

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

Resultado de Vendas do Dia das Crianças 2021

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 2021

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	2
RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS CRIANÇAS 2021	3
CONCLUSÃO.....	9

INTRODUÇÃO

O Dia das Crianças é uma importante data em vendas para o comércio durante o ano, trazendo incremento para diversos setores. Assim, tendo por base esta constatação, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas de Dia das Crianças com 380 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Joinville, Criciúma, Itajaí e Florianópolis, entre os dias 13 e 19 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 12 perguntas, sendo 7 fechadas e 5 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

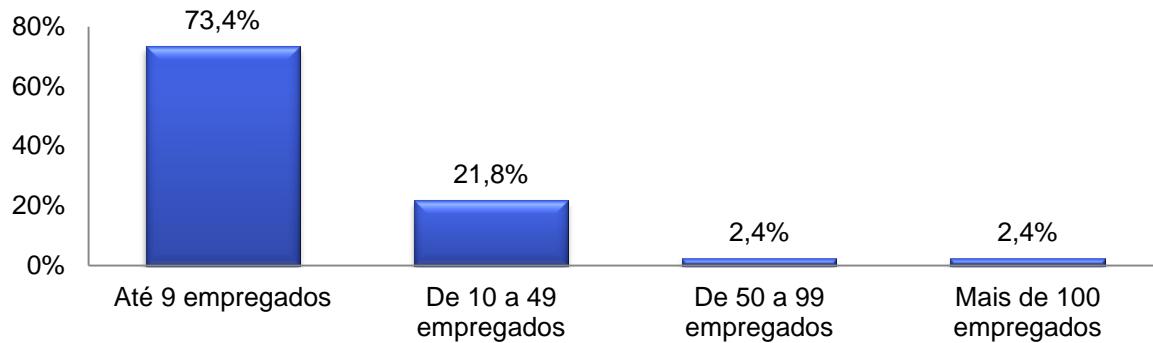
De início a pesquisa de resultado de vendas do Dia das Crianças apurou o perfil dos entrevistados segundo os ramos de atividades e o porte da empresa.

Setores



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Porte



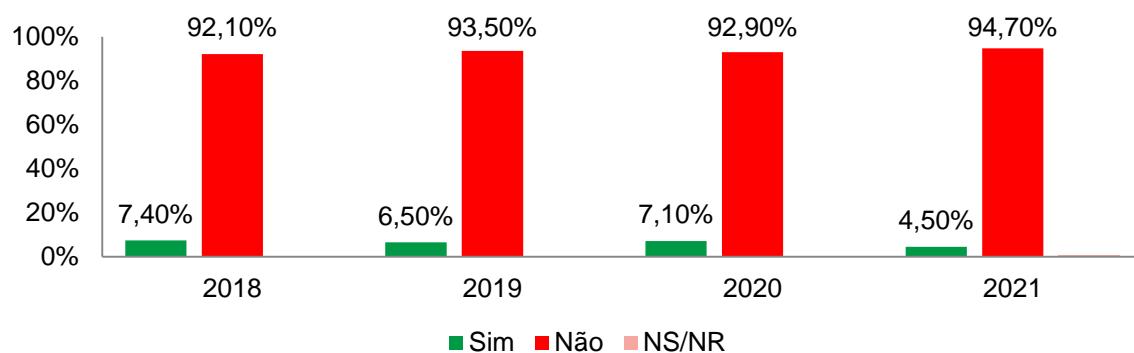
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Assim, o ramo de vestuário (19,5%) e Supermercados e Hipermercados (15,5%) foram os segmentos mais entrevistados no estado. Em seguida, aparecem Magazines e Lojas Departamento (14,5%), seguido pelos Multicoisas (9,5%). Por porte, 73,4% das empresas entrevistadas têm até 9 empregados e 21,8% de 10 a 49 empregados.

RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS CRIANÇAS

Em primeiro lugar, foram apurados os impactos do Dia das Crianças no mercado de trabalho. Nos anos anteriores um número reduzido de empresas realizava contratações para atender a demanda extra do período, sobretudo, na comparação com as datas comemorativas do primeiro semestre do ano (Dia das mães 15,45%; Dia dos Namoradores e Volta às aulas 12,9%). Em 2021, esse cenário persiste, inclusive, houve redução de 2,6 pontos percentuais no percentual de empresas que indicaram que realizaram contratações extras, passando de 7,10% para 4,5% em comparação com 2020.

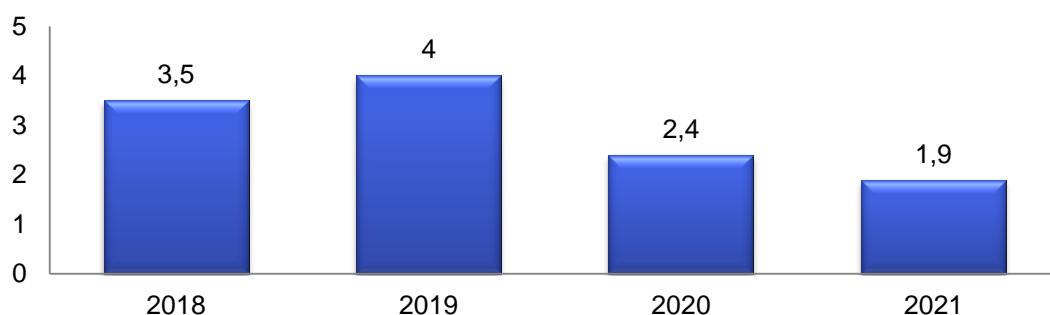
Contratou colaboradores temporários para o período?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Nota-se que o volume de trabalhadores contratados também reduziu frente ao ano anterior e alcançou 1,9 novos empregados na média em 2021. Nesse sentido, percebe-se desaceleração na criação de postos de trabalho na data comemorativa, que pode ser reflexo do aumento das incertezas em relação à manutenção do crescimento econômico e dos impactos da inflação na renda das famílias.

Comparativo da Média de Contratações temporárias para o período



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em relação ao ticket médio, a pesquisa apontou que ficou em R\$ 228,03. Este resultado configura uma alta expressiva de 54,01% quando comparado com o Dia das Crianças de 2020, que foi de R\$ 147,98. Em termos reais, ao considerar a inflação oficial acumulada de 12 meses (IPCA 12,25%, competência de setembro de 2021), o crescimento alcança 39,8%, embora expressivo, permanece inferior ao nível pré-crise (2019) em 3,5%, assim o resultado não foi suficiente para reverter as perdas causadas pelos impactos da pandemia e da inflação.

Ticket médio no Dia das Crianças



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Importante notar que o ticket está em sintonia com a expectativa de gasto médio dos consumidores, apurada em pesquisa realizada pela federação, que indicou R\$ 196,82 para esta data. Portanto, o resultado reflete que as intenções dos consumidores em adquirir os produtos foram concretizadas na prática.

Além do ticket médio, a Fecomércio SC questionou os empresários sobre a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período de Dia das Crianças de 2020, quanto em relação ao faturamento médio dos demais meses. Assim, em primeiro lugar, o faturamento em relação à mesma data do ano anterior apresentou alta de 8,47%, movimento oposto ao ano anterior, que teve uma redução 4,4%. Em relação às datas comemorativas anteriores (Dia dos Pais e Dia dos Namorados) houve desaceleração no faturamento, apesar do movimento positivo. Já na comparação com a movimentação dos demais meses, o faturamento foi 13,04% maior, mostrando que a data continua sendo expressiva para as vendas e faturamento das empresas do comércio catarinenses.

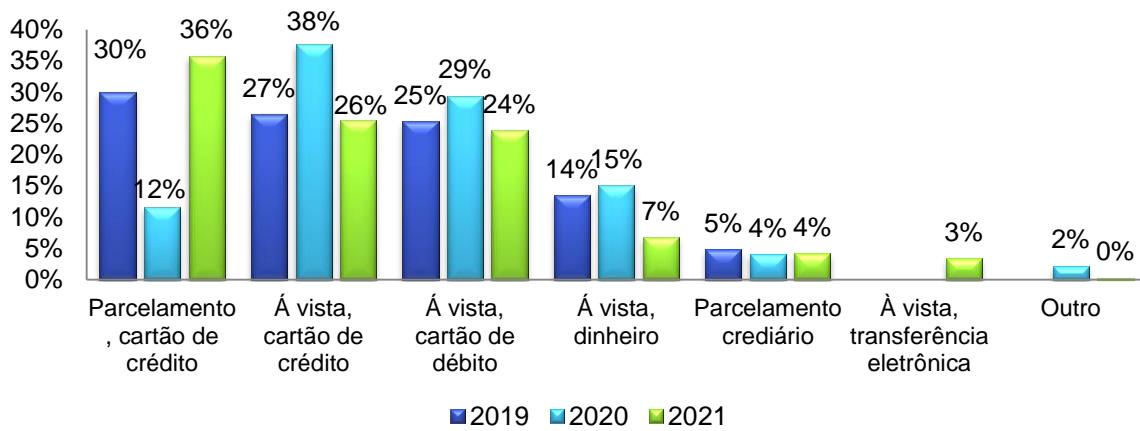
Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia das Crianças 2021



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O pagamento à vista permaneceu liderando, mas reduziu drasticamente comparado ao ano anterior, passando de 82,1% para 59,60%. Houve queda nas três formas de pagamento à vista (dinheiro, cartão de débito ou de crédito), sendo que a redução foi mais concentrada nos cartões, especialmente de crédito. Por outro lado, ganhou força o pagamento parcelado (cartão de crédito + crediário), que saltou de 15,6% para 40,0% neste ano. A principal compra parcelada está relacionada ao cartão de crédito, variação positiva de 24,3 p.p frente a 2020.

Principais formas de pagamento



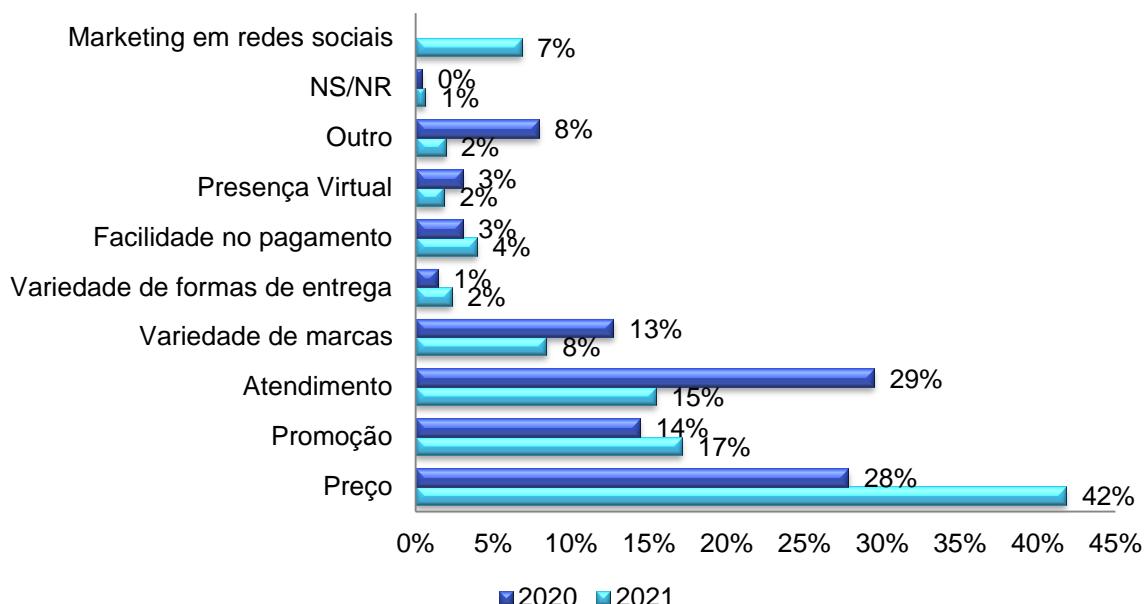
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A alta nas compras parceladas é um sinal de que os consumidores podem estar mais seguros quanto às condições econômicas do país e em situação financeira melhor, conforme apontou a pesquisa de intenção de compras. Além disso, a taxa de endividamento das famílias catarinenses atingiu a mínima

histórica no mês de agosto, ao situar-se em 36,5%, o que por consequência abre oportunidade para a ampliação do consumo por meio de compras a prazo.

As empresas também foram questionadas sobre as ações comerciais que em sua visão são as mais determinantes para os consumidores. Na visão dos consumidores (pesquisa intenção de compras), preço e promoções foram as mais citadas neste ano, reflexo da aceleração dos níveis de preços e da diminuição do poder de compra dos consumidores. Do lado dos empresários, o resultado é equivalente, já que apresentou 58,90% das citações para preços e promoções. Nota-se, inclusive, forte elevação no quesito preço, que saltou de 28% para 42% em 2021, do lado oposto, houve redução para o requisito atendimento de 14,04 p.p.

Ação comercial priorizada pelos consumidores na visão dos empresários



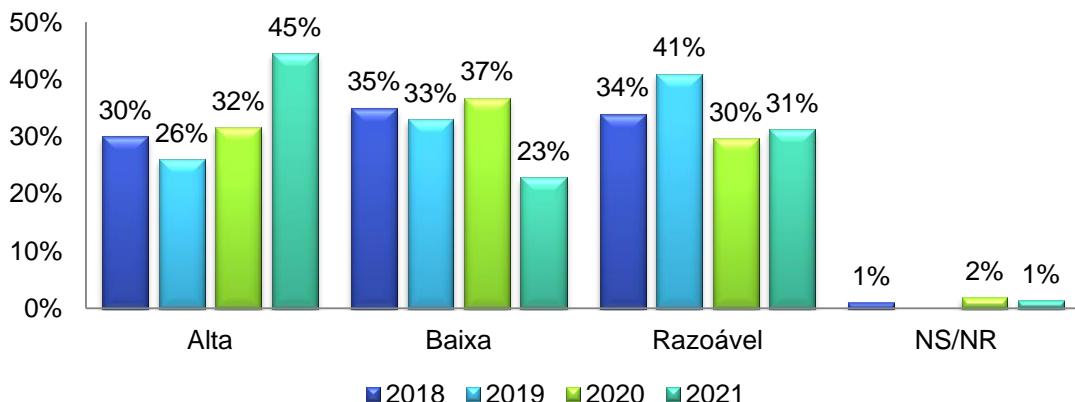
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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. Os dados reforçam a preocupação quanto a redução do poder de compra em virtude da aceleração dos preços e a busca por alternativas para diminuir esse impacto. Assim, 44,5% dos empresários citaram a alta frequência de clientes realizando pesquisa de preço, crescimento de 12,9 p.p diante do ano anterior (31,6%). Ainda, ao comparar as datas comemorativas desde ano, percebe tendência de crescimento dos consumidores em busca de preços e que o resultado da data das crianças foi o maior do ano (30,03% na Páscoa, de 34,99% no Dia das Mães, 42,29% dia dos Namorados).

Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia das Crianças 2021

Esse resultado chega no momento em que a pressão dos preços é disseminada entre os produtos e que não apresenta sinais de desaceleração, ao avançar 1,27% em setembro, após alta no mês anterior de 0,87%. Esse resultado é o maior patamar em igual período desde o lançamento do Plano Real em 1994, quando chegou a 1,53% naquele ano.

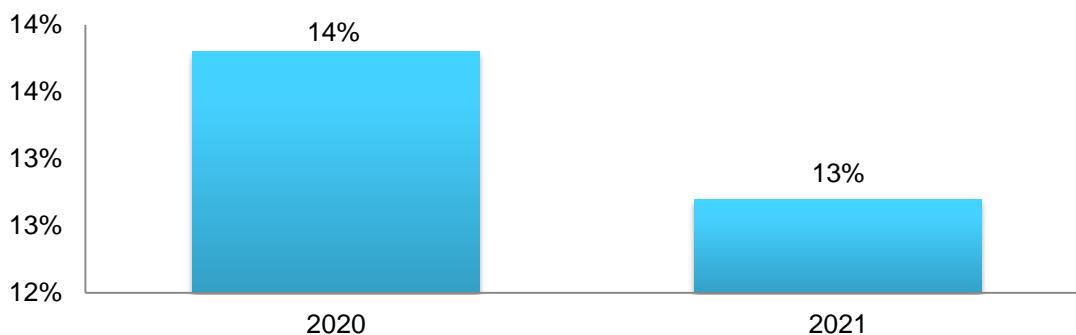
Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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.

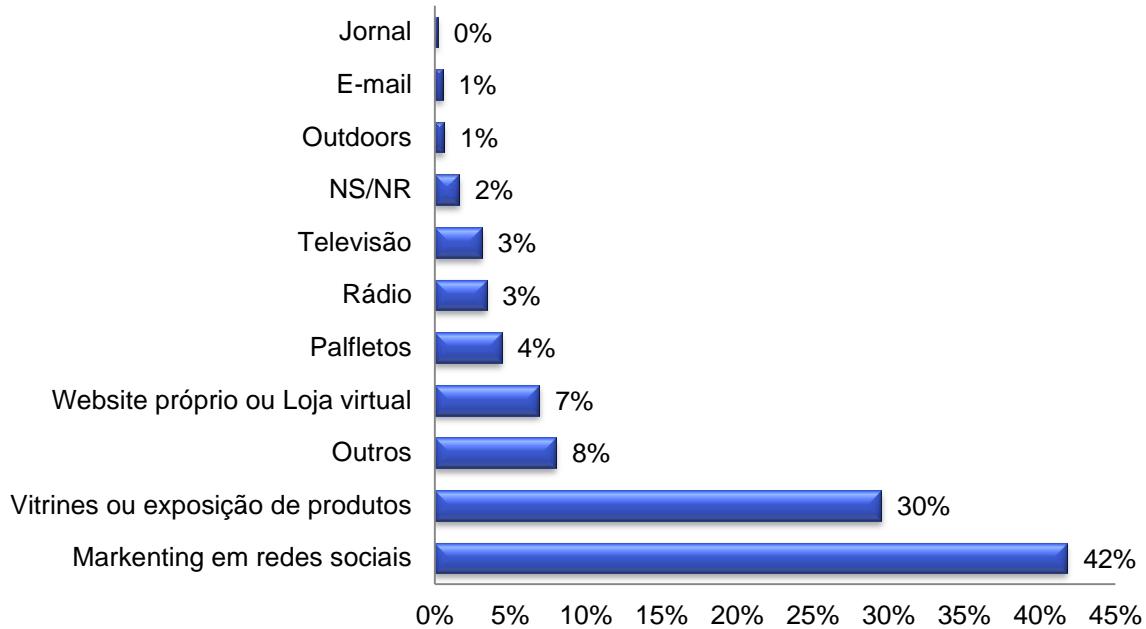
Participação das vendas online e por telefone no período



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Nesta data, a média informada foi de 12,7%, coincidentemente próxima às intenções dos consumidores de utilizarem a internet para suas compras (12,1%). Assim, o resultado mostra o rápido crescimento deste local e canal de vendas, que tem se mostrado um diferencial durante o período mais crítico da pandemia.

Meios de divulgação/atração de consumidores mais utilizados



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Por fim, foram apurados quais os principais meios de divulgação/atração usados pelos empresários para atrair os consumidores. A forma preponderante apontada na pesquisa foi o Marketing em redes sociais, atingindo 41,8% dos empresários entrevistados, superior em 12,3 p.p a tradicional exposição em vitrines de produtos (29,5%).

CONCLUSÃO

A pesquisa da Fecomércio SC revelou que o Dia das Crianças de 2021 apresentou resultados positivos no comércio catarinense quanto à variação de faturamento. Na percepção da variação do faturamento em relação ao ano anterior, houve aumento de 8,47%, movimento oposto ao do ano anterior, que teve queda de 4,4%. Movimento similar quanto à variação do faturamento em relação aos meses comuns do ano, alta de 13,04%.

Esses resultados reforçam o sinal de recuperação das atividades econômicas, reflexo da adaptação das atividades econômicas e do avanço da imunização, que amplia a confiança dos consumidores. Nesse quesito, observa-se que os consumidores optaram por ampliar as compras parceladas diante do ano anterior em 24,3 p.p. Assim, a alta nas compras por meio do parcelamento é um indicativo de que os consumidores podem estar mais seguros quanto às condições econômicas do país e em situação financeira melhor, conforme apontou a pesquisa de intenção de compras.

Quanto ao mercado de trabalho, a pesquisa aponta sinais de alerta, pois houve redução na taxa de contratação extra para o período, inclusive, o resultado é inferior ao ano de 2018. Portanto, a desaceleração nas contratações indica cautela dos empresários quanto às incertezas da manutenção do crescimento das atividades econômicas mesmo diante do avanço da imunização e da reabertura das atividades econômicas.

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 3,35% frente a data comemorativa de 2019. Já ao comparar 2020, devido à base deprimida pelos efeitos da pandemia, houve alta de 39,8% em termos reais. A percepção dos empresários também reforça o impacto da inflação sobre a renda dos consumidores, já que 45% deles apontaram que a frequência de cliente realizando pesquisa de preço foi grande/alta e que os preços e promoções foram mais priorizados pelos consumidores nesta data.