

Exportações do DF crescem 101%

De janeiro a outubro, vendas ao exterior mais que dobraram em relação ao mesmo período de 2003

Df - economia

HELENA MADER

As mercadorias produzidas no DF estão conquistando cada vez mais espaço no mercado internacional e alavancando os resultados das exportações da cidade. De janeiro a outubro deste ano, as vendas internacionais de empresas candangas cresceram 101% em comparação com o mesmo período de 2003. Os dados são do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

No acumulado do ano, os empresários brasilienses lucraram US\$ 24,9 milhões com o comércio exterior. Apesar do crescimento expressivo, as exportações do DF representam apenas 0,03% do total das vendas internacionais brasileiras. De janeiro a outubro deste ano, o País exportou o equivalente a US\$ 79,1 bilhões.

No mês passado, as exportações da cidade cresceram 38% em comparação com o resultado de outubro do ano passado, chegando a atingir US\$ 4,2 mi-

lhões. Mais uma vez, a empresa que mais contribuiu para os bons resultados do comércio exterior foi a Só Frango, que responde por cerca de 70% do total exportado pelo DF.

Este ano, a Só Frango já vendeu ao exterior o equivalente a US\$ 13,5 milhões e quer fechar o ano com faturamento de US\$ 18 milhões com o comércio internacional de cortes de frango. As exportações para países do Oriente Médio e Hong Kong fizeram a empresa crescer consideravel-

mente. Em quatro anos, o número de empregos gerados pelo negócio aumentou cerca de 300%. Hoje, a Só Frango emprega 1.680 pessoas.

– Exportamos cerca de 1,4 mil toneladas por mês. Estamos estudando ampliar este número, mas esperamos que o governo formule um programa de incentivos à exportação para ajudar os empresários – explica Ricardo Brandalise, superintendente da Só Frango.

A Rossi, indústria de equipamento para automação de

portões, também viu suas exportações crescerem de forma expressiva este ano. Atualmente, o equivalente a US\$ 400 mil é vendido ao exterior mensalmente. O comércio internacional já representa cerca de 15% do faturamento da empresa.

– Conquistamos clientes novos na Malásia, no México e no Panamá. Como nosso preço é competitivo, estamos conseguindo ganhar novos compradores internacionais – explica Fabiane Rossi, gerente de comércio exterior da empresa.