



Relatório de Resultado de Vendas  
**DIA DOS PAIS 2016**

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

# Relatório de Resultado de Vendas de Dia dos Pais 2016

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 2016

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS .....	3
RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS PAIS 2015 .....	4
CONCLUSÃO .....	10

## INTRODUÇÃO

O Dia dos Pais é uma importante data para o comércio catarinense e incrementa as vendas de diversos setores da economia no mês de agosto.

Tendo por base esta constatação, a Fecomércio SC e a FCDL/SC realizaram uma pesquisa de resultado de vendas no Dia dos Pais com 430 empresas do comércio de Santa Catarina, nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Joinville, Criciúma e Florianópolis, entre os dias 15 e 17 de agosto.

A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem. A técnica de coleta de dados foi a de entrevista por telefone, 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 8 perguntas, sendo 4 fechadas e 4 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

## PERFIL DOS ENTREVISTADOS

De início, a pesquisa de resultado de vendas do Dia dos Pais 2016 apurou o perfil dos entrevistados. Segue abaixo o percentual dos setores respondentes:

Setores	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
Vestuário/calçados	52,7%	31,3%	44,7%	54,3%	44,4%	42,5%	43,9%	47,0%
Loja de artigos automotivos	7,3%	6,3%	19,1%	8,7%	11,1%	5,0%	9,1%	9,1%
Jóias e Relógios	6,4%	10,4%	8,5%	5,4%	7,4%	7,5%	6,1%	7,0%
Livrarias	6,4%	6,3%	6,4%	7,6%	3,7%	7,5%	4,5%	6,3%
Loja de departamentos, magazines e multicoisas	4,5%	2,1%	6,4%	6,5%	7,4%	7,5%	9,1%	6,0%
Artigos de decoração	1,8%	10,4%	6,4%	8,7%	7,4%		9,1%	6,0%
Perfumes	4,5%	4,2%	6,4%	4,3%	7,4%	12,5%	4,5%	5,6%
Eletrônicos	5,5%	8,3%	2,1%	2,2%	3,7%	5,0%	3,0%	4,2%
Outro	10,9%	20,8%		2,2%	7,4%	12,5%	10,6%	8,8%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Assim, o ramo de vestuário e calçados foi o segmento mais entrevistado (47%) no estado. Em segundo, aparecem as lojas de artigos automotivos (9,1%), seguido pelas joalherias e relojoarias (7,0%). Completa o quadro as livrarias (6,3%), Lojas de departamento (6,0%), Artigos de decoração (6,0%), Perfumes (5,6%) e eletroeletrônicos (4,2%).

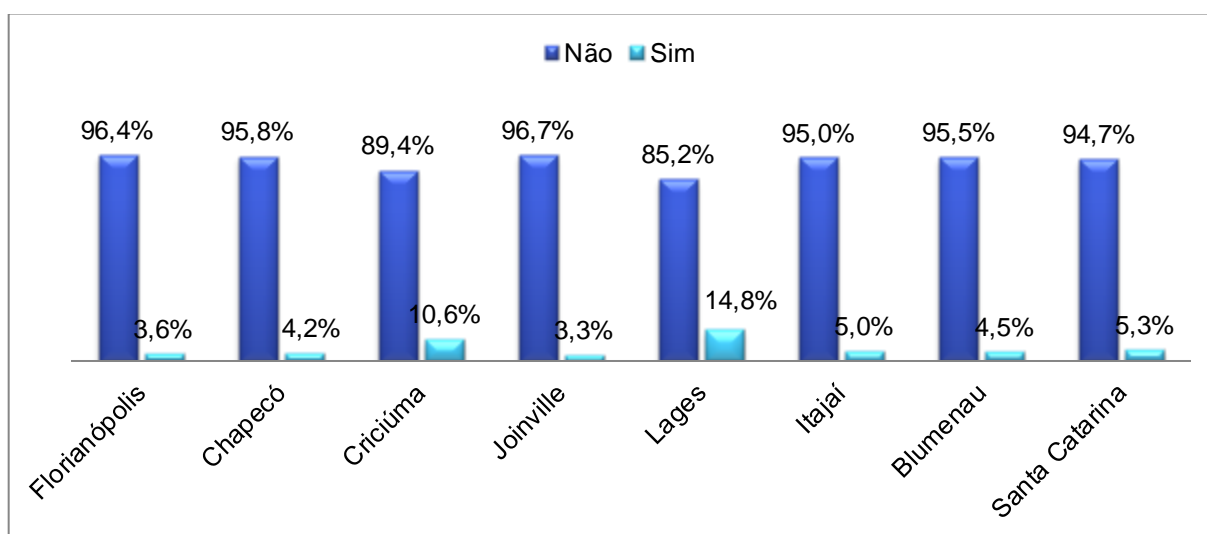
## RESULTADO DE VENDAS DO DIA DOS PAIS 2016

Em primeiro lugar foram apurados os impactos do Dia dos Pais para o mercado de trabalho. Nota-se que um número bastante reduzido de empresas realizou contratações para atender o aumento da demanda do período: 5,3%. A média de colaboradores contratados pelas empresas que realizaram contratação foi de 1,91.

O cenário econômico em retração, expressado pela queda das vendas do comércio, inflação, juros e desemprego em alta explicam a baixa contratação no período. A cidade que mais realizou contratação é Lages, com 14,8%, devido à temporada de inverno que aquece o comércio daquela região.

Abaixo é possível observar os dados divididos por cidades:

### Contratou colaboradores temporários para o período?

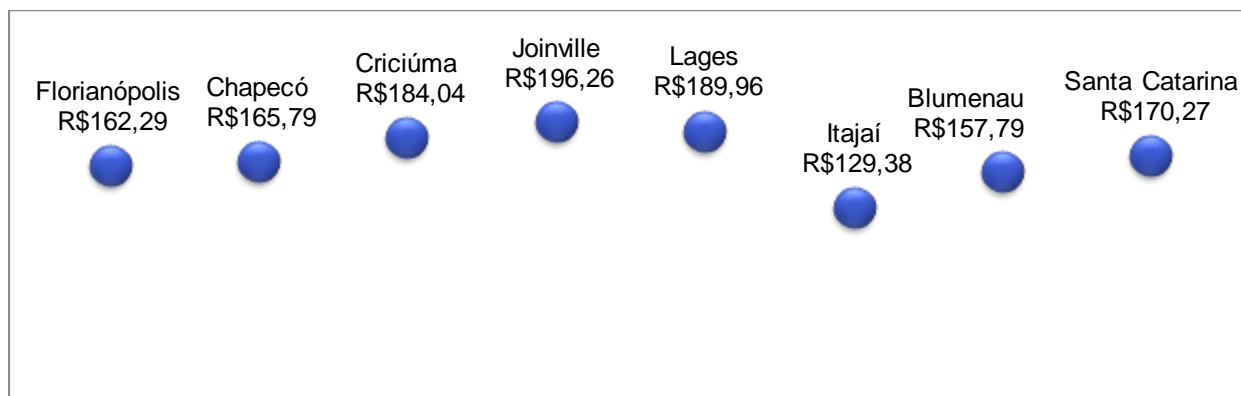


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em relação ao ticket médio, a pesquisa apurou que ele ficou em R\$ 170,27. O valor foi 7,9% maior que o resultado apurado em 2015, o qual foi de R\$ 157,84, mas menor que a inflação do período de 8,74% e que o resultado de 2014, R\$ 172,29.

Entre as cidades o destaque positivo ficou por conta de Joinville com R\$ 196,26. Abaixo aparecem os gastos médios de todas as cidades da pesquisa e dos últimos anos pesquisados:

### Ticket médio no Dia dos Pais 2016



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### Anos Anteriores (gasto médio em reais)

Anos	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	Santa Catarina
2015	163,20	170,51	111,88	180,00	141,08	206,82	116,91	157,84
2014	168,38	130,07	207,15	208,25	145,28	156,98	157,28	172,29

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além do ticket médio, a Fecomércio SC e a FCDL/SC questionaram os empresários sobre qual foi a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período de Dia dos Pais de 2015 quanto em relação aos períodos de movimentação normal. Assim, em primeiro lugar, a variação do faturamento em relação à mesma data do ano anterior foi de -10,9%. O dado é reflexo do atual momento da economia catarinense e nacional, em que o aumento da restrição do crédito e a desaceleração da renda fazem com que as famílias não consumam com o mesmo vigor. Ainda, infere-se que houve que retração no volume de vendas na data, pois apesar do ticket médio ter sido maior, o faturamento se retraiu

Já na comparação com os períodos de movimentação normal, o crescimento do faturamento foi de 2,8%, mostrando que, mesmo com queda anual, o Dia dos Pais continua sendo uma data muito importante para as vendas e para o faturamento das empresas do comércio catarinense. No entanto, chama atenção a variação negativa nesse indicador nas cidades de Blumenau e Florianópolis. Abaixo aparecem as variações de acordo com as diferentes cidades abarcadas pela pesquisa.

### Variação do faturamento (%)

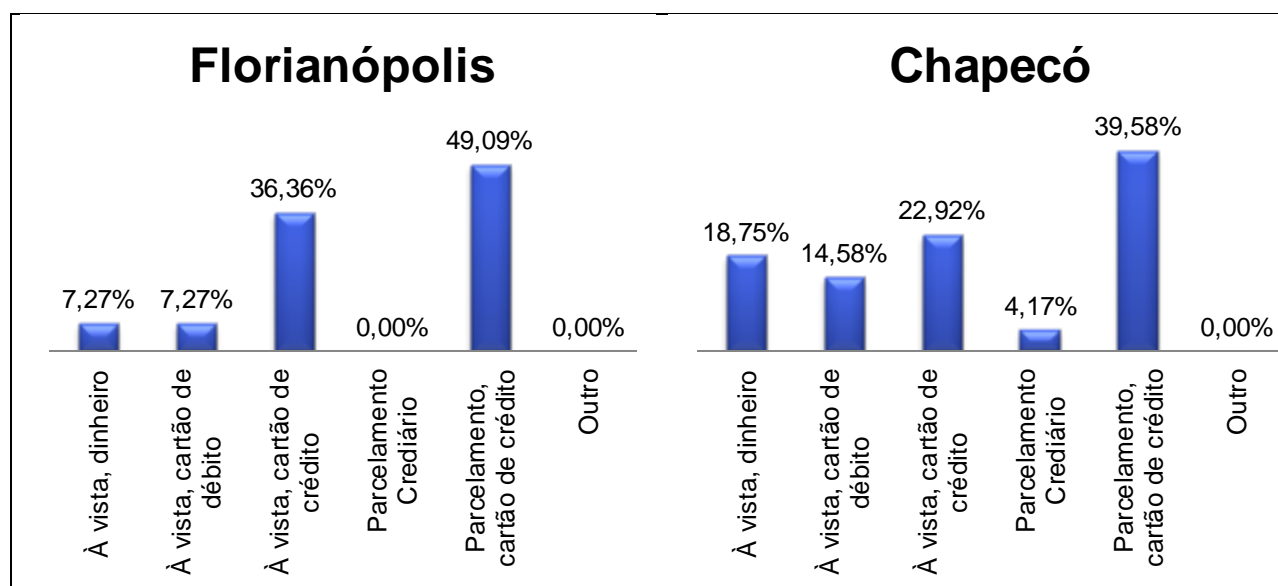
Período	Florianópolis	Chapecó	Criciúma	Joinville	Lages	Itajaí	Blumenau	SC
Em relação ao Dia dos Pais de 2015	-10,7	-10,9	-10,8	-12,1	-15,3	-15,8	-5,0	-10,9
Em relação aos meses comuns	-2,4	5,7	4,3	6,5	3,1	10,7	-1,5	2,8

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

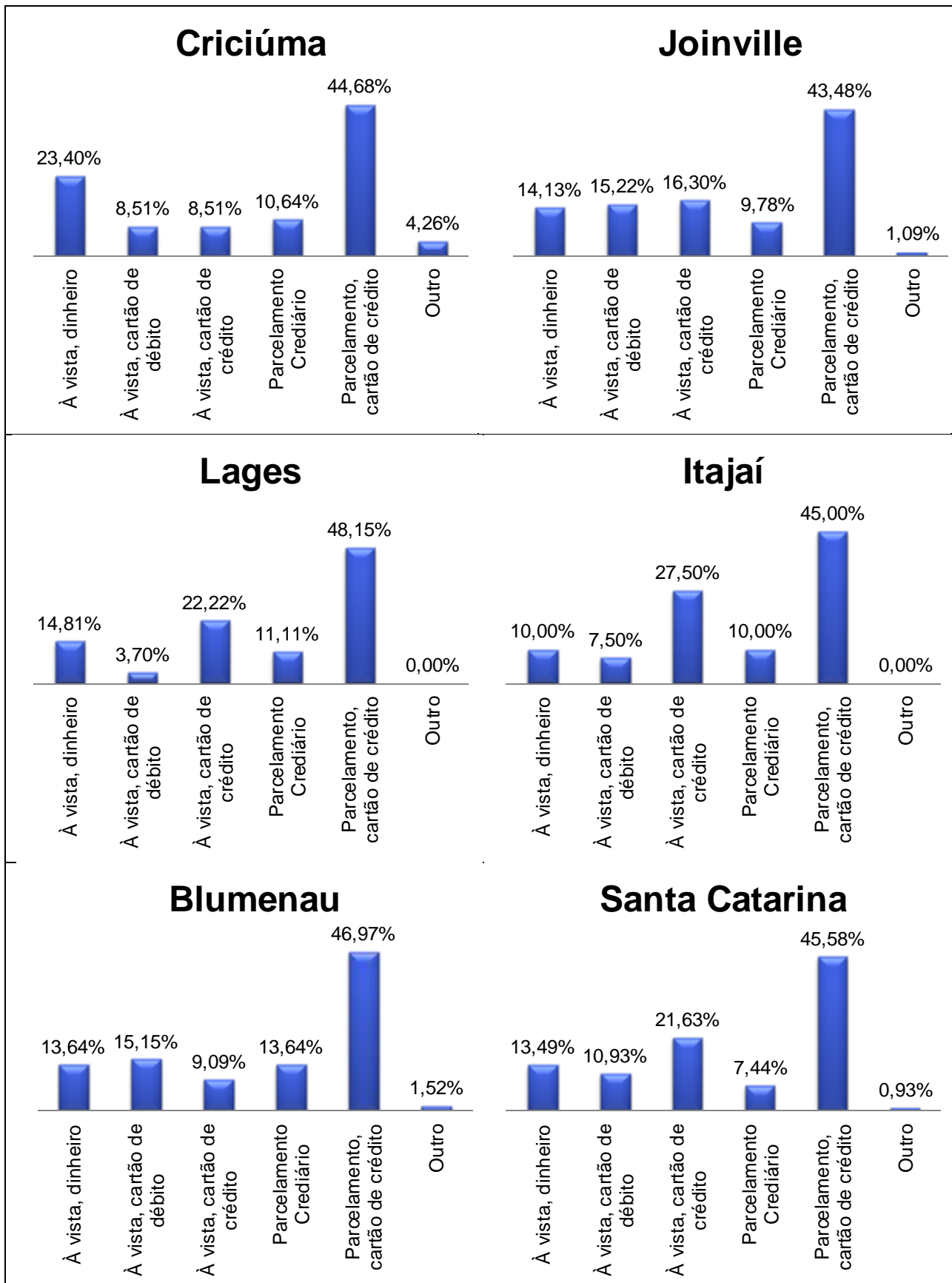
No que tange a forma de pagamento das compras, o pagamento à vista foi elevado, sendo responsável por 46,05% das compras. Isto dividido entre os diferentes meios de pagamento: dinheiro (13,49%), cartão de débito (10,93%) e cartão de crédito (21,63%). Já na forma de pagamento a prazo, o cartão de crédito se destaca, sendo responsável por 45,58% das vendas, seguido pelo parcelamento no crediário (7,44%). Também chama atenção o alto percentual de compras no cartão de crédito, seja em uma única parcela ou em várias, responsável por 67,21% das vendas.

Abaixo seguem os dados divididos de acordo com as cidades da pesquisa:

### Principais formas de pagamento



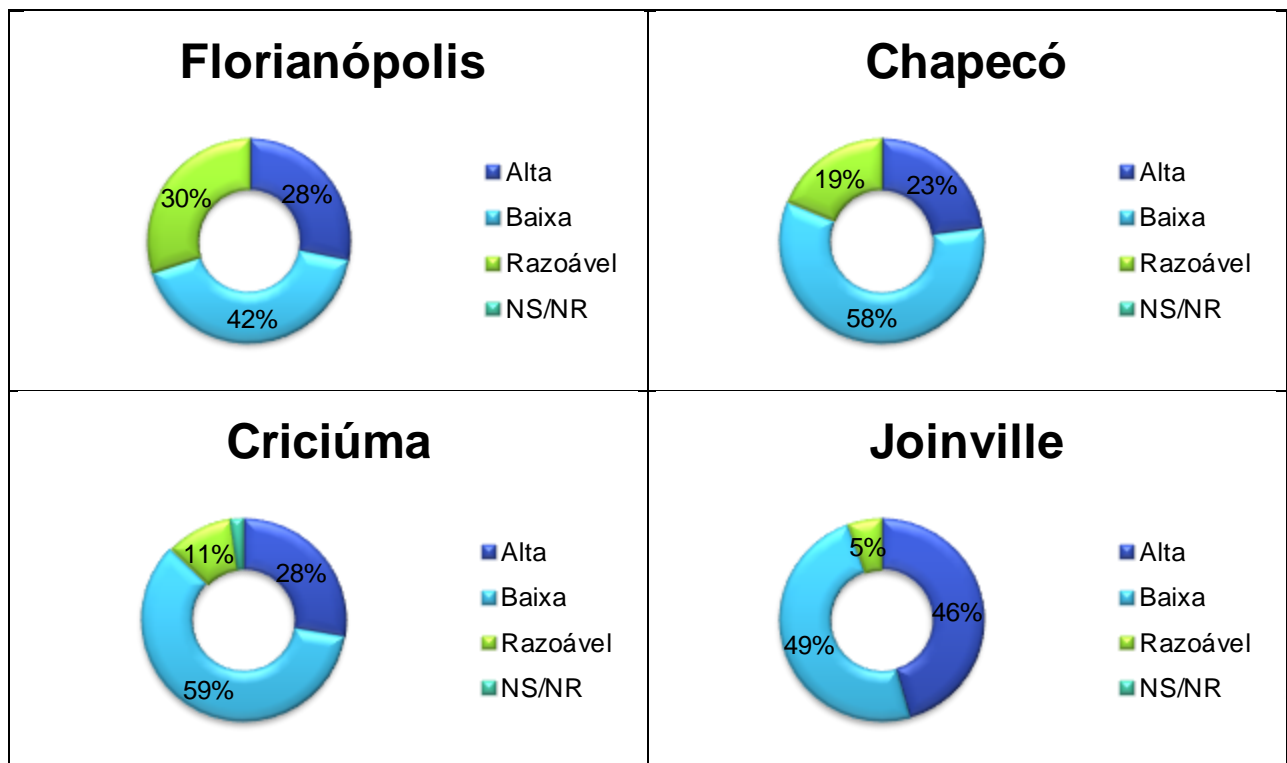


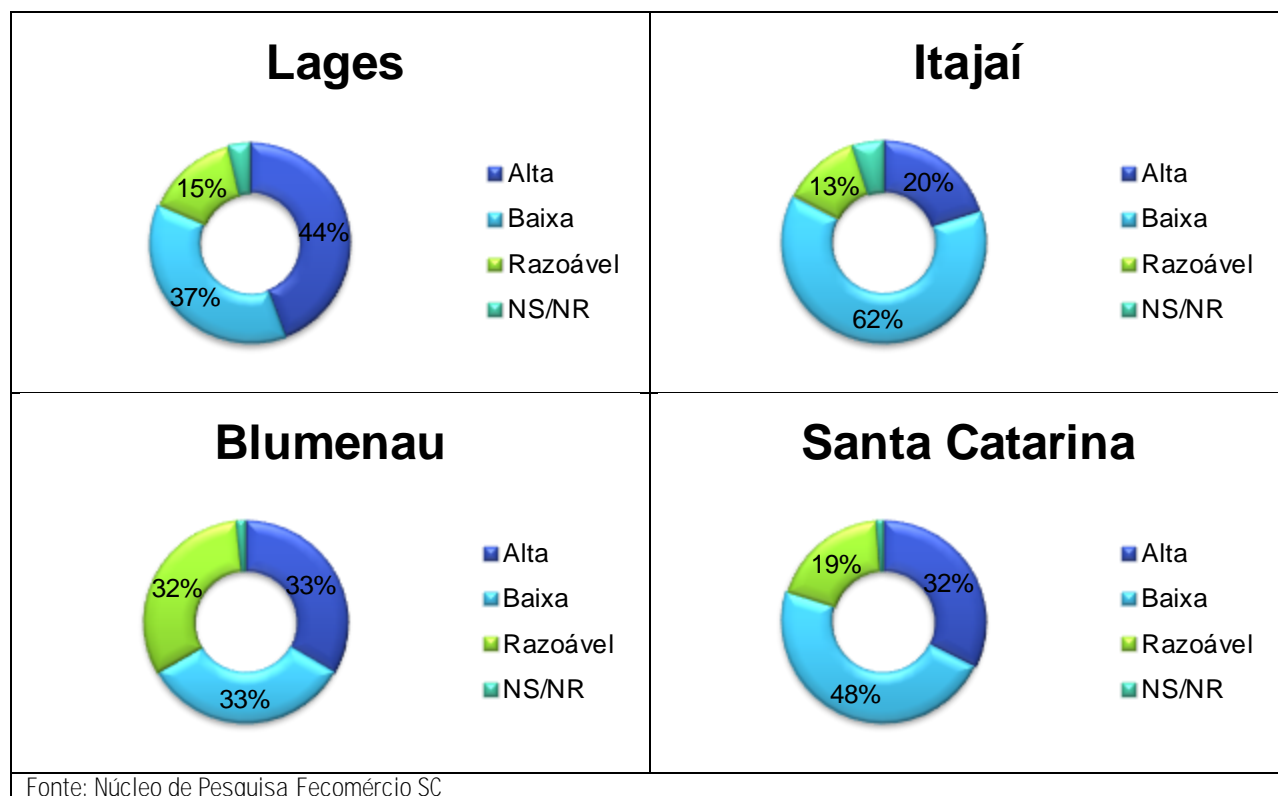


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para melhor entender o comportamento do consumidor neste Dia dos Pais, a pesquisa também buscou saber qual foi a frequência de pesquisa de preço nos estabelecimentos comerciais. O dado abaixo mostra que houve pouca pesquisa de preços. Para 48% dos empresários do comércio a frequência de pesquisas foi baixa, enquanto que para 32% foi alta. Completa o quadro os 19% que consideraram razoável este comportamento. Na sequência pode-se observar o comportamento das diferentes cidades:

Frequência de clientes realizando pesquisa de preço





## CONCLUSÃO

A pesquisa da **Fecomércio SC e FCDL/SC** revelou que no Dia dos Pais de 2016 o ticket médio por consumidor foi maior em 7,9% em relação ao ano passado, resultado pouco abaixo da inflação do período de 8,74%. No entanto, a variação do faturamento das empresas apresentou queda de 10,9% quando comparado com o Dia dos Pais de 2015. Desse modo, a data foi marcada por uma retração no volume de vendas.

A variação do faturamento em relação aos períodos de movimentação normal teve resultado positivo (2,8%), demonstrando a importância da data para o desempenho do comércio no Estado.

Ademais, a pesquisa constatou que o pagamento à vista foi responsável por 46,05% das compras, dividido entre os diferentes meios de pagamento: dinheiro (13,49%), cartão de débito (10,93%) e cartão de crédito (21,63%). Já na forma de pagamento a prazo, o cartão de crédito se destaca, sendo responsável por 45,58% das vendas.

Quanto ao reflexo da data no mercado de trabalho, ele foi minimizado, dado as dificuldades impostas pelo cenário econômico. Apenas 5,3% dos entrevistados afirmaram que contrataram trabalhadores temporários para o período. Por fim, verificou-se que a frequência de consumidores fazendo pesquisa de preço foi baixa para a maioria (48%) dos entrevistados.