

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

Resultado de Vendas de Dia das Mães 2024

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

Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC
Maio de 2024

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 5

PERFIL DOS ENTREVISTADOS..... 6

RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS MÃES 2024..... 7

CONCLUSÃO 13

INTRODUÇÃO

O Dia das Mães é a segunda melhor 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 390 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 13 e 16 de maio de 2024.

Nesta edição, os entrevistados também foram questionados em relação aos impactos das chuvas no Rio Grande do Sul no próprio negócio.

A metodologia utilizada na pesquisa foi quantitativa por amostragem, e a coleta de dados ocorreu por telefone, baseada na metodologia Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI). O questionário estruturado foi desenvolvido pelo núcleo de estudos estratégicos da Fecomércio SC. O universo foi o de proprietários ou gerentes de estabelecimentos comerciais.

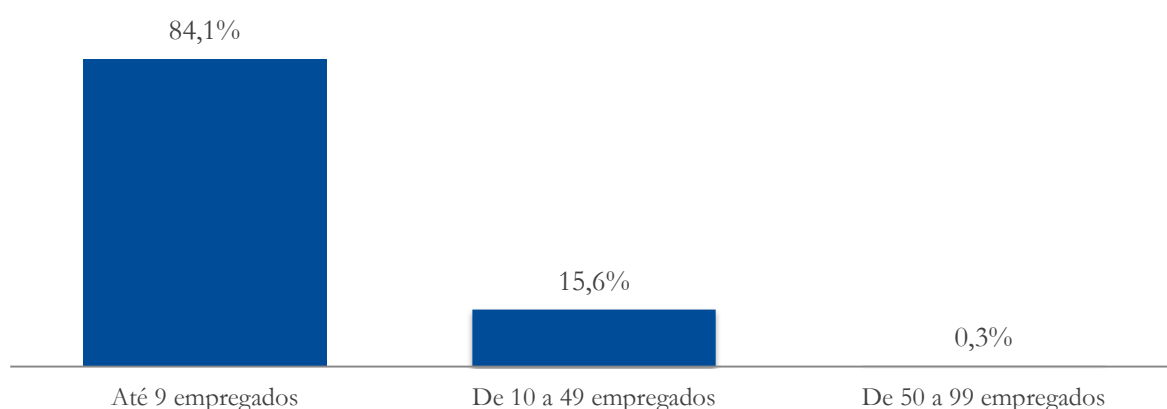
Para um índice de confiabilidade de 95%, a margem de erro foi estimada em 5%. Foram aplicadas quinze perguntas, e os dados foram processados eletronicamente e submetidos a tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

A pesquisa de Resultado de Vendas de Dia das Mães 2024, realizada pela Fecomércio SC, abrangeu uma ampla gama de empresas, representativas de diversos portes e segmentos da economia catarinense.

Em relação ao porte das empresas entrevistadas, a maioria delas é composta por microempresas, com até nove empregados (84,1%), seguidas pelas de pequeno porte, que possuem entre 10 e 49 empregados (15,6%). Empresas que possuem entre 50 e 99 empregados representam 0,3% do total.

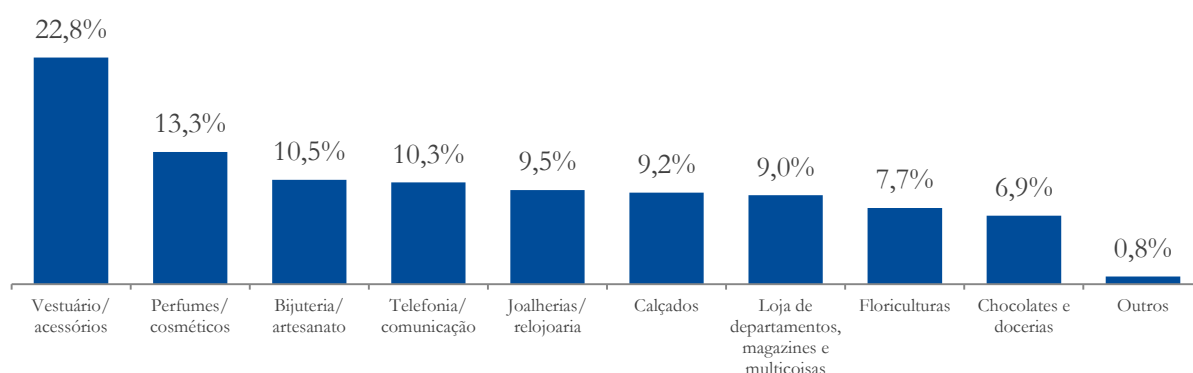
Porte das empresas



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

O ramo de vestuários e acessórios foi o segmento mais entrevistado, representando 22,8% das entrevistas. Em segundo lugar, destacou-se o segmento de perfumes e cosméticos, com 13,3%. Na sequência, observou-se uma proporção igual para os setores de bijuteria/artesanato, bem como para o de telefonia/comunicação, ambos com 10,5%. Os demais setores representam 53,3% do total de respondentes.

Segmentos



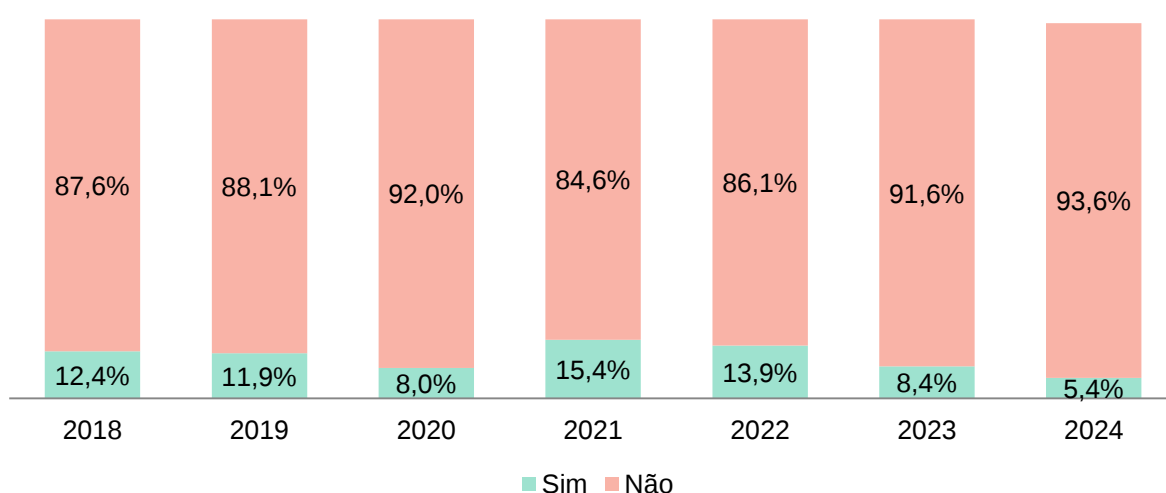
Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

RESULTADO DE VENDAS DO DIA DAS MÃES 2024

A Fecomércio SC investigou diversos indicadores, incluindo o de contratação de trabalhadores temporários, para analisar os resultados das vendas do Dia das Mães 2024.

Os resultados indicam que 5,4% dos empresários contrataram colaboradores temporariamente para atender aos consumidores. Em comparação com o Dia das Mães do ano passado, a contratação de trabalhadores caiu três pontos percentuais, enquanto o percentual de empresários que não realizaram contratações no período aumentou em dois pontos percentuais. O gráfico abaixo mostra que, historicamente, os empresários catarinenses tendem a não contratar colaboradores temporários para esta data.

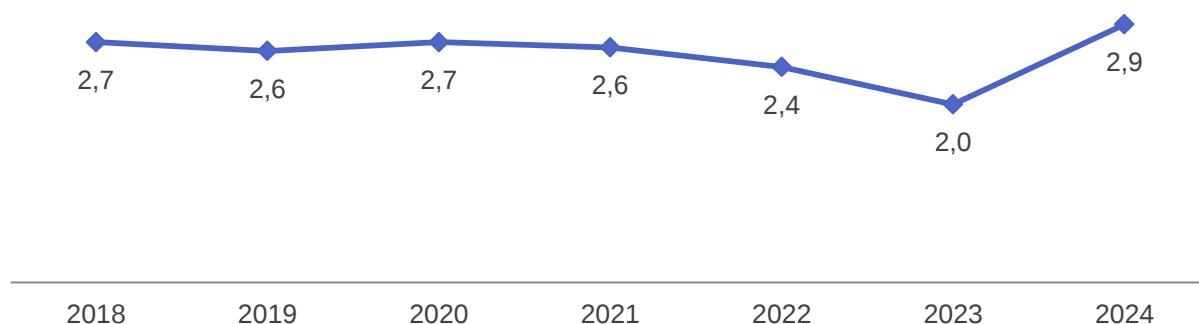
Contratação de trabalhadores temporários



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Entre os que realizaram contratações, a maioria foi nos segmentos de ‘vestuário e acessórios’, de ‘floriculturas’, e ‘perfumes e cosméticos’. Apesar do pequeno percentual de empresas contratantes, aquelas que efetuaram contratações tiveram em média 2,9 colaboradores para atender à demanda, o maior valor registrado na série histórica.

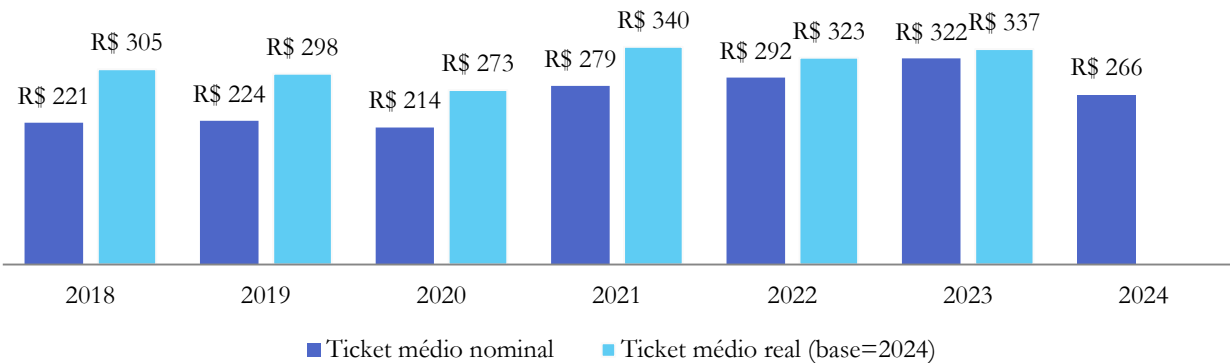
Média de contratações temporárias



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

O ticket médio nominal dos estabelecimentos comerciais no Dia das Mães caiu 17,4% em relação a 2023, totalizando R\$ 266. Esse declínio interrompeu a trajetória de crescimento observada desde 2021. Apesar da queda, tal desempenho ficou acima do nível pré-pandemia (R\$ 224 em 2019). Descontando o efeito da inflação, o ticket médio de 2024 é 21,1% inferior ao de 2023.

Ticket médio – valor nominal e real.



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC. Nota: dados deflacionados pelo IPCA.

Quanto ao ticket médio por segmento econômico*, o destaque em termos absolutos foi Joalherias e Relojoarias, com uma média de R\$ 778, representando uma queda de 0,6% em comparação com o Dia das Mães de 2023. O segundo ticket médio mais alto foi registrado no segmento de Tecnologia e Comunicação, com R\$ 432, sendo o único segmento a apresentar crescimento no período, com um aumento de 5,6%. Em terceiro lugar, o segmento de Vestuário e Acessórios teve um ticket médio de R\$ 282, registrando uma queda de 23,5% no período.

Ticket médio (R\$) no Dia das Mães por segmento e variação (2023/2024, em %).

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Var.
Joalherias/ relojoaria	550	350	391	573	637	782	778	-0,6
Telefonia/ comunicação	476	388	570	513	395	409	432	5,6
Vestuário/ acessórios	253	198	200	266	281	369	282	-23,5
Calçados	173	212	170	220	310	292	247	-15,3
Loja de departamentos, magazines e multicoisas	402	293	198	382	525	262	147	-43,7
Perfumes/ cosméticos	102	128	95	144	156	213	145	-31,7
Bijuteria/ artesanato	77	171	100	151	120	137	121	-11,6
Floriculturas	70	85	98	101	136	179	117	-34,5
Chocolates e docerias							79	-
Outros	53	90	65	222	-	47	73	53,2

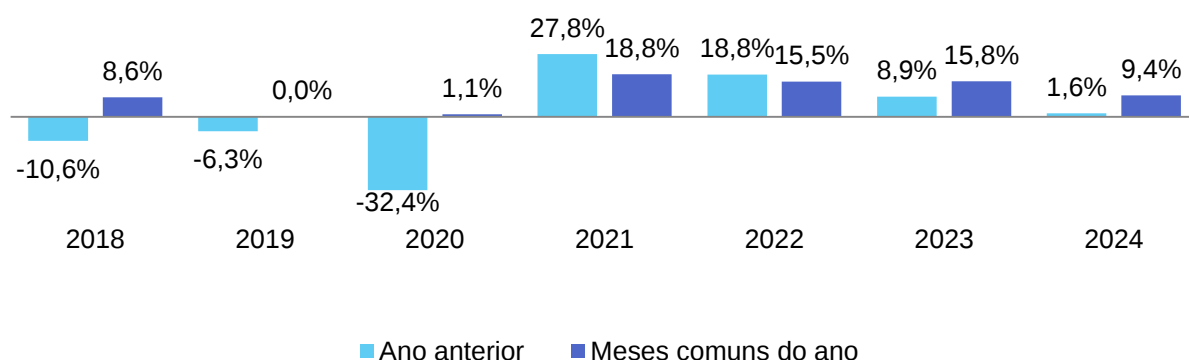
Nota: *A relação é muito significativa no cruzamento das variáveis. Os dados estão em ordem decrescente em 2024.

Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Os empresários também foram questionados a respeito da variação do faturamento de suas empresas, tanto em relação à mesma data de 2023, quanto em relação aos demais meses do ano.

Em comparação com o Dia das Mães de 2023, o faturamento cresceu 1,6%. Já em relação aos demais meses do ano, o faturamento nominal cresceu 9,4%. Os dados mostram que houve desaceleração desse crescimento. No ano passado, o faturamento cresceu 8,9% em relação ao dia das mães do ano anterior e 15,8% em relação aos meses comuns do ano. Ainda merece destaque o fato de que as vendas online e por telefone representaram 16,5% do faturamento do período.

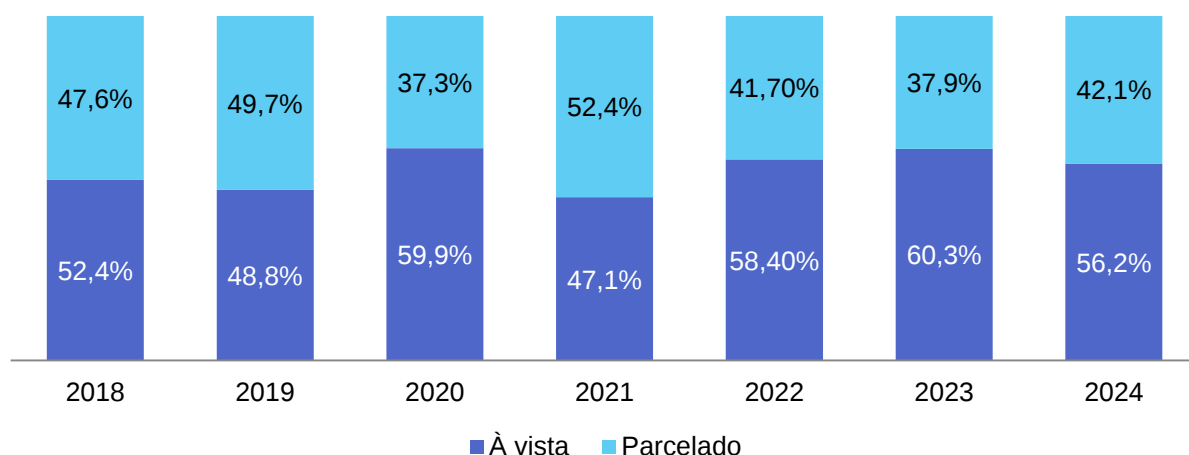
Variação do faturamento (%)



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Para realizar as compras, pouco mais da metade dos consumidores preferiu pagar à vista, representando 56,2% do total. No entanto, em comparação com o ano anterior, a preferência por essa modalidade de pagamento caiu 4,2 pontos percentuais. Em contrapartida, houve um aumento de 4,2 pontos percentuais na opção pelo pagamento parcelado, que agora totaliza 42,1% dos casos.

Modalidade de pagamento

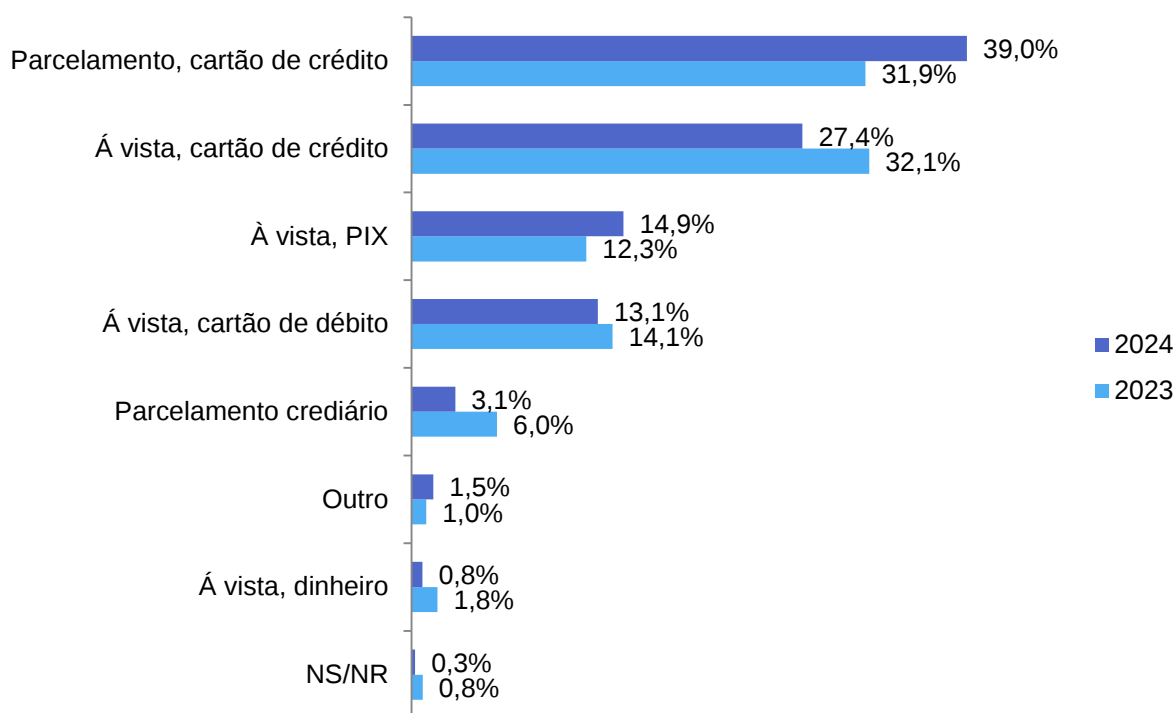


Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Dentre as formas de pagamento das compras, a maioria dos consumidores preferiu pagar parcelado no cartão de crédito (39%). A opção por essa forma cresceu 7,1 p.p. em relação ao dia das mães do ano passado. A segunda forma de pagamento mais utilizada pelos consumidores catarinenses foi à vista no cartão de crédito, com 27,4% optando por essa modalidade. O uso dessa forma de pagamento caiu 4,7 p.p. no período. O pagamento via PIX foi escolhido por 14,9% dos consumidores, representando um aumento de 2,6 pontos percentuais em comparação com o ano anterior. A popularidade desta forma de pagamento tem crescido em toda a economia catarinense em diversas datas comemorativas.

As demais formas de pagamento utilizadas foram: ‘à vista, cartão de débito’ (13,1% e queda de 1 p.p.); parcelamento no crediário (3,1% e queda de 2,9 p.p.); outro (1,5% e aumento de 0,5 p.p.); ‘à vista em dinheiro’ (0,8% e queda de 1,1 p.p.).

Principais formas de pagamento

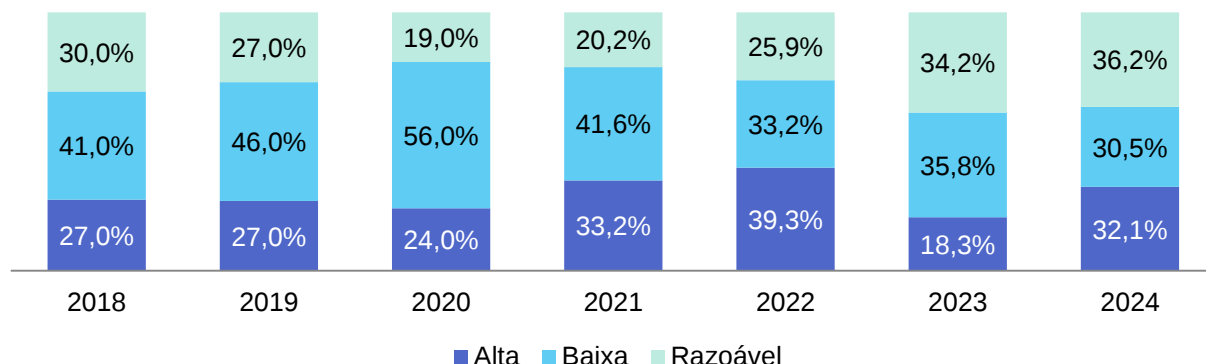


Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Para uma compreensão mais completa do comportamento do consumidor no Dia das Mães, a pesquisa também investigou a frequência com que os consumidores realizaram pesquisas de preço nos estabelecimentos comerciais.

Nesse aspecto, 36,2% dos empresários consideraram a frequência de clientes razoável, representando um aumento de dois pontos percentuais em relação ao Dia das Mães de 2023. Para 32,1% dos empresários, a frequência foi considerada alta, indicando um crescimento de 13,8 pontos percentuais no período. Enquanto isso, 30,5% dos empresários relataram uma baixa frequência de clientes pesquisando preços, uma queda de 5,3 pontos percentuais em comparação ao ano anterior.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Por fim, a pesquisa ainda questionou os empresários sobre a realização de estoques para a data comemorativa. De acordo com os empresários, uma parcela do estoque inicial para o Dia das Mães 2024 não foi vendida, totalizando 14,9%. Essa taxa variou entre as cidades, sendo mais elevada em Itajaí, com 22,7%, e mais baixa em Joinville, com apenas 3,1%. Os números intermediários foram registrados em Chapecó, com 21,9%, Blumenau com 21,9%, Criciúma com 18,4%, Florianópolis com 12,9% e Lages com 5,9%.

Impactos das chuvas no Rio Grande do Sul

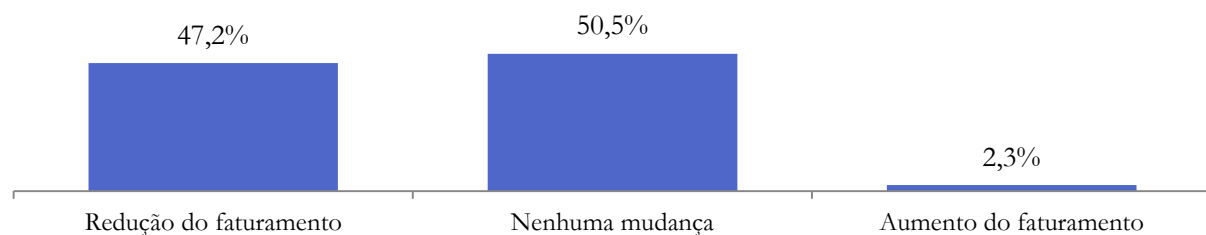
A Fecomércio SC questionou os empresários a respeito dos impactos das chuvas no Rio Grande do Sul nos negócios. Considerando que a pesquisa foi realizada entre os dias 13 e 16 de maio, os resultados apresentados ainda são preliminares.

Os questionamentos abordaram o impacto no faturamento, o tipo de impacto sofrido, e o percentual desse impacto em relação ao faturamento previsto para o mês de maio deste ano.

Do total de entrevistados, pouco mais da metade (53,3%) afirmou ter sofrido impacto com as chuvas, enquanto 46,7% não relataram impactos.

Em relação ao faturamento, cerca de metade dos empresários (50,5%) relataram não ter observado mudanças. Para 47,2%, houve uma redução, enquanto 2,3% relataram um aumento.

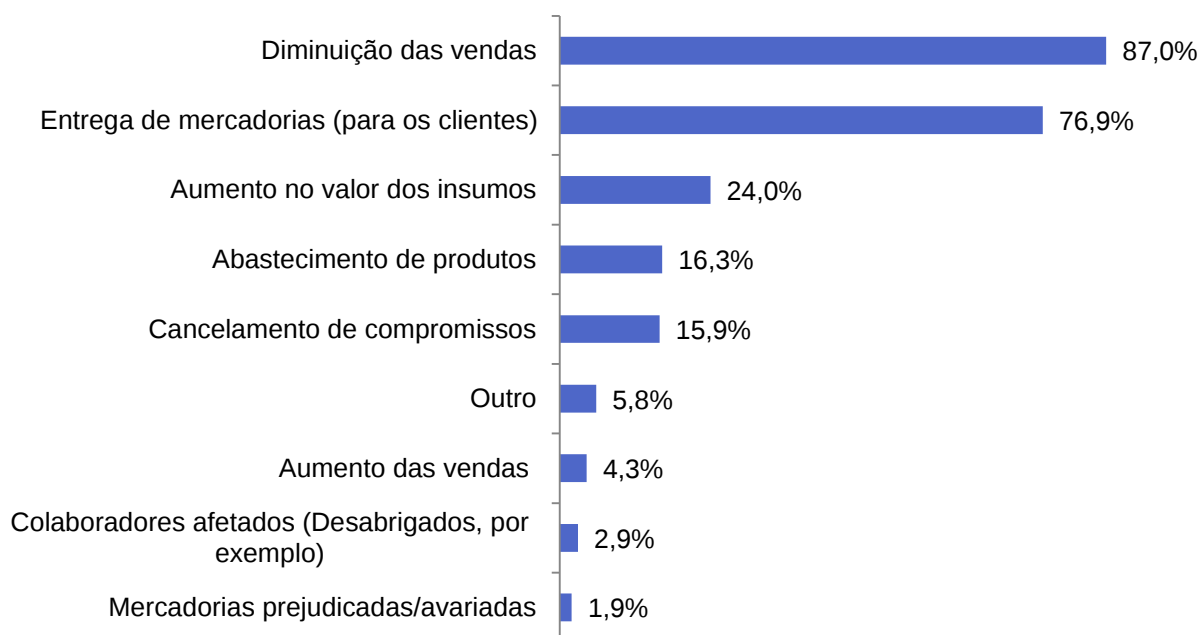
Impacto no faturamento



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Do total de empresários que relataram algum impacto decorrente das chuvas, 87% registraram redução das vendas; 76,9% encontraram dificuldades em relação à entrega de mercadorias para os clientes; 24% relataram aumento no valor dos insumos; e 15,9% cancelaram seus compromissos; 2,9% tiveram colaboradores afetados e 1,9% tiveram mercadorias prejudicadas/avariadas. Por outro lado, 4,3% desses empresários registraram aumento nas vendas.

Tipo de impacto



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Por fim, entre aqueles que registraram aumento no faturamento, os diversos impactos percebidos totalizaram de 9,7%. Já entre os que registraram redução no faturamento, os diversos impactos percebidos totalizaram 18,4%.

CONCLUSÃO

O Dia das Mães é uma data significativa para a economia catarinense. Os setores de comércio e turismo são especialmente beneficiados pelo aumento do consumo e pela movimentação no mercado de trabalho, gerando um impacto positivo nas vendas e no fluxo de visitantes.

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 comparação com o Dia das Mães do ano passado, a contratação de temporários caiu três pontos percentuais, representando 5,4% dos empresários.

Apesar da queda, a quantidade média de colaboradores temporários chegou a 2,9 colaboradores, o maior valor registrado na série histórica. Os segmentos de 'vestuário e acessórios', de 'floriculturas' e de 'perfumes e cosméticos' se destacaram entre os que realizaram contratações no período.

Os consumidores gastaram, em média, R\$ 266 no Dia das Mães de 2024. Em comparação com o ano passado, esse ticket caiu 17,4% e, descontando os efeitos da inflação, a queda foi de 21,1%. Mesmo assim, o gasto ficou acima do nível pré-pandemia e da intenção de gasto prevista.

Os segmentos de 'joalheria e relojoaria' e 'tecnologia e comunicação' apresentaram os maiores tickets médios, atingindo R\$ 778 e R\$ 432, respectivamente, devido ao alto valor agregado desses produtos. Destaca-se que o ticket médio no segmento de 'tecnologia e comunicação' aumentou 5,6% neste ano.

Os resultados do faturamento foram positivos, com um crescimento de 9,4% em comparação com os demais meses do ano. Adicionalmente, em relação ao Dia das Mães do ano anterior, verificou-se um aumento de 1,6%.

Pouco mais da metade dos consumidores preferiu realizar suas compras à vista (56,2%). A opção pelo pagamento parcelado cresceu 4,2 pontos percentuais, representando 42% do total. Essa tendência pode estar relacionada ao cenário de redução das taxas de juros, que tem tornado o parcelamento mais atrativo para os consumidores. Em relação à forma, predominou o pagamento parcelado no cartão de crédito (39%). A escolha por esse tipo cresceu 7,1 p.p. no período. Destaca-se o crescimento de 2,6 p.p. no pagamento via PIX, forma escolhida por 14,9% dos consumidores.

Para 36,2% dos empresários, a frequência dos clientes realizando pesquisa de preços foi razoável. Para 32,1% a frequência foi alta e para 30,5% a frequência foi baixa. O resultado desse indicador para este ano foi semelhante ao observado no ano passado.

Por fim, a Fecomércio SC também questionou os empresários catarinenses a respeito dos impactos das chuvas no próprio negócio. Do total de entrevistados, pouco mais da metade (53,3%) afirmou ter sofrido impacto com as chuvas, enquanto 46,7% não relataram impactos. Em relação ao faturamento, cerca de metade dos empresários (50,5%) relataram não ter observado mudanças. Para 47,2%, houve uma redução, enquanto 2,3% relataram um aumento. Entre os empresários que relataram ter enfrentado algum tipo de impacto, destaca-se a diminuição das vendas, afetando 87% deles, e os problemas relacionados à entrega de mercadorias para os clientes, afetando 76,9% dos entrevistados.