



## Benchmarking WHOLE FOODS: depois da tempestade vem a bonança



A maior rede americana especializada em produtos orgânicos e naturais, com sede em Austin, no Texas, incorporou em 2007 seu maior concorrente, o Wild Oats, com 109 lojas, fechando o ano com 276 unidades. Isso trouxe bom crescimento nas vendas e uma evolução da companhia naquele ano. O ano seguinte, 2008, ainda foi bom em vendas, mas o lucro despencou.

Em 2009 as vendas se estabilizaram, mas o lucro voltou a crescer, apesar de ainda abaixo de 2007.

Com novas lojas projetadas e a economia se restabelecendo, acreditam que a bonança já ocorrerá em 2010.

Em milhões de dólares por	2007	2008	2009	% 09/08
Vendas	6.600	7.950	8.000	+1,0
Mesmas lojas	-	-	-	-2,6
Lucro Líq.	182,7	114,5	46,8	+28,2
LL / Vendas	2,8 %	1,5 %	1,8 %	-

## As 5 oportunidades para este ano

A revista SN, por meio de ampla pesquisa, elegeu as cinco oportunidades que o varejo alimentício americano deve focar neste ano, aproveitando a ainda difícil situação econômica do país. Em poucas palavras;

- 1- Rever sua linha de produtos, enxugando onde for possível.
- 2- Diferenciar suas Marcas Próprias não só por preço, para ganhar lealdade.
- 3- Pesquisar oportunidades para novas lojas, enquanto o mercado está barato.
- 4- É hora de atrair bons talentos, com o mercado de empregos em baixa.
- 5- Utilizar a Internet para falar rápido com fornecedores e clientes.

## Conveniência é o caminho atual

Carrefour não é só hipermercado. Conveniência é o nome do jogo atual deles.

Até chamam, no seu site, os seus formatos de "Loja de Conveniência/de Vizinhança". Para essas lojas, buscam as áreas dos centros urbanos das grandes e médias cidades.

Já são 4.800 lojas espalhadas pelo mundo com diferentes nomes, mas conceitos e características semelhantes.

- | Carrefour Express, no Brasil e na Grécia
- | Carrefour 5 Minut, na Polónia
- | Carrefour Convenient Buy, em Taiwan
- | Carrefour City, na Espanha e na França



## Frases a ponderar

De alguém muito desiludido com os políticos brasileiros:

"Basta de realidades. Queremos promessas."

## O formato "DOLLAR STORES"

Este é o formato de lojas que mais tem tido sucesso no conturbado momento econômico americano, e o melhor desempenho entre as lojas de desconto. Vejam o tamanho das principais redes:

"Dollar General", do Tennessee, cresceu 9,2% em vendas e opera 8.700 lojas.

"Dollar Tree", de Virginia, está com 3.700 lojas.

"Family Dollar", da Carolina do Norte, opera 6.700 lojas. Fiquem de olho neles.



## Você sabia que...

... o segundo prato mais apreciado pelos belgas é a batata frita? Apesar de ser mundialmente conhecida como um dos símbolos da culinária americana, é neste país europeu que ela é unanimidade.



# What's Up?

