

# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Outubro 2010



Para atender a nova demanda da crescente classe média brasileira, as lojas do **Grupo Pão de Açúcar**, Comprebem, ABC Comprebem e Sendas, até então voltadas para regiões mais populares, estão recebendo um novo layout e ampliação da sua oferta de produtos. Essas lojas terão as bandeiras Pão de Açúcar, Extra Supermercado, Extra e Assai. O processo terminará em 2011, com mais de 100 lojas convertidas e a extinção das bandeiras Comprebem e Sendas. O Grupo também prevê abrir este ano 100 novas unidades, sendo 60 da bandeira Extra Fácil, também voltada para a classe média. **(Brasil Econômico 14/10/2010)**



A rede varejista **Casas Bahia** vai focar o seu plano de investimentos para 2011 nos estados nordestinos. Das dez novas lojas da Casas Bahia previstas para 2011, seis delas se localizarão no Nordeste e o restante no Sudeste. Michael Klein, presidente do Conselho de Administração da Nova Globex, empresa que reúne as bandeiras Casas Bahia e Ponto Frio, afirmou que nos estados nordestinos, a expansão se resumirá a Casas Bahia, com maior apelo entre os consumidores das classes C e D. O executivo acrescentou que em 2011 e 2012 a empresa vai priorizar as sinergias com o Grupo Pão de Açúcar. Em 2011, além das 10 novas lojas da bandeira Casas Bahia, a Globex deverá abrir mais cinco da marca Ponto Frio, nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Além disso a empresa irá abrir lojas das duas bandeiras em todas as oportunidades de inaugurações em shopping centers que surgirem. Após o processo de integração com o Pão de Açúcar, Klein planeja chegar em todas as cidades e capitais com mais de 80 mil habitantes. **(Jornal do Commercio 07/10/2010)**



A partir de 2015, os produtos à venda no **Walmart** Brasil trarão no rótulo uma espécie de nota de sustentabilidade cujo objetivo é informar o tamanho do impacto daquele item no meio ambiente. Há algumas semanas, o Walmart Brasil lançou um programa de rastreabilidade que permite aos clientes identificar a procedência de produtos adquiridos na rede. O Walmart não está sozinho na cruzada verde. O Grupo Pão de Açúcar investiu em iniciativas para a promoção do consumo consciente e da gestão sustentável, além de programas sociais e voltados para a qualidade de vida. Já o Zona Sul promete para o segundo semestre de 2011 a inauguração na Barra de sua primeira loja verde. **(O Globo 15/10/2010)**

# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Outubro 2010



Com o balanço auditado desde o ano passado, a rede de drogarias **Pague Menos** dá mais um passo rumo a tão planejada abertura de capital. Apesar do atual galpão de distribuição, localizado em Fortaleza (CE), ser capaz de atender mais que o dobro dos atuais 400 pontos de venda, a rede está à procura de uma cidade na Região Sudeste ou Centro-Oeste para instalar o seu segundo centro de armazenamento. O qual significará uma espécie de garantia para qualquer eventual problema com o atual depósito. A abertura de capital anteriormente prevista para meados de 2011, agora ficou para 2012. **(Brasil Econômico 27/10/2010)**

## International Retail

### Carrefour e Casino devem elevar as vendas

As varejistas francesas Carrefour e Casino devem apresentar esta semana vendas maiores para o terceiro trimestre, com investidores buscando pistas sobre a confiança dos consumidores em meio à lenta recuperação econômica. Os dois grupos ainda enfrentam dificuldades em seu mercado doméstico, enquanto os consumidores gastam menos em função da crise, mas devem se beneficiar do forte desempenho em mercados emergentes na América Latina e na Ásia, além de efeitos cambiais positivos e fraca base de comparação com igual período do ano passado. No Brasil a rede Casino detém 36,7% do capital total do Grupo Pão de Açúcar. **(Jornal do Comercio 12/10/2010)**

### O Walmart lança novo formato de loja

O Walmart anunciou um plano para conquistar espaço nas maiores cidades dos EUA. Para tentar compensar um recente êxodo de clientes de baixa renda, a gigante americana do varejo pretende abrir filiais menores no estilo das lojas de conveniências que já opera na América latina. **(Valor Econômico 14/10/2010)**

# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Outubro 2010

## Panorama do Varejo

### Setor de perfumaria e cosméticos está entre os que mais crescem no Brasil

Segundo estudo sobre o mercado do varejo nacional divulgado pelo IBGE, o aumento de 10,4% nas vendas deste mercado é recorde entre os meses de agosto, desde quando a pesquisa foi iniciada, em 2001. Outra informação relevante é que o setor de perfumaria e cosméticos foi um dos que mais cresceu, alcançando o índice de 2,6%, o que lhe garantiu uma posição de destaque entre os 10 principais setores do varejo. **(Fator Brasil 26/10/2010)**

### Celular: o novo passaporte para o consumo

Conectar-se à internet pelo celular e consumir - de sabão em pó a câmeras digitais. É no que começa a apostar o varejo brasileiro ao investir na telefonia móvel como sua mais nova plataforma de vendas. As iniciativas no país ocorrem com companhias como o Grupo Pão de Açúcar e o Comprafacil.com, que lançaram recentemente seus aplicativos para o celular. Em todo o mundo, segundo o Instituto Gartner, as vendas de mercadorias via celular devem encerrar 2010 em US\$ 3,683 bilhões. E as projeções para os anos seguintes são ainda mais otimistas: em 2014, deve-se atingir US\$ 56,444 bilhões. **(O Globo 3/10/2010)**

### Drogarias: redes de rua prevalecem

O aumento de emprego e renda aliado ao envelhecimento da população, fez com que as farmácias atraíssem olhares de interessados em obter uma fatia no setor. No final de julho a BR Pharma adquiriu 50% da rede Rosário Distrital. Do lado do varejo, a abertura de drogarias junto a supermercados se transformou em um novo nicho de negócio. Grandes redes como o Grupo Pão de Açúcar, Carrefour e Walmart dificilmente planejam uma nova loja sem considerar uma área para drogarias. O Walmart é líder em número de drogarias no interior de suas lojas. O Grupo Pão de Açúcar e o Carrefour planejam a abertura de novas drogarias ainda esse ano. O conceito de conveniência é a principal característica que diferencia a localização de uma drogaria no interior de um supermercado. Segundo Sérgio Menna Barreto, presidente da Abrafarma, os supermercados colaboram com apenas 3% das vendas do setor no país, não sendo uma ameaça às redes de rua e por mais que os supermercados cresçam não será significativo. **(Jornal do Commercio 06/10/2010)**

# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Outubro 2010



## “e-commerce” aquece varejo

Segundo Pedro Scripilliti, gerente de contas do e-Hub, empresa de soluções para comércio eletrônico do Grupo Pão de Açúcar, abrir uma loja virtual não necessariamente possui custos mais baixos que abrir uma loja física. Na verdade o canal on-line pode oferecer vantagens como crescimento médio em vendas de 35% ao ano. As vendas pela internet ampliam o mercado consumidor e, com ele, as facilidades de pagamento. A força da ferramenta está atraindo redes do varejo tradicional como Ponto Frio, Extra, Leader e Casas Bahia. As empresas estão descobrindo outras funções do e-commerce, como a venda de produtos complementares aos da rede de lojas e testar itens antes de serem comercializados no varejo físico. **(O Globo 12/10/2010)**

## Smartbox expande canais de venda

A Smartbox, empresa francesa que comercializa caixas de “vale-experiência”, está focada em novos canais de distribuição para os seus produtos no País. Atualmente, está presente em 85 pontos de venda, como as livrarias Fnac e Saraiva, e pretende chegar a 400 até o final do ano. João Vianna, diretor geral da empresa no Brasil, afirma que já estão em negociações avançadas com Pão de Açúcar e Carrefour. Outro objetivo é expandir a operação para o mercado sul-americano: primeiramente Chile e Argentina. **(O Estado de São Paulo 12/10/2010)**

## Na Vivo, recarga no pré-pago vale compra de seguro de vida

A operadora Vivo anunciou em Salvador o lançamento de uma nova modalidade de serviço: a venda de seguros de vida. O seguro poderá ser adquirido por clientes pré-pago através da recarga de R\$ 15, destes R\$ 3 serão referentes à apólice de seguros e o restante créditos telefônicos. Primeiramente apenas clientes da Bahia e de Sergipe poderão adquirir o seguro. A estratégia da empresa, no entanto, é estender a oferta para todo o território nacional até o final do ano. **(Valor Econômico 15/10/2010)**

- 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.

