



Avaliação do Consumidor  
**DIA DAS MÃES 2018**

  
**Fecomércio SC**  
Sesc | Senac

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

# **Relatório Avaliação do Consumidor – Dia das Mães 2018**

## **SUMÁRIO**

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| INTRODUÇÃO .....               | 2  |
| EFETIVIDADE DAS COMPRAS .....  | 3  |
| DECISÃO DE COMPRA .....        | 11 |
| AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO ..... | 12 |
| CONCLUSÃO.....                 | 13 |

## **INTRODUÇÃO**

Segunda melhor data para o comércio, atrás do Natal, o Dia das Mães provoca considerável aumento no volume de negócios. Por conta da importância da data, a Fecomércio SC realizou a pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia das Mães, que avalia a experiência de compras.

A pesquisa foi realizada com uma amostra dos consumidores que afirmaram, durante as entrevistas da pesquisa de Intenção de Compras Dia das Mães, a pretensão de comprar presentes na data. Estes consumidores foram novamente contatados para avaliar a experiência de compras.

O estudo foi realizado entre os dias 16 e 23 de maio. A metodologia utilizada na pesquisa 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 junto a consumidores das cidades de Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí.

## EFETIVIDADE DAS COMPRAS

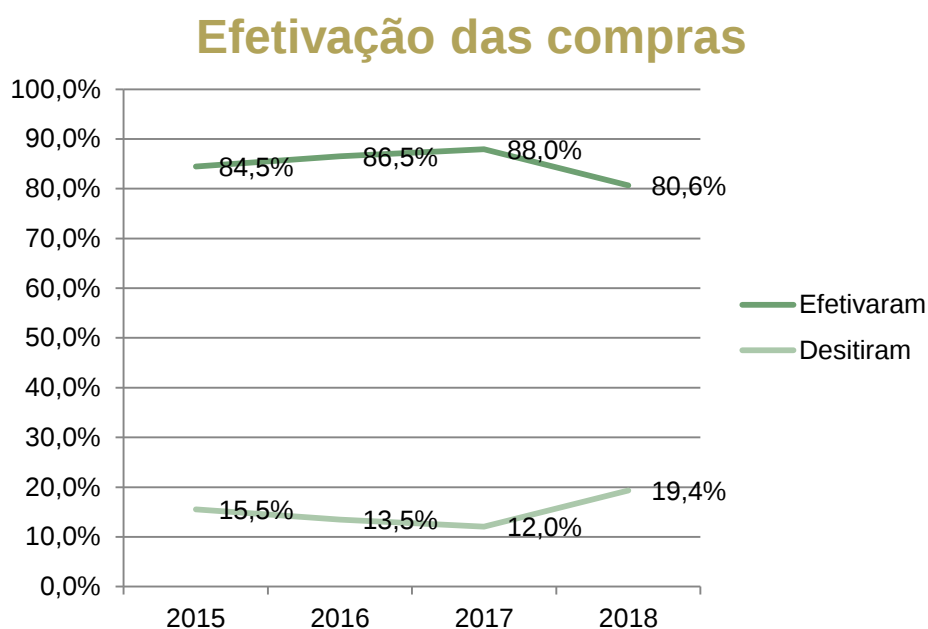
O primeiro dado apurado pela pesquisa versa sobre a efetivação das compras de presentes na data. Para a realização da pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2018, os pesquisadores entraram em contato com 501 consumidores que, na pesquisa de Intenção de Compras Dia das Mães 2018, afirmaram que comprariam presentes.

Em 2018 ocorreu queda de 7,4 pontos percentuais na quantidade de catarinenses que efetivaram as compras para a data, encerrando uma sequência de alta.

| Evolução efetivação das compras | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Efetivaram                      | 84,5% | 86,5% | 88,0% | 80,6% |
| Desistiram                      | 15,5% | 13,5% | 12,0% | 19,4% |
| Total                           | 100%  | 100%  | 100%  | 100%  |

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Os dados conversam com as informações da pesquisa de Resultado de Vendas Dia das Mães 2018, que apontou aumento de 1,1% no ticket médio, mas queda de 10,6% no faturamento, resultado do recuo no volume de vendas em 2018 (Fecomércio – SC, 2018).



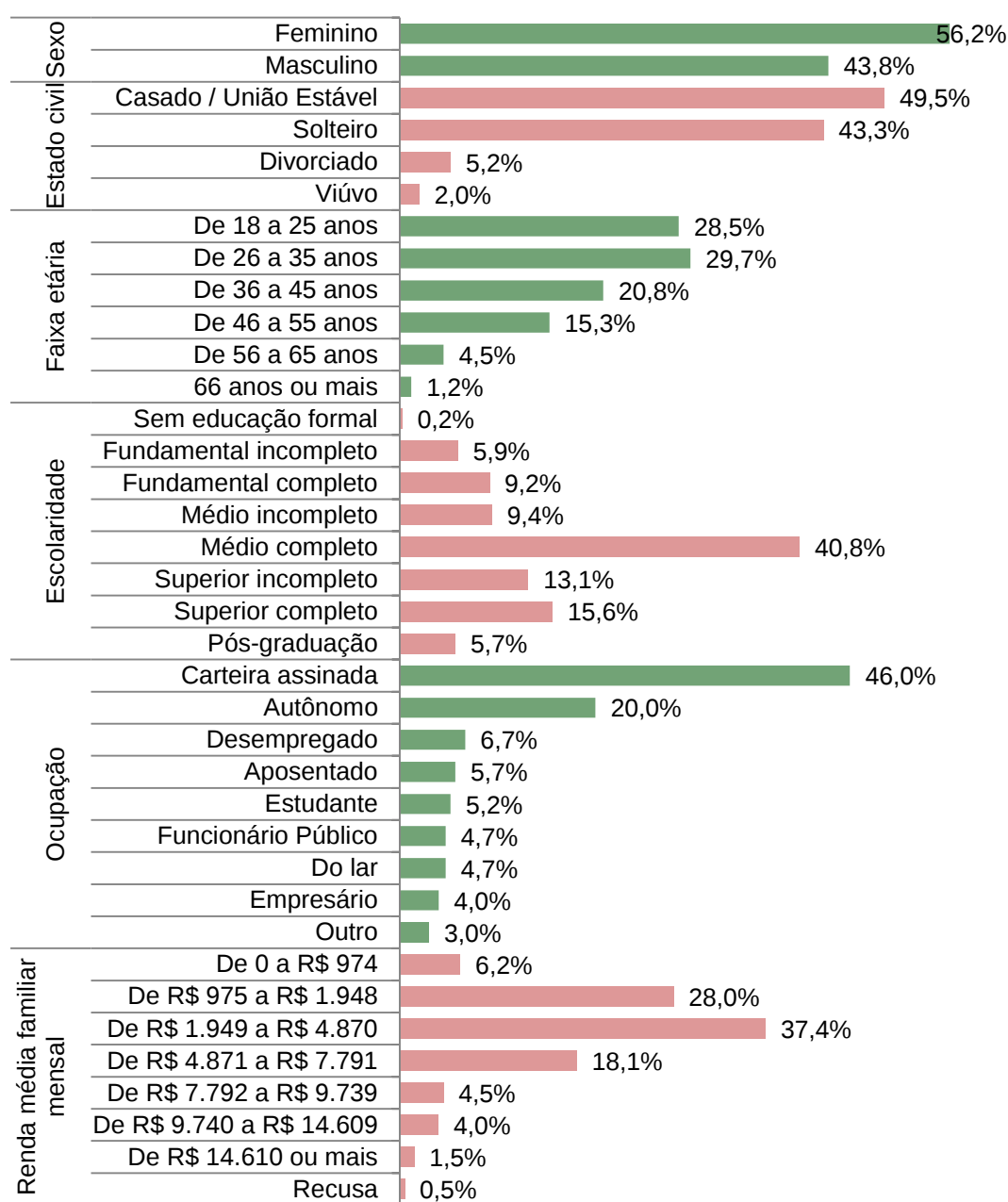
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Entre os consumidores que realizaram as compras (80,6%), foi apurada a avaliação sobre as compras de presente para a data. As informações desse público seguem no item abaixo.

## PERFIL SOCIOECONÔMICO

O consumidor catarinense que realizou compras de dias das mães é majoritariamente do sexo feminino (56,2%), jovens adultas entre 18 a 35 anos (58,2%), casados/união estável (49,5%), que cursaram o ensino médio completo (40,8%), trabalhadores com carteira assinada (46%), que possuem renda média familiar entre R\$1.949,00 à R\$4.870,00 (37,4%).

### Perfil Socioeconômico



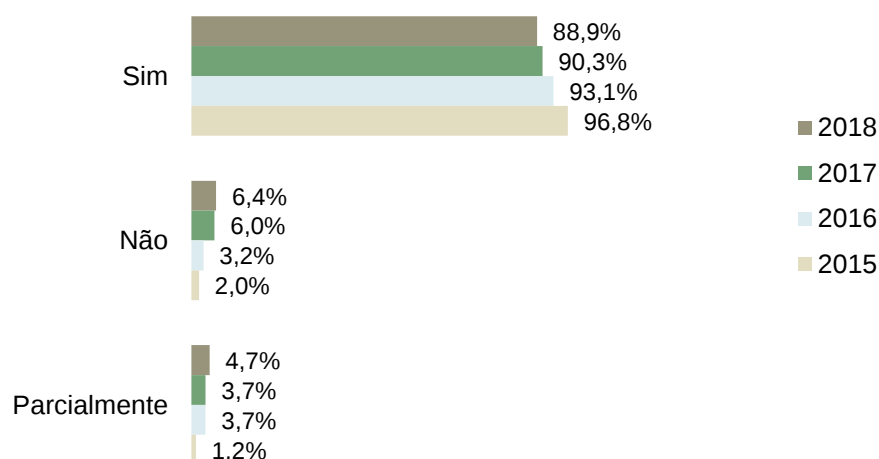
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa apurou também as características relacionadas ao consumo como êxito na realização das compras, segmentos comprados, gasto médio por segmento, quantidade de presentes, pessoas presenteadas, principal local de compras, se realizou programação com a mãe e/ou pessoa presenteada, entre outros.

## **CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS**

Buscando compreender o consumo na data a pesquisa apurou se o consumidor encontrou os presentes que motivaram à ida as compras. Essa questão é um termômetro que traz importantes indícios do comportamento do consumidor, como a substituição de produtos, bem como aponta se o comércio manteve seus estoques abastecidos e se ofereceu diversidade de itens. A série histórica aponta que os consumidores catarinenses obtiveram êxito na realização das compras para a data. Contudo, existe uma tendência de queda nesse êxito, ficando inferior a 90% em 2018 (88,9%). Como as compras foram realizadas, os dados apontam que os consumidores do estado vêm substituindo os produtos inicialmente planejados. Esse comportamento pode ter diversas motivações, tais como os valores dos produtos, compras não planejadas, a compra de apenas um dos itens ou a falta do produto desejado nos estoques dos comércios.

### **Êxito realização das compras**

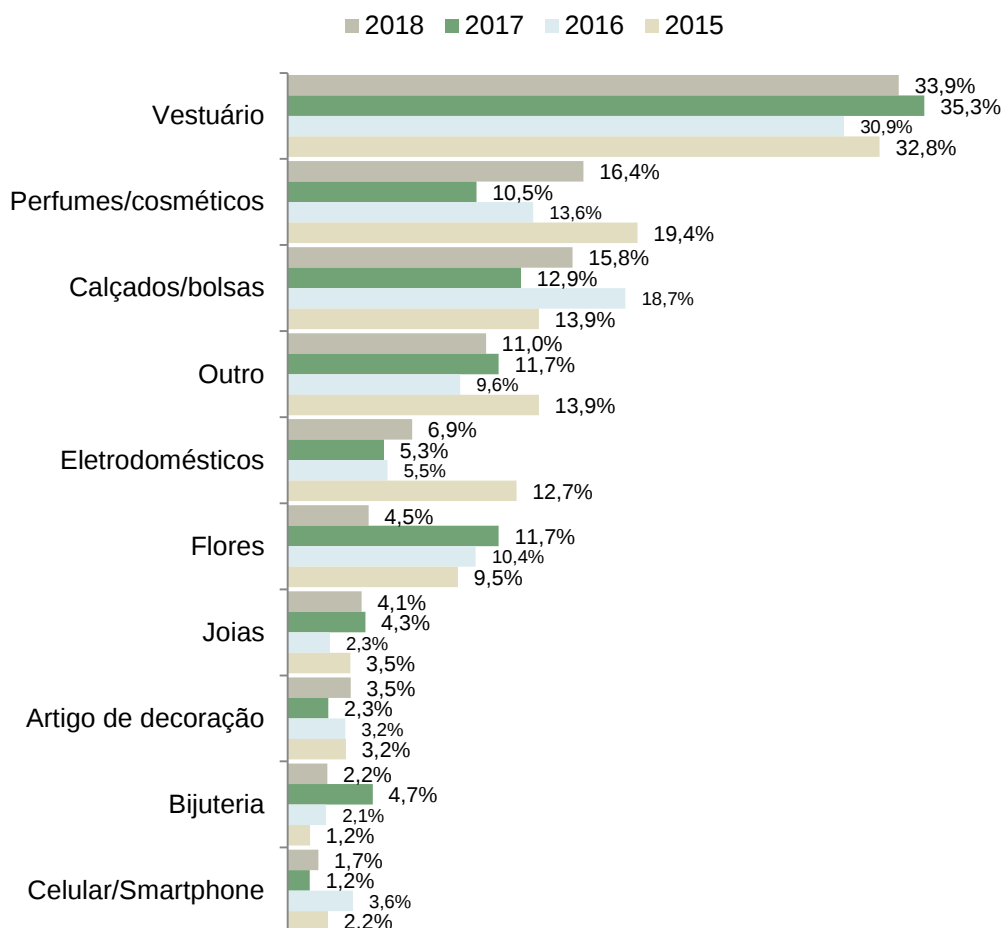


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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, representando 33,9% em 2018. O segundo lugar foi o segmento de perfumes e cosméticos (16,4%), que apresentou uma

considerável alta de 5,9 pontos percentuais. O terceiro principal segmento de presente foram os calçados/bolsas com 15,8%. Esse comportamento foi previsto pela pesquisa de Intenção de Compras dias das mães 2018

### Segmento dos presentes



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Referente ao gasto médio por segmento, os consumidores que presentearam com eletrodomésticos foram os que apresentaram maior gasto (R\$917,13), seguido pelos que presentearam com joias (R\$307,11).

## Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2018

### Média de gasto por segmento



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Nos anos em que a média do segmento foi apurada, os eletrodomésticos apresentaram o maior gasto médio. Entretanto, o segmento que apresentou maior alta no gasto médio foi o de bijuterias, com 50,5% de alta, enquanto as joias sofreram a queda mais significativa (-23,4%).

| Evolução gasto médio por segmento |            |            |            |            |
|-----------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| Segmentos                         | Ano        |            |            |            |
|                                   | 2015       | 2016       | 2017       | 2018       |
| Eletrodomésticos                  | R\$ 263,24 | *          | R\$ 681,54 | R\$ 917,13 |
| Jóias                             | R\$ 187,64 | *          | R\$ 400,67 | R\$ 307,11 |
| Outro                             | R\$ 140,63 | R\$ 197,00 | R\$ 185,81 | R\$ 169,96 |
| Vestuário                         | R\$ 125,97 | R\$ 132,30 | R\$ 125,80 | R\$ 137,91 |
| Perfumes                          | R\$ 118,95 | R\$ 114,20 | R\$ 125,69 | R\$ 121,25 |
| Bijuteria                         | *          | R\$ 65,00  | R\$ 78,74  | R\$ 118,50 |
| Calçados/bolsas                   | R\$ 112,54 | R\$ 138,57 | R\$ 132,75 | R\$ 116,75 |
| Flores                            | R\$ 55,84  | R\$ 59,24  | R\$ 85,40  | R\$ 89,57  |
| Artigo de decoração               | R\$ 110,15 | R\$ 142,33 | R\$ 74,55  | R\$ 80,69  |

\* 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

Referente à quantidade de presentes, após um ano com uma leve queda, em 2018 a quantidade cresceu, ficando em 1,59. Considerando a série histórica pode-se dizer que se manteve equilibrada.

| Evolução quantidade média de presentes |      |      |      |
|----------------------------------------|------|------|------|
| Ano                                    | 2016 | 2017 | 2018 |
| Média de presentes                     | 1,43 | 1,38 | 1,59 |

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

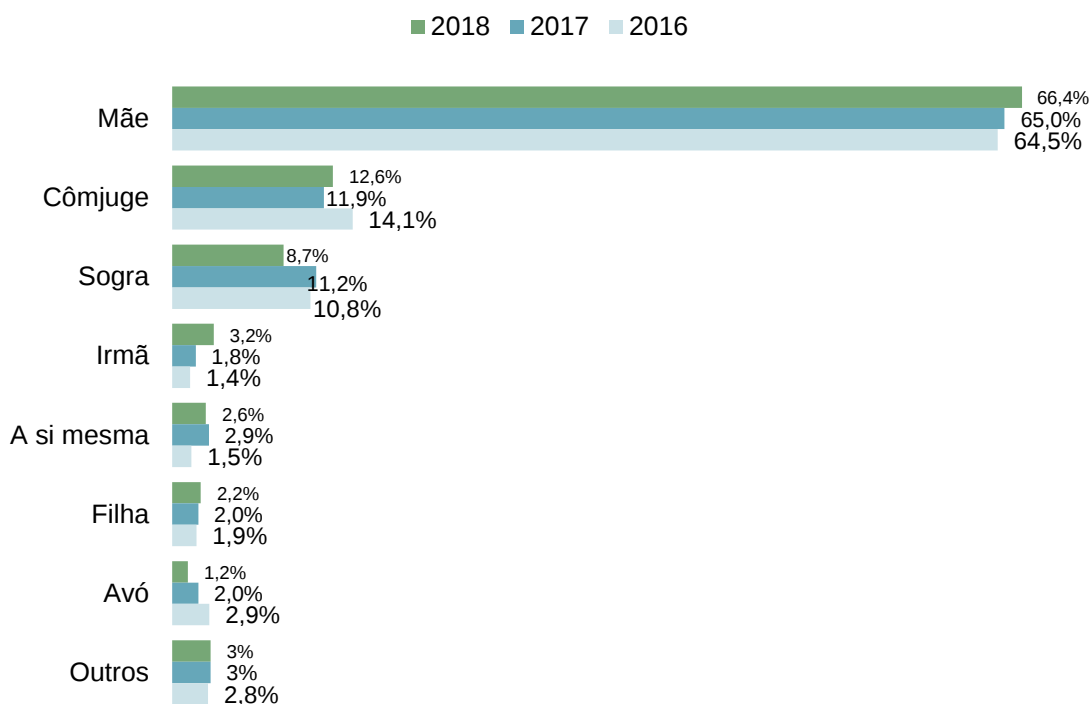
A compra de um presente é predominante entre os entrevistados, mas teve queda de 4,5 pontos percentuais. Esse é um comportamento padrão da data, como a série histórica indica, com 2018 ficando com os números semelhantes a 2016.

| Evolução quantidade de presentes |       |       |       |
|----------------------------------|-------|-------|-------|
| Quantidade de presentes          | Ano   |       |       |
|                                  | 2016  | 2017  | 2018  |
| Mais de um presente              | 33,6% | 29,4% | 33,9% |
| Um presente                      | 66,4% | 70,6% | 66,1% |

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A quantidade de presentes dialoga com o dado sobre as pessoas presenteadas. As mães foram, como esperado, as principais presenteadas (66,4%), os cônjuges ficaram em segundo lugar (12,6%), seguindo o padrão dos anos anteriores.

## Pessoas presenteadas



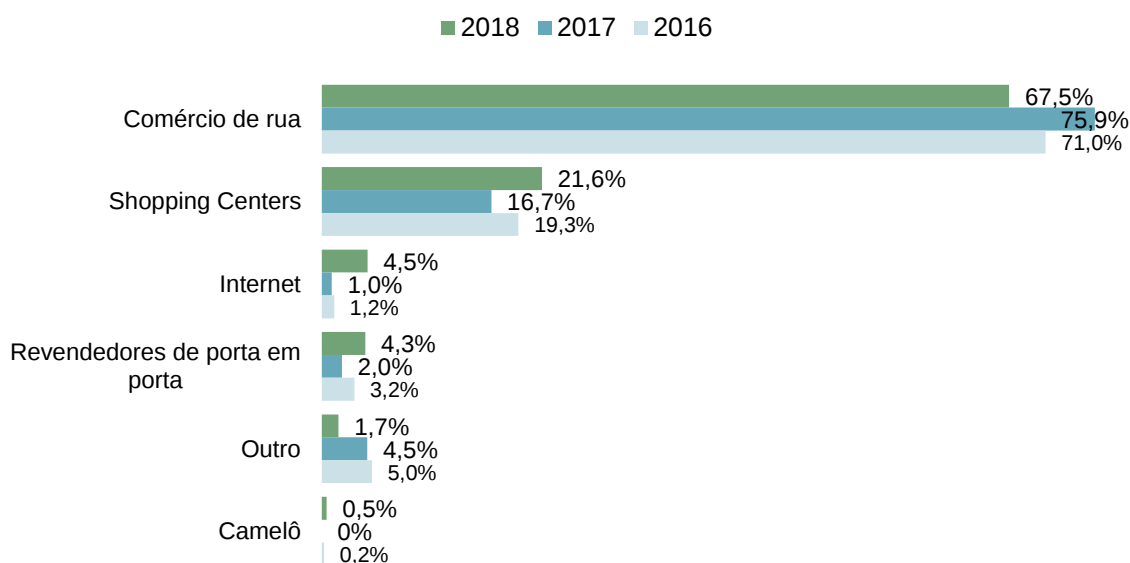
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O local de compras dos presentes para a data também foi apurado por ser uma importante informação referente ao comportamento. Os locais tradicionais de compras, como o comércio de rua (67,5%) e os shoppings (21,6%), se mantiveram em primeiro e segundo lugar, respectivamente. O comércio de rua sofreu uma queda de 8,4 pontos percentuais, enquanto os shoppings tiveram alta de 4,9 pontos percentuais. Entretanto o que se destaca é o aumento da compra pela internet (4,5%), crescimento que pode ser acompanhado em outras

## Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2018

datas. O leve aumento das compras com revendedores porta em porta, como a venda por catálogos, é um dado que também se destaca, observando que ele cresce paralelamente ao aumento das compras de perfumes e cosméticos, tradicionais produtos ofertados por este canal de compra.

### Local de compra



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

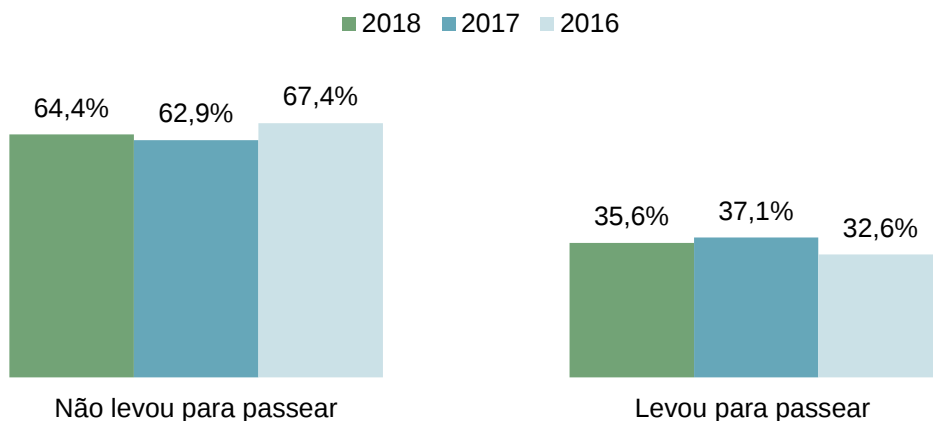
A Fecomércio SC é uma entidade que trabalha visando o fortalecimento do comércio formal. O comércio de produtos piratas, entretanto, prejudica esse desenvolvimento, pois gera diversos problemas sociais e econômicos. Assim, a pesquisa também apura a quantidade de consumidores que compraram produtos piratas. A maioria dos consumidores declarou não ter comprado produtos piratas (95%).

| Consumo de pirataria dia das mães |      |       |      |
|-----------------------------------|------|-------|------|
| Consumo                           | Ano  |       |      |
|                                   | 2016 | 2017  | 2018 |
| Não                               | 95%  | 95,5% | 95%  |
| Sim                               | 4%   | 3,3%  | 3%   |
| NS/NR                             | 1,5% | 1,3%  | 2%   |

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 2018, apurou se o consumidor levou sua mãe (ou pessoa presenteada) para passear. Contudo, o maior percentual é de consumidores que não realizaram passeios (64,4%).

## Passeio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Quanto ao tipo de passeio, este ano ocorreu equilíbrio entre os que realizaram as refeições na casa de familiares (46,5%) e entre os que optaram por refeições em restaurantes (44,4%),

| Evolução passeio                         |       |       |       |
|------------------------------------------|-------|-------|-------|
| Passeio                                  | Ano   |       |       |
|                                          | 2016  | 2017  | 2018  |
| Almoçar/jantar na casa de algum familiar | 43,9% | 47%   | 46,5% |
| Almoçar/jantar em um restaurante         | 50%   | 38,9% | 44,4% |
| Outro                                    | 3,8%  | 10,1% | 4,9%  |
| Viagem                                   | 2,3%  | 3,4%  | 4,2%  |
| Salão de beleza/SPA                      | 0%    | 0,7%  | 0%    |
| Total                                    | 100%  | 100%  | 100%  |

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

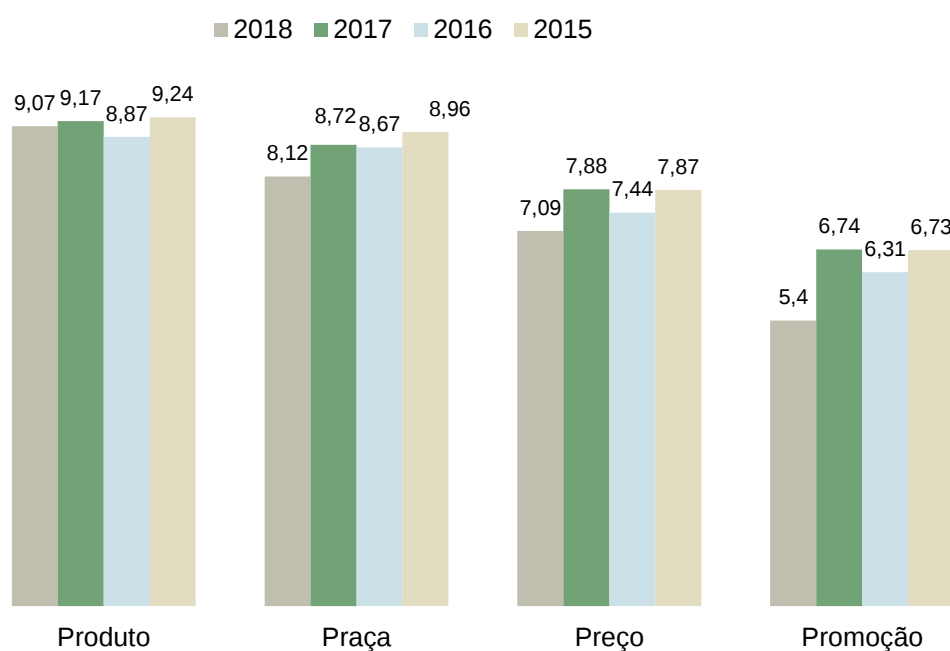
Entre os consumidores que realizaram passeios, o gasto médio com os programas foi de R\$ 147,50 em 2018, alta de 17,9% se comparado com os R\$125,11, registrado no ano anterior.

Os consumidores que optaram pelos restaurantes desembolsaram mais, com gasto médio de R\$169,76, alta de 16,3%. Entre os que preferiram as casas de familiares o gasto médio se manteve estável, passando de R\$ 96,52 no ano anterior para R\$ 98,91 em 2018.

## DECISÃO DE COMPRA

O comportamento do 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.

A avaliação dos atributos de decisão de compra demonstra comportamento semelhante em toda a série histórica, onde o atributo produto tem sido o de maior peso na decisão, com leves oscilações e com nota de 9,07 em 2018. O local da compra (praça) manteve-se em segundo lugar com nota 8,12. Entretanto, em 2018, uma nota que chama atenção foi a que mediu o peso da promoção/divulgação na hora da compra, ficando com nota inferior a 6 (5,4).

Debruçando-se sobre as especificidades de cada atributo, observa-se que para os entrevistados do sexo masculino o peso da propaganda/divulgação na realização das compras de Dia das Mães foi ainda menor, atribuindo nota média

ao atributo de 4,8, enquanto as entrevistadas do sexo feminino atribuíram nota de 5,8.

Realizando essa análise entre o local de realização da compra e o peso atribuído à praça, um interessante comportamento se revela. Consumidores que realizaram as compras pela internet atribuíram maior nota a esse critério (9,32), seguido por consumidores que compram com revendedores de porta em porta (8,72). Esse entendimento pode estar relacionado à comodidade que esses dois canais de venda propiciam ao consumidor.

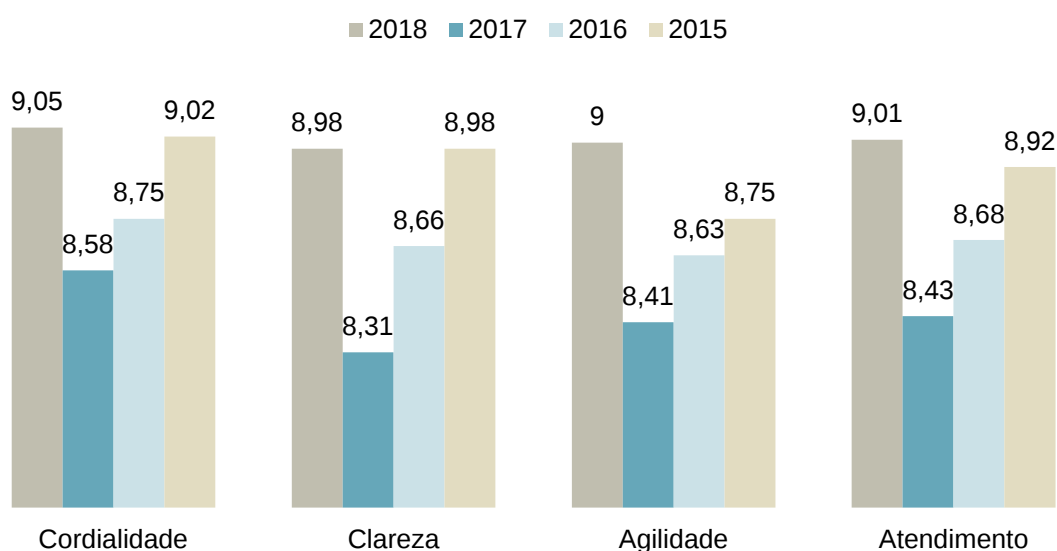
| Relação local de compra X Peso do local para a decisão de compra |                      |
|------------------------------------------------------------------|----------------------|
| Local de Compra                                                  | Nota local de compra |
| Internet                                                         | 9,32                 |
| Revendedores de porta em porta                                   | 8,72                 |
| Shopping                                                         | 8,23                 |
| Comércio de rua                                                  | 7,93                 |

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

## AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO

Os consumidores avaliaram 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. O consumidor atribuiu uma nota, de 01 a 10, considerando 01 péssimo e 10 ótimo.

### Avaliação do Atendimento



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Ocorreu um considerável aumento nas notas de todos os atributos, que haviam sofrido queda em 2016 e em 2017, como demonstra o gráfico. Essa melhora no atendimento pode indicar a conscientização dos empresários catarinenses

quanto à importância do atendimento e a busca pela melhora do serviço ofertado, além da receptividade dos consumidores frente à melhoria neste atendimento.

## **CONCLUSÃO**

Considerada a segunda data mais importante para o comércio depois do Natal, o Dia das Mães em 2018 registrou a primeira queda da série histórica na efetivação das compras para a data, caindo 7,4 pontos percentuais. Os dados conversam com as informações da pesquisa de Resultado de Vendas Dia das Mães 2018, que apontou aumento de 1,1% no ticket médio, mas queda de 10,6% no faturamento, por conta do recuo no volume de vendas em 2018 (Fecomércio – SC, 2018).

Indícios de um comportamento ponderado na data aparecem em outros dados, como no êxito na compra, ou seja, se o consumidor comprou os itens que motivaram a ida às compras. Existe uma tendência de queda nesse quesito, ficando inferior a 90% em 2018 (88,9%). Como as compras foram realizadas, os dados apontam que os consumidores do estado vêm substituindo os produtos inicialmente planejados. Esse comportamento pode ter diversas motivações, tais como os valores dos produtos, compras não planejadas, a compra de apenas um item ou a falta do produto desejado nos estoques dos comércios.

Entretanto, diversas características das compras da data apresentaram equilíbrio, como quantidade de presentes, pessoas apresentadas e passeios realizados. Um destaque interessante é o aumento das compras pela internet, tendência mundial e que pode ser acompanhada em outras pesquisas de datas comemorativas. Outra importante informação é o aumento das notas de atendimento, que vinham sofrendo queda consecutiva. Esse aumento pode apontar a conscientização dos empresários para a melhoria dos serviços ofertados.