



Relatório Avaliação do Consumidor
DIA DAS MÃES 2016

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

Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas de Santa
Catarina

Relatório Avaliação do Consumidor – Dia das Mães 2016

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVIDADE DAS COMPRAS	3
DECISÃO DE COMPRA	11
AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO	13
CONCLUSÃO	14

INTRODUÇÃO

O Dia das Mães é esperado com expectativa pelo comércio, visto que se configura como a segunda principal data para as vendas, representando considerável aumento no volume de negócios. Em decorrência da sua importância, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina - Fecomércio SC e a Federação das Câmaras de Dirigentes Lojista de Santa Catarina FCDL/SC realizaram a pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2016, na qual os consumidores tiveram a oportunidade de avaliar como foi a sua experiência de compras.

A pesquisa foi realizada com parte dos consumidores que declararam que realizariam compras para a data na pesquisa de Intenção de Compras Dia das Mães. Tais consumidores foram novamente contatados agora para dar sua avaliação sobre a experiência de compras para o Dia das Mães.

O estudo foi realizado entre os dias 9 e 12 de maio. A metodologia utilizada na pesquisa de Avaliação é a quantitativa, e a coleta dos dados ocorreu por telefone, conhecido como *Computer Assisted Telephone Interviewing* (CATI). O erro amostral da pesquisa é de 5% com significância estadual de 95%.

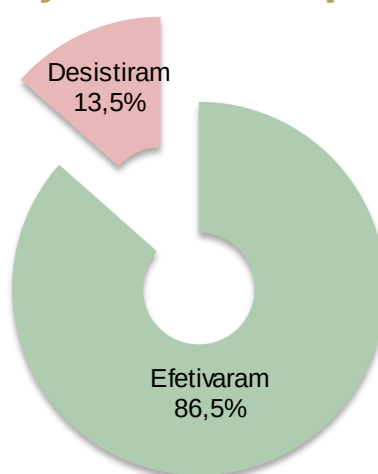
Os dados foram coletados proporcionalmente de consumidores das cidades de Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí.

EFETIVIDADE DAS COMPRAS

Para a realização da pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2016, os pesquisadores entraram em contato com 468 consumidores que, na pesquisa de Intenção de Compras Dia das Mães 2016, demonstraram pretensão em realizar compras para a data.

Dentre os consumidores contatados, 13,5% declararam que não efetivaram as compras, enquanto 86,5% dos entrevistados efetivaram suas compras de presentes para o dia das mães.

Efetivação das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Traçando um comparativo com a pesquisa de Avaliação de dia das mães de 2015, a desistência de compras em 2016 caiu 2 pontos percentuais (de 15,5% para 13,5%).

Efetivação das compras	2015	2016
Efetivaram	84,5%	86,5%
Desistiram	15,5%	13,5%
Total	100%	100%

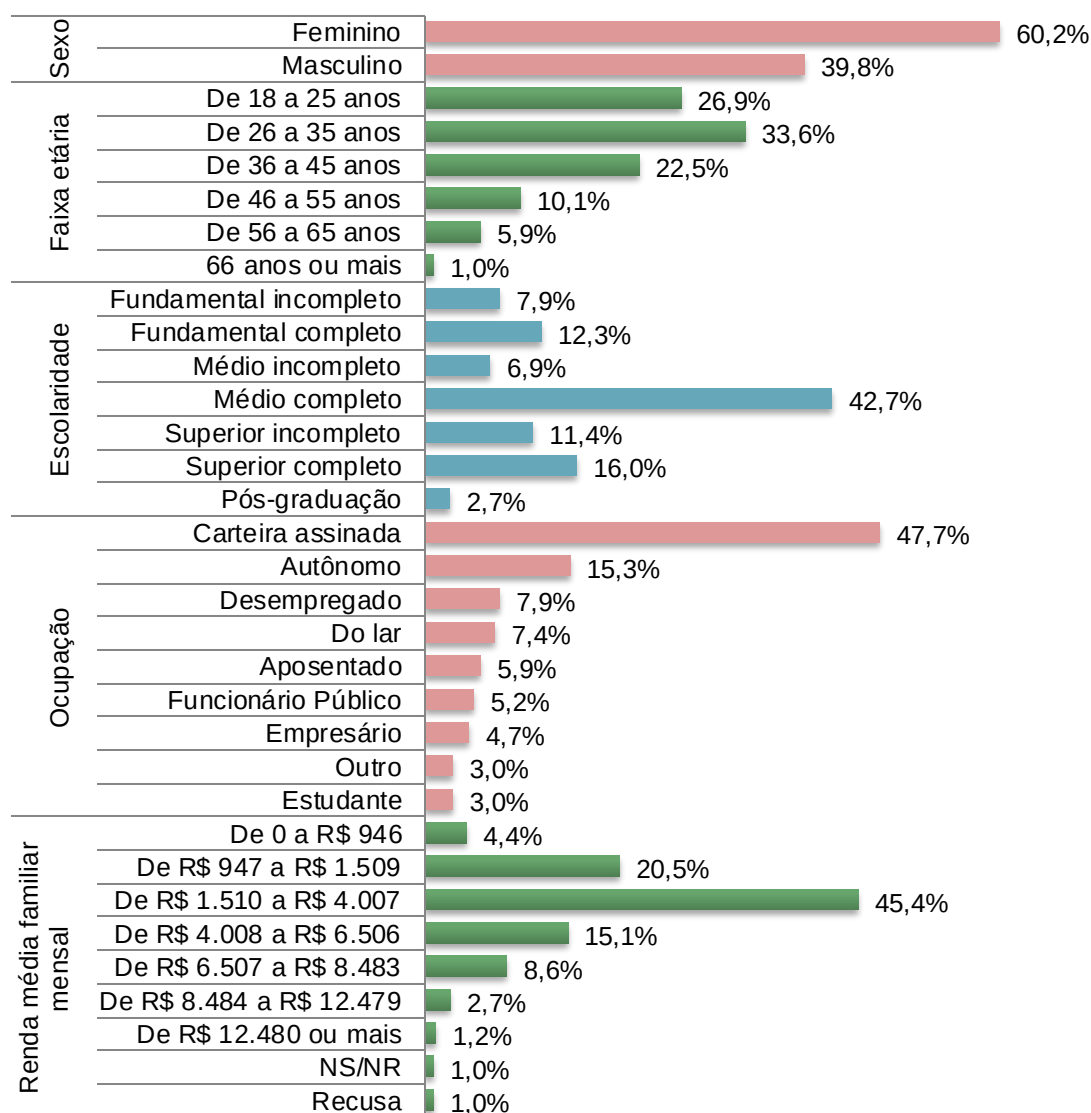
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Os dados a seguir são referentes aos 86,5% de consumidores que efetivaram suas compras neste ano, pois apenas esses poderiam expor como foi sua experiência de compras para a data.

PERFIL SOCIOECONÔMICO

A pesquisa inicialmente levantou o perfil socioeconômico deste público, composto por dados como sexo, faixa etária, escolaridade, ocupação e renda média familiar mensal. O consumidor catarinense é majoritariamente do sexo feminino (60,2%), jovens adultas entre 18 a 35 anos (60,5%), economicamente ativas que tem como principal ocupação o trabalho com carteira assinada (47,7%), que cursaram o ensino médio completo (42,7%) e que possuem uma renda média familiar mensal entre R\$1.510 a R\$4.007 reais (45,4%).

Perfil socioeconômico

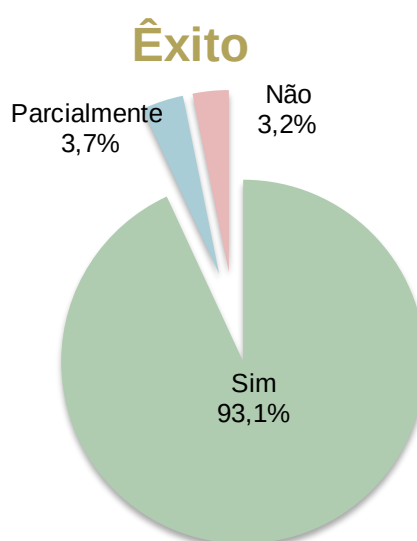


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa apurou também as características relacionadas ao consumo para a data como êxito na realização das compras, segmentos comprados, gasto médio por segmento, quantidade de presentes, pessoas presenteadas, principal local de compras e se realizou passeio com a mãe e/ou pessoa presenteada.

CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS

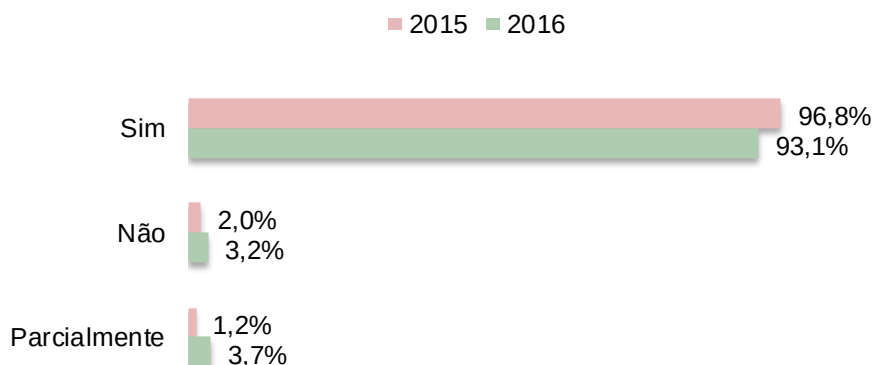
Para compreender o consumo neste período, uma das questões abordadas foi o êxito na realização da compra de presentes, ou seja, se o entrevistado encontrou os artigos que motivaram a ida às compras. Essa questão busca apontar se o comércio manteve seus estoques abastecidos e se ofereceu uma vasta e diversificada gama de produtos. A ampla maioria de consumidores em Santa Catarina obteve êxito na realização de suas compras, adquirindo os produtos inicialmente almejados (93,1%), 3,2% não encontraram os presentes desejados e 3,7% encontraram parcialmente. Como esses consumidores efetivaram as compras, possivelmente substituíram os presentes que planejavam por similares.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Se comparado com o ano de 2015, observa-se uma queda de 3,7 pontos percentuais entre os consumidores que tiveram êxito na realização das compras para a data. Não existe uma motivação concreta para essa leve redução, ela pode estar atrelada a compras não planejadas previamente, bem como a compra de apenas um dos itens desejados, considerando que ocorreu aumento entre os consumidores que encontraram parcialmente os presentes.

Êxito na compra

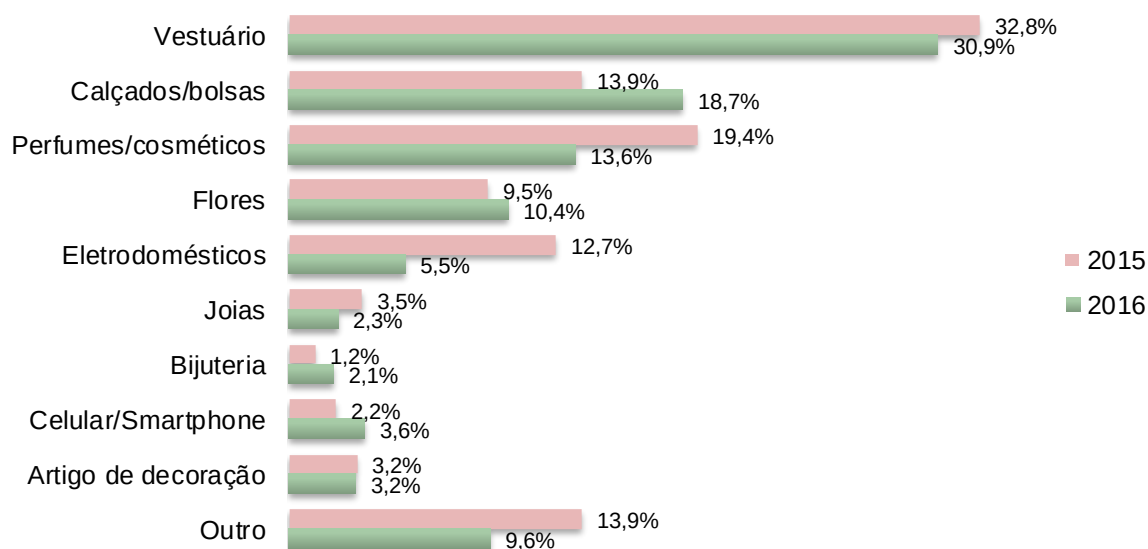


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Os principais presentes comprados para o dia das mães em 2016 foram do segmento de vestuário (30,9%), calçados/bolsas (18,7%) e perfumes/cosméticos (13,6%). A pesquisa de Intenção de Compras Dia das Mães 2016 já apontava a preferência do consumidor por esses três segmentos, onde 41,5% dos consumidores do estado pretendiam presentear com produtos do segmento de vestuário, 14,6% com perfumes/cosméticos e 11,8% com calçados/bolsas.

Esses três segmentos foram os principais também no ano de 2015, contudo, no ano anterior, o segmento de perfumes e cosméticos foi o segundo principal presente para a data, sofrendo queda de 5,8 p.p, enquanto o segmento de calçados e bolsas teve um aumento de 4,8 p.p.

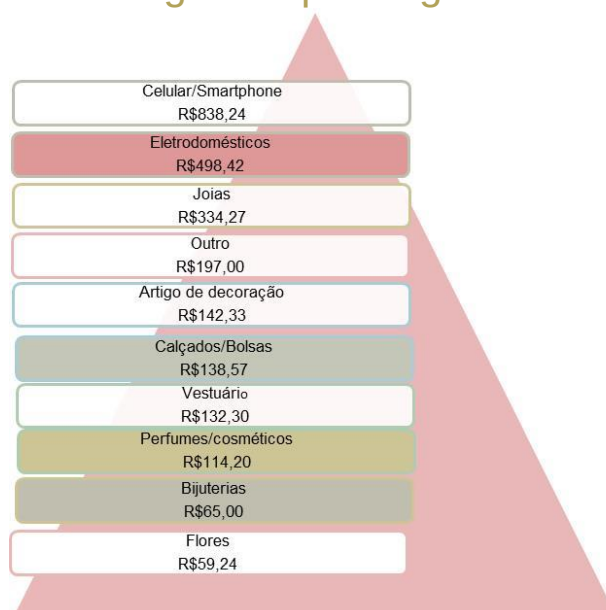
Segmentos dos presentes 2015/2016



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Sobre o valor pago nesses presentes, o consumidor que presenteou em 2016 com celulares e smartphones foram os que apresentaram o maior gasto médio (R\$838,24), em seguida estão os que presentearam com eletrodomésticos (R\$498,42) e os que deram joias (R\$334,27). Tais itens também foram os que apresentaram maior gasto médio em 2015, contudo os consumidores desembolsaram mais neste ano: celulares/smartphones (19,4%), eletrodoméstico (47,2%) e joias (43,9%). O aumento nos gastos médios destes segmentos pode estar relacionado ao momento econômico que o país vivencia, com desaceleração da economia diretamente relacionada ao aumento da inflação.

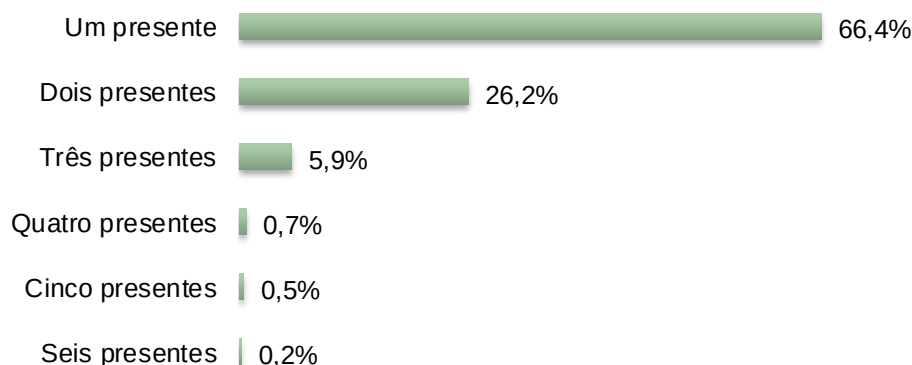
Média de gastos por segmento 2016



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A maioria dos consumidores comprou um presente (66,4%), enquanto 33,6% compraram mais de um. A média de presentes comprados para o dia das mães ficou em 1,43.

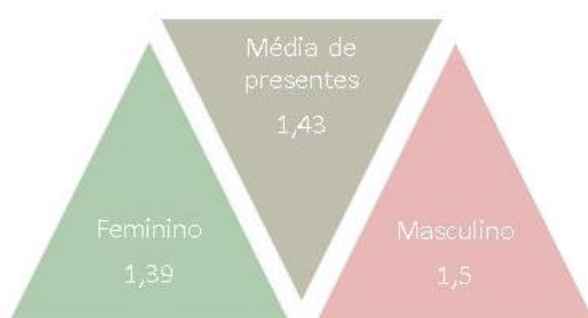
Quantidade de presentes



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os entrevistados do sexo masculino compraram mais presentes, apresentando média de 1,5 presentes, enquanto os entrevistados do sexo feminino apresentaram média de 1,39.

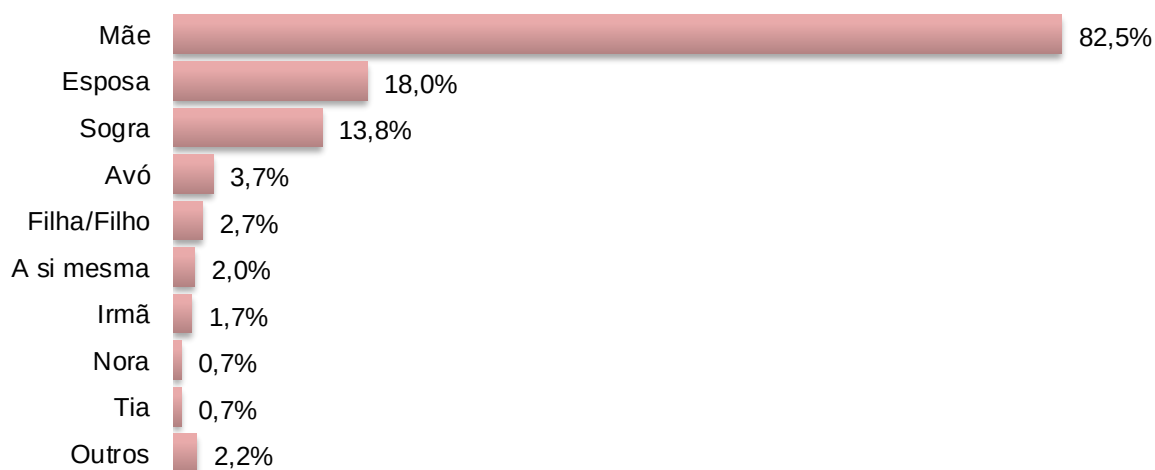
Média de presentes por sexo



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Para mensurar quais pessoas seriam presenteadas, a pesquisa trouxe uma questão aberta onde o entrevistado listava espontaneamente os presenteados. As principais pessoas presenteadas foram, como esperado, as mães dos pesquisados (82,5%), contudo não foram as únicas. Esposas também foram lembradas (18%), bem como as sogras em terceiro lugar (13,8%). Diversos graus de parentescos foram elencados, tais como avó (3,7%), filha/filhos (2,7%) e mesmo pessoas que se auto presentearam (2%).

Pessoas presenteadas



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

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Ao cruzar o dado “pessoa presenteada” com o do sexo, observaram-se informações interessantes, como o fato de 80,4% das pessoas que presentearam as sogras serem do sexo feminino. Outro dado relevante é o de que 90,4% dos que presentearam as esposas são do sexo masculino e 9,6%

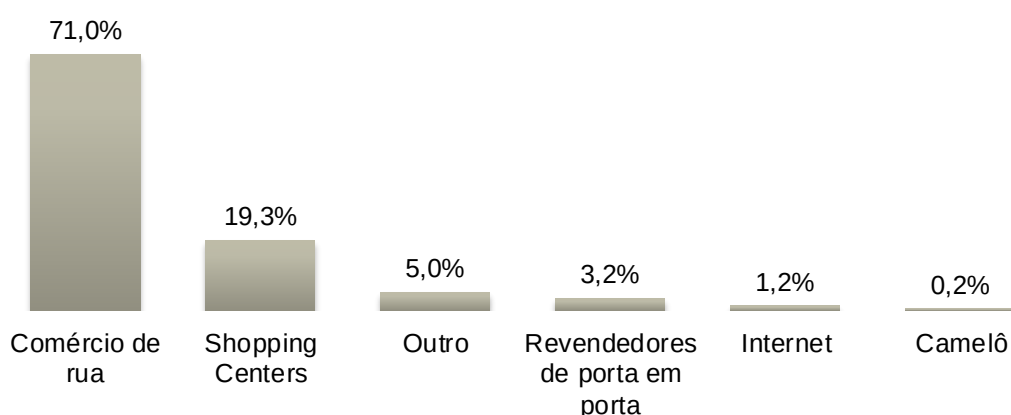
eram mulheres, ou seja, são casais homoafetivos onde a entrevistada presenteou a esposa.

Relação sexo/pessoas presenteadas		
	Feminino	Masculino
Mãe	63,2%	36,8%
Esposa	9,6%	90,4%
Sogra	80,4%	19,6%
Avó	60%	40%
Filha/Filho	90%	10%
A si mesma	100%	0%
Irmã	71,4%	28,6%
Nora	66,7%	33,3%
Tia	33,3%	66,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outro dado importante sobre o comportamento do consumidor é o local onde essas compras são realizadas. A pesquisa de Intenção de Compras Dia das Mães 2016 apontou que consumidores pretendiam realizar suas compras para a data principalmente no comércio de rua 70,7% e nos Shopping Centers (19,9%). A pesquisa de Avaliação de Compras Dia das Mães 2016 confirmou essa tendência, com 71% dos consumidores realizando suas compras nos comércios de rua e 19,3% apontando os shoppings como segundo principal local de compra para a data.

Local

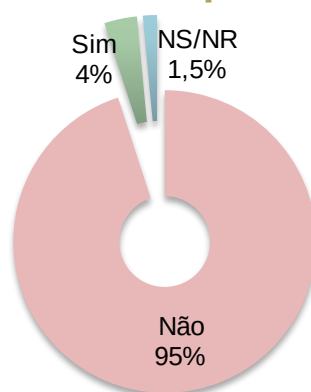


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A Fecomércio SC e a FCDL/SC são entidades que trabalham com afinco visando o fortalecimento do comércio formal no estado. O comércio de produtos piratas está na contramão do desenvolvimento do comércio, pois gera diversas mazelas sociais e econômicas. Nesse sentido, a pesquisa apurou a quantidade

de consumidores que compraram produtos piratas para o dia das mães. A maioria dos consumidores declarou não ter consumido produtos piratas (95%), apenas 4% responderam ter adquirido esses produtos. Na pesquisa Fecomércio SC Pirataria em Santa Catarina, o percentual de consumidores que declararam ter comprado produtos piratas durante o ano foi de 32,9%. Entretanto, esse percentual pode ser maior se assumirmos a possibilidade de que muitos entrevistados se sentem constrangidos em afirmar esse consumo.

Consumo de pirataria



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O dia das mães é uma data importante não apenas para o comércio de bens, mas também o setor de serviços é afetado. Nesse sentido, a pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2016 buscou compreender se consumidor pesquisado levou sua mãe (ou pessoa presenteada) para passear. Entretanto, a maioria dos consumidores não foi passear com suas mães (ou pessoa presenteado) (67,4%), enquanto 32,6% realizaram algum tipo de passeio.

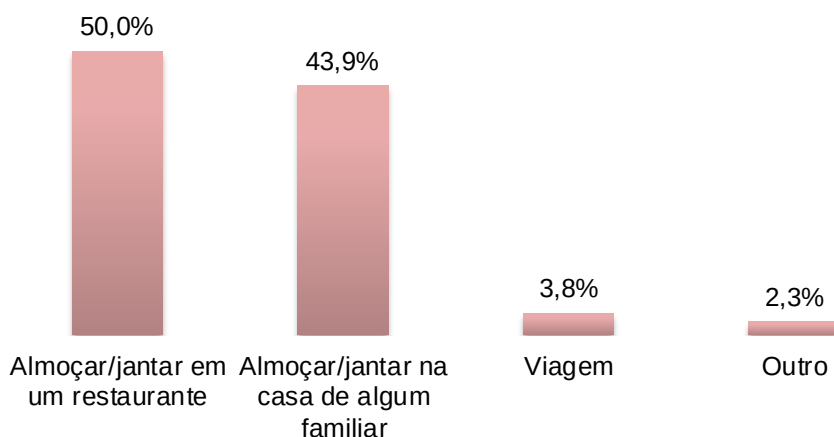
Passeio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Dentre os que declararam ter passeado, a maioria almoçou/jantou em restaurantes (50%), enquanto 43,9% almoçaram/jantaram na casa de algum familiar, apenas 3,8% realizaram viagens.

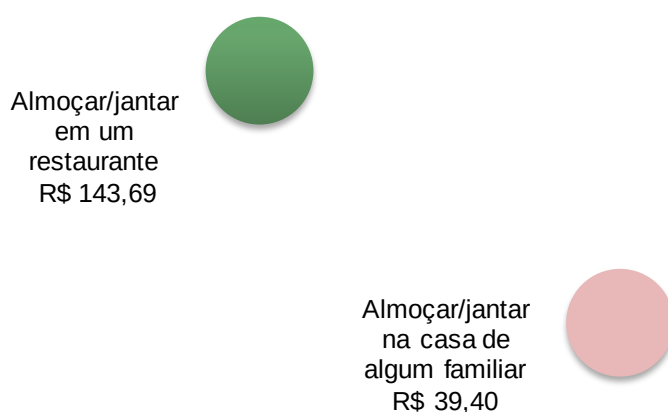
Tipos de passeios



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Entre os que realizaram passeios, o gasto médio com o mesmo foi de R\$102,63. Os que almoçaram/jantaram em restaurantes tiveram gasto médio de R\$143,69, enquanto os que almoçaram/jantaram na casa de algum familiar desembolsaram R\$39,40. Estes gastos referem-se a eventuais despesas realizadas para a confraternização na casa do familiar, como a compra de alimentos ou bebidas. Os gastos médios dos que viajaram e os que realizaram outras atividades não foram apurados, pois apresentaram menos de dez citações cada.

Gasto médio passeio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

DECISÃO DE COMPRA

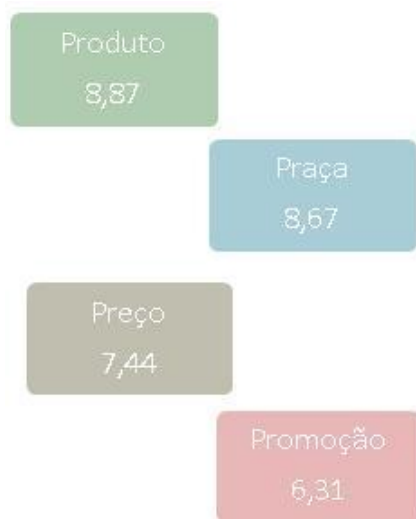
O comportamento consumidor envolve o processo de decisão de compra, a qual começa quando há uma necessidade, que é ativada ou

reconhecida. Para sanar tais necessidades, existem quatro propriedades que são levados em conta na decisão de compra: Preço, Praça, Produto e Promoção. Essas são as definições fundamentais que uma empresa deve considerar para atingir um determinado público-alvo.

A pesquisa de Avaliação do Consumidor permite que o mesmo dê 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.

As características e qualidades do produto foi o que mais influenciou na decisão de compra do catarinense (8,87), em seguida o local (praça) onde o produto foi comprado obteve nota de 8,67. O preço apareceu em terceiro lugar, com média de 7,44. Já o atributo de menor relevância foi a promoção, com nota de 6,31.

Avaliação dos atributos de decisão de compra



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O produto foi o principal também na pesquisa de Avaliação dia das mães 2015, contudo sofreu uma pequena queda, bem com os demais atributos, que também mantiveram suas colocações.

Decisão de compra 2015/2016		
Decisão de compra	2015	2016
Produto	9,24	8,87
Praça	8,96	8,67
Preço	7,87	7,44
Promoção	6,73	6,31

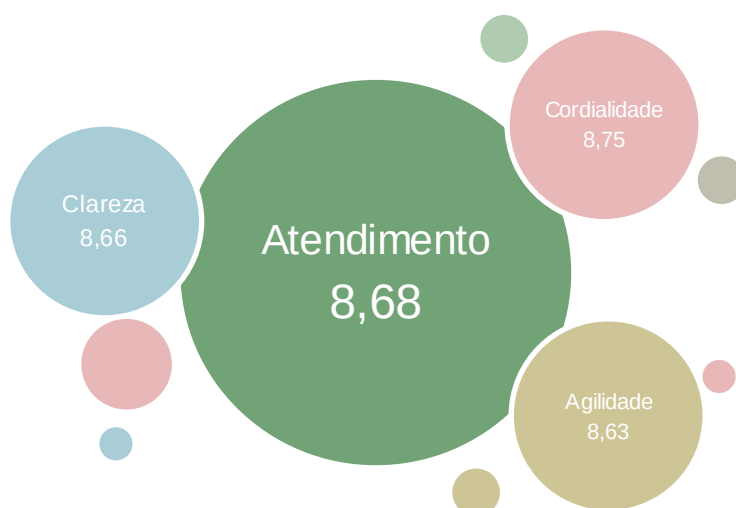
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO

Os consumidores tiveram também a oportunidade de avaliar sua 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. 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 para o dia das mães foi a cordialidade do atendente, com nota média de 8,75; em seguida aparece a clareza das informações fornecidas pelo atendente (8,66) e agilidade (8,63). De maneira geral, considerando os 3 atributos, a nota do atendimento em Santa Catarina foi de 8,68.

Avaliação do Atendimento



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Seguindo o mesmo padrão de 2015, o consumidor catarinense neste ano avaliou a maneira como foi atendido em suas compras de dia das mães. Entretanto, observa-se que, mesmo que de forma pouco expressiva, as notas médias apontaram uma pequena queda de um ano para o outro.

Avaliação do atendimento Dia das Mães 2015/2016		
Avaliação do Atendimento	2015	2016
Cordialidade	9,02	8,75
Clareza	8,98	8,66
Agilidade	8,75	8,63
Atendimento	8,92	8,68

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A pesquisa Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2016 analisou diversas questões envolvendo as compras dos consumidores catarinenses, desde a efetivação da compra até a avaliação deste consumidor sobre o atendimento que recebeu durante a sua experiência de compras. Apurou inicialmente que a maioria dos consumidores contatados (86,5%) realizaram compras para o dia das mães.

Esse público consumidor é composto majoritariamente por mulheres (60,2%), jovens adultas entre 18 a 35 anos (60,5%), economicamente ativas que tem como principal ocupação o trabalho com carteira assinada (47,7%), cursaram o ensino médio completo (42,7%) e possuem uma renda média familiar mensal entre R\$1.510 a R\$4.007 reais (45,4%).

O principal segmento comprado para o dia das mães foi o de vestuário (30,9%), calçados/bolsas (18,7%) e perfumes/cosméticos (13,6%). Contudo, o consumidor que presenteou com Celular/Smartphone foi o que teve o maior desembolso, com média de R\$838,24, bem como os que compraram eletrodomésticos, os quais tiveram um gasto médio de R\$498,42.

As principais pessoas presenteadas foram, como esperado, as mães dos consumidores pesquisados (82,5%), mas um percentual considerável presenteou suas esposas (18%) e 13,8% presentearam também suas sogras.

Além de observar esses números, a pesquisa constatou que o que mais pesou na compra dos presentes para o dia das mães foram as características dos produtos (8,7), seguido pelo local onde esse produto pode ser encontrado (praça) com média de 8,67.

Quanto ao atendimento, ele foi bem avaliado (8,68), sendo o melhor atributo a cordialidade do atendente que apresentou média de 8,75, seguido pela clareza das informações transmitidas pelo atendente (8,66).