

SUMÁRIO RANKINGS E DESTAQUES

Os destaques das 1.000 maiores

Os destaques das 1.000 maiores	135
Os 20 maiores crescimentos em receita líquida	136
As 20 maiores reduções em receita líquida	136
Os 20 maiores lucros líquidos	136
Os 20 maiores prejuízos líquidos	136
As 20 maiores margens líquidas	138
As 20 menores margens líquidas	138
As 20 maiores rentabilidades do PL	138
As 20 menores rentabilidades do PL	138
Os 20 maiores lucros da atividade	140
Os 20 maiores prejuízos da atividade	140
Os 20 maiores Ebitdas	140
Os 20 menores Ebitdas	140
Os 20 maiores patrimônios líquidos	142
Os 20 menores patrimônios líquidos	142
Os 20 maiores índices de liquidez corrente	142
Os 20 menores índices de liquidez corrente	142

Ranking Valor 1000

144

As maiores da área financeira

209

Os 100 maiores bancos	222
As 50 maiores de previdência e vida	244
As 50 maiores seguradoras - ramos gerais	262
As maiores seguradoras - ramo saúde	264
As maiores de capitalização	264
Os 50 maiores planos de saúde	286

As campeãs setoriais

294

Açúcar e Alcool	Santa Terezinha	296
Agropecuária	Comigo	302
Água e Saneamento	Copasa	308
Alimentos	Moinhos Anaconda	314
Bebidas e Fumo	Souza Cruz	320
Comércio Atacadista e Exterior	Arcom	326

Comércio Varejista	Lojas Cem	332
Construção e Engenharia	Multiplan	338
Eletroeletrônica	Whirlpool	344
Energia Elétrica	Enercan	350
Farmacêutica e Cosméticos	EMS	356
Mat. de Construção e Decoração	Cimpor	362
Mecânica	Atlas Schindler	368
Metalurgia e Siderurgia	CBMM	374
Mineração	Kinross Brasil	380
Papel e Celulose	Fibria	386
Petróleo e Gás	CEG	392
Química e Petroquímica	BIC Amazônia	398
Serviços Especializados	Correios	404
Serviços Médicos	Diagnósticos da América	410
Tecnologia da Informação	UOL	416
Telecomunicações	Level 3	422
Têxtil, Couro e Vestuário	Hering	428
Transportes e Logística	Triângulo do Sol	434
Veículos e Peças	Baterias Moura	440

Ranking das regiões

469

AS 50 maiores - Norte e Centro-Oeste	470
AS 50 maiores - Nordeste	472
AS 50 maiores - Sudeste	474
AS 50 maiores - Sul	476

As maiores por região

Efeito desigual no crescimento	480
--------------------------------	-----

Destaques

Norte e Centro-Oeste - Estatais dão receita, mas tiram o lucro	488
Nordeste - Petróleo e varejo ficam na ponta	492
Sudeste - Grandes influenciam o resultado	496
Sul - Alimentos e fertilizantes se destacam	500

Índice de empresas

504

Um templo do consumo constante

Receita da Multiplan com shopping centers cresce 28,8% no início de 2013

Por Paola Moura

Não é qualquer turbulência na economia que tira o sono do fundador e presidente do grupo Multiplan, José Isaac Perez. Construtor de shoppings, de edifícios corporativos, comerciais e residenciais, o empresário, que fundou seu negócio há quase 50 anos, diz que o segredo do sucesso da empresa, mesmo em tempos de crise, é ter cautela para olhar o futuro sempre com a perspectiva de longo prazo – e não tentar responder a demandas momentâneas de variações econômicas que são cíclicas.

O freio no consumo não está afetando os negócios do grupo Multiplan. Os números da empresa mostram uma trajetória ascendente. A receita líquida que havia crescido 11,9% de 2010 para 2011, no ano passado deu um salto de 42,2%, totalizando R\$ 961,9 milhões. O lucro líquido manteve a evolução de dois dígitos e cresceu 26%, para R\$ 389,4 milhões. A Multiplan está entre as 20 empresas do ranking das 1.000 maiores que se destacam no indicador de margem líquida, com 40,5%. E sua geração de caixa, medida pelo Ebtida, cresceu 35,2% em 2012 e alcançou R\$ 612,9 milhões.

No primeiro trimestre de 2013, os números da Multiplan permanecem em alta. As vendas dos shoppings da empresa crescem na faixa de 8% e o valor dos aluguéis mostra valorização de 11,4% na renegociação. Os shoppings centers da Multiplan apresentaram vendas totais de R\$ 2,5 bilhões no período. A receita, segundo Perez, é oferecer a mesma qualidade para todas as faixas de consumidores. “Temos shopping para todos os públicos, do Village Mall, na Barra da Tijuca, para as classes A e B, ao Park Shopping Campo Grande, para a classe C”, diz. “Todos têm que entregar serviços e acomodações

de qualidade.” explica. Para ele, o serviço é cada vez mais essencial para que os shoppings estejam sempre cheios. “Uma vez ouvi uma moça perguntar para a outra por que ela vinha todo dia ao BarraShopping. E a outra respondeu que era porque resolvia tudo ali”, acrescenta. O executivo recorda a evolução que houve desde o tempo em que só havia fast-food na praça de alimentação. “Hoje temos restaurantes rápidos, áreas gourmet, padarias, há oferta para todos”, diz.

Para ser capaz de gerar público, cada vez mais a Multiplan investe em empreendimentos multiuso, ou seja, com prédios comerciais, residenciais e até hotéis e centros médicos ao lado dos shoppings.

A estratégia é posicionar os empreendimentos em zonas de grande crescimento e depois gerar fluxo. Só no ano passado, a empresa abriu três shoppings – ParkShopping Campo Grande e o Village Mall, no Rio, e o Jundiaí Shopping, em São Paulo. No total foram investidos mais de R\$ 1 bilhão. Todos nascem com terrenos anexos, onde podem ser construídos novos prédios.

Neste ano, a empresa entrega outros três empreendimentos. O maior deles, com investimento de R\$ 487 milhões, será o Centro Empresarial Morumbi, em São Paulo, numa região onde a empresa já construiu outros três edifícios comerciais. São dois prédios padrão triple A com equipamentos modernos. Os outros são: Parque Shopping Maceió, seu primeiro empreendimento no Nordeste, além de duas expansões do Ribeirão Preto Shopping. O investimento nesses novos empreendimentos será de R\$ 218 milhões até o final do ano. “Nunca iniciamos a construção de um shopping sem ter 50% das lojas locadas. Porque depois, adiante, temos que abrir o shopping com uma vacância menor”, explica Perez.

José Isaac Perez:
qualidade dos
serviços deve ser
a mesma para
todos os públicos



A receita da Multiplan com shopping centers aumentou 28,8% no primeiro trimestre de 2013 sobre o mesmo período do ano passado. O Ebitda de R\$161,8 milhões é 33,7% maior do que nos primeiros três meses de 2012, enquanto a margem operacional da atividade aumentou para 76,5%.

Com estes resultados, restam poucos motivos para colocar o pé no freio. Os projetos devem aumentar a área bruta locável (ABL) em 20,2% até o fim de 2013. São cinco projetos para locação em desenvolvimento – um shopping center, três expansões e um projeto de torre comercial, resultando em uma ABL própria de 628,1 mil metros quadrados.

“Sempre compramos terrenos onde identificamos que a cidade vai crescer”, explica. Foi assim no BarraShopping, em Ribeirão Preto, ou mesmo no mais novo empreendimento no Morumbi. O terreno, segundo Perez, foi comprado há sete anos. “Sabíamos que ali seria uma expansão natural da Berrini ou da Faria Lima”, conta. A obra, cujo custo total é de R\$ 487 milhões, está sendo toda financiada com o próprio dinheiro da Multiplan.

Perez, no entanto, não descarta recorrer a empréstimos do BNDES como uma opção de financiamento. “No caso do Morumbi, não havia necessidade, porque tínhamos caixa. Mas, quando necessário, usamos o financiamento do banco.”

Hoje, a Multiplan possui vários projetos no papel, que devem sair da gaveta nos próximos dois anos. Em Porto Alegre, o Barrashopping Sul, deve ganhar um complexo de 14 torres, haverá edifícios comerciais, um centro médico, edifícios residenciais e apart hotéis. No terreno comprado do Walmart, ao lado do Village Mall, na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, Perez planeja construir um prédio comercial triple A e um hotel cinco estrelas, além de uma expansão do mall. O shopping de Maceió, em Alagoas, também já nascerá com uma previsão de receber quatro novos edifícios anexos.

Apesar de tantos empreendimentos a desenvolver, Perez diz que não se sente um empresário intempestivo ou arrojado. “Somos uma empresa cautelosa. Trabalhamos muito. Se podemos entregar R\$ 1,2 bilhão, vamos anunciar um pouco menos. Caso contrário, se entregarmos R\$ 999 milhões, o mercado vai dizer que não atingimos a meta, mas se entregarmos R\$ 1,1 bilhão, todos aplaudem”, diz.

O momento econômico mundial não assusta o empresário. O problema é que a burocracia brasileira tem um custo enorme que não é possível mensurar”, reclama. Mesmo assim, o empresário, que já teve negócios em Miami, nos EUA, e em Cascais, em Portugal, diz que o Brasil é o lugar certo para investir. “Nunca deixei de pagar um empréstimo em dia, mesmo nos piores momentos do Brasil. Passamos pela crise do petróleo, pelo confisco e pela hiperinflação e estamos aqui. Somos heróis”, conclui.

CLASSIFICAÇÃO FINAL

Pontuação obtida pelas empresas nos sete critérios

1	Multiplan*	30
2	Even*	27
3	Terracap	27
4	Helbor*	24
5	EZTEC*	24
6	Cyrela Commercial Properties*	24
7	Construtora Andrade Gutierrez*	20
8	Telemont	20
9	OAS Engenharia*	20
10	Odebrecht*	20
Média das 10 primeiras		24

Receita líquida

Classificação no setor por vendas líquidas anuais – em R\$ milhões

1	Odebrecht*	28.713,1
2	Construtora Andrade Gutierrez*	7.703,9
3	OAS Engenharia*	7.030,4
4	Cyrela Brazil Realty*	5.838,0
5	Queiroz Galvão*	4.964,3
6	Camargo Corrêa	4.782,9
7	PDG Realty*	4.358,5
8	MRV Engenharia*	4.265,9
9	Gafisa*	3.953,3
10	Brookfield Incorporações*	3.253,4
Média setorial		1.604,6

Rentabilidade

Lucro líquido sobre patrimônio líquido – em %

1	Telemont	122,7
2	Acciona Infraestructuras	81,4
3	ARM Telecom	70,1
4	MBR Construções	57,4
5	Grupo Tabocas*	49,1
6	Concessionária Porto Novo	46,6
7	OAS Engenharia*	42,7
8	Construcap*	36,3
9	Milplan Engenharia*	35,2
10	U&M Mineração e Construção*	34,6
Média setorial		6,6

Liquidez corrente

Ativo circulante sobre passivo circulante – em pontos

1	Carioca Engenharia	8,71
2	Cesbe Participações*	8,39
3	Via Engenharia*	4,59
4	Even*	4,25
5	Delta Construções	4,18
6	EZTEC*	4,05
7	JHSF Participações*	3,67
8	Marquise*	3,49
9	Direcional Engenharia*	3,38
10	Niplan	3,30
Média setorial		1,99

Peso na pontuação – 2 para crescimento sustentável, receita líquida e geração de valor; 1 para os demais critérios. Classificação em crescimento sustentável: quanto mais perto de 1, melhor. *Demonstrações contábeis consolidadas

Crescimento sustentável

Variação da receita líquida sobre variação do patrimônio líquido ajustado – em pontos

1	Even*	1.0008
2	Rodobens Engenharia*	0,9820
3	Helbor*	0,9792
4	Geosol	0,9765
5	Moura Dubeux*	0,9702
6	Mendes Júnior Trading*	0,9605
7	Grupo Pflaenge*	0,9603
8	MRV Engenharia*	0,9539
9	Niplan	1,0481
10	Construtora Andrade Gutierrez*	1,0487
Média setorial		1,1048

Geração de valor

Ebitda sobre receita líquida – em %

1	Multiplan*	63,7
2	Terracap	47,3
3	Cyrela Commercial Properties*	44,9
4	Mills	40,8
5	EZTEC*	39,0
6	Cowan*	31,7
7	JHSF Participações*	31,2
8	Emsa*	24,9
9	Helbor*	23,1
10	J. C. Gontijo*	22,2
Média setorial		9,1

Margem da atividade

Lucro da atividade sobre receita líquida – em %

1	Multiplan*	55,5
2	Terracap	43,4
3	Cyrela Commercial Properties*	42,3
4	EZTEC*	37,7
5	JHSF Participações*	29,1
6	Mills	28,4
7	Helbor*	22,2
8	J. C. Gontijo*	22,1
9	Emsa*	21,0
10	Via Empreendimentos*	21,0
Média setorial		6,3

Giro do ativo

Receita líquida sobre ativo total – em pontos

1	Telemont	4,43
2	Irmãos Passaura	3,90
3	Integral Engenharia	3,45
4	Montcalm	2,98
5	ARM Telecom	2,87
6	Leão Engenharia	2,40
7	Via Engenharia*	2,39
8	Concremat*	2,31
9	Niplan	2,22
10	Jofege	2,11
Média setorial		0,63

Recursos da poupança sustentam os financiamentos



ANA PAULA PAIVA / VALOR

A queda dos investimentos do setor público em infraestrutura, o ritmo lento de contratações das casas da primeira faixa do Minha Casa, Minha Vida II e a morosidade na concessão de licenciamentos imobiliários foram responsáveis por diminuir o ritmo de crescimento da construção civil em 2012. Para este ano, as perspectivas são um pouco melhores – com crescimento entre 3,5% e 4%.

Após um ano de acomodação no mercado, que verificou a redução de 27% nos lançamentos, segundo dados da Empresa Brasileira de Estudos do Patrimônio (Embraesp), e de um princípio de desaceleração na alta dos preços dos imóveis em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, o primeiro semestre marcou a retomada dos lançamentos imobiliários e da venda de imóveis novos. De janeiro a maio, na capital paulista, o crescimento foi de 35,7% para lançamentos e de 34,5% para venda de imóveis novos, segundo pesquisa do Sindicato da Habitação (Secovi).

O financiamento habitacional com recursos da caderneta de poupança bateu recorde no primeiro semestre de 2013. Somou R\$ 49,6 bilhões, o que representa um aumento de 34% em relação ao mesmo período de 2012.

O aquecimento do mercado imobiliário tem impacto direto no desempenho do segmento de materiais para construção. No ano passado, houve crescimento de 1,4% nas vendas, no que foi considerado um ano fraco para a Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção (Abramat), que estimava alta de 2%. No primeiro semestre de 2013, as vendas aumentaram 3,7%, ainda aquém da estimativa de uma alta de 4,5% neste ano. Atingir esta meta, segundo o presidente da associação, Walter Cover, dependerá de novos estímulos do governo para o setor da construção civil e do “aumento do ritmo das obras de infraestrutura”.

DESEMPENHO DO SETOR E DAS 1.000 MAIORES

■ Construção e Engenharia
■ Empresas do ranking das 1.000 maiores



Fonte: Valor 1000. Elaboração: Valor Data.
*Classificação em crescimento sustentável: quanto mais perto de 1, melhor