



Leasing financia programas
de crescimento e de ganhos
de eficiência de empresas de
tamanhos e segmentos distintos

Pág. 4

Tam, Nestlé, Merck, Regina, Itatiaia e Supermercado Central
Por que elas fazem leasing

Neste número

Pág. 3 **MERCADO**
Toyota planeja oferecer
leasing operacional

Pág. 6 **ENTREVISTA**
Concessionário Mercedes
fala sobre o setor

Pág. 8 **ESTATÍSTICAS**
Os números do leasing
de setembro e outubro

Avanços estratégicos

Os números de outubro do leasing já dão alguns sinais de recuperação. O ano tem sido difícil, mas, ao menos, os níveis de negócios parecem ter-se estabilizado, prontos para voltar a crescer; e o leasing vem avançando em setores estrategicamente importantes e se consolidando como instrumento de desenvolvimento da economia.

Empresas modernas, setores avançados e regiões dinâmicas não abrem mão do arrendamento para ganhar eficiência ou financiar seu crescimento. Alguns exemplos são mostrados nesta edição – Nestlé, Merck, TAM, Regina e Supermercado Central, as duas últimas do interior paulista. São companhias de todos os tamanhos e segmentos, mas que encontraram no leasing uma ferramenta que combina com o seu pioneirismo e liderança.

Para as empresas, o leasing representa uma forma de crédito vital, porque evita a imobilização de capital, é um instrumento de grande flexibilidade para um ambiente de mercado que exige constante renovação e possibilita um planejamento financeiro de longo prazo adequado, com alguns benefícios do ponto de vista fiscal.

O leasing operacional, reconhecidamente de grande potencial, sustenta uma alta entre as diversas modalidades de arrendamento, tendo fechado o mês de outubro com uma parcela de 0,7% do valor imobilizado. As linhas Finame Leasing apresentam resultado ainda melhor. No acumulado do ano até outubro, o crescimento é de 73,95% em relação ao mesmo período do ano passado. O número total de contratos também vem registrando aumentos desde setembro.

Estamos confiantes de que os números dos próximos meses mostrarão o fim das incertezas que acompanharam o período eleitoral, indicando uma retomada da confiança e dos negócios. Apesar das dificuldades internacionais e da recuperação ainda pequena no cenário interno, estamos preparados para crescer em 2003, especialmente nos setores estratégicos para a economia brasileira.



Antônio Borna,
presidente da Abel

*Leasing cresce
como instrumento
de apoio à produção
nas empresas mais
competitivas*

Expediente



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DAS EMPRESAS DE LEASING

Acesse o site da Abel
www.leasingabel.com.br

Leasing é uma publicação bimestral da Associação Brasileira das Empresas de Leasing – ABEL.
Presidente: Antônio Borna **Vice-Presidente:** Rafael Euclides de Campos Cardoso
Diretor Secretário: Vicente Rimoli Neto **Diretor Tesoureiro:** Carlos Eduardo Teixeira Pinheiro
Diretores: Antônio Francisco de Lima Neto, Fernando Otávio Richter Guedes, Marco Ambrogio Crespi Bonomi, Osmar Roncolato Pinho, Rubens Bution, Carlos Tafla (Diretor Executivo)

Coordenação Editorial: SP4 Comunicação Corporativa **Edição:** Ricardo Gualda
Revisão: Carla Mello Moreira **Projeto Gráfico e Diagramação:** Adesign **Produção Gráfica:** Signorini

Para solicitar exemplares deste boletim, ligue para (11) 3104 4846.

Banco Toyota se inspira em modelo canadense

Quer uma referência para medir o potencial do leasing operacional no Brasil? A população do Estado de São Paulo é praticamente igual à do Canadá, mas o número de veículos vendidos no Brasil inteiro quase empata com o do Canadá. Outra? Cerca de 50% dos carros naquele país são arrendados pelo leasing operacional e 50% pelo financeiro e outras linhas de crédito (Crédito Direto ao Consumidor).

Debruçado sobre essas e outras estatísticas e orientado para o modelo de leasing operacional adotado pela Toyota Credit Canada, um grupo de executivos da Toyota Leasing retomou os estudos sobre a viabilidade de estruturar o produto no Brasil. Com foco em pessoas física e jurídica, se as variáveis de risco se confirmarem aceitáveis, informou David Cunha, CIO da Toyota Leasing, em reunião da Comissão de Produtos da Abel, no dia 11/11, no InterContinental, no prazo de seis a oito meses, a instituição começará a operar nesse mercado agregando serviços à carteira.

Uma das variáveis de risco que mais requer atenção da equipe que está estudando o assunto no Banco Toyota, explicou Cunha, é a dificuldade de definir na contratação do leasing o valor de opção de compra do auto-

Instituição estuda variáveis de mercado para oferecer leasing financeiro

móvel. Aqui o que conta é o valor de mercado à época da opção; no Canadá, consultorias especializadas fazem avaliação prévia de acordo com uma série de variáveis, tais como depreciação pelo uso do bem, pelo lançamento por marca concorrente de similar mais avançado tecnologicamente, pela desativação da linha de produção do automóvel etc.

“O risco é considerável”, expôs Cunha. Além disso, explicou, entre outros aspectos do “Feasibility Study” desenvolvido, a prática comum do certificado de depósito, para cobrir eventuais danos do veículo, oferece maior suporte à operação no Canadá. Se o veículo voltar dentro dos parâmetros, o dinheiro é devolvido corrigido.

Porém, se as dificuldades de gestão de risco são grandes no Brasil, as oportunidades podem ser maiores ainda. Por isso, a Toyota Leasing quer competir nesse mercado. “Estamos monitorando as variáveis de risco listadas no nosso

Eduardo de Souza



Cunha avalia potencial e riscos da operação

‘Feasibility Study’ e, se se mostrarem aceitáveis, lançaremos o produto.”

Considerados de alta qualidade técnica e conteúdo abrangente, as palestras apresentadas e os debates ocorridos no encontro foram conduzidos por Edmur Ribeiro, vice-presidente do Citibank International, Edmilson Domingos, diretor da HP Financial Services, David Cunha, gerente de Informação e Tecnologia do Banco Toyota do Brasil, e Mauro Ricardo Pontes, diretor-presidente da LeasePlan. Pelo Bacen, estiveram presentes Carlos E. S. Lofrano, chefe do Denor, e os consultores do Denor Sérgio Odilon dos Anjos e Antonio F. B. de Assis.

Elas estão atrás de eficiência

De tamanhos e atividades distintas, donas de marcas de alcance nacional ou regional e trajetória marcada pelo pioneirismo, empresas como as multinacionais Nestlé e Merck Indústrias Químicas e as brasileiras TAM, Regina e Supermercado

Central, as duas últimas do interior de São Paulo, dão uma mostra da flexibilidade do uso do leasing.

Seja para ganhar eficiência ou financiar seu crescimento, implementando programas de investimento na operação, todas elas recorrem às carteiras

de leasing. Saiba, na reportagem a seguir, por que empresas tão diferentes ancoram nesse instrumento suas estratégias de planejamento de longo prazo. Veja também, na entrevista da pág. 6, como o leasing é vital para os negócios da revendedora da marca Mercedes, a Itatiaia.

TAM Tecnologia: operações que já somam US\$ 100 milhões

Divulgação



Bologna: “Só não fazemos leasing de combustível porque não há oferta”

tamentos dessas companhias. A TAM investiu US\$ 100 milhões em tecnologia nos últimos sete anos. Tudo pelo leasing. “Não imobilizamos nada em hardware, software. Computadores, sistemas de check-in, de monitoramento de área... Só pelo arrendamento”, diz Marco Antonio Bologna, vice-presidente de Finanças e Gestão da TAM.

Sobretudo num período em que a aviação sofre uma grave crise no mundo inteiro e a reação das companhias fica circunscrita à sobrevivência, o leasing é uma ferramenta das mais estratégicas. “Só não fize-

mos leasing de combustível porque ainda não inventaram essa modalidade”, diz Bologna.

As perspectivas da TAM para o ano 2003 são boas, entre outras razões porque as incertezas diminuíram. “O Lula venceu as eleições e o Brasil não acabou, não instituíram o *corralito* nem decretaram moratória; todo mundo é ajuizado na equipe, além de terem uma boa escuta para os assuntos do setor. Enfim, o pânico acabou”, afirma o executivo. Agora, diz ele, é acreditar na normalização do câmbio e na recuperação da economia.



De balcões de congelados a caixas

Uma rede de dois supermercados que serve à população de Botucatu, no interior de São Paulo, a Supermercado Central, baseou no leasing a estratégia de crescimento e de ampliação dos negócios. Com um movimento diário que soma 5 mil pessoas nas duas lojas, a rede já fez leasing

com opção de compra de equipamentos para a lanchonete, da estrutura da choperia, balcões e câmeras frigoríficas e caixas registradoras.

“Os contratos de leasing oferecem prazos mais longos de pagamento; não preciso mexer no capital de

giro”, diz Paulo Roberto Salomão, um dos sócios do Supermercado Central. Agora a rede planeja dar um novo salto, abrindo a terceira loja da rede, anuncia Salomão, com o leasing, mais uma vez, sendo a ferramenta principal de captação de recursos.

Mais eficiência à operação

Duas potências em seus ramos de atividades, alimentação e saúde, a Nestlé e a Merck mantêm frotas de automóveis que servem à diretoria e ao pessoal de vendas. São mais de 500 veículos, no caso da multinacional suíça, e de 200 da alemã. Todos eles arrendados.

“Desativamos a frota própria pelas vantagens fiscais e operacionais oferecidas pela carteira de leasing”, diz Robert Landecker, diretor financeiro da Merck. Há seis meses,

o laboratório, presente em 55 países, incluindo o Brasil, fechou um contrato de leasing operacional que agrega prestação de serviços administrativos e de manutenção de frotas.

Pelas mesmas razões, a Nestlé, depois de estudar, durante dois anos, as características do leasing, decidiu seguir o mesmo caminho. “Administrar frota não é o *core business* da empresa”, diz Rinaldo Natri, gerente de Tesouraria da Nestlé.

Dona de um faturamento de R\$ 5,7 bilhões, 25 fábricas, e com mais de 12 mil pontos-de-venda diretos, a Nestlé produz anualmente 1,3 milhão de toneladas de alimentos. Atinge mais de 5.500 municípios Brasil afora. Os carros da frota contratada pela Nestlé rodam no País inteiro. A administração operacional desses veículos, agora, é bem mais simples. “Terminou o contrato, entrego o carro e renovo a frota”, explica o diretor.



Renovação regular das máquinas

Quem já organizou festinhas de aniversário de criança dificilmente esquece a marca Regina impressa nas embalagens de forminhas de brigadeiro, pratinhos, garfinhos... O que talvez surpreenda é que esses artigos de festa saem às toneladas de máquinas instaladas numa fábrica de 54 mil metros quadrados em Presidente Prudente, interior de São Paulo, e chegam a mais de 12 mil pontos-de-venda no País inteiro.

Do comércio de botões e chupetas, no armazém inaugurado em 1971, até os dias atuais, a Regina ganhou estatura. A fábrica começou a operar em 1980. Sua produção anual, atualmente, é de impressionar: 1,741 bilhão de forminhas de papel, mais de 5 milhões de unidades de papel de bala, 15,5 bilhões de

pratos e bandejas laminadas e 19,5 milhões de guardanapos. Seu faturamento, em 2001, bateu na casa dos R\$ 70 milhões. Cerca de 2% do resultado vem das exportações para os EUA, Caribe, Peru, Venezuela, Porto Rico e Angola.

Parte desse sucesso é creditado ao estilo arrojado de administrar de Luiz Henrique Pereira de Almeida, que está no comando da Regina. As máquinas e equipamentos da fábrica são de última geração, porque são renovados regularmente, e essa estratégia, afirma o executivo que cuida das finanças da Regina, José Carlos Coelho, está fortemente apoiada nas operações de leasing.

“Operamos com carteira de leasing desde 1990 para arrendamento de máquinas (corte de papelão, para

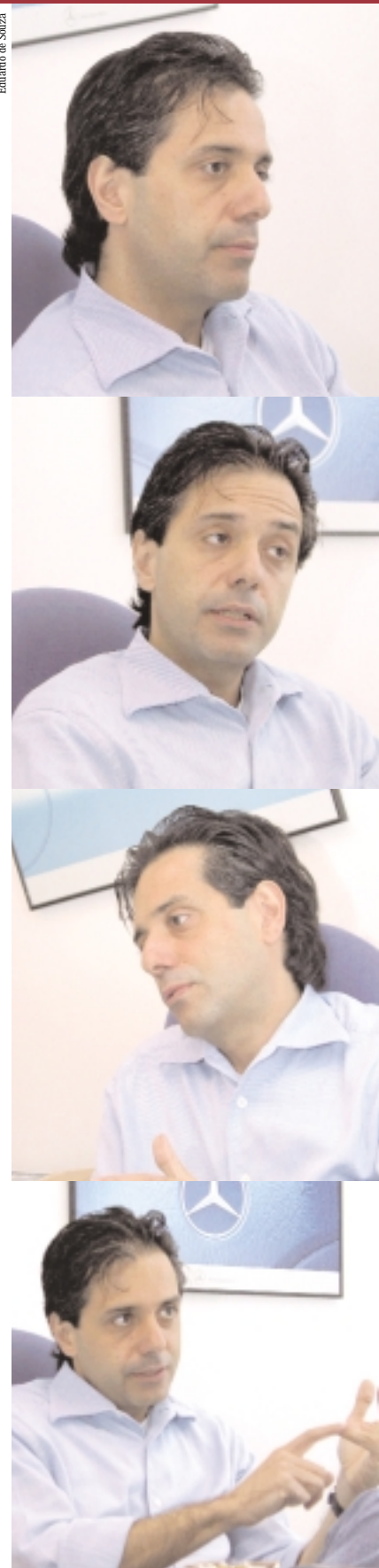
Coelho: “leasing é um importante aliado na política de modernização”



moldar bandejas e pratinhos, empilhadeiras), paletes, notebooks, frotas de carros”, diz Coelho. O leasing é um importante aliado na política de renovação da indústria, porque os valores são lançados como despesas e não há imobilização de capital”, explica Coelho.

“Sem o leasing quase não há vendas de caminhões”

Eduardo de Souza



O setor de veículos comerciais gira em torno do leasing, conforme mostra o dono da revenda Itatiaia, Cássio Raul Saddi. Cerca de 80% das vendas de sua concessionária de caminhões são feitas pelo arrendamento

O empresário Cássio Raul Saddi, 43 anos, é proprietário da Itatiaia Caminhões e da Itatiaia Veículos, concessionárias Mercedes, e da Rental Truck, especializada na prestação de serviços de transporte de carga.

Nesta entrevista ao boletim “Leasing”, ele avalia o mercado de veículos e de transportes sob vários pontos de vista, já que nas concessionárias opera com o leasing como instrumento de venda e na empresa de logística, como tomador de recursos pelo leasing.

Saddi explica qual o impacto das altas dos combustíveis e do dólar, que afetam os preços dos componentes importados e das commodities, para o negócio das revendas.

Das vendas de caminhões e utilitários Mercedes, cujos preços giram em torno de R\$ 95 mil (caminhão modelo L1620), os clientes da Itatiaia fazem arrendamento, numa média histórica, em 80% dos casos. Sem essa opção, diz o empresário, o setor como um todo – de montadoras a transportadoras – sofreria sérias conseqüências. Mesmo nas vendas de carros, com preços a partir de R\$ 33 mil para o Classe A (modelo nacional) e R\$ 139 mil para o Classe C (importado), a maior parte dos compradores é pessoa física, e o leasing, também numa média histórica, cobre 60% dos negócios.

Abel – Por que os clientes preferem o leasing às outras linhas de crédito?

Cássio Saddi – As transportadoras optam pelo leasing porque a operação entra como despesa, com impacto favorável sobre o balanço. É uma alternativa interessante para evitar a imobilização do capital e permite um planejamento de escala mais adequado. Se não operássemos com o leasing, na maioria dos casos, não fecharíamos negócio. Para um bem de produção como o caminhão, o arrendamento é um instrumento muito importante de vendas, eu diria que fundamental. No caso de pessoa física, o leasing é uma opção às linhas tradicionais de crédito, com a vantagem da isenção do IOF.

Abel – O aumento do dólar afetou o setor?

Cássio Saddi – Sim, tanto de automóveis como de caminhões, pois mesmo os veículos comerciais têm muitos componentes importados ou corrigidos pelo dólar. Só o aço subiu 17% para a indústria automobilística em outubro. O repasse do câmbio até agora foi muito pequeno, o nosso dólar está fixado em R\$ 2,80. As indústrias estão absorvendo muitos aumentos, porque elas olham mais para o médio e longo prazos e estão tomando medidas muito proativas para o Brasil, às vezes até com prejuízo. A Daimler Chrysler está produzindo alguns veículos exclusivamente para exportação. A indústria tem capacidade de adequação muito grande e vem criando uma estratégia de aumentar exportações para fazer hedge sustentável.

Abel – O sr. prevê repasse do câmbio aos preços dos veículos?

Cássio Saddi – O preço dos importados deve aumentar, porque estamos falando de negócios. Por maior que seja a competência administrativa, a redução nos custos, a adequação por exportação, o dólar não deve voltar aos níveis de R\$ 2,80 e o reajuste seria inevitável. Mas isso depende muito do próximo governo.

Há uma tendência clara de procura pelo leasing operacional. O mercado é difícil e as empresas precisam se manter no core business, terceirizando a logística

Abel – E quanto ao aumento dos combustíveis?

Cássio Saddi – O aumento dos combustíveis é mais um fator de pressão. Numa transportadora bem administrada, o peso do combustível no custo variável pode chegar a uns 30%. Então, os aumentos recentes pressionam ainda mais as empresas.

Abel – Quais as tendências do setor em 2003?

Cássio Saddi – Depende da região do Brasil. Com a alta da inflação, o governo não terá muitas opções, trazendo dificuldades para os negócios. A economia deve estar mais retraída

no primeiro semestre de 2003, com exceção dos setores de exportação e agribusiness. No interior do Brasil, em regiões de agricultura e agroindústria fortes, a economia local e, portanto, a necessidade de transportes devem estar bem aquecidas. Os aumentos previstos para a safra agrícola devem criar uma demanda muito forte para caminhões.

Abel – Qual a sua experiência como arrendatário?

Cássio Saddi – Tenho uma empresa de logística, pela qual presto serviços com caminhões para embarcadores, ou seja, para as operações de distribuição de empresas. Muitas vezes, a demanda pode ser pontualmente muito grande, o que me leva a arrendar caminhões e, em consequência, fazer um planejamento fiscal correspondente. Sem o leasing, não existe meio de fornecer o serviço nesses contratos que exigem um número muito grande de caminhões.

Abel – Qual a tendência do leasing para veículos comerciais?

Cássio Saddi – Com exceção dos últimos três meses, a tendência clara do mercado é de crescimento no volume de arrendamentos. Há uma perspectiva muito interessante de desenvolvimento do leasing operacional, como nos EUA. Nesse caso, o cliente leva um caminhão, mas o contrato já inclui manutenção preventiva e corretiva, entre outros serviços. O mercado é difícil e as empresas precisam se manter no *core business*, terceirizando atividades. A tendência aí é só de crescimento.

Valor presente da carteira

Ranking	Setembro/02				Outubro/02			
	R\$ (mil)	US\$ (mil)	Contratos	Part. (%)	R\$ (mil)	US\$ (mil)	Contratos	Part. (%)
1 – Safra	1.141.804	293.154	49.728	11,0	1.131.032	310.297	49.980	11,1
2 – IBM Leasing	1.069.376	274.558	623	10,3	1.074.399	294.760	597	10,5
3 – BCN	1.002.049	257.272	16.956	9,6	981.185	269.187	14.686	9,6
4 – Itauleasing	921.645	236.629	149.414	8,8	875.972	240.322	144.465	8,6
5 – BankBoston	450.079	115.556	2.448	4,3	489.268	134.230	2.338	4,8
6 – Volkswagen	463.556	119.016	29.131	4,4	449.096	123.209	28.338	4,4
7 – Sudameris	425.629	109.279	19.316	4,1	414.214	113.639	18.320	4,1
8 – Bradesco	407.449	104.611	21.859	3,9	395.133	108.404	21.624	3,9
9 – Unibanco	411.156	105.563	19.142	3,9	394.960	108.357	18.272	3,9
10 – DaimlerChrysler	381.507	97.950	6.400	3,7	363.637	99.763	6.038	3,6
11 – BB Leasing	335.203	86.062	24.400	3,2	327.818	89.936	23.699	3,2
12 – Hewlett Packard	309.017	79.339	79.339	3,0	308.838	84.729	2.154	3,0
13 – Citibank	254.816	65.423	2.352	2,4	262.739	72.082	2.338	2,6
14 – Santander	247.570	63.563	23.301	2,4	237.078	65.042	21.714	2,3
15 – HSBC	177.923	45.681	5.203	1,7	192.142	52.714	4.893	1,9
16 – Alfa	190.662	48.952	2.834	1,8	189.397	51.961	2.607	1,9
17 – BBV Leasing	195.420	50.173	2.839	1,9	188.995	51.850	2.710	1,8
18 – Dibens	166.655	42.788	11.228	1,6	165.322	45.356	10.571	1,6
19 – Fiat Leasing	149.026	38.262	14.965	1,4	149.026	40.885	14.965	1,5 (*)
20 – Banespa	142.085	36.480	11.226	1,4	136.301	37.394	10.650	1,3
21 – Panamericano	136.169	34.961	30.891	1,3	136.169	37.358	30.891	1,3 (*)
22 – Finasa	143.541	36.854	7.004	1,4	135.453	37.161	6.627	1,3
23 – Lloyds	140.927	36.182	6.348	1,4	132.866	36.452	5.883	1,3
24 – Compaq Financial	157.577	40.457	335	1,5	122.096	33.497	319	1,2
25 – Banrisul	102.020	26.193	5.601	1,0	107.009	29.358	6.110	1,0
26 – Finaustria	96.643	24.813	10.315	0,9	102.689	28.173	8.751	1,0
27 – Cit Brasil	90.739	23.297	424	0,9	87.164	23.913	429	0,9
28 – Potenza	90.096	23.132	4.517	0,9	81.632	22.396	3.617	0,8
29 – Inter American Express	79.288	20.357	147	0,8	74.433	20.421	143	0,7
30 – Sistema	65.913	16.923	2.495	0,6	65.913	18.083	2.495	0,6 (*)
31 – BV Leasing	68.655	17.627	7.796	0,7	65.234	17.897	7.505	0,6
32 – Banco Finasa	70.854	18.191	17.222	0,7	63.225	17.346	15.463	0,6
33 – BancoCidade	47.245	12.130	1.550	0,5	44.277	12.147	1.188	0,4
34 – BMW	35.542	9.125	1.198	0,3	35.542	9.751	1.198	0,3 (*)
35 – Mercantil do Brasil	36.542	9.382	1.439	0,4	34.251	9.397	1.354	0,3
36 – GM Leasing	32.600	8.370	4.789	0,3	28.484	7.815	4.469	0,3
37 – Banestes	23.803	6.111	2.267	0,2	23.824	6.536	2.278	0,2
38 – BMC	24.659	6.331	88	0,2	23.528	6.455	83	0,2
39 – BMG	20.016	5.139	7.035	0,2	19.179	5.262	6.956	0,2
40 – Boavista	20.246	5.198	1.493	0,2	17.065	4.682	1.331	0,2
41 – Banco Guanabara	16.053	4.122	115	0,2	16.363	4.489	119	0,2
42 – BIC	16.030	4.116	103	0,2	16.030	4.398	103	0,2 (*)
43 – Industrial do Brasil	12.971	3.330	77	0,1	13.064	3.584	76	0,1
44 – Toyota	11.626	2.985	719	0,1	12.517	3.434	740	0,1
45 – Banestado	12.523	3.215	96	0,1	12.212	3.350	91	0,1
46 – Sogeral	7.389	1.897	41	0,1	7.389	2.027	41	0,1 (*)
47 – Fibra	5.339	1.371	2.227	0,1	5.339	1.465	2.227	0,1 (*)
48 – BTM Leasing	5.193	1.333	85	0,0	5.193	1.425	85	0,1 (*)
49 – BRB	3.292	845	129	0,0	3.292	903	129	0,0 (*)
50 – Zogbi	3.057	785	321	0,0	2.787	765	305	0,0
51 – LeasePlan	1.095	281	8	0,0	1.095	300	8	0,0 (*)
52 – BESC	937	241	5	0,0	937	257	5	0,0 (*)
53 – Honda	342	88	37	0,0	314	86	28	0,0
54 – BGN	32	8	2	0,0	32	9	2	0,0 (*)
55 – NorChem	26	7	7	0,0	26	7	7	0,0 (*)
56 – CCF Brasil		0		0,0		0		0,0
57 – Japan		0		0,0		0		0,0
58 – BFB		0		0,0		0		0,0
Total	10.421.607	2.675.708	532.526	100,00	10.223.175	2.804.716	512.015	100,00

(*) Refere-se ao valor do último mês informado.