



Avaliação do Consumidor
DIA DAS CRIANÇAS 2019

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

Relatório Avaliação do Consumidor – Dia das Crianças 2019

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS	3
PERFIL SOCIOECONÔMICO.....	4
CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS	5
Critérios para a decisão de compra.....	6
AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO	12
CONCLUSÃO.....	14

INTRODUÇÃO

O dia das crianças é uma importante data para o comércio, movimentando diversos setores. Considerando a sua importância, a Fecomércio SC realizou a pesquisa Avaliação do Consumidor – Dia das Crianças/2019. A pesquisa observa a experiência de compras do consumidor sobre a data, avaliando o atendimento no comércio, e compreendendo diversos atributos do comportamento do consumidor.

O levantamento dos dados ocorreu entre os dias 17 a 22 de outubro, coletados proporcionalmente nas cidades de Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí. 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%, com relevância estadual.

EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS

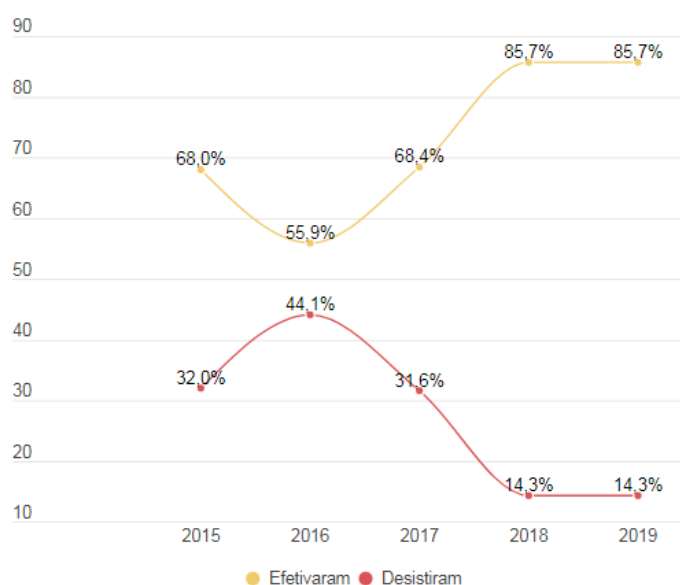
Para a realização da pesquisa 474 consumidores foram contatados, entrevistados que na pesquisa de Intenção de Compras Dia das Crianças 2019 Fecomércio SC, responderam que pretendiam comprar presentes para a data. Dentre os consumidores contatados, 14,3% desistiram de comprar, enquanto 85,7% efetivaram.

Evolução taxa de efetivação das compras					
	2015	2016	2017	2018	2019
Efetivaram	68,0%	55,9%	68,4%	85,7%	85,7%
Desistiram	32,0%	44,1%	31,6%	14,3%	14,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Comparando com os dados da pesquisa de dia das crianças de 2018, observa-se que ocorreu equilíbrio de um ano para o outro nas duas taxas. O gráfico a seguir ilustra o movimento da taxa nos cinco anos de apuração da pesquisa, demonstrando que 2016, foi quando a data apresentou maior taxa de desistência de compras. Cabe lembrar que esse ano foi vivenciado o auge da crise política e econômica vivenciada pelo país, o que afetou diretamente a disposição de compra dos consumidores.

Efetivação das compras

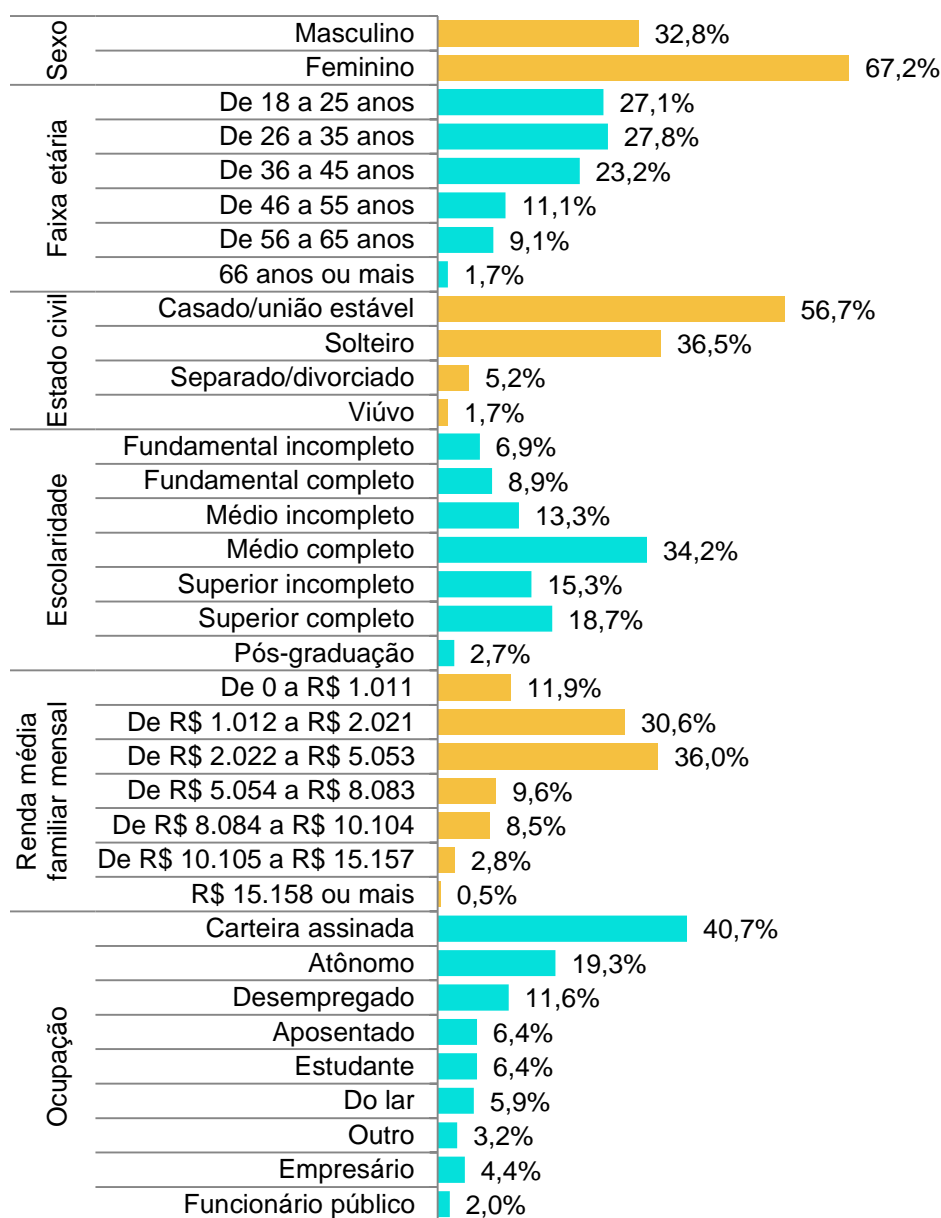


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

PERFIL SOCIOECONÔMICO

O comportamento de compras tem relação direta como o perfil socioeconômico do consumidor, pois características como a idade, sexo e renda, por exemplo, influenciam nas decisões de compra. Nesse sentido, mais o que uma descrição, compreender o perfil socioeconômico permite aos empresários do setor do comércio, por exemplo, terem *insights* e direcionarem suas campanhas de marketing e vendas para atingir o seu público alvo de forma assertiva.

Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Observa-se que o público consumidor da data é formado pela predominância de pessoas de sexo feminino realizando as compras (67,2%), jovens adultas com até 35 anos (54,9%), casadas ou em união estável (56,7%). São trabalhadoras de carteira assinada (40,7%) e que possuem uma renda familiar mensal entre R\$ 2.022 a R\$ 5.053 (36%).

De posse do conhecimento desse perfil, os empresários podem direcionar suas campanhas de marketing e vendas a um público feminino jovem, casadas que atuam fora de casa, por exemplo.

A pesquisa também apurou as características relacionadas ao consumo da data como o êxito na realização das compras, os segmentos comprados, o gasto médio por segmento, a quantidade de presentes, as pessoas presenteadas, o principal local de compras e se realizou passeio com o namorado (a), ou pessoa presenteada.

CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS

Compreender o consumidor passa por compreender as decisões de compra, o que considera ao adquirir um produto, se comprou o que de fato motivou à ida às compras, dentre outras diversas informações relevantes que permitem ao empresário mapear as demandas de seu consumidor.

O marketing considera que para atingir as metas organizacionais é necessário compreender as necessidades e desejos do público alvo e satisfazê-las de forma mais eficiente que os concorrentes. Nesse sentido, a pesquisa apura se o consumidor teve êxito na realização de sua compra, ou seja, se comprou o produto desejado, que motivou a ida às compras. Considerando a premissa do marketing, saber se obteve êxito na realização das compras significa que o desejo do consumidor foi satisfeito, o que pode influenciar em outros atributos do comportamento, como avaliação do atendimento os critérios priorizados durante a compra. Apontando também, se o comércio manteve seus estoques abastecidos e com diversidade de produtos e preços para a data.

Êxito na realização da compra					
Êxito	2015	2016	2017	2018	2019
Sim	95,9%	93,1%	86,5%	95,6%	88,9%
Não	3,2%	4,3%	8,6%	0,7%	4,2%
Parcialmente	1,0%	2,6%	4,8%	3,7%	6,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Observa-se uma queda de 6,7 pontos percentuais na taxa de êxito na realização das compras, e aumento de 4 pontos entre os que não encontraram o produto que motivou à ida as compras e de 3,2 entre os que encontraram parcialmente. Como as compras foram efetivadas, é sinal de que esses consumidores precisaram realizar substituições, para não deixar de presentear.

Critérios para a decisão de compra

O processo de decisão de compra é parte fundamental do comportamento consumidor. Existem quatro atributos que são fundamentais na decisão de compra: Preço, Praça, Produto e Promoção, definições substanciais que uma empresa deve considerar para atingir um determinado público.

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.

Historicamente o critério produto é o com maior peso entre os consumidores catarinenses, mas em 2019 atingiu a maior nota de toda a série histórica, com 9,19. Observando a importância atribuída as características do produto, pode-se compreender a taxa de consumidores que alegaram não ter encontrado o produto desejada. Dentre os demais critérios, chama atenção a queda do item promoção, que diz respeito a divulgação dos produtos, o único com queda (5,78).

Decisão de compra					
Atributos	Ano				
	2015	2016	2017	2018	2019
Produto	8,73	9,06	8,84	9,11	9,17
Praça	8,48	8,63	8,42	9,02	9,11
Preço	8,03	7,81	7,67	8,07	8,32
Promoção	6,45	5,39	5,8	6,44	5,78

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O critério do preço na hora da compra foi mais importante para os consumidores mais jovens com até 25 anos (8,78).

Relação faixa etária X Nota preço	
Faixa etária	Nota preço
De 18 a 25 anos	8,78
De 26 a 35 anos	8,30
De 36 a 45 anos	8,00
De 46 a 55 anos	7,87
De 56 a 65 anos	8,57
66 anos ou mais	7,14

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2019

Sobre a relação entre o consumidor e a criança presenteada, em 2019 os parentes continuaram a ser os principais presentados, com destaque para os filhos (43,8%) e sobrinhos (18,5%).

Parentesco	Crianças presenteadas				
	Ano				
	2015	2016	2017	2018	2019
Filho	45,9%	46,3%	46,8%	44,6%	43,8%
Sobrinho	14,7%	15,8%	14,9%	17,2%	18,5%
Afilhado	15,3%	16,2%	18,3%	10,8%	15,9%
Neto	16,7%	14,7%	12,4%	19,1%	13,1%
Outro	5,5%	4,8%	6,3%	5,7%	6,9%
Filho de amigo	1,0%	1,5%	0,6%	1,7%	1,0%
Enteado	0,8%	0,6%	0,6%	0,8%	0,8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A pesquisa também apura anualmente os principais segmentos de presentes. Tradicionalmente o segmento de brinquedos é o principal presente para a data, como a base histórica vem comprovando, ficando sempre na casa dos 50%, como a tabela.

Segmento	Evolução segmento de presente				
	Ano				
	2015	2016	2017	2018	2019
Brinquedo	57,4%	55,4%	50,8%	55,1%	57,1%
Vestuário	23,0%	22,6%	25,5%	28,7%	24,2%
Calçado	5,4%	8,0%	13,3%	7,9%	7,2%
Eletrônico	3,1%	3,3%	5,0%	3,5%	5,1%
Outro	6,6%	6,2%	3,9%	2,5%	3,2%
Chocolate	1,4%	2,0%	0,8%	1,2%	1,3%
Livro	3,1%	2,6%	0,8%	1,0%	1,9%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Quanto à quantidade de crianças presenteadas, em 2019 voltou a casa de duas crianças (2,08), após queda em 2017.

Evolução quantidade de crianças presenteadas			
Ano	2017	2018	2019
Quantidade	2,14	1,94	2,08

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Referente ao gasto em cada segmento de presente, o segmento de eletrônicos em geral o mais alto (R\$569,09), seguido pela opção outros (R\$260,33), a opção outros é utilizada pelo respondente quando as demais opções não contemplam o presente comprado. Os brinquedos foram o terceiro gasto médio mais representativo, ficando em R\$159,59. Observa-se que esse cenário é recorrente em toda a base histórica.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2019

	Gasto médio por segmento				
	2015	2016	2017	2018	2019
Eletrônico	R\$ 324,25	R\$ 523,00	R\$ 546,50	R\$ 471,35	R\$ 569,09
Outro	R\$ 246,50	R\$ 255,55	R\$ 541,20	R\$ 249,17	R\$ 260,33
Brinquedo	R\$ 111,05	R\$ 111,11	R\$ 155,10	R\$ 171,46	R\$ 159,59
Vestuário	R\$ 117,65	R\$ 109,87	R\$ 140,61	R\$ 143,12	R\$ 151,91
Calçados	R\$ 80,46	R\$ 109,73	R\$ 109,96	R\$ 137,84	R\$ 123,18

Nota: nos demais segmentos não foi possível realizar o cálculo da média, pois não atingiram dez citações.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Sobre o gasto médio por consumidor, em 2019 o gasto efetivado apurado na pesquisa foi de R\$202,15, muito próximo ao valor do ano anterior que foi de R\$202,00. Próximo ao valor que a pesquisa de Intenção indicava de R\$180,29. Essa realização de gastos maiores do que o planejado é algo que pode ocorrer com frequência, considerando que as pessoas almejam gastar menos e que podem realizar compras de última hora e por impulso.

Um fato que beira o senso comum, mas que pode ser comprovada com os dados versa sobre a relação entre a renda média familiar mensal do entrevistado e o gasto médio do consumidor com os presentes, onde observamos o crescimento gradual do gasto na medida em que a renda familiar também aumenta, sendo que entre os consumidores com renda entre R\$10.105,00 a R\$15.157,00 o gasto superou os R\$300,00 (R\$358,64).

Relação renda X gasto médio	
Renda média familiar mensal	Gasto médio
De 0 a R\$ 1.011	R\$ 158,35
De R\$ 1.012 a R\$ 2.021	R\$ 173,09
De R\$ 2.022 a R\$ 5.053	R\$ 196,32
De R\$ 5.054 a R\$ 8.083	R\$ 238,22
De R\$ 8.084 a R\$ 10.104	R\$ 276,79
De R\$ 10.105 a R\$ 15.157	R\$ 358,64

Nota: nas demais faixas de renda não foi possível realizar o cálculo da média, pois não atingiram dez citações.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Traçando uma relação entre gasto médio e o estado civil, observamos que consumidores casados ou em união estável apresentaram um maior gasto médio (R\$225,12), isso pode estar relacionado ao fato de que esse perfil presenteia mais crianças (2,32), enquanto entre os que se declaram solteiros a quantidade de crianças presenteadas é de apenas 1,73, sendo o gasto médio dessas em apenas R\$159,93.

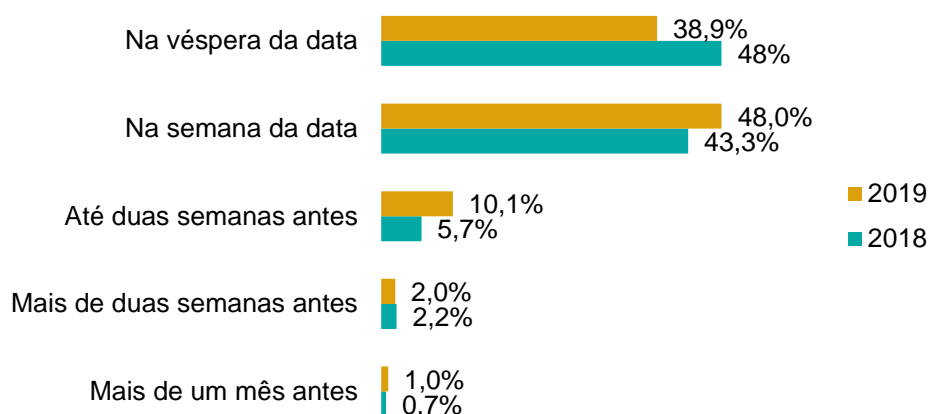
Estado civil em relação com gasto médio e quantidade de crianças		
Estado civil	Gasto médio	Quantidade crianças
Casado/união estável	R\$ 225,12	2,32
Solteiro	R\$ 159,93	1,73
Separado/divorciado	R\$ 221,38	1,95

Nota: para as demais categorias não foi possível realizar o cálculo da média, pois não atingiram dez citações.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Outro dado que revela muito sobre o comportamento consumidor é o período em que ele realiza as compras de presentes. O maior percentual este ano foi de consumidores que compraram na semana da data (48%), aumento também entre os que compraram até duas semanas antes da data (10,1%). Enquanto que os que compraram na véspera (38,9%) ocorreram queda de queda de 9,1 pontos percentuais.

Período das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Observa-se que os consumidores que realizaram as compras até duas semanas antes, possivelmente, realizaram compras mais específicas ou de itens mais caros, tendo um gasto maior nos dois anos (R\$284,51 em 2019). Já os consumidores que realizaram as compras nas vésperas gastaram menos nos dois anos apurados (R\$167,08 em 2019). Isso dá indícios de que os presentes de maior valor são mais planejados e, portanto adquiridos com maior antecedência.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2019

Relação data da compra X gasto médio		
Período da compra	Gasto médio	
	2018	2019
Na véspera da data	R\$ 180,86	R\$ 167,08
Na semana da data	R\$ 197,55	R\$ 205,08
Até duas semanas antes	R\$ 264,74	R\$ 284,51

Nota: para os demais períodos não foi possível realizar o cálculo da média, pois não atingiram dez citações.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O maior planejamento entre os consumidores que compraram com antecedência também está relacionado à quantidade de crianças que esses consumidores presenteiam, demandando mais tempo para a realização das compras.

Relação período de compra X Quantidade de crianças	
Período da compra	Quantidade de crianças
Na véspera da data	1,91
Na semana da data	2,12
Até duas semanas antes	2,37

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Uma estratégia utilizada para tentar economizar é a compra de produtos piratas, uma prática nociva que acarreta diversos problemas. Tendo a Fecomércio SC a premissa de combate à venda e ao consumo de produtos pirateados um dos dados que a pesquisa apurou é se o consumidor comprou produtos piratas como presente. Em 2019 a taxa de consumo de produtos piratas foi a menor já apurada (1%).

Consumo	Consumo pirataria				
	Ano				
	2015	2016	2017	2018	2019
Não	84,9%	88,6%	88,6%	92,6%	99,0%
Sim	10,7%	4,7%	9,4%	2,2%	1,0%
NS/NR	4,4%	6,8%	2,0%	5,2%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

O local da compra é outra característica importante do comportamento consumidor, pois cada local possui características específicas e atraem públicos distintos. Apesar disso, o maior percentual continua sendo a compra em lojas do comércio de rua (78,3%), esse percentual foi o maior da série histórica desse local. Um destaque é o crescimento gradual das compras pela internet, que este ano também alcançou seu maior percentual (6,2%).

Local das compras					
Local	Ano				
	2015	2016	2017	2018	2019
Comércio de rua	60,5%	68,6%	73,3%	71,9%	78,3%
Shopping	25,5%	24,5%	19,9%	20,8%	18,2%
Internet	1,9%	2,9%	3,2%	4,0%	6,2%
Camelô	3,3%	1,4%	2,0%	2,1%	1,0%
Outro	8,6%	1,4%	1,7%	0,7%	2,0%
Revendedores de porta em porta/catálogo	0,2%	0,7%	0%	0,5%	2,0%
NS/NR	0%	0,5%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Um dado que também aponta para a constatação de que consumidores mais planejados tendem a gastar mais é a relação entre local de compra e gasto médio, onde observamos que consumidores que compraram pela internet apresentaram o maior gasto médio, pois as compras pela internet tendem a ser realizadas com maior antecedência, devido o prazo de entrega.

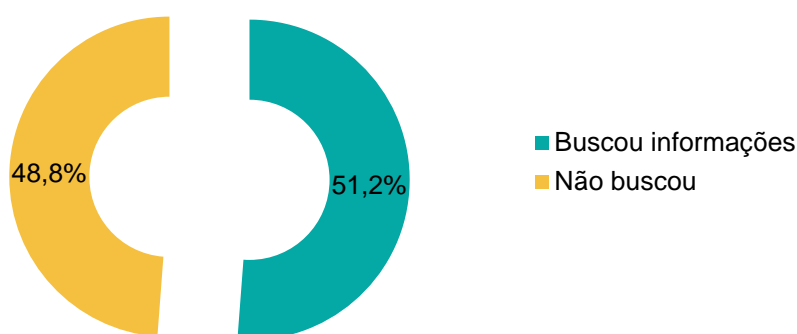
Relação local de compra X gasto médio	
Local	Gasto médio
Comércio de rua	R\$ 188,75
Shopping	R\$ 255,01
Internet	R\$ 325,56

Nota: para os demais locais não foi possível realizar o cálculo da média, pois não atingiram dez citações.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Outra questão apurada pela pesquisa remete a busca de informações diversas sobre os produtos antes da compra, como preços, características e modo de usar. A pesquisa apontou equilíbrio entre os que buscam e os que não por informações, com leve vantagem entre os que se informam (51,2%).

Busca se informar antes da compra



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A principal forma de busca por informações foi à visita a lojas físicas (80,8%), a busca online, por meio de sites diversos, ficou em 18,7%.

Formas de busca por informações



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Traçando uma relação entre o dado sobre a busca por informação e o peso atribuído ao critério promoção, que aqui se refere à divulgação do produto, observa-se que os consumidores que buscaram informações atribuíram nota maior a esse critério, sendo consumidores provavelmente mais planejados.

Relação busca por informação X Nota promoção	
Busca informações	Nota promoção
Buscou informações	6,23
Não buscou	5,32

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A pesquisa também oportunizou aos consumidores avaliar diversos atributos relacionados ao atendimento recebido nos estabelecimentos. Esta avaliação, realizada nas principais datas do comércio, permite ao empresário catarinense o aprimoramento contínuo dos serviços e produtos ofertados. A avaliação que o consumidor realiza permite também compreender como foi a experiência de compras para a data.

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, atribuindo nota, de 1 a 10, considerando 1 péssimo e 10 ótimo, para os três itens.

O atributo cordialidade do atendimento recebeu a maior nota da base histórica (9,07) neste ano, e todos os demais atributos também tiveram alta na nota média, elevando a nota geral do atendimento a 90,1. Essa alta pode apontar que os empresários estão dando maior importância a esse importante fator, decisório na hora da compra, e aperfeiçoando o atendimento prestado.

Avaliação do Atendimento					
Atributos	Ano				
	2015	2016	2017	2018	2019
Cordialidade	8,61	8,84	8,97	9,03	9,07
Clareza	8,36	8,84	8,78	8,92	8,94
Agilidade	8,22	8,71	8,69	8,81	9,03
Atendimento	8,4	8,8	8,81	8,92	9,01

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Conclusão Podemos observar na pesquisa de Avaliação dia Das Crianças, 2019, uma continuidade do comportamento consumidor em algumas das variáveis, sem variação na taxa de efetivação das compras, 85,7% nos dois anos. Essa taxa atingiu o seu menor patamar em 2016, após isso vem crescendo gradativamente até a atual estabilização. Demonstrando que, mesmo com melhora do cenário, os consumidores estão cautelosos. Podemos observar essa estabilidade também quando observamos o gasto médio efetivado, que em 2018 foi de R\$202,00 e este ano de R\$202,15, sem variação significativa.

O perfil socioeconômico do consumidor também se manteve semelhante à de anos anteriores, mas algumas características do comportamento estão apontando mudanças graduais, como o aumento progressivo das compras realizadas pela internet.

Analisando o dado sobre êxito na realização das compras, ocorreu uma queda de 6,7 pontos percentuais na taxa de êxito, e aumento de 4 pontos entre os que não encontraram o produto que motivou à ida as compras e de 3,2 entre os que encontraram parcialmente. Como as compras foram efetivadas, é sinal de que esses consumidores precisaram realizar substituições, para não deixar de presentear.

Quando analisamos os critérios de compra, os produtos continuam com o maior peso e a promoção, divulgação do produto, o menor. Mas, traçando uma relação entre o dado sobre a busca por informação e o peso atribuído ao critério promoção, observa-se que os consumidores que buscaram informações atribuíram nota maior a esse critério, confirmando que são consumidores mais planejados. Já ao analisar o critério preço na hora da compra em relação à faixa etária, nota-se que ele foi mais importante para os consumidores com até 25 anos (8,78).

Traçando uma relação entre gasto médio e o estado civil, observamos que consumidores casados ou em união estável apresentaram um maior gasto médio (R\$225,12), isso pode estar relacionado ao fato de que esse perfil presenteia mais crianças (2,32), enquanto entre os que se declaram solteiros a quantidade de crianças presenteadas é de apenas 1,73, sendo o gasto médio desses de R\$159,93.

Outros dados apontam para a cautela dos consumidores dizem respeito ao planejamento da compra, com aumento dos consumidores realizando compras com mais antecedência.

A compra antecipada, obviamente, permite maior planejamento e a compra de produtos mais caros. É possível constatar isso quando vemos que consumidores que realizaram as compras até duas semanas antes, tiveram um gasto maior, enquanto os consumidores que realizaram as compras nas vésperas gastaram menos.

O maior planejamento entre os consumidores que compraram com antecedência também está relacionado à quantidade de crianças que esses consumidores presenteiam, demandando mais tempo para a realização das compras.

Sobre o atendimento, os consumidores o avaliaram bem, sendo que este ano atingiu a maior nota média da série histórica. Dentre os critérios que compõe o atendimento o que atingiu a maior nota foi a cordialidade.