

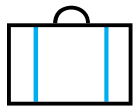
# **ABAD**

## **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

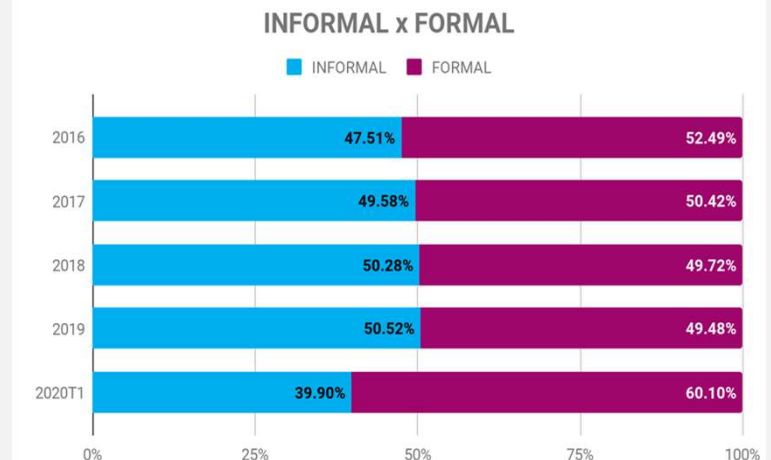
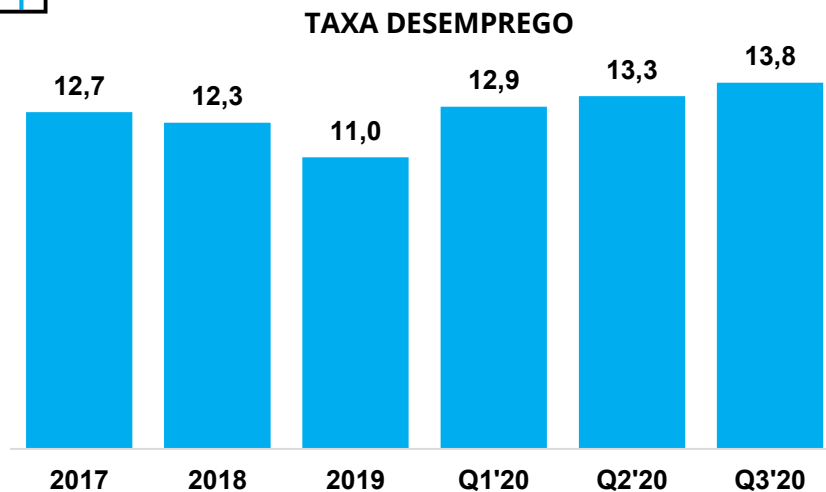


## Auxílio Emergencial já beneficiou 68 milhões de brasileiros

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

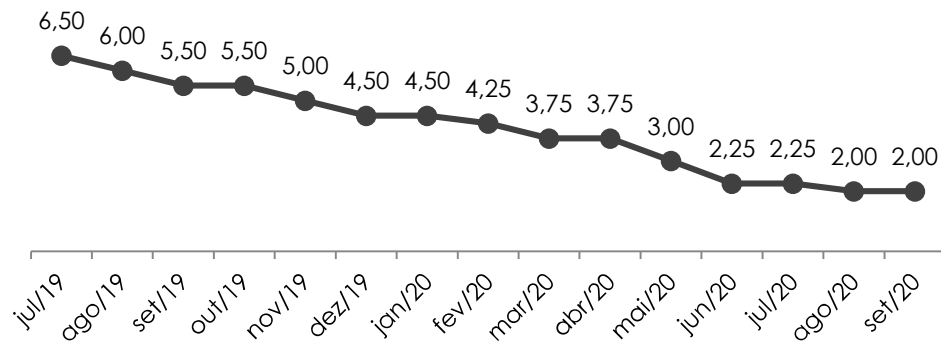
Compartilhar: [f](#) [t](#) [G+](#)



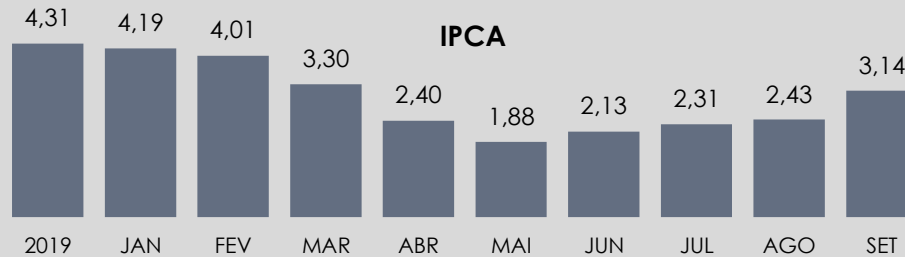
*Quase metade da população ativa trabalha na informalidade*

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

SELIC



IPCA



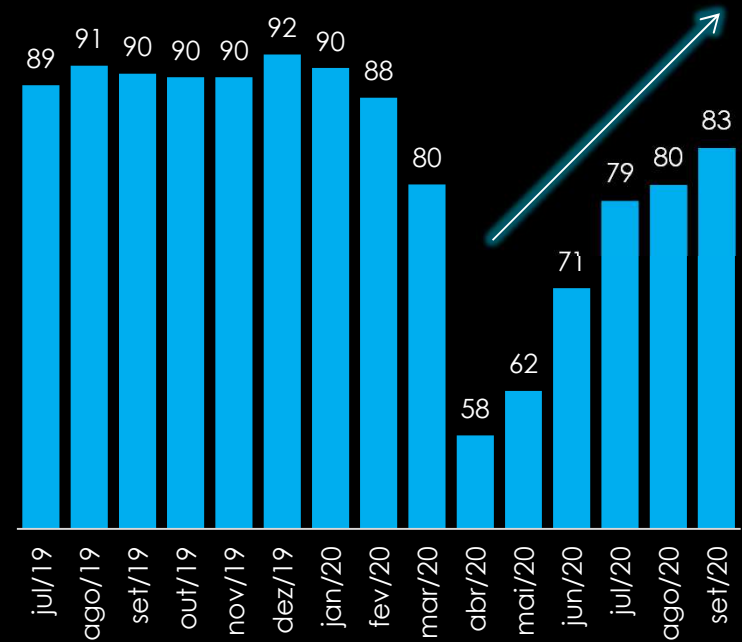
**Carnes:** +4,83% vs Setembro (5ª alta consecutiva no ano); **Óleo de Soja:** +22,43%; **Arroz:** 18,48%  
**Tomate:** 14,25%; **Leite UHT:** +4,26%

Fonte: IBGE | BC

Fonte: FGV- FIESP- Fecomercio

Retomada da confiança do consumidor é gradual

Índice de Confiança do Consumidor



# 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



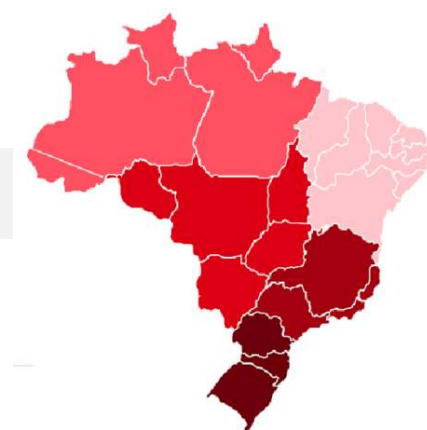
AUMENTO DE CONSUMO  
DE PRODUTOS FRESCOS  
E COMMODITIES

IMPACTO NEGATIVO PARA  
CATEGORIAS E VAREJO DE  
CONSUMO LOCAL

AUMENTO DE CONSUMO  
PRODUTOS DE LIMPEZA



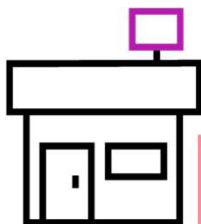
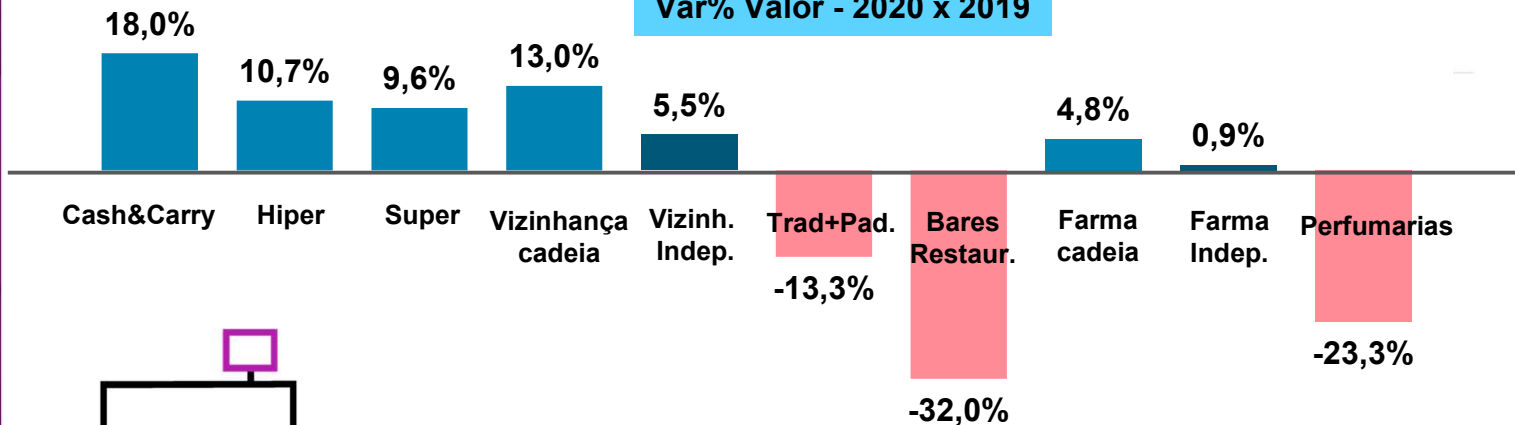
# BENEFICIANDO LOJAS MAIORES E COM IMPACTO NEGATIVO EM LOJAS COM CONSUMO LOCAL



Importância dos canais% - Categorias Nielsen

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

Var% Valor - 2020 x 2019



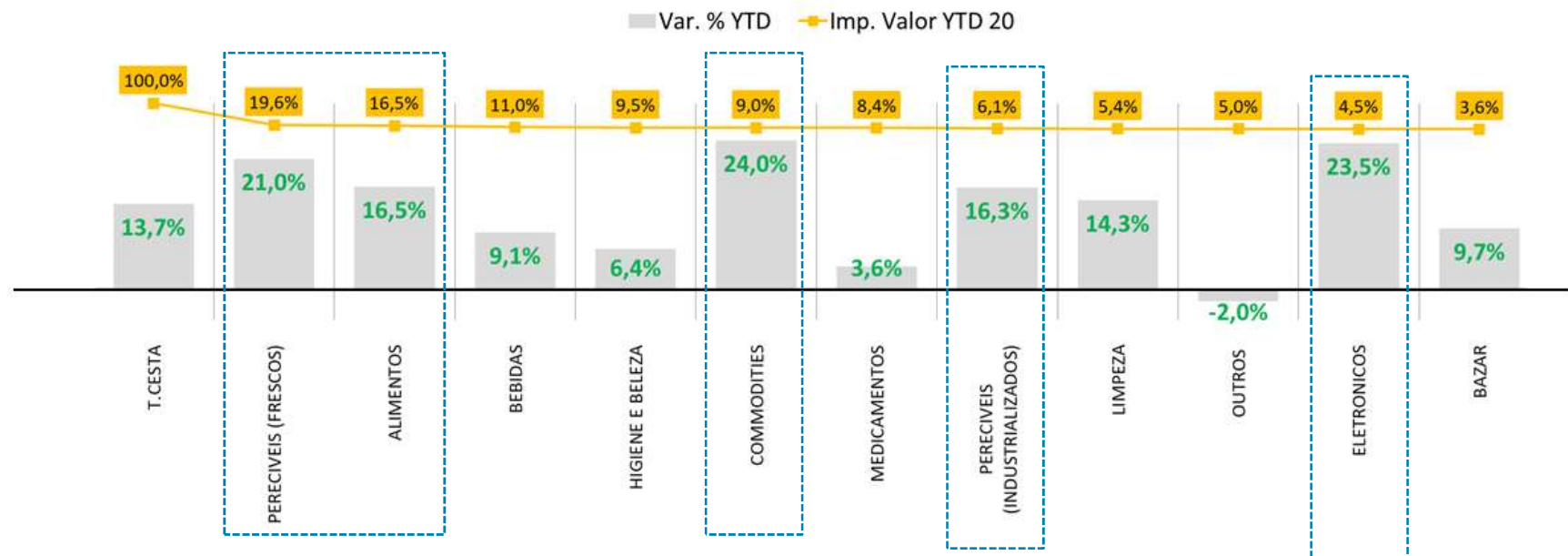
Muitas lojas fechadas ao longo da pandemia

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**

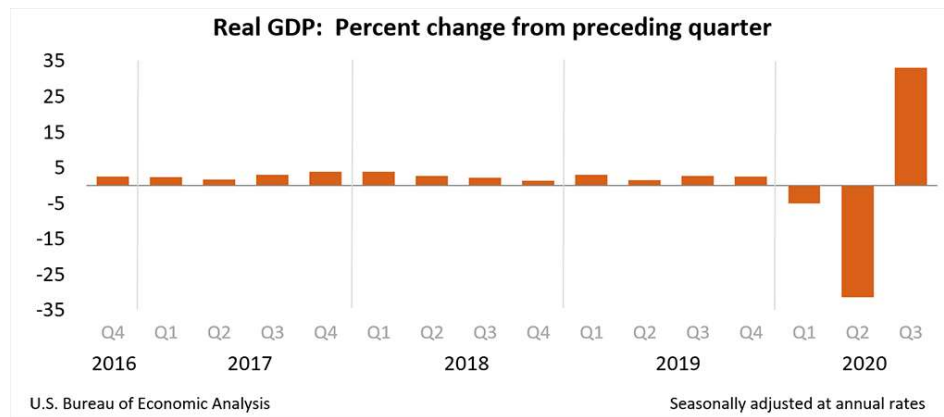
**CRESCIMENTO DE VENDAS | Total Autosserviço + Cash&Carry + Farma Cadeia**  
**YTD 2020 vs. YTD 2019 até 27/Set**





# 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%**



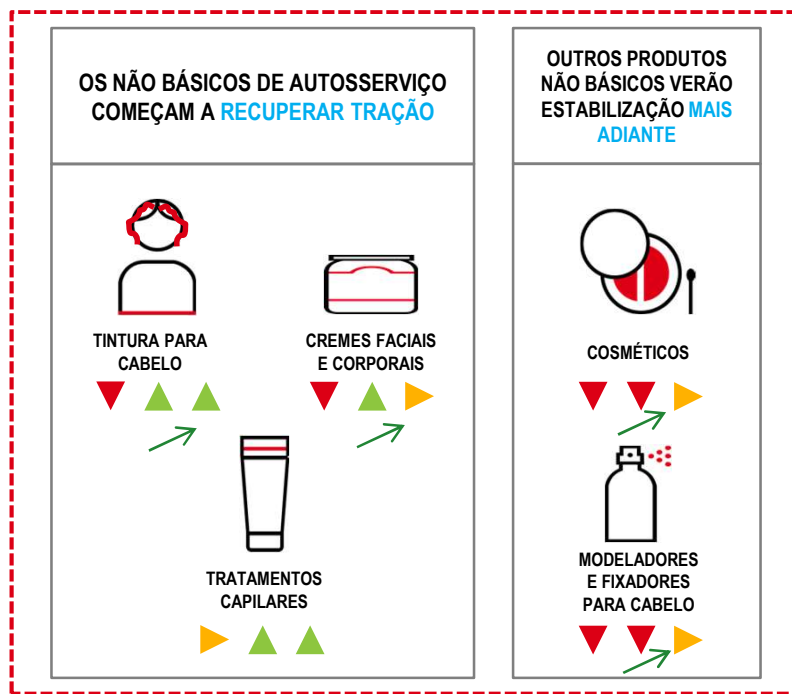
Projeção Ano 2020 em Nov'2020:  
**-4,8%**

**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.



▲ Quarentena    ▲ Vida restringida    ▲ "Nova Normalidade"

● INCREMENTA  
● SE MANTÉM  
● DIMINUI

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	BUSCA POR CUSTO BENEFÍCIO	COMPRA DO MÊS	OPÇÕES DE DESEMBOLSO	TRADE DOWN	RACIONA A COMPRA
62% dos consumidores economizam com entretenimento fora do lar (vs. 61% em 2015)	Cash & Carry cresce +11,3% em 2016 (vs. 12,1% em 2015)	Abastecimento cresce +5,5% em 2016 (vs. 6,9% em 2015)	60% das categorias crescem por embalagens econômicas (vs. 60% em 2015)	Smart Choices crescem em 62% das categorias (vs. 50% em 2015)	Volume <u>por lar</u> 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.

The background of the entire image is a vibrant purple color with a complex, wavy, and undulating texture that resembles liquid or fabric. In the center, the word "nielsen" is written in a white, lowercase, serif font. Below the letters of "nielsen", there are eight small white dots arranged in a horizontal line, each centered under a letter.

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.