

# FATO RELEVANTE

clayton.netz@grupoestado.com.br



por Clayton Netz

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

## Água de Cheiro quer mercado do Boticário

A mineira Água de Cheiro quer disputar o mercado de varejo de cosméticos e perfumes com o grupo paranaense Boticário. Depois de passar para as mãos do empresário Henrique Alves Pinto, ex-controlador da construtora Tenda, adquirida pela Gafisa no ano passado, a rede de lojas voltou à mídia, mudou o logotipo, o layout das lojas e abriu 30 unidades pelo País. Resultado: seu faturamento subiu 50% desde novembro do ano passado, quando marcou sua reestreia na televisão, com um comercial estrelado pela atriz Taís Araújo. No próximo dia 14, a protagonista da novela *Viver a Vida*, da Globo, volta à telinha em nova campanha, ambas assinadas pela agência de publicidade Ficher + Fala!, contratada pela Água de Cheiro para revitalizar a imagem da marca. Nos últimos três meses, a Água de Cheiro investiu R\$ 18 milhões em propaganda e promoção.

Com uma rede de 350 lojas, 60% delas franqueadas, a empresa pretende chegar a 1000 lojas no Brasil. "A Água de Cheiro viu uma grande oportunidade de expandir a quantidade de franquias, já que o seu principal concorrente, o Boticário, acumula uma fila de mais de dois mil candidatos a franqueados", diz Allan Barros, diretor comercial da Ficher + Fala!, responsável pela conta da rede. A ex-dona e fundadora da marca, Elizabeth Pimenta, opera atualmente, por exemplo, três franquias da rede em Belo Horizonte.



TAÍS - Contratada para revitalizar a imagem da marca mineira

ETIENNE JACINTHO/AE - 27/8/2009

**Número US\$ 45 bilhões** é o que movimentou o mercado internacional de produtos orgânicos por ano

### Shoppings compactos, a aposta da JHSF

Prestes a concluir a expansão do shopping Cidade Jardim, empreendimento de alto padrão localizado na Marginal do Pinheiros, em São Paulo, a incorporadora JHSF já faz planos de erguer novos shoppings de luxo no País.

Desta vez, trata-se de compactos. Segundo fontes do mercado, os novos empreendimentos teriam até três pavimentos e exigiriam um terço dos recursos necessários para pôr de pé um shopping de luxo, do porte do Cidade Jardim.

Além da maior viabilidade financeira, esses projetos seriam mais flexíveis por se adaptarem ao adensamento das grandes cidades, nas quais encontrar terrenos tem sido cada vez mais complicado.

### Shoppings compactos-2

Os shoppings de luxo compactos da JHSF devem ser construídos em quatro cidades brasileiras, provavelmente capitais. Uma delas será São Paulo. Em alguns casos, os novos shoppings serão conjugados a hotéis de luxo. A incorporadora e administradora de shoppings também é sócia, desde 2006, da rede de hotelaria da grife Fasano.

A empresa está erguendo outros três shoppings, que devem ser inaugurados entre este ano e o próximo. O shopping Metrô Tucuruvi, na Zona Norte de São Paulo, é o único voltado para a classe média. Há, ainda, dois empreendimentos de alto padrão em Manaus (AM) e em Salvador (BA).

### Grandes valem 27% menos no auge da crise

Quase R\$ 300 bilhões separam o valor de mercado das sete principais empresas brasileiras listadas na Bovespa, registrado no começo de 2009, no auge da crise econômica, e o do mesmo período de 2010. Segundo levantamento da consultoria Ecomática, as sete grandes valem 27% menos do que valem atualmente. Algumas, como a Petrobrás e Vale, sofreram menos e caíram 11,1% e 23,5%, respectivamente.

Os mais afetados no conjunto foram dois bancos, o Santander e o Banco do Brasil, cujo valor representava, em 9 de fevereiro de 2009, cerca da metade do observado no mesmo dia neste ano. Bradesco e Itaú também foram fustigados, mas em menor proporção. Os números do Itaú, em 2009, não incluem o valor de mercado do Unibanco, consolidados no ranking de 2010.

### DEPOIS DO VENDAVAL

As sete principais empresas listadas na Bovespa recuperaram as perdas sofridas durante a crise econômica

### Valor de Mercado

EM BILHÕES DE REAIS	
9/2/2009	9/2/2010
Petrobrás	271,8   305,8
Vale	183,6   240,9
ItaúUnibanco	94,7   147,0
Bradesco	63,9   96,6
Ambev	55,7   94,5
Santander	42,5   79,8
Banco do Brasil	36,7   76,1

FONTE: ECONÔMICA INFOGRÁFICO/AE



JUAN GUERRA/AE - 23/6/2008

### Feira previne o dilúvio diário em São Paulo

Os organizadores da Gift Fair, a maior feira de presentes e decoração da América Latina, marcada para o período de 1º a 4 de março, em São Paulo, já sabem como se virar na capital onde chove um dia sim e o outro também. Prevenidos, compraram 15 mil capas de chuva descartáveis e 500 guarda-chuvas para atender os participantes do evento, que contará com 700 expositores. Mau tempo à parte, a Gift Fair espera que a feira gere US\$ 1 bilhão em negócios.

### “Tem muita gente no mundo com inveja do Brasil, no bom sentido”

João Castro Neves, presidente da AmBev, ao falar sobre investimentos no mundo

### GESTÃO

## Demitir ainda é desafio para boa parte dos executivos

No filme 'Amor sem Escalas', consultor vivido por George Clooney dispensa os funcionários

### CARREIRAS

Renata Gama

No filme *Amor Sem Escalas*, em cartaz nos cinemas, o ator George Clooney interpreta um executivo com uma missão peculiar: demitir pessoas. E assim percorre os Estados Unidos para dispensar funcionários de diversas empresas e consolá-los alegando que a demissão pode ser uma boa oportunidade. No filme, a ideia soa irônica, principalmente quando ele apresenta uma pasta com informações que, diz, apontam o caminho para a verdadeira felicidade.

Apesar de terem se divertido com a história, consultores especializados em outplacement (demissão responsável e recolocação profissional) afirmam que não é ético terceirizar a demissão. "Eu gostei bastante do filme, embora haja algumas imprecisões a respeito do papel do profissional", afirma José Augusto Minarelli, presidente da Lens & Minarelli Associações, consultoria de outplacement e aconselhamento de carreira de executivos. "Às vezes, pedem para a gente fazer a comunicação, mas a gente nega veementemente. Não é a função do outplacement. Quem contrata é quem demite."

Seu papel, explica, é orientar sobre a forma menos dolorosa de demitir e depois ajudar o profissional a se recolocar no mercado, o que pode durar entre três meses e um ano. "A gente



PAULO PINTO/AE-9/2/2010

OUTPLACEMENT - Papel é orientar sobre como demitir e ajudar na recolocação, diz José Augusto Minarelli

### DEMISSÃO RESPONSÁVEL

• **Comunicação:** A demissão deve ser informada pelo chefe de forma cuidadosa, num lugar reservado. É aconselhável que ele dê tempo ao demitido para dizer e perguntar o que quiser. Não se deve discutir ou ser agressivo

• **Recolocação:** A consultoria de outplacement é contratada pelo ex-empregador para ajudar o executivo a conquistar um novo lugar no mercado de trabalho. São oferecidos serviços de coaching e aconselhamento que podem colaborar no redirecionamento da carreira

orienta que se a pessoa reclamar, discutir, chorar, tem de ter compreensão, compaixão e dar tempo para que ela diga e pergunte o que quer." O cuidado, segundo Minarelli, é de suma importância. "Tem pessoas que sem trabalho não veem sentido na vida." Ao mesmo tempo, deve-se deixar claro que a demissão é irretratável.

Mas o consultor pode, sim, estar por perto nessa hora delicada. "A gente pode estar numa sala ao lado para dar o pronto atendimento assim que termina a comunicação. A gente se apresenta, diz que o problema tem solução e que vamos ajudar

a encontrá-la."

Como no filme, as pessoas podem se mostrar desconfiadas, céticas, ou agressivas. Certa vez, Minarelli foi contratado para cuidar de um executivo que preocupava os chefes por ser violento e sofrer do coração. "Orientei sobre como deveriam comunicá-lo e estabeleci três cenários." Um: caso ocorresse tudo bem, o executivo seria levado diretamente ao consultor. Dois: um segurança deveria estar numa sala próxima, caso a reação fosse violenta. Três: um médico deveria estar de prontidão. "Ele se sentiu mal. O médico entrou, fez o pronto atendi-

mento, e ele se recompôs."

"Já enfrentei várias situações de agressividade, choro, de passarem mal. E tem pessoas que ficam frias", relata Claudia Monari, consultora da Career Center, empresa especializada em gestão estratégica de carreiras e recursos humanos.

Um caso foi marcante para ela. "Num primeiro momento, a pessoa estava agressiva. De personalidade forte, me olhou e perguntou: 'Quem é você?'. Lembra. 'Expliquei, e ela desabou a chorar de raiva. Ela foi muito resistente e cética", relata. Mas, depois, o natural é passar a confiar. "No fim, ela se tornou um ponto de referência para nós. Começou cética, mas conseguiu um novo cargo num tempo bom e até mudou um pouco o rumo da carreira", diz. A executiva não gostava do que fazia no antigo emprego.

Sobre a mensagem de Clooney, de que uma demissão pode abrir caminhos para boas transformações, os especialistas estão de acordo. Com a Lens & Minarelli, um alto executivo do setor bancário descobriu que tinha vocação para organizar eventos e abriu uma empresa após a demissão.

"Em muitos casos, a gente consegue encontrar uma oportunidade até melhor. A pessoa muitas vezes não sabe, mas quando se lança vê que o mundo lá fora existe, e que consegue ótimas posições", diz Norberto Chadad, presidente da Catho Consultoria em RH. •

### INTERNET

## Google vai oferecer nos EUA acesso ultrarrápido

Cecilia Kang

THE WASHINGTON POST

O Google, o maior site de buscas do mundo, quer turbinar suas conexões pela internet. A companhia anunciou ontem que pretende ingressar no serviço de banda larga e vai realizar testes com redes de fibras ópticas que permitirão um acesso a velocidades 100 vezes maiores do que as que atualmente estão ao alcance da maioria dos americanos.

Em um blog, a empresa informou que construirá conexões por fibra óptica para domicílios em um número limitado de localidades em todo o país, com velocidades de acesso de 1 gigabit por segundo. Ela não revelou quais serão as áreas cobertas pelo experimento, mas disse que os preços serão competitivos e que sua rede atingirá de um mínimo de 50 mil a um potencial máximo de 500 mil pessoas. Segundo uma fonte que pediu para não ser identificada, atualmente a companhia não tem planos para expandir os testes iniciais, mas fará avaliações durante o processo.

"Nosso objetivo é realizar experimentos com novas maneiras de proporcionar a todos um acesso melhor e mais rápido à internet", escreveram os gerentes de produtos Minni Ingersoll e James Kelly. Algumas das conexões mais rápidas via cabo, DSL (rede telefônica) e fibra óptica variam de 20 a 50 megabits por segundo. No ano passado, o diretor executivo da Google, Eric Schmidt, disse ao jornal *The Washington Post* que as conexões ultrarrápidas serão imperativas na próxima geração de aplicativos para que a rede possa decolar. •

• Tradução de Anna Maria Capovilla