

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

Resultado de Vendas das voltas às aulas 2022

O perfil do empresário e resultado de vendas para o
período de volta às aulas em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Março de 2022

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
PERFIL DOS ENTREVISTADOS.....	2
RESULTADO DE VENDAS	3
CONCLUSÃO	9

INTRODUÇÃO

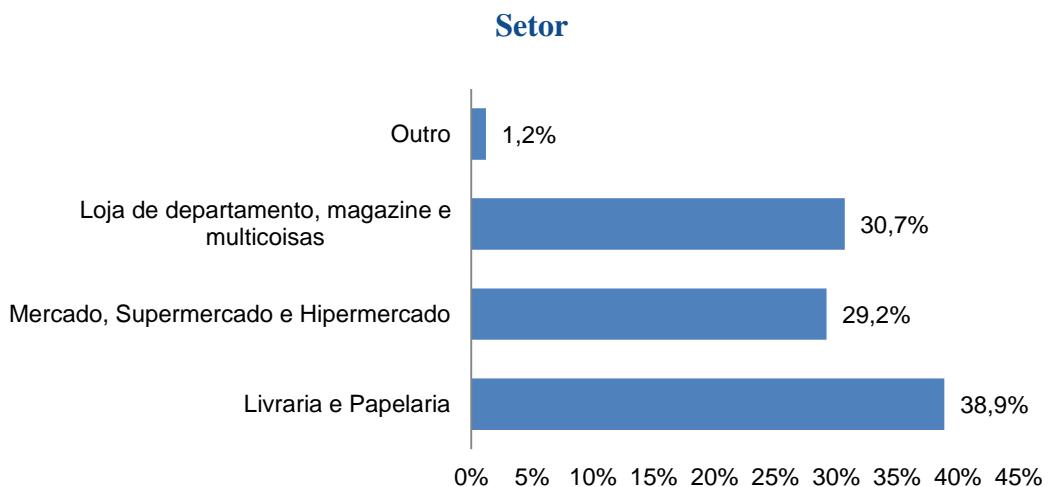
O início de ano é marcado pelo fim das férias escolares e a volta às aulas- com isso, surgem as listas de material escolar e a compra dos itens necessários para o ano inteiro. Desta forma, o período tem uma influência para o comércio semelhante às datas comemorativas, o que faz da pesquisa de resultado de vendas um importante instrumento para mensurar os impactos de tal data no comércio catarinense, considerando que ainda vivemos uma pandemia.

A Fecomércio SC realizou esta pesquisa com 332 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Joinville, Criciúma, Itajaí e Florianópolis, durante os dias 07 a 16 de fevereiro de 2022. 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 Estudos Estratégicos da Fecomércio SC. O universo foi o de proprietários ou gerentes de estabelecimentos comerciais.

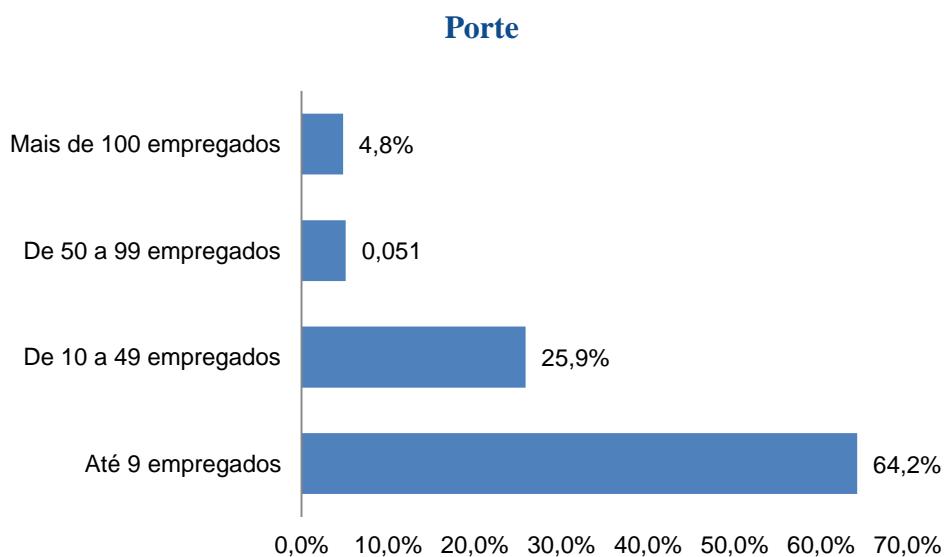
Foram aplicadas 11 perguntas, sendo 6 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e 5 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Para começar a análise do resultado do período de volta às aulas é necessário saber quais setores do comércio foram entrevistados. Segue abaixo o percentual dos setores respondentes:



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC



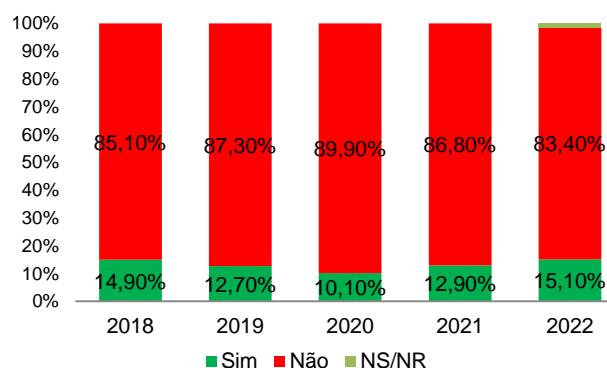
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Livrarias e papelarias compuseram 38,9% da amostra, seguido por mercados, supermercados e hipermercados (29,2%) e lojas de departamento, magazine e multicoisas (30,7%). Quanto ao porte da empresa, 64,2% são microempresas com até 9 empregados e 25,9% de pequeno porte, de 10 a 49 empregados.

RESULTADO DE VENDAS

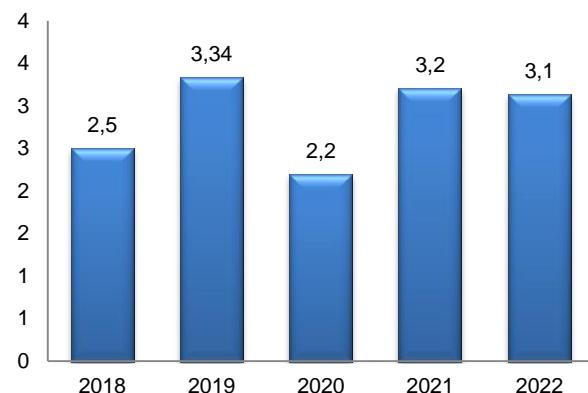
Em primeiro lugar, a Fecomércio SC procurou quantificar os impactos da Volta às Aulas sobre o mercado de trabalho. Nota-se que houve ampliação no montante de empresas que realizou contratações para atender o aumento da demanda do período comparado ao ano anterior, com acréscimo de 2,2 pontos percentuais (p.p.), passando de 12,9% para 15,1%. Ainda, esse resultado é superior aos períodos pré-pandemia e mostra recuperação do mercado de trabalho formal no Estado.

Contratou colaboradores temporários



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

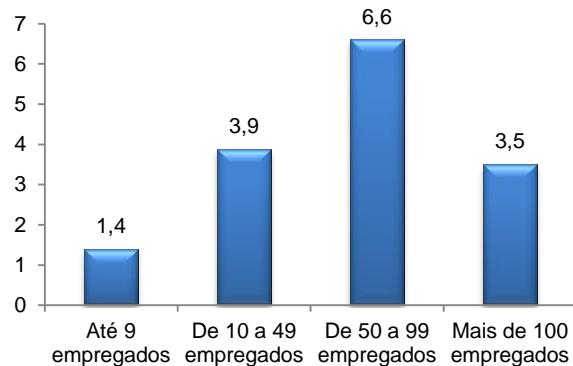
Média de contratações temporárias



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

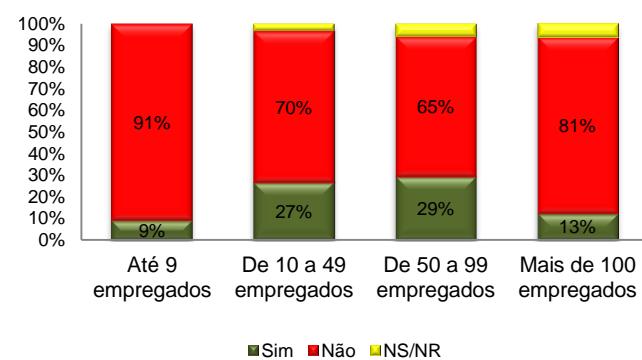
A média de colaboradores admitidos, entre as empresas que contrataram, ficou em 3,1 por empresa, similar a média dos últimos cinco anos, que foi de 2,9 trabalhadores contratados. As contratações ocorreram principalmente nas empresas de 50 até 99 funcionários, com 29% delas respondendo que fizeram contratações extras, em média 6,6 trabalhadores. Na amostra, 27% das empresas com 10 até 49 empregados também afirmaram que fizeram contratações extras de 3,9 funcionários na média, resultado acima do nível estadual.

Média de contratações temporárias porte de empresa 2022



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Contratou colaboradores temporários por porte de empresa 2022

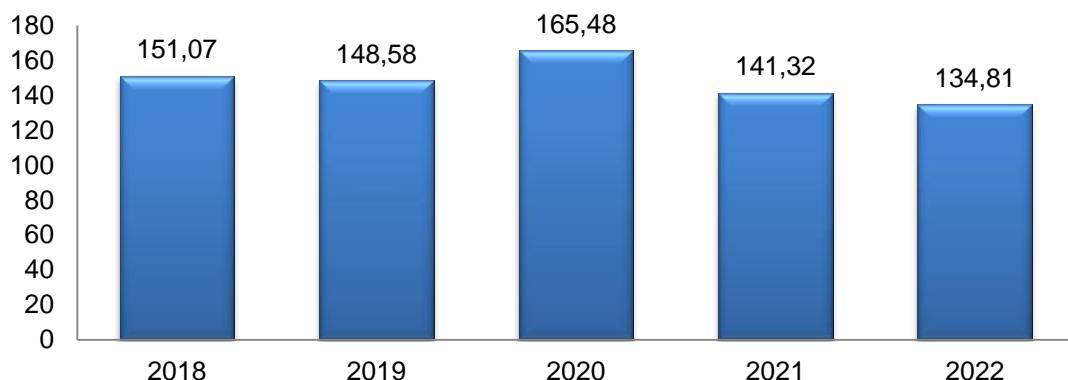


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio SC | Resultado de Vendas – Volta às aulas 2022

Apesar do resultado positivo no campo do mercado de trabalho, o ticket médio dos consumidores nas compras de volta às aulas reduziu 4,6% frente a 2021, ficando em R\$ 134,84. Em 2021, o ticket médio também sofreu queda, mas em maior intensidade (-14,6%), assim, a média de gastos permanece inferior ao período pré-crise do COVID-19. Considerando a inflação acumulada dos últimos, a queda é de 13,6% frente a 2021, inclusive, o resultado é o menor em termos reais desde 2018.

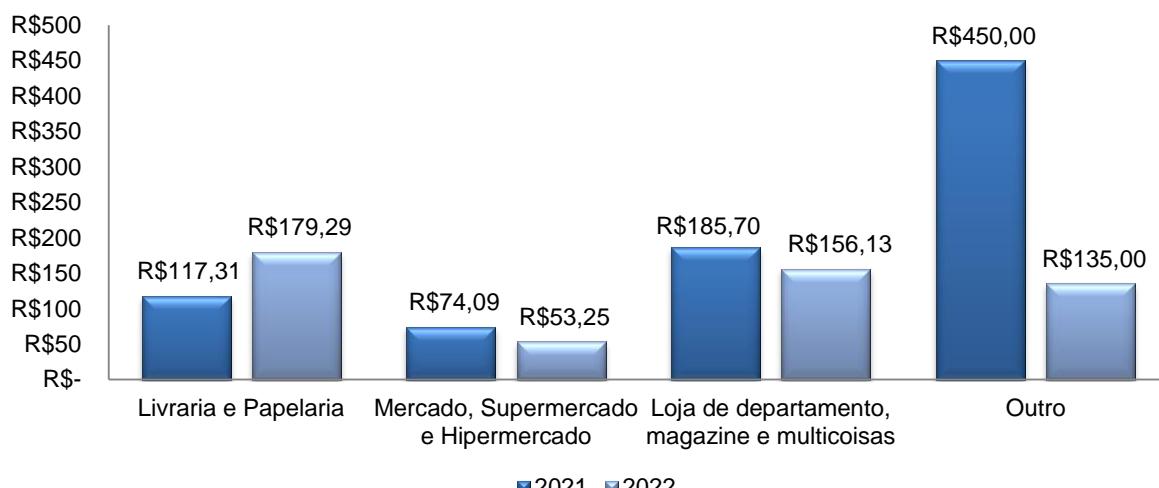
Ticket médio total



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ao comparar o ticket médio por segmentos pesquisados observa-se queda na maioria deles, entretanto, há recuperação para o setor de livrarias e papelarias, com alta de 53%, passando de R\$ 117,31 para R\$ 179,29 entre 2021 e 2022. O setor atividades de livros, jornais, revistas e papelaria, segundo dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), foi o segundo mais impactado pela crise em 2020, com perda no volume de vendas de 28,3%. Em 2021, a retomada desse setor foi gradativa e lenta, por isso, a recuperação do volume de vendas só ocorreu em dezembro, quando houve a reversão do movimento negativo no acumulado de 12 meses (2,9%).

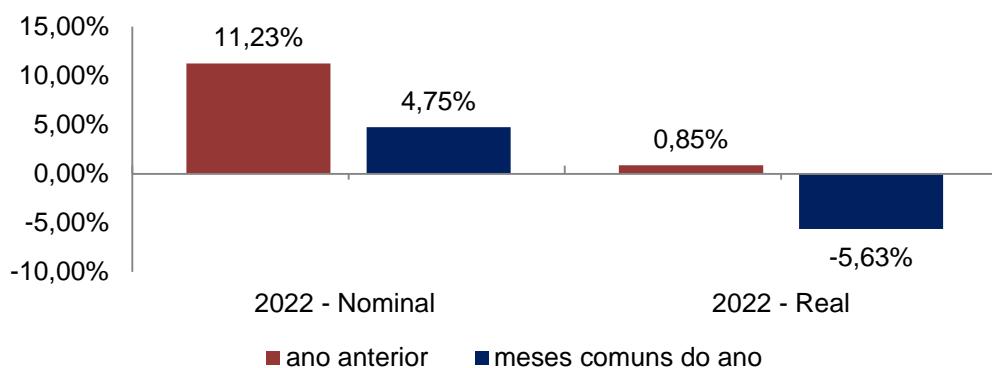
Ticket médio total por setores



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além do ticket médio, a Fecomércio SC questionou os empresários a respeito da variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao mesmo período de 2021, quanto em relação aos demais meses do ano. Os efeitos da inflação tornam-se visíveis na alta de 11,23% no faturamento das empresas comparada a 2021, embora o ticket médio, e por consequência, o volume de vendas, tenha sido menor. Descontando a inflação acumulada, percebe que o nível de faturamento ficou praticamente estável, leve alta de 0,85%.

Variação do Faturamento em relação aos demais meses



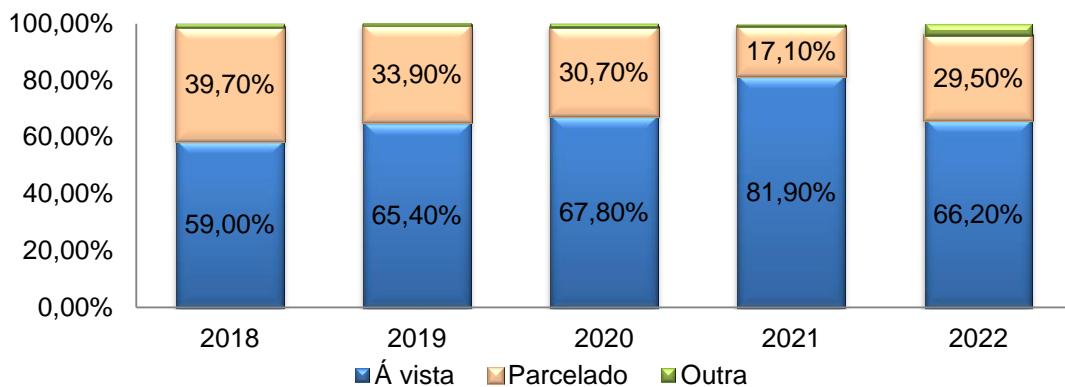
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em relação aos demais meses, a média de incremento no faturamento nominal foi de 4,75%, resultado inferior no comparativo com os anos anteriores à crise de saúde pública, quando girava em torno de 15% na média de 2018 e 2019. Assim, a pesquisa mostra que os consumidores reduziram os gastos na compra de material escolar em 2022, condição que está em linha com os resultados da pesquisa de intenção de compra dos consumidores realizada pela entidade, ao qual apontava que 94% dos consumidores iriam buscar formas de economizar, sendo que tentar reutilizar material do ano passado (33%) e não comprar todo o material solicitado (9%) representava a ordem de 42% desses consumidores.

No que tange às formas de pagamento preponderantes, a maioria das compras foram à vista (66,20%), mas houve significativa diferença frente ao ano anterior, queda de 15,70 pontos percentuais (p.p.). Assim, ganhou espaço as compras parceladas, alta de 12,4 p.p., ao atingir 29,5% das vendas- o nível de parcelamento é um termômetro para mensurar a confiança das famílias, mas pode representar um risco caso ocorra inadimplência. Importante relatar que as famílias catarinenses estão com o orçamento mais equilibrado e com níveis de endividamento e inadimplência historicamente baixos, condição que possibilita a expansão das compras parceladas.

Pesquisa Fecomércio SC | Resultado de Vendas – Volta às aulas 2022

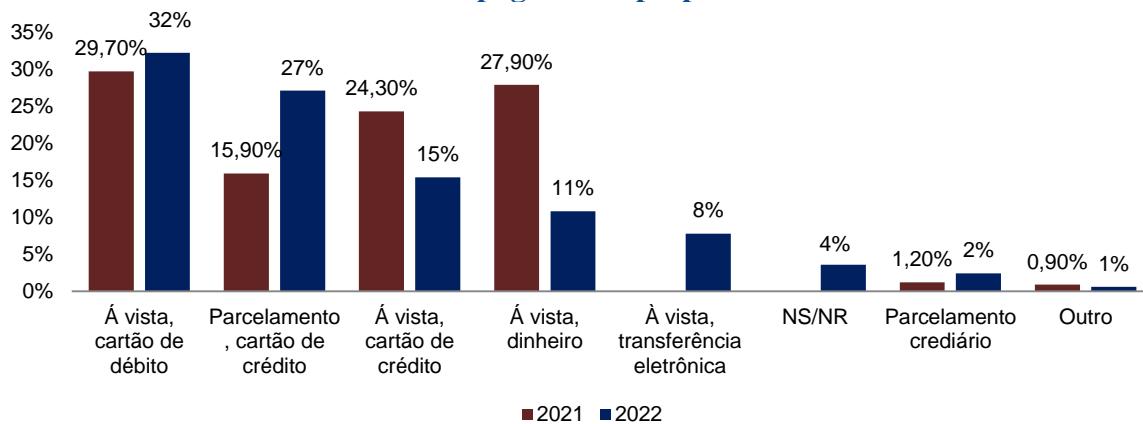
Modalidade de pagamento



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na modalidade à vista, o pagamento com cartão de débito (32,2%) foi o principal, seguido do cartão de crédito (15,40%). Ainda, houve acentuada redução no uso do dinheiro, queda de 17,10 p.p, enquanto transferência eletrônica por meio do PIX já representa 7,8% das formas de pagamento. O parcelamento com o cartão de crédito atingiu 27,10% das compras e foi a segunda principal forma utilizada na compra de materiais escolares.

Forma de pagamento preponderante

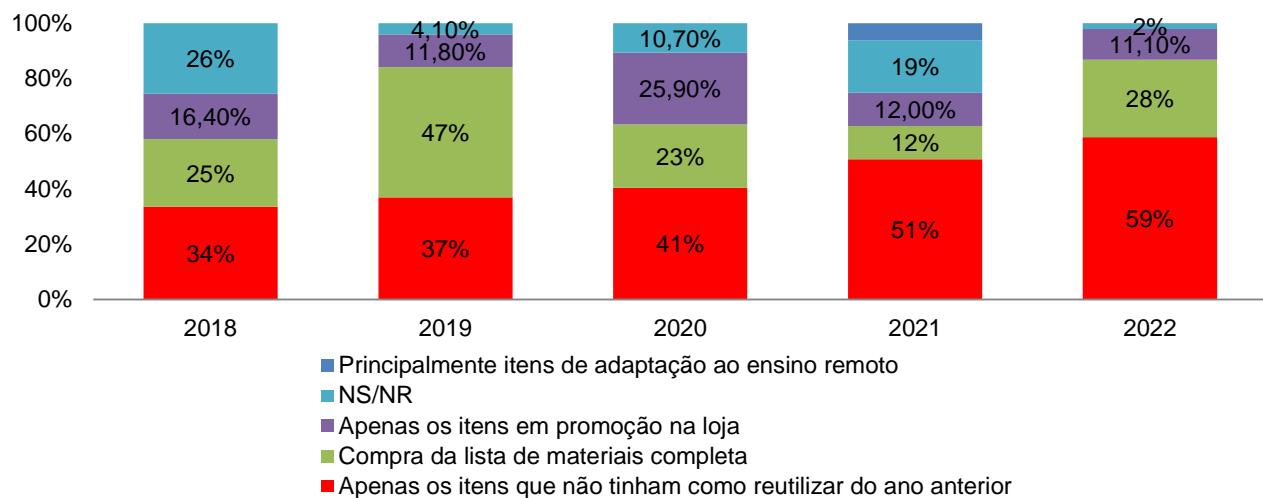


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A Fecomércio SC também perguntou aos empresários qual tipo de compra foi preponderante. Conforme havia constatado na pesquisa de intenção realizada junto aos consumidores em relação à reutilização de materiais, as empresas entrevistadas também relataram uma proporção maior de compras apenas dos itens que não tinham como reutilizar do ano anterior, que passou de 50,8% em 2020 para 58,7% neste ano, o maior resultado desde 2018. A compra da lista de materiais completa atingiu 28%, elevação de 16 p.p diante de 2021, entretanto, o valor é inferior ao identificado em 2019, quando atingiu 47,10%. Essas condições reforçam o movimento negativo em 2022 e a busca das famílias por alternativas para economizar.

Pesquisa Fecomércio SC | Resultado de Vendas – Volta às aulas 2022

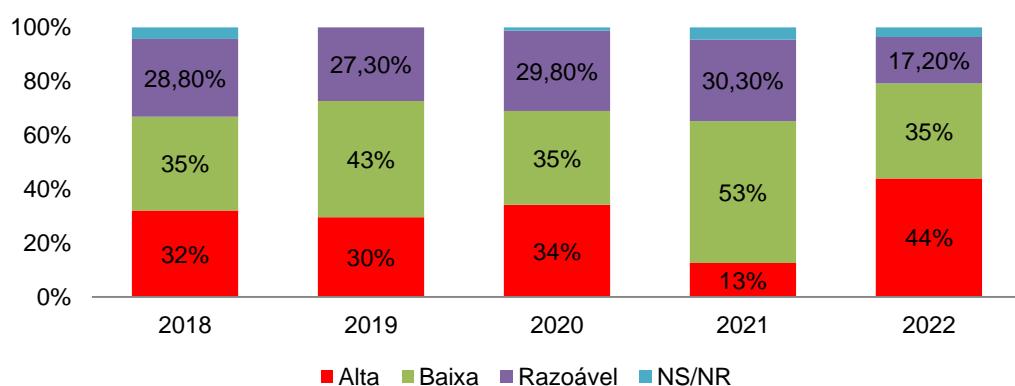
Tipo de compra



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Por fim, para melhor entender o comportamento do consumidor na Volta às Aulas, a pesquisa também buscou saber qual foi à frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais, dada importância determinante tanto na visão dos consumidores como dos empresários em um cenário de pressão e alta dos preços.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preços



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os dados mostram o predomínio da percepção dos empresários sobre a alta frequência de clientes realizando pesquisa de preço, alcançando 44% dos pesquisados, acréscimo de 31,4 p.p. Este resultado foi o maior desde 2018 e 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. Em 2018, a inflação oficial acumulada foi de 3,75%, enquanto, o acumulado de 2021 chegou há 10,06%, isso mostra a redução no poder de compra dos consumidores.

CONCLUSÃO

Os resultados das vendas do período de volta às aulas no comércio em Santa Catarina mostram sinais da desaceleração das atividades econômicas em 2022 e das dificuldades que os consumidores estão enfrentando com a renda reduzida em virtude da alta dos preços.

Na visão dos empresários, houve alta frequência de clientes realizando pesquisa de preço (44%), além disso, 59% informaram que as compras só ocorreram para os itens que não foram possíveis reutilizar, ou seja, a maioria dos consumidores deixou de comprar novos itens escolares. Ambos os resultados foram os maiores desde 2018 e reforçam o movimento negativo em 2022 e a busca das famílias por alternativas para economizar.

Assim, o ticket médio dos consumidores nas compras de volta às aulas reduziu 4,6% frente a 2021, ficando em R\$ 134,84. Em 2021, o ticket médio também sofreu queda, mas em maior intensidade (14,6%), desta forma, a média de gastos permanece inferior ao período pré-crise do COVID-19.

Já o faturamento das empresas, devido aos efeitos da inflação, registrou alta de 11,23% em relação ao mesmo período de 2021. Ao considerar a inflação acumulada, percebe que o nível de faturamento ficou praticamente estável, leve alta de 0,85%.

A quantidade de empresas que fizeram contratações extras para o período cresceu, passando de 12,9% para 15,10% neste ano. A maior parte dessas contratações ocorreu em empresas com 50 até 99 empregados, que em média contrataram 6,6 trabalhadores.