



Avaliação do Consumidor
VOLTA ÀS AULAS 2017

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

Relatório de Avaliação do Consumidor – Volta às aulas 2017

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Fevereiro de 2017

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVIDADE DAS COMPRAS	3
PERFIL SOCIOECONÔMICO	3
CARACTERÍSTICAS DO CONSUMO DE MATERIAL ESCOLAR	5
DECISÃO DE COMPRA E AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO	12
CONCLUSÃO	13

INTRODUÇÃO

O período de volta às aulas é muito importante para o comércio, visto que resulta em incremento de vendas em diferentes estabelecimentos comerciais. Para acompanhar o período a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina (Fecomércio SC) realiza um conjunto de três pesquisas sobre a data: Pesquisa de Intenção de Compras Volta às Aulas, aplicada 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 realizaram as compras, também posteriormente a data.

A pesquisa de 2017 ocorreu entre os dias 13 a 16 de fevereiro, com parte dos consumidores da pesquisa de Intenção de Compras Volta às Aulas 2017. Foram entrevistados 409 consumidores, que tiveram a oportunidade de avaliar sua experiência de compras, 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, dentre outras questões.

O universo foi o de homens e mulheres maiores de 18 anos com entrevistados de Blumenau; Chapecó; Criciúma; Florianópolis; Itajaí; Joinville e Lages que responderam a pesquisa de Intenção de Compra. A margem de erro da pesquisa é de 5%, com intervalo de confiança de 95%.

EFETIVIDADE DAS COMPRAS

A pesquisa de Avaliação de Compras tem o intuito de compreender a experiência de compras do consumidor sobre a data pesquisada. Ela apura também se os consumidores efetivaram as compras pretendidas, reveladas na pesquisa de Intenção de Compras.

Dessa forma, para a pesquisa de Avaliação do Consumidor Volta às Aulas 2017, a Fecomércio SC entrou em contato com 457 consumidores entrevistados na pesquisa de Intenção de Compra Volta às Aulas 2017. Entre os consumidores contatados, 12,2% não compraram ou ainda não haviam efetuado as compras de material escolar. Cabe destacar que a volta às aulas é uma data diferenciada ao considerarmos que o início do ano letivo nas diferentes escolas e cidades tende a ter variações, o que talvez explique esse percentual de pessoas que ainda não compraram.

Efetivação das compras		
Efetivação das compras	Ano	
	2016	2017
Já realizaram as compras	80,7%	87,8%
Ainda não compraram	19,3%	12,2%

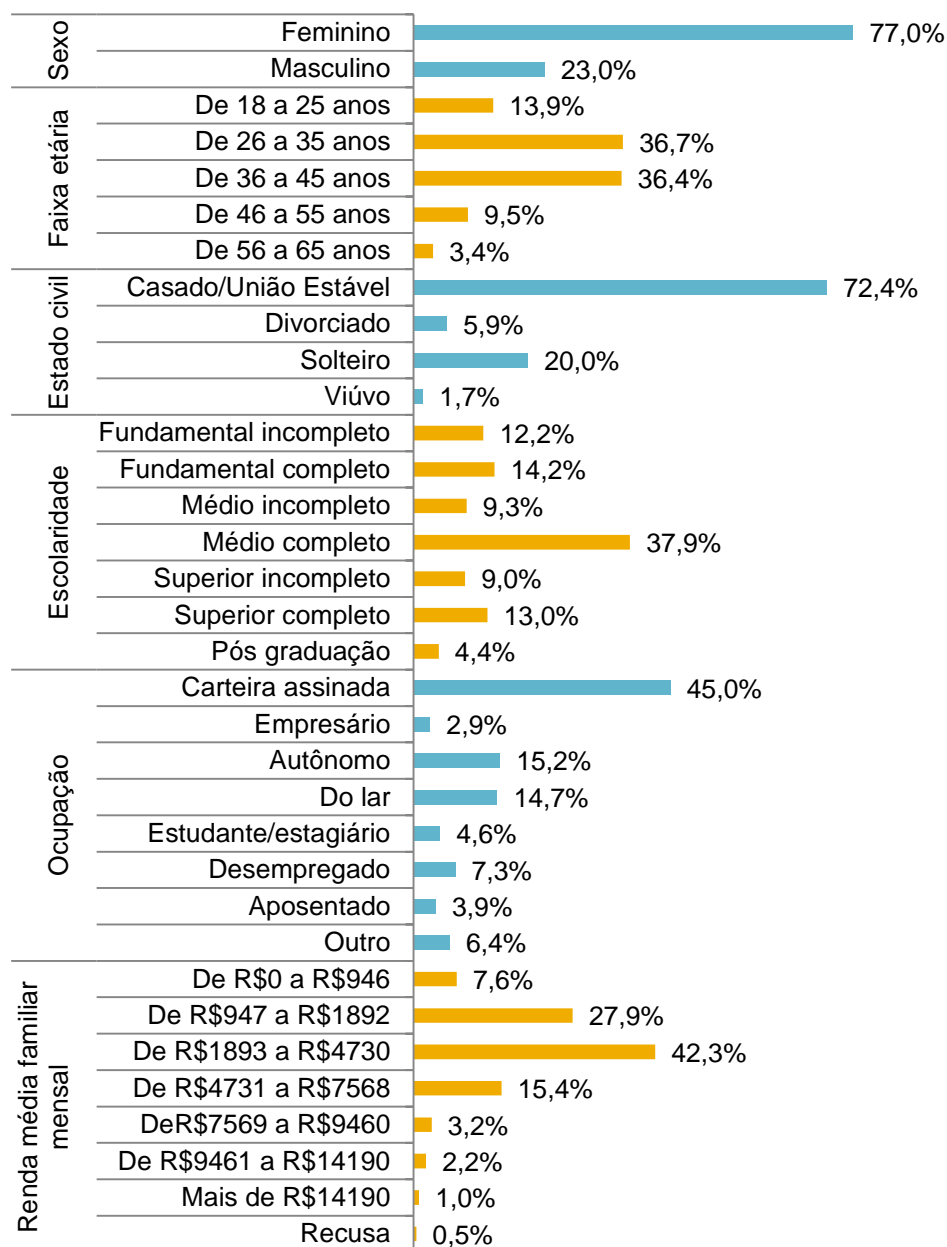
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Os dados a seguir apurados são referentes aos 87,8% de consumidores que já realizaram suas compras.

PERFIL SOCIOECONÔMICO

O perfil socioeconômico é composto por: sexo, faixa etária, estado civil, escolaridade, ocupação e renda média familiar mensal. Esse consumidor é formado principalmente por mulheres (77%) jovens adultas na faixa etária entre os 26 a 35 anos (36,7%). A segunda faixa mais representativa, com diferença de apenas 0,3 pontos percentuais (p.p) é a entre 36 a 45 anos (36,4%). Sobre a escolaridade, a maioria completou o ensino médio (37,9%), seguido por aqueles consumidores que cursaram o ensino fundamental completo (14,2%). A pesquisa também apurou a principal ocupação desses consumidores que, em sua maioria são trabalhadores com carteira assinada (45%), um número significativo de pessoas se declarou autônomos (15,2%) e do lar (14,7%). São pessoas casadas ou em união estável (72,4%), cuja principal faixa de renda familiar mensal é a entre R\$1.893 a R\$4.730 (42,3%), a segunda é a entre R\$947 a R\$1.892 (27,9%).

Perfil socioeconômico



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, dentre outras questões.

CARACTERÍSTICAS DO CONSUMO DE MATERIAL ESCOLAR

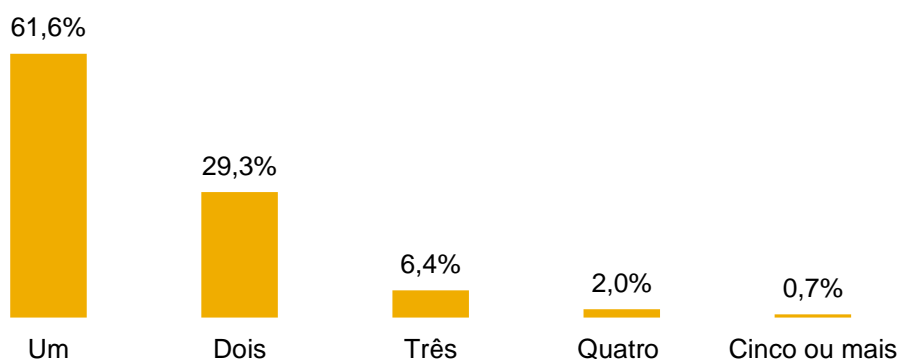
Para compreender o comportamento e as características do consumo dos materiais escolares em Santa Catarina, perguntou-se qual a categoria de escola dos estudantes. Esse dado pode indicar comportamentos diferenciados entre os consumidores de cada categoria, tais como variação no gasto médio e tipos de materiais. A maioria dos estudantes está matriculada na rede pública (76,9%), característica que se manteve de um ano para o outro. Ocorreu queda de 2,4 p.p na quantidade de estudantes da rede privada, queda que pode estar relacionada à atual crise econômica, que tem levado a migração das escolas particulares para o ensino público.

Escola	Categoria da instituição de ensino	
	Ano	
	2016	2017
Pública	76,4%	76,9%
Particular	23,1%	20,7%
NS/NR	0,5%	2,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Também foi perguntado para quantos estudantes o material foi comprado. A média de 2017 foi de 1,5, semelhante à de 2016 (1,49). A maioria comprou apenas para um estudante (61,6%), enquanto 29,3% compraram para dois.

Quantidade de estudantes para compra de material escolar



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Neste ano a pesquisa questionou qual nível de ensino os estudantes estão cursando. A maioria está no ensino fundamental (44,3%), em segundo lugar apareceu à educação infantil, com 28,6%.

Nível de educação	
Nível	%
Educação infantil	28,6%
Ensino Fundamental	44,3%
Ensino Médio	19,4%
Ensino Superior	7,6%
NS/NR	0,2%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Segundo os consumidores, em 2017 eles gastaram com materiais escolares em média de R\$ 265,76, gasto médio já previsto pela pesquisa de Intenção de Compras Volta às Aulas 2017, que apontou que os catarinenses tinham a pretensão de gastar R\$ 261,66 com a data.

Evolução do gasto médio		
Gasto médio	Ano	
	2016	2017
	R\$ 223,04	R\$ 265,76

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Realizando uma análise do gasto médio por nível de ensino, nota-se que os responsáveis com dependentes nos níveis iniciais; ensino fundamental (R\$ 318,60) e educação infantil (R\$ 286,49) são os que mais gastaram com as compras de material escolar.

Relação nível de escolaridade com gasto médio	
Nível	Gasto médio
Educação Infantil	R\$ 286,49
Ensino Fundamental	R\$ 318,60
Ensino Médio	R\$ 280,71
Ensino Superior	R\$ 142,14

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Os responsáveis por estudantes de escolas particulares foram os que mais gastaram (R\$403,89), enquanto os de instituições públicas gastaram em média R\$239,27.

Relação tipo de escola com gasto médio	
Tipo de escola	Gasto médio
Particular	R\$ 403,89
Pública	R\$ 239,27

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Também foi perguntado se os entrevistados encontraram todo o material solicitado na lista. Essa questão é realizada para observar se o comércio manteve seus estoques abastecidos. Ademais, aponta se os itens solicitados foram de difícil acesso. Segundo os dados, os consumidores tiveram êxito em

suas compras, já que 91% encontraram os materiais, 4,9% encontraram parcialmente.

Efetividade das compras		
Encontrou os itens da lista	Ano	
	2016	2017
Sim	94,4%	91,0%
Parcialmente	3,3%	4,9%
Não	2,3%	3,2%
NS/NR	0%	1,0%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Sobre a pertinência dos materiais escolares solicitados, ou seja, se as listas solicitavam itens considerados desnecessário, a maioria dos entrevistados entendeu que não havia materiais desnecessários (56%)- recuo de 14,2 p.p na comparação com 2016.

A queda pode ter relação com o aumento dos entrevistados que não souberam ou não responderam (15,6%). Esta alta tem relação com o número de entrevistados que realizaram as compras de materiais, mas que não utilizaram listas (16,1%), por não terem recebido das instituições de ensino ou porque compraram para elas mesmas, como professores, estudantes universitários e de pós-graduação.

Evolução pertinência dos produtos		
Solicitação de itens que considere não pertinentes	Ano	
	2016	2017
Não	70,2%	56,0%
Sim	25,2%	28,4%
NS/NR	4,6%	15,6%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

A pesquisa de Intenção de Compras já apontava essa percepção dos consumidores, com 31,4% dos entrevistados declarando a solicitação de itens não pertinentes (Fecomércio - SC, 2017).

Entre os que consideraram que nas listas continham materiais desnecessários, o que chamou atenção foi o excesso de folhas A4 (30,2%), canetas para quadro (19%), e a grande quantidade de material como um todo (13,8%).

Dentre os itens mais “diferentes” podemos observar a solicitação de itens de uso coletivo como papel higiênico (6,9%) e dinheiro para Xerox (1,7%), além de produtos como sabonete (0,9%), lençol (0,9%) e até farinha (0,9%).

Materiais não pertinentes			
Material	%	Material	%
Excesso de folhas A4	30,2%	Sabonete	0,9%
Caneta para quadro	19,0%	Tabela periódica	0,9%
Materiais em grande quantidade	13,8%	Papel manteiga	0,9%
Cartolina	8,6%	Álcool	0,9%
Papel higiênico	6,9%	Prendedor de roupa	0,9%
Papel toalha	3,4%	Dicionário	0,9%
NS/NR	2,6%	EVA	0,9%
Massa de modelar	2,6%	Caderno 10 matérias	0,9%
Fita adesiva	2,6%	Copo descartável	0,9%
Dinheiro para Xerox	1,7%	Caneta	0,9%
Palito de Sorvete	1,7%	Caderno quadriculado	0,9%
Brinquedo	1,7%	CD	0,9%
Pincel	1,7%	Lençol	0,9%
Cola quente	1,7%	Livro de história	0,9%
Tinta	1,7%	Brilho	0,9%
Papel dupla face	0,9%	Gibi	0,9%
Apagador	0,9%	Farinha	0,9%
Argila	0,9%	Fita crepe	0,9%
Material de higiene	0,9%	Folha colorida	0,9%
Balão	0,9%		
Régua Angular	0,9%	Total	105,2%

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

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

A prática de realizar ações para tentar economizar nas compras de material escolar se manteve em 2017, onde 78% dos entrevistados realizaram alguma ação.

Evolução realização de estratégias para economizar		
Utilizou estratégias para economizar	Ano	
	2016	2017
Sim	78,6%	78,0%
Não	21,4%	22,0%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Sobre essas estratégias, a principal em 2017 foi reutilizar os materiais do ano anterior (45%), seguido pela pesquisa de preço em diversas lojas (42,9%). A reutilização dos materiais teve aumento de 3,5 pontos percentuais, bem como a não realização da compra de todo o material (11,1%) que aumentou 3,4 pontos. O crescimento de estratégias que evitam a realização das compras, no lugar da substituição por produtos mais baratos, reflete o momento de crise econômica em que o país passa.

A pesquisa de preços caiu 7,2 p.p., redução também observada pelos empresários entrevistados na pesquisa de Resultado de Vendas, onde a maioria (42,1%) classificou a frequência de pesquisas de preço como baixa (Fecomércio - SC, 2017).

Evolução das estratégias para economizar		
Estratégias	Ano	
	2016	2017
Tentar reutilizar material do ano passado	41,5%	45,0%
Pesquisa de preço em várias lojas	50,1%	42,9%
Não comprar todo o material solicitado	7,7%	11,1%
Outro	0,5%	0,8%
Comprou livros usados	0,2%	0,2%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Dentre os que realizaram alguma ação para economizar, a maioria conseguiu economizar muito (44%), mas ocorreu queda de 13,6 p.p dentre esses. Ocorreu aumento de 10,1 p.p entre os que perceberam que conseguiram economizar pouco. Essa diminuição da percepção de economia tem relação com a redução da renda das famílias.

Conseguir economizar		
Efetividade	Ano	
	2016	2017
Sim, muito	57,6%	44,0%
Sim, razoavelmente	24,3%	28,3%
Sim, pouco	12,9%	23,0%
Não consegui economizar	3,2%	4,7%
NS/NR	1,9%	0%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Referente ao local de realização destas compras, elas foram realizadas em papelarias/livrarias e comércio de rua (88,4%), e também em supermercados (7,3%). A pesquisa de Intenção também já apontava esse comportamento, afirmando que 87,3% dos consumidores catarinenses pretendiam comprar em papelarias/livrarias e comércio de rua (Fecomércio - SC, 2017).

Evolução local de compra		
Local	Ano	
	2016	2017
Papelaria/livraria/comércio de rua	78,1%	88,4%
Supermercado	11,8%	7,3%
Outro	6,5%	0,5%
Lojas do Shopping	2,5%	2,7%
Pela internet	0,9%	1,1%
NS/NR	0,2%	0,0%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Analisando o gasto médio por local de compra, observa-se que os consumidores que compraram em shoppings gastaram mais (R\$362,50), enquanto os que compraram em supermercados tiveram o menor gasto médio (R\$210,69).

Relação do local com gasto médio ¹	
Local	Gasto médio
Lojas do Shopping	R\$ 362,50
Papelaria/livraria/comércio de rua	R\$ 267,76
Supermercado	R\$ 210,69

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Também foi observado se o consumidor comprou produtos fora da lista de material escolar. Essa questão aponta se outros segmentos do comércio também foram afetados com a data, bem como a motivação do consumidor em comprar. A maioria não comprou produtos que não constavam na lista (65,8%), enquanto 24% compraram. A queda no consumo de produtos adicionais foi de 22,8 pontos percentuais.

Compra de itens fora da lista		
Compra	Ano	
	2016	2017
Não	47,8%	65,8%
Sim	46,8%	24,0%
NS/NR	5,3%	10,3%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Dentre os itens fora da lista destaca-se a compra de mochilas (44,9%), canetas hidrográficas (10,2%) e estojos (6,1%).

Itens fora da lista			
Item	%	Item	%
Mochila	44,9%	Cadernos a mais	1,0%
Caneta hidrográfica (canetinhas)	10,2%	Tesoura	1,0%
Estojo	6,1%	Panela	1,0%
Garrafa de água	4,1%	Quadro para escrever	1,0%
Tênis	4,1%	Adesivo	1,0%
Corretivo	4,1%	Agenda	1,0%
Cola	2,0%	Chinelo	1,0%
Dicionário	2,0%	Canetas	1,0%
Marca texto	2,0%	Compasso	1,0%
Material para trabalho	2,0%	Chocolate	1,0%
Lancheira	2,0%	Cola com <i>glitter</i>	1,0%
Lapiseira	2,0%	Caneta	1,0%
Borracha colorida	2,0%	Lápis a mais	1,0%
Caneta colorida	2,0%	Isqueiro	1,0%
Caderno de anotações	1,0%	Caneta gel	1,0%
Massa de modelar	1,0%	Giz de cera	1,0%
Lápis de cor	1,0%	Total	109,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

¹ Não foi contabilizado o gasto médio das compras pela internet e em outros locais, por não atingirem a quantidade mínima de dez citações.

Como grande parte dos materiais escolares são direcionados ao público infantil é importante que esse material tenha qualidade comprovada para assegurar o bem-estar desse público. Observando essa questão, em 2010 o INMETRO publicou uma portaria na qual diz que 25 desses itens só podem ser vendidos com selo de segurança, dando prazo até 2015 para os lojistas se adaptarem. Apesar disso, a comercialização de produtos sem essa certificação ainda ocorre, principalmente no mercado informal. Assim, a pesquisa perguntou se os entrevistados costumam verificar se o produto possui selo do INMETRO. A maioria dos entrevistados declarou que nunca verificou (57%), 26,7% declararam que conferem sempre e 16,3% conferem às vezes.

O intuito dessa questão é trazer à tona a importância dessa verificação pelos consumidores, pois a portaria do INMETRO tem como objetivo evitar acidentes que possam colocar em risco a segurança de crianças que utilizam estes produtos.

Verificação do selo do INMETRO		
Verificação	Ano	
	2016	2017
Nunca verifiquei	57,0%	61,6%
Sim, sempre	26,7%	22,7%
Sim, às vezes	16,3%	15,6%
Total	100%	100%

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 nesse 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.

Os critérios de decisão de compra do consumidor não tiveram alteração em 2017. O consumidor continuou a privilegiar as características do produto (8,2), e dando pouco peso a propaganda/divulgação (4,9).

Evolução critérios de decisão de compra		
Atributos	Ano	
	2016	2017
Produto	8,9	8,2
Preço	8,6	8,0
Localização	7,5	7,2
Propaganda	5,8	4,9

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

A avaliação do atendimento também se mostrou estável, com pouca variação entre um ano e outro. Apresentando ligeira queda de 0,09 na avaliação do tratamento do atendente.

Avaliação do atendimento		
Atributos	Ano	
	2016	2017
Tratamento do atendente	8,58	8,49
Clareza	8,34	8,33
Agilidade	8,29	8,38
Total	8,41	8,41

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

CONCLUSÃO

A pesquisa de Avaliação dos Consumidores Volta às Aulas 2017 observa a experiência dos consumidores catarinenses durante as compras de materiais escolares. Até a data da pesquisa 12,3% ainda não haviam garantido os itens.

As compras foram realizadas para 1,5 estudantes, que em sua maioria estudam em instituições públicas de ensino (76,9%). Os pais ou responsáveis por alunos de escolas particulares foram os que tiveram o maior investimento (R\$403,89). O gasto médio foi de R\$265,77, maior do que o de 2016 (R\$223,04), e compatível com o valor previsto pela pesquisa de Intenção de Compras (R\$261,66).

Entretanto, mesmo com o maior gasto médio, diretamente relacionado ao aumento da inflação e dos itens de material escolar, o consumidor demonstrou um comportamento cauteloso. Um exemplo é a queda de 22,8 pontos percentuais na compra de produtos adicionais. Outro indício é o crescimento de estratégias que evitam a realização das compras, no lugar da substituição por produtos mais baratos, como o aumento da reutilização do material do ano anterior (45%) e a não realização da compra de todos os produtos da lista (11,1%). Esse comportamento dialoga com as informações levantadas junto aos empresários na pesquisa de Resultado de Vendas Volta às Aulas 2017, onde se observa que ocorreu aumento de 15,7% no ticket médio, mas queda no faturamento de -6% de um ano para outro, demonstrando queda no volume de vendas (Fecomércio - SC, 2017). O perfil cauteloso do consumidor também pode ser associado à queda de 2,4 p.p no número de estudantes na rede privada, pois muitos têm migrado para a rede pública na tentativa de poupar mais ou evitar dívidas.

Outro reflexo da crise está na percepção dos gastos entre os que realizaram alguma estratégia para economizar. De 2016 para 2017 ocorreu uma queda de 13,6 p.p entre os que perceberam que com as ações conseguiram economizar muito, mesmo utilizando estratégias que evitam a realização das compras. Essa percepção está relacionada com a redução da renda das famílias e de seu poder de compra.

Sobre os critérios de decisão de compra, o que mais pesou continuou sendo as características dos produtos (8,2), seguido pelos preços (8). Além disso, os consumidores bem avaliaram o atendimento no comércio, o qual manteve a nota de 8,41.

Os dados da pesquisa Avaliação do Consumidor, juntamente com os dados da pesquisa Resultado de Vendas Volta às Aulas 2017 da Fecomércio SC, apontam a deterioração da situação econômica do país e o receio do consumidor, como demonstra a queda no faturamento (6%) e no volume de vendas. Este cenário dialoga com o comportamento do consumidor nas estratégias para tentar economizar, reutilizando materiais e não comprando todos os itens da lista.