



Resultado de Vendas
NATAL

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

Pesquisa de Resultado de Vendas do Natal 2019

O perfil do empresário e resultado de vendas no período de
Natal em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Janeiro de 2020

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS.....	3
RESULTADO DE VENDAS	5
CONCLUSÃO	11

INTRODUÇÃO

O Natal é a principal data para o varejo no ano. Este período movimenta as vendas como nenhum outro. Desta forma, visando captar e entender os impactos desta data comemorativa para o comércio de Santa Catarina, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas com os empresários do setor varejista do estado.

A amostra foi de 408 empresas entrevistadas. As perguntas foram realizadas durante os dias 26 de dezembro e 2 de janeiro, divididas entre as cidades de Florianópolis, Chapecó, Joinville, Itajaí, Blumenau, Lages e Criciúma. A amostra foi estratificada por um conjunto de setores que fossem representativos do perfil do comércio das cidades.

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 abertas e 5 fechadas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Para começar a análise do resultado de vendas de Natal é necessário saber quais setores do comércio foram entrevistados. Conforme tabela abaixo ouviu-se majoritariamente empresários dos ramos de vestuário e calçado (16,7%), seguido pelos estabelecimentos que vendem artigos de informática, eletrônicos e celulares (11,5%) e padarias especializadas em chocolates e doces (9,8%). O porte dessas empresas é 67,9% composta por até 9 empregados e 2,0% delas têm mais de 100 empregados.

Segmentos

Ramo	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Vestuário/ calçados	16,7%	15,7%	16,1%	17,1%	18,1%	17,4%	15,1%	16,7%
Informática, Eletrônicos, Celulares	11,7%	11,8%	10,7%	11,4%	11,1%	13,0%	11,3%	11,5%
Padarias e Especializadas em chocolate e doces	10,0%	7,8%	8,9%	10,0%	11,1%	8,7%	11,3%	9,8%
Óticas, jóias e relógios	8,3%	9,8%	10,7%	10,0%	9,7%	8,7%	9,4%	9,6%
Móveis e Decoração	10,0%	9,8%	10,7%	8,6%	9,7%	8,7%	9,4%	9,6%
Mercados, supermercados e hipermercados	8,3%	9,8%	7,1%	8,6%	6,9%	8,7%	7,5%	8,1%
Perfumaria/ cosméticos	8,3%	7,8%	8,9%	8,6%	6,9%	8,7%	7,5%	8,1%
Artigos esportivos e Brinquedos	6,7%	7,8%	7,1%	7,1%	6,9%	6,5%	7,5%	7,1%
Livraria/ papelaria	6,7%	7,8%	7,1%	7,1%	6,9%	6,5%	7,5%	7,1%
Lojas de departamento, magazine e multicoisas	8,3%	5,9%	7,1%	5,7%	6,9%	6,5%	7,5%	6,9%
Cama, mesa e banho	5,0%	5,9%	5,4%	5,7%	5,6%	6,5%	5,7%	5,6%

Pesquisa Fecomércio SC | Resultado de Vendas – Natal 2019

Porte

	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Até 9 empregados	66,7%	74,5%	76,8%	64,3%	62,5%	71,7%	62,3%	67,9%
De 10 a 49 empregados	30,0%	25,5%	23,2%	28,6%	33,3%	26,1%	30,2%	28,4%
De 50 a 99 empregados	3,3%	0,0%	0,0%	2,9%	2,8%	2,2%	1,9%	1,7%
Mais de 100 empregados	0,0%	0,0%	0,0%	4,3%	1,4%	0,0%	5,7%	2,0%

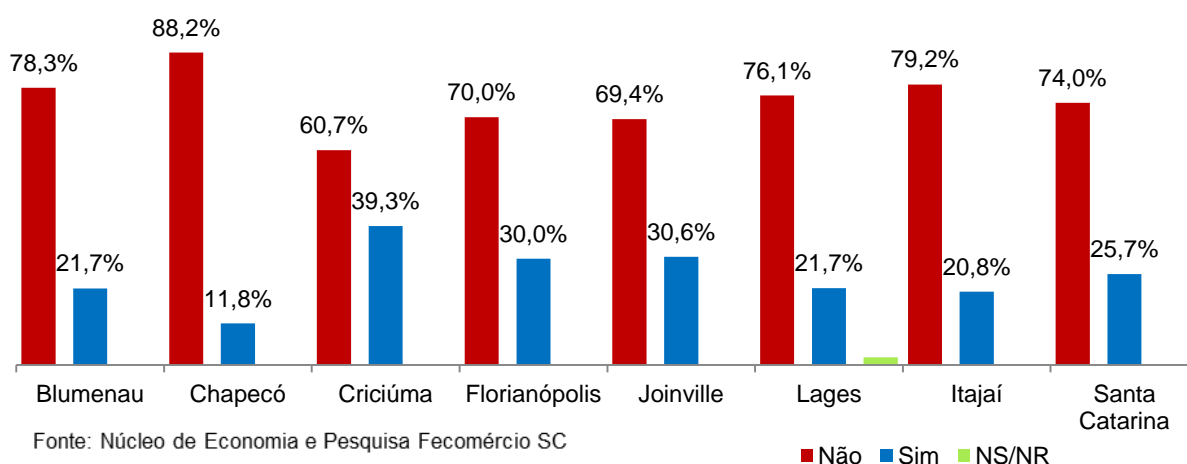
RESULTADO DE VENDAS

Em primeiro lugar, a Fecomércio SC procurou quantificar os impactos do Natal sobre o mercado de trabalho. Verificou-se que um número expressivo de empresas realizaram contratações para atender o aumento da demanda do período: 25,7% em todo o estado. Em 2018 o percentual foi de 33,3%. Esta é a data comemorativa na qual as empresas mais contratam.

Dentre as empresas que contrataram, a média dos temporários foi de 3,0 para cada empresa, abaixo do Natal de 2018, quando chegou a 3,3.

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

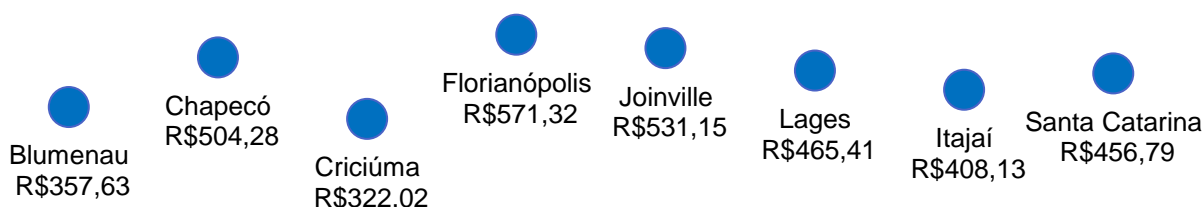
Contratação de trabalhadores temporários



O ticket médio nominal dos consumidores nas compras de Natal ficou em R\$ 456,79. No Natal de 2018, o ticket médio foi de R\$ 357,40, 27,8% superior. Florianópolis e Joinville foram as duas cidades com maior ticket médio, enquanto que Criciúma e Blumenau apresentaram os menores tickets médios.

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

Ticket médio - Natal 2019 (R\$)



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Gasto médio em anos anteriores (R\$)

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2018	434,55	356,68	290,07	321,22	399,89	370,33	307,77	357,40
2017	319,16	375,44	311,58	308,22	295,6	247,1	387,97	317,33

Além do ticket médio, a Fecomércio SC questionou os empresários a respeito da variação do faturamento de suas empresas, tanto em relação ao Natal anterior quanto em relação aos meses de movimentação normal.

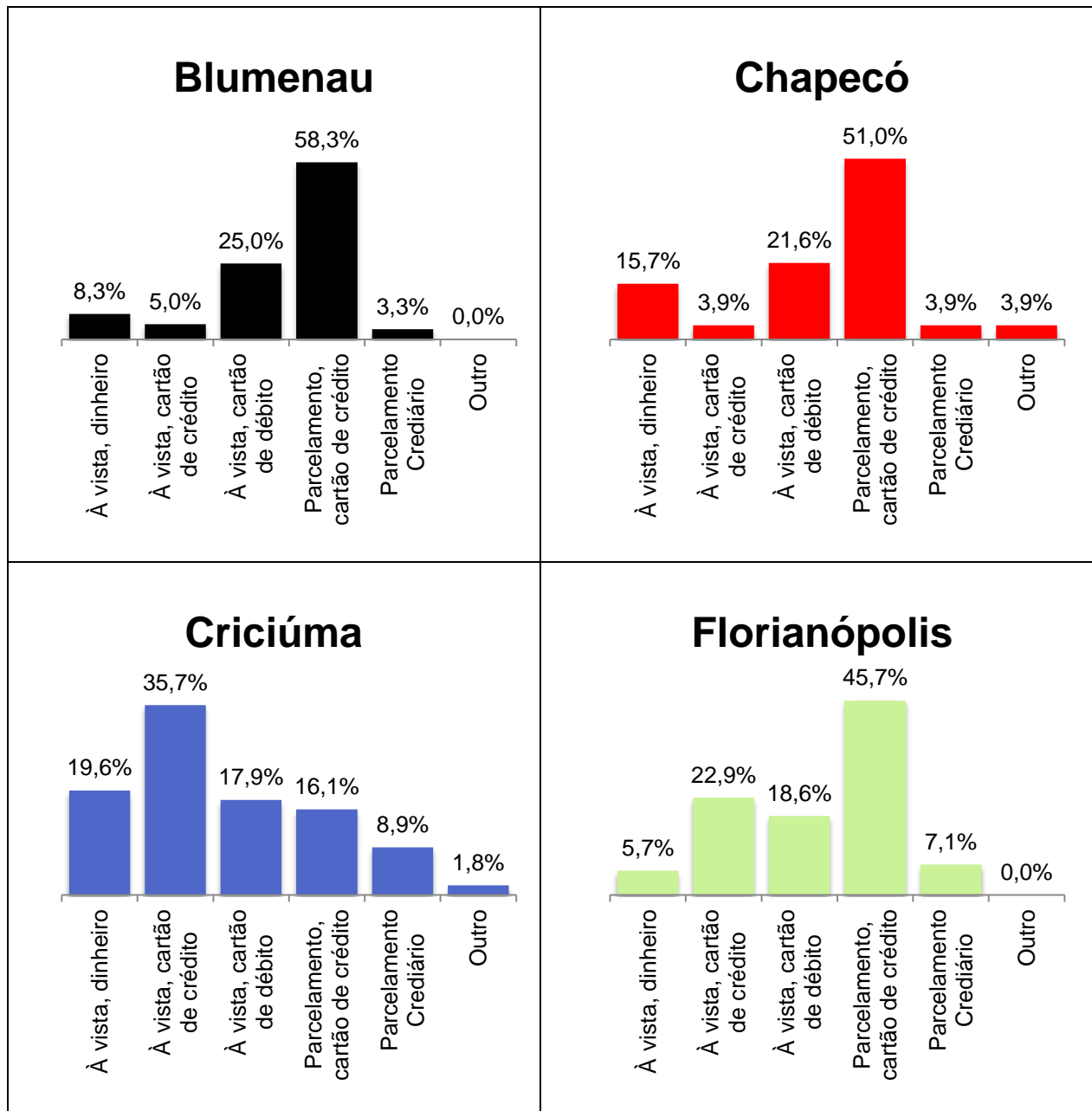
A variação do faturamento em relação ao ano anterior foi de 1,78%. O crescimento em relação aos meses de movimentação normal do ano foi de expressivos 17,71%, demonstrando o tamanho do incremento das vendas trazido pela data, conforme pode ser observado na tabela abaixo.

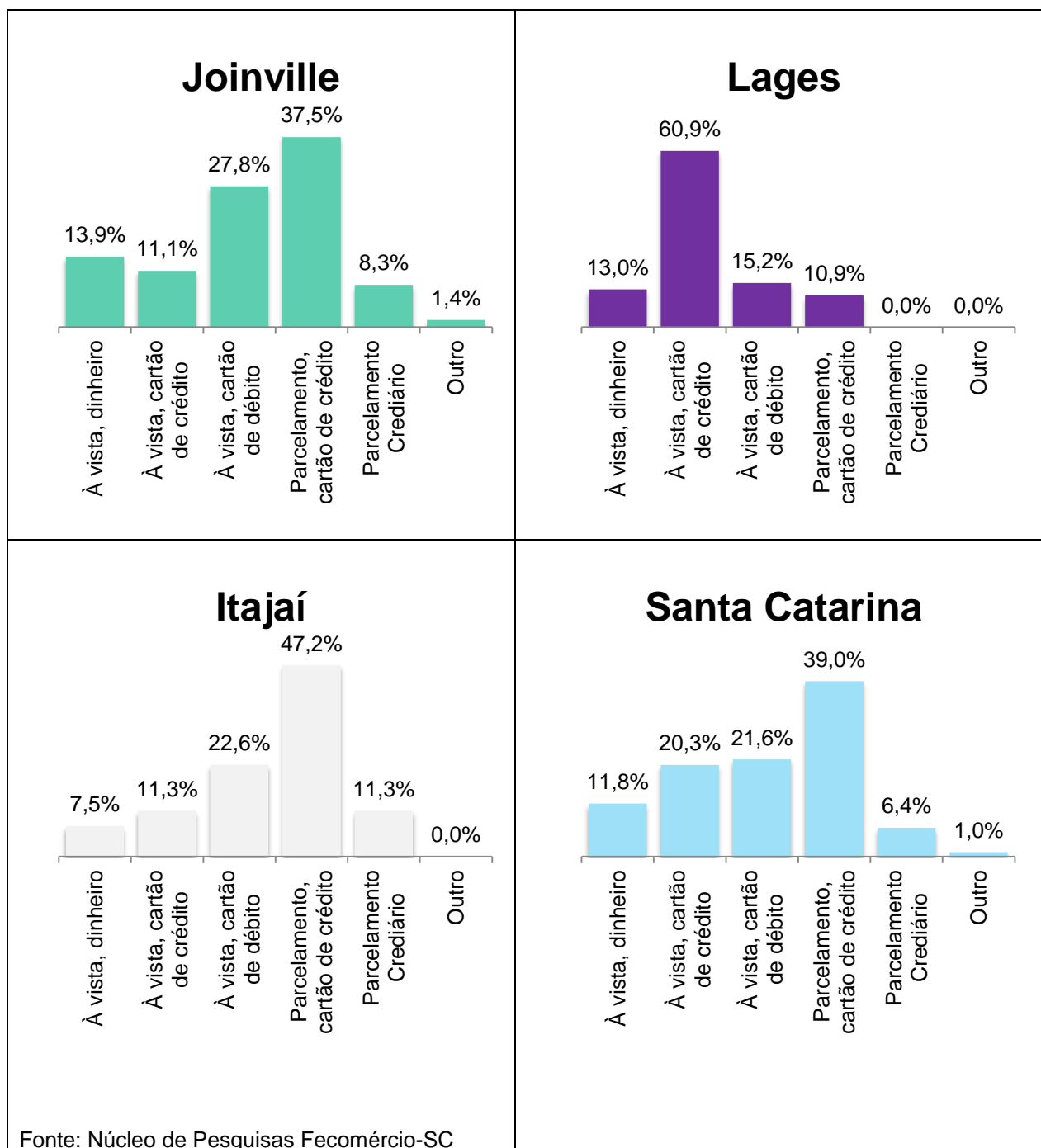
Variação do faturamento	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Em relação a mesma data do ano anterior	3,37	2,16	11,54	-7,41	0,39	8,15	-2,25	1,78
Em relação aos meses de movimentação normal	25,25	7,16	18,84	14,50	26,17	11,07	16,62	17,71

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 (53,7%) – seja ela em dinheiro (11,8%), cartão de crédito (20,3%) ou cartão de débito (21,6%). Por sua vez, no pagamento parcelado o cartão de crédito liderou, sendo que 39,0% do total das compras foram feitas desta maneira. No geral, o pagamento com cartão de crédito e débito foi muito expressivo (80,9%), demonstrando o elevado grau de substituição do dinheiro de papel pelo de plástico. Por fim, chama atenção também o número de consumidores que optaram por pagar suas contas nas diversas modalidades de crédito (cartões de crédito, à vista ou parcelado e crediário) – 65,7%.

Forma de pagamento preponderante





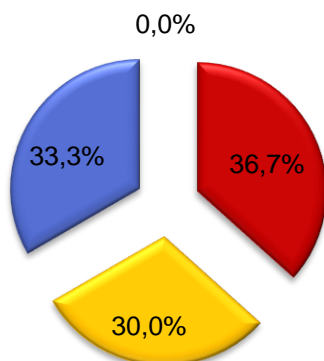
Por fim, para melhor entender o comportamento do consumidor neste Natal, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais.

Os resultados indicam que, de acordo com 30,6% dos estabelecimentos comerciais, a pesquisa de preços por parte dos consumidores foi alta. Já para 31,9% a frequência de pesquisa de preços foi considerada baixa e para a maioria (37,3%) foi razoável. Na sequência pode-se observar o comportamento das diferentes cidades.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preços

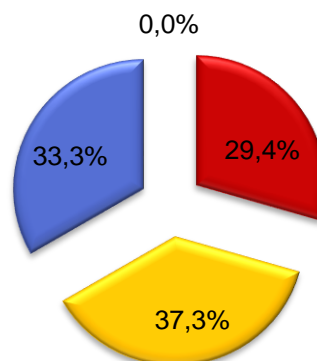
Blumenau

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



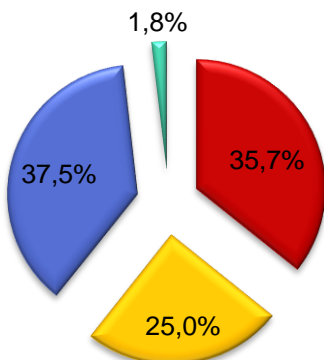
Chapecó

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



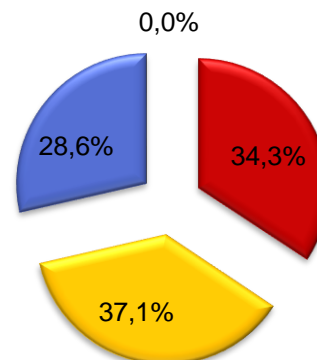
Criciúma

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



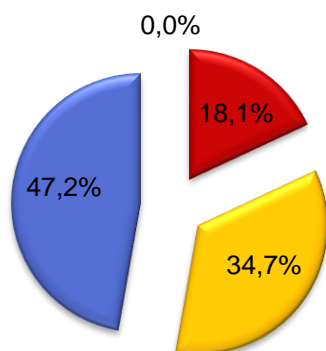
Florianópolis

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



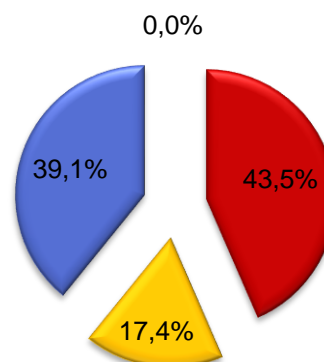
Joinville

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



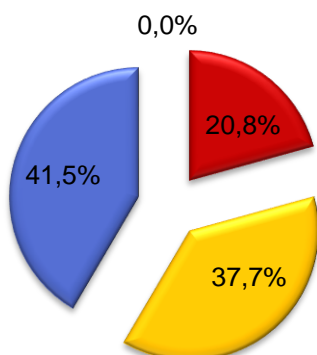
Lages

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



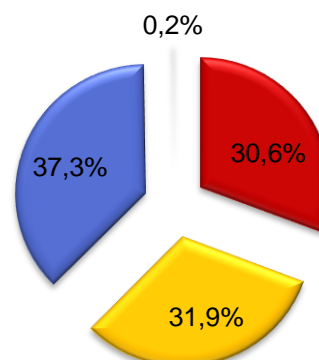
Itajaí

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



Santa Catarina

■ Alta ■ Baixa ■ Razoável ■ NS/NR



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

CONCLUSÃO

A Pesquisa de Resultado de Vendas da Fecomércio SC para o Natal de 2019 constatou uma leve melhora no comércio na comparação com os anos anteriores. A variação do faturamento em comparação com o Natal do ano passado foi de 1,78%, com elevação do ticket médio em 27,8% (atingiu R\$ 456,79 contra R\$ 357,40).

A data – que é de maneira marcante a de maior movimentação para o comércio – continua sendo de extrema importância para o comerciante, sendo que ela trouxe um importante incremento de 17,71% no faturamento das empresas em comparação com os meses de movimentação normal, trazendo um dinamismo inigualável a qualquer outra época do ano.

Adicionalmente, a pesquisa ainda constatou que 25,7% das empresas contrataram trabalhadores temporários no período, sendo que o número médio dos contratados entre as empresas que lançaram mão desse artifício foi de 3,0. E, por fim, a maioria dos pagamentos foi realizada parcelada no cartão de crédito (39,0%), e a frequência de consumidores realizando pesquisa de preço foi razoável para 37,3% dos entrevistados, número considerável.