

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

Resultado de Vendas das voltas às aulas 2024

O perfil do empresário e resultado de vendas para o período de volta às aulas em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Fevereiro de 2024

SUMÁRIO

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

INTRODUÇÃO

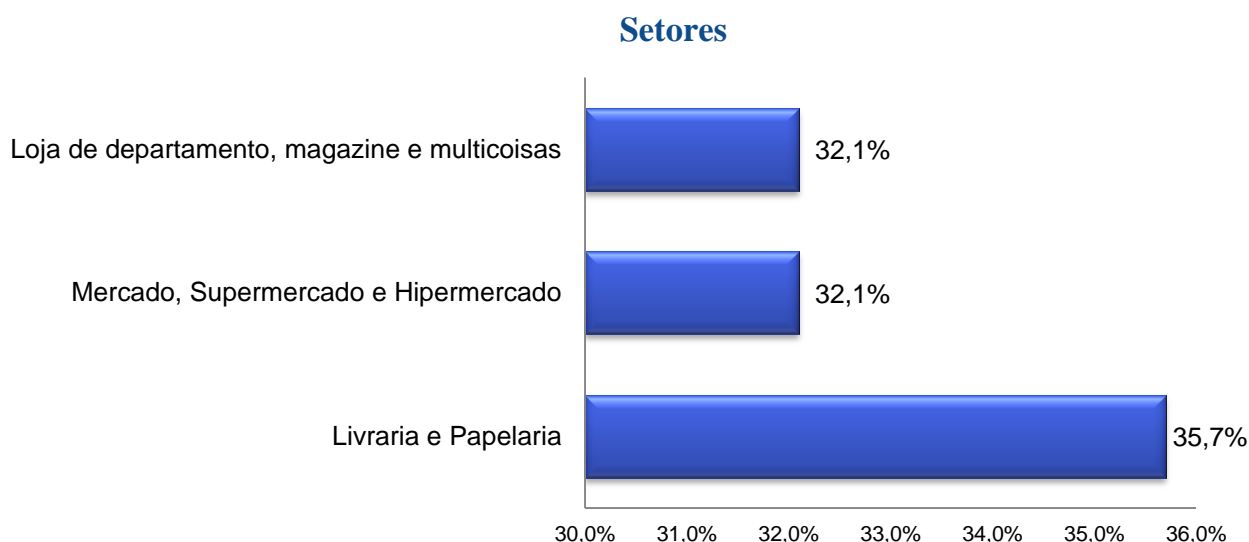
O período de início de ano é marcado pelo fim das férias escolares e pela volta às aulas, juntamente a isso, surgem as listas de material escolar, onde os materiais necessários para o ano inteiro, geralmente, são adquiridos de uma só vez no início do período escolar. Desta forma, o período de volta às aulas tem uma influência para o comércio que se assemelha às datas comemorativas, fazendo da pesquisa de resultado de vendas um importante instrumento para mensurar os impactos de período no comércio catarinense.

A Fecomércio SC realizou uma pesquisa com 333 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Itajaí, Joinville e Lages durante os dias 15 a 20 de fevereiro de 2022. 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 Estudos Estratégicos da Fecomércio SC. O universo foi o de proprietários ou gerentes de estabelecimentos comerciais.

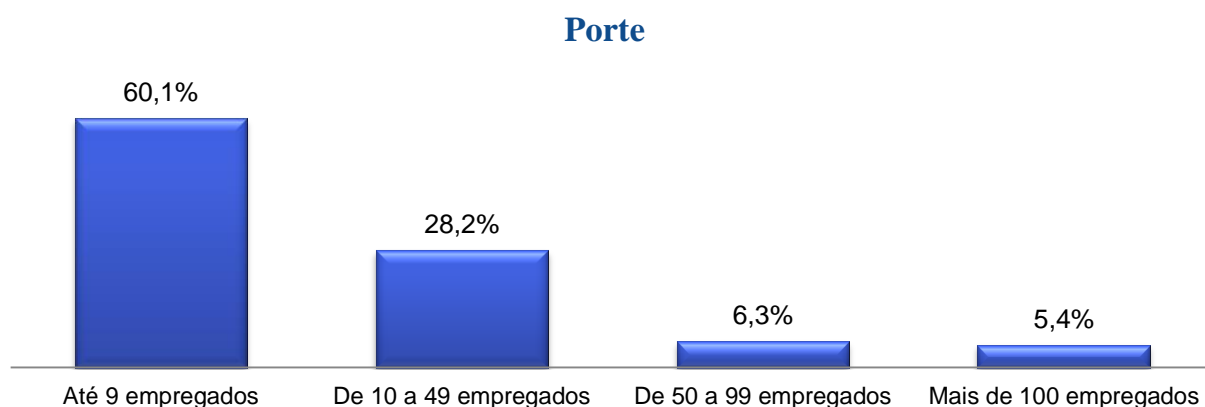
Foram aplicadas 14 perguntas, sendo 9 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e 5 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

De início a pesquisa de resultado de vendas no período de volta às aulas apurou o perfil dos entrevistados segundo os ramos de atividades e o porte da empresa.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



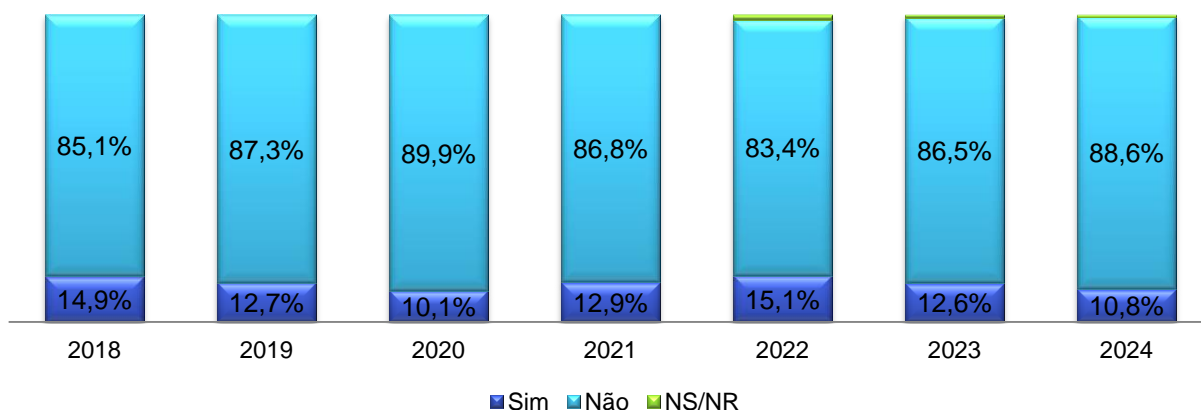
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Assim, o ramo de Livraria e papelaria foi o segmento mais entrevistado (35,7%) no estado e, na sequência, aparecem Mercado, supermercado e hipermercado (32,1%) e Loja de departamento, magazine e multicoisas (32,1%). Quanto ao porte das empresas, 60,1% delas têm até 9 empregados (micro empresa), 28,2% entre 10 e 49 empregados (pequena empresa), 6,3% entre 50 e 99 empregados e 5,4% possuem mais de 100 funcionários.

RESULTADO DE VENDAS

Em primeiro lugar, a Fecomércio SC procurou quantificar os impactos da volta às aulas sobre o mercado de trabalho. Em 2024, nota-se redução no montante de empresas que realizou contratações de trabalhadores temporários para reforçar as equipes no período pelo segundo ano consecutivo, após o pico observado em 2022 (15,1%). Desta forma, em comparação com o ano anterior, o recuo foi de -1,8 ponto percentual (p.p.), passando de 12,6% para 10,8%. Ainda que esse resultado seja o segundo menor da série histórica, superior apenas ao período pré-pandemia (10,1% em 2020), ele pode revelar um relativo momento de estabilidade do mercado de trabalho formal no Estado.

Contratou trabalhadores temporários para o período



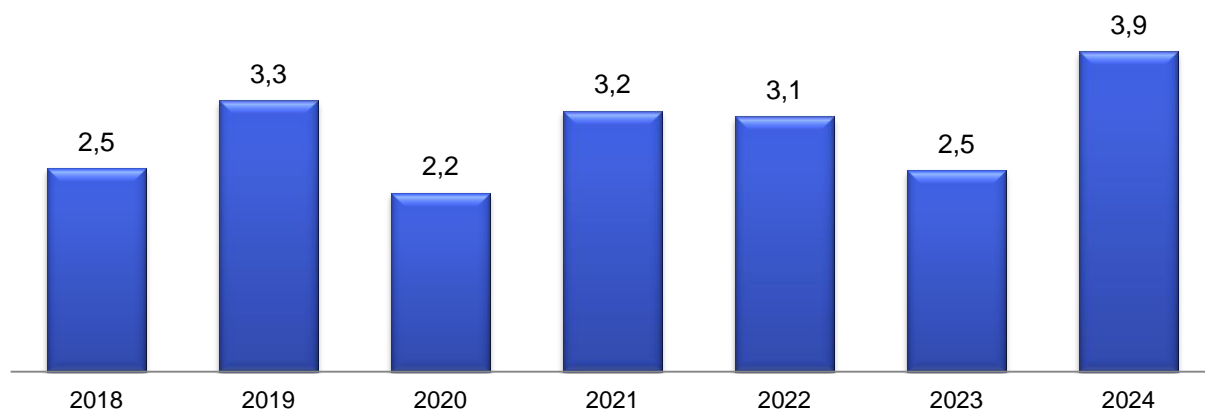
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em termos setoriais, Livraria e papelaria foi a atividade que mais contratou funcionários extras para o período, 16,8%. O ramo de Mercado, supermercado e hipermercado também reforçou suas equipes laborais acima da média estadual, 11,2%, mas a situação é inversa em Loja de departamento, magazine e multicoisas, onde a taxa foi de apenas 3,7%.

Regionalmente, as cidades de Criciúma (22,0%), Itajaí (18,2%) e Joinville (12,5%) foram as que apresentaram os maiores percentuais de contratação de trabalhadores temporários para o período de volta às aulas.

Por outro lado, a média de colaboradores admitidos em nível estadual, entre as empresas que contrataram ficou em 3,9 por estabelecimento, a mais elevada da série histórica. Ademais, as contratações ocorreram, principalmente, no segmento de livraria e papelaria (16,8%). Em relação ao porte das firmas, o maior percentual de contratações foi registrado nos empreendimentos com mais de 100 empregados (22,2%), as quais apresentaram um volume médio de 7,3 contratações, resultado acima do nível estadual.

Média de contratações temporárias no período

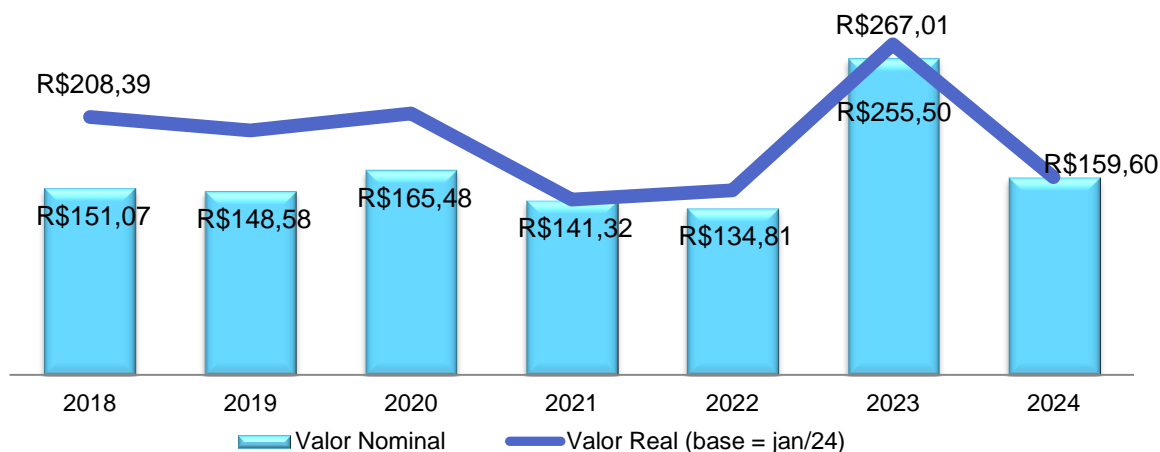


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em conjunto, tais dados demonstram um resultado ambíguo sobre o mercado formal de trabalho no período de volta às aulas. Pois, se em uma mão o valor recorde no número médio de contratações (3,9) indica um impacto positivo, na outra, a redução no montante de empresas que afirmaram realizar tais contratações (10,8%) sinaliza um impacto negativo. Não obstante tal ambiguidade, é plausível que um número de menor de firmas tenham de fato realizado um volume maior de contratação de trabalhadores temporários e/ou permanecidos com o reforço nas equipes que fora adquirido para o Natal.

Já o ticket médio das compras no período de volta às aulas reduziu-se 37,5% frente ao de 2023, ficando em R\$ 159,60. Em termos nominais este valor é inferior somente ao de 2020 (R\$ 165,48) e ao de 2023 (R\$ 255,50).

Ticket médio no período



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Importante lembrar que, em 2023, esse ticket médio atingiu o maior valor da série histórica, muito por conta de dois fatores: o processo inflacionário (o IPCA acumulado em 12 meses de janeiro de 2023 era de 5,77%, enquanto, em janeiro de 2022 era de 10,38%) e do momento de recuperação econômica (ao longo de 2022, o mercado formal de trabalho em Santa Catarina gerou mais de 90 mil novos postos de trabalho).

Em termos reais, ou seja, considerando a inflação acumulada no período, a queda no valor é maior, -40,2% frente a 2023, indicando que além do efeito de elevação dos preços, houve também um efeito de contenção dos gastos por parte dos consumidores. Cabe ressaltar que em termos reais, o ticket médio de 2024 só supera o de 2021 (R\$ 141,66) e o de 2022 (R\$ 149,02).

Ao comparar o ticket médio por segmentos pesquisados observa-se que apenas em um deles o valor foi inferior a média estadual: R\$ 125,07 em Mercado, supermercado e hipermercado. No ramo de Loja de departamento, magazine e multicoisas o ticket médio foi de R\$ 170,65 e no de Livraria e papelaria computou-se R\$ 180,71. A análise setorial permite visualizar que nessas três atividades a evolução do ticket médio seguiu o padrão de elevação significativa de 2022 para 2023, ao passo que recuou quase em mesma magnitude de 2023 para 2024. A exceção deste último passo aconteceu em Mercado, supermercado e hipermercado cujo patamar de 2024 (R\$ 125,07) permaneceu muito superior ao de 2022 (R\$ 53,25). No mais, cabe destacar que a atividades de livros, jornais, revistas e papelaria, de acordo com os dados da Pesquisa Mensal do Comércio, foi o segundo mais impactado pela crise em 2020 no estado de Santa Catarina, com perda no volume de vendas de 28,3%. Decorridos três anos deste tombo, o segmento apresentou taxas de variação acumuladas no ano que não indicam a total recuperação do volume de vendas (-28,3% em 2020, 3,0% em 2021, 20,0% em 2022 e -9,0% em 2023).

Ticket médio no período por setor



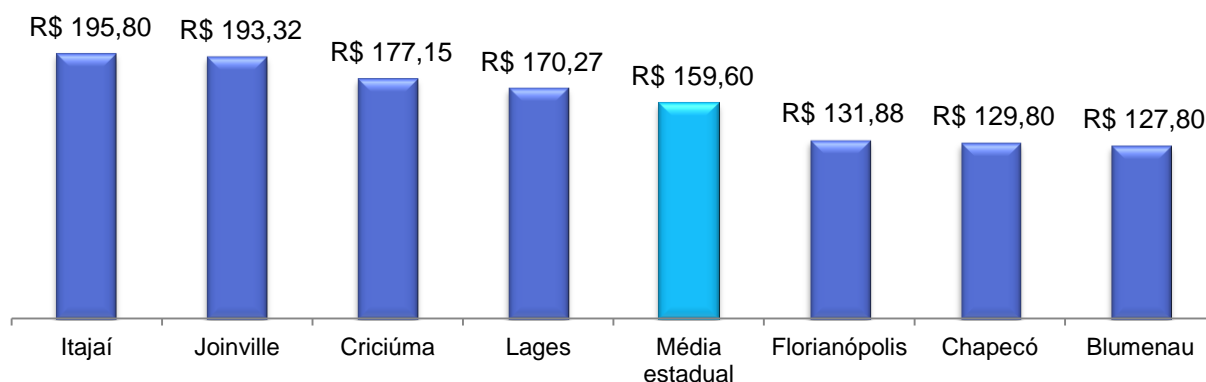
*A relação é muito significativa.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Regionalmente, o ticket médio apresentou amplitude de R\$ 68,00, sendo o maior valor registrado para a cidade de Itajaí (R\$ 195,80) e o menor para Blumenau (R\$

127,80). No mais, em uma ponta estiveram acima da média estadual: Joinville (R\$ 193,32), Criciúma (R\$ 177,15) e Lages (R\$ 170,27). Enquanto, reforçaram o outro extremo os municípios de Florianópolis (R\$ 131,88) e Chapecó (R\$ 129,80).

Ticket médio no período por cidade



*A relação é significativa.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

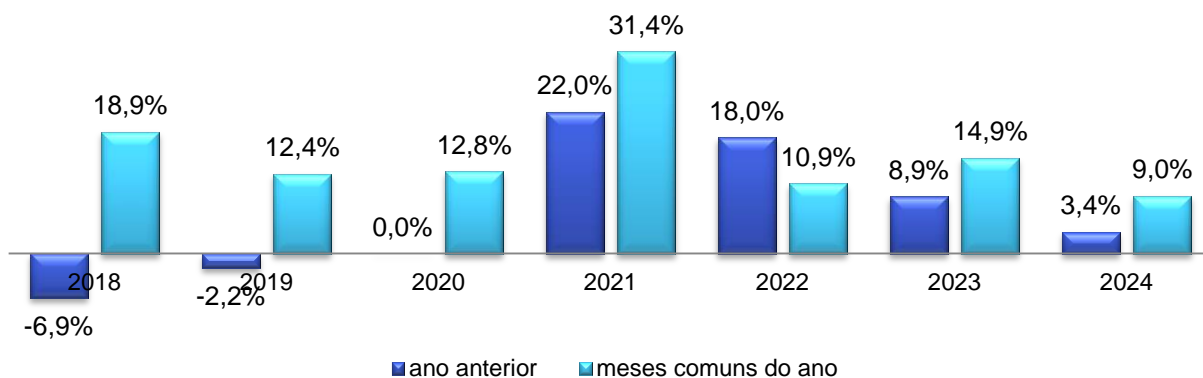
Além do gasto médio, a Fecomércio SC questionou os empresários a respeito da variação do faturamento de suas empresas, tanto em relação ao mesmo período de 2023, quanto em relação aos demais meses do ano. Em relação ao mesmo período de 2023, o faturamento das empresas pesquisadas na época das voltas às aulas de 2024 foi 3,4% superior. Tal resultado sinaliza que mesmo com a queda observada no ticket médio o volume de vendas aumentou, de modo que o efeito positivo compensou, pelo menos em parte, o efeito negativo. Neste sentido, é bastante plausível que o consumidor catarinense tenha adotado a estratégia de “picar as compras”, ou seja, a de evitar adquirir todos os itens desejados em um único estabelecimento comercial. Corroboram essa hipótese sobre o comportamento do consumidor os elevados percentuais de compras à vista e de alta frequência de clientes realizando pesquisa de preços nos estabelecimentos, os quais serão apresentados abaixo.

Em relação aos demais meses do ano, a média de incremento no faturamento foi maior, 9,0%. O resultado, embora de magnitude significativa, é o menor no comparativo com os demais anos da série histórica. Assim, a pesquisa, mais uma vez, mostra que os consumidores reduziram os gastos na compra de material escolar em 2024 em um único estabelecimento comercial, mas não deixaram de realizar as compras.

Setorialmente, as empresas de Livraria e papelaria foram as mais impactadas positivamente pelo período, chegando a apresentar 13,6% de variação sobre o faturamento dos meses comuns do ano. Já sob uma perspectiva municipal, as maiores

variações sobre o faturamento dos meses comuns do ano foram registradas em Criciúma (15,9%), Joinville (14,7%) e Itajaí (12,1%).

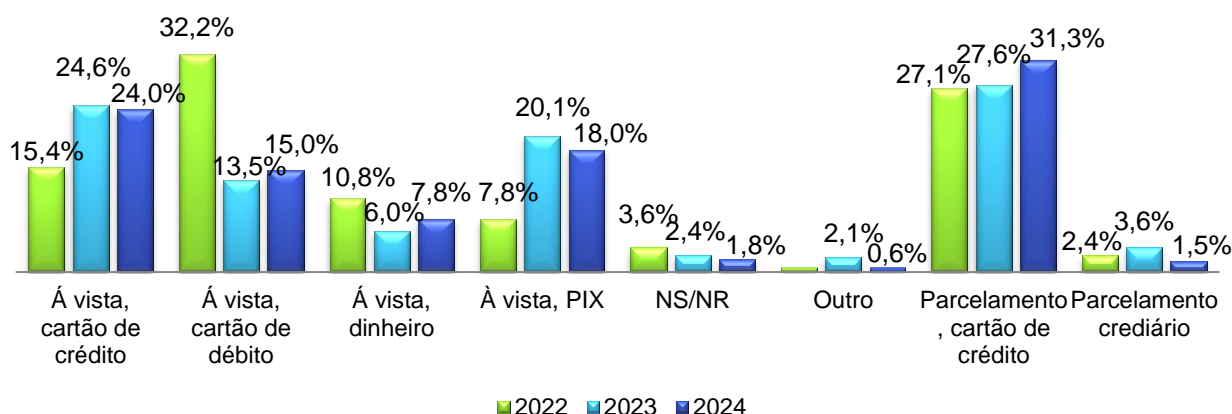
Variação do faturamento no período



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

No que tange às formas de pagamento preponderantes, a maioria das compras foram à vista (51,6%), queda de -1,5 p.p. frente ao ano anterior. Assim, ganharam espaço as compras parceladas, com alta de 5,2 p.p., ao atingir 46,3% das vendas. O nível de parcelamento é um termômetro para mensurar a confiança das famílias, mas pode representar um risco, caso ocorra inadimplência. Sobre este aspecto, convem lembrar que as famílias catarinenses estão com o orçamento mais restrito por conta dos altíssimos níveis de endividamento (78,1%) e inadimplência (25,2%) que foram registrados em janeiro de 2024, de acordo com a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor – PEIC-SC – publicada anteriormente pela Fecomércio SC.

Principais formas de pagamento no período



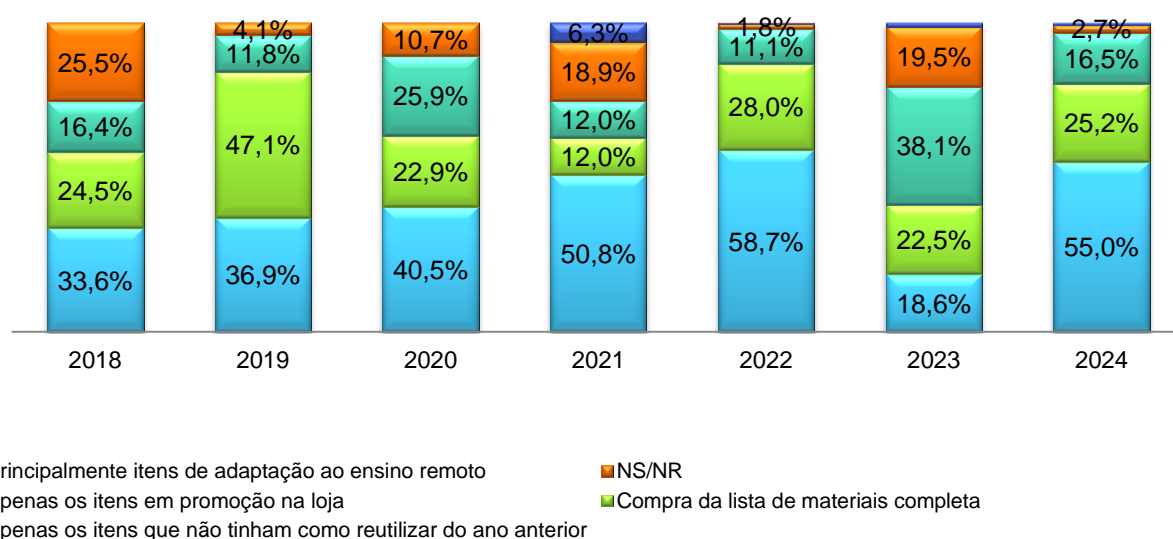
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Na modalidade à vista, o pagamento com cartão de crédito (24,0%) foi o principal, seguido do PIX (18,0%) e do cartão de débito (15,0%). Ainda, houve aumento de 1,8 p.p. no uso do dinheiro, invertendo o movimento de redução desta forma de pagamento que vem perdendo espaço paulatinamente. Já no parcelamento, a modalidade destacada foi o cartão de crédito que atingiu 31,3% das compras e, individualmente, foi a principal forma utilizada na compra de materiais escolares em 2024.

A média de participação das vendas *online* e por telefone nas empresas pesquisadas ficou em 8,0% em 2024, praticamente, o mesmo percentual de 2023 (7,9%). Em comparação com o registrado em 2022 (5,0%) há um crescimento de 3,0 p.p. Todavia, a atividade de Livraria e papelaria tem se destacado nesta modalidade de venda e o índice foi mais elevado, 11,4%, do que a média estadual. Tal comportamento dos clientes pode indicar o estabelecimento de uma proporção do mercado que incorporou as ferramentas digitais de comércio e busca por promoções mais vantajosas.

A Fecomércio/SC também perguntou aos empresários qual tipo de compra foi preponderante. Em termos gerais, em 2024 os consumidores adotaram o padrão estabelecido em 2022, ou seja, a predominância da aquisição de itens do ano anterior que não tinham como ser reutilizados, seguido pela compra da lista completa e pela compra somente de itens que estão em promoção na loja. Assim, em 2024, 55,0% compraram apenas os itens que não tinham como reutilizar do ano anterior, 25,2% compraram a lista completa, 16,5% compraram apenas itens em promoção na loja, 2,7% não souberam responder e apenas 0,6% compraram principalmente itens de adaptação ao ensino remoto. Essas condições reforçam o movimento negativo observado em 2022 e acentua que mesmo passando o período pandêmico as famílias seguem buscando por alternativas para economizar.

Tipos de compras no período

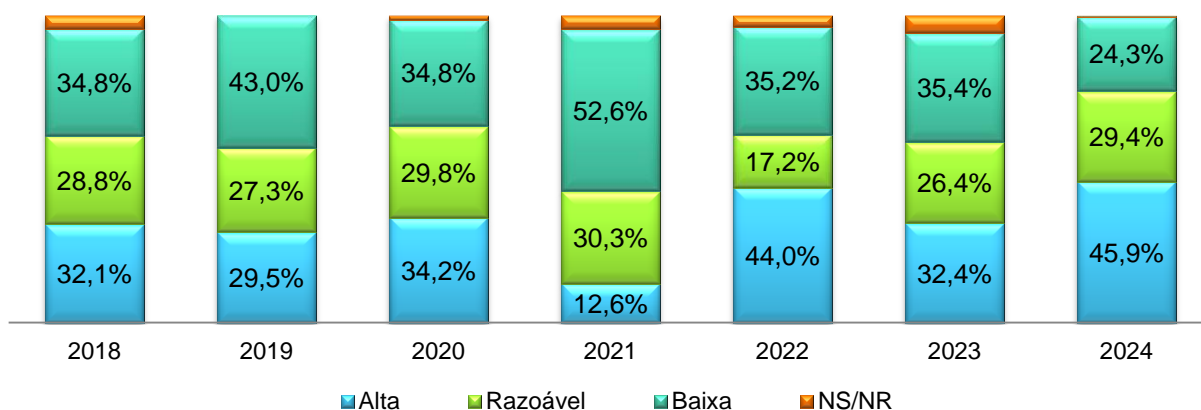


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Cabe destacar que entre os setores pesquisados o tipo de compra configurado como o de apenas itens que não tinham como reutilizar do ano anterior também foi o de maior predominância. Desta forma, Mercado, supermercado e hipermercado (67,3%) registrou a maior participação, seguido por Loja de departamento, magazine e multicoisas (49,5%) e Livraria e papelaria (48,7%). Já entre as cidades os maiores percentuais foram em Lages (73,0%) e em Criciúma (70,7%).

Por fim, para melhor entender o comportamento do consumidor na Volta às Aulas, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais, dada sua importância determinante tanto na visão dos consumidores como dos empresários em um cenário de pressão e alta dos preços.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preço no período



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Assim, na busca por encontrar os produtos desejados, os consumidores realizaram as pesquisas de preços nos estabelecimentos comerciais com maior ímpeto. Os dados mostram o predomínio da percepção dos empresários sobre a alta frequência de clientes realizando pesquisa de preço, alcançando 45,9% dos pesquisados, acréscimo de 13,5 p.p. em relação ao ano anterior. Este resultado foi o maior da série histórica e representa uma intensificação das pesquisas de preços por parte dos clientes, e reforçando a tese de que os consumidores adotaram a estratégia de “picar as compras” visando minimizar os impactos da inflação. No mais, 29,4% relataram frequência razoável, um aumento de 3,0 p.p., e, em contraste, 24,3% observaram frequência baixa, uma queda de 11,1 p.p.

CONCLUSÃO

Os resultados das vendas do período de volta às aulas para o comércio de Santa Catarina em 2024 mostram um desempenho positivo das atividades econômicas. Pois, em relação ao mesmo período de 2023, o faturamento das empresas pesquisadas aumentou 3,4% e, em relação aos demais meses do ano, a média de incremento no faturamento foi de 9,0%.

Outro destaque positivo foi a elevação do número médio de contratações temporárias no período, o qual passou de 2,5 em 2023 para 3,9 em 2024, o maior valor já registrado na série histórica. Mas, apesar disso, registrou-se uma queda na quantidade de empresas que fizeram contratações extras para o período, passando de 12,6% para 10,8% em 2024.

No entanto, a pesquisa também aponta alguns sinais negativos, os quais estão associados ao comportamento dos consumidores no período, revelando que estes ainda estão enfrentando dificuldades em virtude da inflação.

O ticket médio dos consumidores nas compras de volta às aulas reduziu-se 37,5% frente a 2023, ficando em R\$ 159,60. Em termos nominais este valor é inferior somente ao de 2020 (R\$ 165,48) e ao de 2023 (R\$ 255,50). Em termos reais, a queda no valor é maior, -40,2% frente a 2023, indicando que além do efeito de elevação dos preços, houve um efeito de contenção dos gastos por parte dos consumidores.

No que tange às formas de pagamento, a maioria das compras foram à vista, 51,6%, embora, as compras parceladas tenham ganhado espaço com alta de 5,2 p.p., e atingiram 46,3% das vendas. Individualmente, a modalidade parcelado no cartão de crédito foi a mais utilizada (31,3%).

Na visão dos empresários, houve alta frequência de clientes realizando pesquisa de preço, 45,9%, o maior percentual da série. Além disso, 55,0% informaram que as compras só ocorreram para os itens que não foram possíveis reutilizar, ou seja, a maioria dos consumidores deixou de comprar novos itens escolares. Ademais, 25,2% compraram a lista completa, 16,5% compraram apenas itens em promoção na loja, e 2,7% não souberam responder. Essas condições reforçam a leitura de que as famílias seguem buscando por alternativas para economizar.

Tal resultado sinaliza que mesmo com a queda observada no ticket médio o volume de vendas aumentou, de modo que o efeito positivo compensou, pelo menos em parte, o efeito negativo. E, neste sentido, é bastante plausível que o consumidor catarinense tenha adotado a estratégia de “picar as compras”, ou seja, a de evitar adquirir todos os itens desejados em um único estabelecimento comercial visando minimizar os impactos da inflação.