



Avaliação do Consumidor
DIA DAS CRIANÇAS 2016

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

Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas de Santa
Catarina

Relatório Avaliação do Consumidor – Dia das Crianças 2016

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
EFETIVAÇÃO DAS COMPRAS.....	3
PERFIL SOCIOECONÔMICO	4
CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS	5
Critérios para a decisão de compra.....	5
Negociação	12
AVALIAÇÃO DO CONSUMIDOR	14
CONCLUSÃO.....	16

INTRODUÇÃO

O dia das crianças, comemorado no dia 12 de outubro, é a quarta data mais significativa para o comércio. Com apelo a um vasto público consumidor cada vez mais exigente, a data movimentou diversos setores da economia. Observando a importância da data, a Fecomércio SC e a FCDL/SC realizaram a pesquisa Avaliação do Consumidor – Dia das Crianças/2016. A pesquisa tem como objetivo avaliar a experiência de compras do consumidor catarinense sobre a data, possibilitando aferir sobre o atendimento nas lojas, avaliar os produtos disponibilizados nos estabelecimentos, mensurando também o gasto médio por segmento de presente e os principais atributos de escolha do presente.

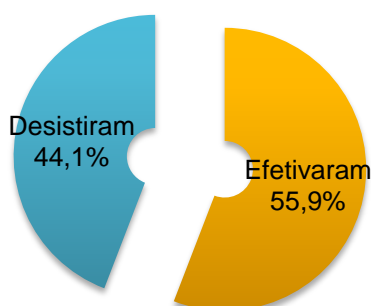
Como as entidades têm como premissa o combate à venda e ao consumo de produtos pirateados, a pesquisa também apura se os consumidores adquiriram produtos piratas e quais foram.

O levantamento de dados ocorreu entre os dias 13 a 20 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 de Avaliação dos Consumidores Dia das Crianças 2016, foram contatados 700 consumidores que haviam manifestado intenção de compras presentes durante a pesquisa de Intenção de Compras Dia das Crianças 2016. Dentre os consumidores contatados, 44,1% declararam não ter realizado as compras, enquanto 55,9% efetivaram suas compras.

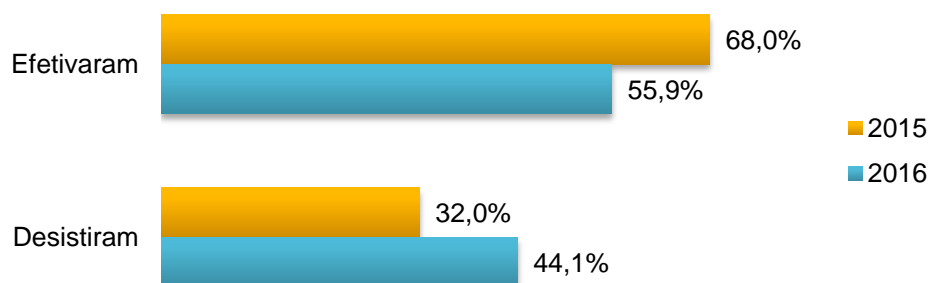
Efetivação das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Comparando com os dados da pesquisa de dia das crianças 2015, o percentual de desistência de compras cresceu 12,1 pontos percentuais. Essa alta na desistência das compras tem relação com as atuais condições da renda, da inflação e do acesso ao crédito, que desencadeou o atual cenário de crise, desestimulando o consumo.

Efetivação das compras



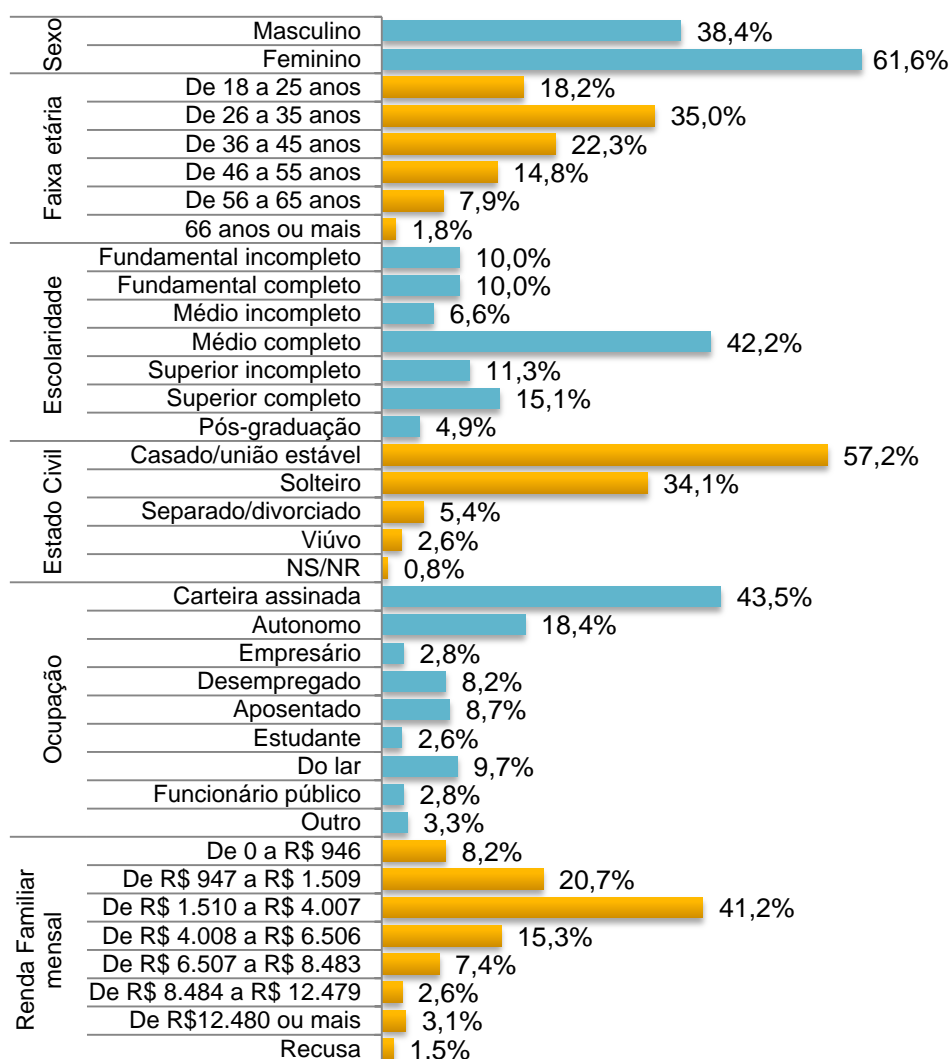
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

A pesquisa de Resultado de Vendas dia das Crianças 2016 apontou queda de um ano para o outro em diversos indicadores junto ao empresário, como o gasto médio por consumidor e a variação do faturamento. Conjugada ao aumento da desistência das compras pelo consumidor, os dados apontam que o consumidor vem vivenciando a retração em sua renda, bem como o aumento da contenção do crédito.

PERFIL SOCIOECONÔMICO

Entender o perfil socioeconômico dos entrevistados é fundamental para compreender o comportamento consumidor catarinense. O perfil a seguir exposto diz respeito a informações da amostra de 391 pessoas.

Perfil Socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os consumidores são mulheres jovens e casadas ou em união estável que cursaram até o ensino médio, trabalham com carteira assinada e com renda familiar mensal entre R\$1.510 a R\$4.007.

CARACTERÍSTICAS DAS COMPRAS

Quando o consumidor projeta realizar uma compra, na maior parte das vezes, já idealizou as principais características do produto. Quando sai para efetivá-la, muitos podem não encontrar o produto desejado. Por esse motivo a pesquisa buscou saber se o consumidor teve êxito em sua compra, ou seja, se encontrou os presentes que motivaram à ida as compras. A questão procura apontar, dentre outras coisas, se o comércio manteve seus estoques abastecidos e se ofereceu uma ampla e diversificada gama de produtos para a data. A maioria de consumidores em Santa Catarina obteve êxito na realização de suas compras, adquirindo os produtos inicialmente almejados (93,1%), apenas 4,3% não encontraram os presentes idealizados e 2,6% encontraram parcialmente.

Êxito na realização da compra		
Efetividade	2015	2016
Sim	95,9%	93,1%
Não	3,2%	4,3%
Parcialmente	1,0%	2,6%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Em relação ao ano anterior, ocorreu pequena queda de um ano para o outro entre os consumidores que obtiveram êxito na compra.

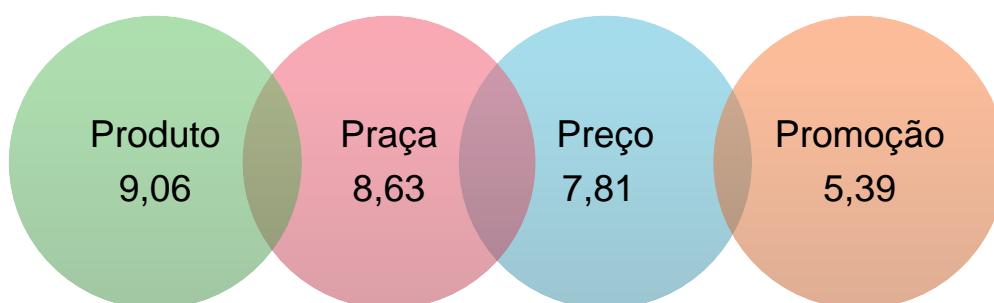
Crítérios para a decisão de compra

O processo de decisão de compra é parte fundamental do comportamento consumidor e essa escolha inicia quando uma necessidade é ativada ou reconhecida. Para sanar tais necessidades, existem quatro atributos que são substanciais na decisão de compra: Preço, Praça, Produto e Promoção, definições fundamentais que uma empresa deve considerar para atingir um determinado público-alvo.

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.

Para a realização das compras dos dias das crianças, o principal atributo elencado pelos consumidores foi o produto, com nota média 9,06, o local (praça), foi o segundo atributo com maior nota média (8,63).

Atributos de decisão de compra



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O produto também foi o principal atributo apontado na pesquisa de Avaliação dia das crianças 2015, entretanto, em 2016, atingiu a média 9,06, assim como a praça/local de compra, que teve uma pequena alta chegando a 8,63. O destaque fica para a promoção/divulgação que sofreu queda em 2016, com nota média inferior a 6 (5,39).

Decisão de compras dia 2015/2016		
	2015	2016
Produto	8,73	9,06
Praça	8,48	8,63
Preço	8,03	7,81
Promoção	6,45	5,39

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

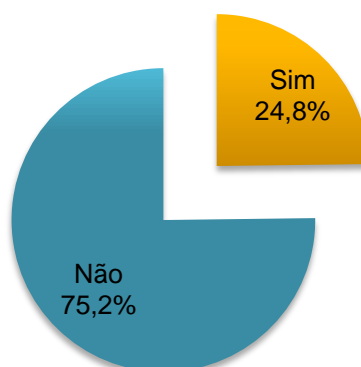
Apesar de o dia da criança ser direcionado a esse público específico, que é um importante nicho de mercado e cada vez mais exigente, as compras normalmente são efetivadas por consumidores adultos. Nesse sentido, a pesquisa buscou saber junto aos entrevistados o grau de influência da escolha da criança para a compra do presente. Além disso, por se tratar muitas vezes de produtos muito específicos, que não fazem parte do universo adulto, também se buscou saber o quanto a orientação do vendedor ou do atendente auxiliou na aquisição do produto. O desejo da criança recebeu nota média de 7,09, superando o critério de promoção entre os atributos de decisão de compra e ficando próxima da nota do preço. A orientação do vendedor ou atendente recebeu nota 5,90, também superando o critério promoção.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A maior parte dos consumidores não levou as crianças para a realização das compras (75,2%), como já apontava a pesquisa de Intenção de Compras dias das crianças 2016 Fecomércio SC/FCDL-SC, onde 74,4% dos entrevistados adiantou que não levaria a criança às compras.

Presença da criança durante a compra



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Sobre a relação familiar entre o consumidor e a criança presenteada, em 2016 a maioria das crianças que receberam presentes foram os filhos (46,3%) como apontou a pesquisa de Intenção de Compras. Os afilhados ficaram em segundo lugar (16,2%), seguido pelos sobrinhos (15,8%). No ano anterior os mais presenteados foram os filhos e os netos.

Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Avaliação do Consumidor - Dia das Crianças 2016

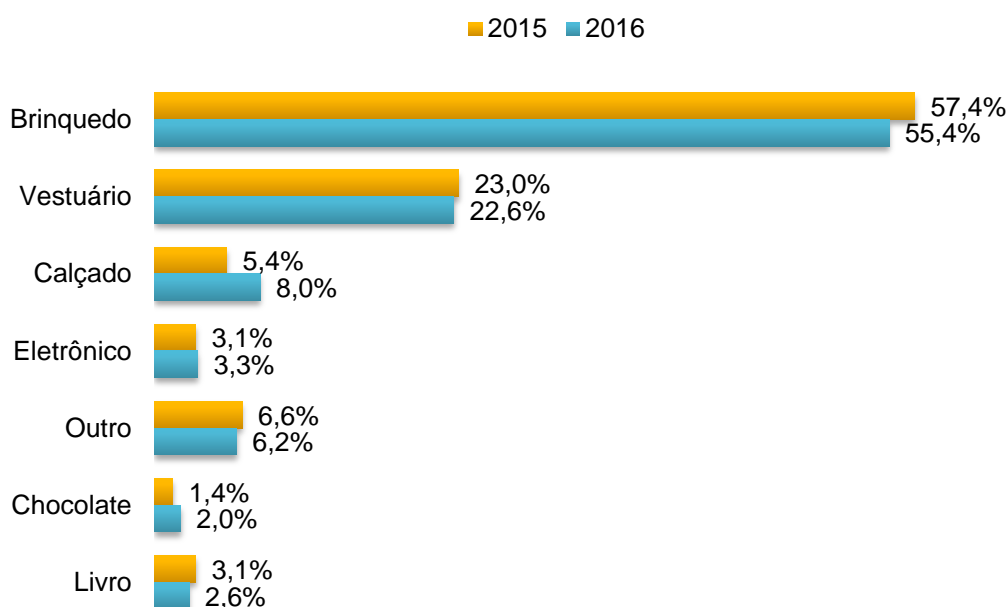
Crianças presenteadas		
Parentesco	2015	2016
Filho	45,9%	46,3%
Neto	16,7%	14,7%
Afilhado	15,3%	16,2%
Sobrinho	14,7%	15,8%
Outro	5,5%	4,8%
Filho de amigo	1%	1,5%
Enteado	0,8%	0,6%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além de compreender quais os principais atributos levados em conta pelo consumidor para a realização de suas compras para a data, a pesquisa também apurou as características das compras dos presentes, os presentes comprados e seu gasto.

Os principais presentes comprados para o dia das crianças em 2016 foram do segmento de brinquedos (55,4%), seguido por vestuários (22,6%). Tais segmentos foram os dois principais também na pesquisa do ano anterior. A quantidade média de presentes comprados foi de 1,85.

Segmentos dos presentes 2015/2016

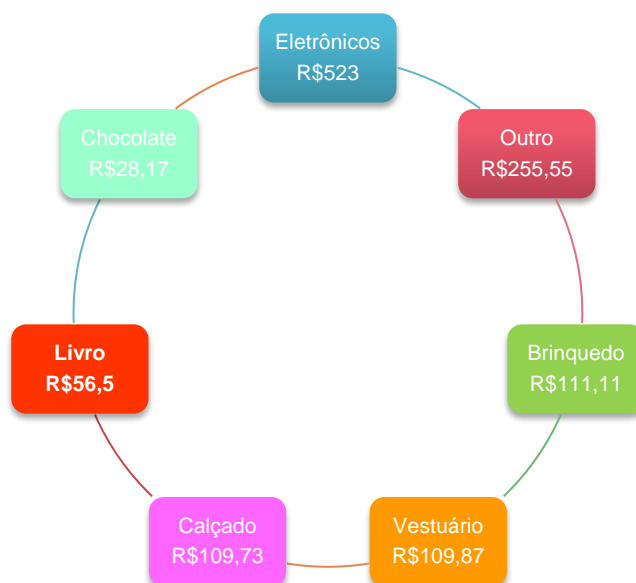


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Referente ao gasto médio despendido em cada segmento de presente adquirido, o consumidor que presenteou com eletrônicos em geral foi o que mais gastou (R\$523), seguido pela opção outros (R\$255,55), utilizada pelo respondente quando as demais opções não contemplam o presente comprado.

Os brinquedos foram o terceiro gasto médio mais representativo, ficando em R\$111,11.

Gasto médio por segmento



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os eletrônicos e a opção outros apresentaram o maior gasto médio também na pesquisa de 2015, porém no ano anterior o setor de vestuário ficou em terceiro lugar, com gasto médio de R\$117,65.

Gasto médio por segmento		
	2015	2016
Eletrônico	R\$ 324,25	R\$ 523,00
Outro	R\$ 246,50	R\$ 255,55
Vestuário	R\$ 117,65	R\$ 109,87
Brinquedo	R\$ 111,05	R\$ 111,11
Calçado	R\$ 80,46	R\$ 109,73
Chocolate	R\$ 64,86	R\$ 28,17
Livro	R\$ 49,69	R\$ 56,50

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ainda buscando compreender as características da compra, bem como dos produtos adquiridos, a pesquisa apurou também se o consumidor comprou produtos piratas como presente. Como já destacado anteriormente, as entidades idealizadoras e realizadoras da pesquisa têm como premissa o combate à venda e ao consumo de produtos pirateados. Conjugado a isso, observar esse consumo durante essa data é fundamental, considerando que o público diretamente atingido (crianças e adolescentes) é mais vulnerável aos males que esses produtos podem ocasionar.

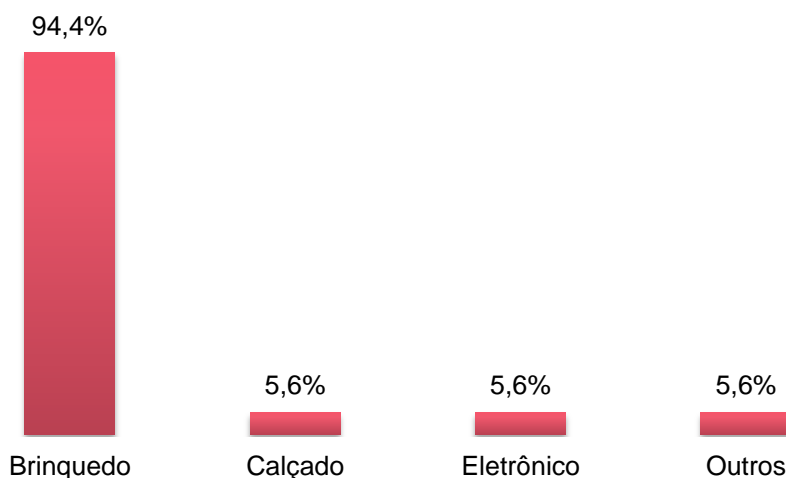
A maioria dos consumidores afirmou não ter comprado produtos piratas como presentes (88,6%). Se comparado com a pesquisa do ano anterior, ocorreu uma queda de 6 pontos percentuais entre os consumidores que afirmaram ter comprado pirataria.

Consumo pirataria		
Pirataria	2015	2016
Não	84,9%	88,6%
Sim	10,7%	4,7%
NS/NR	4,4%	6,8%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Entre os que afirmaram ter presenteado com pirataria (6,8%), a maioria dos presentes piratas foram brinquedos (94,4%). Cabe reforçar que o consumo deste tipo de produto é assumir um risco, considerando que eles possuem qualidade muito inferior ao original.

Presentes piratas



Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

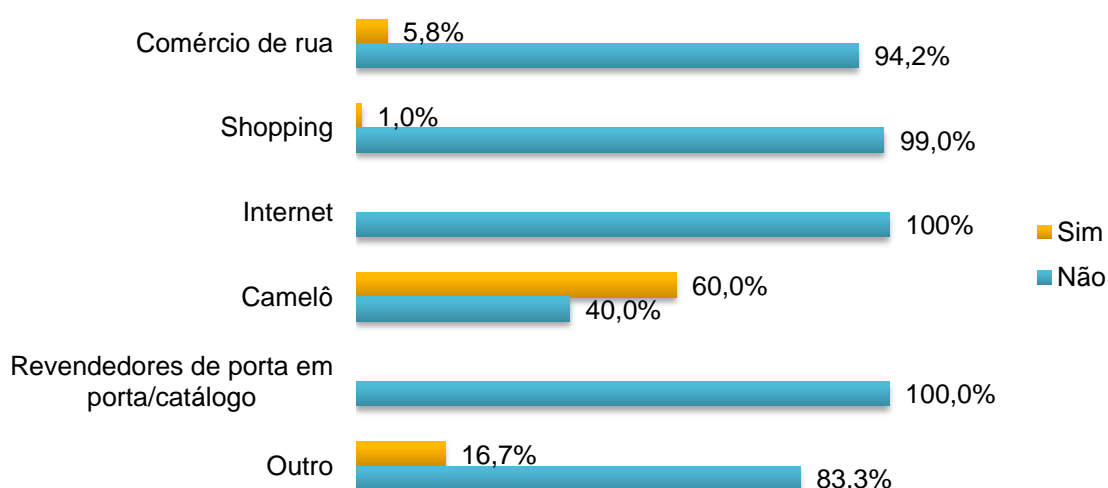
Outra questão importante para compreender o comportamento consumidor é observar onde este prefere realizar as suas compras para cada data, entendendo que cada local escolhido possui características específicas e atraem públicos diferenciados. A maioria dos catarinenses realizou suas compras no comércio de rua (68,6%), destino também escolhido no ano anterior. O shopping ficou em segundo lugar, com 24,5%. As compras pela internet aumentaram 1 ponto percentual.

Local das compras		
Local	2015	2016
Comércio de rua	60,5%	68,6%
Shopping	25,5%	24,5%
Outro	8,6%	1,4%
Camelô	3,3%	1,4%
Internet	1,9%	2,9%
Revendedores de porta em porta/catálogo	0,2%	0,7%
NS/NR	0%	0,5%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Estabelecendo uma relação entre o local da compra e o consumo de pirataria, observa-se que entre os que compraram em camelôs, 60% presentearam com produtos piratas. A opção outros locais se destaca com 16,7% comprando produtos pirateados. Entre os que compraram em comércio de rua, 5,8% compraram pirataria.

Relação consumo de pirataria X Local de Compra



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

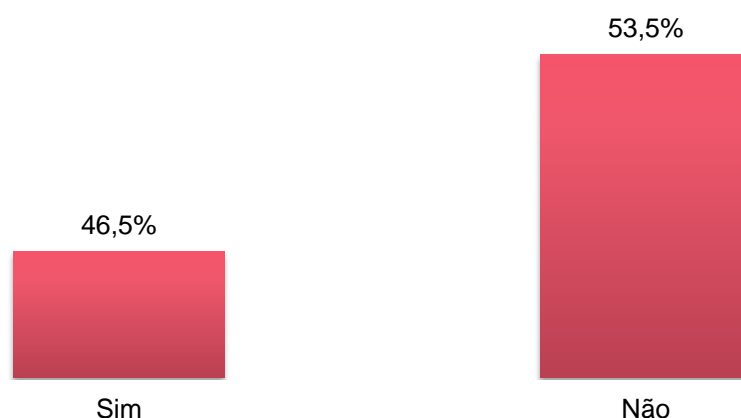
Outras características das compras para os dias das crianças foram apurados na pesquisa, como realização de negociação entre o comprador e o vendedor, como o item a seguir discorre.

Negociação

A relação comercial no momento da compra de um bem ou serviço implica em uma série de negociações. Segundo Stephen Robbins, negociação é “o processo pelo qual duas pessoas trocam bens ou serviços e buscam um acordo sobre as vantagens dessa troca para cada um”. Em tempos de crise, esse processo se torna ainda mais importante, uma vez que o vendedor precisa convencer o comprador das vantagens que este terá ao efetivar a compra. Para tanto, muitas vezes é preciso oferecer algo a mais ao consumidor. Uma das estratégias dos estabelecimentos é conceder descontos se o cliente pagar o produto à vista, ou mesmo parcelar este valor. Observando a importância deste processo, a pesquisa também apurou se o consumidor realizou pesquisa de preços antes de efetivar a compra, se na percepção do consumidor teve diferença de preço entre as lojas pesquisadas e se durante a compra o estabelecimento possibilitou a negociação com o consumidor.

A maioria dos consumidores catarinenses (53,5%) não realizou pesquisa de preços para as compras do dia das crianças.

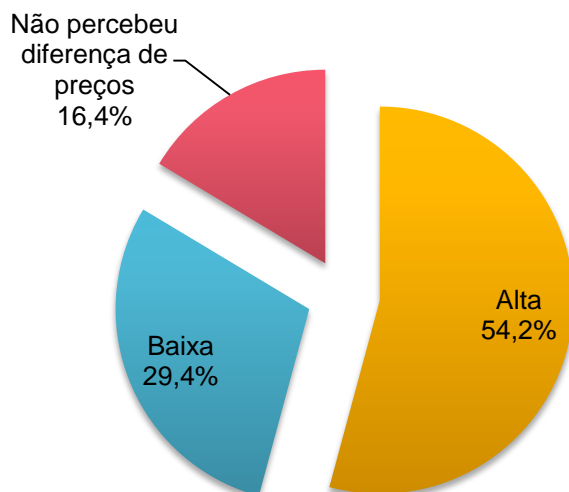
Realização pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Entre os consumidores que realizaram pesquisa de preços (46,5%), a percepção da maioria é que a diferença de preços entre as lojas foi alta (54,2%), no entendimento de 29,4% a diferença foi baixa e 16,4% nem chegou a perceber a diferença entre os estabelecimentos.

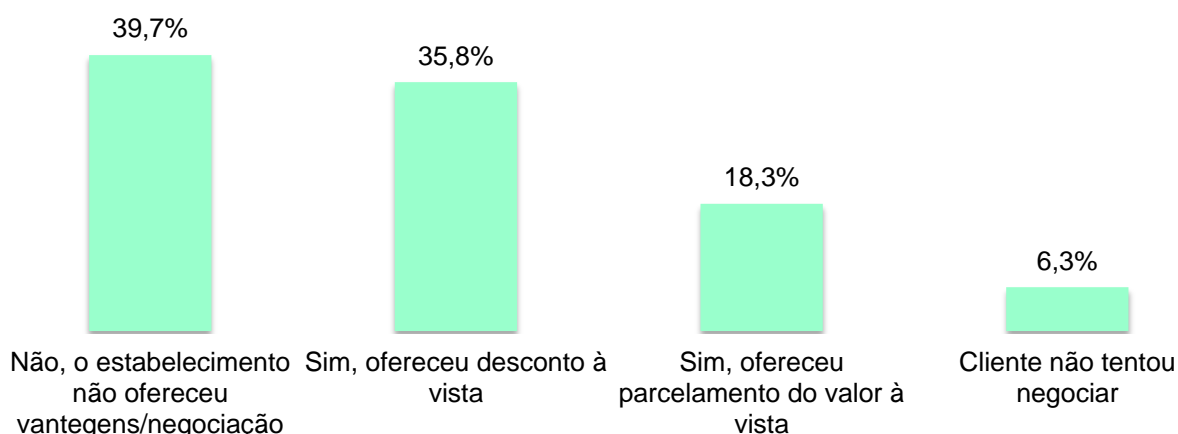
Diferença de preços entre as lojas



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Sobre a negociação, a pesquisa apurou se nos estabelecimentos onde os consumidores realizaram suas compras foi permitida a negociação, com vantagens como desconto para pagamento à vista ou parcelamento do valor à vista. Na percepção dos consumidores catarinenses, o comércio não ofertou vantagens (39,7%), entretanto, 35,8% dos consumidores afirmaram que durante a compra receberam descontos no valor à vista.

Negociação



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A pesquisa também oportunizou aos consumidores avaliar diversos atributos relacionados às lojas onde realizou as compras para a data, aferindo desde os produtos ofertados pelas lojas até o atendimento despendido pelo estabelecimento. Esta avaliação, realizada nas principais datas do comércio, permite ao empresário do comércio 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.

A avaliação dos produtos e do atendimento realizada pelos consumidores está disposta no item que segue.

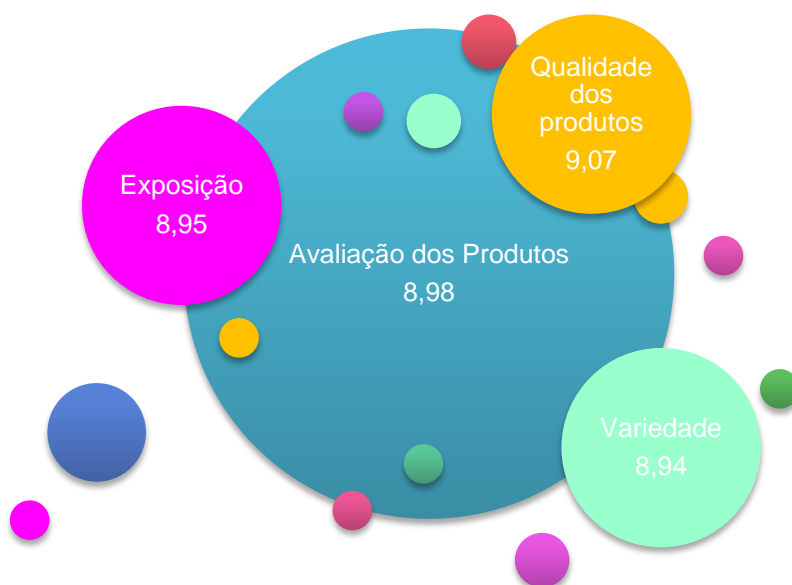
AVALIAÇÃO DO CONSUMIDOR

Avaliação dos produtos

Como o produto em si é fundamental para a efetivação da compra, além do preço e local, a pesquisa apurou também a avaliação em relação aos produtos ofertados pelo comércio. Levaram-se em consideração os seguintes predicados: variedade dos produtos oferecidos, exposição dos produtos e qualidade dos produtos ofertados. Os consumidores atribuíram notas de 1 a 10 aos três atributos, onde 1 era péssimo e 10 ótimo.

No que tange a avaliação dos produtos, o atributo qualidade foi o melhor avaliado (9,07), a exposição/disposição dos produtos e a variedade também foram bem avaliados, com notas 8,95 e 8,94, respectivamente. A nota média dos atributos relacionados aos produtos ficou em 8,98.

Avaliação dos produtos



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

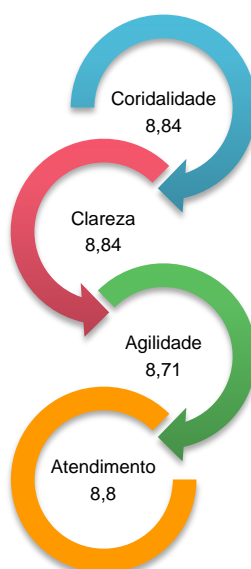
O atendimento é também fundamental para uma aprazível experiência de compras. Nesse sentido, o consumidor também pode avaliar os atributos relacionados ao atendimento, como exposto no item abaixo.

Avaliação do atendimento

Os consumidores também tiveram a oportunidade de avaliar 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, atribuindo nota, de 1 a 10, considerando 1 péssimo e 10 ótimo, para os três itens.

Os atributos do atendimento cordialidade do atendente e clareza das informações tiveram ambos a nota 8,84, a agilidade do atendente ficou com média de 8,71. Assim, o atendimento durante as compras para o dia das crianças foi bem avaliado pelo consumidor, pois a nota média do atendimento ficou em 8,8.

Avaliação do Atendimento



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O atendimento no comércio em 2016 durante as compras dos dias das crianças foi melhor avaliado do que no ano anterior, quando recebeu nota média de 8,4. Todos os atributos também tiveram aumento nas notas.

Avaliação do atendimento		
Atributos atendimento/ano	2015	2016
Cordialidade	8,61	8,84
Clareza	8,36	8,84
Agilidade	8,22	8,71
Atendimento	8,4	8,8

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A experiência de compras é o “conjunto das percepções que um consumidor constrói ao interagir com uma operação varejista, durante o ato de consumo ou pesquisa”, segundo a Universo Varejo (2016). Esse conjunto de percepções forma-se a partir de diversos atributos, que vão desde a arquitetura do estabelecimento ao relacionamento com o atendente. Contudo, predicados substanciais na construção desta percepção dizem respeito aos diversos atributos dos produtos e do atendimento recebido no estabelecimento. Tendo como foco estas duas características, a pesquisa Avaliação do Consumidor – Dia das Crianças 2016, buscou delinear como foi a experiência de compras do consumidor catarinense para a data. Mensurando também outras características da compra, como quantidade de presentes, gasto médio por segmento e consumo de pirataria, entre outros.

A pesquisa apontou aumento na desistência das compras para data de um ano para o outro: em 2015 32% dos consumidores contatados não efetivaram as compras para a data e em 2016 esse número passou para 44,1%. Esse aumento da desistência vai de encontro com as informações apuradas na pesquisa de Resultado de Vendas dia das Crianças 2016, que discorre sobre a percepção do empresariado sobre a data, que apontou queda do gasto médio por cliente de um ano para outro, conjugada a queda no faturamento para a data. Isto demonstra que o consumidor está vivenciando a retração em sua renda, bem como o aumento da contenção do crédito, ocasionada pela elevação dos juros e a deterioração do mercado de trabalho, originada pela redução dos investimentos produtivos.

Apesar desta queda, os consumidores que efetivaram suas compras (55,9%) e que foi objeto desta pesquisa, avaliaram positivamente sua experiência de compras. O atendimento recebeu nota média de 8,8, superando a nota do ano anterior. Sobre os atributos dos produtos dos estabelecimentos, a pesquisa levou em conta desde a qualidade até sua disposição na loja, também foi bem avaliado, com nota média de 8,98.

Os principais atributos levados em consideração para a efetivação da compra foram as características dos produtos (9,06) e o local (8,63). Destaque para um atributo novo avaliado nesta pesquisa, o peso da escolha da criança, que recebeu nota 7,09. A promoção (divulgação) foi o que menos pesou na hora da compra, com nota média de 5,39.

Os brinquedos foram escolhidos pela maioria dos catarinenses (55,7%). Todavia, o segmento que apresentou maior gasto médio foi o de eletrônicos (R\$523).

Os dados apurados na pesquisa vão de encontro à realidade vivenciada pelos consumidores onde, em um cenário de crise muitos optaram por não efetivar suas compras, os que efetivaram tendem a levar em consideração na hora da compra não somente o produto, mas também atribuem considerável importância ao valor. Apesar disso, poucos realizaram pesquisa de preço, o que vai de encontro com o comportamento médio do consumidor brasileiro, que tende a deixar as compras para as vésperas das datas comemorativas.