

Negócios

Ofensiva. Modelo que mistura atacado e varejo atingiu 436 unidades no País no ano passado, contra 427 dos hipermercados; com foco em preços baixos, essas lojas avançam a um ritmo duas vezes superior ao do setor de supermercados como um todo

Atacarejos ultrapassam pela 1ª vez hipermercados em número de lojas

Márcia De Chiara

O orçamento apertado do consumidor brasileiro, que sentiu no bolso o impacto da inflação, mudou no ano passado o perfil do varejo de autosserviço, que vende itens do dia a dia, como alimentos, bebidas e produtos de higiene e limpeza. Pela primeira vez o número de lojas de atacarejo, uma mistura de atacado com varejo cujo foco é o preço baixo, superou o de hipermercados no ano passado.

Também em 2014 as vendas nas lojas de atacarejo cresceram num ritmo que foi quase o dobro da média do varejo de autosserviço como um todo, que

Diferença

3,2%

foi o crescimento real dos atacarejos no ano passado, na comparação com 2013

1,7%

foi o avanço no mesmo período do varejo de autosserviço como um todo

inclui, além do atacarejo, hipermercados e supermercados.

Isso é o que revela 44º Relatório Anual da revista *Supermercado Moderno*, que realiza uma radiografia do varejo de autosserviço. De acordo com a pesquisa, o ano de 2014 encerrou com 436 lojas de atacarejo em operação no País, ante 427 pontos de venda dos hipermercados. “É a primeira vez que os atacarejos ultrapassam os hipermercados em número de lojas”, afirma Valdir Orsetti, responsável pela pesquisa.

No ano passado, em comparação com 2013, o varejo de autosserviço como um todo faturou R\$ 353,6 bilhões e teve crescimento real, descontada a inflação, de 1,7%, o pior resultado dos últimos três anos. Os atacarejos, por sua vez, cresceram a um ritmo mais forte, registrando um avanço real no mesmo período de 3,2%. Com isso, superaram com folga o desempenho dos hipermercados, que cresceram apenas 0,9% nas mesmas bases de comparação.

O maior interesse do consumidor por fazer as compras no atacarejo também é nitido quando se avalia a sua fatia de mercado. Entre os três tipos de lojas

ATACAREJOS AVANÇAM

Principais indicadores do varejo de autosserviço no País

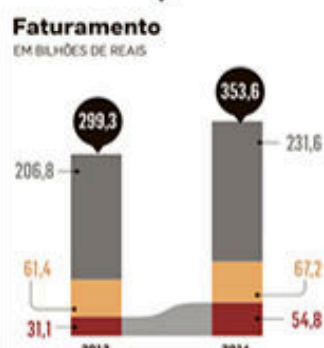
— SUPERMERCADOS — HIPERMERCADOS — ATACAREJOS ● TOTAL

Lojas EM NÚMERO	2013	2014
SUPERMERCADOS	11.537	11.872
HIPERMERCADOS	414	427
ATACAREJOS	299	436
TOTAL	12.250	12.735

FONTE: 44º RANKING DA REVISTA SUPERMERCADO MODERNO

analisadas pela pesquisa – supermercado, hipermercado e atacarejo –, apenas o último ampliou a sua participação no bolo das vendas em relação ao ano anterior. O percentual, que era de 10,4% em 2013, subiu para 15,3% no ano passado.

Perecíveis. Para Orsetti, não apenas o fato de os atacarejos oferecerem produtos com preços cerca de 15% menores do que o varejo alimentar atraiu



um maior número de clientes para esse tipo de loja. No último ano, os atacarejos melhoraram o mix de produtos nas prateleiras e começaram a vender maior volume de alimentos perecíveis, como carnes, embutidos e produtos lácteos.

“Tempos atrás, os atacarejos não davam muita importância para os perecíveis. Mas agora perceberam que, ao incluir esses itens, conseguem atrair novos consumidores de maior ren-



da para as suas lojas”, explica Orsetti.

O presidente da Associação Brasileira do Atacado de Autosserviço e do Atacadista Roldão, Ricardo Roldão, notou neste ano muitos clientes vindo pela primeira vez fazer compras nos atacarejos. Na sua empresa, por exemplo, houve um crescimento de 10% no valor médio das vendas no primeiro trimestre deste ano. “Estamos avançando em relação a outros canais,

como os supermercados e hipermercados”, diz Roldão.

Entre janeiro e março deste ano, as vendas dos atacarejos cresceram entre 7% e 8% em relação ao mesmo trimestre de 2014. “Se deflacionarmos os valores, crescimento do setor foi zero, mas estamos melhor do que o atacado tradicional (distribuidor)”, afirma Roldão. Levantamento da Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados (Abadi) mostra que as vendas do primeiro trimestre deste ano do atacado tradicional foram quase 10% menores em relação às do mesmo período de 2014, descontada a inflação.

Roldão atribui uma parte do sucesso do atacarejo à maior atenção que as grandes indústrias têm dado ao setor. “A indústria começou a perceber que nós somos um grande canal de vendas”, diz. Ele ressalta que a perspectiva para o setor é continuar crescendo não só por causa da conjuntura de crise que faz o consumidor procurar preço baixo, mas também pelo grande número de lojas programadas. Cerca de 40% das vendas do atacarejo são no varejo e 60% no atacado.

Após ter nota rebaixada, Vale se diz decepcionada com agência de riscos

Para mineradora, que já teve nota cortada duas vezes neste ano, S&P avaliou a empresa com visão de curto prazo

Após ter sua nota rebaixada pela Standard & Poor's pela segunda vez no ano, a Vale afirmou estar decepcionada com a visão de curto prazo da agência de classificação de riscos. Segundo o diretor executivo de finanças e relações com investidores da Vale, Luciano Siani, a decisão foi tomada num momento em que os preços de minério de ferro ainda não encontraram um patamar e

“justo quando a Vale entrega bons resultados em aumento de produção, redução de custos e redução de investimentos”.

Na noite de quinta-feira, a S&P rebaixou a nota de crédito da mineradora de BBB+ para BBB, com perspectiva negativa. O rebaixamento reflete “a forte pressão do efeito combinado da queda nos preços do minério de ferro e dos níveis de investimento consideráveis na alavancagem da empresa em 2015 e 2016”, justificou a agência. A decisão veio no dia em que a mineradora reportou prejuízo de R\$ 9,5 bilhões no primeiro trimestre.

Apesar da mudança, a Vale continua dentro da classifica-



Cotação. Preço do minério acumula queda de 30% no ano

ção de grau de investimento e dois degraus acima do chamado grau especulativo. O ‘rating’ é a nota atribuída por agências a um emissor de títulos, seja um país ou uma empresa, refletindo a análise sobre sua capacidade de pagamento. A grosso modo, uma instituição com grau de

investimento têm menos chance de dar calote. Em janeiro, a S&P já havia reduzido a nota da Vale de A- para BBB+.

No dia 13 de abril a S&P havia colocado a nota da Vale e de outras sete mineradoras globais em observação com viés negativo, para possível rebaixamento.

Agência ressaltou em comunicado que, apesar de continuar a esperar uma redução significativa na alavancagem (relação entre o endividamento líquido e a capacidade de geração de caixa) em 2017 e anos subsequentes, considerou a queda nos preços do minério de ferro. Assim, alterou a avaliação do perfil de risco financeiro da Vale de “intermediária” para “significativa”.

“As quedas nos preços têm prejudicado os níveis de rentabilidade da indústria, afetando principalmente os produtores menos diversificados, como a Vale”, ressaltou a agência. Carro-chefe da mineradora, o minério tem queda acumulada no preço de cerca de 30% só este ano.

“Respeitamos independência, mas estamos desapontados com a visão de curto prazo da Standard & Poor's”, afirmou Luciano Siani. “Esperamos de agências de rating que tenham uma visão através do ciclo, compatível com o prazo médio de nossa

dívida, que é de 9 anos. Pelo menos a forte redução recente dos spreads de risco nos nossos bônus mostra que não estamos sozinhos em nossa opinião.”

Pontos fracos. A S&P citou outros dois fatores como os principais pontos fracos da Vale em comparação com outras empresas de metais e mineração com alto grau de investimento: a volatilidade da rentabilidade e a baixa diversificação do portfólio. Por outro lado, destacou a escala e liderança da empresa quanto à posição de custo operacional, reforçando seu perfil de negócios “forte”.

Para a agência, a empresa depende significativamente da venda de ativos e fontes não convencionais de caixa para impedir aumentos nos níveis de dívida, o que pressiona os ratings. No primeiro trimestre a Vale levantou US\$ 1 bilhão ao se desfazer de ativos. Ao comentar o balanço, na quinta-feira, o presidente da empresa, Murilo Ferreira, disse que deverá anunciar novas vendas até junho e que não prevê captações externas.

A S&P disse que ainda pode rebaixar a nota da Vale em um degrau dependendo das perspectivas financeiras. Já um cenário de elevação é pouco provável. A S&P diz, porém, que poderá “alterar a perspectiva para estável se os preços à vista (spot) se recuperarem para US\$60 por tonelada, tornando a necessidade de venda de ativos/medidas de contribuição de caixa não recorrente menos relevante em 2016”. / LUCAS HIRATA, FERNANDA GUIMARÃES E MARIANA DURÃO

INSTITUTO DE PREVIDÊNCIA SOCIAL DOS SERVIDORES MUNICIPAIS DE ITU - ITUPREV
ESTÂNCIA TURÍSTICA DE ITU
EDITAL Nº 001/2015 - CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 001/2015
O SUPERINTENDENTE DO INSTITUTO DE PREVIDÊNCIA SOCIAL DOS SERVIDORES MUNICIPAIS DE ITU - ITUPREV faz saber que se encontra aberto o CHAMAMENTO PÚBLICO, de profissionais e empresas de medicina para prestação de serviços consistentes na realização de perícias médicas necessárias para a comprovação de invalidez temporária ou permanente de segurados ou dependentes do ITUPREV, em processos administrativos de concessão de benefícios previdenciários, mediante prévio credenciamento.
A apresentação dos documentos e da proposta poderá ser feita a partir desta data sem prazo final, a qualquer tempo.
As exigências para o credenciamento, a remuneração dos serviços e as regras para a prestação dos serviços, constam no Edital completo, que os interessados em se credenciar poderão obter, gratuitamente, na sede do ITUPREV na Avenida Antônio Gazzola, 1001 - 9º andar, sala 4 AB, Bairro Jardim Corazza, em Ituí/SP, em horário das 09:00 às 18:00 horas.
Ituí, 28 de abril de 2015.
LUIZ CARLOS KAHTALIAN BRENHA DE CAMARGO
SUPERINTENDENTE

5ª Oficial de Registro de Imóveis
Sérgio Jacomino, Registrador
Rua Marquês de Paraná, 369 - Consolação - São Paulo - CEP: 01303-050
Telefone: (11) 3173-3225 - Fax: (11) 3056-8101

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO URBANO-SEDUR
COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO URBANO DO ESTADO DA BAHIA- CONDER

AVISO DE LICITAÇÃO
A Comissão Permanente de Licitação - COPEL, avisa aos interessados que fará realizar licitações na MODALIDADE TOMADA DE PREÇOS / MENOR PREÇO, abaixo discriminadas:

Nº	Abertura	Hora	OBJETO
009/15	22.05.2015	09:30	CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA DE ENGENHARIA PARA EXECUÇÃO DE OBRA DE PAVIMENTAÇÃO EM PARALELEPIEDO COM DRENAGEM SUPERFICIAL, NO MUNICÍPIO DE SANTA MARIA DA VITÓRIA - BAHIA.
010/15	22.05.2015	14:30	CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA DE ENGENHARIA PARA EXECUÇÃO DE OBRA DE PAVIMENTAÇÃO EM PARALELEPIEDO COM DRENAGEM SUPERFICIAL, NO MUNICÍPIO DE CONDEUBA - BAHIA.

Os Editais, no valor de R\$ 50,00 (cinquenta reais) cada, estarão à disposição dos interessados na Sede da CONDER, sito Av. Edgard Santos nº 936 - Narandiba - Salvador - BA, a partir do dia **04.05.2015**, das 13:30 às 17:30 horas.
Salvador - BA, 30 de abril de 2015.
Maria Helena de Oliveira Weber
Presidente da Comissão Permanente de Licitação.

CONDER