

#JUNTOSCONTRAOVÍRUS

Boletim Covid-19

Impactos no Varejo | 23.03





Contextualização

Este boletim é um compilado de informações desenvolvido pelo time de RBS Intelligence, com o objetivo de apoiar os parceiros de mercado do Grupo RBS com informações que impactam seus negócios neste momento.

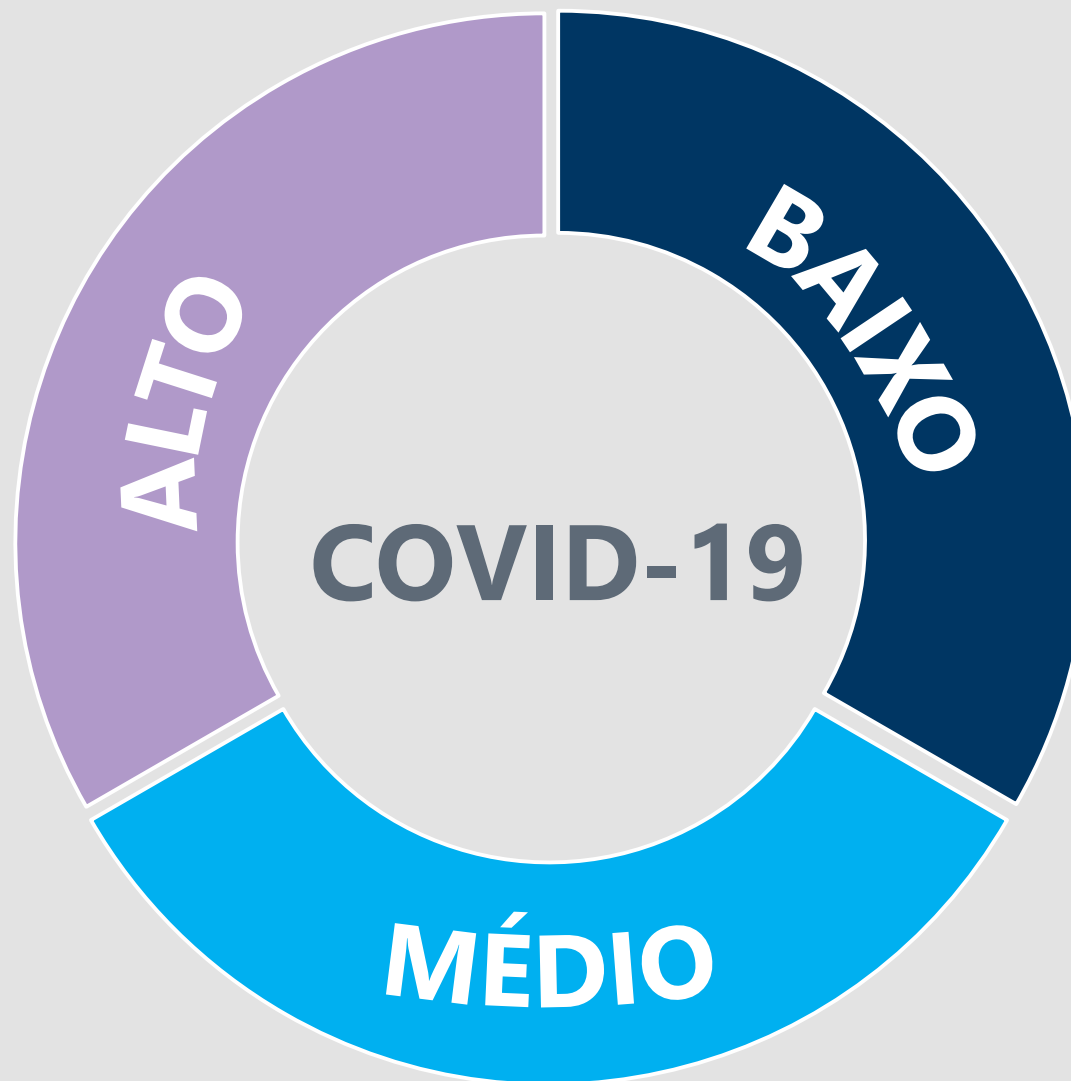


RBS Intelligence

Grupo **RBS**

Turismo
Companhias aéreas
Varejo (não alimentar)
Envio Global
Vestuário
Fabricantes Automotivos
Consumos duráveis
Jogos

Bebidas
Produtos químicos
Fabricação
Meios de Comunicação
Metais e Mineração
Serviços de óleo e gás
Promotores Imobiliários
Proteína e Agricultura
Serviços
Produtores de aço
Hardware



Meios de construção
Defesa
Equipamentos e Transporte
Aluguel
Embalagem
Farmacêutica
Imóveis
Varejo de alimentos
Telecomunicações
Gestão de Resíduos

IMPACTO NOS SEGMENTOS

Pilares destacados impactam no segmento varejista

Desafios | VAREJO

O consumidor já mudou seu comportamento em virtude ao COVID-19. Ficar atento as mudanças para direcionar estratégias é fundamental neste momento.

Mudança de comportamento do consumidor

O consumidor está passando por diferentes fases de consumo, o que deixa o setor varejista atento às alterações rápidas de demanda (NIELSEN, 20 de março de 2020).

Pontos de vendas fechados

Proibição de atividades e serviços privados não essenciais e o fechamento dos shopping centers e centros comerciais (G1, 19 de março de 2020).

6,2%

De redução do desempenho do setor de vestuários e de departamento. (G1, 19 de março de 2020).

41%

De redução no faturamento do varejo de transportes e turismo (CIELO, 16 de março de 2020)

20%

De aumento nas vendas de produtos de limpeza até 01/03 e mais de 66% de aumento em 550 categorias (NIELSEN, 20 de março de 2020).

88%

De aumento nas venda, sobretudo de commodities, até 8/03, pós anúncio da pandemia. 13% de aumento no faturamento supermercadista. (NIELSEN, 20 de março de 2020).

Desdobramento de conveniência | VAREJO

40%

De aumento no uso de plataformas de vendas on-line até 15/03

(TERRA, 20 de março de 2020)

30%

De aumento nas vendas de alimentos e bebidas via internet

(EXAME, 20 de março de 2020)

37%

De aumento nas vendas de eletrodomésticos via internet

(EXAME, 20 de março de 2020)

111%

De aumento nas vendas da categoria saúde via internet

(ISTOÉ, 20 de março de 2020)

Marcas podem aproveitar para potencializar ou desenvolver seus canais de venda online nesse período, uma vez que a demanda está crescendo, principalmente em alguns segmentos.



As empresas estão usando o engajamento com os seus clientes e a colaboração entre marcas como estratégia, como nos exemplos:

Doações, internet adicional, frete grátis para produtos essenciais e até mudança no logotipo são algumas medidas adotadas pelas empresas até o momento

(O POVO, 20 de março de 2020)

Marcas se unem com o objetivo de frear a disseminação do coronavírus

(EXAME, 18 de março de 2020)



Desafios que estão por vir | VAREJO

Já estamos enfrentando problemas nas exportações.

Isso irá impactar a relação de oferta x demanda.

As dificuldades de comercialização em grande escala vão impactar a economia em virtude destes pilares:



Choque de oferta e importações

Alterações na oferta de produtos devido a disponibilidade limitada de insumos: paralisação de produção, redução das importações, falta de componentes (CONTEÚDOS XP, 17 de março de 2020).

Redução das exportações

Redução nas exportações do Brasil e do Rio Grande do Sul para a China, que é, atualmente, o destino de aproximadamente 30% da produção brasileira (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 11 de março de 2020).

20%

em média, de redução das exportações brasileiras à China.

(VEJA, 2020)

57%

das empresas de eletrônicos reportaram problemas na importação de bens chineses.

(CONTEÚDO XP, 17 de março de 2020)

Possíveis impactos | VAREJO

ELETRÔNICOS

Existe uma produção suficiente de eletrônicos para atender a demanda existente. No entanto, alguns segmentos já apresentam falta de insumos e matérias primas em decorrência da redução das importações.

(CONTEÚDOS XP, 17 de março de 2020).

FARMÁCIAS

20% das pessoas declararam que estão comprando remédios para gripe e resfriado neste período. Há uma projeção de aumento pela procura nesse segmento pelo consumidor final. Espera-se, também, um possível impacto de redução de estoque no trade, no médio prazo, causado pela redução das importações de insumos e matérias primas asiática.

(CONTEÚDOS XP, 17 de março de 2020).

VESTUÁRIO

66% dos gaúchos que trabalham no estilo tele trabalho, declararam que passam a gastar menos com vestuário. Considerando que este modelo vem sendo adotado como medida preventiva, o segmento pode sofrer quedas consideráveis neste momento.

(Estudo Cápsula, Grupo RBS, 2019).

O que pode ser feito | VAREJO

Serviços de entrega

Criação de descontos ou serviços de entrega gratuita, incentivando o consumo neste canais.

E-commerce

Opção para o consumidor manter sua intenção de compra, incentivando e/ou melhorar a usabilidade do e-commerce, amenizando o impacto na redução das vendas.

Posicionamento de marcas

Adotar estratégias de orientação, educação e entretenimento aos seus clientes, relacionados, ou não, a sua atividade fim.
Ex: dicas de entretenimento e produtividade home office, disponibilização de conteúdos e cursos gratuitos.

Coronavírus impulsiona delivery no Brasil e muda rotina de restaurantes e consumidores

Com salões vazios, restaurantes investem em delivery, enquanto apps lançam medidas para reduzir contato entre fornecedores, entregadores e consumidores.

HUFFPOST BRASIL, 21 de março de 2020

Coronavírus: e-commerce como alternativa para atender à população em isolamento

ECCOMERCE BRASIL, 20 de março de 2020

#JUNTOSCONTRAOVÍRUS

I RBS Intelligence