CONSUMO DE FMCG EM 2013

O ano de 2013 apresentou sinais de recuperação nas economias dos países desenvolvidos, que ainda sentiam os impactos da crise de 2008. A América Latina também contribuiu para uma melhora no cenário econômico mundial, com estimativa de crescimento do PIB de +3,3% para 2013. Já no cenário brasileiro, o PIB do ano que passou cresceu apenas 2,3%, ou seja, menor que o crescimento global. Além disso, o último ano foi marcado por muitas incertezas no Brasil. A alta da inflação, o aumento dos juros reais e aumento da taxa de câmbio fizeram com que os brasileiros sentissem o impacto no bolso. Os investimentos não aconteceram a contento no país, o que gerou um crescimento da produção industrial abaixo das expectativas (+1,2%) e as vendas no varejo também chegaram a menor taxa dos últimos 10 anos, somente +4,3% de crescimento. Apesar deste cenário, o desemprego caiu, chegando ao menor nível desde 2003.

No âmbito do **consumo de FMCG**, o ano foi marcado pela estabilidade, sendo alavancado no último trimestre devido às festas de final de ano. Isso garantiu um resultado favorável no consumo total em 2013. A classe média brasileira foi a grande responsável pela sustentação do consumo. Lares que migraram da Classe D/E para a classe C garantiram o crescimento das cestas. Porém mesmo com a retração das classes baixas brasileira, a classe D/E aumentou o número de itens comprados, tentando equilibrar o carrinho de compras e manter os produtos conquistados ao longo dos últimos anos.

O ano de 2013 resultou também na consolidação da menor frequência de compra. Ao longo dos últimos 12 meses, vimos a retomada da compra de despensa e a queda de frequência. De forma geral, os lares estão indo 3 vezes a menos no PDV, porém comprando em maior volume. Esta é uma tendência que tende a se manter para os próximos meses.

O varejo tradicional e atacado foram os grandes destaques de 2013, atendendo às necessidades de proximidade e baixo preço respectivamente, sendo que o varejo tradicional teve uma participação importante na maior quantidade de itens levados por viagem, além do aumento do tíquete médio ao longo dos últimos 3 anos.

Categorias com alto valor agregado e conveniência cresceram acima da média no ano que passou, inclusive nas classes mais baixas, e são tendências para 2014. Como principais destaques na categoria de Alimentos e Bebidas, podemos citar Batata Congelada e Suco Pronto para Beber, já para categoria de Higiene/Beleza e Limpeza, os destaques foram anti-séptico bucal e detergente líquido para roupas.