**Aquisições estão no radar da maioria dos CEOs no Brasil**

*Adriana Mattos*

*Aumenta número de transações feitas por companhias dos Bric*

Meses atrás, ao avaliar a proposta de compra de seus ativos, feita pela Kraft, a Cadbury não poupou críticas a sua potencial compradora. Classificou a oferta de "ridícula" e disse "não entender" o valor oferecido, de US$ 16,4 bilhões, considerado muito baixo. Aproveitou para relembrar o mercado sobre a lista de companhias interessadas na empresa. Ferrero Rocher e Hershey também estavam na disputa. Duas semanas após a reação nada delicada da Cadbury, a Kraft aumentou a proposta em US$ 3 bilhões e ficou com a empresa. Ali estava evidente que essas grandes empresas, que estão na ponta vendedora, ocupam novamente uma posição de vantagem e destaque, algo recuperado passado o pior da crise global.

Essa tendência agora pode ser comprovada por um levantamento da auditora americana Ernst & Young obtido pelo Valor. O documento mostra que foram desembolsados US$ 54,3 bilhões em transações nos segmentos de consumo de janeiro a junho de 2010. O montante é 118% superior ao apurado no mesmo período de 2009.

O volume médio de cada operação atingiu US$ 330 milhões no primeiro semestre deste ano. É mais que o dobro do verificado no ano passado e o maior valor dos últimos cinco anos. São apenas transações ocorridas entre empresas dos segmentos de bebidas, alimentos, produtos para casa, cuidados pessoais e fumo.

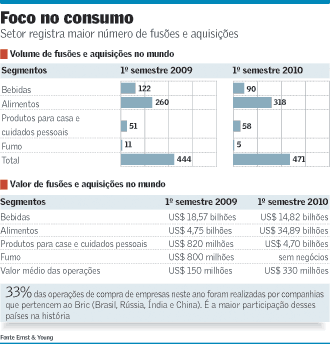
Pelas contas da Ernst & Young, foram 471 transações em seis meses - 78 por mês, contra a média de 74 negócios mensais no primeiro semestre de 2009. "Nós estamos recuperando a confiança perdida", resumiu em relatório o chefe de transações na área de consumo da Ernst & Young, David Murray. "E essa confiança tem relação direta com o montante de negociações lideradas pelos mercados emergentes", completa Viktor Andrade, gerente da área de transações da companhia no Brasil.

Segundo ele, um terço das operações de compra (em valor) de empresas no mundo este ano foram lideradas por companhias sediadas nos países que integram o Bric (Brasil, Rússia, Índia e China). É a maior taxa da pesquisa. Não há uma avaliação apenas do Brasil, mas há um dado confirma o destaque do país nessa análise.

Para tentar verificar quem serão os líderes de um novo movimento de transações, a auditoria perguntou a 800 executivos no mundo como esperam crescer nos próximos seis meses. "No Brasil, 63% das companhias querem se expandir por meio de aquisições. No mundo, essa taxa está em 47%", afirma Andrade. No ano passado, tanto no Brasil como no resto do mundo, o índice estava em 24%.

Na corrida pelos melhores negócios, os valores mais salgados das operações em 2010 refletem uma inflação de demanda gerada pelo aumento na procura por ativos considerados vitais pelos compradores. Merece destaque o fato de que entram nessa cesta as empresas de médio porte, de atuação regional, localizadas apenas em seu país de origem, e com alto potencial de crescimento.

No grupo das grandes companhias, a Unilever no país colocou a sua área de atomatados à venda no Brasil e a americana Heinz teria interesse. No varejo, a compra do site de comércio Sack's pelo grupo de marcas de luxo LVMH deixou evidente o maior interesse pelos ativos virtuais no Brasil. "Tínhamos outros interessados. Era uma questão só de escolha", diz Alexandre Icaza, diretor da Albatroz Participações, acionista da Sack's



**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 3 ago. 2010, Empresas, p. B6.**