

# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Dezembro 2008



O presidente do **Pão de Açúcar**, Claudio Galeazzi, disse que a companhia pretende crescer em 2009 também por meio da aquisição de novas empresas. Segundo ele, os recursos para as compras viriam do caixa, que é de aproximadamente R\$ 1,4 bilhão. Ele informou que uma equipe foi formada há dois meses para buscar essas oportunidade e que 15 negócios estão em análise no momento. Galeazzi acrescentou que, além dos supermercados, as aquisições poderiam atingir drogarias ou postos de combustíveis. Para 2009, o executivo ressaltou o plano para a abertura de mais de 100 lojas, focado nas bandeiras Extra-Fácil (loja de bairro) e Assai (atacarejo). Ele admitiu, porém, que esse número apenas será mantido se as condições econômicas e as vendas da companhia não se deteriorarem em função dos efeitos da crise internacional. Disse ainda que a companhia quer ampliar sua participação de mercado em 2009, mesmo com o sacrifício das margens de lucro. O avanço sobre os concorrentes virá através de uma agressiva política de preços. Citando dados da **Nielsen**, Galeazzi disse que a participação de mercado do grupo cresceu de 32,7% em 2007 para 33,5% no ano passado. **(Abril)**

O grupo **Pão de Açúcar** registrou faturamento bruto de R\$ 20,857 bilhões em 2008 e as vendas líquidas totalizaram R\$ 18,033 bilhões, o que representam crescimentos de 18,2% e 21%, respectivamente, em comparação ao ano anterior. No conceito "mesmas lojas", as vendas brutas cresceram 8,5% no ano, avanço superior às diretrizes definidas para 2008 e com incremento real estimado de 2,6% quando deflacionadas pelo IPCA. O crescimento das vendas brutas em mesmas lojas em dezembro, em relação a igual mês de 2007, foi de 7,3%, resultado inferior aos observados em novembro (11,4%) e outubro (13,9%), na mesma base de comparação. "As vendas do Natal salvaram o mês dezembro", afirmou, acrescentando que os efeitos da crise prejudicaram as vendas de produtos de maior valor agregado. **(Portal Exame)**



A **Casas Bahia** adiou para 2009, sem previsão de data, o plano de vender pela internet. Inicialmente, a intenção era começar a operar no final de 2008. No mercado, especula-se que crise econômica teria forçado a empresa a adiar despesas, assim como ocorreu com tantas outras, em diversos setores. Para alguns especialistas em varejo, o problema é que o principal público da rede é de baixa renda e ainda usa pouco a internet para fazer compras. **(Canal Executivo)**

# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Dezembro 2008



Nas últimas semanas, circularam informações sobre o interesse da gigante norte-americana Wal-Mart na rede catarinense **Angeloni**. As especulações levaram o grupo a publicar um comunicado nos jornais do Paraná e Santa Catarina desmentindo a negociação. Na nota oficial, o presidente e o vice-presidente do Conselho de Administração, Antenor Angeloni e Arnaldo Angeloni, respectivamente, dizem que a rede é constantemente alvo de assédio de grandes corporações, mas afirmam que “não abrirão mão do privilégio de conduzir a empresa”. **(Gazeta do Povo)**



O **Sonda** Supermercados iniciará, em fevereiro, a venda de eletrodomésticos portáteis leves (liquidificador, batedeira e centrífuga) e também de itens da linha marrom (aparelhos de TV, som e imagem). Para a nova empreitada a companhia fechou parceira com a Philips que, no início da operação, disponibilizará promotores especializados para o atendimento aos consumidores. Roberto Moreno, diretor financeiro da rede, explica que está alinhavando os últimos detalhes da parceria mas que ainda este ano também pretende iniciar a venda de produtos de linha branca (geladeira, fogão, máquina de lavar). A princípio apenas cinco lojas da rede devem comercializar os novos produtos. "Se conseguirmos 5% de lucro líquido na venda de portáteis já está ótimo. **(Gazeta Mercantil)**

## International Retail

### Wal-Mart faz oferta por rede de varejo chilena

A Wal-Mart fez uma oferta pela Distribucion y Servicio D&S, maior rede de varejo do Chile. A aquisição representaria o plano mais ambicioso de expansão internacional da empresa norte-americana, segundo o jornal Wall Street. O negócio conta com o aval dos atuais proprietários da companhia, a família Ibanez, que concordou em negociar 23% de suas ações na D&S para que o Wal-Mart consiga a maioria. O plano da família é firmar um acordo para que a rede continue a operar com a atual força de trabalho e mantenha as marcas atuais. **( Estado de S.Paulo)**

# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Dezembro 2008



## Grupo Carrefour é afetado por queda do consumo mundial

O grupo francês Carrefour informou que suas vendas estão sendo afetadas pela "queda do consumo mundial". O Carrefour observou "nas últimas semanas uma queda do consumo mundial, especialmente na Europa", revelou José Luis Durán, diretor-geral do Grupo, durante entrevista coletiva em Paris. **(AFP)**

## Panorama do Varejo

### Serasa: vendas em todo País cresceram 2,8% no Natal

As vendas de Natal no varejo do País cresceram 2,8% entre os dias 18 e 24 de dezembro na comparação com o mesmo período do ano passado, na capital paulista o crescimento foi de 1,1%.. De acordo com o Indicador Serasa do Nível de Atividade do Comércio. Em 2007, a alta das vendas do comércio brasileiro na época do Natal foram mais expressivas: 5,3% ante o mesmo período do ano anterior. Na avaliação da Serasa, os juros altos e o maior endividamento levaram o consumidor a uma atitude mais cautelosa na hora da compra, principalmente em relação ao crédito e aos produtos de maior valor. A entidade destaca que as instituições financeiras e o varejo também foram mais conservadores na concessão de crédito. **(Estadão)**

### Brasil já é segundo mercado mundial de produto de beleza

A mania do brasileiro de passar perfume e o gosto por cosméticos e cuidados pessoais fez do Brasil o segundo maior consumidor mundial de produtos de beleza, superando o Japão. Até 2007, o país estava em terceiro lugar, com japoneses e americanos em segundo e primeiro lugar, respectivamente. Mas em 2008 o faturamento do setor aumentou para R\$ 24,54 bilhões, levando o mercado nacional a subir uma colocação no ranking, segundo João Carlos Basilio da Silva, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec). "Crescemos 10,4% em vendas, enquanto o mercado japonês e o americano devem apresentar uma retração", afirma. **( Valor Econômico )**

### Marca própria invade as redes de farmácias

As marcas próprias, fortes no setor supermercadista, começam a se tornar prioridade em outros setores do varejo, como nas farmácias, e podem ser uma boa opção no período de crise econômica, já que são até 30% mais baratas que as marcas tradicionais, além de serem mais lucrativas. Além disso, são vistas como uma





# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Dezembro 2008

representaram R\$ 5,78 bilhões ou 74,79% do faturamento anual. A venda de não-medicamentos também obteve aumento significativo de 13,39%, representando 25,21% do total das vendas nas redes de drogarias.

(InvestNews)

## Abinee projeta crescimento de 7% para eletrônicos

Apesar das dificuldades previstas para os primeiros meses de 2009, a Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee) projeta para o setor eletroeletrônico uma expansão de 7% neste ano. Segundo o presidente da entidade, Humberto Barbato, a previsão se baseia na evolução do mercado interno, que responde, hoje, por mais de 80% dos negócios das indústrias do setor. 'O consumo local testará os seus limites, uma vez que o comércio mundial avançará a passos lentos. (InvestNews).

## Eletrônicos e Informática entram 2009 com tendência de alta

Varejo, fabricantes de equipamentos e consultorias reconhecem que 2009 será um ano desafiador para o comércio de eletroeletrônicos, com estagnação nas vendas de computadores e celulares - dois dos itens que mais avançaram nos últimos anos. Em um contexto de crédito escasso e volatilidade do câmbio, o mercado será obrigado a compensar o aumento dos custos de produção com reajustes de preços, situação esperada para o começo do ano. As importações para o Natal foram realizadas antes da crise, com a taxa de câmbio mais baixa. Porém, a partir de janeiro, a valorização do dólar será repassada aos produtos. Mesmo com o repasse, espera-se um recuo nas margens em todos os elos da cadeia. Não será fácil incentivar o consumo de produtos de informática diante de preço mais caro, aperto no crédito, juros maiores e desconfiança do consumidor. Os preços destes artigos devem começar a subir em janeiro, nos cálculos da consultoria IT Data. Se o dólar continuar acima de R\$ 2,30, os preços médios dos monitores, que podem representar até a metade do valor cheio de um computador, devem subir 20% no primeiro mês de 2009, de acordo com a consultoria. O mercado de celulares também deve apontar estabilidade ante as vendas de 2008, quando a produção no País atingiu 76 milhões de unidades, sendo 50 milhões destinadas ao mercado interno, conforme dados da Abinee. O mercado não só espera que o consumidor demore mais tempo para trocar de celular, como apostam que os consumidores optaram por modelos menos sofisticados. Fabricantes como Nokia e LG Electronics expressaram que um crescimento nulo em 2009 já é considerado bom diante da crise. (AE)

● 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.