



ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA  
DE AUTOMAÇÃO

A Linguagem Global dos Negócios

# Pesquisa com Associados

---

3T2024



# Sobre a Pesquisa

## Objetivo

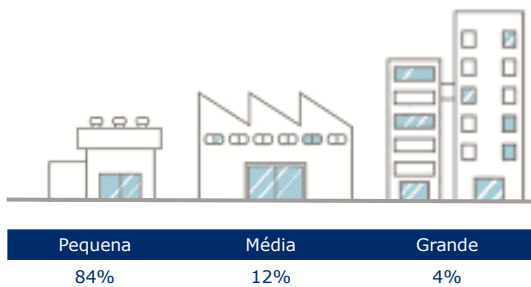
Acompanhar a evolução e as mudanças que estão ocorrendo ao longo do tempo nas indústrias, identificando a confiança do empresário na economia e a vitalidade dos negócios.

<b>Período</b>	3T2024
<b>Metodologia</b>	Pesquisa quantitativa, disponibilizada via <i>pop-up</i> para os usuários do Cadastro Nacional de Produtos (CNP)
<b>Amostra</b>	1.103 usuários*
<b>Margem de erro (95% de nível de confiança)</b>	2,9 pontos percentuais (p.p.)
<b>Período de coleta</b>	07/10/2024 a 21/10/2024
<b>Periodicidade</b>	Trimestral

\*No Anexo, você encontra a série histórica do número de respondentes da Pesquisa com Associados.

# Perfil dos Respondentes

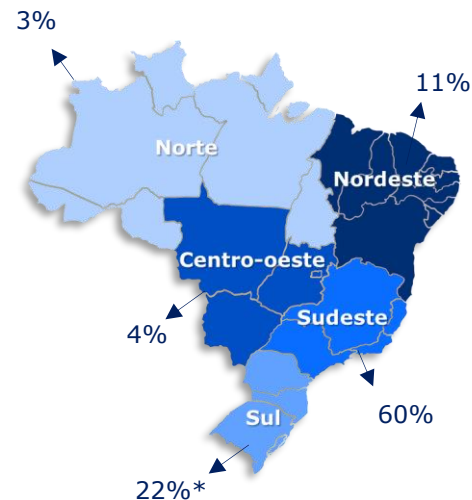
## Porte



## Setores participantes

Setor	Participação
Alimentos e Bebidas	43%
Móveis / Decoração / Utensílios para o lar	7%
Agronegócio	7%
Têxtil / Vestuário / Moda / Calçados	7%
Cosméticos e Higiene Pessoal	6%
Material de Construção	4%
Medicamentos e Produtos para Saúde	4%
Produtos de Limpeza/ Ind. Química	4%
Brinquedos	1%
Hardware / Software	0%
Outro	17%

## Representatividade por região



Nota: no 2T2024 e 3T2024, por conta de comunicações direcionadas ao público do estado do Rio Grande do Sul no CNP, o estado gaúcho não compôs a amostra de associados para esta pesquisa.

# 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 no uso dos canais de venda, 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

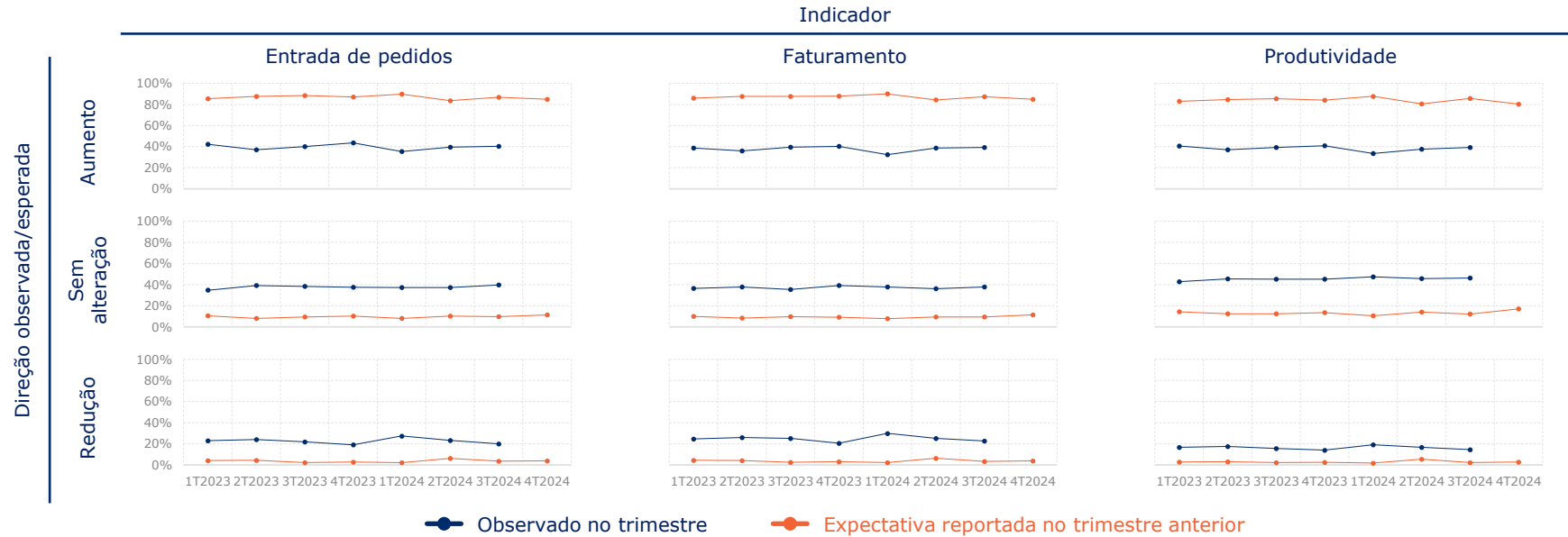
## Ações Estratégicas para o Futuro

4



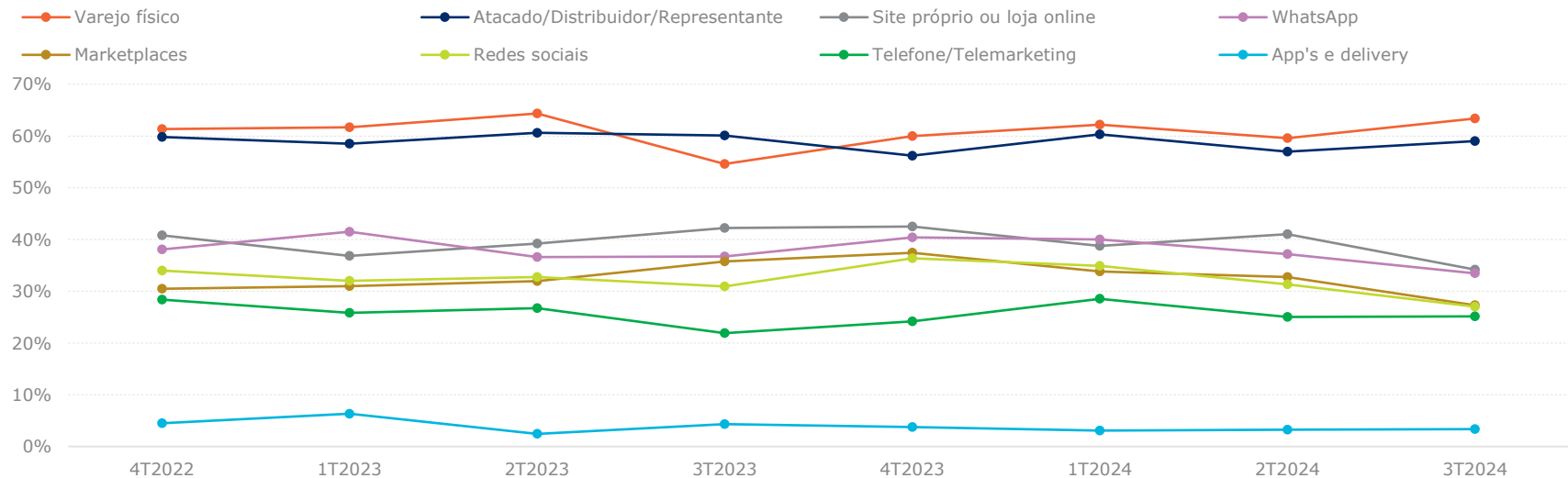
Este último cenário visa trazer a visão de futuro (confiança) das empresas, identificando possíveis áreas de investimento

# Evolução Financeira e Operacional



É notável como a parcela daquelas que observaram aumento, ausência de alteração e redução na entrada de pedidos, faturamento e produtividade é bastante próxima entre as três medidas de performance das companhias e entre os últimos trimestres. Talvez, chame mais atenção ainda como há um sistemático descolamento entre a expectativa das companhias em relação ao seu desempenho no trimestre imediatamente a frente e o resultado efetivamente observado, superestimando o aumento dos indicadores e subestimando, principalmente, a probabilidade de não haver mudanças nas variáveis.

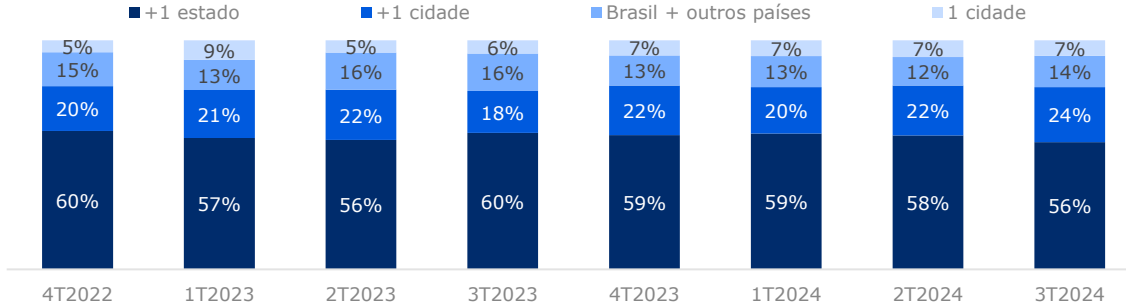
# Canais de Vendas (físicos e digitais)



Varejo físico e atacado se alternam historicamente como principais canais de vendas dos associados à GS1 Brasil, justamente por tratarem-se dos meios mais tradicionais de se chegar até o consumidor. Na sequência, temos um conjunto de canais digitais com representatividade próxima, como site próprio, WhatsApp, Marketplace e redes sociais, evidenciando a importância da digitalização para os negócios. Por fim, cabe destacar a pequena contribuição de aplicativos de delivery para as vendas dessas companhias, consequência da atuação mais nichada destes recursos.

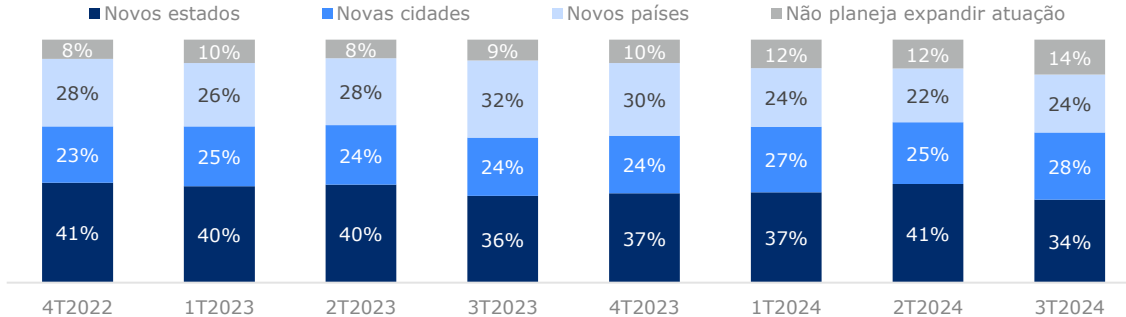
# Expansão Geográfica (Cidades, Estados e Países)

## Distribuição geográfica atual



A maior parte dos associados à GS1 Brasil vendem seus produtos em mais de um estado, o que representa a capilaridade considerável destas companhias. Vale, ainda, ressaltar a parcela significativa que vende produtos para outros países, além do Brasil.

## Expansão geográfica

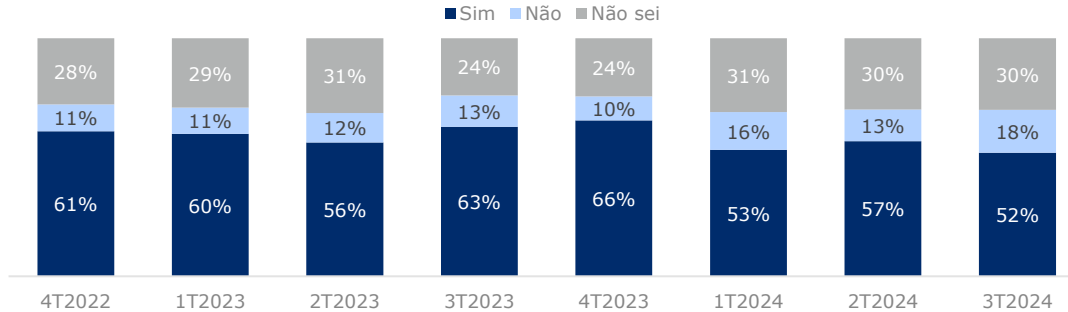


**86%**  
planeja expandir atuação geográfica

Expandir vendas para novos estados é parte do planejamento de aproximadamente um terço dos associados à GS1 Brasil. Há ainda uma parcela relevante que planeja vender em novas cidades e em novos países.

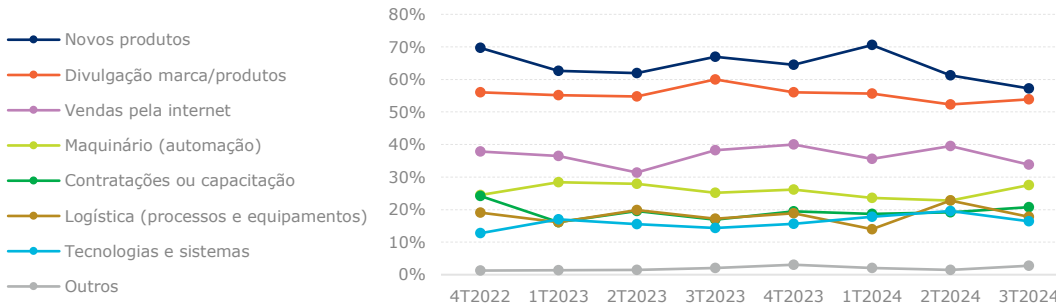
# Ações Estratégicas para o Futuro

## Intenção de investir nos próximos 3 meses



Nos últimos oito trimestres, entre 50% e 60% dos associados à GS1 Brasil afirmam ter a intenção de realizar investimentos no trimestre seguinte.

## Foco do investimento



A maior parte daqueles com intenção de investir pretende destinar recursos para o lançamento de novos produtos e divulgação da marca ou do seu portfólio de soluções. Na sequência, há uma parcela considerável que pretende impulsionar suas vendas online.



# E aí, gostou da pesquisa? 😊

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

A Pesquisa com Associados é realizada trimestralmente e fica disponível no Cadastro Nacional de Produtos (CNP) assim que você acessa a página inicial. Ela é simples, rápida e nos ajuda a entender mais sobre a sua empresa e sobre como podemos te ajudar a decolar.

Ah! Ela também é ótima para você ter novas ideias para o seu negócio ter ainda mais sucesso!

Esperamos poder contar com a sua participação nas próximas edições!

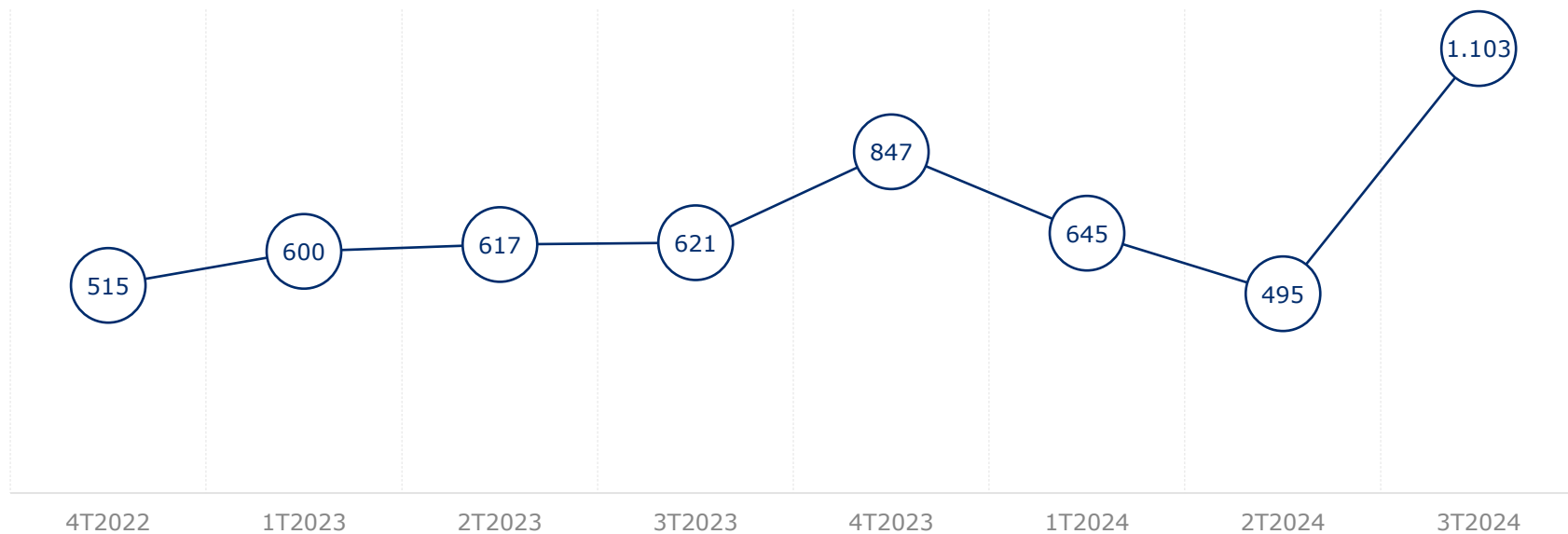
Até lá e ótimos negócios!





# Anexo

## Número de respondentes



\*No 2T2024 e 3T2024, por conta de comunicações direcionadas ao público do estado do Rio Grande do Sul no CNP, o estado gaúcho não compôs a amostra de associados para esta pesquisa.