

Marisol vai acelerar internacionalização

Vanessa Jurgenfeld

Um jantar de confraternização com diretores e gerentes marcou ontem a despedida oficial de Vicente Donini, de 65 anos, da presidência-executiva da Marisol, uma das principais indústrias têxteis do país. Ele passou o cargo para o seu filho Giuliano Donini, de 33 anos, que já era cogitado pelo mercado para assumir a função. Giuliano, até então diretor de marketing, pretende aprofundar o processo de internacionalização da companhia.

"O grande objetivo é a internacionalização dos negócios, com a percepção de o Brasil estar inserido em uma economia mundial. A idéia é aproveitar o potencial de internacionalização das nossas marcas, pensando no mercado do futuro", diz Giuliano.

Dentre as marcas com grande potencial para crescer fora do país na visão de Giuliano, além da Lilica Ripilica, está a Rosa Chá, grife de biquínis, cujo controle foi adquirido em 2006 pela Marisol. Até junho, será aberta uma loja própria da Rosa Chá em Nova York para marcar esse novo processo. "Queremos estar menos suscetíveis às variações cambiais e crescer em cima da notoriedade das nossas marcas", diz ele, que tem como referência de sucesso em estratégia de internacionalização o processo da WEG, indústria localizada no mesmo município da Marisol: Jaraguá do Sul.

Arquiteto e administrador de empresas, Giuliano foi escolhido dentre cinco nomes avaliados internamente pela consultoria Keseberg & Associados/Kienbaum por seis anos. A Marisol prefere manter os demais nomes sob sigilo. No mercado, especulou-se que dentre eles estavam Giorgio Donini, irmão mais velho de Giuliano e então diretor industrial para SC, e ainda Jair Pasquali, então diretor de franquias.

"As instituições ficam e as pessoas passam. Não há o direito de envelhecer nesta cadeira, senão a instituição envelhece", disse Vicente sobre sua saída. Ele assumiu ontem a presidência do conselho de administração e pretende não interferir na condução de Giuliano. "Mas sempre que precisar, estarei por perto".

Vicente considera como qualidades de Giuliano o fato de ser "profundo conhecedor do mercado" e ter agilidade de raciocínio. "Ele é rápido no gatilho. Precisaré agora exercitar e transformar a sua sabedoria em riqueza".

O processo de sucessão, consumado após adiamento de um ano, ocorreu depois de a Marisol ter realizado uma profunda reestruturação, com fechamento de fábricas e transferência de uma maior parcela de produção para o Ceará. "O adiamento se deu porque estávamos absorvendo o negócio Rosa Chá. A reestruturação não teve interferência, embora tenhamos acelerado esse processo. Queria entregar a presidência com isso já consumado para que o Giuliano não tivesse uma incumbência dessa natureza. Foi uma forma de preservá-lo", diz Vicente.

Para uma fonte do setor, Giuliano é um bom nome para suceder Vicente principalmente pela sua força no marketing, mas o mercado ainda tem dúvidas se ele reúne todas as qualidades para botar a empresa nos trilhos. "Antes, tudo que a Marisol fazia dava certo. Nos últimos dois anos, não foi bem assim. Existe uma multiplicação grande de marcas e é difícil dar uma boa atenção a tudo isso".

A Marisol passou por momentos difíceis. Em 2007, sua receita foi de R\$ 420 milhões, menor do que a de 2006, e seu resultado operacional foi negativo em R\$ 13 milhões. Vicente diz que esse resultado estava previsto diante da reestruturação e explica que Giuliano assume com a empresa preparada para crescer. A previsão é de crescimento de 19% na receita bruta.

Para o novo presidente, a visão estratégica continua a de ser uma gestora de marcas, detentora de um parque industrial, e que tem apetite para pelo menos duas novas marcas sob seu comando.

Além do novo nome, a Marisol decidiu ontem pela extinção da diretoria de marketing que Giuliano ocupava. Essa função será acumulada pelas novas áreas de negócio, recém-criadas, sob administração de Robson Amorim (responsável pelas marcas Pakalolo e Marisol) e Jair Pasquali (responsável pelas marcas Rosa Chá, Lilica Ripilica e Tigor T. Tigre). Gilmar Vegini assumirá a diretoria industrial corporativa, criada ontem, e Giorgio Donini deixará em breve a Marisol para cuidar de outros negócios da família. Segundo Giuliano, a saída de Giorgio estava prevista, não havendo qualquer conflito no processo sucessório.

A Marisol hoje	
Perfil da fabricante de confecções de Santa Catarina	
Resultados em 2007	Marcas
■ Receita bruta: R\$ 420 milhões	Rosa Chá, Sais, Lilica Ripilica, Tigor T. Tigre, Marisol e Pakalolo
■ Mercado interno: R\$ 405 milhões	
■ Mercado externo: R\$ 15 milhões	
■ Resultado operacional: (-) R\$ 13 milhões	Rede de Lojas
■ Lucro líquido: (-) R\$ 9,6 milhões	■ Rosa Chá: 24 lojas no Brasil e 3 no exterior
Parques fabris (3)	■ Lilica & Tigor: 164 franquias em 94 cidades brasileiras e 17 no exterior
■ Santa Catarina (Jaraguá do Sul, Benedito Novo e Schroeder)	■ One Store: 18 lojas no Brasil e 1 no exterior
■ Ceará (Pacatuba)	■ Funcionários: 5.470
■ Rio Grande do Sul (Novo Hamburgo)	

Fonte: Empresa

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 20, 21, 22 e 23 mar. 2008, Empresas/Indústria, p. B6.