

Lojas Americanas: Frequência e valor das compras mudaram

Quem vai à loja adquire mais itens para se abastecer, o que eleva valor do tíquete final

Por **Adriana Mattos, Valor** — São Paulo

08/05/2020 17h05 · Atualizado há 6 dias

A Lojas Americanas identificou mudanças no comportamento de compra do consumidor nas vendas físicas e on-line, feitas por meio de sua controlada B2W. A companhia disse que, nas lojas, o número de compras caiu comparado ao período pré-pandemia. Quem vai aos estabelecimentos, porém, acaba adquirindo mais itens para se abastecer, o que eleva o valor da compra final.

No site, há um crescimento no número de operações, com novos consumidores experimentando a compra pela primeira vez, mas o tíquete médio final menor – a empresa ampliou a oferta de itens de supermercado à venda e eles têm preço menor do que outros itens disponíveis.

PUBLICIDADE

De forma inédita, a teleconferência da Lojas Americanas teve a participação do presidente, Miguel Gutierrez, e da executiva e membro do conselho de administração, Anna Christina Ramos Saicali. A intenção era abrir mais informações sobre a empresa após a crise gerada pela pandemia, disse Gutierrez.



Lojas Americanas — Foto: Reprodução / Facebook

Esse movimento ocorre logo meses após a última reunião de investidores do grupo, no fim de 2019, quando toda a diretoria e membros do conselho estiveram presentes, algo também raro na história recente da companhia.

A empresa também abriu novos dados, como desempenho por perfil de loja. Informou que as vendas “mesmas lojas” (pontos em operação há mais de 12 meses) em rua cresceram 6,5% no primeiro trimestre e que, em shoppings, o indicador caiu 4%. “Mas não há grandes diferenças de taxa de crescimento entre lojas de rua e shopping por região [geográfica] no primeiro trimestre.”

Gutierrez ainda disse que de 25% a 30% da entrega on-line da B2W hoje ocorre em até duas horas. O número de unidades de lojas atualmente abertas é maior que o verificado no começo de abril, informou, sem detalhar números. A Lojas Americanas tem 30% das unidades em shoppings e parte está aberta.

O comando da companhia ainda ressaltou que mantém planos de abertura de sete centros de distribuição até 2022.

A rede fechou o primeiro trimestre com um prejuízo líquido de R\$ 49,2 milhões, com uma pequena melhora ante os R\$ 53,5 milhões negativos de um ano antes. A receita líquida consolidada teve alta de 14,2%, passando de R\$ 3,55 bilhões no primeiro trimestre de 2019 para atuais R\$ 4,06 bilhões, favorecida pela alta das vendas no on-line.

Conteúdo Publicitário

Links patrocinados por **taboola**

LINK PATROCINADO

Cardiologista do Brasil: Pare de comer esses 3 alimentos imediatamente
VITAL 4K

LINK PATROCINADO

Adeus dor nas juntas! Anvisa libera pílula alemã que "engrossa" cartilagem
ARTICAPS

LINK PATROCINADO

...