

“ESTUDO DAS EXPECTATIVAS DOS LOJISTAS, FILIADOS DA ASSOCIAÇÃO DE COMÉRCIO E EMPRESARIAL DE AMPARO PARA AS VENDAS DO NATAL DE 2015”.

ANA CAROLINA MITESTAINER¹, THAIS PITARELLO², PAULO ALEXANDRE PINHEIRO SOARES³

1 - Aluna do 2º semestre do curso Superior de Administração de Empresas

2 - Aluna do 3º semestre do curso Superior de Gestão em Marketing – UNIFIA

3 - Professor formado em Propaganda e Marketing com especialização em Comunicação de Mercado – UNIFIA

RESUMO

Dezembro sempre será um mês de muita atividade para o comércio, com crise econômica ou não; os consumidores estarão assíduos na busca de apresentar seus amigos ou familiares. Por outro lado e parte integrante desse processo, os lojistas desenvolvem um papel fundamental na disponibilização de ofertas ao mercado e sua atuação influi de forma direta o corpotamento do consumidor e no seu próprio resultado de vendas.

O estudo foi realizado através de pesquisa enviada por e-mail aos lojistas que são filiados da Associação de Comércio e Empresarial de Amparo – SP, com a proposta de identificar e compreender as expectativas do resultado de vendas para o natal de 2015, coletar os dados anteriores (referente ao ano de 2014) como também uma projeção para o ano de 2016.

Os resultados presentes nesse estudo traçam um perfil do comércio local e de seus lojistas, uma percepção da situação econômica, quais as ações de planejamento, uma visão do futuro e principalmente a relação entre os próprios lojistas.

Palavras-chaves: Natal 2015, Vendas, Expectativas, Lojista

INTRODUÇÃO

Diante de um cenário econômico nada inspirador de 2015 e as projeções; sendo de redução do consumo, é importante que o lojista local (Amparo-SP) tenha compreensão do ambiente mercadológico e a clareza do momento vivido. Esse entendimento proporciona ao lojista uma maior capacidade de adaptar suas ações as novas maneiras de consumo para esse período de baixo poder aquisitivo.

Conhecendo seu negócio e mantendo informada sua equipe de vendas com os históricos de resultados, atualidades econômicas e a sintonia com o macroambiente e suas variáveis, o lojista tem uma oportunidade de atender e oferecer as condições necessárias ao consumidor, proporcionando assim, um melhor resultado de vendas mesmo em um momento de dificuldade. Essa pesquisa tem a finalidade de apontar qual é o grau de expectativa, conhecimento e planejamento dos lojistas para enfrentar essa dificuldade de vendas em uma data comemorativa tão importante ao comércio.

OBJETIVO

O objetivo desse estudo é traçar uma linha de conhecimento, por parte dos lojistas (objeto de estudo) que será constituído pelo entendimento do passado, presente e futuro, relacionado aos seus resultados de vendas. Tendo como propósito uma avaliação dos lojistas no sentido de integração com o mercado, consumidores e principalmente suas expectativas para o futuro.

Estar alinhado com o mercado, antecipar aos seus concorrentes e criar relacionamento com os seus clientes são pontos e atividades que devem ser realizadas por qualquer empreendimento ou comércio. Desta forma o lojista que busca e planeja suas ações está melhor capacitado para suportar as dificuldades do varejo; mesmo quando a maré não está para peixe.

Essa análise é importante para identificar o interesse dos lojistas com o macroambiente e consequentemente uma melhor gestão do seu microambiente, podemos perceber suas necessidades, suas ações e qual o seu entusiasmo com relação aos investimentos futuros. Ao questionar os lojistas sobre essas questões o objetivo é provocar uma reação, tendo como respostas, indicativos para buscar um perfil de compreensão mercadológica.

METODOLOGIA

A elaboração do estudo teve início através de reuniões para estabelecer os critérios da pesquisa quantitativa e a essência das questões. Nessas reuniões decidimos o teor das questões fechadas com múltiplas alternativas para resposta única.

O envio do formulário via e-mail foi realizado pela ACEA (Associação Comercial e Empresarial de Amparo) que apoiou no contato com os lojista e na divulgação da pesquisa. O tempo disponível para resposta dos lojistas foi do dia 04/12/2015 até o 14/12/2015 e tivemos o retorno de 12 formulários (lojistas) preenchidos. O formulário aplicado aos lojista pode ser visualizado - *vide Anexo I.*

LEVANTAMENTO DE DADOS

Os resultados dos dados apresentados foram extraídos da tabulação automática no recebimento dos formulários preenchidos pelos lojistas (filiados) da Associação Comercial e Empresarial de Amparo.

Questionados para comparar o resultado de vendas do natal de 2014 com o de 2013, metade dos filiados declaram que as vendas em 2014 diminuiram e 33,3% citam que as vendas permaneceram iguais. Apenas 16.7% dos filiados apresentaram aumento nas vendas, conforme demonstrado na figura 01.



Figura 01 – Comparação do resultado de vendas de 2014 com 2013.

Um ponto interessante aqui apresentado é a expectativa que a grande maioria, 58.3% do filiados tinham com o resultado de crescimento das vendas para o natal de 2014. 33.3% dos filiados acreditavam que as vendas seriam normais para a data comemorativa e 8.3% percebiam uma baixa no resultado de vendas, conforme apresentado na figura 02.

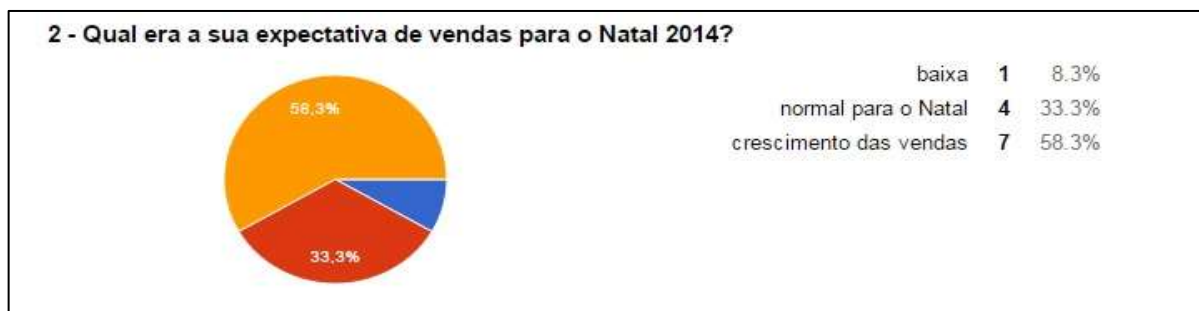


Figura 02 – Expectativa de vendas para o Natal de 2014.

Com relação à pergunta de número 03, 66.7% dos afiliados declaram, terem se preparado para o Natal de 2014 através de novos produtos e menores preços e 16.7% apenas esperavam os clientes. Também com 16.6% dos filiados, disseram não criar nada de novo para a data comemorativa, conforme demonstra a figura 03.

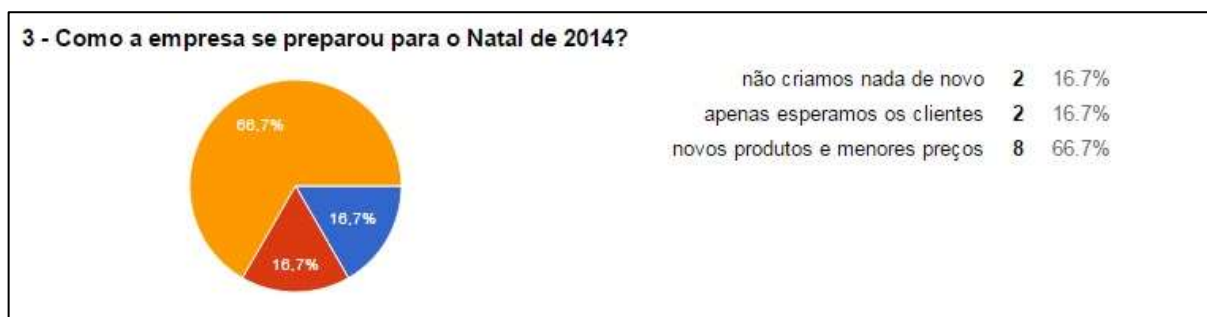


Figura 03 – Como a empresa se preparou para o Natal de 2014.

No que diz respeito aos estoques, 75% dos filiados declaram que ao final do Natal seu estoque estava equilibrado, pelo motivo de terem comprado menos. E 16.7% disseram ter ainda o estoque alto, por não ter vendido, como indicação da figura 04.

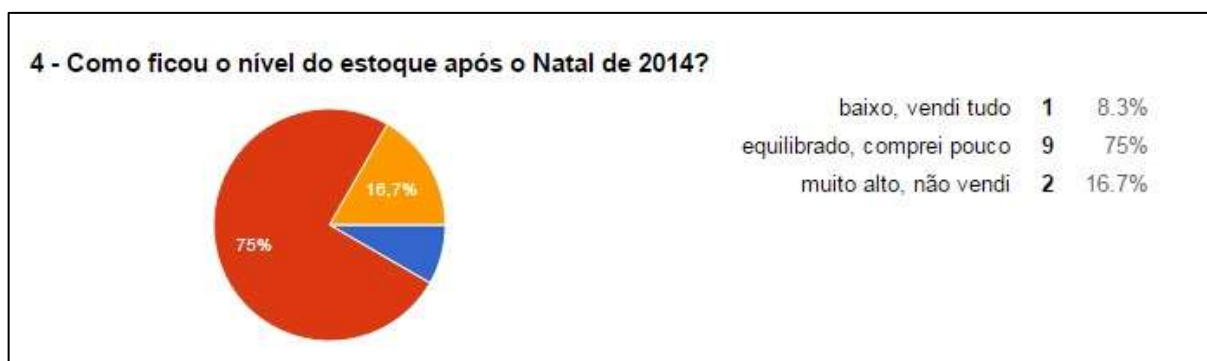


Figura 04 – Nível de estoque após o Natal 2014.

Já no questionamento relacionado ao ano de 2015, sobre as ações que realizaram para superar as dificuldades durante o ano de 2015, 50% dos filiados citam a redução de custos e 33.3% investimentos em relacionamento com o cliente, sendo observado na figura 05.

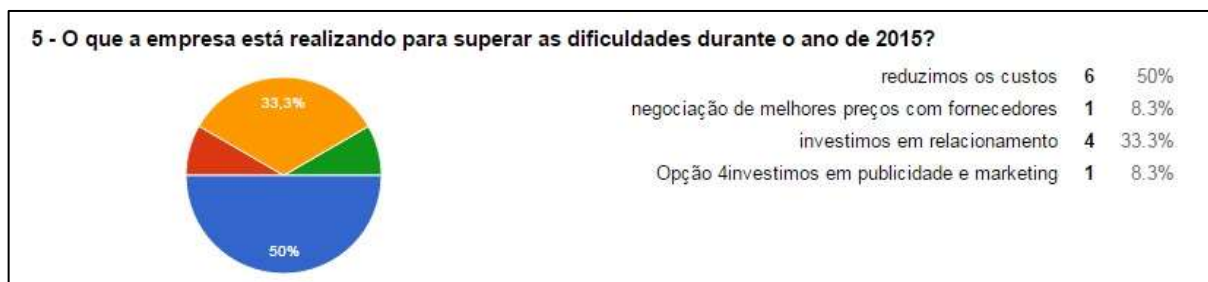


Figura 05 – Ações para superar as dificuldades em 2015.

Representados por 91.7% do filiados, citam pretender adotar alguma medida para estimular as vendas para o Natal de 2016, conforme apresentado na figura 06.

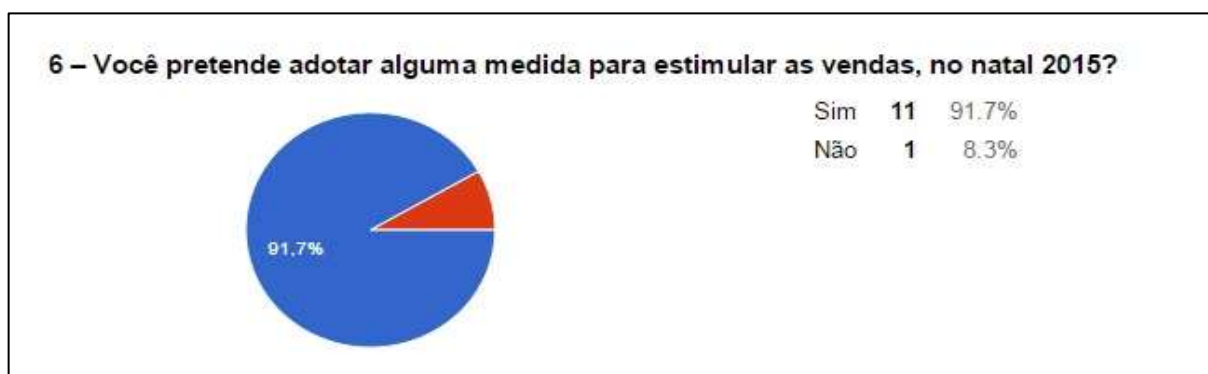


Figura 06 – Pretende estimular as vendas para o Natal de 2015.

Sobre as medidas mais adotadas, metade, 50% dos filiados citam promover maior parcelamento (cartão) e 16.7% indicam ampliar o mix de produtos. Investir em marketing e propaganda é apresentado por 16.7% dos entrevistados, como indica a figura 07.

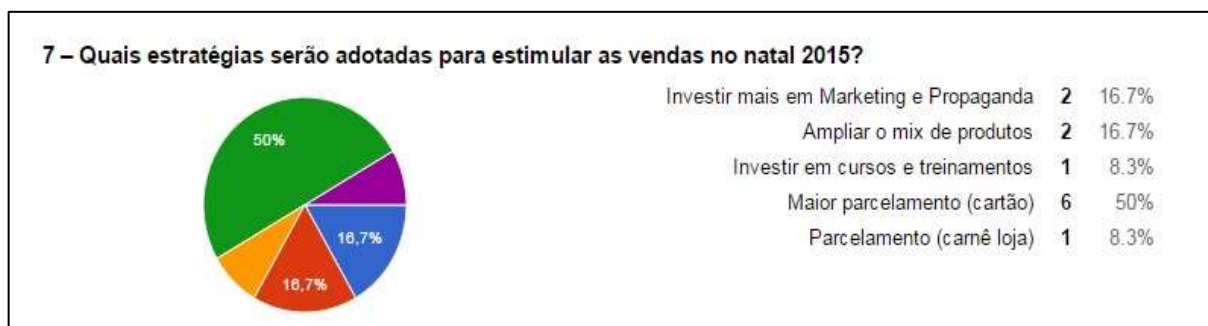


Figura 07 – Qual a estratégia adotada para estimular as vendas.

Tendo como pergunta a expectativa de vendas para o Natal de 2015, 50% dos filiados esperam igualar o resultado de vendas do ano anterior. 25% esperam aumentar os resultados de vendas e os outros 25%, relatam ter uma expectativa de diminuir seus resultados de vendas, como podemos observar na figura 08.



Figura 08 – Qual a sua expectativa para o Natal de 2015, comparado ao Natal de 2014.

Já a pergunta sobre o que esperar das vendas em 2016, metade dos filiados citam que será igual a 2015 e os outros 50% acreditam em uma leve recuperação dos resultados de vendas, conforme indicado na figura 09.

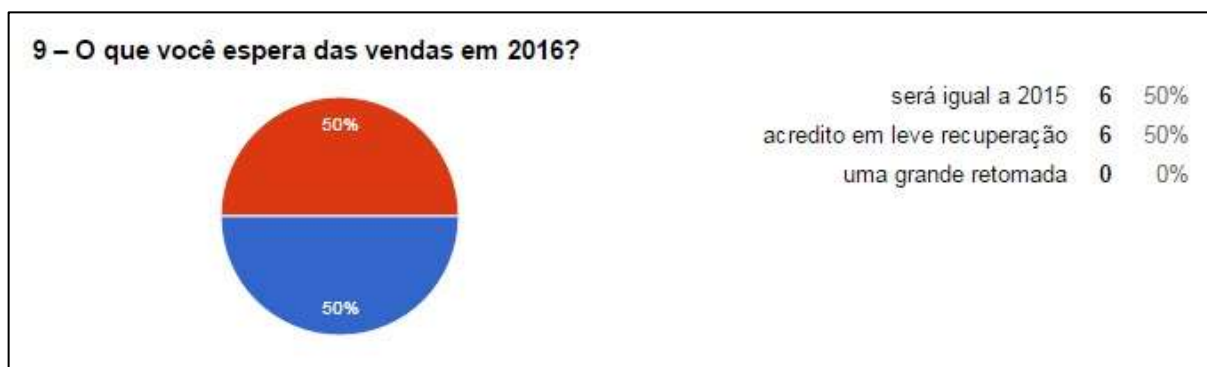


Figura 09 – O que você espera das vendas em 2016.

Com 66.7% dos lojistas, afirmam que seu planejamento de vendas é realizado mensalmente e 33.3% apresentam um planejamento semestral de vendas, conforme indicação da figura 10.

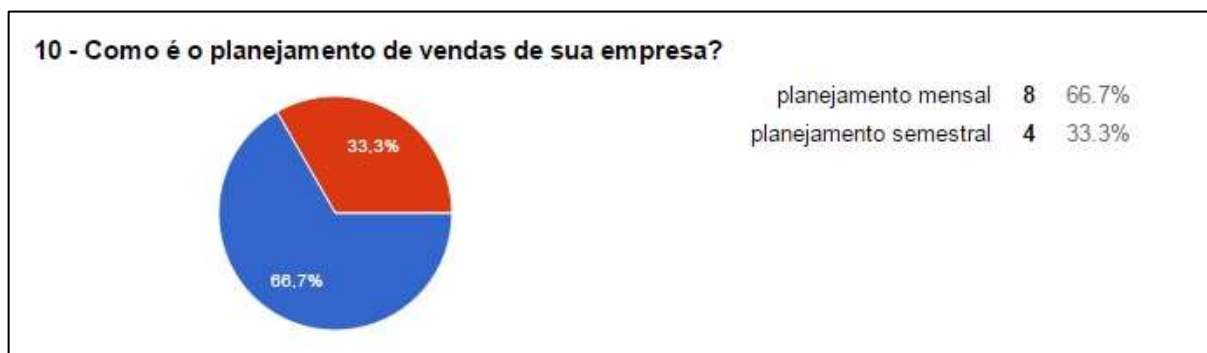


Figura 10 – Como é o planejamento de vendas.

Dados indicam que 83.3% dos filiados definem que investir é uma atitude para o crescimento em condições favoráveis e apenas 16.7% relatam essa atitude em condições desfavoráveis, como podemos observar na figura 11.



Figura 11 – Investir é uma atitude em condições favoráveis ou desfavoráveis.

No questionamento da intenção de investir em 2016, metade dos filiados disseram que vão aguardar o futuro e 33.3% vão manter os investimentos, como mostra a figura 12.

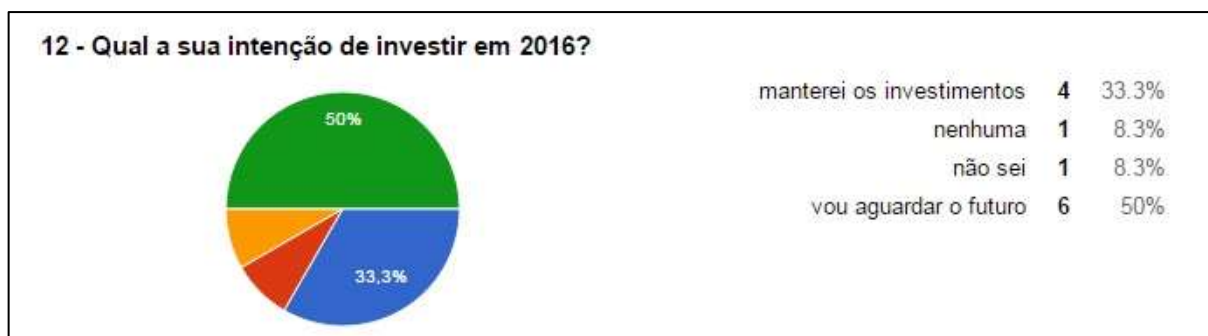


Figura 12 – Qual a sua intenção de investir em 2016.

Na sua totalidade, 100% dos filiados afirmam que a crise econômica é um reflexo do atual cenário político.

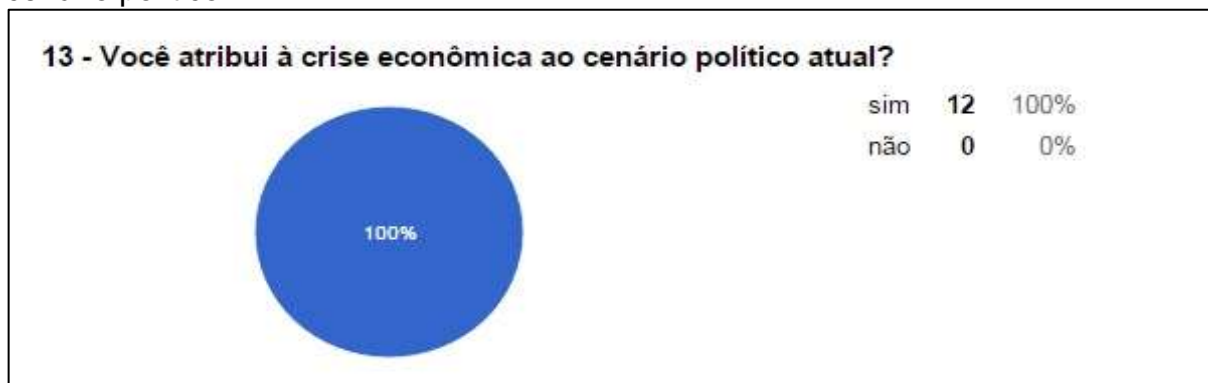


Figura 13 – Você atribui à crise econômica ao cenário político atual.

Considerando a expectativa econômica do país, 50% dos afiliados acreditam que o ano 2016 terá uma situação econômica pior e 16.7% ficará igual. Também como resposta, percebemos que 33.3% acham que irá melhor.

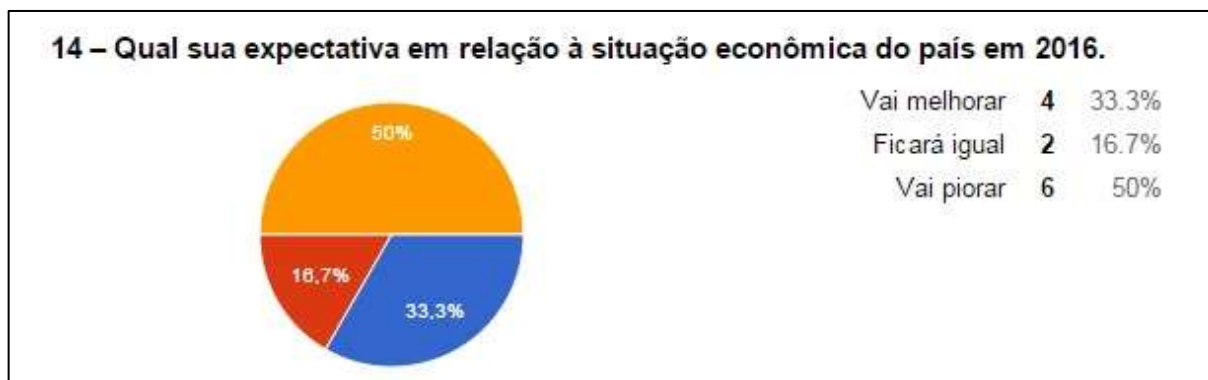


Figura 14 – Expectativa em relação econômica do país.

Podemos analisar que 83.3% dos lojistas não acreditam que exista uma integração e contribuição de todos os lojistas para melhorar o comércio local.

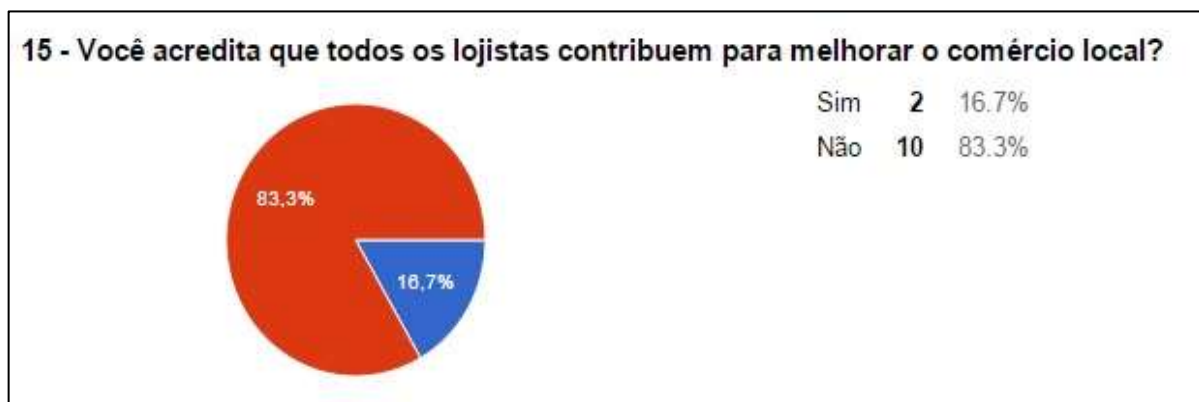


Figura 15 – Todos os lojistas contribuem para melhorar o comércio local.

Com relação ao relacionamento com os seus clientes, 58,3% conhecem de forma perfeita o perfil de seus clientes e 41.7% tem alguma informação.



Figura 16 – Você conhece o perfil do seu cliente.

Fica demonstrado na questão de número 17 que 75% dos filiados não têm interesse em abrir mais uma unidade ou outro empreendimento e 16,7% têm planos futuros. E apenas 8,3% relata planos de abrir em outro segmento.



Figura 17 – Planos para investir.

E a cotação da moeda estrangeira (dólar) apresenta algum impacto no preço final dos produtos para 66.7% dos entrevistados.

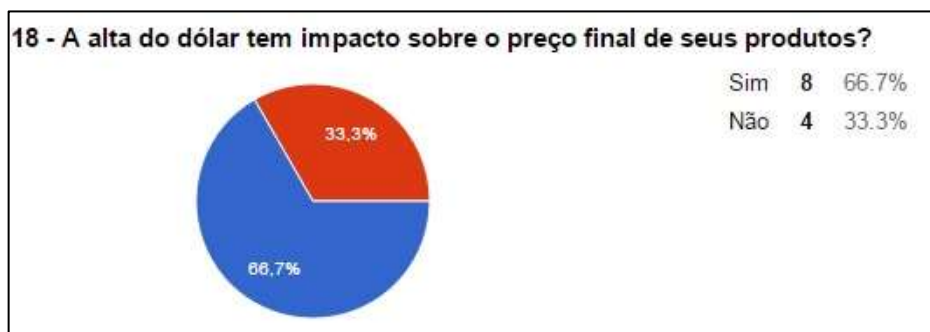


Figura 18 – Alta do dólar impacta no preço final de seus produtos.

CONCLUSÃO

Conhecer e estudar o mercado são plataformas essenciais na construção das ações de marketing e que tenham como proposta adaptar-se a realidade do consumidor e as variáveis do macroambiente. Quanto mais conhecimento desses fatores maior será a capacidade de acompanhar as necessidades dos consumidores, oferecendo possibilidades de produtos, formas de pagamentos e reconhecer a dificuldade de compras pelo baixo poder aquisitivo, apresentado nesse momento. Praticamente uma obrigação de transformar o negócio para atender e como resultado, aumentar as vendas ou minimizar o efeito a crise econômica.

Sendo assim, percebemos com detalhes as características dos lojistas (Amparo-SP) quanto aos seus resultados, expectativas e visão de futuro. De forma unânime, a crise econômica está relacionada a crise política, existente hoje em nossa nação, essa indicação dos lojistas demonstra uma preocupação com o futuro político que influencia, cria instabilidade econômica e principalmente a crise da expectativa negativa, já que metade do entrevistados declararam que 2016 será pior.

Entre as características analisadas, abaixo estão demonstradas:

- O resultado de vendas em 2014 foi menor do que 2013;
- Os lojistas decidiram disponibilizar novos produtos e preços menores para o Natal de 2014;
- Para enfrentar a crise no ano de 2015 a redução de custos foi muito utilizada;
- O estímulo para o Natal de 2015 está sustentado no maior parcelamento (cartão de crédito) oferecido aos consumidores;
- A grande expectativa para o Natal de 2015 é igualar o resultado de 2014;
- A maioria dos lojistas consideram investir apenas em condições favoráveis e não tem planos futuros para abrir um novo negócio;

Foi possível concluir que os entrevistados não acreditam na intergração dos próprios lojistas como contribuição para melhorar o comércio local e que mais da metade dos lojistas conhecem o perfil de seus consumidores.

Por fim, o estudo apresenta dados satisfatórios para compreender a realidade do comércio local, como também as expectativas dos lojistas em 2015 e para 2016.

BIBLIOGRAFIA

BARQUETTE, Satael. *Pesquisa de Marketing*. São Paulo: Saraiva, 2007.

FARIA, Izabel S. de *Pesquisa de Marketing: teoria e prática*. São Paulo: Makron Books, 2009.

MCDANIEL JUNIOR, Carl. *Fundamentos de Pesquisa de Marketing*. 4ªed. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 4ªed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

PALMER, Adrian. *Introdução ao Marketing: teoria e prática*. São Paulo: Ática, 2006.

ANEXO I

Varejo Amparo 2015

1 Como você avaliou o resultado de suas vendas no natal 2014 comparado ao natal 2013?

Marcar apenas uma oval.

- Aumentaram
 Ficaram iguais a 2013
 Diminuíram

2 Qual era a sua expectativa de vendas para o Natal 2014?

Marcar apenas uma oval.

- baixa
 normal para o Natal
 crescimento das vendas

3 Como a empresa se preparou para o Natal de 2014?

Marcar apenas uma oval.

- não criamos nada de novo
 apenas esperamos os clientes
 novos produtos e menores preços

4 Como ficou o nível do estoque após o Natal de 2014?

Marcar apenas uma oval.

- baixo, vendi tudo
 equilibrado, comprei pouco
 muito alto, não vendi

5 O que a empresa está realizando para superar as dificuldades durante o ano de 2015?

Marcar apenas uma oval.

- reduzimos os custos
 negociação de melhores preços com fornecedores
 investimos em relacionamento
 Opção 4 investimos em publicidade e marketing

6 – Você pretende adotar alguma medida para estimular as vendas, no natal 2015?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

ANEXO I – página 02

7 – Quais estratégias serão adotadas para estimular as vendas no natal 2015?

Marcar apenas uma oval.

- Investir mais em Marketing e Propaganda
- Ampliar o mix de produtos
- Investir em cursos e treinamentos
- Maior parcelamento (cartão)
- Parcelamento (camê loja)

8 Qual a sua expectativa de vendas para o Natal 2015, comparado ao Natal 2014?

Marcar apenas uma oval.

- Aumentar as vendas
- Igualar a 2014
- Diminuir

9 – O que você espera das vendas em 2016?

Marcar apenas uma oval.

- será igual a 2015
- acredito em leve recuperação
- uma grande retomada

10 Como é o planejamento de vendas de sua empresa?

Marcar apenas uma oval.

- planejamento mensal
- planejamento semestral

11 Investir é uma atitude para o crescimento em condições favoráveis ou desfavoráveis?

Marcar apenas uma oval.

- desfavoráveis
- favoráveis

12 Qual a sua intenção de investir em 2016?

Marcar apenas uma oval.

- mantereí os investimentos
- nenhuma
- não sei
- vou aguardar o futuro

13 Você atribui à crise econômica ao cenário político atual?

Marcar apenas uma oval.

- sim
- não

ANEXO I – página 03

14. 14 – Qual sua expectativa em relação à situação econômica do país em 2016.
Marcar apenas uma oval.

- Vai melhorar
 Ficará igual
 Vai piorar

15. 15 Você acredita que todos os lojistas contribuem para melhorar o comércio local?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

16. 16 Você sabe traçar o perfil do seu cliente/consumidor?

Marcar apenas uma oval.

- não
 tenho algumas informações
 conheço perfeitamente.

17. 17 A empresa tem planos futuros para abrir outra loja ou empreendimento?

Marcar apenas uma oval.

- não
 mais uma loja
 sim, mas em outro segmento

18. 18 A alta do dólar tem impacto sobre o preço final de seus produtos?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

19. 19 Quais são as suas dificuldades do diaadía?

20. 19 Seus parceiros estão presentes nos momentos de dificuldades enfrentado pela empresa?
