

nielsen
.....



Retail Highlights

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Março 2011



A carioca Zona Sul, considerada a rede de supermercados sofisticada do Rio, pretende investir R\$ 30 milhões neste ano na abertura de duas novas lojas e reforma de outras quatro. O volume de recursos também engloba a inauguração da segunda loja da bandeira Megabox, mais popular e no formato de atacarejo. A nova unidade ficará pronta no segundo semestre e a intenção da família Leta, controladora da rede, é chegar a 2016 com dez unidades da marca mais popular. Enquanto a nova bandeira leva às gôndolas do grupo para perto das classes C e D, Pietrangelo Leta (Diretor comercial e operacional) garante que a marca Zona Sul não se afastará do foco de produtos e serviços diferenciados. Leta acrescentou que o foco da empresa até 2015 será restrito ao Rio de Janeiro e não descartou a aquisição de pequenos concorrentes. **(Valor Online, 03/03/2011)**



A Lojas Americanas, maior varejista de descontos do país, planeja investir entre R\$ 400 milhões e R\$ 500 milhões neste ano, o que pode contribuir para que a varejista conclua seu plano de abertura de 400 lojas antes do previsto. O aporte previsto para 2011, que ainda será aprovado em assembleia de acionistas programada para abril, está inserido no plano de investimentos de R\$ 1 bilhão para abertura das 400 lojas no período entre 2010 e 2013. Com o aporte previsto, o número de abertura de lojas programado para este ano, inicialmente estimado em 90 unidades, pode ser elevado em até 40%. Cerca de 80% dos recursos serão destinados à abertura e reforma de lojas, enquanto o restante irá para as áreas de tecnologia e logística. A Lojas Americanas inaugurou 70 lojas no ano passado, chegando a 541 unidades em 23 Estados. **(Brasil Econômico, 21/03/2011)**



De toda a venda da área de frutas, legumes e verduras (FLV) do Grupo Pão de Açúcar em 2010, o segmento de produtos orgânicos representou apenas 2%. Para o maior varejista de alimentos do país, cujas vendas na categoria somaram R\$ 1,5 bilhão (US\$ 882,4 milhões) no ano passado, a participação é tímida demais. Para o grupo, é possível fazer com que os orgânicos conquistem uma fatia de pelo menos 10% nas vendas totais da categoria de FVL até 2014. A companhia, dona das bandeiras Pão de Açúcar, CompreBem, Sendas e Extra, está disposta a dar um novo fôlego ao mercado de orgânicos. Este ano, mapeou os principais produtores do país, que somam cerca de 300. Desses, um pouco

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Março 2011

mais de 100 são fornecedores do grupo. Trata-se de um programa de rastreabilidade, em que o grupo exige certificação de qualidade dos itens e controla por conta própria indicadores como o teor e a existência de agrotóxicos. A aposta na seara dos hortifruti não termina por aí. Há o interesse de fornecer cada vez mais produtos processados (frutas já descascadas e cortadas, folhas pré-lavadas, legumes picados, por exemplo). "A margem de lucro desse segmento é de 30%", diz Leonardo Miyao, diretor da área de frutas, verduras e legumes do grupo. A crescente demanda respondeu em parte pelo aumento das vendas de FLV em 2010, que foi de 13%. **(Valor Econômico, 25/03/2011)**



Os bancos coordenadores começaram as primeiras reuniões com investidores para apresentar a oferta inicial de ações da rede varejista Magazine Luiza. A empresa quer captar R\$ 950 milhões, sendo 68% em colocação primária, em que os recursos vão para o caixa, e o restante em venda secundária, de fatias dos atuais acionistas. A operação deve ser concluída na terceira semana de abril. Concluída a captação, a empresa chegará à bolsa avaliada em R\$ 3,7 bilhões. A família que comanda a companhia, do casal Luiza Trajano e Pelegrino José Donato, que fundou a rede em Franca, interior de São Paulo, deverá manter fatia de 69% no grupo. O fundo de participações americano Capital International manterá uma participação de 4,6%. Esse fundo, em 2005, comprou 12% do Magazine por R\$ 120 milhões – ou seja, avaliou a companhia em R\$ 1 bilhão. Ficarão livres para a circulação na bolsa 26,4% do capital. Os recursos que virão da distribuição primária, de cerca de R\$ 645 milhões, serão usados para suportar o plano de investimentos, estimado em R\$ 200 milhões em 2011 e R\$ 240 milhões em 2012. A empresa deseja, nesses dois anos, aumentar em 5% ao ano a sua área de vendas. **(Valor Econômico, 23/03/2011)**



Menos de quatro meses após abrir o capital, a Droga Raia, segunda maior rede de drogarias do Brasil em número de lojas, já definiu etapas importantes do plano de crescimento que pretende colocar em prática nos próximos anos. Concomitante ao início das operações de novos centros de distribuição e do ingresso no mercado de Santa Catarina, a rede traçou planos de chegar ao final de 2012 com a marca de 500 lojas abertas. "Esperamos cada vez mais acelerar nosso crescimento e criar valor para a companhia", disse à Agência Estado o vice-presidente de relações com

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Março 2011

investidores da companhia, Eugênio De Zagottis. A principal novidade deste ano será o ingresso no mercado de Santa Catarina. Segundo De Zagottis, ao menos cinco lojas da Droga Raia serão inauguradas no estado, a começar pelo segundo trimestre. As unidades deverão ser abastecidas pelo centro de distribuição instalado na Grande Curitiba, no Paraná, cujo início de operações ocorreu em dezembro passado. A abertura de dois centros de distribuição em um período de pouco mais de um ano evidencia a robustez da estratégia de crescimento da Droga Raia, fundamentada, em um primeiro momento, principalmente nas regiões Sudeste e Sul. "Com o ingresso em Santa Catarina, atendemos área equivalente a 70% do mercado nacional, o que é suficiente para os próximos dois ou três anos", destacou. **(Estadão.com, 31/03/2011)**

International Retail

Walmart começa a construir loja menor, modelo "Express"

O Walmart começará a construir na próxima semana sua primeira loja Express, formato com menos de 10% do tamanho de seu hipermercado padrão, segundo alvará obtido pela "Bloomberg". A maior varejista do mundo começará em 16 de março a construção de uma unidade com cerca de 1,4 mil m² em Gentry, Arkansas, cidade de 3.158 habitantes, localizada a 32 quilômetros da sede da empresa em Bentonville, de acordo com a licença de construção. "O mix de lojas do Walmart nos EUA foi projetada para as guerras de varejo de ontem", disse Craig Johnson, presidente da Customer Growth Partners, de Connecticut. "Se eles quiserem capturar sua devida parcela nas compras de hoje, terão de oferecer o formato menor. Bill Simon, executivo-chefe da rede nos Estados Unidos, disse que "há centenas, senão milhares, de oportunidades" no país para lojas de formatos menores que os supercenters da varejista, que, pelos números de 31 de janeiro, representavam 76% dos pontos de venda da empresa no mercado americano. A construção das lojas Express, caixas quadradas de concreto com telhados de metal, custará US\$ 1,2 milhão por unidade. As lojas terão 75 vagas de estacionamento, farmácia e três ou quatro caixas registradoras, disse Jackie Baker, diretora de planejamento e construção de Praire Gove, outra cidade que receberá o novo modelo. **(Valor Econômico, 10/03/2011)**

Queda nas vendas de varejo mostra dilema do BCE (Banco Central Europeu)

Vendas no varejo na Zona do Euro caíram em cinco dos últimos sete meses, destacando o dilema enfrentado pelo Banco Central Europeu, que se prepara para entregar o que os economistas esperam que seja

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Março 2011

o primeiro crescimento da taxa de juros em quase três anos. É esperada que a taxa de juros cresça de um quarto de ponto percentual para 1,25%, visando combater a inflação, que tem sido impulsionada pelo aumento dos preços das commodities.

O volume de vendas no varejo em 17 países que fazem parte da Zona do Euro caiu 0,1%, quando comparado janeiro e fevereiro de 2011, e houve um crescimento de apenas 0,1% dessas vendas em relação a fevereiro do ano passado. Em uma base mensal, as vendas caíram 0,3% na Alemanha em fevereiro após subir 0,4% em janeiro e caiu 1,1% na França, na sequência de um ganho de 1,5% no primeiro mês do ano. Os dados da Alemanha e da França não podem ser usados como referência, uma vez que esses dois não enfrentam problemas relacionados ao desemprego tão fortemente quanto os outros que fazem parte da Zona do Euro. Na Espanha, onde o desemprego é mais do que o dobro da média da Europa, as vendas foram 5,6% mais fracas, enquanto em Portugal caíram 4,5% e na Irlanda, eram 3,0%, quando comparado ao ano passado.

Apesar de todo o problema vivido e da diminuição do consumo no setor varejista, o Banco Central Europeu afirma que continuará com o plano de aumentar a taxa de juros da Europa em 1,25%. **(The Wall Street Journal, 05/04/2011)**

Panorama do Varejo

Redes de varejo viram grandes vendedoras de apólices

As grandes lojas de varejo se consolidaram como eficientes canais de distribuição de seguros. Em 2005, a seguradora Cardif percebeu o potencial do varejo e formou uma *joint venture* com a rede Magazine Luiza, formando a Luizaseg, para atuar com garantia estendida. Segundo Luiz Cozac, diretor da Luizaseg, a venda de garantia estendida representa entre 35% e 40% das vendas da rede. Em 2010, foram comercializadas 2,2 milhões de apólices nas 477 lojas da rede. A previsão de crescimento para este ano é em torno de 20%, acompanhando o aumento previsto para a expansão da a rede. A garantia estendida é também oferecida pela internet, mas o índice de adesão não chega a 5%. Para a Bradesco Seguros, os produtos de afinidade com o varejo representam 2,7% do faturamento e 39% dos segurados. Segundo a assessoria de imprensa, são 21 parcerias com redes varejistas, que resultaram em um faturamento de R\$ 690 milhões em 2010. Um novo nicho para as seguradoras é o seguro de furto, roubo e acidentes por queda acidental de itens de informática, foto e telefonia. **(Valor Online, 25/03/2011)**

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Março 2011



Farmácias vendem mais

As vendas nas farmácias e drogarias subiram 18% no ano passado, para R\$ 17 bilhões, segundo cálculos da Abrafarma (Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogaria). Os maiores índices de crescimento nas vendas foram registrados pelos genéricos (21%) e pelos produtos do segmento de não medicamento (20%). No ranking de faturamento do setor, a primeira colocada é a Drogaria São Paulo, que comprou a Drogão em Junho (o levantamento considera a venda anualizada da Drogão). Em seguida vem Pague Menos, Drogasil, Drogaria Pacheco e Droga Raia. **(Valor Online, 04/03/2011)**

Compra virtual, consumo real

Cada vez mais os brasileiros fazem compra pela internet. Em 2010, o faturamento estimado das lojas virtuais de varejo foi de 9 bilhões de dólares, montante seis vezes superior ao registrado em 2005. O ritmo de expansão desse segmento no Brasil é um dos maiores do mundo. O número de lojas virtuais no Brasil foi multiplicado por quase 8 desde 2005. No ano passado, sete de cada dez internautas brasileiros visitaram algum site de varejo online, relação acima da média mundial e a maior relação da América Latina. **(Exame, 09/03/2011)**

Menos Sacolinhas

Os clientes que fizeram compras com o cartão Carrefour hoje, Dia Mundial do Consumidor, em uma das 163 unidades do Carrefour e do Carrefour Bairro no país, ganharão uma sacola retornável. A ação faz parte da campanha Dia do Consumidor Consciente, que pretende reduzir em 2,5 milhões de unidades o total de sacolinhas plásticas utilizadas na rede. A meta do Carrefour Brasil é eliminar o uso das sacolas plásticas até 2014. Há um ano, a rede francesa lançou na loja de Piracicaba (SP) um projeto piloto que eliminou o uso das sacolas plásticas. **(Valor Econômico – 15/03/2011)**

● 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.

