



Resultado de Vendas
DIA DOS PAIS


Fecomércio SC
Sesc | Senac

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

Resultado de Vendas de Dia dos Pais 2020

O perfil do empresário e resultado de vendas para o
período do Dia dos Pais em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Agosto de 2020

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	3
RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS PAIS 2019	4
CONCLUSÃO.....	11

INTRODUÇÃO

O Dia dos Pais é uma importante data para o comércio no segundo semestre, que traz incremento nas vendas em diversos setores.

Tendo por base esta constatação, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas de Dia dos Pais com 366 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Itajaí, Joinville, Criciúma e Florianópolis e realizada entre os dias 10 e 14 de agosto. 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 12 perguntas, sendo 6 fechadas e 6 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

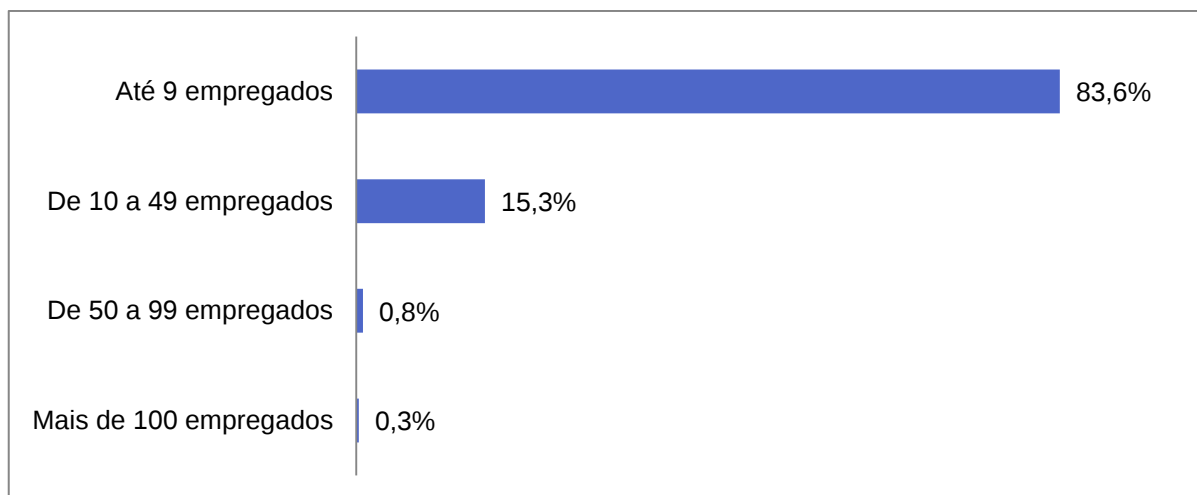
De início a pesquisa de resultado de vendas do Dia dos Pais 2019 apurou o perfil dos entrevistados. Segue percentual dos setores respondentes:

Setores

Setor	% Amostra
Livrarias	7,9%
Perfumes	9,6%
Vestuário/calçados	27,0%
Artigos de decoração	11,7%
Jóias e Relógios	7,1%
Loja de artigos automotivos	12,0%
Loja de departamentos, magazines e multicoisas	7,7%
Eletroeletrônicos	8,7%
Outro	8,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Porte



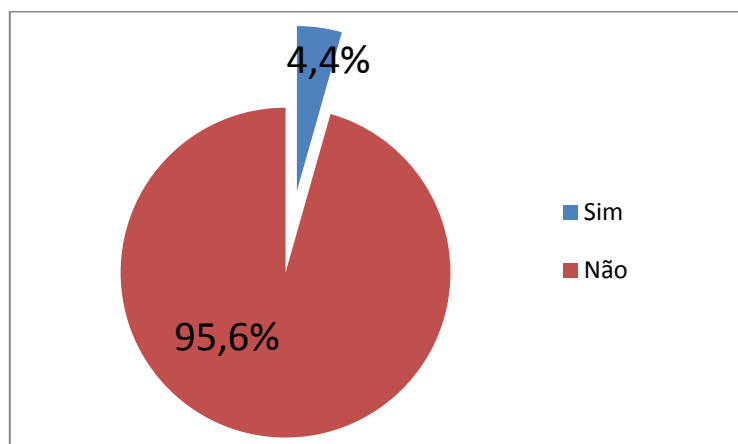
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Assim, o ramo de vestuário e calçados foi o segmento mais entrevistado (27,0%) no estado. Em segundo, aparece as lojas de artigos automotivos (12,0%) seguido pelos estabelecimentos de artigos de decoração (11,7%) e perfumes (9,6%). Quanto ao porte das empresas, 83,6% delas têm até 9 empregados (micro empresa) e 15,3% entre 10 e 49 empregados (pequena empresa).

RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS PAIS 2020

Em primeiro lugar, foram apurados os impactos do Dia dos Pais para o mercado de trabalho. Nos anos anteriores um número bastante reduzido de empresas já realizava contratações para atender o aumento da demanda do período, sendo que neste ano a proporção foi ainda menor: 4,4% (-0,9 p.p. em relação a 2019). A média de colaboradores contratados pelas empresas que realizaram contratação foi de 5,3 – tal resultado difere substancialmente dos anos anteriores (2019 = 2,6) devido a valores discrepantes informados por empresas de maior porte, ao eliminar tais discrepâncias a média se reduz para 1,6.

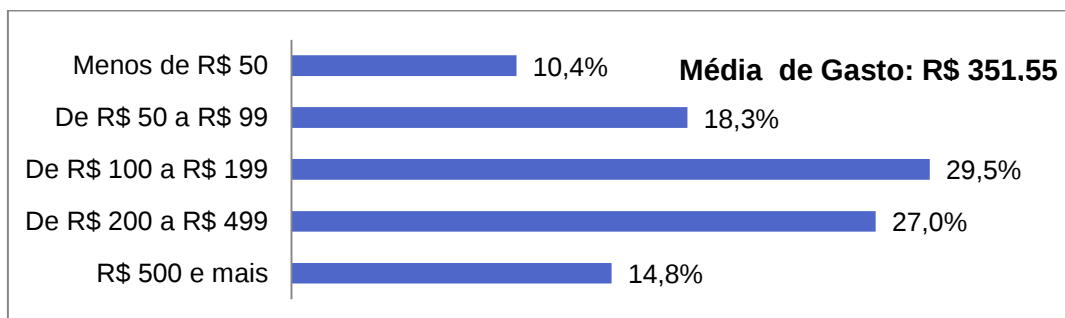
Contratou colaboradores temporários para o período?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em relação ao ticket médio, a pesquisa apurou que ele ficou em R\$ 351,55. O valor foi 36,7% maior que o resultado apurado em 2019, o qual foi de R\$ 257,16. Esse resultado contraintuitivo apresenta mais uma vez este fenômeno observado nas datas comemorativas de 2020: um movimento compensatório por parte das faixas de renda mais altas que elevam o gasto médio dos consumidores, apesar da situação econômica. Ainda assim, 58,2% dos consumidores gastaram menos de 200 reais, e ao se desconsiderar valores discrepantes (que se distanciam muito da média, tanto para mais quanto para menos), pode-se considerar um ticket médio corrigido de R\$ 168,59.

Ticket médio no Dia dos Pais 2020



Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia dos Pais 2019

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

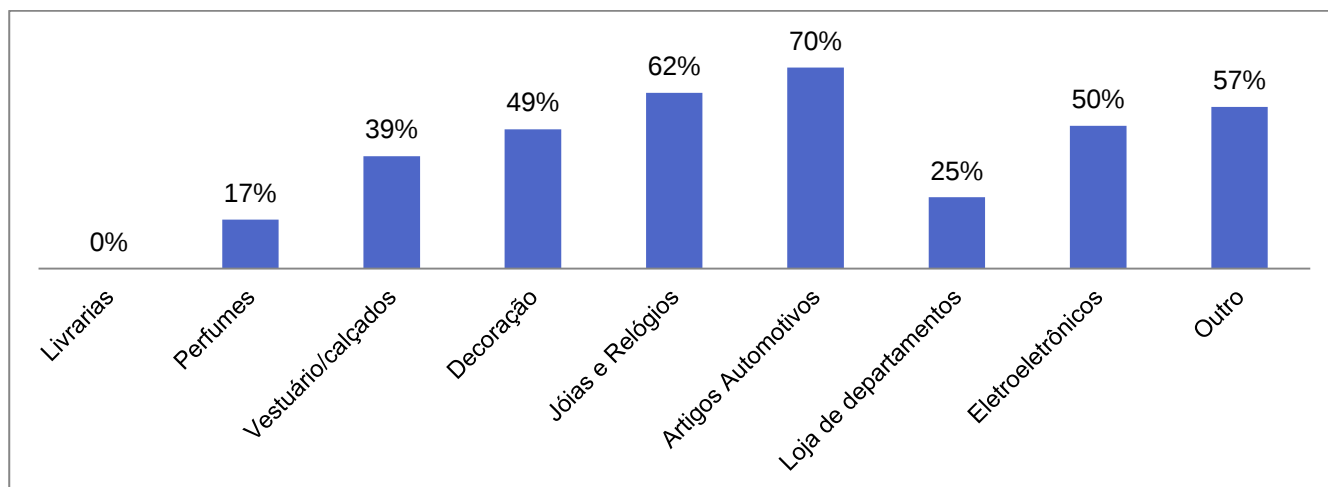
Anos Anteriores (ticket médio em reais)

Anos	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
2019	272,46	271,63	264,84	249,91	163,21	310,06	237,20	257,16
2018	259,57	226,47	155,89	273,80	173,12	238,78	161,41	225,85
2017	203,08	236,23	191,14	182,04	199,80	258,13	196,29	205,50

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A distribuição do ticket médio, porém, depende também do setor analisado. Os valores anteriores se referem à média agregada, porém o cruzamento das duas variáveis (setor e gasto) é muito significativo estatisticamente e permite identificar a proporção de tickets médios informados acima de 200 reais, por exemplo, ainda que a amostra não permita inferir valores específicos por setor, apenas para o agregado estadual. A seguir é detalhada a distribuição desses tickets pelos setores.

Proporção de Tickets Médios acima de R\$ 200,00 segundo Setor



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

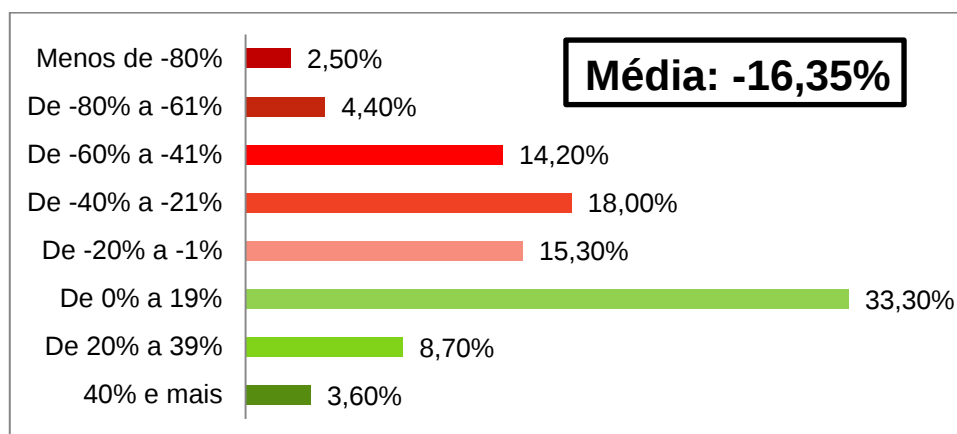
Além do ticket médio, a Fecomércio SC questionou os empresários sobre a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período de Dia dos Pais de 2019 quanto em relação aos períodos de movimentação normal. Assim, em primeiro lugar, a variação do faturamento em relação à mesma data do ano anterior foi de -16,35%. Esse dado reflete a crise vivenciada a partir de março, e está próximo, mas ligeiramente melhor, em relação à retração observada no faturamento das outras datas comemorativas pesquisadas (Dia das Mães, Dia dos Namorados), o que indica que apesar dessas datas representarem um grande estímulo ao comércio, o seu desempenho relativo ao ano passado ainda apresenta uma queda das receitas e do volume de vendas

Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia dos Pais 2019

considerável e persistente, mesmo com a recuperação de alguns setores do varejo catarinense que levaram a resultados bastante positivos nas últimas Pesquisas Mensais do Comércio do IBGE.

Também é importante destacar que o aumento expressivo constatado no ticket médio não se refletiu em termos de faturamento, o que permite inferir que o principal fator para essa queda foi a retração no volume de vendas na data, especialmente de tickets e faixas de renda menores.

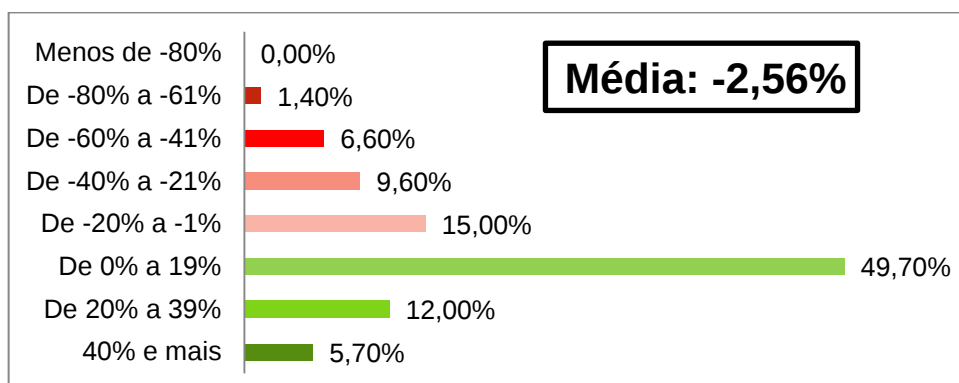
Variação do faturamento em relação ao Dia dos Namorados de 2019 (%)



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Já na comparação com os demais períodos de 2020 com movimentação comum a variação do faturamento foi de -2,56%, com 32,6% das empresas informando uma variação negativa, ainda assim as perdas foram significativamente menores do que na comparação anual, o que indica que o nível de faturamento de uma porção considerável das empresas ficou próximo e até mesmo acima do que seria considerado normal, devido ao estímulo proporcionado pela data comemorativa, ainda assim a mesma não foi suficiente para apresentar os típicos níveis de maior faturamento do comércio relacionados à data, que em 2019 representou um aumento de 7,2% nesta mesma comparação.

Variação do faturamento em relação a outros períodos de 2020 (%)



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

É interessante notar também de que maneira a variação no faturamento impactou os diferentes setores. Percebe-se que a data se mostrou positiva para todos os setores, que apresentaram em maior proporção um crescimento do faturamento em relação aos demais períodos de 2020 do que na comparação com o mesmo período de 2019. Vale destacar, por fim, que não foi identificada uma relação significativa entre o faturamento dos setores e o ticket médio, de maneira que alguns setores com tickets mais altos tiveram desempenhos inferiores que setores com tickets menores e vice-versa.

Os setores que foram mais beneficiados relativamente pela data podem ser analisados de maneira aproximativa através da diferença no desempenho do faturamento na comparação anual e com demais meses normais de 2020, foram as Livrarias (com 41,4 p.p.), o setor de Vestuário/calçados (com 29,3 p.p.) e as Jóias e Relógios (com 23,1 p.p.) – este último que, porém, acabou sendo o setor com maiores dificuldades, dado que mais da metade das empresas informaram uma variação negativa em seu faturamento em relação a outros períodos de 2020. Outros setores já vinham de uma situação melhor, e por isso o impacto positivo da data foi relativamente menor, mas ainda assim considerável, como é o caso das Lojas de departamentos, magazines e multicoisas, que liderou os setores na proporção de faturamento positivos tanto na comparação anual quanto mensal.

Proporção da Variação mensal e anual do faturamento por setor (%)

	Empresas com Variação Anual Positiva (>0%)	Empresas com Variação Mensal Positiva (>0%)	Diferença em pontos percentuais
Livrarias	31,0%	72,4%	41,4
Perfumes	51,4%	74,3%	22,9
Vestuário/calçados	29,3%	58,6%	29,3

Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia dos Pais 2019

Artigos de decoração	62,8%	74,4%	11,6
Jóias e Relógios	19,2%	42,3%	23,1
Loja de artigos automotivos	59,1%	70,5%	11,4
Loja de departamentos, magazines e multicoisas	64,3%	85,7%	21,4
Eletroeletrônicos	59,4%	68,8%	9,4
Outro	53,3%	73,3%	20,0

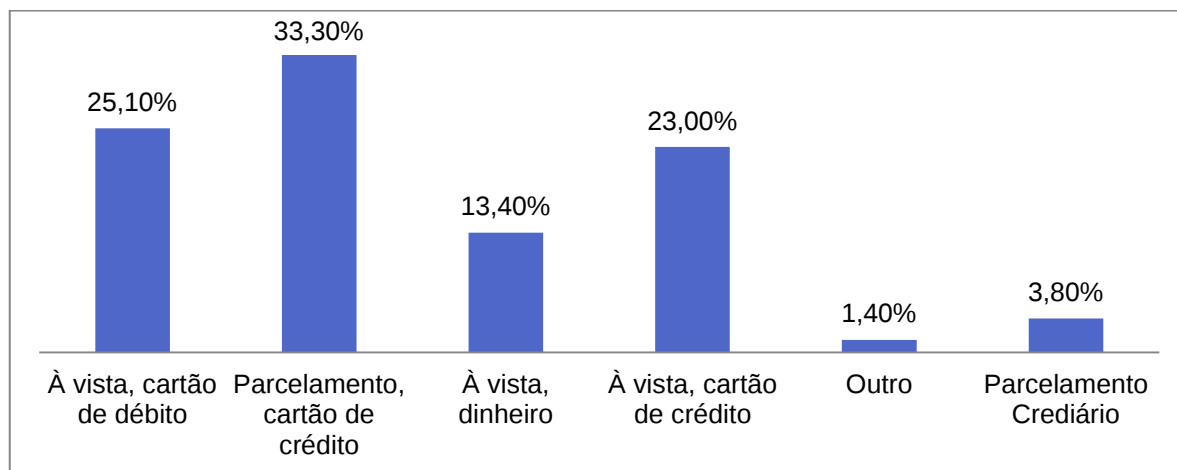
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

No que tange a forma preponderante de pagamento das compras, o pagamento à vista representou 61,5% das compras, dividido nas modalidades de cartão de débito (25,1%), cartão de crédito (23%) e dinheiro (13,4%). Esse resultado destoa significativamente das tendências dos últimos anos, com aumento substancial no uso do cartão de débito (+9,8 p.p. em relação a 2019) e no crédito à vista (+5,9 p.p.). Além disso, os últimos anos apresentaram uma preponderância no uso de crédito parcelado durante a data. Neste ano, porém, o parcelamento no cartão de crédito ficou em 33,3% das compras, 16,0 p.p. a menos que 2019, enquanto o parcelamento em crediário passou de 7,2% no ano passado para 3,8% em 2020.

Em relação às pesquisas de intenção se reproduziu a mesma dinâmica já constatada nos últimos anos de um maior uso do crédito do que o informado como intenção, em 2020 apenas 14,0% dos entrevistados informaram a intenção de utilizar o cartão de crédito, ainda assim a realidade percebida pelos empresários foi de um uso significativamente maior do que o informado como intenção pelos próprios consumidores.

Abaixo seguem os dados completos:

Principais formas de pagamento

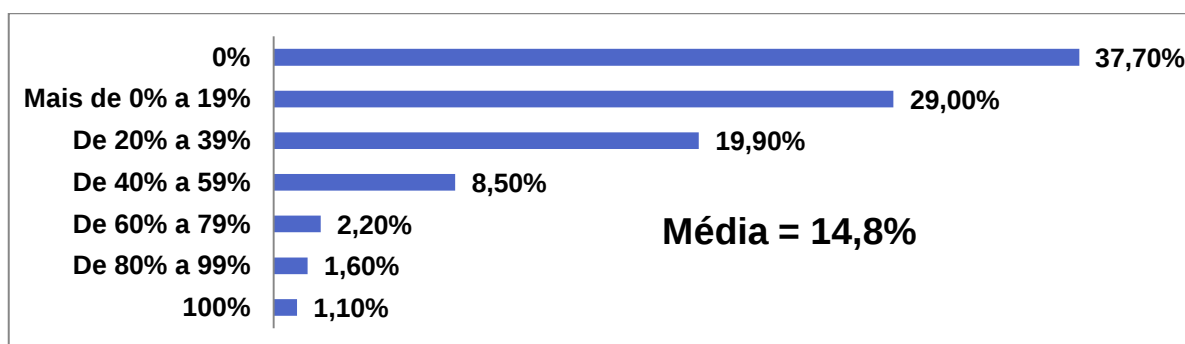


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A Pandemia de Covid-19 impôs aos empresários e consumidores uma nova realidade onde é necessário tomar precauções e seguir protocolos sanitários para evitar a disseminação da doença. Como visto, isso se refletiu no comportamento do consumidor em diversos aspectos, sendo um deles o crescimento expressivo dos canais de venda pela internet, telefone e outras formas associadas de telecomunicações. Para investigar, a proporção e distribuição desse fenômeno durante o Dia dos Pais os empresários foram questionados sobre a proporção de vendas por tais canais durante a data.

A média de participação das vendas online e por telefone durante o período em Santa Catarina ficou em 14,8%, resultado muito próximo daquele informado pelos consumidores (14,4%) ao responderem sobre a internet como local de compra no qual pretendia adquirir os presentes durante a data. A distribuição das faixas de participação também revelam que 62,3% das empresas entrevistadas por esta pesquisa de resultado possuíam alguma participação de vendas online e por telefone, enquanto 37,7% não utilizaram tais canais, sendo que 9,6% do total de empresas entrevistadas informaram que esses canais representavam mais de 50% de suas vendas. A seguir a distribuição das respostas segundo faixa de participação:

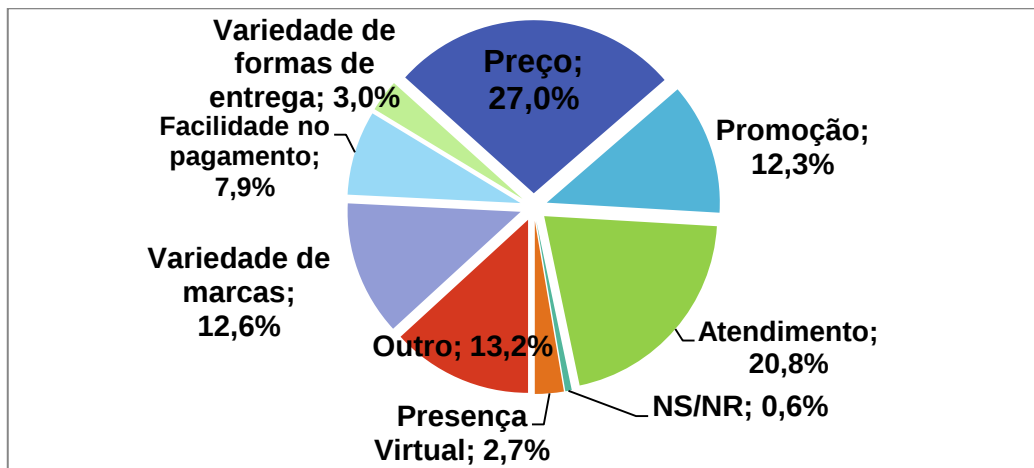
% participação das vendas online e por telefone no total do período



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

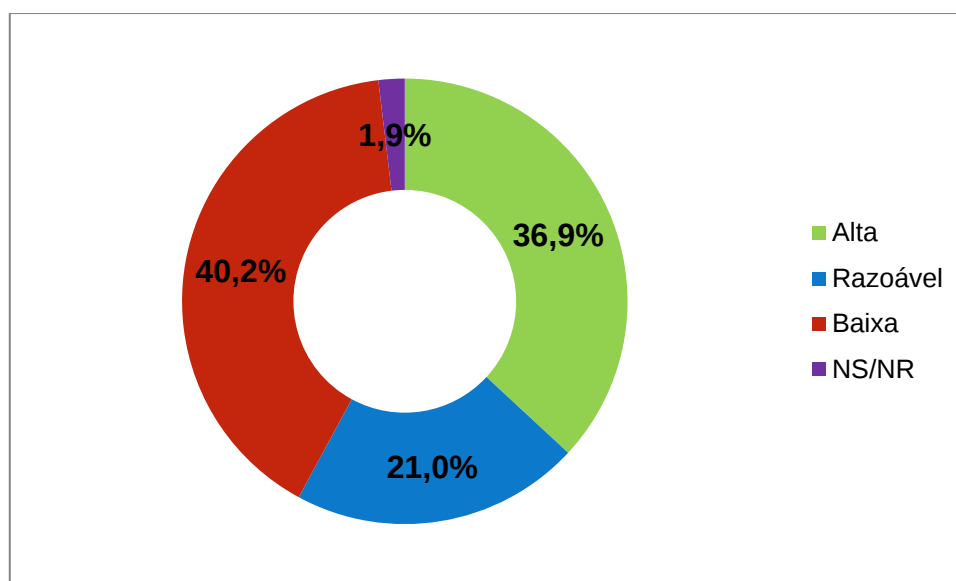
As empresas também foram questionadas sobre as ações comerciais que em sua visão são mais determinantes para os consumidores. O preço ressaltou como principal ação identificada pelos empresários, com 27,0% do total de observações (considerando que cada entrevistado poderia escolher até três ações), seguido pelo Atendimento em segundo lugar com 20,8% das observações. Também se destaca a observação mais determinante sobre a variedade de marcas (12,6%) que ficou em níveis superiores ao observado nas outras datas comemorativas de 2020. A presença virtual, por fim, apareceu com apenas 2,7% das observações, apesar do seu desempenho e participação crescente, o que pode indicar que os empresários, inclusive aqueles com operações mais digitalizadas e conectadas, não consideram que o consumidor priorize a presença virtual em si, mas sua relação com outros aspectos comerciais.

Ação comercial priorizada pelos consumidores na visão dos empresários



Por fim, para melhor entender o comportamento do consumidor neste Dia dos Pais, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais, dada sua importância determinante tanto na visão dos consumidores como dos empresários. O dado abaixo mostra que houve níveis semelhantes aos anos anteriores, porém, a distribuição das frequências diferiu significativamente com um aumento daqueles que responderam a frequência ter sido baixa (40,2%, +5 p.p. em relação a 2019), além de uma redução da frequência razoável (21,0%, -14,0 p.p.), que porém foi acompanhada também por um aumento de uma alta frequência (36,9%, +5,9 p.p.) de pesquisa de preço.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A pesquisa da **Fecomércio SC** revelou que no Dia dos Pais de 2020 o ticket médio por consumidor foi 36,7% maior em relação ao ano passado, porém esse dado precisa ser contrastado com as variações no faturamento, que comparado ao mesmo período de 2019 apresentou perdas estimadas em 16,3% na média. Esse resultado indica que houve uma evidente redução no volume de vendas, ainda que o ticket tenha apresentado crescimento, o que também indica que a maior parte das perdas no volume ocorreram em tickets e faixas de renda menores.

Já a variação do faturamento em relação aos períodos de movimentação normal o resultado foi negativo em 2,65% na média, demonstrando o potencial de estímulo da data comemorativa, mesmo durante momentos adversos. Ainda assim, é importante destacar que o resultado destoa das Pesquisas Mensais do Comércio, que sinalizam para uma retomada já em níveis superiores aos de antes da pandemia, o que pode ser explicado em parte pelo perfil dos segmentos analisados, que não incluem supermercados e farmácias, locais essenciais que têm apresentado os melhores desempenhos setoriais durante a crise.

Ademais, a pesquisa constatou que o pagamento parcelado foi reduzido em relação aos anos anteriores, passando de 56,5% em 2019 para 37,1% neste ano. O movimento foi acompanhado obviamente de compras à vista, no qual se destacam o crescimento do uso do cartão de débito (25,1%) que passou a ser a forma de pagamento mais utilizada, ultrapassando o cartão de crédito à vista que ficou em 23,0%.

A pesquisa também avaliou a participação das vendas online e por telefone no período, dado seu crescimento acelerado durante a atual crise. Constatou-se que na média 14,8% das vendas ocorrem por esses canais. 37,7% das empresas afirmaram não possuir vendas por esses canais, enquanto 9,6% das empresas tiveram pelo menos metade da sua operação de vendas ocorrendo através de tais canais durante o período.

Quanto ao reflexo da data no mercado de trabalho, ele foi minimizado, dado as dificuldades impostas pelo cenário econômico. Apenas 4,4% dos entrevistados afirmaram que contrataram trabalhadores temporários para o período, com uma média de 5,3 trabalhadores contratados, ao desconsiderar valores discrepantes a média corrigida ficou em 1,6 trabalhador em média pro empresa que contratou. Por fim, verificou-se que a frequência de consumidores fazendo pesquisa de preço ocorreu em níveis semelhantes ao do ano passado na média, porém tornou-se mais intensa em alguns casos (com aumento da alta

frequência para 36,9%) e mais reduzida em outros (baixa frequência subiu para 40,2%), a faixa de frequência razoável na pesquisa de preços, por sua vez, reduziu-se de 35% em 2019 para 21% em 2020.