



Avaliação do Consumidor  
**VOLTA ÀS AULAS 2018**

  
**Fecomércio SC**  
Sesc | Senac

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

# **Relatório de Avaliação do Consumidor – Volta às aulas 2018**

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC  
Março de 2018

## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>2</b>
<b>EFETIVIDADE DAS COMPRAS .....</b>	<b>3</b>
<b>PERFIL SOCIOECONÔMICO .....</b>	<b>3</b>
<b>CARACTERÍSTICAS DO CONSUMO DE MATERIAL ESCOLAR .....</b>	<b>5</b>
<b>DECISÃO DE COMPRA E AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO .....</b>	<b>10</b>
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>11</b>

## **INTRODUÇÃO**

Uma das principais despesas a ser considerada no início do ano por diversas famílias catarinenses é a compra do material escolar para o retorno às aulas. Dessa forma, esse período é muito importante para o comércio, devido ao incremento de vendas, movimentando diferentes estabelecimentos comerciais. Considerando a importância do período, a Fecomércio SC acompanha a data por meio de um conjunto de pesquisas que apuram as características da mesma, tanto na perspectiva do consumidor quanto na perspectiva dos empresários.

A pesquisa de **Avaliação do Consumidor Volta às Aulas**, realizada após o início das aulas nas escolas públicas, busca compreender as características do comportamento consumidor para a data, bem como traz a avaliação deste sobre o comércio onde realizou as compras.

A pesquisa de 2018 ocorreu entre os dias 19 a 23 de fevereiro, com parte dos entrevistados da pesquisa de **Intenção de Compras Volta às Aulas 2018**. Foram entrevistados 403 consumidores, que tiveram a oportunidade de avaliar sua experiência de compras.

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 o período. Também apura se os consumidores efetivaram as compras que declararam ter a pretensão de realizar na pesquisa de Intenção de Compras.

Dessa forma, para a pesquisa de Avaliação do Consumidor Volta às Aulas 2018, a Fecomércio SC entrou em contato com 462 consumidores entrevistados na pesquisa de Intenção de Compra Volta às Aulas 2018. Entre os consumidores contatados, 12,2% não haviam efetuado as compras de material escolar até a data da pesquisa. Cabe destacar que a volta às aulas é uma data diferenciada, ao considerarmos que o retorno às aulas pode ter variações, o que explica esse percentual de não compras. O comportamento manteve-se estável em relação a pesquisa de 2017.

Efetivação das compras			
Efetivação das compras	Ano		
	2016	2017	2018
Já realizaram as compras	80,7%	87,8%	87,2%
Ainda não compraram	19,3%	12,2%	12,8%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

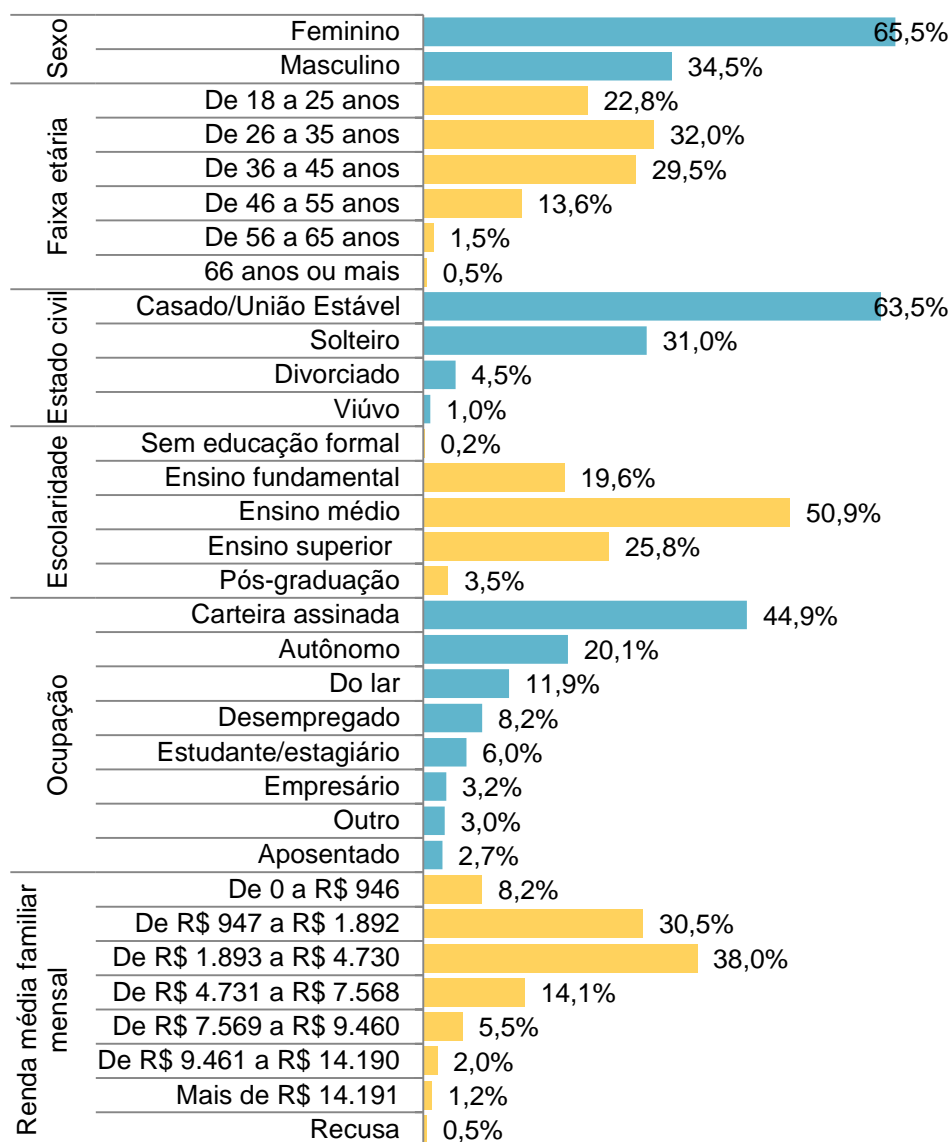
Os dados a seguir apurados são referentes aos 87,2% de consumidores que já realizaram suas compras.

## PERFIL SOCIOECONÔMICO

O perfil socioeconômico é um grande influenciador do comportamento consumidor. As características diferenciadas de cada perfil influenciam a compra de formas diversas. Em 2018 a pesquisa apurou que o consumidor catarinense de material escolar é formado principalmente por mulheres (65,5%) jovens adultas na faixa etária entre os 26 a 35 anos (32%). A segunda faixa mais representativa, com diferença de apenas 2,8 pontos percentuais (p.p) é a entre 36 a 45 anos (29,5%). A ampla maioria dos consumidores é de pessoas casadas ou em união estável (63,5%). Ou seja, constata-se que as faixas etárias são de famílias jovens, onde a probabilidade de possuírem dependentes em idade escolar é maior. Sobre a escolaridade dos entrevistados, a maioria possui o ensino médio (50,9%), seguido por aqueles consumidores que cursaram o ensino superior (25,8%). A pesquisa também apurou a principal ocupação desses consumidores a maior parte formada por trabalhadores com carteira assinada (44,9%). A renda familiar mensal é outro importante influenciador do

comportamento consumidor. Em 2018 a maior parcela de consumidores foi os com renda entre R\$ 1.893 a R\$ 4.730 (38%).

## 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, dentre outras questões.

## CARACTERÍSTICAS DO CONSUMO DE MATERIAL ESCOLAR

Um fator importante para compreender o período é a categoria de instituição de ensino, pois as demandas de instituições particulares podem variar muito das demandas de entidades públicas, interferindo também no comportamento consumidor. A maior parte dos estudantes estuda em instituições públicas (74,3%). O ensino privado reagiu com uma alta de 4,7 pontos percentuais (25,4%). Na pesquisa de 2017 o ensino privado havia sofrido queda, e um dos possíveis motivos foi crise econômica, com a migração de estudantes para rede pública. Esse aumento em 2018 pode apontar um otimismo das famílias, retornando ao ensino privado. Também foi perguntado para quantos estudantes o material foi comprado, média em 2018 foi de 1,44 dependentes.

Escola	Categoria da instituição de ensino		
	Ano		
	2016	2017	2018
Pública	76,4%	76,9%	74,3%
Particular	23,1%	20,7%	25,4%
NS/NR	0,5%	2,4%	0,2%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Quanto ao nível de escolaridade dos alunos para os quais foi comprado o material escolar, a maior parcela continuou sendo a de alunos no ensino fundamental (34,3%), seguido dos alunos na educação infantil (27,4%).

Nível de educação		
Nível	2017	2018
Educação infantil	28,6%	27,4%
Ensino Fundamental	44,3%	38,3%
Ensino Médio	19,4%	18,9%
Ensino Superior	7,6%	15,3%
NS/NR	0,2%	0%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Analisando a relação entre a faixa etária do entrevistado e o nível escolar dos estudantes para os quais foi comprado o material observa-se que a faixa etária entre 18 a 25 anos comprou para estudantes do ensino superior (49,5%), sendo muito provável que o próprio entrevistado seja o aluno para o qual o material foi comprado. Já na faixa etária entre 26 a 35 anos a principal compra foi para estudantes da educação infantil (41,3%). O ensino fundamental é o mais representativo na faixa etária entre 36 a 45 anos (50%).

Relação faixa etária X Nível escolar					
Faixa etária	Nível escolar				Total
	Educação Infantil	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	
De 18 a 25 anos	18,9%	14,7%	16,8%	49,5%	100%
De 26 a 35 anos	41,3%	38,7%	11,6%	8,4%	100%
De 36 a 45 anos	22%	50%	23,3%	4,7%	100%
De 46 a 55 anos	17,7%	43,5%	30,6%	8,1%	100%
De 56 a 65 anos	50%	50%	0%	0%	100%
66 anos ou mais	0%	50%	50%	0%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Segundo os consumidores, em 2018 eles gastaram com material escolar em média o valor de R\$ 243,09, queda de 8,5% em comparação com 2017.

Evolução do gasto médio			
Gasto médio	Ano		
	2016	2017	2018
	R\$ 223,04	R\$ 265,76	R\$ 243,09

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Essa queda possivelmente está relacionada ao aumento de 7,7 pontos percentuais de compra de material escolar para o ensino superior, pois como aponta a tabela a seguir, a compra para este nível é a com menor gasto médio. Observa-se que em 2018 o gasto médio diminuiu conforme se avança na escolaridade, com a educação infantil apresentando o maior gasto médio (R\$293,38), alta de 2,4% em relação 2017.

Relação nível de escolaridade com gasto médio		
Nível	2017	2018
Educação Infantil	R\$ 286,49	R\$ 293,38
Ensino Fundamental	R\$ 318,60	R\$ 271,73
Ensino Médio	R\$ 280,71	R\$ 269,13
Ensino Superior	R\$ 142,14	R\$ 140,31

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Devido o período de volta às aulas coincidir com outras contas tradicionais do início do ano, os consumidores costumam buscar alternativas para economizar nesta compra. Mas no início de 2018 os consumidores estão mais confiantes, como apontou a pesquisa Fecomércio SC – **Expectativas do consumidor e do empresário 2018**, na qual 61% dos entrevistados declarou que 2018 será melhor que 2017. Um indício disso é a realização de mais compras



espontâneas, ou talvez por impulso, pois houve aumento no percentual de consumidores que não realizaram nenhuma ação para tentar economizar na compra do material escolar (31%).

Evolução realização de estratégias para economizar			
Utilizou estratégias para economizar	Ano		
	2016	2017	2018
Sim	78,6%	78%	69%
Não	21,4%	22%	31%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Outro motivo que pode ter contribuído para a diminuição da realização de estratégias para economizar é o aumento da compra de materiais para estudantes do ensino superior, pois estes foram os que menos realizaram estratégias para economizar em suas compras (60%).

Relação nível escolar X Realização de estratégias para economizar			
Nível escolar	Estratégias para economizar		
	Sim	Não	Total
Ensino Fundamental	81,4%	18,5%	100%
Educação Infantil	74,8%	25,2%	100%
Ensino Médio	82,4%	17,6%	100%
Ensino Superior	60%	40,0%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Referente à tipologia destas ações, a mais realizada em 2018 voltou a ser a realização de pesquisa de preço em diversas lojas (49,2%), esse comportamento já havia sido constatado na pesquisa Fecomércio SC – Intenção de Compras Volta às Aulas 2018, a qual apontou que 53,1% dos catarinenses deveriam realizar pesquisas de preços. A segunda principal ação foi a reutilização do material de anos anteriores (38,3%).

Evolução estratégias para economizar			
Alternativas para economizar	Ano		
	2016	2017	2018
Pesquisa de preço em várias lojas	50,1%	42,9%	49,2%
Tentar reutilizar material do ano passado	41,5%	45,0%	38,3%
Não comprar todo o material solicitado	7,7%	11,1%	7,7%
Outro	0,5%	0,8%	4,4%
Comprou livros usados	0,2%	0,2%	0,5%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Entre os consumidores que realizaram alguma ação para economizar, a maior parcela conseguiu economizar muito (38,1%), mas ocorreu queda de 5,9 p.p de 2017 para 2018. Os que tiveram a percepção de uma economia razoável mantiveram-se estável, já os que pouco economizaram teve alta de 5,8 p.p.

Conseguir economizar			
Efetividade	Ano		
	2016	2017	2018
Sim, muito	57,6%	44,0%	38,1%
Sim, razoavelmente	24,3%	28,3%	28,8%
Sim, pouco	12,9%	23,0%	28,4%
Não consegui economizar	3,2%	4,7%	4,7%
NS/NR	1,9%	0%	0%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

O local de compra escolhido é outro importante fator do comportamento consumidor. As papelarias/livrarias/comércio de rua continuam sendo o principal local de compra destes produtos (81,4%), mas sofreram queda de 7 p.p. A pesquisa de Intenção também já apontava esse comportamento, afirmando que 83,8% dos consumidores catarinenses pretendiam comprar em papelarias/livrarias e comércio de rua (Fecomércio - SC, 2018).

Evolução local de compra			
Local	Ano		
	2016	2017	2018
Papelaria/livraria/comércio de rua	78,1%	88,4%	81,4%
Supermercado	11,8%	7,3%	10,5%
Lojas do Shopping	2,5%	2,7%	5,9%
Outro	6,5%	0,5%	1,6%
Pela internet	0,9%	1,1%	0,7%
NS/NR	0,2%	0%	0%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Analisando o gasto médio por local de compra, observa-se que em 2018 os consumidores que compraram nas livrarias foram os que tiveram o maior gasto médio (R\$ 244,12). O gasto médio em supermercados foi o qual se manteve estável de um ano para o outro.

Relação <sup>1</sup> do local com gasto médio		
Local	Gasto médio por ano	
	2017	2018
Papelaria/livraria/comércio de rua	R\$ 267,76	R\$ 244,12
Lojas do Shopping	R\$ 362,50	R\$ 228,85
Supermercado	R\$ 210,69	R\$ 210,65

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Uma das preocupações da Fecomércio SC é o estímulo a compra responsável. Dessa forma, considerando que 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, sendo importante

<sup>1</sup> Compras pela internet e outros não foram segmentados por possuírem menos uma quantidade de citações para o cálculo da média.

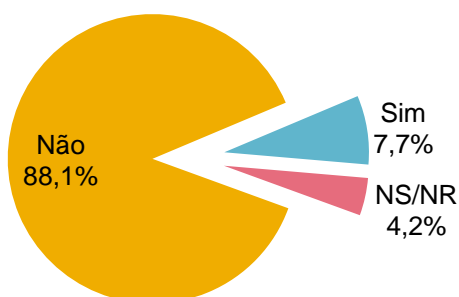
estimular utilização de mecanismos para a compra de produtos seguros. Considerando a relevância do tema, em 2010 o INMETRO publicou uma portaria na qual diz que 25 dos itens de material escolar só podem ser comercializados com selo de segurança. Contudo, a venda de produtos sem essa certificação ainda ocorre, principalmente no mercado informal. É por essa razão que a pesquisa perguntou se os entrevistados costumam verificar se o produto possui selo do INMETRO. Apesar disso, infelizmente, o percentual de consumidores que nunca observaram a presença do selo em suas compras vem aumentando gradualmente (64%).

Verificação do selo do INMETRO			
Verificação	Ano		
	2016	2017	2018
Nunca verifiquei	57,0%	61,6%	64,0%
Sim, sempre	26,7%	22,7%	18,1%
Sim, às vezes	16,3%	15,6%	17,9%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Ainda preocupada com a segurança do consumidor, e buscando promover o comércio formal, a pesquisa passou a apurar neste ano o consumo de pirataria nesta data, pois o combate à comercialização e compra destes produtos é uma bandeira da Entidade. A maioria dos consumidores afirmou não ter adquirido produtos piratas (88,1%), enquanto 7,7% confirmaram a compra destes produtos.

## Consumo de Pirataria



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 2018. O consumidor continuou a privilegiar as características do produto (8,1), e dando pouco peso a propaganda/divulgação (5,1).

Critérios para compra			
Atributos	Ano		
	2016	2017	2018
Produto	8,9	8,2	8,1
Localização	7,5	7,2	8,0
Preço	8,6	8,0	7,8
Propaganda	5,8	4,9	5,1

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

A avaliação do atendimento também se mostrou estável, com pouca variação entre um ano e outro.

Avaliação do atendimento			
Atributos	Ano		
	2016	2017	2018
Tratamento atendente	8,58	8,49	8,51
Clareza	8,34	8,33	8,44
Agilidade	8,29	8,38	8,25
Total	8,41	8,4	8,4

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Contudo, realizando uma relação entre avaliação do atendimento e local de compra observa-se que as papelarias/livrarias/comércio de rua obtiveram a melhor nota (8,43), já os consumidores dos shoppings se mostraram menos satisfeitos, com nota de 7,45.

Local de compra X Nota do atendimento	
Local	Nota atendimento
Papelaria/livraria/comércio de rua	8,43
Supermercado	7,99
Lojas do Shopping	7,45

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

## CONCLUSÃO

A pesquisa de Avaliação do Consumidor Volta às aulas 2018 apontou que o principal consumidor desta data são mulheres jovens casadas ou em união estável. Juntamente com o perfil demonstrou que o comportamento referente à efetivação das compras se manteve estável em relação à pesquisa de 2018, onde 12,2% dos consumidores ainda não haviam realizado as compras.

Em 2018 ocorreu queda no gasto médio de 8,5%, em relação ao ano anterior. Redução possivelmente relacionada ao aumento de 7,7 p.p da compra de material para estudantes do ensino superior. Como os dados apontam a compra para esse nível é a que apresenta na base histórica o menor gasto médio.

Apesar disso, em termos gerais, os dados apontam para um comportamento mais otimista do consumidor, com aumento de estudantes em instituições privadas e com consumidores menos preocupados em realizar estratégias para economizar. Esse otimismo já havia sido apontado pela pesquisa Expectativas do consumidor e do empresário - 2018, na qual 61% dos entrevistados declararam que 2018 seria melhor que 2017.

Sobre os critérios de compra e avaliação do atendimento para a data, os dados da base histórica pouco apresentaram variações. Mantendo-se o produto como principal atributo para a decisão da compra, e a avaliação do atendimento mantendo a média de 8,4, corroborando a coerência dos dados. Apesar da boa avaliação geral do atendimento, na avaliação a partir do local compra as papelarias/livrarias e comércio de rua foram melhor avaliados, com nota média de 8,4, enquanto os shoppings não atingiram a nota 8, ficando com nota 7,4.

Levando-se em conta que período de volta às aulas coincide com o de maiores gastos das famílias (exp.: IPTU, IPVA, férias, matrículas, etc.), a postura otimista apontada pelos dados na avaliação desta figura como um termômetro para um ano com consumidores mais confiantes.