

# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Março 2010



Último grande varejista a lançar um site de e-commerce, o Carrefour estreou ontem na web com meta de entrar para os cinco maiores até 2011. Se isso ocorrer, a líder Americanas deve perder ainda mais participação de mercado. Há quatro anos, as vendas on line representavam 1% do comércio tradicional. Hoje, respondem por 3% - nos Estados Unidos, esse índice é de 7%. O

Carrefour investiu R\$ 50 milhões para lançar o seu portal de compras. O presidente do Carrefour, Jean Marc – Pueyo, reconhece que a empresa chegou tarde, mas diz que aprendeu com os erros e acertos dos concorrentes. A rede também aposta no modelo de financiamento para atrair o consumidor. Por meio do cartão Carrefour – que conta com 10,5 milhões de clientes cadastrados –, a rede vai vender em até 24 vezes sem juros. Esta é a primeira plataforma de e-commerce do Carrefour fora da Europa e deve servir de modelo para outros países. O Carrefour não revela metas de faturamento para o site, que fará entregas em todo o país. O site nasce com 15 mil produtos, número que deve crescer para 80 mil itens até o fim do ano. **(Folha de São Paulo 02/03/2010)**



O Grupo Pão de Açúcar anunciou na última quinta o novo organograma da companhia. Enéas Pestana assume o cargo de diretor-presidente. Desde 2003 no grupo, Pestana foi promovido a vice-presidente executivo de operações sênior em dezembro do ano passado, já como parte do processo de sucessão do então presidente Cláudio Galeazzi. Abílio Diniz, presidente do

Conselho de Administração do GPA falou na ocasião sobre a importância do trabalho realizado pelo ex-presidente em dois anos de companhia e sobre os resultados positivos alcançados durante a gestão. Diniz disse estar satisfeito com a escolha de Pestana, principalmente por ele ter sido escolhido por consenso entre ele, o ex-presidente e os executivos do grupo. A sucessão não foi antecipada e faz parte do planejamento da companhia, iniciado em 2007. Quanto a Casas Bahia, Diniz pontuou que o processo de sinergia da empresa com o Grupo Pão de Açúcar será feito com muito cuidado. O presidente do Conselho disse também que as marcas Sendas e Compre Bem passam por processo de transição e serão absorvidas pelo Extra. A empresa também anunciou a contratação de José Antônio Filippo, que assumirá a função de diretor executivo financeiro. Filippo estava na CPFL, onde comandava a área financeira desde 2004. **(Propaganda & Marketing 08/03/2010)**



# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Março 2010



As redes de lojas Insinuante e Ricardo Eletro anunciaram nesta segunda-feira a união de suas operações, formando o segundo maior grupo de varejo de eletrodomésticos do país. A meta é dobrar as vendas, em quatro anos, para 10 bilhões de reais. A fusão dos grupos da Bahia e de Minas Gerais acontece alguns meses após o Pão de Açúcar, líder do varejo no país, ter fechado acordo de compra de fatia majoritária nas Casas Bahia por meio da controlada Globex, dona da rede Ponto Frio. As bandeiras Insinuante e Ricardo Eletro ficarão abaixo da recém-criada Máquina de Vendas, holding que será compartilhada pelos atuais sócios de ambas as redes com fatia de 50 por cento para cada. A presidência da Máquina de Vendas ficará com Ricardo Nunes, que atualmente ocupa esse posto na Ricardo Eletro. Já Luiz Carlos batista ficará à frente do Conselho Executivo da nova empresa. Com o negócio, o Magazine Luiza perde o segundo lugar no ranking de maiores varejistas de móveis e eletrodomésticos. **(O Estado de São Paulo 29/03/2010)**



A Drogasil, segunda maior rede de varejo de medicamentos do país, completa 75 anos neste mês com planos de se fortalecer para enfrentar um mercado que passa por um momento de forte consolidação. A meta de Carlos Pires de Oliveira, principal acionista da empresa e neto do fundador, é abrir pelo menos 50 novas lojas neste ano e entrar nos mercados do Rio de Janeiro, de Mato Grosso do Sul e do Paraná. Atualmente, a rede tem 250 lojas em São Paulo, Minas Gerais, Brasília, Goiás e Espírito Santo. A expansão da rede é fundamental para que a Drogasil, que fatura cerca de 2 bilhões de reais por ano, não se torne alvo de grupos com interesse em entrar para o mercado de farmácias. O Pão de Açúcar, por exemplo, já declarou que quer comprar uma grande rede e chegou a fazer ofertas por empresas no setor. **(Exame 24/03/2010)**



Empresa familiar fundada em 1934, a rede paulista de farmácias Onofre passou ao controle dos irmãos Ricardo e Marcos Arede há 18 anos, em 1992, ainda pequena, com duas unidades em operação. A partir de 2001, Ricardo e Marcos iniciaram a montagem de megalojas, com as quais mais do que dobraram, em apenas quatro anos, o faturamento da rede, passando de R\$ 160 milhões para R\$ 400 milhões. Em 2005, a Onofre chegou a 28 unidades, mas freou o projeto de expansão para investir em tecnologia de sistemas e logística, por cauda da dificuldade em encontrar novos pontos

# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Março 2010

comerciais. A idéia dos Arede, que hoje contam com 36 farmácias, é encerrar este ano com dez novas unidades em funcionamento, todas bancadas com recursos próprios e gerenciadas pelo grupo. Num momento em que se assiste a um movimento de consolidação do setor, se ouve empresários como Abílio Diniz, do Pão de Açúcar, anunciar que vão investir pesado em farmácias. A rede diz não temer a perda do controle da Onofre. “Grandes varejistas, como Carrefour, Extra e Walmart já possuem mais de 300 lojas e mesmo assim continuamos crescendo”. **(O Estado de São Paulo 25/03/2010)**



O Zona Sul vai à zona Norte. Mas pela via do atacarejo – um formato que mistura atacado e varejo. Com investimentos de R\$ 8 milhões, a rede de supermercados inaugurou nesta semana a Mega Box, loja que vende em quantidades maiores para pessoas físicas e jurídicas. A loja fica em Olaria, na primeira investida da rede na zona Norte. A estratégia de misturar atacado com varejo já é abraçada por outras redes, como Grupo Pão de Açúcar, Carrefour e Walmart. O Mega Box vai oferecer mais de 8 mil itens a seus consumidores – entre alimentos, itens perecíveis, bazar e produtos de limpeza e higiene pessoal. A partir de 5 de abril, a loja passa a ter serviço de entregas por telefone, a partir de R\$ 9,90, de acordo com a localidade. **(O Globo 11/03/2010)**



Avesa a divulgar detalhes de novos empreendimentos antes do início das obras, a rede supermercadista gaúcha Zaffari anunciou ontem um programa de cerca de R\$ 250 milhões em investimentos este ano, valor 25% maior que o do ano passado. A maior parte do dinheiro será aplicada na construção de um novo shopping center em Porto Alegre que, quando estiver concluído, no segundo semestre de 2011, elevará para 50% da receita líquida do grupo a fatia obtida com a locação de espaços comerciais e de serviços. No ano passado, mesmo com os efeitos da crise econômica, as vendas da rede no segmento de autosserviço cresceram acima dos 5% reais projetados no início do exercício em comparação com o faturamento de R\$ 1,79 bilhão apurado em 2008, disse Cláudio Zaffari. Para 2010, a empresa prevê taxa de expansão semelhante à 2009. “Nosso plano é manter o crescimento orgânico no Rio Grande do Sul e em São Paulo, que nos próximos anos deve receber uma nova operação”, diz o diretor Claudio Zaffari. **(Valor Econômico 26/03/2010)**

# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Março 2010



## International Retail

### Ex-presidente do Walmart no Brasil vai chefiar as operações do Carrefour na Europa

O Carrefour anunciou ontem a contratação de Vicente Trius, que foi presidente do Walmart no Brasil por 11 anos, para chefiar a operação da Europa (menos a França) e fazer parte do seleto grupo do conselho de executivos da segunda maior rede global de varejo. Trius, que deixou a concorrente no ano passado, será responsável por Bélgica, Espanha, Itália, Polônia, Grécia, Chipre e Romênia. Esses são alguns dos mercados mais complicados para o Carrefour. Recentemente, o grupo anunciou o corte de 1.672 empregos e o fechamento de 21 lojas na Bélgica. “Vicente Trius vai trazer para o Carrefour seu vasto conhecimento de varejo e de clientes em mercados maduros e emergentes. Seus atributos de gestão e sua visão estratégica de varejo devem permitir ao Carrefour perseguir a expansão no seu mercado-chave: a Europa”, disse o grupo, em nota. **(O Estado de São Paulo 19/03/2010)**

## Panorama do Varejo

### Lojas aderem ao cartão de bandeira

Os varejistas se renderam ao assédio dos bancos e gradualmente começam a converter suas bases de cartões próprios, os chamados “private label”, para unidades com bandeira. O que até pouco tempo atrás era um tabu para as grandes redes, ao facilitar as compras dos próprios clientes em outros estabelecimentos comerciais, virou oportunidade de negócio, com a criação de um modelo híbrido. Os novos cartões embandeirados agora nascem com característica de “private label”, quando usados no lojista que empresta seu nome ao plástico, e transformam-se em receitas financeiras quando a compra é feita na concorrência. Entre as maiores bases do mercado brasileiro, Riachuelo, Lojas Renner, Pernambucanas e Carrefour optaram por erguer operações financeiras do zero. Outras como Lojas Marisa, Pão de Açúcar, Casas Bahia, Leader ou Magazine Luiza se uniram a bancos, ou por meio de contratos comerciais, ou por estruturas societárias. Alguns paradigmas do antigo co-branded, que fazia as vezes do cartão da loja com bandeira, foram quebrados com o





# Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Março 2010



base em um modelo que ficou conhecido como cash and carry (pegue e leve), não há grandes mordomias nesse tipo de loja. Mas os preços podem ser até 15% mais baixos do que no varejo, como garante o site do Maxxi Atacado, que faz parte do grupo Walmart e é um dos representantes do gênero. Ao ser comprado pelo Grupo Pão de Açúcar, em 2007, o Assaí, por exemplo, tinha 14 lojas. Hoje são 42. Já a marca Maxxi, que era focada no Sul do país, conseguiu entrar no Nordeste. “A expansão se intensificou a partir da aquisição dessas bandeiras por grandes redes”, afirma Sussumu Honda, presidente da ABRAS. Com um novo público-alvo em mente, as empresas da área – pelo menos as que nasceram como atacado – tiveram de fazer adaptações em

suas estratégias de marketing. O Sam’s Club, também do grupo Walmart, faz parte desse time. Ele é, na verdade, um clube de compras, e atua dos dois lados, para clientes finais e varejistas. A mudança se refletiu principalmente nas prateleiras, que passaram a contar também com embalagens menores, e na própria comunicação do grupo. Tanto que, quando entrou no país, em 1995, o slogan adotado era “O melhor negócio para o seu negócio”. Hoje, o mote explorado é “O seu clube de economia”. “Poupar dinheiro interessa a todo mundo”, afirma Cristiane Ramos, diretora de marketing da rede. **(Meio & Mensagem 22/03/2010)**

