

Pacote muda expectativa de lucros de multinacionais americanas no País

Turbulência no Brasil já é motivo de muita preocupação entre os analistas de Wall Street

The Wall Street Journal

RIO — Vendendo tudo, de carros a cheeseburgers, passando por telefones celulares, as empresas americanas vêm acorrendo para o maior mercado da América Latina nos últimos anos para tirar vantagem de uma combinação de crescimento rápido com estabilidade econômica.

Esta semana, com a decretação pelo governo brasileiro de um duro programa de austeridade destinado a defender o Plano Real, parece certo que o crescimento cairá rapidamente, enquanto a estabilidade está longe de ser garantida.

A turbulência no Brasil já é motivo de preocupação em Wall Street, por causa das empresas americanas para as quais o Brasil é uma importante fonte de lucros. Na terça-feira, a CIBC Oppenheimer & Co. desvalorizou as ações da Caterpillar, empresa com sede em Peoria, no Estado de Illinois, por acreditar que a desaceleração da economia brasileira e dos mercados latino-americanos poderá agravar o cenário de debilidade financeira que a companhia está experimentando na Ásia.

O plano de austeridade econômica — incluindo cortes de despesas do governo brasileiro e o aumento de impostos — é um remédio amargo para uma legião de multinacionais que empreenderam expansões desde a introdução do Plano Real, que reduziu a inflação de 2.500% em 1993 para 5% este ano. A rede McDonald's planeja gastar US\$ 500 milhões para, praticamente, duplicar o número de lojas que tem no País. A BellSouth liderou dois consórcios que estão investindo US\$ 3 bilhões em telefones celulares. Até corretoras de imóveis que vendem propriedades em balneários americanos se estão estabelecendo no País.

A General Motors colocou o Brasil na linha de ponta no desenvolvimento de novos produtos, lançando um novo modelo a cada dois meses e quase triplicando a produção para 500 mil unidades anuais em cinco anos. Uma analista estima que a contribuição da

GM do Brasil para o lucro total do grupo nos últimos cinco anos não foi inferior a 25%.

Agora a GM e outras montadoras de automóveis estarão, provavelmente, enfrentando uma situação difícil, principalmente por que o plano de austeridade brasileiro prevê um aumento do Imposto sobre Produtos Industrializados, tais como automóveis. O diretor-financeiro da GM, Michael Losh, disse aos analistas esta semana que, enquanto toda a América Latina, e particularmente o Brasil, permanecer volátil, é provável que as expectativas de crescimento para um futuro próximo sejam reduzidas.

O analista da Morgan Stanley, Stephen Girsky, disse que, na América do Sul, a GM ganhou cerca de US\$ 750 milhões ou US\$ 1,10 por ação em 1996 e deve igualar essa quantia em 1997. "Com a demanda diminuindo o ritmo e a expectativa de crescimento da capacidade em 15%, não é realista esperar que os lucros na América Latina cresçam no próximo ano."

Em Dearborn, Michigan, o diretor-financeiro da Ford, John M. Devine, disse que certamente as expectativas da Ford para o quarto trimestre no Brasil são mais fracas "do que há duas semanas".

Mas negou-se a especificar o impacto sobre os ganhos. Martin Zimmerman, o principal economista da Ford, afirmou que, desde o surgimento da crise, cortou pela metade a projeção de 4% de crescimento econômico para o Brasil. No terceiro trimestre, a Ford experimentou uma espantosa recuperação na América do Sul, lucrando US\$ 133 milhões, ante uma perda de US\$ 226 milhões um ano antes. A melhoria de desempenho na América Latina ajudou a aumentar os lucros totais da segunda maior montadora de automóveis em 64%, atingindo US\$ 1,13 bilhões no trimestre.

Dennis Kelly, presidente da Chrysler do Brasil, que está empreendendo uma agressiva expansão no País, liderada por uma nova fábrica de picapes no valor de US\$ 315 milhões, disse duvidar que a Chrysler sofra prejuízos no longo prazo. "É difícil avaliar o

efeito no longo prazo com precisão, mas estamos comprometidos com o Brasil". Ele disse acreditar que, de alguma forma, a Chrysler estará protegida, pois seus veículos destinam-se a consumidores brasileiros de alta renda.

Outras multinacionais reiteraram o apoio ao duro plano de cortes do governo.

Os mentores da política brasileira "estão adotando medidas duras para mostrar aos investidores que o Plano Real vai permanecer no lugar e os brasileiros sabem como apertar o cinto", diz Ron Boring, vice-presidente da AirTouch Communications Inc., com sede em São Francisco, que está participando das licitações para várias concessões de telefonia celular no Brasil. "Isso indica que eles são responsáveis pela condução da economia a longo prazo".

Na quarta-feira, a despeito da forte venda — por preço baixo, para encorajar a compra no mercado de ações brasileiro —, ao menos uma multinacional anun-

ciou planos de expansão no País: A PPG Industries, com sede em Pittsburgh, adquiriu os 20% que ainda não possuía de uma empresa de revestimento de autopeças.

Mas, se a crise persistir, poderá

prejudicar multinacionais americanas, particularmente as que dependem de atividades ou artigos supérfluos, como viagens. A Walt Disney World abriu um escritório em São Paulo no ano passado para atender os brasileiros que agora gastam mais per capita (US\$ 153,00 ao dia) do que qualquer outra nacionalidade que visite a Disney World de Orlando, no Estado da Flórida.

As medidas de austeridade, que incluem a duplicação da taxa de juros e um aumento enorme na taxa de embarque aéreo para vôos internacionais, poderão acabar com o boom de viagens brasileiro. Clement Connolly, diretor de Marketing Internacional do escritório da Walt Disney em São Paulo, diz que a clientela mais abastada da Disney, que geralmente paga à vista, provavelmente aceitará as mudanças feitas até agora sem muitos problemas.

PLANO É
CONSIDERADO
UM REMÉDIO
AMARGO