

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

# **Resultado de Vendas do Dia das Crianças 2022**

O perfil do empresário e resultado de vendas para o  
período do Dia das Crianças em Santa Catarina

## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>PERFIL DOS ENTREVISTADOS .....</b>	<b>2</b>
<b>RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS CRIANÇAS 2022 .....</b>	<b>3</b>
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>10</b>

## **INTRODUÇÃO**

O Dia das Crianças é uma importante data em vendas para o comércio durante o ano, trazendo incremento nas vendas de diversos setores. Assim, tendo por base esta constatação, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas de Dia das Crianças com 383 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Itajaí, Joinville e Lages. A coleta dos dados ocorreu entre os dias 13 e 19 de outubro.

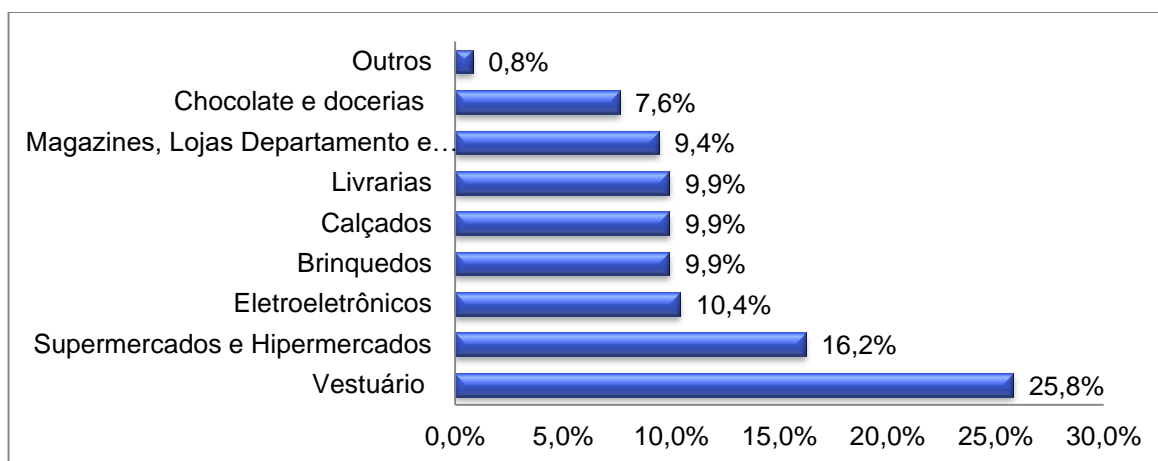
A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem. A técnica de coleta de dados foi a de entrevista por telefone individual aplicada com base em questionário estruturado desenvolvido pelo núcleo de pesquisas da Fecomércio SC. O universo foi o de proprietários ou gerentes de estabelecimentos comerciais.

Foram aplicadas 15 perguntas, sendo 10 fechadas e 5 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

## PERFIL DOS ENTREVISTADOS

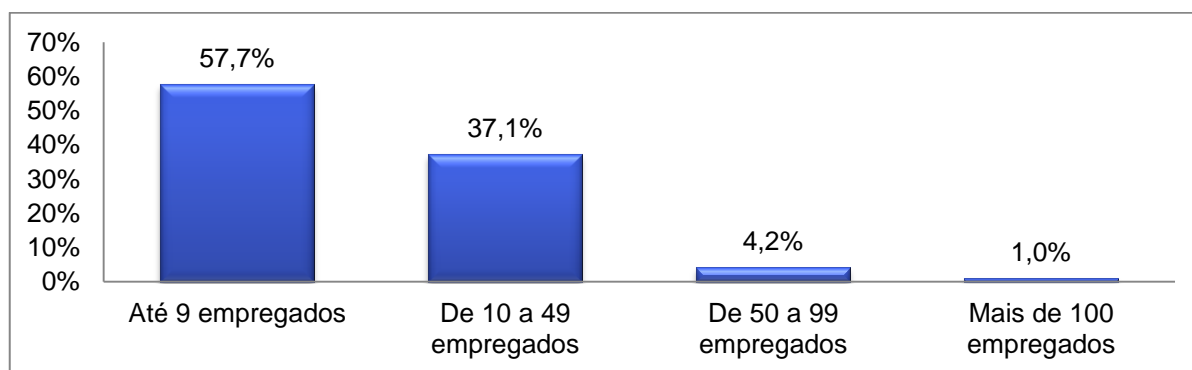
De início a pesquisa de resultado de vendas do Dia das Crianças 2022 apurou o perfil dos entrevistados segundo os ramos de atividades e o porte da empresa.

### Setores



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

### Porte



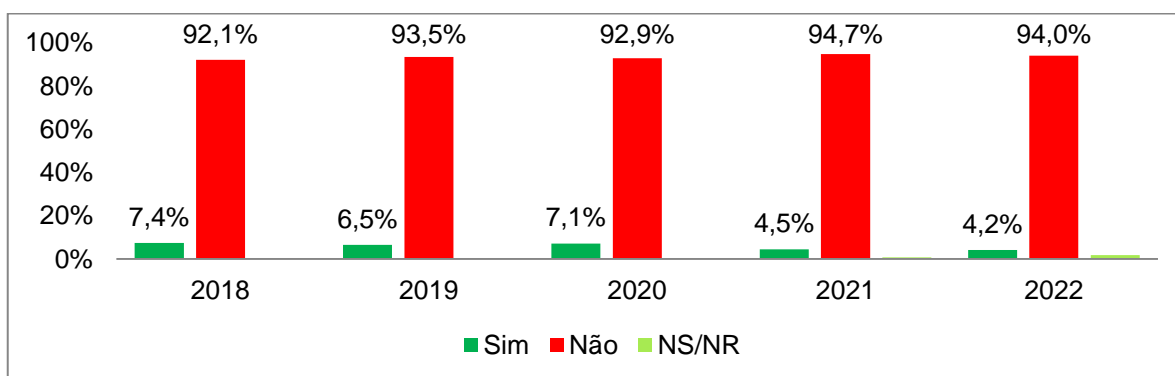
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Assim, o ramo de Vestuário (25,8%) e Supermercados e Hipermercados (16,2%) foram os segmentos mais entrevistados no estado. Em terceiro lugar, aparece Eletrônicos (10,4%), seguido pelos de Brinquedos, Calçados e Livrarias com 9,9%, cada um. Por porte, 57,7% das empresas entrevistadas têm até 9 empregados e 37,1% de 10 a 49 empregados.

## RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS CRIANÇAS 2022

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 13,9% e Dia dos Namoradores 12,6%). Em 2022, esse cenário persiste, inclusive, houve redução de 0,3 ponto percentual na porcentagem de empresas que indicaram a realização de contratações extras, passando de 4,5% para 4,2% em comparação com 2021.

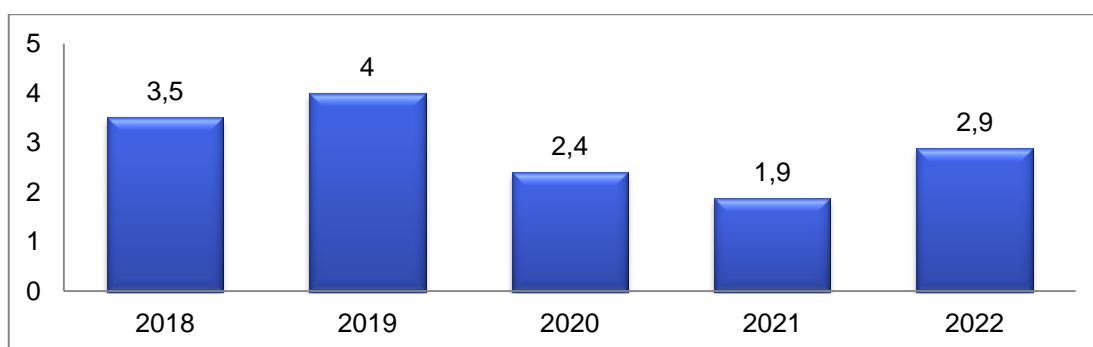
### Contratou colaboradores temporários para o período?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Por outro lado, nota-se que o volume de trabalhadores contratados inverteu a tendência de redução, observada nas duas últimas pesquisas e alcançou 2,9 novos empregados na média em 2022. Nesse sentido, percebe-se uma indicação de que a criação de postos de trabalho na data comemorativa pode ser reflexo de um processo heterogêneo de recuperação econômica.

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

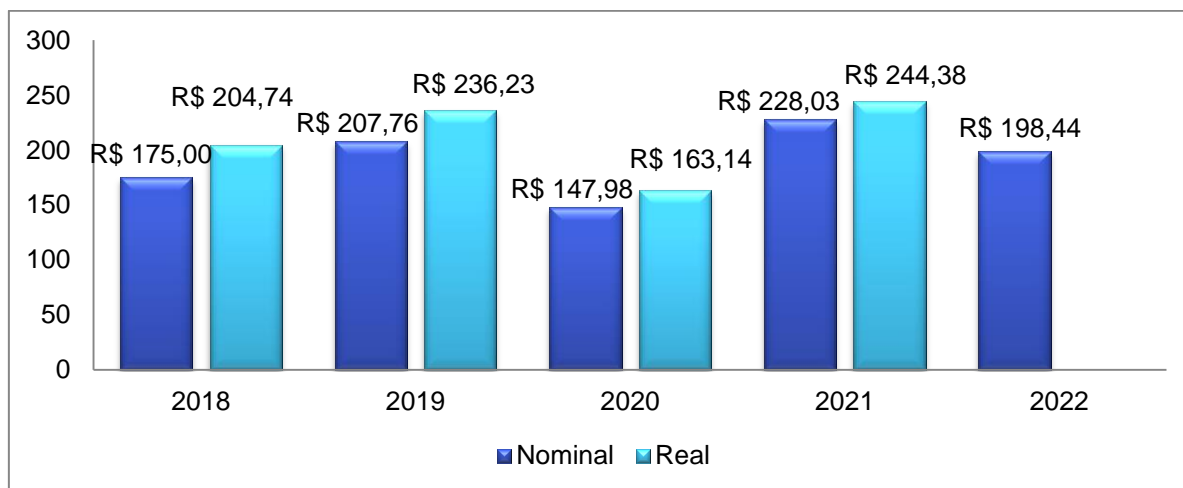


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia das Crianças 2022

Em relação ao ticket médio, a pesquisa apontou que ele ficou em R\$ 198,44. Este resultado é 13,0% menor do que o do Dia das Crianças de 2021, que foi de R\$ 228,03. Em termos reais, ao considerar a inflação oficial acumulada de 12 meses (IPCA 7,17%, competência de setembro de 2022), a queda é ainda mais significativa e alcança 18,8%.

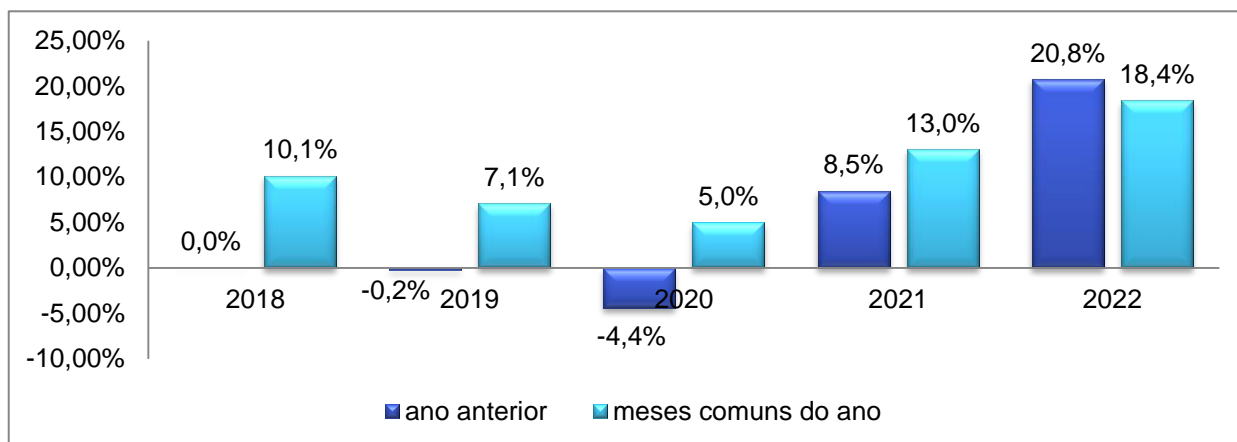
### Ticket médio no Dia das Crianças



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Além do ticket médio, a Fecomércio SC questionou os empresários sobre qual foi a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período de Dia das Crianças de 2021, quanto em relação ao faturamento médio dos demais meses. Assim, em primeiro lugar, faturamento em relação à mesma data do ano anterior apresentou alta de 20,7%, e em relação aos demais meses do ano uma elevação de 18,4%. Esse expressivo crescimento no faturamento das empresas sinaliza o retorno dos consumidores às compras na data comemorativa, tendo em vista o comportamento do valor do ticket médio neste ano e reforça que a data continua sendo muito importante para as vendas e faturamento das empresas do comércio catarinense.

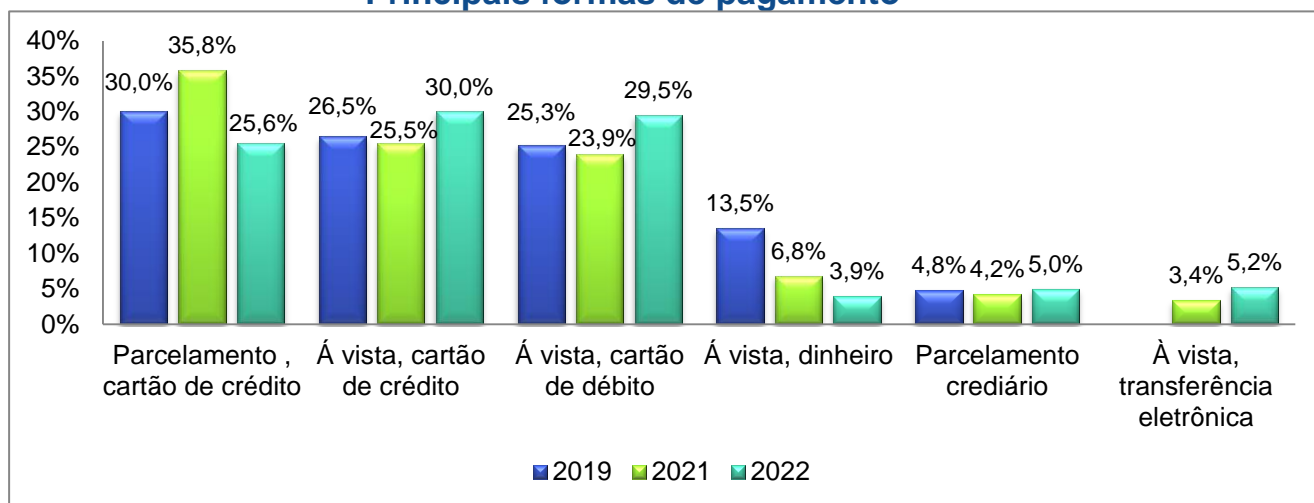
### **Variação do faturamento**



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

No que tange a forma preponderante de pagamento das compras, o pagamento à vista permaneceu liderando e reverteu a queda do ano anterior, passando de 59,6% para 68,6%. Tal percentual ainda é superior ao observado antes da pandemia (65,3%). Houve elevação em três formas de pagamento à vista (cartão de débito, cartão de crédito e PIX), sendo que o aumento foi maior nos cartões, especialmente de débito que atingiu 29,5% de representatividade, uma alta de 5,6 pontos percentuais. Por outro lado, perdeu espaço o pagamento parcelado no cartão de crédito que caiu de 35,8% para 25,6% neste ano. Não obstante, a compra parcelada relacionada ao crediário mostrou ligeira variação positiva de 0,8 ponto percentual chegando ao patamar de 5,0% e com isso ultrapassou o nível observado em 2019 (4,8%). Embora tais movimentos ainda não sejam determinísticos, eles podem ser interpretados como um comportamento precaucional dos consumidores, sobretudo, em função do elevado custo do crédito.

**Principais formas de pagamento**



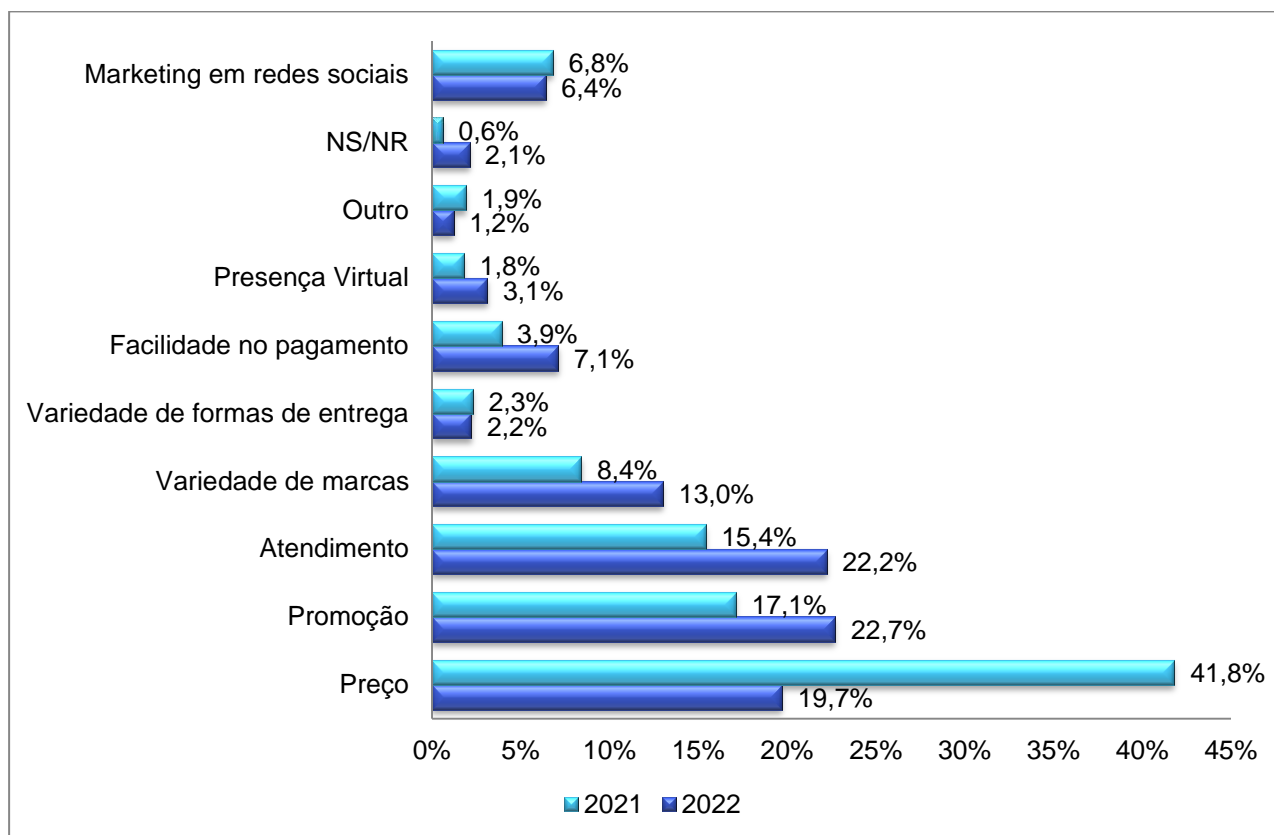
Outras formas de pagamento como cheque não atingiram 1,0% de participação.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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 bastante próximo, já que em primeiro lugar tem-se promoções (22,7%), seguido pelo fator atendimento (22,2%) e por preços (19,7%). É provável que devido ao atual processo de combate à inflação as empresas tenham observado maior dificuldade para realizar ações baseadas no fator preço, o que explica o grande diferencial entre 2021 (41,8%) e este ano (19,7%). Todavia, nota-se que para o empresariado também se mostrou bastante relevante a qualidade do atendimento prestado ao consumidor.



### Ação comercial priorizada pelos consumidores na visão dos empresários



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

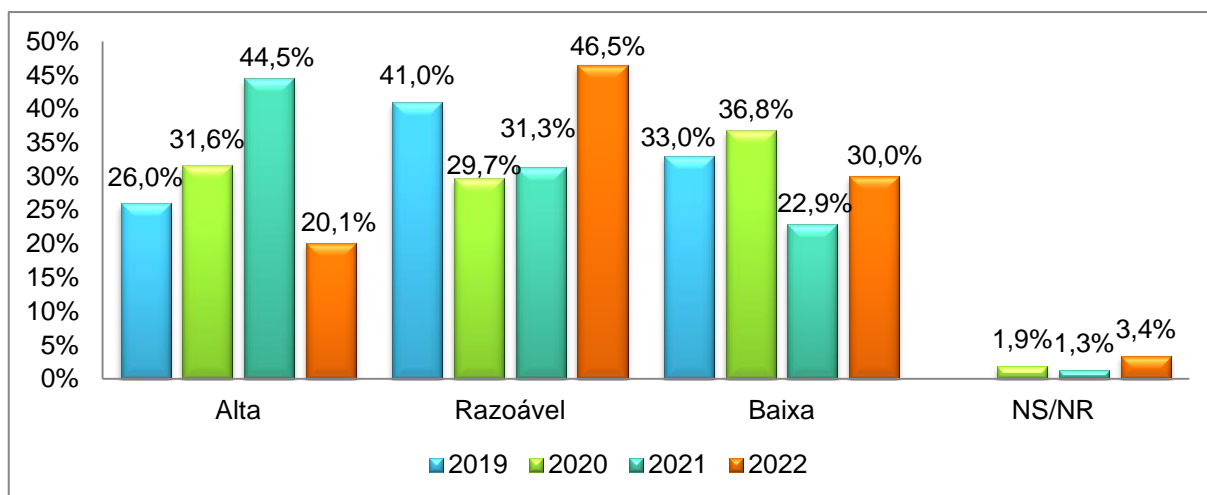
Para melhor entender o comportamento do consumidor neste Dia das Crianças, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais. Diferentemente do observado no ano passado, os dados não mostram uma grande preocupação dos clientes em pesquisar preços. Assim, 46,5% dos empresários relataram como razoável frequência de clientes realizando pesquisa de preço, o maior valor registrado para esse nível nos últimos anos. Entretanto, ainda mais interessante é a acentuada queda no percentual de alta frequência de clientes realizando pesquisa de preço, a redução de 5,9 pontos percentuais permitiu o alcance do menor nível observado até então, 20,1%. Ao comparar com outras datas comemorativas desde ano, percebe-se a magnitude deste percentual de alta frequência de consumidores realizando pesquisa de preço (37,1% dia dos Namorados; 37,4% na Páscoa; e 39,3% no Dia das Mães).

Esse resultado pode ser um ponto isolado, mas não se pode deixar de observar que ele chega em um momento em que a pressão dos preços dá sinais de desaceleração em alguns setores da economia, ao recuar 0,29% em setembro, e após registrar a menor queda da série histórica em julho com -0,68%. Tudo isso, pode em alguma medida passar uma sensação de acomodação do nível de preços dos produtos procurados na data comemorativa

## Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia das Crianças 2022

e induzir ao consumidor que o tempo gasto para realizar a pesquisa de preços pode não gerar os efeitos desejados.

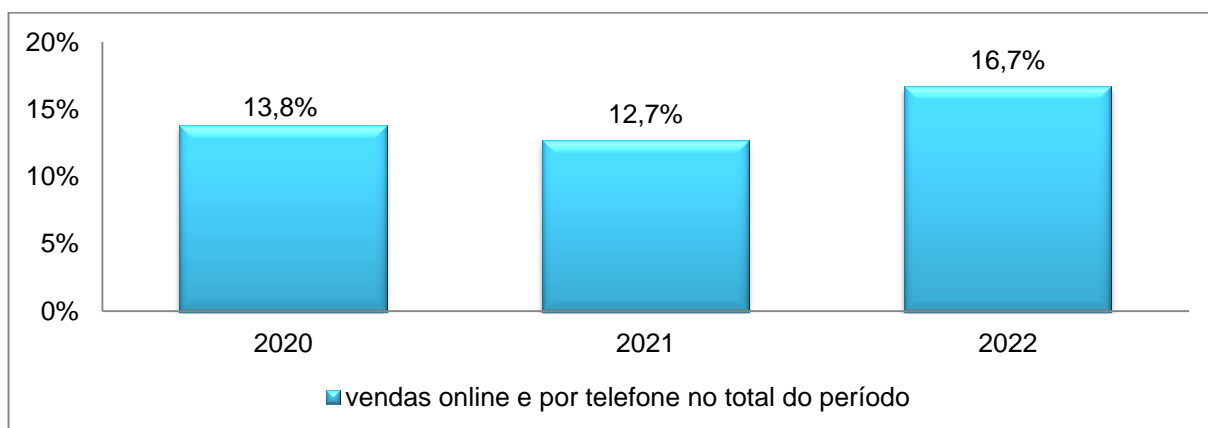
### Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Outro aspecto que se tem destacado desde o início da pandemia é referente aos canais alternativos de venda que utilizam a internet ou as outras formas de telecomunicações para atendimento e venda. Visando mensurar a importância e a abrangência deste fenômeno, as empresas foram questionadas sobre a participação desse tipo de vendas no total das vendas do período. Neste dia das crianças, a média informada foi de 16,7%, a maior registrada até então. Por essa razão, pode-se dizer que este canal de vendas vem se firmando como um diferencial para o comércio.

### Participação das vendas online e por telefone no período

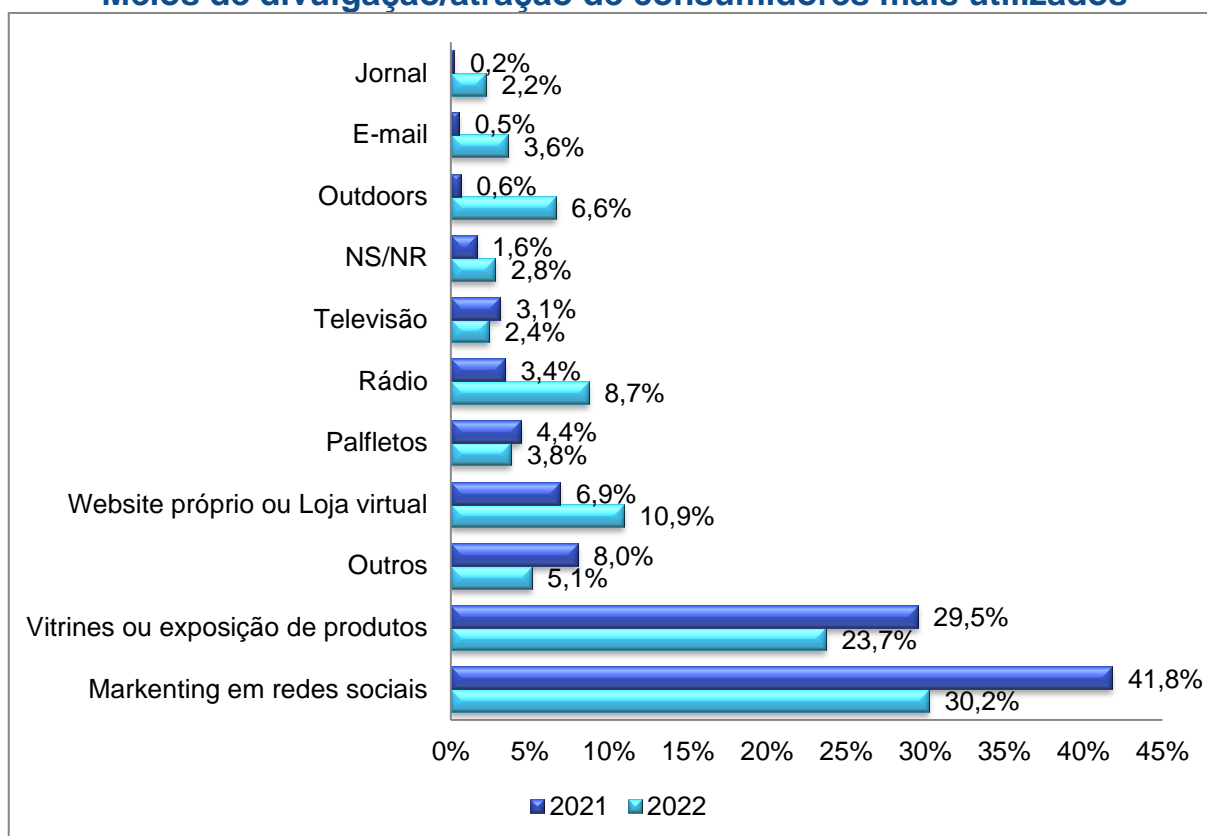


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

## Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia das Crianças 2022

Por fim, foram apurados quais os principais meios de divulgação/atração usados pelas empresas para atrair os consumidores. Assim como no ano passado, a forma preponderante apontada na pesquisa foi marketing em redes sociais, que atingiu 30,2% dos empresários entrevistados. Seguido da tradicional vitrines ou exposição de produtos com 23,7%. Embora a comparação desses dados com os do ano de 2021 indique uma forte redução de investimentos nesses dois meios publicitários, há de se ressaltar que parte dessa retração foi compensada pelo retorno da procura por meios já consagrados antes da pandemia como o rádio (8,7%). Além dele, as iniciativas em outdoors (6,6%), e-mail (3,6%) e jornal (2,2%) também merecem destaque após terem apresentadas participações diminutas no ano passado.

### Meios de divulgação/atração de consumidores mais utilizados



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

## **CONCLUSÃO**

A pesquisa da Fecomércio SC revelou que o Dia das Crianças de 2022 apresentou resultados positivos para o comércio catarinenses quanto à variação de faturamento. Na percepção da variação do faturamento em relação à mesma data do ano anterior, houve aumento médio de 20,8%. Movimento similar foi observado quanto à variação do faturamento em relação aos meses comuns do ano, alta de 18,4%. No Dia das Crianças de 2021, esses valores foram de 8,5% e 13,0%, respectivamente. Esse expressivo crescimento no faturamento das empresas sinaliza o retorno dos consumidores às compras na data comemorativa e reforça que a data continua sendo muito importante para o comércio catarinense.

Neste ano, observa-se um avanço do pagamento das compras à vista com 68,9%, frente aos 59,6% do ano anterior. Tal percentual também é superior ao observado no último Dia das Crianças antes da pandemia (65,3%). As razões para esse comportamento dos consumidores podem estar associadas a maior possibilidade de obtenção de descontos, bem como refletir uma preocupação em função do elevado custo do crédito. Além disso, deve-se ressaltar que o pagamento das compras por meio da modalidade PIX está cada vez mais presente (5,2%), em conformidade com o indicado na pesquisa de intenção.

Outro destaque positivo foi em relação a pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais por parte dos clientes. Diferentemente de anos anteriores, houve uma redução significativa na alta frequência de consumidores realizando pesquisa de preço que atingiu o menor nível até então observado, 20,1%. Ademais, 46,5% das empresas relataram como razoável a frequência, o maior valor registrado nos últimos anos.

Quanto ao mercado de trabalho, a pesquisa aponta sinais de alerta. Pois, por um lado, permanece reduzido o número de empresas que realizaram contratações para atender a demanda extra do período e, por outro lado, o volume de trabalhadores contratados inverteu a tendência de redução, observada nas duas últimas pesquisas e alcançou 2,9 novos empregados na média de 2022. Desta forma, a cautela na criação de postos de trabalho temporários para o Dia das Crianças pode indicar a existência de um processo bastante heterogêneo de recuperação econômica.

Por fim, os efeitos negativos da inflação mostraram-se presentes ao analisar o ticket médio da data. Em termos reais, ao considerar a inflação oficial acumulada de 12 meses, o valor é 18,8% menor do que o contabilizado em 2021.