

"Hermanos " miram boas oportunidades

Daniel Rittner

Executivos argentinos vêm trabalhar no Brasil atraídos pelo aquecimento da economia do país.

Atraídos por uma economia cinco vezes maior e uma moeda que duplica os ganhos quando é convertida ao peso, profissionais liberais e jovens empresários argentinos trocaram a terra natal pelo Brasil, em busca de ascensão nos negócios e na carreira.

Trata-se de um movimento que surpreende nem tanto pela quantidade - o governo brasileiro deu 571 novas autorizações de trabalho a cidadãos argentinos no ano passado, apenas 1,3% das permissões concedidas a estrangeiros -, mas pela qualidade dos profissionais envolvidos.

Um deles é o publicitário Fernando Cornicelli, que chegou há seis meses em São Paulo, para comandar a área de criação da Adag Comunicação. A agência tem uma carteira de clientes que abrange Nossa Caixa, Cetesb e Editora Abril. Prestigiado na Argentina, Cornicelli assinou campanhas para empresas como Arcor, Unilever e o jornal La Nación, além de ter participado como jurado em festivais internacionais de publicidade, como o de Cannes.

Crítico do trânsito paulistano, o publicitário elogia a capacidade dos brasileiros de sorrir mesmo em meio a " situações caóticas ". Ele diz que os orçamentos e a capacidade de produção no Brasil, devido à própria dimensão do mercado, são " incomparáveis " aos da Argentina. Cornicelli sublinha, no entanto, uma diferença de estilo entre os dois países: modelos fotográficos no Brasil, tanto masculinos quanto femininos, são mais esculturais, enquanto a Argentina dá preferência às singularidades. " O argentino sabe rir de si mesmo de uma forma muito peculiar. Já o brasileiro vê o lado mais exuberante das coisas " , compara.

Quem fez o mesmo caminho foi Marcelo Rabach, presidente do McDonald ' s no Brasil, que começou na empresa atrás do balcão de uma lanchonete em Alto Palermo, bairro de classe média alta em Buenos Aires, fazendo hambúrgueres. Em 1990, enquanto cursava a faculdade, resolveu trabalhar meio período e encontrou dois anúncios que lhe interessavam: o do Carrefour e o do McDonald ' s. Optou pelo segundo, foi subindo degraus e tornou-se diretor de operações para a Venezuela e Colômbia, em 2005. Dois anos mais tarde, passou a chefiar a rede no Brasil.

Hoje, Rabach comanda a estratégia de interiorização do McDonald ' s, com a abertura de novas unidades no Norte, Nordeste e em Minas Gerais. O faturamento no país, que recebe cerca de 50% dos investimentos destinados à América Latina, alcança R\$ 3,4 bilhões. Sobre a experiência de trocar a Argentina pelo Brasil, Rabach comenta: " Minha família e eu fomos muito bem recebidos e estamos totalmente adaptados, mesmo com a diferença de idioma e de cultura. Profissional e pessoalmente, por conta das grandes distâncias e diferentes culturas regionais, a experiência com a operação brasileira é muito enriquecedora " .

O crescimento da economia brasileira é a aposta não somente de executivos e de profissionais liberais, mas também de pequenos empresários " hermanos " , como o engenheiro de materiais Javier Maciel, 29 anos. Ele e um amigo fundaram a Target, em 2004, que trabalha com a gestão preventiva de acidentes em transporte. Os dois argentinos fizeram uma joint venture com a brasileira Haztec Tecnologia e Planejamento Ambiental, e esperam faturar US\$ 20 milhões em 2010, o que equivale a 80% dos negócios totais da empresa.

A Target chegou ao Brasil na esteira do sucesso que teve com a Petrobras Energia, na Argentina. Usando a tecnologia para monitorar o desempenho dos motoristas, conseguiu reduzir, desde 2005, o nível de acidentes de 0,74 por milhão de quilômetros percorridos para 0,16. " Há cinco anos a Petrobras Energia não tem nenhum acidente fatal " , orgulha-se Javier, que replica o monitoramento agora na sede brasileira, com a BR Distribuidora. " Quando você consegue que os motoristas diminuam a velocidade de 90km/h para 80km/h, reduz não só o risco de acidentes, mas o consumo de pneus e de combustíveis. "

Impressionado com o potencial de negócios no país, o sócio da Target tem a expectativa de fechar negócios com transportadoras de passageiros, empresas de logística e até com cooperativas de táxi. " Nosso foco de atuação é qualquer empresa que tenha algum tipo de movimentação terrestre e queira reduzir seus acidentes com a aplicação de tecnologia " , afirma Javier.

O empresário se instalou na Lagoa Rodrigo de Freitas, no Rio, com a família. A esposa mudou-se grávida e o segundo filho do casal é carioca. Javier diz estar adaptado, inclusive nos hábitos carnívoros. " É um mito dizer que a carne argentina é melhor que a brasileira. Uma boa picanha mal passada não fica devendo nada ao assado (churrasco) que se come em Buenos Aires " , minimiza o portenho, que é torcedor do River Plate na Argentina e do Botafogo no Brasil.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 19 abr. 2010, Eu & Investimentos, p. D12.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais