



PÁSCOA 2016

Resultado de Vendas

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

Resultado de Vendas Páscoa 2016

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Março de 2016

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DO ENTREVISTADOS	3
RESULTADO DE VENDAS – PÁSCOA 2016.....	4
CONCLUSÃO	10

INTRODUÇÃO

A Páscoa é a principal data para a venda de chocolates no ano. Entretanto, o período também aquece as vendas de outros produtos, como brinquedos, flores, roupas e tudo mais que seja relacionado ao ato de presentear. Desta forma, é muito relevante para o comércio catarinense, especialmente para os estabelecimentos que comercializam chocolates e guloseimas.

Por conta da força da data, a Fecomércio SC e a FCDL/SC realizaram esta pesquisa de resultado de vendas de Páscoa com 351 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Itajaí, Blumenau, Joinville, Criciúma e Florianópolis, durante os dias 28 e 29 de março. 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 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e 4 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Para a pesquisa de Resultado de Vendas – Páscoa 2016, a Fecomércio SC e a FCDL/SC ouviu os segmentos abaixo, de acordo com os seguintes percentuais:

Setores	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	SC
Vestuário/calçados	54,5%	34,9%	50,0%	58,9%	44,0%	50,0%	48,1%	50,4%
Mercados, supermercados e hipermercados	23,9%	46,5%	23,7%	20,5%	36,0%	28,1%	32,7%	28,5%
Especializadas em chocolate	9,1%	4,7%	15,8%	6,8%	8,0%	9,4%	7,7%	8,5%
Brinquedos	8,0%	4,7%	7,9%	9,6%	8,0%	9,4%	5,8%	7,7%
lojas de departamento, magazine e multicoisas	4,5%	9,3%	2,6%	4,1%	4,0%	3,1%	5,8%	4,8%

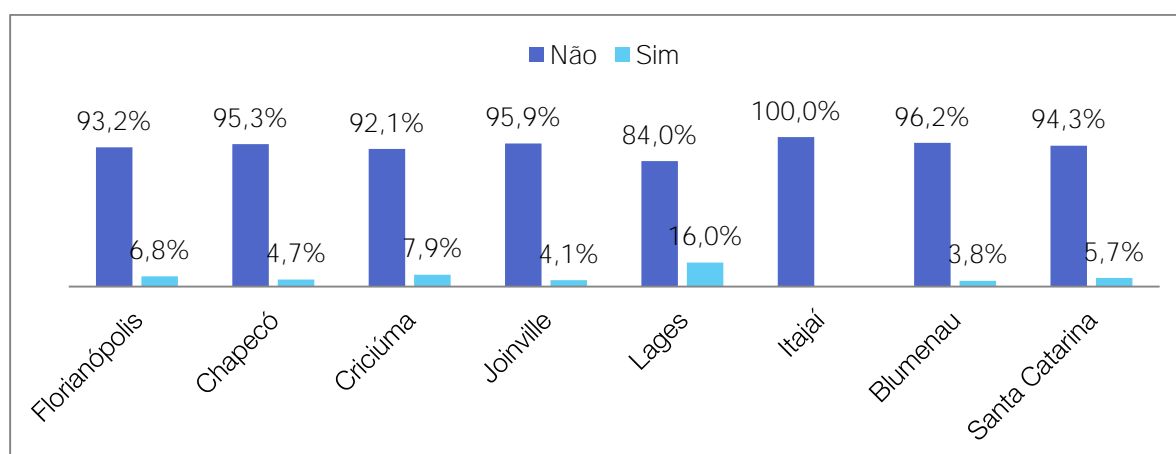
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O setor de vestuário/calçados foi o segmento mais entrevistado (50,4%) no Estado, seguido pelo setor de mercados, supermercados e hipermercados (28,5%) e lojas especializadas em chocolate (8,5%).

RESULTADO DE VENDAS – PÁSCOA 2016

Em primeiro lugar, foram apurados os impactos da Páscoa sobre o mercado de trabalho. Nota-se que um número bastante reduzido de empresas realizou contratações para atender o aumento da demanda do período: 5,7%. Explica-se pelo fato de que o ano de 2015 foi um período de retração nas vendas e nas receitas do empresário e 2016 indica que também será de recuo. Assim, o empresário fica propenso a não contratar, fato que vem se repetindo em praticamente todas as datas de aumento do movimento do comércio e pode ser visualizado no baixo saldo de contratações. Em 2015, o Estado fechou 9.870 vagas no comércio, segundo dados do Ministério do Trabalho. Abaixo é possível verificar os dados divididos por cidades:

Contratou colaboradores temporários para o período?

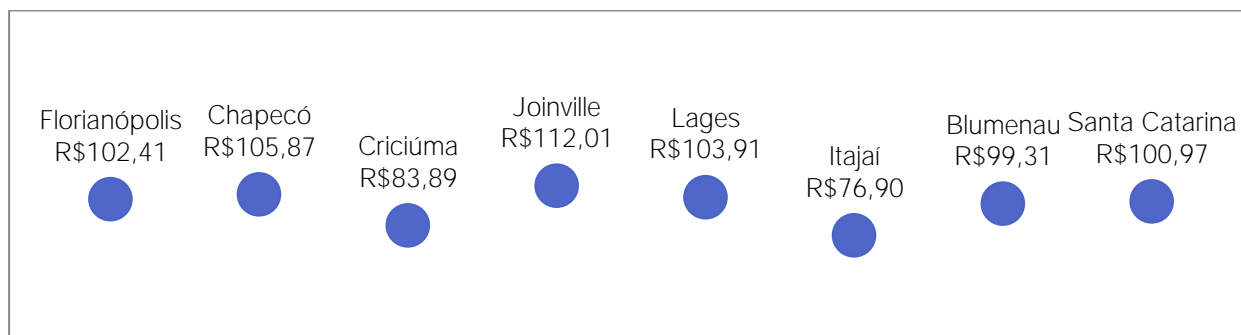


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A maioria das empresas que realizaram contratação de temporários para a Páscoa são as lojas especializadas em chocolates. Elas responderam por 75% das contratações dos temporários.

Em relação ao tíquete médio (valor médio por compra), a pesquisa apurou que ele ficou em R\$ 100,97, 3,6% maior que o resultado de 2015: R\$ 97,45 por compra. O que é considerado um gasto reduzido, tendo em vista que a inflação do período foi de 10,36%, segundo IPCA do IBGE. Isso implica numa variação real (descontada a inflação) negativa de 6,7%. Desse modo, a elevação do gasto médio não foi suficiente para compensar o aumento dos custos. Entre as cidades, Joinville se destaca como o maior gasto médio. Por outro lado, Itajaí apresentou o menor. Abaixo aparecem os tíquetes médios de todas as cidades da pesquisa:

Tíquete médio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Anos anteriores

Tíquete Médio	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
2015 (R\$)	152,10	79,77	63,21	117,15	98,33	67,74	59,51	97,45
2014 (R\$)	161,00	114,98	101,43	135,46	116,57	93,20	84,82	146,65

Além do tíquete médio, a Fecomércio SC e a FCDL/SC questionaram os empresários sobre qual foi a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período de Páscoa de 2015, quanto em relação aos meses comuns do ano. Assim, em primeiro lugar, a variação do faturamento em relação à Páscoa anterior foi de -10,2%. Queda considerável que ilustra como a pequena elevação do tíquete não foi suficiente para conter a perda de faturamento. Ou seja, houve redução no volume de vendas na Páscoa deste ano, quando comparado com a Páscoa de 2015.

Já na comparação com os meses comuns do ano, a variação foi positiva em 9,6%, mostrando a importância das vendas de Páscoa para os setores abordados pela pesquisa. Abaixo aparecem as variações de acordo com as diferentes cidades abarcadas pela pesquisa. Chama atenção o fato de que Joinville e Itajaí apresentaram queda na variação inclusive quando comparada com os meses comuns do ano, algo inédito e que demonstra a forte recessão econômica que vivemos.

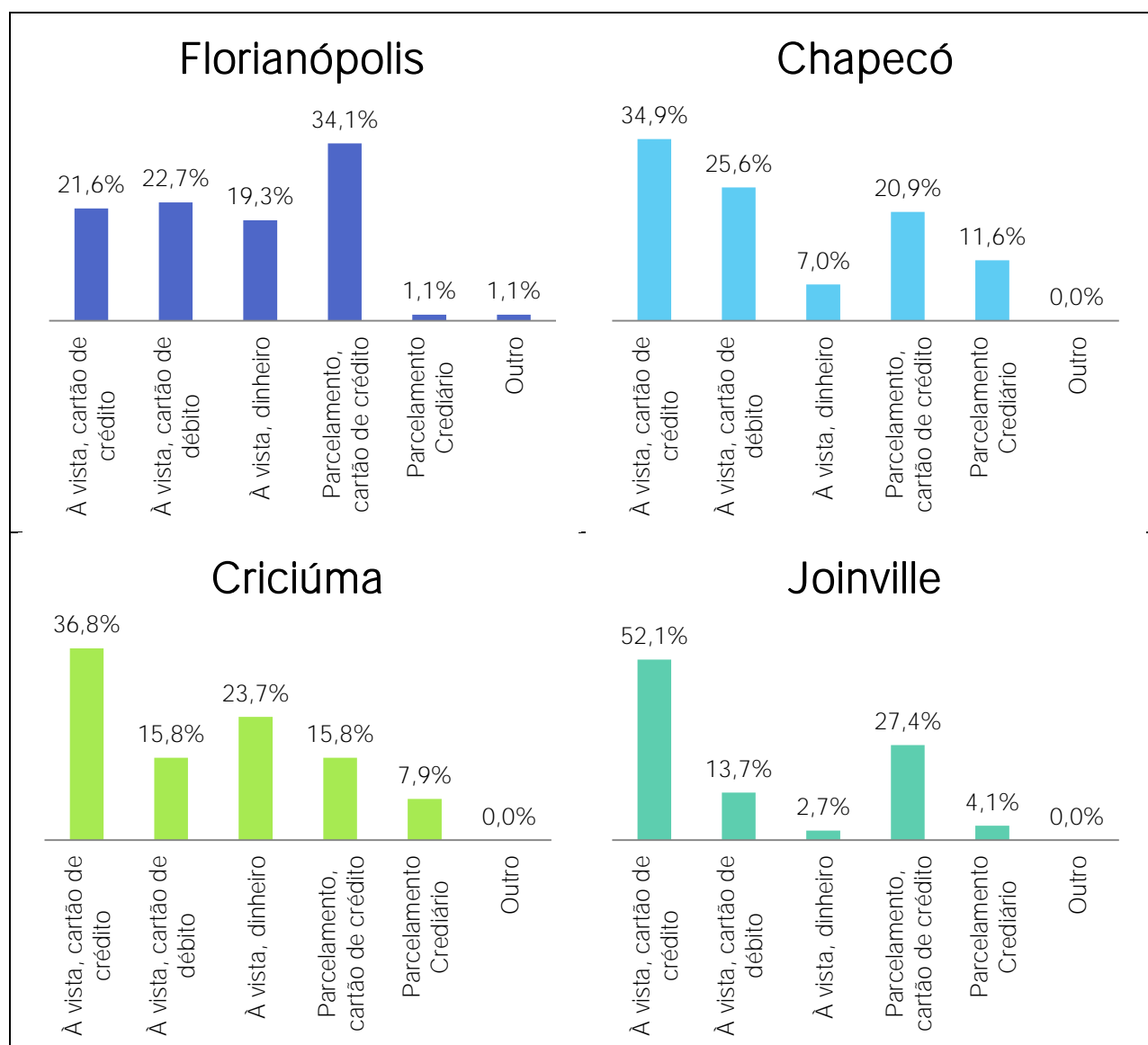
Variação do faturamento (%)

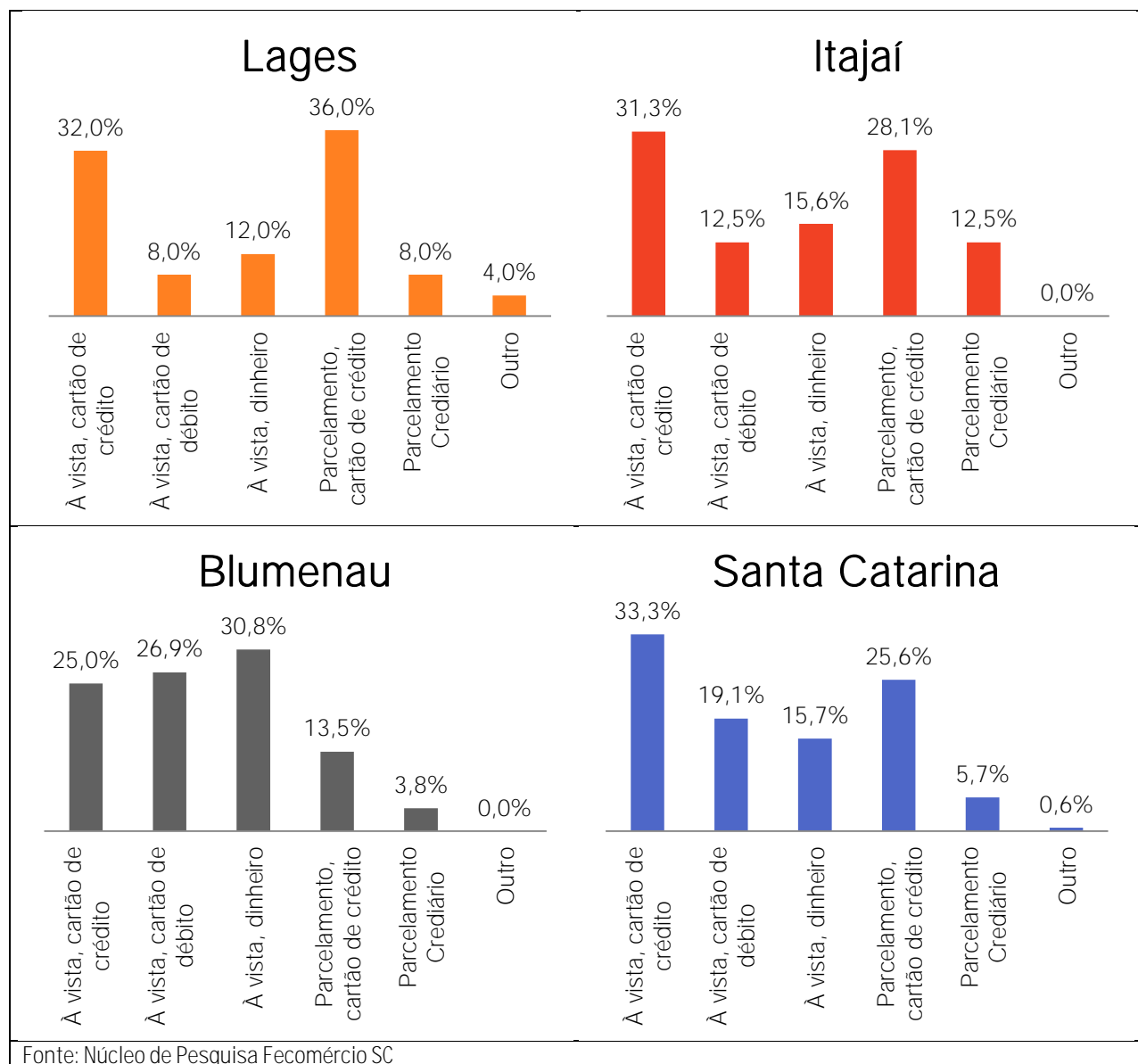
Variação do faturamento	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
Em relação à Páscoa de 2015	-8,3	-12,0	-10,1	-6,3	-23,4	-22,0	-3,7	-10,2
Em relação aos meses comuns do ano	22,2	17,9	9,5	-0,4	4,7	-1,3	5,0	9,6

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

No que tange a forma preponderante de pagamento das compras, o pagamento à vista foi preponderante, sendo responsável por 68,1% das compras. Resultado inferior ao apurado no ano passado, quando esse indicador ultrapassou os 80%. A renda diminui e, portanto, aumentase a busca pelas compras a prazo. O pagamento à vista está dividido entre os diferentes meios de pagamento: cartão de crédito (33,3% das vendas), dinheiro (15,7%) e cartão de débito (19,1%). Já na forma de pagamento a prazo, o cartão de crédito foi o mais citado, sendo responsável por 25,6% das vendas, seguido pelo parcelamento no crediário (5,7%).

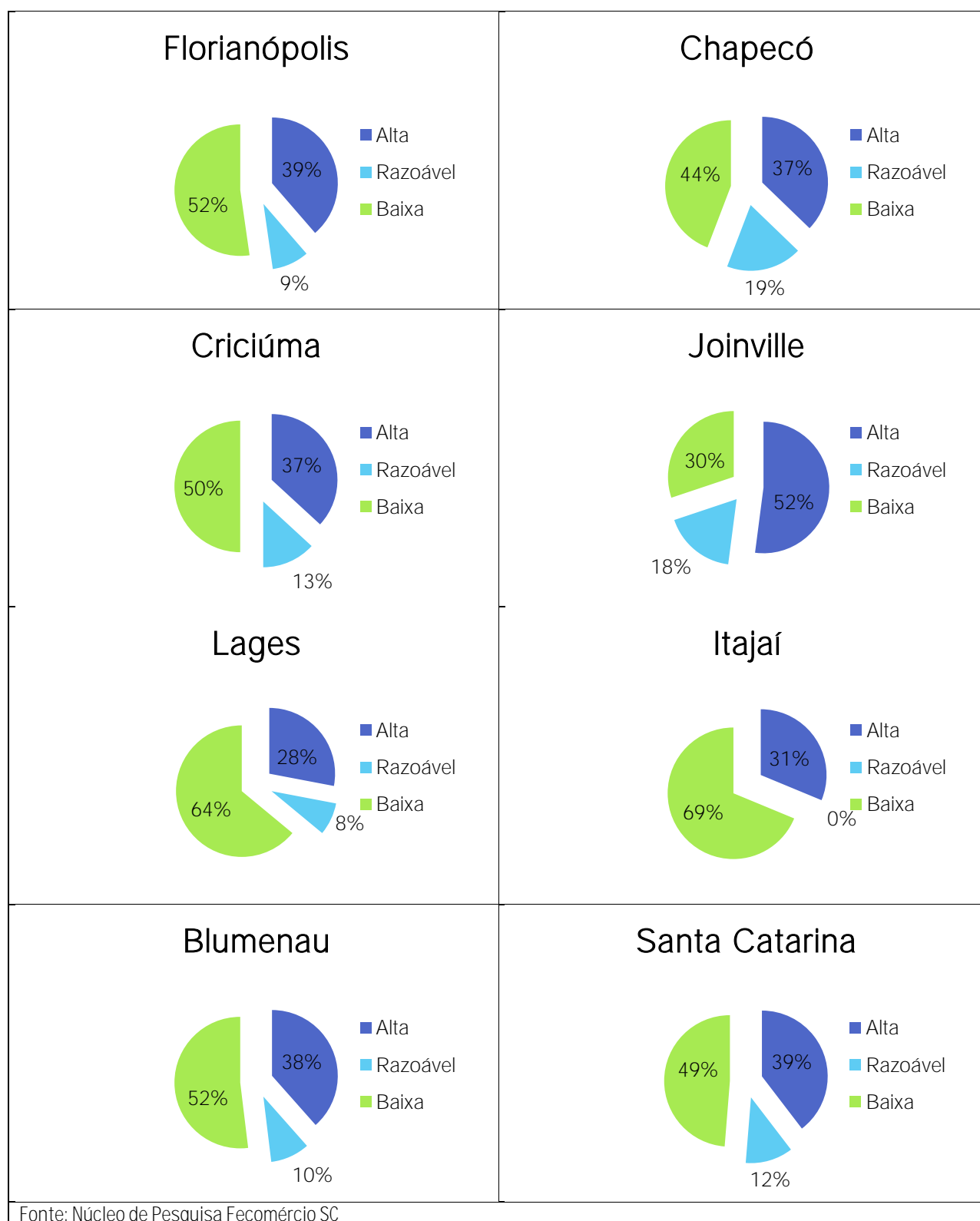
Principais formas de pagamento





Para melhor entender o comportamento do consumidor nesta Páscoa, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais. O dado abaixo mostra que a frequência de tal atitude foi baixa. Para 49% dos empresários do comércio a frequência de pesquisas foi baixa, enquanto que para 39% foi alta, a frente dos 12% que consideraram razoável este comportamento. Joinville foi o município no qual mais se pesquisou preços, enquanto que em Itajaí foi onde menos se pesquisou. Na sequência pode-se observar o comportamento das diferentes cidades:

Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Finalizando a pesquisa, outra informação importante para verificar o sucesso da data é o percentual dos estoques que sobraram. Segundo os empresários do comércio de Santa Catarina, 36,8% do estoque inicial não foi vendido. Valor mais alto que o apurado ano passado, quando esse indicador fechou em 7,5%. A cidade que mais consumiu seu estoque (principalmente de chocolates) foi Blumenau. Por outro lado, Joinville consumiu praticamente apenas a metade do inicialmente previsto. Abaixo seguem os dados especificados por cidades da pesquisa:

Percentual do estoque restante

Cidades	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
	30,6%	21,4%	40,4%	49,5%	48,4%	49,5%	11,0%	36,8%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A Páscoa mais uma vez mostrou a sua potencialidade de vendas para os comerciantes de Santa Catarina, com uma variação positiva no faturamento de 9,6% em relação aos meses comuns do ano.

A pesquisa da Fecomércio SC também mostrou que a variação do tíquete médio da Páscoa 2016 (R\$ 100,97) foi maior que o do ano passado em termos nominais (3,6%), mas não suficiente para compensar o aumento dos preços do período (-6,7% de variação real).

A variação do faturamento deste ano em comparação com a Páscoa de 2015 foi de -10,2%. Este resultado demonstra que uma houve queda no volume de vendas. Os resultados decorrem da situação brasileira, cuja inflação elevada corrói a renda real das famílias, bem como o emprego já não apresenta o mesmo dinamismo de outrora e a perspectiva de recuperação econômica ainda se encontra distante, dada as fortes incertezas quanto ao desenrolar da crise política do Brasil. Nesse sentido, a pesquisa também demonstra que houve um percentual baixo de empresas que contrataram funcionários temporários para a data. Apenas 5,7% responderam afirmativamente a essa questão.

Nas formas de pagamento, a opção à vista foi preponderante (68,1%). Este número é menor que o percentual apurado ano passado, quando ultrapassou os 80%. Assim, temos mais um indicativo que as condições de pagamento das famílias vêm se deteriorando do ano passado para cá.

No que concerne à pesquisa de preços, a maioria dos respondentes afirmaram que a frequência de consumidores pesquisando preços foi baixa (49%). Quanto o percentual que sobrou dos estoques, o volume é considerado elevado 36,8%.