

CAPA

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

Resultado de Vendas do Dia das Crianças 2023

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Outubro de 2023

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	3
RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS CRIANÇAS 2023	4
CONCLUSÃO.....	11

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 380 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 17 de outubro de 2023.

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.

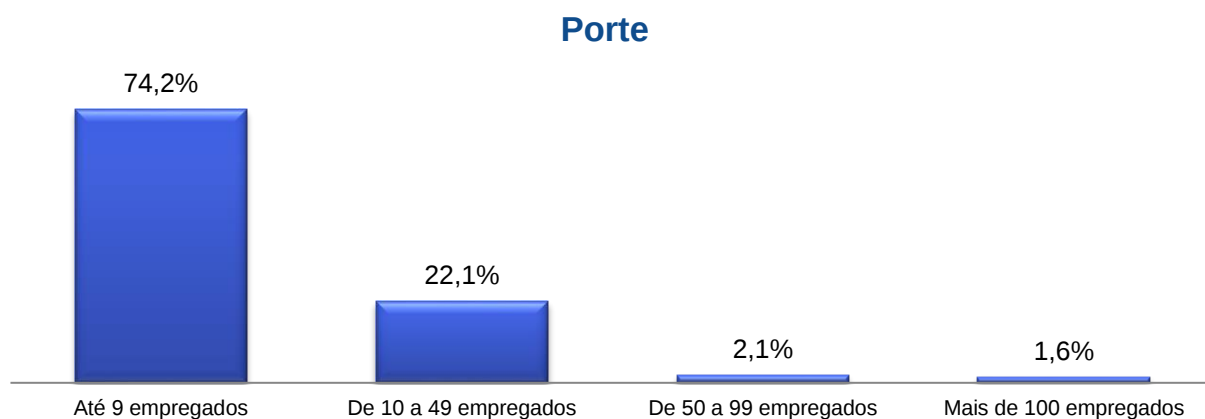
Foram aplicadas 15 perguntas, sendo 10 fechadas e 5 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

De início a pesquisa de resultado de vendas do Dia das Crianças 2023 apurou o perfil dos entrevistados segundo os ramos de atividades e o porte da empresa.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



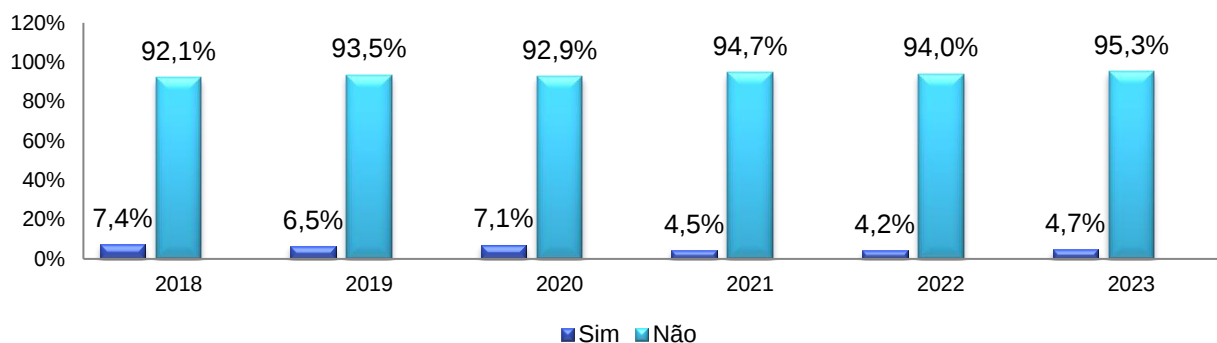
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Assim, o ramo de Vestuário (26,1%) e Supermercados e Hipermercados (16,1%) foram os segmentos mais entrevistados no estado. Por porte, 74,2% das empresas entrevistadas têm até 9 empregados e 22,1% de 10 a 49 empregados.

RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS CRIANÇAS 2023

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 8,4% e Dia dos Namoradores 6,8%). Em 2023, esse cenário persiste, embora, houve aumento de 0,5 ponto percentual na porcentagem de empresas que indicaram a realização de contratações extras, passando de 4,2% para 4,7% em comparação com 2022.

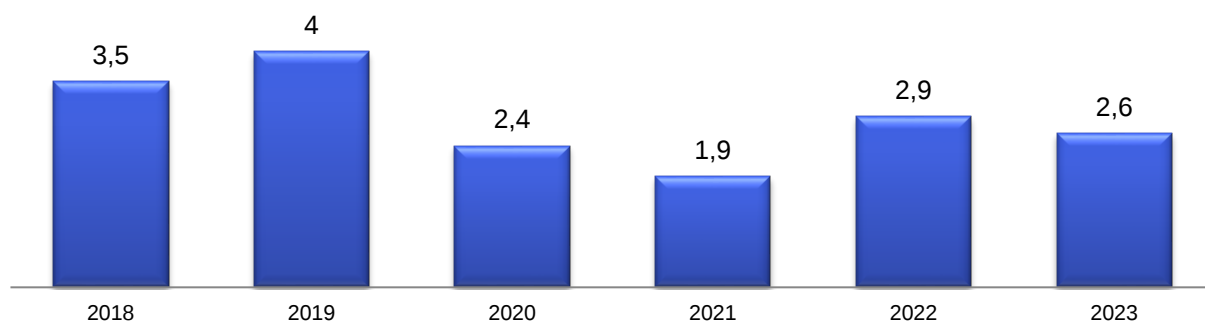
Contratou colaboradores temporários para o período?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O volume de trabalhadores contratados reduziu-se em relação ao ano passado e alcançou 2,6 novos empregados na média em 2023. O valor é menor do que o observado antes da pandemia, mas está em nível com o das três últimas pesquisas, sugerindo que a criação de postos de trabalho temporário pode ser parte do 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 2023

Em relação ao ticket médio, a pesquisa apontou que ele ficou em R\$ 256,13. Este resultado é 29,1% maior do que o do Dia das Crianças de 2022 (R\$ 198,44) em termos nominais. Em termos reais, ao considerar a inflação oficial acumulada de 12 meses (IPCA 5,19%, competência de setembro de 2023), a elevação é de 23,4%. Deve-se ainda ressaltar que em termos nominais o tíquete médio de 2023 é maior já registrado na série, enquanto, em termos reais, é o terceiro, ficando abaixo do de 2019 (R\$ 265,49) e do de 2021 (R\$ 259,36).

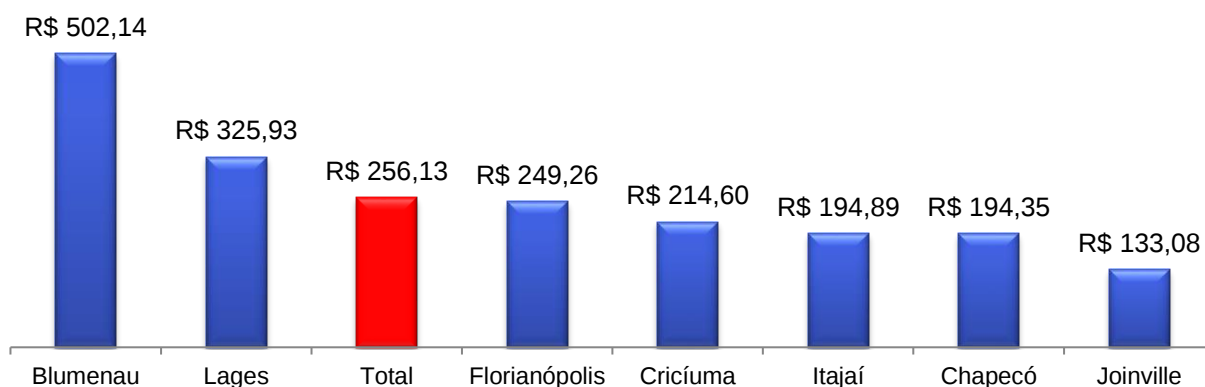
Ticket médio no Dia das Crianças



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Regionalmente, o valor médio gasto pelos consumidores nos estabelecimentos comerciais mostrou grande amplitude. As cidades de Blumenau (R\$ 502,14) e de Lages (R\$ 325,93) foram as únicas a apresentarem tíquete médio acima da média estadual (R\$ 256,13). Na outra ponta, Joinville (R\$ 133,08) registrou o menor valor.

Ticket médio no Dia das Crianças nas cidades pesquisadas

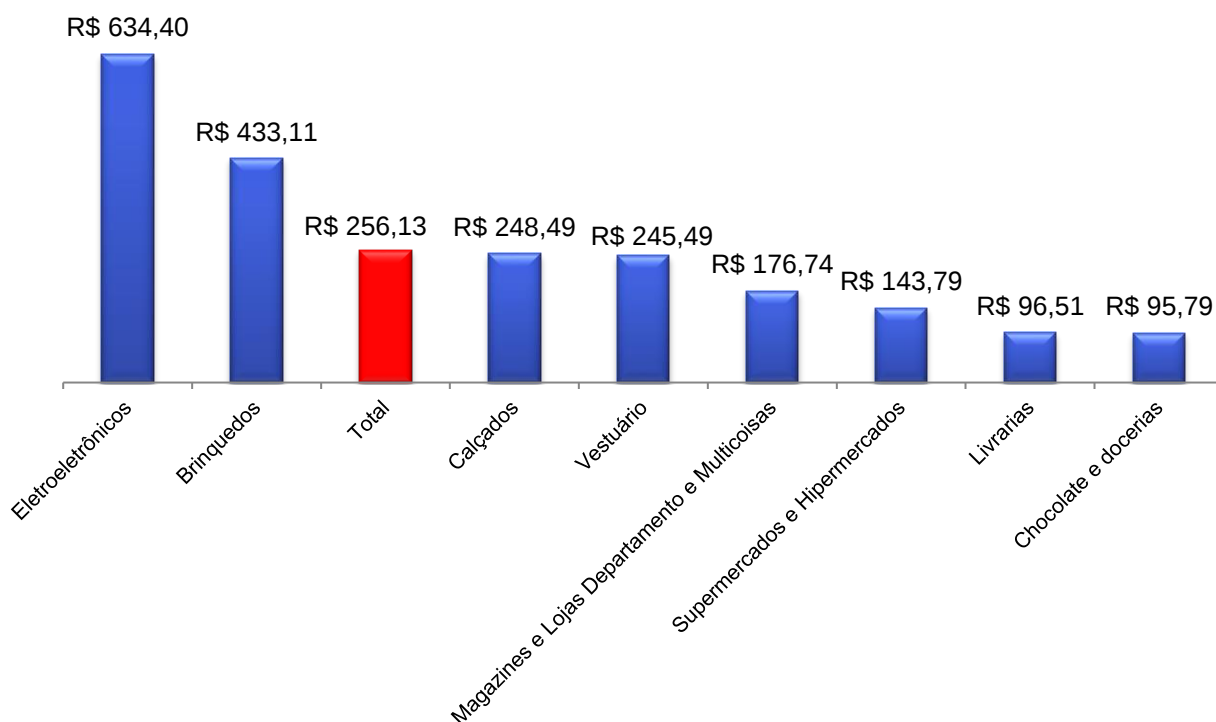


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia das Crianças 2023

Ainda sobre o tíquete médio, a análise por segmento comercial também revela significativa amplitude dos dados. Enquanto os valores mais altos são observados em eletrônicos (R\$ 634,40) e brinquedos (R\$ 433,11), na outra extremidade estão os valores médios gastos em chocolates e docerias (R\$ 95,79) e em livrarias (R\$ 96,51). Ademais, chama atenção a proximidade entre os valores do ramo de vestuário (R\$ 245,49) e de calçados (R\$248,49).

Ticket médio no Dia das Crianças nos segmentos pesquisados

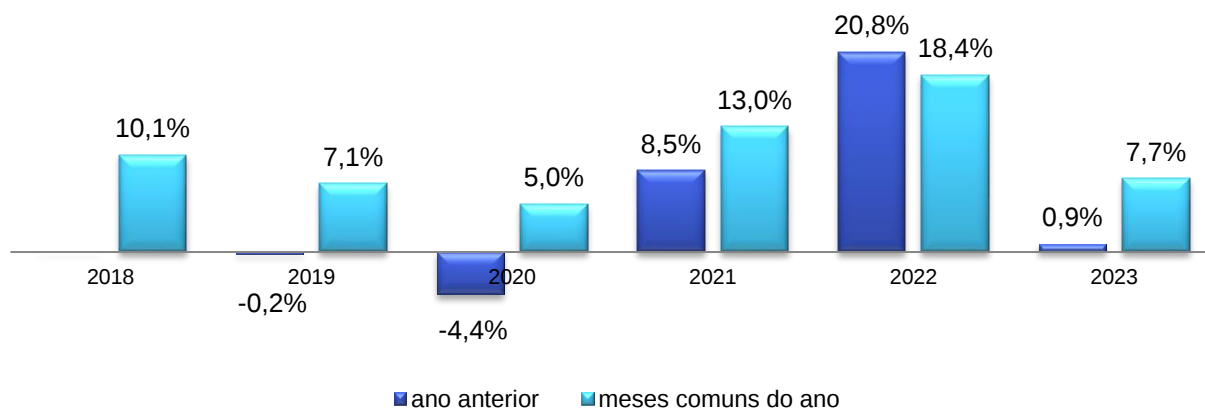


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Além do ticket médio, a Fecomércio SC questionou os empresários sobre qual foi a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período do Dia das Crianças de 2022, quanto em relação ao faturamento médio dos demais meses de 2023. O faturamento em relação à mesma data do ano anterior apresentou alta de 0,9%, e em relação aos demais meses do ano uma elevação de 7,7%. Embora os números sejam tímidos, em conjunto, eles sinalizam a manutenção da importância da data para o comércio e indicam certa estabilidade do desempenho do setor frente o Dia das Crianças do ano anterior. Ainda se deve ressaltar que perspectivas para o Dia das Crianças de 2023 eram bastante favoráveis e apontava para a realização de um bom volume de vendas com elevado tíquete médio, porém, as fortes chuvas que assolaram o estado de Santa Catarina no início de outubro podem ter prejudicado tal desempenho.

Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia das Crianças 2023

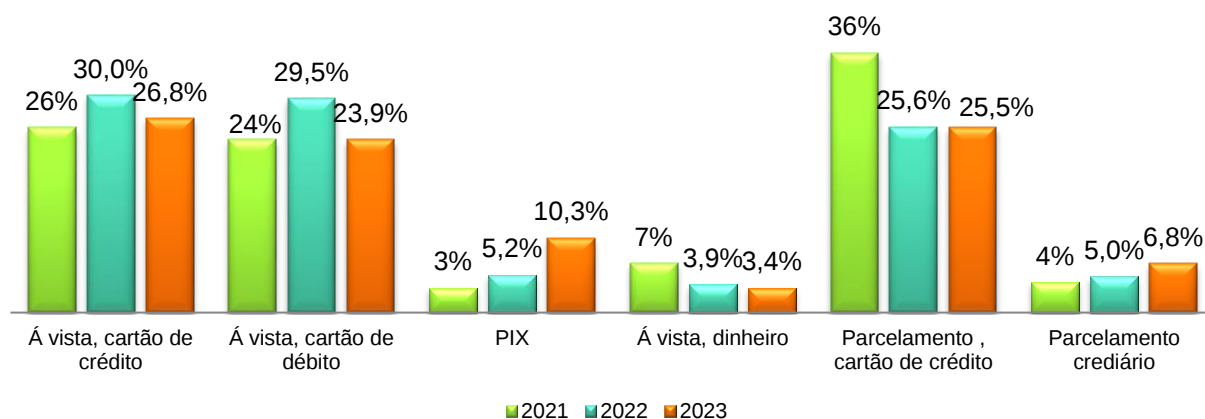
Variação do faturamento



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

No que tange a forma preponderante de pagamento das compras, o pagamento à vista permaneceu liderando, embora se tenha observado uma queda de participação de 4,2 p.p. frente ao ano anterior, passando de 68,6% para 64,4%, percentual próximo ao observado antes da pandemia (65,3%). As três modalidades de pagamento que prevaleceram na data foram: à vista com cartão de crédito (26,8%), parcelamento com cartão de crédito (25,5%) e à vista com cartão de débito (23,9%), cenário semelhante ao do ano passado. Entre as variações em cada modalidade em si, os destaques foram a queda de -5,6 p.p. na utilização do à vista com cartão de crédito e o aumento de 5,1 p.p. do uso do PIX. Embora tais movimentos não sejam determinísticos, eles podem sugerir que nenhuma alteração legal no parcelado sem juros no cartão poderá melhorar a situação dos consumidores, sobretudo, em função do elevado custo do crédito.

Principais formas de pagamento

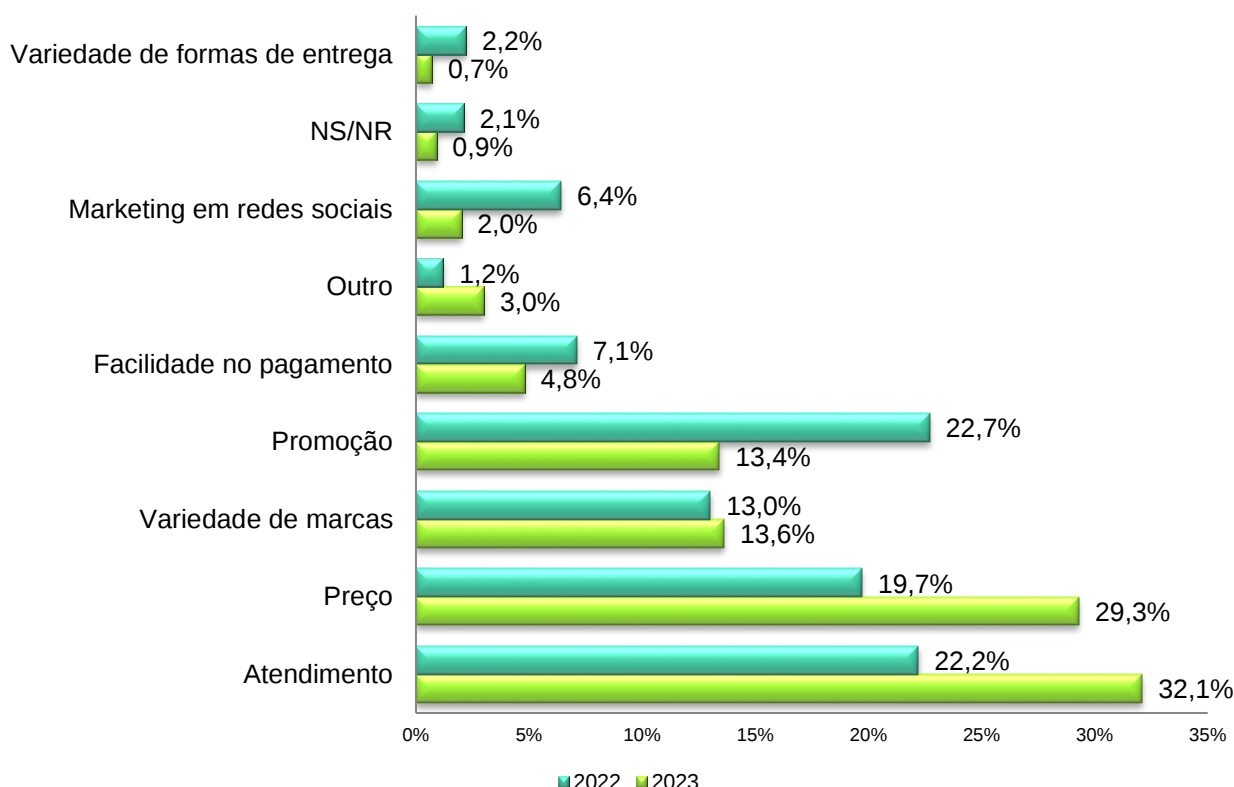


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia das Crianças 2023

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 um pouco diferente. No topo do ranking tem-se o atendimento (32,1%), os preços (29,3%) e a variedade de marcas (13,6%). Somente em quarto lugar é que figura o fator promoções (13,4%). As demais ações comerciais priorizadas pelos consumidores na visão dos empresários são as facilidades no pagamento (4,8%), outro (3,0%), o marketing em redes sociais (2,0%) e a variedade de formas de entrega (0,7%).

Ação comercial priorizada pelos consumidores na visão dos empresários

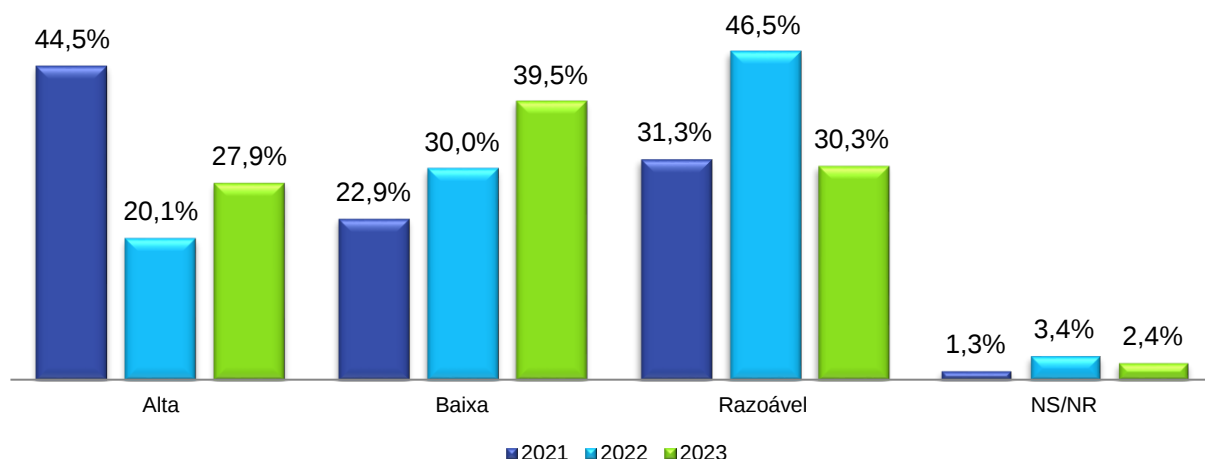


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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 em anos anteriores, os dados mostram uma grande percentual de empresários respondendo que o movimento de clientes pesquisando preços foi baixa, 39,5%, o maior valor registrado nos últimos anos. Ademais, 30,3% dos empresários relataram como razoável a frequência de clientes no estabelecimento realizando a pesquisa de preço e 27,9% apontaram a frequência como alta. Esse resultado

pode ser um ponto isolado, mas não se pode deixar de observar que as fortes chuvas que assolaram Santa Catarina no início de outubro, inclusive na própria data, podem ter contribuído bastante para a redução de consumidores que intencionavam pesquisar preços.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Outro aspecto que se destacou durante a 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. Nesse Dia das Crianças, entre as empresas que adotaram esta prática, a participação média das vendas online foi de 14,0%.

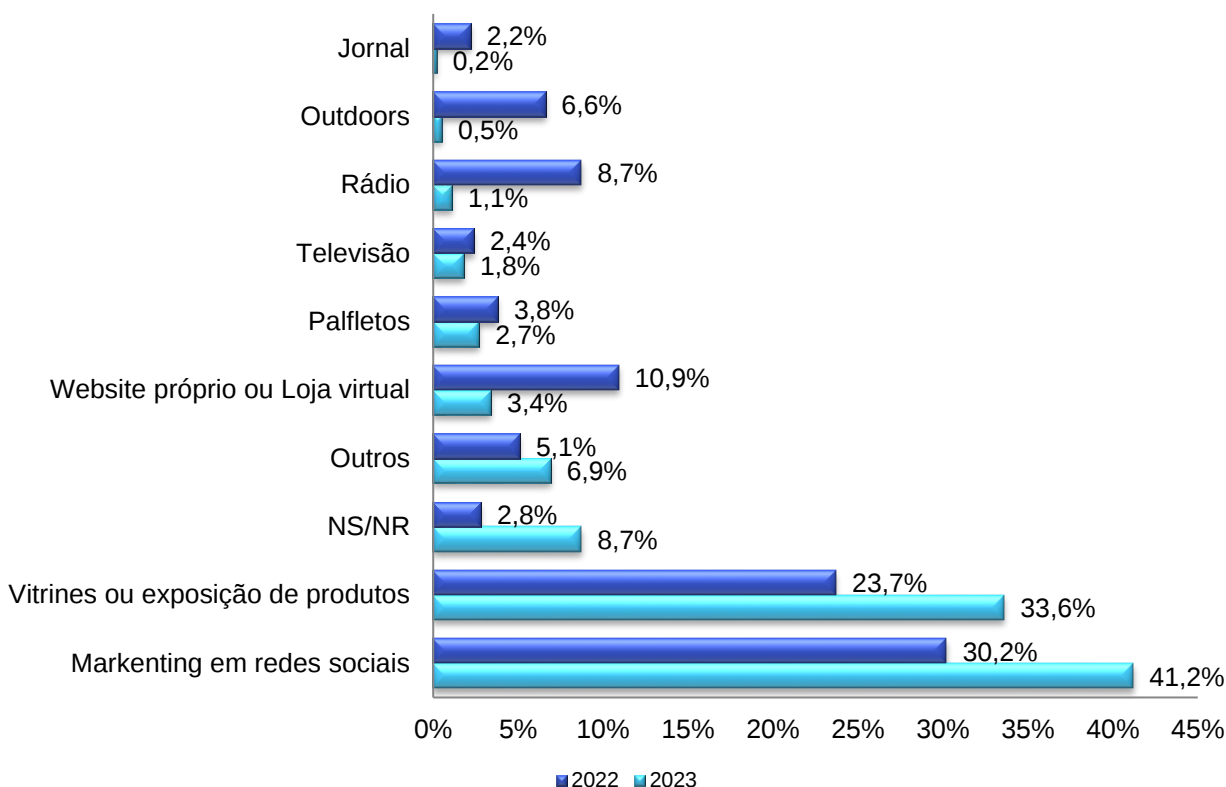
A Fecomércio ainda questionou os empresários sobre a possibilidade de que haja estoques indesejados após a data. 74,7% dos empresários afirmaram que o estoque atual da sua empresa está adequado ao se considerar as vendas realizadas até o Dia das Crianças. 15,3% declararam que o nível de estoque está alta porque as vendas foram abaixo do esperado e apenas 4,7% responderam que o nível está baixo porque as vendas foram acima do previsto. No mais, 5,3% não souberam precisar a situação atual do estoques.

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 saltou dos 30,2% para 41,2%. As tradicionais vitrines ou exposição de produtos permaneceram em segundo lugar com 33,6%. Importante observar que esses dois meios de divulgação em conjunto cresceram 20,9 p.p., individualmente, os avanços são de 11,0 p.p. em marketing em redes sociais e 9,9% em vitrines ou exposição de produtos, expressando uma enorme

Pesquisa Fecomércio/SC | Resultado de Vendas – Dia das Crianças 2023

concentração no uso dessas ferramentas para a atração do consumidores. Além disso, os elevados percentuais de não souberam e/ou não quiseram responder (8,7%) e de outros (6,9%) reforçam o movimento de concentração das estratégias de marketing utilizadas na data, deixando os demais meios de divulgação com participações diminuto: panfletos (2,7%), televisão (1,8%), rádio (1,1%), outdoors (0,5%) e jornal (0,2%).

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 2023 apresentou resultados positivos para o comércio catarinenses.

Neste ano, o ticket médio dos estabelecimentos foi de R\$ 256,13. Em termos nominais, este é o maior valor registrado na série, e é 29,1% maior do que o do Dia das Crianças de 2022 (R\$ 198,44). Todavia, em termos reais, ao considerar a inflação oficial acumulada de 12 meses (IPCA 5,19%, competência de setembro de 2023), a elevação é de 23,4%.

O faturamento em relação à mesma data do ano anterior apresentou alta de 0,9%, e em relação aos demais meses do ano uma elevação de 7,7%. Embora os números sejam tímidos, em conjunto, eles sinalizam a manutenção da importância da data para o comércio e indicam certa estabilidade do desempenho do setor frente o Dia das Crianças do ano anterior. Ainda se deve ressaltar que perspectivas para o Dia das Crianças de 2023 eram bastante favoráveis e apontava para a realização de um bom volume de vendas com elevado ticket médio, porém, as fortes chuvas que assolaram o estado de Santa Catarina no início de outubro podem ter prejudicado tal desempenho.

No que tange a forma preponderante de pagamento das compras, o pagamento à vista permaneceu liderando, embora se tenha observado uma queda de participação de 4,2 p.p. frente ao ano anterior, passando de 68,6% para 64,4%, percentual próximo ao observado antes da pandemia (65,3%). As três modalidades de pagamento que prevaleceram na data foram: à vista com cartão de crédito (26,8%), parcelamento com cartão de crédito (25,5%) e à vista com cartão de débito (23,9%). Embora tais movimentos não sejam determinísticos, eles podem sugerir que nenhuma alteração legal no parcelado sem juros no cartão poderá melhorar a situação dos consumidores, sobretudo, em função do elevado custo do crédito no momento.

Outro destaque foi em relação a pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais por parte dos clientes. Diferentemente do observado em anos anteriores, houve elevado percentual de empresários relatando baixa frequência de consumidores realizando pesquisa de preços (39,5%). Ademais, 30,3% dos empresários relataram como frequência razoável e 27,9% apontaram a frequência como alta.

Por fim, a pesquisa ainda identifica uma importante concentração no uso dos meios de divulgação/atração do consumidores. Marketing em redes sociais (41,2%) e vitrines ou exposição de produtos (33,6%), em conjunto, tais ferramentas representaram quase três quartos das utilizadas pelas empresas para esta data comemorativa.