



Resultado de Vendas  
**DIA DAS MÃES**

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

# **Resultado de Vendas de Dia das Mães 2020**

O perfil do empresário e resultado de vendas para o  
período do Dia das Mães em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC  
Maio de 2020

## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>2</b>
<b>PERFIL DOS ENTREVISTADOS .....</b>	<b>3</b>
<b>RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS MÃES 2020.....</b>	<b>5</b>
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>12</b>

## INTRODUÇÃO

O Dia das Mães é a segunda maior data em vendas para o comércio durante o ano, perdendo apenas para o Natal. Diversos tipos de produtos são vendidos, fazendo a data ser muito relevante para o comércio catarinense, com considerável incremento de vendas. A situação atípica devido à pandemia de Covid-19 faz com que essa data possa servir de referência para mensurar tendências econômicas para o setor de comércio, em comparação com os demais meses e anos anteriores.

Tendo por base esta constatação, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas de Dia das Mães com 362 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Joinville, Criciúma, Itajaí e Florianópolis e realizada durante os dias 11 e 14 de maio.

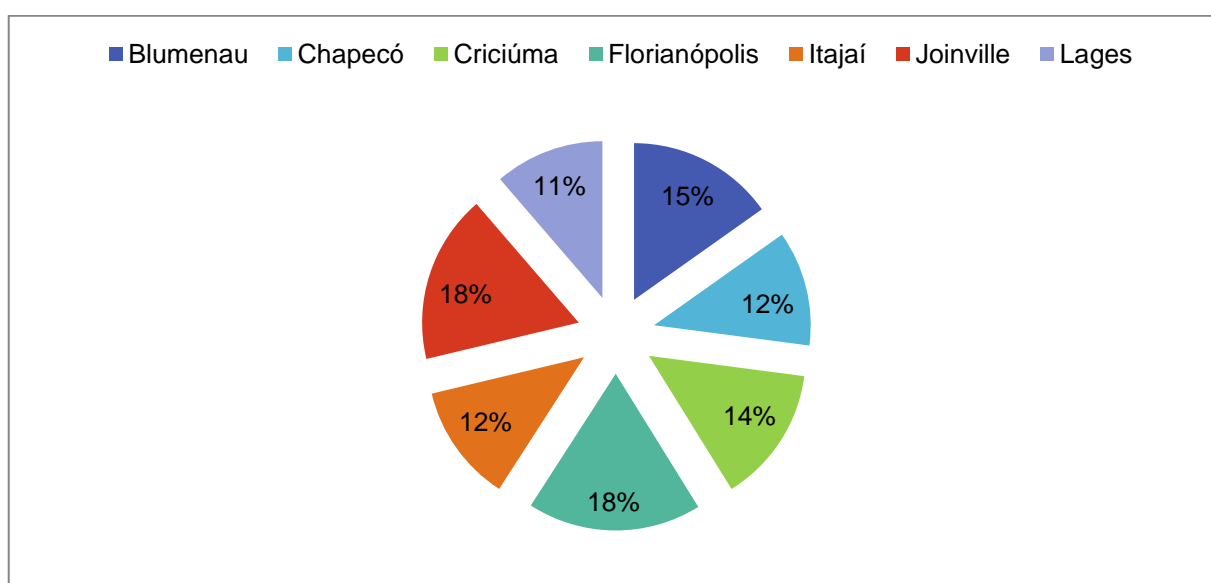
A metodologia utilizada na pesquisa de resultados é a quantitativa por amostragem, e a coleta dos dados ocorreu por telefone, baseada na metodologia Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI), com base em questionário estruturado desenvolvido pelo núcleo de pesquisas da Fecomércio SC. O universo foi o de proprietários ou gerentes de estabelecimentos comerciais. Para um índice de confiabilidade de 95% a margem de erro foi estimada em 5%.

Foram aplicadas 17 perguntas, sendo 14 fechadas e 3 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

## PERFIL DOS ENTREVISTADOS

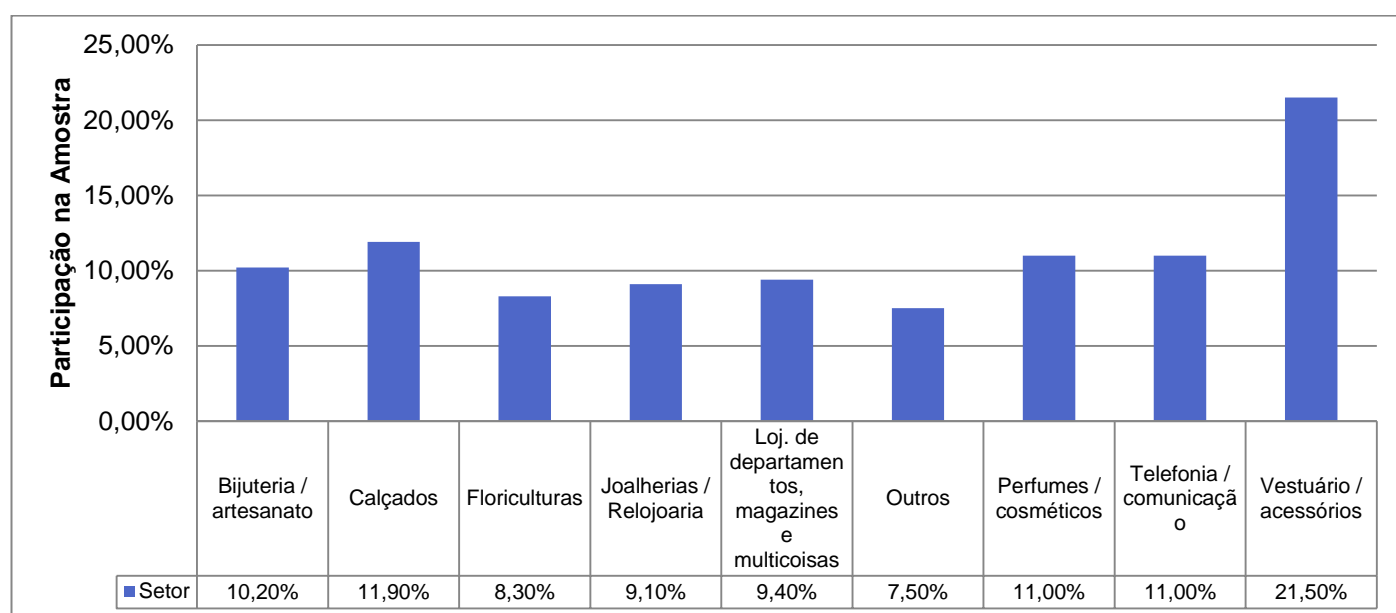
A pesquisa de resultado de vendas do Dia das Mães 2020 apurou o comportamento dos seguintes segmentos do comércio, bem como o tamanho das empresas, em diversas cidades de Santa Catarina, possibilitando entender estatisticamente tendências do agregado estadual. De início, verifica-se a representatividade espacial da amostra:

### Cidades



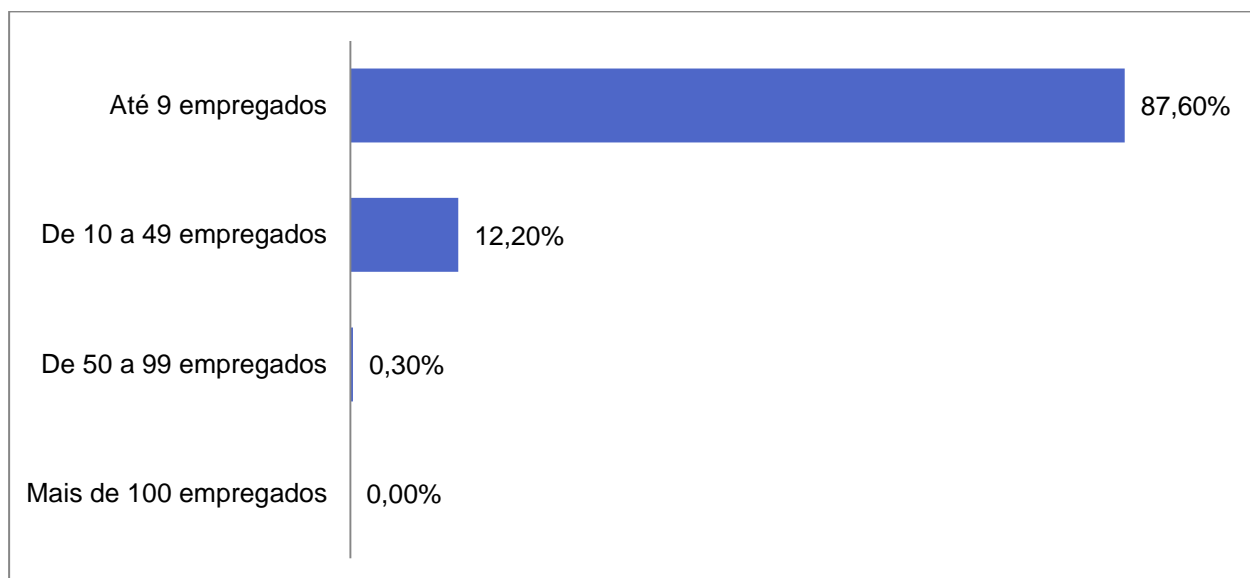
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Segmentos



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Porte da Empresa



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

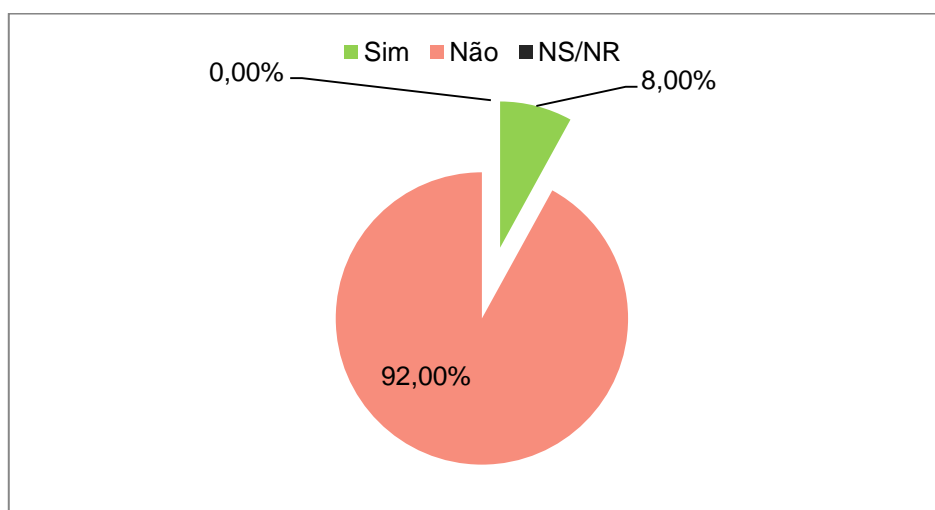
Assim, de acordo com as tabelas acima, o ramo de vestuários e acessórios foi o segmentos mais entrevistados (21,5%). Seguido pelo segmento vendedor de calçados com 11,9%. Na sequência, aparece o segmento de perfumes e cosméticos (11,0%) na mesma proporção que o segmento de telefonia e comunicação (11,0%). Quanto ao porte das empresas entrevistadas, a maioria dela é micro, com até 9 empregados (87,6%), seguida pelas de pequeno porte (12,2%).

## RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS MÃES 2020

Em primeiro lugar, foram apurados os impactos do Dia das Mães para o mercado de trabalho. Nota-se, conforme tendência histórica, porém um pouco mais acentuada neste ano, que um número reduzido de empresas realizou contratações para atender o aumento da demanda do período: 8,0% (contra 11,9% em 2019). A média de colaboradores contratados, entre as empresas que contrataram ficou em 2,7 por empresa.

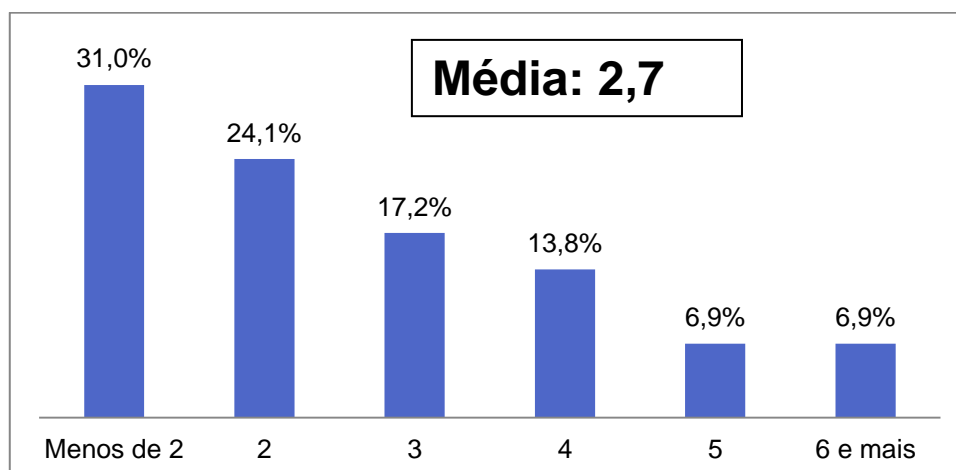
Abaixo é possível observar os dados:

### Contratou colaboradores temporários para o período?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

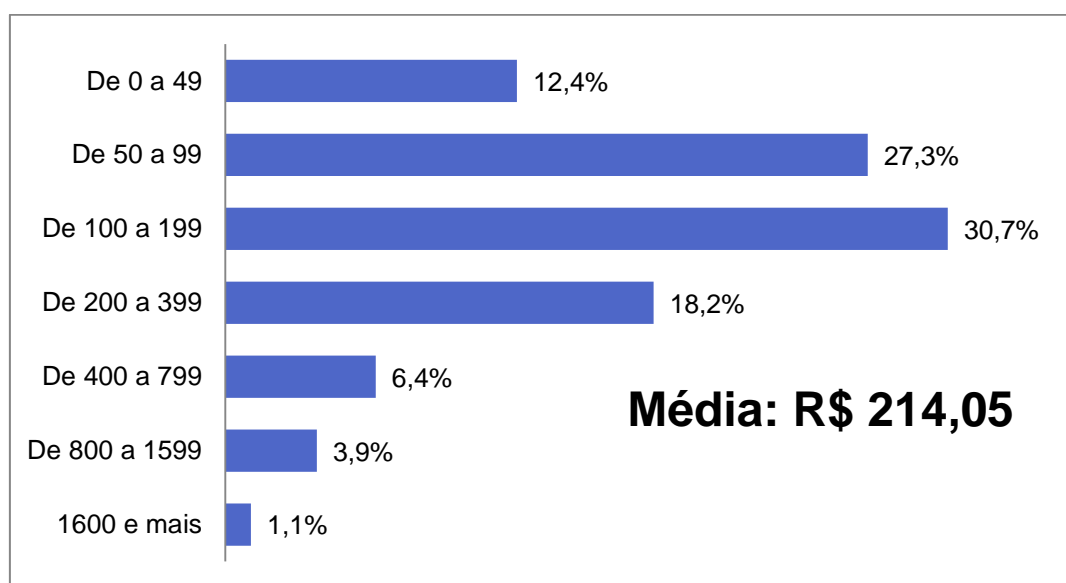
Das 29 empresas que afirmaram ter realizado contratações temporárias para reforçar a equipe no Dia das Mães, a distribuição do número de contratações foi conforme gráfico abaixo:



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O ticket médio no Dia das Mães foi de R\$ 214,05, resultado 4,6% menor que o observado no ano passado. Ainda assim, o resultado foi consideravelmente superior ao esperado com base na pesquisa de intenção de gastos.

### Ticket médio total no Dia das Mães 2020



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Abaixo aparecem os gastos médios dos últimos anos pesquisados:

### Anos Anteriores (ticket médio total em reais)

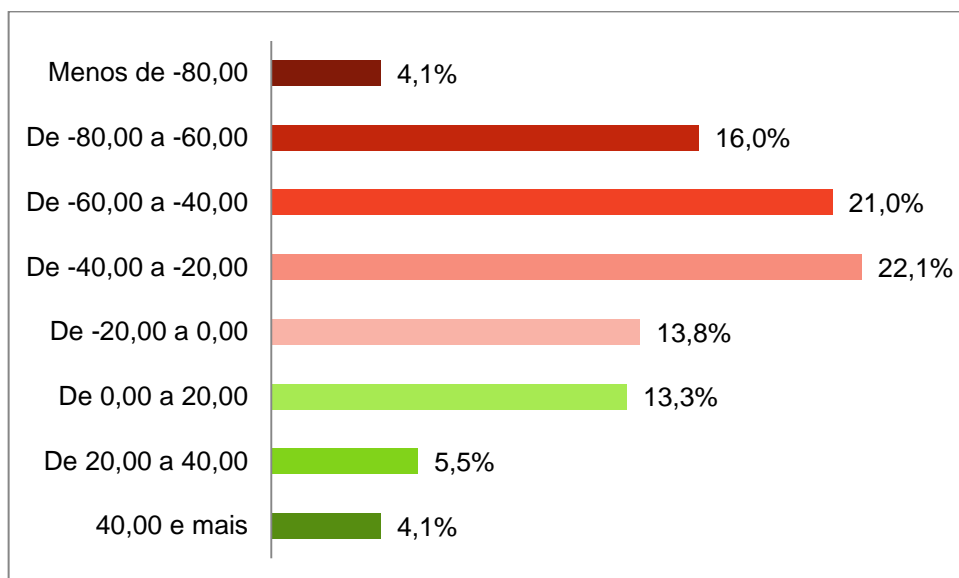
Anos	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
2019	276,92	260,37	268,59	182,79	329,13	104,63	168,58	224,43
2018	163,77	219,28	274,08	239,40	330,15	188,28	245,04	221,34
2017	220,19	293,57	209,00	176,10	219,76	131,44	293,56	218,90

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além do ticket médio, a Fecomércio SC questionou os empresários sobre qual foi a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período de Dia das Mães de 2019 quanto em relação aos demais meses do ano. Assim, em primeiro lugar, a percepção na variação do faturamento em relação a mesma data do ano anterior foi de queda de 32,38%. O resultado demonstra que apesar do ticket médio não ter sofrido tanta depreciação, a variação do faturamento foi de acentuada redução. Isso significa que houve uma queda no volume de vendas, como pode ser aferido também pela Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) realizada pelo IBGE.



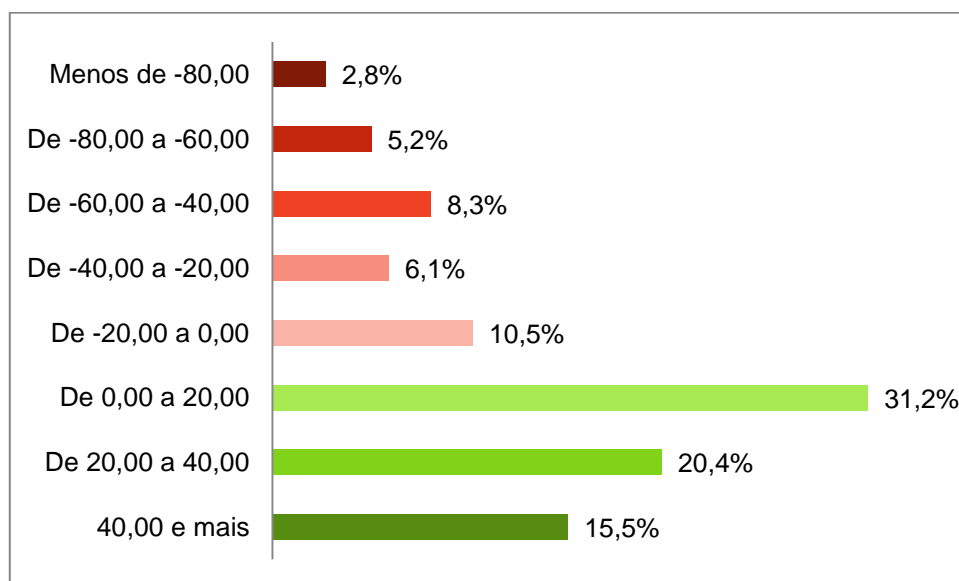
### Variação do faturamento no ano (%)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Já na comparação com os meses comuns o crescimento da percepção de faturamento foi de 1,07%, indicando que o expressivo movimento comercial que é tipicamente relacionado ao Dia das Mães pouco compensou os efeitos da crise e pandemia. Ainda assim, é necessário considerar que para algumas empresas houve melhora significativa, enquanto para outras se manteve a tendência de baixa, como é possível perceber pelo gráfico anterior e o que vem a seguir. Esse resultado está distribuído e disperso em diversas faixas de variação do faturamento, o que demonstra um resultado bastante variado para diferentes empresas e setores.

### Variação do faturamento no mês (%)



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Abaixo se apresenta, também, uma tabela que cruza a variação do faturamento anual informada com aquela relacionada ao Dia das Mães. A relação foi avaliada por teste estatístico como muito significativa, destacando-se em verde as células mais significantes, e em laranja as menos.

	Menos de -80%	De -80% a -60%	De -60% a -40%	De -40% a -20%	De -20% a 0%	De 0% a 20%	De 20% a 40%	40% e mais	Total (Faturamento mês)
	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.	% cit.
Menos de -80%	<b>1,90%</b>	0,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	2,80%
De -80% a -60%	<b>1,10%</b>	<b>3,90%</b>	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,20%
De -60% a -40%	0,30%	<b>3,60%</b>	2,80%	1,40%	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	8,30%
De -40% a -20%	0,00%	1,40%	2,20%	1,70%	0,30%	0,00%	0,30%	0,30%	6,10%
De -20% a 0%	0,00%	1,40%	2,20%	3,60%	0,60%	1,70%	0,60%	0,60%	10,50%
De 0% a 20%	0,60%	3,90%	7,70%	7,70%	5,20%	4,70%	1,10%	0,30%	31,20%
De 20% a 40%	0,30%	1,10%	2,80%	5,80%	<b>5,50%</b>	3,60%	1,10%	0,30%	20,40%
40% e mais	0,00%	0,30%	3,00%	1,90%	2,20%	3,00%	<b>2,20%</b>	<b>2,80%</b>	15,50%
Total (faturamento ano)	4,10%	16,00%	21,00%	22,10%	13,80%	13,30%	5,50%	4,10%	

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Há correlação entre um faturamento anual menor, que corresponde a um faturamento menor também no Dia das Mães, com o inverso também sendo estatisticamente significativo. Uma interpretação possível, a partir da Teoria Geral dos Sistemas, pode ser de que há um efeito desigual sobre determinados setores e empresas, de maneira que empresas e setores com maior dinamismo e adaptação às novas condições estão tendo maior facilidade para superar os problemas relacionados à pandemia.

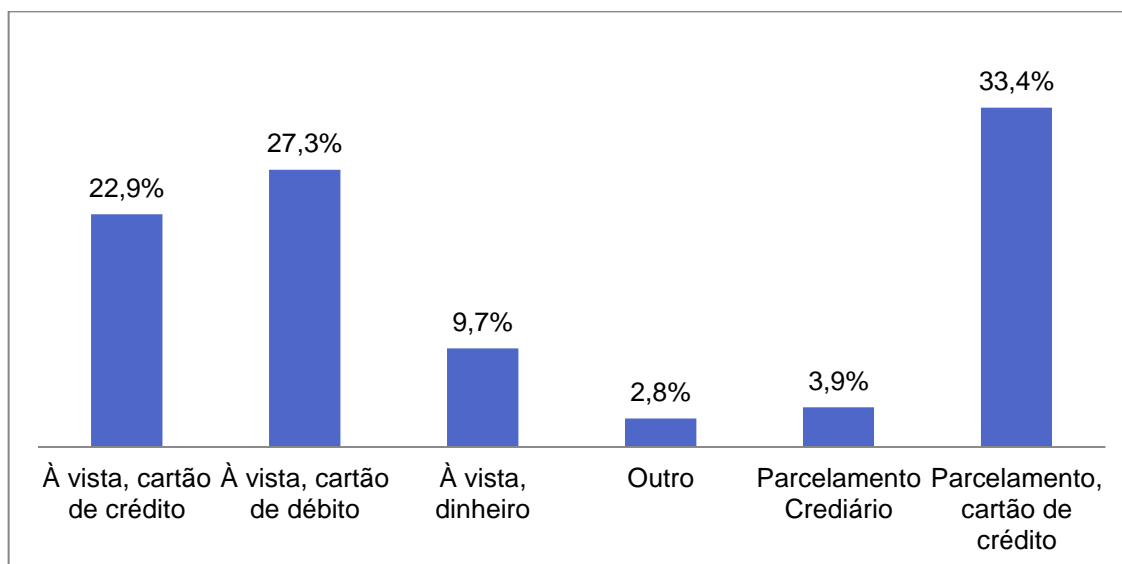
Ao mesmo tempo, esse fenômeno demonstra a ainda maior importância do crédito neste momento, para garantir que empresas com maiores dificuldades financeiras possam realizar as adaptações necessárias e resistir a esse período de queda em seu faturamento, até que possam retornar a níveis de lucratividade.

O pagamento parcelado no cartão de crédito foi preponderante, sendo responsável por 33,4%, o que representa ainda assim uma queda significativa em relação aos 40,6% de 2019. Já na forma de pagamento à vista o cartão de débito se destacou, sendo responsável por 27,3% das vendas, seguido pelo pagamento à vista no cartão de crédito 22,9%. A utilização de dinheiro manteve-se estável, subindo ligeiramente para 9,7%. O parcelamento em crédito observou queda de 5,2 pontos percentuais, situando-se em 3,9% das formas de pagamento – esse movimento vai ao encontro da redução no uso do parcelamento em geral, já indicado na própria pesquisa de intenção de compras,

fenômeno relacionado ao maior grau de incerteza por parte do consumidor, que procede com mais cautela em relação ao endividamento.

A seguir seguem os dados:

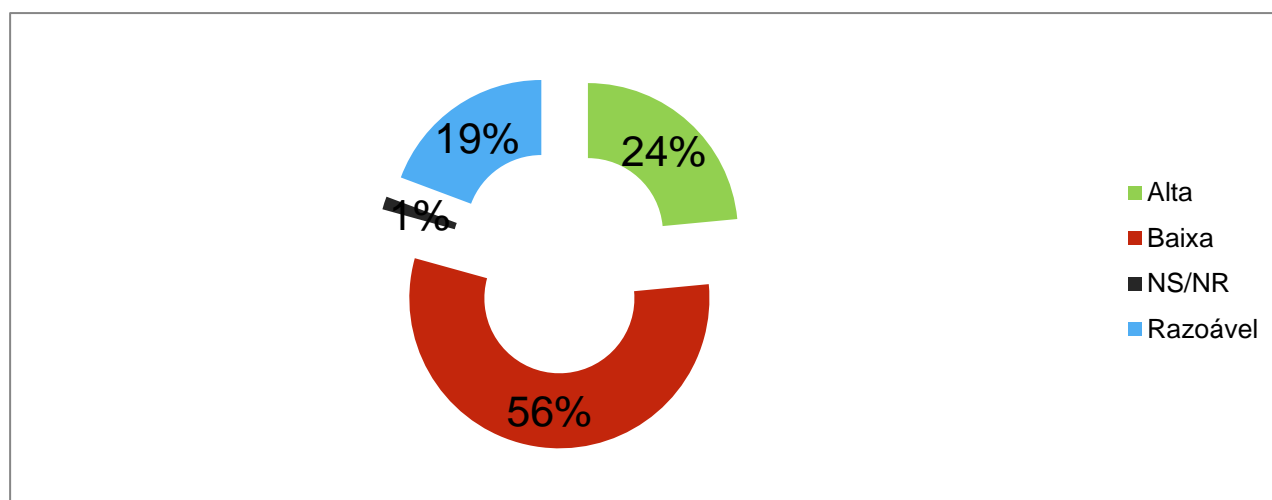
### Principais formas de pagamento



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Para melhor entender o comportamento do consumidor neste Dia das Mães, 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 é geralmente baixa, mesmo nos anos anteriores, porém neste ano foi mais acentuada. Em 2020, para 56% dos empresários do comércio a frequência de pesquisas foi baixa (+10 p.p. em relação a 2019), enquanto que para 24% o contrário aconteceu. Completa o quadro, os 19% que consideraram razoável este comportamento.

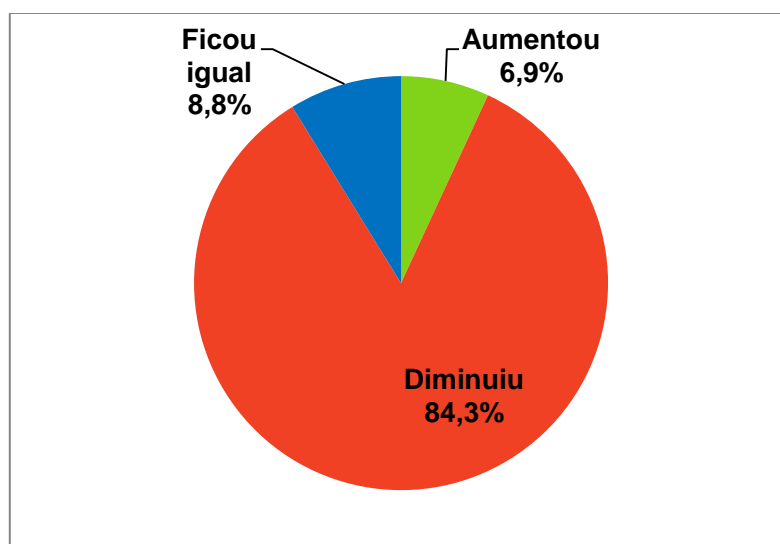
### Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Por fim, o Núcleo de Pesquisas da Fecomércio SC perguntou ao empresário catarinense a respeito do impacto e medidas relacionadas à pandemia durante esta data. É possível observar no gráfico a seguir que 84,3% dos empresários perceberam seu movimento diminuir em relação ao período antes da pandemia, enquanto 8,8% informaram ter permanecido igual e apenas 6,9% relataram um aumento.

#### Movimento da loja em relação à antes da pandemia



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Também foi feita uma pergunta sobre as ações tomadas no enfrentamento à pandemia, a partir da qual se destacam o reforço aos cuidados de higiene (26,0% das citações, 95% das empresas), as tele entregas (16,6% das citações, 60,8% das empresas) e a intensificação de canais de venda online (13,6% das citações, 49,7% das empresas), entre outras medidas listadas abaixo. Destaca-se que na pergunta havia opção de resposta aberta, assim como múltipla escolha, portanto o número total de citações é maior que o de empresas.

### Ações a empresa está realizando para o enfrentamento em relação à pandemia de covid-19

Entrega por meio de aplicativos	2,30%
Intensificação de canais de vendas on-line	13,60%
Redução do quadro de colaboradores mantendo o trabalho presencial apenas às funções essenciais	8,30%
Reforço de cuidados de higiene e limpeza e disponibilização de itens de higiene específicos aos colaboradores e clientes	26,00%
Suporte comercial pelo telefone	12,00%
Suporte comercial por e-mail ou chats on-line	3,20%
Tele entregas	16,60%
Demissões	0,50%
Férias ou liberação de colaboradores de grupos de risco (como idosos e pessoas com doenças crônicas)	7,40%
Liberação para trabalho home office (em casa)	1,40%
Marcação no chão	0,20%
Cartazes informativos	0,30%
Demissão	1,00%
Drive Thru shopping	0,20%
Venda consignada	0,20%
Outros	6,90%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## CONCLUSÃO

A pesquisa da Fecomércio SC revelou que no Dia das Mães de 2020 o ticket médio apurado foi de R\$ 214,05, isto é, 4,6% menor que o resultado do ano passado. A percepção da variação do faturamento em relação ao Dia das Mães de 2019 foi ainda mais negativa, chegando na média a uma queda de 32,38%. Portanto, apesar do ticket médio não ter sofrido uma redução tão grande quanto o esperado, o volume de vendas foi substancialmente afetado.

Os efeitos adversos da crise econômica e da pandemia levaram, em geral, a um quadro bastante divergente dos anos anteriores. Quanto à variação do faturamento em relação aos meses comuns do ano, o valor chegou a 1,07%, ressaltando a importância da data para o setor mesmo em um momento de grave crise, ainda que o mesmo esteja muito abaixo do que é normalmente observado. Em especial, também se observou a correlação entre desempenhos negativos na comparação anual e na mensal, o que indica que há dificuldades setoriais que requerem crédito para poderem se adaptar às novas condições.

A pesquisa, ao final, também avaliou quais ações foram tomadas para enfrentar a pandemia, tanto em seus aspectos sanitários quanto econômicos, ao que se constatou grande aderência por parte das empresas de processos de higiene e segurança, assim como de formas alternativas de atendimento comercial e de tele entrega.

Ademais, a pesquisa constatou que o pagamento parcelado no cartão de crédito foi preponderante (33,4%) ainda que o parcelamento em geral tenha se reduzido significativamente em comparação com anos anteriores, sendo então seguido pelo pagamento à vista no cartão de débito (27,3%).

O reflexo da data no mercado de trabalho foi minimizado, dadas as dificuldades impostas pelo cenário econômico e pela própria tendência dos últimos anos. Apenas 8,0% dos entrevistados afirmaram que contrataram trabalhadores temporários para o período, com média de 2,7 trabalhadores por empresa que optou por contratar. Por fim, verificou-se que a frequência de consumidores fazendo pesquisa de preço foi baixa para a maioria (56%) dos entrevistados, sendo que para 24% foi alta e para 19% foi razoável.