



Resultado de Vendas de Dia dos Namorados 2021

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

Resultado de Vendas de Dia dos Namorados 2021

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Junho de 2021

SUMÁRIO

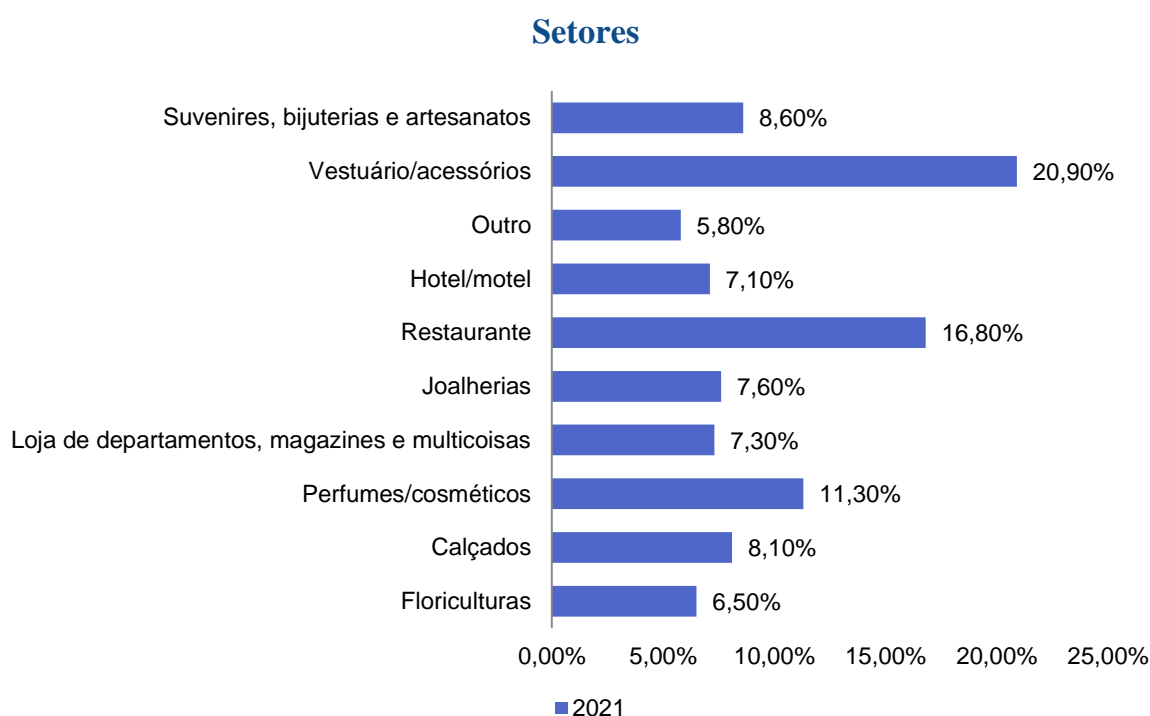
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	2
RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS NAMORADOS 2020	4
CONCLUSÃO	10

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

O Dia dos Namorados é a terceira maior data para o comércio durante o ano, perdendo apenas para o Natal e para o Dia das Mães. Diversos tipos de produtos são vendidos, fazendo a data ser muito relevante para o comércio catarinense, com considerável incremento de vendas.

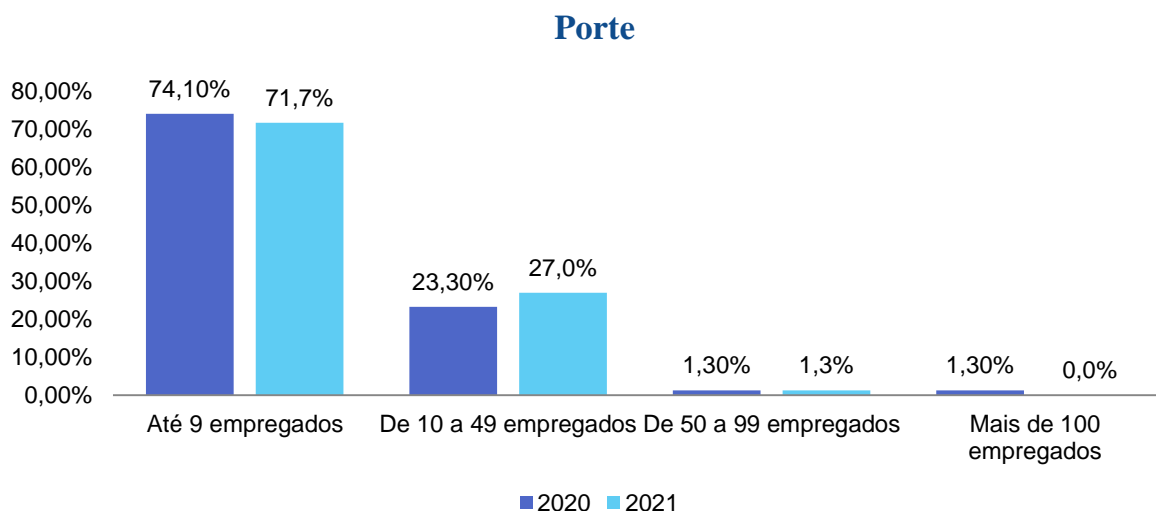
Tendo por base esta constatação, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas de Dia dos Namorados com 382 empresas do comércio de Santa Catarina, distribuídas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Itajaí, Joinville, Criciúma e Florianópolis, entre os dias 13 a 16 de junho. A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem e técnica de coleta de dados por telefone individual com base em questionário estruturado, desenvolvido pelo Núcleo de Pesquisas da Fecomércio SC. O universo foi o de proprietários ou gerentes de estabelecimentos comerciais. Os dados foram processados eletronicamente e receberam tratamento estatístico.

Os segmentos entrevistados e o porte das empresas ouvidas para a pesquisa de Resultado de Vendas – Dia dos Namorados 2021, seguem abaixo:



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio SC | Resultado de Vendas – Dia dos Namorados 2021



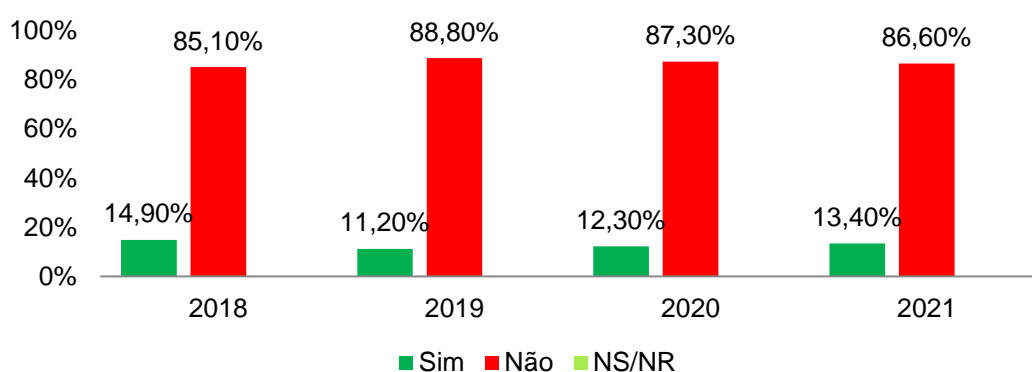
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Assim, de acordo com as tabelas acima, o ramo de vestuários e acessórios foi o segmentos mais entrevistados (20,9%). Seguido pelo setor de restaurante 16,80% e o de perfumes/cosméticos 11,3%. Quanto ao porte das empresas entrevistadas, a maioria dela é micro, com até 9 empregados (71,7%), seguida pelas de pequeno porte (27,0%).

RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS NAMORADOS 2021

Em primeiro lugar, foram apurados os impactos do Dia dos Namorados sobre o mercado de trabalho. Nota-se que houve um aumento no número de empresas que realizou contratações para atender a demanda extra do período: 13,4% - acréscimo de 1,1 ponto percentual (p.p.) frente a 2020.

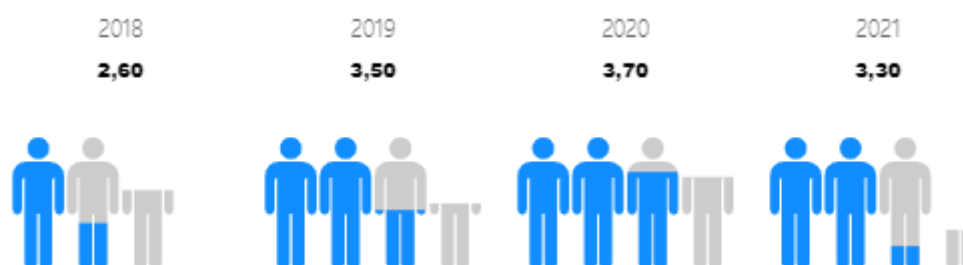
Contratou colaboradores temporários para o período?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Apesar da ampliação no grupo de empresas que realizaram contratações, houve diminuição no volume de trabalhadores contratados comparada ao ano anterior. A média de novos trabalhadores alcançou 3,3 no ano corrente, o resultado foi inferior a 2020 (3,7), da mesma maneira que em relação ao período pré-pandemia (3,5).

Comparativo da Média de Contratações temporárias para o período

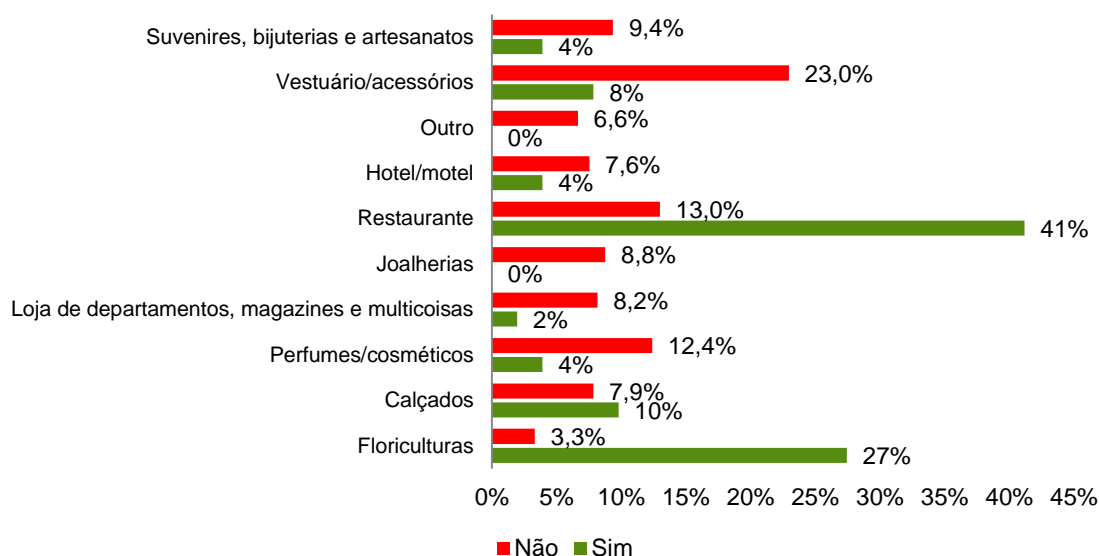


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Esses resultados refletem que a retomada das atividades acontece de forma gradativa, mas ainda as incertezas são grandes e a retorno sustentável depende da ampliação da imunização. Ainda, o movimento positivo não foi linear e diversos segmentos sofrem efeitos negativos, direto e indireto, em virtude da pandemia. Por isso, a

retomada é desigual e diferentes atividades acumulam perda. Dentre os segmentos analisados, os setores de restaurante e floricultura foram os destaques na contratação de novos colaboradores, enquanto o setor de vestuário/acessórios segue movimento inverso.

Contratou colaboradores temporários para o período? – Segmento econômico



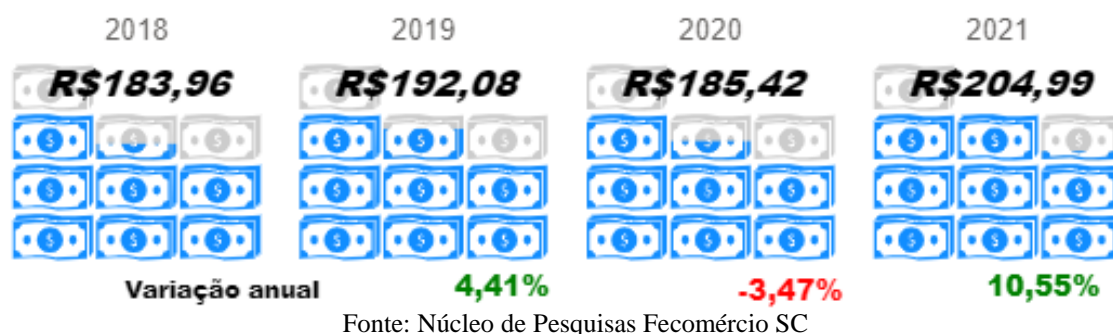
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Reforça a desigualdade da retomada as informações do mercado de trabalho formal, disponíveis no Novo Caged, onde o comércio varejista de plantas e flores naturais recuperou as perdas de emprego e acumula saldo positivo de 101 vagas entre janeiro e abril de 2021. De outro lado, os setores de restaurante e similares e o comércio varejista de artigos de vestuários e acessórios permanecem com perdas de 5.435 e 4.001 no acumulado de 2020 e 2021 (janeiro até abril), respectivamente.

O ticket médio ficou em R\$ 204,99, acréscimo nominal de 10,55% frente ao ano anterior. Esse resultado recupera as perdas ocorridas no ano anterior ao situar-se em patamar superior ao período pré-pandemia, onde o ticket médio apresentado foi de R\$ 192,08 (2019).

Muito embora o valor reflita condições favoráveis da economia, em termos reais, é possível observar o impacto da aceleração dos níveis de preço na diminuição do poder de compra dos consumidores e famílias. Em maio de 2021, a taxa da inflação oficial acelerou na passagem do mês ao subir 0,83%, maior patamar desde 1996 (1,22%) e atingiu 8,08% no acumulado de 12 meses. Assim, o ticket médio de 2021 cresceu 2,3% em termos reais ao comparar a 2020 e obteve queda de 3,06% em relação a 2019.

Evolução do Ticket médio no Dia dos Namorados – Estadual



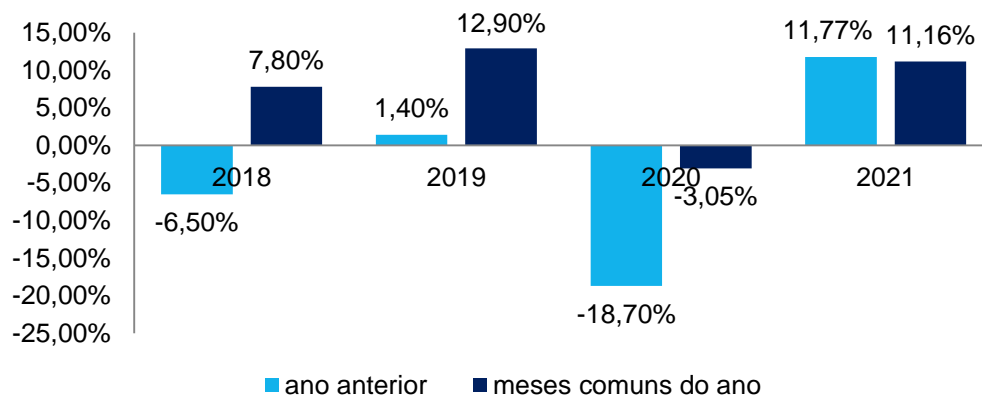
Entre os segmentos econômicos, o destaque em termos absolutos é o setor de Joalherias/ relojoaria com média de R\$ 692,41, seguido pelo setor de Loja de departamentos, magazines e multicoisas com média de R\$ 306,11.

Ticket médio total no Dia dos Namorados por segmento - (R\$)



Além do gasto médio, a Fecomércio SC questionou os empresários sobre a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período de Dia dos Namorados de 2020, quanto aos demais períodos de 2021. Assim, em primeiro lugar, a variação média do faturamento em relação à mesma data do ano passado representou um avanço de 11,77%, movimento oposto frente ao ano anterior, que teve expressiva queda de 18,7%. 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 (PMC) realizada pelo IBGE da competência de abril.

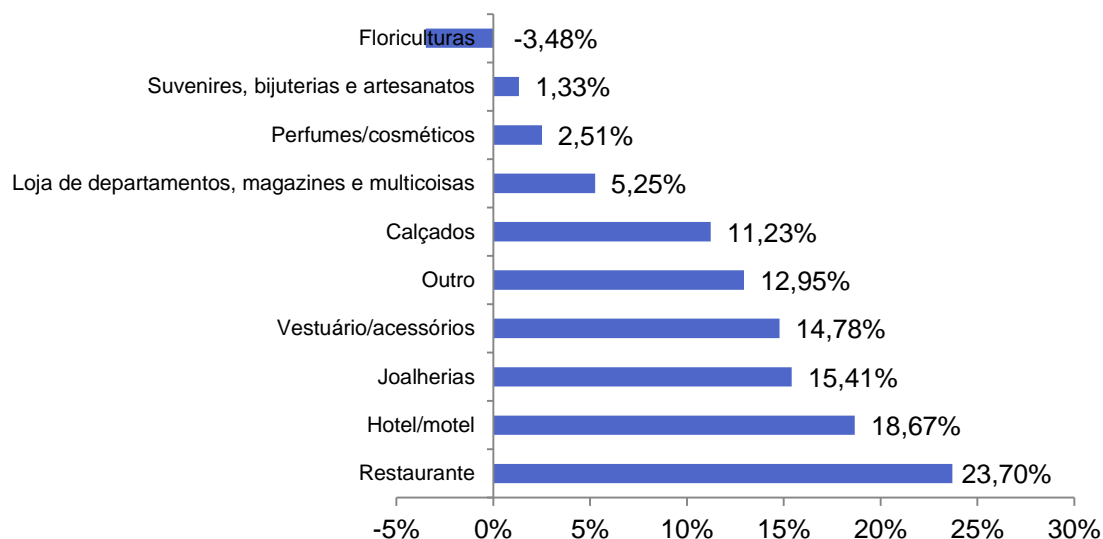
Variação do faturamento em relação ao Dia dos Namorados de 2021 (%)



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Já na comparação com os outros meses de 2021, também houve avanço em igual magnitude, na ordem de 11,06%, demonstrando que a data continua sendo expressiva para as vendas e o faturamento das empresas do comércio catarinense.

Variação anual do faturamento por setor (%) – Comparativo com ao período de Dia dos Namorados de 2020



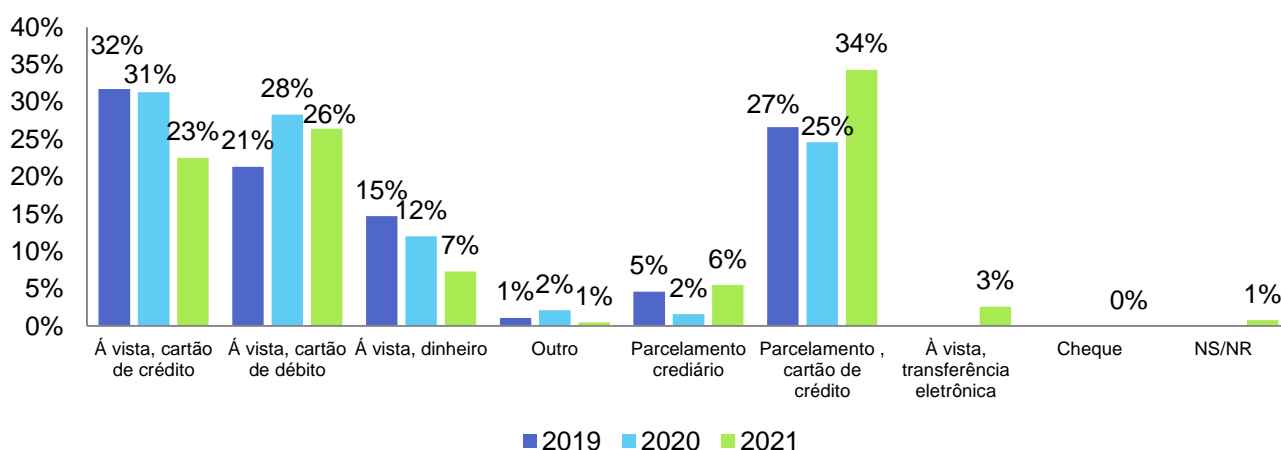
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ainda, é possível observar também a diferença da dinâmica do faturamento no comparativo com o período de Dia dos Namorados de 2020 de acordo com os setores entrevistados. Todos os setores analisados foram impactados positivamente pela data comemorativa, exceto Floriculturas, que apresentou queda de 3,48%. O destaque positivo foi o setor de Restaurantes, que apresentou elevação do faturamento frente ao ano anterior de 23,7%. A ampliação no volume desse segmento tinha sido mostrada na

pesquisa de Intenção de compra dos dias dos namorados, na qual 35,10% dos entrevistados apontaram a pretensão, alta de 22,9 p.p em relação a 2020.

Em relação à forma de pagamento das compras, o pagamento parcelado no cartão de crédito foi preponderante, sendo responsável por 34,30%, o que representa uma alta significativa (+9,7 p.p) em relação aos 24,6% de 2020. Já na forma de pagamento à vista, o cartão de débito se destacou mais, sendo responsável por 26,4% das vendas, seguido pelo pagamento à vista no cartão de crédito 22,5%. A utilização de dinheiro teve variação negativa comparada ao ano anterior, ficando em 7,30%. Importante destacar que a forma de pagamento parcelado (39,8%) cresceu 13,6 p.p em comparação com 2020, indicando maior propensão dos consumidores em se endividar, reversão da tendência apresentada no ano anterior.

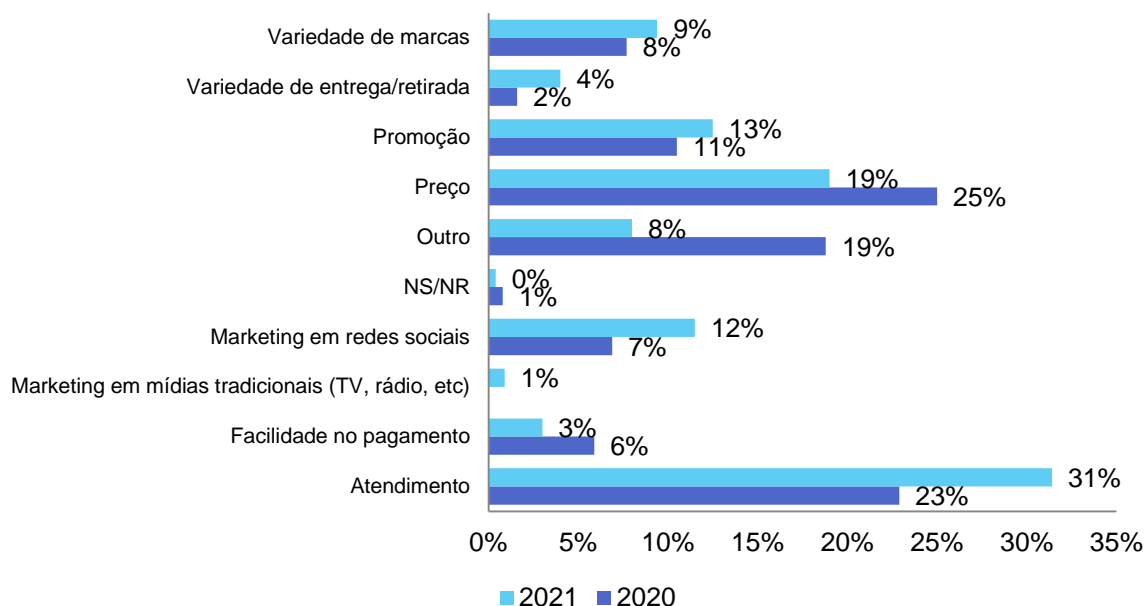
Principais formas de pagamento



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Também foi avaliada a percepção dos empresários sobre as ações comerciais que são priorizadas pelos consumidores para determinar sua compra. O atendimento foi o aspecto mais priorizado, alcançando 31%, entretanto, é importante destacar o fator Preço (19%) e as Promoções (13%) como possíveis alternativas usadas pelos consumidores para minimizar o impacto negativo da inflação sobre a renda.

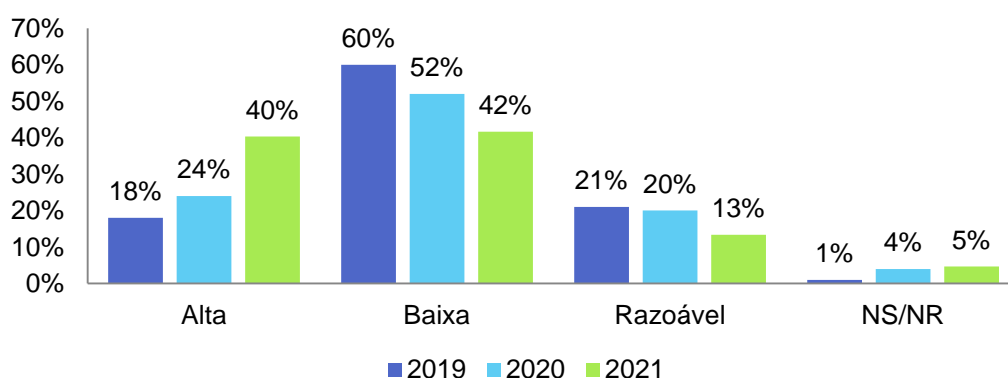
Ação comercial priorizada pelos consumidores na visão dos empresários



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para melhor entender o comportamento do consumidor neste Dia dos Namorados, esta pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais. O dado abaixo mostra a forte ampliação de 16,3 p.p na percepção dos empresários sobre alta a frequência de clientes realizando pesquisa de preço, passando de 24% em 2020 para 40,3% em 2021.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Este resultado representa uma intensificação das pesquisas de preços por parte dos clientes, e reforça a preocupação dos consumidores em relação aos impactos dos níveis de preços.

CONCLUSÃO

A pesquisa da Fecomércio SC revelou que no Dia dos Namorados de 2021 o ticket médio apurado foi de R\$ 204,99. Este resultado é 10,55% maior que o observado no ano passado. Movimento semelhante também foi observado na percepção da variação do faturamento em relação ao ano anterior, com aumento de 11,77%, movimento oposto ao do ano anterior que apresentou queda de 18,7%.

Quanto à variação do faturamento em relação aos meses comuns do ano, o crescimento da percepção de faturamento foi de 11,16%. Além disso, também houve aumento no número de empresas que realizaram contratações para atender a demanda extra do período, passando de 12,3% para 13,4%.

Esses resultados reforçam o sinal de recuperação das atividades econômicas, reflexo da adaptação das atividades econômicas mesmo diante das restrições impostas para a prevenção e enfrentamento à COVID-19 e das medidas econômicas que ajudaram a amortecer os impactos negativos, tais como o auxílio emergencial e do programa de preservação e manutenção de emprego e renda.

De outro lado, a retomada das atividades acontece de forma gradativa, mas ainda as incertezas são grandes e o retorno sustentável depende da ampliação da imunização. Além disso, os efeitos negativos da inflação sobre a renda dos consumidores começam a ficar mais evidente. Ao analisar o ticket médio em termos reais, o valor permanece inferior ao patamar pré-pandemia, queda de 3,06% frente a data comemorativa de 2019 e leva alta de 2,3% em relação a 2020. Ademais, o acréscimo forte na frequência de clientes que realizam a pesquisa de preços e a procura por promoções segundo a percepção dos empresários reforça o impacto da inflação sobre a renda dos consumidores.