



Avaliação do Consumidor
DIA DOS NAMORADOS 2017


Fecomércio SC
Sesc | Senac

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

Relatório Avaliação do Consumidor – Dia dos Namorados 2017

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVIDADE DAS COMPRAS	3
CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS	5
Critérios para a decisão de compra.....	5
AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO	11
CONCLUSÃO.....	12

INTRODUÇÃO

O Dia dos Namorados é uma das datas que mais movimenta o comércio, considerada a terceira em relevância. Constatando a sua importância, a Fecomércio SC realiza a pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia dos Namorados, na qual os consumidores têm a oportunidade de avaliar como foi a experiência de compras.

A pesquisa foi realizada com parte dos consumidores que, na pesquisa Intenção de Compras Dia dos Namorados Fecomércio SC, declararam que realizariam compras na data. 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 21 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

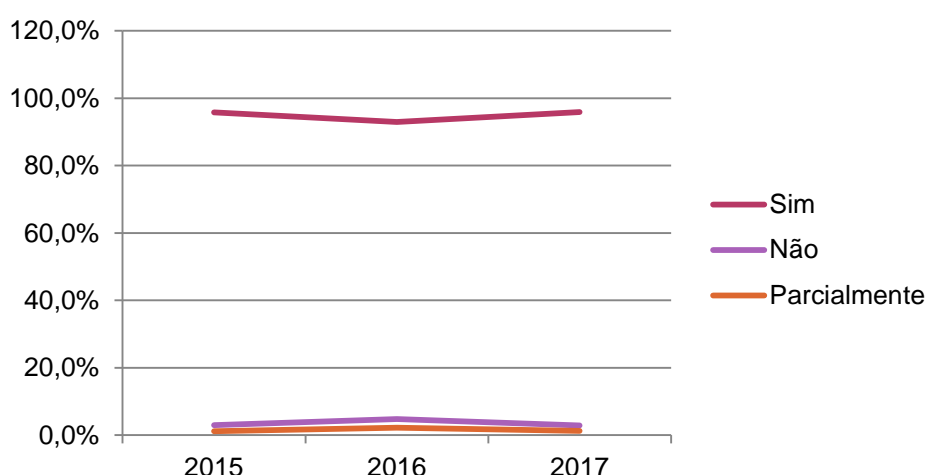
Para a realização da pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia dos Namorados 2017, os pesquisadores contataram 502 consumidores que, na pesquisa de Intenção de Compras Dia dos Namorados 2017, declararam ter intenção em realizar compras para a data. Dentre os consumidores contatados, 23,3% declararam não ter realizado as compras, enquanto 76,7% efetivaram compras de presentes.

Efetivação	Evolução efetivação das compras		
	Anos		
	2015	2016	2017
Desistiram	16,8%	36,2%	23,3%
Efetivaram	83,2%	63,8%	76,7%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Comparando com a pesquisa de Avaliação do Dia dos Namorados de 2016, ocorreu queda na desistência de 12,9 pontos percentuais. O aumento de consumidores que efetivaram a compra pode ter relação com a recuperação da renda, como apontou a pesquisa de Intenção de Compras Dia dos Namorados 2017, onde a percepção de melhor situação financeira em relação ao ano anterior por parte das famílias foi consideravelmente maior do que 2016 (37,6% dos entrevistados) gerando certo otimismo em relação aos gastos com os Dias dos Namorados (Fecomércio, 2017).

Efetivação das compras



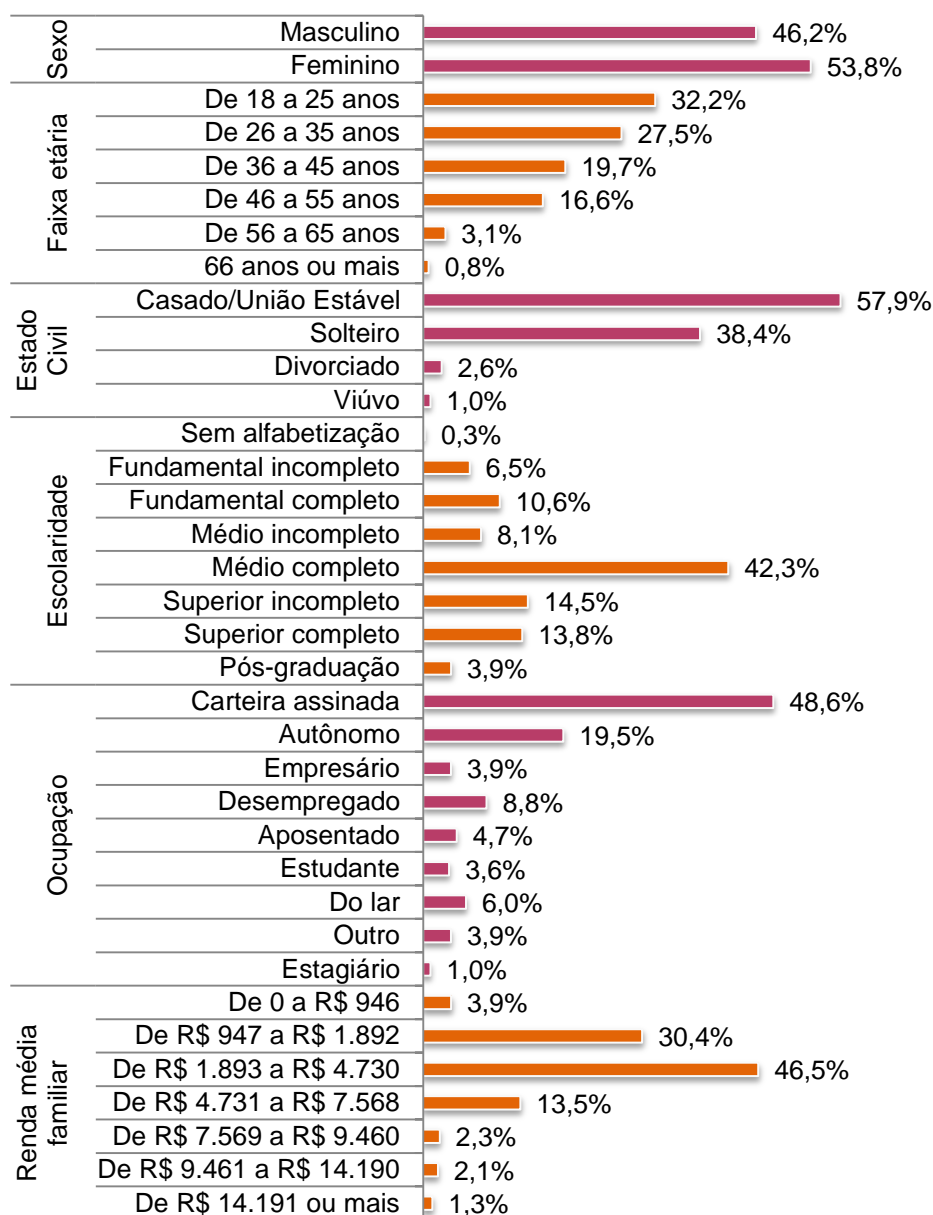
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Os dados a seguir são referentes aos 76,7% 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 dos consumidores que são, predominantemente, mulheres (53,8%), jovens entre 18 a 25 anos (32,2%), casadas ou em união estável (57,9%), com ensino médio completo (42,3%). Os consumidores entrevistados são, majoritariamente, trabalhadores com a carteira assinada (48,6%) que possuem uma renda média familiar mensal entre R\$1.893 a R\$4.730 (46,5%).

Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa também apurou as características relacionadas ao consumo da data, como o êxito na realização das compras, os produtos comprados, o gasto médio por segmento, a quantidade de presentes, as pessoas presenteadas, o principal local de compras e se realizou passeio com o namorado (a), ou pessoa presenteadas.

CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS

Os gastos com as datas comemorativas tendem a ser planejadas pelos consumidores. Ao planejar a compra, o consumidor tende a idealizar as principais características dos produtos. Mas, quando vai ao comércio, é possível que não encontre o produto imaginado. Assim, uma das questões busca compreender se o consumidor teve êxito na realização das compras, ou seja, se encontrou os presentes que motivaram à ida as lojas.

Esse questionamento 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 (95,8%), apenas 2,9% não encontraram os presentes idealizados e 1,3% encontraram parcialmente.

Evolução êxito na realização das compras			
Êxito	Ano		
	2015	2016	2017
Sim	95,8%	93,0%	95,8%
Não	3,0%	4,8%	2,9%
Parcialmente	1,2%	2,3%	1,3%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Comparado com o ano de 2016, observa-se um leve crescimento de 2,8 pontos percentuais entre os consumidores que tiveram êxito na realização das compras.

Critérios para a decisão de compra

O processo de decisão de compra é parte fundamental do comportamento consumidor e tem início quando existe o reconhecimento de uma necessidade. Para sanar tais necessidades, existem quatro atributos que são estruturantes na decisão de compra: Preço, Praça, Produto e Promoção, definições 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.

Pesquisa Fecomércio SC| Avaliação dos Consumidores dia dos Namorados

Os consumidores que presentearam no Dia dos Namorados entenderam que as características e qualidades que o produto possui foram os fatores que mais influenciaram a decisão de compra (9,23), em seguida o local (praça) onde o produto pôde ser encontrado obteve nota de 7,35. O preço apareceu em terceiro lugar, com média de 6,85, e o atributo de menor relevância foi à divulgação (promoção) com nota de 5,03. Nota-se que, o produto foi o único atributo que apresentou alta na pontuação em comparação aos anos anteriores. Os demais sofreram queda no grau de relevância.

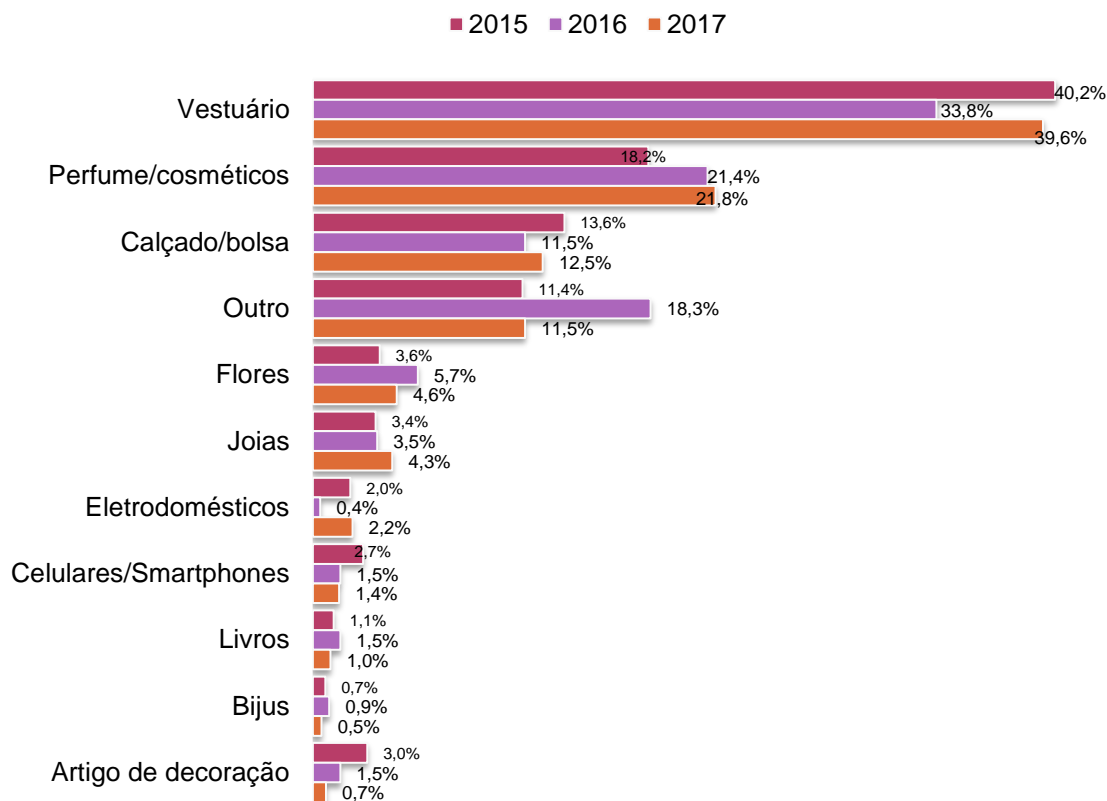
Evolução avaliação atributos compra			
Atributos da compra	Ano		
	2015	2016	2017
Produto	9,3	9,17	9,23
Praça	8,89	8,09	7,35
Preço	7,75	7,26	6,85
Promoção	7,13	5,84	5,03

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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

Os principais presentes comprados para a data em 2017 foram do segmento de vestuário (39,6%), seguido por perfumes e cosméticos (21,8%) e bolsas e calçados (12,5%). Os presentes do segmento de vestuário e perfumes/cosméticos têm sido os principais durante toda a série histórica. Esse comportamento já havia sido apontado também na pesquisa de Intenção de compras Dia dos Namorados 2017.

Segmentos dos presentes



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Sobre o valor dos presentes, o segmento com o qual os consumidores mais gastaram em 2017 foi o de joias R\$403,78, seguido pelo de calçados e bolsas com gasto médio de R\$235,42 e por vestuário com R\$178,38¹. Esses também foram os segmentos com maior gasto médio na pesquisa de 2016.

Evolução gasto médio por segmento			
Segmento	Ano		
	2015	2016	2017
Celular	R\$ 724,83	-	-
Joias	R\$ 284,67	R\$ 497,94	R\$ 403,78
Calçado/bolsa	R\$ 160,28	R\$ 192,17	R\$ 235,42
Vestuário	R\$ 125,29	R\$ 152,03	R\$ 178,38
Perfume/cosméticos	R\$ 120,66	R\$ 137,98	R\$ 159,82
Outro	R\$ 157,12	R\$ 104,77	R\$ 153,77
Artigo de decoração	R\$ 89,07	-	-
Flores	R\$ 82,38	R\$ 83,04	R\$ 73,79

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

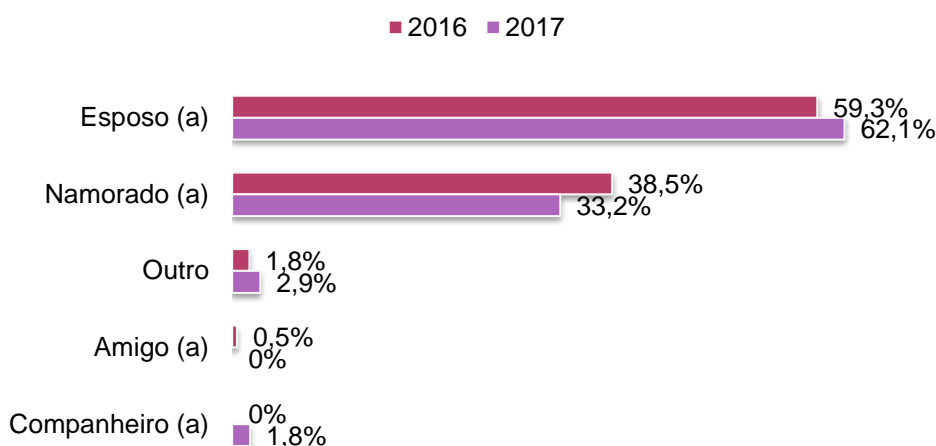
¹ O gasto médio dos segmentos de Bijuteria; Livro; Eletrodoméstico; Celular/Smartphones e Artigo de decoração não foram apresentados, pois tiveram menos de dez citações. Sendo a amostra reduzida para o cálculo de média.

Pesquisa Fecomércio SC| Avaliação dos Consumidores dia dos Namorados

Os consumidores compraram mais presentes em 2017, 1,39. Em 2016 a quantidade média de presentes foi de 1,29.

A pesquisa também apurou quais eram as pessoas presenteadas. Os principais, com expressiva maioria, foram os esposos (as) representando 62,1%, namorados sofreram queda de 5,3 pontos percentuais, representando 33,2%.

Pessoas presenteadas



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Referente ao local de compra, a maioria dos consumidores adquiriu o presente em lojas do comércio de rua (63,4%), enquanto 26,2% declararam ter comprado em shoppings. Comportamento muito semelhante ao de 2016. Observa-se um leve crescimento das compras pela internet (0,4 pontos) e a queda das compras com revendedores de porta (3,4 pontos percentuais).

Evolução local de compra		
Local	Ano	
	2016	2017
Comércio de Rua	61,3%	63,4%
Shopping	26,4%	26,2%
Internet	4,0%	4,4%
Revendedores de porta em porta/catálogo	6,0%	2,6%
Outro	2,0%	3,1%
Camelô	0,3%	0,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Analisando a relação entre o local de compra e o segmento de presente, observa-se que os e-consumidores (consumidores que realizam a compra online) compraram mais produtos de perfumes/cosméticos (36,8%). Os consumidores que compram por catálogo compraram apenas perfumes/cosméticos (100%).

Pesquisa Fecomércio SC| Avaliação dos Consumidores dia dos Namorados

Relação local de compra X Segmento												
Local	Segmento											
	Vestuário	Perfume/cosméticos	Flores	Biju	Livro	Calçado/bolsa	Eletrodoméstico	Jóias	Celular	Artigo de decoração	Outro	Total
Comércio de Rua	39,3%	18,7%	5%	0,4%	0,8%	15,3%	3,1%	4,2%	1,5%	0,8%	11,1%	100%
Shopping	49,6%	20,4%	3,5%	0,9%	1,8%	8,8%	0,9%	5,3%	0,9%	0,9%	7,1%	100%
Internet	21,1%	36,8%	5,3%	0%	0%	10,5%	0%	0%	5,3%	0%	21,1%	100%
Revendedores de porta em porta/catálogo	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
Camelô	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
Outro	16,7%	8,3%	8,3%	0%	0%	0%	0%	8,3%	0%	0%	58,3%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa também apurou se os consumidores adquiriram produtos piratas para presentear na data. Essa questão é realizada para acompanhar o consumo destes produtos nas importantes datas do comércio, pois a Fecomércio SC trabalha visando o fortalecimento do comércio formal no Estado e o combate à pirataria.

O predomínio foi de consumidores que declararam não ter comprado produtos piratas (95,6%), enquanto 4,2% assumiram ter comprado produtos pirateados.

Evolução do consumo de pirataria		
Consumo de pirataria	Ano	
	2016	2017
Não	93,6%	95,6%
Sim	5,6%	4,2%
NS/NR	0,8%	0,3%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Dentre os consumidores que confirmaram o consumo de pirataria, o principal segmento adquirido foi o de vestuário (41,2%) e perfumes e cosméticos (17,6%). A pesquisa Pirataria em Santa Catarina 2016, realizada pela Fecomércio SC, apontou que o vestuário é o segundo segmento mais comprado na versão pirata (10,6%) no Estado.

Pesquisa Fecomércio SC| Avaliação dos Consumidores dia dos Namorados

Relação consumo X segmento do presente												
Consumo pirataria	Segmento do presente											
	Vestuário	Perfume/cosméticos	Flores	Biju	Livro	Calçado/bolsa	Eletrodoméstico	Jóias	Celular	Artigo de decoração	Outro	Total
Sim	41,2%	17,6%	5,9%	5,9%	5,9%	0%	0%	5,9%	5,9%	0%	11,8%	100%
Não	39,8%	22,0%	4,5%	0,3%	0,8%	12,8%	2,3%	4,3%	1,3%	0,8%	11,5%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O Dia dos Namorados não movimentava apenas o comércio de bens, mas também é uma oportunidade de negócio para o setor de serviços. Dessa forma, a pesquisa também apurou se os pesquisados utilizaram determinados serviços na data, e qual a avaliação sobre estes.

Este ano, a maioria dos entrevistados declarou que não realizou nenhum passeio/comemoração (60,1%)- crescimento de 42 pontos percentuais. Um possível motivo para este aumento pode ter relação com o dia da semana em que o dia 12 de junho ocorreu este ano (segunda-feira). No anterior, a data aconteceu em um domingo. Esse motivo possivelmente também impulsionou a queda de 8,2 pontos percentuais dos que realizaram almoço/jantares em restaurantes (28%).

Evolução realização da comemoração		
Comemoração	Ano	
	2016	2017
Não realizou passeio/comemoração	18,1%	60,1%
Almoçar/Jantar em restaurante	36,2%	28,0%
Em casa	40,5%	9,8%
Viagem	4,3%	1,3%
Hotel/Motel	1,0%	0,8%
Total	100%	100%

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\$169,85.

Evolução gasto médio passeio		
Gasto passeio	Ano	
	2016	2017
Gasto médio	R\$ 144,34	R\$ 169,85

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os consumidores também 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 também este ano, com nota média de 8,81, em 2016 a nota média foi de 8,83.

Analisando a relação entre tipo de passeio e o estado civil, observa-se que os que mais realizaram almoços/ jantares em restaurantes são os que se declaram oficialmente solteiros (50%). Já a maioria dos que realizaram alguma comemoração em casa foram os casados/união estável (50%).

Relação passeio X estado civil					
Passeio	Estado civil				
	Casado/União Estável	Solteiro	Divorciado	Viúvo	Total
Almoçar/Jantar em restaurante	48,1%	50%	0,9%	0,9%	100%
Hotel/Motel	100%	0%	0%	0%	100%
Viagem	80%	0%	20%	0%	100%
Não realizou passeio/comemoração	62,9%	33,6%	3,0%	0,4%	100%
Em casa	50,0%	42,1%	2,6%	5,3%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO

Os consumidores também puderam avaliar a 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 'clareza' obteve a maior nota em 2017, 9,06, a 'cordialidade' ficou em segundo com 8,98. Assim, o atendimento durante as compras para o Dia dos Namorados foi bem avaliado pelo consumidor, pois a nota média do atendimento ficou em 8,98.

Evolução da avaliação do atendimento			
Atributos	Ano		
	2015	2016	2017
Clareza	9,01	8,96	9,06
Cordialidade	8,97	8,96	8,98
Agilidade	8,96	8,87	8,89
Atendimento	8,98	8,93	8,98

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A avaliação do atendimento do Dia dos Namorados seguiu o padrão de 2016, com leve aumento em todas as notas.

CONCLUSÃO

Em 2017 mais consumidores efetivaram compras de presentes para o Dia dos Namorados (73,7%), 12,9 pontos percentuais a mais do que em 2016. O aumento de consumidores que efetivaram a compra pode ter relação com a recuperação da renda, como apontou a pesquisa de Intenção de Compras Dia dos Namorados 2017, onde a percepção de melhor situação financeira em relação ao ano anterior foi consideravelmente maior do que 2016 (37,6% dos entrevistados), gerando certo otimismo em relação aos gastos com a data.

Os consumidores são, predominantemente, mulheres (53,8%) jovens entre 18 a 25 anos (32,2%), casadas ou em união estável (57,9%), com ensino médio completo (42,3%). São, majoritariamente, trabalhadores com a carteira assinada (48,6%) que possuem uma renda média familiar mensal entre R\$1.893 a R\$4.730 (46,5%).

Os principais presentes foram do segmento de vestuário (39,6%) e os perfumes /cosméticos (21,8%). Mas o segmento que apresentou maior gasto médio foi o de joias (R\$403,08). A pesquisa apurou também que o que mais pesou na decisão de compra dos presentes foram as características dos produtos (9,23), seguido pelo local onde esse produto pode ser encontrado (praça) com média de 7,35.

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 durante a compra dos presentes, que ficou com nota de 8,98 seguindo o padrão das últimas pesquisas.

Em 2017, um dado interessante diz respeito ao considerável aumento de consumidores que não realizaram passeios no Dia dos Namorados (60,1%), um aumento de 42 pontos percentuais. Esse aumento pode ter relação com o dia da semana em que caiu o dia dos namorados.

Talvez a ocorrência da data em uma segunda-feira possa também ter impulsionado o aumento no percentual de efetivação das compras (12,9 pontos) e a alta na média de presentes (1,39) onde muitos consumidores podem compensando com a compra de presentes, já que não realizariam passeios.