

## Reportagem de capa

## Do acaso à posição de dama da hotelaria

Fundadora da operadora Blue Tree, japonesa Chieko Aoki costuma desafiar prestadores de serviço e dar suporte para fazê-los crescer

Cris Olivette

No País, ela é conhecida como a dama da hotelaria. Em sua galeria de prêmios, vários a colocam entre as mulheres mais influentes do Brasil e da América Latina. Mas a fundadora da rede Blue Tree Hotels, Chieko Aoki, afirma que entrou no mundo dos negócios por acaso.

Ela conta que seu marido era dono da rede de hotéis Caesar Park, com unidades espalhadas por grandes cidades de vários países. “Quando seu sócio saiu, ele ficou sem administrador. Entrei para apagar o incêndio. No início, ocupei a diretoria de vendas e marketing”, conta.

Claro que o fato de ser formada em direito pela Universidade de São Paulo, em administração pela Universidade de Sofia, em Tóquio, e em administração hoteleira pela Cornell University, nos Estados Unidos, sustentou seu bom desempenho.

“Com os resultados da rede melhorando, assumi mais responsabilidades, até me tornar presidente. Depois de alguns anos, meu marido ficou doente e vendeu o negócio. Aí fui em-

prender sozinha, porque o mercado era muito bom e eu já tinha uma ótima equipe.”

O nome Blue Tree veio da tradução para o inglês do significado de seu sobrenome: árvore azul. “Tenho minhas raízes orientais. Sou muito obstinada, gosto das coisas organizadas, com disciplina. Quando criei a empresa, a primeira coisa que defini foi que todos deveriam trabalhar tendo como base esta frase de Madre Tereza de Calcutá: ‘Não deixe jamais que alguém que achegou-se de ti vá embora sem sentir-se melhor, ou mais feliz’. Essa frase resume a nossa missão.”

Em atividade desde 1997, a rede foi concebida para oferecer



SERGIO CASTRO/ESTADÃO

## ● Volume

1,5 milhão

Esse é o número de hóspedes que passam por ano pela rede

R\$ 349,7 mi

Esse foi o faturamento dos hotéis operados pela rede em 2013

## ● Resiliência

“Não encaro as dificuldades como algo negativo. É um aprendizado. Superá-las é muito gostoso. Dá uma sensação extraordinária”

Chieko Aoki

PRESIDENTE DA BLUE TREE HOTELS

qualidade, conforto e excelência em serviços com padrão cinco estrelas, a preços competitivos de quatro estrelas, com foco na atenção ao cliente. “A minha forma de administrar é centralizada nas pessoas, mesmo porque nosso negócio é prestação de serviços. Estimulo os funcionários a criarem uma forma a mais de crescimento e um jeito diferente de fazer as coisas. Quando a pessoa faz muito bem algo, começa a cair no hábito. Além disso, acho importante que a equipe pense em formas para criar vínculo com os clientes”, diz.

Hoje, a rede fundada por esta imigrante japonesa de 66 anos, que chegou ao Brasil em 1956, opera 23 hotéis espalhados por 17 cidades do País, por onde passam 1,5 milhão de hóspedes por ano. “É muita responsabilidade e grande oportunidade de proporcionar uma experiência que talvez essas pessoas nunca tenham tido.” Hoje, sob seu comando estão 2,1 mil funcionários diretos e 700 indiretos. Em 2013, o faturamento dos hotéis administrados pela Blue Tree atingiu R\$ 349,7 milhões.

Na carreira empreendedora, no entanto, ela enfrentou altos e baixos. “Não encaro as dificuldades como algo negativo.

Acho que é sempre um aprendizado. Certas vezes, penso que vida de empregado é muito me-

lhor. Mas conseguir superar as dificuldades é muito gostoso. É uma sensação extraordinária.”

Chieko afirma que ultrapassar obstáculos faz aumentar a confiança do empreendedor, que renasce fortalecido e melhor, porque não vai repetir novamente aquele erro. “É, no desejo de subir novamente, aprendemos coisas novas.”

Outra fonte de aprendizado e crescimento, segundo ela, vem do contato com pequenos prestadores de serviço que atendem a rede. “Acho importante dar oportunidade para os pequenos negócios, nós crescemos com eles e eles conosco. Mas acredito que para eles não deve ser muito fácil, pois sou muito exigente. Como toda mulher, observo muito os detalhes.”

Segundo ela, é importante passar trabalhos maiores do que eles acreditam que são capazes de fazer. “Faço isso por ter certeza de que eles vão conseguir, porque faço junto, vou trocando ideias. A comunicação com qualquer parceiro é extremamente importante. Ele tem de facilitar a minha vida, quero um bom resultado, mas também devo analisar se estou dando um bom feedback, se estamos alinhados na visão.”

Ela conta que a busca pela excelência no atendimento tornou o Blue Tree um celeiro para empresas do setor de serviços. “Formamos muito e até que não perdemos tanto, mas alguns vão embora. Mas acho ótimo que isso ocorra. Assim, dou oportunidade para que outra pessoa seja treinada. Além disso, aqueles que vão para o mercado melhoram o desempenho de meus concorrentes, isso faz com que eu tenha de melhorar cada vez mais também.”

Aos jovens empreendedores, Chieko diz que a primeira característica que devem ter é a confiança. “Acredite em você e na sua capacidade de atingir seus objetivos, que é o que chamamos de sonho. Lute para oferecer um diferencial. Não seja mais um no mercado, e sim um no mercado. Sempre lutei por isso, esse foi o meu foco.”

## Designer agarrou oportunidade e ganhou conta

Em 2010, pelo Twitter, o dono recém-criada agência de publicidade e design Ivoire, Danilo Ferro, ficou sabendo que a Blue Tree tinha um trabalho que não poderia ser feito pela agência que atendia a empresa na época. “Nesse momento, enxerguei a oportunidade da minha vida. Pedi uma chance de mostrar meu trabalho, e me deram. Lembro que, em pouco mais de um hora, eu já estava na recepção do escritório corporativo.

Esse foi o meu primeiro trabalho para a Blue Tree.”

Ferro conta que, após esta demanda, atendeu outras na sequência até conquistar a conta da empresa. “Foi um processo de muita negociação, não foi fácil. A Ivoire tinha acabado de nascer, mas negociei como gente grande, falando de resultados, entregas, projetos futuros etc. O mais importante foi entregar um trabalho de agência grande desde o início. Eu já ti-

nha passado por algumas agências, o que me deu mais segurança na hora de prospectá-los.”

Ferro afirma que antes de assinar o contrato, foi bastante testado por todos os departamentos da empresa. “Passei pelo crivo de muitas pessoas até chegar a atender a senhora Aoki. Hoje, ela liga diretamente em meu celular. Pode imaginar o tamanho dessa conquista?”

O empresário de 32 anos diz que o nível de exigência é alto, o

que fez elevar o padrão de entrega de todos os trabalhos.

Com 25 funcionários, atualmente a Ivoire atende outras grandes companhias, mas também abre espaço para os pequenos. “Nunca esquecemos nossas origens. Além disso, uma dica legal para os pequenos é sempre pulverizar a carteira de clientes. Outra dica é que façam tudo corretamente. Tenho orgulho de dizer que pago todos os impostos e que a verba para o

13º e para a festinha da galera já está garantida.”

O empresário afirma que aprendeu muito com a dona do Blue Tree. “Gosto muito de uma frase que ela diz: ‘O líder é a agulha e os seguidores são a linha’. Porém, acho que todos devem estar em plena sintonia. Não adianta a agulha ser rápida demais ou a linha ser fraca, tudo deve estar em harmonia para caminhar junto. É assim que trabalhamos na Ivoire.”

NILTON FUKUDA / ESTADÃO



Chance. Ferro soube de trabalho pelo Twitter

## Consultoria cresce após conquistar grande cliente

◆ Atuando com gestão comercial, financeira e operacional, empresa tinha equipe com oito pessoas; hoje são 96

◆ O aniversário de um ano de atividade da consultoria em gestão Othink foi marcado pela conquista de seu primeiro grande cliente. “Atender a Blue Tree funcionou como um cartão de visita para o nosso negócio. Começamos fazendo um trabalho pequeno e fomos ganhando confiança e credibilidade, o que possibilitou a expansão da empresa, que passou a ocupar um novo patamar no mercado”, relembra o sócio Flávio Menezes. Fundada em 2003, a Othink

completou dez anos dando outro passo importante em sua trajetória. “No ano passado, quando fizemos a fusão com a italiana Business Integration Partners (BIP), os empresários quiseram conhecer alguns de nossos clientes, e a própria senhora Aoki recebeu o vice-presidente da BIP, Paolo Re. Ela mostrou trabalhos que realizamos, bem como a credibilidade que temos lá dentro. O que certamente ajudou a consolidar a fusão.”

Além disso, ele diz que a rede sempre permitiu que ele levasse potenciais clientes à Blue Tree, para mostrar o trabalho realizado. “Conseguimos materializar nossa entrega com essas visitas”, afirma.

Para quem tem um pequeno negócio e quer atrair um grande



Fusão. O italiano Re (à esq), com os fundadores da Othink: Menezes, De Paula, Vit e Barbosa

cliente, Menezes diz que o empresário deve explorar, no bom sentido, sua rede de relacionamento e mostrar, desde a primeira conversa, seriedade. “Pa-

ra mim, esse é o ponto principal. A empresa pequena deve mostrar o quão ela é séria e o quão ela pode ser flexível, coisa que as grandes não podem, no

atendimento personalizado. Nisso, os grandes veem valor. Até hoje atendo pessoalmente a Blue Tree. Essa proximidade com o grande cliente, demons-

## ● Conquista

“Começamos fazendo um trabalho pequeno e fomos ganhando confiança e credibilidade”

Flávio Menezes

SÓCIO DA BIP/OTHTINK

trando seriedade e flexibilidade, é um grande diferencial.”

Segundo Menezes, a característica empreendedora mais marcante de Chieko Aoki é a perseverança e persistência em sempre atingir os melhores resultados no sentido amplo.

O empresário destaca, ainda, a busca constante da perfeição em termos de qualidade, dos resultados financeiros e de como gerir o patrimônio dos hotéis. “Ela tem muita disciplina. Independentemente do momento do País, essa é sempre a sua busca. Sem dúvida, é um exemplo para todos que têm o privilégio de convivem com ela.” Ele conta que atualmente a BIP possui 96 consultores contratados, e que os grandes clientes representam 80% do faturamento.