

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

# Resultado de Vendas de Dia dos Pais 2024

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

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC  
Agosto de 2024

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>2</b>
<b>PERFIL DOS ENTREVISTADOS .....</b>	<b>3</b>
<b>RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS PAIS 2024 .....</b>	<b>4</b>
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>6</b>

## INTRODUÇÃO

O Dia dos Pais é uma importante data em vendas para o comércio durante o ano, trazendo importante incremento nas vendas de diversos setores.

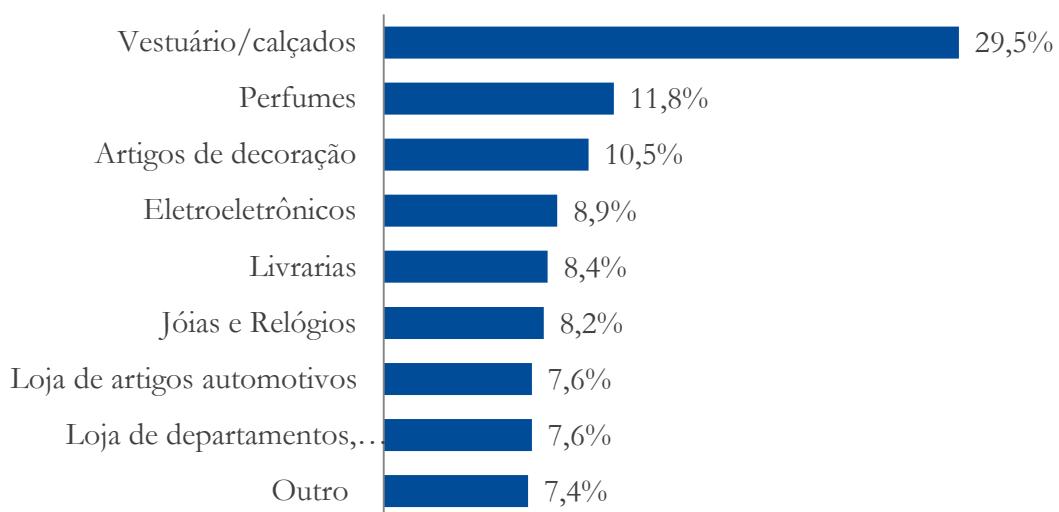
Tendo por base esta constatação, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa de resultado de vendas de Dia dos Pais com 380 empresas do comércio de Santa Catarina, divididas nas cidades de: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Itajaí, Joinville e Lages, realizada entre os dias 14 e 19 de agosto. A metodologia 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 14 perguntas, sendo 11 fechadas e 3 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

## PERFIL DOS ENTREVISTADOS

A pesquisa contou com a participação de 380 empresas do comércio catarinense, abrangendo diversos atividades. A distribuição percentual dos setores foi a seguinte: vestuário e calçados (29,5%), perfumaria (11,8%), artigos de decoração (10,5%), eletroeletrônicos (8,9%), joias e relógios (8,2%), livrarias (8,4%), lojas de departamentos, magazines e multicoisas (7,6%), lojas de artigos automotivos (7,6%) e outros (7,4%).

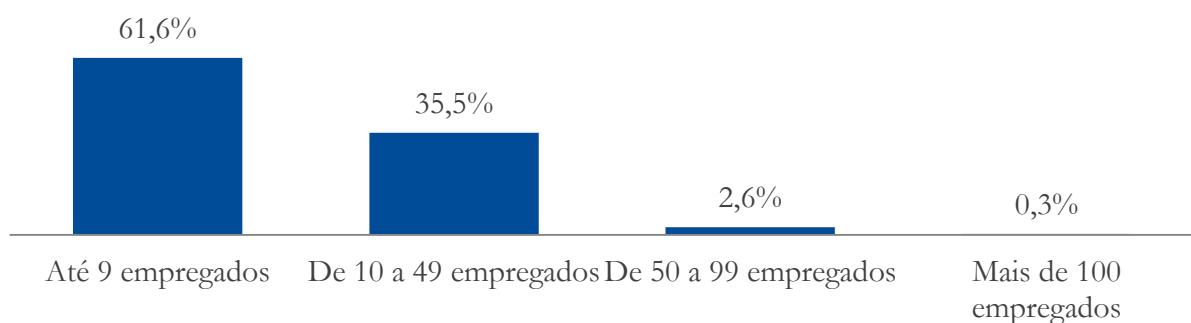
### Ramo de atividade das empresas que participaram da pesquisa



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Mais da metade das empresas entrevistadas (61,6%) é composta por microempresas, com até 9 empregados. Pequenas empresas, que possuem entre 10 e 49 empregados, representam 35,5% do total. Já as médias empresas, com 50 a 99 empregados, correspondem a 2,6%, enquanto as grandes empresas, com mais de 100 empregados, somam apenas 0,3%.

### Porte das empresas



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

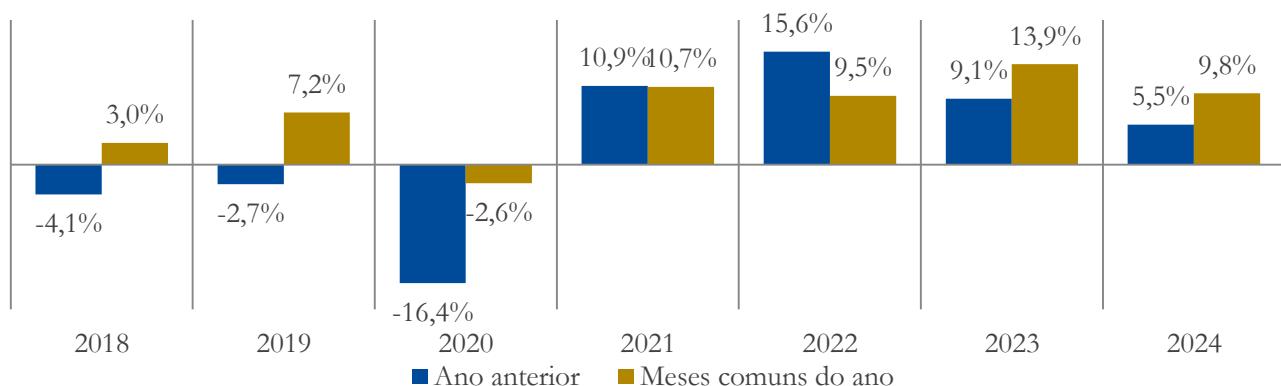
## RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS PAIS 2024

Para avaliar o resultado das vendas no Dia dos Pais, a Fecomércio SC analisou dados importantes como faturamento, ticket médio e contratações temporárias. Também foram considerados os principais meios de pagamento, os presentes mais comprados, a frequência de pesquisa de preço pelos consumidores, as ações que impulsionaram as vendas e os canais que mais influenciaram o volume de vendas.

### Faturamento

Em comparação com Dia dos Pais de 2023, o faturamento do comércio catarinense cresceu 5,5% e, em relação aos demais meses do ano, o aumento foi de 9,8%. Apesar de positivo, o crescimento foi menos intenso em comparação com alguns anos anteriores. Em 2023, por exemplo, o faturamento cresceu 13,9% na comparação anual e 9,1% em comparação com os meses comuns do ano.

### Variação do faturamento



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

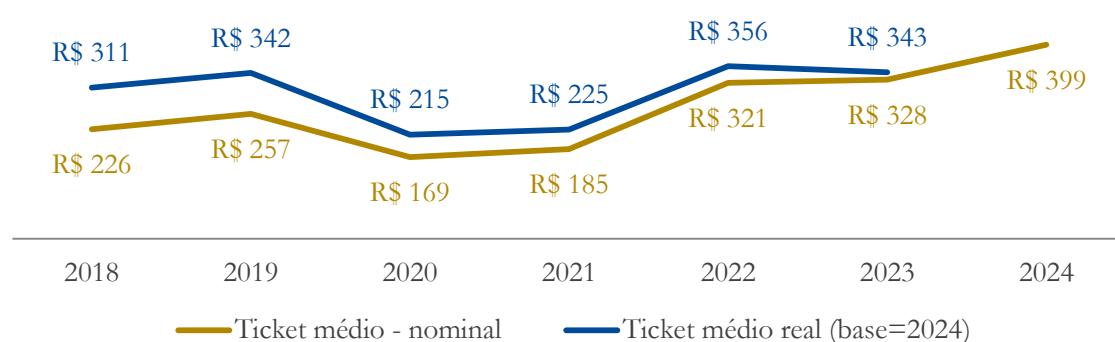
Importante ressaltar que a modalidade de vendas *online*, popularizada durante a pandemia, mantém seu papel de destaque em alguns ramos comerciais e, em média, neste Dia dos Pais foi responsável por 10,1% do faturamento dos estabelecimentos comerciais.

As lojas físicas foram as responsáveis pelo maior retorno financeiro neste ano, situação relatada por 96,1% dos empresários entrevistados. Outros canais de vendas utilizados pelos lojistas foram as redes sociais, e-commerce próprio e marketplaces (Amazon, Mercado Livre, OLX, etc.). Para 3,7% dos empresários, esses foram os canais que mais influenciaram o faturamento.

## Ticket médio

Outro resultado positivo foi o aumento nominal de 22% no ticket médio, que atingiu 399 reais, o maior valor da série histórica. O ticket médio, que representa o valor médio gasto por cliente em cada compra, reflete não apenas o volume de vendas, mas também a disposição dos consumidores em gastar mais. Ajustado pela inflação, o crescimento real foi de 16,6%, destacando o poder de compra elevado durante o período.

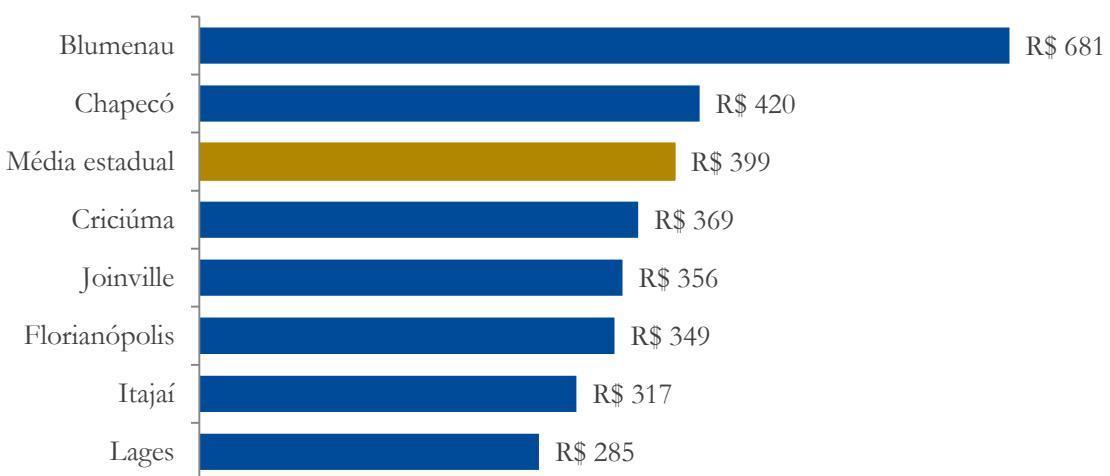
### Ticket médio – valor nominal e real



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Regionalmente, os tickets médios de Blumenau (R\$ 681) e Chapecó (R\$ 420) foram os únicos acima da média catarinense. No entanto, o maior crescimento foi observado em Joinville, com um aumento de 33,1% no ticket médio, alcançando R\$ 356, e em Florianópolis, que apresentou um crescimento de 31,8%.

### Ticket médio por cidade pesquisada



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

O maior ticket médio foi observado nas lojas de ‘Artigos de Decoração’, com R\$ 1.087, abrangendo produtos como sofás, mesas, tapetes e móveis em geral. Em segundo lugar, ficaram as lojas de ‘Jóias e Relógios’ com R\$ 709, seguidas por eletroeletrônicos com R\$ 533 e artigos automotivos com R\$ 488. Os menores tickets médios foram registrados nas lojas de departamentos, com R\$ 151, e nas livrarias, com R\$ 123.

### Ticket médio por ramo de atividade

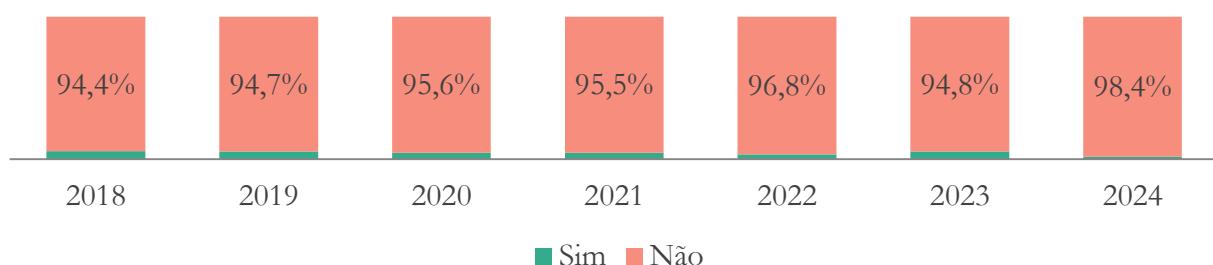


Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

### Contratação de trabalhadores temporários

Historicamente, os empresários catarinenses relatam não contratar trabalhadores temporários para o Dia dos Pais. Neste ano, essa tendência se acentuou, com um aumento de 3,6 pontos percentuais na proporção de empresários que optaram por não realizar contratações temporárias. Consequentemente, a parcela dos que contrataram colaboradores temporários diminuiu na mesma proporção.

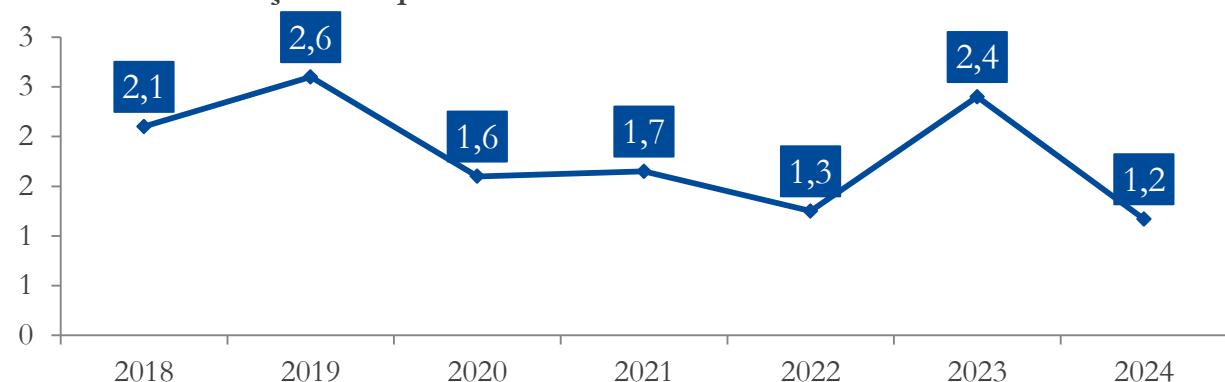
### Contratação de trabalhadores



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

As empresas contrataram, em média, 1,2 colaboradores para atender à demanda, um número inferior ao dos anos anteriores. Apesar desse cenário, o mercado de trabalho catarinense permanece aquecido. No primeiro semestre deste ano, o comércio no estado gerou 6,5 mil vagas de emprego, o que pode justificar a menor necessidade de contratações temporárias, já que muitas empresas podem estar aproveitando a força de trabalho existente para suprir a demanda sazonal.

### Média de contratações temporárias

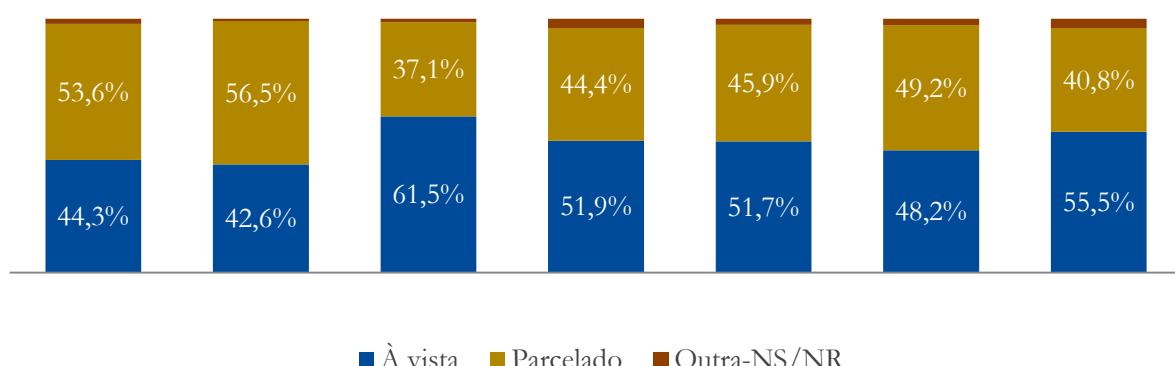


Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

### Formas de pagamento

O pagamento à vista continua sendo a modalidade preferida pelos consumidores, representando 55,5% do total. Neste ano, a preferência por pagamentos à vista cresceu 7,3 pontos percentuais. Em contraste, o pagamento parcelado aumentou 8,4 pontos percentuais, atingindo 40,8% das transações. Esse crescimento na opção pelo pagamento parcelado pode ser atribuído à aquisição de presentes mais caros, como artigos de decoração, joias, relógios e eletrônicos.

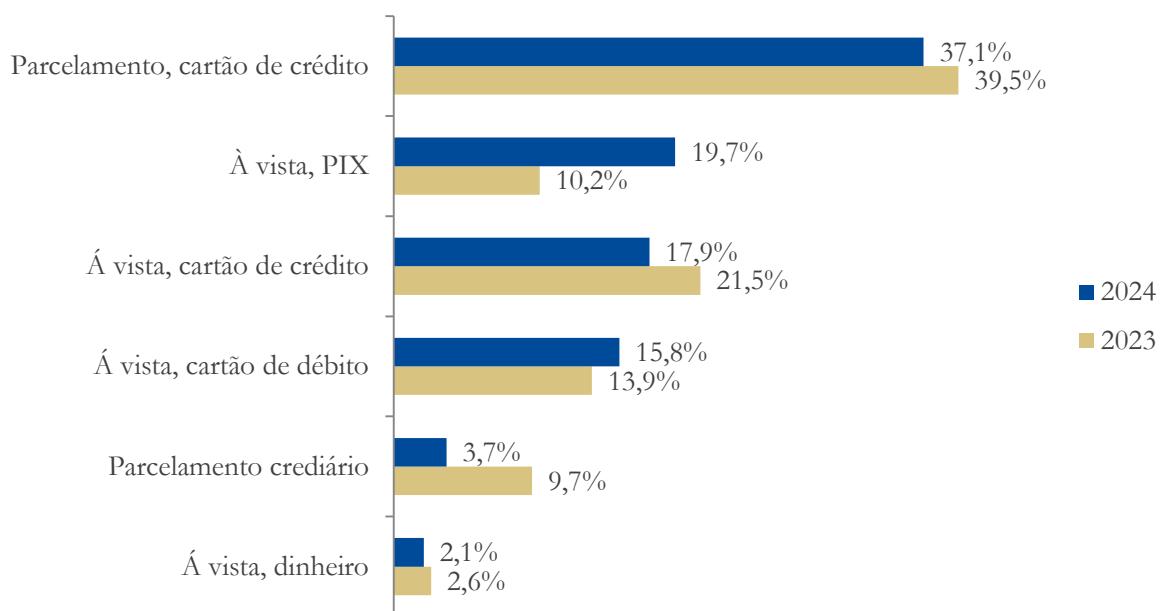
### Modalidade de pagamento



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Entre os consumidores que escolheram o pagamento parcelado, 37,1% optaram pelo parcelamento via cartão de crédito, uma redução de 3,4 pontos percentuais em relação ao Dia dos Pais do ano passado. A segunda forma de pagamento mais utilizada pelos catarinenses foi o pagamento à vista via PIX, com 19,7% dos consumidores escolhendo essa modalidade, que registrou um aumento de 9,5 pontos percentuais no período. Em terceiro lugar, está o pagamento à vista no cartão de crédito, preferido por 17,9% dos consumidores, com uma queda de 3,6 pontos percentuais.

### Principais formas de pagamento



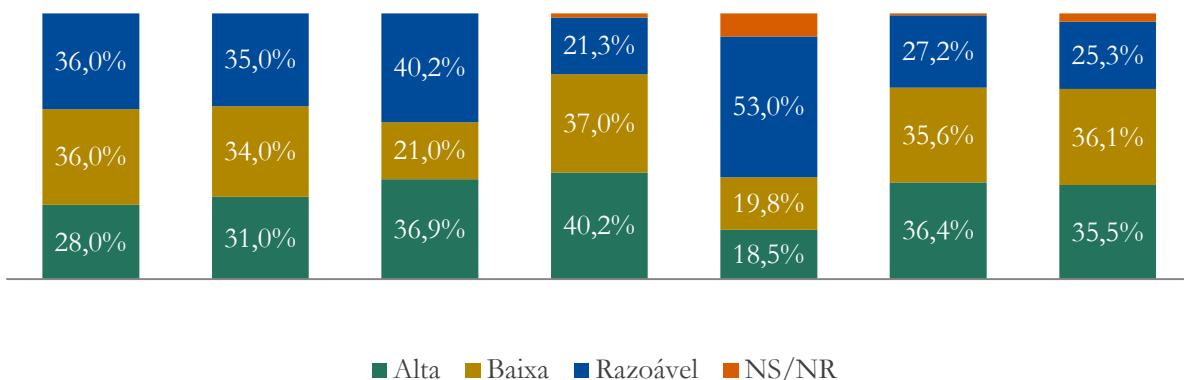
Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

### Pesquisa de preço

Para uma compreensão mais completa do comportamento do consumidor no Dia dos Pais, 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 25,3% dos empresários, a frequência de clientes realizando pesquisa de preços foi razoável, representando uma queda de 1,9 ponto percentual em relação ao Dia dos Pais de 2023. Para 35,5% dos empresários, a frequência foi considerada alta, indicando uma queda de 0,9 p.p. no período. Enquanto isso, 36,1% dos empresários relataram uma baixa frequência de clientes pesquisando preços, um aumento de 0,5 ponto percentual em comparação ao ano anterior.

### Frequência de clientes realizando pesquisa de preço

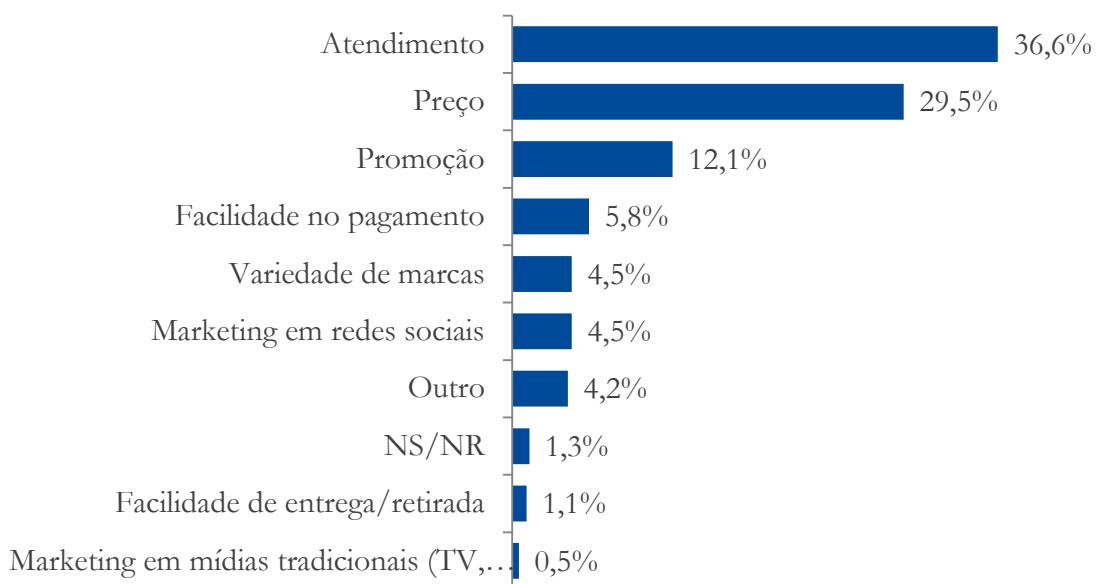


Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

### Ação comercial

As empresas também foram questionadas sobre as ações comerciais, que em sua visão, são mais determinantes para os consumidores. Para 36,6% dos empresários, a estratégia comercial que mais atraiu os consumidores foi o atendimento; para 29,5% o preço e para 12,1%, as promoções. Outros aspectos citados incluem a facilidade do pagamento, a variedade de marketing e o marketing nas redes sociais.

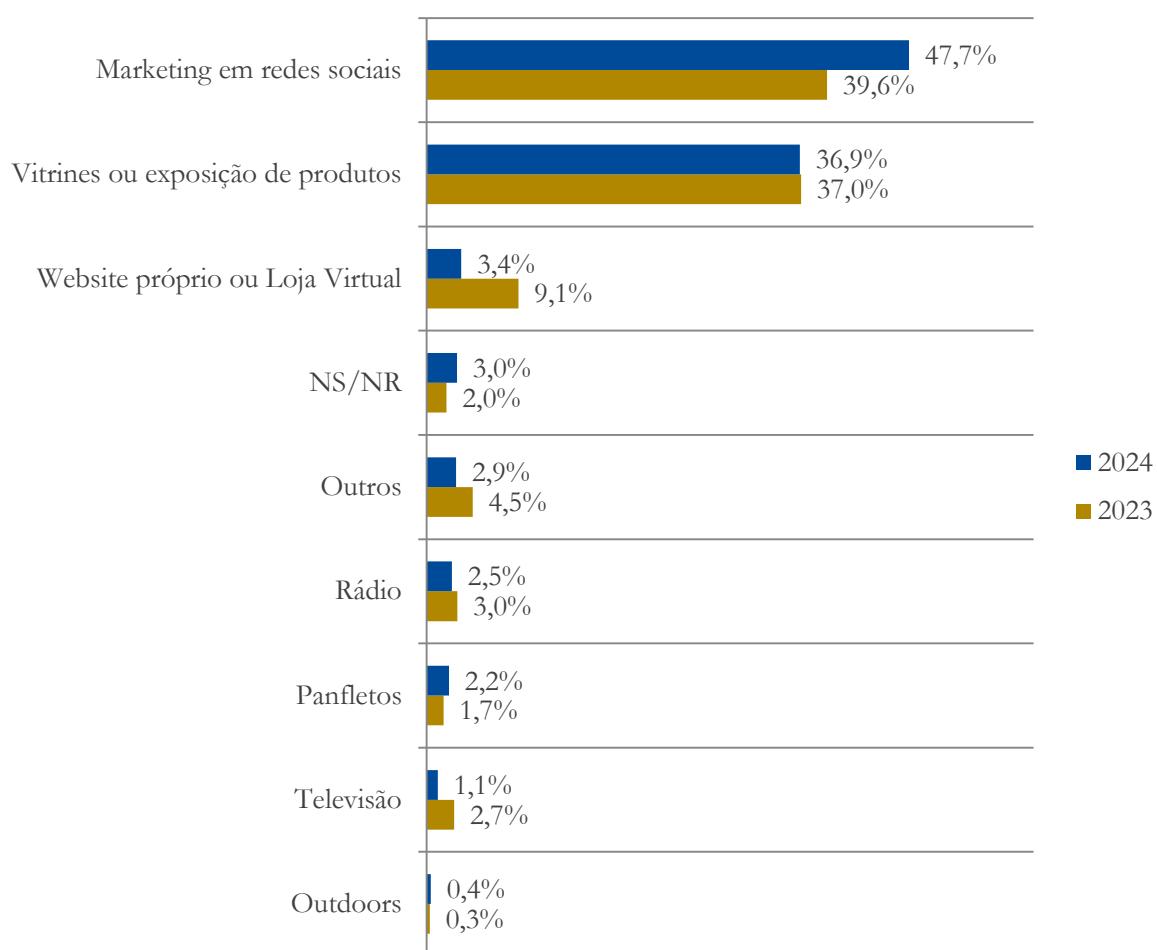
### Ação comercial priorizada pelos consumidores na visão dos empresários



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC.

Por fim, a pesquisa investigou quais os principais meios de divulgação/atração de clientes que as empresas utilizaram nesta data. Novamente, o marketing em redes sociais (47,7%) e as vitrines/exposição de produtos (36,9%) foram as duas ações preferidas pelos estabelecimentos comerciais. Importante notar que a presença virtual dos estabelecimentos comerciais mostra-se necessária para atender a demanda dos consumidores por esse meio, o que explica, em boa medida, o uso de website próprio ou loja virtual (3,4%) na frente de veículos tradicionais como o rádio (2,5%) e a televisão (1,1%).

### **Meios de divulgação/atração de consumidores mais utilizados pela empresa**



Fonte: Núcleo de Estudos Estratégicos Fecomércio SC

## CONCLUSÃO

O Dia dos Pais gerou impactos positivos na economia catarinense, impulsionando as vendas no comércio e contribuindo para o crescimento de diversos setores, como o varejo, a gastronomia e o turismo. Esse aumento no consumo reflete o fortalecimento das atividades econômicas na região, beneficiando tanto os pequenos comerciantes quanto as grandes redes varejistas.

O principal destaque positivo foi o aumento de 5,5% no faturamento em comparação com o Dia dos Pais do ano anterior e de 9,8% em relação aos meses comuns do ano. Segundo os empresários, as vendas online representaram 10,1% desse faturamento.

Outro resultado positivo foi o aumento nominal de 22% no ticket médio, que atingiu 399 reais, o maior valor da série histórica. O ticket médio, que representa o valor médio gasto por cliente em cada compra, cresceu devido a uma combinação de fatores, incluindo o aumento na intenção de compra dos consumidores, que estavam mais dispostos a gastar em presentes de maior valor, especialmente itens de vestuário, incentivados pela onda de frio que antecedeu a data. Ajustado pela inflação, o crescimento real foi de 16,6%, refletindo um cenário econômico favorável durante o período.

Em relação ao mercado de trabalho, a maior parte dos empresários (98,4%) relatou não ter contratado colaboradores para o período. Entre os que realizaram contratações, a média foi de apenas um funcionário. Esse comportamento pode ser atribuído ao aquecimento do mercado de trabalho em Santa Catarina, especialmente no comércio, que criou 6,5 mil novas vagas de emprego no primeiro semestre, reduzindo a necessidade de contratações temporárias.

Para 60,8% dos empresários, a frequência com que os consumidores realizam pesquisas de preços foi considerada alta ou razoável. Esse comportamento indica uma cautela por parte dos clientes ao tomar decisões de compra, sugerindo que é crucial atrair esses consumidores por meio de promoções, descontos e facilidades no pagamento.

Outros aspectos cruciais para os comerciantes incluem o atendimento, os preços e as promoções, que são fundamentais para atrair consumidores. Investir em um atendimento de qualidade, oferecer preços competitivos e criar promoções atraentes são estratégias essenciais. Esses elementos podem ser destacados por meio de campanhas de marketing nas redes sociais, vitrines bem planejadas e lojas virtuais próprias, que ajudam a captar a atenção dos clientes e a impulsionar as vendas. Além disso, a utilização de ferramentas digitais, como e-mails marketing e anúncios segmentados, pode potencializar ainda mais o alcance das ofertas e fortalecer a presença da marca no mercado.