

CAPA

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

Relatório Avaliação do Consumidor – Dia das Crianças 2023

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
STATUS DA COMPRA	3
REALIZARAM COMPRAS	4
Perfil socioeconômico.....	4
Características das compras	6
Critérios para a decisão de compra	6
Avaliação do atendimento	12
NÃO REALIZOU COMPRAS.....	14
CHUVAS SETEMBRO E OUTUBRO.....	17
CONCLUSÃO.....	19

INTRODUÇÃO

O dia das crianças é uma das diversas datas comemorativas que movimenta o comércio como um todo. Ocorrendo em um feriado nacional, a data também movimenta o setor de serviços, a ela assim passa e ser um termômetro de vendas para o natal que se aproxima.

A data é uma das diversas que é monitorada pela Fecomércio SC, pois movimenta diversos setores. A pesquisa de Avaliação, que ocorre desde 2016, busca compreender como foi o comportamento de compras para a data, levantando dados como efetivação de compra, gasto médio efetivado, avaliação do atendimento para a data, permitindo que o consumidor avalie os diversos fenômenos relacionados ao seu comportamento.

A partir de 2023 a pesquisa se adensou e aumentou sua amostra, permitindo aprofundar outros temas, como, entre os que não realizaram as compras para a data, o motivo para não realizá-las e outros temas.

2101 consumidores foram entrevistados em sete cidades: Florianópolis, Criciúma, Chapecó, Blumenau, Joinville, Lages e Itajaí, entre os dias 13 a 24 de outubro. A pesquisa tem significância de 95% e a margem de erro estimada para os municípios de 5,8% e de 2,3% para o estado. A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem. A técnica de coleta de dados foi a de entrevista pessoal individual aplicada com base em questionário estruturado. O universo foi o de homens e mulheres maiores de 18 anos.

STATUS DA COMPRA

A abordagem inicial da pesquisa é questionar se os consumidores realizaram compras de presentes para o dia das crianças. A pergunta permite compreender se o consumidor possuía intenção preliminar de realizar as compras e os que não tinham. 77,7% dos consumidores tinham a intenção de realizar as compras.

A pesquisa de Avaliação acompanha o indicador de efetivação de compras das diversas datas desde o seu lançamento. O indicador foi mantido, levando em consideração os consumidores que alegam ter tido a intenção da compra, podendo calcular se efetivaram ou não. Em 2023 o percentual de efetivação foi o mais elevado (90,1%).

Efetivação das compras									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Efetivaram	68,0%	55,9%	68,4%	85,7%	85,7%	72,7%	86,7%	71,5%	90,1%
Desistiram	32,0%	44,1%	31,6%	14,3%	14,3%	27,3%	13,3%	28,5%	9,9%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

Quando analisado a realização ou não da compra, 78,6% realizam as compras, sendo que a maioria (70,1%) tinha uma intenção prévia de realizá-las, enquanto 7,7% realizaram compras espontâneas e não planejadas.

Realização das compras	
Realização das compras	%
Comprei, já tinha intenção	70,1%
Não comprei, não tinha intenção	13,8%
Comprei, não tinha intenção (compras não planejadas)	8,5%
Não comprei, mas tinha intenção	7,7%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC.

A seguir a pesquisa será dividida em capítulos, lavando em consideração o perfil dos que compraram e as características para a data, e o perfil dos que não compraram e as motivações para não as realizar.

REALIZARAM COMPRAS

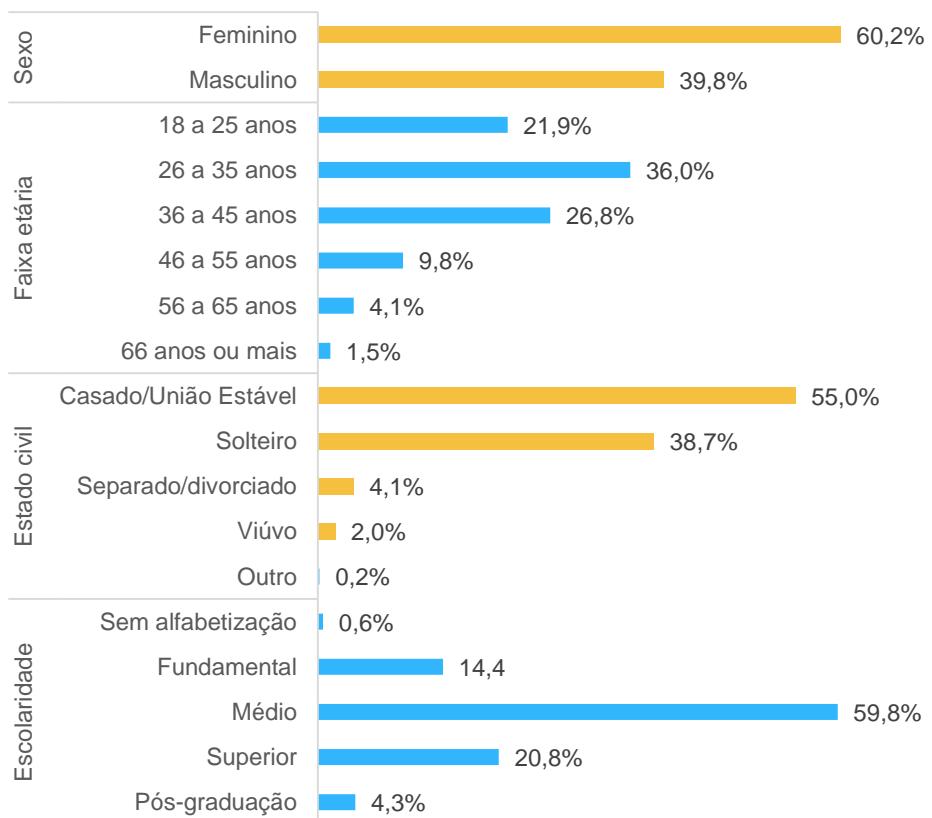
Esse capítulo considera todos os consumidores que realizaram compras, planejadas ou não, para a data dos dias dos pais (80,4%). O primeiro item analisado é o perfil socioeconômico desses consumidores.

Perfil socioeconômico

O perfil socioeconômico é fundamental para compreender o comportamento consumidor, pois características do perfil, como a idade, sexo, configuração familiar e faixa de renda, por exemplo, tendem a influenciar diversos comportamentos de compra.

O perfil dos consumidores que realizaram compras de presentes para o dia das crianças tem maior participação de consumidores do sexo feminino (60,2%). A média de idade é de 33,2 anos, dialogando com a principal faixa etária (26 a 35 anos – 36%). A maior participação é de consumidores casados ou em união estável (55,5%), que finalizaram o ensino médio (59,8%).

Perfil socieconômico

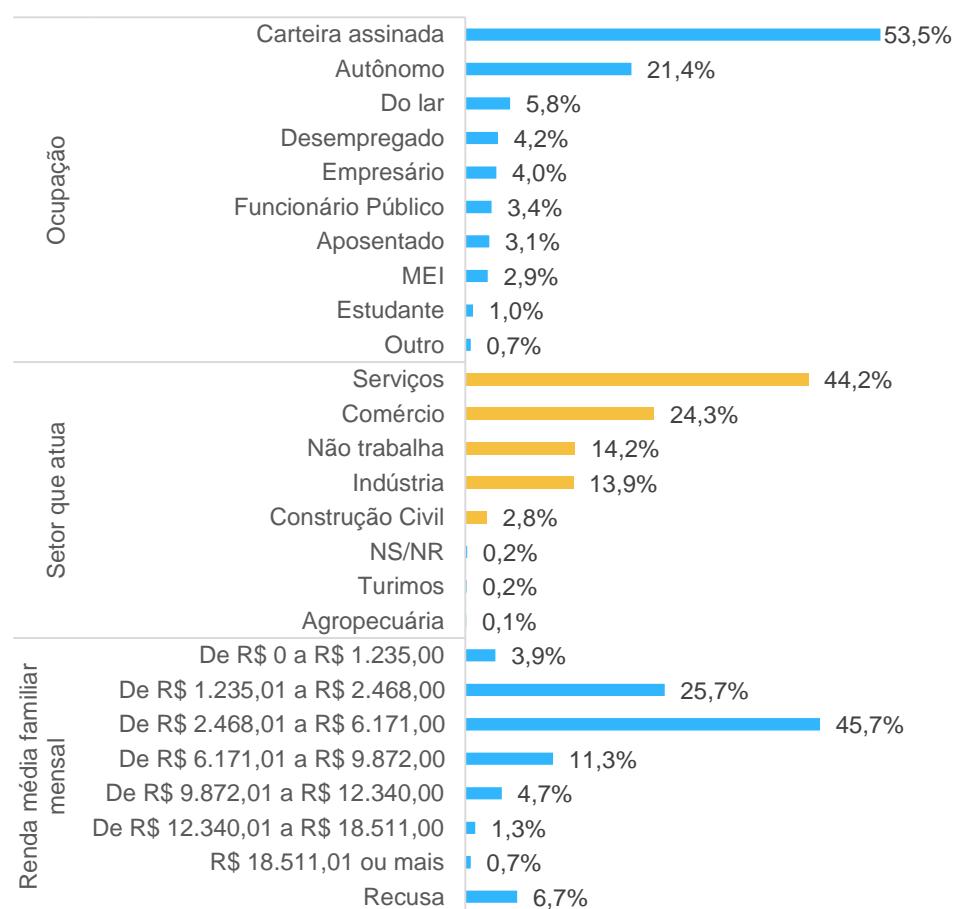


Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2023

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Outros indicadores socioeconômicos avaliados na pesquisa dizem respeito à ocupação, setor de atuação e faixa de renda destes consumidores, onde se observa que o trabalho com carteira assina (53,5%) e a atuação como autônomos (21,4%) são as principais ocupações e que o setor em que mais atuam é o de serviços (44,2%).

Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Nesse sentido, 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.

Os dados do perfil serão utilizados para dialogar e compreender em profundidade o comportamento consumidor dos que realizaram as compras para o dia das crianças.

Características das compras

Quando um consumidor vai às compras, ele busca sanar alguma necessidade. Assim, entre as diversas características explorada, a pesquisa observa se o consumidor 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. Em 2023 90,4% tiveram êxito na realização de suas compras.

Êxito	Êxito na realização da compra								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Sim	95,9%	93,1%	86,5%	95,6%	88,9%	93,0%	95,9%	98,4%	90,4%
Não	3,2%	4,3%	8,6%	0,7%	4,2%	3,1%	0,9%	0,9%	4,2%
Parcialmente	1,0%	2,6%	4,8%	3,7%	6,9%	3,9%	3,1%	0,6%	5,4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Critérios para a decisão de compra

Teóricos do marketing argumentam que existem quatro itens fundamentais no processo de decisão de compra que o consumidor leva em consideração: Preço, Praça, Produto e Promoção, definições substanciais que uma empresa deve considerar para atingir um determinado público.

A pesquisa de Avaliação considera e avalia quatro atributos de decisão de compra: Preço, Praça, Produto e Promoção, definições fundamentais que uma empresa deve considerar para atingir um determinado público-alvo. Na pesquisa os consumidores atribuíram uma nota de 01 a 10, sobre o quanto cada item influenciou em sua decisão de compra, considerando que 01 não influenciou e 10 influenciou totalmente.

As características dos produtos são os principais atributos, seguido pela praça, que diz respeito ao local de compra. Isso ocorre, pois, os produtos adquiridos são presentes, e o consumidor quando realiza compras para esse objetivo busca agradar o presenteado e fica menos preocupado com o valor, por exemplo.

Atributos	Decisão de compra								
	Ano								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Produto	8,73	9,06	8,84	9,11	9,17	8,7	9,48	8,85	8,89
Praça	8,48	8,63	8,42	9,02	9,11	8,52	9,52	8,71	8,84
Preço	8,03	7,81	7,67	8,07	8,32	8,16	8,95	7,97	8,23
Promoção	6,45	5,39	5,8	6,44	5,78	7,51	8,90	6,31	7,66

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2023

Quando observamos o segmento de presente para a data, nota-se que os brinquedos são os principais (58,2%), comportamento que se repete na série histórica. Itens de vestuário tiveram leve queda. A compra desses dois itens como principais pode estar relacionada a desaceleração da inflação dos itens dos dois itens. Segundo a FGV, mesmo acumulando alta, a variação desse ano foi menor do que a de 2022, onde os brinquedos tiveram 19,9% enquanto em 2023 ficou em 5,8%.

Segmento	Evolução segmento de presente								
	Ano								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Brinquedo	57,4%	55,4%	50,8%	55,1%	57,1%	51,5%	48,7%	59,4%	58,2%
Vestuário	23,0%	22,6%	25,5%	28,7%	24,2%	27,0%	32,6%	22,2%	21,4%
Calçado	5,4%	8,0%	13,3%	7,9%	7,2%	6,6%	7,3%	4,5%	8,1%
Outro	6,6%	6,2%	3,9%	2,5%	3,2%	6,2%	6,8%	5,6%	5,4%
Eletrônico	3,1%	3,3%	5,0%	3,5%	5,1%	4,6%	2,1%	3,5%	3,4%
Chocolate	1,4%	2,0%	0,8%	1,2%	1,3%	2,3%	1,6%	3,7%	2,6%
Livro	3,1%	2,6%	0,8%	1,0%	1,9%	1,9%	1,0%	1,1%	0,9%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A quantidade de crianças presenteadas em 2023 teve queda, ficando em apenas 1,57.

Evolução quantidade de crianças presenteadas							
Ano	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Quantidade	2,14	1,94	2,08	1,81	1,85	2,03	1,57

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Outro indicador importante que a pesquisa mapeia é o valor do gasto médio por segmento, onde é possível observar em quais setores os consumidores gastaram mais ou menos. Os eletrônicos, como celulares e videogames, apresentaram a maior média R\$729,59, seguido dos itens de vestuário (R\$190,71), ambos apresentaram alta em relação ao ano anterior.

Gasto médio por segmento									
Segmento	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Eletrônicos	R\$ 324,25	R\$ 523,00	R\$ 546,50	R\$ 471,35	R\$ 569,09	R\$ 404,00	-	R\$ 412,22	R\$ 729,59
Vestuário	R\$ 117,65	R\$ 109,87	R\$ 140,61	R\$ 143,12	R\$ 151,91	R\$ 131,54	R\$ 97,18	R\$ 158,83	R\$ 190,71
Calçados	R\$ 80,46	R\$ 109,73	R\$ 109,96	R\$ 137,84	R\$ 123,18	R\$ 101,44	R\$ 94,27	R\$ 158,29	R\$ 183,37
Brinquedo	R\$ 111,05	R\$ 111,11	R\$ 155,10	R\$ 171,46	R\$ 159,59	R\$ 132,61	R\$ 102,81	R\$ 168,01	R\$ 163,67
Outro	R\$ 246,50	R\$ 255,55	R\$ 541,20	R\$ 249,17	R\$ 260,33	R\$ 164,00	R\$ 158,46	R\$ 141,18	R\$ 135,18
Chocolate	-	-	-	-	-	R\$ 41,67	-	R\$ 51,73	R\$ 65,75

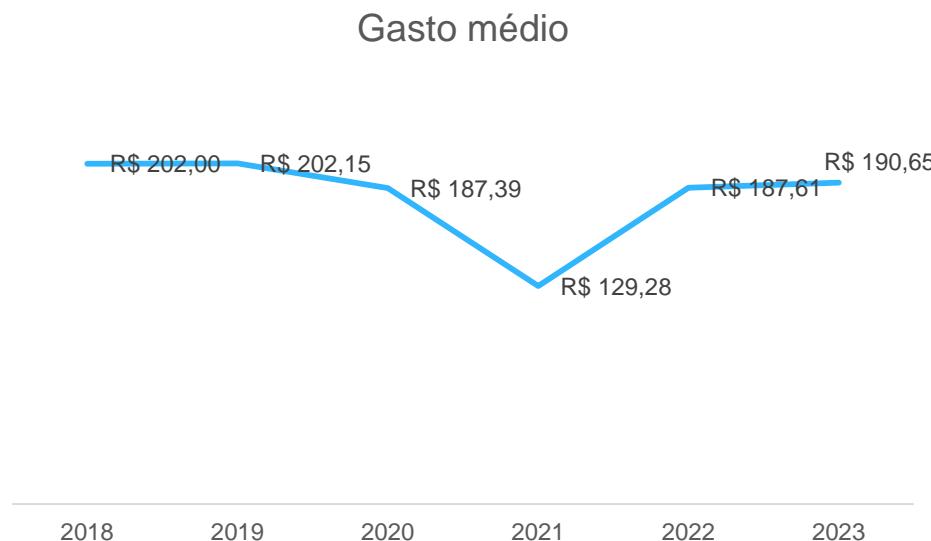
Nota: as células sem valor não atingiram mais de dez citações.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

O aumento do gasto médio por segmento em praticamente todos segmentos (único que apresentou queda foi a opção outro), dialoga com o aumento do

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2023

gasto médio geral, mesmo que pequeno, ocorreu de 2022 para 2023 (1,6%), depois de considerável queda em 2021.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

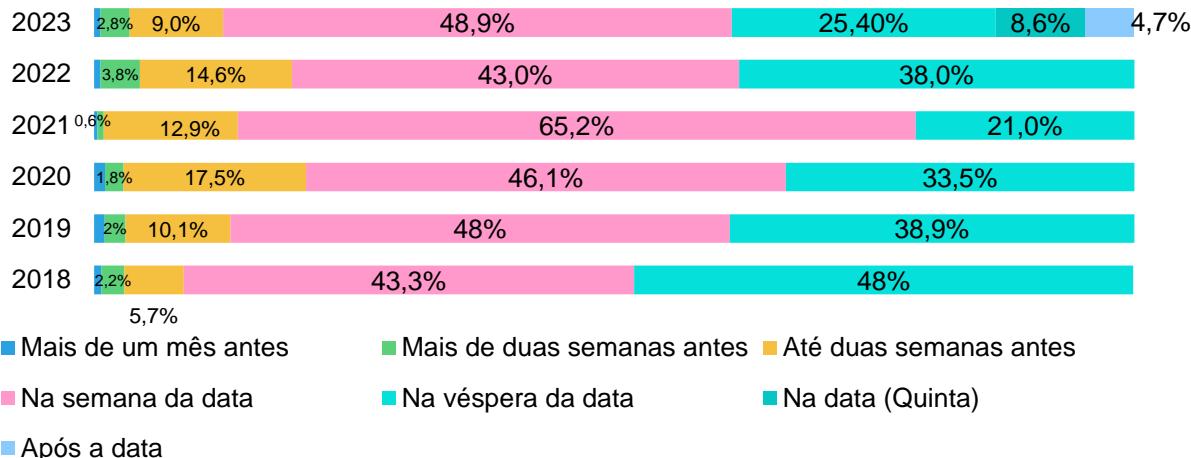
Traçando um cruzamento de dados entre a cidade e o gasto médio, observamos que os consumidores de Itajaí foram os que mais gastaram (R\$235,73), seguido dos consumidores de Criciúma (R\$226,79). Já os consumidores das maiores cidades do estado, Joinville e Florianópolis, foram os que menos gastaram.

Cidade X Gasto médio	
Cidade	Gasto médio
Itajaí	R\$ 235,73
Criciúma	R\$ 226,79
Lages	R\$ 212,21
Blumenau	R\$ 207,08
Chapecó	R\$ 203,76
Joinville	R\$ 160,75
Florianópolis	R\$ 132,74

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Outro dado que revela muito sobre o comportamento consumidor é o período em que ele realiza as compras. A compra na semana da data é a com maior representação na série histórica e se manteve como principal em 2023. Compras antecipadas apresentaram queda, enquanto compras na e após a data foram inseridas em 2023 para compreender esse comportamento, com 8,6% realizando as compras na data e 4,7% após a data.

Período de compras



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A Fecomércio SC tem como bandeira combater a comercialização de produtos piratas. Em 2023, mesmo apresentando queda, 6,5% dos consumidores compraram tais produtos, o que é um problema, pois tais produtos, direcionados para crianças, apresentam risco a segurança dos pequenos.

Consumo	Consumo pirataria								
	Ano								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Não	84,9%	88,6%	88,6%	92,6%	99,0%	98,2%	92,8%	77,5%	90,6%
Sim	10,7%	4,7%	9,4%	2,2%	1,0%	1,0%	1,9%	10,1%	6,5%
NS/NR	4,4%	6,8%	2,0%	5,2%	0,0%	0,8%	5,3%	12,3%	2,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Quando observamos o local de compra dos produtos, o comércio de rua se mantém como o principal para a data (69,8%), seguidos pelas compras pela internet (12,1%) e shoppings (12%).

Local	Local das compras								
	Ano								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Comércio de rua	60,5%	68,6%	73,3%	71,9%	78,3%	62,1%	69,2%	67,5%	69,8%
Shopping	25,5%	24,5%	19,9%	20,8%	18,2%	17,6%	15,6%	14,8%	12,0%
Internet	1,9%	2,9%	3,2%	4,0%	6,2%	8,5%	9,0%	11,0%	12,1%
Supermercados	*	*	*	*	*	5,2%	4,2%	3,8%	3,5%
Outro	8,6%	1,4%	1,7%	0,7%	2,0%	3,5%	1,5%	1,2%	1,2%
Camelô	3,3%	1,4%	2,0%	2,1%	1,0%	2,4%	0,6%	1,2%	1,4%
Revendedores de porta em porta/catálogo	0,2%	0,7%	0,0%	0,5%	2,0%	0,7%	*	*	0,2%
NS/NR	0%	0,5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2023

A pesquisa apurou que 86,8% das compras foram realizadas em canais de venda físicos, 12,1% virtuais (sites, Apps, redes sociais) e 1,2% em formas não mapeadas na pesquisa. Também foi mapeado, entre as compras em canais físicos, se elas ocorreram em comércios dos centros das cidades ou em bairros, onde sete em dez ocorrem em comércios do centro (69%) e 31% em bairros periféricos.

Cruzando o dado sobre a cidade e o local de compra, considerando bairros centrais e periféricos e virtual, é possível observar que apenas a cidade de Joinville a compra nos bairros foi mais significativa do que as compras nos centros das cidades (47,5%). Importante observar que Joinville é a maior cidade do estado, podendo assim, possuir concentrações importantes de comércio em seus diversos bairros.

Cidade	Cidade X Local de compra (bairro)				
	Centro	Bairro	Virtual	Outro	Total
Criciúma	65,5%	20,5%	13,7%	0,4%	100%
Chapecó	66,0%	25,0%	6,6%	2,5%	100%
Blumenau	56,8%	25,7%	17,0%	0,4%	100%
Florianópolis	69,7%	16,7%	12,4%	1,3%	100%
Lages	72,0%	21,6%	6,5%	0,0%	100%
Itajaí	50,2%	33,6%	15,7%	0,4%	100%
Joinville	36,5%	47,5%	12,8%	0,0%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Observando o local de compra e o gasto médio, observa-se que consumidores de shopping, em geral, gastaram mais que outros canais de compra (R\$268,19), seguido pelas compras pela internet (R\$241,42). Todos os locais mapeados apresentaram alta no gasto médio, sendo o mais significativo a compra em supermercados que foi de 37,7% em comparação com 2022.

Relação local de compra X Gasto médio					
Local	2019	2020	2021	2022	2023
Shopping	R\$ 255,01	R\$ 234,95	R\$ 147,98	R\$ 254,95	R\$ 268,19
Internet	R\$ 325,56	R\$ 237,28	R\$ 219,09	R\$ 207,52	R\$ 241,42
Comércio de rua	R\$ 188,75	R\$ 169,59	R\$ 125,78	R\$ 184,19	R\$ 187,08
Supermercado		R\$ 193,25	R\$ 64,50	R\$ 55,56	R\$ 76,53

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

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

No que tange ao tema dos passeios para a data, 2023 demonstrou um comportamento inverso aos outros anos que a pesquisa mapeou esse indicador, com a maioria dos consumidores (66,7%) realizando alguma atividade enquanto 33,3% não o fizeram.

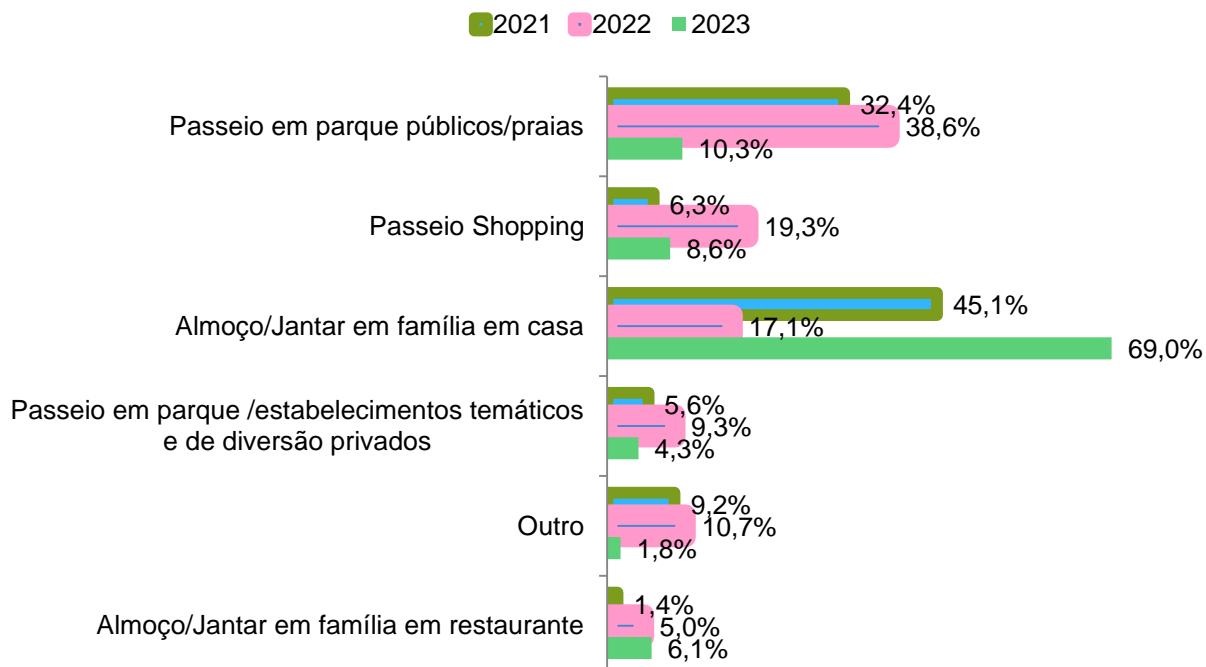
Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2023

Realização de comemorações/passeios	Evolução realização de comemorações		
	2021	2022	Ano
Não realizou passeio	55,5%	55,7%	33,3%
Realizou passeio	44,5%	44,3%	66,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Analizando o tipo de comemoração, nota-se que as realizadas em casa com almoços ou jantares em família foram as mais significativas (69%), seguido dos passeios em parques públicos/praias (10,3%) e as idas aos shoppings (8,6%).

Evolução tipos de comemoração



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A seguir, é possível observar os dados referentes a avaliação da experiência de compra para a data e o atendimento.

Avaliação do atendimento

Os consumidores avaliaram a experiência de compra para a data, 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.

A cordialidade no comércio catarinense é destaque, sendo o critério com maior nota em quase todos os anos da série histórica, mas sofreu queda em 2023. A agilidade, critério com maior variação na série histórica, em 2023 apresentou alta, bem como a clareza, ambos puxando a leva alta do atendimento como um todo de um ano para o outro.

Atributos	Avaliação do Atendimento									
	Ano									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Cordialidade	8,61	8,84	8,97	9,03	9,07	8,29	9,61	8,90	8,81	
Clareza	8,36	8,84	8,78	8,92	8,94	8,25	9,53	8,72	8,80	
Agilidade	8,22	8,71	8,69	8,81	9,03	8,33	9,55	8,67	8,72	
Atendimento	8,4	8,8	8,81	8,92	9,01	8,29	9,56	8,76	8,78	

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

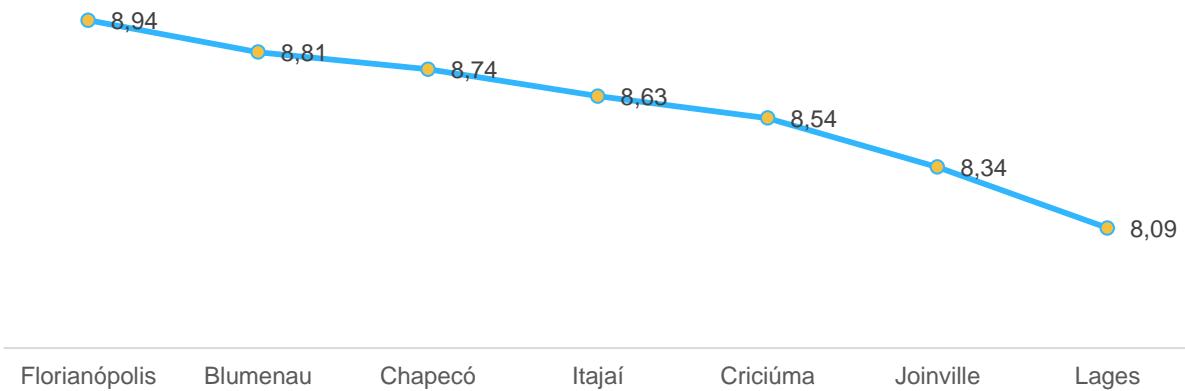
Uma análise que serve para aperfeiçoamento dos comércios representados é análise do atendimento geral com o local de compra. Neste dado observa-se que os consumidores em compraram em shoppings parecem ter tido experiências de compras melhores do que os que compraram em outros locais, com esse local (shoppings) sendo o único a superar a nota 9 no ano de 2022 (9,31).

Local de compra	Relação local de compra X Nota geral do atendimento			
	Nota atendimento			
	2020	2021	2022	2023
Camelô	8,43	-	-	8,91
Shopping	8,88	9,71	9,31	8,85
Pela internet	6,73	8,96	8,66	8,85
Comércio de rua	8,52	9,61	8,64	8,75
Supermercado	8,92	8,90	8,62	8,70
Outro	6,38	-	-	-

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A experiência de compras, segundo a nota geral do atendimento que os consumidores atribuíram, foi melhor na capital Florianópolis, que beirou a nota 9 (8,94), enquanto Lages foi a cidade com a menor nota (8,09). Contudo, em todas as cidades pesquisadas a nota geral do atendimento para a data ficou na casa dos 8 pontos, demonstrando que a avaliação geral foi positiva, mas pode melhorar.

Nota geral atendimento



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

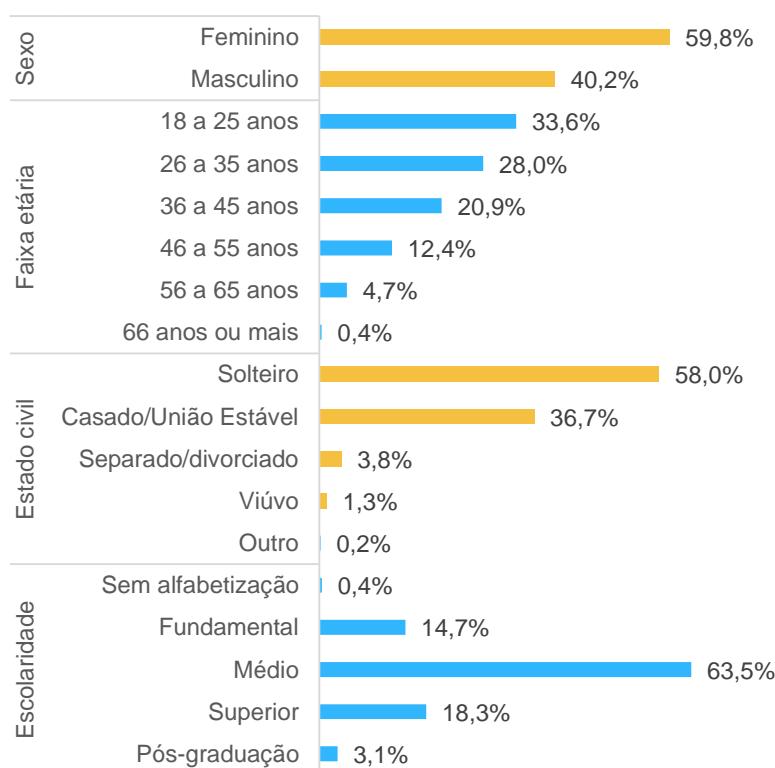
Os dados a seguir versam sobre os consumidores que não realizaram compras de presentes para a data, apurando o seu perfil e outros dados relacionados a data.

NÃO REALIZOU COMPRAS

O perfil socioeconômico dos consumidores entrevistados que não realizaram as compras para a data é muito semelhante ao dos consumidores que compraram presentes de dia das crianças, com dados como sexo, escolaridade, ocupação e setor muito próximos.

Contudo, alguns dados os distinguem e podem justificar, dentre outros fatores, a não realização da compra: estado civil, onde consumidores que não realizaram são em sua maioria solteiros (58%), enquanto entre os que realizaram o valor é inverso, bem como a idade média e faixa etária, dos quais os que não compraram presentes são mais jovens.

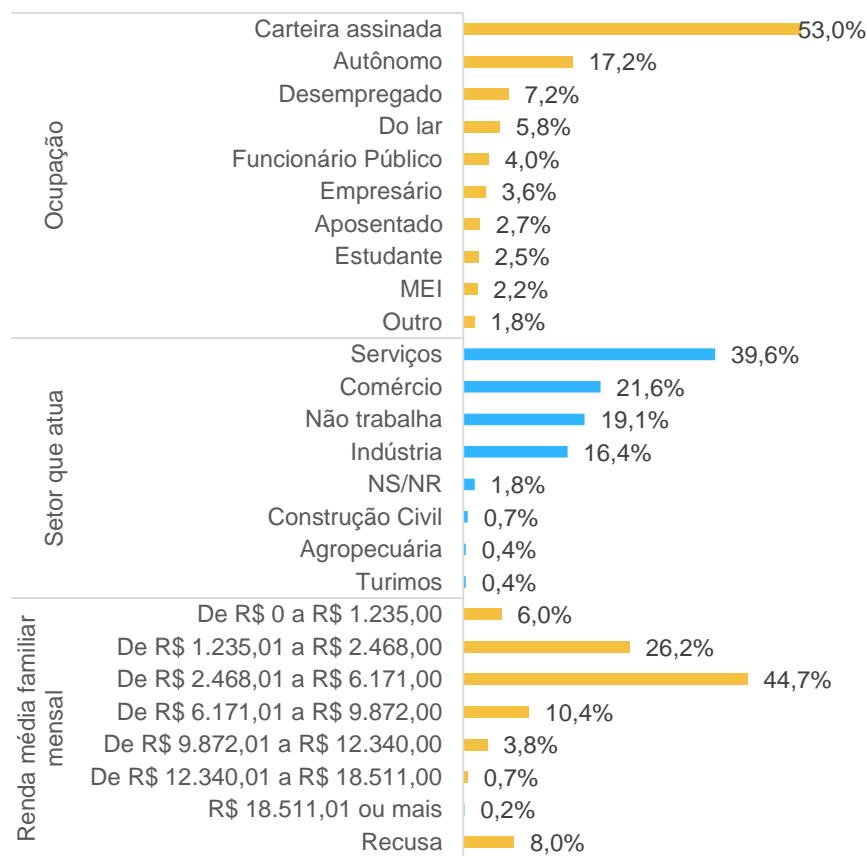
Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Entre os consumidores que não realizaram compras de presentes há maior participação de pessoas desempregadas.

Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Dialogando com os dados do perfil, os indicadores sobre o comportamento consumidor já apontam que tais consumidores já não tinham, em sua maioria, intenção de realizar as compras para a data (64,2%).

Intenção prévia da compra	
Intenção	%
Não tinha intenção	64,2%
Tinha intenção	35,8%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

O dado sobre a intenção anterior de realizar a compra está alinhado com o principal motivo para a não compra, com a maioria não tendo crianças pra presentear (37,8%), seguida pela falta de dinheiro (31,6%).

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2023

Motivo para não realizar a compra	
Motivo para não comprar	%
Não tenho ninguém para presentear	37,8%
Sem dinheiro	31,6%
Sem motivo específico	14,7%
Falta de tempo	4,9%
Outro	3,6%
Não comemoro a data	2,7%
Chuva atrapalhou	2,2%
Vai dar o presente no natal	0,9%
Vou comprar ainda	0,9%
A criança adoeceu	0,4%
Levou pra passear	0,4%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Assim, diferente dos consumidores que compraram presentes para a data, a maioria dos consumidores que não compraram também não realizou comemorações para a data (70,9%).

Comemoração data	
Comemoração data	%
Não realizou comemoração	70,9%
Realizou comemoração	29,1%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Entre os que ainda assim realizaram alguma comemoração, a participação das comemorações em casa é maior e predominante (77,1%), seguido dos passeios em locais públicos diversos.

Comemoração	
Comemoração	%
Almoço/Jantar em família em casa	77,1%
Passeio em parque públicos/praias	6,1%
Outro	5,3%
Passeio Shopping	5,3%
Passeio em parque e estabelecimentos temáticos e de diversão privados	4,6%
Almoço/Jantar em família em restaurante	1,5%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

As pesquisas de avaliação de compra têm como objetivo central mapear a experiência de compra dos consumidores catarinenses após as principais datas do comércio. Contudo, por ocorrerem quase mensalmente, além de fazer esse importante mapeamento, ela também apura dados de acontecimentos pontuais que podem afetar o consumidor catarinense como um todo.

No caso da pesquisa aqui exposta, um acontecimento que ela se proposta a apurar foi o impacto das volumosas chuvas que ocorreram em Santa Catarina entre os meses de setembro e outubro. O capítulo a seguir irá versar sobre esses acontecimentos e dialogando com questões do consumo da data.

CHUVAS SETEMBRO E OUTUBRO.

O questionamento sobre problemas com as chuvas entre e setembro e outubro foi realizado para os consumidores que realizaram ou não compras de presente para a data, assim, a amostra desse capítulo é de 2101 consumidores entrevistados nas sete principais cidades do estado.

A pesquisa mapeou que quase três em dez consumidores tiveram algum problema ou prejuízo com as fortes chuvas (26,5%), mas 73,5%, felizmente, não foram impactados.

Problemas chuvas	
Problemas chuvas	%
Não	73,5%
Sim	26,5%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Entre os que tiveram problemas, os mesmos apontaram múltiplas adversidades, sendo que a dificuldade de deslocamento a principal (39,3%), seguido pelo cancelamento de aula ou trabalho (32,9%) e a necessidade de cancelar compromissos diversos (22,8%).

Problemas com as chuvas	
Problema	%
Sim, não consegui/tive dificuldade me deslocar	39,3%
Sim, aulas/trabalho cancelado	32,9%
Sim, cancelei compromissos	22,8%
Sim, parentes/amigos ficaram desabrigados	11,3%
Sim, tive estragos na minha casa	10,6%
Sim, tive que cancelar viagens	4,3%
Sim, tive atraso/cancelamento em produtos encomendados	3,4%
Sim, perdi bens pessoais	3,1%
Outro	2,2%
Sim, fiquei desabrigado	2,7%
Sim, pouco movimento trabalho/comércio	1,8%
Total	134,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Quando se observa a cidade da entrevista e a ocorrência de problemas com a chuva, um dado que se destaca é que nas cidades do Vale do Itajaí (Blumenau e Itajaí) é onde tem maior participação de consumidores que afirmam ter tido algum tipo de problema, ambas a cidades com quase 40% (38% e 38,3%,

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2023

respetivamente). Segundo foi possível acompanhar nos noticiários, as cidades do Vale sofreram muito com as chuvas do período abordado na pesquisa.

Cidade	Cidade X Problema chuvas		
	Problema		
	Não	Sim	Total
Chapecó	79,1%	20,9%	100%
Florianópolis	68,3%	31,7%	100%
Lages	78,3%	21,7%	100%
Blumenau	62,0%	38,0%	100%
Joinville	92,0%	8,0%	100%
Criciúma	73,0%	27,0%	100%
Itajaí	61,7%	38,3%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

A pesquisa de Avaliação de Compras Dia das Crianças 2023 demonstrou que ocorreu aumento no gasto médio com a data, uma alta de 1,6% em comparação com 2022. Também apontou que, diferente de anos anteriores, mais consumidores realizaram comemorações para a data, com refeições em família e passeios diversos. Mais consumidores efetivaram a intenção de realizar as compras (90,4%), e ao todo 77,7% dos consumidores realizaram compras de presentes para a data (compras planejadas e não planejadas). O aumento do gasto médio e da efetivação das compras pode estar relacionado ao menor crescimento da inflação da data, como foi observado anteriormente com os dados da FGV.

Outros indicadores mantiveram performances semelhantes à de anos anteriores, como os tipos de presentes e período de compra, indicadores já antecipados na pesquisa de Intenção de compra para a data.

Um indicador novo que a pesquisa apurou foi o do local de compra considerando bairros centrais e periféricos, notando que as compras nos comércios físicos dos centros das cidades foram predominantes em seis das sete cidades, sendo diferente apenas em Joinville.

Na edição de 2023 foi possível mapear os motivos para a não realização de compras para a data, e foi apurado que a falta de quem presentar e a falta de dinheiro foram, respectivamente, os principais motivos. Esse dado é importante, pois os empresários podem utilizar outras estratégias para atrair consumidores que, por exemplo, entendem que não tem quem presentear (crianças), podendo estimular a compra de presentes para causas sociais, entre outros.

Por fim, buscando sempre manter o objetivo de mapear quaisquer acontecimentos que possam impactar a sociedade, os consumidores e os seus representados, a pesquisa também ouviu os consumidores sobre os impactos das chuvas de setembro e outubro. Constatando que a maioria dos consumidores entrevistados, felizmente, não teve problemas e que os maiores percentuais de impactados foram nas cidades do Vale do Itajaí.