

Fidelidade Na Black Friday, líder do setor aumenta vendas em 64%

# Multiplus fatura mais, mas consumo continua instável

João José Oliveira  
De São Paulo

A Multiplus, empresa controlada pela Latam e líder no setor de programas de fidelidade no país, projeta faturar mais neste quarto trimestre na comparação anual — após sofrer retração entre julho e setembro — graças à Black Friday. Mas isso não significa que o consumidor voltou a comprar de vez, algo que deve ficar apenas para meados de 2017.

As vendas com resgates de passagens com uso de dinheiro e pontos na Multiplus foram 64,3% maiores na Black Friday deste ano que no mesmo evento em 2015. No segmento de varejo, os resgates atingiram 13 milhões de pontos, mais de 50% acima de 2015.

Mas o presidente da Multiplus, Roberto Medeiros, diz que “não dá para dizer que o aumento de vendas nessa Black Week é um sinal de que o consumo está voltando de forma sustentável”.

“Só veremos retomada do crescimento da demanda no segundo semestre do ano que vem, após a confiança do consumidor voltar a apresentar melhora. Isso passa pela retomada do emprego e dos investimentos, o que ainda não começou a acontecer”, disse ele.

Para Medeiros, as compras feitas com cartão de crédito ainda mostram estagnação. Dados da Serasa Experian sobre Atividade Econômica apontam que o consumo das famílias de julho a setembro deste ano caiu 1,4% ante o segundo trimestre de 2016 e recuou 4,9% ante o terceiro trimestre de 2015.

Outra variável que pode atrapalhar o desempenho das empresas de fidelidade em 2017 é o câmbio,



Roberto Medeiros, presidente da Multiplus: “Não dá para dizer que o consumo está voltando de forma sustentável”

diz Medeiros. Quanto mais cara a moeda americana, menos os participantes conseguem negociar porque os pontos são cotados em dólar. “Trabalhamos com um câmbio a R\$ 3,40, sendo conservadores. Independentemente do patamar, o pior cenário é o da volatilidade”, disse o presidente da Multiplus.

O consumo estagnado nos próximos dois trimestres não será, entretanto, um obstáculo ao aumento de receita e de margens das empresas de fidelidade, diz Medeiros. E a Black Friday deste ano é uma prova disso. Segundo ele, ainda é baixa a taxa de penetração desse negócio no país. “Menos de 10%

dos gastos dos consumidores no Brasil viram pontos, enquanto nos mercados maduros essa taxa chega a 50% ou 80%”, afirmou.

O executivo afirmou que parte do aumento de resgates de pontos feitos por clientes da Multiplus no site da companhia na edição deste ano da Black Friday aconteceu porque a empresa estimulou o acúmulo de pontos antes. No terceiro trimestre, a empresa praticou descontos com os bancos emissores de cartões de créditos — canal por meio do qual os consumidores acumulam pontos nos programas de fidelidade — para atrair mais transferências que concorrentes.

Os pontos emitidos pela companhia entre julho e setembro aumentaram 4,1% na comparação anual, para 21,9 bilhões. Mas o faturamento bruto com a emissão desses pontos caiu 8,8%, para R\$ 591 milhões, em parte devido à política de bônus.

Cerca de 20% dos resgates de passagens aéreas e produtos com pontos da Multiplus são feitos por smartphones e tablets. Mas na Black Friday deste ano, os acessos a esses dispositivos cresceram 196% ante 2015. A companhia deve investir de R\$ 30 milhões a R\$ 35 milhões, sua média histórica, em 2017, em tecnologia.

## Senior Solution compra rival ATTPS por R\$ 50 milhões

Software

Cibelle Bouças  
De São Paulo

A Senior Solution, companhia de softwares para o setor financeiro, concluiu ontem a aquisição da ATTPS Tecnologia, empresa de Belo Horizonte que fornece software e serviços para bancos, entidades de previdência e operadoras de saúde, corretoras e concessionárias. A Senior Solution vai pagar R\$ 50 milhões pela ATTPS, sendo um pagamento à vista de R\$ 35 milhões e outros R\$ 15 milhões pagos ao longo de cinco anos.

Sobre esse valor poderá ser acrescentado um adicional de até R\$ 14 milhões, se a ATTPS atingir metas em 2017, ainda mantidas em sigilo pelas companhias. Bernardo Gomes, presidente da Senior Solution, disse que o valor será pago com recursos do caixa, não envolvendo empréstimos.

Com a compra, Gomes espera ampliar a receita líquida da companhia em pelo menos 66%. O cálculo considera a receita líquida da ATTPS em 2015, de R\$ 50 milhões, e a receita da Senior Solution nos últimos 12 meses até setembro deste ano, de R\$ 79 milhões.

Gomes disse que o portfólio da ATTPS é complementar ao da Senior Solution. Além disso, dos 230 clientes atuais da Senior Solution, apenas 30 já são clientes da ATTPS. A empresa adquirida possui 130 clientes no total. “A Senior Solu-

tions possui softwares para a parte de investimentos e a ATTPS tem produtos voltados para a parte de concessão de crédito. Com a compra, a empresa terá uma oferta mais completa”, disse Gomes.

O executivo disse ainda que espera acelerar as vendas com a compra. No terceiro trimestre, a Senior Solution registrou crescimento de 7% em receita líquida, para R\$ 19,9 milhões. O lucro líquido aumentou 15,7%, para R\$ 2,6 milhões.

A primeira oferta pela ATTPS foi feita pela Senior Solution há 11 anos, mas não houve acordo entre os sócios. A negociação fechada ontem levou oito meses para ser concluída. Dos 17 sócios da ATTPS, 15 saíram da operação. Apenas os sócios fundadores Elcio Mansur e Luiz Fernando Alvim permanecerão, agora como diretores.

Gomes disse que a integração dos negócios vai tomar boa parte de 2017. A ATTPS possui 350 funcionários e escritórios em Belo Horizonte e São Paulo. Com a compra, a Senior Solution passa a ter 800 funcionários e unidades em São Paulo, Ribeirão Preto (SP), Rio de Janeiro e Belo Horizonte.

Essa é a quarta aquisição feita pela Senior Solution desde 2013, quando abriu capital. Em 2015, comprou a Pleno e a Aquarius, por R\$ 10,12 milhões. Em 2013, comprou a Drive, por R\$ 15 milhões. No ano até ontem, a Senior Solution valorizou 40,34% na BM&FBovespa, atingindo valor de mercado de R\$ 144,7 milhões.



Gomes, presidente da Senior Solution, que passa ter 800 funcionários

## Atacado prega unidade, após divergência interna

Comércio

Adriana Mattos  
De São Paulo

O novo comando da associação dos atacadistas e distribuidores do país, a Abad, foi anunciado ontem, num momento em que a entidade busca uma aproximação maior com as lideranças da Abaas, criada em 2014 para representar os “atacarejos”, após divergências dentro da Abad. Além de atender pequenos lojistas, o atacarejo também tem como cliente o consumidor final.

A partir de janeiro, Emerson Destro passa a comandar a Abad, com a saída de José do Egito Lopes Filho, que estava na direção quando associados pesos pesados da Abad criaram a Abaas. Com perfil conciliador e o mais jovem presidente que já passou pela entidade, Destro mostra sinais de um alinhamento maior com a Abaas. Ricardo Roldão, atual presidente da Abaas, foi convidado por ele para ser um dos vice-presidentes da nova diretoria. Na gestão atual, Roldão é um dos conselheiros fiscais.

Destro disse que tem feitos reuniões com grandes redes de atacarejo que decidiram também se associar a Abaas porque não estavam se sentido tão bem “representados” na Abad, segundo diz uma fonte. O Valor apurou que parte da Abad apoia a ideia de trazer mais as demandas dos atacarejos para a entidade.



Emerson Destro comandará a Abad a partir de janeiro: “caminho do diálogo”

Movimentações de empresas ligadas à Abad em direção à Abaas fortaleceram esta última a partir de 2015. O Makro, uma das maiores atacadistas do país, com atuação menos expressiva no atacarejo, se associou à Abaas meses atrás. Há nove companhias na Abaas, entre elas, Atacadão (do Carrefour), Assai (do Grupo Pão

de Açúcar), Tenda, Roldão, Maxxi Atacado (do Walmart). Todos estão também na Abad, mantendo custos das duas associações.

Uma ala identificada como mais conservadora dentro da Abad se opõe à forma como o atacarejo se desenvolve no país hoje, por considerá-lo um concorrente do atacado. O ponto central são divergên-

cias em relação à questão fiscal. Os pequenos comerciantes, para pagar menos imposto e operar dentro do Simples, têm de faturar até determinado limite ao ano. Se superarem certa faixa, têm a opção de comprar no atacarejo emitindo apenas cupom fiscal, sem CNPJ. Com isso, o Fisco não consegue identificar a movimentação.

Para fugir da cobrança mais elevada no Simples, lojistas passaram a se abastecer mais no atacarejo — que hoje cresce pelo menos duas vezes acima do atacado. No fim de outubro, o governo aprovou a elevação do teto do Simples para a pequena empresa, de R\$ 3,6 milhões para R\$ 4,8 milhões, o que teria agradado os atacadistas, mas a mudança só vale a partir de 2018.

“Estamos buscando sempre a boa relação, a troca de experiências e a unidade como setor. Não há oposição, estamos abertos a debater para convergir”, disse Destro ao Valor, dias atrás, que acredita no “caminho do diálogo” para o entendimento entre as entidades.

Na semana passada, a Abaas fez um evento com os seus associados e falou em expandir a associação pelo país. “É preciso ver até que ponto haverá espaço na nova diretoria [da Abad] para trazer nossas demandas para discussão”, diz um associado da Abaas. “Neste momento, não existem conversas para uma união das duas associações em uma única.” Se as relações amadurecerem, pode até ser possível, mas hoje não há”, diz a fonte.

valor.com.br

Gestão

Via Varejo tenta controlar ansiedade

Em meio à negociação para venda da operação, o comando da Via Varejo reconheceu em reunião com analistas ontem que a situação gera ansiedade interna, mas a mensagem da administração é “não deixar dispersar”.  
valor.com.br/4790111

Ensino

Proposta de novo Fies deve sair em 2017

O ministro da Educação, Mendonça Filho, disse que o governo deve apresentar até o início de 2017 sua proposta para reformular o Fies e torná-lo mais sustentável. Segundo ele, o número de vagas deve subir.  
valor.com.br/4789559

INFRAESTRUTURA COMPLETA A FAVOR DA EFICIÊNCIA.

Nós entendemos de Data Center. São 360 espalhados pelo mundo, sendo 3 no Brasil, que oferecem soluções de ponta a ponta para garantir o alto desempenho e impulsionar ainda mais seus resultados.

DATA NETWORKS | SECURITY | CONTENT DISTRIBUTION | DATA CENTERS | APPLICATION PERFORMANCE | VOICE | UCC

**Level 3**  
COMMUNICATIONS

0800 7714747  
www.level3.com