

# Refripar usa crise para ampliar sua fatia

Curitiba — A Refrigeração Paraná S/A (Refripar) que produz a marca Prosdócimo e detém 60% do mercado brasileiro de congeladores e 10% dos refrigeradores, pretende, agora, conquistar uma faixa dos 10% deixados pela saída da General Eletric do Mercado. A Refripar concorre com a Brastemp e a Cônsul no Brasil.

Segundo o gerente administrativo, Protázio Filla, a empresa conseguiu diminuir, e até eliminar, a sua dependência de recursos onerosos e espera manter esta independência para se adaptar mais facilmente às condições do mercado interno. "Estamos tentando trabalhar apenas com recursos próprios para não ter que arcar com as altas taxas de juros do mercado", afirma ele.

## Investimentos

A Refripar pretende investir, a médio prazo, aproximadamente 4 milhões de dólares em aumento de linha de produção. Não tem previsão para lançar nenhum produto novo no mercado. Foi pioneiro, em meados do ano passado, no lançamento da "Dropsgelo", a primeira fábrica de gelo nacional. É uma máquina que fabrica 50 quilos de gelo em 24 horas, ideal para hotéis, restaurantes, bares e boates. Para fabricá-la a Refripar associou-se à Interrefrigeracione, de Lugano, na Suíça. O capital é formado com 75% da empresa paranaense, tendo a Interrefrigeraciones fornecido o restante e a tecnologia. O produto foi lançado durante um congres-

so de hotelaria, realizado em Camboriú. A Dropsgelo fabrica drops transparentes e uniformes de gelo, através da aspersão e não da sedimentação, como é fabricado normalmente. Este processo impede a formação de ar no interior do cubo, permitindo maior cristalinidade. O sistema é composto por serpentinhas de cobre intercaladas e refrigeradas por um gás que dá contato térmico para a formação de gelo. Foram recebidos pedidos até de uma companhia de navegação do Amazonas, que pretende utilizar a Dropsgelo em seus navios, segundo informações da Refripar.

A Refripar oferece assistência técnica em todo o Brasil através das 250 lojas da Prosdócimo espalhadas no país. Atualmente a Refripar está exportando para o Chile, Paraguai e Bolívia e já tem contratos com a Argentina e Uruguai, além de outros países da América Latina.

Segundo fontes da empresa, o preço da máquina tende a ser o menor entre os similares comercializados no Brasil porque a tecnologia permite um baixo custo de produção. Além disso a empresa optou pela venda através da mala direta, evitando o aumento do preço por parte do vendedor. Além do lançamento da Dropsgelo, a Refrigeração Paraná investiu ano passado Cr\$ 22 milhões numa campanha de marketing para ensinar às donas-de-casas das grandes cidades a congelarem os alimentos, para aumentar a demanda dos freezers nos próximos

anos. A primeira parte da campanha começou com a inauguração dos freezers das escolas culinárias domésticas em São Paulo em junho do ano passado, depois estendidas a outras capitais, com oito cursos de congelamento por dia. A segunda, foi o lançamento do livro "Cozinha para seu congelador", com 50 mil exemplares contendo 150 receitas, à venda em todo o país.

## Campanha

"Podemos dizer hoje que a campanha está obtendo os resultados que esperavamo", afirma o gerente administrativo, Protázio Filla. Os freezers para uso doméstico são fabricados desde 1967 pela Refripar. Somente a partir de 1981, fatores como a alta taxa de inflação; a campanha do Governo pela poupança interna e a crescente opção de trabalho fora de casa, para a mulher, influíram para a realização desta campanha, que vem mostrando as vantagens dos alimentos congelados no cardápio diário.

A Refripar, que concorre com a Metalfrio (SP) e a Reubli (SP) na fabricação de freezers no Brasil, por acreditar nas características do mercado consumidor brasileiro, modificou a partir de 1978 a sua linha de produção de máquinas de lavar e geladeiras Prosdócimo passando a investir maciçamente nos freezers. Hoje, 40% da produção da empresa são de freezers, com a produção em torno de 30 mil unidades/mês.