

Brasil Econômico

www.brasileconomico.com.br
mobile.brasileconomico.com.br

QUINTA-FEIRA, 21 DE JANEIRO, 2010 | ANO 2 | Nº 85 | DIRETOR RICARDO GALUPPO | DIRETOR-ADJUNTO DARCIO OLIVEIRA | R\$ 3,00

Expansão MyBrand, especializada na construção de marcas, irá se instalar no Brasil, diz **João Frade**. → P36

Varejo Pão de Açúcar e Carrefour anunciam investimentos de R\$ 7,5 bilhões no país. → P30 E 48

Tecnologia Britânica Logica sai em busca de novas oportunidades no mercado brasileiro. → P32

Saldo de 995 mil empregos em 2009 fica abaixo da meta oficial

Expectativa era a criação de 1 milhão de postos de trabalho, mas desemprego em dezembro cresceu mais que o esperado

A retomada na geração de empregos foi mais a partir de agosto de 2009 levava a supor que a meta do governo poderia ser superada. No último mês do ano, no en-

tanto, foram fechadas 415,1 mil vagas, devido a demissões de empregados temporários e à lenta recuperação do complexo automotivo. Com isso, o resultado

de 2009 foi o pior desde 2003. Para este ano, as expectativas continuam otimistas. O Ministério do Trabalho e Emprego estima 2 milhões de novos postos. → P4

→ A fim de evitar um "apagão" na construção civil, o Senai capacitará 60 mil trabalhadores este ano.

Henrique Manreza

Amanco vai às compras pela liderança no Brasil

Fabricante de tubos e conexões planeja comprar empresas menores para ganhar espaço no mercado brasileiro.

Marise Barroso, presidente da Amanco, diz que ideia é adotar postura mais agressiva em 2010. Para o ano, estão programados investimentos de R\$ 200 milhões para dobrar a capacidade de fábricas. → P26



Petróleo em alta com retomada no consumo

Mesmo com a perspectiva de valorização do dólar, analistas veem a cotação do petróleo em Nova York fechar o ano em US\$ 85 graças à retomada de demanda. Para o investidor, é uma chance de ganhar cerca de 10% sobre a cotação atual. → P38

▲ Dólar Ptax (R\$/US\$)	1,7846	1,7854
▲ Dólar Comercial (R\$/US\$)	1,7910	1,7930
▼ Euro (R\$/€)	2,5173	2,5186
▼ Euro (US\$/€)	1,4106	1,4107
▲ Peso Argentino (R\$/\$)	0,4694	0,4701
■ Selic (meta/efetiva % a.a.)	8,75	8,65
▼ Bovespa (var.%/pontos)	-2,44	68.200,07
▼ Dow Jones (var.%/pontos)	-1,14	10.603,15
▼ Nasdaq (var.%/pontos)	-1,26	2.291,25
▼ FTSE 100 (var.%/pontos)	-1,67	5.420,80
▼ S&P 500 (var.%/pontos)	-1,06	1.138,04
▼ Hang Seng (var.%/pontos)	-1,81	21.286,17

Marcopolo rumo ao Oriente Médio

Mais de uma década depois de ter iniciado o processo de internacionalização, fabricante de carrocerias reorganiza plano de ação no exterior com abertura de uma unidade no Egito e fechamento de bases em Portugal e na Rússia. De acordo com o CEO, José Rubens De La Rosa, a Índia continua sendo o ponto estratégico fora do país. → P22

Eletrobrás projeta hidrelétricas no Peru atraída por custos menores

Gasto com uma usina em território peruano é menor que o necessário para um projeto similar no Brasil. A constatação fica mais evidente no momento em que os países trabalham pela interconexão energética. → P10



Um banco especializado em cada setor da economia. O parceiro certo para sua empresa.

Expertise no mercado nacional e internacional, atendimento exclusivo e a maior rede de agências do País. Tenha à disposição uma equipe de profissionais capacitados para propor as soluções mais adequadas às necessidades da sua empresa.

bb.com.br/empresarial

BANCO DA SUA EMPRESA

SAC 0800 729 0722 – Ouvidoria BB 0800 729 5678
Deficiente Auditivo ou de Fala 0800 729 0088

NESTA EDIÇÃO



Em alta

Divulgação



Marcopolo roda rumo a novos mercados externos

Com 13 anos de atuação no exterior e, desde 2005, presente na Ásia, onde a operação é mais concentrada na Índia, a fabricante de carrocerias de ônibus de Caxias do Sul (RS) reorientou sua estratégia no mercado internacional desativando as bases na Rússia e em Portugal e estreando no Egito. Em 2010, a expectativa é de produzir 9,8 mil unidades fora do Brasil, em torno de 60% desse total na Índia. A unidade no Egito estreia em abril e tem a finalidade de reconquistar o mercado do Oriente Médio. A empresa gaúcha também tem planos para atuar nas ex-repúblicas soviéticas do Leste. ➔ P22

Eletrobrás vai ao Peru atrás de energia mais barata

A diferença de custos, de quase um terço a menos do que se gasta no Brasil, levou a estatal brasileira a olhar com mais atenção a geração hídrica no Peru, onde deverá iniciar a construção de uma usina no próximo ano e tem quatro outras em estudos. O projeto mais adiantado é o de Inambari, que deverá custar perto de US\$ 4 bilhões para uma capacidade de geração de 2 mil megawatts (MW). Edgar Félix de Oliveira, superintendente de operação no exterior da Eletrobrás, explica que a energia será exportada para o Brasil, após atender a demanda peruana. Uma linha de transmissão Peru-Brasil também está nos planos da empresa. ➔ P10

Henrique Manreza



Sylvania tem planos bem claros para triplicar a receita

Especializada em iluminação e sob controle da indiana Havells há três anos, a empresa, que atua no Brasil desde 1947, investirá US\$ 30 milhões até 2012 com a meta de triplicar o faturamento e chegar a US\$ 130 milhões. "Faremos tudo o que for possível para acelerar o crescimento no Brasil, com todo o lucro sendo investido na estrutura própria", revela o indiano **Anil Gupta**, diretor-geral da Havells Sylvania. A estratégia para isso envolve maior presença no varejo, em projetos de infraestrutura e venda de lâmpadas de menor consumo de energia. Uma joint venture ou mesmo aquisição também estão nos planos para 2010. ➔ P24

Henrique Manreza



Amanco quer deixar de ser a segunda

Comprar empresas menores e aglutinar valor de mercado para tomar a liderança da Tigre, são os planos da companhia este ano, diz a presidente **Marise Barroso**. ➔ P26

Empresas voltam a investir no exterior

Pelos cálculos do Departamento Econômico do Banco Central, a saída líquida (remessas menos ingressos) deve chegar a US\$ 5 bilhões até o fim do ano. ➔ P12

Rodoanel deve ficar concluído até 2014

Governo paulista se esforça para manter o cronograma das obras dos ramais sul e leste, em pleno ano eleitoral. O trecho oeste já está em operação. ➔ P14

Divulgação



Energia gerada a partir do biogás

Produtores rurais que utilizam o combustível obtido de dejetos de animais como fonte de geração poderão comercializar a eletricidade excedente. ➔ P18

Bahia reconstrói o estádio da Copa

Será assinado hoje o contrato entre o governo baiano e o consórcio Odebrecht/OAS para reconstruir o Fonte Nova, em Salvador, que será demolido e reerguido. ➔ P20

Philips inova com as lâmpadas LED

Os novos produtos estarão no mercado nos próximos meses. A linha Econic tem duração de 25 mil horas, com baixo consumo de energia e deve custar R\$ 100,00. ➔ P25

Pão de Açúcar investe R\$ 5 bilhões

Os recursos serão aplicados na abertura de 300 lojas e aquisição de terrenos, em logística e em tecnologia. Somente este ano, serão inauguradas 100 lojas. ➔ P30

Grupos de varejo apostam no Brasil

Grandes redes como a americana Walmart e as francesas Carrefour e Casino colocam o país em evidência nas previsões de faturamento em 2010. ➔ P30

Flavio Moraes/AE



Desfile na SPFW não garante retorno

Custo de uma apresentação é de, no mínimo, R\$ 200 mil. Paralelamente aos desfiles, mais de 2 mil marcas de luxo apresentam suas coleções a compradores. ➔ P34

Lógica busca receita fora da Europa

Energia, finanças, telecomunicações e manufatura são as áreas de interesse da empresa inglesa de serviços de TI que escolheu o Brasil como primeira opção não europeia. ➔ P32

Acesso ao nytimes.com será pago

New York Times busca receita para compensar retração de anunciantes e queda na circulação. O acesso continuará gratuito para assinantes da versão impressa. ➔ P33

Preço do petróleo desafia analistas

Projeções para o preço do barril WTI, referência no mercado de Nova York oscilam de um pico de US\$ 100 para o mínimo de US\$ 65 no final do ano. ➔ P38

O Top 5 do Relatório Focus do BC

Responsáveis pela pesquisa do Banco Central, divulgada toda segunda-feira, escolhem os economistas que mais acertaram nas projeções no decorrer do ano. ➔ P38

Henrique Manreza

A FRASE

“O Brasil descuidou do tratamento de sua imagem”

João Frade, presidente da MyBrand, consultoria portuguesa de marcas que prepara a entrada no país, alertando que nada foi feito para trabalhar a nova imagem que o mundo tem do Brasil. “O crescimento da economia e até a exposição do presidente Lula ajudam a melhorar a percepção do país”, diz.



EMPRESAS

CRÍQUETE

Google transmite pela primeira vez evento esportivo pelo YouTube

O YouTube vai estreiar na transmissão de eventos esportivos. Os fãs de críquete poderão acompanhar on-line a terceira temporada da Premier League, torneio indiano da modalidade. Todas as 60 partidas do torneio, que começa em 12 de março, serão transmitidas com um atraso de cinco minutos do programa de televisão. O Google tem direitos exclusivos de transmissão dos jogos por dois anos.



Alberto César Araujo

BOM DESEMPENHO

Turistas estrangeiros gastaram US\$ 5,3 bilhões no Brasil em 2009

Segundo dados divulgados ontem pelo Banco Central, foi obtido em 2009 o segundo melhor índice do turismo estrangeiro no país, avaliado desde a década de 1940. Em primeiro lugar está o resultado de 2008, que foi 8% maior, com US\$ 5,78 bilhões. Apesar disso, o resultado do ano passado, de US\$ 5,3 bilhões, foi considerado satisfatório, porque o turismo internacional sofreu com os efeitos da crise econômica.

MyBrand desembarca no Brasil

Consultor português que participou da criação das marcas Oi e Vivo vê oportunidade na internacionalização

Ruy Barata Neto

rneto@brasileconomico.com.br

A MyBrand, consultoria portuguesa especializada na construção de marcas, quer entrar no Brasil ainda neste semestre. O projeto é abrir escritório em São Paulo e formar uma equipe mista de portugueses e brasileiros. O presidente da companhia, João Frade, planeja iniciar visitas a uma série de possíveis clientes nacionais a partir de março. Somente depois disso pensará no tamanho da operação no país. Faz parte do plano de Frade destacar sua experiência na criação de marcas conhecidas como Oi e Vivo.

A empresa, hoje com 63 funcionários, iniciou o processo de expansão no fim do ano passado. Em dezembro, Frade abriu escritório em Luanda, capital de Angola, na África, e agora chega ao Brasil.

O principal interesse da consultoria está na conquista de clientes que devem iniciar projetos de internacionalização como resultado do crescimento de suas economias. “No caso do Brasil, achamos que muitas empresas brasileiras irão procurar se firmar em mercados internacionais e queremos aproveitar essa oportunidade”, afirma Frade.

O executivo acredita que durante muitos anos, pelo próprio tamanho do mercado interno, as companhias brasileiras estiveram muito voltadas para dentro do país. O cenário começou a mudar no ano passado, com a exposição que a imagem do Brasil ganhou no mundo.

Na avaliação de Frade, o potencial do Brasil é maior quando comparado aos outros países do Bric, acrônimo criado em 2003 para definir ao grupo de países de economias emergentes – Brasil, Rússia, Índia e China. “O Bric mais organizado até aqui é o Brasil”, diz Frade. “É um país mais aberto e já tem marcas constituídas”. Para ele, a China também está neste caminho, mas os brasileiros não podem deixar passar esse momento para estar na liderança.

Marca Brasil

Frade avalia que ainda falta ao país um trabalho centralizado em torno da marca país no mundo. Para ele, durante muito



Henrique Manreza

Frade: “O Lula é uma grande marca”

“

O Brasil descuidou de sua imagem

João Frade,
presidente da MyBrand

tempo as referências do Brasil foram futebol, carnaval e crime que só contribuíram para desvalorizar a marca Brasil. Mas até aqui nada foi feito para trabalhar a nova percepção que o mundo tem do país. “O Brasil descuidou de sua imagem”.

De fato nos últimos anos, o esforço de algumas marcas privadas no exterior, entre elas Havaianas, o crescimento da economia brasileira, e até a exposição do presidente Lula ajudaram a melhorar a percepção do país. “A eleição de Lula foi um exemplo de democracia dado ao mundo”, diz.

Hoje a marca Brasil não é

consensual. Há setores em que a identificação pode ser positiva para uma empresa privada, mas existem outros em que o efeito é contrário. A moda é exemplo positivo, porém em tecnologia o país não é conhecido, e isso precisa ser trabalhado.

Em 1992, Frade fez parte da equipe do Instituto de Comércio Externo de Portugal (Icep), que elaborou o primeiro esforço centralizado do país em torno da promoção da marca Portugal no mundo. “O trabalho foi fundamental para a ajudar na expansão das empresas portuguesas que muito cedo tiveram que ir ao exterior”, afirma Frade. ■



Solução para jovem

Criação da marca Oi sinalizou a substituição do nome Telemar

Quando o grupo Telemar decidiu criar uma marca eminentemente jovem, coube a João Frade comandar o trabalho. Na época, Frade respondia pelas operações da Wolff Olins, especializada em marcas, em Portugal, Espanha e América Latina. O processo de criação foi rápido e logo recebeu aprovação. Com o sucesso um dos executivos comentou acertadamente: “

“Logo, isso aqui tudo vai virar Oi”



Energia positiva

Proposta para a Vivo falava de universalidade

A criação da marca Vivo também passou pelas mãos de Frade. O trabalho começou na Wolff Olins e foi concluído pela MyBrand. A ideia central estava na frase: “play full energy”, interpretada como “energia positiva”. “Era como nós percebíamos o Brasil”, diz. O conceito era de criar uma rede Vivo onde todos falavam com todos. Essa universalidade da marca foi representada no boneco, atemporal e sem sexo.

“Nunca conheci um brasileiro pessimista”