



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 2021

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 2021

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	3
RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS PAIS 2021	4
CONCLUSÃO.....	9

INTRODUÇÃO

O Dia dos Pais é uma importante data para o comércio durante o ano, trazendo importante incremento nas vendas de diversos setores.

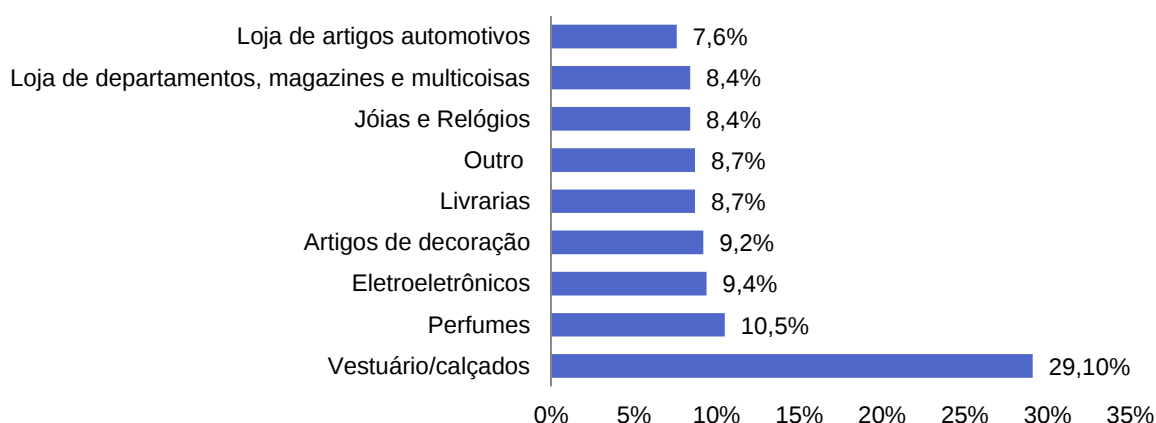
Tendo por base esta constatação, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas de Dia dos Pais com 381 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Itajaí, Joinville, Criciúma e Florianópolis, entre os dias 8 e 11 de agosto. A metodologia aplicada 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 7 fechadas e 5 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

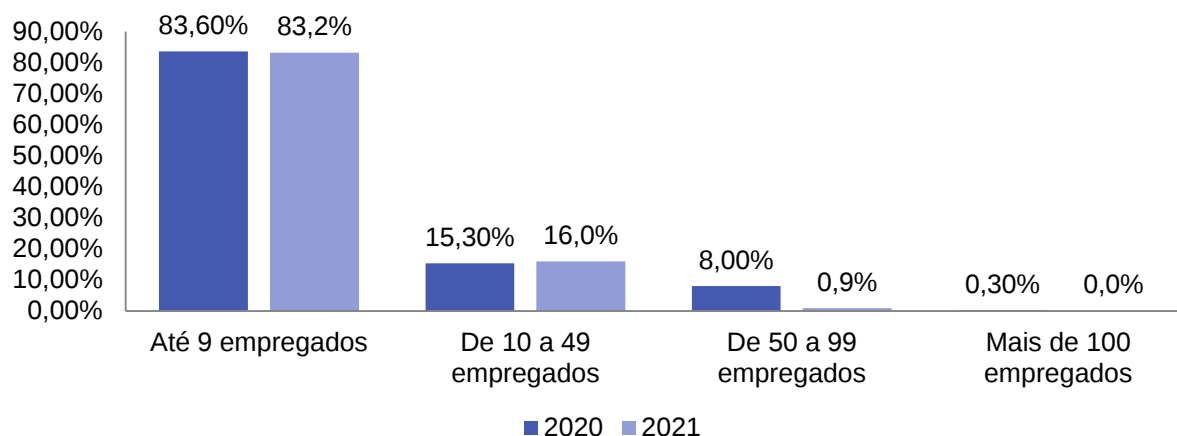
De início a pesquisa de resultado de vendas do Dia dos Pais 2021 examinou o perfil dos entrevistados segundo os ramos de atividades e o porte das empresas.

Setores



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Porte



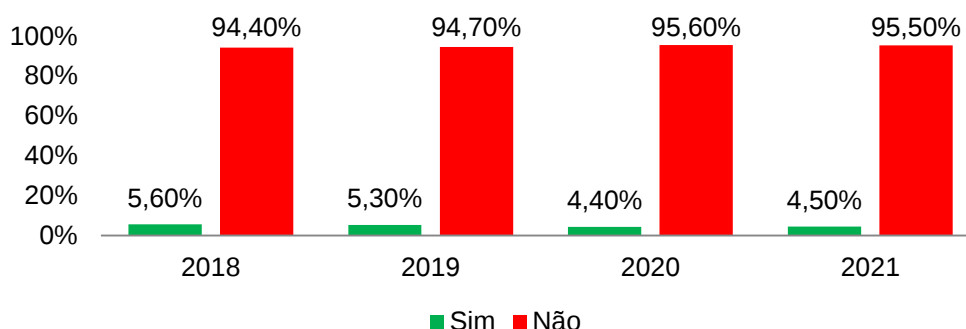
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Assim, o ramo de vestuário e calçados foi o segmento mais entrevistado (29,10%) no estado. Em segundo, aparece às lojas de perfumes (10,5%) seguidas pelos estabelecimentos de Eletroeletrônicos (9,4%) e Artigos de decoração (9,2%). Quanto ao porte das empresas, 83,2% delas têm até 9 empregados (micro empresa) e 16,0% entre 10 e 49 empregados (pequena empresa).

RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS PAIS 2021

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 realizava contratações para atender a demanda do período, especialmente na comparação com outras datas comemorativas (Dia das Mães - 15,45% e Dia dos Namorados -13,40%). Em 2021 esse cenário persiste, já que apenas 4,5% das empresas pesquisadas indicaram que realizaram a contratação extra, resultado é similar ao ano anterior e inferior ao período da pré-pandemia.

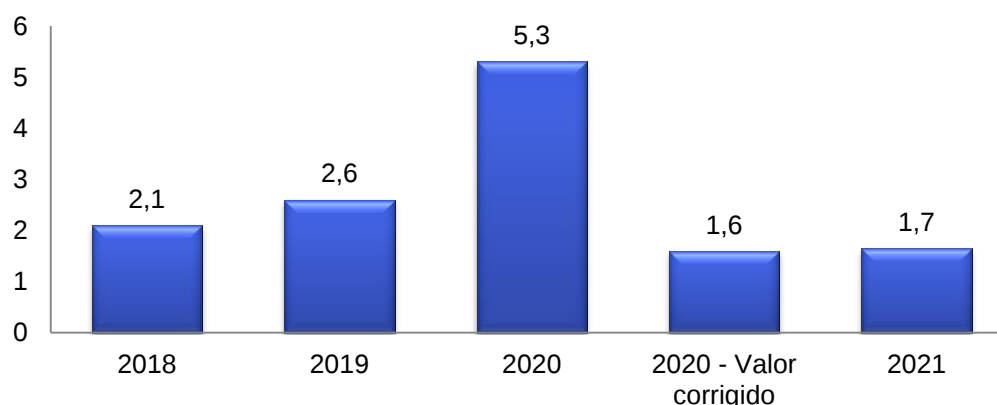
Contratou colaboradores temporários para o período?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Nota-se que o volume de trabalhadores contratados também é equivalente a 2020 na comparação com a média corrigida. A média de novos trabalhadores alcançou 1,7 no ano corrente, o resultado foi inferior aos períodos de 2019 (2,6) e 2018 (2,1). Assim, o resultado mostra maior cautela dos empresários frente às incertezas da retomada consistente da economia.

Comparativo da Média de Contratações temporárias para o período

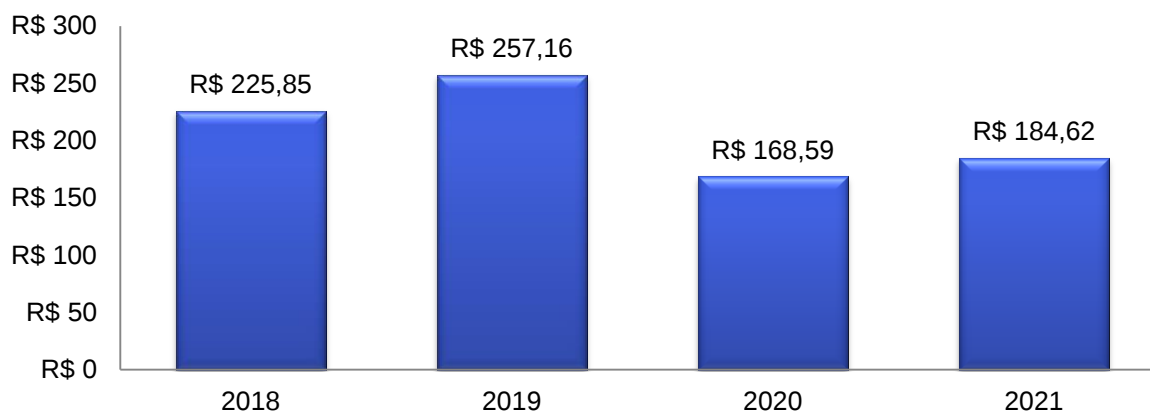


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia dos Pais 2021

O ticket médio ficou em R\$ 184,62, acréscimo nominal de 9,5% frente ao ano anterior. Em termos reais, ao considerar a inflação oficial acumulada de 12 meses (IPCA 8,99%), o crescimento alcança 0,5% frente a 2020. Esse resultado não recupera as perdas ocorridas no ano anterior ao situar-se em patamar inferior ao período pré-pandemia, onde o ticket médio apresentado foi de R\$ 257,19 (2019).

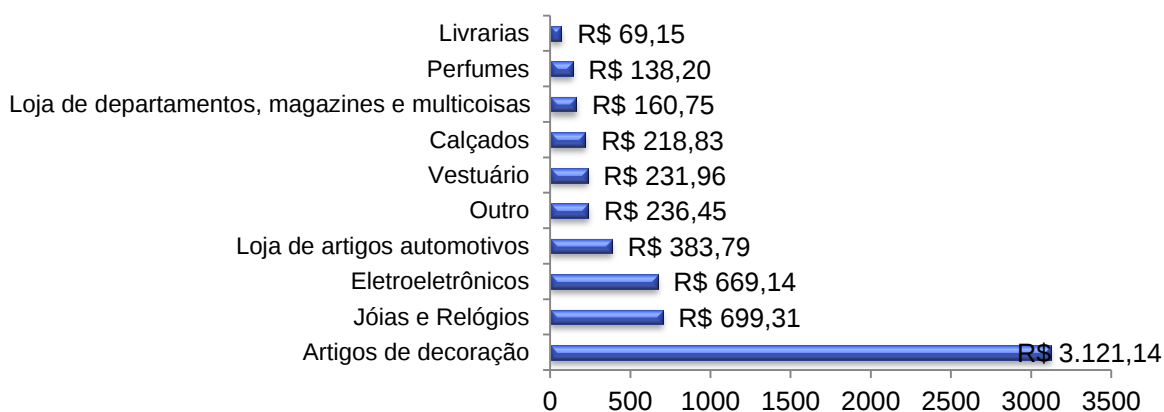
Ticket médio no Dia dos Pais



Fonte: Núcleo de Pesquisas 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. A seguir é detalhada a distribuição desses tickets pelos setores:

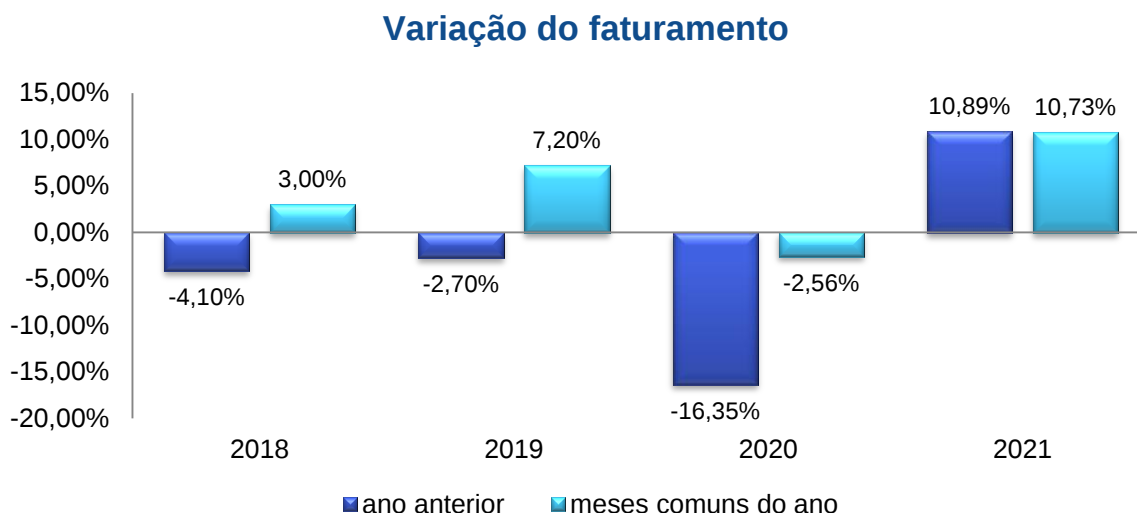
Proporção de Tickets Médios por Setor



Observação: A relação é muito significativa. Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia dos Pais 2021

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 10,89%, movimento oposto frente ao ano anterior, que teve expressiva queda de 16,35%.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Já na comparação com os outros meses de 2021, também houve avanço em igual magnitude, na ordem de 10,73%, demonstrando que a data continua sendo expressiva para as vendas e o faturamento das empresas do comércio catarinense. Importante notar que uma parte desse movimento pode estar relacionada à expansão da inflação durante esse período, posto que o volume de vendas, aferido pela Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) realizada pelo IBGE da competência de junho, apresentou variação negativa de 0,2% frente ao mês anterior.

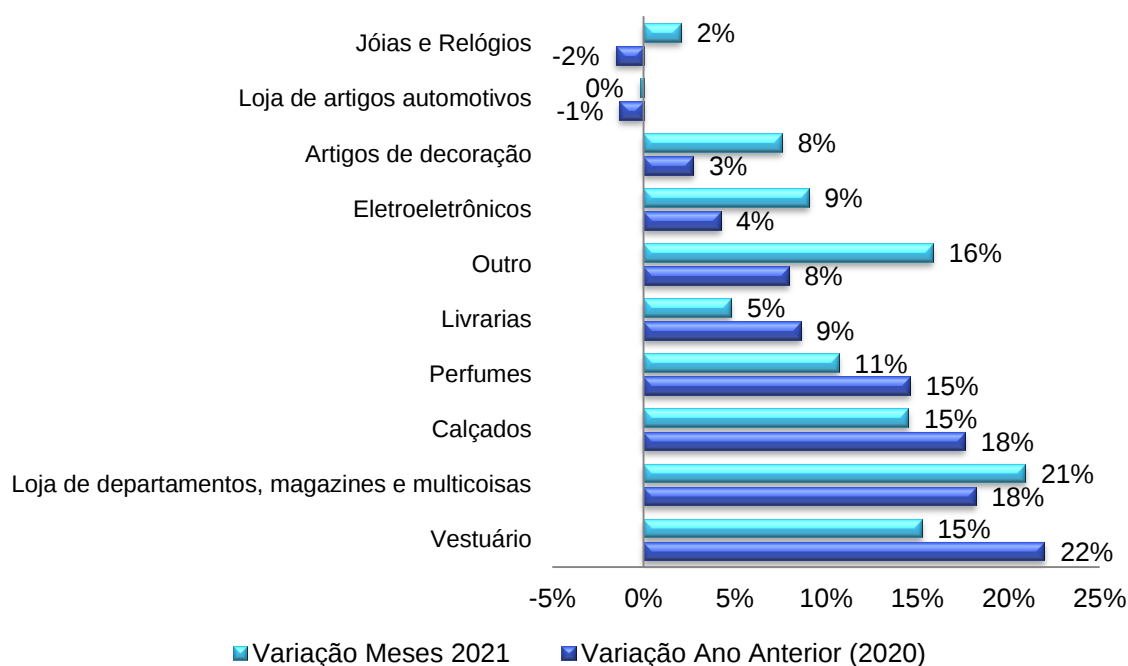
Ainda, é possível observar também a diferença da dinâmica do faturamento no comparativo com o período de Dia dos Pais de 2020 de acordo com os setores entrevistados. Todos os setores analisados foram impactados positivamente pela data comemorativa. Destaque para o setor de vestuários, que apresentou elevação do faturamento frente ao ano anterior de 22%, seguido de calçados e Loja de departamentos, magazines e multicoisas com acréscimo de 18%. Apesar do aspecto da inflação, o setor de Tecidos, Vestuário e Calçados, segundo dados da PMC, apresenta movimento de retomada dos volumes de vendas desde abril do ano corrente, quando reverteu o movimento de perda e acumula alta de 24,10% no ano.

Em contrapartida, o setor Livrarias permanece sendo um dos mais afetados pela pandemia, ainda com o avanço no faturamento nessa data

Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia dos Pais 2021

comemorativa de 9% em relação ao ano anterior e 5% nos meses comuns, acumula queda no volume de vendas de 20,70% no acumulado de 12 meses conforme dados da PMC.

Variação mensal e anual do faturamento por setor (%)

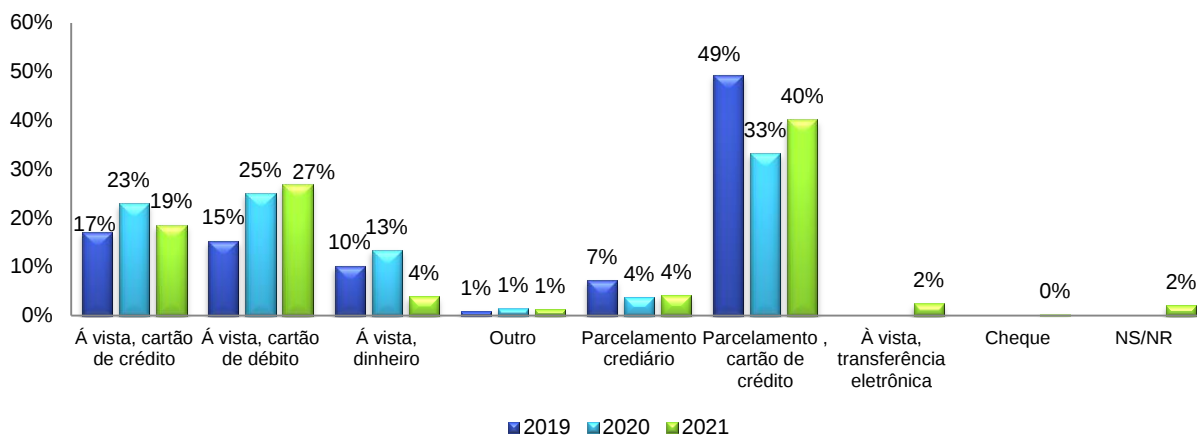


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

No que tange a forma preponderante de pagamento das compras, o pagamento à vista representou 51,90% das compras, dividido nas modalidades de cartão de débito (27%), cartão de crédito (18,6%) e dinheiro (3,9%). Muito embora permaneça sendo a principal forma usada pelos consumidores, a modalidade à vista apresentou redução de 9,60 p.p frente ao ano anterior. Ainda, importante notar que houve acentuado redução no uso do dinheiro, queda de 9,5 p.p e o uso da transferência eletrônica por 2,4% dos consumidores.

Além disso, os anos pré-pandemia apresentaram uma preponderância da modalidade de parcelamento durante a data, condição revertida no ano anterior e que persiste em 2021, mesmo com o acréscimo de 7,3 p.p nesse quesito. Esse movimento de alta é um indicativo da maior propensão dos consumidores em se endividar, reversão da tendência apresentada no ano anterior.

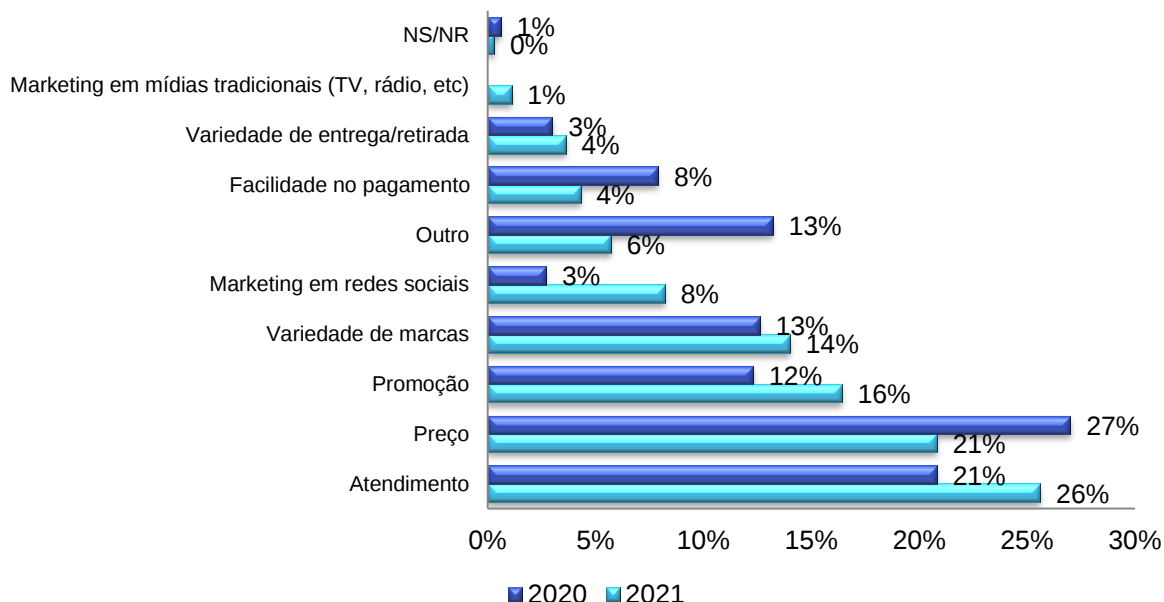
Principais formas de pagamento



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. Na visão dos consumidores (pesquisa de intenção de compras), preço e promoções foram os mais citados neste ano, reflexo da aceleração dos preços e da diminuição do poder de compra dos consumidores. Entretanto, segundo os empresários, o quesito atendimento (26%) ressaltou como principal ação.

Ação comercial priorizada pelos consumidores na visão dos empresários

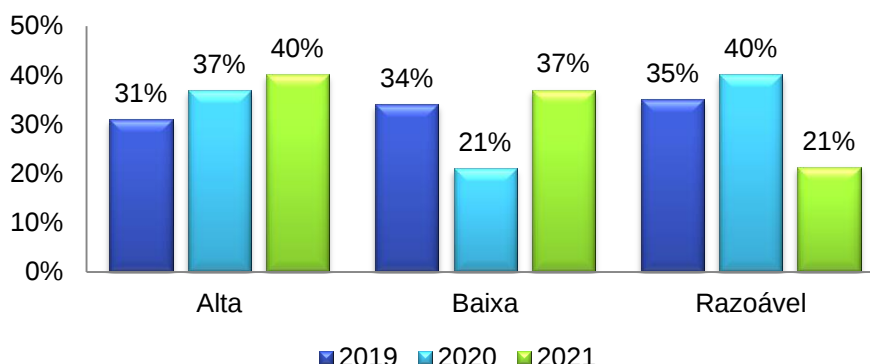


O preço e as promoções, apesar de não ser o preponderante em termos individuais, representaram a segunda e a terceira ação identificada pelos empresários, somando 37,20% do total de observações (considerando que cada entrevistado poderia escolher até três ações). A presença virtual, por fim,

ampliou 5,5 p.p, passando de 2,7% para 8,20% das citações, resultado indica que os empresários podem estar ampliando a presença virtual, sobretudo, para atender a demanda dos consumidores por esse meio.

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.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados mostram o predomínio da percepção dos empresários sobre a alta frequência de clientes realizando pesquisa de preço. 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. De outro lado, a distribuição das frequências diferiu significativamente entre baixa e razoável comparada ao ano anterior, com elevada queda de 18,9 p.p no quesito razoável e alta de 16 p.p na frequência baixa.

CONCLUSÃO

A pesquisa da Fecomércio SC revelou que no Dia dos Pais de 2021 o ticket médio apurado foi de R\$ 184,62. Este resultado é 9,05% 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 10,89%, movimento oposto ao do ano anterior, que apresentou queda de 16,35%. Movimento similar quanto à variação do faturamento em relação aos meses comuns do ano, alta de 11,16%.

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

Por outro lado, sinais de alerta são observados e a retomada das atividades acontece de forma gradativa. No mercado de trabalho, muito embora a data apresente números reduzidos de empresas que realizam contratação em comparação com as datas anteriores (Mães e Namorados), o nível de contratação de 2021 permanece inferior aos períodos da pré-pandemia, assim o resultado indica cautela dos empresários na expansão das contratações.

Ainda, os efeitos negativos da inflação começam a ficarem mais presentes ao analisar o ticket médio em termos reais, o valor permanece inferior ao patamar pré-pandemia, queda de 28% frente a data comemorativa de 2019 e estagnado em relação a 2020. Ademais, a predominar a Alta na frequência de clientes que realizam a pesquisa de preços e a procura por promoções e preços segundo a percepção dos empresários reforça o impacto da inflação sobre a renda dos consumidores.