

PESQUISA EXPECTATIVA DE VENDAS PARA O NATAL 2013

Dezembro, 2013

Fone: (66) 3439-8000

Rua Otávio Pitaluga, 692 - Centro - Ed. ACIR - CEP: 78700-170 - Rondonópolis - Mato Grosso

Índice

1 Características da Pesquisa	03
2 Sumário Gerencial.....	04
3 Questões.....	05

~ 2 ~

Fone: (66) 3439-8000

Rua Otávio Pitaluga, 692 - Centro - Ed. ACIR - CEP: 78700-170 - Rondonópolis - Mato Grosso

1. Características da Pesquisa

Objetivo

Avaliar a expectativa de vendas no período da data comemorativa “Natal” com as empresas localizadas na cidade de Rondonópolis.

Abrangência

A pesquisa foi realizada com empresas do comércio varejista localizadas em Rondonópolis.

Entrevistados

Foram Entrevistadas 150 empresas associadas e não associadas a ACIR.

Data da Pesquisa

10 a 13 de dezembro de 2013.

Metodologia

Após o questionário aprovado a equipe do IPA entrou em contato com as empresas explicando a finalidade do trabalho e aplicando o questionário.

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

Supervisão: Ana Paula de Araújo Santos.

~ 3 ~

2. Sumário Gerencial

- **84%** das empresas entrevistadas estão **otimistas** para as vendas de natal;
- **75,34%** esperam vender **mais que ano passado**;
- **50,18%** dos entrevistados esperam vender entre **5% a 20%** mais que em 2012;
- **34,64%** disseram que as vendas serão **à vista**;
- **54%** irão fazer promoção de preços.
- **28,62%** disseram que a estratégia mais utilizada para atrair clientes é investir no

Bom Atendimento.

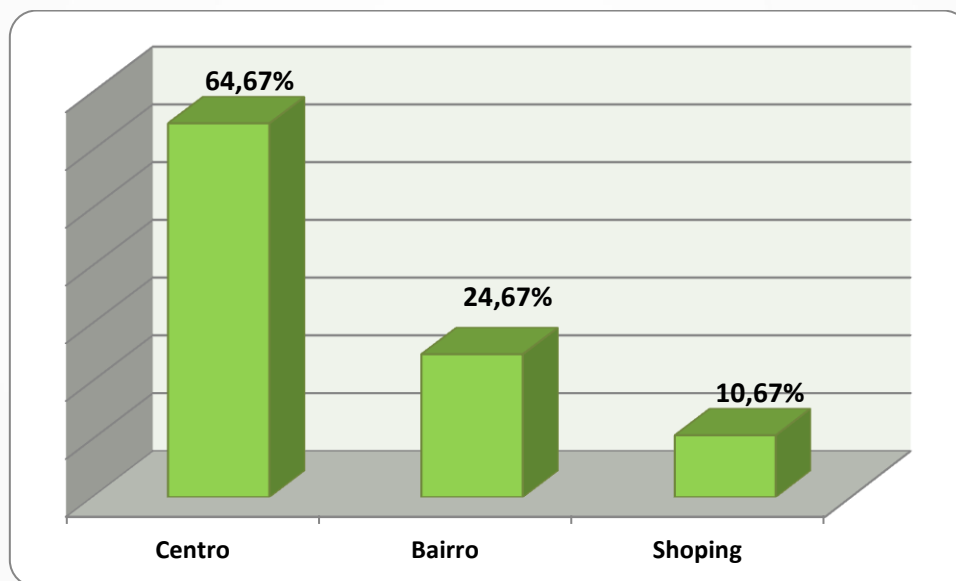
- **43,70%** das empresas entrevistadas disseram que os clientes gastam em média **mais de R\$ 200,00** nas compras de Natal;
- **54%** **não** pretendem **contratar funcionários** para essa época.

~ 4 ~

3. Questões

1. Localização da Empresa

	Total	%
Centro	97	64,67%
Bairro	37	24,67%
Shopping	16	10,67%
Total	150	100%



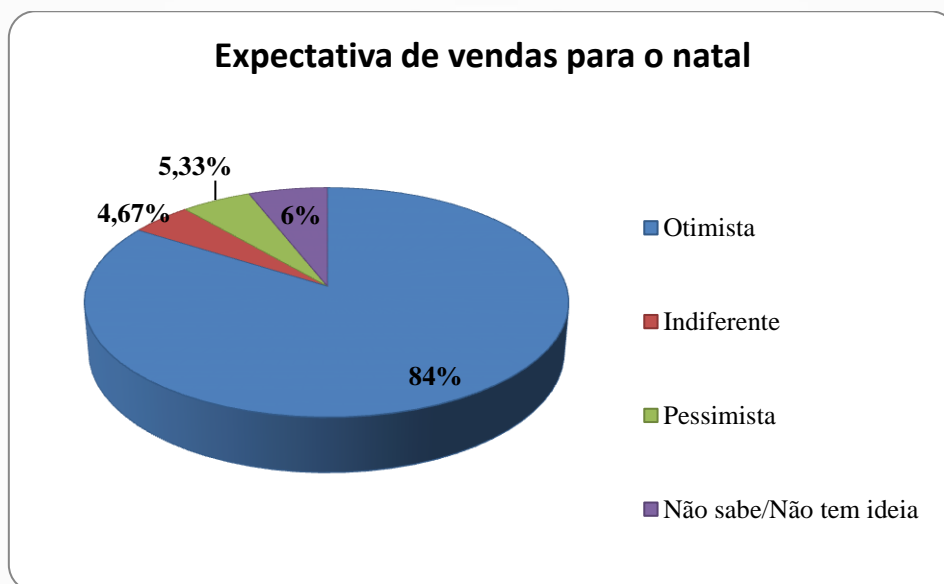
Fonte: IPA

64,67% das empresas entrevistadas estão localizadas na **Região Central** de Rondonópolis.

~ 5 ~

2. Expectativa de vendas para o Natal:

	Total	%
Otimista	126	84%
Indiferente	7	4,67%
Pessimista	8	5,33%
Não sabe/Não tem ideia	9	6%
Total	150	100%



Fonte: IPA

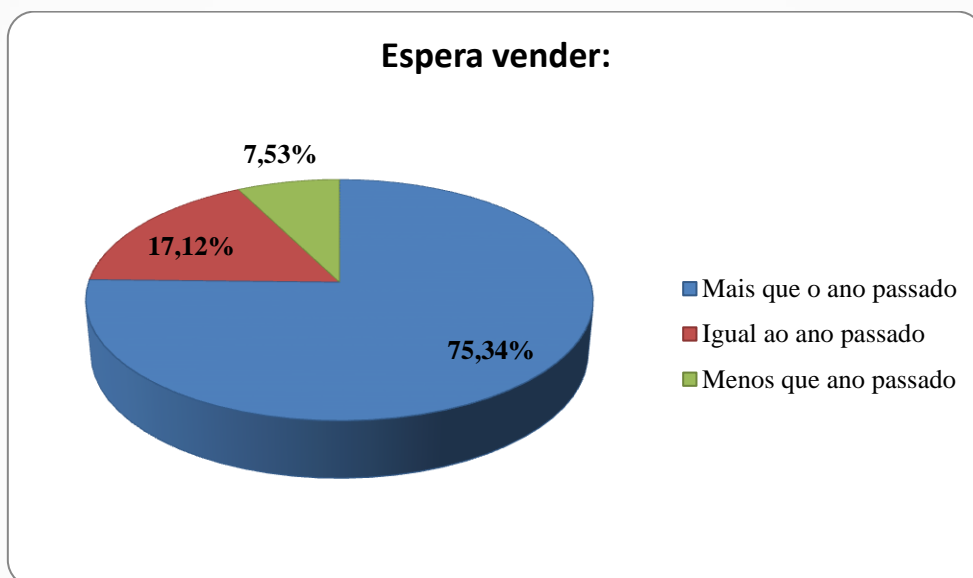
84% das empresas entrevistadas estão **otimistas** com as vendas para o Natal.

5,33% disseram estar **pessimistas**.

~ 6 ~

3. Em comparação com o Natal de 2012, espera vender:

	Total	%
Mais que o ano passado	110	75,34%
Igual ao ano passado	25	17,12%
Menos que ano passado	11	7,53%
Total	146	100,00%



Fonte: IPA

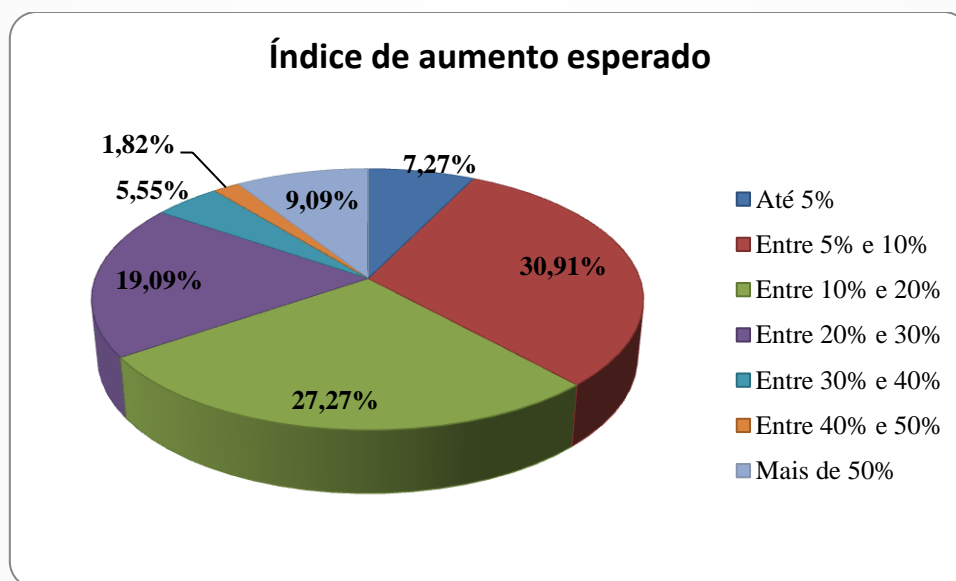
75,34% das empresas entrevistadas esperam vender **mais que no ano passado**;

7,53% esperam vender **menos que o ano passado**;

~ 7 ~

4. Se espera vender “mais que o ano passado”, índice de aumento esperado:

	Total	%
Até 5%	8	7,27%
Entre 5% e 10%	34	30,91%
Entre 10% e 20%	30	27,27%
Entre 20% e 30%	21	19,09%
Entre 30% e 40%	5	4,55%
Entre 40% e 50%	2	1,82%
Mais de 50%	10	9,09%
Total	110	100%



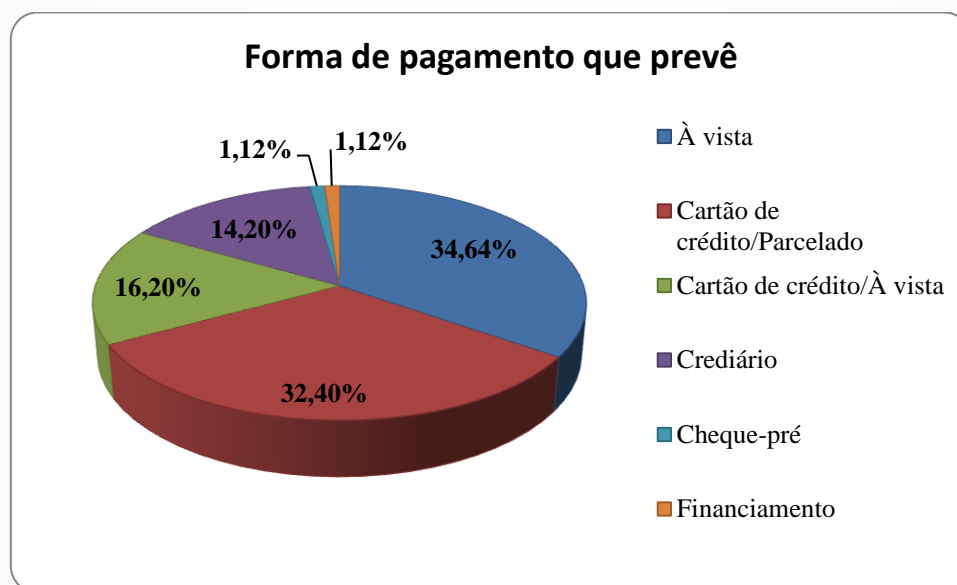
Fonte: IPA

58% dos entrevistados que esperam vender mais que o ano passado, tem expectativa de vender entre 5% a 20% a mais que em 2012.

~ 8 ~

5. Formas de pagamento que prevê por parte dos clientes

	Total	%
À vista	62	34,64%
Cartão de crédito/Parcelado	58	32,40%
Cartão de crédito/À vista	29	16,20%
Crediário	26	14,53%
Cheque-pré	2	1,12%
Financiamento	2	1,12%
Total	179	100%



Fonte: IPA

34,64% das empresas entrevistadas relataram que preveem que as formas de pagamentos sejam efetuadas **À vista**.

32,40% preveem que as compras sejam realizadas no **Cartão de Crédito/Parcelado**.

~ 9 ~

6. Programou alguma promoção de preços para o Natal?

	Total	%
Sim	81	54%
Não	69	46%
Total	150	100%



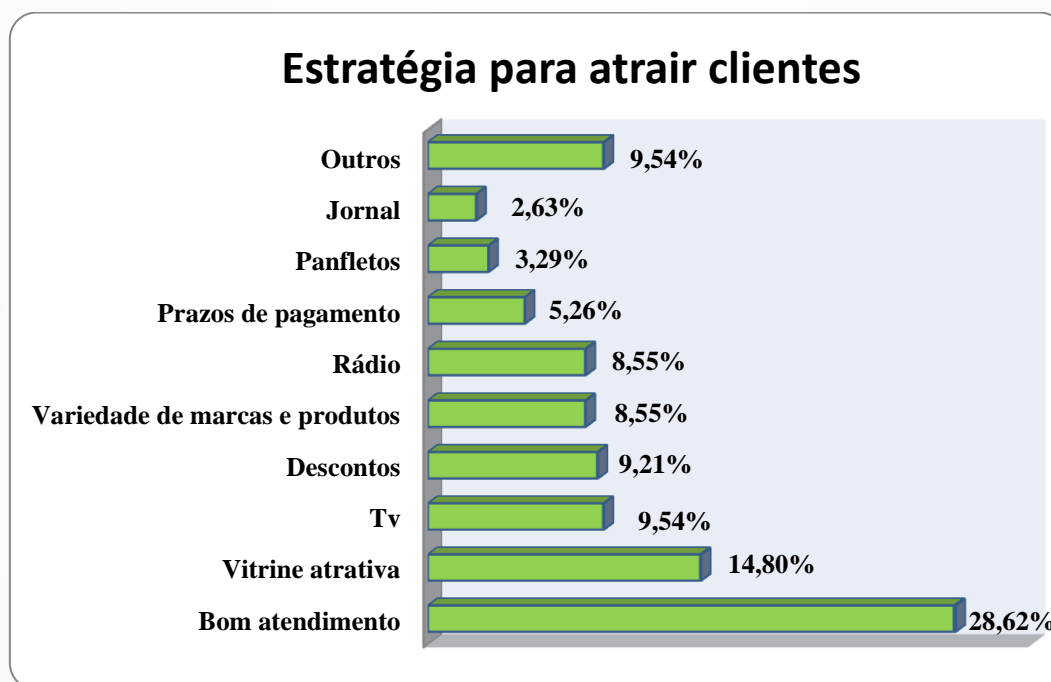
Fonte: IPA

54% das empresas entrevistadas disseram ter programado alguma promoção de preços para o Natal.

~ 10 ~

7. Estratégias mais utilizadas para atrair clientes:

	Total	%
Bom atendimento	87	28,62%
Vitrine atrativa	45	14,80%
Tv	29	9,54%
Descontos	28	9,21%
Variedade de marcas e produtos	26	8,55%
Rádio	26	8,55%
Prazos de pagamento	16	5,26%
Panfletos	10	3,29%
Jornal	8	2,63%
Outros	29	9,54%
Total	304	100%



Fonte: IPA

28,62% das empresas entrevistadas disseram que a estratégia mais utilizada para atrair clientes para o Natal é oferecer um **Bom Atendimento**.

~ 11 ~

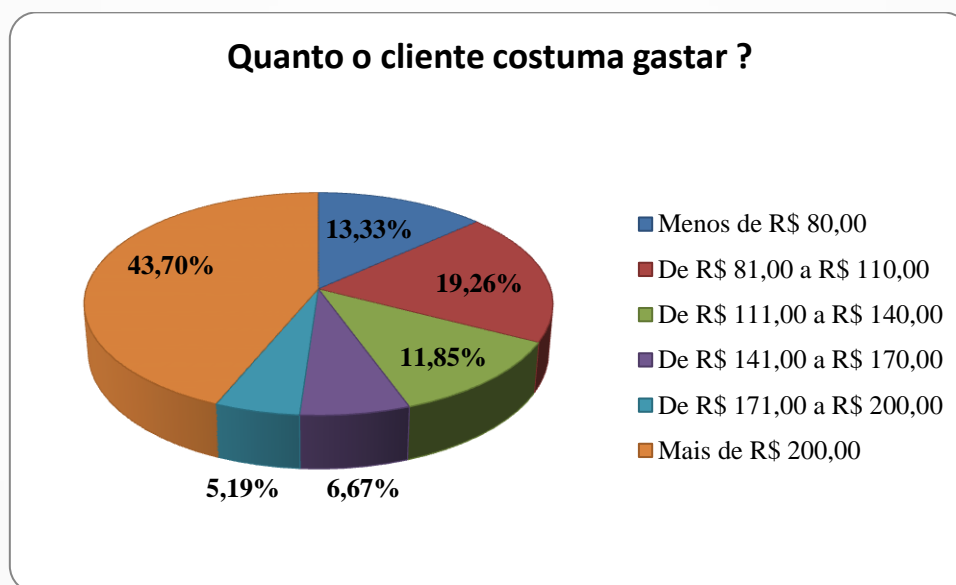
7.1 Tabela de Referência: Outras estratégias

Internet
Preço
Qualidade do produto
Redes sociais
Outdoor
Carro de som
Promoções
Sites
Qualidade no serviço
Ligações
Mensagens para celular
Pontualidade
Pós-vendas
Prazo de entrega
Segurança interna

Fonte: IPA

8. Quanto o cliente costuma gastar em média com as compras de produtos para o Natal?

	Total	%
Menos de R\$ 80,00	18	13,33%
De R\$ 81,00 a R\$ 110,00	26	19,26%
De R\$ 111,00 a R\$ 140,00	16	11,85%
De R\$ 141,00 a R\$ 170,00	9	6,67%
De R\$ 171,00 a R\$ 200,00	7	5,19%
Mais de R\$ 200,00	59	43,70%
Total	135	100%



Fonte: IPA

43,70% das empresas entrevistadas relataram que a média de valor gasto por cliente é de **Mais de R\$ 200,00**

19,26% entre **R\$ 81,00 e R\$ 110,00.**

~ 13 ~

9. Pretende contratar funcionários para o período de Natal?

	Total	%
Sim	65	43,33%
Não	81	54%
Não sabe	4	2,67%
Total	150	100%



Fonte: IPA

54% dos entrevistados não pretendem contratar funcionários para esse período.

2,67% não sabem ainda se irá contratar.

~ 14 ~

10.Segmentos pesquisados?

	Total	%
Confeccões	59	39,33%
Perfumaria e cosméticos	12	8,00%
Supermercado	10	6,67%
Automóveis	7	4,67%
Móveis e eletrodomésticos	7	4,67%
Brinquedos	5	3,33%
Calçados	5	3,33%
Joalheria e relojoaria	4	2,67%
Moda intima	4	2,67%
Motos	4	2,67%
Ótica	4	2,67%
Bijuterias	3	2,00%
Calçados e confeccões	3	2,00%
Móveis	3	2,00%
Bicicletaria	2	1,33%
Cama, mesa e banho	2	1,33%
Confeccões, acessórios e bijuterias	2	1,33%
Livraria	2	1,33%
Suvenires, bijuterias e artesanatos	2	1,33%
Transporte de passageiros	2	1,33%
Artigos Esportivos	1	0,67%
Artigos para bebê e Juvenil	1	0,67%
Confeccão infantil	1	0,67%
Colchões	1	0,67%
Informática	1	0,67%
Joalheria e ótica	1	0,67%
Móveis e colchões	1	0,67%
Turismo	1	0,67%
Total	150	100%

~ 15 ~