

**D  
I  
D  
O  
S  
N  
A  
M  
O  
R  
A  
D  
O  
S**

**2021**  
**Jundiaí**

# Índice

1. Como está o cenário do mercado para o segundo trimestre de 2021?
2. Esse Dia dos Namorados será melhor do que de 2020?
3. Projeção do varejo para o Dia dos Namorados
4. Pesquisa de campo em Jundiaí
5. Características de mercado e hábitos de consumo da população de Jundiaí, SP
6. Quais vias terão mais movimento no Centro nos dias que antecedem o Dia dos Namorados?
7. Como é a distribuição do potencial de consumo em Jundiaí de algumas categorias relevantes para o Dia dos Namorados?
8. O que devemos fazer para melhor receber nossos clientes para o Dia dos Namorados?
9. Como as pessoas pretendem comemorar o Dia dos Namorados?
10. Produtos de destaque para o Dia dos Namorados

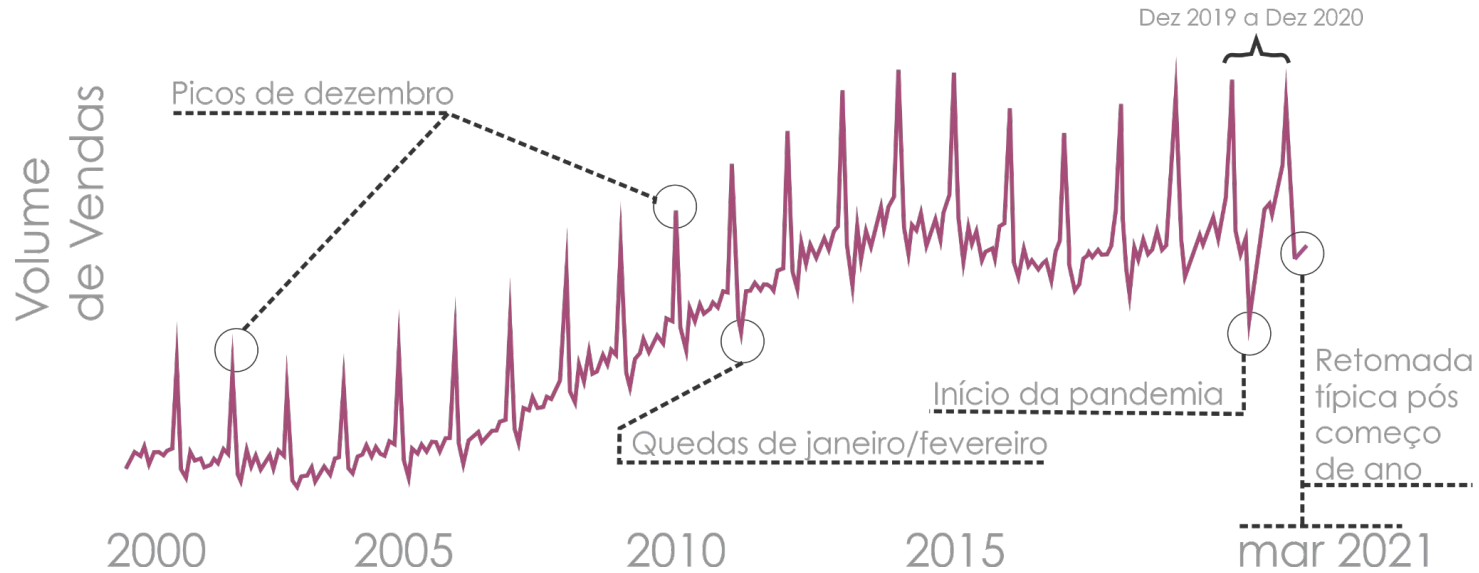
NOONLABS

## MERCADO NO 2º TRI DE 2021

Como podemos nos preparar para o  
Dia dos Namorados



# 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 Jundiaí.

## 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**

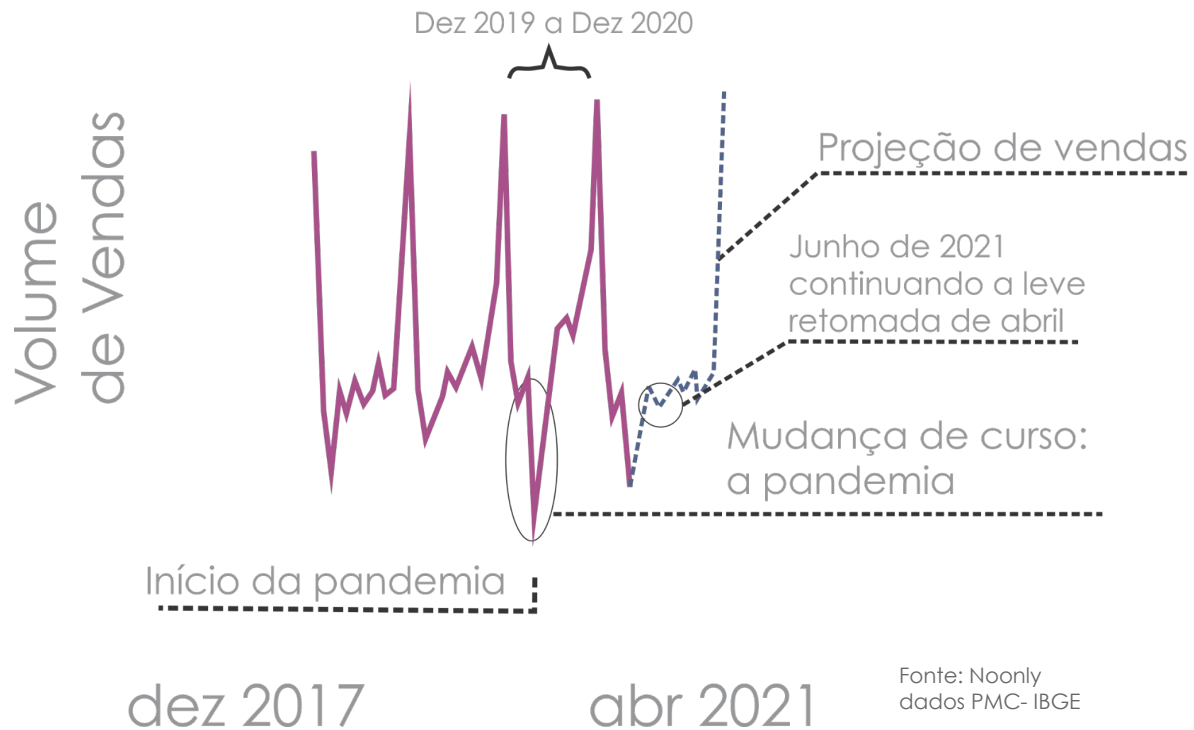
Final de fevereiro e começo de março, notamos uma queda abrupta das vendas, pelo início do lockdown e incertezas sobre a situação.

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. Junho de 2021 continua uma leve retomada de vendas desde abril frente janeiro e fevereiro do mesmo ano, todavia, a projeção é que **junho de 2021 possa ser 0,5% menor do que junho de 2020.**

NOONLABS

---

## DIA DOS NAMORADOS DE 2021 SERÁ BOM?

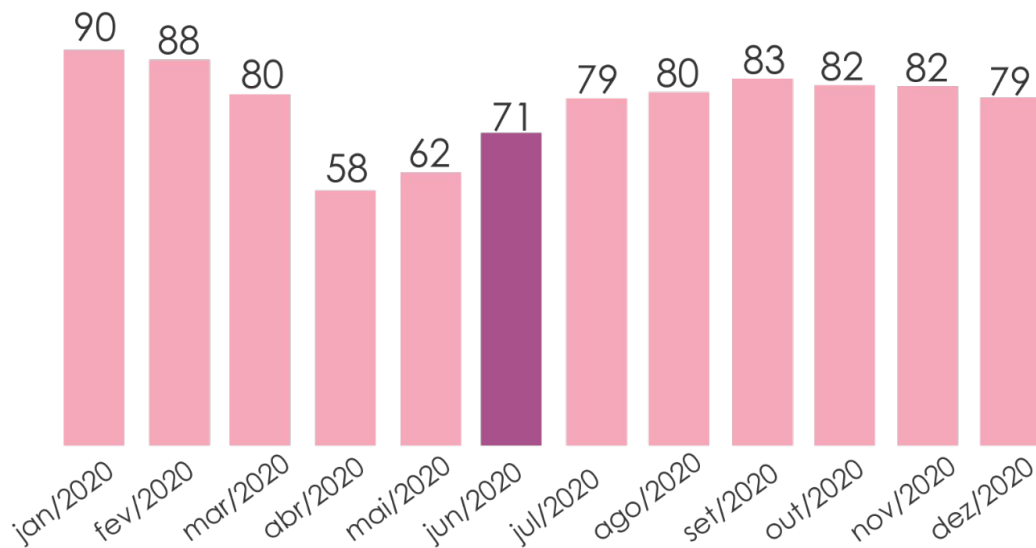
Como está a confiança das pessoas  
para junho de 2021?





A tendência é que a confiança do consumidor em junho de 2021 seja próxima de junho de 2020. Apesar da confiança ter aumentado ao final de 2020, a vinda da segunda onda, aumento do valor da cesta básica e do desemprego, a classe de renda mais baixa deve continuar sofrendo e o índice de confiança deve continuar afetado.

## Índice de Confiança do Consumidor

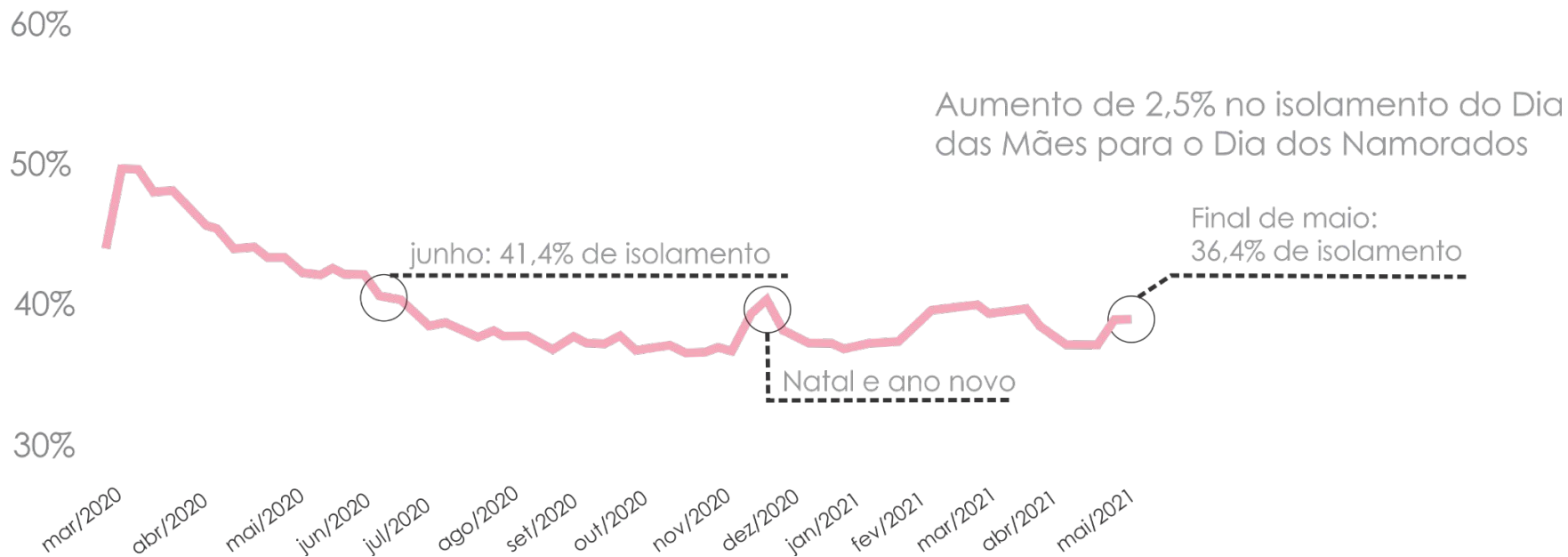


Fonte: NielsenIQ

A confiança do consumidor ainda está abalada, e a taxa de desemprego vem se recuperando de uma queda em abril/21, levando a um poder de compra menor em relação a março/21. Soma-se tudo isso o surgimento de uma nova variante da COVID - 19 que vem fazendo com que o número de casos aumente e a tendência de queda nas mortes se reduza. Além disso, grande parte da população já fez compras para o dia das mães no mês anterior e agora estão evitando mais gastos. **O isolamento social em Jundiaí entre Abril/21 e Maio/21 teve um pequeno aumento, mas em relação ao mesmo mês do ano passado, tivemos uma redução no isolamento social em Jundiaí devido a um maior conhecimento sobre como nos prevenir da Covid.**

Somando esses fatores e o desenvolvimento do índice de confiança ao longo dos meses, **junho de 2021 deve ser um pouco pior do que foi em junho de 2020 e do que Maio de 2021, porém, ainda será melhor do que abril de 2021, o que demonstra uma recuperação da economia no geral.**

# Isolamento social na cidade de Jundiaí



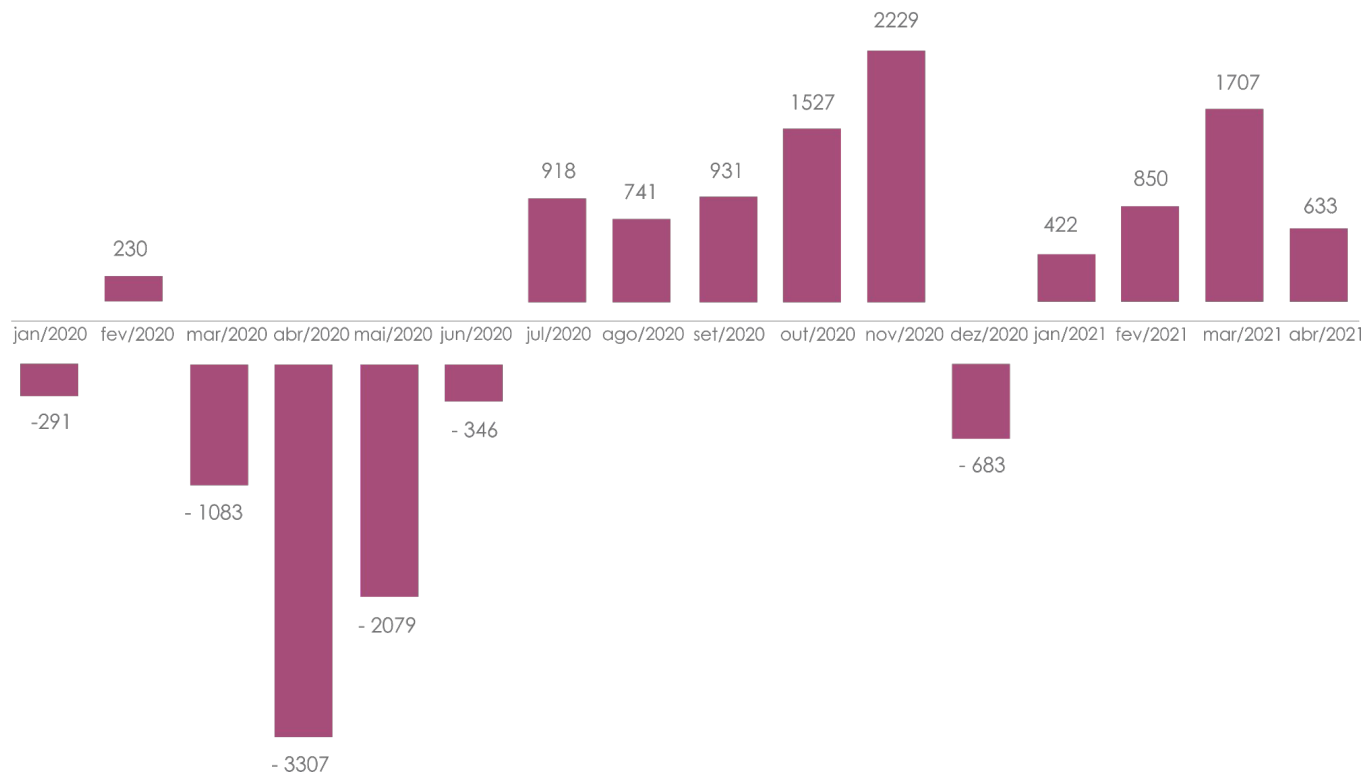
Fonte: Noonly  
Dados do Sistema de Monitoramento  
Inteligente do Governo de São Paulo - SIMI

NOONLABS

PROJEÇÃO DO  
VAREJO PARA O  
DIA DOS  
NAMORADOS

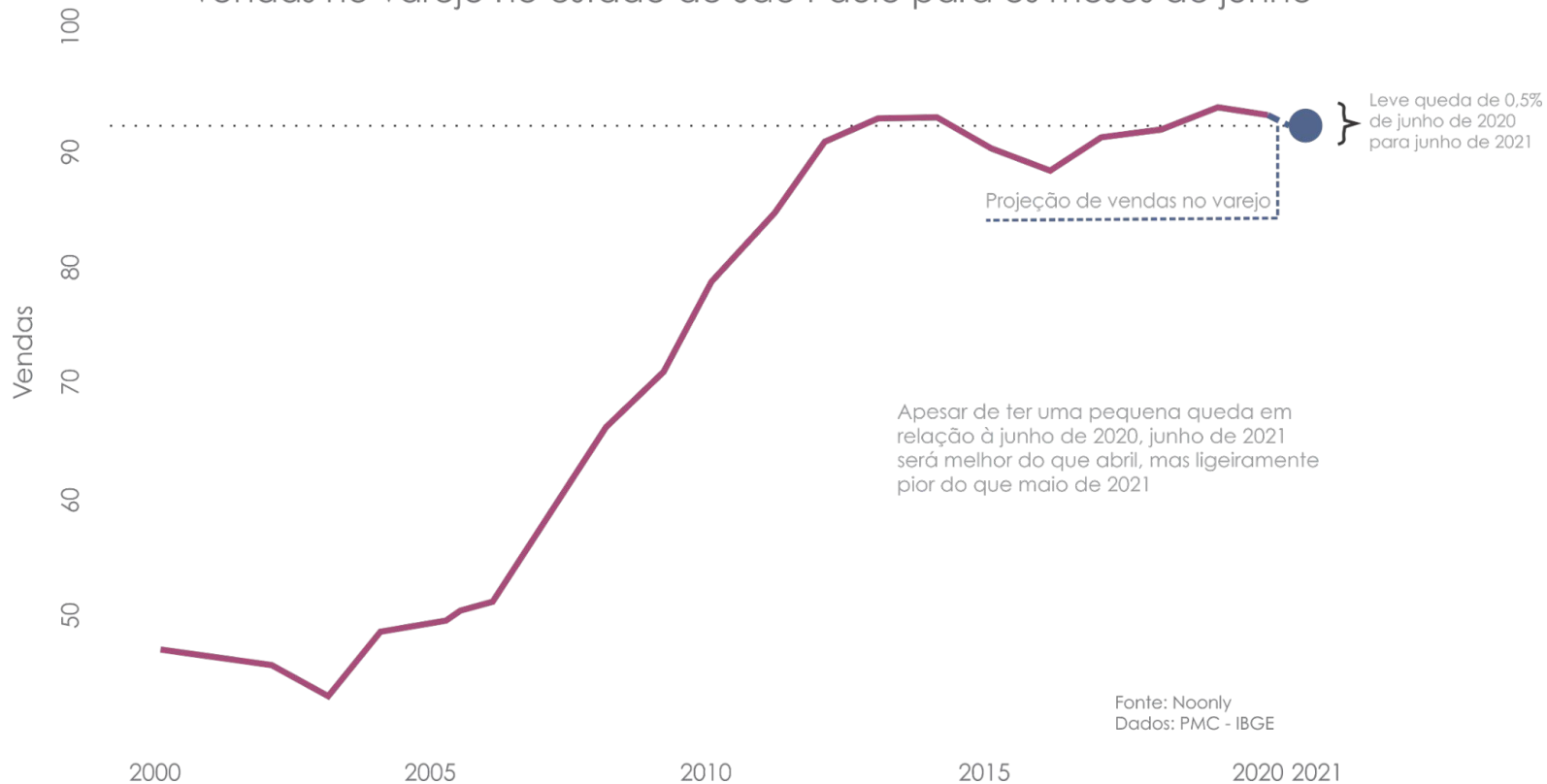


## Empregos gerados em Jundiá, SP - 2020/2021



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, recuperando no segundo semestre devido o relaxamento das medidas restritivas. Nos primeiros meses de 2021, a geração de emprego mostrou um saldo positivo, mesmo no pior momento da pandemia. Porém, em abril o ritmo de criação de empregos foi menor que nos meses anteriores. Espera-se que maio e junho, com a saída das fases mais restritivas, o emprego volte a níveis de março de 2021.

## Vendas no varejo no estado de São Paulo para os meses de junho

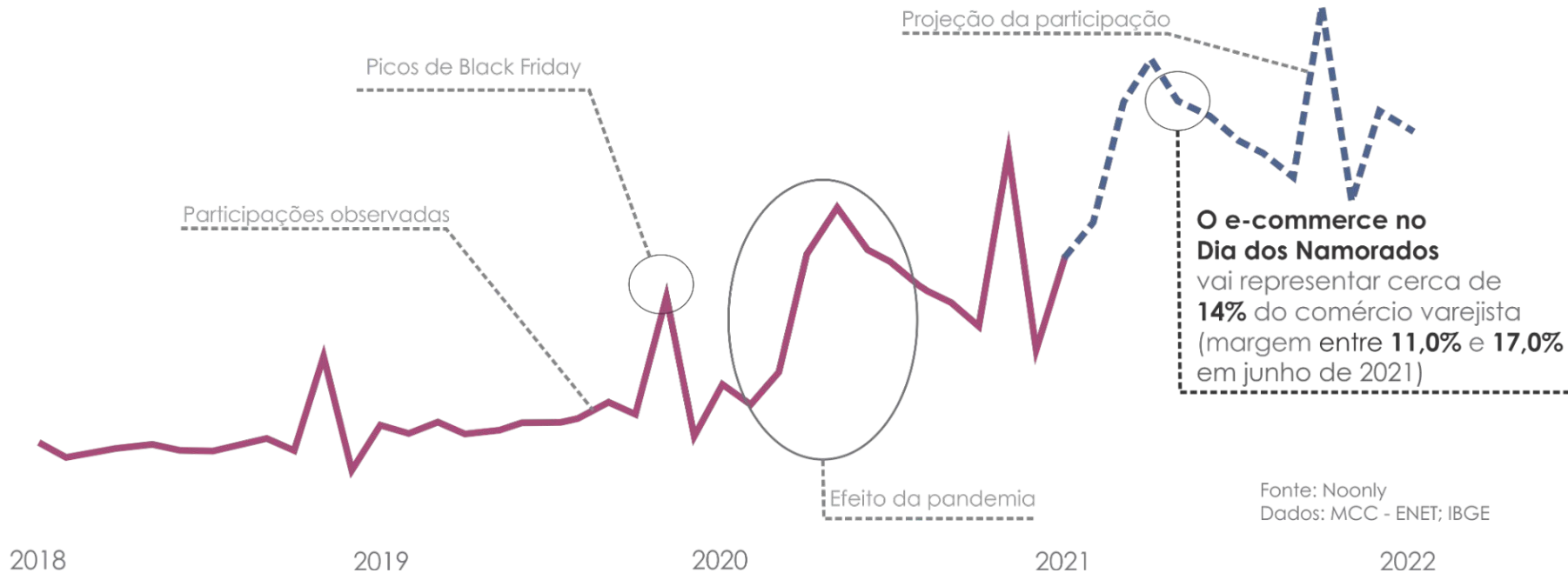


As vendas do varejo continuam a se recuperar das fases mais restritivas da pandemia ocorridas em abril/21 quando houve grandes perdas. A geração de emprego, juntamente com as parcelas do auxílio emergencial e o menor isolamento social são fatores que sugerem um cenário de melhor vendas do varejo em relação a abril/21. Em comparação com o Dia dos Namorados do ano passado, teremos um cenário muito parecido, devido a recuperação da abertura do comércio também ocorrida no ano passado. A projeção é de que as vendas possam ser em torno de 0,5% menor que junho de 2020.



## Projeção da participação do e-commerce no comércio varejista no estado de São Paulo

Participação das vendas



Utilizando dados do estado de São Paulo estimamos uma participação do ecommerce de 11%-17%, e em nossa pesquisa mostrou que 17% da população de Jundiaí usará ecommerce para compras no dia dos namorados, o que mostra que a cidade poderá ter uma média de participação um pouco maior se comparado com o restante do estado.

Com mais pessoas no Digital, é extremamente recomendado 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.

NOONLABS

---

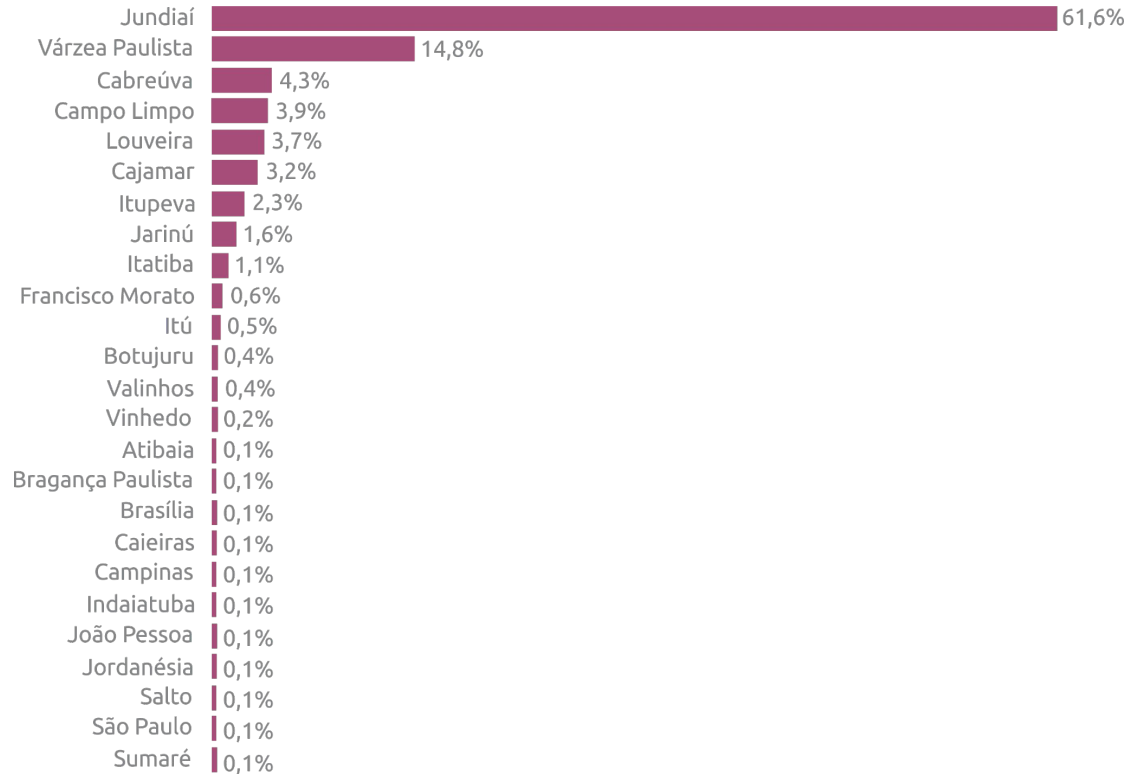
# PESQUISA DE CAMPO EM JUNDIAÍ

sobre o Dia dos Namorados



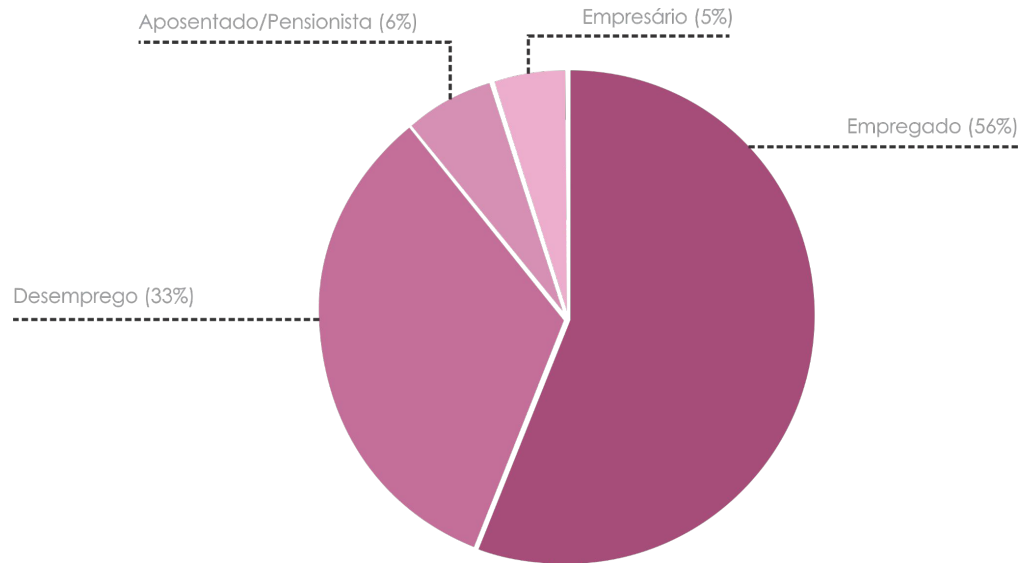
A pesquisa escutou 837 pessoas nas principais vias do centro, e nos bairros Vila Hortolândia e Vila Arens. Dessas pessoas, a maior parte delas eram da cidade de Jundiaí, com algum destaque para Várzea Paulista, Cabreúva e Campo Limpo.

## Cidade de origem dos entrevistados



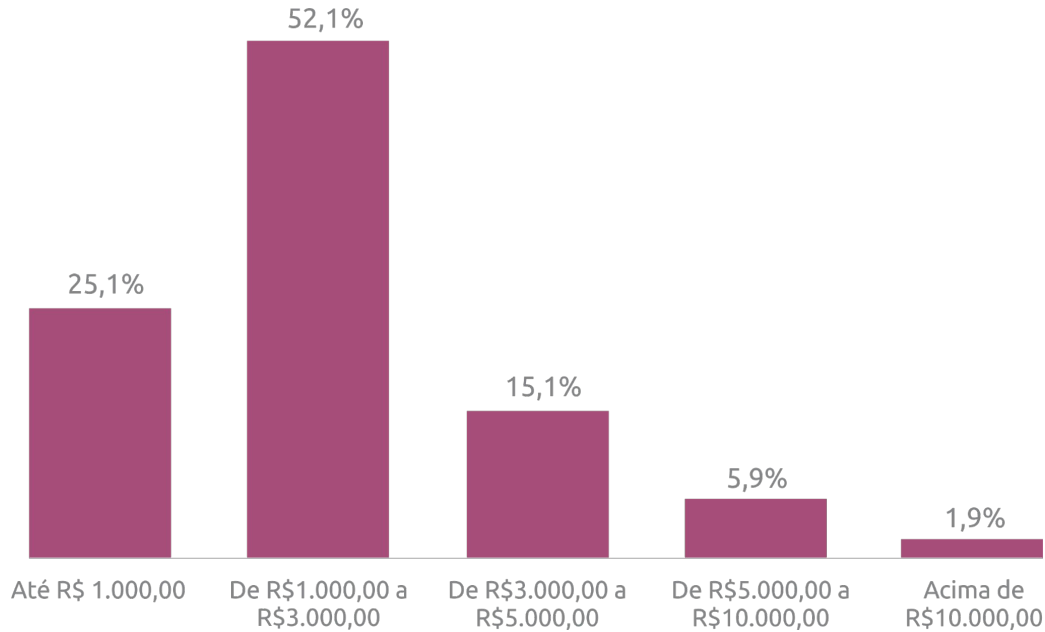
Fonte: Noonly/Ace jundiaí

## Situação empregatícia



A maioria das pessoas escutadas declararam estar empregadas, porém, o número de pessoas que declararam estar desempregadas representa um pouco mais de  $\frac{1}{3}$  dos entrevistados, o que acende um sinal de alerta com relação ao índice de desemprego na região, que prejudica o comércio principalmente em datas comemorativas.

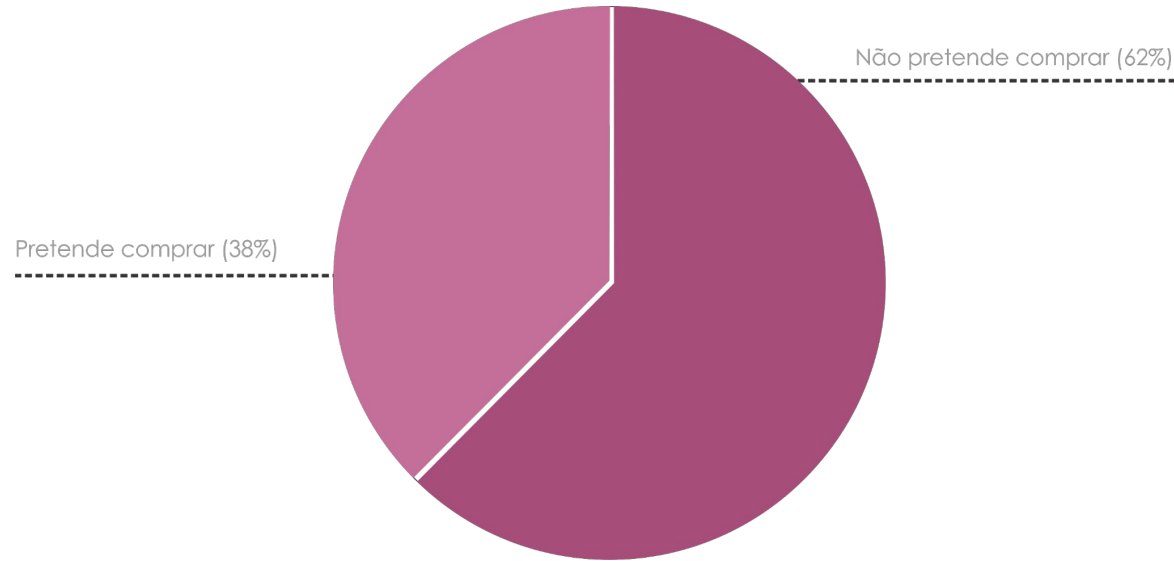
## Renda familiar



Desconsiderando as pessoas que não quiseram declarar a sua renda familiar, notamos que a maioria das pessoas escutadas são pertencentes às classes D/E (até 1.000,00 reais), C2 e C1 (De 1.000,00 a 3.000,00 reais).

Fonte: Noonly/Ace jundiá

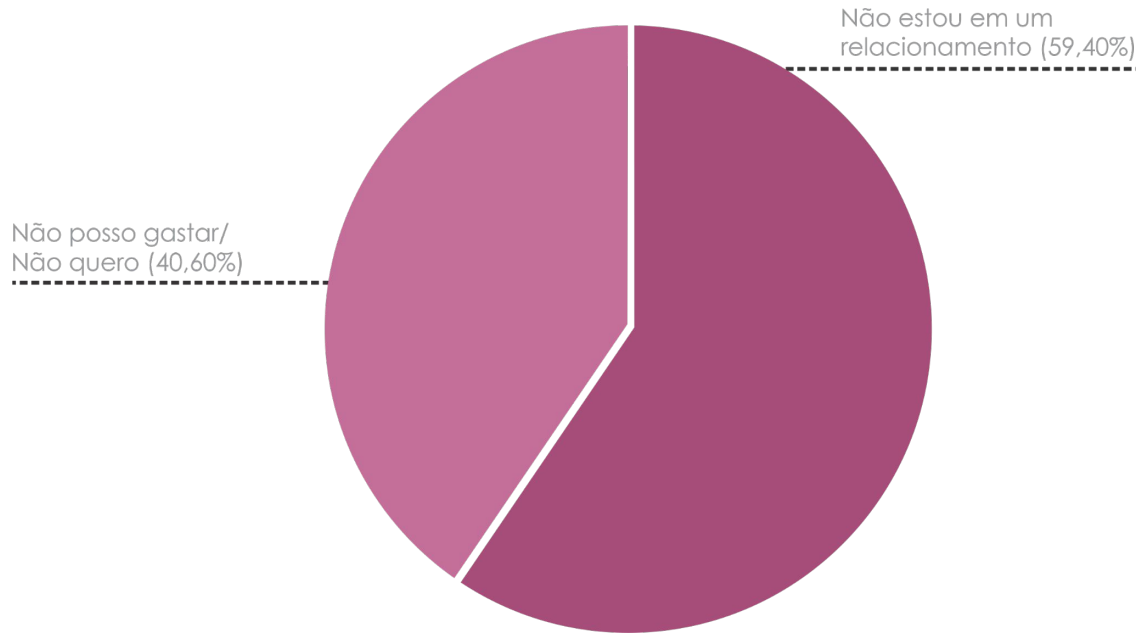
## Intenção de compra no Dia dos Namorados



A maioria dos entrevistados declararam que não pretendiam comprar presentes de dia dos namorados, nos próximos slides vamos explicar o porquê.



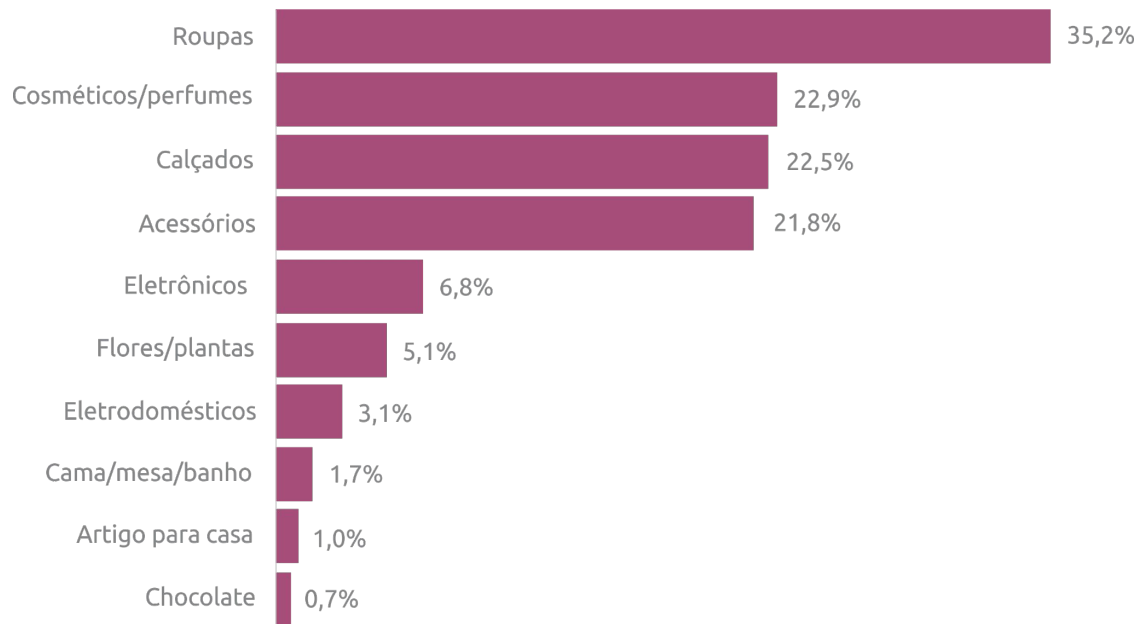
## Intenção de compra no Dia dos Namorados



Dentre aqueles que declaram que não comprariam presentes no dia dos namorados, perguntamos o motivo. Apesar de uma expressiva porcentagem de pessoas que declaram que “não querem/não podem gastar”, justificável pela porcentagem de pessoas de baixa renda entrevistadas, vemos que a maioria respondeu que “não estavam em um relacionamento”, esse fenômeno vem aumentando nos dias de hoje, por conta da pandemia e do aumento do isolamento social, está mais difícil que pessoas possam se conhecer e engajarem em um relacionamento, além disso, o aumento de divórcios e término de relacionamentos no geral durante a pandemia é uma realidade.

## O que pretendem comprar\*

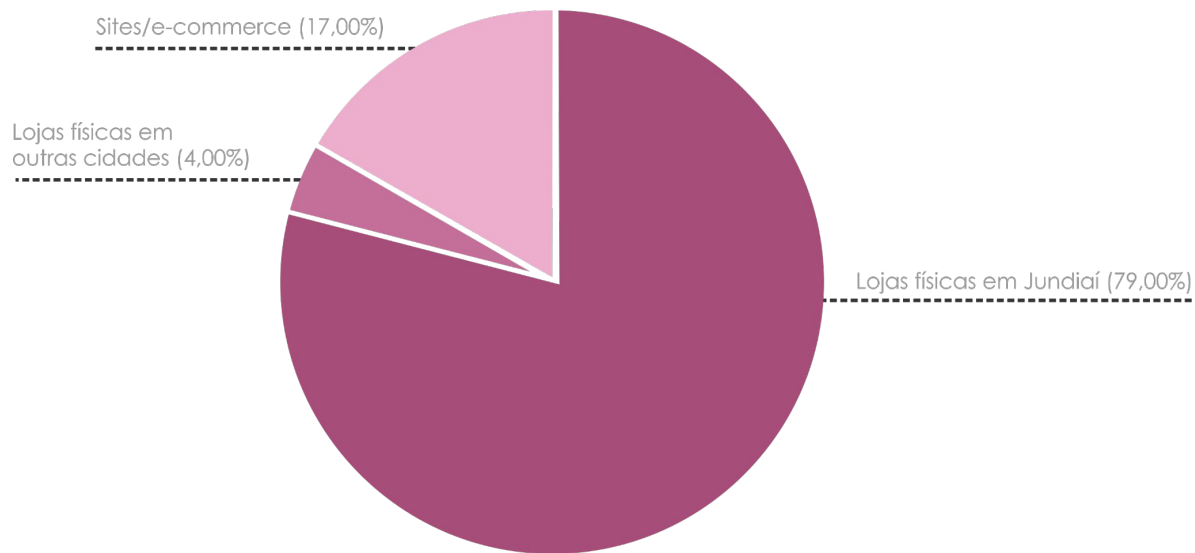
\*Os entrevistados podiam escolher mais que uma opção de compra



Dentre aqueles que declaram que irão consumir no dia dos namorados, perguntamos qual seria o presente escolhido. Como podemos analisar no gráfico, a maioria das pessoas declaram que irão presentear seus parceiros com roupas, cosméticos/perfumes, calçados, e acessórios (jóias, relógios, bolsas, óculos, bijuterias). Importante que os lojistas, principalmente nesses setores se preparem para o possível aumento da demanda.

Acessórios e eletrônicos serão as opções mais preteridas por classe de renda de até 1.000 reais. Flores/Plantas é a opção mais preterida por classe de renda de até de 5.000 a 10.000 reais.

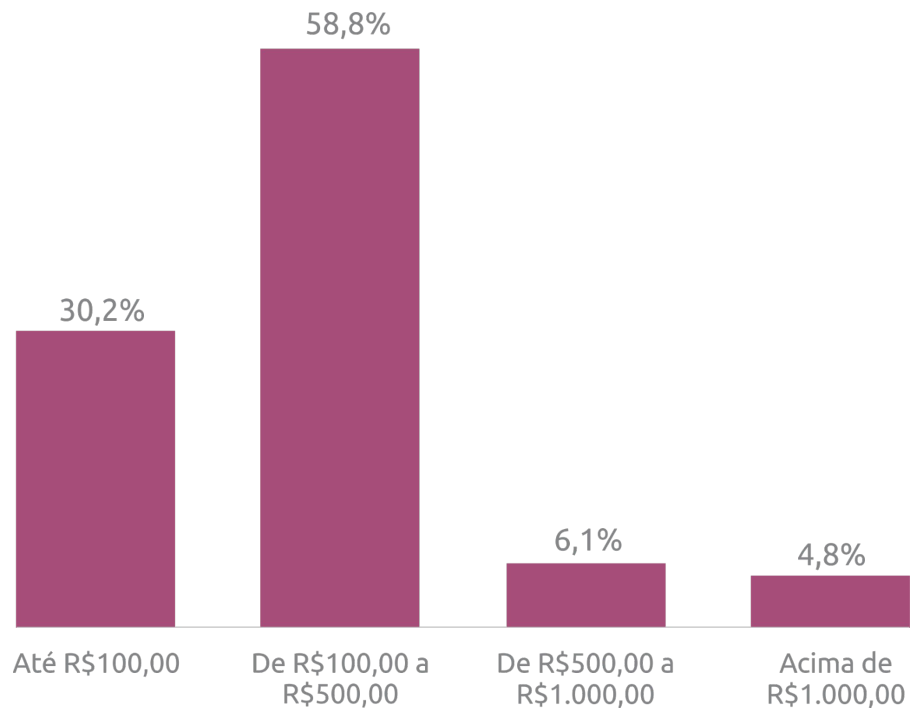
## Onde pretendem comprar



A pesquisa também quis saber sobre onde as pessoas que iriam comprar presentes para o dia dos namorados iriam consumir. Lojas físicas em Jundiaí formam a grande maioria, e site/e-commerce também tem o seu destaque.

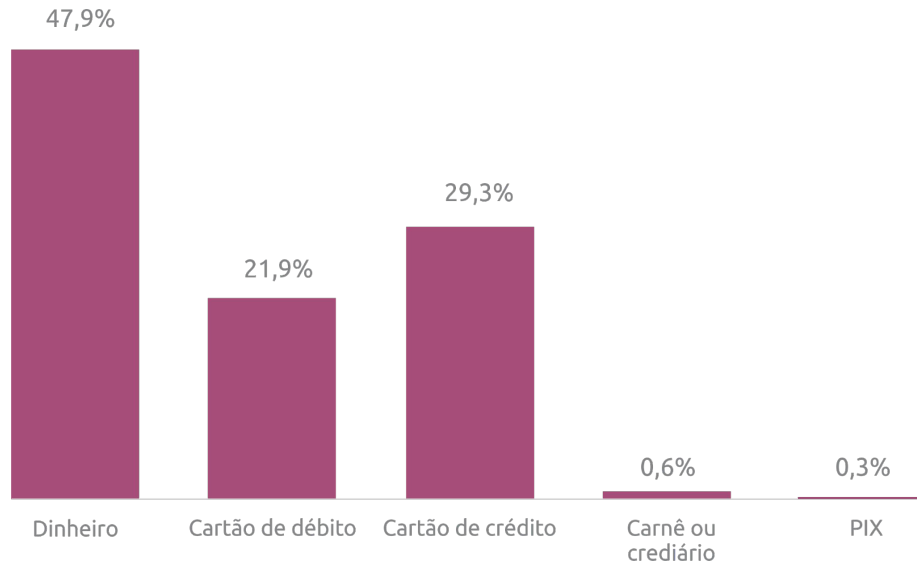
Fonte: Noonly/Ace jundiaí

## Quanto pretendem gastar



Com relação ao ticket-médio daqueles que pretendiam comemorar o dia dos namorados, a maioria declarou que pretendiam gastar entre R\$ 100,00 e R\$ 500,00.

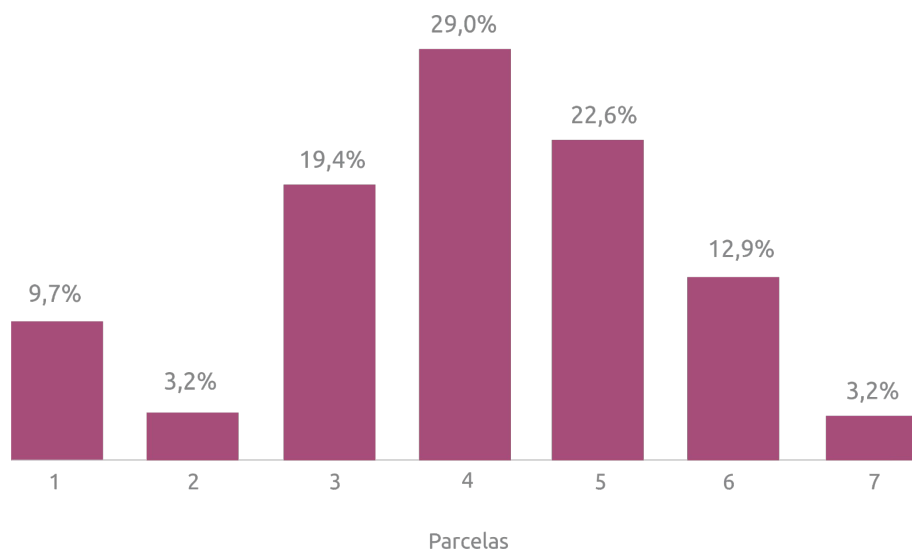
## Formas de pagamento preferida



Com relação a forma de pagamento, a maioria declarou que pretendiam pagar em dinheiro, seguido daqueles que declararam pagar com cartão de crédito e logo em seguida com cartão de débito. Ou seja, 69,8% dos entrevistados pretendem pagar à vista por suas compras.

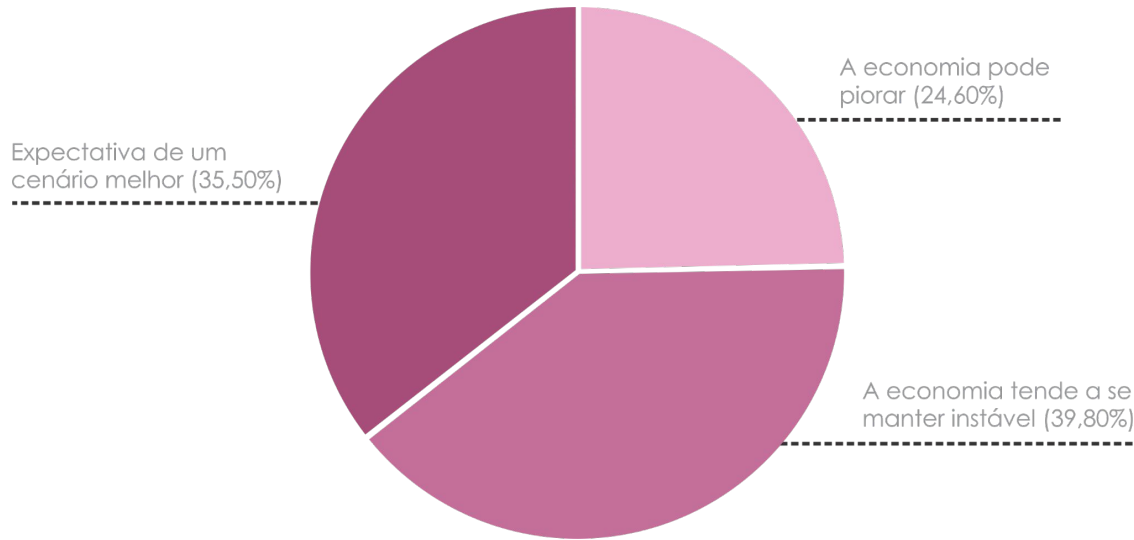
Fonte: Noonly/Ace jundiá

## Quantas vezes pretende parcelar



Ainda assim, 29,9% dos entrevistados pretendem pagar com cartão de crédito ou carnê/crediário as suas compras de dia dos namorados, considerando que essa porcentagem representa a praticamente  $\frac{1}{3}$  do número de entrevistados, ainda é importante que o lojista se concentre na facilidade de pagamento, cabendo também considerar que, aquele consumidor que declarou que pagaria por suas compras de dia dos namorados em dinheiro, pode ser levado a consumir mais se notar que haverá uma facilidade no pagamento e/ou possibilidade de parcelamento.

## Percepção da economia para os próximos meses



Apesar do alto índice de desemprego encontrado entre os entrevistados, percebemos que a maioria ainda se manteve otimista com relação ao cenário econômico futuro sendo que a maioria declarou crer que o cenário econômico deve ficar na mesma ou então melhorar nos próximos meses. Esse dado pode demonstrar uma melhora nos índices de confiança do consumidor para o dia dos namorados.

Fonte: Noonly/Ace jundiá

NOONLABS

---

# CARACTERÍSTICAS DE MERCADO

e hábitos de consumo da população  
de Jundiaí, SP





Analisando dados de picos de movimento no Terminal Central de Jundiáí 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



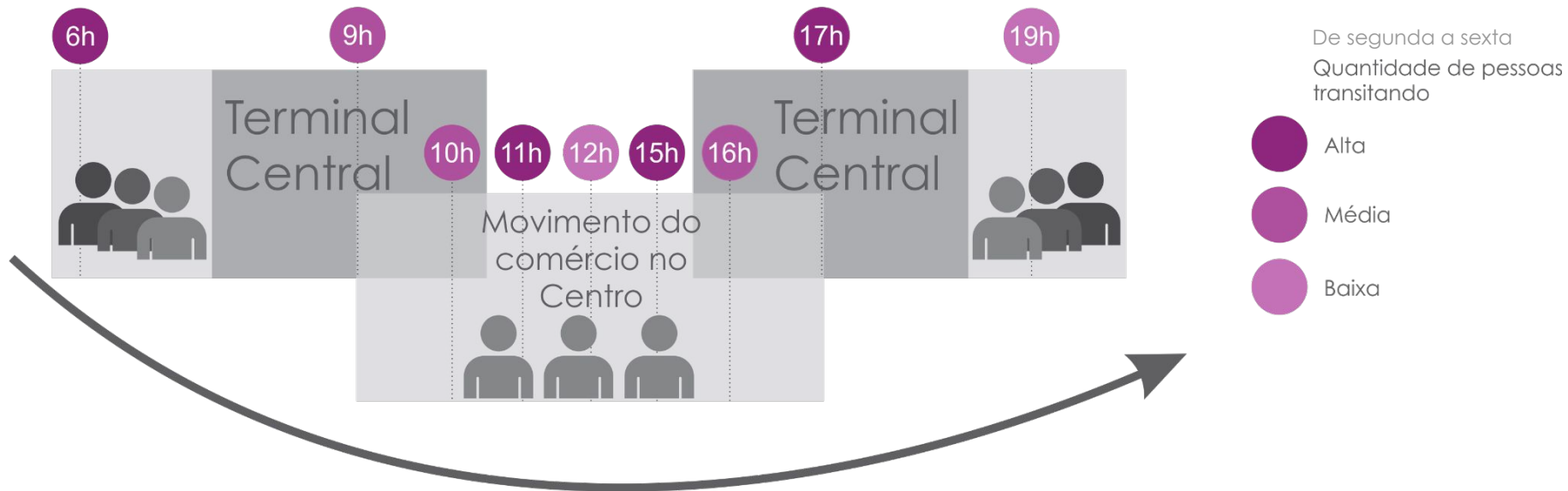


## Dia dos Namorados

Para o Dia dos Namorados é esperado que muitos consumidores façam compras de última hora, principalmente na véspera, sexta-feira e sábado. O período da tarde da sexta (11/06/2021) deve ter um aumento de pessoas circulando no centro, principalmente 15h e 17h. 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



NOONLABS

---

# VIAS DE MAIOR MOVIMENTO NO CENTRO DE JUNDIAÍ

nos dias que antecedem o Dia dos  
Namorados







NOONLABS

# DISTRIBUIÇÃO DO POTENCIAL DE CONSUMO EM JUNDIAÍ

categorias relevantes para o Dia dos  
Namorados





## 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



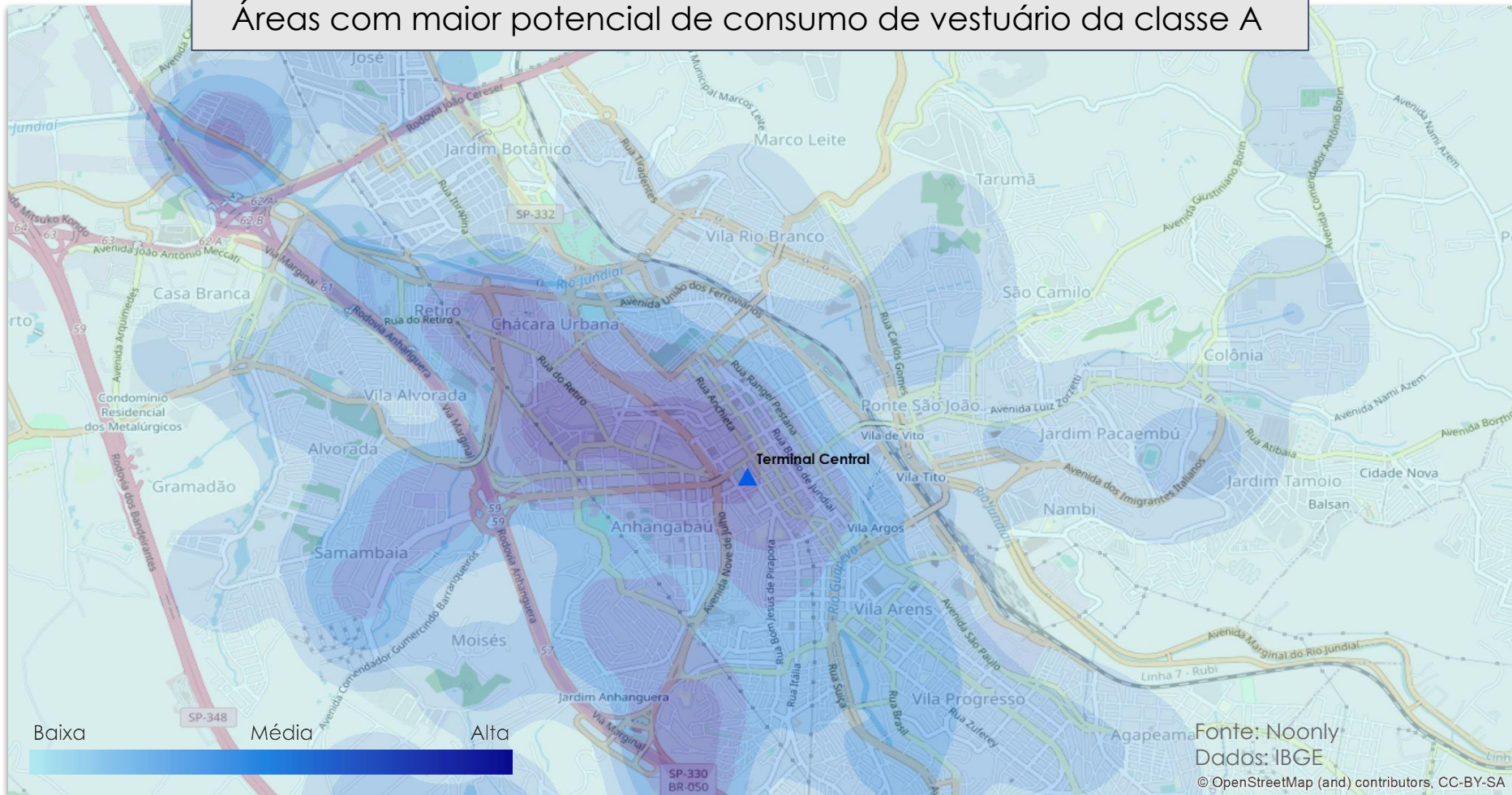


## Potencial de consumo de vestuário

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.

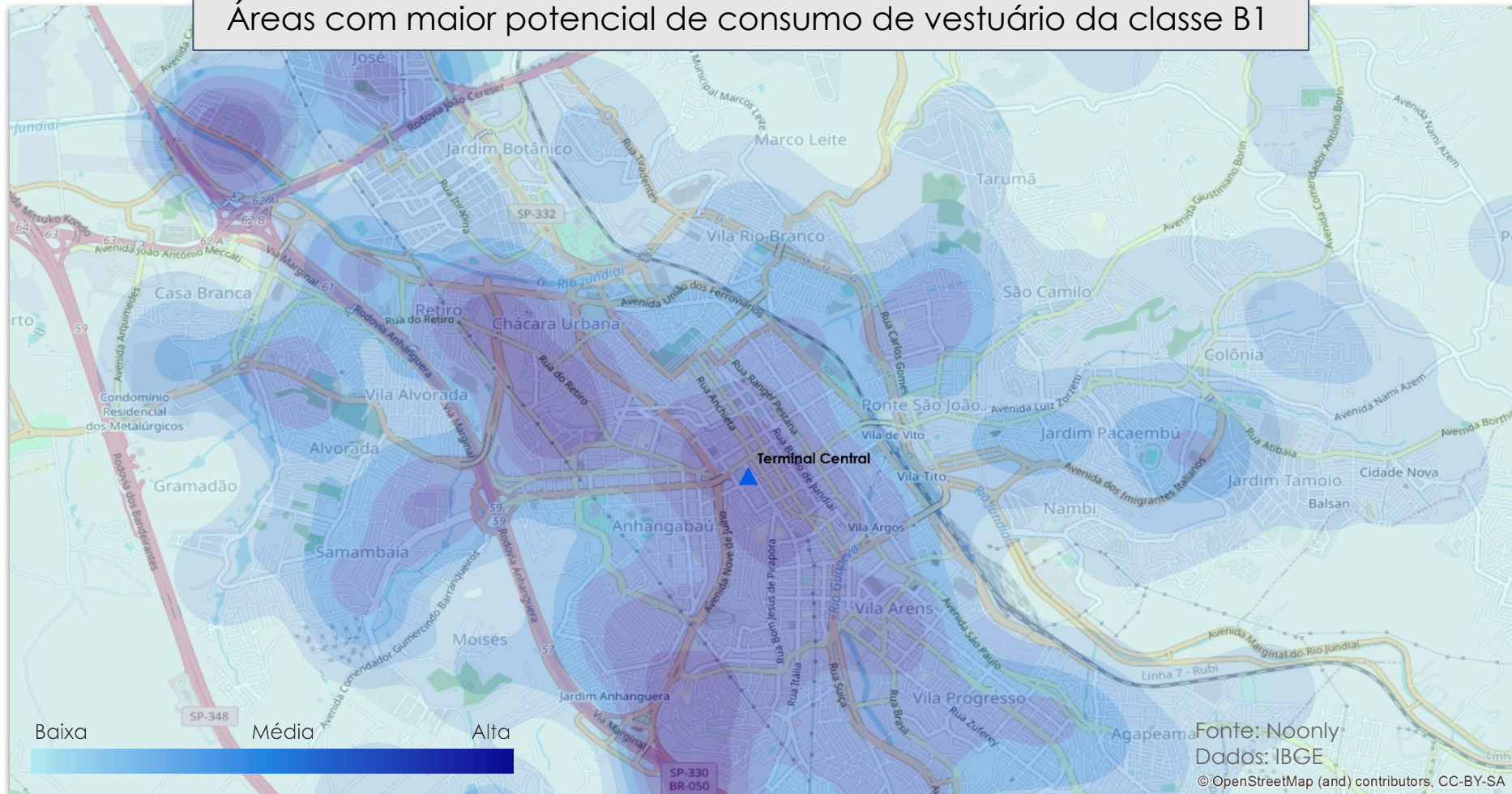
# Áreas com maior potencial de consumo de vestuário da classe A



Baixa Média Alta

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

# Áreas com maior potencial de consumo de vestuário da classe B1

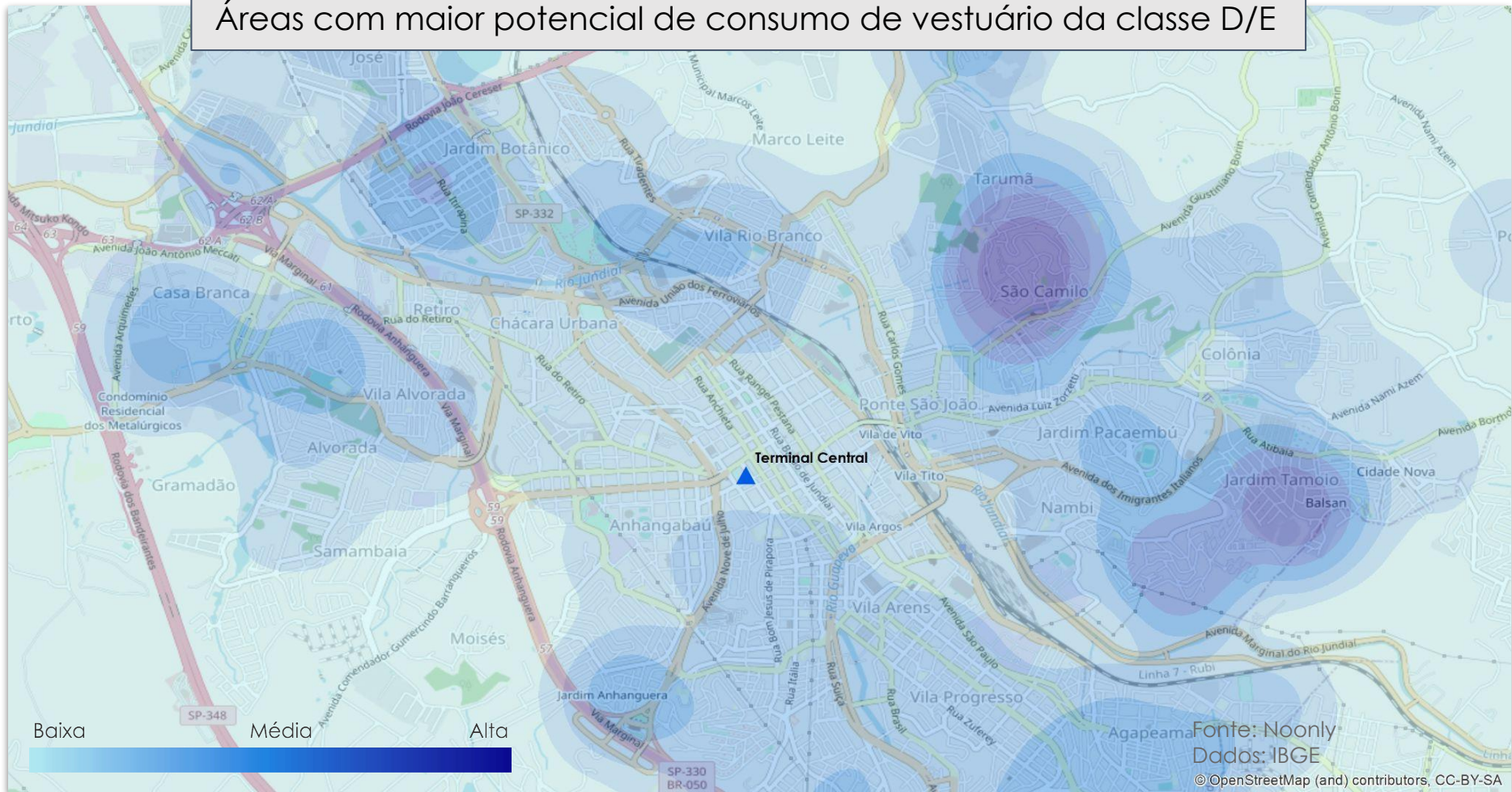








# Áreas com maior potencial de consumo de vestuário da classe D/E





## Potencial de consumo de calçados

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

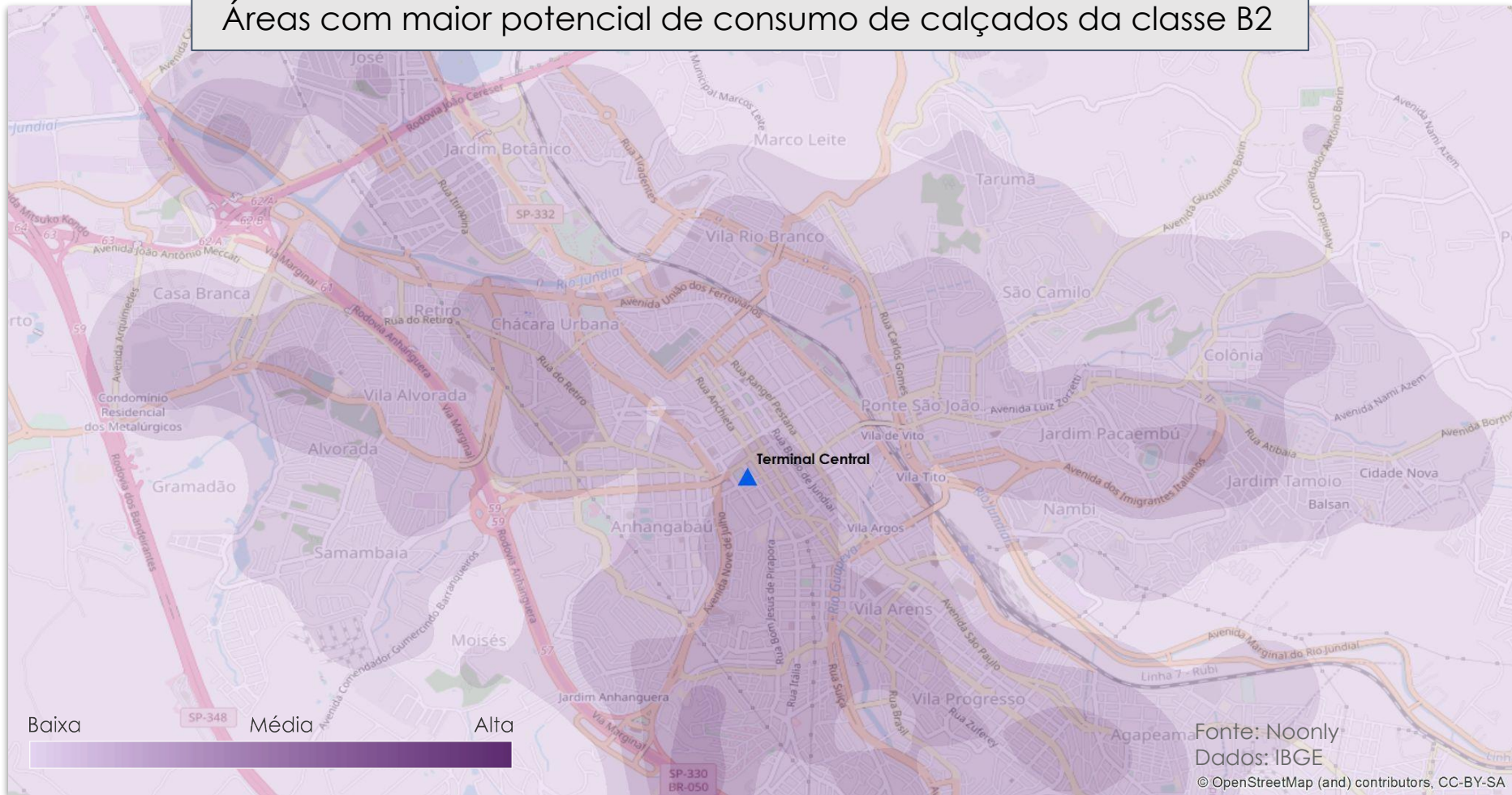
**Nos mapas de potencial de consumo de calçados a seguir, a lógica de interpretação é:** as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado, quanto mais clara for a cor, menor a concentração.







# Áreas com maior potencial de consumo de calçados da classe B2









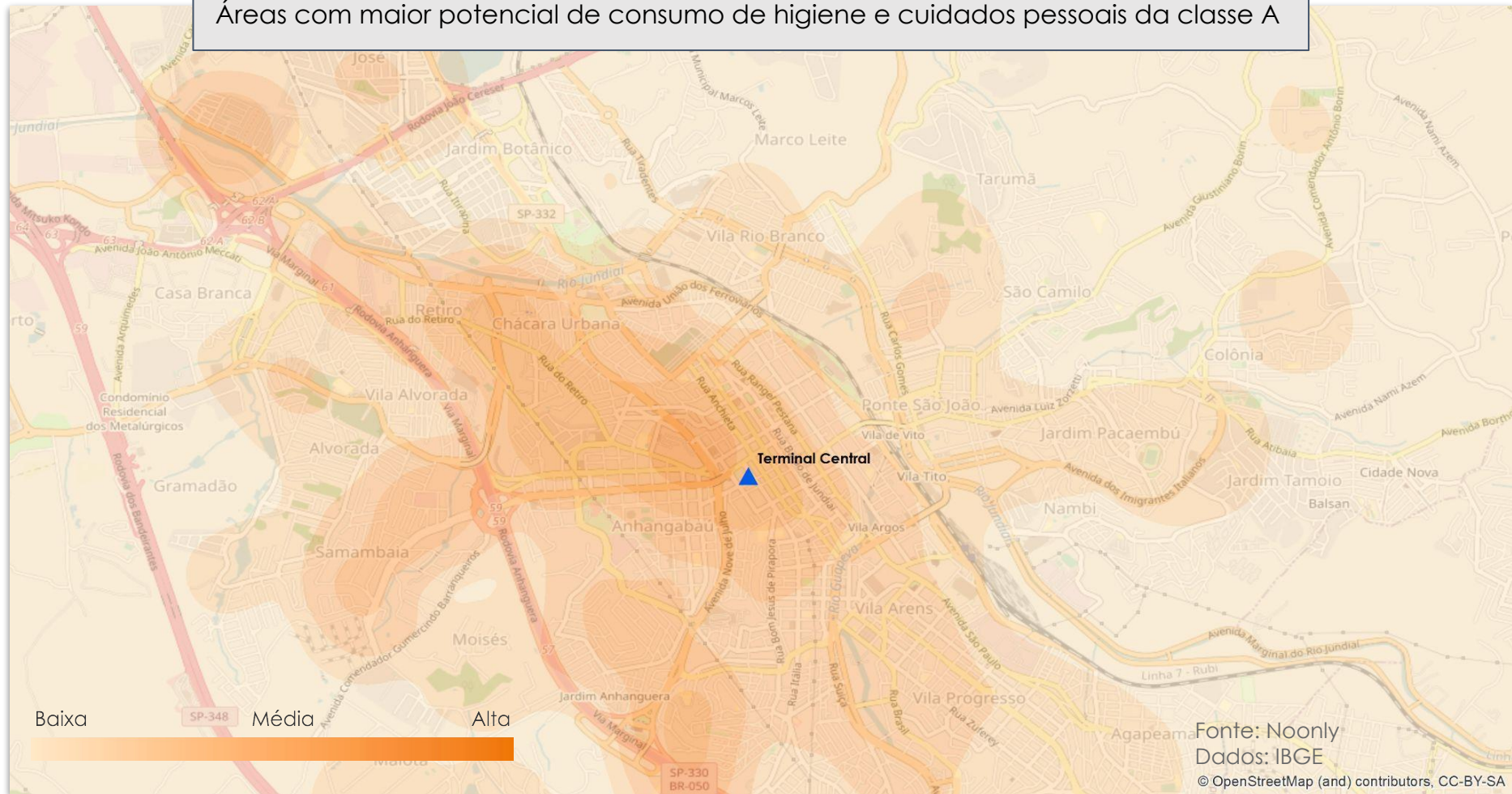


## Potencial de consumo de higiene e cuidados pessoais

Refere-se aos gastos com artigos de higiene e de beleza. Compreende, 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.

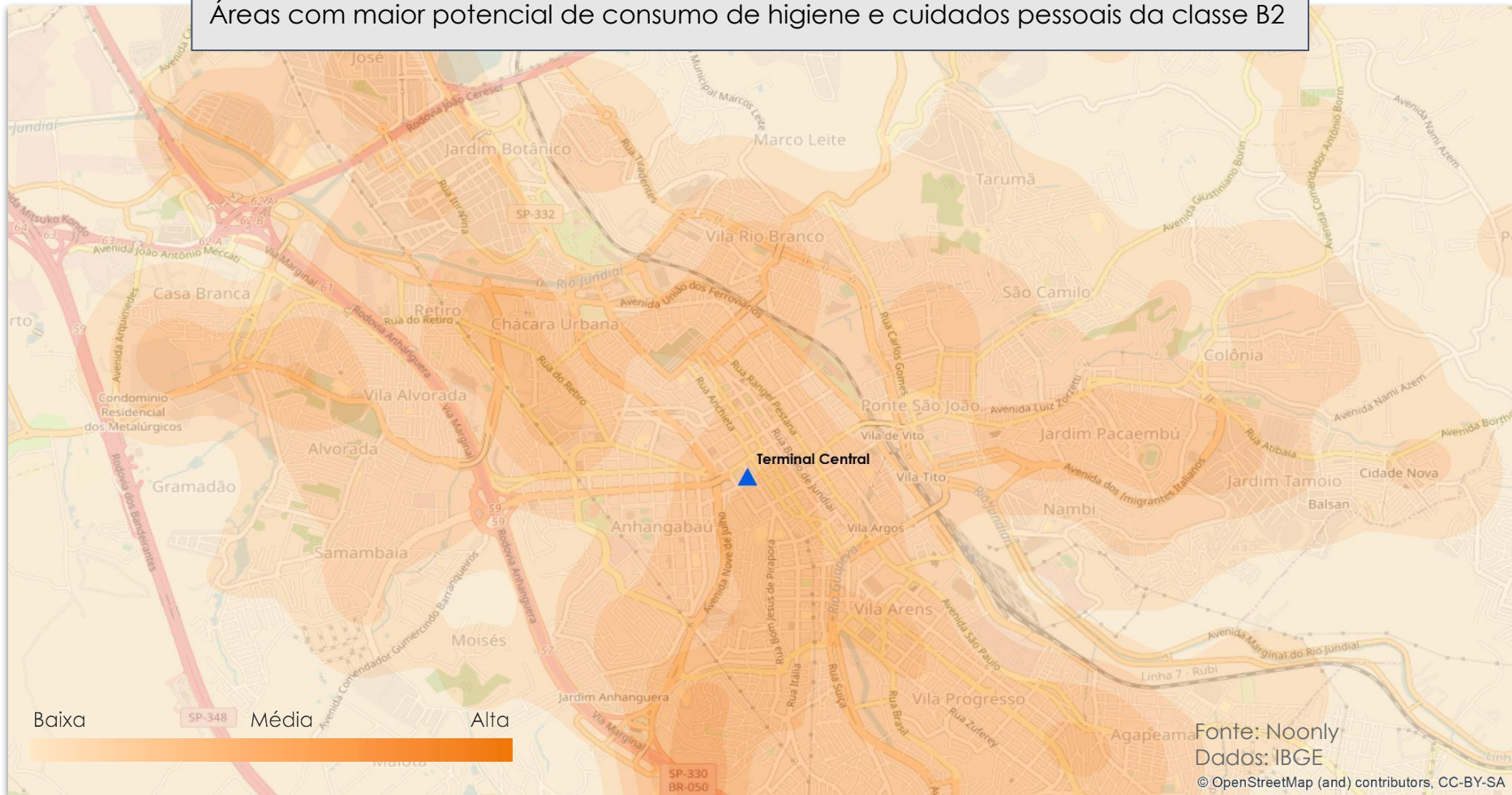
# Áreas com maior potencial de consumo de higiene e cuidados pessoais da classe A



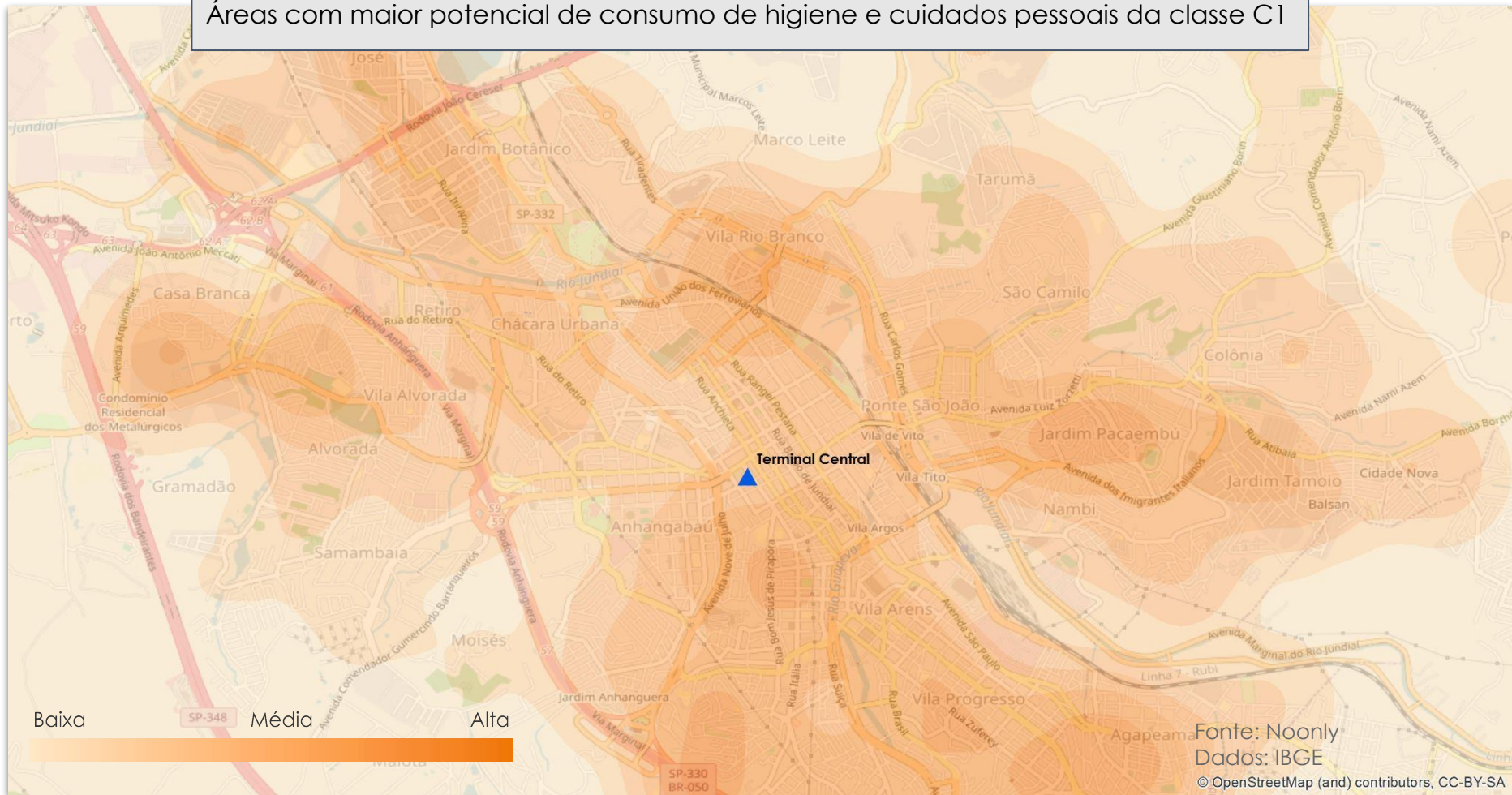




# Áreas com maior potencial de consumo de higiene e cuidados pessoais da classe B2

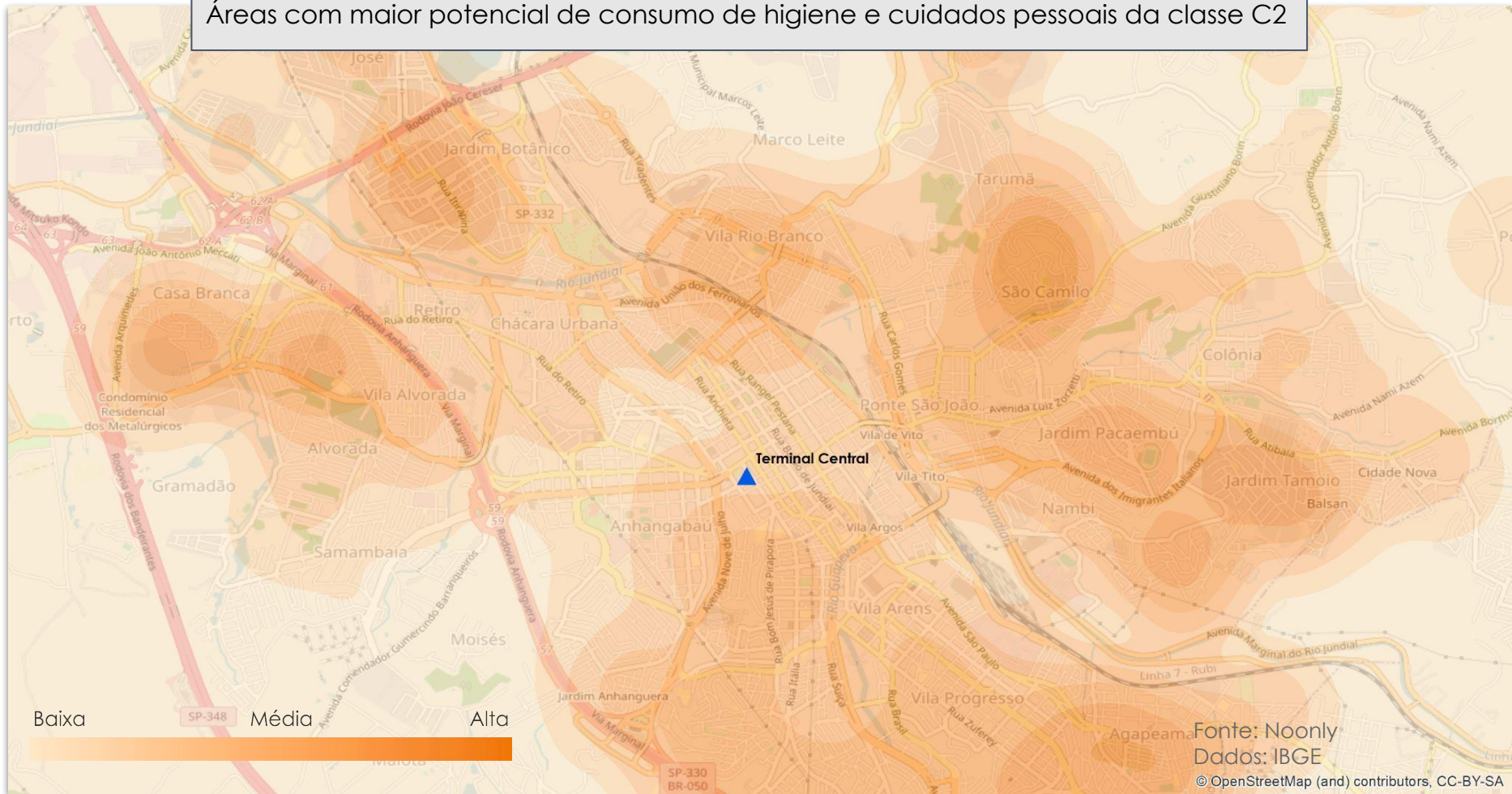


# Áreas com maior potencial de consumo de higiene e cuidados pessoais da classe C1

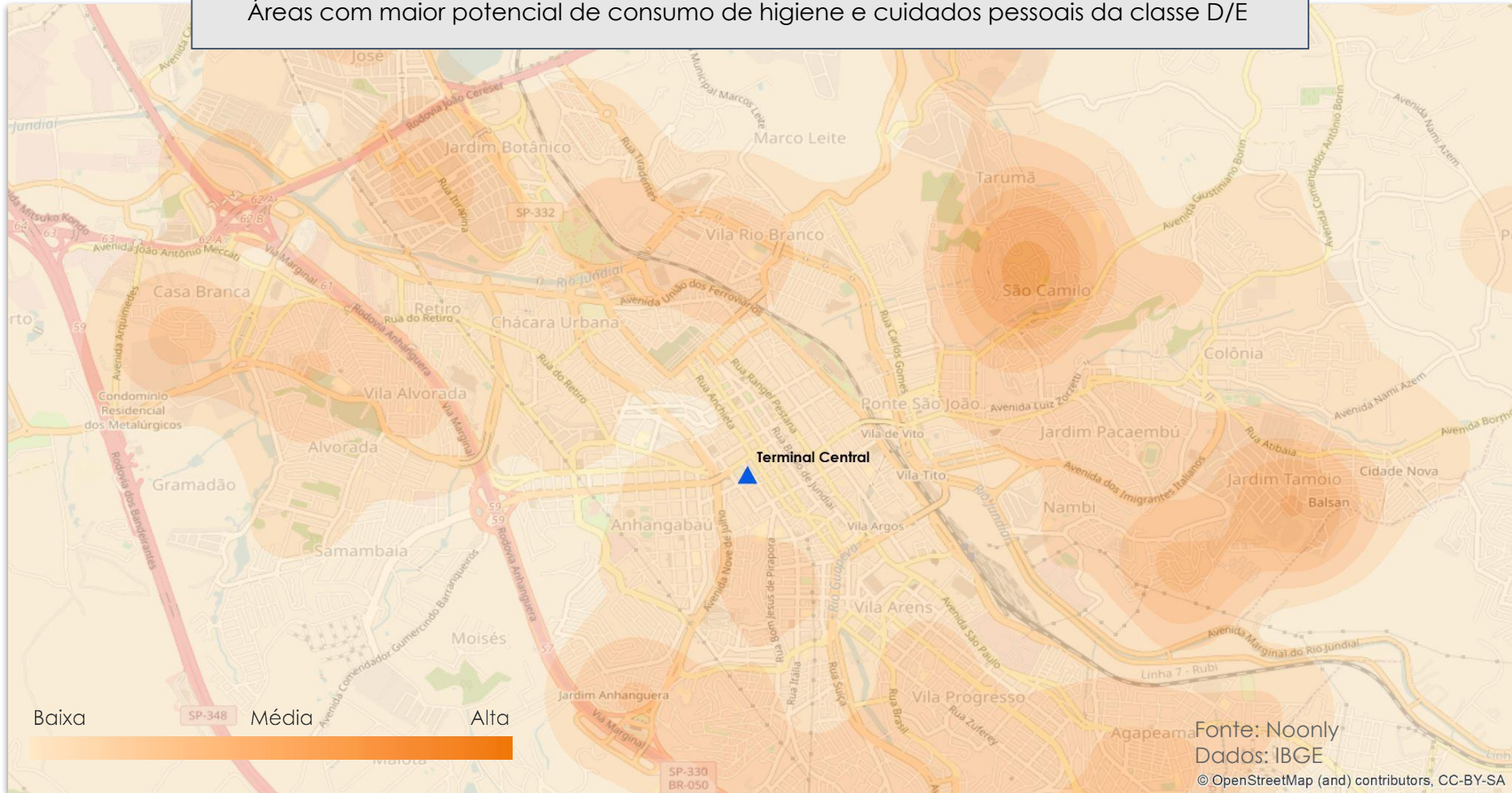


Fonte: Noonly  
Dados: IBGE  
© OpenStreetMap (and) contributors, CC-BY-SA

# 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



Baixa Média Alta

SP-348

SP-330  
BR-050



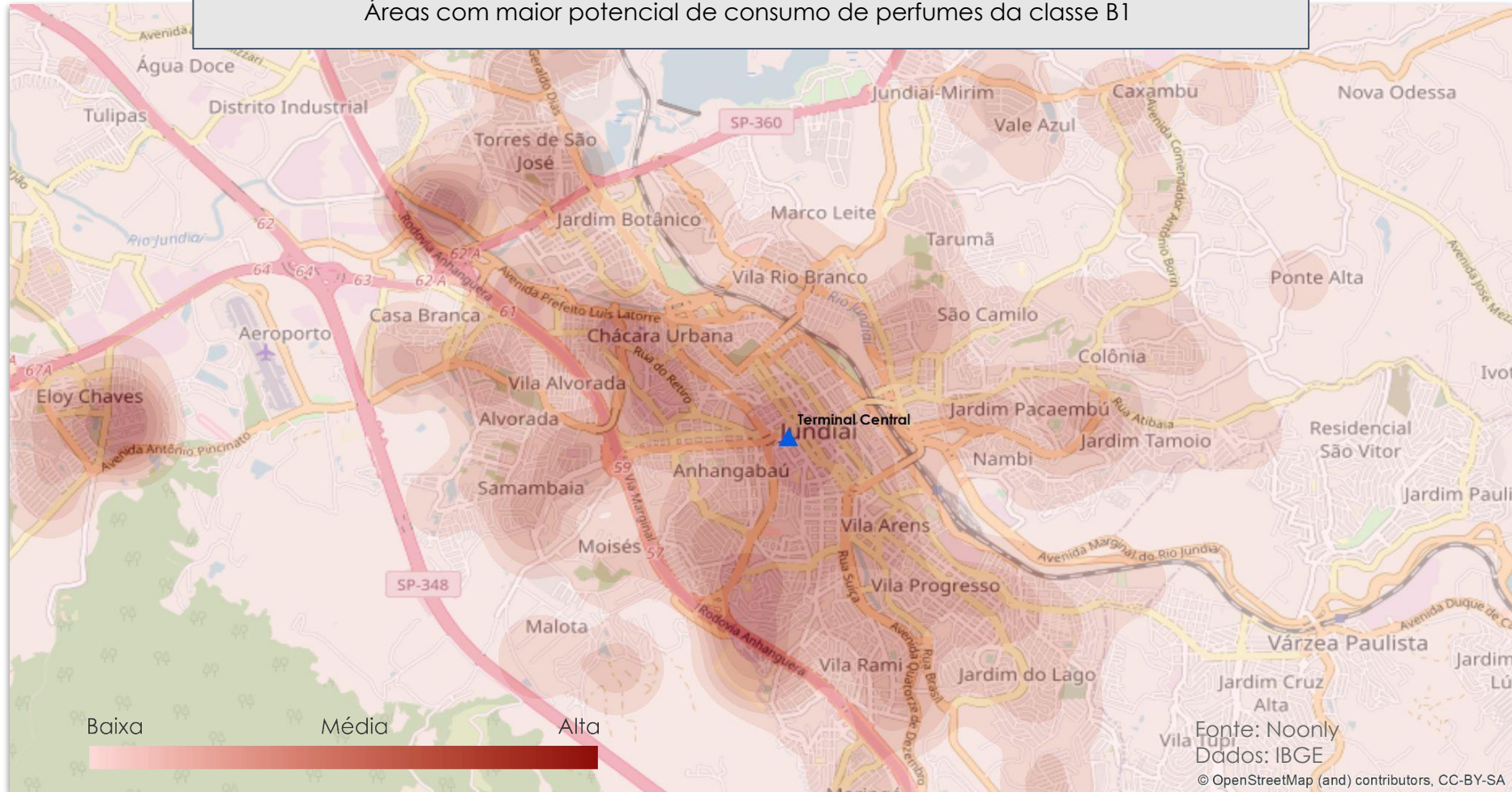
## Potencial de consumo de perfumes

Refere-se aos gastos com artigos de perfumaria.

**Nos mapas de potencial de consumo de perfumes 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 perfumes da classe B1













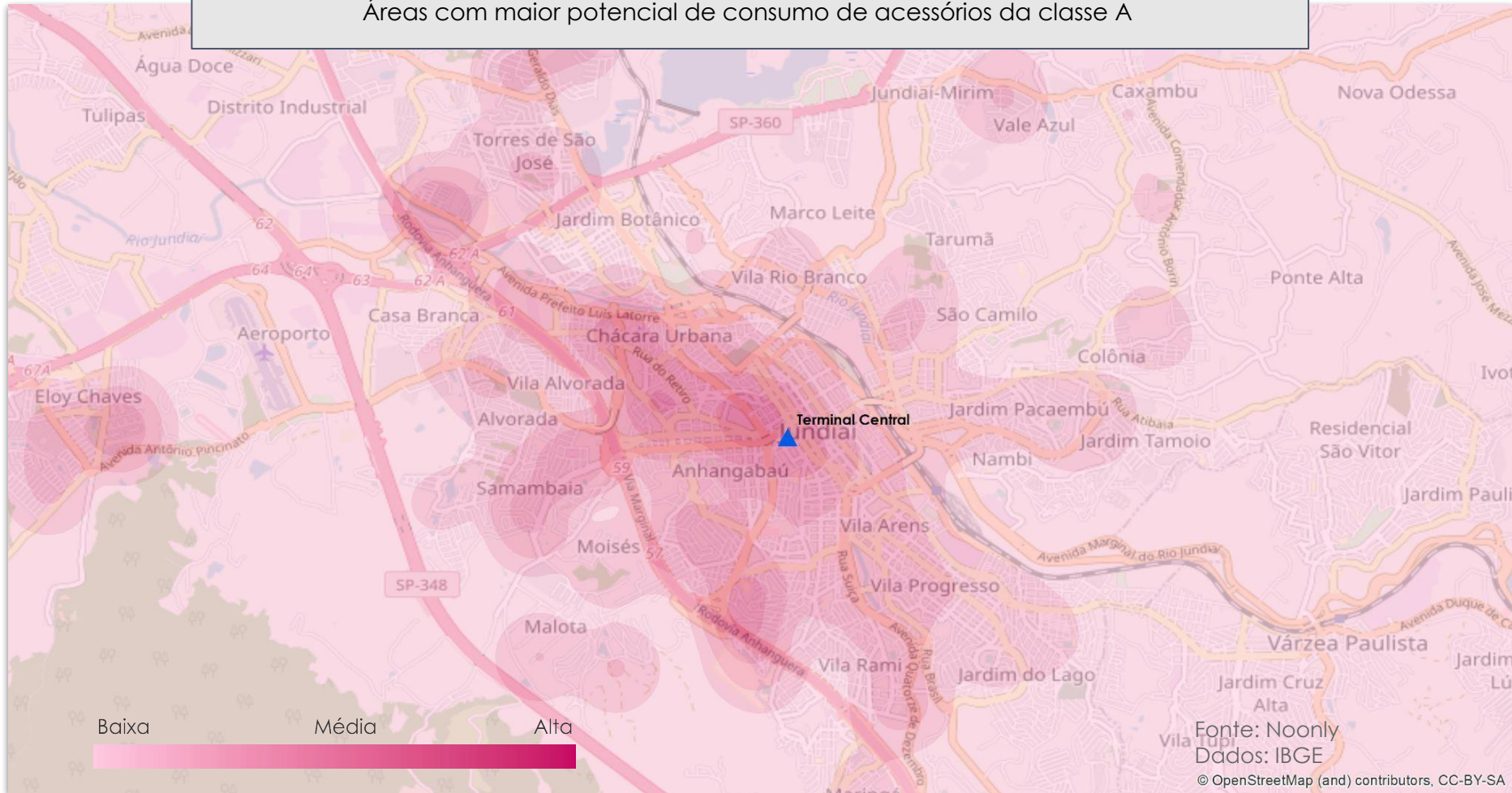


### Potencial de consumo de Acessórios

Refere-se aos gastos para aquisição de relógios, jóias, bolsas, óculos, bijuterias e etc.

**Nos mapas de potencial de consumo de acessórios 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 acessórios da classe A



## Áreas com maior potencial de consumo de acessórios da classe B1



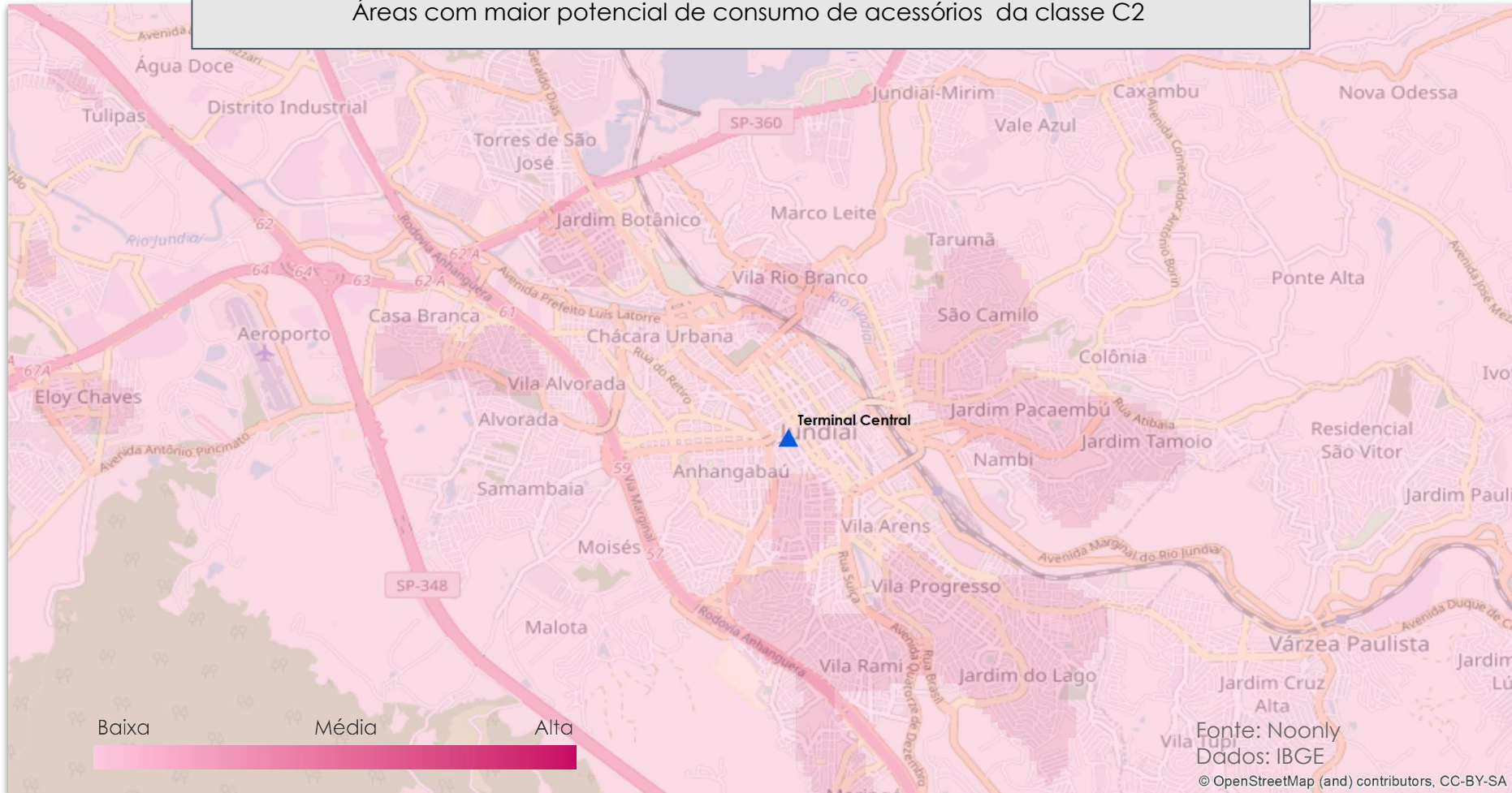




## Áreas com maior potencial de consumo de acessórios da classe C1



## Áreas com maior potencial de consumo de acessórios da classe C2





NOONLABS

---

# O QUE FAZER PARA MELHOR RECEBER NOSSOS CLIENTES



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 descuido 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 dos Namorados é que está muito próximo do dia de pagamento, isso tende a estimular as vendas.

## Quais são suas principais preocupações



Fonte: NielsenIQ



**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

NOONLABS

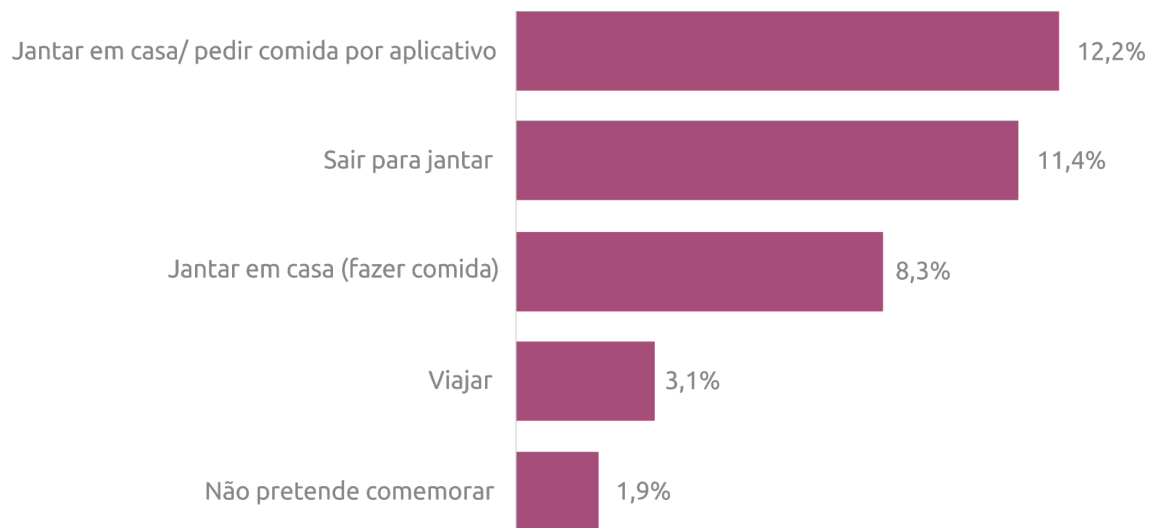
# COMO AS PESSOAS PRETENDEM COMEMORAR

o Dia dos Namorados





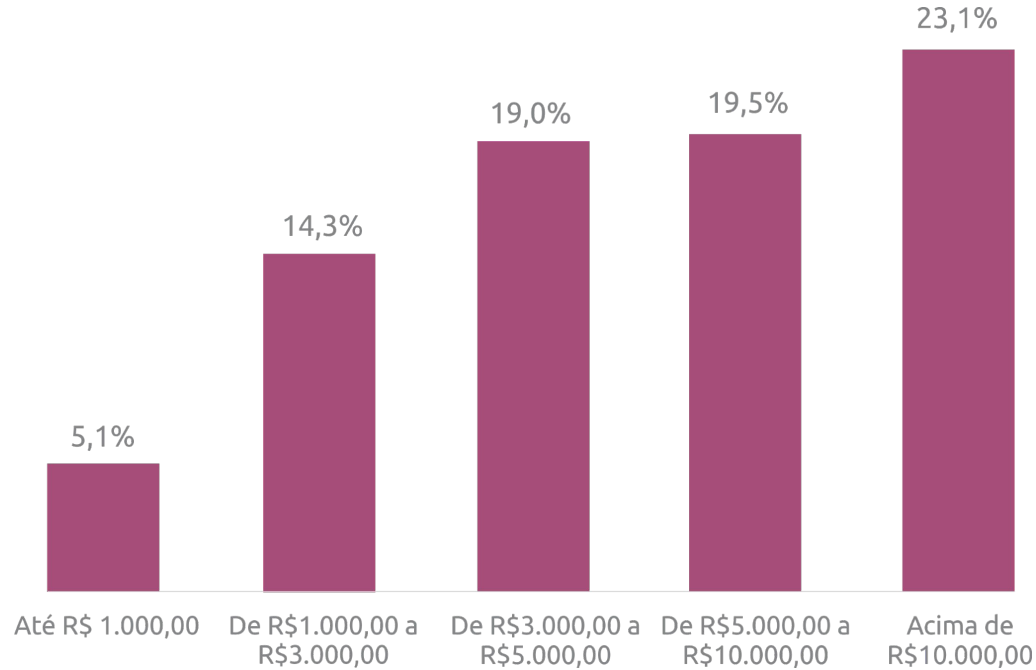
## Como pretende comemorar



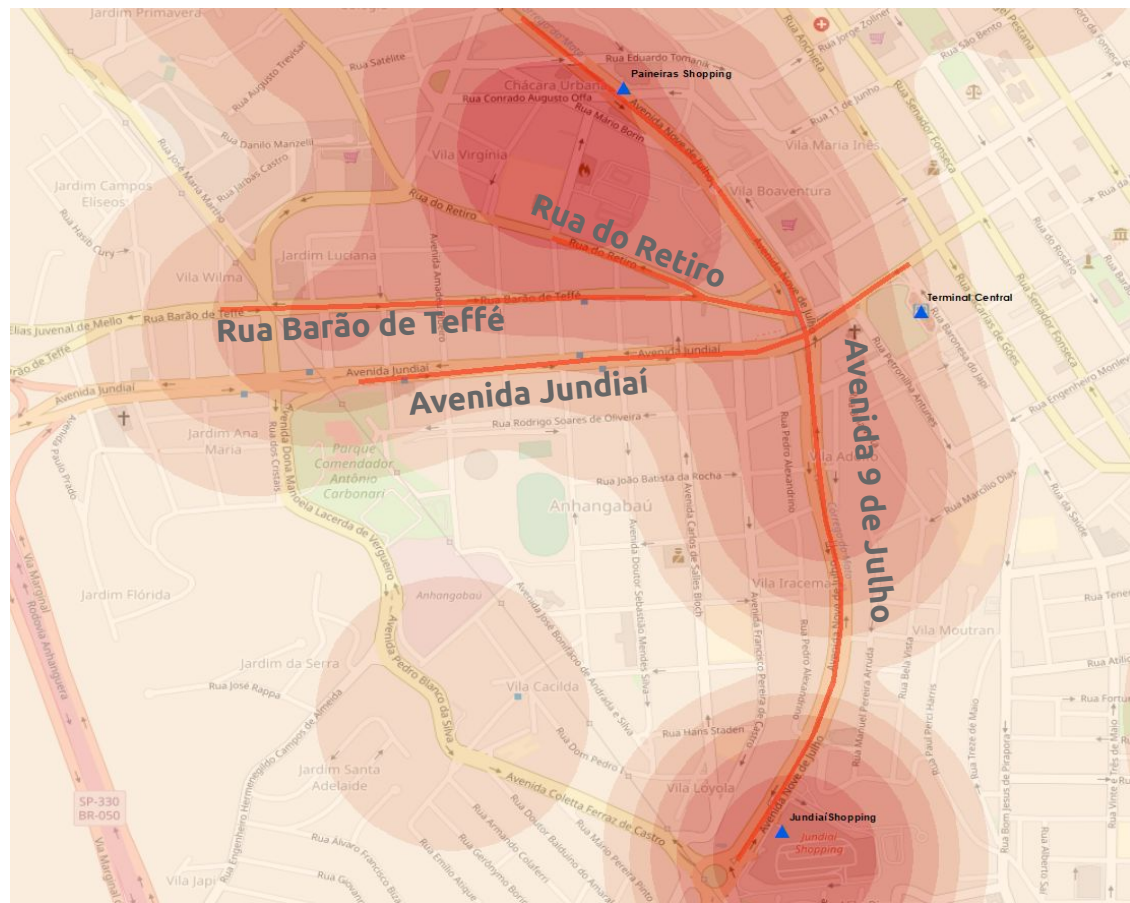
Além disso, buscamos saber sobre como as pessoas que pretendiam consumir no dia dos namorados iriam comemorar a data. A maioria das pessoas declararam que iriam jantar em casa, porém, pedindo comida por aplicativo, ou então iriam sair para jantar. O que leva a crer que o mercado de restaurantes estará aquecido nesse dia, tanto para vendas no salão quanto para vendas por aplicativo. Dessa forma, cabe aos proprietários de restaurantes se prepararem para atender a demanda, aumentando a eficiência da equipe de atendimento como garçons e a equipe da cozinha e também de entregadores.

Sair para jantar e viajar é a opção preferida por classe de renda de 10.000 reais ou mais

## Pretende sair para jantar



Com a pesquisa de campo, também foi possível notar que quanto maior a faixa de renda declarada maior a probabilidade de escolherem sair para jantar para comemorar o dia dos namorados. Portanto, restaurantes localizados em regiões nobres da cidade de Jundiaí podem notar um aquecimento nos negócios nesse período.



Ao lado, podemos ver a concentração dos restaurantes de maior relevância para o Dia dos Namorados devido aos seus perfis, situadas na região Central de Jundiá, mais especificamente na avenida 9 de Julho e adjacências. Podemos ver também a localização do Terminal Central e de dois shoppings nas extremidades da avenida, sendo estes dois últimos um dos principais destinos para as classes econômicas mais altas, pela presença de estabelecimentos tradicionais.



NOONLABS

## PRODUTOS DE DESTAQUE

no Dia dos Namorados





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 dos Namorados.

- **Roupas, calçados e acessórios:** Sempre visto como uma opção em datas comemorativas, no dia dos namorados promete estar com grande destaque, até pela abertura de alguns estabelecimentos, pessoas estarão mais interessadas em estar bonitas para voltar a sair. Essas categorias foram citadas por **35,2%; 22,5% e 21,8%** dos entrevistados respectivamente.
- **Produtos de Beleza:** com a reabertura de alguns locais, isolamento social caindo, essa categoria tende a melhorar. Além disso, é uma categoria que vai bem historicamente nessa data, sendo citada por **22,9%** dos entrevistados este ano.



- **Flores:** tende a vender bem. Mesmo que com tickets menores, mais pessoas devem optar por elas.
- **Eletrônicos:** Apesar de serem mais caros, as pessoas de mais baixa renda foram os que mais responderam que pretendiam consumir nessa categoria, portanto, eletrônicos de menor valor, como celulares, fones de ouvido, smart watches e etc., devem ter maior procura. Cabe lembrar a importância na facilidade de pagamento nesses casos.
- **Restaurante:** Sair para jantar sempre foi um dos maiores programas nos dias dos namorados. Com a pandemia, caso não haja nenhum decreto para essa data que limite o acesso ou os horários de funcionamento, o setor de bares e restaurantes deve dar uma aquecida no dia dos namorados, ainda mais se considerarmos a demanda pelo delivery.

## **Equipe**

### **Estatística**

Gustavo Brusse

### **Geografia/ Marketing**

Ivan Shieh Basotti

Samuel Andrade

### **Especialista em varejo**

Fernando Foster



(11) 3308 4300

imprensa@acejundiai.com.br

# noonly

**ciência de dados e inteligência geográfica**

Grupo Conexão Farma/GeoMeridium

[www.noonly.com.br](http://www.noonly.com.br) / [www.conexaofarma.com.br](http://www.conexaofarma.com.br)

[samuel.andrade@noonly.com.br](mailto:samuel.andrade@noonly.com.br)

[ivan.basotti@noonly.com.br](mailto:ivan.basotti@noonly.com.br)

[gustavo@noonly.com.br](mailto:gustavo@noonly.com.br)

[fernando@noonly.com.br](mailto:fernando@noonly.com.br)