

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Fevereiro 2010



Depois de ver o concorrente Pão de Açúcar disparar na liderança do varejo brasileiro com a compra da Casas Bahia e se tornar alvo de aquisição do Walmart, a rede francesa de supermercados Carrefour planeja exportar seu modelo brasileiro de atacarejo para a Argentina. Dono do Atacadão desde 2007, o Carrefour já havia anunciado a abertura de uma unidade nos moldes do Atacadão na Colômbia. Agora, os franceses têm uma nova meta: levar uma loja da rede para a Argentina ainda neste semestre. O nome Atacadão deverá ser mantido nos países vizinhos, apesar da dificuldade da pronúncia. As unidades do Atacadão, mais simples e com preços mais baixos, são as que mais crescem dentro da rede Carrefour no Brasil. (**Revista Exame 08/02/2010**)



Os jogos da Copa do Mundo devem elevar as vendas de televisores este ano. Alguns varejistas acreditam em alta de até 100% ainda no primeiro semestre, em comparação com o mesmo período de 2009. No Walmart os meses de maio e junho as vendas cresceram expressivamente, pois os brasileiros têm o hábito de deixar tudo para a última hora. A expectativa é de 50% de alta no primeiro semestre. O avanço tecnológico também ajuda a ampliar as vendas este ano, uma vez que a inovação dos aparelhos encanta o consumidor. (**Brasil Econômico 24/02/2010**)



A Pague Menos, maior rede de farmácias do Brasil presente em todos os estados e no Distrito Federal, irá se expandir no mercado baiano com a inauguração de três novas lojas no estado. Com investimento total de R\$ 1,5 milhão e geração de 90 empregos diretos inicialmente, a operação na Bahia é a terceira maior do Brasil. Até o final de 2010, a rede pretende abrir mais 450 lojas. Atualmente, a Pague Menos atende cerca de 6,6 milhões de clientes por mês e já tem pontos de venda em mais de 120 municípios brasileiros.

(**Guia da Farmácia 19/02/2010**)

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Fevereiro 2010



A Cooperativa de Consumo (Coop), que prevê crescimento entre 10 e 16% no fornecimento de produtos relacionados à Páscoa em comparação ao mesmo período de 2009, serão feitas 85 toneladas de ovos de chocolate e ainda há o investimento em marcas próprias, já que somente de marca Coop Plus, fabricados pela Cacau Show, estão previstas 85 mil unidades. Foi realizado para este ano uma parceria com a Rede Brasil de Supermercados (RBSM), para trazer mais opções de produtos importados, como azeite, massas de trigo grano duro, tomates e vinhos. Para 2010, a Coop prevê crescer 17,2% e fechar o ano com fornecimento de R\$ 1,603 bilhão. **(DCI e Abrasnet 12/02/2010)**

International Retail

Walmart já supera US\$ 100 bilhões em vendas fora dos EUA

No trimestre fiscal encerrado em 31 de janeiro e que, portanto, inclui a temporada de Natal, os hipermercados do Walmart faturaram US\$ 70,969 bilhões no mercado americano, 0,5% menos do que em igual período do ano fiscal anterior. A divisão internacional do grupo, ao contrário, fechou o último trimestre do exercício com um expressivo crescimento de 19,5% nas vendas, que totalizaram US\$ 29,572 bilhões. Em todo o ano fiscal 2009/2010, a receita do Walmart fora dos Estados Unidos superou pela primeira vez a marca de US\$ 100 bilhões. A divisão, que inclui os negócios no Brasil, México, Chile, Reino Unido e China, terminou o ano fiscal com vendas de US\$ 100,107 bilhões, o que representou um aumento de 1,3% sobre o ano anterior. Os negócios internacionais apresentaram o melhor desempenho da companhia em todo o ano fiscal. Apesar da ênfase no crescimento orgânico, executivos ligados ao mercado de fusões e aquisições avaliam que o apetite por compras do Walmart é grande no Brasil. **(Valor Econômico 19/02/2010)**

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Fevereiro 2010



Vendas no varejo dos EUA sobem acima do esperado em janeiro

As vendas no varejo dos Estados Unidos aumentaram mais do que o esperado em janeiro, quando uma maior demanda por bens esportivos, eletrônicos e lojas de utensílios para casa contrabalançou uma estabilidade no setor automotivo. A alta foi de 0,5%, após a queda de 0,1%, que foi revisada ante a leitura preliminar de recuo de 0,3%. Analistas consultados pela Reuters previam para janeiro uma expansão de 0,3%. Em relação a janeiro de 2009, as vendas aumentaram 4,7%. As vendas no varejo tiveram alta de 0,6%, seguindo a queda de 0,2% no mês anterior. Economistas projetavam avanço de 0,5%.

O núcleo das vendas no varejo, que exclui automóveis, gasolina e materiais de construção, teve variação positiva de 0,8%, depois de cair 0,3% em dezembro. (*Folha online 12/02/2010*)

Panorama do Varejo

Varejo brasileiro fecha ano com alta de 5,9%, afirma pesquisa IBGE

O varejo fechou o ano passado com um aumento de 5,9% nas vendas em relação ao ano anterior, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Na comparação entre dezembro de 2009 e o mesmo mês de 2008, as vendas tiveram alta de 9,1%. Já na comparação com o mês anterior, as vendas tiveram queda de 0,4%. Outro indicador importante é o da Nielsen, de que o setor de bens de consumo no Brasil deve ter uma expansão de pelo menos 4% em 2010, quase o dobro da registrada em 2009 (2,2% sobre o ano anterior). O segmento do varejo com o melhor desempenho no ano foi o de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria, cujas vendas avançaram 10,7% em dezembro, acumulando no ano uma expansão de 11,8%. Equipamentos e Materiais para Escritório, Informática e Comunicação, categoria que inclui celulares e computadores e vem sendo nos últimos anos um dos segmentos de maior expansão, teve em dezembro um crescimento de 3,7%, fechando o ano em +10,6%. No acumulado de 2009, as vendas de hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo aumentaram 8,3% ante o ano anterior, resultado acima do varejo total (5,9%) no período. (*DCI e Abrasnet 24/02/2010*)



Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Fevereiro 2010



Redes vendem em até seis vezes. Açúcar e cacau elevaram os preços

As grandes redes entraram com tudo na disputa pelos consumidores de ovos de Páscoa. A estratégia para compensar o aumento de até 8% em relação ao ano passado é a facilidade no pagamento. É possível parcelar em até seis vezes no Carrefour, com cartão de crédito, ou em três prestações no Walmart. Os preços estão de 5% a 8% mais caros neste ano, o motivo segundo fabricantes é o aumento do preço do cacau e açúcar.

(*Diário de São Paulo 24/02/2010*)

Lojas cobram taxas diversas em cartões próprios

Muitas lojas e supermercados não cobram anuidade em seus cartões e os consumidores acabam não percebendo os custos adicionais que são cobrados, atraindo principalmente a classe C que é mais propensa a parcelar compras e estender prazos.

É necessário verificar, se há cobrança de taxas mensais ou pelo uso do cartão que, no final das contas, pode sair mais caro que a anuidade de um cartão de crédito. Estes cartões podem ser vantajosos para quem não tem cartão de crédito e paga as parcelas integralmente, colocar muitas parcelas para frente é um risco de endividamento. O único cartão de supermercado que de fato é gratuito é o Hipercard, do Walmart, os outros cobram de R\$1,99 a R\$5,00 no mês em que o cartão for utilizado, o que indica um custo anual de até R\$42,00. Nas lojas de departamento, a maioria dos cartões é gratuito, apenas a Marisa cobra R\$1,95 por mês.

O cartão só irá compensar em supermercado em uma compra parcelada em 10 vezes sem juros, onde o produto precisa estar R\$50 mais barato que nos concorrentes.

Entidades de defesa do consumidor alertam ainda para seguros, títulos de capitalização e outros serviços que podem ser cobrados na fatura, sem que o cliente tenha pedido, o que é caracterizado venda casada, proibida por lei. (*Jornal do Brasil 12/02/2010*)

● 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.

