



SUPERINTENDÊNCIA
DA ZONA FRANCA DE MANAUS

www.suframa.gov.br

Clipping Local Mídia Impressa

Coordenação Geral de Comunicação Social - CGCOM

Manaus, domingo, 5 de fevereiro de 2012

A CRITICA Magrelas turbinadas no PIM	1
ECONOMIA	
A CRITICA NA WEB	2
ECONOMIA	
A CRITICA Hora certa para investir	3
ECONOMIA	
A CRITICA Polo no caminho do crescimento	4
ECONOMIA	
A CRITICA Júlio Ventilari	5
BEM VIVER	
AMAZONAS EM TEMPO Indústria declara 'guerra' contra Apple e Blackberry	6
ECONOMIA	
AMAZONAS EM TEMPO Indústria declara 'guerra' contra Apple e Blackberry (continuação)	7
ECONOMIA	
AMAZONAS EM TEMPO Economia até dez vezes maior com reutilização	8
ECONOMIA	

Magrelas turbinadas no PIM



Claudio Rosa tem experiência com bikes



Modelos serão produzidos na planta de Manaus



Modelo Velle 300 é uma das grandes apostas da marca



Bikes elétricas já são muito difundidas na Europa

A Kasinski aposta no mercado “ecologicamente correto” e começa este mês a produção da primeira linha de bicicletas elétricas no Brasil. Criou até uma marca própria, a Velle.

JOUBERT LIMA
joubert@acritica.com.br

Neste mês de fevereiro, a Kasinski, empresa do grupo CR Zongshen, inicia a fabricação das bicicletas elétricas da linha Velle, criada especificamente para o segmento. Inicialmente, serão produzidas duas mil unidades por mês, mas a meta da empresa é atingir toda a capacidade instalada, que é de dez mil bikes mensais. A empresa apresentou os oito modelos que serão fabricados na planta de Manaus na última edição do salão de Duas Rodas.

NÚMEROS

10

MIL
A capacidade instalada da Kasinski é de produzir até dez mil bikes elétricas por mês.

A Kasinski é a empresa brasileira que mais se destaca na divulgação de veículos com tração elétrica. Após lançar motos elétricas que obtiveram boa aceitação no mercado, a empresa voltou-se para o segmento de bikes. O presidente da Kasinski Brasil, Cláudio Rosa Junior, explica que as bicicletas elétricas estão classificadas como ciclo-elétricos, definição criada pelo Conselho Nacional de Trânsito (Contran) na resolução 315/2009.

Ainda resta polêmica quanto à necessidade de licenciamento das bikes. Em Manaus, por enquanto, modelos importados circulam livremente. A questão é que o Contran as equipara aos ciclomotores, de modo que elas precisariam ser licenciadas e os condutores, habilitados.

Polêmicas à parte, a proposta da Kasinski não é criar opções às motocicletas - a empresa também tem uma linha de motos elétricas - mas atender ao público que não é necessariamente de atletas, mas que de-

TRES PERGUNTAS

Quando a produção vai começar?

Logo após o Carnaval. Nosso planejamento é iniciar com duas mil bicicletas por mês, afinal, é um mercado novo. Mas a fábrica tem capacidade para fabricar dez mil por mês. Nossa expectativa é aumentar o volume gradativamente.

Qual foi o arranjo produtivo na fábrica?

A produção será na fábrica da Kasinski em Manaus. Montamos uma linha exclusiva para as bicicletas Velle, que significa Veículos Elétricos Leves.

Quais serão os canais de distribuição

Além de nossa rede e concessionárias, já fechamos com todos os grandes varejistas do País.

manda por um transporte individual eficiente e ecológico.

A empresa sino-brasileira está investindo R\$ 3 milhões no lançamento das bikes elétricas e espera liderar o segmento, hoje dominado por produtos chineses. Para isso, a empresa aposta em dois fatores fundamentais: preço e design.

A companhia lançará oito modelos, sendo que o mais barato tem preço sugerido de R\$ 1,5 mil, mais em conta que a bicicleta importada mais popular, que não sai por menos que R\$ 1,6 mil. Além disso, diferente de modelos importados que proliferam em Manaus, as bikes elétricas da Kasinski têm design de bicicleta mesmo (as importadas parecem motonetas), nos estilos mountain bike e city.

O investimento da Kasinski é uma aposta em um nicho que, segundo Claudio Rosa, está desassistido. “Não há no mercado muitas opções de veículo de transporte individual nessa faixa de preço”, diz. A empresa já

fechou negociações com os principais varejistas do País. Até março, as novas bicicletas estarão disponíveis em lojas como Magazine Luiza, Máquina de Vendas, Carrefour e Casas Bahia entre outras.

VELHA NOVIDADE

Motores elétricos em carros, motos e bicicletas podem parecer novidade em um mundo dominado pelos motores de combustão interna, mas a ideia já vem sendo trabalhada desde o início do século passado.

“Todo o transporte deve migrar para a eletricidade”, disse Thomas Edison em 1914. Edison e Henry Ford chegaram a projetar modelos elétricos que nunca foram oficialmente lançados por motivos nunca revelados.

Hoje, quase um século depois, as principais fabricantes de motocicletas produzem veículos elétricos, e a própria Ford já anunciou investimentos na área. O futuro previsto por Edison parece ter chegado.

FRASE

“Acredito que o motor elétrico será usado por todos em todas as cidades grandes”

THOMAS EDSON

Prevendo o futuro há 98 anos

NA WEB

Foxconn. Na última terça-feira, 31, o secretário de Planejamento e Desenvolvimento do Estado de São Paulo, Julio Semeghini, anunciou que a Foxconn iria abrir cinco novas fábricas no Brasil. A empresa taiwanesa desmentiu a declaração e afirmou que não possui planos para novas instalações no momento.

www.techtudo.com.br

Hora certa para investir

Para ser competitiva em nível de preço, com os relógios de alta qualidade, a Touch Watches começou a produzir no Polo Industrial de Manaus (PIM).

CIMONE BARROS
cimone@critica.com.br

Este mês, relógios da marca Touch Watches poderão ser encontrados com o selo Zona Franca de Manaus. A caçula das nove fabricantes do Polo Industrial de Manaus (PIM) investiu cerca de R\$ 10 milhões para começar a produzir 5% dos relógios aqui, aproximadamente 65 mil. A expectativa é ter 80% da produção em Manaus nos próximos cinco anos.

Ano passado, a marca comercializou 1,3 milhão de relógios, todos importados, a maioria da China. "Se quisermos oferecer hoje um relógio Premium, com mais qualidade ainda do que o que temos no mercado, temos de ser competitivos em nível de preço. E para isso, a única saída para as marcas de relógio é produzir em Manaus. Hoje a carga tributária para importação é muito alta", explicou um dos proprietários da marca, o diretor Marcelo Di Giorgio.

Em Manaus são produzidos desde dezembro produtos mais sofisticados, como relógios de cerâmica, que só as grandes marcas têm, como Cartier, Chanel, e a atual linha Premium, que tem máquina japonesa ou suíça, de aço inoxidável, fibra de carbono, além de produtos com tungstênio e titânio. O escritório de desen-

NUMEROS

70

PONTOS
A empresa possui 70 pontos de venda em 22 Estados - faltam Acre e Amapá.

150

META
A expectativa é chegar a 150 pontos de venda até o final do ano, uma expansão de 70%.



Marcelo Di Giorgio afirma que a manutenção dos investimentos na Zona Franca são fundamentais para manter o crescimento do setor relojoeiro

volvimento fica em Barcelona - que fomenta toda a parte de moda e tendência - apoiado pelo escritório no Rio de Janeiro.

A marca possui ainda uma rede de suprimentos que fornece bateria e maquinário de lapidação, e o restante de insumos da China. "Aqui faremos a montagem dos relógios, como quase todas as fábricas", disse Giorgio, lembrando que a planta também produzirá para outras marcas, como Renner, Cobra D'Água e outros parceiros.

A Touch promete colocar os relógios Made in Manaus no mercado com redução de preço

de 30%, em média, em relação aos modelos concorrentes semelhantes. Hoje, a marca possui mais de mil modelos de relógio, sendo lançados dois por dia, com preço médio do ticket de R\$ 140 e expectativa de aumentar para R\$ 200 este ano.

Lançada em 2009, como franquia, a marca posicionou seu produto para o público jovem e para a classe C, que já representa mais de 50% da população brasileira, mas "têm restrições psicológicas ao modelo tradicional de venda de relógio", em relojoaria. A empresa quebrou o paradigma da porta

da loja e vende em quiosques, que trabalham com apelo do marketing sensorial, cheiros e sentidos.

Para atingir os 80% dos relógios em Manaus, a empresa que está instalada provisoriamente numa fábrica alugada no bairro Cachoeirinha, aumentará sua infraestrutura, construindo a primeira fábrica auto-sustentável no setor até o final de 2014 nos padrões do selo U.S.Green Building Council no PIM. Depois, investirá ainda mais na produção, tecnologia e adoção de novas técnicas. O investimento é de aproximadamente

R\$ 80 milhões.

ESTRATÉGIA

A Touch lançou, no ano passado, a coleção de óculos para "venda casada" e pretende adicionar ao mix de produtos os aparelhos MP4, como um acessório para o relógio e com vídeo e música de artistas. Falta encontrar uma empresa parceira para colocar o projeto no mercado.

A estratégia da empresa é licenciar produtos e se associar a marcas, personalidades e artistas, como Bernardinho, Caio Castro, Romero Brito, Claudia Leite, Hello Kitty, entre outros.

SATBA +

Presença na cidade

Com pontos de venda espalhados por 22 Estados, a Touch Watches possui franquias em Manaus, no Amazonas Shopping e no Manauara Shopping, com perspectiva de abrir um terceiro ponto em outro centro de compras. Um dos atuais quiosques também pode ser convertido em loja. Em abril, a franquia chega ao Acre, faltando apenas o Amapá para garantir presença em todo o País.

Manaus, domingo, 5 de fevereiro de 2012.

Polo no caminho do crescimento

Até novembro de 2011, segmento de relógios acumulou mais investimentos que nos dois anos anteriores. Faturamento subiu 103%

Dados mais atuais da Suframa mostram que os investimentos produtivos no polo Relojoeiro do PIM alcançaram no acumulado até novembro do ano passado US\$ 104,5 milhões, mais que o dobro somados os investimentos dos dois anos anteriores. O faturamento do setor saltou de US\$ 301 milhões para US\$ 613 milhões, um crescimento de 103% - que pode ser ainda maior, se considerado que os dados referentes a 2011 ainda

não incluem os resultados de dezembro.

No polo são gerados pouco mais de 2,4 mil postos de trabalho. Dos mais de 9,8 milhões de relógios de pulso e bolso comercializados, 99% é para abastecer o mercado interno.

Para Di Giorgio, apesar de o relógio vir embutido em diversos equipamentos eletrônicos (computadores, celulares), ele não saiu de cena porque ele deixou de "marcar as horas simplesmente e virou um acessório

de moda".

Esse movimento começou a ser despertado no Brasil há três anos, mas ainda há muito espaço para esse "acessório". Para se ter ideia, a média de consumo per capita anual na lá fora é de 150 relógios para cada 1 mil pessoas, aqui no Brasil é 59 anos. "Meu pai, por exemplo, teve dois relógios de pulso, e era uma coisa de pai para filho e de filho para neto. Isso acabou. Hoje você muda de roupa ou de atividade e muda o relógio".



Uma das estratégias é partir para o corpo a corpo com os clientes nos quiosques

BLOG

Thomaz Nogueira
SUPERINTENDENTE DA SUFRAMA

"OS "fabricantes de relógios ganharam força em todo o mundo. No Amazonas, a produção cresceu 36% até novembro. É que o mercado consumidor, principalmente de países emergentes, cresceu muito e passou a exigir produtos menos 'descartáveis'. Assim como as marcas suíças são sinônimo de qualidade, a produção do PIM também é referência. O polo Relojoeiro também apresenta hoje uma agilidade maior para captar as tendências do mercado".

Júlio Ventilari

Fonte de esperança

■ ■ Os comerciantes do Cecomiz estão otimistas. Tudo porque o novo superintendente da Suframa, Thomaz Nogueira, tem sinalizado positivamente para solucionar os problemas dos lojistas do local. O incêndio que atingiu um dos pavilhões do centro de compras paralisou as atividades na área e registrou grandes prejuízos às lojas do shopping.

Indústria declara 'guerra' contra Apple e BlackBerry

ANWAR ASSI

Equipe EM TEMPO

O avanço dos aparelhos da Apple e da BlackBerry no mercado brasileiro tem obrigado empresas como a Samsung e a Nokia, ambas, com fábricas em Manaus, a buscar "armas" para enfrentar a concorrência. Após amargar uma queda de 31% na venda total de smartphones, que alcançou 19,6 milhões de unidades, no último trimestre de 2011, período em que a Apple vendeu 37 milhões de iPhones, a Nokia vai apostar no aumento da oferta dos produtos, principalmente, os celulares, para alavancar os negócios.

Uma das apostas é o grupo de smartphones da família Nokia Lumia, com sistema operacional Windows Phone. "A plataforma do WP7 tem 90% de aprovação entre seus usuários e acreditamos que ela é bastante competitiva para superar a concorrência. Teremos para 2012 um portfólio bem amplo com soluções completas, incluindo a parceria estratégica com a Microsoft", afirma a diretora de comunicação da Nokia, Jô Elias, ao salientar que, apesar da concorrência, a empresa finlandesa continua sendo referência em mobilidade.

Desde o lançamento do mo-

delo Lumia, equipado com sistema operacional Windows, já foi vendido um milhão de unidades. "A partir desse resultado, queremos avançar ainda mais em vendas, marketing e em sucessivas introduções de produtos necessárias para o sucesso", afirmou o presidente executivo da empresa, Stephen Elop.

Para entrar no "campo de batalha", nos últimos dois anos, a Samsung investiu mais de US\$ 8 bilhões em pesquisa e desenvolvimento. A empresa aposta nos aparelhos Galaxy S II, um dos mais vendidos do mundo e escolhido na Europa como o melhor smartphone do ano passado, e Galaxy Note, recém-lançado no mercado.

Na parte de tablets, as fichas da Samsung estão depositadas nos atuais modelos Galaxy Tab 7, o Galaxy Tab 8.9 e o Galaxy Tab 10.1. "A Samsung aposta no portfólio variado, porque acredita que cada consumidor tem um tipo diferente de perfil e portanto necessita de um tipo diferente de aparelho. Nós acreditamos que com nosso vasto portfólio podemos atender as expectativas de qualquer consumidor", enfatiza a multinacional, por meio da assessoria.

Indústria declara 'guerra' contra Apple e BlackBerry (continuação)

Apple ameaça fabricantes do PIM

Para o economista Guebryan Rezende, especialista na área de tecnologia, a Samsung está em melhores condições do que a Nokia em fazer frente ao "assédio" da Apple, que vai instalar em breve uma fábrica no interior de São Paulo, com projetos de investimentos de US\$ 12 bilhões, em cinco anos.

No primeiro momento, a nova unidade brasileira vai produzir o iPad, o cobinado tablet da Apple. "A Nokia hoje tem focado em outro público, que

não é o dos smartphones. Ela tem se direcionado a um público de médio porte, diferentemente da Apple e da Samsung, que buscam atingir todos os públicos, competindo entre si", declara, ao ressaltar que os smartphones da Apple e da Samsung possuem similaridades na parte de hardware.

Segundo Guebryan, a BlackBerry não ameaça a Nokia e a Samsung porque as duas empresas não focam o público principal da marca norte-americana, que é o mundo corporativo.

Investimentos em inovação

O investimento em pesquisa tem sido uma das "estratégias" que as empresas instaladas no país têm adotado para enfrentar a concorrência estrangeira. Elas têm buscado apoio na lei 11.196, a chamada "Lei do Bem", que prevê incentivos fiscais para quem investir em inovação e elaborar novos projetos.

Conforme a diretora de comunicação da Nokia, Jô Elias, a empresa tem se beneficiado da "Lei do Bem" para desenvolver novos modelos de telefone celular, melhorias de processos de manufatura, desenvolvimento de aplicativos,

soluções e serviços para telefonia móvel.

A Samsung salienta que a aprovação por parte do Congresso Nacional da medida provisória (MP) que trata da isenção fiscal aos tablets dá mais segurança aos fabricantes sobre as regras exigidas para a desoneração.

Dados do Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT) mostram que menos de 400 empresas brasileiras utilizam a "Lei do Bem" de incentivo à inovação. Um dos principais motivos é a falta de conhecimento da legislação por parte dos empresários.

Economia até dez vezes maior com reutilização

Mais de 70 empresas do parque fabril local conseguem produzir da mesma maneira, reduzindo os gastos com água

LARISSA VELOSO
Especial EM TEMPO

Produzir e economizar ao mesmo tempo sem causar impactos negativos ao meio ambiente já é possível para ao menos 10% das empresas instaladas no Polo Industrial de Manaus (PIM). Só com projetos de reutilização de água essas fábricas conseguem reduzir os gastos com o líquido em até dez vezes.

De acordo com dados da Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa), 73 empresas informaram à autarquia a utilização da norma ISO 14.001, que define medidas para se estabelecer um Sistema de Gestão Ambiental (SGA).

"Antes de aderirmos à norma, o gasto mensal de água girava em torno de 30 mil a 40 mil metros cúbicos por mês. Depois que começamos o tratamento de efluentes, passamos a reutilizar 85% de água e reduzimos esse gasto em mais de dez vezes", revela o engenheiro de segurança do trabalho Cleudson Costa, responsável pela implementação do projeto na Technicolor,

fabricante de componentes eletrônicos do polo.

A empresa atua seguindo os requisitos da norma desde 2003 e estabeleceu planos de sustentabilidade não apenas para economizar financeiramente.

"Fizemos investimentos financeiros para tratar água e resíduos sólidos. Não só contabilizamos a economia com gastos ou materiais, mas com o investimento feito na preservação dos bens renováveis", destaca o presidente regional da empresa, Wilson Périco.

Consumo recua 28%

Na fabricante de motocicletas Yamaha, a economia também é certa. De 2009 a 2011, o consumo de água por produto recuou 28,16%, enquanto que o gasto com energia elétrica diminuiu 13,87% entre 2010 e 2011.

De acordo com o diretor da empresa no Amazonas, Genoir Pierosan, a economia energética foi possível após a realização de estudos luminotécnicos e instalação de sensores de movimento em interruptores e projetos que utilizam a luz natural para iluminação de ambientes.



Fabricante de componentes eletrônicos do PIM, a Technicolor consegue reaproveitar 85% da água que é utilizada na empresa

Gigantes aderem à redução de desperdícios

A empresa Honda, que também fabrica veículos de duas rodas, reduziu o consumo de água de 1,21 para 0,73 metros cúbicos por motocicleta produzida, por meio do reuso em processos internos e da implantação de uma estação de tratamento, com

capacidade para tratar 2,58 mil metros cúbicos por dia.

Única produtora de lavaloças em Manaus, a Whirlpool conta com a água como uma de suas matérias-primas. O reaproveitamento mensal gira em torno de 52 mil litros, o que repre-

sentou economia de mais de 585 mil litros em 2011, de acordo com o gerente-geral de manufatura da empresa, Evandro Cavalleri.

Para o superintendente da Suframa, Thomaz Nogueira, além de otimizar os seus processos produtivos,

as empresas que buscam essa iniciativa agregam valor ambiental aos seus produtos, o que garante um diferencial no mercado, ampliando a competitividade do modelo Zona Franca de Manaus (ZFM) no âmbito nacional e internacional.