

2. ENQUADRAMENTO DE 2017

O mercado de Retalho Alimentar cresceu em todas as geografias onde estamos presentes.

2.1. Polónia

Conjuntura Macroeconómica

Em 2017, a economia polaca voltou a apresentar um crescimento robusto, que atingiu 4,6% (+2,9% em 2016). A procura interna foi o principal motor de crescimento, sustentada ainda pelo efeito dos subsídios no âmbito do programa “Family 500 plus”, que atribui às famílias 500 zlotys por mês e por cada criança (excluindo o primeiro filho, no caso das famílias de maiores rendimentos), assim como pela diminuição do desemprego, conjugada com aumentos relevantes dos salários. A recuperação do investimento, explicada, principalmente, pelo aumento dos fundos provenientes da União Europeia, foi outro factor que contribuiu para o crescimento económico do país.

O aumento da procura de mão-de-obra foi, parcialmente, acompanhado pela oferta de trabalho. O desemprego atingiu níveis historicamente baixos (7,3%), com um número cada vez maior de empregadores a relatar dificuldades nas contratações necessárias com impacto no crescimento dos salários.

Em 2017, o zloty registou uma taxa de conversão anual média¹ de 4,2539 face ao euro, o que representa uma valorização de 2,5% face aos 4,3627 registados em 2016. A posição cambial de final do ano face ao euro apresentou também uma valorização (+5,3%), com uma taxa de 4,1770 e 4,4103, para 2017 e 2016, respectivamente.

O crescimento anual do IPC manteve-se moderado em 2,0%, não obstante a pressão crescente da procura interna e do crescimento, embora lento, dos preços das importações. Por outro lado, o preço dos produtos alimentares aumentou significativamente (4,2% vs. 0,8% em 2016), motivado primeiro por factores internos (diminuição da oferta de fruta devido a condições climáticas adversas na Primavera) e depois pelo aumento do preço de alguns produtos a nível mundial, nomeadamente, leite, manteiga e ovos.

Os preços dos bens não-alimentares e o crescimento estável do preço dos serviços contribuíram para que a inflação base permanecesse baixa (0,7%).

Retalho Alimentar Moderno

De acordo com a PMR Research, o mercado de Retalho Alimentar Moderno cresceu 4,6% em 2017 (+4,2% em 2016), superando os 265 mil milhões de zlotys. O crescimento foi estimulado pelo aumento considerável do rendimento disponível das famílias, impulsionado pela situação positiva no mercado de trabalho (aumento do emprego e crescimento significativo da remuneração, apoiado no forte aumento do salário mínimo) e pelos efeitos parcialmente adiados do programa “Family 500 plus”, lançado pelo Governo Polaco em meados de 2016.

Este programa teve um impacto significativo no consumo privado, que cresceu quase 5% em termos reais, e sobre a estrutura das despesas das famílias. Para além da melhor satisfação

¹ Taxa de conversão anual média determinada com ponderação dos volumes de negócios das sociedades do Grupo a operar nessa moeda.

a nível dos bens de primeira necessidade, o acréscimo de rendimento foi alocado pelas famílias ao consumo de electrodomésticos, turismo, carros e à compra e reparação das suas habitações. De igual forma, assistiu-se a um aumento das despesas com entretenimento e também a um aumento das poupanças.

O crescimento projectado para as vendas de produtos não-alimentares é 1,5 a 2 vezes superior à previsão do crescimento dos produtos de base alimentar. Assim, não é surpresa que as cadeias de retalho tenham atribuído maior importância aos produtos não-alimentares.

A forte concorrência e as mudanças nos padrões de consumo e de comportamento do consumidor resultaram na crescente popularidade de formatos de lojas de menor dimensão e lojas situadas mais perto dos locais onde os consumidores vivem ou trabalham. As lojas de conveniência tornaram-se um formato popular, tendo sido onde se concentraram as aberturas e onde muitas cadeias testaram ou planeiam testar formatos que melhor se adaptam à necessidade crescente de conveniência por parte do consumidor.

No mercado de Retalho Alimentar continuou a existir espaço para movimentos de consolidação, tendo-se reduzido o número de lojas independentes, em linha com a tendência dos anos anteriores. O mercado permaneceu altamente competitivo, com as principais cadeias do retalho organizado a liderar o crescimento, mas também com cadeias de pequenas lojas locais e supermercados a continuarem a ter uma representação substancial.

As perspectivas de médio e longo prazos são positivas. O consumo deverá continuar a aumentar em paralelo com o crescimento dos salários, com impacto positivo no Retalho Alimentar. No entanto, para 2018, o principal factor de risco para o sector será a proibição de abertura de lojas aos domingos. Prevê-se que esta restrição tenha início em Março de 2018, abrangendo dois domingos por mês, e se estenda progressivamente nos próximos anos, para que em 2020 seja permitida a abertura apenas em sete domingos no ano.



Retalho de Saúde e Beleza

De acordo com as projecções da PMR Research, o mercado polaco de Saúde e Beleza cresceu 4,7% em 2017 (+5,7% em 2016), atingindo 23 mil milhões de zlotys. Em 2018, o crescimento deverá manter este dinamismo e registar um ritmo semelhante, estimando-se que o mercado atinja os 24,1 mil milhões de zlotys.

A boa situação económica registada na Polónia em 2017 teve um impacto muito positivo no desenvolvimento do mercado de beleza e saúde. A queda do desemprego, o aumento do salário mínimo e o programa “Family 500 plus” contribuíram para uma melhoria significativa do poder de compra da população polaca, reflectindo-se no crescimento do consumo privado no país.

Por outro lado, observaram-se outros factores não económicos relevantes para a evolução do mercado de cosméticos na Polónia, relacionados com as mudanças de comportamento do consumidor e com as acções dos vários operadores.

Os consumidores estão cada vez mais exigentes na procura de novidades, produtos naturais, marcas locais e produtos especializados (gama profissional e dermocosméticos). A conveniência na compra e a disponibilização de serviços na loja são também muito valorizados. Por outro lado, a importância das redes sociais e dos bloggers, enquanto influenciadores e líderes

de opinião, é cada vez maior, especialmente para as gerações mais jovens. O envelhecimento da população alterou também o comportamento dos consumidores em relação à aquisição de produtos mais especializados e de antienvhecimento.

O mercado manteve-se muito competitivo, quer ao nível do preço, quer das promoções. Simultaneamente, as lojas de *Discount* continuam a desenvolver a sua oferta na categoria de produtos de higiene e cuidados pessoais, nomeadamente ao nível dos cosméticos.

Em termos de expansão, continuou a assistir-se a um número significativo de aberturas.

Nos próximos cinco anos, a PMR prevê que o mercado de Saúde e Beleza continue a crescer a uma taxa média superior a 4%, com o produto (as suas especificações) e o preço a manterem-se como os factores críticos de escolha dos consumidores.

2.2. Portugal

Conjuntura Macroeconómica

Em 2017, o PIB aumentou 2,7%, o maior crescimento desde 2000, beneficiando de um ciclo de expansão económica extensível a todos os países da zona euro, onde se encontram os principais parceiros comerciais de Portugal, e da evolução muito favorável do sector do turismo.

De acordo com o mais recente Boletim do Banco de Portugal (Dezembro 2017), o crescimento verificado resultou da evolução da procura interna de 2,7% (+1,6% em 2016), reflectindo o contributo positivo do consumo privado (+2,2% vs. +2,1% em 2016) e o forte crescimento do investimento (+8,3% vs. +1,6% em 2016). O aumento do consumo privado registou-se essencialmente na componente de bens duradouros, enquanto o dinamismo do investimento se verificou ao nível da construção, máquinas e equipamentos e material de transporte.

Simultaneamente, as exportações registaram um crescimento significativo de 7,7% (+4,1% em 2016), com ganhos de quota de mercado relevantes, sendo de realçar o contributo positivo do turismo e do sector automóvel, impulsionado pelo aumento da sua capacidade produtiva. Paralelamente,



registou-se uma aceleração das importações para 7,5%, após um crescimento mais modesto em 2016 (+4,1%), influenciada pelo aumento dos preços dos bens energéticos, sobretudo no primeiro semestre de 2017, e dos restantes bens na segunda metade do ano.

O nível de confiança dos consumidores manteve uma tendência de melhoria, resultado de algum aumento do rendimento real disponível, da melhoria progressiva das condições do mercado de trabalho e da manutenção das condições favoráveis de financiamento.

No que respeita ao mercado de trabalho, o emprego registou uma evolução muito favorável, com a taxa de desemprego a reduzir-se para 8,9% (+11,2% em 2016).

A inflação fixou-se em 1,4%, consideravelmente acima dos 0,6% de 2016, resultado da subida do preço das importações e do ligeiro aumento dos custos unitários do trabalho. Os preços dos bens alimentares cresceram 1,5% (+0,5% em 2016).

Em 2017, o défice deverá ter se fixado em cerca de 1,2% do PIB (+2,0% em 2016), abaixo da meta de 1,5% estabelecida pela Comissão Europeia. Esta redução deveu-se sobretudo à recuperação económica, à queda das despesas com juros e

ao investimento público abaixo do orçamentado. Não obstante, e apesar desta redução, existem, a médio prazo, riscos de instabilidade orçamental que resultam do aumento das taxas de juro que, com o nível de endividamento público de Portugal, se poderá traduzir num forte acréscimo das despesas anuais com juros.

Retalho Alimentar Moderno

O mercado de Retalho Alimentar registou em 2017 uma evolução igualmente positiva, tanto nos Estabelecimentos Especializados como nos Não Especializados, com um crescimento de vendas de 4,1%, mantendo uma evolução idêntica à registada no ano anterior.

O ambiente competitivo permaneceu muito exigente, com níveis intensos de actividade promocional, em linha com o sucedido nos anos anteriores. Manteve-se também o ritmo de expansão de novas lojas de Retalho Alimentar, em particular com formatos de proximidade, e a remodelação do parque já existente.

Em 2018, o comportamento do consumidor deverá confirmar a tendência dos últimos anos, reforçando a sua orientação para soluções convenientes, que facilitem a sua rotina diária e para um consumo mais consciente relativamente ao respectivo impacto na saúde e bem-estar. Por outro lado, o consumidor manterá o foco na racionalização das suas compras, sendo que o preço/promoção continuará, por isso, a ser um factor crítico na escolha da loja de eleição.

Mercado Grossista

Durante o ano de 2017, o volume de facturação dos operadores de Cash & Carry em Portugal registou uma evolução positiva (+8,4% de acordo com a TSR Nielsen – mercado de Cash & Carry), para a qual contribuiu de forma decisiva a dinâmica verificada no canal HoReCa.

O crescimento neste canal reflecte naturalmente o excelente desempenho do sector do turismo. De acordo com o INE, nos meses de Janeiro a Novembro de 2017, o número de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos aumentou 8,7%.

O parque de lojas grossistas manteve-se estável, sendo de destacar a abertura de uma nova loja Recheio em Vila Nova de Gaia.

O ambiente competitivo permaneceu muito exigente, com níveis intensos de actividade promocional.

Notar também que a Garcias (empresa especializada na comercialização de vinhos e bebidas espirituosas) abriu o 6.º estabelecimento em 2017.

No que diz respeito ao Retalho Tradicional, é de salientar a abertura de 29 lojas com a marca Amanhecer e a continuidade da aposta na abertura de lojas Meu Super, reforçando-se assim o posicionamento de proximidade de ambas as cadeias operadas por pequenos retalhistas, um pouco por todo o país.

Perspectiva-se a manutenção do bom desempenho do mercado grossista em 2018, positivamente impactado pela actividade turística.

2.3. Colômbia

Conjuntura Macroeconómica

Em 2017, o crescimento da economia colombiana abrandou face ao ano anterior, tendo o PIB registado um aumento de 1,5%, o mais baixo desde 2009. Esta evolução reflectiu a redução significativa da confiança dos agentes económicos, nomeadamente dos consumidores, explicada em boa parte pelos efeitos adversos da reforma fiscal, que conduziu a uma queda acentuada do consumo e do investimento privado.

O desacelerar do crescimento económico acima do esperado fez diminuir a receita fiscal mais do que o antecipado pelo Governo, com consequências significativas no défice do país, tendo como consequência o adiamento de alguns dos investimentos públicos estruturais previstos, como seja o investimento em infra-estruturas rodoviárias. No mesmo sentido, e apesar da recuperação muito significativa do preço do carvão, a evolução do preço do petróleo foi a esperada, com impactos na balança comercial e no défice público.

A conjuntura externa também não foi a mais favorável, com a América Latina a apresentar crescimentos muito modestos, combinados com contextos de tensão social.

A taxa de desemprego reflectiu o abrandamento do crescimento do PIB, atingindo 9,4% em 2017, mais 0,2 p.p. face a 2016 (+9,2% em 2016).

A inflação média registada em 2017 fixou-se em 4,3%, bastante abaixo dos 7,5% de 2016, ficando, ainda assim, acima do objectivo do Banco Central da Colômbia (+3,0%; $\pm 1,0$ p.p.). Não obstante, o nível mais baixo de inflação permitiu reduzir a taxa de juro de referência em 275 pontos base durante o ano (de 7,5% para 4,75%).

O peso colombiano registou uma valorização média face ao euro de 1,3% durante o ano de 2017.

Para 2018 é esperada uma melhoria da economia colombiana, suportada no aumento de confiança dos consumidores, que deverão recuperar parte do seu poder de compra, em resultado de já ter sido incorporado o aumento do IVA no ano 2017 e, em paralelo, de uma menor inflação. Em 2018, antecipa-se ainda a realização de eleições legislativas em Março e eleições presidenciais em Maio-Junho.

Retalho Alimentar Moderno

O mercado de retalho na Colômbia teve um tímido crescimento em 2017, devido à influência negativa da reforma fiscal, que impactou fortemente o consumo e a confiança das famílias colombianas.

O Retalho Alimentar na Colômbia voltou a crescer face a 2016, no entanto, a um ritmo menor do que o registado no ano anterior, com o Retalho Tradicional e os Supermercados Independentes a registarem uma evolução relativamente estável e com o Retalho Moderno Organizado a crescer face ao ano anterior.

O número de aberturas em 2017 foi liderado pelas lojas de formato *Discount*, com mais de 500 lojas abertas. Assistiu-se também à abertura de outro tipo de formatos, ainda que em muito menor número, e ao encerramento de lojas, principalmente pela integração em outras cadeias de retalho.

O peso das vendas das lojas de *Discount* no Retalho Alimentar Moderno aumentou para 13% no universo analisado pela Nielsen, beneficiando de uma maior orientação para o preço por parte dos consumidores, num ambiente de menor crescimento económico. Também o ritmo de expansão deste formato contribuiu para a evolução registada.

Em 2017, o Banco Central Colombiano reduziu a taxa de juro de referência várias vezes, de 7,5% em 2016 para 4,75%, o que terá permitido compensar parcialmente o abrandamento do consumo das famílias.

Para 2018, deverá continuar a assistir-se ao crescimento significativo do formato *Discount*, ganhando este também presença no mercado de proximidade.



Fontes Consultadas:

Eurostat; Boletins Económicos do Banco de Portugal; Ministério das Finanças de Portugal; Instituto Nacional de Estatística (INE); Boletins Económicos do Banco Nacional da Polónia; Central Statistical Office (GUS); Banco de la República (Banco Central Colombiano); Departamento Administrativo Nacional de Estatística da Colômbia (DANE); Planet Retail; TNS; Nielsen e PMR Research.