

Indicadores do autosserviço

Material e método

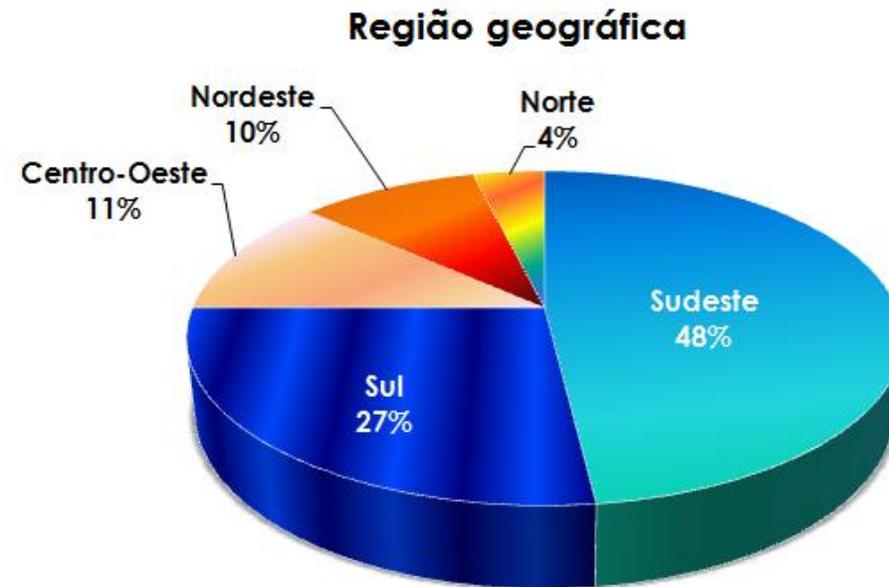
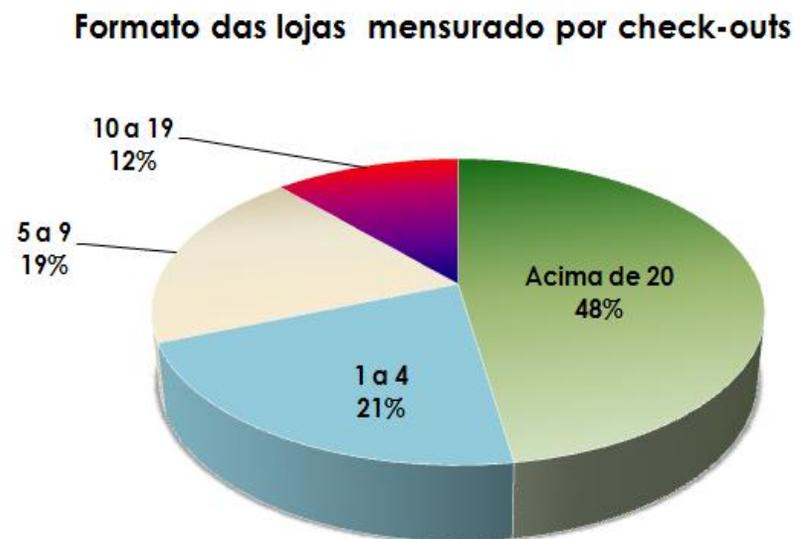
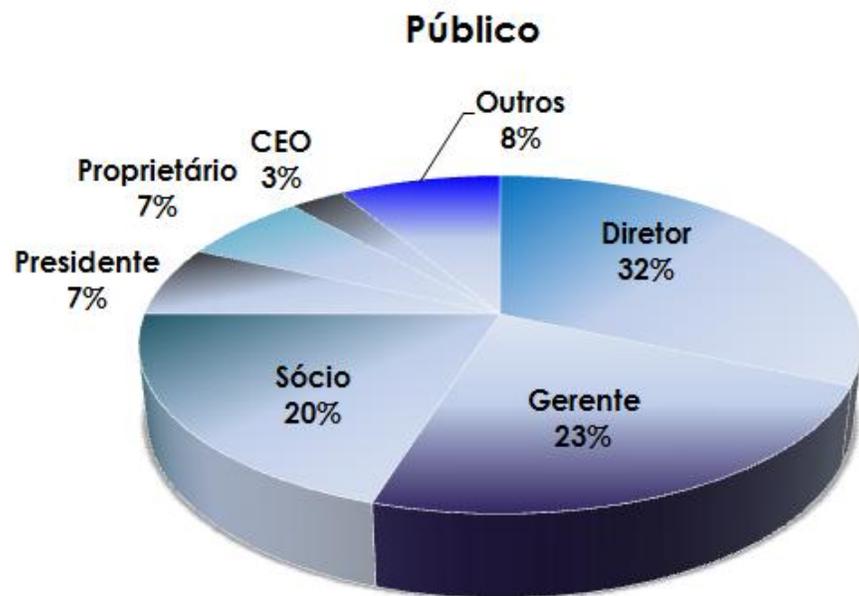
A pesquisa foi realizada pelo Departamento de Economia e Pesquisas da Abras, do dia 18/12/2020 a 05/01/2021 em todo território nacional.

A amostra contou com 104 empresas participantes, sendo a maioria dos respondentes ocupantes de cargos decisórios.

O questionário foi feito de forma on-line e o Departamento de Cadastro da entidade fez telemarketing ativo, convidando as empresas a participarem do estudo.

Tabulação e análise dos dados foram feitas pelo próprio departamento idealizador e responsável.

Perfil dos participantes



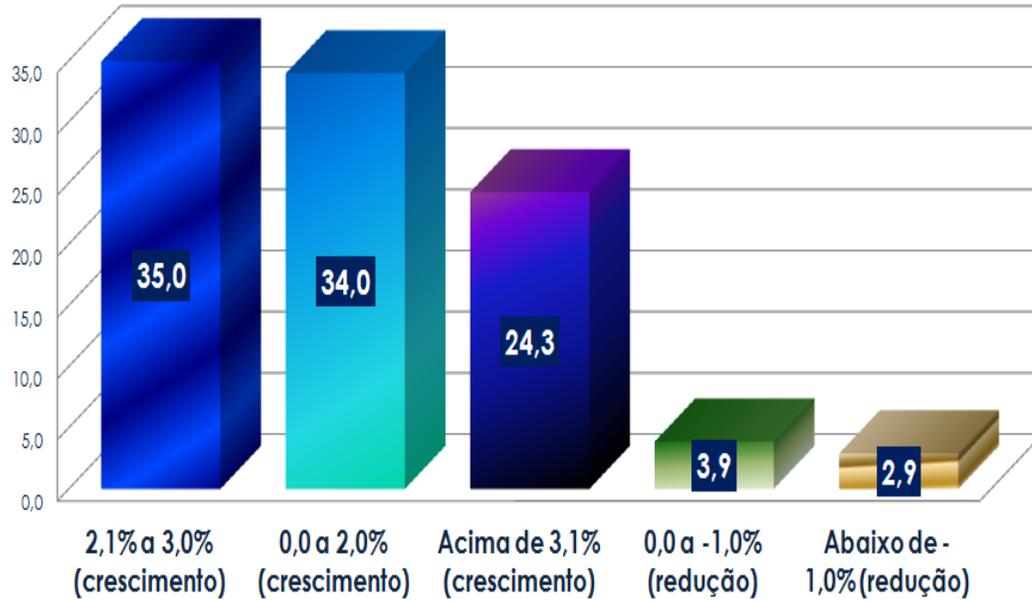
Diretores foram a maioria na pesquisa; somando sócios, presidentes e proprietários, temos 66% de representatividade. Este número reflete maior poder de decisão e execução de planos, investimentos e estratégias para 2021.

Empresas acima de 20 check-outs e domiciliadas na Região Sudeste foram a maioria na pesquisa.



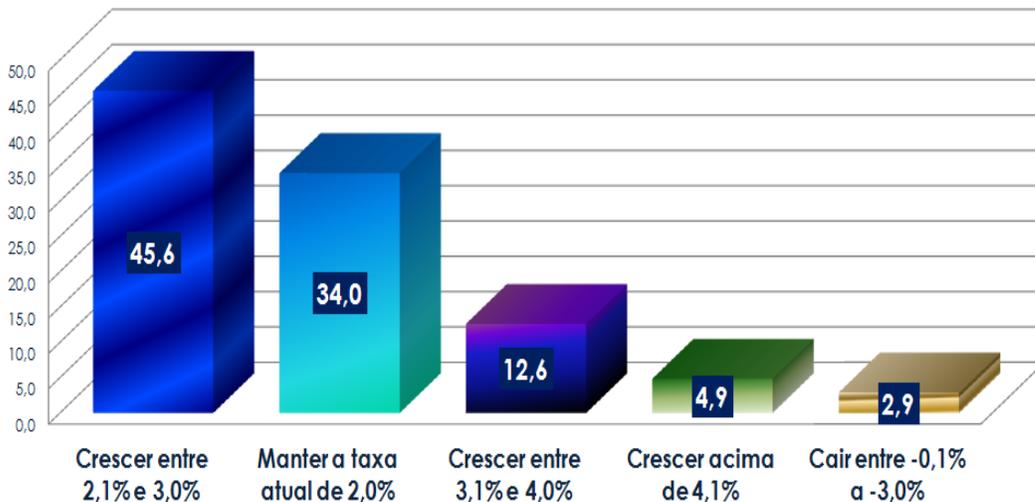
Cenário macro

Perspectivas para o PIB

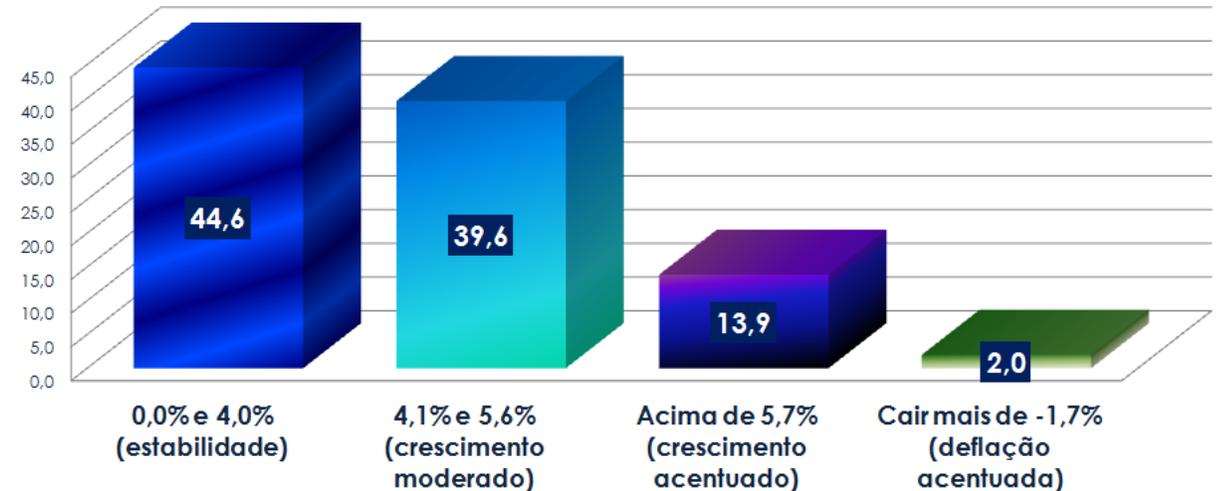


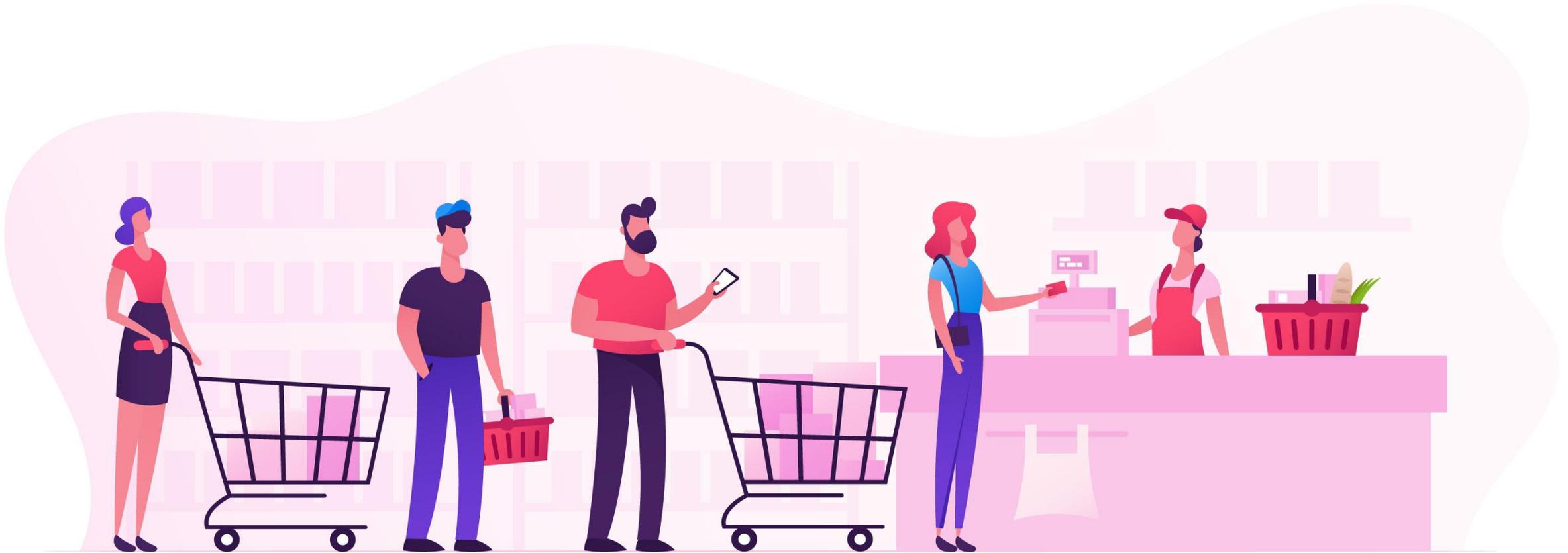
Após um ano desafiador e economicamente turbulento, os empresários do setor estão otimistas e ao mesmo tempo cautelosos com o crescimento do PIB. 35% projetam crescimento de 2% a 3% e 34%, até 2%. Quanto à inflação, 44,6% projetam estabilidade até 4%. Vale ressaltar que o BC, estipulou uma meta de 3,75% para o ano. Referente à taxa de juros, 45,6% creem num crescimento entre 2% e 3%. Atualmente, a Selic está em 2% e será mantida até a próxima reunião do Copom, que ocorrerá em meados de março/2021.

Perspectivas para a taxa de juros



Perspectivas para a inflação





Perspectivas do setor

Objetivos e Foco

Conseguir melhores prazos para pagamento junto aos fornecedores



Ampliar/diversificar o mix de produtos



Comprar produtos mais baratos



■ Muito importante ■ Importante ■ Relativamente importante ■ Pouco importante ■ Sem importância

Focar em programas de fidelidade ao cliente



Conhecer de forma mais ampla os consumidores que passam por sua loja



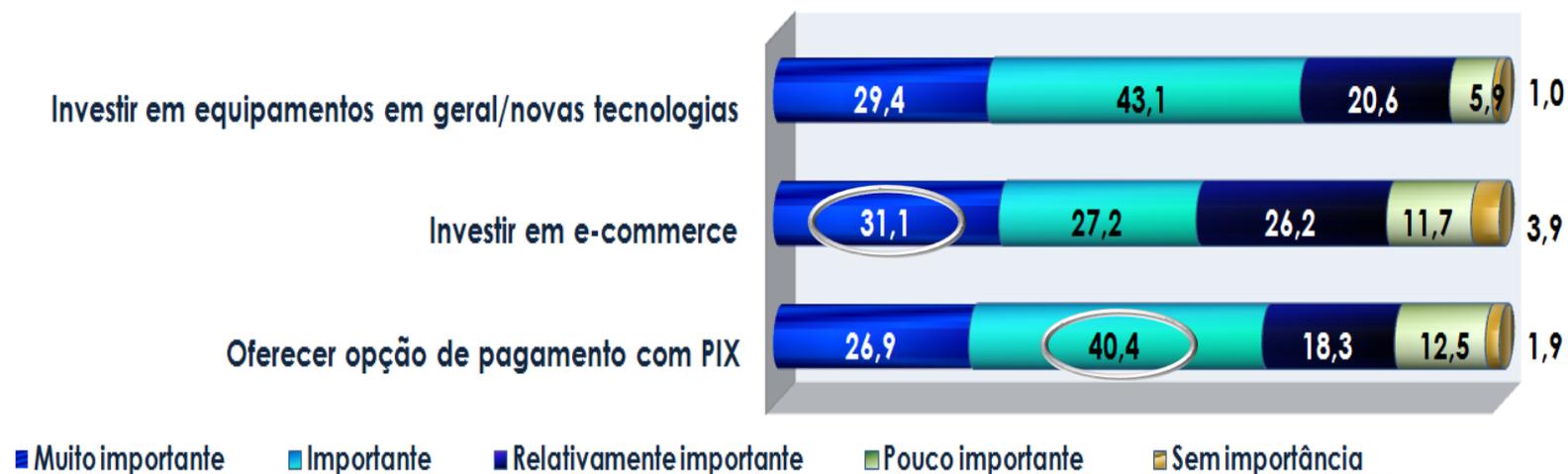
■ Muito importante ■ Importante ■ Relativamente importante ■ Pouco importante ■ Sem importância

Melhores prazos de pagamento junto aos fornecedores e a compra de produtos mais baratos são variáveis consideradas muito importantes para os supermercadistas e refletem diretamente nas indústrias. Assim como a ampliação e diversificação do mix.

Conhecer melhor seus clientes e implantar programas de fidelidade são os principais foco dos empresários.

Pergunta: Considerando o ano de 2021, quais serão os objetivos/foco da sua empresa?

Objetivos e Foco



O ano de 2020 exigiu que os brasileiros permanecessem em seus lares e se adaptassem ao home office, as aulas on-line, reuniões virtuais e compras. Observando este movimento, os supermercadistas pautam como principal objetivo o investimento em e-commerce.

Oferecer opção de pagamento com PIX também está no radar dos supermercadistas.

A capacitação da mão de obra, também é considerada como importante.

Pessoas bem treinadas e motivadas geram um excelente resultado.

Pergunta: Considerando o ano de 2021, quais serão os objetivos/foco da sua empresa?

Objetivos e Foco

Adquirir equipamentos de segurança/prevenção de perdas



Implantar programa de prevenção de perdas

■ Muito importante ■ Importante ■ Relativamente importante ■ Pouco importante ■ Sem importância

Perdas é um mal que acomete todo o varejo. Em 2019, de acordo com a 20ª Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro de Supermercados Abras, as perdas registraram 1,82%, o equivalente a R\$6,9 bilhões do faturamento do setor.

Tendo em vista este número, focando em minimizar e reduzir estas perdas, a implantação de programas de prevenção foi a alternativa apontada como mais importante.



Pergunta: Considerando o ano de 2021, quais serão os objetivos/foco da sua empresa?

Objetivos e Foco

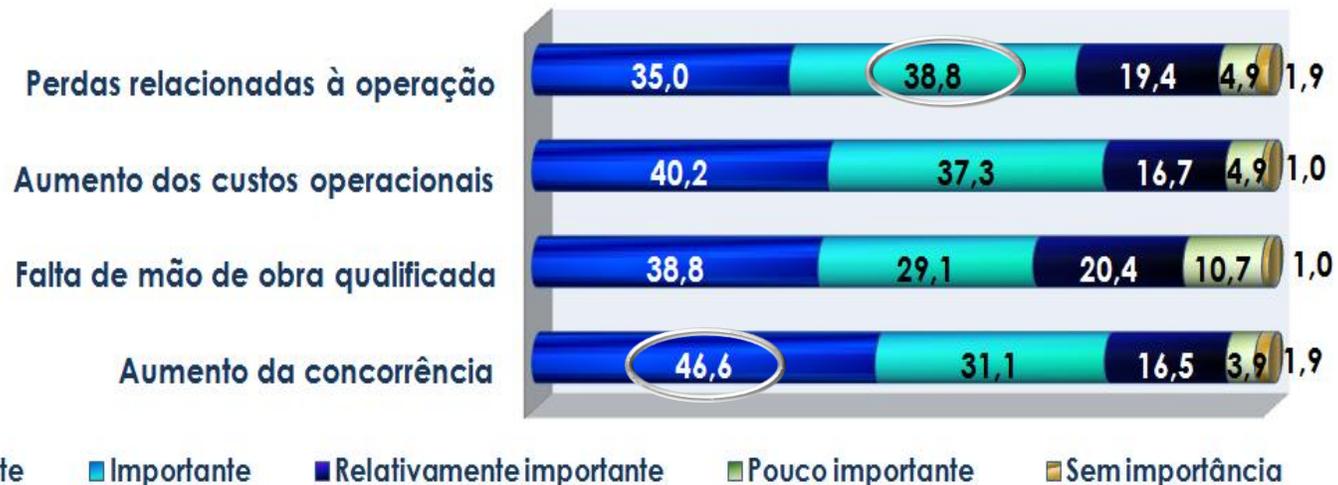
Alguns participantes da pesquisa, citaram outros objetivos e foco, sendo eles:

- ❖ Ampliação de delivery digital;
- ❖ Responsabilidade social;
- ❖ Menor endividamento;
- ❖ Implantação de cartão de crédito próprio;
- ❖ Gerenciamento de Categorias;
- ❖ Modernização das lojas;
- ❖ Redes sociais;
- ❖ Implantação de sistemas;
- ❖ Trabalho colaborativo entre o varejo e a indústria;
- ❖ Motivação e interação entre os colaboradores;
- ❖ Redução de custos bancário (taxas de cartões, etc.);
- ❖ Meios de pagamento digitais;
- ❖ Conhecer de forma detalhada o cliente que passa pela sua loja.



Pergunta: Considerando o ano de 2021, quais serão os objetivos/foco da sua empresa?

Problemas e dificuldades



Aumento de impostos e concorrência são os temores principais dos supermercadistas em 2021.

Perdas relacionadas à operação é uma variável considerada como importante para o ano.



Pergunta: Quais serão os problemas e dificuldades que a sua empresa deverá enfrentar em 2021?

Problemas e dificuldades



Restrições para funcionamento de lojas em virtude da pandemia



■ Muito importante ■ Importante ■ Relativamente importante ■ Pouco importante ■ Sem importância

A pandemia afetou todo o mundo e impôs limitações para toda a sociedade.

Uma das principais dificuldades que os supermercadistas temem enfrentar são as restrições para o funcionamento das lojas em algumas localidades.

O aumento do nível de endividamento da população também é um problema considerado como muito importante para os empresários.

As medidas econômicas de restrição ao consumo são preocupações para o novo ano.

Pergunta: Quais serão os problemas e dificuldades, que a sua empresa deverá enfrentar em 2021?

Problemas e dificuldades

Alguns participantes da pesquisa, citaram outros problemas e dificuldades, sendo eles:

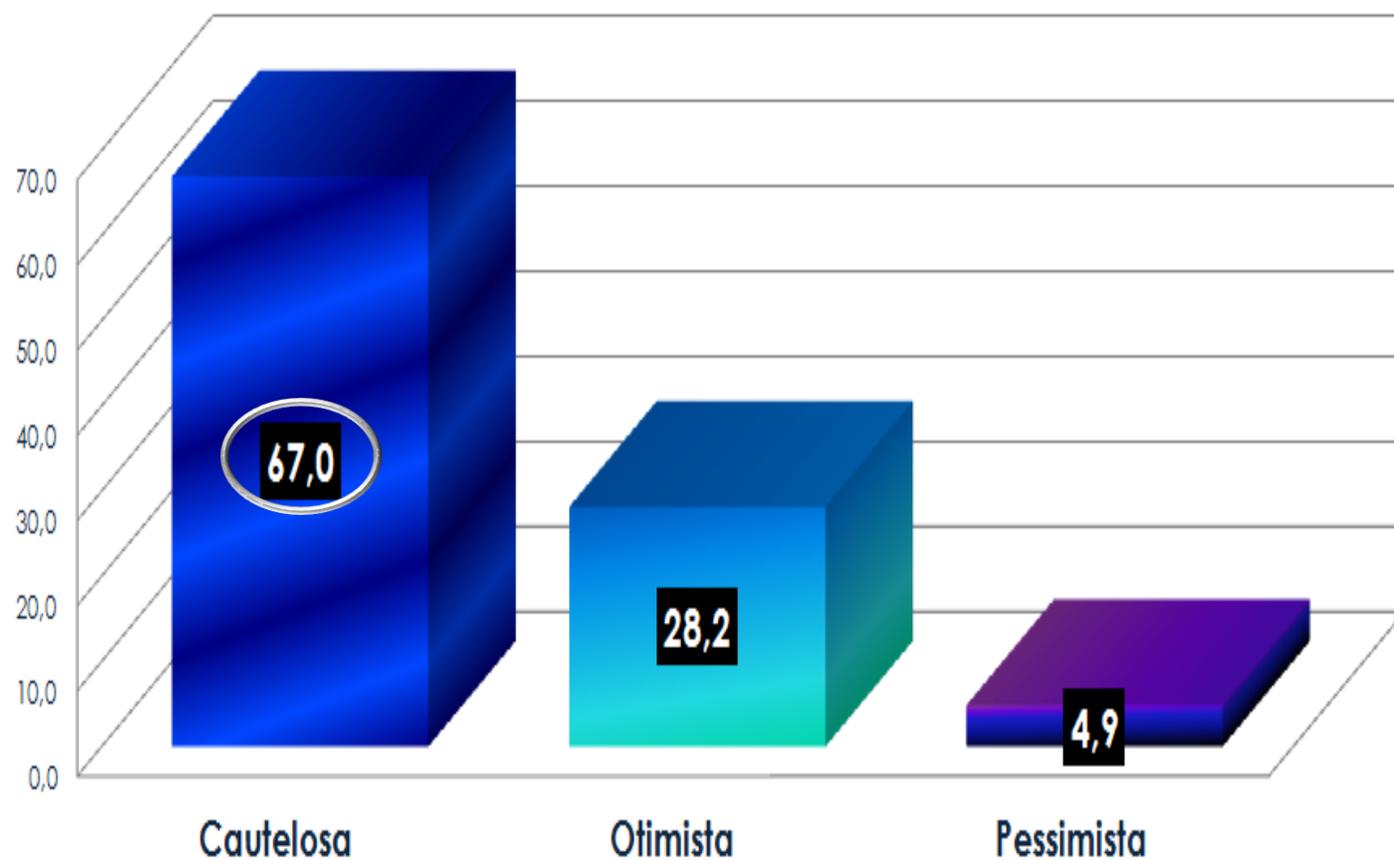
- ❖ Situação Econômica do País;
- ❖ Situação da população em função da Pandemia;
 - ❖ Decretos municipais;
 - ❖ Duração da pandemia;
 - ❖ Desemprego;
- ❖ Redução de renda disponível para consumo.



Pergunta: Quais serão os problemas e dificuldades, que a sua empresa deverá enfrentar em 2021?

Concorrência

Em relação ao seu mercado de atuação a perspectiva é que, em 2021, a concorrência esteja:



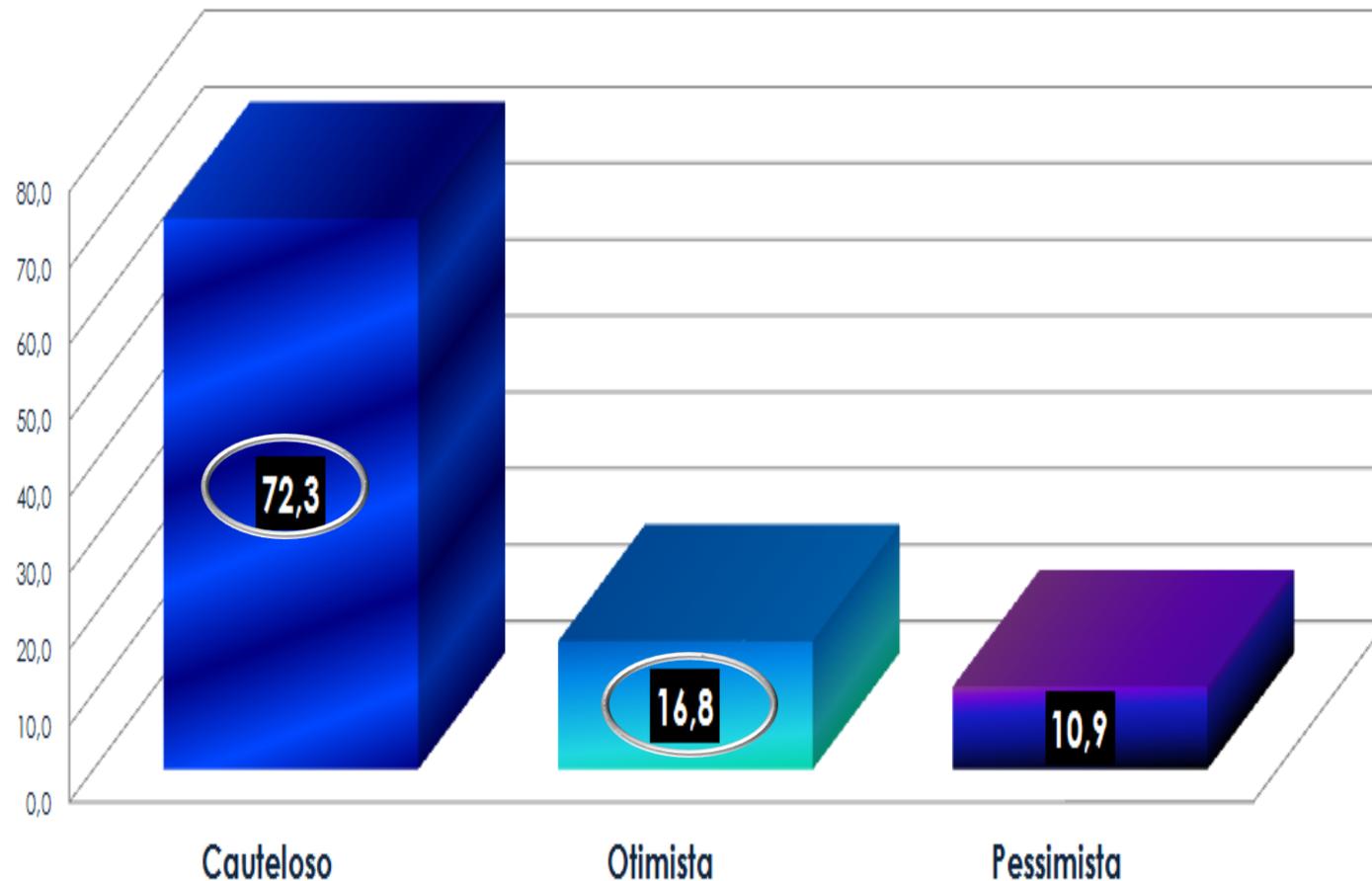
Aumento da concorrência, variável na pesquisa apontada como uma dificuldade, tem sua outra vertente. Apesar dos supermercadistas temerem, acreditam que em 2021 seus concorrentes terão mais cautela.



Pergunta: Em relação ao seu mercado de atuação, a perspectiva é que, em 2021, a concorrência esteja?

Cientes

Em relação ao comportamento do consumidor a perspectiva é que, em 2021, seja :



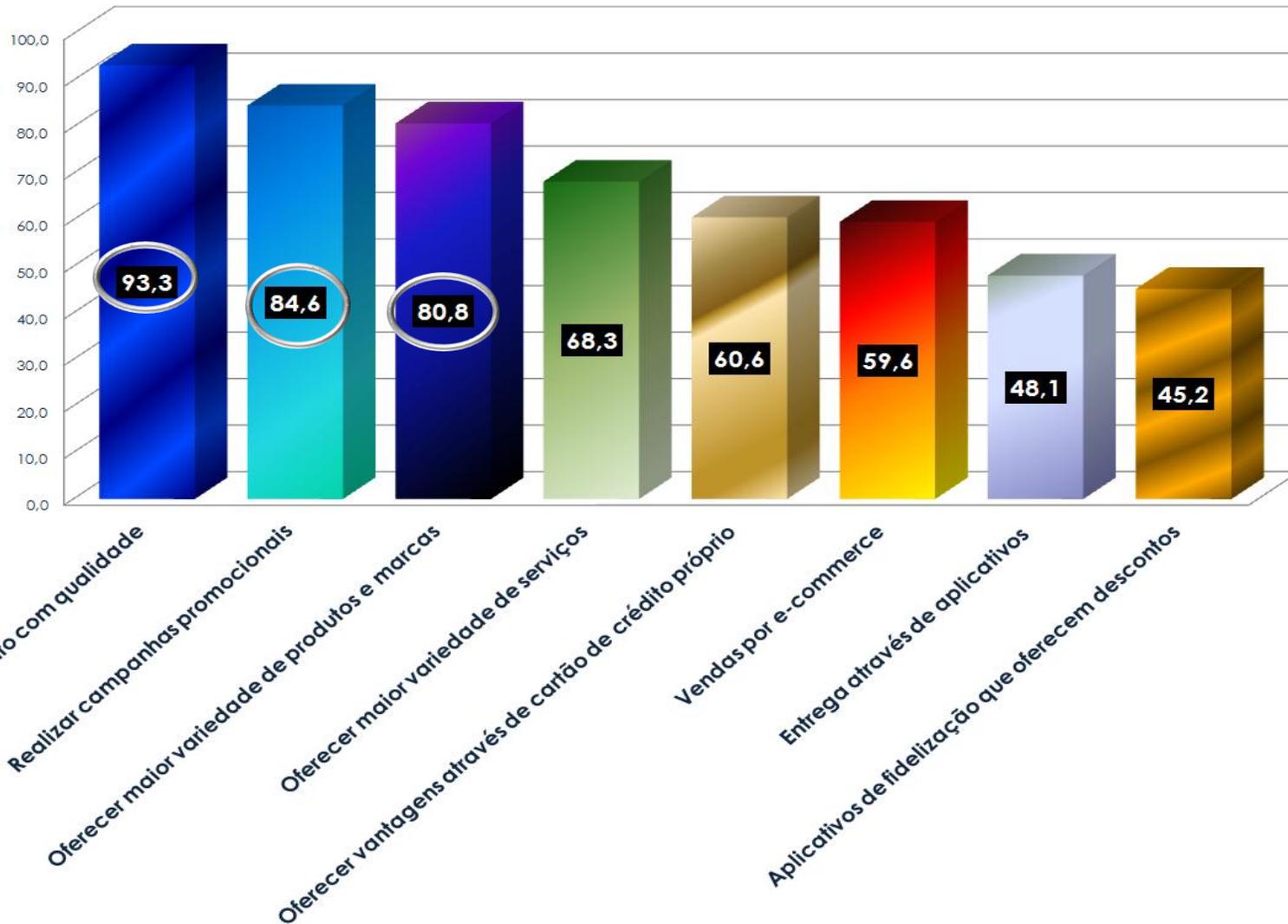
Após apontar como dificuldades a serem enfrentadas em 2021 o endividamento do consumidor e receio em medidas adotadas para a restrição do consumo, 72,3% dos empresários do setor apontam um comportamento cauteloso da parte dos consumidores .

A base que considera um comportamento mais otimista não atinge 20% da amostra.

Pergunta: Em relação ao comportamento do consumidor a perspectiva é que, em 2021, seja?

Ações para fidelizar os clientes

Ações para fidelizar os clientes



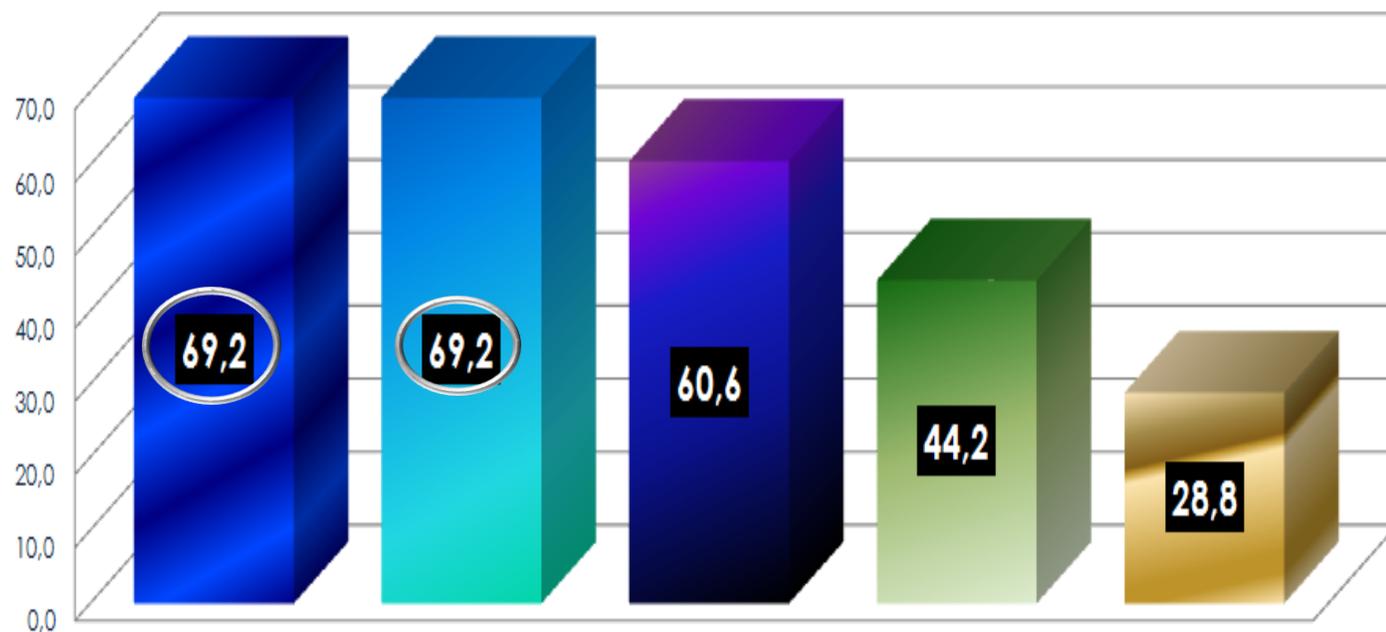
Atendimento com qualidade é o foco dos supermercadistas em 2021. Apontando aumento na concorrência como dificuldade a ser enfrentada, os empresários indicam como objetivo principal realizar um bom atendimento ao público, para que ele retorne à sua loja.

Campanha promocional surge em 2º lugar, seguida de aumento na variedade do mix.



Pergunta: Na busca pela fidelização do cliente, quais as ações descritas abaixo, que a sua empresa realiza?

Estratégias utilizadas para enfrentar as instabilidades do mercado



Treinamento de funcionários para melhorar o atendimento e manter o cliente

Investimento em marketing e promoções

Inclusão e oferta de novos produtos e serviços

Investimento na abertura e ampliação de lojas

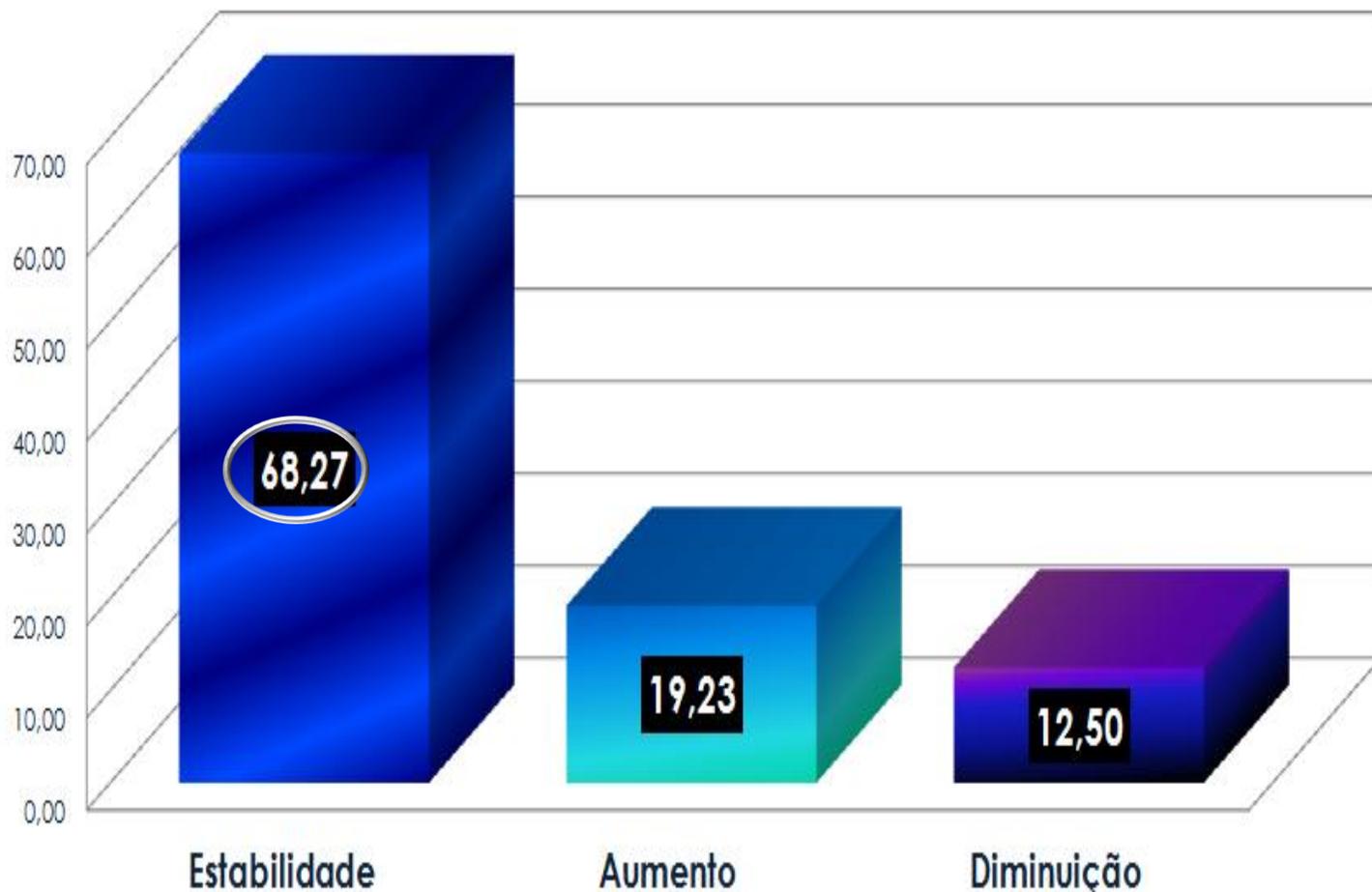
Redução na margem de lucro para oferecer preços mais baixos ao cliente

Para enfrentar as instabilidades do mercado, 69,2% dos empresários supermercadistas realizam treinamento de funcionários e investem em MKT e promoções. Ambas variáveis corroboram com as ações implantadas para fidelizar os clientes.



Perguntas: Quais as estratégias que a sua empresa utiliza para enfrentar as instabilidades do mercado?

Perspectivas para a disponibilidade de crédito em 2021 para a empresa



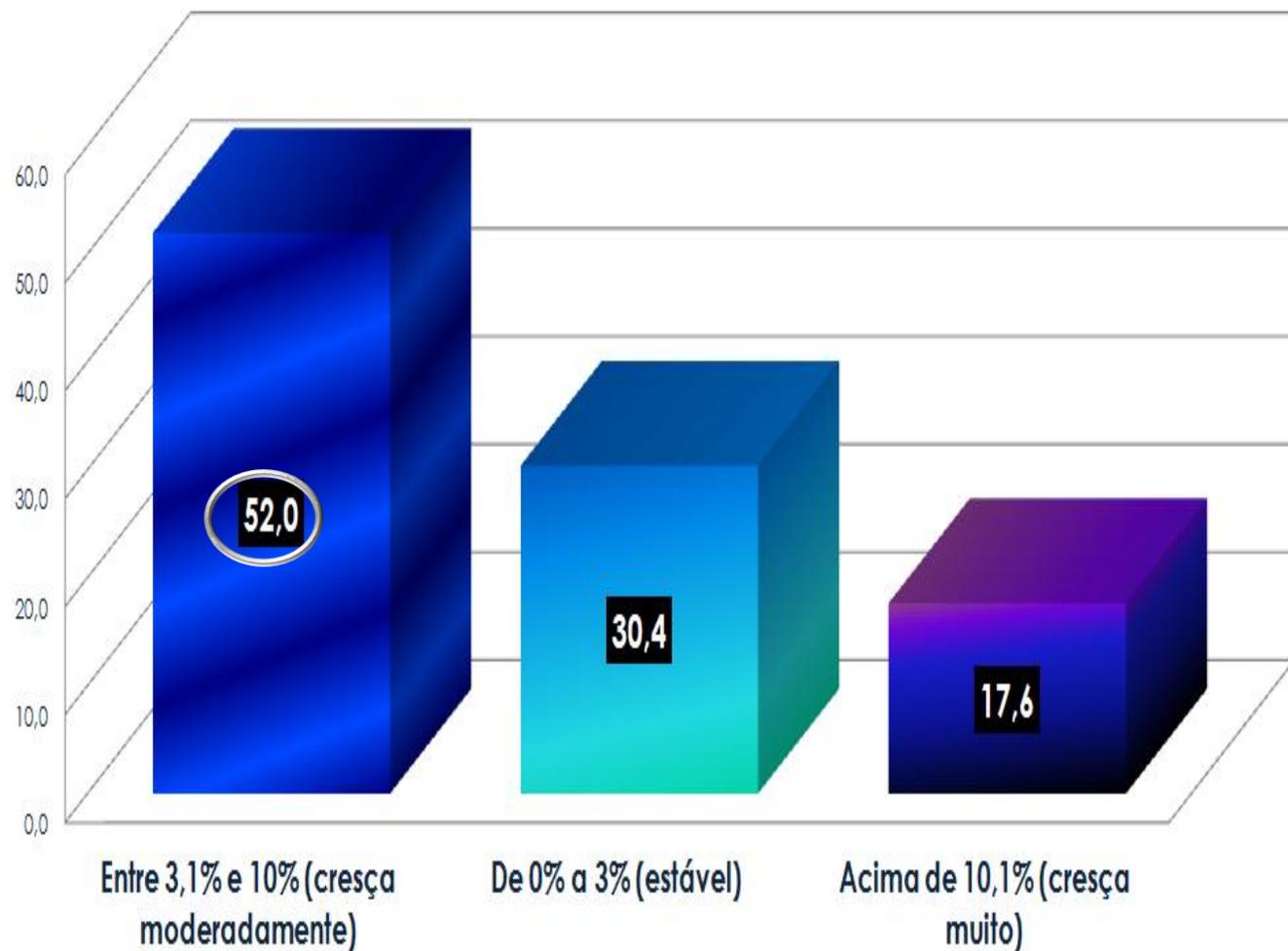
Quanto à disponibilidade de crédito para as empresas em que atuam, mais da metade dos respondentes estimam estabilidade: nem aumento nem diminuição.



Pergunta: Em relação à sua empresa, qual a perspectiva para disponibilidade de crédito em 2021?

Faturamento

Perspectivas para o faturamento da empresa



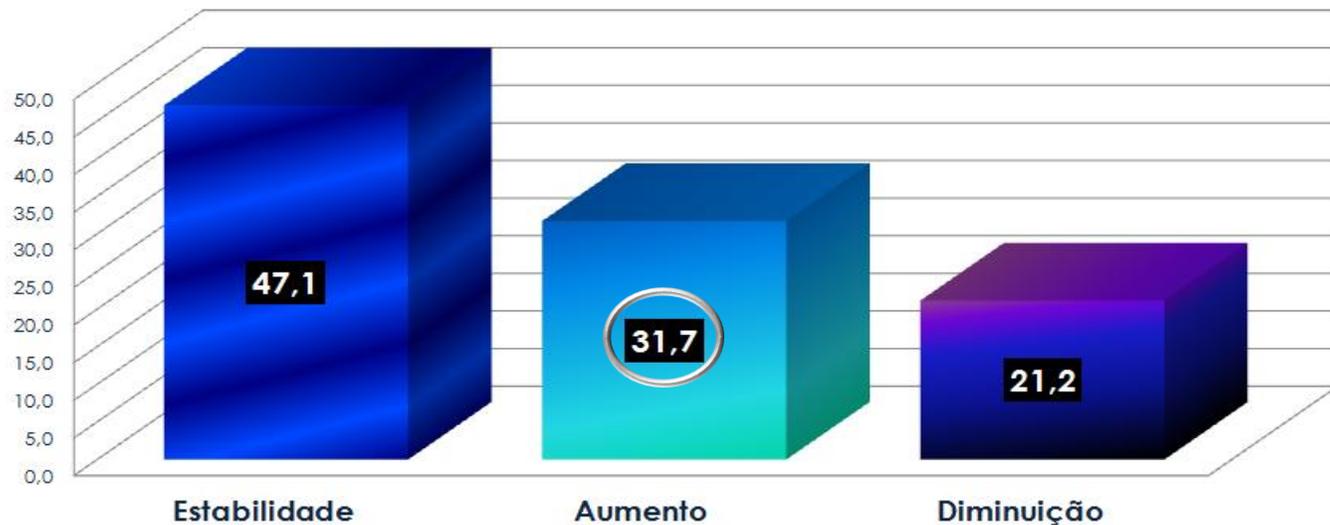
Após o tempestuoso ano de 2020, os empresários do setor projetam um crescimento moderado no faturamento das suas empresas entre 3% e 10%.



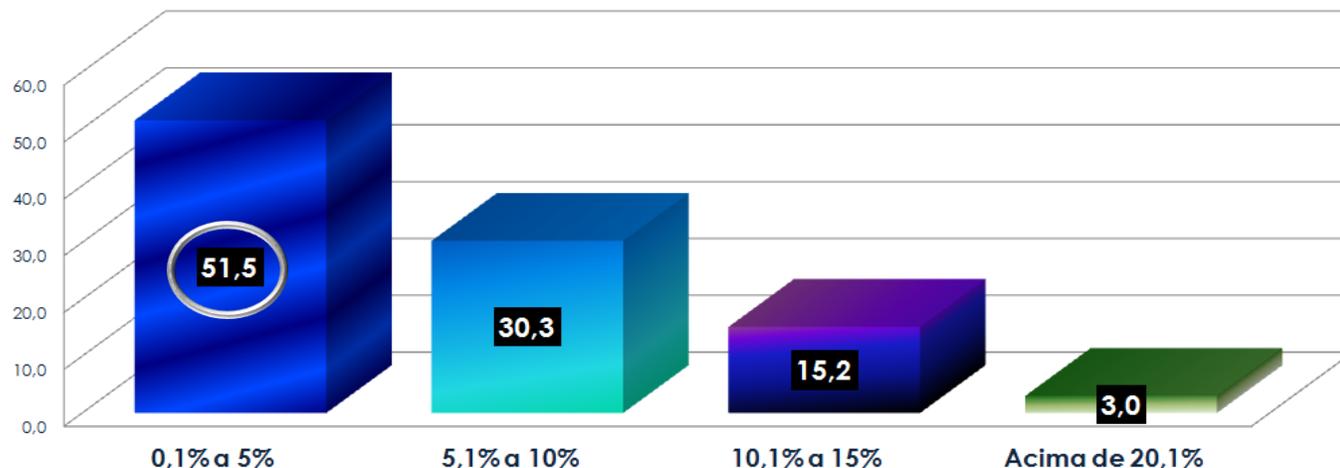
Pergunta: Qual a sua expectativa para o resultado do faturamento da sua empresa em 2021?

Lucro líquido

Perspectivas de aumento para o lucro líquido da empresa



Dos empresários que projetam aumento no lucro líquido, acreditam em crescimento de:



Dos participantes da pesquisa, 31,7% projetam aumento no lucro líquido, entre 0,1% e 5%.

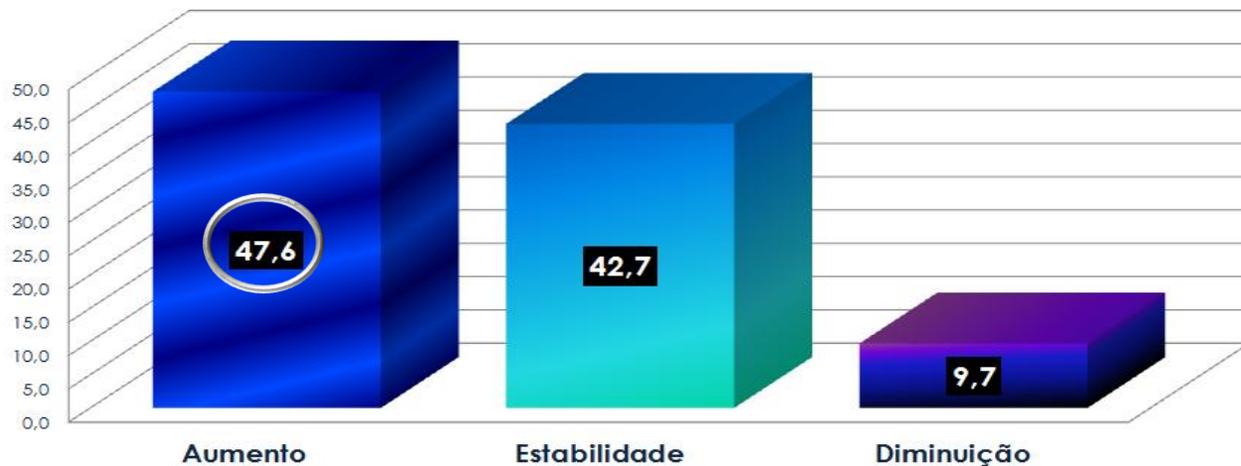


Perguntas: Em relação a sua empresa, a perspectiva é de que o lucro líquido em 2021, apresente:

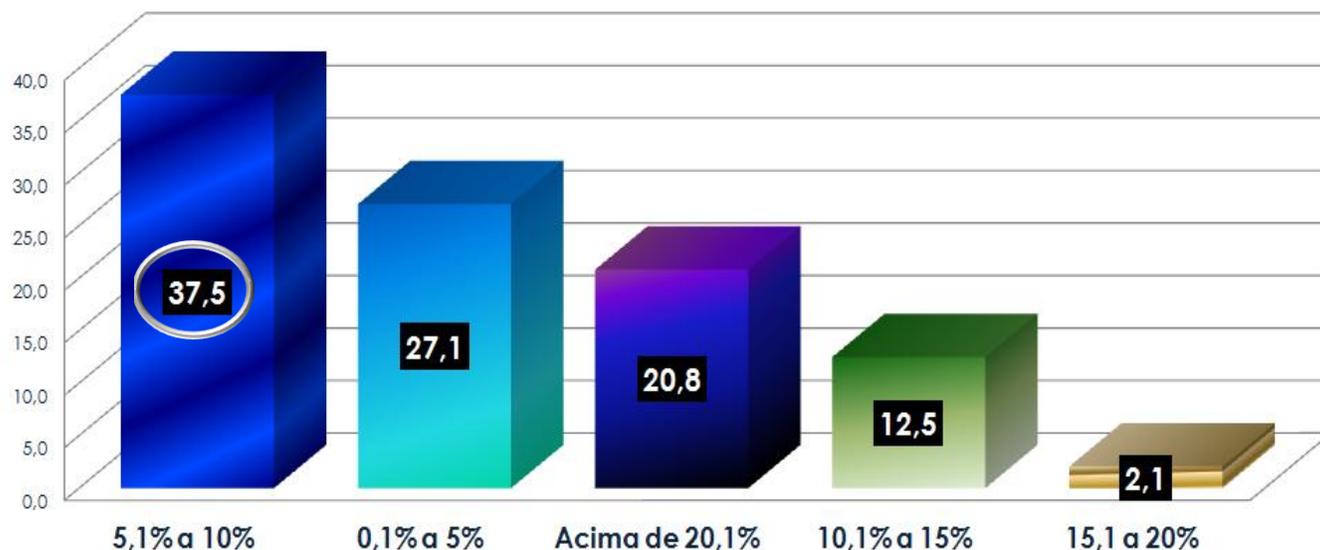
O aumento em perspectiva de lucro líquido para 2021, será de:

Investimentos

Perspectivas para o aumento dos investimentos na empresa



O aumento nos investimentos para 2021 será de:



Praticamente metade da base dos supermercadistas, prospectam aumento nos investimentos da empresa. Destes, 37,5%, projetam crescimento entre de 5% e 10%.

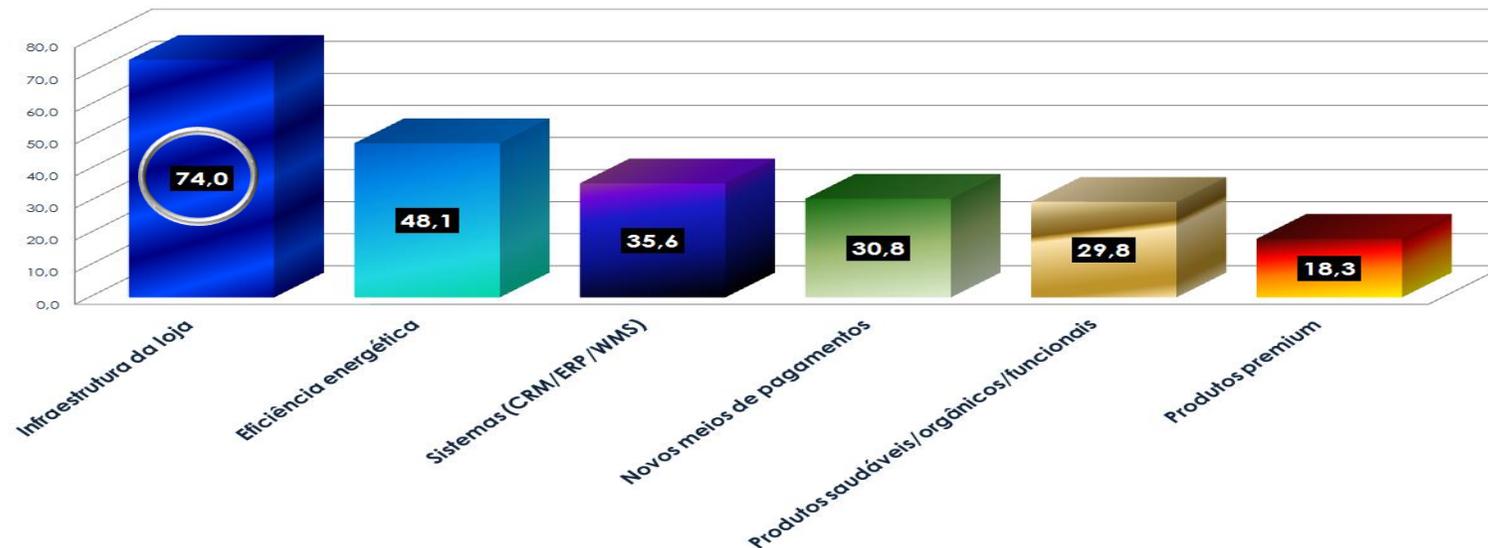


Perguntas: Em relação à sua empresa, a perspectiva é que em 2021 os investimentos apresentem:

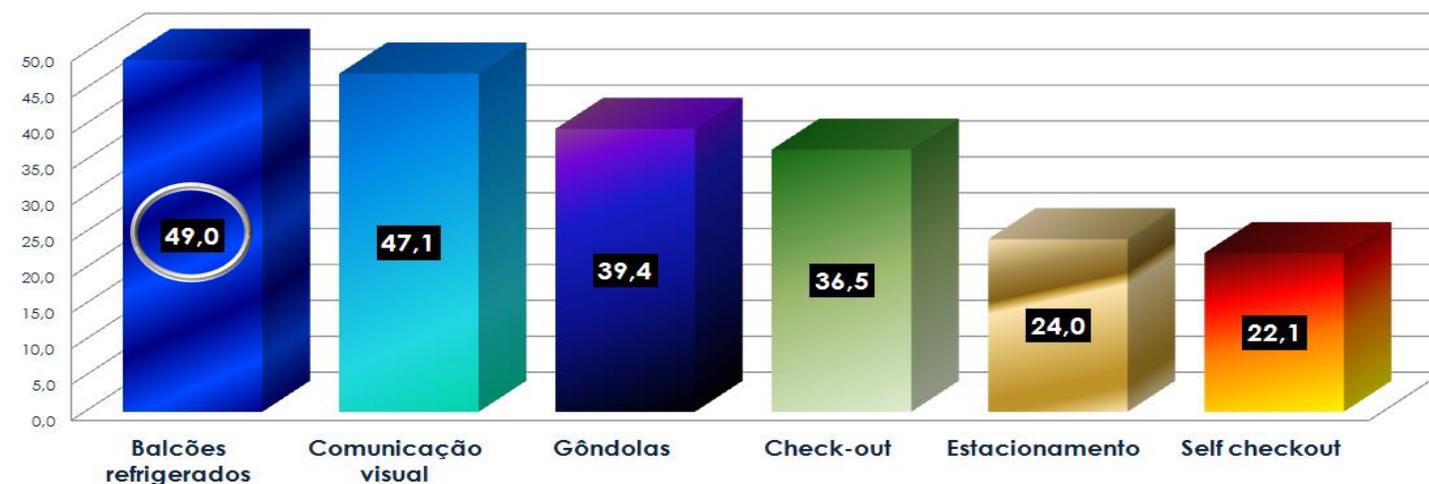
O aumento em perspectiva de investimentos para 2021 será de?

Investimentos

Perspectivas de investimentos por segmento



Os que pretendem investir em infraestrutura da loja, investirão em:



Investimento em infraestrutura de loja é projetado por 74% dos supermercadistas. Destes investimentos, 49% serão destinados para balcões refrigerados.



Perguntas: Sua empresa pretende investir em quais segmentos em 2021?

Se citou infraestrutura da loja, em quais áreas investirá?

Apesar do atípico 2020, ano em que uma mazela invisível tomou conta do mundo, os supermercadistas estão otimistas com o novo ano.

O brasileiro não desanima nunca e isso é bom, pois a esperança é o que nos mantém de pé. Os supermercados estão no rol das atividades consideradas essenciais e isso possibilitou manter as lojas abertas e abastecer a população brasileira.

No ano passado, as famílias vivenciaram mais momentos juntas, sentaram-se à mesa, desbravaram a cozinha, fizeram novos pratos. Novas ocasiões de consumo foram criadas e isso impulsionou o otimismo e fez nascer uma nova tendência “in home”.

Para 2021, parte dos empresários do setor pretende abrir lojas, reformar, ampliar a área de vendas, trabalhar com marcas próprias, implantar o delivery digital, modalidade muito utilizada em 2020.

Responsabilidade social está na pauta de alguns desses empresários, que vendo a vulnerabilidade da comunidade local e preocupados com o meio ambiente pretendem realizar projetos sociais e ambientais.

Reduzir o endividamento e os custos bancários (taxa de cartões, etc.), modernizar lojas, investir em redes sociais e meios de pagamento digitais , implantar cartão de crédito próprio e sistemas, são ações a serem executadas no novo ano pelos empresários do setor.

O gerenciamento de categorias foi pontuado na pesquisa, assim como o trabalho colaborativo entre o varejo e a indústria.

Identificar o perfil e oferecer produtos que satisfaçam as necessidades dos seus clientes são metas para 2021. Com a concorrência cada vez mais acirrada, agradar e fidelizar o público é muito importante.

Que 2021 seja um ano de projetos concretizados e sonhos realizados!



Elaboração e análise do material: Departamento de Economia e Pesquisas da Abras
Analista responsável: Clarice Dias – clarice@abras.com.br
Analista de Economia e Pesquisas: Edneide Medeiros – edneide@abras.com.br
Contato: (11) 3838-4561/4516.