

# Inteligência competitiva

A ferramenta estratégica que coloca o mercado na palma da mão



# interação

Publicação mensal, produzida e editada pela Unidade de Comunicação Social do Sistema Indústria (Unicom)

Instituto Euvaldo Lodi (IEL)  
Presidente do Conselho Superior:  
Armando Monteiro Neto

Diretor-geral:  
Paulo Afonso Ferreira

Superintendente:  
Carlos Cavalcante

Reportagem:  
Daniele Santoro, Fábila Galvão, Gilberto Severo,  
Gustavo Faleiros, Maria José Rodrigues,  
Mário Câmara e Salete Silva

Projeto:  
Renato Benício

Produção gráfica:  
textodesign

Capa:  
Liquidlibrary

SBN, Quadra 1, Bloco B, lote 24  
Edifício Confederação Nacional do Comércio  
9º andar, CEP 70041-902, Brasília (DF)  
Telefone: 61 3317-9080 - Fax: 61 3317-9360  
[www.iel.org.br](http://www.iel.org.br)



# 191

Fevereiro de 2008

**3** **Editorial**  
Inteligência para a  
competitividade

**4** **Entrevista**  
O sucesso empresarial  
está no planejamento

**6** **Gestão**  
Conhecimento estratégico  
cresce no Brasil

**9** **Regional**  
IEL/PA certifica  
fornecedores

**10** **Meio Ambiente**  
Feira abre portas  
a brasileiros

**12** **Internacional**  
Indústrias no mercado  
de crédito de carbono

**14** **Notas**

**Inovação** – O Congresso Paranaense de Integração Universidade, Centro de Pesquisa e Empresa – Integra 2008 será realizado de 11 a 13 de março, em Londrina. Com o tema Educação + Inovação Tecnológica = Desenvolvimento, o encontro tem como meta promover a integração entre setores voltados para a inovação na indústria, colocando em contato estudantes, professores e profissionais de pesquisa e desenvolvimento ligados à criação de novos produtos. Informações: [www.3integra.com/integra](http://www.3integra.com/integra)

**Reconhecimento** – Estão abertas as inscrições para o Prêmio Professor Samuel Benchimol. O objetivo da iniciativa é promover projetos de interesse empresarial e reconhecer pessoas e entidades que se destacaram em atividades para o desenvolvimento sustentável da Amazônia Legal. Os interessados podem se inscrever até 20 de junho. Informações no site: [www.amazonia.desenvolvimento.gov.br](http://www.amazonia.desenvolvimento.gov.br)

**Gestão** – A Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica (Abipti) oferece o curso Gestão Tecnológica para Empresários, de 10 a 12 de março, em Brasília. O propósito é oferecer uma visão prática do tema no novo contexto da Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior. Informações: (61) 3348-3122.

**Qualidade** – Até 14 de março estão abertas as inscrições para o Prêmio da Qualidade e Gestão 2008, desenvolvido pelo Programa Pernambucano da Qualidade. A iniciativa conta com o apoio da Federação das Indústrias do Estado, SENAI e Sebrae. Podem participar empresas públicas e privadas. A expectativa é que 50 empresas disputem o prêmio neste ano. Entre os critérios analisados estão a implementação de práticas gerenciais adequadas à norma de excelência e estágio de desenvolvimento dentro do mesmo princípio. Informações: [www.propeq.org.br](http://www.propeq.org.br)

# Crescimento

# Desafiador

**A** Rede de Competências do Sistema Indústria, coordenada pelo IEL, e a Financiadora de Estudos e Projetos, em parceria com a Unidade de Comércio Exterior da Confederação Nacional da Indústria e o Instituto Sagres, promoveram nos meses de novembro e dezembro a primeira capacitação de gestores dos centros internacionais de negócios (CIN). O programa foi realizado na Universidade da Indústria, em Curitiba, e reuniu 40 representantes do CIN de todas as regiões do País em cursos sobre as funções, fluxo e teorias que envolvem o pensamento estratégico.

A escolha do tema foi pautada por demandas identificadas pela Rede de Competências, que organiza e produz informações estratégicas sobre o setor de produção para auxiliar tanto no planejamento e tomada de decisão de empresas como para a formulação de políticas industriais focadas no desenvolvimento tecnológico e de comércio exterior. Essa rede integra o grupo de estudos e prospecção, o de serviços oferecidos pelo Sistema Indústria e o de observatórios para o desenvolvimento do setor.

As prospecções revelaram que, no Brasil, apenas 1.370 organizações contam com áreas ou consultoria permanente na área de inteligência competitiva, um conjunto de técnicas e modelos para a análise do ambiente de negócios, de acordo com dados da Associação Brasileira dos Analistas de Inteligência Competitiva. Essas técnicas se traduzem num programa sistemático de coleta e interpretação de

MIGUEL ÂNGELO



**Inteligência competitiva é fundamental para garantir a sustentabilidade das empresas**

informações sobre o mercado, que permite às empresas definir metas de médio e longo prazos, avaliar o desempenho no âmbito do segmento de negócio, antever oportunidades e riscos. Trata-se de ferramenta estratégica para a prospecção de cenários e de tendências de fundamental importância para garantir a sustentabilidade das empresas.

As 500 maiores companhias norte-americanas já têm uma área ou um profissional dedicado a monitorar o mercado. No Brasil, os primeiros núcleos empresariais de inteligência competitiva começaram a se formar na década de 90, mas essa estratégia de gestão só ganhou impulso nos últimos dois anos, quando o número de adesões cresceu 64%. O País, no entanto, ainda ocupa a 57ª posição no ranking mundial, realizado com base em Índice de Crescimento Competitivo, que é liderado pela Finlândia, Estados Unidos e Suécia. Há, portanto, um vasto campo a ser explorado pelas empresas brasileiras no que diz respeito à

gestão estratégica proativa, à inovação nos negócios e, conseqüentemente, à competitividade. O curso de capacitação promovido pela Rede de Competências do IEL representa um avanço nessa direção. ■

**Carlos Cavalcante**  
Superintendente do IEL

# Cenário

# Planejado

As empresas têm investido na educação executiva para obter melhores resultados

O professor norte-americano Scott Snyder, *senior fellow* de Ciências da Gestão da Wharton University of Pennsylvania, a mais antiga escola de negócios dos Estados Unidos, foi convidado pelo IEL para falar sobre três assuntos nos quais é especialista: estruturação da decisão, planejamento por cenários e administração da incerteza. O professor veio ao Brasil em dezembro para ministrar palestras sobre Orientação Estratégica, uma das competências que o SENAI desenvolveu para os seus diretores-executivos regionais, no curso Liderança Estratégica Orientada ao Mercado, coordenado pelo IEL, em parceria com a Wharton School. Em maio, em Filadélfia, Estados Unidos, ele ministrará aulas durante o programa *Estratégia e Inovação nos Negócios*, também desenvolvido pelo IEL, em parceria com a instituição norte-americana, para executivos e gestores empresariais.

Snyder é presidente e COO (Chief Operating Officer) da Decision Strategies International, empresa líder de consultoria com foco em planejamento estratégico por cenários e tomada de decisão. Casado, quatro filhos e quase 20 anos de experiência na área, a aparência serena dele não lembra nem de longe a de um executivo importante e cheio de afazeres. Quando perguntado sobre sua tranquilidade, o professor diz que se deve à capacidade de planejar tudo e à base familiar, que ainda conta com dois cães da raça Labrador para

compor a tradicional família americana. Confira a entrevista exclusiva à revista *Interação*.

**O senhor percebeu alguma diferença expressiva entre os executivos brasileiros e os de outras partes do mundo?**

**Scott Snyder:** Eu acredito que os brasileiros têm a mente aberta para idéias, bem diferente dos americanos, europeus e asiáticos, que são meio fechados para aprender. O bom é que eles não prejudgam um modelo como o melhor, estão muito interessados em aprender todos. Por outro lado, acho que os brasileiros precisam explorar o mundo lá fora, entender alguns fatos importantes que afetam o Brasil e quais são os impactos desses acontecimentos globais.

**O senhor acha que os fatos que afetam os cenários empresariais são os mesmos no mundo todo?**

**Snyder:** Coisas como a globalização ou dispersão de informação, a escassez de energia e de recursos são problemas que todo país deve se preocupar, mas existem problemas locais muito significativos que precisam ser resolvidos. Na América Latina há assuntos específicos, como os de Cuba e a extensão do socialismo; nos EUA há o terrorismo, entre outros. Esses cenários afetam diferentes países de formas peculiares.

**Gostaria que dissesse algo sobre competência essencial...**

**Snyder:** As empresas acham



que têm certas coisas como *marketing* ou engenharia ou profissionais extremamente qualificados, mas descobrem que os seus concorrentes têm a mesma coisa, e são tão bons quanto elas. O que realmente faz você vencer e ter sucesso é o planejamento do cenário. É pensar do que precisará no futuro e qual o tamanho do hiato entre o que tem hoje e o que terá.

### **E quais seriam os fatores principais para o sucesso?**

**Snyder:** Esses fatores são: o que eu preciso para vencer no futuro e, no cenário que estamos olhando, quais são os múltiplos futuros existentes? A Southwest Airlines decidiu ser a melhor no que diz respeito ao preço baseado no combustível, assegurando o menor custo nesse item, traçando metas financeiras, fazendo com que perdesse menos dinheiro como empresa aérea. Então, você deve olhar para o futuro e decidir em que investir, optando pelo melhor cenário. O segredo é o equilíbrio entre compromisso e estratégia. Como você não pode prever o futuro, deve adquirir compromissos e executá-los em vários tipos de cenários, mantendo a flexibilidade; o mundo muda, e você deve estar conectado a várias estratégias para chegar ao sucesso.

### **Qual a importância da educação executiva para o mundo competitivo de hoje?**

**Snyder:** O *marketing*, hoje em dia, é tão global que é muito fácil copiar o que o outro está fazendo. Então, facilmente copia-se um produto ou qualquer outra coisa. Portanto, a única maneira de se diferenciar é com liderança, com pessoas talentosas em sua equipe. As empresas já perceberam isso e precisam de executivos com habilidades diferenciadas para identificar talentos pelo mundo, para lançar produtos em novos mercados e tomar decisões mais rapidamente. Acredito que as empresas têm investido muito mais

na educação dos seus executivos e no seu treinamento para obter melhores resultados a médio e longo prazos.

### **Quais são os erros mais comuns cometidos por executivos quando desenvolvem cenários?**

**Snyder:** Um desses é que eles não pensam o suficiente, acham que têm pouco tempo, descartam mudanças radicais no mercado. Acreditam que as mudanças não são possíveis e, muitas vezes, elas podem acontecer. Às vezes, eles não vão longe o suficiente. Outra coisa é quando decidem colocar um peso maior em um cenário, por querer que seja a tendência, e não no que realmente é o mais importante. Então, os executivos tentam convencer a si mesmos que o mundo está indo na direção que eles querem que vá. Grandes empresas – como a Microsoft e a GE – e até o governo dos Estados Unidos acham que podem moldar o mundo para uma mesma direção. Ou seja, cometem um erro crucial.

### **Qual é o seu conselho para os executivos brasileiros?**

**Snyder:** São dois. Primeiro, assegure-se de ter uma visão de fora do Brasil, veja-o como um concorrente, um país parceiro ou uma empresa. E, segundo, reconheça as oportunidades que há num mercado único, com uma enorme população, ajudando a economia a correr mais riscos em áreas novas como biotecnologia, pesquisas científicas ou nanotecnologia, identificando novas oportunidades, não só as que você vê agora. ■

Snyder: os brasileiros têm a mente aberta



# Inteligência Competitiva

A ferramenta estratégica das maiores companhias do mundo pode ser a chave do sucesso para empresas brasileiras

**C**resce no Brasil o número de empresas que usam a inteligência competitiva. A ferramenta, que serve para gerar conhecimento estratégico que subsidia a tomada de decisão e potencializa o alcance de metas da organização, começou a ser usada no País nos anos 90, quando foram formados os primeiros núcleos empresariais de inteligência competitiva. Atualmente, cerca de 1.370 organizações possuem setores ou consultorias permanentes dessa

estratégia no Brasil. De acordo com a Associação Brasileira dos Analistas de Inteligência Competitiva, esse número representa um crescimento de 64% nos últimos dois anos.

O índice aponta uma tendência, mas também revela que a vocação nacional de exploração do conhecimento estratégico ainda pode ser maior. Segundo o relatório publicado pela Fundação Dom Cabral sobre o Índice de Crescimento Competitivo, o Brasil aparece em 57º lugar no *ranking* mundial. Nas primeiras

LUCIANO LEAL



Na Vallée, inteligência competitiva foi diferencial para a expansão

posições, estão a Finlândia, os Estados Unidos e a Suécia e, na América Latina, o Chile tem a economia que mais se destaca, em 22º lugar.

A partir do processo que inclui coleta, tratamento, análise e disseminação de informações, um núcleo de inteligência competitiva é capaz de prospectar cenários e tendências de mercado, ampliando a atuação da organização e garantindo a longevidade dos negócios. Historicamente utilizado em guerras, práticas políticas e conflitos de interesse, esse conhecimento permeia a realidade contemporânea dos negócios, marcada pela existência de um ambiente globalizado e pela constante superação tecnológica. No Brasil, a consciência do pensamento estratégico pode ser verificada a partir do século XVIII, mas ainda é relativamente recente no meio empresarial.

Vale do Rio Doce, Embraer, Correios e Rede Globo são exemplos de empresas brasileiras que aderiram à estratégia reconhecida mundialmente pelo meio empresarial. "Se o projeto de estruturação do núcleo de inteligência competitiva for bem estruturado e implementado, é possível obter grandes resultados em seis meses. Depois de um ano, a área atinge um estágio de maturidade que possibilita ampliar sua atuação e os resultados gerados", afirma o consultor da MKM Consulting Mauro Martins. A consultoria atende grandes empresas estatais, multinacionais e transnacionais que desejam inserir a inteligência competitiva em seu cotidiano.

Martins explica que normalmente as empresas buscam uma orientação de estratégia competitiva quando são fortemente pressionadas pela concorrência ou num processo de expansão – internacionalização, exploração de novos mercados, abertura de novas unidades, entre



Marchi: conhecimento estratégico permitiu ampliação de mercados

outras. "Com inteligência competitiva, é possível antever oportunidades e riscos. Esse diferencial pode definir quem vai estar dentro ou fora do mercado", destaca o consultor.

#### O PROCESSO

A informação de domínio público, gerada em fontes confiáveis e abundantes, é a base da construção estratégica, e deve ser obtida por vias totalmente éticas e legais, práticas que diferenciam a inteligência competitiva da espionagem industrial. No caso da multinacional de tecnologia Siemens, fazem parte do primeiro diagnóstico conteúdos midiáticos, pesquisas setoriais, dados sobre empresas concorrentes e outras informações do mercado.

Depois da seleção criteriosa e da análise crítica desse material, o núcleo responsável desenha possíveis cenários e tendências. A partir dessa prospecção, são apontadas as estratégias, estreitamente relacionadas à esfera de atuação da empresa. A conclusão do ciclo de inteligência competitiva é a disseminação da informação aos dirigentes

da empresa responsáveis pelas tomadas de decisão.

A aplicação da inteligência competitiva implica diretamente o posicionamento de mercado das organizações. Em 2007, a Siemens recebeu um volume de pedidos 26% maior em comparação ao de 2006, que totaliza um aumento de R\$ 46 milhões. Os resultados promovidos pela inteligência competitiva superam os dados quantitativos e podem ser verificados na própria cultura organizacional das corporações, em que as mudanças de perspectiva empresarial implicam decisões mais conscientes e competitivas.

Para a Unilever, multinacional anglo-holandesa e o terceiro maior grupo de bens de consumo do mundo, a inteligência competitiva permeia a estratégia para o lançamento de novos produtos, passa pela avaliação de mercado e influencia até a criação de peças publicitárias. O setor responsável pelo conhecimento estratégico destaca o caráter transparente das informações coletadas: a ética é um pilar do processo. Depois de alinhar as peças e entender a figura formada, é possível estruturar visões à nova informação de valor. O investimento em inteligência competitiva aliado a outras estratégias do grupo garante seu posicionamento. Atualmente, a Unilever é líder no Brasil em vendas de produtos alimentícios, de higiene e limpeza.


#### INDÚSTRIA PREPARADA

A Confederação Nacional da Indústria (CNI) reconhece a importância da aplicação da inteligência competitiva no Sistema Indústria. A partir de uma iniciativa da Rede de Competências do Sistema Indústria, coordenada pelo IEL, e da Financiadora de Estudos e Projetos, em parceria com a CNI, nos meses de novembro e dezembro, foi realizada a primeira capacitação em inteligên-



cia competitiva para gestores dos centros internacionais de negócios. As duas etapas do programa foram na Universidade da Indústria, em Curitiba. Os eventos reuniram representantes de todas as regiões brasileiras para aprofundar fluxos, funções e teorias relativas aos conhecimentos que envolvem a construção do pensamento estratégico.

A inteligência competitiva pode ser eficaz em empresas de todos os portes e serve como ferramenta de crescimento dos negócios. No caso

da Vallée, empresa de médio porte de origem mineira especializada em produtos veterinários, o conhecimento estratégico foi o diferencial necessário à sua expansão. A indústria implementou a inteligência competitiva em sua cultura organizacional, a partir de uma consultoria permanente. “Hoje a empresa já conquistou os mercados do Sul, Sudeste, Nordeste e Centro-Oeste e está representada com sete filiais nessas regiões”, comemora o presidente da empresa, Sérgio Marchi. 

## CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

O presidente da Associação Brasileira dos Analistas de Inteligência Competitiva (Abraic), Julio Reis da Costa (foto), explica como e por que o conhecimento estratégico faz a diferença no posicionamento de mercado.

**Que ganhos concretos as micro, pequenas e médias empresas podem ter investindo em inteligência competitiva?**

**Costa** - A inteligência competitiva pode contribuir para que as empresas tenham a melhor compreensão dos seus mercados de atuação e das variáveis externas que impactam seu desempenho. Possibilita desenvolver ações para aumentar a capacidade de competir ou mesmo crescer de forma sustentada, condição indispensável para ampliar o ciclo de vida das organizações. De uma maneira muito prática, a inteligência competitiva pode auxiliar a empresa a ter acesso a novos mercados, desenvolver novos produtos ou serviços e melhorar seu posicionamento.


**Como o investimento em inteligência competitiva pode ser efetivado?**

**Costa** - O investimento para implantação de uma área de inteligência pode começar com a contratação de um profissional experiente. Um computador com internet viabiliza o acesso gratuito a muitas bases de dados, ou seja, possibilita o início da etapa da coleta. Dos fluxos de informação provenientes das redes de relacionamento da empresa – clientes, fornecedores, parceiros e associações das quais participa – é possível extrair informações preciosas. Esses recursos podem ser alcançados com baixos investimentos financeiros, mas é essencial que os gestores estejam conscientes da importância de fomentar uma cultura de inteligência competitiva. Um recurso vital para o sucesso dos negócios num ambiente dinâmico, cada vez mais incerto e concorrido.

**Como a Abraic atua nesse sentido?**

**Costa** - A Abraic oferece capacitações e estamos trabalhando num projeto para formação e certificação profissional. Entre os próprios associados, encontram-se profissionais capazes de realizar um excelente trabalho, tanto em termos de capacitação quanto projetos para implantação de práticas de inteligência competitiva.

**O que um empresário interessado deve fazer para implementar a prática no cotidiano e na cultura organizacional da sua empresa?**

**Costa** - Inicialmente, ele deve ter uma noção clara do assunto – seus princípios, metodologias e potencialidades – para que não crie idéias equivocadas e expectativas irreais. A inteligência competitiva é uma ferramenta em ascensão nas organizações e tem proporcionado resultados diferenciados para muitas empresas ao redor do mundo. Entretanto, para alcançar esses benefícios é necessário transformá-la em processo sistematizado, iniciado a partir de um plano de ação em que estejam contempladas necessidades, objetivos e resultados pretendidos, bem como a forma de avaliar as ações realizadas. 



MARCOS REIS DA COSTA



## Certificação

# Abrangente

**O**s investimentos na indústria do Pará deverão chegar a US\$ 8,2 bilhões até 2010, com a criação de 35 mil empregos. Sem a capacitação das empresas locais, muitas oportunidades de negócios poderiam ir para outros Estados. Os empresários percebem o risco e estão investindo em qualificação para a competitividade. O principal trunfo é o *Programa de Certificação de Empresas (Procem)*, uma iniciativa do *Programa de Desenvolvimento de Fornecedores (PDF)*, da Federação das Indústrias do Pará (Fiepa), que em 2007 emitiu dez certificados no Estado e este ano serão mais 80.

“Para a indústria do Pará, o Procem é mais importante que a ISO porque é mais abrangente”, diz Mário Sérgio Ismael, presidente da Transglobal, companhia de logística com 235 empregados diretos e 295 indiretos. Ele informa que o selo inclui meio ambiente, pessoal, tecnologia, qualificação, tributos e impostos. “Não tem certificação com todos esses componentes juntos”, acrescenta.

Uma das dez empresas aprovadas pelo Procem em 2007, a Transglobal levou 16 meses para adequar sua gestão às exigências do programa. “Um dos grandes desafios foi introduzir na empresa a conscientização da necessidade de um trabalho de gestão do meio ambiente de maneira sustentável, com ações contínuas e permanentes”, conta o empresário.

Lançado em 2002, o Procem concedeu as 12 primeiras certificações em 2003. O programa foi retomado

DIVULGAÇÃO



Ismael: certificação do IEL é mais importante que a ISO

em 2005, coordenado pelo PDF/Fiepa e pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), além da participação de empresas mantenedoras. O IEL assumiu em 2007 a coordenação e será responsável pelos próximos reconhecimentos. “Já temos 80 empresas participantes que iniciaram os trabalhos no Módulo I de Qualidade e Produtividade”, informa Evandro Diniz, coordenador técnico do PDF. A expectativa é certificar esse grupo até o final de 2008.

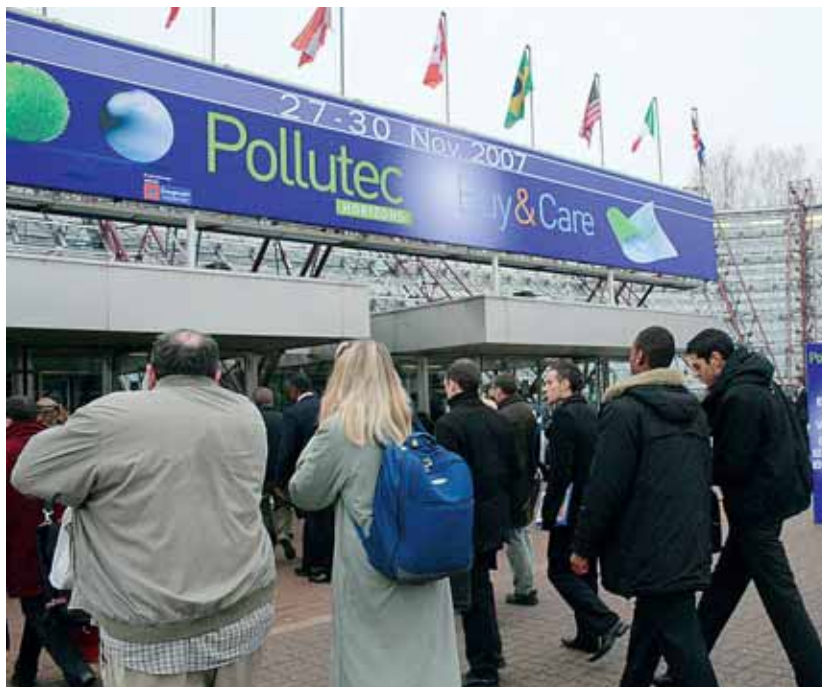
As empresas são atestadas em mais dois módulos: Segurança, Saúde e Meio Ambiente, e Tributos e Impostos. “O programa dá capacitação e aprimoramento da gestão para o desenvolvimento não só da indústria, mas do Estado do Pará”, diz o superintendente do IEL/PA, Carlos Auad. Uma das novidades na nova etapa

é a Comissão de Acompanhamento, que contribui para tornar mais ágil o processo de capacitação.

Integrada por empresas como Alcoa, Vale, Celpa, Imerys RCC e Sebrae, a comissão é um canal entre fornecedores e mantenedoras. “Além de observar se as metas estão sendo cumpridas, oferece informações, subsidia e aproxima os fornecedores do programa”, explica o diretor da Imerys e presidente da Comissão de Acompanhamento, Sérgio Rosas. Além da Transglobal, foram incluídas em 2007 a BMT Engenharia, Endicon, Engenorte, Engeterra, Hytec Automação, Jardim e Cia, Metamont, Oyamota e Terraplena. Empresas de todos os portes serão beneficiadas. “Para nós compradores, é a certeza de ter uma parceria saudável”, salienta Rosas.

# Questão de Sobrevivência

Feira Internacional de Tecnologias Limpas rende bons negócios para brasileiros



DIVULGAÇÃO

Cerca de 40 mil pessoas visitaram a Pollutec, em Paris

**P**aris – Em um mundo cada vez mais preocupado com o meio ambiente e as mudanças climáticas, a responsabilidade ambiental das empresas é vista como um valor agregado ao produto. Alimentos orgânicos, produtos reciclados e lâmpadas que consomem menos energia são apenas algumas das mercadorias cada vez mais procuradas pelo consumidor moderno. Muitos industriais e empresários já se deram conta disso e investem pesado em produções mais limpas que protejam o meio ambiente. Produzir causando o menos possível de desgastes ao planeta é o objetivo da Pollutec Horizons, a maior feira de tecnologias limpas do mundo, que este ano foi realizada

em Paris e mais uma vez contou com participação brasileira.

As últimas novidades do mercado de tecnologias limpas estiveram expostas no Parc des Expositions de Villepinte, de 27 a 30 de novembro de 2007. Como a cada ano, o número de visitantes cresceu. Nesta edição, cerca de 40 mil pessoas passaram pelo evento; um aumento de 10% em relação a 2006, quando a feira foi realizada em Lyon, seguindo a tradição de alternar-se entre as duas cidades anualmente.

Nesta última edição em Paris, a comitiva brasileira contou com aproximadamente 40 empresários de todo o País e foi organizada pela CNI e pelo IEL, com o apoio da Organização das

Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial (Onudi).

O *stand* brasileiro montado na feira serviu como sala de reuniões e ponto de encontro entre empresários nacionais e estrangeiros. E quando a barreira lingüística era um problema, tradutores estavam à disposição para facilitar o diálogo e ajudar a fechar negócios. Segundo o gerente executivo de Competitividade Industrial da CNI, Maurício Mendonça, esse tipo de iniciativa é uma estratégia de longo prazo. “Em geral, o empresário brasileiro é muito voltado para o mercado interno”, destacou.

Para reverter esse quadro, diversas rodadas de negócios foram realizadas durante a Pollutec, com a participação de empresários europeus e brasileiros. O objetivo foi identificar oportunidades de parcerias e negócios, além de mostrar que o Brasil também tem potencial para exportar tecnologia e prover soluções globais que respeitem o meio ambiente.

Veterano da Pollutec, Ricardo José Barros, sócio da Ambiensys, empresa especializada na criação e implantação de soluções ambientais, aproveitou a oportunidade para fechar negócios nesta que foi sua quinta participação na feira. O empresário ficou feliz com a recepção dos outros expositores em relação à tecnologia que desenvolve: o descarte adequado de lâmpadas fluorescentes inservíveis. Ele aproveitou a viagem e de Paris foi até Lyon, no sudeste da França, onde assinou contrato para a distribuição de seu sistema Bulbox em cinco países da Europa. Além disso, Barros também vai negociar no Brasil equipamentos de uma empresa francesa, consolidando o intercâmbio entre os dois lados do Atlântico. “No ano que vem voltaremos à Pollutec, mas desta vez com um *stand* próprio, onde poderemos mostrar nossas máquinas”, planeja.

A Vale também participou do evento em Paris. Segundo Neize Ge-

rude, da Divisão de Meio Ambiente da empresa, ela chegou à Pollutec em busca de novas tecnologias para tratamento de afluentes, desenvolvimento limpo e tratamento de resíduos, para, a partir daí, desencadear projetos.


Neize foi também uma das participantes de outro evento organizado pela CNI em parceria com a Onudi. Um grupo de empresários conheceu o Pólo de Competitividade Eco-Industrial de Poitou-Charentes, criado em 2006 e que tem como objetivo o desenvolvimento da inovação e da competitividade das empresas da região. O pólo reúne mais de 170 empresas e conta com a parceria de universidades francesas, em um trabalho conjunto em busca de inovação no setor eco-industrial. Os empresários e os representantes de indústrias brasileiras puderam ver como funciona a parceria, que não tem paralelo no Brasil.

#### CONTRA A POLUIÇÃO

O forte crescimento das economias emergentes soou o alerta sobre o aumento do consumo mundial de

produtos e a conseqüente exploração dos recursos naturais e geração de detritos. Como um dos motores do novo panorama econômico global, o Brasil, junto com a China e a Índia, tem papel de destaque na preservação do meio ambiente e no desenvolvimento de tecnologias limpas.

A importância do Brasil nesse cenário foi vista nos debates, entrevistas e palestras realizadas durante a feira. Em 2007, o País consolidou sua participação e os representantes da CNI foram convidados para participar de diversos eventos da Pollutec.

A questão energética é sem dúvida a principal bandeira brasileira na luta contra a poluição do planeta. Isso pôde ser constatado pelo grupo de empresários na Pollutec. Eli Medeiros, presidente da Ecologis, consultoria de São Luís do Maranhão especializada em direito e desenvolvimento ambiental, viu a importância do tema quando dizia que era brasileiro. “Sempre que se fala no Brasil os empresários vêm perguntar sobre o País. Há um interesse muito grande, principalmente no setor de energias renováveis”, afirmou. 



Barros: na mesma viagem, participação na Pollutec, em Paris, e assinatura de contrato em Lyon



# Responsabilidade Climática

Setor privado tem papel central no combate ao aquecimento global, mostrou conferência em Bali

Evento lançou nova rodada de negociação entre países

Entre os dias 3 e 14 de dezembro de 2007, os olhos do mundo estiveram voltados para a ilha de Bali, na Indonésia. Lá estava sendo realizada a 13ª Conferência das Partes da Convenção das Nações Unidas sobre a Mudança do Clima (COP 13), reunião que lançou uma nova rodada de negociações sobre compromissos que os países terão de assumir para reduzir as emissões de gases estufa. Duas indicações muito importantes foram dadas em Bali sobre como será o período futuro de políticas climáticas. A primeira é que os países

desenvolvidos, como Japão e Estados Unidos, terão de assumir duras metas de combate às emissões. Em segundo lugar, destaca-se a definição de que economias emergentes, como o Brasil e a China, embora sem metas, deverão implementar planos nacionais de combate à mudança do clima.

Em ambas as questões, o papel e a participação do setor industrial serão fatores decisivos. Eles poderão ser concretizados tanto por meio da transação dos chamados créditos de carbono, o mecanismo de mercado criado na Convenção do Clima, em Quioto, Japão, em 1997, para in-

ROD HARRISON





centivar investimentos em energias limpas, como em ações diretas de mitigação da poluição. De acordo com as Nações Unidas, o mercado de créditos de carbono está extremamente aquecido. Até agora, a ONU já autorizou a comercialização de 100 milhões de toneladas de carbono em forma de certificados. Isso significa que entre 2008 e 2012, quando vai vigorar o Protocolo de Quioto, haverá um mercado que movimentará entre US\$ 5 bilhões e US\$ 10 bilhões.

O que se negociou em Bali foi como será esse mercado quando iniciada a segunda fase de Quioto, em 2013. China, Índia e Brasil são os países hoje que mais recebem investimentos de projetos de energia limpa. Essas transações são feitas por meio do mecanismo de desenvolvimento limpo, o instrumento da ONU que permite que os países ricos descontem parte de suas metas de redução de emissões criando projetos em nações emergentes. Na opinião de Marc Stuart, um dos fundadores da Ecoscurities, considerada a principal empresa do mercado de carbono, a demanda por projetos de energia renovável vai continuar a crescer. Ele lembra que a segunda fase de Quioto poderá ter a participação dos Estados Unidos, o maior emissor de gases de efeito estufa do planeta e que até hoje não ratificou o protocolo. “Estou certo que com a mudança do governo de George Bush haverá uma mudança significativa nas políticas de combate ao aquecimento”, analisou.

A indústria brasileira, nos últimos anos, vem se preparando para encarar o desafio do mercado de créditos de carbono. Segundo o diretor do Conselho Temático de Meio Ambiente da Confederação Nacional da Indústria (CNI), Maurício Mendonça, nos últimos três anos, 13 cursos sobre o mecanismo de desenvolvimento limpo (MDL) foram promovidos pela entidade em diversos Estados. Ainda assim, ele anuncia que, daqui para a frente, a CNI vai realizar seminários



Mendonça: CNI realizou 13 cursos sobre mecanismo de desenvolvimento limpo

muito mais aprofundados sobre as metodologias e projetos que são aceitos no comitê da ONU. “Acho que podemos fazer muito mais e ganhar muito mais espaço no mercado de MDL”, pondera.

#### NOVOS COMPROMISSOS

A outra questão em debate na COP 13 que exige atenção do setor industrial é a negociação sobre os compromissos de redução de emissões que serão assumidos pelas economias emergentes. No texto final da conferência, ficou claro que países em desenvolvimento assumirão responsabilidades “mensuráveis, reportáveis e verificáveis”. Os especialistas nas negociações explicam que isso significa que a nova política internacional de mudanças climáticas vai exigir que os governos elaborem planos para cortar os níveis de poluição. Entre as nações em vias de desenvolvimento, o Brasil talvez seja o mais atrasado na confecção de uma estratégia nacional de combate às suas emissões. China e Índia já estão com seus planos traçados.

O governo Lula criou um comitê interministerial para estabelecer as diretrizes do tal plano. No entanto,

a Câmara dos Deputados aprovou, na Comissão de Meio Ambiente, uma proposta do deputado Antônio Mendes Thame (PSDB-SP) de criar uma política com metas internas de redução das emissões de carbono. Nos próximos anos, a discussão no Brasil poderá evoluir para o estabelecimento de compromissos setoriais, envolvendo empresas dos setores de transporte, siderurgia, cimento e outros.

Mendonça argumenta que se o plano nacional de combate à mudança do clima entrar pela seara setorial será muito mais difícil aprová-lo. Sua sugestão é que o governo federal trabalhe com medidas tributárias inteligentes, reduzindo, por exemplo, impostos sobre veículos movidos a etanol, que geram impacto positivo sobre as emissões. Outro detalhe importante é lembrar que cerca de 75% da poluição com gases de efeito estufa provém do manejo inadequado da terra, com a queimada e a derrubada de largas porções de floresta nativa, além do uso indiscriminado do fogo nas lavouras e pastagens. Neste caso, aponta Mendonça, o plano nacional deve acima de tudo ser uma estratégia de combate ao desmatamento. ■

## Estímulo à pesquisa




O setor de ciência e tecnologia já está regulamentado em mais três Estados. Santa Catarina, Mato Grosso e Minas Gerais sancionaram suas leis de inovação.

Em Santa Catarina, a lei prevê,

entre outras coisas, a aplicação de 2% da receita líquida do governo estadual em pesquisas. “Estamos fortalecendo os nossos centros de excelência e propiciando a criação de novos pólos de inovação e *clusters* produtivos de fronteira tecnológica”, afirmou o governador do Estado, Luiz Henrique da Silveira (foto).

A legislação mato-grossense dá ênfase à formação de ambientes especializados e cooperativos de inovação. Uma das novidades da legislação mineira é o Fundo Estadual de Incentivo à Inovação Tecnológica, no qual serão alocados recursos para a concessão dos incentivos.

Amazonas foi o primeiro Estado a regulamentar o setor, em 2006. As discussões sobre legislação estão adiantadas em vários Estados – entre os quais Rio de Janeiro – e devem ser sancionadas ainda no primeiro semestre. 

## Pesquisadores na indústria

Micro, pequenas e médias empresas das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do País, além do Estado do Espírito Santo, terão, em 2008, R\$ 15 milhões para investir em projetos que incorporem pesquisadores aos seus quadros. Os recursos serão disponibilizados pelo Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e por 14 fundações estaduais de apoio à pesquisa.

No Rio Grande do Norte, as primeiras a serem mobilizadas para receber os recursos serão as empresas participantes do programa Bolsas de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico às Micro e Pequenas Empresas (Bitec), uma parceria entre o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro

e Pequenas Empresas, IEL, SENAI e CNPq. “O IEL vê com bons olhos essa iniciativa e estará junto nesse esforço de sensibilização das empresas porque trabalha com a inovação na maioria dos Estados”, afirma o gerente de Estágio e Novos Talentos do IEL, Ricardo Romeiro.

O convênio, na avaliação de Romeiro, atende importante necessidade das empresas nacionais de base tecnológica que não têm como introduzir áreas de pesquisa em suas fábricas, como fazem as multinacionais. As empresas do Bitec, lembrou Romeiro, já detêm uma cultura de inovação e estão abertas para executar projetos com o apoio do CNPq. Os empreendimentos para captação desses recursos devem ter valor máximo de R\$ 300 mil. O MCT e o CNPq destinarão R\$ 10 milhões e as fundações vão apoiar com R\$ 5 milhões. 

# Mais Estados na Retec

Paraíba, Rio Grande do Norte e Pernambuco são os próximos Estados a ingressar na *Rede de Tecnologia* (Retec), sistema que permite captar e disponibilizar informações sobre ofertas e demandas de serviços que exigem habilitação especializada. Integrada atualmente por Amazonas, Ceará, Bahia, Distrito Federal, Minas Gerais e Paraná, a Retec será ampliada nos próximos meses e deverá contar com a participação de 12 Estados até o final de 2008.

“O sistema é executado em seis Estados e está sendo levado para mais três. Além disso, o Acre já sinalizou com interesse, faltando apenas dois que serão definidos em breve”, diz a gerente de Desenvolvimento Empresarial do IEL, Diana Jungmann.

Funcionar em todas as localidades até o fim do ano é o compromisso firmado no âmbito do projeto da *Rede de Competências*, custeado pela Financiadora de Estudos e Projetos com o objetivo, entre outras coisas, de estimular a articulação dos empresários com as instituições científicas, tecnológicas e estabelecimentos de ensino.

A Paraíba, que inicia este ano suas atividades em gestão de inovação, pretende ingressar na Retec até final do mês de março. “Por meio do nosso Núcleo de Gestão da Inovação, daremos apoio à propriedade intelectual com registro de marcas e depósito de patentes e negociação de contrato e transferência de tecnologia, em parceria com a Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento”, diz a superintendente do IEL/PB, Kênia Sâmara Aquino.

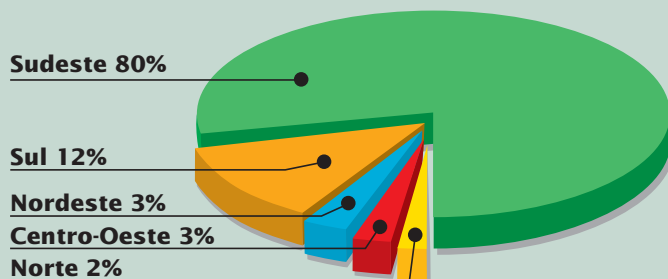
## Boom de patentes

Estudo do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi) mostra aumento de 120% no número de pedidos de patente feitos pelas universidades brasileiras, que, entre 2000 e 2004, solicitaram 784 inovações, mais que o dobro das 355 registradas na década anterior.

Segundo Jeziel da Silva Nunes e

Luciana Goulart de Oliveira, técnicos do Inpi responsáveis pela análise, os fatores que contribuiram para isso são: a criação dos núcleos de inovação tecnológica, a ação das fundações de amparo à pesquisa e a expectativa positiva em torno da criação da Lei de Inovação, que entrou em vigor em 2004.

### REGISTROS POR REGIÃO



## Livros

### SISTEMA DE TI



*Por que Gestir – Por que Gestão dos Sistemas e Tecnologias de Informação?*, segunda edição do livro escrito por

11 especialistas

e organizado pelo professor José Balloni, do Centro de Pesquisas Renato Archer, do Ministério da Ciência e Tecnologia, apresenta toda a especificidade da gestão em sistemas e tecnologias de informação (TI), com ênfase em segurança, inovação e sociedade. “Os avanços nas TIs têm colocado as empresas no dilema de inovar ou morrer e sobreviverá quem tiver competência para reinventar o seu setor”, diz Balloni. O livro pode ser adquirido por R\$ 35 no site: [www.uca.portalabipti.org](http://www.uca.portalabipti.org)

### NOVAS TECNOLOGIAS



*Informação e Desenvolvimento: Conhecimento, Inovação e Apropriação*

*Social*, livro organizado por Maria Lucia Maciel, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, e por Sarita Albagli, do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), trata as novas tecnologias, o conhecimento e a informação como fatores cruciais para a inovação. “A obra discute como essas transformações se desdobram nos países em desenvolvimento, como os da América Latina e no Brasil”, destaca Sarita. O preço é R\$ 45 e pode ser adquirido pelo e-mail: [nucom@ibict.br](mailto:nucom@ibict.br) ou (61) 3217-6161.

# Educação Executiva IEL:

Portas abertas para o sucesso

As melhores escolas de negócios do mundo abrem as portas para você. O Instituto Euvaldo Lodi, em parceria com o Insead e a Wharton School, proporciona o que há de mais moderno em gestão empresarial, estratégia e inovação, com foco na prática e na aplicação de conceitos específicos para o seu negócio. Educação Executiva IEL, grandes gestores estão aqui.

## PROGRAME-SE PARA 2008

**Estratégia e Inovação nos Negócios**  
3ª Edição – The Wharton School  
26 a 30 de maio – Filadélfia, EUA

**Gestão Estratégica para Dirigentes**  
Empresariais – 8ª Edição – Insead  
18 a 23 de agosto – Fontainebleau, França

**Estratégia de Negócios para o Mercado**  
Asiático – 2ª Edição – Insead  
2 a 15 de outubro – Cingapura e China

**TODOS OS PROGRAMAS CONTAM COM**  
TRADUÇÃO SIMULTÂNEA.

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:  
INSTITUTO EUVALDO LODI – IEL  
Tel.: (61) 3317-9432  
[www.iel.org.br/eduexecutiva](http://www.iel.org.br/eduexecutiva)  
[eduexecutiva@iel.cni.org.br](mailto:eduexecutiva@iel.cni.org.br)

 **Wharton**  
UNIVERSITY OF PENNSYLVANIA

**INSEAD**

  
CNI  
SENAI  
IEL

  
**CNI IEL**

Instituto Euvaldo Lodi

