



**SUPERINTENDÊNCIA  
DA ZONA FRANCA DE MANAUS**

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

# **Clipping Local e Nacional On-line**

**Nesta edição 11 matérias**

**Coordenação Geral de Comunicação Social - CGCOM**

**Manaus, sexta-feira, 5 de abril de 2013**

<b>AMAZONAS EM TEMPO</b> Produção de motos cresce 6,4% nas concessionárias.....	1
VEICULAÇÃO LOCAL	
<b>DIÁRIO DO AMAZONAS</b> Crise no Polo de Duas Rodas força componentistas a reduzirem empregos .....	2
VEICULAÇÃO LOCAL	
<b>DIÁRIO DO AMAZONAS</b> Produção de motocicletas cresceu 6,4% no mês de março .....	3
VEICULAÇÃO LOCAL	
<b>O ESTADO DE SÃO PAULO</b> Produção de motos tem queda de 25% no trimestre .....	4
VEICULAÇÃO NACIONAL	
<b>DCI - COMÉRCIO, INDÚSTRIA E SERVIÇOS</b> Venda do Dia das Mães pode ser 12% maior .....	5
VEICULAÇÃO NACIONAL	
<b>O GLOBO</b> Press Release from Business Wire : Toshiba Semiconductor & Storage Products Company .....	7
VEICULAÇÃO NACIONAL	
<b>EXAME</b> Dívida de mais, lucro de menos .....	9
VEICULAÇÃO NACIONAL	
<b>BRASIL ECONÔMICO-SP</b> Lufthansa Cargo busca eficiência para crescer 6% .....	10
VEICULAÇÃO NACIONAL	
<b>BRASIL ECONÔMICO-SP</b> Movimento no comércio cresce 1,4% em março .....	11
VEICULAÇÃO NACIONAL	
<b>CORREIO DA AMAZÔNIA</b> Vanessa destaca o desempenho positivo da Zona Franca/2013 .....	12
VEICULAÇÃO NACIONAL	
<b>PORTAL DA AMAZÔNIA</b> Dia das Mães: previsão de alta de 5% nas vendas no varejo do Amazonas .....	13
VEICULAÇÃO NACIONAL	

	VEÍCULO <b>AMAZONAS EM TEMPO</b>	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Produção de motos cresce 6,4% nas concessionárias</b>		
	ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO LOCAL

No terceiro mês deste ano, a **produção** de motos no Polo Industrial de **Manaus (PIM)** somou 131.174 unidades. A quantidade é 6,4% superior à registrada em fevereiro, quando foram industrializados no parque fabril 123.338 veículos, segundo dados divulgados pela Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Bicycletas e Similares (Abraciclo).

Além da alta na **produção** no setor de duas rodas, a venda de motos nas concessionárias também avançou no mês de março. No período foram comercializadas nas lojas 126.982 motos, quantidade 7,1% maior do que a registrada em fevereiro.

No varejo, a média diária, que contou com dois dias úteis a mais em relação ao mês anterior, ficou em 6.192 motocicletas, superando 5.661 contabilizadas em fevereiro. A comercialização totalizou 123.847 unidades, em março, contra 101.890 registradas no mês anterior, representando um incremento de 21,5%.

“Com esses resultados registrados em março, mantemos a projeção para este ano, com um aumento de 3,7% na **produção**, chegando a cerca de 1,7 milhão de motocicletas, e de 2,4% nas vendas no atacado, que devem ficar em torno de 1,6 milhão de unidades”, destacou o presidente da Abraciclo, Marcos Fermanian.

#### Dados do trimestre

No acumulado do primeiro trimestre, a **produção** de 2013 ficou 25,1% abaixo do volume registrado em igual

período de 2012, com 381.708 unidades ante 509.545. As vendas no atacado tiveram queda de 21,9%, passando de 468.493 para 366.078 motocicletas.

Na comparação com março do ano passado, quando foram produzidas 179.451 unidades, houve redução de 26,9%. No mesmo mês, a comercialização para as concessionárias totalizou 164.688 unidades, com retração de 21,1%.

“O primeiro trimestre de 2012 foi o melhor período do ano. A partir daí, as vendas passaram a apresentar quedas consecutivas até dezembro. Neste ano, começamos a notar certa reação do **mercado**. Apesar das adversidades com relação ao crédito, esperamos uma recuperação gradativa a partir do segundo semestre”, observou Fermanian.

#### Exterior

As **exportações** do trimestre permaneceram praticamente estáveis em comparação a igual período de 2012, com 22.549 motocicletas contra 22.473, representando um pequeno aumento de 0,3%. Em março deste ano, comparado com mesmo mês ano passado, as **exportações** subiram 19,5%, passando de 6.978 para 8.341 unidades.

	VEÍCULO DIÁRIO DO <b>AMAZONAS</b>	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Crise no Polo de Duas Rodas força componentistas a reduzirem empregos</b>		
ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO LOCAL	

### **Produção cai 25% no primeiro trimestre e as vendas encolhem 21,8%, segundo a Abraciclo**

**Manaus** - O Polo de Duas Rodas encerrou o primeiro trimestre com queda na **produção** e nas vendas e a crise já afeta as empresas de componentes, como termoplástico, que opera a 20% abaixo da capacidade e forçou a redução dos empregos.

A **produção** nacional de motocicletas concentrada no Polo Industrial de **Manaus (PIM)** caiu 25% nos três primeiros meses do ano em relação ao ano passado e as vendas encolheram 21,8%.

Os dados da Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores Motonetas, Bicicletas e Similares (Abraciclo) apontam que a maior queda foi verificada na **produção**, que saiu de 509.545 unidades no primeiro trimestre de 2012 para 381.708 neste ano.

Somente em março, a retração no setor foi de 26,9%, com o mês fechando em 131.174 motos fabricadas. Em fevereiro, a queda foi de 19,44% e em janeiro de 28,13%.

“A sazonalidade do produto é algo que sempre atinge o Polo nos primeiros meses do ano, mas no caso específico de Duas Rodas a melhora se espera apenas para o segundo semestre porque é quando algumas medidas devem ter efeito”, explica o presidente do Centro da Indústria do Estado do **Amazonas** (Cieam), Wilson Périco.

A expectativa do representante da indústria é baseada em uma comissão criada pela **Superintendência** da **Zona Franca** de **Manaus (Suframa)** com fabricantes de bens finais e componentistas. A autarquia já reiterou o compromisso de propor ajustes nos Processos Produtivos Básicos (**PPBs**) que possam trazer maior agregação de valor ao polo.

Périco acredita que as alternativas tratadas nas reuniões trarão soluções que o segmento necessita. “O problema é o acesso ao crédito porque o interesse em adquirir o produto existe”, salienta.

O levantamento da Abraciclo mostra que as vendas também tiveram resultado negativo. A comercialização das motocicletas entre janeiro e março deste ano ficou nas

366.078 unidades, abaixo das 468.493 alcançadas no mesmo período de 2012.

As vendas somente em março foram 21% menores que no ano anterior, totalizando 129.982 unidades. O segmento iniciou o ano com a venda de 114.735 motos e avançou para 121.361 em fevereiro.

### **Mão de obra**

Os resultados negativos refletiram na mão de obra empregada e no faturamento do Polo de Rodas, que perdem espaço no **PIM**. A média do pessoal empregado no setor que era de 19.658 em 2012, ficou em 18.010 em fevereiro passado, segundo dados da **Suframa**.

Já o faturamento, que chegou a representar 25,37% de todo o volume do **PIM** em 2008, hoje detém a fatia de 17,3%. O dado mais recente mostra um faturamento de US\$ 955,7 milhões.

### **Termoplástico reduz pessoal empregado**

A retração tem interferido na produtividade da cadeia componentista e na redução dos empregos. Segundo o diretor-executivo do Sindicato da Indústria de Materiais Plásticos do **Amazonas** (Simplast), Paulo Abreu, o segmento opera 20% abaixo da capacidade produtiva.

Segundo Abreu, o número de empregados no final de 2012 era de 11,4 mil e foi para 9,6 mil em janeiro. As demissões são gradativas e as empresas estão tentando segurar os empregados na expectativa de retornar a **produção** em junho, destacou ele.

O primeiro trimestre “foi nos mesmos moldes” do último trimestre de 2012. “O volume menor que o esperado tem relação com o crédito dos bancos que ainda não melhorou”, disse Abreu.

A expectativa é que as mudanças no Processo Produtivo Básico (**PPB**), como o uso de componentes feitos em **Manaus**, reflitam a partir de junho.

	VEÍCULO DIÁRIO DO <b>AMAZONAS</b>		EDITORIA
	TÍTULO <b>Produção de motocicletas cresceu 6,4% no mês de março</b>		
	ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO LOCAL

**A previsão da associação é de que a venda de motocicletas no atacado cresça 2,4% e que a produção aumente 3,7%, chegando a 1,75 milhão de unidades**

São Paulo – A produção de motocicletas cresceu 6,4% no mês de março, em comparação ao mês anterior. Segundo a Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares (Abraciclo), a produção de motocicletas passou de 123.338 unidades em fevereiro para 131.174 em março, o que indica, segundo a entidade, um primeiro sinal de recuperação do setor.

No acumulado do primeiro trimestre deste ano, a produção de motocicletas atingiu 381.708 unidades, valor 25,1% menor que o volume registrado no mesmo período do ano passado.

As vendas de motocicletas aos concessionários chegou a 129.982 unidades em março, aumento de 7,1% em relação a fevereiro.

A previsão da associação é de que a venda de motocicletas no atacado cresça 2,4% e que a produção aumente 3,7%, chegando a 1,75 milhão de unidades.

A produção de bicicletas apresentou queda de 11,8% no primeiro bimestre deste ano, passando de 140.902 unidades fabricadas entre janeiro e fevereiro do ano passado para 124.257 unidades este ano.

No mês de fevereiro foram fabricadas 60.696 unidades de bicicletas, o que representou redução de 4,5% sobre janeiro.

	VEÍCULO O ESTADO DE SÃO PAULO	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Produção de motos tem queda de 25% no trimestre</b>		
	ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL

#### Beatriz Butta

A **produção** de motocicletas encerrou março com um volume total de 131.174 unidades produzidas, queda de 26,9% na comparação com o mesmo mês do ano passado, quando foram fabricados 179.451 veículos. Os dados foram divulgados ontem pela Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares (Abraciclo).

Os três primeiros meses de 2013 registraram queda na **produção** de motos quando comparadas com os mesmos meses do ano passado - 28,1% em janeiro e 19,4% em fevereiro. No acumulado dos três meses, foram produzidas 381.708 motocicletas, uma retração de 25,1% sobre o primeiro trimestre de 2012.

O diretor executivo da Abraciclo, José Eduardo Gonçalves, disse em entrevista ao Broadcast, serviço de notícias em tempo real da Agência Estado, que até abril do ano passado o setor tinha um volume expressivo de vendas mas, a partir do segundo quadrimestre do ano, houve uma queda decorrente da alta seletividade na concessão de

financiamentos. "No primeiro trimestre do ano passado, vínhamos de um **mercado** mais aquecido e, nos primeiros três meses deste ano, estamos vindo de um **mercado** desaquecido", afirmou.

As vendas no atacado - das fábricas às concessionárias - também caíram na comparação com 2012. Em março do ano passado foram vendidas 164.688 motos no atacado, caindo para 129.982 em março deste ano, queda de 21,1%. Na comparação do primeiro trimestre deste ano com o do ano passado, as vendas no atacado caíram 21,9%, de 468.493 para 366.078 unidades. Já na comparação com fevereiro, a **produção** avançou 6,4% e as vendas no atacado cresceram 7,1%.

As **exportações** cresceram 19,5% em março ante mesmo mês do ano passado, para 8.341 unidades, sobre 6.978 em março de 2012.

	VEÍCULO DCI - <b>COMÉRCIO, INDÚSTRIA E SERVIÇOS</b>	EDITORIA
	TÍTULO <b>Venda do Dia das Mães pode ser 12% maior</b>	
ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL

**Projeção da CN DL é mais cautelosa, mas lojistas de vários centros de compras apostam em incremento expressivo ante o ano passado**

**camila abud - agências varejo**

## SÃO PAULO

Os lojistas de shopping centers estão novamente mais animados com as vendas para a próxima data comemorativa, o Dia das Mães, do que o varejo ampliado. Há casos de lojistas de centros de compras com projeção de vendas de mais do que o dobro do setor em geral, como a do Raposo Shopping, da gigante Brookfield, cuja estimativa é de um incremento de até 12% das vendas.

Ainda assim, de modo geral, a estimativa é de um crescimento menos acelerado este ano, devido a maior cautela por parte dos consumidores. Por isso, a meta é estimular os clientes, e os lojistas dos centros de compras apostam em várias ações para abocanhar a atenção e o bolso do consumidores, que deverão ter um gasto médio, neste ano, de R\$ 80.

Entre os produtos mais procurados para as compras estão os itens de vestuário, calçados, bijuterias e acessórios, flores, perfumes, e artigos para o lar, além de celulares, CDs e DVDs. As informações são da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), que, mais criteriosa, estima aumento de 4% das vendas do período no País, em relação à igual época do ano passado. Baseado em um cálculo de consultas feitas ao banco de dados do SPC Brasil, o Serviço de Proteção ao Crédito, para compras pagas com cheque, ou ainda com crediário, o presidente da CNDL, Roque Pellizzaro Júnior, afirma que "haverá, sim, um crescimento, mas não tão forte, uma vez que todos os índices de confiança do consumidor se apresentam em patamares relativamente baixos. Além disso, o nível de endividamento do brasileiro inibe o poder de compra por meio do crédito". Apesar de não ser um crescimento extremamente alto, os 4% são considerados bons pela CNDL.

Entre as empresas que administram centros de compras, porém, a data é esperada com bastante otimismo. A Brookfield, por exemplo, anuncia que o Pátio Paulista, em São

Paulo, cuja projeção é de um incremento de até 7% nas vendas, tem a proposta para atrair os consumidores de sortear um carro. A cada R\$ 450,00 em compras no período de 27 de abril a 12 de maio, o cliente ganha um cupom para concorrer a um Audi A1. Já no Raposo Shopping, a cada R\$ 300 em compras no período de 24 de abril a 12 de maio, o cliente ganha um cupom para concorrer a dois vales de R\$ 25 mil. Assim, poderá gastar nas Pernambucanas, Artex, Casas Bahia, Magazine Luiza e Fast Shop do empreendimento. O sorteio será realizado dia 13 de maio às 16h. O objetivo da campanha é que o cliente contemplado possa mobiliar sua casa, trocando o vale-presente por móveis, eletrodomésticos e eletrônicos.

## Expansão

Outra que também atua no setor, a General Shopping Brasil, uma das líderes do ranking nacional de shopping centers, aposta em expansão de espaço físico para atender ao aumento da demanda no Internacional Shopping Guarulhos, que está completando 15 anos em 2013. O espaço passará por reformas e modernização, sendo que a praça de alimentação, que hoje abriga 1,7 mil lugares, passará a ter 2,4 mil. Será construído um mezanino na praça, que ganhará novas marcas, como KFC, Burger Lover, Grilletto, Temakeria Makis, Baked Potato, Seletti, Burger King, entre outras.

De acordo com Alexandre Dias, diretor da General Shopping Brasil, a reforma na praça de alimentação trará ainda mais opções de refeição aos frequentadores, tornando o mix de lojas ainda mais completo. "Além da ampliação, o shopping continuará se modernizando para continuar sendo o empreendimento mais completo da região, com compras, alimentação, lazer e serviços", declarou ele, ao DCI.

Sobre as vendas para o Dia das Mães, o executivo ressaltou que esta data é, depois do Natal, a mais **importante** para o varejo, e a previsão é forte: "No Internacional Shopping Guarulhos esperamos receber um público cerca de 15% maior em virtude do período, já que a procura por presentes será grande", estimou ele.

Na zona leste da capital paulista, o Complexo Comercial do Shopping Interlagos (formado pelo Shopping Interlagos e pelo Shopping Interlar Interlagos), investiu R\$ 600

mil para realizar, no período de 26 de abril a 16 de junho, uma ousada campanha envolvendo o Dia das Mães e o Dia dos Namorados.

Assim, os empreendimentos sortearão um total de 40 televisores LED de 40 polegadas Samsung Full HD (20 para cada shopping), 40 pares de smartphones Sony e dois automóveis Etios X zero-quilômetro, um por shopping.

A **Superintendente** do empreendimento, Carla Bordon Gomes, diz que a expectativa é que haverá um aumento de vendas de 12% e um incremento de fluxo de público de 7%, face ao mesmo período do ano passado. "Procuramos oferecer aos nossos consumidores a oportunidade de ganhar presentes que realmente façam a diferença no seu dia a dia. Além disso, como o valor da troca é bastante acessível, todas as pessoas terão chance de participar", completa Carla.

#### **Balço do setor**

Um bom termômetro da base de boas projeções das empresas para o próximo mês vem do Indicador de Atividade do **Comércio**, apurado pela Serasa Experian, que avançou só 1,4% em março ante fevereiro, descontados os efeitos sazonais, mas na comparação com março do ano passado, foi registrada alta de 13,4%.

Para os economistas da instituição, o crescimento da atividade varejista em março ante fevereiro foi impulsionado pelas promoções feitas pelo varejo automotivo, que programava um novo reajuste das alíquotas do IPI sobre os veículos automotores a partir de abril. "Embora o governo tenha revogado tal reajuste, este fato acabou provocando uma intensificação do movimento dos consumidores às lojas especializadas durante o mês de março", apontam, em nota.

Com isso, o setor de veículos, motos e peças registrou alta de 2,4% em março sobre fevereiro. O movimento em **supermercados**, **hipermercados** e demais estabelecimentos que comercializam alimentos e bebidas subiu 1,2% na comparação mensal. O desempenho do setor, de acordo com a Serasa, foi favorecido pelo feriado de Páscoa.

#### **EXPANSÃO**

Além da ampliação, o shopping center continuará se modernizando para continuar sendo o mais completo da região

	VEÍCULO O GLOBO	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Press Release from Business Wire : Toshiba Semiconductor &amp; Storage Products Company</b>		
	ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL

### TÓQUIO, (BSW) - Toshiba(TÓQUIO:6502):

Com a expectativa de que a população mundial ultrapasse nove bilhões de pessoas na metade do século, o problema de como aproveitar ao máximo os limitados recursos energéticos se elevou ao topo da agenda global. Reconhece-se cada vez mais o fato de que a comunidade inteligente é uma maneira eficaz de confrontar este problema urgente. As comunidades inteligentes são ecologicamente corretas e econômicas e obtêm fornecimento estável de eletricidade alcançando um equilíbrio entre a demanda por eletricidade, que muda com as estações e a hora do dia, e a oferta de eletricidade, incluindo a geração de energia a partir de fontes renováveis.

No centro de cada comunidade inteligente se encontra uma poderosa infraestrutura de TI e mecatrônica que calcula a demanda por eletricidade, a quantidade de eletricidade gerada, etc., analisando os grandes volumes de dados gerados por medidores inteligentes, câmeras de vigilância, terminais de sensores médicos, serviços de redes sociais e assim por diante. A infraestrutura de TI consistindo de servidores e sistemas de armazenamento conectados pela internet sustenta a computação na nuvem e continuará a crescer como um elemento de infraestrutura social de ampla escala, eficiente e avançado.

Inovações de armazenamento total é como a Toshiba denomina a suíte de capacidades exigidas para o armazenamento eficiente de grandes volumes de dados (e dados de saída, conforme necessário) e seu processamento apropriado. Temos o objetivo de atender diferentes exigências de armazenamento oferecendo soluções diferenciadas de alta qualidade que empregam as tecnologias de ponta.

O Sr. Hironobu Nishikori, vice-presidente corporativo da Semiconductor & Storage Company, comenta que: 'As tecnologias de discos rígidos e de memórias flash continuarão a coexistir, tirando proveito das suas respectivas características. A Toshiba é o único fornecedor que cobre todo o espectro de discos rígidos, unidades SSD e memórias flash

NAND. Inspirados pela nossa visão de inovações de armazenamento total, temos o objetivo de ser o líder no fornecimento de soluções em armazenamento na era da nuvem e dos grandes volumes de dados.

Os grandes volumes de dados possuem três atributos essenciais: volume para além de petabytes de dados, velocidade para processamento de dados em tempo real e elementos analíticos e versatilidade para a mistura de dados estruturados e não estruturados. A chave da diferenciação dos produtos está na análise desses dados em tempo real, de maneira a conduzir sistemas de infraestrutura social de maneira oportuna. Nesse sentido, a Toshiba oferecerá soluções em armazenamento direcionadas a cada um dos 3Vs.

Consciente das possibilidades em rápido surgimento, entre elas aquelas associadas à computação na nuvem, no ano fiscal de 2013 a Toshiba focará nos produtos de armazenamento a seguir.

À medida que as redes proliferam e suas tecnologias continuam a evoluir, o mundo está sendo inundado por uma maré crescente de dados gerados por terminais e sensores de redes sociais. Os números são impressionantes: refletindo a ascensão da computação na nuvem, as pessoas terão que lidar com cerca de 40 zettabytes de dados em 2020.

A Toshiba oferecerá HDDs ideais para o armazenamento de grandes volumes de dados. Ao mesmo tempo, a empresa fortalecerá suas ofertas de unidades SSD empresariais apropriadas para transferência de dados a elevadas velocidades explorando a sinergia da sua tecnologia exclusiva de memória flash NAND e know-how no design de controladores e firmware para HDDs empresariais.

Além disso, os produtos de armazenamento devem proporcionar confiabilidade e funções de segurança aperfeiçoadas para sustentar as atividades empresariais. Enfatizaremos unidades de HDD/SSD com funções de criptação.

Ofereceremos uma ampla variedade de produtos de armazenamento com características apropriadas para

administrar dados na era da computação na nuvem e capazes de satisfazer uma ampla variedade de exigências de sistema.

Espera-se que a revolução da computação na nuvem e dos grandes volumes de dados transformem o ambiente de negócios de armazenamento nos próximos dez anos. Ao antecipar essa transformação, a Toshiba oferecerá soluções de ponta inspiradas pela visão de inovações de armazenamento total.

### **Unidades híbridas**

As unidades híbridas são o fruto de uma sinergia entre as tecnologias das memórias flash NAND, das unidades SSD e das unidades de disco rígido (HDD). Os discos híbridos são HDDs com memória flash NAND que oferecem capacidades tão grandes quanto as dos HDDs e velocidades comparáveis às das unidades SSD. Incluindo algoritmos de autoaprendizagem para identificar os padrões de uso dos usuários, uma unidade híbrida atribui dados de maneira otimizada a três camadas de dispositivos de armazenamento, consistindo de DRAM, flash NAND e discos magnéticos. O resultado é um tempo de inicialização tão rápido quanto o de uma unidade SSD. A força da Toshiba tanto na tecnologia de memórias flash NAND quanto de unidades SSD/HD tem um efeito multiplicador, o que proporciona às nossas unidades híbridas desempenho muito superior ao dos HDDs convencionais. Com as unidades híbridas à frente, a Toshiba pretende expandir sua fatia no **mercado** de produtos de armazenamento clientes.

### **Produtos para o consumidor**

O crescimento da demanda por HDDs externos confirma a atratividade deles como solução inteligente para aqueles que exigem capacidade de armazenamento adicional para a transferência de dados da unidade de HDD ou SSD para o PC, para backup ou para a gravação de programas de TV. A Toshiba oferece uma ampla seleção de HDDs externos, incluindo os menores e mais leves HDDs portáteis do mundo, com 9 milímetros de espessura e até 2 terabytes (até 1,5 terabytes no caso dos modelos para o **mercado** japonês), que não exigem cabo de energia, e de discos rígidos externos de 3 terabytes (2 terabytes para o **mercado** japonês). Esta ampla linha de atraentes produtos é a razão pela qual a Toshiba já conquistou uma fatia de 25% dos **mercados** norte-americano e europeu de HDDs externos. Com base nessa forte

presença, a Toshiba pretende ampliar seus negócios oferecendo uma variedade mais ampla de produtos para o consumidor voltada para diferentes necessidades.

1 Em termos de volume cúbico e peso entre os HDDs portáteis de 2,5 polegadas. Dados da Toshiba em 4 de abril de 2013  
2 Entre os HDDs portáteis de 2,5 polegadas. Dados da Toshiba em 4 de abril de 2013

### **Sobre a Toshiba**

A Toshiba é fabricante líder mundial diversificada, provedora de soluções e comerciante de produtos e sistemas eletrônicos e elétricos avançados. O grupo Toshiba traz inovação e imaginação para uma ampla variedade de negócios: produtos digitais, que incluem TVs de LCD, notebooks, soluções de varejo e impressoras multifuncionais; dispositivos eletrônicos, entre eles semicondutores, produtos e materiais de armazenamento; sistemas de infraestrutura industrial e social, inclusive sistemas de geração de energia, soluções para comunidades inteligentes, sistemas médicos, escadas rolantes e elevadores, e eletrodomésticos.

A Toshiba foi fundada em 1875 e hoje opera uma rede global de mais de 550 empresas consolidadas, com 202 mil funcionários em todo o mundo e vendas anuais que ultrapassam 6,1 trilhões de ienes (US\$ 74 bilhões). Visite o site da Toshiba em [www.toshiba.co.jp/index.htm](http://www.toshiba.co.jp/index.htm)

O texto no idioma original deste anúncio é a versão oficial autorizada. As traduções são fornecidas apenas como uma facilidade e devem se referir ao texto no idioma original, que é a única versão do texto que tem efeito legal.

### **Contact**

Toshiba Semiconductor & Storage Products Company  
Megumi Genchi/Kunio Noguchi, +81-3-3457-3367  
[semicon-NR-mailbox@ml.toshiba.co.jp](mailto:semicon-NR-mailbox@ml.toshiba.co.jp)

This material is not an AFP editorial material and AFP shall not bear responsibility for the accuracy of its content. In case you have any questions about the content, kindly refer to the contact person mentioned in the text of the release.

	VEÍCULO <b>EXAME</b>	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Dívida de mais, lucro de menos</b>		
ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL	

**Antes conhecido por seu conservadorismo, o Grupo Votorantim vive uma inédita combinação de dívida alta e prejuízo. À frente, um ano decisivo para virar o jogo Maria Luíza Filgueiras, de**

São Paulo - Em 84 anos de vida, o empresário Antônio Ermírio de Moraes, um dos donos do Grupo Votorantim, nunca escondeu sua aversão a dívidas e a bancos. Desde que começou a dar as cartas no conglomerado fundado por seu avô, o português Antônio Pereira Ignácio, ele decidiu que usaria o próprio caixa da empresa para fazer investimentos. Seu conservadorismo financeiro começou por um misto de pragmatismo e superstição.

Em 1956, logo depois de fundar a Companhia Brasileira de Alumínio (**CBA**), ele teve de contrair empréstimos que equivaliam a 16 meses de faturamento. No mesmo período, sofreu um acidente ao visitar a unidade e, queimado por soda cáustica, ficou um mês de cama. A experiência ajudou a sedimentar em sua cabeça a obsessão por conduzir o Grupo Votorantim da forma mais conservadora possível.

Quando ele deixou a presidência do conselho de administração e entregou o comando do conglomerado aos filhos e sobrinhos, em 2001, a dívida não chegava a uma vez a geração de caixa total do grupo.

O contraste com a situação atual impressiona. Hoje, a dívida da Votorantim Industrial soma 18,4 bilhões de reais e equivale a 3,6 vezes sua geração de caixa. Está perigosamente perto do limite estabelecido pelas agências de classificação de risco - de quatro vezes. O grupo, que atualmente tem negócios tão diversos quanto uma cimenteira, uma fabricante de papel, um banco e uma processadora de suco de laranja, ainda é um fenômeno em termos de geração de caixa: foram mais de 5 bilhões de reais em 2012. Mas seu

faturamento está no mesmo patamar de cinco anos atrás. E o lucro minguou.

Segundo os cálculos de três analistas ouvidos por EXAME, o Grupo Votorantim deve anunciar em maio que teve um prejuízo de 900 milhões de reais em 2012 (somando negócios industriais e financeiros). Será o primeiro prejuízo desde que o conglomerado começou a divulgar seus resultados, em 2006, e, de acordo com os mesmos analistas, provavelmente o primeiro ano no vermelho na história da holding Votorantim. Como os últimos 12 anos mudaram tanto a situação de um conglomerado quase centenário? E por que a receita do grupo está estacionada enquanto a dívida só faz crescer?

A chegada da terceira geração ao comando da Votorantim trouxe um estilo de gestão mais afeito ao risco. Carlos, filho de Antônio Ermírio que ficou dez anos à frente da holding e morreu em 2010, e José Roberto, atual presidente do conselho, encabeçaram a mudança. Para essa geração, a gestão conservadora de seus pais e tios não fazia sentido no século 21.

A alavancagem era necessária para o crescimento dos negócios - e para impulsionar o plano de internacionalização que o grupo levou a campo nos últimos anos. Antônio Ermírio de Moraes preferia concentrar seus investimentos no Brasil. Mas só nos últimos dois anos o grupo fez quatro aquisições no exterior, como a mineradora peruana Atacocha e fábricas da cimenteira portuguesa Cimpor.

	VEÍCULO BRASIL ECONÔMICO-SP	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Lufthansa Cargo busca eficiência para crescer 6%</b>		
ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL	

**Companhia alemã promove adaptações no Brasil para se reposicionar na América do Sul**

**Rafael Palmeiras**

**A Lufthansa Cargo tem promovido algumas adaptações nas operações do Brasil em busca de eficiência.**

"Estamos tentando sobreviver diante da turbulência dos últimos anos. Mas mesmo diante desse cenário adverso temos conseguido ganhar participação de mercado na região", revela Daniel Bleckmann, diretor da Lufthansa Cargo para a América do Sul.

Segundo o executivo, atualmente o Brasil é responsável por 8% da receita mundial da companhia. "Nossa meta é aumentar em 6% o faturamento neste ano", afirma.

Porém, mesmo estando otimista com o futuro, a Lufthansa Cargo teve que realocar sua frota na América do Sul a região que representa 18% da receita total da companhia, que no ano passado chegou a EUR 2,7 bilhões, uma queda de 8,7% ante o ano anterior. "Com um cenário de exportação menor, optamos por realizar a transferência dos voos do Brasil para outros locais como: Chile, Equador e Colômbia. Vamos aonde tem demanda", explica.

No Brasil, a companhia opera atualmente nove voos semanais, um a menos do que o operado em 2011. Bleckmann comenta que os dois primeiros meses do ano tiveram um crescimento fraco, mas que uma melhora já começou a ocorrer em março. "Atingimos uma performance melhor do que o

esperado", revela o executivo, que completa: "se o cenário positivo se sustentar podemos ampliar a frota no Brasil." Na avaliação dele, o ano de 2012 foi difícil.

"Mas a previsão de crescimento é de longo prazo", corrobora Andreas Otto, membro do Conselho Executivo da Lufthansa Cargo na Alemanha, que pondera ser "difícil lucrar no setor." Diante das considerações, Otto acredita que nos próximos 10 anos cerca de 50% das empresas do setor vão desaparecer por dificuldades financeiras.

Dados apresentado pelo executivo mostram que a Lufthansa Cargo encerrou 2012 na segunda posição, atrás apenas da Air France/ KLM. "O cenário vai mudar já que a Air France considera diminuir o número de aviões." Para melhorar sua posição no mercado, o conselheiro da alemã revela que a empresa espera melhorar nos próximos anos quesitos como qualidade e cooperação dentro da companhia.

Este último deve ocorrer através de parceria com outras empresas. "Precisamos trabalhar melhor em equipe e combinar nossa rede com outras empresas", destaca Otto, que também fará mudanças na área de tecnologia da informação.

	VEÍCULO BRASIL ECONÔMICO-SP	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Movimento no comércio cresce 1,4% em março</b>		
	ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL

### Na avaliação de economistas da Serasa, desempenho foi puxado pelas vendas de veículos no mês

O movimento de consumidores no **comércio** em todo o país cresceu 1,4% em março na comparação com o mês anterior, segundo levantamento da empresa de consultoria Serasa Experian.

Em relação ao mesmo período do ano passado, a alta foi maior, de 13,4%. No mês de fevereiro, a atividade varejista havia apresentado queda de 0,4% em relação a janeiro.

Na avaliação dos economistas da Serasa, a movimentação foi impulsionada pelo varejo automotivo, tendo em vista que estava programada a volta do imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para o início de abril.

Embora o retorno não tenha ocorrido por uma decisão do governo, essa possibilidade provocou uma maior ida dos consumidores às lojas do setor em março.

O indicador mostra uma alta de 2,4% no segmento de veículos, motos e peças.

O movimento de consumidores nos **supermercados**, **hipermercados** e demais estabelecimentos comercializadores de alimentos e bebidas também contribuiu para o índice, com

alta de 1,2%. Para a Serasa, o acréscimo deve-se ao fato de o feriado de Páscoa ter ocorrido no fim de março.

Os demais setores também registraram alta: móveis, eletrônicos e informática (0,9%); material de construção (0,8%); tecidos, vestuários, calçados e acessórios (0,8%); e combustíveis e lubrificantes (0,1%).

**Benefícios** O governo decidiu prorrogar até o final do ano a redução das alíquotas do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para automóveis e caminhões. A medida foi no último dia 30, dois dias antes do prazo previsto para o fim da redução, 1º de abril.

A prorrogação da desoneração do IPI até 31 de dezembro, de acordo com a Fazenda, representará renúncia fiscal adicional de R\$ 2,2 bilhões de abril a dezembro deste ano.

Outro benefício que deve estimular o setor nos próximos meses é a desoneração da folha de pagamento, publicada ontem pelo **Governo Federal** no Diário Oficial da União. Além do setor varejista, o incentivo é voltado também para empresas da área industrial, de serviços e de transportes. Com a desoneração, as que contribuem ao INSS com 20% da folha de pagamento passarão a pagar 1% ou 2%, dependendo do setor.



VEÍCULO  
CORREIO DA **AMAZÔNIA**

EDITORIA

TÍTULO  
**Vanessa destaca o desempenho positivo da Zona Franca/2013**

ORIGEM  
INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO

ENFOQUE  
DE INTERESSE

VEICULAÇÃO  
NACIONAL

**A senadora Vanessa Grazziotin (PCdoB-AM) disse ontem, quinta-feira (04), que o desempenho positivo do polo industrial da Zona Franca de Manaus no início de 2013, reforça o sucesso do modelo produtivo adotado para a região.**

A parlamentar apresentou balanço do primeiro bimestre do ano divulgado pela Superintendência da Zona Franca, que registrou, em fevereiro, faturamento de R\$ 5,69 bilhões pelas empresas instaladas na região, representando um crescimento de 12,8% com relação a 2012.

No acumulado do ano, o faturamento chega a R\$ 11,05 bilhões, o melhor desempenho para o período em moeda nacional (10,60% a mais que o mesmo período do ano passado). Entre os setores que apresentaram melhor desempenho nos dois primeiros meses do ano estão os setores eletroeletrônicos e de informática, que são responsáveis por quase 46% de todo o faturamento da Zona Franca.

Para Vanessa, mais importante do que o desempenho econômico da Zona Franca é o crescimento do número de postos de trabalho em Manaus. No acumulado do ano, ocorreram 8.137 admissões contra 7.372 demissões, abrangendo mão de obra efetiva, temporária e terceirizada.

- A expectativa que nós temos para este ano de 2013, em relação à Zona Franca de Manaus, é muito importante e

positiva, principalmente diante de uma resolução que o Senado aprovou, colocando fim à guerra dos portos, que era um mecanismo adotado por alguns estados brasileiros de incentivar a entrada de produtos importados – disse a parlamentar, em referência ao PRS 72/10.

Aprovada no ano passado, a resolução determinou a unificação em 4% da alíquota do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) cobrada sobre produtos importados em operações interestaduais.

Além da geração de emprego e contribuição para o crescimento da economia brasileira, o modelo industrial adotado na Zona Franca de Manaus contribui também com a preservação do meio ambiente, segundo a senadora.

- Não é à toa que o Estado do Amazonas, é também aquele que tem o maior índice, o maior percentual de preservação da floresta, porque nós temos um modelo alternativo de desenvolvimento econômico, que faz com que diminua, sobremaneira, a pressão que é exercida nas florestas de outros estados vizinhos – disse a parlamentar.

	VEÍCULO PORTAL DA <b>AMAZÔNIA</b>	EDITORIA	
	TÍTULO <b>Dia das Mães: previsão de alta de 5% nas vendas no varejo do Amazonas</b>		
ORIGEM INICIATIVA DO PRÓPRIO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO	ENFOQUE DE INTERESSE	VEICULAÇÃO NACIONAL	

**Previsão da CDL-Manaus é de que as contratações de temporários para o período não será significativo.**

**MANAUS** – As vendas do Dia das Mães devem aumentar 5% neste ano é o que estima a Câmara dos Dirigentes Lojistas de **Manaus** (CDL-**Manaus**). “O mercado de trabalho mantém o quadro de estabilidade, com baixo nível de desemprego e isso favorece a confiança do consumidor na hora de ir às compras”, destacou o presidente da entidade, Ralph Assayag.

Ele acredita que esse ano não haverá um número significativo de contratação de temporários por conta do Liquida **Manaus** 2013. “Com a campanha, conseguimos segurar o emprego de muita gente, que devem ser mantidos até o Dia das Mães”, revelou Assayag.

Segundo Mercedes Braz, presidente da Associação de Lojistas do **Amazonas** Shopping (Alasc), o **Amazonas** Shopping já está em ritmo acelerado para a data. “Muitos empresários já estão abastecendo seus estoques e planejando a ornamentação de suas vitrines para chamar a atenção do consumidor”, comentou a porta-voz. Ela estima que a previsão é que as vendas aumentem 10%, com relação ao ano passado, devido o Dia das Mães ser considerada segunda melhor data do varejo, ficando atrás apenas do Natal. “Confecção, calçados e perfumarias deverão ser os presentes mais procurados pelos amazonenses”, aponta Mercedes.

No **Amazonas** Shopping serão contratados cerca de 400 temporários, sendo a maioria para o cargo de vendedor. “Muita gente já está em treinamento e aquele que se destacar, com certeza serão admitidos”, comunicou Mercedes, que prevê que 20% deverão ser tornar fixos.

Para a estudante Camila Lopes, que há 2 anos costuma trabalhar no período em que o varejo oferta empregos temporário, essa é uma excelente forma de conseguir experiência profissional, ajudar no orçamento de casa, sem precisar atrapalhar a rotina de estudos da faculdade.

### **Brasileiro deve gastar R\$ 80**

De acordo com a CNDL (Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas) o gasto médio do consumidor brasileiro deve ser de R\$ 80. Entre os produtos mais procurados nas lojas durante as compras estão os itens de vestuário, calçados, bijuterias e acessórios, flores, perfumes, artigos para o lar, além de celulares, CDs e DVDs. A confederação aposta em um aumento de 4% nas vendas do comércio varejista para o Dia das Mães de 2013, em relação ao mesmo período do ano passado.

O número é calculado com base na estimativa de consultas feitas ao banco de dados do SPC Brasil, o Serviço de Proteção ao Crédito, para compras pagas no cheque ou crediário.

“Haverá, sim, um crescimento, mas não tão forte, uma vez que todos os índices de confiança do consumidor se apresentam em patamares relativamente baixos. Além disso, o nível de endividamento do brasileiro inibe o poder de compra por meio do crédito”, disse o presidente da CNDL, Roque Pellizzaro Junior.

**Apesar de não ser um crescimento extremamente alto, o número (4%) é considerado bom pela CNDL.**

### **Vendas da Páscoa**

O presidente da CDL **Manaus** conta que esse ano a Páscoa registrou o crescimento de 4% para o comércio local. “Tínhamos feito uma previsão de 5%, mas como a data caiu em março e, não em abril e muita gente ainda não havia recebido, então acreditamos que isso tenha impactado nas vendas”, revela Ralph Assayag.

Ele comenta que por conta disso os lojistas acabaram ficando com estoques de ovos de Páscoa sobrando e para solucionar o problema muitos tem apostado nas promoções, algumas de até 100% de desconto, em que o consumidor compra um e ganha outro.