



Relatório Avaliação do Consumidor
DIA DOS PAIS 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 Pais 2016

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVIDADE DAS COMPRAS	3
PERFIL SOCIOECONÔMICO	3
CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS	5
Critérios para a decisão de compra	6
Avaliação do atendimento	13
CONCLUSÃO	14

INTRODUÇÃO

A comemoração do Dia dos Pais teve origem há mais de 4 mil anos na Babilônia, quando um jovem fez um cartão em argila para presentear o seu pai. No cartão ele desejava sorte e saúde. A tradição permaneceu e foi levada adiante por diversos povos e civilizações.

Nos Estados Unidos, em 1966, o presidente Lyndon Johnson assinou uma proclamação presidencial declarando o terceiro domingo de junho como o Dia dos Pais. No Brasil é celebrado no segundo domingo do mês de agosto.

Hoje é uma data oportuna para parabenizar e presentear os pais, por ser uma época onde o inverno está acabando e dando início a primavera. A comemoração também é um incentivo para aumentar as vendas em um mês sem nenhuma data comemorativa. 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, na qual os consumidores tiveram a oportunidade de avaliar como foi a sua experiência de compras no Dia dos Pais.

A pesquisa foi realizada com parte dos consumidores que haviam declarado na pesquisa de Intenção de Compras que realizariam compras para a data. Tais consumidores foram novamente contatados agora para avaliar a experiência de compras para o Dia dos Pais.

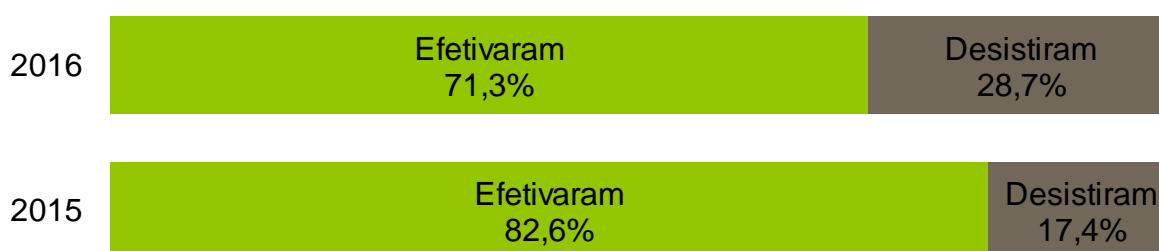
O estudo foi realizado entre os dias 17 a 19 de agosto. A metodologia utilizada na pesquisa de Avaliação é a quantitativa, e a coleta dos dados ocorreu por telefone, baseado no procedimento *Computer Assisted Telephone Interviewing* (CATI). O erro amostral da pesquisa é de 5% com significância estadual 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, os pesquisadores contataram 558 consumidores que declararam na Intenção de Compras que realizariam compras para a data. Nesta segunda abordagem, 28,7% declararam não ter efetivado a compra, enquanto 71,3% fizeram suas compras de presentes para o Dia dos Pais.

Comparativo da taxa de efetividade das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

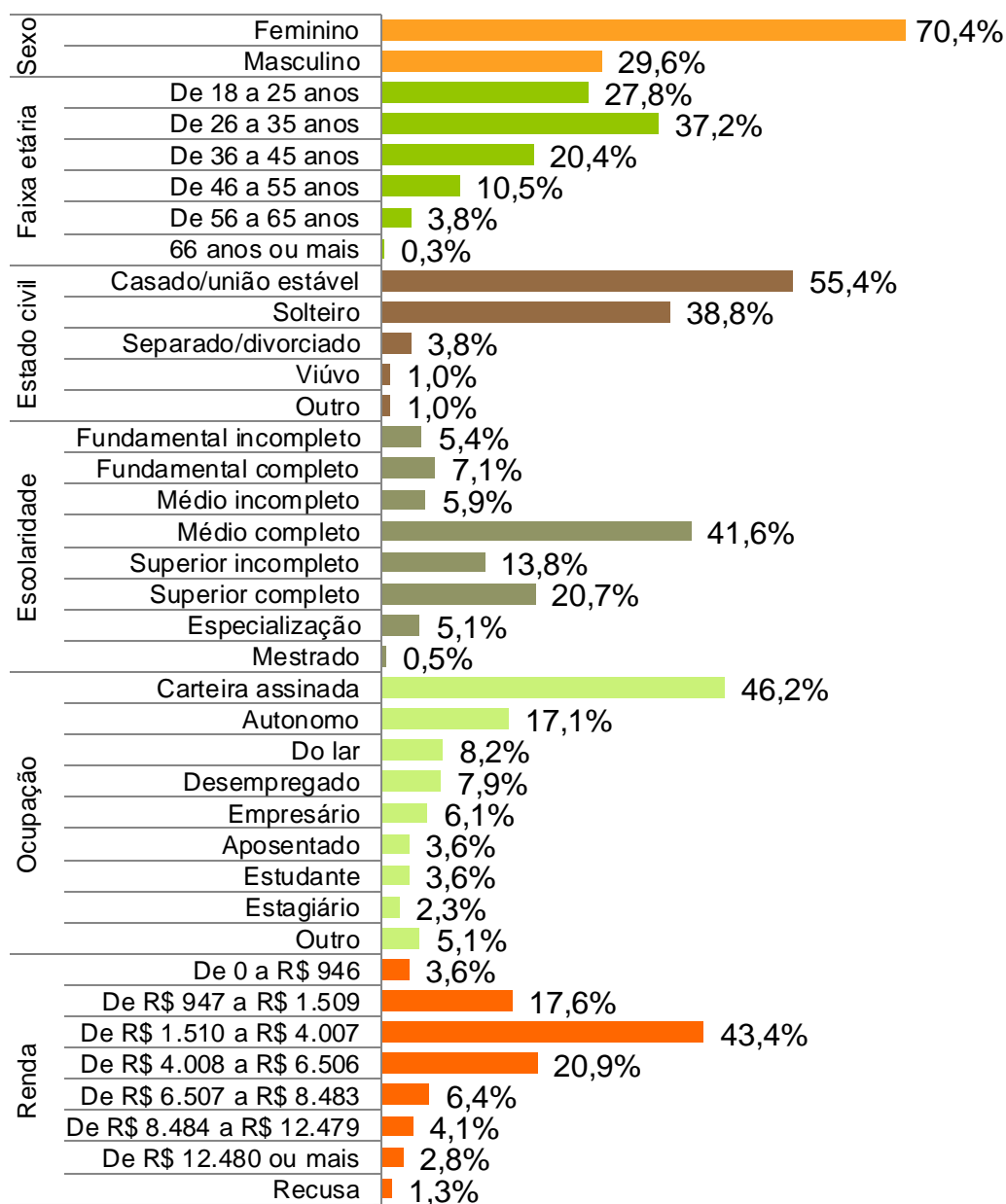
Comparando com a pesquisa do ano anterior (2015), o percentual de desistência de compras subiu mais de 11 pontos percentuais (p.p.) de um ano para outro (17,4% em 2015 para 28,7% em 2016). As atuais condições da renda, da inflação e do acesso ao crédito têm desacelerado o consumo e pode estar relacionada com a alta incidência na desistência das compras.

Os dados a seguir são referentes aos 71,3% de consumidores que efetivaram suas compras.

PERFIL SOCIOECONÔMICO

Inicialmente a pesquisa apurou o perfil socioeconômico deste consumidor. A compreensão do perfil é importante, pois o comportamento na realização de compras é pautado por ele. Este quesito é composto por: 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 pais.

Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Conforme os dados demonstram, não houve um equilíbrio em relação ao sexo dos consumidores, onde 70,4% são do sexo feminino e 29,6% masculino. Esses consumidores são, em sua maioria, jovens adultos entre 18 a 35 anos (65,1%), sendo 27,8% com idade entre 18 a 25 anos e 37,2% entre 26 a 35 anos. O maior percentual é de consumidores casados ou em união estável (55,4%), seguidos pelos que se declaram solteiros (38,8%). O nível de escolaridade dos consumidores é prioritariamente de ensino médio completo (41,6%), seguido por pessoas que concluíram o ensino superior (20,7%). Os

consumidores têm como principal ocupação o trabalho com carteira assinada (46,2%) e a renda média familiar mensal da maioria está na faixa de R\$1.510 a R\$4.007 com 43,4% dos entrevistados.

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 e o principal local escolhido para a realização das compras.

CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS

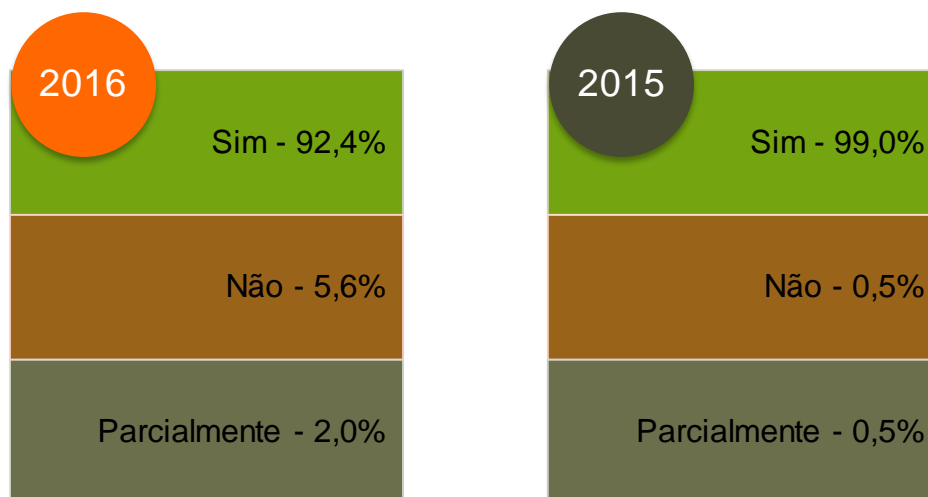
Quando o consumidor planeja realizar uma compra, na maioria das vezes, já idealizou as principais características do produto. Quando sai para efetivá-la, muitos podem não encontrar o produto imaginado, por esse motivo a pesquisa buscou saber se o consumidor teve êxito em sua compra, ou seja, se encontrou os presentes que motivaram à ida as compras. A questão busca apontar se o comércio manteve seus estoques abastecidos e se ofereceu uma vasta e diversificada gama de produtos para a data.

Referente às compras realizadas para a data foi levantado se esse consumidor encontrou o presente originalmente pretendido, aquele que gerou a ida às compras. Um número expressivo de consumidores teve êxito ao realizar suas compras, visto que 92,4% declararam ter encontrado o presente originalmente planejado. Apenas 5,6% disse não ter encontrado e 2% teve sucesso parcial na realização de suas compras.

Comparando com o ano de 2015, observa-se queda de 6,6 pontos percentuais entre os consumidores que tiveram êxito na realização das compras.

Encontrou o presente planejado

(Comparativo 2015 x 2016)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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 ativada ou reconhecida. Para sanar tais necessidades, existem quatro atributos que são essenciais na decisão de compra: Preço, Praça, Produto e Promoção, informações que as empresas devem considerar para atingir o 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 pais entenderam que as características e qualidades do produto é o fator que mais influenciou a decisão de compra (8,96), em seguida o local (praça) onde o produto foi encontrado (8,00). O preço apareceu em terceiro lugar, com média de 7,20, e o atributo de menor relevância foi a divulgação (promoção), com nota de 5,70.

Avaliação dos atributos de decisão de compra
(Comparativo 2015 x 2016)

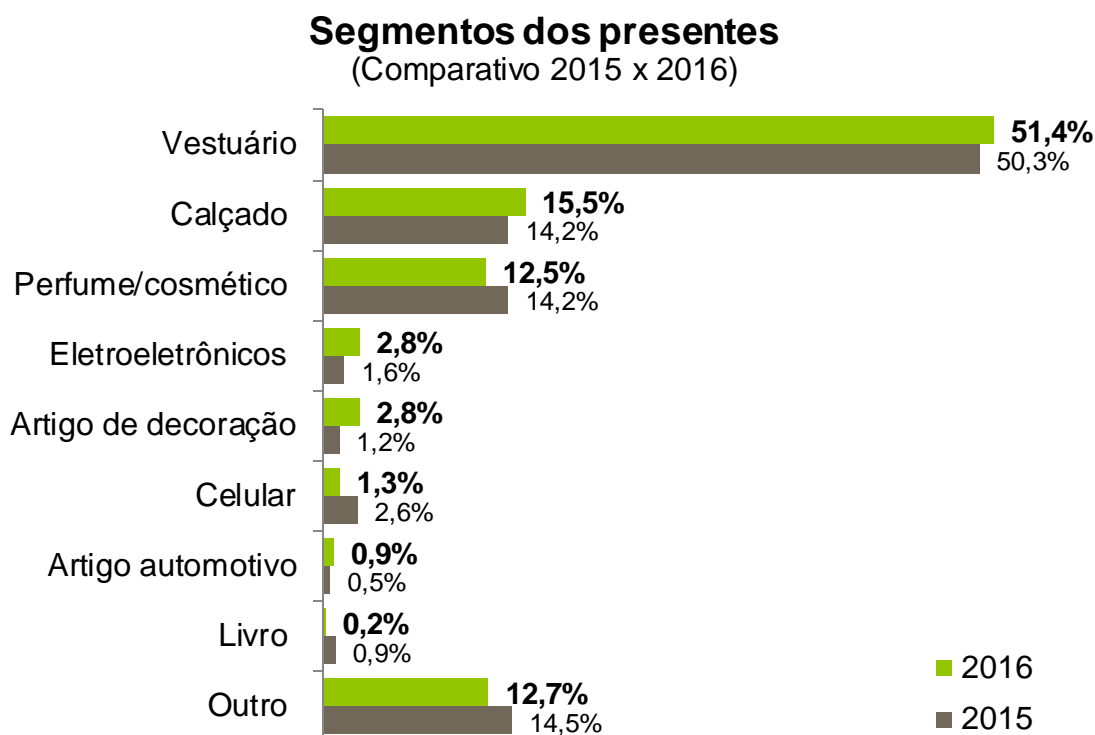
Ano	Produto	Praça	Preço	Promoção
2016	8,96	8,00	7,20	5,70
2015	9,15	8,53	8,05	6,74

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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

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 pais.

Os principais presentes comprados para o dia dos pais em 2016 foram do segmento de vestuário (51,4%), calçados (15,5%) e perfumes/cosméticos (12,5%). Tais segmentos foram os principais também na pesquisa do ano anterior. A opção outros 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.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa de Intenção de Compras Dia dos Pais Fecomércio SC e FCDL/SC já havia antecipado o perfil de compras para data, apontando que 60,1% pretendiam presentear com vestuário e 12,1% tinham a intenção de comprar calçados e 11,5%, perfumes e cosméticos para presentear no dia dos pais.

Sobre o valor dos presentes, o segmento com o qual os consumidores mais gastaram foi o de eletroeletrônicos (R\$469,77), seguido pelo de calçados (R\$123,47) e por perfumaria (R\$122,75).

Média de gastos por segmento 2016



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

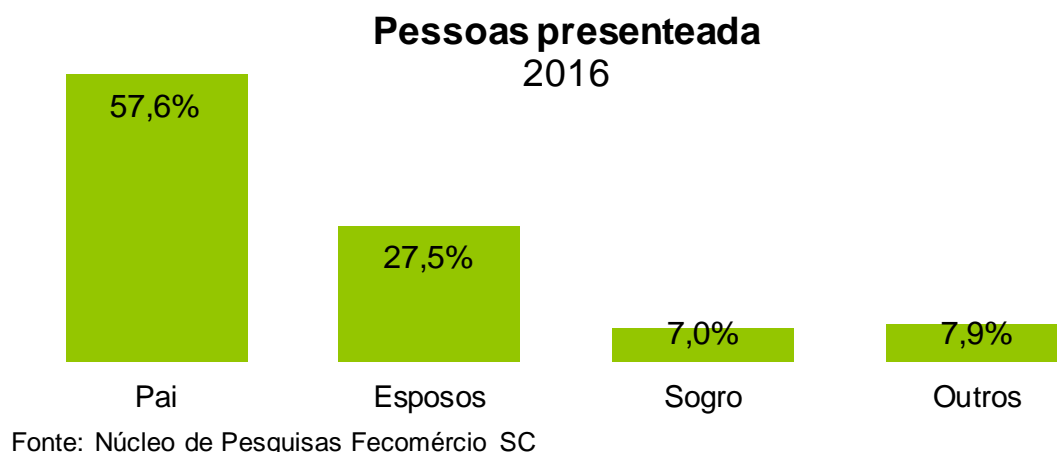
A maioria dos consumidores comprou somente um presente (74,4%), 18,0% compraram dois presentes e 7,6% dos consumidores compraram três ou mais presentes. No geral, a média de presentes comprados para o dia dos pais foi de 1,36.

Quantidade de presentes comprados 2016

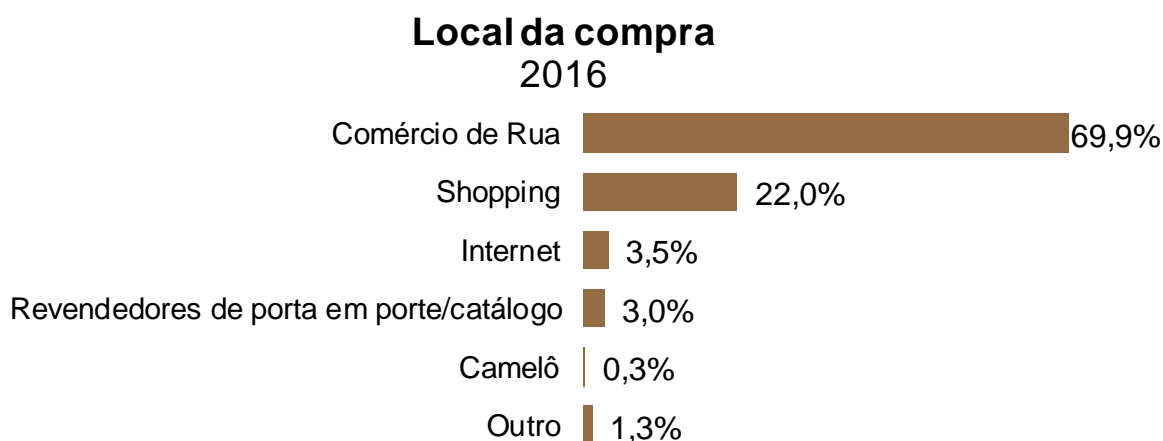


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa também apurou quais foram as pessoas presenteadas. Os principais, com expressiva maioria, foram os pais (57,6%) e companheiros (27,5%). Na opção outros (7,9%) as pessoas presenteadas foram pais dos filhos, amigos e o próprio respondente.



Sobre o local de compra, a maioria dos consumidores adquiriu o presente da data em lojas do comércio de rua (69,9%) enquanto 22% declararam ter comprado em shoppings. Esse comportamento já havia sido adiantado na pesquisa de Intenção de Compras Dia dos Pais Fecomércio SC e FCDL/SC, a qual apontou que 71,9% dos consumidores catarinenses pretendiam comprar no comércio de rua e 18,5% comprariam em shoppings.

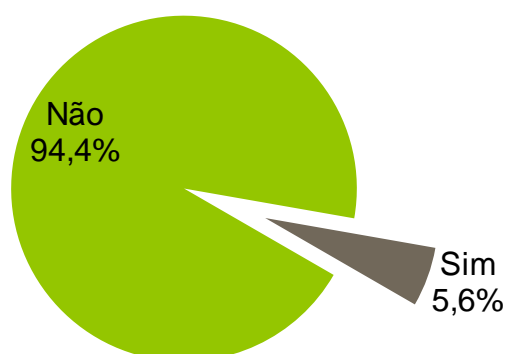


A pesquisa também apurou se os consumidores adquiriram produtos piratas para presentear no dia dos pais. A questão é realizada para acompanhar o consumo destes produtos nas importantes datas do comércio, pois a

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 (94,4%), 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.

Compra de pirataria 2016

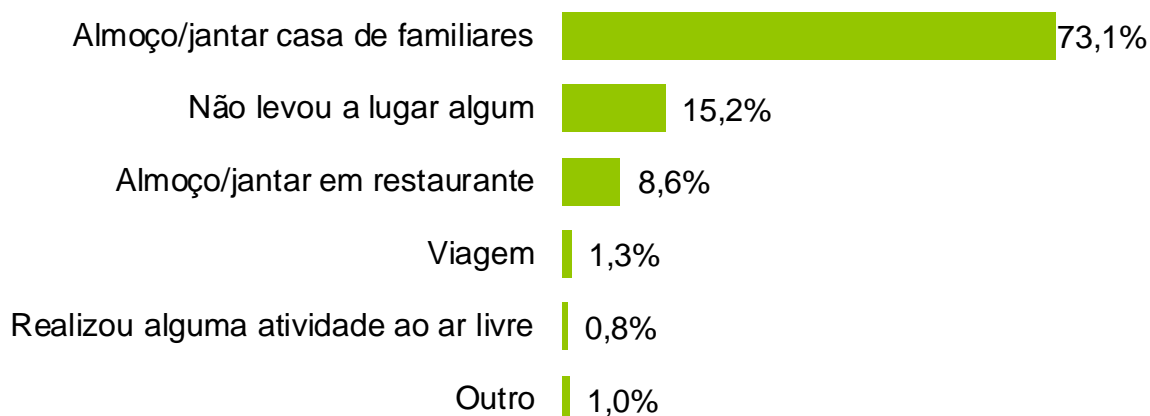


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O dia dos pais não movimenta 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 na data, a pesquisa também apurou os impactos nos serviços. Para tanto, a pesquisa averiguou se o consumidor realizou alguma comemoração na data. Como a pesquisa de Intenção de Compras Dia dos Pais Fecomércio SC e FCDL/SC já havia apurado, grande o percentual de consumidores não iriam realizar programa (33,2%) na data. A pesquisa de Avaliação mostrou redução deste número, apenas 15,2% dos entrevistados confirmaram este comportamento.

A não realização de uma programação especial, entre os 15,2% dos pesquisados, não significou que a data passou em branco, pois a maioria dos pesquisados realizou algum tipo de comemoração em casa (73,1%) ou foram almoçar ou jantar em restaurantes (8,6%).

Comemorações 2016



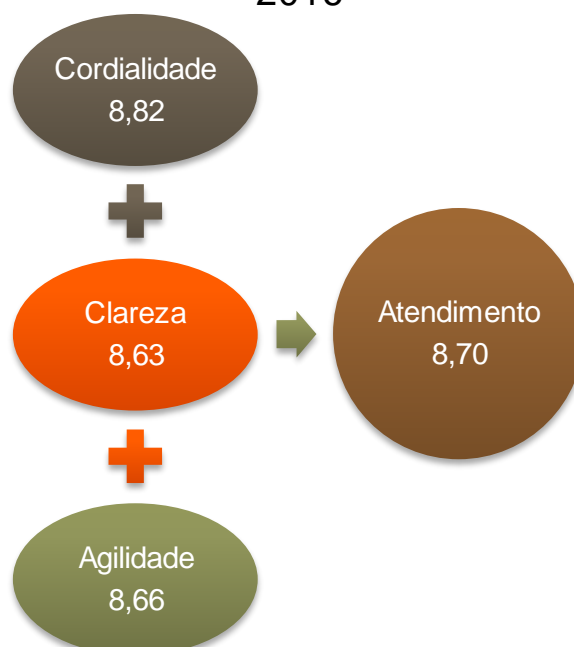
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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.

O atributo 'cordialidade' do atendente alcançou a nota 8,82, 'clareza das informações' 8,63 e a 'agilidade do atendente' 8,66. Assim, o atendimento durante as compras para o dia dos pais foi bem avaliado pelo consumidor, pois a nota média do atendimento ficou em 8,70.

Avaliação do Atendimento 2016



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

CONCLUSÃO

Cada vez mais exigente e com mais opções de consumo, o consumidor opta pelo que traz maiores benefícios. Acompanhar e analisar o comportamento dos consumidores é importante para descobrir suas preferências e reações frente às ações e projetos efetivados ou planejados, principalmente, encontrar novas oportunidades, estratégias e campanhas de vendas. Para tanto, é importante observar quais fatores podem influenciar o comportamento do consumidor e também suas variáveis. Entender o que eles pensam, quais são suas reações e atitudes, e o que influencia suas decisões de compra.

Nesse sentido, a pesquisa Avaliação dos Consumidores Dia dos Pais 2016 analisou diversas questões envolvendo as compras realizadas pelos consumidores catarinenses, desde a efetivação até a avaliação sobre o atendimento. Apurou inicialmente que a maioria dos consumidores contatados (71,3%) realizaram compras para o dia dos pais. Contudo, ocorreu uma alta no percentual de desistência de 11 pontos percentuais de um ano para outro (17,4% em 2015 para 28,7% 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 vem desestimulando o consumo.

Sobre os consumidores que realizaram compras para o dia dos pais, eles são na maioria mulheres (70,4%), jovens entre 18 a 35 anos (65,1%), economicamente ativas que tem como principal ocupação o trabalho com carteira assinada (46,2%), casadas ou em união estável (55,4%) e que possuem uma renda média familiar mensal entre R\$1.510 a R\$4.007 reais (43,4%).

A pesquisa apurou que o aspecto mais valorizado pelo consumidor na decisão de compra dos presentes diz respeito às características dos produtos (8,96), seguido pelo local onde esse produto pode ser encontrado (praça) com média de 8,00. Esta importância que o consumidor atribui ao produto pode justificar a preferência pela aquisição de produtos com garantia de procedência e o baixo consumo de produtos piratas, apenas 5,6% das declarações.

O segmento de presente mais comprado foi o de vestuário (51,4%), seguido pelos calçados (15,5%). Mas quem realizou o maior gasto médio foram os consumidores que presentearam com eletroeletrônicos (R\$469,77). No geral, a média de presentes comprados para o dia dos pais foi de 1,36 por consumidor.

Por fim, a pesquisa revela que a experiência dos consumidores foi positiva quanto à avaliação do atendimento que obteve nota 8,7, numa escala de 1 a 10.