

noonly

ciência de dados e inteligência geográfica

DIAS
DAS
MÃES

2021
Jundiaí



Como está o cenário do mercado para o segundo trimestre de 2021?

Esse Dia das Mães será melhor do que de 2020?

Projeção do varejo para o Dia das Mães

Características de mercado e hábitos de consumo da população de Jundiaí, SP

Quais vias terão mais movimento no Centro nos dias que antecedem o Dia das Mães?

Como é a distribuição do potencial de consumo em Jundiaí de algumas categorias relevantes para o Dia das Mães?

O que devemos fazer para melhor receber nossos clientes para o Dia das Mães?

Produtos de destaque para o Dia das Mães

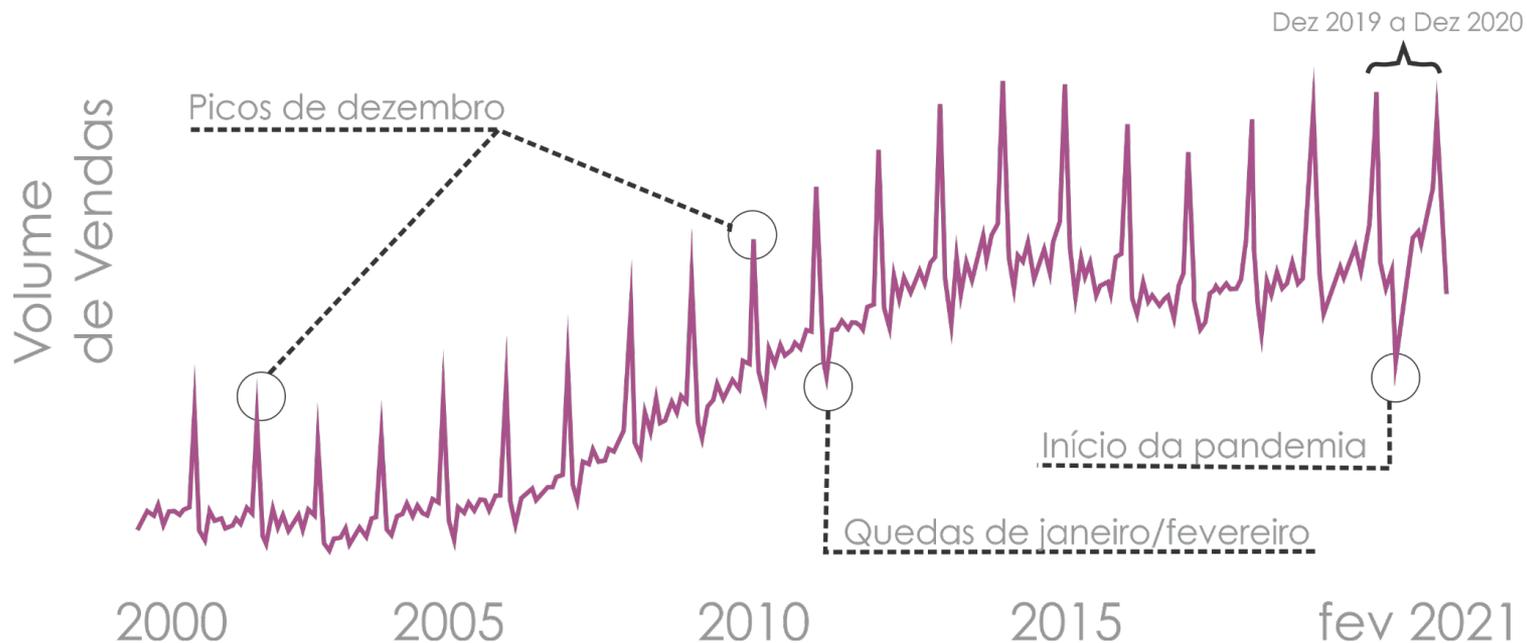


Como está o cenário do mercado para o segundo trimestre de 2021?

Como podemos nos preparar para o Dia das Mães?

Para entendermos com mais cuidado, vamos olhar para dados do passado para termos um referencial comparativo

Volume de vendas no varejo no estado de São Paulo histórico e pandemia*



Fonte: Noonly
dados PMC- IBGE

*Esse comportamento segue, salvo algumas particularidades, muito similar na cidade de Jundiá.

Volume de vendas no varejo no estado de São Paulo histórico e pandemia*

1

Picos de dezembro

são aumentos típicos nas vendas decorrentes de festas de fim de ano, como o natal. Podemos ver em todos os anos, mesmo em 2020.

2

Quedas de janeiro/fevereiro

Normalmente o mercado dá uma retraída, após o aumento do consumo no Natal e Ano Novo. Soma-se ainda impostos, matrículas escolares, etc.

3

Início da pandemia

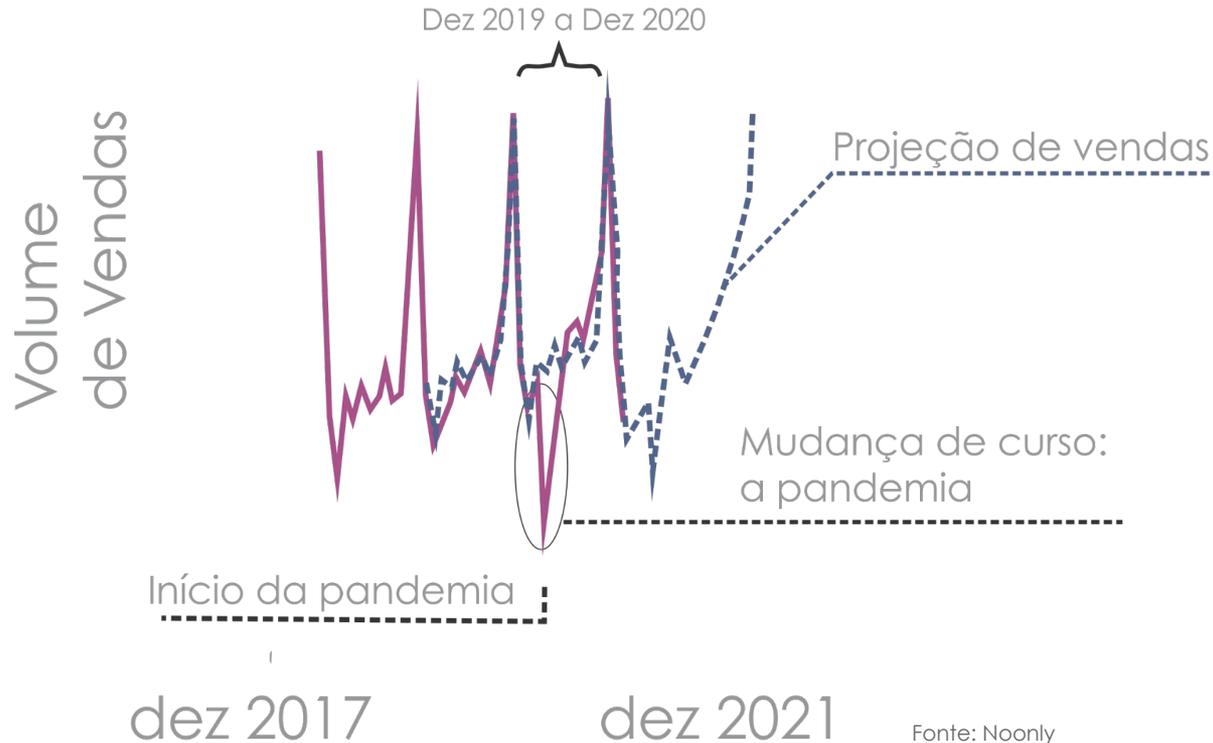
Final de fevereiro e começo de março, notamos uma queda abrupta das vendas, pelo início do lockdown e incertezas sobre a situação.

4

Dez 2019 a Dez 2020

Mesmo tendo sido afetado, o final do ano de 2020 teve recuperação. Apesar de muitos comércios terem fechado, principalmente durante o lockdown, o volume de vendas do varejo está relativamente bem se compararmos com o início dos anos 2000/10.

Projeção de vendas no varejo no estado de São Paulo projeção e pandemia



Fonte: Noonly
dados PMC- IBGE

Projeção de vendas no varejo no estado de São Paulo projeção e pandemia

1

Projeção de vendas - linha azul

A projeção utilizou dados históricos de venda desde o ano 2000. Podemos vê-la representada pela linha azul no gráfico.

2

Mudança de curso: a pandemia

Podemos ver a diferença entre o volume de vendas real (roxo) e o volume projetado caso não houvesse a pandemia.

3

2021

Apesar da queda abrupta em março de 2020, no final do ano as vendas acompanharam de certa forma a projeção que não considerou o fator pandemia. Os primeiros meses de 2021 continuam sendo afetados pela 2ª onda mais forte e pelo lockdown, mas tende a ser melhor do que 2020. A projeção é que **maio de 2021 possa ser até 10% maior do que maio de 2020.**

Apesar da confiança ainda estar abalada, a taxa de desemprego maior e o poder de compra menor, **tivemos uma redução no isolamento social em Jundiaí e um maior conhecimento sobre como nos prevenir da Covid.**

Somando esses fatores e o desenvolvimento do índice de confiança ao longo dos meses, **maio de 2021 deve ser um pouco melhor.**

Índice de Confiança do Consumidor

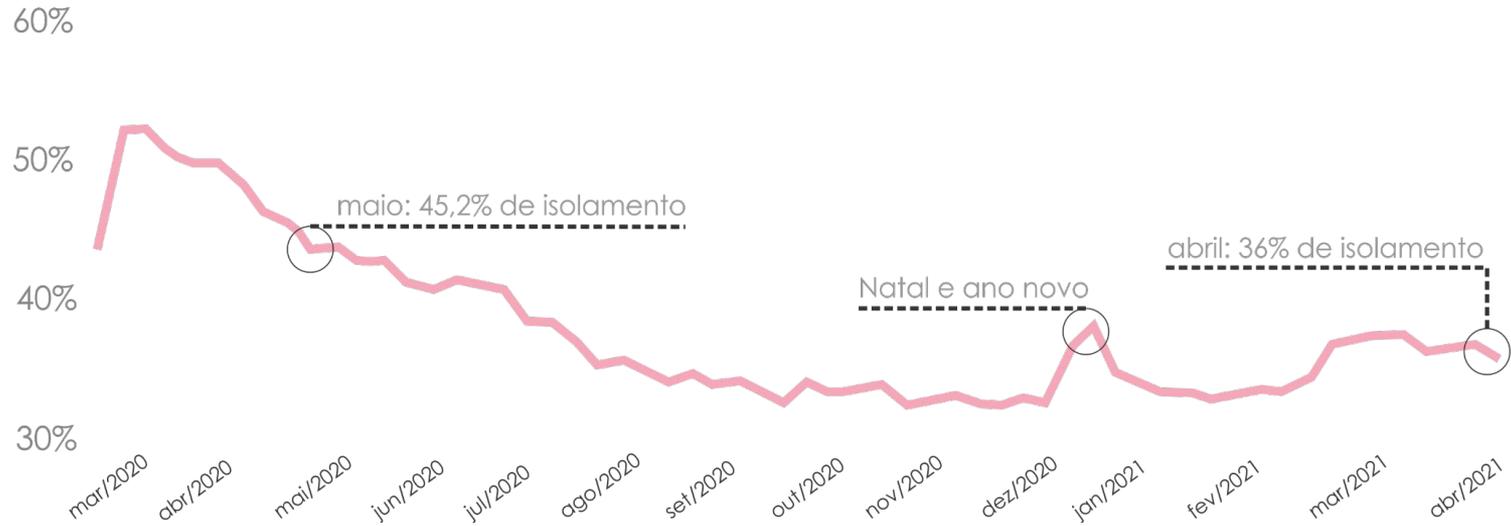


Fonte: NielsenIQ

A tendência é que a confiança do consumidor em maio de 2021 seja maior do que maio de 2020.



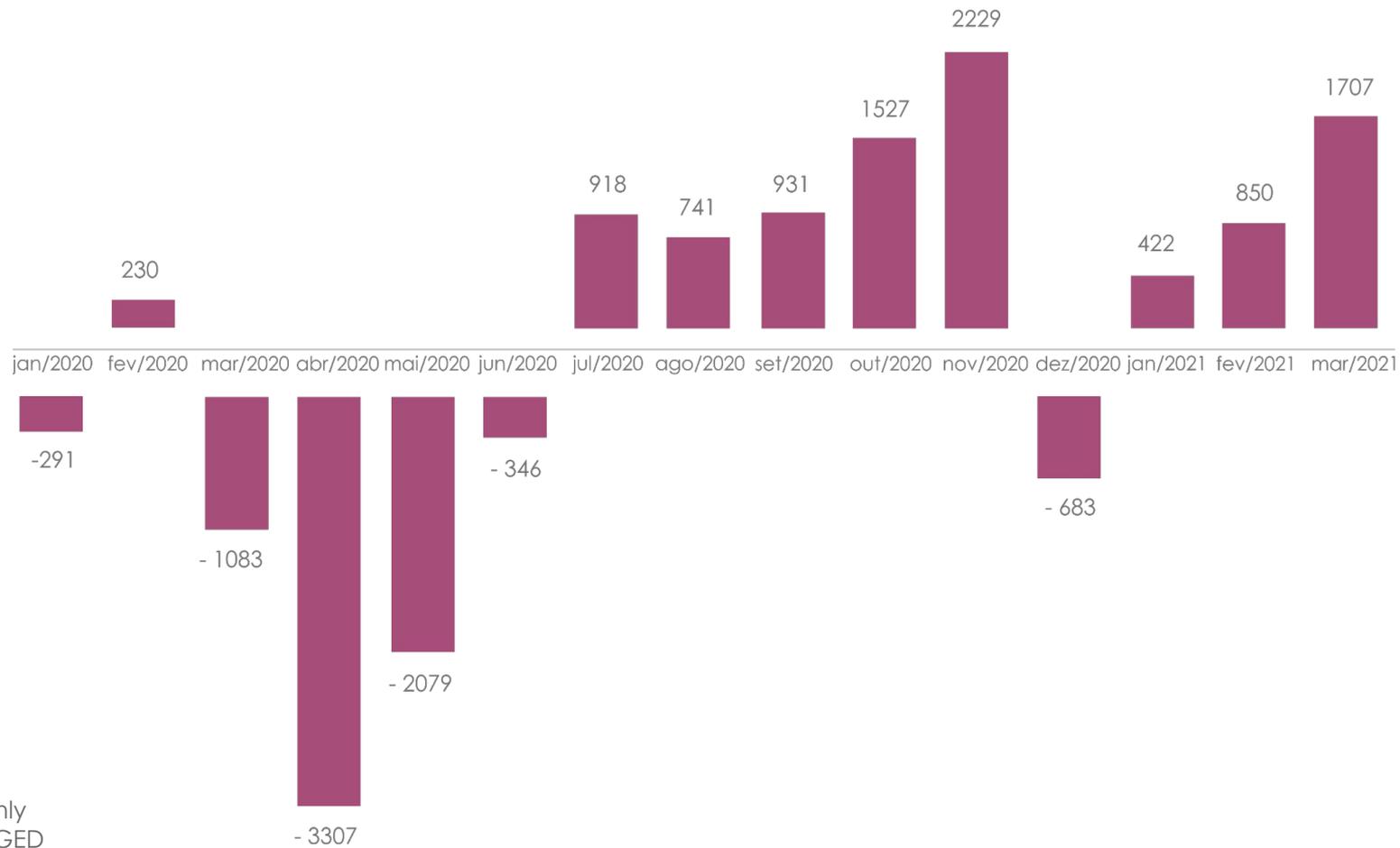
Isolamento social na cidade de Jundiáí



Fonte: Noonly
Dados do Sistema de Monitoramento
Inteligente do Governo de São Paulo - SIMI

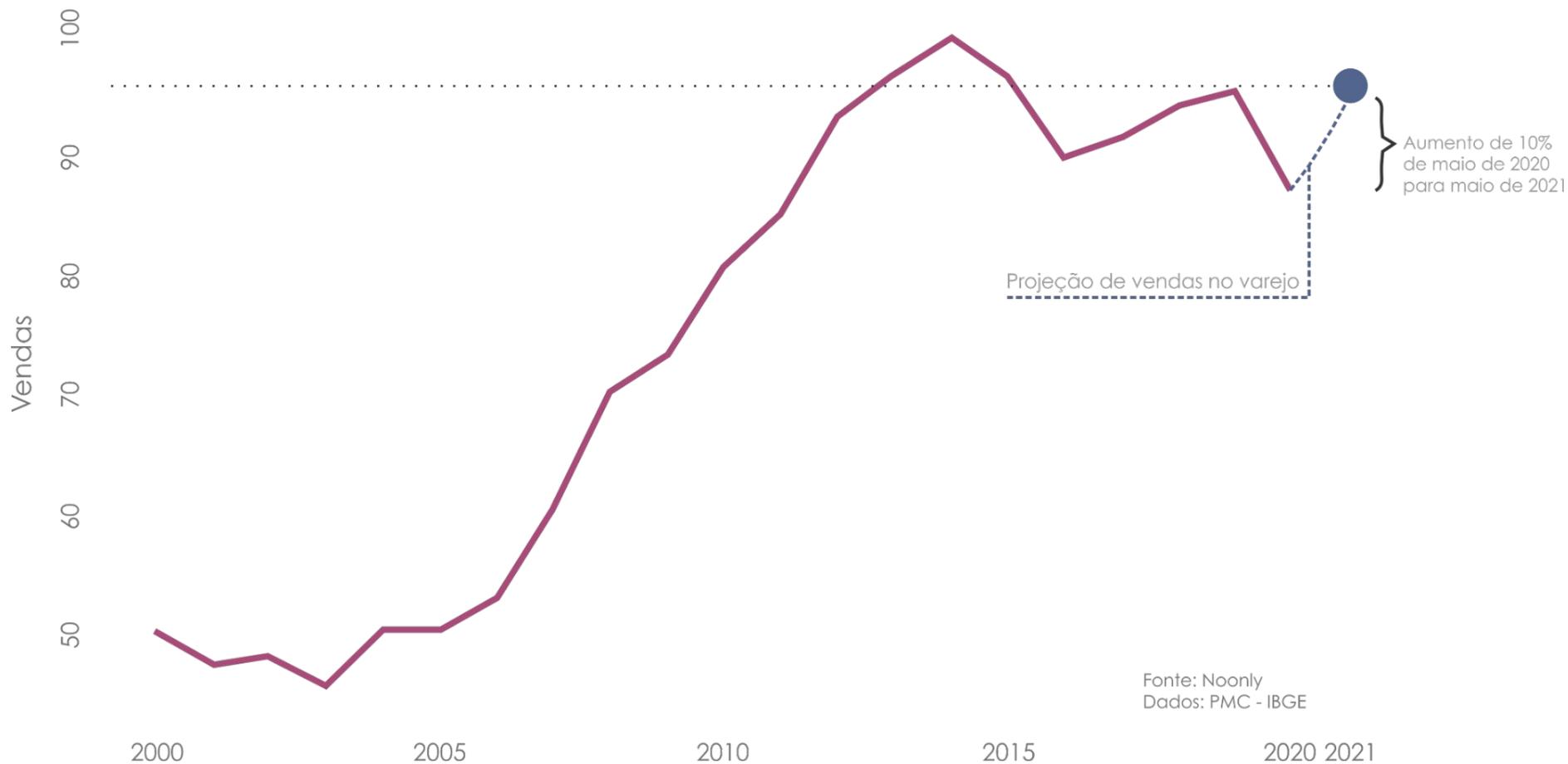
Projeção do varejo para o
Dias das Mães

Empregos gerados em Jundiaí, SP - 2020/2021



Os dados do CAGED para o município de Jundiaí mostram que saldo entre admissões e demissões foi negativo na maior parte do primeiro semestre de 2020, sendo o mês de maio o segundo pior mês do semestre (2079 postos de trabalhos fechados). Nos primeiros meses de 2021, a geração de emprego mostrou um saldo positivo, mesmo no pior momento da pandemia.

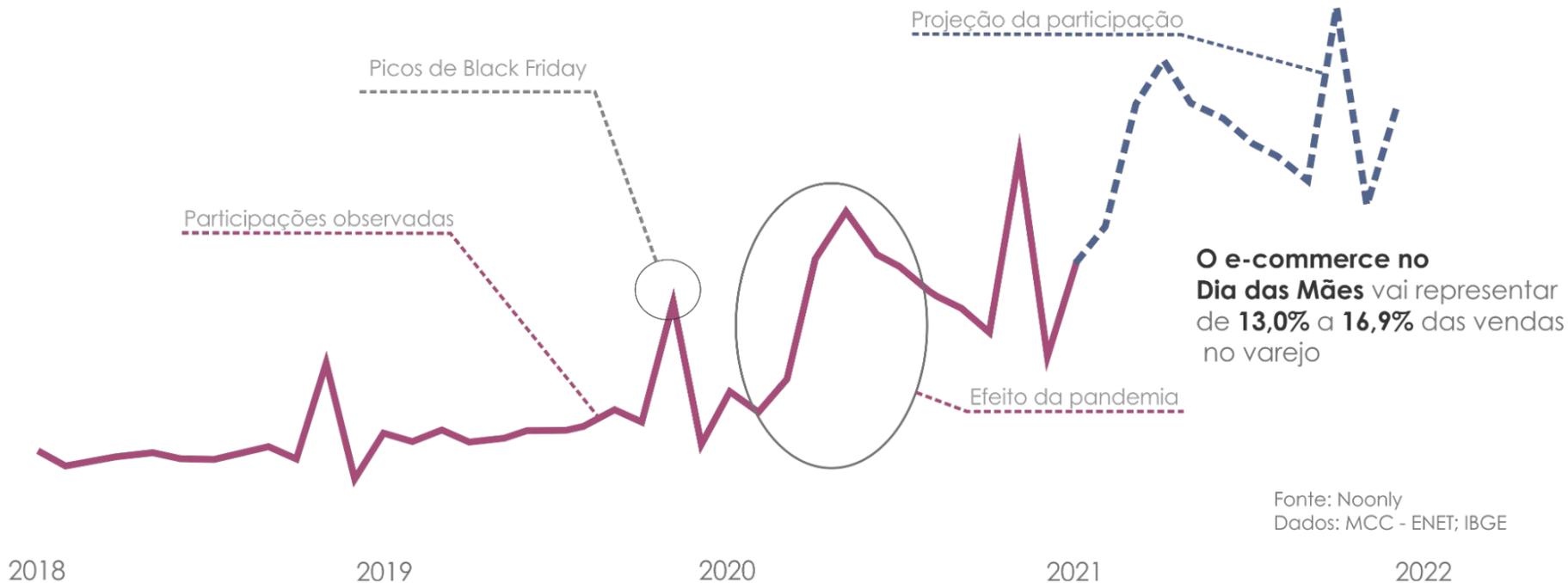
Vendas no varejo no estado de São Paulo para os meses de maio



A geração de emprego, juntamente com as parcelas do auxílio emergencial e dados de menor isolamento social são fatores que sugerem um cenário de melhor vendas do varejo para o Dia das Mães de 2021 do que o Dia das Mães do ano passado. A projeção é de que as vendas possam aumentar cerca de 10%.

Projeção da participação do e-commerce no comércio varejista

Participação das vendas



A participação do e-commerce tem uma parcela significativa nas vendas do varejo. Os maiores picos de venda online ocorriam/ocorrem em novembro, durante a Black Friday. Com a pandemia e o lockdown, muitos consumidores não tão adeptos ao mundo digital, precisaram aprender a usar a internet para realizar suas compras, e isso acelerou o desenvolvimento dessa modalidade.

Com mais pessoas no Digital, é extremamente recomendado com que as lojas físicas tenham uma presença online também. Mesmo que não possuam e-commerce, ter seus dados atualizados no Google, site, redes sociais, é algo fundamental.

Características de mercado
e hábitos de consumo da população
de **Jundiaí, SP**

Analisando dados de picos de movimento no Terminal Central de Jundiá e nos comércios da zona central da cidade, percebemos um movimento pendular das pessoas muito interessante. E entender esse movimento nos ajuda a conhecer a dinâmica da cidade e a nos preparar para receber os clientes com qualidade no atendimento em todos os momentos.

De segunda a sexta, o pico de movimento no terminal começa entre as 6h e 8h, com as pessoas chegando para o trabalho. Próxima das 9h, 10h, muitas dessas pessoas que já estão no Centro trabalhando, começam a movimentar as lojas vizinhas. Temos um pico nas lojas perto de 11h (logo antes do almoço), com um tempo de permanência mais curto, pois muitas irão almoçar e voltar ao trabalho. **Equipe treinada para agilidade no atendimento é fundamental.** No horário de almoço o movimento reduz, aumentando novamente perto das 15h, principalmente às sextas-feiras.

Aos sábados, o pico de movimento nas lojas fica entre 10h e 13h.

Fonte: Google



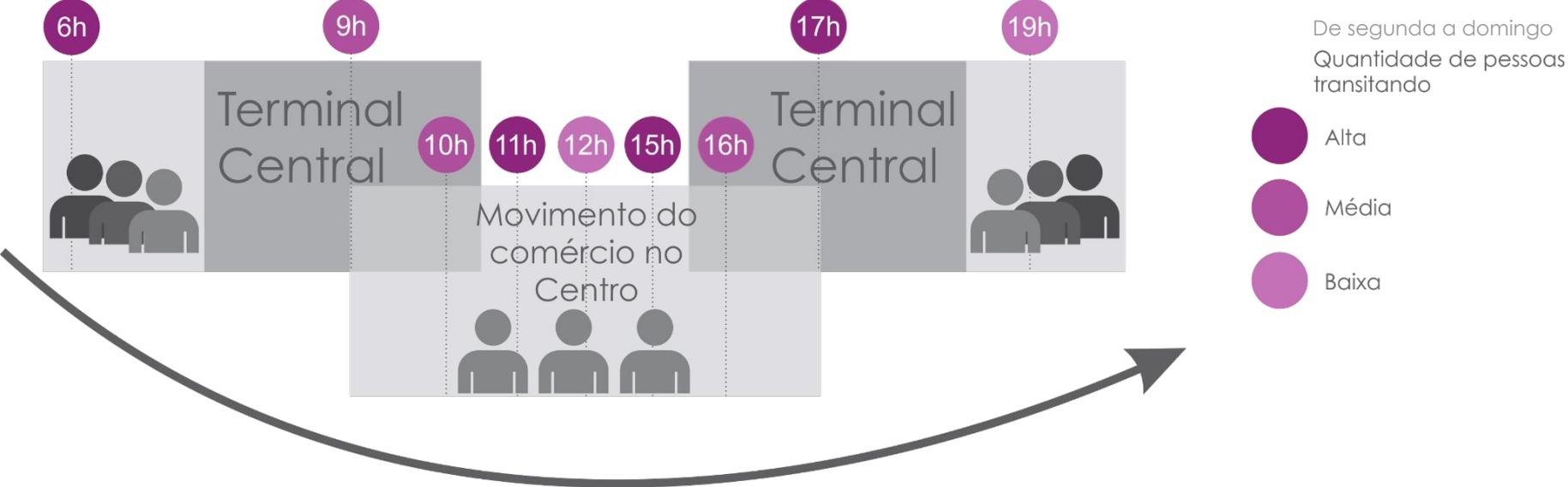


Dia das Mães

Para o Dia das Mães é esperado que muitos consumidores façam compras de última hora, principalmente na véspera, sexta-feira e sábado. O período da tarde da sexta (07/05/2021) deve ter um aumento de pessoas circulando no centro. Já no sábado o pico fica das 11h às 13h.

Preparar a loja para receber os clientes com segurança durante a pandemia é essencial. Daremos algumas dicas mais à frente, mas saiba que o consumidor conseguir **achar sua loja e ver seu horário de funcionamento atualizado na internet** pode reduzir uma de suas preocupações, que é circular à toa pelas ruas na pandemia.

Movimento das pessoas entre o Terminal Central e o Centro de Jundiáí



Fonte: Noonly
Dados Google

Quais vias terão **mais movimento no Centro**
nos dias que antecedem o Dia das Mães?

Como é a **distribuição do potencial de consumo em Jundiaí** de algumas categorias relevantes para o Dia das Mães?

Potencial de consumo por região de Jundiaí

O potencial de consumo é segmentado por classe de renda da população. Nos permite enxergar quais regiões da cidade possuem maior potencial de consumir determinadas categorias de produtos.

É excelente para entendermos, por exemplo, onde focar uma campanha de comunicação/publicidade, entendermos se o público que estamos buscando atender reside muito longe de onde está a loja.

A seguir, apresentaremos mapas com as concentrações de alguns potenciais de consumo. **Quanto mais escura for a cor no mapa, maior a concentração da característica sendo analisada. Quanto mais clara, menor a concentração.**

Dados: IBGE, 2018



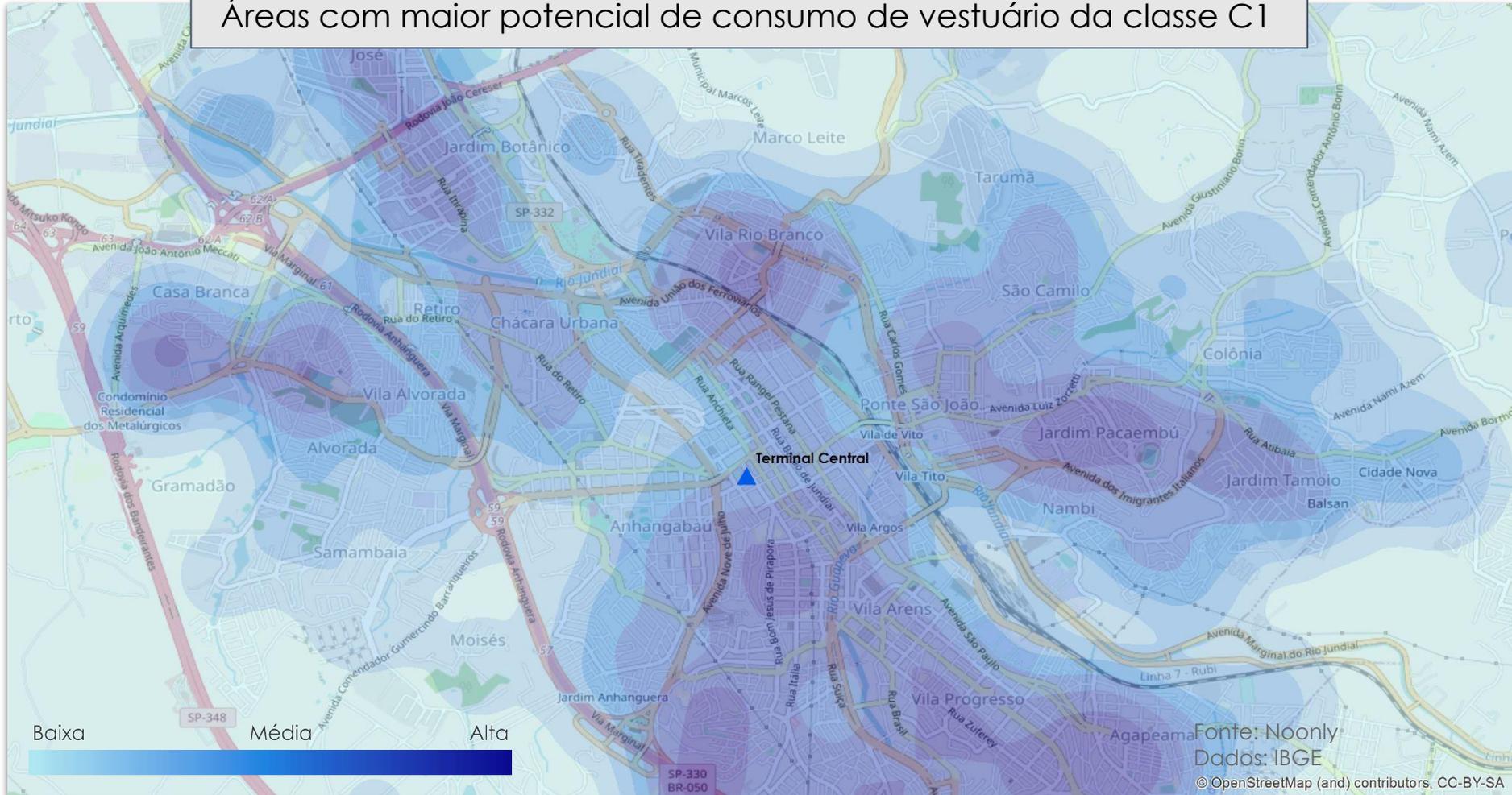
Potencial de consumo de vestuário

Refere-se aos gastos com roupas confeccionadas para homens, mulheres e crianças, como calças, agasalhos, saias, ternos, lingerie, shorts, camisas, camisetas, blusas, meias, pijamas, vestidos, roupas de banho.

Nos mapas de potencial de consumo de vestuário a seguir, a lógica de interpretação é: as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado, no caso potencial de vestuário, quanto mais clara for a cor, menor a concentração.

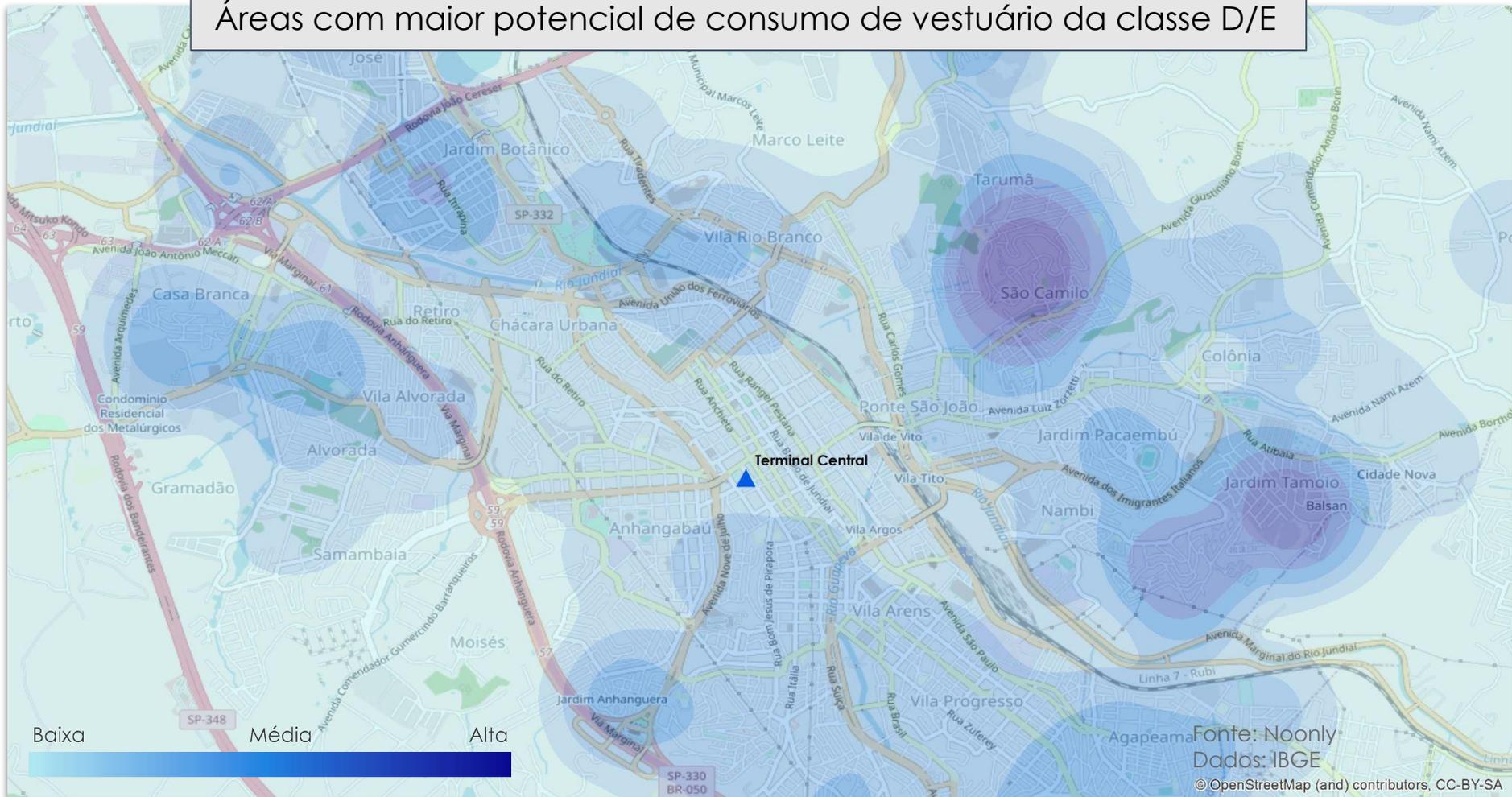


Áreas com maior potencial de consumo de vestuário da classe C1



Fonte: Noonly
Dados: IBGE
© OpenStreetMap (and) contributors, CC-BY-SA

Áreas com maior potencial de consumo de vestuário da classe D/E



Fonte: Noonly
Dados: IBGE
© OpenStreetMap (and) contributors, CC-BY-SA

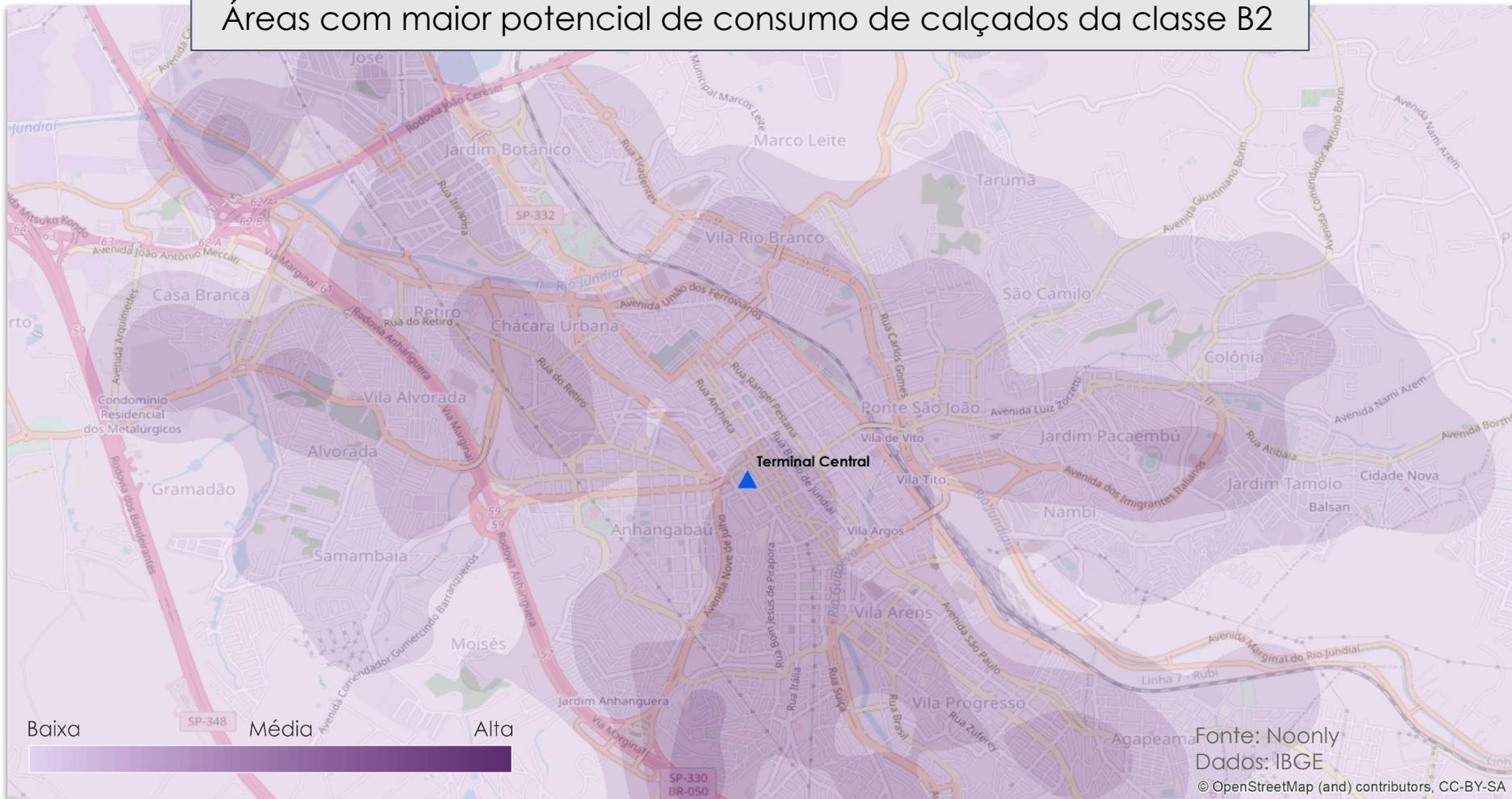
Potencial de consumo de calçados

Refere-se aos gastos com sapatos, sandálias, tênis, sapatilhas, etc.

Nos mapas de potencial de consumo de calçados a seguir, a lógica de interpretação é: as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado, quanto mais clara for a cor, menor a concentração.

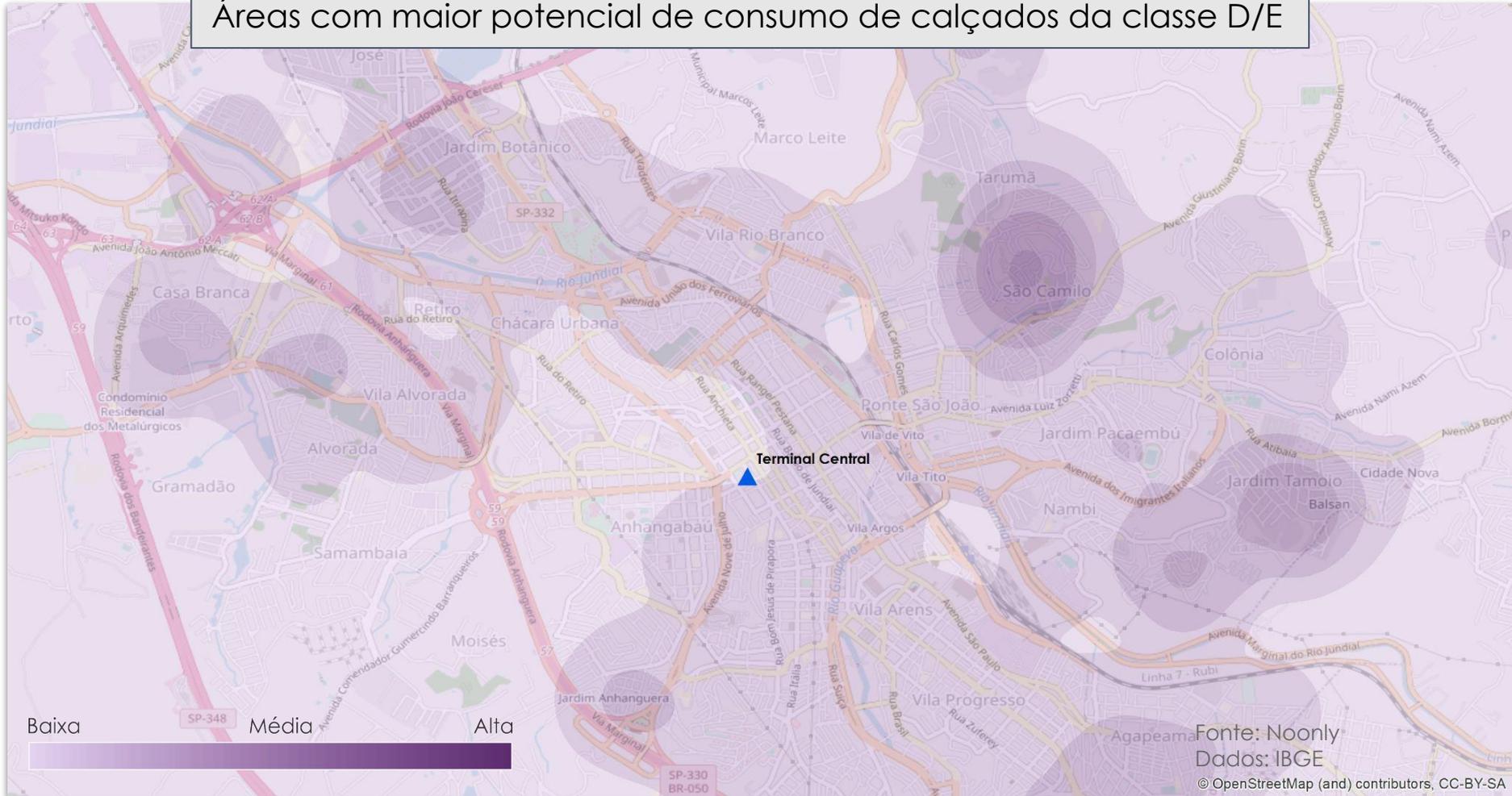


Áreas com maior potencial de consumo de calçados da classe B2



Fonte: Noonly
Dados: IBGE
© OpenStreetMap (and) contributors, CC-BY-SA

Áreas com maior potencial de consumo de calçados da classe D/E



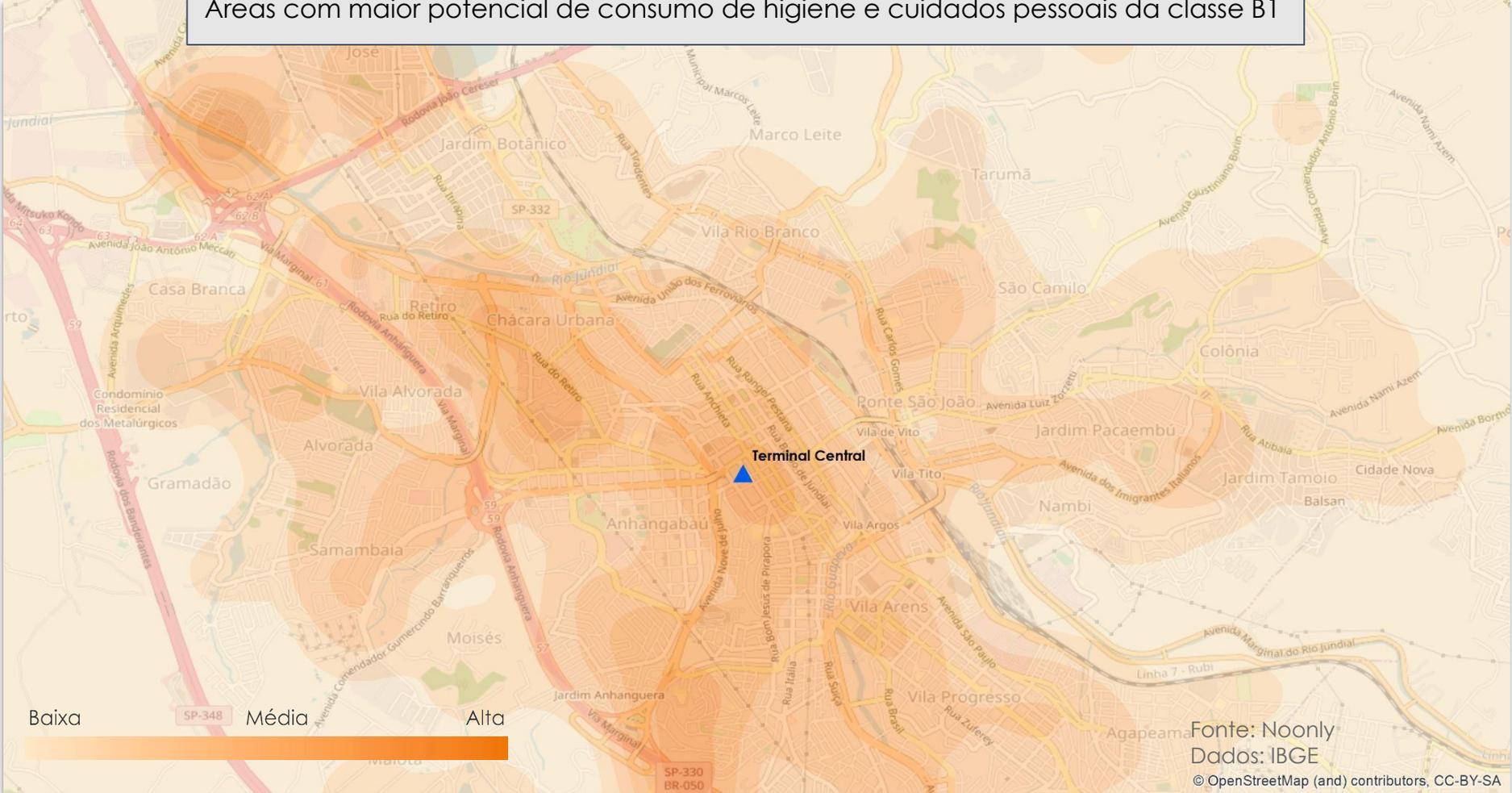
Potencial de consumo de higiene e cuidados pessoais

Refere-se aos gastos com artigos de higiene e de beleza. Compreende perfumes, cremes, bronzeadores, maquiagem, sabonetes, produtos para o cabelo, produtos para a pele e boca, esmaltes, etc.

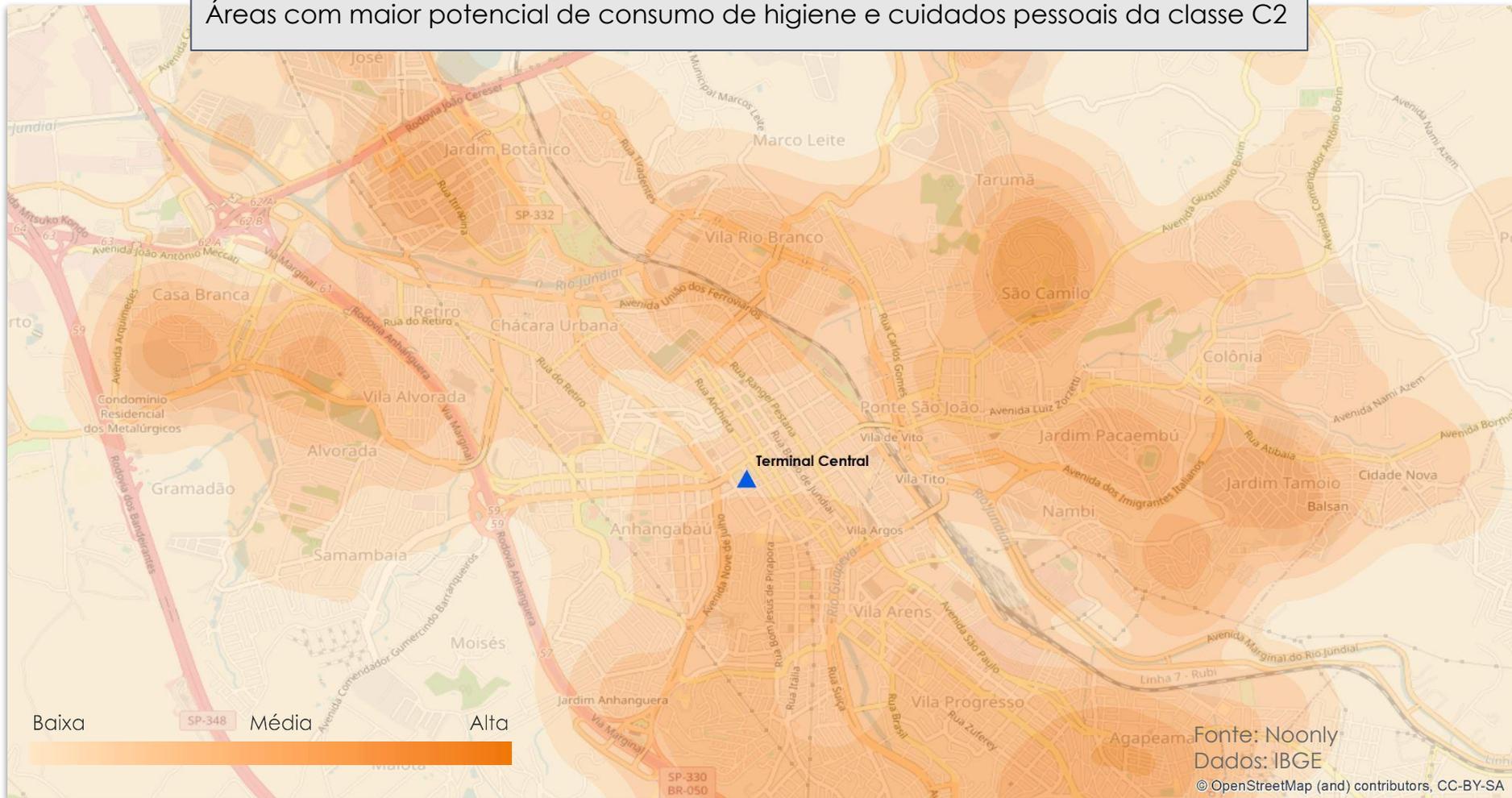
Nos mapas de potencial de consumo de higiene e cuidados pessoais a seguir, a lógica de interpretação é: as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado, quanto mais clara for a cor, menor a concentração.



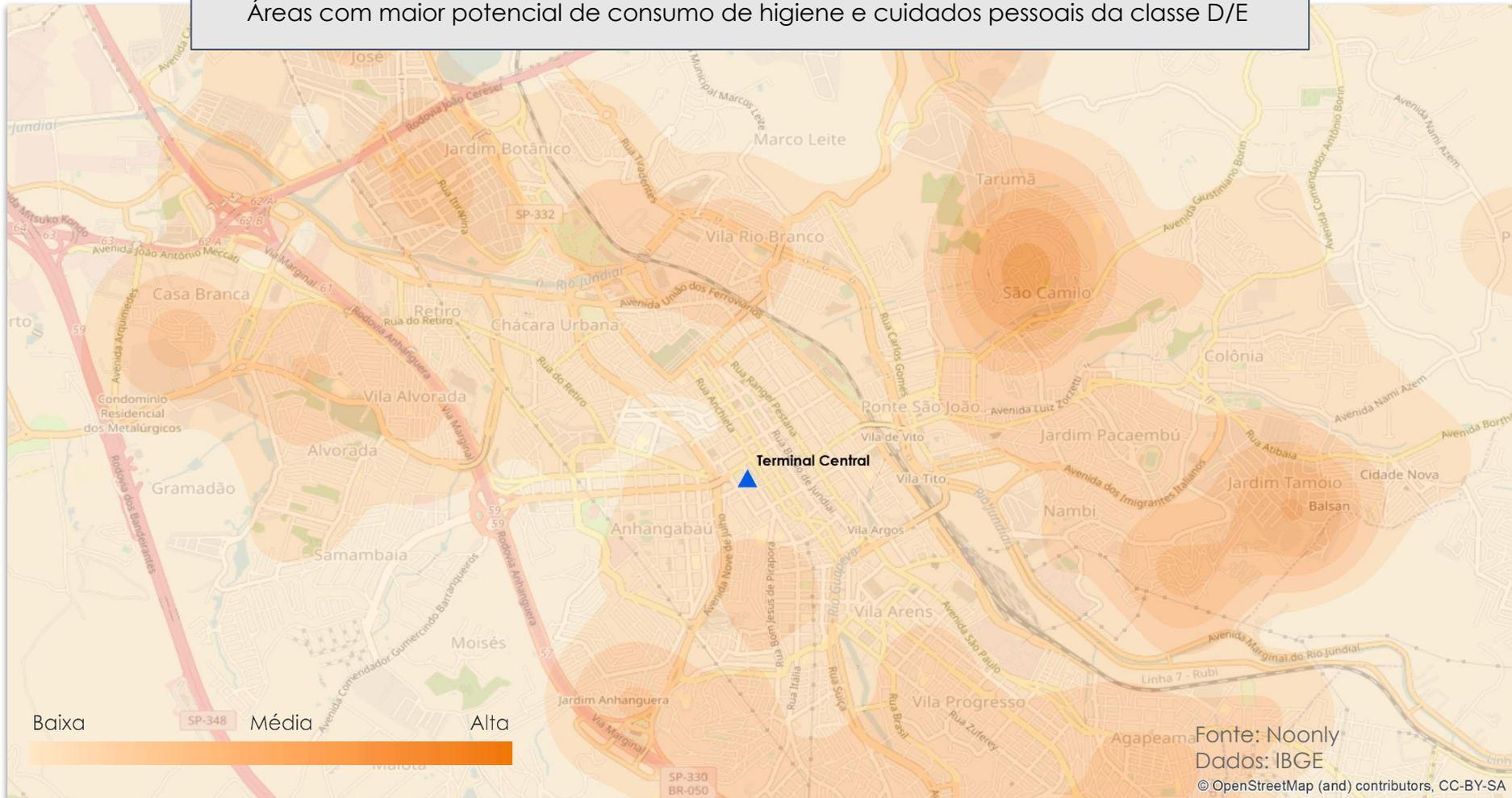
Áreas com maior potencial de consumo de higiene e cuidados pessoais da classe B1



Áreas com maior potencial de consumo de higiene e cuidados pessoais da classe C2



Áreas com maior potencial de consumo de higiene e cuidados pessoais da classe D/E



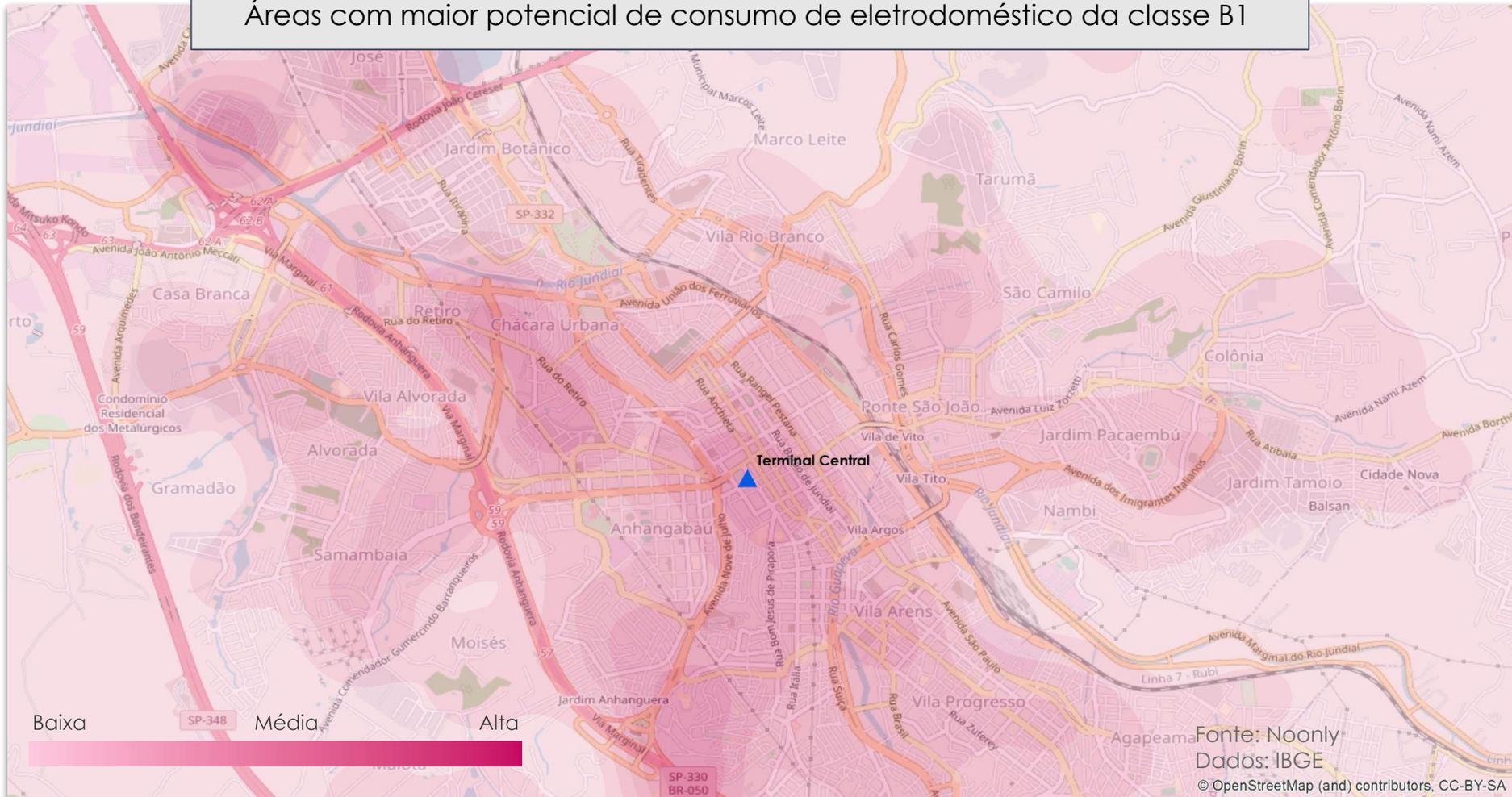
Potencial de consumo de eletrodomésticos e equipamentos

Refere-se aos gastos para aquisição de geladeiras, máquinas de lavar roupas, fogões, ar condicionado, secadoras de roupas, ferros elétricos, liquidificadores, ventiladores, fornos elétricos, micro-ondas, freezers, máquinas de lavar pratos, batedeiras, aspiradores de pó, chuveiros elétricos, secadores de cabelos, processadores de alimentos, televisores, home-theaters, grill, computadores, etc.

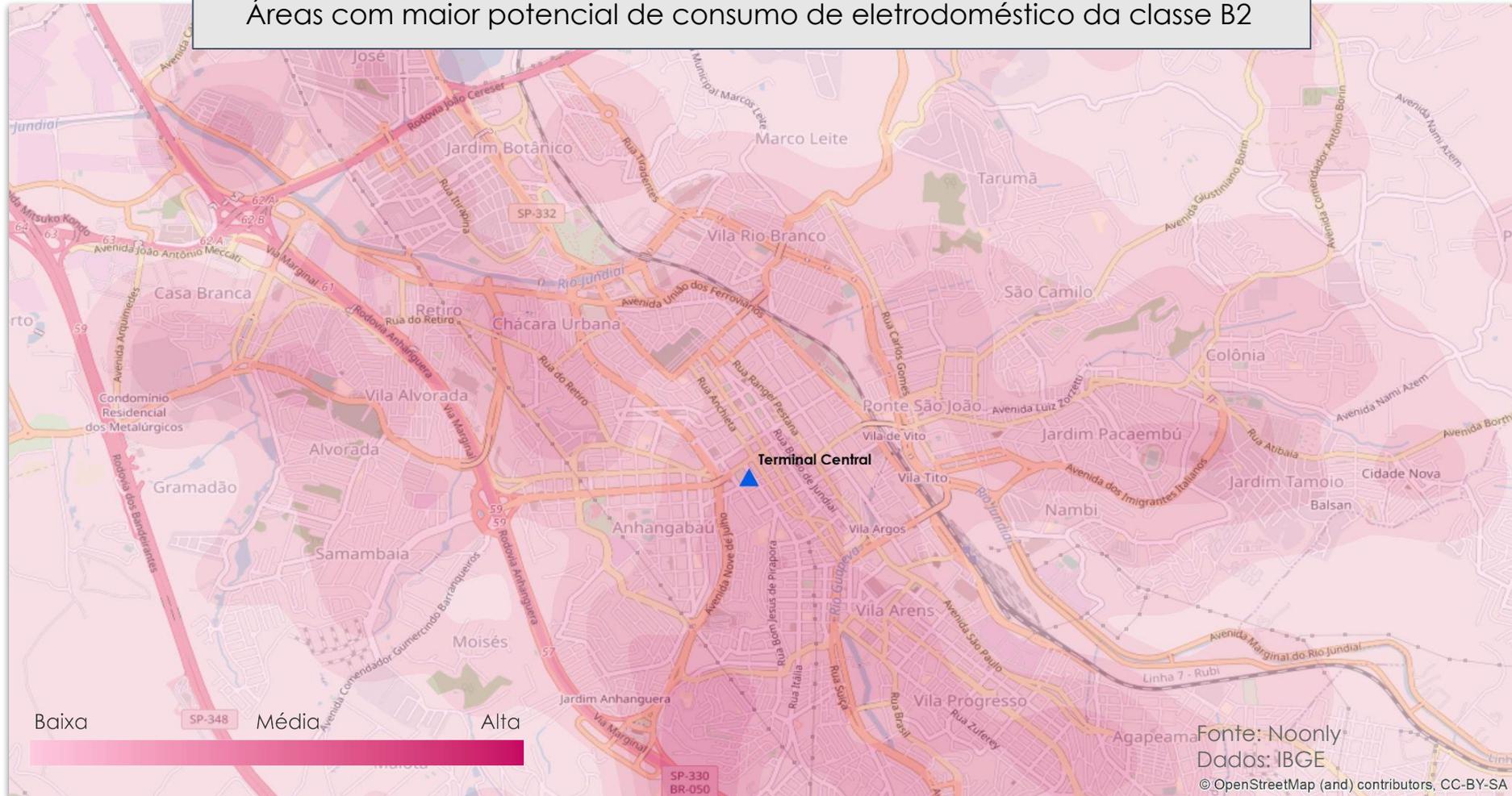
Nos mapas de potencial de consumo de eletrodoméstico a seguir, a lógica de interpretação é: as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado, quanto mais clara for a cor, menor a concentração.



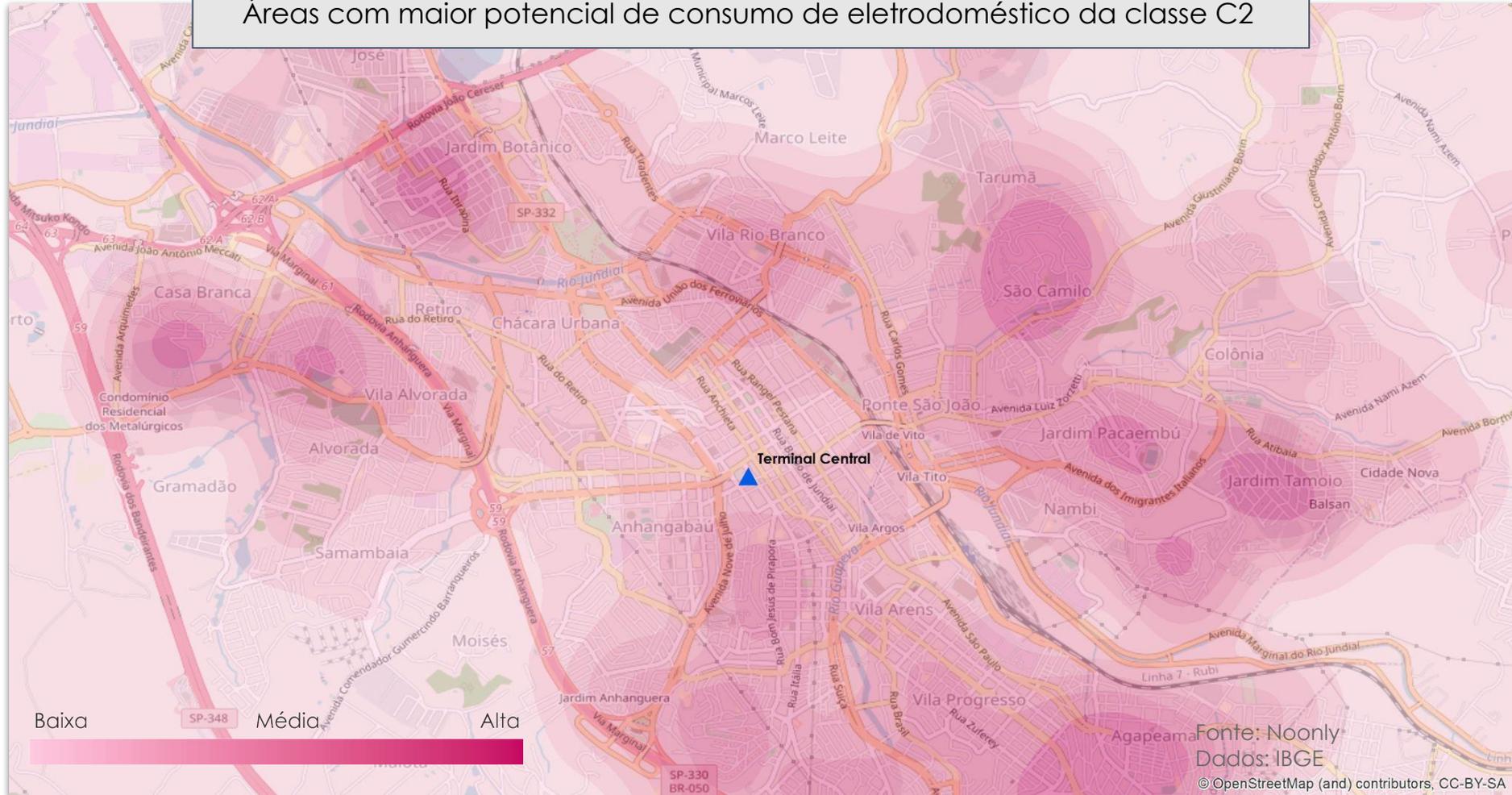
Áreas com maior potencial de consumo de eletrodoméstico da classe B1



Áreas com maior potencial de consumo de eletrodoméstico da classe B2



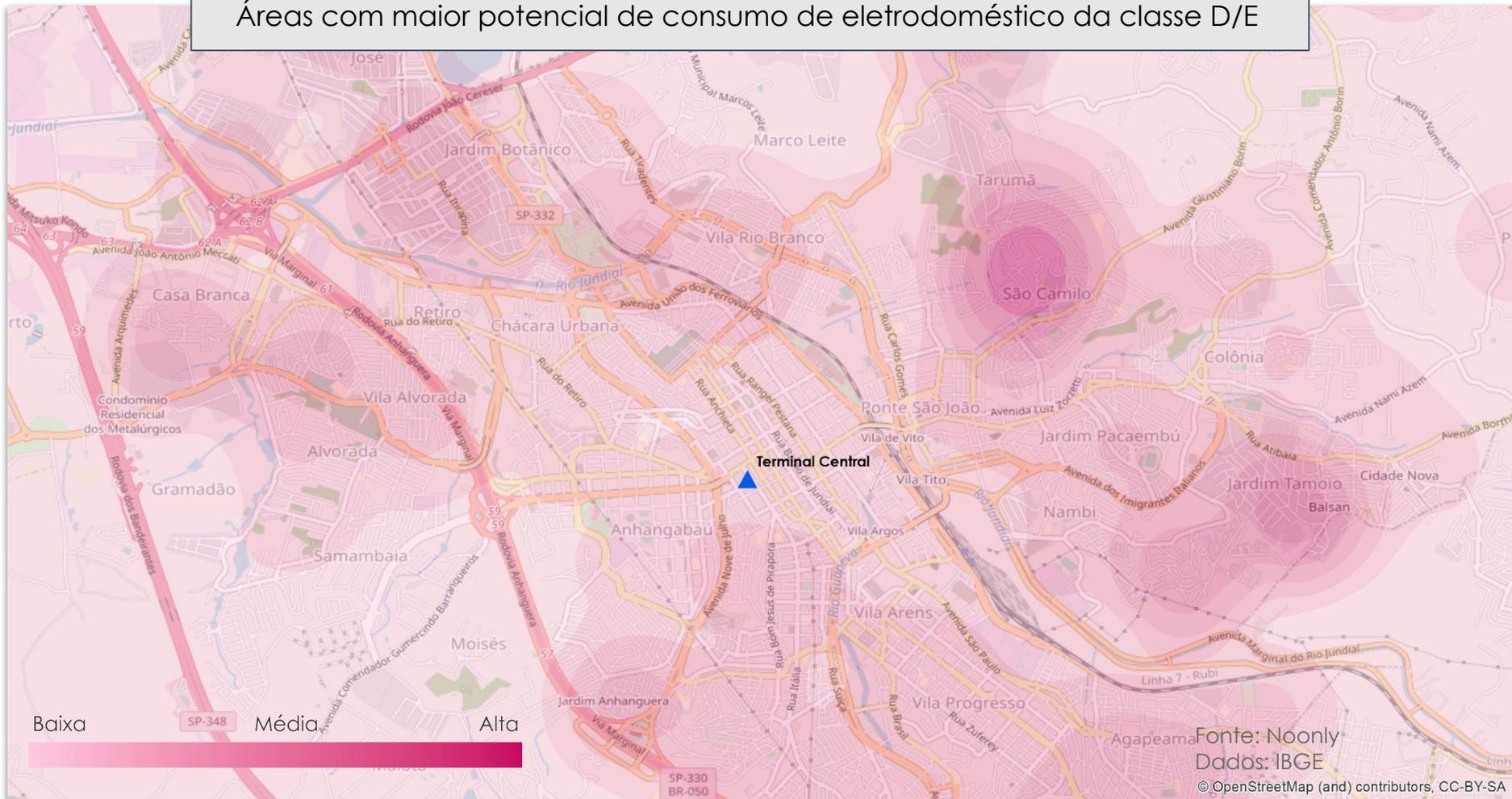
Áreas com maior potencial de consumo de eletrodoméstico da classe C2



Fonte: Noonly
Dados: IBGE

© OpenStreetMap (and) contributors, CC-BY-SA

Áreas com maior potencial de consumo de eletrodoméstico da classe D/E



O que devemos fazer para melhor receber
nossos clientes para o Dia das Mães?

Vamos olhar um pouco para as maiores preocupações dos consumidores. Assim podemos prover algumas soluções que os deixem mais confortáveis em sua jornada de compra.

Minha saúde e de minha família: preparem a loja seguindo todas as medidas de segurança. Evitem aglomerações internas, usem máscara, se possível meçam a temperatura, disponibilizem álcool em gel. O descuidado poderá afastar consumidores preocupados com sua saúde.

Aumento do preço dos produtos: sentido principalmente na categoria de alimentos, mas acaba impactando o poder de compra total. O pagamento facilitado pode incentivar o consumo, não apenas com o parcelamento, mas com a nova modalidade de pagamento Pix. Uma vantagem do Dia das Mães é que está muito próximo do dia de pagamento, isso tende a estimular as vendas.

Quais são suas principais preocupações



Insegurança ao sair de casa: ter os dados da sua loja atualizados online ajudam o consumidor a se preparar para a compra planejada. Não é mandatório ter site ou e-commerce (apesar de bastante recomendado), mas o consumidor conseguir te localizar no Google, ver seu endereço e horário de funcionamento, garante que ele tenha certeza que a loja estará aberta quando ele for até você. E isso ainda ajuda a reduzir a insegurança de sair de casa para encontrar uma loja fechada. Se o concorrente indica claramente que está funcionando, e sua loja talvez, o consumidor mudará de rumo.

Ter presença digital ajuda na memorabilidade de sua marca e a levar o consumidor para a loja física.





Pix

É uma nova modalidade de pagamento anunciada pelo Banco Central em fevereiro de 2020. Ela pode ser utilizada tanto por Pessoa Física, como Pessoa Jurídica. O dinheiro cai direto na conta em segundos, com taxas bem mais baixas, ou gratuitamente dependendo da instituição.

Além de facilitar no controle de caixa, pelo recebimento/pagamento instantâneo, a taxa reduzida **abre margem para dar um desconto para seus clientes e criar novos programas de fidelidade**, incentivando o consumo.

1

25% da população cadastrada

2

102 bilhões de gastos via Pix

3

Pagamento sem contato

Fonte: NielsenIQ



Considerando o momento da economia, pandemia, isolamento social caindo, preocupações dos consumidores, alguns produtos podem se destacar nas vendas dos dias que antecedem o Dia das Mães.

- **Produto e Beleza:** com a reabertura de alguns locais, isolamento social caindo, essa categoria tende a melhorar.
- **Flores:** tende a vender bem. Mesmo que com tickets menores, mais pessoas devem optar por elas.
- **Eletrônicos:** com as pessoas mais tempo em casa, a busca por aparelhos que facilitem o dia-a-dia ou tornem a casa mais confortável (ar condicionado/climatizador) se torna opção.
- **Moda comfy:** seguindo na linha de conforto, roupas confortáveis e bonitas para casa são destaque.
- **Casa e Decoração:** tornar a casa mais bonita e confortável é destaque (sofás, quadros, luminárias).



- **Cozinha:** muitas mães já cozinhavam, algumas começaram a se aventurar na pandemia. Esses produtos podem ser ótimos para dar um *upgrade* na cozinha (facas, forno, louças, talheres).

É muito importante que o lojista prepare a loja para receber seus clientes com segurança, deixar as categorias de destaque para o Dia das Mães à mostra, e que facilite as formas de pagamento. Atendimento ágil e atencioso é essencial.



(11) 3308 4300

imprensa@acejundiai.com.br

noonly

ciência de dados e inteligência geográfica

Grupo Conexão Farma/GeoMeridium

www.noonly.com.br / www.conexaofarma.com.br

samuel.andrade@conexaofarma.com.br

ivan.basotti@conexaofarma.com.br

gustavo@conexaofarma.com.br

fernando@conexaofarma.com.br