Mundial investe no varejo dos EUA
Sérgio Bueno

Plano é vender alicates e esmaltes em shopping centers a consumidor latino

A Mundial, fabricante de produtos de consumo, vai investir no varejo americano. Em dois anos, planeja abrir 25 quiosques próprios em shopping centers nos Estados Unidos para vender itens como alicates para cutículas e unhas, tesouras e esmaltes. Em cinco anos, a meta é ter 100 lojas no país, com prioridade para as regiões com população latina, diz o diretor superintendente Michael Ceitlin.

Conforme o executivo, as cinco primeiras unidades foram inauguradas em outubro e novembro do ano passado em shoppings nas cidades de Miami e Fort Lauderdale, na Flórida. "Queremos introduzir nossa marca nos EUA com produtos de valor agregado e preços similares aos dos concorrentes locais", explica Ceitlin, que já investiu US$ 500 mil no início da operação americana.

A Mundial detém ainda as marcas Hércules, Eberle, Syllent e Impala e parte do seu portfólio de produtos é adquirida de fabricantes da China, Coreia e Índia por intermédio de uma subsidiária em Hong Kong. Os itens enviados para os Estados Unidos, entretanto, são produzidos pela própria empresa em Gravataí (RS) e Guarulhos (SP).

A empresa optou pelas lojas próprias porque não tem distribuidores no segmento de cuidados pessoais nos EUA. "Jamais faremos isso onde já estamos presentes nos canais tradicionais como farmácias, supermercados e perfumarias", explica Ceitlin. Por causa disso, o modelo não será replicado em países como Brasil e Argentina, mas poderá ser expandido para México e Canadá, por exemplo.

O executivo não revela as projeções de faturamento com a operação americana, mas explica que ela vai contribuir com o crescimento estimado de até 25% em 2011 nas exportações globais, incluindo as vendas diretas a partir de Hong Kong, para cerca de R$ 35 milhões. No ano passado, ainda sem comprar produtos de cuidados pessoais da Mundial, os EUA responderam por 16% das receitas da empresa no exterior.

A Mundial prevê aumento de 12,1% na receita líquida consolidada neste ano, para R$ 410 milhões. Em 2011 a empresa também retomou as vendas de utilidades domésticas como copos, porcelanas e objetos de decoração, adquiridas de fornecedores asiáticos. A produção dessas linhas no Brasil havia sido suspensa em 2003, já por conta da valorização do real. Os investimentos em aumento de capacidade programados para 2011 somam R$ 20 milhões, ante R$ 15 milhões em 2010.

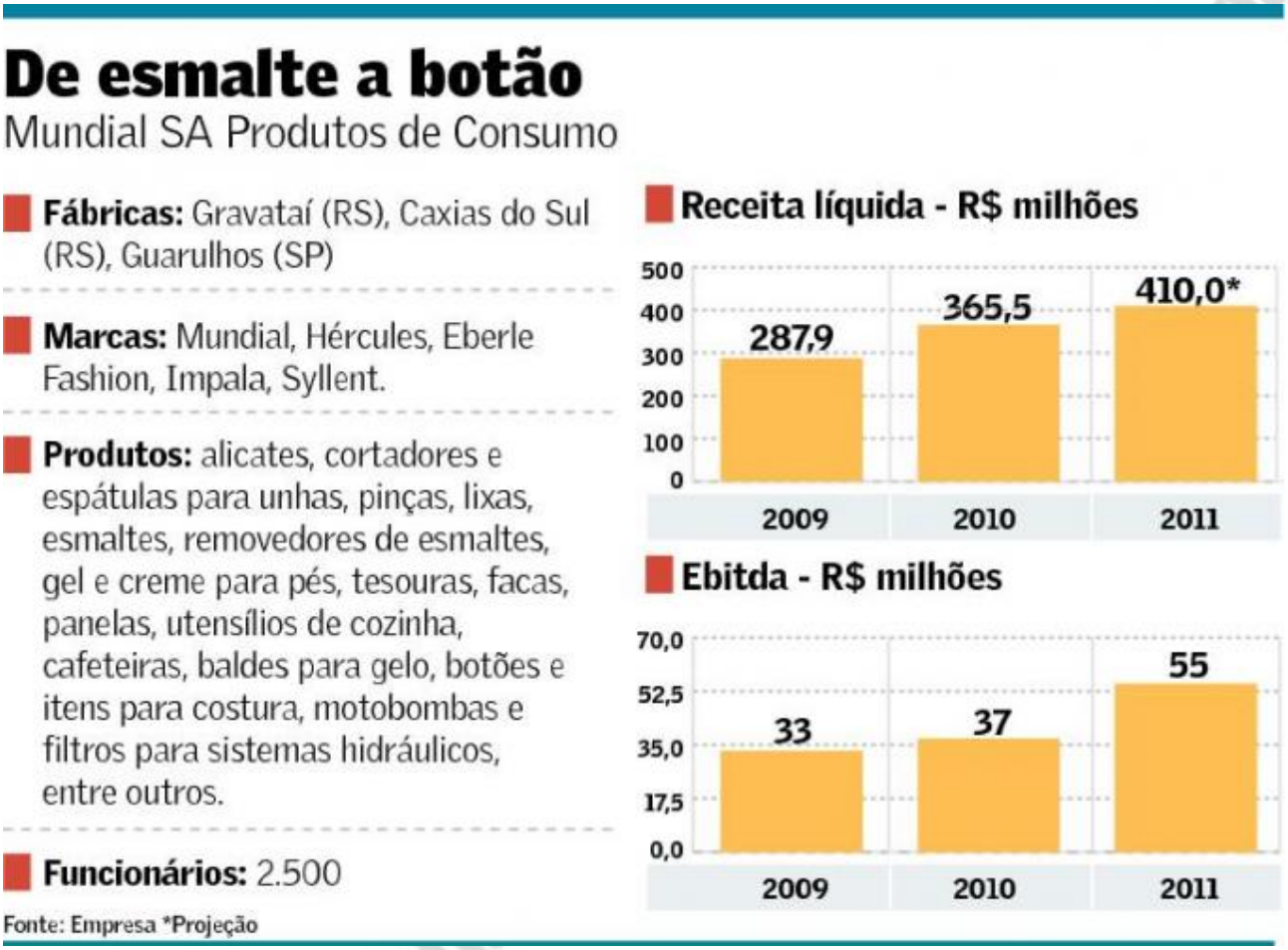
No primeiro trimestre as vendas cresceram de 5% a 10% sobre o mesmo período de 2010 no segmento de produtos de consumo (que inclui os artigos de cuidados pessoais, além de talheres e baixelas), um pouco abaixo do projetado, admite o executivo. "O varejo estava segurando as compras porque tinha estoques elevados, mas em abril a situação está voltando ao normal". Na linha de componentes decorativos para confecções (botões, ilhoses, fivelas e enfeites) os negócios estão acima das previsões iniciais.

No ano passado a receita líquida consolidada da companhia cresceu 27%, para R$ 365,5 milhões. O segmento de produtos de consumo contribuiu com R$ 162,4 milhões (alta de 48%) e o de componentes decorativos, com R$ 176 milhões (expansão de 10%). As demais linhas, incluindo motobombas hidráulicas, somaram R$ 27 milhões, também com 10% de crescimento. O lucro líquido atingiu R$ 10,9 milhões, ante um prejuízo de R$ 16,6 milhões em 2009.

As dívidas fiscais e tributárias da companhia foram reduzidas em R$ 50 milhões no ano passado, para R$ 444,9 milhões, a maior parte inscrita em programas de parcelamento estaduais e federais de longo prazo. O endividamento financeiro soma R$ 174,4 milhões, sendo 94% no curto prazo. Conforme Ceitlin, a Mundial ainda dispõe de quatro imóveis não

operacionais no Rio Grande do Sul, disponíveis para venda, que poderão render R$ 70 milhões para abatimento das dívidas e uso como capital de giro.

Na semana passada a empresa anunciou a intenção de aderir ao Nível 1 de governança corporativa da Bovespa e promover um desdobramento de ações à razão de quatro novos títulos para cada um existente hoje. As duas propostas serão examinadas na próxima assembleia geral de acionistas, ainda sem dada marcada.



Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 11 abr. 2011, Empresas, p. B1.

A utilização deste artigo