

nielsen
.....



Retail Highlights

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Dezembro 2011



A rede de farmácias do **Walmart Brasil** acaba de se associar à Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias (Abrafarma). Com isso, o Walmart passa a ser a primeira rede de supermercados a fazer parte da entidade, garante o vice-presidente de Divisões Especiais do Walmart Brasil, Élcio Bello. **(DCI 21/12/2011)**



No setor supermercadista, cujas líderes são Pão de Açúcar, Carrefour e Walmart, segue com força a proposta de investir em renovação da imagem das bandeiras, ação que chegou agora aos planos de uma das maiores do segmento, a **Rede Savegnago Supermercados**. A marca acaba de reinaugurar a sua loja matriz, que está localizada na cidade sede da rede, em Sertãozinho, no interior paulista. Conforme informações apuradas com a Associação Brasileira de Supermercados (Abras), a busca por revitalização é uma tendência das empresas em cima de tornar as bandeiras mais atualizadas e com um diálogo mais próximo aos consumidores, afoitos por novidades. Na Savegnago, a proposta de adotar nova identidade visual reforça o conceito de que a loja passa a oferecer a partir de agora um mix maior de produtos. Atualmente a empresa detém 22 lojas e 4 postos de combustíveis no interior paulista. E garante ser a maior rede em faturamento do interior do estado. A Savegnago está no 7º lugar no ranking de supermercados do de São Paulo e em 17º no Brasil e lidera as vendas nas cidades em que possui estabelecimentos: Ribeirão Preto, Sertãozinho, Barretos, Franca, Bebedouro, Jardinópolis e Araraquara. **(DCI,21/12/2011)**



O **Magazine Luiza** está terminando os testes de seu projeto de "social commerce" (venda pelas redes sociais), o Magazine Você. Qualquer pessoa poderá montar sua loja personalizada, no Facebook ou no Orkut, e, a partir do próximo ano, também no Google +. Os revendedores recebem comissões de 2,5% a 4%, conforme as categorias dos produtos. Muitas pessoas criaram lojas especializadas, com itens de artes marciais ou de som para carros, por exemplo. Com as dicas e recomendações de amigos, o Magazine Você converte três vezes mais visitas em vendas do que o site da varejista. **(Valor Econômico 01/12/2011)**

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Dezembro 2011



O **Assai** seguiu a expansão em 2011 — no período foram abertas apenas duas unidades, ante 17 em 2010— enquanto um novo formato de lojas era desenvolvido. Com uma média de 5 mil metros quadrados, o dobro do formato antigo, as novas lojas vão fazer papel de centros de distribuição. Com mais espaço, apenas 38% das mercadorias precisarão passar por um dos três depósitos da rede antes de chegarem às lojas, contra os atuais 80%. A medida traz agilidade no abastecimento e economia para a rede. Quando o grupo Pão de Açúcar comprou o Assaí, no final de 2007, a companhia resolveu romper a fronteira e levou as lojas para Goiás, Ceará, Pernambuco, Rio de Janeiro e Distrito Federal. Nas pequenas cidades, o grupo se deparou com um novo público: pequenos comerciantes, donos de mercadinhos de bairro e padarias e para atendê-los, uma das medidas foi vender em menores quantidades. **(Brasil Econômico 22/12/2011)**



A rede de farmácias cearense **Pague Menos** passa a fazer parte no segundo semestre de 2012 da rede de pontuação da Multiplus, empresa que administra o programa de fidelidade da TAM. A parceria vai permitir aos clientes da Pague Menos acumular pontos e trocar por produtos ou serviços nas farmácias ou entre outros parceiros da rede. “O acordo endossa a estratégia da companhia de estar cada vez mais presente nas diversas regiões brasileiras, já que o novo parceiro possui uma alta concentração de lojas no Nordeste”, diz o comunicado da Multiplus. A Pague Menos tem 480 lojas que, além da região Nordeste, estão em todos os Estados brasileiros e no Distrito Federal. A empresa é conhecida pela diversificação do portfólio, que inclui itens de conveniência e perfumaria. **(Valor Econômico 14/12/2011)**

International Retail

Rede Carrefour vende 97 lojas na França

A rede francesa Carrefour anunciou ontem a venda de 97 supermercados para a gestora de propriedades La Française, por 365 milhões. Em nota, a rede disse que as lojas vendidas continuarão a usar a marca Carrefour por pelo menos 12 anos. A intenção do Carrefour com a venda das instalações é otimizar o uso do capital, que

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Dezembro 2011

será reinvestido principalmente em projetos de desenvolvimento de patrimônio, disse a rede. No mundo, a rede tem 9.500 unidades. O Carrefour vem enfrentando um momento difícil. Apenas neste ano, a rede anunciou quatro vezes a redução de suas estimativas para 2011. A projeção mais atualizada prevê queda de até 20% no lucro operacional em relação a 2010. A gestora La Française foi criada em 2009 pela fusão da UFG e da Française des Placements Investissements. Em 2010, os ativos sob gestão da empresa somavam 35 bilhões. **(O Estado de S.Paulo 29/12/2011)**

Casino fecha acordo para ampliar atuação no Oriente Médio

O varejista francês Casino anunciou a ampliação de sua presença no Oriente Médio. A companhia assinou um novo acordo com o grupo Al Meera, que ficará responsável por levar a bandeira Géant para Qatar e Omã. O grupo Al Meera opera 23 supermercados no Qatar. O Casino está presente no Oriente Médio desde 2001, com uma dezena de franquias no Kuwait, no Barein e nos Emirados Árabes Unidos com o grupo Retail Arabia. No Brasil, o Casino é acionista do grupo brasileiro Pão de Açúcar. **(Valor Econômico 15/12/2011)**

Panorama do Varejo

Diminui a concentração do varejo nas mãos dos grupos gigantes do setor

Em 2009, as cinco maiores do setor detinham 54% da receita no ranking das 80 maiores empresas; agora, essa participação é de 46,8%, fruto principalmente do processo de fusões e aquisições implementado pelas outras companhias. No ano passado, esse 'poder' diminuiu: a participação de Pão de Açúcar, Carrefour, Walmart, Americanas e Makro caiu para 46,58%, segundo ranking elaborado pelo Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo (Ibevar). De acordo com o levantamento, o crescimento do varejo de bens de consumo no último ano foi puxado pelas médias e grandes empresas, principalmente por causa de fusões e aquisições ocorridas entre as companhias desse porte. Já as cinco gigantes do setor tiveram desempenho abaixo da média do varejo e ficaram estacionadas nos processos de fusões e aquisições. ranking - que este ano lista as 100 maiores do setor - considerou fusões e aquisições realizadas também em 2011, exceto a da rede de supermercados G. Barbosa, controlada pelo grupo chileno Cencosud, que comprou a fluminense Prezunic.

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Dezembro 2011

Como exemplos de movimentos de concentração feitos recentemente: o Magazine Luiza, a Máquina de Vendas, a Drogasil com a Droga Raia, a Drogaria São Paulo com a Pacheco e a Lojas Renner com a Camicado, todas companhias de médio para grande porte. Aliás, uma das mudanças ocorridas no grupo das cinco primeiras de 2009 para 2010 foi a saída da Máquinas de Vendas e a entrada do Makro. A Máquina de Vendas ocupava no ranking anterior a 5ª posição e caiu para o 7º lugar. Já o Makro ascendeu do 6º para o 5º lugar em faturamento. Há o destaque também para o forte processo de consolidação que vem ocorrendo no segmento de drogarias. Hoje os grupos Drogasil/ Droga Raia e Drogaria São Paulo/ Pacheco faturam cerca de R\$ 4 bilhões cada. Acredita-se que após essa onda de negócios entre empresas de médio para grande porte, as gigantes devem voltar a se interessar pela aquisição dessas empresas, que ficam mais robustas com a compra das menores. Outro dado importante é a participação de estrangeiros. Na lista das 100 maiores, três das cinco primeiras são controladas por estrangeiros (Carrefour, Walmart e Makro). Além disso, em 2012, o grupo francês Casino deve se tornar oficialmente controlador do Grupo Pão de Açúcar. **(O Estado de S.Paulo 21/12/2011)**

Marcas globais de tecnologia investem em lojas próprias

A atuação direta de marcas globais no varejo brasileiro, na área de tecnologia, tem crescido por meio da instalação de lojas próprias (físicas e virtuais). A HP prevê a abertura de dois pontos de venda oficiais - que se somarão a outros 36 - antes que o ano acabe. E a sétima Sony Store do País, recém-inaugurada com investimento aproximado de R\$ 2 milhões, funciona em São Caetano do Sul (SP) e tem a proposta de favorecer os varejistas ao redor. O objetivo do modelo não é vender "mais, ou melhor" do que as lojas multimarcas, que são responsáveis, por exemplo, por gerar quase todo o resultado da Sony no Brasil. "É para proporcionar ao consumidor a experiência ideal e mostrar ao varejista como expor adequadamente o nosso produto", afirmou o gerente-geral de Negócios Diretos da companhia, Anderson Gracias. Contudo, o forte das vendas está justamente nas redes que supostamente seriam concorrentes, mas não são. "Se o consumidor entrar na Sony Store e depois for comprar em outro varejista, a gente fica feliz", disse Gracias. Mais lojas da companhia japonesa devem ser instaladas no ano que vem, mas ainda não há um número definido. Os empresários buscam locais em que haja "parceiros", ou seja, players do varejo de eletroeletrônicos. A última unidade, inaugurada na quinta-feira (1), está no ShoppingPark São Caetano, ao lado de uma Fast Shop e de um Ponto Frio, que vendem produtos da Sony. O gerente do Pontofrio, Carlos Alberto de Oliveira, concordou: "[A nova loja] nos favorece, com certeza". No mesmo centro de compras, a Saraiva Megastore parece ser a única que não espera ser beneficiada. "Os produtos que tem ali [na Sony Store], a gente não tem. E o preço

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Dezembro 2011

deles é mais em conta", disse um lojista. A Sony Store oferece uma sala de treinamento para os varejistas vizinhos. Além disso, busca criar uma ponte de comunicação com o consumidor. Portanto, dispõe de uma câmera para avaliar o comportamento dos clientes, uma central de atendimento in loco e assistência técnica. "A empresa quer escutar o consumidor diretamente. Nem sempre se tem o feedback total do consumidor sobre o produto", disse o gerente de marketing da Sony no Brasil, Carlos Paschoal. **(DCI 06/12/2011)**

Varejo de SP espera alta de 7% ao ano

O faturamento real dos supermercados e hipermercados no Estado de São Paulo cresceu 2,57% de janeiro a novembro, em relação ao mesmo período de 2010, segundo a Associação Paulista dos Supermercados (Apas). Os supermercados cresceram 5,5%, e os hiper, somente 0,64%. O dado é deflacionado pelo Índice de Preços dos Supermercados (IPS), medido por Apas/Fipe. O IPS considera todas as lojas, inclusive aquelas criadas durante o período pesquisado. Até o primeiro semestre deste ano, a expectativa era de que os supermercados fechassem 2011 com crescimento de cerca de 5%. As novas projeções apontam um crescimento maior, em torno de 7%. O indicador geral, que inclui hipermercados, deve ficar em torno de 4%, segundo a Apas. Entre novembro deste ano e igual mês de 2010, o faturamento real dos supermercados e hipermercados aumentou 6,97%. Supermercados cresceram 7,17%, enquanto os hipermercados aumentaram as vendas em 6,88%. Os consumidores têm feito compras menores, estimulando as vendas nos supermercados em detrimento dos hipermercados. "Isso se dá pelo fato de o consumidor efetuar compras com maior frequência, escolhendo formatos que possibilitam maior agilidade na hora da compra", diz Martinho Paiva, diretor de economia da Apas. **(Valor Econômico 29/12/2011)**

Fusões levam farmácia para o topo do ranking

Com união de grandes drogarias o segmento saltou uma posição entre as maiores varejistas. O grupo de farmácias é o destaque do ranking elaborado pelo Ibevar e Felisoni Consultoria sobre as maiores empresas do varejo brasileiro. O segmento sofreu uma onda de consolidação em 2011, com a fusão da Drogasil e da DrogaRaia e a Droga São Paulo com a Pacheco. Ambos os processos de associação já foram considerados no levantamento, o que levou os dois grupos a ocuparem o 10^a e o 11^a lugar entre as maiores de faturamento. Anteriormente eles estavam em 19^o, 24^o, 22^o e 23^o lugares, respectivamente. Os 48 maiores grupos brasileiros já ultrapassam R\$ 1 bilhão em faturamento, o que evidencia o crescimento do varejo brasileiro, favorecido pela

Retail Highlights

O que você precisa saber sobre o Varejo

Dezembro 2011

ascensão da classe média e pelo conseqüente aumento de renda, maior facilidade de acesso ao crédito e consumo. **(Brasil Econômico 21/12/2011)**

Samsung prevê salto de 15% nas vendas de celulares em 2012

A Samsung prevê um crescimento de 15% nas vendas de celulares da marca em 2012, com forte impulso da categoria de smartphones, segundo fontes da indústria informaram ao jornal sul-coreano Korea Economic Daily. A fabricante estima vender 374 milhões de celulares no período, dos quais 150 milhões seriam smartphones, revelou a publicação. Há duas semanas, a Samsung informou que superou a marca de 300 milhões de aparelhos vendidos em 2011. A estimativa da empresa é fechar o ano com 325 milhões de dispositivos no mercado. Em 2010, a companhia comercializou cerca de 280 milhões de unidades. No terceiro trimestre, a Samsung ultrapassou a Apple no mercado mundial de smartphones, alcançando uma participação de 20% no segmento, de acordo com a consultoria IDC. No período, as vendas da fabricante sul-coreana cresceram 43% na comparação com o mesmo intervalo de 2010, quando a empresa tinha uma fatia de 8,8% no setor. Ao mesmo tempo, a Apple registrou uma queda de participação de 17% para 15%. **(Valor Econômico 27/12/2011)**

Cresce venda de celular

As operadoras brasileiras de telefonia móvel habilitaram 4,45 milhões de linhas de celulares em novembro, número 44% superior ao registrado no mesmo período de 2010. O volume também supera as vendas de 4,28 milhões de celulares em outubro, mostrando que o mercado não dá sinais de desaquecimento. Segundo a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), o país fechou novembro com 236 milhões de celulares habilitados, ou 120,81 linhas para cada cem habitantes. **(Valor Econômico 20/12/2011)**

● 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.