

O objetivo deste documento é recomendar ao varejo ações para melhor servir o consumidor em tempos de Coronavírus.

O que aconteceu no mundo?

Segundo um estudo da Nielsen, a medida em que o vírus foi se espalhando, os hábitos dos consumidores foram mudando, seguindo 6 etapas (o Brasil se encontra na etapa 3):

	#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 COMPORTAMENTO 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 COVID19	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.

A P&G fez uma pesquisa na China e na Europa com mais de 6 mil respondentes com abrangência nacional, para entender melhor as mudanças de comportamento do consumidor com o surgimento do coronavírus. Essas principais mudanças foram:

- Aumentou a frequência de uso das categorias de higiene:** Os consumidores afirmaram que estão lavando mais as mãos, com um aumento de 88%. Estão lavando mais suas roupas, com aumento de 37%, a frequência de escovar os dentes em 19% e as trocas de fraldas dos bebês em 23%.
- Houve uma mudança de Offline para Online:** 25% dos consumidores falam que aumentaram as compras online vs 40% que falam que diminuíram as compras no varejo offline.
- Começaram a fazer estoque de algumas categorias de H&B:** Na China e na Europa, as principais categorias foram Desinfetante para as mãos, detergente, sabonete, termômetros, lenço umedecido, papel higiênico, fraldas, absorventes, alvejante, creme dental e produtos para saúde.
- Preferem comprar marcas de maior valor agregado:** Em 10 categorias, os consumidores afirmam que pensam em comprar produtos de maior valor agregado (sabonete líquido, detergente para roupa, creme dental, fraldas, etc.)

E quais hábitos os Brasileiros estão mudando?

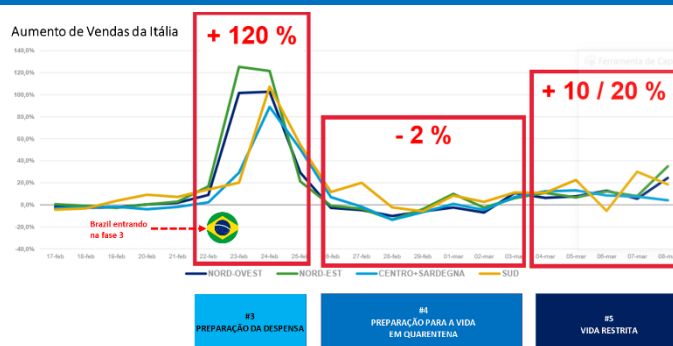
A P&G também fez uma pesquisa no Brasil com a empresa Jebbit nos dias 7 e 8 de março, que identificou que o consumidor brasileiro está seguindo as tendências globais nas mudanças de hábitos. Ao perguntar aos consumidores: "O que mudou na chegada do coronavírus?", eles responderam: "Lavo as mãos com mais frequência.", "Lavo a roupa com mais frequência.", "Limpo minha casa com mais frequência.", "Escovo os dentes mais vezes por dia.", "Evito usar o transporte público."

Também está mudando o jeito com que esses consumidores compram as categorias: **37% dos consumidores declararam que o seu comportamento de compra mudou** (e.g. usando mais serviços de delivery/online, trocam de marcas, visitam mais lojas para achar os produtos que precisam e mais de **42% declararam que já fizeram uma compra maior no supermercado**).

E como vai ser a demanda de produtos?

Baseado na tendencia de compras na Italia, aprendemos 3 coisas:

- A onda massiva de aumento de vendas é uma janela curta e acontece sem aviso prévio. Baseado nos números da Itália, o pico de consumo dura 1 semana aproximadamente. No Brasil, pode se estender ate o dia 30, quando as pessoas recebem o salário.
- As vendas de alimentos nos supermercados continuam crescendo após a fase inicial, pois o consumo de alimentos "fora de casa" (restaurantes e refeições prontas) é reduzido praticamente à zero duas semanas após a crise.
- As categorias de H&B enfrentam uma grande onda de compras (compras de pânico) nesse primeiro momento, mas elas também vem aumentando continuamente após a fase inicial, na medida que as pessoas se tornam mais conscientes de seus hábitos de limpeza e higiene.



E com tudo isso, nós recomendamos:

- Ajudar o consumidor na missão de abastecimento:** i) Trabalhe com embalagens maiores (papel higiênico, fraldas, absorventes, creme dental e detergentes) e tenha maior inventário em loja com o uso de pontos extras.
- Reforçar o atendimento online** focando no e-commerce, ferramentas de delivery, uso de whatsapp e CRM.
- Construa um inventário de segurança**, assumindo que durante uma semana as vendas subirão entre 50-100%, mas depois voltam ao normal.
- Aceite horários alternativos de promotores**, pois estarão com medidas de segurança.

Apêndice

China – Mudança de Hábito de H&B

	% Consumidores que falam que mudaram frequência				
	Sem V (Feb 20-23)			Sem IV (Feb 14-16)	Sem III (Feb 7-9)
	Reduz	Sem Mudança	Aumentou	Ganho Total	Ganho Total
Lavar a Mão	3	6	91	+88	+87
Lavar a Roupa	14	35	51	+37	+37
Escovar os Dentes	4	73	23	+19	+23
Troca de Fraldas	7	64	30	+23	+10
Tomar Banho	22	48	31	+9	+9
Troca de Absorvente	5	87	8	+3	NA
Fazer a Barba	20	58	22	+2	-11
Lavar o Cabelo	32	44	25	-7	-4
Usar Condicionador	27	56	17	-10	-7
Cuidado com a pele	27	54	19	-8	-9
Maquiagem	58	32	11	-47	-37

CHINA – Mudança de Hábito de Compra

	% Consumidores que falam que mudaram o gasto em canais específicos				
	SEM V (Feb 20-23)			SEM IV (Feb 14-16)	SEM III (Feb 7-9)
	Reduz	Sem Mudança	Aumentou	Ganho Total	Ganho Total
Online O2O App	22	19	59	+37	+28
E-commerce	36	17	47	+11	+5
Hyper/Super	61	19	21	-40	-43
Vizinhança	62	19	18	-44	-48

Europa – Categorias mais vendidas

CATEGORIA	FRANCE	
	March 1st	March 8th
FMGC	6.2%	9.4%
Desinfetante para as mãos	117%	114%
Sabonete em Barra	39%	99%
Lenço Umedecido	41%	
Lenço de papel	10%	30%
Alvejante		30%
Condicionador		25%
Creme Dental	9%	14%
Fralda	17%	12%
Detergente	11%	
Shampoo		7%
Papel Higiénico / Papel Toalha	8%	
Arroz	50%	65%
Pasta	45%	71%
Comida enlatada	16%	32%
Água	6%	8%
Leite	15%	19%
Bebida alcoólica		-2.3%

CATEGORIA	SPAIN
	March 1st
FMGC	8%
Termômetro	222%
Antisséptico	178%
Alcool	178%
Desinfetante para as mãos	119%
Sabonete em Barra	57%
Água oxigenada	33%
Lenço Umedecido	16%
Lenço de papel	16%
Arroz	47%
Feijão	47%
Pasta	31%
Comida Pronta	20%
Comida enlatada	18%
Comida de bebê	8%

CATEGORIA	UK
Desinfetante	203
Detergente	141
Absorvente	135
Detergente – Maq. Lava Louça	133
Creme Dental	133
Sabão de Roupa	129
Fralda	126
Cuidado da Pele	124
Incontinência adulta	122
Shampoo	120
Condicionador	118
Amaciante	117
Aromatizador de ambiente	109
Aparelho para Barbear	108
Escova de Dente Elétrica	83

China - Top 5 categorias para abastecer

	Sem III (Feb 7-9)	Sem IV (Feb 14-16)	Sem V (Feb 20-23)
Fralda	45%	40%	39%
Absorvente	24%	29%	33%
Sabonete Líquido	30%	26%	30%
Desinfetante de Roupa	29%	26%	28%
Cuidado da Saúde	NA	NA	27%

China – Expectativa de compra do tipo de produto nos próximos 3 meses

	% Consumidores que falam vão mudar o tipo de produtos nos próximos 3 meses				
	Sem V (Feb 20-23)			Sem IV (Feb 14-16)	
	Produtos mais baratos	Sem Mudança	Produtos mais premium	Ganho Total	Ganho Total
Detergente	9	41	50	+41	+26
Desinfetante de Roupa	11	42	47	+36	+19
Cuidado da Saúde	12	45	44	+32	
Fralda	10	60	31	+21	+13
Spray de Roupa	14	49	38	+24	+9
Sabonete em Barra	13	58	29	+16	+7
Sabão de Roupa	12	60	27	+15	+7
Cuidado com a Pele	14	56	29	+15	+5
Sabonete Líquido de Corpo	13	63	24	+11	+3
Absorvente	11	67	22	+11	+1
Creme Dental	11	72	18	+7	0
Shampoo	14	70	16	+2	-4
Escova de Dente Elétrica	16	64	20	+4	-5
Condicionador	15	69	16	+1	-7
Escova de Dente Manual	14	71	15	+1	-8
Maquiagem	17	59	23	+6	-8