



CONTABILIDADE

em pauta

COMO SE NÃO HOUVESSE O AMANHÃ

*Prof. Washington Silas Degraf**

As transformações ocorridas nos últimos anos não têm precedentes em momento algum da história das empresas. O crescimento que levava anos para acontecer, hoje os investidores e executivos querem que ocorra de forma instantânea. Na busca de crescimento rápido, envolvem movimentos de consolidação dentro dos setores objetivando ganhos de escala, e conseqüentemente, melhora dos índices de rentabilidade que acabam por impulsionar as empresas a agir como se não houvesse o amanhã.

Podemos observar em todo mundo essas movimentações formando bolhas que se inflam e explodem de forma muito rápida, levando empresas construídas com anos de luta e de trabalho ao desaparecimento, através de gestões arriscadas e temerárias, ou mesmo através de fraudes contábeis. No Brasil esse movimento surge no crescimento desenfreado e, porque não dizer, sem sustentabilidade, de empresas e setores econômicos.

Empresas do ramo da construção civil, prevendo um futuro repleto de oportunidades, abriram seu capital, captaram recursos atraindo investidores prometendo aos mesmos ganhos enormes, imediatos e eternos. Mas para cumprir essas metas necessitavam de mais, muito mais. Correram atrás de financiamentos, aumentando sua dependência de capitais de terceiros e elevando seus índices de endividamento para patamares perigosos. Pois bem, nada é eterno, era apenas imediato e passageiro. Seus sonhos não se traduziram em resultados e seu valor de mercado despencou levando todos os ganhos obtidos no inflar da bolha.

O Grupo Hypermarcas, comandado pelo Midas João Alves de Queiroz Filho, que transformava produtos talibãs em líderes de categorias, construiu a Arisco. De uma simples empresa em Goiás que produzia temperos de sal e alho, construiu um

** Professor nos cursos de Graduação das Faculdades Santa Cruz, Bacharel em Ciências Contábeis e Pós Graduado em Administração de Marketing, com mais de trinta anos de atuação profissional em empresas de Varejo.*

império colocando a marca Arisco em diversas frentes. O sucesso foi tão grande que vendeu a empresa no auge para o grupo Bestfoods, que controlava a Refinações de Milho Brasil, um dos seus principais concorrentes, que em seguida foi adquirida pela gigante Unilever. Pois bem, em sua volta ao mercado, iniciou sua trajetória através da linha de produtos de limpeza, tendo a Assolan como carro chefe. Prometendo o mesmo sucesso obtido na Arisco, abriu seu capital e atraiu investidores. Iniciou sua saga de aquisições de inúmeras marcas, até então adormecidas, e com investimentos elevados em marketing iniciou a formação de um novo império, que passou a ser chamado de Hypermarchas. O crescimento foi tão grande, indo de produtos de limpeza para higiene pessoal, remédios que dispensam prescrição médica e alimentos.

Claro que com esta variedade, tentando liderar diversos mercados, a empresa se perdeu e não conseguiu traduzir em números os objetivos iniciais, tendo fechado com prejuízo o exercício de 2011. Com isso, iniciou um processo de reestruturação vendendo suas unidades de limpeza e de alimentos, incluindo aí a Assolan, a marca com a qual iniciou essa nova fase.

O que se pode ver é a chamada sede ao pote, a busca de ganhos enormes, imediatos e eternos, que como também se viu, foi algo apenas imediato e passageiro.

Recentemente, vimos o tombo causado pela OGX, do mega empresário Eike Batista, o grande fenômeno empresarial brasileiro e apontado como um grande visionário que do nada se tornou o homem mais rico do Brasil, e um dos mais ricos do mundo. Utilizando o X como sua marca, traduzindo a multiplicação, Eike se lançou em diversas áreas de negócios, sendo alavancado por investidores ávidos por fazer fortuna. A OGX, empresa criada para a exploração de petróleo na camada pré-sal, se capitalizou e surgiu como uma empresa destinada a ser uma nova Petrobrás. Em seu primeiro teste, prometeu muito e entregou pouco, o que decepcionou o mercado, causando uma queda de mais de 40% em apenas dois dias neste início de semestre. Novamente, o mercado esperou ganhos enormes, imediatos e eternos, o que não ocorreu.

Os exemplos podem ir mais longe, como o que envolveu a Laep, do empresário Marcus Elias, que adquiriu o que sobrou da Parmalat e chamou investidores com a promessa de ressuscitar a marca e trazê-la de volta aos seus bons tempos de domínio de mercado. Ao invés de inocentes bichinhos de pelúcia, os investidores se depararam com monstros dilapidadores de capital, que fizeram seus recursos praticamente desaparecerem.

Enfim, empresas são apenas empresas. Possuem suas limitações e seus

passos devem ser cautelosos, firmes, porém seguros. Todas as movimentações ousadas têm se mostrado extremamente arriscadas e perigosas, colocando em jogo a existência de uma empresa, ou pelo menos aquilo que ganhou com suas estratégias iniciais. É difícil acreditar na formação de impérios de forma tão rápida, e principalmente quando surgem de processos de alavancagem.

A alavancagem é sim uma poderosa ferramenta para complementar e não para fundamentar um crescimento. A história nos ensina, através de inúmeras empresas, que o crescimento só se dá pela perfeita gestão de uma atividade e não pelo jogo. Percebe-se uma diferença enorme de gestão ao analisarmos histórias de grupos como Votorantin, Gerdau, Marcopolo, Weg, Pão de Açúcar entre tantos outros, que tiveram seu crescimento de forma gradual, e porque não dizer lento, quando comparados aos fenômenos que surgem baseados em alavancagem.

Como já foi analisado, a alavancagem é necessária sim, para complementar uma estratégia de longo prazo e não para criar um império que em sua quase totalidade tem seu horizonte restrito ao curto prazo, esquecendo que a vida continua depois de amanhã.

"O informativo **CONTABILIDADE EM PAUTA** é um espaço destinado a divulgação das idéias e produção acadêmicas dos professores, alunos e ex-alunos do Curso de Ciências Contábeis das Faculdades Integradas Santa Cruz de Curitiba. Cada artigo, ou opinião, é de responsabilidade dos autores e as ideias nele inseridos, não necessariamente, refletem o pensamento do curso. O objetivo deste espaço é fomentar debates sobre assuntos relacionados a contabilidade e finanças."