

Resultado líquido da Brahma cresce 20%

35

RIO — O setor de cerveja fechou 1991 com crescimento próximo de 8% em relação a 1990, que por sua vez também havia apresentado expansão. A Companhia Cervejaria Brahma, dona de 52,5% do mercado, colocou 3 bilhões de litros da bebida nos copos dos consumidores e está disposta a aumentar essa quantidade nos próximos anos, sem se preocupar com a recessão.

O diretor de marketing da empresa, Magim Rodrigues Jr., afirma que o programa de investimentos da Brahma para 1992 e 1993, de US\$ 500 milhões, é praticamente à prova de revisões. "Se cada vez que houver dificuldades a indústria desligar as turbinas, na hora em que a economia estiver pronta para crescer vai demorar a conseguir decolar".

Para garantir as vendas, a Brahma está disposta, este ano, a corrigir seus preços sempre um ponto porcentual abaixo da inflação do mês an-

terior. Magim acredita que seus fornecedores vão aderir a esse projeto.

Segundo Magim, a fábrica de Jacareí, em São Paulo, até 1993 será triplicada e se transformará na maior da América Latina, com capacidade para produzir 800 milhões de litros de cerveja. Será, também, construída uma fábrica nova em Lages (Santa Catarina).

A estratégia observada em 1991, de vender no inverno a preços mais baixos, continuará sendo seguida, pois foi a responsável pelo fato de a Brahma ter vencido o ano trabalhando a plena capacidade, quando a expectativa era de que nos meses de frio haveria uma queda de 20% nas vendas.

Embora, segundo Magim, a empresa só tenha logrado recuperar preços a partir de outubro, seu balanço mostrou crescimento de 20% no lucro líquido, que foi de cerca de US\$ 90 milhões, contra os US\$ 70 milhões de 1990.