



PESQUISA
SONDAGEM DE VENDAS
PÁSCOA 2014 x 2015

Palmas – TO, 13 de abril de 2015

EXPEDIENTE DE PESQUISA

CORPO DOCENTE UFT

Colegiado do Curso de Graduação em Ciências Contábeis
Campus de Palmas

Delson Henrique Gomes
Coordenador Geral

Aires Paulo Pedro Panda
Acadêmico – Curso de Administração (Palmas)

Ana Carla Alves dos Santos
Acadêmica – Curso de Ciências Contábeis (Palmas)

Claudemir Pedro Simão de Assis
Acadêmico – Curso de Logística (Araguaína)

Karolinne Silva Borges
Acadêmica – Curso de Agronomia (Gurupi)

Tânia Mara Cardoso dos Santos
Acadêmica – Curso de Agronomia (Gurupi)

Tharles Breendow Botelho Silva
Acadêmico – Curso de Logística (Araguaína)

Thatiellen Menezes Ferreira
Acadêmica – Curso de Administração (Palmas)

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
Auxiliar Administrativo
Acadêmica – Curso de Ciências Econômicas (UFT)

SUMÁRIO

OBJETIVO DA PESQUISA	4
METODOLOGIA.....	4
RESULTADOS	5
CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	5
1. Cargo do entrevistado.....	5
2. Tipo do Comércio.....	5
3. Segmento Comercial.....	6
4. Porte da Empresa.....	6
SONDAGEM DE VENDAS	7
5. Em relação à Páscoa do ano passado, como foram suas vendas?.....	7
6. Se aumentaram as vendas, quanto?	7
7. Se diminuíram as vendas, quanto?	8
8. Qual forma de pagamento foi a mais utilizada nessa data comemorativa?	8
9. A sua empresa realizou algum tipo de promoção nessa data comemorativa?	8
10. Caso sua empresa tenha realizado algum tipo de promoção nessa data comemorativa, qual?.....	9
11. A sua empresa investiu em alguma ação publicitária para elevar as vendas da Páscoa?	9
12. Em relação ao ano passado o seu estoque para Páscoa em 2014 estava:.....	9
13. Qual o valor médio gasto pelos clientes para compras da Páscoa?	10
14. Durante o período que antecedeu a Páscoa, a sua empresa contratou funcionários temporários? .	10
15. Caso tenha contratado funcionários temporários, quantos?.....	11
16. A sua empresa costuma efetivar funcionários temporários para esta data comemorativa?.....	11
CONCLUSÕES.....	12

OBJETIVO DA PESQUISA

Conhecer o perfil da comercialização do comércio de Palmas - TO na Páscoa de 2015, através da sondagem de vendas.

METODOLOGIA

A fim de proporcionar aos empresários de Palmas informações confiáveis com dados dispostos estatisticamente corretos através da sondagem de vendas sobre o perfil do consumidor do município e sua expectativa de consumo para a Páscoa de 2015, utilizou-se o rigor metodológico necessário para elaboração do estudo proposto.

Podemos verificar por meio do instrumento de coleta de dados aspectos sobre a característica das empresas e das vendas.

Para que fosse alcançado tal objetivo, a pesquisa foi realizada em 50 empresas comerciais e prestadoras de serviços, distribuídas nas principais áreas comerciais do município de Palmas, com características de comercialização de produtos que atendessem aos desejos da comunidade palmense, identificados anteriormente através da pesquisa de expectativa de consumo para a Páscoa. São esses os produtos:

1. Ovo de Páscoa
2. Cesta de Chocolate
3. Caixa de Bombons
4. Ovo com brinquedo dentro
5. Barra de chocolate
6. Chocolate caseiro
7. Ovo com Chocolate Diet
8. Outros

Para tal, foi utilizado um questionário contendo 16 questões, aplicado entre os dias 06 a 09 de abril de 2015, em horário comercial, nos locais de grande movimento distribuídos estrategicamente em todo município de Palmas.

Tal procedimento metodológico descrito colaborou para que fosse construída uma pesquisa confiável, prática e de grande objetividade, uma vez que se utilizou de técnicas estatísticas padronizadas, obtendo assim um resultado de cunho não probabilístico.

RESULTADOS

CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

1. Cargo do entrevistado

Tabela 01 - Cargo do Entrevistado

CARGO	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Proprietário	16%	3	26%	13
Gerente	63%	12	36%	18
Outros	21%	4	38%	19

Fonte: Pesquisa de campo

2. Tipo do Comércio

Tabela 02 – Tipo do Comércio

TIPO	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Supermercado	37%	7	82%	41
Outros	-	-	8%	4
Comércio de rua	32%	6	6%	3
Shopping	32%	6	4%	2

Fonte: Pesquisa de campo

3. Segmento Comercial

Tabela 03 - Segmento Comercial

SEGMENTO	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Supermercado	5%	1	84%	42
Lojas de conveniência	-	-	6%	3
Chocolate	95%	1	4%	2
Lojas de departamento	-	-	4%	2
Outros	-	-	2%	1

Fonte: Pesquisa de campo

4. Porte da Empresa

Tabela 04 – Porte da Empresa

PORTE	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Micro	11%	2	2%	1
Pequena	26%	5	62%	31
Média	32%	6	24%	12
Grande	32%	6	12%	6

Fonte: Pesquisa de campo

SONDAGEM DE VENDAS

5. Em relação à Páscoa do ano passado, como foram suas vendas?

Tabela 05 - Vendas do ano de 2015

VENDAS	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Aumentaram	29%	5	30%	15
Diminuíram	24%	4	30%	15
Foram iguais	47%	8	40%	20

Fonte: Pesquisa de campo

6. Se aumentaram as vendas, quanto?

Tabela 06 – Aumento das Vendas

AUMENTO	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Até 5% de aumento	-	-	26,7%	4
Entre 6% 3 10% de aumento	40%	2	46,7%	7
Entre 11% e 20% de aumento	60%	3	13,3%	2
Superior a 20% de aumento	-	-	13,3%	2

Fonte: Pesquisa de campo

7. Se diminuíram as vendas, quanto?

Tabela 07 – Redução das Vendas

AUMENTO	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Até 5% de redução	-	-	6,7%	1
Entre 6% a 10% de redução	75%	3	20%	3
Entre 11% e 20% de redução	-	-	26,7%	4
Superior a 20% de redução	25%	1	46,7%	7

Fonte: Pesquisa de campo

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

Tabela 08 – Forma de Pagamento

FORMA DE PAGAMENTO	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Dinheiro	21%	4	46%	23
Cartão de crédito	63%	12	36%	18
Cartão de débito	16%	3	18%	9

Fonte: Pesquisa de campo

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

Tabela 09 – Realização de Promoção

PROMOÇÃO	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Não	42%	8	60%	30
Sim	58%	11	38%	19
Não responderam	-	-	2%	1

Fonte: Pesquisa de campo

10. Caso sua empresa tenha realizado algum tipo de promoção nessa data comemorativa, qual?

Tabela 10 – Tipo de Promoção Realizada

TIPO	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Sorteio e/ou distribuição de brindes	18%	2	31,6%	6
Ofertas especiais (relâmpago/do dia/ da semana/ mês)	45%	5	-	-
Descontos especiais	27%	3	42,1%	8
Vendas parceladas s/ juros	9%	1	5,7%	1
Outros	-	-	10,3%	2
Não responderam	-	-	10,3%	2

Fonte: Pesquisa de campo

11. A sua empresa investiu em alguma ação publicitária para elevar as vendas da Páscoa?

Tabela 11 – Ação Publicitária

PUBLICIDADE	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Não	56%	10	80%	40
Sim	44%	8	20%	10

Fonte: Pesquisa de campo

12. Em relação ao ano passado o seu estoque para Páscoa em 2015 estava:

Tabela 12 – Estoque

ESTOQUE	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Maior	41%	7	40%	20
Igual	53%	9	36%	18
Menor	6%	1	24%	12

Fonte: Pesquisa de campo

13. Qual o valor médio gasto pelos clientes para compras da Páscoa?

VALOR MÉDIO GASTO	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Até R\$ 50,00	21%	04	60%	30
De R\$ 50,01 a R\$ 100,00	47%	09	18%	9
De R\$ 100,01 a R\$ 150,00	16%	03	14%	7
De R\$ 150,01 a R\$ 250,00	11%	02	2%	1
De R\$ 250,01 a R\$ 400,00	-	-	-	-
De R\$ 400,01 a R\$ 500,00	-	-	2%	1
De R\$ 500,01 a R\$ 1.000,00	5%	01	-	-
Acima de R\$ 1.000,00	-	-	4%	2

Fonte: Pesquisa de campo

14. Durante o período que antecedeu a Páscoa, a sua empresa contratou funcionários temporários?

Tabela 14 – Contratação

CONTRATAÇÃO	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Não	74%	14	90%	45
Sim	26%	5	10%	5

Fonte: Pesquisa de campo

15. Caso tenha contratado funcionários temporários, quantos?

Tabela 15 – Quantidade de Funcionários Contratados

QUANTIDADE DE CONTRATAÇÃO	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Entre 1 e 2 funcionários	40%	02	80%	4
Entre 3 e 4 funcionários	20%	01	-	-
Entre 5 e 10 funcionários	40%	02	20%	1
Acima de 10 funcionários	-	-	-	-

Fonte: Pesquisa de campo

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

Tabela 16 – Costume de efetivação de funcionários

EFETIVAÇÃO DE FUNCIONÁRIOS	2014		2015	
	%	QDT.	%	QDT.
Não	20%	1	81,8%	18
Sim	80%	4	18,2%	4

Fonte: Pesquisa de campo

CONCLUSÕES

Através dos estudos realizados pelo Instituto Fecomércio de Pesquisa e Desenvolvimento em parceria com a Universidade Federal do Tocantins, utilizando como valores éticos a transparência e a confiabilidade dos dados produzidos, foram pesquisados junto ao comércio e prestadoras de serviços no município de Palmas a sondagem de vendas.

A pesquisa foi aplicada em 50 empreendimentos com produtos e serviços relacionados à Páscoa para 2015, distribuídos em toda a cidade, tendo como principais resultados as seguintes verificações, subdivididas em dois blocos:

- Caracterização da empresa

Os principais respondentes da pesquisa foram os gerentes das empresas, sendo esses 36% dos entrevistados. Entre os tipos de comércio mais pesquisados, os supermercados ficaram em primeiro lugar com 82%. 84% das empresas estudadas foram do supermercado, sendo 62% empreendimentos de pequeno porte.

- Sondagem de vendas

Foi observado que 40% dos entrevistados afirmaram terem suas vendas iguais nessa data da Páscoa em relação ao ano passado, 30% aumentaram suas vendas e 30% tiveram redução. Entre as empresas que responderam anteriormente que tiveram suas vendas aumentadas em relação à data comemorativa do ano passado, 46,7% responderam que suas vendas aumentaram entre 6 e 10%. Já entre as que responderam que tiveram suas vendas reduzidas em relação à data comemorativa do ano passado, 46,7% afirmaram uma redução nas vendas superior a 20%.

Questionados sobre a forma de pagamento mais utilizada pelos clientes nas compras realizadas para a Páscoa, foi percebido que 46% das empresas efetuaram suas vendas através do cartão de dinheiro.

Entre os pesquisados, 60% dos entrevistados afirmaram não ter realizado nenhum tipo de promoção para a data comemorativa, sendo entre as que realizaram promoção, 45% realizaram descontos especiais.

Questionados sobre o estoque, verificou-se que 40% dos entrevistados avaliaram como “Maior” seu estoque de mercadorias este ano em relação ao ano anterior, e que 47% dos valores médios gastos nas empresas com compras para a Páscoa foram entre até R\$50,00.

Foi verificado ainda que 90% das empresas pesquisadas não contrataram funcionários temporários para a Páscoa, e entre as empresas que afirmaram ter contratado, 80% fizeram contratação de 1 a 2 funcionários.