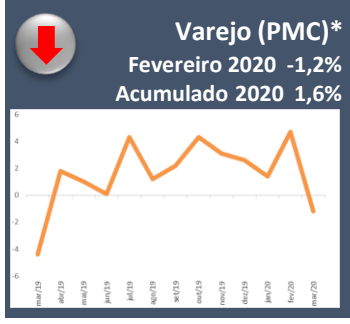
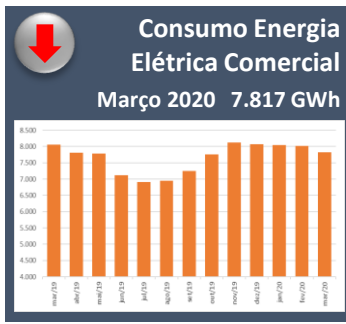
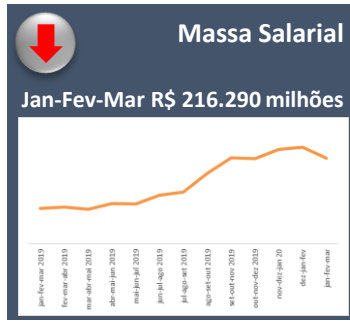
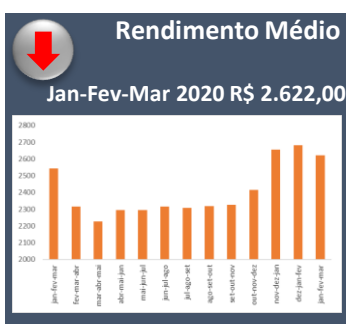
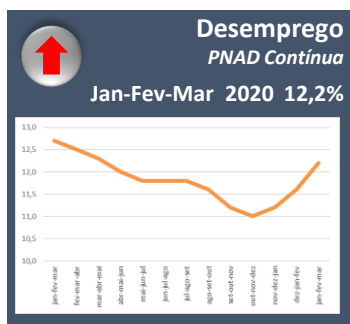
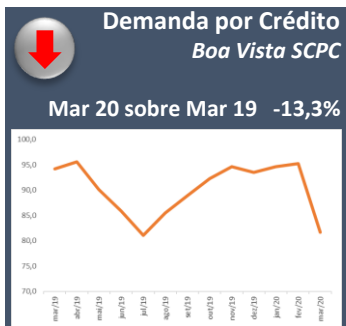
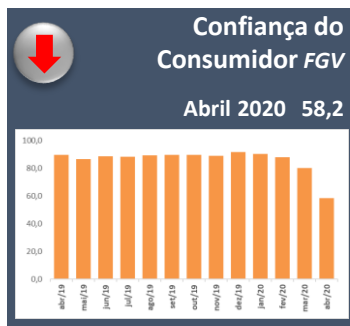


## Dashboard



## Vale a pena observar

A Fundação Getúlio Vargas em parceria com o Instituto KOF de Zurique, desenvolvem dois indicadores que avaliam a saúde econômica Global: o Barômetro Coincidente e o Antecedente da Economia Global. O primeiro caiu 22,3 pontos em Maio ante Abril atingindo 45,6 pontos. O segundo recuou para 45,1 pontos, significando uma queda de 39,5 pontos no mesmo período. Estas quedas mostram a voracidade e a magnitude do impacto negativo do Covid 19 na economia Global. O Barômetro Coincidente avalia a situação atual da economia no mundo, enquanto que o Antecedente, antecipa entre 3 e 6 meses os ciclos econômicos.

## Ambiente Econômico

### A movimentação do consumo durante a pandemia

Muitas pesquisas estão sendo realizadas ao longo do período que estamos vivendo e diversos deles indicam como o consumo está se comportando. O Google divulgou agora em meados de Maio o seu estudo “Coronavírus: O mundo nunca mais será o mesmo” com diversos indicadores interessantes e que listamos a seguir:

- A demanda pelo serviço de traçar rotas através do sistema Maps em 4 de Abril x 4 de Março despencou 86% para Shopping Centers, 70% para esportivos, 57% para vestuário e apenas 16% para supermercados. No âmbito da Saúde, a queda foi de 42% para especialistas, 37% para laboratórios e 23% para emergência, enquanto para farmácias a procura subiu 10%;
- A intenção de comprar qualquer coisa caiu 27% entre 15 e 31 de Março e subiu 18% entre 23 e 31 de Março;
- Os chamados “Imigrantes Digitais”, que são aqueles nascidos antes da popularização da Internet ou então que possuem dificuldade em transitar no ambiente digital, em 2018 eram estimados em 100 milhões de pessoas. Estas pessoas apresentam preocupação face à dependência do digital, fazendo crescer, por exemplo, em Março em relação a Janeiro de 2020, 198% a busca por “como fazer compras online”, elevando a preocupação de marcas que começaram a incorporar processos de “tradução” em seus canais digitais;
- Nos meses de Março e Abril de 2020 em relação a Janeiro e Fevereiro, cresceram em 24% as procuras por “Crédito”, assim como subiram 160% as buscas por “Investimento”, 37% por “Cartões” e 62% por “Conta Corrente”.

A empresa de pesquisa digital Mind Miners, vem realizando um tracking Brasil ao longo de todo este período abordando diversos temas relevantes. De seu relatório relativo à 10ª onda deste monitoramento, com campo realizado entre 27 e 29 de Abril, podem ser citados:

- 86% estão preocupados ou muito preocupados em relação à possibilidade de contrair a doença;
- 81% declaram-se em quarentena, sendo 77% há mais de um mês;
- 92% declaram-se a favor do isolamento social;
- Em relação ao que não faziam antes do isolamento, 24% informaram que passaram a fazer exercícios em casa, 23% a fazer faxina, 20% usar serviços de delivery e 14% comprar online;
- 43% aumentaram a compra de alimentos perecíveis e não perecíveis, 30% a compra de congelados e 25% a de enlatados;

O perfil do consumo está e vai se alterar bastante daqui pra frente. Muito se fala em “Novo Normal”, em alteração de prioridades, em mudanças irreversíveis, porém o mais importante agora é que as empresas assumam o novo contexto e movimentem-se para mudar, sob pena de perceberem que ao sair de um pesadelo, podem cair em outro ainda maior. É tão urgente quanto se dedicar a questões de caixa e operacionais, pensar em desenhar cenários e dentro destes metas e objetivos. O momento é de planejamento!

## Destaques do Mês

### Previsão Itaú (12/05/2020)

O Mundo deve ter o PIB encolhido em 3,2% e o Brasil mais ainda com perda de 4,5%.

Taxa SELIC chegando a 2,25% a.a. e o Dólar a R\$ 5,75

### Banco Central – Boletim Focus (11/05/2020)

O Brasil deve ter crescimento negativo de 4,11% do PIB.

A inflação chega a 1,76% e a Taxa SELIC bate em 2,50% no final de 2020.

### Previsão Banco Mundial (12/04/2020)

Em seu relatório “*World Economic Outlook Growth Projections*”, o PIB brasileiro deverá cair 5,3% em 2020, enquanto América Latina e Caribe devem cair 5,2% e México deve cair 6,6%.

Alemanha cairá 7,0%, Espanha 8,0% e Itália 9,1%.

## Os impactos virais

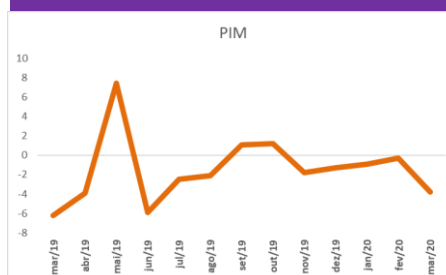
A Euromonitor internacional, provedora estratégica de informação apresentou as suas principais tendências para o consumo em 2020 e para os próximos anos na fase Pós Covid 19. As cinco tendências elencadas são:

- **Comércio passivo recebe impulso** – consumidores irão mudar a forma como navegam em diversas categorias e isto deverá criar oportunidades interessantes a serem desvendadas;
- **Cuidados com a privacidade** – a privacidade deverá ser ainda mais regulamentada e devem se ampliar os controles sobre a coleta de dados, especificamente de consumidores;
- **Permanecendo fiel a si mesmo** – a expectativa do consumidor em relação ao engajamento de marcas deverá crescer mais ainda, o que significa que as marcas precisarão permanecer fiéis aos seus valores e priorizar a transparência na construção da confiança;
- **A corrida da last mile se amplia** – além de preço e produto, a competição pelos consumidores se espalhará pela entrega, assim como pelas opções de atendimento a estes;
- **5G estará sob os holofotes** – pilotos em andamento e lançamentos comerciais tornarão o 5G realidade para os consumidores, em especial aqueles urbanos e em países mais desenvolvidos abrindo a porta para o desenvolvimento tecnológico contínuo.

## Indústria

### Pesquisa Industrial Mensal – Produção Física - IBGE

Em Março 2020, a Indústria encolheu 3,8% em comparação com Março de 2019. Em relação a Fevereiro de 2019 caiu 9,1%.

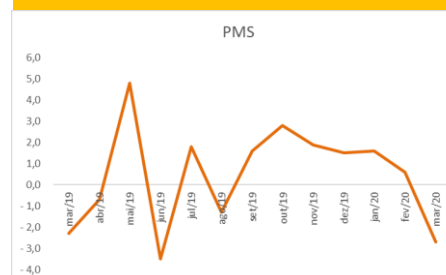


Veículos Automotores (-28,0%), Vestuário e Acessórios (-37,8%) e artigos para viagem e calçados foram os três segmentos com pior performance no mês de Março 2020;

## Serviços

### Pesquisa Mensal de Serviços - IBGE

Revirada negativa no setor de serviços. O acumulado do ano é negativo em 0,1%. Em Março de 2020, o índice foi 2,7% menor do que em Março de 2019.



Alojamento e Alimentação apresentou queda de 33,7% e Serviços prestados às famílias apresentou queda de 31,2%.