

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

Resultado de Vendas Páscoa 2023

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Abril de 2023

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS.....	3
RESULTADO DE VENDAS – PÁSCOA 2023	4
CONCLUSÃO	11

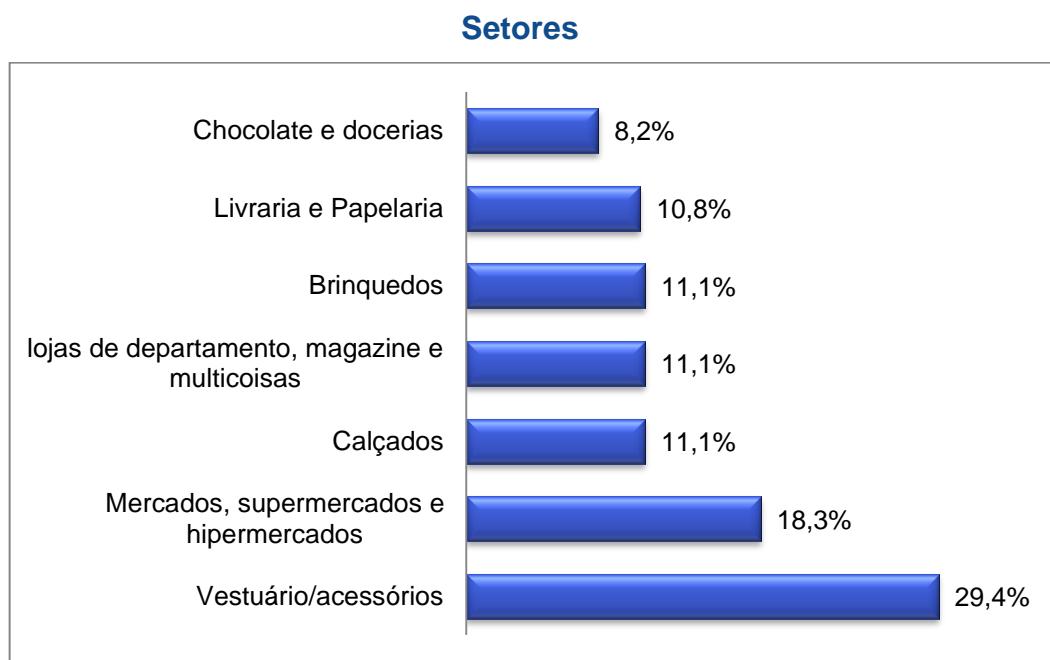
INTRODUÇÃO

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, também brinquedos, flores, roupas e tudo mais que seja relacionado ao ato de presentear entra na cesta dos consumidores. Desta forma, a data é muito relevante para o comércio catarinense e, em especial, para os estabelecimentos que comercializam chocolates.

Com base a isso, a Fecomércio SC realizou esta pesquisa de resultado de vendas de Páscoa com 378 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Itajaí, Joinville e Lages. Ela foi realizada durante os dias 10 e 13 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.

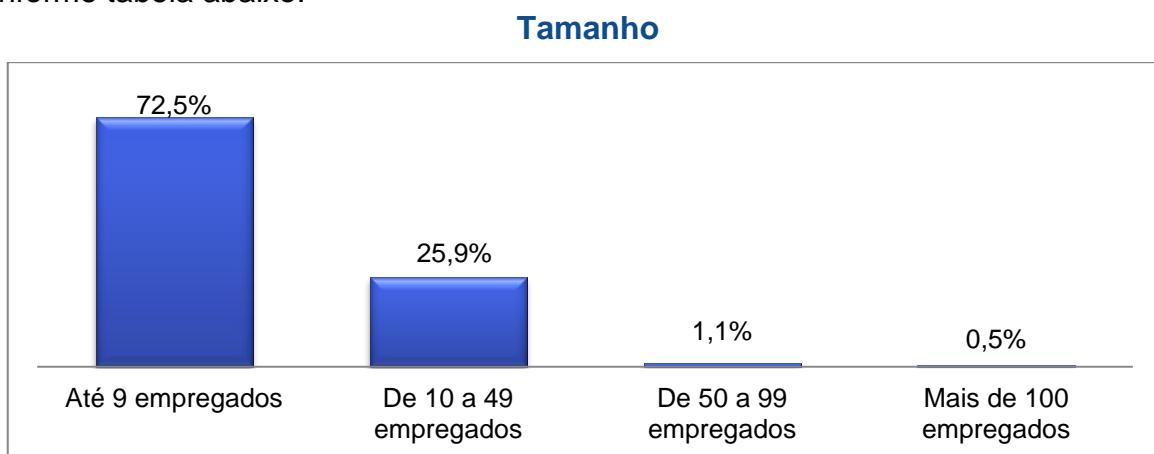
PERFIL DOS ENTREVISTADOS

A Fecomércio SC para a pesquisa de Resultado de Vendas – Páscoa 2023 ouviu os segmentos abaixo de acordo com os seguintes percentuais.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O setor vestuários e acessórios foram os segmentos mais entrevistados (29,4%) no estado, seguido pelo segmento de mercados, supermercados e hipermercados (18,3%). Quanto ao porte dessas empresas, 72,5% possuíam até 9 empregados e 25,9% eram empresas de pequeno porte com 10 a 49 empregados, conforme tabela abaixo.

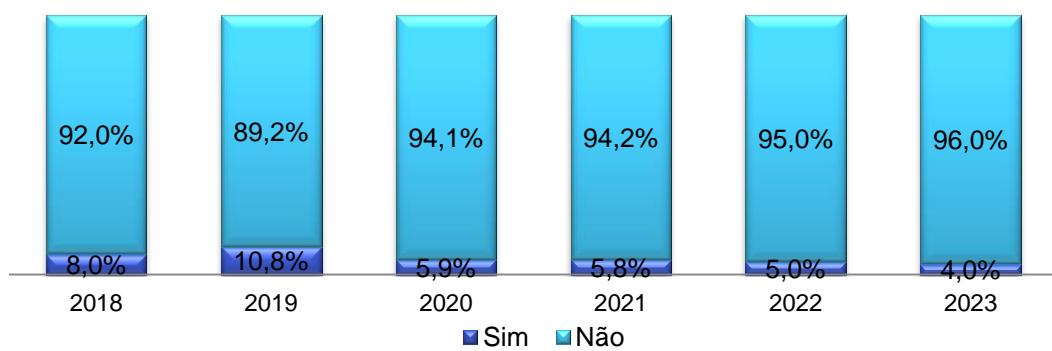


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

RESULTADO DE VENDAS – PÁSCOA 2023

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, há trajetória de redução no percentual de empresas que fizeram contratações, passando de 10,8% em 2019 para 4,0% em 2023, queda de 6,8 pontos percentuais (p.p.). Portanto, o resultado demonstra que a Páscoa não recuperou o ritmo das contratações aos níveis pré-pandemia no mercado de trabalho formal no Estado.

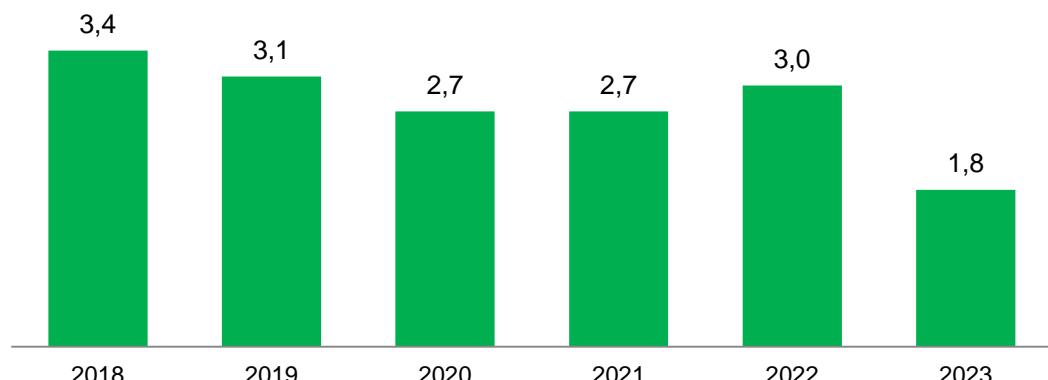
Contratou colaboradores temporários



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Nesta toada, a média de colaboradores admitidos em nível estadual, entre as empresas que contrataram, ficou em 1,8 por empresa neste ano, queda em relação ao ano anterior e o menor valor da série histórica observado para a data.

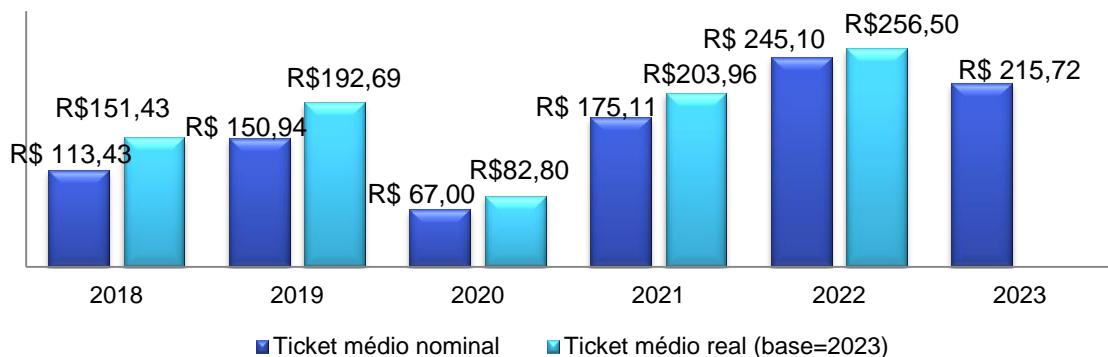
Média de contratações temporárias



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Pari passu com o resultado tímido no âmbito do mercado de trabalho, o ticket médio dos consumidores nas compras da Páscoa de 2023 ficou 12,0% abaixo do valor registrado na de 2022, ficando em R\$ 215,72. Não obstante, ainda termos nominais, o resultado é superior ao dos demais anos. Vale lembrar que em 2020, a data sofreu forte queda no ticket médio, 55,6%, e atingiu o menor nível da série (R\$ 67,00), mas em seguida apresentou recuperação. Ao se considerar a inflação acumulada, o ticket médio de 2023 é 15,9% inferior ao de 2022, porém, superior ao dos demais anos antes e após a pandemia (42,5% de 2018; 12,0% de 2019; 160,5% de 2020 e 5,8% de 2021).

Ticket médio total



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

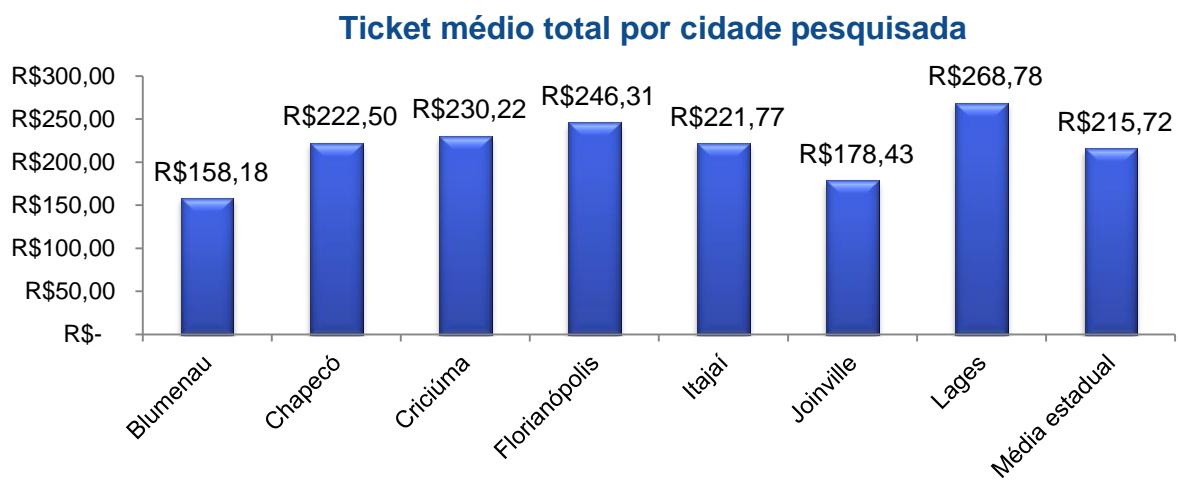
Ao analisar o ticket médio pelos segmentos pesquisados, observa-se diferença entre os distintos setores. Liderou o valor em 2023 o segmento de vestuário/acessórios com R\$ 285,83, valor 5,7% inferior ao do ano de 2022. Em seguida aparece calçados (R\$ 282,48). Importante ressaltar que o ramo com maior ticket médio em 2022 (R\$ 429,40) foi o de lojas de departamento, magazine e multicoisas que apresentaram média de R\$ 227,14, agora, queda de 47,1% frente aquele resultado.

Ticket médio total por segmentos



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

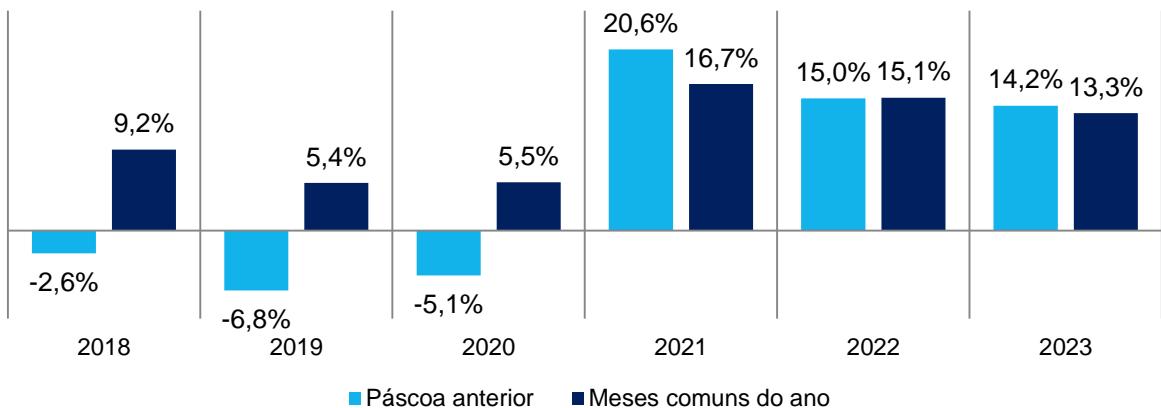
Em termos municipais, entre as nove cidades pesquisadas, o ticket médio variou entre R\$ 158,18 em Blumenau e R\$ 268,78 em Lages. Na capital, Florianópolis, o ticket médio das lojas foi de R\$ 246,31.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além do gasto médio, a Fecomércio SC questionou os empresários a respeito da variação do faturamento de suas empresas, tanto em relação à mesma data de 2022, quanto em relação aos demais meses do ano. Em sinal de recuperação do volume de vendas, o faturamento das empresas avançou 14,2% comparado a Páscoa de 2022. Em relação aos demais meses a média de incremento no faturamento nominal foi de 13,3%, o resultado é superior no comparativo com os anos anteriores à pandemia, quando girava em torno de 7,3% na média de 2018 e 2019.

Variação do Faturamento na Páscoa em relação:



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Dentre os segmentos pesquisados, assim como em 2022, chocolate e docerias obteve a maior variação comparada à Páscoa do ano anterior, alta de 28,9%. Em

segundo, destaca-se o ramo de mercados, supermercados e hipermercados (16,0%), e na sequência aparecem calçados (15,7%), lojas de departamento, magazine e multicoisas (14,6%) e brinquedos (13,7%). Ademais, chocolate e docerias ainda mostrou grande variação do faturamento em relação aos demais meses do ano (36,8%). Ainda vale destacar que 24,7% das vendas das lojas classificadas como de chocolate e docerias foram realizadas na modalidade *online*.

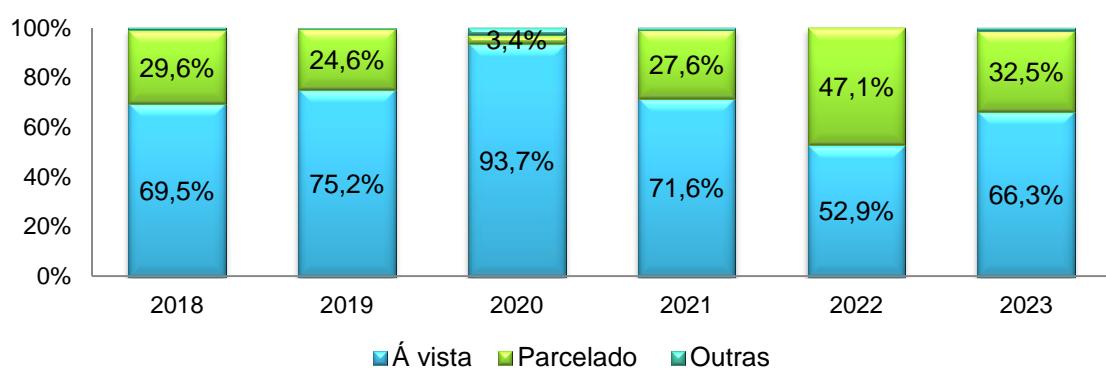
Variação do Faturamento em relação por setor



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

No que tange às formas de pagamento preponderantes, a maioria das compras foram à vista (66,3%), apresentando uma elevação significativa frente ao ano anterior de 13,4 p.p. Assim, as compras parceladas reduziram-se 14,6 p.p. na comparação com o ano anterior, ao atingir 32,5% das vendas. O movimento ainda não pode ser visto como uma tendência, mas sugere um retorno ao padrão observado antes da pandemia.

Modalidade de pagamento

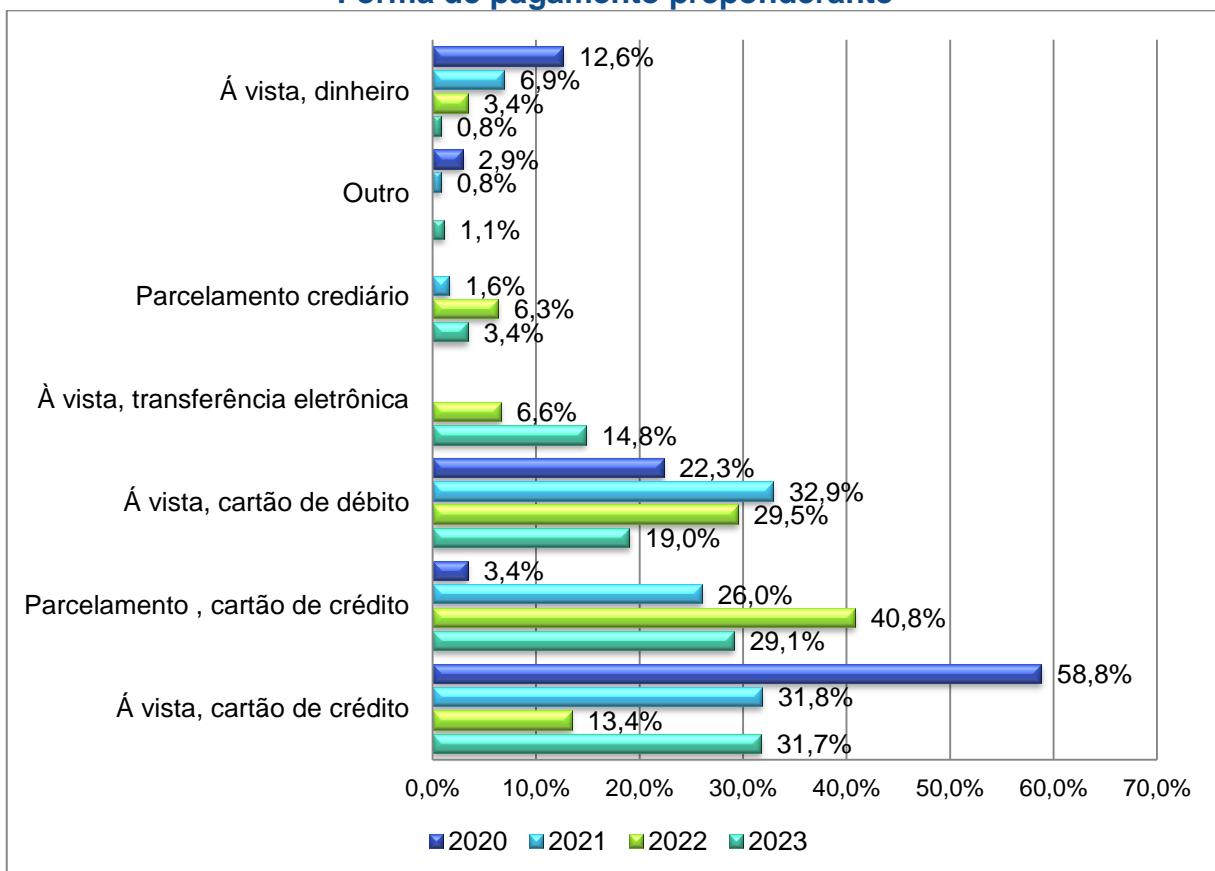


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Entre as modalidades de pagamento o destaque é o contínuo declínio do uso do dinheiro em sua forma física, o papel moeda como comumente se conhece. Na Páscoa

de 2020, 12,6% das compras foi realizada com dinheiro vivo, em 2023, este percentual foi de 0,8%. Provavelmente, aspectos como segurança e facilidade do uso dos cartões são essenciais para o bom entendimento da mudança de comportamento dos consumidores. E, nessa esteira também é possível entender o forte crescimento da modalidade de transferência eletrônica, o famoso PIX, que mais do que dobrou sua participação relativa de 2022 (6,6%) para 2023 (14,8%). Ainda chama atenção o uso do cartão de crédito à vista (31,7%), modalidade preferida do consumidor catarinense nesta Páscoa, a qual cresceu 18,3 p.p. entre as datas. Importante observar que o uso do cartão de débito vem se reduzindo nos últimos dois anos e atingiu 19,0% em 2023. Por outro lado, a preferência dos consumidores para o parcelamento das compras de Páscoa, dá sinais de retorno ao uso do cartão de crédito (29,1%) em lugar dos tradicionais crediários (3,4%).

Forma de pagamento preponderante

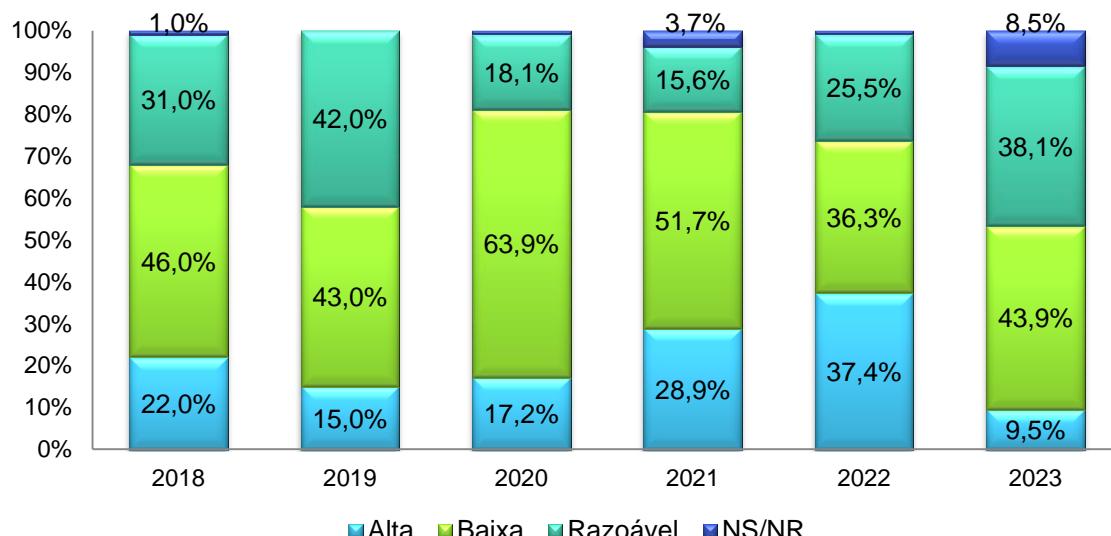


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Para melhor entender o comportamento do consumidor na Páscoa, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de consumidores realizando pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais. Há predomínio da percepção dos empresários sobre a baixa frequência de clientes realizando pesquisa de preço, alcançando 43,9% dos pesquisados, acréscimo de 7,6 p.p. diante da data anterior. A frequência tida como razoável foi declarada por 38,1% dos comerciantes. Em conjunto, esses dados indicam

certo retorno aos padrões observados em 2019, mas não de modo análogo, uma que destoa os percentuais de alta frequência (9,5%) e dos que não souberam responder (8,5%). Entre as cidades pesquisadas, Blumenau apresentou a maior incidência de alta frequência (20,0%), enquanto Florianópolis a maior de baixa frequência (78,5%).

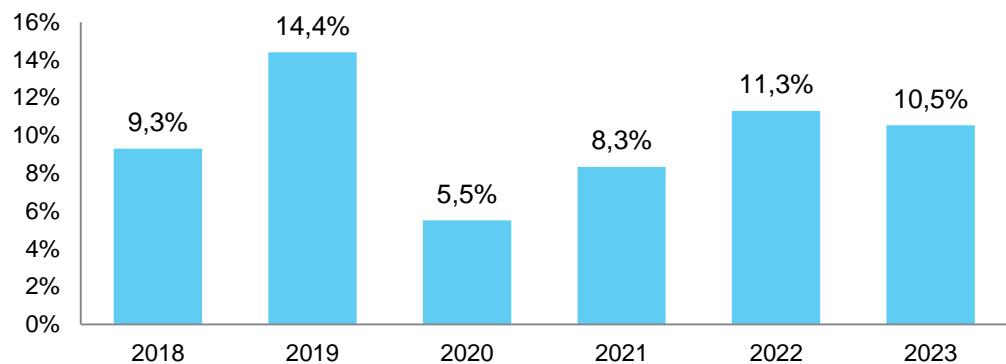
Frequência de clientes realizando pesquisa de preços



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Por fim, a pesquisa combina duas informações importantes para verificar o sucesso da data: o percentual dos estoques que sobraram e a percepção do empresário sobre o desempenho do seu negócio. Segundo os empresários do comércio de Santa Catarina 10,5% do estoque inicial para a Páscoa de 2023 não foi vendido e 47,6% declararam que o resultado foi igual ao esperado. 18,0% julgaram que o desempenho foi melhor do que o esperado e 27,8% estimam que tiveram resultado pior que o da Páscoa de 2022. Vale destacar que os empreendimentos mais exitosos, de acordo com a percepção de seus donos, foram os de Lages (33,3%), enquanto os que tiveram menos sucesso foram os de Blumenau (45,5%). Já em relação ao estoque não desejado, as empresas de Lages apresentaram o menor percentual (5,26%) e as de Florianópolis o maior (20,9%).

Percentual do estoque restante



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

CONCLUSÃO

Os resultados das vendas do período da Páscoa para o comércio de Santa Catarina mostram sinais de recuperação do volume de vendas. O faturamento das empresas avançou 14,2% comparado ao da Páscoa de 2022, a qual também tinha sido uma data positiva. E, em relação aos demais meses do ano, a média de incremento no faturamento foi de 13,3%. Este resultado é superior no comparativo com os anos anteriores à pandemia, quando girava em torno de 7,3% na média de 2018 e 2019.

Assim como em 2022, as lojas de chocolate e docerias obtiveram a maior variação no faturamento comparada à Páscoa do ano anterior, alta de 28,9%. O ramo de mercados, supermercados e hipermercados ficou em segundo lugar com 16,0%. Na comparação com o faturamento em relação aos demais meses do ano os percentuais destes dois segmentos foram de 36,8% e de 14,5%, respectivamente.

Outro dado positivo diz respeito às formas de pagamento preponderantes. A maioria das compras foram à vista, 66,3%, mostrando um avanço de 13,4 p.p. frente à Páscoa do ano passado. Já as compras parceladas responderam por 32,5% das vendas. Este movimento ainda não é conclusivo, mas sugere um retorno ao padrão observado antes da pandemia.

O ticket médio dos consumidores atingiu a marca dos R\$ 215,72. Em termos nominais houve recuo de 12,0% frente ao valor de 2022. Em termos reais, ao se considerar a inflação acumulada nos últimos doze meses, a queda em relação ao ano anterior foi de 15,9%. Todavia, convém lembrar que o ticket médio de 2023 avançou frente ao de todos os anos anteriores, com exceção ao de 2022 (R\$ 245,10), o qual foi o maior valor da série. Assim, embora o valor contabilizado em 2023 seja aquém ao de 2022, em termos reais, ele supera os do período pré-pandemia em 42,5% (2018) e em 12,0% (2019).

No âmbito do mercado de trabalho confirma-se a trajetória de redução no número de empresas que fizeram contratações para atender a demanda extra do período desde o início da pandemia, alcançando neste ano, somente, 4,0% dos entrevistados, o resultado mais baixo da série. Por essa razão, a média de contratações temporárias também recuou e alcançou o menor nível registrado até então: 1,8.

Na visão dos empresários, houve baixa frequência de clientes realizando pesquisa de preço, alcançando 43,9% dos pesquisados, acréscimo de 7,6 p.p. diante da Páscoa anterior. E a frequência tida como razoável foi declarada por 38,1% dos comerciantes. A preponderância desses dois resultados representa uma inversão em relação a ano anteriores quando havia uma intensificação das pesquisas de preços por parte dos clientes. Em conjunto, esses dados indicam certo retorno aos padrões observados em 2019. Por fim, os empresários do comércio de Santa Catarina terminaram a Páscoa com uma média de 10,5% de seus estoques iniciais. E em termos de desempenho do próprio negócio, 47,6% declararam que foi igual ao esperado, 18,0% melhor do que o esperado e 27,8% relataram resultado pior.