



Resultado de Vendas
VOLTA ÀS AULAS 2017

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

Resultado de Vendas da volta às aulas 2017

O perfil do empresário e resultado de vendas para o período de volta às aulas em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas e Núcleo de Estudos
Estratégicos Fecomércio SC
Fevereiro de 2017

SUMÁRIO

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

INTRODUÇÃO

O período de início de ano é marcado pelo fim das férias escolares e pela volta às aulas, juntamente a isso, surgem as listas de material escolar, onde os materiais necessários para o ano são adquiridos de uma só vez no início do período escolar. Desta forma, a volta às aulas tem uma influência para o comércio que se assemelha às datas comemorativas, fazendo da pesquisa de resultado de vendas um importante instrumento para mensurar os impactos de tal data no comércio catarinense.

A Fecomércio SC realizou uma pesquisa com 405 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Joinville, Criciúma, Itajaí e Florianópolis, durante os dias 13 e 15 de fevereiro de 2017. 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 estudos estratégicos da Fecomércio SC. O universo foi o de proprietários ou gerentes de estabelecimentos comerciais.

Foram aplicadas 8 perguntas, sendo 5 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e 3 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Para começar a análise do resultado do período de volta às aulas é necessário saber quais setores do comércio foram entrevistados. Segue abaixo o percentual dos setores respondentes:

Setor

Ramo	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Livraria e Papelaria	22,2%	35,1%	25,7%	26,5%	25,0%	30,0%	35,3%	27,6%
Loja de Departamento, Magazine e Multicoisas	30,6%	17,5%	11,4%	28,6%	25,0%	23,3%	23,5%	24,4%
Mercado, Supermercado, Hipermercado	27,8%	38,6%	28,6%	11,2%	38,8%	33,3%	32,4%	28,3%
Outro	19,4%	8,8%	34,3%	33,7%	11,3%	13,3%	8,8%	19,7%

Porte

Tamanho	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Até 9 empregados	62,5%	54,4%	68,6%	61,2%	60,0%	46,7%	52,9%	59,1%
De 10 a 49 empregados	27,8%	33,3%	25,7%	29,6%	32,5%	43,3%	32,4%	31,3%
De 50 a 99 empregados	1,4%	3,5%	2,9%	9,2%	3,8%	6,7%	5,9%	4,9%
Mais de 100 empregados	8,3%	8,8%	2,9%	0,0%	3,8%	3,3%	8,8%	4,7%

Mercados, supermercados e hipermercados compuseram 28,3% da amostra, seguido por livrarias e papelarias com 27,6%. Quando ao porte da empresa, 59,1% são microempresas com até 9 empregados e 31,3% de pequeno porte, de 10 a 49 empregados.

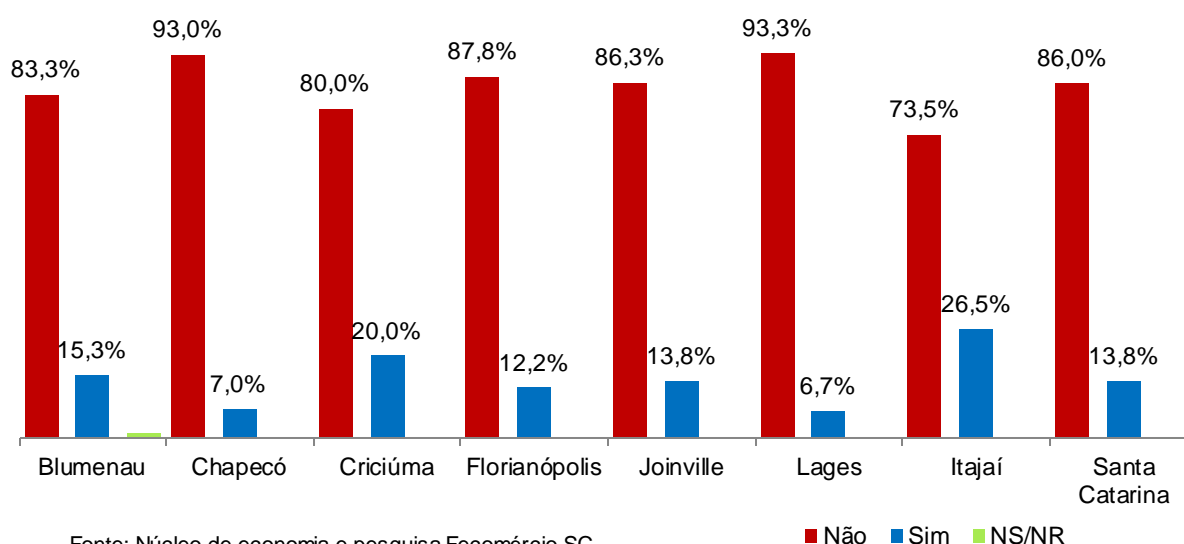
RESULTADO DE VENDAS

Em primeiro lugar, a Fecomércio SC procurou quantificar os impactos da Volta às Aulas sobre o mercado de trabalho. Verificou-se que um número pequeno de empresas realizaram contratações para atender o aumento da demanda do período: 13,8% em todo o estado.

Itajaí, com 26,5% dos estabelecimentos, foi a cidade na qual houve o maior percentual de estabelecimentos comerciais contratando, seguido por Criciúma 20,0% e Blumenau 15,3%.

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

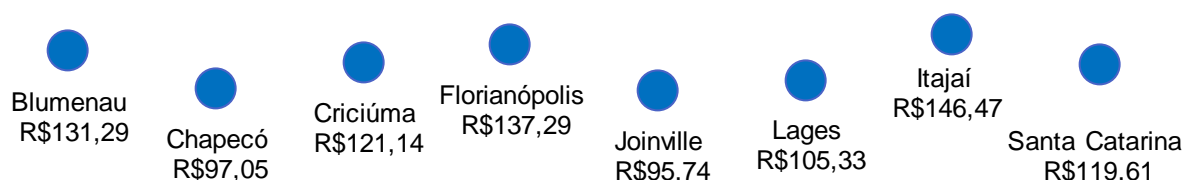
Contratação de trabalhadores temporários



O ticket médio dos consumidores nas compras de volta às aulas ficou em R\$ 119,61. Se comparado ao período de volta às aulas do ano anterior (2016), o gasto médio em 2017 foi superior em 15,7%. Em 2017, Itajaí foi a cidade que apresentou o maior gasto médio nas compras de volta às aulas, com uma média de R\$ 146,47 por pessoa; Joinville apresentou o destaque contrário, a menor média: R\$ 95,74 por compra.

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

Ticket médio



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Gasto médio em anos anteriores

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	SC
2016	R\$ 134,23	R\$ 106,16	R\$ 116,99	R\$ 107,55	R\$ 81,97	R\$ 90,41	R\$ 89,27	R\$ 103,41
2015	R\$ 142,14	R\$ 118,10	R\$ 116,93	R\$ 116,21	R\$ 94,92	R\$ 74,16	R\$ 75,83	R\$ 106,92

Fonte: Núcleo de economia e pesquisa Fecomércio SC

Além do gasto médio, a Fecomércio SC questionou os empresários a respeito da variação do faturamento de suas empresas, tanto em relação ao mesmo período de 2016, quanto em relação aos demais meses do ano.

A variação do faturamento em relação ao ano anterior foi de -6,0%. Os motivos para esta redução provêm da queda na renda das famílias. Nesse sentido, o maior ticket médio deve ser relativizado, visto que foi mais alto do que 2016, mas houve uma redução no volume de vendas.

Para o município de Florianópolis, muitos empresários entrevistados relataram que a greve dos servidores municipais, que incluiu professores, impactou as vendas. Diante disso, espera-se que mais compras possam ocorrer no fim do mês de fevereiro.

Entretanto, mesmo com a queda no faturamento o período de volta às aulas continua sendo uma data importante para o comércio. Não por acaso o crescimento da receita das empresas em relação aos demais meses do ano foi de expressivos 24,2%, demonstrando o tamanho do incremento das vendas.

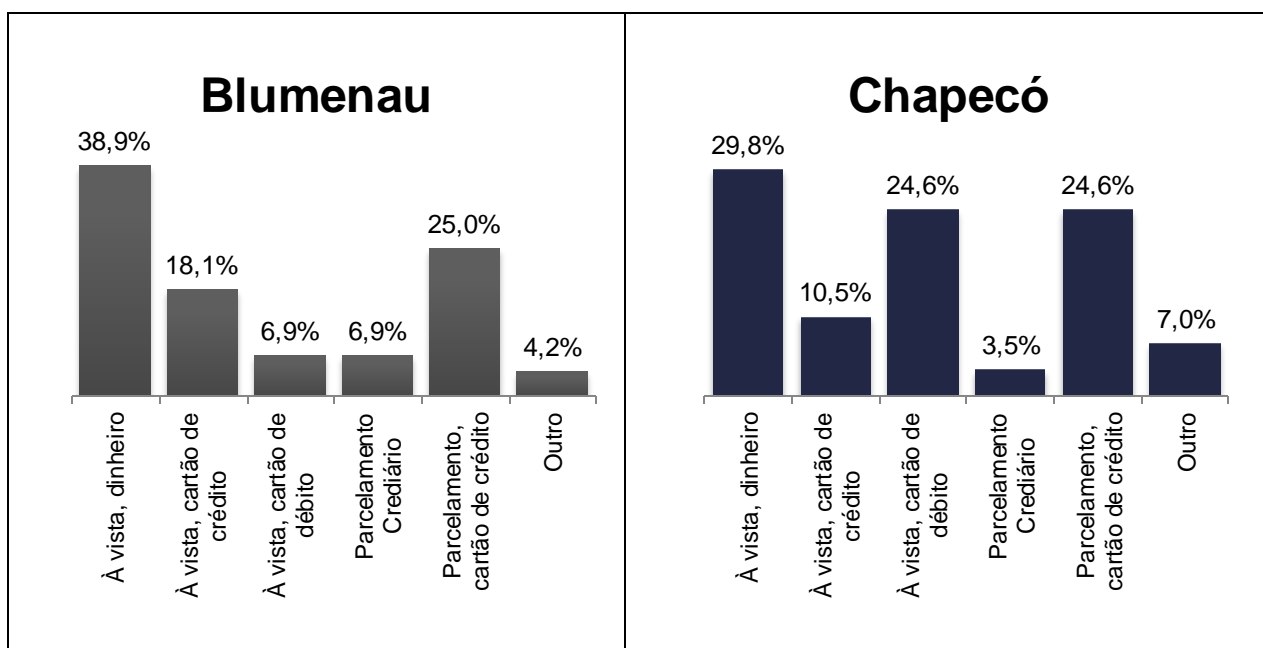
Variação do faturamento

Variação do faturamento	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Em relação à mesma data em 2016	-4,6	-5,2	2,0	-4,7	-11,2	-12,5	-4,5	-6,0
Em relação aos meses comuns	30,1	22,0	22,6	18,7	28,7	20,4	25,4	24,2

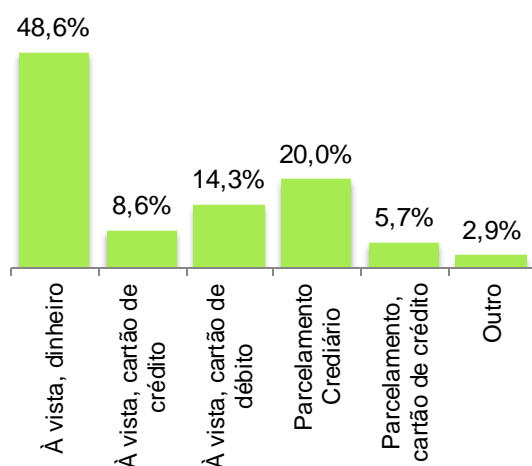
Fonte: Núcleo de economia e pesquisa Fecomércio SC

Já em relação à forma de pagamento, a forma à vista foi responsável por mais da metade das compras (71,4%) – seja ela em dinheiro (31,3%), cartão de crédito (24,6%) ou cartão de débito (15,5%). Por sua vez, no pagamento parcelado o cartão de crédito liderou, sendo que 19,0% das compras foram feitas desta maneira. No geral, o pagamento com cartão de crédito e débito foi muito expressivo (59,1%), demonstrando o elevado grau de substituição do dinheiro de papel pelo de plástico.

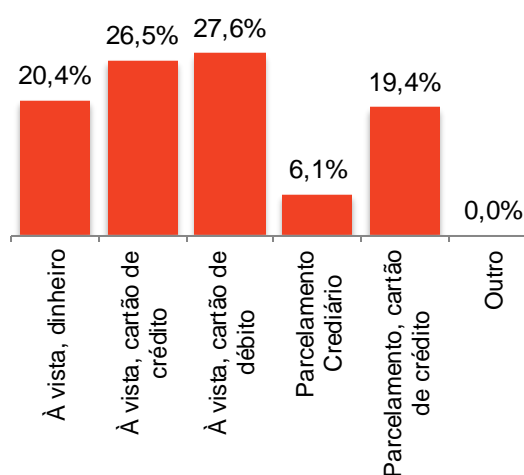
Forma de pagamento preponderante



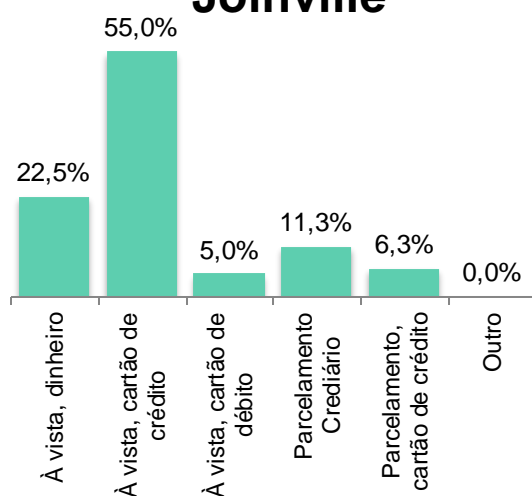
Criciúma



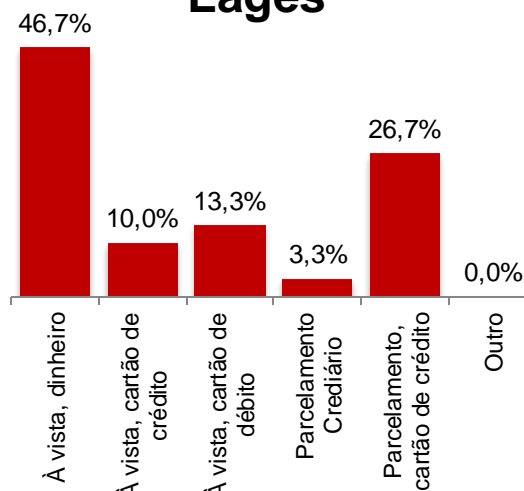
Florianópolis

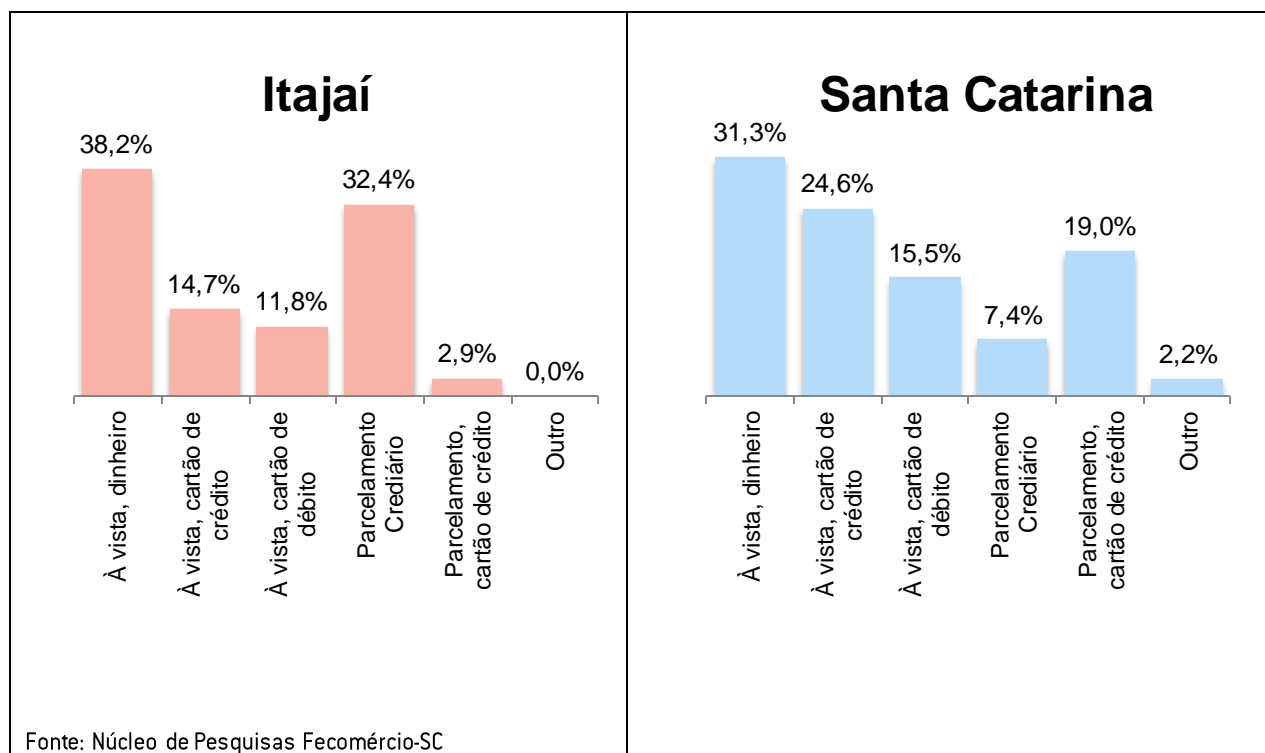


Joinville



Lages





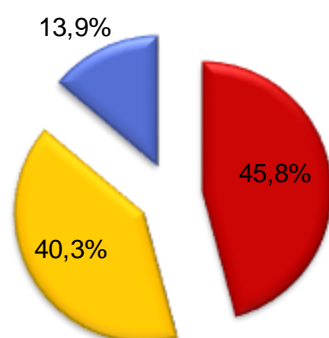
Por fim, para melhor entender o comportamento do consumidor neste período de volta às aulas, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais.

Os resultados indicam que, de acordo com 41,4% dos estabelecimentos comerciais, a pesquisa de preços por parte dos consumidores foi alta. Já para 42,1% a frequência de pesquisa de preços foi considerada baixa e para o restante (16,5%) ela foi razoável. Na sequência pode-se observar o comportamento das diferentes cidades.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preços

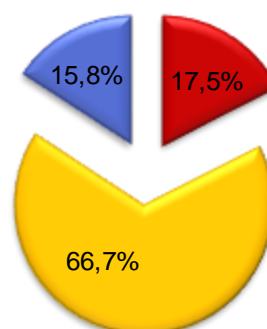
Blumenau

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



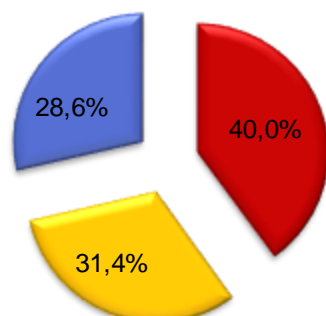
Chapecó

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



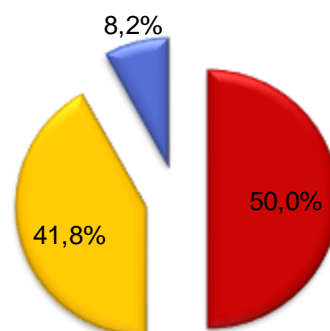
Criciúma

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



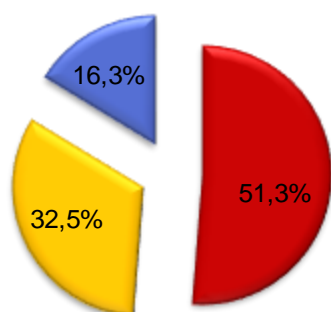
Florianópolis

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



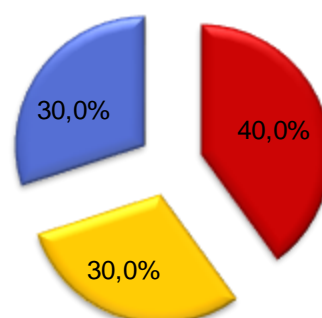
Joinville

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



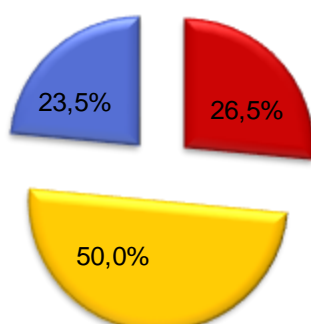
Lages

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



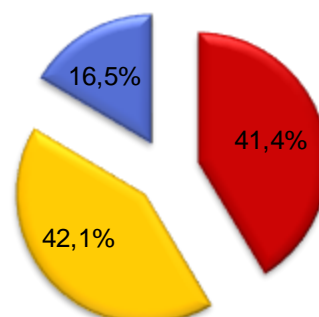
Itajaí

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



Santa Catarina

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

CONCLUSÃO

Mesmo não sendo uma data comemorativa, a pesquisa da Fecomércio SC mostra que as exigências de material escolar do início do ano fizeram desta data um período importante para o comércio especializado em tais produtos. A variação de 24,2% do faturamento em relação aos demais meses do ano revela sua importância. Entretanto, o resultado do faturamento [-6,0%] quando comparado como ano anterior demonstra a deterioração da situação econômica do país.

O ticket médio ficou no valor de R\$ 119,61 em 2017, 15,7% maior que no ano passado. O resultado, no entanto, não foi suficiente para reverter a queda no faturamento, significando que houve recuo no volume de vendas.

Ademais, o impacto da data no mercado de mercado foi moderado, com 13,2% dos estabelecimentos entrevistados contratando temporários.

Já em relação à forma de pagamento, a forma à vista foi responsável por mais da metade das compras [71,4%] – seja ela em dinheiro [31,3%], cartão de crédito [24,6%] ou cartão de débito [15,5%]. Por sua vez, no pagamento parcelado o cartão de crédito liderou, sendo que 19,0% das compras foram feitas desta maneira.

Na pesquisa de preço, a maioria dos empresários respondeu que a foi baixa [42,1%].