



Avaliação do Consumidor
DIA DAS MÃES 2017

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

Relatório Avaliação do Consumidor – Dia das Mães 2017

SUMÁRIO

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

INTRODUÇÃO

O Dia das Mães é a segunda principal data para o comércio, ficando atrás apenas do Natal; representando considerável aumento no volume de negócios. Em decorrência da sua importância, a Fecomércio SC realiza pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia das Mães, onde os consumidores avaliam como foi a experiência de compras.

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

O estudo foi realizado entre os dias 15 e 18 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 de consumidores das cidades de Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí.

EFETIVIDADE DAS COMPRAS

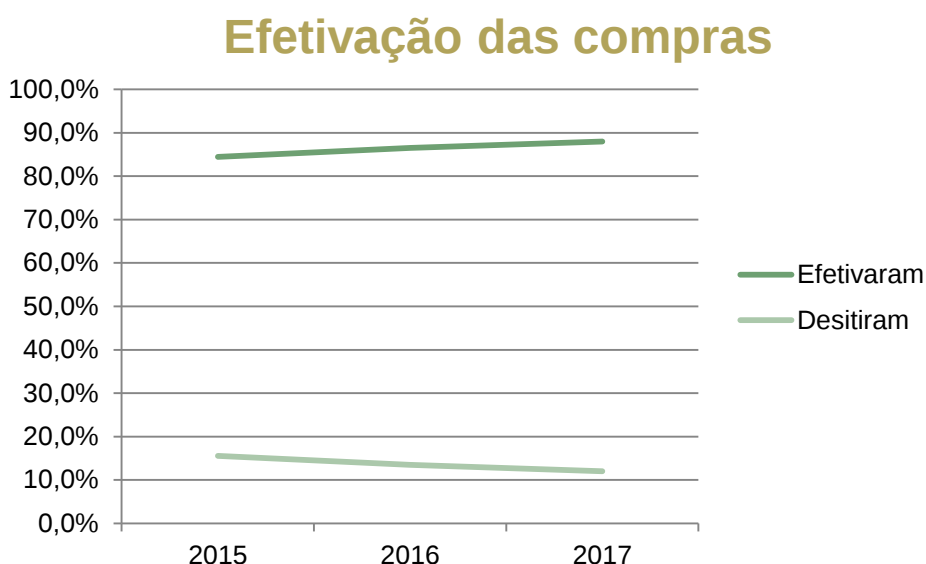
Para a realização da pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2017, os pesquisadores entraram em contato com 475 consumidores que, na pesquisa de Intenção de Compras Dia das Mães 2017, afirmaram que comprariam presentes para a data.

Dentre os consumidores contatados, 12% não efetuou as compras, enquanto 88% dos entrevistados efetivaram.

Evolução efetivação das compras	2015	2016	2017
Efetivaram	84,5%	86,5%	88,0%
Desistiram	15,5%	13,5%	12,0%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Analisado os dados, constata-se a tendência de queda na desistência de compras para os dias das mães. Esse comportamento pode ter relação com a importância da data e também devido à estabilidade da renda dos consumidores. **Esta** estabilidade foi apurada na pesquisa de Intenção de Compras Dia das Mães 2017, onde 34,6% dos entrevistados afirmaram que a situação financeira está igual em relação ao ano anterior e 34,4% apontaram que a situação está melhor.



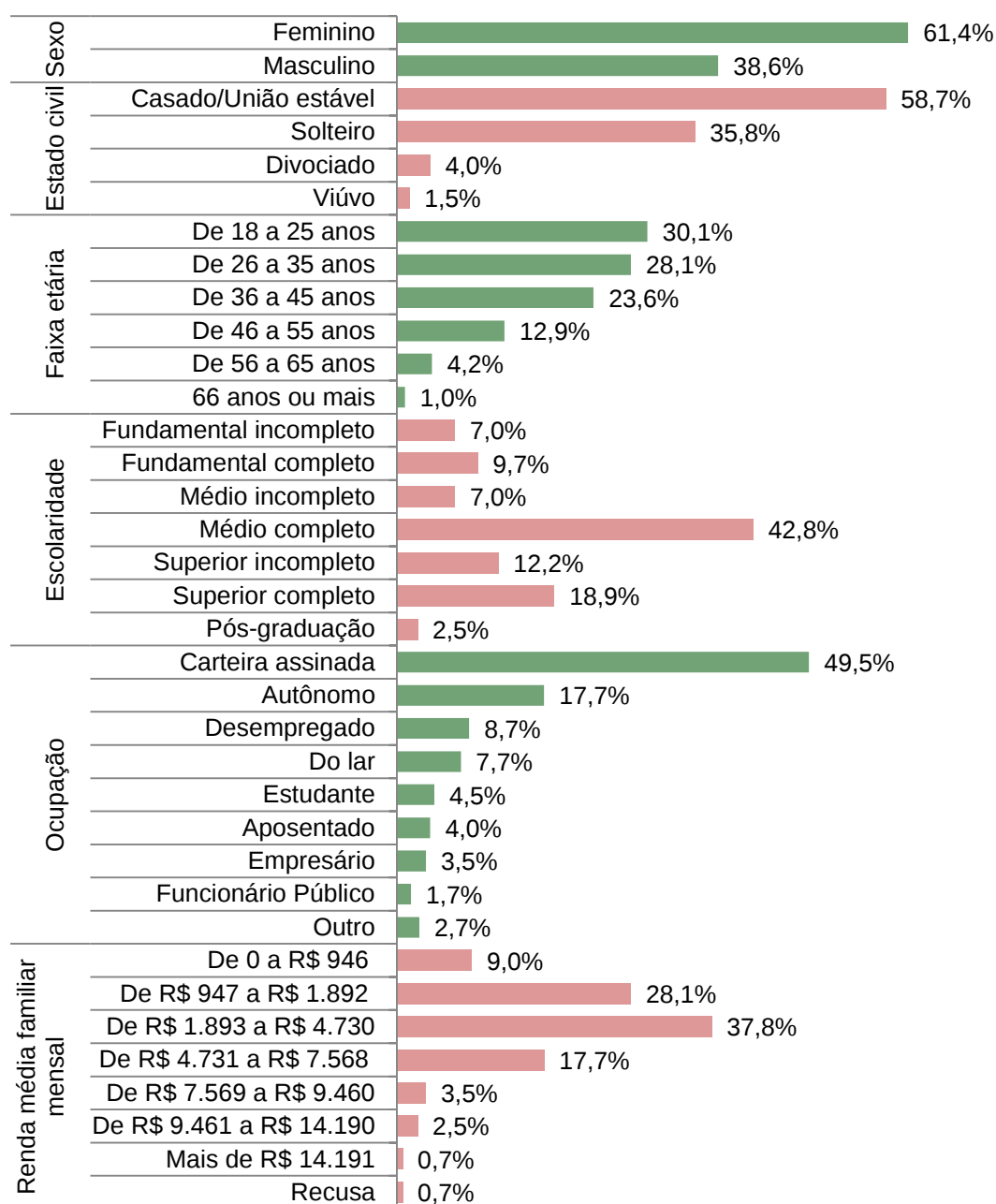
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Os dados a seguir são referentes aos consumidores que efetivaram as compras em 2017 (88%).

PERFIL SOCIOECONÔMICO

A pesquisa levantou o perfil socioeconômico deste público. O consumidor catarinense é majoritariamente do sexo feminino (61,4%), jovens adultos entre 18 a 35 anos (58,2%), casados/união estável (58,7%), que cursaram o ensino médio completo (42,8%), trabalhadores com carteira assinada (49,5%) que possuem renda média familiar entre R\$ 1.893 a R\$ 4.730 (37,8%).

Perfil Socioeconômico

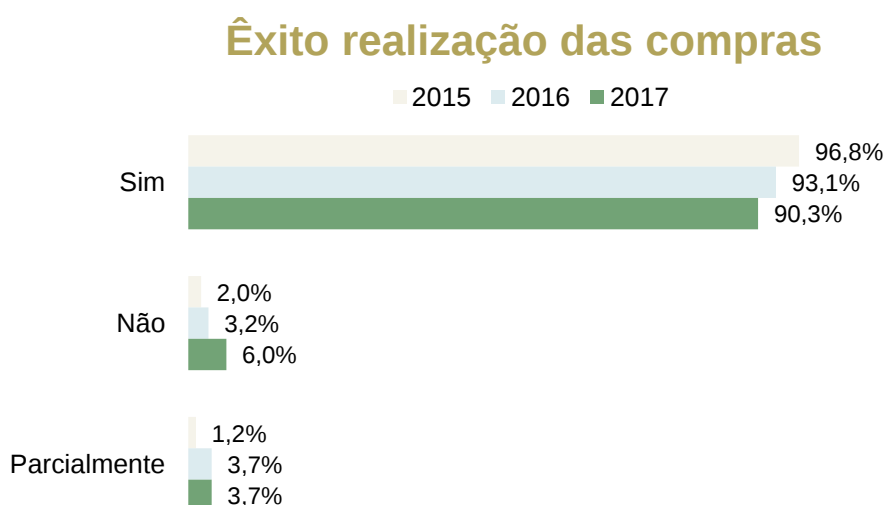


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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, se realizou passeio com a mãe e/ou pessoa presenteada, entre outros.

CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS

Uma questão realizada buscando entender o consumo para a data é se o entrevistado encontrou os presentes que motivaram à ida as compras. Ela tem como objetivo indicar se o comércio manteve seus estoques abastecidos e ofereceu diversidade de produtos. A maioria dos consumidores (90,3%) em Santa Catarina foi feliz nas compras, adquirindo os produtos inicialmente planejados e 6% não encontraram. Como esses consumidores realizaram as compras, possivelmente substituíam os presentes planejados por similares.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

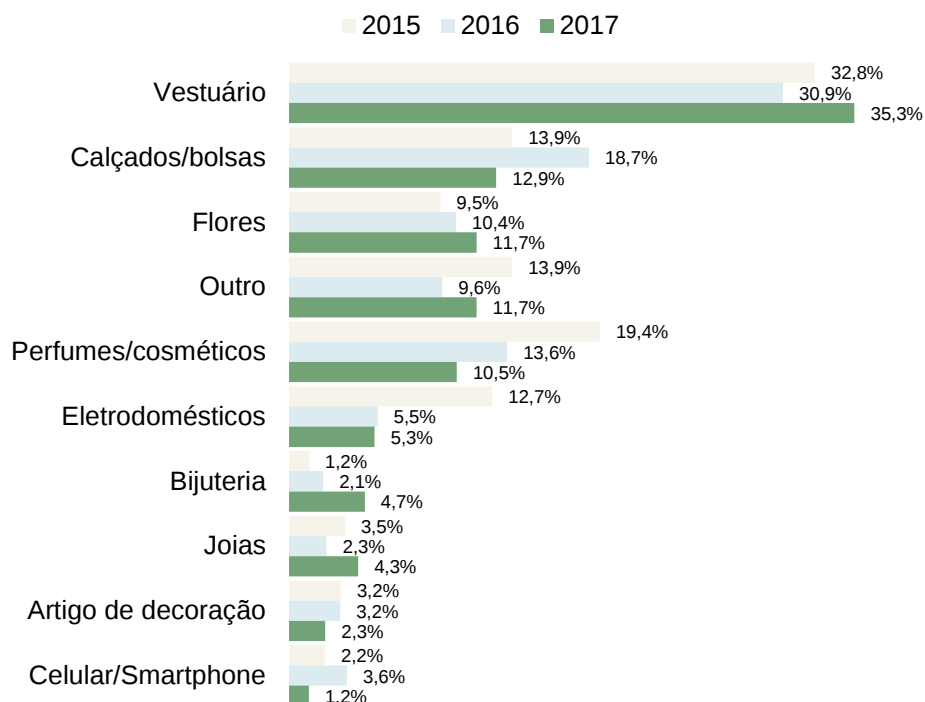
Observa-se a gradual queda entre os consumidores que tiveram êxito na realização das compras para a data. Não é possível explicitar uma motivação específica para essa redução, que pode estar relacionada a compras não planejadas, bem como a compra de apenas um dos itens desejados devido ao orçamento da família.

Analisando o segmento de presentes comprados para o dia das mães, a série histórica comprova um comportamento padrão para a data: a compra de presentes do segmento de vestuário em primeiro lugar nos três anos,

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2017

representando 35,3% em 2017. Neste ano calçados/bolsas ficou em segundo lugar (12,9%) e flores em terceiro (11,7%).

Segmento dos presentes



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Sobre o valor gasto por segmento, os consumidores que presentearam com eletrodomésticos foram os que apresentaram maior gasto (R\$681,54), seguido pelos que presentearam com joias (R\$400,67).

Média de gasto por segmento



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2017

Referente à quantidade de presentes, ocorreu leve queda na média de um ano para o outro, ficando em 1,38 em 2017.

Evolução quantidade média de presentes		
Ano	2016	2017
Média de presentes	1,43	1,38

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

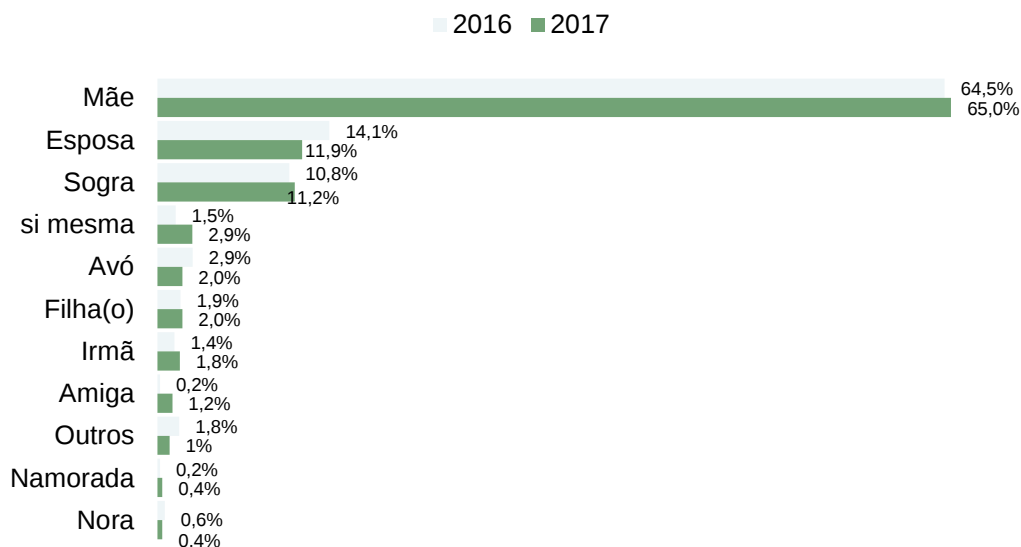
Observa-se que os consumidores, apesar de não abrirem mão da realização da compra, optaram por comprar apenas um presente. Essa possivelmente é uma estratégia para economizar, frente ao cenário econômico atual.

Evolução quantidade de presentes		
Quantidade de presentes	Ano	
	2016	2017
Mais de um presente	33,6%	29,4%
Um presente	66,4%	70,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa também busca saber quais foram as pessoas presenteadas. As principais pessoas presenteadas foram, como esperado, as mães dos pesquisados (65%), seguida pelas esposas (11,9%) e pelas sogras (11,2%).

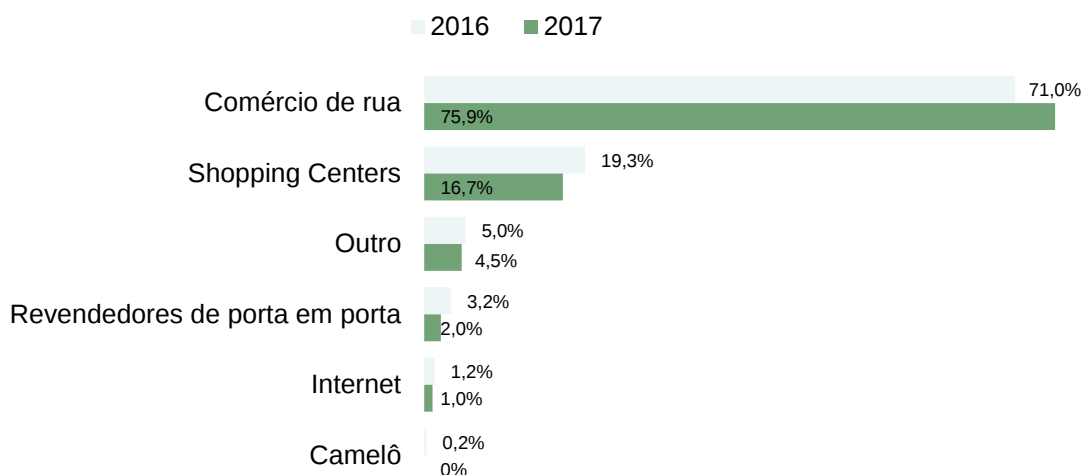
Pessoas presenteadas



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outro dado sobre o comportamento do consumidor referente às compras para o dia das mães é o local onde foram realizadas. A pesquisa de Avaliação de Compras apontou que 75,9% dos consumidores compraram os presentes em lojas de rua e 16,7% em shoppings.

Local de compra



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

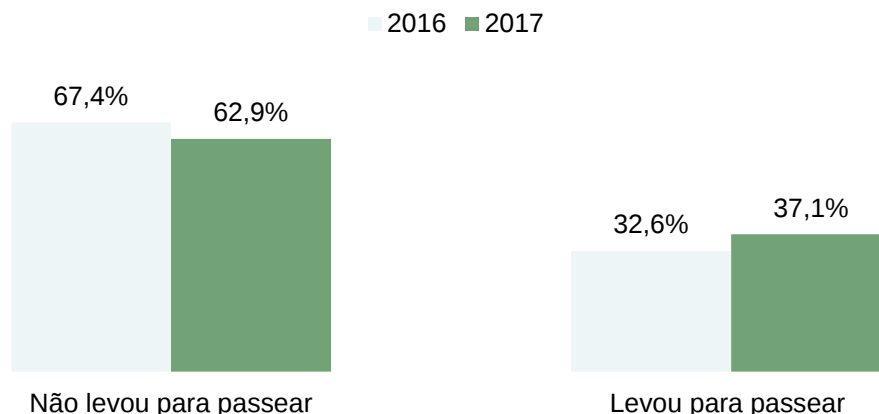
A Fecomércio SC é uma entidade que trabalham visando o fortalecimento do comércio formal. Entretanto, o comércio de produtos piratas prejudica esse desenvolvimento, pois gera diversos problemas sociais e econômicos. Assim, a pesquisa também apurou a quantidade de consumidores que compraram produtos piratas para o dia das mães. A maioria dos consumidores declarou não ter comprado produtos piratas (95,5%) e ocorreu uma leve queda neste consumo de 0,7 pontos percentuais.

Consumo de pirataria dia das mães		
Consumo	Ano	
	2016	2017
Não	95%	95,5%
Sim	4%	3,3%
NS/NR	1,5%	1,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O dia das mães impacta também o setor de serviços. Dessa forma, a pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2017 apurou se o consumidor levou a mãe (ou pessoa presenteada) para passear. Em 2017 ocorreu aumento de 4,5 pontos percentuais entre os consumidores que levaram as mães para passear (37,1%).

Passeio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Dentre os que declararam ter passeado em 2017 ocorreu uma inversão no tipo de almoço/jantar. No ano anterior a maioria levou as mães para almoçar em restaurantes, em 2017 a maioria optou por almoçar/jantar na casa de familiares (47%). A queda nos passeios em restaurantes foi de 11,1 pontos percentuais. A pesquisa de Intenção de Compras Dia das Mães já apontava essa tendência, afirmando que 45,1% iriam almoçar/jantar na casa de familiares.

Esse comportamento pode ser uma estratégia adotada pelos consumidores para economizar em um período de crise. Essa tendência pode ser observada no aumento da opção 'Outros' entre os passeios, que em 2017 chegou a 10,1%.

Evolução passeio		
Passeio	Ano	
	2016	2017
Almoçar/jantar na casa de algum familiar	43,9%	47,0%
Almoçar/jantar em um restaurante	50,0%	38,9%
Outro	3,8%	10,1%
Viagem	2,3%	3,4%
Salão de beleza/SPA	0%	0,7%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Entre os que realizaram passeios, o gasto médio com os passeios em 2017 foi de R\$125,11.

Evolução gasto médio passeio		
Gasto médio passeio	Ano	
	2016	2017
	R\$ 102,63	R\$ 125,11

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os consumidores que fizeram passeios em restaurantes foram os que apresentaram maior gasto médio (R\$145,91).

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2017

Passeio	2016	2017
Almoçar/jantar em um restaurante	R\$ 143,69	R\$ 145,91
Almoçar/jantar na casa de algum familiar	R\$ 39,40	R\$ 96,52
Outro	*	R\$ 95,83

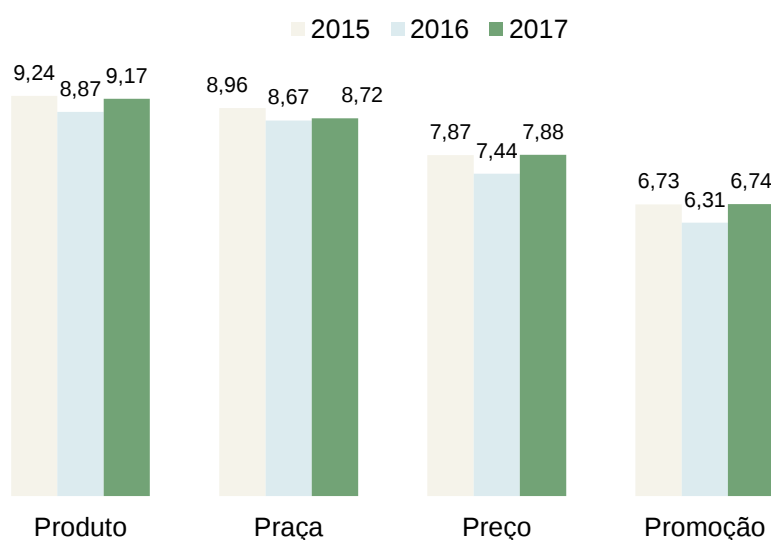
* O número de citações ficou inferior a 10 (dez), devido ao baixo número de citações optou-se por não realiza a apuração da média desta categoria.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

DECISÃO DE COMPRA

O comportamento consumidor envolve o processo de decisão de compra, que começa quando há uma necessidade, que é ativada ou reconhecida. Para sanar essas necessidades, existem quatro propriedades que são levadas em conta na decisão de compra: Preço, Praça, Produto e Promoção. Essas são as definições elementares que uma empresa deve considerar para atingir um determinado público-alvo. A pesquisa de Avaliação do Consumidor permite que o consumidor demonstre quais destes atributos mais pesaram em sua decisão de compra, atribuindo uma nota de 01 a 10, considerando que 01 não influenciou e 10 influenciou totalmente.

Avaliação dos atributos de decisão de compra



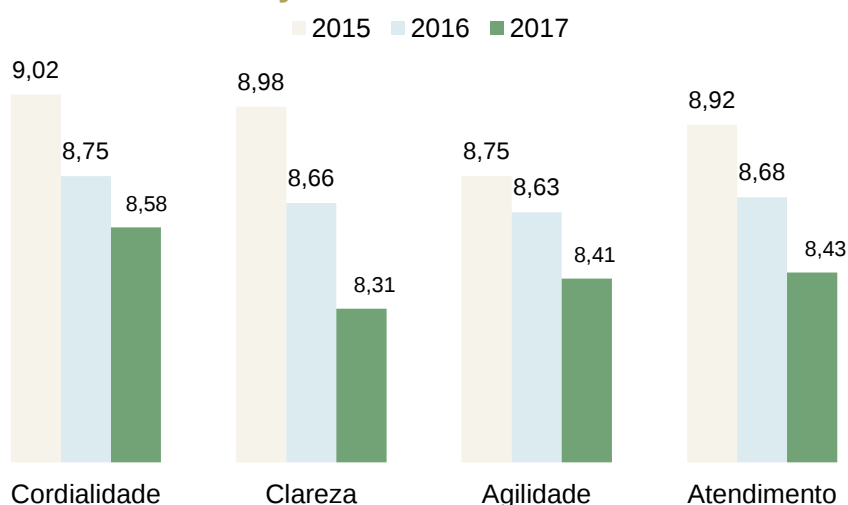
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O atributo produto foi o principal durante toda a série histórica, com nota média de 9,17 em 2017. O local manteve-se em segundo lugar, com nota média de 8,72 neste ano. A promoção/divulgação foi o último atributo de importância em toda a série histórica.

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. O consumidor atribuiu uma nota, de 01 a 10, considerando 01 péssimo e 10 ótimo, a esses três itens.

Avaliação do Atendimento



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A cordialidade do atendente foi o critério melhor avaliado em toda a série histórica, com nota 8,58 em 2017. Entretanto, todos os atributos que compõe o atendimento sofreram queda em 2017, uma queda gradual que pode ser observada durante a série. A queda nas notas da avaliação do atendimento serve de alerta ao empresário, que não deve descuidar do atendimento, pois este é um critério de extrema relevância para o consumidor. Cabe sempre lembrar que o bom atendimento é um dos critérios que fideliza o cliente ao estabelecimento.

CONCLUSÃO

A pesquisa de Avaliação dos Consumidores apontou a leve tendência de queda na desistência da compra. A tendência pode ter relação com a importância da data para os consumidores, mas também com o momento econômico que esses consumidores estão passando, onde 34,6% entende que a situação econômica está igual ao do ano anterior (Pesquisa Fecomércio SC Intenção de Compras Dia das Mães, 2017). Entretanto, como a pesquisa de Intenção também apontou essa estabilidade aponta que as famílias do estado ainda não recuperaram o poder aquisitivo de 2015.

Como as informações da pesquisa de Intenção já apontavam, o segmento de presente mais comprado foi o de vestuário (35,3%), mas a pesquisa de Avaliação, que aponta os dados das compras já efetivadas, demonstrou que o segundo segmento de presente mais comprado foram o de calçados/bolsas (12,9%) e as flores (11,7%).

Em 2017, um número maior de pessoas realizou passeios no dia das mães (35,3%), um aumento de 4,5 pontos percentuais. Esse aumento, contudo, aparece atrelado a diminuição de almoço/jantar em restaurantes, que sofreu queda de 11,1 pontos percentuais.

O produto continua sendo o atributo que mais pesa na decisão de compra. A avaliação atendimento vem apresentando gradual queda em todos os atributos pesquisados. Essa tendência precisa ser melhor conduzida pelos gestores dos estabelecimentos.

Os dados da pesquisa de Avaliação de Compras dias das Mães 2017 apontam que os consumidores catarinenses vêm buscando driblar a crise, sem abrir mão das compras que entendem como importantes. O dia das mães é emblemático, por ser a segunda principal data para o comércio. Apesar dos consumidores terem comprado menos (quantidade), eles não desistiram da compra. Outros indícios demonstram a busca do consumidor por alternativas para economizar, como o aumento da realização de passeios e a diminuição de almoço/jantar em restaurantes.