

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Setembro 2010



Depois de sofrer com uma operação da Polícia Federal, a varejista do Rio de Janeiro volta a crescer e desperta o interesse de suas concorrentes. Seu preço é estimado em R\$ 900 milhões. A tarefa de reerguer a operação fluminense ficou com Fábio Carvalho, 33 anos, que se tornou um dos donos ao lado de um grupo de credores. Nos últimos meses, a rede se transformou em alvo da cobiça. Toda semana, o presidente da companhia recebe visitas de interessados em compra ou associação. Carvalho não confirma as especulações. Contudo, interlocutores do empresário dizem que a lista inclui empresas do porte de Lojas Americanas e fundos de private equity brasileiros e estrangeiros.

Com 64 lojas situadas nas principais áreas de comércio popular da região metropolitana do Rio, a empresa desfruta de uma posição privilegiada. “A rede funciona como uma alavanca para quem pretende ampliar sua presença ou entrar no mercado carioca”, diz Claudio Felisoni de Ângelo, coordenador-geral do Programa de Varejo da Fundação Instituto de Administração da USP. Carvalho, o controlador da Casa&Vídeo, sabe disso. Tanto que assumiu o negócio quando fazia parte da equipe que reorganizava suas contas. Para isso, injetou R\$ 20 milhões e convenceu alguns dos credores, basicamente fornecedores, a converter parte das dívidas em ações. A maior fatia do débito de R\$ 400 milhões, no entanto, foi renegociada e será quitada em dez anos, com três anos de carência. Isso permitiu que fosse criada uma nova razão social, a Casa&Vídeo Rio de Janeiro.

As mudanças resultaram em uma economia de R\$ 100 milhões nos custos fixos anuais. A família Milone ainda mantém de certa forma, um pé no negócio. Recebe royalties pela cessão da marca e controla as oito lojas da “velha” Casa&Vídeo, situadas no Espírito Santo e em Minas Gerais.

(04/10/2010 - istoedinheiro.com.br)



Investimentos em lojas, instalações e utilização para capital de giro, é a finalidade da operação de venda de ações da rede Drogasil. O conselho de administração da Drogasil autoriza a venda de até 3.106.012 ações ordinárias da companhia, sem valor nominal, mantidas em tesouraria. O volume equivale a 9,3% do total em circulação no mercado, que é de 33.441.472 ON. A operação será realizada no prazo de até

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Setembro 2010

365 dias contados a partir de hoje, em bolsa, a preços de mercado, com a intermediação do BTG Pactual Corretora. A diretoria da empresa definirá a quantidade de ações a serem efetivamente alienadas.

(27/09/2010 – Estadão)



Abertura de capital, investimento de fundos externos, dinheiro sobrando num mercado repleto de aquisições, nada disso interessa à Leader Magazine, rede fluminense com 45 lojas, das quais 11 em Estados que não o Rio. "Nosso foco é o crescimento orgânico. Este ano vamos abrir sete lojas", afirma o vice-presidente da empresa, Fernando Labanca. Serão três unidades no Rio, duas em Recife e duas em Salvador.

(02/09/2010 - Valor Econômico)



O presidente do Grupo Pão de Açúcar, Enéas Pestana, disse hoje que as ofertas públicas de ações da Nova Globex, empresa resultante da associação com as Casas Bahia, e da operação de comércio eletrônico (e-commerce), via abertura de capital (IPO, na sigla em inglês), podem ocorrer em 2012. Segundo ele, o foco da companhia no ano que vem será obter a captura de sinergias, integração das plataformas e níveis de governança corporativa. "O mercado está muito interessado em saber quando faremos o IPO, mas não será em 2011. Estamos muito preocupados em capturar as sinergias. Não vemos necessidade (do IPO) neste momento. Pode ser em 2012", afirmou Pestana, após participar de evento promovido pelo Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças de São Paulo (Ibef-SP). O executivo ressaltou que as duas operações, tanto o IPO dos sites das bandeiras Extra, Casas Bahia e Ponto Frio quanto à oferta de ações da Nova Globex (a Globex tem poucas ações na Bolsa), não precisam ocorrer, necessariamente, na mesma época. Sobre a operação de comércio eletrônico, o executivo disse que ainda há espaço para aumentar as vendas antes do IPO. "Estamos numa curva ascendente de resultados e não faz sentido ir a mercado agora. Temos de elevar o patamar das vendas antes", disse. Em relação às operações de hipermercados, Pestana ressaltou que a companhia pretende ampliar a participação da venda de móveis nas lojas. "Vamos aproveitar a expertise da Casas Bahia, que tem a Bartira (fábrica de móveis)." Ele disse prever um incremento da venda de outros bens duráveis dentro dos hipermercados, aproveitando-se dos ganhos de escala na negociação com a indústria,

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Setembro 2010



aumento de 50 por cento no número de farmácias no Brasil. As 100 novas unidades, chegando a um total de 300, fazem parte do investimento de 2 bilhões de reais programado para o país.

"Dentro dos novos negócios do varejo, farmácia é o combustível", comentou o presidente da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), Sussumu Honda. Ele lembra que, antes de adotar bandeiras próprias, as redes varejistas já alugavam espaços dentro das lojas para drogarias terceirizadas.

Em linhas gerais, o conceito de conveniência é a principal característica que diferencia a localização de uma drogaria no interior de um supermercado. Por outro lado, no âmbito financeiro, a representatividade desse negócio ainda é fraca.

Conforme estimativa de analistas do Bradesco, a comercialização de medicamentos responde por menos de um por cento das vendas globais das redes varejistas.

(05/10/2010 – Reuters)

● 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.

