



Resultado de Vendas  
**NATAL 2020**

 **Fecomércio SC**  
Sesc | Senac

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

# **Pesquisa de Resultado de Vendas do Natal 2020**

O perfil do empresário e resultado de vendas para o  
período de Natal em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC  
Janeiro de 2021

## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>2</b>
<b>PERFIL DOS ENTREVISTADOS.....</b>	<b>3</b>
<b>RESULTADO DE VENDAS .....</b>	<b>4</b>
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>10</b>

## **INTRODUÇÃO**

O Natal é a principal data para o varejo no ano. 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 juntamente com os empresários do setor varejista do estado.

A amostra foi de 376 empresas entrevistadas. As perguntas foram realizadas durante os dias 28 de dezembro e 5 de janeiro, divididas entre as cidades de Florianópolis, Chapecó, Joinville, Itajaí, Blumenau, Lages e Criciúma. A amostra foi estratificada por um conjunto de setores 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

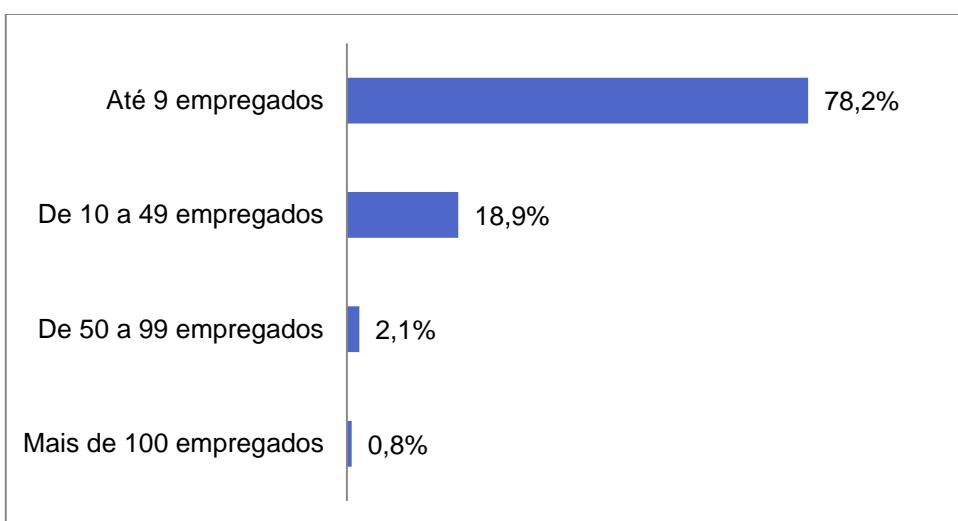
Para começar a análise do resultado de vendas de Natal é necessário saber quais setores do comércio foram entrevistados. Conforme tabela abaixo, ouviu-se majoritariamente os empresários dos ramos de vestuário e calçados (20,20%), seguida pelas Padarias e Especializadas em chocolate e doces (11,5%) e mercados/supermercados e hipermercados (10,9%). O porte dessas empresas é 67,9% composta por até 9 empregados e 2,0% delas têm mais de 100 empregados.

**Segmentos**

Setor	% Amostra
Óticas/jóias e relógios	8,00%
Artigos esportivos e Brinquedos	7,20%
Vestuário/calçados	20,20%
Cama/mesa e banho	4,80%
Informática/Eletrônicos/Celulares	9,80%
Livraria/papelaria	5,90%
Mercados/supermercados e hipermercados	10,90%
Móveis/Decoração	8,00%
Padarias e Especializadas em chocolate e doces	11,70%
Perfumaria/cosméticos	6,90%
Especializada em chocolate	0,30%
Lojas de departamento/magazine e multicoisas	6,40%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

**Porte**

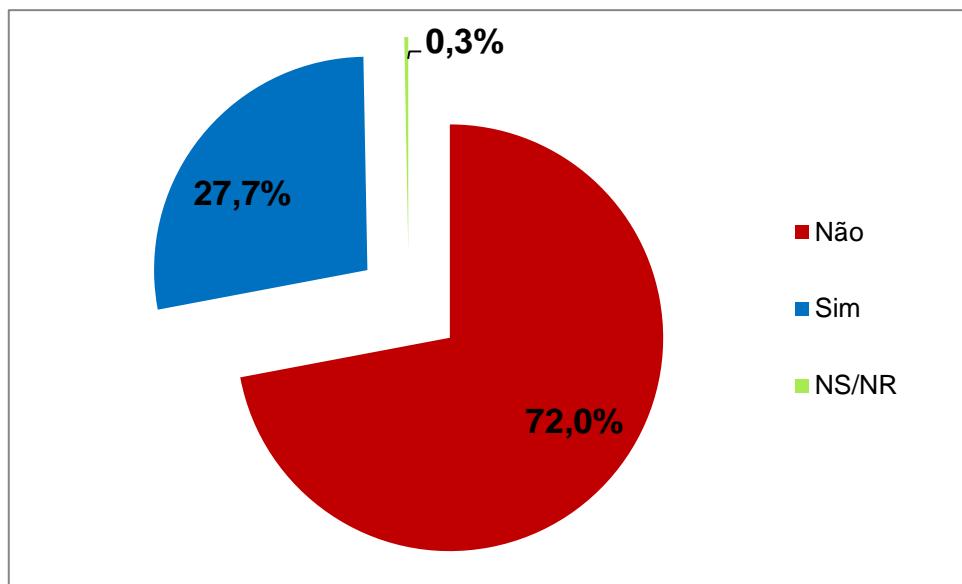


## RESULTADO DE VENDAS

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 ao aumento da demanda do período: 27,7% em todo o estado. Em 2018 o percentual foi de 25,7%. Esta é a data comemorativa na qual as empresas mais contratam.

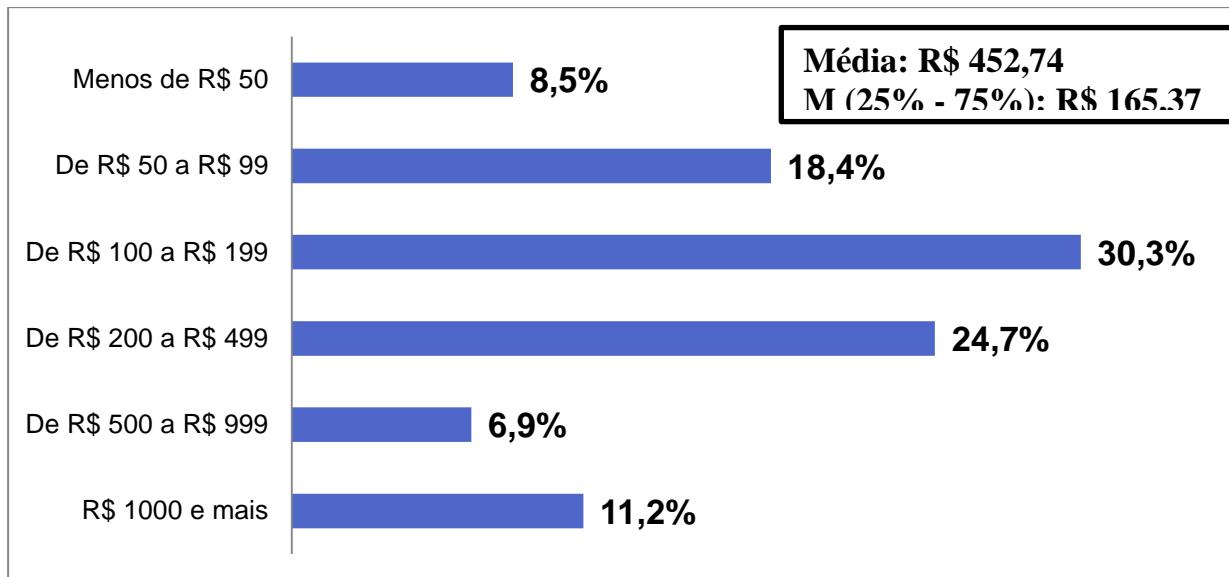
Dentre as empresas que contrataram, a média dos temporários foi de 3,4 para cada empresa. Acima do Natal de 2019, quando chegou a 3,0.

**Contratação de Trabalhadores Temporários**



O ticket médio nominal dos consumidores nas compras de Natal ficou em R\$ 452,74. No Natal de 2019, o ticket médio foi de R\$ 456,79, o que representa uma queda de 0,9%. Percebe-se, porém, que apesar da relativa estabilidade no ticket médio, há diferenças consideráveis em sua distribuição e dinâmica se comparado a 2019. O fato que mais se destaca refere-se a uma maior concentração de respostas abaixo da média em 2020, o que indica que para manter valor próximo ao do ano anterior houve um movimento de compensação relacionado a empresas que tiveram um ticket médio acima da média. Percebe-se que em 2019 75% das empresas havia relatado ticket médio de até R\$500, enquanto em 2020 o valor foi até R\$ 300. Analogamente, ao utilizar a média corrigida, desconsiderando 25% dos tickets mais altos e 25% dos mais baixos, chega-se ao valor de R\$ 165,37 para 2020, enquanto no ano anterior esse mesmo cálculo apresenta o valor de 237,87.

### Ticket médio no Natal de 2020 (R\$)



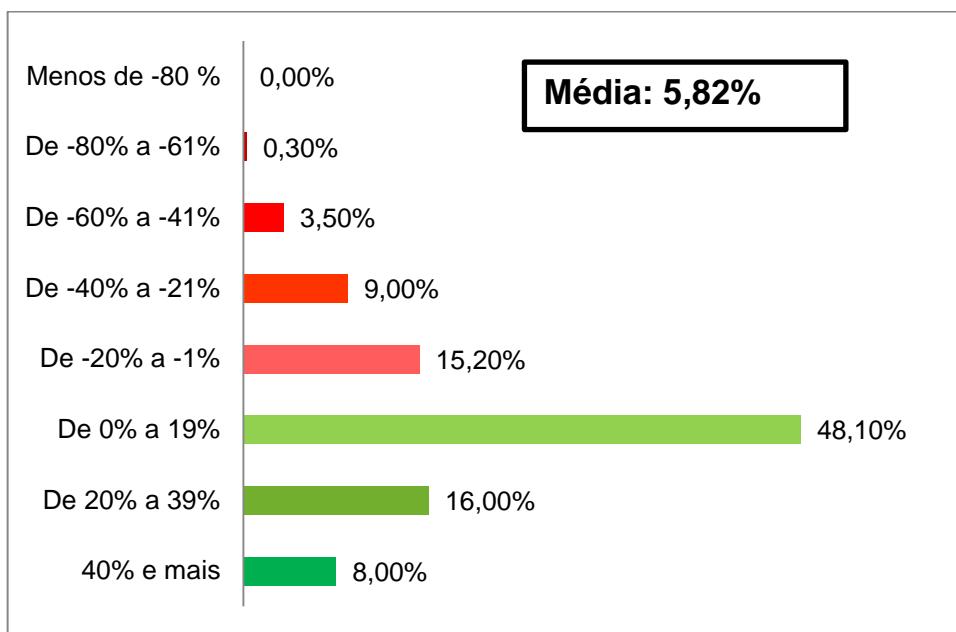
### Ticket médio em anos anteriores (R\$)

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2019	357,63	504,28	322,02	571,32	531,15	465,41	408,13	456,79
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 positiva em 5,82% na média. Tal resultado expressivo e, de certa forma surpreendente (apesar de acompanhar a tendência de retomada no comércio do segundo semestre), também demonstra um efeito de compensação em relação às datas comemorativas anteriores em 2020, quando predominou uma variação negativa. Ao comparar este dado positivo com a queda do ticket médio, infere-se que a melhora do faturamento ocorreu em função de um maior volume de vendas, relacionado a um maior fluxo de consumidores, mas que gastaram individualmente menos do que no ano passado. Ainda assim, cerca de 1 a cada quatro empresas ainda informou uma queda no seu faturamento em relação ao natal anterior.

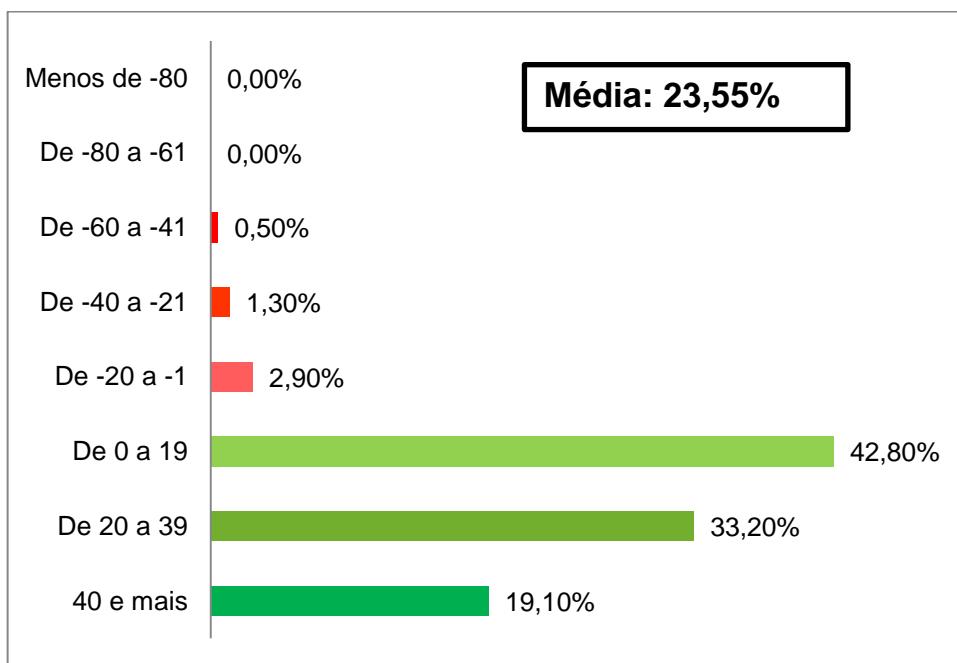
### Variação do Faturamento em relação ao Natal 2019



Fonte: Núcleo de economia e pesquisa Fecomércio SC

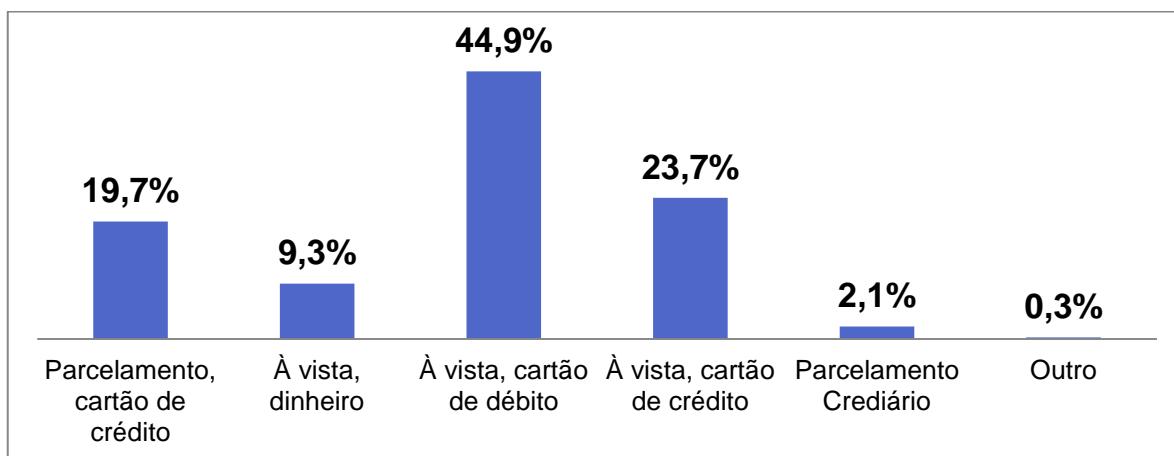
O Natal em 2020, portanto, não apenas continua sendo uma data de extrema importância para o comércio, como também demonstrou-se crucial para a recuperação do comércio no final do ano. Não por acaso o crescimento do faturamento das empresas em relação aos meses de movimentação normal do ano foi de expressivos 23,55%, demonstrando o tamanho do incremento das vendas trazido pela data, conforme pode ser observado nas tabelas abaixo.

### Variação do Faturamento em relação aos demais meses de 2020



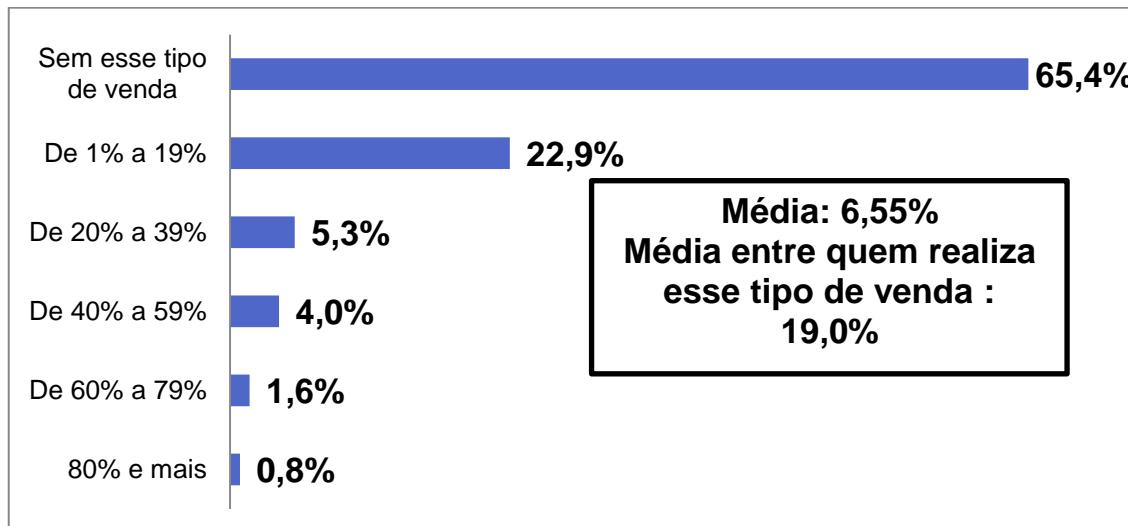
Já em relação a forma de pagamento, seguindo a tendência das datas comemorativas de 2020, houve uma alteração significativa para maior uso de pagamentos à vista (+24,2 p.p.), especialmente através do cartão de débito (+23,3 p.p.). A principal redução foi no uso do parcelamento com cartão de crédito (-19,3 p.p.), porém também houve redução no parcelamento de crediário (-4,3 p.p.), assim como no uso de dinheiro à vista (-2,5 p.p.). Esse resultado vai ao encontro da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência, que indicou uma redução sustentada do endividamento no estado, devido a um movimento precautório e de liquidação, que ainda não retomou seus níveis anteriores relacionados ao consumo. As empresas que informaram ter operado com parcelamento em cartão de crédito como forma de pagamento preponderante também apresentaram um desempenho inferior em seu faturamento na comparação anual.

#### Forma de pagamento preponderante



Além disso, também se avaliou a participação das vendas online e por telefone no faturamento do período. O resultado com uma média de 6,55% no total, se comparado com as datas comemorativas anteriores (Black Friday, Dia das Crianças e Dia dos Pais), foi consideravelmente menor. Ainda assim, considerando apenas as empresas que realizaram esse tipo de venda (cerca de 1/3 das entrevistas), a participação no faturamento esteve próxima das demais datas e representa uma parcela considerável de 19,0%.

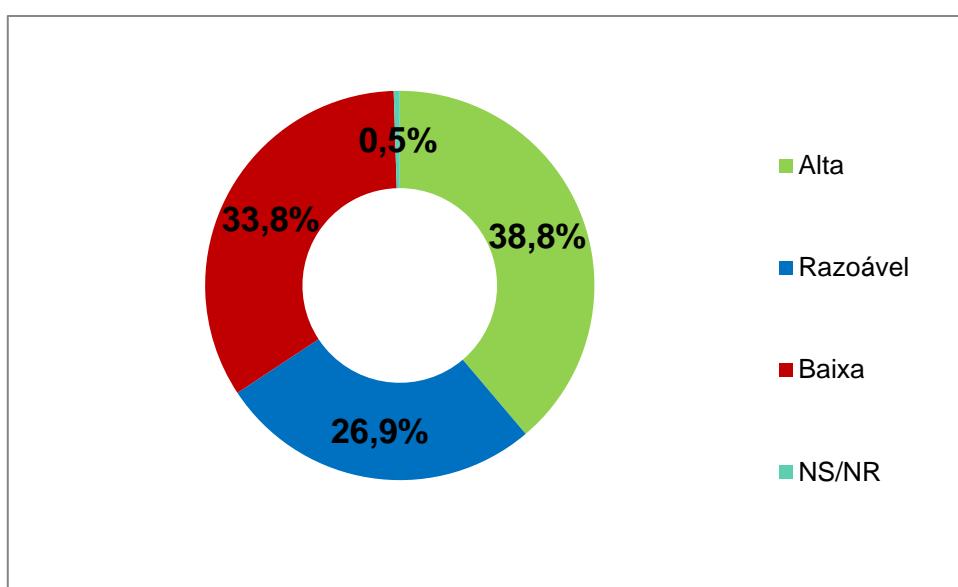
#### Participação das Vendas Online e por Telefone no Natal 2020



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. O resultado é bastante interessante, pois demonstra que houve uma maior movimentação neste Natal do que no anterior, o que reforça a tese de que o resultado positivo no faturamento se deveu ao aumento do volume, além de expressar também uma maior preocupação com o preço por parte dos consumidores.

Os resultados indicam que, de acordo com maioria (38,8%; +8,2 p.p.) dos estabelecimentos comerciais, a pesquisa de preços por parte dos consumidores foi alta. Já para 33,8% (+1,9 p.p.) a frequência de pesquisa de preços foi considerada baixa e para 26,9% (-10,4 p.p.) ela foi razoável. Ainda assim é interessante notar que a frequência informada pelas empresas de clientes realizando pesquisa de preços não necessariamente possui uma relação direta com o desempenho do faturamento, visto que é constatada uma tendência muito significativa para empresas que perceberam uma frequência alta de na verdade terem tido um desempenho abaixo da média, enquanto desempenhos positivos foram observados em maior proporção nas empresas que tiveram uma frequência razoável de clientes, uma frequência baixa foi acompanhada em geral de um desempenho próximo à média.

**Frequência de clientes realizando pesquisa de preços**



## **CONCLUSÃO**

A Pesquisa Resultado de Vendas Natal da Fecomércio para o Natal de 2020, constatou uma melhora no comércio na comparação com os anos anteriores. A variação do faturamento em comparação com o Natal do ano passado foi de 5,82%, o que representa um resultado bastante positivo e um movimento de compensação em relação às datas comemorativas anteriores de 2020, que foram em geral negativamente afetadas pela pandemia e crise econômica. O ticket médio, porém, caiu 0,9% no período, com uma queda maior ao desconsiderar valores discrepantes, muito altos ou muito baixos. Esse contraste indica que o resultado positivo deste Natal esteve relacionado a um maior volume de vendas e fluxo de consumidores.

A data – que é de maneira marcante a de maior movimentação para o comércio – continua sendo de extrema importância para o comerciante e foi crucial para consolidar a recuperação econômica do setor comercial em 2020, trazendo um aumento de 23,55% em média no faturamento das empresas em comparação com os demais meses de movimentação normal. A participação das vendas pela internet e telefone foi proporcionalmente menor do que nas datas comemorativas pesquisadas anteriormente (Black Friday, Dia das Crianças e Dia dos Pais), representando em média apenas 6,55% do faturamento no período, considerando, porém, apenas as empresas que realizam esse tipo de venda a participação sobe para 19,0%.

Adicionalmente, a pesquisa ainda constatou que 27,7% das empresas contrataram trabalhadores temporários no período, sendo que o número médio dos contratados entre essas empresas foi de 3,4, que representam números ligeiramente superiores ao ano passado. E por fim, a maioria dos pagamentos foi realizada à vista no cartão de débito (44,9%) com redução considerável no uso de parcelamento, e a frequência de consumidores que realizou pesquisa de preços foi mais intensa do que no ano passado, apresentando em 2020 um número expressivo de 38,8% de entrevistados que consideraram uma frequência alta de clientes pesquisando preços.