



**SUPERINTENDÊNCIA  
DA ZONA FRANCA DE MANAUS**

[www.suframa.gov.br](http://www.suframa.gov.br)

# **Clipping Local Mídia Impressa**

**Coordenação Geral de Comunicação Social - CGCOM**

**Manaus, quarta-feira, 30 de março de 2011**

JORNAL DO COMMERCIO Indústria volta a minimizar efeitos da tragédia japonesa sobre as atividades do PIM .....	1
CAPA	
JORNAL DO COMMERCIO Encontro .....	2
POLITICA	
JORNAL DO COMMERCIO Frente & Perfil .....	3
OPINIÃO	
JORNAL DO COMMERCIO Permanência de Flávia Grosso assegura anormalidade .....	4
OPINIÃO	
JORNAL DO COMMERCIO Para o PIM, 'Efeito Japão' só chega no longo prazo .....	5
ECONOMIA	
JORNAL DO COMMERCIO Para o PIM, 'Efeito Japão' só chega no longo prazo (continuação) .....	6
ECONOMIA	
JORNAL DO COMMERCIO Indústria de bebidas já antecipa perdas .....	7
ECONOMIA	
JORNAL DO COMMERCIO Indústria de bebidas já antecipa perdas (continuação) .....	8
ECONOMIA	
JORNAL DO COMMERCIO Mercado .....	9
ECONOMIA	
JORNAL DO COMMERCIO Março .....	10
ECONOMIA	
JORNAL DO COMMERCIO Fomenta Amazonas .....	11
NEGÓCIOS E SERVIÇOS	
JORNAL DO COMMERCIO NOTA DE PESAR .....	12
NEGÓCIOS E SERVIÇOS	
JORNAL DO COMMERCIO Blu-ray .....	13
EMPRESAS	
JORNAL DO COMMERCIO Dilma não tratará China como economia de mercado .....	14
BRASIL	
A CRITICA MAPA DE OPORTUNIDADES .....	15
ECONOMIA	
A CRITICA MAPA DE OPORTUNIDADES (continuação) .....	16
ECONOMIA	
A CRITICA NOTA DE PESAR .....	17
ECONOMIA	
AMAZONAS EM TEMPO Produção de Blu-ray deve dobrar no polo .....	18
ECONOMIA	
AMAZONAS EM TEMPO Importados ficam mais caros .....	19
ECONOMIA	

<b>AMAZONAS EM TEMPO</b> Importados ficam mais caros (continuação) .....	20
<b>ECONOMIA</b>	
<b>AMAZONAS EM TEMPO</b> NOTA DE PESAR .....	21
<b>ECONOMIA</b>	
<b>DIÁRIO DO AMAZONAS</b> PIM já considera dar férias coletivas .....	22
<b>AMAZONAS</b>	
<b>DIÁRIO DO AMAZONAS</b> PIM já considera dar férias coletivas (continuação) .....	23
<b>AMAZONAS</b>	
<b>MASKATE</b> Fala Sério! .....	24
<b>OPINIÃO</b>	

## Indústria volta a minimizar efeitos da tragédia japonesa sobre as atividades do PIM

**POR LUANA GOMES**

O mês termina e, pelo menos por enquanto, os possíveis efeitos da tragédia que se abateu sobre o Japão a partir de 11 de março ainda não chegaram ao PIM.

De acordo com o presidente da Fieam, Antônio Silva, grande parte do polo de empresas concentrado no Japão fica em regiões distintas dos lugares afetados pelo tsunami e pelas explosões nas usinas nucleares. “Não há correlação. Se houver algum impacto nos empreendimentos amazonenses será daqui a seis ou sete meses”, destacou.

**Página A7**

## Encontro

# *Fraxe apoia desburocratização para cooperativas e micros*

O deputado Abdala Fraxe (PTN) participou, nesta terça-feira, do Fomento Amazonas, evento promovido pelo Sebrae-AM (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Amazonas), e assumiu o compromisso de apoiar a desburocratização dos projetos implementados no Estado para o desenvolvimento do cooperativismo e da microempresa.

Na oportunidade, o deputado acompanhou a reunião do Subcomitê da Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios (Redesim) onde foram apontadas medidas a serem adotadas com o objetivo de facilitar os procedimentos para a abertura de microempresa nos municípios do Amazonas.

Um dos membros do subcomitê e presidente da AAM (Associação Amazonense de Municípios), Jair Souto, explicou que o programa possibilita que o empreendedor abra, altere e feche seu negócio por meio da internet, mas, para desburocratizar o sistema, o projeto ainda enfrenta uma série de obstáculos como a ausência da Caixa Econômica Federal e da Receita Federal nos municípios.

“Com a falta destes dois órgãos o empreendedor que já tem a ferramenta para abrir o seu negócio na localidade onde estiver, ainda tem de vir a Manaus para adquirir o seu CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica), porque nem a Caixa, nem a Receita disponibilizam este serviço na internet”, ressaltou.

Em apoio aos argumentos do subcomitê, Fraxe se colocou à disposição para inter-

mediar as ações que tenham o objetivo de facilitar e agilizar os procedimentos para o desenvolvimento do setor. “Nós sabemos a diferença que faz a desburocratização dos procedimentos para o fomento das atividades econômicas no nosso Estado. Vou ser mais um parceiro deste projeto, seja na interface com o Governo do Estado ou nas demais secretarias”, acrescentou.

O superintendente do

Sebrae/AM, Nelson Rocha, destacou que o Fomento Amazonas visa aproximar a microempresa do Poder Público, orientando os microempreendedores sobre as facilidades em participar do mercado das compras governamentais. “O evento capacita e mostra ao empreendedor que é fácil participar das compras públicas, e sensibiliza o poder público sobre a importância da microempresa no processo”, destacou.

## Frente & Perfil

### PROSPECÇÃO

Presidente da Fieam, Antonio Silva esteve ontem (29) em Moscou (Rússia) e hoje visita Praga (República Tcheca).

Chefia missão ao leste europeu fazendo prospecção do mercado local. Perguntado pela repórter Luana Gomes, do JC, se a indústria de lá é páreo para a ZFM, disse que é indiferente, mas com a prospecção é provável garimpar alguma experiência para o Amazonas.

# # #

## Permanência de Flávia Grosso assegura anormalidade

Braga para manter a indicação em suas mãos.

O ex-governador, que a levou para a Suframa e a manteve nos oito anos do seu governo, demonstrou ser um parceiro político fiel e uma voz de peso na defesa dos interesses da Zona Franca de Manaus. Venceu resistências dentro do seu partido, o PMDB, a quem fora destinado o cargo, e superou as manobras do aliado PT que a todo custo tentava emplacar um substituto para Flávia Grosso.

Independentemente do que corre na Justiça contra a dirigente da autarquia, e que a seu devido tempo será julgado, o nome de Flávia Grosso hoje é sinônimo de competência e dinamismo na condução da Suframa. Com ela, a autarquia venceu obstáculos como o contingenciamento de recursos, a guerra fiscal com Estados do Centro-Sul e obteve avanços significativos

na ampliação dos seus horizontes.

Foi na administração de Flávia Grosso que a Zona Franca de Manaus consolidou sua imagem de modelo de desenvolvimento sustentável para a Amazônia, e a Fiam (Feira Internacional da Amazônia), criada em 2002, passou a ser reconhecida como a maior vitrine de negócios da região. Demonstrando sempre otimismo, e confiança nas empresas e nas entidades de classe, conduziu o PIM durante e na recuperação sobre a crise financeira internacional, que começou em outubro 2008.

A permanência da superintendente no momento atual, em que havia temores de que o cargo fosse ocupado por um técnico ou político de outro Estado, elimina sobresaltos e assegura a normalidade na condução do órgão mais importante da economia amazonense.

O Palácio do Planalto entendeu que as denúncias de malversação de recursos públicos contra a superintendente da Suframa, Flávia Skrobot Gross, não serão determinantes para o seu afastamento do cargo mais importante da economia no Amazonas. Mas esse entendimento não surgiu por acaso. No episódio, sobressaiu-se a garra e determinação do senador Eduardo

## Para o PIM, 'Efeito Japão' só chega no longo prazo

POR LUANA GOMES

Desde a tragédia no Japão, no dia 11 de março, há especulações de que a catástrofe pode causar reflexos nas fabricantes japonesas instaladas no Brasil, dentre as quais, as 32 que residem no PIM (Polo Industrial de Manaus), segundo dados da Suframa (Superintendência da Zona Franca de Manaus). Embora não supere a perda de mais de 10 mil habitantes, o mês termina e, pelo menos por enquanto, a crise ainda não afeta as indústrias locais.

De acordo com o presidente da Fieam (Federação das Indústrias do Estado do Amazonas), Antônio Silva, grande parte do polo de empresas concentrado no Japão fica em regiões distintas dos lugares afetados pelo tsunami e pelas explosões nas usinas nucleares. "Não há correlação. Se houver algum impacto nos empreendimentos amazonenses será daqui a seis ou sete meses", destacou.

Já o presidente da Aficam (Associação das Indústrias e Empresas de Serviços do Polo Industrial do Amazonas), Cristóvão Marques, adianta o período de análise financeira. De acordo com sua avaliação, os reflexos da possível 'colisão' econômica no Estado devem aparecer em maio, daqui a um mês. "Mas, ainda não tem afetado a ZFM [Zona Franca de Manaus]", analisou.

Marques comenta que os setores automotivos foram os que mais sofreram com a catástrofe. Neste caso, o polo não deve sen-

tir tanta influência negativa, já que os únicos projetos aprovados no parque local que atendem o segmento de veículos automotores são da empresa Tecnologia Automotiva Catarinense S.A e da Bramont Montadora Industrial e Comercial de Veículos S/A, de origem indiana.

Já o comércio, por enquanto, possui avaliações divergentes. O presidente da FCDL/AM (Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Ama-

O presidente da FCDL/AM, Ralph Assayag, comenta que, entre as áreas atingidas, não há nenhum produto nas listas do comércio amazonense

zonas), Ralph Assayag, comenta que, entre as áreas atingidas, não há nenhum produto nas listas do comércio da região.

Entretanto, o vice-presidente da Fecomércio/AM (Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Amazonas), Aderson Frota, fala que o tsunami e a radiação paralisaram o sistema industrial, os portos do Japão e, conseqüentemente, a atividade dos revendedores de produtos japoneses.

Como eles obedecem a uma padronização de insumos,

com configurações específicas, não podem trocar de fornecedor de uma hora para outra, o que retardará a elaboração das mercadorias demandadas pelo comércio nestas indústrias.

### Arrecadação afetada

Sendo assim, se houver impacto na Zona Franca, a arrecadação de tributos deve ser completamente afetada já que, em 2010, os dados levantados pela Superintendência apontaram um faturamento de US\$ 35.1 bilhões, o que impulsionou a arrecadação federal recorde de US\$ 6.3 bilhões. De acordo com informações da autarquia, por conta da dinâmica econômica gerada pelo modelo ZFM, só o Amazonas responde por aproximadamente 60% da arrecadação federal da região Norte.

No caso da arrecadação estadual, também influenciada pelas indústrias amazonenses, o secretário titular da Sefaz (Secretaria de Estado da Fazenda), Isper Abraham, explica que as possíveis variações na receita devem ser motivadas por circunstâncias do próprio mercado nacional e não pela tragédia japonesa.

Embora o Japão tenha sido o terceiro país mais requisitado para as importações no Estado em fevereiro, com recursos na ordem US\$ 233.55 milhões do total de US\$ 1.78 bilhão, Abraham afirma, ao contrário do dirigente da Fecomércio/AM, que o país não é exclusivo e outros fornecedores devem assumir o papel de 'estepe'.

## Para o PIM, 'Efeito Japão' só chega no longo prazo (continuação)

### Etanol

# *Exportação não é mais prioridade do país*

A exportação de etanol de cana-de-açúcar não será mais estratégica para o Brasil no médio prazo, de acordo com o diretor da F.O. Licht, Christoph Berg. Segundo ele, as exportações brasileiras devem ficar em torno de 2 bilhões de litros, estáveis, nos próximos anos em virtude de uma oferta limitada, provocada pela concentração de investimentos apenas na produção de açúcar, que está com preços menores. O etanol disponível

deve ser direcionado para o setor de transportes doméstico e também para a indústria química, que está desenvolvendo novas especialidades químicas a partir do etanol de cana-de-açúcar. "Apenas a partir de 2012, a produção de etanol deve voltar a crescer de forma gradual", explica. Para o executivo, apenas na safra 2015/16, o Brasil deverá atingir um excedente exportável de etanol de 4 bilhões de litros.

Berg afirma que na safra

2011/12 o Brasil deve produzir 27,9 bilhões de litros de etanol, alta de 2,1% em relação aos 27,3 bilhões de litros registrados na safra passada. Deste total, 25,1 bilhões de litros devem ser utilizados como combustível, alta ligeira de 0,80% em relação aos 24,9 bilhões de litros da safra 2010/11. A expectativa é de que o Brasil importe, nesta safra, 250 milhões de litros ante 85 milhões de litros da safra anterior, alta de 194%.

## Indústria de bebidas já antecipa perdas

Fabricantes locais já esperam vendas menores, por conta do reajuste de preços do produto

POR SANDRA BEZERRA

O reajuste de valores na tabela da indústria de bebidas, cuja expectativa do governo federal é de ficar entre 10% a 15% para as fabricantes, deve tornar a cerveja, a água e o refrigerante 1,59% mais caros para o bolso do consumidor final brasileiro. No Amazonas, o reajuste pode trazer um aumento significativo nas bebidas e ser fator de queda no consumo, além de “aperto” para as indústrias regionais.

Publicado na última segunda-feira, 28, no DOU (Diário Oficial da União), o decreto aumenta o IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados), o PIS (Programa de Integração Social) e a Cofins (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social) referente a bebidas.

A indústria de bebidas local, ainda não calculou os valores que serão repassados ao consumidor, mas a estimativa do Sindicato das

Indústrias de Bebidas em Geral de Manaus, é de que o reajuste deverá trazer um impacto maior para o bolso do amazonense e influenciará para a queda do consumo de bebidas no curto prazo. “Em nível regional, pode-se esperar a queda significativa no consumo, mais ou menos dez dias após o aumento, quando os estoques deverão ser renovados e será inevitável repassar o novo preço ao consumidor”, explicou um dos diretores do sindicato, Luiz Cruz.

### Realidade diferente

Segundo Cruz, os valores nacionais não refletem a realidade das indústrias do Estado, cuja situação se agrava em razão da produção ser voltada para o público regional, afetando a estrutura de custos da indústria local por ter menor escala de produção. “O grande volume de vendas está com os produtos nacionais, cuja influência é maior na média de

preços. Nós produzimos em nível regional e o repasse deverá ser maior”, explicou.

O gerente-geral da J. Cruz Indústria e Comércio Ltda., Antônio Loreni, explica que antes do anúncio do aumento, os critérios para aferir lucro eram outros, com produtos avaliados pelos tamanhos e tipos, fazendo preço médio por litro. “Manaus ficou de fora da pesquisa e ficou na categoria de “outros produtos”, cuja categoria tinha o mesmo valor. Com a mudança e atualização dos preços, a avaliação é por categorias separadas. Na nossa linha, cada uma das marcas ficou numa linha de preço e numa faixa de tributo”, explicou o gerente-geral, cuja empresa é responsável pela fabricação, industrialização, envasamento e comercialização de refrigerantes e água mineral, das marcas Magistral e Yara.

O dirigente explica que, além disso, a Receita Federal diminuiu o fator redutor aumentando a

base de incidência do imposto para as indústrias. “Teremos que recalcular a expectativa de lucro, o resultado da empresa vem do volume e do preço que ela pratica. Se aumentarmos o preço, teremos de reavaliar o volume. Para a indústria equilibrar, vai mexer nos investimentos. Quem tinha plano de expansão, com certeza, deve reavaliar a situação”, alertou.

Além do pouco mercado para divisão da expectativa de aumento e da falta de reajustes dos preços de referência, desde janeiro de 2009, as indústrias locais se ressentem dos constantes aumentos de insumos para a fabricação dos produtos. “Tivemos vários aumentos, como o açúcar, que foi de 90% e a garrafa de plástico, que aumentou mais de 8%. Conseguimos não repassar ao consumidor mantendo o preço e a qualidade do produto”, explicou Loreni, que estima que o repasse da Magistral ficará entre 15% e 18%, dependendo do produto e da embalagem.

## Indústria de bebidas já antecipa perdas (continuação)

### Magistral aposta em estratégia diferenciada para as vendas do verão

Com relação à queda nas vendas, Antônio Loreni se diz otimista. "Entendemos que a questão da baixa nas vendas é sazonal. De janeiro a abril é o período mais fraco de consumo. Estamos confiantes por causa da estratégia de mercado da empresa para o verão", explicou o gerente geral da fábrica da Magistral.

De acordo com o diretor de Operações da Recofarma para a América Latina, Jório Veiga, a

companhia vem absorvendo os aumentos, mas chega um momento que fica difícil segurar o impacto sobre o valor dos produtos. "O repasse depende de cada indústria, de cada estoque e da política interna de repasse de preço de cada um para o mercado, que ao mesmo tempo deve manter as margens necessárias ao negócio", explicou Veiga, avaliando a expectativa de tempo em que o consumidor deverá sentir o aumento

de preço. "Mesmo que tenha estoque de material, cedo ou tarde o reajuste chega ao consumidor, mas temos certeza de que as empresas farão o possível para que o consumo não sofra tanto impacto e para refletir o menos possível no preço final", afirmou.

#### Investimentos e empregos

Conforme Veiga, as empresas têm investido bastante e cumprido

o compromisso com o governo de aumentar a capacidade de produção e gerar empregos. Dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), desde a última atualização em 2009, o valor da cerveja subiu 17,3%, e o refrigerante e a água em garrafinhas ficaram em 16,6% acima da inflação de janeiro de 2009. Quanto ao item que deverá sofrer queda maior no consumo, o diretor da Recofarma prefere não determi-

nar. "Depende da época do ano. Imaginamos que o impacto do aumento será o mesmo sem discriminar o tipo de bebida", afirmou.

Segundo a Suframa (Superintendência da Zona Franca de Manaus), a indústria de bebidas do PIM (Polo Industrial de Manaus) faturou US\$ 238,66 milhões em 2010, e fechou janeiro de 2011 com US\$ 16,42 milhões. Atualmente emprega mão de obra mensal

média de 1.711 trabalhadores (incluindo efetivos, temporários e terceirizados).

#### Economia

**Editor Responsável:**  
Marco Dassori

mdassori@cam.com.br  
telefone: (92) 2101.5526  
fax: (92) 2101.5525

## Mercado

# Copa aquece canteiros de obras

Evento promete criar 128 grandes oportunidades para as pequenas empresas do setor

A Copa do Mundo de 2014 criará 128 grandes oportunidades para as pequenas empresas do setor da construção civil, principalmente no período pré-evento. A informação consta no 'Mapa de Oportunidades para as Micro e Pequenas Empresas nas Cidades-Sede', levantamento inédito do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa) encomendado à FGV (Fundação Getúlio Vargas).

A construção civil é um dos nove setores da economia em que o Sebrae trabalha para identificar oportunidades de negócios e capacitar pequenas empresas. O setor absorverá a maior parte (R\$ 22,8 bilhões) dos R\$ 33 bilhões a serem investidos pelos setores público e privado em infraestrutura, turismo e consumo, segundo dados do Ministério do Esporte.

As 128 oportunidades mais promissoras para as pequenas empresas da construção civil nas 12 cidades-sedes surgem na condição de fornecedores ou prestadores de serviços para as grandes empresas. São atividades como consultoria, prestação de serviços, fornecimento de matéria-prima, insumos e equipamentos, representantes comerciais e agentes do comércio de eletrodomésticos, móveis e artigos de uso doméstico, comércio varejista de ferragens, madeira e materiais de construção.

"O Sebrae quer transformar o desafio desse trabalho no seu legado. A ideia é aproveitar a oportunidade da Copa para aumentar o nível de competitividade e promover o desenvolvimento das pequenas empresas.

Este grande evento é um elemento motivador para a criação, melhoria e internacionalização de novos produtos e serviços", destacou o gerente de Serviços do Sebrae, Vinícius Lages.

O mapeamento demonstra que quando se trata do fornecimento de insumos relacionado ao comércio atacadista, a oportunidade surge por meio da complementação de materiais que, pela ausência de previsibilidade do demandante ou por urgência, são comprados em empresas, normalmente locais e de menor porte. Além disso, as chances de atuação dos empreendimentos locais relacionadas ao comércio ou à indústria no fornecimento de materiais frágeis (como vidro) serão expressivas, pois o transporte por longas distâncias é muito caro e difícil.

### Serviços especializados

Na área de projetos, chamou a atenção o potencial de oportunidades para os serviços especializados de arquitetura. Já em administração, serviços complementares como alimentação, transporte, controle patrimonial,

Em relação à segurança, meio ambiente e saúde, as oportunidades surgem para empresas es-

saúde ocupacional. Nos canteiros de obra, cabe às pequenas empresas prestarem serviços às grandes em atividades de aluguel de máquinas e equipamentos e transporte rodoviário de carga.

O mapeamento também mostra como oportunidades as atividades em edificações e de instalações. Em insumos, as perspectivas surgem por meio da complementação de materiais como adubos, boca de lobo, cadeado, caixa de descarga plástica, argamassa industrializada e caixa de incêndio.

comércio de ferramentas e equipamentos de pequeno porte e transporte de pessoal também podem ser explorados.

pecializadas principalmente em serviços de assessoria, consultoria e treinamento em segurança do trabalho, meio ambiente e

---

**As oportunidades mais promissoras para as pequenas empresas da construção civil nas 12 cidades-sedes surgem na condição de fornecedores ou prestadores de serviço**

---

## Março

# *Indústria de material de construção mantém otimismo nas vendas*

As indústrias de materiais de construção seguem otimistas em relação ao fechamento das vendas internas de março, de acordo com dados da Abramat (Associação Brasileira da indústria de Materiais de Construção), divulgados ontem.

O Termômetro Abramat, pesquisa realizada entre os associados da entidade, apontou que 79% dos empresários consultados avaliaram o desempenho do mês como bom e muito bom, ante 81% informado no mês anterior. Para abril, 83% das empresas estão otimistas quanto ao fechamento das vendas internas no curto prazo.

### **Mercado externo**

Com relação ao mercado externo, a sondagem mostra que 36% das empresas estão otimistas com o desempenho das exportações em março, ante 28% em fevereiro. Em abril, a expectativa dos empresários do setor com as exportações permanece regular, com queda na expectativa otimista para 20%.

O Termômetro Abramat mostrou ainda que em março 61% dos empresá-

rios tinham boas expectativas em relação às ações do governo federal nos próximos 12 meses, ante 66% em fevereiro. Em nota, a Associação Brasileira da indústria de Materiais de Construção ressalta que

### **Termômetro**

Abramat, pesquisa com os associados da entidade, apontou que 79% dos empresários consultados avaliaram positivamente o desempenho do mês

apesar da predominância do otimismo, a tendência de queda pode estar relacionada ao recente anúncio de cortes no orçamento do programa "Minha Casa, Minha Vida" e a alta da taxa básica de juros.

A intenção de investir nos próximos 12 meses, por sua vez, recuou de 76% das indústrias em fevereiro para 74% este mês. Em março do ano passado, a pretensão era de 70%. Ao mesmo tempo, o nível médio de utilização da capacidade instalada permanece em 87% desde janeiro.

### Fomenta Amazonas

# Encontro mobiliza prefeitos e empreendedores amazonenses

O evento capacita empresários a participarem de licitações



Foto: Walter Mendes

O destaque foi o prefeito Helder Ignacio, que ganhou o prêmio Prefeito Empreendedor em 2010

Por Walter Mendes

Contribuir com empresários e pequenos comerciantes do interior com políticas de desenvolvimento econômico, tendo como objetivo gerar renda e emprego nos municípios amazonenses; e capacitar empreendedores para participar de licitações públicas realizadas pelas prefeituras e governo estadual. Esses são os principais propósitos do encontro que reúne prefeituras e prefeitos do interior do Estado do Amazonas através da AAM (Associação Amazonense dos Municípios) e do Sebrae-Am (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), que realiza o evento Fomenta Amazonas 2011. O evento acontece de 29 a 31 deste mês, no auditório do Hotel Caesars Business, em Manaus.

De acordo com o superintendente do Sebrae-AM, Nelson Rocha, o encontro servirá de incremento às micro e pequenas empresas, no sentido de obterem mais conhecimentos na hora de negociar com prefeituras e Governo. "As pequenas empresas precisam estar atentas ao grande potencial que é o poder público,

daí a importância de um evento como esse, pois nele, os empresários poderão aprender como agir para fazer parte dos grupos de fornecedores de produtos ou serviços, já que lei geral possibilita que as micro e pequenas empresas também possam participar de licitações junto aos órgãos oficiais. Dos 62 municípios, 29 já regulamentaram a Lei Geral nº 123/06, a meta é que o encontro possa beneficiar os 33 municípios que ainda restam. Desde que essa lei foi sancionada em 2003, houve um aumento de 318%", lembrou.

Na prática, o processo começa com a aprovação, pelas Câmaras de vereadores, da Lei Geral das Micros e Pequenas Empresas, na qual as prefeituras se comprometem a priorizar o comércio local na compra e aquisição de produtos utilizados em diversos setores da administração.

Para o coordenador do Fomenta Amazonas 2011, Douglas Mousse, as prefeituras são os maiores órgãos pagadores nos municípios. "Medidas como esta, levará os prefeitos a comprarem produtos e serviços do próprio município, adquirido diretamente por um comerciante local,

mediante licitação na qual só participam empresários estabelecidos no município", informou Mousse.

O destaque do encontro foi o prefeito de Cariacica - ES, Helder Ignacio, que ganhou o prêmio Prefeito Empreendedor em 2010, concedido pelo Sebrae. Ele falou em sua palestra das dificuldades que encontrou quando assumiu a administração do município. "Pelo histórico negativo que os antecessores deixaram, nenhum empresário queria fornecer produtos ou serviços para a prefeitura. Tomamos várias medidas importantes para mudar o clima de desconfiança que existia. Começamos utilizando mecanismos de incentivos fiscais às micros e pequenas empresas, facilitamos acesso ao crédito, concedemos isenções de taxas e fizemos parcerias com o Sebrae. Com as medidas, conseguimos atrair empresários dos diversos setores que acreditaram em nossas propostas. Esses empresários cresceram, geraram emprego e renda e, ao mesmo tempo colaboraram para o crescimento da arrecadação do município que chegou a ultrapassar 10% no ano passado", festejou o prefeito.

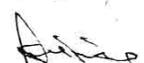
### NOTA DE PESAR



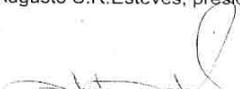
As entidades empresariais do Amazonas lamentam com profundo pesar o falecimento do ex-vice-presidente da República, José Alencar, ocorrido nesta terça-feira, 29 de março.

Líder empresarial brilhante e defensor do setor produtivo brasileiro, e em especial do Sistema S, Alencar presidiu a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG) por 15 anos e alcançou importantes cargos como senador, ministro e vice-presidente da República por dois mandatos.

Sua força e constante luta pela vida, ao longo de 13 anos, o tornaram um exemplo ímpar para todo o povo brasileiro e totalmente digno de nosso respeito e admiração.

  
Federação das Ind. do Estado do Amazonas  
Américo Augusto S.R. Esteves, presidente em exercício

  
Associação Comercial do Amazonas  
Gaitano Laertes P. Antonaccio, presidente

  
Fed. do Comércio do Est. do Amazonas  
José Roberto Tadros, presidente

  
Centro da Indústria do Estado do Amazonas  
Maurício E. Martins Loureiro, presidente

  
Fed. da Agricultura do Estado do Amazonas - FAEA  
Muni Lourenço Silva Júnior, presidente

## Blu-ray

### *Videolar investe R\$ 4 milhões em nova linha*

A Videolar, indústria brasileira há 22 anos líder no mercado de entretenimento, anuncia a expansão da linha de produção de blu-ray, mídia óptica com grande capacidade de armazenamento de dados em alta definição. No total, R\$ 4 milhões serão investidos para que a produtividade da empresa no produto seja dobrada no segundo semestre de 2011, alcançando a marca de 800 mil peças/mês. "O mercado de entretenimento possui uma tendência natural para o aumento de vendas no segundo semestre. Este investimento visa assegurar aos nossos clientes o atendimento desta futura demanda de forma ágil e com qualidade.", afirma Phillip Wojdyslawski, presidente da Videolar.

O novo equipamento será instalado na Unidade II localizada em Manaus, planta industrial na qual a empresa também centraliza a produção das mídias ópticas CD, CD-R, DVD e DVD-R, produtos de grande importância para a sustentabilidade dos negócios da indústria, que este ano inaugurará uma Unidade focada na produção de BOPP (filme plástico utilizado em embalagens alimentícias). "Creditamos a atuação no setor petroquímico ao sucesso de nosso primeiro negócio. Reafirmamos aos clientes e ao mercado de entretenimento o nosso compromisso em continuar disponibilizando as mais modernas tecnologias em mídias ópticas e atender a demanda do produto.", comenta o presidente da Videolar.

A nova linha de blu-ray iniciará sua operação no mês de julho, produzindo mídias de 25 e 50GB para reprodução de filmes em alta definição e formato 3D.

## Dilma não tratará China como economia de mercado

Brasil tinha sido o único a reconhecer China como economia de mercado

Às vésperas da primeira visita da presidente Dilma Rousseff à China, as barreiras comerciais, as reclamações mútuas e os problemas entre os países ressurgem na pauta diplomática. Um dos pontos mais difíceis dessa relação, herança do governo de Luiz Inácio Lula da Silva, no entanto, já tem uma resposta brasileira - e não é a esperada pelos chineses. O Brasil, na viagem da presidente, de 11 a 15 de abril, não vai reconhecer o país como economia de mercado.

A promessa, feita em 2004 por Lula na primeira visita oficial do presidente chinês, Hu Jin Tao, ao Brasil, não está nem na pauta brasileira da viagem de Dilma nem na agenda imediata do governo. "Isso é um problema para o governo brasileiro, mas ninguém quer mexer agora. Não há nenhum clima no país hoje para levar isso adiante", dis-

se um diplomata.

O Brasil foi o único país a falar no reconhecimento da China como economia de mercado até hoje, uma medida que irritou empresários de todas as áreas no país. No entanto, começou a morrer logo em seguida. O próprio ex-chanceler Celso Amorim, então patrocinador da medida, se disse "decepcionado" com os poucos

avances esperados pela China, no entanto, não resolve a maior parte dos problemas que o país tem em sua relação comercial. Especialmente porque a maior parte deles está na conta do Brasil. Burocracia excessiva para exportações, carga tributária complicada e dificuldades com infraestrutura tornam difícil a competitividade do Brasil no mercado chinês.

---

***A promessa, feita em 2004 por Lula na primeira visita oficial do presidente chinês, Hu Jin Tao, ao Brasil, não está nem na pauta brasileira da viagem de Dilma nem na agenda imediata do governo***

---

avanços que o Brasil obteve em troca da declaração. A decisão de não levar adiante a regulamentação, no entanto, foi tomada pelo Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio.

Não fazer o reconheci-

Mais que isso, a falta de tecnologia e inovação dos produtos brasileiros, comparado com o que se produz na China, torna quase impossível hoje um comércio que vá muito além das commodities.

MAPA DE OPORTUNIDADES

# Copa: chance para as micro

Estudo feito para o Sebrae, pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), mostra onde estão as melhores oportunidades de negócio

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), divulgou ontem, no Rio de Janeiro, o 'Mapa de Oportunidades para as Micro e Pequenas Empresas nas Cidades-Sede', com 448 oportunidades de negócios nas 12 cidades brasileiras que receberão jogos do Mundial da Fifa em 2014, em quatro setores da economia: Construção civil, tecnologia da informação, turismo e produção associada ao turismo.

De acordo com o mapeamento, encomendado à Fundação Getúlio Vargas (FGV), haverá possibilidades de negócios para pequenos empreendimentos antes, durante e após o evento esportivo. Alguns exemplos são as agências de viagens, emissoras e de receptivo, fornecedores de uniformes, empresas de terlanagem, restaurantes e outros estabelecimentos de alimentação e bebidas, comércio de reparação e manutenção de

**Em números**

#

**79.300.000**

reais é a previsão de investimentos no Programa Sebrae na Copa de 2014. Os recursos serão aplicados em programas de consultoria, inovação e acesso a mercados, como Sebrae Mais, Sebraetec, Agentes Locais de Inovação (ALI) e Centrais de Negócios.

equipamentos de comunicação, empresas de Internet e infraestrutura de tecnologia da informação (TI), produção artesanal, design de produtos e embalagens, fornecedores de material e mobiliário de escritório.

As 448 oportunidades de negócios foram extraídas de uma lista de atividades nas quais es-

sas empresas podem empreender com chance de sucesso. Esses segmentos incluem as compras governamentais (com as garantias previstas na Lei Geral da Micro e Pequena Empresa) e os negócios diretamente com o mercado - que representam a maior parte das oportunidades. Ainda no primeiro semestre de 2011, serão mapeados mais cinco setores: agronegócio, madeira e móveis, têxtil e confecção, comércio varejista e serviços.

**LEGADO**  
Além da realização de negócios, o Programa Sebrae na Copa 2014 aproveita o impulso do evento esportivo para trabalhar no desenvolvimento das micro e pequenas empresas. A ideia é permitir que elas ocupem um espaço maior na economia, não apenas no período até 2014, mas no futuro. Atualmente, 99% das empresas brasileiras são micro ou pequenas e elas res-



Estudo foi apresentado pelo presidente nacional do Sebrae, no Rio de Janeiro

ponde por 23% do Produto Interno Bruto. Em países como Alemanha, a participação no PIB chega a 40%", afirma o presidente do Sebrae, Luiz Barretto.

Entre as ações para a Copa, está prevista, inicialmente, a

capacitação de 7,7 mil empreendimentos avançados, (com mais de dois anos de funcionamento) nas 12 cidades-sede, que serão multiplicadoras dos avanços de gestão e inovação para centenas de milhares de

outros empreendimentos. "Tão importante quanto fazer essa capacitação é articular, junto às grandes corporações, a inserção das pequenas empresas nas principais cadeias produtivas. Já iniciamos o diálogo nesse sentido", revela Luiz Barretto.

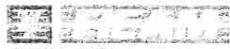
Neste primeiro momento, o levantamento está sendo feito em âmbito nacional. A segunda etapa será a identificação das atividades mais promissoras em cada estado que sedia a Copa, levando em consideração as aptidões locais. Estão em andamento 14 mapeamentos locais, sendo nove no setor da construção civil (Incluindo Amazonas) e cinco em tecnologia da informação (CE, DF, PE, PR e RJ). Até maio, serão levantados os dados regionais dos quatro setores.

Um arquivo com resumo executivo do mapeamento nacional pode ser baixado na internet, no endereço [gestaoportal.sebrae.com.br](http://gestaoportal.sebrae.com.br)

### MAPA DE OPORTUNIDADES (continuação)

Oportunidades por setor			
Construção Civil	Tec. da Informação	Turismo	Associada ao turismo
<p>A Copa do Mundo de 2014 criará 128 grandes oportunidades para as pequenas empresas do setor da construção civil, principalmente no período pré-evento. O setor absorverá a maior parte (R\$ 22,8 bilhões) dos R\$ 33 bilhões a serem investidos pelo poder público e iniciativa privada em infraestrutura, turismo e consumo, segundo dados do Ministério do Esporte.</p> <p>As oportunidades mais promissoras surgem na condição de fornecedores ou prestadores de serviços para as grandes empresas. São atividades como consultoria, prestação de serviços, fornecimento de matéria-prima, insumos e equipamentos, representantes comerciais e agentes do comércio de eletrodomésticos, móveis e artigos de uso doméstico, comércio varejista de ferreiros, madeira e materiais de construção.</p> <p>Analisando o cenário atual, em uma escala de 0 a 1, as pequenas empresas têm boa atuação no comércio varejista de vidros (0,96) e pouca presença em vigilância e segurança (0,05).</p>	<p>Desenvolvimento de softwares, projetos e assistência técnica, manutenção e suporte. Essas são algumas das 105 oportunidades que podem ser aproveitadas pelas pequenas empresas do setor da tecnologia da informação (TI) nos períodos pré e durante Copa do Mundo de 2014.</p> <p>As demandas podem surgir do Poder Público, em obras como estruturação de estádios e centros de mídia, mas também tendem a vir da iniciativa privada, pelas necessidades das empresas e consumidores finais por soluções de tecnologia da informação, como transmissão de dados e desenvolvimento de softwares e serviços.</p> <p>O mapeamento feito pelo Sebrae identificou os setores em que atualmente as pequenas empresas têm maior atuação, dando escala de densidade de 0 a 1. Destacam-se operação de equipamentos de rádio, transmissão móvel externa (0,82), serviço de provedores (0,82) e assistência técnica, manutenção e suporte a equipamentos móveis de transmissão de sinais de TV (0,75).</p>	<p>O 'Mapa de Oportunidades', traçado pela FGV a pedido do Sebrae, aponta 98 atividades no turismo como promissoras para pequenas empresas. O evento apresenta boas oportunidades para as agências de viagem, tanto emissivas quanto as de receptivo. Um passo importante é se credenciar nas operadoras internacionais que, por sua vez, são agentes do Tour Operator Programme (TOP) da Match/Fifa. Os participantes desse programa podem vender, em seus países de origem, pacotes oficiais com ingressos para os jogos.</p> <p>Quem presta serviços técnicos ou operacionais a outros empreendimentos do setor, tais como limpeza e manutenção, terceirização de mão de obra e lavanderia também pode se beneficiar, bem como atividades mais direcionadas ao próprio turista, como promoção de passeios, lan houses e casas de câmbio.</p> <p>Entre os setores em que pequenas empresas estão bem representadas, destaque para restaurantes e lanchonetes.</p>	<p>Produção associada ao turismo é o conceito adotado pelo Ministério do Turismo e Sebrae para definir segmentos, atividades e serviços que agregam valor aos produtos turísticos, como artesanato, manifestações culturais, gastronomia e atividades artísticas e esportivas.</p> <p>O 'Mapa' levantou 117 atividades, de diversos ramos, nos quais as pequenas empresas terão relevante papel e serão beneficiadas diretamente em termos de negócios, geração de empregos, desenvolvimento e consolidação no mercado.</p> <p>Entre os temas e ramos econômicos que se destacam na produção associada em turismo se destaca a economia criativa. Carnaval, artesanato, manifestações culturais, produtos alimentícios regionais, atividades artísticas e esportivas e outras áreas vão criar boas oportunidades para pequenas empresas na Copa 2014.</p> <p>Vale aqui a dica de que turista estrangeiro sempre gosta de experimentar e descobrir novos sabores e culturas nos destinos visitados.</p>

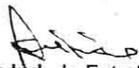
### NOTA DE PESAR



As entidades empresariais do Amazonas lamentam com profundo pesar o falecimento do ex-vice-presidente da República, José Alencar, ocorrido nesta terça-feira, 29 de março.

Líder empresarial brilhante e defensor do setor produtivo brasileiro, e em especial do Sistema S, Alencar presidiu a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG) por 15 anos e alcançou importantes cargos como senador, ministro e vice-presidente da República por dois mandatos.

Sua força e constante luta pela vida, ao longo de 13 anos, o tornaram um exemplo ímpar para todo o povo brasileiro e totalmente digno de nosso respeito e admiração.

  
Federação das Ind. do Estado do Amazonas  
Américo Augusto S.R. Esteves, presidente em exercício

  
Associação Comercial do Amazonas  
Gaitano Laertes P. Antonaccio, presidente

  
Fed. do Comércio do Est. do Amazonas  
José Roberto Tadros, presidente

  
Centro da Indústria do Estado do Amazonas  
Mauricio E. Martins Loureiro, presidente

  
Fed. da Agricultura do Estado do Amazonas - FAEA  
Muni Lourenço Silva Júnior, presidente

## Produção de Blu-ray deve dobrar no polo

Com investimentos de R\$ 4 milhões, a Videolar vai ampliar a produção, a partir de julho, de 400 mil unidades para 800 mil por mês

**HENRIQUE SAUNIER**  
Especial para o EM TEMPO  
henrique@emtempo.com.br

A fabricação de discos com tecnologia blu-ray vai ganhar mais um reforço no Polo Industrial de Manaus (PIM). Esse 'gás' chega com uma nova linha de produção da mídia - capaz de armazenar até dez vezes mais do que um DVD normal -, trazida pela Videolar e fruto de um investimento de aproximadamente R\$ 4 milhões.

A nova linha do Blu-ray Disc (BD), produzido pela Videolar, tem a previsão de operar em julho deste ano, tempo necessário para homologar os equipamentos e fazer últimos ajustes. A estimativa da empresa é dobrar a produção, que atualmente é de 400 mil unidades por mês. Com isso, a capacidade mensal da empresa entraria na marca de 800 mil unidades.

Já a meta para todo o ano, de acordo com o diretor residente da companhia, Valmir Franco, é chegar aos 8 milhões de unidades da mídia. De acordo com ele, o que levou a Videolar a incrementar a produção foi o próprio comportamento de

mercado, da qual a empresa atualmente é detentora de 70% dos direitos de fabricação dos títulos dos maiores estúdios de cinema.

Essa nova linha de produção, conseqüentemente, gerou contratação de mão de obra, para atuar em toda a cadeia de manufatura do disco. "Para todo o proces-

Até dezembro,  
a Videolar deve  
inaugurar uma nova  
unidade para produção  
de filme plástico,  
utilizado como  
embalagem

so de produção, incluindo impressão, acabamento e o transporte, precisamos de pelo menos 40 pessoas. Todos eles já estão preparados para atuar na linha e dez operadores realizaram um curso na Alemanha", destacou.

Questionado sobre o preço do produto, que ainda assusta

uma boa parcela da população - um filme em alta definição tem um preço médio de R\$ 75, no varejo -, mesmo não sendo de competência da fabricante determinar o valor final, Franco comentou que a tendência é diminuir, conforme a capacidade do volume produzido.

Além disso, desde quando a Videolar e outras empresas passaram a fabricar BD no PIM, foi possível perceber uma queda nos preços do produto. Hoje, por exemplo, é possível encontrar títulos vendidos a R\$ 29,90. No entanto, Franco lembrou que o fato de a empresa garantir uma produção de 800 mil unidades de BD mensalmente, isso não quer dizer ser esta mesma a quantidade consumida pelo mercado. Segundo ele, o montante é requisitado pelos estúdios e entregue, daí começa o processo de comercialização.

Na opinião do presidente da Videolar, Philip Wojdyslawski, o mercado de entretenimento possui uma tendência natural para o aumento de vendas neste segundo semestre e "este investimento visa assegurar aos clientes o atendimento desta futura demanda de forma ágil e com qualidade".

"Creditamos a atuação no setor petroquímico ao sucesso de nosso primeiro negócio. Reafirmamos aos clientes e ao mercado de entretenimento o nosso compromisso em continuar disponibilizando as mais modernas tecnologias em mídias ópticas e atender a demanda do produto. En-

quanto houver mercado para esse segmento, estaremos investindo nele", acrescentou o presidente da Videolar.

A nova linha de produção será instalada na nova unidade da Videolar, planta industrial na qual a empresa também centraliza a produção das mídias ópticas, como

CD, CD-R, DVD e DVD-R, produtos de grande importância para a sustentabilidade dos negócios da indústria. A Videolar garantiu ainda que, este ano, inaugurará uma planta focada na produção de filme plástico utilizado em embalagens alimentícias, conhecido como BOPP.

### Importados ficam mais caros

Setor do varejo amazonense sente o reflexo do avanço do preço em dólar dos produtos importados

**RICHARD RODRIGUES**  
Equipe do EM TEMPO  
richard@emtempo.com.br

O avanço do preço em dólar dos produtos importados tem deixado o comércio amazonense em alerta, principalmente as importadoras do centro de Manaus. Nos últimos 12 meses, o custo dos itens comprados em território estrangeiros registrou crescimento de 5,8%, segundo dados divulgados pela Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex). O desempenho, segundo entidades ligadas ao setor, é um passo para a inflação.

Segundo a Funcex, entre os itens importados de outros países que mais subiram de preço estão o petróleo, que ficou 23,5% mais caro, seguido por calçados e artigos de couro (9,5%). Os custos de alimentos e bebidas ficaram mais caros e cresceram 7,6%, têxteis 7% e eletrônicos 6,6%.

De acordo com o presidente da Federação do Comércio do Estado do Amazonas (Fecomercio/AM), Roberto Tadros, o aumento no preço em dólar dos produtos importados já é uma ameaça não só para o lojista, que tem de desembolsar uns dólares a mais para adquirir mercadorias, mas também para o consumidor. "Esse crescimento não é benéfico, até porque as importações de certa forma contribuem para segurar os preços dos produtos nacionais, que também poderão subir", disse, ao des-

taçar que a alta pode garantir o retorno da inflação.

Tadros acrescentou ainda que um dos principais responsáveis pelo encarecimento dos itens ainda é a crise econômica mundial de 2009, que afetou grande parte dos países de onde os produtos que abastecem o mercado brasileiro são importados. "Temos como exemplo os Estados Unidos, que tem uma dívida interna de US\$ 11 bilhões, enquanto o seu Produto Interno Bruto (PIB) é de aproximadamente R\$ 15 bilhões", observou o dirigente,

Falta de alguns produtos e lançamentos de outros também contribuem para a alta no valor dos importados

ao acrescentar que o Brasil não é apenas um importador de produtos, mas também de tecnologia. "Tudo isso pode influenciar no desempenho do comércio", salientou.

Outro ponto levantado pela Fecomercio/AM está nos prejuízos que o empresariado do ramo comercial pode ter com a valorização dos produtos importados. "Se os preços continuarem altos, o comerciante fica preocupado se vai vender tais produtos, assim como pode repassar os custos altos

ao consumidor", observou o dirigente da entidade.

#### Outros motivos

O presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas de Manaus (CDL-Manaus), Ralph Assayag, justificou o crescimento à falta de determinados itens ou lançamentos de novos produtos. "Podemos atribuir a alta dos preços de algumas mercadorias a esses dois fatores" enumerou.

O dirigente da CDL-Manaus

afirmou ainda que entre os itens que mais registraram crescimento no preço foi o álcool, que segundo ele deve continuar com o preço em alta. "O país não é autossuficiente em etanol como é no petróleo. Atualmente, grande parte do etanol utilizado no país vem dos Estados Unidos, já que a maioria da plantação da cana-de-açúcar é utilizada para a produção de açúcar e não do combustível", ressaltou.

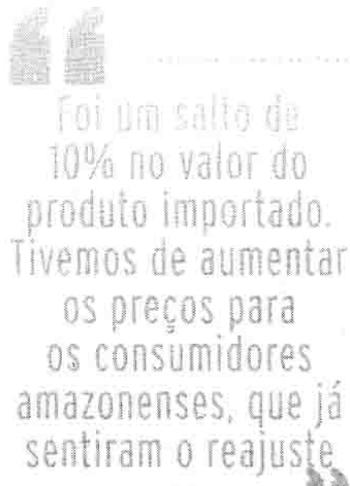
## Importados ficam mais caros (continuação)

# Lojistas sentem o impacto

A

Os lojistas amazonenses sentem 'no bolso' a elevação dos custos dos produtos importados e estudam alternativas para não ficar no prejuízo. "Desde o início do ano o preço dos produtos importados aumentaram. Ainda não repassamos o valor para o consumidor, mas se continuar dessa forma não teremos outro jeito", disse o gerente comercial da Importadora Thenny, Edinaldo Zane.

Entre os itens que tiveram maior aumento de valor no exterior, segundo o gerente da Thenny – loja de artigos de informática – estão os processadores. "Esses produtos tiveram um aumento de 5% de janeiro para cá", disse o gerente, ao pontuar que a valorização pode até comprometer a aquisição de determinados produtos no



Foi um salto de 10% no valor do produto importado. Tivemos de aumentar os preços para os consumidores amazonenses, que já sentiram o reajuste.

Nell Tomaka, gerente da Importadora Zona Franca

mercado internacional.

Já na Importadora Zona Franca, localizada no centro de Manaus, entre os produtos que despontaram nos preços foram os eletroeletrônicos, mas quem mais

teve o valor encarecido no exterior foram os brinquedos. "Foi um salto de 10% no valor e também tivemos de aumentar os preços para os clientes, que também já sentiram o reajuste", comentou a gerente da loja, Nell Tomaka.

Na Importadora Carioca – revendedora de artigos eletrônicos, roupas, perfumes, sapatos, entre outros produtos vindos do exterior – os custos com os produtos não tiveram aumento segundo o responsável pela loja, Admam Pinheiro. "O que tem aumentado são os custos com frete, que nos últimos meses tiveram reajuste. Porém, entre os produtos que já registramos alta nos preços foram as roupas, que nos últimos seis meses cresceram aproximadamente 7%", finalizou.

## Alta traz o risco de inflação

A valorização dos importados, segundo o economista Assis Mourão, é justificada por conta da capacidade de produção dos itens instalados no país. "Já estamos no limite dessa capacidade e,

diante dessa situação, os preços dos produtos importados cresceram na mesma proporção que a demanda dos itens no exterior", justificou o economista, ao pontuar que essa é a lei econômica.

Mourão acrescentou ainda que o encarecimento tende a contribuir para o retorno da inflação, maior temor dos comerciantes brasileiros. "A inflação é certa se os preços continuarem subindo", finalizou.

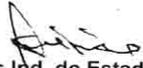
### NOTA DE PESAR

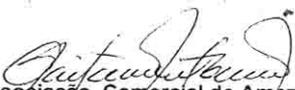


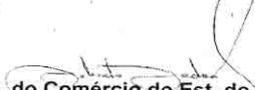
As entidades empresariais do Amazonas lamentam com profundo pesar o falecimento do ex-vice-presidente da República, José Alencar, ocorrido nesta terça-feira, 29 de março.

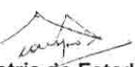
Líder empresarial brilhante e defensor do setor produtivo brasileiro, e em especial do Sistema S, Alencar presidiu a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG) por 15 anos e alcançou importantes cargos como senador, ministro e vice-presidente da República por dois mandatos.

Sua força e constante luta pela vida, ao longo de 13 anos, o tornaram um exemplo ímpar para todo o povo brasileiro e totalmente digno de nosso respeito e admiração.

  
Federação das Ind. do Estado do Amazonas  
Américo Augusto S.R. Esteves, presidente em exercício

  
Associação Comercial do Amazonas  
Gaitano Laertes P. Antonaccio, presidente

  
Fed. do Comércio do Est. do Amazonas  
José Roberto Tadros, presidente

  
Centro da Indústria do Estado do Amazonas  
Maurício E. Martins Loureiro, presidente

  
Fed. da Agricultura do Estado do Amazonas - FAEA  
Muni Lourenço Silva Júnior, presidente

## PIM já considera dar férias coletivas

**O fim do estoque de componentes importados do Japão deve forçar uma parte das 32 empresas de capital japonês a dar férias coletivas entre maio e julho e readequar produção para a alta demanda do fim do ano.**

De acordo com entrevista do coordenador de Acompanhamento de Projetos Industriais da Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa), Gustavo Igrejas ao jornal 'O Estado de S. Paulo', os empresários ainda estão avaliando a situação, mas já é consenso que algumas linhas de produção terão de fazer uma parada.

Após a tragédia que abalou o país oriental, muitas em-

presas instaladas no Japão suspenderam a produção e deixaram de atender às suas filiais espelhadas pelo mundo, a exemplo de Manaus, onde estão concentradas unidades das maiores fabricantes de motocicletas e eletrônicos japoneses.

"Eles ainda têm estoques para um ou dois meses, desde que aconteceu a tragédia no Japão. Com isso, maio, junho e julho serão meses chaves para a produção dessas empresas", disse Igrejas.

Na logística de abastecimento de insumos asiáticos para o PIM, a estratégia das empresas para reduzir os estoques e evitar custos é montada sobre o período em que a enco-



menda é fechada, o tempo médio do trajeto e o de entrada nas linhas de produção. Nesse caso, a primeira etapa deixou

de ser cumprida e os reflexos devem aparecer no período esperado pela Suframa.

O maior tempo para os

produtos chegarem da Ásia a Manaus também exige que as empresas se programem para um período de estoques vazios.

Segundo Igrejas, para ganhar tempo, a maioria das empresas japonesas enviou técnicos à China e a outros países da Ásia para avaliar fornecedores. O período de férias coletivas, observa Igrejas, também servirá para as empresas reconfigurarem suas linhas de produção aos insumos que começarão a chegar. "Todos estão atentos para não afetar a produção do fim do ano" disse Igrejas.

Fale com o editor  
redacao@diarioam.com.br

## PIM já considera dar férias coletivas (continuação)

# Ministério sinaliza com medidas para evitar crise

O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) está acompanhando a situação e já admitiu medidas para evitar maiores problemas no fornecimento de componentes para a indústria local.

“Tive a oportunidade de estar lá (Manaus) e estamos monitorando para ver. Dentro do possível, poderemos auxiliar essas empresas para ver o que fazer dentro do ministério”, informou o secretário executivo do MDIC, Alessandro Teixeira, que no começo do mês esteve na cidade.

Segundo Teixeira, as empresas ainda têm estoques de peças e componentes. Se eles terminarem, as companhias terão que buscar fornecedores alternativos. “Eles já disseram que estão preocupados com o risco de faltar componentes. Mas ainda não está faltando nada”, afirmou, à época.

A Suframa informou logo após a tragédia no Japão, que estava acompanhando caso a caso a situação das empresas que importam insumos japoneses. A superintendente da autarquia, Flávia Grosso, admitiu que as empresas costumam manter algum estoque para até 60 dias. Ela também destacou que as principais empresas japonesas têm um alto grau de nacionalização e de regionalização das etapas de produção.

De acordo com a Secretaria de Comércio Exterior, o Japão é o terceiro maior exportador de insumos para o PIM, depois da China e da Coreia do Sul. No primeiro bimestre de 2011 foram importados US\$ 233,5 milhões em partes e peças de televisores, acessórios para motocicletas e para motores de explosão, tubos de borrachas vulcanizadas, circuitos integrados e máquinas e aparelhos mecânicos.

## Sindicato espera receber comunicação do período

O presidente do Sindicato dos Metalúrgicos, Valdemir Santana, informou que ainda não foi comunicado oficialmente sobre férias coletivas, ao admitir que as empresas em “algum momento terão de passar por esse problema”.

As férias coletivas na indústria local ocorrem normalmente entre os dias 20 de dezembro e 5 de janeiro. Neste ano, a

alta demanda forçou algumas empresas a adiar esse período.

Segundo a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), 15 dias antes do início das férias, as empresas são obrigadas a informar a Superintendência Regional do Trabalho e Emprego (SRTE) e aos sindicatos sobre o período de vigência das férias e a quantidade de trabalhadores envolvidos.

## Fala Sério!

### Cachorrada rouca



Conforme anunciamos nesta coluna, com a inclusão da Suframa na missão comercial à China, convidada exclusivamente por Dilma Roussef, Flávia Grosso continua à frente da autarquia e desembarcará em Pequim ao lado da Presidente. Pesou o resultado e fracassou a futrica. A cachorrada vai morrer de latir e a caravana tá na China, mana.

### Prestígio

Contando com a bravata de Eduardo Braga, que chamou para si a exclusividade da confirmação, a permanência de Flávia fôï referendada por seu desempenho recorde à frente da autarquia, onde alcançou resultados extraordinários. Além disso, a CNI, o PIB do Brasil, via Antônio Silva, fez chegar a Dilma a necessidade da continuação em nome do modelo.

### ZFM e UFAM



Almino, ao lado de Gilberto Mestrinho, Artur Virgílio Filho, foi pedra angular para construir a economia da Zona Franca e a academia da reabertura da Universidade do Amazonas, na era JK. Foram eles que arrancaram da União o Porto Franco, depois Zona Franca, e a Fundação Universidade do Amazonas, depois Ufam, graças ao prestígio federal dos três no Palácio do Catete.