



Avaliação do Consumidor
Dia das Mães|2021

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

Relatório Avaliação do Consumidor – Dia das Mães 2021

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS	3
AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO	12
CONCLUSÃO.....	13

INTRODUÇÃO

O dia das mães é uma importante data para o comércio e serviços como um todo, sendo uma boa oportunidade para o crescimento das vendas. Sendo considerada uma das datas de maior movimento, o comércio se mobiliza para atrair os consumidores. Em 2021, entretanto, a data ocorreu novamente durante a pandemia de Covid-19, fazendo com que os empresários e consumidores tivessem que vivenciar as compras e a data com as restrições que a pandemia impõe desde 2020. Apesar disso, alguns dados apontam para um cenário de regularidade no comportamento consumidor, enquanto outros se modificaram, demonstrando uma conjuntura ainda preocupante, onde as pessoas buscam se adaptar e a buscar a “normalidade” de ante da pandemia.

O estudo foi realizado entre os dias 11 e 15 de maio. A metodologia utilizada na pesquisa de Avaliação é a quantitativa, e a coleta dos dados ocorreu por telefone, conhecido como *Computer Assisted Telephone Interviewing* (CATI). O erro amostral da pesquisa é de 5% com significância estadual de 95%. Os dados foram coletados junto a consumidores das cidades de Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí.

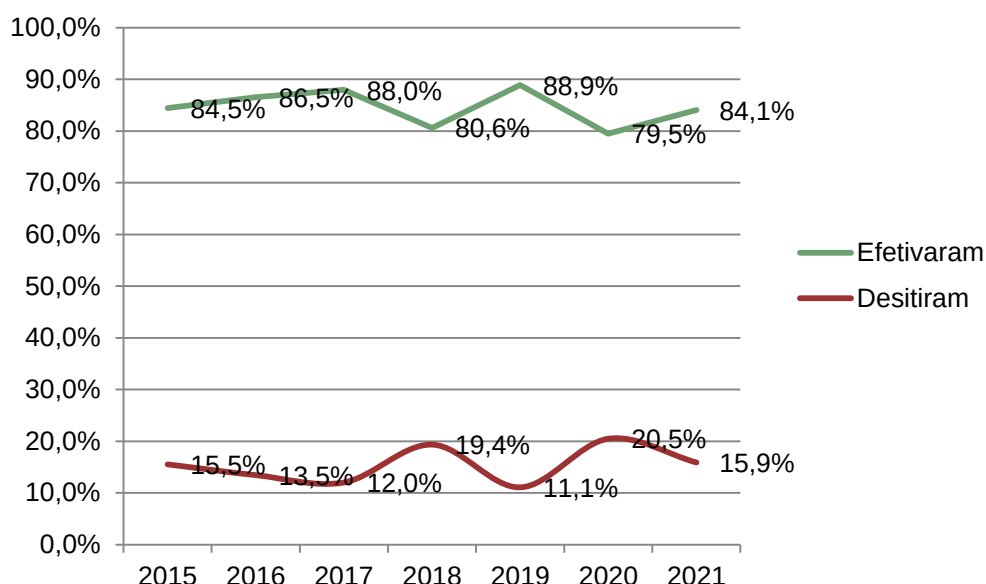
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS

As pesquisas de Avaliação do Consumidor fazem parte um conjunto de pesquisas da Fecomércio SC que analisa as datas sazonais de forma aprofundada, abordando o consumidor antes e depois da data, bem como ouvindo também os empresários impactados pelas datas sazonais. Na pesquisa de Avaliação os consumidores tem a oportunidade de avaliar a sua experiência de compras para a data em questão. A pesquisa apura também importantes indicadores, como a taxa de efetivação e desistência das compras.

Dessa forma, para a realização da pesquisa de Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2021, os pesquisadores entraram em contato com 484 consumidores que, na pesquisa de Intenção de Compras Dia das Mães 2021, afirmaram que comprariam presentes.

Em 2021 a taxa de efetivação das compras para a data voltou a ultrapassar os 80% (84,1%), com alta de 4,6 pontos percentuais em relação a 2020. Isso aponta para uma volta da normalidade nas compras, que em 2020 sofreu grava queda, muito provavelmente devido às restrições que a pandemia de Covid-19 impôs.

Efetivação das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Observando o perfil dos consumidores que efetivaram ou não as compras para a data, observa-se uma relação significativa entre a efetivação e situação

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2021

econômica em comparação com o mesmo período do ano anterior, em 2020 mais de 60% dos que não efetivaram alegaram estar pior se comparado com o ano anterior, em 2021 essa taxa foi para 48,1%, ainda a maior entre os que não efetivaram, e apontando que a pandemia estabeleceu uma crise econômica entre esses consumidores.

Relação efetivação X Situação financeira						
Efetivação	Situação financeira					
	2020			2021		
	Melhor	Pior	Igual	Melhor	Pior	Igual
Sim	23,2%	47,8%	29,1%	22,4%	35,6%	42,0%
Não	15,8%	64,4%	19,8%	22,1%	48,1%	29,9%

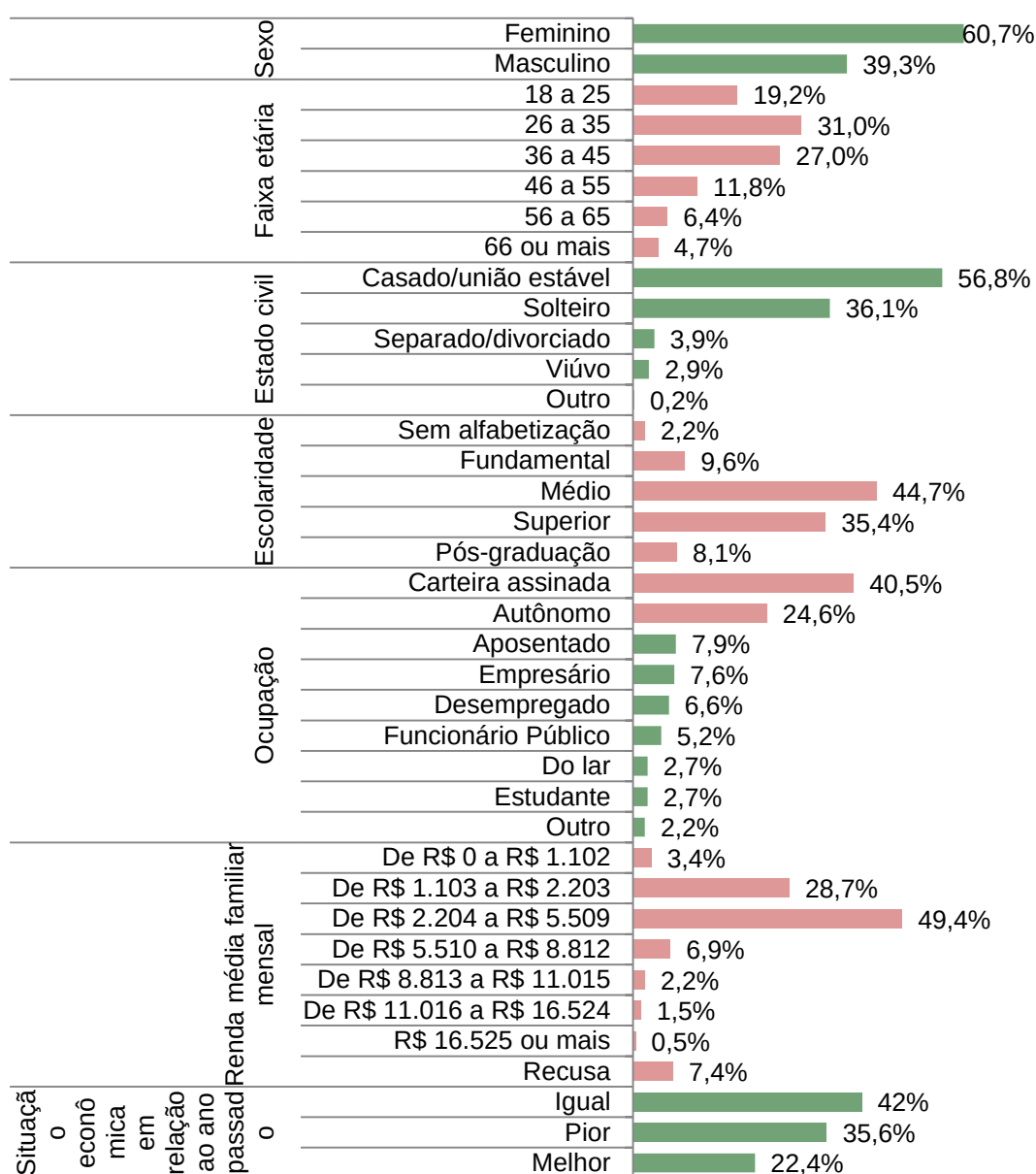
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Entre os consumidores que realizaram as compras (84,1%), foi apurada a avaliação sobre as suas compras de presente para a data. A pesquisa também apura as particularidades do comportamento consumidor entre os consumidores que efetivaram as compras.

PERFIL SOCIOECONÔMICO

A pesquisa levanta dados sobre o perfil socioeconômico dos entrevistados, pois esses dados permitem compreender nuances do comportamento consumidor catarinense. Dentre os dados apurados estão: sexo, idade, estado civil, escolaridade, ocupação e renda média familiar mensal. No decorrer do relatório esses dados serão cruzados com demais informações do consumidor.

Perfil Socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS

O comportamento de consumo deriva de diversas ações e informações que o consumidor recebe e absorve, bem como de uma necessidade que impulsiona a ida às compras. Dentre elas estão às informações que motivaram as compras, como características do produto, utilidade, funcionalidade entre outros. Considerando esse cenário, é importante compreender se o consumidor teve êxito na realização das compras, ou seja, se encontrou e adquiriu o produto que o fez realizar as compras.

Dessa forma, a pesquisa aponta o grau de êxito na realização das compras, ou seja, se o consumidor encontrou o produto planejado. Em 2021 95,3% dos consumidores afirmou ter tido êxito na aquisição dos produtos planejados, enquanto que 2,5% não encontraram e 2,2% encontraram parcialmente. Considerando que esses consumidores efetivaram as compras, é possível que os mesmo tenham realizado substituições dos produtos, para não deixar de presentear suas mães e afins.

Evolução êxito na realização da compra							
Êxito realização da compra	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sim	96,8%	93,1%	90,3%	88,9%	88,1%	97,0%	95,3%
Não	2,0%	3,2%	6,0%	6,4%	7,0%	0,5%	2,5%
Parcialmente	1%	4%	4%	5%	5%	3%	2,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O comportamento consumidor envolve o processo de decisão de compra, que começa quando há uma necessidade, que é ativada ou reconhecida. Para sanar essas necessidades, existem quatro propriedades que são levadas em conta na decisão de compra: Preço, Praça, Produto e Promoção. Essas são as definições elementares que uma empresa deve considerar para atingir um determinado público-alvo. A pesquisa de Avaliação do Consumidor permite que o consumidor demonstre quais destes atributos mais pesaram em sua decisão de compra, atribuindo uma nota de 01 a 10, considerando que 01 não influenciou e 10 influenciou totalmente.

Avaliação dos atributos de decisão de compra

Evolução decisão de compra							
Decisão de compra	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Produto	9,24	8,87	9,17	9,07	8,96	9,21	9,45
Praça	8,96	8,67	8,72	8,12	8,57	8,53	8,76
Preço	7,87	7,44	7,88	7,09	7,36	8,11	8,75
Promoção	6,73	6,31	6,74	5,4	5,89	7,30	8,02

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Analizando a relação entre a situação econômica e o critério de decisão preço, nota-se que os consumidores que afirmaram estar em situação melhor formam os que atribuíram a menor nota ao critério preço, dando menor peso a essa tributo na hora da compra.

Relação situação econômica X Nota preço	
Situação econômica	Nota preço
Igual	8,96
Pior	8,75
Melhor	8,34

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Além do êxito e os atributos de compra, outras ações caracterizam o comportamento consumidor, dentre eles a data de realização das compras. Em 2021, os percentuais mantiveram-se semelhantes aos de 2020, com 53,3% realizando as compras na semana da data e 26,5% na véspera. Considerando que o estado e o país ainda vivenciam um cenário pandêmico, com índices de casos e mortes até maiores do que o ano anterior é coerente que alguns comportamentos se mantenham como no início da pandemia.

Evolução período de compra			
Período volume de compra	Ano		
	2019	2020	2021
Na véspera da data	41,5%	27,3%	26,5%
Na semana da data	46,5%	52,2%	53,3%
Até duas semanas antes	9,5%	9,9%	11,1%
Na data	*	6,2%	4,4%
Após a data	*	2,0%	1,5%
Mais de duas semanas antes	2,0%	1,7%	2,9%
Mais de um mês antes	0,5%	0,7%	0,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Mas, se a data de compra se manteve nos padrões de 2020, o dado segmento do presente voltou a normalidade dos padrões pré-pandemia, com itens de perfumes e cosméticos ficando em segundo lugar, seguido pelos calçados e bolsas. O vestuário se manteve em primeiro lugar em toda a série histórica, inclusive em 2020, mas no ano anterior o segundo principal segmento eram o de “outros”, categoria utilizada pelo entrevistado quando não encontra o item na lista de segmentos. Esse dado aponta que, depois de mais de um ano de pandemia, tanto os consumidores quanto os empresários devem ter se adaptado a nova realidade, e voltaram a adquirir itens tradicionais de presentes,

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2021

Evolução compra segmentos							
Segmento	Ano						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Vestuário	32,8%	30,9%	35,3%	33,9%	30,9%	27,0%	30,1%
Perfumes/cosméticos	19,4%	13,6%	10,5%	16,4%	15,9%	13,4%	14,7%
Calçados/bolsas	13,9%	18,7%	12,9%	15,8%	15,2%	9,5%	14,0%
Outro	13,9%	9,6%	11,7%	11,0%	14,2%	19,1%	12,7%
Flores	9,5%	10,4%	11,7%	4,5%	6,2%	11,1%	11,8%
Eletrodomésticos	12,7%	5,5%	5,3%	6,9%	7,5%	9,1%	5,7%
Artigo de decoração	3,2%	3,2%	2,3%	3,5%	2,6%	4,8%	5,4%
Jóias	3,5%	2,3%	4,3%	4,1%	3,9%	2,3%	3,2%
Bijuteria	1,2%	2,1%	4,7%	2,2%	2,6%	1,6%	2,3%
Celular/Smartphone	2,2%	3,6%	1,2%	1,7%	1,1%	2,0%	0,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Referente ao gasto por segmento, os eletrodomésticos e as jóias se alternam na série histórica, pois são os produtos com maior valor agregado. Os eletrodomésticos esse ano foram os quais os consumidores mais investiram, com leve aumento, enquanto as jóias tiveram queda.

Evolução gasto médio por segmento							
Segmentos	Ano						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Eletrodomésticos	R\$ 263,24	*	R\$ 681,54	R\$ 917,13	R\$ 328,41	R\$ 213,84	R\$ 251,36
Jóias	R\$ 187,64	*	R\$ 400,67	R\$ 307,11	R\$ 404,00	R\$ 328,25	R\$ 235,71
Perfumes	R\$ 118,95	R\$ 114,20	R\$ 125,69	R\$ 121,25	R\$ 113,80	R\$ 123,29	R\$ 150,55
Calçados/bolsas	R\$ 112,54	R\$ 138,57	R\$ 132,75	R\$ 116,75	R\$ 131,80	R\$ 138,31	R\$ 139,74
Outro	R\$ 140,63	R\$ 197,00	R\$ 185,81	R\$ 169,96	R\$ 115,93	R\$ 83,37	R\$ 129,09
Vestuário	R\$ 125,97	R\$ 132,30	R\$ 125,80	R\$ 137,91	R\$ 125,26	R\$ 129,05	R\$ 142,41
Artigo de decoração	R\$ 110,15	R\$ 142,33	R\$ 74,55	R\$ 80,69	R\$ 83,64	R\$ 105,33	R\$ 78,21
Flores	R\$ 55,84	R\$ 59,24	R\$ 85,40	R\$ 89,57	R\$ 65,62	R\$ 64,49	R\$ 70,67
Bijuteria	*	R\$ 65,00	R\$ 78,74	R\$ 118,50	*	*	*

* O número de citações ficou inferior a 10 (dez), devido ao baixo número de citações não se realizou a apuração da média desta categoria.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Quanto ao gasto total efetivado com presentes para a data, o valor em 2021 ficou em R\$143,61, 21,5% superior ao valor de 2020 (R\$118,22), mas 11,6% menor que o gasto apurado na pesquisa de Intenção de 2021. Os dados apontam que os consumidores parecem mais otimistas em relação as suas compras, dado que dialoga com a questão sobre a situação econômica em relação ao mesmo período do ano anterior, com queda entre os que consideram pior.

A quantidade de presentes é outro indicador do comportamento consumidor, e a data tradicionalmente é de um presente único, com 75,9% compreendendo um presente. Quando observamos a média, o ano de 2021 (1,18) mostrou equilíbrio com 2020 (1,19).

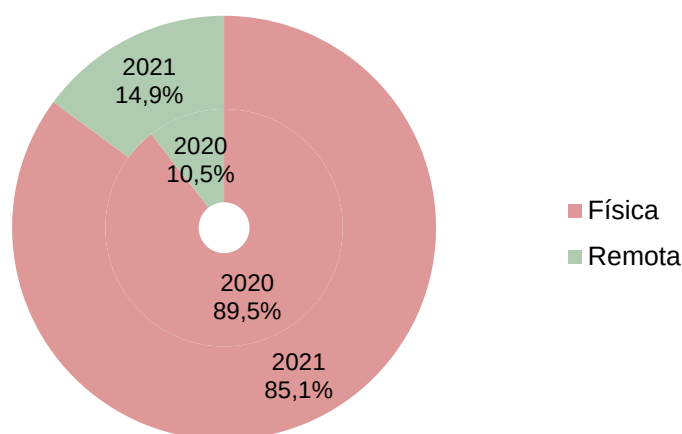
Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2021

Evolução quantidade de presentes						
Quantidade de presentes	Ano					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Mais de um presente	33,6%	29,4%	33,9%	23,7%	24,3%	23,9%
Um presente	66,4%	70,6%	66,1%	76,3%	75,6%	75,9%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O local de compras é um importante indicador de comportamento consumidor, e em um cenário pandêmico, tem ainda mais peso. Em 2021 a compra remota (internet, aplicativos, telefone) apresentou alta de 4,4 pontos percentuais. Esse dado pode estar relacionado ao agravamento da pandemia no país e no estado, mas também com a adaptação das empresas e consumidores com as compras remotas online. No início da pandemia muitas empresas ainda não estavam adaptadas, porém depois de um ano, tanto empresas quanto consumidores se alinharam a nova realidade.

Categoria da compra



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Cruzando os dados de tipo de compra com peso do local de compra (praça), observa-se que os consumidores que realizaram compras de forma remota (internet, aplicativos, telefone), deram mais peso ao local de compra, sendo ele mais importante para eles do que para os que realizam compra física. Considerando o cenário de pandemia, é possível que esses consumidores deram mais atenção ao local de compra e optaram em realizar compras remotas como prevenção ao Covid-19.

Relação tipo de compra X Nota praça	
Tipo de compra	Nota praça
Remota	9,29
Físico	8,68

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2021

Quando analisado o local de compra em detalhes, observamos que o comércio de rua mantém-se como o principal (60%). Em contraste à queda apresentada em 2020 relacionada às limitações de funcionamento, os shoppings (12,5%) apresentaram aumento neste ano. Compras pela internet também apresentaram aumento na participação chegando em 11,5% das respostas.

Local de compra		
Local de compra	Ano	
	2020	2021
Comércio de rua (físico)	62,3%	60%
Shopping (Físico)	9,1%	12,5%
Pela internet (Sites/mídias sociais)	7,1%	11,5%
Supermercado (físico)	11,3%	8,0%
Revendedores de porta em porta (físico)	7,1%	4,5%
Outro	5,7%	2,6%
Por telefone (ligações ou aplicativos de mensagens)	3,0%	0,5%
Por aplicativos (ex: Rappi, Ifood).	0,5%	0,5%
Camelô (físico)	0,2%	0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A entrega do presente é um dos momentos mais importantes da data, porém desde 2020 é um dilema para os consumidores, pois muitas vezes os presentes não convivem diariamente com os presenteados. Dessa forma, uma questão que a pesquisa apurou foi à forma de entrega do presente utilizada pelos consumidores. Essa questão permite também compreender o comportamento de compra e mapeia também o posicionamento dos consumidores frente às recomendações de distanciamento.

Em 2021 mais consumidores realizam a entrega dos presentes de forma presencial (91,2%), mesmo com os indicadores da pandemia (casos e mortes) ainda altos no estado.

Formas de entregas dos presentes		
Forma de entrega	Ano	
	2020	2021
Presencial (visitei ou fui visitado pelo(s) presenteado(s))	47,8%	60,2%
Presencial (o(s) presenteado(s) moram comigo)	39,7%	31,0%
Mandei entregar (por meio de serviços de entregas diversos e não tive contato com os presenteados)	8,4%	6,6%
Outros	3,0%	1,2%
Ainda não entreguei (serão entregues após o período de quarentena)	1,2%	1,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Quanto a comemorações da data, teve aumento de 13,1 pontos percentuais (78,6%).

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação dos Consumidores Dia das Mães 2021

Comemoração		
Comemoração	Ano	
	2020	2021
Realizou	65,5%	78,6%
Não realizou	34,5%	21,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Os principais tipos de comemoração foram às refeições em família nas casas (68,4%), seguida pelas visitas as mães/famílias.

Tipo de comemoração	
Tipo de comemoração	%
Almoço/jantar em família em casa	68,4%
Visitou a mãe/família	24,4%
Almoço/jantar em família em restaurantes	6,6%
Outro	0,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Analisando a relação entre a realização de comemorações e as formas de entregas de presentes, os que entregaram presencialmente 83,6% realizou alguma comemoração, entre os que entregaram de maneira remota, 75% não realizou comemorações.

Relação comemoração X Entrega dos presentes		
Tipo de entrega	Comemoração	
	Realizou	Não realizou
Presencial	83,6%	16,4%
Remota	25,0%	75,0%
Ainda não entregou	50,0%	50,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O combate à pirataria é uma importante bandeira da Fecomércio SC, que nesse sentido acompanha a compra desses produtos nas datas comemorativas. Os anos de pandemia registram os maiores percentuais de não consumo de produtos piratas.

Consumo de pirataria dia das mães						
Consumo	Ano					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Não	95%	95,5%	95,0%	95,5%	98,8%	97,8%
Sim	4%	3,3%	3,0%	3,2%	1,0%	1,5%
NS/NR	1,5%	1,3%	2,0%	1,2%	0,2%	0,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO

Os consumidores avaliaram sua 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. O consumidor atribuiu uma nota, de 01 a 10, considerando 01 péssimo e 10 ótimo.

Evolução avaliação atendimento							
Critério atendimento	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cordialidade	9,02	8,75	8,58	9,05	8,71	9,05	9,00
Clareza	8,98	8,66	8,31	8,98	8,65	8,90	8,96
Agilidade	8,75	8,63	8,41	9,00	8,76	9,06	8,94
Atendimento	8,92	8,68	8,43	9,01	8,71	9,00	8,96

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O atendimento no comércio catarinense é em geral bem avaliado pelos consumidores, e em 2021 a cordialidade (9) foi o critério melhor avaliado, seguido pela clareza nas informações (8,96).

Observando a avaliação do atendimento em relação ao tipo de compra, nota-se que os consumidores que a realizaram compras físicas tiveram uma melhor experiência de compra.

Relação tipo de compra X Atendimento	
Tipo de compra	Nota atendimento
Físico	9,06
Remota	8,51

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Analisando a interação entre as variáveis: tipo de compra, período e nota do atendimento, observa-se que consumidores que realizaram as compras de forma remota na semana da data tiveram a melhor avaliação do atendimento, ao mesmo tempo em que os que realizaram de forma remota, mas na véspera, atribuíram a menor nota ao atendimento, possivelmente por realizarem compras apressadas de última hora.

Interação tipo de compra X Período X Nota atendimento						
Tipo de compra	Na véspera da data	Na semana da data	Até duas semanas antes	Mais de duas semanas antes	Após a data	Na data
Remota	7,83	9,70	8,54	*	*	*
Físico	8,58	9,30	8,89	*	*	9,09

* O número de citações ficou inferior a 10 (dez), devido ao baixo número de citações não se realizou a apuração da média desta categoria.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

Os dados da pesquisa de Avaliação de Compras dia das mães 2021 apontam que os consumidores parecem estar se adaptando ao cenário de pandemia, com comportamentos semelhantes aos de 2020, mas com indicadores mais otimistas, como a retomada da efetivação da compra e o aumento do gasto médio.

Em 2021, a taxa de efetivação volta a casa dos 80%, depois de considerável queda em 2020. Junto a ela, a percepção sobre a situação econômica estar pior teve queda em relação ao ano anterior. Ainda assim, consumidores que consideram a situação pior foram os que mais desistiram das compras.

Outro indicador que aponta otimismo é o aumento do gasto médio efetivado em 21,5%, a ocorrência de aumento dialoga com os dados que a pesquisa de Intenção também indicava. A busca pela normalidade pode ser observada em dados como a forma de entrega e comemoração, com aumento das entregas presenciais e realização de comemorações.

Já, dados como o tipo de compra e período de compras dialogam com os dados de 2020, com até aumento das compras remotas, indicando que tanto empresários quanto consumidores se adaptaram ao cenário, passando a ofertar e a lançar mão de formas de compras remotas.