

# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Abril 2009



As vendas líquidas do **Grupo Pão de Açúcar** atingiram R\$ 4,6 bilhões no primeiro trimestre - 9,4% acima do mesmo período de 2008. Nas lojas abertas há mais de um ano, o crescimento foi de 7,9%, acima da inflação e das expectativas da companhia. Segundo nota do grupo, a melhora nos números é resultado de uma combinação de promoções agressivas e um "correto" mix de produtos. A bandeira Assai, de atacado, teve um desempenho superior à média da rede. **(Estado de S. Paulo)**



A L'Oreal divulgou os resultados da quarta edição do Premio Qualidade do Conselho na Farmácia, que tem por objetivo premiar as redes que mais se destacam. Foram levados em consideração fatores como: atendimento personalizado, conhecimento, segurança, simpatia, disciplina, postura e indicação correta de produtos mais adequados a cada tipo de pele. O vencedor foi a **Drogaria Catarinense**, de Santa Catarina, que em sua primeira aparição no TOP 3, levou o troféu de primeiro lugar. Em segundo lugar ficou o Drogão e na terceira posição a Panvel e a Drogasil. **(HPC Essencial e Guia da Farmacia)**



Pela primeira vez em seis anos, o **Carrefour** registrou queda nas vendas no primeiro trimestre. A receita entre janeiro e março deste ano caiu 2,8%, para € 22,72 bilhões (US\$ 30 bilhões), em comparação com € 23,38 bilhões no ano anterior. A queda é explicada pela redução do consumo nos principais mercados da empresa, o espanhol e o francês, e pelo movimento de suas lojas na China, que sofreu uma "desaceleração significativa". Os consumidores, diz a varejista, estão procurando reduzir despesas comprando marcas mais baratas. Os executivos do Carrefour afirmam que esperam uma melhora no segundo trimestre. **(Gazeta Mercantil)**

# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Abril 2009



A **Casas Bahia** chegou nesta terça-feira, 28/04, ao Estado que dá nome à empresa, após mais de 50 anos de história no mercado varejista. A entrada no mercado nordestino é por Salvador, com a inauguração de quatro lojas. Até o final do ano, a expectativa das Casas Bahia é abrir 16 filiais na capital baiana --até o primeiro semestre de 2010, serão 32 lojas. A empresa prevê investir R\$ 23 milhões na região em 2009, sendo que as unidades na Bahia devem acrescentar R\$ 500 milhões ao faturamento anual da rede. **(Folha de S. Paulo)**



A rede **Wal-Mart** prevê investir no Nordeste neste ano R\$ 450 milhões, a serem aplicados em reformas e na construção de mais de 30 novas lojas --hoje, a região tem 138 unidades. Segundo a empresa, isso representa 2.500 empregos diretos. O projeto integra o plano de investimento de aplicar R\$ 1,6 bilhão no Brasil em 2009, com abertura de 90 lojas. Segundo o presidente do Wal-Mart Brasil, Héctor Núñez, das 30 unidades a serem abertas, a maior parte deve ser da marca Todo Dia, com foco no público de renda mais baixa. **(Folha de S. Paulo)**

## International Retail

### Cencosud aposta na Colômbia

A varejista chilena **Cencosud** prevê investir nos próximos meses US\$ 60 milhões, 10% a mais que o projetado, na rede de materiais de construção Easy, da Colômbia. Os recursos serão destinados à abertura de novas lojas em Bogotá. O plano de investimentos para a América Latina, de cerca de US\$ 600 milhões, começou a ser executado em 2008, afirma Carlos Wulf, gerente da Easy para a América Latina. A gigante chilena, que atingiu em 2008 vendas de US\$ 8 milhões na região, acaba de chegar a um acordo com a francesa Casino, que no Brasil tem participação no Grupo Pão de Açúcar, para a aquisição de 30% das ações que a empresa possuía na Easy. A rede de materiais de construção informou que prevê atingir vendas de US\$ 50 milhões neste ano. As previsões da empresa para 2010, aliás, são mais otimistas: chegar a um faturamento de US\$ 100 milhões na Colômbia, com a abertura de novas lojas. **(Gazeta Mercantil)**

# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Abril 2009



## Novos clientes gastam 40% mais no Wal-Mart

O Wal-Mart está conseguindo atrair novos e mais abastados consumidores nos Estados Unidos, aumentando o valor de seu ticket médio. Estes novos clientes gastaram, em média, 40% a mais do que o observado no mês de fevereiro, afirma Eduardo Castro-Wright, vice-presidente da companhia, durante um encontro com analistas em Nova York. Cerca de 55% dos novos consumidores do Wal-Mart recebem mais de US\$ 50 mil por ano. Há cerca de um ano, consumidores que receberam cheques de estímulo do governo federal gastaram parte deles em compras no Wal-Mart, ajudando a incrementar as vendas em 4,6% no segundo trimestre que se encerrou no dia 31 de julho de 2008. Quando os cheques destes consumidores chegaram ao fim, o ritmo do crescimento das vendas caiu para 3%. Os novos clientes poderão compensar esta desaceleração, acredita Castro-Wright. **(Gazeta Mercantil)**

## Panorama do Varejo

### Balanço de Páscoa

A Páscoa deste ano foi marcada pela substituição de produtos de mais caros por equivalentes mais baratos, segundo a Associação Paulista de Supermercados (APAS). As vendas no Estado paulista cresceram 5% na comparação com o mesmo período do ano passado, de acordo com a associação. Já o grupo Pão de Açúcar registrou vendas 40% superiores na Páscoa deste ano em relação ao mesmo período do ano anterior. O resultado refere-se às vendas de ovos de chocolate com as marcas próprias Tael e Qualitá, em todas as bandeiras do grupo. As vendas de peixe fresco cresceram 20% na varejista, resultado superior ao bacalhau, que na rede Pão de Açúcar teve alta de 10%. As vendas de chocolates e colombras no Wal-Mart aumentaram 40% e o bacalhau teve vendas 25% superiores em relação à Páscoa de 2008. **(Gazeta Mercantil)**

### Pesquisa mostra recuperação das vendas do comércio em março

Depois de um início de ano muito ruim, o comércio varejista mostrou sinais claros de recuperação em março. As vendas apresentaram um crescimento de 0,5% em relação a fevereiro, segundo o Indicador Serasa Experian da Atividade do Comércio. Em janeiro, o comércio tinha caído 2% em comparação a dezembro, e, em fevereiro, a alta tinha sido de apenas 0,2%. O mês de março indica que a economia pode estar começando a reagir, ainda que num ritmo lento. Mesmo se comparado ao ano passado, diminuiu significativamente o ritmo da desaceleração das vendas. O comércio cresceu 3,6% em março em relação ao mesmo mês do ano



# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Abril 2009

passado, mas em dezembro tinha crescido 7,5%; em janeiro, 5,1%; e, em fevereiro, 3,9%. Essa recuperação do comércio em março foi puxada principalmente pelos setores: de veículos, motos e peças e de móveis, eletroeletrônicos e informática. **(Folha de S. Paulo)**

## Intenção de compra do varejo cresce, mas consumidores vão gastar menos

Os consumidores pretendem comprar mais no varejo, mas têm a intenção de gastar menos com os produtos adquiridos. Foi o que revelou uma pesquisa divulgada em 14 de abril, pela Fundação Instituto de Administração (FIA), em conjunto com a Felisoni Consultores Associados. O levantamento mostra que 72,4% dos consumidores pretendem comprar no próximo trimestre pelo menos um bem de consumo das dez categorias abordadas pelo estudo, enquanto que no mesmo período do ano passado, este percentual era de 63,2%. O avanço também é registrado com relação ao primeiro trimestre deste ano, no qual 66,6% dos entrevistados se mostraram interessados no consumo. O estudo aborda os produtos eletroportáteis; de cama mesa e banho; material de construção; telefonia celular; automóveis e motos; eletroeletrônicos; móveis; cine e foto; linha branca e informática. Entre estas categorias, a de informática lidera, com 15% dos consumidores mostrando intenção de comprar estes itens. Em seguida, vem a linha branca, com 12,8%, e cine e foto, com 12,4%. **(Valor Online)**

## Mercado nordestino cresce 19% e acirra disputa de supermercados

O mercado consumidor do Nordeste registrou no ano passado a maior taxa crescimento de vendas entre os supermercados brasileiros e virou alvo de disputa tanto de redes locais como de grandes varejistas internacionais. Enquanto o faturamento nacional dos supermercados cresceu 10,6% no ano passado e atingiu R\$ 159,1 bilhões, uma cifra recorde, a receita das redes nordestinas aumentou quase o dobro, 19,7%, descontada a inflação do período, revela o 38º Relatório Anual da Revista Supermercado Moderno. O estudo, de âmbito nacional, envolveu 460 empresas do varejo de autosserviço, que somam 3,8 mil lojas e respondem por 63,5% do faturamento do setor. Ganhos de renda, benefícios sociais como o Bolsa-Família e a própria agressividade das redes locais após a chegada de grandes multinacionais à região são apontadas por Maurício Pacheco, diretor da revista e responsável pela pesquisa, como fatores que impulsionaram o forte crescimento de vendas no Nordeste. **(Estado de S. Paulo)**

# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Abril 2009



## Governo reduz IPI de geladeira, lavadora e fogão

O ministro da Fazenda, Guido Mantega, confirmou a redução das alíquotas de Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para produtos da linha branca em 10 pontos percentuais. O anúncio foi feito no dia 17 de abril, em São Paulo, após encontro com empresários do setor produtivo, varejista e sindicalistas. "A partir de hoje, o IPI das geladeiras cai de 15% para 5%, o de fogões, de 5% para zero, o de máquinas de lavar, de 20% para 10%, e o de tanquinhos, de 10% para zero", anunciou Mantega. Segundo o ministro, as medidas terão validade de três meses. A redução, continuou, será repassada integralmente ao consumidor. "É muito importante que essa redução seja transferida para o preço do produto e chegue ao consumidor e ao trabalhador." A renúncia fiscal que o governo fará por meio dessas medidas será de R\$ 173 milhões.

**(Estado de S. Paulo)**

## Caixa e BB vão financiar o varejo

No embalo da redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para produtos da chamada linha branca - geladeira, fogão, máquina de lavar -, os bancos públicos federais, principalmente a Caixa Econômica Federal e o Banco do Brasil (BB), vão investir mais no crédito ao varejo. No dia 21 de abril, a presidente da Caixa, Maria Fernanda Ramos Coelho, admitiu que o banco estuda novas possibilidades de financiamento de produtos da linha branca. O vice-presidente de Pessoa Física da Caixa, Fábio Lenza, ainda lembrou ao Estado que o banco, que já tem um cartão específico para financiar esse segmento, o Crediário Caixa Fácil, está negociando a expansão do crédito ao varejo com "mais de cem grupos" empresariais. Por meio de sua assessoria, o Banco do Brasil disse que já dispõe de linhas de crédito voltadas para o varejo, está pronto para atender à demanda tanto de pessoas físicas como de jurídicas e que vai "intensificar" sua atuação no segmento. E como no caso da Caixa, o BB também negocia parcerias com grandes redes do setor.

**(Estado de S. Paulo)**

- O Retail Highlights é constituído somente de notícias provenientes de veículos de imprensa, principalmente Internet e jornal, não contendo qualquer informação confidencial proveniente das empresas.

