



PESQUISA FECOMÉRCIO E FCDL

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina
Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas de Santa Catarina

Relatório de Resultado de Vendas do Natal 2014

O perfil do empresário e resultado de vendas para o período de Natal
em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Dezembro de 2014

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	3
RESULTADO DE VENDAS	4
CONCLUSÃO	11

INTRODUÇÃO

O Natal é a principal data comemorativa para o varejo. Desta forma, A Fecomércio SC e a FCDL/SC realizam uma pesquisa de resultado das vendas com os empresários do setor varejista catarinense, visando captar e entender os impactos desta data comemorativa para o comércio do Estado.

A amostra foi de 543 empresas e a pesquisa foi realizada durante os dias 26, 27 e 29 de dezembro, nas 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 a de pesquisa quantitativa por amostragem, por meio da técnica de coleta de dados com entrevista por telefone individual, aplicada com base em questionário estruturado e desenvolvido pelo Núcleo de Pesquisas da Fecomércio SC. O universo foi o de proprietários ou gerentes de estabelecimentos comerciais. Foram aplicadas oito perguntas. Os dados foram processados eletronicamente e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

É necessário saber quais setores do comércio foram entrevistados. Segue abaixo o percentual dos setores respondentes:

Setor								
Ramo	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Vestuário/calçados	41,2%	29,4%	40,8%	40,6%	39,5%	39,2%	43,1%	39,4%
Pet shop	10,3%	7,8%	4,1%	5,2%	9,6%	7,8%	9,8%	8,0%
Especializadas em chocolate/Padaria	5,9%	7,8%	12,2%	7,1%	7,9%	11,8%	7,8%	7,8%
Óticas/joias e relógios	5,9%	3,9%	4,1%	6,5%	6,1%	9,8%	3,9%	5,9%
Lojas de departamento, magazine e multicoisas	2,9%	2,0%	2,0%	3,9%	11,4%	7,8%	9,8%	5,9%
Móveis/Decoração	2,9%	11,8%	6,1%	7,1%	3,5%	2,0%	2,0%	5,2%
Mercados, supermercados, hipermercados	5,9%	7,8%	2,0%	6,5%	2,6%	5,9%	3,9%	5,0%
Livraria/papelaria	4,4%	5,9%	4,1%	5,2%	1,8%	3,9%	3,9%	4,1%
Brinquedos	2,9%	3,9%	4,1%	4,5%	6,1%	2,0%	0,0%	3,9%
Cama, mesa e banho	4,4%	3,9%	8,2%	2,6%	4,4%	0,0%	3,9%	3,7%
Eletrônicos	5,9%	7,8%	4,1%	3,2%	1,8%	3,9%	0,0%	3,5%
Perfumaria/cosméticos	2,9%	3,9%	4,1%	3,2%	2,6%	2,0%	3,9%	3,3%
Carro/moto	4,4%	3,9%	4,1%	1,3%	1,8%	2,0%	2,0%	2,4%
Artigos esportivos	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%	0,0%	2,0%	5,9%	1,7%
Informática	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%	0,2%

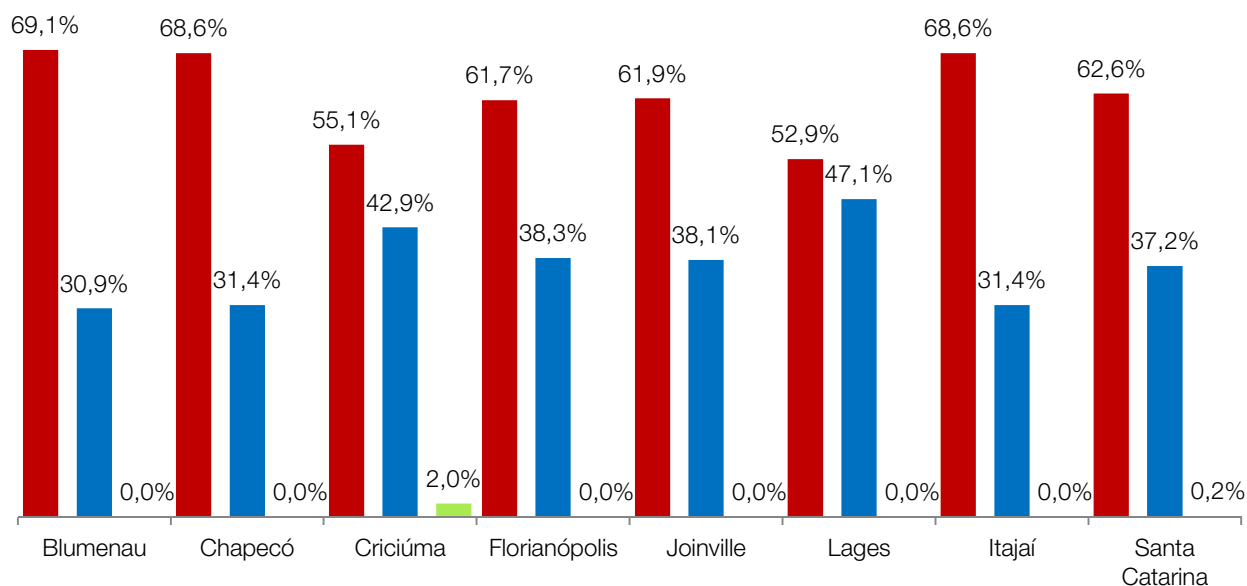
RESULTADO DE VENDAS

Em primeiro lugar, a pesquisa 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: 37,2% em todo o Estado.

Entre o total das empresas entrevistadas, a média de funcionários temporários foi de 0,97 por empresa, sendo que Lages registrou a maior média, de 1,43 contratações temporárias, enquanto Criciúma e Blumenau foram as cidades que apresentaram as menores médias, com a contratações de, respectivamente, 0,87 e 0,55 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 ■ NS/NR

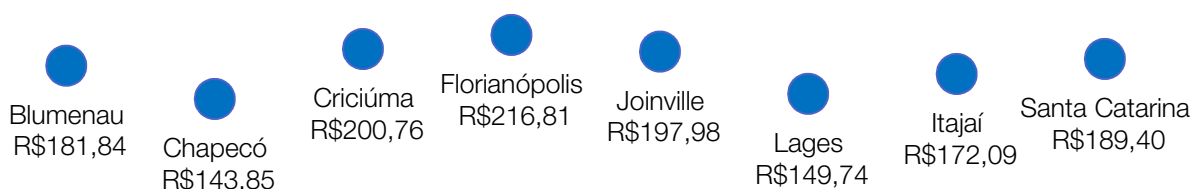
Colaboradores temporários contratados pelas empresas

	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Média	0,55	0,96	0,87	1,06	0,9	1,43	1,05	0,97

O gasto médio dos consumidores nas compras de Natal ficou em R\$ 189,40 por pessoa. Se comparado ao Natal de 2013, o gasto médio deste ano foi inferior, já que a média de gasto por pessoa no ano passado foi de R\$ 218,61. Em 2014, Florianópolis foi a cidade que apresentou maior gasto médio para as compras de Natal, com uma média de R\$ 216,81 por pessoa. Por outro lado, Chapecó teve a menor média, de R\$ 143,85 por pessoa.

Abaixo se apresenta o gasto médio para as diferentes cidades pesquisadas e o total para o Estado.

Gasto médio em 2014 / por pessoa



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Gasto médio em anos anteriores

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2013	R\$ 202,77	R\$ 147,52	R\$ 201,20	R\$ 344,25	R\$ 241,25	R\$ 213,30	R\$ 110,14	R\$ 218,61
2012	R\$ 185,40	R\$ 276,26	R\$ 145,33	R\$ 342,44	R\$ 436,81	R\$ 189,63	-	R\$ 254,85

Além do gasto médio, a Fecomércio SC avaliou o faturamento das empresas pesquisadas, tanto em relação ao mesmo período de 2013 quanto ao mês imediatamente anterior. A variação do faturamento em relação a 2013 foi de -1,9%, um índice negativo e inferior ao faturamento do mesmo período do ano passado. Entre 2012 e 2013, a porcentagem de variação do faturamento havia crescido 2,72%. A queda de 2014 confirma, portanto, a estimativa da Fecomércio SC de que o ritmo de crescimento das vendas seria menor neste Natal.

A desaceleração da economia observada em 2014 é um dos motivos para esta queda, juntamente com a dificuldade de acesso ao crédito, o grande impulsor das vendas do comércio em Santa Catarina, por causa dos elevados juros e da insegurança perante os riscos dos bancos, visto que as persistentes pressões inflacionárias impactam negativamente a renda do trabalhador.

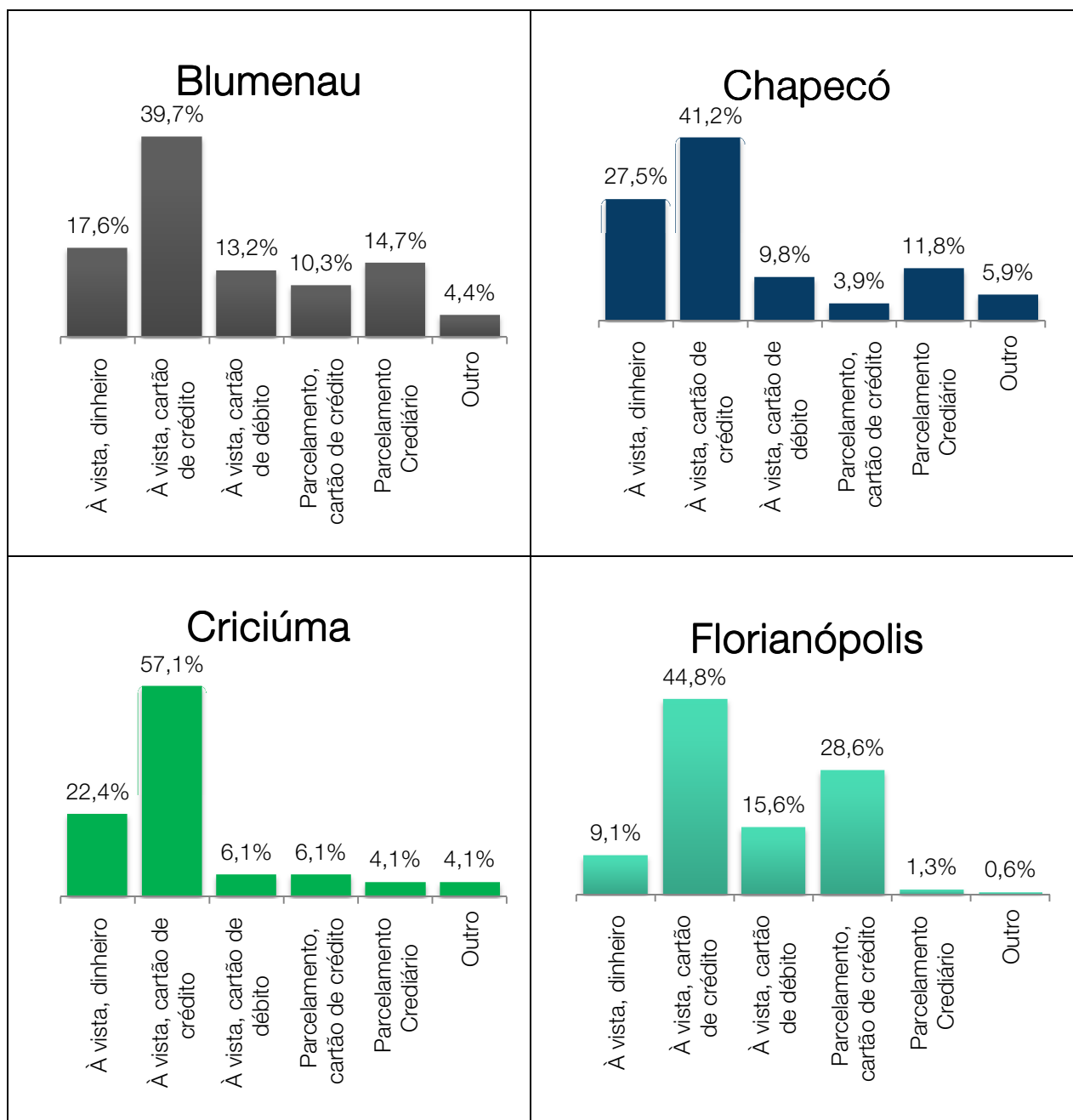
Entretanto, mesmo com o menor ritmo de crescimento, o Natal continua sendo uma data de extrema importância para o comércio. Não por acaso o crescimento do faturamento das empresas em relação ao mês imediatamente anterior foi de expressivos 32,4%, demonstrando o tamanho do incremento das vendas trazido pela data. Resultado que deve trazer certa estabilidade nos índices de volume de vendas, haja vista que ao longo de 2014 eles se reduziram.

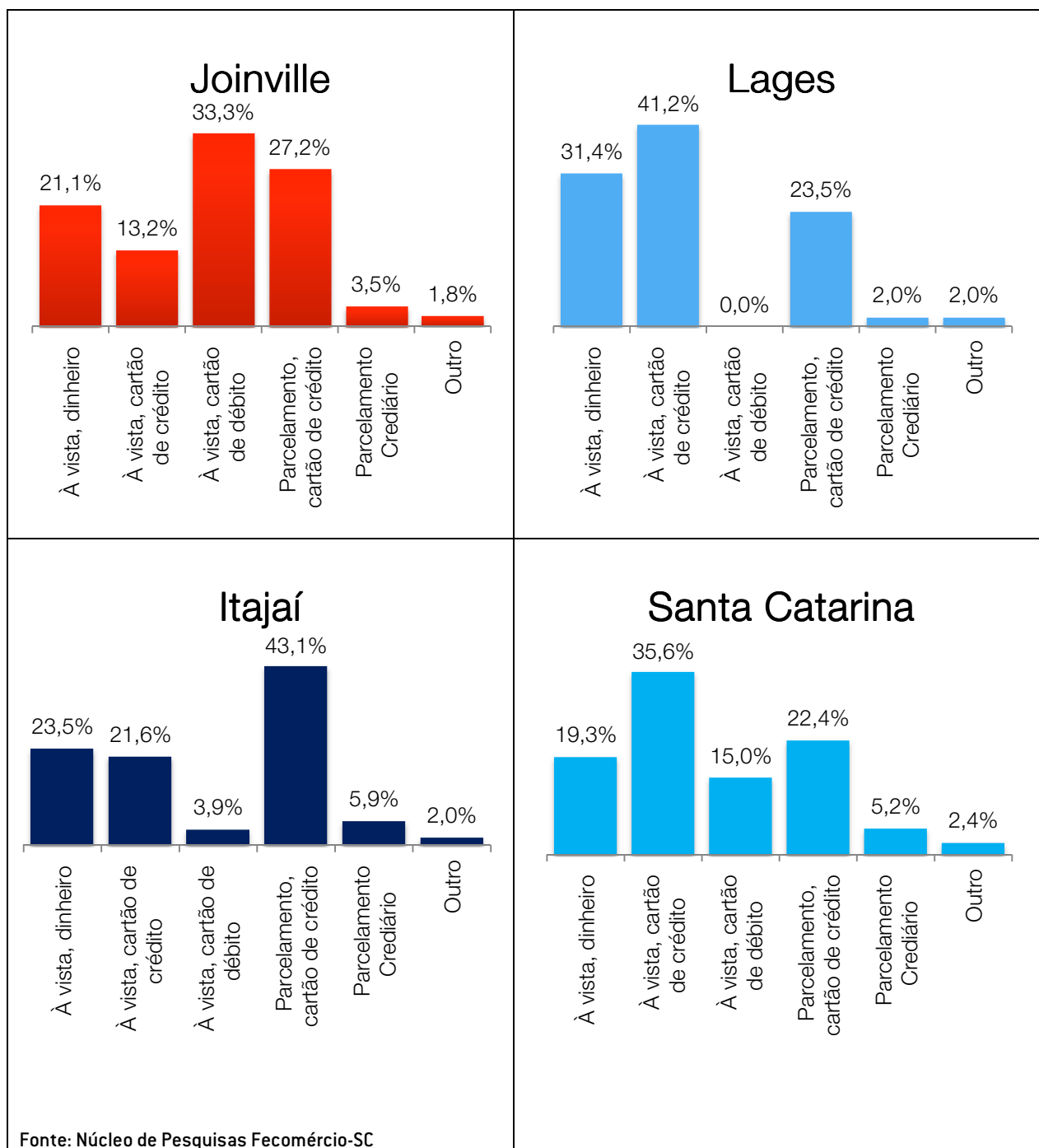
Variação do faturamento (%)	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Em relação à mesma data do ano anterior	-1,6	3,7	-3,4	-1,8	-5,8	4,0	-4,5	-1,9
Em relação ao mês anterior	13,5	9,7	11,9	69,5	18,5	30,1	20	32,4

Fonte: Núcleo de economia e pesquisa Fecomércio SC

Já em relação à forma de pagamento das compras de Natal, o pagamento à vista foi responsável por mais da metade das compras (69,9%) – seja ele em dinheiro (19,3%), cartão de débito (15,0%) ou cartão de crédito (35,6%). No pagamento parcelado, o cartão de crédito liderou, com 22,4% das compras parceladas. No geral, o pagamento com cartão de crédito e débito foi muito expressivo (73,0%), demonstrando o elevado grau de substituição do dinheiro de papel pelo de plástico.

Forma de pagamento preponderante



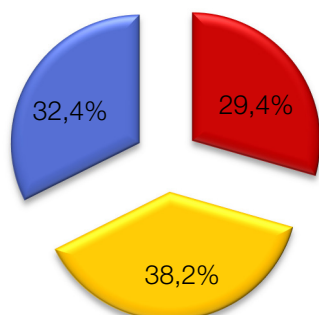


Por fim, para melhor entender o comportamento do consumidor neste Natal, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais. Os resultados indicam que 39,7% dos estabelecimentos entrevistados consideraram baixa a pesquisa de preço. Já para 37,1%, a frequência de pesquisa foi considerada alta e para o restante (23,2%) ela foi razoável. Na sequência pode-se observar o comportamento nas cidades analisadas.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preços

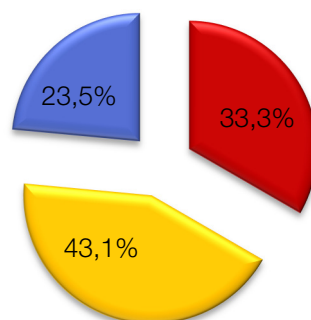
Blumenau

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



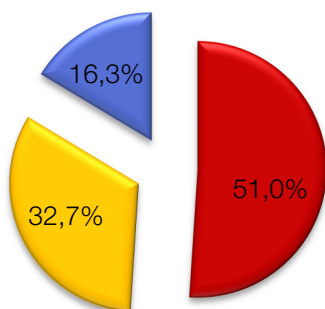
Chapecó

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



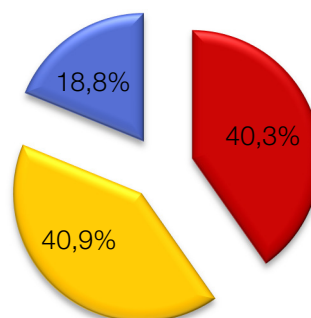
Criciúma

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



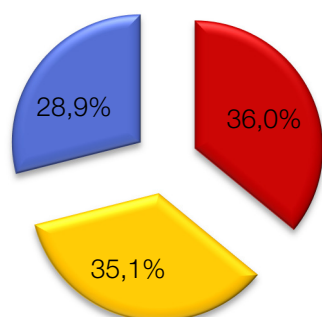
Florianópolis

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



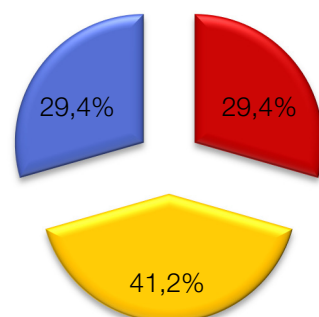
Joinville

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



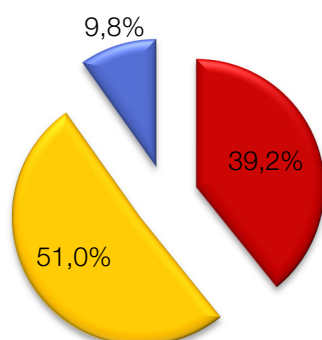
Lages

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



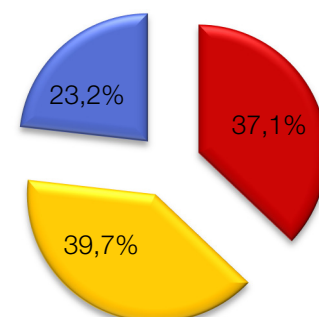
Itajaí

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



Santa Catarina

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

CONCLUSÃO

Em 2014, o resultado do Natal não foi tão favorável quanto o de anos anteriores. As persistentes pressões inflacionárias e as restrições ao crédito, fruto do aumento dos juros e da desaceleração da renda contribuíram para que o gasto médio deste ano fosse inferior ao de 2013. Isso, por sua vez, provocou uma das maiores quedas de faturamento dos últimos anos. Se considerarmos que a inflação do período foi de 6,5%, o resultado de -1,9% ganha ainda mais relevância, mostrando a queda na variação nominal e real do faturamento.

Entretanto, o Natal continua sendo uma data comemorativa de extrema importância para o comerciante, com destaque neste ano para o incremento de 32,4% no faturamento das empresas, em comparação com novembro, trazendo um dinamismo considerável para o ano de 2014, marcado pelo desaquecimento das vendas do comércio.