



# A COPA DO MUNDO JÁ COMEÇOU

Até 2014, o Mundial deve movimentar mais de 140 bilhões de reais e trazer muitas oportunidades. Veja o exemplo de cinco pequenas e médias empresas preparadas para agarrá-las

**BRUNO VIEIRA FELJÓ**



## **Eduardo Morato**

**OFF FIELD** | Campanhas de marketing esportivo — São Paulo, SP

**Receitas** 7 milhões de reais<sup>1)</sup>

**Oportunidade** Fazer campanhas publicitárias para multinacionais que patrocinam a Copa do Mundo, como a Coca-Cola

**Estratégia** Conquistar matrizes de grandes companhias na Europa e nos Estados Unidos, onde a Off Field abriu subsidiárias neste ano

**O que está fazendo** Contratação de empresas de montagem de estandes, fabricantes de brindes e logística

1. Previsão para 2010

## ESPECIAL **Futebol**

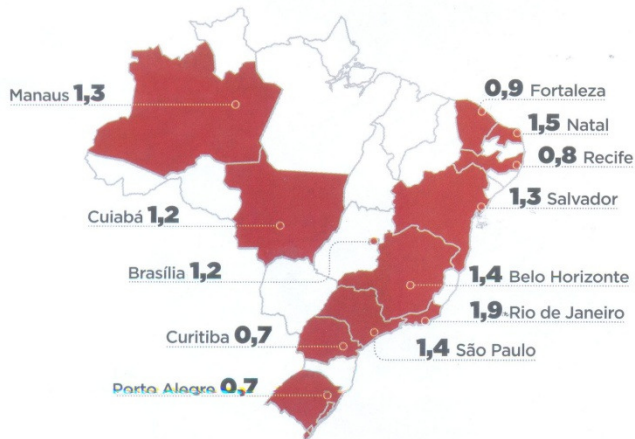
**N**a tarde daquela sexta-feira de julho, milhões de brasileiros assistiram com desgosto a Holanda eliminar o Brasil na Copa do Mundo. Eduardo Morato, de 36 anos, fundador da agência paulistana de marketing esportivo Off Field, estava no estádio de Port Elizabeth, na costa da África do Sul, e sentiu a derrota bem de perto. "Não foi minha primeira vez", diz. Quatro anos antes, ele vira a seleção ser eliminada pela França na Alemanha, em Frankfurt. Ok, esse Morato é um pé-frio — mas só no futebol, não nos negócios. Nos últimos anos, a Off Field cresceu rapidamente e, em 2010, deve faturar 7 milhões de reais fazendo campanhas de marketing para grandes empresas em jogos de futebol e outros eventos esportivos. "Vamos dobrar de tamanho", afirma ele.

Morato não viajou à África do Sul só para torcer. Ele foi investigar como a Off Field pode aproveitar as oportunidades que a organização do Mundial no Brasil trará a muitos pequenos e médios negócios brasileiros até 2014. Morato trocou cartões com possíveis clientes e conversou com executivos do setor de marketing sobre acordos entre agências e patrocinadores do evento. Para ele, fechar contratos com patrocinadores multinacionais como Adidas, Coca-Cola, Emirates Airlines, Hyundai, Sony e Visa é importantíssimo — pelas receitas a mais e principalmente para a internacionalização da Off Field que, neste ano, abriu escritórios nos Estados Unidos e na Europa. "A expectativa é fechar contratos com essas marcas e conservá-las como clientes depois da Copa", diz. Há tratativas com a Coca-Cola, já atendida pela Off Field no Brasil. "Estamos negociando com outros patrocinadores também", afirma.

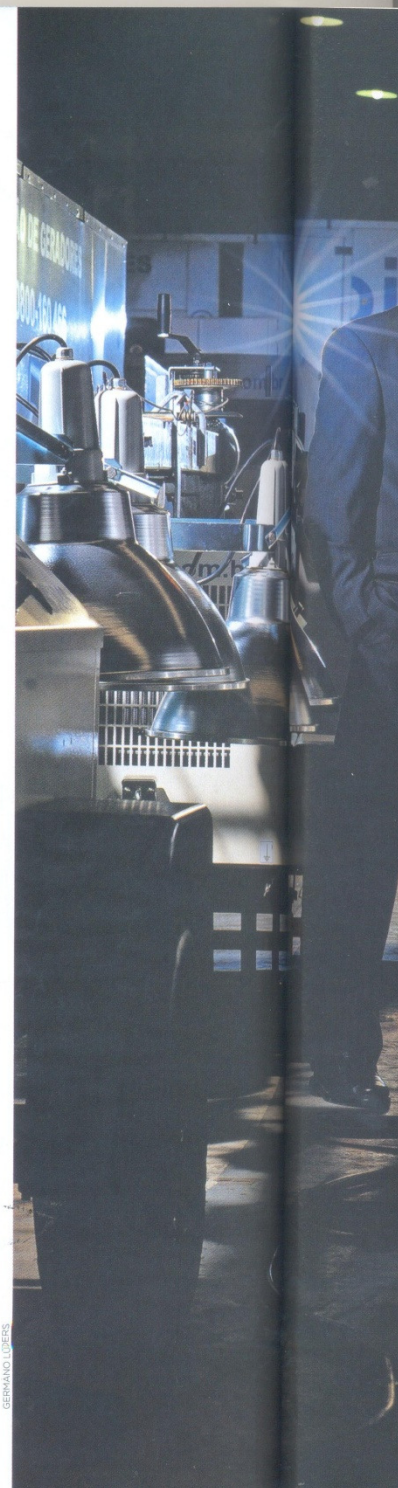
Enquanto não se assina a papelada, tem sido a maior correria para deixar a Off Field pronta para cumprir os contratos, que devem ser fechados a partir de janeiro. "Estamos escolhendo fornecedores", diz. São empresas de pesquisa de mercado, logística, montagem de estandes, fabricantes de brindes e gráficas. "Quero acertar com todos até dezembro", diz Morato. "Na África do Sul, vi muitos perderem negócios porque não conseguiram fornecedores a tempo" Morato tem pressa, e com razão. Os jogos são daqui a quase quatro anos, mas as oportunidades estão acontecendo agora. "Governo e empresas envolvidas com o

## O MAPA DOS INVESTIMENTOS

Recursos destinados pela organização do evento para as cidades que receberão os jogos (em bilhões de reais)<sup>1)</sup>



1. Gastos com reforma e construção de estádios, reurbanização, adequação de aeroportos, reforma de hotéis e segurança, entre outros. Fonte: Ernst & Young/FGV





evento já estão fechando contratos”, diz Robson Calil, sócio da consultoria Deloitte.

Até julho de 2014, quando o juiz apitar o encerramento da partida que definirá o novo campeão mundial, devem ser movimentados 142,4 bilhões de reais no país, segundo um estudo da consultoria Ernst & Young em parceria com a Fundação Getúlio Vargas. É um monte de dinheiro — quase o triplo das vendas de produtos de beleza no país durante todo o ano passado. Na cadeia de suprimentos do Mundial, precisa-se de praticamente tudo que as pequenas e médias empresas podem oferecer — alimentos e autopeças, calçados, móveis, material de escritório, equipamentos médico-hospitais, tradução, recrutamento de mão de obra e serviços para grandes obras (veja quadros nas págs. 81 e 83). “A mobilização para a Copa começa bem cedo”, diz José Carlos Pinto, sócio da Ernst & Young. “A agilidade característica dos negócios de menor porte, em que se tomam decisões rápidas, é uma grande vantagem nessa hora.”

Morato e os outros empreendedores desta reportagem não ambicionam somente um pedaço de um mercado grande, porém temporário. Eles olham lá na frente, para um crescimento permanente depois do empurrão dado pelo campeonato. Acompanhada pelo mundo inteiro e envolvendo de presidentes de países a crianças de famílias ricas e pobres, uma Copa do Mundo é uma gigantesca feira de negócios montada de quatro em quatro anos. Desta vez, a conjunção astral é particularmente favorável às pequenas e médias empresas que entrarem na órbita da Taça. O Brasil ganhou uma importância inédita no planeta (o que injeta dinheiro de fora na economia), e os brasileiros têm mais dinheiro para gastar (o que abre portas a novos negócios e ajuda os existentes a ganhar escala). “Este Mundial é um trampolim para levar pequenas e médias empresas a um patamar de crescimento superior, mesmo quando as

## Wilson Poit

**POIT ENERGIA | Aluguel de geradores** — São Bernardo do Campo, SP

**Receitas** 80 milhões de reais<sup>(1)</sup>

**Oportunidade** Fornecer até 300 grandes geradores de energia para prefeituras e emissoras de rádio e TV nas 12 cidades que sediarão os jogos

**Estratégia** Crescer 40% ao ano até 2014 e despertar o interesse do mercado para um novo gerador mais econômico e menos poluente

**O que está fazendo** Contratos para fornecer geradores para torres de iluminação em obras de construção ou reforma de estádios

1. Em 2009

## ESPECIAL Futebol

luzes dos estádios se apagarem”, diz o economista Fernando Blumenschein, coordenador de projetos da Fundação Getúlio Vargas.

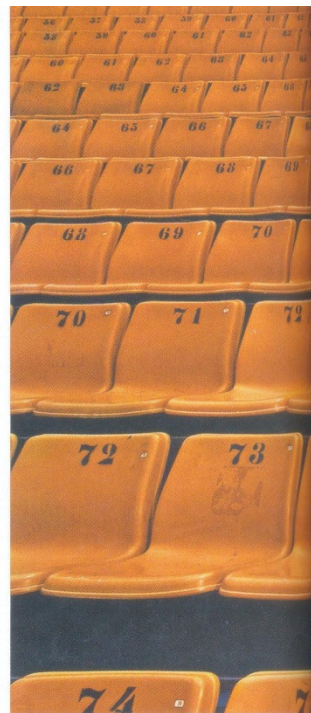
Para as pequenas e médias empresas entrem em campo, há duas facilidades concretas. Uma são as linhas de crédito do BNDES específicas para setores relacionados aos preparativos. Para expansão e adequação da rede hoteleira, por exemplo, há 1 bilhão de reais à disposição em empréstimos. Aos estádios estão reservados 4,8 bilhões de reais. Outra vantagem está na legislação, que manda destinar ao menos 30% dos gastos com obras públicas a negócios de pequeno e médio porte. Com um certo atraso, algumas dessas obras começaram ou estão por começar. “Muitas grandes companhias estão prospectando e cadastrando pequenas e médias empresas como fornecedores”, diz José Carlos Pinto. É o caso das construtoras OAS, Odebrecht e Andrade Gutierrez e de empresas de diferentes setores como Oi, IBM, Siemens, Dow, DuPont e GE.

Há tudo isso a favor, mas quem ficar para do esperando corre o risco de não ser convocado. Em tempos normais, o administrador Roberto Gomide, de 42 anos, costuma fazer negócios com clubes de futebol como São Paulo, Palmeiras e Santos, que possuem estádios ou campos de treinamento, para fornecer e manter gramados. Sua empresa, a paulistana World Sports, deve faturar 10 milhões de reais neste ano. O próximo Mundial o levou a buscar trabalho num mundo diferente. Gomide procurou as prefeituras das 12 cidades onde acontecerão as partidas e perguntou como seriam as licitações de construção e reformas de estádios. “Fiquei sabendo que os editais seriam feitos por escritórios de arquitetura contratados pelos comitês organizadores”, diz. “Fui atrás desses arquitetos.” Deu certo, e a World Sports foi chamada para planejar o gramado e definir especificações técnicas para editais de cinco estádios que serão erguidos em Manaus, Natal, Cuiabá, Fortaleza e Porto Alegre.

Agora começa o segundo tempo. As construtoras vencedoras das licitações têm de seguir as recomendações técnicas, mas não há nenhuma obrigação de chamar a World Sports para fazer o serviço. “O desafio maior é conquistá-las”, diz Gomide. A favor da World Sports está o fato evidente de conhecer cada detalhe dos campos que ajudou a especificar. Além disso, no currículo da empresa há os gramados de três edições da Copa do mundo — na Colômbia, na Bolívia e no Paraguai. O fornecimento de grama é uma

etapa crucial na estratégia de crescimento da World Sports. “Queremos instalar os gramados e depois fazer a manutenção deles”, diz Gomide. Esse tipo de serviço pode fazer as receitas da World Sports crescerem 40% ao ano a partir de 2014, em vez dos 30% atuais.

Gomide, bem como Morato, da Off Field, tem a missão de honrar amanhã compromissos firmados hoje. Assim é com todas as pequenas e médias empresas de setores que prestam serviços para a organização do evento, como segurança, limpeza e transporte. Hotéis, restaurantes, agências de viagem e varejistas também precisam planejar como aproveitar o potencial de consumo de 600 000 estrangeiros que visitarão o país durante o Mundial, fora as multidões de brasileiros que viajarão entre os estados para torcer. “A procura por fornecedores está quente em toda a cadeia de suprimentos da Copa”, diz José Carlos Pinto. “Quem deixar para a última hora pode nem encontrar mão de obra.” O quesito pessoas merece cuidado especial. Nos profis-



### Marco Juliani

**LEME** | Fiscalização e inspeção em obras — São Paulo, SP

**Receitas** 20 milhões de reais<sup>(1)</sup>

**Oportunidade** Fazer análises da estrutura de estádios

**Estratégia** Aumentar de 5% para 20% a participação dos serviços para estádios no faturamento nos próximos quatro anos

**O que está fazendo** Treinamento específico em engenharia de estádios para 35 funcionários, entre engenheiros e técnicos

1. Previsão para 2010

ximos quatro anos, devem ser abertos 3,6 milhões de postos de trabalho temporário em atividades ligadas direta ou indiretamente ao Mundial. “É um volume considerável de contratações quando já há um apagação de mão de obra”, diz Blumenschein.

Essa preocupação levou o engenheiro Marco Juliani, de 57 anos, sócio da paulistana Leme, que deve faturar 20 milhões de reais neste ano fiscalizando e inspecionando grandes obras como as do metrô de São Paulo, a submeter seus funcionários a um treinamento especial para a Copa. Desde julho, 35 engenheiros e técnicos da Leme estão se especializando em engenharia de estádios. “Não existe no Brasil um curso desses”, diz Juliani. Por isso, ele mandou alguns de seus profis-

sionais mais experientes à Itália e a Portugal para tomar aulas de tecnologias de segurança em estádios. “Agora, eles estão repassando o aprendizado ao resto da equipe”, diz.

Juliani está preparando a Leme para conquistar contratos de análise estrutural nos ginásios novos ou reformados nas cidades-sede. “Nosso trabalho é simular a vibração da torcida nas arquibancadas e avaliar a segurança”, diz ele. Seu objetivo é aumentar de 5% para 20% a participação de estádios nas receitas da Leme após 2014. O cálculo considera que, quando a Copa acabar, será preciso monitorá-los constantemente para evitar riscos em grandes espetáculos, como shows de rock.

Um golaço Juliani já marcou — garantia contrato com o Maracanã, palco da partida



## PRECISA-SE DE TUDO AO MESMO TEMPO

Quanto a Copa do Mundo deve movimentar em diversos setores até 2014 no Brasil (em milhões de reais)



Fonte Ernst & Young/FGV

## ESPECIAL Futebol

final da Copa no Brasil. Juliani também espera controlar a segurança dos 31 centros de treinamento onde ficarão alojadas as seleções estrangeiras. "Estamos em contato com as prefeituras dos municípios com maior probabilidade de ser escolhidos como subse-des", diz Juliani.

O Mundial é uma boa oportunidade para melhorar a infraestrutura — principalmente nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. Além dos investimentos em estádios, estão previstos recursos para reurbanização, transporte público e adequação de aeroportos e rodovias — o que representa uma chance para muitas pequenas e médias empresas ampliarem a atuação geográfica. É o caso da paulistana FDM, que deve faturar 9 milhões de reais neste ano com instalação e manutenção de redes de dados. Para poder implantar as redes usadas por empresas de telefonia e emissoras de TV e rádio durante o Mundial, o administrador Fábio Sidney, de 38 anos, fundador da FDM, está construindo uma central de distribuição em Taboão da Serra, na Grande São Paulo. Ele também deve abrir novas unidades em oito cidades-sede — três até o fim do ano e as outras até 2012.

Sidney acredita que a FDM pode duplicar as receitas após a Copa ao utilizar essas redes para atender empresas em expansão graças ao desenvolvimento de várias dessas cidades. Todas as semanas, ele discute detalhes dessa estratégia com seus funcionários. Nas reuniões, Sidney definiu onde era prioritário ter filiais da FDM. Foram considerados critérios como atuação de concorrentes, qualidade das redes existentes e a presença de possíveis clientes — como hotéis interessados em oferecer conexões Wi-Fi e banda larga aos hóspedes. "Também preferimos os lugares onde temos clientes", diz Sidney. São empresas como Marisa e Riachuelo. "Elas já demonstraram interesse em utilizar nossas novas redes no futuro", diz.



### Roberto Gomide

**WORLD SPORTS** | Gramados para estádios — São Paulo, SP

**Receitas** 10 milhões de reais<sup>(1)</sup>

**Oportunidade** Fornecer e fazer a manutenção de gramados para campos de futebol de estádios e de centros de treinamento

**Estratégia** Obter mais da metade das receitas com serviços após 2014

**O que está fazendo** Planejou o gramado para cinco editais e agora negocia com as construtoras que vão construir os estádios

1. Previsão para 2010



## EM QUAL TIME JOGAR

Setores aquecidos pela realização da Copa do Mundo no Brasil e que negócios estão sendo procurados em cada um

### CONSTRUÇÃO

Obras como construção e reforma de estádios, centros de treinamento e rodovias devem movimentar 8 bilhões de reais até 2014.

A lei determina que até 30% do valor de obras públicas como essas deverá ser gasto com negócios de pequeno porte. Grandes construtoras como Odebrecht e OAS já estão cadastrando pequenos e médios fornecedores

#### PRECISA-SE DO QUÊ

Locadoras de equipamentos como guindastes, gruas e geradores, fabricantes e distribuidores de peças de reposição para maquinário, fornecedores de serviços de manutenção e mecânica, montadoras de andaimes e esquadrias, escritórios de engenharia, de arquitetura e de decoração, fornecedoras de materiais como vidro, plástico, borracha e grama, empresas de inspeção e fiscalização de obras

### TURISMO

O Brasil deve receber 600 000 turistas estrangeiros durante os 30 dias de Copa do Mundo, e milhares de brasileiros devem viajar pelo país para ver os jogos. Até 2014, 250 novos hotéis devem ser inaugurados nas cidades-sede

#### PRECISA-SE DO QUÊ

Locadoras de veículos, agências de viagem, restaurantes, fornecedores de alimentos e de produtos de limpeza e higiene para o setor hoteleiro, fornecedores de mão de obra especializada em atender turistas estrangeiros, como garçons, motoristas e recepcionistas

### COMUNICAÇÃO

Os investimentos em campanhas publicitárias relacionadas à Copa do Mundo e na estrutura para transmissão dos jogos devem ser de 6,51 bilhões de reais. A maior parte dos recursos deve vir de empresas privadas. A suíça HBS,

responsável por montar a estrutura de transmissão internacional dos jogos, por exemplo, está em busca de fornecedores locais

#### PRECISA-SE DO QUÊ

Produtoras de vídeos, estúdios móveis de gravação, locadoras de equipamentos para gravação, fornecedores de redes de transmissão de dados, agências de recrutamento de atores e modelos para comerciais e campanhas, locadoras de veículos, agências de publicidade, de marketing e de design gráfico

### MÃO DE OBRA

Nos próximos quatro anos, 3,6 milhões de postos de trabalho temporário devem ser abertos em centenas de atividades ligadas direta ou indiretamente à Copa do Mundo num momento em que o aquecimento da economia tem tornado cada vez mais difícil encontrar mão de obra qualificada

#### PRECISA-SE DO QUÊ

Agências de recrutamento de mão de obra especializada para vários setores, escolas de idiomas e de cursos profissionalizantes, sistemas de treinamento a distância, serviços de tradução simultânea

### INFRAESTRUTURA

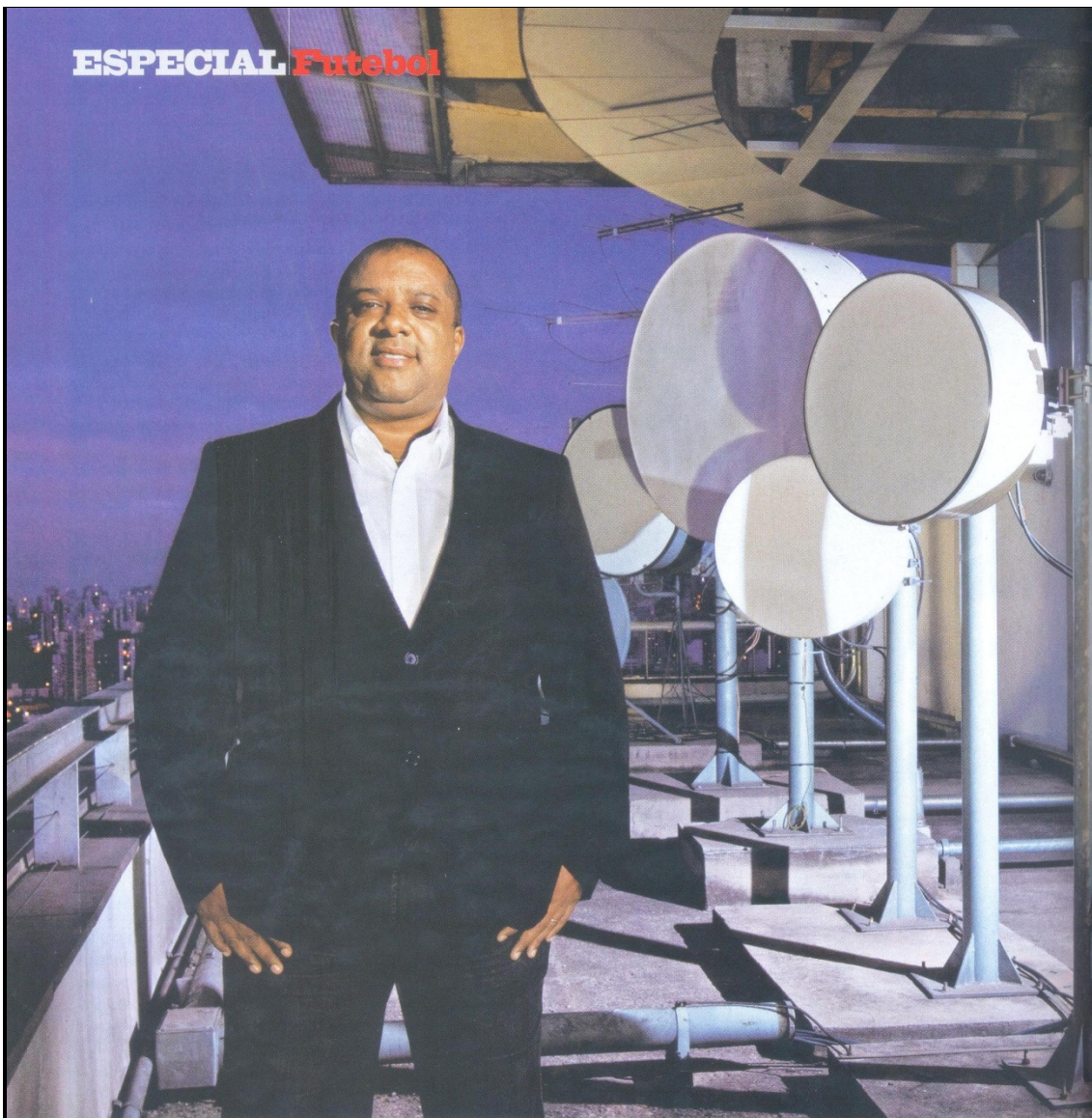
O governo terá de reforçar as estruturas de fornecimento de eletricidade e de água, sistemas de transporte público, readequação de aeroportos e serviços de segurança e de limpeza nas 12 cidades que receberão os jogos

#### PRECISA-SE DO QUÊ

Locadoras de geradores e transformadores, fornecedoras de redes e cabos para transmissão de dados, empresas de segurança, prestadoras de serviços de limpeza e fornecedores de equipamentos e insumos e prestadores de serviço para os setores de aviação e ferroviário

Fontes Crowe Horwath RCS, Deloitte, Ernst & Young/FGV e Ministério do Turismo





## Fábio Sidney

**FDM** | Instalação de redes de dados — São Paulo, SP

**Receitas** 9 milhões de reais<sup>1)</sup>

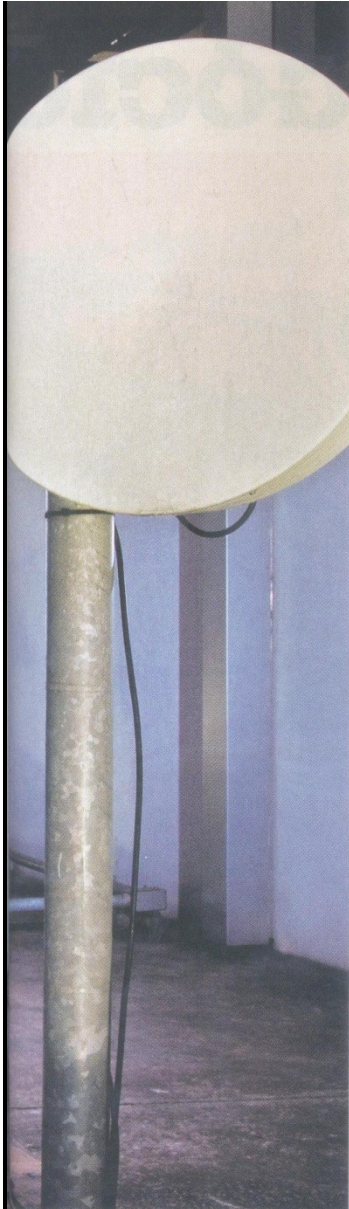
**Oportunidade** Implantar redes de transmissão de dados para empresas de telefonia e emissoras de TV e rádio em oito cidades-sede

**Estratégia** Duplicar as receitas em quatro anos, ao utilizar a mesma estrutura para atender outras empresas após os jogos

**O que está fazendo** Investimentos de 1 milhão de reais na abertura de novas unidades e numa nova central de distribuição

1. Previsão para 2010

Entre as muitas exigências da Fifa estão planos de contingência para garantir a realização dos jogos mesmo em situações adversas. Tem de haver, por exemplo, uma estrutura de emergência para o caso de piques no fornecimento de energia elétrica — justamente o negócio do engenheiro Wilson Poit, de 51 anos, fundador da Poit Energia, que faturou 80 milhões de reais em 2009 com aluguel de geradores para empresas e eventos.



FABIANO ACCORSI

## A DIVISÃO DOS RECURSOS

Em que devem ser investidos os 142,4 bilhões de reais que a Copa deve movimentar no Brasil até 2014



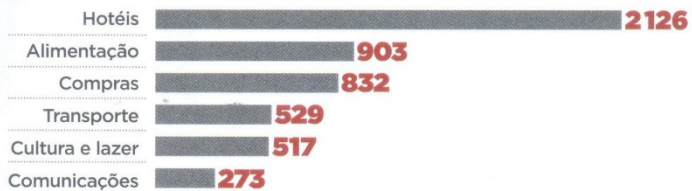
### O DESTINO DO DINHEIRO

Setores que devem receber a maior parte dos investimentos (em bilhões de reais)



### QUE VENHAM AS VISITAS

Quais devem ser os principais gastos dos turistas (em milhões de reais)



Fonte Ernst & Young/FGV

Poit enxerga uma demanda por seus equipamentos além da necessária ao plano exigido pela Fifa. "Emissoras de rádio e TV do mundo todo não podem correr riscos", diz ele. "Elas vão buscar fornecedores locais de geradores, o que deve acontecer a partir de 2012." *Como ele sabe? Durante os preparativos das africanas para o Mundial de 2010, Poit abriu um escritório em Johannesburg, para onde despachou dois funcioná-*

rios. "Fizemos uma espécie de estágio para entender a dinâmica dos negócios num evento dessa magnitude", diz ele.

Uma vantagem que Poit acredita ter em relação aos concorrentes está relacionada à meta da Fifa de fazer desta Copa a primeira *ecologicamente correta*. Neste ano, seus técnicos desenvolveram um gerador movido a biocombustível, mais econômico e menos poluente. Pelas contas dele, será possível

fornecer cerca de 300 dessas máquinas durante o evento. Os motores da empresa já estão ligados para alimentar torres de iluminação nas obras dos ginásios Verdão, em Cuiabá, Mineirão, em Belo Horizonte, e Mané Garrincha, em Brasília. "Participar dessa enorme cadeia de fornecedores nos deve garantir um crescimento médio de 40% ao ano até 2014", diz Poit. "Para mim, a próxima Copa começou faz tempo." ■