



Relatório Avaliação do Consumidor
DIA DOS NAMORADOS 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 dos Namorados 2016

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVIDADE DAS COMPRAS	3
CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS	5
Critérios para a decisão de compra.....	6
AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO	13
CONCLUSÃO.....	15

INTRODUÇÃO

O dia dos Namorados é uma data comemorada em diversos países. Na Europa e Estados Unidos ocorre no dia 14 de fevereiro, em lembrança da morte de São Valentim, mártir cristão que celebrava casamentos clandestinos, mesmo após a proibição do imperador Cláudio II. No Brasil, a história do dia dos namorados teve início em 1949, quando o empresário João Dória trouxe do exterior a ideia de celebrar uma data em homenagem aos casais. Aqui a referência deixou de ser São Valentim e passou a ser Santo Antônio, conhecido como santo casamenteiro. Assim, o dia dos namorados passou a ser 12 de junho, véspera do dia de Santo (13 de junho). A escolha da data, contudo, não foi motivada apenas pelo dia do padroeiro dos casais. Junho era considerado um mês fraco de vendas no comércio, e por isso a data da festividade ajudaria a animar o fraco comércio no mês. A estratégia deu certo e hoje a data é uma das mais importantes para o comércio brasileiro.

Constatando a 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 dos Namorados, 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 Intenção de Compras Dia dos Namorados Fecomércio-SC e FCDL/SC. Tais consumidores foram novamente contatados agora para avaliar a experiência de compras para o Dia dos Namorados.

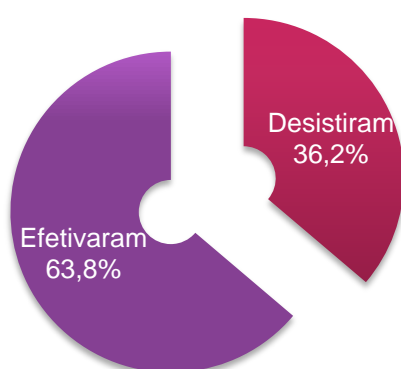
O estudo foi realizado entre os dias 13 a 16 de junho. A metodologia utilizada na pesquisa de Avaliação é a quantitativa, e a coleta dos dados ocorreu por telefone, baseado na metodologia *Computer Assisted Telephone Interviewing* (CATI). O erro amostral da pesquisa é de 5% com significância estadual de 95%.

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

EFETIVIDADE DAS COMPRAS

Para a realização da pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia dos Namorados 2016, os pesquisadores contataram 627 consumidores que, na pesquisa de Intenção de Compras Dia dos Namorados 2016, declararam ter intenção em realizar compras para a data. Dentre os consumidores contatados, 36,2% declararam não ter realizado as compras, enquanto 63,8% efetivaram suas compras de presentes para o dia dos namorados.

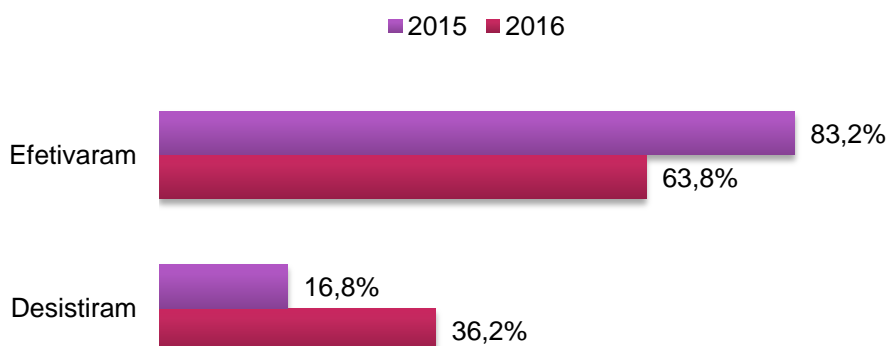
Efetivação das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Comparando com a pesquisa de Avaliação do dia dos namorados do ano anterior, o percentual de desistência de compras subiu 19,4 pontos percentuais de um ano para outro (16,8% em 2015 para 36,2% em 2016). Essa alta na desistência das compras tem relação com as atuais condições da renda, da inflação e do acesso ao crédito, que desencadeou o atual cenário de crise, desestimulando o consumo.

Efetivação das compras



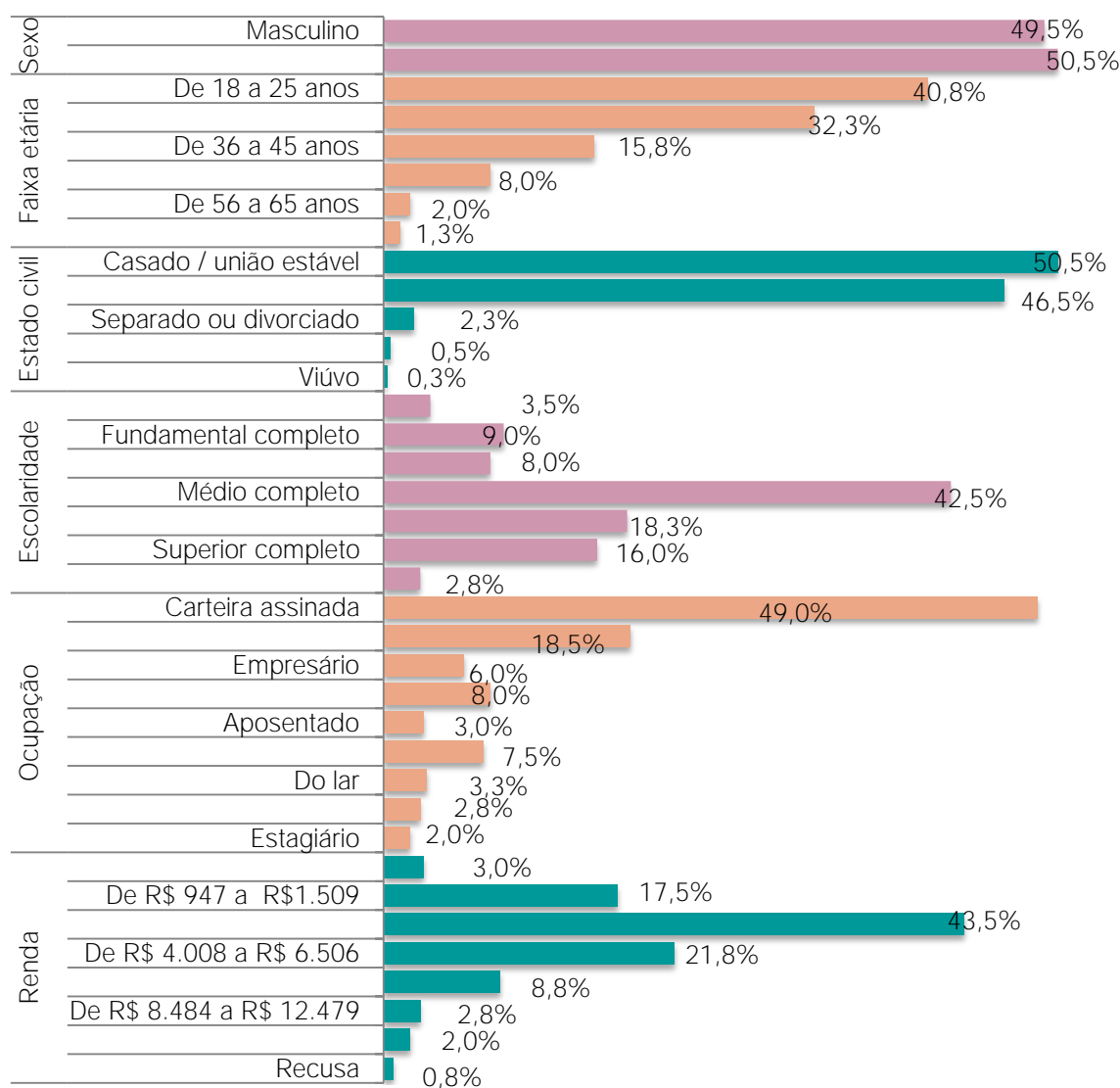
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Os dados a seguir são referentes aos 63,8% de consumidores que efetivaram suas compras, pois apenas eles poderiam avaliar como foi a experiência de compras para a data.

PERFIL SOCIOECONÔMICO

Inicialmente, a pesquisa apurou o perfil socioeconômico deste consumidor. A compreensão do perfil é importante, pois o seu comportamento na realização de compras é pautado por ele. O perfil é composto pelos seguintes dados: sexo, faixa etária, estado civil, escolaridade, ocupação e renda média familiar mensal. No gráfico estão compilados os dados dos consumidores que realizaram compras para o dia dos namorados.

Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Conforme os dados demonstram, houve um equilíbrio em relação ao sexo dos consumidores, onde 50,5% são do sexo feminino e 49,5% masculino. Esses consumidores são, em sua maioria, jovens adultos entre 18 a 35 anos (73,1%), 40,8% com idade entre 18 a 25 anos e 32,3% entre 26 a 35 anos. O maior percentual é de consumidores casados ou em união estável (50,5%), apenas 4 pontos percentuais a mais dos que se declaram solteiros (46,5%). O nível de escolaridade dos consumidores é prioritariamente de ensino médio completo (42,5%), seguido por pessoas que cursaram o ensino superior incompleto (18,3%). Os consumidores têm como principal ocupação o trabalho com carteira assinada (49%) e a renda média familiar mensal da maioria é de R\$1.510 a R\$4.007 (43,5%).

A pesquisa também apurou as características relacionadas ao consumo da 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 o namorado (a), ou pessoa presenteada.

CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS

Quando o consumidor planeja realizar uma compra, na maioria das vezes, já idealizou as principais características do produto. Quando sai para efetivá-la, muitos podem não encontrar o produto imaginado, por esse motivo a pesquisa buscou saber se o consumidor teve êxito em sua compra, ou seja, se encontrou os presentes que motivaram à ida as compras. A questão busca apontar, dentre outras coisas, se o comércio manteve seus estoques abastecidos e se ofereceu uma vasta e diversificada gama de produtos para a data. A maioria de consumidores em Santa Catarina obteve êxito na realização de suas compras, adquirindo os produtos inicialmente almejados (93%), apenas 4,8% não encontraram os presentes idealizados e 2,3% encontraram parcialmente.

Comparando com o ano de 2015, observa-se uma leve queda de 2,8 pontos percentuais entre os consumidores que tiveram êxito na realização das compras. É difícil mensurar a motivação da redução, que pode estar relacionada com a realização de compras não planejadas.



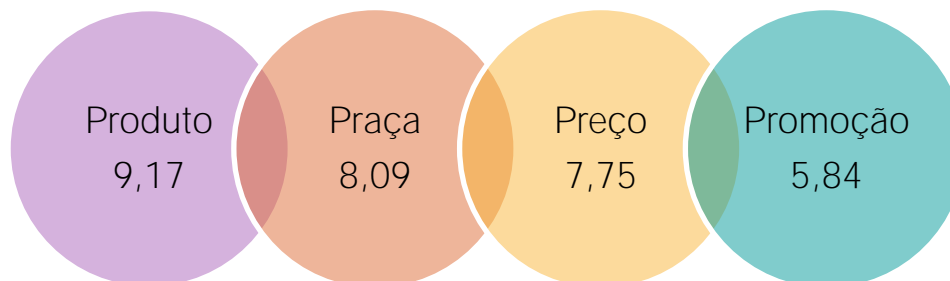
Critérios para a decisão de compra

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 sanar tais necessidades, existem quatro atributos que são estruturantes na decisão de compra: Preço, Praça, Produto e Promoção, quesitos 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.

Os consumidores que presentearam no dia dos namorados entenderam que as características e qualidades que o produto possui é o fator que mais influenciou a decisão de compra (9,17), em seguida o local (praça) onde o produto pôde ser encontrado obteve nota de 8,09. O preço apareceu em terceiro lugar, com média de 7,75, e o atributo de menor relevância foi à divulgação (promoção) com nota de 5,84.

Avaliação dos atributos de decisão de compra



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O produto também foi o principal atributo apontado na pesquisa de Avaliação dia dos Namorados 2015, contudo sofreu uma pequena queda, assim como os demais, contudo mantiveram suas colocações. Destaque para a promoção/divulgação que sofreu a maior queda.

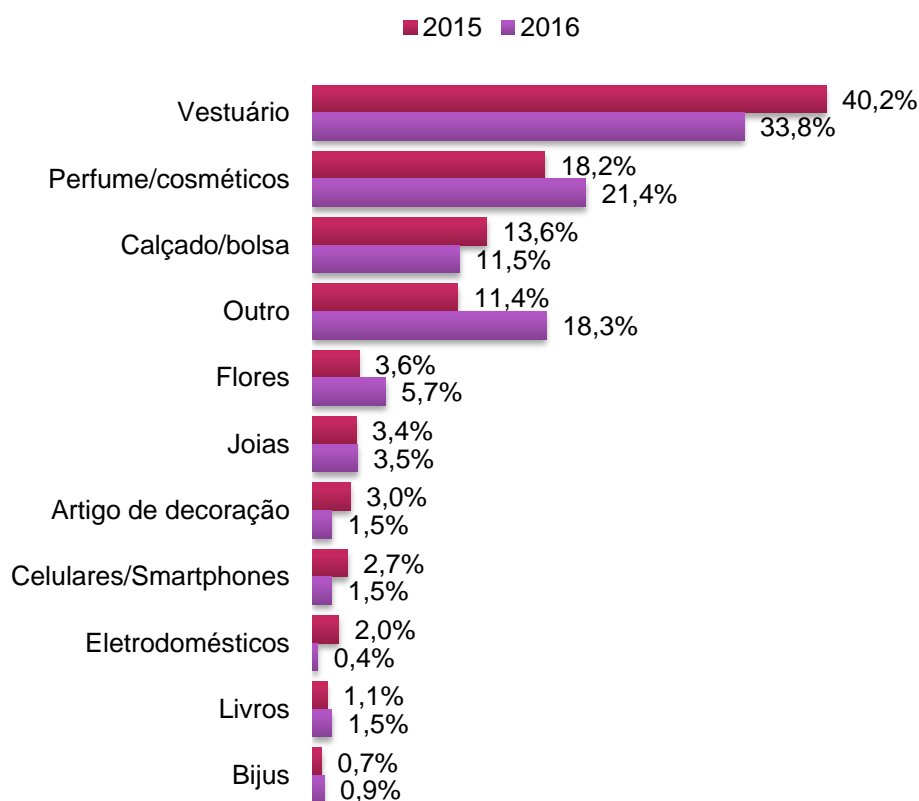
Decisão de compras dia 2015/2016		
Período	2015	2016
Produto	9,3	9,17
Praça	8,89	8,09
Preço	7,75	7,26
Promoção	7,13	5,84

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Além de compreender quais os principais atributos levados em conta pelo consumidor para a realização de suas compras, a pesquisa também apurou as características das compras dos presentes, os presentes comprados e seu gasto e como o consumidor catarinense comemorou o dia dos namorados.

Os principais presentes comprados para o dia dos namorados em 2016 foram do segmento de vestuário (33,6%), seguido por perfumes e cosméticos (21,4%). Tais segmentos foram os dois principais também na pesquisa do ano anterior, contudo o segmento de vestuário sofreu queda de 6,4 pontos percentuais de um ano para o outro, já o segmento de perfumes e cosméticos apresentou alta de 3,2 pontos. Em 2015 o terceiro segmento de presentes mais adquirido foi o de calçados e bolsas (13,6%) que este ano sofreu queda de 2,1 pontos percentuais comparado ao ano anterior. Em 2016, o terceiro mais consumido foi a categoria outros (18,3%), que apresentou alta de 6,9 pontos de ano para outro. Esta opção é utilizada quando o respondente não encontra entre as opções uma que se enquadre ao presente comprado, pois observando as características da data, esses presentes podem ser de foro íntimo e pessoal.

Segmentos dos presentes 2015/2016



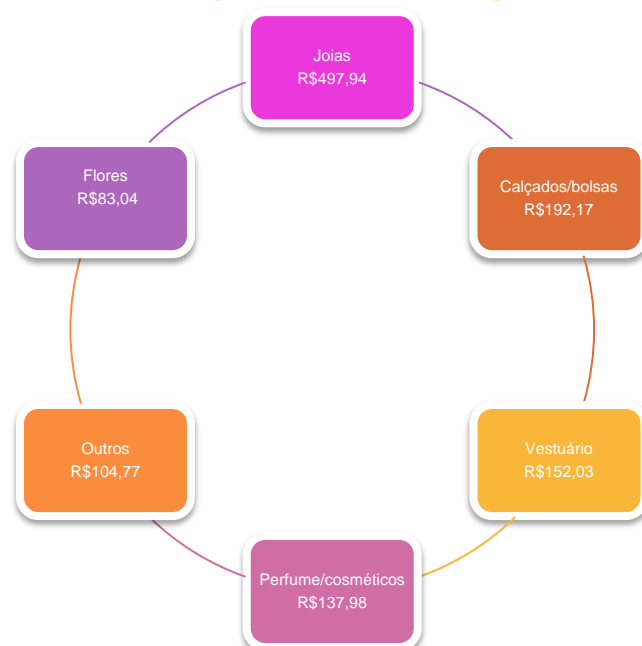
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa de Intenção de Compras Dia dos Namorados Fecomércio SC e FCDL/SC já havia antecipado o perfil de compras para data, apontando que

48,3% pretendiam presentear com vestuário e 17,7% tinham a intenção de comprar perfumes e cosméticos para presentear no dia dos namorados.

Sobre o valor dos presentes, o segmento com o qual os consumidores mais gastaram foi o de joias R\$497,94, seguido pelo de calçados e bolsas com gasto médio de R\$192,17 e por vestuário com R\$152,03¹.

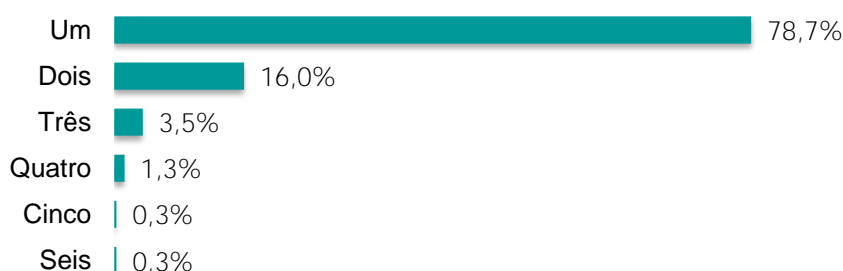
Média de gastos por segmento 2016



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A maioria dos consumidores comprou somente um presente (78,7%), apenas 21,3% compraram mais de um, sendo que 16% compraram dois. A média de presentes comprados para o dia dos namorados foi de 1,29.

Quantidade de presentes



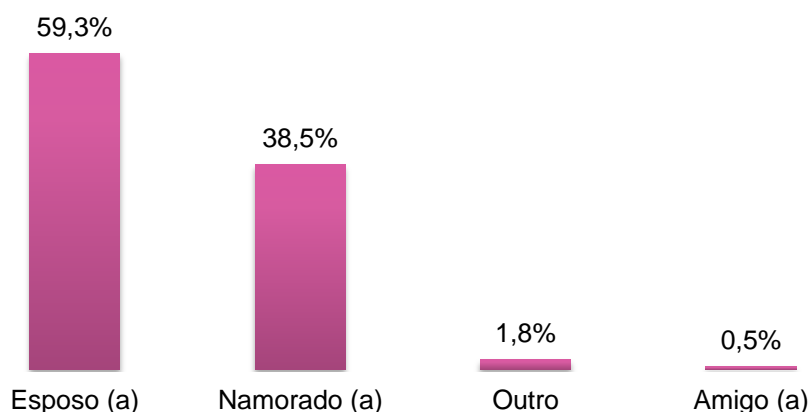
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa também apurou quais foram as pessoas presenteadas. Os principais, com expressiva maioria, foram os esposos (as) e companheiros (as),

¹ O gasto médio dos segmentos de Bijou; Livro; Eletrodoméstico; Celular/Smartphones e Artigo de decoração não foram apresentados, pois tiveram menos de dez citações. Sendo a amostra reduzida para o cálculo de média.

representando 59,3%, 20,8 pontos percentuais a mais em relação aos consumidores que presentearam os namorados (as), com 38,5%. Na opção outros, com 1,8%, as pessoas presenteadas foram noivos, paqueras e o próprio respondente.

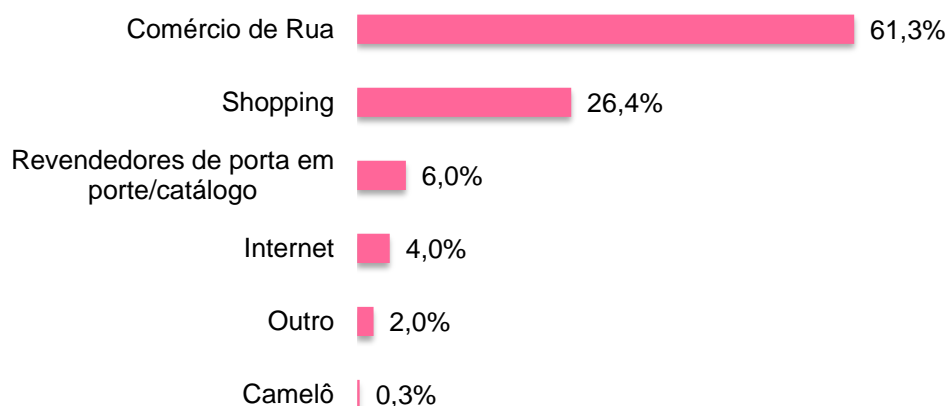
Pessoa presenteada



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Sobre o local de compra, a maioria dos consumidores adquiriu o presente da pessoa amada em lojas do comércio de rua (61,3%) enquanto 26,4% declararam ter comprado em shoppings. Esse comportamento já havia sido adiantado na pesquisa de Intenção de Compras Dia dos Namorados Fecomércio SC e FCDL/SC, a qual apontou que 65,2% dos consumidores catarinenses pretendiam comprar no comércio de rua e 26,6% comprariam em shoppings.

Local da compra



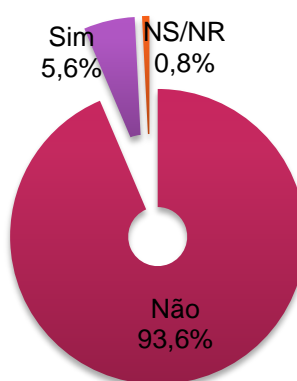
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa também apurou se os consumidores adquiriram produtos piratas para presentear no dia dos namorados. A questão é realizada para acompanhar o consumo destes produtos nas importantes datas do comércio,

pois a Fecomércio SC e a FCDL/SC são entidades que trabalham visando o fortalecimento do comércio formal no Estado e o combate à pirataria. Observando que comércio de produtos piratas gera diversas mazelas sociais e econômicas, sendo um importante obstáculo para o desenvolvimento do comércio legal.

O predomínio foi de consumidores que declararam não ter presenteado com produtos piratas (93,6%), enquanto 5,6% assumiram ter comprado produtos pirateados. Todavia, os números podem ser maiores, se considerarmos a possibilidade de que muitos entrevistados se sentem inibidos em afirmar o consumo.

Consumo de pirataria



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Dentre os consumidores que compraram pirataria, a maioria é de pessoas com idade entre 36 a 45 anos (36,4%), seguido por consumidores entre 26 a 35 anos (27,3%).

Relação entre o consumo de pirataria X Faixa Etária							
	De 18 a 25 anos	De 26 a 35 anos	De 36 a 45 anos	De 46 a 55 anos	De 56 a 65 anos	66 anos ou mais	Total
Não	42,5%	33,2%	14,2%	6,8%	2,2%	1,1%	100%
Sim	18,2%	27,3%	36,4%	18,2%	0,0%	0,0%	100%
NS/NR	33,3%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	33,3%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Observando a relação do consumo de pirataria com o estado civil do pesquisado, dentre os consumidores que compraram pirataria a maioria é casado ou está em união estável (72,7%).

Relação entre o consumo de pirataria X Estado civil						
	Casado / união estável	Solteiro	Separado ou divorciado	NS/NR	Viúvo	Total
Não	48,5%	49,0%	1,9%	0,5%	0,0%	100%
Sim	72,7%	18,2%	4,5%	0,0%	4,5%	100%
NS/NR	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Avaliação dos Consumidores Dia dos Namorados

O dia dos namorados não movimentava apenas o comércio de bens, mas também é uma oportunidade de negócio para o setor de serviços. Assim, além de analisar o comportamento consumidor em relação aos produtos comprados para presentear no dia dos namorados, a pesquisa também apurou o relacionamento com os mesmos referente aos serviços. Para tanto, a pesquisa averiguou se o consumidor realizou algum passeio no dia dos namorados, o gasto com o mesmo e a avaliação do serviço, caso tenha ocorrido.

Como a pesquisa de Intenção de Compras Dia dos Namorados Fecomércio SC e FCDL/SC já havia apurado, sabia-se que a maior parte dos consumidores não realizaria passeio na data (46,4%). A pesquisa de Avaliação corroborou o dado, pois 58,5% dos consumidores declararam que não realizaram passeio e 41,5% afirmou que sim.

Passeio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A não realização de um passeio entre os 58,5% dos pesquisados não significou que a data passou em branco entre esses casais, pois a maioria dos pesquisados realizou algum tipo de comemoração em suas próprias casas (69,1%) e apenas 30,9% não realizaram nenhuma forma de comemoração.

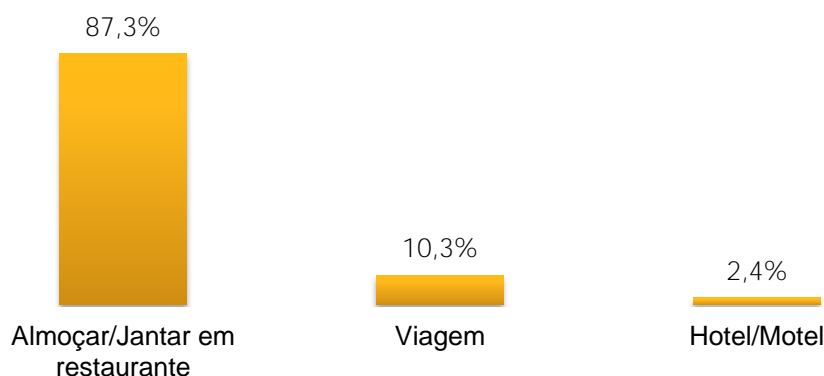
Comemoração



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Dentre os consumidores que realizaram algum passeio (41,5%), a maioria comemorou almoçando ou jantando em restaurantes (87,3%), enquanto 10,3% aproveitaram a data para realizar uma viagem.

Tipo de passeio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Junto aos consumidores que aproveitaram a data para passear, foi apurado o gasto médio com o passeio, o qual foi de R\$144,75. Casais que realizaram viagens foram os que apresentaram maior gasto médio R\$276,67, e os que almoçaram ou jantaram em restaurantes o gasto médio foi de R\$129,13. O gasto médio dos casais que comemoraram em hotéis/motéis, sem viajar, não foi apresentado, pois tiveram menos de dez citações, sendo a amostra reduzida para o cálculo de média. Contudo, seus valores compõem o gasto médio geral (R\$144,75).

Gasto médio passeios



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os consumidores tiveram a oportunidade de avaliar de 1 a 10, sendo 1 péssimo e 10 ótimo, o atendimento dos serviços durante o passeio do dia dos namorados. O atendimento dos serviços prestados foi bem avaliado, com nota média de 8,83.

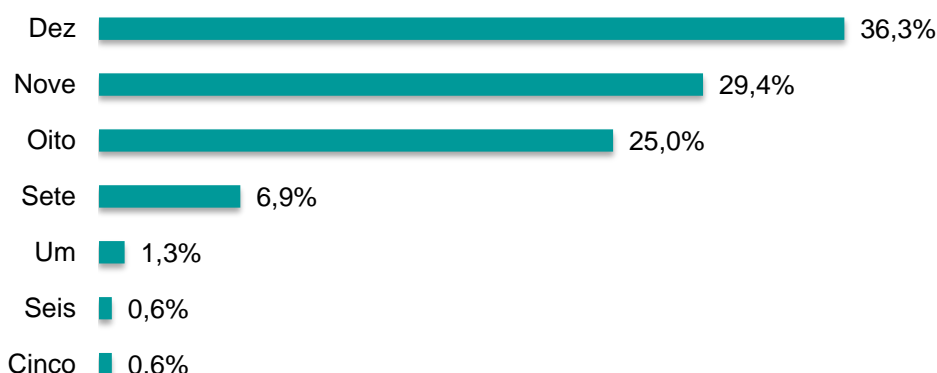
Nota do atendimento dos serviços



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na avaliação dos serviços durante o dia dos namorados não foi registrado ocorrência de notas dois, três e quatro, e o maior percentual foi de notas dez (36,3%), seguido pela nota nove (29,4%) e nota oito (25%).

Notas da avaliação dos serviços



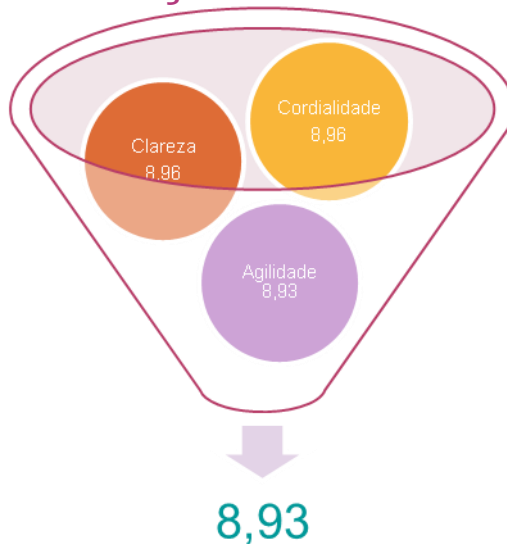
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO

Os consumidores também tiveram 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, atribuindo nota, de 1 a 10, considerando 1 péssimo e 10 ótimo, para os três itens.

Os atributos do atendimento cordialidade do atendente e clareza das informações tiveram ambos à nota 8,96, a agilidade do atendente ficou com média de 8,93. Assim, o atendimento durante as compras para o dia dos namorados foi bem avaliado pelo consumidor, pois a nota média do atendimento ficou em 8,93.

Avaliação do Atendimento



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A avaliação do atendimento do dia dos namorados seguiu o padrão de 2015. Sem ocorrência de mudanças expressivas na avaliação.

Avaliação do Atendimento 2015/2016		
	2015	2016
Clareza	9,01	8,96
Cordialidade	8,97	8,96
Agilidade	8,96	8,87
Atendimento	8,98	8,93

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A compreensão do comportamento do consumidor, seu perfil e a avaliação contínua do atendimento oferecido durante as compras é fundamental para a melhoria do serviço ofertado pelos empresários aos consumidores. Nesse sentido, a pesquisa Avaliação dos Consumidores Dia dos Namorados 2016 analisou diversas questões envolvendo as compras realizadas pelos consumidores catarinenses, desde a efetivação até a avaliação sobre o atendimento que recebeu durante a sua experiência de compras. Apurou inicialmente que a maioria dos consumidores contatados (63,8%) realizaram compras para o dia dos namorados. Contudo, ocorreu uma alta no percentual de desistência de 19,4 pontos percentuais de um ano para outro (16,8% em 2015 para 36,2% em 2016). Essa alta na desistência das compras possivelmente tem relação com as atuais condições da renda, da inflação e do acesso ao crédito, as quais desencadearam um cenário de crise, que desestimulou o consumo.

Sobre os consumidores que realizaram compras para o dia dos namorados, eles são na maioria mulheres (50,5%), jovens entre 18 a 25 anos (40,8%), economicamente ativas que tem como principal ocupação o trabalho com carteira assinada (49%), casadas ou em união estável (50,5%) e que possuem uma renda média familiar mensal entre R\$1.510 a R\$4.007 reais (43,5%).

A pesquisa apurou que o que mais pesou na decisão de compra dos presentes para o dia dos namorados foram as características dos produtos (9,17), seguido pelo local onde esse produto pode ser encontrado (praça) com média de 8,09.

O segmento de presente mais comprado para o dia dos namorados foi o de vestuário (33,8%), seguido pelo de perfumes e cosméticos (21,1%). Mas quem realizou o maior gasto médio foram os enamorados que presentearam com joias (R\$ 497,94). A média de presentes foi de 1,29.

Quanto ao atendimento dos serviços, avaliado pelos consumidores que realizaram passeio na data, ele recebeu nota de 8,83, sendo bem avaliado. Bem avaliado também foi o atendimento no comércio de bens, onde os consumidores compraram os presentes para a data, o atendimento ficou com nota de 8,93, seguindo o padrão da pesquisa de avaliação do ano anterior quando recebeu nota 8,98.