

Estratégia Ritmo de negócios acelera-se, com foco no mercado doméstico

Consumo dá novo impulso a fusões e aquisições em 2009

Cynthia Malta
De São Paulo

De olho no consumidor, os negócios de fusões e aquisições ganham novo impulso. Empresas que oferecem produtos ou serviços que os brasileiros estão comprando — desde eletrodomésticos, bebidas e cosméticos a planos odontológicos, passando por medicamentos — atraem tanto o capital nacional quanto o estrangeiro, num movimento crescente de transações, que deve ficar ainda mais forte em 2010.

Neste ano, segundo estimativa da consultoria PricewaterhouseCoopers, devem ser fechadas cerca de 640 operações de fusões e aquisições — praticamente o mesmo patamar de 2008, quando foram anunciadas 643. E mais de 50% desse total são negócios envolvendo produtos e serviços de consumo final, com viés no mercado de massa, diz **Alexandre Pierantoni, sócio da Price** e especialista em fusões e aquisições. Só de julho a outubro, foram 63 operações, em média por mês — um salto de 47% em relação à média mensal do primeiro semestre.

De fato, considerados os negócios anunciados recentemente — a compra da maior varejista de eletrodomésticos do país, Casas Bahia, pelo Grupo Pão de Açúcar; a aquisição da fabricante de medicamentos genéricos Neo Química pela Hypermarcas; o fundo de private equity do sul-africano Standard Bank como o novo dono da rede de lanchonetes Casa do Pão de Queijo — o foco é o mercado doméstico, que neste ano foi a principal alavanca para evitar uma recessão prolongada.

O Produto Interno Bruto (PIB) caiu por dois trimestres consecutivos (o último de 2008 e o primeiro deste ano), mas a economia parou de encolher em meados do ano e a taxa anualizada de expansão, considerando o PIB do terceiro trimestre, já está na casa dos 8%.

Vários fatores explicam o interesse por empresas que operam na ponta final do consumo: a renda do brasileiro aumentou; a confiança em ir às compras é maior, pois o medo de perder o emprego encolheu; o crédito voltou a circular para companhias e para pessoa física; a bolsa de valores mostra-se como fonte interessante de captação de recursos; as multinacionais buscam países emergentes como o Brasil para investir, pois Estados Unidos e a Europa continuam em crise. Há também grandes eventos previstos para o Brasil — a Copa do Mundo, em 2014, e os Jogos Olímpicos, em 2016 —, que jogam mais dinheiro na economia.

A consultoria Ernst & Young, em estudo recente, traça um cenário de crescimento importante para o mercado de consumo no país, tomando por base o aumento do nível de escolaridade da população. Este deve subir de 7,5 anos, em média, para 10 anos até 2030. Com mais estudo, o brasileiro deverá receber salários maiores, que cresceriam 2,5% ao ano até 2030, levando o mercado de consumo a aumentar em 3,8% ao ano. Em 2030, o Brasil seria o quinto maior do mundo nesse categoria.

“Esse potencial está sendo observado e as empresas estão se posicionando”, diz o sócio-líder de contas globais da Ernst & Young, Sérgio Citeroni. Embora a consultoria não tenha um levantamento sobre os negócios de fusões e aquisições fechados no Brasil, Citeroni estima que a maior parte das transações feitas neste ano foram realizadas no varejo e na indústria de bens de consumo. E o foco tem sido operações que envolvam produtos e serviços para a massa, e não para a elite de consumidores.

Incorporar a Casas Bahia ao

Grupo Pão de Açúcar, por exemplo, aproxima a varejista comandada pelo empresário Abilio Diniz do consumidor de baixa renda. A bandeira de supermercados Pão de Açúcar e mesmo a varejista de eletroeletrônicos Ponto Frio são consideradas marcas não tão populares.

A Hypermarcas, que nasceu em 2001, com a marca de palha de aço Assolan, talvez seja o exemplo que melhor espelha a estratégia de expansão por meio de aquisições de produtos destinados ao mercado popular. Nos últimos oito anos, o empresário João Alves de Queiroz Filho já fechou 15 negócios envolvendo aquisições. Somente neste

ano, foram quatro: cosméticos infantis, fraldas, preservativos e medicamentos genéricos.

Esse quadro anima os negócios das empresas de consultoria. A demanda por serviços visando uma possível fusão, aquisição, ou abertura de capital na bolsa de valores, cresce desde agosto, informa Luís Motta, responsável pela assessoria de fusões e aquisições da KPMG, onde é sócio. “O fundo do poço foi em maio deste ano. Mas desde agosto o interesse voltou e, pelo ritmo, no primeiro trimestre de 2010 teremos mais anúncios de novos negócios”, diz Motta.

Na Ernst & Young, a equipe de fusões e aquisições, que havia en-

colhido, com demissões, está chamando de volta os funcionários que emprestados a outras áreas da companhia, como as de consultoria tributária e de auditoria.

O que anima os consultores dedicados ao mercado de fusões e aquisições é o fato de o número de negócios sendo fechados nos últimos meses desenharem uma curva ascendente em seus gráficos. Segundo a Price, de janeiro a junho deste ano foram anunciadas 43 transações, em média, por mês. De julho a outubro, essa média subiu para 63 — ultrapassando a média mensal de negócios fechados em 2007, ano recorde no Brasil e no mundo para área de fusões e aquisições.

Nordeste, ensino e fundos são apostas para 2010

De São Paulo

O movimento de fusões e aquisições com maior foco em companhias que vendem produtos e serviços ao consumidor do mercado doméstico começou a tomar corpo em 2007, quando o número de negócios fechados bateu em 721, um recorde histórico. E ainda não acabou.

Na avaliação de consultores ouvidos pelo **Valor**, o Nordeste é uma região que atrairá interesse crescente de investidores e o setor de educação, que registrou diversos negócios no ano passado, mas poucos em 2009, deve voltar a crescer nas estatísticas de transações fechadas. E os fundos que compram participações em companhias, os "private equity", nacionais e estrangeiros, devem mostrar maior apetite.

Segundo dados da PricewaterhouseCoopers, a participação dos "private equity" no total de operações de fusões e aquisições neste ano deu um salto considerável. Em 2007, a fatia era de 15%. No ano passado subiu a 20% e neste ano, até outubro, chegou a 29%, informou Alexandre Pierantoni, sócio da **Price**.

Considerando-se os negócios anunciados nos primeiros dez meses deste ano, diz Pierantoni, as empresas de capital nacional são responsáveis por 60% deles. "Mas nós vamos ver o capital estrangeiro crescer, além dos 40%, por causa da atratividade do Brasil", avalia Pierantoni. Luís Motta, sócio da KPMG, onde é

responsável pela assessoria de fusões e aquisições, concorda. "As multinacionais vêm, com certeza, buscar o mercado brasileiro pois aqui a economia está crescendo", diz ele.

O Produto Interno Bruto (PIB), nas contas do ministro da Fazenda, Guido Mantega, cresce a uma taxa anualizada de 8%, tomando por base o desempenho do terceiro trimestre, que deverá ser divulgado hoje pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O Nordeste, onde as vendas do varejo crescem a uma taxa superior à média nacional (subiram 5,6% nos sete primeiros meses deste ano, enquanto o país mostrou expansão de 4,6% em relação a igual período do ano passado), é uma região que deve gerar negócios nos próximos anos.

"É uma região que tem potencial para operações de fusões e aquisições", afirma Pierantoni. Ele lembrou que a Rio Bravo Investimentos, gestora de recursos do ex-presidente do Banco Central, Gustavo Franco, criou um fundo dedicado a negócios nessa região.

"Faz todo o sentido mirar essa região", avalia Motta, da KPMG. Em sua opinião, o Nordeste possui "boas marcas regionais". Na área do varejo, por exemplo, além da líder Insinuante, há nomes fortes como a paraibana Lojas Maia, a Eletro Shopping e a Laser Eletro, de Pernambuco, e a Lojas Rabelo, do Ceará. As sete maiores varejistas do Nordeste somam, atualmente, 700 lojas. (CM)

ANA PAULA PAIVA/VALOR



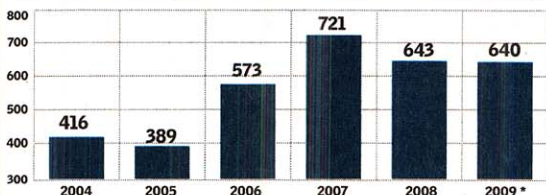
Pierantoni, sócio da Price: mais de 50% dos negócios fechados neste ano envolvem produtos e serviços de consumo final

De olho no consumidor

Fusões e aquisições anunciadas no mercado brasileiro

Evolução em cinco anos

Número de operações



184 negócios anunciados entre julho e setembro de 2009: trimestre recorde nos últimos **12** meses

440 negócios registrados entre janeiro e setembro de 2009

■ Negócios fechados neste ano na área de consumo final e serviços

Março

- O grupo americano de ensino De Vry compra 69,3% da Faculdades do Nordeste, por R\$ 55,1 milhões

Abril

- Springs Global compra 65% da varejista de cama, mesa e banho MMartan, por R\$ 55 milhões

Mai

- Perdigão compra Sadia e cria a BRF-Brazil Foods
- Carrefour e grupo Rycoi compram a rede de supermercados Gimenes, por R\$ 60 milhões
- BTG Investimentos compra 50% da rede de estacionamentos Estapar

Junho

- Pão de Açúcar compra a varejista de eletrodomésticos Ponto Frio, por R\$ 824,5 milhões
- Braspag, que processa operações de comércio eletrônico, é comprada pelo Grupo Silvio Santos, por R\$ 25 milhões
- A varejista de eletrodomésticos e móveis Dudony é comprada por R\$ 25,6 milhões pelo Grupo Silvio Santos

Julho

- Cinemark compra 15 salas de cinema no Shopping de Guarulho, da Hoyts, por R\$ 20 milhões
- A SEB compra por R\$ 41 milhões a rede de ensino Pueri Domus — menos de duas semanas depois de o fundo Advent ter comprado 50% da Kroton por R\$ 280 milhões
- Tarpon compra a participação da família Auriemo na rede de laboratórios de análises clínicas Dasa, por R\$ 216 milhões.

Agosto

- Pepsico compra a maior fabricante de água de coco do Brasil, a Amacoco

Setembro

- Rede de clínicas odontológicas Imbra recebe aporte de R\$ 50 milhões do private equity GP
- Rede de drogarias Farmais é comprada pelo BTG Pactual
- Naspers compra por US\$ 342 milhões, 91% do Buscapé, site de comparação de preços
- Hypermarcas compra linha de cosméticos Hydrogen, do Grupo Silvio Santos

Outubro

- Hypermarcas compra a marca de preservativos Jontex, da Johnson & Johnson, por US\$ 101 milhões, e, por US\$ 120 milhões, a Inal, dona dos preservativos Lovetex e Microtex
- BRMalls compra 100% do Shopping Metrô Santa Cruz, da JHSF, por R\$ 198 milhões
- Bradesco Seguros compra 43,5% da Odontoprev, líder do mercado de planos odontológicos

Novembro

- Amil compra 51,9% da operadora de planos de saúde Medial, por R\$ 612,511 milhões.

Dezembro

- Pátria Investimentos vende 70% da rede de lanches Casa do Pão de Queijo ao fundo de private equity do Standard Bank, por R\$ 70 milhões
- Grupo Pão de Açúcar, por meio da Globex compra a Casas Bahia, maior varejista de eletrodomésticos e móveis do país
- Hypermarcas compra a fabricante de medicamentos genéricos Neo Química, por R\$ 1,3 bilhão