



RELATÓRIO DE RESULTADO DE VENDAS DO NATAL 2015

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina

Relatório de Resultado de Vendas do Natal 2015

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Janeiro de 2016

SUMÁRIO

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

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 402 empresas entrevistadas. As perguntas foram realizadas durante os dias 28 e 29 de dezembro, divididas entre as cidades de Florianópolis, Chapecó, Joinville, Itajaí, Blumenau, Lages e Criciúma. A 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 4 abertas e 4 fechadas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Para começar a análise do resultado de vendas de Natal é necessário saber quais setores do comércio foram entrevistados. Conforme tabela abaixo foram ouvidos majoritariamente os empresários dos ramos de vestuário e calçado, seguido pelas padarias e lojas especializadas em chocolates e doces.

Ramo	Setor							
	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Vestuário/ calçados	34,5%	30,0%	41,7%	37,5%	36,0%	31,6%	29,7%	35,1%
Padarias e Especializadas em chocolate e doces	8,6%	7,5%	5,6%	7,7%	11,2%	10,5%	13,5%	9,2%
Móveis/ Decoração	6,9%	15,0%	5,6%	10,6%	10,1%	7,9%	0,0%	8,7%
Óticas, jóias e relógios	6,9%	5,0%	5,6%	8,7%	7,9%	7,9%	5,4%	7,2%
Artigos esportivos e Brinquedos	5,2%	5,0%	5,6%	6,7%	7,9%	5,3%	8,1%	6,5%
Lojas de departamento, magazine e multicoisas	10,3%	2,5%	11,1%	2,9%	5,6%	5,3%	13,5%	6,5%
Livraria/ papelaria	5,2%	7,5%	5,6%	7,7%	5,6%	5,3%	5,4%	6,2%
Cama, mesa e banho	5,2%	5,0%	5,6%	3,8%	5,6%	7,9%	8,1%	5,5%
Informática, Eletrônicos, Celulares	6,9%	7,5%	5,6%	5,8%	3,4%	5,3%	5,4%	5,5%
Mercados, supermercados e hipermercados	6,9%	10,0%	2,8%	3,8%	3,4%	7,9%	5,4%	5,2%
Perfumaria/ cosméticos	3,4%	5,0%	5,6%	4,8%	3,4%	5,3%	5,4%	4,5%

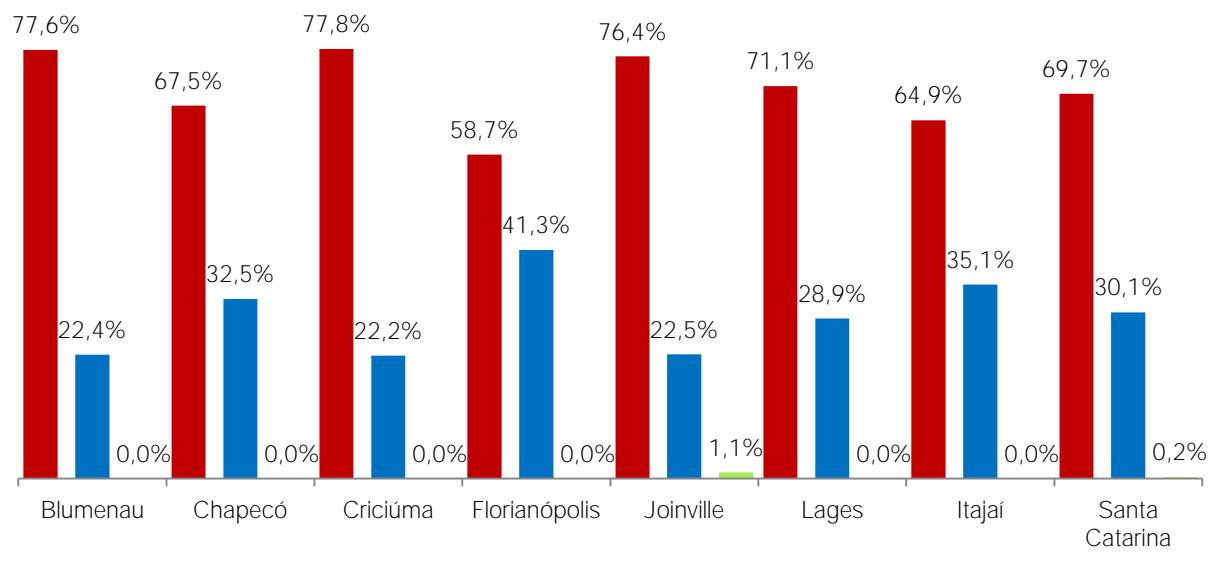
RESULTADO DE VENDAS

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: 30,1% em todo o estado. Contudo, o percentual é menor que o apurado ano passado, quando foi 37,2%.

Dentre as empresas que contrataram, a média dos temporários foi de 5,02 para cada empresa.

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

Contratação de trabalhadores temporários



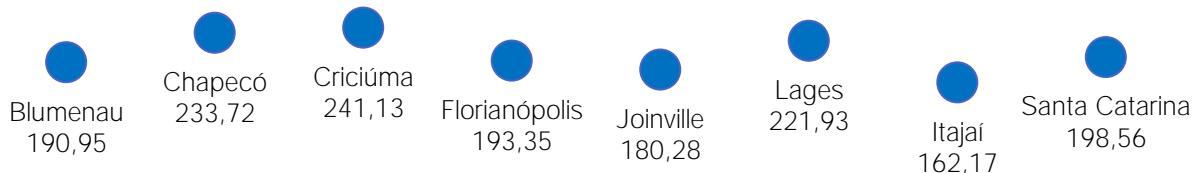
Fonte: Núcleo de economia e pesquisa Fecomércio SC

■ Não ■ Sim ■ NS/NR

O gasto médio dos consumidores nas compras de Natal ficou em R\$ 198,56 por compra. Se comparado ao Natal do ano anterior o gasto médio em 2014 (R\$ 189,40) foi inferior a 2015. Neste último Natal a variação nominal foi positiva em 4,8%. No entanto, o resultado é considerado negativo, pois o aumento percentual não foi suficiente para compensar o aumento dos custos do ano passado para cá. Assim, o resultado real do gasto médio – isto é, descontada a inflação do período, que foi de 10,4% – é queda de -5,6%.

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

Gasto médio por compra - Natal 2015



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Gasto médio em anos anteriores (R\$)

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2014	181,84	143,85	200,76	216,81	197,98	149,74	172,09	189,40
2013	202,77	147,52	201,20	344,25	241,25	213,30	110,14	218,61

Além do gasto médio, a Fecomércio SC questionou os empresários a respeito da variação do faturamento de suas empresas, tanto em relação ao Natal anterior quanto em relação aos meses comuns do ano.

A variação do faturamento em relação ao ano anterior foi de -7,3%. Variação negativa e inferior ao ano anterior. De 2013 para 2014 o faturamento havia caído -1,9%. Assim, a queda maior no faturamento neste ano, confirma que o aumento do gasto médio nominal não deve ser comemorado e advém sobretudo, da diminuição do consumo das classes com renda mais baixa. Isso preocupa, já que significa aumento na desigualdade social.

Os motivos para a redução do faturamento provêm da própria retração da economia observada em 2015. No ano passado a economia encolheu, o acesso ao crédito, grande impulsor das vendas do comércio, especialmente em Santa Catarina, foi dificultado, devido aos elevados juros e o aumento a aversão ao risco dos bancos, justo porque as persistentes pressões inflacionárias corroem a renda do trabalhador. Adicionalmente, ainda temos uma perda na qualidade do emprego, o que torna o consumidor mais cauteloso em suas decisões de consumo.

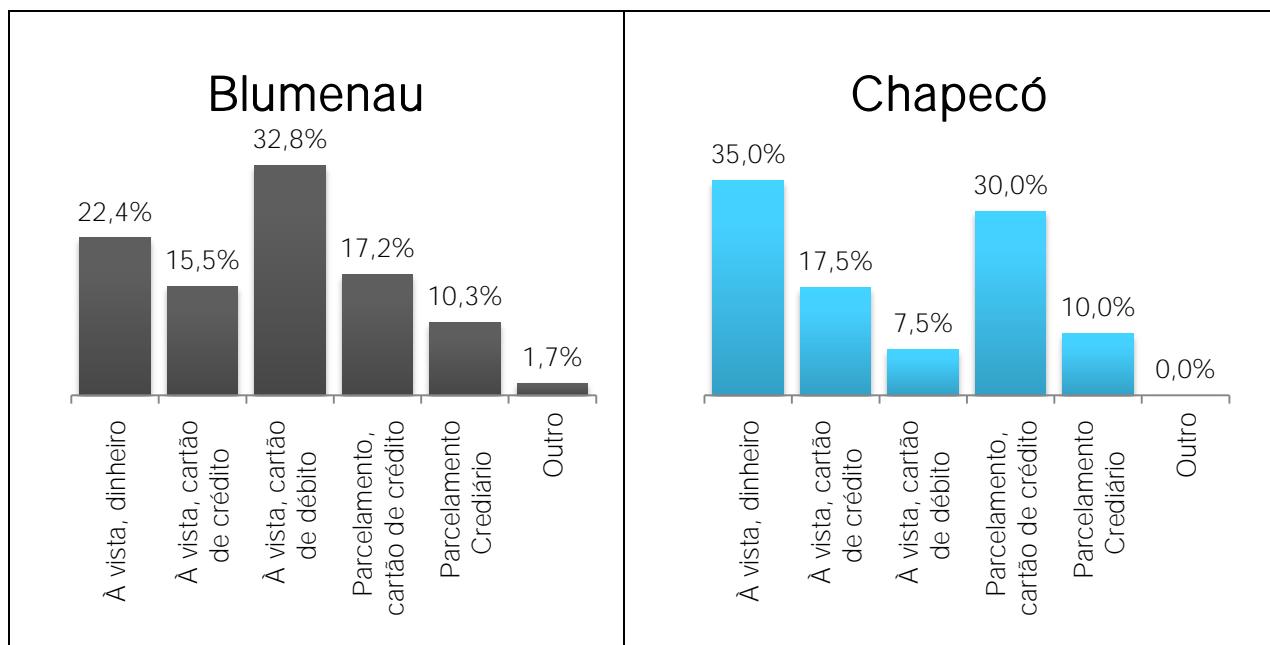
Entretanto, mesmo com o menor ritmo de crescimento anual, o Natal continua sendo uma data de extrema importância para o comércio. Não por acaso o crescimento do faturamento das empresas em relação aos meses comuns do ano foi de expressivos 9,3%, demonstrando o tamanho do incremento das vendas trazido pela data, conforme pode ser observado na tabela abaixo.

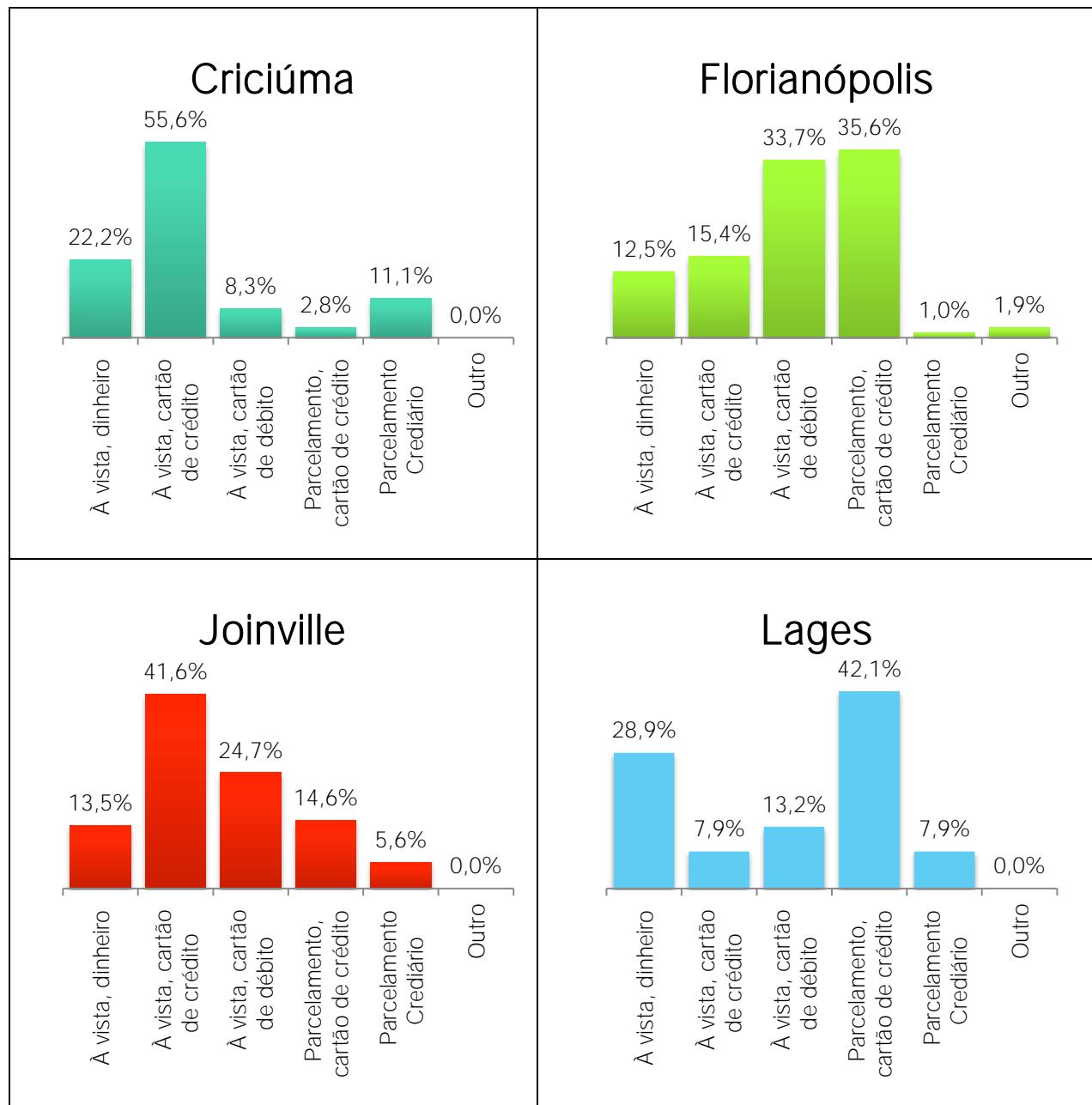
Variação do faturamento (%)	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Em relação a mesma data do ano anterior	-14,7%	-0,5%	-4,1%	-4,8%	-6,8%	-10,0%	-11,7%	-7,3%
Em relação aos meses comuns do ano	16,7%	2,7%	-5,9%	23,5%	1,1%	17,9%	-7,9%	9,3%

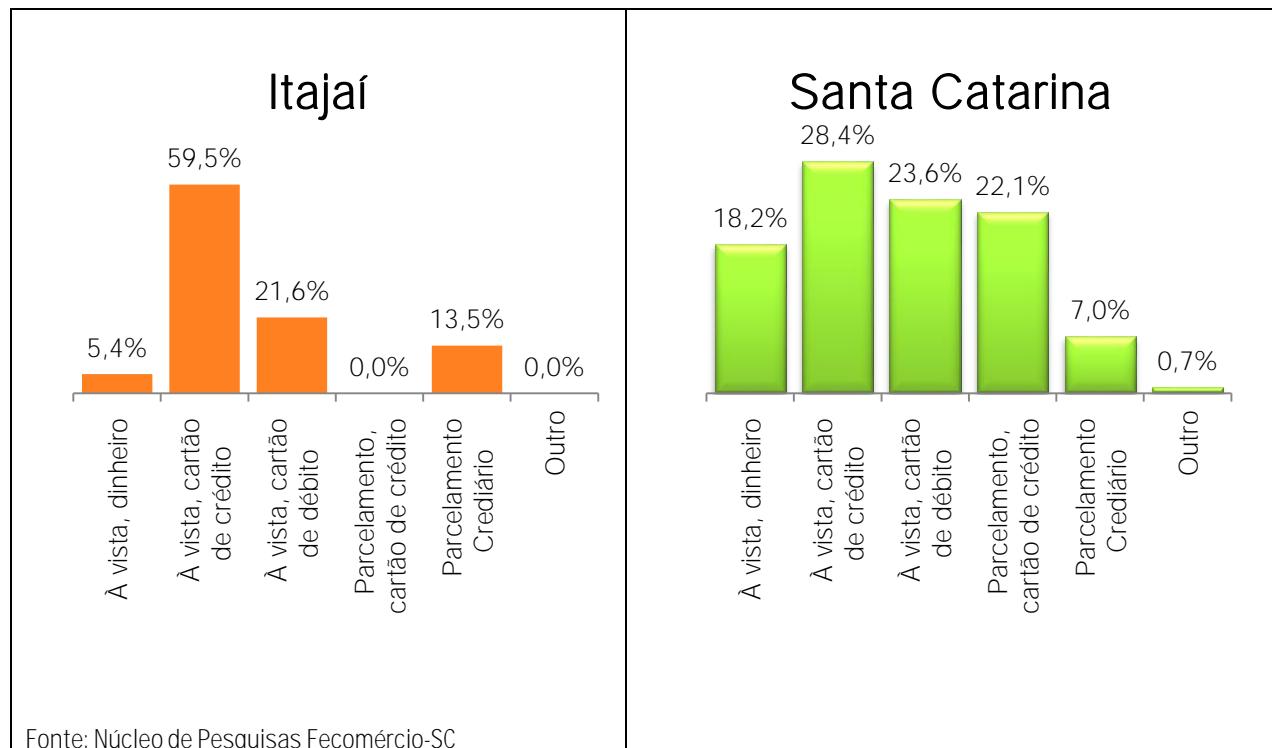
Fonte: Núcleo de economia e pesquisa Fecomércio SC

Já em relação a forma de pagamento, a forma à vista foi responsável por mais da metade das compras (70,2%) – seja ela em dinheiro (18,2%), cartão de débito (28,4%) ou cartão de crédito (23,6%). Por sua vez, no pagamento parcelado o cartão de crédito liderou, sendo que 22,1% das compras parceladas foram feitas desta maneira. No geral, o pagamento com cartão de crédito e débito foi muito expressivo (74,1%), demonstrando o elevado grau de substituição do dinheiro de papel pelo de plástico. Por fim, chama atenção também, o número de consumidores que optaram por pagar suas contas nas diversas modalidades de crédito (cartões de crédito, à vista ou parcelado e crediário) – 57,5%.

Forma de pagamento preponderante





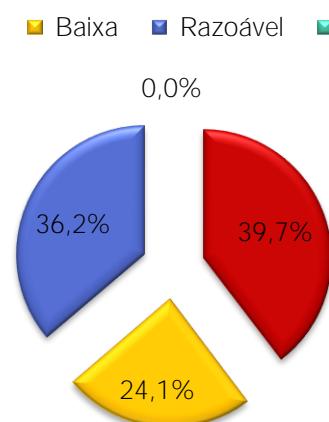


Por fim, para melhor entender o comportamento do consumidor neste Natal, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais.

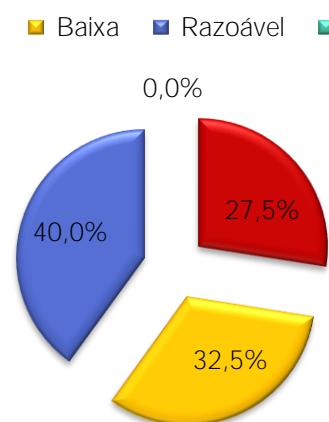
Os resultados indicam que, de acordo com 40,5% dos estabelecimentos comerciais, a pesquisa de preços por parte dos consumidores foi alta. Já para 28,9% a frequência de pesquisa de preços foi considerada baixa e para o restante (29,9%) ela foi razoável. Na sequência pode-se observar o comportamento das diferentes cidades.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preços

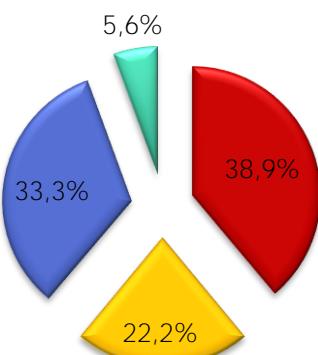
Blumenau



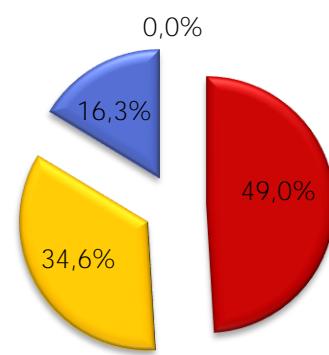
Chapecó

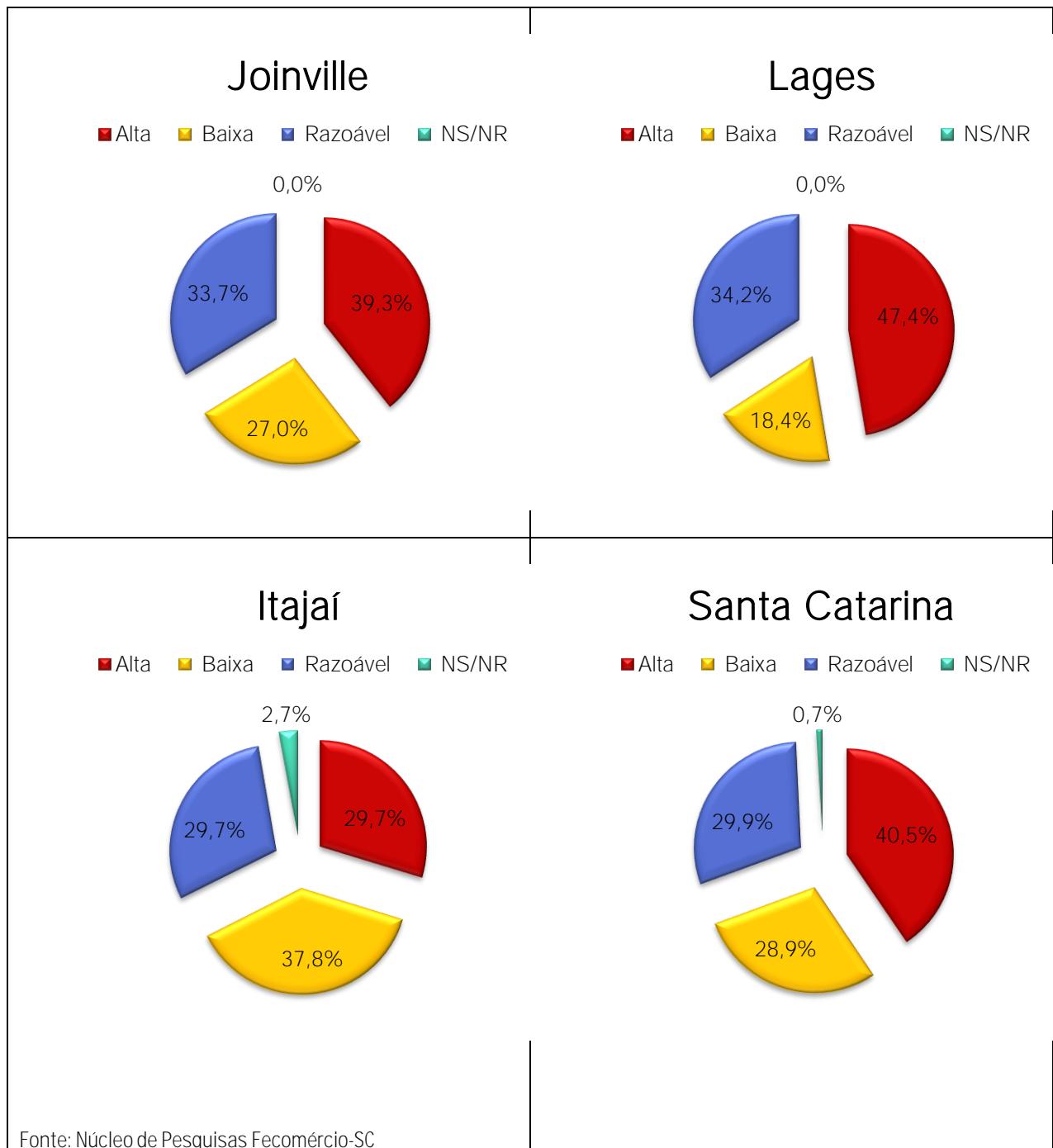


Criciúma



Florianópolis





CONCLUSÃO

Em 2015, o resultado do Natal não foi favorável como o de anos anteriores. As persistentes pressões inflacionárias, a perda da qualidade do emprego, o aumento das restrições ao crédito, fruto do aumento dos juros e da desaceleração da renda contribuíram para que o gasto médio deste ano, em termos reais, fosse inferior em -5,6% ao de 2014. No ano de 2015, o gasto médio por compra nas empresas do comércio varejista em Santa Catarina chegou a R\$ 198,56.

Os fatores acima, por sua vez, também provocaram uma das maiores quedas de faturamento nos últimos anos. O resultado comparado com o Natal de 2014 apresentou queda de -7,3%, demonstrando a queda no volume de vendas do comércio varejista.

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 9,3% no faturamento das empresas em comparação com os meses comuns do ano, trazendo um dinamismo que embora não seja capaz de reverter o prejuízo acumulado no ano, ameniza-o, pelo menos.

Adicionalmente, a pesquisa ainda constatou que 30,1% das empresas contrataram trabalhadores temporários no período, sendo que o número médios dos contratados entre as empresas que lançaram mão desse artifício foi de 5,02%. E por fim, a maioria dos pagamentos foi realizada à vista no cartão de crédito (28,4%) e a frequência de consumidores realizando pesquisa de preço foi alta para 40,5% dos entrevistados, número considerável.