



**Convenção Internacional Aquícola e Pesqueira PIURA/ PERU**  
**Rafael Monezi Guinutzman – Comprador Grupo Pão de Açúcar - Brasil**

Out/13





# *Grupo Pão de Açúcar*



# SOBRE O GRUPO PÃO DE AÇÚCAR

## DESTAQUES FINANCEIROS

- VAREJISTA N° 1 no Brasil
- R\$ 57,2 BI em vendas 2012 - Lucro Líquido 2,0%
- VAREJO ALIMENTAR R\$ 31 BI
- 158.000 colaboradores

## OPERACIONAL

- 1.800 pontos de venda em 19 Estados e DF
- Estrutura Multiformato
- 642 milhões de tickets por ano
- 50 milhões de clientes por mês
- 2,9 milhões de m<sup>2</sup> de área de vendas



# LOJAS E FORMATOS

**GPA**  
**Alimentar**

**Público**

**Lojas\***

**Área de Vendas  
Média (m²)**



**Classes ABCD**

**138**

**6.000**



**Classes AB**

**162**

**1.500**



**Classes BCD**

**207**

**1.500**



**Transformadores  
Revendedores**

**61**

**4.000**



**Classes ABCD**

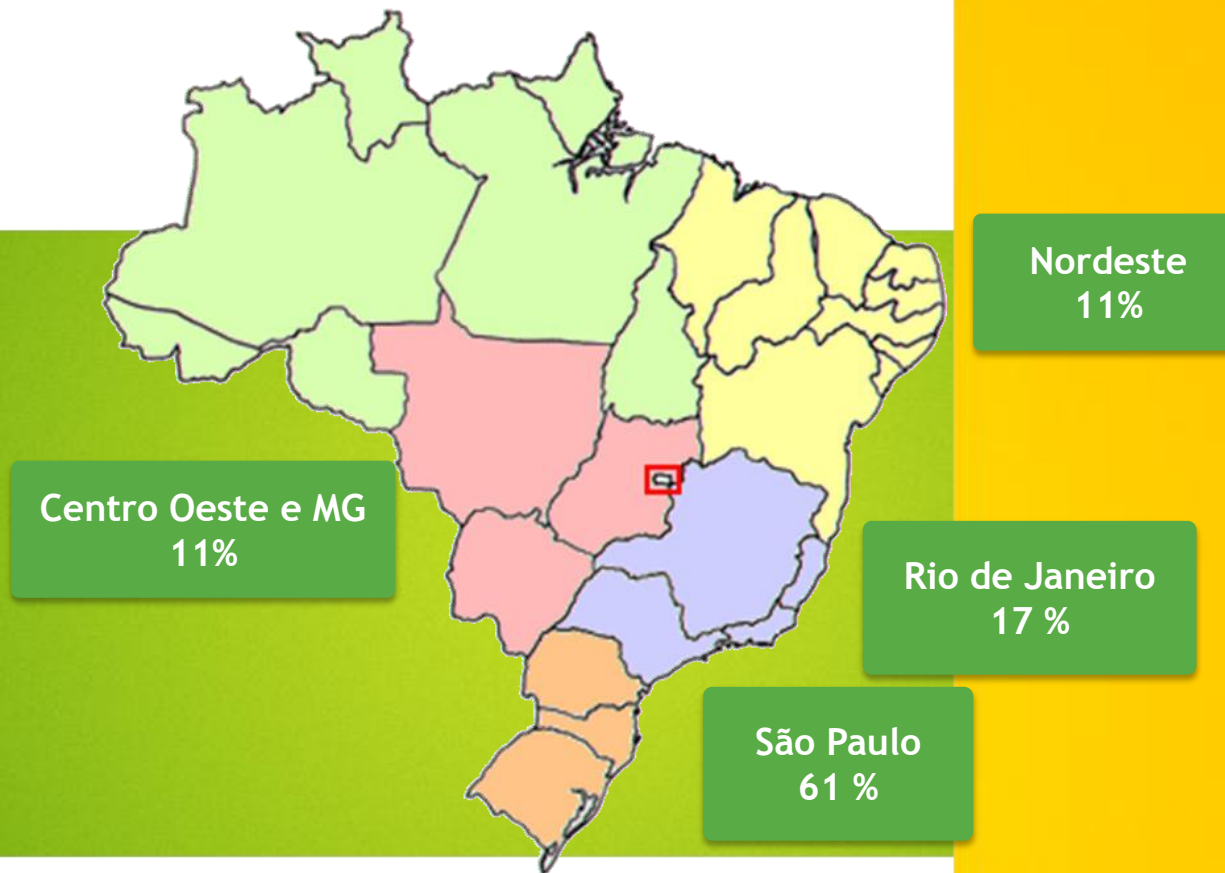
**107**

**300**



\*Lojas no 4T12.

# PRESENÇA REGIONAL - VAREJO ALIMENTAR



\*Lojas no final do 4T12.  
Postos e Drogarias não estão incluídos.

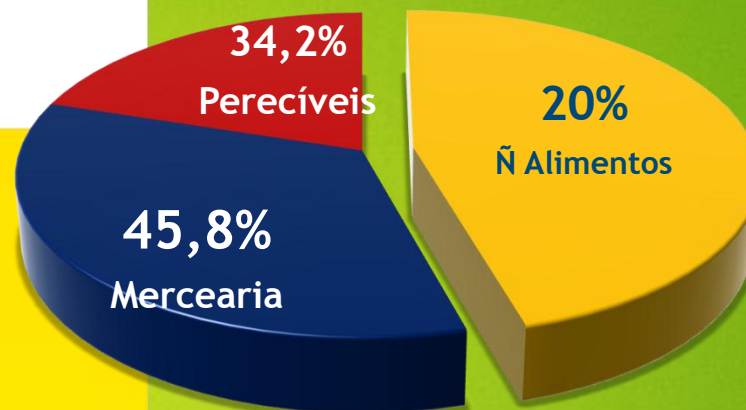
# PERECÍVEIS

- Diferenciação
- Fidelização
- Frequência de Compras
- Confiança

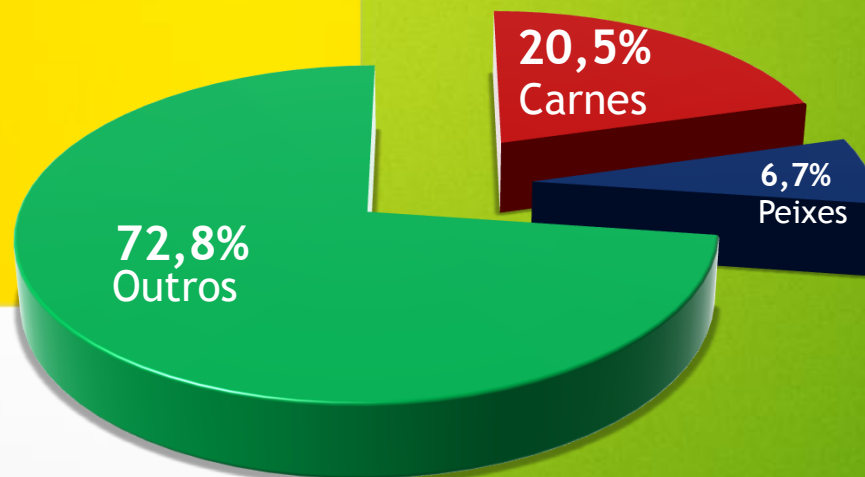


# VENDAS 2013

Participação em  
vendas - GPA



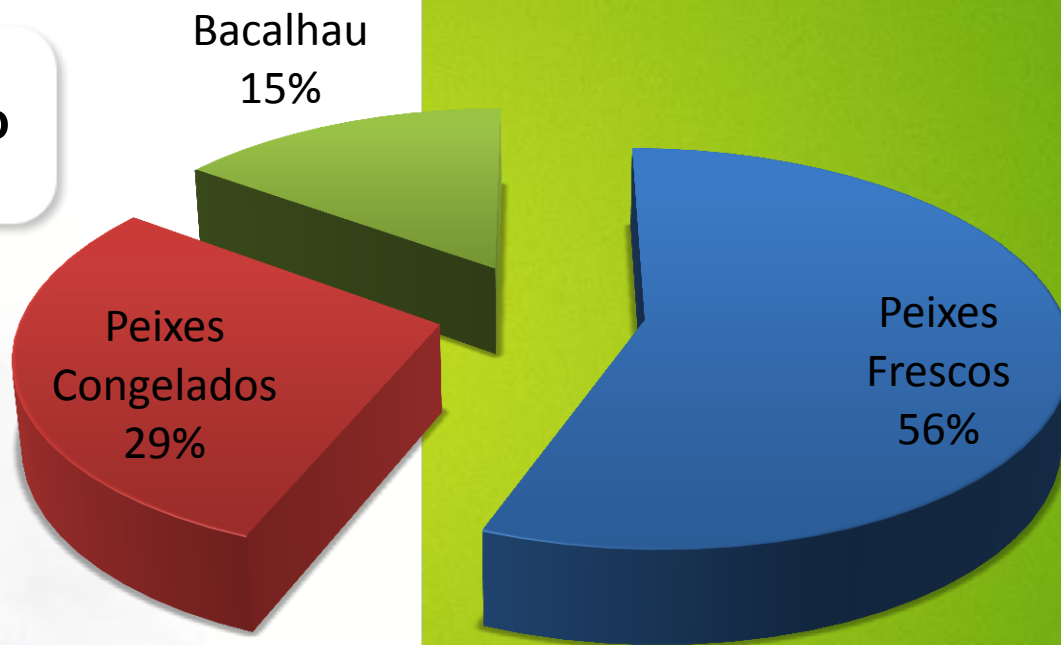
Participação  
no Perecíveis





# VENDAS PEIXARIA

45 mil toneladas ano





# PEIXARIA GPA

- ✓ Categoria Alimentícia com maior crescimento
- ✓ 50% de toda venda de Peixaria é de Importação Direta
- ✓ 55% de toda importação de Perecíveis do GPA é de Peixaria
- ✓ Foco em compras diretas dos produtores
- ✓ Desenvolvimento de produtos em parceria com a indústria

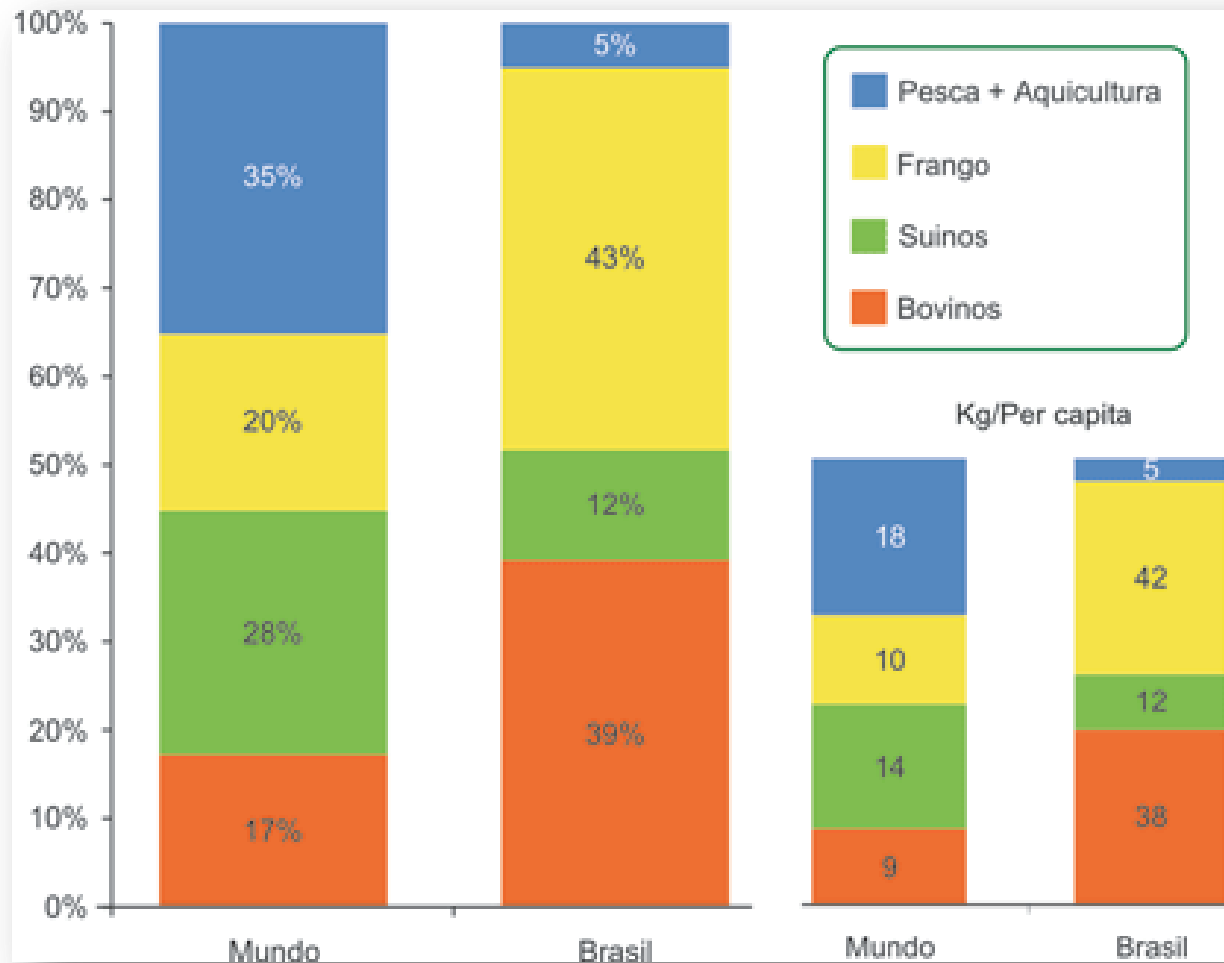
## ESTRUTURA

- ✓ Centros de Distribuição de Pescado Fresco em SP e RJ
- ✓ Centros de Distribuição de congelados em SP, RJ, DF, PE
- ✓ Formação e Treinamento da equipe de loja



# CONSUMO NO BRASIL

Participação percentual das carnes no consumo mundial e brasileiro em 2009



Fonte: USDA, Fishstat

Matéria publicada por Rodrigo Carvalho 2009

# CONSUMO DE PESCADO

## CONSUMO ATUAL

- ✓ Média Brasil = 9 kg/ Pessoa/ Ano
- ✓ Média Mundial = 15 kg
- ✓ Recomendação OMS = 12 kg

## DESENVOLVIMENTO

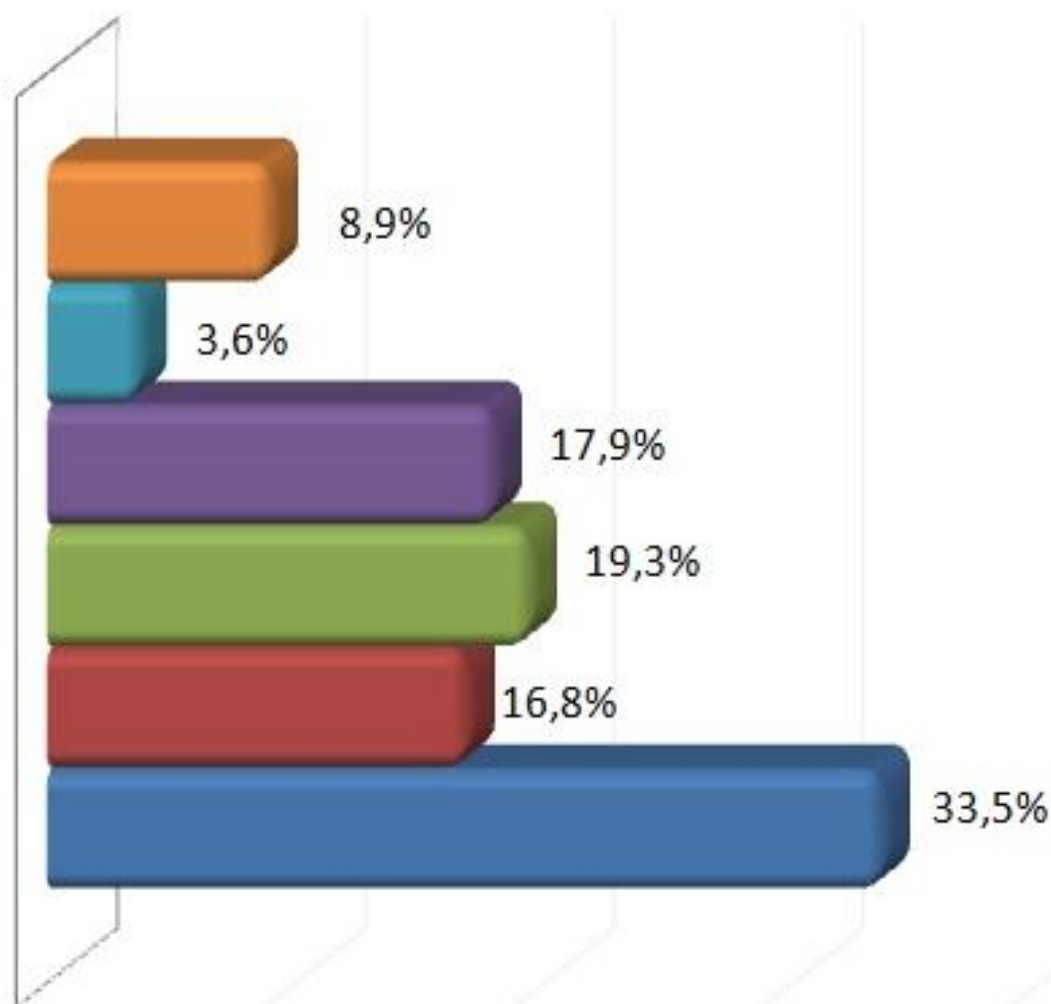
- ✓ Mercado em crescimento
- ✓ Produtos de melhor qualidade
- ✓ Busca por saudabilidade
- ✓ Campanha para Consumo





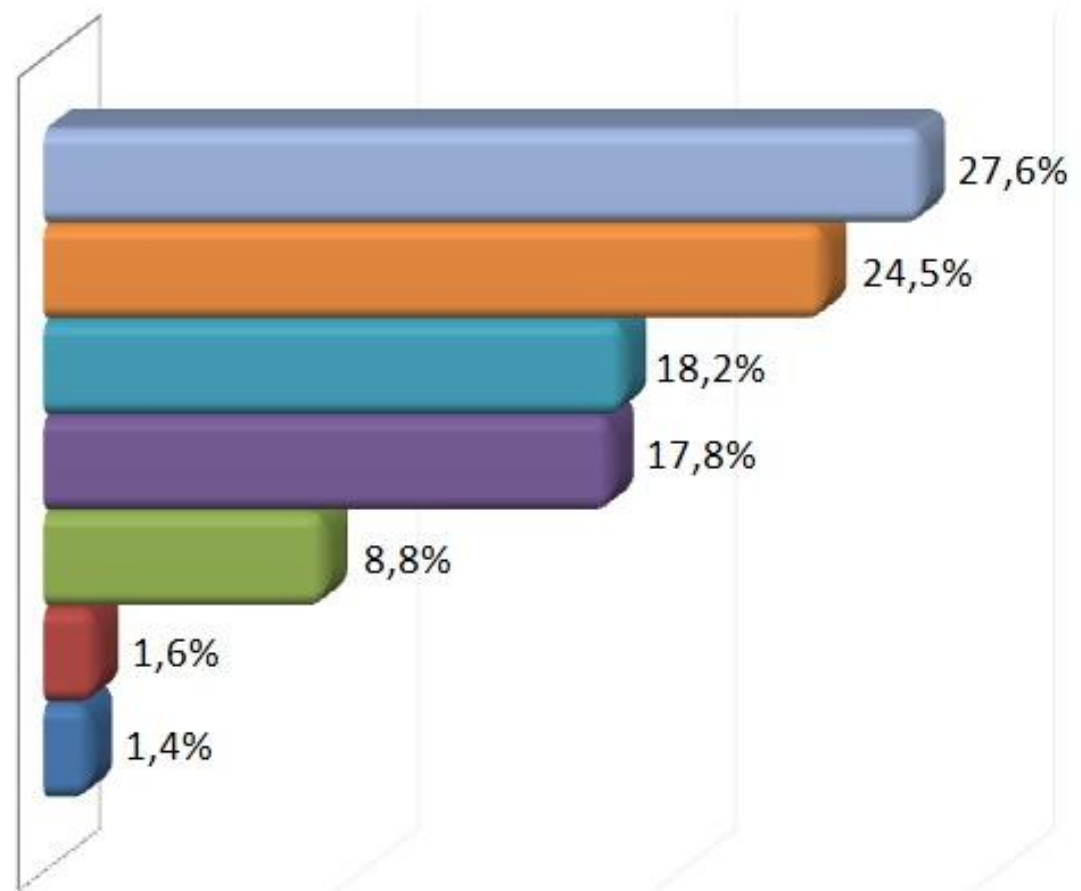
# FREQUENCIA DE CONSUMO

- não consome
- quando vai ao campo ou à praia
- 1 vez ao mês
- 2 vezes ao mês
- 3 vezes ao mês
- mais que 3 vezes ao mês



# BARREIRAS

- não sabe reconhecer um pescado fresco
- o peixe é mais caro que outras carnes
- alguns peixes tem espinha na carne
- ter que limpar o peixe me casa
- alguns peixes tem gosto de barro
- não saber bem como preparar
- outras



# CONSUMIDOR BRASILEIRO

- ✓ Maior poder aquisitivo
- ✓ Mais consciente
- ✓ Busca por novidades
- ✓ Conveniência e Praticidade
- ✓ Qualidade e Versatilidade
- ✓ Conectado
- ✓ Novos formatos de famílias (menores)
- ✓ Busca pela sensorialidade e prazer (gastronomia e produtos Gourmet)
- ✓ Produtos Sustentáveis, rastreáveis

Cada vez com mais:



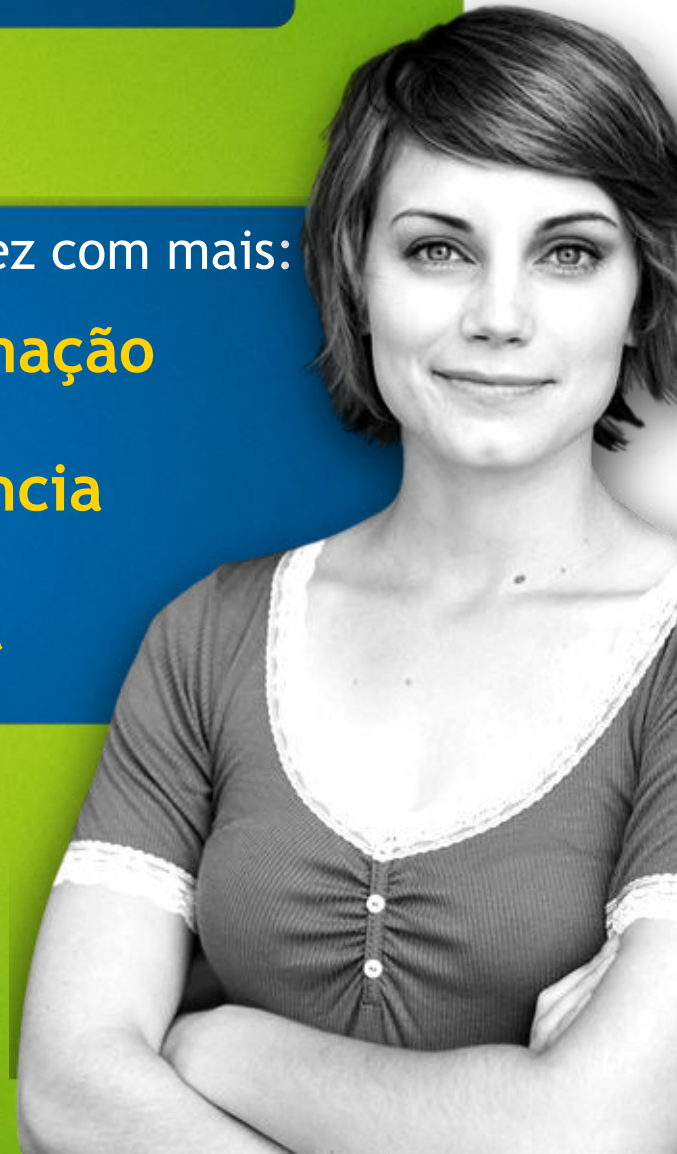
**Informação**



**Exigência**



**Renda**





# CONSUMIDOR BRASILEIRO

## Crianças (0 a 12 anos)

54 milhões

São impactadas por cada vez mais meios de comunicação

Influenciam o pais no processo de compra de diversas categorias

57% vão ao supermercado com os pais

46% dos pais trazem produtos que as crianças pedem

## GLS

20 milhões de pessoas

Com predominância nas classes AB

- 36% na classe A
- 47% na classe B
- 16% na classe C

**Destaque para gastos pessoais com saúde, estética e entretenimento**

## Singles

6 milhões de pessoas em 2010

Esse segmento dobrou na última década  
Previsão de chegar a 12 milhões em 2016

**Seu consumo cresce em média 6% ao ano**

Maioria acima dos 30 anos

**Fazem compras menores e semanais num único local e passam mais tempo online (que a média da população)**



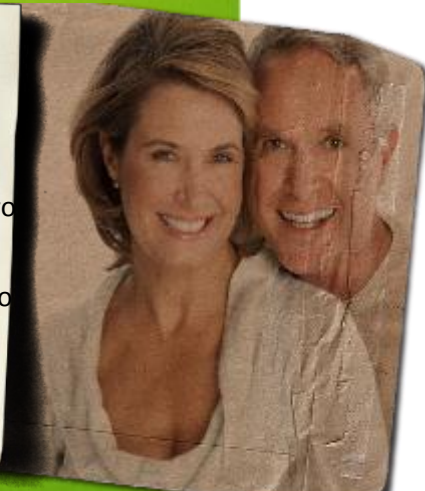
## Sênior (+ de 60 anos)

19 milhões de pessoas

**Em 2050 serão 64 milhões**

Potencial de consumo de R\$ 7,5 bilhões (dobro da média nacional)

69% é o principal responsável pelo orçamento familiar



# COMO ATENDER ESSE CONSUMIDOR ?



- Produtos de Qualidade
- Embalagens Diferenciadas
- Porções Pequenas
- Fácil Preparo
- Presença no Ponto de Venda
- Dicas de Consumo
- Preços Competitivos





# PARCERIA GPA E PERU

- Anchoveta
- Lula em Anéis
- Lula em Pedacos
- Tentáculos de Lula
- Lula em tubos
- Tentáculos de Polvo
- Vieira com ovas
- Vieira sem ovas
- Lombo Dourado do Mar



Começo de muitos negócios!





**OBRIGADO !**

**RAFAEL MONEZI GUINUTZMAN**  
[rafael.guinutzman@grupopaodeacucar.com.br](mailto:rafael.guinutzman@grupopaodeacucar.com.br)