

RELATÓRIO
DE PESQUISA

DIA DOS
NAMORADOS
AVALIAÇÃO DE VENDAS



2023
2023
2023
2023



ASSOCIAÇÃO COMERCIAL, INDUSTRIAL E
EMPRESARIAL DE RONDONÓPOLIS – ACIR
INSTITUTO DE PESQUISA ACIR – IPA

Dia dos Namorados 2023 **Avaliação de Vendas**

Presidente

Marchiane Fritzen

Vice-Presidente

Denise Alex Alves de Freitas

Coordenadora do IPA

Wanessa Ramos Machado

Pesquisadores

Aline Maria Machioni Ramos

Jéssica Naiara Costa Alves

Rondonópolis - MT
2023

Introdução

O dia 12 de junho marca o Dia dos Namorados, que celebra o amor de todos os tipos de casais. Assim, movimenta um mercado amplo em termos de idade, gênero e preferências. A decoração com corações já é tradicional para o período, podendo ser incrementada com cupidos e flechas e até mesmo selfies de casais apaixonados, tudo pensado para atrair mais clientes.

A busca por presentes para a pessoa amada movimenta o comércio local em diversos segmentos, e torna a data a terceira mais movimentada no ano, ficando atrás do Dia das Mães e do Natal. Pensando nisso a Acir desenvolveu a pesquisa de expectativa de Vendas, para analisar o mercado local em relação a esta data comemorativa, e agora apresentamos a Avaliação de Vendas, feita com o empresariado local.

Através dos dados coletados na pesquisa oferecemos informações relevantes referente ao comércio de Rondonópolis, analisando como foram as vendas nesta data a partir da visão dos comerciantes. Este levantamento foi realizado do dia 20 ao dia 28 de junho, e foram entrevistadas 150 empresas de forma aleatória.

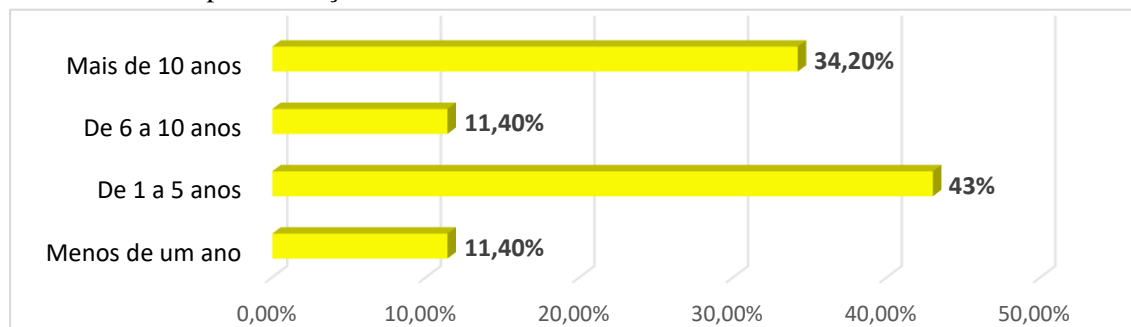
PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

Analisando o perfil das empresas entrevistadas, podemos ter um panorama do mercado local. Como veremos a seguir, foram entrevistadas empresas mais antigas e também alguns empreendimentos recentes, dos mais variados segmentos.

Tempo de atuação da empresa

Dentre as empresas entrevistadas, 34,20% possuem mais de 10 anos de atuação, 11,40% tem entre 6 a 10 anos, 43% possuem de 1 a 5 anos e apenas 11,40% tem menos de um ano de atuação no mercado. Isso nos mostra que conseguimos ouvir as expectativas dos novos empresários, mas também daqueles que já passaram por várias datas comemorativas.

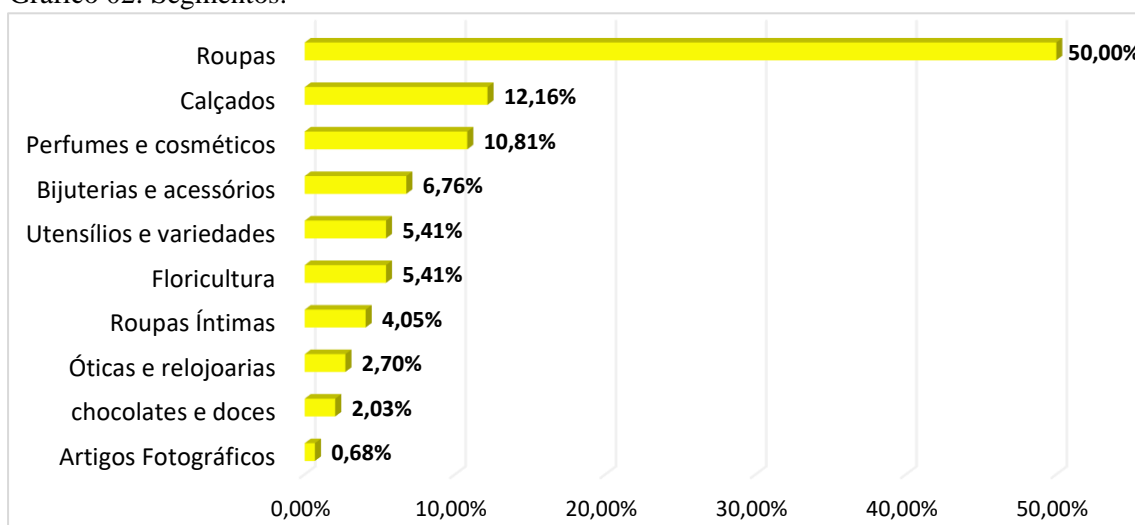
Gráfico 01: Tempo de atuação.



Segmentos

Foram entrevistadas empresas dos mais diversos segmentos. O segmento com maior participação foi o de roupas (50%), seguido de calçados (12,16%), perfumes e cosméticos (10,81%) e Bijuterias e acessórios (6,76%) entre outros. Um fato citado pelos entrevistados foi que os consumidores buscaram produtos em vários segmentos para compor o seu presente final no dia dos namorados, dividindo seus gastos em várias lojas.

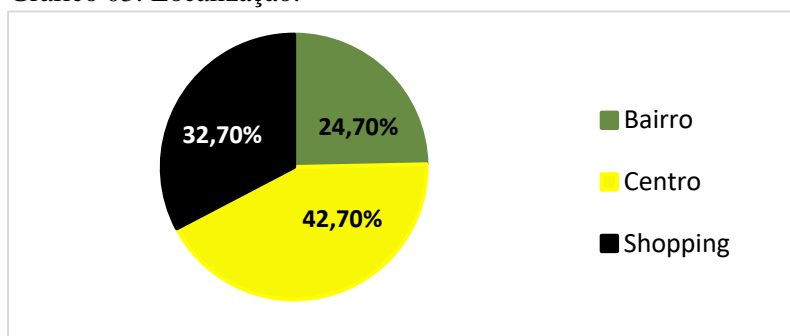
Gráfico 02: Segmentos.



Localização

Buscamos entrevistar lojas localizadas nos bairros, no centro e também no shopping. Como podemos ver, a adesão maior na pesquisa foi de lojas localizadas na região central da cidade, onde existe uma maior aglomeração de comércios impactados pela data comemorativa. Das empresas entrevistadas 42,70% se localizam no centro, 32,70% no shopping e 24,70% nos Bairros.

Gráfico 03: Localização.



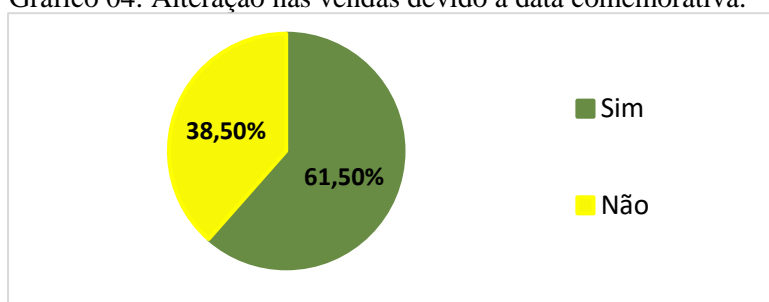
AVALIAÇÃO DE VENDAS DO DIA DOS NAMORADOS

Para entender melhor como foram as vendas do comércio local com a data comemorativa, aplicamos um questionário onde buscamos a visão do empresário sobre o desempenho da sua loja neste Dia dos Namorados.

Impacto do Dia dos Namorados nas vendas.

Ao serem questionados se a data comemorativa alterou as vendas, 61,50% dos entrevistados disseram que tiveram alterações significativas, 38,50% disseram que não perceberam nenhuma alteração.

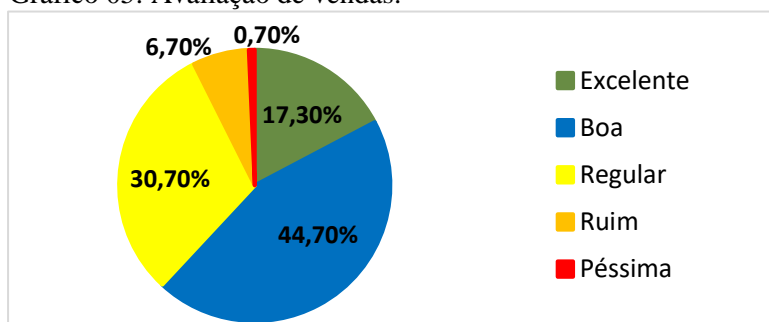
Gráfico 04: Alteração nas vendas devido a data comemorativa.



Avaliação das vendas para o Dia dos Namorados

Ao perguntar como o empresário avalia as vendas no Dia dos Namorados, a maioria avaliou como boa (44,70%), seguido de regular (30,70%), excelente (17,30%) ruim (6,70%) e apenas 0,70% avaliou como péssima as vendas do período.

Gráfico 05: Avaliação de vendas.

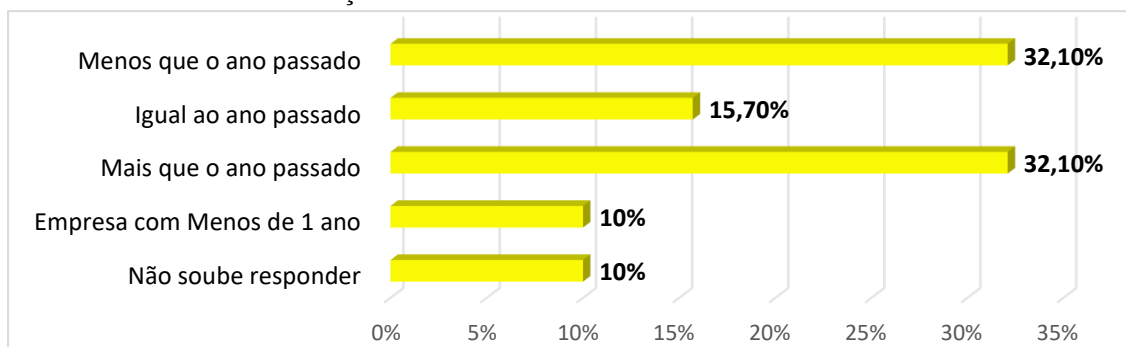


Vendas no Dia dos Namorados em relação ao ano anterior

Também foi questionado aos entrevistados como foi o desempenho do seu comércio em relação ao ano passado. 32,10% disse ter vendido menos do que no ano passado, o mesmo percentual disse ter vendido mais e 15,70% disse ter vendido igual ao ano passado. Isso mostra que a data favoreceu alguns segmentos, mas não supriu as expectativas do comércio de aumentar as suas vendas no período. Outros 10% não

souberam responder e 10% dos entrevistados tinham menos de um ano com a empresa ativa, e não pode opinar.

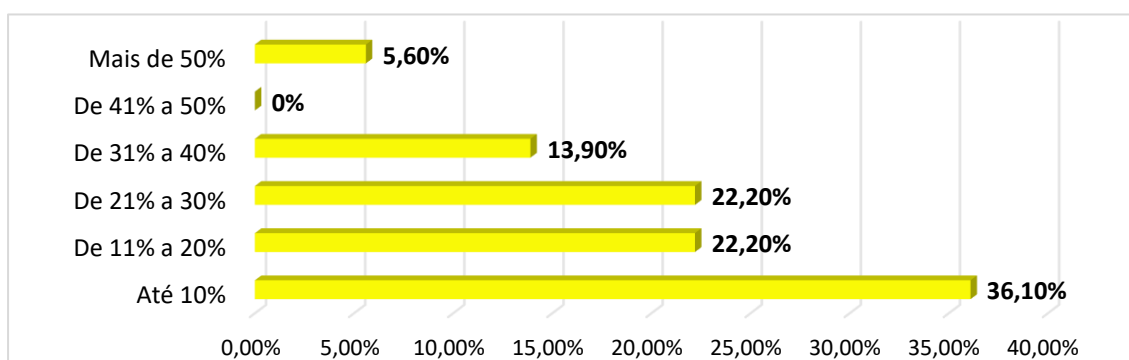
Gráfico 06: Vendas em relação ao ano anterior.



Percentual de aumento nas vendas

Para quem informou que vendeu mais do que no ano passado (32,10%), foi questionado qual percentual de aumento obtido dessas vendas. Como vemos abaixo, A maioria aumentou suas vendas em até 10% em relação ao ano passado.

Gráfico 07: Percentual de aumento nas vendas.



Motivo de não ter vendido conforme esperava

Perguntamos aos 32,10% que disseram ter vendido menos que no ano passado a que motivo ele atribuía esse resultado. Abaixo estão listados os comentários destacados por nossos pesquisadores.

Quadro 01: Motivo de ter baixa nas vendas.

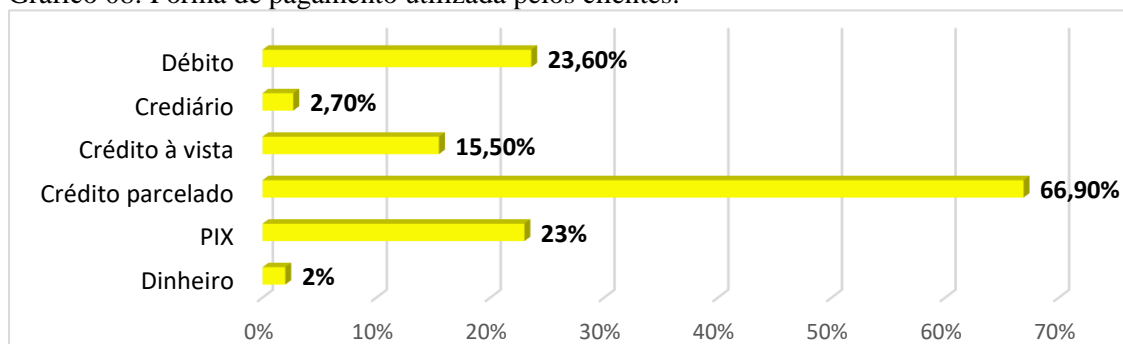
MOTIVO ATRIBUIDO AS BAIXAS NAS VENDAS
Pouco movimento.
Menos fluxo.
Comercio esquisito, estranho.
O ano inteiro já está bem mais parado.
Vendas caiu bem, vendeu menos da metade que o ano passado.
Movimento fraco.

Vem vendendo menos, os preços estão altos.
Questão política.
Realizou uma pesquisa com os supervisores das outras lojas pelo Brasil, e pelo que avaliou foi em nível nacional essa queda de compras para o dia dos namorados. Entretanto, disse desconhecer o motivo por esse resultado.
Acredita que todo lojista esteja passando por isso.
Por ser cosméticos, acredita que a escolha para presentear tenha sido outras opções.
O ano está estranho para as vendas, e acredita que os clientes optaram por outras coisas para presentear.
Muita concorrência.
Não se preparou para a data.
Pela troca de presidente as pessoas estão buscando economizar mais.
Acredita que ano passado vendeu mais por estar inaugurando e as programações festivas que foi realizada ano passado.
Acredita que seja os preços.
Desde o mês das mães não teve o esperado.
Pouca procura.
Acredita que quase ninguém estava disposto a presentear.
Não ter loja física.
Falta de dinheiro.
Cenário político.
Mercado desestabilizado.
Ano passado vendeu mais.
Tinha mercadoria, mas não teve movimento.

Forma de pagamento mais utilizada pelos clientes

Ao serem questionados sobre a forma de pagamento que os clientes utilizam, a maioria das empresas disse ser o cartão de crédito na modalidade parcelado (66,90%), seguido do débito (23,60%), PIX (23%), crediário (2,70%) e por último o dinheiro (2%).

Gráfico 08: Forma de pagamento utilizada pelos clientes.

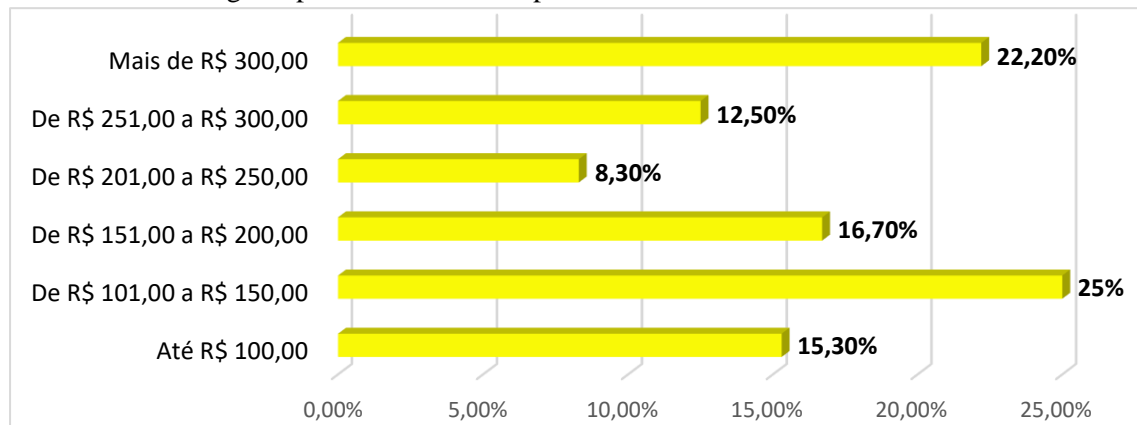


Valor gasto pelo cliente em compras

Foi perguntado também qual o valor que os clientes gastaram nos presentes para o Dia dos Namorados. A maioria disse que os clientes gastaram de R\$ 101,00 a R\$ 150,00

nos seus presentes, seguido dos que gastaram mais de R\$ 300,00. Apenas 15,30% dos lojistas indicaram que seus clientes gastaram menos de R\$100,00 em suas compras.

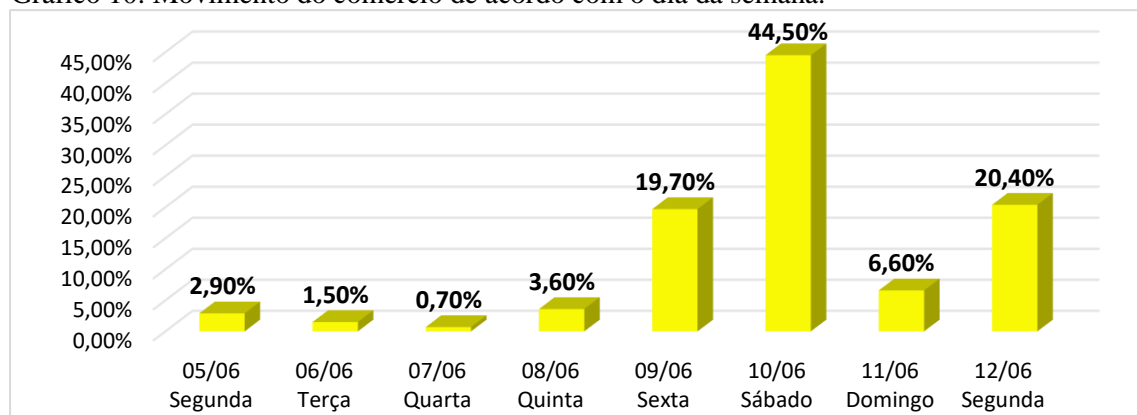
Gráfico 09: Valor gasto pelo cliente em compras.



Movimento do comércio

Para entender um pouco mais sobre o comportamento do cliente, perguntamos aos lojistas qual o dia mais movimentado no comércio. Como vemos abaixo, o fim de semana foi o período onde ocorreram mais vendas, sendo o sábado o dia com o maior índice. E também tem os clientes que deixam para comprar o seu presente na última hora, e procuraram o comércio local também na segunda-feira dia 12 de junho.

Gráfico 10: Movimento do comércio de acordo com o dia da semana.

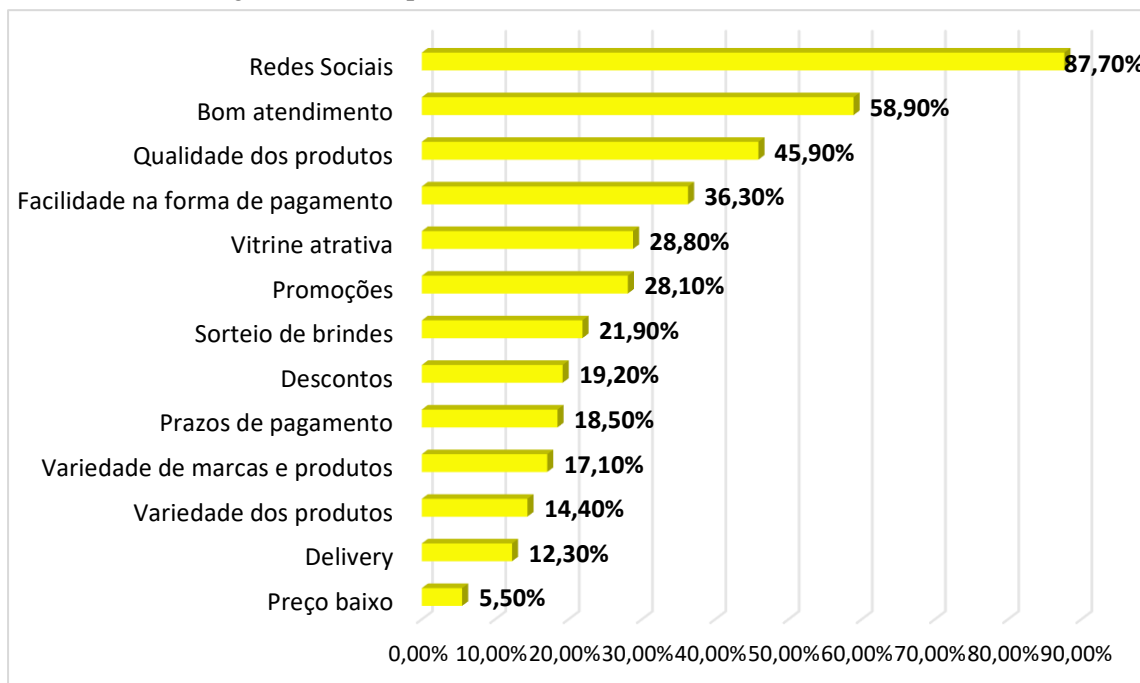


As estratégias mais utilizadas para atrair os clientes

Além das promoções, várias outras estratégias também podem ser utilizadas para atrair os clientes. Dessa forma, perguntamos sobre quais foram as mais utilizadas, onde a maioria relatou que trabalhou com as divulgações nas redes sociais (87,70%), o bom

atendimento (58,90%) e a qualidade do produto (45,90%). As demais estão listadas no gráfico abaixo, onde a soma é maior do que 100% pois as escolhas foram múltiplas.

Gráfico 11: Estratégias utilizadas para atrair clientes.



Considerações Finais

Podemos concluir que neste Dia dos Namorados o comércio local se recuperou em parte do mal desempenho no Dia das Mães, que foi a data comemorativa do mês anterior. Porém, não supriu as expectativas dos empresários, que em sua maioria esperava ter vendido mais do que no ano passado.

Segundo os próprios lojistas, o movimento de consumidores na cidade vem caindo desde o início do ano, onde citam como motivo a instabilidade financeira da população, junto a um ambiente político desfavorável para o consumo. Em contrapartida, cabe destacar o esforço exercido pelos comerciantes, que colocaram em prática diversas ações para atrair o público.

Para os lojistas de determinados segmentos a data foi muito produtiva, aumentando suas vendas em até 10% em relação ao ano anterior, e ainda com o ticket médio de valor elevado. As tecnologias vieram para ajudar o comerciante a atingir suas metas, e as redes sociais se tornou a estratégia mais utilizada para atrair e fidelizar seus clientes para além de períodos sazonais. Frente a dificuldade, fica claro que o empresariado local vem se reinventando e buscando novas formas de evoluir com o seu negócio, mantendo a economia local em plena atividade.