

Por que fazemos pesquisas?

A GS1 Brasil realiza estudos e pesquisas sobre tendências de mercado com o objetivo de promover o conhecimento e auxiliar na melhor tomada de decisão dos nossos associados e da comunidade brasileira de negócios.



Sobre a Pesquisa com Associados

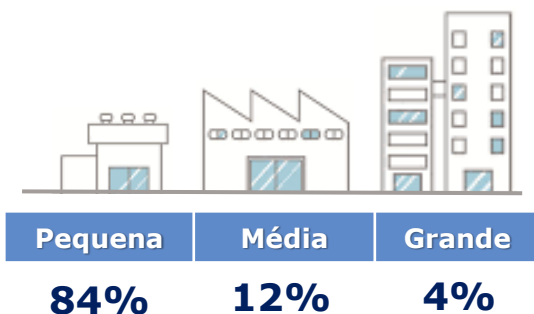


Acompanhar a evolução e as mudanças que estão ocorrendo ao longo do tempo nas indústrias, identificando a confiança do empresário na economia e a vitalidade dos negócios.

Período de 2023	3º Trimestre 2023
Metodologia	Pesquisa Quantitativa Via formulário disponibilizado no Cadastro Nacional de Produtos
Amostra	615 entrevistas
Margem de erro (95% nível de confiança)	4,0 p.p.
Data de realização	30/10/2023 – 10/11/2023

Perfil dos Respondentes

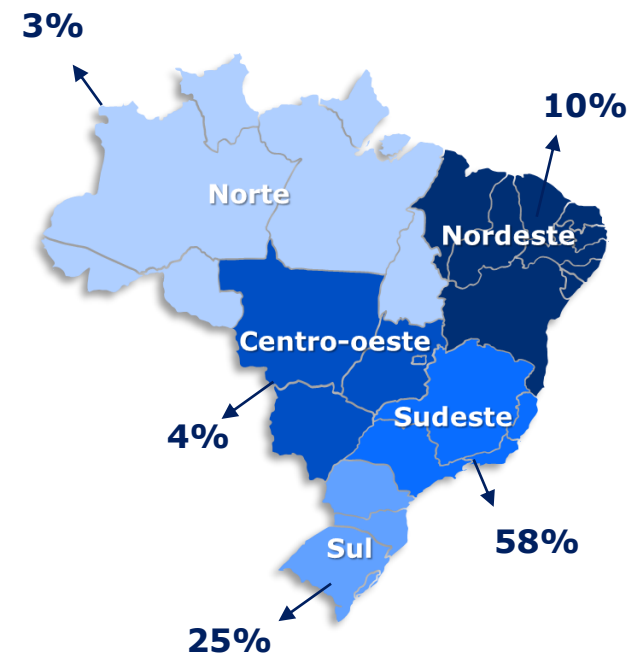
Porte



Setores participantes

Setor	Participação
Alimentos e Bebidas	28%
Têxtil / Vestuário / Moda / Calçados	13%
Cosméticos e Higiene Pessoal	10%
Móveis / Decoração / Utensílios para o lar	8%
Produtos de Limpeza/ Ind. Química	5%
Material de Construção	4%
Medicamentos e Produtos para Saúde	4%
Agronegócio	3%
Brinquedos	3%
Hardware / Software	1%
Outros	21%

Representatividade por região



Cenários Avaliados

Evolução Financeira e Operacional

1



A intenção desse cenário é identificar as mudanças que ocorreram ao longo do tempo com relação às operações, vendas e faturamento

Canais de Vendas (físicos e digitais)

2



A intenção desse cenário é identificar a diversificação de uso dos canais de vendas tanto físicos como digitais

Expansão Geográfica: Cidades, Estados e Países

3



A intenção desse cenário é identificar a capacidade das vendas, já que as barreiras físicas estão diminuindo, e se há uma tendência de ampliação geográfica

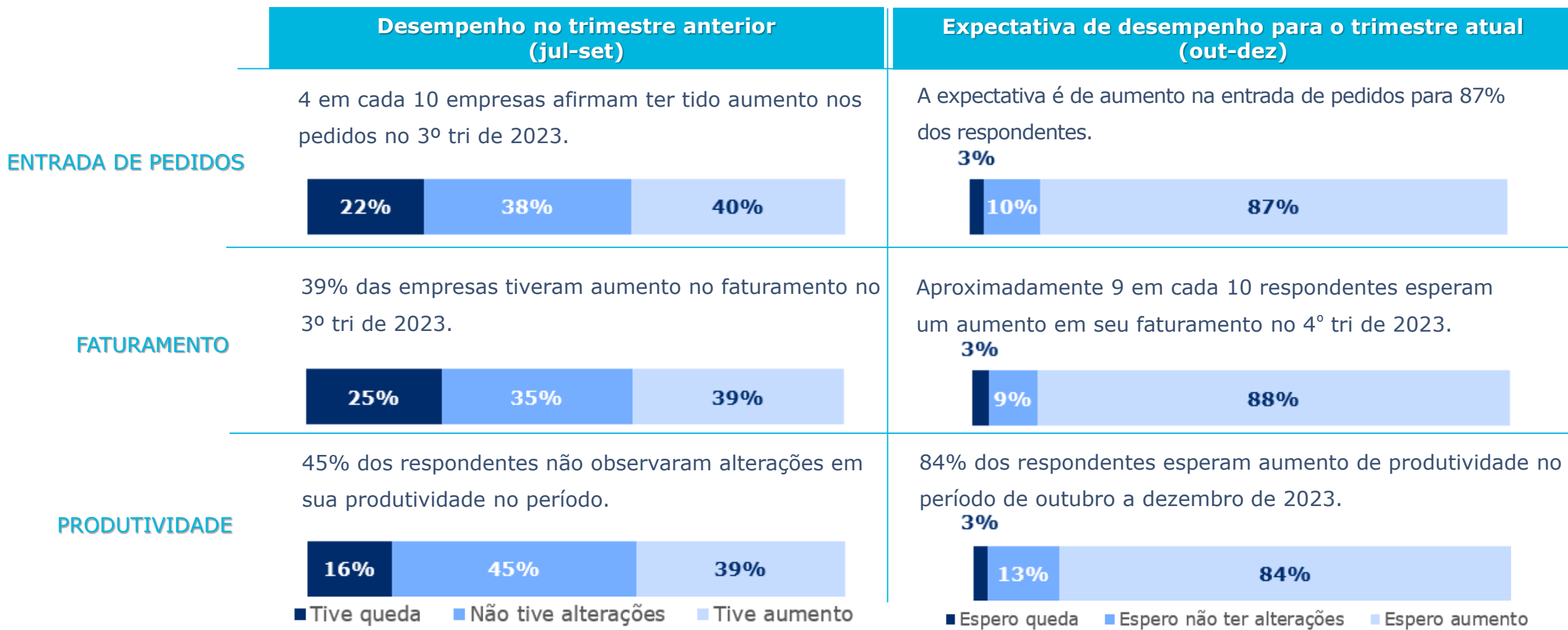
Ações Estratégicas para o Futuro

4



Este último cenário visa trazer uma visão de futuro (confiança) das empresas, identificando possíveis áreas de investimentos

Evolução Financeira e Operacional



Canais de Vendas (físicos e digitais)

Perguntamos quais foram os canais de venda mais utilizados pelas empresas no 3º trimestre de 2023, entre varejo físico, marketplaces, redes sociais, e outros.



Distribuidor

Distribuidores são o principal canal por meio do qual os respondentes vendem seus produtos: 6 em cada 10 afirmam comercializar por este canal.



Varejo Físico

Apesar do processo de transformação digital nos canais de venda, 55% dos respondentes afirmam realizar vendas através do varejo físico.



Site Próprio/ Loja Online

A venda por meio de site próprio ou loja online é o terceiro canal mais citado, utilizado por 42% das empresas participantes.



WhatsApp

37% dos respondentes realizam vendas por meio do WhatsApp

Outros canais são utilizados para a venda dos produtos, porém em menor número, como as marketplaces (36%), redes sociais (31%), telefone/telemarketing (22%) e aplicativos e delivery (4%).

Expansão Geográfica (Cidades, Estados e Países)

Atual distribuição de atuação geográfica

A maior parte das empresas (65%) vendem seus produtos em mais de um estado. Dessas, 43% pretendem ampliar as vendas para outros estados e 32% almejam exportar para outros países.

20% das empresas realizam vendas em um único estado. Dessas, 3 em cada 10 pretendem ampliar suas operações para novas unidades federativas.

18% das empresas realizam vendas em outros países e 72% pretende ampliar as vendas para novos países.

Do total de entrevistados, 6% possuem vendas limitadas a uma única cidade e, destas, 63% pretende vender seus produtos em novas cidades.

91% das empresas pretende ampliar sua presença geográfica

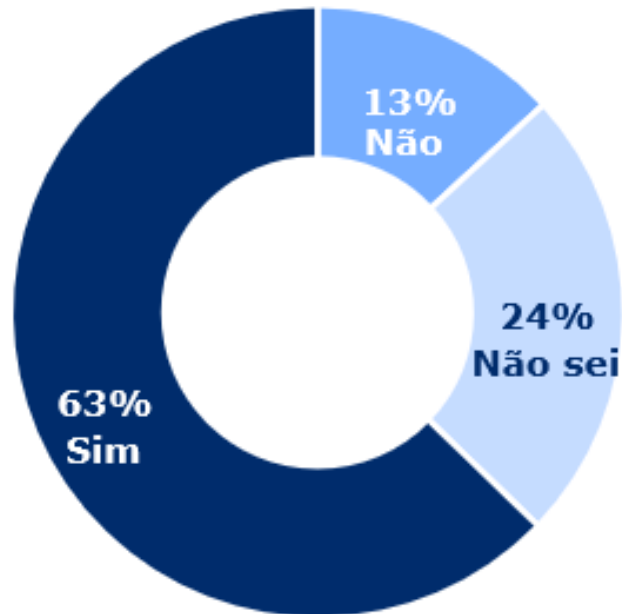
O percentual de empresas que pretende ampliar sua presença geográfica se manteve acima de 90%, assim como observado no 2º Tri de 2023. Já no 3º Tri,

- 35% dos respondentes pretende vender em novos estados, além daqueles em que já atuam;
- 32% pretende atuar em novos países;
- 24% pretende ampliar suas vendas para novas cidades, além daquelas em que vendem atualmente;
- 9% das empresas não pretende ampliar sua presença geográfica. O motivo mais citado é a falta de uma estratégia de ampliação.

Ações Estratégicas para o Futuro

Intenção de investimentos para aumentar as vendas ou produtividade no 4º trimestre

Pretendem realizar investimento?



63% das empresas respondentes afirmam ter a intenção de realizar investimentos para aumentar as vendas ou produtividade, sendo que:

- 7 a cada 10 empresas tem a intenção em focar os investimentos em **Novos produtos**.
- 6 a cada 10 empresas tem a intenção em focar os investimentos em **Divulgação da Marca/Produtos**.
- Também foi identificada, em menor proporção, a intenção de investir em vendas online, maquinário (automação), logística e outros.

E aí, gostou da pesquisa? 😊

Que tal fazer parte desses resultados ao longo deste ano sendo um parceiro?

A Pesquisa com Associado é realizada trimestralmente e fica disponibilizada no Cadastro Nacional de Produtos assim que você acessa a página inicial. Ela é simples, rápida e nos ajuda a compreender a sua empresa e como podemos te ajudar a decolar.

Ah! Também é ótimo para você ter novas ideias para os seus negócios e prosperar muito!

Esperamos poder contar com a sua participação nas próximas rodadas.

Até lá e ótimos negócios!



