



Avaliação do Consumidor  
**DIA DOS PAIS 2018**

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

# **Relatório Avaliação do Consumidor – Dia dos Pais 2018**

## **SUMÁRIO**

|                                          |           |
|------------------------------------------|-----------|
| <b>INTRODUÇÃO .....</b>                  | <b>2</b>  |
| <b>EFETIVIDADE DAS COMPRAS .....</b>     | <b>3</b>  |
| <b>PERFIL SOCIOECONÔMICO.....</b>        | <b>4</b>  |
| <b>CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS .....</b> | <b>5</b>  |
| Critérios para a decisão de compra ..... | 6         |
| Avaliação do atendimento .....           | 12        |
| <b>CONCLUSÃO.....</b>                    | <b>13</b> |

## **INTRODUÇÃO**

No Brasil, o dia dos pais é celebrado no segundo domingo do mês de agosto. A implantação da data foi também um incentivo para aumentar as vendas no comércio em um período de menos movimento. A estratégia deu certo e hoje a data é uma das mais relevantes para o comércio brasileiro.

Considerando a sua importância, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina (Fecomércio SC) realizou a pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia dos Pais, na qual os consumidores tiveram a oportunidade de avaliar como foi a experiência de compras.

A pesquisa foi realizada com parte dos consumidores que declararam que realizariam compras para a data, durante a pesquisa Intenção de Compras Dia dos Pais. Tais consumidores foram novamente contatados agora para avaliar a experiência de compras para o Dia dos Pais.

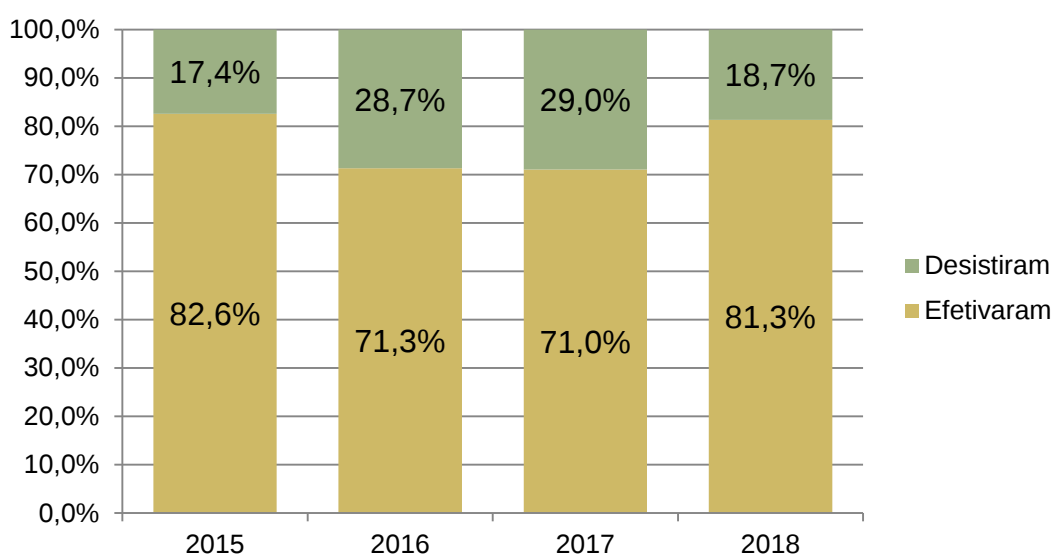
O estudo foi realizado entre os dias 15 a 20 de agosto. A metodologia utilizada na pesquisa de Avaliação é a quantitativa, e a coleta dos dados ocorreu por telefone, baseado no procedimento *Computer Assisted Telephone Interviewing* (CATI). O erro amostral da pesquisa é de 5% com significância estadual 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 Pais 2018 os pesquisadores contataram 482 consumidores que declaram na pesquisa de Intenção de Compras a intenção de realizar compras para a data. Nesta segunda abordagem, 18,7% declararam não ter realizado as compras, enquanto 81,3% efetivaram as compras de presentes.

Comparativo da taxa de efetividade das compras



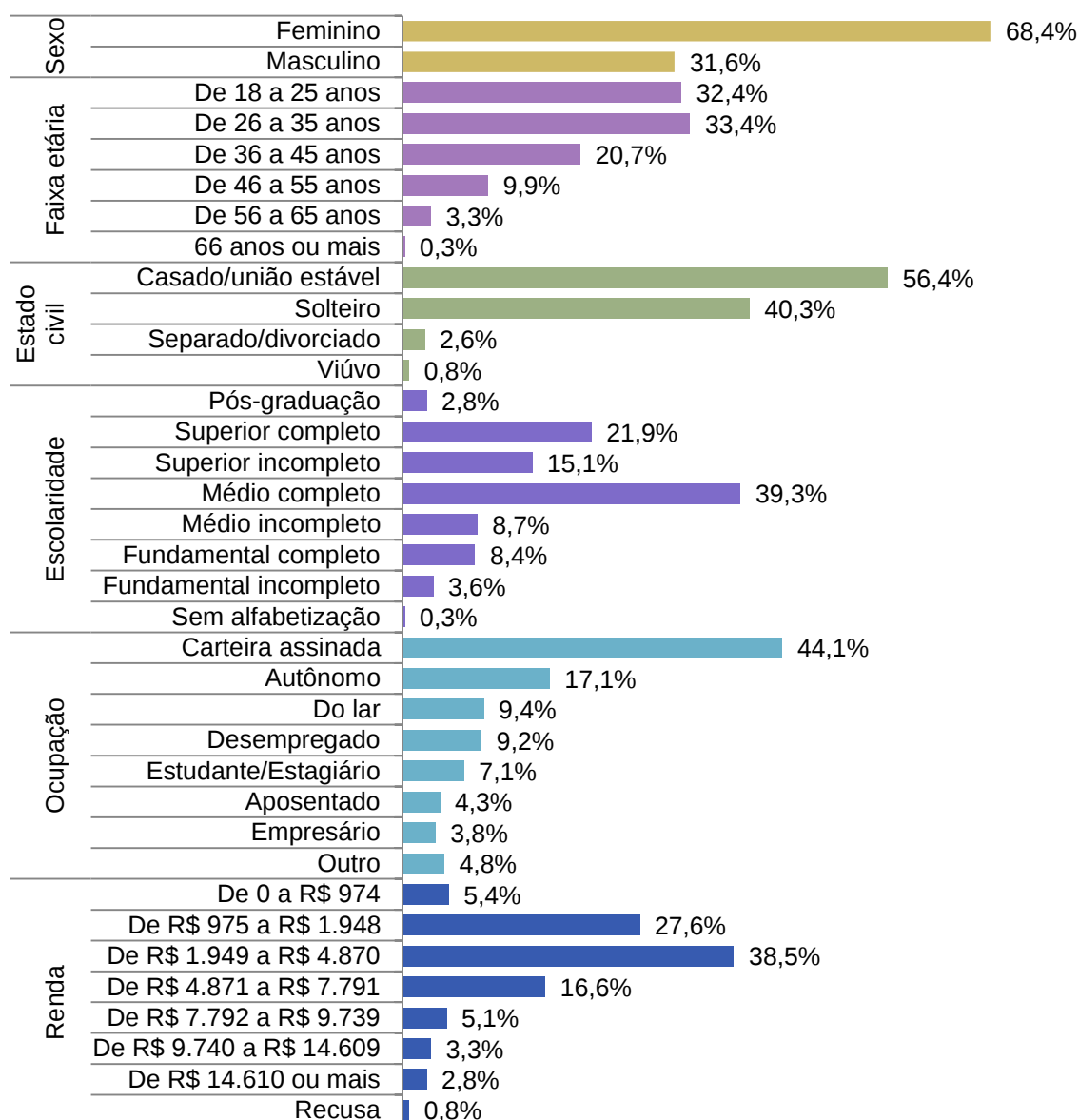
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Levando em conta a pesquisa de Avaliação do Dia dos Pais de anos anteriores é possível comparar o percentual de efetivação desta data ao período de 2015. Esta constatação pode indicar uma pequena recuperação no consumo, uma vez que entre 2015 e 2016, período onde a crise econômica e política estavam acirradas, a desistência da compra apontava para um comportamento de cautela. Os dados a seguir são referentes aos 81,3% de consumidores que efetivaram suas compras.

## PERFIL SOCIOECONÔMICO

A princípio a pesquisa apurou o perfil socioeconômico deste consumidor, pois o comportamento na realização de compras é pautado por ele. O perfil é composto pelos seguintes dados: sexo, faixa etária, estado civil, escolaridade, ocupação e renda média familiar mensal. No gráfico estão compilados os dados dos consumidores que realizaram compras para o dia dos pais.

Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

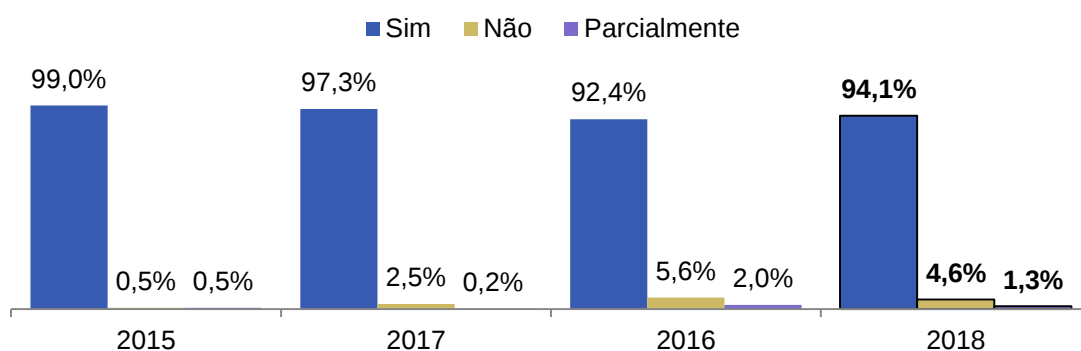
Conforme os dados demonstram, não houve um equilíbrio em relação ao sexo dos consumidores: 68,4% são do sexo feminino e 31,6% masculino. Esses consumidores são, em sua maioria, jovens adultos entre 18 a 35 anos (65,8%), sendo 32,4% com idade entre 18 a 25 anos e 33,4% entre 26 a 35 anos. O maior percentual é de consumidores casados ou em união estável (56,4%), seguidos pelos que se declaram solteiros (40,3%). O nível de escolaridade dos consumidores é prioritariamente de ensino médio completo (39,3%). Os consumidores têm como principal ocupação o trabalho com carteira assinada (44,1%) e a renda média familiar mensal da maioria está na faixa de R\$ 1.949 a R\$ 4.870 com 38,5% dos entrevistados.

A pesquisa teve como foco as características relacionadas ao consumo da data, como êxito na realização das compras, segmentos comprados, gasto médio por segmento, quantidade de presentes, pessoas presenteadas e o principal local escolhido para a realização das compras.

### CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS

Quando o consumidor planeja realizar uma compra, muitas vezes já projetou as principais características do produto. Quando vai efetivá-la, com frequência não encontram o produto imaginado. Dessa forma a pesquisa buscou saber se o consumidor teve êxito em sua compra, ou seja, se encontrou os presentes que motivaram à ida as compras. A questão busca apontar, dentre outras questões, se o comércio manteve seus estoques abastecidos e se ofereceu uma diversificada gama de produtos para a data. O consumidor teve êxito ao realizar suas compras, pois 92,4% declararam ter encontrado o presente originalmente planejado, apenas 4,6% disse não ter encontrado e outros 1,3% que encontraram parcialmente.

#### Encontrou o presente planejado



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## Critérios para a decisão de compra

O processo de decisão de compra é parte fundamental do comportamento consumidor, que inicia quando há uma necessidade ativada ou reconhecida. 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.

Os consumidores que presentearam no dia dos pais entenderam que a localização, a facilidade de acesso à loja, foi o fator que mais influenciou a decisão de compra. A média das notas apurada nesta avaliação foi 9,05, muito próxima foi a nota auferida às características e qualidades do produto, 9,04. Mas o que chama a atenção na avaliação desta edição da pesquisa foi a grande diferença entre a média das notas de Produto e Praça e as notas de Preço e Promoção, indicando que os dois primeiros são imperativos na decisão de compra para os consumidores.

Embasado nesses resultados, verifica-se que os atributos encontram-se equilibrados entre sua importância, mas fica evidente que o local da empresa é um fator de grande relevância na decisão de compra. Tão importante quanto a praça (ou ponto de venda) é o produto ofertado, sua adequação aos desejos e necessidades dos consumidores. Também se destaca aqui a importância do conjunto de atributos tangíveis e intangíveis oferecidos no produto.

### Avaliação dos atributos de decisão de compra

| Ano  | Produto | Praça | Preço | Promoção |
|------|---------|-------|-------|----------|
| 2018 | 9,04    | 9,05  | 7,46  | 6,29     |
| 2017 | 8,76    | 8,60  | 8,53  | 8,74     |
| 2016 | 8,96    | 8,00  | 7,20  | 5,70     |
| 2015 | 9,15    | 8,53  | 8,05  | 6,74     |

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação dos Consumidores Dia dos Pais

A pesquisa também apurou as características das compras dos presentes, os presentes comprados, gasto e como o consumidor catarinense comemorou o dia dos pais.

Os principais presentes comprados para o dia dos pais em 2018 foram do segmento de vestuário (46,9%), seguido por perfumes e cosméticos (17,7%) e calçados (13,2%). A distribuição é muito semelhante à do ano anterior, com destaque para o aumento da participação das compras de celulares (2,2%). A opção outros é utilizada quando o respondente não encontra entre as opções uma que se enquadre ao produto adquirido.

### Distribuição dos presentes por segmento e por ano

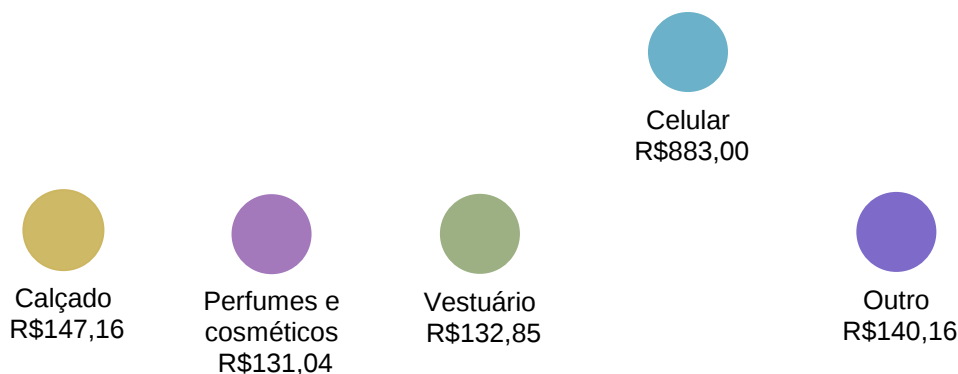
| Segmento            | Ano   |       |       |       |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|
|                     | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  |
| Vestuário           | 50,3% | 51,4% | 53,1% | 46,9% |
| Perfume/cosmético   | 14,2% | 12,5% | 14,7% | 17,7% |
| Calçado             | 14,2% | 15,5% | 13,3% | 13,2% |
| Celular             | 2,6%  | 1,3%  | 1,1%  | 2,2%  |
| Eletrônicos         | 1,6%  | 2,8%  | 3,7%  | 1,8%  |
| Artigo de decoração | 1,2%  | 2,8%  | 2,1%  | 1,3%  |
| Livro               | 0,9%  | 0,2%  | 0,5%  | 0,7%  |
| Artigo automotivo   | 0,5%  | 0,9%  | 0,0%  | 0,4%  |
| Outro               | 14,5% | 12,7% | 11,5% | 15,7% |
| Total               | 100%  | 100%  | 100%  | 100%  |

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa de Intenção de Compras Dia dos Pais Fecomércio SC antecipou o perfil de compras e a inversão dos segmentos para data, apontando que 54,5% pretendiam presentear com vestuário e 14,9% tinham a intenção de comprar perfumes e cosméticos e 12,7% pretendiam presentear com calçados nos pais (Fecomércio SC, 2018). Estas pequenas variações não são significativas, mas demonstram a importância dos atributos de marketing no momento da compra dos presentes. Uma ideia preconcebida pode ser modificada por uma oferta atrativa, um produto interessante, entre outros estímulos.

Sobre o valor dos presentes, o segmento com o qual os consumidores mais gastaram foi o de celulares (R\$883,00), seguido pelo gasto médio com a compra de calçados (R\$147,00). Os gastos com perfumaria e cosmética e com vestuário foram muito equilibrados, de R\$131,04 e R\$132,85. Apesar de não representarem os valores mais elevados somaram 64,4% das opções de presentes.

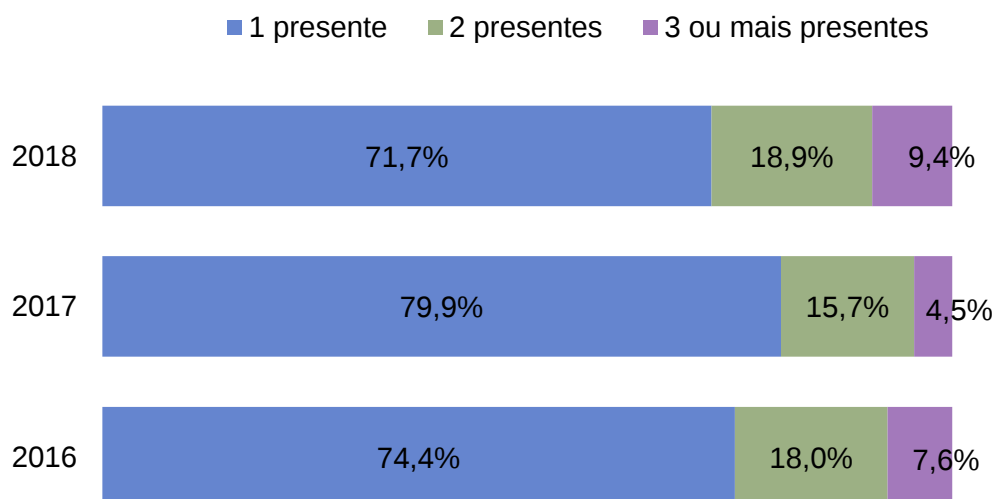
### Média de gastos por segmento 2018



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A maioria dos consumidores comprou apenas um presente (71,7%), 18,9% compraram dois presentes e 9,4% dos consumidores compraram três ou mais presentes. Comparado com os anos anteriores observa-se um aumento no percentual de consumidores que realizaram a compra de 3 ou mais presentes, o que indica o aumento no volume de produtos consumidos na data. A média de presentes consumidos foi de 1,44, superior aos 1,25 em 2017 e dos 1,36 em 2016.

### Quantidade de presentes

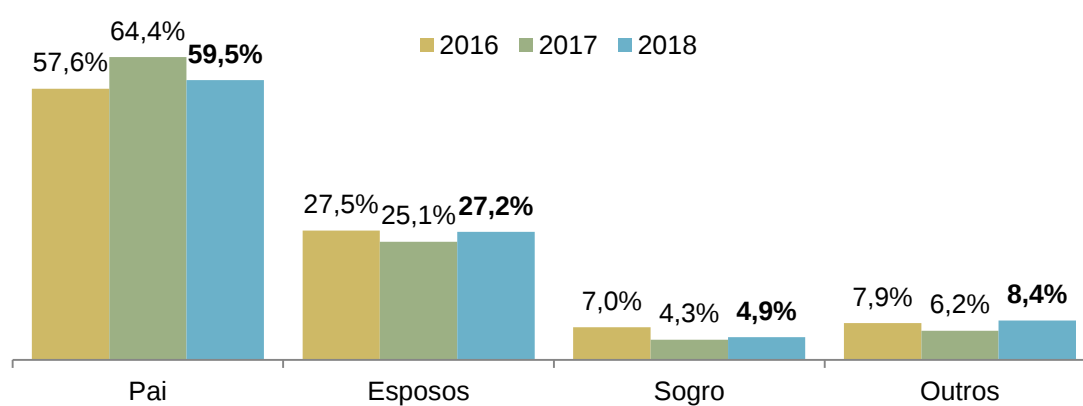


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação dos Consumidores Dia dos Pais

A pesquisa também apurou quais as pessoas presenteadas. Os principais foram os pais (59,5%) e companheiros (27,2%). A opção outros foi de 8,4%, enquanto os sogros representaram 4,9%. Os presenteados categorizados com “outros” foram tão diversificados que mostra a amplitude e o potencial da data comemorativa. Foram presenteados além de pais, esposos e sogros, as mães (que são pais e mães), os filhos, os pais adotivos, os avôs, os padrastos, os tios, enfim, todos aqueles que de alguma forma mereceram homenagens.

### Pessoas presenteadas



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Sobre o local de compra, a maioria dos consumidores adquiriu o presente em lojas do comércio de rua (62%), enquanto 23,5% declararam ter comprado em shoppings. Esse comportamento já havia sido adiantado na pesquisa de Intenção de Compras Dia dos Pais Fecomércio SC, a qual apontou que 69,3% dos consumidores catarinenses pretendiam comprar no comércio de rua e 19,6% comprariam em shoppings.

### Local da compra

| Local de compra                         | Ano   |       |       |
|-----------------------------------------|-------|-------|-------|
|                                         | 2016  | 2017  | 2018  |
| Comércio de Rua                         | 69,9% | 67,9% | 62,0% |
| Shopping                                | 22,0% | 24,6% | 23,5% |
| Internet                                | 3,5%  | 3,7%  | 4,1%  |
| Revendedores de porta em porte/catálogo | 3,0%  | 3,2%  | 6,1%  |
| Camelô                                  | 0,3%  | 0,0%  | 0,8%  |
| Outro                                   | 1,3%  | 0,5%  | 3,6%  |
| Total                                   | 100%  | 100%  | 100%  |

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação dos Consumidores Dia dos Pais

Neste ano de 2018, algumas considerações interessantes foram verificadas quanto à relação entre o local de compra e o tipo de presente:

- ✓ dos 6,1% de presentes comprados com revendedores de porta em porte ou catálogos, 4,9% foram perfumes e cosméticos;
- ✓ dos 4,1% de presentes comprados pela Internet, 1,6% foram calçados;
- ✓ dos 62% de presentes comprados no comércio de rua, 32,7% foram do segmento de vestuário;
- ✓ dos 23,5% de presentes comprados em Shopping, 13% foram vestuário.

Analisando o local da compra em relação à efetividade, nota-se que os consumidores que compraram de revendedores de porta em porta (100%) e no comércio de rua (94,2%) foram os que mais tiveram êxito e encontraram os presentes planejados. Já os que compraram pela internet tiveram menos êxito, com 6,3% não encontrando o presente desejado.

### Relação local de compra X Encontrou o presente planejado

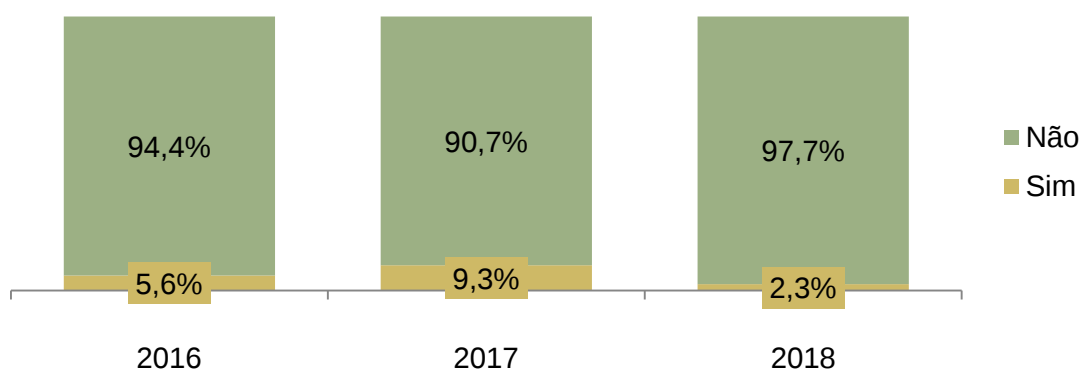
| Local de compra                         | Encontrou o presente planejado |      |              |
|-----------------------------------------|--------------------------------|------|--------------|
|                                         | Sim                            | Não  | Parcialmente |
| Comércio de Rua                         | 94,2%                          | 4,9% | 0,8%         |
| Shopping                                | 93,5%                          | 4,3% | 2,2%         |
| Internet                                | 93,8%                          | 6,3% | 0,0%         |
| Revendedores de porta em porte/catálogo | 100,0%                         | 0,0% | 0,0%         |
| Camelô                                  | 66,7%                          | 0,0% | 33,3%        |
| Outro                                   | 92,9%                          | 7,1% | 0,0%         |
| Total                                   | 94,1%                          | 4,6% | 1,3%         |

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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

O predomínio foi de consumidores que declararam não ter presenteado com produtos piratas (97,7%), enquanto 2,3% assumiram ter comprado produtos pirateados. Nota-se queda de 6,9 pontos percentuais entre os consumidores que assumiram as compras de pirataria. Essa redução pode apontar um comportamento consciente do consumidor.

### Consumo de produtos piratas



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O dia dos pais não movimentava apenas o comércio de bens, mas também é uma oportunidade de negócio para o setor de serviços, pois é uma data comemorativa que tende a fazer com que familiares e amigos se reúnam para confraternizar. Dessa forma, a pesquisa buscou saber se os entrevistados realizaram alguma comemoração na data. Como a pesquisa de Intenção de Compras Dia dos Pais Fecomércio SC 2018 já havia apurado, sabia-se que seria grande o percentual de consumidores que realizariam a comemoração na casa de familiares (35,2%). A pesquisa de Avaliação demonstrou que esse número foi maior, chegando a 68,1%. Aumento de 7,9 pontos percentuais se comparado com 2017. Ocorreu aumento entre os consumidores que optaram por viagens como forma de comemoração, de 1,3 pontos percentuais (2,3%).

### Comemorações

| Tipo de comemoração                   | Ano   |       |       |
|---------------------------------------|-------|-------|-------|
|                                       | 2016  | 2017  | 2018  |
| Não levou a lugar algum               | 15,2% | 24,4% | 18,9% |
| Almoço/jantar casa de familiares      | 73,1% | 60,2% | 68,1% |
| Almoço/jantar em restaurante          | 8,6%  | 10,7% | 9,7%  |
| Viagem                                | 1,3%  | 1,0%  | 2,3%  |
| Realizou alguma atividade ao ar livre | 0,8%  | 2,0%  | 0,5%  |
| Outro                                 | 1,0%  | 1,7%  | 0,5%  |
| Total                                 | 100%  | 100%  | 100%  |

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## Avaliação do atendimento

Os consumidores também tiveram a oportunidade de 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.

### Evolução da Avaliação do Atendimento

| Ano  | Cordialidade | Clareza | Agilidade | Média Geral Atendimento |
|------|--------------|---------|-----------|-------------------------|
| 2018 | 8,89         | 8,83    | 8,92      | 8,88                    |
| 2017 | 7,62         | 8,84    | 6,55      | 7,67                    |
| 2016 | 8,82         | 8,63    | 8,66      | 8,70                    |
| 2015 | 8,89         | 8,75    | 8,69      | 8,78                    |

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O atributo do atendimento 'cordialidade do atendente' alcançou a nota 8,89, aumento em relação aos dados no ano anterior. A 'clareza das informações' atingiu nota de 8,83 enquanto a 'agilidade' teve o maior aumento, ficando com nota média de 8,92. Assim, a avaliação do atendimento durante as compras para o dia dos pais melhorou, apresentando média de 8,88, melhor avaliação desde o início da série histórica.

## **CONCLUSÃO**

A pesquisa Avaliação dos Consumidores Dia dos Pais 2018 analisou diversas questões envolvendo as compras realizadas pelos consumidores catarinenses, desde a efetivação até a avaliação sobre o atendimento que recebeu durante a experiência de compras. Apurou inicialmente que a maioria dos consumidores contatados (81,3%) realizaram compras para o dia dos pais e o percentual de desistências 18,7% foi bem inferior aos 29% apurados em 2017. Esta reação positiva em relação ao ano anterior pode significar uma sutil recuperação do consumo, uma pequena mudança no comportamento cauteloso do consumidor registrado nos anos de 2015 e 2016.

Sobre os consumidores que realizaram compras para o dia dos pais, eles são na maioria mulheres (68,4%), jovens entre 18 a 35 anos (65,8%), economicamente ativas que tem como principal ocupação o trabalho com carteira assinada (44,1%), casadas ou em união estável (56,4%) e que possuem uma renda média familiar mensal entre R\$1.949 a R\$4.870 reais (38,5%).

A pesquisa apurou que o aspecto mais valorizado pelo consumidor na decisão de compra dos presentes diz respeito às características dos produtos (9,04), seguido pelo local onde esse produto pode ser encontrado (praça) com média de 9,05. Esta importância que o consumidor atribui ao produto pode justificar a preferência pela aquisição de produtos com garantia de procedência e o baixo consumo de produtos piratas, apenas 2,3% das declarações.

O segmento de presente mais comprado para o dia dos pais foi o de vestuário (46,9%), seguido pelos perfumes e cosméticos (17,7 %). Mas quem realizou o maior gasto médio foram os consumidores que presentearam com celulares (R\$883). No geral a média de presentes comprados para o dia dos pais foi de 1,44 por consumidor.

Por fim, a pesquisa revela que a experiência dos consumidores foi positiva quanto à avaliação do atendimento que obteve nota 8,88, numa escala de 1 a 10.