

Modernização agrícola tenta mudar a paisagem do campo africano A13

Fabio Bottaro, da ESPM, fez os melhores negócios em mercados futuros com o simulador da BM&F D3



www.valoronline.com.br

Valor ECONÔMICO

Destaques

Pressão de expectativas

O mercado elevou novamente sua projeção para o IPCA de 2008, para 5,24%, ante dos 5,12% da pesquisa anterior. Foi a nona semana consecutiva de alta. Para 2009, a previsão ficou em 4,5%. **A3**



Maksoud vai a leilão

A continuidade das operações do hotel Maksoud Plaza, que chegou a ser o mais glamoroso de São Paulo, está ameaçada. O edifício irá a leilão hoje, por determinação da Justiça do Trabalho. **B4**



Urano traça as metas

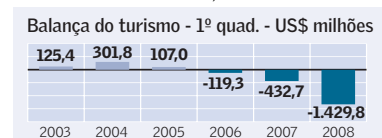
A Urano, fabricante gaúcha de balanças e equipamentos de automação comercial, conclui até o fim do ano uma reestruturação que deve resultar em "turn over" de 70% do pessoal. A meta é triplicar a receita até 2010, diz Zenon Leite. **B5**

Exportação de carne

A Organização Mundial de Saúde Animal restabeleceu o status de dez Estados brasileiros, mais o Distrito Federal, como livres de febre aftosa com vacinação. O Mato Grosso do Sul, onde foi registrado o primeiro foco, em 2005, continua de fora. **B11**

Déficit no turismo

A valorização do real e o aumento da renda contribuíram para mais que triplicar o déficit na balança do turismo no primeiro quadrimestre. Até abril, os turistas brasileiros gastaram no exterior US\$ 3,48 bilhões, um aumento de 61,5%. **C2**



Seguro-catástrofe

No rastro do ciclone em Mianmar e do terremoto na China, a Swiss Re acelera negociações com países asiáticos para vender apólices de seguros emergenciais contra desastres naturais. **C4**

Consumo mais consciente

O saldo das compras financiadas com cartão de crédito somou R\$ 53 bilhões em março — alta de 50% sobre março de 2007 —, mas o uso do crédito rotativo e do parcelamento com juros caíram de 42% para 35% do total. **C5**

Regulamentação freia tarifas

Novas regras para tarifas bancárias já impactam os resultados dos bancos. Em doze meses até março, o aumento da receita das seis maiores instituições caiu de 20% para 11,6%. **C10**

Vale deixa a Usiminas

A Vale do Rio Doce anunciou ontem a intenção de sair do capital da Usiminas. A Vale considera que a siderúrgica perdeu seu interesse estratégico após ter adquirido sua própria mineradora (J. Mendes) no início do ano. **D3**

Indicadores

Índice	Período	Valor
Bolsa NY	(26/05/08)	0,25 %
Bovespa	(26/05/08)	R\$ 26 bi
Nasdaq	(26/05/08)	0,12 %
IVB3-2	(26/05/08)	-
Dólar comercial	Mercado	1,6680/1,6600
	BC	1,6602/1,6630
Dólar turismo	São Paulo	1,6300/1,7700
	Rio	1,6600/1,7600
Euro	Real/€ (BC)	2,6169/2,6203
	US\$/€ (BC)	1,57630/1,57750
Juros Selic meta - ao ano	(26/05/08)	11,75%
Selic over ** - ao ano	(26/05/08)	11,6%
Selic efetiva - ao ano	(26/05/08)	11,63%
DI over *** - ao ano	(26/05/08)	11,55%
DI Futuro - ao ano	Jun/10	14,469%
TR	(23/05 a 23/06)	0,1260%

* Composite ** Abertara *** Celip, taxa efetiva

Ofertas de ações retornam e devem ir a R\$ 8 bi até julho

Vanessa Adachi
De São Paulo

Depois de um início de ano de escassez de novos lançamentos, ofertas de ações estimadas em R\$ 8 bilhões devem chegar ao mercado até julho — mais do que foi vendido de janeiro até agora. Ontem, o Grupo Rede, do setor elétrico, pediu o registro de oferta à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e nos próximos dias a Infinity Bio-Energy, produtora de etanol, deve fazer o mesmo. As duas se classificam praticamente como ofertas públicas iniciais (IPO). O Grupo Rede já tem ações na bolsa, com liquidez baixíssima. A Infinity é negociada em Londres e pela primeira vez lançará seus papéis por aqui.

Cada uma deve vir a mercado com operações próximas a US\$ 500 milhões.

A maior e mais aguardada transação, de US\$ 3,5 bilhões — a sair ainda antes das férias de verão no Hemisfério Norte —, é a da OGX, petroleira do empresário Eike Batista. A SLC Agrícola, grupo de oito fazendas de algodão, café, milho e soja, que se tornou um dos IPOs mais bem-sucedidos, planeja captar mais US\$ 250 milhões. Na semana passada, a Tivit, empresa de tecnologia da informação do grupo Votorantim, retomou sua abertura de capital, que, assim como tantas outras que estavam na fila da CVM, havia sido paralisada em função da crise internacional.

Essas operações mostram que o clima já mudou em relação ao início do ano, mas ainda está longe da euforia de 2007,

quando 76 ofertas levantaram R\$ 70 bilhões. Até agora, em 2008, foram feitas só nove ofertas de ações, sendo três iniciais, no total de R\$ 7,2 bilhões.

Segundo Daniel Darahem, do JPMorgan, três setores muito demandados pelos investidores devem liderar as estréias no segundo semestre: petróleo, mineração e infra-estrutura. No segmento de petróleo, com as recentes descobertas de campos pela Petrobras, há expectativa de abertura de capital de petroleiras e também de perfuradoras de poços e empresas de manutenção de plataformas, criação de um novo setor na bolsa. Dois fatores impulsionam a retomada dos planos de ofertas de ações: a maior estabilidade do mercado acionário americano e o grau de investimento obtido pelo país. **Página D1**

IOF afugenta o investidor estrangeiro

Alex Ribeiro
De Brasília

A taxação com Imposto sobre Operações Financeiras (IOF) de 1,5% provocou forte queda nos ingressos de investimentos estrangeiros dirigidos à compra de títulos do Tesouro Nacional. Em abril, os ingressos com essa finalidade somaram US\$ 230 milhões, apenas 5,5% dos US\$ 4,140 bilhões de março, ou 7,5% dos US\$ 3,036 bilhões que ingressaram em fevereiro. Criada para reduzir o fluxo de capitais de curto prazo, a taxação atingiu também os de longo prazo. Em março, houve ingresso de US\$ 4,140 bilhões líquidos para investimentos de médio ou longo prazos (acima de um ano). Em abril, foram apenas US\$ 137 milhões. **Página C2**

Merrill Lynch chega ao setor de imóveis

Raquel Balarin
De São Paulo

O banco americano Merrill Lynch ingressa no mercado imobiliário brasileiro em sociedade com a brasileira MaxCap Real Estate Advisors, empresa fundada por José Paim de Andrade Júnior, que ficou conhecido por ter lançado o Plano 100, da Rossi Residencial, na década de 90. Os investimentos da Merrill Lynch serão próprios (sem captação de clientes) e aportados no fundo Brazil Real Estate Holdings, com sede em Delaware (EUA). O valor do fundo não foi divulgado, mas, na Turquia, onde a Merrill Lynch tem um veículo semelhante (o Bosphorus Real Estate Fund), sua capacidade de investimento é de US\$ 1 bilhão. O fundo já negocia a aquisição de uma participação de 50% em duas companhias brasileiras (uma delas do setor residencial). A joint venture será divulgada hoje no Brasil e nos Estados Unidos. **Página B8**

Idioma terceirizado



Em busca de mercado, as escolas de inglês foram parar dentro dos colégios particulares. Criada há mais de 40 anos, a Cel-Lep atende dois mil alunos de dez escolas nesse novo modelo, diz o fundador Walter Toledo Silva, que aos 88 anos continua à frente do negócio. **Página B4**

Dias difíceis para August A. Busch IV

David Kesmodel
The Wall Street Journal, de St. Louis, EUA

Durante anos, August A. Busch IV cobiou a chefia da Anheuser-Busch e a chance de mostrar seu valor ao pai implacável. Agora, 18 meses depois de assumir a presidência, uma possível aquisição complica seus planos. A InBev, dona da AmBev, quer fazer uma oferta não negociada de US\$ 45 bilhões pela Anheuser.

Tanto Busch IV quanto seu pai se

opõem à aquisição. A Anheuser pode tentar evitá-la comprando a metade da mexicana Modelo. Um integrante da família, Adolphus Busch IV, disse ontem que ele e outros parentes — a família toda tem pouco menos de 4% do capital social — estão abertos à negociação. Mas a posição do presidente é difícil. Se a Anheuser for vendida, ele pode vir a ser lembrado como a pessoa da família fundadora que deixou um ícone americano passar para mãos estrangeiras. **Páginas B9 e B5**

Família dos IGP's perde importância

Chico Santos
Do Rio

A família de índices derivada do Índice Geral de Preços-Disponibilidade Interna (IGP-DI), que cresceu junto com a inflação no passado, caminha para o desuso. Ela já não reflete adequadamente o comportamento dos preços e deixa de ser, assim, um indicador apropriado para contratos e títulos financeiros, avaliam analistas.

Para o economista Luiz Roberto Ponte, especialista em inflação da PUC do Rio, o índice híbrido está na contramão dos demais países e reúne dados muito diferentes. Para Marcela Prada, economista da consultoria Tendências, o Brasil poderia ficar apenas com os preços no atacado e os do varejo, como na maioria dos países. Salomão Quadros, coordenador de Análises Econômicas da FGV, acha o IGP ainda é "um indicador antecedente importante do que pode ou não acontecer". **Página A3**

Consultoria em Negócios Internacionais é no Banco do Brasil.



Aqui, sua empresa conta com consultoria especializada na estruturação de

operações de comércio exterior e de comércio exterior e na identificação de oportunidades de negócios para atuação no mercado internacional. Consulte seu Gerente de Contas.

Banco do Brasil. 200 anos fazendo o futuro.

bb.com.br

BANCO DAS GRANDES EMPRESAS

Plano Sob Medida
Claro Empresas.
As melhores ofertas estão neste jornal.



Empresas Serviços

Ensino privado Cultura Inglesa, Fisk, CNA e Seven ampliam faturamento com novo tipo de negócio

Escola de inglês dá aula dentro dos colégios e reduz custo

Beth Koike
De São Paulo

No acirrado mercado de ensino e na batalha para reter os alunos, as escolas de inglês não esperam mais os potenciais estudantes baterem à porta. Elas estão se instalando em colégios particulares, ocupando salas de aula e abrindo franquias onde crianças e jovens passam boa parte do dia.

Além disso, como o Ministério da Educação não considera desde 1994 o inglês como uma disciplina que reprova o aluno, muitos colégios passaram a terceirizar o ensino da língua estrangeira, abrindo, dessa forma, uma oportunidade para as escolas de inglês aumentarem o faturamento.

Com esse novo formato de negócio, as escolas de idiomas angariam um número expressivo de clientes em um único endereço e ao mesmo tempo reduzem seus custos, uma vez que utilizam as instalações do colégio e não precisam fazer investimentos em infra-estrutura específica — principalmente em casos de crianças pequenas, como determina a legislação.

A Cultura Inglesa de São Paulo dá aulas para 8,2 mil alunos de 47 colégios da Grande São Paulo. O volume representa 15% do total de estudantes que a Cultura possui em suas 17 unidades

próprias e em colégios. "Houve um aumento de 51,7% no número de matrículas para aulas de inglês nos colégios entre 2007 e 2008", disse Marta Matravolgyi, gerente de Parcerias Empresas e Escolas da Cultura Inglesa de São Paulo. Um dos motivos desse resultado positivo foi a maior procura pela terceirização da disciplina de inglês na grade curricular de colégios e até de faculdades como, por exemplo, o curso de Relações Internacionais da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

A escola de idiomas Seven assumiu a grade curricular de dez colégios, que juntas representam 10% do faturamento da empresa. Fundada por sete ex-funcionárias da concorrente Alumni, a Seven conta com 12 unidades e pretende abrir neste ano mais oito franquias, de acordo com Adriana Albertal, uma das quatro sócias que ainda estão no comando do negócio criado há 21 anos.

Conhecido por atender principalmente o público adulto em suas unidades próprias, o Cel-Lep também está presente nos colégios, mas seu foco são os jovens a partir de 15 anos, em fase pré-vestibular. Os professores do Cel-Lep ministram aulas em dez estabelecimentos de ensino, atendendo cerca de 2 mil alunos, segundo Walter Toledo Sil-

va, fundador da escola.

Uma das maiores redes de franchising, a CNA está lançando um ambicioso projeto de abertura de franquias dentro de colégios. A empresa planeja inaugurar nos próximos cinco anos 100 unidades CNA em escolas particulares, em várias cidades brasileiras. "Queremos ter 200 novas franquias até 2013, sendo que a metade será dentro de colégios", explicou Leonardo Cirino, diretor de marketing da CNA.

Cirino acredita no potencial do projeto porque o investimento de uma franquia dentro das escolas pode ser equivalente à metade do custo para abertura de uma unidade tradicional. No ano passado, a rede de idiomas CNA fechou com um faturamento bruto de R\$ 344,7 milhões.

A concorrente Fisk, que também atua via franchising e tem quase 1 mil pontos no país, está presente em aproximadamente 50 escolas, com um total de 10 mil alunos. "Os principais atrativos são o preço e a comodidade para os pais em deixar seus filhos em um só local. O custo da mensalidade pode ser até 20% inferior porque usamos a estrutura do colégio, que costuma abarcar uma parte desse desconto para cobrir despesas", explicou Christian Ambros, diretor de marketing da Fisk.



Walter Toledo Silva, fundador da escola Cel-Lep: o foco são os jovens a partir de 15 anos, em fase pré-vestibular

Cel-Lep tem fundador no comando

De São Paulo

Fundado há 41 anos como um cursinho extracurricular de inglês para ajudar os alunos do curso de eletrônica do extinto colégio técnico Liceu Eduardo Prado, em São Paulo, o Cel-Lep ainda tem à frente seu fundador, o físico e engenheiro Walter Toledo Silva, de 88 anos. "Na época, os manuais técnicos eram todos em inglês, o que dificultava o aprendizado dos alunos de eletrônica", lembra o professor Toledo Silva.

Apesar de ser o presidente do Cel-Lep, ele nunca deu aulas de in-

glês, mas de Física, na USP, onde se aposentou há 20 anos.

Atualmente, Silva e seus sete filhos detêm 60% da escola de inglês. A outra parte das ações pertence a 18 funcionários do Cel-Lep, desde a década de 70.

O comando do negócio — cujo faturamento em 2007 somou aproximadamente R\$ 70 milhões, com crescimento de 15% — é dividido entre Silva e mais três filhos.

Além dos herdeiros diretos, o fundador tem 18 netos e seis bisnetos. "Tenho uma neta de 25 anos que é programadora aqui na escola", con-

ta orgulhoso de sua grande família.

O Cel-Lep possui 24 unidades próprias em São Paulo e uma em Belo Horizonte. Atendendo principalmente o público adulto, a escola possui 13 mil alunos.

A escola é conhecida por ser um dos primeiros a trabalhar com gravadores para reproduzir a pronúncia correta do inglês.

"Em uma viagem para Holanda conheci um gravador, que ajudava o aluno a aprender mais rápido, na prática e não apenas na teoria. Até hoje, esse é nosso foco", contou Silva. (BK)

Prédio do Maksoud Plaza vai a leilão hoje

Hotelaria

Roberto Campassi
De São Paulo

A continuidade das operações do hotel Maksoud Plaza, que no passado foi o mais glamoroso de São Paulo, está em risco. Conforme determinação da Justiça do Trabalho, o prédio que abriga o hotel e pertence a uma empresa da família Maksoud vai a leilão hoje, às 10h39, no Fórum Ruy Barbosa, na capital paulista.

Localizado na rua São Carlos do Pinhal, a um quarteirão da avenida Paulista, em São Paulo, o edifício está avaliado em R\$ 95 milhões, sendo que o lance mínimo é de R\$ 47,5 milhões. O prédio tem 22 andares, 40,2 mil metros quadrados de área construída e infra-estrutura bastante completa para um hotel — comporta 416 quartos, pavilhão para eventos, salas de reunião, teatro, restaurantes, bares e piscina.

A Justiça trabalhista determinou a penhora do edifício em decorrência de uma ação contra a Hidroservice, empresa de engenharia fundada por Henry Maksoud em 1958 que detém a propriedade do hotel. O Valor não teve acesso a detalhes do processo. Segundo fonte que acompanhou de perto as operações do Maksoud Plaza por cerca de dez anos, a ação em questão foi movida por cerca de 200 engenheiros da Hidroservice na década de 1990 e as possibilidades de recurso para evitar o leilão foram esgotadas.

A Hidroservice foi uma das

maiores no ramo de engenharia nos anos 70, mas hoje está desativada. Os administradores do Maksoud não retornaram os pedidos de entrevista feitos pelo Valor. A Santos Frazão, leiloeira do imóvel, também não forneceu informações.

Desde que iniciou suas operações, em 1979, até meados da década de 1990, o Maksoud Plaza esteve entre os melhores hotéis da capital paulista. Em seus tempos áureos, competia unicamente com mais três hotéis: Sheraton, Caesar Park e Hilton. Há cerca de dez anos, contudo, a concorrência começou a aumentar significativamente e o Maksoud não acompanhou as inovações. Outros empreendimentos de luxo foram inaugurados na região da Paulista, como o Renaissance e os chamados "hotéis-boutique", Fasano e Emiliano. Além disso, áreas na zona sul da cidade ganharam importância econômica e receberam empreendimentos como o Hilton e o Hyatt.

Em sua melhor época, o Maksoud Plaza ficava lotado com frequência. Quando a concorrência aumentou, porém, a ocupação caiu para cerca de 15%. Segundo fontes do mercado, o hotel conseguiu elevar as vendas nos últimos anos ao praticar preços substancialmente mais baixos do que outros hotéis da mesma categoria, mas possui uma série de dívidas.

As dificuldades operacionais do hotel devem dificultar a sua sobrevivência, caso o imóvel seja mesmo vendido e passe para as mãos de novos controladores.

Best Buy quer ser rede "hiperlocal"

Varejo

Jena McGregor
Business Week

A loja nº 952 da varejista de eletroeletrônicos Best Buy fica em Baytown, no Texas, na área metropolitana de Houston. Na nomenclatura da Best Buy, Baytown é um lugar que fica na "América do Meio", que orienta suas vendas para famílias preocupadas em pagar o preço certo pelas coisas.

Ultimamente, porém, os funcionários dessa loja vêm percebendo um tipo diferente de comprador: cidadãos do leste europeu que trabalham em navios de carga e petroleiros, ancorados no porto de Baytown, estão gastando as horas que passam em terra vasculhando as prateleiras da loja. Eles fazem um trajeto de 15 minutos de táxi ou ônibus, para comprar iPods e laptops da Apple a preços bem menores que os pagos em casa. Para agilizar as compras, a Baytown Best Buy transferiu os iPods de um canto mais escondido no fundo da loja para a parte da frente. Desde que a mudança foi feita, as notas fiscais emitidas pelas caixas registradoras para os trabalhadores dos navios aumentaram 67%.

Com a economia americana em desaceleração, a Best Buy está encorajando seus pontos-de-venda a fugirem do "script". É claro que os trabalhadores europeus dos navios de carga e petroleiros são um nicho microscópico. Mas pensando nas mais de 900 lojas da rede, a Best Buy acredita que esse tipo de ação poderá ter um impacto fora do comum sobre o crescimento das vendas. De certa forma, a rede nacional está tentando se transformar em "hiperlocal", pedindo aos funcionários que detectem novos grupos de consumidores — como clubes de aposentados da Carolina do Norte ou soldados da Geórgia que voltaram para casa há pouco tempo —, que de outra forma passariam bem longe dos radares da sede da Best Buy, em Mineápolis.

A iniciativa é o mais novo passo da estratégia "centrada no consumidor" da Best Buy, que designou cada loja a cuidar de uma ou mais faixas de público, como os fanáticos por

home theaters ou donas-de-casa com filhos que moram nos subúrbios. Cada loja recebeu a incumbência de atrair esses grupos amplos com mix de produtos e serviços elaborados especialmente para eles. "Em alguns casos acertamos", diz Shari Ballard, vice-presidente executiva encarregada das lojas. "Em outros, erramos totalmente."

A ingenuidade local e esses vislumbres estão contribuindo para as perspectivas relativamente otimistas da Best Buy, considerando que muitos consumidores estão à beira da falência. No momento em que encher o tanque de gasolina do carro custa mais que alguns DVD players, os executivos ainda projetam uma taxa de crescimento de 1% a 3% para as lojas abertas há pelo menos 14 meses. Muitos gerentes locais prevêem crescimento ainda maior.

Cada gerente de loja ganhou autonomia para desenvolver ações que atraíam grupos específicos de clientes

Wall Street não anda gostando desse quadro. "Bem-vindos à ensolarada Mineápolis", escreveu um analista cético. Como ele, vários analistas questionam a sinceridade dos gerentes de lojas nas previsões, uma vez que estes estão sendo "cutucados" pelos executivos para que consigam números melhores.

Por outro lado, analistas especializados em varejo elogiam a estratégia da Best Buy, que já ajudou a separá-la da concorrente Circuit City, atualmente um alvo de aquisição da Blockbuster. Mesmo assim, alguns duvidam que os esforços locais possam ir longe o suficiente. Gregory Melich, analista do Morgan Stanley, afirma que as grandes preocupações do consumidor com seus gastos não serão compensadas colocando-se mais CDs de música polonesa nas prateleiras de uma determinada loja — conforme fez recentemente a Best Buy de Chicago —, "porque você descobriu que 25% dessas pessoas são polonesas".

Os analistas também se preocupam com as perspectivas para os

lançamentos do setor. Com exceção dos videogames, a maioria dos novos aparelhos deste ano é "evolucionária, e não revolucionária", diz David Schick, analista da corretora Stifel Nicolaus. Um motivo especial de preocupação são as TVs de telas grandes. Melich acredita que as vendas de televisores e equipamentos relacionados, que segundo ele representaram 40% dos lucros operacionais da Best Buy no ano passado, de US\$ 2,2 bilhões, poderão cair pela primeira vez em sete anos. A Best Buy não quis fazer comentários sobre o assunto.

Esfriando os ânimos em Wall Street está Shari Ballard, que comanda as lojas da Best Buy nos Estados Unidos desde setembro. Ela está tentando dar mais liberdade aos gerentes no estabelecimento de estratégias de vendas, gestão de estoques e mix de produtos. Pode parecer simples, mas não é, principalmente em se tratando de uma rede construída com procedimentos operacionais padrão, acordos para ocupação das prateleiras e planos gerados nas sedes. As grandes empresas "fazem da elaboração de estratégias seu espaço elitista", diz Ballard, de 41 anos, que começou na Best Buy como gerente-assistente de uma loja em Michigan.

As iniciativas mais recentes começam a subverter o rígido planejamento vertical da Best Buy. No começo do ano, Richard Gamble, gerente da loja de Savannah (Geórgia), descobriu que mais de 10 mil soldados de duas bases militares próximas deveriam retornar para casa até setembro. Rapidamente, ele designou uma equipe de funcionários cujos familiares estavam nas forças armadas para planejar para a chegada das tropas. O grupo escolheu sete categorias de produtos, como videogames Wii, da Nintendo e TVs de tela plana que haviam sido lançadas ou cujos preços caíram desde que os soldados saíram em missão. Gamble pediu à sede em Mineápolis que aumentasse os estoques desses produtos em 40%. A sede atendeu e ele agora espera um aumento das vendas.

Os gerentes de lojas estão até mesmo influenciando as táticas de marketing da Best Buy. Depois de numerosos pedidos de soldados, a equipe "militar" de Gamble fez um

pedido de Toughbooks Panasonic, uma linha de laptops que a Best Buy normalmente não vende. Ele convenceu a sede a mandar alguns como mostruário, para que os soldados pudessem experimentá-los antes de fazerem seus pedidos. Dois anos atrás, um pedido desse seria "virtualmente impossível", diz Gamble, que aposta que o esforço junto aos militares aumentará suas vendas em 7% este ano.

A mudança de mentalidade da rede exige um equilíbrio delicado: ações locais podem reforçar as vendas, mas também podem elevar riscos e custos. É claro que a sede da Best Buy continua lançando planos nacionais, mas para estimular as idéias locais, está distribuindo um software de modelagem financeira para que os gerentes das lojas possam tentar cenários hipotéticos. Mesmo assim, algumas mudanças não deram certo. A mudança dos aparelhos de GPS para um ponto diferente na loja de Nova York não ajudou a aumentar as vendas. E a substituição de alguns produtos nas extremidades das prateleiras andaram irritando fornecedores que haviam pagado por esses espaços antes.

A estratégia requer equilíbrio: iniciativas locais podem reforçar vendas, mas também podem elevar custos

Mas algumas inovações locais vêm provocando uma pressão muito menor. Após o presidente de um clube local de aposentados ter comprado uma TV de alta definição na Best Buy de Mooresville (Carolina do Norte), o gerente da loja, Walt Goney, convidou os membros do clube para uma visita à loja, às 8h, duas horas antes da abertura. Oitenta e cinco membros compareceram para uma sessão em que foram apresentados às maravilhas da TV de alta definição. Eles gastaram US\$ 350 mil em TVs e equipamentos relacionados naquela manhã. O custo para Goney? Apenas US\$ 99 em horas extras de funcionários, mais o cafézinho. (Tradução de Mario Zamarian)

OFERTA PÚBLICA PARA COMPRA DE ENERGIA ELÉTRICA
A Coenergy Comercializadora de Energia Ltda., comunica que irá realizar Leilão para compra de energia elétrica proveniente de Agentes titulares de concessão, permissão ou autorização de geração de energia elétrica. Os interessados na venda de energia elétrica poderão solicitar o Edital, Minuta de Contrato e demais documentos, através do e-mail leilao@coenergy.com.br, a partir do dia 28/05/2008.

Assine Valor Econômico.
Reciba a melhor e mais completa cobertura de economia, negócios e finanças do país.