

Alpargatas Argentina agora é brasileira

Marianna Aragão

São Paulo Alpargatas passa a deter 60% das ações de sua ex-matriz

A São Paulo Alpargatas, dona da marca Havaianas, concretizou ontem a compra da sua homônima na Argentina. A Comisión Nacional de Defensa de la Competencia da Argentina (CNDC), órgão de defesa da concorrência, aprovou a aquisição de 60,17% do capital da Alpargatas Argentina pelo grupo brasileiro, anunciada há um ano. A CNDC condicionou o negócio à obrigação da empresa brasileira de se desfazer, em um prazo de 24 meses, da marca Pampero, que fabrica uniformes e bombachas.

Com a compra da matriz por sua ex-filial, surge uma nova companhia, com receita conjunta de R\$ 2,1 bilhões em 2007 e produção anual de 250 milhões de pares de calçados. A Alpargatas foi fundada na Argentina em 1885 e, 19 anos depois, abriu filial no Brasil. Na década de 80, a operação brasileira foi adquirida por um consórcio de empresas nacionais, liderado pelo Grupo Camargo Corrêa.

"Agora que temos o controle de fato e de direito, vamos trabalhar para criar uma empresa binacional e crescer a passos largos na América Latina", diz o diretor-presidente da Alpargatas, Márcio Utsch. Segundo ele, a integração vai trazer ganhos de produtividade e sinergias administrativa e comercial. O executivo acredita que, apesar da crise financeira, a empresa deverá ter crescimento nas vendas este ano em relação a 2007.

A Havaianas, responsável por metade do faturamento da empresa, é a aposta para enfrentar um possível esfriamento do consumo. "É um produto cujos preços vão de R\$ 5 a R\$ 1 mil. Se a pessoa não pode comprar a sandália que queria, leva a de valor um pouco menor", diz o executivo. Porém, a crise já fez a empresa se movimentar. Alguns produtos "de entrada" da linha de artigos esportivos (que responde pela outra metade do faturamento) tiveram seus preços reduzidos. "Queremos absorver novos consumidores", diz Utsch.

Ele afirma que a empresa não enfrenta os efeitos da restrição do crédito nem problemas de caixa. "Nosso balanço está saudável. Sempre trabalhamos com uma estrutura de capital conservadora."

SÍMBOLO

A Alpargatas Argentina tem 33% do mercado de calçados no país, com a marca esportiva Topper. Símbolo por excelência do setor têxtil argentino, possui dez fábricas, uma das quais no Uruguai.

Fonte: O Estado de S.Paulo, São Paulo, 25 out. 2008, Economia & Negócios, p. B17.