



RELATÓRIO DE RESULTADO DE VENDAS
Volta às Aulas 2014

Federação do Comércio do Estado de Santa Catarina

Relatório de Resultado de vendas da volta às aulas 2014

O resultado de vendas para de volta às aulas em Santa Catarina.

Sumário

Introdução.....	4
Perfil dos entrevistados	5
Resultado de vendas de volta às aulas 2014	6
Conclusão.....	15

Introdução

O período de início de ano é marcado pelo fim das férias escolares e pela volta às aulas, juntamente a isso, surgem as listas de material escolar, onde os materiais necessários para o ano inteiro são adquiridos de uma só vez no início do período escolar. Desta forma, o período de volta às aulas tem uma influência para o comércio que se assemelha às datas comemorativas, fazendo da pesquisa de resultado de vendas um importante instrumento para mensurar os impactos de tal data no comércio catarinense.

A Fecomércio SC realizou uma pesquisa com 354 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Joinville, Criciúma, Itajaí e Florianópolis e realizada durante os dias 17, 18 e 19 de fevereiro. 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 9 perguntas, sendo 5 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e 4 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	Florianópolis	Itajaí	Joinville	Lages	Santa Catarina
Livraria e papelaria	60,8%	50,0%	36,7%	49,4%	34,7%	39,5%	18,0%	42,3%
Loja de departamento, magazine e multicoisas	11,8%	12,5%	6,7%	24,7%	8,7%	14,8%	10,0%	14,8%
Mercado, supermercado e hipermercado	27,5%	37,5%	56,7%	25,9%	56,2%	43,2%	72,0%	42,3%
Outro	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	0,0%	0,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

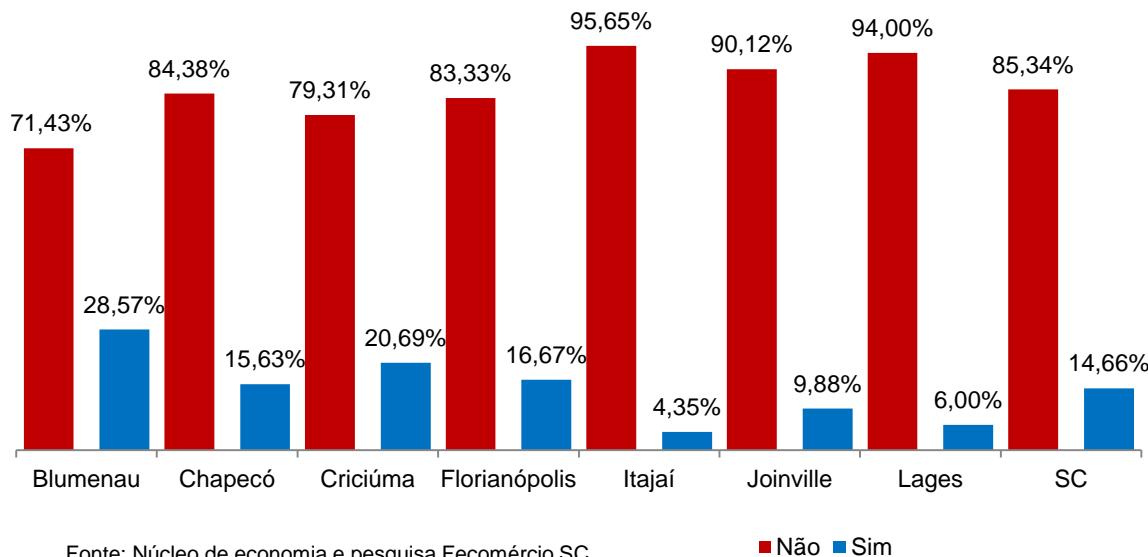
Resultado de vendas de volta às aulas 2014

Em primeiro lugar, a Fecomércio SC procurou quantificar os impactos da Volta às Aulas sobre o mercado de trabalho. Verificou-se que um número pequeno de empresas realizaram contratações para atender o aumento da demanda do período: 14,66% em todo o estado.

No que tange a média de funcionários temporários, ela foi de 1,13 por empresa no total do estado, tendo Criciúma a maior média, de 3 contratações temporárias, enquanto que Itajaí e Lages foram as cidades que apresentaram menor média, com a contratações de, respectivamente, 0,5 e 0,3 colaboradores adicionais por empresa.

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

Contratação de trabalhadores temporários



Fonte: Núcleo de economia e pesquisa Fecomércio SC

■ Não ■ Sim

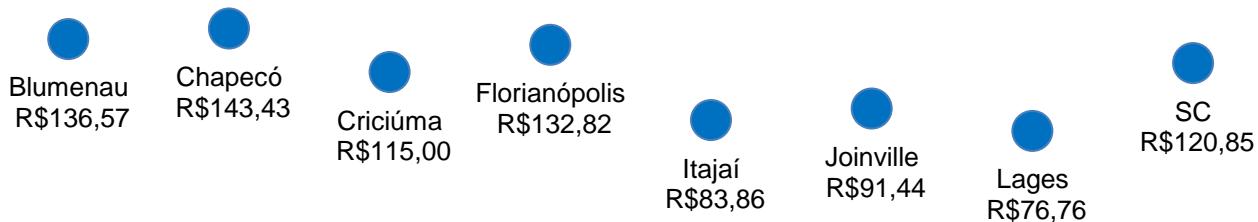
Média de colaboradores temporários contratados pelas empresas

Cidade	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Itajaí	Joinville	Lages	Santa Catarina
Média de colaboradores contratados	0,95	1,0	3,0	1,9	0,5	1,16	0,31	1,48

Já o gasto médio dos consumidores nas compras de volta às aulas ficou em R\$120,85 por pessoa. Se comparado ao mesmo período do ano anterior, o gasto médio foi maior, isso porque em 2013 a média havia sido de R\$ 89,88. Em 2014, Chapecó foi a cidade que apresentou maior gasto médio para as compras de volta às aulas, R\$ 143,43. Do lado oposto, Lages apresentou o menor: R\$ 76,76.

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 2014



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 2013 quanto em relação ao mês imediatamente anterior.

A variação do faturamento em relação ao ano anterior foi de 1,71%. Apesar de ser positiva, esta variação foi inferior à do ano anterior, já que de 2012 para 2013 o faturamento havia crescido 6,72%.

São dois os principais motivos deste ritmo menor. Em primeiro lugar, o crescimento mais moderado da renda das famílias, que, junto com o aumento da inflação dos itens escolares, reduziu o poder de compra.

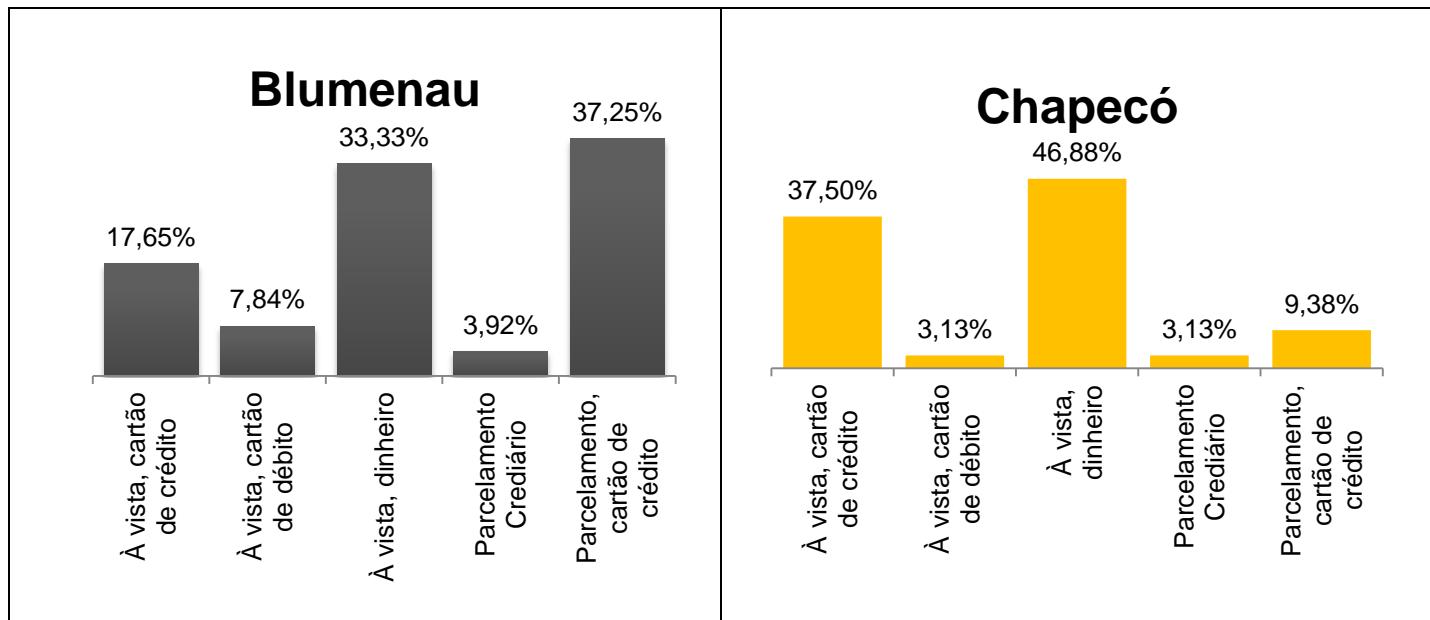
Entretanto, mesmo com o menor ritmo de crescimento anual, a volta às aulas continua sendo uma data importante para o comércio especializado. Não por acaso, o crescimento do faturamento das empresas em relação ao mês imediatamente anterior foi de expressivos 16,06%, demonstrando o tamanho do incremento das vendas trazido pela data.

Variação faturamento (%)	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Itajaí	Joinville	Lages	Santa Catarina
Em relação à mesma data do ano anterior	- 0,58	6,46	5,6	4,7	12,72	-5,85	0,97	1,71
Em relação ao mês anterior	17,28	11,71	9,5	18	14,21	14,81	22,5	16,06

Fonte: Núcleo de economia e pesquisa Fecomércio SC

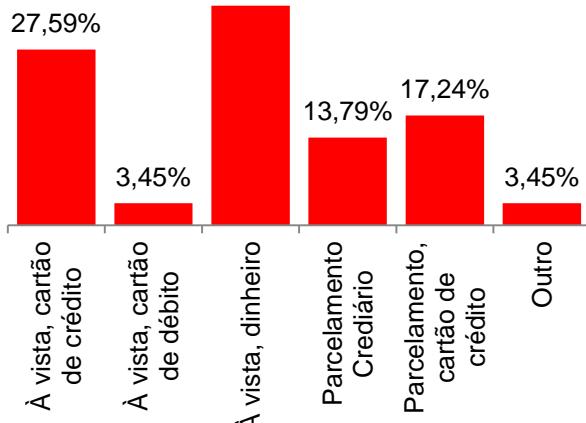
Já em relação ao tipo de pagamento, a forma à vista foi responsável por mais da metade das compras (69,14%) – seja ela em dinheiro (34,86%), cartão de débito (5,71%) ou cartão de crédito (28,57%). Por sua vez, no pagamento parcelado, o cartão de crédito liderou, sendo que 26,86% das compras parceladas foram feitas desta maneira. No geral, o pagamento com cartão de crédito e débito foi muito expressivo (61,14%), demonstrando o elevado grau de substituição do dinheiro de papel pelo de plástico.

Forma de pagamento preponderante



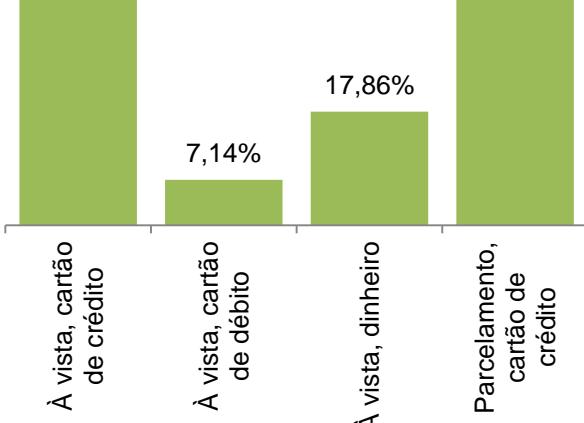
Criciúma

34,48%

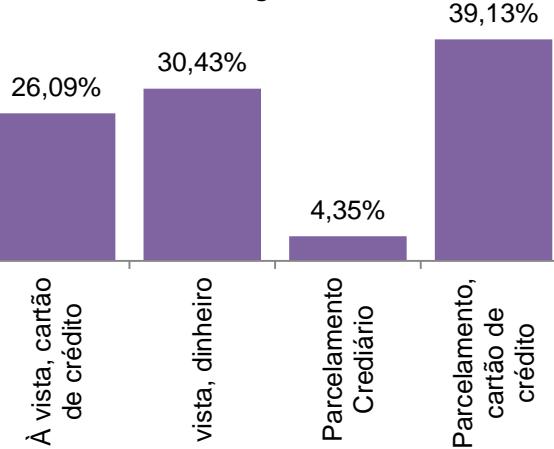


Florianópolis

36,90%

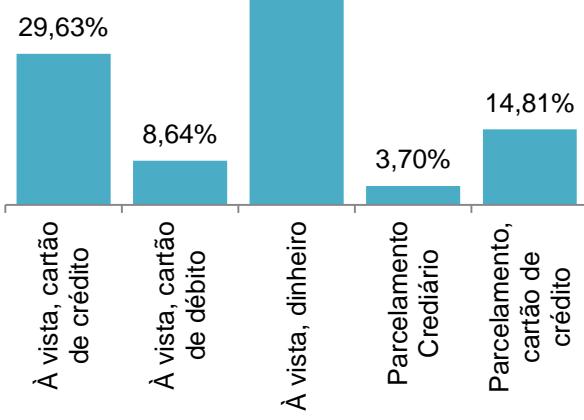


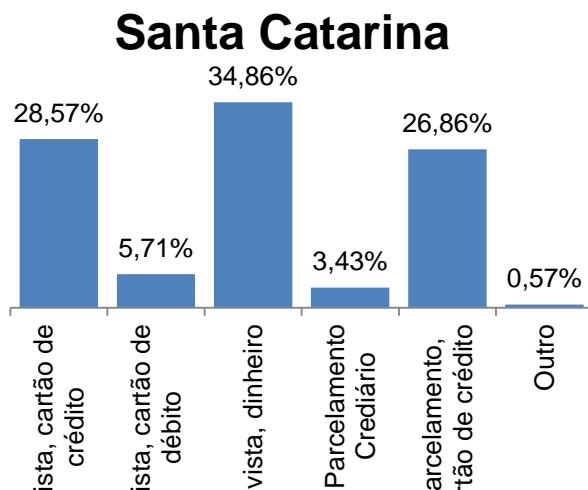
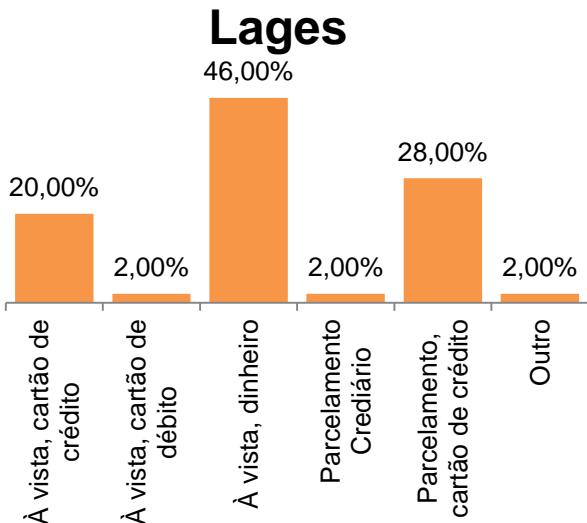
Itajaí



Joinville

43,21%





Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

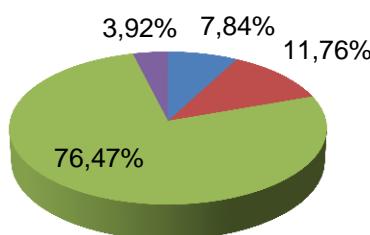
Outro dado apurado tem relação com o perfil das compras realizadas e dos consumidores. A Fecomércio SC indagou aos lojistas qual tipo de compra predominou nessa volta às aulas, as opções eram: compra de apenas itens em promoção na loja, de apenas itens que não tinham como ser reutilizados de anos anteriores ou da lista de material completa.

O resultado mostra que preponderou o perfil de consumidor que compra a lista de materiais completa na mesma loja, com 47,54% das respostas. Em segundo lugar aparece o perfil daqueles que reutilizaram material do ano anterior (32,10%) e na sequencia daqueles que compraram apenas o que estava em promoção (22,62%).

Desta maneira, fica claro o importante papel que a lista de materiais desempenha nesta data, já que a maioria dos consumidores acaba comprando, muito em função da falta de tempo, a lista toda em apenas uma loja. Abaixo aparecem os resultados segregados por cidade:

Perfil da principal compra realizada

Blumenau

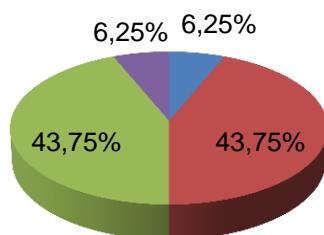


■ Apenas os itens em promoção na loja

■ Apenas os itens que não tinham como reutilizar do ano anterior
■ Compra da lista de materiais completa

■ NS/NR

Chapecó

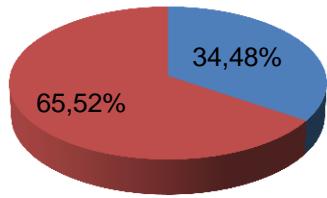


■ Apenas os itens em promoção na loja

■ Apenas os itens que não tinham como reutilizar do ano anterior
■ Compra da lista de materiais completa

■ NS/NR

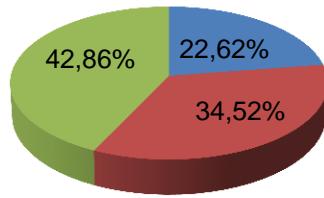
Criciúma



■ Apenas os itens em promoção na loja

■ Compra da lista de materiais completa

Florianópolis

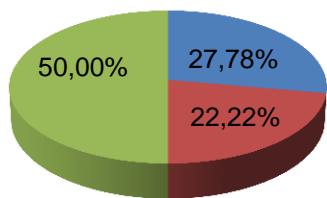


■ Apenas os itens em promoção na loja

■ Apenas os itens que não tinham como reutilizar do ano anterior

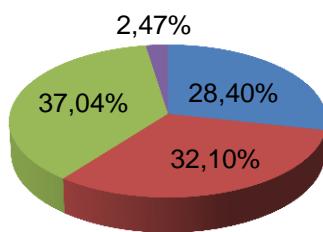
■ Compra da lista de materiais completa

Itajaí



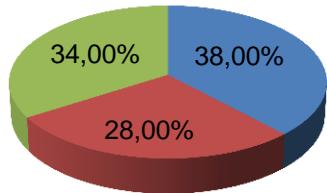
- Apenas os itens em promoção na loja
- Apenas os itens que não tinham como reutilizar do ano anterior
- Compra da lista de materiais completa

Joinville



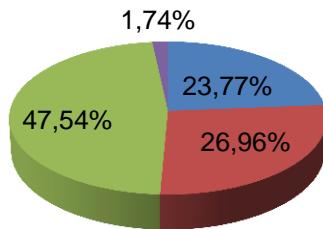
- Apenas os itens em promoção na loja
- Apenas os itens que não tinham como reutilizar do ano anterior
- Compra da lista de materiais completa
- NS/NR

Lages



- Apenas os itens em promoção na loja
- Apenas os itens que não tinham como reutilizar do ano anterior
- Compra da lista de materiais completa

Santa Catarina



- Apenas os itens em promoção na loja
- Apenas os itens que não tinham como reutilizar do ano anterior
- Compra da lista de materiais completa
- NS/NR

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

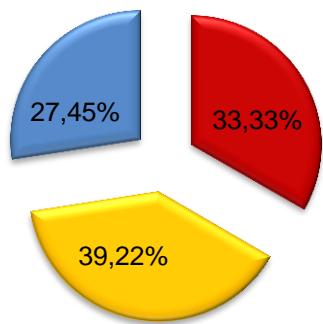
Os resultados indicam que, de acordo com 42,15% dos estabelecimentos comerciais, houve pouca pesquisa de preços. Já para 29,07% responderam que a procura foi alta e 28,78%

disseram ela foi razoável. Na sequência pode-se observar o comportamento das diferentes cidades.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preços

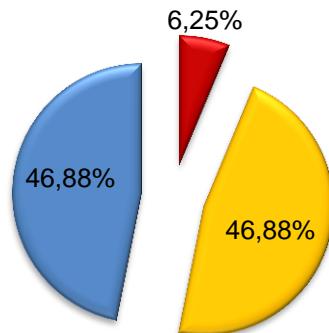
Blumenau

■ Muita procura ■ Pouca procura ■ Razoável



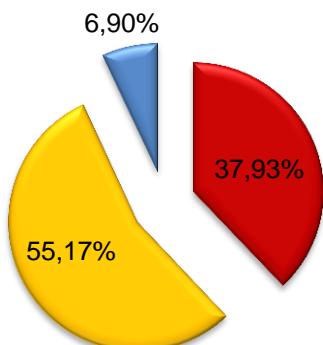
Chapecó

■ Muita procura ■ Pouca procura ■ Razoável



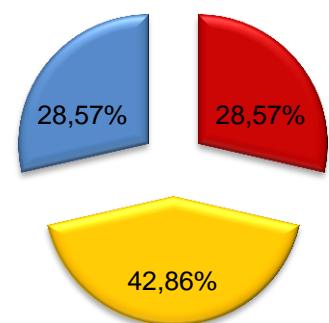
Criciúma

■ Muita procura ■ Pouca procura ■ Razoável



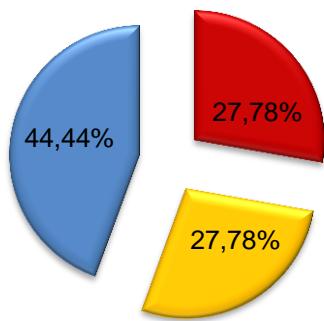
Florianópolis

■ Muita procura ■ Pouca procura ■ Razoável



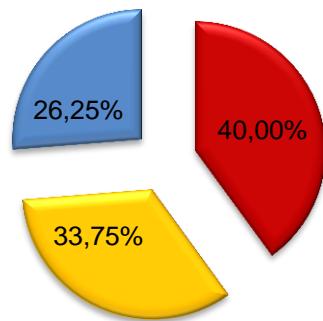
Itajaí

■ Muita procura ■ Pouca procura ■ Razoável



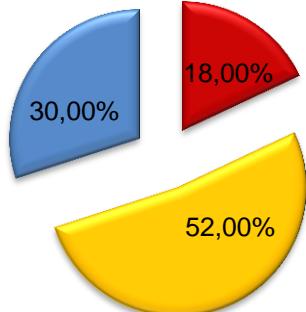
Joinville

■ Muita procura ■ Pouca procura ■ Razoável



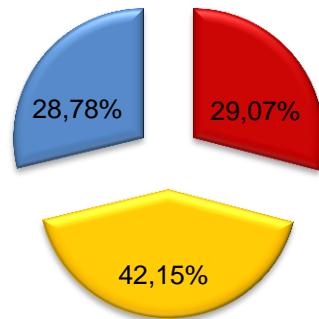
Lages

■ Muita procura ■ Pouca procura ■ Razoável



Santa Catarina

■ Muita procura ■ Pouca procura ■ Razoável



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

Conclusão

Mesmo não sendo uma data comemorativa, a pesquisa da Fecomércio mostra que as exigências de material escolar do início do ano fizeram desta data um período importante para o comércio especializado em tais produtos. A variação de 16,06% do faturamento em relação ao mês anterior é reflexo dessa importância, já que num período onde naturalmente as vendas são menores, a volta às aulas dinamiza o setor.

Entretanto, a desaceleração dos ganhos de renda e a inflação persistentemente pressionada trouxeram um incremento anual bastante reduzido, demonstrando como as famílias estão mais comedidas na hora de realizar os gastos anuais recorrentes, como os de volta às aulas.