



SUPERINTENDÊNCIA  
DA ZONA FRANCA DE MANAUS

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

# Clipping Local e Nacional On-line

Nesta edição **6 matérias**

Coordenação Geral de Comunicação Social - CGCOM

Manaus, segunda-feira, 3 de outubro de 2011

<b>O ESTADO DE SÃO PAULO</b> Presidente busca retomar acordo Mercosul-EU ..... VEICULAÇÃO NACIONAL	1
<b>VALOR ECONÔMICO</b> Dumont fortalece mix com Adidas e prevê elevar produção em Manaus ..... VEICULAÇÃO NACIONAL	2
<b>VALOR ECONÔMICO</b> Outros asiáticos ganham mercado no Brasil ..... VEICULAÇÃO NACIONAL	4
<b>VALOR ECONÔMICO</b> Celulares fizeram setor se reinventar ..... VEICULAÇÃO NACIONAL	6
<b>O GLOBO</b> Na Europa, Dilma terá agenda político-econômica ..... VEICULAÇÃO NACIONAL	7
<b>BRASIL ECONÔMICO-SP</b> Atividade industrial tem leve recuo pelo terceiro mês ..... VEICULAÇÃO NACIONAL	8

	VEÍCULO O ESTADO DE SÃO PAULO	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Presidente busca retomar acordo <u>Mercosul</u>-EU</b>		
	ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL

**A presidente Dilma Rousseff começa hoje, por Bruxelas, um esforço de aproximação com a União Europeia no momento em que a zona do euro atravessa a pior crise de sua história. Com o objetivo de aumentar a parceria comercial, que no primeiro semestre atingiu um nível recorde, a presidente vai tentar avançar nas negociações por um acordo de livre comércio entre UE e Mercosul, cujas discussões foram retomadas, mas ainda não resultaram em efeitos práticos.**

Dilma, que desembarcou ontem em Bruxelas, divulgará a mensagem de que a parceria com o Brasil pode ser um dos caminhos para a retomada do crescimento na Europa.

Além de comércio, Dilma vai tratar de temas políticos, como o reconhecimento do Estado palestino, e ambientais, como a reunião Rio+20, prevista para junho de 2012.

Para discutir esses temas, ela terá reuniões com o rei da Bélgica, Albert II, e com líderes políticos como o primeiro-ministro, Yves Leterme, o presidente do Conselho Europeu, Herman Van Rompuy, e o presidente da Comissão Europeia, José Manuel Durão Barroso.

Ontem, sem programação oficial em Bruxelas, Dilma visitou o Museu Magritte, dedicado ao pintor surrealista belga René Magritte, que morreu em 1967.

	VEÍCULO VALOR ECONÔMICO	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Dumont fortalece mix com Adidas e prevê elevar produção em Manaus</b>		
ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL	

**Os relógios Adidas, que até meados deste ano eram representados pelo grupo Magnum no Brasil, agora são licenciados para a Dumont Saab. É a nona grife internacional a integrar o portfólio da brasileira, que também tem duas marcas próprias. O objetivo da empresa é que a grife alemã se torne, em três anos, seu segundo nome internacional mais importante - o primeiro deve ser a Fossil. Enquanto fechava a nova parceria, a empresa se desfez da licença dos relógios esportivos Timex.**

Os acessórios da Adidas começaram a chegar ao consumidor por meio da Dumont em julho. A parceria engloba duas linhas: a Performance (para a prática de esportes) e a Originals (para o dia a dia, com um apelo mais fashion), com preços entre R\$ 200 a R\$ 400.

Criada em 1970, a Dumont monta hoje 40% de suas marcas internacionais no Brasil, na **Zona Franca de Manaus**. Até 2012, quer montar todos os produtos no local. "Os investimentos na fábrica são um processo contínuo e estamos sempre ganhando produtividade", diz José Ricardo Calil, diretor-**Superintendente** da Dumont Saab. Segundo ele, o número de funcionários, hoje cerca de 400, deve aumentar em até 20%.

A ideia era já iniciar 100% da montagem dos produtos Adidas localmente, mas por enquanto, o percentual está em 50%. Segundo Ricardo Brown, diretor de marcas internacionais do grupo, a empresa tomou essa decisão para não atrasar o lançamento da coleção.

A Dumont considera a Adidas uma de suas grifes com maior potencial. "É um nome forte no segmento esportivo e há uma carência de produtos neste nicho", diz Brown. Além disso, a expectativa é que eventos como a Copa do Mundo ajudem a alavancar as vendas. Em três anos, a grife pode chegar a representar 4% do faturamento, entre todas as marcas da empresa.

A Adidas é uma grife do grupo americano Fossil, parceiro da Dumont Saab desde 2007. Agora todas as nove marcas internacionais distribuídas pela companhia são da Fossil: Emporio Armani, Armani Exchange, Burberry, Diesel, Fossil, DKNY, Michael Kors, Marc by Marc Jacobs e Adidas. Esse grupo deve fechar 2011 com um crescimento de 65% nas vendas, segundo a empresa, enquanto o faturamento da Dumont Saab como um todo deve avançar 23%.

A chegada da grife Marc by Marc Jacobs, em agosto de 2010, e agora da Adidas deve gerar um incremento de US\$ 9 milhões no faturamento anual da companhia, que não revela o valor total.

Até 2007, a empresa vendia apenas suas duas marcas próprias no país - Dumont e Condor New. Agora, aumenta cada vez mais a participação de nomes internacionais na receita. "Não está longe de alcançar 50%", diz Brown. "Estamos aumentando o número de marcas e chegando a perfis de consumidores que as marcas próprias tinham dificuldades em atender". A Condor New, com o menor tíquete médio, de R\$ 140, ainda é a campeã de vendas. A internacional mais vendida é a Michael Kors.

A Dumont Saab vende metade das grifes de relógio do grupo Fossil e agora é sua única parceira nacional no segmento. Até o fim do ano, 20% do faturamento da marca Adidas serão investidos em sua divulgação.

"Temos o know-how do segmento esportivo adquirido com a marca Timex e os clientes [lojistas]", afirma Brown. A parceria com a Timex, iniciada em 2005, foi desfeita na mesma época em que a empresa incorporou a Adidas. "Não que a gente não pudesse continuar com a Timex, mas decidimos trabalhar somente com as marcas do grupo Fossil". A reportagem não

conseguiu entrar em contato com a Timex até o fechamento desta edição.

Roberto Graziano, presidente do grupo Magnum, diz que a saída da Adidas de seu mix foi tranquila. "O contrato terminou e foi uma decisão de ambas as partes acabar com o acordo", afirma. "Todo o portfólio da

Fossil era da Dumont, não fazia sentido a Adidas ficar com a gente". A marca respondia por 2% do faturamento da empresa, que distribui 12 grifes. A Magnum cresceu mais de 50% este ano, até agora, segundo o executivo.

	VEÍCULO VALOR ECONÔMICO	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Outros asiáticos ganham <u>mercado</u> no Brasil</b>		
ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL	

O aumento do custo salarial na China e as medidas de proteção adotadas pelo governo brasileiro contra a **importação** de produtos chineses geram uma presença mais forte de outros fornecedores do Leste Asiático na pauta de compras externas de produtos têxteis, vestuário e calçados, feitas pelo Brasil. A presença de produtos **importados** desses segmentos tem se intensificado devido à valorização do real, combinada com o aumento da massa salarial do país.

De janeiro a agosto deste ano, dados do **Ministério do Desenvolvimento** apontam aumento de compras desses segmentos na Indonésia, Vietnã, Tailândia e Bangladesh. Para analistas, essas economias do Leste Asiático estão ganhando fatias do **mercado** brasileiro, antes ocupadas pelas **importações** procedentes da China.

O setor de vestuário é o que registrou maior crescimento de **importações** com origem nesses países. De janeiro a agosto de 2007, as compras brasileiras no segmento, feitas na Indonésia, Vietnã e Bangladesh, somavam US\$ 55,9 milhões, valor correspondente a 10,5% do total no período, e 18,5% do que foi vendido pela China.

Em 2011, até agosto, as **importações** do segmento com origem nos três países saltaram para US\$ 323 milhões, o que fez a participação quase dobrar, avançando para 19,2% do total **importado** e 37% do fornecido pelos chineses.

A Indonésia foi o país que mais aumentou as vendas (81,6%) em vestuário no período, faturando US\$ 92,6 milhões. Vietnã, o segundo maior **exportador**, com US\$ 147 milhões, cresceu 47,5%. As **exportações** de Bangladesh tiveram alta de 79,5% no período.

Segundo levantamento feito pela LCA Consultores, em julho de 2010 a participação no **mercado** doméstico do vestuário **importado** era de 6,3%. No mesmo mês de 2011, subiu para 10,7%.

Em calçados, a Indonésia registrou o maior aumento de vendas para o **Brasil** no período, se aproximando da China, segunda maior **exportadora**, com US\$ 73 milhões e alta de 18,7%. Os indonésios ampliaram as vendas em 90%, chegando a US\$ 68,5 milhões.

O Vietnã, maior **exportador** de calçados, com US\$ 124 milhões e crescimento de 45,4%, também ajudou a diminuir a participação da indústria nacional no **mercado** interno: de 8,7%, em julho de 2010, o índice de penetração do produto estava em 9,9% em julho deste ano.

De acordo com Fernando Ribeiro, economista-chefe da Fundação Centro de Estudos do **Comércio** Exterior (Funcex), apesar de a China ainda ser a principal fornecedora aos brasileiros, está havendo um deslocamento nesses setores de mão de obra intensiva em direção a economias que conseguem oferecer maiores margens de lucros às empresas. "Esse é um movimento que deve se acentuar, pois são produtos em que os salários são o maior custo. Os chineses e a indústria brasileira devem perder espaço", prevê Ribeiro.

Welber Barral, sócio da M Jorge Consultores, concorda com Ribeiro, mas ressalta que parte dessa mudança é uma forma de as empresas chineses burlarem restrições antidumping que vêm sofrendo. Algumas chegam a falsificar a origem dos produtos. "Em calçados, esse movimento é mais claro. É só olhar os números do Vietnã. Muitas empresas só abrem uma fábrica de fachada no país e colocam o cadarço. Todo o resto é feito na China", diz.

Os chineses, que representavam 67% de todas as **exportações** de calçados para o **Brasil** nos oito primeiros meses de 2007, viram o número cair para 21,9% no mesmo período deste ano. Já Vietnã e Indonésia, somados, saíram de 21,3% do total de **exportações**, há quatro anos, para 58,3% nos dias atuais.

O setor têxtil, que abrange maior variedade de produtos, vê uma penetração maior de países do Leste Asiático, mas uma China também em ascensão. A Indonésia, quarta **exportadora**, cresceu 19% (US\$ 219 milhões), a Tailândia, 29,7% (US\$ 66,7 milhões) e o Vietnã 34,7% (US\$ 38,3 milhões).

Em comparação com 2007, esses três países somados aumentaram de 17,3% para 29,1% a fatia no total **importado** pelo **Brasil** em têxteis. Os chineses, com R\$ 1,13 bilhão em vendas ao Brasil, seguem na liderança, com 35,5% do total, ante 27,2% há quatro anos.

Três fatores explicam a entrada dos asiáticos no **mercado** brasileiro: a estratégia das grandes varejistas, o aumento gradativo da massa salarial e câmbio favorável. Para Bráulio Borges, economista-chefe da LCA, os varejistas se aproveitam da mudança de eixo na **produção**. "Lojas como Marisa, Riachuelo e Pernambucanas terceirizam a **produção**, que está migrando para o Leste Asiático", afirmou. "Esses países estão se beneficiando do enriquecimento chinês, que encarece a mão de obra intensiva do país."

A indústria brasileira, segundo ele, não tem como competir com a legislação trabalhista mais frouxa desses países, os salários mais baixos e o real valorizado. "Para

esses setores ficarem competitivos, o **dólar** teria que estar perto de R\$ 3,50, o que é impensável", diz Borges.

Domingos Mosca, da Associação Brasileira de Indústria Têxtil e de Confecção (Abit), se mostra otimista em relação à recuperação das empresas brasileiras. "O novo patamar que o **dólar** deve atingir, de R\$ 1,80, vai trazer mais competitividade."

	VEÍCULO VALOR ECONÔMICO	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Celulares fizeram setor se reinventar</b>		
ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL	

Com a popularização dos celulares, que também marcam as horas, a indústria relojoeira precisou se reinventar na última década. O setor ficou estagnado no início dos anos 2000 e mais recentemente voltou a crescer, com grandes saltos. O objeto deixou de ser apenas funcional e passou a figurar como acessório de moda e estilo, o que levou as pessoas a terem mais de um. A mudança também conquistou novos consumidores, como os jovens da geração Y.

A indústria se tornou mais ousada, com relógios grandes e materiais, cores e designs diversos. "É um objeto de desejo. A pessoa quer que os outros vejam, não é só para ela", diz José Ricardo Calil, diretor-Superintendente da Dumont Saab. A chegada de mais marcas internacionais ao país e o aumento da renda da população também contribuíram para aquecer as vendas.

No ano passado, o setor relojoeiro faturou R\$ 883,6 milhões no Brasil, uma expansão de 52% sobre 2009, de acordo com a Suframa, que reúne dados da Zona Franca de Manaus, onde ficam as principais indústrias.

Este ano, o mercado já movimentou R\$ 602,9 milhões até julho, uma alta 49% frente igual período de 2010. "O início do ano foi avassalador, mas esse é um setor com grandes flutuações. Como a venda é muito fraca no início do ano, qualquer aumento fica enorme", afirma Calil. Mas o ritmo de expansão deve diminuir até dezembro e fechar 2011 em torno de 25%. "Estamos entrando na época mais forte do ano, mas a base e comparação é muito alta."



	VEÍCULO O GLOBO	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Na Europa, Dilma terá agenda político-econômica</b>		
ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL	

**Presidente, que está em Bruxelas, também irá para Bulgária, onde visitará cidade de seu pai, e Turquia**

**Chico de Gois**

**chico.gois@bsb.oglobo.com.br**

**Enviado especial**

BRUXELAS. A presidente Dilma Rousseff chegou ontem, por volta de 13h30m (8h30m em Brasília) a Bruxelas, para um tour de uma semana pela Europa, que terá como destinos também Bulgária e Turquia. Na Bélgica, os compromissos terão como destaque uma agenda político-econômica. Na Bulgária, o ponto alto será a visita à cidade natal de seu pai, Grabovo.

Ontem, depois do almoço, Dilma foi visitar o Musée Magritte acompanhada de todos os ministros. O próprio diretor-geral do museu, Michel Draguet, serviu de guia para a trupe, explicando a importância da obra de René Magritte, artista belga nascido em 1898 e que faleceu em 1967. De acordo com um integrante da comitiva, Dilma encantou-se com a história de resistência do artista ao nazismo.


Uma das obras que Draguet lhe chamou a atenção foi um quadro em que o artista retrata "as grandes esperanças". A obra foi pintada durante a crise da Bolsa de Nova York, em 1929.

À saída, Dilma não quis falar com jornalistas. Ao se despedir de Draguet, tentou ensaiar umas frases em francês, mas faltaram palavras. Foi socorrida pelo chefe do cerimonial do Palácio da Presidência, ministro Renato Mosca. Depois foi dar uma volta, com todos os ministros, na Grand Place, um dos principais locais turísticos da cidade.

Dilma encontra-se hoje com o primeiro-ministro da Bélgica, Yves Leterme, e, à noite, terá um jantar com o presidente da Comissão Europeia, José Manuel Durão Barroso. Na terça-feira, a agenda estará carregada. Ela abre a V Cúpula Brasil-União Europeia, participa de um almoço com o rei Alberto II e a rainha Paola, depois fará o encerramento do encontro empresarial Brasil-União Europeia, no qual mais de 350 pessoas confirmaram presença, e termina o dia abrindo o Festival Europalia, onde o **Brasil** será homenageado.

Na Bulgária, Dilma se encontrará com o primeiro-ministro Boyco Borissov, depois fará uma visita de cortesia à presidente da Assembleia Nacional da Bulgária, Tsetska Tsacheva, e participará do encerramento do fórum empresarial Brasil- Bulgária. Dilma é uma celebridade no país, impressionado com o fato de uma descendente búlgara ter chegado à Presidência de um grande país. Na quinta-feira, ela visitará a cidade de Gabrovo, onde nasceu seu pai.

Na Turquia, o interesse brasileiro é estreitar os laços políticos com o país, que está ganhando cada vez mais destaque no Oriente Médio. A comitiva de Dilma é composta pelos ministros Aloizio Mercadante (Ciências e Tecnologia), Fernando Pimentel (**Desenvolvimento, Indústria e Comércio**), Helena Chagas (Comunicação Social), Ana de Holanda (Cultura) e Orlando Silva (Esporte). Além deles, integram a comitiva oficial o cartunista Ziraldo e a diretora da Petrobras, Maria da Graça Foster.

	VEÍCULO BRASIL ECONÔMICO-SP	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Atividade industrial tem leve recuo pelo terceiro mês</b>		
	ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL

**A atividade manufatureira se contraiu ligeiramente na China em setembro pelo terceiro mês consecutivo, de acordo com o índice PMI, calculado pelo HSBC, que ficou em 49,9 em setembro.**

Uma cifra superior a 50 indica expansão da atividade manufatureira, e uma cifra inferior a esse patamar indica contração.

Para a pesquisa, o HSBC interrogou os diretores de compras de 420 empresas.

Em agosto, o índice PMI se situou também em 49,9, após cair a 49,3 em julho. "O crescimento da **produção** foi

freado por um recuo na demanda dos clientes chineses e estrangeiros", disse o banco.

Segundo o comunicado do HSBC, "a media do índice é a mais débil desde o primeiro trimestre de 2009", quando as **exportações** chinesas se viram golpeadas pela crise financeira e pela retração da demanda.

"Apesar da crise mundial, esperamos que a economia chinesa siga crescendo entre 8,5% e 9% nos próximos anos", disse Qu Hongbin, economista-chefe do HSBC para a China.

O **PIB** chinês cresceu 9,5% no segundo trimestre de 2011 e 9,7% no primeiro.