



Avaliação do Consumidor
DIA DAS CRIANÇAS 2020


Fecomércio SC
Sesc | Senac

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

Relatório Avaliação do Consumidor – Dia das Crianças 2020

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS	3
PERFIL SOCIOECONÔMICO.....	4
CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS	5
Critérios para a decisão de compra	6
AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO	11
CONCLUSÃO.....	13

INTRODUÇÃO

O dia das crianças é uma importante data para o comércio, movimentando diversos setores e servindo de termômetro para o natal. Esse ano é indicativo ainda mais relevante, considerando o cenário da pandemia e a crise que a mesmo gerou para o setor do comércio.

Observando a relevância da data, a Fecomércio SC realiza a pesquisa Avaliação do Consumidor – Dia das Crianças/2020. 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 13 a 21 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 534 consumidores foram contatados, entrevistados que na pesquisa de Intenção de Compras Dia das Crianças 2020 Fecomércio SC, responderam que pretendiam comprar presentes para a data. Dentre os consumidores contatados, 27,3% desistiram de realizar a compra planejada.

Efetivação das compras						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Efetivaram	68,0%	55,9%	68,4%	85,7%	85,7%	72,7%
Desistiram	32,0%	44,1%	31,6%	14,3%	14,3%	27,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

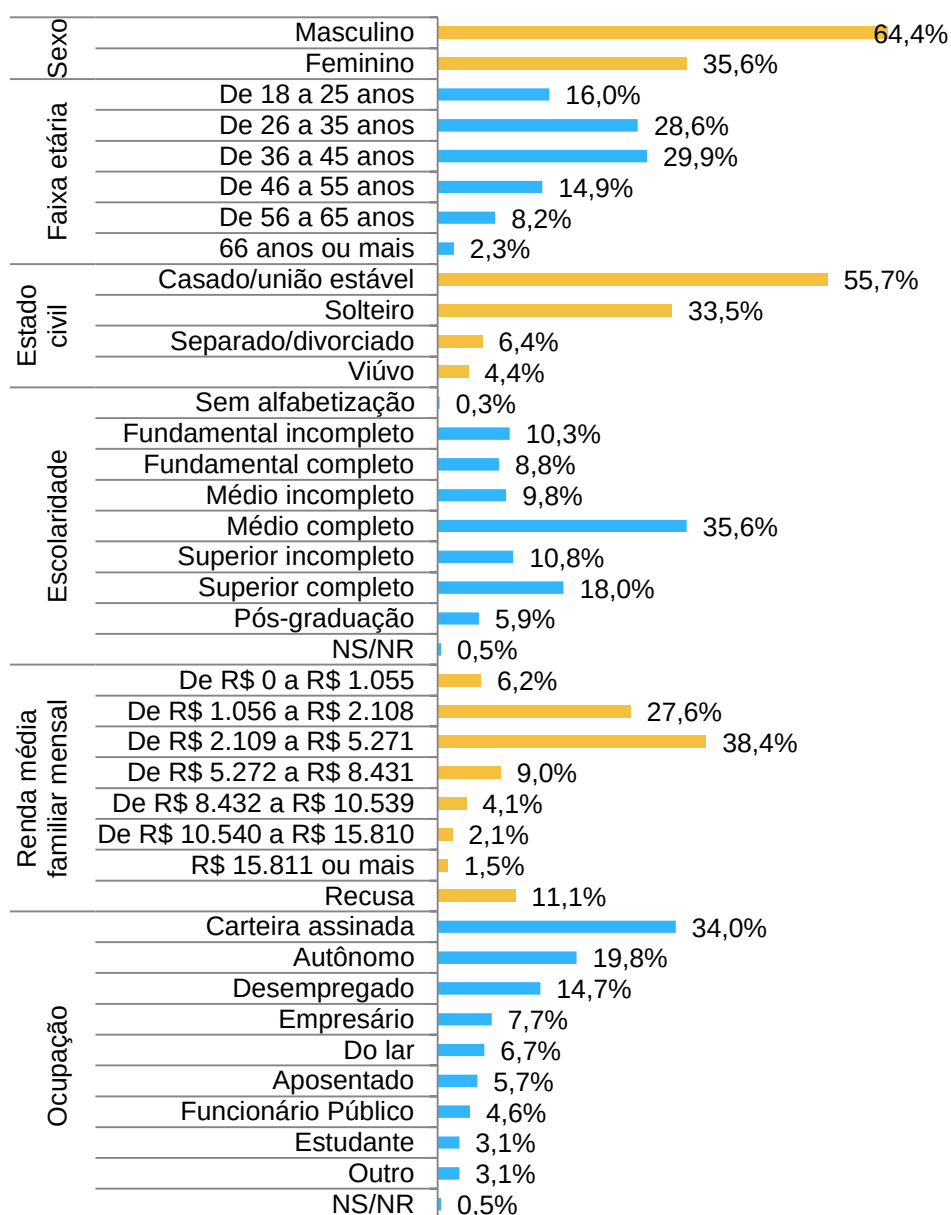
Os dados de desistência das compras de dia das crianças seguem a tendência de outras datas neste ano de 2020, com a desistência beirando os 30%. Esse dado se justifica pelo cenário de pandemia ainda vivenciado no estado, mesmo com o comércio físico já operando, possivelmente pelo receio dos consumidores de saírem às compras, ou mesmo devido à insegurança econômica que o cenário proporciona.

A seguir a pesquisa irá abordar o perfil dos consumidores que efetivaram as compras inicialmente planejadas (72,7%), observando suas características e a avaliação delas quanto o comércio nesta data.

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. Observa-se que o público consumidor da data é formado pela predominância de pessoas de sexo feminino realizando as compras (64,4%), jovens adultas idade média de 37 anos, casadas ou em união estável (55,7%). São trabalhadoras de carteira assinada (34,0%).

Perfil Socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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.

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 as 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	2020
Sim	95,9%	93,1%	86,5%	95,6%	88,9%	93,0%
Não	3,2%	4,3%	8,6%	0,7%	4,2%	3,1%
Parcialmente	1,0%	2,6%	4,8%	3,7%	6,9%	3,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Nota-se que teve leve alta entre os consumidores que tiveram êxito na realização de compra, dado que pode estar relacionado à maior realização de pesquisas, como será observado a seguir.

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.

O dia das crianças tende a ser focado em produtos para o público infantil, o que faz as características dos produtos ganharem mais peso, como é possível observar na série histórica. Nota-se, contudo, que em 2020 os três principais atributos, produto, praça e preço, tiveram queda em suas notas, enquanto o atributo promoção, que diz respeito a divulgação dos produtos, teve a sua maior nota da série histórica. Esse comportamento pode estar relacionado ao período de pandemia, com os consumidores dando mais atenção a informações que cheguem de forma mais rápida e clara.

Atributos	Decisão de compra					
	Ano					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Produto	8,73	9,06	8,84	9,11	9,17	8,70
Praça	8,48	8,63	8,42	9,02	9,11	8,52
Preço	8,03	7,81	7,67	8,07	8,32	8,16
Promoção	6,45	5,39	5,80	6,44	5,78	7,51

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 tabelam seguido pelos itens do segmento de vestuário, que teve leve alta em 2020.

Segmento	Evolução segmento de presente					
	Ano					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Brinquedo	57,4%	55,4%	50,8%	55,1%	57,1%	51,5%
Vestuário	23,0%	22,6%	25,5%	28,7%	24,2%	27,0%
Calçado	5,4%	8,0%	13,3%	7,9%	7,2%	6,6%
Outro	6,6%	6,2%	3,9%	2,5%	3,2%	6,2%
Eletrônico	3,1%	3,3%	5,0%	3,5%	5,1%	4,6%
Chocolate	1,4%	2,0%	0,8%	1,2%	1,3%	2,3%
Livro	3,1%	2,6%	0,8%	1,0%	1,9%	1,9%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Outro dado que sofreu queda, que pode ter relação com a pandemia, é a quantidade de crianças presenteadas, que em 2020 foi o menor da série histórica (1,81).

Evolução quantidade de crianças presenteadas				
Ano	2017	2018	2019	2020
Quantidade	2,14	1,94	2,08	1,81

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Referente ao gasto em cada segmento de presente, o segmento de eletrônicos em geral tende a apresentar o maior gasto, por possuir maior valor agregado. É possível observar que além da redução das crianças presenteadas, todos os segmentos apresentarem considerável queda no valor do gasto médio.

Gasto médio por segmento						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Eletrônico	R\$ 324,25	R\$ 523,00	R\$ 546,50	R\$ 471,35	R\$ 569,09	R\$ 404,00
Outro	R\$ 246,50	R\$ 255,55	R\$ 541,20	R\$ 249,17	R\$ 260,33	R\$ 164,00
Brinquedo	R\$ 111,05	R\$ 111,11	R\$ 155,10	R\$ 171,46	R\$ 159,59	R\$ 132,61
Vestuário	R\$ 117,65	R\$ 109,87	R\$ 140,61	R\$ 143,12	R\$ 151,91	R\$ 131,54
Calçados	R\$ 80,46	R\$ 109,73	R\$ 109,96	R\$ 137,84	R\$ 123,18	R\$ 101,44
Chocolate	*	*	*	*	*	R\$ 41,67

Nota: valores em branco não atingiram mais de dez citações.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Consequentemente ocorreu queda também no gasto médio geral com a data em relação ao ano anterior, que esse ano foi de R\$187,39, 7,3% menor em relação ao valor apurado em 2019 (R\$202,15). Entretanto, 8,3% maior do que o valor verificado na pesquisa de Intenção de Compras dia das Crianças 2020 (R\$172,96).

Essa diferença entre o valor pretendido e o valor efetivado pode ser gerada por diversos fatores, como compras por impulso, não planejadas ou de última hora, bem como a retomada gradual das atividades comerciais no Estado, paralisadas devido a pandemia, mas que durante a data do dia das crianças já haviam retomado em diversos setores do comércio, incentivando a retomada do consumo.

Os cruzamentos entre os dados do consumo e o perfil do consumidor permitem compreender o comportamento em diversos perfis. Estabelecendo um cruzamento entre renda média familiar mensal e gasto médio, por exemplo, é possível a hipótese de que famílias com maior renda apresentam maior gasto médio, pois possuem situação econômica mais confortável, mesmo frente a um cenário de crise. Olhando esse dado evolutivamente, nota-se que uma das maiores faixas, de R\$ 8.432 a R\$ 10.539, por exemplo, chegou a ter um

aumento no seu gasto médio, diferente das mais baixas que, mesmo reduções baixas, apresentaram queda.

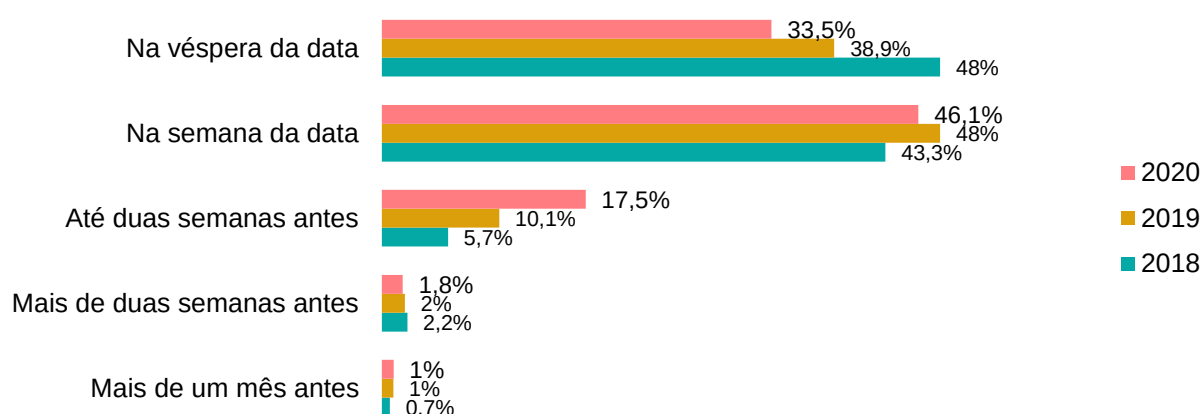
Relação renda X Gasto médio			
Renda média familiar mensal	Valor de referência 2020	2019	2020
Faixa 1	De R\$ 0 a R\$ 1.055	R\$ 158,35	R\$ 92,94
Faixa 2	De R\$ 1.056 a R\$ 2.108	R\$ 173,09	R\$ 138,91
Faixa 3	De R\$ 2.109 a R\$ 5.271	R\$ 196,32	R\$ 195,10
Faixa 4	De R\$ 5.272 a R\$ 8.431	R\$ 238,22	R\$ 230,33
Faixa 5	De R\$ 8.432 a R\$ 10.539	R\$ 276,79	R\$ 300,83
Faixa 6	De R\$ 10.540 a R\$ 15.810	R\$ 358,64	*
Faixa 7	R\$ 15.811 ou mais	*	*

Nota*: valores em branco não atingiram mais de 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 período da compra pode influenciar em diversos outros dados do comportamento consumidor, como gasto, local e até avaliação do atendimento. A compra na semana da data tem sido a mais representativa na série histórica (46,1%), a compra na véspera também é significativa, mas vem apresentando queda gradual na série histórica, enquanto a antecipação das compras até dias semana antes apresenta considerável aumento.

Período das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Analisando a evolução do gasto médio em relação ao período de compra, nota-se que os consumidores que antecipam suas compras tendem a ter um maior gasto médio, enquanto os que as realizam na véspera, são os que menos investem. Apontando que os presentes de maior valor têm suas compras mais planejadas e, portanto adquiridos com maior antecedência. Além disso, indica

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2020

que consumidores mais planejados estão mais dispostos a investir mais em suas compras.

Relação data da compra X gasto médio			
Período da compra	Gasto médio		
	2018	2019	2020
Na véspera da data	R\$ 180,86	R\$ 167,08	R\$ 162,49
Na semana da data	R\$ 197,55	R\$ 205,08	R\$ 172,51
Até duas semanas antes	R\$ 264,74	R\$ 284,51	R\$ 217,24

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

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Outro dado importante aponta que, mesmo as mulheres sendo a maioria na realização dessas compras, pois tradicionalmente são incumbidas das compras de cunho familiar e relacionadas a educação das crianças, os consumidores do sexo masculino são os que apresentam o maior gasto médio, nos diversos períodos de compra.

Relação sexo X Período da Compra X Gasto médio			
Sexo	Relação período da compra e gasto médio		
	Na véspera da data	Na semana da data	Até duas semanas antes
Masculino	R\$ 251,02	R\$ 298,24	R\$ 407,77
Feminino	R\$ 189,15	R\$ 186,90	R\$ 261,59

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

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Uma realidade triste para o cenário do comércio em Santa Catarina é a comercialização de produtos piratas. E, muitas vezes buscando economizar, a compra de produtos piratas ocorre nas diversas datas, sendo 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. Entretanto, poucos consumidores admitem o consumo desses produtos, com apenas 1% declarando ter realizado.

Consumo pirataria						
Consumo	Ano					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Não	84,9%	88,6%	88,6%	92,6%	99,0%	98,2%
Sim	10,7%	4,7%	9,4%	2,2%	1,0%	1,0%
NS/NR	4,4%	6,8%	2,0%	5,2%	0,0%	0,8%
Total	100%	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

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2020

distintos. Este ano, a pesquisa ampliou os locais possíveis de compra, considerando que a abertura dos locais, devido à pandemia, sofreu diversas alterações. A pesquisa acrescentou supermercados, pois a pandemia permitiu que apenas supermercados ficassem abertos.

Local	Local das compras					
	Ano					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Comércio de rua (Físico)	60,5%	68,6%	73,3%	71,9%	78,3%	62,1%
Shopping (Físico)	25,5%	24,5%	19,9%	20,8%	18,2%	17,6%
Internet (Sites/mídias sociais)	1,9%	2,9%	3,2%	4,0%	6,2%	8,5%
Supermercados (Físico)	-	-	-	-	-	5,2%
Outro	8,6%	1,4%	1,7%	0,7%	2,0%	3,5%
Camelô (Físico)	3,3%	1,4%	2,0%	2,1%	1,0%	2,4%
Revendedores de porta em porta/catálogo (Físico)	0,2%	0,7%	0,0%	0,5%	2,0%	0,7%
NS/NR	0%	0,5%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Analisando a evolução do gasto médio em relação ao local de compra, é possível observar que as compras realizadas pela internet apresentaram o maior gasto médio (R\$237,28), enquanto a compra realizada no comércio de rua foi o menor (R\$169,59).

Relação local de compra X Gasto médio		
Local	2019	2020
Comércio de rua	R\$ 188,75	R\$ 169,59
Shopping	R\$ 255,01	R\$ 234,95
Internet	R\$ 325,56	R\$ 237,28
Supermercado	*	R\$ 193,25

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

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A pesquisa também apurou a busca de informações diversas sobre os produtos antes da compra, como preços, características e modo de usar. A pesquisa apontou leve alta entre os que realizam pesquisas diversas (54,9%).

Busca informações produtos		
Busca de informações produtos	Ano	
	2019	2020
Sim	51,2%	54,9%
Não	48,8%	45,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Além disso, apontou queda de 16 pontos percentuais entre os consumidores que realizam compras visitando as lojas ou vendo vitrines. Essa queda pode estar relacionada à pandemia do Covid 19, que incentiva o distanciamento social

como forma de prevenção a doença. Além disso, apresentou considerável aumento de 8,4 pontos percentuais entre os que realizaram compras por meio de sites de comparação de preços.

Formas de busca de informações		
Formas de busca	Ano	
	2019	2020
Visitando lojas físicas/vendo vitrines	80,8%	64,8%
Em sites de busca como o Google	14,9%	17,4%
Em sites de lojas ou de comparação de preços	3,8%	12,2%
Propagandas na TV, revistas e jornais	0,5%	3,3%
Em redes sociais como Facebook, instagram	0%	2,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Analisando evolutivamente e 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. Em 2020 esse atributo apresentou considerável alta, mesmo entre os que não realizaram pesquisas.

Relação busca por informação X Nota promoção		
Busca informações	2019	2020
Buscou informações	6,23	8,36
Não buscou	5,32	7,06

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Além de compreender as diversas características de compras para a data, a pesquisa também oportuniza aos consumidores avaliar os atributos relacionados ao atendimento durante as compras para a data. 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 01 péssimo e 10 ótimo, para os três itens.

Este ano, o atributo cordialidade deixou de ser o com o maior nota, ultrapassado pelo atributo agilidade. Tal mudança pode estar relacionada ao aumento de compras online, bem como a realização de compras em supermercados, onde o consumidor possui pouco contato com atendentes. Além disso, considerando a compra no comércio de rua manteve-se a principal forma, o cenário de

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2020

pandemia pode ter influenciado o aumento da nota agilidade, pois os consumidores tendem a querer ficar menos tempo dentro dos estabelecimentos.

Avaliação do Atendimento						
Atributos	Ano					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Agilidade	8,22	8,71	8,69	8,81	9,03	8,33
Cordialidade	8,61	8,84	8,97	9,03	9,07	8,29
Clareza	8,36	8,84	8,78	8,92	8,94	8,25
Atendimento	8,4	8,80	8,81	8,92	9,01	8,29

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Analisando o atributo clareza no atendimento, nota-se que os supermercados apresentaram maior nota. Cabe lembrar que os supermercados tendem a seguir maneiras específicas de exposição dos produtos e preços, pois o autoatendimento já é histórico, sendo fundamental a clareza das informações.

Local X Nota Clareza	
Local	Clareza atendimento
Supermercado (Físico)	8,91
Shopping (Físico)	8,87
Camelô (Físico)	8,70
Comércio de rua (Físico)	8,44
Pela internet (Sites/mídias sociais)	6,83
Outro	6,57

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Analisando a avaliação do atendimento por local, os supermercados apresentaram a maior nota (8,92), possivelmente puxada pela nota da clareza. Seguido novamente pelos shoppings.

Relação local de compra X Nota geral do atendimento	
Local de compra	Nota atendimento
Supermercado (Físico)	8,92
Shopping (Físico)	8,88
Comércio de rua (Físico)	8,52
Camelô (Físico)	8,43
Pela internet (Sites/mídias sociais)	6,73
Outro	6,38

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

Os dados da pesquisa de Avaliação de Compras dia das Crianças 2020 apontam que ainda existe receio entre os consumidores frente ao cenário incerto, com redução no gasto médio de um ano para outro, queda na quantidade de crianças presenteadas e, principalmente, acentuada queda na efetivação das compras.

Outro dado interessante está relacionado ao aumento de todos os índices que têm relação com a busca de informação pelo consumidor: o aumento da nota promoção, tornando-se o maior da série histórica, o aumento da realização de pesquisas diversas, bem como o aumento da nota clareza das informações na avaliação do atendimento. Tal conjunto de dados indica que, no cenário de incertezas; econômica, sanitária e política; que o estado ainda vivência, o consumidor sente a necessidade de estar bem informado.

Entretanto, outras características tradicionais para a data se mantiveram, como o perfil consumidor, a compra de brinquedos como principal presente, a realização das compras ainda ocorrendo no comércio de rua, apesar da redução, provavelmente relacionada à pandemia, e a realização das compras na semana da data.