

Estudo Global Powers of Retailing 2015 da Deloitte

Receitas globais do sector do retalho crescem apesar do contexto económico

- *Receitas dos 250 maiores retalhistas do mundo atingem os 4,4 biliões de dólares em 2013*
- *Wal-Mart, Costco Wholesale e Carrefour lideram o ranking global; Jerónimo Martins e Sonae sobem na lista*
- *Rapidez a atender as necessidades dos clientes, retalho mobile e novas experiências de compra entre as tendências para 2015*

Lisboa, 13 de janeiro de 2015 – As receitas das 250¹ maiores empresas de retalho do mundo atingiram os 4,4 biliões de dólares em 2013, cada uma com uma média de mais de 17,4 mil milhões de dólares, de acordo com o estudo [Global Powers of Retailing 2015, Embracing Innovation](#) da Deloitte. Realizada em conjunto com a Stores Media, a edição deste ano analisa as tendências inovadoras, as previsões para 2015 e as estratégias que os retalhistas estão adotar para responder aos desafios do sector.

O crescimento das receitas dos 250 maiores retalhistas do mundo, que começou a abrandar em 2011, manteve essa tendência em 2013. Segundo o estudo, as receitas do *top 250* cresceram 4,1% em 2013, face aos 4,9% registados em 2012. Apesar deste abrandamento, quase 80% destas empresas (199) aumentaram as suas receitas em 2013.

As cadeias norte-americanas Wal-Mart Stores, Inc. e Costco Wholesale Corporation lideram o *ranking* global (1.º e 2.º lugar, respetivamente), desenvolvido com base no desempenho financeiro, região geográfica, sector e atividade de *e-commerce* das 250 maiores empresas de retalho do mundo. Coube à empresa francesa Carrefour, S.A. a terceira posição do *ranking*, onde estão incluídas duas sociedades portuguesas, a Jerónimo Martins SGPS, S.A., em 62º lugar, e a Sonae SGPS, S.A., em 155º lugar. Ambas sobem na tabela face ao período homólogo, 5 e 10 posições, respetivamente.

“O ritmo lento da economia mundial em 2014 retraiu financeiramente muitos consumidores e as vendas de retalho foram afetadas. O crescimento global deste sector em 2015 irá depender fortemente da estabilidade económica das maiores economias. A China e a Zona Euro, e também algumas das principais economias emergentes, enfrentaram um 2014 particularmente difícil. Já as economias norte-americana e britânica continuaram a mostrar um desempenho positivo, com os indicadores a prever um forte crescimento em 2015 e provavelmente nos anos seguintes,” afirma Luís Belo, responsável pela indústria de Consumer Business* e sócio da Deloitte Portugal.

¹ A análise baseia-se nos dados disponíveis publicados relativos ao ano fiscal de 2013 (engloba empresas cujo ano fiscal terminou em Junho de 2014).

Principais tendências do sector do retalho em 2015

- **Crescimento do turismo** – Prevê-se que o turismo internacional continue a crescer acima das expectativas, apesar dos desafios económicos e geopolíticos globais. A expansão das classes médias nos mercados emergentes tem provocado um aumento das viagens para as capitais mundiais e das vendas do retalho. Por exemplo, cerca de metade da indústria francesa de luxo, de 16 mil milhões de euros, depende do turismo². Em 2015, os retalhistas esperam atender mais viajantes com elevado poder de compra, especialmente turistas de países emergentes, e desta forma impulsionar o crescimento.
- **Retalho *mobile* e otimização de *websites*** – Espera-se que o retalho *mobile* continue a crescer de forma acelerada. Estima-se que cerca de 65% da população mundial terá um telemóvel até 2015 e que 83% do uso da internet será através de dispositivos móveis³. Os retalhistas terão que responder às necessidades dos consumidores, oferecendo Wi-Fi gratuito nas lojas e *websites* adaptados ao *mobile* e otimizados para os diferentes tipos de dispositivos. A privacidade e a segurança tornar-se-ão ainda mais importantes, assim como a confiança e a transparência. Proteger a informação dos clientes será assim um elemento crítico para garantir a sua fidelização, sobretudo à medida que o retalho *mobile* se generaliza.
- **Rapidez a atender as necessidades dos clientes** – A velocidade continua a ser uma importante tendência no retalho. Isto inclui: “*fast fashion*” (transportar os estilos dos desfiles de moda para as lojas no mais curto espaço de tempo); edições exclusivas e limitadas e *flash sales* para provocar urgência e a compra imediata; estabelecimentos *pop-up* para colocar produtos e serviços rapidamente no mercado e gerar maior visibilidade; e quiosques e sistemas de *self-service check-out* para reduzir ou eliminar o tempo de espera. Prevê-se que, em 2015, o retalho responda mais rapidamente aos desejos dos consumidores. A geração *millennials* irá contribuir grandemente para este efeito já que é a mais vasta e com grande poder de compra e influência. Esta geração valoriza respostas rápidas e bónus imediatos, e os retalhistas terão que atender a estas necessidades.
- **Novas experiências de compra** – O retalho já não tem só a ver com produto, mas com experiência. Os retalhistas continuarão a explorar formas inovadoras para melhorar a experiência de compra dos seus clientes, seja através de campanhas de *social media*, festivais, eventos de moda ou *displays* interativos.
- **Inovação** – A indústria de retalho continuará a ser recriada pelas novas tecnologias e pela concorrência mais inovadora. Espera-se que cada vez mais retalhistas adotem práticas inovadoras, implementem tecnologia e a utilizem de forma criativa.

Para Vicky Eng, responsável global pela indústria de retalho da Deloitte, “*este sector está a passar por um grande período de mudança. A velocidade da inovação e a disrupção sentida por toda a indústria irá continuar, uma vez que a procura dos clientes também continuará a aumentar. Para serem bem-sucedidos neste contexto, os retalhistas terão de responder rapidamente às ameaças e*

² “*Inside France’s €16.8 Billion Luxury Goods Market*”, Luxury Society, 13 fevereiro, 2014.

<http://luxurysociety.com/articles/2014/02/inside-frances-168-billion-luxury-goods-market>

³ “*Two Billion Smartphone Users By 2015: 83% of Internet Usage From Mobiles*”, DazeInfo, 23 janeiro 2014.

<http://www.dazeinfo.com/2014/01/23/smartphone-users-growth-mobile-internet-2014-2017/>

oportunidades, garantindo rapidez na implementação de inovações próprias. Para o efeito, irão necessitar de uma estratégia, de competências e iniciativas específicas, tendo por base o conhecimento gerado pelas informações de mercado.”

Top 10 retalhistas do mundo, ano fiscal de 2013

Ranking	Empresa	País de origem	Receitas em 2013 (US\$ milhões)
1	Wal-Mart Stores, Inc.	EUA	476,294
2	Costco Wholesale Corporation	EUA	105,156
3	Carrefour S.A.	França	98,688
4	Schwarz Unternehmens Treuhand KG	Alemanha	98,662(e)
5	Tesco PLC	Reino Unido	98,631
6	The Kroger Co.	EUA	98,375
7	Metro Ag ¹	Alemanha	86,393(e)
8	Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG	Alemanha	81,090(e)
9	The Home Depot, Inc.	EUA	78,812
10	Target Corporation	EUA	72,596
Top 10²			\$1,294,698
Top 250²			\$4,354,562
* Taxa de crescimento anual composta			
¹ A cadeia de retalho Metro alterou o seu ano fiscal de Dezembro para final de Setembro. Os resultados relativos ao ano fiscal de 2013 aqui referidos incluem os nove meses, terminados a 30 de Setembro de 2013, mais o trimestre que terminou a 31 de dezembro de 2013, criando um período de 12 meses equivalente ao de anos anteriores.			
² Média ponderada das vendas, ajustado à moeda			
e = estimativa			
Fonte: Dados publicados pelas empresas e Planet Retail			

* Consumer Business é a designação de uma das indústrias em que a Deloitte opera, partilhada pela rede global da Deloitte, devendo por isso ser usada sem tradução.

###

Sobre a Deloitte

“Deloitte” refere-se a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, uma sociedade privada de responsabilidade limitada do Reino Unido (DTTL), ou a uma ou mais entidades da sua rede de firmas membro e respetivas entidades relacionadas. A DTTL e cada uma das firmas membro da sua rede são entidades legais separadas e independentes. A DTTL (também referida como "Deloitte Global") não presta serviços a clientes. Para aceder à descrição detalhada da estrutura legal da DTTL e suas firmas membro consulte www.deloitte.com/pt/about

A Deloitte presta serviços de auditoria, consultoria fiscal, consultoria de negócios e de gestão e *corporate finance* a clientes nos mais diversos sectores de atividade. Com uma rede globalmente ligada de firmas membro em mais de 150 países e territórios, a Deloitte combina competências de elevado nível com oferta de serviços qualificados conferindo aos clientes o conhecimento que lhes permite abordar os desafios mais complexos dos seus negócios. Os mais de 200.000 profissionais da Deloitte empenham-se continuamente para serem o padrão de excelência.

A informação contida neste comunicado de imprensa está correta no momento do envio à comunicação social.

###



Para mais informações contactar:

Departamento de Comunicação e Press Relations da Deloitte

Miguel Jerónimo
mijeronimo@deloitte.pt
Tel: 210 423 064

Filipa Matos
mamatos@deloitte.pt
Tel: 210 423 038