



Resultado de Vendas Natal 2021

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

Resultado de Vendas Natal 2021

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Janeiro de 2022

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	3
RESULTADO DE VENDAS DE NATAL 2021	4
CONCLUSÃO.....	10

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 com os empresários do setor varejista no estado.

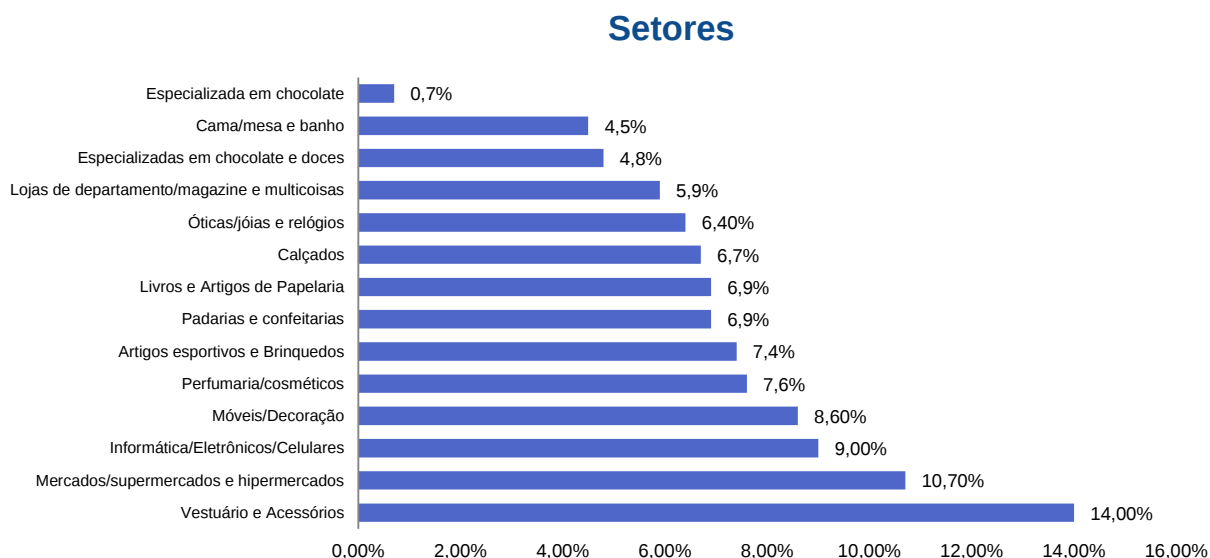
A amostra foi de 421 empresas entrevistadas. As perguntas foram realizadas durante os dias 26 de dezembro e 6 de janeiro, divididas entre as cidades de Florianópolis, Chapecó, Joinville, Itajaí, Blumenau, Lages e Criciúma. A amostra foi estratificada por um conjunto de setores representativos do perfil 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.

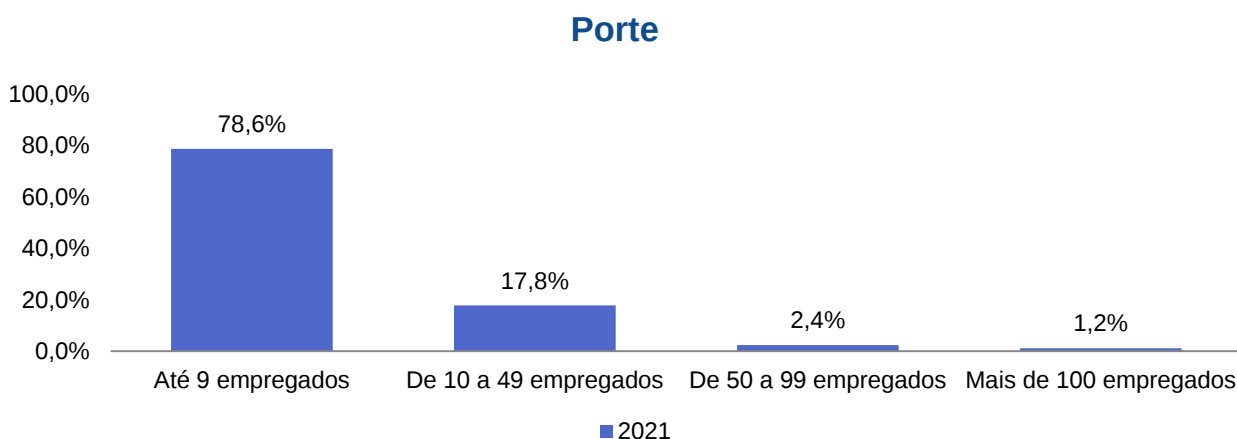
Foram aplicadas 11 perguntas, sendo 6 abertas e 5 fechadas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

A pesquisa de resultado de vendas do Natal apurou o perfil dos entrevistados segundo os ramos de atividades e o porte da empresa.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



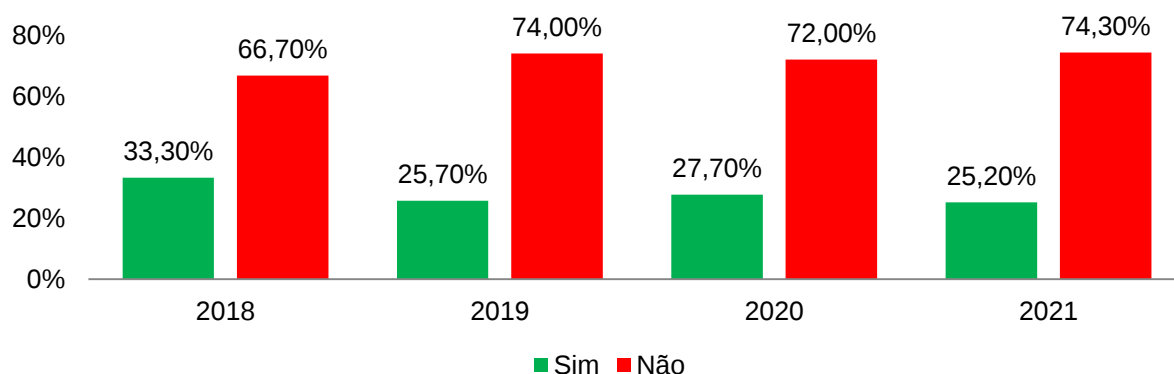
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Assim, o ramo de vestuário e acessórios foi o segmento mais entrevistado (14,0%) no estado. Em segundo, aparecem os Mercados/supermercados e hipermercados (10,7%), seguido pelos Informática/Eletrônicos/Celulares (9,0%) e Móveis/Decoração (8,6%). Quanto ao porte das empresas, 78,6% delas têm até 9 empregados (micro empresa) e 17,8% entre 10 e 49 empregados (pequena empresa).

RESULTADO DE VENDAS DE NATAL 2021

A maior movimentação no comércio no Natal tem impactos positivos no mercado de trabalho em Santa Catarina. Por isso, o Natal lidera o nível de contratação de trabalhadores para atender a demanda extra do período na comparação com as demais datas comemorativas. Neste ano, 25,2% das empresas pesquisadas afirmaram que fizeram a contratação de trabalhadores, sendo em média 2,6 funcionários por negócio. O resultado é o maior do que Volta às aulas (12,9%); Dia das Mães (15,4%); Dia dos Namorados (13,4%); Páscoa (5,8%); Dia dos Pais (4,5%); Dia dos Namorados (4,5%) e Black Friday (5,7%).

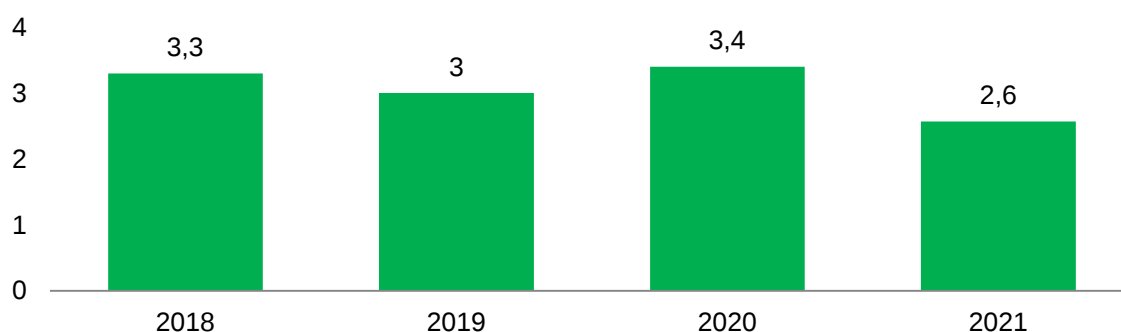
Contratou colaboradores temporários para o período



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Embora o resultado seja expressivo, houve redução na comparação com o ano anterior, queda de 2,5 pontos percentuais (p.p.) no patamar de empresas que realizaram a contratação e diminuição também na média de funcionários contratados.

Média de funcionários contratados



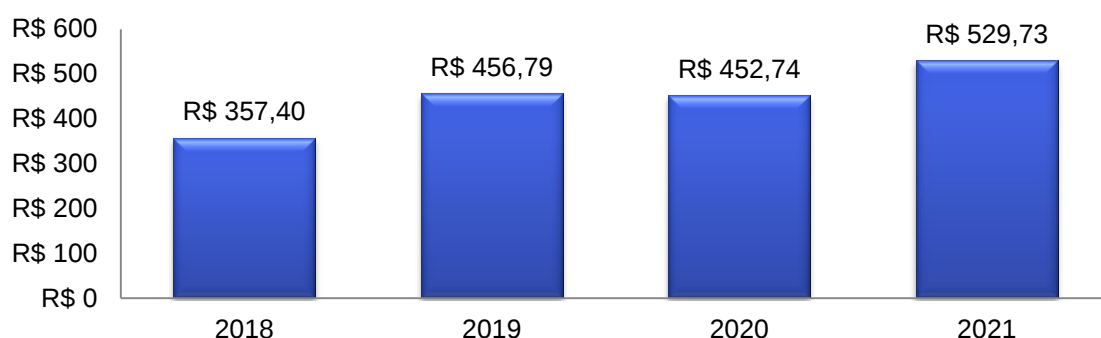
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Natal 2021

Em 2021, o mercado de trabalho formal no Estado está recuperando os postos de trabalhos fechados no ano anterior de maneira robusta, ao criar mais de 205 mil postos de trabalho entre janeiro e novembro. Esse aumento do quadro permanente pode estar vinculado à menor contratação de trabalhadores temporários nesta data, além disso, devido à proximidade com a Black Friday, parte das contratações podem ter sido realizada naquele momento, conforme apontou pesquisa realizada pela Federação.

A Fecomércio SC questionou às empresas qual foi o ticket médio de seus consumidores durante o período. A média foi de R\$ 529,73, crescimento de 17% diante do ano passado e o maior entre todas as datas comemorativas. A alta confirma o movimento de retomada que ocorre desde a Páscoa- somente a pesquisa de resultado de vendas de Volta às Aulas apresentou queda no ticket médio em 2021.

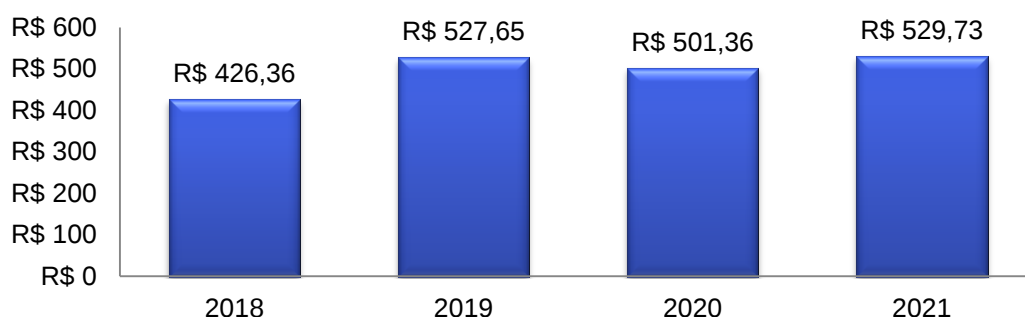
Ticket médio no Natal – Valores nominais



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Ao considerar a inflação oficial acumulada dos últimos 12 meses (10,7%), o resultado alcança 5,7% de alta diante de 2020 e recupera as perdas ocorridas na pandemia, já que o ticket de 2021 também é superior aos valores corrigidos na comparação com 2019 e 2018.

Ticket médio no Natal – Valores reais

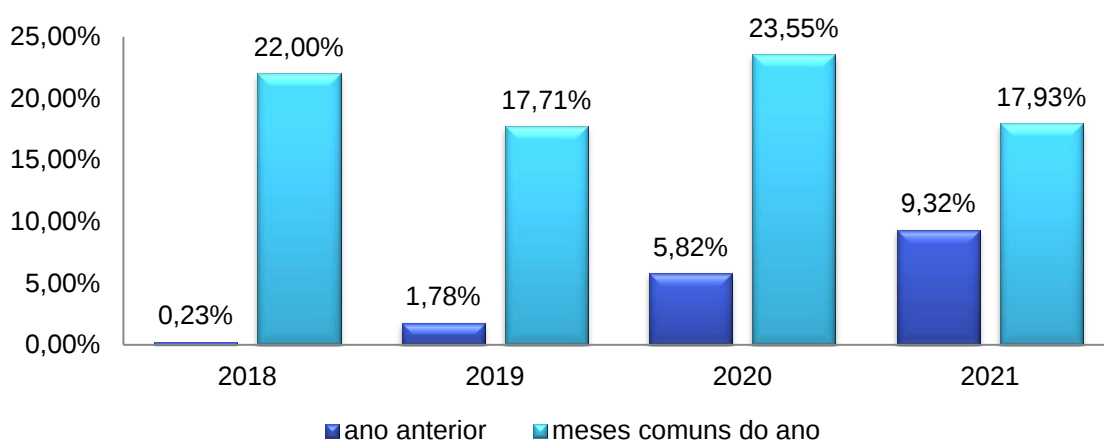


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Natal 2021

Além do ticket médio, a Fecomércio SC questionou os empresários sobre a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período do Natal 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 9,32%, resultado que reforça o desempenho positivo do ticket médio. Já na comparação com a movimentação dos demais meses, o faturamento foi 17,93% maior, mostrando que a data torna-se expressiva para as vendas e faturamento das empresas do comércio catarinenses.

Variação do faturamento no Natal



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

No que tange a forma preponderante de pagamento das compras, a data era marcada pelo equilíbrio entre o pagamento à vista e parcelado. Em 2019, 53,7% das compras foram realizadas à vista e 45,4% parceladas, mas em 2020, em virtude da pandemia e da maior cautela dos consumidores, cerca de 78% das compras foram realizadas à vista.

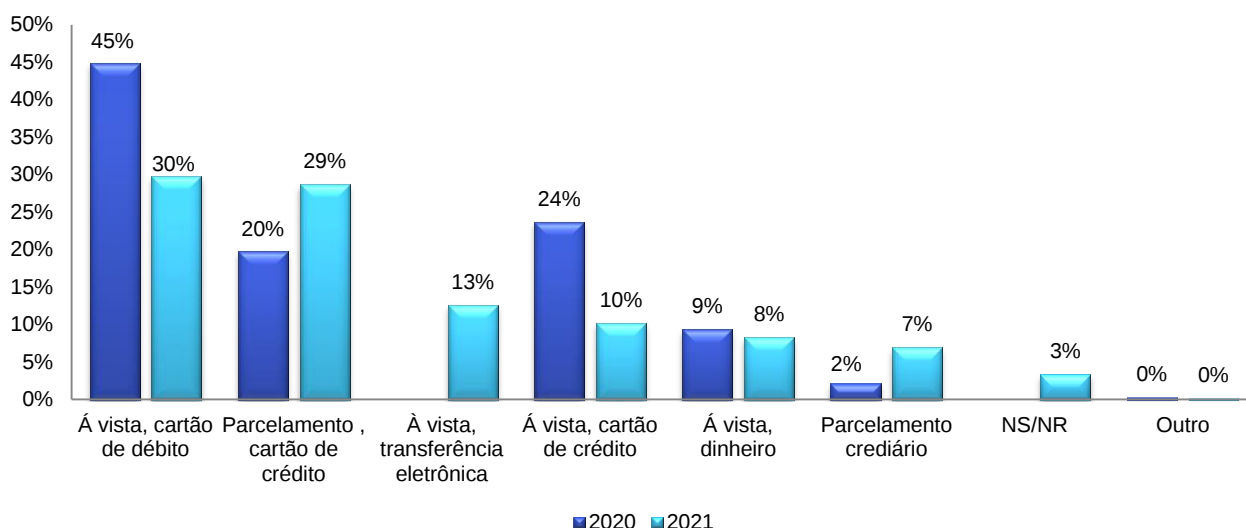
Em 2021, mesmo com o cenário sanitário mais favorável do que o ano anterior, que possibilitou redução da insegurança dos consumidores, a modalidade pagamento à vista permaneceu liderando, mas reduziu drasticamente comparado ao ano anterior, passando de 77,9% para 60,8%, queda de 17,1 p.p. Houve queda em 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 nessa modalidade o uso das transferências eletrônicas, que atingiu 12,6%.

Houve acréscimo de 13,8 p.p nas compras parceladas frente a 2020, chegando a 35,60% das compras neste Natal, entretanto, o resultado é inferior aos anos anteriores à pandemia (2018 - 41,50% e 2019 - 45,4%). A principal

compra parcelada está relacionada ao cartão de crédito, variação positiva de 9,0 p.p frente a 2020.

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 está com os menores índices da série histórica, o que por consequência abre oportunidade para a ampliação do consumo por meio de compras a prazo.

Principais formas de pagamento



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

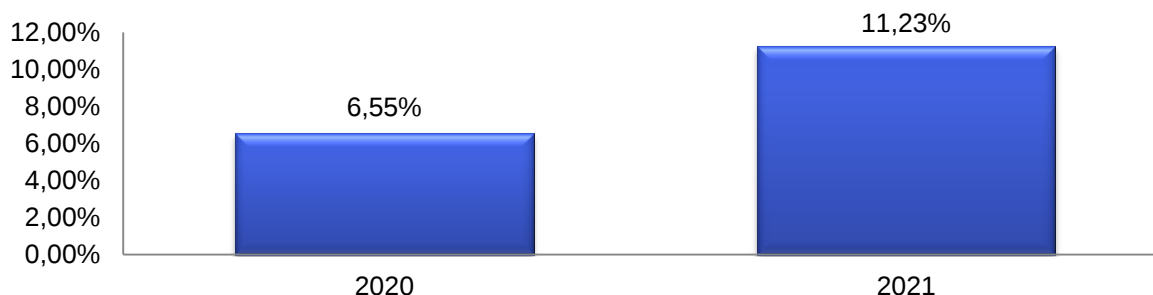
Além da tendência crescente nos últimos anos de digitalização e presença virtual, a pandemia de Covid-19 impôs aos empresários e consumidores uma nova realidade, onde é necessário tomar precauções e seguir protocolos sanitários para evitar a disseminação da doença. Como visto nos dados do comércio eletrônico e nas outras datas comemorativas, isso se refletiu no comportamento do consumidor em diversos aspectos, sendo um deles o crescimento expressivo dos canais de venda pela internet, telefone e outras formas associadas de telecomunicações, que possibilitam retirada no local ou entrega.

Para investigar a proporção e distribuição desse fenômeno durante o Natal de 2021 os empresários foram questionados sobre a proporção de vendas por tais canais sobre o total do seu faturamento durante a data. A média de participação das vendas online e por telefone ficou em 11,23%, alta de 4,68 p.p frente a 2020 (6,55%). Ainda que haja o avanço da imunização, por consequência, leva a maior segurança dos consumidores em fazer compras no

Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Natal 2021

meio presencial, as compras online seguem sendo modalidade considerável para ampliar as vendas.

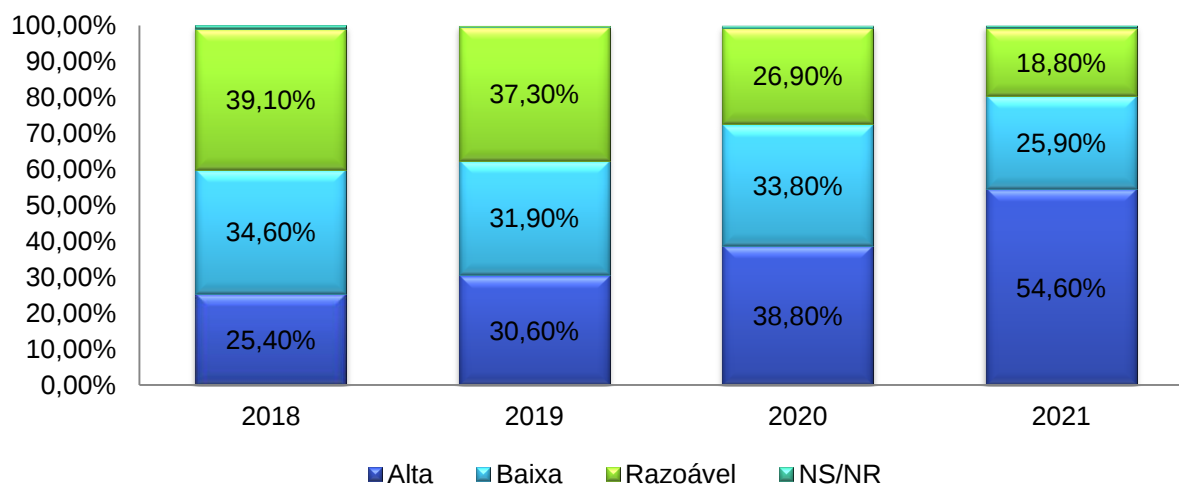
% participação das vendas online e por telefone no total do período



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para melhor entender o comportamento do consumidor no Natal, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais, dada sua importância tanto na visão dos consumidores como dos empresários.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados reforçam a preocupação em relação a queda do poder de compra em virtude da aceleração dos preços e a busca por alternativas para diminuir esse impacto. Assim, 54,6% dos empresários citaram a alta frequência de clientes realizando pesquisa de preço, crescimento de 15,8 p. p. diante do

Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Natal 2021

ano anterior (38,8%). Ao comparar as datas comemorativas desde ano, é perceptível a tendência de crescimento dos consumidores em busca dos melhores preços – o resultado do Natal foi o maior do ano (30,03% na Páscoa, 34,99% no Dia das Mães, 42,29% no Dia dos Namorados; 44,5% no Dia das Crianças; 52,9% na Black Friday).

CONCLUSÃO

A Pesquisa de Resultado de Vendas do Natal de 2021 confirmou o movimento de recuperação que estava sendo apresentado nas datas anteriores e reverteu as perdas ocasionadas pela pandemia. A variação do faturamento em comparação com o Natal do ano passado foi de 9,32% e o ticket médio avançou 17% diante de 2020. Ainda, ao atingir em média R\$ 529,73 por consumidor, o resultado supera em termos reais o ticket médio dos anos anteriores à pandemia. Esse panorama 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 no ano, trazendo um aumento de 17,93% em média no faturamento das empresas em comparação com os demais meses de movimentação normal. A participação das vendas pela internet e telefone também cresceu e chegou a representar 11,23% das vendas do período. A pesquisa ainda constatou que 25,5% das empresas contrataram trabalhadores temporários no período, sendo que o número médio dos contratados entre essas empresas foi de 2,6.

A data mostra uma maior confiança dos consumidores e a modalidade de pagamento parcelado avançou 13,8 p.p frente a 2020, chegando a 35,60% das compras neste ano. O pagamento à vista permaneceu liderando, mas reduziu drasticamente comparado ao ano anterior, passando de 77,9% para 60,8%, queda de 17,1 p.p. Por fim, a escalada dos preços que ocorreu em 2021 segue refletindo na percepção dos empresários. A frequência alta de clientes realizando pesquisa de preços alcançou o maior percentual dentre as datas comemorativas, ao atingir 54,6%.