

Combustíveis Distribuidora da Glencore põe a bandeira Ale em 150 novos pontos este ano e prevê 250 para 2020

Alesat aposta na interiorização de postos

Stella Fontes e Ivo Ribeiro
De São Paulo

Quarta maior rede de distribuição de combustíveis do país e há um ano sob o controle da gigante Glencore, a Alesat manteve o foco na expansão de suas operações em municípios com até 200 mil habitantes, e que possam ser atendidos por uma das 40 bases de distribuição que opera atualmente. Mas o olhar da controladora também está voltado a oportunidades de novos negócios: o pacote de refinarias colocadas à venda pela Petrobras está sendo avaliado. Ao mesmo tempo, a marca Ale poderá ser usada além da fronteira brasileira no futuro.

Com o aval do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), em agosto do ano passado, a Glencore assumiu 78% do capital da Alesat — Marcelo Alecrim, um dos fundadores da distribuidora, reduziu sua participação de 32% para 22% — e manteve praticamente intacta a gestão. A conclusão da venda permitiu à Alesat retomar seu plano estratégico, afetado pelo longo período transcorrido entre a tentativa de venda para a Ipiranga, do grupo Ultra, barrada pelo órgão anti-truste em 2017, até o fechamento do negócio com a multinacional.

A distribuidora chegou a perder participação para a concorrência nesse ínterim, mas voltou à forma e hoje tem uma fatia de 3,7% no mercado nacional de combustíveis, considerando-se também os postos bandeira branca. “Seguimos focados em cidades menores, que estatisticamente oferecem mais oportunidades”, diz o presidente da empresa, Fulvius Tomelin, na Alesat desde 2007.



Tomelin: “Venda de refinarias [da Petrobras] vai melhorar dinâmica do mercado”

Hoje, são 1,5 mil postos Ale — dos quais 80% em cidades com até 200 mil habitantes — e uma plataforma de distribuição que ainda tem capacidade disponível para atender à adição de novas unidades de venda ao varejo. A meta para 2019 é abrir 150 postos, todos via conversão para a marca Ale. Até agora, conta o executivo, foram 112 novas unidades. “Mas com volume equivalente ao das 150”, observa.

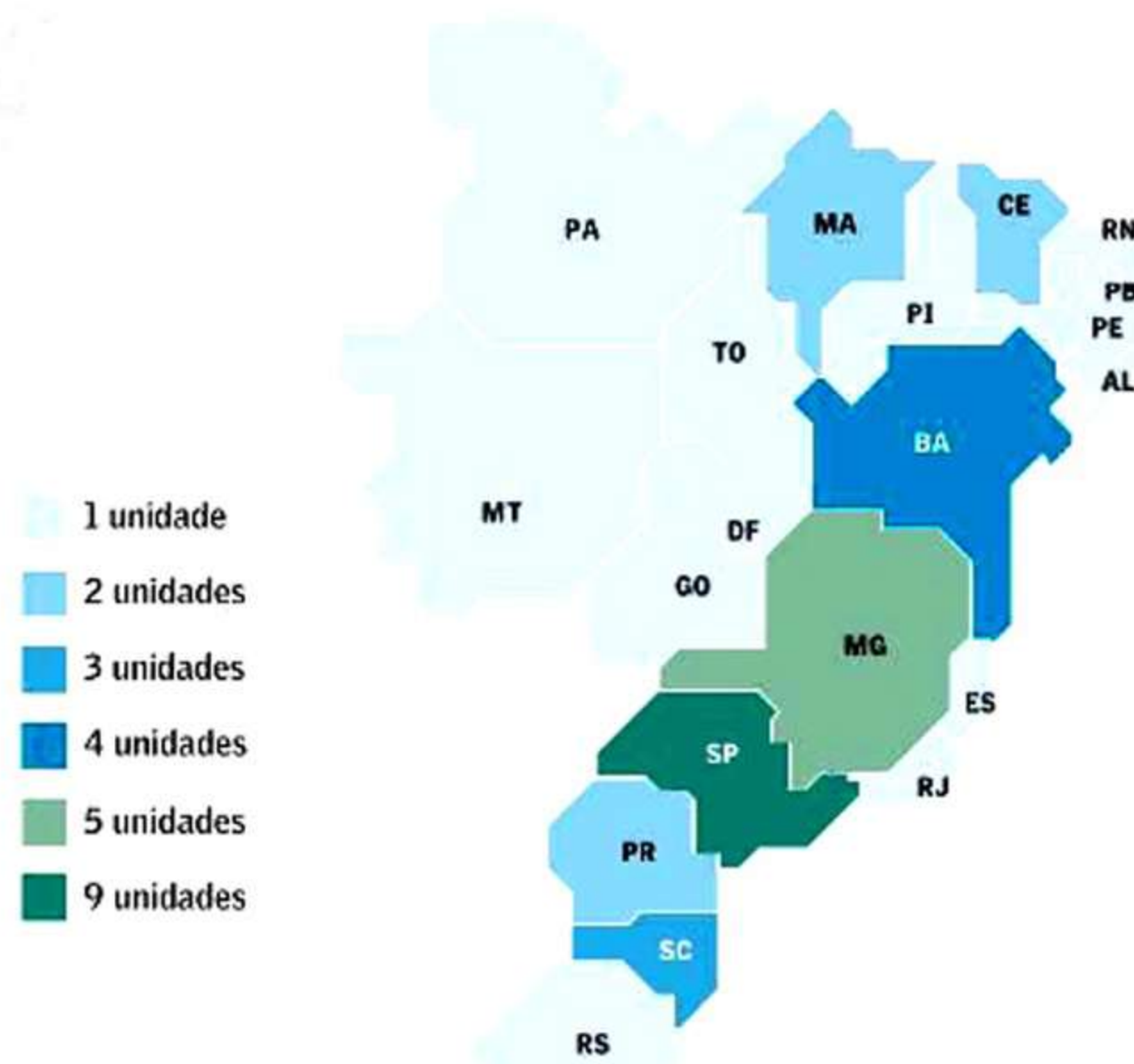
Os investimentos em embaixamento de postos e ampliação de bases, em 2019, devem alcançar R\$ 170 milhões. O valor para 2020 não é relevado, uma vez que o orçamento ainda não foi aprovado pela controladora. Contudo, a empresa tem a meta de adicionar 250 novos postos: 10% novos e a maior parte por embaixamento.

Do total orçado para 2019, cerca de R\$ 30 milhões serão aplicados

Fincar a bandeira

Estratégia prioriza expansão em cidades de até 200 mil habitantes

■ Número de bases de distribuição



4^a
do ranking

Distribuidora atua em **todas as regiões do país**

Nº de postos
1,5 mil

Nº de bases
40

Presença em
21 Estados e no DF

Faturamento estimado para 2019
R\$ 14 bilhões

Faturamento em 2018
R\$ 12,8 bilhões

Fonte: Empresa

nas bases de distribuição. O valor é relativamente baixo porque hoje há uma capacidade ociosa de 40%, o que justifica a ampliação da rede Ale em regiões onde já estão instaladas essas bases. Sobre a aposta na interiorização, Tomelin explica que a Alesat tem capacidade de armazenagem e logística para fornecer volumes com a frequência típica de postos nessas regiões.

Em todo o país, existem hoje cerca de 40 mil postos de com-

combustíveis, dos quais 18,3 mil de bandeira branca. Nos estados do Nordeste, esses pontos de venda independentes têm maior representatividade, com 53% do número total de unidades.

A Alesat também quer crescer no fornecimento direto de diesel a empresas (B2B), incluindo usinas, transportadoras e locadoras de veículos. Com 700 clientes em carteira, atingiu o objetivo de 70 novos pontos em 2019 e deve en-

cerrar o ano com resultado 50% acima da meta. Para 2020, o plano é abrir mais 140 pontos.

Assim como Glencore, as grandes distribuidoras de combustíveis, entre as quais Ipiranga, e Raízen, joint venture entre Cosan e Shell, estão avaliando os ativos de refino da Petrobras, cuja privatização tende a alterar a relação de forças nesse negócio. Fora do Brasil, a Glencore tem operação de distribuição de combustíveis integrada ao refino na África.

“Acredito no mercado livre. A venda das refinarias vai melhorar a dinâmica do mercado”, diz o presidente Tomelin, referindo-se à possibilidade de as refinarias praticarem preços diferentes à medida que são operadas por donos diferentes.

De acordo com o executivo, depois da forte desaceleração das vendas de combustíveis no país, refletindo a fraqueza econômica, as distribuidoras começaram a perceber alguma reação no terceiro trimestre. “Setembro foi bem melhor do que agosto, mas ainda aquém do esperado”, diz.

A dinâmica mais positiva do mercado é percebida principalmente pelo etanol, cuja margem é relativamente menor para os distribuidores. De acordo com dados da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), as vendas em volume do combustível subiram 25,8% de janeiro a agosto, na comparação com o mesmo período de 2018, para 14,5 milhões de metros cúbicos. No mesmo intervalo, o consumo de diesel cresceu 3,4%, a 37,9 milhões de metros cúbicos, e o de gasolina caiu 3,7%, para praticamente 25 milhões de metros cúbicos.