

Refripar cresce este ano. Para 90, expectativa discreta.

Depois de investir quase US\$ 100 milhões na expansão de suas unidades industriais nos últimos dois anos, o Grupo Refripar, com sede em Curitiba, tem expectativas discretas para o desempenho do mercado na linha branca, no próximo ano. Sérgio Prosdócimo, presidente do grupo, diz que “a empresa chega aos 40 anos com boa saúde mas o faturamento de 90 deverá repetir o deste ano, em função da nova conjuntura política”.

A Refripar — que tem 25% do mercado nacional de refrigeradores e 45% de **freezers** — deve faturar, este ano, perto de US\$ 550 milhões, com um crescimento de 15% a 20% em relação ao ano passado. Mas não espera reproduzir este desempenho em 1990. “Tudo vai depender do novo go-

verno”, diz Prosdócimo, que não considera imprescindível a tomada de medidas recessivas pelo novo governo.

Prosdócimo explica que a empresa está aproveitando este momento de cautela natural para reavaliar sua posição no mercado e definir uma estratégia. Um dos objetivos mercadológicos, para o futuro, será recuperar a posição de líder absoluto no mercado de **freezers**, perdido nos últimos anos, num recuo tático necessário para cobrir os custos representados pela compra da Climax. No mercado de refrigeradores, os números mostram uma queda real nas vendas. De acordo com os dados da Refripar, em 1980 foram vendidos cerca de 2 milhões de unidades e, este ano, o balanço deverá fechar em 1,9 milhão.