

DCI

Diário
Comércio
Indústria
& Serviços

R\$ 3.00
EDIÇÃO NACIONAL

dci.com.br
ANO XV • NÚMERO 3712
SEXTA-FEIRA,
20 DE JANEIRO DE 2017

Mercado vê fim próximo da banda larga ilimitada no País

TELECOMUNICAÇÕES

● **Especialistas ouvidos pelo DCI admitem que a iminência da revisão da Lei Geral de Telecomunicações (LGT) deve relegar a definição da legalidade das franquias para um segundo plano.**

Ainda assim, a ideia é “ter uma regulamentação definitiva lá para o final do ano”, afirma o especialista na área e sócio da consultoria Teleco, Eduardo Tude. “Quando a Anatel [Agência Nacional de Telecomunicações] diz que o assunto não é urgente é porque o impacto econômico sobre as teles vai ser sentido no

longo prazo, então dá para discutir com calma. No momento a Anatel está fazendo uma consulta pública sobre o tema”.

Uma definição ganha força após um 2016 de pressão sobre as empresas de telecom, que registraram queda de 13 milhões de linhas móveis ao longo do ano. Até ontem, a coleta de subsídios

tocada pela agência já contava com mais de 16 mil inscritos; as três principais empresas interessadas (Telefônica Vivo, Oi e o grupo América Móvil, que controla a líder de mercado Net; a TIM afirma não ter interesse no modelo) ainda não enviaram suas contribuições. O prazo para as contribuições termina em 30 de abril.

Os agentes desse mercado são taxativos. “A oferta de planos com franquias de dados é permitida”, afirma em nota a Associação Brasileira das Prestadoras de Serviços de Telecomunicações Competitivas (TelComp) – que agrega cinquenta players da cadeia de telecom, entre eles os quatro grandes grupos. **PÁGINA 3**

DESTAQUES

38 de ‘reinado’ de pai e filho na rede Rei do Mate

Centrado e *workaholic*, Antonio Nasraui tinha 24 anos quando abordou o *franchising* no trabalho do curso de Economia. Aplicou o modelo ao negócio iniciado pelo pai e fez do Rei do Mate na maior rede de chá-mate do País.

PÁGINA 13

PAULO BARRETA



Pequeno varejista protagoniza tendências do e-commerce

O avanço de *marketplaces*, da participação dos dispositivos móveis nas vendas e a descentralização do setor – tendências do comércio eletrônico que ganharam relevância em 2016 – terão ainda mais força neste ano. Em 2016, esses dispositivos responderam por 22% nas vendas totais e em 2017 devem chegar a 26%. **PÁGINA 6**

Grupo Astra mantém investimentos e prevê expansão de 5% em 2017

Vislumbrando um cenário ainda desafiador neste ano, o grupo de materiais de construção Astra traçou uma projeção conservadora para 2017 de 5% de crescimento. No entanto, a companhia não deve parar de investir e estuda uma nova fábrica no Nordeste. O grupo administra as marcas Integral, Japi e Astra. **PÁGINA 8**

Aplicações prefixadas de longo prazo apontam rentabilidade maior

As aplicações prefixadas de longo prazo – com vencimento em 2023 ou 2027 – prometiam, ontem, juros nominais entre 10,94% ao ano e 10,91% ao ano até o resgate, indicando um cenário de inflação sob controle nesse período para proporcionar ganhos reais, de acordo com especialistas. **PÁGINA 14**

Cana Brava pressiona margem para garantir ocupação e faturamento

Empreendimentos hoteleiros estão fazendo de tudo para evitar a falência, mesmo que isso signifique diminuir suas margens. Para o *resort* Cana Brava, preços atrativos são a melhor “arma” contra a economia fraca. A empresa prefere manter o movimento com margens menores do que registrar prejuízo. **PÁGINA 7**

IMÓVEIS NOVOS

Incorporadoras querem distratos mais flexíveis

● **Incorporadoras buscam apoio no governo para reverter uma situação que julgam desfavorável ao setor. A meta é flexibilizar o texto do Projeto de Lei 774/2015, que vai regular o sistema de distrato e devolução de imóveis. O objetivo é endurecer na ponta dos consumidores, que desistem da compra de imóveis. **PÁGINA 12****



ESTÁDIO CONTEÚDO

HORIZONTE RUIM

Ranking de competitividade

1º CANADÁ	4º CHINA
2º COREIA DO SUL	17º BRASIL
3º AUSTRÁLIA	18º ARGENTINA

FONTE: CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA (CNI)

Levará tempo para o Brasil ser competitivo

DESENVOLVIMENTO

● A crise econômica deteriorou os fatores de competitividade do Brasil e mesmo que o País conclua as reformas estruturais neste ano, o horizonte de reversão é de médio a longo prazo. Pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI) mostrou que o Brasil permanece em penúltimo lugar – atrás só da Argentina – em *ranking* de competitividade de 18 nações com economia semelhante à nossa. **PÁGINA 4**

MERCADOS

ÍNDICE BOVESPA	DÓLAR COMERCIAL
63.950 (Pontos)	3.2113 (R\$)
-198 (Pontos)	-0,0098 (R\$)
-0,31%	-0,30%
OURO	EURO
123,50 (R\$/Gramma)	3,4021 (R\$)
-1,50 (R\$/Gramma)	-0,0403 (R\$)
-1,20%	-1,17%
PETRÓLEO WTI	CAFÉ ALTA MOGIANA
51,37 (US\$/Barril)	521,97 (R\$/Saca)
+0,29 (US\$/Barril)	+2,52 (R\$/Saca)
+0,57%	+0,49%

Relator da Lava Jato no STF morre em acidente aéreo

POLÍTICA

● O ministro Teori Zavascki, do Supremo Tribunal Federal (STF), morreu ontem (19), em acidente com um avião de pequeno porte no mar em Paraty (RJ). Integrante da Corte desde 2012, ele era relator da Operação Lava Jato na Casa. **PÁGINA 10**

Pré-custeio livra produtor de uso de recursos próprios

AGRICULTURA

● O calendário da safra 2016/2017 foi antecipado e, com isso, R\$ 12 bilhões para pré-custeio do próximo ciclo também chegaram mais cedo. A medida tira do produtor a pressão pelo uso de recursos próprios. **PÁGINA 9**

Negócios

Descentralização do segmento seguirá neste ano, e a perspectiva é de que as lojas de menor porte respondam por até 25% das vendas. Marketplaces e o mobile também ganharão maior relevância

Pequeno varejista virtual protagoniza tendências do e-commerce brasileiro

COMÉRCIO

Pedro Arbex
São Paulo
pedro.arbex@dci.com.br

● O crescimento dos marketplaces, da participação dos dispositivos móveis nas vendas e a descentralização do setor – tendências do comércio eletrônico que ganharam relevância em 2016 – terão ainda mais impulsão este ano.

A visão é compartilhada pelo presidente da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm), Maurício Salvador, e pelo COO da E-bit/Buscapé, André Dias. “Em termos de tendências, o que vai continuar forte é a questão dos marketplaces. Eles fecharam o ano passado com participação de 22% nas vendas totais, e a expectativa para este ano é chegar a 26%. Uma em cada quatro compras será feita por marketplaces”, afirma Salvador.

De acordo com ele, os chamados marketplaces de nicho também devem crescer este ano, apesar de ainda terem uma representatividade pequena. “Os grandes players, como o Mercado Livre, ainda têm uma participação de mais de 90% nesse mercado, mas vemos uma movimentação e o surgimento de marketplaces especializados em determinados segmentos.”

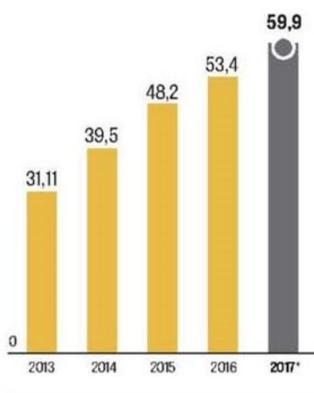
Dias, do E-bit, também afirma que esta deve ser uma das principais tendências para o setor. “As lojas menores já começaram um movimento de vender através dessas plataformas. Em 2017, isso deve continuar: grandes

CARRINHO

Desempenho das vendas realizadas no comércio eletrônico

Faturamento do setor

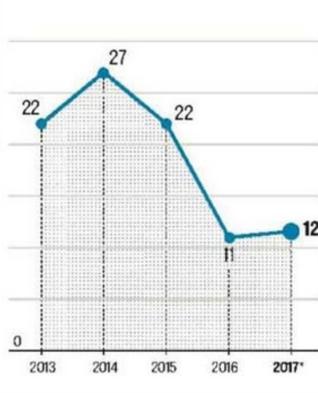
► Em bilhões de R\$



*PREVISÃO

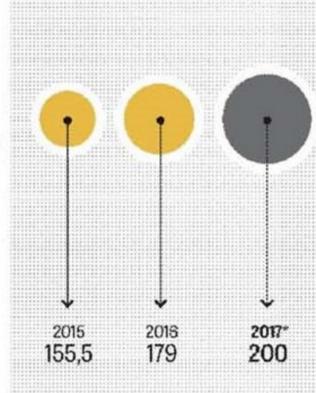
Varição, ante ao ano anterior

► Em %



Número de pedidos

► Em milhões de unidades



FONTES: ABCOMM

players 'sugando' pequenas varejistas para vender dentro de suas plataformas”, diz.

Para ele, outro aspecto que deve ganhar força neste ano é o crescimento da participação dos dispositivos móveis nas vendas do setor. Em dezembro de 2016, os smartphones e tablets representaram 26% das vendas do mês, de acordo com a empresa. No mesmo mês de 2015, essa participação foi de 14,3%. “Em um ano tivemos uma alta de cerca de 12 pontos percentuais. É um crescimento muito acelerado”, afirma Dias.

Diante disso, a perspectiva para 2017 da E-bit, empresa especializada na coleta de dados do setor, é de que o mobile represente mais de 30% das vendas do comércio eletrônico

brasileiro. Os dados da Abcomm mostram um cenário semelhante: em 2016 a fatia dos dispositivos móveis fechou em 25%, e a expectativa é finalizar este ano próximo de 30%.

“O mobile vai continuar sendo um dos grandes impulsores do e-commerce em 2017”, corrobora o diretor de comunicação da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (camara-e.net), Gerson Rolim.

Essa tendência é comprovada também por duas empresas que atuam no setor: a plataforma de lojas virtuais Nuvem Shop e a Rakuten. Na primeira, a participação do mobile no total de vendas subiu 10 pontos percentuais entre novembro de 2015 e novembro do ano passado. “De 25%, as ven-

das por dispositivos móveis passaram a representar 35%”, afirma o CCO da empresa, Alejandro Vázquez. Em termos de acessos, ele conta que o mobile representou cerca de 57% de todas as visitas de 2016.

Na Rakuten, essa realidade é ainda mais latente e, segundo o CEO da empresa no Brasil, René Abe, as vendas por smartphones e tablets já superaram as por desktop dentro da plataforma. “No conjunto de todos os lojistas da Rakuten temos hoje mais vendas por mobile do que por desktop”, afirma o executivo, que completa que a ‘virada’ ocorreu em meados do ano passado. Para 2017, ele acredita que essa participação dentro da Rakuten deva continuar crescendo.

Outro movimento que ganhou relevância em 2016, e que deve se acentuar ainda mais este ano, é a descentralização do setor – com o aumento da participação das micro e pequenas empresas no faturamento do ramo. Segundo Salvador, da Abcomm, as MPES representaram em 2016 cerca de 23% das vendas do ramo. “Para 2017, a perspectiva é atingir 25% e em 2018 cerca de 28%. É um movimento gradual. Como temos um volume de faturamento alto, fica mais difícil crescer proporcionalmente”, afirma.

Faturamento

Sobre o faturamento do comércio eletrônico, Salvador conta que a perspectiva para este ano é de uma alta de 12%, frente a 2016, passando para R\$ 59,9 bilhões. No ano passado, o resultado foi 11% maior, na comparação interanual. A E-bit, por sua vez, afirma que o faturamento do setor fechou 2016 com alta de 8%. Para este ano, a expectativa da empresa é que o e-commerce cresça entre 10% e 15%. Ambas as medições são em termos nominais (sem considerar a inflação).

Com o crescimento do comércio on-line e a queda do varejo físico, Dias aponta que houve um avanço da participação das lojas virtuais no varejo total, que fechou em 3,7%. “Este ano ela deve crescer mais 0,5 ponto percentual”. Para Rolim, da camara-e.net, essa fatia só deve crescer de forma acentuada quando a qualidade e o acesso da banda larga aumentarem no Brasil. “O crescimento dos e-consumidores é diretamente proporcional ao avanço da banda larga”, diz.

Brasil ajuda a elevar ganho do Carrefour

SUPERMERCADO

Da Redação
São Paulo
redacao@dci.com.br

● O grupo varejista francês Carrefour disse ontem (19) que registrou vendas de 23,37 bilhões de euros (US\$ 24,84 bilhões) no quarto trimestre de 2016, representando alta de 3,9% ante o mesmo período do ano anterior.

O resultado, que se deveu a um forte desempenho na América Latina – em especial, no Brasil – e a avanços na França, superou levemente a expectativa de analistas, que previam vendas de 23,24 bilhões de euros.

Desconsiderando-se efeitos cambiais e sazonais, além das vendas de gasolina, a receita do Carrefour subiu 2,9% na mesma comparação.

O diretor de Finanças do



Dentro do Carrefour Bairro: formato é uma das apostas da varejista

Carrefour, Pierre-Jean Sivignon, disse que a varejista vai ficar “bem perto” de atingir a projeção de Ebit do mercado para 2016, de 2,39 bilhões de euros, quando publicar seu balanço anual completo.

Sivignon também comentou que as ofertas públicas iniciais

(IPOs) das operações do Carrefour no Brasil e da operadora de shopping centers Carmila continuam nos planos do grupo francês para 2017. “Estamos trabalhando nisso”, afirmou o diretor. “Não há nada novo para anunciar hoje, mas o desejo ainda é realizá-las es-

te ano”, disse ele, fazendo menção aos planos da empresa que foram divulgados ao longo do ano passado.

França

Na França, que responde por quase metade do resultado do Carrefour, as vendas tiveram expansão anual de 0,9% no último trimestre, a 10,76 bilhões de euros. Sem ajustes, a receita no mercado francês subiu 0,7%, em meio a um aumento na vendas de produtos alimentícios.

Também no cálculo sem ajustes, as vendas internacionais do Carrefour avançaram 4,5%, com destaque para a América Latina. No Brasil, cuja economia começa a dar sinais de recuperação, as vendas tiveram alta de 9% no quarto trimestre. Na Ásia, por outro lado, as vendas caíram 5%. O Carrefour está no meio de uma reestruturação de suas atividades na China.

Varejo de São Paulo encolhe em outubro

BALANÇO

Da Redação
São Paulo
redacao@dci.com.br

● Após quatro altas consecutivas, o faturamento do comércio varejista paulista apresentou, em outubro de 2016, uma queda na comparação anual, segundo a FecomercioSP.

No 10º mês do ano, as vendas do setor diminuíram 1% em relação ao mesmo mês de 2015 e alcançaram R\$ 49,2 bilhões, cerca de R\$ 505 milhões a menos que o apurado no mesmo período de 2015. O resultado, antecipado pelo DCI, foi o terceiro menor patamar para o mês desde o início da série histórica, em 2008. No acumulado do ano passado houve retração de 0,7% e em 12 meses, 2%.