



Os novos gigantes

Fernando Ladeira

O ICON, índice que reúne empresas do setor de consumo, atingiu a menor cotação do ano no início de março. Desde então, o índice não para de subir, valorizando cerca de 80% até outubro. O valor de mercado das empresas que o compõem, de aproximadamente R\$ 220 bilhões, representou 13,78% do Ibovespa em setembro e tende a crescer mais. Também não é para menos! Fazem parte da tribo as novas gigantes do consumo, entre elas AmBev, BRFoods, JBS Friboi, o Grupo Pão de Açúcar e Lojas Americanas, que acumulam participação próxima de 55% do ICON. O ponto que une essas empresas é uma estratégia ousada de aquisições e fusões, processo cada vez mais comum entre companhias de todos os setores.

Miguel José Ribeiro de Oliveira, vice-presidente da Anefac (Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade), diz que essa é uma tendência do mundo globalizado. □ Com a união, elas ficam mais fortes para sobreviver no mercado. Separadas, ficam enfraquecidas□, afirma. Ele diz, ainda, que quem sai ganhando com isso é o acionista, uma vez que, assim, a empresa terá maior poder de barganha e mais facilidade para acesso ao crédito, além de reduzir custos.

Entre as empresas deste grupo, destaque para aquelas ligadas ao ramo alimentício. Apenas neste ano, foram formadas algumas gigantes de importância tanto no mercado doméstico quanto no mercado global. Com a união entre Sadia e Perdigão, originou-se a BRFoods, terceira maior exportadora do País. E ela está bem cotada no exterior. Entre os acionistas minoritários, a participação estrangeira, com 33,4% do capital social, é apenas 0,5% menor que a dos investidores domésticos. Outra empresa do ramo, o Grupo Pão de Açúcar adquiriu a Ponto Frio em junho deste ano, tornando-se a maior empresa do varejo brasileiro. Apenas dois meses após a aquisição, suas ações valorizaram 25%. A Marfrig, por outro lado, com uma tática agressiva de expansão, adquiriu 37 empresas em três anos. Suas ações comportam-se com grande volatilidade. Em junho de 2008 atingiu a máxima de R\$ 23,60 e, logo em seguida, a mínima de R\$ 6,25 em fevereiro de 2009. Hoje ela opera próxima ao nível pré-crise. No entanto, não faz parte do Ibovespa.

O mais novo gigante - O grande nome do ano, porém, é JBS Friboi. Com a aquisição da Pilgrim's e a associação com a Bertin, em setembro deste ano, além de outras 26 aquisições nos últimos dez anos, ele tornou-se o segundo maior grupo privado do País, atrás apenas da mineradora Vale. □ As aquisições só foram possíveis graças ao financiamento do BNDES. E, enquanto houver financiamento, elas continuarão acontecendo. Apesar de que o espaço para crescer está se reduzindo□, afirma Oliveira. Duas semanas após os negócios com a Pilgrim's e com a Bertin, a empresa já valorizava 15% na Bolsa. E apesar de seu tamanho ter aumentado significativamente, sua participação no Ibovespa ainda é pequena perto de empresas cujas receitas são menores. Para se ter ideia, no pregão de 14 de outubro, enquanto a representação da JBS no Índice era de 0,71%, da Lojas Americanas era de 0,96% e da Lojas Renner, de 0,88%. A tendência, porém, é de que essa participação aumente. □ Inevitavelmente a empresa irá se capitalizar na Bolsa, pois precisa de mais recursos para investir□, explica Oliveira.

De setembro de 2008, quando a crise financeira eclodiu, até o início de outubro deste ano, as ações da JBS valorizaram 41%, enquanto o Ibovespa apreciou apenas 9,6%. □ As ações podem subir por euforia do mercado, mas, em algum momento, ela pode cair□, alerta Assaf, diretor do **Instituto Assaf** e professor da Fipecafi (Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis,

Atuariais e Financeiras). Para ele, a empresa mostrou nos últimos anos que possui grande potencial e boa reserva de caixa, entretanto, ainda não esclareceu como administrará todo esse império. □O objetivo dela agora é tomar conta dos negócios. No futuro, porém, a tendência é continuar crescendo□, complementa Assaf.

A maior do consumo □ Outra empresa que, literalmente, cai no gosto dos brasileiros é a Ambev. Trata-se da maior corporação nacional do ramo de bebidas e da maior indústria privada de bens de consumo do País, com 31 marcas no mercado interno e externo. Em 2004, após acordo com a Interbrew, criou-se a InBev, cervejaria de posição destacada no mundo. Assim, com uma administração sólida e um plano de metas bem definido, a AmBev não sabe o que é crise. Quando, no segundo semestre do ano passado a tendência para a maioria das empresas era perder dinheiro, suas ações valorizavam 12% e, o Ibovespa, caía 36,5%. Neste ano, os ganhos acumulados já estão próximos dos 60% e a tendência é continuar em alta.

Promessa - Por fim, há ainda um grande número de empresas do setor que são promissoras, como Lojas Renner, B2W, Natura e Souza Cruz. Entre elas, vale destacar Lojas Americanas. □Talvez ela venha a ser uma nova AmBev□, diz Assaf. Ele explica que a companhia possui metas parecidas com a da empresa de bebidas, planejando crescer e tornar-se uma empresa global. Para isso, acertou a compra da BWU, empresa detentora da marca Blockbuster no País, e entrou no setor do comércio eletrônico com a fusão entre a americanas.com e a submarino, dando origem à B2W. Com valor de mercado próximo aos R\$ 7 bilhões, a empresa já valorizou mais de 90% no ano. Mas vale destacar que, diferentemente da AmBev, ela ainda não consegue passar ileso por crises. Com o turbilhão financeiro de 2008, suas ações desvalorizaram de tal modo que, em março de 2009, atingiram o menor preço em quatro anos.

Assim, em um cenário cada vez mais competitivo, as novas gigantes do consumo exercem papel fundamental para colocar o Brasil entre os países com grande potencial de desenvolvimento. E quem sai ganhando é o investidor.



Digital Assessoria
Comunicação Integrada