# PÁSCOA NO E-COMMERCE:

como foi a atuação das principais marcas em 2021?

LETT

# SUMÁRIO


1 INTRODUÇÃO 04

2 VENDAS NA PÁSCOA 2021 09

3 PREÇO DOS PRODUTOS NA PÁSCOA 15

4 DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE NA PÁSCOA 31

5 ANÁLISE D2C - CACAU SHOW 42

6 INFORMAÇÕES EXTRAS 47

7 PRINCIPAIS INSIGHTS DA PÁSCOA 2021 NO E-COMMERCE 52

8 SOBRE A LETT 53

# O que é a Lett?

A Lett é especialista em Trade Marketing Digital e tem como objetivo aproximar marcas e consumidores criando a jornada de compras perfeita no e-commerce.

Para isso, 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.

Saiba mais em: **https://lett.digital**

Conheça o nosso blog: **https://dcx.lett.digital/**

# INTRODUÇÃO

O e-commerce vem quebrando recorde de vendas em diversas datas comemorativas e não seria diferente na Páscoa. Se em abril de 2020 muitas empresas ainda não estavam preparadas para atuar no digital, esse cenário foi bastante diferente em 2021.

**606,2 MIL**

PRODUTOS FORAM VENDIDOS ONLINE NA PÁSCOA 2021.

**R$64,4 MILHÕES**

FOI O FATURAMENTO NESSA DATA COMEMORATIVA.

*Fonte: Neotrust*

Pensando na relevância desse canal para as vendas sazonais, montamos um estudo que contém dados de **resultados de vendas, preço médio, disponibilidade de estoque** e outras informações sobre a atuação das maiores indústrias de chocolate do Brasil no e-commerce durante a Páscoa 2021. Confira!

# METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada no período de:

- **Pré-Páscoa:** 23 a 28 de março
- **Semana da Páscoa:** 29 de março a 04 de abril*
- **Pós-Páscoa:** 05 a 11 de abril

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

**9**
**MAIORES FABRICANTES DE CHOCOLATE DO BRASIL**

**50**
**MARCAS DE CHOCOLATE MAIS REPRESENTATIVAS DO PAÍS**

**497**
**PRODUTOS NO E-COMMERCES**

**12**
**E-COMMERCES**

## OS FABRICANTES ANALISADOS FORAM:

ARCOR

LACTA

Nestlé

D'elicce

HERSHEY'S

Kopenhagen

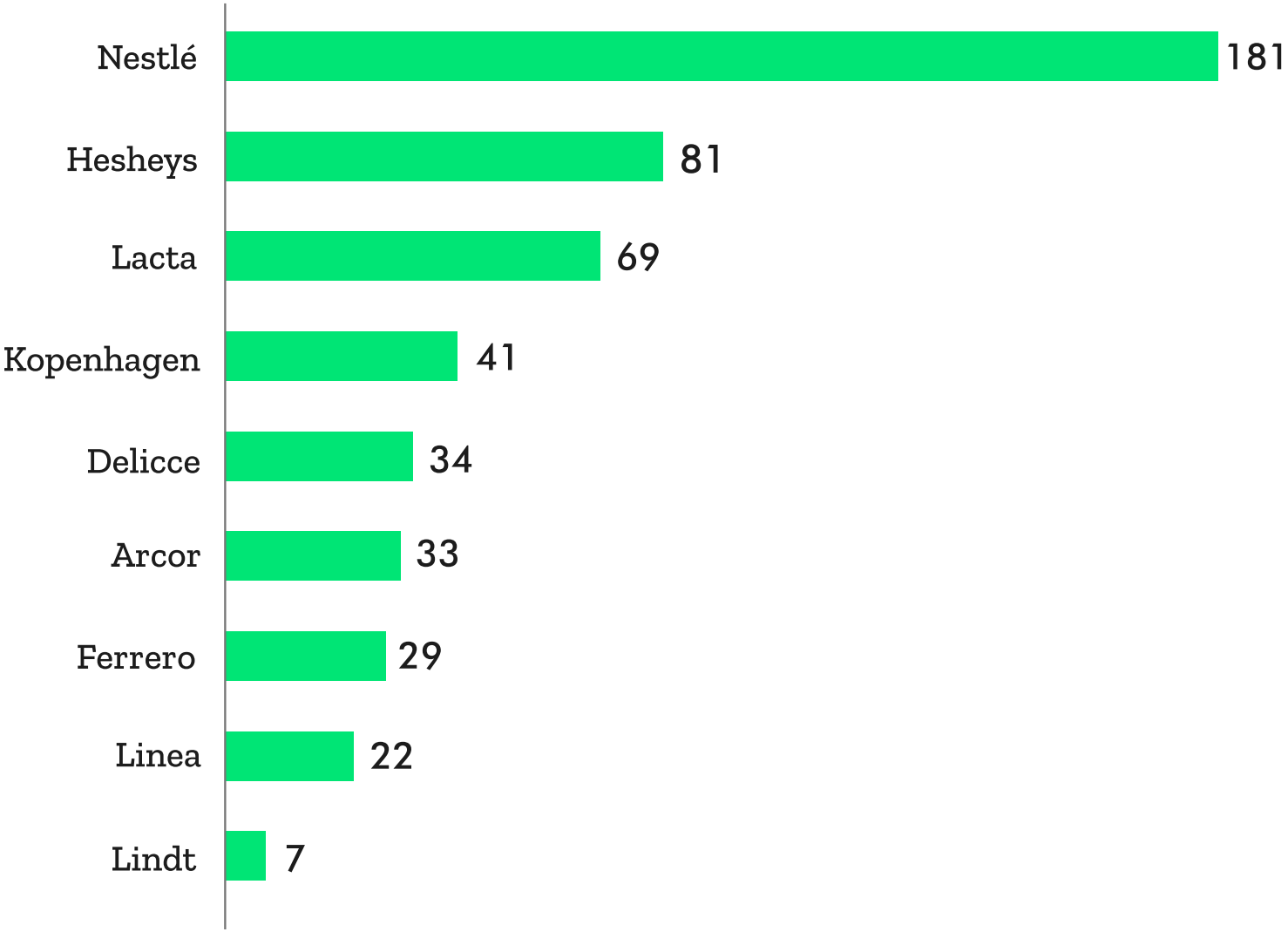
LINEA

Lindt
MASTER CHOCOLATIER
SINCE 1845

FERRERO

**CONFIRA A LISTA DOS E-COMMERCES ANALISADOS CLICANDO AQUI.**

# NÚMERO DE PRODUTOS
## POR FABRICANTE



Os produtos foram divididos em três categorias:

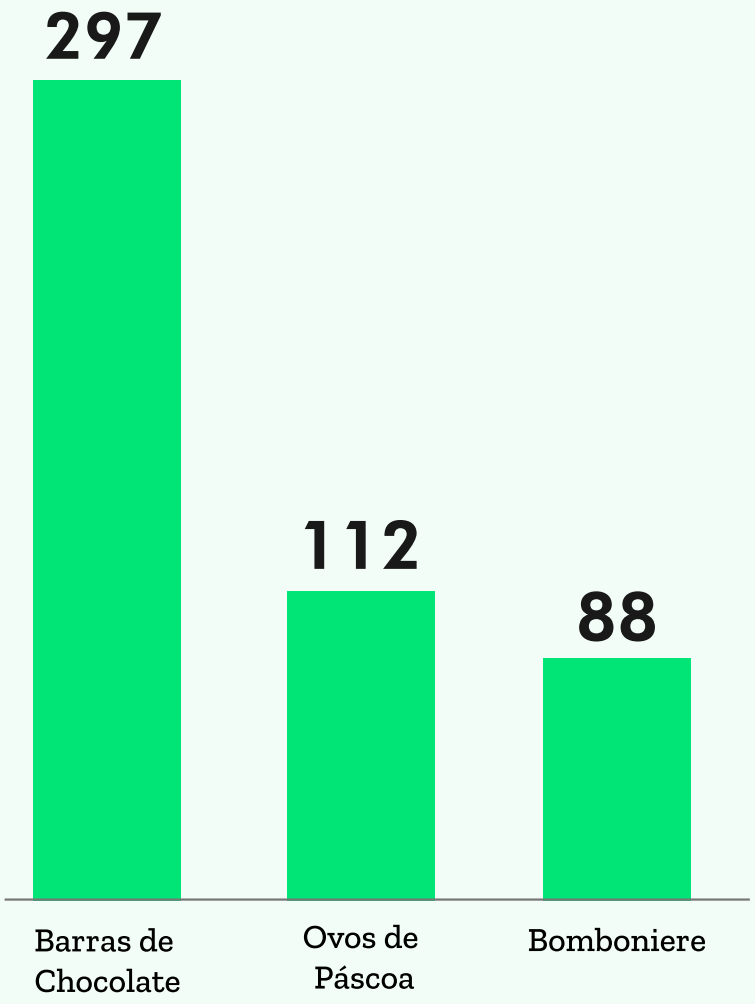
Barras de Chocolate

Bomboniere*

Ovos de Páscoa

*A categoria de Bomboniere é constituída por trufas, bombons e coelhos de chocolate. **

## NÚMERO DE PRODUTOS
POR CATEGORIA



# VENDAS NA PÁSCOA 2021

Conforme já existia a expectativa para 2021, as vendas da Páscoa no e-commerce bateram recorde de pedidos.

## TOP MARCAS 2021

| RANKING | BOMBONIERE | OVO DE PÁSCOA |
|---|---|---|
| Top 1 | Nestlé | Lacta |
| Top 2 | Garoto* | Nestlé |
| Top 3 | Lacta | Garoto* |
| Top 4 | Ferrero Rocher | Arcor |
| Top 5 | Fini** | Ferrero Rocher |

*Fonte: Neotrust*

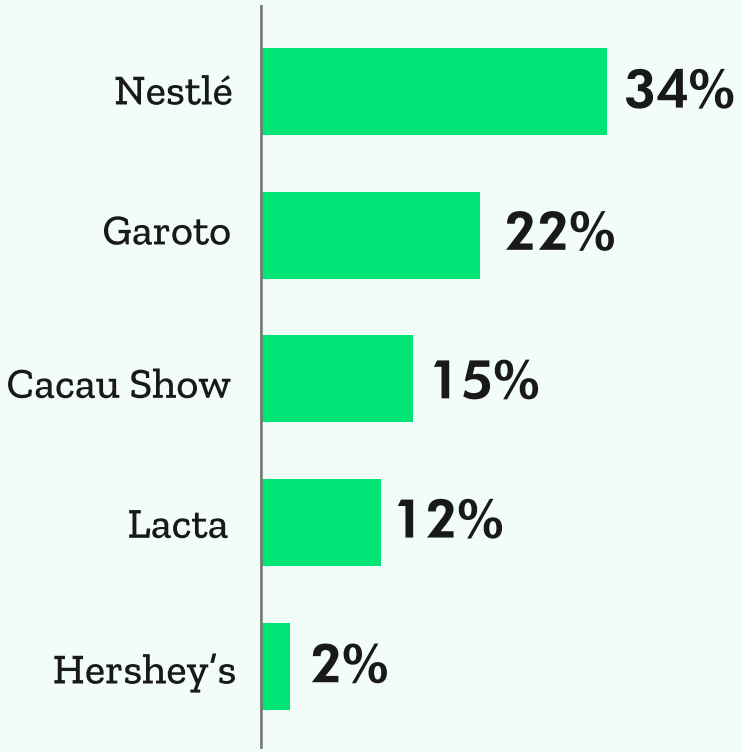
*A marca Garoto pertence à Nestlé. **

*No estudo da Lett optamos por não analisar a marca Fini, pois priorizamos analisar marcas que possuem maior representatividade no segmento de chocolates. ***

> **Investimos no e-commerce. Com site próprio, as vendas cresceram dois dígitos em relação ao ano passado."**
>
> *Mondelez International*

Além de entendermos quais foram as marcas mais vendidas, uma pesquisa realizada pelo Opinion Box sobre o mercado de chocolates no Brasil apontou quais são as marcas mais lembradas de forma espontânea pelo consumidor.

## TOP 5 MARCAS LEMBRADAS ESPONTANEAMENTE




*Fonte: Opinion Box*

# VENDAS DA PÁSCOA NO E-COMMERCE
# 2020 X 2021

| EVOLUÇÃO PÁSCOA | 2020 | 2021 | VARIAÇÃO |
|---|---|---|---|
| PEDIDOS | 280.385 | 660.500 | +136% |
| FATURAMENTO | R$34.981.000 | R$ 64.400.000 | +84% |
| TICKET MÉDIO | R$125,00 | R$ 98,00 | -22% |

*Fonte: Neotrust*

## VENDAS POR CATEGORIA: BOMBONIERE

| BOMBONIERE | 2020 | 2021 | VARIAÇÃO |
|---|---|---|---|
| PEDIDOS | 94.085 | 287.900 | +306% |
| FATURAMENTO | R$7.621.000 | R$15.700.00 | +106% |
| TICKET MÉDIO | R$83,00 | R$55,00 | -49% |

*Fonte: Neotrust*

*A base de dados da Neotrust considera que a categoria Bomboniere é composta por: balas, chicletes, pirulitos, bombons e Barras de Chocolate. **

## VENDAS POR CATEGORIA: OVOS DE PÁSCOA

| OVOS DE PÁSCOA | 2020 | 2021 | VARIAÇÃO |
|---|---|---|---|
| PEDIDOS | 186.300 | 372.600 | +100% |
| FATURAMENTO | R$27.360.000 | R$48.700.000 | +78% |
| TICKET MÉDIO | R$145,00 | R$131,00 | -11% |

*Fonte: Neotrust*

Apesar de nesse período ainda se vender mais Ovos de Páscoa do que os produtos da categoria Bomboniere, um ponto de atenção é que enquanto a categoria de **Ovos de Páscoa cresceu "apenas" 100% em relação ao ano de 2020, enquanto os produtos de Bomboniere apresentaram um crescimento de vendas de 306%.**

Isso demonstra que os consumidores estão cada vez mais abertos a substituir a compra de Ovos de Páscoa por outros tipos de chocolates.

Quer saber mais por que essa mudança de comportamento está ocorrendo?

## CRESCIMENTO DE VENDAS:

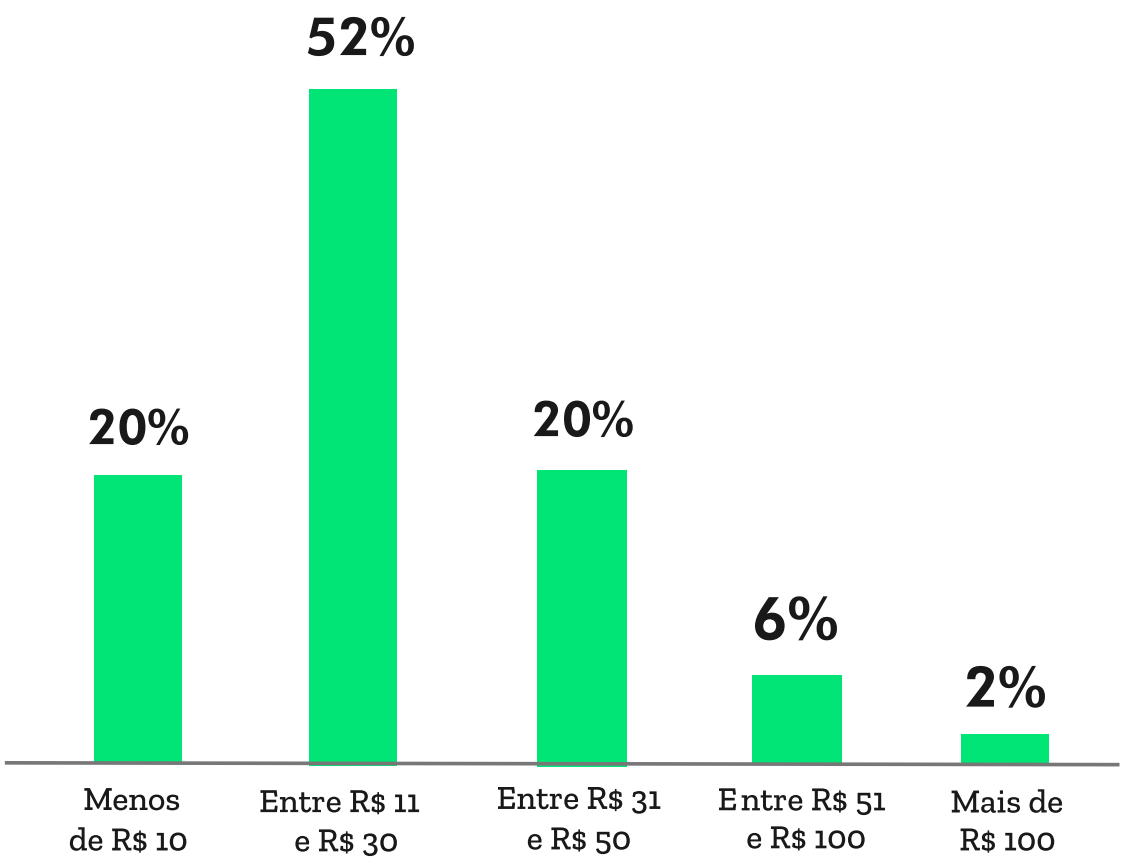
**Ovos de Páscoa:**
**100%**

**Bomboniere:**
**306%**

# PREÇO DOS PRODUTOS NA PÁSCOA

# COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

O ticket médio dos produtos é um fator que influencia diretamente no comportamento do consumidor quando o assunto é comprar chocolates.




*Fonte:* Opinion Box

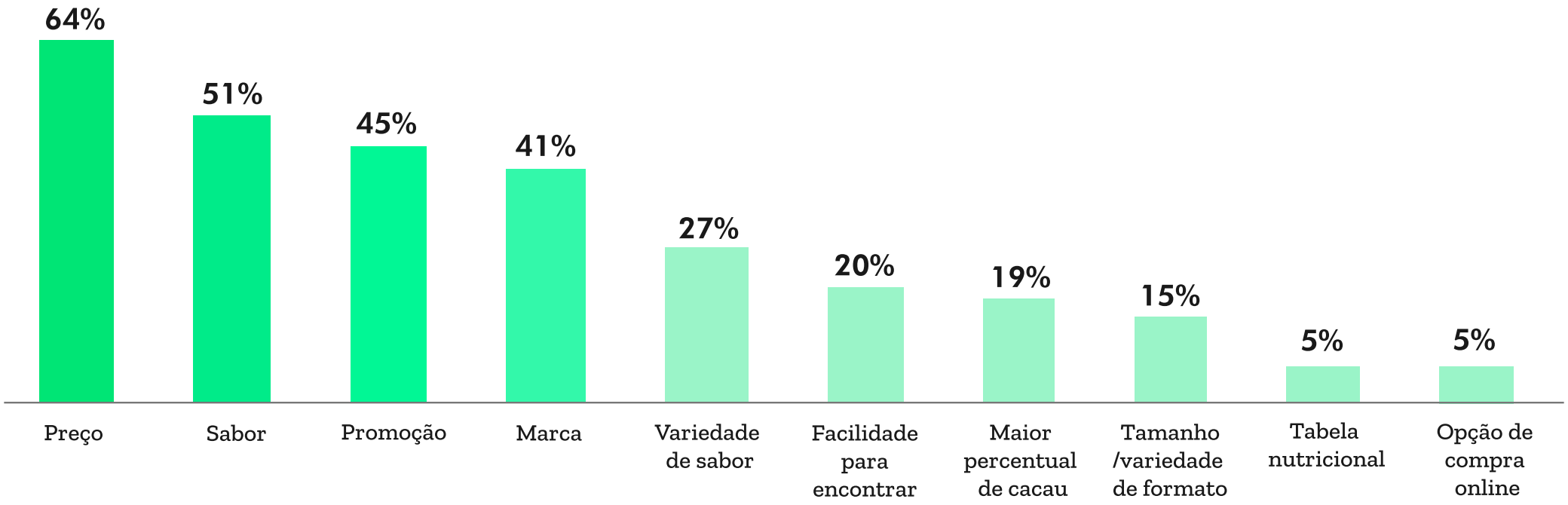
**20%**
DOS CONSUMIDORES AFIRMARAM GASTAR **MENOS DE R$10,00.**

**52%**
DOS ENTREVISTADOS OPTAM POR UM VALOR **ENTRE R$11,00 E R$30,00.**

**20%**
DOS PARTICIPANTES DECLARARAM CONSUMIR **ENTRE R$31,00 E R$50,00.**

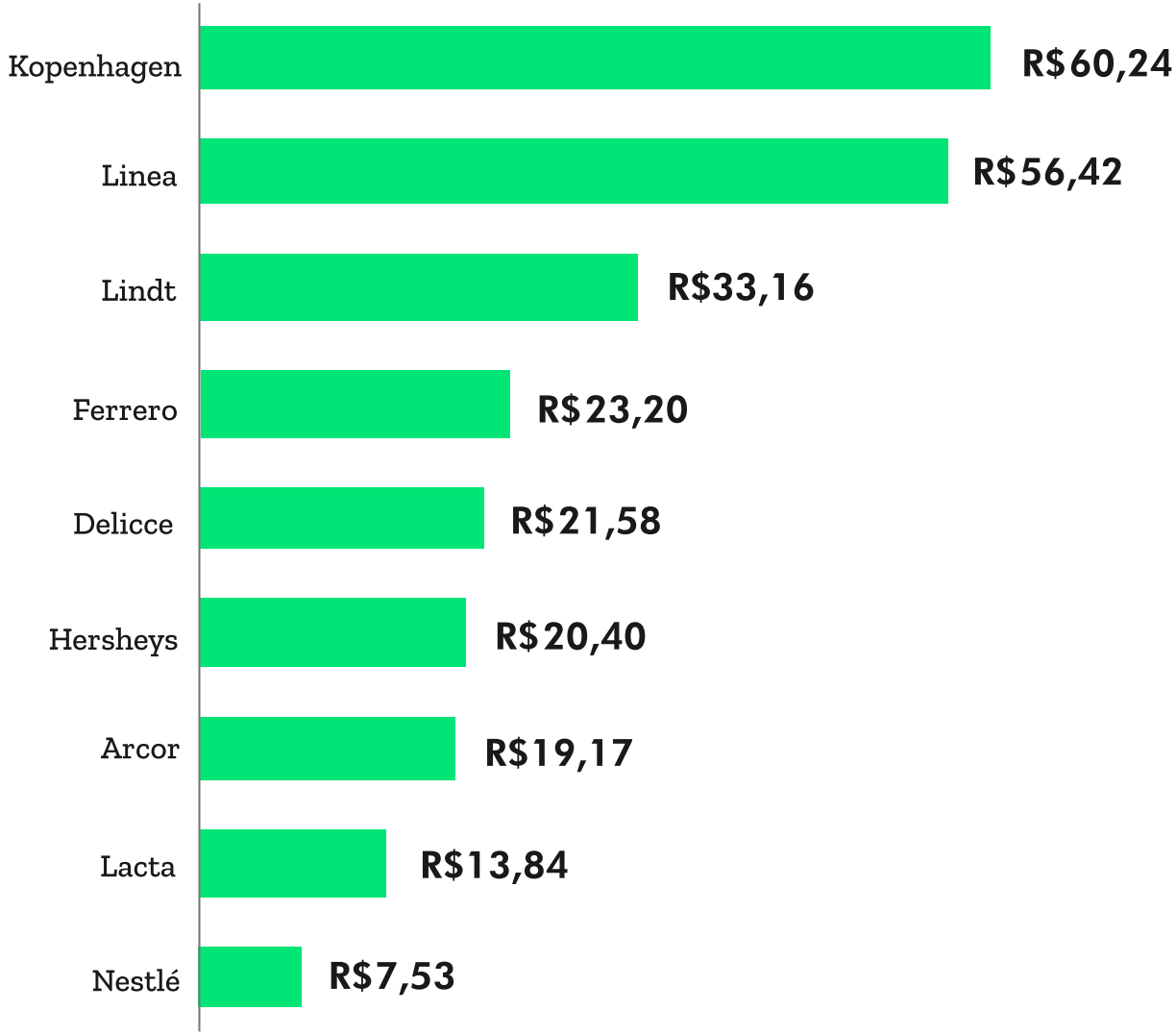
**8%**
DESPENDERIAM **MAIS DE R$51,00.**

## PRINCIPAIS FATORES DE DECISÃO DE COMPRA




*Fonte:* Opinion Box

# COMPORTAMENTO DOS PREÇOS
## POR FABRICANTE




**PREÇO MÉDIO POR FABRICANTE**

**R$12,81**

Considerando os dados das 9 principais indústrias analisadas, observamos alguns pontos sobre a média de preço dos produtos no e-commerce entre 23 de março a 11 de abril:

**6 DAS GRANDES INDÚSTRIAS APRESENTARAM TICKET MÉDIO ABAIXO DE R$30.**

**A LINDT, MESMO SENDO CONSIDERADA UMA MARCA PREMIUM, OBTEVE UMA MÉDIA DE PREÇO DE R$33,16.**

Apenas a Linea e a Kopenhagen obtiveram o ticket médio acima de 55 reais. Isso pode ser explicado por dois motivos:

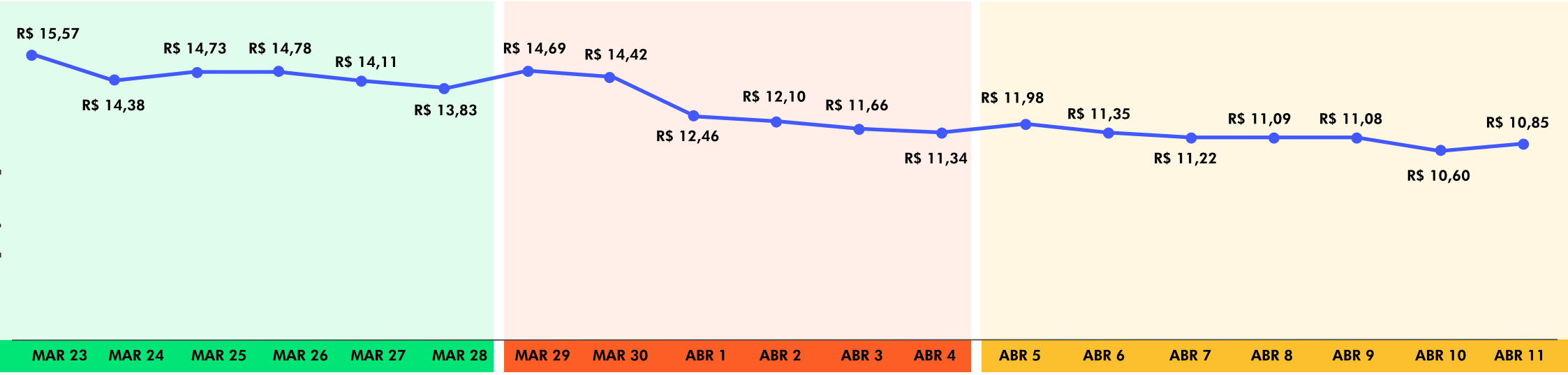
A Kopenhagen se posiciona como uma marca premium de chocolates.

A Linea é uma marca de produtos fit, o que já demonstra seu posicionamento diferente no mercado. Além disso, a marca também investiu na comercialização de kit de produtos.

Dessa forma, antes de compararmos a média de preço dos produtos dessas indústrias é importante levarmos em consideração que são marcas que se posicionam de maneira distintas, sendo divididas em premium, intermediária e popular.

# COMPORTAMENTO DOS PREÇOS POR CATEGORIA

## COMPORTAMENTO DO PREÇO MÉDIO
## ANTES, DURANTE E DEPOIS DA PÁSCOA




PRÉ-PÁSCOA | PÁSCOA | PÓS-PÁSCOA

Os preços médios dos Ovos de Páscoa, Barras de Chocolate e Bomboniere se alteraram bastante entre o período de 23 de março a 11 de abril. Em relação ao valor dos produtos nos e-commerces, esse período foi marcado pelas seguintes alterações de preço:

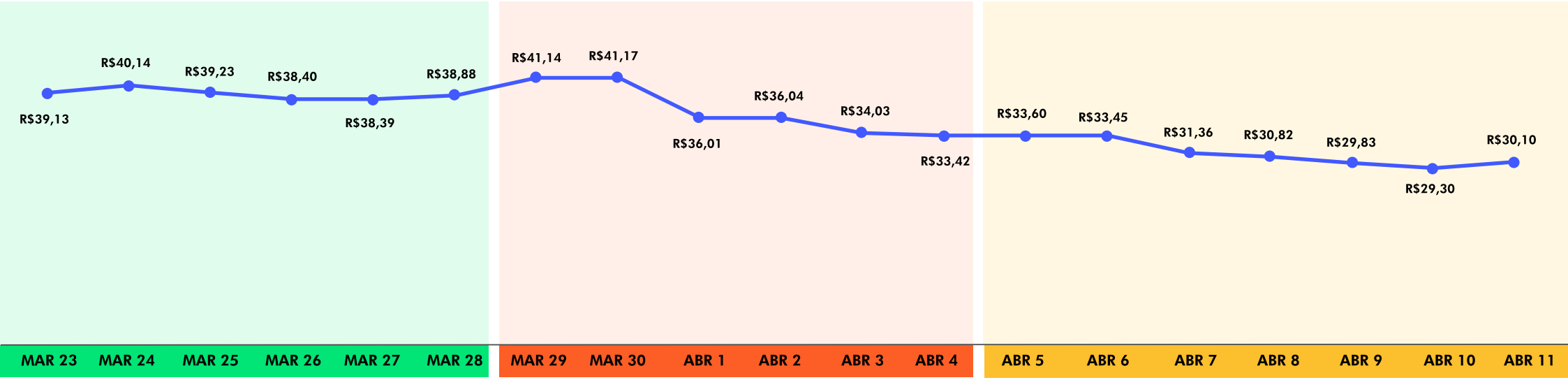
- Queda na semana da Páscoa.
- Queda ainda maior no período Pós-Páscoa.

Esse comportamento é simples de entender se observarmos os Ovos de Páscoa de maneira isolada. Esses produtos costumam ter maior valor agregado. Dessa forma, quando eles são inseridos no mercado ocorre a alta dos preços médios das marcas.

Porém, **quando os Ovos da Páscoa estão fora de estoque ou quando esse período de alto consumo já passou, a tendência é que os preços e a disponibilidade de estoques caiam, em decorrência do fim da sazonalidade.** Além disso, as pessoas voltam a procurar por produtos mais baratos, como barras de chocolates, bombons, entre outros.

# OVOS DE PÁSCOA

## COMPORTAMENTO DO PREÇO MÉDIO EM OVOS DE PÁSCOA




PRÉ-PÁSCOA | PÁSCOA | PÓS-PÁSCOA

De acordo com o gráfico, é possível observar que as quedas de preço no e-commerce dos Ovos de Páscoa começaram a ocorrer no início da semana da Páscoa, a partir do dia 30 de março.

Considerando a gestão de estoques de Ovos de Páscoa no período, podemos considerar que **o "dia D" para as vendas de Ovos de Páscoa foi entre os dias 30 de março a 1º de abril, ou seja, 4 a 5 dias antes do dia da Páscoa.** Isso pode ter acontecido, pois a maioria das vendas online exige compras por antecedência em virtude do prazo de entrega dos produtos.

Dessa forma, muitas marcas e varejistas optaram por realizar descontos faltando 4 a 5 dias para a data comemorativa, pois isso incentiva o consumidor digital que ainda não realizou as suas compras a adquirir chocolates para a Páscoa.

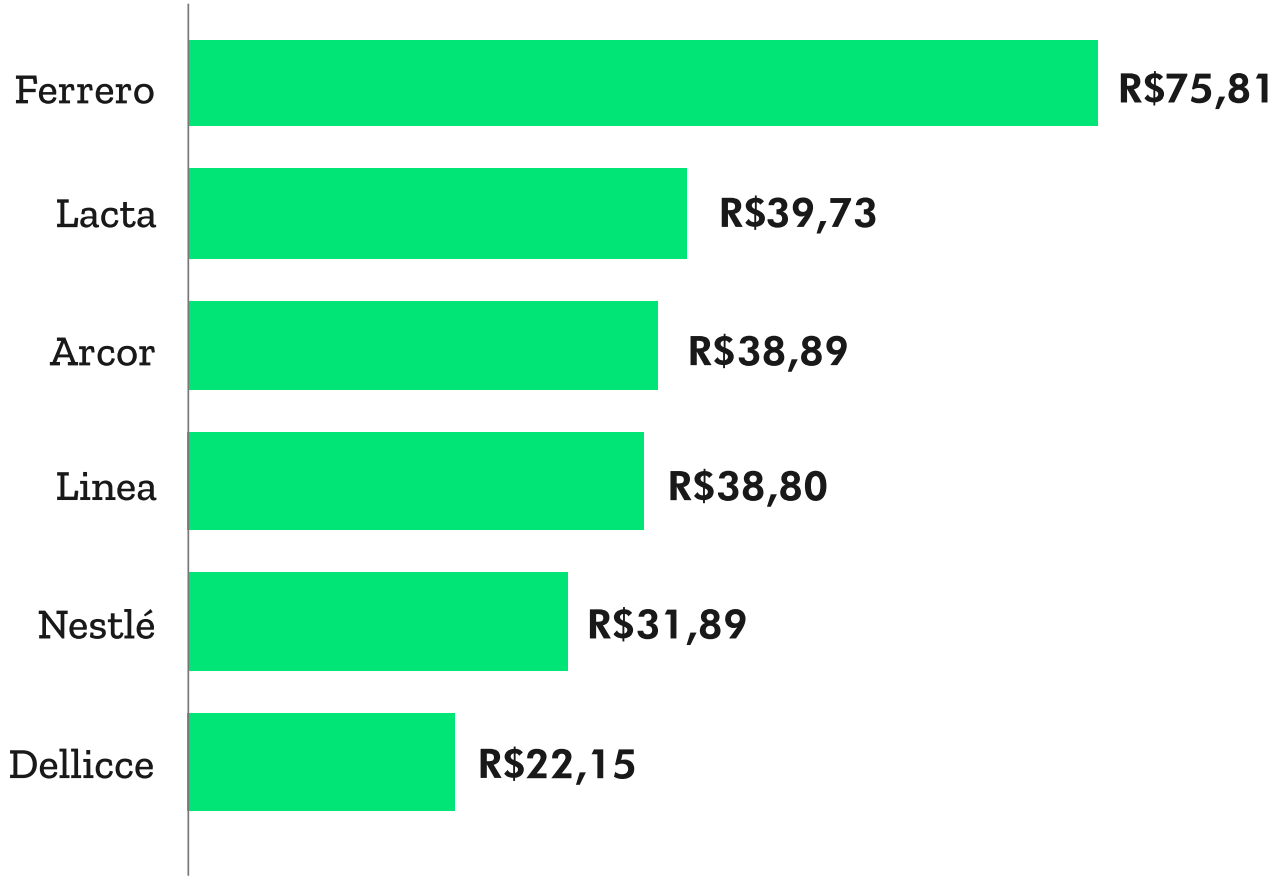
Descontos realizados

**PRÉ-PÁSCOA:** OS PREÇOS MÉDIOS
**CAÍRAM CERCA DE 10%**
ENTRE OS DIAS 31 DE MARÇO E 1º DE ABRIL.

**PÁSCOA:** OS PREÇOS TIVERAM UMA
**NOVA QUEDA DE 10%**
DE 1º DE ABRIL A 4 DE ABRIL, QUE FOI O DOMINGO DE PÁSCOA.

**PÓS-PÁSCOA:** OS PREÇOS MÉDIOS SEGUIRAM CAINDO, CHEGANDO A
**DIMINUIR DE 25% A 50%**
EM MARCAS COM MAIORES NÍVEIS DE DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE DE OVOS DE PÁSCOA.

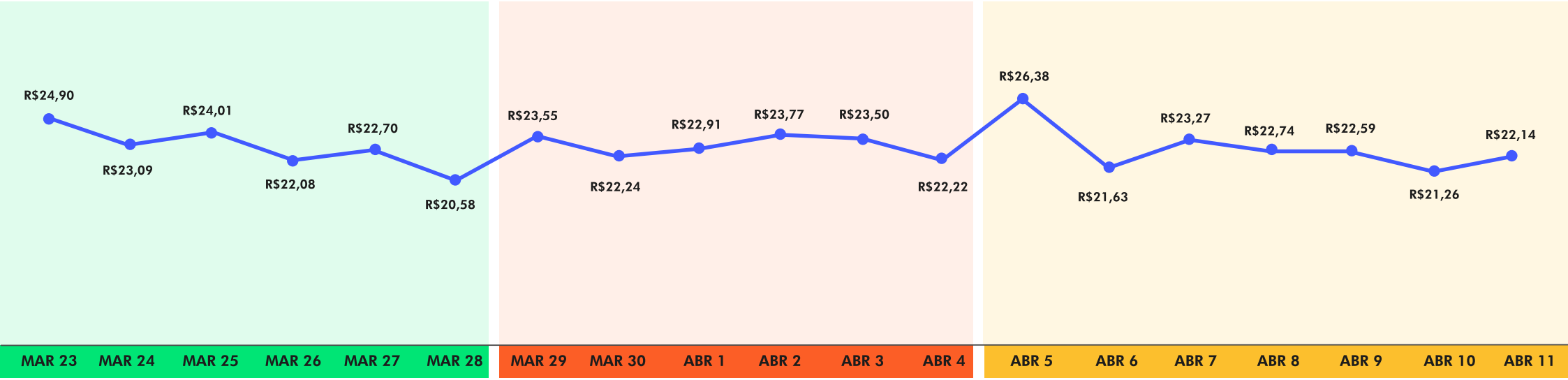
## MÉDIA DE PREÇOS POR FABRICANTE
CATEGORIA OVOS DE PÁSCOA



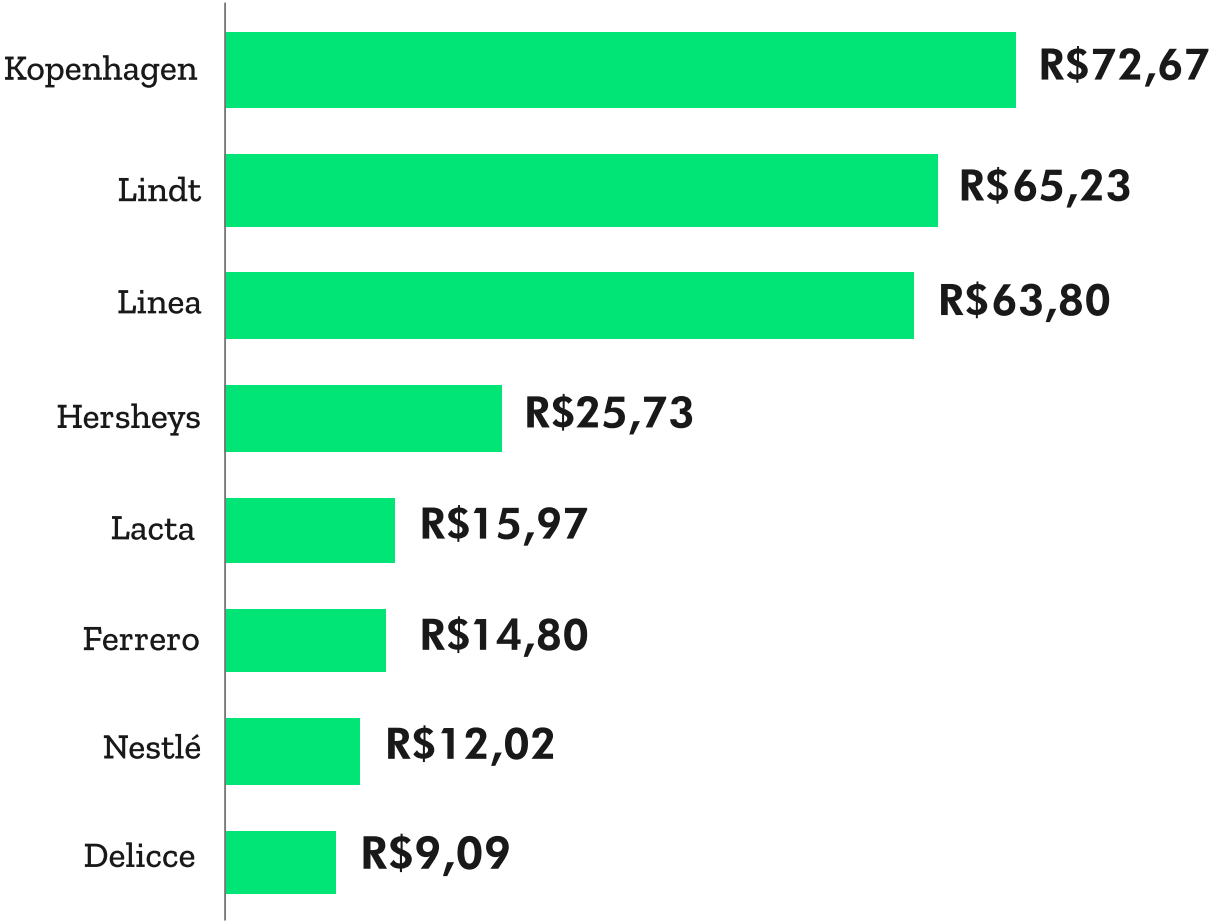

**PREÇO MÉDIO OVOS DE PÁSCOA**

**R$37,27**

## COMPORTAMENTO DOS PREÇOS MÉDIOS
BOMBONIERE



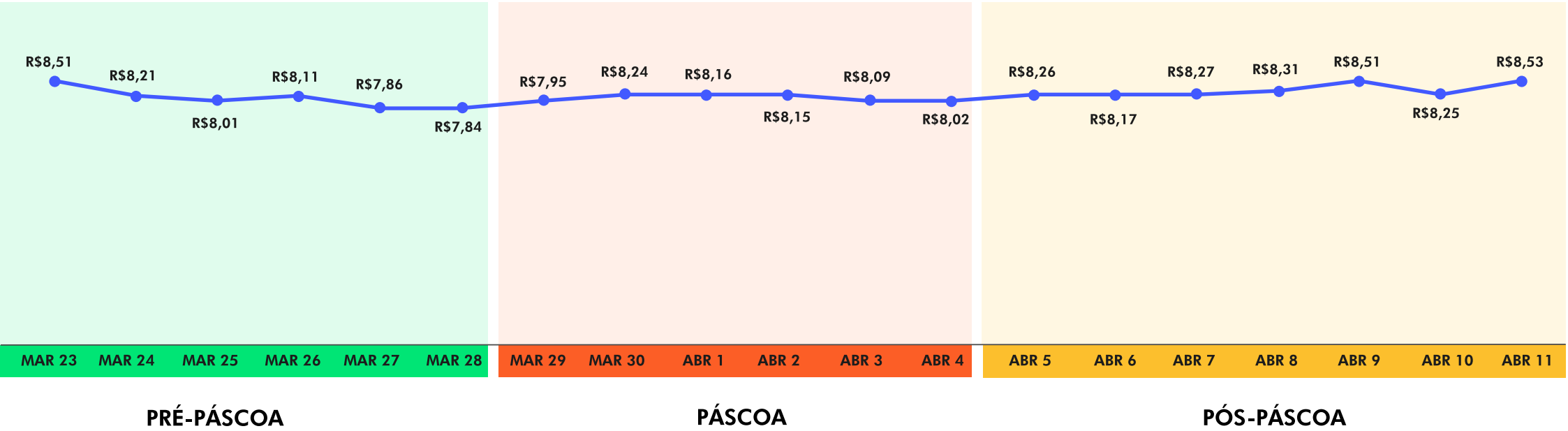
# MÉDIA DE PREÇOS POR FABRICANTE
## CATEGORIA BOMBONIERE



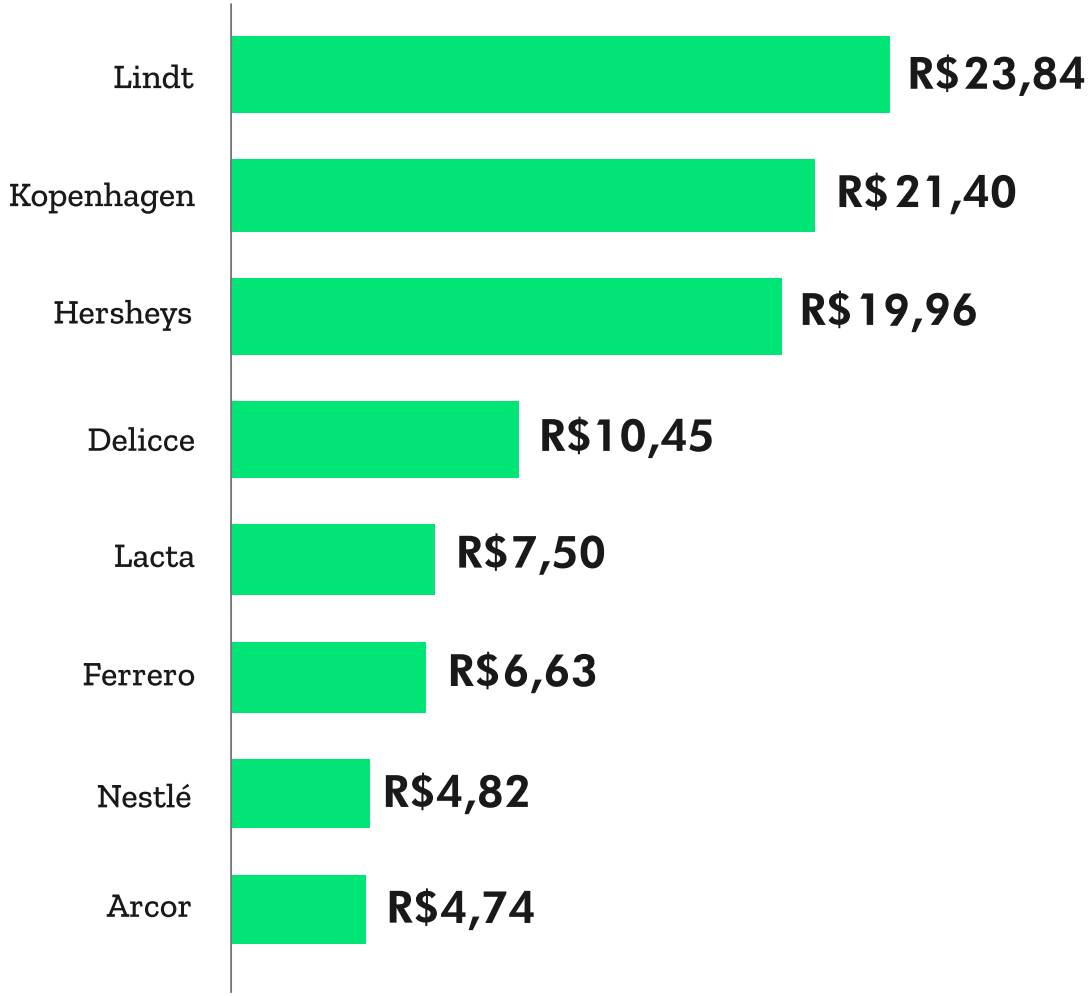

**PREÇO MÉDIO BOMBONIERE**

**R$22,99**

## COMPORTAMENTO DO PREÇO MÉDIO
EM BARRAS DE CHOCOLATE



# MÉDIA DE PREÇOS POR FABRICANTE
## CATEGORIA BARRAS DE CHOCOLATE




**PREÇO MÉDIO BARRAS DE CHOCOLATE**

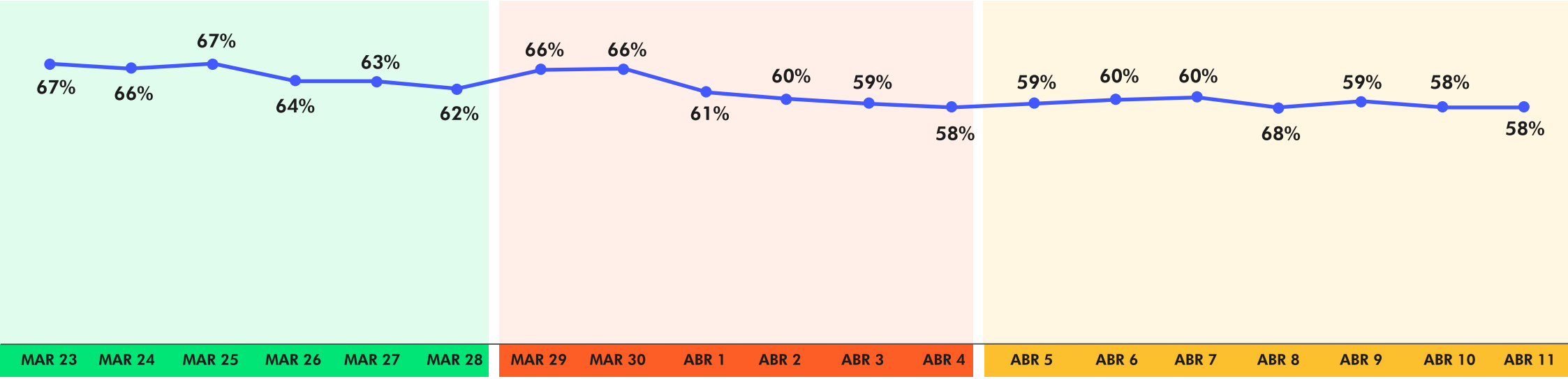
**R$8,19**

Visualizando a categoria de Bomboniere (composta por trufas, bombons e coelhos de chocolate) e Barras de Chocolate, é possível perceber que os preços médios desses produtos se comportam de maneira diferente dos Ovos de Páscoa.

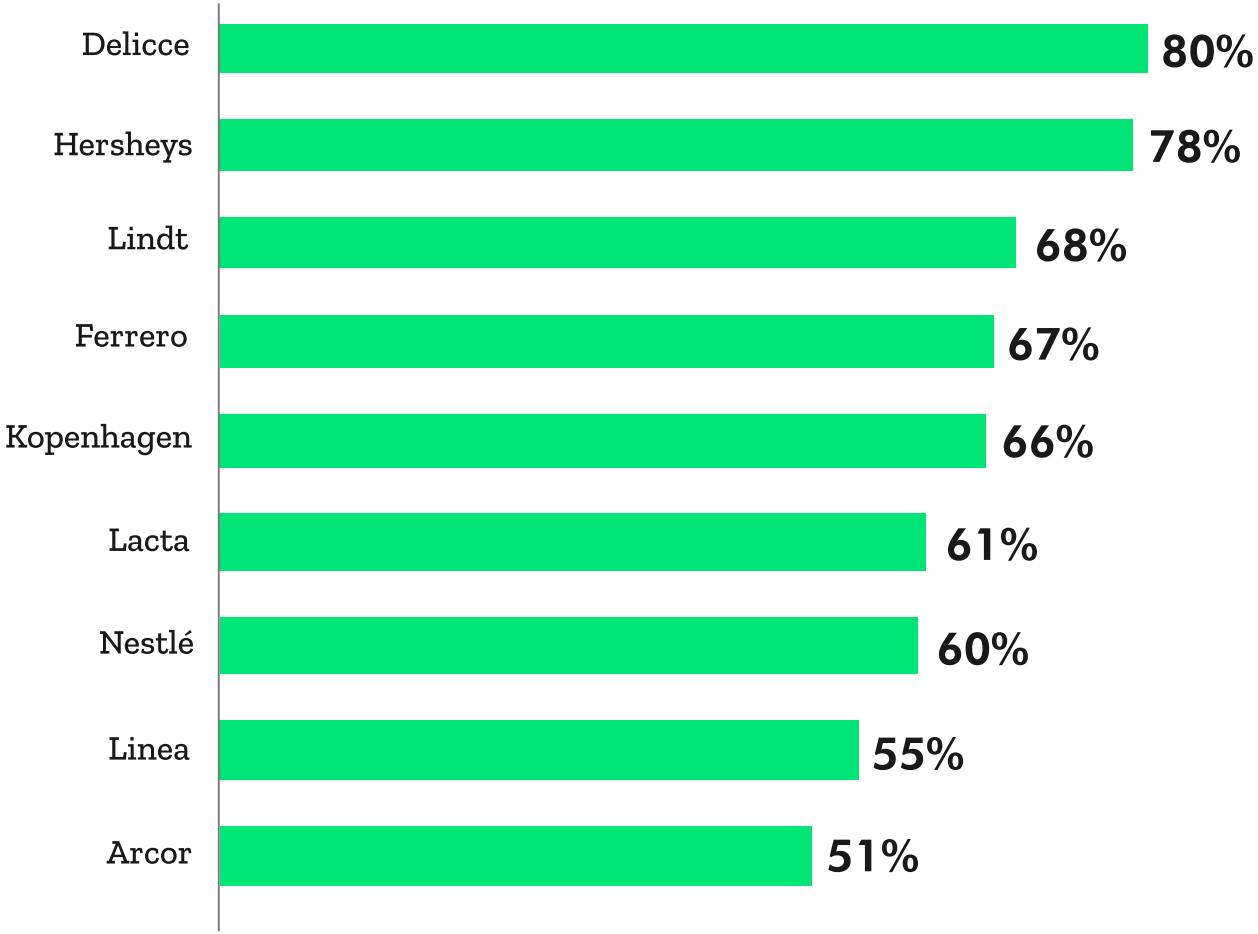
O aumento do preço médio dos produtos dessas duas categorias ocorre a partir do dia 5 de abril, ou seja, após a Páscoa. Uma das possíveis explicações dessa diferença pode ser pelo fato que a venda desses produtos não está focada apenas no período da Páscoa, mas também nos outros dias do ano.

# DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE NA PÁSCOA

# TAXA DE DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE NA PÁSCOA



# TAXA DE DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE
## POR FABRICANTE



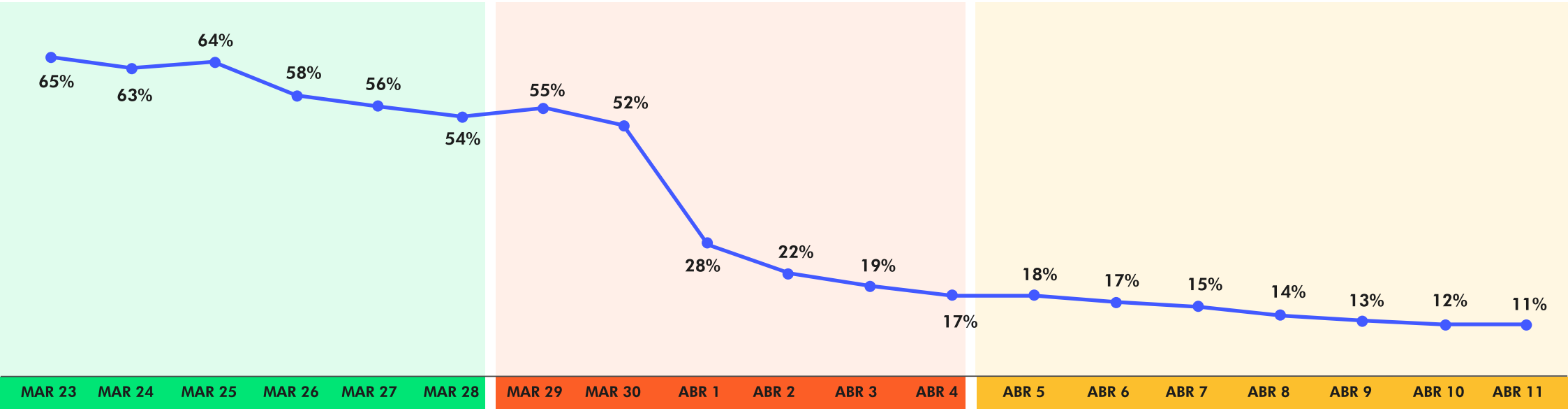

**MÉDIA DE DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE POR FABRICANTE**

**61,6%**

# TAXA DE DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE
## DE OVOS DE PÁSCOA

**MÉDIA DE DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE OVOS DE PÁSCOA**

**33,1%**




**PRÉ-PÁSCOA** **PÁSCOA** **PÓS-PÁSCOA**

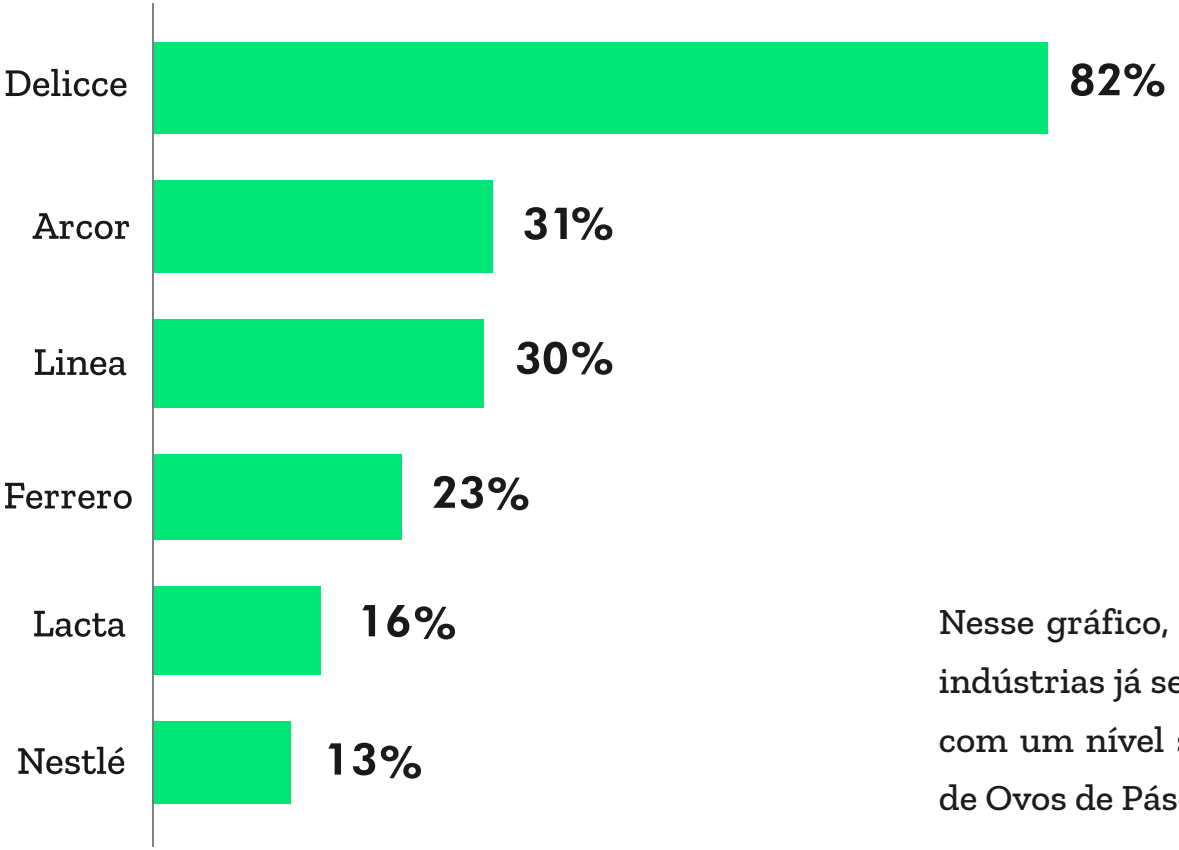
Após análise do percentual médio de disponibilidade de estoque das 9 grandes empresas do chocolate, conclui-se que:

- Por considerar que os Ovos de Páscoa são produtos de extrema sazonalidade, é interessante que os **níveis de estoque acompanhem a demanda.**
- Conforme a demanda chega ao fim, o ideal é que os níveis de disponibilidade finalizem junto.

Dessa forma, é de suma importância que as empresas montem estratégias que permitam que **no dia da Páscoa os níveis de disponibilidade de estoque de Ovos de Páscoa já estejam mais baixos.** Com a finalidade de:

- Atuar com uma quantia segura que diminua os riscos de ruptura de estoque.
- Não se tornar refém dos grandes estoques remanescentes no período pós-Páscoa.

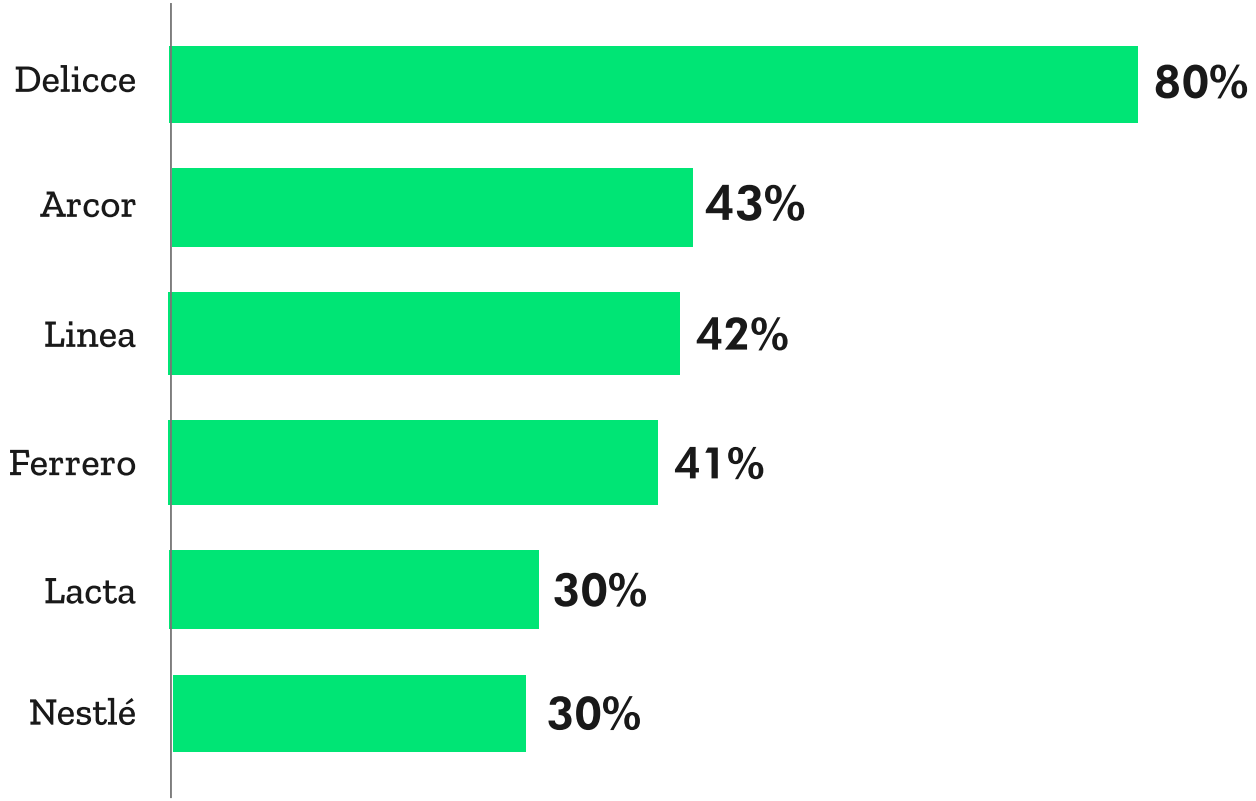
# TAXA DE DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE DE OVOS DE PÁSCOA
## POR FABRICANTE NO DIA DA PÁSCOA




Nesse gráfico, é possível analisar que a maioria das indústrias já se preparam para atuar no e-commerce com um nível seguro de disponibilidade de estoque de Ovos de Páscoa.

**Análise do dia 04 de abril de 2021.*

## TAXA DE DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE DE OVOS DE PÁSCOA
POR FABRICANTE DURANTE TODO O PERÍODO DA PÁSCOA

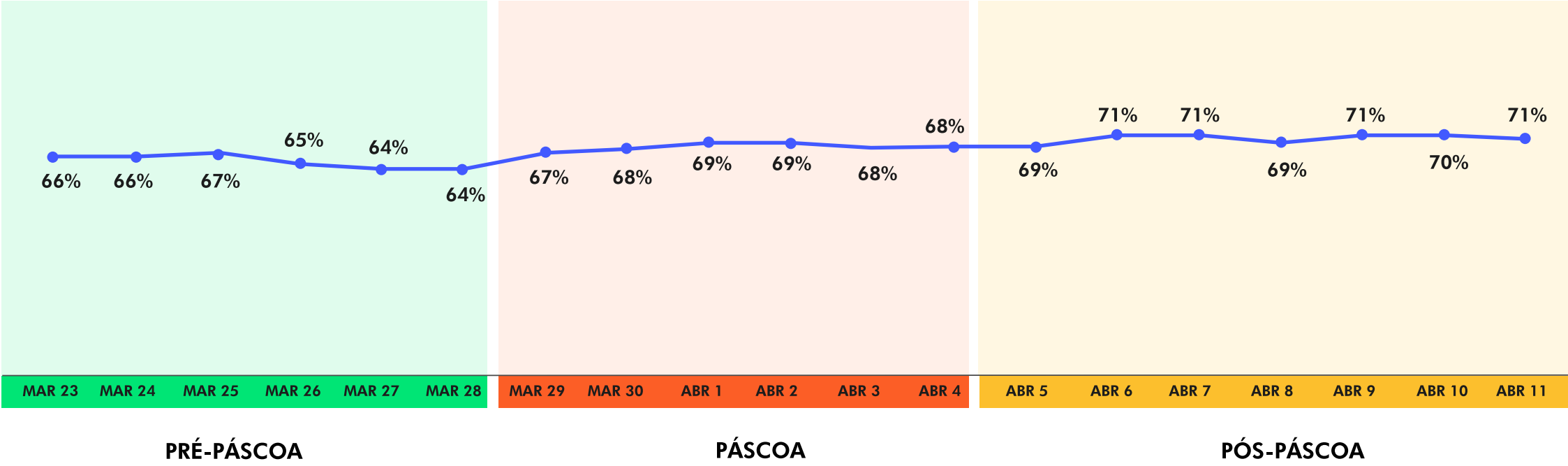


# BARRAS DE CHOCOLATE

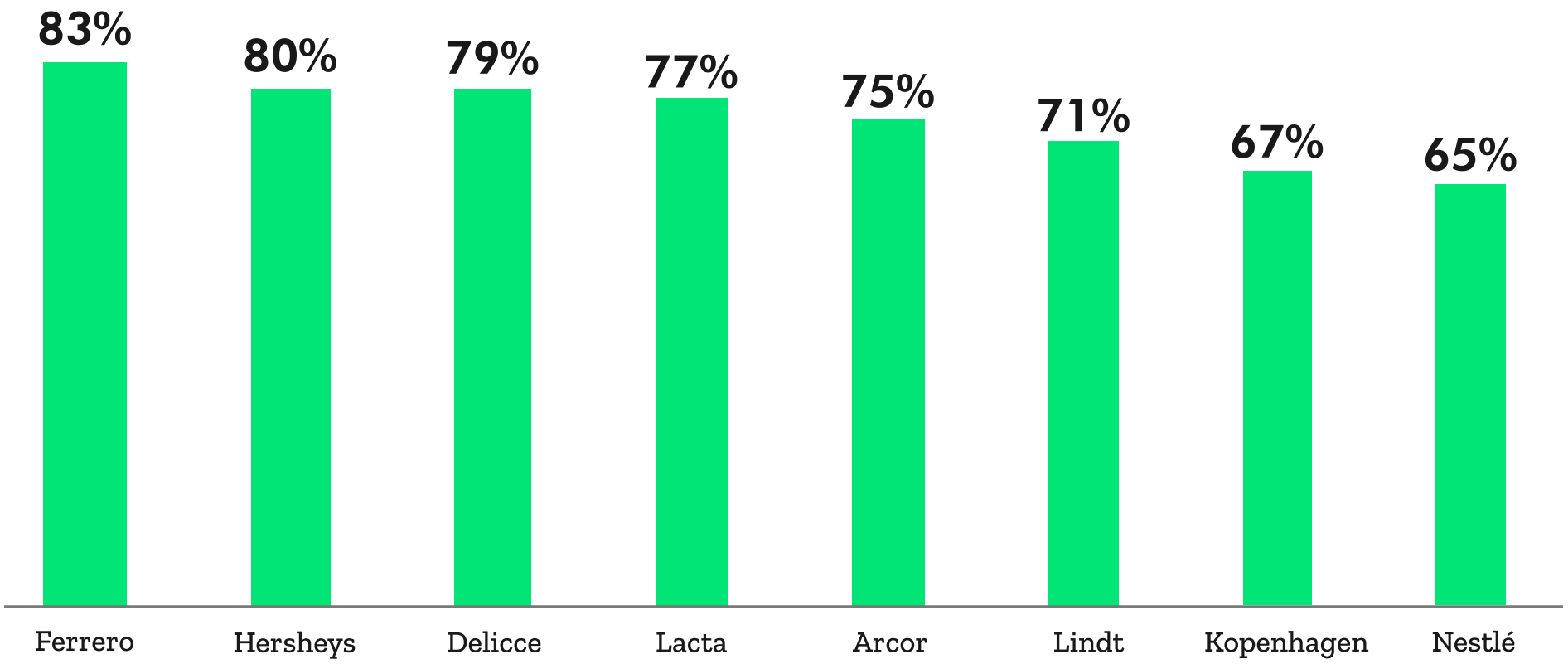
**MÉDIA DE DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE BARRAS DE CHOCOLATE**

**67,9%**

## TAXA DE DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE
DE BARRAS DE CHOCOLATE



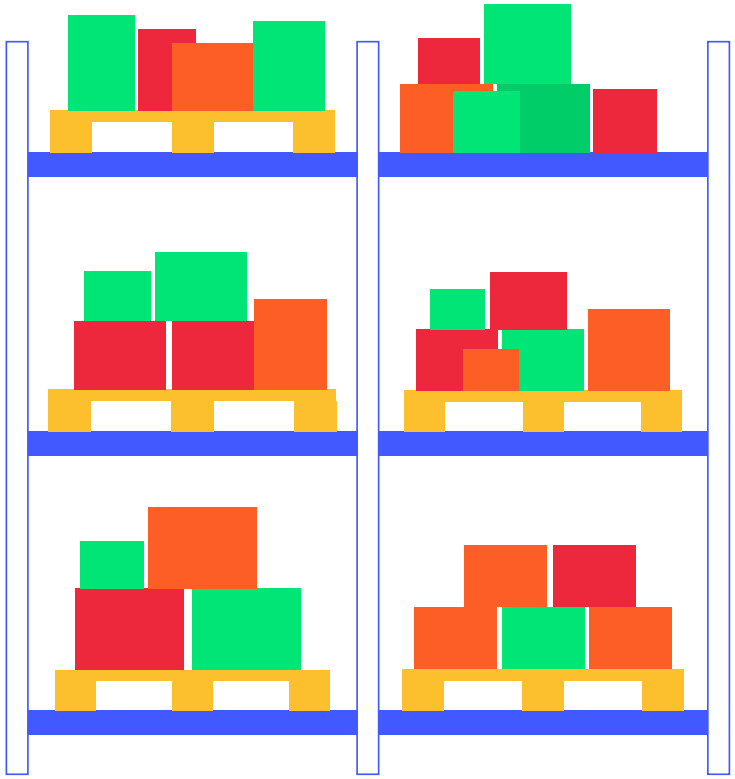
## TAXA DE DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE
EM BARRAS DE CHOCOLATE POR FABRICANTE



Os produtos referentes às categorias Barras de Chocolate e Bomboniere demonstram muita semelhança entre si quando é feita a análise de nível de disponibilidade de estoque.

A explicação baseia-se no reconhecimento do período sazonal, visto que, os produtos dessa categoria, apesar de venderem bastante no período da Páscoa, continuam vendendo também durante os outros períodos do ano.

Dessa forma, as marcas buscam atuar com **níveis de disponibilidade de estoque alto durante todo o período** (pré-Páscoa, Páscoa e pós-Páscoa), pois mesmo que vendam menos do que esperado, aqueles produtos continuarão sendo comercializados nos outros dias do ano.

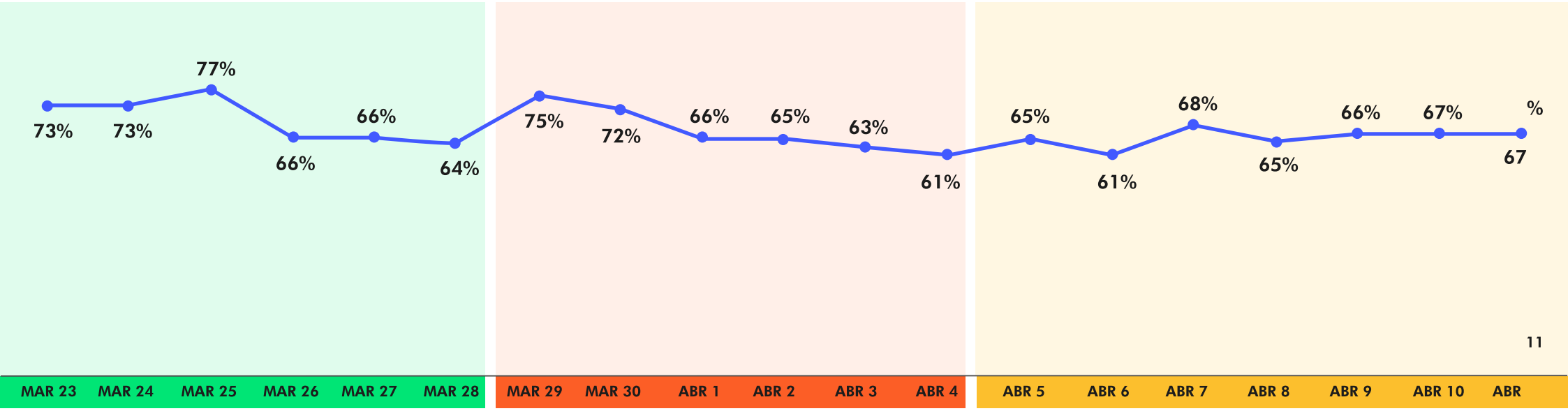


# BOMBONIERE

## TAXA DE DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE
DE BOMBONIERE

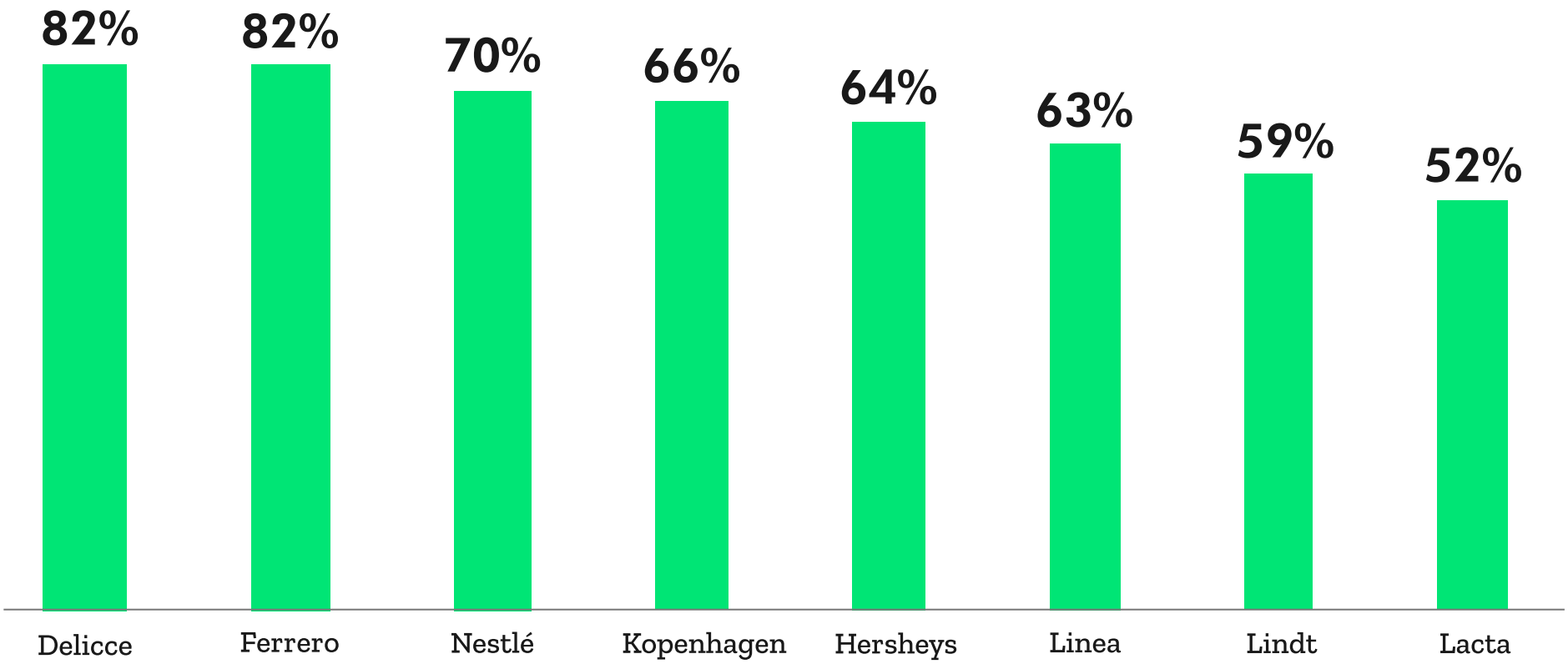
**MÉDIA DE DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE BOMBONIERE**

**67,3%**




**PRÉ-PÁSCOA** **PÁSCOA** **PÓS-PÁSCOA**

## TAXA DE DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE
EM BOMBONIERE POR FABRICANTE



# ANÁLISE D2C

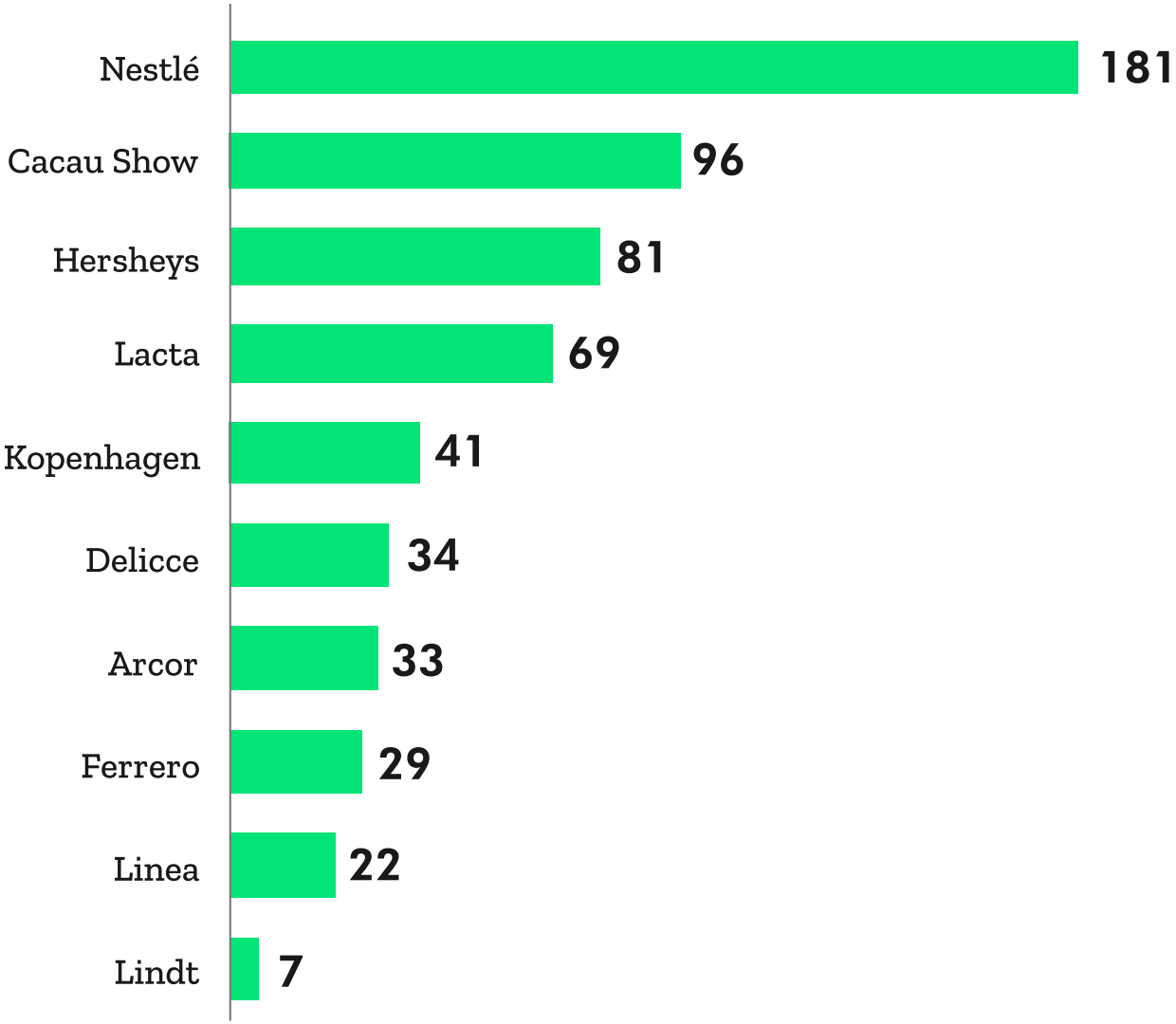
CacauShow

Para enriquecer a pesquisa e ter dados de benchmarking para D2C (direct to consumer), analisamos o e-commerce da Cacau Show, que vende diretamente para o consumidor final.

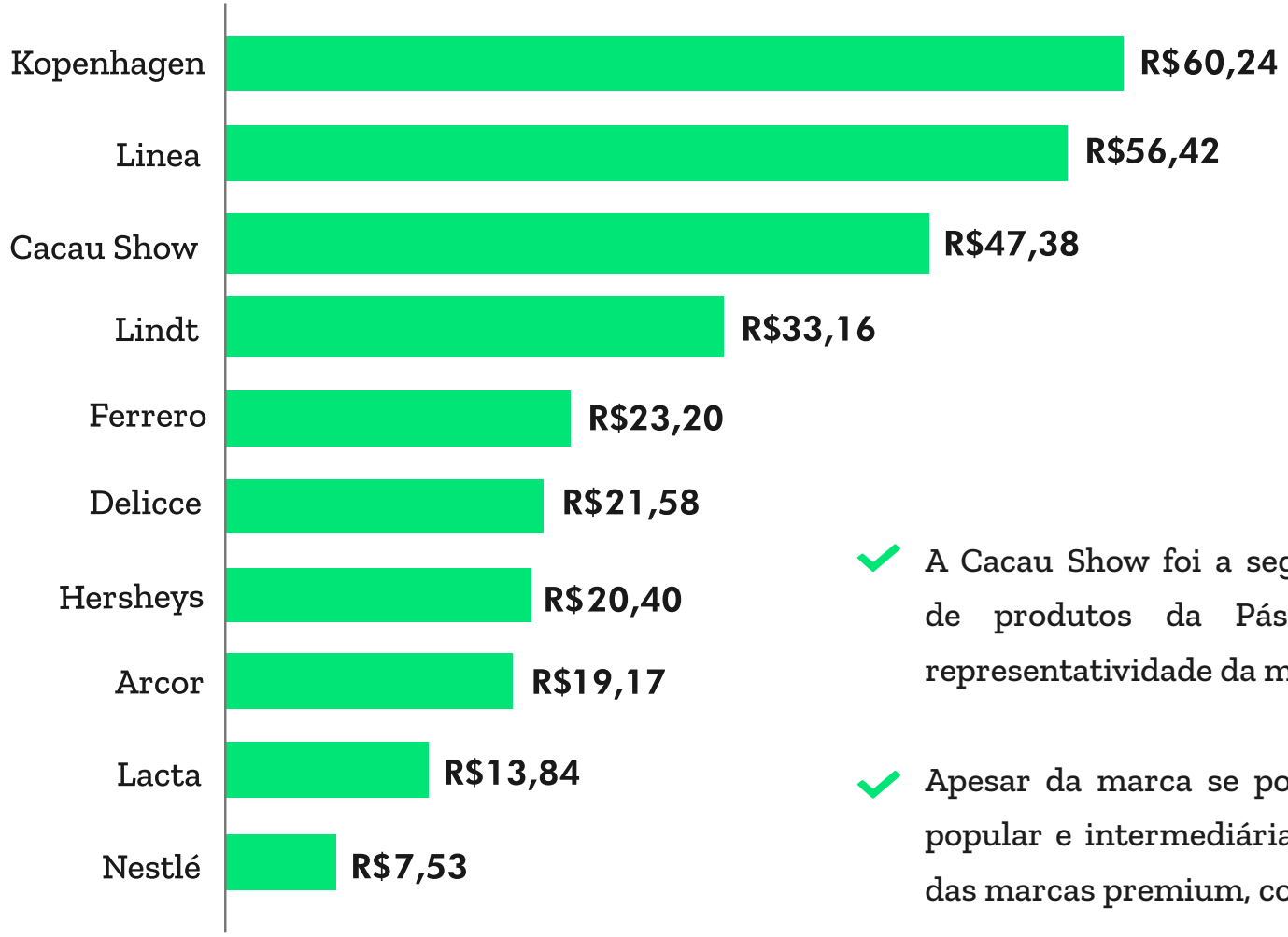
NÚMERO DE PRODUTOS ANALISADOS: **96**

MÉDIA DE PREÇO DOS PRODUTOS: **R$47,38**

## NÚMEROS DE PRODUTOS POR FABRICANTE
INCLUINDO CACAU SHOW



## MÉDIA DE PREÇOS POR FABRICANTE
INCLUINDO CACAU SHOW

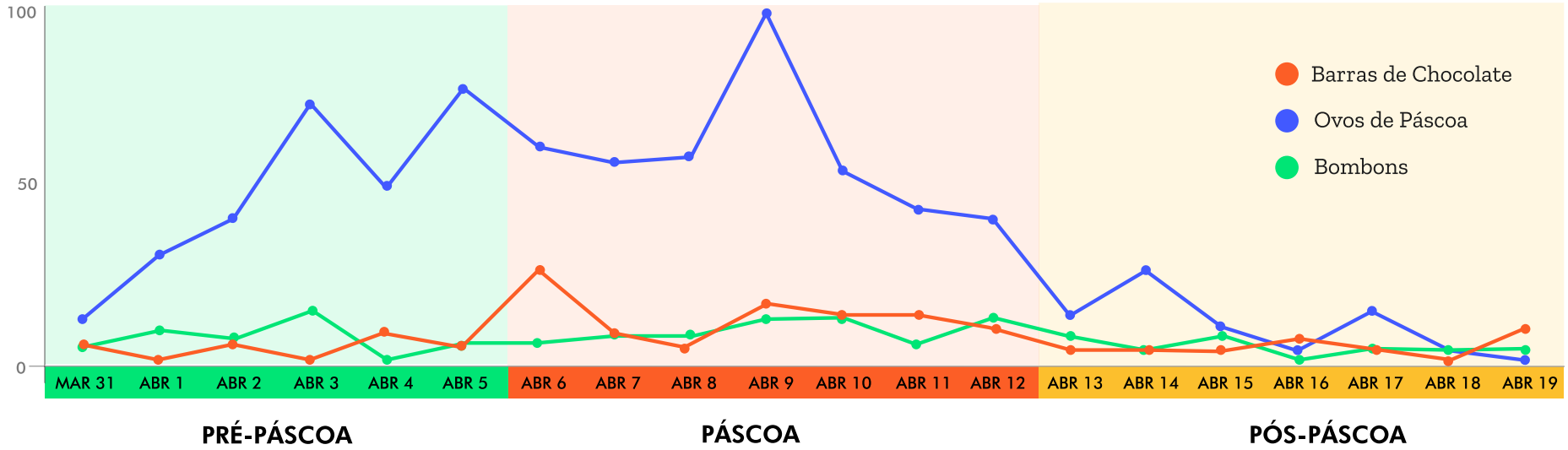



- A Cacau Show foi a segunda maior marca em número de produtos da Páscoa em 2021, mostrando a representatividade da marca no segmento de chocolates.
- Apesar da marca se posicionar como uma linha entre popular e intermediária, o preço médio está similar ao das marcas premium, como Lindt, Kopenhagen e Linea.

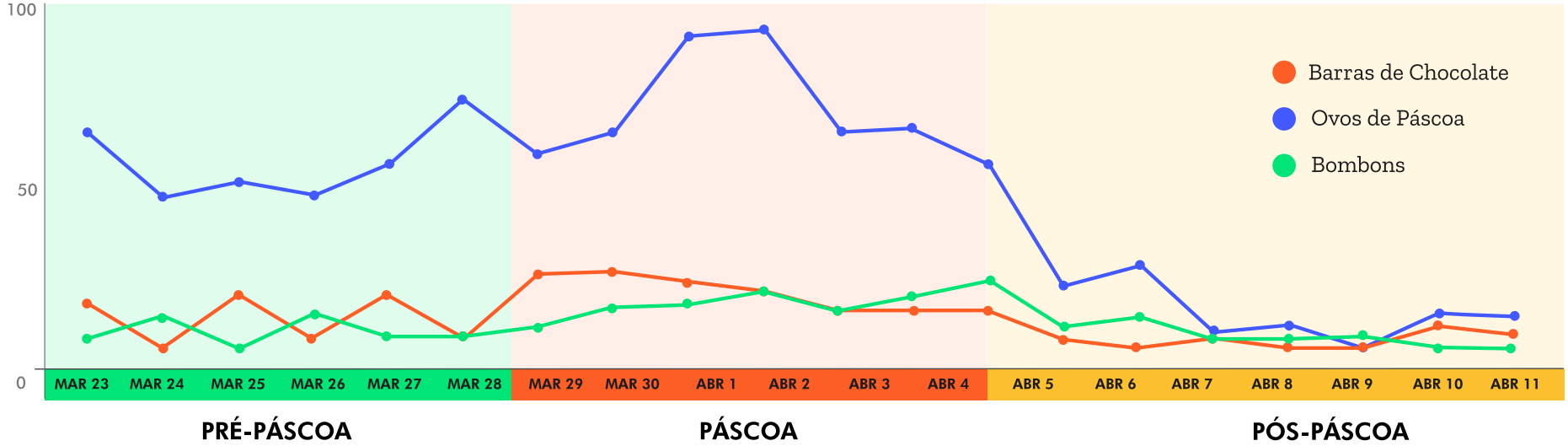
# INFORMAÇÕES EXTRAS

# TERMOS MAIS BUSCADOS NO GOOGLE SHOPPING

## PÁSCOA 2020



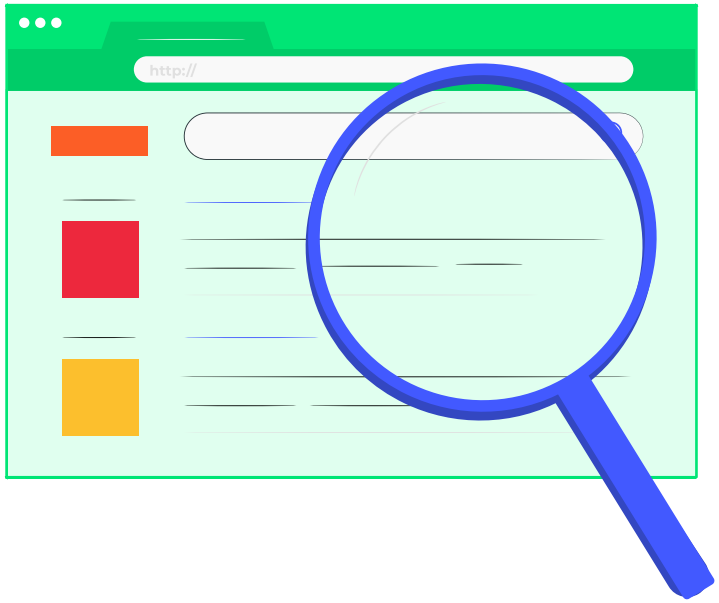

## PÁSCOA 2021



- As pesquisas por Ovos de Páscoa se intensificaram na semana da Páscoa, atingindo seu pico 2 a 3 dias antes do domingo de Páscoa.

- Logo em seguida, ocorreu uma queda muito brusca, o que demonstra a importância da assertividade do controle da disponibilidade de estoque da categoria de Ovos de Páscoa no período.

- No ano de 2021, a busca por Barras de Chocolate foi ligeiramente maior que bombons comparada ao ano de 2020.



## 20 TERMOS MAIS BUSCADOS NOS SITES AMERICANAS, SUBMARINO E SHOPTIME NA CATEGORIA PÁSCOA

1. ovo de pascoa
2. ovos de pascoa
3. ovo de páscoa
4. ovo de pascoa kinder ovo
5. ovo
6. chocolate
7. ovo de pasco lacta
8. ovos de pascoa infantis
9. ovos de páscoa
10. kinder ovo
11. pascoa
12. ovos de pascoa nestle
13. ovo de pascoa nestle
14. ovo de pascoa playstation
15. ovos de pascoa kinder ovo
16. ovos
17. ovo da pascoa
18. ovo pascoa
19. páscoa
20. Colomba pascal bauducco

# E-COMMERCES ANALISADOS NA PESQUISA

Americanas

Clube Extra

Pão de Açúcar

Carrefour

Amazon

Zona Sul

Muffato

Angeloni

Savegnago

Mambo

Sonda

Tenda Atacado

# PRINCIPAIS INSIGHTS DA PÁSCOA 2021 NO E-COMMERCE

- **Vendas da categoria Bomboniere:** apresentou um crescimento de 306% do número de pedidos quando comparado com as vendas de 2020.

- **Vendas da categoria Ovos de Páscoa:** apresentou um crescimento de 100% do número de pedidos quando comparado com as vendas de 2020.

- **Preço:** 6 das grandes indústrias apresentaram ticket médio abaixo de R$30. E além disso, grande parte das marcas e varejistas optaram por realizar promoções na semana da Páscoa.

- **Categoria mais vendida:** apesar de nesse período ainda se vender mais Ovos de Páscoa do que os produtos da categoria Bomboniere, um ponto de atenção é que outros chocolates vem apresentando um crescimento de vendas 300% maior do que o de Ovos de Páscoa.

- **Decisão de compra:** o preço é o principal fator de decisão do consumidor na hora de realizar as compras de Páscoa.

- **Top marcas:** Nestlé, Lacta, Ferrero Rocher e Arcor estão entre as marcas mais consumidas durante a Páscoa.

- **Evolução Páscoa:** a Páscoa 2021 obteve um aumento de 84% no faturamento em relação ao ano anterior.

LETT

A Lett é uma solução que aproxima marcas e consumidores criando a jornada de compras perfeita no e-commerce.

Por meio de inteligência de dados para e-commerce, a Lett tem como objetivo principal criar experiências inesquecíveis para que as marcas aumentem suas vendas online.

Quer saber mais? Entre em contato agora mesmo!

**lett.digital**