



## VOLTA ÀS AULAS 2016

Relatório de Avaliação  
do Consumidor

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

# **Relatório de Avaliação do Consumidor – Volta às aulas 2016**

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC  
Fevereiro de 2016

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	2
EFETIVIDADE DAS COMPRAS .....	3
PERFIL SOCIOECONÔMICO .....	3
CARACTERÍSTICAS CONSUMO MATERIAL ESCOLAR.....	6
DECISÃO DE COMPRA E AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO .....	13
CONCLUSÃO .....	16

## **INTRODUÇÃO**

Entre as diversas datas importantes para o comércio, a Volta às Aulas é de extrema relevância, visto que resulta em uma intensa movimentação e incremento de vendas nos estabelecimentos. Para acompanhar a data, as duas principais entidades que respondem pelo comércio no Estado – 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) realizaram uma importante parceria que resultou em três pesquisas sobre a data: Pesquisa de Intenção de Compras Volta às Aulas, realizada com o consumidor antes da data; Pesquisa de Resultado de Vendas, realizada com o comerciante após a data; e Pesquisa de Avaliação do Consumidor, aplicada em parte dos consumidores que declararam realizar as compras, após a data.

A pesquisa foi aplicada entre os dias 15 a 18 de fevereiro, com parte dos consumidores que declararam que realizaram as compras de material escolar para os seus dependentes. Foram entrevistados 393 consumidores, que tiveram a oportunidade de avaliar sua experiência de compras para a data, qual foi o gasto que realizaram com as compras de material escolar, e também falaram sobre itens que consideraram abusivos nas listas disponibilizadas pelas escolas.

A margem de erro da pesquisa é de 5%, com intervalo de confiança de 95%.

## EFETIVIDADE DAS COMPRAS

A pesquisa entrou em contato com 487 consumidores que, na pesquisa de Intenção de Compras Volta às Aulas 2016, declararam que realizariam as compras para a data. Dentre esses consumidores contatados, 19,3% ainda não haviam efetuado as compras de material escolar. Esse número, contudo, pode ser associado a um comportamento do consumidor brasileiro, que é a prática de se realizar as compras na véspera. A proximidade com o feriado de Carnaval também pode ter contribuído para o adiamento das compras de volta às aulas. Dentro desta linha de raciocínio, outro fator relacionado é a data do início das aulas, que é padrão para as escolas públicas da rede estadual, mas que varia nas redes municipais e de ensino privado.

### Efetuação das compras

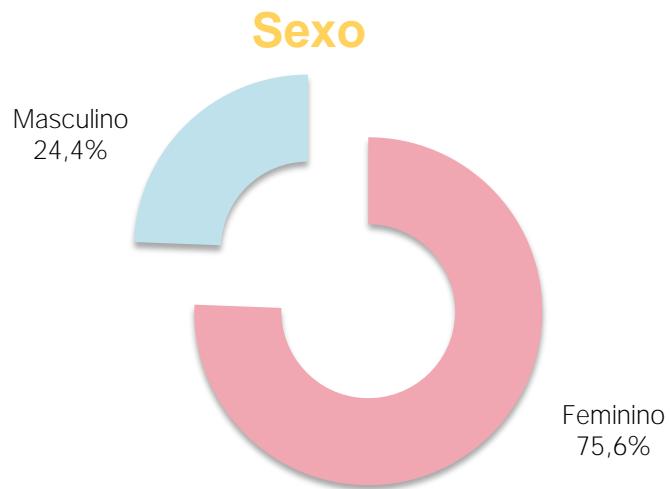


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Os dados a seguir apurados são referentes aos 80,7% de consumidores que já haviam realizado suas compras de material escolar, pois, por se tratar de uma pesquisa de Avaliação, apenas esses poderiam expor sua experiência de compras para a data.

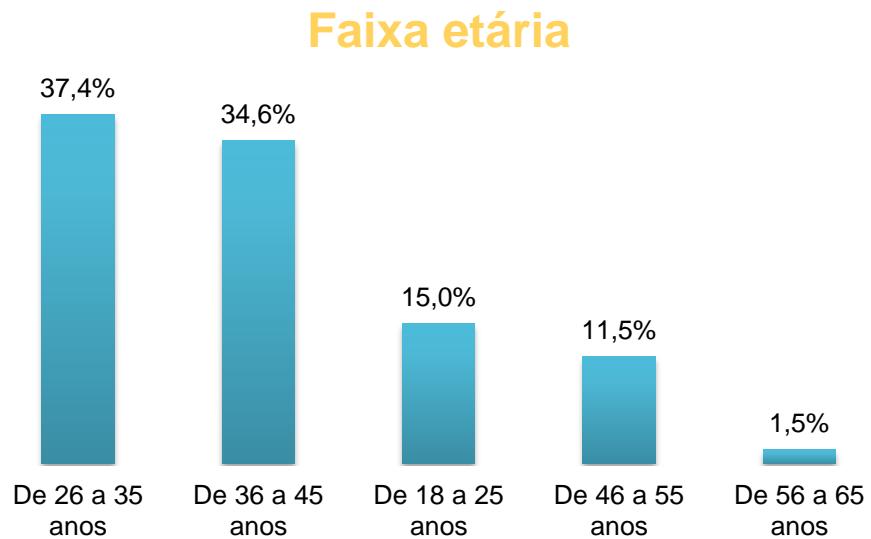
## PERFIL SOCIOECONÔMICO

Dentre os relevantes dados que a pesquisa apura, inicialmente ela levanta o perfil socioeconômico dos entrevistados. Esse perfil é composto por: sexo; faixa etária, escolaridade, ocupação e renda média familiar mensal. O perfil mostra que a maioria dos consumidores são mulheres (75,6%), dado que pode ter relação com o fato de que, social e historicamente, vem cabendo às mulheres o acompanhamento dos gastos realizados com a educação dos dependentes, além disso, é de amplo conhecimento o considerável aumento de mulheres como chefes de família.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

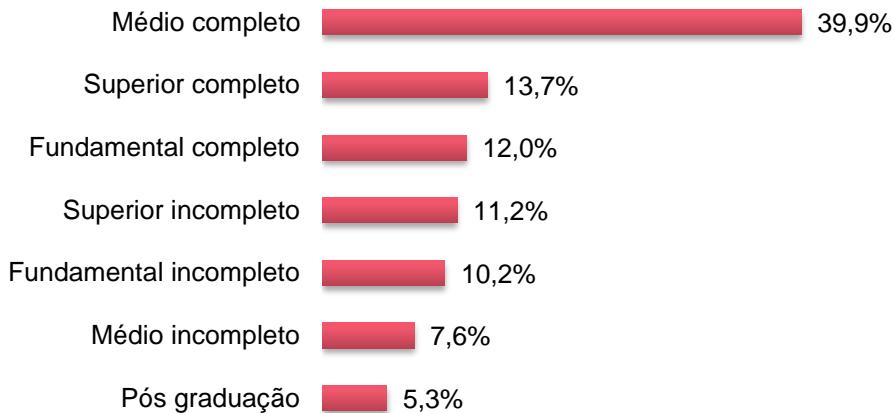
Esse consumidor é formado principalmente por jovens adultos na faixa etária entre os 26 a 35 anos (37,4%). A segunda faixa mais representativa, com diferença de apenas 2,8 pontos percentuais (p.p).



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Esse consumidor tem, em sua maioria, o ensino médio completo (39,9%), seguido por aqueles consumidores que cursaram o ensino superior completo (13,7%).

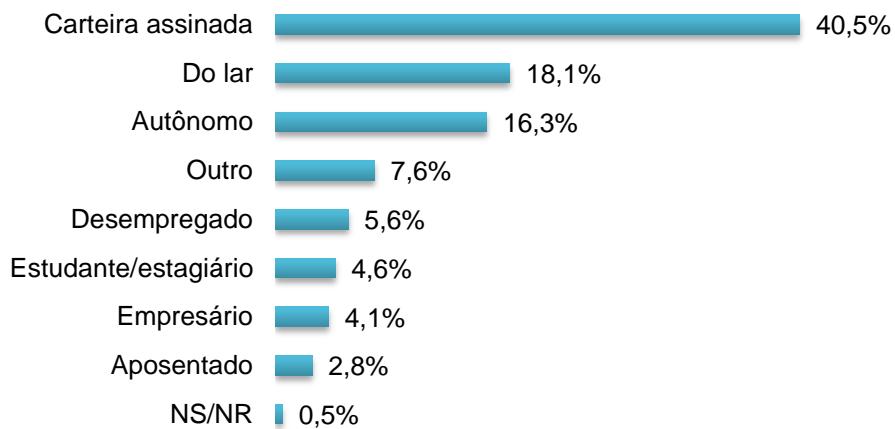
## Escolaridade



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Além de observar a escolaridade, a pesquisa também apurou a principal ocupação desses consumidores que, em sua maioria, são trabalhadores de carteira assinada (40,5%), um número bastante significativo de pessoas se autodeclararam do lar (18,1%), dentre essas pessoas, 100% são mulheres.

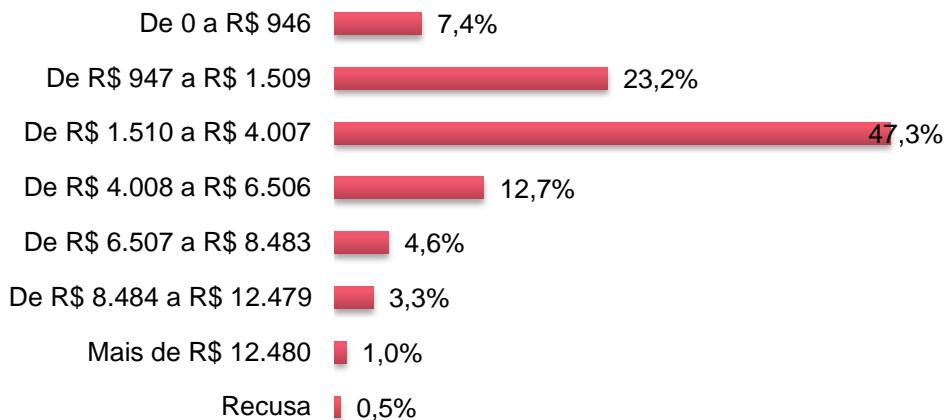
## Ocupação



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

A principal faixa de renda familiar mensal desse consumidor é a entre R\$1.510 a R\$4.007 (47,3%), a segunda mais significativa é a entre R\$947 a R\$1.509.

## Faixa de renda familiar mensal



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

A pesquisa apurou também as características relacionadas ao consumo do material escolar, como a quantidade de dependentes, as escolas que esses frequentam e se encontraram facilmente os itens presentes nas listas de materiais que as escolas disponibilizaram.

## CARACTERÍSTICAS DO CONSUMO DE MATERIAL ESCOLAR

Com o objetivo de compreender o comportamento do consumidor e a característica do consumo dos materiais escolares, a pesquisa verificou que os responsáveis pela compra de materiais escolares irão realizar a compra para, em média, 1,49 estudantes. Esse dado dialoga e reafirma os dados da pesquisa de Intenção de Compras Volta às Aulas, que constatou que 89,2% dos consumidores iriam comprar materiais para 1 ou 2 estudantes.

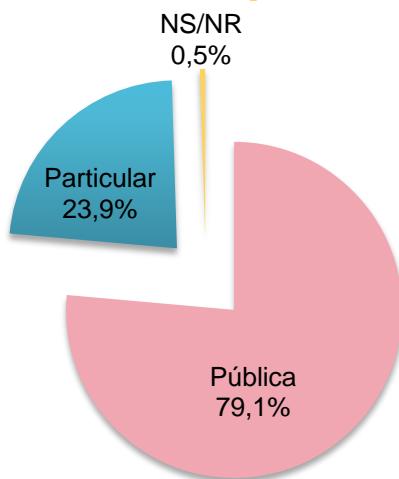
### Número de filhos/dependentes



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Com relação ao tipo de escola dos estudantes para os quais foram destinados os materiais escolares, verificou-se que a maior parte foi para estudantes de escola pública (79,1%).

### Escola dos dependentes

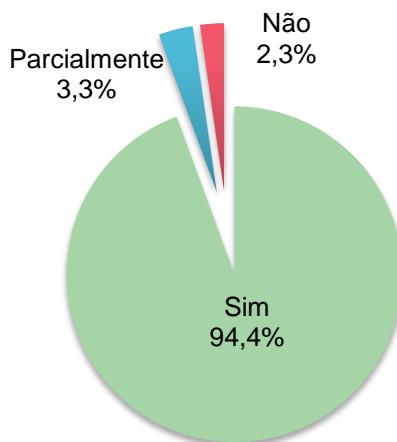


*Nota: Respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Sobre os materiais solicitados nas listas de material escolar dos dependentes, foi verificado se os pesquisados haviam encontrado todos os itens. Tal questionamento foi realizado buscando apontar se o comércio manteve seus estoques abastecidos para a data e se buscou oferecer uma vasta diversidade de produtos. Segundo os dados, os consumidores tiveram êxito em suas compras, já que 94,4% afirmaram ter tido facilidade em encontrar os materiais.

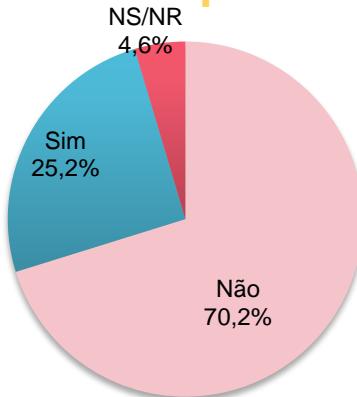
### Encontro dos itens da lista



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Também foi perguntada sobre a pertinência de materiais escolares solicitados nas listas escolares, à maioria dos responsáveis afirmaram que consideram que todos os materiais solicitados são necessários (70,2%), ou seja, não consideraram que os materiais solicitados eram supérfluos.

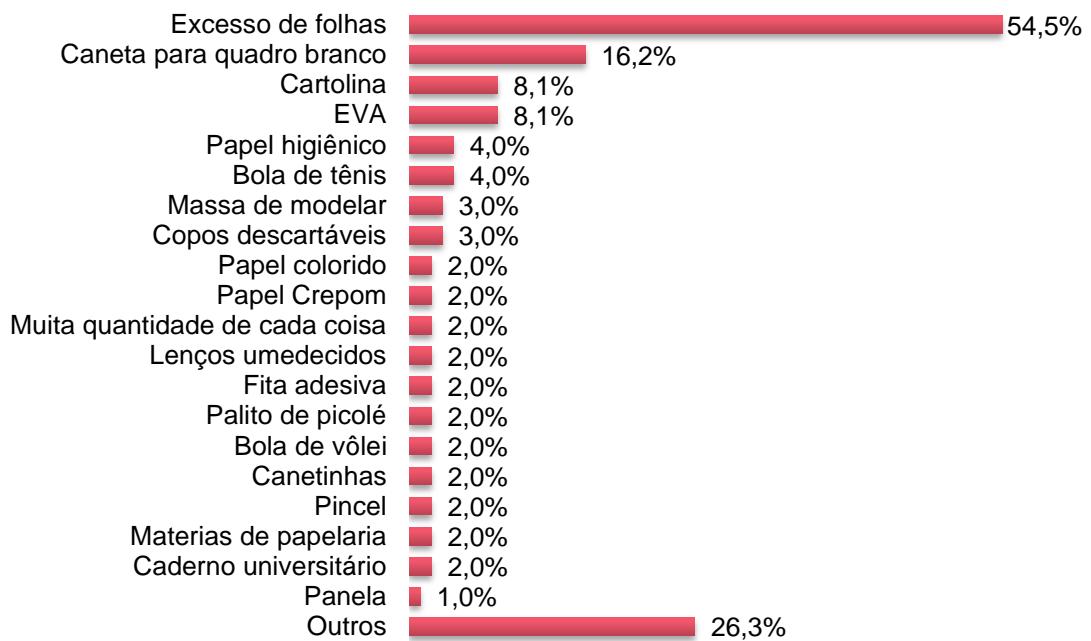
### Itens não pertinentes



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Entre os que consideraram que nas listas continham materiais não pertinentes, o que chamou atenção dos responsáveis foi a grande quantidade de folhas que as escolas solicitaram (54,5%) e o pedido de canetas para quadro branco (16,2%). Entretanto, há itens que se destacam não pela quantidade, mas pela extrema peculiaridade como papel higiênico, bola de tênis e panela.

### Itens não pertinentes



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

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Esse consumidor realizou um gasto médio de R\$ 223,04 com todas as suas compras relativas à volta às aulas, R\$ 27,62 reais a menos do que o gasto médio que pretendiam realizar apurado na pesquisa de Intenção (R\$250,66). Quanto ao empresário, foi verificado na pesquisa de Resultado Volta às Aulas 2016, que o mesmo apresentou um ticket médio por compra de R\$103,41. O ticket médio é o valor médio de cada compra realizada no estabelecimento, e a diferença entre o que consumidor declarou ter gasto, e a média de quanto o empresário declarou ter ganhado por compra está no fato do consumidor poder ter comprado em diversos estabelecimentos.

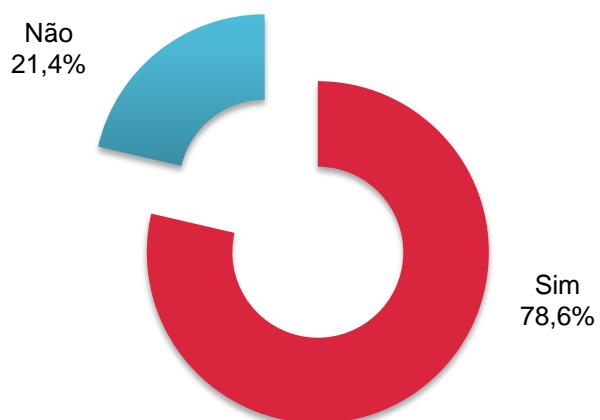
### **Gasto médio**



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Essa economia é explicada pelo percentual de consumidores que realizaram alguma estratégia para economizar nestas compras (78,6%).

### **Realizou estratégias para economizar**



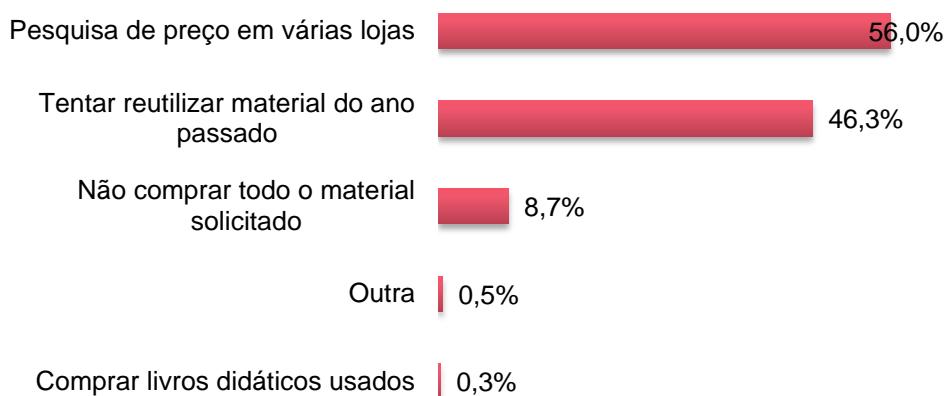
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Dentre as estratégias realizadas pelo consumidor para economizar, a principal foi à pesquisa de preço em diversas lojas (56%). Entretanto, na pesquisa de Resultado de Vendas Volta às Aulas 2016, os empresários perceberam um volume baixo de pessoas realizando pesquisas de preço. Essa divergência entre as percepções, consumidor e empresário, pode estar relacionada ao modelo de autoatendimento de algumas lojas de segmentos importantes para os produtos de volta às aulas, e também ao comportamento do consumidor de realizar pesquisas pela internet.

Outra importante ação foi à reutilização do material escolar do ano anterior (46,3%). Esse dado dialoga diretamente com a percepção dos empresários pesquisados na pesquisa de Resultado, pois em pelo menos a metade dos consumidores (50,4%), segundo os comerciantes, compraram apenas os itens que não puderam reutilizar do ano anterior, resultado que também explica a queda do faturamento.

A pesquisa de Intenção já apontava esse comportamento, com 63,6% afirmando que realizariam a pesquisa de preço em diversas lojas.

## Estratégias para economizar

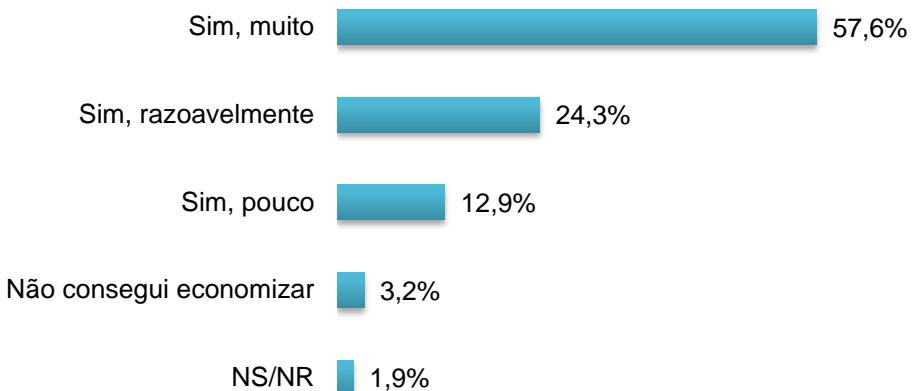


*Nota: Respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

O gasto médio menor também se sustenta na percepção do consumidor que conseguiu economizar com suas estratégias, pois 94,8% realizou algum tipo de economia, 57,6 % considera que conseguiu economizar muito e 24,3% comprehende que a economia que realizou foi razoável.

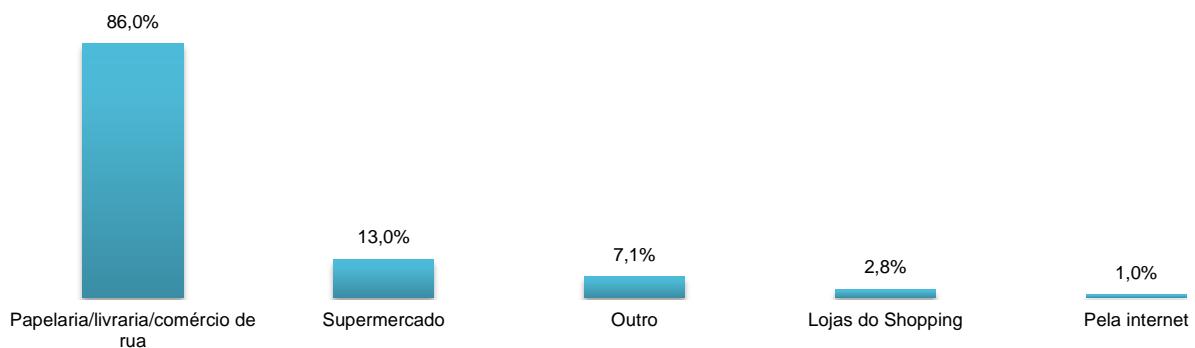
## Efetividade da economia



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Referente ao local de realização destas compras, esse consumidor adquiriu os produtos prioritariamente em papelarias/livrarias e comércio de rua (86%), e também em supermercados (13%). A pesquisa de Intenção também já apontava esse comportamento, afirmando que 86,2% pretendiam comprar em papelarias/livrarias e comércio de rua.

## Local da Compra

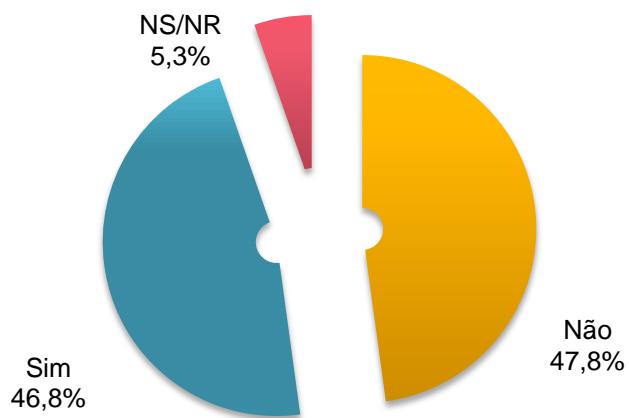


Nota: Respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Também foi observado se o consumidor comprou produtos fora da lista de material escolar: a maioria declarou que adquiriu apenas o que constava na lista (47,8%), mas a diferença entre os que compraram outros itens foi de apenas 1 ponto percentual (46,8%).

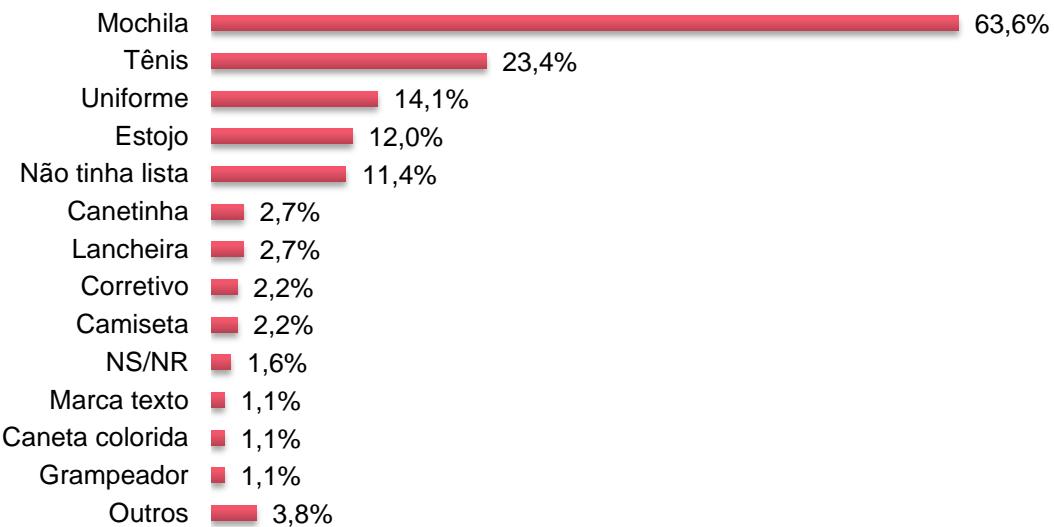
## Compra de material fora da lista



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Dentre os que compraram produtos além dos que constavam na lista, o principal produto foram mochilas (63,6%), tênis (23,4%) e uniformes (14,1%). Isso demonstra que a data movimenta os diversos setores do comércio.

## Itens comprados fora da lista



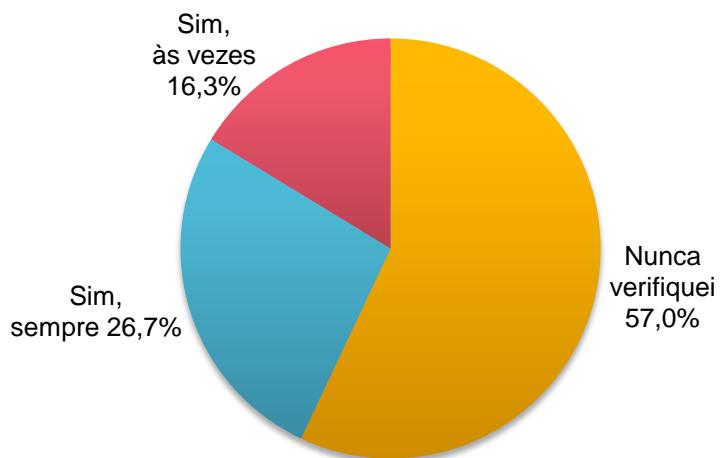
*Nota: Respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Como os produtos comprados na época de volta às aulas são direcionadas para crianças, é de suma importância que esse material seja de qualidade comprovada para assegurar o bem-estar desse público. Nesse sentido, foi perguntado aos entrevistados se quando compraram o material certificaram-se de que possui selo de qualidade do IMETRO. A maioria dos

entrevistados declarou que nunca verificou se os produtos possuem esse selo (57%), 26,7% declararam que conferem sempre e 16,3% declararam que conferem às vezes. Esses dados são alarmantes, apontando a necessidade de ações que incentivem essa conferência por parte dos consumidores.

### Conferência selo de qualidade



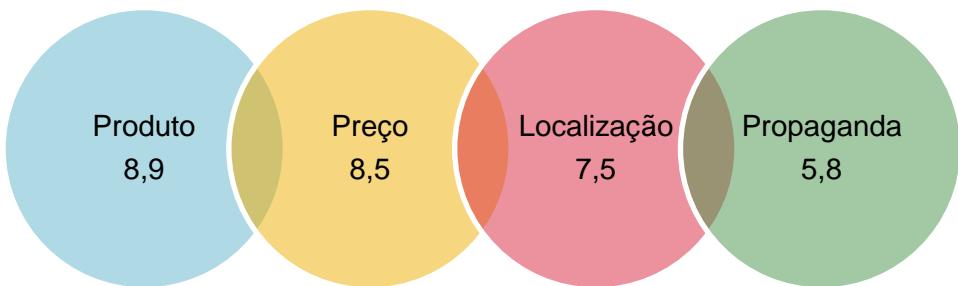
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

## DECISÃO DE COMPRA E AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO

O Marketing considera a existência de quatro atributos fundamentais para a decisão de compra pelo consumidor: Produto; Praça; Preço e Promoção, dessa forma neste levantamento o consumidor teve a oportunidade de 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 Volta às Aulas as características que os produtos comprados possuem foram o que mais influenciaram na decisão de compra, apresentando uma média de 8,9; os preços apareceram em segundo lugar 8,5.

Esse dados demonstram que, para o Volta às Aulas, o consumidor catarinense privilegiou as características do produto, resultado compatível com a data, que possui um perfil de consumo bastante direcionado e sazonal. Demonstraram também que as propagandas pouco pesaram na decisão de compra do consumidor, e que os comércios que praticaram preços mais em conta é que conseguiram ganhar esse consumidor.

## Avaliação dos atributos de decisão de compra

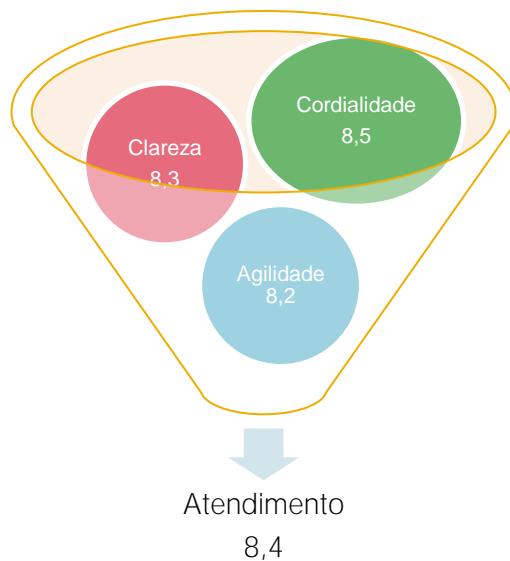


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Os consumidores também tiveram a oportunidade 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. 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 foi à cordialidade do atendente, com nota média de 8,5; em seguida a clareza das informações com nota 8,3 enquanto a agilidade ficou em terceiro lugar, recebendo nota média de 8,2. O atendimento como um todo foi assim não foi mal avaliado, atingindo uma nota média de 8,40, mas demonstrando que ainda cabem melhorias no atendimento do comércio catarinense.

## Avaliação do atendimento no comércio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

## CONCLUSÃO

A pesquisa de Avaliação dos Consumidores Volta às Aulas 2016 ponderou a experiência de compras que os consumidores catarinenses vivenciaram com a data. Dentre os consumidores contatados 19,3% ainda não haviam realizado as compras de material escolar. Entre os que realizaram as compras (80,7%), com as quais a pesquisa de Avaliação foi aplicada, a maioria é composta por mulheres (75,6%), o que pode ter relação com o fato de que às mulheres cabe a função de acompanhar as ações realizadas para a educação dos dependentes. Esses consumidores são jovens adultos entre 26 a 35 anos (37,4%) que possuem renda familiar mensal entre R\$1.510 a R\$4.007 (47,3%).

Esses consumidores têm em média 1,49 dependentes, que estudam em escolar públicas (79,1%). A maioria (70,2%) entende que todos os itens constantes na lista de materiais disponibilizadas são pertinentes. Entretanto, os que acham que não (25,2%), apontaram itens que não são de uso particular do aluno, como o excesso de folhas (54,5%) e canetas para quadro branco (16,2%). Além disso, itens extremamente peculiares foram apontados, como panelas.

O gasto médio com todas as compras relativas à volta às aulas foi de R\$223,04, gastos prioritariamente realizados em papelarias e lojas de rua (86%). Esse gasto médio realizado ficou R\$27,62 abaixo do valor que o consumidor catarinense pretendia realizar na pesquisa de intenção (R\$250,66). Essa economia esta relacionada ao fato de a maioria dos consumidores terem adotado estratégias para tentar economizar (78,6%), dentre as estratégias, a mais realizada foi a pesquisa de preço em diversas lojas (56%) e a reutilização de materiais de outros anos (46,3%). Na opinião dos consumidores, as ações práticas gerou muita economia (57,6%).

Além de observar esses números, a pesquisa observou que o que mais pesou na compra de Volta às Aulas foram os produtos (8,9), seguido pelos (8,5). Além disso, os consumidores bem avaliaram o atendimento no comércio, o qual teve nota de 8,4.