

FATO RELEVANTE



por Clayton Netz
com Denise Ramiro (denise.ramiro@grupoestado.com.br)
e Felipe Vanini (felipe.vanini@grupoestado.com.br)

Salas para chefes estão fora de moda na Philips

O QG da subsidiária brasileira da Philips vai mudar de endereço. A empresa deixa o prédio atual, na rua Verbo Divino, na zona sul de São Paulo, para ocupar quatro andares do Castelo Branco Office Park, a primeira das seis torres do condomínio verde de 110 mil metros quadrados de área que a Tishman Speyer está erguendo em Alphaville, nas imediações da capital paulista. Não se trata, porém, de uma mera mudança de CEP. Na verdade, os 800 funcionários do escritório central vão encontrar uma nova forma de trabalhar, que começa a ser adotada globalmente pelo grupo holandês. Batizado internamente de Workplace Innovation, o modelo privilegia o trabalho em equipe e a colaboração dos funcionários de diferentes divisões de negócios e áreas funcionais.

O uso dos espaços será feito em função da necessidade, em vez da posição hierárquica, como ocorre tradicionalmente no mundo corporativo. Com isso, saem de moda as salas exclusivas, com o nome do ocupante gravado na porta, as cadeiras e as estações de trabalho diferenciadas em função da posição funcional. Isso vale, inclusive, para a alta chefia. "A ideia é aproximar mais as pessoas e estimular o trabalho em equipe", disse aos funcionários o presidente da Philips, Marcos Bicudo, que desde sua entrada na empresa, em julho do ano passado, reclamava da suntuosidade do espaço ocupado pela diretoria. "O novo modelo permitirá aos funcionários gerenciar melhor seu tempo e o equilíbrio de suas vidas." Uma das ideias, por exemplo, é permitir e até estimular o trabalho em casa.

O anúncio da mudança, no final de 2009, não foi exatamente indolor para muitos



BICUDO - "A ideia é aproximar as pessoas e estimular o trabalho em equipe"

funcionários, que residem nas imediações do atual endereço. Para convencê-los das vantagens do novo modelo e de ir trabalhar num local a 30 quilômetros de distância dali, entrou em ação a área de Recursos Humanos, que promoveu reuniões e seminários nos últimos meses.

Para chegar à definição pelo novo prédio, a Philips examinou 35 edifícios em São Paulo. Boa parte foi eliminada sumariamente por não atender às exigências de sustentabilidade: um ponto decisivo era que a construção ti-

vesse o selo Green Building. Definido o novo domicílio, o desafio para Bicudo e sua equipe, a partir de julho, é fazer com que o novo modelo de local de trabalho saia do papel e funcione na prática. Numa empresa hierarquizada como a Philips, dividida em setores de negócios que até aqui pouco se comunicavam entre si, na qual os sinais exteriores de poder costumam contar muito, a implantação do Workplace Innovation deverá exigir um grande esforço de persuasão e jogo de cintura. ●

Camarote da Apex atrai estrangeiros

Cerca de 50 empresários de 20 países têm um encontro marcado na Marquês de Sapucaí, no Rio de Janeiro. Eles assistirão ao desfile das Escolas de Samba do grupo principal no camarote montado pela Apex-Brasil. É a segunda vez que a agência de promoção comercial do País finca uma base na avenida do samba. Como não existe cerveja grátis, antes da folia os convidados participarão de uma maratona de visitas a empresas do Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

... "Temos 438 usinas nas mãos de 200 grupos econômicos. A tendência é um número menor de empresas com tamanhos cada vez maiores"

Marcos Janik, presidente da União da Indústria da Cana-de-Açúcar (Única), sobre o processo de consolidação do setor

Cocamar prevê recorde em processamento

A Cocamar, cooperativa de Maringá, no Paraná, estima um aumento de 5,8% no processamento de soja este ano em comparação com 2009, para 870 mil toneladas. O incremento se dará em razão da boa expectativa de safra da oleaginosa. "Tivemos um início de safra melhor do que o do ano passado", diz o presidente da Cocamar, Luiz Lourenço. Já a expectativa de faturamento da cooperativa subiu R\$ 117 milhões ante o ano anterior, alcançando R\$ 1,48 bilhão.

Isenção do IPI ajuda a vender móveis em feira

Mais de 300 expositores farão parte da 17ª edição da maior feira de móveis da América Latina, a Movelsul Brasil 2010, que será realizada em Bento Gonçalves, na Serra Gaúcha, de 22 a 26 de março. Segundo os organizadores, a expectativa é de que sejam gerados negócios da ordem de US\$ 300 milhões a partir da feira, 11% a mais do que na última edição, em 2008, quando foram obtidos US\$ 270 milhões. Motivo para o crescimento: os efeitos da redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para os móveis.



Gore vai a Manaus falar de sustentabilidade

Al Gore está de volta. O ex-vice-presidente dos EUA será a principal atração do Fórum Internacional de Sustentabilidade, promovido pelo Lide, do empresário João Dória Júnior, em Manaus, nos dias 26 e 27 de março. Para o evento, marcado para o Hotel Tropical, também está confirmada a vinda do ex-secretário da ONU, Kofi Annan.

São esperados cerca de 300 participantes dos meios empresariais e políticos, que conhecerão o trabalho feito na região por entidades como a Fundação Amazônia Sustentável.

Número R\$ 115 milhões

é o que pretende investir em ações sociais a Fundação Banco do Brasil em 2010. Um das prioridades é a inclusão digital

Os bancos de nicho estão chegando

Depois dos gigantes de Wall Street, chegou a vez dos players de nicho olharem para o Brasil. Bancos de investimentos como Greenhill, Evercore e Jefferies pretendem abrir escritórios ou fechar parcerias com bancos locais. Apostam no crescimento do mercado para empresas de médio porte.

Arida está de volta e já pegou no batente

O economista Pêrsio Arida finalizou sua mudança e na semana passada começou a trabalhar definitivamente no escritório de São Paulo com os outros sócios do BTG Pactual. Há quatro anos em Londres, Arida deve focar seu trabalho na expansão internacional do banco.



Número 10 mil

trabalhadores serão treinados até 2011 pela construtora Camargo Corrêa para tocar as obras da Usina Jirau, em Rondônia

Risco zero, lucro garantido

A antecipação de recebíveis, mecanismo pelo qual as credenciadoras de cartões de crédito e bancos adiantam aos estabelecimentos credenciados o dinheiro que têm a receber, mediante a cobrança de uma taxa de desconto, está se tornando cada vez mais relevante no País. Seguindo um estudo da consultoria Boanerges & Cia, de São Paulo, especializada em varejo financeiro, feito com base nos balanços da Redecard e da Cielo (ex-VisaNet), essas operações chegaram a cerca de R\$ 60 bilhões em 2009, o equivalente a 23% de todas as vendas com cartões de crédito no Brasil. A receita financeira líquida obtida aí pelos bancos e credenciadoras foi de R\$ 1 bilhão. "Trata-se de uma operação com risco zero, já que é feita sobre um dinheiro que as credenciadoras teriam de pagar aos varejistas", diz Boanerges Ramos Freire, presidente da consultoria.

Lei da oferta e da procura também vale para escola

Um dado chama a atenção no fechamento de janeiro do Índice de Preços ao Consumidor (IPC), da Fipe, que mede a inflação na capital paulista. O reajuste das mensalidades escolares do ensino infantil ao médio subiu, em média, 6,8%. Já os cursos superiores cresceram 2,8%. Segundo Antonio Evaldo Comune, coordenador do IPC-Fipe, isso se explica pelo aumento do número de faculdades particulares. Segundo o Simesp, o sindicato das escolas de nível superior em São Paulo, desde 1999 a quantidade de faculdades privadas saltou 148% no País, contra 31% das instituições públicas.

Efeito Fiat ajuda a Leo Burnett com a Chrysler

A conquista da conta da Fiat, no ano passado, fez bem à Leo Burnett brasileira. Graças ao trabalho feito para a montadora italiana, a agência ganhou a conta das marcas Chrysler, Dodge e Jeep, da Chrysler do Brasil. O alinhamento faz sentido: em 2009, as matrizes das duas montadoras estabeleceram uma aliança estratégica mundial.

NEGÓCIOS POR QUEM FAZ NEGÓCIOS

A revolução silenciosa do empreendedorismo

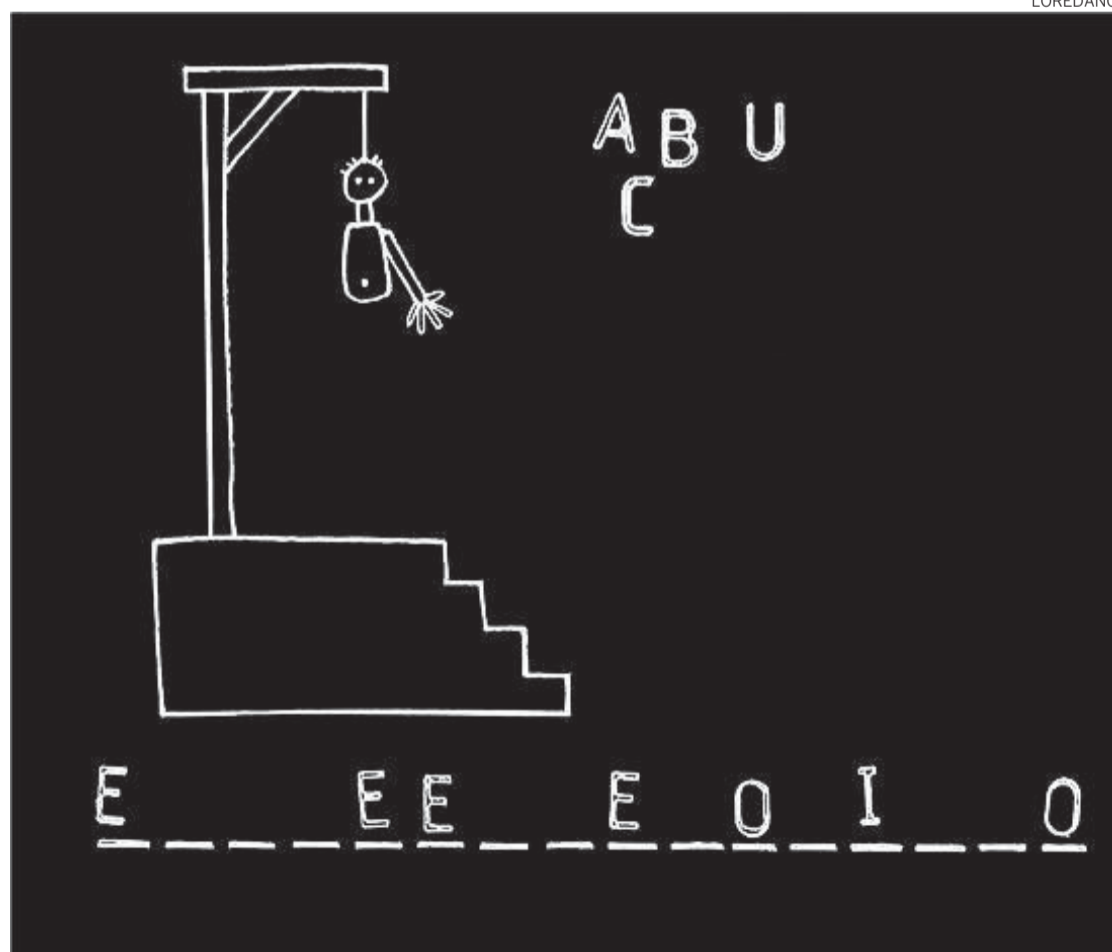
Ricardo Lacerda*

Muito se comenta sobre o papel da estabilização macroeconômica, das reformas constitucionais, da abertura dos mercados e de mecanismos de distribuição de renda no atual ciclo de desenvolvimento econômico e social do Brasil. Eu gostaria de chamar a atenção para um fator talvez menos evidente: o empreendedorismo brasileiro. Independente de sua definição exata, empreendedorismo está associado a desafio, trabalho, criatividade, capacidade de execução, iniciativa, flexibilidade, inovação, pragmatismo, conhecimento, poder de decisão e várias outras qualidades presentes em indivíduos dispostos a tomar riscos para transformar sonhos e ideias em projetos e realizações. A história das sociedades capitalistas mostra que o espírito empreendedor fomenta a competitividade e o progresso econômico. Um estudo da ONU avalia que o desenvolvimento do empreendedorismo depende de dois pilares: a habilidade dos empreendedores e o ambiente para empreender. Eu acrescentaria a interação desses dois fatores e a influência de um sobre o outro. Em relação ao primeiro, há

um aspecto curioso na experiência brasileira. Nossas adversidades econômicas de tantas décadas criaram empresários e empreendedores capazes de sobreviver num ambiente muito hostil. A inflação descontrolada durante tantos anos colocou no DNA do brasileiro uma capacidade de entender o custo do dinheiro no tempo que, nas sociedades desenvolvidas, só é encontrada em financistas. A dificuldade no acesso a capital, a burocracia para criar empresas, os altos e ineficientes impostos e os custos trabalhistas exorbitantes, entre outros obstáculos, fizeram com que apenas os empreendedores mais eficientes sobrevivessem.

Podemos ir ainda um pouco mais longe para especular sobre as habilidades do empreendedor brasileiro. No mundo globalizado, nossa origem de "povo indefinido", na linguagem de Gilberto Freyre, talvez nos ajude a ver o mundo por diferentes ângulos, a ter mais tolerância e a evitar características culturais limitadoras, como a rigidez excessiva, o puritanismo intimidador e os conflitos religiosos.

Nos últimos vinte anos eu tive o privilégio de acompanhar vários empreendedores brasileiros em processos de criação, desenvolvimento, fusão, venda e abertura de capital de suas companhias. Além das qualidades citadas para criar e desenvolver seus negócios, o empreendedor brasileiro tem mostrado um pragmatismo até certo ponto surpreendente para



uma sociedade tradicionalmente patrimonialista. Muitos não hesitam em vender ou fundir suas empresas com competidores diretos quando se deparam com oportunidades contundentes de criação de valor. Outros saíram de seus negócios históricos para em seguida prosperar ainda mais em outras áreas.

Analisando o segundo pilar do estudo da ONU, podemos

identificar na nossa história recente algumas fases do ambiente brasileiro para empreender. As dificuldades econômicas da década de oitenta e o processo de estabilização da década de noventa formaram empreendedores preparados para triunfar no novo milênio. O Brasil tem hoje diversos setores em ebulição. Além dos exemplos mais óbvios das multinacionais brasi-

leiras e dos tradicionais exportadores de commodities, há também empresas menores surgindo com excelência em setores onde o Brasil não tem histórico competitivo, como informática, serviços de consultoria especializada e biotecnologia, só para citar alguns.

A revolução microeconômica em curso em vários setores da nossa economia tem dado

* Ricardo Lacerda é sócio-fundador do banco de negócios BR Partners. Foi diretor-presidente do Goldman Sachs no Brasil e do banco de investimentos do Citi na América Latina