

Programa de US\$ 1,2 bilhão da Sharp depende de conversão

GAZETA MERCANTIL

por Fátima Fernandes
de São Paulo

O programa Befiex do grupo Sharp, que prevê em dez anos a exportação de televisores, videocassetes e computadores pessoais, no valor de US\$ 1,2 bilhão, está comprometido com a decisão do Banco Central (BC) de adiar para o próximo ano a regulamentação da conversão da dívida externa brasileira para exportação.

"O plano de exportação da Sharp depende da aprovação desse mecanismo, já que os nossos produtos não são competitivos no mercado internacional", disse, na sexta-feira, a este jornal e Eduardo C.P. Magalhães, vice-presidente da Sharp S.A. Equipamentos Eletrônicos.

Segundo ele, a companhia já tem encomendas dos Estados Unidos para entregar cerca de 100 mil televisores e 100 mil videocassetes, no valor total de US\$ 50 milhões. "Se o BC tivesse definido as regras para exportação, via conversão de dívida, já teríamos fechado contratos", acentua Magalhães, lembrando que países europeus também estão interessados nos produtos fabricados pela Sharp — no mercado externo eles serão vendidos com a marca Sharp, Sid e em regime de Original Equipment Manufacturer (OEM).

A Sharp espera que o governo reveja seu posicionamento e defina ainda este ano as regras para conversão de dívida para exportação.

Isso porque, segundo Magalhães, depois de seis meses de tudo acertado é que as empresas poderão iniciar os embarques.

Magalhães diz que a conversão da dívida externa brasileira para exportação é muito mais vantajosa pa-

ra o País do que a conversão para investimento na forma de capital de risco. No primeiro caso, "o dinheiro fica definitivamente no Brasil, além de o subsídio ser bancado pelo banqueiro estrangeiro". No segundo caso, na sua avaliação, o investidor estrangeiro passa a receber dividendos anuais e depois de doze anos pode optar por sair do Brasil, ou seja, desinvestir.

Para o vice-presidente da Sharp, a conversão da dívida para exportação "ajuda o Brasil a ter participação mais forte no mercado internacional, abrindo espaço para os produtos brasileiros que não são competitivos. Segundo ele, o mercado interno "está fraco e o consumidor está inseguro". Isso porque "i-nexiste financiamentos a juros compatíveis com prazo adequados", conclui.