

RADAR SCANNTECH

YTD 20 vs YTD 21

AGOSTO 2021
VAREJO ALIMENTAR BRASIL



Aspectos Metodológicos

Universo: painel com mais de 21.000 pontos de vendas em todo o país. Foco em Supermercados Nacionais e Regionais e Atacarejos Regionais (representando 77% e 35% do faturamento reportado de 2020 destes canais, respectivamente).

Categorias: 314 categorias de produtos analisadas, divididas em 10 famílias: Bazar, Bebidas, Limpeza, Mercearia, Outros, Perecíveis, Perfumaria, Pet, Tabaco e Têxtil.

Tickets: se processam mais de 700 milhões de tickets ao mês.

Períodos: abertura acumulado do ano, mensal e semanal. As variações dizem respeito ao mesmo período do ano anterior.

Variáveis:

Consumo: vendas em valor (reais) e unidades

Importância: representatividade de vendas em valor (reais)

Ticket médio: em valor (reais por ticket) / quantidade de ticket

As vendas continuam em alta?

No acumulado do ano o Varejo Alimentar apresenta crescimento de **+6,1%** em valor v.s. 2020, todos os canais tem variação positiva, com destaque para o **Atacarejo** com 9,0% de crescimento.

Após segundo melhor crescimento anual em Julho, em Agosto o cenário é mais desafiador com crescimento de apenas +2,7% e desaceleração de todos os canais.

Mesmo com retração no volume de tickets o mês é impulsionado por crescimento no **ticket médio** em valor.

São Paulo, Sul e Norte tem maiores crescimentos no **Atacarejo** enquanto as demais regiões apresentam maiores crescimentos no Supermercado.

Mercearia Básica (+13,6%) e **Perecíveis (+9,1%)** contribuem com **76%** do crescimento, **Perfumaria (-3,5%)** tem maior retração. Movimentação continua sendo alavancada por aumento de preços, uma vez que apesar do crescimento em valor, todas as cestas, exceto Pet e Tabaco, apresentam retração em unidades.

Análise de vendas por canal YTD 21 vs. YTD20

Analisando o cenário do canal alimentar no Brasil, o destaque é o canal de Atacarejo, ganhando participação de mercado. O varejo 10+, apesar da variação positiva em vendas, perdeu representatividade.

Variação Total
Supermercado + Atacarejo

+6,1%

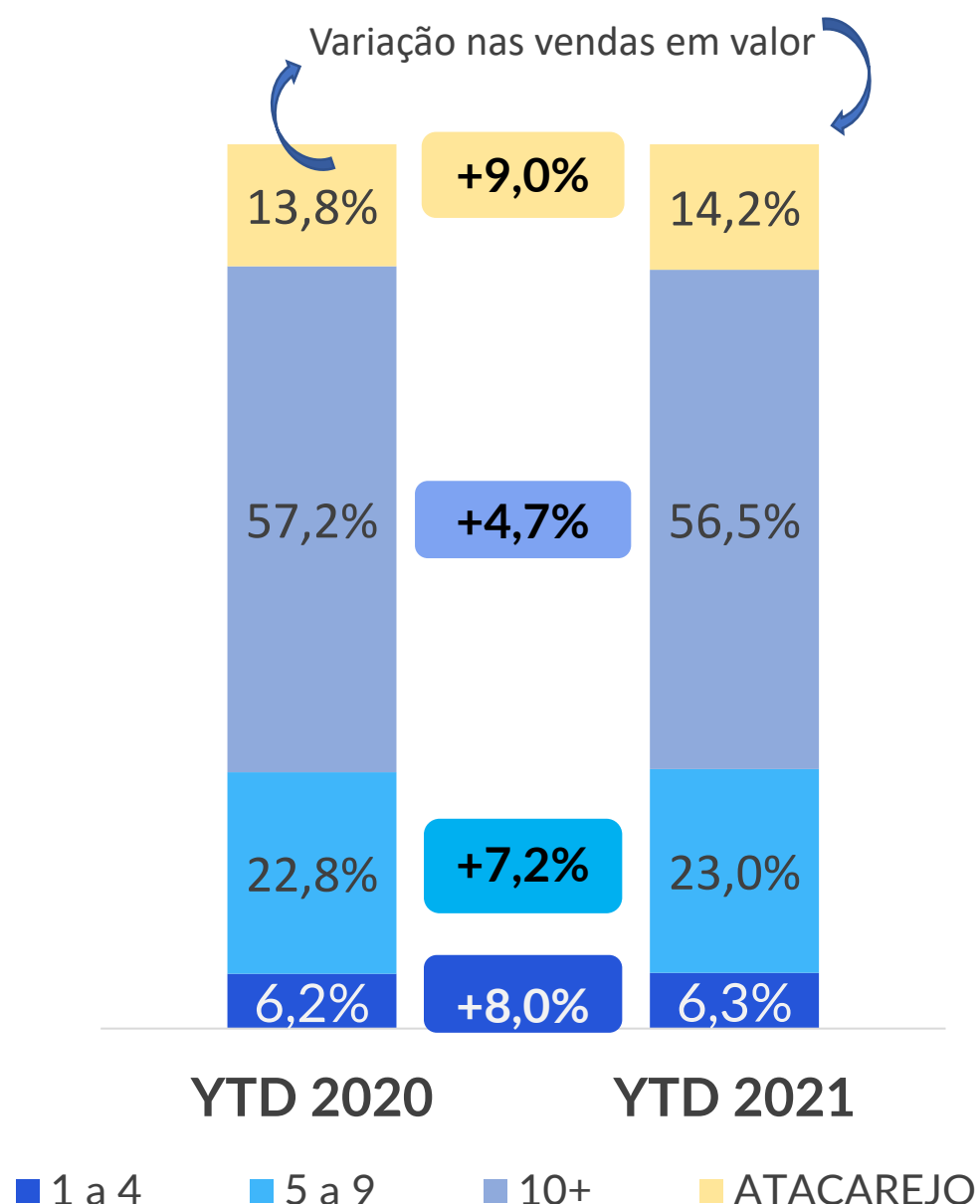
(Reais- YTD 21 vs YTD 20)

-7,3%

(Unidades - YTD 21 vs YTD 20)

Inflação IPCA: 5,67%

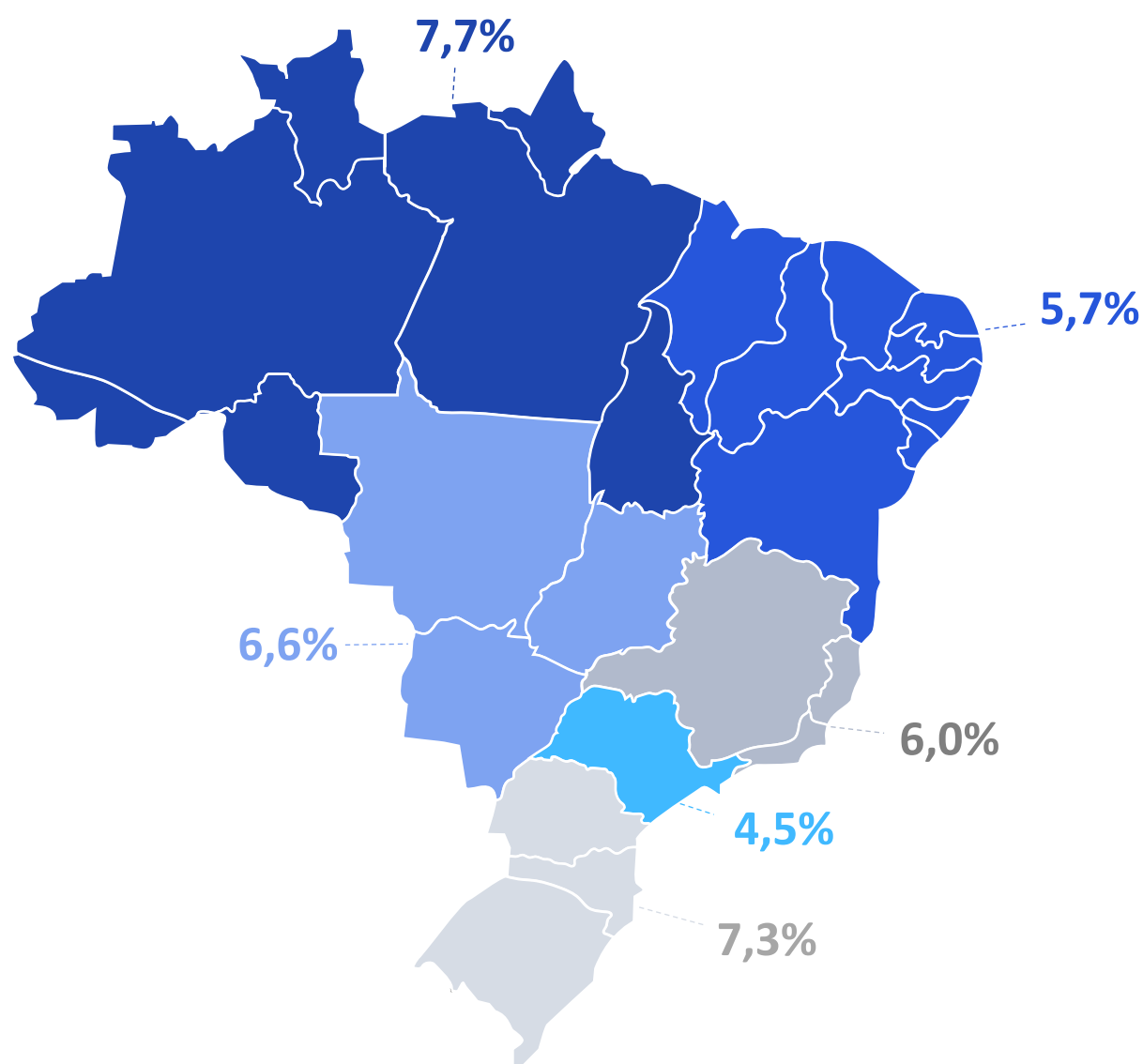
Participação dos canais nas vendas (%) - Reais



Análise YTD 21 vs. YTD 20

No total de canais, **São Paulo** é região de menor crescimento, enquanto o **Norte** e **Sul** são destaques de crescimento. No Atacarejo, **São Paulo, Sul e Norte** mantêm maiores crescimentos, enquanto as demais regiões apresentam maiores crescimentos no Supermercado.

VARIAÇÃO TOTAL SUPERMERCADOS + ATACAREJO



NORTE

ATACAREJO	SUPERMERCADO
13,5%	7,1%

NORDESTE

ATACAREJO	SUPERMERCADO
1,8%	6,1%

CENTRO-OESTE

ATACAREJO	SUPERMERCADO
2,6%	7,2%

SUDESTE (EXC. SP)

ATACAREJO	SUPERMERCADO
5,3%	6,1%

SÃO PAULO

ATACAREJO	SUPERMERCADO
11,9%	3,2%

SUL

ATACAREJO	SUPERMERCADO
8,8%	7,2%

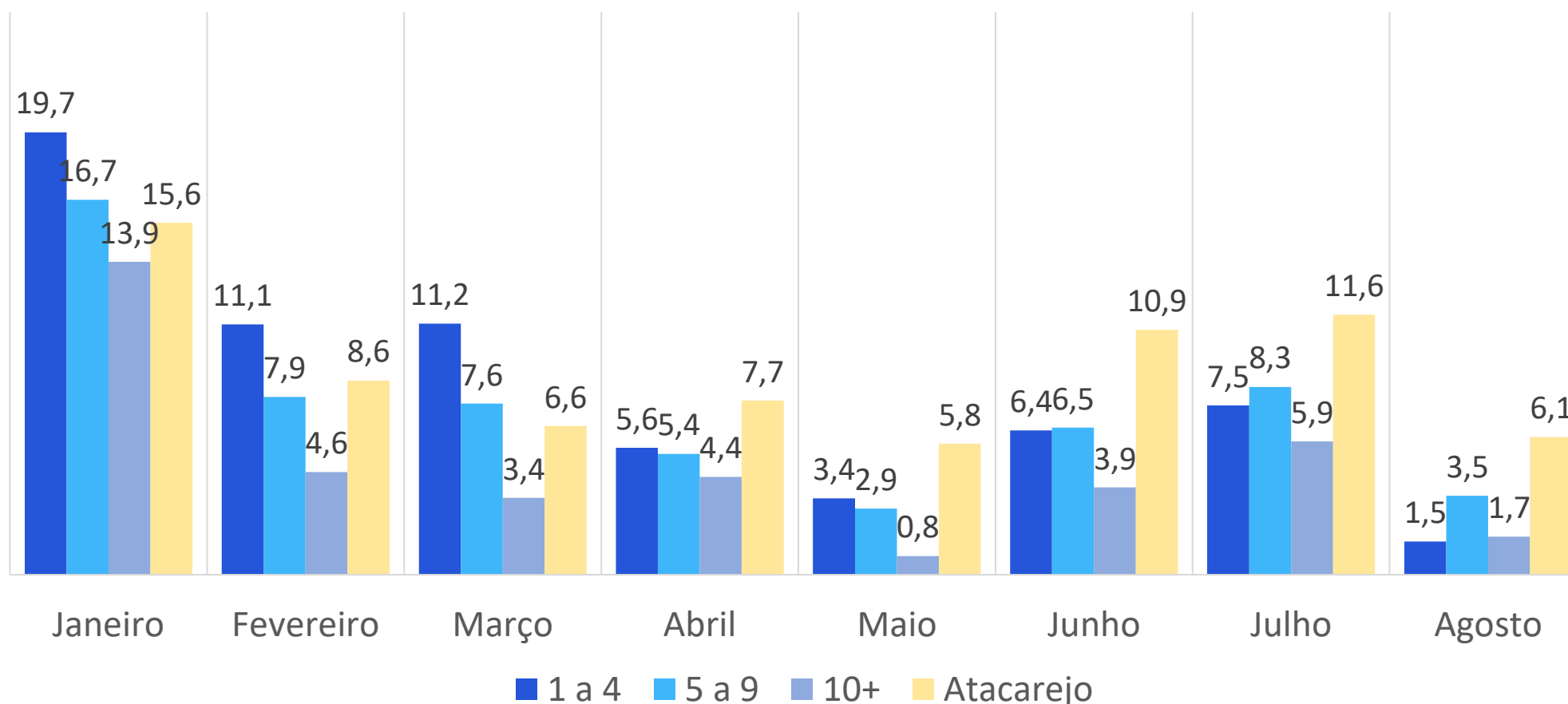
Análise de vendas mensal (R\$)

Após segundo melhor crescimento anual em Julho, em Agosto cenário é mais desafiador com crescimento de apenas +2,7%, com desaceleração de todos os canais.

VARIAÇÃO 2021 VERSUS MESMO MÊS DO ANO ANTERIOR – TOTAL CANAIS – (R\$)

Anio	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto
2021	15,1%	6,3%	5,2%	5,1%	2,2%	5,6%	7,4%	2,7%

VARIAÇÃO 2021 VERSUS MESMO MÊS DO ANO ANTERIOR – POR CANAL – (R\$)



Evolução Ticket Médio e Quantidade de Tickets

O ticket médio apresenta crescimento versus mesmo período ano anterior. Porém tem uma regressão em comparação ao mês anterior (jul/21).

A frequência em loja (quantidade de tickets) fica em linha em comparação ao mesmo período do ano anterior, após melhor patamar histórico em julho.

EVOLUÇÃO POR MÊS - AGOSTO/21 VS AGOSTO/20

Variação vs. mesmo mês do ano anterior Ticket Medio

	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto
2021	29,5%	25,1%	13,9%	5,3%	1,9%	5,6%	4,9%	3,4%

Variação vs. mesmo mês do ano anterior Qtd de Tickets

	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto
2021	-11,2%	-15,2%	-8,0%	-0,1%	-0,1%	0,2%	2,9%	-0,2%

+3,4%

VALOR TICKET MÉDIO AGO/21 VS AGO/20

-0,2%

TRANSAÇÕES AGO/21 VS AGO/20

Movimentações de Cestas

Todos os canais YTD 2021 vs. 2020



76%

do crescimento no ano vem de **Mercearia Básica e Perecíveis**

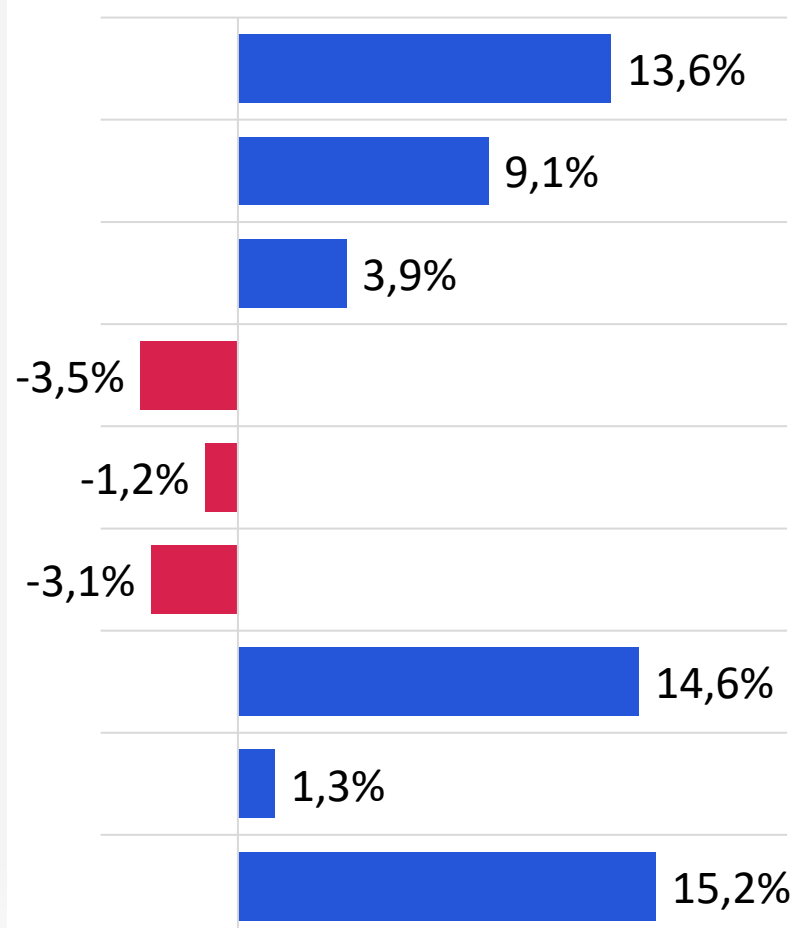


51%

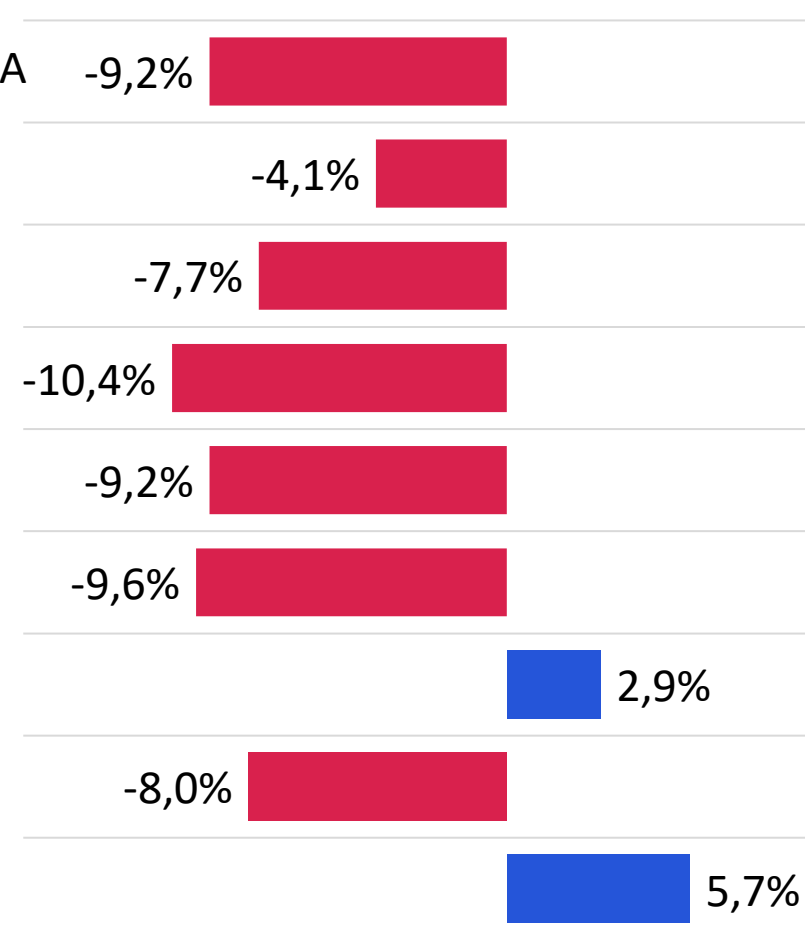
da retração no ano vem de **Perfumaria**

Entre as principais categorias, o crescimento é puxado pelas vendas em valor, pois apenas Pet e Tabaco apresentam crescimento também em unidades na comparação 2021 vs 2020.

Variação em Valor% (R\$)



Variação em Unidades%



Movimentações de Cestas Supermercados YTD 2021 vs. 2020



79%

do crescimento no ano vem de **Mercearia Básica e Perecíveis**

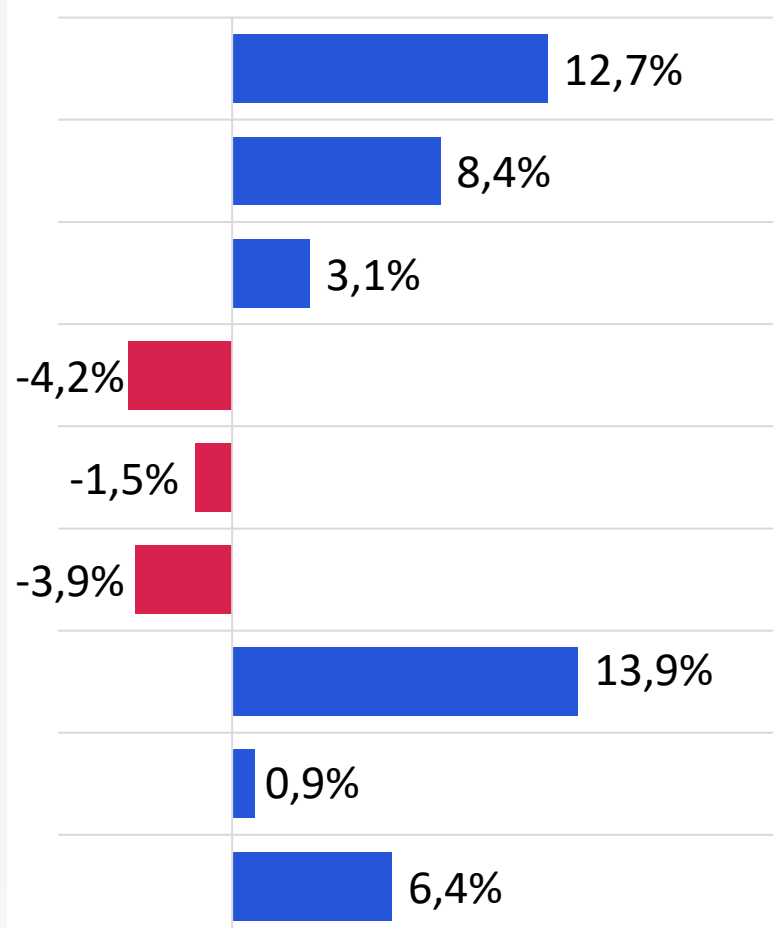


81%

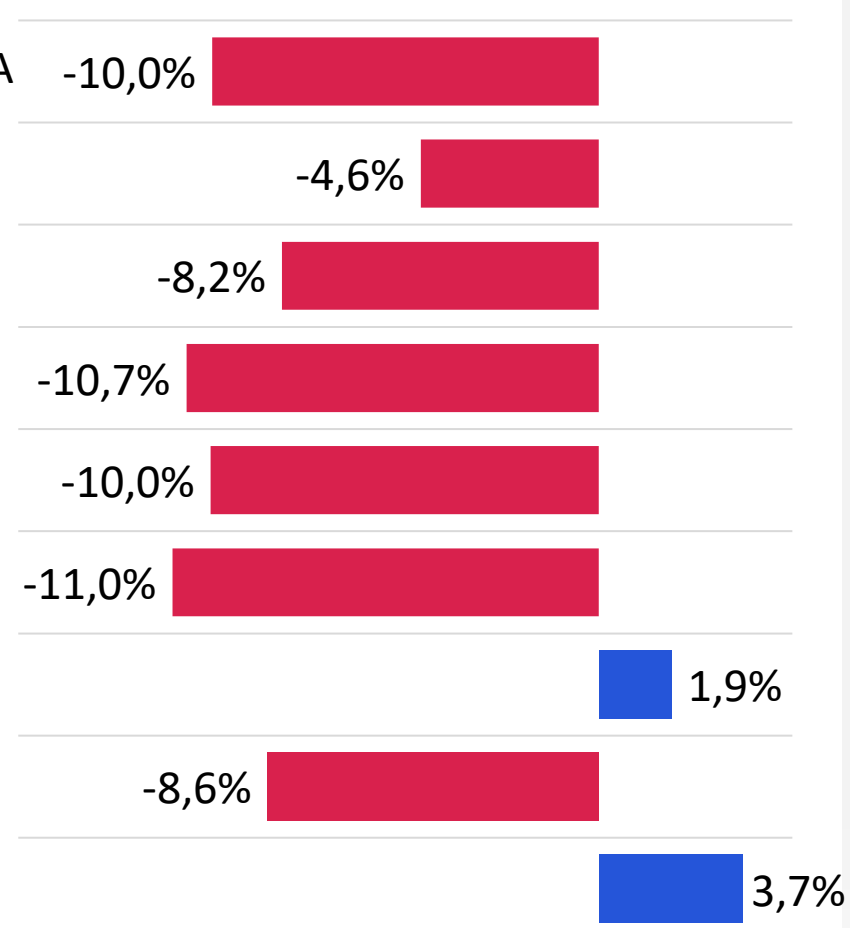
da retração no ano vem de **Perfumaria e Bebidas**

Nos Supermercados, Pet e Mercearia Básica tem maiores crescimentos, enquanto Perfumaria e Bazar tem maiores retrações. Cenário em unidades é similar ao Total Canais.

Variação em Valor% (R\$)



Variação em Unidades%

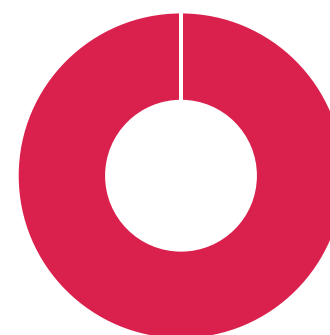


Movimentações de Cestas Atacarejo YTD 2021 vs. 2020



66%

do crescimento no ano vem de **Mercearia Básica e Perecíveis**



100%

da retração no ano vem de **Perfumaria**

No Atacarejo, todas as categorias tem crescimento em valor, exceto Perfumaria. No entanto apenas Pet e Tabaco apresentam crescimento também em unidades.

Variação em Valor% (R\$)

Variação em Unidades%

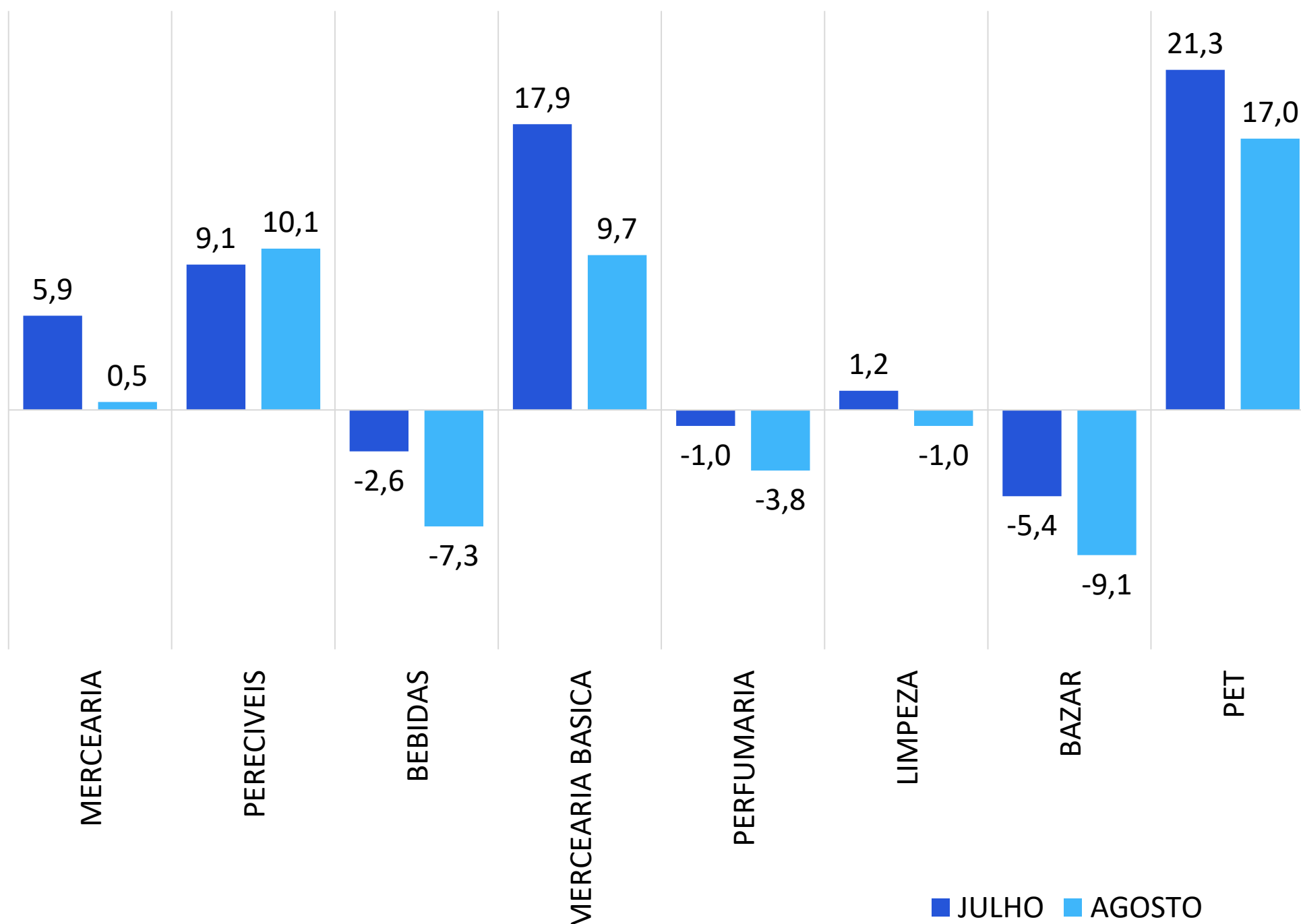
Variação em Valor% (R\$)	Categoria	Variação em Unidades%
17,6%	MERCEARIA BASICA	-4,7%
13,1%	PERECIVEIS	-0,5%
8,4%	MERCEARIA	-4,8%
84,5%	TABACO	51,5%
3,5%	LIMPEZA	-4,8%
18,9%	PET	10,8%
0,5%	BEBIDAS	-4,3%
1,7%	BAZAR	-3,3%
-0,1%	PERFUMARIA	-9,0%

Movimentações Cestas

Curto Prazo - Mensal

Com exceção de Perecíveis, as demais categorias apresentam desaceleração em agosto, comparado ao desempenho de julho.

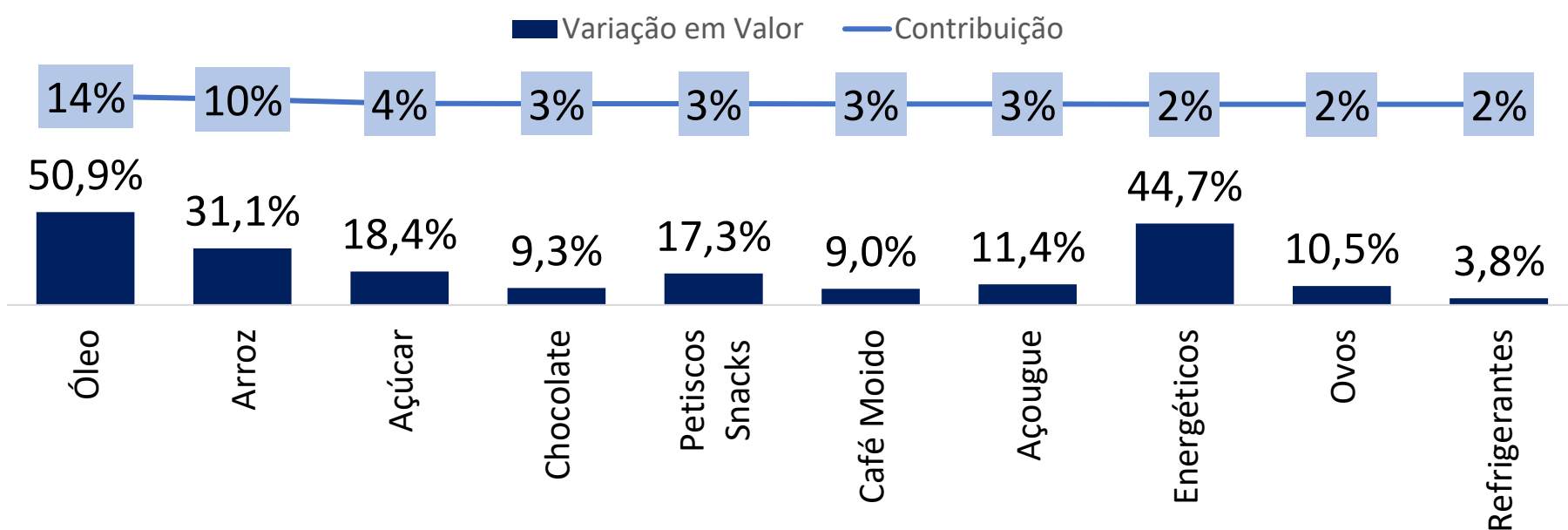
Variação das categorias % – Mês a Mês – 2021 versus 2020



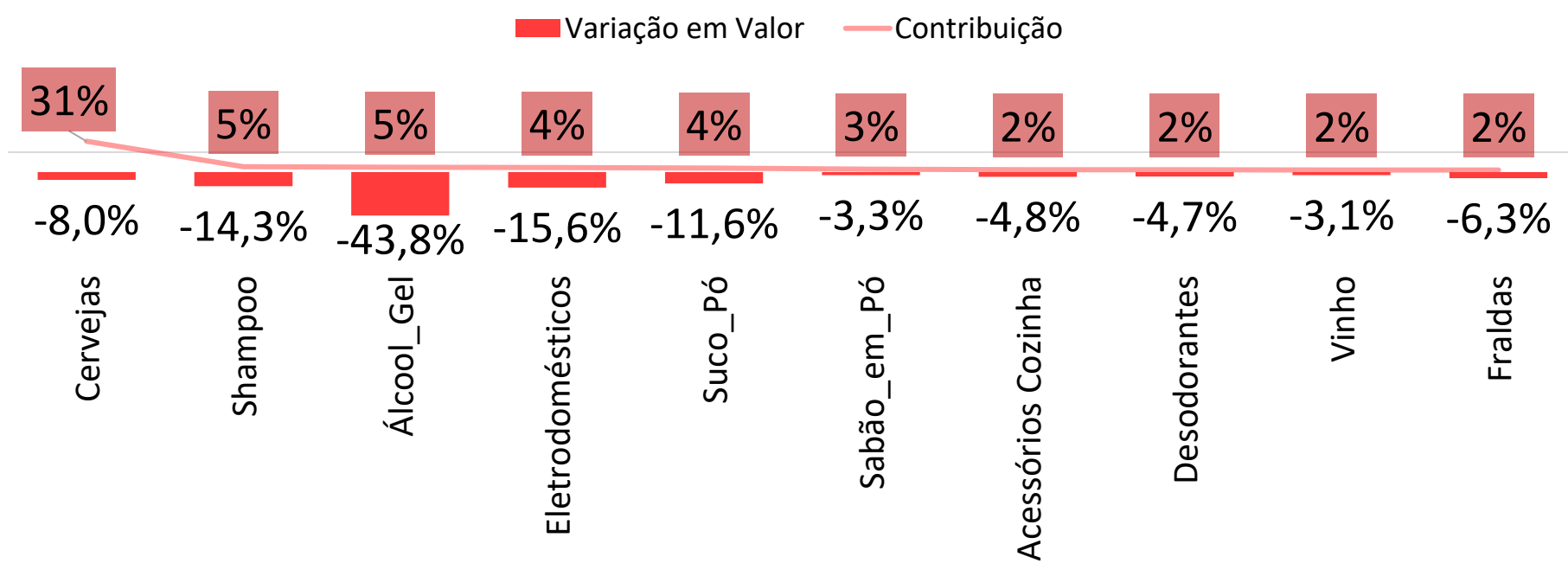
Movimentações das Categorias

YTD/21 vs. YTD/20

Categorias com as maiores variações POSITIVAS em Vendas (R\$)



Categorias com as maiores variações NEGATIVAS em Vendas (R\$)



Categorias em destaque

YTD/21 vs. YTD/20

Algumas outras categorias crescem acima da média e se destacam no ano.

ALCOOLICOS



GIN **+47%**
WHISKY **+30%**
LICOR **+16%**

DIA A DIA



LEITE VEGETAL **+43%**
FRUTAS IN NATURA **+20%**
CAFÉ_PREMIUM **+16%**

PRATICIDADE



EMPANADOS_STEAK **+34%**
LANCHES PRONTOS **+25%**
PRATOS PRONTOS **+19%**

FUNCIONAL



SUPLEMENTO ACADEMIA **+45%**
CREME DE AMENDOIM **+25%**
ISOTONICOS **+25%**

PET



ALIMENTO P/ GATO **+19%**
PETISCOS E SNACKS **+17%**
ALIMENTO P/ DOG **+13%**

CASA E LIMPEZA



DETERGENTE EM PÓ **+25%**
BALDE PLASTICO **+52%**
SACO DE LIXO **+11%**

PLANEJAMENTO NATAL E ANO NOVO:

Categorias que crescem as vendas na semana Natal e Ano Novo vs a média do ano no Brasil



SIDRA

+1307%



CHAMPAGNE

+668%



PANETONE

+527%



CASTANHA SAUDEL

+370%



ACESSÓRIOS CAMPING

+317%



ACESSÓRIOS NATAL

+289%



FRUTAS EM CALDA

+277%



FRUTAS SECAS

+260%



GIN

+234%



WHISKY

+218%



BRONZEADORES E PROTETORES

+217%



SAQUE

+167%



PÃO DE ALHO

+162%



ENERGÉTICO

+159%



CARVÃO E LENHA

+156%



RUM

+127%



CERVEJA

+87%



CREME DE LEITE

+78%



REFRIGERANTE

+58%



CHOCOLATE

+35%



FRIOS E EMBUTIDOS

+26%