



Avaliação Consumidores
NATAL 2017

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

Pesquisa Avaliação Consumidores Natal 2017

O perfil do consumidor e a avaliação do comércio no
período de Natal em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Janeiro de 2018

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS	3
PERFIL SOCIOECONÔMICO.....	4
SEGMENTOS CONSUMIDOS	5
SERVIÇOS	12
DECISÃO DE COMPRA	13
CONCLUSÃO.....	15

INTRODUÇÃO

O Natal é a data mais aguardada pelo comércio, pois representa o maior potencial de vendas entre as datas comemorativas, aquecendo também o setor de serviços. É neste período que as lojas estão movimentadas, exigindo dos comerciantes a melhoria do serviço para não perder o cliente pelo mau atendimento. Dessa forma, mensurar a avaliação do consumidor permite informar aos empresários do setor do comércio como estão sendo avaliados, possibilitando que aprimorem o atendimento e os serviços prestados.

Considerando a importância do período para o comércio de bens e serviços, a Fecomércio SC, por meio de um conjunto de pesquisas¹, estuda o comportamento consumidor no período, o impacto da data para o comércio, a visão do consumidor sobre o atendimento recebido, entre outras diversas questões.

A pesquisa de Avaliação de Compras Natal 2017 foi aplicada com parte dos consumidores que haviam afirmado na pesquisa Intenção de Compras Natal 2017 que realizariam compras para a data. Esses consumidores foram novamente contatados, agora para avaliar a experiência das compras do Natal.

A amostra de consumidores pesquisados foi de 396 nos sete municípios de Santa Catarina. O campo da pesquisa foi realizado entre os dias 26 de dezembro de 2017 a 02 de janeiro de 2018. Os dados tem significância de 95,5% para o Estado, com erro amostral de 5%.

1 Intenção de Compras do Consumidor, Resultados de Vendas (realizada junto aos empresários) e a Avaliação do Consumidor sobre o comércio durante a data. As pesquisas de Intenção e Resultados de Vendas Natal 2017 estão disponíveis no site da Fecomércio SC.

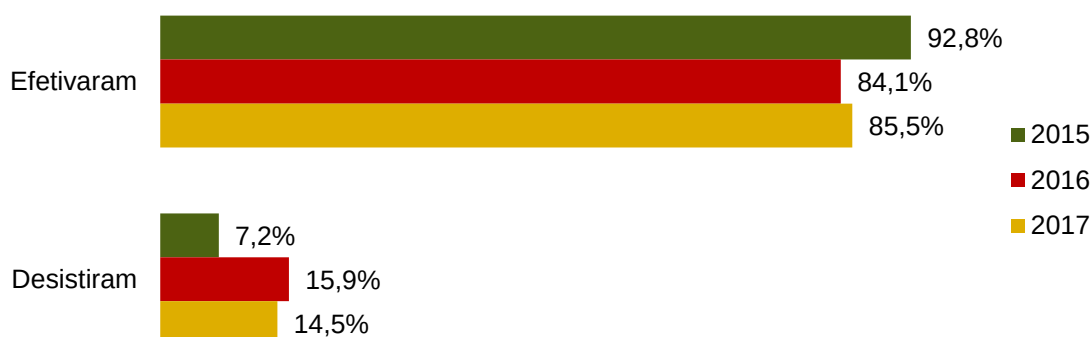
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS

Um dos dados apurados na pesquisa de Avaliação do Consumidor Natal 2017 é a efetivação das compras para a data, ou seja, pergunta-se aos consumidores que declararam na pesquisa de Intenção de Compras Natal 2017, se efetivaram as compras que pretendiam, ou se desistiram de realizar as compras de natal.

Além deste dado, a pesquisa de Avaliação também permite que os consumidores avaliem a experiência de compras para a data, apurando também o perfil consumidor e detalhes sobre o comportamento.

Em 2017, 463 consumidores que participaram da pesquisa de Intenção foram abordados para a pesquisa de Avaliação do Consumidor Natal 2017. Destes, 85,5% dos consumidores efetivaram as compras de natal, enquanto 14,5% desistiram de realizar as compras. O percentual de desistência sofreu queda de 1,4 pontos percentuais em comparação com a pesquisa de 2016.

Taxa de efetivação das compras de presentes de Natal



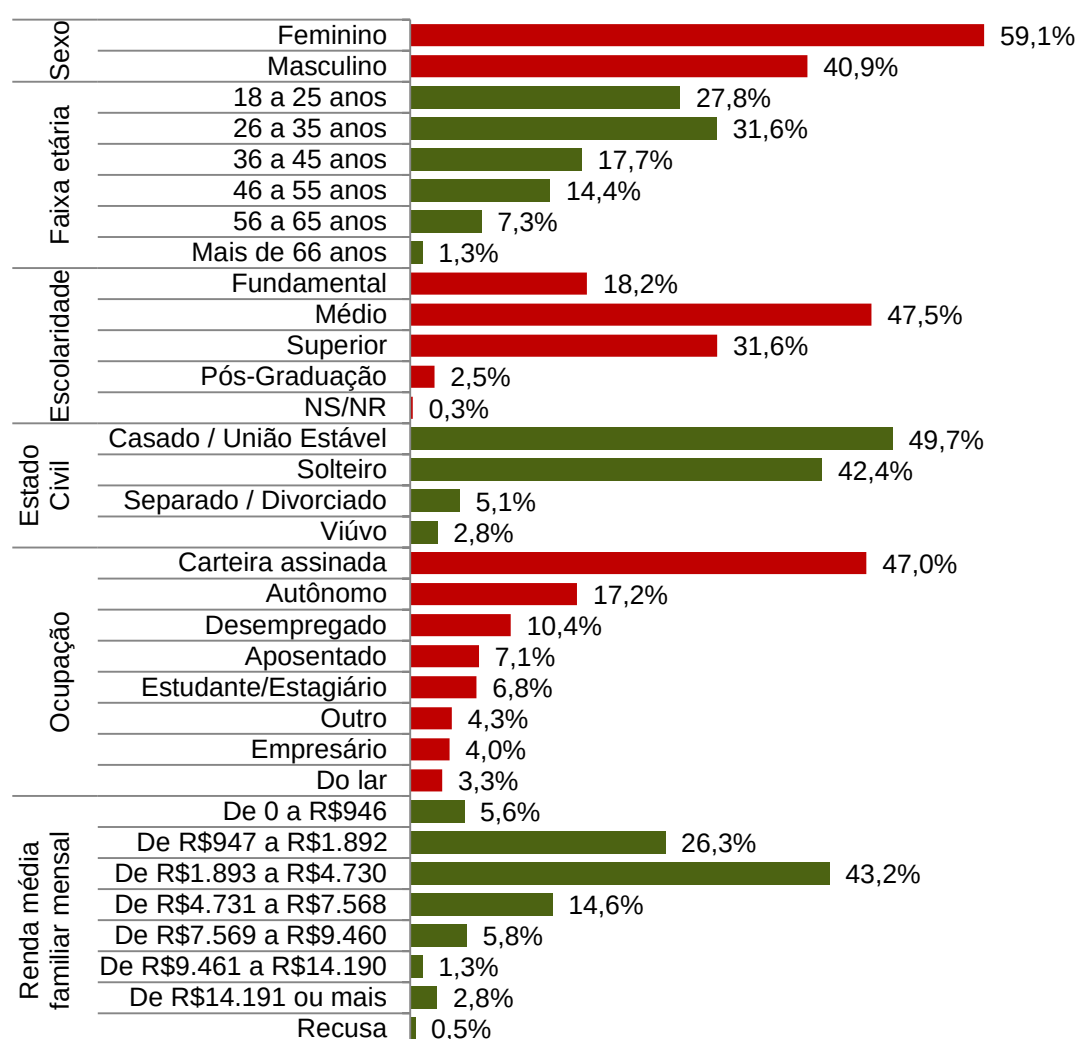
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Aos consumidores que realizaram as compras (amostra de 396 que corresponde aos 85,5% que efetivaram) foi aplicado o questionário completo, levantando o perfil, mapeando o comportamento durante a data e analisando a avaliação quanto ao atendimento no comércio.

PERFIL SOCIOECONÔMICO

O perfil socioeconômico permite compreender o comportamento consumidor do entrevistado. Em 2017 o perfil foi de mulheres (59,1%), jovens adultos entre 26 e 35 anos (31,6%) com formação de ensino médio (47,5%), casados ou em união estável (49,7%), trabalhadores com carteira assinada (47%) que possuem renda média familiar mensal entre R\$1.893 a R\$4.730 (43,2%).

Perfil Socioeconômico



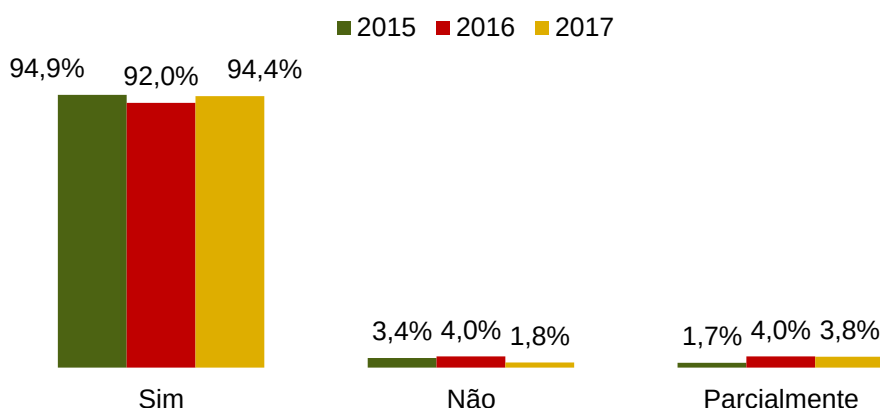
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

SEGMENTOS CONSUMIDOS

Inicialmente a pesquisa apurou se os consumidores encontraram os presentes pretendidos, que motivaram a ida às compras. Essa questão aponta, pela percepção do consumidor, se o comércio manteve seus estoques abastecidos para a data e se buscou oferecer diversidade.

Em 2017, os consumidores tiveram êxito em suas compras, com 94,4% declarando ter encontrado os presentes pretendidos, 1,8% afirmaram não ter encontrado e 3,8% afirmaram ter encontrado parcialmente, os quais possivelmente compraram apenas parte dos presentes ou os substituíram.

Encontrou os presentes planejados

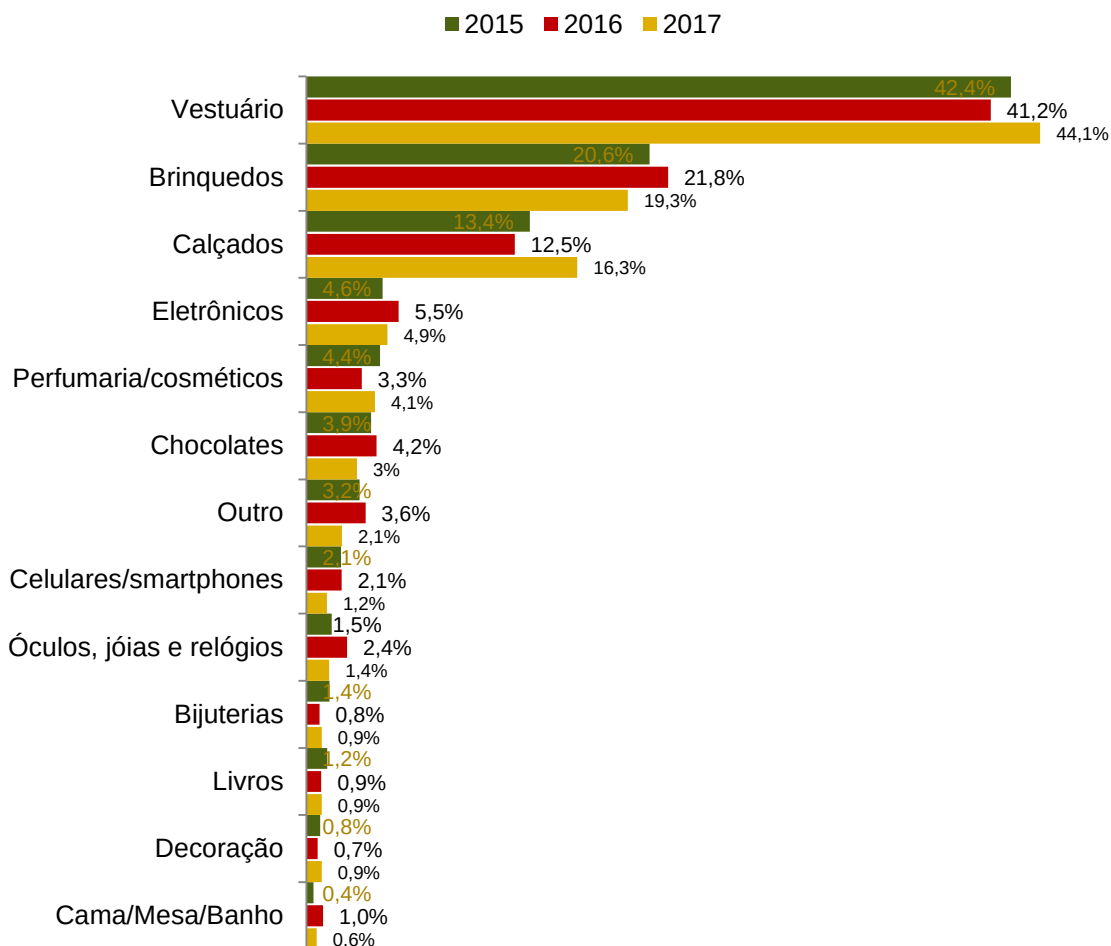


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Os três principais segmentos de presentes comprados pelos consumidores catarinenses no Natal de 2017 mantiveram-se os mesmos do Natal anterior: vestuário (44,1%); brinquedos (19,3%) e calçados (16,3%)². Os demais segmentos de presentes também mantiveram taxas percentuais semelhantes aos do ano anterior, com pouca variação.

² Para realizar a comparação entre os anos, nas questões múltiplas (nas quais os consumidores podem responder mais de uma opção) os dados foram calculados na base 100%. As questões são: segmentos dos presentes e locais de compra.

Segmentos de presentes



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outro dado importante apurado foi o gasto médio por segmento. Em 2017, o segmento que apresentou maior gasto médio continuou sendo o de eletrônicos (R\$1.226,25), com aumento de 63,3% em relação a 2016.

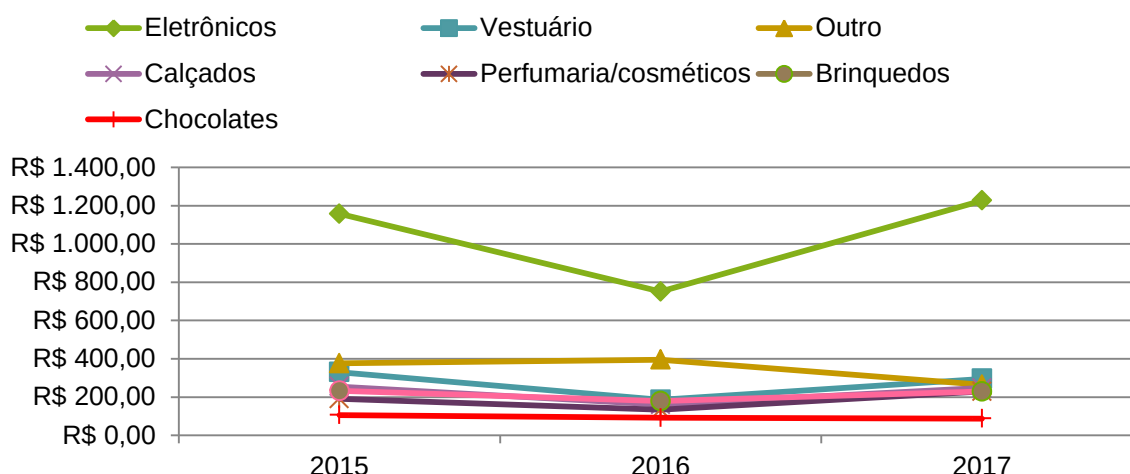
Evolução gasto médio por segmento			
Segmentos ³	Ano		
	2015	2016	2017
Eletrônicos	R\$ 1.157,24	R\$ 750,74	R\$ 1.226,25
Vestuário	R\$ 330,44	R\$ 185,38	R\$ 295,05
Outro	R\$ 376,52	R\$ 395,45	R\$ 264,29
Calçados	R\$ 254,93	R\$ 160,81	R\$ 247,76
Perfumaria/cosméticos	R\$ 190,91	R\$ 133,30	R\$ 229,26
Brinquedos	R\$ 233,53	R\$ 178,74	R\$ 229,17
Chocolates	R\$ 106,43	R\$ 91,68	R\$ 87,95

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

³ O gasto médio por segmento não considerou os seguintes segmentos: Óculos, joias e relógios; livros, bijuterias, cama/mesa/banho, celulares/smartphones e decoração, pois estes segmentos apresentaram menos de dez citações.

Apenas as categorias outros (utilizada quando o segmento do presente não consta na lista) e a de chocolates apresentaram queda do gasto médio.

Gasto médio por segmento de presente



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Em 2017 os consumidores catarinenses compraram em média 5,21 presentes. Pouco menos que no ano anterior (5,75). Porém, um número maior do que a pesquisa de Intenção de Compras 2017 apontava (4,71), indicando que as compras por impulso, aquelas não planejadas, fomentaram esse maior número de presentes comprados.

Traçando um cruzamento dos dados sobre o sexo e quantidade de presentes, observa-se que as entrevistadas do sexo feminino compraram mais (5,56) do que os do sexo masculino (4,71). Esses números dizem respeito a maior quantidade de mulheres na amostra, mas também à prática comum da realização das compras da família ser realizada pelas mulheres.

Ainda analisando a quantidade de presentes, agora em relação à faixa etária dos consumidores, observa-se que quanto maior a faixa etária, maior a quantidade de presentes.

Relação faixa etária X Quantidade de presentes	
Faixa etária	Quantidade de presentes
18 a 25 anos	3,83
26 a 35 anos	4,84
36 a 45 anos	6,31
46 a 55 anos	6,32
56 a 65 anos	6,79
Mais de 66 anos	8,5

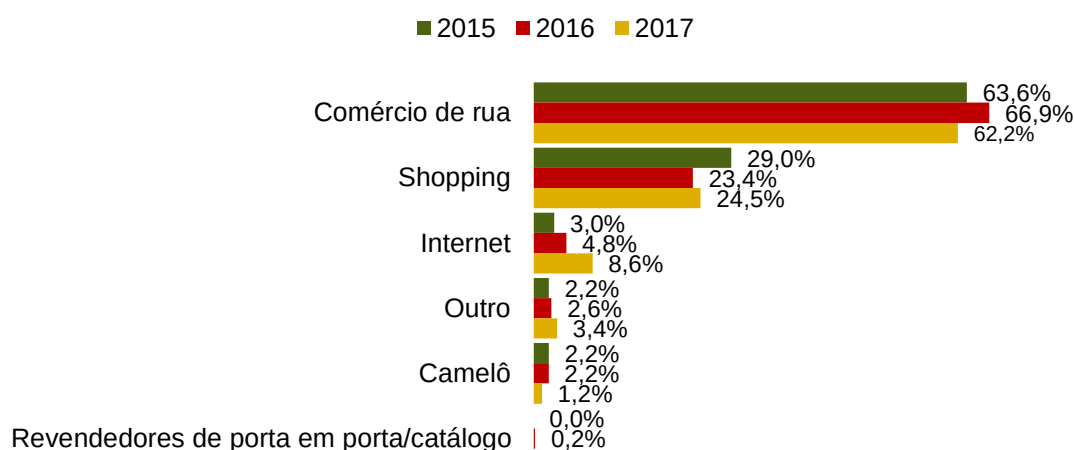
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outro dado importante para compreender o comportamento consumidor é o local de realização das compras. Em 2017, o comércio de rua manteve-se o principal,

com 62,2%, mas sofreu queda de 4,7 pontos percentuais em comparação com 2016. Os shoppings tiveram leve alta de 1,1 pontos percentuais, alta que dialoga com os dados da Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (Alshop), que apurou alta de 6% nas vendas neste Natal em relação ao mesmo período de 2016 (Valor, 2017). Mas o dado a se observar é a gradual elevação das compras pela internet, que em 2017 atingiu 8,6%, alta de 3,8 pontos percentuais.

Esse comportamento foi apontado pela pesquisa de Intenção de Compras Natal 2017, onde 68,5% declararam que comprariam no comercio de rua e 20,8% em shoppings.

Local da Compra



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Analisando o local da compra em relação ao sexo do entrevistado, nota-se que basicamente mantêm-se um padrão entre os locais, com destaque apenas para as compras pela internet, as quais os consumidores do sexo masculino estão mais propensos.

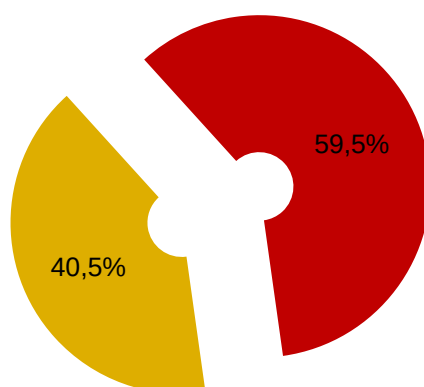
Relação Sexo X Local de compra						
Sexo	Locais de compra					Total
	Comércio de rua	Shopping	Internet	Camelô	Outro	
Feminino	64,1%	24,1%	6,1%	3,7%	2,0%	100%
Masculino	59,6%	25,1%	12,3%	3,0%	0%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A investigação também apurou a realização de pesquisas de preço pelos consumidores para as compras de Natal de 2017. A maioria dos consumidores declarou ter realizado pesquisas de preço (59,5%), mas um considerável percentual declarou não ter realizado (40,5%). Apontando novamente a existência para um padrão de consumo mais impulsivo.

Realização pesquisa de preço

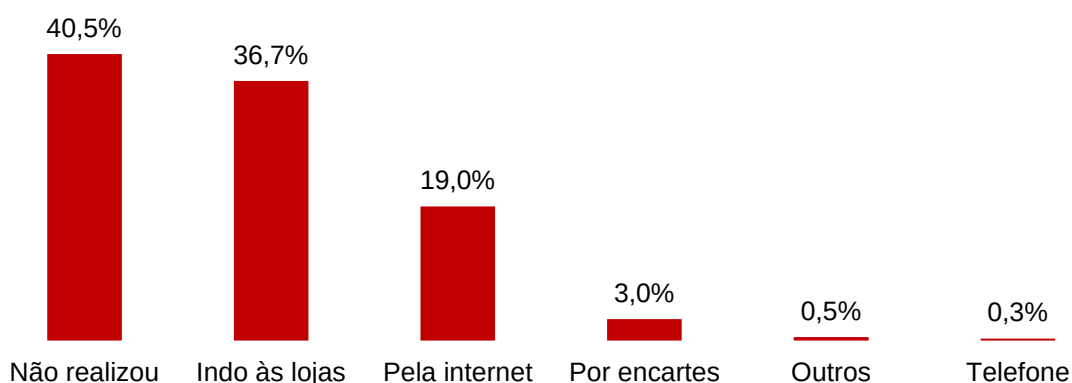
■ Não realizou ■ Realizou pesquisa



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A principal forma de pesquisa de preço foi a realizada indo às lojas (36,7%), seguida pela busca realizada pela internet (19%).

Formas de pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Analisando a realização da pesquisa de preço em relação à faixa de renda dos entrevistados observa-se que consumidores com renda entre R\$0 a R\$946, pouco realizam pesquisa de preço utilizando a internet (4,5%). Na verdade, foi a faixa que mais declarou não realizar pesquisa de preço (63,6%). A ferramenta da internet foi mais utilizada por consumidores com faixas de renda entre R\$7.569 a R\$9.460 (34,8%). Já o tradicional método da comparação por encartes está concentrado nas faixas de renda familiar mensal de até R\$7.568.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2017

Relação renda familiar mensal X Realização de pesquisas de preço							
Renda	Pesquisa de Preço						
	Não realizou	Indo às lojas	Pela internet	Por encartes	Outros	Telefone	Total
De 0 a R\$946	63,6%	27,3%	4,5%	4,5%	0%	0%	100%
De R\$947 a R\$1.892	41,3%	40,4%	15,4%	2,9%	0%	0%	100%
De R\$1.893 a R\$4.730	44,1%	35,9%	15,9%	2,9%	1,2%	0%	100%
De R\$4.731 a R\$7.568	27,6%	36,2%	31%	5,2%	0%	0%	100%
De R\$7.569 a R\$9.460	21,7%	43,5%	34,8%	0%	0%	0%	100%
De R\$9.461 a R\$14.190	20%	60%	20%	0%	0%	0%	100%
De R\$14.191 ou mais	54,5%	9,1%	27,3%	0%	0%	9,1%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Outro comportamento consumidor importante observa-se na análise da relação entre faixa etária e pesquisa de preço. Entre a faixa etária mais jovem mais de cinquenta por cento (51,8%) não realizou pesquisas de preços. Foi a única faixa onde a não realização superou a realização de pesquisas, apontando para um consumo menos planejado. Já os consumidores na faixa etária com mais de 66 anos foram os que mais realizaram pesquisa de preço (80%), sendo a principal forma o uso de encartes. Consumidores entre 36 a 45 anos foram os que mais utilizaram a ferramenta de internet para a pesquisa de preços (26,1%).

Relação faixa etária X Realização de pesquisa de preço							
Faixa etária	Realização pesquisa de preço						
	Não realizou	Indo às lojas	Pela internet	Por encartes	Outros	Telefone	Total
18 a 25 anos	51,8%	27,3%	16,4%	3,6%	0,9%	0%	100%
26 a 35 anos	38,4%	36,8%	22,4%	2,4%	0%	0%	100%
36 a 45 anos	31,9%	40,6%	26,1%	0%	0%	1,4%	100%
46 a 55 anos	40,4%	40,4%	14%	3,5%	1,8%	0%	100%
56 a 65 anos	31%	58,6%	6,9%	3,4%	0%	0%	100%
Mais de 66 anos	20%	20%	20%	40%	0%	0%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Analisado o local de compra e a realização de pesquisa de preço, observa-se que consumidores que compraram em lojas físicas (comércio de rua, shopping e camelô) realizaram as pesquisas indo às lojas. Contudo, um considerável percentual dos consumidores de shopping (23,8%), por exemplo, realizaram a pesquisa de preço no formato on-line para então efetivar a compra física. Esse comportamento vem ganhando adeptos, por permitir uma pesquisa rápida, mas onde o consumidor não perde a oportunidade de analisar presencialmente o produto comprado. Entre os consumidores que compraram pela internet, a maioria realizou as pesquisas pela mesma ferramenta (60,5%).

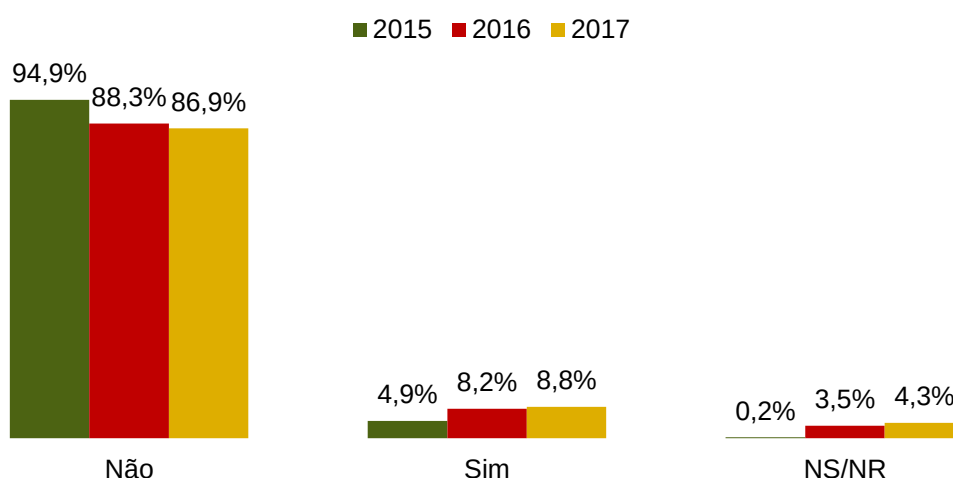
Relação local de compra X Pesquisa de preço							
Local da compra	Pesquisa de preço						
	Não realizou	Indo às lojas	Pela internet	Por encartes	Outros	Telefone	NS/NR
Comércio de rua	39,7%	41,6%	14,5%	3,2%	0,6%	0,3%	0%
Shopping	39,3%	32%	23,8%	4,1%	0%	0%	0,8%
Internet	16,3%	16,3%	60,5%	7,0%	0%	0%	0%
Camelô	35,3%	41,2%	17,6%	5,9%	0%	0%	0%
Outro	33,3%	50%	16,7%	0%	0%	0%	0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A pesquisa também apura o consumo de pirataria durante a data, pois o combate à pirataria é uma das principais bandeiras da Fecomércio SC. E obter informações sobre este consumo é uma importante ferramenta para combater a prática.

Os dados demonstram um crescimento gradual do consumo de produtos piratas na data. Contudo, o maior percentual é de consumidores que declaram não ter consumido pirataria nas compras de natal (86,9%).

Consumo de pirataria



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Analisando o local de compra em relação ao consumo de pirataria, observa-se que consumidores que compraram em camelôs foram os que mais consumiram produtos piratas no natal (23,5%), seguido pelos consumidores que realizaram compras no comércio de rua (10,3%).

Relação locais de compra X Compra de pirataria				
Local de compra	Consumo pirataria			Total
	Não	Sim	NS/NR	
Comércio de rua	84,8%	10,3%	4,8%	100%
Shopping	91,8%	6,6%	1,6%	100%
Internet	97,7%	0%	2,3%	100%
Camelô	76,5%	23,5%	0%	100%
Outro	83,3%	0%	16,7%	100%

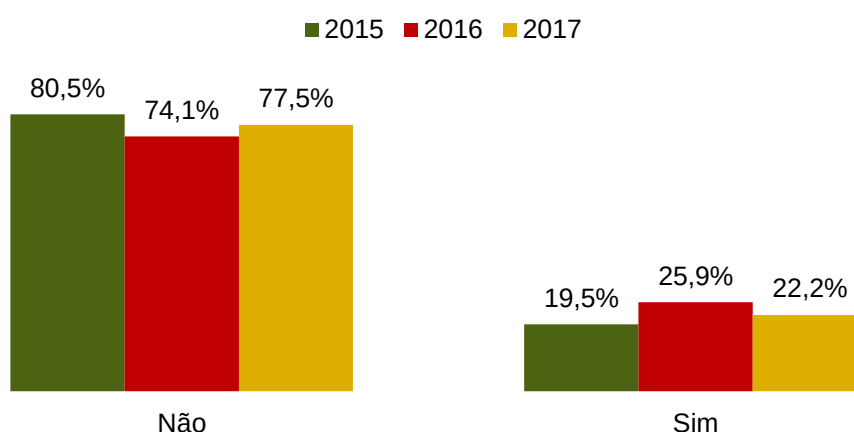
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

SERVIÇOS

A época do natal movimenta diversos serviços. É comum neste período a realização de reformas e melhorias nas casas para a realização das festas. Também tende a ser um bom período para os profissionais que atuam com serviços de estética pessoal, como cabelereiros e manicures. Neste sentido, a pesquisa apurou esse consumo durante a data.

Em 2017, ocorreu queda dos consumidores que aproveitaram o período para realizar melhorias diversas em suas casas (22,2%). A ampla maioria declarou não ter realizado modificações ou melhorias em suas casas (77,5%).

Melhorias na casa para o fim de ano



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

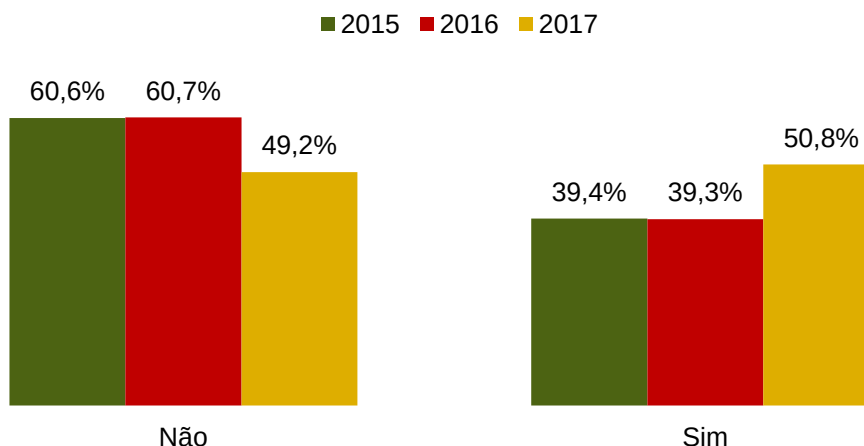
Analisando a realização de melhorias nas casas em relação a faixas de renda, observa-se que consumidores com faixas de renda entre R\$9.461 a R\$14.190 foram os que mais aproveitaram o período para a realização de melhorias (40%), seguido por consumidores com renda entre R\$4.731 a R\$7.568 (27,6%).

Relação Renda X Melhorias na casa				
Renda	Melhorias na casa			Total
	Não	Sim		
De 0 a R\$946	90,9%	9,1%		100%
De R\$947 a R\$1.892	83,7%	16,3%		100%
De R\$1.893 a R\$4.730	75,4%	24,6%		100%
De R\$4.731 a R\$7.568	72,4%	27,6%		100%
De R\$7.569 a R\$9.460	73,9%	26,1%		100%
De R\$9.461 a R\$14.190	60%	40%		100%
De R\$14.191 ou mais	70%	30%		100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Contudo, referente à utilização de serviços estéticos em geral, em 2017 foi o primeiro ano da série histórica em que o percentual de entrevistados que contrataram serviços estéticos (50,8%) superou o número de consumidores que não utilizaram este serviço (49,2%).

Utilização de serviços estéticos



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

DECISÃO DE COMPRA

A pesquisa busca compreender os critérios de decisão de compra mais relevantes para o consumidor catarinense. O Marketing considera a existência de quatro atributos fundamentais para a decisão de compra: Produto; Praça; Preço e Promoção, dessa forma na pesquisa o consumidor teve a oportunidade de atribuir 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.

Em 2017 os atributos dos produtos foram os que mais influenciaram na decisão de compra de natal (9); seguido pela praça, o local onde o produto pode ser adquirido (8,2). O atributo preço que sofreu queda, assim como a avaliação do local.

Evolução atributos de decisão de compra			
Atributo	2015	2016	2017
Produto	8,9	8,9	9,0
Praça	8,7	8,7	8,2
Preço	7,5	8,4	7,6
Promoção	7,3	5,4	5,8

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Os consumidores também avaliaram a experiência de compra a partir da variável atendimento, julgando os critérios: agilidade no atendimento, cordialidade do atendente e clareza de informações fornecidas, exposto no item que segue.

Avaliação do atendimento

Sendo o natal a melhor data do comércio, o período também é de lojas mais cheias e filas, tornando-se, muitas vezes, uma experiência cansativa para o consumidor. Considerando esse cenário, é sempre importante que o empresário não se esqueça de proporcionar uma experiência agradável ao consumidor, focando no atendimento.

Os consumidores pesquisados tiveram a oportunidade de avaliar a experiência de compras 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 nota, de 1 a 10, considerando 1 péssimo e 10 ótimo, a esses três itens.

O atributo melhor avaliado em 2017 foi a cordialidade do atendente (8,59); em seguida a clareza das informações, com nota de 8,56; a agilidade ficou em terceiro lugar, recebendo nota de 8,35. Os atributos apresentaram notas muito próximas as do ano anterior, mas é possível observar que a avaliação do atendimento vem apresentando aumento gradual.

Evolução das notas do atendimento				
Atributo	Ano			
	2015	2016	2017	
Cordialidade	8,35	8,74	8,59	
Clareza	8,08	8,32	8,56	
Agilidade	7,94	8,36	8,35	
Atendimento	8,12	8,47	8,50	

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

Crescimento no número de consumidores que efetivaram as compras de Natal, aumento do gasto médio por segmento e alta no percentual de pessoas que contrataram serviços estéticos são alguns dos indícios que demonstram um cenário otimista para os catarinenses. Outro sinal é referente à quantidade de presentes comprados conforme a pesquisa de Avaliação do Consumidor Natal 2017 em relação à Intenção de Compras Natal 2017. A diferença de 1,04 indica a realização de compras por impulso ou não planejadas, que tendem a ser mais comuns em cenários positivos, onde o consumidor tem menos receio da intemperança econômica.

Esses dados dialogam com a previsão já apontada na pesquisa de Intenção de Compras Natal 2017, a qual sinalizou a melhora nas condições financeiras, associada ao aumento do emprego e a leve queda nos juros, que elevam o acesso ao crédito, fazendo com que o consumidor se sinta mais confiante na realização das compras. A pesquisa de Resultado de Vendas Natal 2017, realizada com os empresários do setor, também reitera esse cenário, apontando alta do ticket médio de 33,1%.

A valorização da experiência de compra é quesito relevante do comportamento. Nesse sentido, é importante destacar que a avaliação do atendimento no comércio catarinense apresentou alta gradual durante toda a série histórica.

Adicionalmente, a pesquisa também apurou importantes dados do perfil consumidor, que vêm sendo observados no cenário nacional. As compras online se tornaram uma realidade, visto que há um aumento gradual deste canal de vendas em relação aos demais. Utilizar a internet como ferramenta de pesquisa de preço para a posterior compra física é outro fenômeno que vem ganhando força, também pode ser mapeado na pesquisa de Avaliação do Consumidor Natal 2017.