

Seminário

**Pólo Industrial de Manaus.
Oportunidades de Investimentos e
Estratégias de Atração. Minerais,
Componentes e Novos Mercados.**

INTRODUÇÃO

Realizado em parceria com a Secretaria de Estado de Planejamento (Seplan), teve como objetivo discutir as condições de efetiva viabilidade empresarial, bem como as providências necessárias à viabilização, das oportunidades de investimento que se abrem no cenário da economia amazônica, vinculadas à exploração produtiva e sustentável de matérias-primas minerais, tais como o petróleo, o gás natural e a silvinita.

TEXTOS E APRESENTAÇÕES DOS (AS) PALESTRANTES

PAINEL 1 – Oportunidades de Investimentos – Minerais, Petroquímicos e Conexos; Capacidade de Absorção de Novos Empreendimentos, Ações de Atração de Investimentos – Minerais

Palestra 1: Oportunidades de Investimentos Estratégicos para o Setor Mineral

Miguel Antônio Cedraz Nery, Dr. Diretor Geral do Departamento de Produção Mineral (DNPM) do Ministério de Minas e Energia.

Minas e Energia
Ministério de Minas e Energia

DNPM
Departamento Nacional de Produção Mineral

III FIAM

Seminário Setor Mineral – Pólo Industrial de Manaus

**Oportunidades de Investimentos
Estratégicos de Ação na Amazônia e a
Gestão dos Recursos Minerais**

Miguel Antonio Cedraz Nery
Diretor- Geral do DNPM

Manáus, 30 de agosto de 2006

1

Ações ao Desenvolvimento Mineral Sustentável – Compromissos de Governo

- Promover a inclusão social;
- Elevar o nível de distribuição de renda;
- Diminuir as desigualdades regionais;
- Melhorar a qualidade de vida de toda a população;
- Suprir as necessidades da sociedade por produtos de base mineral;
- Diminuir a vulnerabilidade externa da economia;
- Aumento da competitividade da indústria brasileira no cenário internacional;
- Controlar e minimizar os impactos ambientais e promover a recomposição das áreas degradadas pela mineração;
- Disponibilidade dos recursos minerais para as gerações futuras.

2

2

Diretrizes da Política Mineral Brasileira

- Aumento do conhecimento geológico e geofísico do território nacional
- Diversificação e expansão da produção mineral
- Agregação de valor aos produtos minerais
- Redução da vulnerabilidade externa, aumentando as exportações e diminuindo as importações
- Regularização da extração mineral, em especial apoiando as pequenas unidades produtivas

3

3

Metas dos Programas de Governo para as Áreas de Geologia e Mineração

- Elevar o conhecimento geológico e geofísico do território nacional
- Diversificar e expandir a produção mineral
- Atrair investimentos na agregação de valor aos produtos de base mineral
- Estimular investimentos em infra-estrutura
- Desenvolver a indústria de equipamentos nacionais e a cadeia de serviços
- Regularizar atividades informais de mineração, elevando a competitividade setorial
- Estruturar os organismos de execução da política mineral.

4

4

Contexto Atual

- A Mineração passa por um momento especial, com alta dos preços das principais *commodities*, proporcionando alta rentabilidade para o setor.
- Há uma flagrante escassez de matéria prima mineral nos mercados, por exaustão de jazidas ou limitação das unidades produtivas em ofertar e atender às demandas.
- A China anuncia formação de reservas estratégicas de minerais com o objetivo de não sofrer estrangulamento de suprimento no futuro: Urânio, cobre, alumínio, manganês, tungstênio, ferro e carvão.
- Nos países do chamado “primeiro mundo”, os fundos de pensão já estão adicionando as *commodities* minerais aos seus portfólios.
- Alta rentabilidade resulta em alta atratividade, trazendo fluxos de investimento para a mineração, particularmente dirigidos para países em desenvolvimento e com economias estáveis.

5

5

Commodities Minerais do Brasil

- No mercado de *commodities* minerais do Brasil, observa-se confortável posição como provedor de minério de ferro, nióbio, tântalo, gemas etc., além de projetar-se como grande *player* no mercado mundial de cobre e níquel, com a mina de Sossego e 118 (Cu) e as jazidas de Vermelho e Onça-Puma (Ni).
- No compasso do atual *boom* da economia mineral internacional, a brasileira, brilha com o excelente desempenho do PIB Mineral (incluindo-se petróleo e GNP), com índices da ordem em 2005 de 10,9%, acompanhando a tendência de expressivo crescimento das economias da Índia e China.

6

6

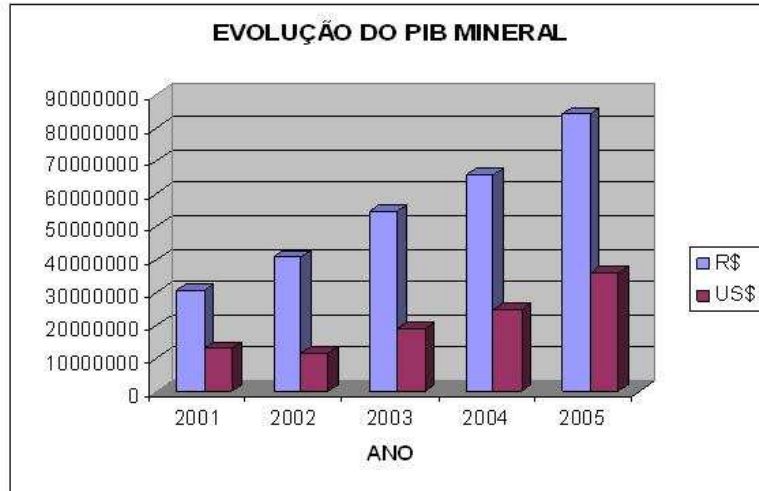
Participação do Brasil no Mercado Mundial da Mineração

Player Global	Exportador	Auto Suficiente	Importador /Produtor	Importador
Nióbio	Níquel	Calcário (cimento)	Fosfato	Enxofre
Ferro	Magnésio	Diamante Industrial	Zircônia	Carvão Metalúrgico
Bauxita	Caulim	Titânio	Zinco	Minerais Raras
Manganês	Vermiculita	Ouro	Diatomito	
Grafita	Cromo	Tungstênio	Potássio	
Tântalo	Mica	Talco		

*Em 2005

7

7

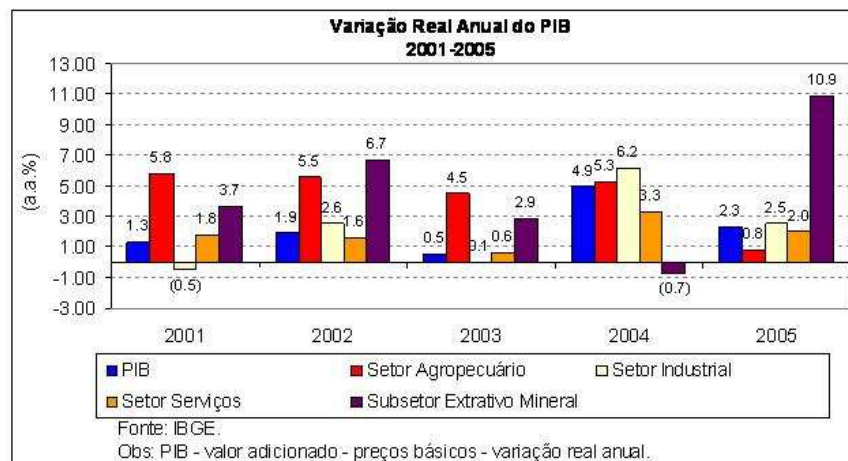


Equivale a 10,5% do PIB brasileiro

8

8

COMPARAÇÃO ENTRE OS PIBs SETORIAIS



9

9

Principais fatores de atração e decisão de investimentos

- i) a geodiversidade natural e o potencial mineral do País;
- ii) a melhora das condições de acesso ao conhecimento geocientífico do território, pela disponibilização de informações retomada dos levantamentos aerogeofísicos e geológicos, e;
- iii) as diretrizes de Política Pública Mineral do Governo Federal;
 - Estabilidade na Legislação e Segurança Jurídica;
 - Agilidade nas emissões dos atos de outorgas;
 - Transparência nas ações de gestão dos recursos minerais
 - Ampliar o acesso a áreas com potencialidade geológica para atividade de mineração.

10

10

Por que investir no Brasil? Porque o Brasil é...



- ... a maior indústria mineral da América Latina
- ... o maior território, com potencial para grandes jazidas minerais
- ... um grande produtor de equipamentos, infra-estrutura e mão de obra especializada
- ... um país com larga tradição mineira
- ... o maior consumidor de minerais da América Latina

11

11

O BRASIL É O 9º PAÍS EM INVESTIMENTOS EM PESQUISA MINERAL



12

12

Perspectivas para o Setor Mineral Necessidade Anual de Investimentos

Tipo de Investimento	Investimento Médio por Período (US\$)		Necessidade 2003 a 2010 (US\$/ano)
	1981 a 1990	1991 a 2002	
Pesquisa Mineral pela Iniciativa Privada	231 milhões	91 milhões	300 milhões
Implantação, Expansão e Manutenção da Capacidade de Produção	856 milhões	592 milhões	2,5 bilhões

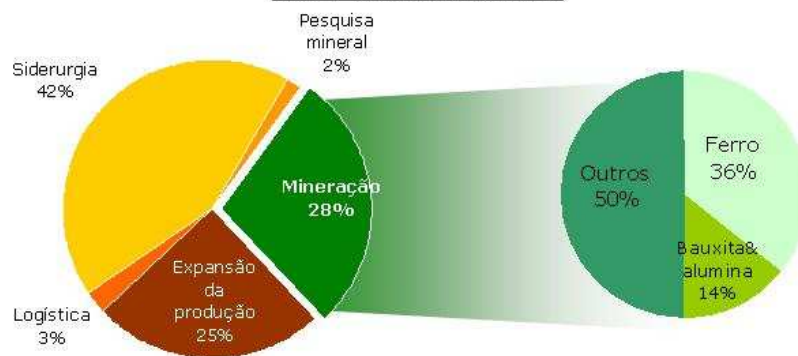
13

13

Investimentos no Setor Mineró-siderúrgico

Investimentos Esperados até 2010

Total: US\$ 30,2 Bilhões



14

14

Principais ações para a redução e eliminação de conflitos legais e administrativos

- Atualização da legislação Minerária – Modernização da Outorga
- Mineração em Terras Indígenas
- Mineração em Faixa de Fronteira
- Formalização da Atividade Garimpeira
- Mineração e Meio-Ambiente – Resolução CONAMA 369, de 2006 – Mineração como atividade de Utilidade Pública

15

15

Modernização do DNPM

PROJETO: Modernização da Gestão

- **Estratégia**
- **e Otimização de Processos**
- **Reforma da Estrutura Organizacional e Novo Modelo**
- **Gestão de Recursos Humanos**
- **Gestão do Conhecimento**

PROJETO: Modernização Tecnológica

- **Ambiente Tecnológico Adequado**
- **Sistemas Corporativos em rede**

PROJETO: Modernização da sistemática da outorga

- **Redesenho da Sistemática da Outorga**
- **Adequação e Atualização da Base Legal**
- **Estratégia de Implementação**
- **Conflitos na Transição**
- **Prototipação**

16

16

MODERNIZAÇÃO DA GESTÃO DO DNPM



AGILIDADE, TRANSPARÊNCIA E EFICIÊNCIA

RESULTADOS

- ✓ **AMBIENTE INSTITUCIONAL ESTÁVEL PARA NOVOS INVESTIMENTOS;**
- ✓ **AMBIENTES DE TRABALHO SEGUROS E SAUDÁVEIS;**
- ✓ **ARRECADAÇÃO SETORIAL COMO INSTRUMENTO DE RESGATE SOCIAL.**
- ✓ **ATIVIDADES DE MINERAÇÃO LEGALIZADAS E FORMAIS;**
- ✓ **USO DOS RECURSOS MINERAIS OTIMIZADOS PELA SOCIEDADE;**
- ✓ **MINERAÇÃO COMPATÍVEL COM O MEIO AMBIENTE DE FORMA SUSTENTÁVEL;**
- ✓ **SETOR MINERAL INSERIDO NO MODELO ECONÔMICO DE DESENVOLVIMENTO VIGENTE;**
- ✓ **FISCALIZAÇÃO EFICIENTE E EFICAZ**

17

17

Modernização da Gestão dos Recursos Minerais

Sistema da Tecnologia de Informação em Rede

Bases e Informações
Geo-referenciadas

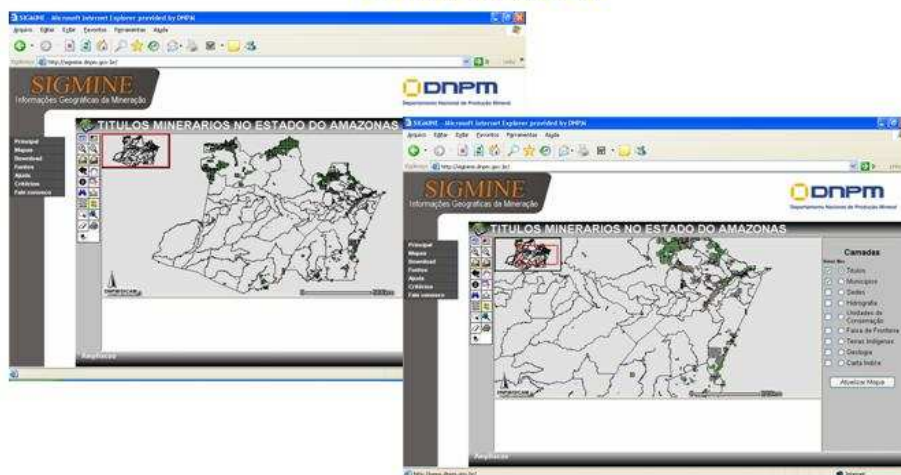
Sistemas de Apoio à Decisão
e de Planejamento



18

18

SigMine: Consulta interna e para o Minerador



19

19

Minas e Energia
Ministério de Minas e Energia

DNPM
Departamento Nacional de Produção Mineral

Pré-Reqüerimento Eletrônico de Direitos Minerários

20

20

Minas e Energia
Ministério de Minas e Energia

DNPM
Departamento Nacional de Produção Mineral

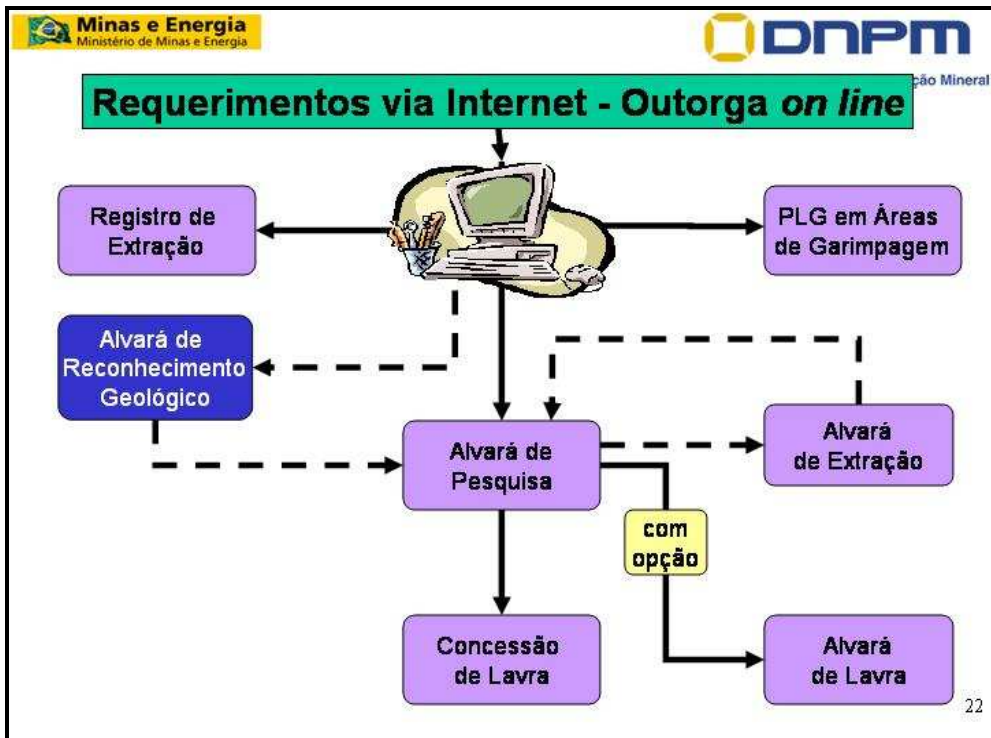
Premissas básicas da nova sistemática

Caracterização do Titular ↔ Desvinculação ↔ Caracterização do Título

Prioridade ↔ Aproximação ↔ Título Outorgado

21

21



22

Minas e Energia
Ministério de Minas e Energia

DNPM
Departamento Nacional de Produção Mineral

Protótipo

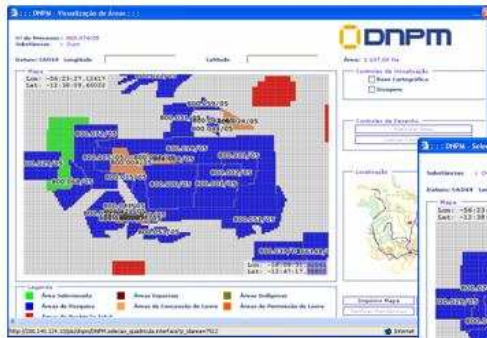
The image displays four screenshots of the software interface, showing maps of mining areas with various colored overlays and data tables. The interface includes a header with the DNPM logo and navigation options.

O sistema eliminará automaticamente as interferências com outras áreas já oneradas.
Áreas oneradas por processos pré-existentes e áreas livres disponíveis em forma de retícula.

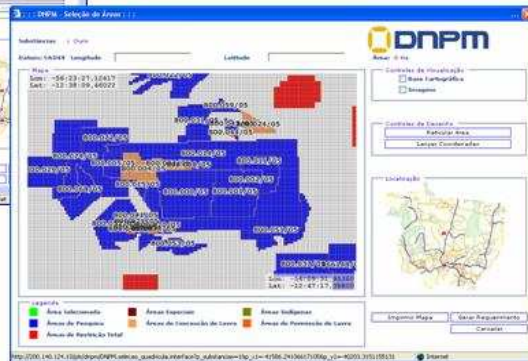
23

23

Protótipo Nova Área Onerada



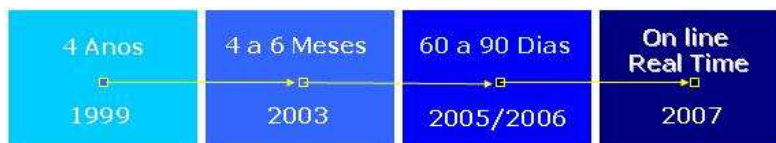
A área requerida com Alvará outorgado "on line" ficará na base imediatamente na condição de área onerada.



Caso o minerador queira continuar efetuando outros requerimentos, o sistema já acusará as áreas anteriormente requeridas como áreas oneradas.

Evolução das Outorgas de Direitos Minerários

Tempo Médio de Expedição de Alvarás de Pesquisa



Mineração em Terras Indígenas

Áreas Indígenas:
12% do Território Nacional
25% da Amazônia

- Processos minerários
- Áreas indígenas



Os títulos encontram-se sobrestados, ou seja, paralisados desde a promulgação da Constituição Federal de 1988. O PL regulamentará o artigo 231 da CF, abrindo a possibilidade de mineração nas TI por meio de oferta pública.

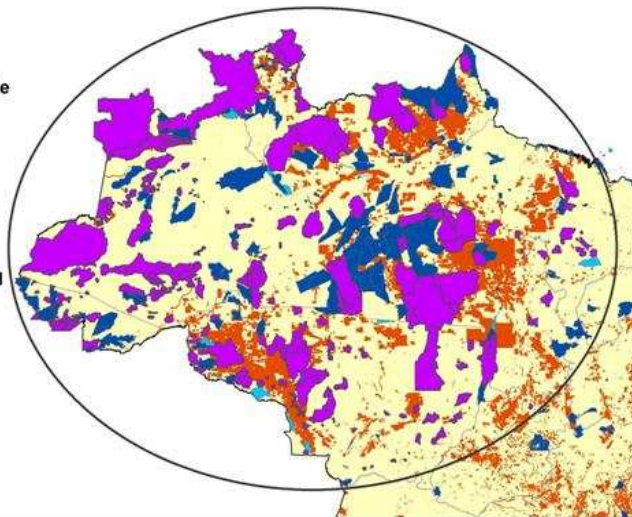
28

28

MINERAÇÃO, TERRAS INDÍGENAS E ÁREAS DE PROTEÇÃO AMBIENTAL NA AMAZÔNIA

11% do território nacional e
25% da Amazônia
correspondem a Terras
Indígenas

- Unid. Cons. Federal
- Unid. Cons. Estadual
- Terras Indígenas
- Processos DNPM



29

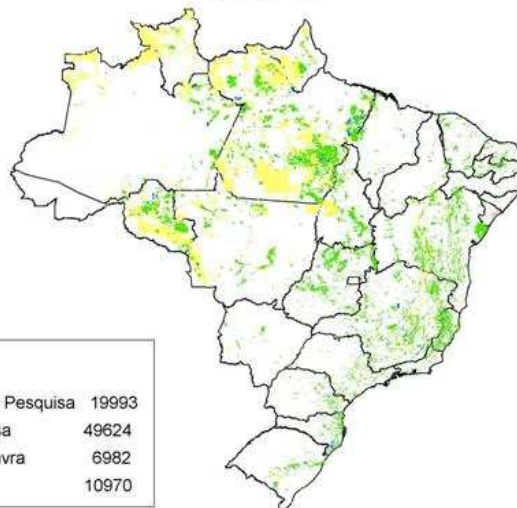
29

Estatísticas de Processos Minerários

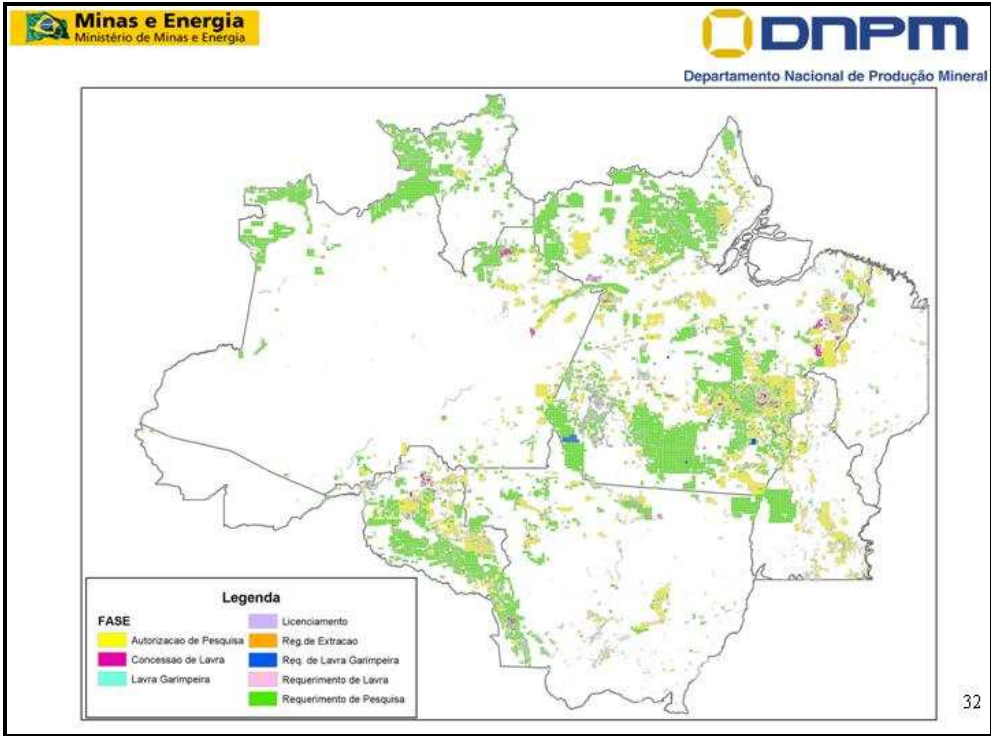
2006* - Até 31 de julho

Títulos	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006*
Req. de Pesquisa Protocolados	9.770	7.797	8.614	10.068	11.577	11.766	13.976	14.413	16.362	12.118
Alvarás Publicados	4.345	12.000	7.598	21.220	11.225	9.309	11.066	10.925	14.451	7.646
Rel. Pesquisa Aprovados	327	622	508	890	1.275	1.231	1.282	986	1.368	594
Concessões de Lavra	121	142	240	300	309	362	303	335	389	186
Registros de Licença	610	660	91	1.385	1.429	1.315	1.383	1.312	1.727	810
Permissões de Lavra Garimpeira	385	660	91	37	8	338	52	99	73	58
Registros de Extração	-	-	-	-	44	90	70	86	88	122

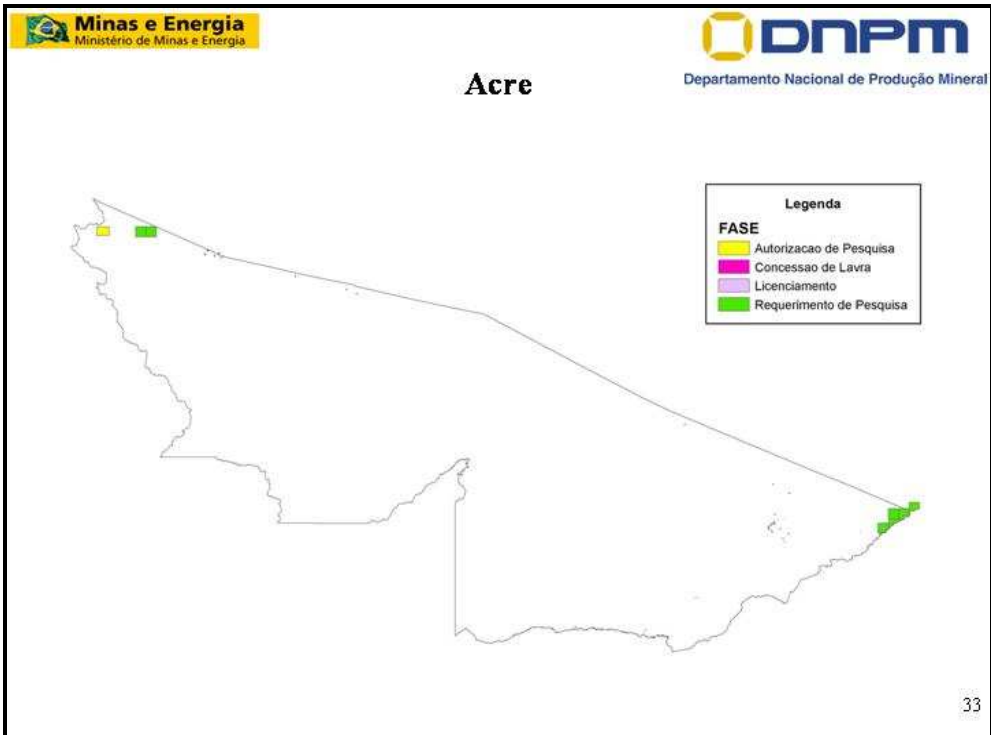
Distribuição das Áreas Outorgadas pelo DNPM



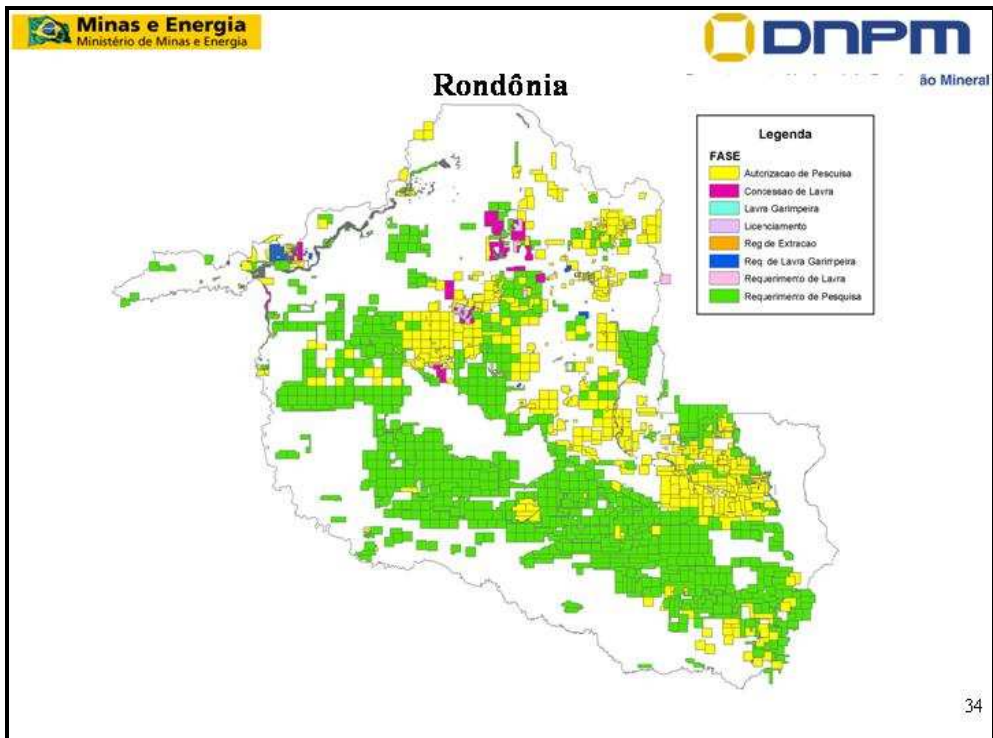
Legenda	
Requerimento de Pesquisa	19993
Avará de Pesquisa	49624
Concessão de Lavra	6982
Licenciamento	10970



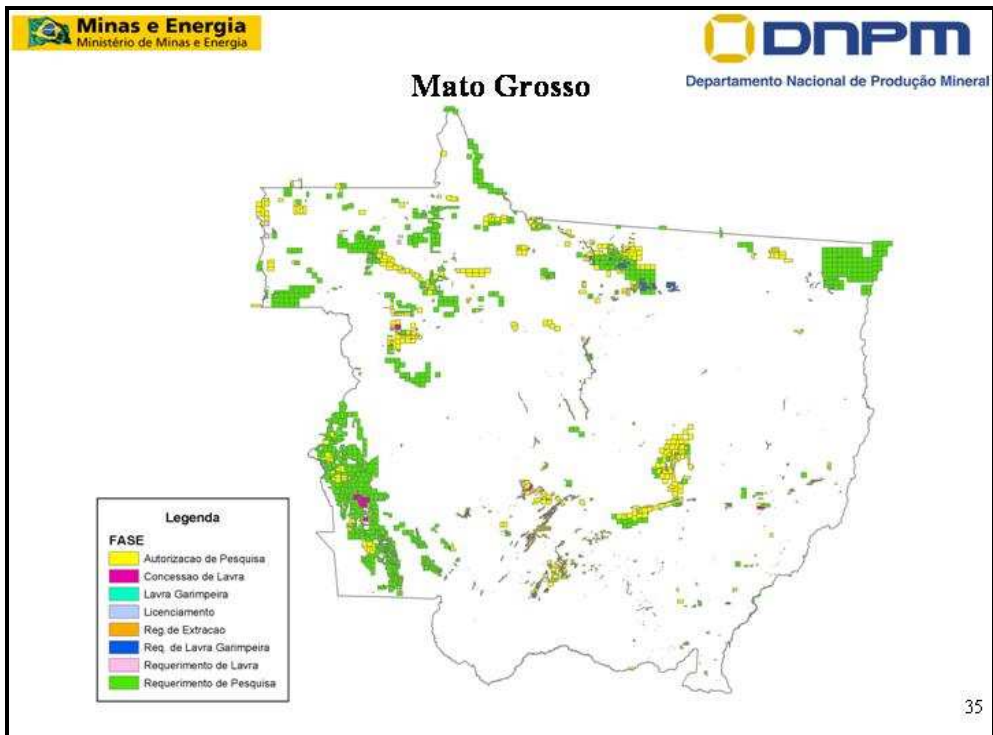
32



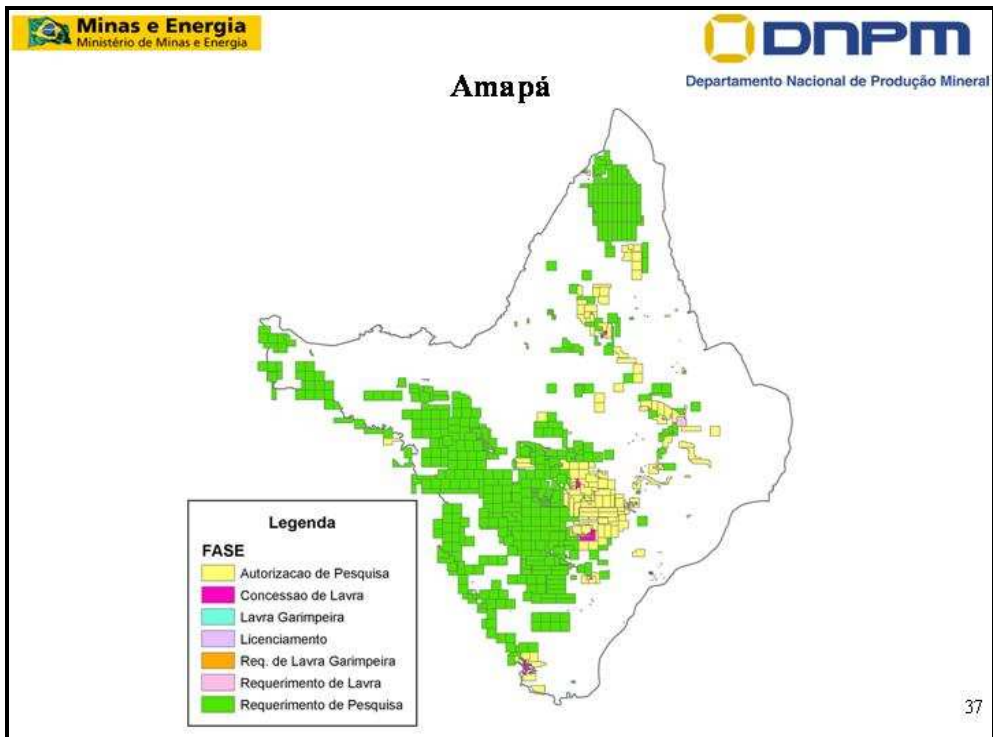
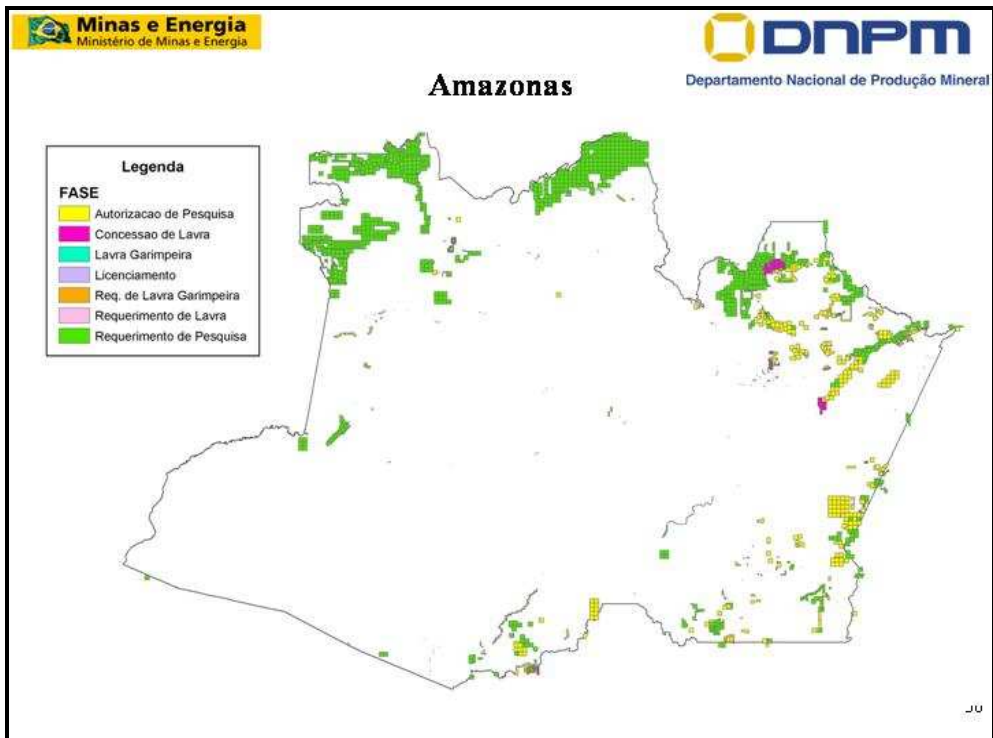
33

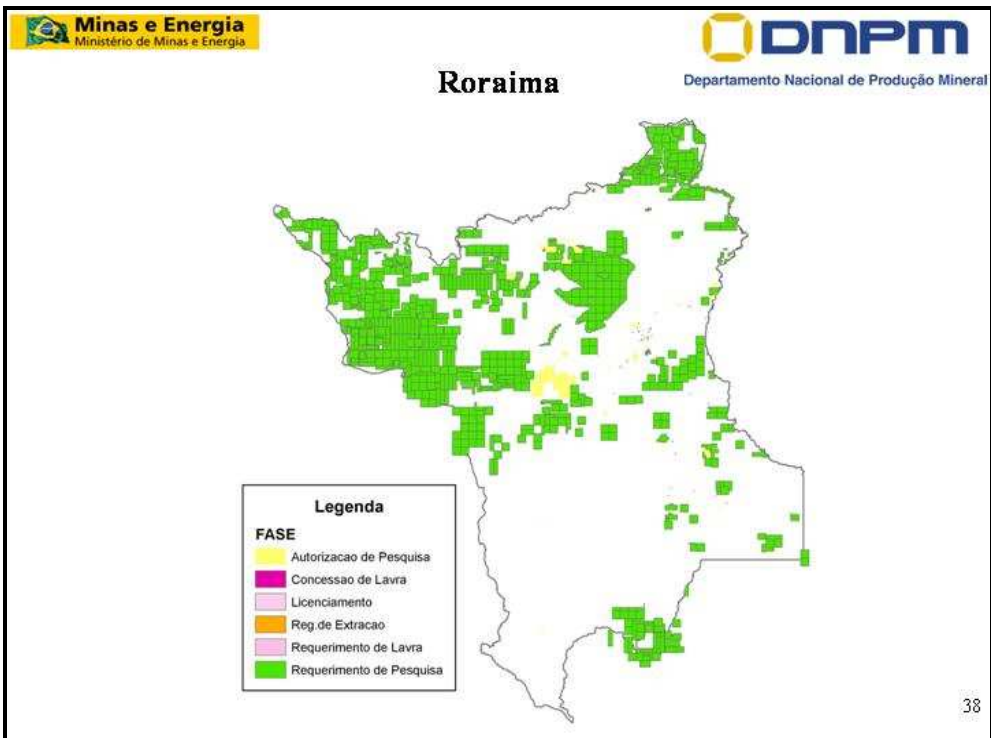


34

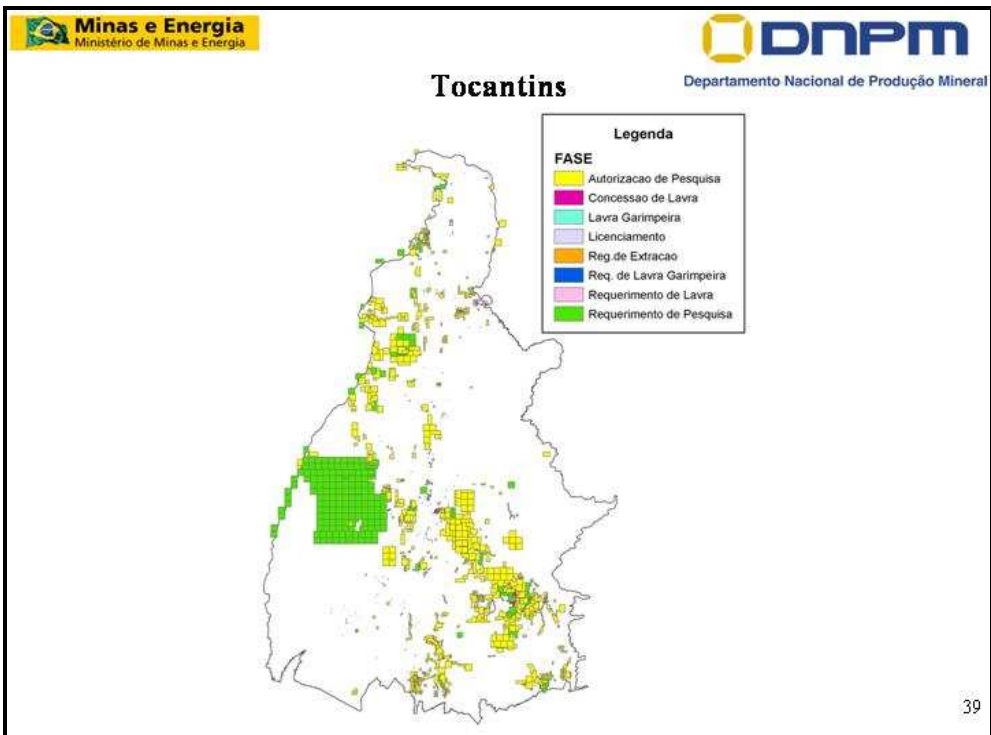


35

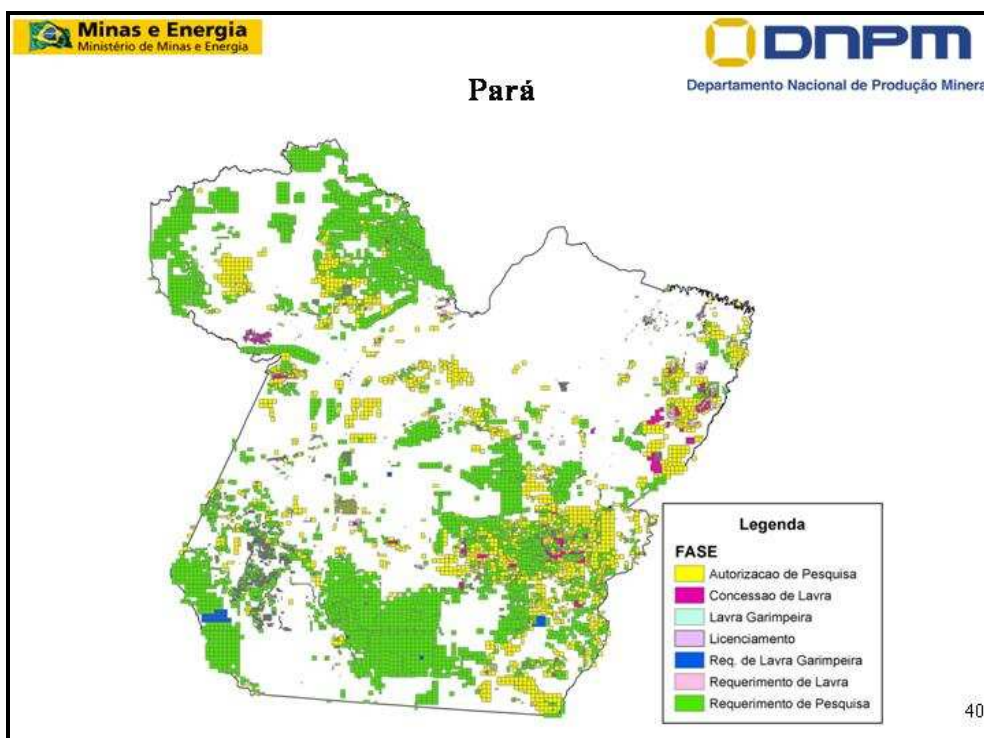




38



39



40

Minas e Energia
Ministério de Minas e Energia

DNPM
Departamento Nacional de Produção Mineral

**AMAZÔNIA
NO
RANKING
NACIONAL**

Reservas Minerais

Posição	Mineral	Participação (%)
1º	Caulim	93,9
	Bauxita	89,1
	Cassiterita	82,0
	Cobre	59,9
	Manganês	40,4
	Ouro	37,3
2º	Pirocloro	50,9
	Cromo	23,0
	Níquel	17,0
	Potássio	8,0
	Ferro	7,4

41

41

**AMAZÔNIA
NO
RANKING
NACIONAL**

Produção

Posição	Mineral	Participação (%)
1°	Estanho	92,0
	Alumínio	87,9
	Caulim	86,2
	Manganês	70,2
	Ouro	49,0
2°	Ferro	24,0

42

42

Principais Projetos de Mineração na Amazônia

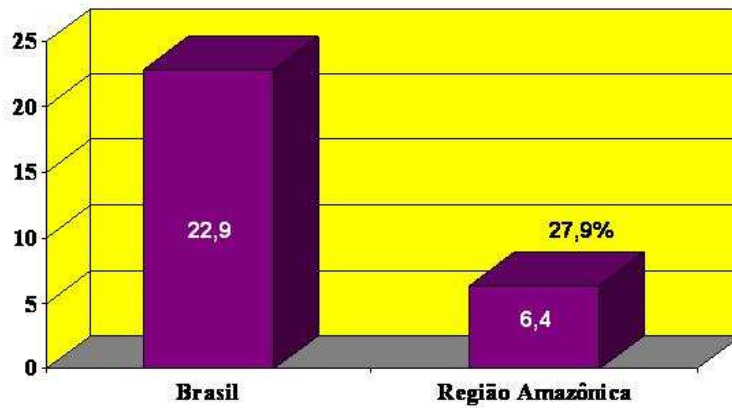
ESTADO	MINA/ Município	MINÉRIO	EMPRESA
Pará	Carajas	Ferro, Au, Cobre, Mn	CVRD
	Trombetas	Alumínio	Min. Rio Norte (CVRD)
	Paragominas	Alumínio	CVRD
	Barcarena, Ipichuna	Caulim	CVRD, ImerYs
	Breu Branco	Silício Metálico	Camargo Corrêa
	Onça-Puma/Ourilândia	Níquel	CVRD
	Capanema	Calcário	Cibrasa
Amazonas	Pitinga	Estanho, Nióbio	Grupo Paranapanema
	Nova Olinda	Silvinita	Em Leilão da Petrobrás
	Jatapú	Calcário	Grupo João Santos
Amapá	Jari	Caulim	CVRD
Rondônia	Santa Bárbara	Estanho	Cesbra/ Brascan
Mato Grosso	Nobres	Calcário	Votorantin

Indústrias de Primeira Transformação Mineral: Albrás, Alunorte, Alubar, Prometal

43

43

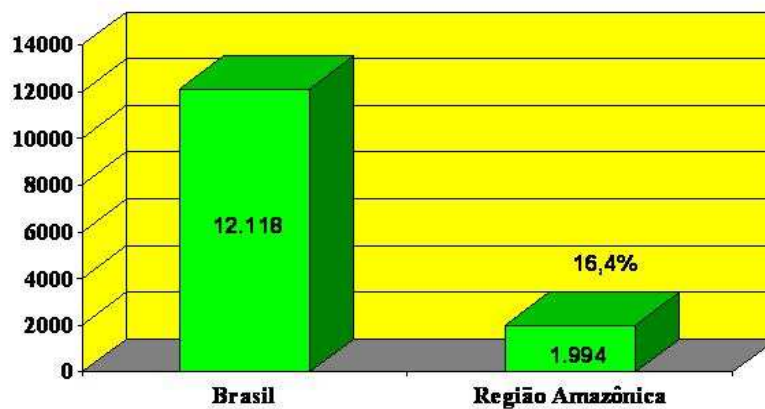
Valor da Produção Mineral – 2005 (R\$ Bilhões) (Sem Petróleo e Gás)



44

44

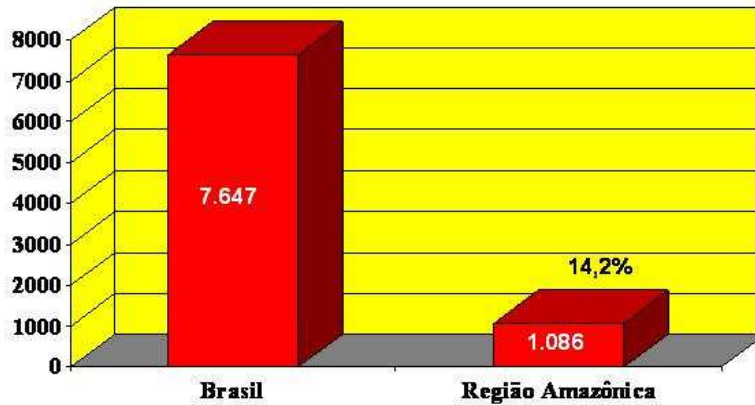
Novos Processos de Mineração 2006 (Até 31 de julho)



45

45

Alvarás de Pesquisa 2006 (Até 31 de julho)

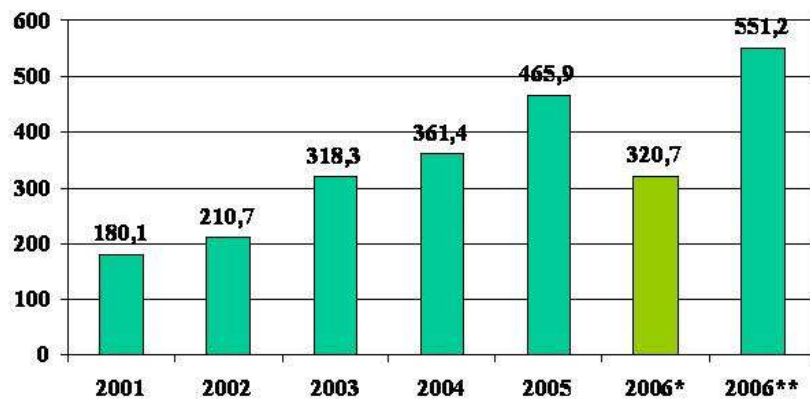


46

46

Evolução das Receitas do DNPM

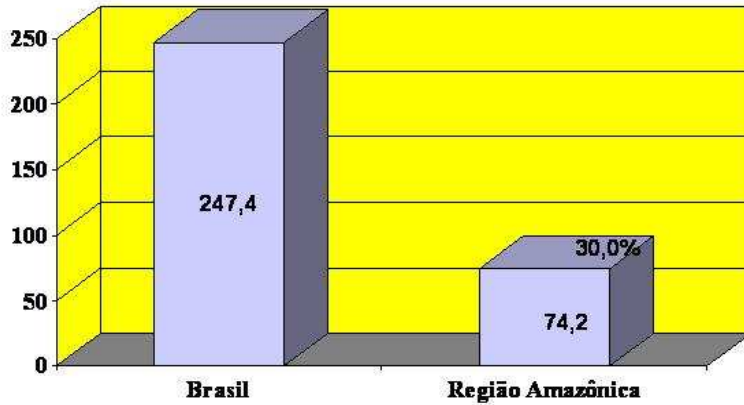
(Em R\$ milhões)
2006* - até 31 de julho
2006** - Meta anual



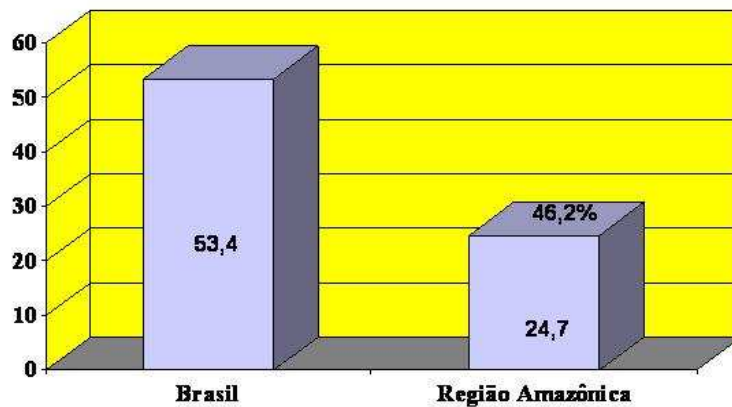
47

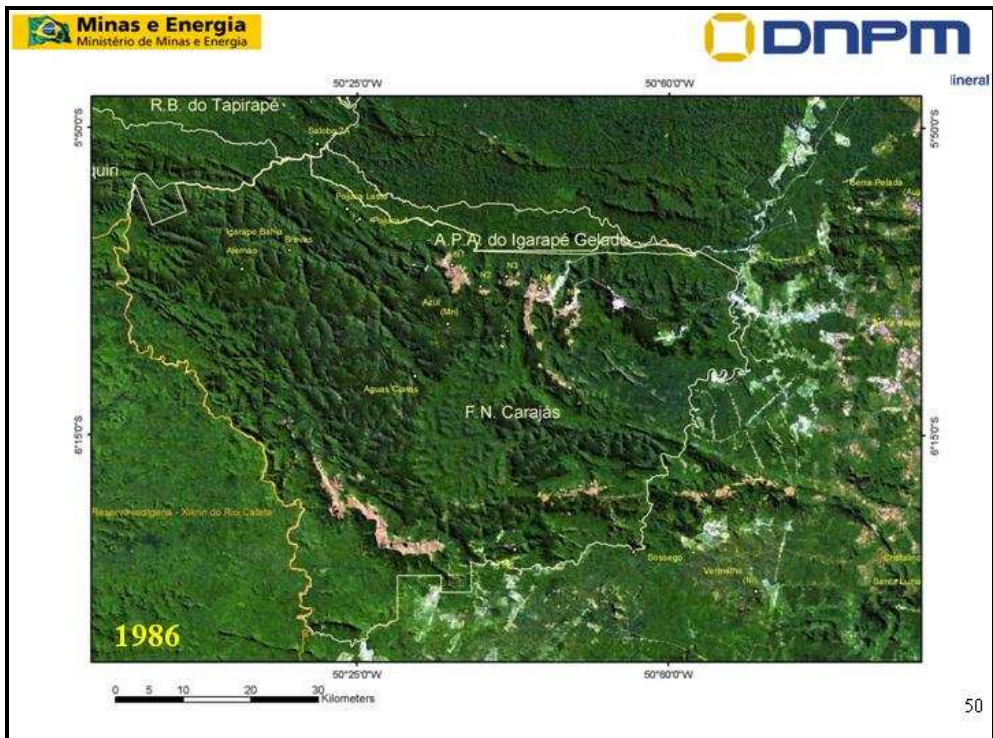
47

Arrecadação da CFEM 2006 (Até 31 de julho) Em R\$ Milhões

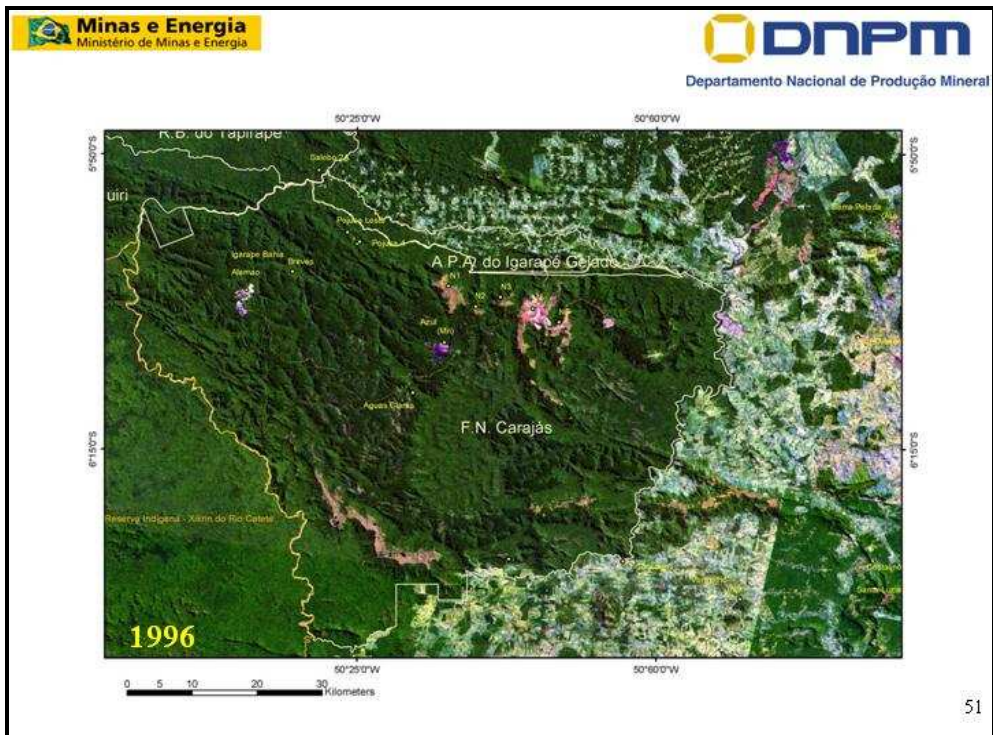


Arrecadação da Taxa Anual por Hectare 2006 (Até 31 de julho) Em R\$ Milhões

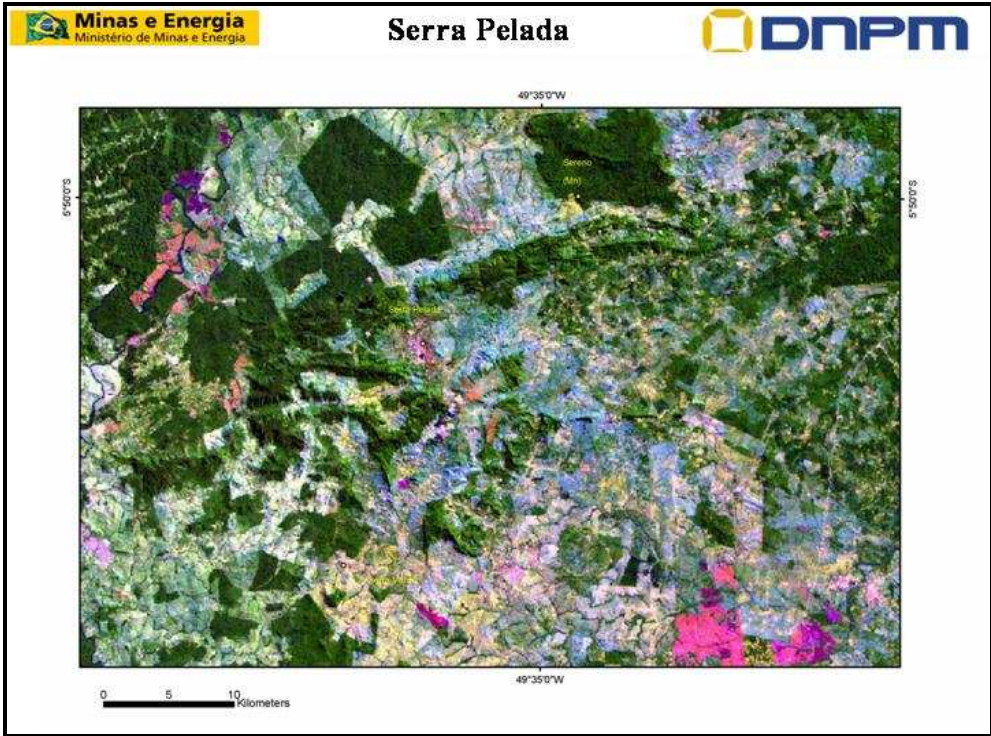




50



51



52



53

53

Palestra: Gestão de Capital Intelectual para o Setor Mineral.

Palestrante: Onildo Marins, Dr. Secretario Executivo da Agência para o Desenvolvimento Tecnológico do Setor Mineral (ADIMB)

Palestra: Planejamento Estratégico para o Setor Mineral – Mapa Estratégico (Elaborado Conjuntamente pelo Centro das Indústrias do Estado do Amazonas - Cieam e Federação das Indústrias do Estado do Amazonas - Fieam)

Jorge Garcez, Dr. Diretor da Fieam e Consultor do Cieam e
Daniel Nava, Dr. Superintendente da CPRM/AM

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

SETOR MINERAL

EXPOSITORES:

JORGE GARCEZ
Diretor da FIEAM - Consultor Ambiental do CIEAM

DANIEL NAVA
Superintendente Regional da CPRM - Serviço Geológico do Brasil

Agradecimentos em memória de Raimar da Silva Aguiar (1946 – 2006)

Manaus, 30 de agosto de 2006

CIEAM
CENTRO DE INDÚSTRIAS DO ESTADO DO AMAZONAS

FIEAM
FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO AMAZONAS

FIAM 2006
FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO AMAPÁ

CPRM
Serviço Geológico do Brasil

Secretaria de Geologia, Mineração e Transformação Mineral | Ministério de Minas e Energia

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

A FIEAM e o CIEAM, através do Fórum Nacional da Indústria, implementado pela CNI, apresentam aos participantes da III FIAM, uma proposta preliminar do **Mapa Estratégico da Indústria 2007-2015** para o Setor Mineral.

O Mapa define o que queremos. Aponta o posicionamento da indústria no cenário competitivo, **as prioridades estratégicas e as bases necessárias ao desenvolvimento** de uma indústria forte, dinâmica e com participação expressiva no comércio local, regional e mundial.



2

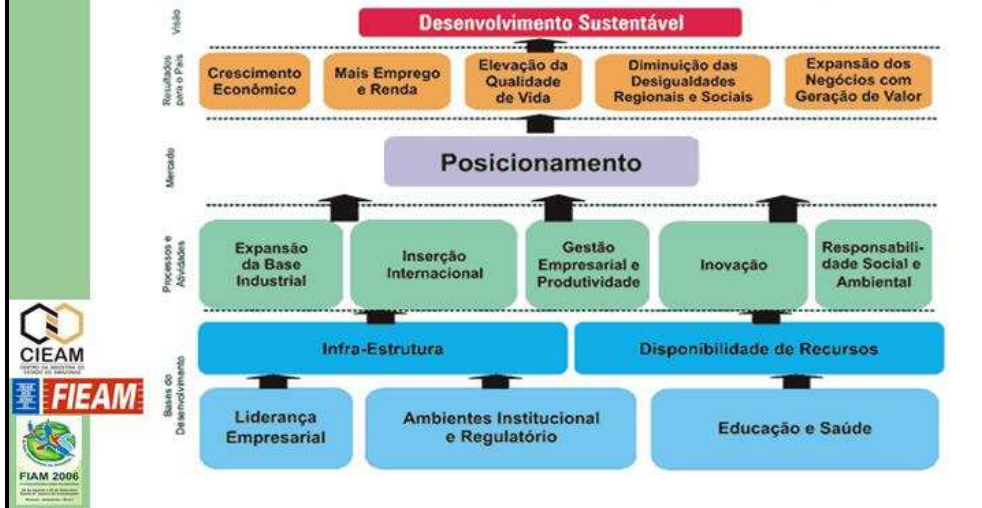
MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

É um exercício prospectivo em que se definem objetivos, metas e programas capazes de consolidar nossa economia de forma competitiva e inovadora, inserida na **sociedade do conhecimento**, na **economia global** e como base de uma das principais plataformas da indústria mundial.



3

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015



4

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

A construção de **um itinerário estratégico**, como representado no Mapa, expressa um desejo visionário do setor industrial para o País e para a Região do Amazonas.

Com certeza, sua implementação não ocorrerá **em ações isoladas da indústria**, mas em um **movimento amplo, fundado em alianças**, com a participação dos mais diversos setores da sociedade, incluindo a atuação de governos, que tenham o compromisso de avançar no processo de modernização do País e do Estado do Amazonas.



5

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

O **Mapa é o produto de um cuidadoso processo de elaboração**, que demandou **mais de seis meses**, realizado pelos empresários e organizações industriais que integram o Fórum Nacional da Indústria da CNI, com um extraordinário nível de participação.

Cerca de **300 representantes empresariais**, de **60 entidades**, participaram de **mais de 40 reuniões**, com o objetivo de encontrar o melhor caminho para superar os desafios econômicos e sociais.



6

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

A realização deste exercício de formulação estratégica teve duas inspirações. A primeira, uma reação à frustração com o desempenho global da economia brasileira nos últimos vinte anos.

Crescemos menos do que **podemos e necessitamos**.

Os próximos dez anos poderão ser diferentes. Nós não desejamos perder essa oportunidade. E essa é a nossa principal motivação.



7

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

O Mapa Estratégico da Indústria estabelece **um instrumento de navegação para não se perder a rota do desenvolvimento sustentável**. É um instrumento que vai apontar a distância entre a realidade e o sonho, idealizado a partir da reflexão de centenas de empresários e dezenas de entidades integrantes deste processo.



É uma ferramenta de gestão estratégica que vai ajudar a Indústria a monitorar, re-programar e alcançar seus objetivos, com análises dinâmicas e sistemáticas.

8

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

A apresentação deste documento não **encerra o nosso trabalho**.

Inicia o desafio principal: a implementação.

É aqui que teremos que fazer a diferença.



9

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

A indústria mineral brasileira não tem escolha. **A única opção possível é ser uma indústria de classe mundial.**

De um lado, precisamos investir nas fontes que favoreçam a capacidade de inovação das empresas.



De outro, temos de enfrentar problemas **básicos de infra-estrutura** e de um **sistema tributário obsoleto.**

10

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

A **estratégia de competitividade** da indústria mineral brasileira é, portanto, **complexa.**

É uma agenda com sobrecarga.



Exige **escolhas e opções** que permitam maximizar o **uso eficiente dos recursos minerais disponíveis.**

O **Mapa da Indústria** é um exercício de relações de **causa e efeito.**

11

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

O **Mapa Estratégico** pretende **definir uma Agenda** para os **próximos dez anos**, permitindo às indústrias minerais assumirem **a missão de liderar iniciativas na corrida do século XXI**.

Está sendo construído para ter permanência, independentemente de mudanças de governo.



12

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

INDICADORES MACRO	2007	2010	2015
Crescimento do PIB	5,5% a.a (taxa média até 2010)		7,0% a.a (taxa média de 2010 a 2015)
Crescimento do PIB Industrial	7,0% a.a (taxa média até 2010)		8,5% a.a (taxa média de 2010 a 2015)
Índice de Produtividade da Indústria	Crescer 4% a.a	Crescer 6% a.a	Crescer 6% a.a
Taxa de Desemprego	9,0%	7,0%	6,0%



13

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

INDICADORES MACRO	2007	2010	2015
Total de Exportações de Bens e Serviços / PIB	22%	25%	30%
Crédito / PIB	Alcançar 40% (até 2010)		70%
Spread Bancário	Alcançar 20% (até 2010)		10%
Taxa Real de Juros	Alcançar 6% (até 2010)		4% (até 2015)
Carga Tributária	33%	30%	27%



14

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

INDICADORES MACRO	2007	2010	2015
Oferta de Energia	Crescimento médio de 7% a.a. Período até 2010		Crescimento médio de 8,5% a.a. de 2010 a 2015
Investimentos em Infra-estrutura dos Transportes/PIB	0,45%	0,5%	0,6%
Domicílios Atendidos por Rede Coletora de Esgoto	52%	60%	70%
Investimento Privado em Inovação/PIB	0,6%	0,8%	1,4%



15

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

INDICADORES MACRO	2007	2010	2015
Pisa	Alcançar a nota 486 (Espanha em 2001) até 2015		
Domicílios com acesso à Internet	18%	25%	30%
Renda per capita (PPP)	Alcançar 12.000 PPP até 2015		
GINI	0,54	0,52	0,50
IDH	0,80	0,83	0,86



16

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

Visões sobre o Amazonas - 2015

O Pólo Industrial de Manaus já usa gás natural em todas as empresas
Os igarapés de Manaus foram completamente recuperados e os balneários voltam a funcionar na cidade.
A indústria amazonense está livre dos incentivos fiscais e continua a ser líder em competitividade e produtividade.
A Amazônia torna-se uma questão estratégica do Desenvolvimento Nacional.
Com a mudança da legislação trabalhista e previdenciária, para uma forma privada e o incentivo a construção civil, o Brasil tomou-se o país de melhor qualidade de vida.
Parque Industrial de Manaus consolida a política de desenvolvimento industrial com base nos recursos minerais e de óleo e gás do Amazonas.
O Amazonas torna-se grande produtor de petróleo e gás. Inaugura-se uma nova Refinaria de 200.000 BPD.
Noventa por cento das empresas no estado do Amazonas agregam rentabilidade com responsabilidade social.
Oferta de energia confiável atrai investimentos privados. O estado do Amazonas torna-se auto-suficiente na produção de derivados de petróleo.



17

MINERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO HUMANO

Agenda 21

Parágrafo nº 46, do Plano de Implementação

Rio + 10, Johannesburg - setembro 2002

A mineração, os minerais e os metais são importantes para o desenvolvimento econômico e social de muitos países. Os minerais são essenciais para a vida moderna.



FIAM



CPRM

Secretaria de Geologia, Ministério de
Mineração e Transformação Mineral Minas e Energia

18

MINERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO HUMANO NA AMAZÔNIA

IDH de Algumas Cidades Mineradoras

Pará : 0,720 Parauapebas : 0,740	Amazonas : 0,713 Presidente Figueiredo : 0,741 (2º lugar do AM)
Mato Grosso : 0,773 Juína : 0,749	Amapá : 0,753 Serra do Navio : 0,743



FIAM



CPRM

Secretaria de Geologia, Ministério de
Mineração e Transformação Mineral Minas e Energia

Fonte: www.pnud.org.br

19

MINERAÇÃO VS. COMPATIBILIDADE AMBIENTAL



CPRM
Serviço Geológico do Brasil

Secretaria de Geologia,
Mineração e Transformação Mineral

Ministério de
Minas e Energia

20

MINERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO HUMANO NA AMAZÔNIA

Mineração e Meio ambiente - Carajás



CPRM
Serviço Geológico do Brasil

Secretaria de Geologia,
Mineração e Transformação Mineral

Ministério de
Minas e Energia

21

MINERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO HUMANO NA AMAZÔNIA

Mineração e Meio ambiente - Carajás



Secretaria de Geologia, Mineração e Transformação Mineral
Ministério de Minas e Energia

22

MINERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO HUMANO NA AMAZÔNIA

Mineração e Meio ambiente - Carajás



23

Participação do Brasil no Mercado Mundial da Mineração

Player Global	Exportador	Auto Suficiente	Importador /Produtor	Importador
Nióbio	Níquel	Calcário	Fosfato	Enxofre
Ferro	Magnésio	Diamante Industrial	Zircônia	Carvão Metalúrgico
Bauxita	Caulim	Titânio	Zinco	Minerais Raras
Manganês	Vermiculita	Ouro	Diatomito	
Grafita	Cromo	Tungstênio	Potássio	
Tântalo	Mica	Talco		
		Cobre*		

*Em 2005



Secretaria de Geologia, Mineração e Transformação Mineral
Ministério de Minas e Energia

24

OPORTUNIDADES ECONÔMICAS

JAZIDA DE SILVINITA (K)

Municípios de Nova Olinda do Norte e Itacoatiara (AM)

- Atração de indústrias de fertilizantes.
- Indústrias químicas de cloro
- Interiorização do processo de industrialização.
- Consolidação da hidrovía do Madeira
- Auto-suficiência brasileira em potássio (K)



Secretaria de Geologia, Mineração e Transformação Mineral
Ministério de Minas e Energia

25

OPORTUNIDADES ECONÔMICAS



JAZIDA DE CAULIM

Km 40 da BR-174, Municípios de Manaus e Rio Preto da Eva (AM)

- Atração de indústrias de cosméticos e fármacos (PIM - CBA)
- Atração de indústria de papel (excelente qualidade do caulim)
- Atração de indústria de tintas
- 65% de sílica (estudo para construção civil / nanotecnologia)

26

OPORTUNIDADES ECONÔMICAS

DISTRITO DO PITINGA E NORDESTE DO AMAZONAS

Municípios de Presidente Figueiredo / Urucará / Nhamundá

▪ Distrito Poliminerálico: cassiterita (Sn), columbita-tantalita (Nb/Ta), zircão (Zr), CRIOLITA (F), xenotímio (Y) e torita (Th). Bauxita (Al)

- Investimentos em estudos da bauxita pela CVRD, ALCOA, Ouro Vermelho, entre outras empresas → LESTE
- Projeto Rocha São
- Aerolevantamentos geofísicos

27

OPORTUNIDADES ECONÔMICAS

PERSPECTIVAS : Óleo, Condensado e Gás

O fornecimento de gás natural para os estados do Amazonas, Rondônia e Acre, oriundo principalmente da Província do Urucu, prevê sua utilização na geração de energia termoeétrica e/ou implantação de outros pólos industriais, tais como: siderúrgico, cerâmico, petroquímico e GTL (transformação de gás em líquido), podendo constituir-se em matéria prima para a produção de diesel sintético, contribuindo para diminuir a importação desse combustível.

Fonte: PETROBRAS em Geodiversidade do Amazonas, 2004.



Secretaria de Geologia, Ministério de Mineração e Transformação Mineral, Minas e Energia

28



29

MINERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO HUMANO NA AMAZÔNIA

Desafios da Mineração na Amazônia

- **Tecnológicas:** Ampliar o conhecimento geológico
- **Sociais:** Privilegiar as populações originárias
- **Ambientais:** Compatibilizar Unidades de Conservação
- **Infra-estrutura básica:** Decisões políticas
- **Extração:** Informal e mineração legal
- **Capital Humano:** Educação e qualificação profissional
- **Econômicos:** Mecanismos de atração de investimentos



Secretaria de Geologia, Mineração e Transformação Mineral
Ministério de Minas e Energia

30

OUTRAS OPORTUNIDADES ECONÔMICAS

Súmula da Agenda Mineral para o Amazonas

- Aproveitamento de óleo e gás na bacia do rio Solimões;
- Extração de argila no município de Iranduba;
- Possibilidades de extração de bauxita, calcário e gipsita nos municípios de Urucará, Nhamundá e Apuí;
- Aproveitamento de óxidos (cassiterita, tantalita e columbita) no município de Novo Airão;
- Extração de ouro e gemas nos municípios de Santa Isabel do Rio Negro e São Gabriel da Cachoeira;
- Aproveitamento de nióbio no Morro de Seis Lagos, município de São Gabriel da Cachoeira;
- Extração de Silvinita nas Bacias dos rios Madeira e Amazonas;
- Aproveitamento de ouro e diamante no município de Manicoré;
- Extração de ouro, diamante, columbita e tantalita em Barcelos.



Secretaria de Geologia, Mineração e Transformação Mineral
Ministério de Minas e Energia

31

MAPA ESTRATÉGICO DA INDÚSTRIA – 2007-2015

SETOR MINERAL

Muito Obrigado!

jorge.garcez@irinternext.com.br

danielnava@ma.cprm.gov.br



FIAM



FIAM 2006



CPRM

Serviço Geológico do Brasil

Secretaria de Geologia, Mineração e Transformação Mineral

Ministério de Minas e Energia

PAINEL 2 – Eletrônicos versus Não Eletrônicos; Commodities versus Estado da Arte; Indução Pública versus Privada – Componentes

Palestra: Componentes, Semicondutores – Idéias, Conceitos, Visão e Experiência da Empresa Freescale Semicondutores, Nacional e Internacional.

Antônio Calmon – Sales e Marketing – Dr. Diretor La South da Freescale Semicondutores, São Paulo (SP)

III FIAM

**Eletrônicos Vs. não Eletrônicos
Commodities vs. Estado da Arte
Indução Pública vs. Privada**

- Componentes -

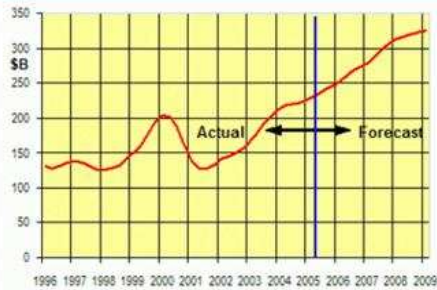
Agosto, 2006

**Antonio Calmon
Diretor Regional**

 **freescale**
semiconductor

Freescale Semiconductor, CodeWarrior and PowerLite are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2006

Semiconductors World Market



Year Numbers Mark December of Each Year

WSTS - World Semiconductor Trade Statistics

AsiaPacific (China, Taiwan, Korea and Singapore) - 44.5 % of worldwide semiconductor revenue.



Semiconductor Revenue Growth 2005

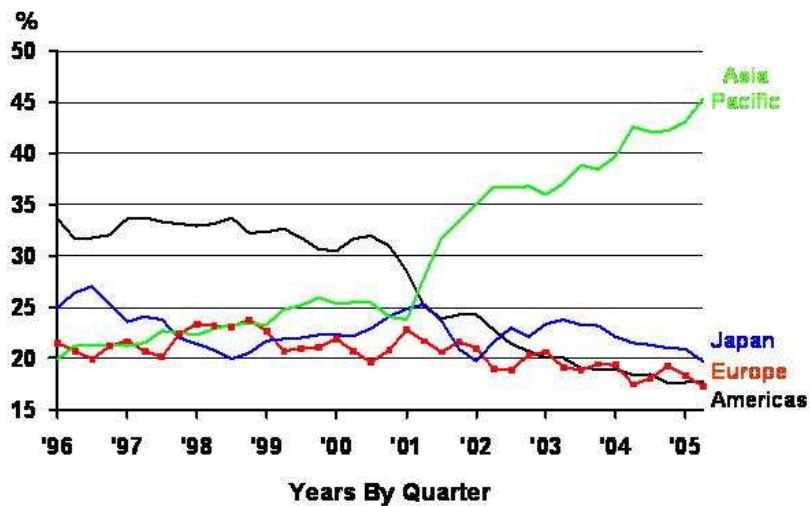
AsiaPacific	-	11 %
Europe, Middle East and Africa (EMEA)	-	4 %
Americas	-	1 %
Japan	-	0.2 %



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2005

2

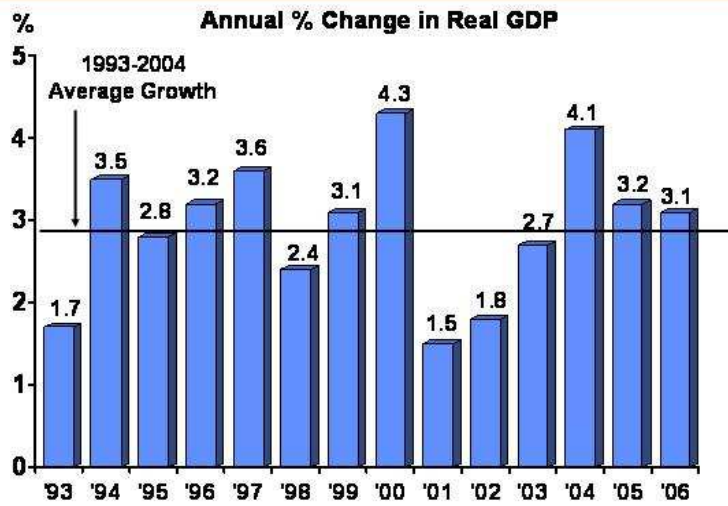
Semiconductor Market Regional Shares Percent Of Total Semiconductor Market



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2005

3

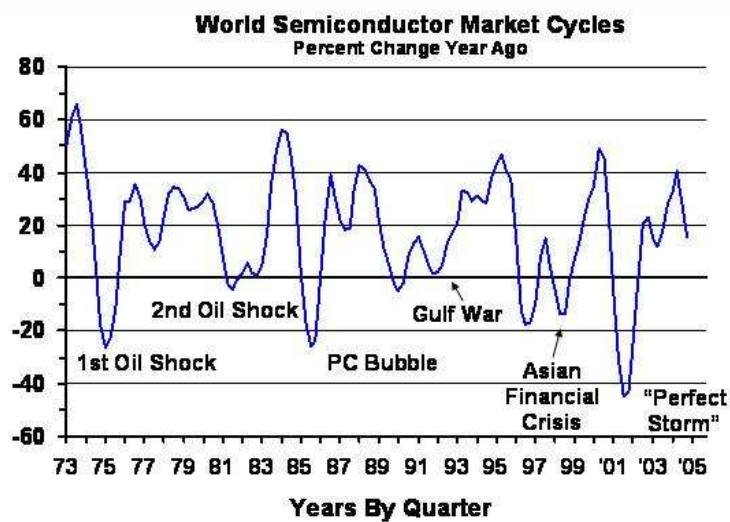
Healthy World Economic Growth Is Supporting Semiconductor Market Growth



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2006.

4

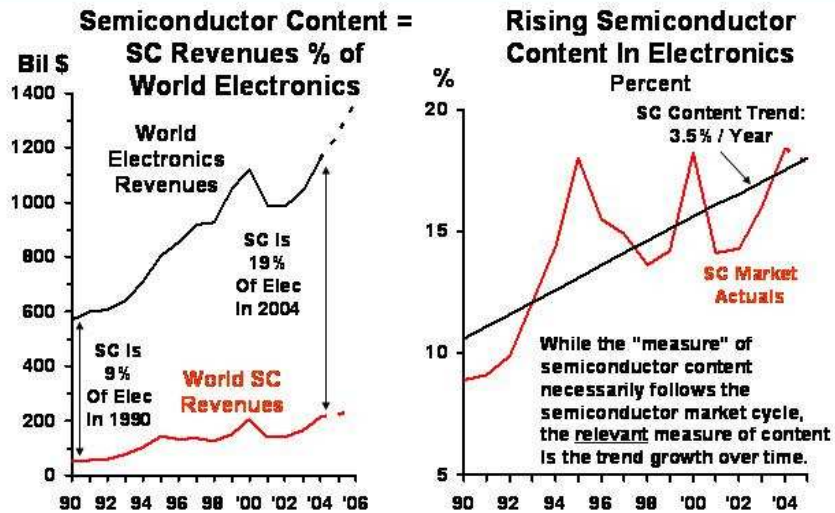
Semiconductor Market: Moving Beyond The Cyclical Peak



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2006.

5

Rising Semiconductor Content In Electronics



Freescale Semiconductor, Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2006.

6

Semiconductor Market Forecast Percentage Point Contribution To SC Market Growth*

	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>	<u>2004</u>	<u>2005</u>	<u>2006</u>
Electronics	15.7%	-11.8%	-0.4%	5.8%	11.0%	8.7%	8.4%
SC Content	3.3%	3.2%	3.1%	3.0%	2.9%	2.8%	2.7%
SC Pricing	10.1%	-13.6%	-11.4%	8.2%	8.3%	-2.4%	0.4%
SC Inventory	4.1%	-13.4%	11.4%	0.5%	3.7%	-5.5%	-1.7%
SC Market	36.8%	-32.0%	1.3%	18.3%	28.0%	3.0%	10.0%

•Relationships Are Multiplicative

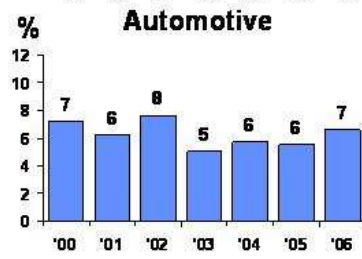
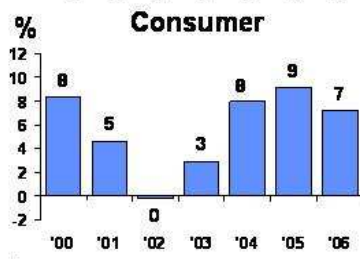
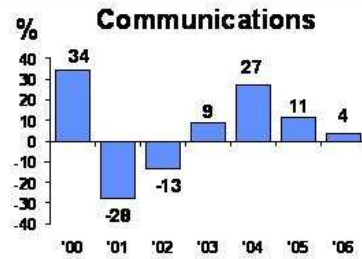
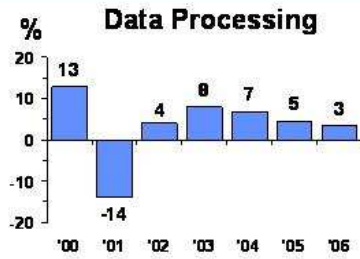
•Source: *Freescale Strategy*, Semiconductor Industry Association, October



Freescale Semiconductor, Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2006.

7

Electronics End-Market Growth Annual % Change

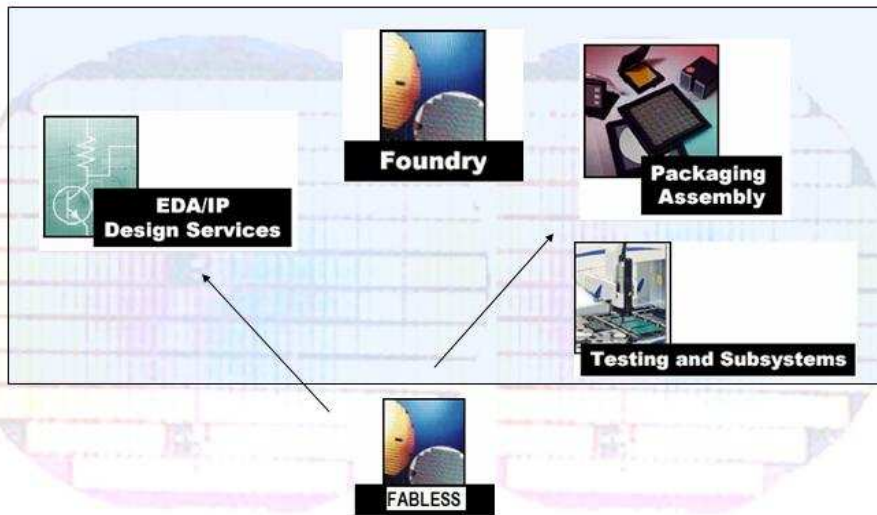


Source: Statista



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2006

Semiconductor Business Ecosystem



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2006

Map of Semiconductor Business

Design Opportunities

Design Services – State of the Art Devices

- Electronic content growth
- Integration of discrete and passive components
- System definition x device definition
- Time to market – Consumer Products



- High Level of integration
- Design Cost raising rapidly
- Productivity of the Design teams
- Cost of Tools

- Semiconductor IP industry
 - Complex Device Specifications
 - Re-use boosting new systems
 - SoC, SiP, etc..
 - Licenses
- Technology drivers

1	Qualcomm	US	3 457
2	Broadcom	US	2 671
3	NVIDIA	US	2 079
4	ATI Technologies	Canada	2 028
5	Xilinx	US	1 645

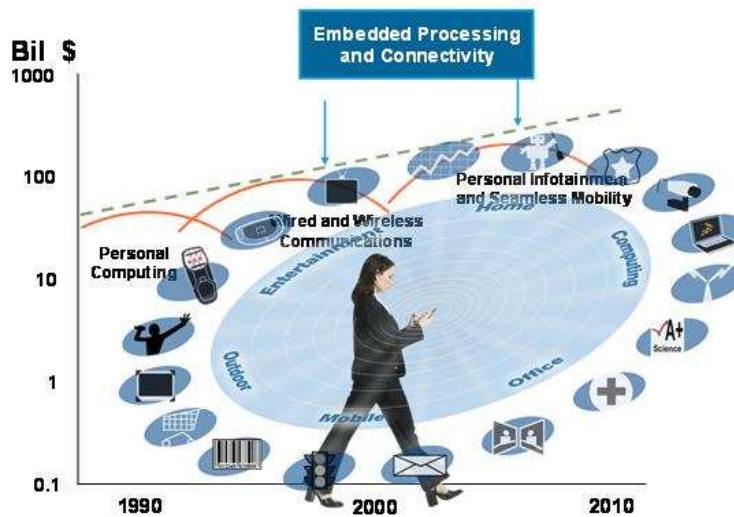


Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2010.

10

Map of Semiconductor Business

Design Opportunities



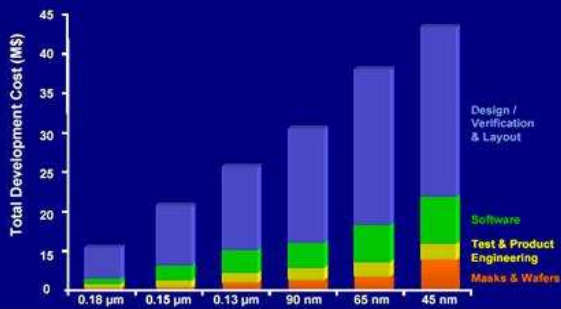
Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2010.

11

Map of Semiconductor Business

Design Opportunities

Increasing Development Cost



Design Cost by Technology

0.35u – US\$ 2M
 0.09u > US\$ 20M

80 % of total cost
 In
 Design & Verification



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2005.

Map of Semiconductor Business

Design Opportunities

- **Technology Trends**
- **POWER: 40%-50% reduction**
- **COST: >30% savings**
- **SIZE: 18x20mm: 3G phone in a postage stamp**
- **TIME: Up to 50% reduced development time**



Extreme Integration



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2005.

Map of Semiconductor Business

Design Opportunities

Design Services – Commodities

- Price
- Low Level of integration
- Design low cost barriers
- ASP dropping rapidly
- Risk - integration
- Productivity
- Cost of the tools
- SC IP industry
Small participation
- Strong competition

Chinese Design Company	2002 Sales	Employees	Product and Technology
Sitan	\$40m	360	Consumer (>0.60um)
CIDC	\$20m	182	Smart Card (0.35um)
Semico	\$15m	184	Consumer (>0.60um)
Huahong	\$12m	138	Smart card (0.35um)
DTT	\$22m	340	Telecom (>0.60um) Smart card (0.35um)
Sigmachip	\$18m	58	Consumer (>0.60um)
LHWT	\$8m	64	Consumer (>0.60um)
VIMICRO	\$2m	155	PC camera (0.35um)
SMSEC	\$10m	207	Smart card (0.35um)
Micron	\$2m	51	MCU, Regulator
Fudan Micro	\$7.5M	200	SOC, eePROM

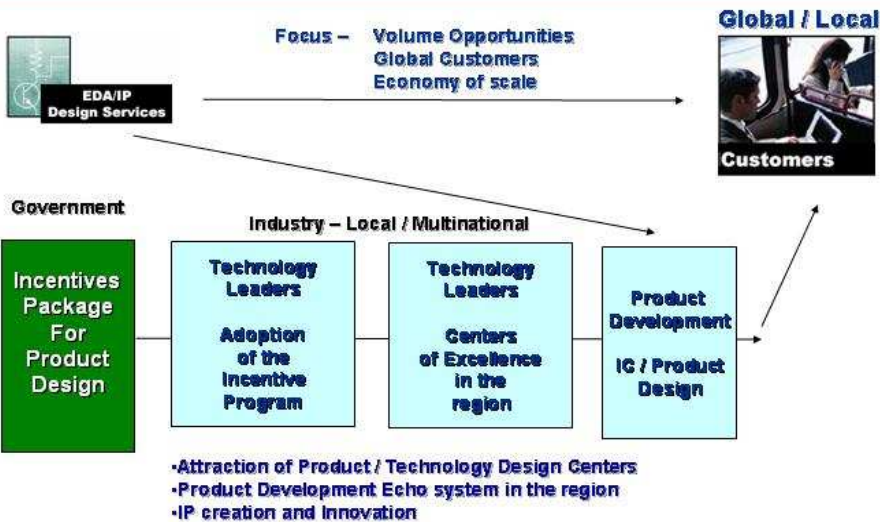
- \$500M revenues (82% growth)
- 120-140 companies
- Only 5 companies with revenues of \$10M+
- Companies are generally not independent but part of OEM, IDM, university or government
- No leading-edge technology markets
 - Remote controls
 - Smart cards
 - Low-density ICs for consumers—80%



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2002.

Map of Semiconductor Business

Design Opportunities



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2002.

Map of Semiconductor Business

Design Opportunities



**EDA/IP
Design Services**



Customers

Example of Focus – Global Market - CHINA

- Local market represents less than 10% of the total production
- Machinery and Electronics accounts for 55% of total China exports
- 75% of the world served by Chinese products
- Growth rate of 32.2% in the past 5 years



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2012.

Map of Semiconductor Business

Manufacturing Opportunities



Foundry



**Packaging
Assembly**



Testing and Subsystems

Differentiators

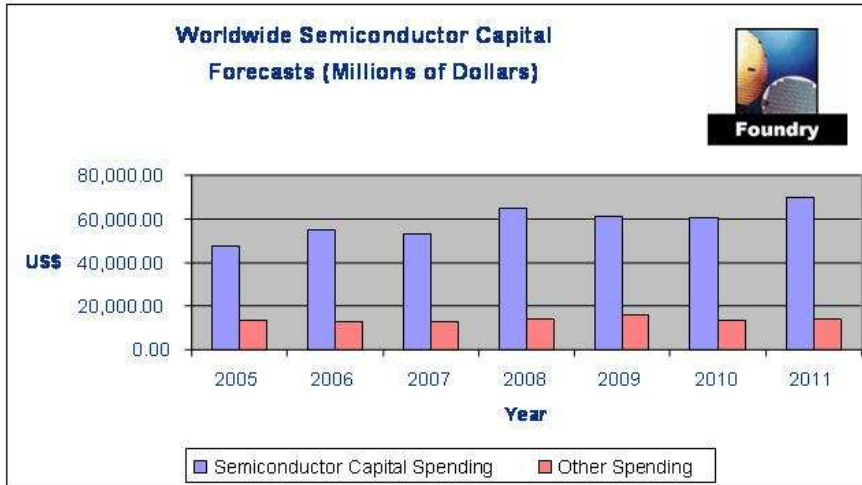
- Talent availability
- Companies with systems expertise
- Quality process framework
- Minimize iterations
- Global development model
- Industry-university linkage
- Echo system – EDA, IP, software, fabless product, design service, Contract manufacturing, ASIC design houses, universities



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2012.

Map of Semiconductor Business

Manufacturing Opportunities



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2010.

CEITEC Site Implementation

Semiconductor is one of the four pillars of the country's industrial policy



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2010.

CEITEC - Fabrication Building Design

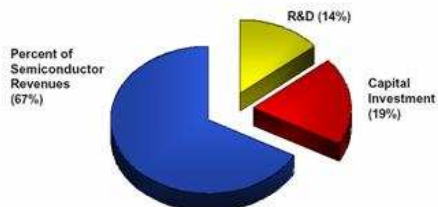


Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2010.

20

Map of Semiconductor Business Manufacturing Opportunities

Semiconductors are a Unique Industry:
Invests a Third of Revenues in the Future



IP Licenses

New Source of Resources
to drive R&D

- Government / Industry initiative
 - Clear plan to attract new semiconductor investments to the region
 - Competitive package to create the Echo system
 - Qualified human resources availability
 - Engagement of the Universities
 - Focus on the global market
- Capital intensive investment



Foundry

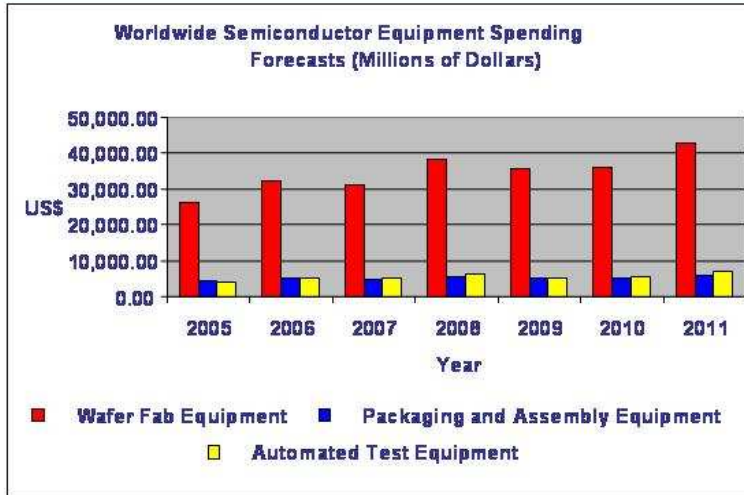


Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2010.

21

Map of Semiconductor Business

Manufacturing Opportunities



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2009.

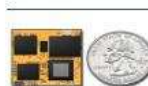
Map of Semiconductor Business

Manufacturing Opportunities

- Government / Industry initiative
- Clear plan to attract new investments to the region
- Competitive package to create the Echo system
- Qualified human resources availability
- Engagement of the Universities
- Focus on the global market

- Geographically well positioned
- Local demand
- Labor intensive activity
- State of the art Technology
 - High pin count – Devices > 900 pins
 - Temperature
 - High Frequency

- Laboratory and training costs



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2009.

Map of Semiconductor Business

Manufacturing Opportunities

Freescale's Redistributed Chip Package Technology

Benefits

- Industry Leading Miniaturization – 30% size reduction, 30% in thickness vs. PBGA
- Ultra Low k compatible
- Green (halogen and Pb free)
- Eliminates package substrate, wire bonds and flip chip bumps
- Flexible technology
 - Single, Multi Chip, SiP
 - Good Thermal Management
 - PoP, MEM compatible

**GSM EDGE i.275
Radio in Package**

LTE2 MAPBGA
13mm x 13mm x 1mm

LTE2 RCP
9mm x 9mm x 0.7mm

Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2012.

24

Map of Semiconductor Business

Manufacturing Opportunities

Radio in a Package System in a Package With Package on Package

(RCP Memory Die embedded base, Baseband, Power Management, and Transceiver)

- System in Package Capabilities
 - Embedded or surface mount devices (SMD)
 - Embedded active devices of several thicknesses
 - Embedded ground planes in encapsulant or dielectric
 - Embedded inductors, MEMS and sensors
- Compatible with Package on Package
 - Signals routed through die encapsulation
- High density routing
- Cavity packaging capable

i.275 Radio in a Package

Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2012.

25

Drivers Of Semiconductor Market Growth

- **Global economic growth**
- **Electronics end-market growth rates**
 - **PCs, Mobile Phones, Consumer Products**
- **Growth In semiconductor content in electronics**
 - **Intelligence & Connectivity everywhere**
- **Inventory swings**
- **Capital spending & capacity utilization determining shifts in supply and driving changes in pricing**



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2010.

26

Semiconductor Business in Brazil Opportunities - Conclusion

University programs – Microelectronics

Closing the 'GAP' - Product focus

Access to the government programs for Microelectronics

Strategic Partnerships – Time to market

Great Opportunities for the region



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2010.

27

Thank You

Obrigado



Freescale Semiconductor Confidential and Proprietary Information. Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2012.

Palestra: Componentes – Atração de Novos Empreendimentos e Capacidade de Absorção de Investimentos.

Isac Alves Júnior – Dr. Diretor de Políticas Industrial e Comercial da Secretaria de Planejamento do Estado do Amazonas (Seplan).



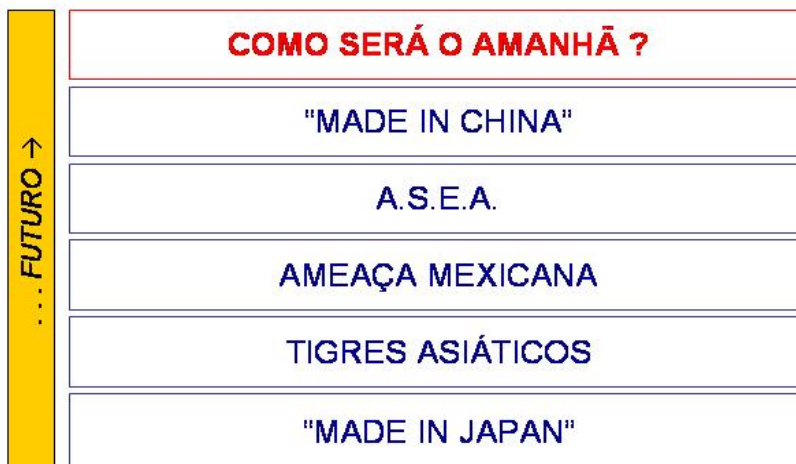


COMPONENTES

**ATRAÇÃO DE NOVOS EMPREENDIMENTOS
E CAPACIDADE DE ABSORÇÃO DE
INVESTIMENTOS**



PERCALÇOS E SOBRESSALTOS





O QUE BUSCAMOS ?

- **AGREGAÇÃO DE VALOR LOCAL**
 - Incremento e Capacitação de Mão-de-Obra
 - Investimentos Fixos
 - Aquisição de Novas Tecnologias
- **CONSOLIDAÇÃO DA CADEIA DE INSUMOS**
 - O trio "Quantidade-Qualidade-Custo"
 - "Raw Material"
 - Componentes Básicos
 - Partes e Semi-Partes



O QUE NOS FAVORECE ?

- **POSIÇÃO GEOGRÁFICA**
 - Eixos Ocidental vs. Oriental
 - Localização Estratégica Sul-Americana
 - Acordos Comerciais Vigentes e Potenciais
- **PÓLO DE BENS FINAIS MADURO**
 - Pólo de Duas Rodas
 - Domínio Tecnológico de Eletro-Eletrônicos
 - Mercado de Bens de Produção Ativo
 - Mão-de-Obra amadurecida



O QUE NOS AFLIGE ?

- **MEGATENDÊNCIA MUNDIAL**
 - Ainda se fala no "*Global Sourcing*"?
 - Porque na China é mais barato?
 - Plano Nacional de Logística
- **ÁREA ESPECIALMENTE INCENTIVADA**
 - Visão do Pólo Industrial no Restante do País
 - Acesso a Blocos Comerciais em Formação
 - Dependência Incondicional a Incentivos



COMO SERÁ O AMANHÃ ?

"Passamos os últimos dez anos procurando imprimir mais velocidade à nossa empresa, por meio de treinamento e melhoria dos processos, e com nossa mão-de-obra de baixo custo éramos extremamente competitivos. Mas agora estamos sendo esmagados pela China. Como nos manter vivos."

Jack Welch, "Paixão por Vencer", Pág. 310



COMO SERÁ O AMANHÃ ?

"A inspiração é um cachorro preto atrás da porta"
(Henfil)



COMO SERÁ O AMANHÃ ?

"O grande segredo é estarmos preparados, no exato momento da demanda, com capacidade de produção adequada, com tecnologia, mão-de-obra e processos mundialmente atualizados."

Renato Wagner – GK&B



COMO SERÁ O AMANHÃ ?

- Indução Pública
- Indução Privada
- Expertise em Processos
- Parcerias de Longo Tempo
- Capacidade de Reação às Tendências Externas



O QUE FAZER ?

DISCUTIR! DISCUTIR! DISCUTIR!



Isac Alves Jr.
Departamento de Políticas Industriais e Comerciais
Secretaria Executiva Adjunta de Políticas Setoriais
Secretaria de Estado do Planejamento e Desenvolvimento Econômico

isacjr@uol.com.br

PAINEL 3 – Experiência Internacional; Expectativa dos Mercados; Organismos de Prospecção e Intercâmbios – Novos Mercados.

Palestra: Caso de sucesso – Empresa Panasonic

César Augusto Ueda – Dr. Gerente da Panasonic



BREVE HISTÓRICO DO GRUPO MATSUSHITA

松 下
matsu (pinheiro) shita (debaixo)

Sob o pinheiro

- Data da Fundação – 07/Março/1918
- Fundador – Konosuke Matsushita (1894 – 1989)
- Iniciou a empresa com 95 ienes, e 03 pessoas (ele, esposa e cunhado)



GRUPO SEM FRONTEIRAS





Matriz – Kadoma/Osaka

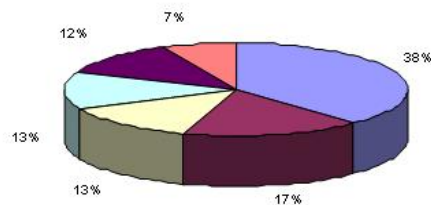
A Matsushita Electric Industrial Co., Ltd é um dos maiores fabricantes eletrônicos do mundo.

Informações do Grupo

Quantidade de empresas	638
Principais Marcas	Panasonic, National, Technics, Quasar e JVC
Variedade de produtos	15.000
Quantidade de funcionários	335.000
Faturamento 2006*	US\$ 76 bilhões

* Ano fiscal japonês (Abril à Março)

CONTRIBUIÇÃO POR DIVISÃO



- **AÚDIO E VÍDEO:** Televisor, Microsystem, dvd, câmera digital;
- **MEW AND PANHOME:** Produtos pessoais, sistemas modulares para cozinhas, produtos para medicina;
- **COMPONENTES E DISPOSITIVOS:** Semicondutores e componentes eletrônicos;
- **OUTROS:** Máquinas e equipamentos para inserção automática;
- **PRODUTOS P/LAR:** Refrigerador, máquina de lavar, ar condicionado, aquecedor;
- **JVC:** Televisor, dvd, auto-rádio;

DIVERSIDADE DE PRODUTOS



PANASONIC NO BRASIL

- Fábricas (02)
- Escritórios (04)

Funcionários	2.000
Sexo - feminino	26%
Sexo - masculino	74%
Faturamento 2006	R\$ 1,4 (bilhão)

Exportação

Argentina, Uruguai, Chile, Peru, Panamá, Costa Rica, T. Tobago, Guatemala, Jamaica, El Salvador e Estados Unidos.



Panasonic ideas for life



Fábrica – São José dos Campos/SP

- Início das atividades: 1967
- Localização: Rodovia Presidente Dutra, KM 155
- Área total: 250.000 m²
- Área Construída: 41.500 m²

Funcionários	569
Sexo - feminino	15%
Sexo - masculino	85%

Panasonic ideas for life



Fábrica – Manaus/AM

- Início das atividades: 1981
- Localização: Rua Matrinxã, 1.155 – Distrito Industrial
- Área total: 112.000 m²
- Área Construída: 37.540 m²

Funcionários	1.161
Terceiros	226
Sexo - feminino	30%
Sexo - masculino	70%

PRODUTOS FABRICADOS

São José dos Campos

10

Lanternas

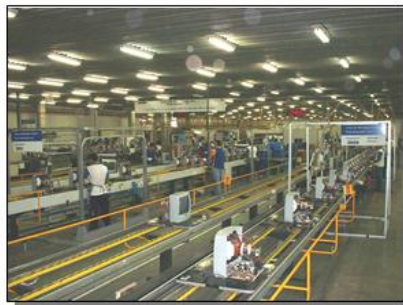


11

Pilhas e Baterias



Fotos Ilustrativas



Linha TV



Linha EMS

PRODUTOS FABRICADOS

Manaus

14

Audio

- Mini-system



SC-AK240LB-S



SC-AK340LB-S



AK640LB-S

15

Audio

- Home theater



SC-HT730LB-S

Vídeo

- DVD Player



DVD-S42LB-S

DVD-S1LB-S

Vídeo

- Gravador DVD



DMR-ES15PL-S

Auto - Rádio



CQ-C1103L



CQ-C1303L



CQ-C3333L



CQ-C7103L

Forno Microondas



NN-S46 (Compacto 22 litros)



NN-G55B (Médio 27 litros)



NN-S56 (Médio 28 litros)



NN-S66B (Family 35 litros)



NN-R95B (DeLuxe - Panagril)

Telefone com fio



KX-TS9LBG



KX-TS9LBW

PCD



SL-SX480



SL-SV590

Televisores

• Convencional



TC-14RM10L



TC-20RM10L



TC-29KL05

Televisores

- Tela Plana



TC-21FX30L



TC-29FX30L

PRODUTOS DIGITAIS

TV Plasma



TV Plasma 42PA60LB



TV Plasma 50PV60LB
Lançamento em Setembro/06

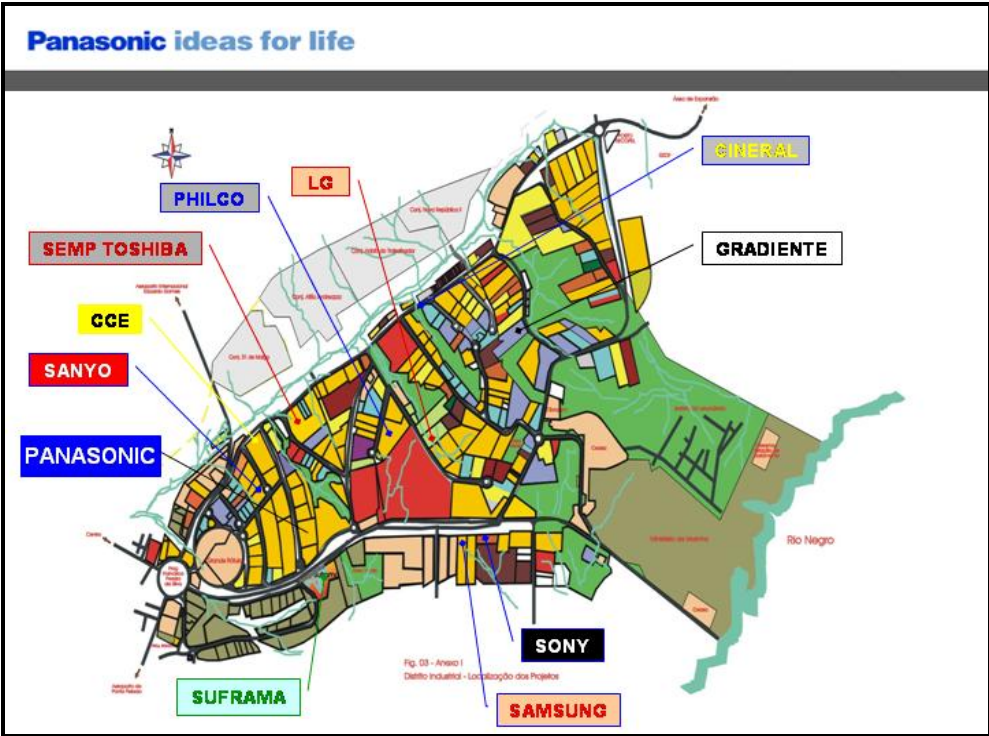
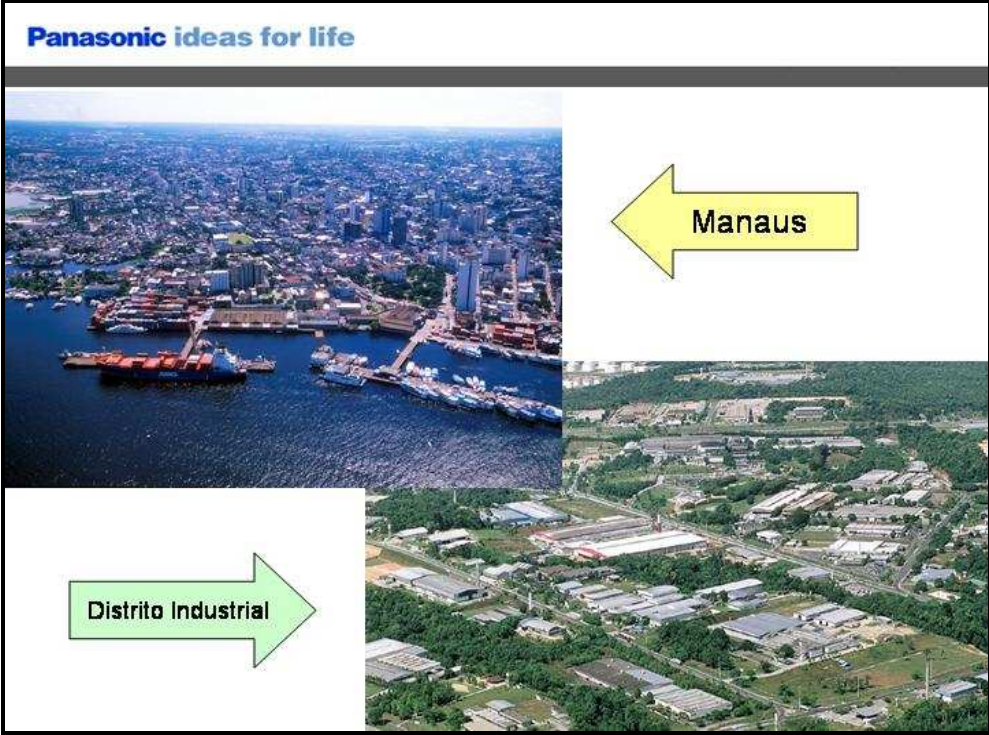
Câmera Digital



Câmera Digital DMC-LZ3PS-S



Câmera Digital DMC-LZ5PP-K



OBRIGADO!!!

Visite nosso site
www.panasonic.com.br

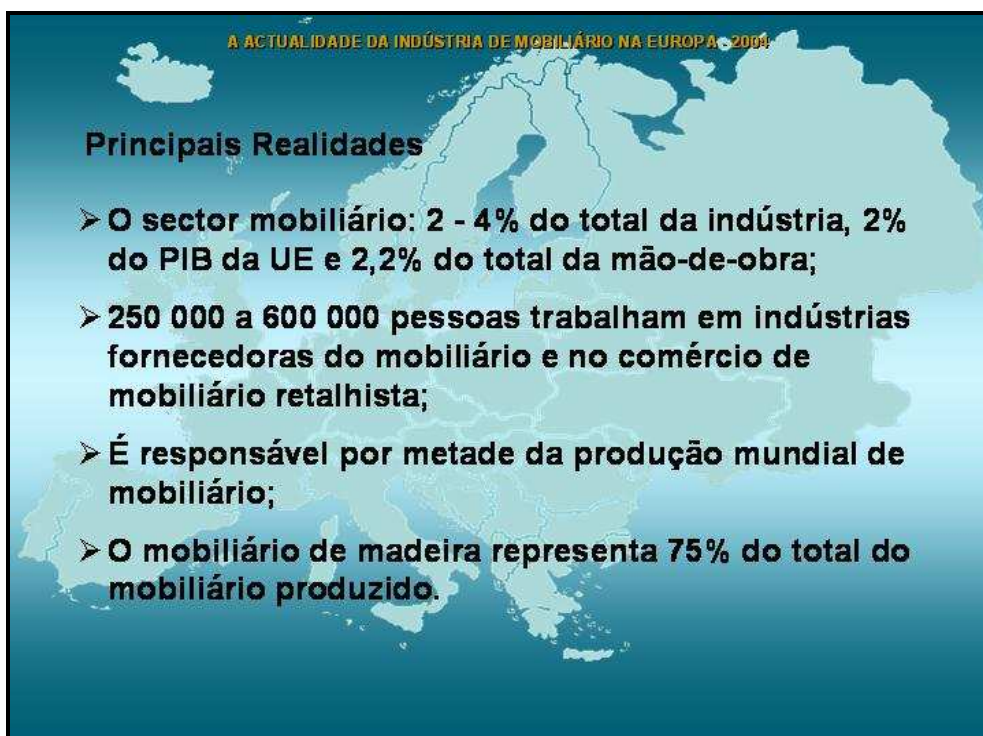
Palestra: Pólo Mobiliário/Moveleiro – Principais Aspectos do Mercado Europeu

Jorge Brito – Dr. Representante Egresso da Associação Portuguesa das Indústrias de Mobiliários e Afins (APIMA), Lisboa, Portugal





2



3

Nº Trabalhadores na Indústria de Mobiliário da U.E.

❖ A Itália ultrapassou a Alemanha, tornando-se no maior empregador da indústria de mobiliário na EU com um total de 200.000 trabalhadores. Os restantes países considerados principais empregadores são o Reino Unido, a Espanha e a França.

❖ O número total de trabalhadores na indústria mobiliário europeia atinge quase 1 milhão de pessoas, para além das 700.000 pessoas que trabalham directamente com o sector como sejam fornecedores directos, distribuidores e retalhistas.

Principais países empregadores

<u>Itália</u>	216.131
<u>Alemanha</u>	208.377
<u>Reino Unido</u>	118.020
<u>Espanha</u>	114.399
<u>França</u>	101.200
<u>Portugal</u>	40.603

Nº. DE LOJAS

ITÁLIA	20.000
ALEMANHA	15.000
ESPAÑHA	13.500
INGLATERRA	12.200
FRANÇA	11.000
HOLANDA	4.300
PORTUGAL	4.000

**% PRODUÇÃO
DESTINADA À EXPORTAÇÃO**

ITÁLIA	47%
HOLANDA	31%
FRANÇA	26%
ALEMANHA	23%
ESPAÑA	18%
PORTUGAL	15%
INGLATERRA	14%

**O MERCADO DE MOBILIÁRIO
DOMÉSTICO: % MERCADO**

Alemanha	35,2%
Inglaterra	14,3%
Itália	12,6%
França	9,1%
Espanha	4,3%
Holanda	3,7%
Portugal	1,5%

NA MAIORIA DOS PAÍSES EUROPEUS A PRODUÇÃO DE MOBILIÁRIO AUMENTOU LIGEIRAMENTE 1,1 %, GLOBLAMENTE PARA A UE (25 PAÍSES), ATINGINDO OS 91 BILIÕES DE EUROS.

A INDÚSTRIA DA UE25 EXPORTOU O EQUIVALENTE A 34.857 BILIÕES DE EUROS, OU SEJA, 38% DA SUA PRODUÇÃO.

AS EXPORTAÇÕES PARA PAÍSES FORA DA EU ATINGIRAM 8.939 BILIÕES DE EUROS (UM QUARTO DO TOTAL DAS EXPORTAÇÕES), COMPARADO COM 2003 HOVE UM AUMENTO DE 3,1%.

OS MAIORES MERCADOS DE EXPORTAÇÃO SÃO OS ESTADOS UNIDOS COM 2.246 BILIÕES DE EUROS -6%, SUIÇA COM 1.466 BILIÕES DE EUROS +3%, RÚSSIA 756 MILHÕES DE EUROS + 25% E NORUEGA + 8%.

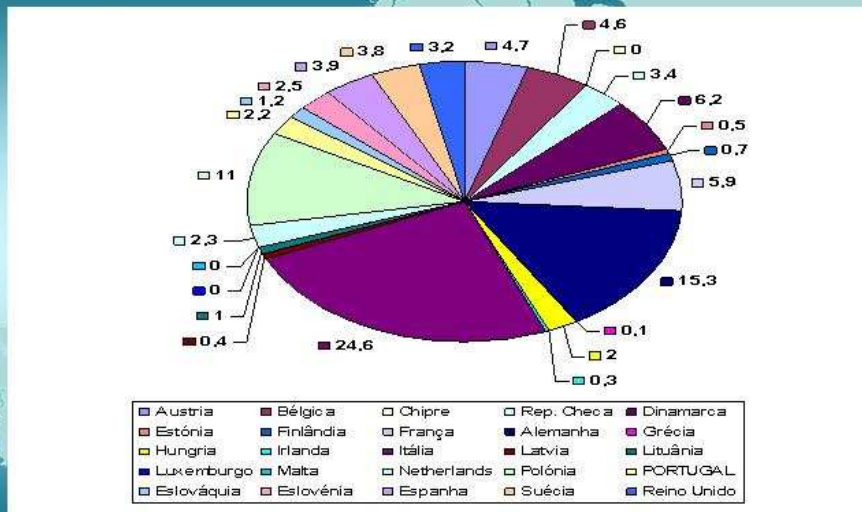
AS IMPORTAÇÕES ATINGIRAM OS 9.071 MILHÕES DE EUROS (+21%). AS IMPORTAÇÕES DA CHINA AUMENTARAM 41%, 2.663 MILHÕES DE EUROS OU SEJA 3% DO VALOR DO MERCADO.

ASSIM COMO AS IMPORTAÇÕES DA INDONÉSIA AUMENTARAM 23% (738 MILHÕES DE EUROS) E DA ROMÉLIA E VIETNAME 37% (448 MIHÕES DE EUROS).

A PRODUÇÃO DOS PAÍSES LATINO-AMERICANOS ALCANÇOU OS 5 BILIÕES DE EUROS, REPRESENTANDO O BRASIL 60% DA FABRICAÇÃO, OU SEJA 3 BILIÕES DE EUROS.

SITUAÇÃO NOS PRINCIPAIS PAÍSES DA EUROPA

10



11

ALEMANHA:

- OS VALORES DA PRODUÇÃO AUMENTARAM 1,4% (20.078 MILHÕES DE EUROS). FOI O 1º AUMENTO APÓS 4 ANOS CONSECUTIVOS DE QUEDA.

- AS EXPORTAÇÕES AUMENTARAM QUASE 1% (5,328 MILHÕES EUROS), PARA A EUROPA E PARA OS EUA. PELA 1ª VEZ AS IMPORTAÇÕES DIMINUIRAM MAIS DE 6% (6,744 MILHÕES EUROS).

ITÁLIA:

- O VALOR DA PRODUÇÃO ATINGIU OS 19,806 BILIÕES DE EUROS (+1,8%).

AS EXPORTAÇÕES ESTAGNARAM NOS 8,586 BILIÕES DE EUROS COM EXCELENTE RESULTADOS NA BÉLGICA ,FRANÇA, ESPANHA E RÚSSIA (+28%, 429 BILIÕES DE EUROS).

- AS IMPORTAÇÕES SUBIRAM 1,273 BILIÕES DE EUROS (+16%) PRINCIPALMENTE DA ÁSIA E DOS PAÍSES DE LESTE.

ESPAÑA:

A PRODUÇÃO DE MOBILIÁRIO SUBIU 1% ATÉ AOS 8,6 BILHÕES DE EUROS. AS EXPORTAÇÕES CAÍRAM 6,4 % (1,362 MILHÕES EUROS).

A FRANÇA COM 30% DO TOTAL E A ALEMANHA (15%) PERMANENCEM OS PRINCIPAIS CLIENTES. ENTRETANTO AS IMPORTAÇÕES AUMENTARAM MAIS DE 12% PARA CHEGAR AOS 1,623 MILHÕES DE EUROS.

A FRANÇA A ITÁLIA E ALEMANHA SÃO OS PRINCIPAIS FORNECEDORES.

MAS ...! A CHINA DUPLICOU AS SUAS EXPORTAÇÕES EM 2 ANOS PARA OS 200 MILHÕES DE EUROS.

POLÓNIA:

- A POLÓNIA É NESTE MOMENTO O 3º PAÍS EXPORTADOR DA EU.- A PRODUÇÃO AUMENTOU 12% PARA EXCEDER OS 4,1 BILHÕES DE EUROS.

- AS EXPORTAÇÕES REGISTARAM UM AUMENTO DE 2 DÍGITOS EM TODOS OS PAÍSES EUROPEUS, (+16% = 3.844 MILHÕES DE EUROS).

- AS IMPORTAÇÕES TAMBÉM AUMENTARAM 15% (613 MILHÕES EUROS OU SEJA 70% DO MERCADO DOMÉSTICO).

PORTUGAL:

- EM 2003 PORTUGAL PELA 1ª VEZ ULTRAPASSOU A BARREIRA DOS 50% DA SUA PRODUÇÃO PARA OS MERCADOS EXTERNOS. PRODUZIU 1.260 MILHÕES DE EUROS E EXPORTOU 664 MILHÕES (51,6%).

- EM 2004 PRODUZIMOS 1.450 MILHÕES DE EUROS E EXPORTAMOS 768 MILHÕES DE EUROS , AUMENTAMOS EM RELAÇÃO AO ANO 2003 15,3 % .

- NO CONJUNTO DOS 25 PAÍSES DA EU FOMOS O 4º PAÍS COM A MELHOR SUBIDA.

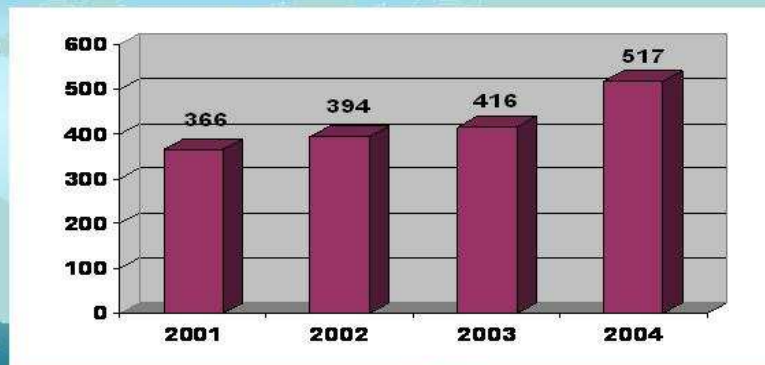
PORTUGAL:

- PORTUGAL É O 6º PAÍS DA UE COM MELHOR BALANÇA COMERCIAL – SALDO POSITIVO DE 320 MILHÕES DE EUROS.

- A ITÁLIA É O 1º, COM UM SALDO DE 7.349 MILHÕES DE EUROS. SEGUEM-SE A POLÓNIA, A DINAMARCA, A ESLOVÉNIA E A REP. CHECA.

- PORTUGAL AUMENTOU AS EXPORTAÇÕES EM 111 MILHÕES DE EUROS DE 2003 PARA 2004, TORNANDO-SE NO 14º MAIOR EXPORTADOR DA EUROPA. EM 2005 ESSA TENDÊNCIA VOLTOU A SENTIR-SE E REGISTOU-SE NOVAMENTE UM AUMENTO DE 12,3% NAS EXPORTAÇÕES.

**Evolução das Importações Portuguesas
entre 2001 e 2004**

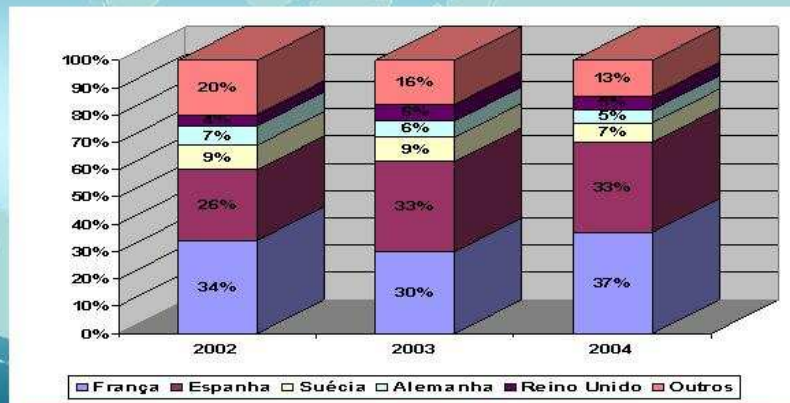


PORTUGAL :

- OS PRINCIPAIS MERCADOS DE DESTINO SÃO NESTE MOMENTO, A FRANÇA COM 37 %, A ESPANHA COM 33, % E A SUÉCIA COM 7 %. OUTROS MERCADOS: ALEMANHA, ANGOLA , REINO-UNIDO, AUSTRIA E MERCADOS ÁRABES.

- O TIPO DE MÓVEIS QUE EXPORTAMOS SÃO DE ESTILO MODERNO EM MADEIRAS DE CEREJEIRA, PINHO E CARVALHO, ESTILO "LUÍS FILIPE" EM CEREJEIRA FRANCESA E "PROVENÇAL" EM MADEIRA DE CARVALHO.

Principais Mercados de destino do Mobiliário Português



20

PORTUGAL :

COMO FACTORES DETERMINANTES PARA A SUBIDA DAS NOSSAS EXPORTAÇÕES DE MOBILIÁRIO SALIENTAMOS:

- 1 - A EXPERIÊNCIA DA APIMA E DOS SEUS ASSOCIADOS, À MAIS DE 15 ANOS EM FEIRAS INTERNACIONAIS; PARIS, COLÓNIA, MILÃO, MADRID, BIRMINGAM, VALÊNCIA, DUBAI E MOSCOVO .**
- 2) O CONHECIMENTO DAS TENDÊNCIAS NAS ÁREAS DO DESIGN E MERCADOS EMERGENTES, NOS DIFERENTES PAÍSES PARA ONDE EXPORTAMOS.**

- CADA MERCADO NECESSITA DO SEU PRODUTO!

21

PORTUGAL :

3) A EVOLUÇÃO DE CULTURA INDÚSTRIAL DOS NOSSOS FABRICANTES NAS ÁREAS DA FORMAÇÃO, DA QUALIDADE E DO SERVIÇO.

4) AS DIFICULDADES DO MERCADO INTERNO CONDUZIRAM A QUE, AS EMPRESAS MAIS BEM PREPARADAS, SE VIRASSEM PARA OS MERCADOS EXTERNOS, COM MAIOR FLEXIBILIDADE DE PRODUÇÃO.

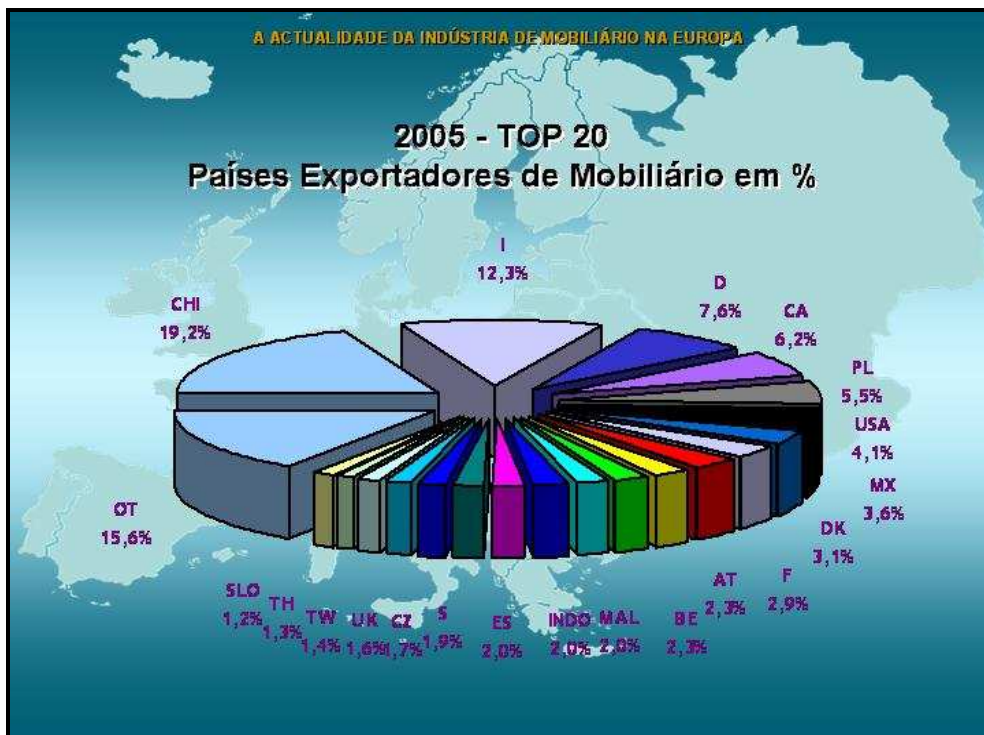




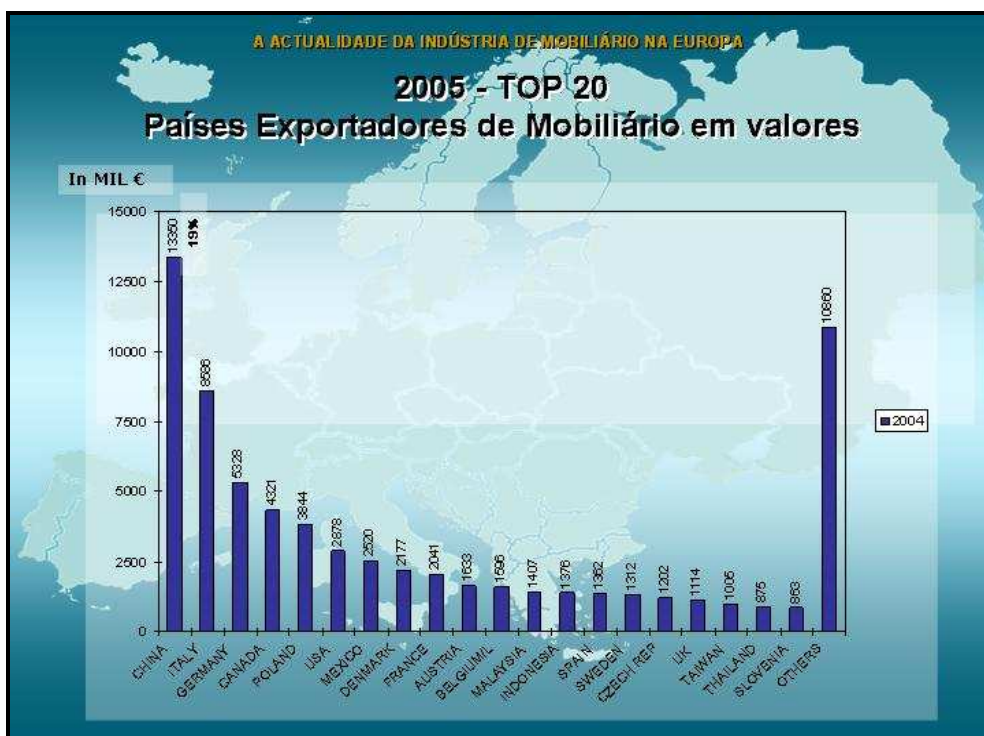
24



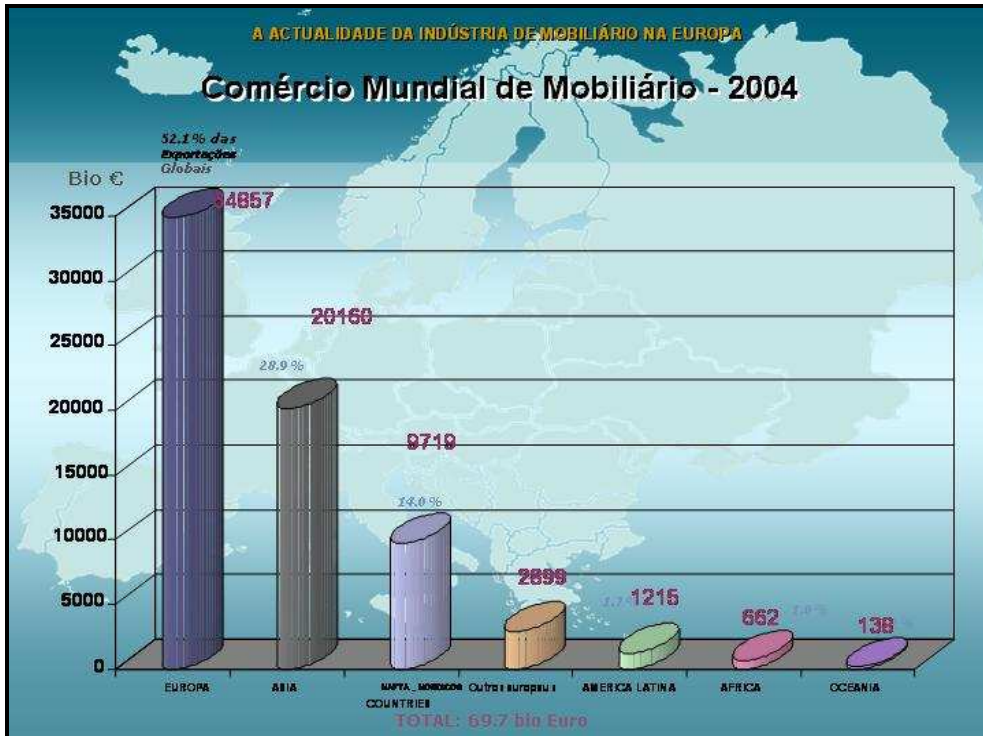
25



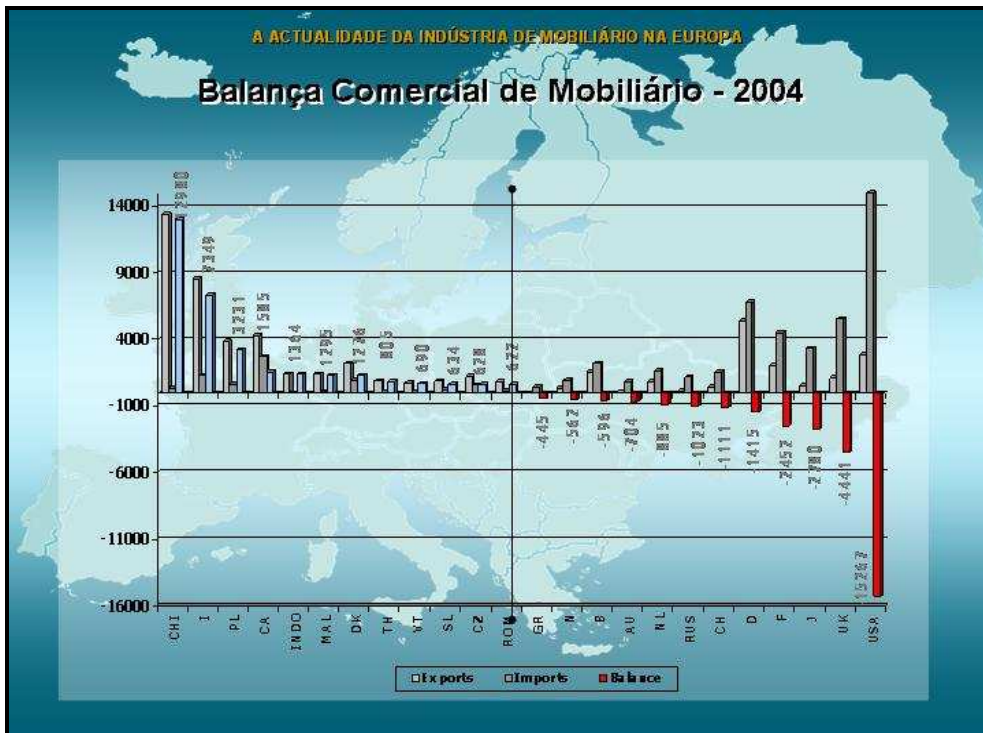
26



27



28



29

TAXAS DE IMPORTAÇÃO EM ALGUNS PAÍSES (2005)

- **Australia:** 5%
- **Brasil:** 18%+taxas variadas (mais de 20%)
- **Argentina:** 18%
- **Coreia:** 8%+taxa de luxo sobre produtos
- **India:** 15.15%+taxas adicionais (mais de 20%)
- **Indonésia:** 5% a 10%+taxa de luxo sobre produtos

30

TAXAS DE IMPORTAÇÃO EM ALGUNS PAÍSES (2005)

- **Africa do Sul** 12%
- **Egipto:** 40%
- **Rússia:** 20% ou (entre 0.5 e 0.8€/kg)
+ certificado de conformidade obrigatório
- **Ucrânia:** entre 6 e 15%

31

Dados disponíveis de 2005 sobre alguns países europeus



Varição da produção de mobiliário

Dados disponíveis de 2005 sobre alguns países europeus

- ✓ **Itália** – De acordo com os últimos dados, a produção diminuiu cerca de 2,2% mas mantém-se acima dos 20 biliões €, motivada pelo abrandamento das exportações (-2,5%) e pela estagnação do consumo doméstico, sendo que as importações aumentaram em 10,5%.
- ✓ **Alemanha** – Nos primeiros 11 meses a produção aumentou cerca de 1,7% atingindo os 15,4 biliões €, enquanto as exportações subiram 4,6% (dados dos primeiros 9 meses) atingindo 4,1 biliões €. Apesar destes bons resultados o desemprego aumentou no sector com a perda de cerca de 105.000 postos de trabalho e o encerramento de cerca de 1.100 empresas.
- ✓ **Reino Unido** – Comparativamente ao mesmo período de Janeiro a Julho de 2004 a produção diminuiu em 4,3%.
- ✓ **França** – Nos primeiros 10 meses de 2005 registou-se uma diminuição de produção de 0,7%.

Dados disponíveis de 2005 sobre alguns países europeus

✓ **Nota:** Países como a Suécia, a Noruega ou a Hungria registaram um aumento de 1,5%, 1,4% e 5,4% de aumento de produção, respectivamente.

As exportações Europeias de mobiliário registaram um aumento de 1,7% nos primeiros 9 meses de 2005, mantendo-se os Estados Unidos como o principal destino (22,5%). De realçar o grande aumento de exportações para a Rússia com um aumento de 12%, atingindo os 598 milhões € e o Canada com um aumento de 17% relativo ao mesmo período de 2004.

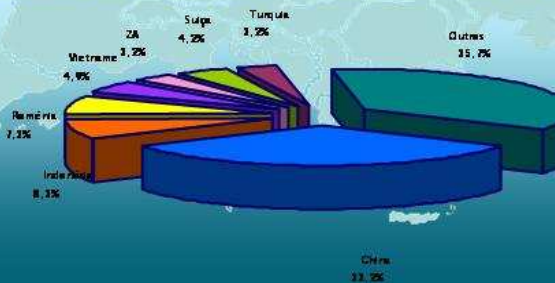


Dados disponíveis de 2005 sobre alguns países europeus

As importações Europeias de mobiliário registaram um aumento de 11,7% comparativamente a 2004 atingindo os 8,108 milhões €.

As importações da China continuam a aumentar astronómicamente registando mais 38% que em igual período de 2004.

Países como a Indonésia, Roménia, Vietname, Africa do Sul, Turquia e Suíça também viram aumentadas as suas exportações para a EU (25), sendo estes 7 países no seu total responsáveis por cerca de 65% das importações da EU.



PELA AMIZADE



PORTUGAL / BRASIL

OBRIGADO A TODOS...!!!

Jorge Balo

RELATÓRIOS REFERENTES AO SEMINÁRIO “PÓLO INDUSTRIAL DE MANAUS. OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTOS E ESTRATÉGIAS DE ATRAÇÃO. MINERAIS, COMPONENTES E NOVOS MERCADOS”

DATA: 30/09/2006

PAINEL 1 – Oportunidades de Investimentos – Minerais, Petroquímicos e Conexos; Capacidade de Absorção de Novos Empreendimentos, Ações de Atração de Investimentos – Minerais

RELATORA: Eugênia Valente, Economista, Técnica de Incentivos Fiscais da Secretaria de Estado de Planejamento e Desenvolvimento Econômico (SEPLAN)

Colaboradores: Dr. Jorge Garcez, Diretor da Federação das Indústrias do Estado do Amazonas (Fieam) e Consultor do Centro das indústrias do Estado do Amazonas (Cieam). Dr. Daniel Nava, Superintendente da Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais (CPRM).

Durante o Seminário, houve os seguintes eventos:

- Entrega de obras literárias específicas do setor mineral (aos representantes da SUFRAMA e do Governo do Amazonas):
 - 1) Guia do Investidor no Brasil – Mineral Negócios;
 - 2) Guia do Investidor na Amazônia – Distritos Minerais da Amazônia.
- Exposição com debates realizados pelas empresas com seus respectivos representantes legais: Petrobrás – Dr. Celso Murakamy; ALCOA – Dr. Antônio Henrique Pereira; Verena – Dr. Elmer Prata Salomão.
- Outras empresas que participaram do evento: Mineração Taboca; Companhia Vale do Rio Doce (CVRD); Mapex; GEOS; Mineração Sertão; Codelco do Brasil.

Palestra: Oportunidades de Investimentos Estratégicos para o Setor

Mineral

Palestrante: Dr. Miguel Antônio Cedraz Nery – Diretor Geral do Departamento de Produção Mineral (DNPM) do Ministério de Minas e Energia.

Focos Temáticos Centrais da Apresentação

- Atração de investimentos na área de geodiversidade para a Amazônia;
- A geodiversidade como estratégia de desenvolvimento sócio-econômico (IDH das áreas com empreendimentos minerais é superior ao IDH dos municípios que não possuem uma atividade mineral);
- Exemplos: Pará=0,720 versus Parauapebas= 0,740; Amazonas=0,713 versus Presidente Figueiredo=0,741 (20º lugar do am); Mato

Grosso=0,773 versus Juína=0,749; Amapá=0,753 versus Serra do Navio=0,743;

- Desafios da mineração na Amazônia:
- tecnológicos: ampliar o conhecimento geológico;
- sociais: privilegiar as populações originárias;
- Súmula da agenda mineral para o Amazonas:
- aproveitamento de óleo e gás na bacia do rio Solimões;
- extração de argila no município de Iranduba;
- possibilidades de extração de bauxita, calcário e gipsita nos municípios de Uruará, Nhamundá e Apuí;
- aproveitamento de óxidos (cassiterita, tantalita e columbita) no município de Novo Airão;
- extração de ouro e gemas nos municípios de Santa Isabel do Rio Negro e São Gabriel da Cachoeira;
- aproveitamento de nióbio no Morro de Seis Lagos, município de São Gabriel da Cachoeira;
- extração de silvinita nas bacias dos rios Madeira e Amazonas;
- aproveitamento de ouro e diamante no município de Manicoré;
- extração de ouro, diamante, columbita e tantalita em Barcelos.
- ambientais: compatibilizar unidades de conservação;
- infra-estrutura básica: decisões políticas;
- extração: informal e mineração legal;
- capital humano: educação e qualificação profissional;
- econômicos: mecanismos de atração de investimentos.
- Aumento das PPPs (Parcerias Público-Privadas);
- PIB mineral atual de 10,86%, comparado com 11% do nível mundial;
- Mineral: negócio representa 30% na balança comercial;
- O aumento no preço das *commodities* é um atrativo para novos investimentos;
- O Brasil está na 9ª posição em âmbito mundial em atração de investimentos (US\$ 7.000.000 em 2006);
- Necessidade de modernização da legislação federal no âmbito mineral;
- Investimentos em tecnologia e pesquisa;
- Geodiversidade e preservação ambiental – desestigmatizar a visão de que o setor é o vilão do meio ambiente e demonstrar que as áreas em que atua existe real compatibilidade entre preservação do meio ambiente e exploração mineral (imagens de satélite demonstram, por exemplo, que no Pará as áreas de mineração encontram-se pouco devastadas e de outras atividades econômicas, tais como agricultura e pecuária intensivas promovem extensas áreas de desmatamento e antropização).
- Defender a mineração como sustentação econômica para a Amazônia e como alternativa complementar ao modelo Zona Franca de Manaus no Amazonas.

Palestra: Gestão de Capital Intelectual para o Setor Mineral

Palestrante: Dr. Onildo Marins – Secretário Executivo da Agência para o Desenvolvimento Tecnológico do Setor Mineral (ADIMB)

Focos Temáticos Centrais da Apresentação

- A ADIMB é uma entidade sem fins lucrativos, criada para pesquisa em desenvolvimento tecnológico na área mineral, onde atua há dez anos;
- Parcerias com o governo federal/ universidades /empresas.
- Formação contínua de profissionais para o setor mineral;
- Cursos intensivos – uma ou duas semanas;
- MBA-Gerenciamento, economia e exploração mineral (parceria com a FGV);
- Projetos cooperativos - lançamento do livro com estudos estratégicos (10 depósitos minerais da Amazônia brasileira; Gargalos que dificultam a atividade na Amazônia; Propor linhas de ação para atuação do Ministério de Minas e Energia na Amazônia);
- Amazônia é o grande celeiro de depósitos minerais de classe internacional, portanto é área prioritária e estratégica para o desenvolvimento tecnológico do setor mineral em âmbito nacional;
- Necessidade de conhecer a Amazônia através de estudos científicos e com tecnologia de ponta na área mineral;
- A atividade mineral é o meio mais indicado para o desenvolvimento da Amazônia com a compatibilização da conservação ambiental;
- Atuar na interiorização do desenvolvimento sustentável com o mínimo dano ambiental, criando infra-estrutura gerada pela iniciativa privada (energia, hospitais, escolas, aeroportos, etc).

Palestra: Planejamento Estratégico para o Setor Mineral – Mapa Estratégico (Elaborado Conjuntamente pelo Centro das Indústrias do Estado do Amazonas - Cieam e Federação das Indústrias do Estado do Amazonas - Fieam)

Palestrantes: Dr. Jorge Garcez – Diretor da Federação das Indústrias do Estado do Amazonas (Fieam) e Consultor do Centro da Indústria do Estado do Amazonas (Cieam)

Dr. Daniel Nava – Superintendente da Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais no Amazonas

- Necessidade de políticas estaduais voltadas para o setor mineral;
- Elaboração do Mapa Estratégico – Parceria do Cieam e da Fieam (levantamentos, demandas e prioridades; busca de subsídios,

informações e de idéias para compor um plano de ação para o setor mineral no âmbito do governo estadual);

- O Mapa Estratégico da Indústria para o Setor Mineral não se encerra com o tempo e, sim, inicia um desafio principal: a implementação do próprio setor mineral como base econômica para o estado do Amazonas. É aqui que teremos que fazer a diferença.
- A indústria mineral brasileira não tem escolha. A única opção possível é ser uma indústria de classe mundial. De um lado, precisamos investir nas fontes que favoreçam a capacidade de inovação das empresas. De outro, temos de enfrentar problemas básicos de infra-estrutura e de um sistema tributário obsoleto.
- A estratégia de competitividade da indústria mineral brasileira é, portanto, complexa. É uma agenda com sobrecarga. Exige escolhas e opções que permitam maximizar o uso eficiente dos recursos minerais disponíveis. O Mapa da Indústria é um exercício de relações de causa e efeito. Educação e conhecimento são pilares do Mapa.
- O Mapa Estratégico pretende definir uma agenda para os próximos dez anos, permitindo às indústrias minerais assumirem a missão de liderar iniciativas na corrida do século XXI. Está sendo construído para ter permanência, independentemente de mudanças de governo.
- Visões sobre o Amazonas – 2015: Parque Industrial de Manaus consolida a política de desenvolvimento industrial com base nos recursos minerais e de óleo e gás do Amazonas.
- Alteração da atual política ambiental, por tratar-se de uma política de engessamento e imobilização dos recursos minerais existentes na Amazônia;
- As empresas do setor mineral precisam de no mínimo oito anos para a maturação, por tanto, no Estado, precisa-se, urgentemente, de uma política voltada para este setor.
- Investimentos para a vocação mineral do Estado buscando novas tecnologias e maior competitividade;
- Extração e processos industriais; utilização da silvinita para atrair indústrias de fertilizantes, indústrias químicas; caulim para empresas de construção civil e fabricação de papel-celulose;
- Apresentar as oportunidades do setor através do conhecimento da geodiversidade;
- A geodiversidade como fornecedora de matéria-prima para a verticalização das indústrias de componentes do PIM.

Exposição das Empresas

- Exploração e produção na Amazônia de recursos encontrados na geodiversidade amazônica;
- Investimentos na área de gás e energia – Petrobras;
- Investimentos na área de minerais – Mineração Taboca;
- Pagamento de tributos e royalties para as esferas municipal, estadual e federal;

- Investimentos em infra-estrutura, pesquisa em tecnologia etc.

Questões Emergentes dos Debates:

- Necessidade de política estadual para o setor mineral - urgente;
- Necessidade de investimentos na área de atração de investimentos;
- Necessidade de levantamentos geológicos;
- Programa de atração de investimentos industriais com base nos Arranjos Produtivos Locais de base Mineral e Óleo e Gás;
- Alteração na Legislação Estadual e Federal com relação à atração de Investimentos
- Política ambiental com conhecimento das potencialidades da geodiversidade;
- Interrupção imediata na criação de novas unidades de conservação.

Propostas do Seminário à Suframa:

- Novo seminário para aprofundar as questões analisadas, em parceria com o Cieam e a Fieam e o Ministério das Minas e Energia/Governo Federal;
- Maior articulação com o Ministério de Minas e Energias – Foco: Amazônia, celeiro de depósitos minerais nobres;
- Mais investimentos na área de atração de investimentos em âmbito nacional e internacional.

PAINEL 2 – Eletrônicos versus Não Eletrônicos; Commodities versus Estado da Arte; Indução Pública versus Privada – Componentes

Palestra: Componentes, Semicondutores – Idéias, Conceitos, Visão e Experiência da Empresa Freescale Semicondutores, Nacional e Internacional.

Palestrante: Dr. Antônio Calmon – Sales e Marketing – Diretor La South da Freescale Semicondutores, São Paulo (SP)

Focos Temáticos Centrais da Apresentação

- Dividir idéias, conceitos e experiências da empresa Freescale Semicondutores relativa a produção desse tipo de bem;
- Produção de Semicondutores no exterior – Investimentos; mão-de-obra; processo de produção, interesse e visão dos empreendedores internacionais quanto a importância do produto;
- Experiência da empresa Freescale em desenvolvimento de projetos e na produção de semicondutores em termos internacionais. (diversos países);
- Visão da empresa em relação ao desenvolvimento do produto semicondutores na região, especialmente no PIM;
- Fatores que mais impactaram o mercado de semicondutores no mundo;

- Link Indústria / Universidade na formação do capital intelectual que serve de mão-de-obra especializada na produção de semicondutores;
- Disponibilidade de talentos no Brasil com experiência na área de sistemas / projetos;
- Sistemas Tecnológicos complexos para produção de semicondutores;
- Modelo industrial para a fabricação de Semicondutores que engloba todo o processo, com o desenvolvimento do projeto, a fabricação e o encapsulamento do BEM;
- Modelo industrial que contempla apenas o desenvolvimento do projeto com fabricação terceirizada;
- Produtos que utilizam tecnologias que incluem os semicondutores;
- Exemplo da Freescale, 1ª empresa a montar um centro de projetos no Brasil (em Jaguariúna/SP) com cerca de 151 brasileiros fazendo projetos de Designer / Semicondutores para o mundo;
- O Segmento de Semicondutores e sua expressividade em termos de faturamento mundial (em 2005 foram 235 bilhões de dólares) com um crescimento esperado de 5,7% a.a;
- Fatores indesejáveis para o custo dos designers;
- Necessidades constantes de investimentos em capacitação da mão-de-obra; máquinas/equipamentos, novas tecnologias de processo e produto;
- Participação do governo (proatividade pública) e da indústria de forma profissional na atração de novos investimentos para a área;
- Reuso, ferramenta mais adequada;
- Evolução dos times (equipes) em termos de redução do tempo de elaboração de projetos/semicondutores (era de 12 meses, hoje leva-se de 2 a 3 meses no desenvolvimento dos projetos);
- Indústria de propriedade intelectual - mercado de licenças;
- Tendência elevada de erosão de preços no segmento de semicondutores.

Questões Emergentes dos Debates

- O Governo brasileiro possui muito incentivos destinados as áreas de microeletrônica, ainda desconhecidos por empreendedores. Há necessidade de que sejam concentrados em um guia prático, destinado a esse público, os incentivos existentes e como disponibilizá-los, enfocando principalmente a área de semicondutores no Brasil;
- Necessidade de se incentivar mais a elaboração de projetos, o desenvolvimento de produtos e à produção de semicondutores no Brasil.

Propostas do Seminário à Suframa

- Concentrar esforços na atração de investimentos na área de componentes, especialmente de semicondutores para o Pólo de Industrial de Manaus (PIM);
- Fomentar e apoiar a implantação de indústrias produtoras de componentes / semicondutores no PIM;

- Fomentar e apoiar a criação de centro de desenvolvimento de Sistemas;
- Estabelecer parcerias com universidades, centro de pesquisas, instituições públicas para formação de capital intelectual nas áreas de componentes / semicondutores;
- Elaborar guia de como fazer negócios na região;
- Investir continuamente em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos / processos.

Palestra: Componentes – Atração de Novos Empreendimentos e Capacidade de Absorção de Investimentos

Palestrante: Dr. Isac Alves Júnior – Diretor de Políticas Industrial e Comercial da Secretaria de Estado de Planejamento (Seplan)

Focos Temáticos Centrais da Apresentação

- Experiências e impressões na área de componentes;
- Capacidade de absorção de investimentos na região;
- Percalços e sobressaltos – como será o amanhã? (*made in China*; A.S.E.A.; ameaça mexicana; tigres asiáticos; *made in Japan*);
- O que buscamos? Agregação de valor local (incremento e capacitação de mão-de-obra; investimentos fixos; aquisição de novas tecnologias); Consolidação da cadeia de insumos (O trio “Qualidade-Quantidade-Custo”; *raw Material*; componentes básicos; partes e demi-partes);
- O que nos favorece? Posição geográfica (eixo Ocidental versus Oriental; localização estratégica Sul-americana; acordos comerciais vigentes e potenciais); pólos de bens finais maduro (pólos de Duas Rodas; domínio tecnológico de Eletroeletrônicos; mercado de bens de produção ativo; mão-de-obra amadurecida);
- O que nos aflige? Megatendência mundial (*global sourcing*; China; plano nacional de logística); área especialmente incentivada (visão do Pólo Industrial de Manaus no restante do país; Acesso a blocos comerciais em formação; dependência incondicional aos incentivos);
- Como será o amanhã? Indução pública; indução Privada; *expertise* em processos; parceiros de longo tempo; capacidade de reação às tendências externas;
- Lei de Incentivos Fiscais – oportunidades geradas; ações governamentais / indução pública;
- Desenvolvimento Regional – criação de renda; capital intelectual; geração de tecnologia; investimentos fixos;
- Mercado de bens de produção de usados (bens de capital reutilizados);

Questões Emergentes dos Debates

Destacou-se a importância de mobilização da indústria local, que deve estar preparada para atender à demanda no momento exato, com capacidade de produção adequada, com tecnologia, mão-de-obra e processos mundialmente

atualizados, além de qualidade e preços competitivos nos mercados nacional e internacional, estando sempre aberta à discussão.

Propostas do Seminário à Suframa

- Estabelecer parcerias Institucionais com, Centro de Pesquisas e Universidades, objetivando o incremento e a capacitação intelectual da mão-de-obra local;
- Fomentar a atração de novos investimentos industriais para o Estado, especialmente de componentes;
- Aquisição de novas tecnologias de processo e produto.

Data: 31/09/2006

PAINEL 3 – Experiência Internacional; Expectativa dos Mercados; Organismos de prospecção e Intercâmbios – Novos Mercados.

RELATOR: Francisco Antônio Carlos Neto. Secretaria de Planejamento do Estado do Amazonas (DPST/SEPLAN)

Palestra: Caso de sucesso – Empresa Panasonic

Palestrante: Dr. César Augusto Ueda – gerente da Panasonic

Objetivo: Discutir as condições de efetiva viabilidade empresarial, bem como as providências necessárias à viabilização das oportunidades de investimentos que se abrem no cenário da economia amazônica, vinculadas à exploração produtiva e sustentável de matérias-primas regionais, dentre outras, petróleo, gás natural e silvinita.

Focos Temáticos Centrais da Apresentação

1. Panasonic no Brasil e no mundo;
2. Breve histórico da Empresa (origem Matsushita);
3. Histórico do fundador;
4. Uma das maiores empresas produtoras de componentes do mundo; grupo com 638 empresas; fabricante de 15.000 dos mais diversos tipos de produtos; faturamento de 76 bilhões de dólares;
5. Duas fábricas no Brasil, sendo uma em São José dos Campos e a outra no PIM; início das atividades em 1967.
6. Fábrica de Manaus, produtos; 1.400 pessoas empregadas (1.161 funcionários e 225 terceirizados), início de produção 1981.
7. Exposição de vídeo sobre a empresa e produtos mundiais.
8. Visão geral do complexo Panasonic instalado no PIM.
9. Preocupação da empresa em atrair novas tecnologias, gerar emprego e renda, aliada sempre às questões ambientais e sociais de nosso Estado.

Questões Emergentes do Debate

Como se tratou de explanação de caso de sucesso de empresa produtora de bens eletroeletrônicos, instalada no PIM, não ocorreram propriamente debates ou questionamentos mas, reafirmações da representatividade da empresa no contexto das indústrias incentivadas do PIM e de sua vontade em continuar investindo firmemente em Manaus, buscando sempre novas tecnologias de processo e produto, tendo como visão de que são fundamentais ao desenvolvimento da indústria local o estabelecimento e a manutenção de políticas públicas para o setor (regras); qualificação de mão-de-obra, objetivando a capacitação intelectual da parte técnica e de produção disponível na região; disponibilização de infra-estrutura básica. Aspectos esses que certamente despertam o interesse de investidores nacionais e internacionais.

A presença de empresas e de marcas conhecidas internacionalmente no PIM representa um forte apelo na atração de novos investimentos especialmente de I.D.E. (investimentos diretos estrangeiros).

Propostas do Seminário à Suframa

Estabelecimento e manutenção de políticas públicas voltadas à atração de novos investimentos para o Pólo Industrial de Manaus, atendendo a aspectos fundamentais, que sensibilizem empreendedores/investidores como cumprimento de regras pré-estabelecidas; qualificação de mão-de-obra local; e disponibilização de infra-estrutura básica.

Palestra: Pólo Mobiliário/Moveleiro – Principais aspectos do Mercado Europeu

Palestrante: Dr.Jorge Brito – representante Egresso da Associação Portuguesa das Indústrias de Mobiliários e Afins (APIMA), Lisboa, Portugal

Focos Temáticos Centrais da Apresentação

1. Aspectos gerais da indústria do mobiliário/moveleira na comunidade europeia;
2. Diagnósticos e estatísticas internacionais relativas ao pólo mobiliário/moveleiro da Europa;
3. Capacitação de mão-de-obra - grande parte formada em escolas especializadas;
4. Breve histórico da indústria moveleira na Europa;
5. Comentários sobre a indústria mobiliária/moveleira brasileira, suas potencialidades, pontos fortes e necessidades;
6. Qualidade versus quantidade sob a ótica europeia;
7. Custos de transação na Europa;
8. Visão da Europa em relação ao Brasil, no tocante ao pólo mobiliário/moveleiro.

Questões Emergentes dos Debates

1. Exigências do mercado europeu na aquisição de mobiliário;
2. Qualificação/capacitação de recursos humanos;
3. Estudos de mercados, acesso, logísticas;
4. Orientação estratégica da empresa quanto ao produto a ser fabricado e ao consumidor final (atenção deve ser dada ao comportamento do cliente a ser atendido).

Propostas do Seminário à Suframa

As condições básicas para implantação de pólo moveleiro local/regional, passam obrigatoriamente pela especialização de Recursos Humanos; fabricação e comercialização adequadas de modo a superar incompatibilidades ou falta de qualidade do produto, frente às exigências dos clientes.