-se no gráfico a seguir.

Segmento dos presentes



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

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

No quesito gasto por segmento, observamos que os que presentearam com o segmento de celulares e smartphones foram o que mais gastaram, apresentando um gasto médio de R\$ 675,56; seguido pelo gasto com eletrodomésticos que acarretou em um gasto médio de cerca de R\$ 263,24 e, em terceiro lugar, o gasto com joias, R\$ 187,64. Os demais gastos médios por segmentos podem ser encontrados no quadro a seguir.

Gasto médio por segmento

Celular/Smartphones R\$ 675,56	Eletrodomésticos R\$ 263,24	Joias R\$ 187,64	Vestuário R\$ 125,97
Perfume/cosméticos R\$ 118,95	Calçado/bolsa R\$ 112,54	Artigo de decoração R\$ 110,15	Flores R\$ 55,84
Bijuteria R\$ 39,00	Livro R\$ 20,00	Outros R\$ 140,00	

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Mas, além de buscar saber qual o segmento do presente e o gasto realizado, a pesquisa também teve como norte avaliar as motivações e influências na compra realizada e a avaliação da experiência de compras de Dia das Mães, como discute o item a seguir.

DECISÃO DE COMPRA

Existem quatro atributos fundamentais para a decisão de compra: Produto; Praça; Preço e Promoção. Neste sentido, o consumidor foi convidado a dar 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 as compras de Dia das Mães, as características e qualidades que os produtos comprados possuem foram o que mais influenciaram na decisão de compra, apresentando uma média de 9,24; seguido pela Praça, ou seja, o local onde o produto está disponibilizado, com média de 8,96.

Os preços ficaram em terceiro lugar em importância na decisão das compras de Dia das Mães (7,87), e o item Promoção (comunicação/divulgação) foi entendido como atributo de menor relevância na decisão de compra do consumidor catarinense, recebendo pontuação de 6,73. Esses dados demonstram que, para presentear suas mães, o consumidor catarinense privilegiou as características do produto específico, mas também levou em consideração o local onde este produto está disponível para consumo. Demonstrou, também, que as propagandas pesaram menos em sua decisão de compra.

Avaliação dos atributos de decisão de compra

Produto 9,24	Praça 8,96
Preço 7,87	Promoção 6,73

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

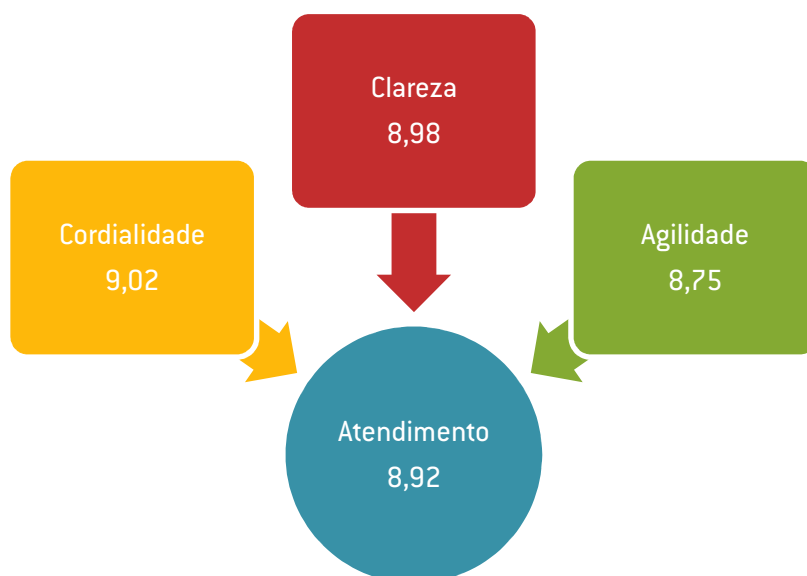
Entretanto, além de avaliar os atributos da decisão de compra, o consumidor também teve a oportunidade de avaliar o atendimento que recebeu durante as compras, como discutido no item que segue.

AVALIAÇÃO SOBRE O ATENDIMENTO NO COMÉRCIO

Na pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia das Mães, os consumidores tiveram a oportunidade de avaliar o atendimento recebido através de três atributos: agilidade no atendimento, cordialidade do atendente e clareza de informações fornecidas. Desta forma, ao consumidor foi dada a oportunidade de atribuir uma nota, de 1 a 10, considerando 1 péssimo e 10 ótimo, a esses três itens.

Observou-se que o atributo melhor avaliado pelos consumidores catarinenses durante suas compras de Dia das Mães foi a cordialidade do atendente, com uma nota média de 9,02; em seguida está a clareza das informações fornecidas pelo vendedor (8,98), enquanto a agilidade ficou em terceiro lugar, recebendo nota média de 8,75. Ou seja, o consumidor catarinense bem avaliou a forma como foi atendido em suas compras de Dia das Mães, onde o atendimento como um todo expressou uma média de 8,92. Apesar da nota alta, esses números demonstram que no quesito rapidez e agilidade o consumidor ainda espera mais dos vendedores e atendentes em Santa Catarina.

Avaliação do atendimento no comércio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

A pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2015 avaliou a experiência de compras que os consumidores catarinenses vivenciaram com a data. A pesquisa inicialmente demonstrou uma taxa significativa (15,5%) de consumidores que desistiram de realizar as compras para a data. Tal taxa pode estar diretamente relacionada à insegurança do consumidor quanto ao contexto econômico brasileiro atual.

Dentre os consumidores que realizaram as compras de Dia das Mães, 84,5% dos consumidores contatados, nota-se que a grande maioria é composta por mulheres (68,9%) jovens entre 26 a 35 anos (30,8%), com ensino médio completo (42,5%) que trabalham com carteira assinada (47,5%) e que em sua maioria fazem parte a Classe C (44,8%).

A maioria absoluta dos consumidores que realizaram as compras (96,8%) teve êxito em suas compras, conseguindo comprar o produto que desejava. Os principais segmentos de produtos comprados para presentear foram o de vestuário (32,8%), o de perfumaria e cosméticos (19,4%) e em terceiro lugar o de calçados e bolsas (13,9%). Tais dados corroboram a pesquisa de Intenção de Compras Dia das Mães 2015, também realizada pela Fecomércio SC e FCDL/SC.

O maior gasto médio foi realizado pelos consumidores que compraram celulares e smartphones (R\$ 675,56); os que compraram eletrodomésticos R\$ 263,24 e os que presentearam com joias (R\$ 187,64). Itens considerados duráveis e tradicionalmente de maior valor.

Sobre os fatores que mais pesaram na decisão de compra desses presentes, as características dos produtos foram os principais, recebendo nota de 9,24. Em contrapartida, o que menos influenciou na decisão de compra dos catarinenses para os Dias das Mães foi o critério Promoção, com nota média de 6,73.

Quanto à avaliação do atendimento, o atributo melhor avaliado foi a cordialidade do atendente, com nota de 9,02; a agilidade foi o que apresentou menor nota: 8,75. Mesmo assim, o atendimento como um todo foi bem avaliado com uma nota geral de 8,92.

Avaliando os dados gerais da pesquisa, é possível observar que a insegurança no cenário econômico brasileiro influenciou uma parcela dos consumidores, levando-os a desistir das compras. Entretanto, como a data é a segunda principal para o varejo, e por intrinsicamente possuir uma carga de estímulo emocional, a grande maioria dos consumidores não abriu mão de presentear suas mães.



Rua Felipe Schmidt 785 / 5º andar - Centro
CEP 88010-002 - Florianópolis / SC
48 3229 1000 - www.fecomercio-sc.com.br



Rua Rafael Bandeira, 41 - Centro
CEP 88015-450 - Florianópolis / SC
48 3251 5100 - www.fcdl-sc.org.br