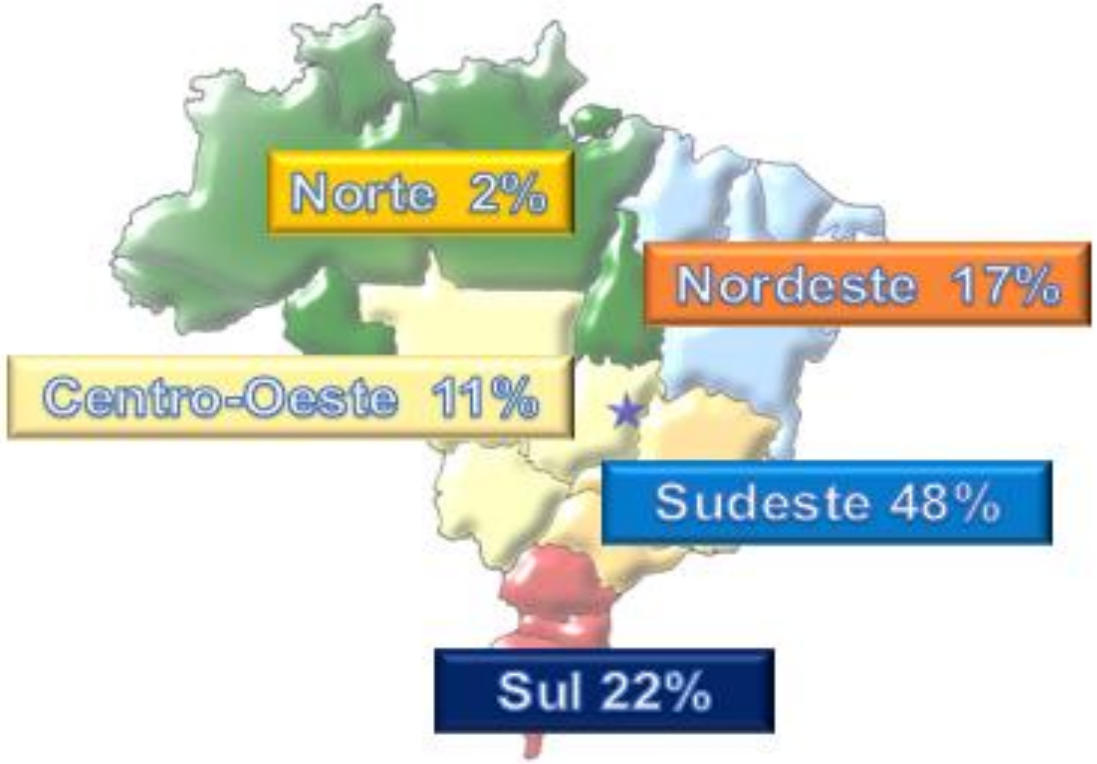
PESQUISA DE PÁSCOA

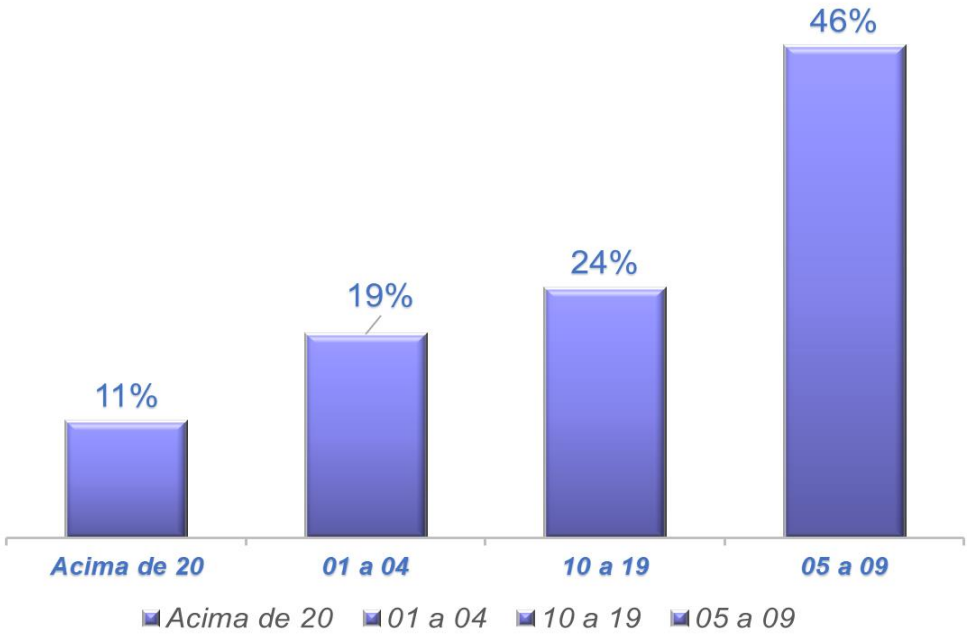
ABRAS ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

ECONOMIA E PESQUISA

Metodologia e Amostra

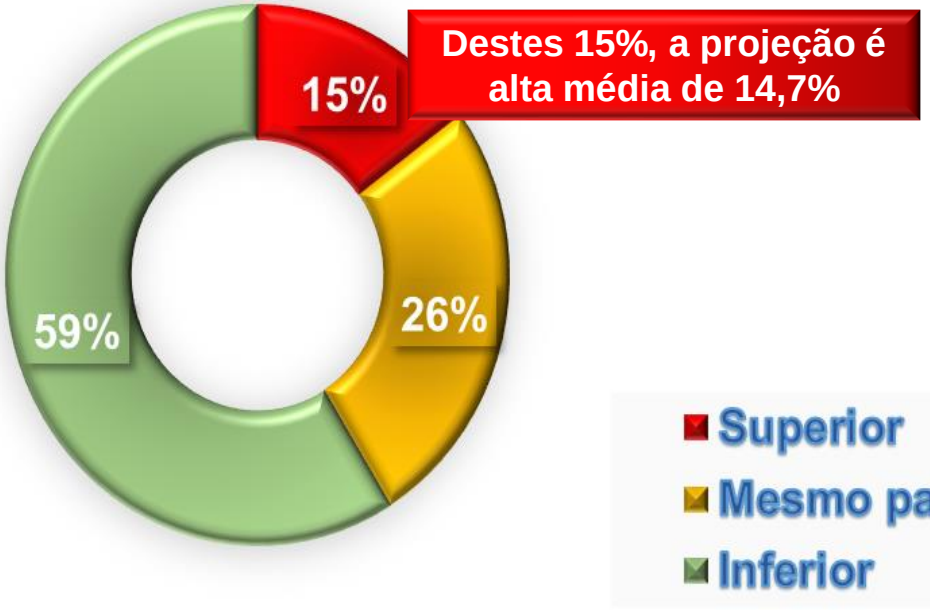
A pesquisa de Páscoa da ABRAS 2022 ficou em campo do dia 14/03/2022 a 04/04/2022 e foi realizada por meio de questionário on-line. O estudo contou com a participação de 255 empresas supermercadistas de todos os formatos e regiões. Sudeste foi a região que obteve a maior participação na análise regional, com 48% das respostas, assim como as empresas de 05 a 09 check-outs, com 46% de participação.



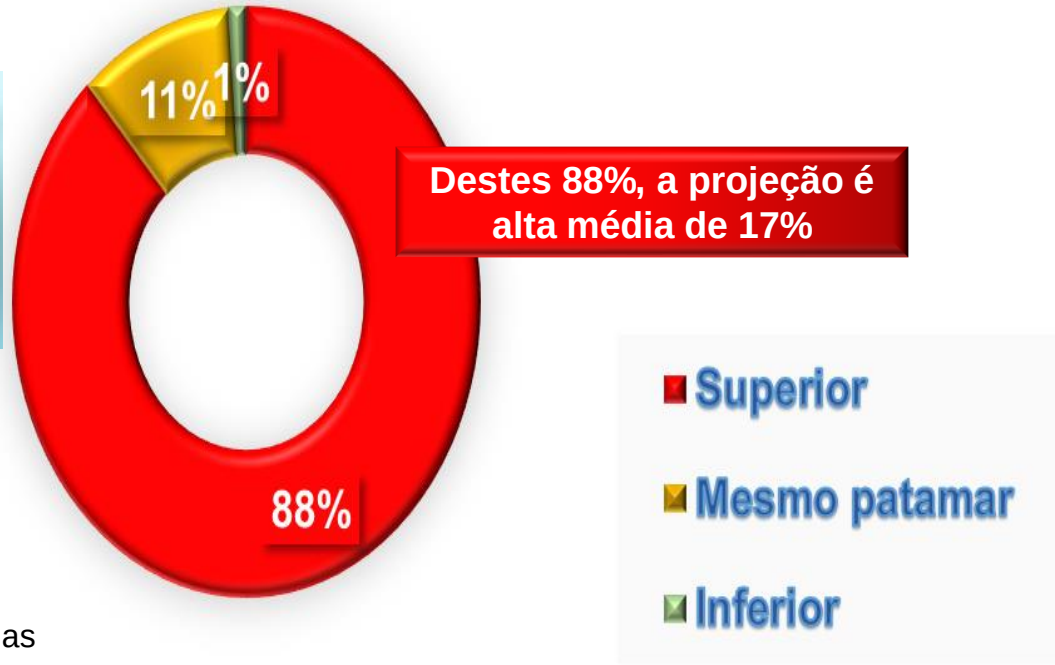


Do total amostra, apenas 15% dos supermercadistas projetam vendas superiores à Páscoa de 2021. Já em relação aos preços, apenas 1% da amostra acredita que será inferior ao mesmo período de 2021. Refutando a projeção inferior dos preços, 88% dos empresários do setor preveem uma alta.

Projeção dos participantes para vendas em volume



Projeção dos participantes para os preços dos itens de Páscoa em 2022



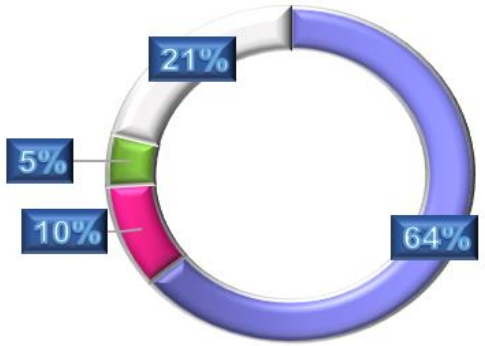
1 – Comparando à***s suas compras (em volume)*** realizadas na Páscoa de 2021, junto às Indústrias Fornecedoras, o comportamento médio para a ***Páscoa de 2022*** será?

1.2 – Em relação ao ***comportamento médio dos preços em 2022***, comparando com a Páscoa de 2021, estarão:

Dos supermercadistas que projetam vendas superiores, 40% creem num cenário de retomada econômica. Contrapondo as expectativas superiores, 64% dos participantes da amostra prospectam vendas inferiores em virtude de uma parcela da população estar com o poder de compra reduzido.

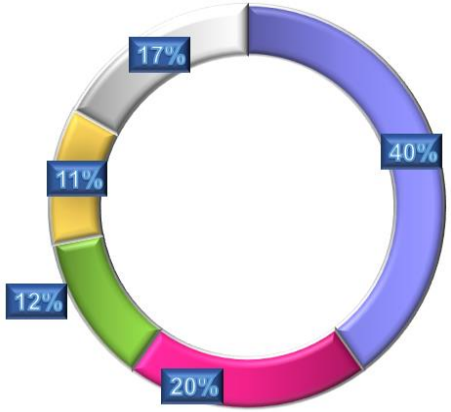
ABRAS ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

Situações que impulsionam o supermercadista projetar vendas inferiores em relação à Páscoa de 2021



- Poder de compra reduzido de uma parcela da população - 64%
- Número elevado de pessoas desempregadas e sem renda - 10%
- Novas variantes do Coronavírus (Ômicron) - 5%
- Outros - 21%

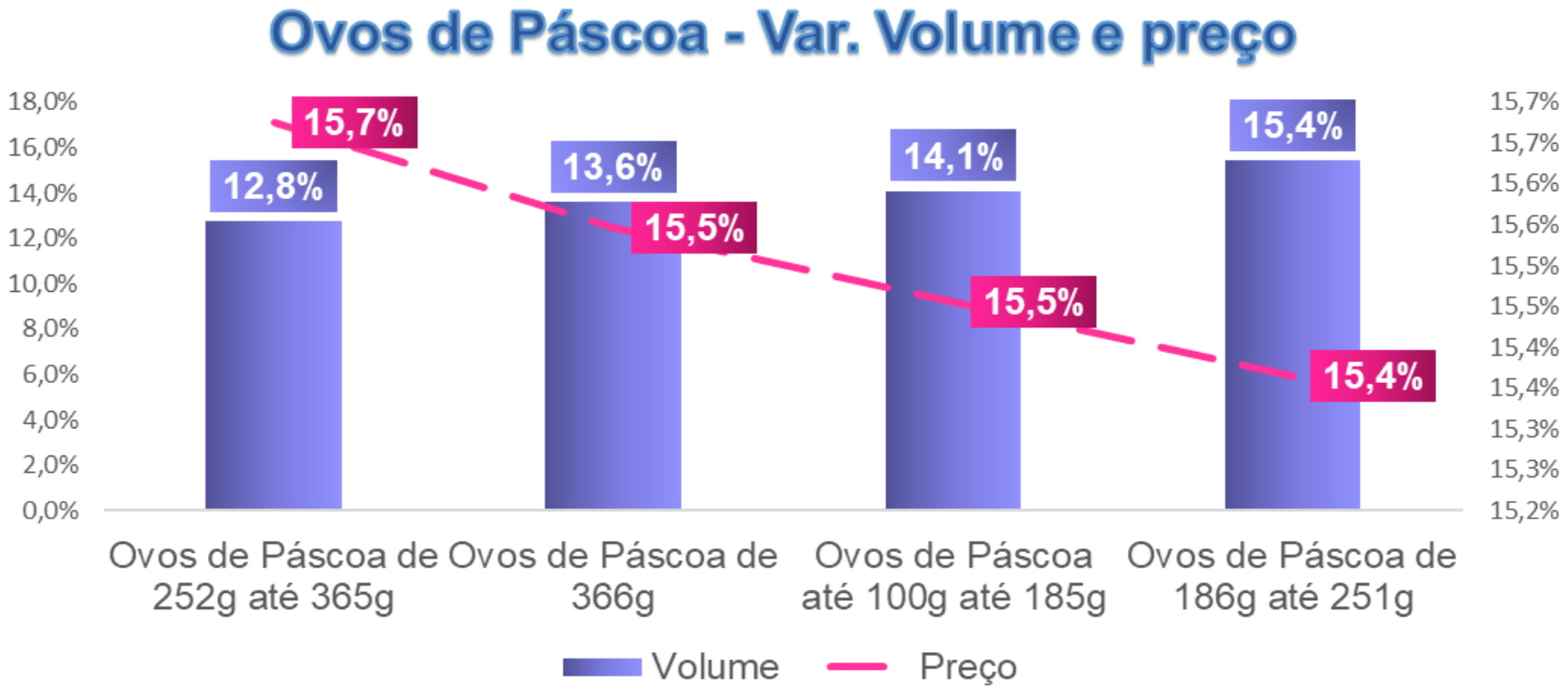
Situações que impulsionam o supermercadista projetar vendas superiores em relação à Páscoa de 2021



- Retomada econômica - 40%
- Cenário atual sem restrições impostas pela pandemia da Covid-19 - 20%
- Grande parte da população já está imunizada contra a Covid-19 - 12%
- Diversidade de marcas, atendendo todos os estratos socioeconômicos - 11%
- Outros - 17%

1 – Comparando ***às suas compras (em volume)*** realizadas na Páscoa de 2021, junto às Indústrias Fornecedoras, o comportamento médio para a ***Páscoa de 2022*** será?

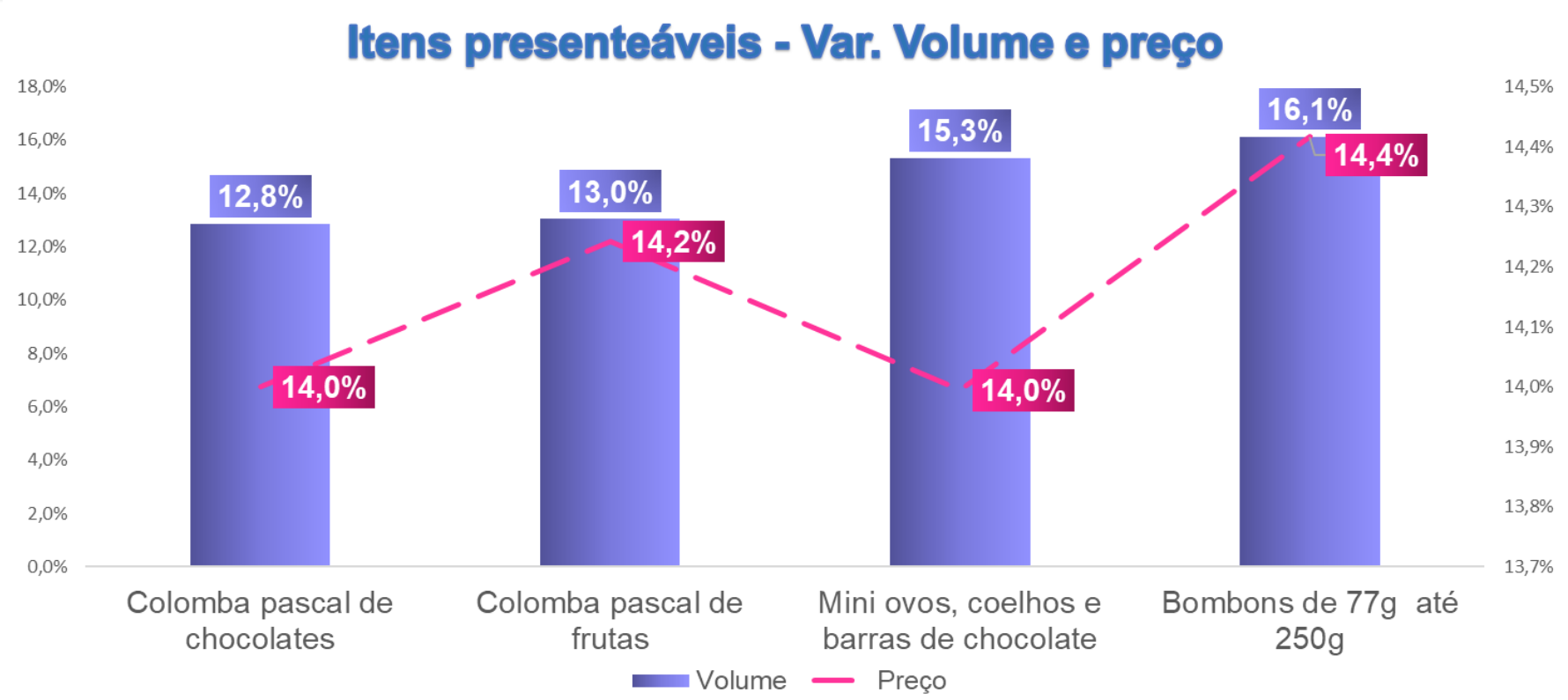
Em relação ao comportamento médio dos ovos de Páscoa, de acordo com as gramaturas especificadas, ovos de 186g até 251g estão com a maior expectativa de vendas em volume, 15,4%. Já os preços, estes estarão, em média, 15% mais altos.



2 – Listamos alguns dos principais produtos comercializados na data. Por gentileza, informe como serão as suas ***vendas em volume para a Páscoa de 2022***, utilizando como parâmetro a Páscoa de 2021:

3 – Com base nos mesmos produtos da questão anterior, informe o ***comportamento médio do preço*** destes itens, utilizando como parâmetro os preços praticados na Páscoa de 2021:

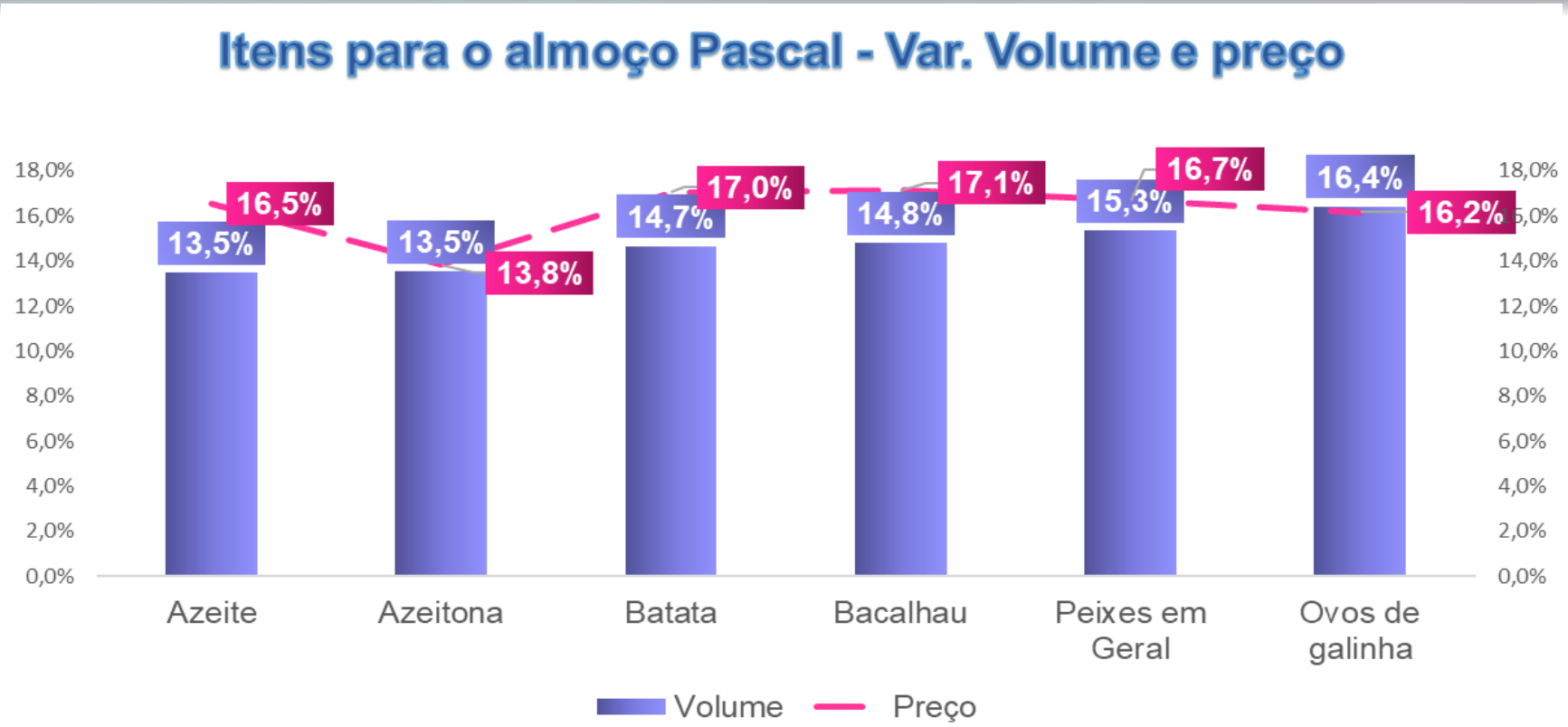
Entre os itens para presentear ou se autopresentear, bombons de 77g até 250g estão com a maior projeção de vendas em volume, 16,1%. Quanto aos preços, estes apresentarão alta em torno de 14%.



2 – Listamos alguns dos principais produtos comercializados na data. Por gentileza, informe como serão as suas ***vendas em volume para a Páscoa de 2022***, utilizando como parâmetro a Páscoa de 2021:

3 – Com base nos mesmos produtos da questão anterior, informe o ***comportamento médio do preço*** destes itens, utilizando como parâmetro os preços praticados na Páscoa de 2021:

Ovos de galinha, utilizados tanto para pratos doces, como para salgados, estão com projeção de vendas em volume de 16,4% no período. Já para o tradicional bacalhau, prato típico, os supermercadistas prospectam vendas em volume de aproximadamente 15%. Os preços em geral dos itens para o almoço apresentarão entre 13% e 17% de alta.



2 – Listamos alguns dos principais produtos comercializados na data. Por gentileza, informe como serão as suas ***vendas em volume para a Páscoa de 2022***, utilizando como parâmetro a Páscoa de 2021:

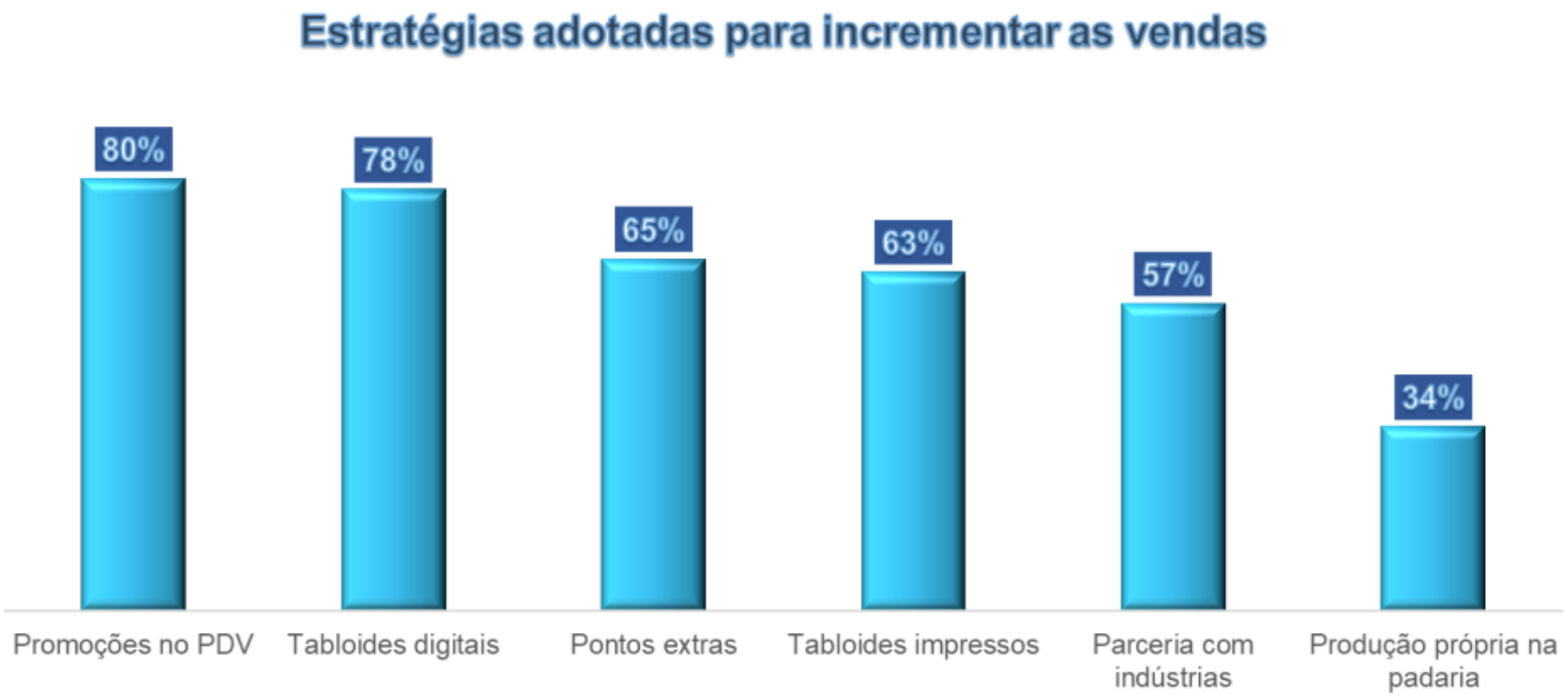
3 – Com base nos mesmos produtos da questão anterior, informe o ***comportamento médio do preço*** destes itens, utilizando como parâmetro os preços praticados na Páscoa de 2021:

Os empresários do setor apostam na alta em torno de 16% em volume nas vendas de vinhos importados. Preço do produto registrará aumento em média de 15%. Entre as bebidas que os preços apresentarão uma variação entre 11% e 15%, este item importado será aposta de vendas. Dólar registra queda de -5% no período, comparando com 2021.

2 – Listamos alguns dos principais produtos comercializados na data. Por gentileza, informe como serão as suas ***vendas em volume para a Páscoa de 2022***, utilizando como parâmetro a Páscoa de 2021:

3 – Com base nos mesmos produtos da questão anterior, informe o ***comportamento médio do preço*** destes itens, utilizando como parâmetro os preços praticados na Páscoa de 2021:

Como estratégia para aumentar as vendas no período, 80% dos empresários do setor realizarão promoções nos PDVs. Na atual realidade phygital, tabloides digitais serão utilizados por 78% destes empresários.

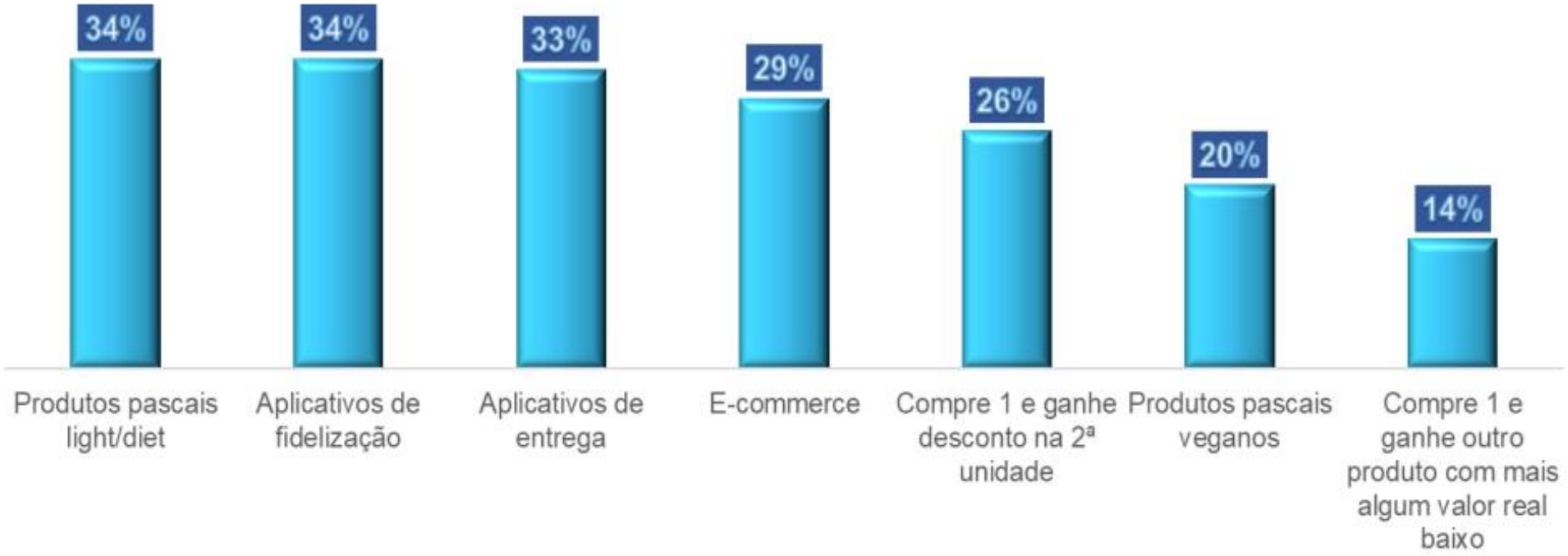


5 - Para tornar as suas vendas mais atrativas e aumentá-las no período. Assinale as variáveis que serão utilizadas:

Com vistas a atender todos os consumidores, 34% dos empresários do setor apostarão nas vendas de produtos pascais light/diet. Aplicativos de fidelização também serão utilizados por 34% dos participantes da pesquisa.

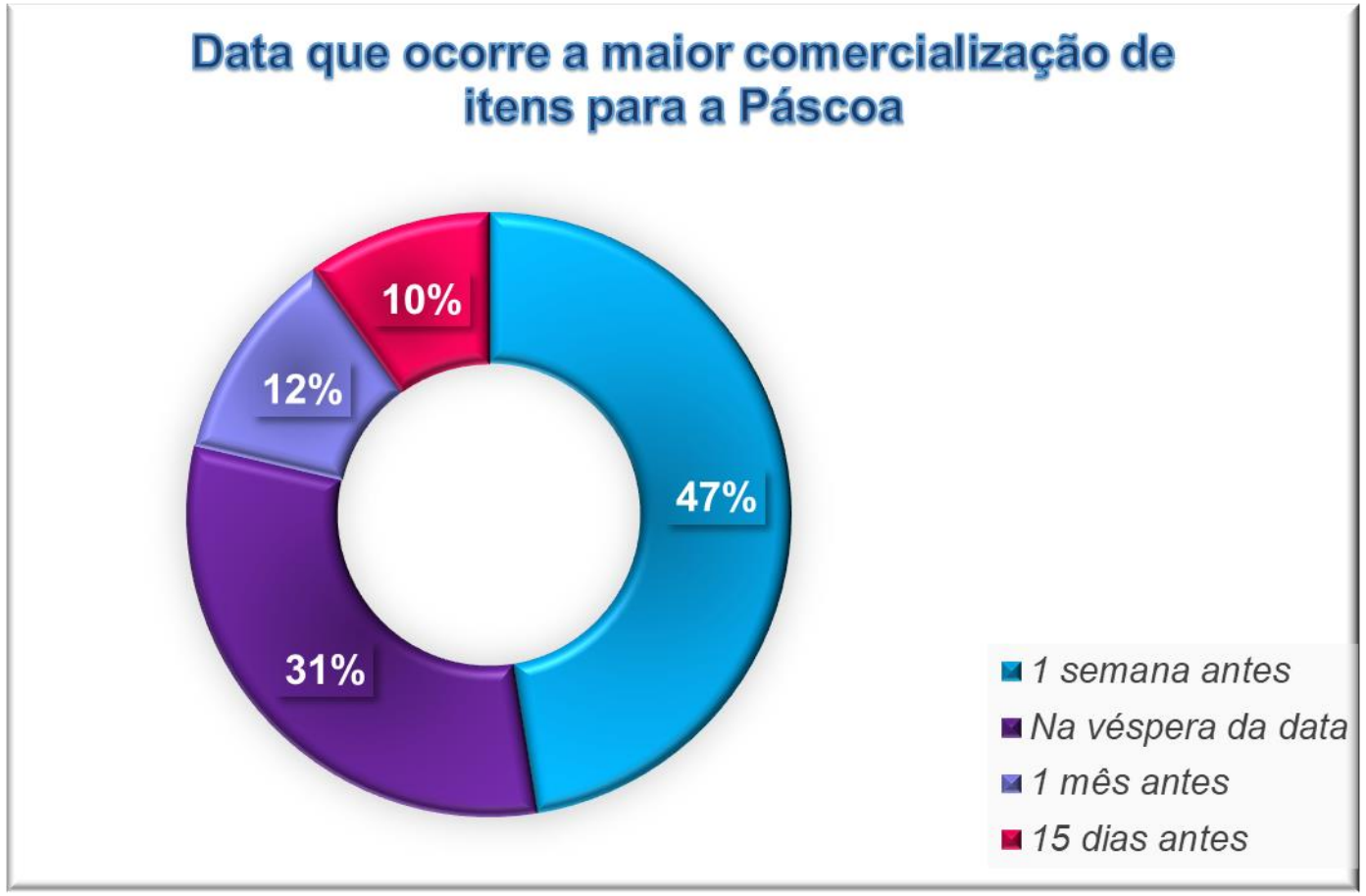
ABRAS ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

Estratégias adotadas para incrementar as vendas



5 - Para tornar as suas vendas mais atrativas e aumentá-las no período. Assinale as variáveis que serão utilizadas:

Segundo os supermercadistas, 47% das vendas de itens para a Páscoa ocorrem uma semana antes da data. No entanto, tendo em vista o jeitinho brasileiro, 31% acreditam que a maior comercialização destes itens ocorrerá na véspera da data.



6 – Das vendas de Páscoa, a maior comercialização dos produtos para a data ocorre na sua loja geralmente:

Release da Pesquisa de Páscoa ABRAS 2022, veiculado pós-coletiva de imprensa, quando os resultados foram divulgados.

ABRAS ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

Volta da reunião familiar na Páscoa impulsiona consumo, afirma ABRAS

Miniovos, bombons e barras de chocolates foram os itens mais procurados; preços devem ficar mais altos

A semana que antecede a Páscoa é o momento em que se concentra a maior decisão dos consumidores na escolha dos produtos para a data. É o que aponta o monitoramento da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS).

De acordo com o levantamento, tradicionalmente, quase 47% das compras ocorrem na semana anterior, motivadas, principalmente, pela chegada do *Domingo de Ramos*. Itens da ceia, como bacalhau e pescados, azeites, vinhos e chocolates passam a ter maior volume no consumo.

Outros 31% dos consumidores compram na véspera; 10% antecipam as compras em pelo menos 15 dias e apenas 12% fazem as compras com um mês de antecedência.

Coletiva ABRAS em 14/04/2022.

Release da Pesquisa de Páscoa ABRAS 2022, veiculado pós-coletiva de imprensa, quando os resultados foram divulgados.

“Após a Quarta-feira de Cinzas é perceptível, todos os anos, o crescimento gradativo do consumo de pescados, por exemplo, tendo o ápice entre a quarta e a sexta-feira da Semana Santa, como parte da tradição e da devoção cristã brasileira”, explica o vice-presidente da ABRAS, Marcio Milan.

Neste ano, segundo a associação, com a possibilidade de voltar a reunir a família, o consumidor — que vem mantendo um consumo racional diante do aumento da inflação da cesta de alimentos — buscou alternativas mais baratas em algumas categorias de produtos que tradicionalmente estão presentes no almoço de Páscoa.

Os ovos de galinha foram os produtos que mais apareceram na cesta de compra, com volume 16,4% maior do que no mesmo período de 2021. Os peixes em geral tiveram aumento de 15,3% em volume e, na sequência, o bacalhau com alta de 14,8% em volume.

Coletiva ABRAS em 14/04/2022.

A batata, outro item do almoço, cresceu 14,7% em volume e o azeite teve alta 13,5%

Na cesta de bebidas, o destaque é o vinho importado, que representa 15,6% do volume de vendas. Em seguida vem a cerveja, com 14,3%, refrigerante, com 14,2%, suco, com 13,4%, e vinho nacional, com 12,6%.

Quanto aos tradicionais ovos de chocolate, a procura é pelos de menor tamanho, caixas de bombom e barras de chocolate para presentes.

Os bombons de chocolate de 77 gramas até 250 gramas foram os mais procurados pelos consumidores, representando 16,1% do volume das vendas. Na sequência, os ovos de 186g a 251g, com 15,4% do volume, e os miniovos, coelhos e barras de chocolates, com 15,3%.

Outros itens, como colomba pascal de frutas e de chocolates, representaram 13% e 12,8%, respectivamente no volume de vendas.

Coletiva ABRAS em 14/04/2022.

Release da Pesquisa de Páscoa ABRAS 2022, veiculado pós-coletiva de imprensa, quando os resultados foram divulgados.

ABRAS ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

“O consumidor está mais cauteloso, programando suas compras mensais, mas sabemos que a Páscoa deste ano será marcada pelo reencontro da família, momento que não ocorre, com tranquilidade, há pelo menos dois anos. Assim, aquela tradição de preparar a ceia, de presentear com chocolate, vai estar presente nos lares brasileiros”, analisa Milan.

No que se refere aos preços, Milan explica que eles devem ficar mais altos e tendem a acompanhar a inflação oficial do período e o aumento dos custos de produção.

“É importante lembrar que existe toda uma cadeia produtiva fornecedora de insumos como cacau, leite, açúcar para a produção de chocolates, bem como outros fatores de produção, como custos de energia elétrica, mão de obra, transporte e embalagens, que impactam diretamente nos custos de produção do chocolate.”

Coletiva ABRAS em 14/04/2022.

Release da Pesquisa de Páscoa ABRAS 2022, veiculado pós-coletiva de imprensa, quando os resultados foram divulgados.

ABRAS ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS

Para anemizar os impactos da inflação e a redução do poder de compra, indústrias e supermercados estão trazendo alternativas para o consumidor.

“Há empresas supermercadistas que optaram por oferecer ovos de chocolate de marca própria, com preços até 30% menores e parte dos supermercadistas reduziu ou substituiu as parreiras e tornaram os espaços das ilhas montadas na entrada ou em pontos estratégicos das lojas mais atrativos para os consumidores, além de ampliar a oferta de ovos de menor gramatura, barras e caixas de bombons”, observa Milan.

Para incentivar o consumo, 80% dos supermercadistas fizeram promoções, 65% investiram em pontos extras, 34% fortaleceram as estratégias nos aplicativos de fidelização.

Coletiva ABRAS em 14/04/2022.

Elaboração e análise do material:
Marcio Milan – VP Institucional e Administrativo
Departamento de Economia e Pesquisa da Abras:
Analista responsável: Clarice Dias
Analista de Economia e Pesquisa: Edneide Medeiros
Auxiliar de Economia e Pesquisa: Yago Zioli
Contato: (11) 3838-4561/4516/4573.
economia@abras.com.br