

The Nielsen logo, consisting of the word "nielsen" in a lowercase, sans-serif font, with a horizontal line of seven dots underneath it. The background of the entire slide is a vibrant blue with a 3D, wavy, liquid-like texture that creates a sense of movement and depth.

nielsen

RANKING ABRAS 2017

01/MAIO/2017



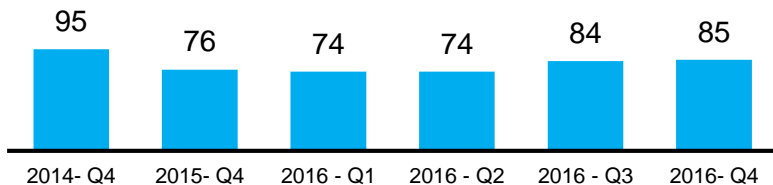
TENDÊNCIAS DO CONSUMO

CENÁRIO ECONÔMICO AINDA É FRÁGIL

APESAR DE EXPECTATIVA DE MELHORA

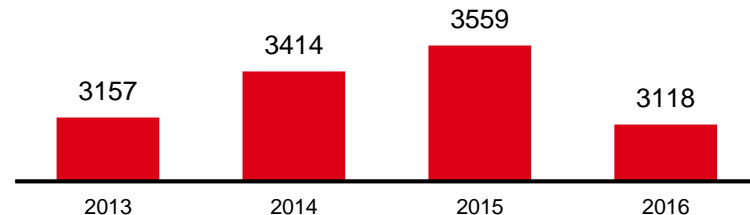
Consumidor mais confiante

ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR



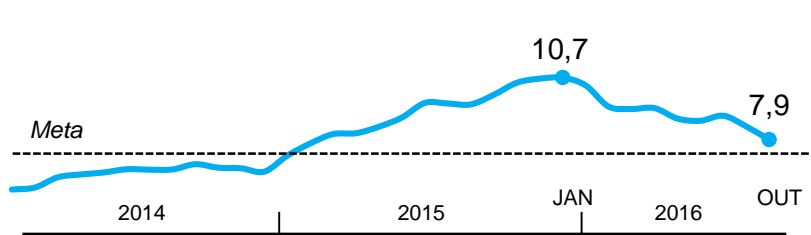
Renda mais apertada

CONSUMIDOR 360



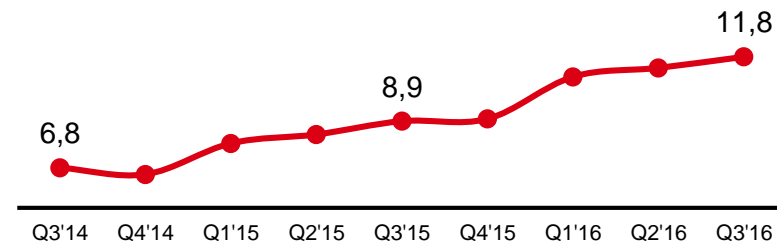
Inflação em queda

IPCA acumulado 12 meses anteriores

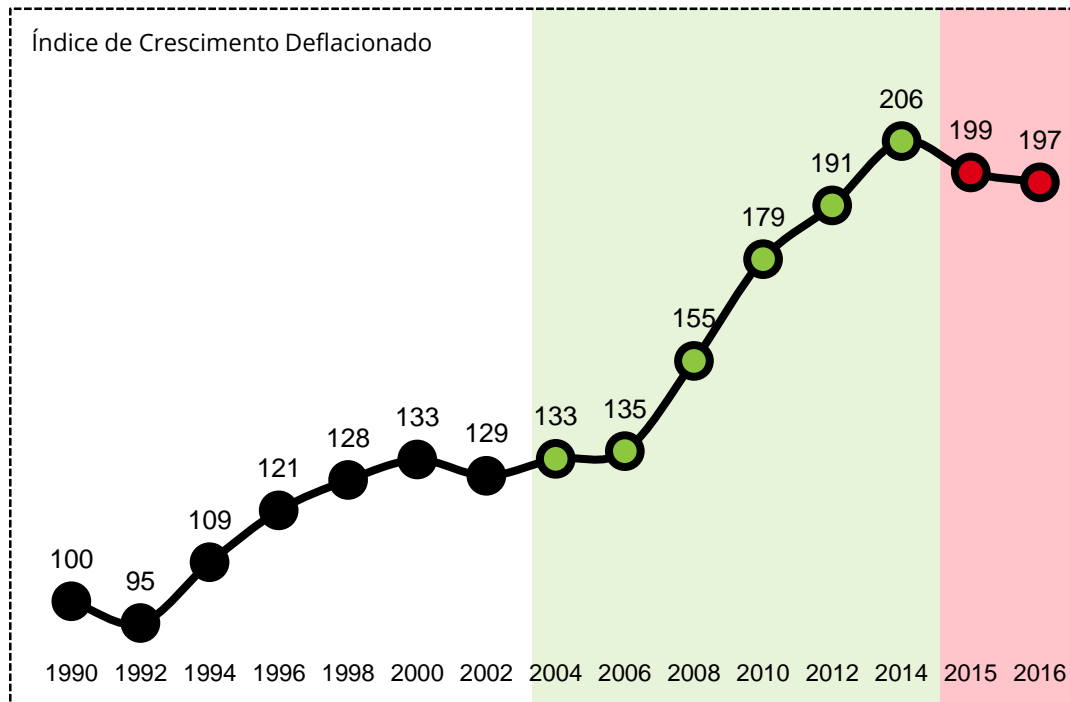


Desemprego crescente

Taxa de desemprego PNAD contínua



DESEMPENHO DO VAREJO ACOMPANHA A ECONOMIA



VAR.%
NOMINAL

7,1%

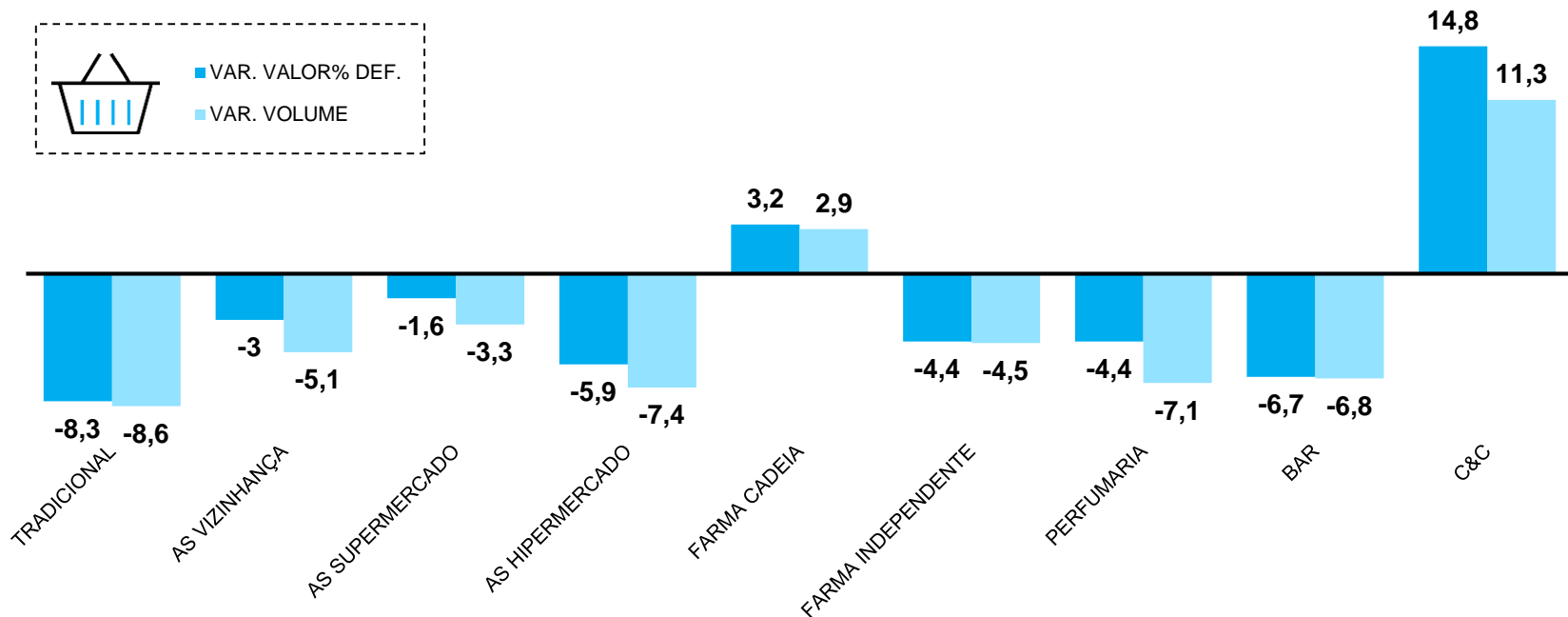
PART.%
NO PIB

5,4%

ÍNDICE DE CRESCIMENTO ACV DEFLACIONADO | IPCA MÉDIO 8,8 | BASE 100: 1990
 VARIAÇÃO ACV NOMINAL
 PARTICIPAÇÃO NO PIB | IBGE
 FONTE: NIELSEN

CANAL TRADICIONAL É O MAIS IMPACTADO

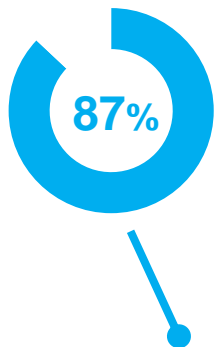
CASH&CARRY SEGUE COMO DESTAQUE NESSE CONTEXTO



Varição em Valor, Volume e Preço | YTD Atual vs Anterior | T. Brasil

Fonte: Nielsen | Retail Index | Scantrack

CONSUMIDOR MUDA HÁBITOS PARA ECONOMIZAR



MUDARAM SEUS
HÁBITOS DE CONSUMO



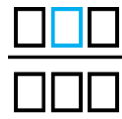
DIMINUIÇÃO DE
ENTRETENIMENTO
FORA DO LAR



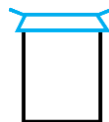
TROCA DE CONSUMO DE
BEBIDAS ALCOÓLICAS NO
BAR, PELO LAR



MAIOR
PLANEJAMENTO E
COMPRAS DE
ABASTECIMENTO



TROCA POR
MARCAS MAIS
BARATAS

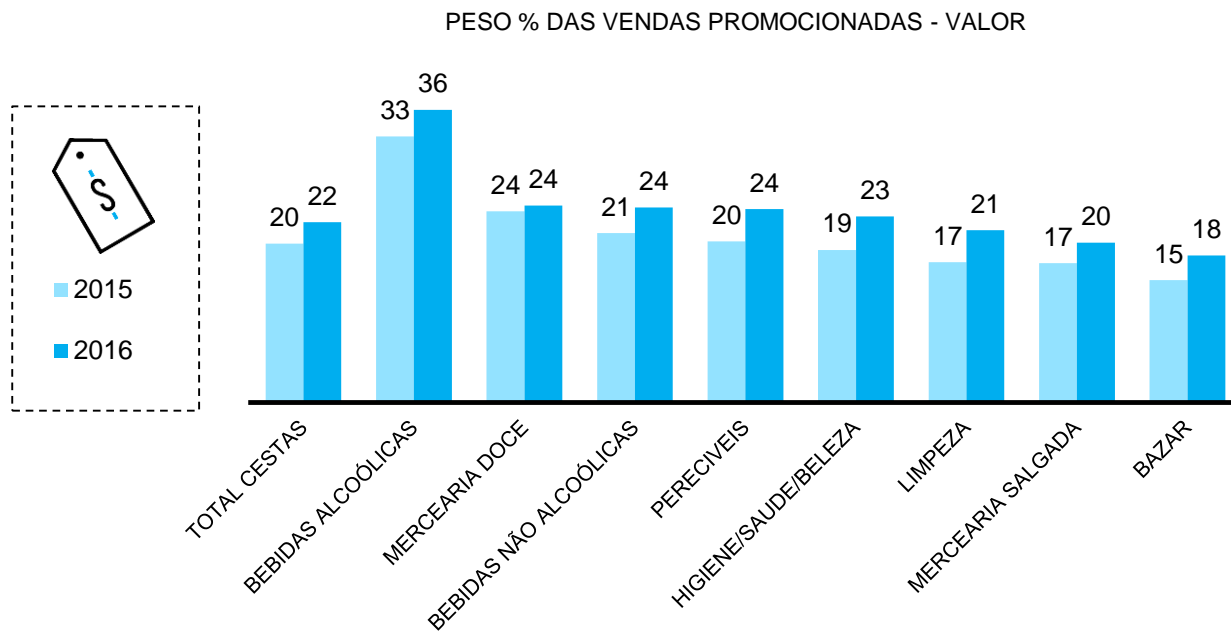


EMBALAGENS
ECONÔMICAS OU
PROMOCIONAIS



O VAREJO RESPONDE COM REDUÇÃO DE PREÇO

IMPACTANDO A MARGEM DO NEGÓCIO

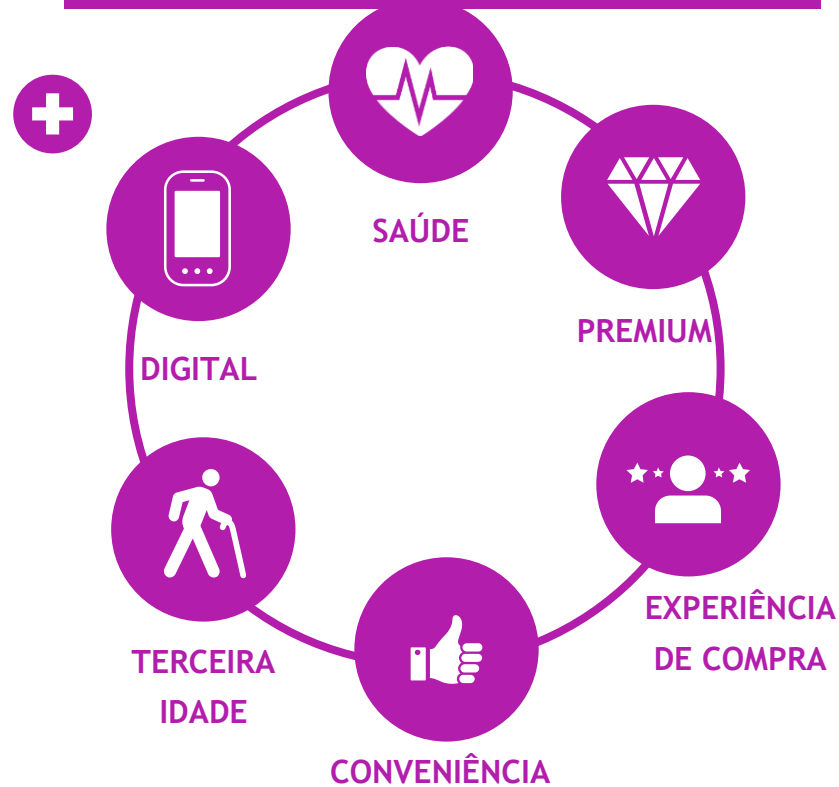


OUTRAS ESTRATÉGIAS PODEM AJUDAR O VAREJO DE ACORDO COM CADA CENÁRIO ECONÔMICO

CRISE



PÓS-CRISE





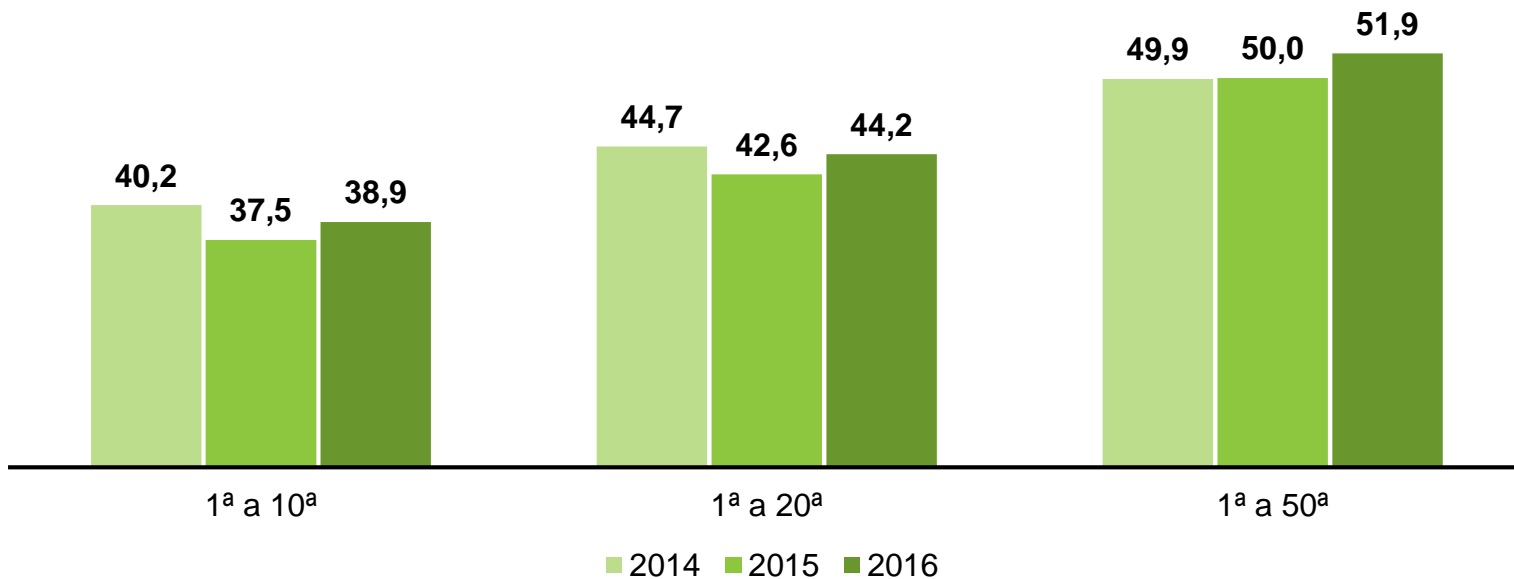
RANKING 2017

AS 20 MAIORES EMPRESAS SUPERMERCADISTAS

CLASS_2017	CLASS_2016	RAZAO_SOCIAL	SEDE	FATURAMENTO BRUTO EM 2016 (R\$)
1	2	CARREFOUR COMERCIO INDUSTRIAL LTDA	SP	49.103.325.988
2	1	GPA	SP	44.969.000.000
3	3	WALMART BRASIL LTDA	SP	29.409.150.946
4	4	CENCOSUD BRASIL COMERCIAL LTDA	SE	9.040.000.276
5	6	IRMÃOS MUFFATO & CIA LTDA	PR	5.078.135.479
TOTAL 5 MAIORES				137.599.612.689
6	5	COMPANHIA ZAFFARI COMÉRCIO E INDÚSTRIA	RS	4.958.000.000
7	7	SUPERMERCADOS BH COMÉRCIO DE ALIMENTOS LTDA	MG	4.956.052.560
8	8	SDB COMÉRCIO DE ALIMENTOS LTDA	SP	4.840.262.600
9	10	SONDA SUPERMERCADOS EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO SA	SP	3.330.887.048
10	11	DMA DISTRIBUIDORA S/A	MG	3.106.576.000
TOTAL 10 MAIORES				158.791.390.897
11	12	A ANGELONI CIA LTDA	SC	2.523.479.381
12	13	SAVEGNAGO-SUPERMERCADOS LTDA	SP	2.501.528.588
13	14	LIDER COMERCIO E INDÚSTRIA LTDA	PA	2.439.911.116
14	15	COOP - COOPERATIVA DE CONSUMO	SP	2.125.213.833
15	16	MULTI FORMATO DISTRIBUIDORA S/A	MG	2.054.252.752
16	22	SUPERMERCADO BAHAMAS S/A	MG	2.024.512.373
17	21	COMPANHIA SULAMERICANA DE DISTRIBUIÇÃO	PR	1.986.067.180
18	17	AMPM COMESTÍVEIS LTDA	RJ	1.968.470.000
19	20	COMERCIAL ZARAGOZA IMP EXP LTDA	SP	1.875.226.643
20	23	SUPERMERCADO ZONA SUL S/A	RJ	1.798.049.550
TOTAL 20 MAIORES				180.088.102.313

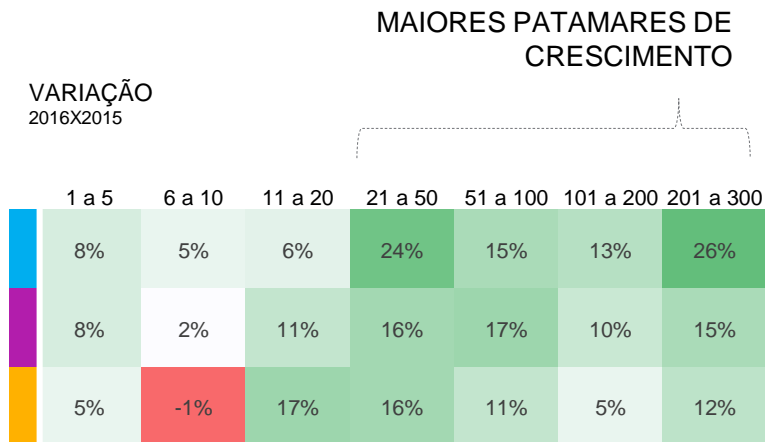
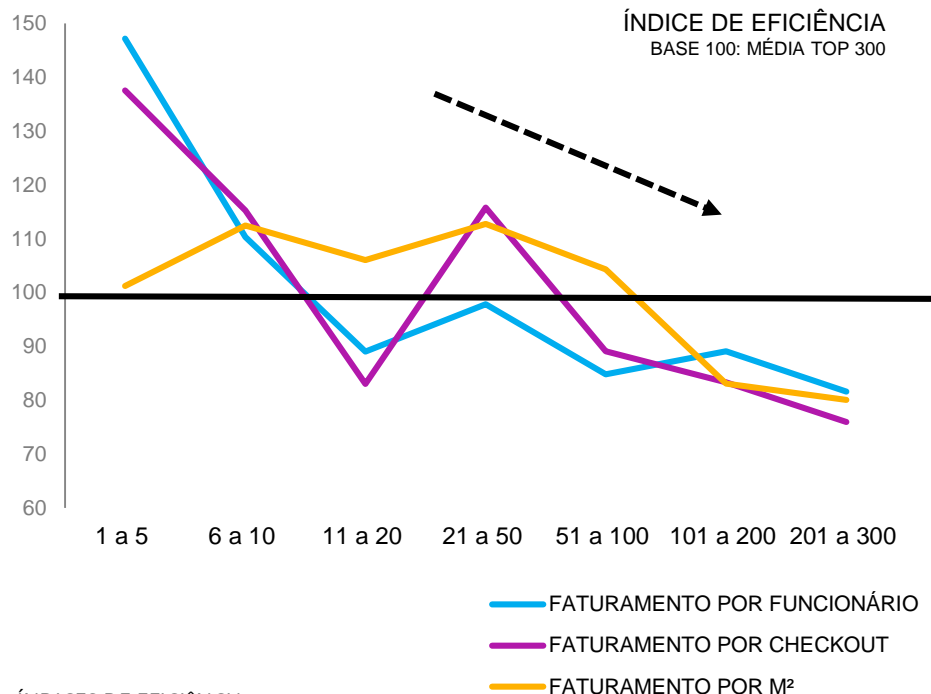
GRANDES CADEIAS RECUPERAM PARTICIPAÇÃO

Evolução da concentração - % sobre o faturamento do setor Autosserviço + Cash&Carry



EFICIÊNCIA É DIFERENCIAL DE PERFORMANCE

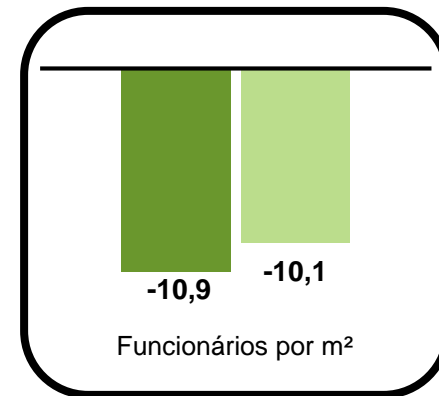
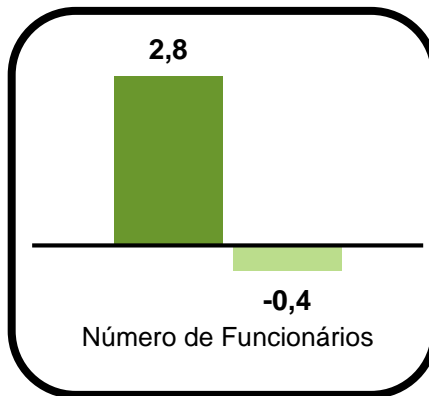
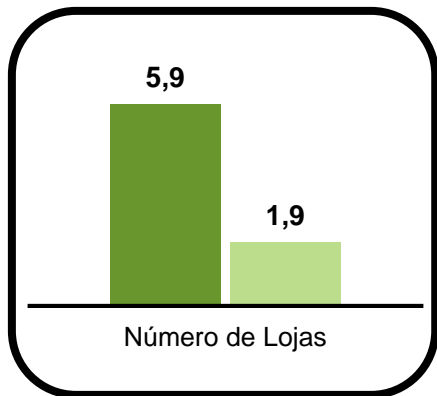
TOP CADEIAS SÃO MAIS EFICIENTES, MAS AS DEMAIS VÊM MELHORANDO



ASPECTOS FÍSICOS

PRINCIPAIS MOVIMENTAÇÕES

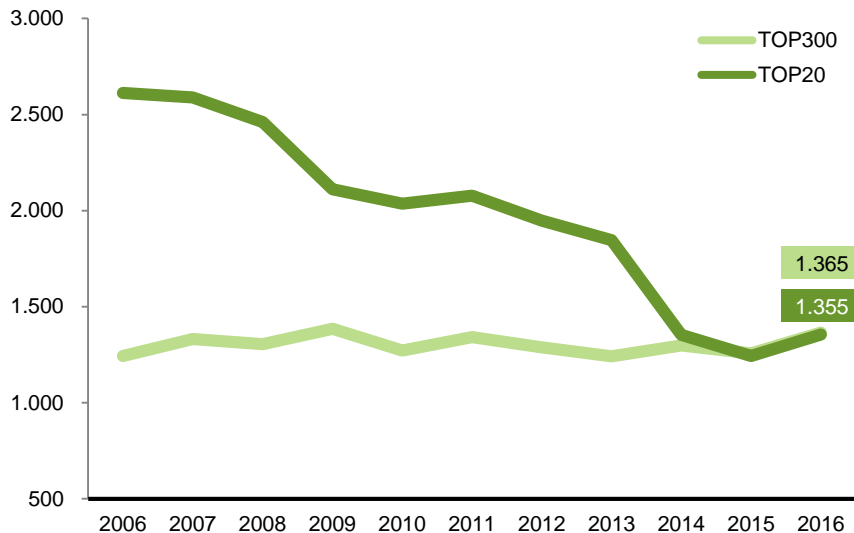
■ TOP 20
■ TOP300



- *TOP 20 INVESTIRAM MAIS EM EXPANSÃO DE LOJAS EM 2016*
- *TENDÊNCIA GERAL DE REDUÇÃO DE FUNCIONÁRIOS POR M²*
AUMENTO NO TOTAL DE FUNCIONÁRIOS NAS TOP 20 POR CONTA DA ABERTURA DE LOJAS

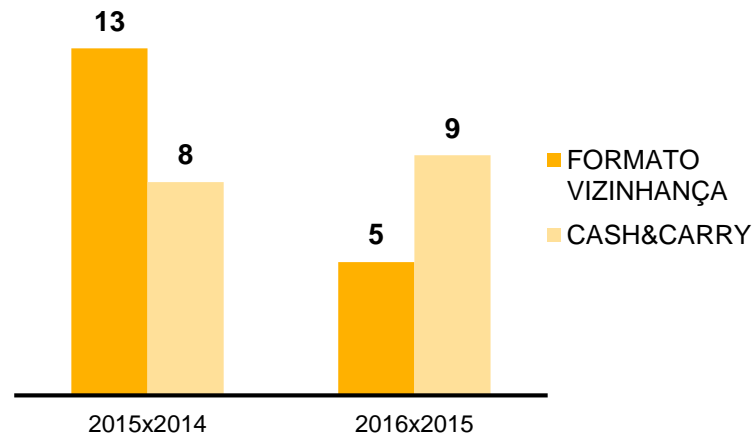
TOP 20 SINALIZAM MUDANÇA NA TENDÊNCIA DE REDUÇÃO DE ÁREA DE VENDAS

Evolução da média de m² por loja



Boom de abertura de lojas de vizinhança desacelera

Var. % Número de Lojas Vizinhança e Cash



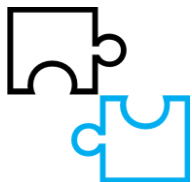
EVOLUÇÃO DA MÉDIA DE ÁREA DE LOJA

FONTE: RANKING ABRAS

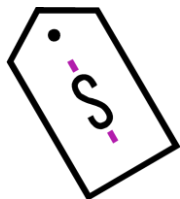
VARIAÇÃO DE NÚMERO DE LOJAS VIZINHANÇA E CASH&CARRY

FONTE: NIELSEN

PRINCIPAIS ACHADOS



CENÁRIO DA CRISE É DESAFIADOR.
O CONSUMIDOR MUDOU SEUS HÁBITOS E O VAREJO SE VIU OBRIGADO A SE ADAPTAR.



A LÓGICA DA **BUSCA PELO MENOR PREÇO** TÊM PAUTADO O CENÁRIO, MAS HÁ ALTERNATIVAS PARA O VAREJO IR ALÉM DA PROMOÇÃO



AS TOP CADEIAS, COM MELHORES PATAMARES DE **EFICIÊNCIA** E MAIS **ABERTURA DE LOJAS**, GANHARAM PARTICIPAÇÃO EM 2016

