



Resultado de Vendas
DIA DAS MÃES

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

Resultado de Vendas de Dia das Mães 2021

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 2021

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	3
RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS MÃES 2021	4
CONCLUSÃO	9

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.

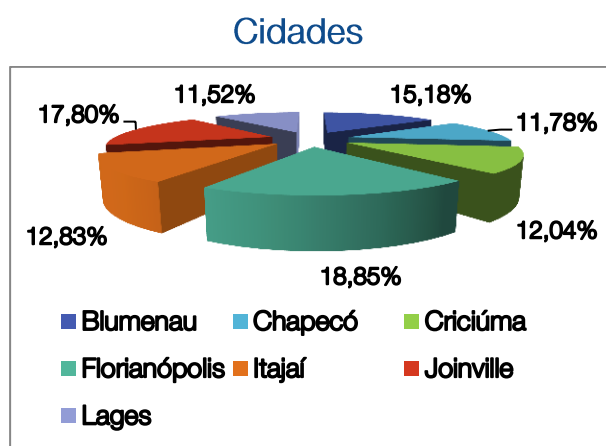
Tendo por base esta constatação, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas de Dia das Mães com 382 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Joinville, Criciúma, Itajaí e Florianópolis e realizada durante os dias 10 e 13 de maio.

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%.

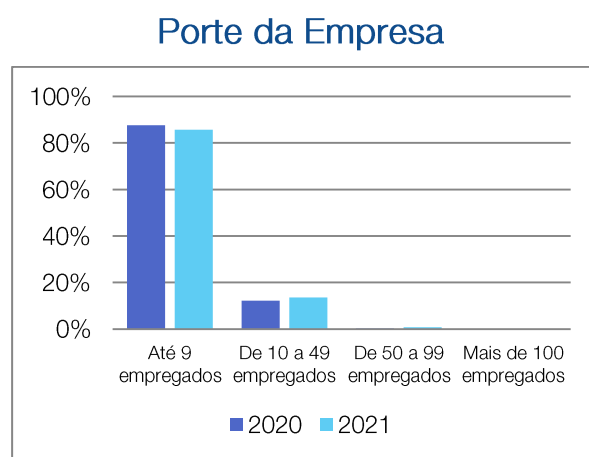
Foram aplicadas 17 perguntas, sendo 12 fechadas e 5 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

A pesquisa de resultado de vendas do Dia das Mães 2021 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:



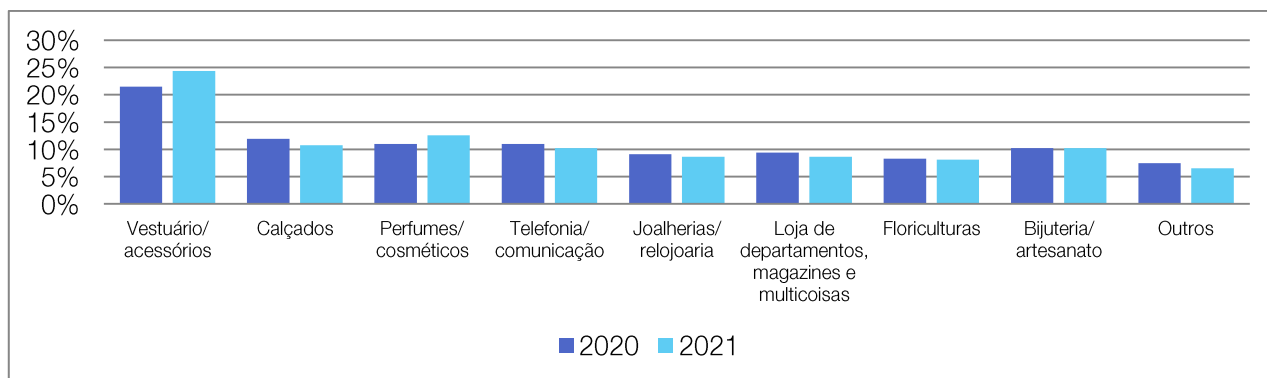
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Assim, de acordo com as tabelas acima, o ramo de vestuários e acessórios foi o segmento mais entrevistado (24,3%). Seguido pelo segmento de perfumes e cosméticos com 12,6%. Na sequência, aparece o segmento de calçados (10,7%) na mesma proporção que o segmento de telefonia e comunicação (10,2%) e Bijuteria/ artesanato (10,2%). Quanto ao porte das empresas entrevistadas, a maioria dela é micro, com até 9 empregados (85,6%), seguida pelas de pequeno porte (13,6%).

Segmentos

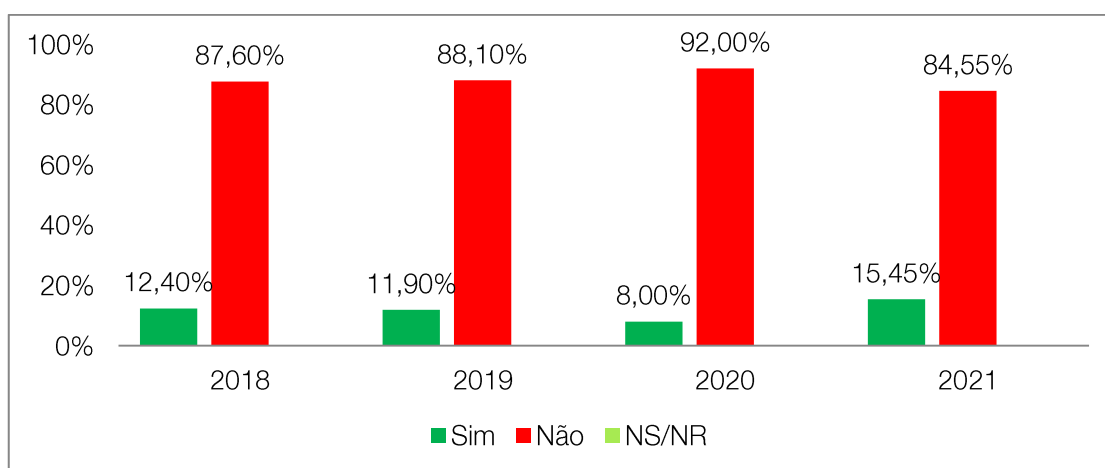


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS MÃES 2021

Em primeiro lugar, foram apurados os impactos do Dia das Mães para o mercado de trabalho. Nota-se reversão no montante de empresas que realizou contratações para atender o aumento da demanda do período comparado ao ano anterior, com acréscimo de 7,45 pontos percentuais (p.p.), passando de 8% para 15,45%. A média de colaboradores admitidos, entre as empresas que contrataram ficou em 2,6 por empresa, seguindo movimento histórico.

Contratou colaboradores temporários para o período?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

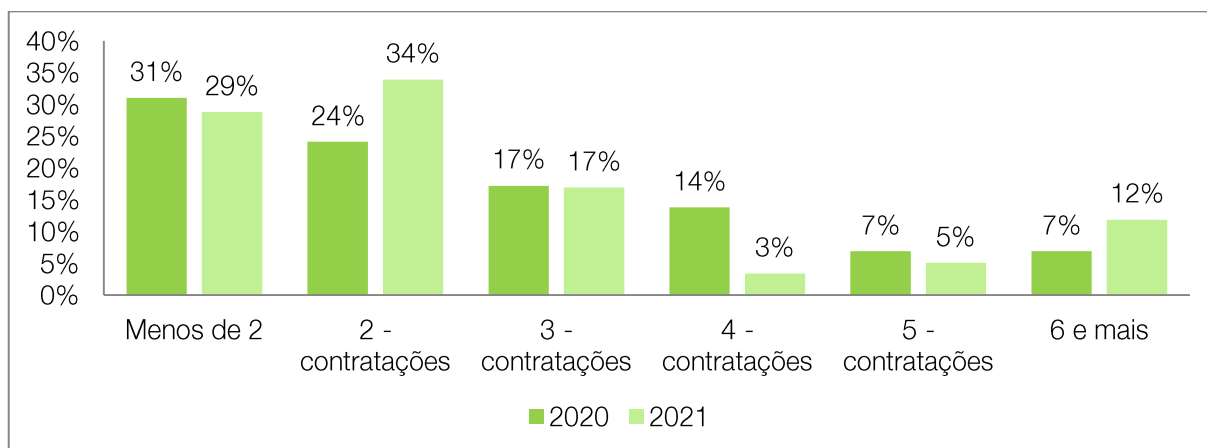
Importante destacar que o mercado de trabalho em Santa Catarina, segundo informações do Novo Caged, encerrou o primeiro trimestre do ano com saldo negativo de 1.666 vagas de trabalho no comércio varejista, portanto, esse aumento constatado na pesquisa pode ser reflexo da reposição do estoque de trabalhadores para atender o aumento da demanda do período. Além disso, a pesquisa de intenção de compras dos consumidores para o dia das mães também apresentava tendência de ampliação na realização das compras, o que foi confirmada nesta pesquisa.

Ainda, esse movimento positivo deve estar relacionado ao cenário das medidas restritivas de prevenção e enfrentamento à COVID-19 no Estado. O ano anterior foi marcado pelo decreto estadual nº 515, de 17 de março de 2020, que instituiu as medidas mais restritivas de isolamento social, especialmente, com o fechamento total das atividades não essenciais no Estado, causando enorme insegurança e incertezas aos consumidores. Nesse ano, as atividades econômicas estão todas regidas com protocolos de segurança, permitindo, assim, maiores condições para os consumidores realizarem suas compras.

Das 58 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. A maioria das empresas fez a contratação de até 2 trabalhadores, tendência equivalente ao do ano anterior.

Distribuição do número de contratações



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Ao analisar a contratação por segmento econômico, percebe-se que o setor de Floriculturas (61,30%) e Calçados (26,80%) tiveram os maiores níveis de contratação nessa data, seguido do setor de Perfumes/cosméticos (16,70%) e Vestuário/acessórios (15,10%). O comércio varejista de artigos de calçados tinha fechado 713 vagas de trabalho no primeiro trimestre, enquanto o setor de vestuários e acessórios registrou perda de 1.565 empregos. Em movimento oposto, o comércio varejista de plantas e flores naturais apresentou a criação de 71 postos de trabalho nos primeiros três meses do ano, resultado compatível com o apresentado na pesquisa.

Contratação no Dia das Mães (R\$) por segmento - 2021

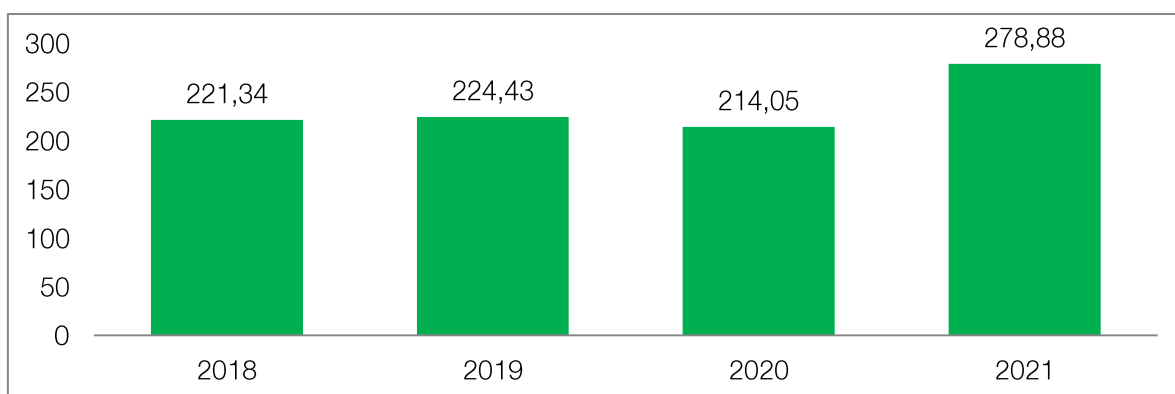
Segmentos	Sim	Não	NS/NR
Bijuteria/ artesanato	5,10%	94,90%	0,00%
Calçados	26,80%	73,20%	0,00%
Floriculturas	61,30%	38,70%	0,00%
Joalherias/ relojoaria	3,00%	97,00%	0,00%
Outros	4,00%	96,00%	0,00%
Perfumes/cosméticos	16,70%	83,30%	0,00%
Telefonia/ comunicação	2,60%	97,40%	0,00%
Vestuário/ acessórios	15,10%	84,90%	0,00%
Loj. de departamentos/ magazines e multicoisas	6,10%	93,90%	0,00%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O ticket médio no Dia das Mães observado pelos empresários situa-se em R\$ 278,88. Este resultado é 30,3% maior que o observado no ano passado, em

termos reais o crescimento foi de 22,0%, considerando a inflação acumulada de 12 meses em 6,7%. Esse resultado positivo pode estar relacionado ao cenário epidemiológico, o isolamento social e os regramentos sanitários das atividades econômicas, construídos durante o ano de 2020, que possibilitam maior segurança para os consumidores e empresários, assim, intensificando a propensão das famílias em ampliar os gastos. Além disso, as medidas econômicas que impulsionam a renda, como o auxílio emergencial de 2021, que teve início de pagamento em abril, após seu encerramento no final de 2020, também pode ter motivado os consumidores a ampliarem seus gastos. Por fim, mesmo que o processo de imunização esteja em ritmo lento, esse fator proporciona aos consumidores expectativas positivas sobre o cenário futuro.

Ticket médio total no Dia das Mães (R\$)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Quanto ao ticket médio conforme o segmento econômico realizado na pesquisa, o destaque em termos absolutos é o setor de Joalherias/ relojoaria com média de R\$ 572,50, enquanto o setor Loja de departamentos, magazines e multicoisas foi o destaque em termos relativos, com acréscimo de 93,54% em relação ao ano anterior. O setor de Telefonia/ comunicação foi o único que apresentou diminuição dentre os segmentos analisados, com queda de 9,91% frente ao ano anterior.

Ticket médio total no Dia das Mães (R\$) por segmento

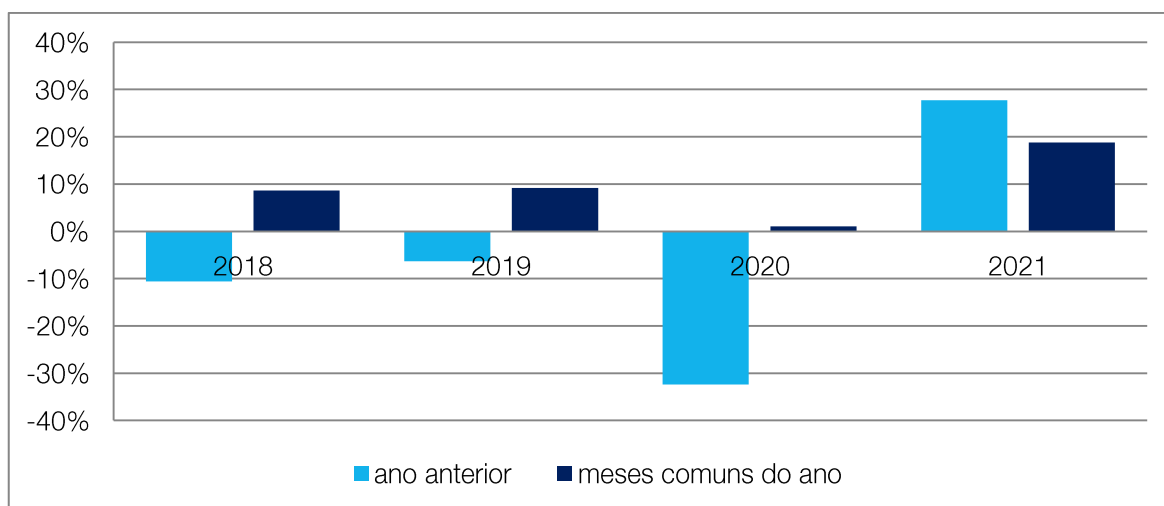
Ticket médio total por Segmentos	2018	2019	2020	2021
Vestuário/ acessórios	252,55	197,79	199,77	266,29
Calçados	172,76	212,00	169,65	219,76
Perfumes/ cosméticos	102,18	127,97	95,13	143,96
Telefonia/ comunicação	476,09	387,60	569,88	513,38
Joalherias/ relojoaria	550,05	350,00	390,91	572,50
Loja de departamentos, magazines e multicoisas	401,79	293,32	197,62	382,48
Floriculturas	70,06	85,44	97,83	101,45
Bijuteria/ artesanato	77,21	171,45	100,30	151,41
Outros	52,67	90,00	64,63	222,20

Fonte: Núcleo de Pesquisas 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 2020 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 aumento de 27,75%, movimento oposto ao do ano anterior que apresentou elevada queda de 32,38%. Esse movimento positivo segue a tendência de valorização do ticket médio e da ampliação no volume de vendas, que pode ser aferido também pela Pesquisa Mensal do Comércio realizada pelo IBGE da competência de março.

Já na comparação com os meses comuns o crescimento da percepção de faturamento foi de 18,81%, indicando que o expressivo movimento comercial que é tipicamente relacionado ao Dia das Mães pode compensar em alguma medida os efeitos da crise e da pandemia.

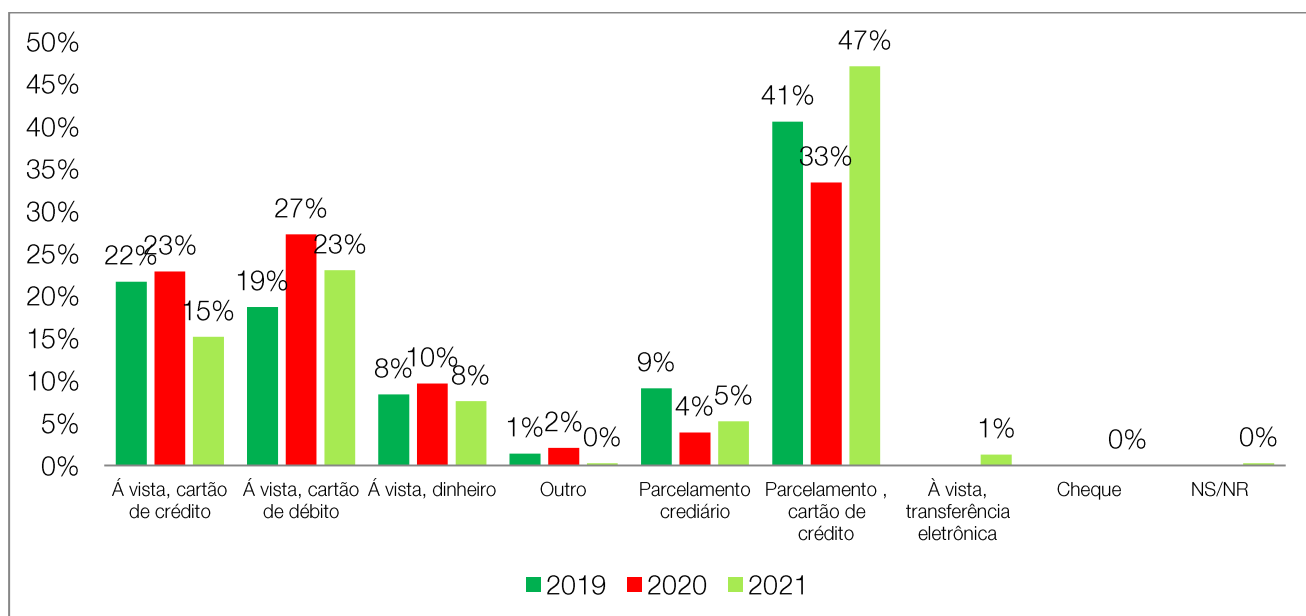
Variação do faturamento (%)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

No que tange a forma de pagamento das compras, o pagamento parcelado no cartão de crédito foi preponderante, sendo responsável por 47,12%, o que representa uma alta significativa em relação aos 33,40% de 2020. Já na forma de pagamento à vista o cartão de débito se destacou mais, sendo responsável por 23,04% das vendas, seguido pelo pagamento à vista no cartão de crédito 15,18%. A utilização de dinheiro teve variação negativa comparada ao ano anterior, ficando em 7,59%. Importante destacar que a forma de pagamento parcelado (52,36%) superou nesse ano o pagamento à vista (47,64%), indicando maior propensão dos consumidores em se endividar, reversão da tendência apresentada no ano anterior.

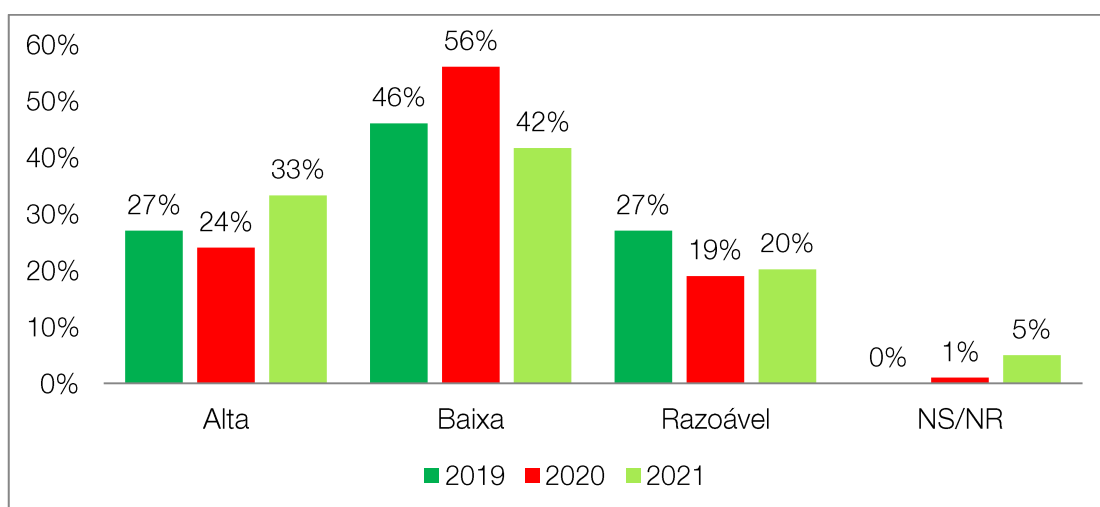
Principais formas de pagamento



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Por fim, e 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, movimento semelhante a dos anos anteriores. Em 2021, para 41,6% dos empresários do comércio a frequência de pesquisas foi baixa (-14,38 p.p. em relação a 2020), enquanto que para 33,25% afirmaram alta frequência. Completa o quadro, os 20,16% que consideraram razoável este comportamento.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A pesquisa da Fecomércio SC revelou que no Dia das Mães de 2021 o ticket médio apurado foi de R\$ 278,88. Este resultado é 30,3% maior que o observado no ano passado, em termos reais o crescimento foi de 22,0%, considerando a inflação acumulada de 12 meses em 6,7%. Movimento semelhante também foi observado na percepção da variação do faturamento em relação ao Dia das Mães de 2020, com aumento de 27,75%, movimento oposto ao do ano anterior que apresentou elevada queda de 32,38%. Portanto, o volume de vendas foi positivo e é um sinal de recuperação, mesmo que gradual, ao comparar com o ano anterior.

Quanto à variação do faturamento em relação aos meses comuns do ano, o crescimento da percepção de faturamento foi de 18,81%, indicando que o expressivo movimento comercial que é tipicamente relacionado ao Dia das Mães pode compensar em alguma medida os efeitos da crise e da pandemia.

Ademais, a pesquisa constatou que o pagamento parcelado (52,36%) superou o pagamento à vista (47,64%), indicando maior propensão dos consumidores a se endividar, reversão da tendência apresentada no ano anterior. Quanto ao reflexo da data no mercado de trabalho, houve ampliação no quadro dos funcionários de 7,45 pontos percentuais, passando de 8% para 15,45% de empresas. O motivo pode estar relacionado a reposição de vagas perdidas no 1º trimestre do ano, bem como cenário das medidas restritivas e de isolamento social desde ano comparada ao ano anterior.

Esses resultados positivos podem estar relacionados ao cenário epidemiológico, o isolamento social e os regramentos sanitários das atividades econômicas, construídos durante o ano de 2020, que possibilitam maior segurança para os consumidores e empresários, assim, intensificando a propensão das famílias em ampliar os gastos. Além disso, as medidas econômicas que impulsionam a renda, como o auxílio emergencial de 2021, que teve início de pagamento em abril, após seu encerramento no final de 2020, também pode ter motivado os consumidores a ampliarem seus gastos. Por fim, mesmo que o processo de imunização esteja em ritmo lento, esse fator proporciona aos consumidores expectativas positivas sobre o cenário futuro.