

## 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)

### O segredo da Marisa contra calote

O empresário Marcio Goldfarb, dono da Loja Marisa, rede nacional de roupa feminina, descobriu uma boa maneira de reduzir o prejuízo com a inadimplência de seus clientes, que chegou a 3,8% das vendas em 2007. Simplesmente dispensou empresa terceirizada que executava o serviço de recuperação de crédito, passando a fazer o trabalho dentro de casa. Resultado: o calote caiu à metade, para os 1,9% registrados no final de 2009, irrigando o caixa da empresa. Já para incrementar as

vendas neste ano, Goldfarb resolveu apostar na popularização entre a clientela dos cartões de crédito, que respondem por 50% das suas receitas - a Marisa trabalha com duas bandeiras, uma própria e outra do Itai. A rede pretende emitir mais 2,5 milhões de cartões, elevando para 15,4 milhões o número de usuários. Segundo ele, a operação é um negócio lucrativo. "Ela contribuiu com 20% do nosso Ebitda", diz Goldfarb. Com 227 lojas espalhadas pelo País, a Marisa faturou R\$1,5 bilhão no ano passado.



**GOLDFARB** - Com cobrança feita internamente, a inadimplência caiu pela metade, irrigando diretamente o caixa da empresa

**Número**  
**US\$ 757,64 milhões** foi o volume total de ofertas de eurobonds de empresas brasileiras coordenadas pela BB Securities em janeiro. Tal valor representa 17,3% do total de transações e coloca o BB no primeiro lugar no ranking da Bloomberg de emissão de bônus no mercado externo.

#### Aquisição à vista na Aon Corporation

A Aon Affinity, braço de seguros e produtos massificados do grupo americano Aon Corporation, de Chicago, pretende fechar uma aquisição de peso no Brasil nos próximos meses. O anúncio deve sair ainda no primeiro semestre. As negociações são conduzidas pelo CEO do grupo na América Latina, José Carlos Macedo. De acordo com ele, a crise mundial levou a matriz a dar mais atenção ao País, onde a Aon Affinity espera crescer cerca de 30% este ano. "Os咖啡es estão interessados no Brasil", afirma Macedo.



**RODÉS** - Mira em mídia digital e esportes

#### Havas quer ampliar operação no País

O espanhol Fernando Rodés, CEO mundial do grupo Havas, sétimo maior conglomerado de comunicação do mundo, desembarca no Brasil no próximo dia 10 de fevereiro. Rodés vem discutir a estratégia de expansão do Havas, que prevê o aumento da operação digital do grupo e o lançamento de uma divisão de esporte e entretenimento. "A Copa do Mundo da África do Sul, seguida por quatro anos de preparação para a de 2014 aqui, deve aquecer esse setor no País", afirma Ricardo Reis, CEO da Havas no Brasil.

#### AmBev reforça treinamento em 2010

A AmBev, maior grupo cervejeiro do País, investirá R\$ 20 milhões no treinamento de seus funcionários este ano. O valor é 25% maior do que o desembolsado em 2009. Os recursos serão aplicados na Universidade AmBev (UA), que integra todos os programas de treinamento da empresa, dirigidos aos funcionários - do chão de fábrica ao presidente. Criada há 15 anos, a UA já recebeu mais de R\$ 150 milhões em investimentos.

#### Número R\$ 200 milhões

foram gastos na fábrica de semicondutores de Porto Alegre, que será inaugurada hoje. A construção é da Facion Engenharia, de São Paulo.

#### Como as empresas enfrentam as crises corporativas

Em 2009, as maiores causas da demanda por comunicação corporativa foram trabalhistas e financeiras (veja tabela ao lado). A constatação do IC Crisis Index, da Imagem Corporativa, de São Paulo. A empresa verificou 502 crises corporativas, com base na análise de oito jornais diários e sete revistas de circulação nacional, o que equivale a um aumento de 25% ante os 402 casos de 2008. Além disso, houve diminuição nos pronunciamentos das empresas envolvidas. Em 2009, 66% se manifestaram perante os veículos de comunicação no mesmo dia em que a notícia havia sido divulgada, contra 74% em 2008. A terceira causa de crises foram os problemas operacionais, como piques técnicos e interrupção da prestação de serviços.

#### OS RISCOS DO NEGÓCIO



FONTE: IC CRISIS INDEX 2009

#### O Best quer vender o Brasil lá fora

Representantes da BM&F Bovespa, Arbinha e Febraban devem iniciar nos meses que vem um road show institucional nos principais mercados financeiros mundiais. Agrupados no Brazil Excellence in Securities Transactions (Best), eles pretendem "vender" o mercado nacional para os investidores estrangeiros, promovendo os produtos disponíveis no setor financeiro e de capitais. A primeira parada será no Grand Connaught Rooms, em Londres, no dia 27 de março. O circuito inclui, ainda, apresentações em Paris, Nova York e São Francisco, até o final do primeiro semestre. No segundo, será a vez dos mercados da Ásia, com estadas em Tóquio, Hong Kong e Seul.

#### BIOCOMBUSTÍVEIS

## LS9, dos EUA, quer fazer diesel de cana no Brasil

Grupo americano negocia parcerias no País e pretende ter pelo menos uma usina operando em escala comercial até 2013

Eduardo Magossi

A empresa da biotecnologia americana LS9 procura parcerias com usinas do setor sucroalcooleiro no Brasil para produzir diesel de cana-de-açúcar, de acordo com o presidente da companhia, Bill Haywood. Segundo ele, o Brasil vai ser a base da LS9 para testar a nova tecnologia desenvolvida pela empresa, sediada na Califórnia. A LS9 anunciou, na semana passada, a descoberta de um método de produção revolucionário e de baixo custo para transformar a celulose contida na biomassa em combustíveis renováveis em um processo que envolve apenas uma fase. Haywood informa que a LS9 já está em negociações com algumas usinas no Brasil para produzir o diesel de cana. Uma dessas empresas é a usina Jalles Machado, localizada em Goiás, Goiás.



**ATRAATIVO** - Brasil tem o menor custo de produção de cana do mundo

Haywood explicou que a expectativa da LS9 é de possuir pelo menos uma unidade produzindo o diesel de cana a nível comercial no Brasil já no início de 2013. Entretanto, unidades poderão produzir em escala menor já a partir de 2010. "Nos estamos investigando o mercado brasileiro e estudando a melhor forma de parceria a ser realizada", disse Haywood. Segundo ele, o volume de investimentos necessários será determinado em função do tamanho da produção a ser realizada, o que será definido no decorrer dos próximos seis meses. O objetivo, segundo o executivo, é encontrar

o parceiro ideal para uma implementação rápida e segura. "Para Haywood, o Brasil é o lugar ideal para a implantação da nova tecnologia da empresa porque une o menor custo de produção de cana-de-açúcar do mundo com tecnologia de produção de combustível renovável a partir de cana, que possui também um custo baixo.

O fato da transformação da biomassa em combustível ser efetivada em um processo de

esses combustíveis renováveis de segunda geração foi desenvolvida em uma parceria entre cientistas da LS9, da Universidade da Califórnia e do Departamento de Energia dos Estados Unidos.

#### AQUISIÇÃO

Ontem, a LS9 anunciou ter adquirido uma fábrica localizada na Flórida onde será realizado a produção inicial de combustíveis renováveis por meio da nova tecnologia desenvolvida pela empresa. A unidade deverá produzir entre 227,3 mil e 454,6 mil litros de diesel renovável a partir do final de 2010.

#### Grupo já negocia com a Usina Jalles Machado, de Goiás

No Brasil, a usina Jalles Machado, localizada em Goiás, foi uma das usinas procuradas pela LS9. "Estamos analisando a proposta", disse Henrique Penna de Siqueira, diretor da Jalles. Segundo ele, os executivos e cientistas da LS9 visitaram a usina em outubro e ofereceram a parceria. Siqueira não revelou os detalhes da proposta, mas disse que uma planta modelo está sendo projetada aqui no Brasil para ser adaptada à usina Jalles Machado para a produção.

#### MINERAÇÃO

## Mineradoras agora brigam por fertilizantes

Em janeiro, Vale comprou a Fosfertil e BHP Billiton adquiriu Athabasca

Mônica Clarelli Natália Gomez

De olho na crescente demanda mundial por alimentos, e em especial na China, as grandes mineradoras caminham para ter papel de destaque no processo de consolidação do setor de fertilizantes. A brasileira Vale saiu na frente e comprou no final de janeiro o controle da Fosfertil. Um dia depois, foi a vez da australiana BHP Billiton seguir na mesma direção e adquirir a empresa canadense de fertilizantes Athabasca Potash por US\$ 320 milhões.

"No setor de fertilizantes é preciso ter escala para ser competitivo e o setor tem sinergias com a atividade de mineração. Acho que é um modelo de negócio que se encaixa muito bem com o das mineradoras globais", avalia Gilberto Cardoso, analista do BaniF, que prevê novas movimentações pelas grandes mineradoras.

Além da compra da Athabasca, a BHP aprovou no início do ano um investimento de US\$ 240 milhões para a implementação da primeira fase de seu projeto de potássio chamado Jansen, também no Canadá. Já a brasileira Vale intensificou o crescimento no segmento de fertilizantes no ano passado, quando chegou a estudar a compra da gigante americana Mosaic, mas a operação não saiu do papel. No mesmo ano, a brasileira deu passos importantes ao comprar ativos de fertilizantes do Rio Tinto na Argentina e no Canadá.

Marcos Assumpção, da Itai Securities, acredita que as mineradoras Vale e a BHP terão papel de destaque na consolidação, com novas aquisições no segmento de fertilizantes. Segundo ele, a empresa brasileira é hoje uma candidata a compra da Copebrás, subsidiária no País de fertilizantes de outra grande mineradora, a Rio Tinto. Até o momento, a Vale não se pronunciou sobre o assunto, apesar de ter sinergias com o ativo.

O analista da Itai Securities enxerga como positivo o movimento da Vale e da BHP na direção dos fertilizantes por promover uma maior diversificação. Hoje, as duas empresas são muito concentradas na produção de minério de ferro, mercado que depende do crescimento de projetos de infraestrutura em países em desenvolvimento.

Já o segmento de fertilizantes tem seu faturamento mais relacionado ao consumo mundial de alimentos. A geografia é outro ponto favorável. Ao contrário do minério, o setor de fertilizantes é um mercado forte também fora da Ásia, com destaque para os Estados Unidos e Brasil. Dados da Associação Nacional da Difusão de Adubos (Anadif) mostram que o Brasil é hoje o quarto maior consumidor de fertilizantes, atrás dos Estados Unidos, Índia e China. Para analistas, a entrada das mineradoras trará maior disciplina na oferta do insumo, o que pode beneficiar os preços praticados nesse mercado.