

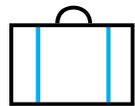
ABAD

Categorias em Destaque

Fornecedor Nota 10

NOVEMBRO 2020

PANDEMIA PROVOCOU UM AUMENTO GRANDE NA TAXA DE DESEMPREGO, MAS IMPACTO NO VAREJO FOI SUAVIZADO PELO AUXILIO EMERGENCIAL

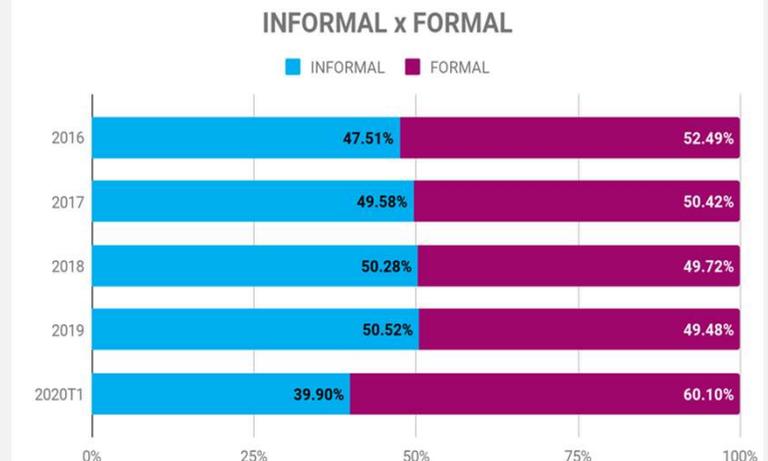
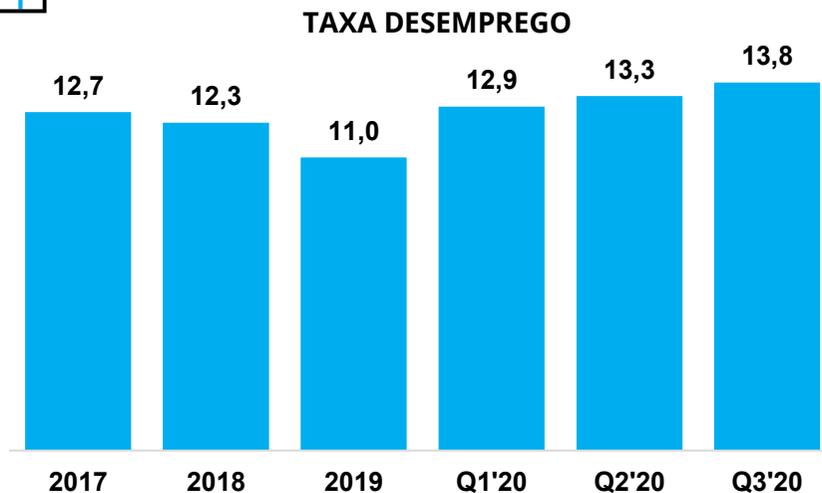


Auxílio Emergencial já beneficiou 68 milhões de brasileiros

Segundo o Ministério da Cidadania, o programa já pagou R\$ 250 bilhões a 68 milhões de brasileiros

© 19/11/2020 - 11h:10min - Fonte: Ministério da Cidadania

Compartilhar: [f](#) [t](#) [G+](#)

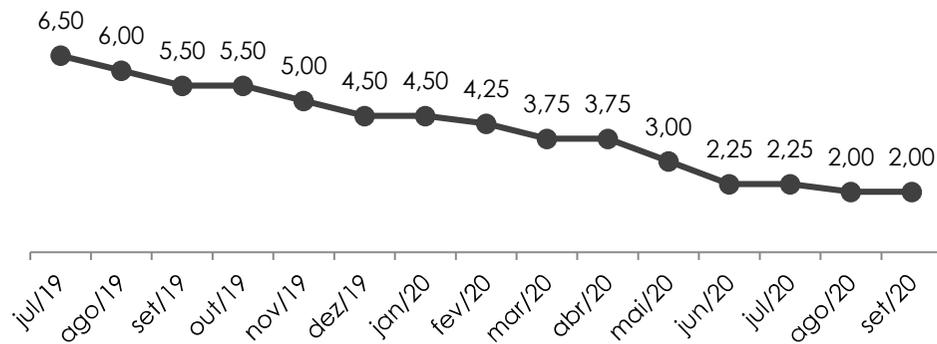


Quase metade da população ativa trabalha na informalidade

QUEDA HISTÓRICA DA SELIC, RETOMADA DA CONFIANÇA, ALTA DO DÓLAR E EXPORTAÇÕES IMPACTAM OS PREÇOS DOS ALIMENTOS, COM REFLEXOS NA INFLAÇÃO

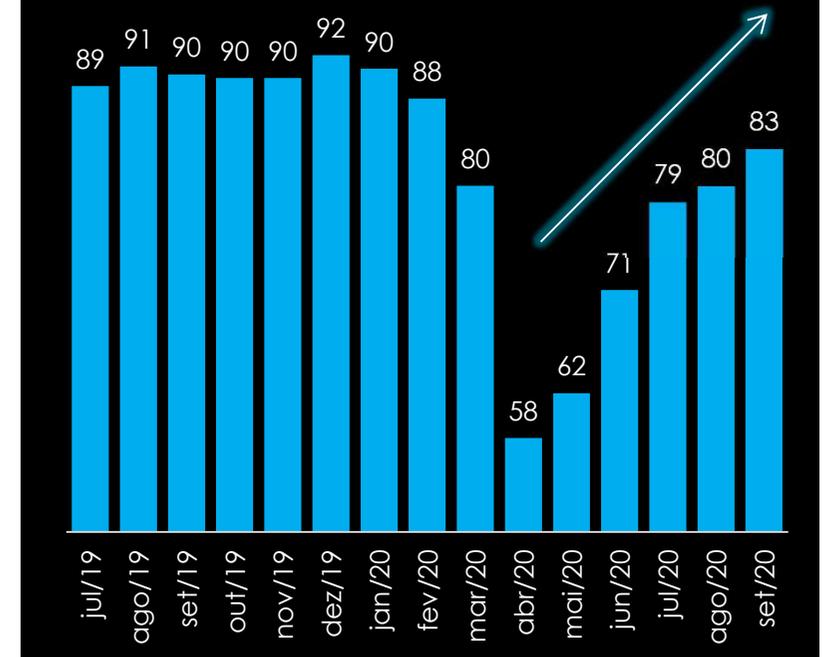


SELIC

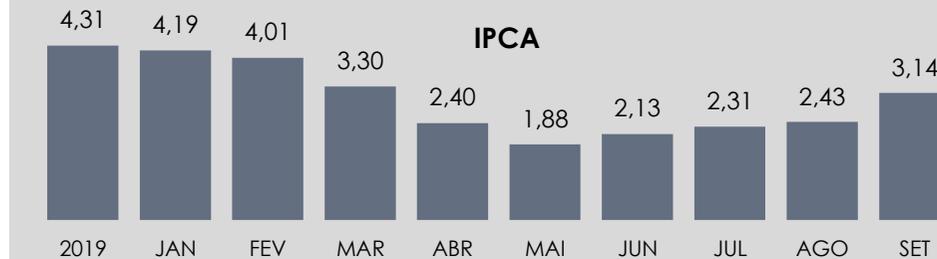


Retomada da confiança do consumidor é gradual

Índice de Confiança do Consumidor



IPCA



Carnes: +4,83% vs Setembro (5ª alta consecutiva no ano); **Óleo de Soja:** +22,43%; **Arroz:** 18,48%

Tomate: 14,25%; **Leite UHT:** +4,26%

Fonte: IBGE | BC

Fonte: FGV- FIESP- Fecomercio

ALGUMAS MUDANÇAS NO COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES FORAM RAPIDAMENTE PERCEBIDAS

Copyright © 2020 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.



MENOS VISITAS
AO PDV

MENOR MIXIDADE
DE CANAIS

AUMENTO DAS
COMPRAS DE
ABASTECIMENTO

FORTE CRESCIMENTO DO
ECOMMERCE (+47% VS 1o.
SEM/19)

TICKET MÉDIO
MAIS ALTO



AUMENTO DE CONSUMO
DE PRODUTOS FRESCOS
E COMMODITIES

IMPACTO NEGATIVO PARA
CATEGORIAS E VAREJO DE
CONSUMO LOCAL

AUMENTO DE CONSUMO
PRODUTOS DE LIMPEZA

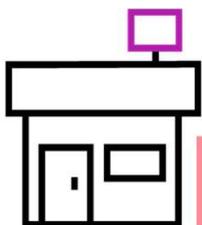
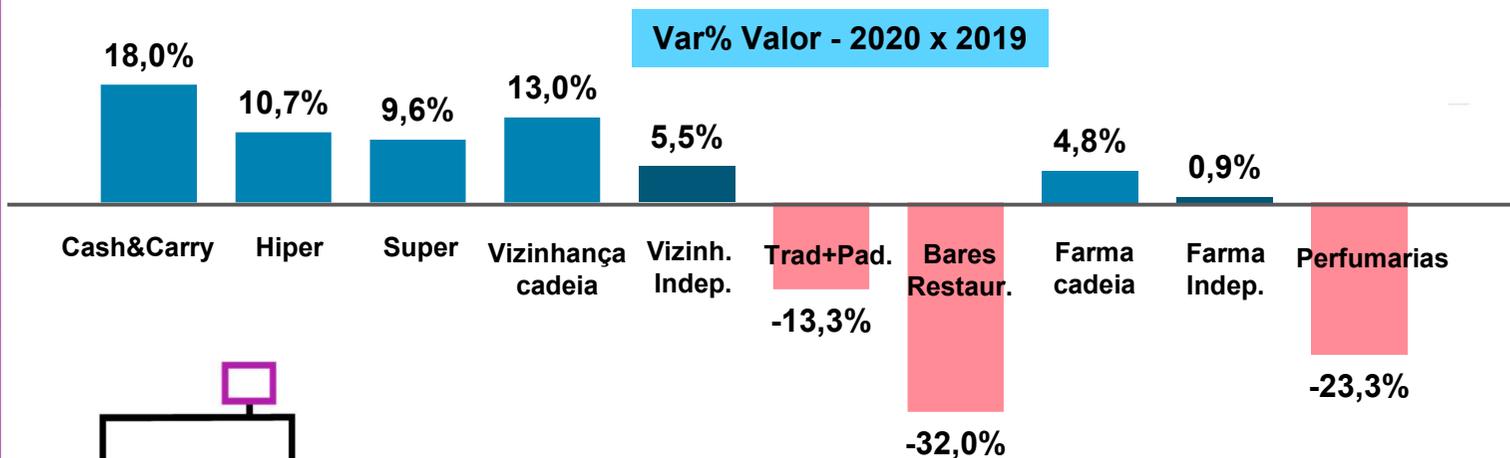


BENEFICIANDO LOJAS MAIORES E COM IMPACTO NEGATIVO EM LOJAS COM CONSUMO LOCAL



Importância dos canais% - Categorias Nielsen

19,8% 9,8% 12% 4,4% 25,9% 7,9% 14,2% 2,5% 2,6% 1%



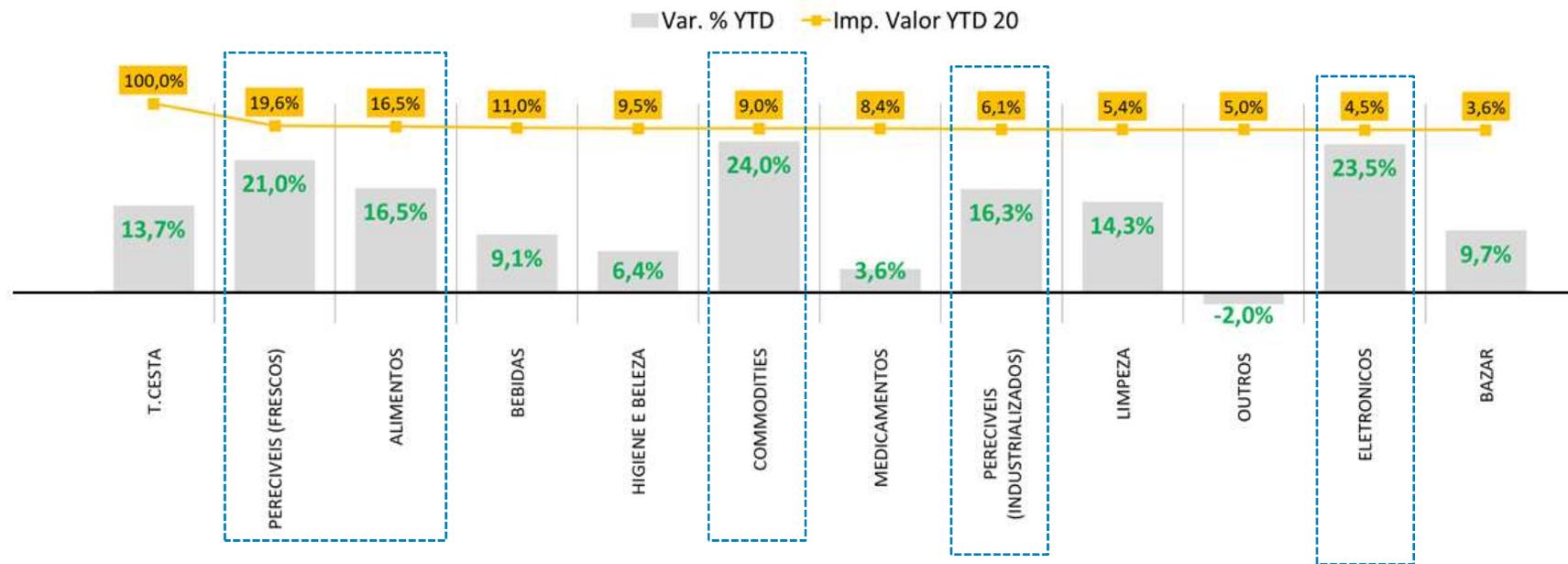
Muitas lojas fechadas ao longo da pandemia

Fontes: Nielsen Total Store – Varejo Moderno (C&C, Hiper, Super, Vizinhança Cadeia e Farma Cadeia)
 Nielsen Retail Index – Vizinhança Independentes, Tradicionais+Padarias, Bares+Restaurantes, Farma Independente e Perfumarias (160 categorias de produtos)
 YTD 2020 vs YTD 2019 (até Set/20)

PERECÍVEIS FRESCOS E COMMODITIES PUXAM O CRESCIMENTO

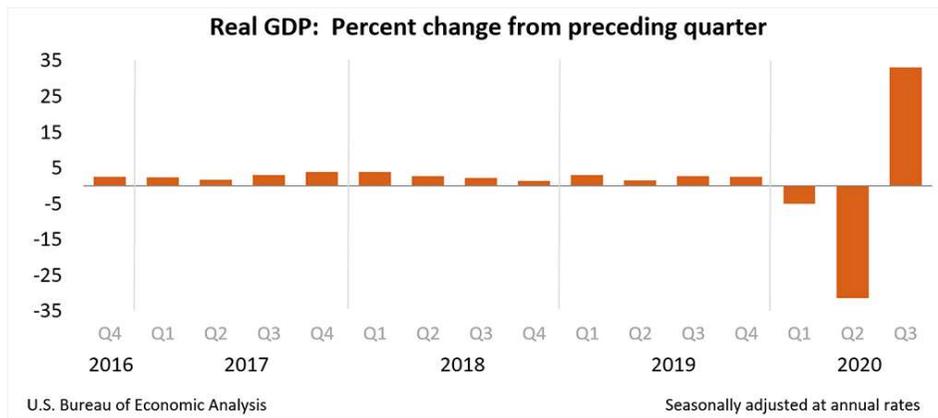
NIELSEN CESTAS

CRESCIMENTO DE VENDAS | Total Autosserviço + Cash&Carry + Farma Cadeia
YTD 2020 vs. YTD 2019 até 27/Set



O QUE VEM PELA FRENTE?

PIB NO 3º. TRIMESTRE JÁ MOSTRA RECUPERAÇÃO DA ECONOMIA, EMBORA AINDA INSUFICIENTE PARA RECUPERAR AS PERDAS



**PIB
2020**



Projeção ano 2020
em Q'4 2019
+2,3%

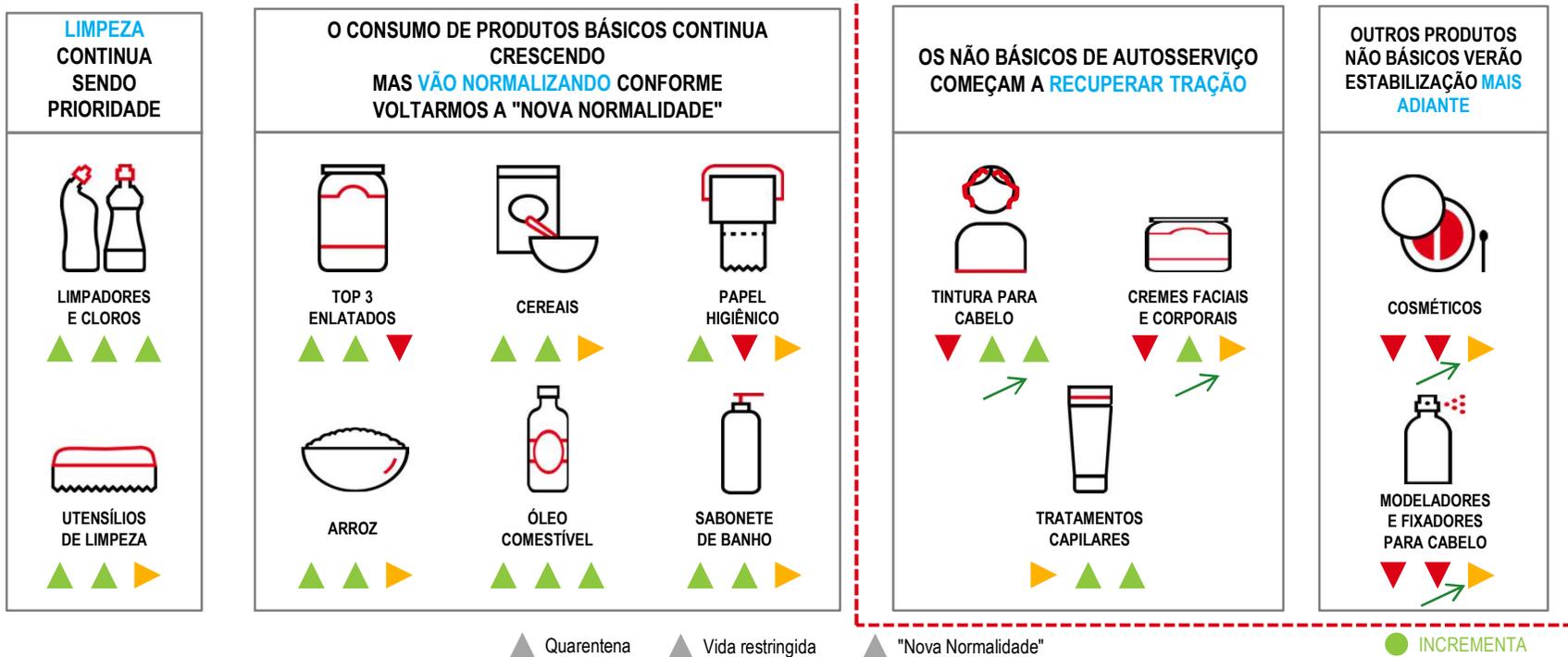


Projeção Ano 2020 em
Nov'2020:
-4,8%

CONSUMIDOR SEGUIRÁ COM BOLSO MAIS APERTADO, FAZENDO ESCOLHAS DE CUSTO X BENEFÍCIO E COM MAIOR CAUTELA PARA GASTOS

PRODUTOS BÁSICOS CONTINUAM SENDO PRIORIDADE

E "nova normalidade" vai atrair a recuperação para os não básicos.



Fonte: Nielsen ScanTrack, % de Crescimento médio em Valor de Vendas, no México, Brasil, Colômbia e Peru;
 Preparação da Despensa: Sem. 9-13 '20, Vivendo a Quarentena Sem. 14-18 '20, Vida restrita Sem. 19-23 '20, Última semana: 1-7 de junho '20

COMO JÁ ACOMPANHAMOS NA CRISE DE 2015/2016, ALGUNS COMPORTAMENTOS DEVE SE REPETIR

O QUE APRENDEMOS EM 2015-2016?

REDUZ CONSUMO FORA DO LAR

62% dos consumidores economizam com entretenimento fora do lar
(vs. 61% em 2015)

BUSCA POR CUSTO BENEFÍCIO

Cash & Carry cresce **+11,3% em 2016**
(vs. 12,1% em 2015)

COMPRA DO MÊS

Abastecimento cresce **+5,5% em 2016**
(vs. 6,9% em 2015)

OPÇÕES DE DESEMBOLSO

60% das categorias crescem por embalagens econômicas
(vs. 60% em 2015)

TRADE DOWN

Smart Choices crescem em **62%** das categorias
(vs. 50% em 2015)

RACIONA A COMPRA

Volume **por lar** da cesta Nielsen cai **-5,2%**
(vs. -3,5% em 2015)

COMO ISSO SE APLICA AO CENÁRIO ATUAL E AO FUTURO?

#1 CONSUMO FORA DO LAR:
Impacto ainda deve se manter em uma realidade na qual o **desenvolvimento e distribuição da vacina ainda são incertos.**

#2 CANAL MODERNO E C&C:
As **Grandes Cadeias** varejistas crescem em um cenário difícil para o pequeno varejo. **C&C segue sendo destaque.**

#3 ABASTECIMENTO NO PDV:
Ticket médio por ocasião vem **aumentando e 33,4%** dos consumidores **pretendem manter a redução de idas ao PDV** no pós-covid.

#4 REDUÇÃO CONSUMO
Provável fim do Auxílio Emergencial e Alta Taxa de Desemprego devem impactar a retomada do consumo.



nielsen
● ● ● ● ● ● ● ●

SHAPING A SMARTER MARKET™

This artwork was created using Nielsen data.
Copyright © 2020 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.