



**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, domingo, 10 de abril de 2011**

A CRITICA TELEFONE FIXA .....	1
ECONOMIA	
A CRITICA Negócios made in China .....	2
ECONOMIA	
A CRITICA notas & notas .....	3
ECONOMIA	
AMAZONAS EM TEMPO Parceira .....	4
OPINIÃO	
AMAZONAS EM TEMPO Empresas deixam o 'ninho' para alçar voos próprios.....	5
ECONOMIA	
AMAZONAS EM TEMPO Empresas deixam o 'ninho' para alçar voos próprios (CONTINUAÇÃO) .....	6
ECONOMIA	
AMAZONAS EM TEMPO Empresas deixam o 'ninho' para alçar voos próprios (continuação) .....	7
ECONOMIA	
AMAZONAS EM TEMPO Empresas deixam o 'ninho' para alçar voos próprios (continuação) .....	8
ECONOMIA	

TELEFONE FIXA

# Gigaset quer ser gigante no Brasil

Empresa que já domina o mercado europeu tem planos grandiosos no País

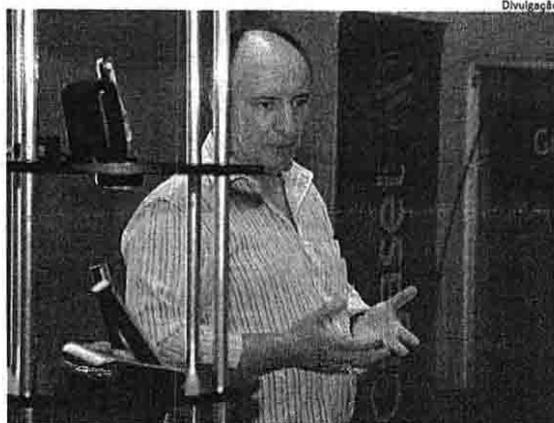
**JOUBERT LIMA\***  
DA EQUIPE DE A CRÍTICA

BELÉM - A Gigaset, fabricante de soluções em telefonia fixa, pretende expandir o volume de negócios no Brasil por meio de estratégias regionalizadas. A empresa vai investir R\$ 1,5 milhão na região Norte pelos próximos três anos espera obter um faturamento de até R\$ 6 milhões nesse mesmo período. A Gigaset comercializa telefones fixos sem fio, principalmente para o público residencial. Na semana passada, a companhia lançou na região sua nova linha de aparelhos e apresentou suas perspectivas de crescimento.

O presidente da empresa, Antonio Mesquita, explicou que, atualmente, todos os aparelhos da marca vendidos no Brasil são importados, mas ressaltou a possibilidade de estabelecer produção nacional, caso o mercado responda bem aos produtos. Nesse caso, o Polo Industrial de Manaus (PIM) estaria entre os possíveis destinos do investimento. Numa escala de zero a 100%, o executivo situou em 45% as chances de nacionalizar a produção dos telefones.

O Norte representa 2% do volume de negócios; a empresa pretende triplicar as vendas em 2011 e expandir a participação do Norte para 9% até 2012. Para isso, a companhia desenvolveu ações de marketing e até uma tabela de preços específicos para a região, além de descentralizar o controle dos negócios, antes concentrado em São Paulo.

Também faz parte da estratégia reforçar equipes locais de



CEO Antonio Mesquita diz que telefonia fixa ainda tem muito o que crescer

**Ex-braço da Siemens**

**A Gigaset já foi um braço do grupo alemão Siemens. Hoje, a empresa é controlada pela Siemens e pelo Grupo Arques, também de origem alemã. Na Europa, a companhia lidera o mercado de telefonia fixa com 33% de market share.**

trade, contratando profissionais nos Estados, para fazer o "corpo a corpo" com o varejistas. A companhia está de olho nas redes que atuam na região, como Ramsons - que já comercializa os telefones da marca -, Bemol, Armazém Paraíba, Lojas Centro e Novo Lar, entre outras.

Embora também tenha produtos low-end (com preços em torno de R\$ 70), o foco está nos

telefones sem fio com preços acima de R\$ 130 (mid e high-end). Uma inovação foi o lançamento de modelos personalizáveis. No site da companhia, o cliente pode escolher a estampa do aparelho entre dez opções.

**O FIXO NÃO MORREU**

A Gigaset aposta em um tipo de produto que pode parecer um pouco ofuscado atualmente, os telefones fixos. Uma corrente de especialistas acredita no fim desse equipamento nas próximas décadas. No entanto, Antonio Mesquita afirma que a telefonia fixa continuará coexistindo de forma complementar com a telefonia móvel. E os números da Gigaset atestam a solidez desse mercado. Em 2010, a empresa ultrapassou a marca de 150 milhões de telefones produzidos.

\* O repórter viajou a convite da empresa

## Negócios made in China

Empresários amazonenses do setor da construção civil estão a caminho do gigante oriental, de olho em boas oportunidades

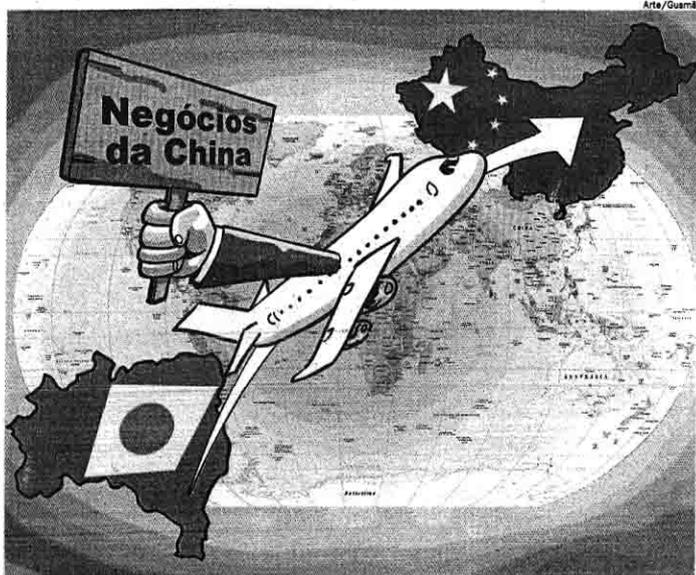
**CIMONE BARROS**  
DA EQUIPE DE A CRÍTICA

Uma comissão de 30 empresários da área da construção civil do Amazonas vai participar de 15 a 19 deste mês da Feira de Cantão, na China, a maior feira de negócios do mundo. Realizado todos os anos, o evento é uma oportunidade de observar produtos com novas tecnologias, ver o modo como os chineses operam no mercado e, claro, de fazer bons negócios.

Segundo o vice-presidente do Sindicato da Indústria da Construção Civil do Amazonas (Sinduscon-AM), Franck Souza, por Manaus estar numa Zona Franca e gozar de incentivos fiscais, os empresários locais chegam a ter economia de até 40% comprando direto da China.

"Aqui, temos uma tributação diferenciada e comprando lá temos uma boa economia, mesmo pagando o frete. Diferente de comprarmos em São Paulo ou Minas Gerais, que já compram muitas vezes de lá e nos revendem, e se compramos deles não contamos com essa vantagem".

A *Canton Fair* é gigantesca e atrai empresários do mundo todo. O espaço físico possui 1 milhão de m<sup>2</sup> com mais de 55 mil stands e 150 mil tipos de produtos em exposição. De acordo com a Câmara de Comércio e Indústria Brasil-China (CCBIC), representante oficial da feira e organizadora da missão empresarial



brasileira, o evento tornou-se uma plataforma para o comércio internacional movimentando cerca de US\$ 32 bilhões.

O estigma de que na China só tem produto de baixa qualidade aos poucos é superado. "O país tem uma relação comercial forte com a Europa e os Estados Unidos e esses países têm níveis de exigência muito altos.

Então, o que você quiser a China oferece; produtos de boa e má qualidade", disse o presidente da Câmara dos Dirigentes Lojistas de Manaus (CDLM), Ralph Assayag, que já participou dessa feira com o enfoque no comércio em outras ocasiões. "Tive empresário de ramo de hotelaria que comprou banheiros prontos. Só para chegar aqui,

montar e conectar às redes de água e esgoto", revelou.

Pata ter a garantia de adquirir bons produtos e de que os produtos comprados serão os mesmos a serem entregues, os empresários contam com a consultoria de agentes. São empresas que abrem as portas da China para as organizações brasileiras interessadas

em encontrar fornecedores naquele País e facilitar os processos de exportação. O comércio local é mais afinado com a *Baumann Consultancy Network* e a construção civil com a CCBIC.

Segundo Souza, os produtos da China melhoraram muito e o Brasil só lida com empresas grandes, com histórico, volume de atendimento e certificadas. "Na China, a gente tem de ter cuidado. Por isso, a Câmara Brasil-China nos faz essa assessoria, com pesquisa de fornecedores, de idoneidade das empresas, de verificação dos produtos - impermeabilidade, resistência, coloração - e de supervisão dos serviços de embarque e logística dos produtos comprados", explicou Souza.

Os produtos mais comprados pelos amazonenses são cerâmica, porcelanato, revestimento externo de fachada. Também tem havido investimentos nos equipamentos para construção pesada, como guias, escavadeiras, máquinas para terraplanagem e geradores, já que muitos dos produtos tem "carcaça" chinesa, mas motor japonês, facilitando a manutenção.

"Para os pequenos às vezes a feira não é tão vantajosa. Mas se o participante não conseguir comprar, já vale pelo passeio turístico e cultural", brincou o presidente da Federação dos Dirigentes Lojistas do Amazonas (FCDL-AM), Esra Azury, que também é sócio de uma construtora.

## Eventos em três fases até 19 de abril

A maior feira de negócios do mundo, a *Canton Fair* acontecerá em três fases. A primeira de 15 a 19 de abril destinada à construção civil e a segunda de 23 a 17 de abril para a área de decoração do lar e utilidades domésticas. Na terceira, de 01 a 05 de maio, os empresários vão ter acesso a produtos têxteis, vestuário e hospitalar.

Entre os produtos expostos na primeira fase estão máquinas e equipamentos pesados, pequenos maquinários, bicicletas, motos, auto-peças, produtos químicos, veículos (outdoor), equipamentos de iluminação, materiais de decoração. Também podem ser encontrados eletrodomésticos, eletrônicos, computadores e produtos de comunicação.

O pacote da Câmara Brasil-China também oferece participação em outras três feiras em Hong Kong: *Electronics Fair*, *House Ware Fair* e *Hong Kong International Home Textiles*, além de turismo em Pequim.

## notas & notas

**Alternativa** “Desenvolver outros fornecedores de outros países, comprar de distribuidores ao redor do mundo – mesmo sendo um pouco mais caro se consegue achar – mas eu tenho fé que atividade do Japão volte ao normal muito em breve”, Wilson Périco, vice-presidente da Federação das Indústrias do Amazonas.

**Estoque** Périco disse, também, que as empresas do PIM não estão sentindo os efeitos do desastre natural no Japão porque contava com estoque para 30 e 60 dias e com os insumos que estavam em trânsito.

### Parceira

Uma das empresas mais identificadas com o Amazonas e o Pólo Industrial de Manaus, a Honda é uma das parceiras de inúmeras atividades culturais e desportivas pelo Estado. No último final de semana, a empresa foi apoiadora do Camarote da Imprensa do MAG. Faz bem e acrescenta.



Se todas no  
PIM fossem  
assim...

### Empresas deixam o 'ninho' para alçar voos próprios

Mais quatro novas empresas deixaram a fase de incubação do Centro de Desenvolvimento e Incubação Empresarial (Cide) para se lançar no mercado e 'andar com as próprias pernas'

**HENRIQUE SAUNIER**

Especial para o EM TEMPO

henrique@emtempo.com.br

Quatro novas empresas saem dos seus 'ninhos' para alçar novos voos, após passar pela fase de incubação. Essas empresas irão se juntar a outras 18, hoje na ativa, que também passaram por esse mesmo processo e começaram a 'andar com suas próprias pernas'. Elas deixam para trás toda a estrutura fornecida inicialmente pelo Centro de Desenvolvimento e Incubação Empresarial (Cide), responsável em ajudar empresas com ideias inovadoras.

São empresas como a Rita Prossi, da empresária e poetisa de mesmo nome, que criou uma fábrica de bijoias e acessórios. O embarque da empresa no período de incubação ocorreu em abril de 2009. Agora, Prossi está entre duas opções de investimento para seu negócio: instalar uma indústria de joias para produzir em grande escala, ou montar um ateliê para atender clientes específicos.

A empresária, inclusive, fez planejamento para as duas opções e apontou a falta de capital de giro como uma das principais dificuldades. Segundo ela, o investimento para a indústria é de aproximadamente R\$ 800 mil, enquanto o ateliê necessitaria de um aporte de aproximadamente R\$ 250 mil. No momento, o lado designer de Prossi a faz preferir a

**Junto com 18 empresas que estão na ativa, mais quatro saem da incubadora para dar mais um passo importante no mercado empresarial**

segunda opção.

O prazo para a Rita Prossi sair do Cide vai até 2012 e, segundo a empresária, sua criação já possui maturidade suficiente para ingressar no mercado das convencionais.

### Empresas deixam o 'ninho' para alçar voos próprios (CONTINUAÇÃO)

De acordo com ela, o centro ajudou com o apoio na participação de feiras de negócios, cursos profissionalizantes, prospecção de mercado e também estrutura física como sala de reuniões, auditório, internet e segurança. "Toda empresa precisa ficar no tempo certo de incubação,

uma vez que a conclusão do projeto é muito importante. Gosto de comparar a incubação empresarial a uma criança recém-nascida em uma incubadora de hospital, que a cada dia fica mais forte até chegar o dia de ir para casa. No entanto, mesmo fora do hospital, a criança precisa de

cuidados", compara.

Sobre o mercado de prospecção, Prossi ressalta que suas peças são mais vendáveis para turistas, entretanto, o local também consome peças exclusivas. "O perfil do nosso cliente é o das classes A e B. São pessoas antenadas, inteligentes e que dão

valor à natureza e à vida saudável, ecologicamente correta", comenta.

A empresa gera atualmente cerca de sete empregos diretos e centenas de indiretos, entre eles, artesãos, moradores de tribos indígenas, fabricantes das embalagens e pedristas.

### Empresas deixam o 'ninho' para alçar voos próprios (continuação)

#### Empreendimentos precisam tornar-se independentes

Outra empresa que em breve deve deixar o 'ninho' do Cide é a CQLab. Os preparativos já começaram e a empresa procura um imóvel para instalação. De acordo com o diretor-administrativo da companhia, Fernando Tirolli, a fase de incubação, sem dúvida, é uma saída importante para gerar um fluxo de entrada de novas empresas e dar espaço para as que estão 'nascendo' agora.

Na sua opinião, esse ciclo é importante também para mostrar que nem todos os negócios são viáveis. Entretanto, como destaca o diretor, também acionista da empresa, "a incubadora não pode funcionar como 'UTI' e gerar uma espécie de dependência". "A empresa precisa adquirir condições de andar com as próprias pernas. Hoje, estamos com uma boa participação de mercado e uma boa grade de clientes, incluindo os próprios incubados do Cide, que utilizam os nossos serviços", salienta.

O serviço do qual Tirolli se refere é um controle de qualidade feito por meio de análises em laboratórios na própria empresa. Segundo ele, 98 % do faturamento vem do Distrito Industrial e seu laboratório realiza o controle de qualidade da água de concessionárias, poços, efluentes, além da qualidade de alimentos. A CQLab já conseguiu o feito, inclusive, de ter em seu

quadro de clientes, gigantes como a rede de fastfood Habib's e a fabricante de concentrados de bebidas Recofarma.

Para tocar esse negócio fora do Cide, a imobilização de capital da empresa será de aproximadamente R\$ 2,5 milhões. Ele explicou que um laboratório não é uma sala corporativa comum e precisa de toda uma estrutura, como água encanada, gás comprimido, fiação diferenciada, bancada resistente à corrosão e boa iluminação.

No entanto, quando envolve o dinheiro e a maneira para conseguir, as empresas começam a enfrentar o principal entrave. "Em qualquer empreendimento, o banco pede uma garantia real 130% maior do que o valor emprestado. As empresas incubadas acabam encontrando dificuldade, pois nenhuma possui unidade própria", desabafa.

Hoje, com 23 concorrentes diretos e parciais no mercado local, a CQLab conseguiu seus primeiros clientes no próprio Cide. A empresa emprega atualmente 12 pessoas, entre farmacêuticos, biomédicos e biólogos. O empreendimento tem ainda um 'plano b', onde, caso não consiga adquirir um imóvel, irá alugar uma estrutura para o seu funcionamento.

### Empresas deixam o 'ninho' para alçar voos próprios (continuação)



A empresária e poetisa Rita Prossi diz que sua criação já possui maturidade suficiente para concorrer no mercado

#### Capital é um dos grandes desafios

Com um tempo total de pré-incubação, incubação e pós-incubação, a FabriQ contabiliza cinco anos e mantém apenas um vínculo de associação ao Cide, que serve de apoio para empresas nascentes no que diz respeito à troca de ideias sobre aspectos gerenciais e oportunidades de parcerias.

Conforme o diretor-administrativo da FabriQ, Fredson Encarnação, o desafio de toda a empresa que sai de uma incubadora é mostrar ao mercado, na prática do dia a dia, que ela está pronta para atendê-lo. Além disso, ter acesso ao capital para novos investimentos, especialmente em áreas dinâmicas como a de Tecnologia da Informação (TI), são percalços a serem enfrentados.

Encarnação explica que o mercado olha com certa desconfiança para uma empresa nascente, pois não sabe se ela é fruto de uma decisão consciente de abraçar uma oportunidade ou se é fruto de uma necessidade temporária do empreendedor. "Entretanto, logo nos dois primeiros anos conseguimos gerar resultados consistentes para empresas e instituições de grande porte. Isso nos ajudou a derrubar barreiras e firmar nosso pé no mercado", disse.

#### Área da FabriQ e fitoterápicos com maior força

Para o diretor-executivo do Cide, Eduardo Pedro, a área da FabriQ e a de fitoterápicos são as com maior força nesse tipo de sistema de apoio a novas empresas e representam 40% e 35% do total, respectivamente. Hoje, o Cide comporta 52 empresas, com um faturamento global de R\$ 17 milhões por ano, e quase 1,6 mil empregos diretos e indiretos. Eduardo Pedro informou que, no ano passado, cinco empresas saíram do centro para montar unidade própria, contra sete empresas de 2009.