



Avaliação do Consumidor
NATAL

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

Pesquisa Avaliação Consumidores Natal 2019

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Janeiro de 2020

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS	3
PERFIL SOCIOECONÔMICO.....	4
CARACTERÍSTICAS DE CONSUMO DA DATA	5
Compras em Janeiro	14
DECISÃO DE COMPRA	15
AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO	16
CONCLUSÃO.....	17

INTRODUÇÃO

O natal é muito aguardado pelo comércio, por ser a data com maior expectativa de vendas, movimentando diversos segmentos. 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 que sinalizam aos empresários como estão sendo vistos, possibilitando que aprimorem o atendimento e os serviços prestados. A pesquisa de Avaliação também permite que os consumidores avaliem a experiência de compras para a data, apurando também o perfil consumidor e minúcias sobre o seu comportamento.

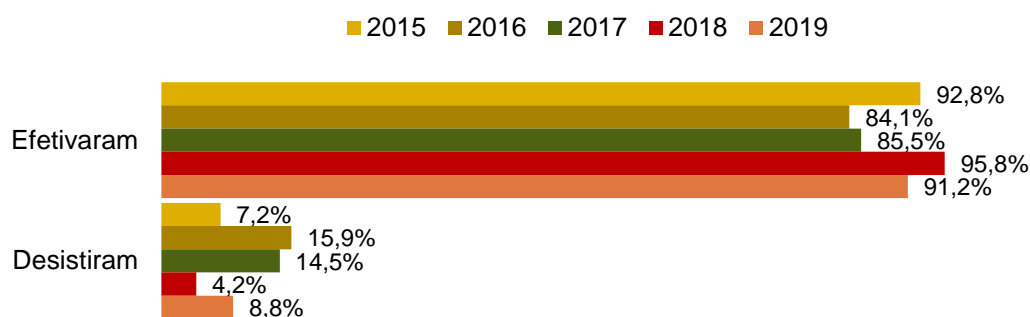
Os dados foram apurados entre os dias 26 de dezembro de 2019 a 7 de janeiro de 2020. A metodologia utilizada na pesquisa de Avaliação é a quantitativa e a coleta dos dados ocorreu por telefone, baseado na metodologia *Computer Assisted Telephone Interviewing* (CATI). O erro amostral da pesquisa é de 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

O primeiro dado apurado na pesquisa de Avaliação é a taxa de efetivação das compras, um importante indicador para entender o comportamento durante a data, no qual os consumidores entrevistados na pesquisa de Intenção de Compras Natal 2019 são questionados se efetivaram as compras planejadas.

Em 2019, 445 consumidores que participaram da pesquisa de Intenção foram novamente abordados para a pesquisa de Avaliação do Consumidor Natal 2019. Desse total, 91,2% efetivaram as compras para a data.

Efetivação das compras



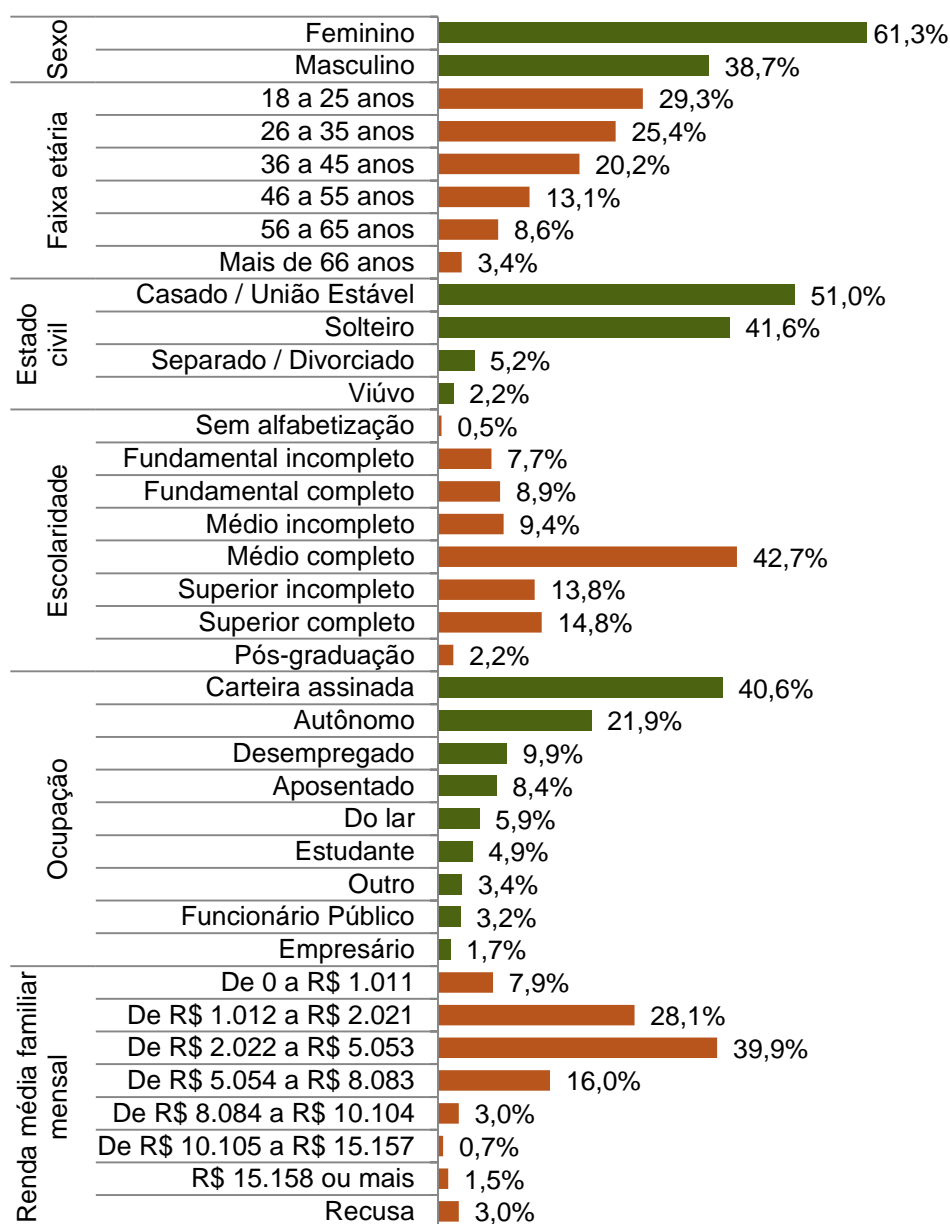
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A taxa de 2019 caiu 4,6 pontos percentuais em relação a 2018, porém ainda acima das taxas de 2016 e 2017, auge da crise que o país vivenciava.

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 do que uma descrição, compreender o perfil socioeconômico permite aos empresários do setor do comércio terem *insights* e direcionarem suas campanhas de marketing e vendas para atingir o seu público alvo de forma assertiva.

Perfil socioeconômico



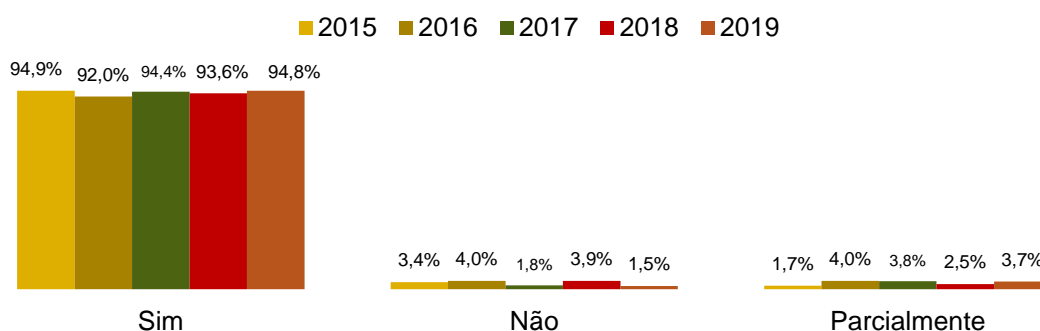
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Os consumidores da pesquisa de Avaliação de Compras Natal 2019 são em geral mulheres jovens com o ensino médio completo, casadas, com carteira assinada e renda média familiar mensal entre R\$2.022,00 e R\$5.053,00. De posse do conhecimento desse perfil, os empresários do setor de vestuário, por exemplo, pode direcionar suas campanhas de marketing e vendas a um público feminino jovem, possivelmente mães de família responsáveis por esse tipo de compra em suas residências.

CARACTERÍSTICAS DE CONSUMO DA DATA

O natal é uma data com características específicas e distintas das demais. A pesquisa levantou diversas questões envolvendo o evento. 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 (1,5%), 3,7% encontraram parcialmente, mas a ampla maioria 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 2019 manteve-se como o principal presente (44,3%), com leve alta de 3,8 p.p. Em 2019 os calçados ficaram em segundo lugar com 17,6%, seguido pelos brinquedos com 15,9%. Os demais segmentos de presentes também mantiveram taxas percentuais semelhantes as do ano anterior, com pouca variação.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2019

Segmentos comprados por ano					
Segmento	Ano				
	2015	2016	2017	2018	2019
Vestuário	42,4%	41,2%	44,1%	40,5%	44,3%
Calçados	13,4%	12,5%	16,3%	16%	17,6%
Brinquedos	20,6%	21,8%	19,3%	22,8%	15,9%
Eletrônicos	4,6%	5,5%	4,9%	4,4%	4,8%
Perfumaria/cosméticos	4,4%	3,3%	4,1%	4,1%	4,4%
Chocolates	3,9%	4,2%	3%	4,7%	3,4%
Outro	3,2%	3,6%	2,1%	2,7%	3,3%
Óculos, joias e relógios	1,5%	2,4%	1,4%	0,9%	2,0%
Decoração	0,8%	0,7%	0,9%	0,6%	1,2%
Bijuterias	1,4%	0,8%	0,9%	0,9%	1,1%
Cama/Mesa/Banho	0,4%	1,0%	0,6%	0,8%	0,6%
Livros	1,2%	0,9%	0,9%	0,9%	0,6%
Celulares/smartphones	2,1%	2,1%	1,2%	0,5%	0,5%
Carro/moto	-	-	-	0,2%	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, mas teve queda de 13,9% em 2019. Outros segmentos apresentaram queda, como o de vestuário.

Evolução gasto médio por segmento					
Segmentos	Ano				
	2015	2016	2017	2018	2019
Eletrônicos	R\$ 1.157,24	R\$ 750,74	R\$ 1.226,25	R\$ 1.254,89	R\$ 1.081,03
Outro	R\$ 376,52	R\$ 395,45	R\$ 264,29	R\$ 603,53	R\$ 336,67
Óculos, joias e relógios	-	-	-	-	R\$ 331,92
Vestuário	R\$ 330,44	R\$ 185,38	R\$ 295,05	R\$ 357,73	R\$ 313,06
Perfumaria/cosméticos	R\$ 190,91	R\$ 133,30	R\$ 229,26	R\$ 200,85	R\$ 285,89
Calçados	R\$ 254,93	R\$ 160,81	R\$ 247,76	R\$ 233,25	R\$ 267,05
Brinquedos	R\$ 233,53	R\$ 178,74	R\$ 229,17	R\$ 254,45	R\$ 217,20
Chocolates	R\$ 106,43	R\$ 91,68	R\$ 87,95	R\$ 135,07	R\$ 83,40

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O gasto médio geral efetivado pelo consumidor com presentes para a data, apurado na pesquisa de Avaliação, foi de R\$515,27, número 4% menor que a pesquisa de Avaliação do ano anterior, mas 4,4% superior ao da pesquisa de Intenção de Compras Natal 2019, o que pode apontar a realização de compras de última hora.

Ainda sobre o que tange o gasto médio com os presentes para a data, observa-se que nos dois anos os consumidores das faixas etárias mais jovens apresentaram um gasto médio menor, enquanto consumidores com mais idade apresentaram gasto médio maiores.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2019

Gasto médio por local de compra		
Faixa etária	Gasto médio ano	
	2018	2019
18 a 25 anos	R\$ 362,47	R\$ 376,82
26 a 35 anos	R\$ 578,65	R\$ 480,52
36 a 45 anos	R\$ 514,76	R\$ 531,45
46 a 55 anos	R\$ 549,48	R\$ 709,19
56 a 65 anos	R\$ 657,41	R\$ 563,17
Mais de 66 anos	-	R\$ 998,93

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 apontado anteriormente. Esse caráter é perceptível ao observarmos a quantidade média de presentes, que em 2019 ficou em 4,63, o menor apurado na série histórica.

Evolução quantidade de presentes				
Ano	2016	2017	2018	2019
Quantidade	5,75	5,21	5,50	4,63

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outro dado importante para compreender o comportamento consumidor é o local de realização das compras. Em 2019, o comércio de rua manteve-se o principal, com 66,9%, com leve queda, mas sempre na casa dos 60% durante a série histórica. As compras em shoppings tiveram leve queda de 1,4 p.p. As compras pela internet voltaram a crescer em 2019, após um ano de queda, chegando a 5,9% este ano.

Evolução local da compra					
Local da compra	Ano				
	2015	2016	2017	2018	2019
Comércio de rua	63,6%	66,9%	62,2%	68,6%	66,9%
Shopping	29,0%	23,4%	24,5%	24,2%	22,8%
Internet	3,0%	4,8%	8,6%	3,6%	5,9%
Outro	2,2%	2,6%	3,4%	1,9%	3,4%
Camelô	2,2%	2,2%	1,2%	1,7%	0,8%
Revendedores de porta em porta/catálogo	0%	0,2%	0%	0%	0,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Entretanto, os consumidores que compraram pela internet apresentaram o maior gasto médio com os presentes de natal (R\$1.029,28), com aumento de 9,6% em relação ao ano, enquanto os que compraram no comércio de rua gastaram R\$484,82, queda de 3,3%. Ocorreu também uma pequena queda no gasto médio também entre os consumidores de shopping, mas de apenas 0,6%.

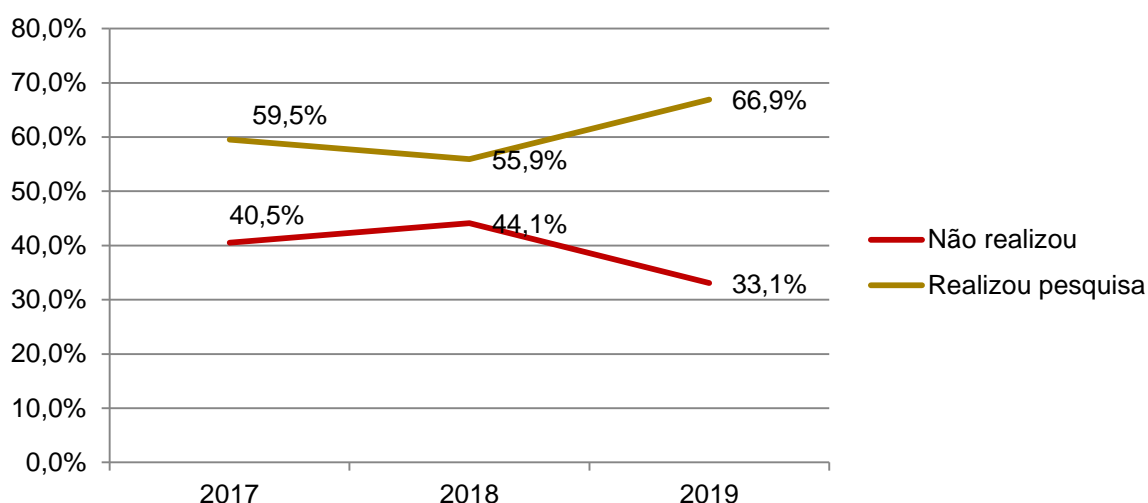
Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2019

Gasto médio por local de compra		
Local da compra	Gasto médio ano	
	2018	2019
Internet	R\$ 939,41	R\$ 1.029,28
Shopping	R\$ 704,36	R\$ 700,42
Comércio de rua	R\$ 517,09	R\$ 499,93

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A pesquisa de preço também é um importante indicador de comportamento do consumidor. A maioria dos consumidores declarou ter realizado pesquisas de preço (66,9%), alta de 11 p.p. A pesquisa de Intenção de compras já adiantava os 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 (37,7%), seguida pela busca realizada pela internet (20,4%), que teve alta de 7,7 p.p.

Evolução pesquisas de preços			
Formas	2017	2018	2019
Não realizou	40,5%	44,1%	33,1%
Indo às lojas	36,7%	39,1%	37,7%
Pela internet	19,0%	12,7%	20,4%
Por encartes	3,0%	3,2%	7,4%
Outros	0,5%	0,7%	0,4%
Telefone	0,3%	0,2%	1,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Traçando uma relação entre a pesquisa de preço e o gasto médio com compras de presentes, é possível observar que os consumidores que realizaram algum tipo de pesquisa tiveram um gasto médio maior do que os que não realizaram, possivelmente porque realizaram uma compra mais planejada, com um orçamento específico para a compra.

Pesquisa de preço X Gasto médio	
Pesquisa de preço	Gasto médio
Realizou	R\$ 549,03
Não realizou	R\$ 466,46

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

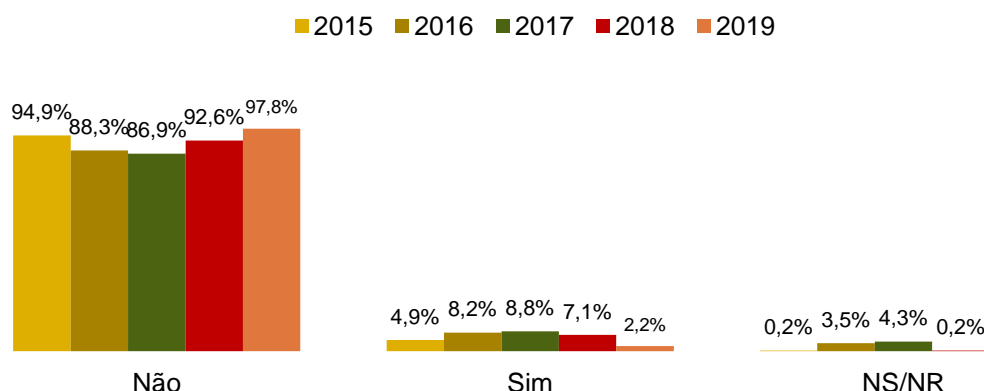
Entre as formas de pesquisa de preço, os que pesquisaram utilizando encartes esse ano apresentaram o maior gasto médio, seguido pelos que realizaram pesquisa pela internet.

Relação tipo de pesquisa de preço X Gasto médio presentes para data		
Pesquisa de preço	Gasto médio	
	2018	2019
Pela internet	R\$ 837,98	R\$ 693,08
Por encartes	R\$ 728,57	R\$ 729,43
Indo às lojas	R\$ 540,64	R\$ 476,54

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A pesquisa também apura o consumo de produtos piratas durante a data, pois o combate a esse tipo de comércio é uma das principais bandeiras da Fecomércio SC. Na edição deste ano, observou-se queda no consumo autodeclarado de produtos piratas (2,2%), sendo a menor taxa da série histórica.

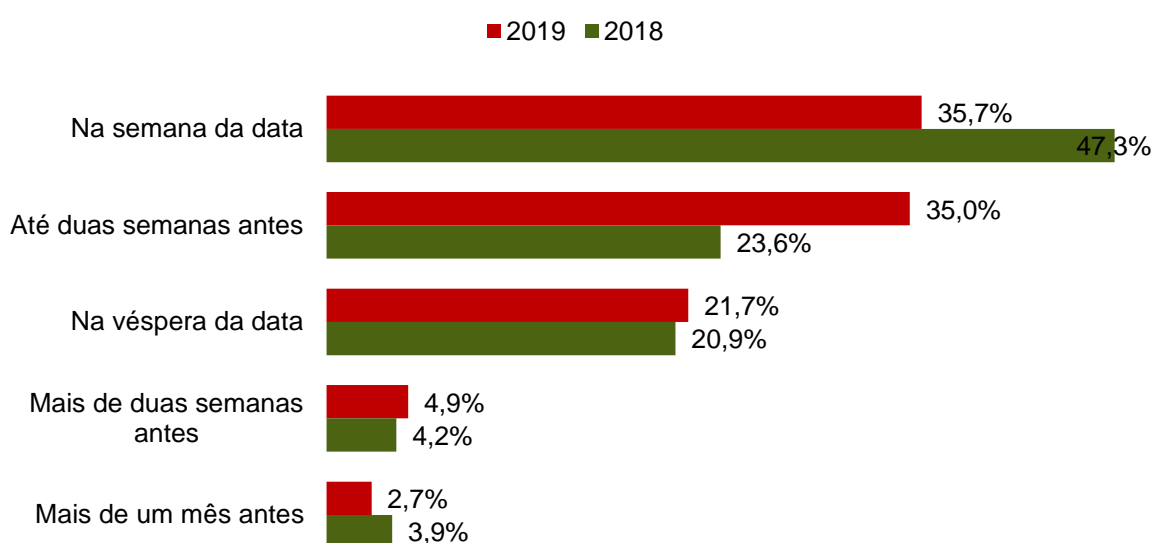
Consumo de pirataria



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

O período da compra diz muito sobre o comportamento consumidor, pois a proximidade da data e lojas cheias, por exemplo, podem direcionar escolhas como locais mais próximos para as compras. Este ano teve queda de 11,6 p.p entre os consumidores que realizaram as compras na semana da data (35,7%) e aumento de 11,4, apontando para consumidores mais planejados. Essa compra antecipada pode ter relação com o aumento de consumidores comprando pela internet.

Período das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Traçando uma relação entre o gasto médio do consumidor em relação ao período de compra, observa-se que quanto mais próximo a data da compra, menor o gasto médio. Os que realizaram compras na véspera, por exemplo, apresentaram o menor gasto médio (R\$386,51). Isso aponta que consumidores que planejam suas compras se propõem a gastos maiores.

Gasto médio período da compra	
Período da compra	Gasto médio
Na véspera da data	R\$ 386,51
Na semana da data	R\$ 433,48
Até duas semanas antes	R\$ 585,33
Mais de duas semanas antes	R\$ 714,25
Mais de um mês antes	R\$ 1.357,09

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

É possível observar esse planejamento também em relação a pesquisa de preço, onde se nota que consumidores que pesquisaram também fizeram suas

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2019

compras com antecedência, enquanto os que não compraram prioritariamente na semana da data.

Relação pesquisa de preço X Data da compra					
Pesquisa	Data da compra				
	Na véspera da data	Na semana da data	Até duas semanas antes	Mais de duas semanas antes	Mais de um mês antes
Sim	17,9%	33,4%	36,1%	7,5%	5,1%
Não	27,1%	36,1%	32,5%	3,6%	0,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Além desses comportamentos, a pesquisa desse ano também buscou compreender se os consumidores realizaram compras na Black Friday. Apenas 17% declararam ter realizado compras na Black Friday.

Realização compras Black Friday	
Realizou compras na <i>Black Friday</i>	%
Não realizou	83,0%
Realizou	17,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Traçando uma relação entre o período da compra e a realização das compras na Black Friday, observa-se que mais consumidores que compraram na Black Friday afirmaram que realizaram as compras de natal mais de suas semanas antes (11,6%), enquanto apenas 3,6% dos que não realizaram as compras compraram com tal antecedência.

Relação compra Black Friday X Data compra Natal					
Compras Black Friday	Período compra natal				
	Na véspera da data	Na semana da data	Até duas semanas antes	Mais de duas semanas antes	Mais de um mês antes
Sim	14,5%	27,5%	42,0%	11,6%	4,3%
Não	23,1%	37,4%	33,5%	3,6%	2,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Em 2019 o governo federal liberou o saque imediato de até R\$500,00 por conta do FGTS para trabalhadores com valores em contas ativas e inativas. O intuito do governo foi o de estimular o consumo, prevendo injetar R\$40 bilhões até 2020 (Correio Braziliense, 2019). Os saques tiveram início em setembro de 2019 e ocorrem segundo a data de aniversário do contribuinte.

Considerando essa nova característica do cenário, com esse dinheiro extra nas mãos do consumidor, a pesquisa também compreendeu se os consumidores catarinenses tiveram direito a esse recurso, se sacaram e quais os usos fizeram.

A maioria dos consumidores não realizou o saque do recurso (74,9%): quase 60% (59,5%) não sacou porque não tinham direito ao saque, enquanto 40,5% optaram por não sacar.

Saque FGTS	
Saque	%
Não	74,9%
Sim	25,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Entre os que tinham direito e sacaram o benefício no decorrer do ano, o principal uso foi para o pagamento de contas (41,2%), 26,5% usaram para algum tipo de compra, sendo que 12,7% para compras de natal, enquanto 14,7% pouparam o dinheiro.

Uso FGTS	
Uso FGTS	%
Pagamento de contas	41,2%
Poupou	14,7%
Compras natal	12,7%
Reforma da casa	7,8%
Compras diversas	5,9%
Viagens	4,9%
Compras para casa	3,9%
Investimentos	3,9%
Outros	2,9%
Ainda não usou	2,0%
Compra/construção casa	2,0%
Compras mercado	2,0%
Manutenção veículo	2,0%
Festas fim de ano	1,0%
NS/NR	1,0%
Total	107,8%

Nota: respostas múltiplas, percentual total superior 100%.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Observando a realização do saque e o uso do recurso em relação a faixa etária, observa-se maior equilíbrio entre as faixas etárias dos que não tinham direito ao saque. Entre os que preferiram não sacar, o maior percentual é de jovens adultos com até 35 anos.

Relação faixa etária X Uso FGTS						
Uso FGTS	Faixa etária					
	18 a 25 anos	26 a 35 anos	36 a 45 anos	46 a 55 anos	56 a 65 anos	Mais de 66 anos
Não usei, não tenho direito ao saque.	25,4%	19,9%	18,2%	15,5%	14,9%	6,1%
Não usei, não quis sacar.	34,1%	28,5%	22,8%	7,3%	4,9%	2,4%
Saquei e usei	30,4%	31,4%	20,6%	15,7%	2,0%	0,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Traçando uma relação entre a situação econômica do consumidor em relação ao mesmo período do ano anterior e o saque do FGTS, observa-se equilíbrio entre os que não tinham direito a situação econômica, enquanto entre os que optaram por não sacar 51,2% afirmam que a situação está melhor.

Relação Saque FGTS X Situação financeira em relação ano anterior			
Saque FGTS	Situação em relação ano anterior		
	Igual	Melhor	Pior
Não usei, não tenho direito ao saque.	33,7%	35,9%	30,4%
Não usei, não quis sacar.	30,1%	51,2%	18,7%
Saquei e usei.	34,3%	51,0%	14,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Observando o apelo que a data tem para o consumo, 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. Os dois extremos dos perfis sofreram queda (planejado e espontâneo) e este ano os consumidores que consideram ter características dos dois despontou com alta de 17p.p. Mesmo assim, consumidores planejados ainda são a maioria com 44,3%.

Evolução tipo consumidores		
Tipo comprador	Ano	
	2018	2019
Comprador planejado de festas de fim de ano	52,1%	44,3%
Comprador espontâneo de festas de fim de ano	40,5%	31,3%
Os dois na mesma medida (equilibrado)	7,4%	24,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

O consumidor que se considera equilibrado foi o que apresentou o maior gasto médio. Esse valor está relacionado às características desse perfil, que tende a planejar determinadas compras, mas não deixa de comprar de maneira

espontânea caso algo lhe agrade, o que pode fazer com que gaste mais. O segundo maior gasto foram entre os consumidores que se intitulam planejado, que consegue realizar investimentos maiores e melhores, já que possuem controle do que desejam e de que forma vão adquirir.

Relação tipo comprador X Gasto médio	
Tipo comprador	Gasto médio
Os dois na mesma medida (equilibrado)	R\$ 627,09
Comprador planejado de festas de fim de ano	R\$ 541,30
Comprador espontâneo de festas de fim de ano	R\$ 391,20

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Esse perfil é observável quando analisamos a relação entre o tipo de consumidor e a realização de pesquisa de preço para as compras de natal. 54% dos que realizaram pesquisa se intitulam compradores planejados, enquanto 45,8% dos que não realizaram admitem ser consumidores espontâneos.

Realização de pesquisa X Tipo Comprador			
Pesquisa	Tipo comprador		
	Comprador planejado de festas de fim de ano	Comprador espontâneo de festas de fim de ano	Os dois na mesma medida
Sim	54,9%	19,4%	25,7%
Não	31,3%	45,8%	22,9%

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, a pesquisa buscou também compreender o comportamento consumidor dos catarinenses para o mês de janeiro de 2020.

Realização de compras em Janeiro	
Compras em janeiro	%
Não realiza compras em janeiro	45,1%
Aproveitar as promoções e liquidações tradicionais de início de ano	18,0%
Realiza compras de maneira igual aos meses comuns do ano	16,5%
Fazer compras para o período escolar	13,3%
Comprar produtos para o novo ano	3,4%
Aproveitar as lojas mais vazias	2,5%
Utilizar cartões e vales presentes	0,7%
Usar créditos recebidos com as devoluções de produtos	0,2%
Utilizar dinheiro que ainda tem no orçamento	0,2%

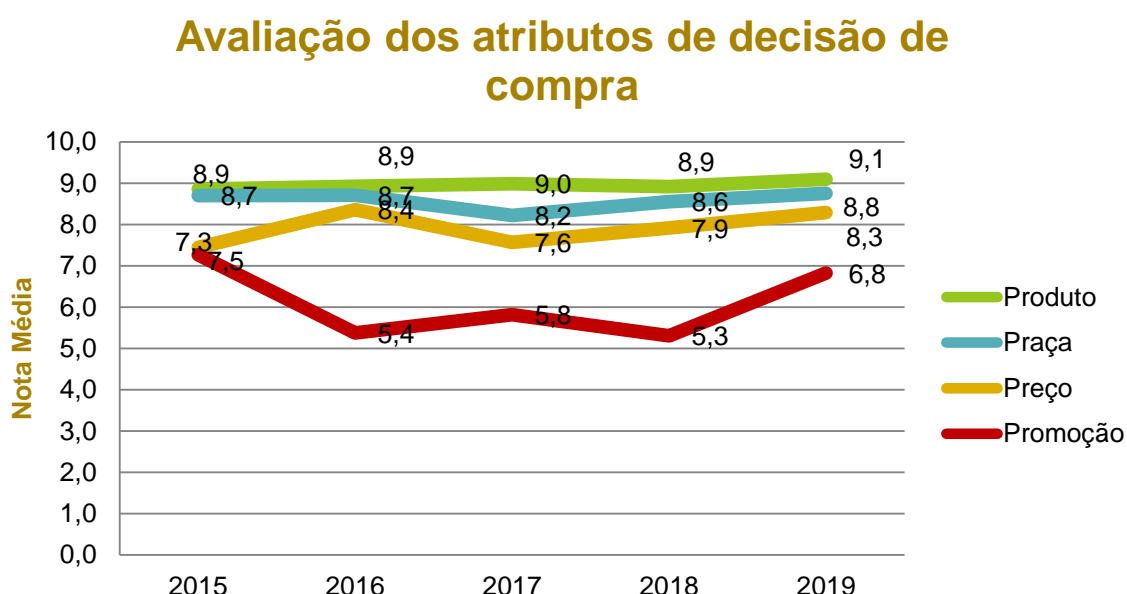
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A maioria dos consumidores diz realizar compras no mês (54,9%), desses 18% aproveita para realizar as compras nas liquidações de início do ano, 16,5%

entendem que realizam as compras da mesma maneira dos demais meses e 13,3% realizam compras de material escolar.

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 na pesquisa 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.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Em 2019 os atributos dos produtos foram os que mais influenciaram na decisão de compra de natal (9,1); seguido pela praça, o local onde o produto pode ser adquirido (8,8). Todos os atributos apresentaram alta.

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

Relação Renda média X Nota promoção	
Renda média	Nota Promoção
De 0 a R\$ 1.011	7,16
De R\$ 1.012 a R\$ 2.021	7,32
De R\$ 2.022 a R\$ 5.053	6,83
De R\$ 5.054 a R\$ 8.083	6,38
De R\$ 8.084 a R\$ 10.104	5,50

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

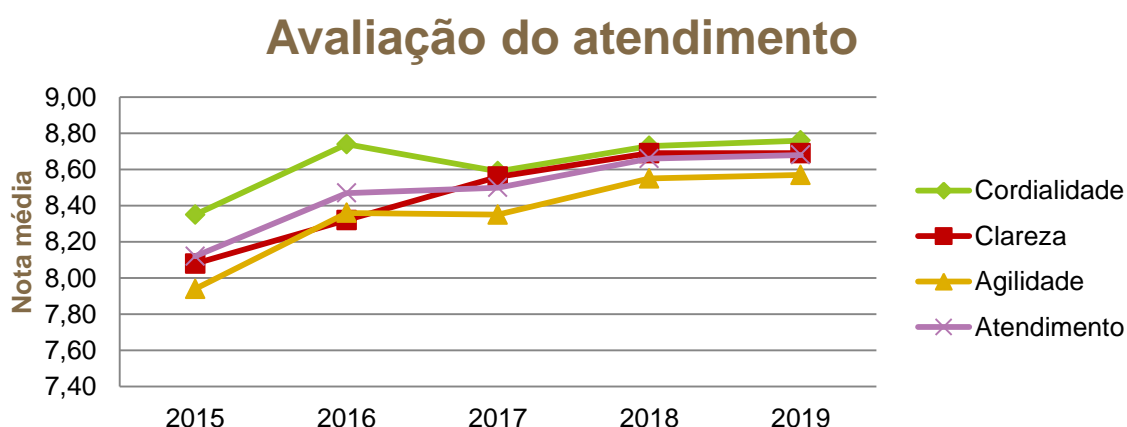
O Natal possui características muito específicas para a data: a compra de presentes para diversas pessoas e o consumo de itens sazonais típicos do período movimentam as lojas, shoppings, supermercados e comércio em geral. Muitas vezes isso torna a experiência de compra pouco positiva para o consumidor. 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.

Atributo	Evolução das notas do atendimento				
	Ano				
	2015	2016	2017	2018	2019
Cordialidade	8,35	8,74	8,59	8,73	8,76
Clareza	8,08	8,32	8,56	8,69	8,69
Agilidade	7,94	8,36	8,35	8,55	8,57
Atendimento	8,12	8,47	8,50	8,66	8,68

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.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

O período das festas natalinas é muito importante para o comércio, pois é considerada a data mais significativa para vendas. Nesse sentido, a Fecomércio SC realiza um conjunto de pesquisa para mapear o comportamento consumidor e do mercado nesse período. Na pesquisa de Avaliação do Consumidor é possível compreender o comportamento deste público na data, com dados sobre efetivação da compra, êxito, avaliação do atendimento, entre outros, que podem munir o empresário com informações para tornar as ações de venda e marketing mais assertivas.

Em 2019 teve leve queda na taxa de efetivação (4,6 p.p) de compras em relação ao ano anterior. O gasto médio geral do consumidor com presentes para a data foi de R\$515,27, número 4% menor que a pesquisa de Avaliação do ano anterior, mas 4,4% superior ao apontado na pesquisa de Intenção de Compras Natal 2019, o que pode sinalizar eventuais compras de última hora.

Outra série de dados versa o comportamento do consumidor antes da compra, se planeja, realiza pesquisas e como o faz. Os dados demonstraram consumidores mais planejados, realizando pesquisa de preços (66,9%), principalmente indo às lojas físicas (37,1%). Esse consumidor mais planejado é um perfil que deve ser considerado e bem atendido pelo comércio, pois eles apresentam gasto médio maior (R\$ 549,03) do que os que não se planejam (R\$ 466,46). O planejamento das compras permite um investimento maior nas compras, o que explica esses números. A presença de consumidores mais planejados este ano aparece em outros dados, como o período de compras, com queda de consumidores realizando-as na semana da data e aumento de compras até duas semanas antes da data. Além disso, quanto mais longe a compra da data, maior o gasto médio, pois existe mais tempo para pesquisas e aquisição dos produtos.

Outro dado que compreende o planejamento da compra são os atributos de realização da compra pelos consumidores. A pesquisa de Avaliação leva em consideração os 4Ps do marketing para compreender quais tiveram maior peso da decisão de compra para a data. O critério produto, que diz respeito às características do presente, foi o com maior peso (9,1%), seguido pela praça (local de compra) (8,8). O produto ser o principal critério é compatível com as características de compras de presentes, pois o que se busca é adquirir algo que agrada o presenteado. Além disso, é preciso considerar que os presentes mais adquiridos foram os de vestuário, o que demanda características mais

específicas do presente. O atributo promoção teve notas maiores entre os consumidores com menor renda familiar mensal, outro dado que pode auxiliar o empresário em suas estratégias.

A pesquisa de 2019 levou em consideração um novo elemento do ano, a liberação de recursos do FGTS pelo governo federal de até R\$500,00 reais por conta. A maioria dos consumidores não realizou o saque do recurso (74,9%), desses quase 60% (59,5%) não sacou porque não tinham direito, enquanto 40,5% optaram por não sacar. Entre os que realizaram o saque, o principal uso foi o pagamento de contas (41,2%) e 12,7% afirmaram ter usado os recursos para as compras de natal.

Outro dado apurado foi a intenção dos consumidores de realizar compras em janeiro. O principal motivador são as liquidações tradicionais que ocorrem este mês (18%).

Por fim, a pesquisa apurou a avaliação do consumidor sobre o atendimento recebido durante as compras para a data. Um bom atendimento é fundamental para uma experiência que motive o consumidor a efetivar a compra e até mesmo a se fidelizar com o estabelecimento. Três critérios são levados em consideração para a experiência do atendimento: agilidade, cordialidade e clareza das informações. O critério melhor avaliado foi a cordialidade dos atendentes (8,76) e com menor nota foi a agilidade (8,57). A agilidade tem sido o critério com menor nota na série histórica, algo a ser considerado pelos empresários do comércio. 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.

Os dados apontam para consumidores mais planejados, o que é uma característica que pode ser estimulada pelos empresários, pois consumidores mais planejados tendem a investir mais em suas compras.