

Mercado Aberto

GUILHERME BARROS

guilherme.barros@uol.com.br

Classes C e D aumentam valor das marcas

O ingresso maciço da baixa renda no mercado consumidor criou um dilema para as empresas tradicionais, antes focadas no público mais abastado. A maior parte das corporações temia que, ao descer para a base da pirâmide com os mesmos produtos, estaria perdendo o valor de sua marca. Um estudo feito pela BrandAnalytics revela que as empresas que decidiram arriscar, incluindo as classes C, D e E em seu cadastro de

clientes, tiveram aumento de quase 4% no valor de sua marca no primeiro semestre deste ano. Juntas, elas passaram a valer R\$ 21,82 bilhões contra R\$ 15,68 bilhões no final de 2007.

Para chegar a essa conclusão, o diretor-geral da BrandAnalytics, Eduardo Tomiya, selecionou as empresas com ações negociadas na Bovespa que adotaram estratégias comerciais com produtos e serviços para a baixa renda. Entre elas estão

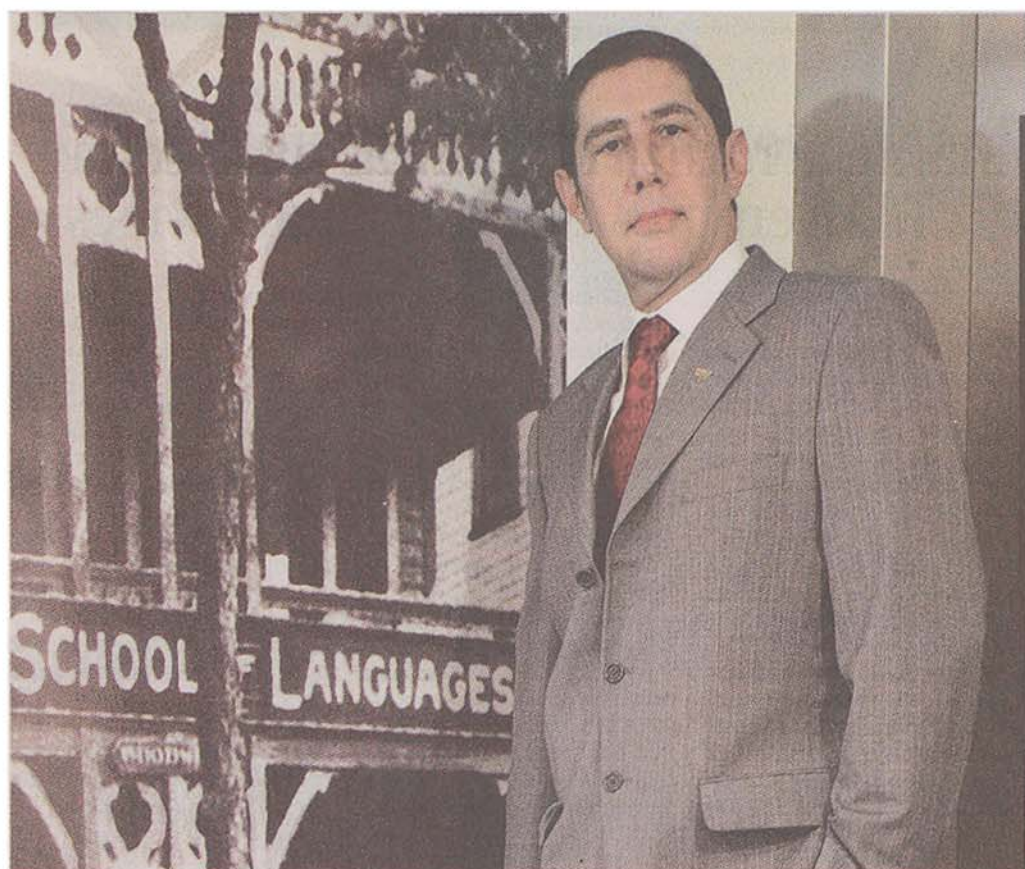
Petrobras, Itaú, Companhia Brasileira de Distribuição, Porto Seguro e Embratel.

“Ainda é um crescimento discreto, considerando que essas empresas decidiram atender os consumidores de menor poder aquisitivo recentemente”, diz Tomiya. Segundo ele, as companhias tiveram de implementar um processo conhecido como “arquitetura de marcas”.

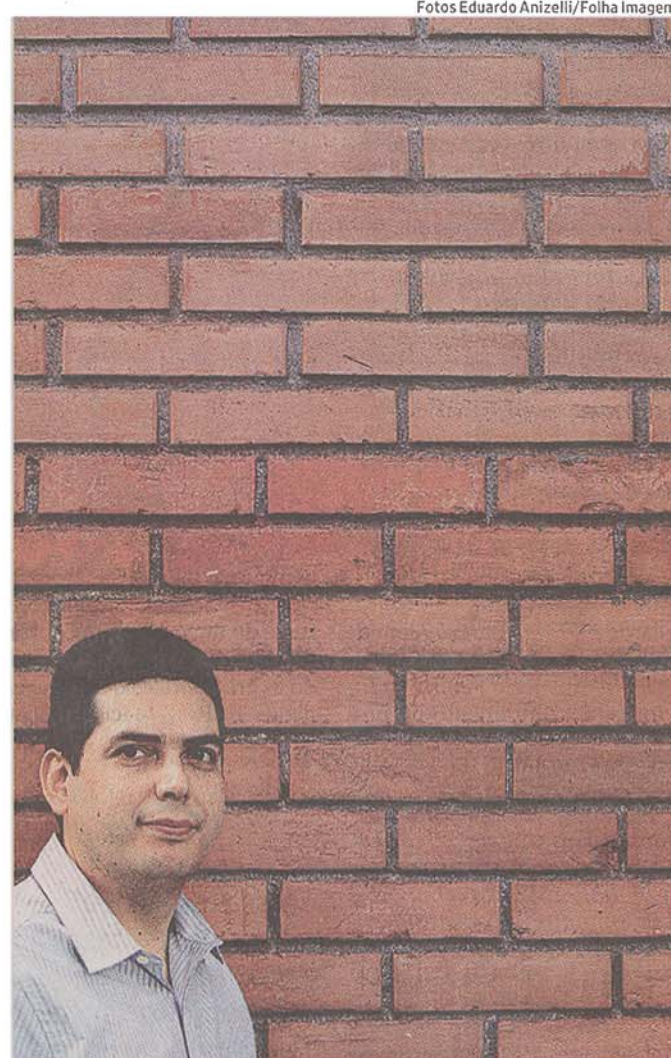
Traduzindo, elas tiveram de segmentar ainda mais sua atuação.

“Para continuar com prestígio, algo que está muito ligado à percepção da marca, elas tiveram de elitizar o atendimento para o topo da pirâmide ao mesmo tempo em que ofereciam os mesmos produtos para a baixa renda”, diz. “Sem isso é possível que o valor da marca sofresse uma queda.”

A BrandAnalytics é uma consultoria de marcas e atende algumas das maiores companhias do país.



» **PELO TELEFONE**
Marcos Justus, presidente do centro de idiomas Berlitz, que começa a oferecer um teste para executivos pelo telefone; há opções para inglês, espanhol, mandarim chinês, cantonês chinês e coreano; a conversa dura de 20 a 30 minutos; segundo a Berlitz, as empresas usam o serviço quando querem contratar funcionários ou preparar seus executivos



Eduardo Aydar, da Construtivo, que faz gestão de processos

ENERGIA

A Construtivo, de Eduardo Aydar e Marcus Granadeiro, faz gestão de processos na web 2.0 para construção civil e, após dez anos no mercado da construção, foca em energia, transporte, administração pública, varejo, entre outras áreas. A empresa, que gerenciou a construção da ponte estaiada Octávio Frias de Oliveira, aproveitará processos que já possui. “Mesmo que o mercado da construção esteja aquecido, queremos diversificar”, diz Aydar.

NO MARTELO

O Banco do Brasil será o banco garantidor do segundo leilão para venda de créditos de carbonos da Prefeitura de São Paulo. Os participantes apresentam garantias de €400 mil para entrar no leilão, normalmente por carta de crédito. A agência em Londres receberá o pagamento dos lances.

MOBÍLIA

A receita da Única Indústria de Móveis, da marca Dell Anno, passou de R\$ 85 milhões de janeiro a junho de 2007 para R\$ 120 milhões em igual período de 2008.

EMERGENTE

A Universidade de Pittsburgh abrirá um núcleo de estudos, nos EUA, para pesquisar empresas brasileiras e indianas. O objetivo é fazer intercâmbio de especialistas e sistematizar a teoria de gestão para os emergentes.

NO ESPELHO

A feira Beauty Fair, de higiene pessoal, em SP, deve gerar R\$ 140 milhões em volume de negócios.

com JOANA CUNHA, JULIO WIZIACK e VERENA FORNETTI

A SERVIÇO

A receita da IBM Brasil cresceu 40% no segundo trimestre em relação ao mesmo período do ano passado. O resultado foi alavancado pelos bons desempenhos da divisão de consultoria, de serviços e de hardware.

FERMENTO

A construtora Santa Bárbara, de MG, deve fechar o ano com faturamento de cerca de R\$ 400 milhões. No ano passado, a receita foi de R\$ 216 milhões. O objetivo da empresa é se tornar uma das 15 maiores do setor.

[+] REMÉDIO: VENDAS DE GENÉRICO SOBEM 4% ATÉ JUNHO

As vendas de genéricos no atacado cresceram 4,13% no primeiro semestre, com total de 79 milhões de unidades, diz Luiz Fernando Buainain, presidente da Associação Brasileira do Atacado Farmacêutico. A venda em unidades cresce em torno de 5% ao ano desde 2005. A venda no atacado até junho, incluindo produtos de marca e genéricos, chegou a 576 milhões de unidades. O faturamento foi de cerca de R\$ 8,33 bilhões no período.

NA BULA

Unidades vendidas de medicamentos genéricos soma 79 milhões no primeiro semestre

