



Resultado de Vendas  
**DIA DOS NAMORADOS 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 dos Namorados 2016

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 2016

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS .....	3
RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS NAMORADOS 2016 .....	4
CONCLUSÃO .....	10

## INTRODUÇÃO

O Dia dos Namorados é a terceira melhor data para o comércio, perdendo apenas para o Natal e para o Dia das Mães. Diversos tipos de produtos são vendidos neste período, fazendo a data ser bastante relevante para o varejo catarinense, com considerável incremento nas 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 412 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Itajaí, Joinville, Criciúma e Florianópolis, entre os dias 13 e 15 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.

## PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Os segmentos entrevistados, bem como os percentuais seguem abaixo:

Setores	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
Vestuário/ calçados	41,0%	26,7%	36,4%	40,4%	27,3%	36,1%	36,9%	36,7%
Floriculturas	14,0%	20,0%	15,9%	10,1%	15,2%	13,9%	10,8%	13,6%
Joalherias	14,0%	11,1%	13,6%	10,1%	12,1%	8,3%	10,8%	11,7%
Perfumes/ cosméticos	11,0%	11,1%	9,1%	7,9%	9,1%	8,3%	7,7%	9,2%
Hotel/motel	3,0%	8,9%	2,3%	12,4%	9,1%	11,1%	13,8%	8,5%
Loja de departamentos, magazines e multicoisas	8,0%	4,4%	6,8%	7,9%	9,1%	5,6%	9,2%	7,5%
Restaurante	4,0%	8,9%	9,1%	5,6%	9,1%	8,3%	6,2%	6,6%
Especializada em chocolates	5,0%	8,9%	6,8%	5,6%	9,1%	8,3%	4,6%	6,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

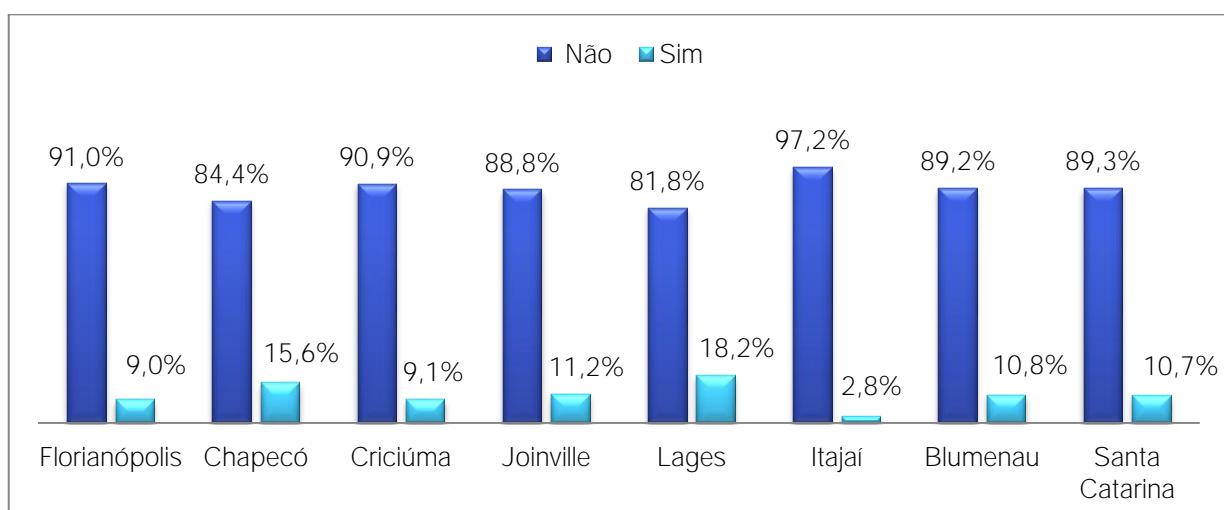
## RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS NAMORADOS 2016

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: 10,7%. Dentre as empresas que contrataram, houve uma média de 2,3 trabalhadores contratados.

A redução no volume de vendas observado neste ano, impulsionado pela alta inflação, que reduz a renda real, pelo aumento do desemprego e pela maior restrição ao crédito, corroborado pelos juros altos, fazem com que os empresários sejam 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

Em relação ao ticket médio para cada compra nos estabelecimentos comerciais pesquisados, a pesquisa apurou que ele ficou em R\$ 167,76. O gasto foi superior em 7,4% ao apurado ano passado (R\$ 156,25), mas se aproximou muito do resultado apurado em 2014. Portanto, se analisado por uma perspectiva histórica houve redução no ticket médio, visto que a inflação acumulada no período desde o dia dos namorados do ano passado foi de 9,32%.

O destaque positivo ficou por conta de Florianópolis, com o maior gasto médio (R\$ 192,63), mas ainda assim menor que os resultados apurados por essa mesma pesquisa em 2014, quando a situação econômica do país estava melhor.

### Ticket médio total no Dia dos Namorados 2016



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### Anos Anteriores (gasto médio em reais)

Anos	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
2015	159,19	195,21	134,61	207,25	142,14	120,13	126,47	156,25
2014	274,63	138,67	163,19	211,76	104,70	143,23	113,27	167,75

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além do gasto 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 Dia dos Namorados de 2015, quanto em relação aos períodos de movimentação normal. Assim, em primeiro lugar, a variação do faturamento em relação à mesma data do ano passado foi de -9,5%.

O resultado condiz com o atual momento da economia catarinense e nacional, no qual a situação econômica negativa 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) em Santa Catarina com uma variação -6,7% e 3,5%, respectivamente, resultado mais baixo da série histórica iniciada em 2001.

Já na comparação com o mês anterior, o crescimento do faturamento foi de 11,8%, 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 (%)

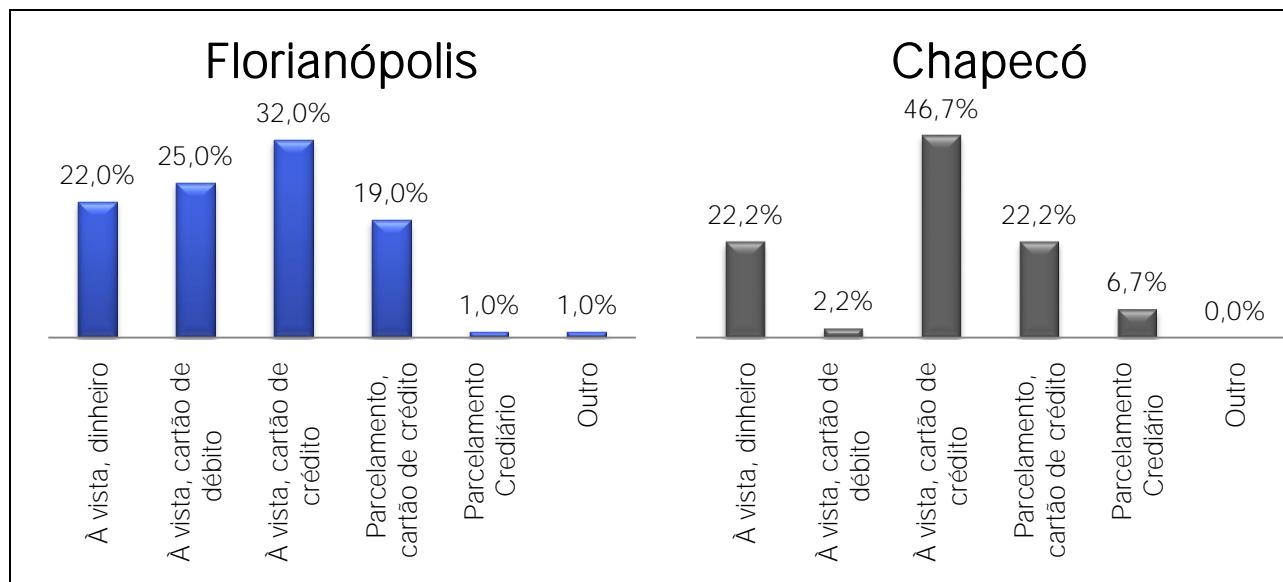
Período	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
Em relação ao dia dos namorados 2015	-12,7	-12,3	-18,2	-13,8	-10,5	1,9	3,5	-9,5
Em relação aos períodos de movimento normal	24,2	9,9	13,2	3,9	7,0	10,2	7,5	11,8

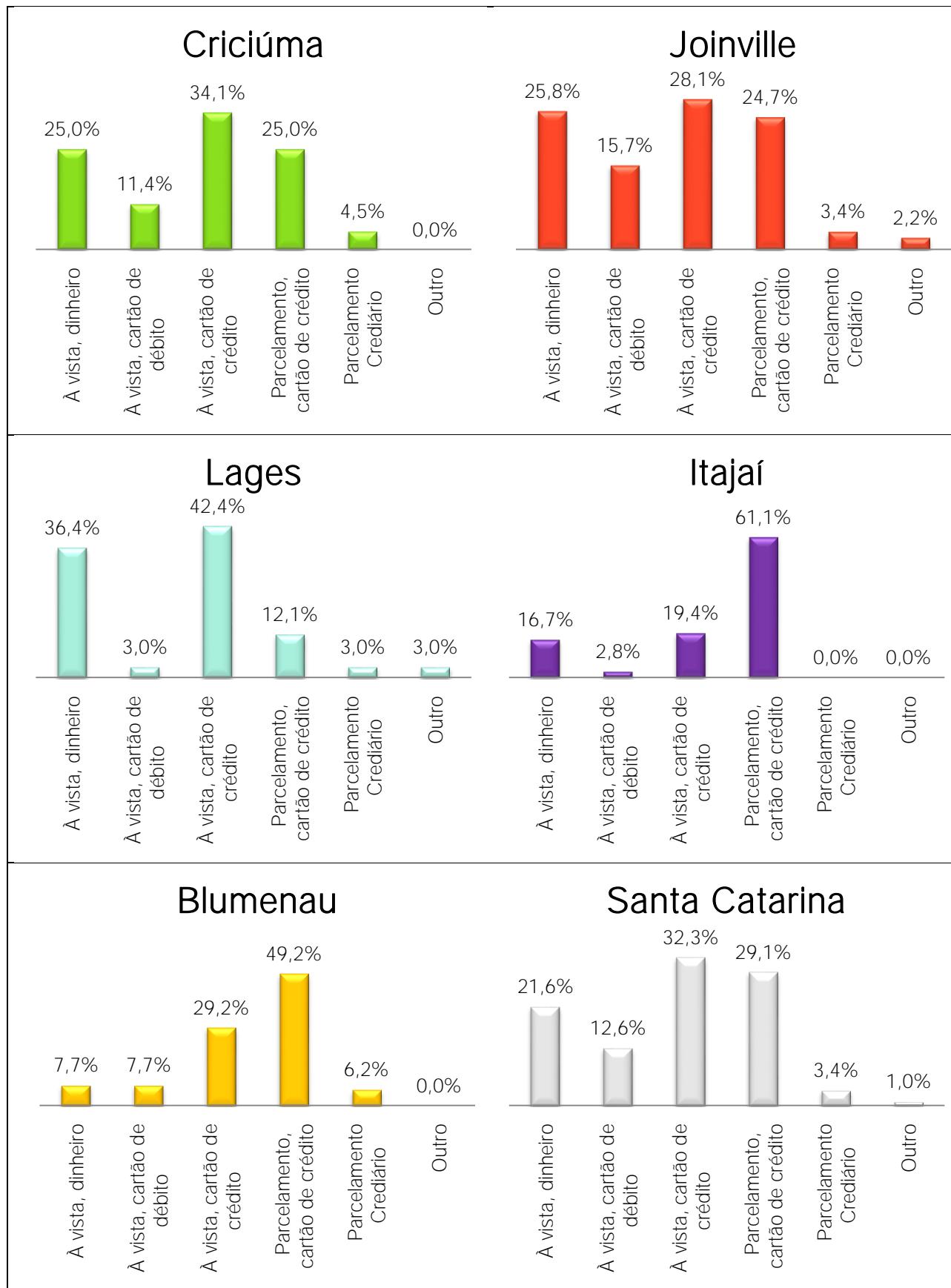
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

No que tange à forma preponderante de pagamento das compras, o pagamento à vista foi mais citado, sendo responsável por 66,5% das compras. Isto dividido entre os diferentes meios de pagamento: dinheiro (21,6%), cartão de débito (12,6%) e cartão de crédito (32,3%). Já na forma de pagamento a prazo, o cartão de crédito preponderou, sendo responsável por 29,1% das vendas, seguido pelo parcelamento no crediário (3,4%). Também chama atenção o alto percentual de compras no cartão de crédito, seja em uma única parcela ou em várias, responsável por 61,4% das vendas.

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

### Principais formas de pagamento

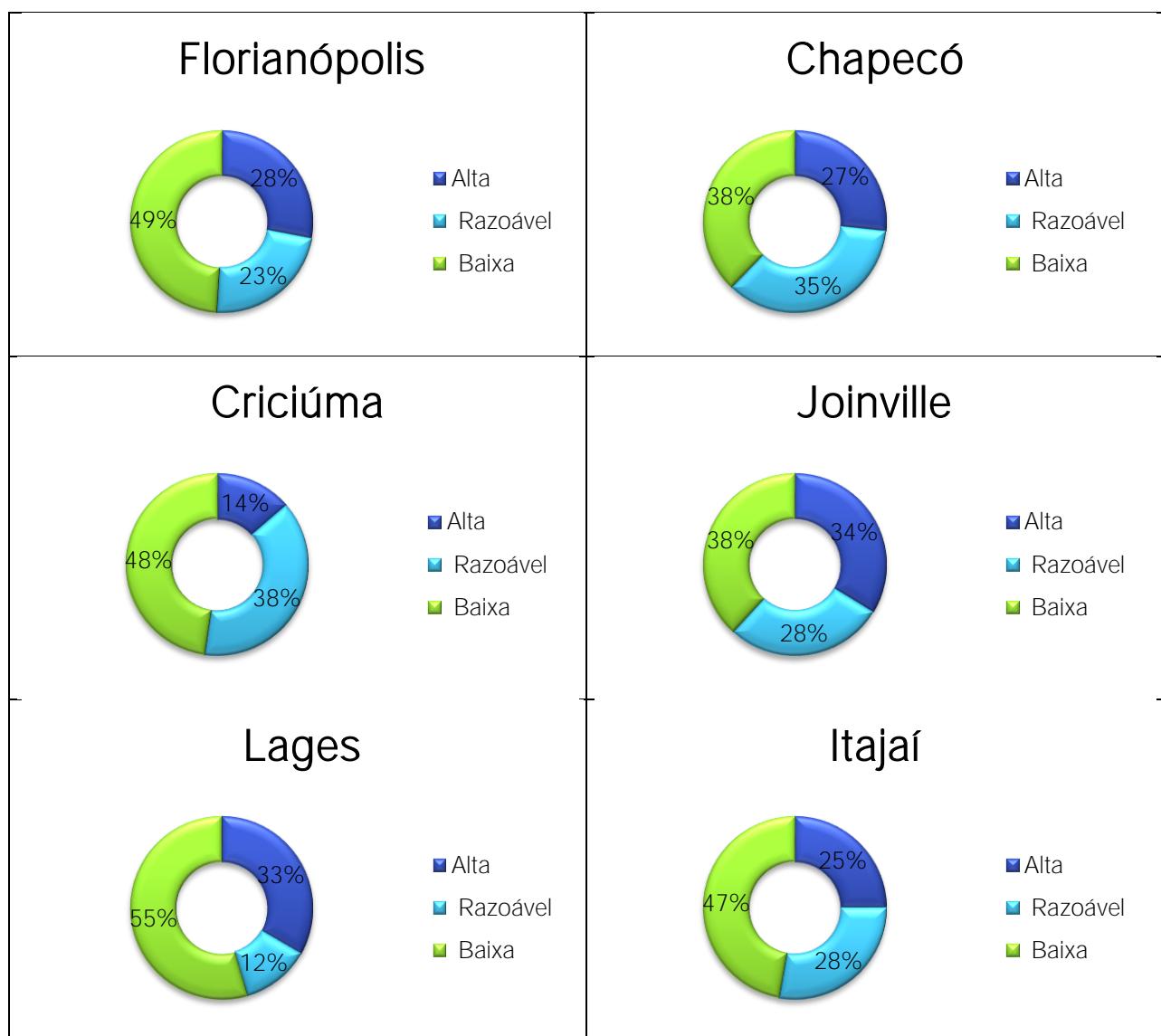




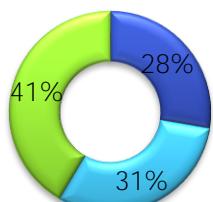
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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. O dado abaixo mostra que a frequência desta atitude foi baixa. Para 44% dos empresários do comércio, a frequência de pesquisas foi baixa, enquanto que para 28% foi alta. Completam o quadro os 28% que consideraram razoável este comportamento. Na sequência, pode-se observar o comportamento das diferentes cidades:

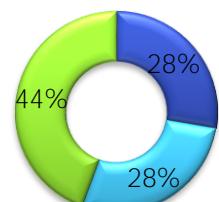
**Frequência de clientes realizando pesquisa de preço**



### Blumenau



### Santa Catarina



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

## CONCLUSÃO

A pesquisa da Fecomércio SC e FCDL/SC mostra que houve um aumento de 7,4% no ticket médio do consumidor (R\$ 167,76) nos estabelecimentos comerciais pesquisados nas compras de Dia dos Namorados em 2016, mas esta variação é inferior à inflação do período (9,28%), e como a base de comparação (ano de 2015) foi baixa, o resultado de 2016 se aproxima do apurado em 2014, revelando uma queda real no gasto médio deste ano.

A variação do faturamento das empresas caiu 9,5%, em relação ao Dia dos Namorados de 2015. Este resultado reafirma a queda no volume de vendas que está ocorrendo no Brasil e em Santa Catarina, 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 a elevação taxa de desemprego. Em relação aos meses de movimentação normal houve variação positiva de 11,8% no faturamento, o que demonstra a importância da data para o setor.

O dia dos namorados 2015 representou pequeno impacto no mercado de trabalho, já que 10,7% das empresas realizaram contratação de trabalhador temporário. Desses, o número médio de contratados foi de 2,3.

Por fim, preponderou o pagamento à vista nas compras da data, visto que 66,5% dos empresários entrevistados afirmaram que as compras em seu estabelecimento foram realizadas à vista. Chama atenção também o alto percentual de compras realizadas no cartão de crédito, seja à vista, ou prazo. Esse percentual chegou a 61,4%. Quanto à frequência de clientes realizando pesquisa de preço, a maioria dos empresários respondeu que ela foi baixa (44%).