



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

Resultado de Vendas Páscoa 2022

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Abril de 2022

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS.....	3
RESULTADO DE VENDAS – PÁSCOA 2022	4
CONCLUSÃO	10

INTRODUÇÃO

A Páscoa é a principal data para a venda de chocolates no ano. Entretanto, não só chocolates são vendidos. Por ser uma data importante no calendário brasileiro, brinquedos, flores e roupas também entram na cesta dos consumidores. Desta forma, a data é muito relevante para o comércio catarinense, principalmente para os estabelecimentos que comercializam chocolates.

Com base a isso, a Fecomércio SC realizou esta pesquisa de resultado de vendas de Páscoa com 380 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Lages, Chapecó, Itajaí, Blumenau, Joinville, Criciúma e Florianópolis. Ela foi realizada durante os dias 18 e 22 de abril. 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 6 fechadas e 6 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

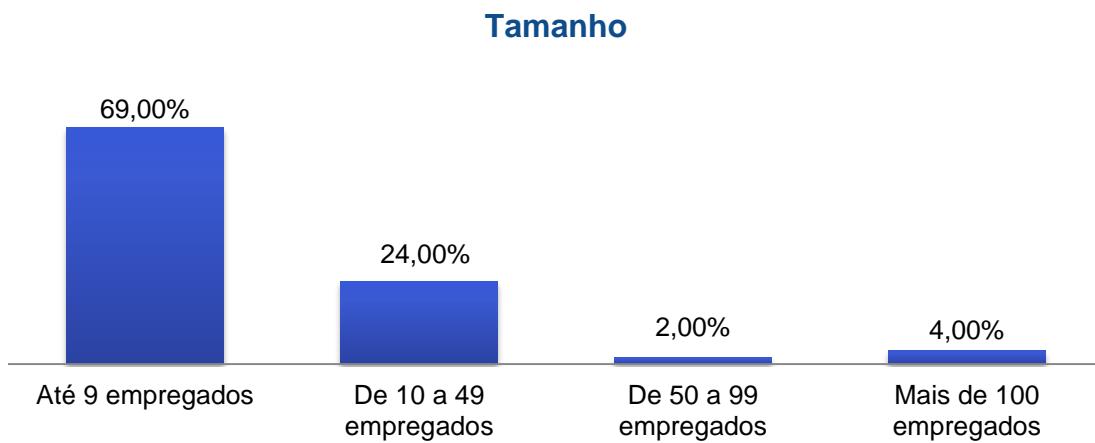
PERFIL DOS ENTREVISTADOS

A Fecomércio SC ouviu os segmentos abaixo para a pesquisa de Resultado de Vendas – Páscoa 2022:



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O setor vestuários e acessórios foram os mais entrevistados (29,0%) no estado, seguido pelo segmento de mercados, supermercados e hipermercados (18,0%), calçados (12,0%) e lojas especializadas em chocolate (11,0%). Quanto ao porte dessas empresas, 69,0% era microempresas de até 9 empregados e 27,0% eram empresas de pequeno porte com 10 a 49 empregados, conforme tabela abaixo.

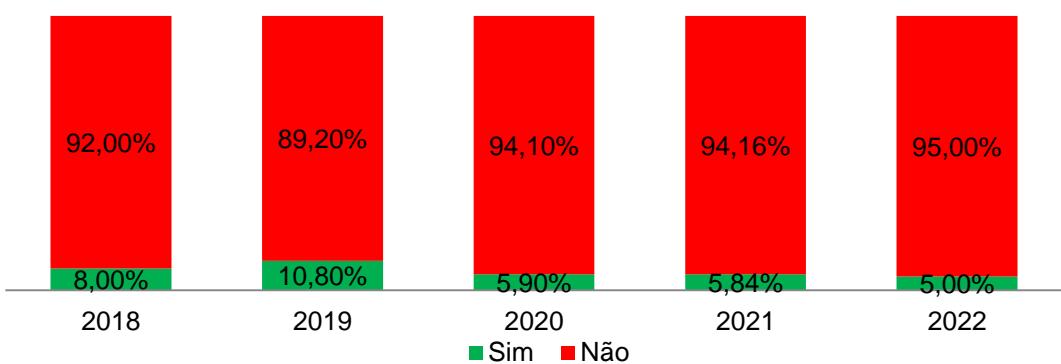


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

RESULTADO DE VENDAS – PÁSCOA 2022

Em primeiro lugar, a Fecomércio SC procurou quantificar os impactos da Páscoa sobre o mercado de trabalho. Desde o início da pandemia em 2020 a data foi uma das mais afetadas e o reflexo ainda persiste nas contratações extras para atender o aumento da demanda. Durante esse período, caiu o percentual de empresas que fizeram contratações, passando de 10,8% em 2019 para 5,0% em 2022, recuo de 5,8 pontos percentuais (p.p.). Portanto, o resultado demonstra que a Páscoa não recuperou o ritmo das contratações aos níveis pré-pandemia no Estado.

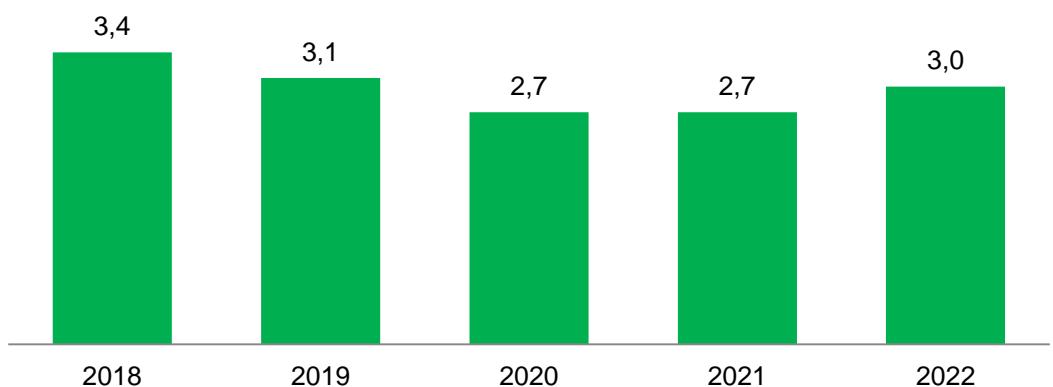
Contratou colaboradores temporários



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Por outro lado, a média de colaboradores admitidos, entre aquelas que contrataram, ficou em 3,0 por empresa neste ano, leve alta em relação ao ano anterior e similar ano de 2019, que foi de 2,9 trabalhadores contratados.

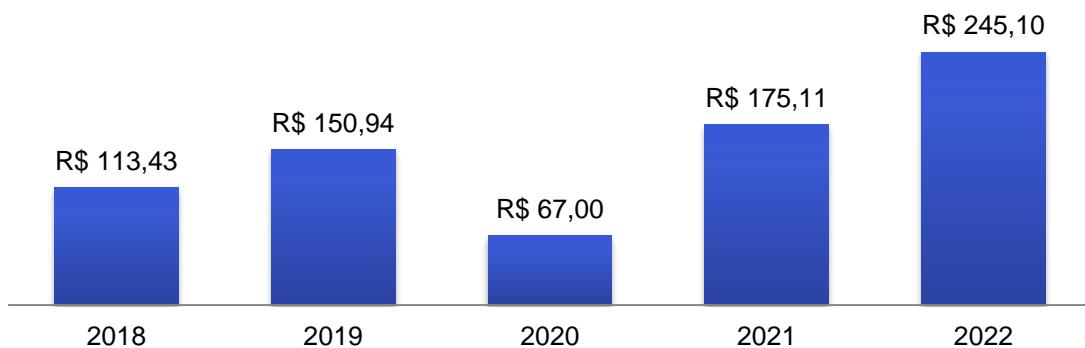
Média de contratações temporárias



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Apesar do resultado tímido em âmbito do mercado de trabalho, o ticket médio dos consumidores nas compras da Páscoa avançou 40,0% frente a 2021, ficando em R\$ 245,10. Em 2020, a data sofreu forte queda no ticket médio de 55,6%, mas durante os últimos dois anos apresentou recuperação, tanto que, ao considerar a inflação acumulada dos últimos, houve alta de 25,8% frente a 2021 e, inclusive, o resultado de 2022 supera em termos reais os valores de 2018 e 2019.

Ticket médio total



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ao analisar o ticket médio por segmentos pesquisados, observa-se diferença entre setores pesquisados. O segmento de lojas de departamento, magazine e multicoisas liderou com média de R\$ 429,40, seguidos do setor de vestuário/acessórios (R\$ 303,20) e calçados (R\$ 221,40).

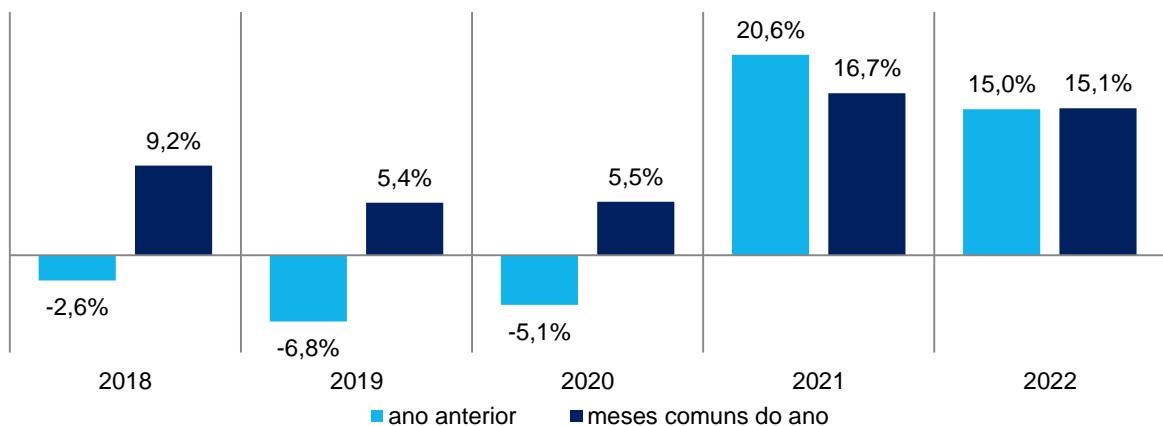
Ticket médio total por setores



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além do gasto 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. Em linha com o movimento do ticket médio, o faturamento das empresas avançou 15,0% comparado a 2021, sinal de recuperação do movimento das vendas na Páscoa. Em relação aos demais meses, a média de incremento no faturamento nominal foi de 15,1%, resultado superior no comparativo com os anos anteriores à crise de saúde pública, quando girava em torno de 7,3% na média de 2018 e 2019.

Variação do Faturamento em relação aos demais meses



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

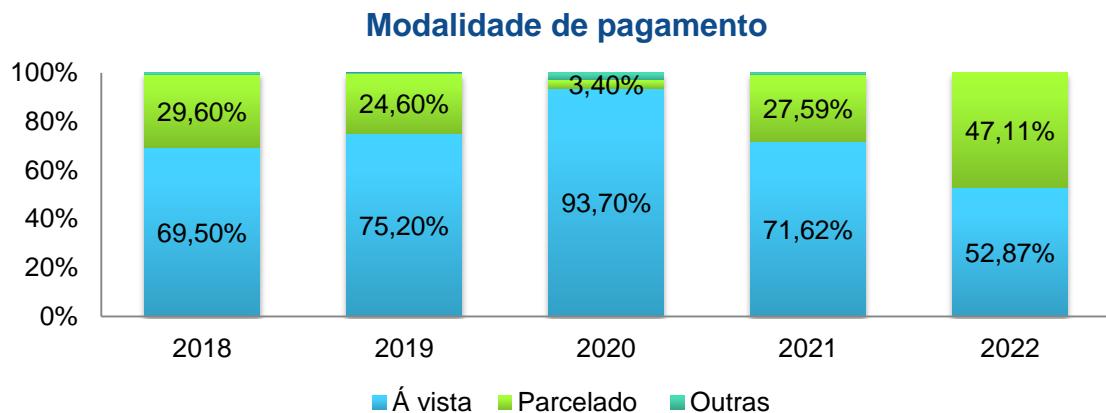
Dentre os segmentos pesquisados, chocolate e docerias registraram a maior variação comparada ao ano anterior, alta de 19,4%. Em segundo, destaca-se o setor de Vestuário/acessórios (19,1%), seguido de Brinquedos (16,0%) e Mercados, supermercados e hipermercados (7,5%).

Variação do Faturamento em relação por setor



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

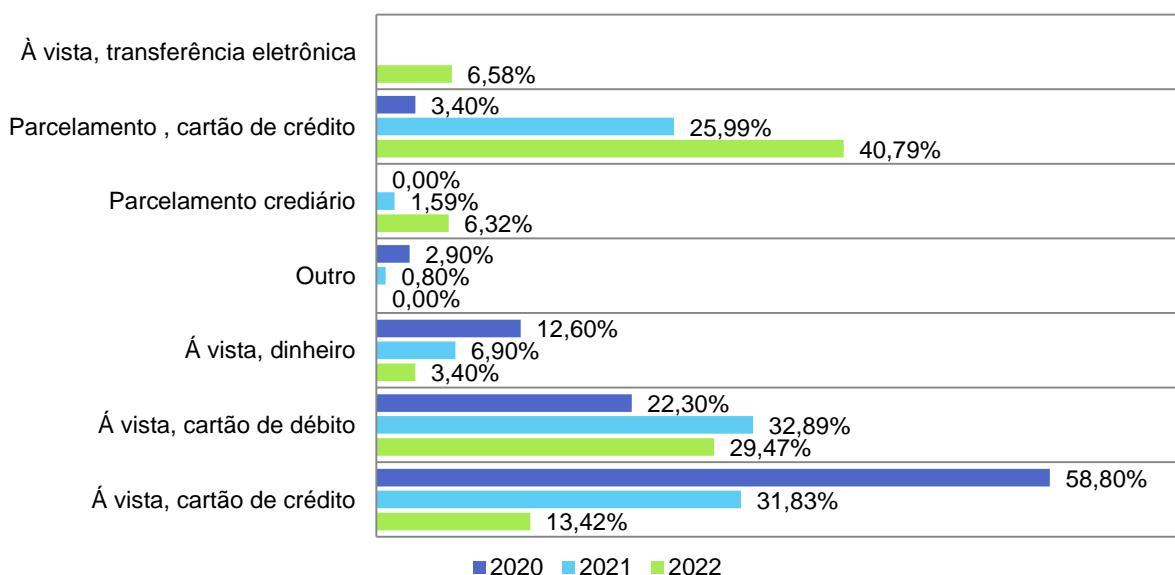
No que tange às formas de pagamento preponderantes, a maioria foram à vista (52,87%), mas houve significativa diferença frente ao ano anterior, queda de 18,75 p.p. As compras parceladas crescem na comparação com o ano anterior, alta de 19,52 p.p., ao atingir 47,11% das vendas, o maior valor desde o ano de 2018.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Esse resultado de ampliação das compras a prazo também foi verificado na pesquisa de resultado de Volta às Aulas e na Pesquisa de Endividamento e Inadimplência das Famílias Catarinenses, realizada pela FECOMÉRCIO SC. 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, até o presente momento, estão com o orçamento mais equilibrado e em níveis de endividamento e inadimplência historicamente baixos, condição que possibilita a expansão das compras parceladas.

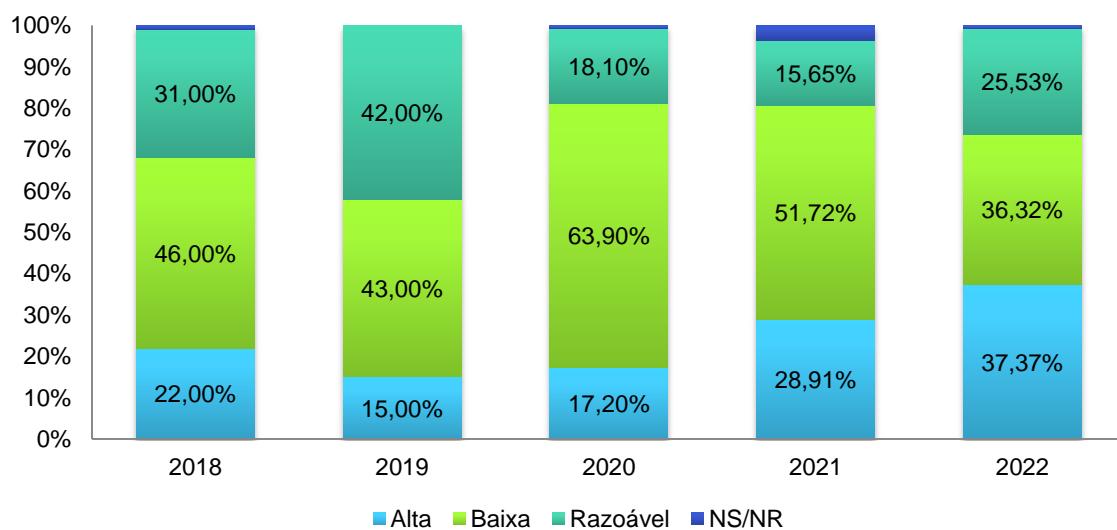
Forma de pagamento preponderante



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na modalidade à vista, o pagamento com cartão de débito (29,47%) foi o principal, seguido do cartão de crédito (13,42%). Ainda, nota-se trajetória de redução no uso do dinheiro desde 2019 de forma sucessiva, quando representou 18,4% das compras, neste ano foi somente 3,40%, queda de 15,0 p.p. Além do maior uso de crédito, que explica em parte a redução do dinheiro, a transferência eletrônica por meio da PIX também avançou devido a atratividade, liquidez imediata, segurança e sem custo para as pessoas físicas, passando a representar 6,32% das compras em 2022. O parcelamento com o cartão de crédito atingiu 40,79% das compras e foi a principal forma utilizada nas compras para a Páscoa.

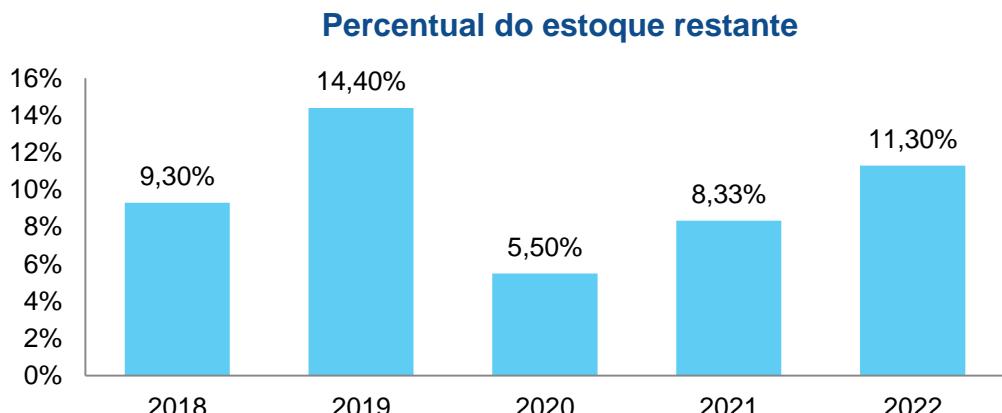
Frequência de clientes realizando pesquisa de preços



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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

Os dados mostram o predomínio da percepção dos empresários sobre a alta frequência de clientes realizando pesquisa de preço (37,37%), acréscimo de 8,46 p.p. diante do mês anterior. Este resultado foi o maior desde 2018 e representa uma intensificação das pesquisas de preços por parte dos clientes, reforçando a preocupação dos consumidores em relação aos impactos dos níveis de preços. Em março de 2018, a inflação oficial acumulada dos últimos 12 meses era de 2,68%, enquanto em março de 2022 chegou a 11,29%- isso mostra a redução no poder de compra dos consumidores e a necessidade por buscar alternativas para minimizar o impacto da alta dos preços.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outra informação importante para verificar o sucesso da data é o percentual dos estoques que sobraram. Segundo os empresários do comércio de Santa Catarina, 11,3% do estoque inicial não foi vendido. Percentual maior que o apurado no ano passado (8,33%), mas menor ao ano pré-pandemia (14,4%).

CONCLUSÃO

Os resultados das vendas do período da Páscoa para o comércio de Santa Catarina mostram sinais de recuperação das vendas, inclusive, superando em termos reais o ticket médio dos anos de 2018 e 2019, pré-crise da pandemia. Assim, o valor avançou 40,0% frente a 2021, ficando em R\$ 245,10.

O faturamento das empresas também está em linha de crescimento, com alta de 15,0% em relação ao mesmo período de 2021. Em relação aos demais meses, a média de incremento no faturamento nominal foi de 15,1%, resultado superior no comparativo com os anos anteriores à crise de saúde pública, quando girava em torno de 7,3% na média de 2018 e 2019.

No âmbito do mercado de trabalho há uma trajetória de redução no número de empresas que fizeram contratações para atender a demanda extra do período- neste ano, representou somente 5% dos entrevistados, resultado inferior aos valores antes da pandemia.

Na visão dos empresários, houve alta frequência de clientes realizando pesquisa de preço, alcançando 37,37% dos pesquisados, acréscimo de 8,46 p.p. diante do mês anterior. 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. Por fim, nota-se também ampliação das compras a prazo, alta de 19,52 p.p., ao atingir 47,11% das vendas, o maior valor desde o ano de 2018.