



# GS PAPER

---

UMA VISÃO DO  
COMPORTAMENTO DE CONSUMO  
PARA SUPERMERCADOS, HIPERMERCADOS  
E CASH & CARRY

VERSÃO 1ª E 2ª QUINZENA DE JUNHO



**SUPERMERCADOS, HIPERMERCADOS E CASH & CARRY FATURAM 4,87% A MAIS EM JUNHO EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR**

**+4,87%**  
**FATURAMENTO**

Clientes fidelizados puxaram significativamente esta alta.

CLIENTES FIDELIZADOS **+13,49%**

CLIENTES NÃO FIDELIZADOS **-6,26%**

**O TICKET MÉDIO CONTINUA SENDO O PRINCIPAL FATOR DE CRESCIMENTO DO SETOR**



**+25,27%**  
**TICKET MÉDIO**

CLIENTES FIDELIZADOS **+22,30%**  
CLIENTES NÃO FIDELIZADOS **+23,39%**

**A FREQUÊNCIA DE CLIENTES CONTINUA EM QUEDA E A FIDELIDADE CONTINUA CONTANDO COM A QUANTIDADE MAIOR DE ITENS NO CARRINHO DE COMPRAS**

**-7,46%**  
**FREQUÊNCIA DE COMPRA**

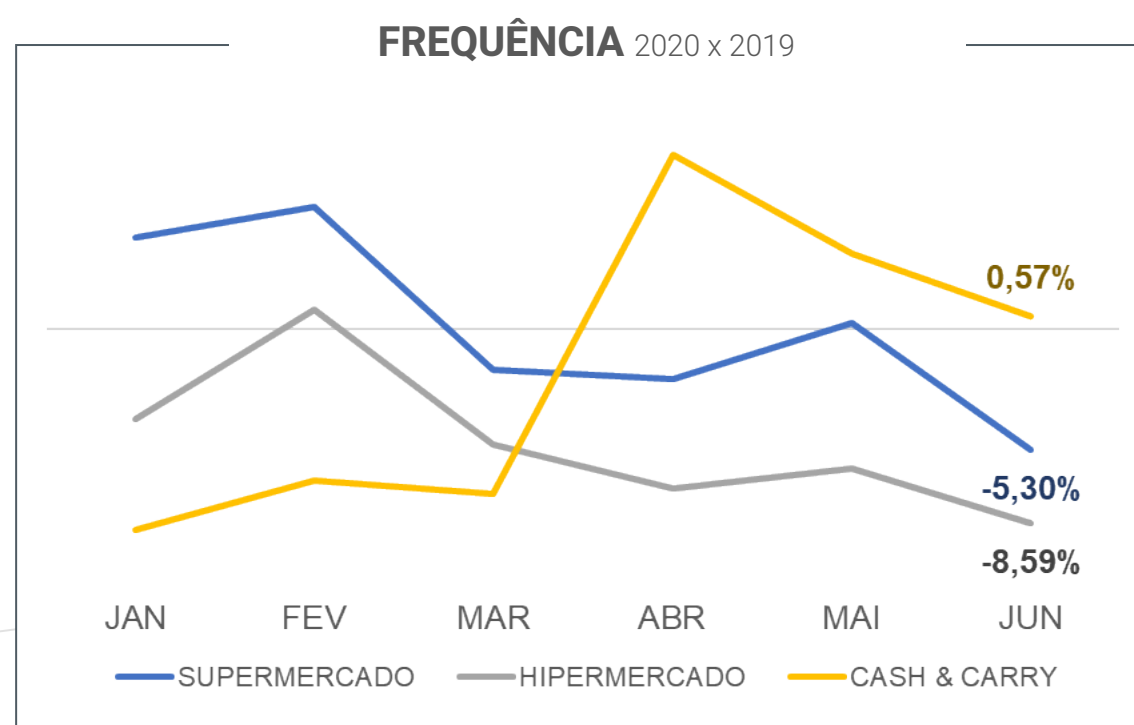
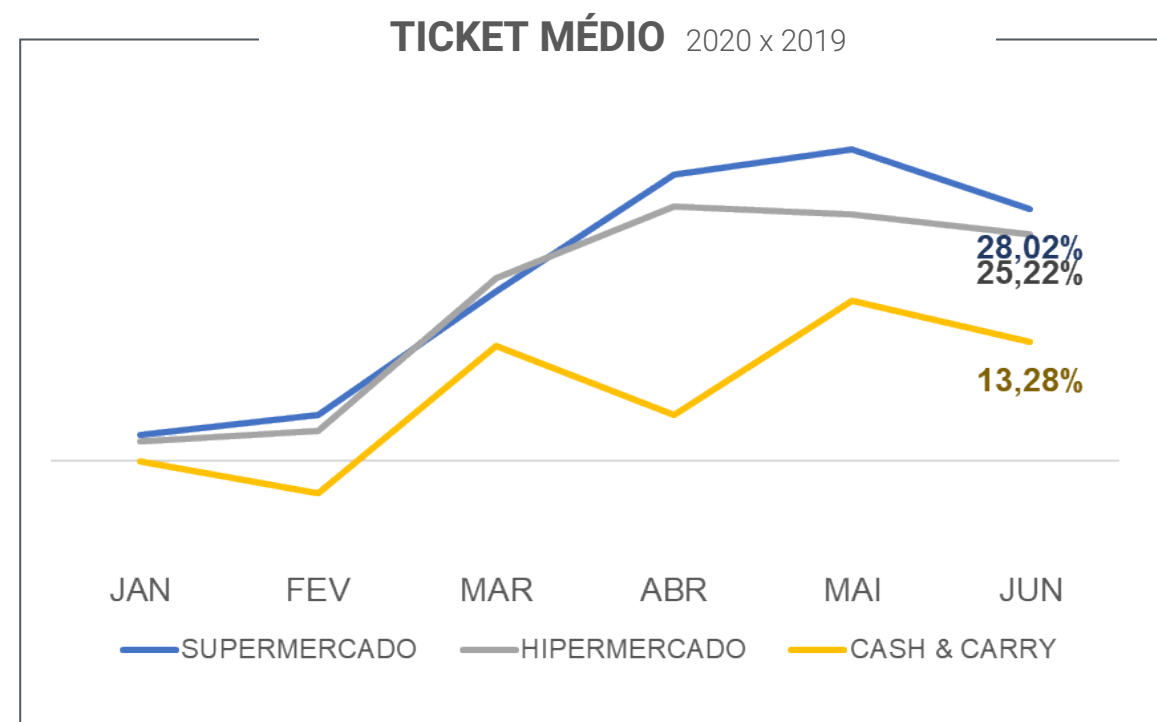
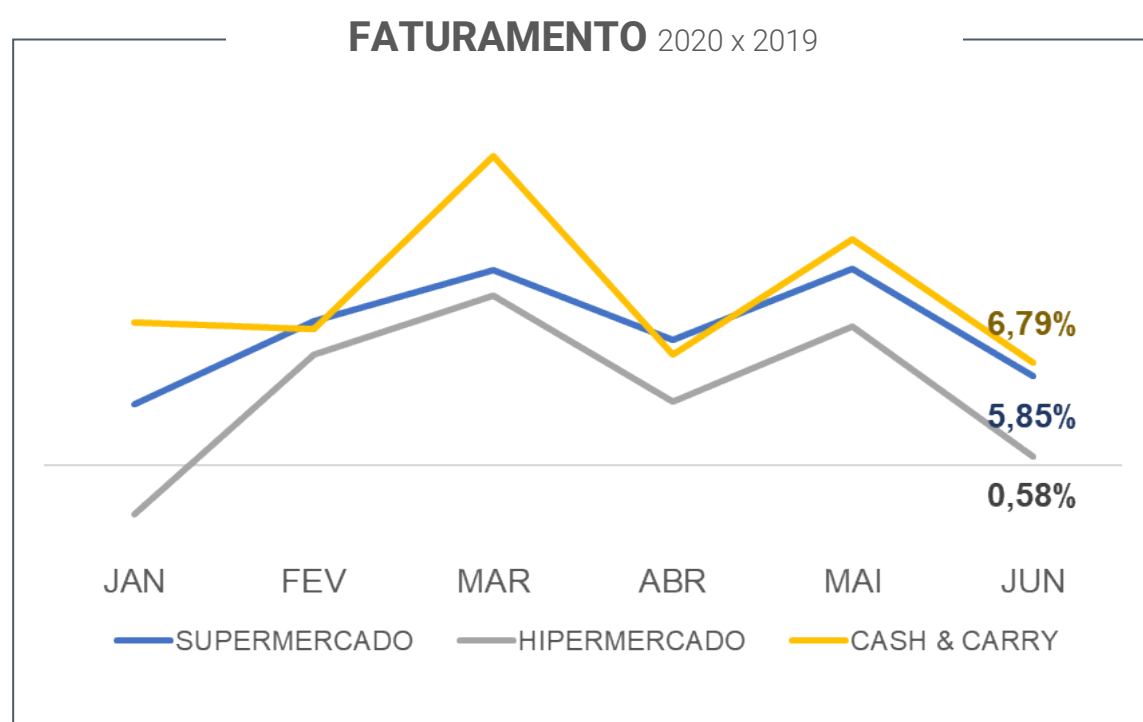


**PRODUTOS NO CARRINHO**

BASE GERAL SOBE DE 11 PARA **12 PRODUTOS**  
CLIENTES FIDELIZADOS (DE 14 PARA **15 ITENS**)  
CLIENTES NÃO FIDELIZADOS (DE 8 PARA **9 ITENS**)

**O CANAL CASH & CARRY GANHA COM A ALTA FREQUÊNCIA E TICKET MÉDIO EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR. OS CANAIS SUPERMERCADO E HIPERMERCADO SOFREM QUEDA NA FREQUÊNCIA, PORÉM CRESCEM NO FATURAMENTO E TICKET MÉDIO**

	FATURAMENTO 2020 X 2019	TICKET MÉDIO 2020 X 2019	FREQUÊNCIA DE COMPRA 2020 X 2019
<b>SUPERMERCADO</b>	5,85%	28,02%	-5,30%
<b>HIPERMERCADO</b>	0,58%	25,22%	-8,59%
<b>CASH &amp; CARRY</b>	6,79%	13,28%	0,57%



**A QUEDA DA FREQUÊNCIA, TICKET MÉDIO E GASTO MÉDIO CONTRIBUÍRAM PARA A QUEDA NO FATURAMENTO DE TODOS OS CANAIS EM RELAÇÃO AO MÊS ANTERIOR. O CANAL HIPERMERCADO É O ÚNICO QUE MANTÉM A QUANTIDADE DE PRODUTOS NO CARRINHO. JÁ O RESTANTE DOS CANAIS APRESENTA QUEDA NESSE INDICADOR.**

GERAL	EVOLUÇÃO MÊS A MÊS 2020				
	FEV x JAN	MAR x FEV	ABR x MAR	MAI x ABR	JUN X MAI
<b>FATURAMENTO</b>	1,75%	18,81%	-7,61%	3,03%	-5,94%
<b>TICKET MÉDIO</b>	2,48%	17,84%	5,37%	0,05%	-3,52%
<b>ITENS</b>	10%	9,09%	0%	0%	-7,69%
<b>FREQUÊNCIA*</b>	-0,18%	-0,93%	-3,06%	1,72%	-2,54%
<b>GASTO MÉDIO*</b>	2,15%	14,63%	1,34%	1,76%	-4,71%

SUPERMERCADO	EVOLUÇÃO MÊS A MÊS 2020				
	FEV x JAN	MAR x FEV	ABR x MAR	MAI x ABR	JUN X MAI
<b>FATURAMENTO</b>	2,83%	15,96%	-5,81%	0,24%	-4,84%
<b>TICKET MÉDIO</b>	3,78%	16,34%	8,94%	0,17%	-3,68%
<b>ITENS</b>	0%	10%	9,09%	0%	-8,33%
<b>FREQUÊNCIA*</b>	-0,88%	-1,43%	-2,04%	1,4%	-2,05%
<b>GASTO MÉDIO*</b>	2,42%	11,14%	3,44%	0,65%	-4,82%

HIPERMERCADO	EVOLUÇÃO MÊS A MÊS 2020				
	FEV x JAN	MAR x FEV	ABR x MAR	MAI x ABR	JUN X MAI
<b>FATURAMENTO</b>	5,2%	17,94%	-8,38%	3,3%	-7,38%
<b>TICKET MÉDIO</b>	2,32%	18,98%	6,67%	-0,59%	-1,02%
<b>ITENS</b>	7,69%	14,29%	0%	0%	0%
<b>FREQUÊNCIA*</b>	1,07%	-0,18%	-4,47%	2,4%	-3,14%
<b>GASTO MÉDIO*</b>	2,99%	18,11%	0,48%	1,53%	-4,17%

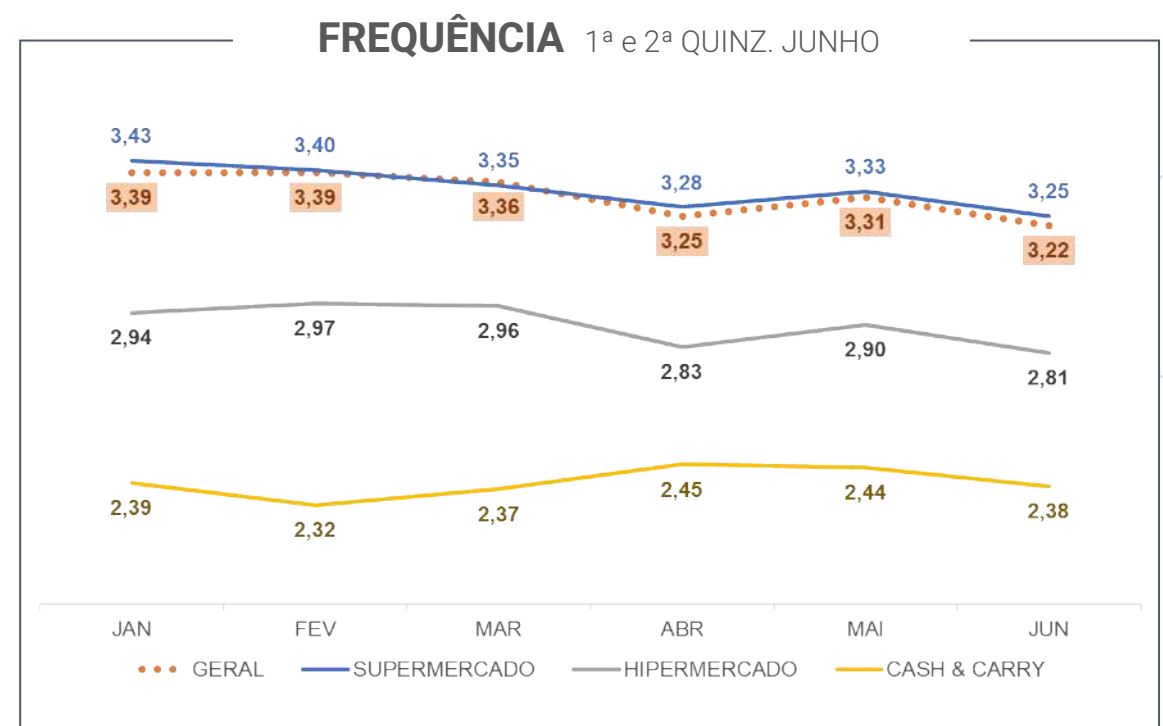
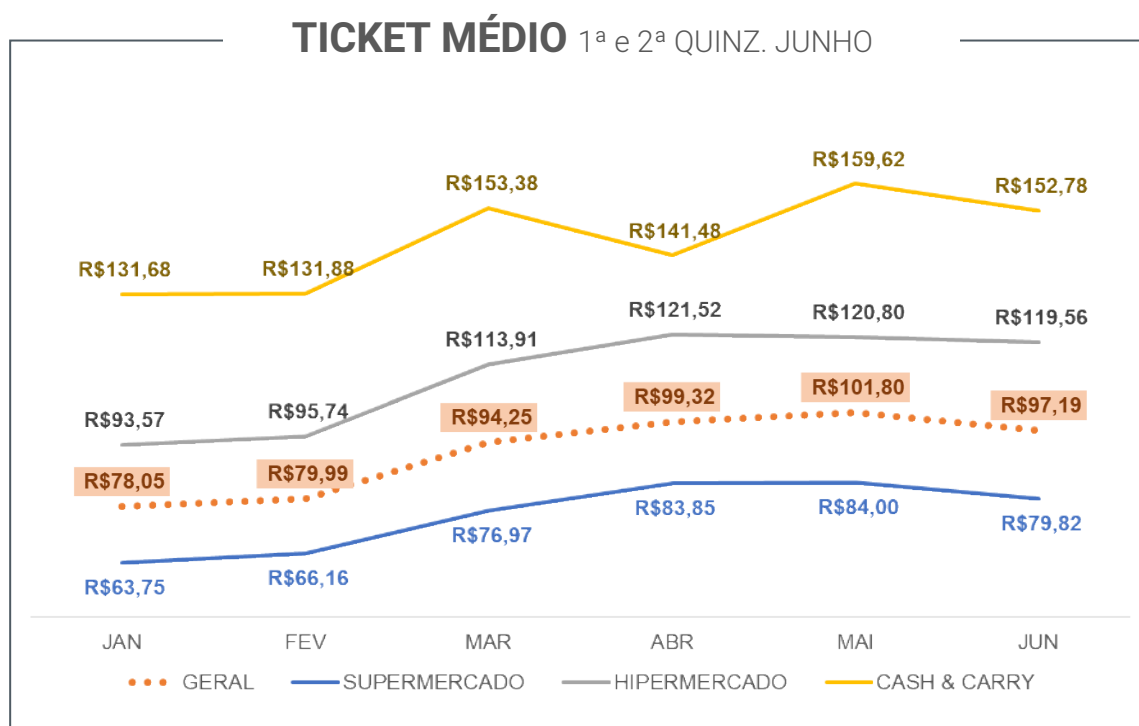
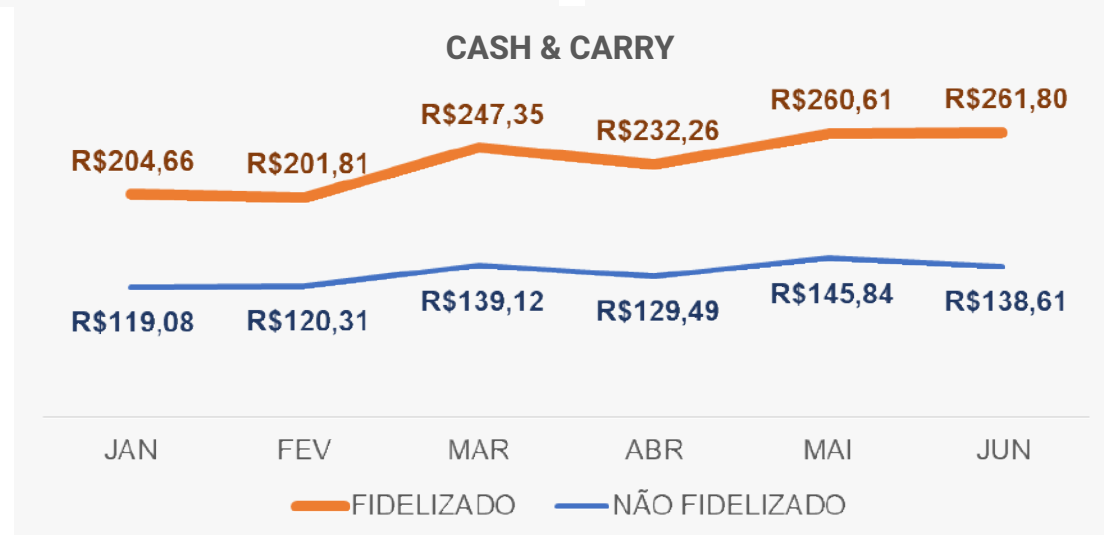
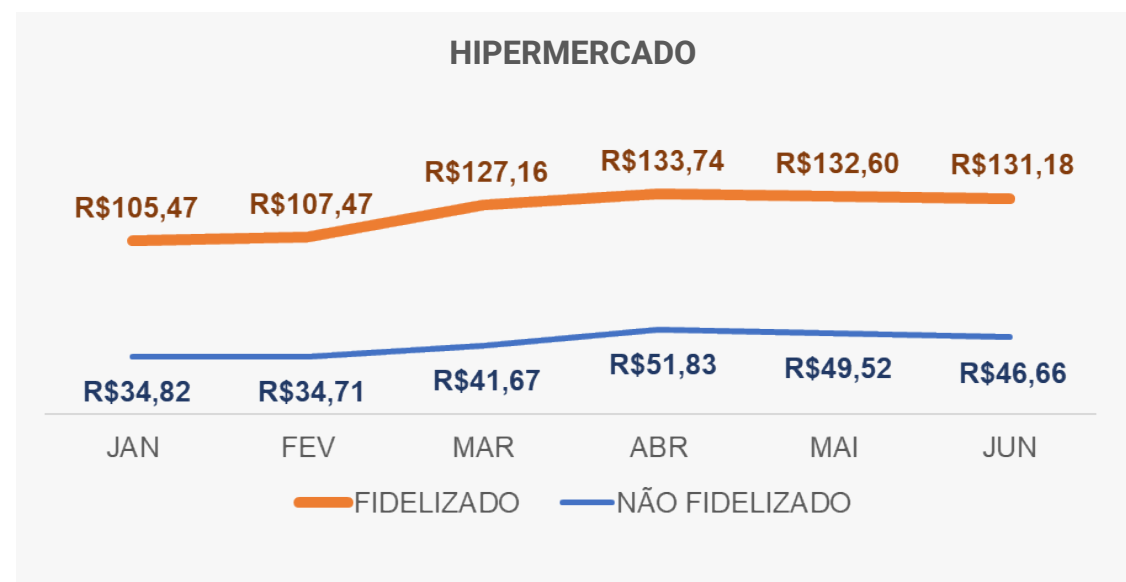
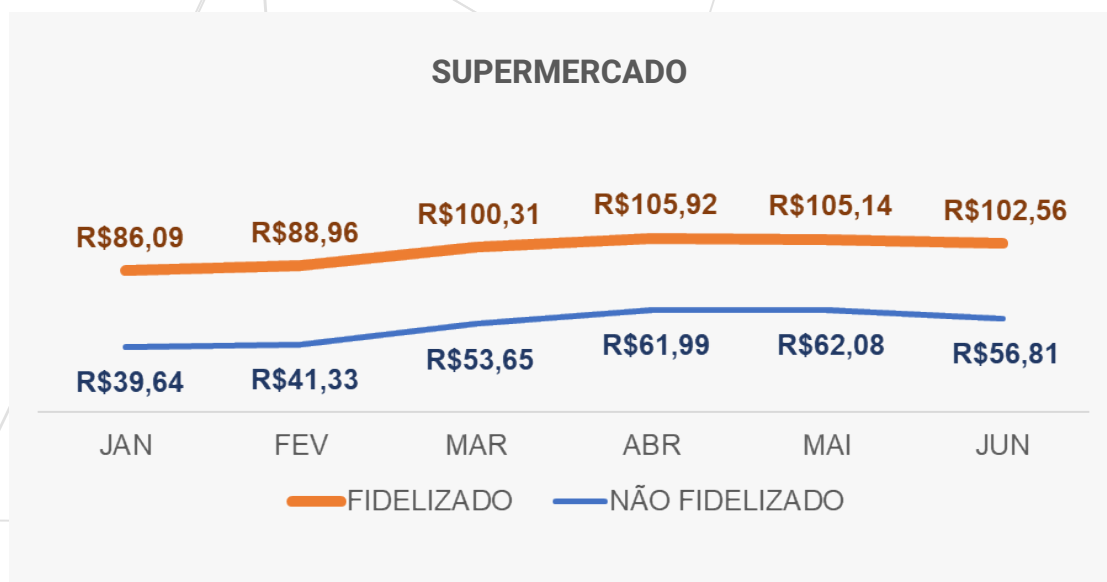
CASH & CARRY	EVOLUÇÃO MÊS A MÊS 2020				
	FEV x JAN	MAR x FEV	ABR x MAR	MAI x ABR	JUN X MAI
<b>FATURAMENTO</b>	-4,39%	27,57%	-11,3%	8,37%	-7,22%
<b>TICKET MÉDIO</b>	0,16%	16,3%	-7,75%	12,82%	-3,71%
<b>ITENS</b>	9,09%	8,33%	-7,69%	16,67%	-14,29%
<b>FREQUÊNCIA*</b>	-2,95%	2,4%	3,33%	-0,59%	-1,94%
<b>GASTO MÉDIO*</b>	-4,3%	25,51%	-2,97%	11,55%	-1,66%

\*INFORMAÇÕES DE CLIENTES FIDELIZADOS

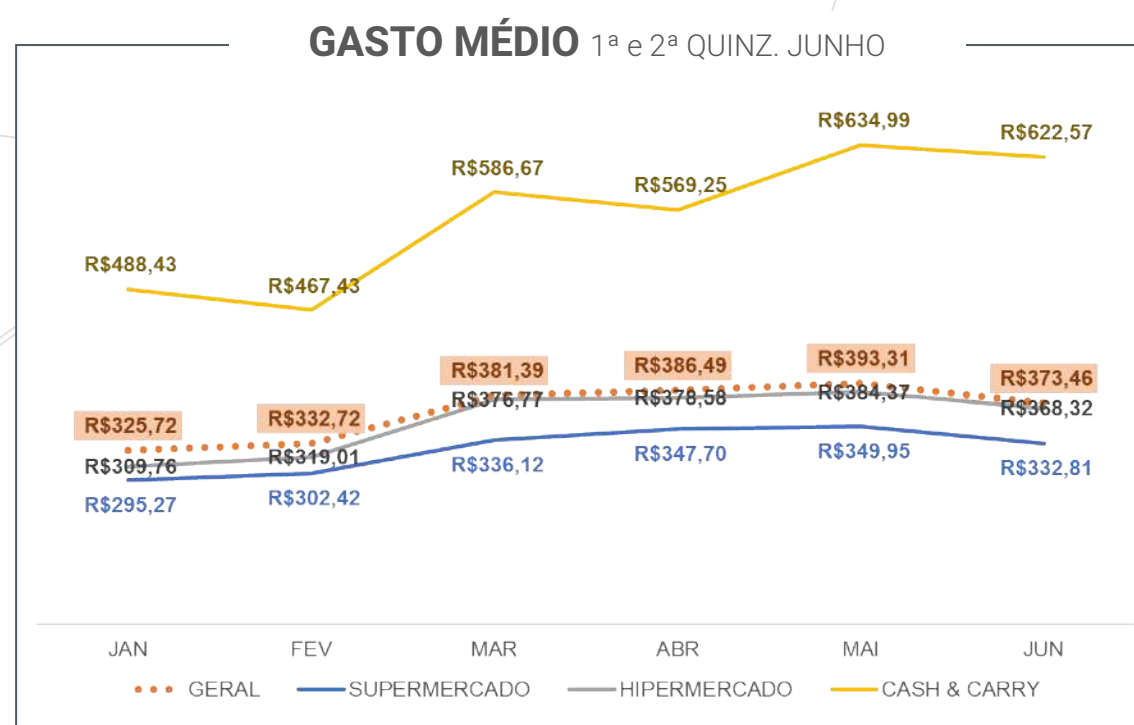


# A DIFERENÇA ENTRE O TICKET MÉDIO DO CLIENTE FIDELIZADO E DO NÃO FIDELIZADO É SIGNIFICATIVAMENTE ALTA NOS TRÊS CANAIS.

E A DIFERENÇA AUMENTA PRINCIPALMENTE NOS MESES APÓS O DECRETO DA PANDEMIA NO BRASIL



\*INFORMAÇÕES DE CLIENTES FIDELIZADOS



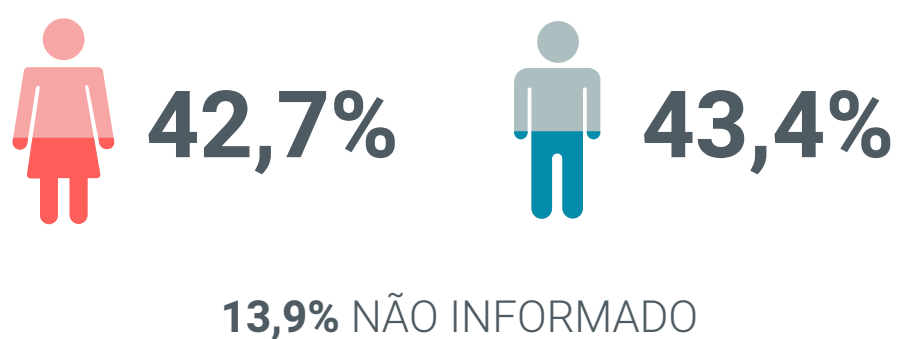
\*INFORMAÇÕES DE CLIENTES FIDELIZADOS



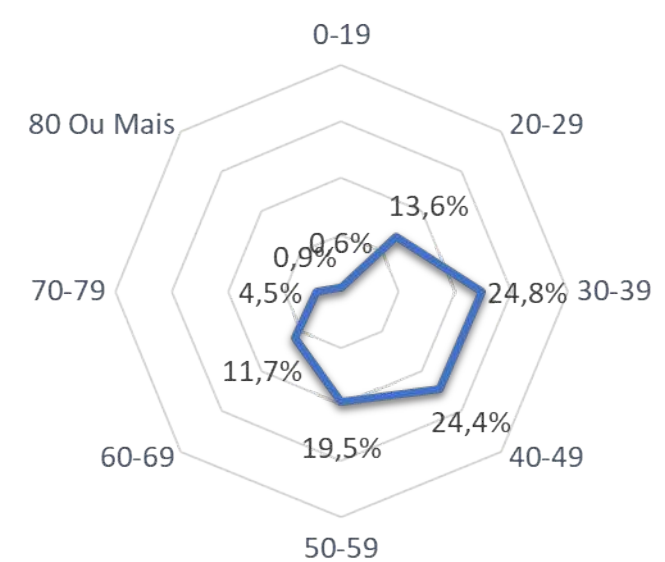


## PERFIL DOS SHOPPERS DA PRIMEIRA E SEGUNDA QUINZENA DE JUNHO

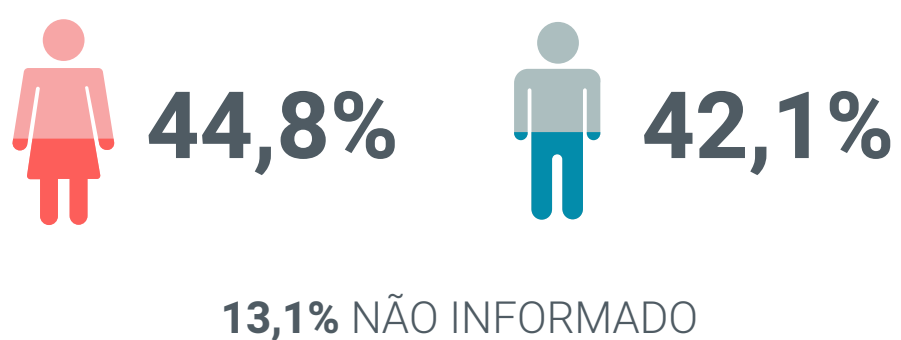
### GERAL



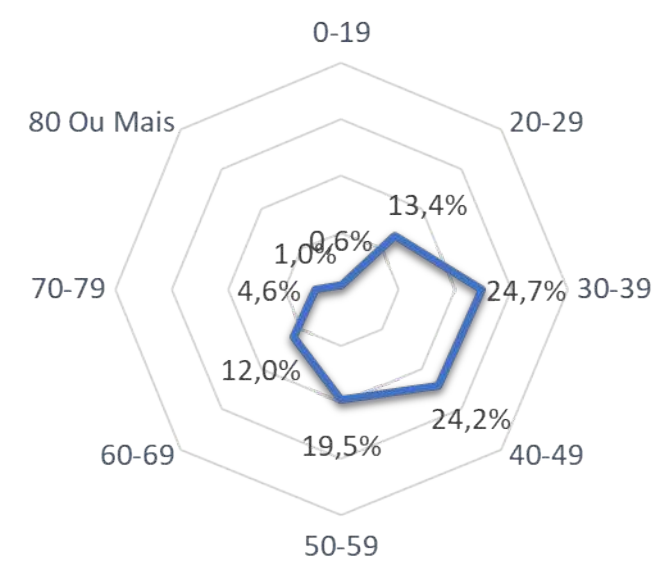
#### GÊNEROS FAIXA ETÁRIA



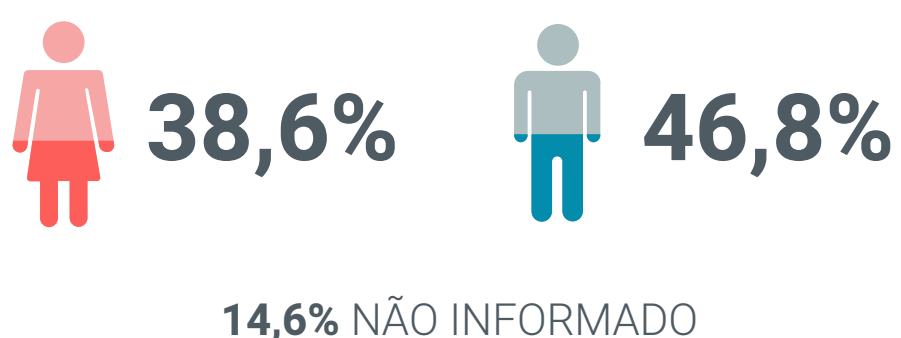
### SUPERMERCADO



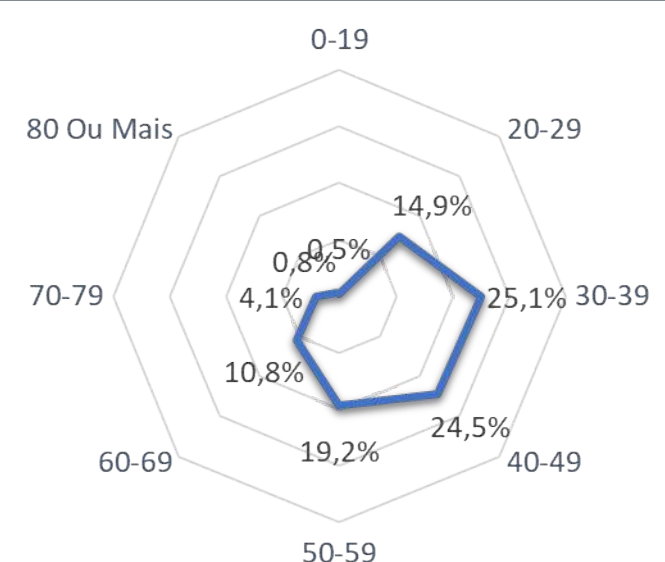
#### GÊNEROS FAIXA ETÁRIA



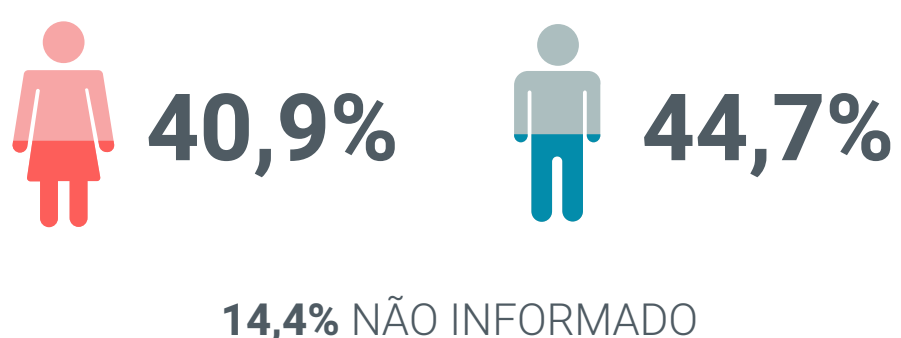
### HIPERMERCADO



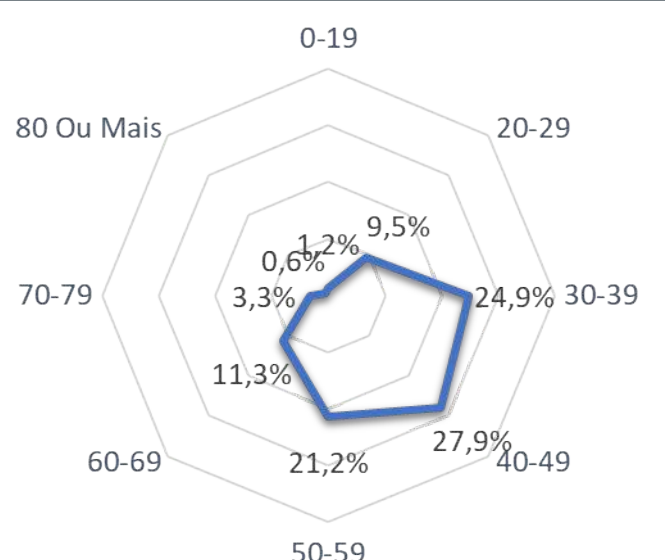
#### GÊNEROS FAIXA ETÁRIA



### CASH & CARRY

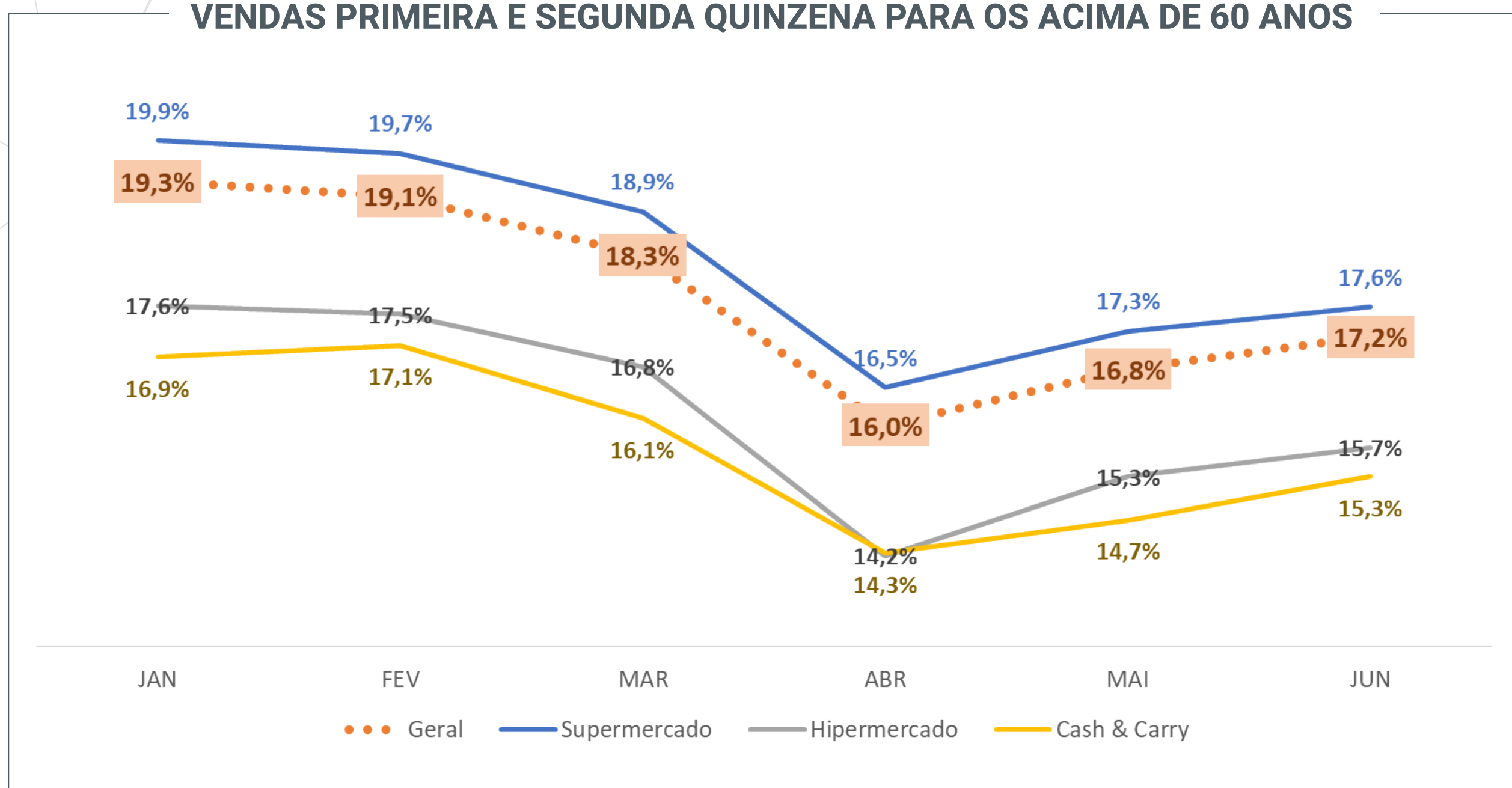


#### GÊNEROS FAIXA ETÁRIA



**DESDE O INÍCIO DA PANDEMIA A PRESENÇA DO GRUPO +60 ANOS É MENOR EM TODOS OS FORMATOS, MAS VEM CRESCENDO AO LONGO DO TEMPO**

**VENDAS PRIMEIRA E SEGUNDA QUINZENA PARA OS ACIMA DE 60 ANOS**



Levantamento e análise realizados pelo Time de Inteligência **GS**, Considerando mais de 25 milhões de vendas, no período de 01 a 30/06.

