



### **Reunião Inventários Comercio e Consumidor data 16/09/2020**

Quando tratamos do setor econômico comercio principalmente e depois serviços precisamos ressaltar que ele é parte fundamental da história humana, poderosa ferramenta de satisfação das necessidades humanas que se modifica e se expande desde o começo da civilização. Quando tratamos deste tema no município de Tambaú estas questões precisam ser lembradas para que cada elo da cadeia do comercio e de serviços compreenda a sua importância uma vez que ela é antiga, preciosa e mantém a vida e a estrutura social.

Os comércios e prestadores de serviços estão mais uma vez sendo desafiados pela história a se reinventarem, aperfeiçoar suas estratégias e ferramentas, estas mudanças já vinham sendo necessárias nos últimos anos e o evento da pandemia veio acelerar. Para termos sucesso e permanecemos no mercado com a atividade será necessário buscar novas informações, novas visões e novas ferramentas de gestão e de abordagem com o mercado com o objetivo de transformar a venda uma experiencia de encantamento e satisfação de cada consumidor e um negócio de resultados para o empresário . Fizemos um inventários para o Comercio e outro para o consumidor com o objetivo de podermos comparar as visões e identificar pontos em comum e pontos divergentes que precisam ser tratados e trabalhados ao longo do tempo .

#### **Pesquisa do Comercio**

- 78,71% dos entrevistados vendem somente na loja e 13,8 % utilizam internet. vale ressaltar que esta pesquisa teve uma parcela de inventários respondidos durante a pandemia e em muitas situações com horários super restritos para abertura ao cliente. Quanto ao perfil do consumidor 72,00 % são do próprio município e 20 % de cidades vizinhas. O comerciante ( 61%) está focado na concorrência local, mas não é claro sobre a sua visão sobre este concorrente, em torno de 60% acredita que a concorrência não vai aumentar muito, vai aumentar pouco e vai aumentar medianamente .80% dos entrevistados não respondeu sobre a sua escolaridade o que podemos interpretar que ele não dá valor a este tema ou ele considera que sua escolaridade não é satisfatória e não quer compartilhar.

Não treinou os seus funcionários nos últimos 3 anos (73,53%), quando houve treinamento grande parte foi para os proprietários.

Quanto aos diferenciais que podem tornar o comercio mais competitivo é citado a qualidade de atendimento, novidades, variedades, estoque e menor preço itens que qualquer concorrente pode superar facilmente.



Os fatores que mais pesam negativamente na visão do comerciante são impostos, baixa margem de lucro, aluguel com alto valor, baixa renda do consumidor e desemprego (24%).

E, quanto às ameaças estão: a decadência econômica de Tambaú 38%, o fortalecimento do comércio vizinho, 20%, as vendas por internet (14%) e, a chegada de novas lojas.

Já os pontos fortes para competir são qualidade e variedade de produto, preço e atendimento (22 %) itens muito fáceis de serem alcançados pela concorrência.

Apresentou dificuldade para identificar o ponto fraco para competir sendo que o índice de “não respondeu” 49% e os demais na somatória tiveram em torno de 30%. Estes resultados podem demonstrar que o comerciante não tem noção clara sobre o seu negócio, pontos fortes e fracos, concorrência e demandas do novo consumidor, sem falar nas demandas que a pandemia trouxe.

No entanto 57% dos comerciantes estão dispostos a fazer alguma melhoria no seu negócio e estas melhorias estão relacionadas à reforma e ampliações, propagando e publicidade, mobiliário, campanhas de vendas e cadastro de clientes , nova linha de produtos e aplicativos de automação comercial .Vale apontar que o comerciante não citou vendas pela internet , mas falou sobre aplicativo de automação comercial.

E, finalmente quando o comerciante foi questionado sobre o que o comerciante precisa fazer para melhorar o desempenho do varejo o item mais citado está no atendimento ao cliente (16 %) seguido de união dos comerciantes (12%) , Treinamento de funcionários, melhoria dos preços e trabalhar a imagem do comércio de Tambaú ( 12% e investimento público e melhorar o desemprego ( 15%).

#### **Pesquisa do consumidor:**

A pesquisa do consumidor tem o objetivo de entender o sentimento do consumidor local em relação às exigências, críticas e sugestões sobre o comércio de Tambaú. Estes dados são fundamentais para que o comércio bem como as instituições envolvidas no tema comércio e serviços possam entender estas demandas e, com base numa profunda reflexão criar um plano para atendimento dos desejos dos consumidores e estratégias de desenvolvimento e fortalecimento deste setor econômico.

Constatamos que o consumidor não utiliza o setor alimentício em grande proporção principalmente restaurantes, bares e choperia (36 % usam em Tambaú e 75% de 20 até 50 km



distante), padarias, alimentos industrializados e alimentos frescos o percentual de consumo local é maior do que o consumo em outra localidade. Os demais itens apontados na pesquisa podem servir inclusive como base para novos empreendedores e investidores e para a própria Associação comercial utilizar para fomentar novos negócios e investimentos e/ou capacitação de empresários.

Já o setor de serviços tem percentuais altos (acima de 70 %) para cabelereiros, bancos, assistência técnica, serviços hidráulicos. Os demais itens apontados na pesquisa podem servir inclusive como base para novos empreendedores e investidores e para a própria Associação comercial utilizar para fomentar novos negócios e investimentos e/ou capacitação de empresários.

Vale ressaltar que em todas as respostas da pergunta se compra ou utiliza serviços em Tambaú 66% dos respondentes também realizam suas compras e ou obtém serviços fora de Tambaú.

O consumidor aponta poucas empresas e desemprego (58%) preços (20 %), preços altos 20 5 e atendimento ruim (10 %) como fatores que prejudicam o setor de serviços local.

Quanto ao comercio o consumidor considera que os fatores que mais prejudicam a atividade estão relacionados a poucas empresas e desemprego alto (50%), preços altos (34%) e atendimento ruim (7 %.).

Com base na análise destes dados e debate entre o grupo presente estão sendo feitas as seguintes propostas:

- A Associação Comercial poderia Cadastrar e inventariar todos os comerciantes, prestadores de serviços , artesões locais , associados e não associados e oferecer o espaço da Associação como um local de planejamento, organização , formação e estruturação da nova forma que o futuro pede para se fazer negócios seja no comercio, nos serviços , no artesanato e nos setores específicos como o da gastronomia.

1 – Desenvolver ações de profissionalização do grupo de comerciantes, prestadores de serviços, artesãos e outros passando pelos seguintes passos:

- Apresentar os resultados dos inventários do Comercio, Serviços e do Consumidor e produzir um plano de resolução para as principais dificuldades que estejam relacionadas ao próprio empresário tais como:



- Formação em empreendedorismo com base na perspectiva das demandas que o futuro vai demandar
  - Formação em ferramentas digitais, uso, aplicação e resultados
  - Formação em gestão financeira, tributaria, contábil, estoque, marketing
  - Formação em gestão de pessoas
  - Formação em Vendas presencial e pela internet
- 2- Promover e estimular a formação de grupos de trabalho para o desenvolvimento de propostas para eventos comerciais, culturais, gastronômicos, de negócios que garanta a participação ativa do comerciante e prestador de serviços e dê retornos financeiros interessantes
- 3- Promover e estimular a formação de um grupo de trabalho para o desenvolvimento de uma Plano de ação para ampliação e fortalecimento do comercio local utilizando a internet como base de divulgação em conjunto e até de comercialização. Elaboração e lançamento de uma plataforma única de vendas para o comercio, sendo presencial e online.
- 4- Promover e estimular a formação do Grupo de empresários do setor alimentício e junto com eles criar um Núcleo de gastronomia com programas de formação profissional, estudos, viagens e experiencias gastronômicas em lugares de referência que possam ser aproveitadas em Tambaú
- 5- Estimular a instalação de comércios de gastronomia com valor regional seja esta produção vinda da agricultura familiar como por exemplo doces, compotas, geleias, mel, hortifruti ou restaurantes, cafés, bistrôs e outros que possam atender o cidadão local e os visitantes do turismo religioso.
- 6- Estimular a criação e instalação de negócios relacionados ao tema Cerâmica vermelha relacionada á visitação às cerâmicas, oficinas de produção cerâmica. lojas de artesanato com produtos gastronômicos locais e artesanato de designer
- 7- Criar um grupo de trabalho em conjunto com a Igreja católica e membros do Poder Público que desenvolvam um planejamento da cidade para usufruir da beatificação do Padre Donizete como fator de alavanca para geração de emprego e renda , os comércios e serviços necessários, a gastronomia, os locais históricos e culturais para visitação, as propriedades rurais que queiram trabalhar no turismo rural e principalmente o artesanato religioso.



8- Estimular agências de viagem locais a ter um setor de turismo receptivo que possa desde já fazer dos eventos econômicos, culturais, festivos e religiosos como fator de geração de emprego e renda para cidadãos tambauenses.

9- Implantar em conjunto com o Poder Público um centro de formação da economia criativa que envolva bares, restaurantes, comerciantes, prestadores de serviços e artesão com objetivo de se criar uma marca ou um selo de referência (Place branding ou city branding) para Tambaú.

10 – Criar um grupo de trabalho que vai estabelecer prioridades de ações, investimentos e incentivos relacionados à gestão pública que estejam em ordem de prioridade e que sejam factíveis para o poder público ao longo do tempo para facilitar o comércio e serviços.

11 – Criar o grupo de jovens empresários com programa de formação profissional, visitação á outras cidades e eventos para abrir horizontes e entender a importância da profissionalização da atividade e despertar o desejo de dar continuidade aos negócios da família e/ou abrir um negócio ao invés de ir a busca de um trabalho de empregado.

13 - Manter relacionamento muito próximo dos Sindicatos dos empregados do comércio e patronal no sentido de atender as suas demandas e envolvê-los nas demandas do futuro e principalmente do Tambaú 2050.

14- Integrar todas as ações da Associação Comercial com a Gestão Municipal no sentido de criar sinergia, otimização de esforços e recursos e por fim geração de emprego e renda nestes setores de atividade

15 - Fomentar a criação de uma Escola de Designer para o artesanato local, comerciante, prestadores de serviços, e outros sempre no foco de se criar uma marca de Tambaú (City Branding)