



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, terça-feira, 8 de janeiro de 2013

<b>AMAZONAS EM TEMPO</b> Com estoque em baixa, varejo recorre à indústria.....	1
VEICULAÇÃO LOCAL	
<b>DIÁRIO DO AMAZONAS</b> Hotelaria e lojas nos novos shoppings ampliam financiamentos do BNDES .....	2
VEICULAÇÃO LOCAL	
<b>JB ONLINE</b> O dinheiro do BNDES e o desenvolvimento nacional .....	4
VEICULAÇÃO NACIONAL	
<b>BRASIL ECONÔMICO-SP</b> Em crise lá fora, bebidas energéticas colhem bons resultados no Brasil.....	6
VEICULAÇÃO NACIONAL	
<b>AMAZONAS NOTÍCIAS</b> SUFRAMA aposta em Las Vegas .....	7
VEICULAÇÃO NACIONAL	
<b>PLANO BRASIL MAIOR</b> Pimentel discute cooperação empresarial com Japão .....	8
VEICULAÇÃO NACIONAL	

	VEÍCULO <b>AMAZONAS EM TEMPO</b>	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Com estoque em baixa, varejo recorre à indústria</b>		
	ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO LOCAL

Após um Natal 'gordo', parte do **comércio** local já deu início aos pedidos de **mercadorias** para abastecer os estoques. Na lista estão itens como telefones celulares, tablets e televisores — itens fabricados no Polo Industrial de **Manaus** (PIM) — que deverão ter **produção** aquecida a partir da segunda quinzena deste mês, segundo entidade e varejistas do setor. De acordo com o presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas de **Manaus** (CDL-**Manaus**), Ralph Assayag, o período de ajustes nos estoques está em pleno vapor no **comércio**, o que impulsionará, ainda neste mês, a demanda por produtos nos fornecedores do setor. Entre os pedidos que foram iniciados, segundo Assayag, estão calçados e confecções, além de bebidas fabricadas no parque fabril local. Porém, entre os pedidos que devem ser alavancados a partir do dia 15 de janeiro, conforme expectativa da CDL-**Manaus**, estão os relacionados à eletroeletrônicos. A Federação do **Comércio** do Estado do **Amazonas** (F**ecomércio**-AM) também confirmou os primeiros pedidos do ano feitos pelos lojistas amazonenses. Em relação às lojas responsáveis pela venda de eletroeletrônicos, Tadros também acredita que os primeiros pedidos desses produtos devem chegar à indústria local ainda neste mês.

Após um Natal 'gordo', parte do **comércio** local já deu início aos pedidos de **mercadorias** para abastecer os estoques.

Na lista estão itens como telefones celulares, tablets e televisores — itens fabricados no Polo Industrial de **Manaus** (PIM) — que deverão ter **produção** aquecida a partir da segunda quinzena deste mês, segundo entidade e varejistas do setor.

De acordo com o presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas de **Manaus** (CDL-**Manaus**), Ralph Assayag, o período de ajustes nos estoques está em pleno vapor no **comércio**, o que impulsionará, ainda neste mês, a demanda por produtos nos fornecedores do setor.

Entre os pedidos que foram iniciados, segundo Assayag, estão calçados e confecções, além de bebidas fabricadas no parque fabril local.

Porém, entre os pedidos que devem ser alavancados a partir do dia 15 de janeiro, conforme expectativa da CDL-**Manaus**, estão os relacionados à eletroeletrônicos.

A Federação do **Comércio** do Estado do **Amazonas** (F**ecomércio**-AM) também confirmou os primeiros pedidos do ano feitos pelos lojistas amazonenses.

Em relação às lojas responsáveis pela venda de eletroeletrônicos, Tadros também acredita que os primeiros pedidos desses produtos devem chegar à indústria local ainda neste mês.

	VEÍCULO DIÁRIO DO <b>AMAZONAS</b>	EDITORIA
	TÍTULO <b>Hotelaria e lojas nos novos shoppings ampliam financiamentos do <b>BNDES</b></b>	
ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO LOCAL

**Manaus** - A hotelaria e as novas lojas nos shoppings impulsionaram os projetos financiados no **Amazonas** pelo Banco Nacional do **Desenvolvimento (BNDES)**, apresentados pelas empresas de **comércio** e serviços. Esses segmentos emprestaram quase a metade dos R\$ 841,9 milhões aplicados no Estado, até novembro de 2012. No período, R\$ 408,7 milhões foram liberados, 66,4% a mais do que em 2011, ultrapassando a indústria local.

De acordo com o presidente da Associação Comercial do **Amazonas** (ACA), Ismael Bicharra, a destinação dos recursos foi puxada pela abertura de shoppings na cidade, com lojas financiadas com recursos captados junto ao **BNDES**, além de projetos dos mais variados tipos, que hoje têm maior facilidade de obter os empréstimos.

“Antes, tínhamos aversão grande ao **BNDES** e ao FNO (Fundo Constitucional de Financiamento do Norte) porque os projetos eram aprovados via Belém (PA). Quando os empresários mandavam toda a documentação, o financiamento ficava emperrado. Depois de pressão das entidades de classe, conseguimos que as gerências locais tivessem autonomia. Em Belém, até mesmo quiosques são financiados pelo **BNDES** e isso não acontecia aqui”, declarou Bicharra.

Para o presidente em exercício da Federação do **Comércio** de Bens, Serviços e Turismo do **Amazonas** (Fecomércio-AM), Aderson Frota, o aumento dos empréstimos foi resultado da demanda das atividades de restaurantes, empreiteiras e da hotelaria, com a construção de novos hotéis, estimularam a tomada de empréstimo.

De acordo com Frota, os hotéis, por sua vez, contratam diversos segmentos da atividade de serviços, como restaurantes, lavanderias, manutenção, o que movimenta toda a economia.

“O **comércio** cresceu, apesar das dificuldades do ano. Isso deu maior confiança para o empresário investir, ampliar mais seus negócios. Podemos tomar como parâmetro o fato de que 54% da arrecadação de **ICMS**

(Imposto sobre a Circulação de **Mercadorias** e Serviços) vem hoje do nosso setor. O nível de desemprego do **comércio** foi um dos menores do ano, além disso, as pessoas saíram da inadimplência e consumiram mais”, justificou Frota.

A tendência é que o **Amazonas** feche 2012 com um saldo de operações superior a R\$ 900 milhões, ultrapassando a marca dos R\$ 880 milhões alcançados em 2011, mas, ainda bem abaixo dos R\$ 2,2 bilhões liberados em 2010. A queda nos últimos dois anos se deu em grande parte ao aporte solicitado do governo à Ponte do Rio Negro, em 2010.

#### **Indústria tem 78% de alta no crédito**

Em um ano negativo para alguns segmentos, a indústria ampliou em 78% os pedidos de financiamentos em relação a 2011, até o penúltimo mês do ano passado, com R\$ 207,9 milhões captados. Mais da metade foi absorvida pelo subsetor mecânico.

O vice-presidente da Federação das Indústrias do Estado do **Amazonas** (Fieam), Athaydes Mariano Félix, ressaltou que, além do contato mais estreito com o **BNDES**, a aprovação de projetos para novas empresas fornecedoras da indústria de Duas Rodas cresceu no ano.

“Muitas empresas estão aprovando projetos para fornecer para as fábricas do segmento de motocicletas e estão investindo mais em prédios, máquinas e equipamentos”, completou Félix, também presidente do Sindicato Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico de **Manaus** (Sinmen).

De acordo com o vice-presidente do Conselho **Regional** de Economia do **Amazonas** (Corecon-AM), Nelson Azevedo, as próprias facilidades criadas pelo **BNDES** ajudaram a aumentar a participação de empresas que antes não emprestavam dinheiro do banco.

“Antes, as operações do **BNDES** eram muito tímidas. Não sei se era por falta de maior divulgação, ou por rigidez do banco. O fato é que tínhamos dificuldade de

acesso aos recursos. Mas nos últimos anos, com o advento do Cartão do **BNDES**, facilitação do próprio governo, vários segmentos têm aumentado o acesso”, destacou o economista.

Depois da indústria, o segmento com menos participação foi o agropecuário, com apenas R\$ 1 milhão financiado.

	VEÍCULO JB ONLINE	EDITORIA	
	TÍTULO <b>O dinheiro do <u>BNDES</u> e o desenvolvimento nacional</b>		
ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL	

Como vimos no ano passado, o maior desafio que o **Brasil** irá enfrentar nos próximos anos será o de elevar o crescimento médio do **PIB** ao menos para nível comparável aos outros países da América Latina. Embora o câmbio seja frequentemente citado como um problema - multiplicamos o crédito para o mercado interno, mas as importações já representam 20% do consumo de bens de consumo brasileiro - não é só a valorização do real que está afetando o nosso crescimento. O problema mais grave é o da taxa de investimentos com relação ao **PIB**, extremamente baixa com relação aos outros países do BRICS, e uma das menores do mundo.

No grupo de 20 países "emergentes", classificados pela Standard & Poors, o **Brasil** só investe mais que o Egito e as Filipinas. Na América do Sul, países como o Chile, o Peru e a Colômbia alcançam taxas de investimento próximas de 25%, e, nos BRICS, China e Índia investiram aproximadamente 47% e 32% de seus respectivos **PIBs** em 2010, enquanto nós só investimos 19,5% naquele ano, número que caiu para 18,4% em 2012.

No grupo de 20 países "emergentes", o **Brasil** só investe mais que o Egito e as Filipinas

A China e a Índia, além da iniciativa privada, contam com o Estado como investidor direto na economia, enquanto o **Brasil** entregou à iniciativa privada a responsabilidade pela expansão da atividade produtiva.

Aqui, o Estado não pode, como se faz na China e na Índia, investir diretamente em meios de produção. A presença do Estado na produção, em nosso país, é assunto tabu. E boa parte da mídia propaga e defende o dogma de que o Estado é, naturalmente, perdulário e ineficiente, que ele já é em nosso país intervencionista em excesso, e que a "mão invisível" do mercado é que cria a riqueza e possibilita o desenvolvimento.

Ao contrário do bordão, a China e a Índia crescem, todos os anos, com os índices mais altos do mundo, porque ali o Estado está presente em todas as áreas da economia e reinveste diretamente parte de seus recursos em atividades produtivas, distribuidoras e multiplicadoras. É assim que a

China se prepara para ser o país mais desenvolvido do planeta.

Essa estratégia não é exclusiva de países como a Índia e a China - que já compraram grandes indústrias estrangeiras, como a Volvo e a Land Rover. Na Europa, grandes conglomerados estatais dominam a economia, com participação acionária direta em áreas que incluem a indústria aeroespacial, naval, de administração de aeroportos e ferrovias.

Nos Estados Unidos, onde o Exército controla a geração hidrelétrica, também ocorre o mesmo, como é o caso do transporte ferroviário de passageiros, a cargo da estatal federal AMTRAK, que administra mais de 220 mil quilômetros de linhas. Podem contra-argumentar que a empresa, criada pelo republicano Nixon, é deficitária, e seu prejuízo é coberto pela União. Mas a sua importância para a economia norte-americana como um todo compensa, com vantagens, o subsídio do Tesouro.

Enquanto isso ocorre nesses grandes países, no Brasil, o dinheiro público é usado para financiar empresas teoricamente "privadas" - muitas delas multinacionais estatais controladas por governos estrangeiros - em vez de obrigá-las a buscar dinheiro fora para investir efetivamente aqui dentro.

O **BNDES** vem aplicando bilhões de reais na "expansão" de empresas como a Vivo, que, além de não trazer dinheiro, remete seus lucros para o exterior, drenando da economia nacional recursos que poderiam ser empregados na expansão do nível de investimento. Melhor seria que o **BNDES** entrasse diretamente no mercado, em associação com empresas privadas nacionais, obrigando as empresas de fora a trazer recursos efetivos de suas respectivas matrizes do que agir como mero agente financiador de "investimentos" alheios. Se todo mundo - inclusive os estrangeiros - montar prioritariamente com os recursos do tesouro, via **BNDES**, recursos que não são elásticos, na hora de montar um negócio no Brasil, nunca sairemos do nível medíocre de investimento em que estamos patinando agora.

O Brasil, com o seu imenso mercado interno, não pode continuar se submetendo à chantagem de certos setores da "iniciativa privada", exercida mediante grandes meios de

comunicação nacionais e internacionais, como The Economist, e dos "analistas" e "colunistas" do "mercado".

Enquanto China e Índia cobram caro a entrada de capital estrangeiro em seus mercados (a Argélia, por exemplo, acaba de exigir participação de 51% na nova fábrica da Renault que está se instalando em seu território), o governo brasileiro cede a pressões imperativas de estatais estrangeiras na concessão de aeroportos e ainda financia sua entrada e expansão em nosso mercado interno a juros subsidiados.

O **PIB** aqui não cresce, porque o governo delegou apenas à iniciativa "privada" a iniciativa de expandir o investimento. Esse investimento tem sido praticamente nulo em muitos grandes negócios, nos quais não entra dinheiro novo, já que os recursos para novas montadoras de automóveis, rodovias, ferrovias, portos, estaleiros, indústria de defesa, acabam saindo, majoritariamente, do de financiamento público nacional.

É fácil, aos estrangeiros, fazer cortesia com o chapéu alheio e posar de grandes investidores, com a cumplicidade dos grandes meios de comunicação, quando, em muitos casos, de cada dez reais, oito estão saindo do bolso do contribuinte.

É fácil, aos estrangeiros, fazer cortesia com o chapéu alheio e posar de grandes investidores

Dessa forma, dificilmente atingiremos a modesta meta de alcançar 25% do **PIB** em investimentos em 2016. O governo precisa entrar diretamente no jogo, transformando o **BNDES** em investidor direto na economia, - como fazem a Alemanha, a Espanha e a França, com suas grandes holdings estatais. Com os recursos das reservas internacionais, do Tesouro, e do próprio **BNDES**, bem administrados, se poderia estabelecer a meta de investir, apenas por parte do Estado, ao menos 15% do **PIB**, para daqui a uma década, patamar que se poderia complementar, a partir desse nível, pelas aplicações da iniciativa privada.

Quem não tiver competência - e recursos - que não se estabeleça no mercado nacional. Dinheiro, lá fora, existe. Só a China conta com 4 trilhões de dólares em reservas internacionais e em seu fundo soberano. A diferença entre investir 47% DO **PIB** ao ano OU 18%, é deixar que o Estado trabalhe livre e planejadamente para cumprir, ao lado dos outros agentes econômicos, o seu papel na expansão da atividade econômica. O que ele não pode fazer, como está fazendo cada vez mais em nosso país, é bancar, praticamente, os riscos sozinho.

	VEÍCULO BRASIL ECONÔMICO-SP	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Em crise lá fora, bebidas energéticas colhem bons resultados no Brasil</b>		
ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL	

**Mercado tem desempenho acima da média no país,mas popularização pode trazer alguns problemas**

**Gabriel Ferreira**

Quem vê as dificuldades que o **mercado** de bebidas energéticas enfrenta em alguns **importantes** centros consumidores do mundo, como os Estados Unidos, que tenta mudar as regras sobre a **produção** desse tipo de produto, pode imaginar que essa indústria está condenada a um futuro incerto. Ao ver o quadro no Brasil, onde o nicho cresce acima de todos os segmentos do setor de bebidas, porém, é possível concluir que há esperanças para o setor. “Muitas empresas multinacionais do setor estão de olho no **mercado** brasileiro”, diz Adalberto Viviani, consultor sobre o **mercado** de bebidas da Concept. Não é a toa que ocorre esse interesse. Dados da Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas Não Alcoólicas (Abir) apontam que as vem das de energéticos no **Brasil** tiveram um crescimento de 152% entre 2008 e 2011. “O desempenho do segmento de energéticos se deve à aceitação do consumidor brasileiro, que está incorporando cada vez mais o produto em sua cesta de compras. Nos últimos anos,mais pessoas tiveram a oportunidade de conhecer o produto e aprovaram”, afirma Douglas Costa, diretor de **mercado** do Grupo Petrópolis, detentor da marca TNT. O lançamento de versões maiores, em garrafas PET de até 2 litros, contribuiu para a chegada de um perfil de consumidor que até então não estava habituado ao produto. “Esse posicionamento mais popular é diferente do que costumamos ver em outros países”, afirma Viviani. “Mas é preciso que as empresas tenham cuidado, porque entrar em uma guerra de preços pode representar um risco à categoria como um todo.” Segundo o consultor, se o marketing for bem trabalhado, o nicho ainda tem potencial de crescimento em todas as classes de consumidores. “O consumo per capita ainda é muito baixo.”

Dados da Abir indicam que o consumo brasileiro de energéticos é de 0,45 litros por ano por habitante. No Nordeste, o consumo anual de cada pessoa é ainda menor, de 0,27 litros. As boas perspectivas se refletem na cara do **mercado**, hoje disputado por competidores de porte, como Coca-Cola, dona da marca Burn, e a Ambev, que lançou no **Brasil** o energético Fusion. A Red Bull, maior fabricante deste tipo de produto no mundo, anunciou recentemente planos de construir uma fábrica no Brasil. O projeto, que recebeu incentivo da **Zona Franca** de **Manaus**, deve ser a primeira unidade fabril da empresa fora da Europa. “O grande desafio para quem chega ao **Brasil** é a capacidade de distribuição. Não adianta ter uma marca muito forte no exterior se não tiver capilaridade por aqui”, diz Viviani. Álcool e esportes Outro desafio a ser enfrentados pelas companhias do setor é diminuir a relação entre o consumo de produtos e as bebidas alcoólicas, muito forte no país. “Ao ser vendido como um produto para mistura, diminui o potencial de valor agregado”, afirma o consultor. Para evitar essa relação, muitas marcas investem pesado na ligação de seus nomes ao esporte. O caso mais clássico é o da Red Bull, pioneira no setor, que mantém times próprios em diversas modalidades e o patrocínio a uma série de campeonatos esportivos. Outra que investe nesse tipo de estratégia é a TNT. Apesar de ter atuação focada no Brasil, a marca do Grupo Petrópolis investe no patrocínio à equipe Ferrari, de Fórmula 1. A empresa também patrocina atletas, como os pilotos Felipe Massa e Fernando Alonso — ambos da Ferrari — e o lutador de MMA Júnior Cigano. “São ações que ajudam a construir a imagem do produto e aproxima os consumidores à marca”, afirma Costa, da Petrópolis. “Nosso objetivo é promover o produto como uma alternativa saudável para superar limites.

	VEÍCULO <b>AMAZONAS NOTÍCIAS</b>	EDITORIA	
	TÍTULO <b>SUFRAMA aposta em Las Vegas</b>		
ORIGEM PRESS-RELEASE DA ASSESSORIA DE IMPRENSA	ENFOQUE POSITIVO	VEICULAÇÃO NACIONAL	

Começa nesta terça-feira (8), em Las Vegas (EUA), a maior feira de eletroeletrônicos e produtos de alta tecnologia do mundo, a CES. Este ano, o evento contará com 3 mil expositores, que serão analisados de perto pelo **Superintendente** da **SUFRAMA**, Thomaz Nogueira, e pelo coordenador geral de acompanhamento de projetos industriais da autarquia, José Jorge do Nascimento Júnior, que viajaram aos EUA para analisar as tendências do **mercado** hightech, visando atualizar Processos Produtivos, atrair novos fabricantes para o Polo Industrial de **Manaus** (PIM) e renovar as linhas de **produção** dos que já estão no modelo **Zona Franca**.

Entre os fabricantes já instalados em **Manaus**, que estarão na CES, haverá lançamento de modelos de televisores UHD (ultra definição) com Google TV, além de inovações na área de “fhablets” (equipamentos que possuem as funções de smartphones e de tablets, mas com um tamanho entre o primeiro e o segundo). A tendência dos “super smartphones” foi lançada no ano passado, com o Galaxy Note. “Assim como o Galaxy, muito do que veremos poderá estar, em breve, em **produção** em **Manaus**. O tempo entre o que é lançado em uma feira como a CES e a **produção** no PIM está cada vez menor e nossa expectativa é reduzir cada vez mais, até, quem sabe, exibir em Las Vegas um produto já saído da linha de montagem brasileira”, comentou o **Superintendente** Thomaz Nogueira.

A previsão dos organizadores da CES 2013 é de que aproximadamente 20 mil novos produtos sejam lançados no evento, com tendências para tecnologias baseadas em nuvem, reconhecimento de gestos, sensoriamento remoto, smartphones, tablets e TVs Ultra HD. Segundo Gary Shapiro, presidente da Consumer Electronics Association (CEA), que organiza a feira, a edição deste ano será “o maior espaço de exibição de tecnologia da história. Teremos mais lançamentos de novos produtos e serviços neste evento do que em qualquer outro lugar do mundo”. A versão 2013 da CES terá uma área líquida de mais de 1,8 mil metros quadrados, a maior em 45 anos de evento.

Entre os pavilhões do evento, destaque para o iLounge, com um total de 440 expositores distribuídos em 120 mil metros quadrados líquidos de estandes relacionados a eletroeletrônicos e bens de informática. Outros pavilhões de destaque são os dedicados à saúde digital e à tecnologia de fitness, além da área de expositoras startups. “Vamos visitar os pavilhões e também ficar de olho na evolução das tecnologias para produções ecologicamente sustentáveis”, adiantou Nogueira. Além disso, a autarquia deve participar das palestras e conferências, que somarão, este ano, 300 sessões. “A expectativa é voltar com uma boa visão das tendências para o futuro e garantir que a **Zona Franca** de **Manaus** esteja preparada para elas”, resumiu o **Superintendente** da **SUFRAMA**.



VEÍCULO <b>PLANO <u>BRASIL</u> MAIOR</b>	EDITORIA	
TÍTULO <b>PIMentel discute cooperação empresarial com Japão</b>		
ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL

O ministro do **Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior**, Fernando PIMentel, e o presidente da Agência de Cooperação Internacional do Japão (JICA, na sigla em inglês), Akihiko Tanaka, reuniram-se na tarde de hoje, em Brasília, para discutir o aprofundamento da parceria empresarial entre os dois países. Para o ministro PIMentel, o Japão é o principal aliado brasileiro no processo de modernização pelo qual devem passar as empresas nacionais. “A relação dos nossos países, inclusive na área tecnológica, faz do Japão o principal parceiro para nos ajudar a dar esse salto”, disse.

No próximo mês, uma missão de empresários japoneses virá ao **Brasil** para discutir possíveis investimentos no País. “As grandes empresas japonesas já estão no Brasil, mas as pequenas e médias, que dão suporte às grandes, no Brasil, têm muito interesse em vir para cá”, disse Tanaka. Além disso, está sob avaliação da JICA uma proposta brasileira de

treinamento e capacitação de pessoal na área de construção naval.

O **MDIC** e a JICA voltarão a se reunir ao final da missão empresarial para discutir a inclusão de novos setores da indústria nas ações de cooperação e a ampliar a cooperação para as áreas de pesquisa técnica e acadêmica.

» Fonte: Assessoria de Comunicação Social do **MDIC**