

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

Resultado de Vendas de Dia das Mães 2023

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Maio de 2023

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	6
RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS MÃES 2023.....	7
CONCLUSÃO.....	13

INTRODUÇÃO

O Dia das Mães é a segunda maior data em vendas para o comércio durante o ano, perdendo apenas para o Natal. 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 das Mães com 383 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Itajaí, Joinville e Lages. Os dados foram coletados entre os dias 15 e 18 de maio do ano corrente.

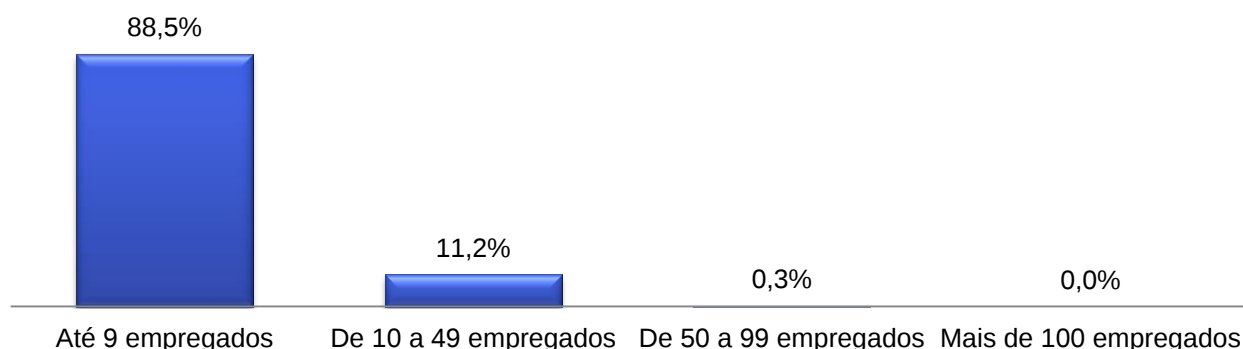
A metodologia utilizada na pesquisa de resultados é a quantitativa por amostragem, e a coleta dos dados ocorreu por telefone, baseada na metodologia Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI), com base em questionário estruturado desenvolvido pelo núcleo de pesquisas da Fecomércio SC. O universo foi o de proprietários ou gerentes de estabelecimentos comerciais. Para um índice de confiabilidade de 95% a margem de erro foi estimada em 5%.

Foram aplicadas 20 perguntas, sendo 14 fechadas e 6 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

A pesquisa de resultado de vendas do Dia das Mães 2023 apurou o comportamento dos seguintes segmentos do comércio, bem como o tamanho das empresas, em diversas cidades de Santa Catarina, possibilitando entender estatisticamente tendências do agregado estadual.

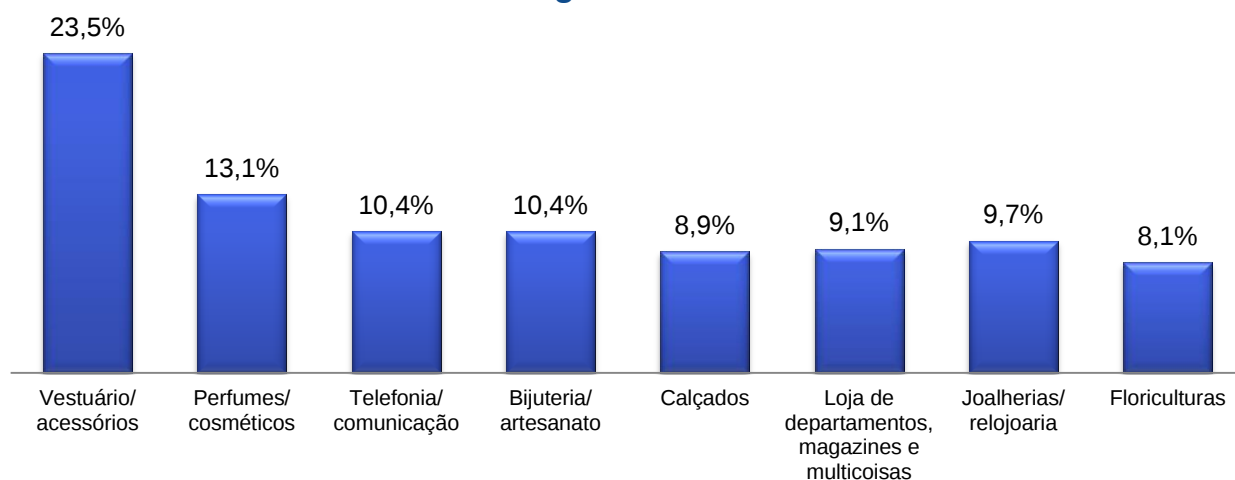
Porte da Empresa



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Quanto ao porte das empresas entrevistadas, a maioria dela é micro, com até 9 empregados (88,5%), seguida pelas de pequeno porte (11,2%). O ramo de vestuários e acessórios foi o segmento mais entrevistados (23,5%). Em segundo lugar aparece o segmento de perfumes e cosméticos com 13,1%, na sequência, telefonia e comunicação (10,4%) e em proporção idêntica o setor de Bijuteria/ artesanato (10,4%).

Segmentos

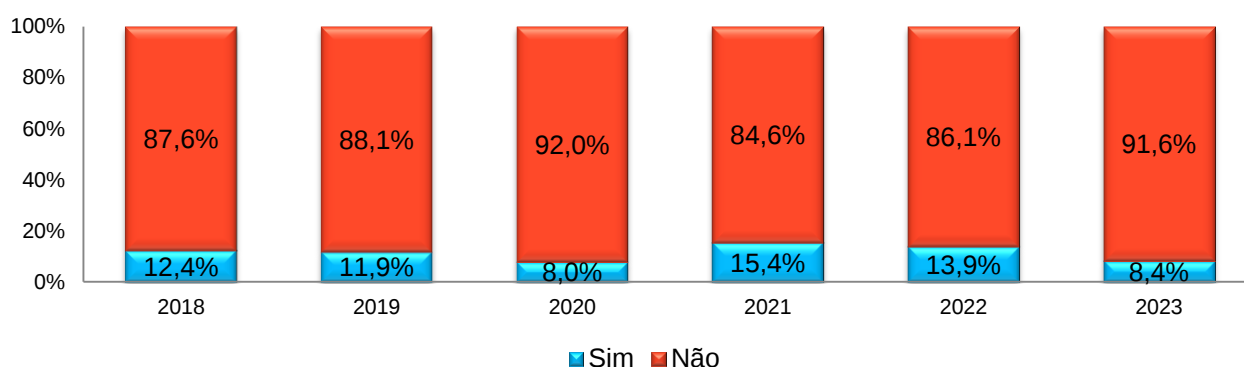


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS MÃES 2023

Em primeiro lugar, foram apurados os impactos do Dia das Mães para o mercado de trabalho. Neste ano, em que o orçamento familiar permanece apertado devido à inflação persistente e dissipada para diversos produtos, o montante de empresas que realizou contratações para atender a demanda do período foi bastante próximo do observado no período mais crítico da pandemia. Para o Dia das Mães de 2023, 8,4% das empresas contrataram trabalhadores temporários. Na data de 2020, esse percentual foi de 8,0%. Regionalmente, Blumenau (14,3%) e Itajaí (13,7%) foram as cidades que apresentaram os maiores percentuais de tais contratações.

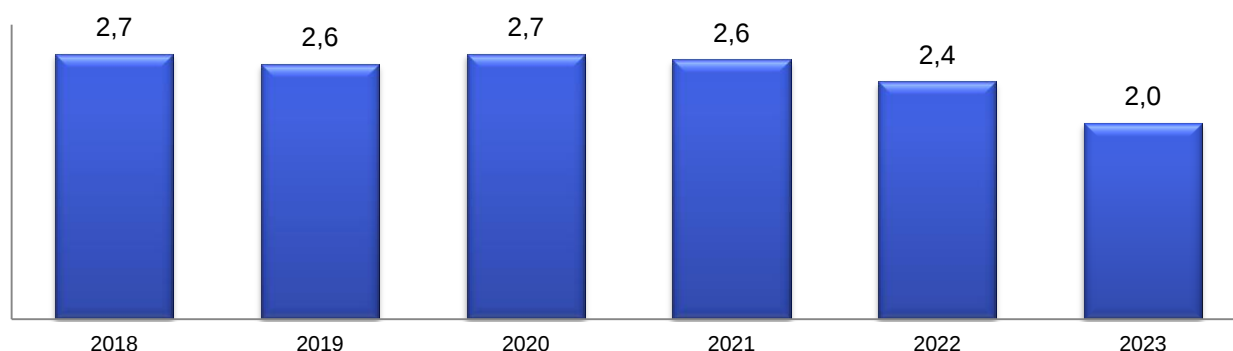
Contratou colaboradores temporários para o período?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A média de trabalhadores admitidos em nível de Estado, entre as empresas que contrataram, ficou em 2,0 por empresa em 2023, redução em relação ao ano anterior (2,4). E, assim o número médio de contratações temporárias registrou o menor patamar da série histórica para esta data comemorativa.

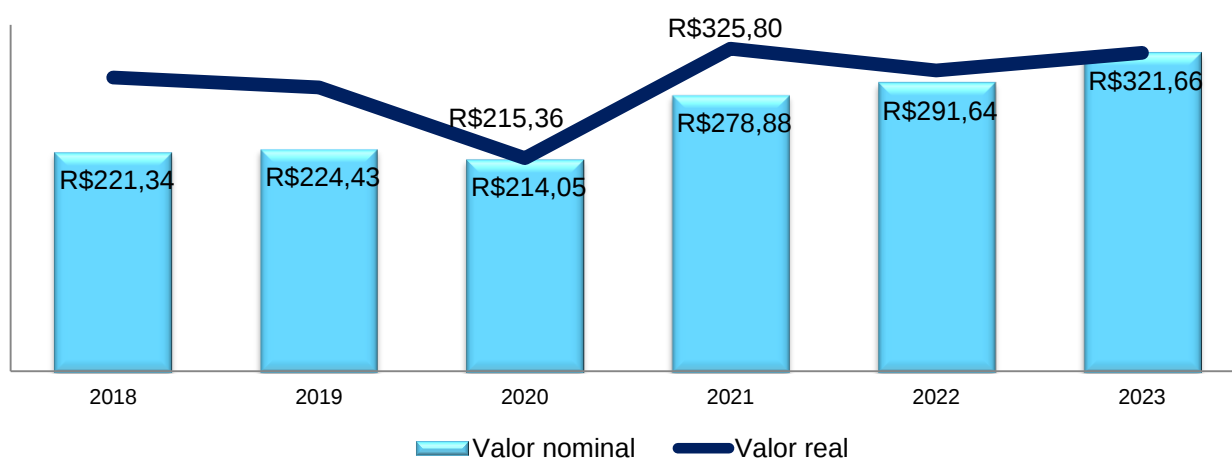
Média de contratações temporárias para o período



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

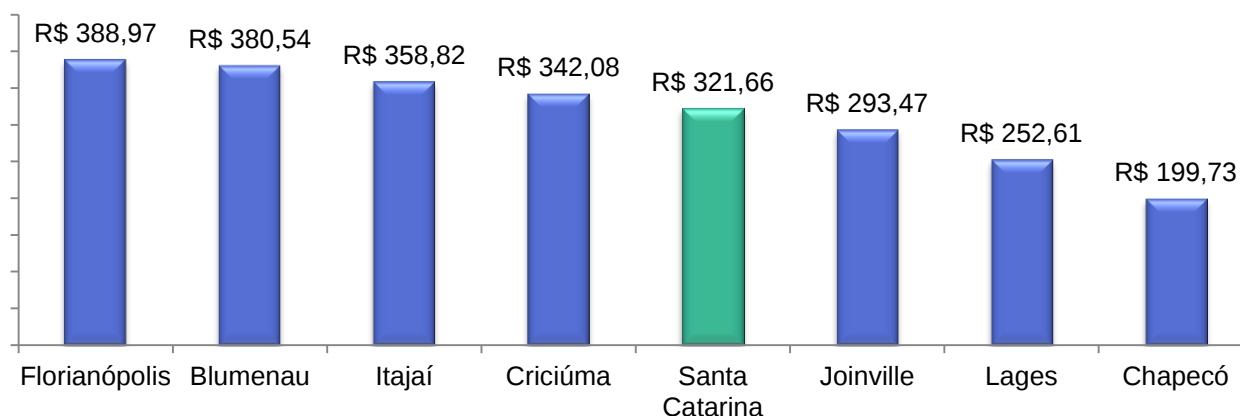
O ticket médio dos estabelecimentos comerciais no Dia das Mães avançou 10,3% frente ao de 2022, ficando em R\$ 321,66, o maior valor nominal da série. Tal desempenho mantém o valor acima do nível pré-pandemia. Em termos reais, o ticket médio de 2023 é 5,9% superior ao de 2022, 49,4% acima do que o de 2021 e ainda é maior do que os valores registrados antes da pandemia (12,2% frente 2019 e 8,4% frente 2018). Assim, considerando a inflação do período, o resultado de 2023 só é inferior ao de 2021 (-1,3%).

Ticket médio total no Dia das Mães



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Regionalmente, o ticket médio mais elevado foi observado na capital, Florianópolis (R\$ 388,97) e o mais baixo em Chapecó (R\$ 199,73). E, em relação às cidades pesquisadas contribuíram para elevar a média estadual: Florianópolis (R\$ 388,97), Blumenau (R\$ 380,54), Itajaí (R\$ 358,82) e Criciúma (R\$ 342,08). Em sentido contrário, apresentaram média inferior ao estado: Joinville (R\$ 293,47), Lages (R\$ 252,61) e Chapecó (R\$ 199,73).



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Quanto ao ticket médio conforme o segmento econômico realizado na pesquisa, o destaque em termos absolutos é Joalherias/ relojoaria com média de R\$ 782,43, alta de 22,9% diante do ano anterior. Enquanto o setor de Perfumes/cosméticos foi o destaque em termos relativos, com acréscimo nominal de 36,3% em relação ao ano anterior, situando-se em R\$ 212,72. Do lado negativo, Loja de departamentos, magazines e multicoisas (-50,2%) e Calçados (-5,7%) apresentaram queda diante de 2022.

Ticket médio (R\$) no Dia das Mães por segmento

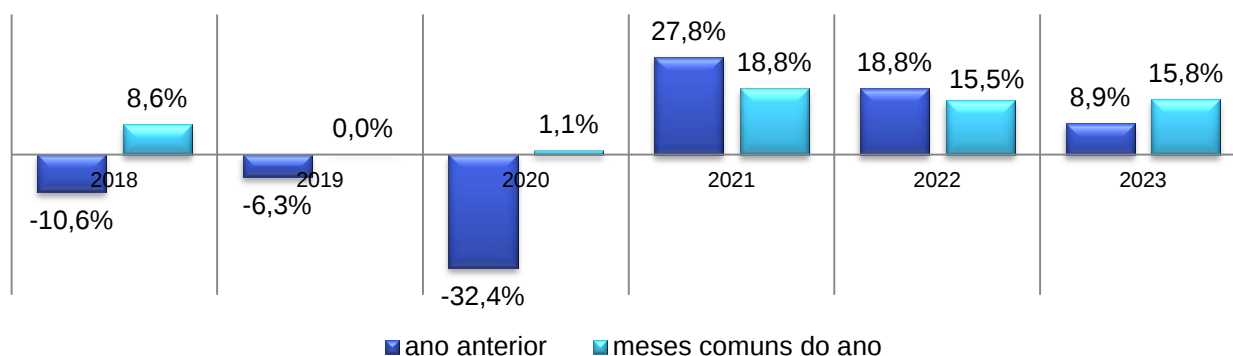
Ticket médio total por Segmentos*	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Variação 2022/2023
Vestuário/ acessórios	252,55	197,79	199,77	266,29	280,61	369,36	31,6%
Calçados	172,76	212,00	169,65	219,76	309,78	291,97	-5,7%
Perfumes/ cosméticos	102,18	127,97	95,13	143,96	156,12	212,72	36,3%
Telefonia/ comunicação	476,09	387,60	569,88	513,38	395,00	409,49	3,7%
Joalherias/ relojoaria	550,05	350,00	390,91	572,50	636,64	782,43	22,9%
Loja de departamentos, magazines e multicoisas	401,79	293,32	197,62	382,48	525,15	261,71	-50,2%
Floriculturas	70,06	85,44	97,83	101,45	135,69	178,71	31,7%
Bijuteria/ artesanato	77,21	171,45	100,30	151,41	119,61	137,35	14,8%

Observação: *A relação é muito significativa no cruzamento das variáveis.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Além do ticket médio, a Fecomércio SC questionou os empresários sobre a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período do Dia das Mães de 2022 quanto em relação aos demais meses do ano. A percepção na variação do faturamento em relação à mesma data do ano anterior segue se reduzindo, após o avanço de 2021, embora tenha registrado um avanço de 8,9%. Já na comparação com os meses comuns, há ligeiro aumento em relação ao do ano passado, subida de 0,3 p.p., alcançando os 15,8%. Ainda merece destaque o fato de que as vendas online e por telefone representaram 14,6% do faturamento do período.

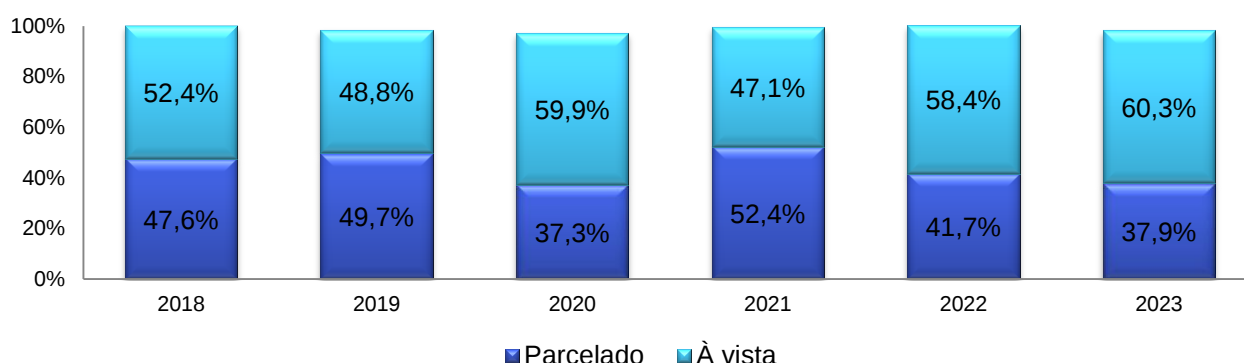
Variação do faturamento (%)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

No que tange às modalidades de pagamento, não houve alteração frente a 2022, permanecendo o pagamento à vista a preponderante, 60,3%. Por outro lado, o parcelamento foi preferido por 37,9% dos consumidores. Ademais, os percentuais das modalidades de pagamento não diferem muito da apresentada durante o período mais crítico da pandemia (2020) e sugere que os clientes catarinenses estiveram mais cautelosos durante o Dia das Mães de 2023.

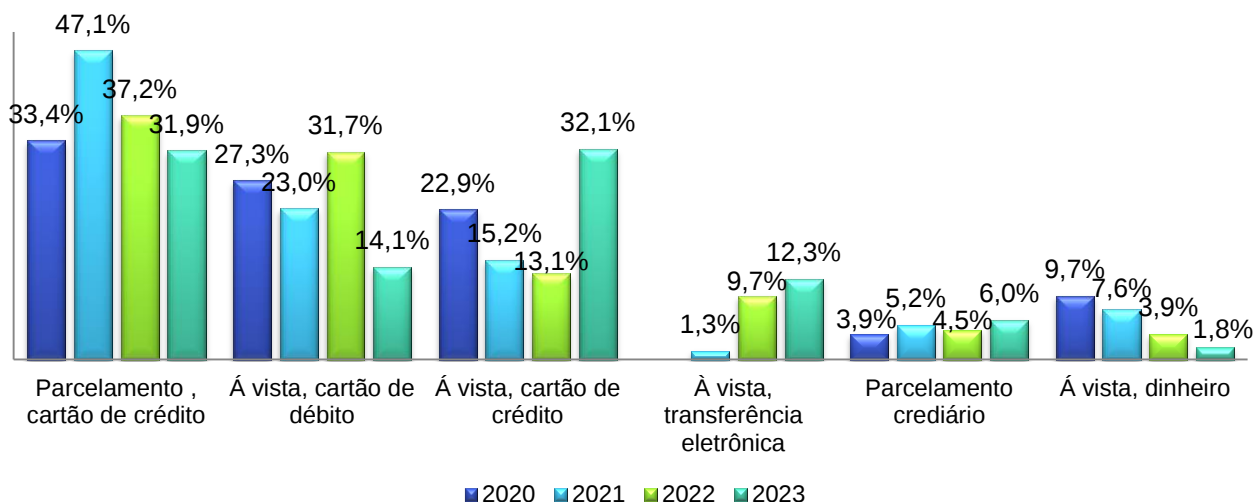
Modalidade de pagamento



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Dentre as formas de pagamento das compras, o pagamento à vista no cartão de crédito foi o preponderante com 32,1%. Com um avanço de 19,0 p.p., o percentual é o maior da série histórica e indica uma revisão dos hábitos de pagamento por parte dos consumidores catarinenses. Em segundo lugar desponta o pagamento parcelado no cartão de crédito com 31,9%, queda de 5,3 p.p. frente a 2022. Em terceiro lugar, “à vista, cartão de débito” com 14,1% se destaca por apresentar a maior redução, -17,6% p.p., reforçando a revisão dos hábitos de pagamento dos catarinenses. E ainda se segue a forma “à vista, transferência eletrônica”, o famoso PIX, com 12,3%, e o “parcelamento crediário” com 6,0%, o maior percentual da série. Por fim, o “à vista, dinheiro” com 1,8%, segue sendo a única forma de pagamento com forte tendência de declínio ao longo dos anos pesquisados, perdendo cada vez mais prestígio junto aos consumidores.

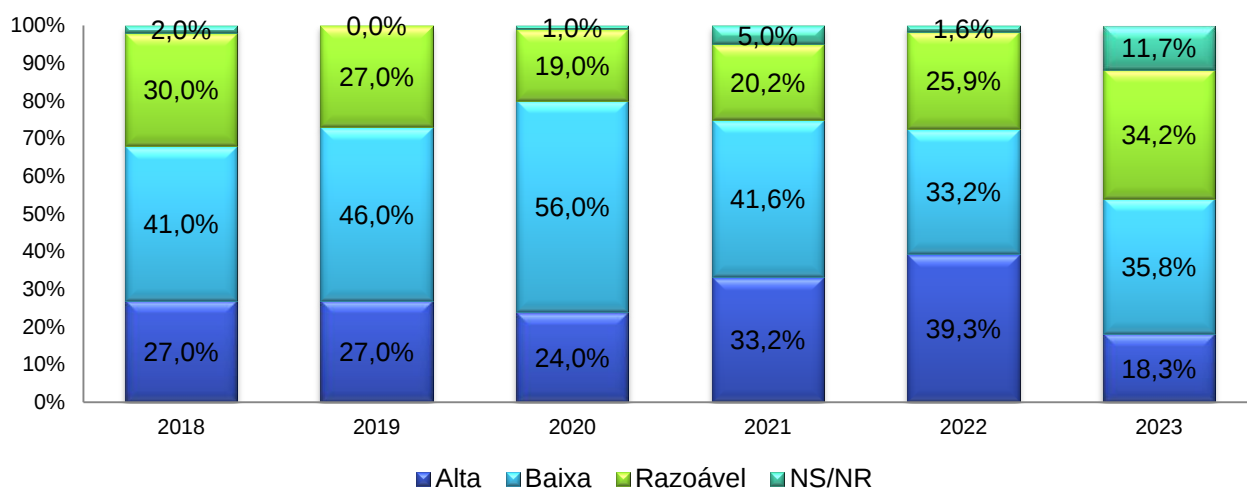
Principais formas de pagamento



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Por fim, para melhor entender o comportamento do consumidor na data, a pesquisa também buscou saber a frequência de clientes realizando as famosas pesquisas de preço nos estabelecimentos comerciais, dada sua importância determinante tanto na visão dos consumidores como dos empresários em um cenário de inflação alta persistente e de juros elevados. Os dados mostram que o predomínio da percepção dos empresários é o oposto do ano anterior, quando a alta frequência de clientes realizando pesquisa de preço alcançou o maior percentual da série, 39,3%. Em 2023, o cenário do Dia das Mães foi de baixa (35,8%) e de razoável (34,2%) frequência de clientes realizando pesquisa de preço. 18,3% das lojas observaram alta frequência, o menor percentual desde o início da pesquisa, e 11,7% não souberam responder.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Por fim, a pesquisa ainda questionou os empresários sobre a realização de estoques para a data comemorativa. Neste sentido, 47,0% das empresas declararam não ter realizado estoques para o Dia das Mães de 2023. E, aprofundando a questão, 38,4% das firmas afirmaram que não houve formação de estoques indesejáveis, enquanto, 11,7% passaram a data com o nível de estoque acima do desejável. Dentre as cidades pesquisadas, o maior percentual de realização de estoques não desejável foi observado em Blumenau (39,3%). Por outro lado, as cidades cujo maior percentual de empresas não estocou para a data foram Criciúma (64,6%), Florianópolis (61,8%) e Lages (61,4%).

CONCLUSÃO

Os resultados das vendas do período do Dia das Mães de 2023 para o comércio de Santa Catarina mostram sinais de manutenção da importância da data para o setor, inclusive, superando em termos reais o ticket médio dos anos de 2018 e 2019, pré-crise da pandemia. Assim, o ticket médio dos consumidores avançou 10,3% frente ao de 2022, ficando em R\$ 321,66. Apesar da alta na comparação com período pré-crise, em termos reais, o resultado foi inferior ao ano de 2021 em 1,3%.

Para o faturamento das empresas, há um ligeiro aumento em relação aos meses comuns do ano, 15,8% frente a 15,5% de 2022, e uma queda na comparação com o Dia das Mães do ano anterior que caiu de 18,8% para 8,9%.

No âmbito do mercado de trabalho, manteve-se a trajetória de redução no número de empresas que fizeram contratações para atender a demanda extra do período. Em 2022, 13,9% dos empresários declararam que fizeram contratações temporárias para a data, em 2023, o percentual foi de 8,4%, resultado muito próximo ao registrado no período mais crítico da pandemia em 2020 (8,0%).

A maior parte das compras foi realizada à vista, 60,3%, e o parcelamento atingiu 37,9%. Neste quesito o cenário é de continuidade com o ano anterior. Já em relação às formas de pagamento, parece que o consumidor catarinense alterou suas preferências na comparação com o Dia das Mães de 2022. Pois, enquanto naquele ano as mais utilizadas foram: parcelamento no cartão de crédito (37,2%), à vista no cartão de débito (31,7%) e à vista no cartão de crédito (13,1%), em 2023, o ranking foi liderado pelo à vista no cartão de crédito (32,1%), seguido pelo parcelamento no cartão de crédito (31,9%) e pelo à vista no cartão de débito (14,1%).

Na visão dos empresários, o movimento de clientes realizando pesquisa de preço foi de baixa (35,8%) e de razoável (34,2%) frequência. E, 18,3% das lojas observaram alta frequência, o menor percentual desde o início da pesquisa, e 11,7% não souberam responder.

Por fim, a pesquisa ainda identificou que 47,0% das empresas do comércio não realizaram estoques visando se abastecer para o Dia das Mães de 2023. Em contrapartida, 11,7% do setor declararam que passaram a data com o nível de estoque acima do desejável.