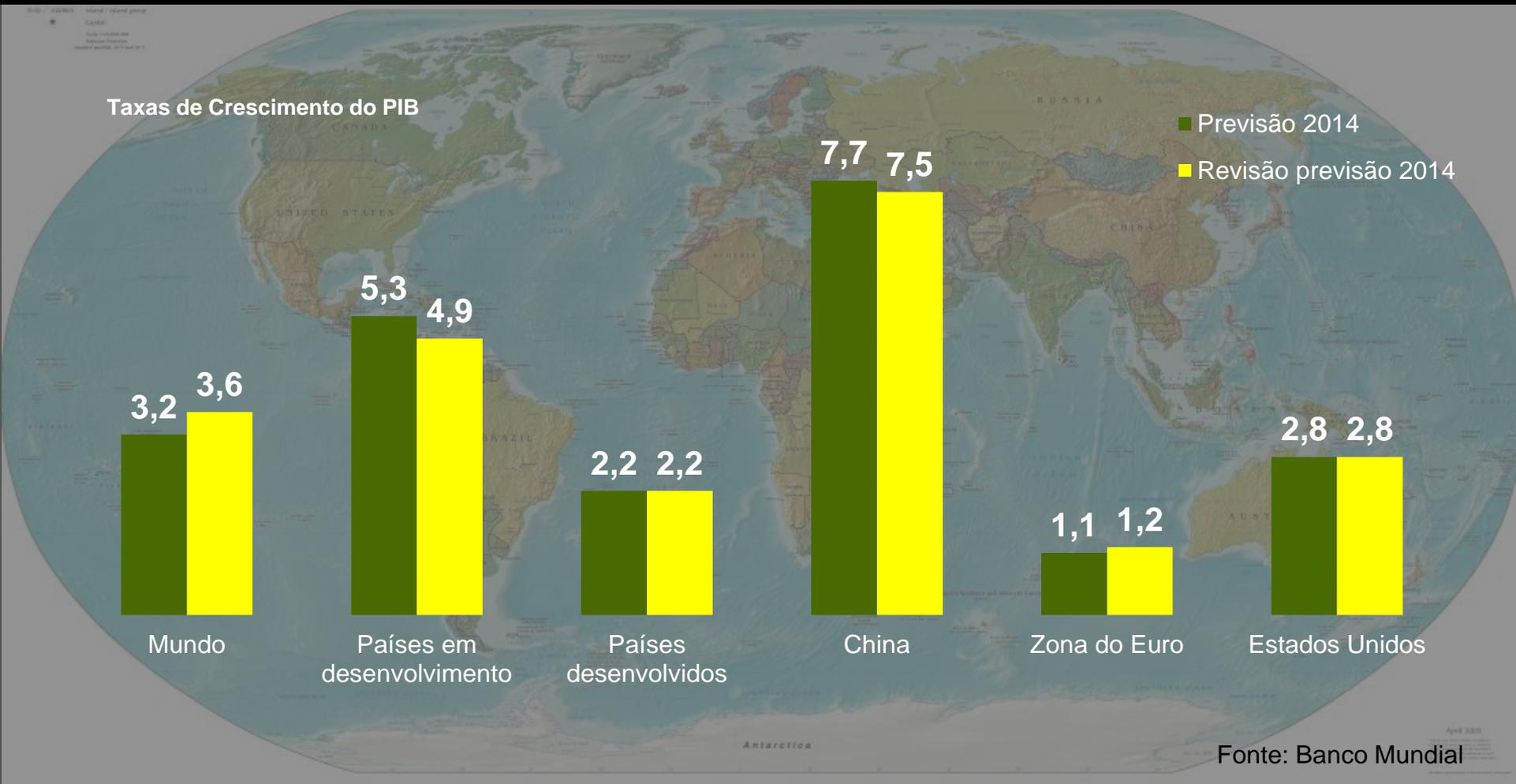


**O FRIO DA ECONOMIA E O CALOR
DO CONSUMO**

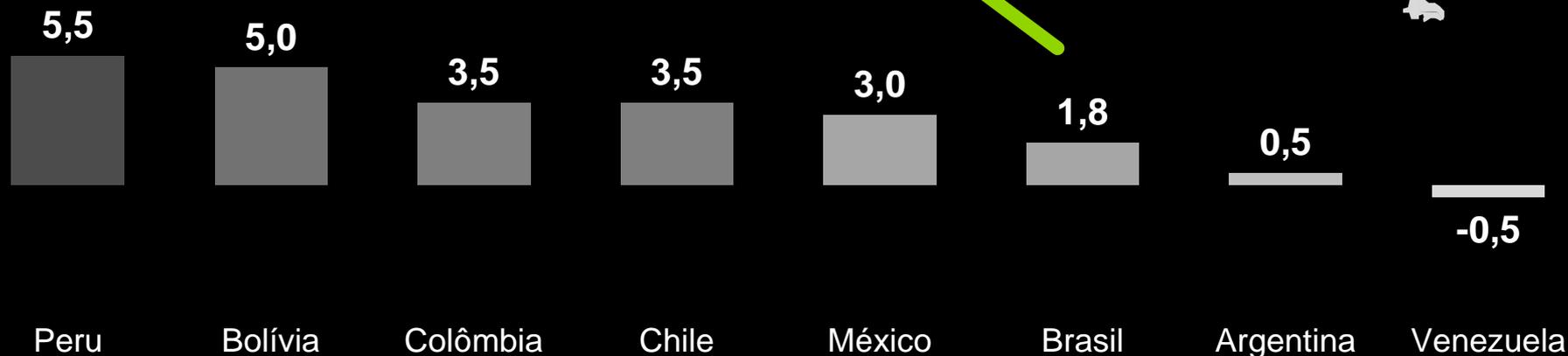
APESAR DA RECUPERAÇÃO DA ECONOMIA EM PAÍSES DESENVOLVIDOS, OS EMERGENTES COMEÇARAM A REVISAR SEUS PIB'S PARA BAIXO



ALGUNS PAÍSES DA AMÉRICA LATINA COMEÇAM A SENTIR A ESTABILIDADE DA ECONOMIA

E o Brasil também impacta

Revisão do crescimento do PIB de 3,0% para 1,8%
Medidas para controle da inflação ineficazes;
Clima interferindo nas plantações



Estimativa de Crescimento PIB 2014
Fonte: FMI

KANTAR WORLD PANEL



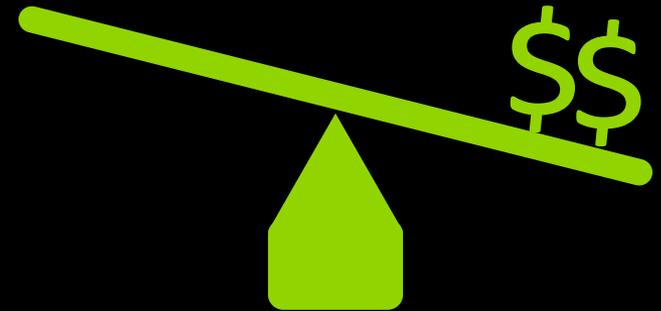
Como o

BRASIL

reage a esse cenário

MESMO COM O AUMENTO DE 7% NA RENDA, O ENDIVIDAMENTO É ALTO...

Mas **51%** das famílias gastam mais do que ganham



Renda Média Familiar Mensal
(Valores não deflacionados)
(Fonte: Holistic View)



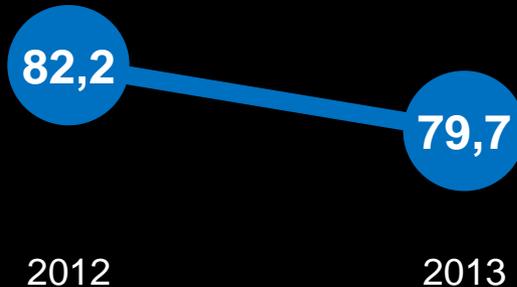
... E COMER FORA DE CASA ESTÁ CADA VEZ MAIS CARO

“Comer fora de casa está **10% mais caro** para consumidores brasileiros”
(Jornal da Globo)

“**63%** das pessoas diminuíram gastos em restaurantes”
(APAS)

COM ISSO, CADA VEZ MENOS PESSOAS BUSCAM ESSE TIPO DE OPÇÃO...

% Alimentação fora do lar



Apesar do aumento de 14% no gasto com alimentação fora do lar, 1,2 milhão de pessoas **deixaram de fazer refeições fora de casa**. Lanches, café da manhã e almoço foram as mais impactadas.

... E A SOLUÇÃO É A VOLTA PARA CASA!

Contribuição para aumento dos gastos das famílias – Top 3
Fonte: Holistic View



Alimentação dentro do lar



Habitação



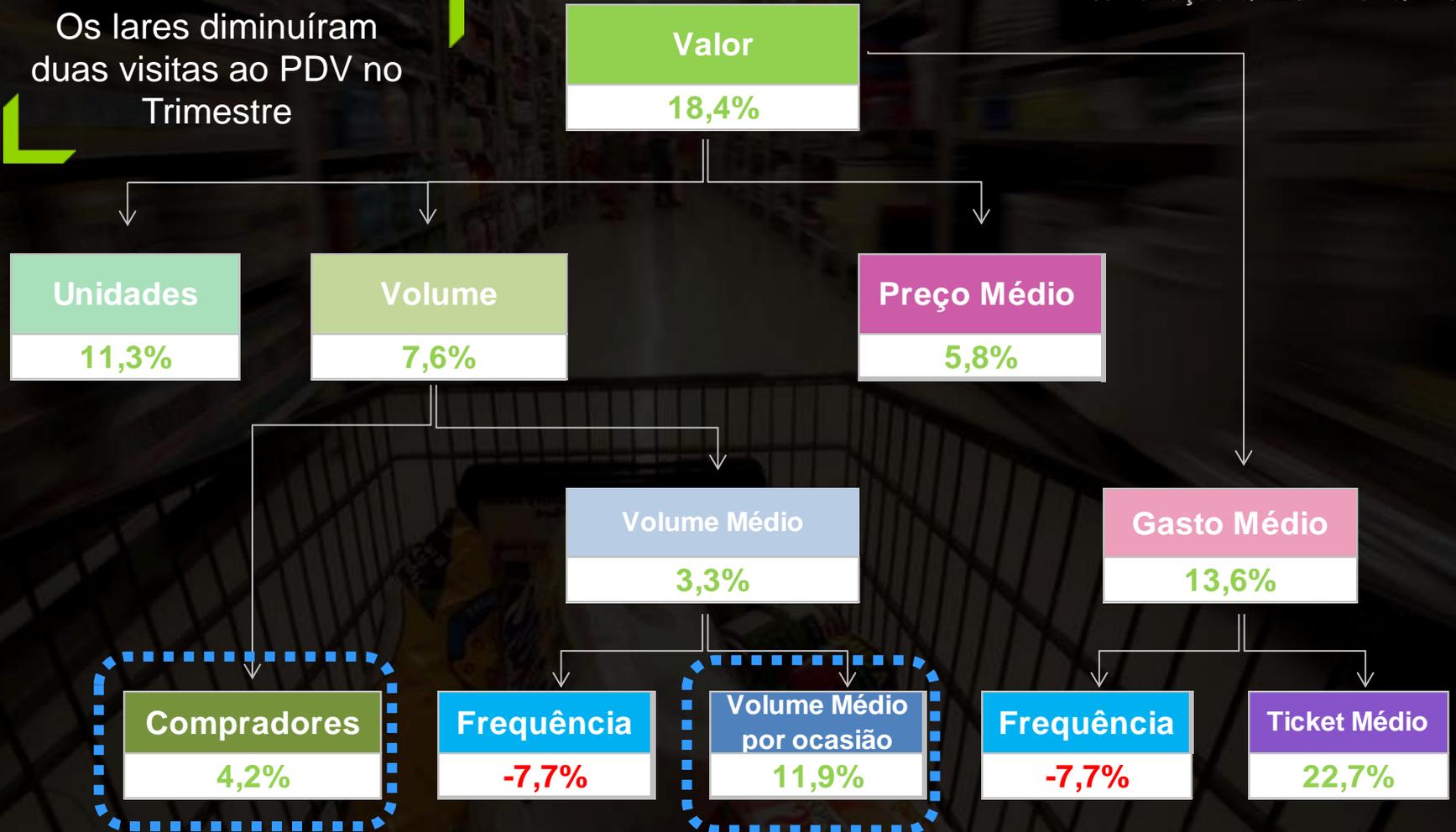
Transporte

O IMPACTO DO CRESCIMENTO É SENTIDO NA CESTA DE FMCG

O AUMENTO NO NÚMERO DE LARES E MAIOR QUANTIDADE DE ITENS COMPRADOS IMPACTAM NO CRESCIMENTO DA CESTA

Evolução CONSUMO
% Variação Q1.2014 vs. Q1.2013

Os lares diminuíram duas visitas ao PDV no Trimestre



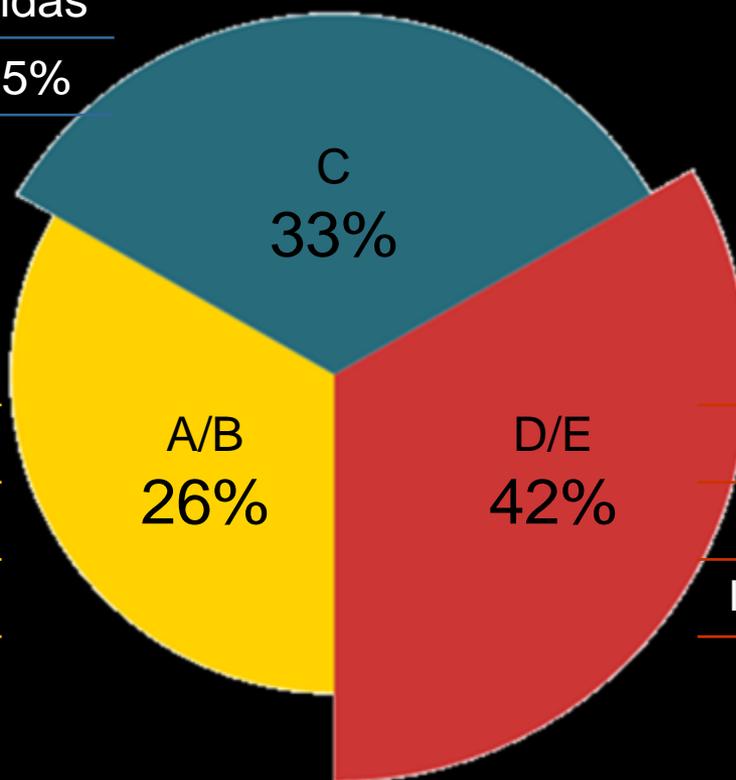
TODAS AS CLASSES IMPULSIONAM O CONSUMO!

APÓS UM ANO MAIS “APERTADO”, A CLASSE D/E VOLTA A CRESCER, AUMENTANDO INCLUSIVE O NÚMERO DE ITENS COMPRADOS POR VIAGEM

Evolução CONSUMO
% Variação Q1.2014 vs. Q1.2013

| | |
|-------------------|---------|
| Volume | 8% |
| Valor | 19% |
| Frequência | -2 idas |
| Itens por ocasião | + 5% |

Importância das classes
2014



| | |
|-------------------|--------|
| Volume | 5% |
| Valor | 17% |
| Frequência | -1 ida |
| Itens por ocasião | + 3% |

| | |
|-------------------|---------|
| Volume | 8% |
| Valor | 20% |
| Frequência | -2 idas |
| Itens por ocasião | +12% |

Muito Obrigado!

Para saber mais entre em contato:
4133 9700 ou 4133 9708
ou info.br@kantarworldpanel.com



*A utilização das informações Kantar Worldpanel descritas neste documento são de propriedade da Kantar Worldpanel, podendo ser utilizados pelo cliente para seu uso interno. Ao cliente é vedada sua reprodução, no todo ou em parte, por qualquer método reprográfico, bem como sua divulgação e/ou transferência a terceiros sem prévia autorização expressa e por escrito da Kantar Worldpanel.