

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

Pesquisa Avaliação dos consumidores no Natal de 2021

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Janeiro de 2022

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS	2
PERFIL SOCIOECONÔMICO.....	2
CARACTERÍSTICAS DA DATA	4
AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO	9
PANDEMIA.....	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.
CONCLUSÃO.....	11

INTRODUÇÃO

Entre as datas comemorativas do ano, o Natal é a mais aguardada pelos comerciantes em geral, pois movimenta diversos setores da economia. O comportamento do consumidor no período é mais intenso em relação às demais datas. Em 2021, a pandemia ainda afeta algumas características de compra, mas o comportamento indica volta aos índices de consumo de antes da pandemia, como será observado nos dados a seguir.

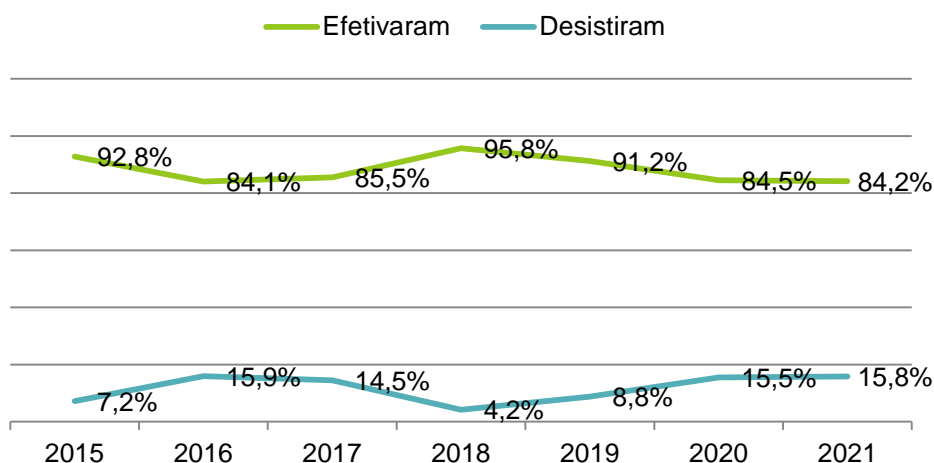
Os dados foram levantado entre os dias 27 de dezembro de 2021 e 15 de janeiro de 2022, sendo a metodologia utilizada a quantitativa, com a coleta dos dados por telefone, baseado na metodologia *Computer Assisted Telephone Interviewing* (CATI). O erro amostral da pesquisa é de 5,3% com significância estadual 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 na pesquisa de avaliação é a taxa de efetivação das compras, um importante indicador para entender o comportamento consumidor na data, apurado junto aos consumidores entrevistados na pesquisa de Intenção de Compras Natal 2021.

Em 2021, 411 consumidores que participaram da pesquisa de Intenção de Compras foram contatados, desses 15,8% não efetivaram as compras planejadas e 84,2% efetivaram. Os dados a seguir dizem respeito aos 84,2% dos que efetivaram, pois puderam descrever suas experiências de compras.

Efetivação das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

PERFIL SOCIOECONÔMICO

O primeiro item da pesquisa é o perfil socioeconômico do consumidor, sendo que o comportamento de compra tem relação direta com ele. Características como idade, sexo e renda, por exemplo, influenciam significativamente nas decisões de compra. Assim, compreender o perfil socioeconômico permite aos empresários do setor do comércio direcionarem suas campanhas de marketing e vendas para atingir o seu público-alvo de forma assertiva.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2021

Perfil socioeconômico		
Dado perfil	Variável	%
Sexo	Feminino	60,1%
	Masculino	39,9%
Faixa etária	18 a 25 anos	24,3%
	26 a 35 anos	25,4%
	36 a 45 anos	23,4%
	46 a 55 anos	13,6%
	56 a 65 anos	9,0%
	66 anos ou mais	4,3%
Estado civil	Casado / União Estável	50,0%
	Solteiro	41,0%
	Separado / Divorciado	6,4%
	Viúvo	2,6%
Escolaridade	Sem alfabetização formal	2,0%
	Fundamental	19,1%
	Médio	50,9%
	Superior	24,3%
	Pós-graduação	3,8%
Ocupação	Carteira assinada	47,7%
	Autônomo	16,8%
	Aposentado	10,1%
	Desempregado	9,8%
	Do lar	4,3%
	Empresário	4,0%
	Funcionário Público	4,0%
	Outro	1,7%
	Estudante	1,4%
Renda média familiar mensal	De R\$ 0 a R\$ 1.102	6,9%
	De R\$ 1.103 a R\$ 2.203	28,9%
	De R\$ 2.204 a R\$ 5.509	37,0%
	De R\$ 5.510 a R\$ 8.812	15,6%
	De R\$ 8.813 a R\$ 11.015	3,8%
	De R\$ 11.016 a R\$ 16.524	1,2%
	R\$ 16.525 ou mais	0,9%
	Recusa	5,8%
Configuração familiar	Casal c/ filhos	41,3%
	Casal c/ filhos e c/ parentes	14,7%
	Casal s/ filhos	14,2%
	Mulher s/cônjuge c/ filhos	9,0%
	Moro sozinho	7,8%
	Mulher s/ cônjuge c/ filhos e c/ parentes	5,8%
	Outro	2,9%
	Casal s/ filhos e c/ parentes	2,3%
	Homem s/ cônjuge c/ filhos	1,4%
	Homem s/ cônjuge c/ filhos e c/ parentes	0,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

A média de idade dos consumidores foi de 37,7 anos, são mulheres jovens com o ensino médio, casadas ou em união estável. A ocupação principal é o trabalho com carteira assinada; a renda média familiar mensal é de até R\$5.509,00 (72,8%), a principal configuração familiar é de casal com filhos e 3,3 pessoas em média na residência.

Outro dado apurado é a situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior. O maior percentual é de consumidores que entendem que a situação está melhor (39,7%), seguido por aqueles que consideram igual (33,2%). Esses dados são otimistas, considerando que em 2020, primeiro ano da pandemia, apenas 24% considerava a situação melhor.

Situação financeira em relação ao ano anterior		
Situação	2020	2021
Melhor	24,0%	39,6%
Igual	40,3%	33,2%
Pior	34,7%	26,9%
NS/NR	1,0%	0,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Observando a relação entre a idade média e a variável situação financeira, nota-se que nos dois anos (2020 e 2021) os consumidores que declararam que a situação está pior tem média de idade maior (40,8 anos em 2021), enquanto os que estão melhores a idade média é menor. Os públicos mais velhos são considerados os mais vulneráveis a Covid-19, o que possivelmente afetou essa variável.

Relação situação financeira X Média de idade		
Situação econômica	Média de idade	
	2020	2021
Pior	41,2	40,8
Igual	38,4	40,1
Melhor	34,0	33,8

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

De posse do conhecimento desse perfil, os empresários do setor de vestuário, por exemplo, podem 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 DA DATA

Um importante dado apurado é se os consumidores encontraram os presentes que motivaram a ida às compras. Essa questão aponta, pela ótica do consumidor, se o comércio manteve seus estoques abastecidos para a data e se houve diversidade de produtos. A pesquisa aponta que, historicamente, os consumidores têm êxito (cerca de 90%). Mas, em 2021, esse percentual foi o maior da série histórica, com 97,4% encontrando os produtos planejados, enquanto apenas 0,3% não encontraram e 2,3% encontraram parcialmente.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2021

Evolução êxito da compra							
Encontrou	Ano						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sim	94,9%	92,0%	94,4%	93,6%	94,8%	94,1%	97,4%
Não	3,4%	4,0%	1,8%	3,9%	1,5%	3,2%	0,3%
Parcialmente	1,7%	4,0%	3,8%	2,5%	3,7%	2,7%	2,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Junto com esses dados, outros critérios importantes são os de compra. O Marketing considera a existência de quatro atributos fundamentais para a decisão de compra para um consumidor: 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.

O atributo Produto, que diz respeito às características do presente, é o principal na série histórica e ficou em segundo lugar apenas em 2020, quando foi o local de compra, refletindo a dificuldade imposta pela pandemia. Em 2021 o produto volta a ter maior peso, mas com uma diferença ínfima em relação ao local, apontando a importância que esse atributo ainda possui no atual cenário.

Evolução atributos de decisão de compra							
Atributo	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Produto	8,9	8,9	9,0	8,9	9,1	9,2	8,9
Praça	8,7	8,7	8,2	8,6	8,8	9,3	8,8
Preço	7,5	8,4	7,6	7,9	8,3	8,4	8,1
Promoção	7,3	5,4	5,8	5,3	6,8	6,8	7,3

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Pesquisar preço é fundamental para o consumidor economizar em suas compras, principalmente no cenário inflacionário atual. A maioria dos consumidores (55,6%) realizou pesquisas, sendo a ida às lojas a principal forma, seguida pela pesquisa pela internet.

Evolução pesquisas de preços					
Formas	2017	2018	2019	2020	2021
Não realizou	40,5%	44,1%	33,1%	44,2%	44,4%
Indo às lojas	36,7%	39,1%	37,7%	36,8%	36,8%
Pela internet	19,0%	12,7%	20,4%	18,1%	18,5%
Telefone	0,3%	0,2%	1%	0,7%	0,3%
Por encartes	3,0%	3,2%	7,4%	0%	0%
Outros	0,5%	0,7%	0,4%	0,2%	0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Quando se estabelece uma relação entre a realização de pesquisa e o peso dado ao atributo preço, observa-se que os consumidores que realizaram a pesquisa, em qualquer formato, deram nota 8,62 ao atributo de preço na decisão de compra, enquanto os que não realizaram a nota foi de 7,45 pontos.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2021

O gasto médio geral efetivado pelo consumidor com presentes para a data, apurado na pesquisa de Avaliação em 2021, foi de R\$474,32, 5,7% maior do que o Natal de 2020.

Outra característica da data é a compra de múltiplos presentes. Esse caráter é perceptível ao observarmos a quantidade média de presentes, sempre superior a 4 presentes.

Evolução quantidade de presentes						
Ano	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Quantidade	5,75	5,21	5,5	4,63	4,21	4,22

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Os segmentos de presentes também dizem muito sobre a data. O vestuário se mostra predominante, mas em 2021 ficou em menos de 40% pela primeira vez na série histórica (37,6%).

Segmentos comprados por ano							
Segmento	Ano						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Vestuário	42,4%	41,2%	44,1%	40,5%	44,3%	43,3%	37,6%
Brinquedos	20,6%	21,8%	19,3%	22,8%	15,9%	20,3%	23,6%
Calçados	13,4%	12,5%	16,3%	16,0%	17,6%	14,3%	11,8%
Perfumaria/cosméticos	4,4%	3,3%	4,1%	4,1%	4,4%	3,4%	7,7%
Outro	3,2%	3,6%	2,1%	2,7%	3,3%	4,2%	7,3%
Eletrônicos	4,6%	5,5%	4,9%	4,4%	4,8%	3,5%	3,6%
Chocolates	3,9%	4,2%	3%	4,7%	3,4%	4,7%	2,9%
Decoração	0,8%	0,7%	0,9%	0,6%	1,2%	1,7%	1,6%
Livros	1,2%	0,9%	0,9%	0,9%	0,6%	0,3%	1,1%
Celulares/smartphones	2,1%	2,1%	1,2%	0,5%	0,5%	1,2%	1,1%
Bijuterias	1,4%	0,8%	0,9%	0,9%	1,1%	1,7%	0,7%
Óculos, joias e relógios	1,5%	2,4%	1,4%	0,9%	2,0%	0,0%	0,5%
Cama/Mesa/Banho	0,4%	1,0%	0,6%	0,8%	0,6%	1,2%	0,5%
Carro/moto				0,2%	0,2%	0,3%	0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O gasto médio por segmento é outro dado importante apurado. O segmento de eletrônicos é historicamente o maior, devido ao maior valor agregado dos produtos, mas apresentou queda, bem como os demais segmentos.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2021

Evolução gasto médio por segmento							
Segmentos	Ano						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Eletrônicos	R\$ 1.157,24	R\$ 750,74	R\$ 1.226,25	R\$ 1.254,89	R\$ 1.081,03	R\$ 1.488,05	R\$ 1.221,25
Vestuário	R\$ 330,44	R\$ 185,38	R\$ 295,05	R\$ 357,73	R\$ 313,06	R\$ 418,72	R\$ 387,35
Outro	R\$ 376,52	R\$ 395,45	R\$ 264,29	R\$ 603,53	R\$ 336,67	R\$ 566,76	R\$ 344,72
Perfumaria/cosméticos	R\$ 190,91	R\$ 133,30	R\$ 229,26	R\$ 200,85	R\$ 285,89	R\$ 269,25	R\$ 239,44
Brinquedos	R\$ 233,53	R\$ 178,74	R\$ 229,17	R\$ 254,45	R\$ 217,20	R\$ 313,23	R\$ 251,90
Calçados	R\$ 254,93	R\$ 160,81	R\$ 247,76	R\$ 233,25	R\$ 267,05	R\$ 293,93	R\$ 235,85
Chocolates	R\$ 106,43	R\$ 91,68	R\$ 87,95	R\$ 135,07	R\$ 83,40	R\$ 109,11	R\$ 60,53
Decoração	-	-	-	-	-	R\$ 385,00	-
Bijuterias	-	-	-	-	-	R\$ 244,00	-
Óculos, joias e relógios	-	-	-	-	R\$ 331,92	-	-

*Nota: entre os segmentos com menos de dez citações não foi possível realizar o cálculo da média.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Outro dado importante para compreender o comportamento consumidor é o local de realização das compras. A pandemia afetou essa variável, principalmente com o considerável aumento das compras online de 2019 para 2020. Em 2021, o que se nota é a manutenção da tendência de queda de locais tradicionais de compra, como comércio de rua e shoppings.

Evolução local da compra							
Local da compra	Ano						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Comércio de rua	63,6%	66,9%	62,2%	68,6%	66,9%	61,1%	58,7%
Shopping	29,0%	23,4%	24,5%	24,2%	22,8%	21,6%	20,4%
Internet	3,0%	4,8%	8,6%	3,6%	5,9%	14,4%	11,5%
Mercado (Físico)	-	-	-	-	-	2,2%	8,2%
Outro	2,2%	2,6%	3,4%	1,9%	3,4%	2,2%	0,7%
Revendedores de porta em porta/catálogo	0%	0,2%	0%	0%	0,2%	0,6%	0,5%
Camelô	2,2%	2,2%	1,2%	1,7%	0,8%	0%	0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Quando os dados sobre local de compra e segmento de presente são cruzados, observa-se que entre os consumidores que realizaram compras em mercados, que teve considerável alta, nota-se que quase 50% dos consumidores que compraram nesse local escolheram itens da opção outros (48%), que teve também considerável alta, seguido pelo item chocolates (14%).

Relação local de compra X Segmento de presentes													
Local de compra	Segmento presente												
	Vestuário	Brinquedos	Calçados	Perfumaria/cosméticos	Outro	Eletrônicos	Chocolates	Decoração	Celulares/smartphones	Livros	Bijuterias	Óculos, joias e relógios	Cama/Mesa/Banho
Comércio de rua	40,2%	25,2%	13,6%	8,4%	3,5%	1,7%	2,7%	1,7%	0,7%	0,7%	0,5%	0,5%	0,5%
Shopping	39,3%	20,8%	13,7%	8,3%	3,6%	4,8%	0,6%	1,2%	2,4%	2,4%	1,8%	1,2%	0%
Internet	30,2%	27,9%	8,1%	4,7%	7%	8,1%	1,2%	4,7%	4,7%	1,2%	1,2%	1,2%	0%
Mercado	12%	12%	2%	6%	48%	2%	14%	0%	0%	2%	0%	0%	2%
Revendedores de porta em porta/catálogo	25%	0%	25%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Outro	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2021

Analisando o gasto médio e o local de compra, observa-se que em 2021 pela primeira vez a compra pela internet não é o maior gasto médio, sendo superada pela compra em shoppings. A diferença, no entanto, é pequena, de apenas R\$7,78 reais.

Gasto médio por local de compra				
Local da compra	Gasto médio ano			
	2018	2019	2020	2021
Shopping	R\$ 704,36	R\$ 700,42	R\$ 645,00	R\$ 799,29
Internet	R\$ 939,41	R\$ 1.029,28	R\$ 847,28	R\$ 791,51
Mercados	*	*	R\$ 171,11	R\$ 435,18
Comércio de rua	R\$ 517,09	R\$ 499,93	R\$ 429,00	R\$ 357,59

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Quando analisado junto ao tipo de compra online e físico, observa-se que o gasto médio das compras físicas foi 40,1% menor do que as compras online.

Relação tipo de compra X Gasto médio		
Tipo	Gasto médio	
	2020	2021
Online	R\$ 847,28	R\$ 791,51
Físico	R\$ 432,30	R\$ 473,85

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Traçando uma relação entre o sexo e o tipo de compra, observa-se que consumidores do sexo masculino estão mais dispostos a realizar compras online, como é possível observar na tabela.

Relação sexo X Local de compra						
Sexo	Local de compra por ano					
	2020			2021		
	Físico	Online	Outro	Físico	Online	Outro
Feminino	87,5%	11,4%	1,1%	90,1%	9,5%	0,5%
Masculino	78,6%	17,9%	3,6%	81,2%	17,5%	1,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

O perfil pauta diversas facetas do comportamento de compra, como é possível observar na tabela com os dados de 2020 e 2021. Um exemplo é que os consumidores mais jovens são mais propensos a realizações de compras online.

Relação tipo de compra X Média de idade		
Tipo de compra	Média de idade	
	2020	2021
Físico	38,6	38,0
Online	33,8	34,8

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. Os dados dessa variável se mantiveram estáveis entre 2020 e 2021.

Evolução consumo de pirataria							
Consumo pirataria	2015	2016	2017	Ano 2018	2019	2020	2021
Não	94,9%	88,3%	86,9%	92,6%	97,8%	94,9%	94,2%
Sim	4,9%	8,2%	8,8%	7,1%	2,2%	5,1%	4,6%
NS/NR	0,2%	3,5%	4,3%	0,2%	0%	0%	1,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

O período da compra diz muito sobre o comportamento consumidor. A compra na semana da data se manteve como principal período, com aumento de 11,9 pontos percentuais em comparação a 2020. A compra com antecedência de duas semanas apresentou considerável queda 11,5 pontos percentuais. No início de dezembro a evolução dos casos ativos estava em queda no estado, e quase 70% da população estava com o ciclo vacinal completo em 15 de dezembro (69,4%). Esses dados podem ter, na visão dos consumidores, diminuído a necessidade de antecipação das compras.

Evolução período de compra				
Período	Ano			
	2018	2019	2020	2021
Na semana da data	47,3%	35,7%	44,5%	56,4%
Até duas semanas antes	23,6%	35,0%	30,3%	18,8%
Na véspera da data	20,9%	21,7%	14,2%	16,8%
Mais de duas semanas antes	4,2%	4,9%	5,4%	4,6%
Mais de um mês antes	3,9%	2,7%	2,7%	1,4%
Depois da data			2,2%	1,7%
Na data			0,7%	0,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO

O Natal possui características distintas das demais datas do ano e, em 2020, apresentou comportamentos ainda mais diversos relacionados à pandemia. 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.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor Natal 2021

Evolução das notas do atendimento							
Atributo	Ano						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cordialidade	8,35	8,74	8,59	8,73	8,76	9,12	8,43
Clareza	8,08	8,32	8,56	8,69	8,69	8,85	8,39
Agilidade	7,94	8,36	8,35	8,55	8,57	8,47	8,35
Atendimento	8,12	8,47	8,50	8,66	8,68	8,81	8,39

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

A cordialidade ainda é o atributo do atendimento melhor avaliado pelos consumidores catarinenses, apresentando a maior nota da série histórica. O comércio de rua apresentou a melhor nota de atendimento (8,79), os shoppings a nota média ficou em 8,78, e mercados 8,08, enquanto a avaliação do atendimento em compras pela internet, com menor interação entre consumidores e fornecedores, o atendimento teve nota 6,59.

Relação local de compra X Nota atendimento	
Local de compra	Nota atendimento
Comércio de rua	8,79
Shopping	8,65
Mercado	8,08
Internet	6,59

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

Os dados sobre o comportamento de compra na data não demonstraram grandes mudanças em 2021 quando comparado a 2020.

Mais consumidores se declararam em melhor situação financeira em relação ao ano anterior- a taxa pode ter interferido no aumento do gasto médio, que nesse ano ficou em R\$474,32, 5,7% maior do que o gasto médio efetivado em 2020.

As características do produto voltaram a ser o principal atributo dos 4Ps do marketing na hora da compra. Outros indicadores se mantiveram estáveis em relação a 2020, como a forma da pesquisa de preço, quantidade de presentes e pirataria.