

Raio-X de Páscoa

Insights para vender
mais em 2023



HORUS

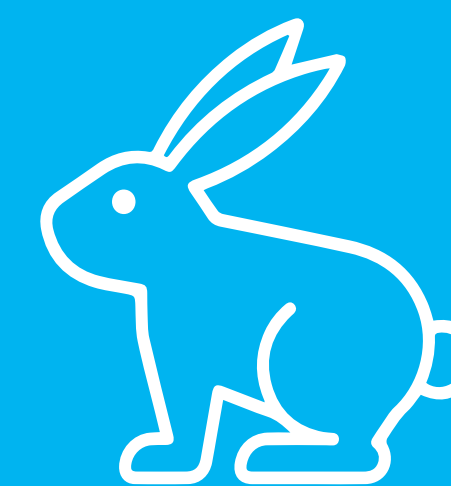


smarket

Sumário

1	Introdução	3
2	Vendas no e-commerce na Páscoa 2022.....	5
3	Comportamento de compra do consumidor no e-commerce na Páscoa.....	8
4	Preço dos produtos nas lojas online na Páscoa 2022	10
5	Preço dos produtos nas lojas físicas na Páscoa 2022.....	22
6	Volume de vendas no varejo físico durante a Páscoa 2021 vs 2022.....	25
7	Disponibilidade de estoque nos e-commerces na Páscoa de 2022.....	31
8	Ruptura de estoque no varejo físico na Páscoa 2021 vs 2022.....	43
9	Produtos mais promocionados no varejo na Páscoa de 2021 vs 2022	50
10	Principais insights da Páscoa e tendências para 2023.....	56
11	Metodologia do estudo	60

Introdução



Introdução

Segundo os dados da Neotrust, a Páscoa em 2022 **teve aumento de 8,8% nas vendas em relação a 2021, gerando um faturamento de R\$6,5 bilhões ao e-commerce brasileiro.** Já em relação ao número de pedidos, o registro feito pela Neotrust **apontou alta de 10,6% em relação a 2021, totalizando 12,4 milhões de compras no e-commerce.**

Assim como no e-commerce, o varejo físico também teve aumento nas vendas de Páscoa em 2022, na comparação com 2021. Segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), a estimativa é que os brasileiros tenham gastado **cerca de R\$ 2,1 bilhões no varejo.**

No entanto, com o aumento no valor dos ovos de Páscoa, o consumidor preferiu itens menores ou outros tipos de chocolates para compensar os preços e não deixar a data passar em branco.

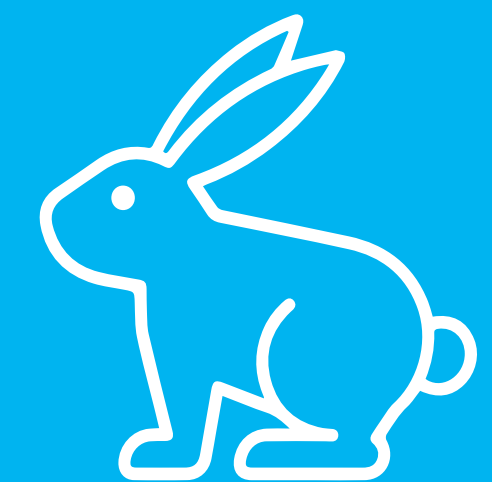
Pensando no potencial de lucratividade desta data, montamos um estudo que contém dados sobre:

- Resultados de vendas na Páscoa 2022;
- Preço médio na Páscoa 2022;
- Disponibilidade de estoque na Páscoa 2022;
- Insights e principais tendências para a data em 2023.

Essa é a hora de analisar os principais resultados da Páscoa em 2022 e se programar para a data em 2023. Vamos juntos?



Vendas no e-commerce na Páscoa 2022



Vendas no e-commerce na Páscoa 2022

↑ +8,8%

R\$ 6,5 bilhões

faturados no e-commerce.

(Fonte: Neotrust)

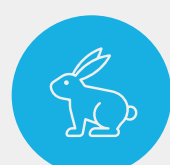
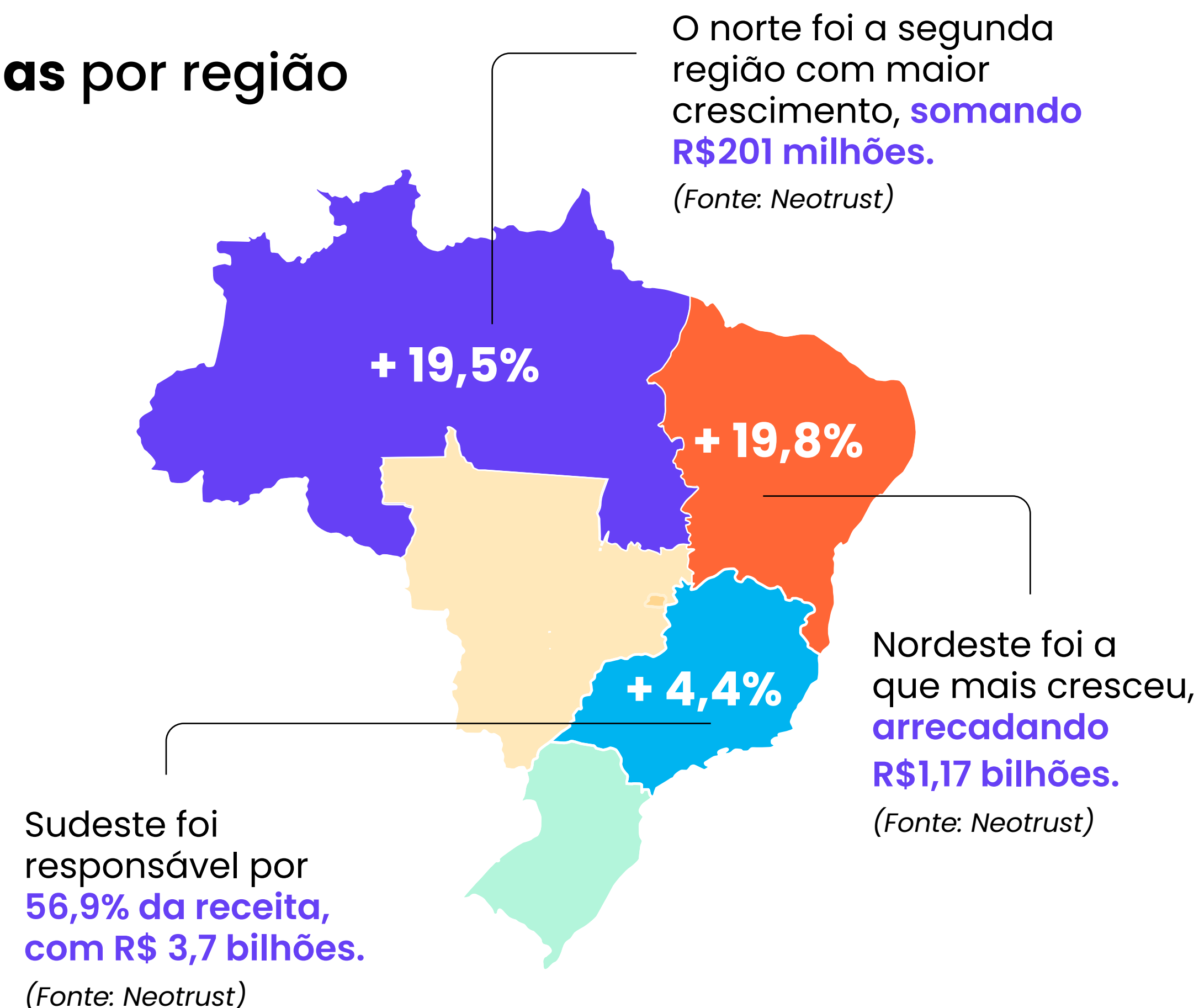
↑ 10,6%

12,4 milhões

de compras no e-commerce.

(Fonte: Neotrust)

Vendas por região

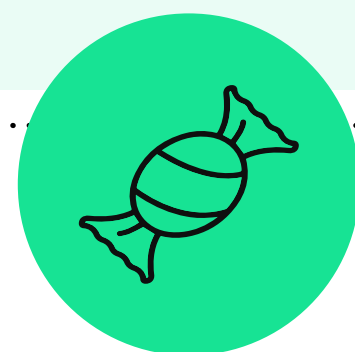


Categorias mais vendidas 2021 x 2022

Bombonieres

+137,3%
de aumento no faturamento.

+251,3%
de aumento no número de pedidos.

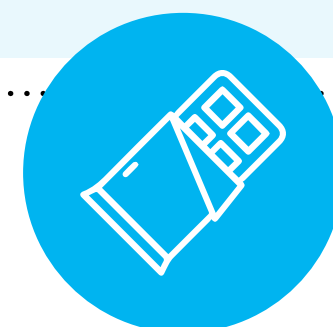


(Fonte: Neotrust)

Barras de Chocolate

+33,7%
de aumento de receita.

165,5%
de aumento de pedidos.



(Fonte: Neotrust)

Ovos de Páscoa

-22,7%
de queda no faturamento.

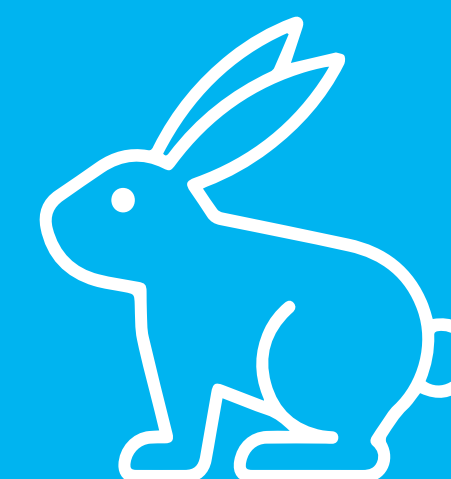
-17,3%
de queda no número de pedidos.



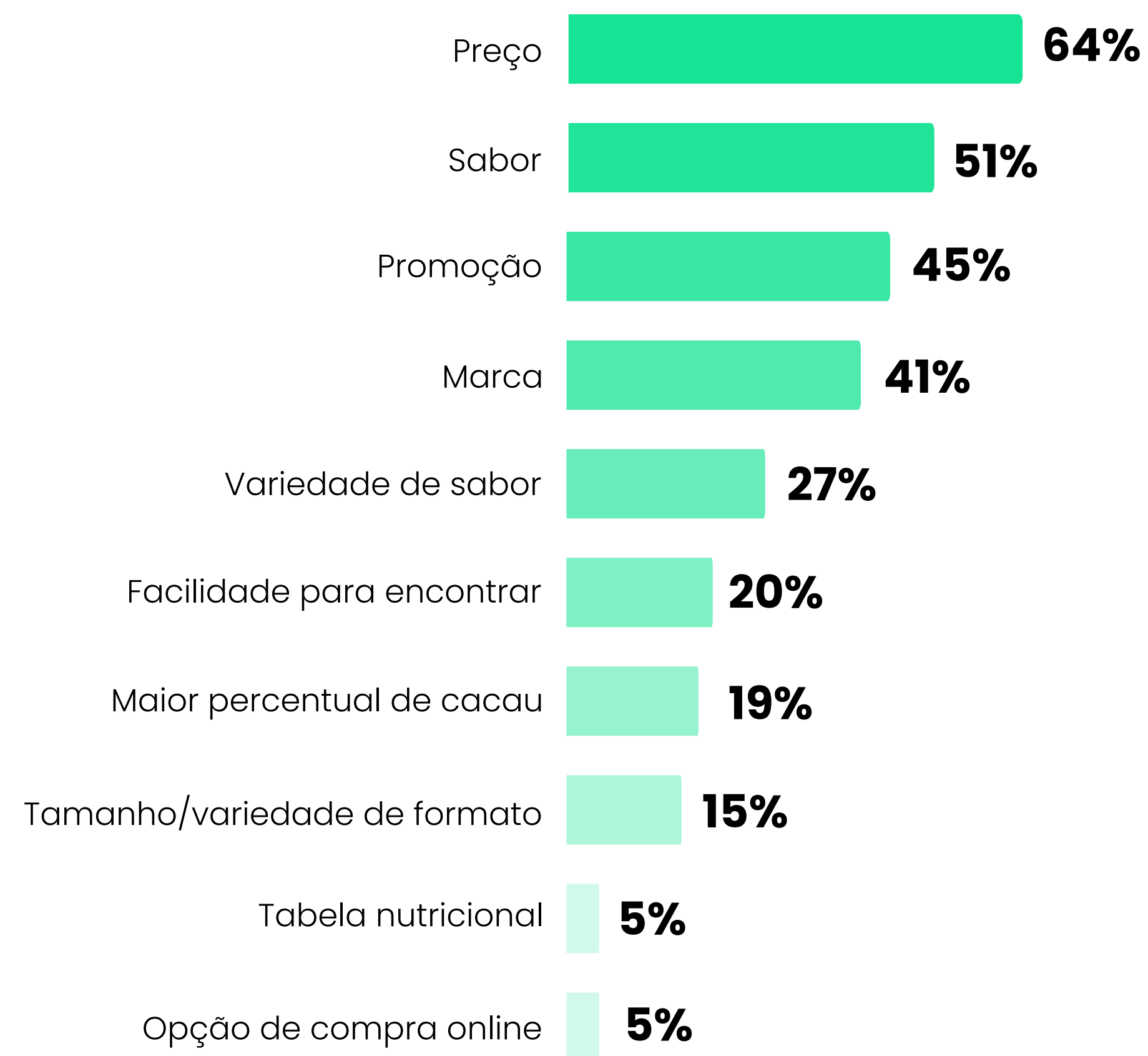
(Fonte: Neotrust)



Comportamento de compra do consumidor no e-commerce

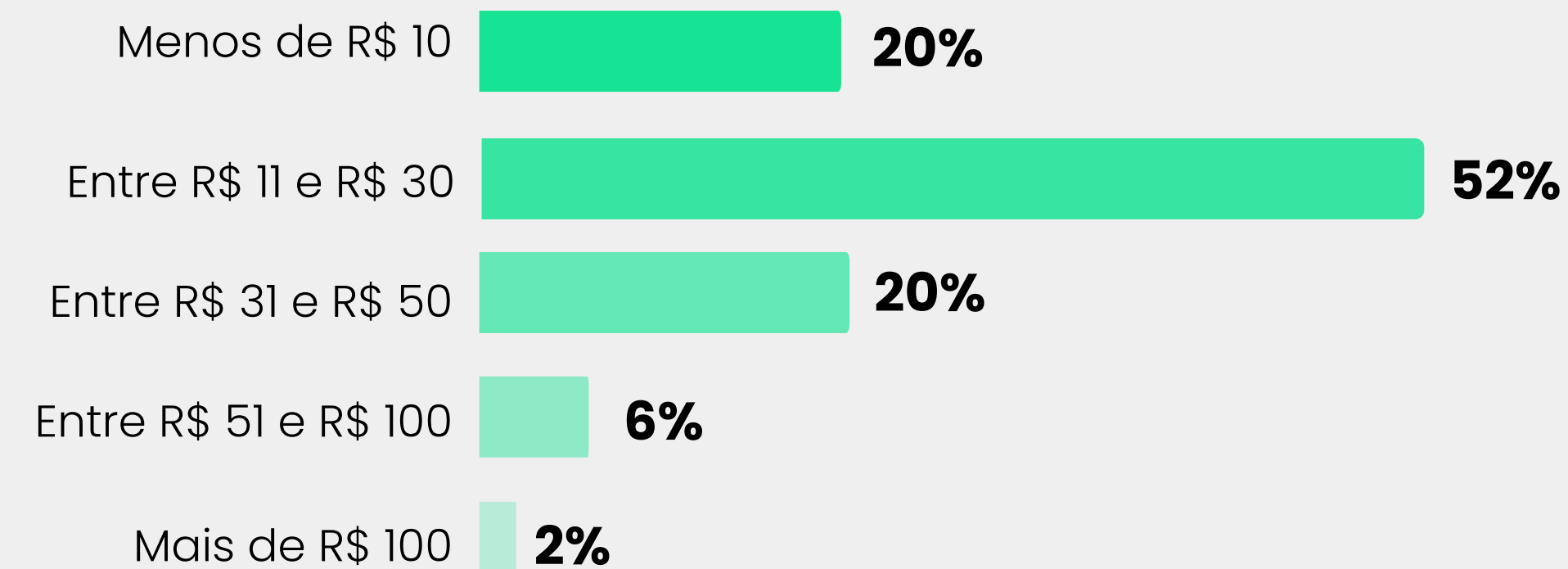


O que mais influencia a sua decisão de compra na Páscoa?



Fonte: Opinion Box

Qual é o valor que você pretende gastar na Páscoa?



Fonte: Opinion Box



72% dos consumidores

afirmam estar dispostos a gastar entre R\$11,00 e R\$50,00 nas compras de chocolates na Páscoa.

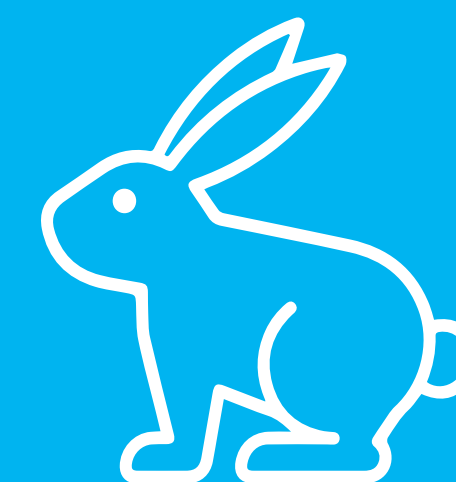


Apenas 2% dos consumidores

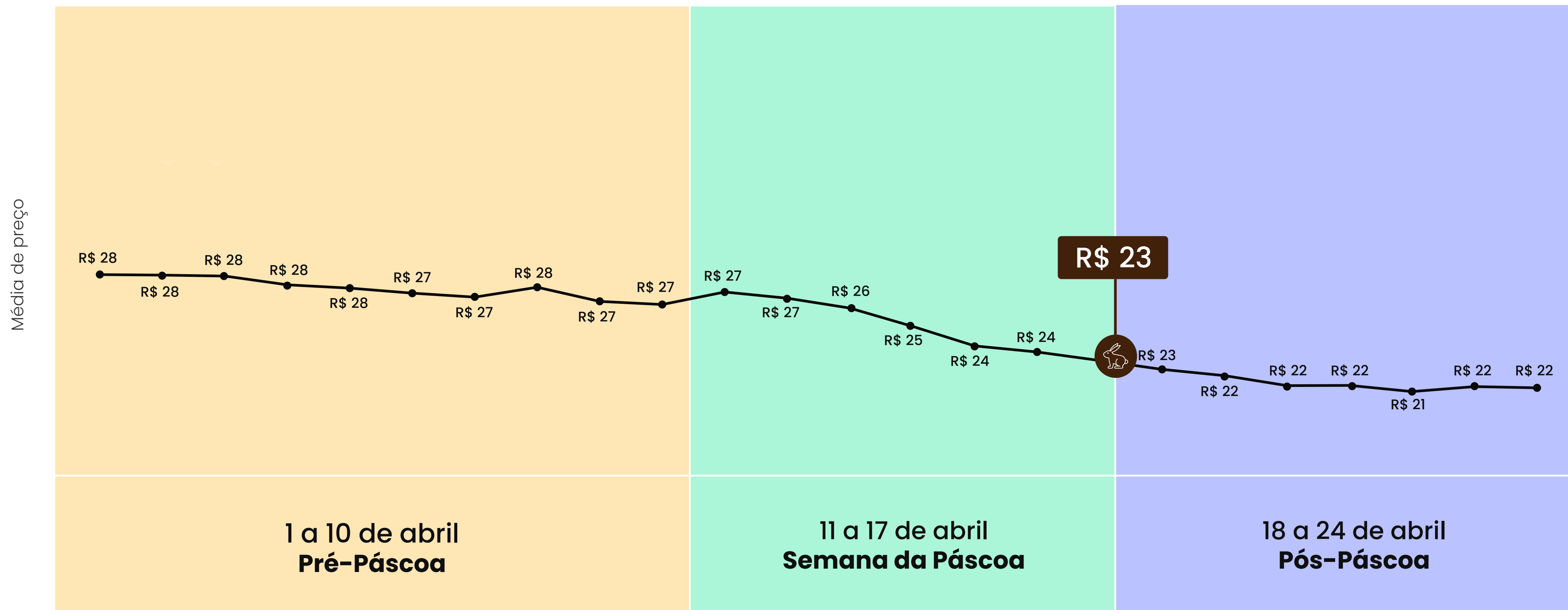
estão dispostos a investir um valor maior que R\$100,00.



Preço dos produtos nas lojas online na Páscoa 2022



Preço médio antes, durante e depois da Páscoa



Dia da Páscoa



Principais insights | Preço

O preço médio dos produtos teve alteração significativa entre o período de 1º a 24 de abril, **passando de R\$28,00 para R\$22,00.**



Houve uma **queda de 13%** no preço entre o início da semana da Páscoa, dia 11 de abril, e o final da semana da Páscoa, dia 17 de abril.



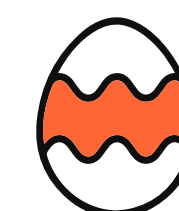
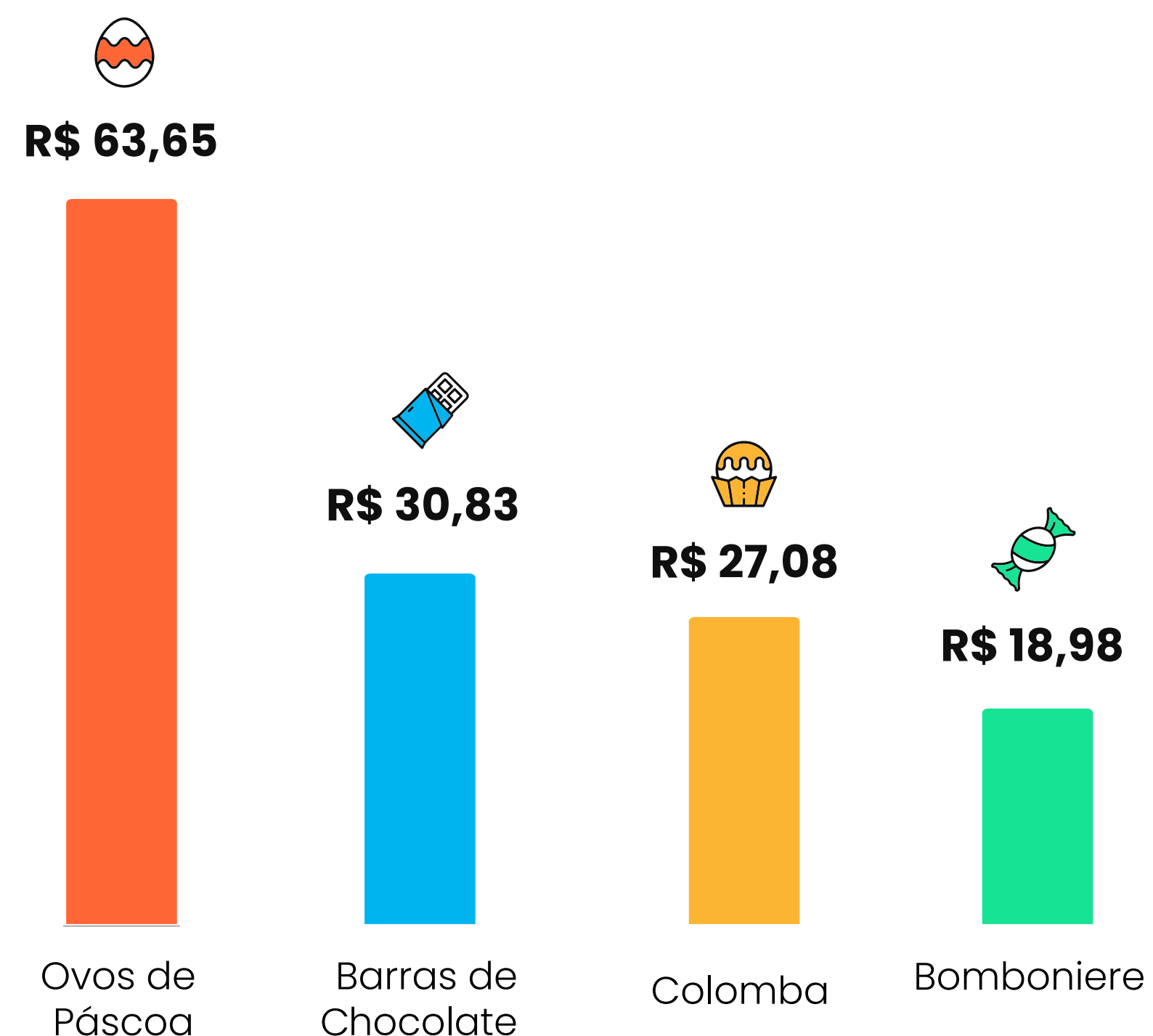
Considerando todos os produtos analisados, o preço médio na Páscoa em 2022 **foi de R\$25,00.**



Os preços tiveram uma queda ainda maior na semana Pós-Páscoa, chegando ao **valor médio de R\$22,00.**



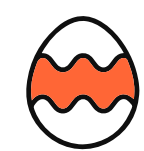
Preço médio por categoria durante todo o período da Páscoa



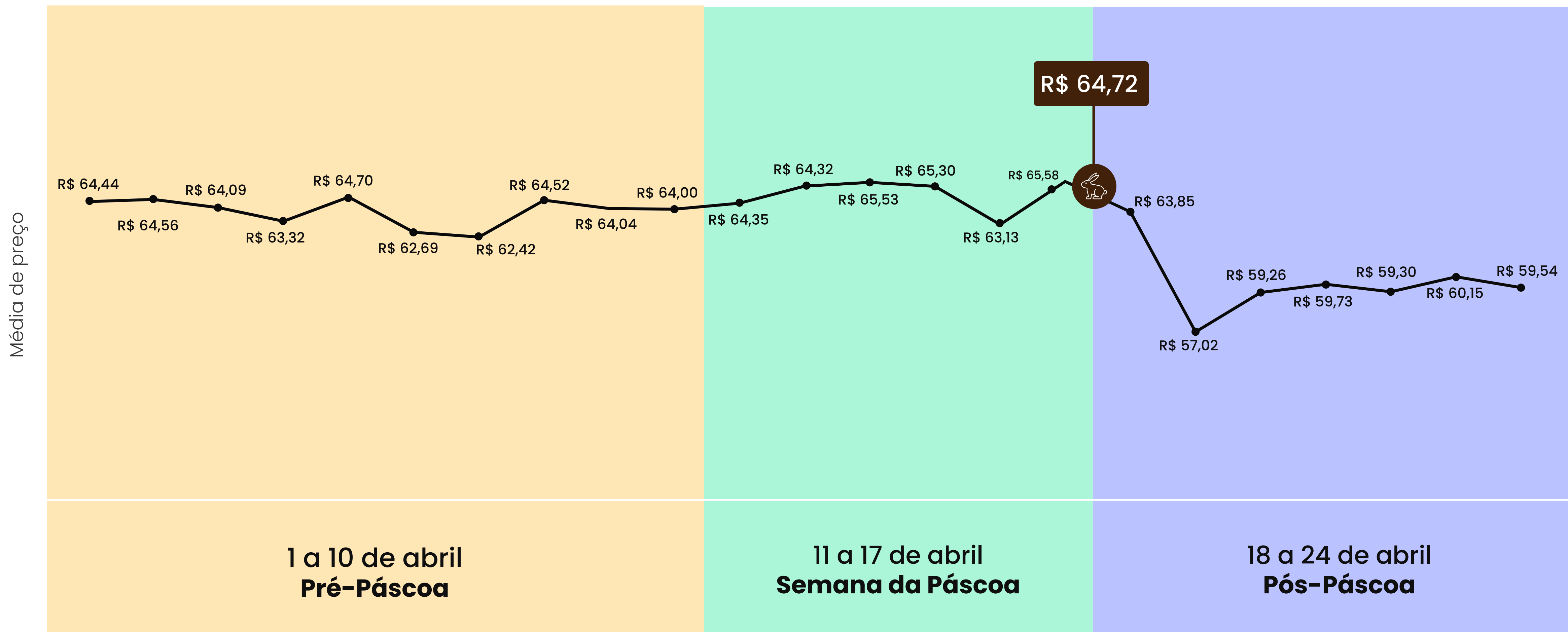
Ovos de Páscoa é o segmento **com maior preço médio: R\$63,65.**

Por ser um produto sazonal de alto valor agregado, é de se esperar que os Ovos de Páscoa possuam um preço mais elevado em relação às demais categorias. Além disso, esse produto tem forte influência da alta inflação e custo alto para produção.





Ovos de Páscoa | Comportamento de preço médio antes, durante e depois da Páscoa



Dia da Páscoa



Principais Insights | Preço

Houve pequenas oscilações no preço de Ovos de Páscoa até o dia 15 de abril, **passando de R\$64,44 para R\$63,13.**



O preço médio do segmento de Ovos de Páscoa **ficou em R\$62,91.**

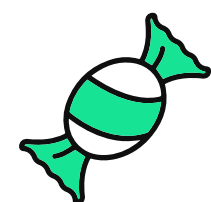


A partir do dia 16 de abril, dia da Páscoa, o preço dos Ovos de Páscoa tiveram uma **queda significativa de 15%**, chegando ao valor médio de R\$57,00.

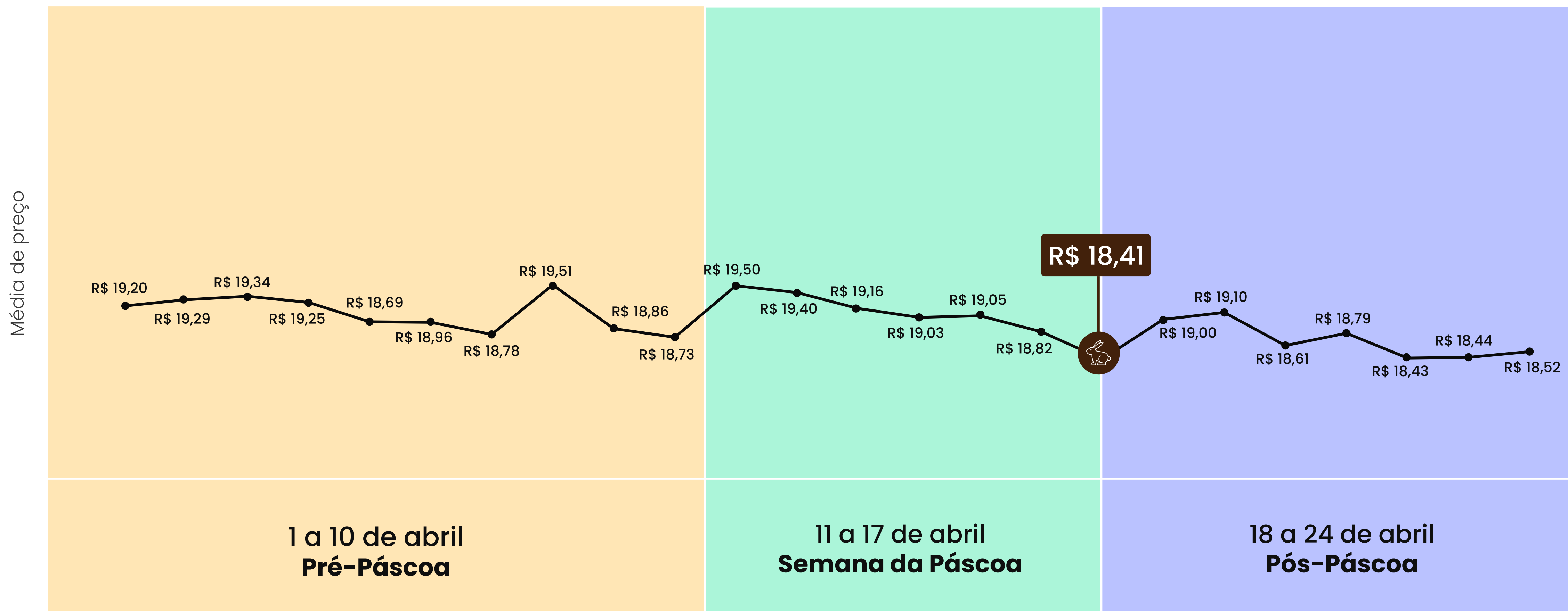


A queda de preço dos Ovos de Páscoa no período Pós-Páscoa provavelmente aconteceu, **pois o período de alto consumo já passou.** Então, a tendência é que os preços e a disponibilidade de estoque caiam em decorrência do fim da sazonalidade.



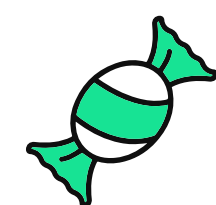


Bomboniere | Comportamento de preço médio antes, durante e depois da Páscoa



 Dia da Páscoa





Principais Insights | Preço

Houve pequenas oscilações no preço de Bombonieres durante o período Pré-Páscoa, semana da Páscoa e Pós-Páscoa, **variando entre R\$19,51 e R\$18,41.**

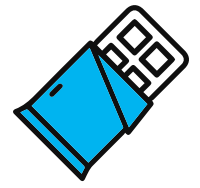


O preço médio do segmento de Bomboniere **foi de R\$18,98.**

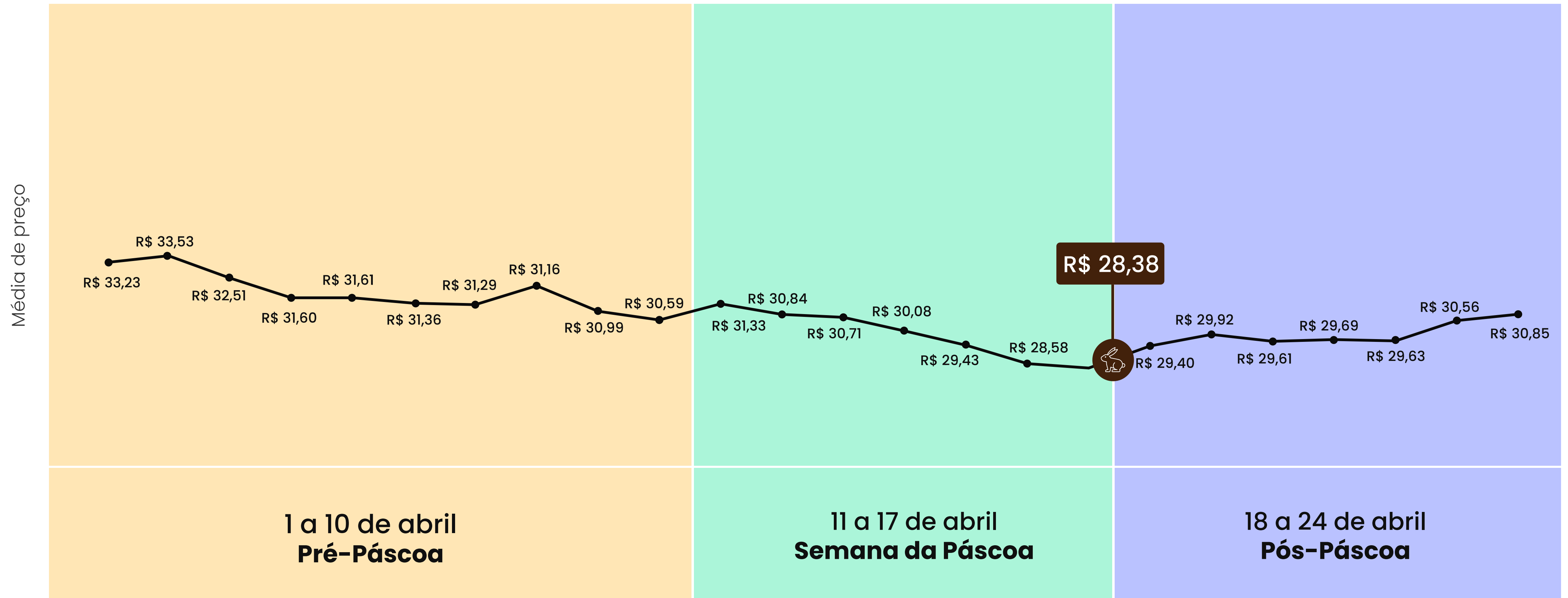


17 de abril, dia da Páscoa, o preço das Bombonieres atingiu o valor mínimo de **R\$18,41.**



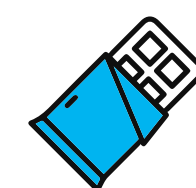


Barras de Chocolate | Comportamento de preço médio antes, durante e depois da Páscoa



Dia da Páscoa





Principais Insights | Preço

O preço médio do segmento de Barras de Chocolate ficou em **R\$30,74**.



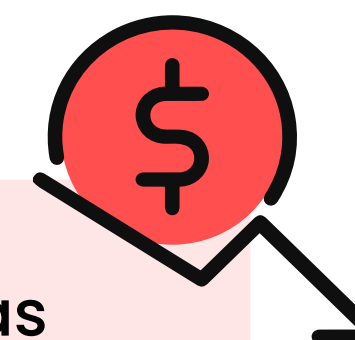
O preço médio das Barras de Chocolate teve uma **queda de 9%** ao longo da semana Pré-Páscoa.



Já o período Pós-Páscoa foi marcado pelo aumento dos preços das Barras de Chocolate, **atingindo o valor de R\$30,85**.

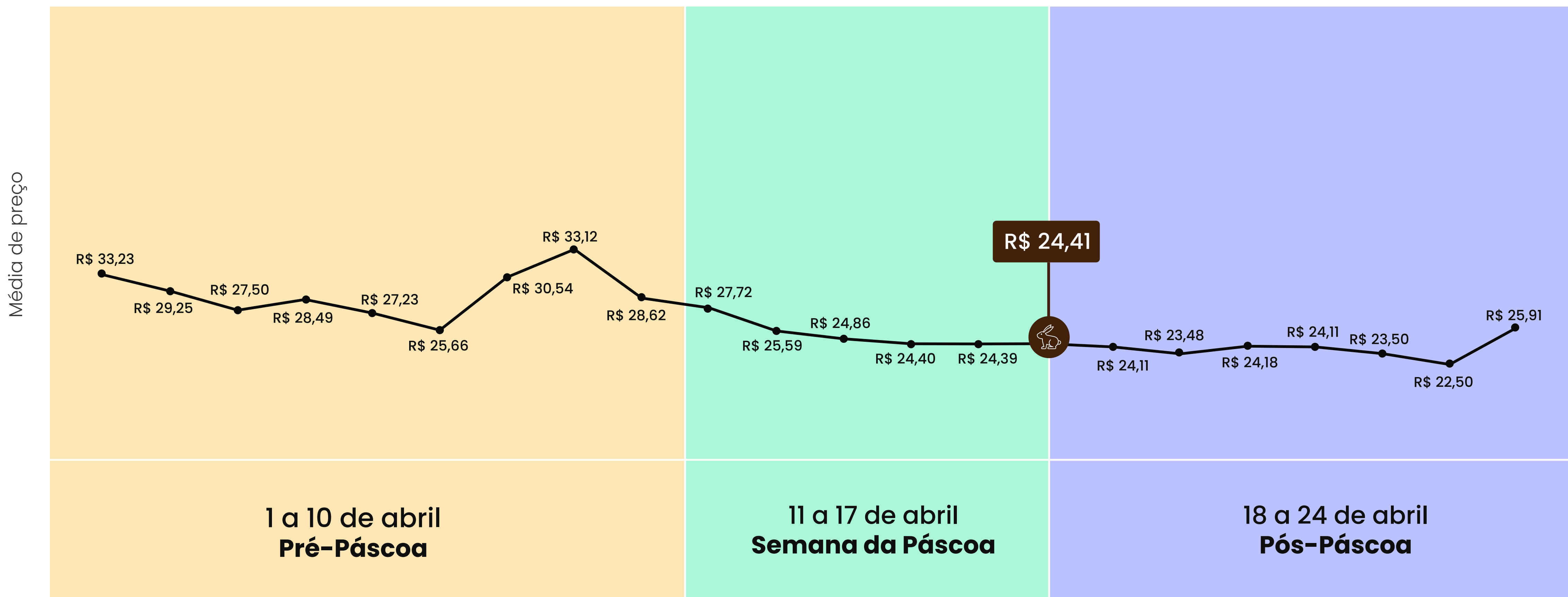


Houve mais uma **queda de 6%** no preço das Barras de Chocolate na semana da Páscoa.





Colomba | Comportamento de preço médio antes, durante e depois da Páscoa



Dia da Páscoa





Principais Insights | Preço

No dia 08 de abril o preço médio do segmento de Colombas atingiu **valor máximo de R\$33,12.**



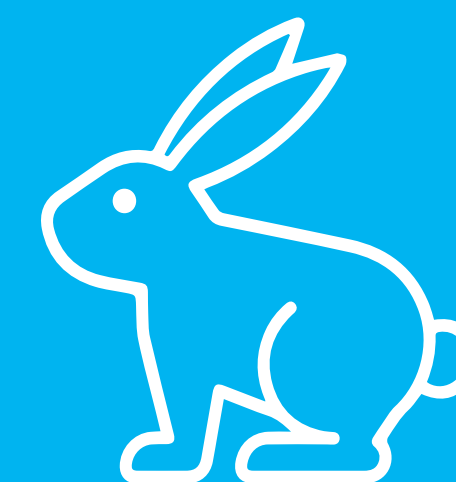
O preço médio do segmento de Colomba ficou em **R\$26,38.**



Do dia 09 de abril em diante o preço médio do segmento de Colombas teve uma queda de **47%**, atingindo o valor mínimo de **R\$22,50.**



Preço dos produtos nas lojas físicas na Páscoa 2022

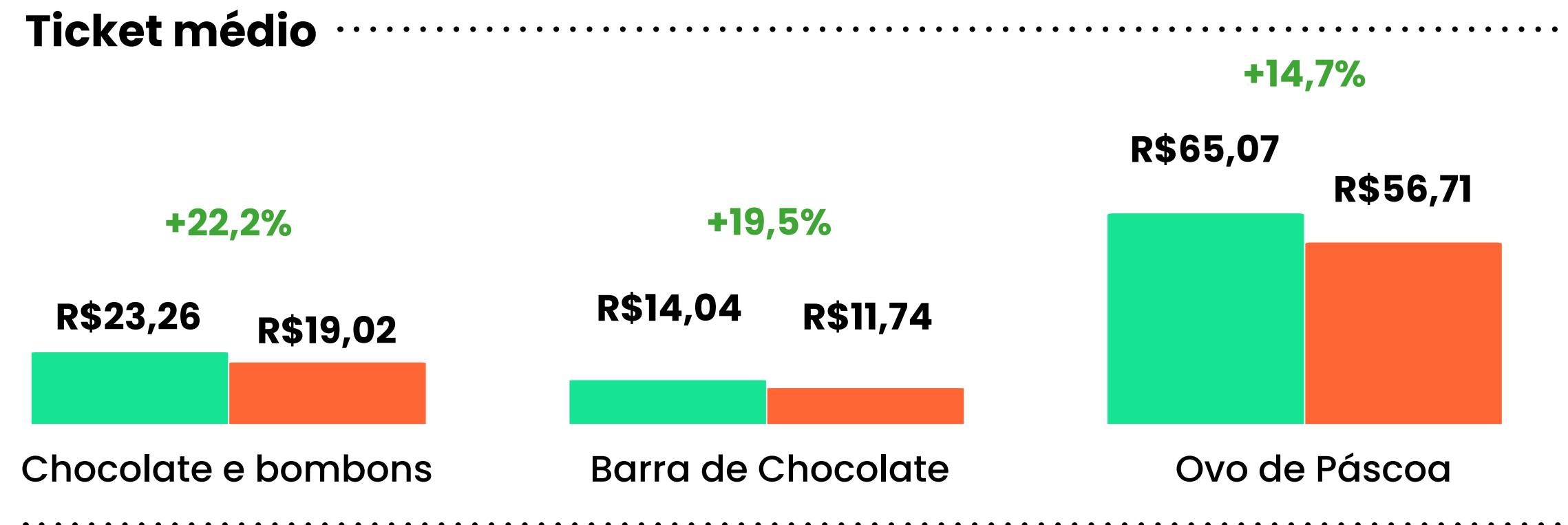
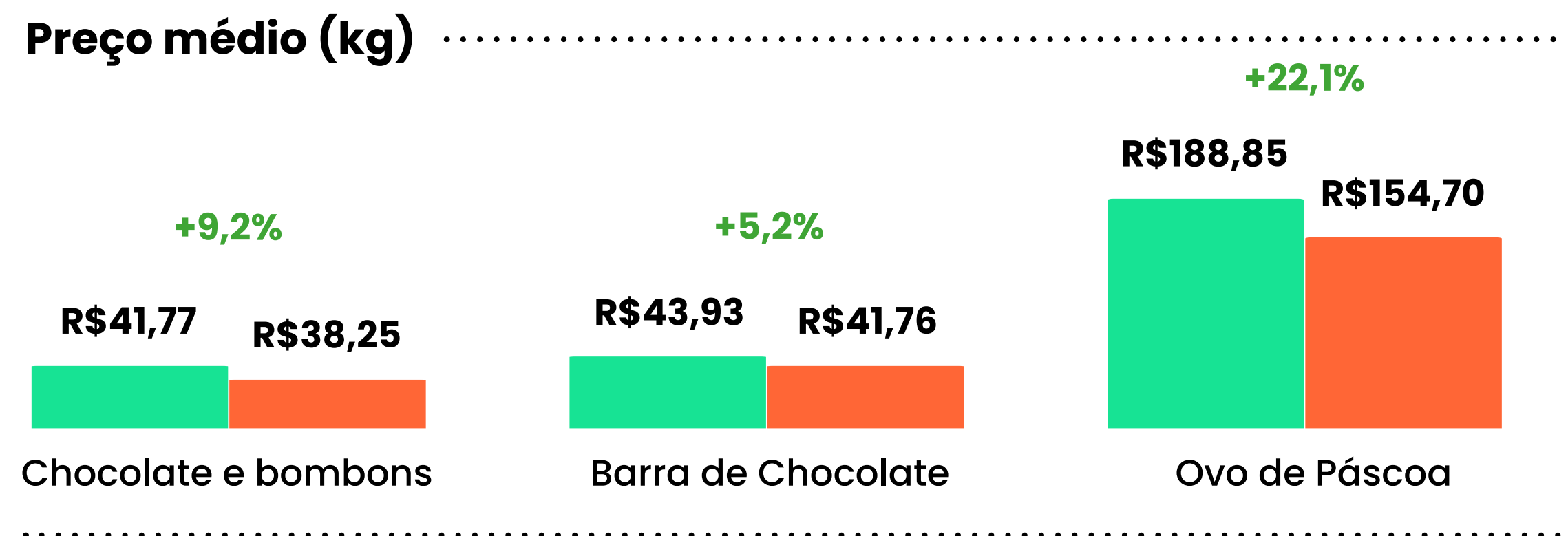


Aumento de preços é destaque entre 2021 e 2022

As categorias (ovo de Páscoa, barra de chocolate e bombons) analisadas pela Horus, empresa do Ecossistema Neogrid, tiveram aumento no valor médio pago pelo consumidor e acréscimo no ticket médio gasto nesses itens nos supermercados.

O **ovo de Páscoa teve o maior aumento no preço médio** entre as categorias, com itens 22,1% mais caros. Em 2021, o valor era de R\$ 154,70, pulando para R\$ 188,85 em 2022.

Já no indicador de ticket médio, o maior aumento foi registrado na categoria **chocolate e bombons com acréscimo de 22,2%**.



■ Páscoa 2022 ■ Páscoa 2021



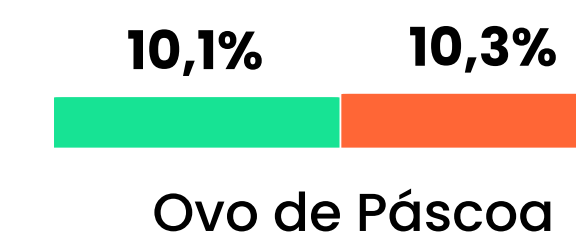
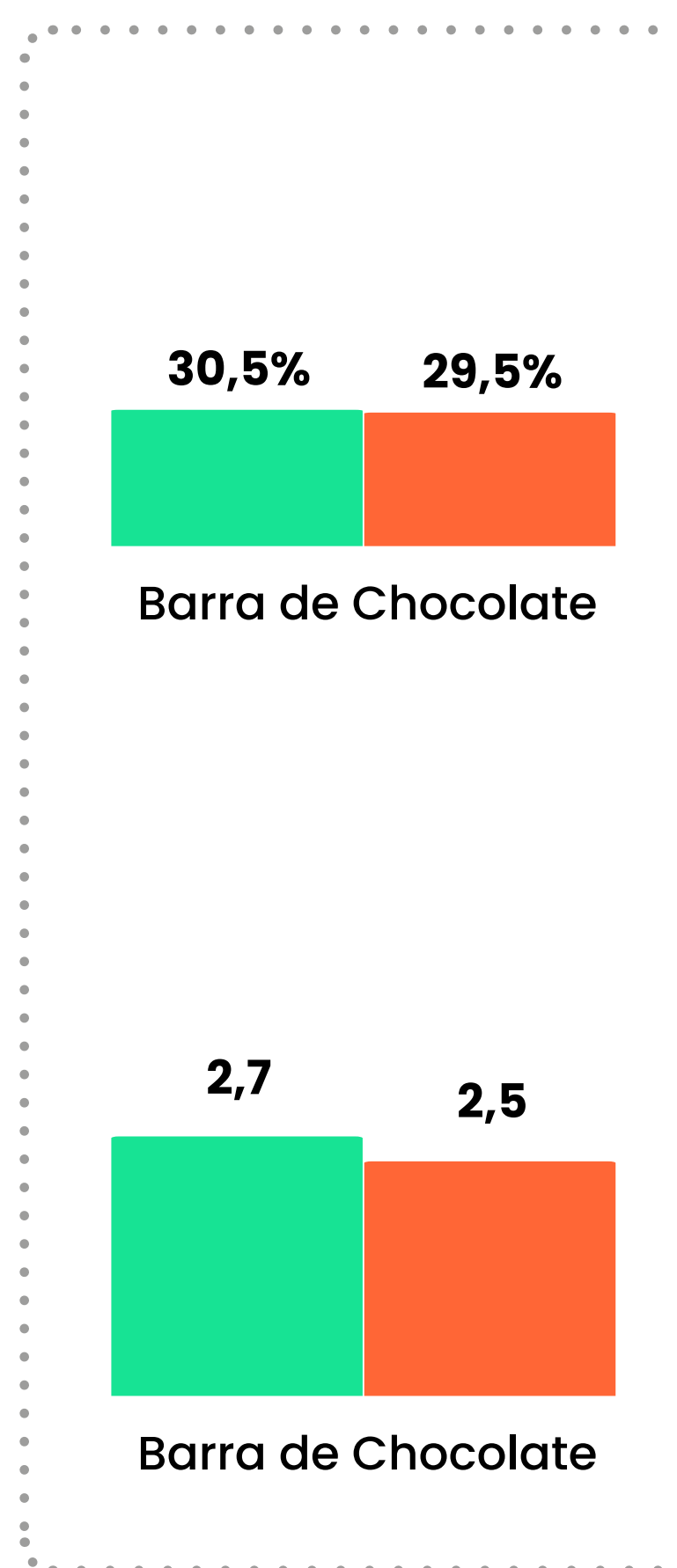
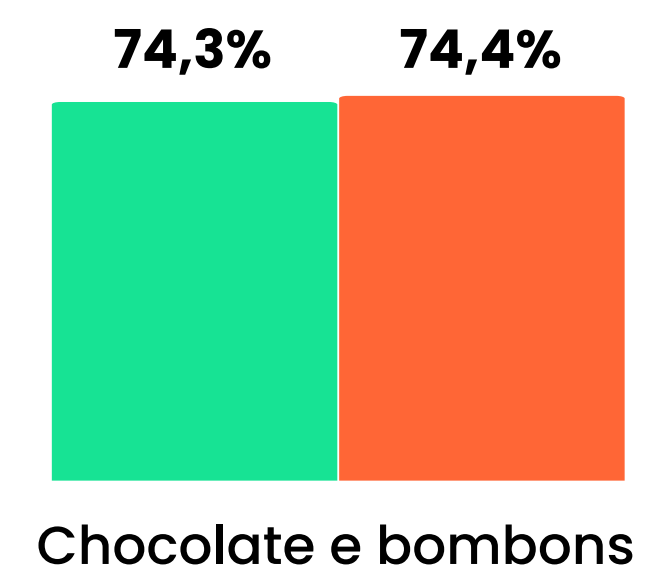
Produtos mais caros não afeta o consumo de chocolates

Apesar do aumento considerável entre os anos, o consumo de chocolate na Páscoa de 2022 ficou no mesmo patamar do que o registrado em 2021 no Brasil.

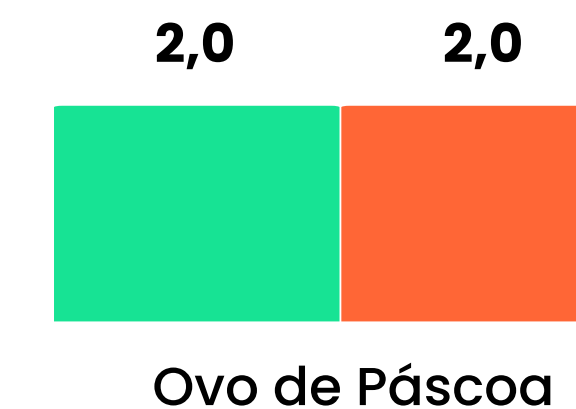
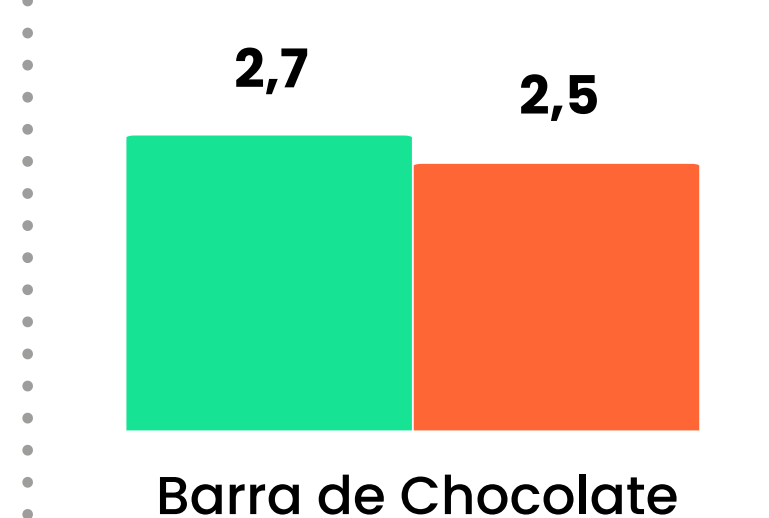
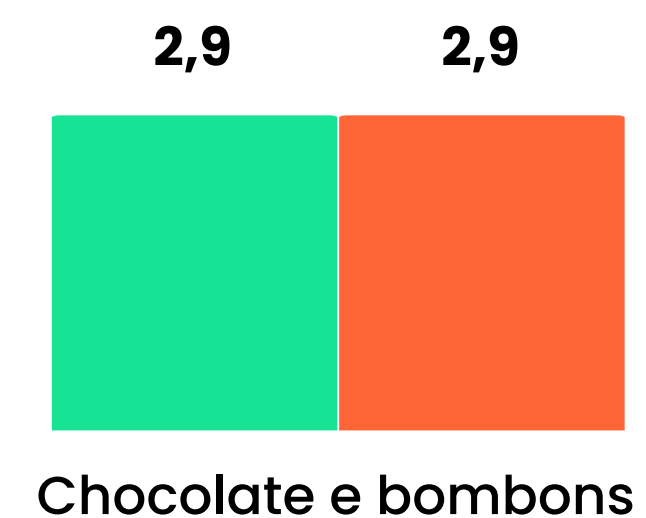
A incidência do ovo de Páscoa no carrinho do consumidor teve uma ligeira queda de 1,9%, passando de 10,3%, em 2021, para 10,1%, em 2022.

A única evolução ocorreu no item barra de chocolate, que teve aumento de 0,2 ponto percentual na média de itens comprados e 3,3% em incidência no carrinho.

Incidência



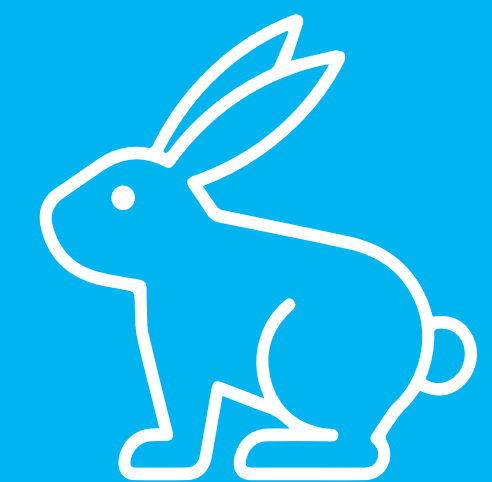
Média de Itens



■ Páscoa 2022 ■ Páscoa 2021



Volume de vendas no varejo físico durante a Páscoa 2021 vs 2022

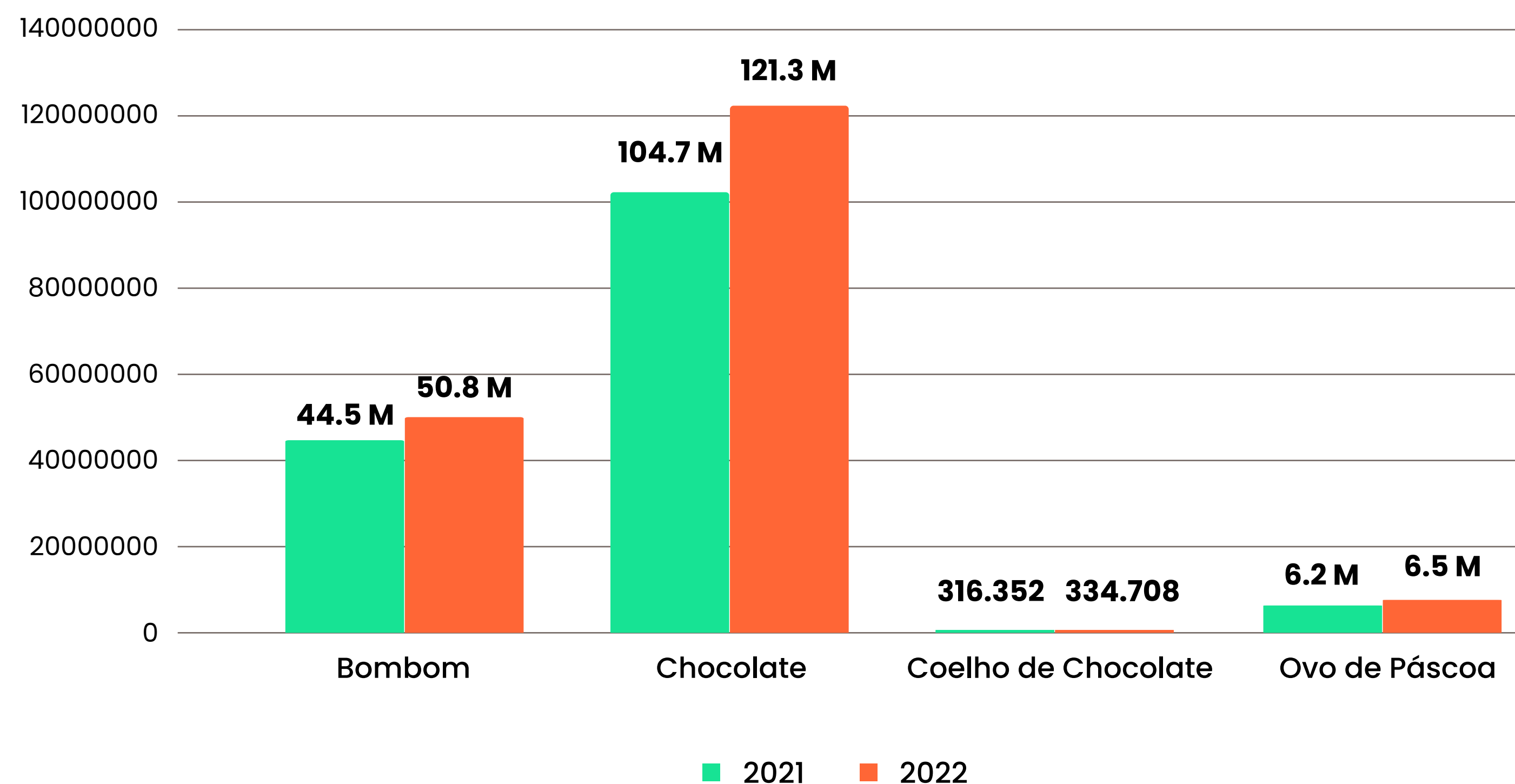


Bombons e chocolates mais presentes nas vendas

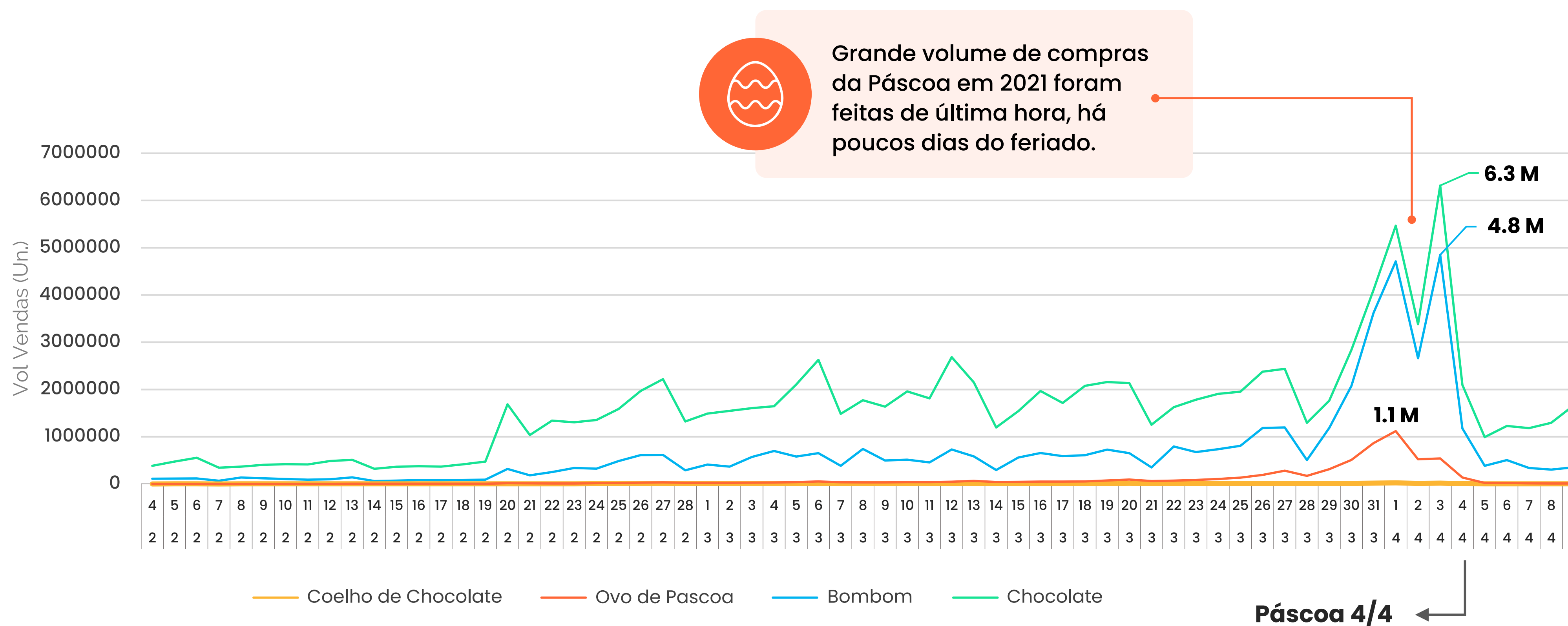
Engana-se quem pensa que somente os ovos e coelhos de chocolate são os preferidos das pessoas durante a Páscoa. Os dados da Neogrid sobre o volume de vendas mostram que outros itens caíram no gosto dos brasileiros.

No período analisado, os **bombons e o chocolates** lideraram o índice de volume de vendas. Juntas, as duas categorias representaram 96,11%, em 2021, e 96,14%, em 2022, neste indicador.

Volume de Vendas - Comparativo Anual



Comportamento do Volume de Vendas na Páscoa de 2021





Principais Insights | Volume vendas no varejo físico

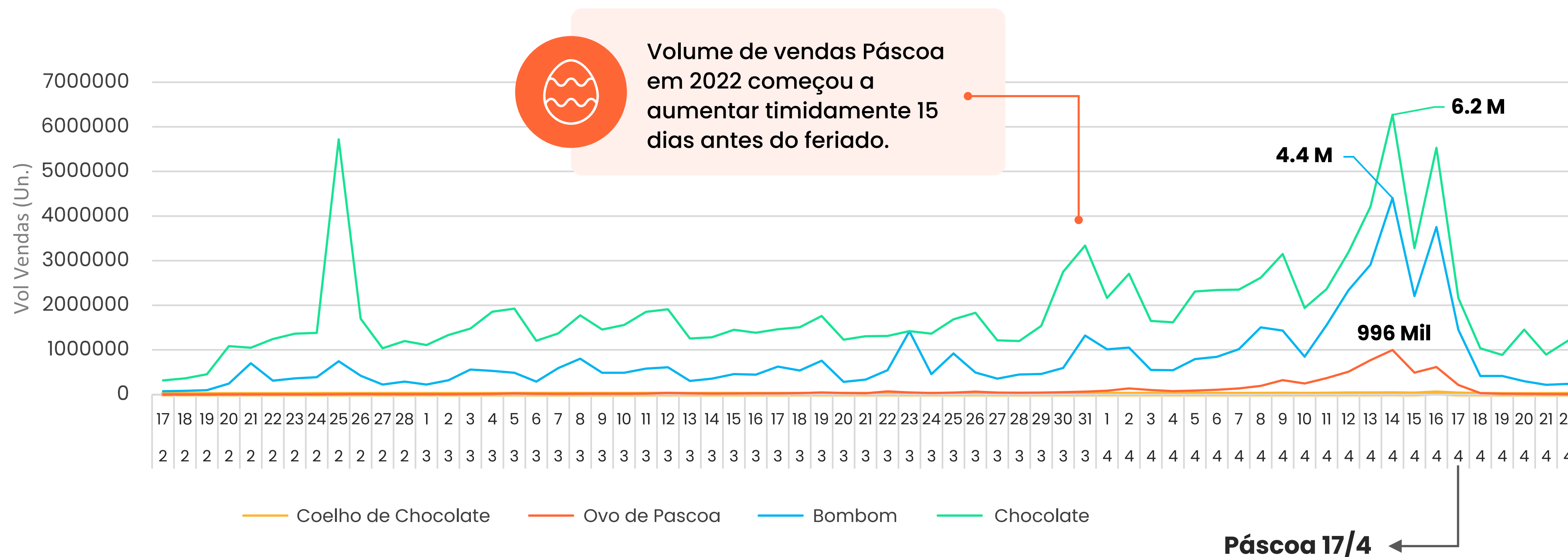
Apesar da exposição dos itens de Páscoa começar cada vez mais cedo, **o volume de vendas aumenta** mais nos dias que **antecedem o feriado.**

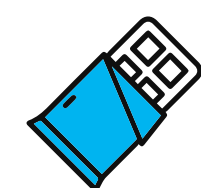


Em **2021**, o indicador **se manteve em certa estabilidade** ao longo do período em todas as categorias.



Comportamento do Volume de Vendas na Páscoa de 2022





Principais Insights | Volume de vendas no varejo físico

Em **2022**, houve um pico no volume de vendas da categoria chocolates em **25 de fevereiro**, depois o índice entrou em equilíbrio.



Assim como o comportamento de **2021**, o aumento expressivo ocorreu somente cerca de **cinco dias antes do feriado**.



O indicador começa a crescer timidamente cerca de **15 dias antes do feriado**.



O maior pico de crescimento no volume de vendas ocorreu em **14 de abril**, totalizando **mais de 6 milhões de vendas**.

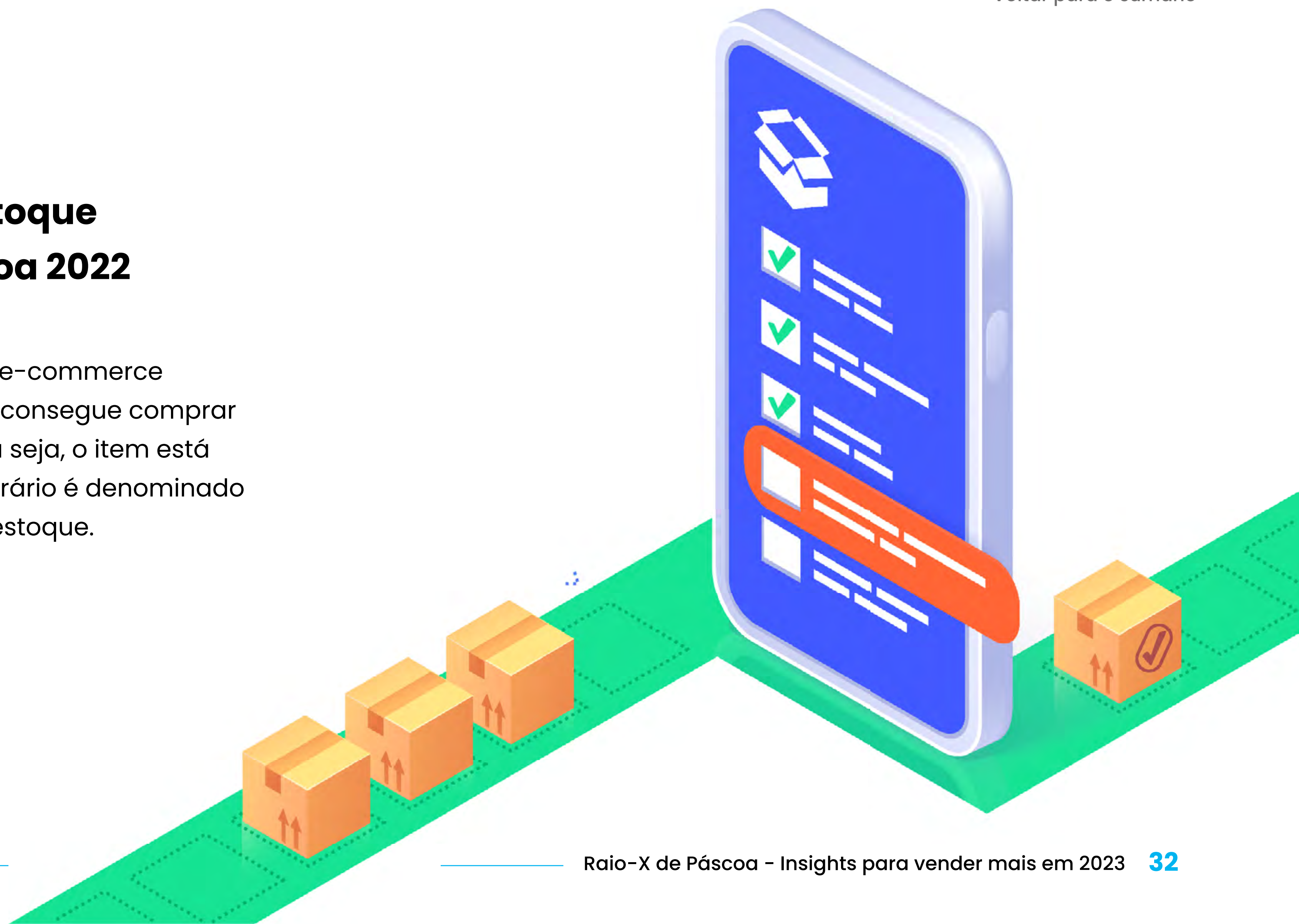


Disponibilidade de estoque nos e-commerces na Páscoa de 2022

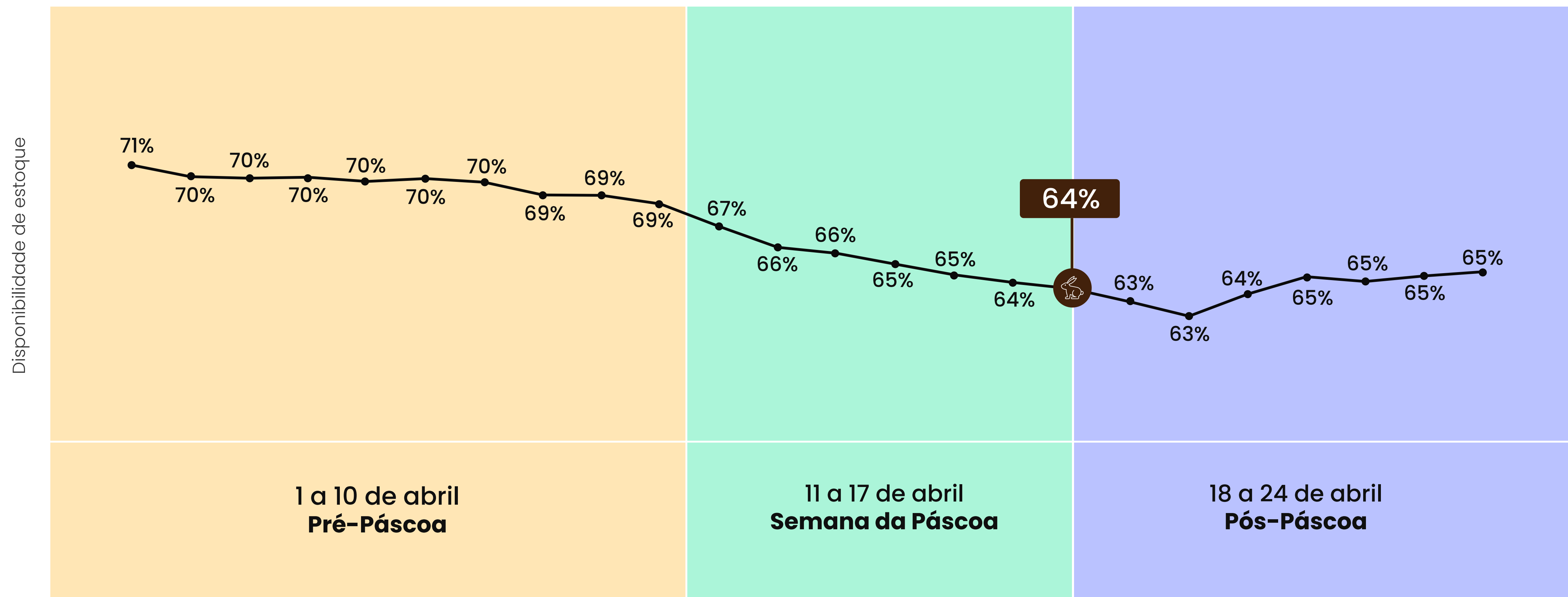


Disponibilidade de estoque dos produtos na Páscoa 2022

A disponibilidade de estoque no e-commerce acontece quando o consumidor consegue comprar o produto em uma loja online, ou seja, o item está disponível em estoque. Já o contrário é denominado indisponibilidade ou ruptura de estoque.



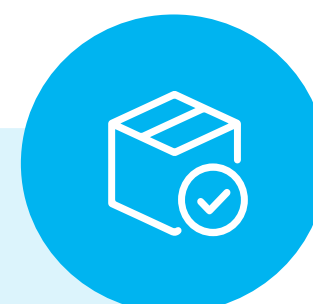
Comportamento da disponibilidade de estoque - antes, durante e depois da Páscoa



 Dia da Páscoa



Principais insights | Disponibilidade de estoque



A disponibilidade de estoque dos produtos de Páscoa em geral teve pequenas oscilações no período Pré-Páscoa, **variando entre 71% e 69%.**

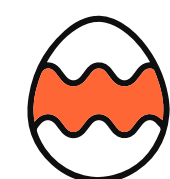


Na semana da Páscoa a disponibilidade de estoque **caiu em 9%**, atingindo a **média de 64%**. Portanto, **36% dos produtos** estavam indisponíveis para a compra.

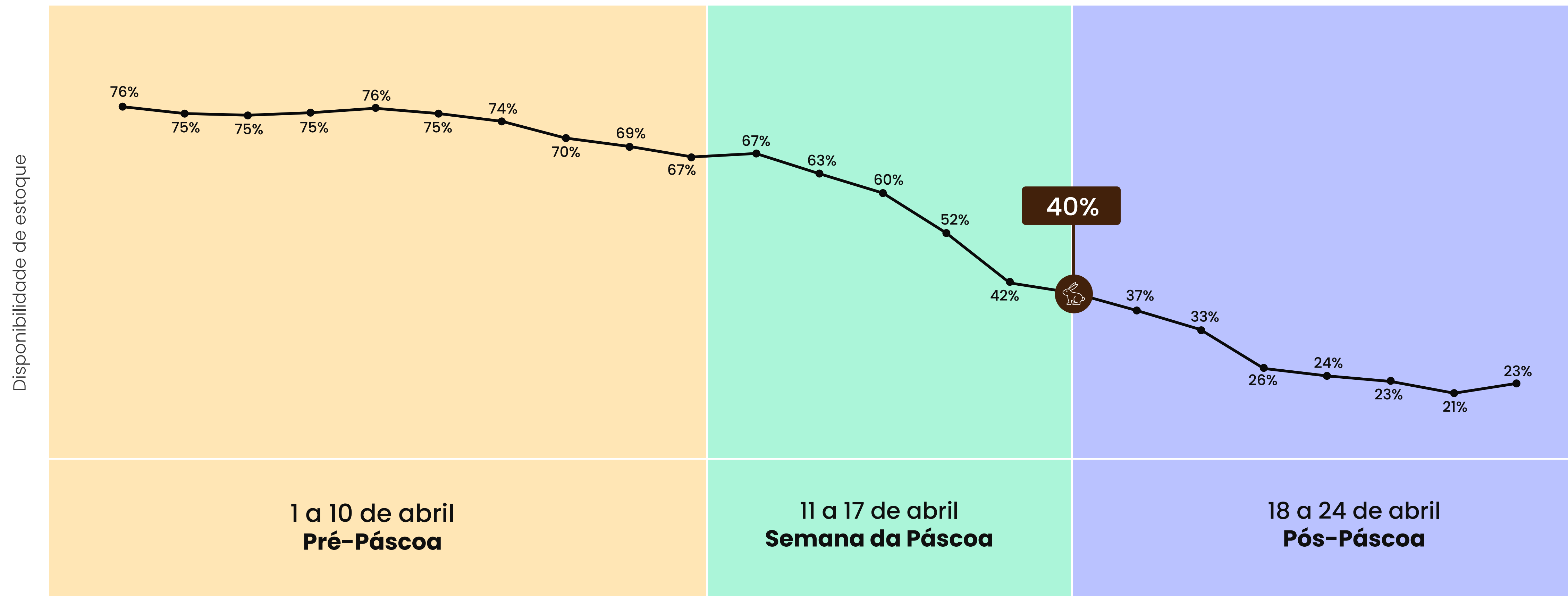


A disponibilidade de estoque **média de todos os produtos analisados foi de 67%**, o que significa que em média apenas 67 em cada 100 produtos estavam disponíveis para compra online, ou seja, 33 estavam com ruptura de estoque.





Ovos de Páscoa | Disponibilidade de estoque antes, durante e depois da Páscoa



Dia da Páscoa



Principais insights | **Disponibilidade de estoque**

Na semana da Páscoa e no período Pós-Páscoa a disponibilidade de estoque sofreu uma **queda mais acentuada de 65%**.

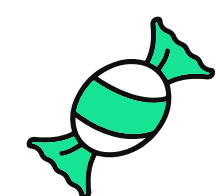


No período Pré-Páscoa ocorreu uma **queda de 12%** na disponibilidade de estoque dos Ovos de Páscoa, **atingindo uma taxa de 67%** de produtos disponíveis para compra.

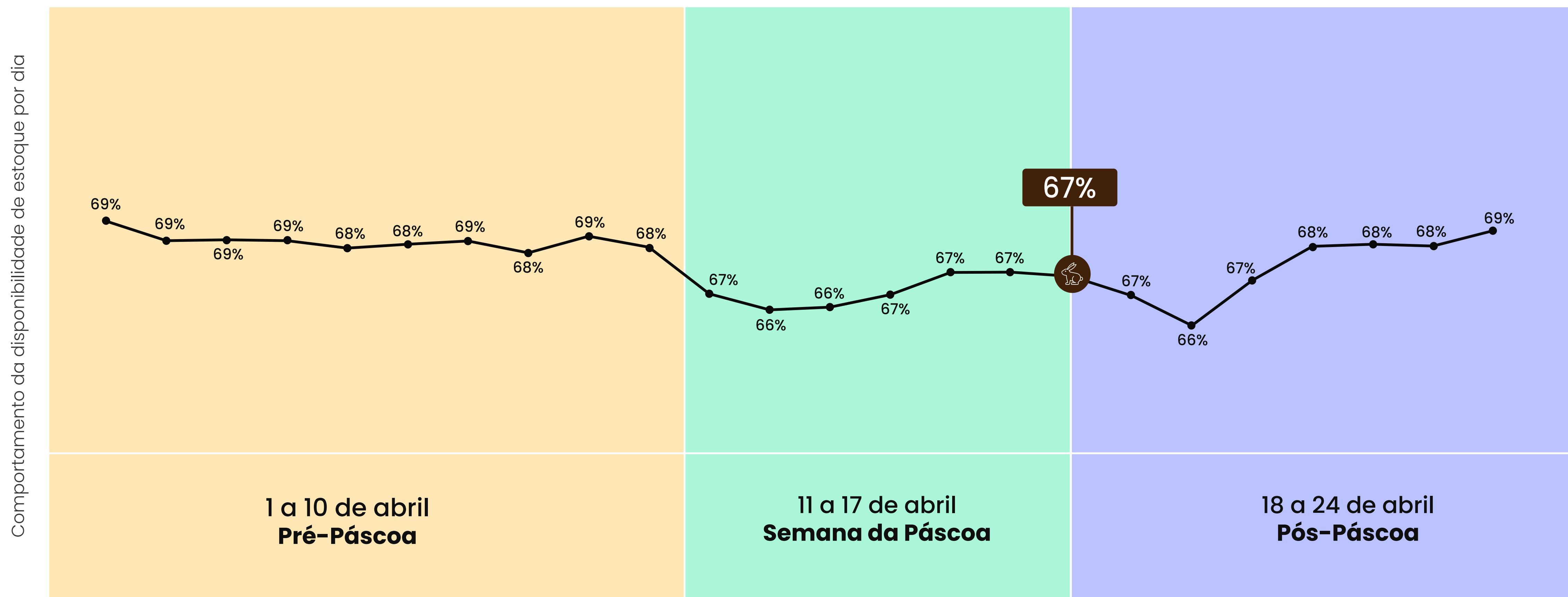


Por considerar que os Ovos de Páscoa são produtos de extrema sazonalidade, é importante que os níveis de estoque acompanhem a demanda.



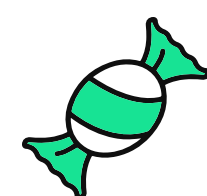


Bomboniere | Disponibilidade de estoque antes, durante e depois da Páscoa

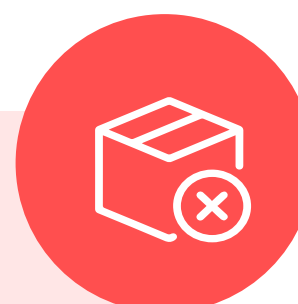


Dia da Páscoa





Principais insights | Disponibilidade de estoque



Durante o período analisado ocorreram pequenas oscilações da disponibilidade de estoque **variando entre 66% e 69%**.

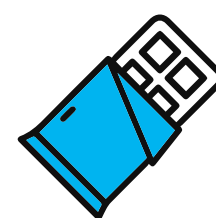


No período Pós-Páscoa a disponibilidade de estoque do segmento de Bomboniere **atingiu 66%**. Isso significa que a cada 100 produtos anunciados online, apenas 66 estavam disponíveis para compra.

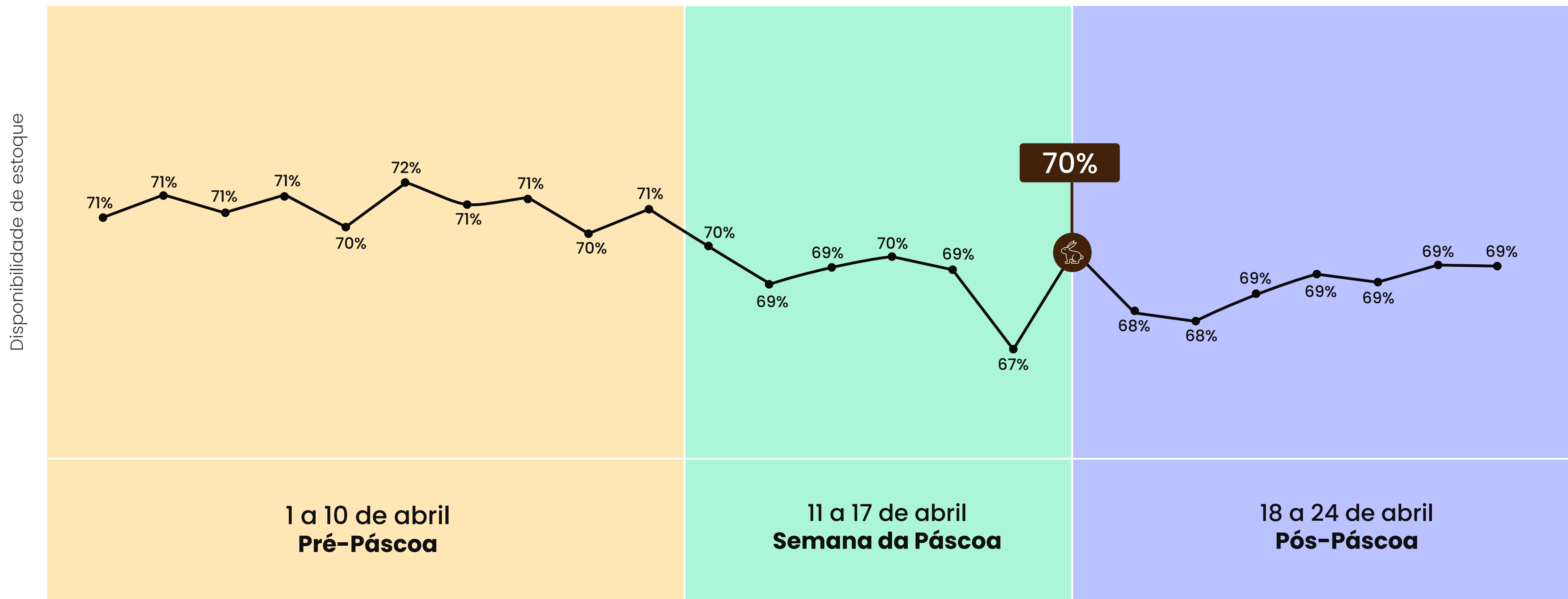


Como não se trata de um produto sazonal, a disponibilidade de estoque volta a crescer no período Pós-Páscoa.



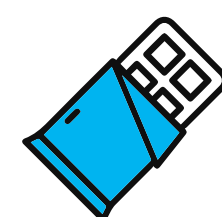


Barras de Chocolate | Disponibilidade de estoque antes, durante e depois da Páscoa



 Dia da Páscoa





Principais insights | Disponibilidade de estoque

Durante o período analisado ocorreram pequenas oscilações da disponibilidade de estoque **variando entre 67% e 72%**.



Como não se trata de um produto sazonal, a disponibilidade de estoque volta a crescer no período Pós-Páscoa.

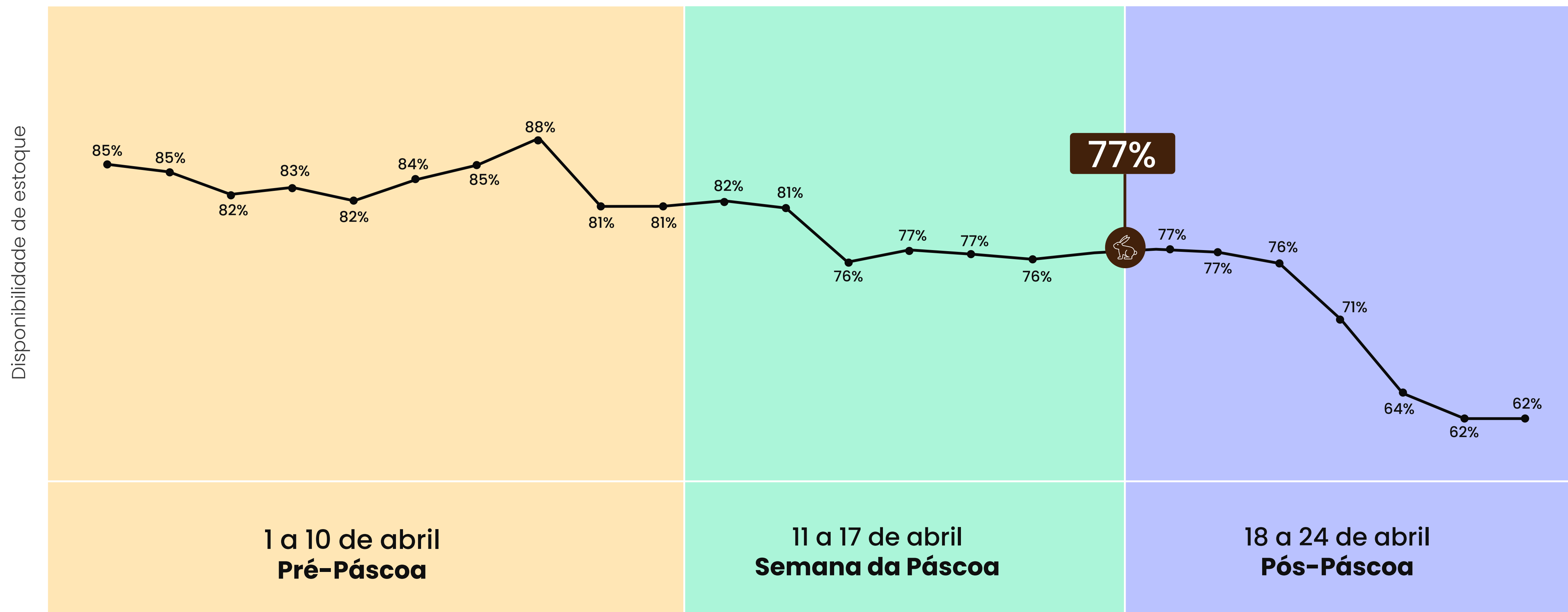


Na semana da Páscoa foi o período em que a disponibilidade de estoque mais caiu, **atingindo valor mínimo de 67%**. Isso significa que **mais de 33%** dos produtos estavam indisponíveis para a compra.





Colomba | Disponibilidade de estoque antes, durante e depois da Páscoa



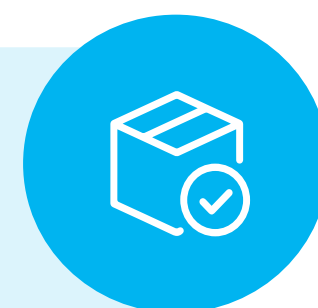
 Dia da Páscoa



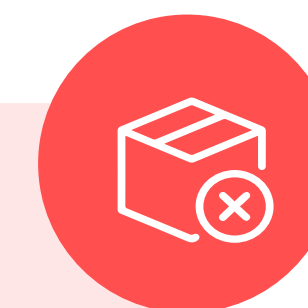


Principais insights | Disponibilidade de estoque

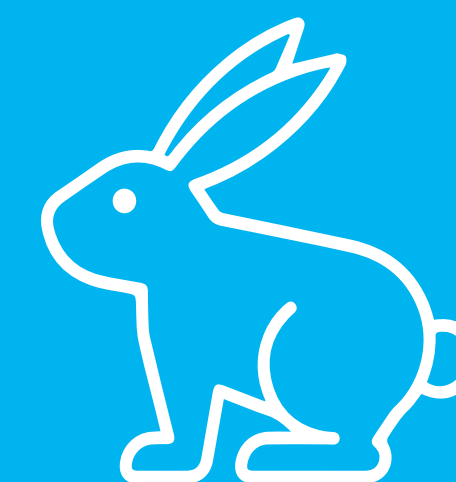
No período Pré-Páscoa a disponibilidade de estoque sofreu pequenas oscilações da disponibilidade de estoque **variando entre 81% e 85%.**



Durante a semana de Páscoa e a semana Pós-Páscoa, observa-se que a disponibilidade de estoque teve **uma queda de 23%, chegando a 62% de produtos disponíveis para compra.**



Ruptura de estoque no varejo físico na Páscoa de 2021 vs 2022



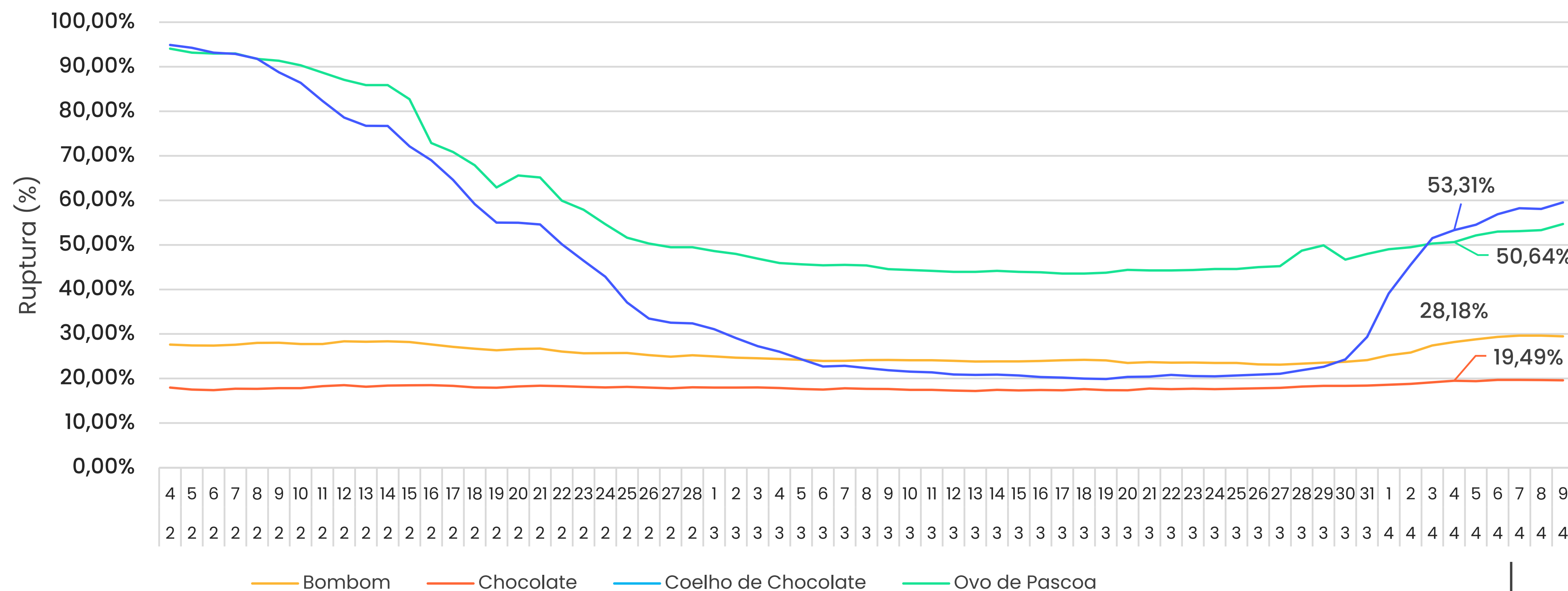
Horizonte diário de ruptura de estoque em 2021

Os itens sazonais, como ovos e coelhos de Páscoa, apresentam uma ruptura mais elevada em fevereiro no varejo físico. É possível que isso ocorra porque, neste período, o varejista ainda se prepara e organiza para as vendas nos supermercados. Veja nos gráficos a seguir.



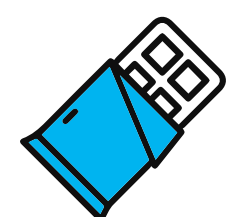
Horizonte Diário 2021

Ruptura



Páscoa 4/4 ←

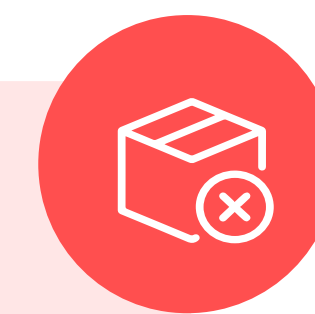




Principais insights | Mais ruptura de estoque poucos dias antes da Páscoa



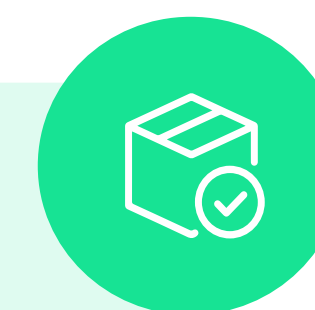
A indisponibilidade de estoque dos itens sazonais, ovos e coelho de Páscoa, no período analisado, ficou **mais alta em 2021**, do que em 2022.



Já o produto que mais faltou ao consumidor foi o ovo de Páscoa, com registro de **ruptura de 53,31% no dia do feriado**, seguido do coelho de chocolate, com indicador de **50,64% de ruptura de estoque**.



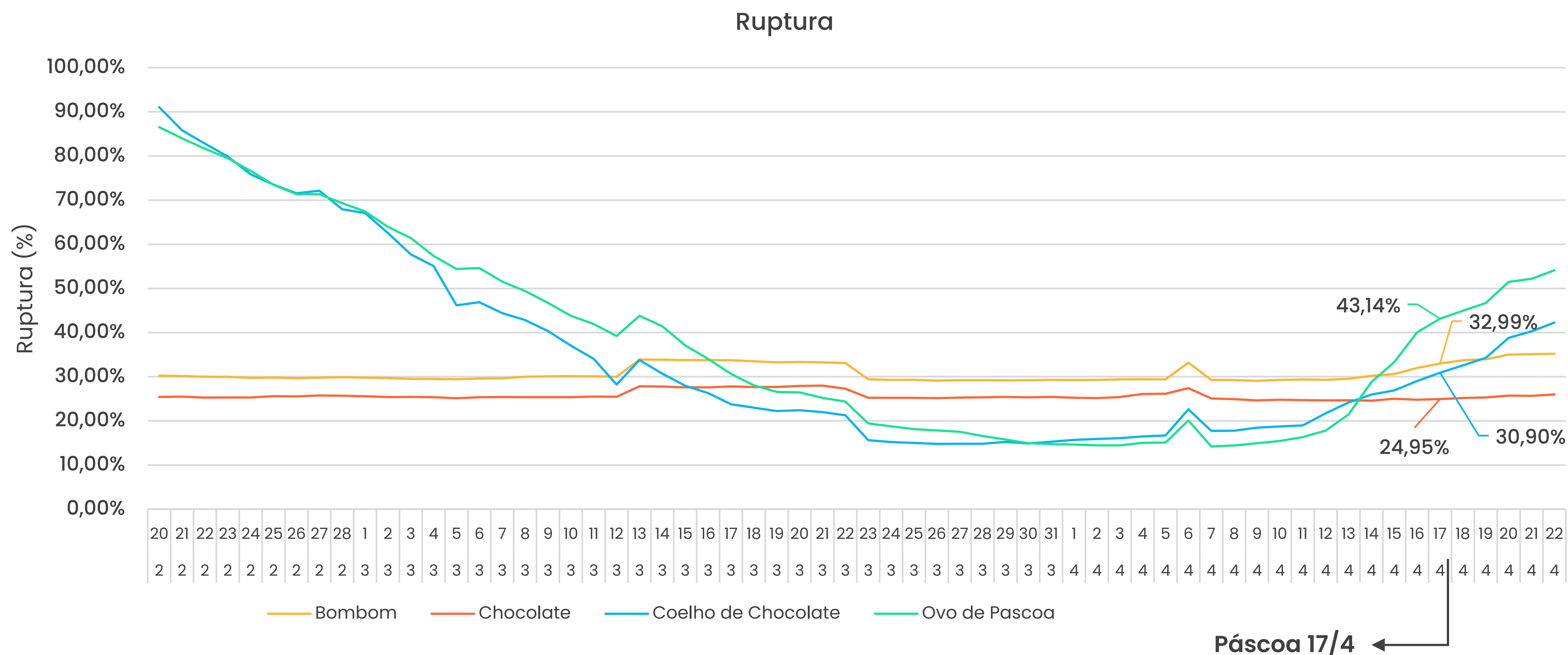
O item chocolate apresenta a menor ruptura de estoque durante o período analisado de 2021, culminado com **índice de 19,4% no dia 4 de abril**.



As categorias **bombons e chocolates** demonstraram certa **estabilidade nos níveis de ruptura de estoque** ao longo do período avaliado em **2021**.

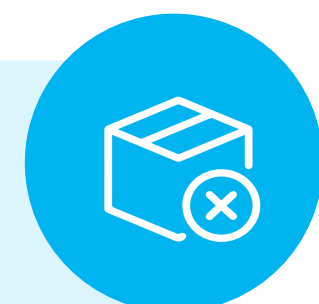


Horizonte diário de ruptura de estoque em 2022



Principais insights | Ovo de Páscoa lidera indisponibilidade de estoque

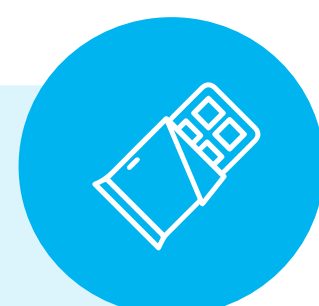
Cerca de **10 dias antes da Páscoa**, todas as categorias apresentaram um pequeno **pico de crescimento na ruptura de estoque em 2022**.



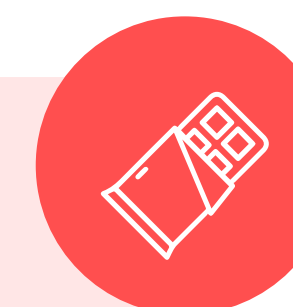
O item que mais faltou em 2022 também foi o **ovo de Páscoa**, com índice de **43,1% de ruptura** no dia 17 de abril.



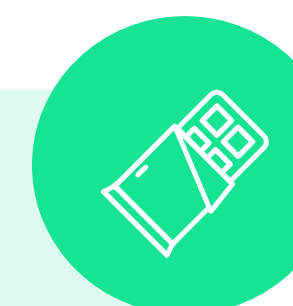
Diferentemente do comportamento de 2021, o segundo produto que mais registrou **ruptura de estoque** foram os **bombons**, com indicador de **32,9%, em 17 de abril**.



A maior queda no indicador ocorreu no item coelho de chocolate, que apresentou **redução de 38,9% na comparação entre 2021 e 2022**. Já o maior aumento na indisponibilidade foi dos **chocolates**, com **acréscimo de 28,3%** no período.



Assim como em 2021, **bombons e chocolates** mantiveram um **índice estável de indisponibilidade** durante o período analisado, registrando um pico de crescimento somente nos dias anteriores à **Páscoa**.



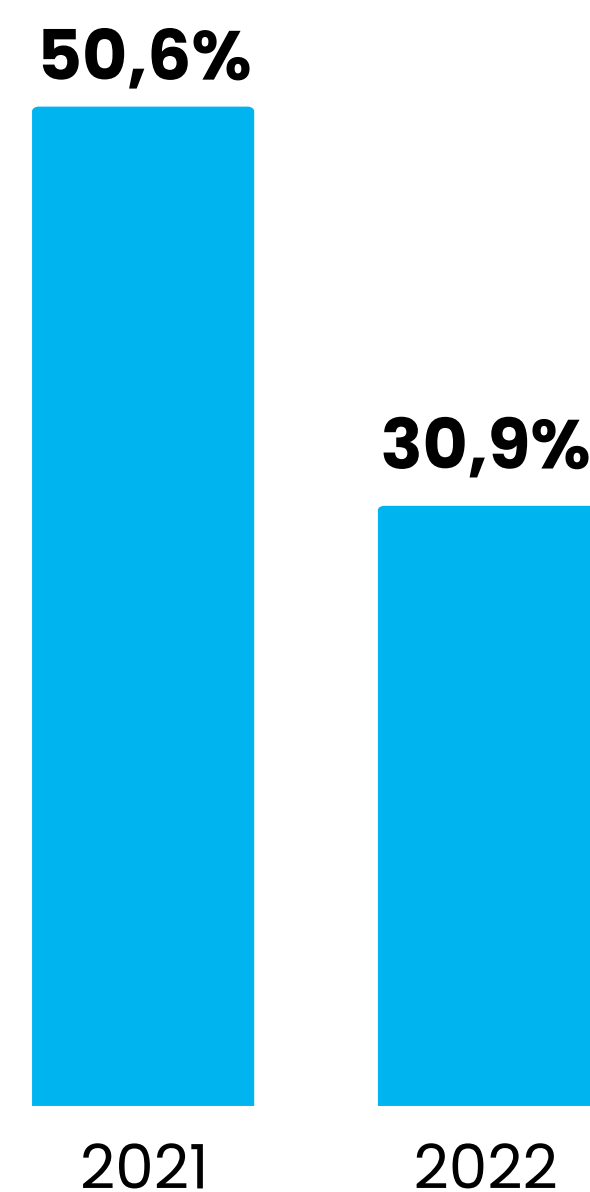
Comparativo 2021 vs 2022 de ruptura de estoque no dia da Páscoa:

Ovos de Páscoa



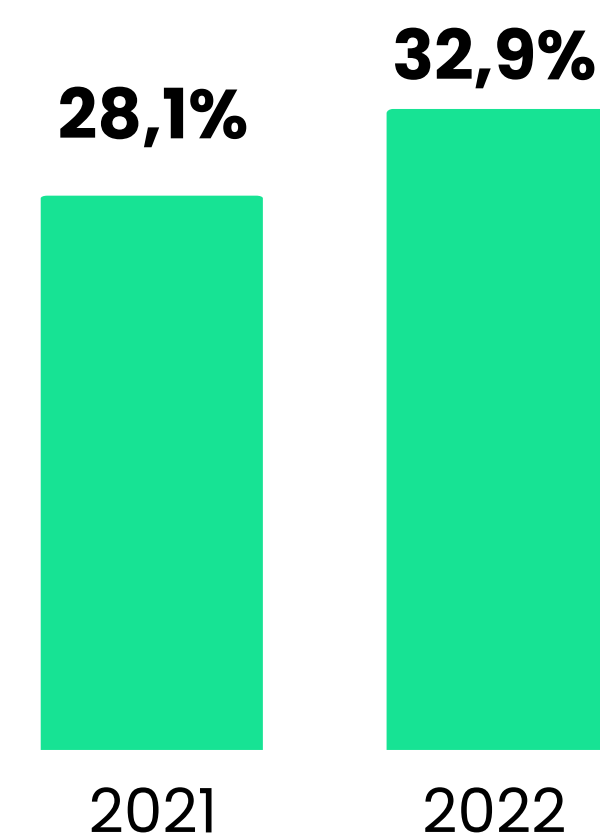
-19,1%

Coelho de Páscoa



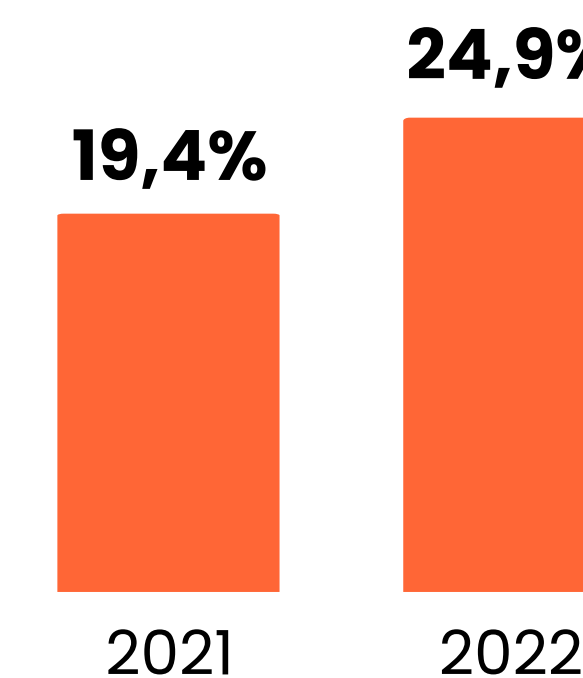
-38,9%

Bombom



+17%

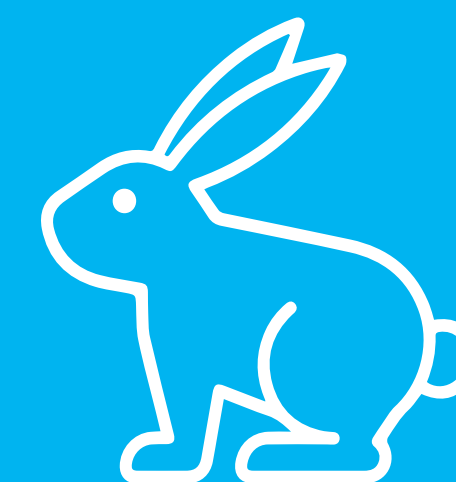
Chocolate



+28,3%



Produtos mais promocionados no varejo na Páscoa de 2021 vs 2022



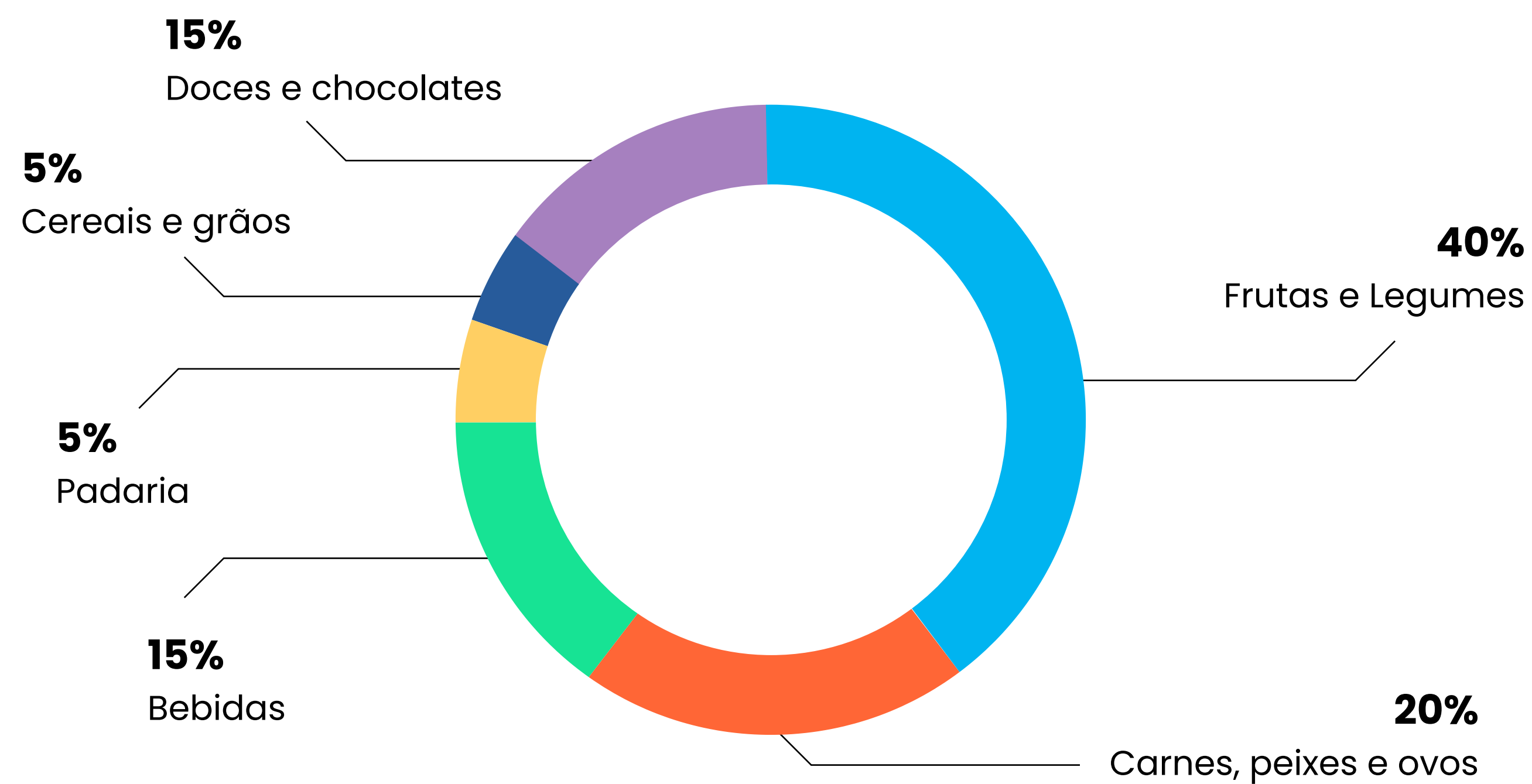
Nem tudo são ovos na Páscoa

A partir da análise dos dados (confira a seguir), conseguimos visualizar que a categoria de Frutas, Legumes e Verduras segue na liderança nos dois últimos anos. Diferente da **expectativa dos consumidores**, que imaginam que a categoria mais promocionada no período da Páscoa seja a de ovos de Páscoa e outros chocolates.

Percebe-se que o varejo também investe nos alimentos utilizados para preparar refeições especiais para a data e nas bebidas alcoólicas e não alcoólicas. Afinal, é um feriado de celebração em família. Observa-se também uma alternativa para os doces: ingredientes como leite condensado, ovos e outros, são aliados no preparo de doces caseiros para agregar o encontro, além do clássico ovo de Páscoa.



Categorias mais promocionadas na Páscoa de 2021



Principais insights | 20 produtos mais ofertados 2021

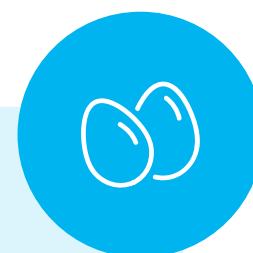
Bebidas - Café, cerveja lata, vinho



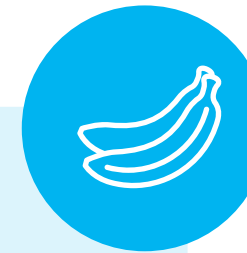
Doces e chocolates - Leite condensado, bombom, chocolate em barra



Carnes, peixes e ovos - Costela bovina, ovos de galinha, filé de peixe, carne suína



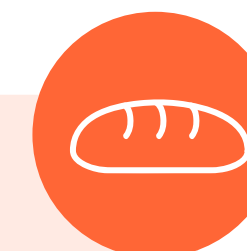
Frutas, Legumes e Verduras (FLV) - Abacaxi, abacate, maçã, banana, tomate, cebola, batata, cenoura



Cereais e grãos - Arroz

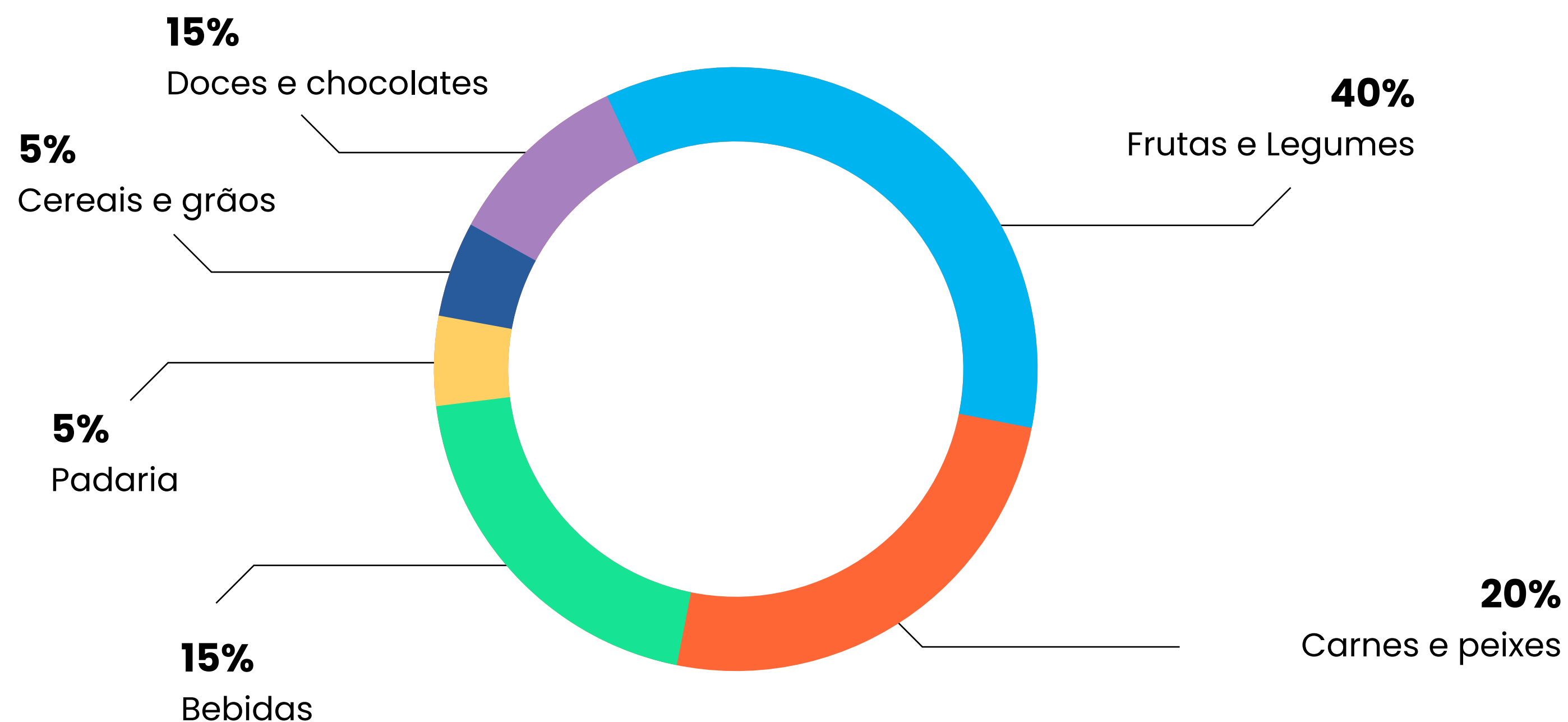


Padaria: pães



Categorias mais promocionadas na Páscoa de 2022

[Voltar para o sumário](#)



Principais insights | 20 produtos mais ofertados 2022

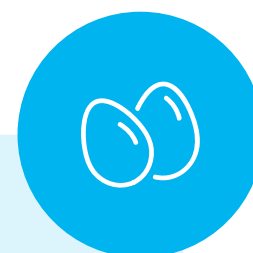
Bebidas - Cerveja lata, vinho, refrigerantes, café



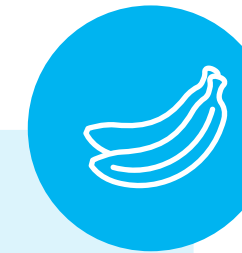
Doces e chocolates - Bombom, biscoitos



Carnes, peixes e ovos - Tilápia, picanha bovina, bisteca suína, linguiça, bacalhau



Frutas, Legumes e Verduras (FLV) - Batata doce, limão, cebola, banana, abacaxi, laranja, alho



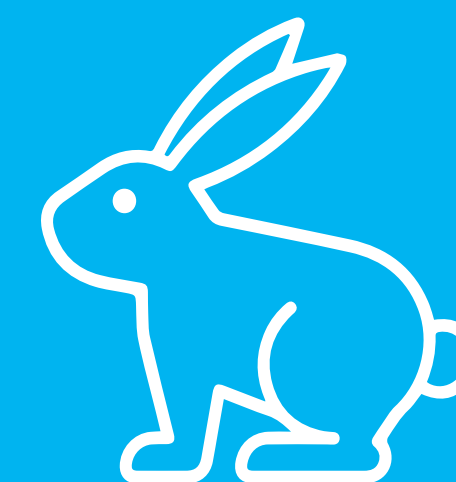
Cereais e grãos - Arroz



Padaria: pães



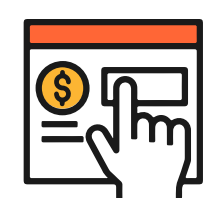
Principais insights da Páscoa e tendências para 2023



Principais insights da Páscoa 2022 no e-commerce e tendências para Páscoa 2023

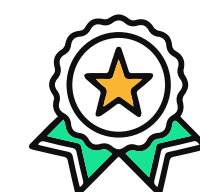


Faturamento: Foram faturados 6,5 bilhões de reais na Páscoa em 2022, representando um crescimento de 8,8% em relação ao total faturado em 2021.

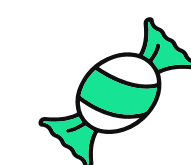


Tendências de faturamento no e-commerce para 2023: Houve um crescimento de 8,8% nas vendas de 2021 em comparação com 2022. Por isso, é fundamental que indústria e varejo se preocupem em oferecer uma boa experiência de compra online.

Para isso, é importante monitorar de perto os principais KPIs de execução no e-commerce.



Região com maior faturamento: Sudeste foi responsável por 56,9% da receita, com R\$3,7 bi, um crescimento de 4,4% em relação a 2021.



Categoria com maior crescimento: Bombonieres foi a categoria que mais cresceu em relação a 2021, com alta de 137,3% no faturamento.



Tendência para os preços: Em 2022 tivemos um aumento de mais de 300% no ticket médio em relação a 2021. Com o preço dos produtos subindo, é importante que a sua marca acompanhe o preço dos concorrentes e compreenda como os varejos parceiros estão vendendo seus produtos.





Indisponibilidade de estoque por fabricante: A média de indisponibilidade de estoque por fabricante foi de 28%. Isso significa que a cada 100 produtos anunciados no e-commerce, 28 não estão disponíveis para compra online.



Tendência para a disponibilidade de estoque na Páscoa 2023: Em 2022, mais de 25% dos produtos anunciados estavam com ruptura de estoque. Para 2023, é importante que sua marca monitore mais de perto esse KPI de execução no e-commerce e esteja preparada para a data.



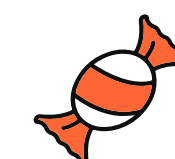
Itens mais caros no varejo físico: as categorias ovo de Páscoa, barra de chocolate e bombons tiveram aumento no valor médio pago pelo consumidor nos supermercados.



Campeão de aumento no preço: o ovo de Páscoa teve o maior aumento no preço médio, registrando itens 22,1% mais caros em 2022 na comparação com o ano anterior. Para se ter ideia, em 2021, o valor era de R\$ 154,70, pulando para R\$ 188,85 em 2022.



Aumento de preço não afetou consumo: apesar do aumento considerável entre os anos, o consumo de chocolate na Páscoa de 2022 ficou no mesmo patamar do que o registrado em 2021 no Brasil.



Não tradicionais lideram volume de vendas: apesar dos ovos serem os queridinhos desta época, os bombons e os chocolates lideraram o índice de volume de vendas. Juntas, as duas categorias representaram 96,11%, em 2021, e 96,14%, em 2022, das vendas.

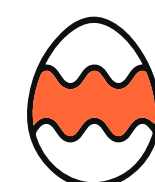




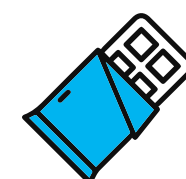
Compras de última hora: a evolução no volume de vendas durante os 60 dias que antecedem a Páscoa demonstrou que a grande quantidade de compras ocorre cerca de cinco dias antes da data.



Melhor preparo do varejo em 2022: a indisponibilidade de estoque dos itens sazonais, ovos e coelho de Páscoa, no período analisado ficou mais alta em 2021 do que em 2022.



Ovo de Páscoa é o campeão em ruptura: o item que mais faltou ao consumidor foi o ovo de Páscoa, tanto em 2021 (com registro de 53,3% de ruptura) quanto em 2022 (com indicador de 43,1%).



Chocolates tem o maior aumento de ruptura entre os anos: o maior aumento na indisponibilidade de estoque foi registrado na categoria chocolates, que teve acréscimo de 28,3% entre 2021 e 2022.



Metodologia do estudo



Letta

A pesquisa foi realizada no período de:

Pré-Páscoa:

1 a 10 de abril.

Semana da Páscoa:

11 a 17 de abril.

Pós-Páscoa:

18 a 24 de abril.

Por meio da inteligência de dados da Letta, foram coletadas e analisadas informações de:



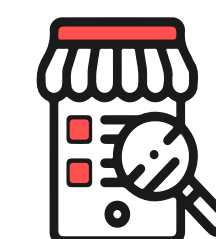
8 maiores

fabricantes de chocolate do Brasil



12

e-commerces



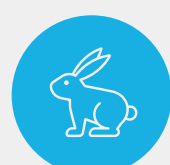
2509

produtos



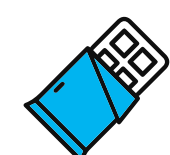
54

marcas de chocolate mais representativas do país

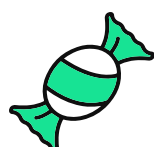


Categorias analisadas

Os produtos foram divididos em quatro categorias*:



Barras de Chocolate



Bomboniere



Ovos de Páscoa



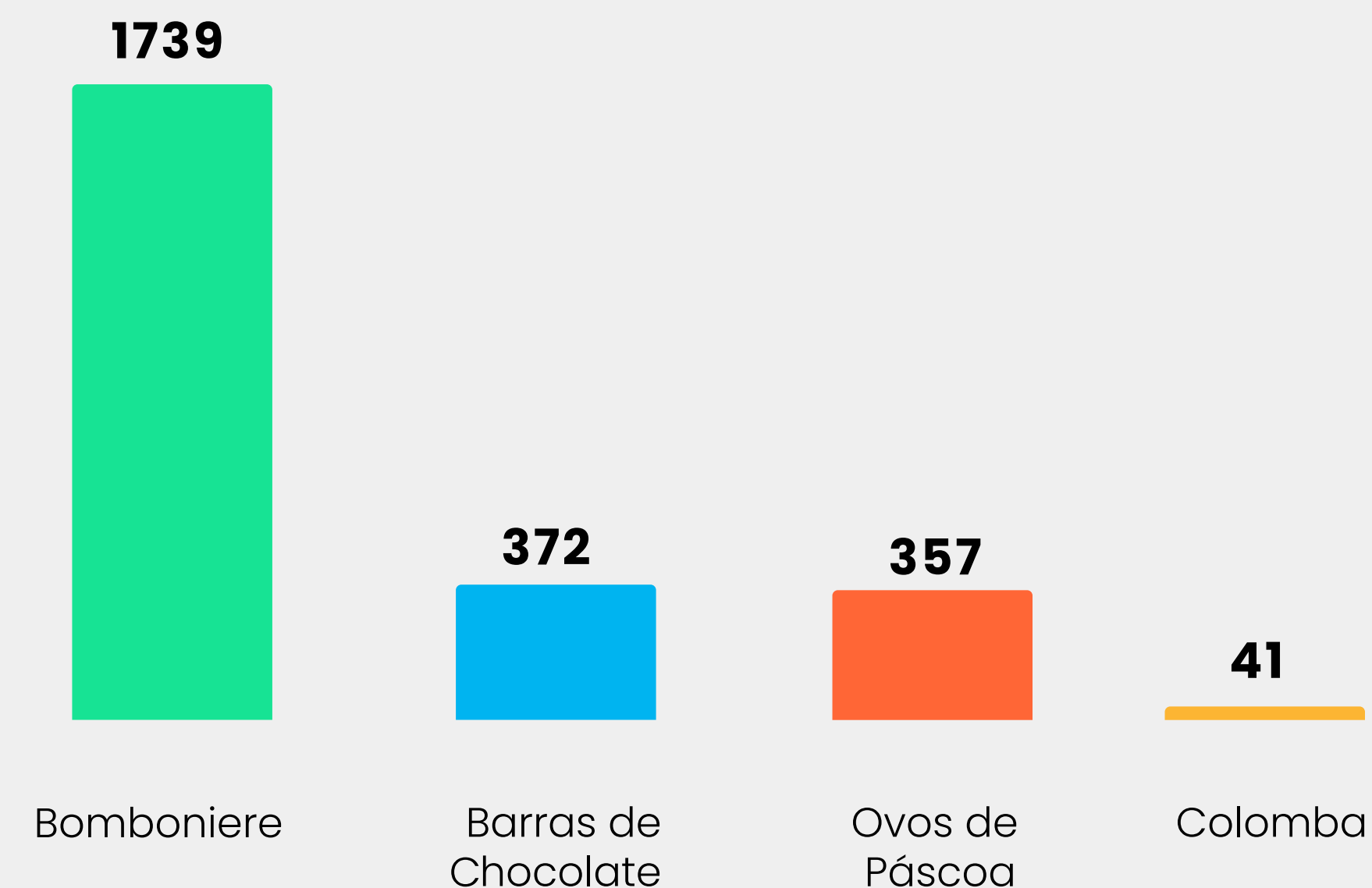
Colombas

**No segmento de Colombas foram consideradas colombas e bolinhos com cobertura de chocolate.*

No segmento de Barras de Chocolate foram considerados todos os tipos e pesos de barras de chocolate.

No segmento de Bomboniere foram considerados bombons e chocolates avulsos.

Número de produtos por categoria



Horus

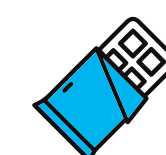
A pesquisa foi realizada no período de:

**28 de março à
04 de abril de 2021**

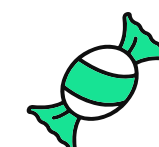
vs

**10 de abril à
17 de abril de 2022**

Categorias analisadas



Barras de Chocolate



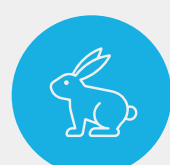
Bombons



Ovos de Páscoa

Por meio da inteligência de dados da Horus, foram coletadas e analisadas informações de:

Cerca de 141 mil notas fiscais para o período de 2021 e mais de 55 mil notas fiscais em 2022 dos varejos brasileiros.



Neogrid

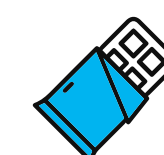
A pesquisa foi realizada no período de:

**4 de fevereiro à
9 de abril de 2021**

vs

**17 de fevereiro à
22 de abril de 2022**

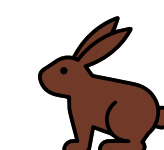
Categorias analisadas



Chocolate



Bombons

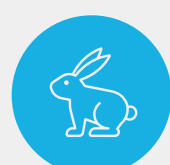


Coelho de Chocolate



Ovos de Páscoa

Por meio da inteligência de dados da Neogrid, foram coletadas e analisadas informações sobre ruptura, quantidade vendida e market share de 12 varejos brasileiros.



Smarket

A pesquisa foi realizada no período de:

**24 de fevereiro à
4 de abril de 2021**

vs

**7 de março à
17 de abril de 2022**

Categorias analisadas



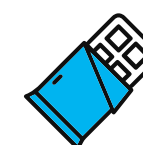
Bebidas



Carnes, peixes e ovos,



Cereais e grãos,



Doces e chocolates,

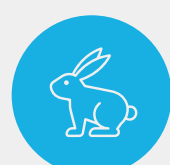


Frutas, Legumes e Verduras (FLV)



Padaria

Com a inteligência de dados da Smarket, empresa do ecossistema Neogrid, conseguimos levantar os produtos mais ofertados pelos varejistas no período da Páscoa e Sexta-feira Santa de 2021 e 2022.

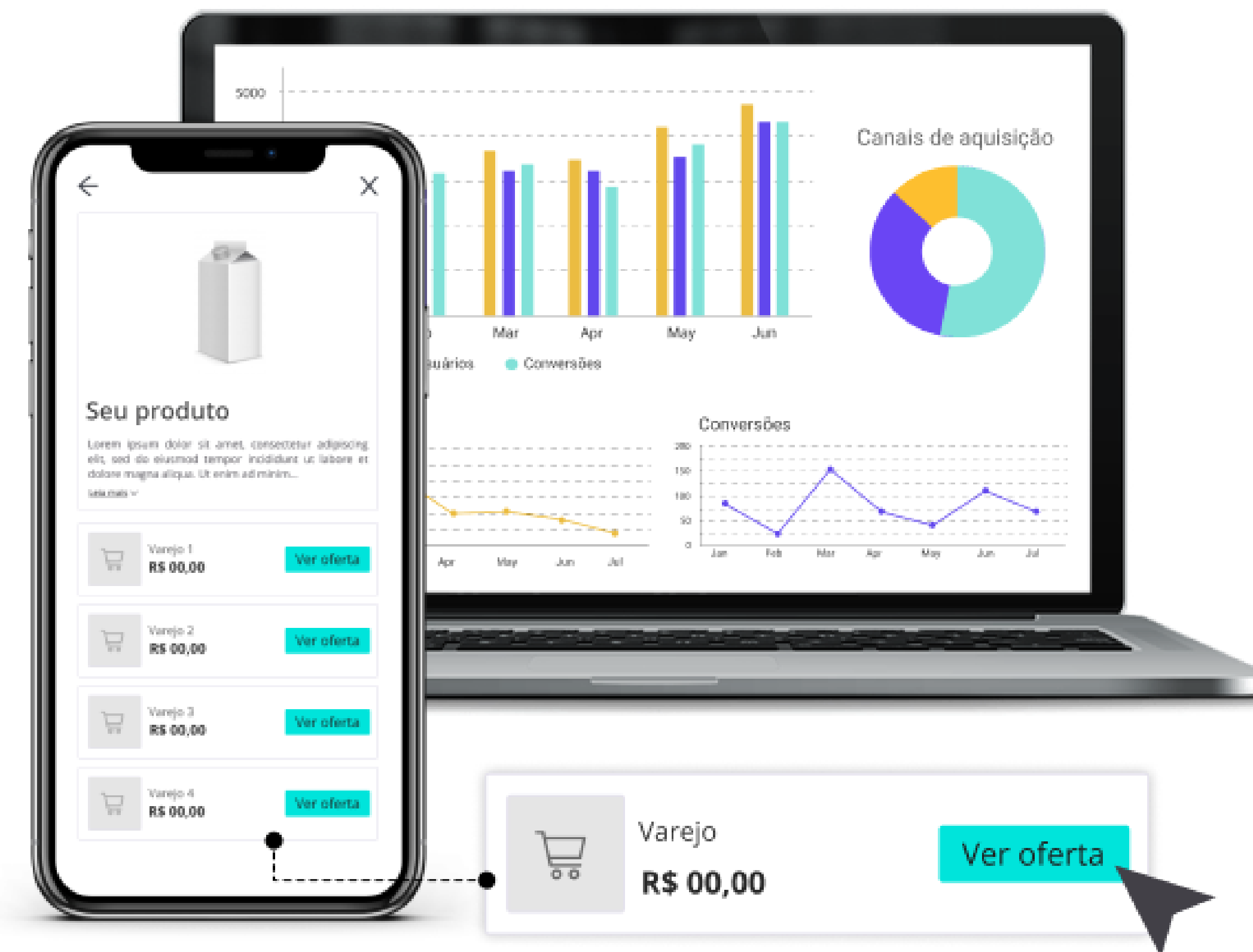




A Lett é especialista em Trade Marketing Digital e tem como objetivo conectar marcas e consumidores para criar a jornada de compras perfeita no e-commerce. Para isso, a empresa oferece ferramentas de inteligência de dados em tempo real, que auxiliam marcas e varejos a alavancarem suas vendas no digital.

Por meio das plataformas da Lett, as indústrias analisam KPIs de sortimento, disponibilidade de estoque, preço, conteúdo digital (imagens, título, descrição, avaliações e comentários) e muito mais. Já os varejistas, têm acesso a um portal, no qual há todas as informações que precisam para inserir na página do produto. Ao todo, a Lett está conectada a mais de 500 marcas, 200 varejistas e monitora mais de 6 mil páginas de produtos.

Fale com nossos especialistas



HORUS

A HORUS é uma empresa de inteligência de mercado que reúne milhões de dados de compras reais no varejo, incluindo preços, produtos, marcas, categorias, volume e presença no ponto de venda, além de informações sobre a cesta de compras e hábitos de consumo de seus compradores, por meio da leitura de mais de 35 milhões de notas fiscais por mês no Brasil, o que permite uma leitura 360 graus do varejo alimentar e do shopper, de forma ágil e com alta granularidade espacial.

[Fale com nossos especialistas](#)





A Neogrid desenvolve soluções com inteligência artificial para aumentar as vendas e a rentabilidade das indústrias, varejos e distribuidores. Há mais de 20 anos no mercado, trabalha para sincronizar cadeias de suprimentos, atuando principalmente na otimização do mix de produtos, na redução de ruptura, no aumento do giro de estoques e na reposição orientada pela demanda real.

Com uma plataforma que integra mais de 230 grandes redes de varejo, 40 mil lojas, 37 mil manufaturas e 5 mil distribuidores, totalizando mais de 2 milhões de produtos ativos, transforma dados em informações estratégicas para aumentar a disponibilidade de produtos e, ao mesmo tempo, reduzir excessos de estoque - sempre no ritmo do consumo.

Fale com nossos especialistas

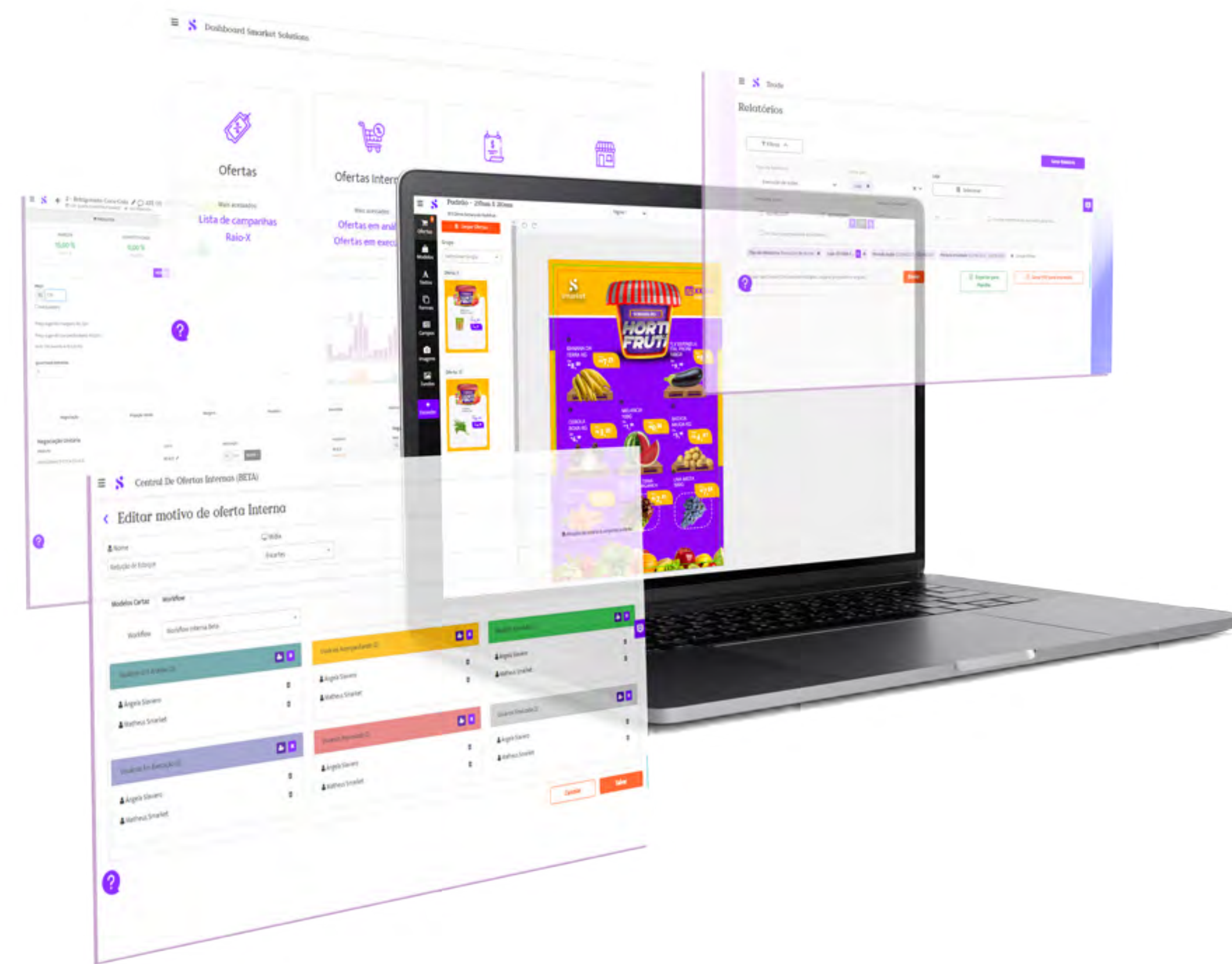


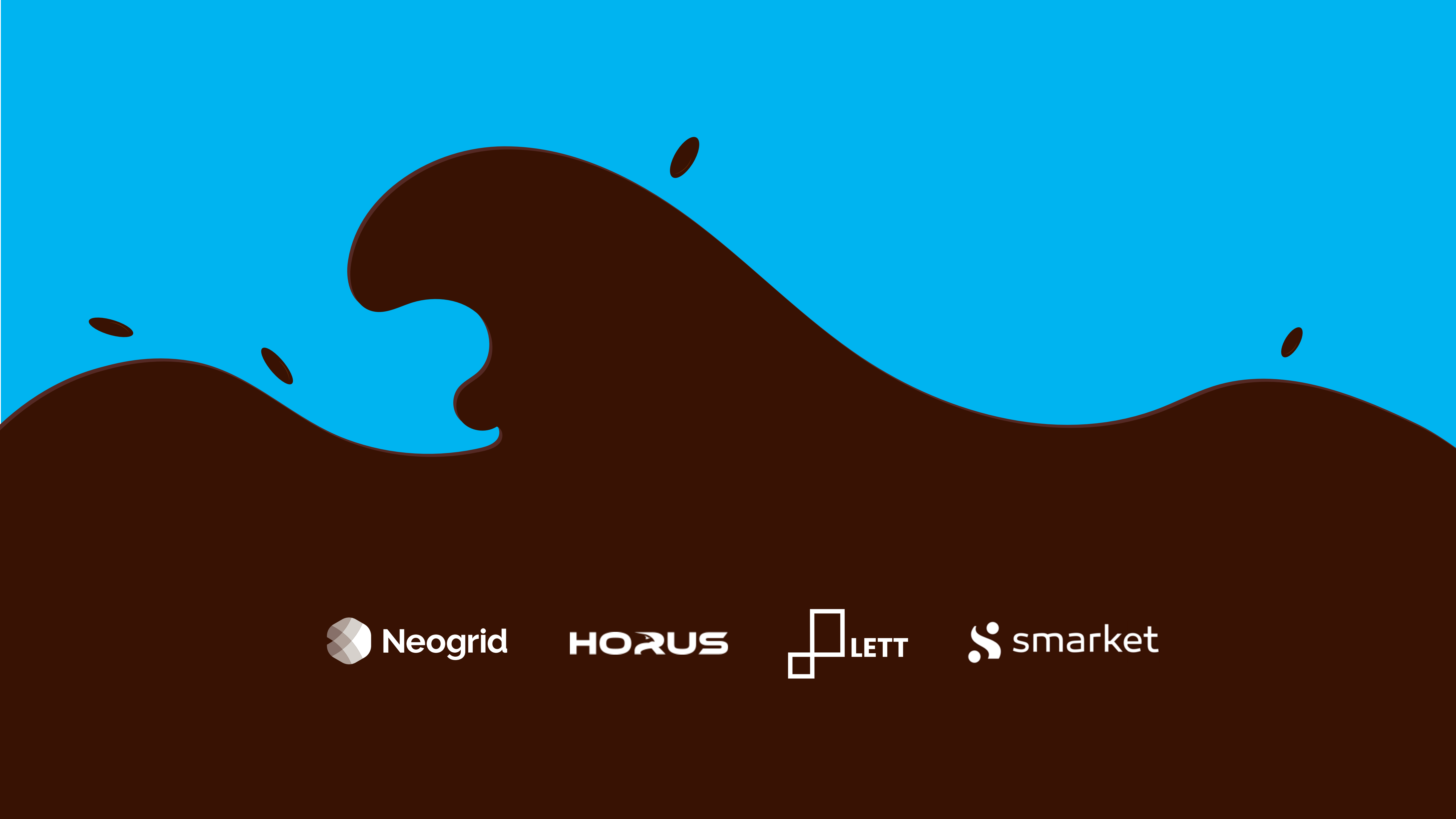


A Smarket é uma empresa que tem o propósito de tornar a vida das pessoas do varejo e da indústria o mais simples possível através da tecnologia. Com o uso inteligente dos dados, ajuda o setor a vender e promover os produtos de forma mais eficiente e colaborativa.

A plataforma possibilita fazer a gestão do fluxo promocional de maneira totalmente automatizada. Nela, é possível: definir regras de margem e competitividade, indicar responsáveis por cada etapa promocional, diagramar o tabloide de ofertas a partir da integração de preços com o ERP, acompanhar o ROI das campanhas em tempo real, ter acesso aos SKUs mais recomendados para ações de trade e muito mais! Agende uma demonstração com o time de especialistas em ofertas e trade marketing para escalar as suas vendas.


[Fale com nossos especialistas](#)





 Neogrid

HORUS

 LETT

 smarket