

Federação do Comércio do Estado de Santa Catarina

Relatório de Resultado de vendas do Dia dos Namorados 2013

O resultado de vendas para o Dia dos Namorados em Santa Catarina.

Sumário

Introdução.....	3
Perfil dos entrevistados	4
Resultado de vendas do Dia dos Namorados 2013.....	4
Conclusão.....	11

Introdução

O Dia dos Namorados é a terceira maior data em movimentação para o comércio, perdendo apenas para o Natal e para o Dia das Mães. Não por acaso, a data é um importante momento para o comércio catarinense, já que é responsável por parte considerável de seu faturamento.

Tendo por base esta constatação, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas de Dia dos Namorados com 475 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Joinville, Criciúma, Florianópolis e Itajaí, e realizada durante o dia 13 de junho, ou seja, imediatamente após a data comemorativa. A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem. A técnica de coleta de dados foi a de entrevista por telefone individual aplicada com base em questionário estruturado desenvolvido pelo núcleo de pesquisas da Fecomércio SC. O universo foi o de proprietários ou gerentes de estabelecimentos comerciais.

Foram aplicadas 13 perguntas, sendo 8 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e 4 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

Perfil dos entrevistados

Segue abaixo os setores entrevistados:

Setores	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Blumenau	Itajaí	Santa Catarina
Floriculturas	20,99%	18,64%	12,31%	13,92%	10,71%	10,96%	10,34%	14,23%
Vestuário e calçados	39,51%	27,12%	35,38%	37,97%	37,50%	36,99%	39,66%	36,52%
Lojas especializadas em chocolates	7,41%	8,47%	6,15%	5,06%	5,36%	5,48%	6,90%	6,37%
Perfumes/cosméticos	6,17%	8,47%	10,77%	7,59%	14,29%	10,96%	8,62%	9,34%
Lojas de departamentos, magazines e multicoisas	6,17%	10,17%	12,31%	6,33%	5,36%	6,85%	5,17%	7,43%
Joalherias	9,88%	18,64%	12,31%	6,33%	14,29%	8,22%	13,79%	11,46%
Restaurante	6,17%	0,00%	7,69%	6,33%	5,36%	6,85%	6,90%	5,73%
Hotel/motel	3,70%	8,47%	3,08%	16,46%	7,14%	13,70%	8,62%	8,92%

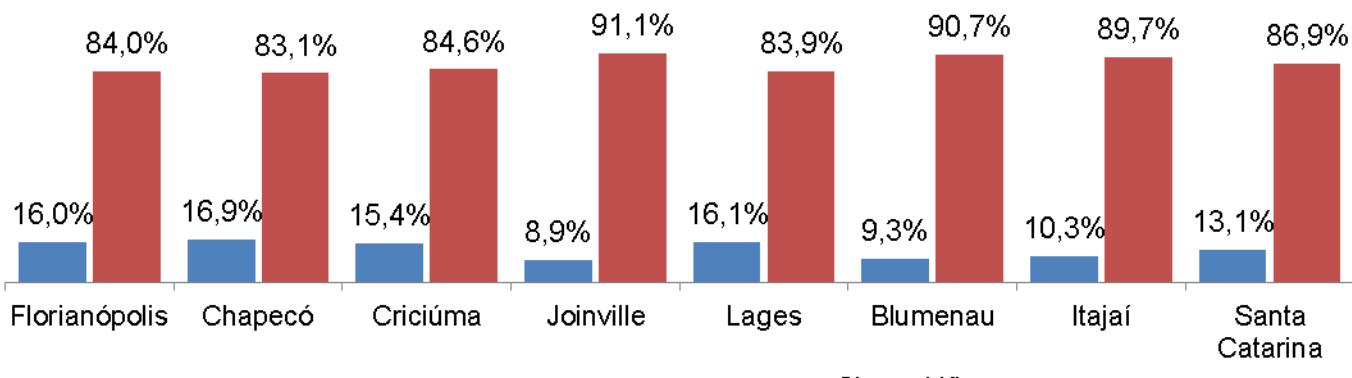
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Resultado de vendas do Dia dos Namorados 2013

Primeiramente, a Fecomércio-SC procurou quantificar os impactos do Dia dos Namorados sobre o mercado de trabalho. Nota-se que um número bastante reduzido de empresas realizou contratações para atender o aumento da demanda do período: 13,1%. Existe um fator por traz disso: a dificuldade que as empresas encontram hoje para realizar contratações. A forte carência de mão de obra tem impactado tanto no custo da mesma, que aumenta, quanto na produtividade, que cai. Assim, o empresário fica propenso a não contratar, fato que vem se repetindo em praticamente todas as datas de aumento do movimento do comércio. Já dentre estas empresas que contrataram, a média de funcionários temporários foi normal: 2,95 por empresa.

Abaixo é possível vislumbrar os dados divididos por cidades:

Contratou colaboradores temporários para o período?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

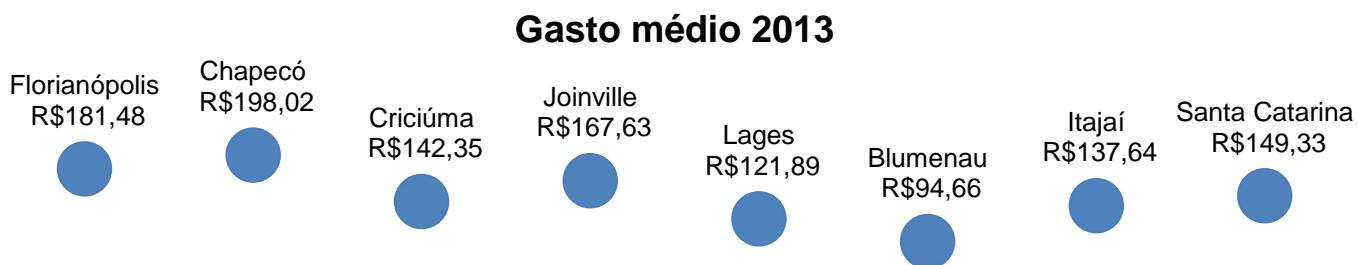
■ Sim ■ Não

Média de colaboradores contratados pelas empresas que realizaram contratações de colaboradores temporários

Cidade	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Blumenau	Itajaí	Santa Catarina
Média de colaboradores contratados	4,00	2,70	1,75	2,17	1,80	4,75	3,17	2,95

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Já em relação ao gasto médio dos consumidores, a pesquisa levantou que ele ficou em R\$149,33 por pessoa. O que é considerado um gasto considerável. O gasto médio foi inferior ao da pesquisa do ano passado, R\$166,01. Abaixo aparecem os gastos médios de todas as cidades da pesquisa:



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Além do gasto médio, a Fecomércio-SC questionou os empresários a respeito da variação do faturamento de suas empresas, tanto em relação ao período de Dia dos Namorados de 2012 quanto em relação ao mês imediatamente anterior. Assim, a variação do faturamento em relação ao ano anterior foi de 1,19%. Aumento este pequeno, que expressa o atual momento de desaceleração das vendas do comércio. Aproximadamente 30% dos respondentes afirmaram que a variação foi nula, ou seja, que não houve variação.

Já na comparação com o mês anterior o crescimento do faturamento foi de 11,4%, reforçando a importância das vendas do Dia dos Namorados para o comércio. Abaixo aparecem as variações de acordo com as diferentes cidades abarcadas pela pesquisa.

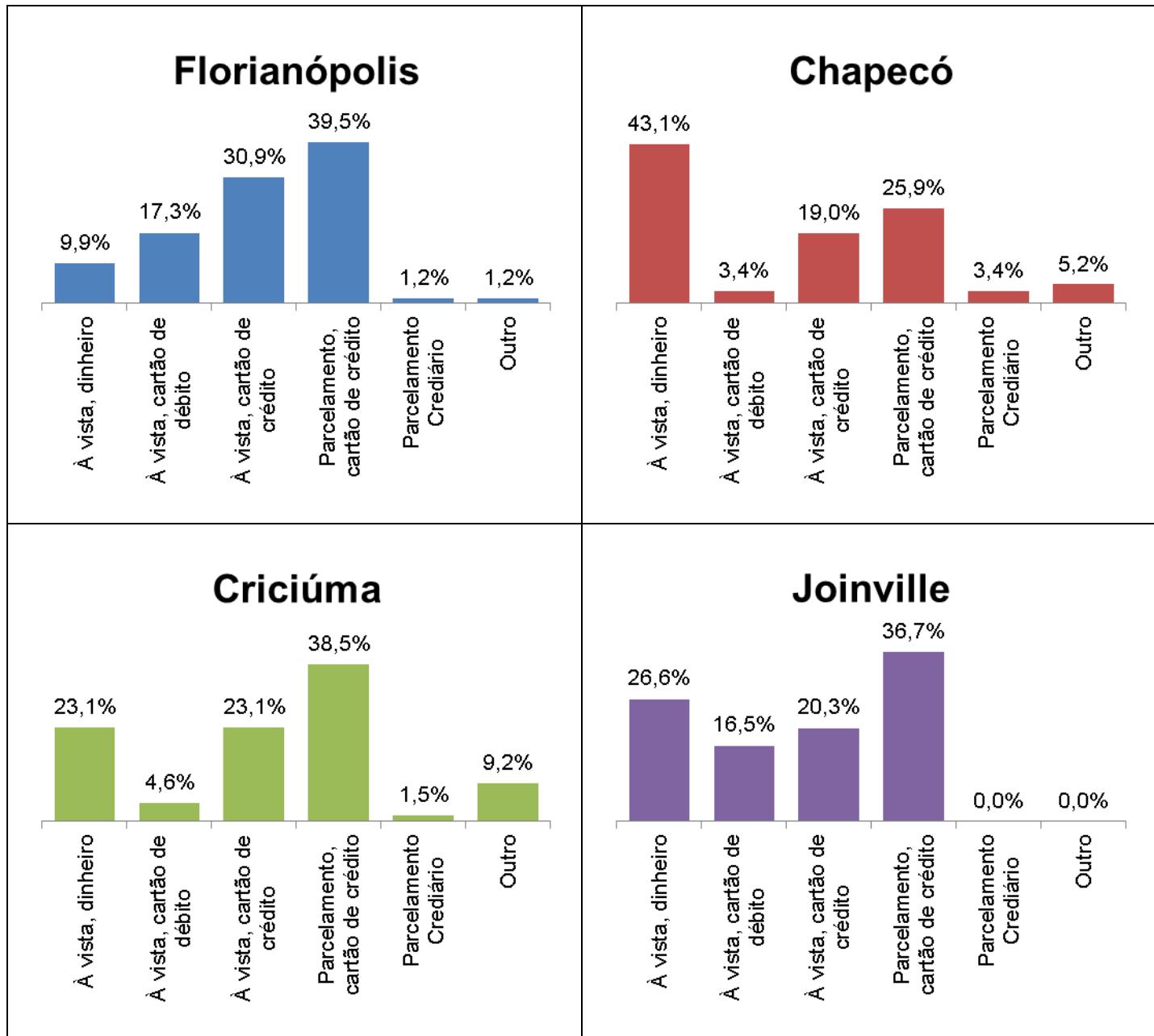
Variação faturamento (%)	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Blumenau	Itajaí	Santa Catarina
Em relação ao Dia dos Namorados de 2012	-6,52%	10,57%	-2,03%	-0,86%	0,93%	7,46%	0,66%	1,19%
Em relação ao mês anterior	1,57%	0,39%	0,90%	10,04%	41,77%	6,20%	25,95%	11,40%

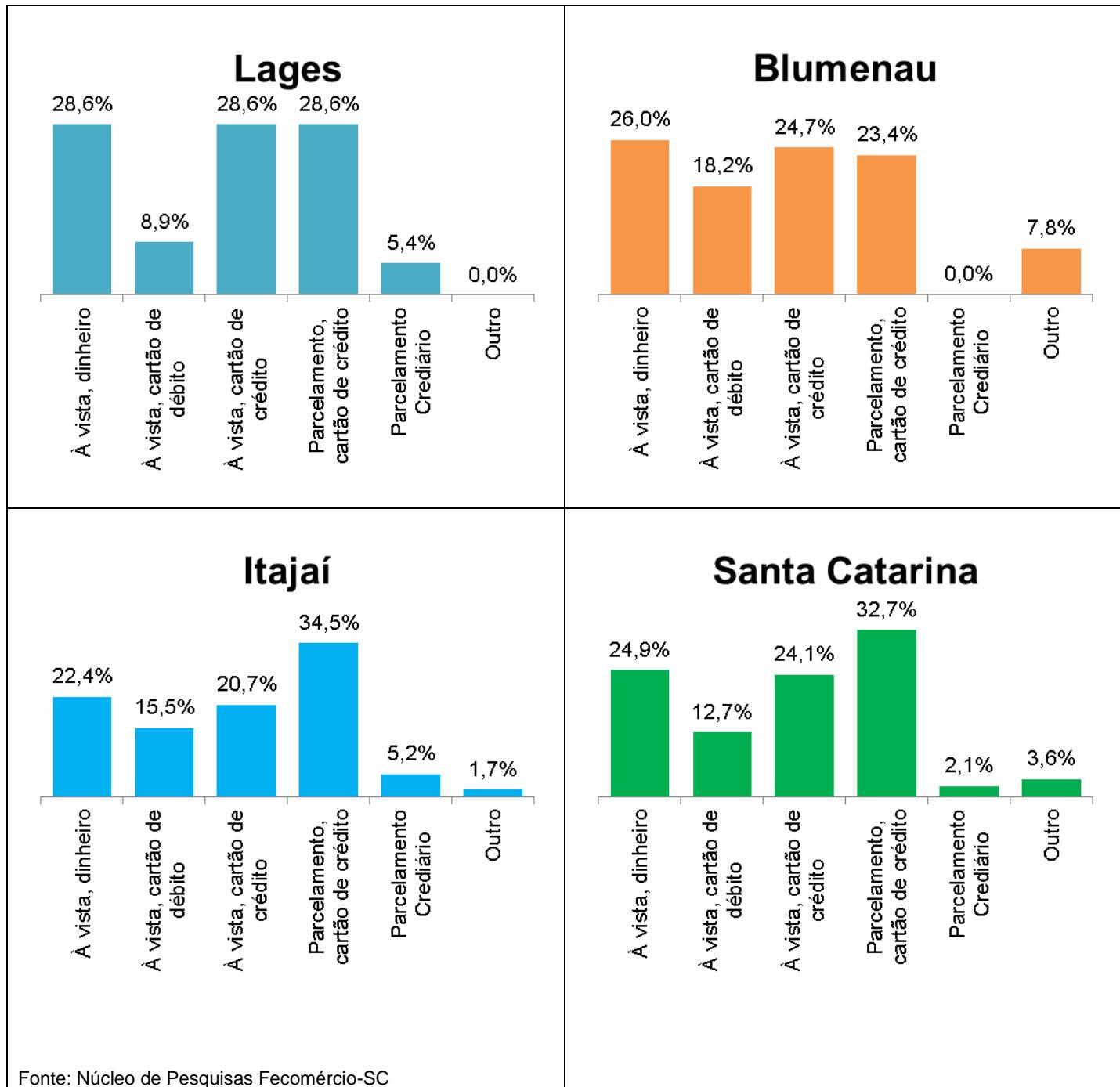
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

No que tange a forma preponderante de pagamento das compras, o pagamento à vista dominou, sendo responsável por 61,7% das compras. Isto quando dividido entre os diferentes meios de pagamento: dinheiro (24,9%), cartão de crédito em apenas uma parcela (24,1%) e cartão de débito (12,7%). Já na forma de pagamento a prazo o cartão de crédito dominou, sendo responsável por 32,7% das vendas, seguido pelo parcelamento no crediário (2,1%).

Abaixo seguem os dados divididos de acordo com as cidades da pesquisa:

Forma de pagamento preponderante





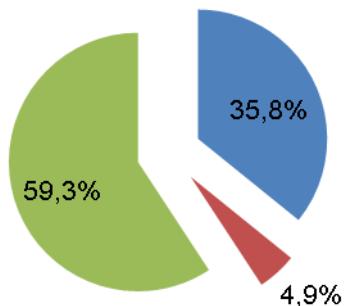
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Para melhor entender o comportamento do consumidor neste Dia dos Namorados, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais. O dado abaixo mostra que a frequência de tal atitude foi pequena. Para 50,1% dos empresários do comércio a frequência de pesquisas foi baixa, enquanto que para 29,5% o contrário aconteceu. Completa o quadro os 14,1% que consideraram razoável este comportamento e 6,4% que não souberam opinar. Na sequencia pode-se observar o comportamento das diferentes cidades:

Frequência de clientes realizando pesquisa de preços

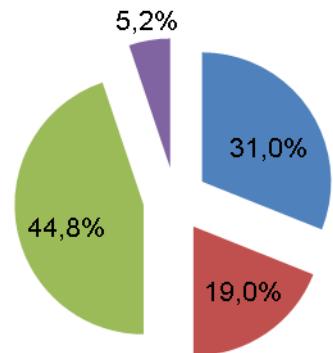
Florianópolis

■ Alta ■ Razoável ■ Baixa ■ NS/NR



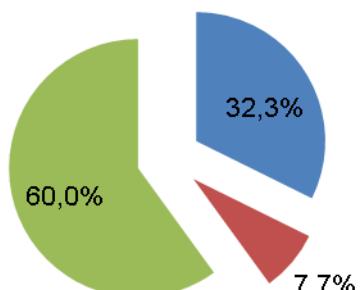
Chapecó

■ Alta ■ Razoável ■ Baixa ■ NS/NR



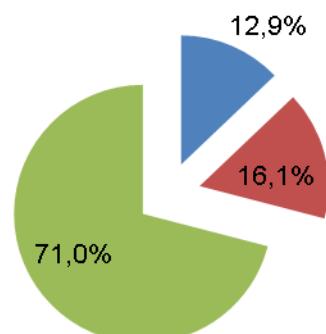
Criciúma

■ Alta ■ Razoável ■ Baixa ■ NS/NR



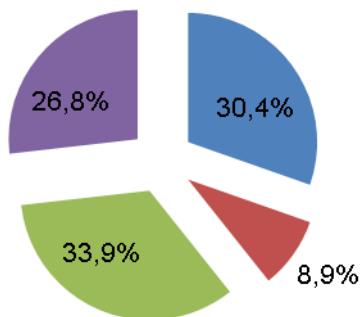
Joinville

■ Alta ■ Razoável ■ Baixa ■ NS/NR



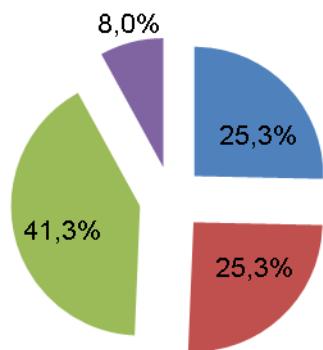
Lages

■ Alta ■ Razoável ■ Baixa ■ NS/NR



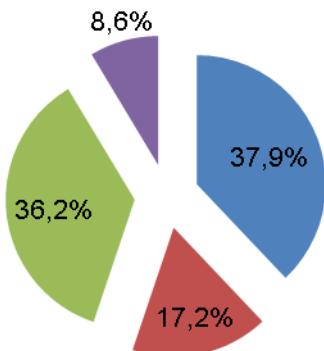
Blumenau

■ Alta ■ Razoável ■ Baixa ■ NS/NR



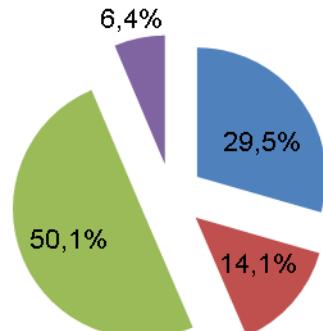
Itajaí

■ Alta ■ Razoável ■ Baixa ■ NS/NR



Santa Catarina

■ Alta ■ Razoável ■ Baixa ■ NS/NR

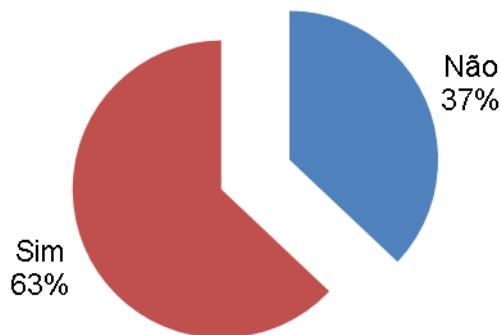


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Na Grande Florianópolis ocorreu, nos dias 10 e 11 de junho, uma greve dos motoristas e cobradores do transporte público urbano, paralisando 100% dos serviços. Mesmo com a solução paliativa, da disponibilização de vans e micro-ônibus para realizar o transporte dos usuários, os efeitos foram percebidos pelo comércio.

Os empresários foram questionados quanto ao impacto percebido no estabelecimento no resultados das vendas:

A greve dos motoristas e cobradores prejudicou o resultado das vendas?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Conclusão

Em 2013 o Dia dos Namorados reforçou o seu potencial de vendas para os comerciantes de Santa Catarina. A pesquisa da Fecomércio mostrou que o gasto médio dos consumidores foi um pouco menor do que o do ano passado e a variação do faturamento das empresas, também em relação ao ano anterior, foram de pequenos 1,19%.

Desta maneira, a desaceleração do comércio catarinense, que até então não havia atingido as datas comemorativas, neste Dia dos Namorados, chegou aos momentos de maior movimentação comercial. Assim, o processo de desaceleração das vendas, ao atingir as datas comemorativas, demonstra a sua força em Santa Catarina. Isto está relacionado principalmente com os menores ganhos de renda e à inflação deste ano, além de um endividamento elevado das famílias.

Por outro lado, a preponderância do pagamento à vista contribui para manter a situação das famílias regularizada. Elas estão endividadas, mas não tendem à inadimplência. Esse fator é fundamental, já que certamente contribuirá no caso de uma futura retomada das vendas, cenário provável para o segundo semestre, já que a inflação tende a arrefecer.