



**PESQUISA FECOMÉRCIO E FCDL**  
Resultado de vendas - Dia dos Namorados 2015

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 de Dia dos Namorados 2015**

O perfil do empresário e resultado de vendas para o período do Dia dos Namorados em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC  
Junho de 2015

## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>2</b>
<b>PERFIL DOS ENTREVISTADOS .....</b>	<b>3</b>
<b>RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS NAMORADOS 2015 .....</b>	<b>4</b>
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>9</b>

## **INTRODUÇÃO**

O Dia dos Namorados é a terceira maior data para o comércio durante o ano, perdendo apenas para o Natal e para o Dia das Mães. Diversos tipos de produtos são vendidos, fazendo a data ser muito relevante para o comércio catarinense, com considerável incremento de vendas.

Tendo por base esta constatação, a Fecomércio SC e a FCDL/SC realizaram uma pesquisa de resultado de vendas de Dia dos Namorados com 407 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages (50 empresas entrevistadas), Chapecó (52), Blumenau (62), Itajaí (49), Joinville (68), Criciúma (54) e Florianópolis (72), entre os dias 15 e 16 de junho. 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 oito perguntas, quatro fechadas e quatro abertas. Os dados foram processados eletronicamente e receberam tratamento estatístico. Além disso, para complementar a análise, utilizaram-se os dados do volume de consultas ao crédito do SPC na semana que antecedeu à data.

## **PERFIL DOS ENTREVISTADOS**

Os segmentos entrevistados, bem como a quantidade, seguem abaixo:

<b>Setores</b>	<b>Florianópolis</b>	<b>Chapecó</b>	<b>Criciúma</b>	<b>Joinville</b>	<b>Lages</b>	<b>Itajaí</b>	<b>Blumenau</b>	<b>Santa Catarina</b>
Vestuário/ calçados	38,9%	25,0%	35,2%	39,7%	36,0%	38,8%	37,1%	36,1%
Floriculturas	19,4%	17,3%	13,0%	13,2%	10,0%	10,2%	11,3%	13,8%
Joalherias	9,7%	17,3%	13,0%	5,9%	14,0%	10,2%	8,1%	10,8%
Perfumes/ cosméticos	5,6%	7,7%	11,1%	7,4%	14,0%	8,2%	12,9%	9,3%
Hotel/Motel	4,2%	7,7%	1,9%	16,2%	6,0%	10,2%	12,9%	8,6%
Loja de departamentos, magazines e multicoisas	5,6%	9,6%	13,0%	5,9%	8,0%	6,1%	6,5%	7,6%
Especializada em chocolates	9,7%	7,7%	5,6%	4,4%	6,0%	6,1%	4,8%	6,4%
Restaurante	5,6%	7,7%	7,4%	7,4%	6,0%	6,1%	6,5%	6,6%
Outro	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,1%	0,0%	0,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

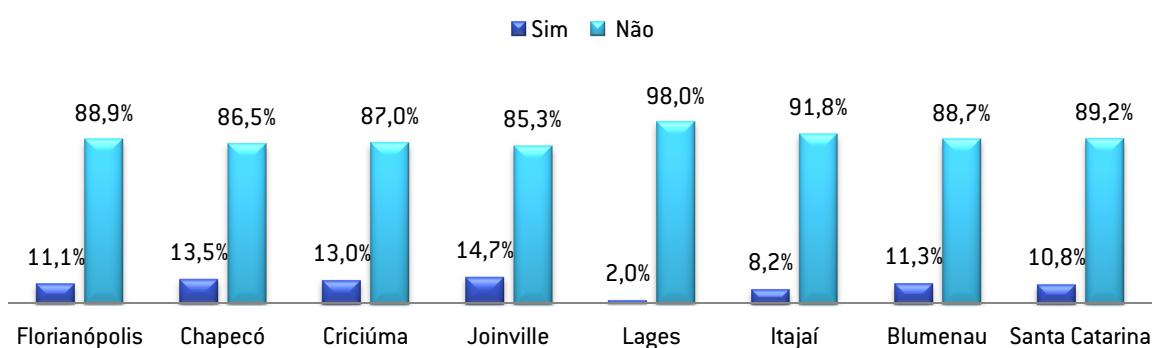
## RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS NAMORADOS 2015

Em primeiro lugar, foram apurados os impactos do Dia dos Namorados para o mercado de trabalho. Nota-se que um número bastante reduzido de empresas realizou contratações para atender o aumento da demanda do período: 10,8%. Mas, dentre as empresas que contrataram, houve uma média de 4,3 trabalhadores contratados.

A redução no volume de vendas observado neste ano, impulsionada pela alta da inflação, que reduz a renda real e pela maior restrição ao crédito, corroborado pelos juros altos, fez com que os empresários fossem mais cautelosos na hora de contratar funcionários temporários.

Abaixo é possível vislumbrar os dados divididos por cidades:

### **Contratou colaboradores temporários para o período?**



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### **Média de colaboradores contratados pelas empresas (somente as empresas que contrataram)**

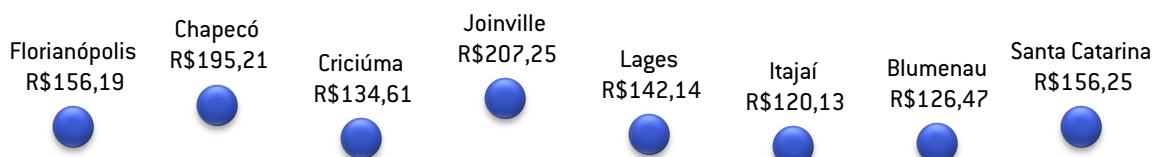
Setores	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
Média	4,5	6,1	4,5	2,4	2,0	2,75	6,0	4,3

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em relação à percepção do gasto médio do consumidor por parte do empresário em cada estabelecimento comercial pesquisado, a pesquisa apurou que ele ficou em R\$ 156,25 por pessoa. Um gasto considerado moderado e inferior ao de 2014 (que foi de R\$ 167,75). Se descontada a inflação de 8,47% do período, a queda real chegou a -15,33%. Abaixo aparecem os gastos médios de todas as cidades da pesquisa e dos últimos anos pesquisados:

## Pesquisa Fecomércio SC e FCDL/SC | Resultado de Vendas – Dia dos Namorados 2015

### Gasto médio total no Dia dos Namorados 2015



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### Anos Anteriores (gasto médio em reais)

Anos	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
2014	274,63	138,67	163,19	211,76	104,70	143,23	113,27	167,75
2013	181,48	198,02	142,35	167,33	121,89	137,64	94,66	149,33

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além do gasto médio, a Fecomércio SC questionou os empresários sobre qual foi a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período de Dia dos Namorados de 2014 quanto em relação aos meses comuns do ano. Assim, em primeiro lugar, a variação do faturamento em relação à mesma data do ano passado foi de -3,34%

O resultado condiz com o atual momento da economia catarinense e nacional, no qual a situação econômica não tão positiva quanto em anos anteriores está fazendo com que as famílias não consumam com o mesmo vigor de antigamente. Assim, o movimento caiu, se comparado ao ano anterior. Informação corroborada pela queda no volume de vendas e nos níveis de receitas apurados pelo IBGE. No acumulado de 12 meses, esses indicadores se encontram em abril (o dado mais recente disponível), com uma variação -0,3% e 5,5% respectivamente.

Já na comparação com o mês anterior, o crescimento do faturamento foi de 7,7%, mostrando que, mesmo com queda anual, o Dia dos Namorados continua sendo uma data expressiva para as vendas e o faturamento das empresas do comércio catarinense. Abaixo, aparecem as variações de acordo com as diferentes cidades abarcadas pela pesquisa.

### Variação do faturamento (%)

Período	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
Em relação ao dia dos namorados 2014	-1,31	0,76	-8,86	1,10	-7,14	-8,40	-3,75	-3,34
Em relação aos meses comuns do ano	5,34	3,94	14,71	12,72	-3,48	-5,04	13,54	7,70

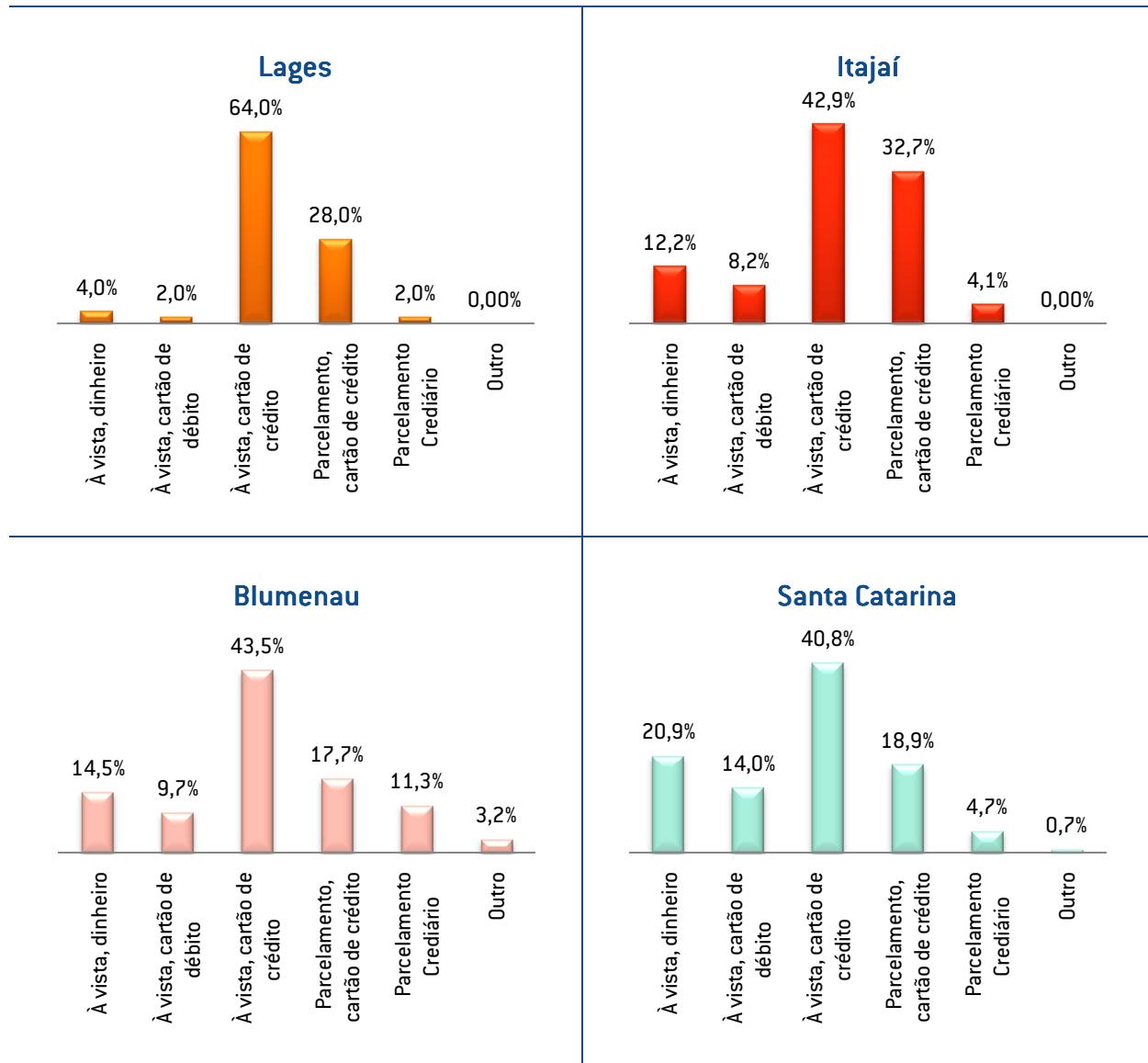
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Quanto à forma preponderante de pagamento das compras, o pagamento à vista foi o mais citado, sendo responsável por 75,7% das compras, isto dividido entre os diferentes meios de pagamento: dinheiro (20,9%), cartão de débito (14,9%) e cartão de crédito (40,8%). Já na forma de pagamento a prazo, o cartão de crédito preponderou, sendo responsável por 18,9% das vendas, seguido pelo parcelamento no crediário (4,7%). Também chama atenção o alto percentual de compras no cartão de crédito, em uma única parcela ou em várias, responsável por 59,7% das vendas.

O dado do SPC, que tem como base o volume de consultas/vendas no crediário na semana anterior à data, apresentou uma variação negativa de -2,45%, corroborando a informação de retração no volume de vendas. Abaixo, seguem os dados divididos de acordo com as cidades da pesquisa:

#### **Principais formas de pagamento**



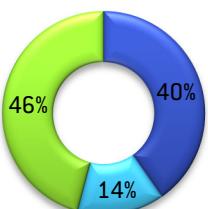


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

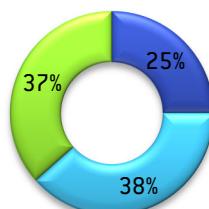
Para melhor entender o comportamento do consumidor neste Dia dos Namorados, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais. Para 47% dos empresários do comércio, a frequência de pesquisas foi baixa, enquanto que para 26% aconteceu o contrário. Completam o quadro os 27% que consideraram razoável este comportamento. Na sequência, pode-se observar o comportamento das diferentes cidades:

### Frequência de clientes realizando pesquisa de preço

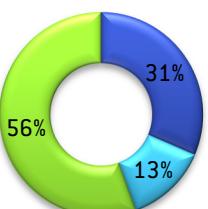
**Florianópolis**



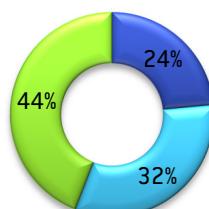
**Chapecó**



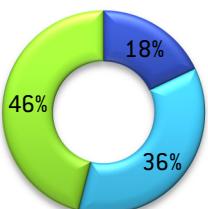
**Criciúma**



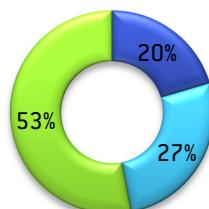
**Joinville**



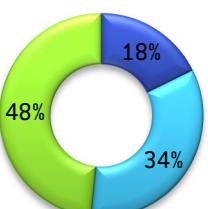
**Lages**



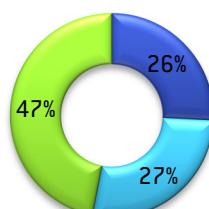
**Itajaí**



**Blumenau**



**Santa Catarina**



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

## **CONCLUSÃO**

A pesquisa da Fecomércio SC / FCDL SC mostra que houve redução real de -15,33% no gasto médio do consumidor nos estabelecimentos comerciais pesquisados nas compras de Dia dos Namorados. A variação do faturamento das empresas caiu -3,34%. Este resultado reafirma a queda no volume de vendas, justificado pelo aumento da inflação, que diminuiu a quantidade de recursos das famílias disponível para o consumo, o aumento da restrição ao crédito devido à elevação das taxas de juros e as pressões na taxa de desemprego. Em relação aos meses comuns do ano houve variação positiva de 7,7%, o que demonstra a importância da data para o setor.

O Dia dos Namorados 2015 apresentou impacto moderado no mercado de trabalho, já que 10,8% das empresas realizaram contratação de trabalhador temporário. Desses, o número médio de contratados foi de 4,3.

Por fim, preponderou o pagamento à vista nas compras da data (75,7% dos empresários entrevistados afirmara que as compras em seu estabelecimento foram realizadas a vista). Chama atenção também o alto percentual de compras realizadas no cartão de crédito, seja à vista, ou prazo. Esse percentual chegou a 59,7%. Quanto à frequência de clientes realizando pesquisa de preço, a maioria dos empresários respondeu que ela foi baixa (47%).



**Fecomércio SC**

Rua Felipe Schmidt 785 / 5º andar - Centro  
CEP 88010-002 - Florianópolis / SC  
48 3229 1000 - [www.fecomercio-sc.com.br](http://www.fecomercio-sc.com.br)



Rua Rafael Bandeira, 41 - Centro  
CEP 88015-450 - Florianópolis / SC  
48 3251 5100 - [www.fcdl-sc.org.br](http://www.fcdl-sc.org.br)