

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

# **Resultado de Vendas de Dia dos Namorados 2022**

O perfil do empresário e resultado de vendas para o  
período do Dia dos Namorados em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC  
Julho de 2022

## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>PERFIL DOS ENTREVISTADOS .....</b>	<b>2</b>
<b>RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS NAMORADOS 2022.....</b>	<b>3</b>
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>7</b>

## **INTRODUÇÃO**

O Dia dos Namorados é a terceira maior data para o comércio durante o ano, perdendo apenas para o Natal e para o Dia das Mães. Diversos tipos de produtos são vendidos, fazendo a data ser muito relevante para o comércio catarinense, com considerável incremento de vendas.

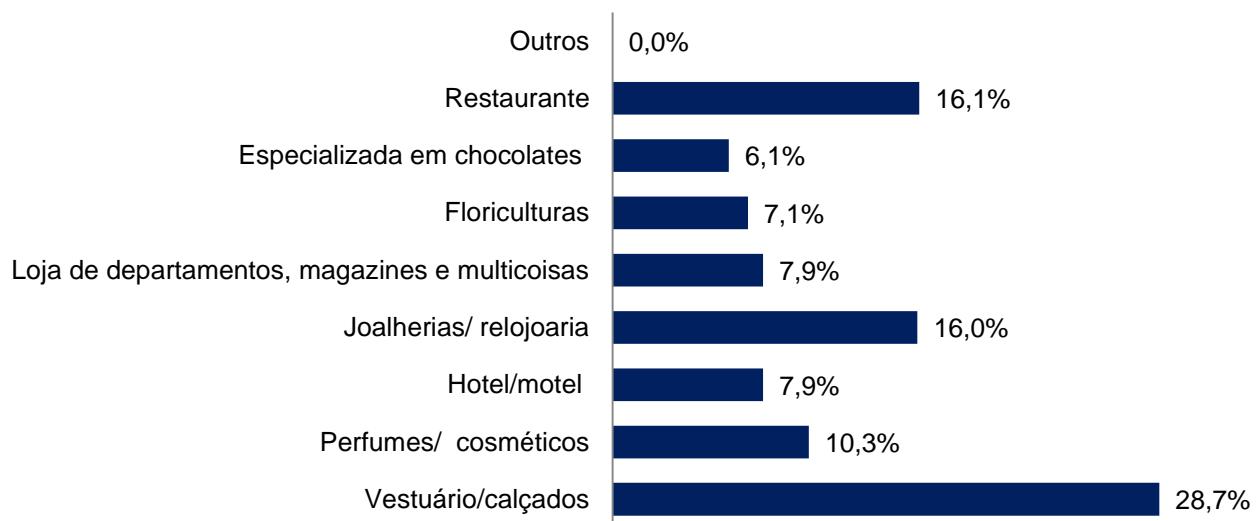
Tendo por base esta constatação, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas de Dia dos Namorados com 380 empresas do comércio de Santa Catarina, distribuídas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Itajaí, Joinville, Criciúma e Florianópolis, entre os dias 13 a 17 de junho. A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem e técnica de coleta de dados por telefone individual com base em questionário estruturado, desenvolvido pelo Núcleo de Pesquisas da Fecomércio SC. O universo foi o de proprietários ou gerentes de estabelecimentos comerciais. Os dados foram processados eletronicamente e receberam tratamento estatístico.

Foram aplicadas 13 perguntas, sendo 6 fechadas e 7 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

## **PERFIL DOS ENTREVISTADOS**

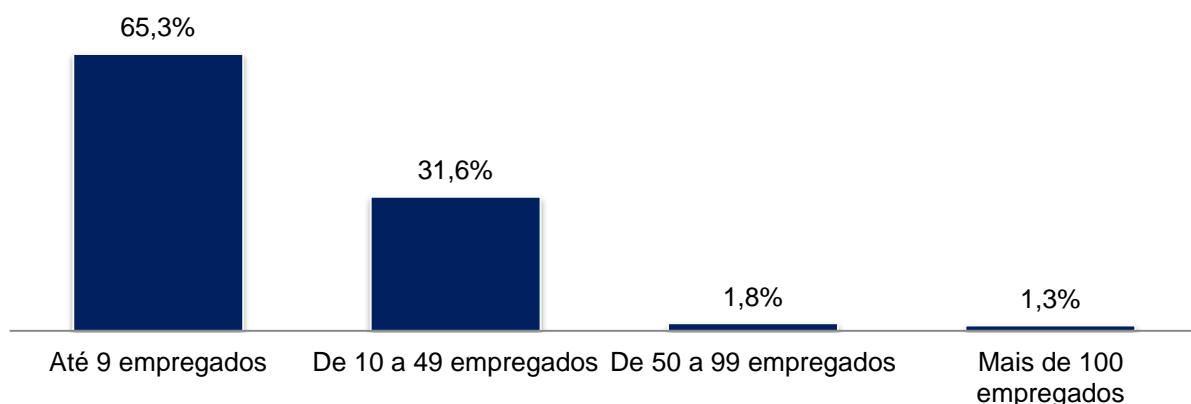
De início a pesquisa de resultado de vendas do Dia dos Namorados 2022 examinou o perfil dos entrevistados segundo os ramos de atividades e o porte das empresas.

**Setores**



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

**Porte**



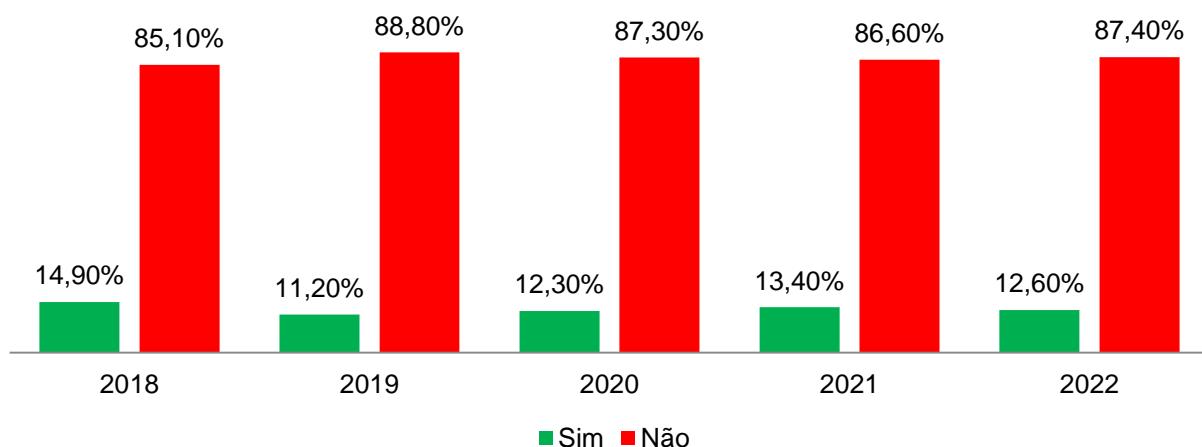
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Assim, o ramo de vestuário e calçados foi o segmento mais entrevistado (28,7%) no estado. Em segundo, aparecem os restaurantes (16,1%) seguidos pelos estabelecimentos de Joalherias/ relojoaria (16,0%) e Perfumes/cosméticos (10,3%). Quanto ao porte das empresas 65,3% delas têm até 9 empregados (micro empresa) e 31,6% entre 10 e 49 empregados (pequena empresa).

## RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS NAMORADOS 2022

Em primeiro lugar, foram apurados os impactos do Dia dos Namorados sobre o mercado de trabalho. Neste ano, 12,6% das empresas pesquisadas indicaram que realizaram contratação extra para atender o aumento da demanda do período, desempenho inferior ao do ano anterior, quando alcançou 13,4%. Entretanto, o resultado é superior em 1,4 pontos percentuais (p.p.) ao primeiro ano pré-pandemia (2019).

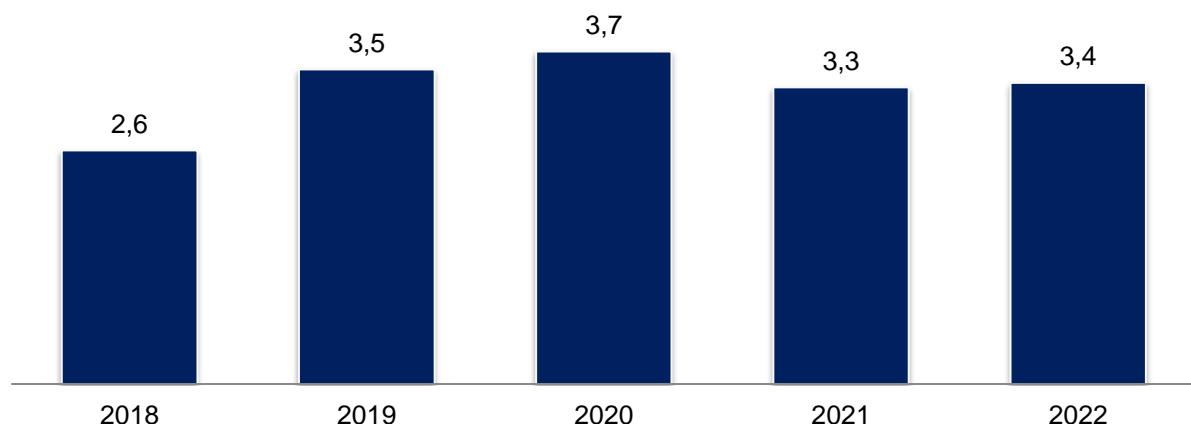
### Contratou colaboradores temporários para o período?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Apesar da redução no grupo de empresas que realizaram contratações, houve estabilidade no volume de trabalhadores contratados comparada ao ano anterior. A média de novos trabalhadores alcançou 3,4 no ano corrente, resultado similar ao ano de 2021 e 2019.

### Comparativo da Média de Contratações temporárias para o período

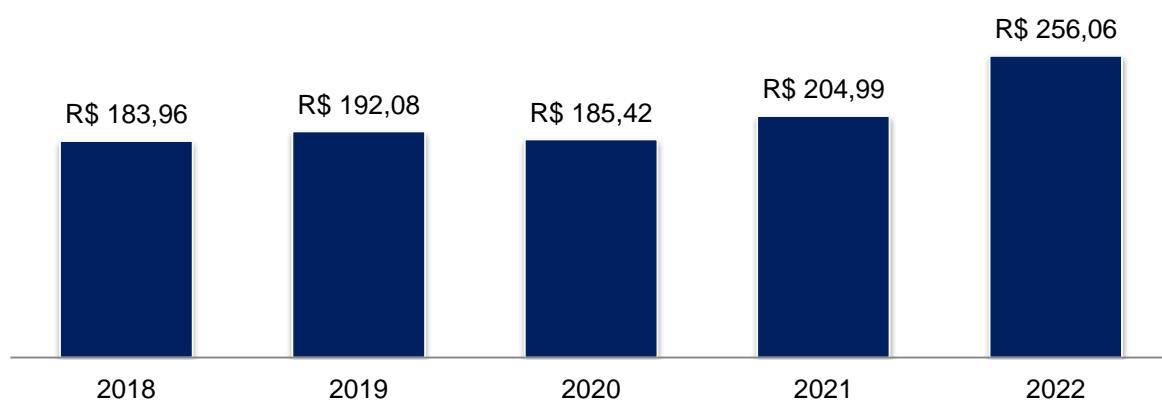


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## Pesquisa Fecomércio SC | Resultado de Vendas – Dia dos Namorados 2022

Em relação ao ticket médio para cada compra nos estabelecimentos comerciais pesquisados, a pesquisa apurou que ele ficou em R\$ 256,06, acréscimo nominal de 24,91% frente a 2021. Esse resultado recupera as perdas ocorridas nos anos anteriores já que o patamar deste ano é superior ao período pré-pandemia (2019) em termos reais em 8,4%.

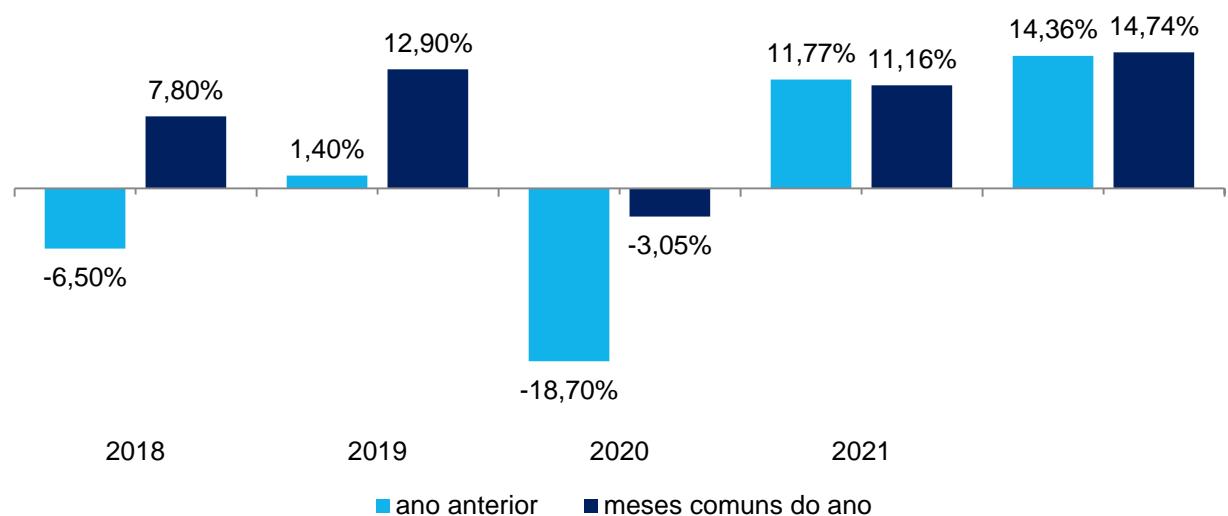
### Evolução do Ticket médio no Dia dos Namorados – Estadual



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Além do gasto médio, a Fecomércio SC questionou os empresários sobre qual foi a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período de Dia dos Namorados de 2021, quanto em relação aos demais períodos de 2022. Assim, em primeiro lugar, a variação média do faturamento em relação à mesma data do ano passado representou um avanço de 14,36%, ritmo maior do que o ano anterior, quando cresceu 11,77%.

### Variação do faturamento em relação ao Dia dos Namorados



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

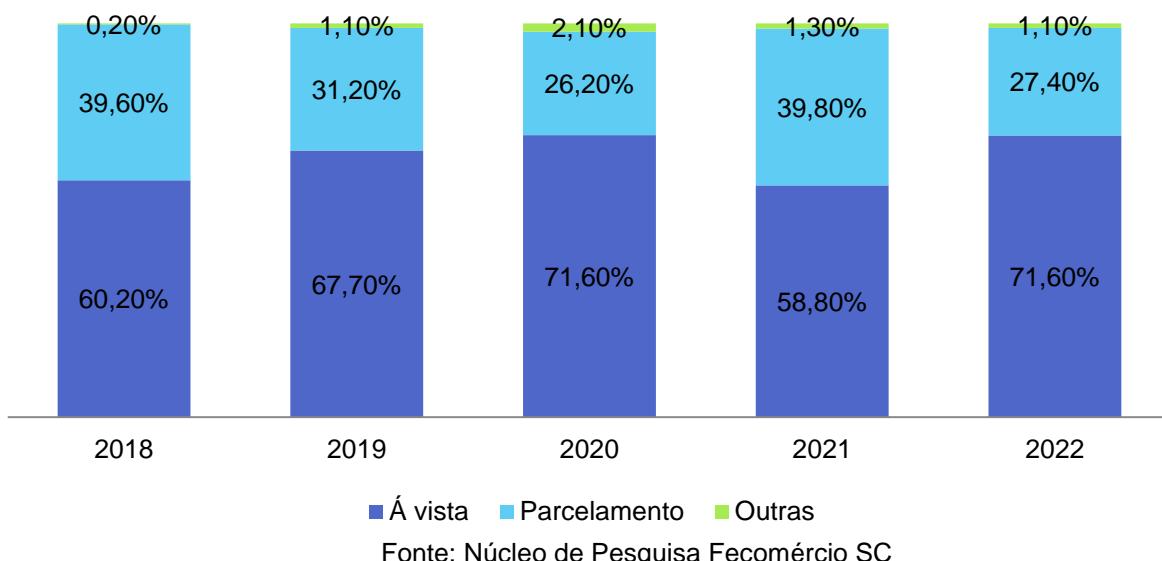
## Pesquisa Fecomércio SC | Resultado de Vendas – Dia dos Namorados 2022

Esse movimento positivo segue a tendência de valorização do ticket médio e da ampliação no volume de vendas, que pode ser aferido também pela Pesquisa Mensal do Comércio realizada pelo IBGE da competência de junho, onde houve variação positiva de 1,0% frente a igual período do ano anterior.

Já na comparação com os outros meses de 2022, também houve avanço em igual magnitude, na ordem de 14,74%, demonstrando que a data continua sendo expressiva para as vendas e o faturamento das empresas do comércio catarinense.

No que tange a forma preponderante de pagamento das compras, o pagamento à vista representou 71,6% das compras, alta de 12,8 p.p. diante do ano anterior, quando alcançou 58,8%. Dentre as modalidades de pagamento à vista, a principal refere-se ao cartão de crédito (37,6%), seguido do cartão de débito (21,1%). A pesquisa aponta a elevação do uso do pagamento eletrônico instantâneo (PIX), crescimento de 9,0 p.p., saindo de 2,6% para 11,6%. Já o uso do dinheiro alcançou seu menor valor desde 2018, ao representar 1,3% das preferências dos consumidores.

### Formas de pagamento preponderante

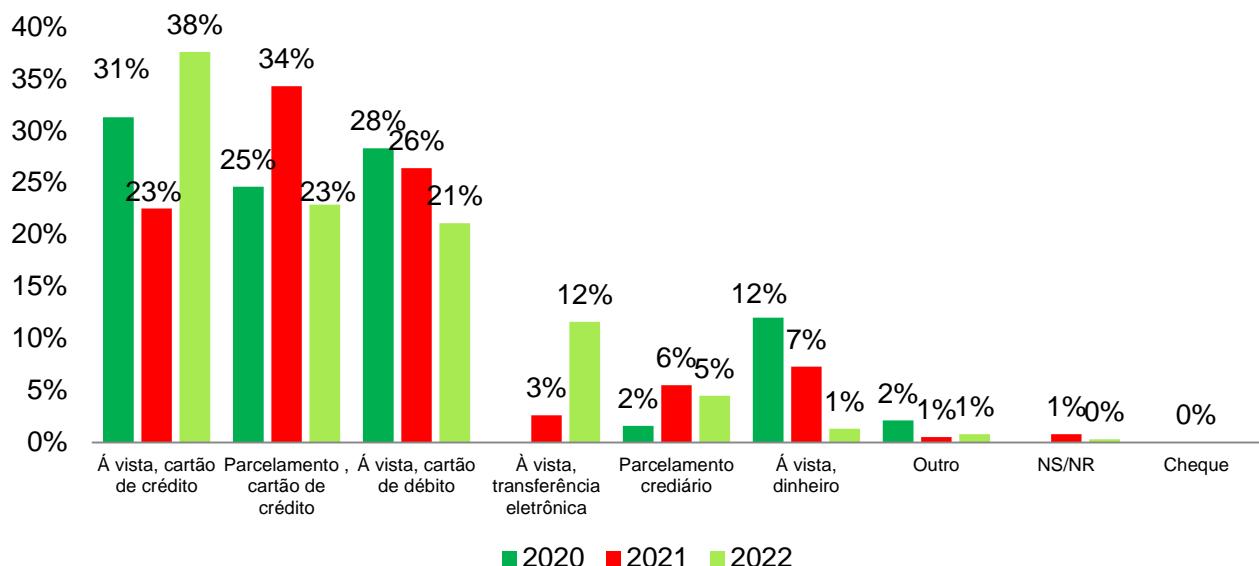


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Por outro lado, as compras parceladas durante a data reduziram em 12,4 p.p. neste ano, passando de 39,8% para 39,8%. A queda foi visível em ambas as modalidades de parcelamento, sobretudo, para o uso no cartão de crédito que caiu 11,4 p.p., ao atingir 22,9% dos entrevistados.

## Pesquisa Fecomércio SC | Resultado de Vendas – Dia dos Namorados 2022

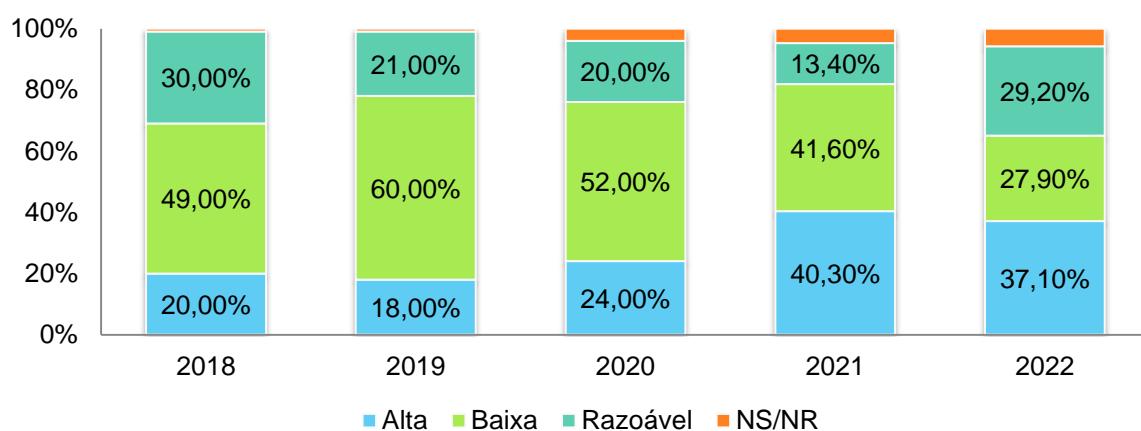
### Principais formas de pagamento



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para melhor entender o comportamento do consumidor neste Dia dos Namorados, esta pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais. O dado abaixo mostra uma redução de 3,2 p.p na percepção dos empresários quanto a alta frequência de clientes realizando pesquisa de preço, passando de 40,3% em 2021 para 37,1% em 2022.

### Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Apesar da queda, o resultado representa uma intensificação das pesquisas de preços por parte dos clientes diante dos anos anterior, e reforça a preocupação dos consumidores em relação aos impactos dos níveis de preços.

## **CONCLUSÃO**

A pesquisa da Fecomércio SC revelou que no Dia dos Namorados de 2022 houve recuperações das vendas frente ao período pré-pandemia levando em consideração o ticket médio e as contratações realizadas pelas empresas. Neste ano, o ticket médio foi de R\$ 256,06, acréscimo nominal de 24,91% frente a 2021. Esse resultado recupera as perdas ocorridas nos anos anteriores já que o patamar deste ano é superior ao período pré-pandemia (2019) em termos reais em 8,4%.

Movimento semelhante também foi observado na percepção da variação do faturamento em relação ao ano anterior, com aumento de 14,36%, ritmo maior do que o ano anterior, quando cresceu 11,77%. Já na comparação com os outros meses de 2022, também houve avanço em igual magnitude, na ordem de 14,74%, demonstrando que a data continua sendo expressiva para as vendas e o faturamento das empresas do comércio catarinense.

No âmbito do mercado de trabalho, houve redução no nível de empresas pesquisadas indicaram que realizaram contratação extra para atender o aumento da demanda do período, passando de 13,4% para 12,6%. Entretanto, o resultado de 2022 é superior ao período pré-pandemia. Esses resultados reforçam a manutenção do crescimento econômico, tendo em vista que houve elevação no volume de vendas do comércio varejista de Santa Catarina no encerramento do primeiro semestre de 2022 de 1,4%, segundo aponta pesquisa do IBGE.

Por fim, na percepção dos empresários quanto à frequência de clientes realizando pesquisa de preço nota-se redução no quesito de alta frequência, saindo de 40,3% para 37,1%. Apesar da queda, o resultado representa uma intensificação das pesquisas de preços por parte dos clientes diante dos anos anteriores, e reforça a preocupação dos consumidores em relação aos impactos dos níveis de preços.