



Avaliação do Consumidor
NATAL 2018

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

Pesquisa Avaliação Consumidores Natal 2018

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Janeiro de 2019

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS	3
PERFIL SOCIOECONÔMICO.....	4
CARACTERÍSTICAS DE CONSUMO DA DATA	6
Compras em Janeiro	12
SERVIÇOS	14
DECISÃO DE COMPRA	15
AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO	16
CONCLUSÃO.....	17

INTRODUÇÃO

Data com maior movimento no comércio, o Natal é o período mais aguardado pelo setor. O comportamento do consumidor no período é distinto das demais datas comemorativas, com destaque para compra de presentes para diversas pessoas. Dessa forma, neste período os estabelecimentos comerciais em geral registram grande movimento, exigindo dos comerciantes muita atenção ao atendimento para não perder clientes.

Assim, a pesquisa apura a avaliação do consumidor sobre atributos como o atendimento, que permite informar aos empresários como estão sendo vistos, possibilitando que aprimorem os serviços prestados. A pesquisa de *Avaliação do Consumidor Natal 2018* também permite que os consumidores avaliem a experiência de compras para a data, apurando também o perfil do consumidor e minúcias sobre o seu comportamento.

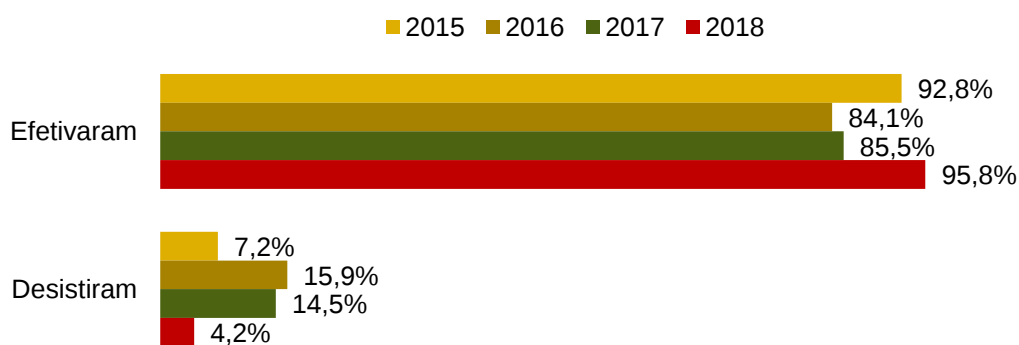
Os dados foram apurados entre os dias 02 a 07 de janeiro de 2019. A metodologia utilizada na pesquisa de Avaliação é a quantitativa, e a coleta dos dados ocorreu por telefone, baseado na metodologia *Computer Assisted Telephone Interviewing* (CATI). O erro amostral da pesquisa é de 5% com significância estadual de 95%. Os dados dos consumidores foram coletados proporcionalmente das cidades de Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí.

EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS

Entre os diversos dados apurados na pesquisa de Avaliação, um importante indicador para entender a data é a taxa de efetivação das compras, que apura junto aos consumidores entrevistados na pesquisa de Intenção de Compras Natal 2018 se efetivaram as compras para a data.

Em 2018, 424 consumidores que participaram da pesquisa de Intenção foram novamente abordados para a pesquisa de Avaliação do Consumidor Natal 2018. Desse total, 95,8% efetivaram as compras para a data.

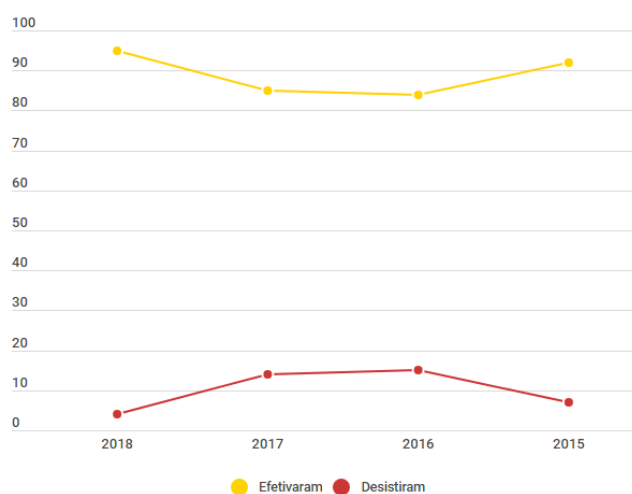
Taxa de efetivação das compras de presentes de Natal



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O dado de 2018 é o maior da série histórica, apontando o otimismo dos consumidores. Os percentuais corroboram o cenário positivo já apontado na pesquisa de Intenção de Compras Natal 2018.

Efetivação das compras

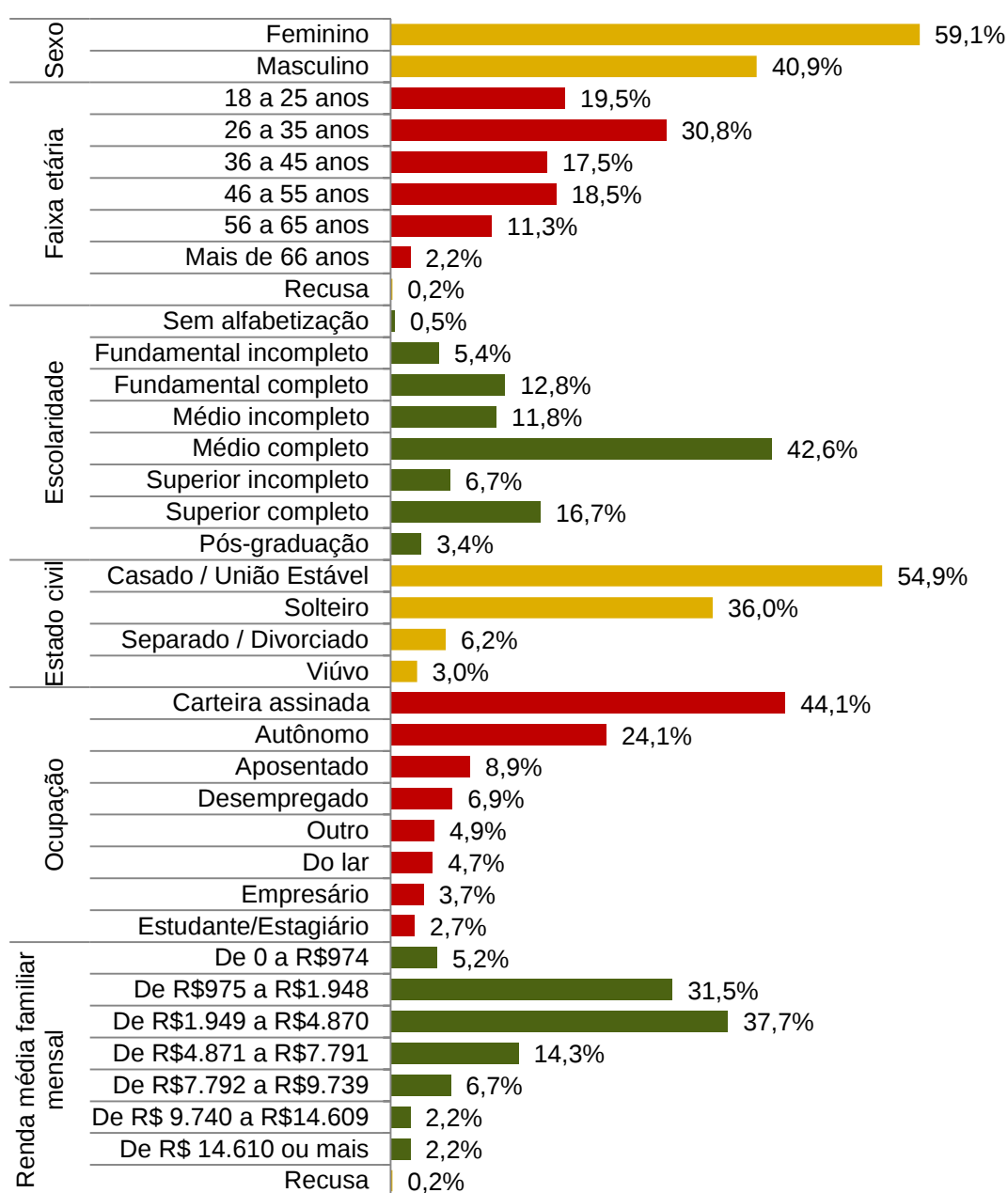


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

PERFIL SOCIOECONÔMICO

O perfil socioeconômico revela muito sobre o comportamento consumidor. Os consumidores da pesquisa de Avaliação de Compras Natal 2018 são em geral mulheres jovens com o ensino médio completo, casadas, tendo como ocupação o trabalho com carteira assinada e renda média familiar mensal entre R\$1.949,00 a R\$4.870,00.

Perfil socioeconômico



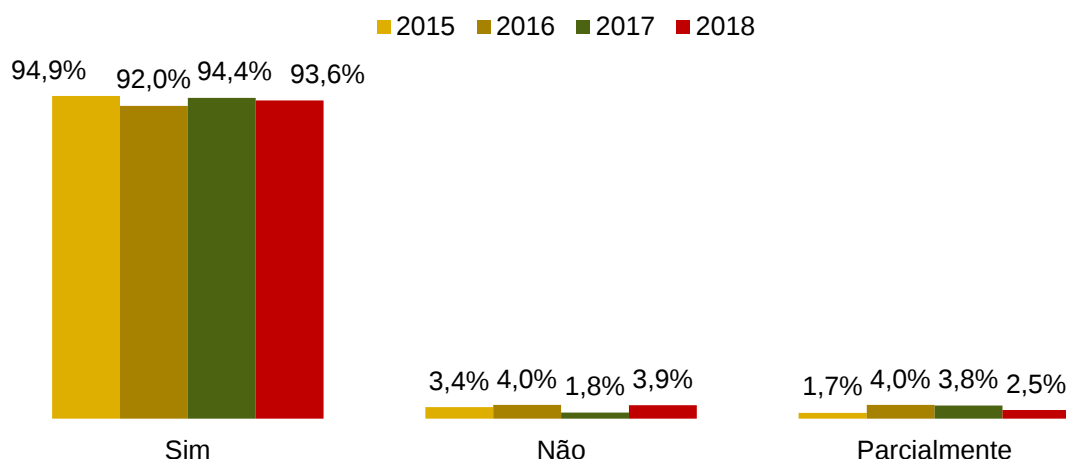
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa também apurou a situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior: a maioria dos entrevistados disse que está em uma situação melhor (47%), 34,2% percebem que estão iguais e 18,7% pior, dados também adiantados na pesquisa de Intenção de Compras Natal 2018.

CARACTERÍSTICAS DE CONSUMO DA DATA

O Natal é uma data com características específicas e distintas das demais. A pesquisa levantou diversas questões envolvendo a data. Inicialmente, questiona se os consumidores encontraram os presentes que os 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. A pesquisa aponta que historicamente os consumidores têm êxito, poucos não encontraram o produto planejado (3,9%), 2,5% encontraram parcialmente, mas a ampla maioria (93,6%) teve sucesso.

Encontrou os presentes desejados



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outro dado que diz muito sobre a data são os segmentos de presentes comprados. O vestuário é sempre preponderante na base histórica na pesquisa de Natal, e em 2018 manteve-se como o principal presente (40,5%), mas com queda de 3,6 pontos percentuais. Brinquedos estão em segundo lugar com 22,8%, com leve alta de 3,5 pontos percentuais. Os demais segmentos de presentes também mantiveram taxas percentuais semelhantes as do ano anterior, com pouca variação.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2018

Segmentos comprados por ano				
Segmento	Ano			
	2015	2016	2017	2018
Vestuário	42,4%	41,2%	44,1%	40,5%
Brinquedos	20,6%	21,8%	19,3%	22,8%
Calçados	13,4%	12,5%	16,3%	16%
Chocolates	3,9%	4,2%	3%	4,7%
Eletrônicos	4,6%	5,5%	4,9%	4,4%
Perfumaria/cosméticos	4,4%	3,3%	4,1%	4,1%
Outro	3,2%	3,6%	2,1%	2,7%
Livros	1,2%	0,9%	0,9%	0,9%
Bijuterias	1,4%	0,8%	0,9%	0,9%
Óculos, joias e relógios	1,5%	2,4%	1,4%	0,9%
Cama/Mesa/Banho	0,4%	1,0%	0,6%	0,8%
Decoração	0,8%	0,7%	0,9%	0,6%
Celulares/smartphones	2,1%	2,1%	1,2%	0,5%
Carro/moto	0%	0%	0%	0,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O gasto médio por segmento é outro dado importante apurado. O segmento de eletrônicos é historicamente o maior e em 2018 registrou alta de 2,3% em comparação com o ano anterior. Vestuário também teve aumento de 21,3% em relação a 2017. A opção outros, que agrupa presentes não categorizáveis nos demais segmentos, teve o maior aumento.

Evolução gasto médio por segmento				
Segmentos ¹	Ano			
	2015	2016	2017	2018
Eletrônicos	R\$ 1.157,24	R\$ 750,74	R\$ 1.226,25	R\$ 1.254,89
Outro	R\$ 376,52	R\$ 395,45	R\$ 264,29	R\$ 603,53
Vestuário	R\$ 330,44	R\$ 185,38	R\$ 295,05	R\$ 357,73
Brinquedos	R\$ 233,53	R\$ 178,74	R\$ 229,17	R\$ 254,45
Calçados	R\$ 254,93	R\$ 160,81	R\$ 247,76	R\$ 233,25
Perfumaria/cosméticos	R\$ 190,91	R\$ 133,30	R\$ 229,26	R\$ 200,85
Chocolates	R\$ 106,43	R\$ 91,68	R\$ 87,95	R\$ 135,07

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O gasto médio geral do consumidor com presentes para a data foi de R\$536,57, 10,2% maior do que apurado na pesquisa de Intenção de Compras Natal 2018. O dado aponta para a existência de compras por impulso e não planejadas, além de reforçar o cenário otimista, já sinalizado na pesquisa de Intenção.

Ainda sobre o que tange o gasto médio com os presentes para a data, observa-se que consumidores de mais idade tiveram um gasto médio maior, enquanto os mais jovens foram mais comedidos.

¹ Os demais segmentos não tiveram a média calculada, pois tiveram menos de dez citações.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2018

Relação faixa etária X Gasto médio presentes para a data	
Faixa etária	Gasto médio
18 a 25 anos	R\$ 362,47
26 a 35 anos	R\$ 578,65
36 a 45 anos	R\$ 514,76
46 a 55 anos	R\$ 549,48
56 a 65 anos	R\$ 657,41

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Uma característica da data é a compra de múltiplos presentes para diversas pessoas, essa particularidade, aliás, pode justificar o alto percentual de êxito na compra de presentes (93,6%), apontado anteriormente. Esse caráter é perceptível ao observarmos a quantidade média de presentes, que em 2018 ficou em 5,5.

Evolução quantidade de presentes		
2016	2017	2018
5,75	5,21	5,5

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outro dado importante para compreender o comportamento consumidor é o local de realização das compras. Em 2018, o comércio de rua manteve-se o principal, com 68,6%, se recuperando da queda que havia sofrido no ano anterior. As compras em shoppings se mantiveram estáveis. Destaque para a queda sofrida nas compras pela internet, que vinha em uma crescente.

Evolução local da compra				
Local da compra	Ano			
	2015	2016	2017	2018
Comércio de rua	63,6%	66,9%	62,2%	68,6%
Shopping	29,0%	23,4%	24,5%	24,2%
Internet	3,0%	4,8%	8,6%	3,6%
Outro	2,2%	2,6%	3,4%	1,9%
Camelô	2,2%	2,2%	1,2%	1,7%
Revendedores de porta em porta/catálogo	0,0%	0,2%	0%	0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Entretanto, os consumidores que compraram pela internet apresentaram o maior gasto médio com os presentes de Natal (R\$939,41), enquanto os que compraram no comércio de rua gastaram cerca de R\$517,09.

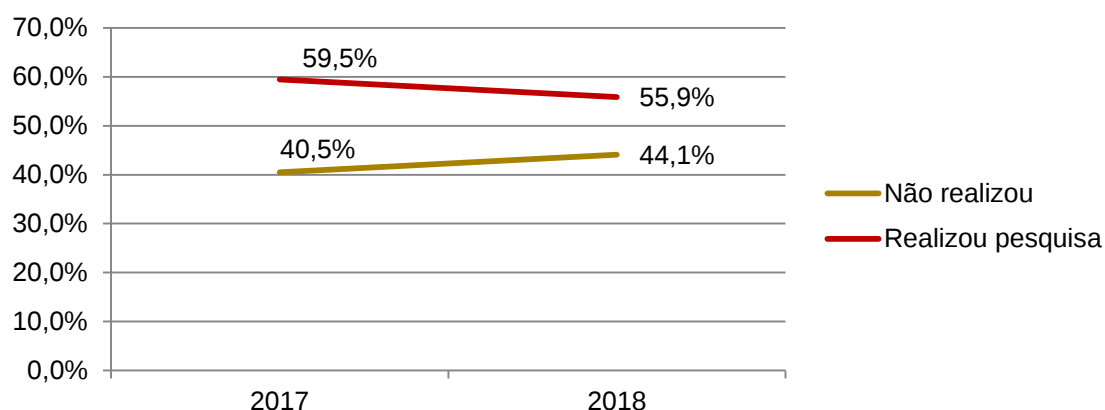
Relação local da compra X gasto médio	
Local da compra	Gasto médio
Internet	R\$ 939,41
Shopping	R\$ 704,36
Comércio de rua	R\$ 517,09

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A pesquisa de preço também é um importante indicador de comportamento consumidor. A maioria dos consumidores declarou ter realizado pesquisas de preço (55,9%), mas ela sofreu queda de 3,6 pontos percentuais. A pesquisa de Intenção de compras já adiantava que 82,5% dos consumidores pretendiam

realizar pesquisa de preço. Os dados da pesquisa de Avaliação apontam para a ocorrência de compras por impulso e de última hora.

Evolução pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

O consumidor pode se valer de diversas ferramentas e formas para a realização da pesquisa de preço, mas a tradicional ida às lojas foi a predominante (39,1%), seguida pela busca realizada pela internet (12,7%).

Evolução pesquisas de preços		
Formas	2017	2018
Não realizou	40,5%	44,1%
Indo às lojas	36,7%	39,1%
Pela internet	19,0%	12,7%
Por encartes	3,0%	3,2%
Outros	0,5%	0,7%
Telefone	0,3%	0,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Analisando a relação entre quantidade de presentes e a realização de pesquisas de preços, observa-se que consumidores que não realizaram pesquisas de preços compraram uma quantidade menor (5,2).

Relação pesquisa de preços X Quantidade média de presentes	
Pesquisa	Quantidade média de presentes
Por encartes	9,6
Indo às lojas	5,8
Pela internet	5,7
Não realizou	5,2

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Na relação entre pesquisa de preço e gasto médio com os presentes para a data, os consumidores que não realizaram pesquisa de preço apresentaram um gasto médio menor, isso pode ter relação com o menor número de presentes, mas isso também pode indicar uma preocupação com o preço entre aqueles

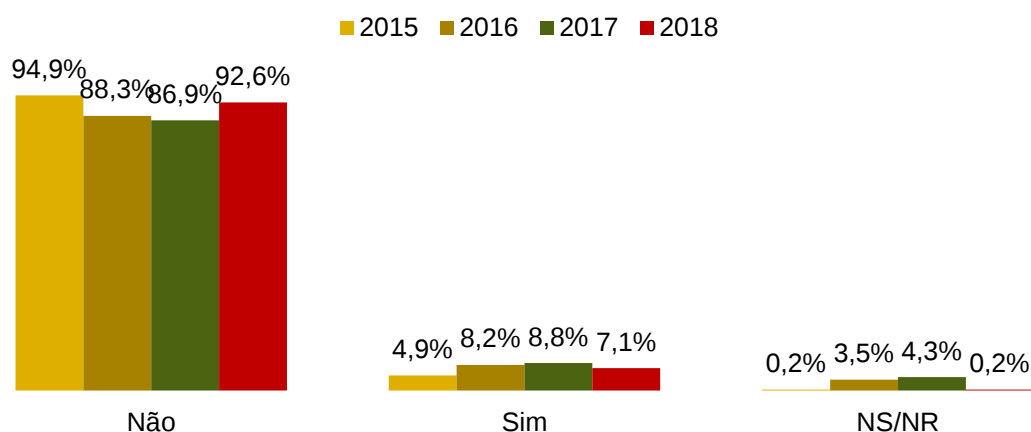
consumidores que investiram mais com o presente, pois nesse caso a possibilidade de economia é maior.

Relação pesquisa de preço X Gasto médio presentes para data	
Pesquisa de preço	Gasto médio
Pela internet	R\$ 837,98
Por encartes	R\$ 728,57
Indo às lojas	R\$ 540,64
Não realizou	R\$ 472,87

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. Na edição deste ano, menos consumidores declaram ter comprado produtos não originais (7,1%).

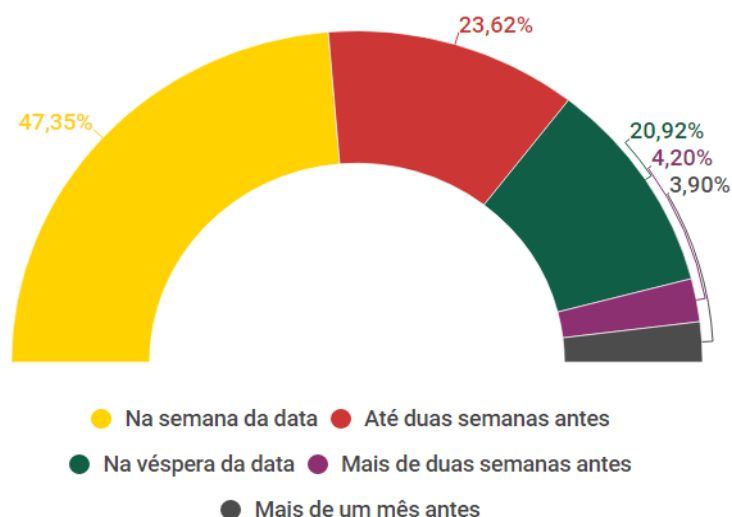
Consumo de pirataria



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Na edição deste ano, a pesquisa passou a questionar o período de compra do maior volume de presentes para a data. A maioria dos entrevistados realizou as compras na semana da data (47,35%), enquanto 23,6% foram às compras até duas semanas antes. Um percentual considerável é de entrevistados que realizam as compras na véspera (20,9%), enquanto 3,9% dos entrevistados mais adiantados realizaram as compras mais de um mês antes da data, esses, possivelmente, aproveitaram o período da *Black Friday* para realizar as compras de Natal.

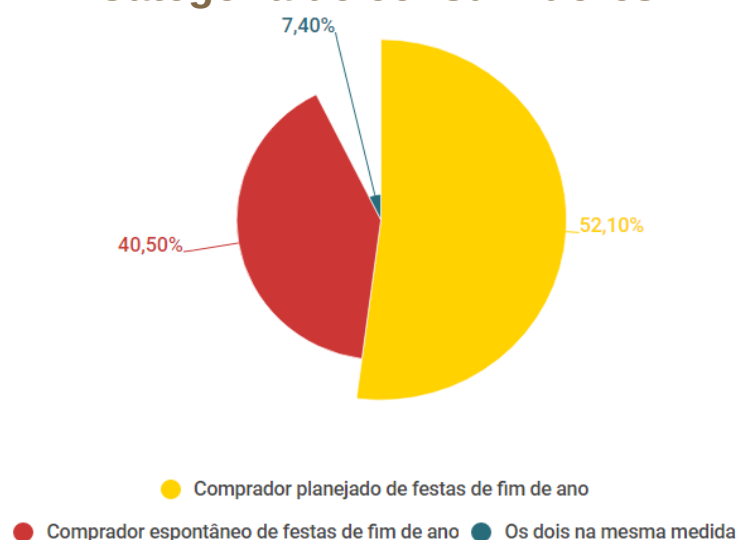
Período das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A pesquisa também apurou a percepção dos entrevistados sobre a conduta deles frente às compras de festas de fim de ano, buscando entender se eles se consideram consumidores planejados ou espontâneos desse período. Pouco mais da metade se declarou compradores planejados (52,1%), enquanto um considerável percentual de 40,5% dos entrevistados reconheceu que são consumidores espontâneos do período de festas.

Categoria de consumidores



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Os compradores do sexo masculino se declararam consumidores mais espontâneos de festas de fim de ano (48,2%), enquanto as do sexo feminino declaram consumidoras planejadas (58,6%).

Relação sexo X tipo de consumidor de festas				
Sexo	Como se considera			Total
	Comprador planejado de festas de fim de ano	Comprador espontâneo de festas de fim de ano	Os dois na mesma medida	
Feminino	58,6%	35,1%	6,3%	100%
Masculino	42,8%	48,2%	9,0%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Compras em Janeiro

No mês de janeiro muitas lojas realizam as tradicionais queima de estoque do ano anterior, mas é também nesse período que muitos consumidores enfrentam as também tradicionais contas de início do ano, como as relativas a impostos e material escolar, por exemplo. Assim, junto à compreensão do comportamento consumidor durante o período de festas, a edição de 2018 da pesquisa buscou também compreender o comportamento consumidor dos catarinenses para o mês de janeiro de 2019. Grande parte dos entrevistados declarou que realiza as compras de janeiro semelhante aos meses comuns do ano (47,3%), mas quase 30% afirmam que nesse período fazem compras de material escolar e 22,7% aproveitam as promoções do período.

Compras em janeiro



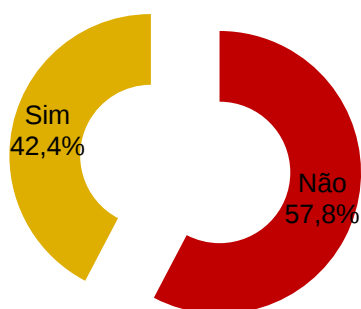
Nota: questões múltiplas, percentual total superior a 100%.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Entendendo que a compra de material escolar é um compromisso de início de ano que compromete um considerável percentual do orçamento, a pesquisa se aprofundou no tema, perguntando se o consumidor irá comprar materiais

escolares para 2019 e o período das compras. 57,8% dos entrevistados não precisam ou não pretendem realizar compras de material escolar para o ano de 2019, enquanto 42,4% o farão.

Compra de material escolar para 2019



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Dentre os que necessitam de material escolar para 2019, o maior percentual é de entrevistados que pretendem realizar as compras em janeiro (65,7%), enquanto 30,8% pretendem realizá-las em fevereiro. Apenas 3,5% dos entrevistados anteciparam as compras ainda em 2018, comprando em novembro e dezembro.

Período compra material escolar

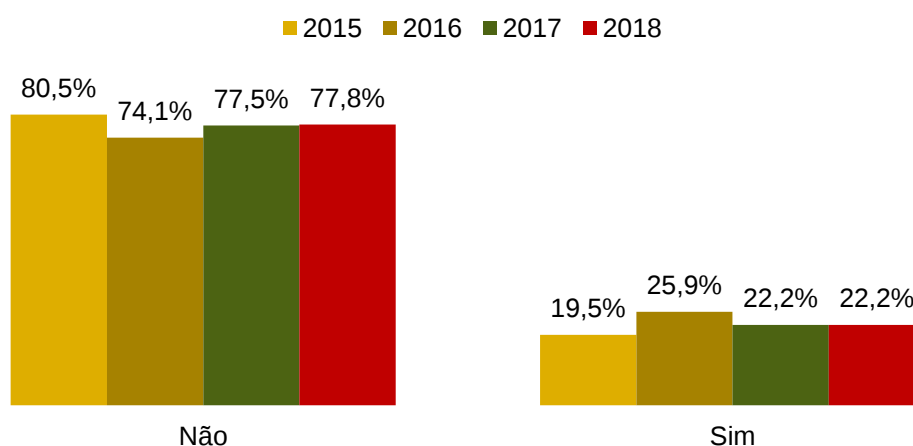


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

SERVIÇOS

A época de festas de fim de ano 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.

Melhorias na casa para o fim de ano



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

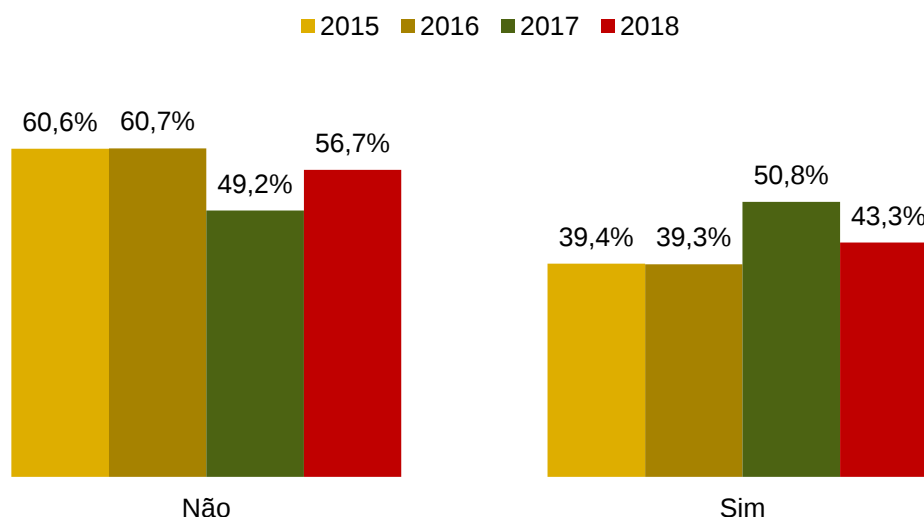
Apesar disso, o dado sobre a realização de melhorias na casa para o fim de ano se manteve estável, no mesmo patamar da pesquisa do ano anterior. Observa-se, contudo, que consumidores que declararam que a situação financeira está melhor do que no mesmo período do ano anterior realizaram melhorias diversas em suas residências (58,9%).

Relação situação financeira X Melhorias na casa			
Melhorias na casa	Situação financeira em relação ao mesmo período do ano anterior		
	Melhor	Igual	Pior
Não	43,7%	35,8%	20,6%
Sim	58,9%	28,9%	12,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Já a contratação de serviços estéticos diversos sofreu queda de 7,5 pontos percentuais em 2018.

Utilização de serviços estéticos



Fonte: Núcleo de Pesquisa 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, 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.

Evolução atributos de decisão de compra				
Atributo	2015	2016	2017	2018
Produto	8,9	8,9	9,0	8,9
Praça	8,7	8,7	8,2	8,6
Preço	7,5	8,4	7,6	7,9
Promoção	7,3	5,4	5,8	5,3

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Em 2018 os atributos dos produtos foram os que mais influenciaram na decisão de compra de natal (8,9); seguido pela praça, o local onde o produto pode ser adquirido (7,9).

Traçando uma relação entre a renda familiar mensal e a nota atribuída ao atributo preço, observa-se que os consumidores com menor renda concederam notas maiores a esse atributo.

Relação renda média familiar mensal X Nota importância preço	
Renda média familiar mensal ²	Nota preço
De 0 a R\$974	8,38
De R\$975 a R\$1.948	8,33
De R\$1.949 a R\$4.870	7,95
De R\$7.792 a R\$9.739	7,93
De R\$4.871 a R\$7.791	7,22

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Os consumidores também avaliaram sua 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

O Natal possui características muito específicas para a data, como a compra de presentes para diversas pessoas e o consumo de itens sazonais típicos do período movimentam as lojas, shoppings, supermercados e comércio em geral. Muitas vezes isso torna a experiência de compra pouco positiva para o consumidor. Tendo em vista esse cenário, o critério atendimento é muitas vezes determinante para a efetivação das compras pelo consumidor.

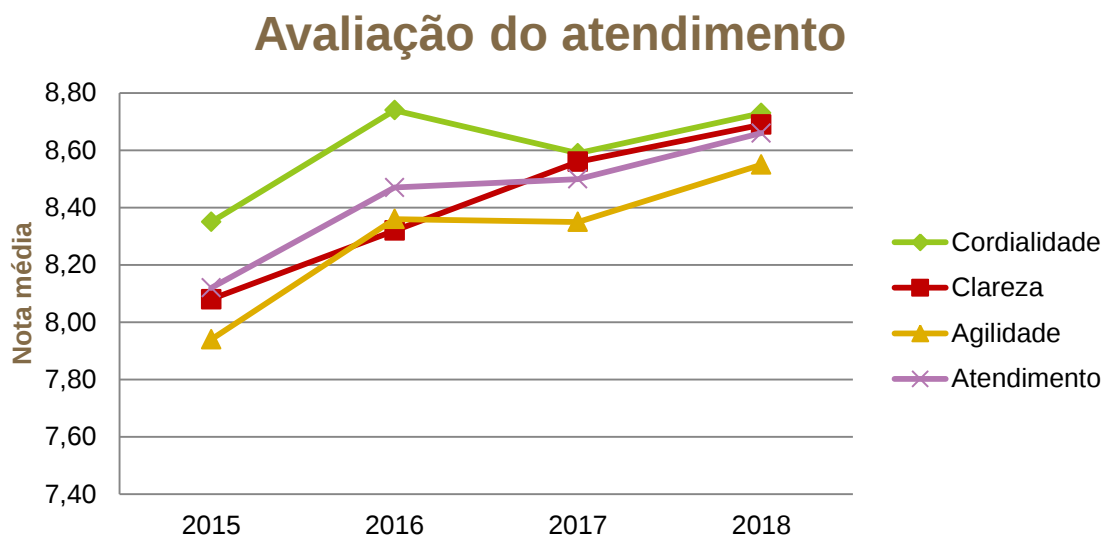
Dessa forma, os consumidores pesquisados tiveram a oportunidade de avaliar sua experiência de compras para a data a partir da variável atendimento, julgando os critérios: agilidade no atendimento, cordialidade do atendente e clareza de informações fornecidas. O consumidor atribuiu nota de 1 a 10, considerando 1 péssimo e 10 ótimo, a esses três itens.

Evolução das notas do atendimento				
Atributo	Ano			
	2015	2016	2017	2018
Cordialidade	8,35	8,74	8,59	8,73
Clareza	8,08	8,32	8,56	8,69
Agilidade	7,94	8,36	8,35	8,55
Atendimento	8,12	8,47	8,50	8,66

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

A cordialidade ainda é o atributo do atendimento melhor avaliado pelos consumidores catarinenses, seguido pela clareza. Observa-se que todos os atributos tiveram aumento na nota média em relação ao ano anterior.

² As opções de faixas de renda: Recusa; de R\$ 9.740 a R\$14.609 e de R\$ 14.610 ou mais; não tiveram as notas médias analisadas, pois tiveram menos de dez citações.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

Apresentando a maior taxa de efetivação das compras da série histórica (95,8%), a pesquisa de Avaliação de Compras Natal 2018 demonstra que os consumidores estavam determinados em realizar suas compras.

O gasto médio 10,2% maior do que o apurado na pesquisa de Intenção também é um indício de um cenário positivo, diferença que aponta para compras por impulso e a motivação dos consumidores em presentear. A quantidade de presentes (5,5) também é um indicativo de uma data com consumidores mais dispostos.

Outras características de consumo também podem ser observadas, como a compra em lojas do comércio de rua, a realização de pesquisa de preço e as compras de presentes próxima a data.

Indagados sobre o perfil de compra para festas, o maior percentual foi de consumidores que se declarou como compradores planejados de festas de fim de ano (52,1%), mas um considerável percentual se declarou como compradores espontâneos de festas de fim de ano (40,5%).

Referente à realização de compras em janeiro, grande parte irá realizar compras de material escolar (29,1%) e devem aproveitar as promoções de fim de ano (22,7%).

Sobre a realização de melhorias nas casas, a maioria dos entrevistados não realizou. Contudo, entre os entrevistados que declararam que o fizeram, a

maioria (58,9%) afirmaram que estão em uma situação financeira melhor do que o mesmo período do ano anterior.

O produto continuou sendo o principal atributo na decisão de compra (8,9), apesar de leve queda. Sobre o atributo preço, consumidores com menor renda familiar mensal atribuíram maior peso a ele para a decisão de compra.

A valorização da experiência de compra é outro importante comportamento. Assim, cabe destacar que a avaliação do atendimento no comércio catarinense apresentou alta gradual durante toda a série histórica.

Dessa forma, o cenário positivo indicado na pesquisa de Intenção de Compras Natal 2018 se confirmou na pesquisa de Avaliação de Compras Natal 2018.