

abras[®] ECONOMIA

Indicadores do Autosserviço

PAUTA

- ✓ **Índice Nacional de Vendas Abras**
- ✓ **Índice de Confiança do Supermercadista**
- ✓ **Abrasmercado (GfK)**
- ✓ **Índice de Volume**
- ✓ **Tíquete Médio e Frequência**
- ✓ **Projeções**

Índice Nacional de Vendas Abras

- ✓ Em junho, as vendas dos supermercados, deflacionadas pelo IPCA, registraram alta de 0,24% na comparação com o mês de maio. Quando comparadas com o mesmo mês do ano anterior, apresentaram alta real de 3,89%.

Índice Nacional de Vendas Junho/2019 Variações Mensais – Total Brasil	Variação Real* (IPCA / IBGE)
Mês x mês anterior	0,24%
Mês x mesmo mês ano anterior	3,89%
Acumulado do ano (YTD)	2,64%

- Índice Nacional de Vendas Abras acumula alta de 2,64% no ano, em relação ao mesmo período do ano passado.

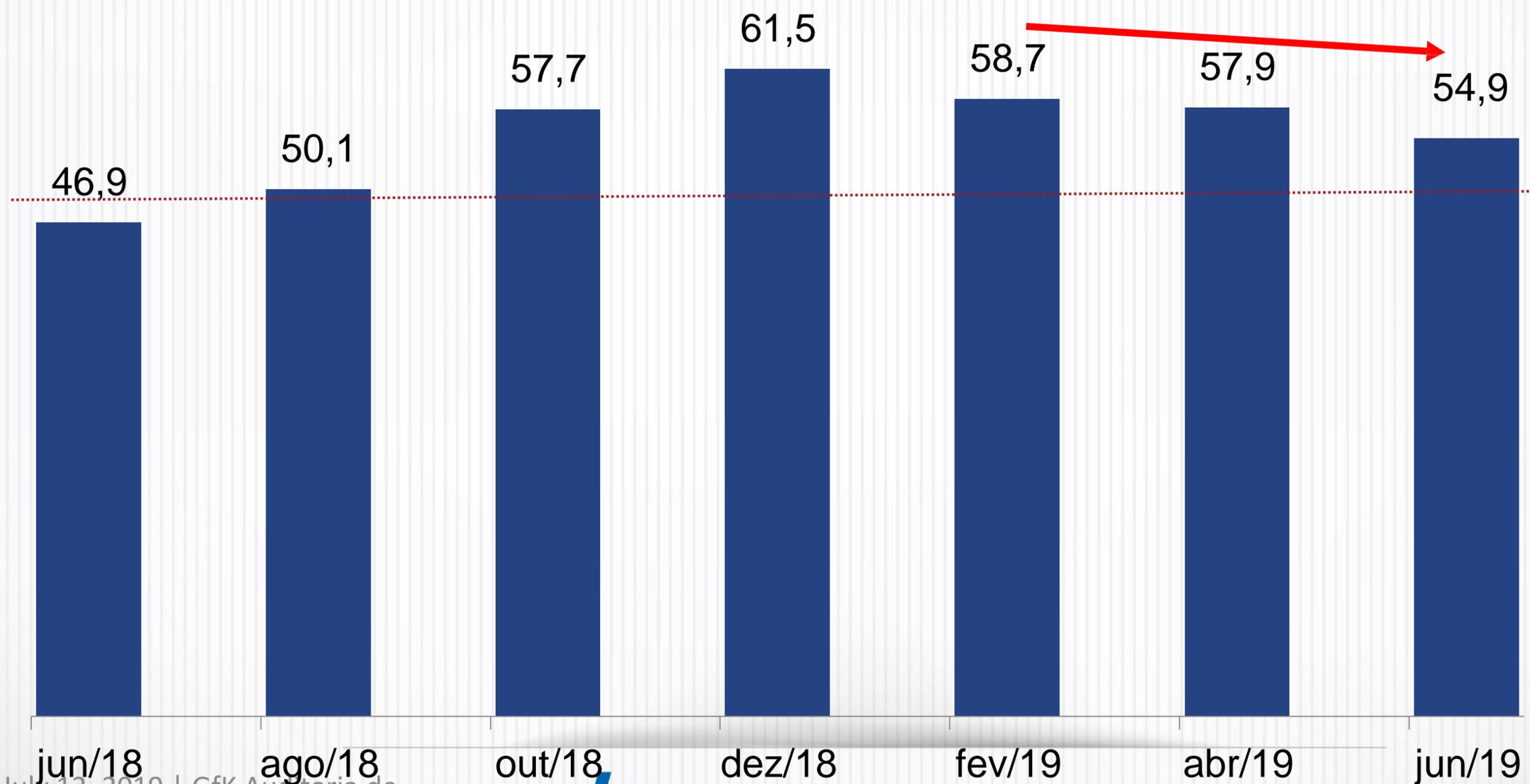
Evolução do Índice de Vendas Abras - Acumulado do ano (%)*



Fonte: Abras
* Deflacionado pelo IPCA/IBGE

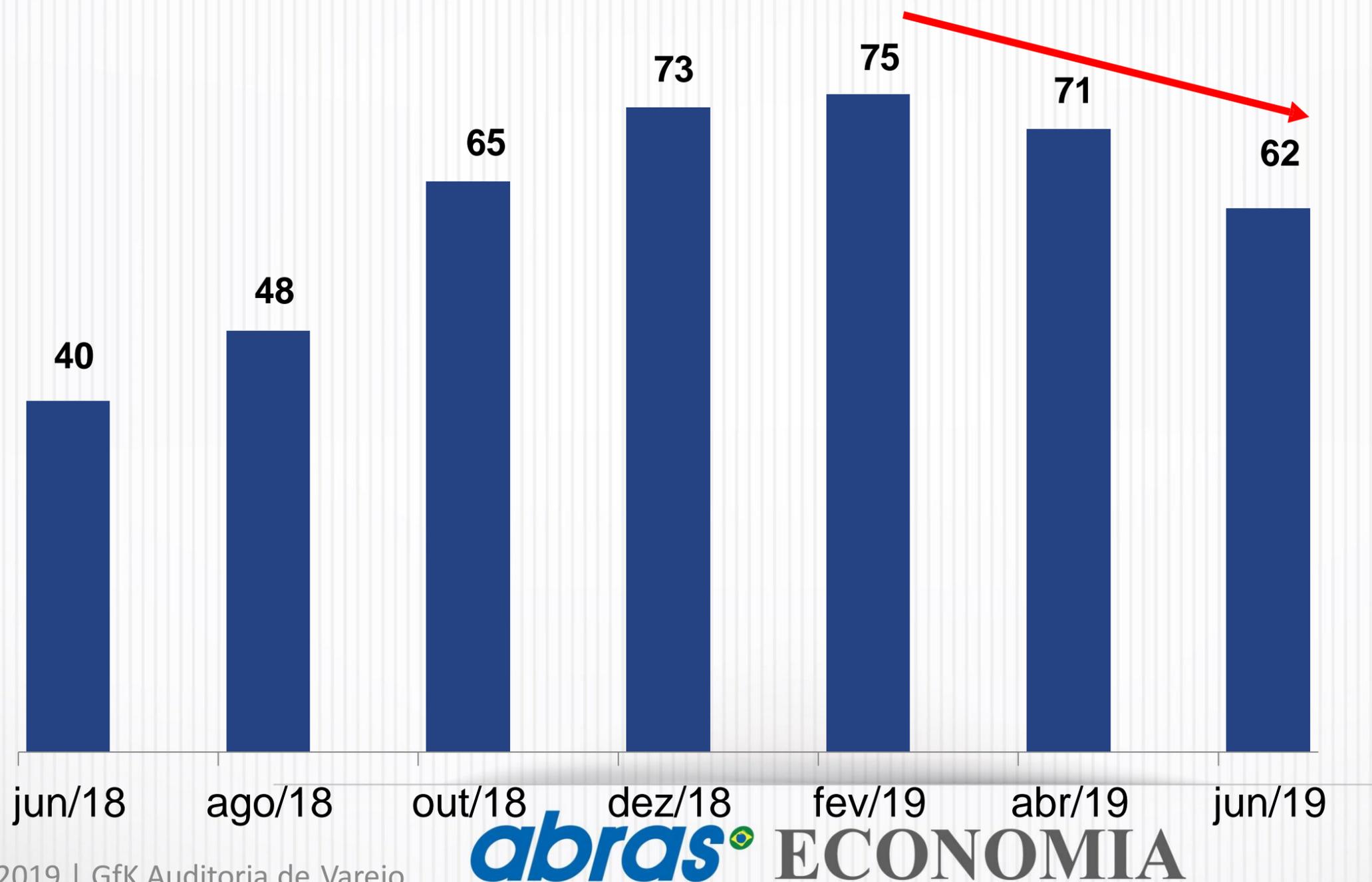
Índice Confiança do Supermercadista

Índice de Confiança do Supermercadista



Índice de Confiança do Supermercadista

Nos próximos seis meses, considerando a situação econômica e de negócios no nosso país e no mundo como você espera que sua empresa esteja quando comparada aos dias de hoje?



Índice de Confiança dos Supermercadistas

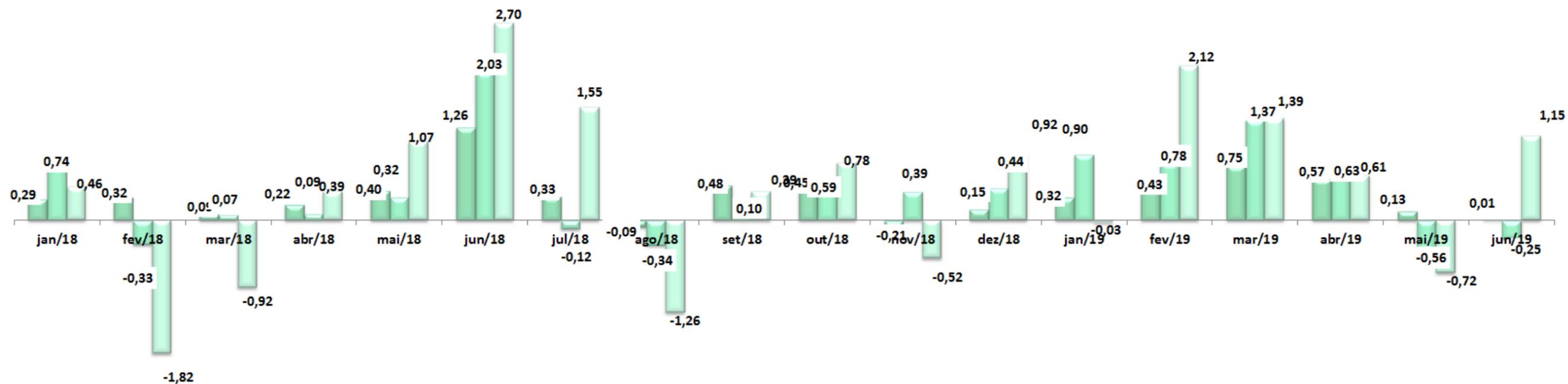
Análise

- No mês de Junho/19 o Índice de Confiança do Supermercadista (54,9%) teve uma leve queda em relação ao de Abril/19 (57,9%), mas continua acima dos 50% (o que é positivo!).
- A expectativa na “melhora das empresas nos próximos 6 (seis) meses” também diminuiu em relação ao período anterior, 62% contra 71%, o que demonstra uma redução na expectativa para os próximos meses.
- Porém, os resultados desta pesquisa continuam bem superiores quando comparados ao mesmo período do ano passado.
- Então, os resultados demonstram claramente que a economia continua “andando de lado”, e ainda não despertou. Porém, os resultados são bem melhores quando comparados com 2018, mostrando que ainda há uma melhora no contexto econômico deste ano.

Abrasmercado

Inflação: em junho de 2019, o IPCA-Alimentos variou -0,25%, e o Abrasmercado teve alta de 1,15%.

Evolução dos Indicadores de Preços
IPCA - IPCA Alimentos - Abrasmercado (%)



	jan/18	fev/18	mar/18	abr/18	mai/18	jun/18	jul/18	ago/18	set/18	out/18	nov/18	dez/18	jan/19	fev/19	mar/19	abr/19	mai/19	jun/19
IPCA	0,29	0,32	0,09	0,22	0,40	1,26	0,33	-0,09	0,48	0,45	-0,21	0,15	0,32	0,43	0,75	0,57	0,13	0,01
IPCA - alimentos	0,74	-0,33	0,07	0,09	0,32	2,03	-0,12	-0,34	0,10	0,59	0,39	0,44	0,90	0,78	1,37	0,63	-0,56	-0,25
Abrasmercado	0,46	-1,82	-0,92	0,39	1,07	2,70	1,55	-1,26	0,39	0,78	-0,52	0,92	-0,03	2,12	1,39	0,61	-0,72	1,15

Fonte : IPCA = IBGE, Abrasmercado = GfK

A cesta Abrasmercado, em junho de 2019, apresentou alta de 1,15%, enquanto o índice IPCA/IBGE apresentou variação de 0,01%.



Abrasmercado (Consolidado Nacional)

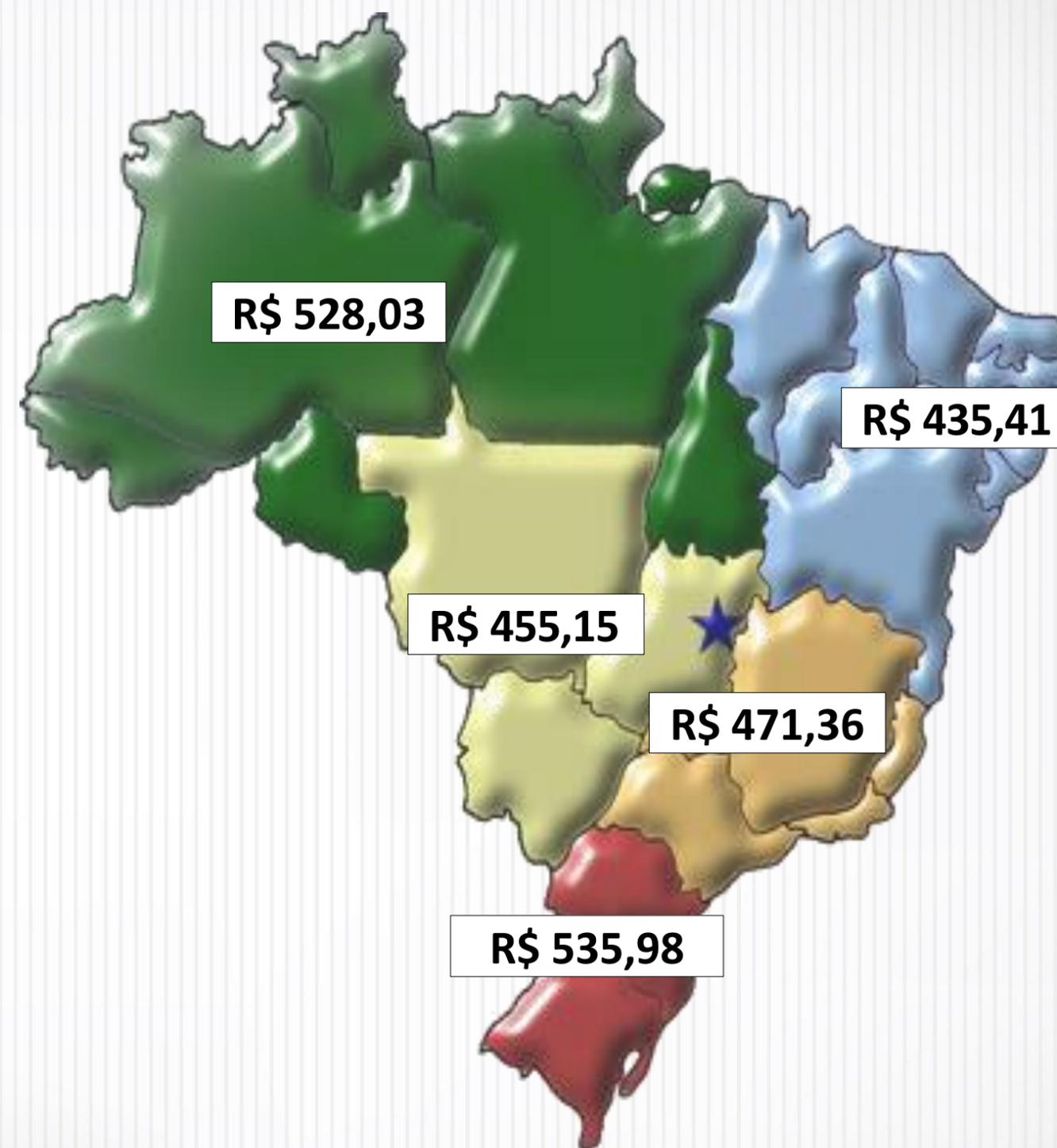
Período	Valor em R\$
Mai/19	R\$ 481,56
Jun/19	R\$ 487,10
Var. (%) - Mês x Mês Anterior	
1,15%	

Período	Valor em R\$
Jun/18	R\$ 457,27
Jun/19	R\$ 487,10
Var. (%) - Mês x Mês Ano Anterior	
6,52%	

Maiores Altas (%)			
	Mês x Mês anterior	2019	Variação 12 meses
FARINHA DE MANDIOCA	8,31%	-0,74%	13,47%
TOMATE	7,16%	17,69%	59,09%
PERNIL	6,20%	9,06%	4,14%
CARNE TRASEIRO	4,01%	3,48%	8,73%
FRANGO CONGELADO	3,26%	9,70%	18,55%

Maiores Quedas (%)			
	Mês x Mês anterior	2019	Variação 12 meses
FEIJÃO	-12,56%	28,72%	35,53%
XAMPU	-3,98%	-0,39%	0,26%
SAL	-3,54%	-5,29%	-1,74%
FARINHA DE TRIGO	-1,82%	3,78%	13,47%
CERVEJA	-1,64%	-2,53%	-2,46%

Em junho, a Região Norte foi a que apresentou a maior alta nos preços, 2,30%, atingindo o valor de R\$ 528,03



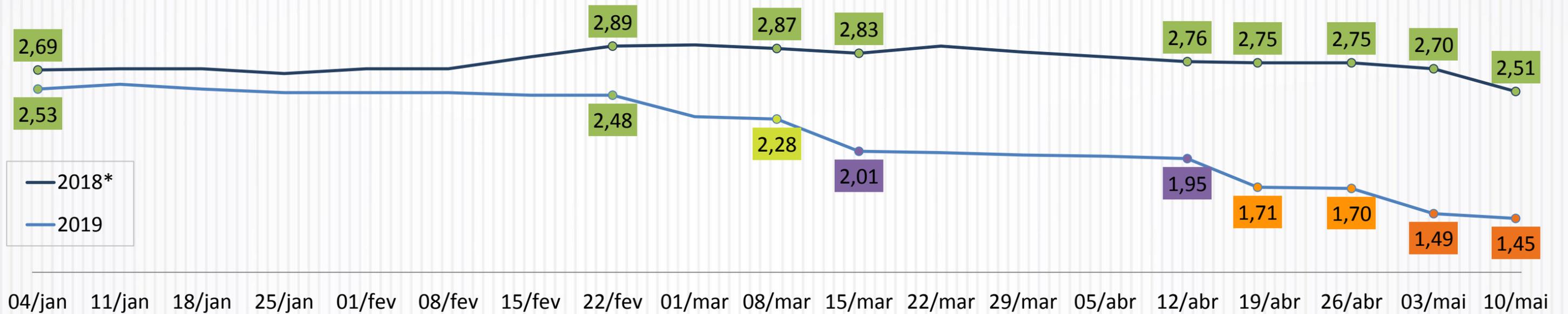
Valor das Cestas - Total Região			
Cestas Regionais	Maio/19 (R\$)	Junho/19 (R\$)	% Cestas jun19/ mai19
Norte	516,14	528,03	2,30
Sul	529,28	535,98	1,27
Sudeste	469,20	471,36	0,46
Centro-Oeste	453,29	455,15	0,41
Nordeste	430,25	435,41	1,20

Índice de Volume

EXPECTATIVAS DE CRESCIMENTO NÃO SE CONFIRMAM

Indústria é o setor que mais afeta queda. Serviços e comércio crescem com lentidão

Expectativa de Crescimento do PIB (%)



* Liberações em dias semelhantes

SERVIÇOS

+1,1%

COMÉRCIO

+0,3%

INDÚSTRIA

-2,1%

DÓLAR COMERCIAL

R\$3,72
04/01

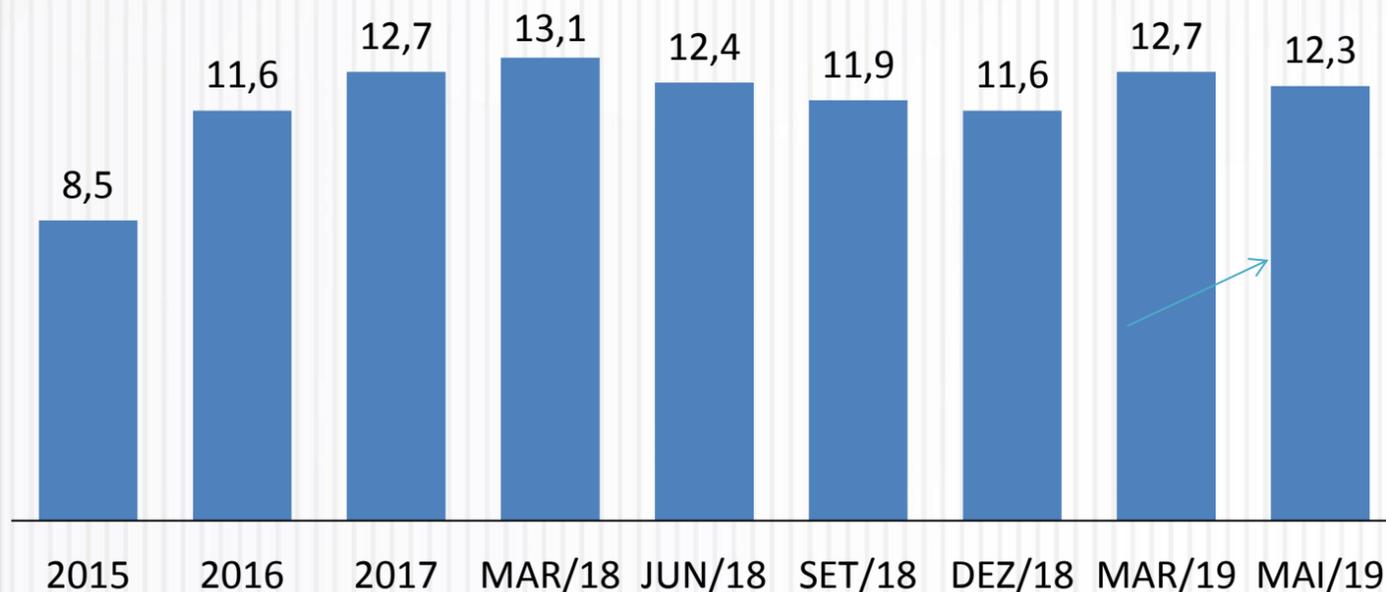
R\$3,95
10/05

+6,2%

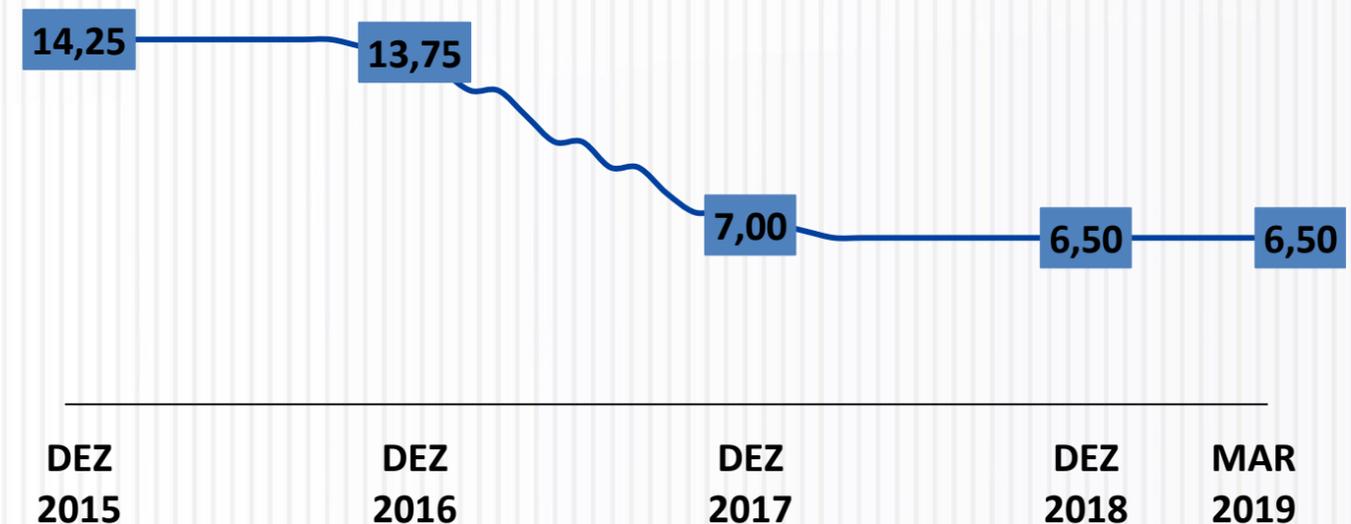
DESEMPREGO ainda se mantém, IMPACTANDO MELHORIA DA CONFIANÇA DO CONSUMIDOR

Inflação compensa possível queda, controlada com meta de juros baixos do governo

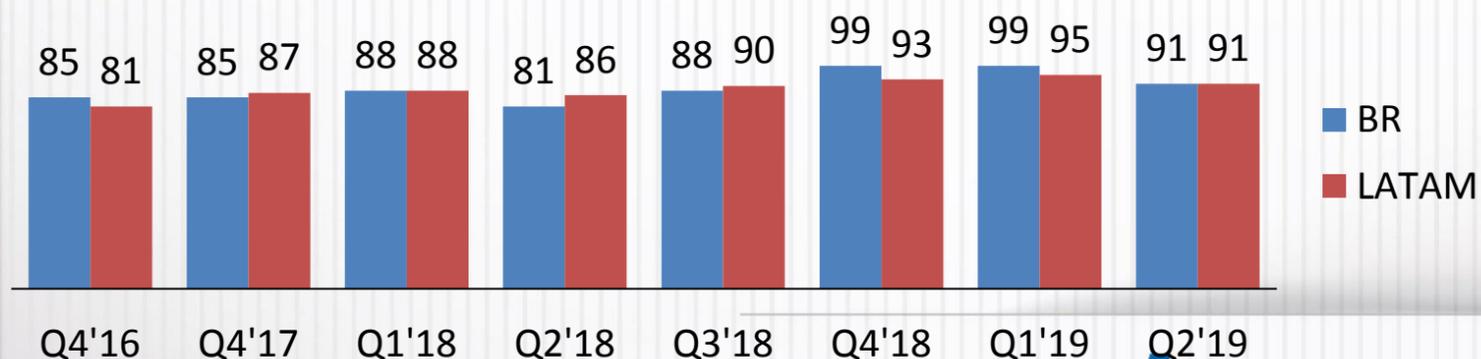
TAXA DE DESEMPREGO (%)



TAXA DE JUROS | SELIC (%)



INDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR



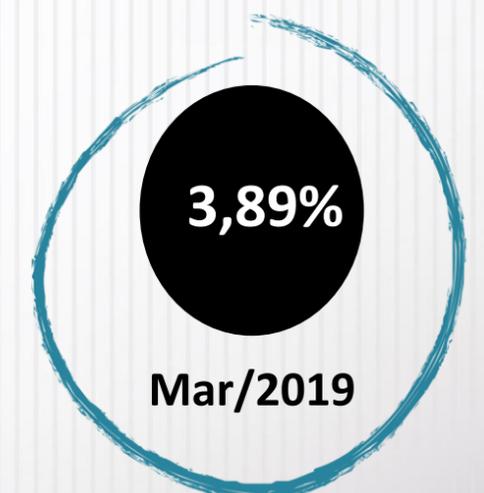
INFLAÇÃO | IPCA



2017



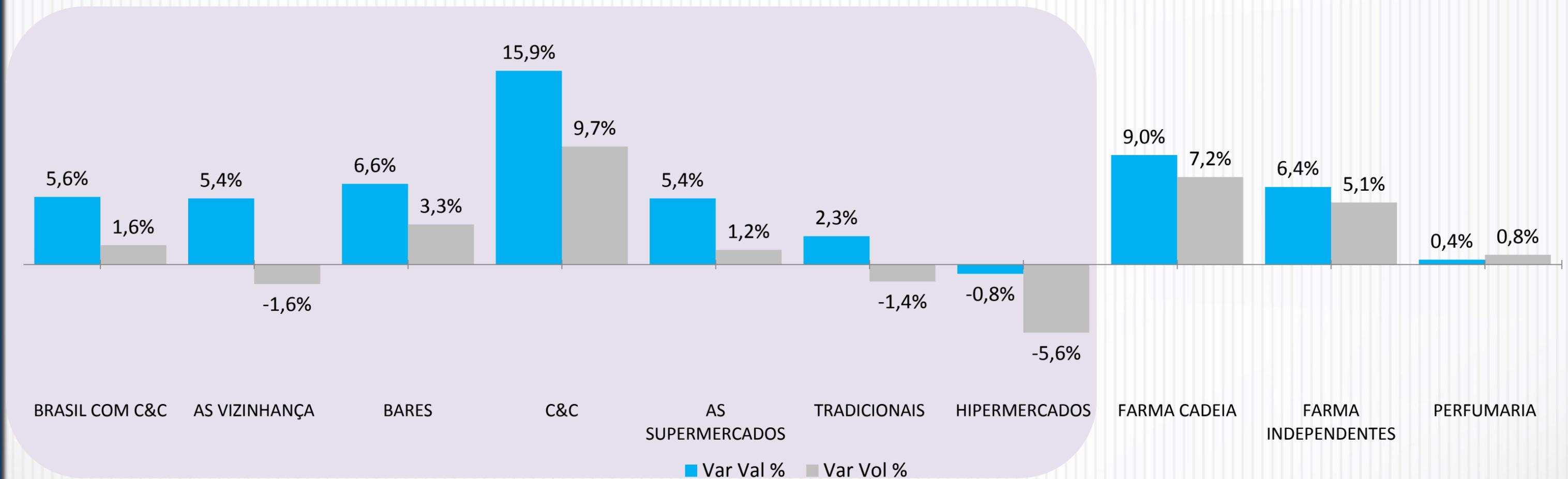
2018



Mar/2019

EMBORA AINDA TÍMIDO, CRESCIMENTO DO MERCADO É IMPULSIONADO PELO C&C, BARES E SUPERMERCADOS MÉDIOS

Imp.	25,3	20,4	16,5	15,3	9,5	7,5	2,5	2,7	1,3
------	------	------	------	------	-----	-----	-----	-----	-----



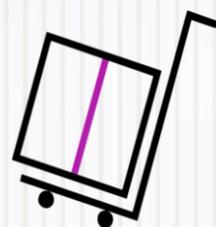
4,5	3,6	3,2	5,8	4,6	3,7	5,0	2,3	1,4	-0,3
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

Importância dos canais e Variação em Valor, Volume E Preço | YTD Atual vs Anterior | T. Brasil

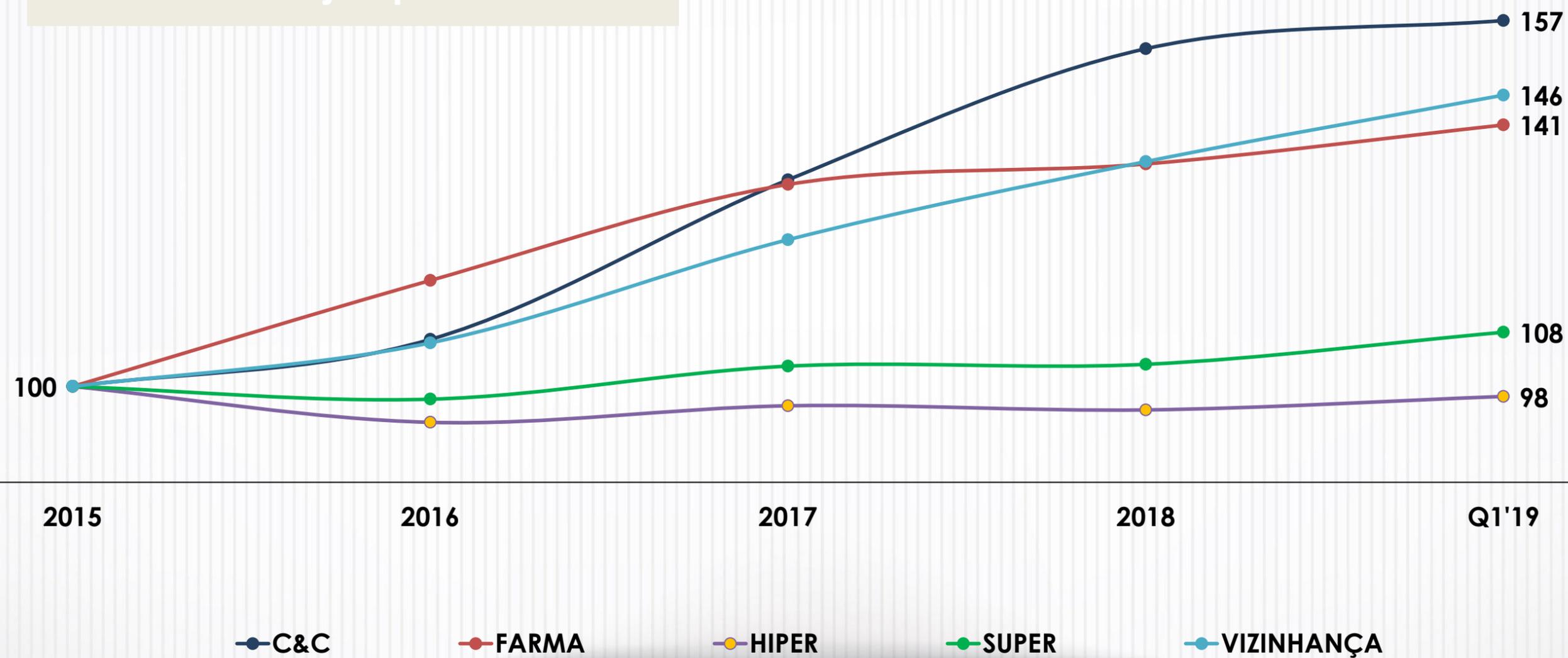
Fonte: Nielsen | Retail Index | Scantrack

NOVAS LOJAS IMPULSIONAM ESSA TENDÊNCIA

Neste contexto, apenas Hipermercados têm menos lojas vs. 2015



Abertura de Lojas | Index 2015



Fonte: Universo Nielsen

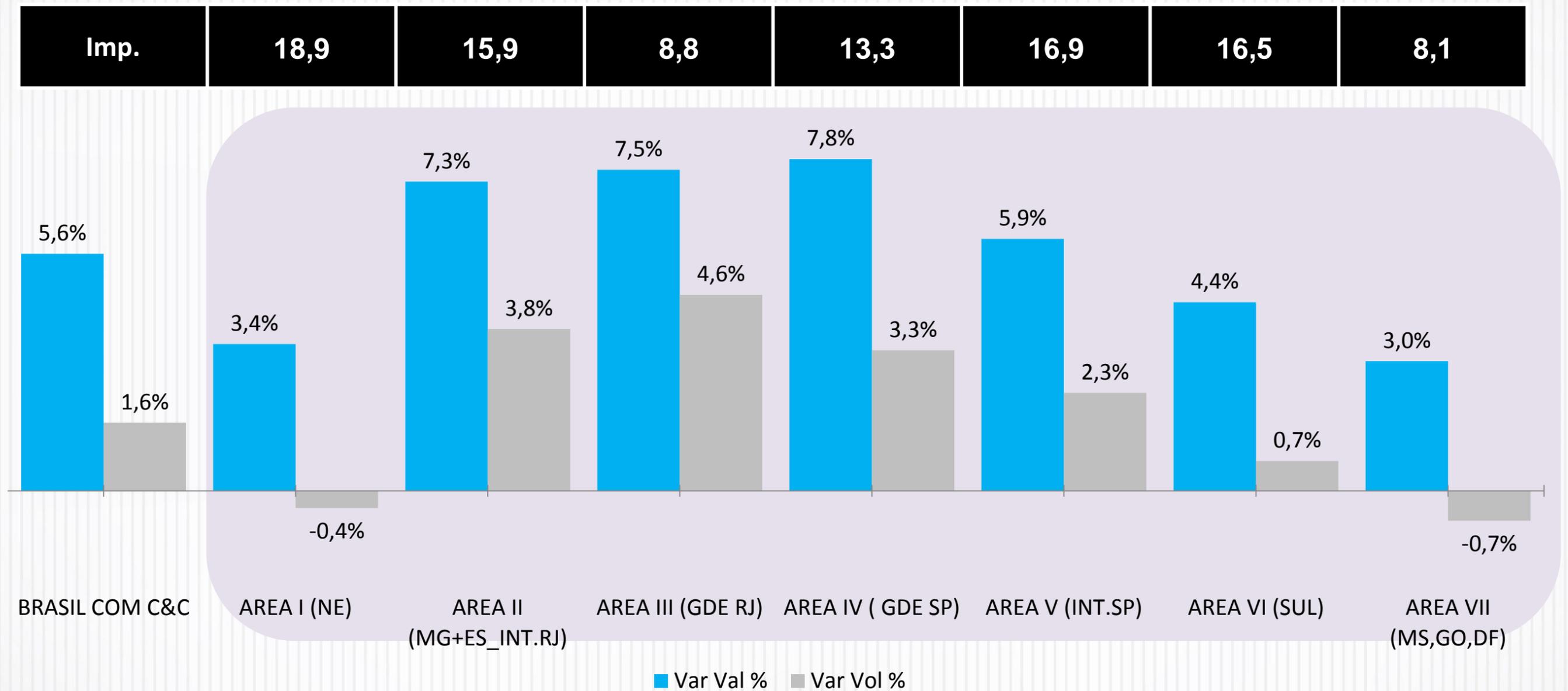
REFLEXÃO DE VISÃO MAIS CLARA DA FUNÇÃO DE CADA CANAL, INCLUSIVE PARA O SHOPPER



Matriz de proposta de valor dos canais – Competitividade do cash, cobertura do farma, Estilos de vida do shopper do Super & nr de lojas do vizinhança | 2018

Fonte: Nielsen | Scantrack | Homescan

SUDESTE É A REGIÃO QUE PUXA O CRESCIMENTO

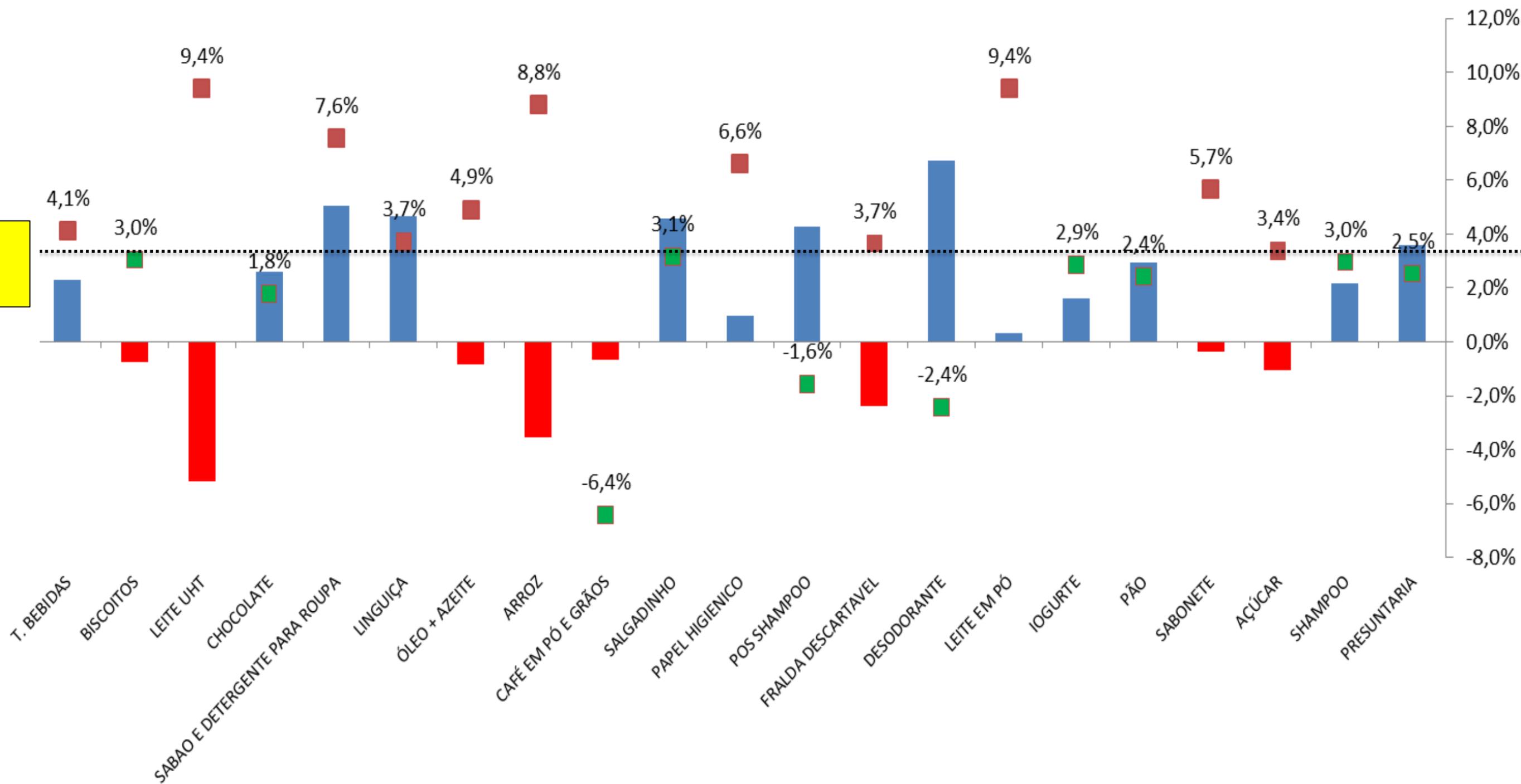


Importância dos canais e Variação em Valor, Volume | YTD Atual vs Anterior | T. Brasil

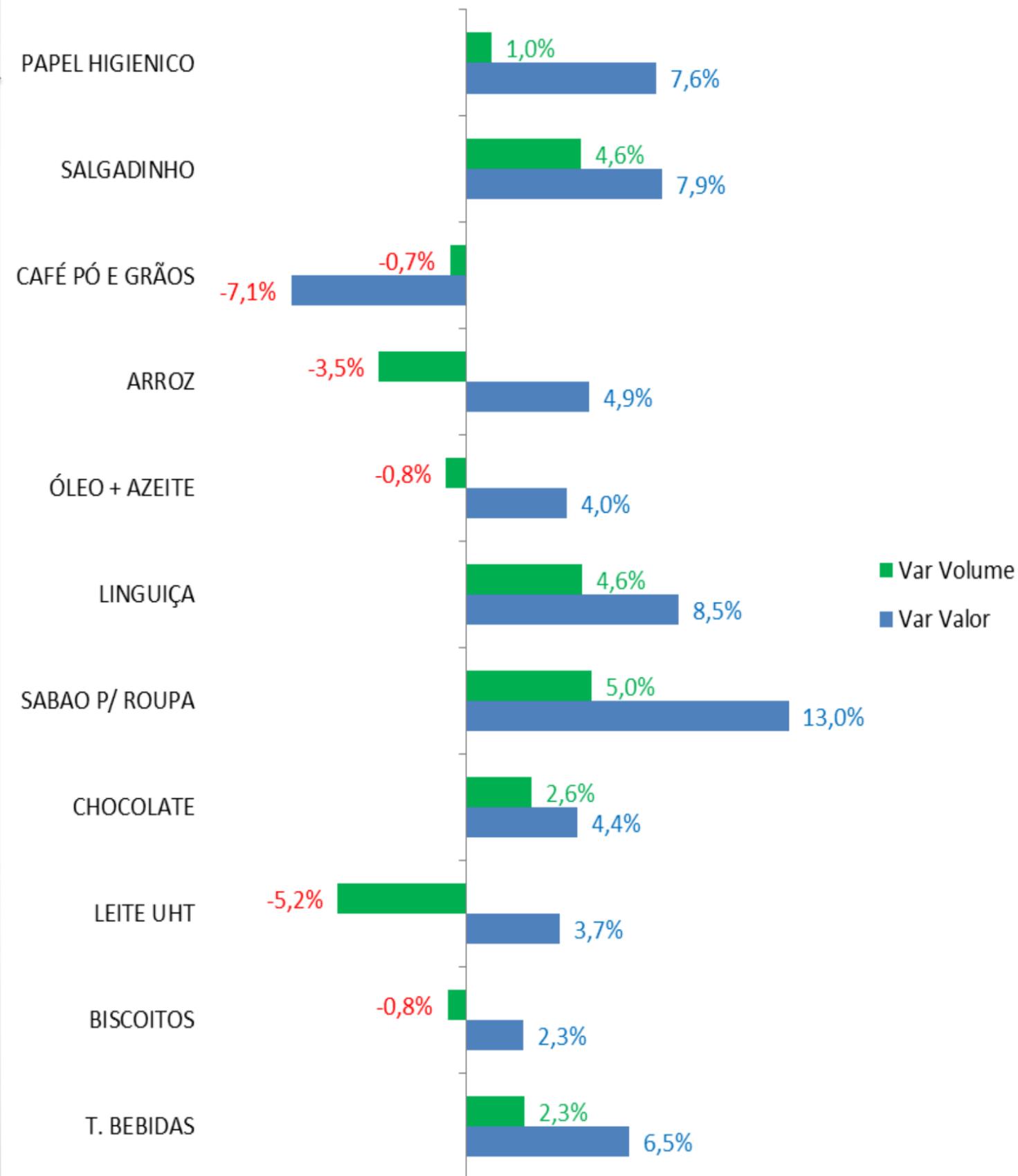
Fonte: Nielsen | Retail Index | Scantrack

CATEGORIAS COM VARIAÇÃO DE PREÇOS ACIMA DA INFLAÇÃO EM GERAL TEM PERFORMANCE MAIS FRACA

IPCA = 3,37%



ENTRE AS TOP 10 MAIORES CATEGORIAS



Destaque para Sabão para Roupas, Linguiças, Salgadinhos, Cesta de bebidas e Chocolates

Varição de Volume e Faturamento | YTD Atual vs Anterior | T. Brasil + C&C
Fonte: Nielsen | Retail Index | Scantrack

resumo

- Mercado varejista com crescimento ainda tímido, reflexo do baixo crescimento do país até o momento
 - Desemprego, renda média e confiança do consumidor refletem maior cautela com os gastos
 - Consumidor mais atento aos papéis dos diferentes canais de compra
 - Destaque para o C&C, mas os Bares, Supermercados médios e Farmácias também apresentam crescimento
 - Sudeste é a região que impulsiona esse crescimento enquanto NE e CO ainda apresentam retração
 - Categorias com variação de preço superior à inflação têm performance mais fraca
- Varejistas seguem investindo e apostando no crescimento do mercado, com abertura de novas lojas, mesmo com o baixo crescimento do mercado

Tíquete Médio e Frequência de Compra

Consumo dos lares ainda não dá sinais consistentes de recuperação



“Queda”
“Estável”
“Crescimento”

	Longo Prazo	Médio Prazo	Curto Prazo
	ANO MÓVEL (Mai'19 x Mai'18)	YTD (JM'19xJM'18)	TRI (Mai'19xMai'18)
Volume Ponderado	-0,6%	-0,9%	+0,9%
Valor	+2,6%	+3,0%	+4,5%
Unidades	-1,8%	-2,5%	-0,8%
Frequência	-1,9%	-4,1%	-5,7%
Ticket Médio	+1,9%	+4,7%	+8,0%
Unidades por viagem	-2,4%	-0,9%	+2,5%

Queda: <-2,0%; Estável entre -1,9% e +1,9%; Ganho a partir de +2%

Fonte: Kantar | FMCG Worldpanel | Cesta: 108 Categorias

ANO MÓVEL: Últimos 12 meses terminados em Maio | YTD: Janeiro a Maio | TRI: Últimos 3 meses terminados em Maio

No último trimestre, a frequência de compras caiu 9%



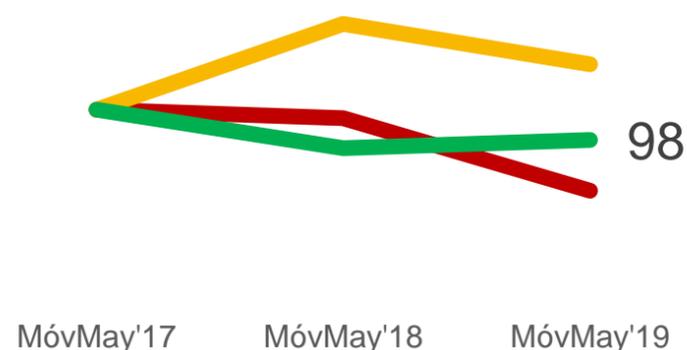
Fonte: Kantar | FMCG Worldpanel | Cesta: 108 Categorias

Consumo da Classe AB e C cai no longo prazo, enquanto classe DE mantém estabilidade

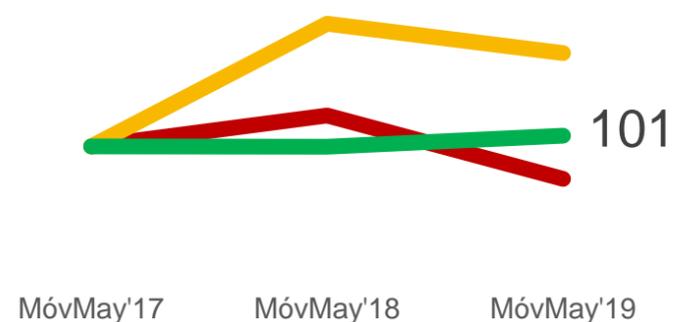
CLASSE ECONÔMICA

AB C DE

Volume

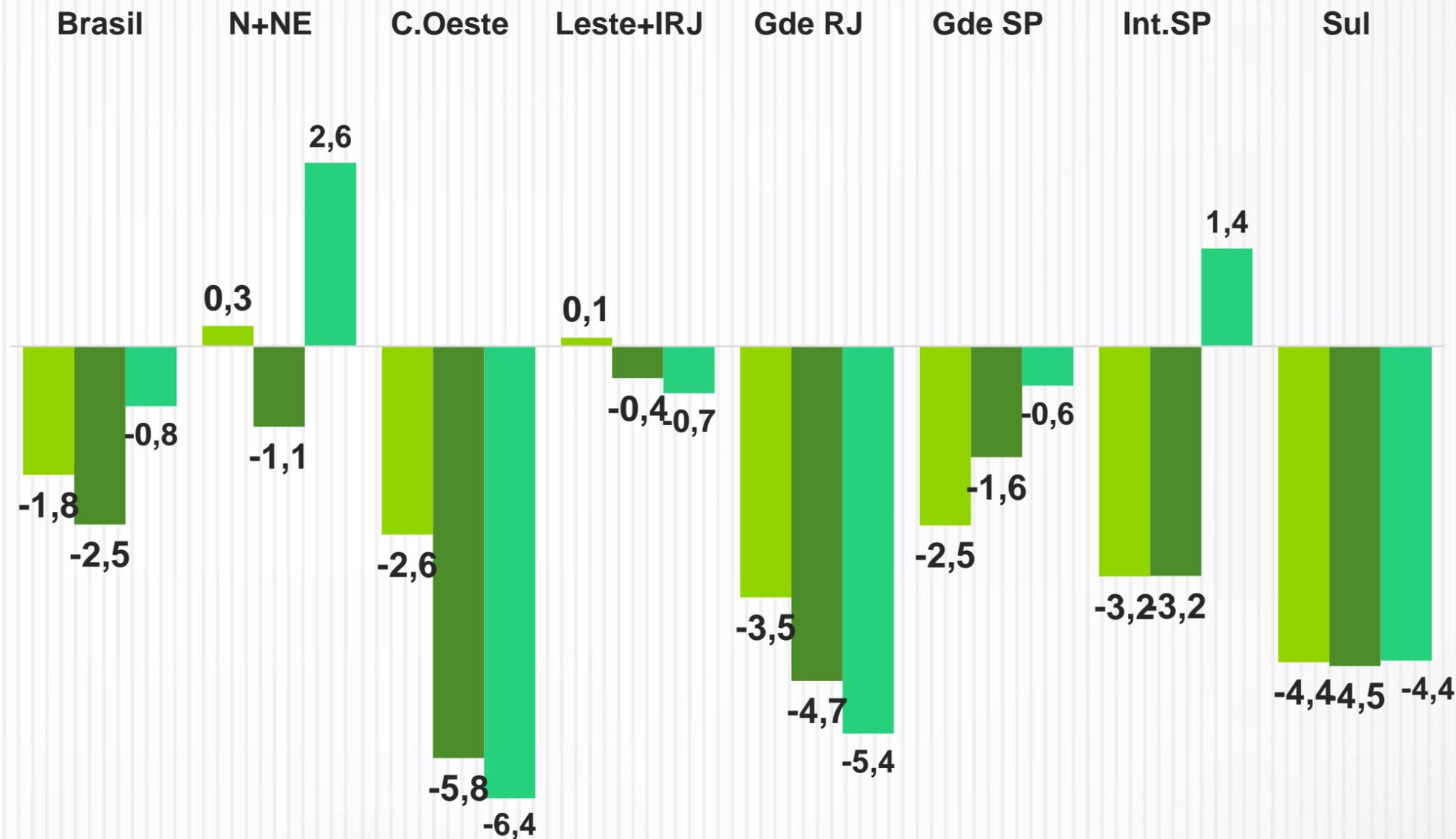


Unidades



REGIÕES

MAT YTD TRI



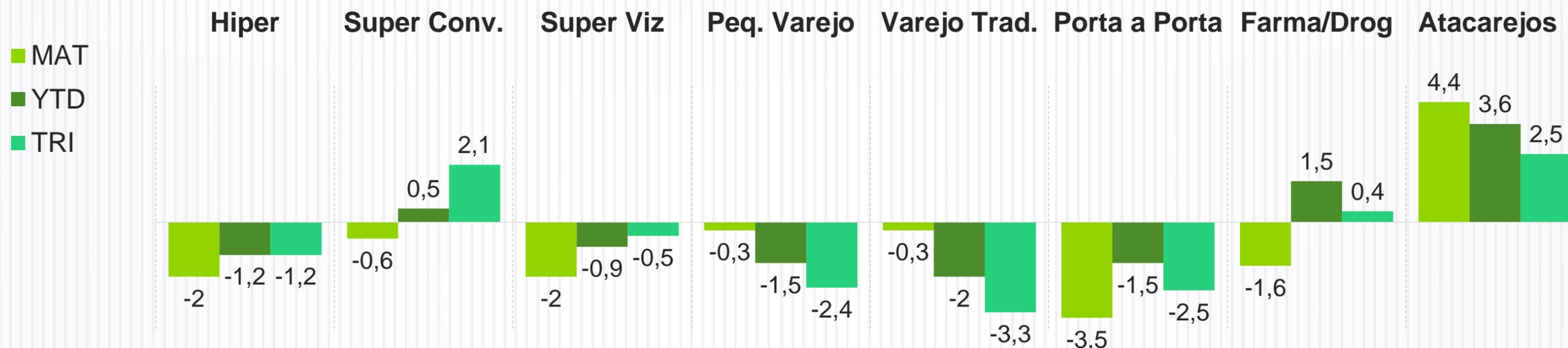
Fonte: Kantar | FMCG Worldpanel | Cesta: 108 Categorias | Variação Unidades %

Fonte: Kantar | FMCG Worldpanel

Atacarejo continua avançando em participação de mercado e ganhando penetração

CANAIS

Diferença de Penetração (p.p)



Imp Valor %
Maio 2019

5,2

21,2

1,4

24,0

22,9

3,8

2,4

13,5

Maio 2018

4,5

19,4

1,5

24,8

24,7

4,5

2,5

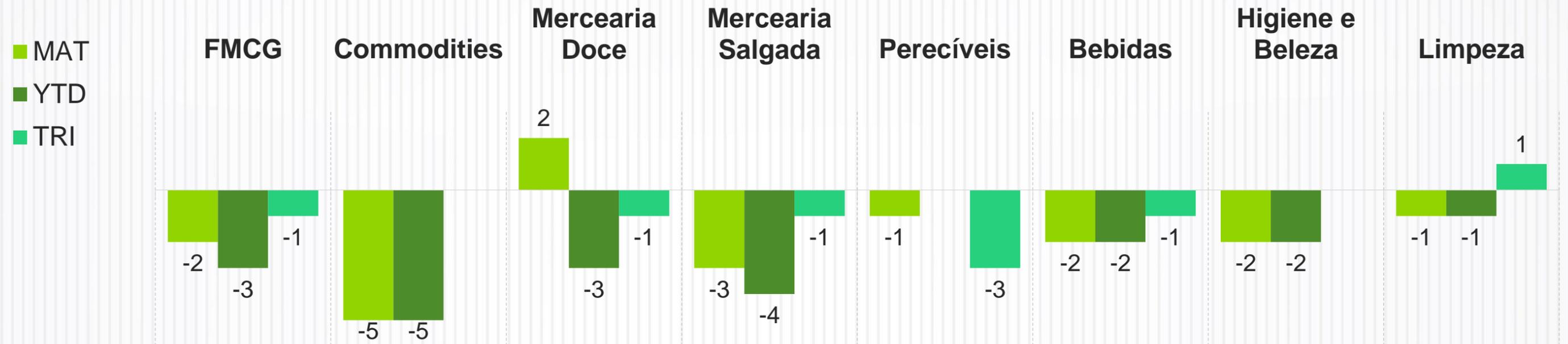
12,1

Fonte: Kantar | FMCG Worldpanel | Cesta: 108 Categorias | Diferença de Penetração (p.p) e Importância em Valor%

Por cesta, mercearia doce se destaca, ganhando 2% em volume no ano acumulado

DESEMPENHO DAS CESTAS

Variação Unidades %



TOP e BOTTON CATEGORIAS

Diferença de Penetração (p.p)



Fonte: Kantar | FMCG Worldpanel | Cesta: 108 Categorias

Projeções

Projeções – Principais Indicadores		
	Janeiro/ 2019 (% a.a.)	Julho/ 2019 (%a.a.)
1. Atividade econômica		
PIB (%)	2,70	0,80
Agropecuária (%)	3,50	1,00
Indústria (%)	3,00	0,60
Serviços (%)	2,50	1,00
2. Emprego		
Taxa de desemprego - média do ano (IBGE)	12,00	12,9
3. Inflação		
IPCA-IBGE	3,95	3,80
4. Indicador Abras*		
Índice Nacional de Vendas Abras (% a.a. deflacionado pelo IPCA cheio)	3,0	3,0
Elaboração: Departamento de Economia e Pesquisa da Abras		
*Projeção Abras		

João Sanzovo Neto Presidente da ABRAS

Marco Aurélio Lima – Diretor de Relacionamento GfK

Daniel Asp – Gerente de Relacionamento - Nielsen

Deborah Maeda – Diretora Kantar Worldpanel

Obrigado!

Elaboração:

Departamento de Economia e Pesquisa da ABRAS

Analistas Responsáveis: Edneide Medeiros e Moisés Lira

E-mail: economia@abras.com.br