



Resultado de Vendas
VOLTA ÀS AULAS 2019


Fecomércio SC
Sesc | Senac

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

Resultado de Vendas - Volta às Aulas 2019

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 2019

SUMÁRIO

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

INTRODUÇÃO

O início de ano é marcado pelo fim das férias escolares e pela volta às aulas. Neste período surgem as listas de material escolar, onde os itens necessários para o ano inteiro são adquiridos de uma só vez. 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 no comércio catarinense.

A Fecomércio SC realizou uma pesquisa com 363 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Joinville, Criciúma, Itajaí e Florianópolis, durante os dias 11 a 13 de fevereiro de 2019. 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 9 perguntas, sendo 6 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	Itajaí	Joinville	Lages	Santa Catarina
Livraria e Papelaria	39,7%	45,3%	44,1%	44,3%	47,1%	51,5%	28,0%	44,1%
Mercado, Supermercado e Hipermercado	30,2%	34,0%	41,2%	26,1%	35,3%	25,8%	36,0%	30,9%
Loja de departamento, magazine e multicoisas	14,3%	11,3%	11,8%	14,8%	17,6%	22,7%	24,0%	16,3%
Outro	15,9%	9,4%	2,9%	14,8%	0,0%	0,0%	12,0%	8,8%

Fonte: Núcleo de economia e pesquisa Fecomércio SC

Porte

Porte	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Itajaí	Joinville	Lages	Santa Catarina
Até 9 empregados	65,1%	64,2%	64,7%	72,7%	73,5%	80,3%	56%	69,7%
De 10 a 49 empregados	23,8%	30,2%	29,4%	22,7%	23,5%	12,1%	36%	23,7%
De 50 a 99 empregados	4,8%	0%	5,9%	2,3%	2,9%	4,5%	4%	3,3%
Mais de 100 empregados	6,3%	5,7%	0%	2,3%	0%	3%	4%	3,3%

Fonte: Núcleo de economia e pesquisa Fecomércio SC

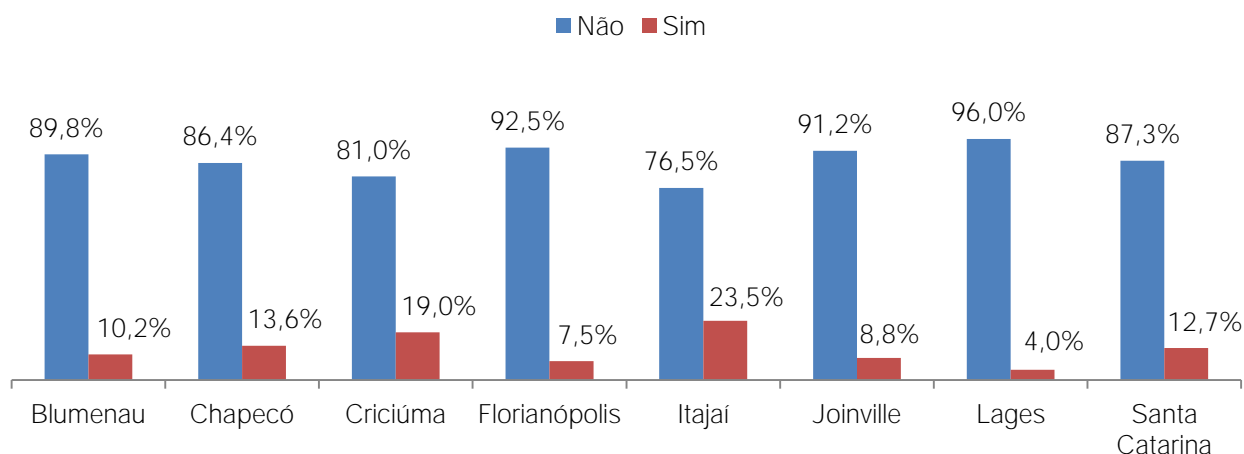
Livrarias e papelarias compuseram 44,1% da amostra, seguido por mercados, supermercados e hipermercados com 30,9%. Quanto ao porte da empresa, 69,7% são microempresas com até 9 empregados e 23,7,0% de pequeno porte, de 10 a 49 empregados.

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: 12,7% em todo o estado.

Itajaí (23,5%) foi a cidade na qual houve o maior percentual de estabelecimentos comerciais contratando, seguido por Criciúma (19,0%).

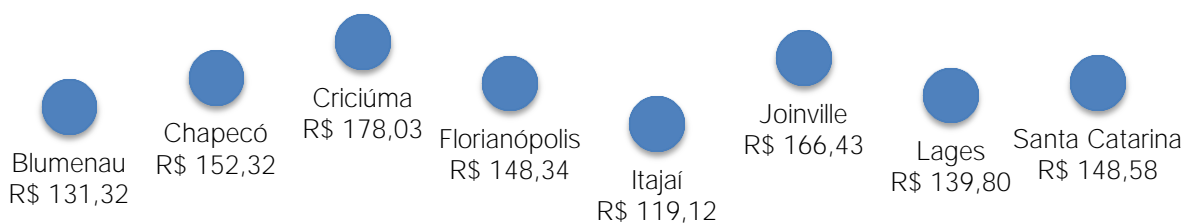
Contratação trabalhadores temporários



Fonte: Núcleo de economia e pesquisa Fecomércio SC

O ticket médio dos consumidores nas compras de volta às aulas ficou em R\$ 148,58. Se comparado ao período de volta às aulas do ano anterior (2018) o gasto em 2019 foi menor em 1,65%, mas ainda superior ao de 2017. Em 2019, Criciúma foi a cidade que apresentou maior gasto médio para as compras de volta às aulas, com uma média de R\$ 178,03 por pessoa.

Ticket médio



Fonte: Núcleo de economia e pesquisa Fecomércio SC

Gasto médio em anos anteriores

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2018	155,77	153,27	171,21	148,32	143,58	120,06	169,84	151,07
2017	131,29	97,05	121,14	137,29	95,74	105,33	146,47	119,61

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 2018, quanto em relação aos demais meses do ano.

A variação do faturamento em relação ao ano anterior foi de -2,2%. 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 do faturamento das empresas em relação aos demais meses do ano foi de expressivos 12,4%, demonstrando o tamanho do incremento das vendas trazido pelo período.

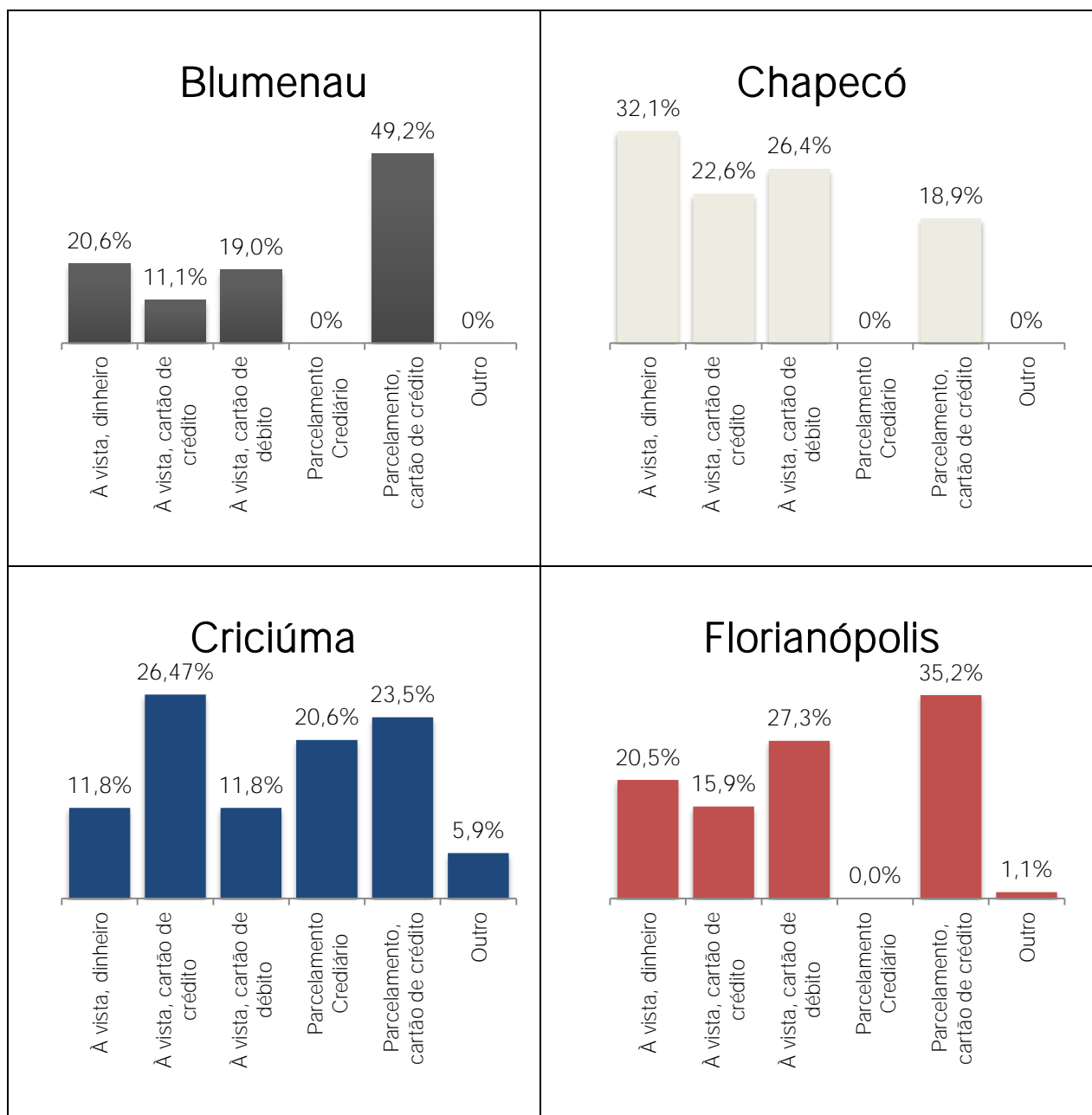
Variação do faturamento

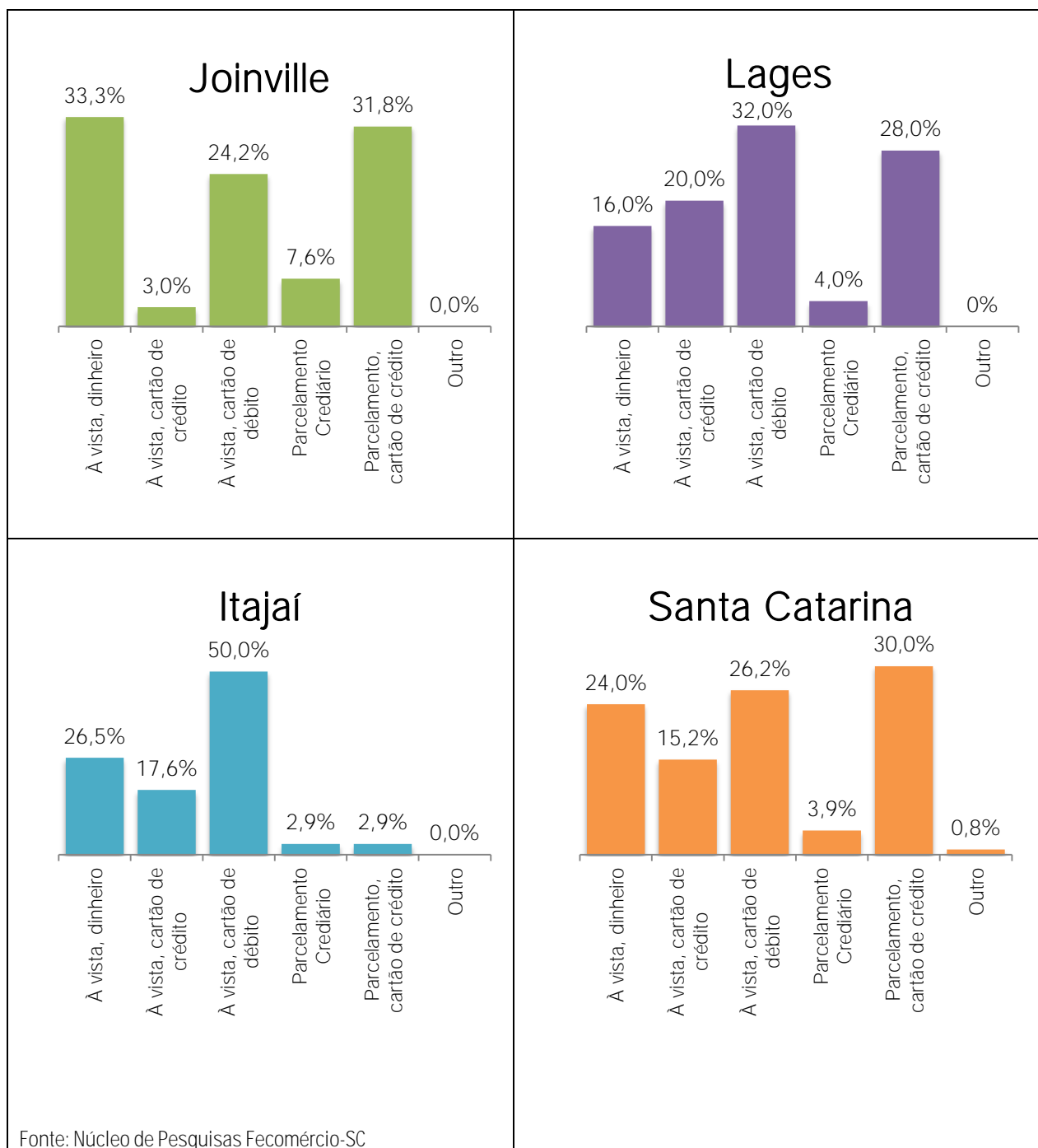
Variação do faturamento	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Em relação a mesma data do ano anterior	-1,6	0,3	15,1	-3,9	-9,4	0	-8,0	-2,2
Em relação aos meses comuns do ano	18,6	2,8	26,4	14,2	5,9	7,2	13,9	12,4

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 (65,3%) – seja ela em dinheiro (24%), cartão de crédito (15,2%) ou cartão de débito (26,2%). Por sua vez, no pagamento parcelado o cartão de crédito liderou, sendo que 30% das compras foram feitas desta maneira. No geral, o pagamento com cartão de crédito e débito foi muito expressivo (71,3%), demonstrando o elevado grau de substituição do dinheiro de papel pelo de plástico.

Forma de pagamento preponderante





A Fecomércio/SC também perguntou aos empresários qual tipo de compra foi a preponderante. Para 47,1% dos entrevistados, a maior compra do consumidor foi a da lista completa (47,1%), mas um considerável percentual de 36,9% apenas comprou itens que não pode reutilizar. Abaixo, a questão em mais detalhes:

Tipo de compra

Compra	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Compra da lista de materiais completa	34,9%	66,0%	67,6%	27,3%	42,4%	56%	73,5%	47,1%
Apenas os itens que não tinham como reutilizar do ano anterior	52,4%	24,5%	17,6%	47,7%	37,9%	36%	17,6%	36,9%
Apenas os itens em promoção na loja	12,7%	0%	14,7%	14,8%	19,7%	8%	5,9%	11,8%
NS/NR	0%	9,4%	0%	10,2%	0%	0%	2,9%	4,1%

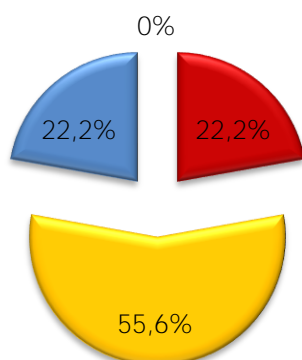
Por fim, para melhor entender o comportamento do consumidor neste período de volta às aulas, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais.

Os resultados indicam que, de acordo com 43% dos estabelecimentos comerciais, a pesquisa de preços por parte dos consumidores foi baixa. Já para 29,5% a frequência de pesquisa de preços foi considerada alta e para o restante (27,3%) ela foi razoável. Na sequência pode-se observar o comportamento das diferentes cidades.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preços

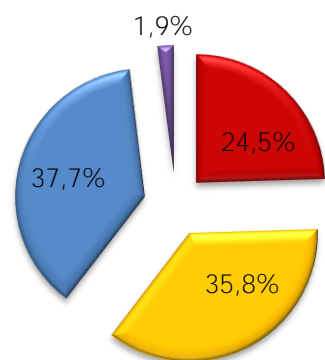
Blumenau

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



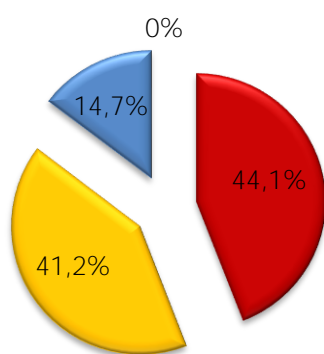
Chapecó

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



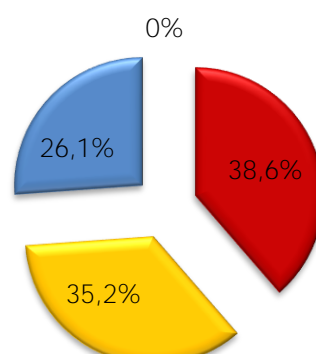
Criciúma

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



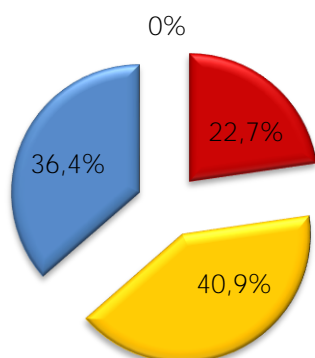
Florianópolis

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



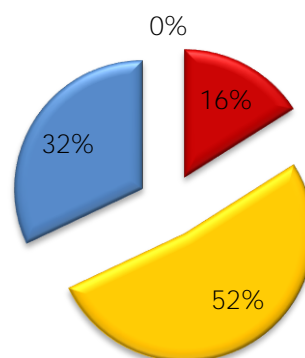
Joinville

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



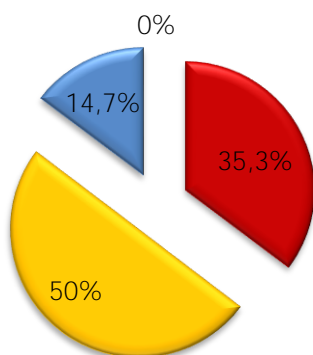
Lages

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



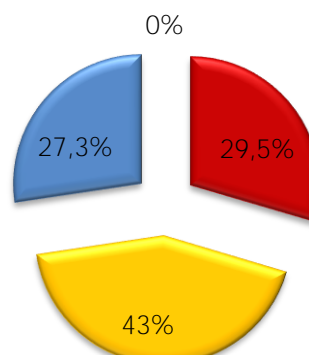
Itajaí

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



Santa Catarina

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



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. A variação de 12,4% do faturamento em relação aos demais meses do ano revela sua importância. Entretanto, o resultado do faturamento (-2,2%) quando comparado com o mesmo período do ano anterior demonstra que a economia ainda não se recuperou completamente dos anos de crise.

Quanto ao ticket médio, ele foi menor em 1,65% que no ano passado, chegando ao valor de R\$ 148,58 em 2019.

Ademais, o impacto da data no mercado foi moderado, com 12,7% dos estabelecimentos entrevistados contratando temporários, com uma média de 3,3 empregados.

Já em relação à forma de pagamento, a modalidade à vista foi responsável por mais da metade das compras (65,3%) – seja ela em dinheiro (24%), cartão de crédito (15,2%) ou cartão de débito (26,2%). Por sua vez, no pagamento parcelado o cartão de crédito liderou, sendo que 30% das compras foram feitas desta maneira.

Na pesquisa de preço, a maioria dos empresários respondeu que ela foi baixa (43%) e que a maioria dos consumidores compraram a lista de material completa (47,1%).