

Informação Pública

A P&G reconhece sua responsabilidade neste momento de crise e montou um plano junto ao varejo com quatro pilares: Segurança, Conectividade, Cobertura de Lojas e Abastecimento. Nosso lema é **Indústria e Varejo Unidos na Missão de Abastecer a População**; uma missão crítica tanto para seu bem-estar quanto para o sistema de saúde. Para manter o abastecimento, é importante ter esta cadeia operando sem interrupção e prevenir mudanças nos padrões de consumo. Compartilharemos vários materiais com nossos parceiros com recomendações para melhor servir o consumidor em tempos de COVID-19. #CuidarEAbastecer

O que está acontecendo no varejo em outros países que podemos trazer para o Brasil?

Durante essa crise, o varejo está desempenhando um papel central na vida das pessoas mais do que nunca. Com os shoppers tendo os hábitos de consumo, missões de compra e preferência de canais alteradas e também com uma diminuição de empregados nas lojas, os varejistas estão se reinventando para não só abastecer, mas também cuidar dos seus shoppers, empregados e comunidades. Principais ações:

- Transformando a experiência de compra.** Fornecendo aos shoppers uma compra segura, rápida e produtiva que permita eles se abastecerem de itens essenciais. No entanto, por meio das mídias online e sociais, vários varejistas estão indo além, tomando ações para envolver, entreter e incentivar os compradores nesse momento de incerteza. Por exemplo, um mercado nos EUA (Mariano's) criou "meet-ups", onde os consumidores se conectam virtualmente para aulas de cozinha, preparação de drinks, etc. Chipotle, um restaurante americano, está com a mesma estratégia.
- Cuidando e incentivando mais do que nunca dos seus empregados.** As empresas estão adotando medidas especiais para garantir que os empregados sejam recompensados e protegidos no momento. Isso inclui ambientes de trabalho seguro, segurança em casos de suas famílias adoecerem e reconhecimento pelo trabalho duro realizado.
- Tendo um impacto positivo na comunidade.** Os varejistas estão desempenhando um papel proativo para ajudar a comunidade: **i) Apoiando aos mais vulneráveis**, idosos, famílias e os que fazem quarentena voluntária **ii) Ajudando aqueles que ajudam outras pessoas**, oferecendo descontos e doando alimentos aos profissionais da linha de frente contra o vírus (Profissionais de Saúde, entregadores e etc **iii) Fazendo doações**, redistribuindo alimentos e oferecendo apoio monetário à instituições de caridade.



O que o varejo está fazendo para transformar a experiência de compra para ser mais Segura. Rápida. Produtiva.

Segura	<ul style="list-style-type: none"> - Adesivo de piso para sinalizar a distância necessária entre as pessoas; - Maiores medidas de limpeza e desinfecção na loja, assim como a limpeza dos carrinhos e estações de desinfetante para as mãos; - Limitando o número de pessoas nas lojas ao mesmo tempo. Por exemplo, na Polônia, um mercado disponibilizou em seu site, uma ferramenta para os compradores saberem os horários com maior tráfego em cada loja.
Rápida e Produtiva	<ul style="list-style-type: none"> - Tendo os produtos que o shopper procura, com um sortimento completo, tendo as categorias mais procuradas e limitando a compra de número de itens dos produtos mais vendidos; - Sinalizando mais as lojas para uma melhor navegação e corredores de um sentido só, especialmente em lojas menores; - Dedicando horário exclusivo para pessoas do grupo de risco.
Operação na loja	<p>Com a redução de empregados na lojas, os varejistas tomaram as seguintes ações:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pararam ou diminuíram as comidas prontas e também o atendimento em balcões de comidas frescas; - Reduziram o número de atividades promocionais e simplificaram o sortimento.

O que os varejistas estão fazendo para cuidar e incentivar seus empregados

Cuidando	Incentivando
<ul style="list-style-type: none"> • Os empregados estão sendo equipados com EPI (equipamento de proteção individual), como máscaras faciais, luvas, lenços e desinfetante para as mãos. • Instalação de barreiras acrílicas no caixa e no balcão de atendimento. • A lavagem regular das mãos é realizada a cada 20 e 30 minutos e tem uma medição da temperatura dos empregados nas lojas e centros de distribuição. • Empregados em quarentena receberão até duas semanas de pagamento de substituição enquanto não puderem trabalhar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicações públicas de agradecimento para os empregados. • Aumento temporário de salário como parte um programa de agradecimento. • Contribuindo com fundos de assistência que ajudam os funcionários e suas famílias em momentos de necessidade.

Olhando para o futuro, o que aprendemos da China, país na fase 6?

Ações e aprendizados	Oportunidades depois da pandemia
<ul style="list-style-type: none"> - Flexibilidade na cadeia de abastecimento, a cooperação com fornecedores é a chave; - Garantir o abastecimento das categorias de primeira necessidade; - Cuidado com a segurança e motivação dos empregados, melhora do canal online e ajuste de horários de atenção. 	<ul style="list-style-type: none"> - 67% dos varejistas focados na expansão do e-commerce; - 53% estão fazendo ajustes para satisfazer as novas necessidades já que os hábitos do shopper mudaram, por exemplo, mudança em inventário e gôndola para produtos de desinfecção e cuidados pessoais; - 43% está melhorando a cadeia de suprimento, principalmente em produtos frescos; fortalecendo o relacionamento e a comunicação com os fornecedores.

E com tudo isso, nós recomendamos:

- Cuide e motive seus empregados**, forneça os equipamentos de proteção necessários, fique próximo e tenha presença do time de liderança nas lojas, motive os funcionários com reconhecimentos, palestras e benefícios para suas famílias.
- Cuide do seus shoppers**, Sempre demonstre cuidado com os shoppers na sua loja, lembre-se que eles querem fazer uma compra Segura, Rápida e Produtiva (encontrando tudo o que eles precisam numa única loja) e também engaje-os usando as redes sociais.
- Comece a planejar para depois da crise**, o "Novo Normal", como atender as novas necessidades dos seus shoppers, como melhorar e digitalizar a cadeia de suprimentos, assim como fortalecer o relacionamento com fornecedores e trabalhar na integração multicanal, online e offline.

Apêndice

As 6 Etapas de COVID-19 (Fonte: Niesen)

	#1 COMPRA PROATIVA DE PRODUTOS DE CUIDADO COM A SAÚDE	#2 COMPRA REATIVA DE PRODUTOS DE CUIDADO COM A SAÚDE	#3 PREPARAÇÃO DA DESPENSA	#4 PREPARAÇÃO PARA A VIDA EM QUARENTENA	#5 VIDA RESTRITA	#6 VIVENDO UM NOVO NORMAL
MUDANÇA DO COMPORTEAMENTO DO CONSUMIDOR	Aumenta o interesse em produtos de cuidado da saúde e bem-estar	Priorizar os produtos essenciais para a contenção de vírus, saúde e segurança pública. E.g. Máscara Descartável	Armazenamento de alimentos não perecíveis e uma variedade mais ampla de produtos de cuidado com a saúde; aumento de visitas nas lojas; crescimento do tamanho da cesta.	Aumento das compras online, um declínio das visitas nas lojas, um aumento de quebra de inventário, problema na cadeia de abastecimento	Viagens de compras severamente restritas, o atendimento dos pedidos online são limitados, as preocupações com os preços aumentam, pois a disponibilidade limitada de estoque afeta os preços em alguns casos.	As pessoas retornam às rotinas diárias (trabalho, escola, etc.), mas operam com uma maior cautela em relação à saúde. Mudanças permanentes na cadeia de suprimentos, no uso de práticas de comércio eletrônico e na higiene.
EVENTOS CHAVES DO COVID-19	Poucos casos localizados de COVID-19 geralmente vinculados à chegada de pessoas de outros países infectados.	Primeira transmissão local sem conexão para outro local + primeiras mortes / mortes por COVID-19	Múltiplos casos de transmissão local e múltiplas mortes relacionadas ao COVID-19	Ações locais de emergência contra o COVID-19. A porcentagem de pessoas diagnosticadas continua aumentando	casos em massa de COVID-19. Comunidades entram em quarentena.	As quarentenas terminam e a vida começa a voltar ao normal.

Exemplos do Varejo no Mundo (Fonte: IGD)



French retailers give store teams a bonus

Varejistas franceses dão um bônus aos empregados



Sainsbury's supports suppliers

Sainsbury's apoia pequenos fornecedores



Social media championing those across the food industry

Reconhecimento aos empregados nas mídias sociais.



Grupo Éxito launch donation scheme

Vale-presente para doação de alimentos à famílias necessitadas



Hormel Foods donates to multiple charities

Doação para instituições de caridade



The John Lewis Partnership works with communities to find solutions

Fundo de ajuda para a comunidade



Tim Hortons distributing free coffee

Café de graça para quem ajuda a comunidade



Leon helping to feed the NHS

Fundo para fornecer alimentos para profissionais da saúde



Tesco launches pop-up stores for NHS

Lojas temporárias para profissionais da saúde