



Resultado de Vendas
DIA DAS CRIANÇAS 2020

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

Resultado de Vendas do Dia das Crianças 2020

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Outubro de 2020

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	3
RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS CRIANÇAS	4
CONCLUSÃO.....	10

INTRODUÇÃO

O Dia das Crianças é uma importante data em vendas para o comércio durante o ano, trazendo importante incremento nas vendas de diversos setores. Assim, tendo por base esta constatação, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas de Dia das Crianças com 400 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Joinville, Criciúma, Itajaí e Florianópolis e realizada entre os dias 13 e 16 de outubro.

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 11 perguntas, sendo 6 fechadas e 5 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

De início a pesquisa de resultado de vendas do Dia das Crianças 2020 apurou o perfil dos entrevistados. Segue abaixo o percentual dos setores respondentes:

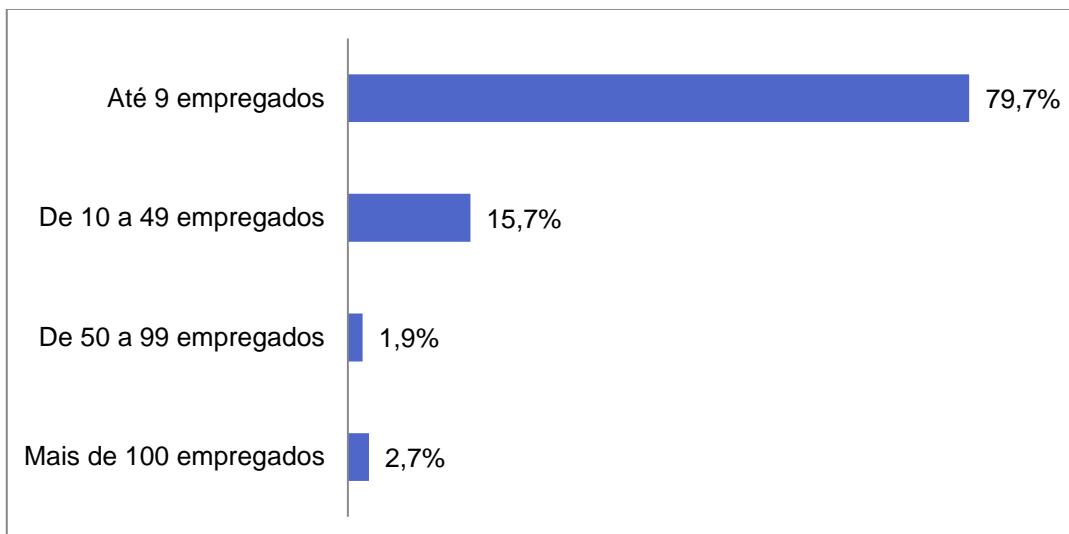
Setores

Setor	% Amostra
Vestuário	20,90%
Calçados	11,50%
Brinquedos	8,50%
Livrarias	10,20%
Magazines e Lojas Departamento	6,60%
Eletroeletrônicos	10,70%
Multicoisas	8,00%
Chocolate e docerias	7,10%
Supermercados e Hipermercados	16,50%
Outros	0,00%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

De acordo com a tabela acima, o ramo de vestuário (20,9%) e Supermercados e Hipermercados (16,5%) foram os segmentos mais entrevistados no estado. Em seguida, aparecem calçados (11,5%), seguido pelos eletroeletrônicos (10,7%). Por porte, 79,7% das empresas entrevistadas têm até 9 empregados e 15,7% de 10 a 49 empregados.

Porte

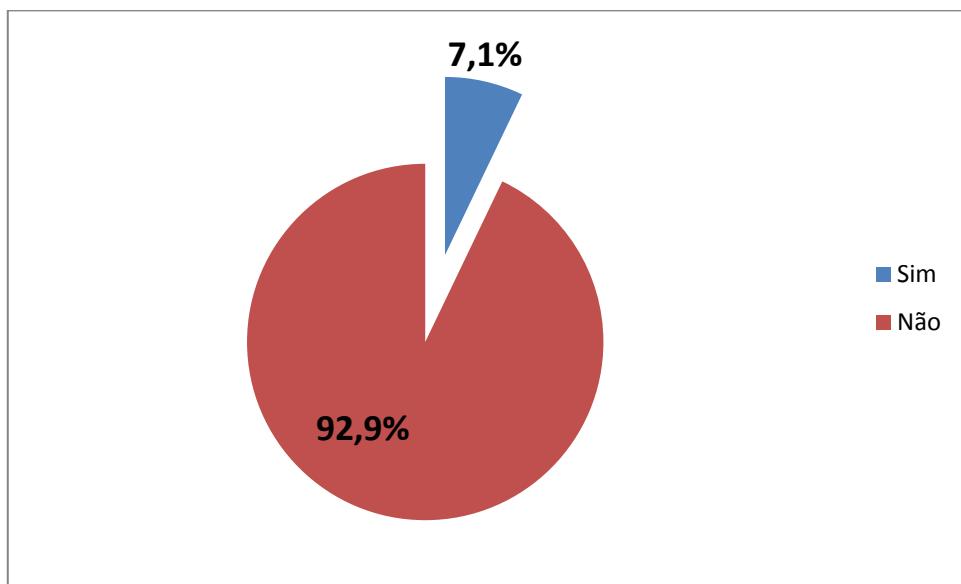


RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS CRIANÇAS 2020

Em primeiro lugar, foram apurados os impactos do Dia das Crianças no mercado de trabalho. Nota-se que o número de empresas que realizaram contratações para atender o aumento da demanda do período foi ligeiramente à média do ano passado (6,5%), chegando a 7,1% o que pode ser explicado em parte por um maior uso dos contratos temporários e uma compensação dos movimentos empregatícios anteriores.

Entre as empresas que realizaram contratação, o número médio de trabalhadores contratados foi de 2,4 empregados, relativamente menor que o número averiguado em 2019, que foi de 4,0 empregados.

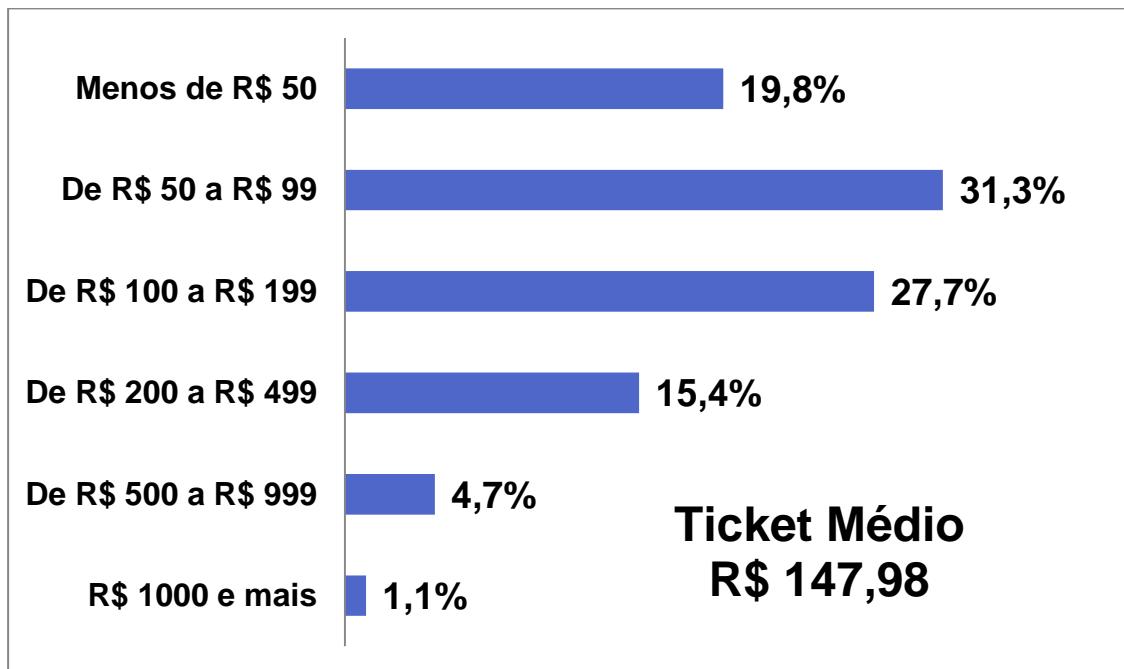
Contratou colaboradores temporários para o período?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em relação ao *ticket* médio, a pesquisa apurou que ele ficou em R\$ 147,98. Este resultado configura uma queda expressiva de -28,7% quando comparado com o Dia das Crianças de 2019, que foi de R\$ 207,76. A queda relatada pelas empresas foi consideravelmente maior do que aquela informada pelos consumidores (-4,1%) na pesquisa de intenção de compras para data: o gasto médio intencionado foi significativamente superior ao resultado do *ticket* médio, o inverso do observado em 2019, mas que retoma uma tendência que foi observada em 2017 e 2018 para a data, e que difere substancialmente das demais datas comemorativas pesquisadas.

Ticket médio no Dia das Crianças 2020



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

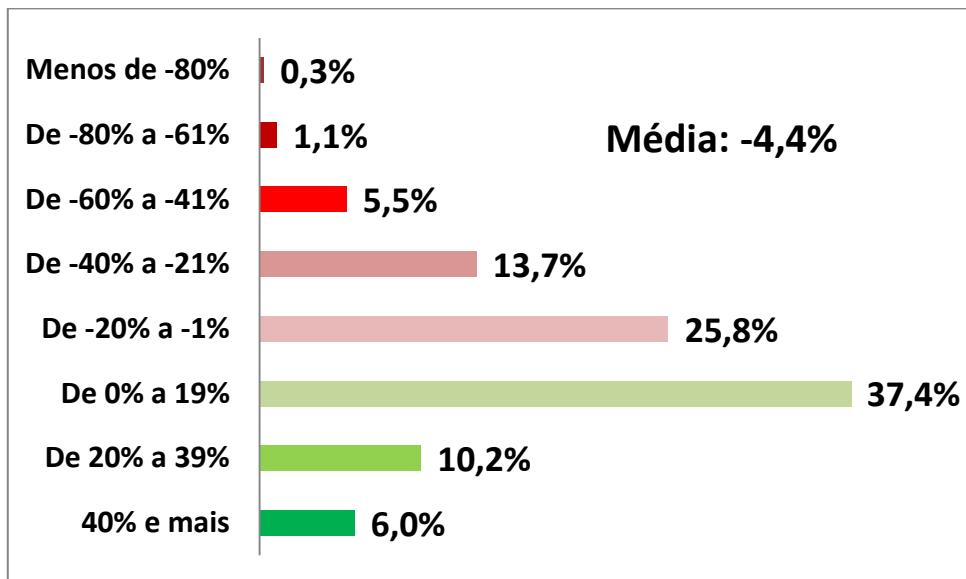
Anos Anteriores (ticket médio em reais)

Anos	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
2019	236,21	225,14	113,14	158,37	257,00	230,00	263,15	207,76
2018	183,90	161,66	223,00	168,46	191,46	167,77	136,94	175,00
2017	205,28	202,17	112,07	163,28	163,87	142,48	204,31	175,96

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 Crianças de 2019 quanto em relação ao faturamento médio dos demais meses. Assim, em primeiro lugar, faturamento em relação à mesma data do ano anterior apresentou uma redução -4,4%, resultado que destoa da queda mais acentuada do ticket médio, o que indica uma compensação maior pelo volume de vendas. Em relação às datas comemorativas anteriores (Dia dos Pais e Dia dos Namorados) houve substancial melhoria das condições econômicas, visto que este mesmo indicador de resultado foi respectivamente de -16,3% e -18,7%.

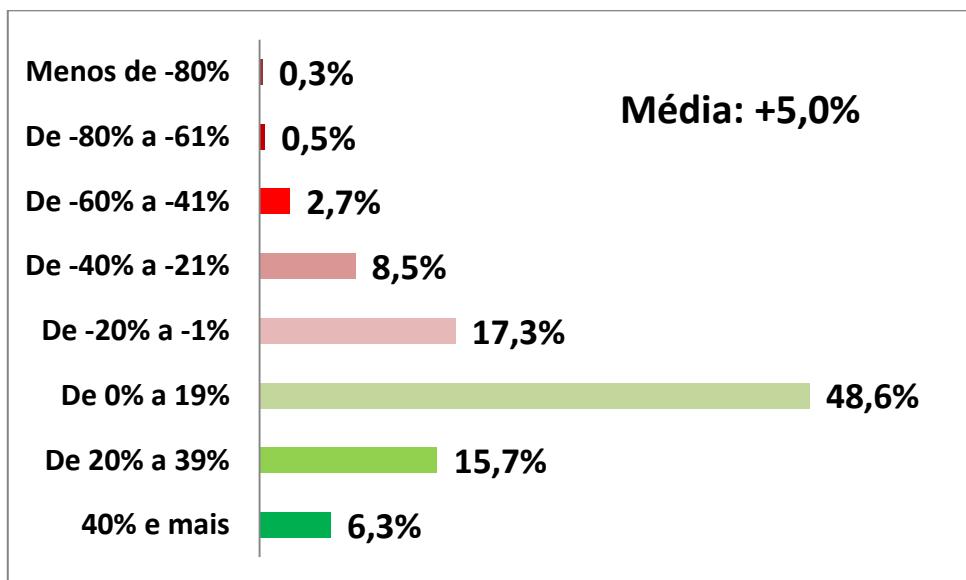
Variação do faturamento em relação ao Dia das Crianças de 2019 (%)



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Já na comparação com a movimentação dos demais meses o faturamento foi 5,0% maior, mostrando que, mesmo com a deterioração das condições em relação ao ano passado, o Dia das Crianças continua sendo uma data muito importante para as vendas e o faturamento das empresas do comércio catarinense, representando um momento de alívio durante crises mais acentuadas.

Variação do faturamento em relação ao faturamento médio dos demais meses (%)

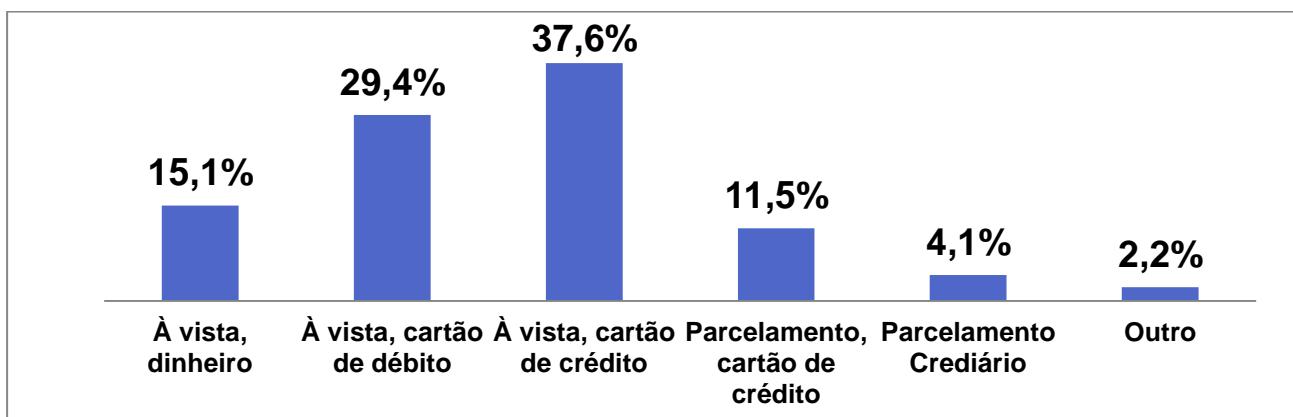


Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia das Crianças 2020

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

No que tange a forma preponderante de pagamento das compras, o pagamento à vista cresceu sua preponderância de 65,3% em 2019 para 82,1% do total de compras em 2020. Houve crescimento nas três formas de pagamento à vista (dinheiro, cartão de débito ou de crédito), sendo que a expansão foi mais concentrada nos cartões, especialmente de crédito. Já na forma de pagamento a prazo houve redução expressiva no seu uso, seguindo a tendência durante a crise de maior cautela em relação ao endividamento.

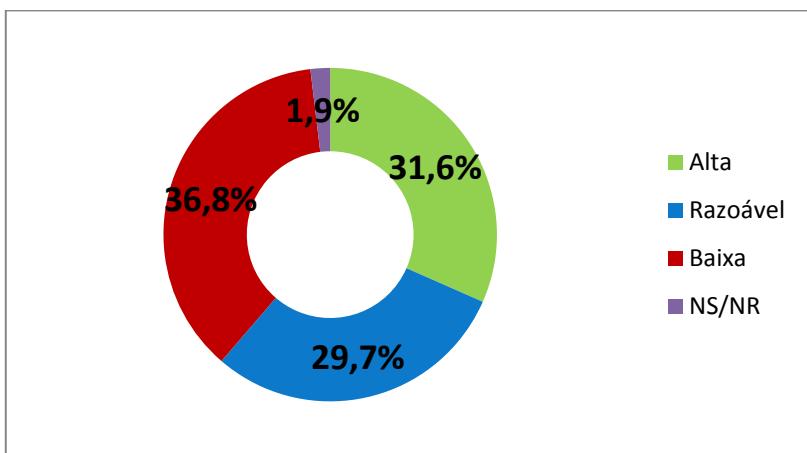
Principais formas de pagamento



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para melhor entender o comportamento do consumidor neste Dia das Crianças, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais. O dado abaixo mostra que foi razoável para 29,7% dos empresários do comércio, proporção bastante inferior à averiguada em 2019, que foi de 41%. Essa redução se reverteu em aumento das empresas que perceberam uma frequência baixa (36,8%, +3,0 p.p.), assim como daquelas que relataram uma alta frequência (31,6%, +5,8 p.p.) de pesquisa de preços, demonstrando o movimento dual de queda da demanda acompanhado por uma maior preocupação com preços devido a restrições orçamentárias.

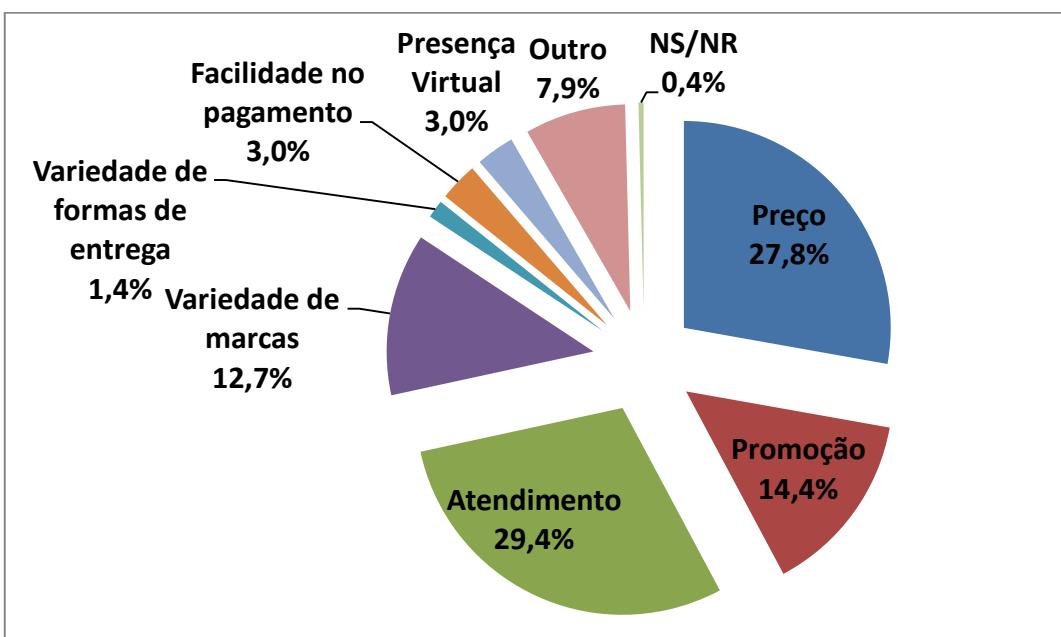
Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Essa dinâmica é confirmada também pela percepção das empresas acerca das ações priorizadas pelos consumidores na data, com 27,8% das citações colocando preço como principal fator, ainda assim o atendimento (29,4%) prevaleceu como aspecto prioritário na visão das empresas, seguida pelas promoções 14,4% - esses três aspectos também constaram como principais ações comerciais determinantes na escolha do estabelecimento na pesquisa de intenção dos consumidores, ainda que o preço tenha se destacado com maior importância para os consumidores (29,0%). A principal disparidade entre as duas pesquisas se refere ao elemento de “variedade de marcas”, que foi significativamente considerado mais importante na visão das empresas (12,7%) do que na intenção dos consumidores (3,1%).

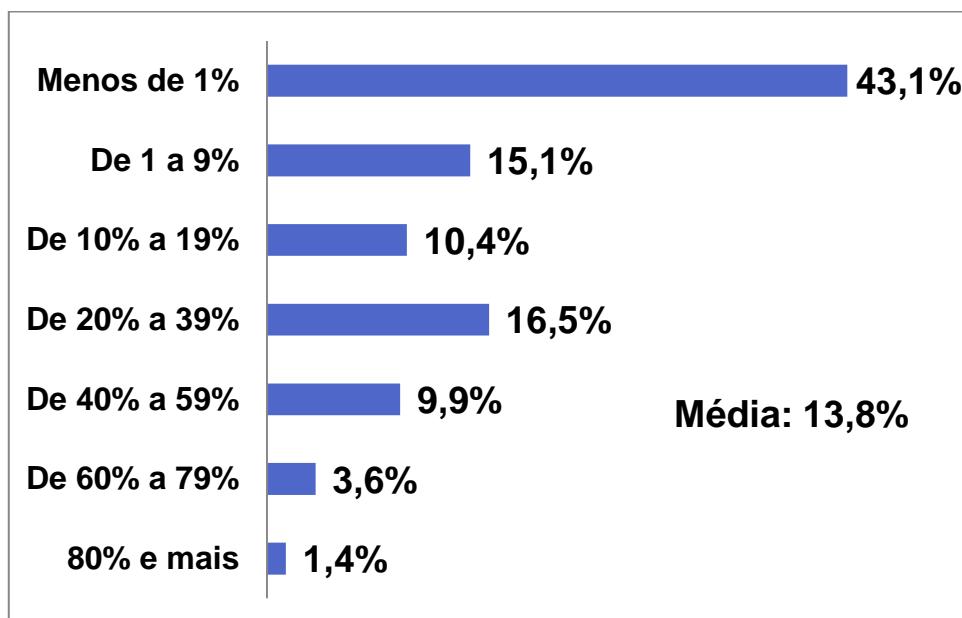
Ação priorizada pelos consumidores segundo Gerentes e Proprietários



Por fim, outro aspecto que tem se destacado desde o início da pandemia se refere aos canais de venda alternativos que utilizam a internet ou telecomunicações para atendimento e venda. Para mensurar a importância e abrangência deste fenômeno, as empresas foram questionadas sobre a participação desse tipo de vendas no total das vendas do período. A média informada foi de 13,8%, coincidentemente próxima às intenções dos consumidores de utilizarem a internet para suas compras (9,8%). Ainda assim, 43,1% das empresas entrevistadas informaram não ter nenhuma participação desse tipo de vendas, enquanto que 31,4% das empresas informaram participações de vendas online e televendas superiores a 20%, o que indica considerável espaço para crescimento desses canais no varejo catarinense durante o próximo ciclo econômico.

As faixas de participação podem ser conferidas no gráfico a seguir:

Participação das vendas online e por telefone no total do período



CONCLUSÃO

A pesquisa da **Fecomércio SC** revelou que no Dia das Crianças de 2020 o *ticket* médio por consumidor reduziu-se em 28,7%. A variação do faturamento das empresas, porém, foi muito mais modesta (-4,4%) na comparação com o Dia das Crianças de 2019, o que indica maior compensação no volume de vendas e uma melhora significativa em relação às datas comemorativas anteriores. Já em relação ao faturamento médio dos demais meses do ano o resultado foi positivo em 5,0%, demonstrando a importância da data para o desempenho do comércio no Estado, mesmo em momentos de crise.

Ademais, a pesquisa constatou que o pagamento à vista foi preponderante, sendo responsável por 82,1% do total das compras, um aumento de 16,8 p.p. Isso confirma a continuidade da cautela em relação ao endividamento observada também nas pesquisas anteriores. Quanto ao reflexo da data no mercado de trabalho, ele observou um movimento contraditório de ligeiro aumento na proporção de empresas que contrataram temporariamente (de 6,5% para 7,1%), ainda que o número médio de trabalhadores temporários tenha se reduzido de 4 para 2,4.

Por fim, constatou-se um movimento de intensificação nas pesquisas de preços realizadas pelos consumidores durante a data, o que confirma a importância desse aspecto, especialmente em momentos de maior incerteza e restrições orçamentárias nas famílias. Ao mesmo tempo, uma proporção maior de empresas informou baixa frequência de pesquisa de preços, refletindo também a redução de demanda e circulação. As vendas pela internet ou telefone representaram em média 13,8% do total de vendas, ainda que 43,1% tenham informado não realizarem vendas por esses canais.