



Resultado de Vendas
DIA DAS MÃES 2016


Fecomércio SC
Sesc | Senac

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

Resultado de Vendas de Dia das Mães 2016

O perfil do empresário e resultado de vendas para o período do Dia das
Mães em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Maio de 2016

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	3
RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS MÃES 2016	4
CONCLUSÃO	10

INTRODUÇÃO

O Dia das Mães é a segunda data comemorativa que mais aquece as vendas no comércio, perdendo apenas para o Natal. Diversos tipos de produtos são vendidos, tornando as semanas que antecedem a data bastante movimentadas no comércio catarinense, com considerável incremento de vendas.

Tendo por base esta constatação, a Fecomércio SC em parceria com a FCDL/SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas de Dia das Mães com 426 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Joinville, Criciúma, Itajaí e Florianópolis, durante os dias 9 e 10 de maio. 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 e 4 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

De início a pesquisa de resultado de vendas do Dia das Mães 2016 apurou o perfil dos entrevistados. Segue abaixo o percentual dos segmentos respondentes:

Setores	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
Bijuteria/ artesanato	8,4%	7,5%	8,7%	7,5%	3,8%	7,5%	6,5%	7,5%
Calçados/ bolsas	19,3%	10,0%	15,2%	16,1%	15,4%	12,5%	14,5%	15,7%
Floriculturas	9,2%	10,0%	8,7%	9,7%	3,8%	10,0%	6,5%	8,7%
Joalherias/ relojoaria	10,9%	12,5%	8,7%	7,5%	11,5%	7,5%	9,7%	9,6%
Loja de departamentos, magazines e multicoisas	10,1%	12,5%	8,7%	12,9%	19,2%	10,0%	9,7%	11,3%
Perfumes/ cosméticos	14,3%	12,5%	15,2%	14,0%	19,2%	17,5%	14,5%	14,8%
Celulares/ comunicação	5,0%	15,0%	13,0%	6,5%	3,8%	12,5%	16,1%	9,4%
Vestuário/ acessórios	22,7%	20,0%	21,7%	25,8%	23,1%	22,5%	22,6%	23,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Assim, de acordo com a tabela acima, o ramo de vestuários e acessórios foi o segmentos mais entrevistados (23,0%). Seguido pelo segmento de calçados, com 15,7%. Na sequência, aparece o segmento de perfumes e cosméticos (14,8%), seguido pelas lojas de departamentos, magazines e multicoisas (11,2%), e de joalherias e relojoarias (9,6%). Completa o quadro, os segmentos de celulares/comunicação floriculturas e padarias/confeitarias (ambos com 4,2%).

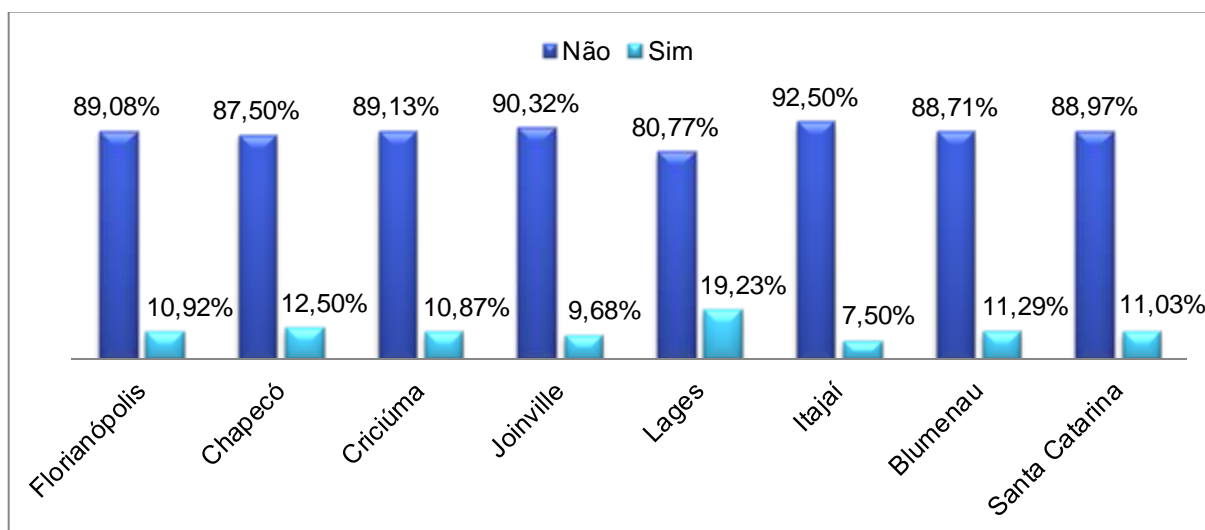
RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS MÃES 2016

Em primeiro lugar, foram apurados os impactos do Dia das Mães para o mercado de trabalho. Nota-se que um número reduzido de empresas realizou contratações para atender o aumento da demanda do período: 11,03%. A média de colaboradores contratados ficou em 2,6 por empresa.

A perspectiva de recuo no volume de vendas associado à queda da renda das famílias e diminuição dos lucros das empresas, fruto da crise econômica, provocou esse impacto no mercado de trabalho este ano.

Abaixo é possível observar os dados divididos por cidades:

Contratou colaboradores temporários para o período?



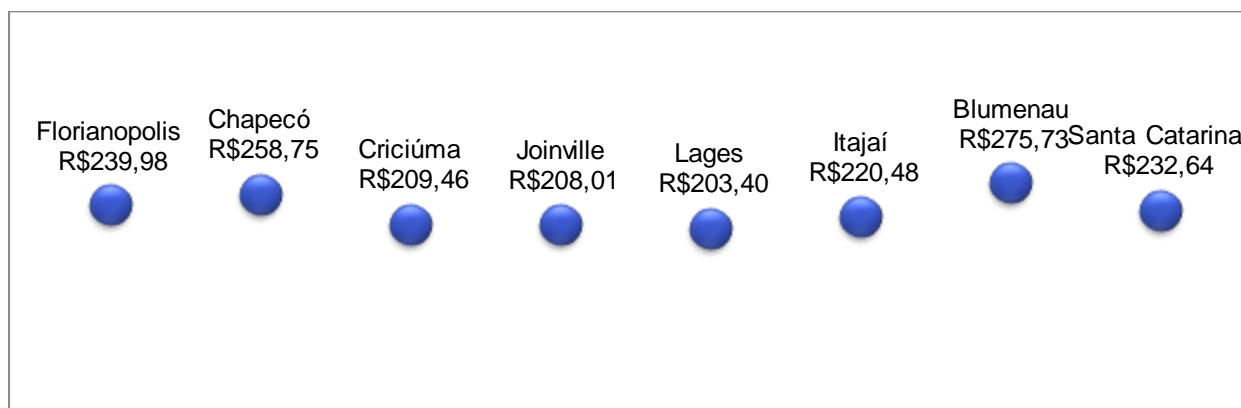
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em relação ao ticket médio no Dia das Mães observado pelos empresários, o valor foi de R\$ 232,64, resultado 14,7% maior do que o observado no ano passado. O valor não surpreende já que historicamente, conforme as pesquisas de resultado de vendas anteriores para o período, os consumidores tendem a gastar mais que inicialmente planejavam com presentes e serviços para as mães, o que pode indicar que o forte vínculo afetivo tornam os consumidores propensos a maiores gastos, a despeito da situação econômica atual. No entanto, este resultado de ticket médio mais elevado deve ser ponderado pela variação do faturamento das empresas, que será visto a seguir.

Entre as cidades, o destaque positivo ficou por conta de Blumenau com R\$ 275,73.

Abaixo aparecem os gastos médios de todas as cidades da pesquisa e dos últimos anos pesquisados:

Ticket médio total no Dia das Mães 2016



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Anos Anteriores (ticket médio total em reais)

Anos	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
2015	191,75	188,21	195,74	290,00	157,83	173,41	131,61	202,77
2014	209,58	237,33	166,22	194,78	214,97	161,09	112,48	182,97

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além do ticket médio, a Fecomércio SC e a FCDL/SC questionaram aos empresários sobre a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período de Dia das Mães de 2015, quanto em relação aos meses comuns do ano. Assim, em primeiro lugar, a variação do faturamento em relação a mesma data do ano anterior foi de -5,4%. O dado é reflexo do atual momento da economia nacional, na qual a situação econômica em declínio- vista a partir do aumento da restrição do crédito, da queda no volume de vendas e a desaceleração da renda das famílias- está fazendo com que as famílias não consumam com o mesmo vigor de antigamente.

Portanto, apesar do ticket médio mais elevado este ano, o valor não foi suficiente para provocar uma elevação no faturamento das empresas. Isso porque o volume de vendas este ano foi reduzido.

Já na comparação com os meses comuns, o crescimento do faturamento foi de 18,3%, mostrando que, mesmo com queda anual, o Dia das Mães continua sendo uma data muito 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 (%)

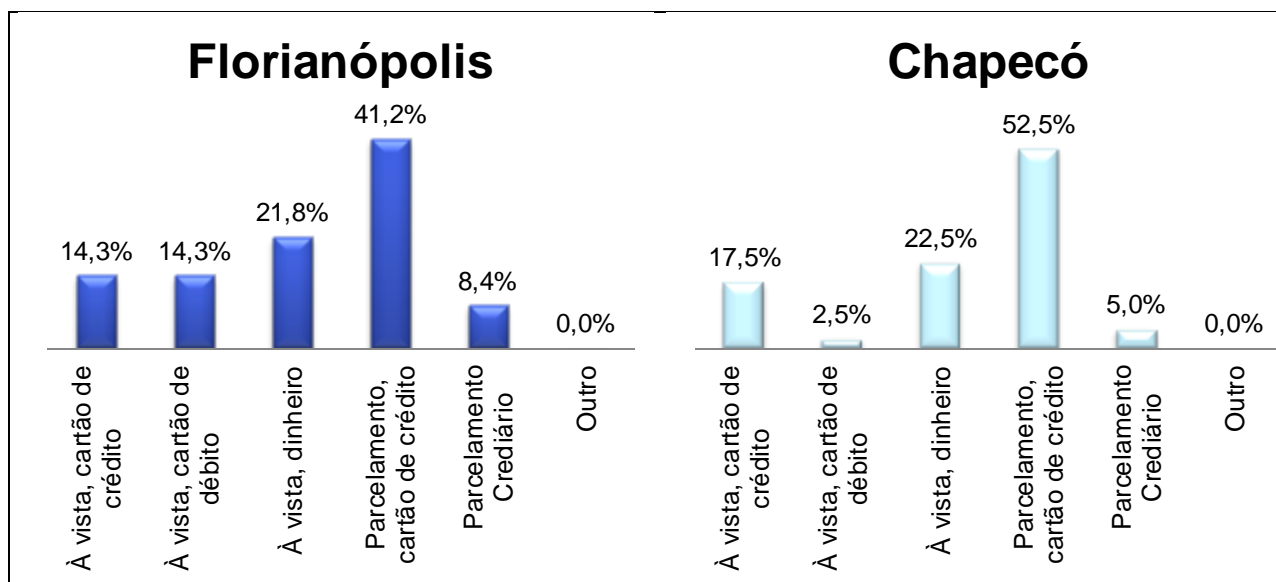
Período	Capital	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	SC
Em relação ao dia das mães de 2015	-6,0	-1,7	-5,9	-4,9	-4,5	-13,1	-2,2	-5,4
Em relação aos meses comuns	26,0	3,3	15,9	27,9	2,0	5,6	15,6	18,3

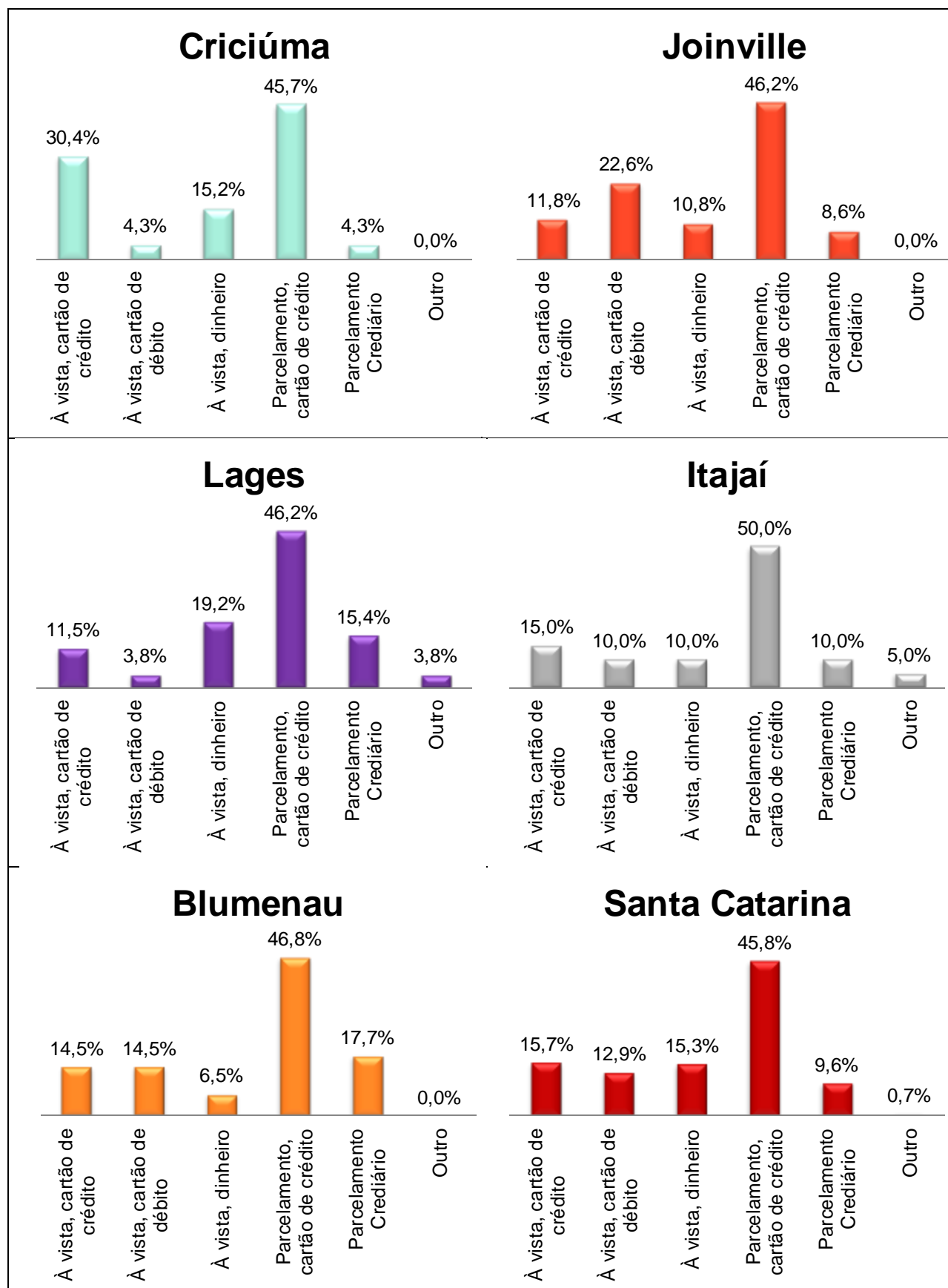
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

No que tange a forma de pagamento das compras, o parcelamento no cartão de crédito foi preponderante, sendo responsável por 45,8% das compras. Já na forma de pagamento à vista, o cartão de crédito também se destaca, sendo responsável por 15,7% das vendas, seguido pelo pagamento em dinheiro 15,3%.

Abaixo seguem os dados divididos de acordo com as cidades da pesquisa:

Principais formas de pagamento

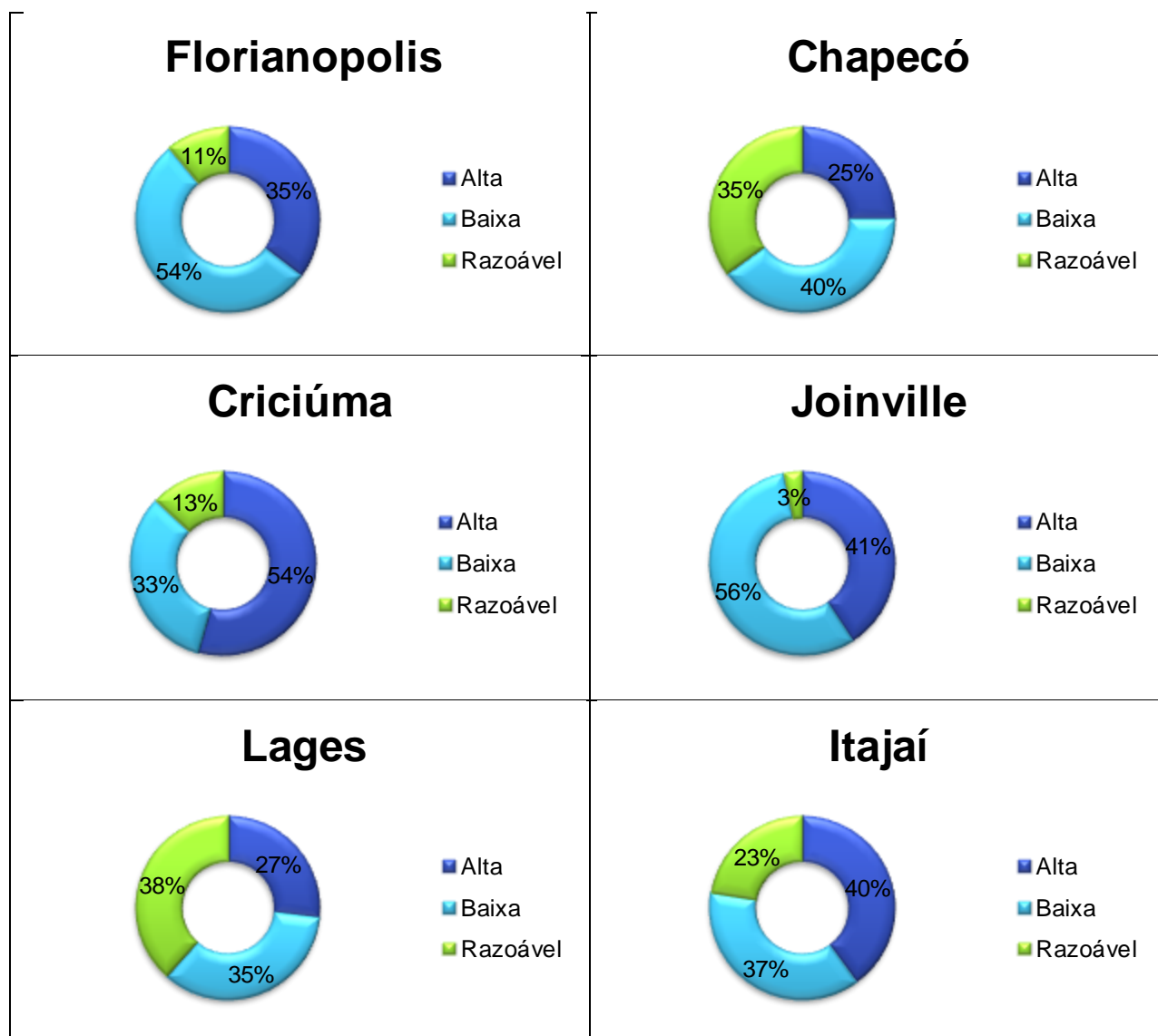


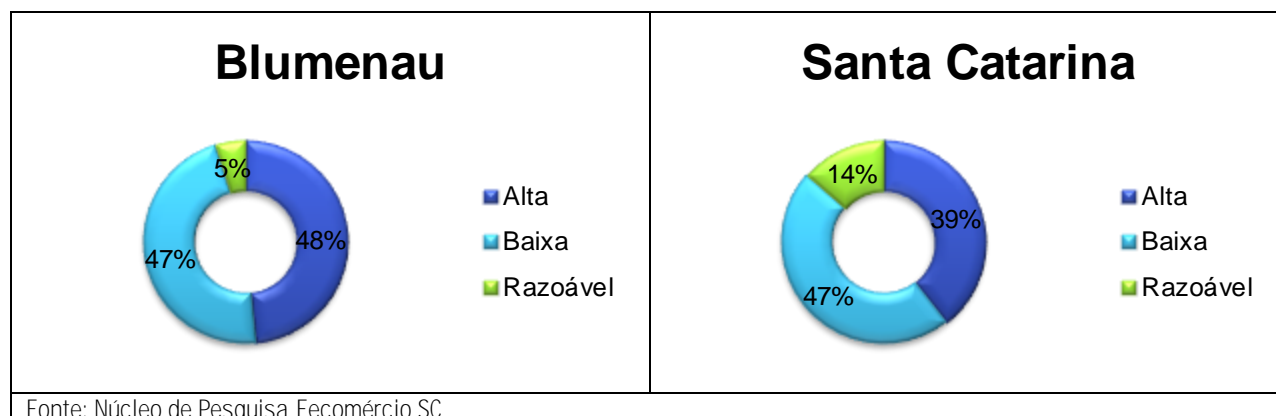


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para melhor entender o comportamento do consumidor neste Dia das Mães, 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 47% dos empresários do comércio a frequência de pesquisas foi baixa, enquanto que para 39% foi alta. Completa o quadro, os 14% que consideraram razoável este comportamento. Na sequência pode-se observar o comportamento das diferentes cidades:

Frequência de clientes realizando pesquisa de preço





CONCLUSÃO

A pesquisa da **Fecomércio SC e FCDL/SC** revelou que no Dia das Mães de 2016 o ticket médio apurado foi de R\$ 232,67, 14,7% maior que o resultado do ano passado. No entanto, tal resultado deve ser ponderado pela variação do faturamento em relação ao Dia das Mães de 2015, cujo resultado foi negativo em -5,4%. Portanto, apesar do ticket médio mais elevado este ano, ele não foi suficiente para provocar uma elevação no faturamento das empresas. Isso porque o volume de vendas este ano foi reduzido. Isso se deve a retração da renda das famílias e a deterioração da qualidade do emprego.

Quanto à variação do faturamento em relação aos meses comuns do ano, o valor chegou a 18,3%, ressaltando a importância da data para o setor.

Ademais, a pesquisa constatou que o pagamento parcelado no cartão de crédito foi preponderante (45,8%), seguido pelo pagamento à vista, também no cartão de crédito (15,7%).

Quanto ao reflexo da data no mercado de trabalho, ele foi minimizado, dado as dificuldades impostas pelo cenário econômico. Apenas 11,0% dos entrevistados afirmaram que contrataram trabalhadores temporários para o período. Por fim, verificou-se que a frequência de consumidores fazendo pesquisa de preço foi baixa para a maioria (47%) dos entrevistados.