Instituto Fecomércio Tocantins

UFT Universidade Federal do Tocantins

Escritório Modelo de Economia



SONDAGEM DE VENDAS
DIA DAS MÃES
PALMAS
2017

Palmas - TO, maio de 2017

EXPEDIENTE DE PESQUISA

CORPO DIRETIVO INSTITUTO FECOMÉRCIO – TO

Itelvino Pisoni
Presidente

Domingos Tavares de Sousa
Vice Presidente

Valdemir de Sá
Diretor Tesoureiro Titular

Vicente de Paulo Ribeiro
Diretor Tesoureiro Suplente

Maria Lúcia Dorta Pompeu
Diretora Secretária Titular

Lucas Gomes Pinheiro Neto
Diretor Secretário Suplente

Rubens Pereira da Luz
Diretor de Mercado Titular

Anselmo José Martins da Silva Morais
Diretor de Mercado Suplente

Alexandra Bramatti
Diretora Executiva

Fabiane Cappellesso
Economista

CORPO DOCENTE UFT
Escritório Modelo de Economia - EME

Mascos Antonio Dozza
Coordenador do EME

Alivínio Almeida
Coordenador e Analistas das Pesquisas

Inácia Mikaela Lopes da Silva
Pesquisadora

Thalyta Paulino da Silva
Pesquisadora

SUMÁRIO

04 | I. INTRODUÇÃO
II. OBJETIVO DA PESQUISA
III. METODOLOGIA

05 | RESULTADOS

23 | V. ANÁLISE DOS DADOS
VI. CONCLUSÕES

I. INTRODUÇÃO

A definição das estratégias de atendimento e vendas depende das informações disponíveis sobre o comportamento dos compradores e, também dos diferentes concorrentes. Nesse sentido, o Instituto FECOMÉRCIO e o Escritório Modelo de Economia, da Universidade Federal do Tocantins, empenham-se no levantamento e análise de dados e informações sobre as expectativas de consumo, em condições ex-ante, e sobre o resultado das vendas, em condições ex-post, em datas comemorativas, ao longo do ano. Desta feita, esse esforço de pesquisa focalizou o Dia das Mães de 2017.

II. OBJETIVO DA PESQUISA

Esta pesquisa tem a finalidade de proporcionar aos empresários de Palmas informações confiáveis, a partir de dados obtidos por meio de sondagem de vendas realizada no Dia das Mães de 2017, no Município de Palmas – TO.

III. METODOLOGIA

Utilizou-se instrumento de coleta de dados por meio de entrevistas com os empresários palmenses, procurando identificar aspectos das empresas e das suas vendas, no período da Páscoa de 2017. Nesse contexto, foram realizadas entrevistas em 100 empresas comerciais e prestadoras de serviços, localizadas em Palmas, cujos produtos tivessem relação com ao Dia das Mães. Os segmentos comerciais abordados foram os seguintes:

1. Brinquedos
2. Especializadas em Chocolates
3. Floriculturas
4. Lojas de Departamentos, magazines e multiprodutos
5. Mercados, supermercados e hipermercados
6. Vestuários e calçados
7. Viagens

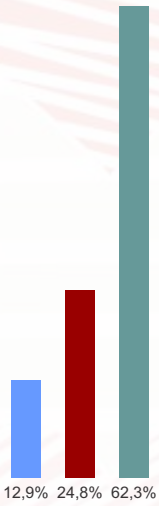
A coleta de dados ocorreu entre os dias 15 e 18 de maio de 2017, com a realização de 100 entrevistas aplicadas em amostras distribuídas entre comércios de rua (Centro e Taquaralto), shoppings, supermercados e outros tipos de comércio.

Os resultados das entrevistas estão demonstrados nas Tabelas a seguir.

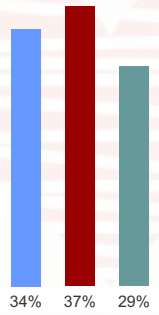
RESULTADOS

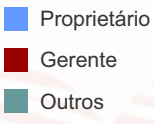
IV. RESULTADOS DE CAMPO
A. CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS
1. Cargo do entrevistado

2016



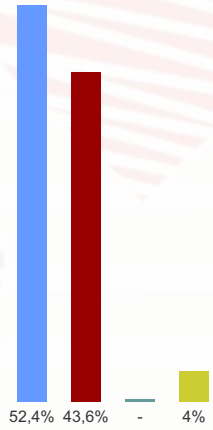
2017



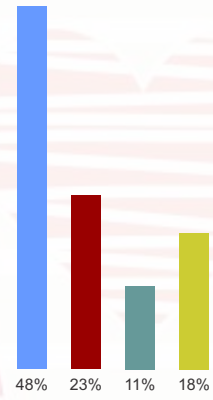


2. Tipo de Comércio

2016



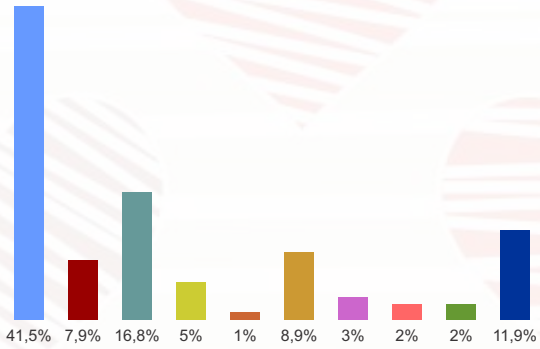
2017



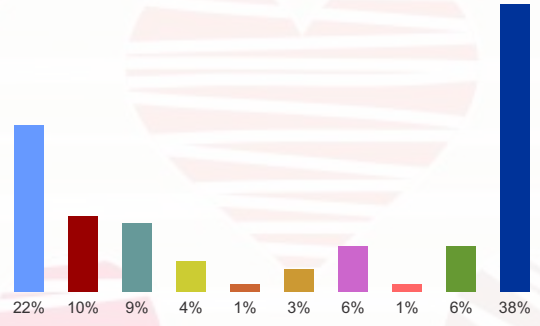


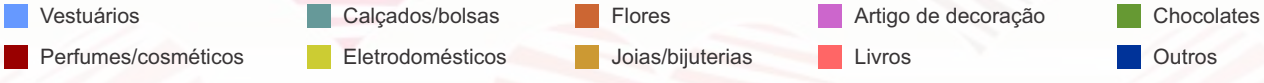
3. Segmento Comercial

2016



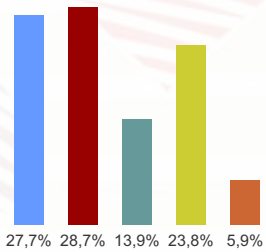
2017



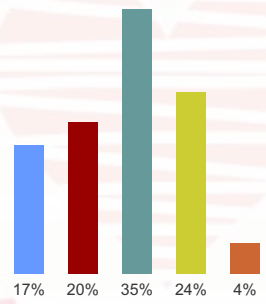


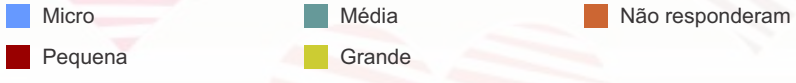
4. Porte das empresas

2016



2017

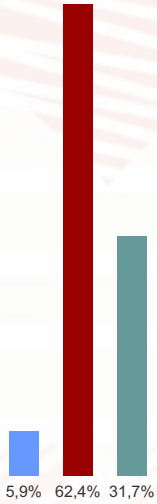




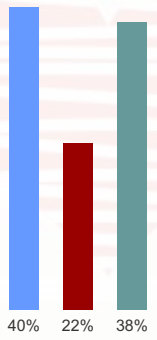
B. SONDAGEM DE VENDAS

05. Em relação ao Dia das Mães do ano passado, como foram suas vendas no ano de 2016?

2016



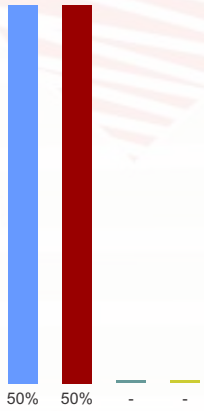
2017



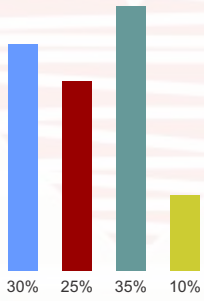


06. Se aumentaram as vendas, em quanto?

2016



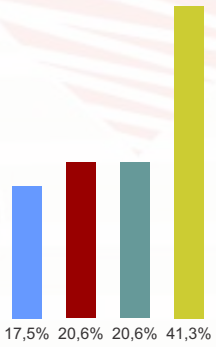
2017



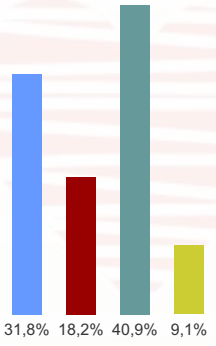


07. Se diminuíram as vendas, em quanto?

2016



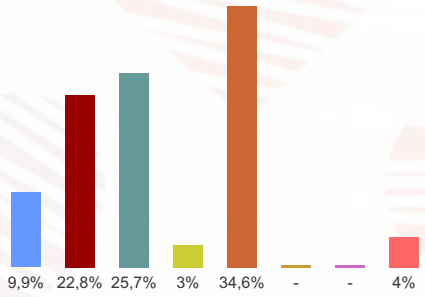
2017



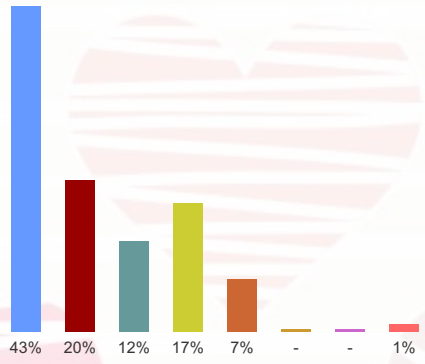


08. Qual forma de pagamento foi a mais utilizada nessa data comemorativa?

2016



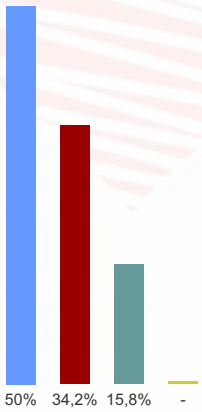
2017



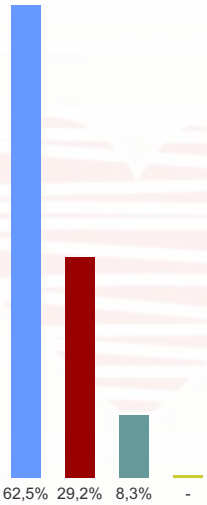


09. Caso a opção de pagamento parcelada tenha sido a mais utilizada em sua empresa nessa data comemorativa, qual a quantidade de parcelas mais utilizada?

2016



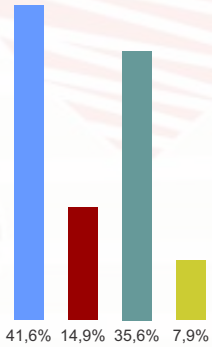
2017



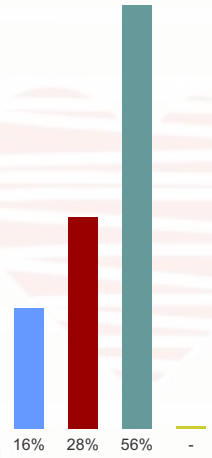


10. Frequência de clientes realizando pesquisa de preço?

2016



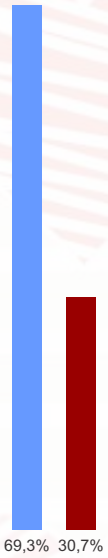
2017





11. A sua empresa realizou algum tipo de promoção nessa data comemorativa?

2016



2017

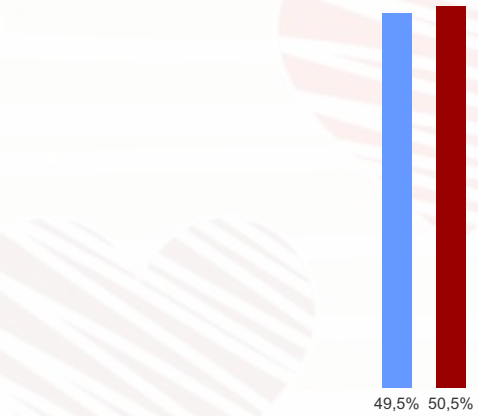


Sim

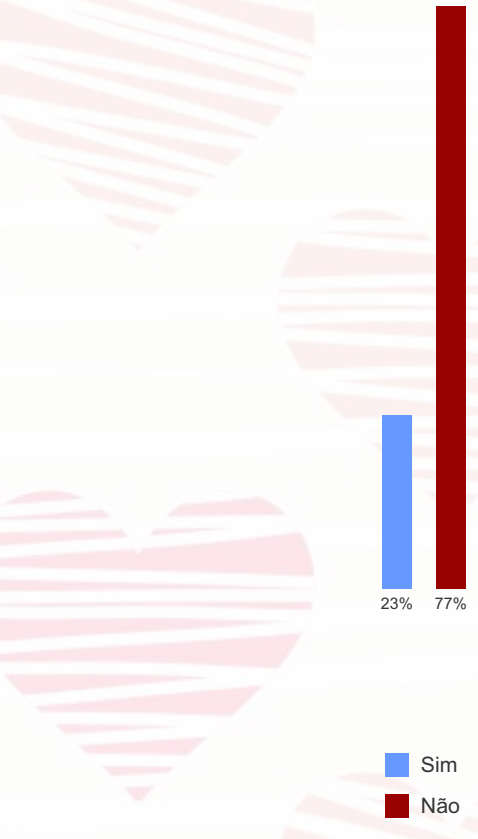
Não

13. A sua empresa investiu em alguma ação publicitária para elevar as vendas do Dia das Mães?

2016

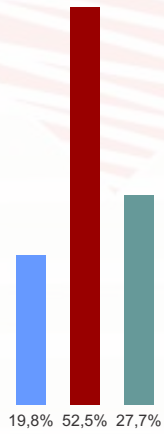


2017

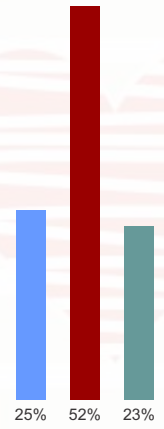


14. Em relação ao ano passado o seu estoque para o Dia das Mães em 2016 estava:

2016



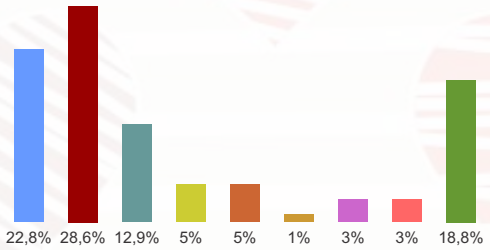
2017



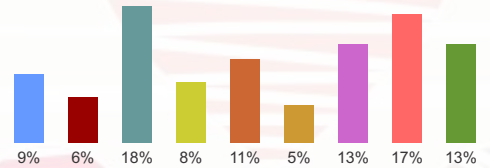


15. Qual o valor médio gasto em sua empresa para compras do Dia das Mães?

2016

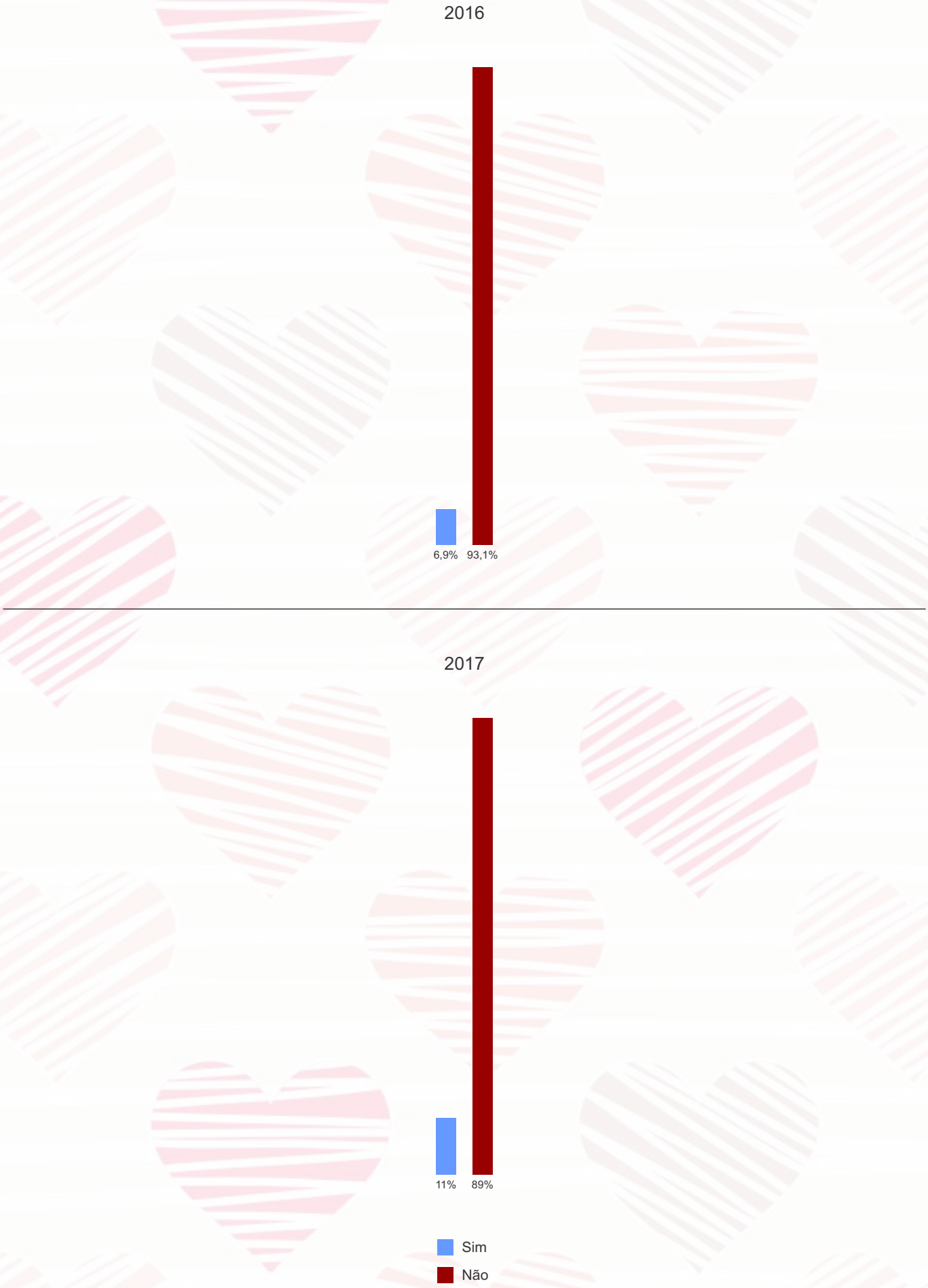


2017



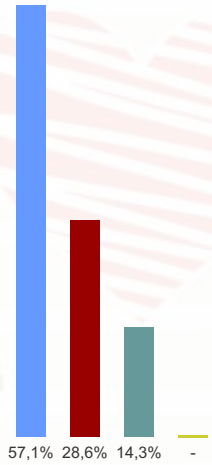
Até R$50,00
De R$50,01 a R$100,00
De R$100,01 a R$150,00
De R$150,01 a R$250,00
De R$250,01 a R$400,00
De R$400,01 a R$500,00
De R$500,01 aR$1.000,00
Acima de R$1.000,00
Não responderam

16. Durante o período que antecedeu o Dia das Mães, a sua empresa contratou funcionários temporários?



17. Caso tenha contratado funcionários temporários, quantos?

2016

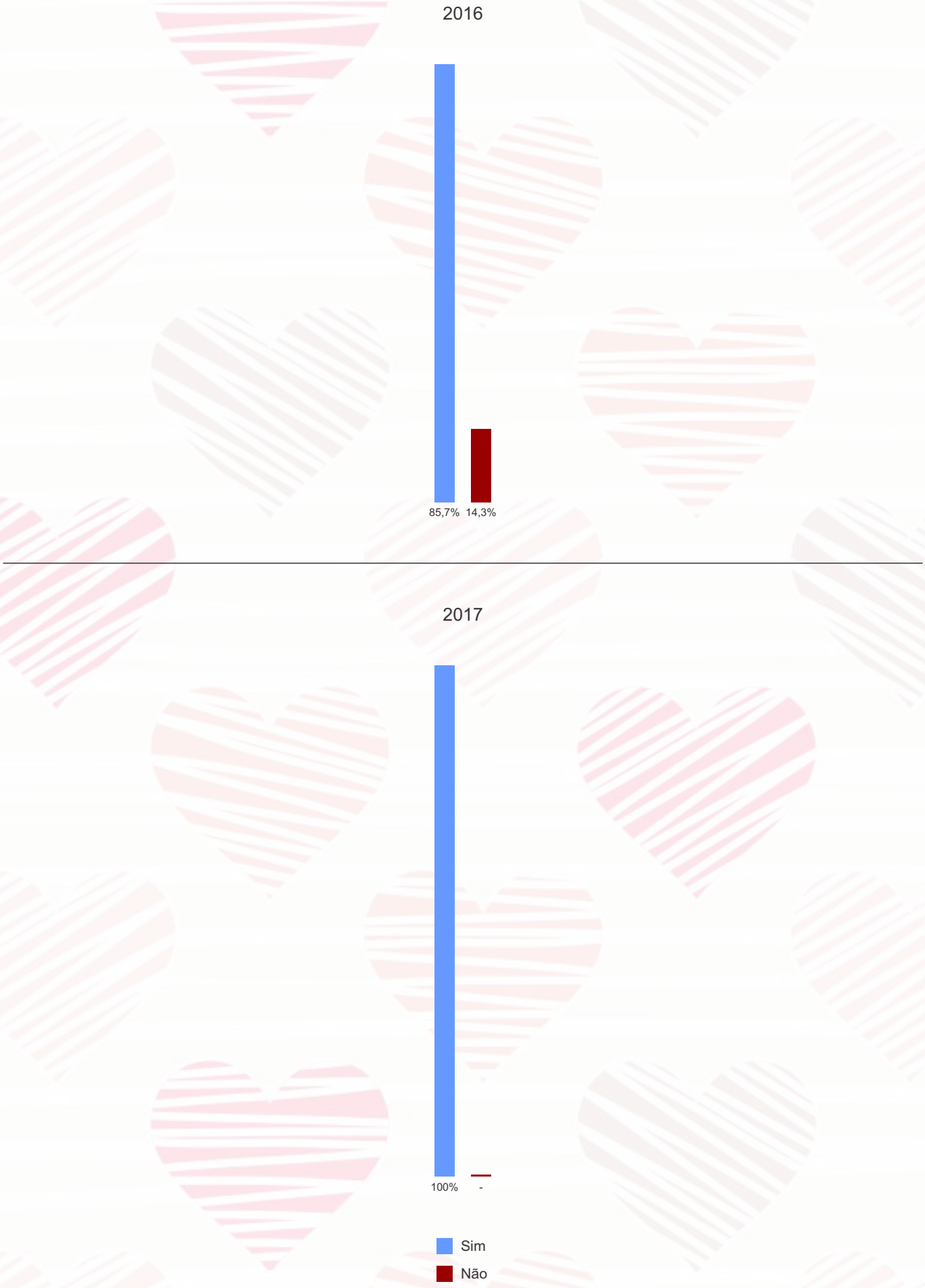


2017



Entre 1 e 2 funcionários
Entre 3 e 4 funcionários
Entre 5 e 10 funcionários
Acima de 10 funcionários

18. A sua empresa costuma efetivar funcionários temporários para esta data comemorativa?



V. ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa realizada pelo Instituto FECOMÉRCIO de Pesquisa e Desenvolvimento em parceria com o Escritório Modelo de Economia (EME) da Universidade Federal do Tocantins realizou sondagem de vendas no dia das Mães de 2017, em empresas de comércio e serviços no Município de Palmas.

As entrevistas foram realizadas em 100 empresas cujos produtos e serviços, distribuídos na cidade, são relacionados ao Dia das Mães. A análise dos principais resultados está apresentada a seguir.

• Caracterização dos entrevistados e das empresas
Entre os entrevistados, a maioria (37%) foi de proprietários ou gerentes. Entre os tipos de comércio, o de rua foi o mais representado com 48% do total entrevistado. As empresas de médio porte econômico foram a maioria (35%) na amostra. Além disso, 22% das empresas estudadas foram do segmento de vestuários, seguidos de 10% do segmento de perfumaria e cosméticos.

• Sondagem de vendas
Pelas entrevistas, observou-se que 40% dos entrevistados afirmaram que suas vendas aumentaram em relação ao Dia das Mães de 2016, 38% declararam vendas iguais e 22% vendas reduzidas. Daqueles que declararam aumento das vendas, 35% responderam que suas vendas aumentaram entre 11% e 20%. Por outro lado, os que declararam queda assinalaram reduções entre 10% e 20%, em relação à mesma data comemorativa de 2016.

Questionados sobre a forma de pagamento mais utilizada pelos clientes nas compras realizadas no Dia das Mães, observou-se a maioria absoluta à vista no cartão de débito ou de crédito.

Os entrevistados observaram também uma elevada taxa de clientes que realizaram pesquisa de preço, na ordem de 56%. Contudo, 64% dos entrevistados declararam não ter recorrido às ações publicitárias para divulgar os produtos ou as promoções.

Diante das expectativas de redução das vendas, a maioria absoluta (52%) dos entrevistados declararam que o estoque de 2017 foi igual ao de 2016. Além disso, 18% dos valores médios gastos nas empresas com compras para o Dia das Mães foram de R$100,01 a R$150,00.

O cenário pouco animador levou a maioria dos empresários a não contratar funcionários temporários para o Dia das Mães. Cerca de 90% das empresas pesquisadas não contrataram funcionários temporários. Entre as poucas que contrataram, houve a alocação de apenas 1 a 2 funcionários. O aspecto positivo é que todas pontuaram a intenção de efetivar os funcionários temporários contratados nessa data comemorativa.

VI. CONCLUSÕES

A pesquisa de sondagem demonstrou que os resultados das vendas no Dia Das Mães de 2017 foram animadores para as empresas de comércio de produtos e serviços relacionados àquela data comemorativa. Aumentos foram assinalados no volume, valor de vendas e faturamento. Apesar disso, a geração de empregos temporários permaneceu restrita em relação aos resultados de 2016. De certa maneira, a pesquisa sobre a intenção de consumo, realizada antes do Dia das Mães de 2017, sugeria esse cenário melhorado.

Fecomércio TO
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio

Instituto Fecomércio
Tocantins