

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

# **Resultado de Vendas de Dia dos Namorados 2024**

O perfil do empresário e resultado de vendas para o período do Dia dos Namorados em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC  
Junho de 2024

## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>2</b>
<b>PERFIL DOS ENTREVISTADOS .....</b>	<b>3</b>
<b>RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS NAMORADOS 2024 .....</b>	<b>4</b>
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>10</b>

## **INTRODUÇÃO**

O Dia dos Namorados é a terceira data mais importante para o comércio durante o ano, perdendo apenas para o Natal e para o Dia das Mães. Diversos tipos de produtos são vendidos e vários serviços demandados, fazendo a data ser muito relevante para o comércio catarinense, com considerável incremento de vendas.

Tendo por base essa constatação, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas de Dia dos Namorados 2024 com 388 empresas do comércio de Santa Catarina, distribuídas em sete cidades: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Itajaí, Joinville e Lages. As entrevistas foram realizadas entre os dias 13 a 18 de junho. A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem e técnica de coleta de dados por telefone individual e online 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. Os dados foram processados eletronicamente e receberam tratamento estatístico.

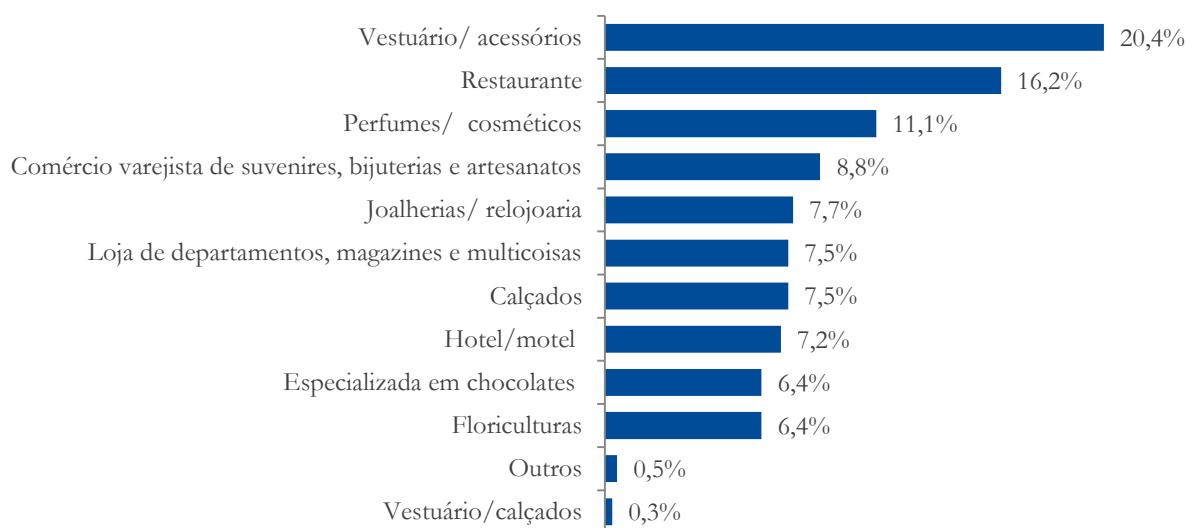
Foram aplicadas 13 perguntas, sendo 6 fechadas e 7 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

## PERFIL DOS ENTREVISTADOS

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

O segmento de 'Vestuários e Acessórios' foi o mais entrevistado, representando 20,4% das respostas. Em segundo lugar, destacaram-se os Restaurantes, com 16,2%. Em seguida, o setor de 'Perfumes e Cosméticos' obteve 11,1% das entrevistas. Os demais setores somaram 52,3% do total de respondentes.

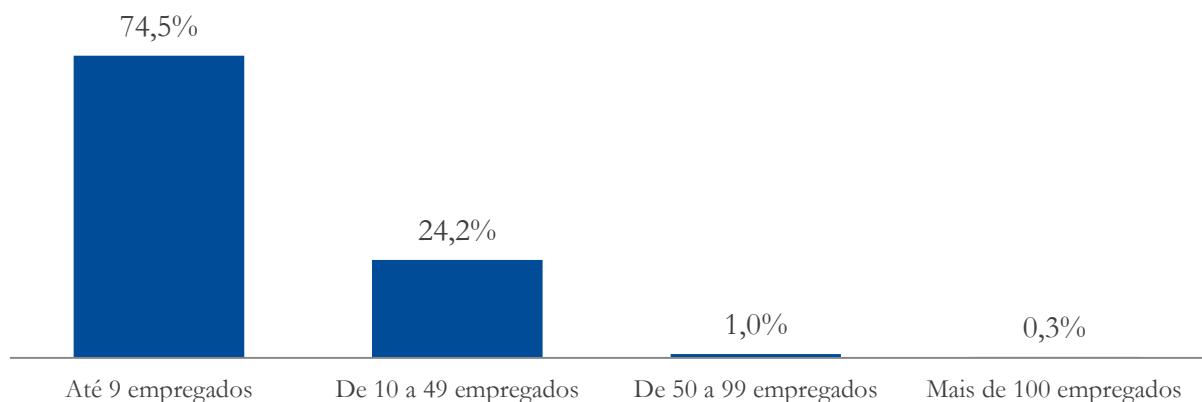
### Segmentos



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Quanto ao porte das empresas entrevistadas, a maioria é composta por microempresas, com até nove empregados (74,5%), seguida por pequenas empresas, com 10 a 99 empregados (24,2%). Apenas 1% das empresas possui entre 50 e 99 empregados, e 0,3% têm mais de 100 empregados.

### Porte



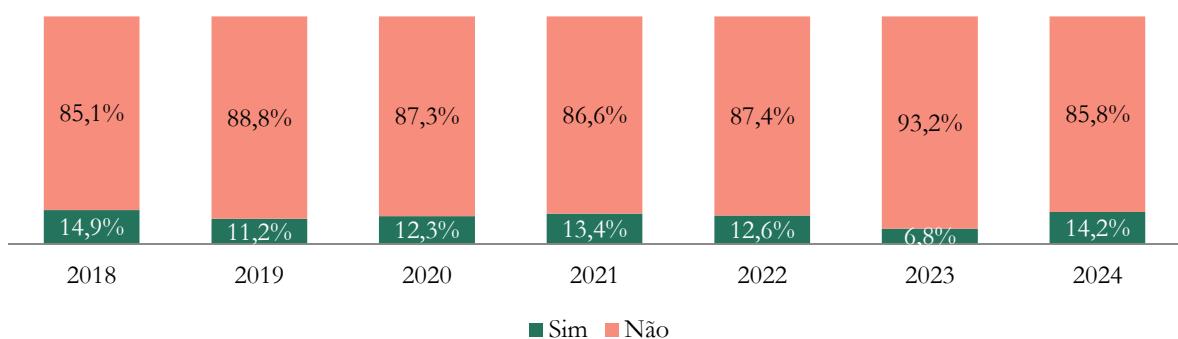
Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

## RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS NAMORADOS 2024

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

Os resultados indicam que 14,2% dos empresários contrataram colaboradores temporariamente para atender aos consumidores. Em comparação com o Dia dos Namorados do ano passado, o indicador cresceu 7,3 pontos percentuais, enquanto o percentual de empresários que não realizaram contratações caiu na mesma proporção. Os restaurantes e as floriculturas foram os segmentos que contrataram mais no período.

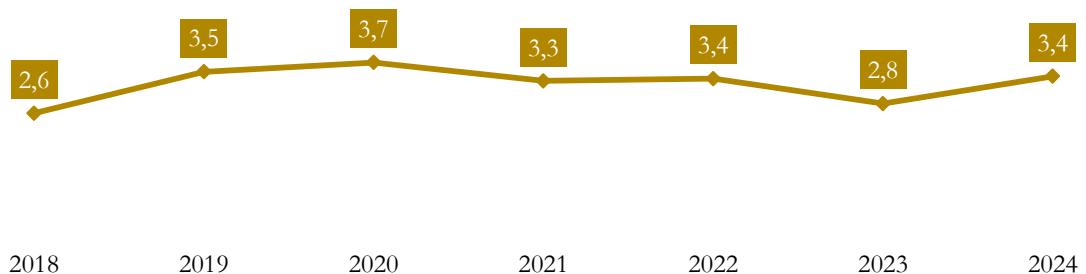
### Contratação de trabalhadores temporários



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

A média de contratações temporárias também aumentou. As empresas contrataram, em média, 3,4 colaboradores para atender à demanda, superando os números registrados em 2023, 2021 e 2018.

### Média de contratações temporárias



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

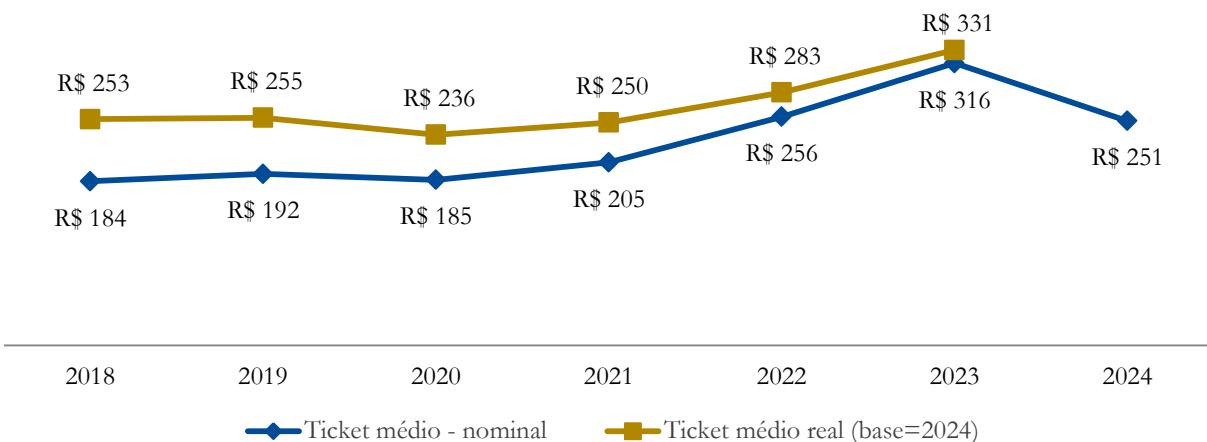
### Ticket médio

Em contraste com o resultado positivo no mercado de trabalho, o ticket médio nominal caiu neste ano. A pesquisa revelou que o ticket médio para cada compra nos estabelecimentos comerciais diminuiu 20,5%, chegando a 251 reais. Quando ajustado pela inflação, a queda real foi de 24%.

A redução na intenção de consumo das famílias catarinenses pode explicar parcialmente a diminuição do ticket médio. Atualmente, as famílias estão demonstrando mais cautela em relação

aos seus gastos. Apesar de relatarem que sua situação financeira permanece inalterada, os consumidores têm preferido reduzir suas despesas. Em maio, a intenção de compra caiu 0,5% no estado, marcando a terceira queda consecutiva no ano.

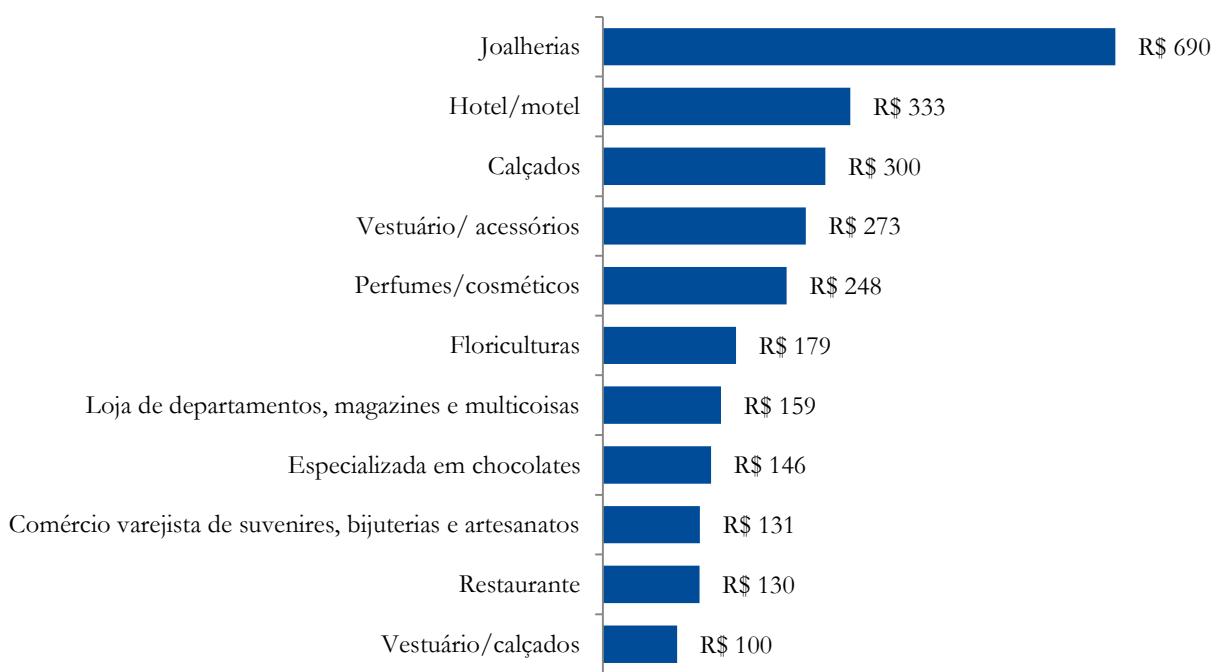
### Ticket médio – valor nominal e real



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

O maior ticket médio foi no segmento de Joalherias, com R\$ 690, enquanto o menor foi no segmento de 'Vestuário/Calçados', com R\$ 100. Os segmentos que ficaram acima da média geral de R\$ 251 foram 'Hotéis/Motéis' (R\$ 333), Calçados (R\$ 300) e 'Vestuário/Acessórios' (R\$ 273).

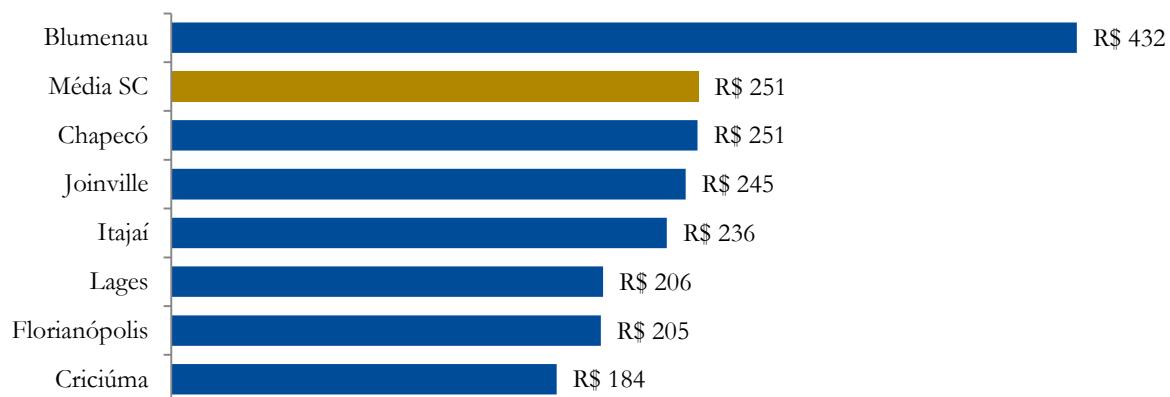
### Ticket médio por setor



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Na análise regional, os tickets médios mais elevados foram registrados em Blumenau, com R\$ 432, seguido por Chapecó, com R\$ 251, Joinville, com R\$ 245, e Itajaí, com R\$ 236. Em contrapartida, os tickets mais baixos foram observados em Lages, com R\$ 206, Florianópolis, com R\$ 205, e Criciúma, com R\$ 184. Blumenau foi a única cidade a ficar acima da média catarinense..

### Ticket médio no Dia dos Namorados por cidade pesquisada



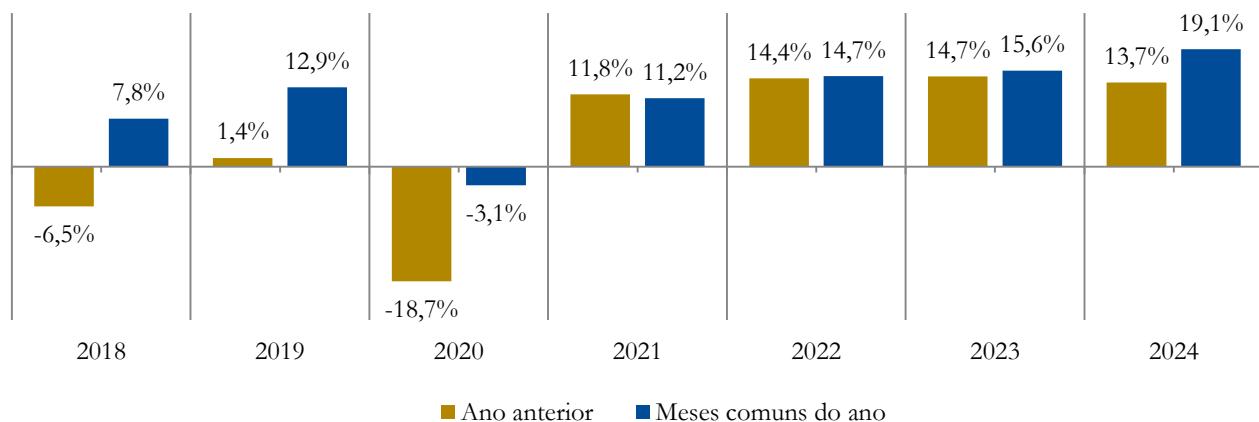
Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

### Variação no faturamento

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 dos Namorados de 2023, o faturamento cresceu 13,7%. Em relação aos demais meses do ano, o faturamento nominal aumentou 19,1%. Os dados indicam uma aceleração no crescimento deste ano. No ano passado, o faturamento havia crescido 14,7% em relação ao Dia dos Namorados de 2022 e 15,6% em comparação aos meses comuns do ano.

### Variação do faturamento – ano anterior e meses comuns do ano



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Regionalmente, os comerciantes de Joinville foram os mais impactados em comparação aos meses comuns do ano, com um aumento no faturamento de 40,9%. Em Blumenau, o faturamento aumentou 24,4% em relação ao Dia dos Namorados do ano passado.

#### Variação do faturamento por cidade, em %.

	Meses comuns do ano	Dia dos Namorados de 2023
<b>Blumenau</b>	15,6	<b>24,4</b>
Chapecó	14,4	12,9
Criciúma	11,3	7,4
Florianópolis	12,0	4,9
Itajaí	18,5	16,5
<b>Joinville</b>	<b>40,9</b>	18,8
Lajes	18,2	12,4

Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

As floriculturas registraram o maior crescimento no faturamento, com um aumento de 31,4% em comparação com o Dia dos Namorados do ano passado e de 49,8% em relação aos meses comuns do ano. O faturamento das lojas especializadas em chocolates cresceu 17,8%, sendo o segundo maior aumento na comparação anual. Em relação aos demais meses do ano, o segundo maior crescimento foi registrado no setor de perfumes e cosméticos, com 22,2%.

#### Variação do faturamento em comparação com o Dia dos Namorados do ano passado

- Floriculturas: 31,4%
- Especializadas em chocolates: 17,8%
- Perfumes/cosméticos: 17,3%

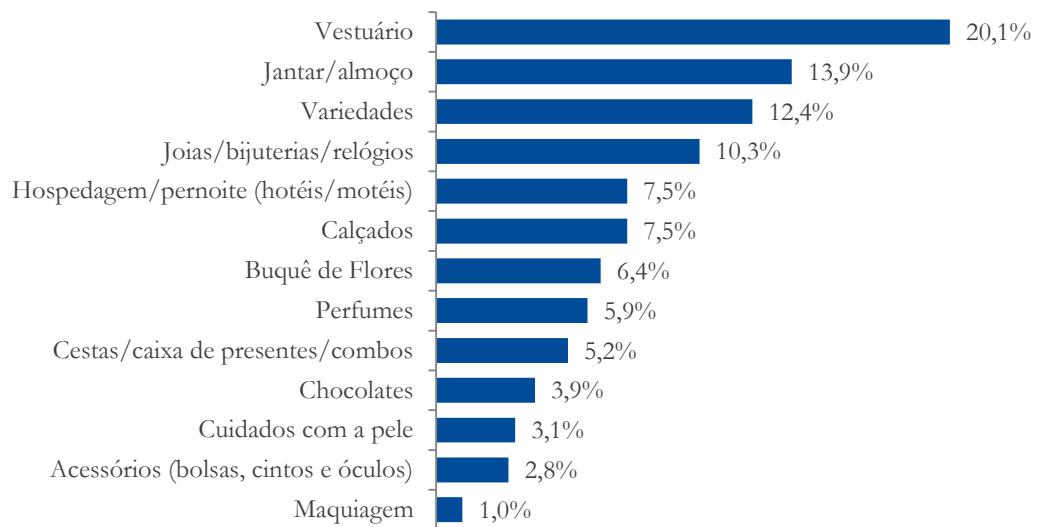
#### Variação do faturamento em comparação com os meses comuns do ano

- Floriculturas: 49,8%
- Perfumes/cosméticos: 22,2%
- Lojas de departamentos, magazines e multicoisas: 19,1%

#### Presentes

Os empresários relataram que os presentes mais comprados nesta data foram itens de vestuário (20,1%), seguidos por jantares ou almoços (13,9%). Outros presentes populares incluíram variedades (12,4%) como secadores de cabelo, máquinas de cortar cabelo, canecas, ursos de pelúcia, celulares e porta-retratos, além de joias, bijuterias e relógios (10,3%). Os namorados também presentearam com serviços de hospedagem/pernoite em hotéis e motéis (7,5%).

## Presentes mais comprados

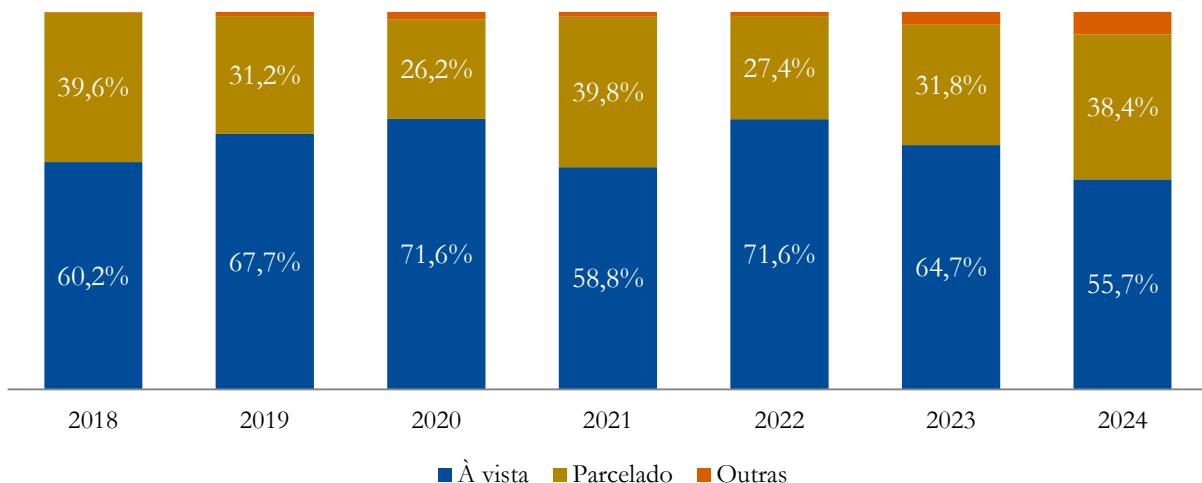


Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

## Formas de pagamento

O pagamento à vista continua sendo a modalidade preferida pelos consumidores, representando 55,7% do total. No entanto, em comparação com o ano anterior, houve uma queda de nove pontos percentuais na preferência por essa modalidade. Por outro lado, o pagamento parcelado aumentou seis pontos percentuais, alcançando 38,4% dos casos. A redução da taxa de juros observada nos primeiros meses do ano tornou as compras de médio e longo prazo mais atraentes para os consumidores, explicando em parte o crescimento na escolha pelo pagamento parcelado.

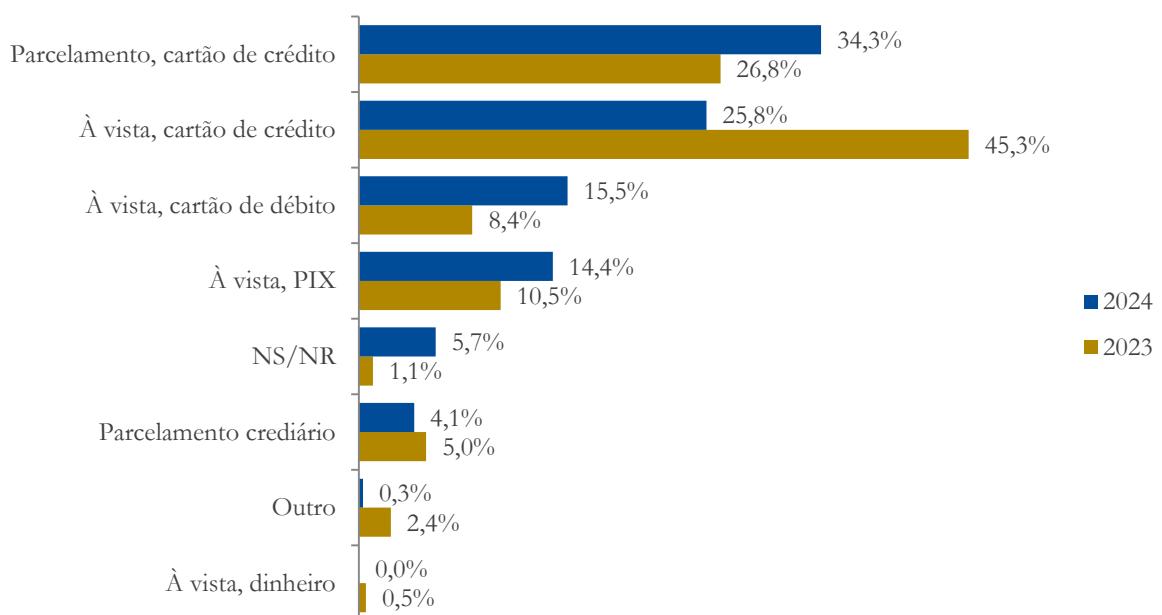
## Modalidade de pagamento



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Considerando-se as formas de pagamento, a maioria dos consumidores preferiu pagar parcelado no cartão de crédito (34,3%). A opção por essa forma cresceu 7,5 p.p. em relação ao dia dos namorados do ano passado. A segunda forma de pagamento mais utilizada pelos consumidores catarinenses foi à vista no cartão de crédito, com 25,8% optando por essa modalidade. O uso dessa forma de pagamento caiu 19,5 p.p. no período. Em terceiro lugar está o pagamento à vista no cartão de débito, forma escolhida por 15,5% dos consumidores e que cresceu 7,1 p.p. O pagamento via PIX foi escolhido por 14,4% dos consumidores, representando um aumento de 3,9 pontos percentuais em comparação com o ano anterior.

### Principais formas de pagamento

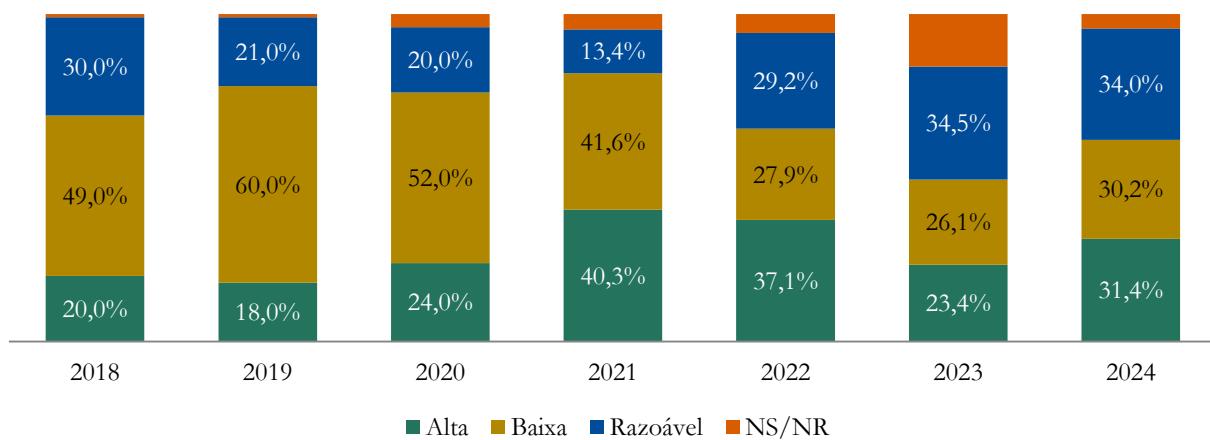


Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

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

Nesse aspecto, as proporções estão bem distribuídas. Para 34% dos empresários, a frequência de clientes realizando pesquisa de preços foi razoável, representando uma queda de 0,5 ponto percentual em relação ao Dia dos Namorados de 2023. Para 31,4% dos empresários, a frequência foi considerada alta, indicando um crescimento de 8 pontos percentuais no período. Enquanto isso, 30,2% dos empresários relataram uma baixa frequência de clientes pesquisando preços, um aumento de 4,1 pontos percentuais em comparação ao ano anterior.

### Frequência de clientes realizando pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

### Ação comercial

Para 31,7% dos empresários, a estratégia comercial que mais atraiu os consumidores foi o preço. No entanto, este resultado diverge do que os consumidores apontaram como o fator mais atraente na pesquisa de intenção de compra do dia dos namorados, que foi o atendimento.

### Ação comercial priorizada pelos consumidores

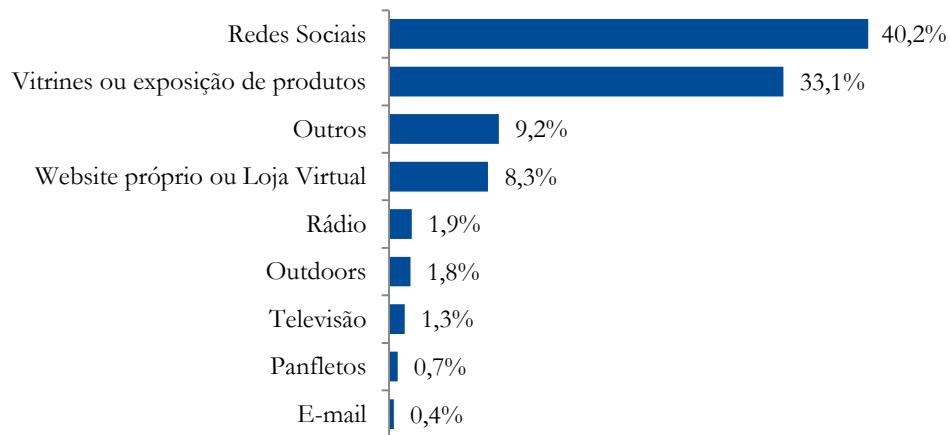


Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

## Meios de divulgação

Os meios de divulgação mais utilizados pelos empresários foram as redes sociais (40,2%), as vitrines (33,1%). Em menor proporção aparecem os panfletos (0,7%) e e-mail (0,4%).

### Meios de divulgação mais utilizados pelos empresários



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

## CONCLUSÃO

O Dia dos Namorados deste ano gerou resultados positivos para a economia catarinense. Os impactos foram especialmente favoráveis para os setores de comércio e serviços, impulsionando o mercado de trabalho e aumentando o faturamento das empresas.

O percentual de empresários que contrataram colaboradores temporários cresceu 7,3 pontos percentuais. Os restaurantes e as floriculturas foram os segmentos que mais contrataram durante o período. Em média, foram contratados 3,4 colaboradores para atender à demanda, um número superior ao registrado no ano passado, que foi de 2,8 colaboradores.

O faturamento médio também apresentou crescimento significativo. Em comparação com o Dia dos Namorados do ano anterior, a alta foi de 13,7%, enquanto o aumento em relação aos demais meses do ano foi de 14,7%. Todas as cidades pesquisadas registraram resultados positivos. Joinville se destacou com um aumento de 40,9% no faturamento em comparação com os outros meses do ano, e Blumenau teve um crescimento de 24,4% em relação ao Dia dos Namorados do ano passado.

As floriculturas registraram o maior crescimento no faturamento, com um aumento de 49,8% em comparação aos meses comuns do ano e 31,4% em relação ao Dia dos Namorados do ano passado. Setores tradicionalmente associados à data, como lojas especializadas em chocolates, perfumarias e cosméticos, e lojas de departamento, também apresentaram crescimento significativo no faturamento.

Por outro lado, o ticket médio nominal caiu 20,5%, alcançando 251 reais. Quando ajustado pela inflação, a queda real foi de 24%. A redução na intenção de consumo das famílias catarinenses pode explicar parte dessa diminuição. Apesar da melhora em alguns indicadores econômicos, como o mercado de trabalho aquecido e a situação financeira estável, os consumidores estão mais cautelosos com seus gastos.

A maior cautela dos consumidores também se reflete no hábito de pesquisar preços. Para 65,4% dos empresários, a frequência de pessoas realizando pesquisas de preços foi considerada alta ou razoável, um aumento em comparação com os 57,9% registrados no ano passado.

Os presentes mais comprados neste ano foram: foram itens de vestuário (20,1%), seguidos por jantares ou almoços (13,9%). Outros presentes populares incluíram variedades (12,4%) como secadores de cabelo, máquinas de cortar cabelo, canecas, ursos de pelúcia, celulares e porta-retratos, além de joias, bijuterias e relógios (10,3%).

O pagamento à vista continua sendo a principal escolha dos consumidores. No entanto, o pagamento parcelado tem ganhado espaço. Neste Dia dos Namorados, a utilização dessa modalidade de pagamento cresceu 6,8 pontos percentuais. O cenário de reduções consecutivas nas taxas de juros, de agosto do ano passado até junho deste ano, pode ter incentivado esse comportamento.

Por fim, os empresários destacaram que as estratégias comerciais mais eficazes para atrair consumidores foram o preço competitivo, a qualidade dos produtos e as promoções. Quanto aos meios de divulgação, as redes sociais e as vitrines foram os mais utilizados pelos empresários.