

Negócios em dia

LIXO ELETRÔNICO

LUIZ ALBERTO MARINHO



A melhora nas finanças permitiu que mais brasileiros trocassem geladeiras, televisores e celulares antigos por novos. O problema é que os velhos equipamentos são quase sempre esquecidos em um canto ou jogados fora sem os cuidados necessários. Segundo o Conselho de Logística Reversa do Brasil, apenas 2% dos celulares vendidos no Brasil voltam à indústria para reciclagem ou descarte adequado. Aos poucos, isso deve mudar. Pressionadas pela Política Nacional de Resíduos Sólidos e de olho em ganhos econômicos e de imagem, mais empresas aderem à logística reversa – processo de devolução dos produtos usados aos seus fabricantes. A Tgestiona, fornecedor especializado no serviço, espera, só em 2011, devolver 1 milhão de eletrônicos usados à indústria. Ainda é pouco. Mas já é um começo.

ANDRÉ PORTO/METRO



Quantidade de eletrônicos recolhidos aumentou 8 vezes em 4 anos

BELEZA. Pesquisa da Revista “Supermercado Moderno” revelou que as brasileiras preferem comprar produtos de beleza em perfumarias do que em supermercados. Nessas lojas especializadas, elas dizem encontrar mais variedade, qualidade e serviços.

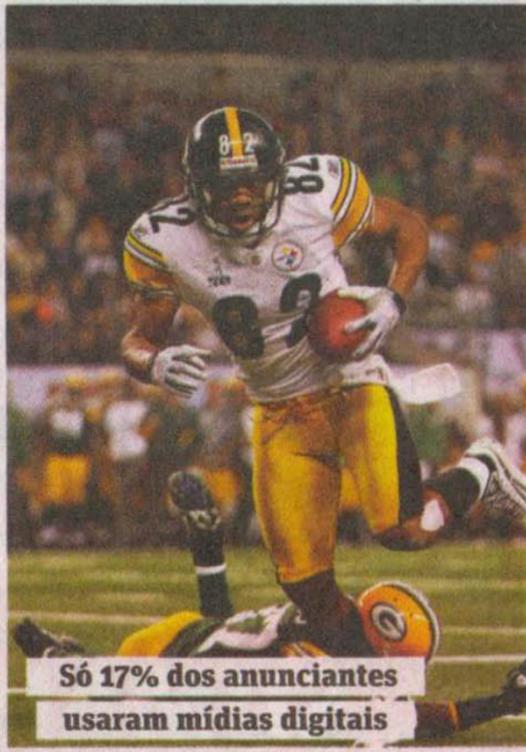
SALA DE AULA. Começam em março, em São Paulo, as aulas da Escola de Redatores, para publicitários, jornalistas e profissionais de marketing que desejam se comunicar com mais rapidez e relevância. Informações em www.escoladereдатores.com.br.

PRECOCES. Rohde & Carvalho pesquisou brasileiros de 8 a 20 anos de idade e descobriu que a preocupação com o futuro profissional já atinge 80% desses jovens. Tem mais, 76% das crianças de 8 a 12 anos querem ter o próprio negócio ao crescer.

POBRE, NÃO! Pesquisa do “Data Popular” mostrou que as empresas ainda precisam lidar com a resistência de seus executivos em relação à nova classe média brasileira – 70% deles admitem que existe preconceito interno contra o segmento popular.

Propaganda cara

O Super Bowl foi visto por 111 milhões de americanos no domingo – a maior audiência da história da TV nos Estados Unidos. Por isso mesmo, a exibição de um único filme de 30 segundos no intervalo do jogo custou aos anunciantes 3 milhões de dólares. Metade dos comerciais usou a abordagem do humor e vários apelaram para celebridades, como Ozzy Osbourne, Justin Bieber e Eminem.



Só 17% dos anunciantes usaram mídias digitais

GETTYIMAGES

SPEAK ENGLISH? Aumentou em 40% a procura pelo teste de proficiência ELSA (English Language Skills Assessment) no curso CNA. A ajuda veio do Reino Unido, que decidiu que cônjuges de britânicos e imigrantes com visto de permanência devem comprovar fluência em inglês para residir no país.

Luiz Alberto Marinho é publicitário, especialista em marketing de varejo e escreve no Metro todas as quartas-feiras