



SUPERINTENDÊNCIA
DA ZONA FRANCA DE MANAUS

www.suframa.gov.br

Clipping Local Mídia Impressa

Coordenação Geral de Comunicação Social - CGCOM

Manaus, domingo, 28 de agosto de 2011

A CRITICA Notas & Notas	1
ECONOMIA	
A CRITICA Redução do PIB não deve afetar o PIM	2
ECONOMIA	
A CRITICA Comércio e indústria vão criar agenda positiva	3
ECONOMIA	
A CRITICA Produtos com selo do AM	4
ECONOMIA	
A CRITICA Em busca do caminho inverso	5
ECONOMIA	
DIÁRIO DO AMAZONAS ECONOMIA	6
CAPA	
DIÁRIO DO AMAZONAS Franquias de Manaus ganham espaço no País	7
ECONOMIA	
DIÁRIO DO AMAZONAS Franquias de Manaus ganham espaço no País (continuação)	8
ECONOMIA	
DIÁRIO DO AMAZONAS Franquias de Manaus ganham espaço no País (continuação)	9
ECONOMIA	
DIÁRIO DO AMAZONAS Mandarim e japonês são idiomas com alto interesse	10
ECONOMIA	
DIÁRIO DO AMAZONAS Tributo sobre produto importado é 'carta na manga' contra concorrência predatória	11
ECONOMIA	
DIÁRIO DO AMAZONAS ECONOMIA	12
ECONOMIA	

Notas & Notas



61% recusariam a quantia enquanto 80% das mulheres preferem ficar mesmo é com as suas informações pessoais.

Fênix Virou uma espécie de mantra da gestão da superintendente da Suframa, Flávia Grosso, o argumento usado por ela mesma de que a Zona Franca de Manaus (ZFM) é uma Fênix - a ave mitológica que renasce das cinzas. Ela voltou a fazer a alegoria na última reunião do CAS, agora referindo-se à expectativa de faturamento do PIM para este ano. Para Flávia Grosso, o montante passará facilmente dos US\$ 40 bilhões.

Cara O empresário Olívio Martins, de Ipiguá, em São Paulo, é um dos expositores da

feira comercial da Festa do Peão de Barretos, que acontece até hoje. Ele criou um conjunto de peças para lançar exclusivamente na Festa do Peão de Boiadeiro de Barretos, onde o traje completo para o casal com duas jaquetas e dois pares de botas, feitos com couro de cobra píton, são vendidos a R\$ 128,7 mil.

Menu Com uma ferramenta chamada *Menu Planing*, do ramo de alimentação, que atua em Manaus, vem personalizado cada vez mais seus cardápios, para respeitar a cultura de cada uma das suas 2 mil unidades, espalhadas de norte a sul do Brasil.

Prêmio Em sua primeira edição do prêmio CNI de Jornalismo serão contemplados os melhores trabalhos nas categorias jornal, rádio, revista, TV e Internet. O melhor trabalho entre todos os inscritos levará o Grande Prêmio José Alencar de Jornalismo e R\$ 40 mil. Ao todo, serão distribuídos R\$ 240 mil aos vencedores. Todas as informações e o regulamento estão no site www.premiocni.dejornalismo.com.br.

✘ Alessandro Teixeira, secretário-executivo do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (Mdic), por sua iniciativa de estudar a reivindicação feita pelos jaticultores do Amazonas, que reclamam da concorrência desleal das fibras importadas.

✘ Dafra, do ramo de duas rodas, que está trazendo para o Polo Industrial de Manaus a produção de bicicletas elétricas, um produto que está cada dia mais em alta no mercado brasileiro. No comércio local, há delas sendo importadas da China.

✘ Nokia e Ufam, por seu lançamento do jogo eletrônico "Canto dos Pássaros", um game de memória auditiva que vai encantar os amantes do som das aves. No jogo, o usuário precisa encontrar duas cartas com o mesmo som. Para jogar é simples: cada vez que a pessoa memoriza e acerta as cartas com o mesmo canto, o nome do pássaro correspondente é apresentado.

✘ A TIM, que reconquistou a vice-liderança do mercado de telefonia móvel no Brasil, retomando a posição que já havia ocupado por dez anos (até setembro de 2008).

Manaus, domingo, 28 de agosto de 2011.

Redução do PIB não deve afetar o PIM

No próximo dia 2 de setembro teremos oficialmente o resultado do PIB brasileiro no segundo trimestre deste ano, quando poderemos ter a revisão do índice projetado pelo Governo. Apesar de ainda trabalharem com uma previsão de fechar o ano com o PIB entre 4% e 4,5%, o Ministro da Fazenda, Guido Mantega, já admite que deva acontecer uma redução de expectativa para o crescimento da produção industrial. Agora já se fala num crescimento de apenas 3% para o setor industrial brasileiro este ano. Essas previsões se apresentam conforme crescem

as dificuldades provocadas pela crise internacional que assola os países da União Europeia e os Estados Unidos, pois mesmo que haja uma reação, ela deverá ser muito lenta para a zona do euro e um pouco menos para os norte-americanos. O Brasil deverá ser atingido pela crise, mas, em proporção bem menor do que a maioria dos países, em virtude de termos reservas substanciais, bancos sólidos, mercado interno forte e dependermos menos das exportações. Por exemplo, a China apresenta exportações que representam 40% do seu PIB, enquanto as exportações do

Brasil dependem em apenas 13%. O ambiente econômico mundial continua hostil em razão da produção dos países encontrados, cada vez mais, dificuldades para penetrarem no mercado internacional de manufaturados. Esses mercados continuam travados e bastante competitivos, em razão da concorrência não só de países emergentes, mas também dos chamados desenvolvidos, que não conseguem se livrar do acúmulo de estoques. O nosso modelo agromineral deve continuar a ser explorado, porém precisamos transformar as vantagens desse



desempenho na construção de um desenvolvimento industrial apoiado no mercado doméstico, gerador de arrecadação e *superávit* primário necessário para o país. Por isso, temos de usar a política cambial a nosso favor e reduzir os juros para proteger a indústria no Brasil, assegurando o seu desenvolvimento. Possuímos um mercado com condições de se autoalimentar e garantir que tenhamos o mínimo de efeitos negativos, advindos da crise econômica internacional. Para a ZFM os reflexos a serem sentidos ainda este ano são

pouco prováveis, podendo ocorrer algum efeito a partir de 2012, haja vista que o Polo Industrial de Manaus atravessa um bom momento, muito embora haja um pequeno desaquecimento do mercado consumidor nacional. Por exemplo: o Polo de Duas Rodas demonstra um crescimento do faturamento que acreditamos possa atingir 8% em relação ao ano passado. Tanto a produção como a geração de empregos no PIM estão com bom desempenho e acreditamos que supere as marcas alcançadas em 2010.

Comércio e indústria vão criar agenda positiva

CIMONE BARROS
DA EQUIPE DE A CRÍTICA

Empresários do comércio e da indústria afinam o discurso para montar uma agenda positiva de pleitos sobre "velhos problemas" que afetam os dois setores no Amazonas. Entre eles, estão os problemas referentes à infraestrutura de comunicação de voz e transmissão de dados, portos, aeroporto e energia de qualidade, além da crise no exterior.

Os assuntos foram discutidos na última quarta-feira, 24, à noite, em reunião da Associação Comercial do Amazonas (ACA), o Centro da Indústria do Estado do Amazonas (Cieam) e outras entidades do setor, como Sebrae e Fucapi.

De acordo com o presidente ACA, Gaitano Antonaccio, diante de um cenário de crise nos Estados Unidos e na Europa e do consumidor brasileiro retraído face às medidas do governo federal para conter a inflação, é preciso entrosar as classes empresariais e sintonizar as ideias. "A crise está andamento no mundo inteiro e precisamos nos unir e montar as estratégias defensivas para lidar com esse e outros problemas que nos afli-



Gaitano Antonaccio, da ACA, tomou a iniciativa de chamar Wilson Périco para discutir assunto



Wilson Périco, do Cieam, admite que superação de gargalos infraestruturais requer união de forças

Simbólicas

A questão logística é uma das mais simbólicas em se tratando de problemas infraestruturais no Amazonas, afinal foi ela, entre outros fatores, incluindo os de ordem geopolítica, que contribuiu para a criação da Zona Franca de Manaus.

gem", disse Antonaccio.

EFEITOS

Segundo o presidente da Cieam, Wilson Périco, os problemas de infraestrutura mexem com os dois setores, mas também com a economia do Amazonas em geral, já que impulsionada pelo Polo Industrial de Manaus. "A ideia é reforçar o alinhamento de ideias que já existe e fazer

uma agenda positiva da indústria, comércio e serviços".

Périco lembra que os problemas logísticos, de porto e aeroporto, afetam a competitividade das empresas. "Para resolver o problema não existe mágica. A gente precisa cobrar do governo uma política de infraestrutura para se ter mais portos, por exemplo, ou pelo menos ter anuência do governo no caso do

impasse no Porto das Lajes"

O porto das Lajes está previsto para ser construído pela empresa Lajes Logística, no bairro Colônia Antônio Aleixo, numa área de 600 metros quadrados, onde fica o Encontro das Águas, tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) como patrimônio cultural e natural, em novembro de 2010.

No início deste mês, o Iphan-AM autorizou o Instituto de Proteção Ambiental do Amazonas (Ipaam) a liberar o licenciamento ambiental para o Porto das Lajes. Logo depois, o juiz federal da 7ª Vara da Seção Judiciária do Amazonas, Dimis da Costa Braga, anulou o tombamento do Encontro das Águas, decisão que deve ser contestada pela Iphan, em Brasília.

Produtos com selo do AM

CINTHIA GUIMARÃES
DA EQUIPE DE A CRÍTICA

As pequenas e micro empresas do Amazonas exportaram, de janeiro a junho deste ano, US\$ 7,9 milhões em produtos para países da América do Sul, Europa, América do Norte e Ásia. Desse total, US\$ 2 milhões foram vendas feitas por pequenos empreendedores que trabalham com produtos regionais, por exemplo, no ramo da alimentação, artesanato, bijoias e cosméticos.

Os produtos são destinados para países como Argentina, Bolívia, Colômbia, Equador, Peru, Uruguai, Estados Unidos, Alemanha, Espanha, França, Holanda, Itália, China e Japão.

As 80 empresas que exportam desde pescado beneficiado, polpa de frutas, cosméticos derivados de matéria-prima amazônica, madeira, representam inexpressivos 0,2% do total de 39 mil micro e pequenas empresas cadastradas pelo sistema do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Amazonas (Sebrae/AM). Além disso, desse contingente, apenas 20 delas exportam com bastante regularidade.

OUTRA PONTA

Os compradores dos produtos "Made in Amazônia", por sua vez, são empresas principalmente distribuidoras, redes de supermercados e grandes lojas, informou o gerente executivo do Centro Internacional de Negócios (CIN), órgão ligado à Federação das Indústrias do Estado do Amazonas (Fieam), Marcelo Lima.

Segundo ele, a escala de produção do microempreendedor amazonense ainda é pequena e o êxito deles vai depender da demanda do mercado consumidor e da divulgação dos produtos. Mesmo sendo poucos,

já casos de sucesso nessa tipo de empreitada.

Que o digam o frigorífico Friuba, de Iranduba; a Agrorisa que comercializa guaraná; as fabricantes de cosméticos e fitoterápicos Amazon Ervas, Pronatus da Amazônia e Fármacos.

Na avaliação de Marcelo Lima, a logística de transporte do Amazonas, onde os produtos e insumos só saem do estado via navio ou avião, não é o grande empecilho, como se pode imaginar. A principal dificuldade dos empresários para alçar voos é a falta de informação. "Queremos vender a marca Amazônia, criando a mentalidade de que os nossos produtos são exclusivos e originais. Ainda falta sensibilização da cultura exportadora", afirmou.

SUPOORTE

O CIN é quem oferece suporte e consultoria aos empreendedores que desejam exportar. Para isso, eles devem estar legalizados quando empresa e obter o Certificado de Origem Digital (COD), retirado mediante uma ferramenta do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) chamada Siscomex. A cada nota emitida, o exportador para R\$ 60 pelo COD.

Serviço



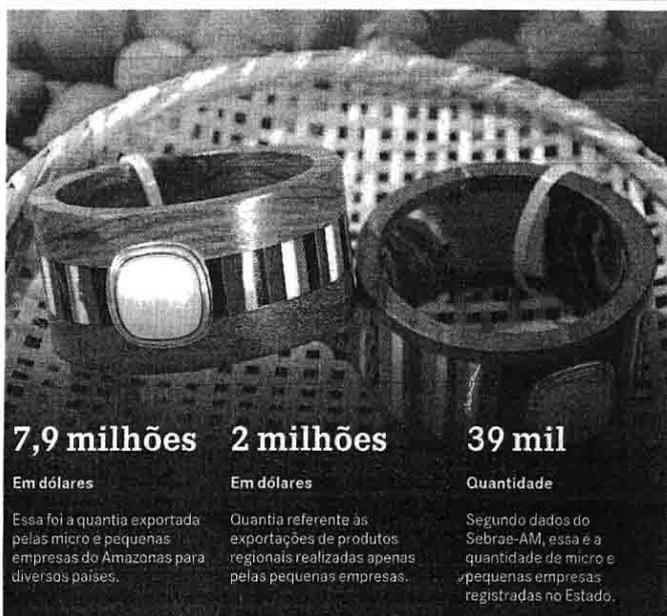
INFORMAÇÕES SEBRAE

Para tê-las em maior quantidade, o interessado deve acessar sebrae.com.br/internacionalizacao.

* REDE CIN

Órgão ligado à Federação das Indústrias do Estado do Amazonas (Fieam), coordenador por Marcelo Lima. Para mais informações, acessar www.fieam.org.br/cin

Em números



Grande aceitação mercadológica

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Amazonas (Sebrae-AM) desenvolve uma série de atividades no sentido de formalizar os pequenos empreendedores, condição indispensável para uma produção legal tendo em vista as exportações também.

Para a gerente da área de Acesso a Mercados do órgão, Vanusa Reis, o produto amazô-

nico tem grande aceitação, mas o desconhecimento do processo dificulta as negociações para exportação. Antes de pensar em produzir para o exterior, as empresas precisam passar por uma capacitação. "A legislação brasileira é complexa, o que faz muita gente desistir antes de se aventurar. Há preocupações com as normas fitossanitárias de cada país onde a exportação é destinada, a exemplo dos padrões de

embalagem", explicou.

No site do Sebrae, acrescentou Vanusa, há uma série de estudos sobre o mercado internacional por segmento. O site www.sebrae.com.br/internacionalizacao dispõe de um autodiagnóstico on-line que o empresário consulta se sua empresa está pronta para exportar. O diagnóstico resulta nos pontos fracos e fortes para cada empresa.

PERSONAGENS



Evandro Silva
Da Pronatus



Vanusa Reis
Do Sebrae-AM



Marcelo Lima
Gerente do CIN

Em busca do caminho inverso

Empresário Rita Bernardino Júnior, que importa vinhos, quer passar a exportar produtos regionais

O jovem Francisco Ritta Bernardino Júnior que é sócio de uma distribuidora que importa vinhos, espumantes e azeites de Portugal, agora quer fazer o caminho inverso: exportar açaí para os lusitanos. Bernardino Júnior conta que em 2010 lançou a franquia de açaí frozen "Taçaí", em Portugal, com produto beneficiado e exportado do Rio de Janeiro (RJ).

"Agora estou buscando os

contatos para exportar toda a produção direta daqui, porque o produto se mantém com melhor qualidade. Ano passado comercializamos 2 toneladas nessa etapa inicial do negócio. Queremos avançar", disse.

O pequeno empresário acredita que o Amazonas "é uma mistura de brasilidade inexplorada e bem vendida no exterior".

Experiência já tem o farma-

cêutico e empresário Evandro de Araújo Silva, da Pronatus, que exporta para a Colômbia e Japão 1,5 mil potes por mês do creme anti-rugas de Mulateiro, conhecido como a "árvore da juventude". O produto é comercializado em lojas de cosméticos refinados. "O creme é vendido lá fora por 10 vezes mais do que seu preço local, devido o valor agregado. A quantidade é pequena, mas importante para di-

vulgação no mercado internacional", acrescentou Evandro.

Para isso, uma pesquisa financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam) está estudando a eficácia do mulateiro como agente clareador da pele. "Em breve, podemos ter uma patente do mulateiro".

O produto é certificado pela Rede Brasileira de Laboratórios Analíticos em Saúde (Reblas).

ECONOMIA

Bons salários no PIM fazem procura por japonês e mandarim crescer mais de 70%

Falta de intérpretes eleva valor dos profissionais que falam as línguas de origem das grandes companhias do Polo Industrial de Manaus (PIM). Entre os idiomas mais procurados e que geram maior remuneração estão o japonês, o mandarim e o italiano. A proximidade da Copa do Mundo de Futebol, em 2014, também impulsiona o segmento, segundo as escolas de idiomas com atuação em Manaus e que projetam crescimento.

PÁG 22

Franquias de Manaus ganham espaço no País

TEXTO Daisy Melo

FOTOS Eraldo Lopes e Jair Araújo

MANAUS

Empresas que iniciaram suas atividades em Manaus estão ganhando espaço no mercado de outros Estados em formato de franquia. Picanha Mania, Waku Sese e Fast Temaki são algumas das marcas 'barés' que estão se instalando fora do território amazonense. Os valores do investimento no negócio chegam a quase R\$ 400 mil.

Criado em 1995, o Picanha Mania iniciou o processo de expansão há apenas três meses, lançando sua

franquia na 19ª ABF Expo Franchising, em São Paulo. "De lá para cá, a marca negociou a licença para abertura de unidades em Boa Vista (RR), Porto Velho (RO), São José dos Campos e Ribeirão Preto (SP) e já conversa com outros interessados", informou o gerente de franquias, José Alves de Lima.

Em Manaus, a rede conta com unidades no formato de franquia no Amazonas e Manauara Shopping e de restaurante em três endereços. "No fim de agosto lançaremos uma unidade, estilo franquia, no Manaus Plaza e, em setembro, no Uai

Shopping, no formato de restaurante", adiantou. "Na cidade todos os empreendimentos são próprios e a previsão é de que a primeira franquia seja aberta no decorrer de 2012", disse.

Consultoria

Gerenciados por uma empresa de consultoria paulista, as concessões do Picanha Mania são negociadas a partir de R\$ 390 mil, quantia necessária para empreendimento com área de 65 metros quadrados e prazo estimado de recuperação de investimento em 24 meses. O valor inclui projeto arquitetônico, equipamen-

Franquias de Manaus ganham espaço no País (continuação)

tos e capital para estoque inicial. O sucesso da rápida ampliação tem explicação. "O nosso produto atinge classes de A à C porque é um prato que cai no gosto da maioria".

Quem também entrou no mercado de franquias foi o Mercatto Brazil, que possui três unidades na cidade, sendo uma franquia. Mas, o proprietário descarta a ampliação da venda da marca. "Não saímos de Manaus e nunca pensamos nessa possibilidade", disse o empresário Marco Antônio Gaioto. Sobre a venda da unidade localizada no Manauara Shopping, Gaioto afirmou que o negó-

cio partiu de uma proposta externa. "Hoje, se nos procurarem, podemos até vender o endereço, mas não a marca", afirmou.

No segmento de temakerias, dois empreendimentos iniciaram a negociação este ano. Em julho, a rede Japa Food, que possui dois restaurantes e uma unidade para delivery em Manaus, abriu uma franquia em Porto Velho (RO). Primeira temakeria e franquia da área da Região Norte, o Fast Temaki irá inaugurar quatro unidades somente neste ano, ampliando a rede para nove estabelecimentos, sendo sete franqueados.



Redes **Fast Temaki e Japa Food** mantêm negociações para abertura de negócios tanto no Amazonas quanto em outros Estados

FRASE



José Alves Lima.
Gerente de
Franquias da
Picanha Mania

Na cidade todos os empreendimentos são próprios, a previsão é que a primeira franquia seja aberta no decorrer de 2012"

Franquias de Manaus ganham espaço no País (continuação)

'NA FORMA DE QUIOSQUES'

Franqueadora local 'aposta' no açaí

Fortaleza (CE) e Natal (RN) são dois Estados que irão receber, até o final deste ano, quiosques da Waku Sese - mais uma franquia que nasceu em Manaus e que estuda há dois anos entrar nesse mercado. Especializada em venda de açaí, a rede possui hoje um restaurante e dez quiosques espalhados por Manaus.

"Os quiosques da cidade são unidades mistas, associadas, ou seja, recebemos participação",

disse o proprietário da marca, Francisco Daou. Em setembro, outra unidade em formato de restaurante será aberto no Manauara Shopping. "O lucro de quiosques, por exemplo, chega a variação de 200%, tudo depende do ponto", disse o empresário.

Expansão

O maior poder de compra do amazonense vem assegurando o crescimento de franquias no

Amazonas, onde mais de 500 empresas franqueadas já estão instaladas. Estima-se que o crescimento do setor neste ano chegue a 18% no Estado. O desempenho é superior ao de importantes centros econômicos, como São Paulo. Atualmente, o mercado local de franquias corresponde a 0,5% do total de negócios no País. Entre as vantagens do 'franchising' está o suporte das empresas 'donas' das marcas.

Mandarim e japonês são idiomas com alto interesse

TEXTO Henrique Saunier
FOTO Danilo Mello

MANAUS

A procura nas escolas de idiomas por cursos como o japonês, mandarim e o italiano cresceu cerca de 70% no primeiro semestre, informam as instituições ouvidas pelo DIÁRIO, que apontam como motivo o aumento dos negócios no Polo Industrial de Manaus (PIM) e a proximidade da Copa do Mundo.

De acordo com responsável pelo centro de idiomas da Fundação Centro de Análise, Pesquisa e Inovação Tecnológica (Fucapi), Márcio Gonçalves, atualmente, há duas turmas de japonês, com 20 alunos cada na instituição. Apesar do crescimento do interesse por idiomas que antes não eram citados, o inglês ainda lidera a procura, informa.

Gonçalves explica que o principal perfil dos alunos que procuram o idioma asiático é o de pessoas que vão trabalhar em companhias localizadas no Distrito Industrial que exigem conhecimento básico da língua. "Posso afirmar que 100% dos alunos do curso de japonês se inscrevem com o intuito de aprender o idioma para tentar trabalhar em determinada multinacional, ou já trabalham, mas precisam se comunicar melhor com a chefia", analisa.

Em funcionamento há dez anos, a única unidade da Kumon em Manaus que ensina japonês possui 90% de seus alunos que aplicam o idioma como auxiliar no desempenho do trabalho. Conforme a proprietária, Ayako Umetsu, esses estudantes buscam crescer dentro da multinacional onde atuam. "Percebo que alguns alunos procuram aprender o japonês por conta

própria, em busca de promoção dentro da empresa", observa Umetsu.

Ela lembra que no final de 2009, por reflexos da crise econômica mundial, a procura por esse curso caiu e que agora a escola tenta recuperar os resultados positivos, mas o preconceito com a língua ainda atrapalha.

Considerado um idioma de difícil domínio, o mandarim teve uma boa procura quando disponibilizado gratuitamente em um programa, em 2009, pela Empresa Estadual de Turismo do Amazonas (Amazonatur), que ofereceu também japonês, francês, inglês e espanhol, em parceria com o Centro de Educação Tecnológica do Amazonas (Cetam) e a Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa).

Com objetivo de formar 300 pessoas até a segunda quinzena de 2013, os cursos já tiveram desistentes no meio do



Aula de mandarim na Escola Estadual Severiano Nunes, no Conjunto Eldorado, zona centro-sul, mostra o interesse no idioma oriental

caminho, o que forçou a empresa pública a fazer novos testes.

De acordo com a assessora da coordenação dos cursos, Selma Silveira, atualmente, a turma de mandarim conta com 24 alunos, todos visando à

qualificação para o mercado de trabalho, além dos que atuam no setor de turismo e viram na língua uma oportunidade de enriquecer o currículo.

Mesmo com esse aumento pela busca de línguas mais

diferentes, o tradicional inglês não perdeu espaço. A gestora administrativa do Instituto Cultural Brasil-Estados Unidos (Icbeu), Ana Zaratini, afirmou que o número de alunos matriculados aumentou aproximadamente 20%, neste primeiro semestre.

A gestora atribui essa evolução não somente à Copa do Mundo, mas às exigências do mercado de trabalho. Para atender ao segmento empresarial, o Icbeu prepara um curso voltado para linguagem corporativa, que deve ser lançado em 2012.



Ayako Umetsu.

Proprietária de uma unidade Kumon em Manaus

Percebo que alguns alunos procuram aprender o japonês por conta própria, em busca de promoção dentro da empresa"

SERVIÇO EXCLUSIVO

Falta de profissionais eleva valores

A dificuldade em encontrar profissionais que não falam as chamadas línguas comerciais acaba valorizando os poucos disponíveis no mercado. Um desses casos é o da professora de italiano, Carmen Langbeck, que atua na área há 13 anos. Frequentemente solicitada por

órgãos públicos para realizar traduções e trabalhar como intérprete, Langbek disse ser difícil encontrar professores de italiano com domínio no idioma, principalmente para acompanhar reuniões de negócios. Ela informou que um intérprete de italiano cobra, em média, R\$ 450

por dia de evento.

Para o doutor em linguística Paulo Renan da Silva, o mercado para pessoas especializadas em idiomas é amplo, mas por não ter uma regulamentação local, os serviços acabam sendo fechados de acordo com o valor estipulado por cada profissional.

OS NÚMEROS

1mil

com reais é o valor de um tradutor de mandarim por dia, ou até R\$ 120 por hora de trabalho. O valor do professor pode ser fechado com a empresa ou por hora, que fica em R\$ 25. Uma lauda de tradução custa R\$ 55.

Tributo sobre produto importado é 'carta na manga' contra concorrência predatória

O governo federal estuda mudar o modelo de taxação sobre produtos importados caso a retração da economia mundial provoque uma forte invasão de mercadorias estrangeiras - para proteger a indústria nacional. Se houver um fluxo muito intenso na comercialização de produtos a preços baixos, o governo poderá começar a taxar os importados com um valor em dólares sobre cada unidade de mercadoria - e não um porcentual sobre o preço, como ocorre atualmente.

ECONOMIA

Fábricas nacionais querem aproveitar 'boom' do mercado de tablets no País

Num momento em que grandes fabricantes internacionais desistem de competir com o iPad e retiram seus tablets do mercado, empresas brasileiras se preparam para lançar seus produtos. A Positivo Informática anunciou nesta semana que planeja colocar o seu tablet no mercado em setembro. Essa é a mesma meta da Aoix, de Caçador, instalada no Estado de Santa Catarina.