



PESQUISA FECOMÉRCIO E FCDL
Avaliação do consumidor - Dia dos Namorados 2015

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

Relatório Pesquisa de Avaliação Consumidores Dia dos Namorados 2015

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Junho de 2015

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	2
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS	3
PERFIL SOCIOECONÔMICO.....	4
TIPOS DE PRESENTES	5
DECISÃO DE COMPRA	8
AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO.....	9
CONCLUSÃO	10

INTRODUÇÃO

O Dia dos Namorados é a terceira data mais importante para o comércio, ficando atrás apenas de Natal e do Dia das Mães, e, em decorrência disso, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina - Fecomércio SC e a Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas de Santa Catarina - FCDL/SC realizam a pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia dos Namorados 2015, na qual os entrevistados têm a possibilidade de avaliar como foi a sua experiência de compras para a data, além de levantar outros dados também relevantes que podem ser utilizados pelos comerciantes, como o perfil deste consumidor e os presentes mais comprados.

A pesquisa foi realizada com alguns dos consumidores entrevistados na pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC Intenção de Compras Dia dos Namorados 2015, e que foram novamente contatados agora para dar opinião quanto à experiência de compras do Dia dos Namorados.

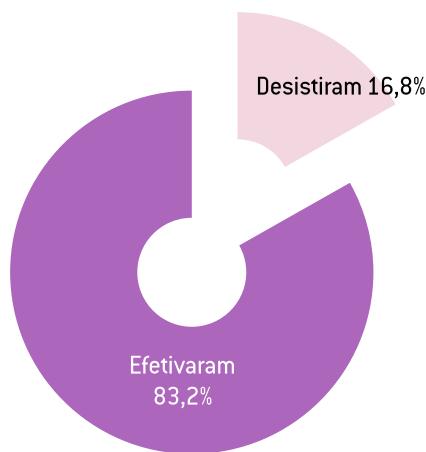
A amostra de consumidores pesquisados foi de 406 pessoas em sete municípios de Santa Catarina: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí, entre o período de 15 a 16 de junho de 2015. Os dados têm significância de 95,5% para o Estado, com erro amostral calculado de 4,86%.

EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS

Para a realização do levantamento Avaliação dos Consumidores Dia dos Namorados 2015, parte dos consumidores pesquisados na pesquisa de Intenção de Compras Dia dos Namorados 2015 foi novamente contatada, agora para expressar sua opinião quanto à experiência de compras para a data. Os pesquisadores entraram em contato com 488 pessoas, das quais 16,8% declararam não ter adquirido presentes para o Dia dos Namorados, ou seja, desistiram de realizar as compras. Assim, 83,2% dos contatados realizaram compras de presentes para o Dia dos Namorados, correspondendo a 406 entrevistados. Como a pesquisa aqui realizada visa avaliar a experiência de compras, apenas às pessoas que declararam ter realizado as compras foi aplicado o restante do questionário.

Observa-se que a taxa de desistência alcançou um patamar considerado alto, que possivelmente foi gerado devido ao cenário econômico, de retração da economia, aumento da inflação, aumento da taxa de desemprego e diminuição do poder aquisitivo das famílias, cenário esse já apontado pela pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC de Resultado Dia dos Namorados 2015, realizada com os empresários, a qual indicou a queda no volume de vendas no comércio, além de a variação do faturamento das empresas apresentar queda de -3,34%.

Taxa de efetividade das compras

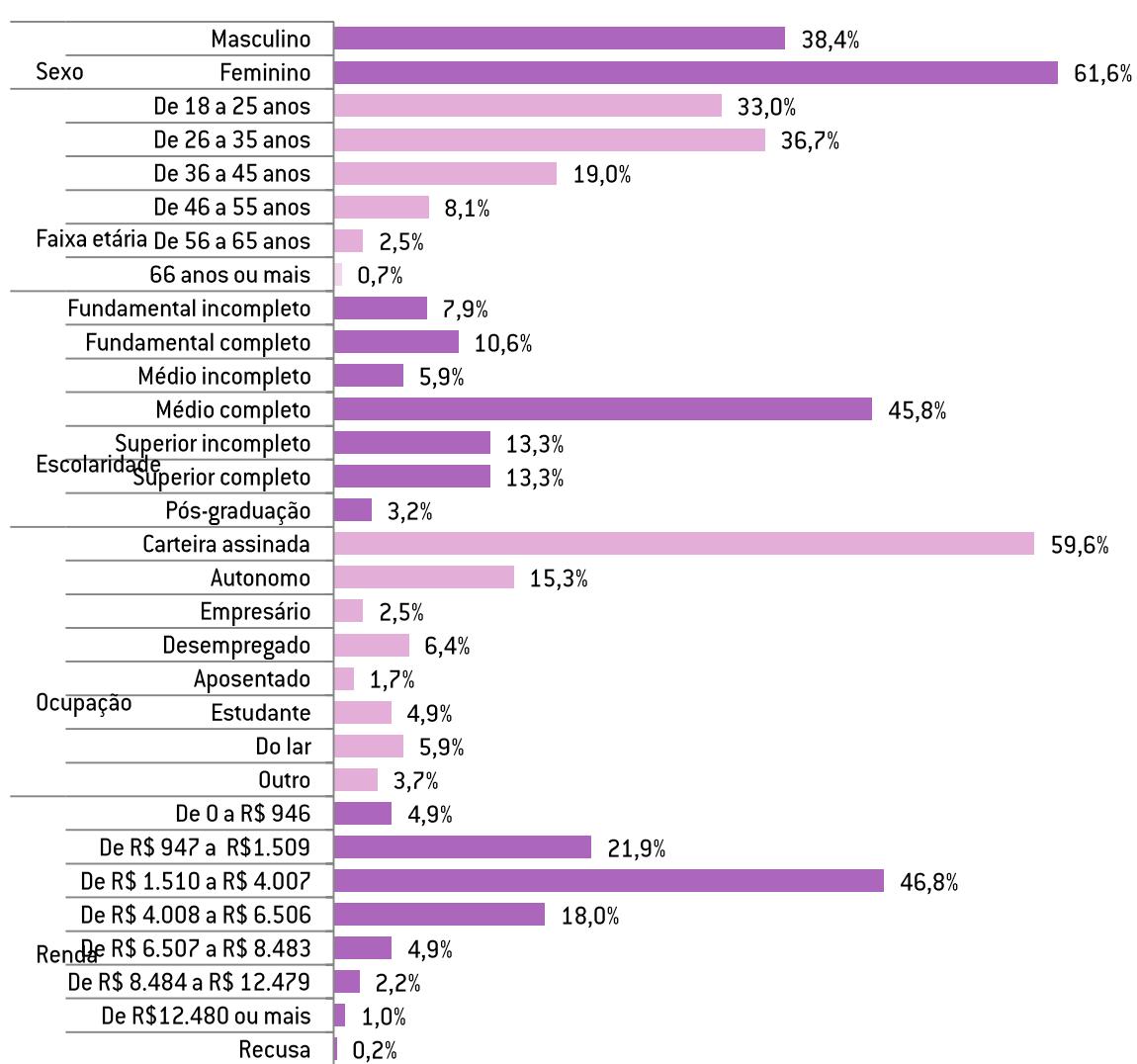


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

PERFIL SOCIOECONÔMICO

O perfil socioeconômico levantado, e os demais dados a seguir apurados, referem-se a amostra de 406 entrevistados, os 83,2% dos que efetivaram as compras do Dia dos Namorados. O consumidor que realizou compras no Dia dos Namorados é majoritariamente feminino (61,6%), contra 38,4% de homens. É um consumidor em geral jovem, na faixa entre 18 a 35 anos (69,7%), sendo que 36,7% são jovens adultos entre 26 a 35 anos, e 33% são jovens entre 18 a 25 anos. Pessoas na faixa entre 36 a 45 anos representaram 19% dos consumidores. Além dos dados de idade e sexo, a pesquisa levantou outras características do perfil socioeconômico desse consumidor, como pode ser observado no gráfico a seguir.

Perfil do consumidor



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

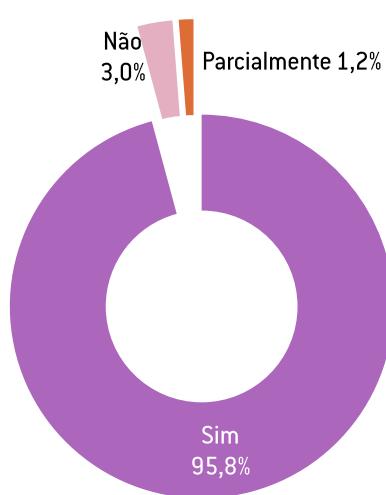
A grande parte desses consumidores é de pessoas que cursaram até o ensino médio completo (45,8%). O percentual de consumidores que cursaram o superior incompleto e o superior completo foi igual, representando 13,3% cada. A maioria dos entrevistados é formada por assalariados com carteira assinada (59,6%), seguido por autônomos (15,3%) e pessoas desempregadas (6,4%).

Esses consumidores possuem renda familiar mensal entre R\$ 1.510 a R\$ 4.007 (46,8%), seguida por aqueles que apresentam renda familiar entre R\$ 947 a R\$ 1.509 (21,9%). O percentual de consumidores com renda média familiar mensal entre R\$ 4.008 a R\$ 6.506 também é representativo, chegando a 18% dos entrevistados.

TIPOS DE PRESENTES

Além de apurar o perfil destes consumidores, referente às compras realizadas para a data do Dia dos Namorados, foi levantado se esse consumidor encontrou o presente originalmente pretendido, aquele que motivou à ida às compras. A maioria dos consumidores (95,8%) teve êxito e encontrou e comprou o presente inicialmente almejado, 3% declararam não ter encontrado o presente desejado e 1,2% teve sucesso parcial na realização de suas compras. Por terem afirmado que realizaram as compras, os que declararam não ter encontrado, ou encontrado parcialmente, possivelmente, substituíram os produtos originalmente desejados por similares ou mesmo por outros produtos.

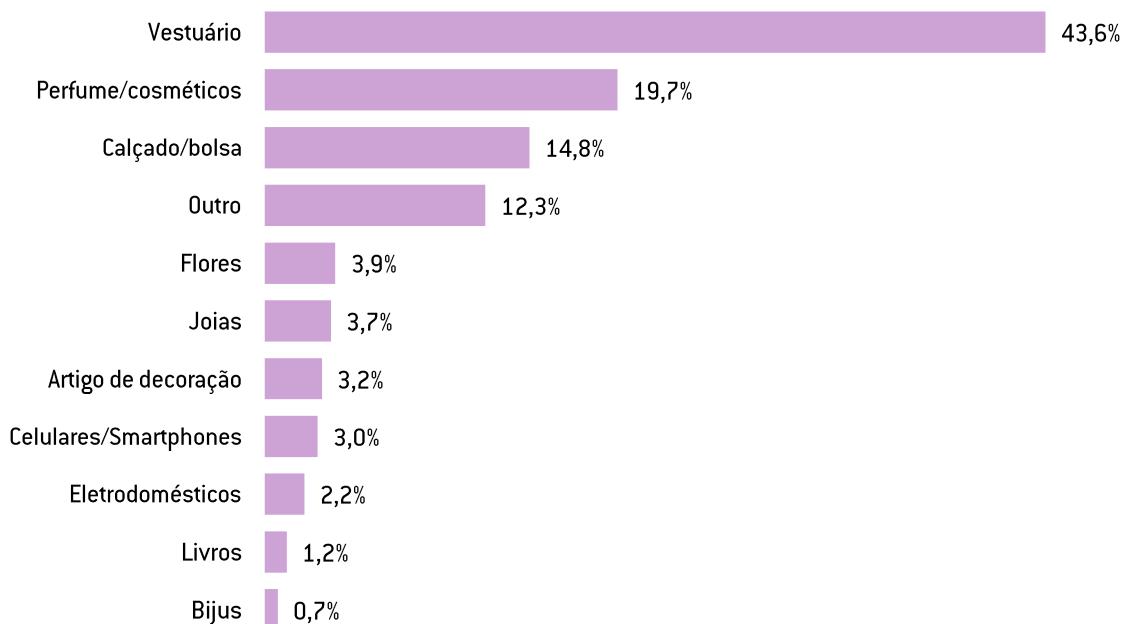
Encontrou o presente desejado?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Referente aos presentes comprados, a pesquisa também buscou saber quais os segmentos dos presentes e o gasto médio que cada segmento apresentou. Os consumidores puderam apontar até três segmentos de presentes comprados e o quanto gastaram com cada um. Os três principais segmentos de presentes foram do segmento de vestuário (43,6%), perfumes e cosméticos (19,7%) e de calçados e bolsas (14,8%). Os números dos demais segmentos podem ser observados no gráfico que segue.

Segmento dos presentes



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

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Dentre os presentes dados, podemos observar que tanto homens quanto mulheres optaram por presentear principalmente com vestuário, perfume/cosméticos e calçados/bolsas, como o gráfico anterior demonstra. A tabela a seguir, porém, evidencia que alguns segmentos consumidos podem ser relacionados ao sexo dos consumidores. O segmento de flores (3,9%) foi comprado apenas por homens, assim como o segmento de bijuterias (0,7%). E há predomínio dos homens nos segmentos de joias (2,7%); celulares e smartphones (1,7%) e eletrodomésticos (1,2%).

Relação presente/sexo

Segmento	Feminino	Masculino	Total
Vestuário	33,5%	10,1%	43,6%
Perfume/cosméticos	11,3%	8,4%	19,7%
Calçado/bolsa	8,4%	6,4%	14,8%
Outro	7,4%	4,9%	12,3%
Flores	0,0%	3,9%	3,9%
Joias	1,0%	2,7%	3,7%
Celular/Smartphone	1,2%	1,7%	3,0%
Artigo de decoração	1,7%	1,5%	3,2%
Eletrodoméstico	1,0%	1,2%	2,2%
Livros	0,7%	0,5%	1,2%
Bijus	0,0%	0,7%	0,7%

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 os que apresentaram o maior gasto médio, de R\$ 724,83; seguido pelo gasto com eletrodomésticos, de R\$ 596,67; em terceiro lugar, o gasto com joias, de R\$ 284,67, e, em quarto, o gasto com calçados e bolsas, de R\$ 160,28. Os demais gastos médios por segmento podem ser encontrados no quadro a seguir.

Média de gastos por segmento



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Além de buscar saber qual o segmento do presente e o gasto realizado, a pesquisa também teve como objetivo avaliar as influências na decisão da compra efetuada e a avaliação da experiência de compras do Dia dos Namorados.

DECISÃO DE COMPRA

Segundo os princípios de Marketing, existem quatro atributos fundamentais para a decisão de compra do consumidor: Produto; Praça; Preço e Promoção, onde 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 dos Namorados, as características que os produtos comprados possuem foram o que mais influenciaram na decisão de compra, apresentando uma média de 9,3; seguido pela Praça, o local onde o produto poderá ser comprado, com média de 8,89. Os preços ficaram em terceiro lugar em importância, com 7,75, e o item Promoção (comunicação/divulgação) foi entendido como atributo de menor relevância na decisão de compra do consumidor catarinense, recebendo pontuação de 7,13.

Avaliação dos atributos de decisão de compra



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Essas notas demonstram que, para as suas compras de Dia dos Namorados, os catarinenses levaram em consideração primeiro as características do produto a ser presenteado, e em seguida também pesou na decisão de compra o local onde o presente seria adquirido.

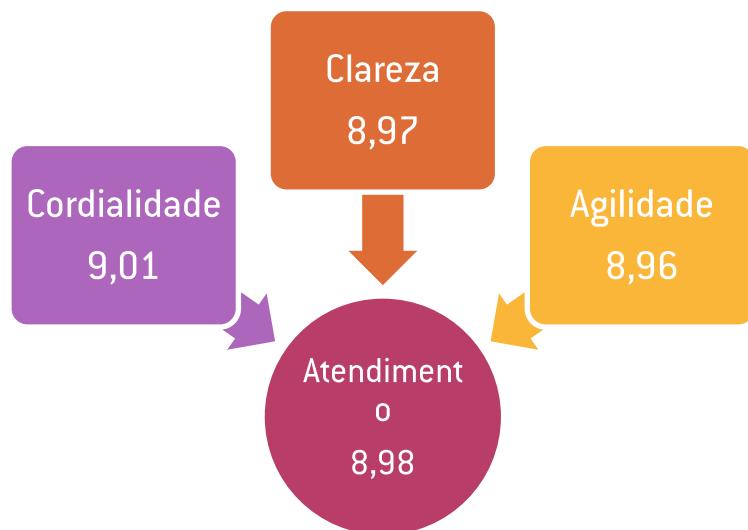
Em seguida os consumidores também tiveram a possibilidade de avaliar sua experiência de compra, a partir da variável atendimento, julgando os critérios: agilidade no atendimento, cordialidade do atendente e clareza de informações fornecidas, como será exposto no item que segue.

AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO

Os consumidores tiveram a possibilidade avaliar sua experiência de compra a partir da variável atendimento, julgando os seguintes critérios: agilidade no atendimento, cordialidade do atendente e clareza de informações fornecidas. Desta forma, o consumidor atribuiu uma nota de 1 a 10, considerando 1 péssimo e 10 ótimo, a esses três itens.

O atributo melhor avaliado pelos consumidores catarinenses durante suas compras de Dia dos Namorados foi a cordialidade do atendente, o qual os consumidores atribuíram nota média de 9,01; em seguida está a clareza das informações fornecidas pelo vendedor (8,97), enquanto a agilidade ficou em terceiro lugar, recebendo nota média de 8,96. Demonstrando que o consumidor catarinense bem avaliou a forma como foi atendido em suas compras de Dia dos Namorados, o atendimento como um todo expressou uma média de 8,98.

Avaliação do atendimento no comércio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

A pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC Avaliação dos Consumidores Dia dos Namorados 2015 tem como objetivo avaliar a experiência de compras dos consumidores catarinenses para o Dia dos Namorados. O levantamento demonstrou uma taxa significativa de 16,8% de consumidores que desistiram de realizar as compras para a data. Essa desistência pode ser explicada a partir do cenário econômico que o país está vivendo com o aumento da inflação, a qual diminuiu a quantidade de recursos das famílias disponível para o consumo, além do aumento da restrição ao crédito devido à elevação das taxas de juros e as pressões na taxa de desemprego.

Sobre o perfil desse consumidor, as mulheres são 61,6%, jovens adultos entre 18 a 35 (69,7%), principalmente os da faixa etária entre 26 a 35 anos (36,7%). Grande parte destes consumidores terminou o ensino médio (45,8%), e a maioria é composta por assalariados com carteira assinada (59,6%).

A maioria (95,8%) dos consumidores entrevistados teve êxito na realização das compras, ou seja, comprou o presente originalmente pretendido, aquele que motivou à ida as compras; 3% declararam não ter encontrado o presente desejado e 1,2% teve sucesso parcial na realização de suas compras.

Os principais segmentos com os quais os catarinenses presentearam seus companheiros foram os de vestuário (43,6%); perfumes e cosméticos (19,7%) e calçados e bolsas (14,8%). Contudo, o maior gasto médio ocorreu entre os segmentos de celulares e smartphones (R\$ 724,83), seguida por eletrodomésticos (R\$ 596,67) e joias (R\$ 284,67).

Quanto aos principais critérios que influenciaram na decisão de compra, as características e qualidades do produto tiveram nota média 9,3; seguida pelo local onde o produto pode ser adquirido, a praça, com nota média de 8,89.

Para o Dia dos Namorados, os consumidores avaliaram de forma positiva o atendimento no comércio catarinense, sendo o critério cordialidade do atendente o melhor avaliado, com nota 9,01. O atendimento como um todo apresentou uma média de 8,98.

Os dados da pesquisa demonstram a insegurança no cenário econômico brasileiro que influenciou uma parcela dos consumidores a desistir das compras. Porem, pela data ser a terceira principal para o varejo, os consumidores, em sua maioria, não abriram mão de presentear seus companheiros.



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