



Resultado de Vendas
PÁSCOA 2018

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

Resultado de Vendas Páscoa 2018

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Abril de 2018

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DO ENTREVISTADOS	3
RESULTADO DE VENDAS – PÁSCOA 2018.....	4
CONCLUSÃO	10

INTRODUÇÃO

A Páscoa é a principal data para a venda de chocolates no ano. Entretanto, não só os doces são vendidos, brinquedos, flores, roupas, entre outros itens, também entram na cesta dos consumidores. Desta forma, a data é relevante para o comércio catarinense, especialmente para os estabelecimentos que comercializam chocolates.

A Fecomércio SC realizou esta pesquisa de resultado de vendas de Páscoa com 324 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Itajaí, Blumenau, Joinville, Criciúma e Florianópolis, entre os dias 2 e 4 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 10 perguntas, sendo 5 fechadas e 5 abertas. Os dados foram processados eletronicamente e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

A Fecomércio SC ouviu os segmentos abaixo na pesquisa de Resultado de Vendas – Páscoa 2018.

Setores

Setores	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
Mercados, supermercados e hipermercados	43,0%	64,5%	43,8%	31,9%	52,2%	54,8%	36,7%	43,5%
Vestuário/calçados	24,4%	19,4%	28,1%	25,0%	21,7%	16,1%	32,7%	24,7%
Especializadas em chocolate	16,3%	6,5%	12,5%	23,6%	13,0%	16,1%	14,3%	16,0%
Brinquedos	8,1%	6,5%	9,4%	8,3%	4,3%	9,7%	6,1%	7,7%
Lojas de departamento, magazine e multicoisas	8,1%	3,2%	6,3%	11,1%	8,7%	3,2%	10,2%	8,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O setor de mercados, supermercados e hipermercados foram os segmentos mais entrevistados (43,5%) no estado, seguido pelo setor de vestuário e calçados (24,7%) e lojas especializadas em chocolate (16,0%). Quanto ao porte dessas empresas, 60,8% era microempresas de até 9 empregados e 26,2% eram empresas de pequeno porte com 10 a 49 empregados, conforme tabela abaixo.

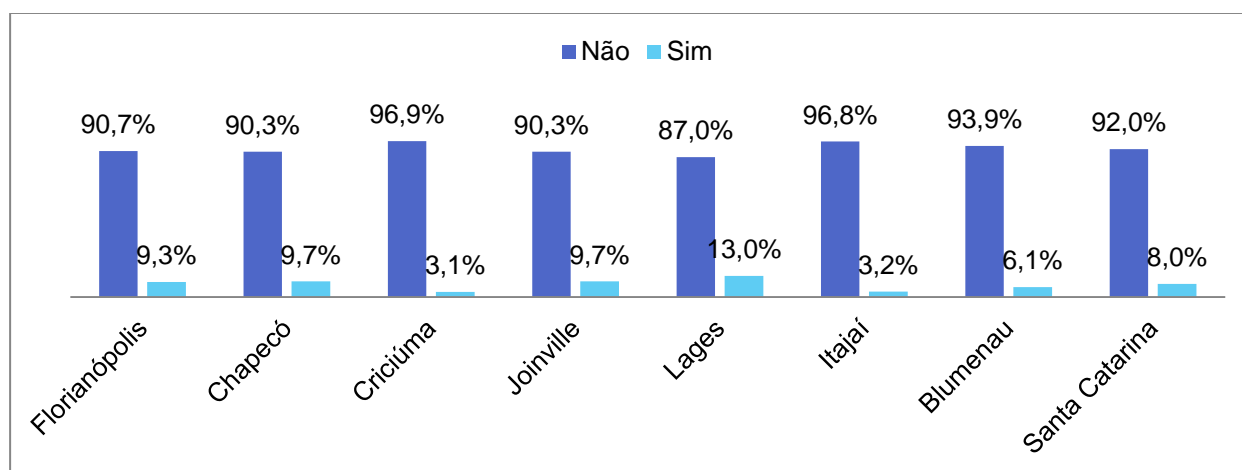
Tamanho

Porte	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
Até 9 empregados	59,3%	58,1%	68,8%	59,7%	65,2%	64,5%	57,1%	60,8%
De 10 a 49 empregados	29,1%	22,6%	6,3%	27,8%	21,7%	29,0%	34,7%	26,2%
De 50 a 99 empregados	5,8%	6,5%	12,5%	6,9%	4,3%	3,2%	4,1%	6,2%
Mais de 100 empregados	5,8%	12,9%	12,5%	5,6%	8,7%	3,2%	4,1%	6,8%

RESULTADO DE VENDAS – PÁSCOA 2018

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: 8,0%. Este percentual ficou muito próximo em todas as cidades pesquisadas, sendo que Lages foi o município que mais contratou (13%) e Criciúma o que menos contratou (3,1%). Abaixo é possível verificar os dados divididos por cidades:

Contratou colaboradores temporários para o período?



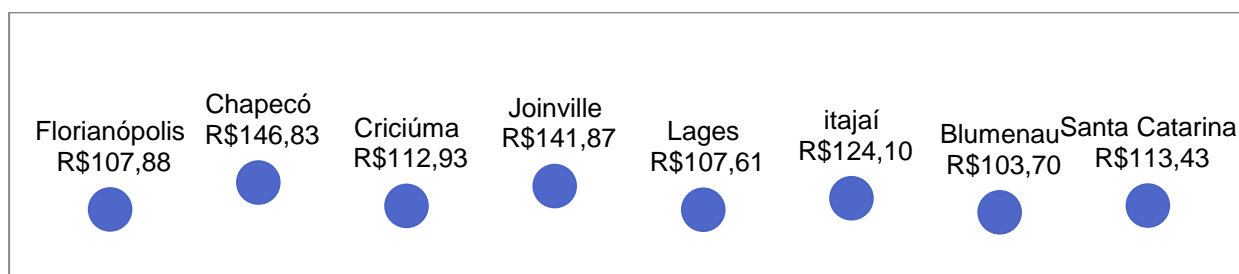
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A maioria das empresas que realizaram contratação de temporários para a Páscoa são as lojas especializadas em chocolates: 36,5% delas contrataram temporários no período. No geral, dentre as empresas que contrataram, a média no número de trabalhadores foi de 3,4.

Em relação ao ticket médio, a pesquisa apurou que ele ficou em R\$ 113,43 por compra, 6,5% maior que o resultado de 2017 (R\$ 106,48). O resultado é positivo e acima da inflação do período (2,84%), segundo IPCA do IBGE. Entre as cidades, Chapecó se destaca como o maior ticket médio. Por outro lado, Blumenau apresentou o menor.

Abaixo aparecem os tickets médios de todas as cidades da pesquisa:

Ticket médio 2018



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Anos anteriores

Ticket Médio	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
2017 (R\$)	141,54	86,03	136,44	111,19	71,31	60,25	80,46	106,48
2016 (R\$)	102,41	105,87	83,89	112,01	103,91	76,90	99,31	100,97

Além do ticket médio, a Fecomércio SC questionou os empresários sobre qual foi a variação do faturamento das empresas, tanto em relação a 2017, quanto em relação aos demais meses do ano. Assim, em primeiro lugar, a variação do faturamento em relação à Páscoa anterior foi de -2,6%, ou seja, a elevação do ticket médio não foi suficiente para aumentar o faturamento. Pode-se inferir que houve redução no volume de vendas na Páscoa deste ano, quando comparado com a Páscoa de 2017.

Já na comparação com os meses comuns do ano a variação foi positiva em 9,2%, mostrando a importância das vendas de Páscoa para os setores abordados pela pesquisa. Abaixo aparecem as variações de acordo com as diferentes cidades pesquisadas.

Variação do faturamento (%)

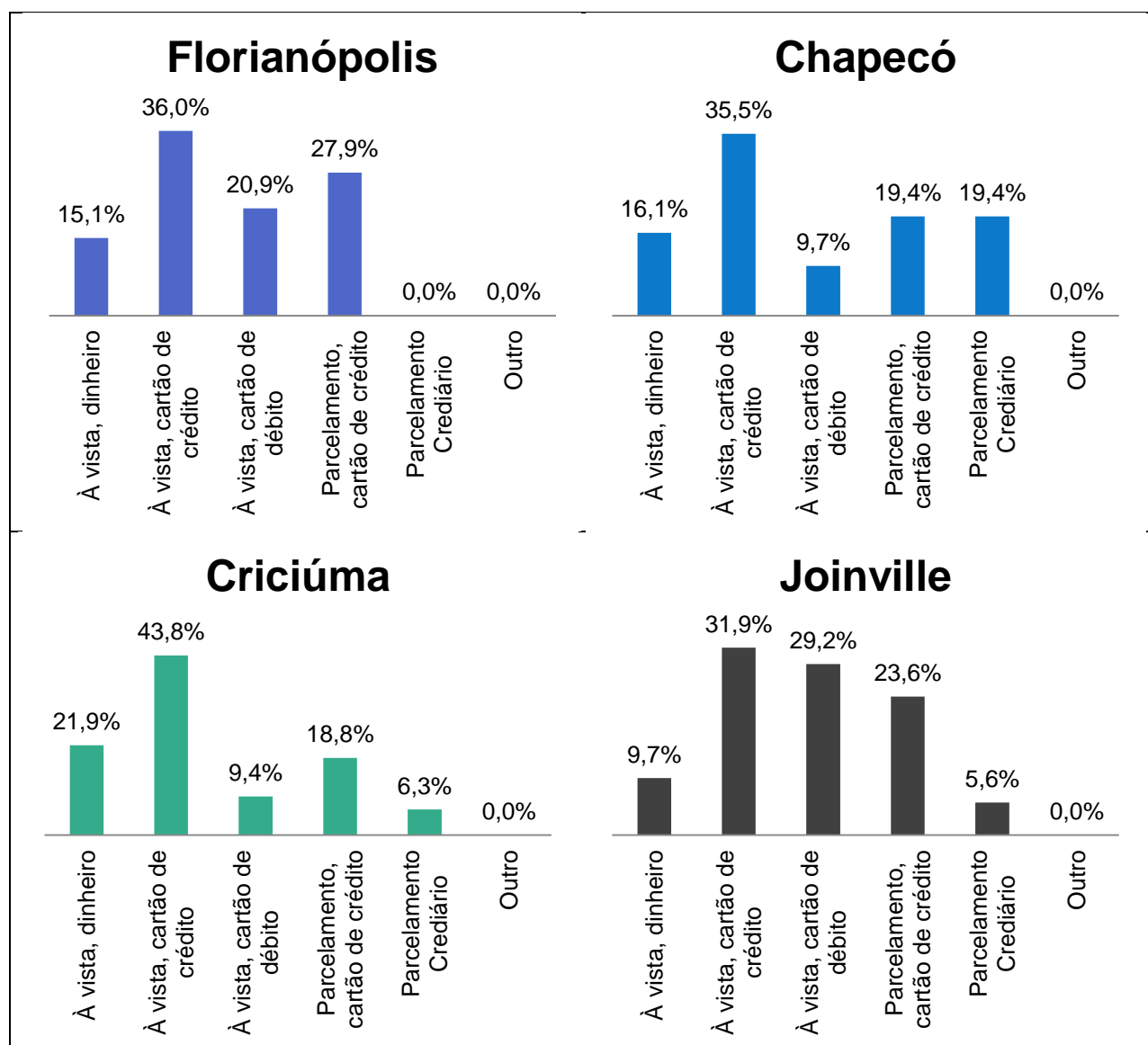
Variação do faturamento	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
Em relação à Páscoa de 2017	-2,6	3,96	-5,0	-3,5	4,5	-6,0	-4,8	-2,6
Em relação aos demais meses do ano	7,4	3,26	13,6	5,8	21,1	10,1	12,4	9,2

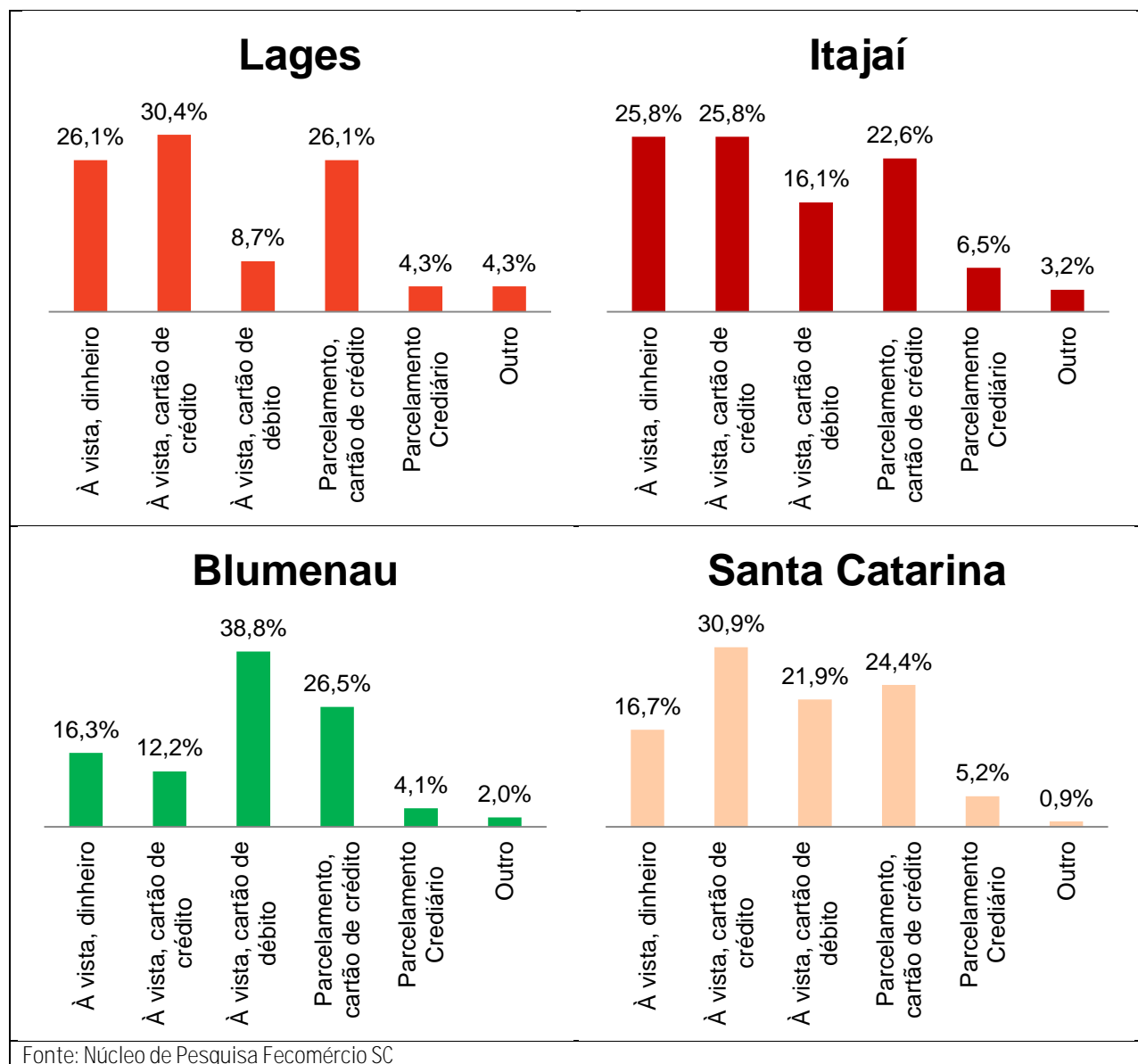
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

No que tange a forma de pagamento das compras, a opção pela compra à vista foi preponderante (69,5%). O resultado é inferior ao apurado no ano passado, quando esse indicador ultrapassou foi de 70,5%. O pagamento à vista está dividido entre os diferentes meios de pagamento: cartão de crédito (30,9%), dinheiro (16,7%) e cartão de débito (21,9%). O que

chama atenção neste ano é a redução na participação dos pagamentos à vista em dinheiro. No ano passado esse percentual havia de 27,2%. Já na forma de pagamento a prazo o cartão de crédito foi o mais citado, sendo responsável por 24,4% das vendas, seguido pelo parcelamento no crediário (5,2%).

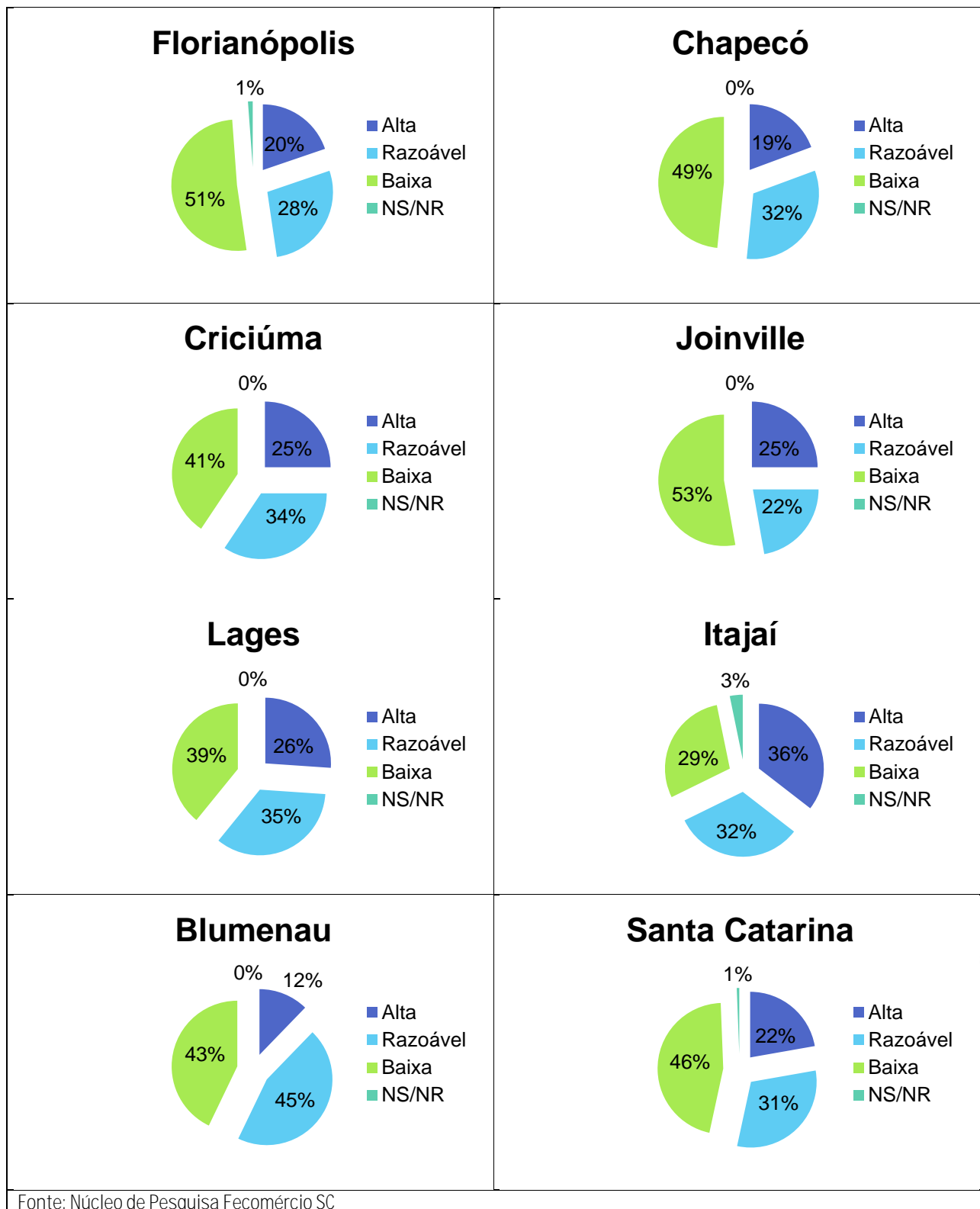
Principais formas de pagamento





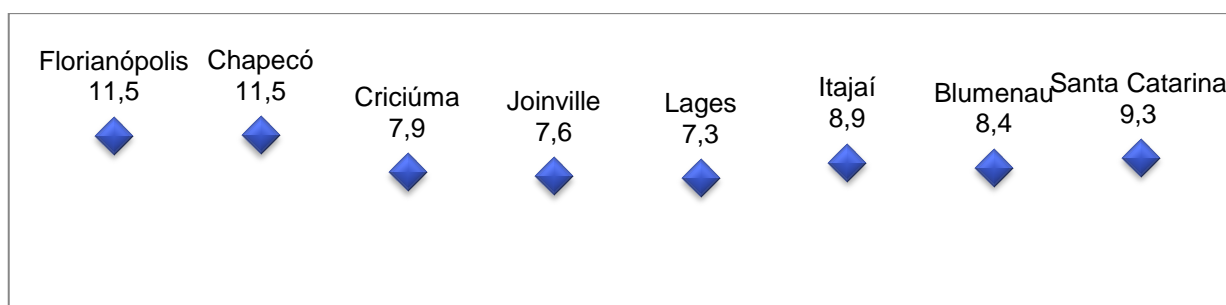
Para melhor entender o comportamento do consumidor nesta Páscoa, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais. O dado abaixo mostra que a frequência de tal atitude foi baixa. Para 46% dos empresários do comércio a frequência de pesquisas foi baixa, enquanto que para 22% foi alta, atrás dos 22% que consideraram razoável este comportamento. Itajaí foi o município no qual mais se pesquisou preços.

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, 9,3% do estoque inicial não foi vendido. Percentual menor do que o apurado no ano passado (23,5%) e em 2016 (36,8%), mas acima de 2015 (7,5%). A cidade que mais consumiu seu estoque foi Lages. Por outro lado, Florianópolis e Chapecó foram as cidades em que mais sobrou estoque. Abaixo seguem os dados especificados por cidades da pesquisa:

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 9,2% em relação aos demais meses do ano.

A pesquisa da Fecomércio SC também mostrou que a variação do ticket médio da Páscoa 2018 (R\$ 113,43) foi 6,5% maior em relação a 2017, inclusive acima do IPCA acumulado no período de 2,84%.

A variação do faturamento deste ano em comparação com a Páscoa de 2017 foi de - 2,6%. Este resultado demonstra que houve queda no volume de vendas. A pesquisa também demonstra que houve um percentual baixo de empresas que contrataram funcionários temporários para a data. Apenas 8,0% responderam afirmativamente a essa questão, sendo que a média das contratações ficou em 3,4 pessoas por empresa.

Nas formas de pagamento, a opção à vista foi preponderante (69,5%). Este número é menor que o percentual apurado no ano passado, quando chegou 70,5%. A maioria dos respondentes afirmou que a frequência de consumidores pesquisando preços foi baixa (46%).

Quanto o percentual que sobrou dos estoques, o volume é considerado razoável: 9,3%, abaixo do resultado do ano passado: 23,5% e também do resultado de 2016: 36,8%.