



Resultado de Vendas
NATAL 2016

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina
Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas de Santa Catarina

Pesquisa de Resultado de Vendas do Natal 2016

O perfil do empresário e resultado de vendas para o período de Natal
em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Janeiro de 2017

SUMÁRIO

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

INTRODUÇÃO

O Natal é a principal data para o varejo no ano. Este período movimenta as vendas do varejo como nenhum outro. Desta forma, visando captar e entender os impactos desta data comemorativa para o comércio de Santa Catarina, a Fecomércio SC e a FCDL/SC realizaram uma pesquisa de resultado de vendas juntamente com os empresários do setor varejista do estado.

A amostra foi de 416 empresas entrevistadas. As perguntas foram realizadas durante os dias 26 e 29 de dezembro, divididas entre as cidades de Florianópolis, Chapecó, Joinville, Itajaí, Blumenau, Lages e Criciúma. A amostra foi estratificada por um conjunto de setores que fossem representativos do perfil do comércio das cidades.

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 de proprietários ou gerentes de estabelecimentos comerciais.

Foram aplicadas oito perguntas, sendo quatro abertas e quatro fechadas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Para começar a análise do resultado de vendas de Natal é necessário saber quais setores do comércio foram entrevistados. Conforme tabela abaixo, ouviu-se majoritariamente os empresários dos ramos de vestuário e calçado (36,5%), seguida pelos estabelecimentos de que vendem móveis/decoração (11,1%) e padarias ou lojas especializadas em chocolates e doces (8,9%).

Segmentos

Ramo	Blumenu	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Vestuário/calçados	36,7%	30,8%	45,7%	39,3%	36,0%	34,2%	28,9%	36,5%
Móveis/Decoração	13,3%	12,8%	5,7%	11,1%	12,4%	7,9%	10,5%	11,1%
Padarias e Especializadas em chocolate e doces	8,3%	7,7%	5,7%	7,7%	11,2%	7,9%	13,2%	8,9%
Óticas, jóias e relógios	6,7%	5,1%	5,7%	7,7%	7,9%	7,9%	5,3%	7,0%
Artigos esportivos e Brinquedos	5,0%	5,1%	8,6%	7,7%	7,9%	5,3%	7,9%	7,0%
Livraria/papelaria	5,0%	7,7%	5,7%	6,8%	5,6%	5,3%	5,3%	6,0%
Mercados, supermercados e hipermercados	6,7%	10,3%	2,9%	3,4%	3,4%	7,9%	5,3%	5,0%
Cama, mesa e banho	5,0%	5,1%	2,9%	3,4%	5,6%	7,9%	7,9%	5,0%
Informática, Eletrônicos, Celulares	6,7%	7,7%	2,9%	5,1%	3,4%	2,6%	5,3%	4,8%
Perfumaria/cosméticos	3,3%	5,1%	5,7%	4,3%	3,4%	7,9%	5,3%	4,6%
Lojas de departamento, magazine e multicoisas	3,3%	2,6%	8,6%	3,4%	3,4%	5,3%	5,3%	4,1%

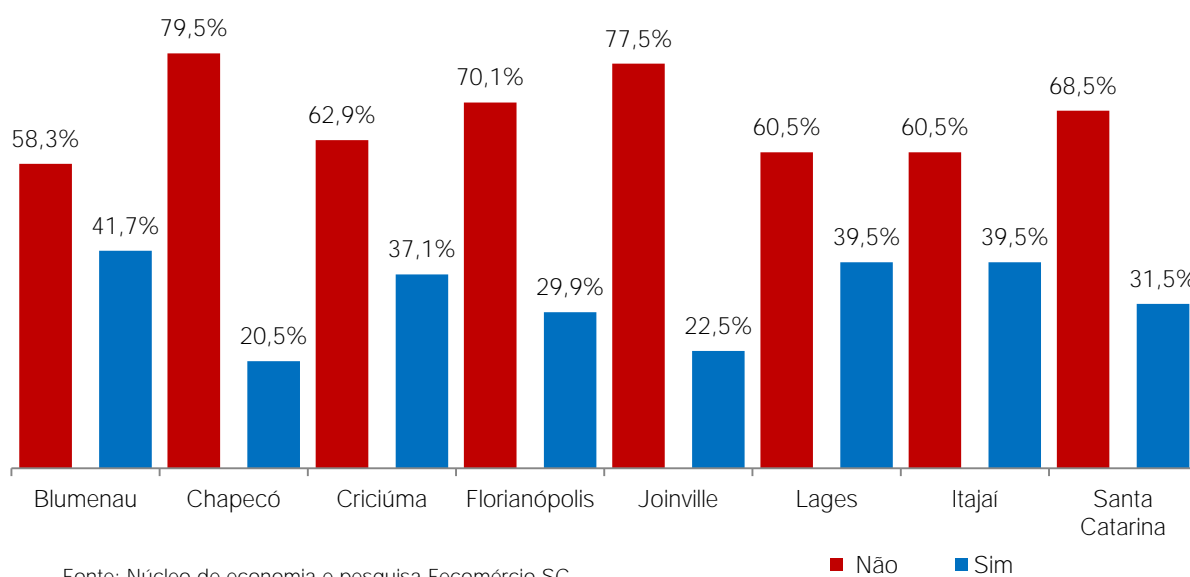
RESULTADO DE VENDAS

Em primeiro lugar, a Fecomércio SC e a FCDL/SC procuraram quantificar os impactos do Natal sobre o mercado de trabalho. Verificou-se que um número expressivo de empresas realizaram contratações para atender o aumento da demanda do período: 31,5% em todo o estado. Maior inclusive que o percentual apurado no Natal de 2015, quando foi 30,1%.

No entanto, dentre as empresas que contrataram, a média dos temporários foi de 3,7 para cada empresa. Abaixo do Natal de 2015, quando chegou a 5,02.

Os dados de contratação temporária nas diferentes cidades do estado podem ser visualizados abaixo.

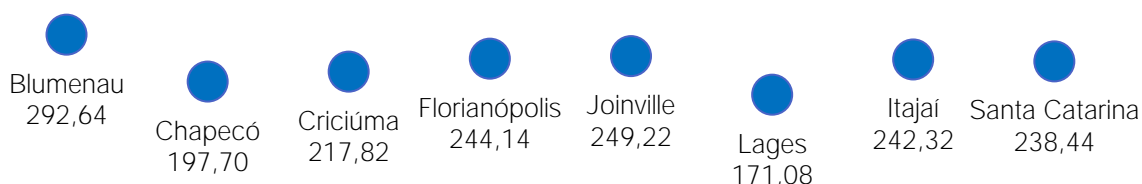
Contratação de trabalhadores temporários



O ticket médio nominal dos consumidores nas compras de Natal ficou em R\$ 238,44. No Natal de 2015, o ticket médio foi de R\$ 198,56, 20,1% inferior a mesma data de 2016. Blumenau e Joinville foram as duas cidades com maior ticket médio, enquanto que Lages e Chapecó apresentaram os menores tickets médios.

Abaixo se apresenta o ticket médio para as diferentes cidades pesquisadas e o total para o estado de Santa Catarina.

Ticket médio - Natal 2016 (R\$)



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio

Gasto médio em anos anteriores (R\$)

Ano	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
2015	190,95	233,75	241,13	193,35	180,28	221,93	162,17	198,56
2014	181,84	143,85	200,76	216,81	197,98	149,74	172,09	189,40

Além do ticket médio, a Fecomércio SC e a FCDL/SC questionaram os empresários a respeito da variação do faturamento de suas empresas, tanto em relação ao Natal anterior quanto em relação aos meses de movimentação normal

A variação do faturamento em relação ao ano anterior foi de -9,0%. Variação negativa e maior ao ano anterior. De 2015 para 2014 o faturamento havia caído -7,3%. Assim, a queda maior no faturamento neste ano, confirma que o aumento do gasto médio nominal não deve ser comemorado e advém, sobretudo, da diminuição do consumo das classes com renda mais baixa, que costumeiramente compram produtos mais baratos, influenciando no valor do ticket médio.

Os motivos para a redução do faturamento provêm da própria retração da economia observada em 2015 e 2016. No ano passado a economia encolheu o acesso ao crédito, grande impulsor das vendas do comércio, especialmente em Santa Catarina, foi dificultado, devido aos elevados juros e o aumento à aversão ao risco dos bancos, justo porque as persistentes pressões inflacionárias corroem a renda do trabalhador. Adicionalmente, ainda tivemos um aumento do desemprego, o que torna o consumidor mais cauteloso em suas decisões de consumo.

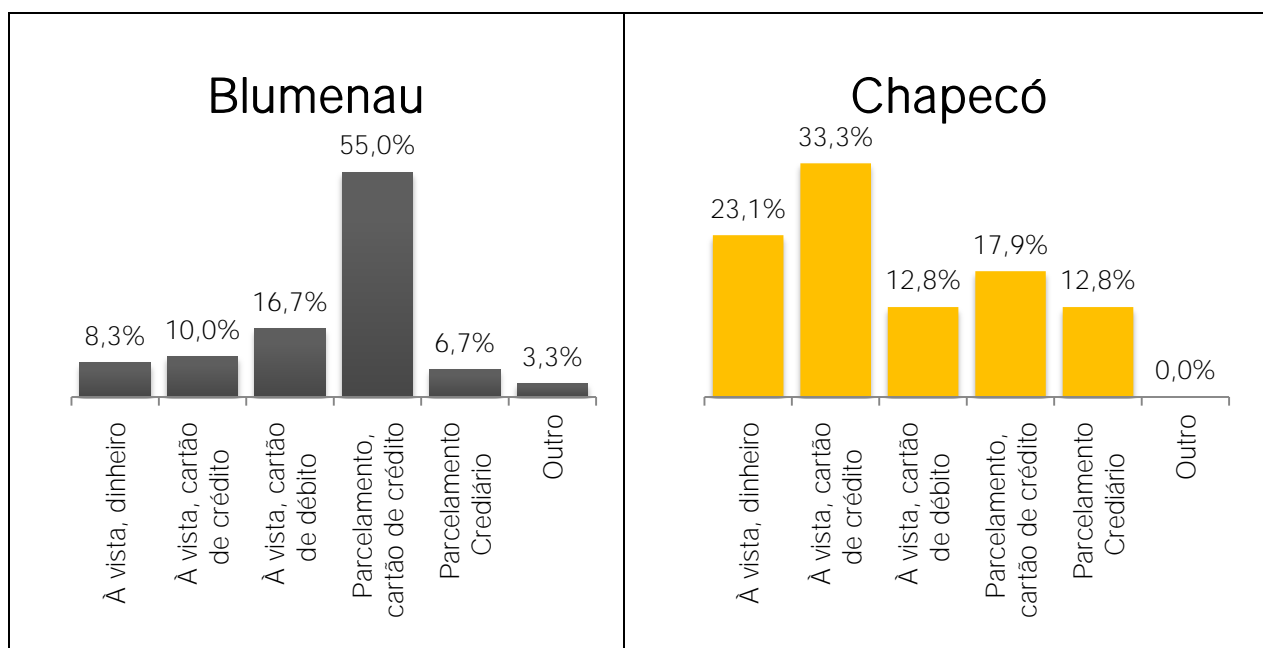
Entretanto, mesmo com o menor ritmo de crescimento anual, o Natal continua sendo uma data de extrema importância para o comércio. Não por acaso o crescimento do faturamento das empresas em relação aos meses de movimentação normal do ano foi de expressivos 16,8%, demonstrando o tamanho do incremento das vendas trazido pela data, conforme pode ser observado na tabela abaixo.

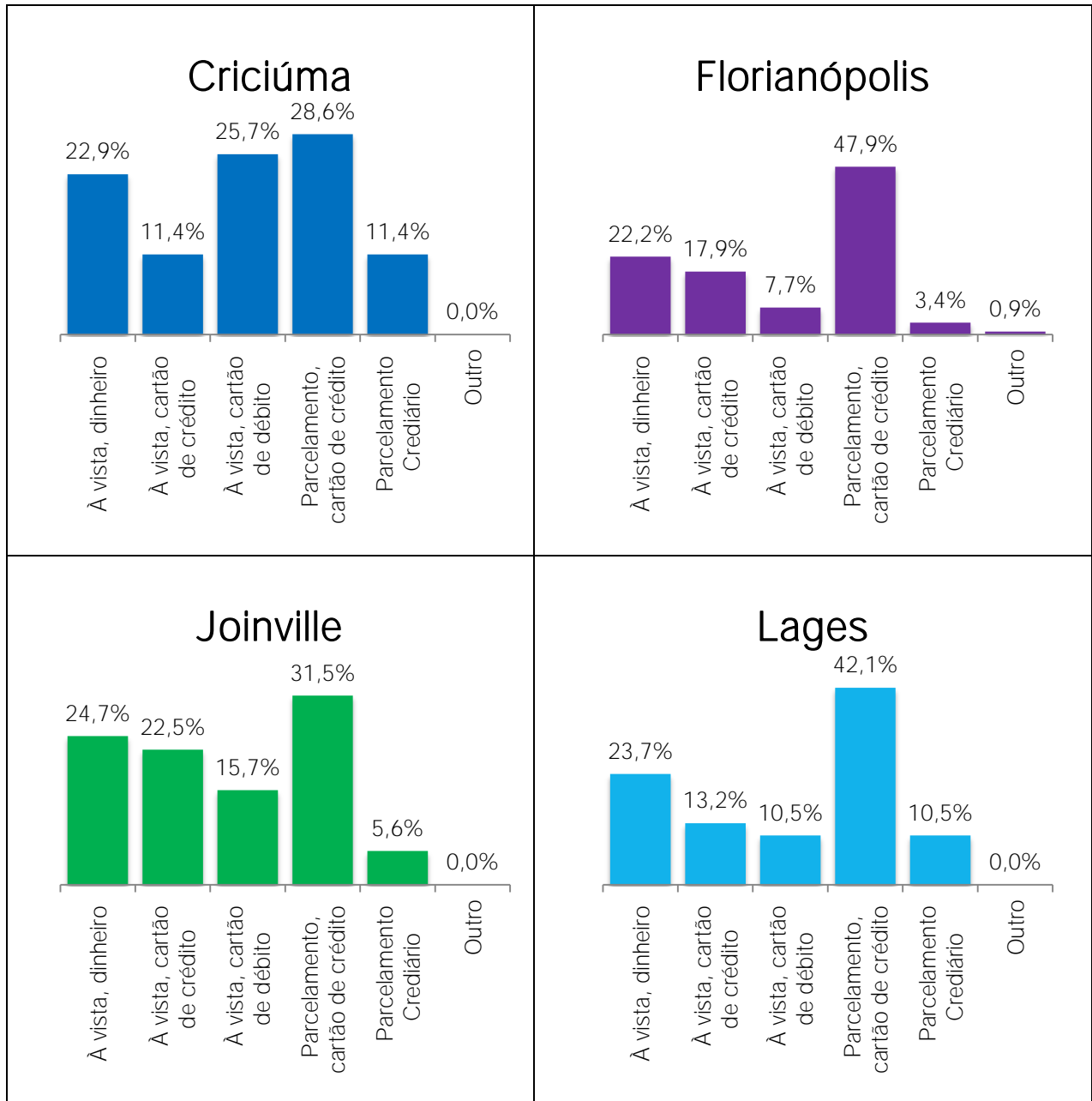
Variação do faturamento (%)	Blumenau	Chapecó	Criciúma	Florianópolis	Joinville	Lages	Itajaí	Santa Catarina
Em relação a mesma data do ano anterior	- 5,5%	- 6,1%	- 11,4%	- 12,5%	- 4,0%	- 10,4%	- 14,8%	- 9,0%
Em relação aos meses de movimentação normal	22,0%	15,9%	- 7,0%	18,4%	23,8%	15,4%	13,8%	16,9%

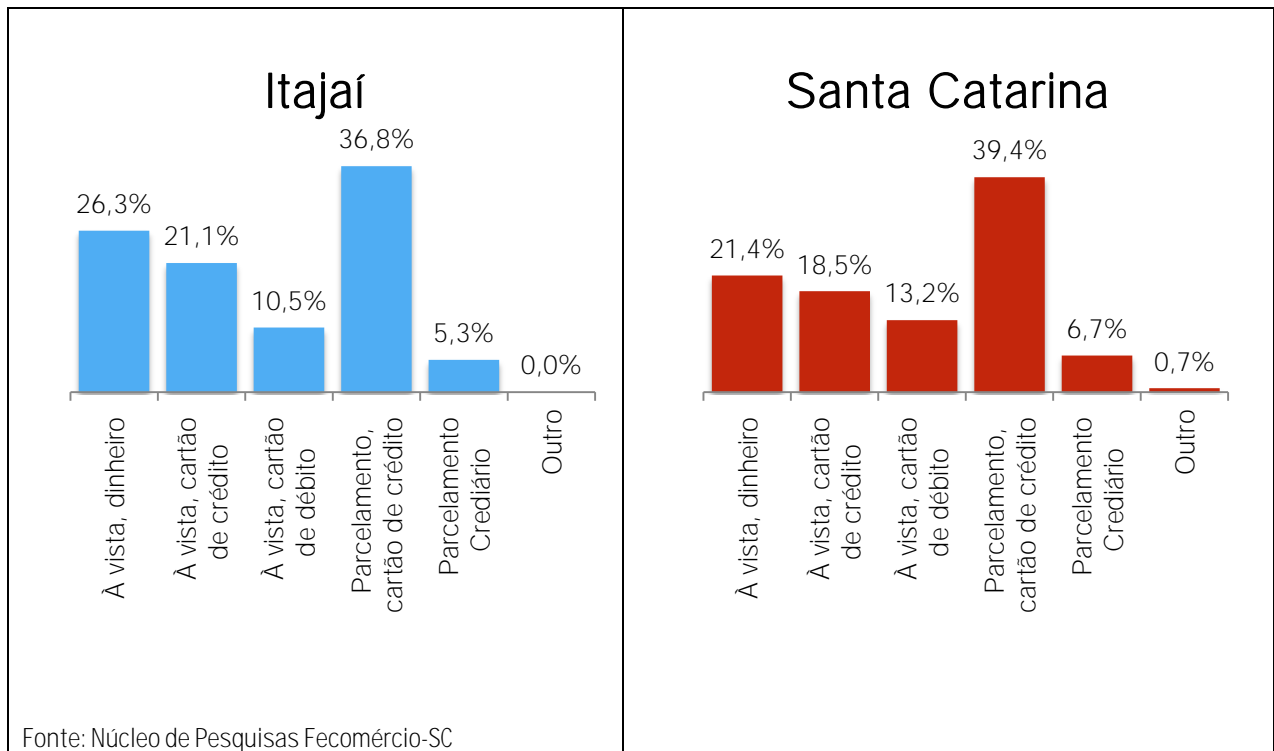
Fonte: Núcleo de economia e pesquisa Fecomércio SC

Já em relação a forma de pagamento, a forma à vista foi responsável por mais da metade das compras (53,1%) – seja ela em dinheiro (21,4%), cartão de crédito (18,5%) ou cartão de débito (13,2%). Por sua vez, no pagamento parcelado o cartão de crédito liderou, sendo que 39,4% do total das compras foram feitas desta maneira. No geral, o pagamento com cartão de crédito e débito foi muito expressivo (71,1%), demonstrando o elevado grau de substituição do dinheiro de papel pelo de plástico. Por fim, chama atenção também, o número de consumidores que optaram por pagar suas contas nas diversas modalidades de crédito (cartões de crédito, à vista ou parcelado e crediário) – 64,6%.

Forma de pagamento preponderante



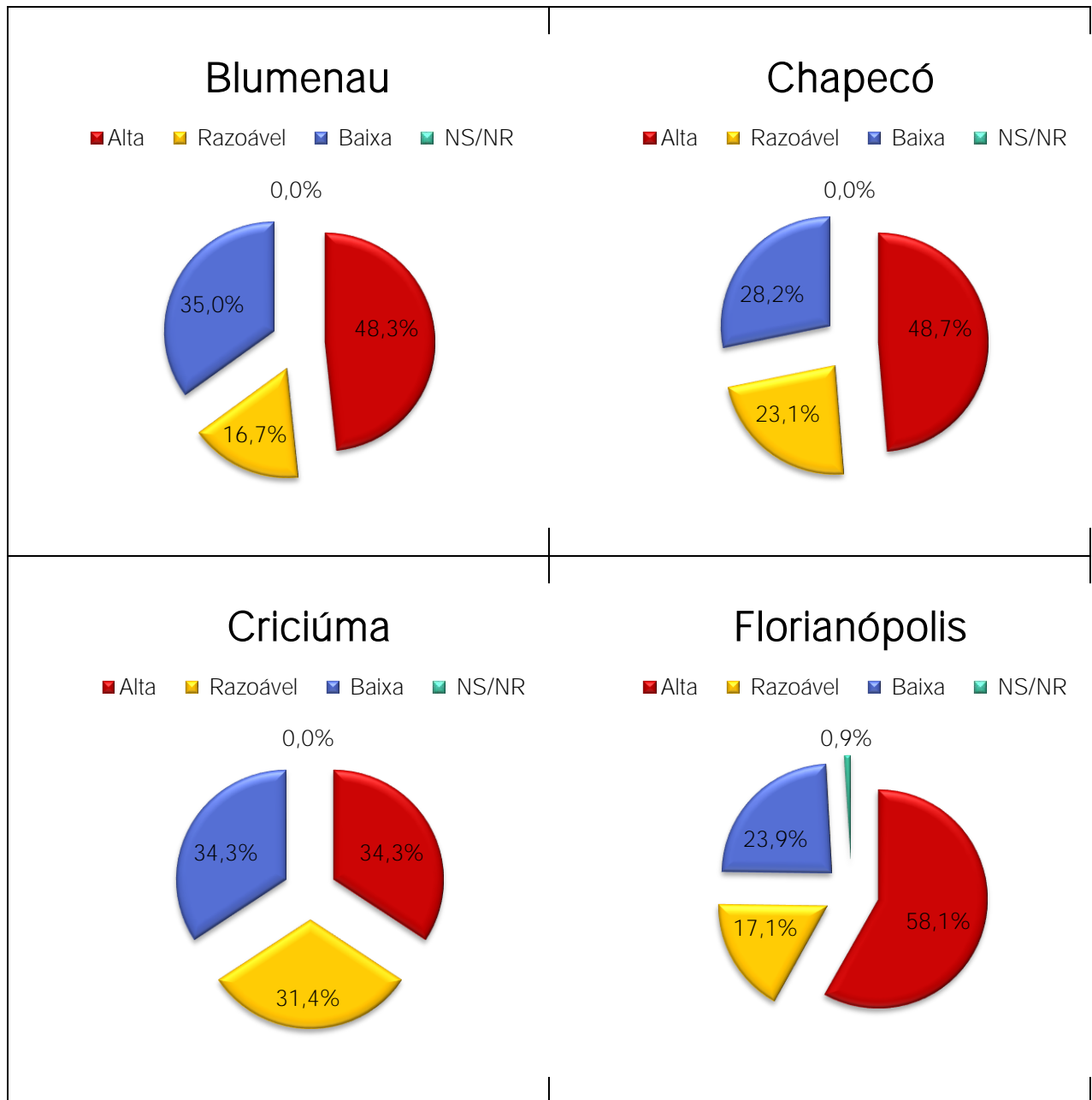




Por fim, para melhor entender o comportamento do consumidor neste Natal, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais.

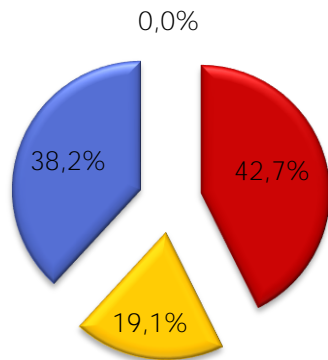
Os resultados indicam que, de acordo com 49,0% dos estabelecimentos comerciais, a pesquisa de preços por parte dos consumidores foi alta. Já para 31,0% a frequência de pesquisa de preços foi considerada baixa e para o restante (19,7%) ela foi razoável. Na sequência pode-se observar o comportamento das diferentes cidades.

Frequência de clientes realizando pesquisa de preços



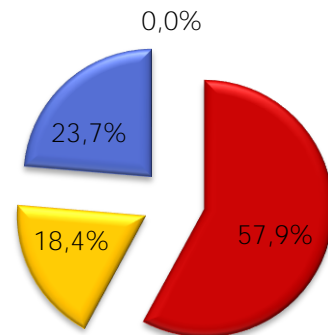
Joinville

■ Alta ■ Razoável ■ Baixa ■ NS/NR



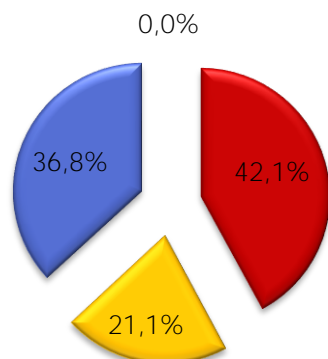
Lages

■ Alta ■ Razoável ■ Baixa ■ NS/NR



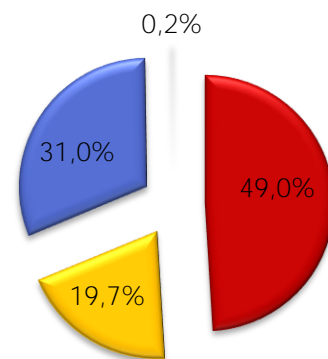
Itajaí

■ Alta ■ Razoável ■ Baixa ■ NS/NR



Santa Catarina

■ Alta ■ Razoável ■ Baixa ■ NS/NR



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio-SC

CONCLUSÃO

A Pesquisa Resultado de Vendas Natal da Fecomércio e FCDL/ SC para o Natal de 2016, constatou que a data não tão favorável para o comércio como o de anos anteriores a 2015. A perda da qualidade do emprego, o aumento das restrições ao crédito, fruto dos juros elevados e da desaceleração da renda contribuíram para que a variação no faturamento em relação ao Natal de 2015 tivesse queda de 9,0%, apesar da elevação de 20,1% no ticket médio (atingiu R\$ 238,44 contra R\$ 198,56).

Entretanto, a data – que é de maneira marcante a de maior movimentação para o comércio – continua sendo de extrema importância para o comerciante, sendo que ela trouxe um importante incremento de 16,9% no faturamento das empresas em comparação com os meses de movimentação normal, trazendo um dinamismo que embora não seja capaz de reverter o prejuízo acumulado no ano, ameniza-o, pelo menos.

Adicionalmente, a pesquisa ainda constatou que 31,5% das empresas contrataram trabalhadores temporários no período, sendo que o número médios dos contratados entre as empresas que lançaram mão desse artifício foi de 3,7. E por fim, a maioria dos pagamentos foi parcelado no cartão de crédito (39,4%), um diferencial em relação ao Natal de 2015, quando a resposta preponderante havia sido pagamento à vista no cartão de crédito, e a frequência de consumidores realizando pesquisa de preço foi alta para 49,0% dos entrevistados, número considerável.