



Resultado de Vendas
PÁSCOA 2017

 **Fecomércio SC**
Sesc | Senac

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

Resultado de Vendas Páscoa 2017

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Abril de 2017

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DO ENTREVISTADOS	3
RESULTADO DE VENDAS – PÁSCOA 2017	4
CONCLUSÃO	10

INTRODUÇÃO

A Páscoa é a principal data para a venda de chocolates no ano. Entretanto, não só chocolates são vendidos. Por ser uma data importante no calendário brasileiro, também brinquedos, flores, roupas e tudo o que é relacionado ao ato de presentear entra na cesta dos consumidores. Desta forma, a data é muito relevante para o comércio catarinense, especialmente para os estabelecimentos que comercializam chocolates.

Com base nisso, a Fecomércio SC realizou esta pesquisa de resultado de vendas de Páscoa com 331 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Itajaí, Blumenau, Joinville, Criciúma e Florianópolis, durante os dias 17 e 19 de abril. 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 9 perguntas, sendo 4 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e 5 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DO ENTREVISTADOS

A Fecomércio SC para a pesquisa de Resultado de Vendas – Páscoa 2017 ouviu os segmentos abaixo de acordo com os seguintes percentuais.

Setores	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
Vestuário/ calçados	42,3%	22,5%	32,4%	39,4%	30,8%	34,4%	34,0%	35,3%
Mercados, supermercados e hipermercados								
	29,5%	52,5%	26,5%	22,5%	38,5%	31,3%	40,0%	32,9%
Lojas de departamento, magazine e multicoisas	11,5%	15,0%	11,8%	16,9%	15,4%	18,8%	10,0%	13,9%
Especializadas em chocolate	12,8%	5,0%	17,6%	14,1%	11,5%	9,4%	12,0%	12,1%
Brinquedos	3,8%	5,0%	11,8%	7,0%	3,8%	6,3%	4,0%	5,7%

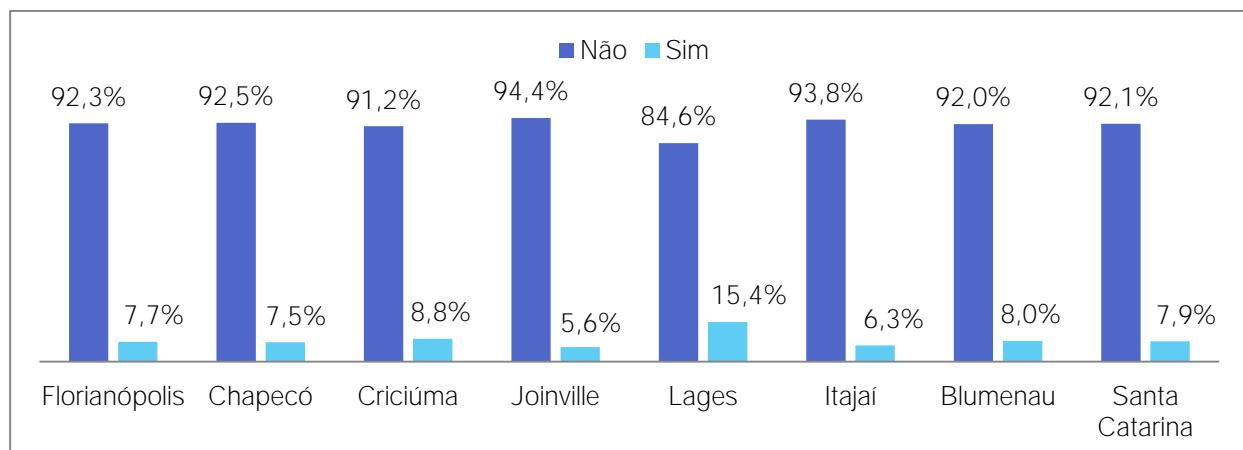
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O setor de vestuário/calçados foi o segmento que mais entrevistado (35,3%) no estado, seguido pelo setor de mercados, supermercados e hipermercados (32,9%) e lojas de departamento, magazine e multicoisas (13,9%).

RESULTADO DE VENDAS – PÁSCOA 2017

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: 7,9%. Explica-se o fato de que 2016 foi de retração nas vendas e nas receitas do empresário e o ano de 2017 segue com expectativa de crescimento reduzido. 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.

Contratou colaboradores temporários para o período?

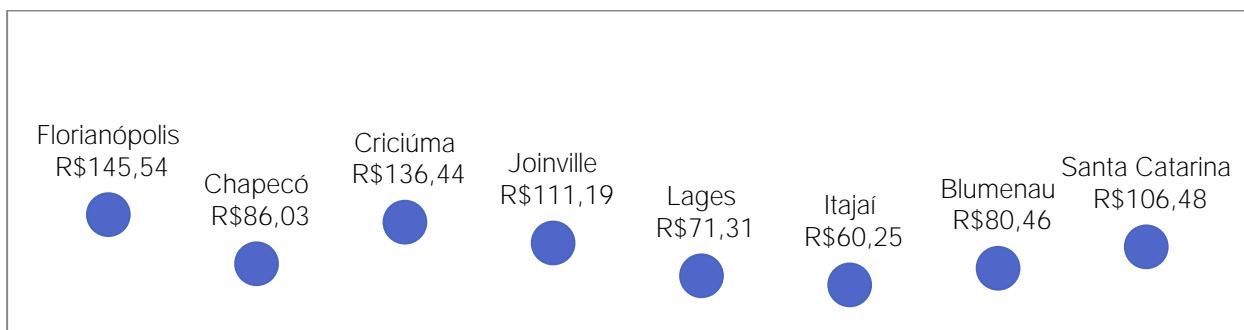


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

As lojas especializadas em chocolates são as que mais realizaram contratação de temporários para a Páscoa. Elas responderam por 75% das contratações. Dentre as empresas que contrataram, a média no número de trabalhadores contratados foi de 2,61.

Em relação ao gasto médio, a pesquisa apurou que ele ficou em R\$ 106,48 por compra, 5,5% maior que o resultado de 2016: R\$ 100,97 por compra. O valor está acima da inflação do período (4,57%), segundo IPCA do IBGE. Entre as cidades, Florianópolis se destaca como o maior gasto médio. Por outro lado, Itajaí apresentou o menor. Abaixo aparecem os gastos médios de todas as cidades da pesquisa:

Gasto médio 2017



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Anos anteriores

Gasto Médio	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
2016 (R\$)	102,41	105,87	83,89	112,01	103,91	76,90	99,31	100,97
2015 (R\$)	152,10	79,77	63,21	117,15	98,33	67,74	59,51	97,45

Além do gasto médio, a Fecomércio SC questionou os empresários sobre qual foi a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período de Páscoa de 2016, quanto em relação aos demais meses do ano. Assim, em primeiro lugar, a variação do faturamento em relação à Páscoa anterior foi de -3,81%. A queda é considerável e ilustra que a pequena elevação do gasto médio não foi suficiente para conter o recuo no faturamento. Ou seja, houve redução no volume de vendas na Páscoa deste ano, quando comparado com a Páscoa de 2016.

Já na comparação com os meses comuns do ano, a variação foi positiva em 8%, mostrando a importância das vendas de Páscoa para os setores abordados pela pesquisa. Abaixo aparecem as variações de acordo com as diferentes cidades abarcadas.

Variação do faturamento (%)

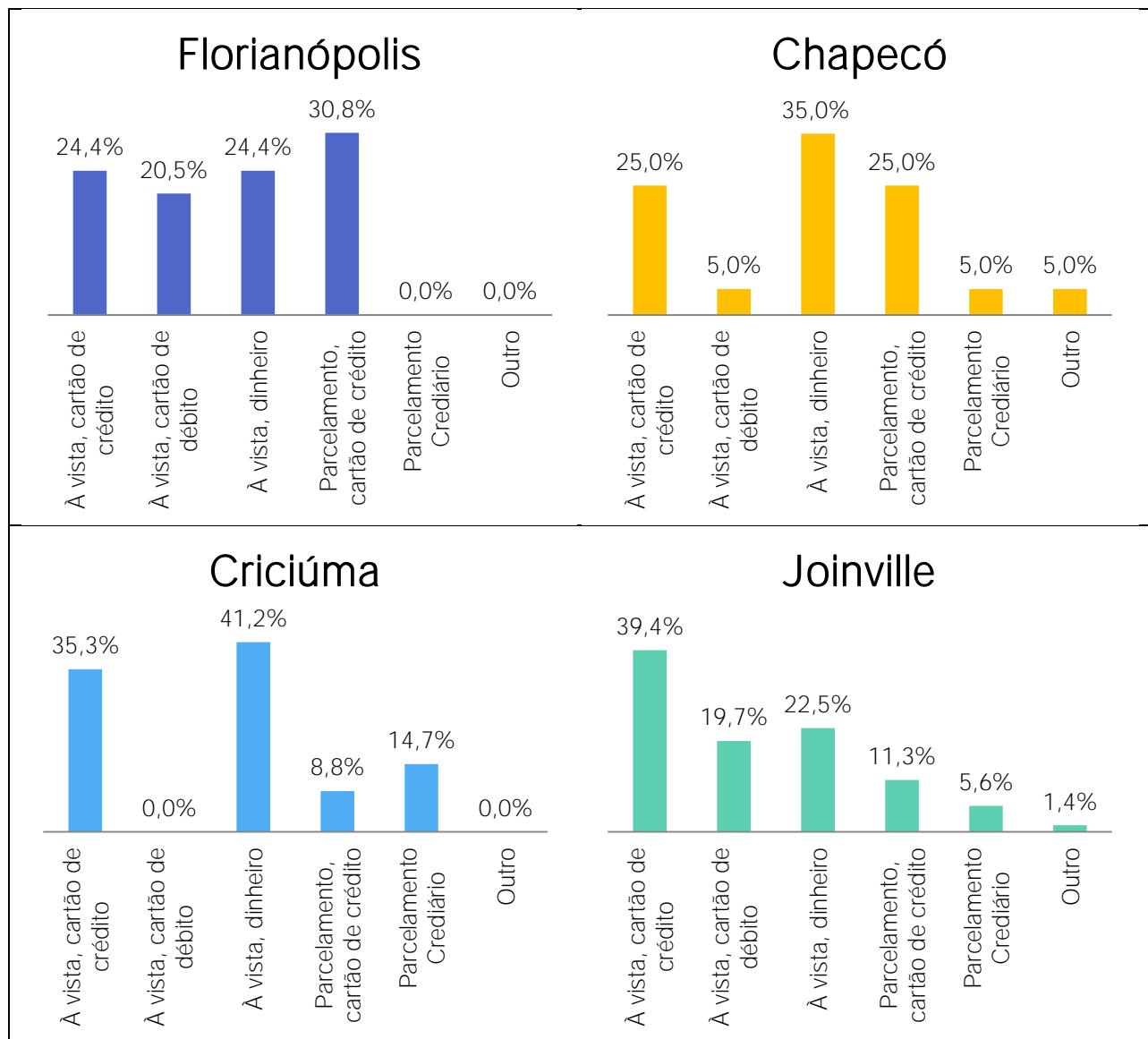
Variação do faturamento	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
Em relação à Páscoa de 2016	-6,37	-4,75	7,38	-3,74	-11,0	-4,5	-2,6	-3,81
Em relação aos demais meses do ano	5,11	8,15	13,93	7,34	11,87	3,55	9,78	8,00

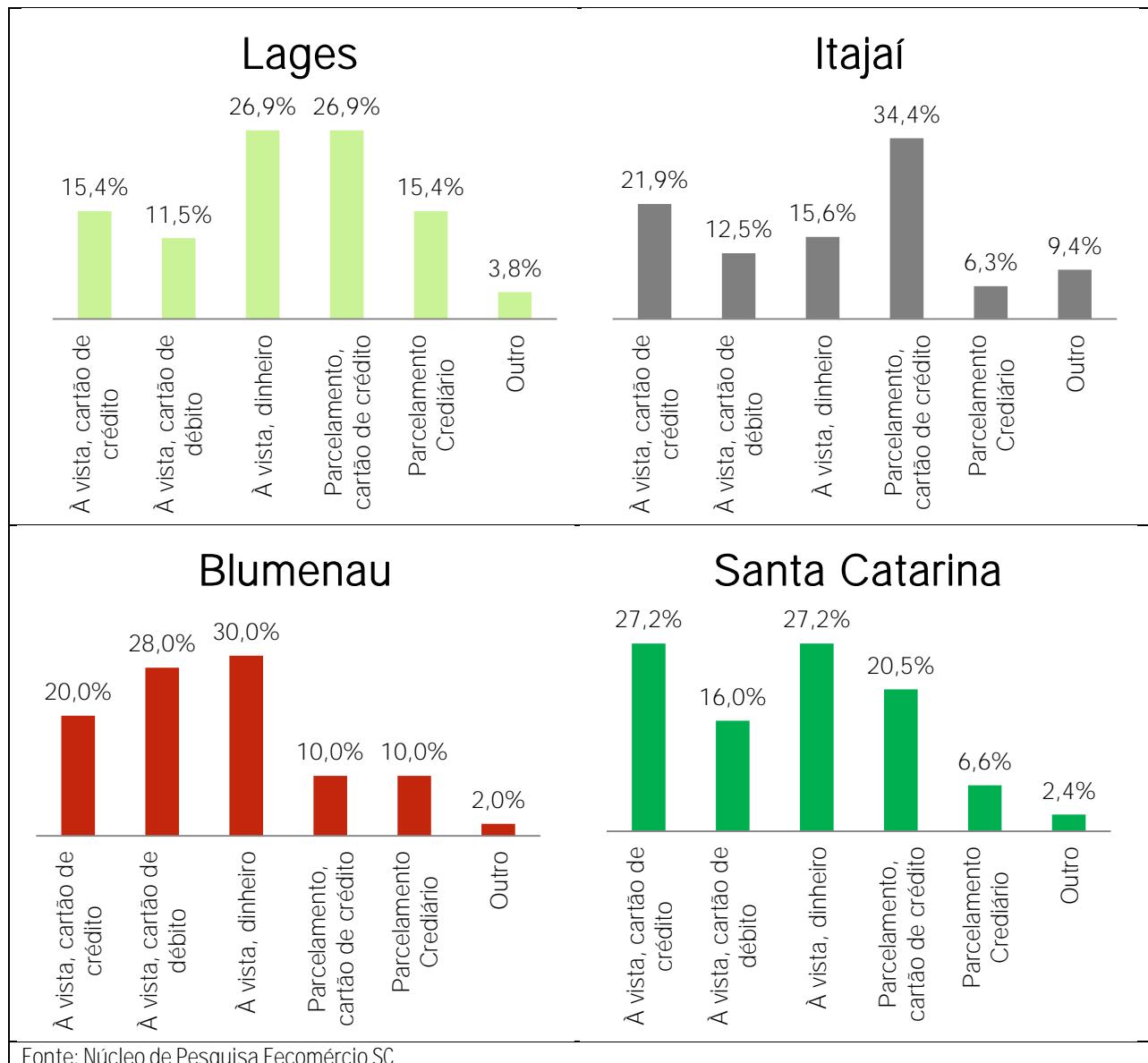
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A forma de pagamento mais utilizada foi à vista, com 70,4% das compras. O resultado é superior ao apurado no ano passado, quando o indicador chegou a 68,1%. O pagamento à vista está dividido entre cartão de crédito (27,2% das vendas), dinheiro (27,2%) e cartão de débito

(18,0%). Já na forma de pagamento a prazo, o cartão de crédito foi o mais citado, sendo responsável por 20,5% das vendas, seguido pelo parcelamento no crediário (6,6%).

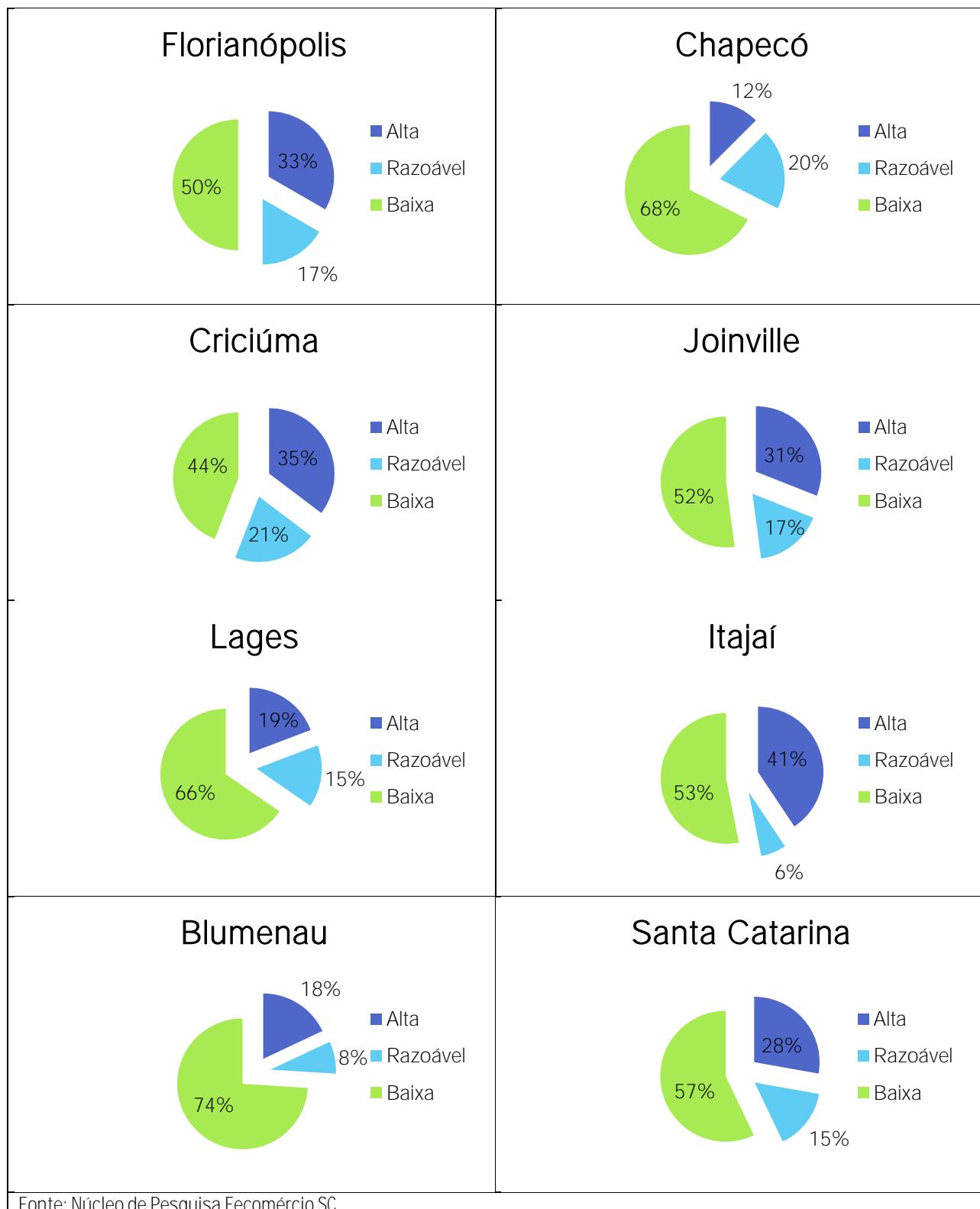
Principais formas de pagamento





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 foi baixa. Para 57% dos empresários do comércio a frequência de pesquisas foi baixa, enquanto que para 28% foi alta, à frente dos 15% que consideraram razoável este comportamento. Itajaí foi o município no qual mais se pesquisou preços, enquanto que em Chapecó foi onde menos se pesquisou. Na sequência pode-se observar o comportamento das diferentes cidades:

Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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, 23,5% do estoque inicial não foi vendido. O valor é mais baixo do que o apurado no ano passado, quando o indicador fechou em 36,8%, mas ainda acima dos 7,5% de 2015. A cidade que mais consumiu seu estoque (principalmente de chocolates) foi Blumenau. Por outro lado, Joinville foi onde sobraram mais produtos. Abaixo seguem os dados especificados por cidades:

Percentual do estoque restante



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 8,0% em relação aos demais meses ano. A pesquisa da Fecomércio SC também mostrou que a variação do gasto médio da Páscoa 2017 (R\$ 106,48) foi maior que o do ano passado em 5,5%, inclusive acima do IPCA acumulado no período (4,57%).

A variação do faturamento deste ano em comparação com a Páscoa de 2016 foi de -3,81%. Os números demonstram que houve queda no volume de vendas, resultados que decorrem da situação econômica brasileira, cujo desemprego corrói a renda real das famílias. Nesse sentido, a pesquisa também demonstra que houve um percentual baixo de empresas que contrataram funcionários temporários para a data (7,9%).

Nas formas de pagamento, a opção à vista foi preponderante (70,4%). Este número é maior que o percentual apurado ano passado, quando chegou 68,1%. Assim, temos mais um indicativo que as condições de pagamento das famílias estão voltando a se recuperar do ano passado para cá.

No que concerne à pesquisa de preços, a maioria dos respondentes afirmaram que a frequência de consumidores utilizando esta estratégia foi baixa (57%). Quanto o percentual que sobrou dos estoques, o volume é considerado elevado: 23,5%, mas abaixo do resultado do ano passado: 36,8%.