

Expectativas de Vendas



ASSOCIAÇÃO COMERCIAL, INDUSTRIAL E EMPRESARIAL DE RONDONÓPOLIS – ACIR.

Presidente – Ernando Cabral Machado

Vice Presidente Administrativo - Marcelo Carruesco

Vice Presidente Financeiro - Julio Yukio Sato

EQUIPE DE PESQUISA

Supervisor: Wanderlan Barreto

Coordenadora: Franciele Leonel

Auxiliar de Pesquisa: Stéfani C. Neves

Pesquisadores: Cauana Cristina da Silva

André Luis Magalhães de Barros

Claúdia Geovana de Medeiros Marques

Vitória Aparecida Rufino

Kazunori Ninomiya

Introdução

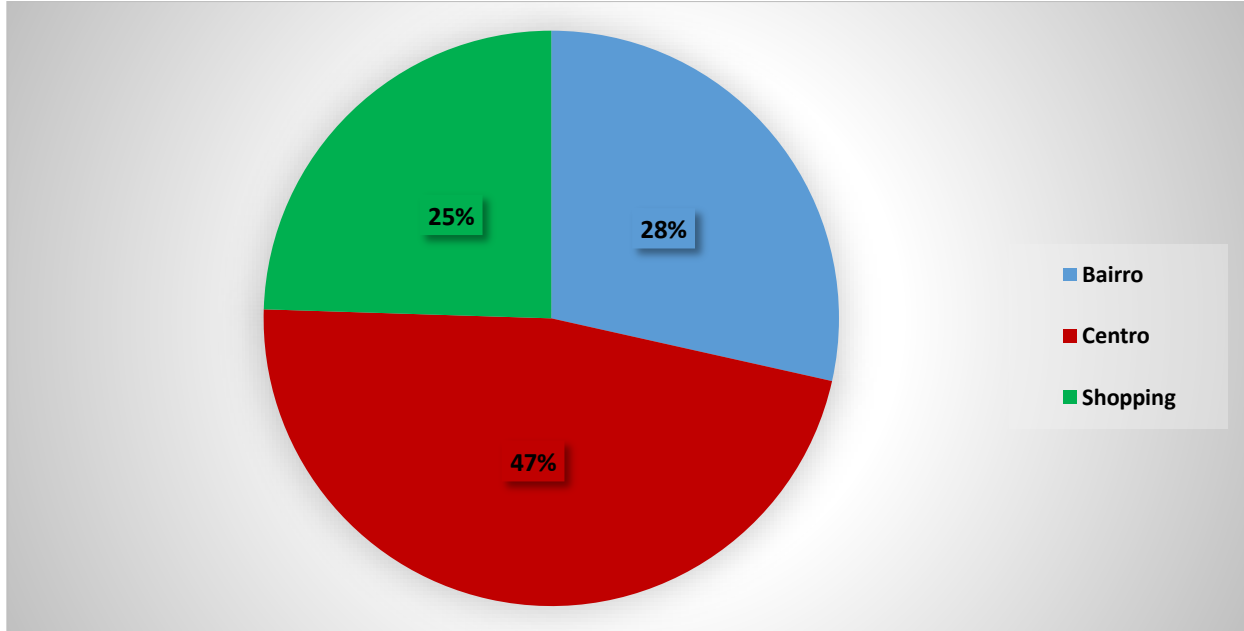
O Natal é uma das melhores épocas para o comércio impulsionar suas vendas e também conquistar novos clientes. Esta é uma data em que as pessoas se sentem mais estimuladas a presentear familiares, amigos, colegas de trabalho ou até mesmo desconhecidos, por meio de boas ações. Esse período cria um momento positivo e propício para vendas.

Por este motivo o Instituto de Pesquisa ACIR (IPA) realizou pesquisa para saber a expectativa dos comerciantes em relação às vendas de Natal. Para esta pesquisa foram entrevistados 200 empresas de regiões preestabelecidas em Rondonópolis.

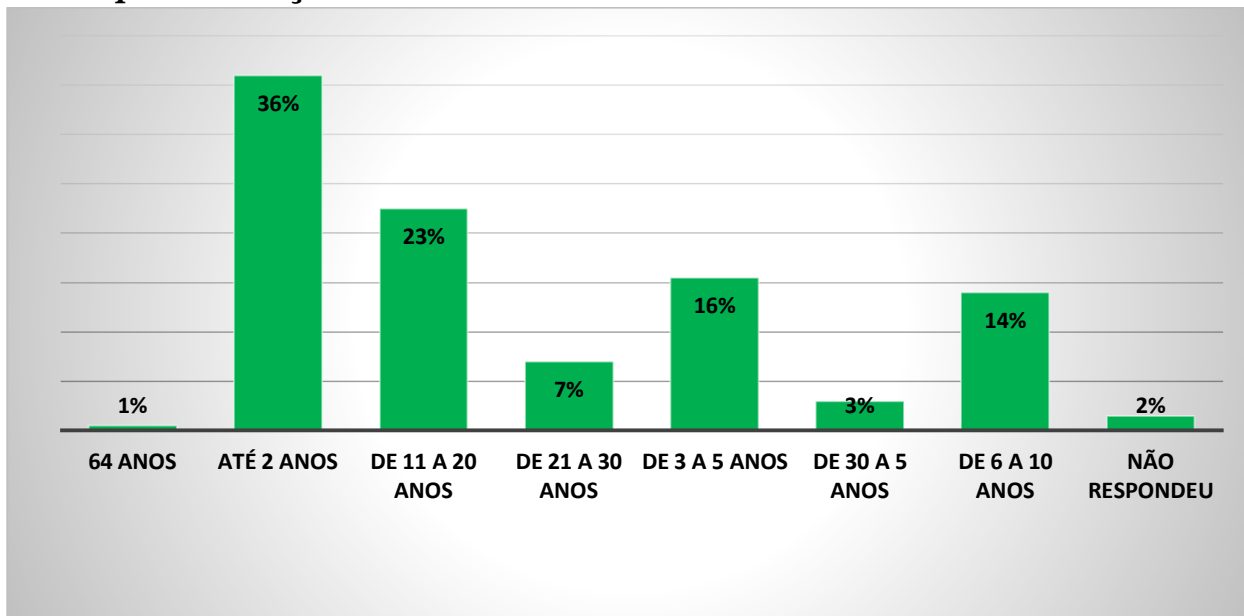
As informações coletadas foram conferidas e processadas gerando o presente relatório.

Perfil das Empresas

1. Localização



2. Tempo de atuação

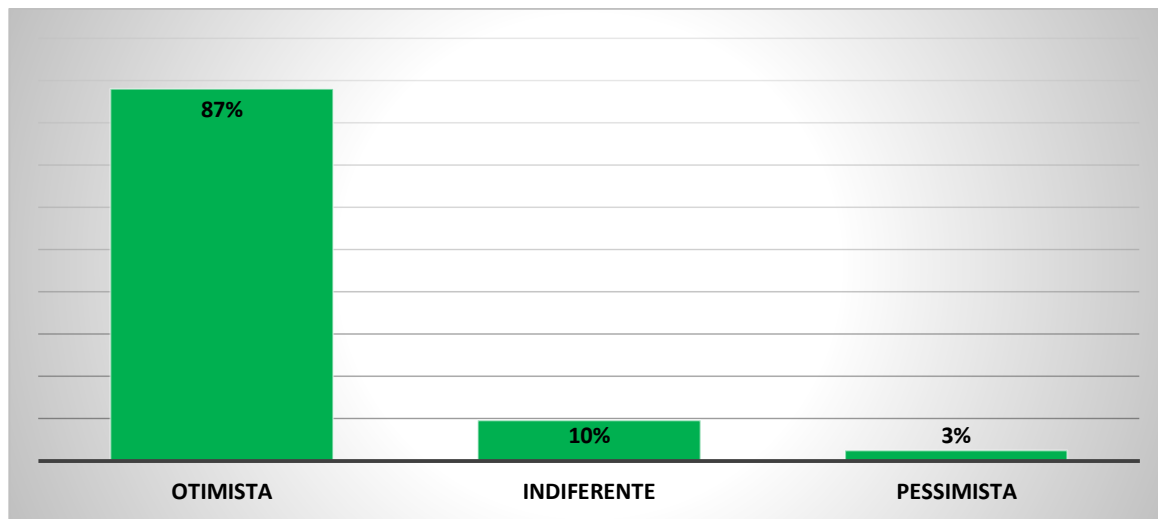


3. Segmentos Entrevistados

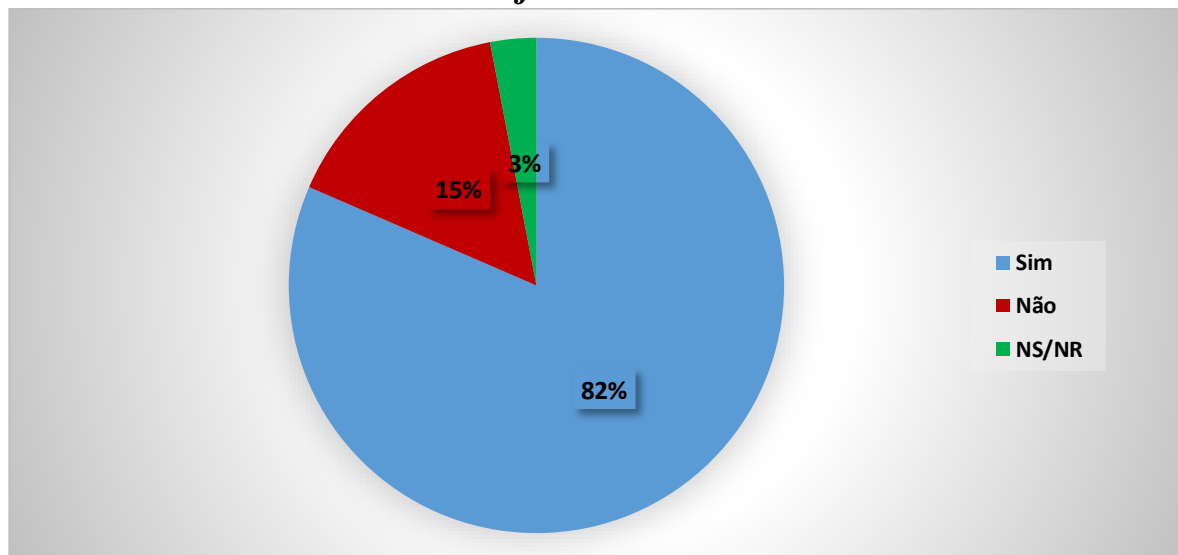
Confecções e acessórios	31,5%	Agro Pet	0,5%
Alimentício	5,5%	Artigos de festa e confeitaria	0,5%
Calçados	5,0%	Artigos de presente e decoração	0,5%
Confecção infantil	4,5%	Artigos domésticos	0,5%
Ótica	4,0%	Artigos Pet	0,5%
Cosméticos e maquiagem	3,5%	Aviamentos	0,5%
Eletrônicos	2,0%	Bicicletaria	0,5%
Comércio de Colchões	2,0%	Caça e pesca	0,5%
Acessórios para celular	1,5%	Confecções e presentes	0,5%
Móveis	1,5%	Decoração	0,5%
Móveis e eletrodomésticos	1,5%	Eletrodoméstico	0,5%
Papelaria	1,5%	Estética	0,5%
Pet shop	1,5%	Estofados	0,5%
Restaurante	1,5%	Floricultura	0,5%
Artigos esportivos	1,5%	Industria e Comércio	0,5%
Calçados e confecções	1,5%	Informática	0,5%
Confecções femininas	1,5%	Joalheria	0,5%
Materiais de construção	1,5%	Manutenção e acessórios de aparelhos	0,5%
Vendas e Serviços de assistência técnica para celulares	1,5%	Móveis e colchões	0,5%
Bijuteria e presentes	1,0%	Panificadora	0,5%
Brinquedos	1,0%	Perfumes e semi joias	0,5%
Cama, mesa e banho	1,0%	Pizzaria	0,5%
Joias e relógios	1,0%	Presentes	0,5%
Moda Fitnes	1,0%	Calçados e acessórios	0,5%
Utilidades	1,0%	Semi joias	0,5%
Cabelereiro	1,0%	Sexy Shop	0,5%
Confecções moda íntima	1,0%	Tabacaria	0,5%
Ótica e relojoaria	1,0%	Variedades	0,5%
Papelaria e aviamentos em geral	1,0%	Vidraçaria	0,5%
Relojoaria e joalheria	1,0%		

Expectativa de Vendas

4. Expectativa com as vendas de Natal?



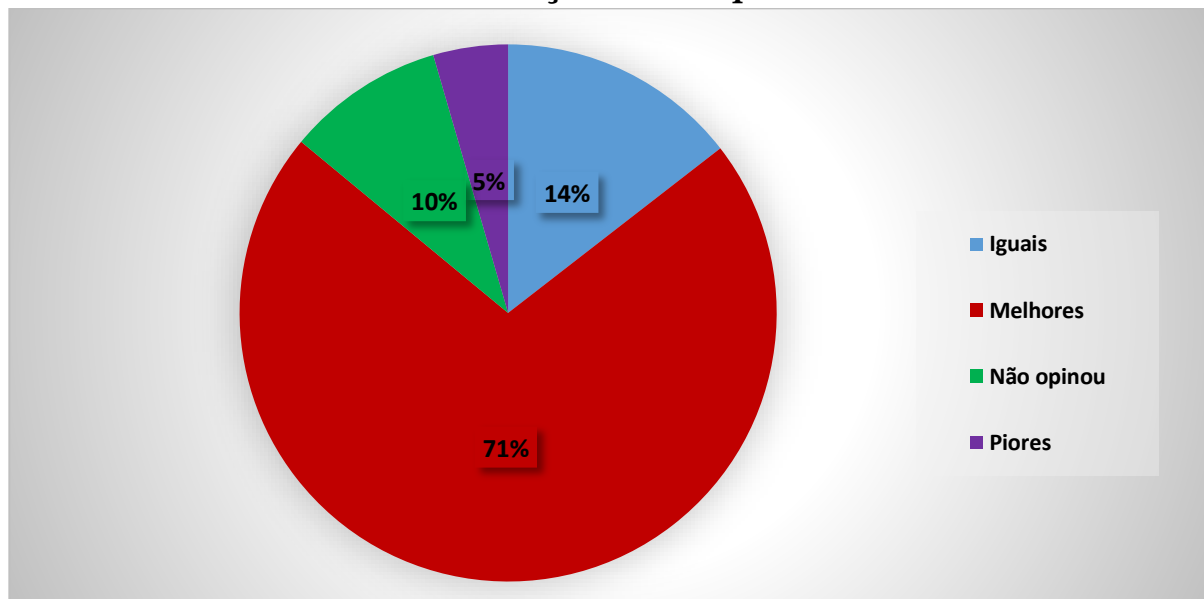
5. A data altera as vendas da loja?



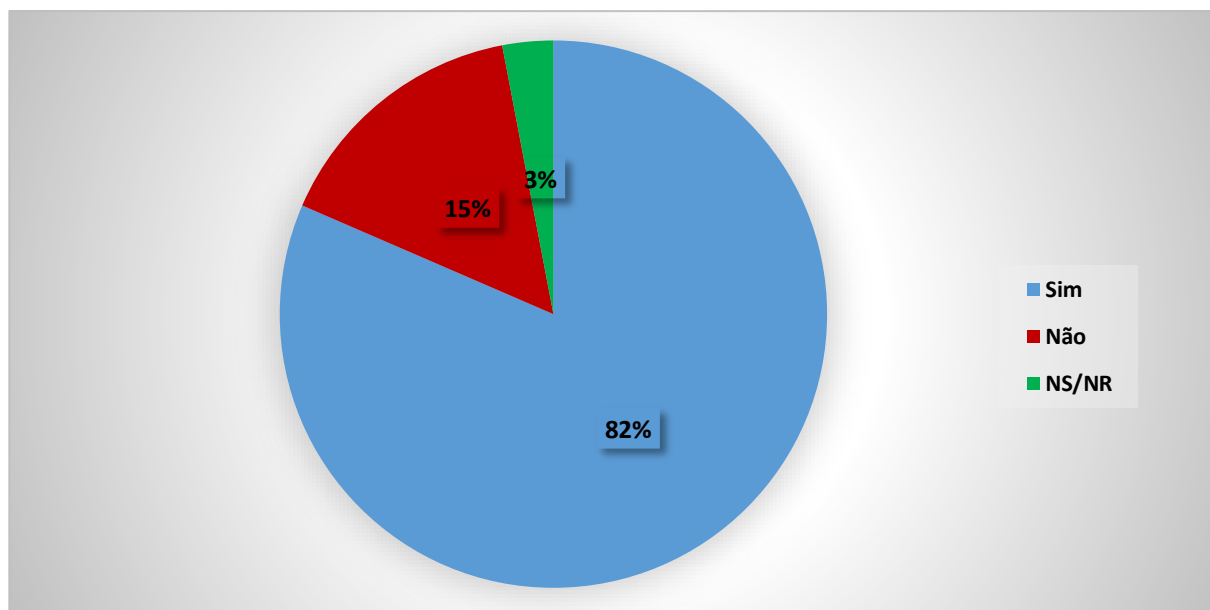
O período gera um impacto positivo para 82% das empresas do comércio varejista de Rondonópolis que tem suas vendas alteradas com a chegada do Natal.

Isso explica o otimismo de 87% das empresas que foram entrevistadas. Apenas 13% disseram estar indiferentes ou pessimistas, conforme o gráfico acima.

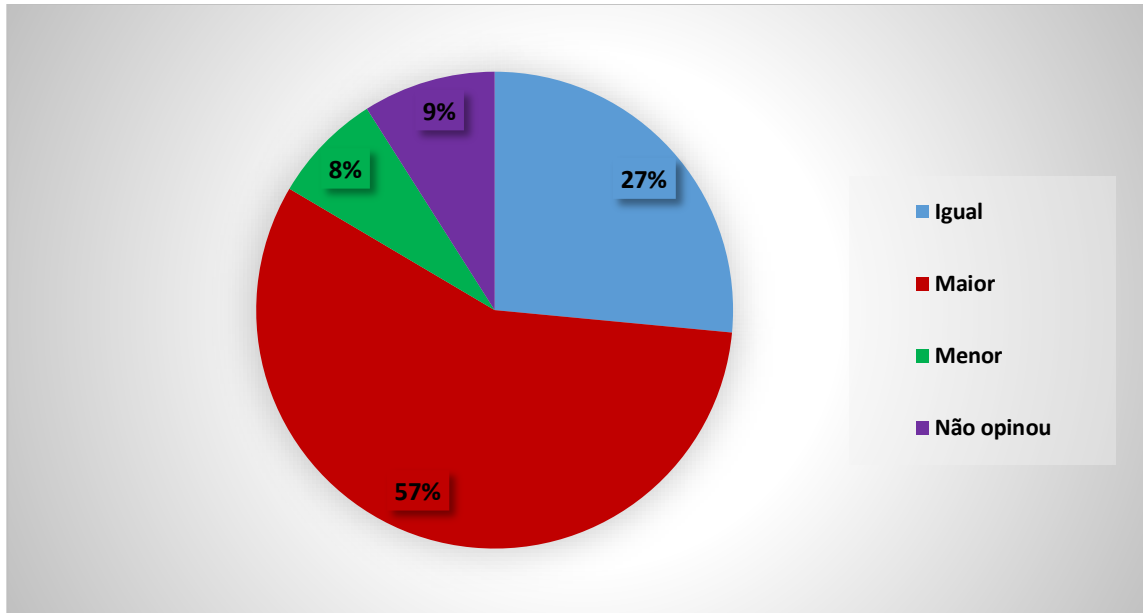
6. Como serão as vendas em relação ao ano passado?



7. Está programando alguma promoção para o Natal?



8. Quanto ao estoque em relação ao ano anterior, será...

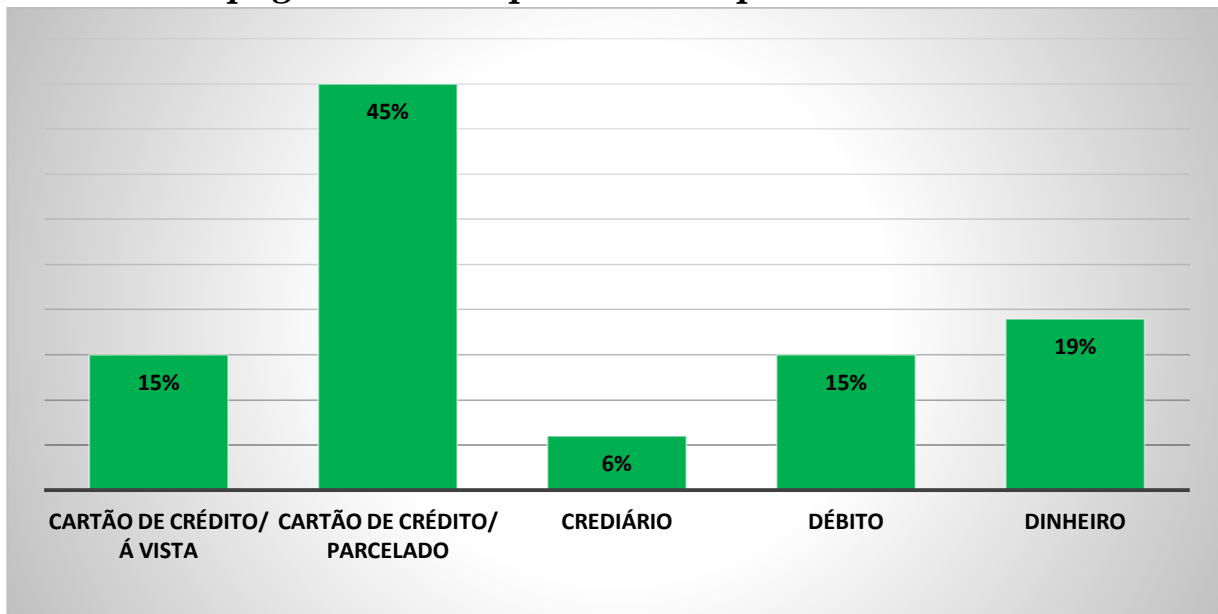


A maioria (71%) do comércio de Rondonópolis espera que as vendas desse ano sejam melhores em relação ao ano passado.

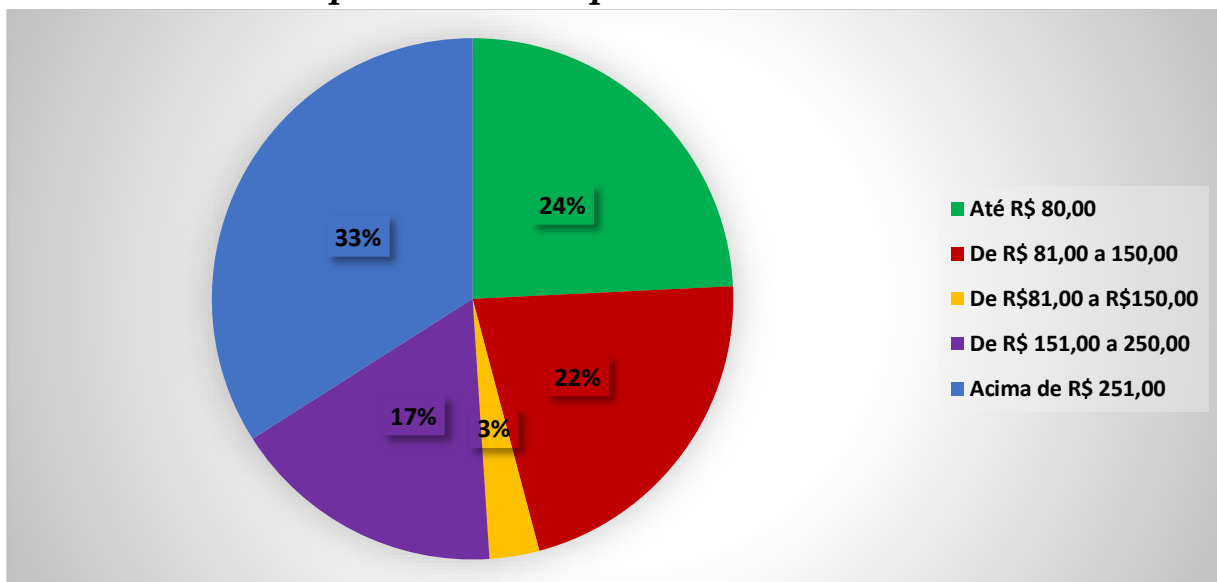
Para melhorar as vendas no período, 82% do comércio pretende realizar promoções.

Em relação ao estoque da loja 57% do comércio decidiu aumentar o volume se comparado ao ano anterior. E para 27% o estoque continuará igual.

9. Forma de pagamento na opinião da empresa:



10. Valor médio esperado na compra:



O comércio acredita que os consumidores irão optar por pagamentos no cartão de crédito parcelado (45%).

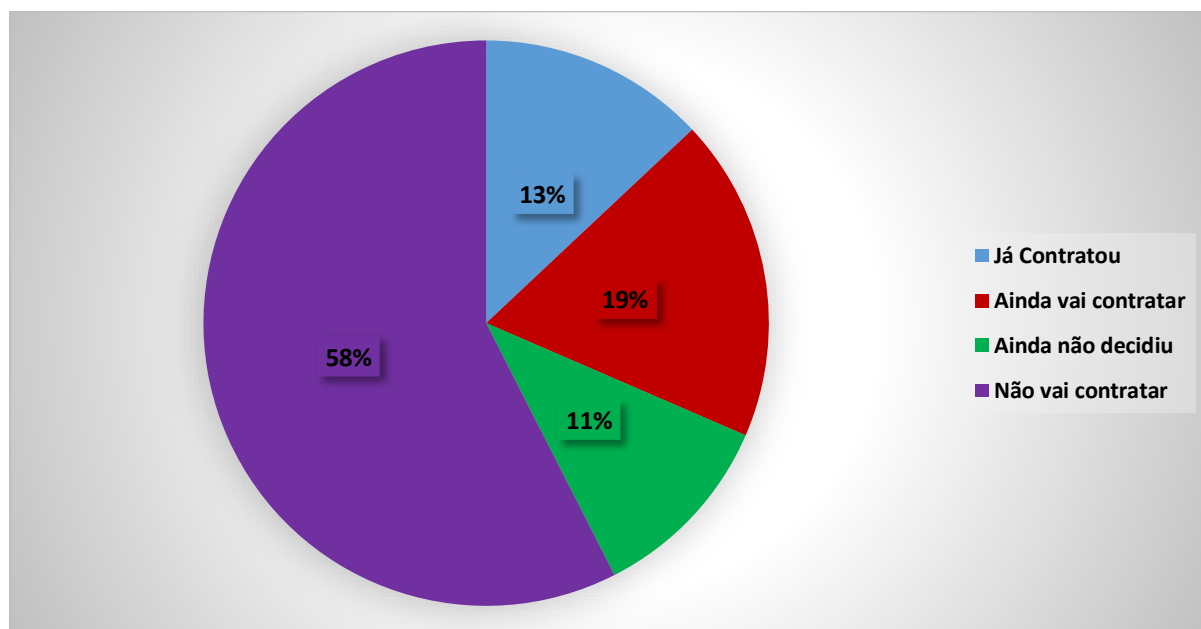
Para 33% das empresas o valor médio na compra dos clientes será acima de R\$ 251,00.

11. Estratégias para atrair clientes:

Redes sociais	23,5%	Cestas e Bonificações	0,5%
Mídia digital, marketing	15,0%	Combos de lanches atrativos com ótimos preços	0,5%
Propagandas e redes sociais	8,5%	Comunicação e marketing	0,5%
Marketing	7,5%	Crediário da loja	0,5%
Promoções	6,5%	Esticar os prazos, atrações na porta da loja	0,5%
Bom atendimento	6,0%	Evento na loja	0,5%
Divulgações nas mídias	4,0%	Forma de pagamento	0,5%
NS/NR	2,5%	Investir em panetones, qualidade em geral	0,5%
Preço baixo	2,0%	Ligação, mensagem e redes sociais	0,5%
Desconto e mídias sociais	1,0%	Mercadoria	0,5%
Descontos e parcelamento	1,0%	Programa Indique amigos	0,5%
Enfeitar a loja	1,0%	Novidades	0,5%
Produtos bons	1,0%	Novidades, bom atendimento	0,5%
Abordagem	0,5%	Novidades, kits de presentes	0,5%
Abordagem e distribuição de sorvetes	0,5%	Peças mais acessíveis	0,5%
Agressividade nas ofertas e mídias	0,5%	Planos de pagamentos	0,5%
Araras de promoção e roupas com preços baixos	0,5%	Pós-venda	0,5%
Campanha Daniel na minha casa e promoções	0,5%	Preço e qualidade	0,5%
Campanhas para chamar atenção	0,5%	Preço, atendimento e produtos de qualidade	0,5%
Carro de som	0,5%	Produto de qualidade, condições de pagamento	0,5%
Nova coleção	0,5%	Produtos com brindes	0,5%
Carro de som, fachada, redes sociais e TV	0,5%	Variedade de produto e preços diferenciados	0,5%
Promoção e forma de pagamento	0,5%	Qualidade no atendimento	0,5%
Promoção e propaganda	0,5%	Simpatia, bom atendimento e marketing	0,5%
Promoções e forma de pagamento	0,5%	Sorteio e promoções	0,5%
Qualidade no atendimento	0,5%	Ter mercadoria sempre	0,5%
Qualidade e atendimento personalizado	0,5%	Vantagens em planos e aparelhos	0,5%

A maioria das lojas (23,5%) utilizou as redes sociais como forma de atrair mais clientes. A mídia digital e marketing (15%) foi a segunda estratégia mais utilizada pelas empresas.

12. Contratação temporária de funcionários:



Em relação a contratação temporária de funcionários (13%) das empresas de Rondonópolis já contratou, 19% ainda vai contratar, 11% não decidiu e 58% do comércio varejista optou em não contratar.