

FELIZ ANO NOVO

Flávia Filipini
Da equipe do **Correio**

Quando a contagem regressiva dos dez últimos segundos deste mês chegar ao final, alguns empresários brasileiros vão brindar 1999 como um ano de realizações e prosperidade. Crise? Eles não sabem o que é isso. Ignoram a recessão anunciada, dando gargalhadas das previsões pessimistas de muitos economistas. O momento atual, para eles, é de tomar fôlego para aumentar investimentos e colher lucros nos próximos doze meses.

O empresário Luiz Carlos Garcia, dono da Poliedro Informática, Consultoria e Serviços, por exemplo, sequer pronuncia a palavra crise. Ele substitui as cinco letrinhas mais escritas, lidas e pronunciadas nos últimos meses pela palavra transição. "Feliz 1999. Será um ano maravilhoso para mim e para quem mais quiser", provoca o mineiro de 48 anos, empresário em Brasília desde 1986 e dono de uma bagagem intelectual invejável: três cursos superiores (Administração de Empresas, Ciências Contábeis e Economia) e mais três pós-graduações, inclusive fora do País, em Administração de Empresas.

Para ele, é tudo uma questão de postura. Só pensamento positivo não vai encher o bolso ou dar emprego para ninguém. Mas sem o otimismo, nem o mínimo será feito. "Se cada um fizer sua parte, vamos crescer como nunca no próximo ano. Temos que alimentar o espírito cívico que nos une em alguns momentos, como na Copa do Mundo. Essa fase de transição é a nossa nova Copa", prega.

INFORMATICA

A Poliedro surgiu da experiência de Garcia — e mais dois sócios — em consultoria organizacional. A atuação unicamente como consultoria, porém, foi por pouco tempo. Dois anos depois de fundar a empresa, Garcia, já sem os sócios, sentiu a necessidade da utilização da informática para a solução dos problemas de seus clientes.

Hoje a Poliedro produz *software* para empresas e atua também na área educacional, com um centro de treinamento. Tem ainda um centro de pesquisa e desenvolvimento que trabalha em parceria com universidades e outras grandes entidades, como a Fundação Getúlio Vargas.

Garcia estabeleceu como meta para 1999 aumentar o faturamento em 15%. Isso representará, daqui a doze meses, cerca de R\$ 4,5 milhões a mais na conta bancária da Poliedro, que este ano faturou em torno de R\$ 30 milhões. Mas é bem provável que o crescimento previsto seja ainda maior. A superação de metas na Poliedro é tradicional. O aumento esperado este ano era de 14%, mas ao comparar os números de dezembro de 1997 com os deste mês percebe-se uma evolução de 23% — com o faturamento saltando de R\$ 22 milhões para R\$ 30 milhões.

No ano que vem, Garcia tentará repetir o feito direcionando os investimentos para dois projetos prioritá-



Xavier: "A crise existe para quem fica parado. Aprendi que também é saudável mexer em time que está ganhando. Temos que inventar, que criar

rios: diversificar e exportar seus produtos. Todo o primeiro semestre será dedicado ao estudo da produção de *software* para usuários. Hoje os produtos desenvolvidos pela Poliedro servem, por exemplo, para seus clientes administrarem e controlarem os Recursos Humanos das empresas (cadastro de funcionários, recrutamento e seleção etc). Desenvolvendo programas para qualquer usuário de computador, a Poliedro aumentará seu universo de clientes de uma forma incalculável. "Esperamos iniciar a comercialização desses novos produtos no segundo semestre", diz Garcia.

EXPORTAÇÕES

O projeto de exportar também está em andamento. Hoje as embalagens dos *software* da Poliedro já trazem informações em mais dois idiomas (inglês e espanhol). Apesar de ter recebido nos últimos meses missões de empresários chineses e italianos, o direcionamento da empresa será prioritariamente o Mercosul. "Vamos estreitar os laços de amizade com nossos vizinhos", afirma o empresário.

Garcia pretende também ampliar

os intercâmbios com entidades de pesquisa em 1999. Tanto esse projeto, como o de exportar e o de diversificar produtos, formam as metas "básicas" para o próximo ano. A empresa, porém, ainda estuda a adoção de outras medidas, com o objetivo de aumentar o faturamento. "Dezembro é um mês de balanço. Muitos outros projetos estão sendo avaliados e podem ser adotados."

Dezembro também é mês de avaliações e de estudos de projetos para o empresário Luiz Xavier Pinto, dono das 22 lojas Sol Tintas no Distrito Federal. Os instrumentos que farão seu faturamento aumentar em R\$ 4 milhões no próximo ano — um crescimento de 20% sobre os R\$ 20 milhões registrados este ano — não foram totalmente definidos. A prioridade, porém, está estabelecida: investir no atendimento.

Logo em janeiro, Luiz Xavier vai inaugurar o serviço de telemarketing de sua empresa. O esperado crescimento nas vendas virá dos consumidores que estão dispostos a gastar, mas não querem ou não podem se deslocar até as lojas. "Acredito que a filosofia de uma empresa tem que ser a de oferecer tudo o que pode a

seu cliente. Ele é nosso chefe e merece o melhor em qualidade, quantidade e conforto. Quem não pensa assim, não vai sobreviver por muito tempo", diz o empresário.

Para seguir à risca essa linha, Luiz Xavier está qualificando ao máximo o serviço que vai oferecer. Os profissionais que trabalharão no telemarketing estão fazendo cursos oferecidos pelos fabricantes de tintas sobre os produtos que vão vender. Na hora de atender a um cliente, eles terão que ser capazes de, além de vender, saber orientar os consumidores sobre a compra. "Só quem entende de tinta é especialista. Então eles terão de ser especialistas para orientar meu cliente sobre a quantidade ou a tinta certa para o lugar certo", explica Xavier.

Só no primeiro momento, a criação do serviço de telemarketing irá aumentar em cerca de 5% o quadro de funcionários da empresa, que hoje emprega perto de 200 pessoas. "Não é muito, mas é a minha parte. A crise existe para quem fica parado. Aprendi que é saudável mexer em time que está ganhando. Temos que inventar, que criar."

Os exemplos de empresas locais

que olham o novo ano como um ano de crescimento não se restringe a Poliedro e Sol Tintas. A Só Frango Produtos Alimentícios, maior produtora de frangos abatidos no DF, engrossa a fila dos otimistas, pretendendo dobrar em 1999 sua produção semanal, que hoje é de 500 mil aves.

A empresa está investindo R\$ 7 milhões na compra de novos equipamentos e na ampliação da estrutura física para atingir a meta de um milhão de frangos abatidos por semana. Pretende, também, ampliar sua participação nos mercados do DF e Entorno, Goiás, Bahia e Minas Gerais.

A primeira fase do projeto é triplicar a quantidade de produtos industrializados, que hoje representam apenas 5% da produção total da empresa. A inclusão de novos produtos, como os cortes nobres (asas, coxas, peito e filé) do Master Plus, um frango de maior porte que o tradicional, será iniciada no final deste mês.

Também é projeto da empresa fazer exportações em 1999. A Só Frango, que faturou R\$ 57 milhões em 1997, negocia com a francesa Doux — maior exportadora de frango da Europa — uma parceria para entrar nos mercados da África e da Ásia.