

Valor

Empresas

Protege apostou na tecnologia e reviu serviços para manter demanda, diz Mario Baptista de Oliveira B6



Varejo Fundo L Catterton e sócios brasileiros têm a meta de faturar R\$ 2,5 bilhões até 2022

St Marche planeja triplicar a receita

Adriana Mattos
De São Paulo

O fundo estrangeiro L Catterton e os sócios da rede de supermercados St Marche devem anunciar ao mercado, na segunda-feira, o fechamento de acordo entre as partes, apurou o Valor. Por meio de um aporte de capital de R\$ 226 milhões, a L Catterton passou a ter 52% do negócio formado pelas redes St Marche, Eataly e Empório Santa Maria, segundo fonte. Os brasileiros ficaram com os 48% restantes. Com isso concluído, a empresa se capitaliza para um novo plano de expansão.

Pelo projeto já aprovado, a meta é triplicar o número de lojas e a receita bruta no país até 2022, considerando o negócio formado pelas três redes varejistas. A expectativa é passar de uma receita bruta de R\$ 750 milhões e 20 lojas neste ano, para 61 lojas e vendas entre R\$ 2,2 bilhões e R\$ 2,5 bilhões ao fim de 2022, informaram os sócios ao Valor. Isso equivale a cerca de sete inaugurações, em média, ao ano. Para 2017, a ideia é atingir 26 lojas.

Os números consideram mais três ou quatro unidades da rede Eataly no país até 2022, e também esse mesmo número de inaugurações para o Empório Santa Maria nos próximos seis anos. As duas varejistas têm apenas uma loja no país, cada. O St Marche será o negócio que deve liderar a expansão orgânica do grupo. A previsão é de pouco mais de 30 unidades novas da bandeira nos próximos seis anos (existem 18 instaladas na capital paulista e região do ABC).

O projeto inclui a entrada da rede St Marche no interior e litoral de São Paulo, em cidades como Campinas, São José dos Campos e Santos, e novas unidades do Eataly e Empório Santa Maria na capital paulista — uma loja do Eataly deve ser inaugurada no ano que vem na região da avenida Paulista.



Bernardo Ouro Preto e Victor Leal, da rede St Marche, com os novos sócios Dirk Donath e Peter Lohken, do L Catterton

“O acordo fechado com a Catterton reduz nossa dívida consideravelmente e abre caminho para avançar com o plano de expansão, que era nossa meta desde que começamos a conversar com o fundo. Nossa ideia nunca foi vender o negócio e embolsar algum dinheiro. Tanto que todo o capital está indo para a empresa e nada para o nosso bolso”, disse Bernardo Ouro Preto, sócio da empresa. Ouro Preto e Victor Leal são sócios desde a compra da primeira loja St Marche, quase 15 anos atrás.

Com a assinatura do acordo com a L Catterton em setembro, os sócios brasileiros reduziram sua posição acionária em pouco mais da metade, atingindo os 48% — na transação, o valor da empresa foi calculado em R\$ 500 milhões, apurou o Valor. Os acionistas não comentam esses números.

Especificamente na rede Eataly, o fundo passa a ter 52% dos 40% que os brasileiros têm na operação. Os investidores americanos e estrangeiros do Eataly mantiveram seus 60% do negócio. Foi feita também uma simplificação na estrutura societária, com a unificação, dentro de uma holding, a Ominus, dos negócios dos sócios.

Um conselho de administração também foi criado, com número de membros divididos entre os sócios. “Teremos quatro assentos do total de oito. Preferimos não fazer interferências diretas na gestão, que continuam com os brasileiros. O que fizemos foi indicar um CFO [diretor financeiro], o Marcelo [Ribeiro], que Victor e Ber-

nardo também aprovaram”, disse Dirk Donath, sócio diretor da L Catterton na América Latina. O fundo tem investimentos no mercado latino-americano, mas este é o primeiro aporte numa operação controlada por brasileiros. Em relação a decisão de investimento num momento de recessão, o que acaba alongando os prazos de retorno, Donath diz que o fundo não é do tipo que “se assuste com isso”.

“Existe um contexto difícil, mas temos outros ativos na América La-

tina, e isso não é algo que nos preocupe. O horizonte de longo prazo é muito bom, há um ‘gap’ de serviços e produtos no Brasil, para esse mercado atendido pelas redes do St Marche”, afirma ele.

Em janeiro, o fundo americano anunciou fusão com o braço de private equity do grupo LVMH, o L Capital, criando o L Catterton, a maior empresa de investimento do mundo com foco em consumo. Um dos sócios é o bilionário francês Bernard Arnault, acionista do Carrefour.

Donath diz que a L Catterton — com US\$ 12 bilhões em ativos sob sua gestão no mundo — tem olhado outros negócios no país, mas não cita detalhes.

Este ano, St Marche, Eataly e Empório Santa Maria devem gerar uma receita bruta de R\$ 750 milhões, um crescimento de 7% sobre 2015 — a menor taxa de expansão dos últimos anos. Há expectativa ainda de queda no lucro (o valor não foi informado), como reflexo da crise que reduziu o consumo, inclusive das classes de renda alta, atendidas pelas três redes.

Houve redução no tráfego de clientes no ano, mas aumento no faturamento, em parte devido à inflação dos produtos importados, que subiu por conta do dólar alto. “Não somos isolados do mundo, também sentimos efeito da crise, mas um efeito menor se comparado aos negócios que atendem classes de menor renda”, diz Leal.

Destaques

Suspensão de concessão

O Ministério Público Federal em Marília, no interior do Estado de São Paulo, recomendou a suspensão da concorrência do governo paulista para a concessão de 574 quilômetros da rodovia SP-333, entre Florínea, na divisa com o Paraná, a Igarapava, próximo a Minas Gerais. A entrega das propostas está agendada para ocorrer no fim de fevereiro, em leilão a ser realizado na BMFBovespa. A questão é que está prevista a instalação de uma praça de pedágio nos arredores do município de Marília, a menos de um quilômetro do entroncamento com a rodovia Transbrasiliana (BR-153), o que, segundo o MPF, obrigaria os usuários da estrada federal a pagarem a tarifa para utilizar um pequeno trecho da SP-333. A praça de pedágio cobrará pela cobertura de 63 quilômetros, mas os motoristas que se destinam à Transbrasiliana vão trafegar em pouco mais de 19 quilômetros da rodovia estadual. Conforme cálculos preliminares a partir da estrutura tarifária divulgada pela agência reguladora do Estado de São Paulo, a Artesp, que conduz a licitação, o valor cobrado seria de aproximadamente R\$ 6,95 para veículos leves.

Vale dá crédito a Samarco

A Vale informou ontem que pretende disponibilizar uma linha de crédito de curto prazo à Samarco no valor de até US\$ 115 milhões para apoiar as operações de sua controlada no primeiro semestre de 2017. A BHP Billiton, parceira da Vale no controle da Samarco, também deverá fornecer uma linha de crédito no curto prazo com termos e condições similares aos da mineradora brasileira. A Vale afirma ainda que, dada a previsão atualizada do fluxo de caixa da Samarco, os acionistas podem precisar contribuir com mais recursos para a restauração do meio ambiente e das comunidades afetadas pela ruptura da barragem em Mariana. Por isso, a Vale estima desembolsar ainda cerca de US\$ 181 milhões, quantia que será descontada da provisão de R\$ 3,7 bilhões já registrada no balanço do segundo trimestre de 2016.

Acordo com Unimed-Rio

A Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), o Ministério Público Estadual do Rio de Janeiro, o Ministério Público Federal e a Defensoria Pública assinaram ontem Termo de Compromisso com a Unimed para garantir a continuidade das operações da Unimed-Rio e o pleno atendimento de todos os seus beneficiários. A Unimed-Rio passa no momento por crise financeira, o que causou problemas no atendimento a segurados. A expectativa era de que esse termo de compromisso fosse assinado no mês passado, mas o SindhRio pediu mais tempo para debater as propostas. Detalhes do acordo não foram divulgados.

Índice

Indústria B2, B3 e B4
Movimento Bilateral B4
Serviços e Tecnologia B5 e B6
Agência Tributária B6
Tendências e Consumo B7
The Wall Street Journal Americas B9
Commodities B10
Agricultura B11 e B12

Nesta ‘Black Friday’, loja física deve ter crescimento maior

De São Paulo

A “Black Friday”, data promocional mais importante do ano, começa hoje e se estende pelo fim de semana com uma expectativa de crescimento mais baixo para o comércio eletrônico em relação ao ano anterior. As perspectivas um pouco mais otimistas estão com o varejo físico, que pode ter uma taxa de crescimento mais significativa, especialmente pelo volume maior de lojas de rua e shoppings que participam da ação neste ano. “Deve ser o ano da consolidação da ‘Black Friday’ no varejo físico. É o segundo ano que as lojas participam do evento realmente com interesse; então, a base de comparação é menor em relação ao comércio eletrônico. Por isso, são esperadas taxas um pouco melhores de crescimento”, disse Roberto Wajnsztock, fundador da Origin5, uma das principais consultorias do setor. Ele é ex-diretor do Walmart.com e do Comprafácil.

Wajnsztock calcula expansão de 6% a 7% nas vendas do varejo on-line, e taxa de 30% a 40% para as lojas físicas. “Na média, o mercado de varejo deve registrar expansão de 15% a 20% na data”. Uma das expectativas do mercado é que, com a extensão do “Black Friday” para as lojas físicas no fim de semana, seja feito um ajuste nos estoques. “No caso de empresas que operam lojas físicas e on-line, aquilo que não for vendido nos sites ao longo da

sexta-feira, vai ser alvo de uma ação promocional mais forte das lojas no sábado e domingo. Então, se espera um ajuste das promoções ao longo do evento”.

A Via Varejo, formada da união de Casas Bahia e Ponto Frio, trabalhou neste ano para evitar que a “Black Friday” representasse as vendas de outubro e novembro. “O que aconteceu nos últimos anos é que se tinha uma ‘Black Friday’ muito boa, porque ela segurava as vendas das semanas anteriores. Neste ano, fizemos seis ‘Black Fridays’ nos últimos seis fins de semana e espalhamos mais o movimento de compras de ofertas neste intervalo”, disse Luiz Henrique Vendramini, diretor comercial da Via Varejo. A consultoria Ebit estima que o faturamento do comércio eletrônico de 15 de novembro a 24 de dezembro (que compreende as ações de “Black Friday” e Natal) vá atingir R\$ 8,4 bilhões, equivalente a um crescimento de 14%. Em 2015, a alta foi de 26%.

Para o negócio de varejo alimentar, a empresa de pesquisas Nielsen prevê que o faturamento no evento pelo autosserviço (supermercados e hipermercados) atinja R\$ 2,4 bilhões na “Black Friday” deste ano, com alta de 14,3%, versus R\$ 2,1 bilhões do ano anterior. A expectativa da Nielsen é que o destaque no setor de autosserviço sejam os hipermercados, com carteira de produtos mais ampla, e em fase de revitalização, ressalta a empresa. (AM)

MONTBLANC

Pioneering since 1906.
For the pioneer in you.

Concebida para o viajante contemporâneo e inspirada nos primórdios da navegação moderna, o Montblanc 4810 Chronograph Automatic incorpora a precisão e o requinte artesanal da alta relojoaria suíça.

Conheça toda a história em montblanc.com/pioneering.
Crafted for New Heights.

São Paulo: Cidade Jardim 11 3552 8000 - Higienópolis 11 3662 2525 - Ibirapuera 11 5096 1714 - Iguatemi São Paulo 11 3032 4230 - JK Iguatemi 11 3152 6180 - Morumbi 11 5184 0775 - Oscar Freire 11 3068 8811 - Rio de Janeiro: 21 3252 2744 - Brasília: 61 3361 3051 - Belo Horizonte: 31 3505 5155 - Campinas: 19 3255 8922 - Curitiba: Barigui 41 3373 4797 - Batel 41 3088 1147