CONSUMER INSIGHTS 2015

BRASIL

4ºTrimestre.2015

2015, UM ANO DESAFIADOR!
Como o cenário de incertezas impacta o consumidor

O MOMENTO DAS SMART CHOICES
O poder nas mãos do consumidor

INOVAÇÕES QUE FAÇAM SENTIDO:
Como atender ao consumidor mais exigente

2015 FOI UM ANO DESAFIADOR PARA O BRASILEIRO

TODOS OS SETORES IMPACTADOS PELA INFLAÇÃO

-3,8%

PIB

2015

Fonte: IBGE

+10,67%

Inflação

IPCA 2015

Fonte: IBGE

-4,3%

Vendas no Varejo

Fonte: IBGE

-8,3%

Produção industrial

Fonte: IBGE

9%

Taxa de Desemprego

Trimestre encerrado em novembro 2015

Fonte: IBGE

+6,1%

Inadimplência

Pessoa Física

Fonte: Boa Vista SCPC

R$3,96

Cotação Dólar

Fonte: Banco Central do Brasil

Período 2015

EM 2015 HOUVE, EM MÉDIA, 4 VISITAS A MENOS AO PONTO DE VENDA NO COMPARATIVO COM O ANO ANTERIOR

+0,1%
VALOR

+8,3%
PREÇO MÉDIO

-7,5%
VOLUME

-1,5%
UNIDADES

GASTO MEDIO
-1,8%

VOLUME MÉDIO (UNIDADES)
-3,4%

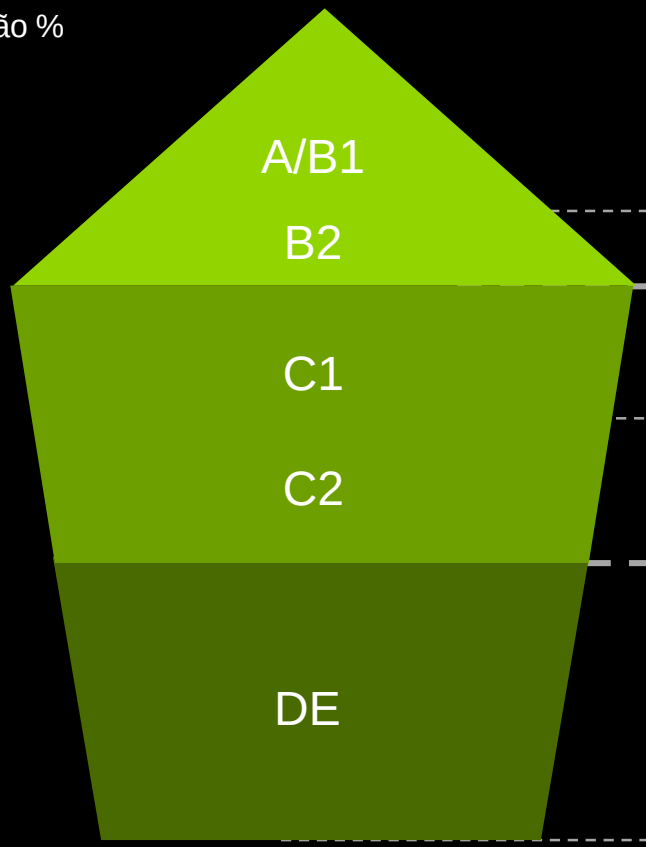
FREQUÊNCIA DE COMPRAS	TICKET MÉDIO	FREQUÊNCIA	UNIDADES POR VIAGEM	COMPRADORES
-4 visitas	**+2,7%**	**-4 visitas**	**+1,1%**	**+2,0%**

Lares foram ao ponto de venda 81x em 2015 versus 85x em 2014

Evolução CONSUMO
Cesta Kantar Worldpanel 96 categorias
% Variação 2015 x 2014

A CLASSE AB COMEÇA A REDUZIR SEUS GASTOS

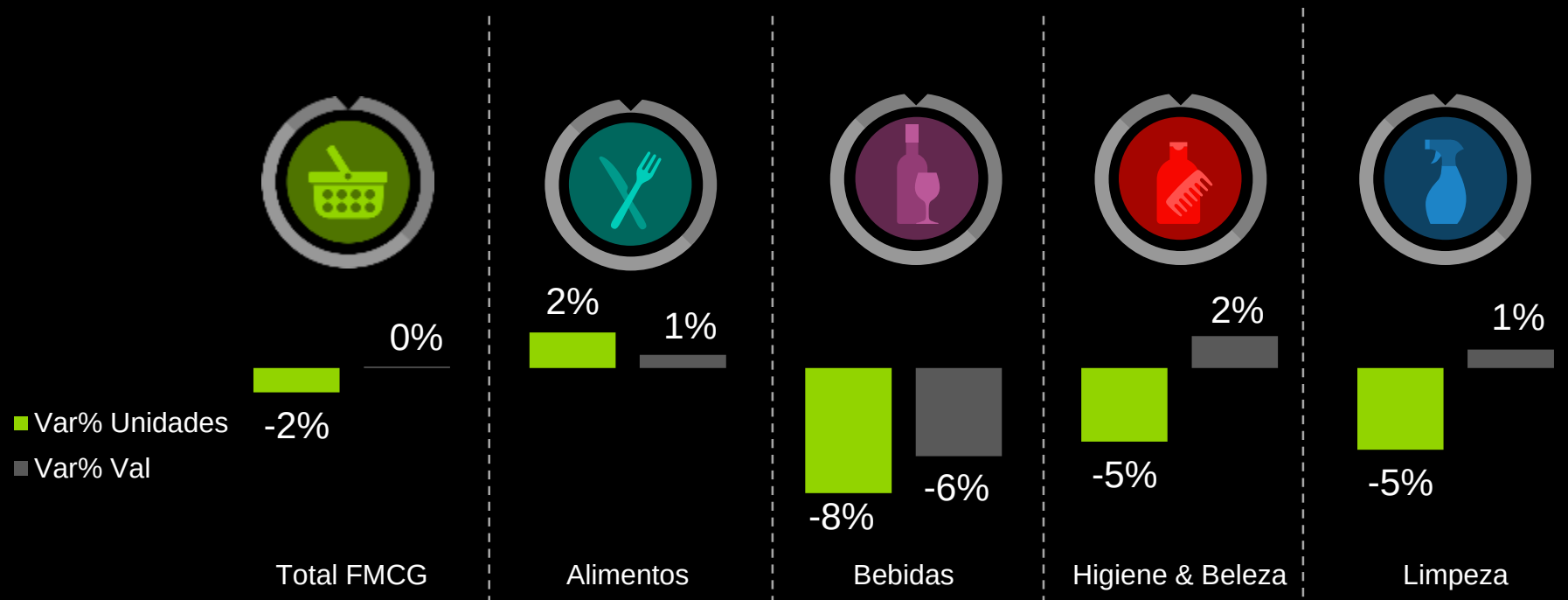
CLASSE DE REDUZ VISITAS AO PDV, PORÉM MANTÉM UNIDADES POR VIAGEM



População %		Contribuição Unidades	Variação Unidades	Variação Volume Médio (Un.)	Variação valor	Frequência	Variação Unidades por viagem
9%	A/B1	-0,6	-6,1	-8%	-5%	-4 idas	-3%
19%	B2	-0,4	-1,7	-3%	-1%	-3 idas	Est.
23%	C1	-0,5	-2,1	-4%	-1%	-3 idas	Est.
24%	C2	-0,2	-1,0	-3%	+2%	-4 idas	+1%
25%	DE	+0,1	+0,6	-2%	+3%	-5 idas	+5%
	Total	-2%	-3%	Est.	-4 idas	+1%	

Evolução CONSUMO
Cesta Kantar Worldpanel 96 categorias
% Variação 2015 x 2014

A RECUPERAÇÃO DE ALIMENTOS SE DESTACA COM CHOCOLATE CULINÁRIO, BATATA CONGELADA, EMPANADOS E CEREAIS



	Total FMCG	Alimentos	Bebidas	Higiene & Beleza	Limpeza
VARIAÇÃO TICKET MÉDIO	**+3%**	**Est.**	**+2%**	**+4%**	**+5%**
VARIAÇÃO UNIDADES POR VIAGEM	**+1%**	**+2%**	**-1%**	**-2%**	**-2%**

Evolução CONSUMO
Cesta Kantar Worldpanel 96 categorias
% Variação 2015 x 2014

O momento das
SMART CHOICES

O PODER NAS MÃOS DO CONSUMIDOR

KANTAR WORLDPANEL Inspiring successful decisions

CONSUMER INSIGHTS 2015

SUPER COMPUTADOR NO BOLSO

O poder nas mãos do consumidor

Tudo está se adequando ao consumidor

CONEXÃO + CONSCIÊNCIA = CONSUMIDOR RACIONAL

Várias OPÇÕES

Consumidor precisa fazer a ESCOLHA CERTA

Mais RACIONAL

Opções cada vez mais PERSONALIZADAS

Mais CUSTO-BENEFÍCIO

Atacarejo como canal que entrega preço e embalagens mais econômicas ou acessíveis

Mais INOVAÇÃO

Busca opções mais PRÁTICAS, pois o tempo se tornou determinante nas decisões de compra

Re-invenção dos SEGMENTOS

Nichos de mercado que crescem mesmo com a categoria em queda

SORTIMENTO É A CHAVE NESTE MOMENTO

LANÇAMENTOS DE SKUS

2014	2015
20.955	35.208

PORÉM O CARRINHO SE MANTÉM COM

56

CATEGORIAS/ ANO

E OS CONSUMIDORES ESTÃO INDO CADA VEZ MENOS AO PONTO DE VENDA (-4 IDAS)

Ou seja, a quantidade de lançamentos NÃO AUMENTA O CONSUMO… mas o CONSUMIDOR FAZ ESCOLHAS DIFERENTES

É HORA DE OUVIR O CONSUMIDOR

CONSUMO TEM UM LIMITE

O CONSUMIDOR FAZ TROCAS ENTRE CATEGORIAS, MARCAS E SEGMENTOS

INOVAÇÃO SEM BENEFÍCIO NÃO ENTRA NO CARRINHO

CONSUMIDOR RACIONALIZA

A VOLTA AO LAR

1.6 MILHÃO de famílias pararam de COMER EM RESTAURANTES em 2015**

-1,3

Jantar Fora de Casa Penetração

JANTAR FORA DE CASA FOI O MAIS IMPACTADO

Mais de ½ milhão de lares deixaram de jantar fora de casa

400 mil lares deixaram de gastar com carnes frias* em 2015

Hipótese: como saída o consumidor fez a substituição da proteína por outras categorias processadas:

Proteína Mais Acessível

Hamburguer +16,4%

Presuntaria +22,9%

Linguiça +30,9%

Fonte: HolisticView Kantar Worldpanel 2016
*Carnes, aves, ovos, peixes
** últimos 2 anos
%Var Valor 2015 x 2014
Cesta Kantar Worldpanel 96 categorias

Mais EXIGENTES

Escolhas mais
SIMPLES

Busca produtos e faz escolhas mais
PERSONALIZADAS
precisa cobrir mais as necessidades dele com menos dinheiro

Mais INFORMAÇÃO
Mais CONECTADO

Menos
TEMPO

QUER SABER MAIS SOBRE AS CATEGORIAS QUE CRESCERAM E CAÍRAM EM 2015?

Adquira o ConsumerBook 2016 e saiba tudo sobre mais de 170 categorias de produtos reunidos em um único lugar!

O ConsumerBook é uma ferramenta online fácil e objetiva que auxilia o direcionamento das ações de marketing, pois traz informações sobre o país, o mercado consumidor, os setores, bens de consumo duráveis e não duráveis, varejo, comportamento de compra e nichos de consumidores.

CINCO ANOS de histórico com as principais informações de mais de 170 CATEGORIAS DE PRODUTOS (2011 a 2015)

Desconto de 10% no PRÉ-LANÇAMENTO
Fechando até 31/03/16

Mais informações entre em contato
info.br@kantarworldpanel.com | 55 11 4133 9700

KANTAR WORLDPANEL Inspiring successful decisions

5% do valor do produto é doado para Unicef

CONSUMER INSIGHTS 2015

BRASIL

Siga-nos no Facebook e no LinkedIn
Kantar Worldpanel Brasil

Acesse a nossa página
www.kantarworldpanel.com/br