

Apesar da crise que inibe o crescimento econômico do país, algumas empresas de elite da produção brasileira registram lucros espetaculares e ganham espaço no competitivo mercado global

Fôlego inabalável

VICENTE NUNES

DA EQUIPE DO CORREIO

O resultado desanimador da economia no primeiro trimestre do ano, quando Produto Interno Bruto (PIB) encolheu 0,1% em relação aos últimos três meses de 2002, poderia ter sido pior não fosse um grupo de empresas, que, sem fazer alarde, aumenta o faturamento, registra lucros espetaculares e — melhor — está ampliando a oferta de empregos. Chamadas de elite da produção brasileira, as companhias atuam nos mais diversos setores da economia. Capitalizadas, muito bem administradas e com estratégias comerciais ambiciosas, sobretudo nas exportações, algumas delas estão se tornando gigantes no mundo cada vez mais globalizado e competitivo.

“É impressionante como o Brasil real ainda consegue render frutos tão saudáveis”, diz Carlos

Antônio Magalhães, vice-presidente da Associação Brasileira dos Analistas do Mercado de Capitais (Abamec). Segundo ele, esse time de empresas de primeiro mundo é até extenso. “Só que eu me lembre de imediato, a lista inclui, Ambev, Vale do Rio Doce, Souza Cruz, Weg Motores, Eternit, Fras-le, Randon, Marcopolo, Gerdau, Fosfértil e Embraer.”

Magalhães sabe do que fala. Líder no mercado brasileiro de pastilhas de freio para automóveis, a Fras-le, com sede em Caxias do Sul (RS), é dona de 30% do mercado de peças de fricção para veículos pesados comerciais (ônibus e caminhões) fabricados nos Estados Unidos. No segmento de reposição dessas peças, a participação no mercado norte-americano é de 15%. “Os EUA são, no entanto, um dos mais de 70 países nos quais estamos presentes”, diz o diretor-superintendente da Fras-le, Erino Tonon. Em relação ao primeiro trimestre do ano pas-

sado, a empresa quase triplicou o lucro líquido, de R\$ 3,248 bilhões para R\$ 8,301 bilhões.

Resultado impressionante

Na Marcopolo, também com sede em Caxias do Sul, os resultados são ainda mais impressionantes. A empresa saiu de um prejuízo de R\$ 16,3 milhões no primeiro trimestre de 2002, para um lucro líquido de R\$ 20,4 milhões em igual período deste ano.

“Felizmente, a Marcopolo tem tomado decisões estratégicas importantes — a maioria delas acertadas”, afirma o diretor Corporativo da companhia, Carlos Zignane. Na última semana, ele cravou sua assinatura num contrato de US\$ 6 milhões, pelo qual a empresa vai exportar, até agosto, 150 carrocerias de ônibus para Riad, a capital da Arábia Saudita.

Zignane conta que, para fugir da estagnação do mercado brasileiro — há mais de dez anos, a frota de ônibus continua a mes-

ma —, a Marcopolo abriu unidades de produção no México, para se aproveitar do Nafta, o mercado comum da América do Norte; na Colômbia, para disputar o mercado Andino; em Portugal, para invadir o mercado europeu; e na África do Sul. “Com essas fábricas, usamos mão-de-obra local e nos livramos de muitos impostos”, afirma. Nos últimos cinco anos, o faturamento da Marcopolo, maior fabricante de carrocerias de ônibus da América Latina, passou de R\$ 443,7 mi-

lhões para R\$ 1,481 bilhão.

Presidente da siderúrgica Gerdau, Jorge Gerdau Johannpeter atribui o sucesso da empresa — com fábricas no Canadá, Chile, Argentina, EUA e Uruguai — à qualidade de seus produtos e à política conservadora de endividamento. “Jamais tomamos dívidas além do que as empresas do grupo podem suportar”, diz. Ape-

nas no mês de março, a Gerdau produziu mais de um milhão de toneladas de aço, quantia que, há 21 anos, a empresa levava um ano para tirar de seus fornos. Nos primeiros três meses do ano, a Gerdau registrou lucro líquido de R\$ 287 milhões, com um incremento de 129,2% frente a igual período de 2002.

