



**Pesquisa de Natal ABRAS:
Projeções de vendas dos
empresários do setor
Dezembro/2020**

Metodologia e Amostra

A pesquisa de Natal 2020 foi realizada do dia 04/11/2020 a 13/11/2020, por meio de questionário on-line. O estudo contou com 99 empresas participantes em todo território nacional. A pesquisa mensura a expectativa de vendas em relação ao Natal de 2019 e ações para o ano de 2020.

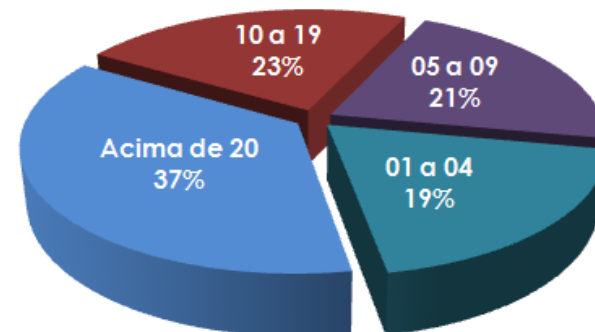


Região Sudeste tem maior participação na amostra geral. Lojas com formatos maiores e médias, ganham destaque na pesquisa.

Participantes por região: ,
Sudeste 44%;
Sul 37%;
Nordeste+Norte 13%;
Centro-Oeste 6%.



Quantidade de check-outs das lojas participantes



Crescimento nas vendas

Mais da metade dos empresários do setor participantes da pesquisa, o que corresponde a 59%, estão otimistas quanto as vendas de final de ano. Com a adoção das orientações da Organização Mundial da Saúde, quanto ao isolamento e distanciamento social, as famílias migraram para as suas residências, aumentando o consumo dentro do lar. Este movimento já praticado por parte das famílias brasileiras, refletirá no Natal.

A prorrogação do auxílio emergencial pelo Governo Federal mesmo reduzido, também impulsionará a venda de itens para a ceia natalina.



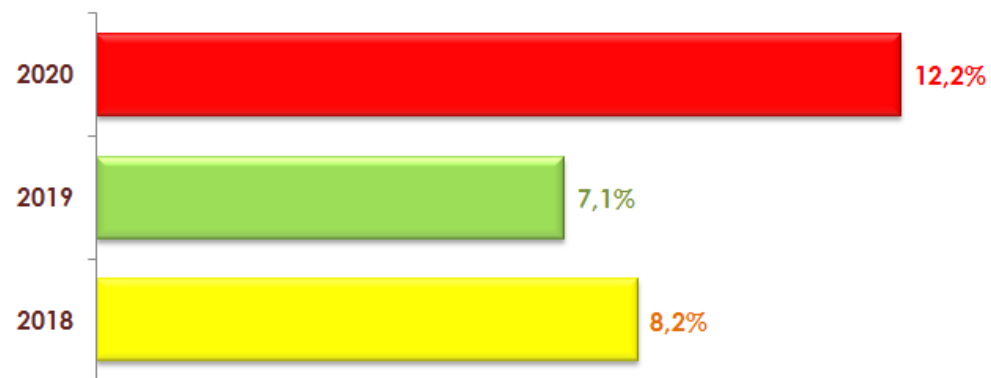
Expectativa de vendas em comparação a 2019

Para o natal de 2020, supermercadistas projetam crescimento de 13,2% no volume de vendas. Em relação aos preços, prospectam alta em torno de 12,2%, este acréscimo é justificado pelas altas no câmbio, que até outubro de 2020 acumulou 43%, e pelo grupo IPCA Alimentos e Bebidas, que no mesmo período acumulou 9,37%.

Estimativa de vendas em volume
Base de comparação: ano anterior



Estimativa de preços
Base de comparação: ano anterior



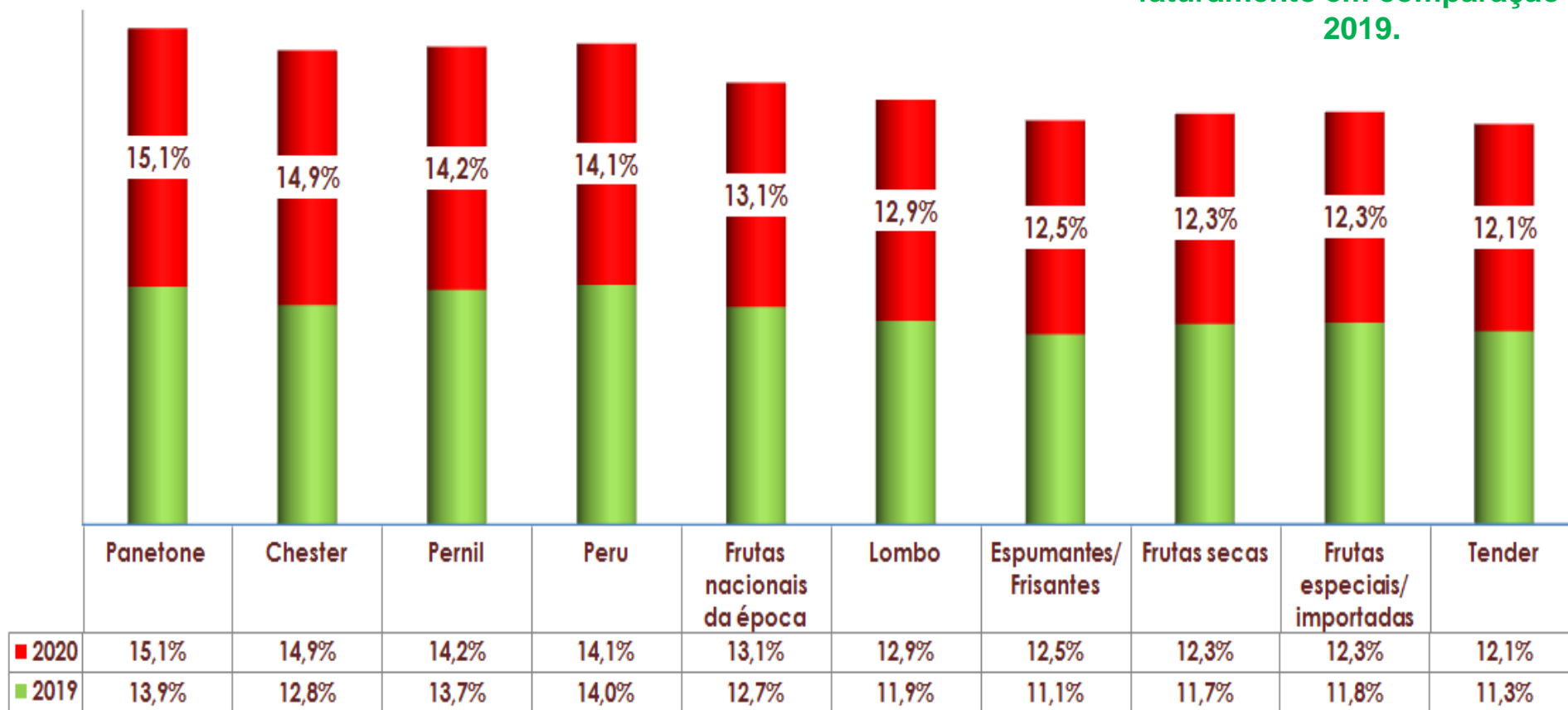
Fontes : Departamento de Economia e Pesquisa - Abras,
Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE),
Instituto de Economia Aplicada (Ipea/Ipeadata).

Desempenho em volume dos itens natalinos – Geral

Entre os itens natalinos e corroborando com as expectativas de aumento de vendas e faturamento da Abimapi, o queridinho da data vem com força total e, é aposta de vendas dos empresários do setor. Venda de Panetone está estimada em 15,1%.

Estimativa da ABIMAPI, é para crescimento de 10% em faturamento em comparação a 2019.

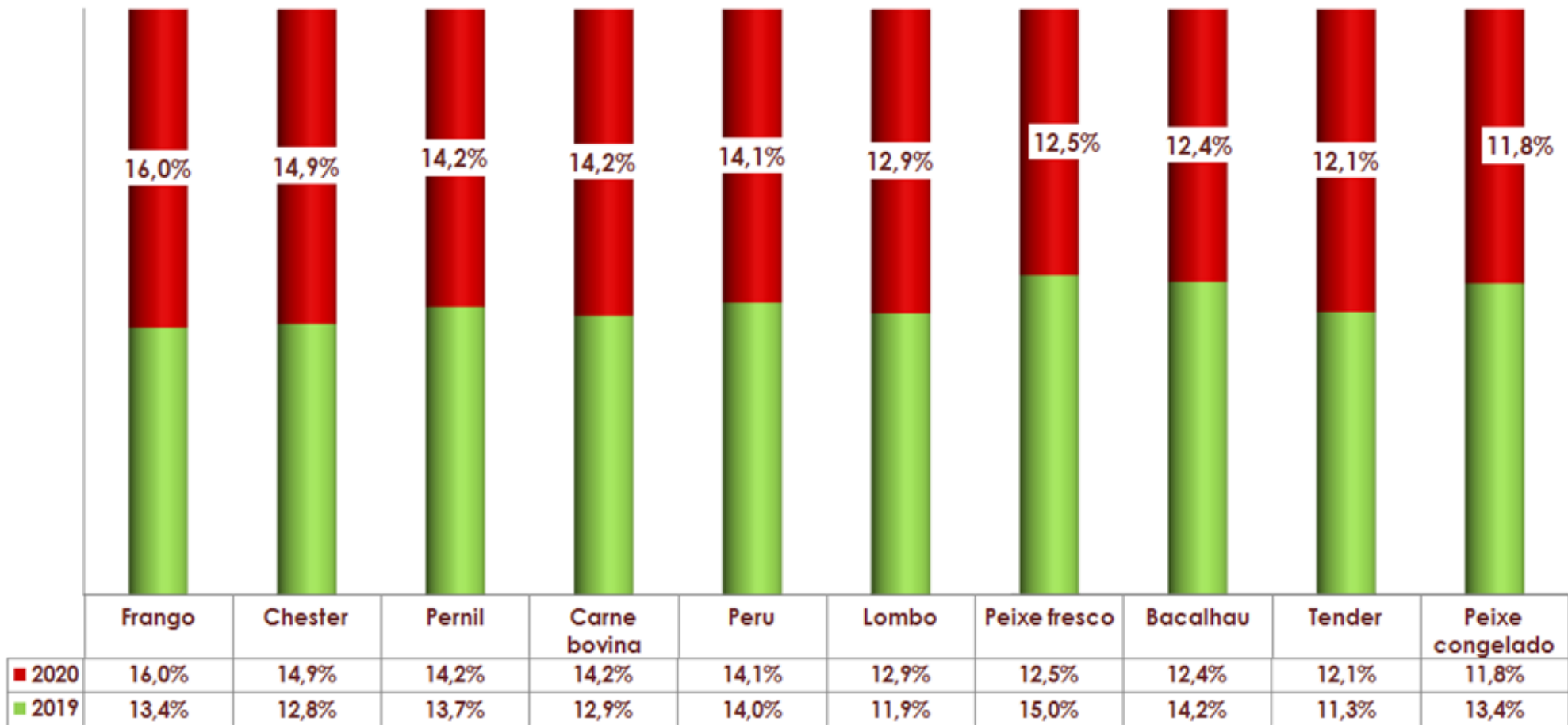
Projeção de Vendas



Desempenho em volume dos itens natalinos – Carnes

Entre as carnes para a tradicional comemoração, supermercadistas brasileiros projetam aumento de vendas de 16% do frango.

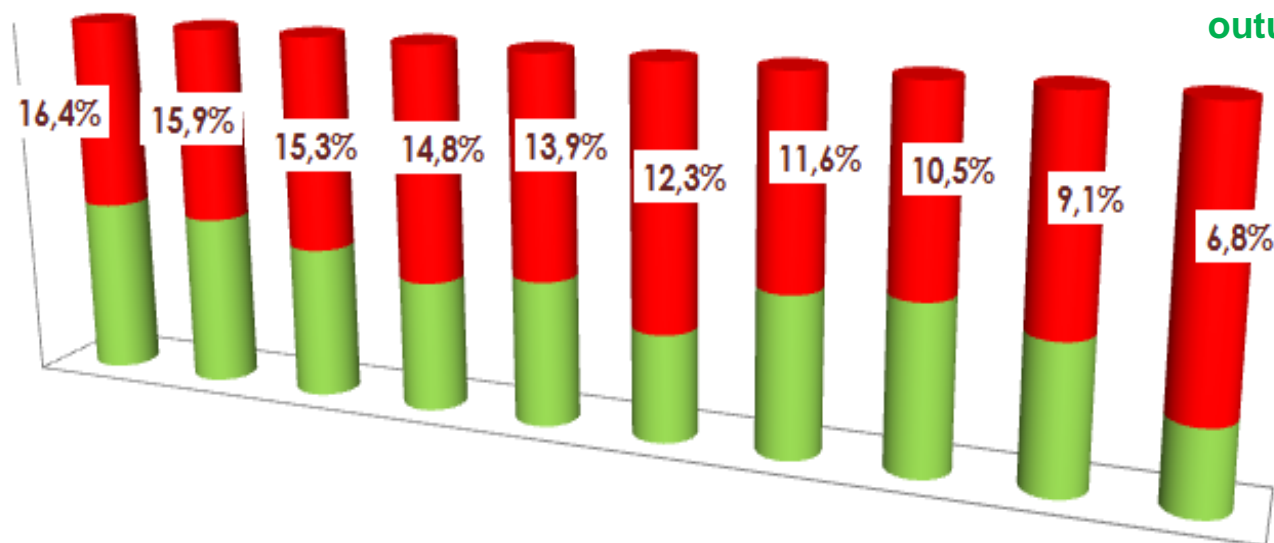
Expectativa para as vendas de carnes



Variação de preços - Carnes

De acordo com os supermercadistas participantes da pesquisa, pernil e lombo, lideram a alta dos preços com 16,4% e 15,9% de aumento. Com a alta do dólar impulsionando os custos para produção e aumento das exportações brasileiras, as carnes sofreram alta. Segundo o IBGE, carnes acumularam alta de 6,90% até outubro de 2020 e 36,43% em 12 meses. Aves e ovos, 8,54% no ano e 13,80% em 12 meses. Já os pescados, 4,32% no ano e 7,13% em 12 meses.

Variação no preço das carnes



Índice de Custo de Produção – ICPSuíno (Embrapa), registra alta de 40,69% até outubro/2020 e 46,02% nos últimos 12 meses.

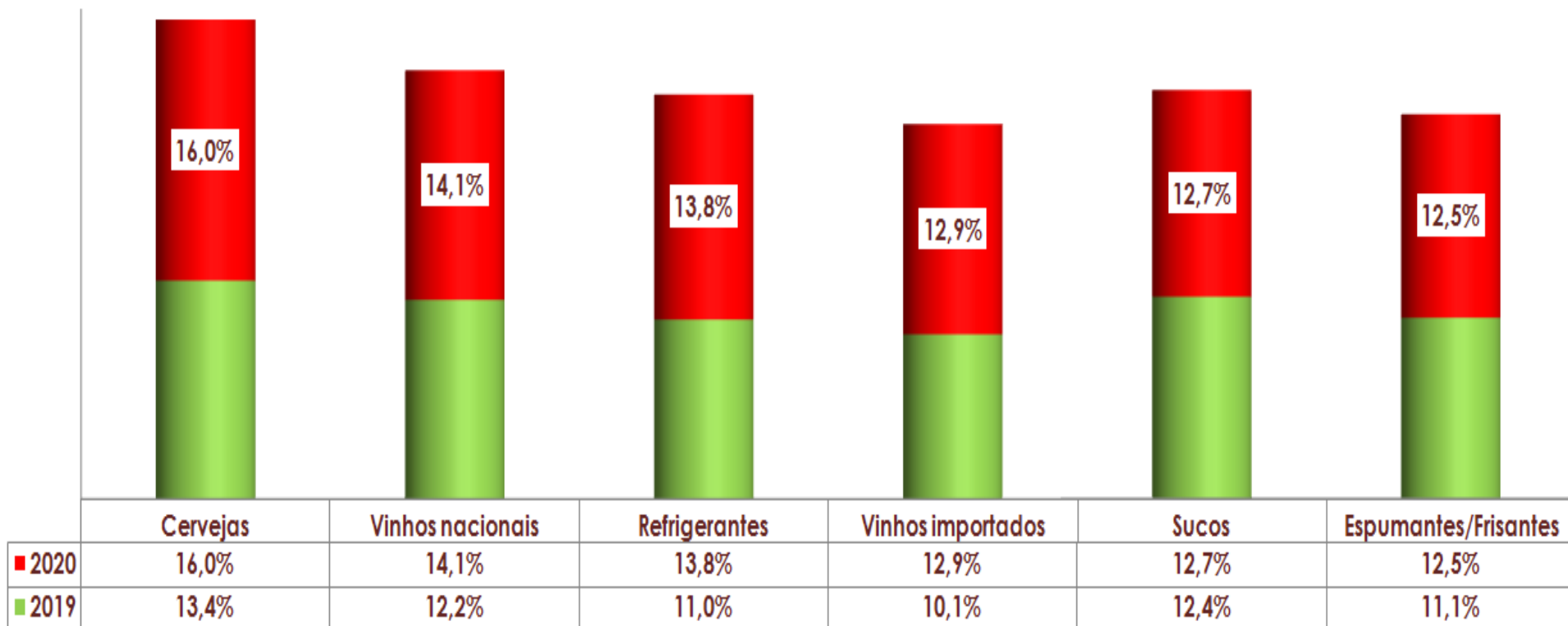
	Pernil	Lombo	Frango	Carne bovina	Tender	Bacalhau	Peru	Chester	Peixe congelado	Peixe fresco
■ 2020	16,4%	15,9%	15,3%	14,8%	13,9%	12,3%	11,6%	10,5%	9,1%	6,8%
■ 2019	15,0%	13,9%	10,8%	8,2%	9,1%	5,1%	9,0%	8,8%	6,0%	2,0%

Fontes: Departamento de Economia e Pesquisa - Abras, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e Embrapa.

Desempenho em volume dos itens natalinos - Bebidas

Por mais um ano consecutivo a bebida tida como preferência nacional, a cerveja, alavancará as vendas nas festas de fim de ano. Empresários do setor estimam crescimento na ordem de 16%. A bebida já vem demonstrando crescimento no decorrer do ano, contribuindo com o crescimento em valor de 8,9%, até outubro/2020, comparando com o mesmo período do ano anterior, de acordo com a Nielsen.

Expectativa para as vendas de bebidas



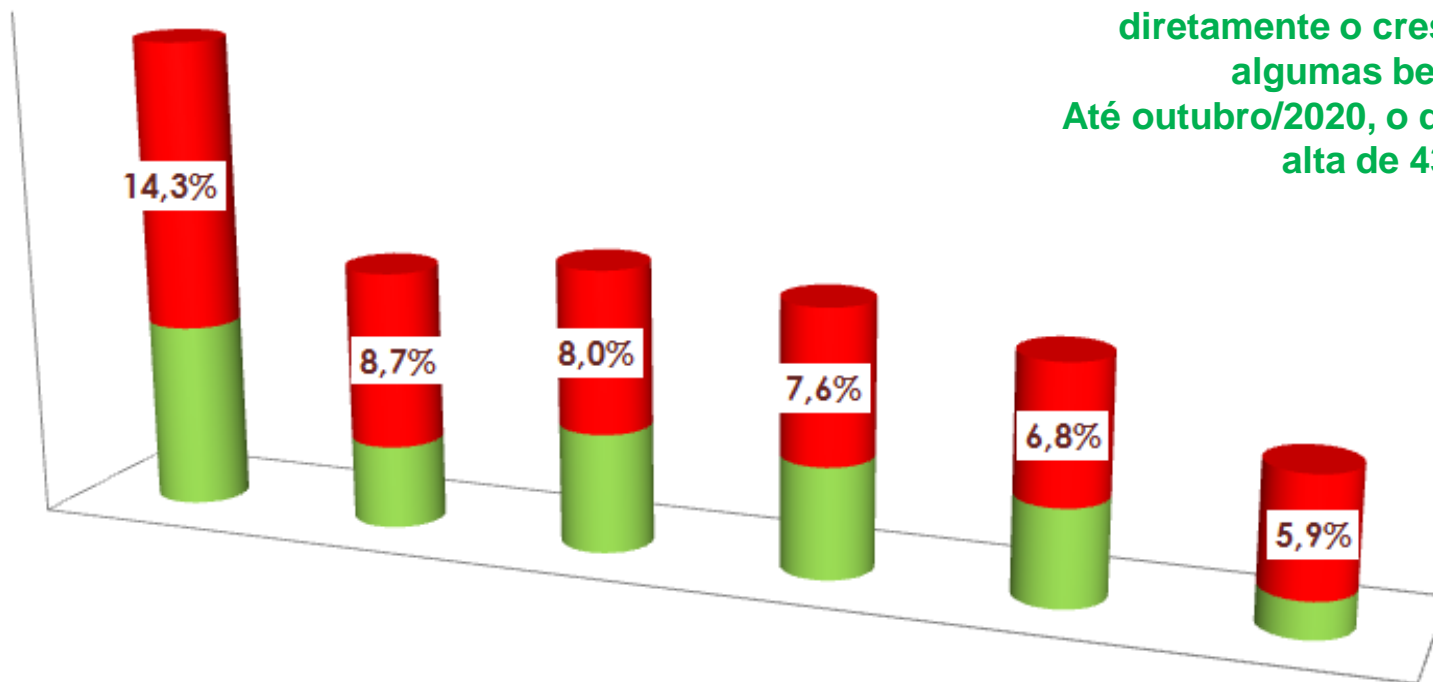
Fontes : Departamento de Economia e Pesquisa - Abras e Nielsen

Variação de preços - Bebidas

Empresários supermercadistas, apontam alta de 14,3% nos vinhos importados, diferença de 8,4 p.p, comparando com os nacionais, que apesar de estarem com alta nos preços inferior a outras categorias, está consideravelmente acima de 2019.

Variação no preço das bebidas

Alta na taxa de câmbio, influencia diretamente o crescimento em algumas bebidas.
Até outubro/2020, o dólar acumulava alta de 43%.



	Vinhos importados	Espumantes/Frisantes	Cervejas	Refrigerantes	Sucos	Vinhos nacionais
■ 2020	14,3%	8,7%	8,0%	7,6%	6,8%	5,9%
■ 2019	9,1%	4,1%	5,9%	5,5%	4,8%	1,8%

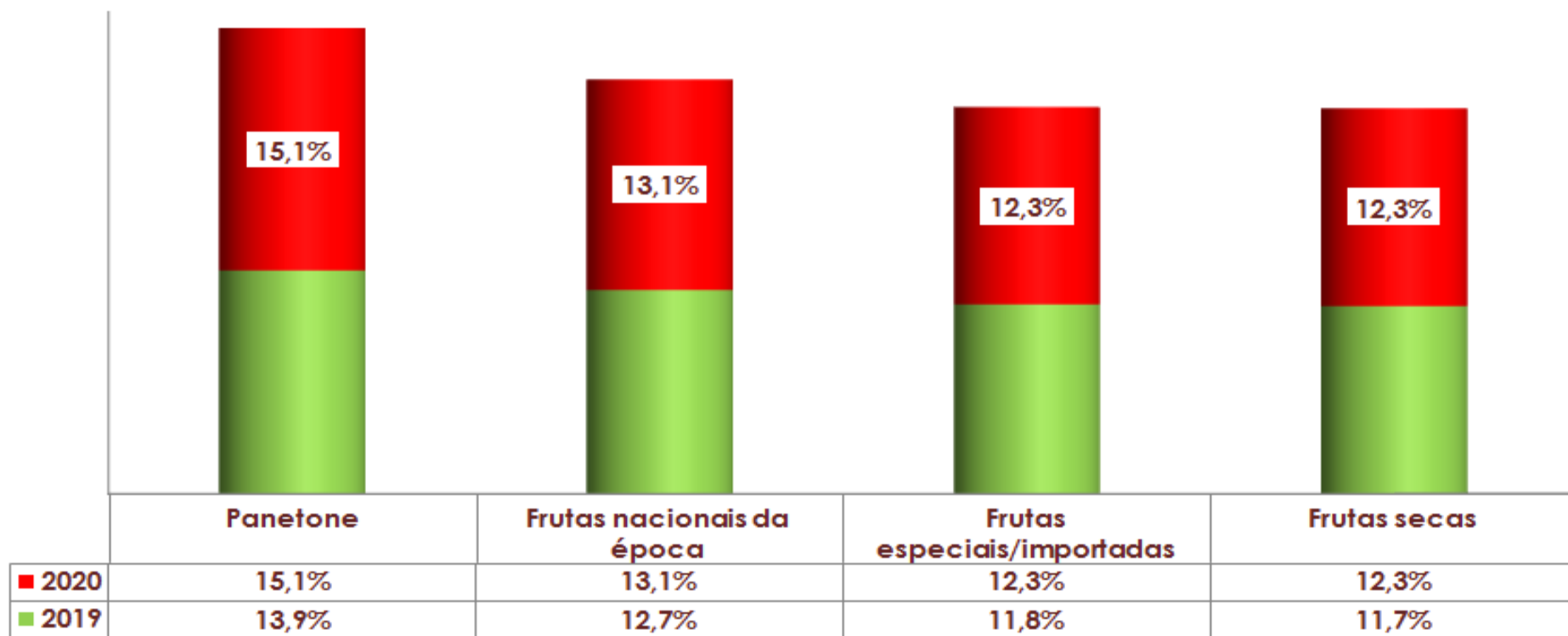
Fontes: Departamento de Economia e Pesquisa - Abras e Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipeadata).

Desempenho em volume dos itens natalinos – Frutas e panetones

Panetone, será a aposta de vendas dos supermercadistas, com projeção de mais de 15%. De acordo com estimativas da Associação Brasileira da Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados (ABIMAPI), a categoria deve movimentar R\$ 848 milhões no período sazonal (novembro a janeiro).

Entre as frutas, as nacionais da época, permanecem sendo as mais cotadas para o crescimento das vendas com projeção de alta de 13,1%.

Expectativa para as vendas de frutas e panetone



Fontes : Departamento de Economia e Pesquisa - Abras e Associação Brasileira da Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados (ABIMAPI) .

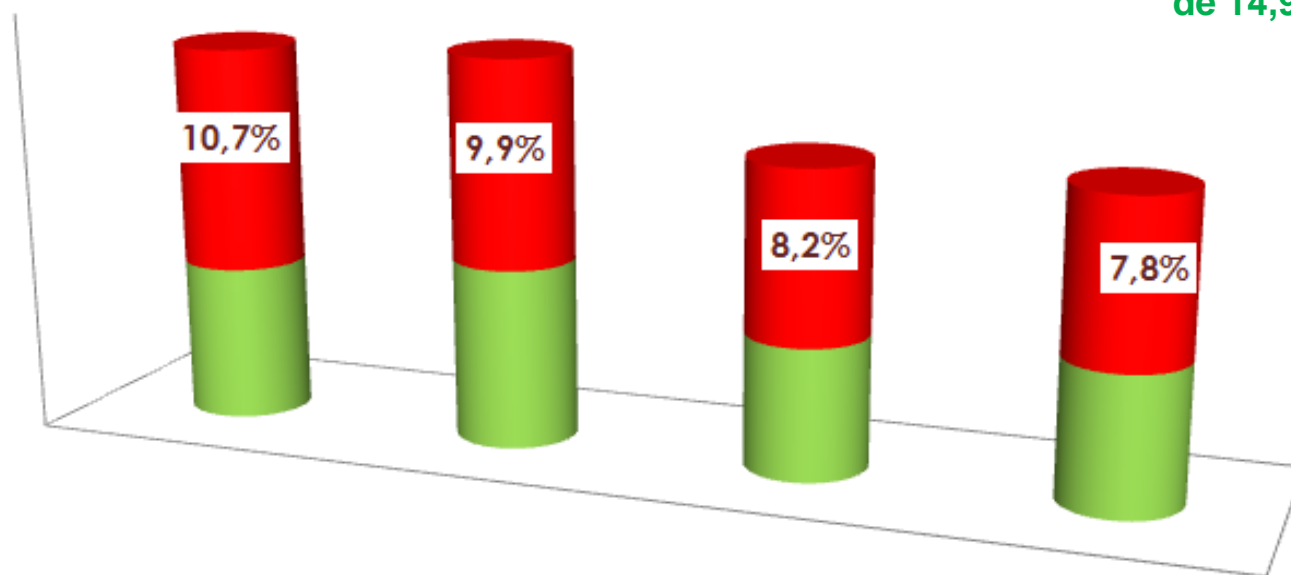
Varição de preços – Frutas e panetone

Frutas e panetone registram alta, com destaque para as frutas secas 10,7%, segundo os participantes da pesquisa.

As demais também apresentam aumento. O câmbio supervalorizado frente ao real e a alta nas frutas, agrupadas no IPCA Alimentos, refletem este movimento.

Varição no preço das frutas e panetone

IPCA Alimentos e Bebidas :
Frutas acumulam alta no ano
de 14,96% e 18,02% em 12
meses.



	Frutas secas	Frutas especiais/importadas	Frutas nacionais da época	Panetone
■ 2020	10,7%	9,9%	8,2%	7,8%
■ 2019	7,4%	8,6%	6,3%	6,6%

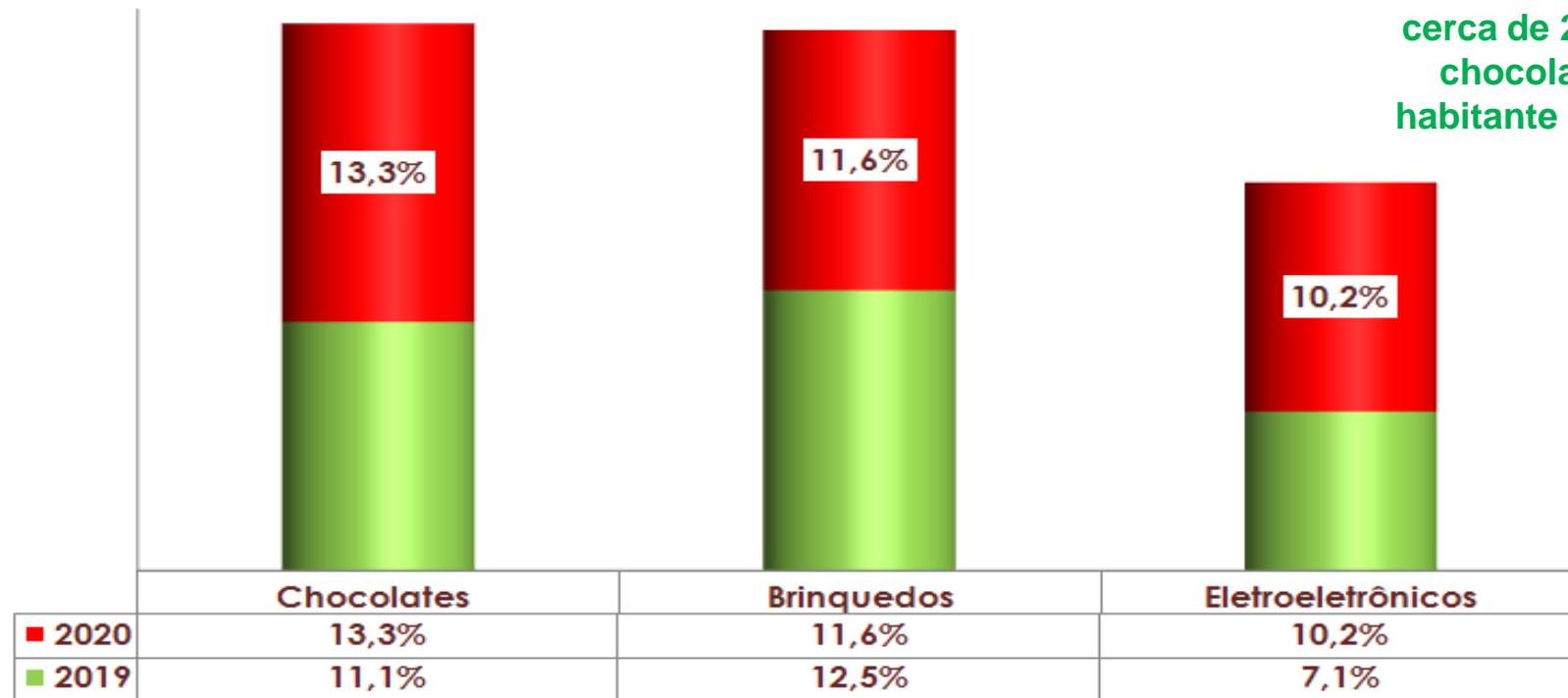
Desempenho em volume dos itens natalinos – Itens presenteáveis

Quanto aos itens presenteáveis, os supermercadistas projetam vendas de chocolates em torno de 13%, em relação a 2019. Nota-se também uma estimativa de vendas superior em eletroeletrônicos, com a adoção do home office por parte das empresas e o isolamento social, os brasileiros estão a maior parte do tempo em seus lares.

Segundo a Nielsen, até outubro de 2020 os eletrônicos registravam crescimento de vendas em valor de 23,5%, em relação ao ano anterior. Os celulares, foram responsáveis por 30,4%.

Curiosidade :
O brasileiro
consome por ano
cerca de 2,6 kg de
chocolate por
habitante (Abicab).

Expectativa para as vendas dos itens presenteáveis

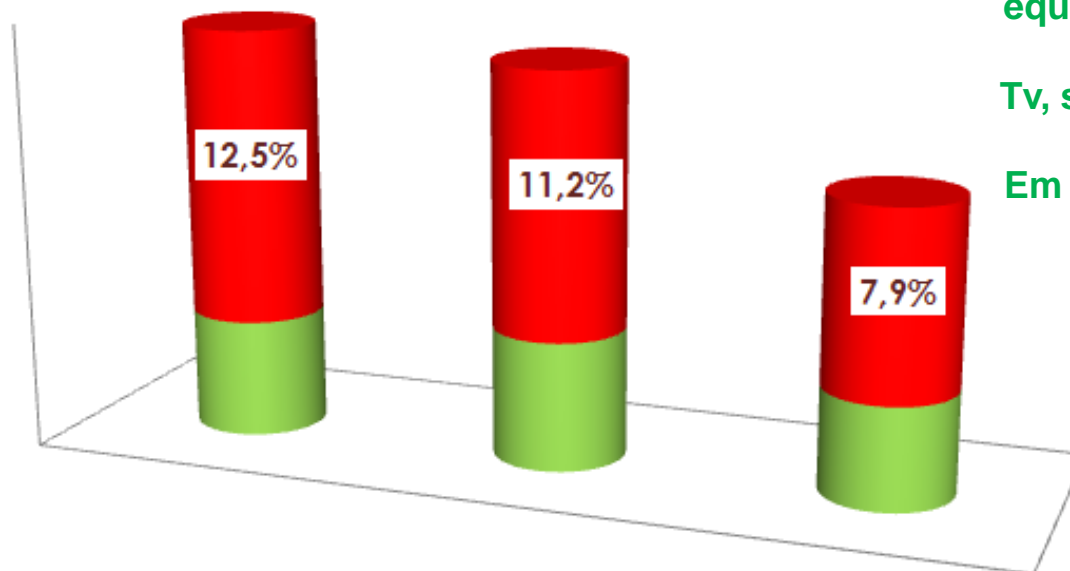


Fontes: Departamento de Economia e Pesquisa - Abras ,
Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim
e Balas (Abicab) e Nielsen.

Varição de preços – Itens presenteáveis

Dentre os participantes da pesquisa, destaca-se os brinquedos com maior o percentual de reajuste de preço, 12,5%. A alta do dólar, queda e falta de insumos devido à pandemia, impactaram as indústrias transformadoras de plásticos. O problema na oferta do PVC, polipropileno e polietileno, refletiram no setor. De acordo com o presidente da Associação Brasileira da Indústria do Plástico (Abiplast), no segmento de PVC os reajustes chegaram a superar 30% nos últimos meses.

Varição no preço dos itens presenteáveis



IBGE:
Eletrodomésticos e equipamentos, acumulam alta de 3,40% até outubro/2020. Tv, som e informática, 17,03%, no mesmo período. Em 12 meses a alta é de 2,36% e 14,41% respectivamente.

	Brinquedos	Eletroeletrônicos	Chocolates
■ 2020	12,5%	11,2%	7,9%
■ 2019	5,0%	5,5%	4,4%

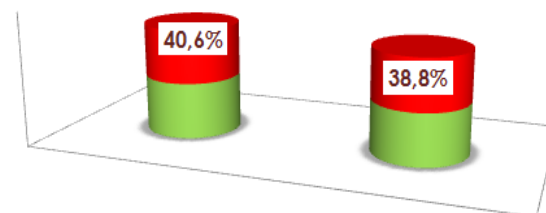
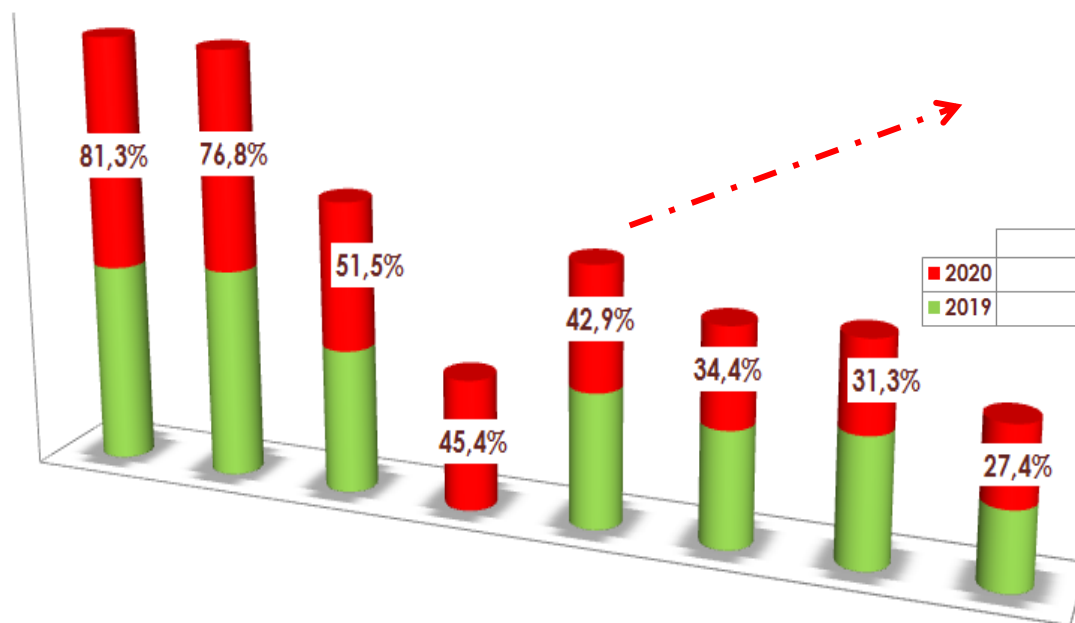
Estratégias para as vendas

A pandemia, trouxe grandes desafios para os empresários do setor. Ações para alavancagem de vendas, já antes utilizadas, serão fomentadas. Nota-se um crescimento considerável, em Pontos extras, que serão utilizados por 81,3% dos participantes.

E-commerce estreia na pesquisa e será estratégia para 45,4% dos participantes.

Estratégias para aumentar as vendas

Dos supermercadistas que utilizam ações de comunicação visual com tema, executam através de :



	Tablóides digitais	Tablóides impressos
■ 2020	40,6%	38,8%
■ 2019	42,4%	39,1%

	Pontos extras	Ações promocionais no PDV	Sorteios	Vendas por e-commerce	Ações de comunicação visual c/tema	Promoções tipo "Compre e Leve"	Degustação de produtos	Brindes
■ 2020	81,3%	76,8%	51,5%	45,4%	42,9%	34,4%	31,3%	27,4%
■ 2019	69,6%	72,8%	50,0%	0,0%	46,7%	40,2%	44,6%	27,2%

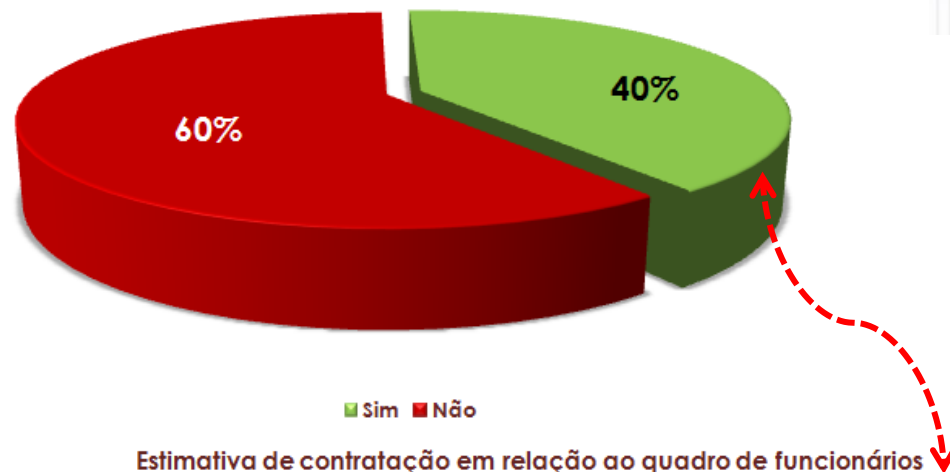


Fonte : Departamento de Economia e Pesquisa - Abras

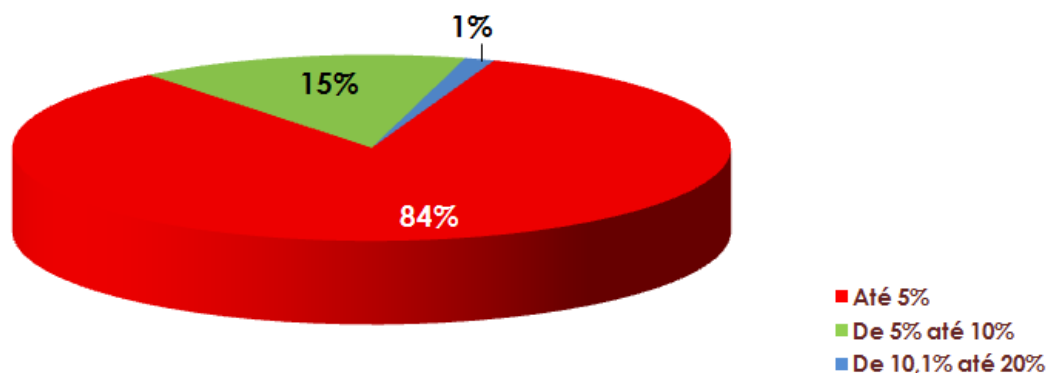
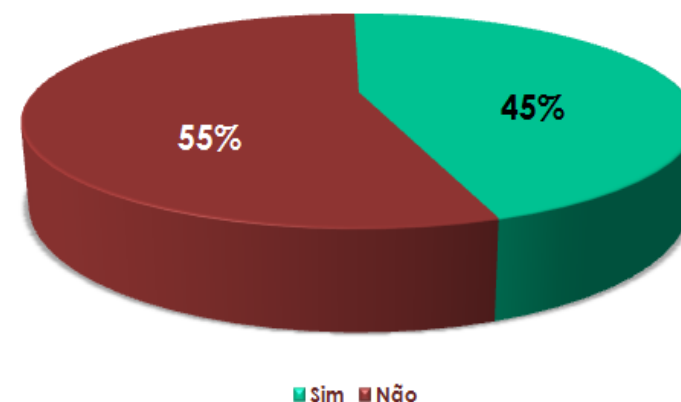
Contratação de mão de obra temporária

Percentual de contratação de temporários, apresenta um recuo em relação ao ano anterior. Porém, 84% dos que pretendem contratar temporários, farão a contratação até 5% do atual quadro de funcionários.

Contratação de mão de obra temporária em 2020



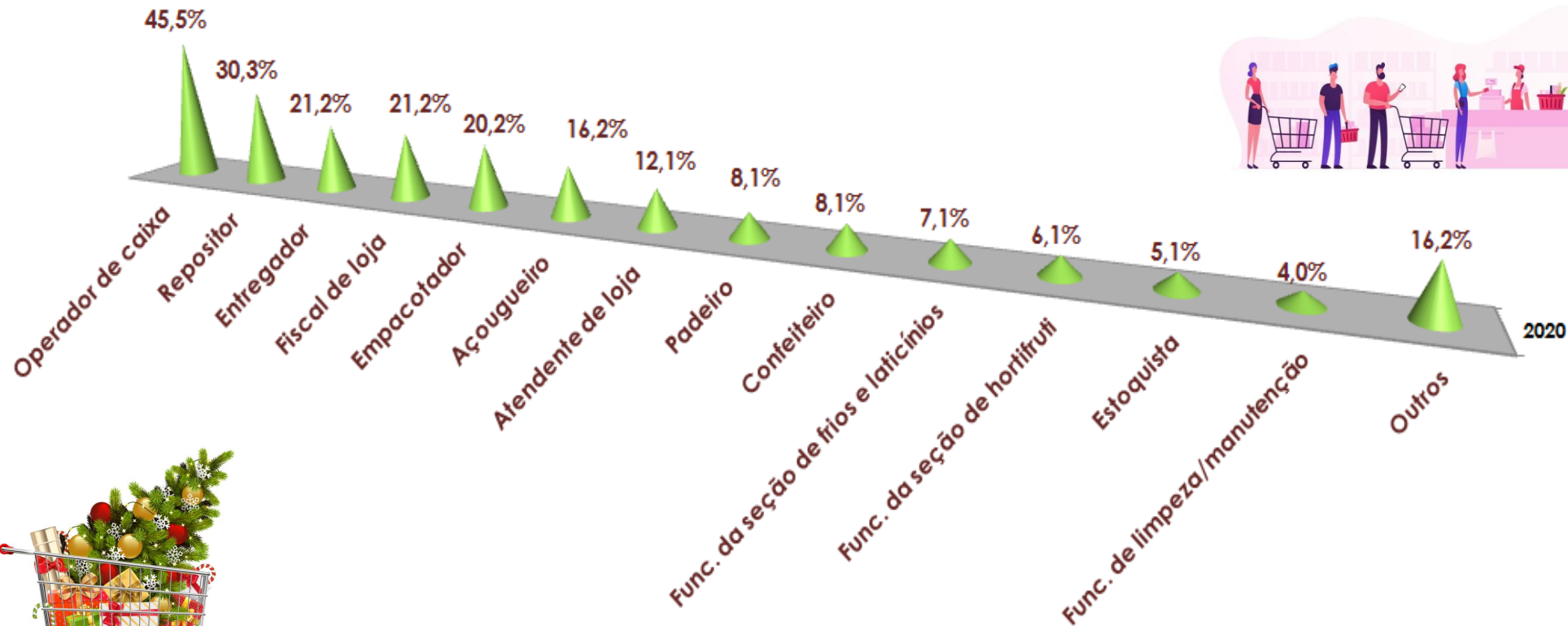
Contratação de mão de obra temporária em 2019



Contratação de mão de obra temporária

Entre os cargos que serão contratados temporariamente para atender o volume de pessoas aguardado pelas lojas, podemos destacar Operador de caixa, 45,5% e Repositor, 30,3. Evitar filas e ruptura de gôndolas, estão no radar dos supermercadistas.

Cargos que serão contratados temporariamente em 2020



Fontes : Departamento de Economia e Pesquisa - Abras

Considerações

A pandemia impactou diretamente todos os setores da economia, e no varejo não foi diferente.

Outra variável que está afetando, é a alta na taxa de câmbio. A desvalorização do real frente ao dólar, impacta na elevação dos preços ao consumidor.

Até outubro/2020 o dólar registrava alta de 43%. Neste mesmo período, porém, em 2019, acumulava 3,34%.

O dólar em alta pressiona os custos de insumos, produção, componentes e matérias-primas.

As carnes refletem muito isso, os custos de produção com ração, vacinas entre outros, ocasionam a alta de preços ao consumidor final.

A atual realidade, fez com que estes empresários, apostassem mais no frango, do que no peru, mais na cerveja, do que no vinho importado, mais no chocolate, do que no bem durável, mas gerou otimismo, produtos serão substituídos, mas serão vendidos, cada consumidor com seu bolso.





Elaboração:

Associação Brasileira de Supermercados - ABRAS

Superintendente : Marcio Milan

Analistas Responsáveis: Clarice Dias e Edneide Medeiros

E-mail: clarice@abras.com.br ; economia@abras.com.br