



PESQUISA DE RESULTADOS DE COMPRAS
Natal 2013

Federação do Comércio do Estado de Santa Catarina

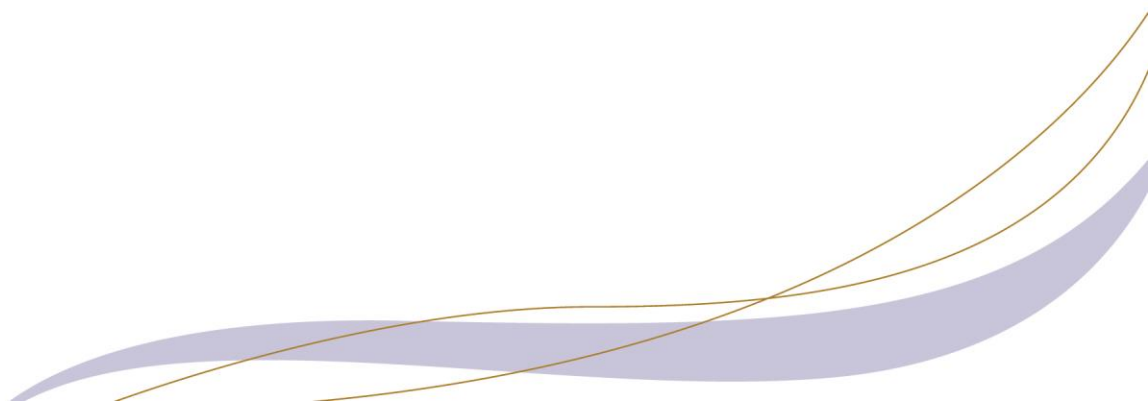
Relatório de Resultado de vendas do Natal 2013

O resultado de vendas para o Natal em Santa Catarina.



Sumário

Introdução.....	4
Perfil dos entrevistados	5
Resultado de vendas do Natal 2013.....	6
Conclusão.....	13



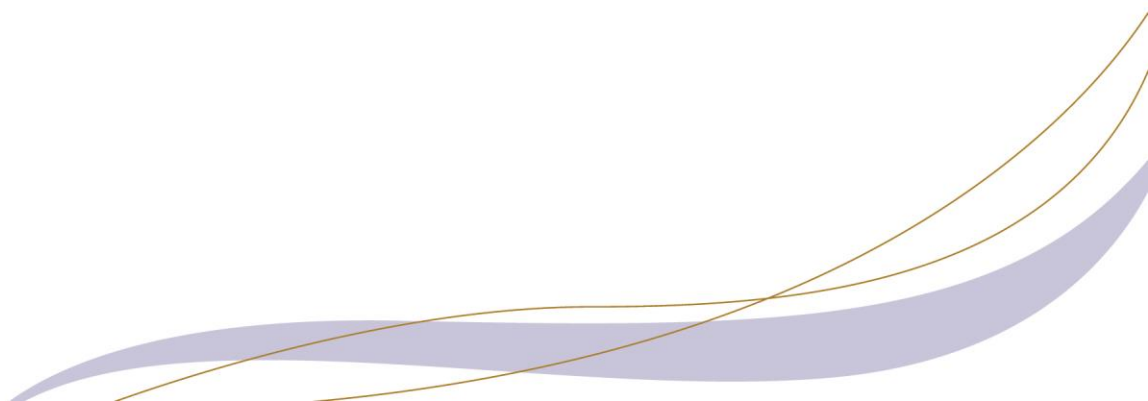
Introdução

O Natal é a principal data para o varejo no ano. Este período movimenta as vendas do varejo como nenhum outro. Desta forma, visando captar e entender os impactos desta data comemorativa para o comércio de Santa Catarina, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas juntamente com os empresários do setor varejista do estado.

A amostra foi de 588 empresas entrevistas realizadas durante os dias 26 e 27 de dezembro, divididas entre as cidades de Florianópolis, Chapecó, Joinville, Itajaí, Blumenau, Lages e Criciúma. Primeiramente, esta amostra foi estratificada por um conjunto de setores que fossem representativos do perfil do comércio das cidades.

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 8 perguntas, sendo 3 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e 5 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico



Perfil dos entrevistados

Na tabela a seguir é apresentado o percentual dos setores entrevistados na pesquisa:

Setores	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Florianópolis	Itajaí	Santa Catarina
Brinquedos	0,93%	1,47%	2,67%	1,04%	0%	0%	2,67%	1,19%
Especializadas em chocolate	0,93	2,94%	1,33%	4,17%	13,46%	7,08%	2,67%	2,90%
Floriculturas	0%	10,29%	12,00%	0%	0%	41,59%	5,33%	4,77%
Lojas de departamento, magazine e multicoisas	12,96	30,88%	21,33%	33,33%	30,77%	38,94%	36,0%	29,47%
Vestuário/calçados	81,48%	44,12%	62,67%	60,42%	55,77%	11,50%	42,67%	56,05%
Mercados, supermercados e hipermercados	3,7%	10,29%	0%	1,04%	0%	0,88%	10,67%	5,62%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

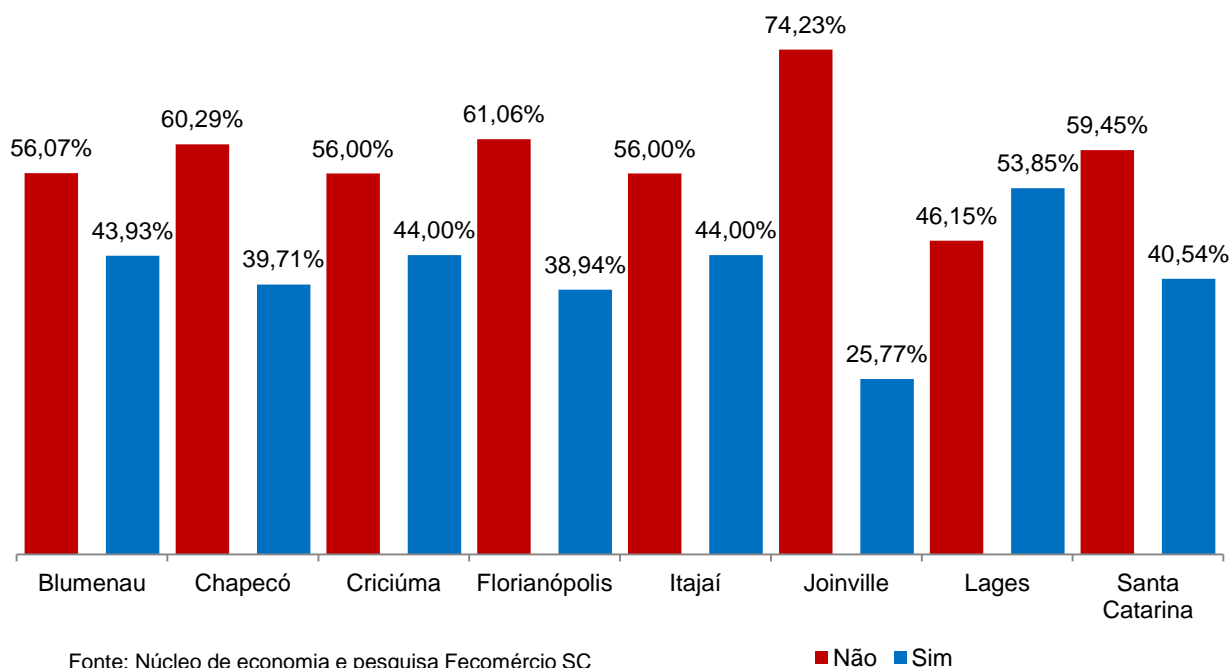
Resultado de vendas do Natal 2013

Em primeiro lugar, a Fecomércio SC procurou quantificar os impactos do Natal sobre o mercado de trabalho. Verificou-se que um número expressivo de empresas realizaram contratações para atender o aumento da demanda do período: 40,54% em todo o estado.

Entre as empresas que contrataram, a média de funcionários temporários foi de 2,77 por empresa no total do estado, tendo Lages a maior média, de 4,32 contratações temporárias, enquanto que Criciúma e Blumenau foram as cidades que apresentaram menor média, com a contratações de, respectivamente, 2 e 1,63 colaboradores adicionais por empresa.

Os dados de contratação temporária nas diferentes cidades do estado podem ser visualizados abaixo.

Contratação de trabalhadores temporários



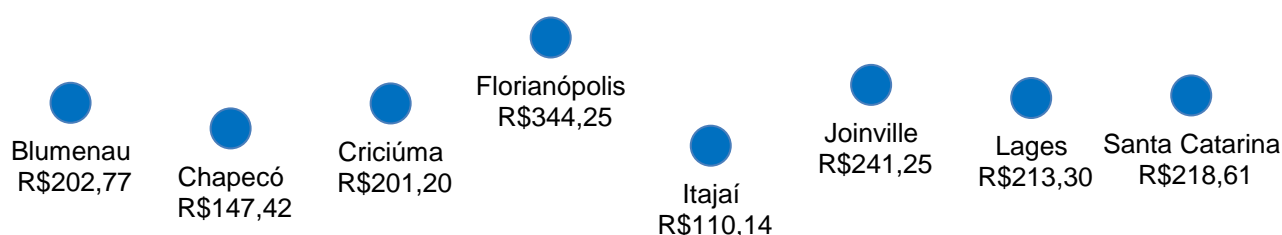
Média de colaboradores temporários contratados pelas empresas

Cidade	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Blumenau	Itajaí	Santa Catarina
Média de colaboradores contratados	3,23	3,15	2	3,52	4,32	1,63	2,72	2,77

O gasto médio dos consumidores nas compras de Natal ficou em R\$218,62 por pessoa. Se comparado ao Natal do ano anterior o gasto médio em 2013 foi inferior a 2012, ano onde a média de gasto por pessoa foi de R\$254,85. Em 2013, Florianópolis foi a cidade que apresentou maior gasto médio para as compras do dia das crianças, de 344,25 reais por pessoa, sendo que Itajaí apresentou o destaque contrário: 110,14 reais por pessoa.

Abaixo se apresenta o gasto médio para as diferentes cidades pesquisadas e o total para o estado de Santa Catarina.

Gasto médio, por pessoa, em 2013



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa 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 mesmo período de 2012 quanto em relação ao mês imediatamente anterior.

A variação do faturamento em relação ao ano anterior foi de 2,72%. Apesar de ser positiva, esta variação foi inferior à do ano anterior. De 2011 para 2012 o faturamento havia crescido 4,34%, já neste ano o crescimento foi de apenas 2,72%, confirmando a estimativa da Fecomércio SC de que o ritmo de crescimento das vendas seria menor neste Natal.

São dois os principais motivos deste ritmo menor. Em primeiro lugar, o crescimento quase nulo da renda das famílias, que, junto com o aumento da inflação, reduziu o poder de compra. Em segundo lugar, o elevado endividamento das famílias, que diminuiu a procura e a oferta por crédito, contribuiu também para o menor ritmo das vendas.

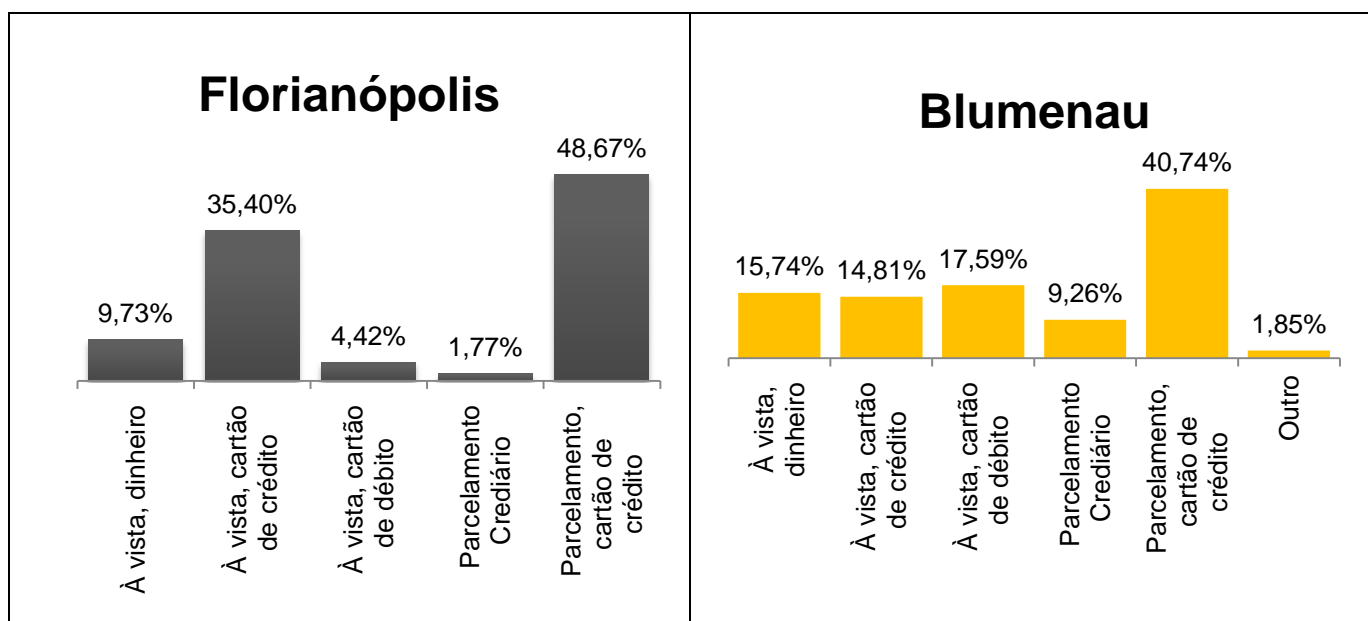
Entretanto, mesmo com o menor ritmo de crescimento anual, o Natal continua sendo uma data de extrema importância para o comércio. Não por acaso o crescimento do faturamento das empresas em relação ao mês imediatamente anterior foi de expressivos 25,75%, demonstrando o tamanho do incremento das vendas trazido pela data.

Variação faturamento (%)	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Blumenau	Itajaí	Santa Catarina
Em relação a mesma data do ano anterior	-0,06%	2,73%	-3,04%	2,38%	11,92%	0,19%	2,63%	2,72%
Em relação ao mês anterior	29,96%	23,89%	19,52%	22,08%	19,26%	34,67%	30,97%	25,75%

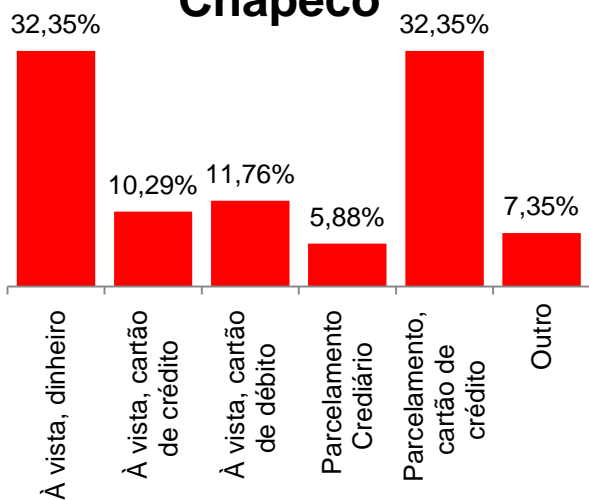
Fonte: Núcleo de economia e pesquisa Fecomércio SC

Já em relação a forma de pagamento, a forma à vista foi responsável por mais da metade das compras (52,21%) – seja ela em dinheiro (19,05%), cartão de débito (11,73%) ou cartão de crédito (21,43%). Por sua vez, no pagamento parcelado o cartão de crédito liderou, sendo que 39,46% das compras parceladas foram feitas desta maneira. No geral, o pagamento com cartão de crédito e débito foi muito expressivo (72,62%), demonstrando o elevado grau de substituição do dinheiro de papel pelo de plástico.

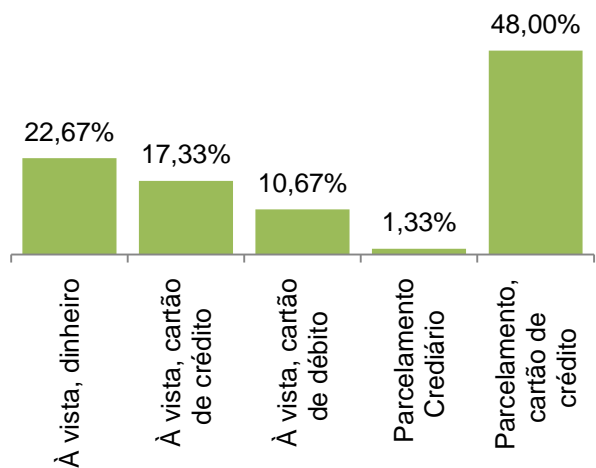
Forma de pagamento preponderante



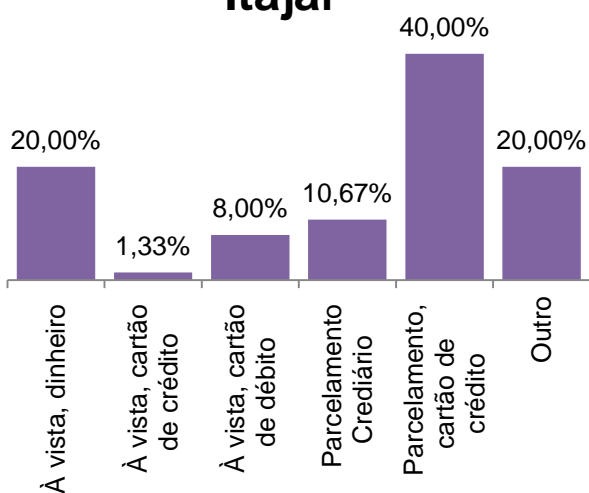
Chapecó



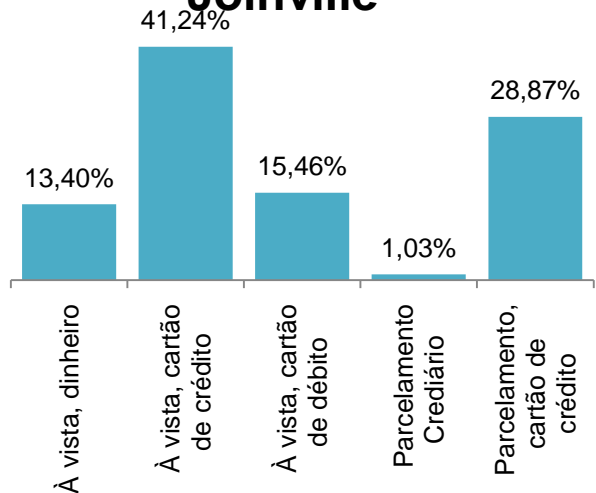
Criciúma

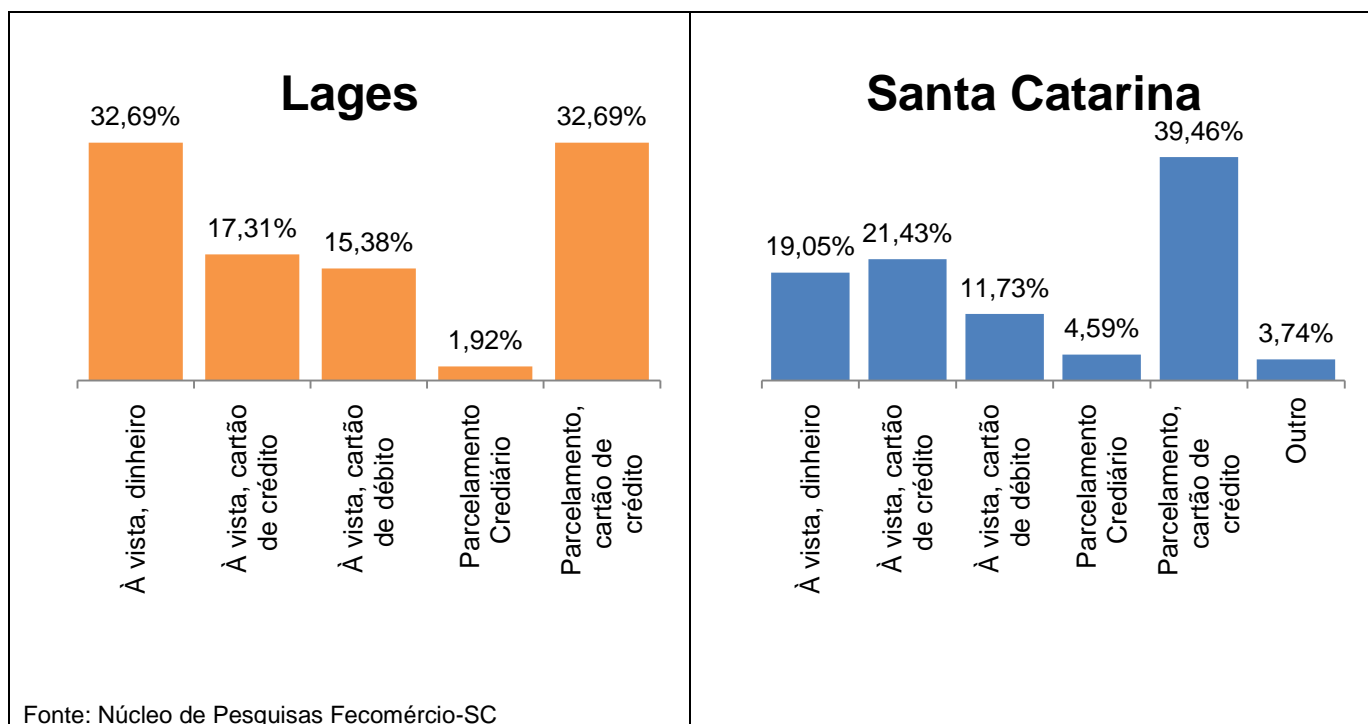


Itajaí



Joinville





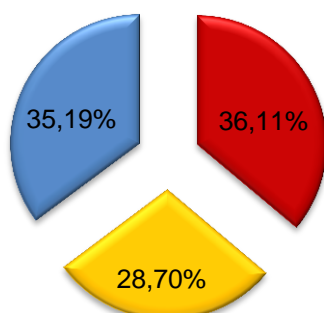
Por fim, para melhor entender o comportamento do consumidor neste Natal, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais.

Os resultados indicam que, de acordo com 31,8% dos estabelecimentos comerciais, a pesquisa de preços por parte dos consumidores foi baixa. Já para 36,05% frequência pesquisa de preços foi considerada razoável e para o restante (31,63%) ela foi alta. Na sequência pode-se observar o comportamento das diferentes cidades.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preços

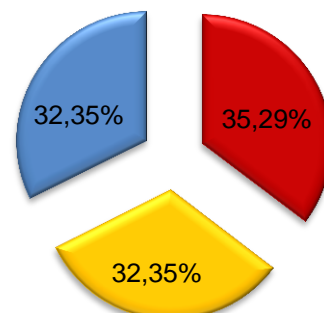
Blumenau

■ Baixa ■ Razoável ■ Alta



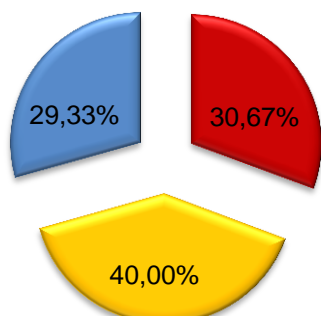
Chapecó

■ Baixa ■ Razoável ■ Alta



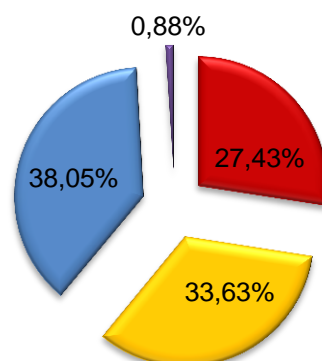
Criciúma

■ Baixa ■ Razoável ■ Alta



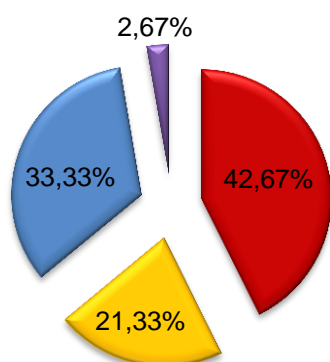
Florianópolis

■ Baixa ■ Razoável ■ Alta ■ NS/NR



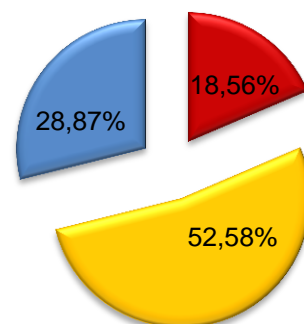
Itajaí

■ Baixa ■ Razoável ■ Alta ■ NS/NR



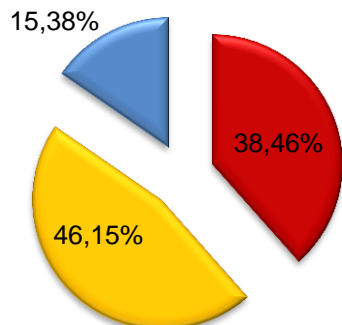
Joinville

■ Baixa ■ Razoável ■ Alta



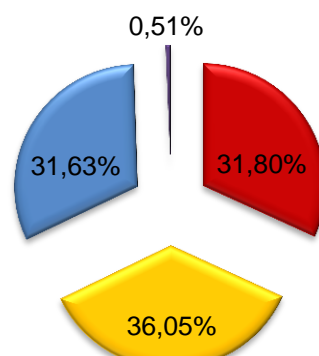
Lages

■ Baixa ■ Razoável ■ Alta



Santa Catarina

■ Baixa ■ Razoável ■ Alta ■ NS/NR



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Conclusão

Em 2013 o resultado do Natal não foi tão favorável como o de anos anteriores. A desaceleração das vendas do comércio deste ano, o gasto médio inferior ao de 2012 e o maior comprometimento da renda das famílias com as dívidas fez com que o faturamento registrasse uma variação do que a do ano anterior. Se considerarmos que a inflação do período foi de 5,77%, o resultado de 2,72% ganha ainda mais relevância, mostrando queda na variação real do faturamento.

Entretanto, a data – que é de maneira marcante a de maior movimentação para o comércio – continua sendo de extrema importância para o comerciante, sendo que ela trouxe um importante incremento de 25,75% no faturamento das empresas em comparação com os meses comuns do ano, trazendo um dinamismo considerável no fraco ano do comércio em 2013.

