

INDÚSTRIA

ELC migra produção para o interior

Mudança para Paraíba do Sul torna empresa de lacres e selos mais competitiva e aumenta o faturamento

Fábio Nascimento
do Rio

Migrar as unidades de produção para o interior do estado e aumentar o volume das exportações foi a estratégia do Grupo ELC, fabricante de selos de segurança e lacres para envelopes e malotes postais, para elevar o faturamento deste ano em comparação com o de 2001, que ficou em R\$ 26 milhões. A estimativa da direção da empresa é um crescimento de 15% este ano, além de uma expansão de 30% na produção.

“Já tínhamos uma empresa em Paraíba do Sul, a Starlock, e transferimos para lá boa parte da nossa produção, instalada até então em São Cristóvão. Primeiro, foram as unidades de envelopes e malotes. Até o fim do ano, será a de selos, que está indo aos poucos”, explica o diretor-presidente

da ELC, André de Lima Castro. O executivo diz que a idéia é transferir também para o município o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento.

Competitividade

Os motivos para a decisão do grupo foram isenção de ISS por um ano, além de desconto na compra de um terreno de 80 mil metros quadrados na cidade para a instalação da planta de produção. “Em pouco tempo, vimos nosso custo de produção reduzido à metade”, destaca Castro.

O resultado positivo teve ainda um outro fator importante: mão-de-obra local. De acordo com o diretor do grupo, os funcionários contratados na cidade – a um custo mais baixo do que o praticado no Rio de Janeiro – elevaram a produtividade. “A qualidade de vida é melhor lá.

Por exemplo: eles não perdem tempo no transporte para o trabalho e muitos usam até bicicletas. Além disso, vestem a camisa da empresa, já que são poucas as opções de emprego no interior”, analisa.

Com a redução de custos e também por conta de logística – Paraíba do Sul fica entre Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais – a ELC ganhou em competitividade, reconquistou grandes clientes e atrai novos, como Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Itaú, Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos e Casa da Moeda. “Estamos fechando contratos grandes, com margem de lucro menor. Isso só foi possível com a redução dos custos”, avalia Castro.

Exportação

Outra meta da empresa, a

curto prazo, é vender para outros países metade dos produtos – hoje, o percentual está na casa dos 30%. “Queremos elevar as exportações para 50%. Isso é uma grande vantagem, porque temos isenção de ICMS e IPI, além de receber em dólar. Com a alta da moeda americana, a participação das exportações no nosso faturamento está crescendo”.

As vendas ao exterior se dão através de empresas coligadas: duas nos Estados Unidos (Miami e na Califórnia) e na Itália (Milão). “Com esta distribuição, temos grande penetração em todos os Estados Unidos e também na Europa”, finaliza Castro, lembrando que o grupo investiu, recentemente, R\$ 1,5 milhão em novos equipamentos.

fabionascimento@gazetamercantil.com.br