



HIPER E SUPERMERCADOS

O que esperar do setor em 2020?

- A Associação Brasileira de Supermercados (Abras) projeta que as vendas do setor deverão ter **crescimento** real, descontando a inflação, **de 3,9% em 2020**.
- No ano passado, o varejo alimentar registrou **aumento de 3,62%** em relação a 2018, patamar acima das projeções da entidade.
- Em dezembro, as vendas reais do setor **augmentaram 2,3%** ante igual mês de 2018. Na comparação com novembro, a **expansão foi de 16,36%**, considerando que existe o efeito das vendas natalinas.
- O **índice de confiança** do setor subiu de 56,6 pontos para **63,6** entre outubro e dezembro.

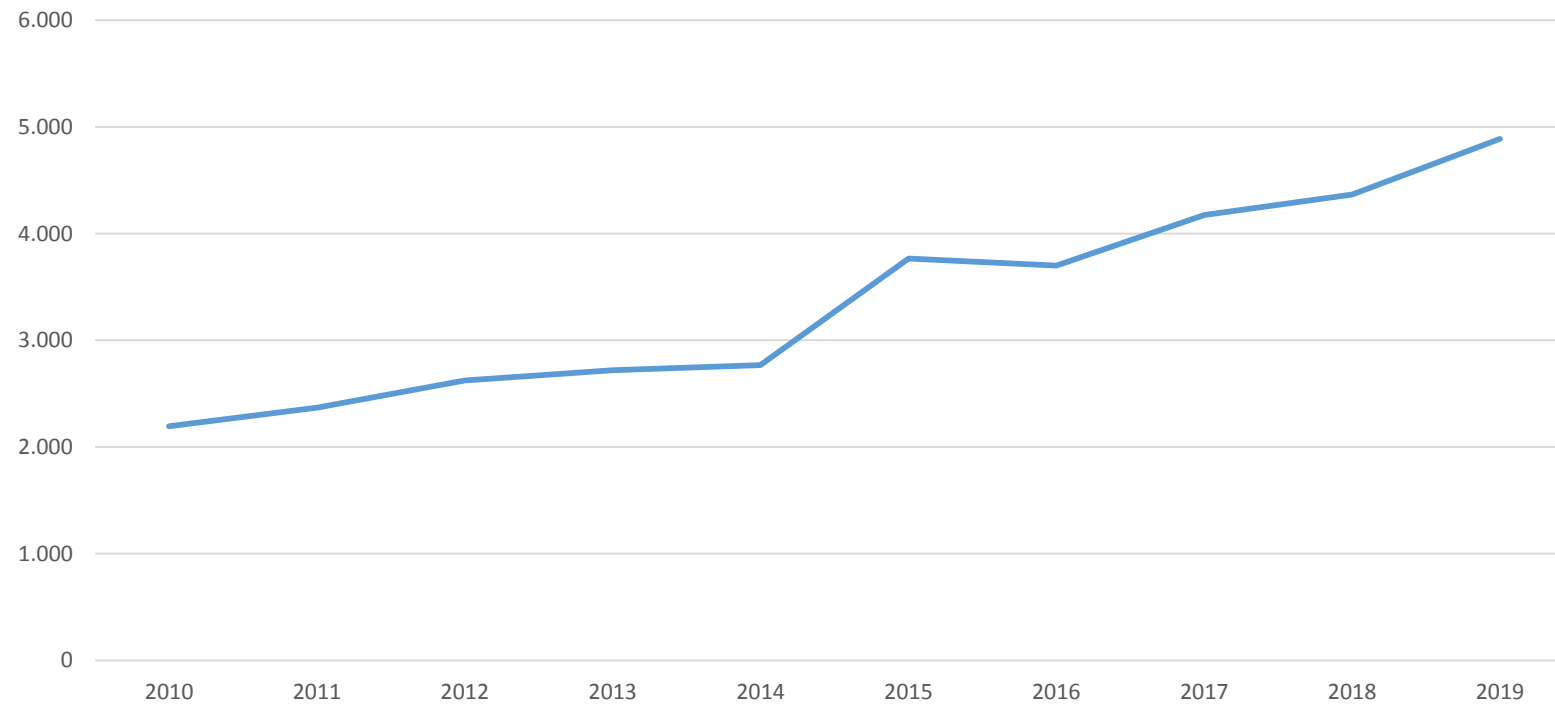
E na região?

- A ASSERJ (Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro), prevê um **crescimento de 2,5%** já deflacionado no faturamento total do setor.
- Vale ressaltar que, atualmente, o **estado fluminense é responsável por 11% da receita** do setor em âmbito nacional.
- Com a liberação do FGTS, o consumo das famílias do Rio de Janeiro **ganhou um ritmo acelerado** no segundo semestre de 2019.

Consumo da região



Alimentos, bebidas, higiene e limpeza



Campanhas em TV fazem girar o estoque e garantem rentabilidade

Estoque é custo. Quanto menos tempo um produto ficar parado nas prateleiras, melhor é a margem de rentabilidade!

- Embora o crescimento da TV se mantenha estável, ainda há desafios a serem enfrentados, para qualquer formato de anúncio. O primeiro deles é **mudar a ideia de que anunciar custa caro!**
- Muitas vezes o cliente não conhece o perfil do seu público. Nós mostramos a ele quem são seus consumidores, quanto eles têm para gastar, com o que gastam. Sabemos que esse dinheiro de consumo é disputado por vários segmentos, mas **montamos uma estratégia mostrando qual o tamanho da campanha que ele precisa fazer.** Para um negócio pequeno, uma campanha muito grande pode até gerar um fluxo que ele nem consiga atender.
- Temos muita informação de audiência e consumo. **Procuramos adequar o produto e o público-alvo dentro da nossa grade de programação.** Vamos supor que o público sejam mulheres da classe ABC acima de 35 anos: analisamos dentro da grade quais são os programas que têm maior aderência junto a este público.

*“Os supermercados regionais parecem entender qual é a **necessidade dos clientes** em termos de preço, mix de produtos e mix de marcas.”*

[Clique aqui e saiba mais](#)



comercialonline.tv.br