

Medalha de ouro

Brasileiros se preparam para conquistar o mercado asiático, o mais cobiçado do planeta

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

Colaboradores:
Fábia Galvão, Gustavo Faleiros, Maria José Rodrigues,
Marlene Piñol, Salete Silva e Thiago Endres

Projeto:
Renato Benício

Produção gráfica:
textodesign

Capa:
Ricardo Stuckert / PR

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



198

Setembro de 2008

3 **Editorial**
Cenário promissor

4 **Entrevista**
Apoio a programas regionais

6 **Internacional**
Em busca dos asiáticos

9 **Gestão**
Seminários para
empreendedores

10 **História**
A origem da
indústria brasileira


12 **APL**
Foco no mercado


13 **Outras Mídias**

14 **Notas**

Pesquisa e inovação – Com verba de R\$ 435 milhões para utilização em três anos, o Ministério da Ciência e Tecnologia lançou o edital para a criação dos Institutos Nacionais de Ciência e Tecnologia. Deverão ser instalados por volta de 60 institutos voltados para pesquisa, formação de recursos humanos e transferência de conhecimento para o setor produtivo visando inovação tecnológica. As 19 áreas estratégicas do Plano de Ação em Ciência, Tecnologia e Inovação 2007-2010 receberão 50% dos recursos e a outra metade será destinada às melhores propostas da demanda espontânea. Os projetos devem ser encaminhados até o dia 18 de setembro, exclusivamente via *web*, para o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. Os escolhidos serão anunciados em 17 de novembro e a contratação terá início em 5 de dezembro. Outras informações poderão ser obtidas no *site* www.cnpq.br/editais/ct/2008/015.htm

Expotalentos 2008 – Iniciativa do IEL Paraná, a Feira de Estágio e Profissões será realizada em Curitiba, de 4 a 6 de novembro. O evento – dirigido a profissionais de recursos humanos, empresas, instituições de ensino, estudantes e recém-formados – é aberto e gratuito. Informações pelo endereço eletrônico expotalentos@ielpr.org.br

Banco de talentos – A Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica oferece espaço para divulgação de vagas para profissionais especializados na área de ciência e tecnologia. As empresas interessadas devem encaminhar as solicitações para o endereço eletrônico [gستاoct@abipti.org.br](mailto:gestaoct@abipti.org.br), destacando o assunto: Seção Profissionais C&T. 

Errata - Na edição anterior, na matéria sobre estágio das páginas 6 a 9, o nome do presidente da Federação das Indústrias do Estado de Goiás e diretor-geral do IEL Nacional é Paulo Afonso Ferreira. 

Celeiro de

Oportunidades

A exuberância dos Jogos Olímpicos de 2008 em Pequim foi uma demonstração da capacidade de organização gerencial da China. Os chineses surpreenderam com uma cerimônia de abertura ousada. A infra-estrutura, construída para abrigar mais de 10.500 atletas de 204 países, também chamou a atenção pela criatividade da arquitetura e do trabalho de engenharia.

A Olimpíada ajudou a fortalecer a imagem do país como grande potência da economia internacional, em que a combinação de tecnologia, capacidade de inovação e competência é uma constante. Prova de que a competitividade dos chineses não está mais restrita ao baixo custo da mão-de-obra. Localizada no continente que concentra 60% da população do planeta e que apresenta as maiores taxas de crescimento do mundo, a China tem sido alvo de grande interesse dos empresários brasileiros que buscam a internacionalização dos seus negócios.

O mercado asiático é, sem dúvida, promissor. No entanto, suas peculiaridades podem representar um obstáculo às relações comerciais com o Ocidente. Países como a China têm critérios muito rígidos para a instalação de empresas e a implementação de serviços, sem mencionar as diferenças culturais, que devem ser respeitadas.

Para apresentar esse mercado às empresas brasileiras e desmitificá-lo, o IEL oferece o cur-

MIGUEL ÂNGELO



Empresas brasileiras descobrem o potencial de negócios do mercado asiático

so *Estratégia de Negócios para o Mercado Asiático* em parceria com o Insead de Cingapura. A segunda edição do programa, que inclui visitas a Xangai, na China, discutirá aspectos de negociação com diferentes culturas.

A internacionalização de empresas brasileiras rumo ao Oriente pode significar a ampliação do volume de exportações para esse mercado. Em junho deste ano, as vendas do Brasil para a Ásia somaram US\$ 3,3 bilhões, enquanto as importações ultrapassaram os US\$ 4 bilhões no mesmo período. A relação comercial pode ser incrementada. Um levantamento feito pela CNI e pelo governo federal indicou um cenário promissor com

setores potenciais para recebimento de investimentos chineses.

Segundo especialistas, o caminho para o mercado asiático passa pela compreensão da sua complexidade. Ainda que a atuação da empresa não esteja diretamente focada nesse continente, é importante conhecer as potencialidades do território. Para quem está preparado, a Ásia não é uma ameaça, mas um celeiro de oportunidades. ■

Carlos Cavalcante
Superintendente do IEL

Arrimo do Crescimento

O BNDES está pronto para apoiar programas regionais

O economista João Carlos Ferraz, hoje à frente da diretoria de Planejamento do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), há tempos estuda e debate estratégias de desenvolvimento regional. Durante

os anos de 2003 a 2007 dirigiu a Divisão de Desenvolvimento Produtivo e Empresarial da Comissão Econômica para América Latina e Caribe (Cepal), em Santiago, no Chile.

Ele se mostra otimista com o momento vivido pela economia brasileira. Em palestra a profissionais do Sistema Indústria, demonstrou que o País aos poucos deixa o longo período de baixo crescimento. No entanto, alerta para o lado negativo dessa tendência: "As agências e instituições não estão preparadas para elaborar bons projetos". Por isso, ele tem elogiado a importância de instituições como o IEL e a CNI na concepção de iniciativas de qualidade.

Nesta entrevista, exclusiva à *Interação*, Ferraz conta como o BNDES se organiza para apoiar o desenvolvimento regional e explica como a política industrial será implementada no Brasil.

Qual a importância hoje do desenvolvimento regional, dentro das estratégias do BNDES?

João Carlos Ferraz: O BNDES tem novo presidente há um ano, Luciano Coutinho. E, desde o início da gestão dele, estamos subindo o grau de prioridade do desenvolvimento local e regional, em particular no Norte e Nordeste. Tanto é assim que estamos no cenário em que a demanda por recursos é muito maior que a disponibilidade, principalmente por recursos em taxa de juros de longo prazo. E o BNDES, por conta disso, está mudando suas políticas operacionais e deixa como prioridades a infra-estrutura, o Programa de



Ferraz: há muito tempo a dimensão local do desenvolvimento não é tratada

MIGUEL ÂNGELO

Aceleração do Crescimento em particular, a inovação e todas as operações naquela região. O outro lado dessa prioridade é que, em empreendimentos financiados no Norte e Nordeste, o banco pode entrar com uma participação maior, de até 10%, e no caso de municípios de população de baixa renda, até mais de 10%. Esse é um indicador forte de que o desenvolvimento regional é uma prioridade. Politicamente, isso também fica claro com a criação, na Presidência da República, de uma secretaria especial para ajudar a expandir os instrumentos de desenvolvimento local e regional. Essa é a única secretaria especial que existe na Presidência.

A nova política industrial do governo também tem foco no desenvolvimento regional. De que forma o BNDES participa para o cumprimento dessa meta?

Ferraz: O BNDES participou ativamente no desenho da política. Na secretaria executiva do plano está previsto, além do Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e Comércio Exterior, a Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial, o Ministério da Fazenda e o BNDES. Estamos envolvidos também na implementação dessa política. Fomos orientados a desenhar programas factíveis, que têm identificados os desafios, as ações, os responsáveis e recursos necessários para se atingir as metas. O desenvolvimento regional é um dos destaques estratégicos. A regionalização está inserida em alguns programas específicos, que incluem ações do BNDES e outros atores. Em vez de criar ações isoladas, estamos articulando os agentes econômicos para ter maior impacto. Nesse sentido, uma parceria relevante é a do Banco do Brasil, com seu programa Desenvolvimento Regio-




nal Sustentável, que apóia iniciativas em conjunto com as comunidades. E o BNDES está alocando recursos não-reembolsáveis em projetos identificados pelo banco. No entanto, a regionalização é uma das políticas de mais difícil fixação pela sua própria natureza. Há muito tempo a dimensão local do desenvolvimento não é tratada, portanto não temos a experiência acumulada como em outras áreas. Há muita dificuldade para coordenar as ações de diferentes agentes econômicos.

Há uma discussão sobre qual o poder do desenvolvimento re-

gional e local de impulsionar a economia de um país. Qual sua opinião sobre isso?

Ferraz: Vejo que hoje um dos fenômenos mais interessantes, não só no Brasil, mas em outros países da América Latina e do Caribe, é a emergência de conglomerados produtivos. Esse é um processo que nasce de baixo para cima sem ser resultado de políticas públicas. Pode-se notar um grande dinamismo na esfera local, de empresários nas pequenas e médias cidades. No entanto, se pegarmos o agregado, esse movimento não faz diferença em termos de pontos percentuais no produto bruto de um país. Talvez seja muito importante para um município, ou microrregião, mas não chega a fazer diferença para um Estado. O que estamos começando a trabalhar agora é a mitigação da exteriorização de grandes projetos. Ou seja, temos que planejar e atuar no entorno dos grandes projetos.

O senhor comenta a necessidade de existir bons projetos na área industrial. Como o Sistema Indústria contribui para que boas iniciativas tenham o apoio do BNDES?

Ferraz: Como o País está saindo de um período longo e tenebroso de baixo crescimento, as agências e instituições ainda têm muita dificuldade de elaborar bons projetos de investimento e desenvolvimento. Temos carência de bons projetos de desenvolvimento regional, pragmáticos, com estratégia de longo prazo. A CNI, o IEL e todo o Sistema S têm importância fundamental por estar em todo o território nacional. Há iniciativas reconhecidas por sua qualidade. E esses projetos, em busca de recursos, enfrentam um caminho de menor resistência. 

De olhos bem

Abertos

Locomotiva da economia mundial, o continente asiático tem oportunidades para produtos e empresas brasileiras

As exportações do Brasil para a Ásia somaram US\$ 3,3 bilhões, no mês de junho, e as importações ultrapassaram os US\$ 4 bilhões, no mesmo período. A internacionalização de empresas brasileiras rumo ao Oriente pode significar a ampliação do volume de exportações para esse mercado e ainda perspectivas de crescimento a longo prazo.

De olho nas oportunidades asiáticas, a Petrobras investiu nessa tendência. Atuando no Japão há mais de

cinco anos, a empresa concluiu em abril a compra de 87,5% da refinaria Nansei Sekiyu Kabushiki.

O negócio foi fechado por aproximadamente US\$ 50 milhões e marcou o início da atividade de refino da estatal no mercado asiático. Instalada em Okinawa, a unidade possibilita a comercialização do petróleo pesado (alta densidade e alta viscosidade) por um preço melhor.

Além disso, a longo prazo a empresa quer atender ao mercado japonês, onde cresce a busca por componentes ecologicamente mais limpos, como o etanol produzido a partir da cana-de-açúcar. “A compra faz parte da estratégia da Petrobras para garantir mercados internacionais”, explica o diretor financeiro e de relações com investidores, Almir Barbassa.

Mas o que a Ásia tem? “Atualmente, taxas de crescimento econômico superiores às de qualquer outro continente e que ainda vão se expandir muito”, explica o professor titular de economia internacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Reinaldo Gonçalves. Considerado a indústria do mundo, o continente concentra 60% da população do planeta, dividida em 50 países com diversidade de culturas. Esse cenário complexo está se consolidando como o grande expoente da economia internacional graças à soma de tecnologia, competência e trabalho árduo. Ter acesso a esse mercado é o desafio que o empresariado brasileiro quer vencer.

A Confederação Nacional da Indústria (CNI) celebrou, em julho, o lançamento da *Agenda China*.

Petrobras: refinaria no Japão é estratégica



DIVULGAÇÃO

Documento estratégico, a agenda foi elaborada por três ministérios em parceria com a entidade e voltado para o fortalecimento das relações comerciais entre o Brasil e a China, país cujo crescimento é de 10% ao ano. O governo brasileiro e o Sistema Indústria reconhecem as oportunidades que o país pode oferecer. Siderurgia, agronegócios e biocombustíveis estão entre os 48 setores com potencial exportador brasileiro para a demanda chinesa mapeada pelo estudo.

COMPLEXIDADE

Reconhecendo a importância estratégica da Ásia para a indústria brasileira, o IEL incluiu no *Programa de Educação Executiva* a etapa *Estratégia de Negócios para o Mercado Asiático* (veja *box*), prevista para o próximo mês em Cingapura. Para a gerente de Educação Empresarial do IEL, Tatiana Farah, o tema integra a formação de 2008 por se tratar de uma questão central na economia mundial. “A idéia é apresentar o mercado asiático para as empresas brasileiras e desmitificá-lo, já que conhecer esse território é essencial para a realização de negócios no exterior. Mesmo que a atuação da empresa participante não seja diretamente focada nesse continente”, afirma.

O caminho para o mercado asiático passa pela compreensão da sua complexidade. “Esqueça a generalização. Investir na China é completamente diferente de investir no Japão ou na Malásia. São ambientes de negócios muito distintos”, alerta o professor Gonçalves da UFRJ. “É importante se capacitar aprendendo sobre as culturas locais, participar de feiras e eventos da área de atuação e do interesse da empresa, sem perder de vista as características da dinâmica empresarial.”

Segundo o professor, compreender o funcionamento e as políticas das instituições governamentais é uma questão estrutural: “Países como a China têm critérios muito rígidos para a instalação de empresas e a

EM CINGAPURA, OS EXECUTIVOS DO FUTURO

Para conhecer e aproveitar as oportunidades do outro lado do mundo, empresários e executivos podem se inscrever para o programa *Estratégia de Negócios para o Mercado Asiático*, realizado pelo IEL em parceria com a escola internacional de negócios Insead. O segundo ano do curso será em Cingapura e Xangai, de 6 a 15 de outubro de 2008. A programação inclui debates sobre as mudanças na Ásia-Pacífico, estratégia competitiva no mercado asiático, alianças estratégicas, negociação com diferentes culturas, cadeia de suprimentos, liderança e negociação, e gestão da mudança.

Faz parte também do programa uma missão empresarial a Xangai, onde os participantes visitarão empresas e poderão conhecer mais faces da economia, do mercado e da cultura local. Entre os professores do curso estão James Teboul, Helmut Schütte e Narayan Pant, especialistas do Insead. O curso terá tradução simultânea e o material didático é em português. As inscrições podem ser feitas no site www.iel.org.br/eduexecutiva. Mais informações: (61) 3317-9432.

Teboul, um dos destaques entre os professores



NELSON OLIVEIRA

implementação de serviços”. Para o especialista, ter foco e realismo nas decisões é essencial, começando pela hierarquização dos mercados em termos de custo e “avaliação dos riscos de perder a vantagem competitiva nesses mercados”.

O caso da Embraer reflete a importância desse cuidado. Em julho, a empresa vendeu cinco jatos para o mercado de aviação regional da China, depois de atender à legislação, normas e expectativas dos chineses. O esforço parece valer a pena, já que a expectativa de crescimento do setor naquele país é de 7,5% ao ano nos próximos 20 anos, segundo estimativas da Embraer. “Serão necessários 730 aviões novos de 30 a 120 assentos, o que representará 10% da demanda mundial nesse segmento”, afirmou o

vice-presidente executivo da Embraer para o Mercado de Aviação Comercial, Mauro Kern, na assinatura do último contrato de vendas.

CENÁRIO PROPÍCIO

As nuances dos ambientes asiáticos de negócios ultrapassam os códigos explícitos na lei. De acordo com o presidente da Chinalvest, Thomaz Machado, personalidades culturais, sociais e políticas têm grande peso nas negociações orientais. “Durante almoços e jantares, a intenção é conhecer de fato com quem se está negociando, para só então negociar”, explica o empresário.

Ele aponta um detalhe para evidenciar as diferenças de percepção

Embraer: atender à legislação chinesa valeu a pena




entre executivos brasileiros, chineses e japoneses: os cartões de visita. Os brasileiros usam o nome completo. Os chineses, em primeiro lugar, colocam o sobrenome e depois o nome. Para os japoneses, o nome da empresa vem antes. "Ou seja, para os primeiros tem mais peso a pessoa, a família para os segundos e a empresa para os tercei-

ros. É uma metáfora do entendimento que essas culturas têm a respeito dos valores e da importância de cada segmento desses em suas vidas."

Uma questão delicada no ambiente de negócios da Ásia é o que eles chamam de perder a face. Para os ocidentais é perder a credibilidade. É preciso muito cuidado ao emitir críticas, opiniões e reclamações a clientes, fornecedores ou funcionários. "Se ocorrer um constrangimento considerado significativo, muitos executivos orientais desconsideram a possibilidade de recuperar a relação profissional", revela Machado. Outra recomendação trata dos processos de trabalho. Tudo necessita ser extremamente detalhado. Por exemplo, quando um funcionário não entende um procedimento, por constrangimento ele não esclarece a dúvida. Por outro lado, se eles são orientados devidamente realizam as tarefas com competência.

OPORTUNIDADE BRASILEIRA

A dedicação exacerbada dos orientais e a criatividade dos brasileiros ajudam no cotidiano. "Temos grande capacidade de adaptação e de compreensão de mudanças e problemas. Por isso entendemos bem o que ocorre em alguns países asiáticos", explica Machado. Além da Petrobras e da Embraer, outras empresas brasileiras, entre as quais a Tramontina e a Vale do Rio Doce, conseguiram conquistar o mercado asiático combinando excelência e criatividade, com as competências locais.

A partir do cruzamento de informações sobre o perfil de empresas, o fluxo comercial sino-brasileiro e o interesse de valorizar os produtos exportados para o Oriente, o governo federal e a CNI mapearam setores potenciais para recebimento de investimentos chineses (veja *box*). Ao todo, foram listados 619 produtos, classificados como prioritários para o Brasil no mercado chinês. Diante desse cenário promissor, resta aos investidores brasileiros se capacitar. 

OPORTUNIDADES

SETORES MAPEADOS PELA AGENDA CHINA COM POTENCIAL PARA O EXPORTADOR BRASILEIRO:

Siderurgia: é possível prospectar oportunidades de negócios pela associação de mineradoras brasileiras com empresas chinesas no projeto de implantação de usinas siderúrgicas no Brasil. Esse tipo de projeto ampliaria o valor agregado das exportações de minério de ferro, gerando empregos, diretos e indiretos. As siderúrgicas chinesas, por outro lado, poderiam concluir lá etapas posteriores da cadeia produtiva do aço;

Logística: segmentos que atraem aportes chineses no Brasil são os de infraestrutura, logística, construção de rodovias, ramais ferroviários, minerodutos, terminais portuários e hidrovias;

Agronegócios: nos últimos anos, o Brasil consolidou a posição de terceiro exportador mundial de produtos agrícolas, com grande potencial para expansão. A China é um parceiro de destaque no setor, com importações de US\$ 4,7 bilhões no ano de 2007, o equivalente a 8% das exportações de produtos do agronegócio brasileiro;

Biocombustíveis: japoneses e chineses têm interesse no potencial brasileiro de produção e consumo do etanol. O País produziu 21,5 bilhões de litros em 2007 e exportou 3,5 bilhões de litros.

Estratégia de Sucesso

O Brasil é um dos países mais empreendedores do mundo, segundo o Global Entrepreneurship Monitor, pesquisa sobre o setor da London Business School (Inglaterra) e do Babson College (EUA). O País ocupa, de acordo com o estudo, a sétima posição mundial com 15 milhões de empreendedores iniciais. Mas, no entanto, dado do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística mostra que, em média, das empresas abertas, 48% não conseguem passar de oito anos de atividade. Capacitar profissionais para a gestão é uma das estratégias adotadas com sucesso para modificar essa realidade e promover a competitividade.

As experiências de alguns Estados comprovam essa tendência, como em Mato Grosso, onde aproximadamente 6 mil profissionais devem participar das 17 palestras do IV Fórum IEL Gestão Empresarial promovido pelo núcleo regional, entre 5 de agosto e 25 de setembro, em Cuiabá e também no interior do Estado, nas cidades de Cáceres, Rondonópolis e Sinop. Desde a realização do I Fórum em 2005, o número de participantes não pára de crescer, saltou de 747 para 4.026, no ano passado. Com o foco em inovação e empreendedorismo, o evento este ano traz mais diversidade no perfil dos palestrantes. O objetivo é oferecer ao público visões diferentes sobre o mesmo tema.

O ex-presidente da Empresa Brasileira de Aeronáutica, Maurício Botelho, falou sobre investimentos em inovação na palestra de abertura, em 5 de agosto. “A inovação tem de

estar presente em todas as ações empresariais. As empresas devem se antecipar aos possíveis cenários econômicos”, alertou. Na segunda palestra, o médico-psiquiatra pós-graduado em gestão de negócios, Roberto Shinyashiki, abordou temas como o valor da família, os desafios da carreira e o futuro do Brasil.


OUTROS EVENTOS

Para o diretor-presidente da Guavirá Indústria de Madeiras, João Carlos Baldasso, essa é uma boa oportunidade para saber quais são as possibilidades e oportunidades de negócios no Brasil. “As palestras abrem a visão para novos horizontes”, afirma.

Outro evento também focado em inovação é o seminário Novos Cenários – Macroeconomia em Negócios, promovido pelo IEL/RS. Iniciado em julho com palestras dos economistas Paulo Guedes e Marcelo Portugal e com programação até outubro, a

Seminários ajudam a aumentar a competitividade de empresas nascidas de iniciativas empreendedoras

iniciativa também abordará o desenvolvimento de produtos e serviços inteligentes a executivos e profissionais de pesquisa, desenvolvimento e inovação. O assunto será debatido por um dos maiores especialistas em Dominant Design, o professor da Universidade de Cincinnati, Jay Lee, nos dias 1º e 2 de setembro.

“Gestão da Inovação em áreas tecnológicas será o enfoque dos seminários previstos para outubro”, diz a superintendente do IEL/RS, Elisabeth Urban. Os eventos contam com parceiros internacionais como a Sociedade Fraunhofer, da Alemanha, e com a empresa norte-americana de consultoria em gestão Bain & Company. 



Guedes participa de evento no Rio Grande do Sul

Produto Nacional

Obra traz a trajetória da indústria no Brasil de 1500 até hoje

Trabalhadora de fábrica de calçado em Franca (SP)

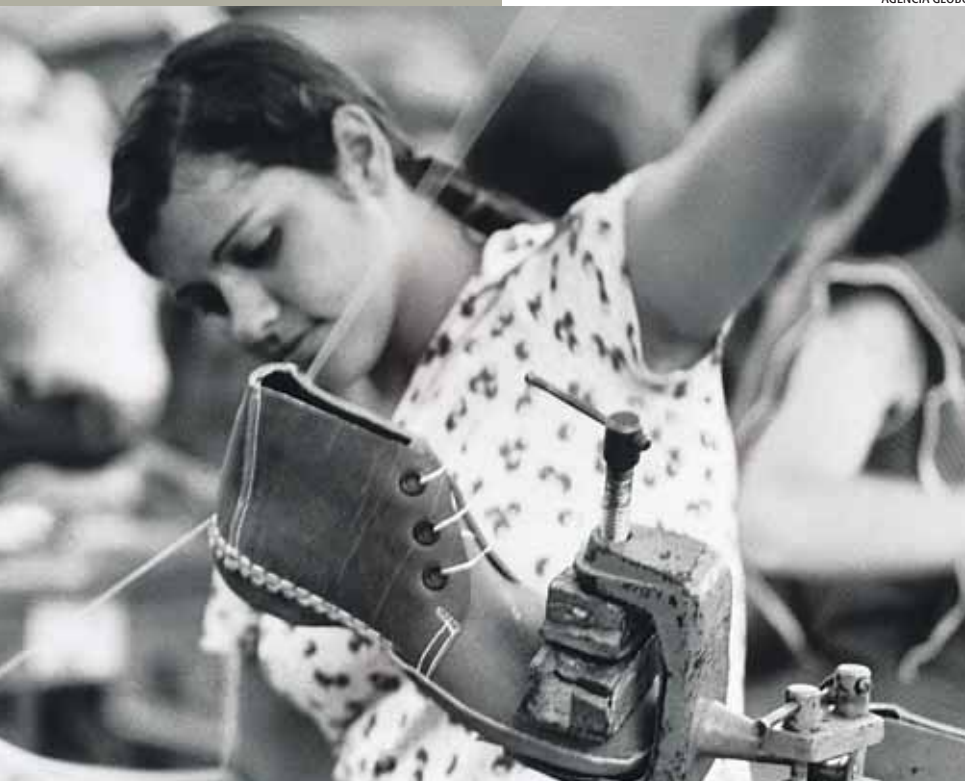
A Confederação Nacional da Indústria (CNI) comemora os 200 anos da chegada da Família Real Portuguesa e os 70 anos de sua fundação, completados em agosto, com o lançamento de *Produto Nacional – uma História da Indústria no Brasil*. Com mais de 200 páginas, o livro, elaborado com apoio do IEL, traz um painel dos cinco séculos dessa atividade vinculando-a à trajetória da CNI. O autor Eduardo Bueno dá uma nova versão ao nascimento da indústria brasileira, que, segundo ele, teria ocorrido no Descobrimento e não em 1808 com a abertura dos portos e a revogação, por D. João, do alvará

de sua mãe, a rainha D. Maria I, que proibia a instalação de fábricas aqui.

“Sim, cinco séculos de Brasil e 500 – não apenas 200 – anos de indústria nacional, pois como se verá na tela e nos dramas da história, tudo conecta, desde o momento em que, impulsionados por sua extraordinária indústria naval, os portugueses lançaram-se aos mares do mundo, rumo à Índia, e, em meio à jornada, depararam com as praias de areias faiscantes do que viria a ser o Brasil”, escreve na introdução o autor, conhecido pela publicação de uma série de livros sobre a história do Brasil. A troca de presentes entre portugueses e tupiniquins, sustenta Bueno, não configurou uma transação comercial.

Naquele instante, ambos os povos apresentaram produtos de sua indústria. O barrete vermelho, atirado pelo capitão Nicolau Coelho aos indígenas na praia, segundo a carta de Pero Vaz de Caminha era produto típico da indústria têxtil europeia. O sombrero de penas de aves dado em retribuição era um cocar, resultado de aplicação, empenho, esforço e trabalho, sinônimos da palavra latina *industriae*, informa Bueno no primeiro capítulo da obra. “Naquele momento, portanto, não era apenas a história oficial do Brasil que se iniciava. Estava nascendo também a história de sua indústria nacional”, acrescenta.

Em episódios relevantes da história da indústria apresentados em *Produto Nacional*, como a colonização e a chegada de



AGÊNCIA GLOBO

holandeses e ingleses no encaicho dos portugueses, o autor identifica processos que séculos depois seriam apontados como responsáveis por transformar a ordem política e econômica mundial. “Mais que a conquista e a colonização, o que a épica aventura ultramarina dos portugueses fez – ao mostrar que, em vez de uma barreira intransponível, o oceano era a mais eficiente das rotas de comércio – foi deflagrar aquilo que, séculos depois, viríamos chamar de globalização”, ressalta o autor. Ao resgatar a história do País, a obra mostra as dificuldades enfrentadas na industrialização brasileira.

Os obstáculos apareceram logo no início. Dois anos após a abertura dos portos às nações amigas, D. João foi obrigado a assinar o Tratado de Navegação e Comércio que entrou para a história como o tratado desigual de 1810, pelo qual mercadorias inglesas passariam a ter uma taxa alfandegária de apenas 15%. A medida inviabilizou o estabelecimento de indústrias no Brasil. E o pior para o País foi que, em 1825, quando o tratado desigual expirou, os ingleses, em troca do reconhecimento à independência do Brasil, forçaram D. Pedro I a prorrogá-lo por mais 20 anos. Apenas em 1844, quando Alves Branco taxou os produtos importados em até 60%, o Brasil iniciou seu primeiro ciclo industrial.

Entre a criação, em 1827, da Sociedade Auxiliadora da Indústria Nacional, a primeira associação civil da história do Brasil, e a fundação da CNI, mais de um século depois, o autor relata fatos e histórias de personagens fundamentais. Entre os exemplos, um homem de nervos de aço e punhos de ferro que chegou a ter orçamento maior que o do Império e passou para a história como barão ou visconde de Mauá. O carisma, a riqueza dos negócios e o poder pela simplicidade do Conde Francisco Matarazzo, dono em 1911 do maior complexo fabril da América



Lodi, ao centro, com o presidente Vargas: mobilização pela indústria

do Sul. Delmiro Gouveia, o coronel da indústria nordestina, que, depois de fazer fortuna com a exportação de couro, criou a usina hidrelétrica Angiquinho, às margens do rio São Francisco, produtora de energia para impulsionar a Fábrica de Pedra, a primeira do gênero na América Latina. A empresa virou uma potência no setor de fios e linhas têxteis. Esses nomes aparecem ao lado de outros, como Pereira Ignácio e Ermírio de Moraes, responsáveis pela eclosão manufatureira entre 1890 e 1920. Esse momento precedeu a era da indústria de base do Brasil, movimento deflagrado por Getúlio Vargas.

EUVALDO LODI

Na plataforma eleitoral do futuro presidente, durante a campanha de 1930 apareciam reivindicações salariais, questionamentos sobre condições de trabalho e direitos previdenciários, entre outros temas sindicais. Antes mesmo de tomar posse, Vargas anunciou a criação do Ministério do Trabalho. Até então, apenas algumas entidades, como o Centro Industrial de Juiz de Fora, criado por Euvaldo Lodi e um grupo de empresários

mineiros, articulavam a defesa dos interesses do setor produtivo. Os industriais iniciaram a mobilização que gerou uma sólida instituição classista, em função das regras estabelecidas pelo novo governo.

No livro, Bueno destaca a importância do papel de Euvaldo Lodi nesse processo. “Ao adaptar seus interesses patronais às regras do sindicalismo varguista, ele seria, junto com o parceiro Roberto Simonsen, o principal artífice da CNI, bem como o primeiro e mais longo presidente da entidade que comandou com destreza e competência ao longo de 16 anos.” Restabelecer a ordem e a paz social, a fim de salvar as atividades industriais de uma crise mais profunda provocada pela eclosão de Intentona Comunista, foi a primeira preocupação manifestada pela CNI.

Produto Nacional faz um balanço dos 70 anos da CNI, formada por 27 federações de indústrias dos Estados e do Distrito Federal e mais de mil sindicatos patronais, todos empenhados em promover um ambiente favorável aos negócios, à competitividade e ao desenvolvimento sustentável do Brasil.



Inovação na Moda

Arranjos produtivos locais de confecção do Paraná investem em *design* e tecnologia

Lúcia: a iniciativa acabou com o êxodo de trabalhadores



DIVULGAÇÃO

Elevadas temperaturas durante o inverno derrubavam as vendas das malharias de Imbituva, município da região centro-sul do Paraná. Para enfrentar a alta dos termômetros apontada pelos especialistas como reflexo do aquecimento global, as empresas, integrantes do Arranjo Produtivo Local (APL) de Campos Gerais, investiram em *design*, incorporaram o algodão ao tricô, montaram uma central de compras e passaram a receber consultorias de gestão financeira. Nos últimos dois anos, as vendas cresceram em torno de 40%, calcula o coordenador do APL, Gilson Alípio Bobato. “Nossas coleções deixaram de ser roupa de inverno para virar moda”, comemora.

O faturamento do setor é de R\$ 2,8 bilhões, de acordo com pesquisa encomendada no ano passado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas ao Instituto Ethos. O segmento conta com mais de 4 mil indústrias e de forma direta e indireta 76 mil trabalhadores, 13,49% de todos os empregados do setor no Brasil, segundo dados do Departamento Econômico da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep). Quase 2 mil empresas participam dos seis APLs mantidos por meio do IEL, Serviço Social da Indústria e Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial em todas as regiões do Estado.

Dar maior visibilidade para a produção paranaense e ampliar a presença no mercado nacional são o atual desafio do setor. É isso que a grife Lúcia Figueiredo, integrante do APL de Cianorte e Maringá, região noroeste do Estado, pretende com a participação no Paraná Business Collection. O evento, promovido pela Fiep, reuniu representantes da moda local entre 28 de julho e 1º de agosto.

AMPLIAÇÃO DE MERCADO

“O Paraná tem um dos mais fortes pólos de vestuário e confecção do País e precisamos mostrar isso ao mercado”, diz a empresária Lúcia, presidente do APL de Cianorte e Maringá. O desenvolvimento do setor, ela destaca, trouxe prosperidade à região com a criação de emprego e renda. “Os trabalhadores trocavam nossas cidades por outras, como São Paulo. Isso não acontece mais”, observa.

Investir na ampliação do mercado também faz parte dos novos projetos do APL da Confecção Moda Sudoeste, informa a coordenadora Solange Stein. Desde 2005, empresas de 31 municípios da região adotaram ações de inovação, em especial na qualificação de mão-de-obra. O APL foi escolhido pelo Conselho Estadual do Trabalho, vinculado à Secretaria de Estado de Emprego e Relações do Trabalho, para ser modelo de um plano piloto de qualificação profissional. Para 2009, Solange prevê projetos em duas áreas prioritárias: meio ambiente e mercado. “Vamos desenvolver um grande programa de preservação ambiental e focar no mercado para nos tornar referência em vestuário”, conclui. ■

Financiamento para pesquisa

A Universidade do Estado do Amazonas lançou um banco de dados com informações sobre fontes financiadoras de projetos de pesquisas científicas e tecnológicas. Saiba mais no portal da universidade, no título Informativo – Editais de Financiamento Abertos.

Fonte: www.uea.edu.br

Resultado de edital

Em Sergipe, a Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado divulgou o resultado do edital do programa de Bolsas de Iniciação Científica e Bolsas de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação. A primeira chamada concedeu 80 bolsas de iniciação científica e 20 bolsas de desenvolvimento tecnológico para alunos do ensino superior e pesquisa no Estado. A Universidade Federal de Sergipe foi a instituição que mais obteve bolsas, 84 no total.

A Universidade Tiradentes e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Tabuleiro Costeiros (Embrapa/CPATC) também foram contempladas pelo edital. No total, estão sendo oferecidos R\$ 360 mil, oriundos do Fundo Estadual para o Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

Fonte: www.fapitec.se.gov.br

Sem rachaduras

Pesquisadores da Universidade Federal de Goiás e da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, com recursos da Financiadora de Estudos e Projetos, estão desenvolvendo revestimento de argamassa com fibras de polipropileno. O objetivo da pesquisa é evitar fissuras no acabamento de edificações. Os responsáveis pelo estudo querem também identificar outras fibras sintéticas para aumentar a resistência da argamassa. Esse trabalho é resultado do Consórcio Setorial para Inovação em Tecnologia de Revestimentos de Argamassa, criado em 2004, com a participação de instituições como a Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Construção Civil, o Sindicato da Indústria da Construção Civil do Estado de São Paulo, a Associação Brasileira de Argamassas Industrializadas e a Associação Brasileira de Cimento Portland. Atualmente estão em andamento cerca de 30 projetos de pesquisa envolvendo a construção civil. Os resultados desses trabalhos servirão de base para o desenvolvimento de normas técnicas que deverão ser estabelecidas para o setor.

Fonte: www.fapesp.br

Prevenção de acidentes

A Petrobras e a Universidade Federal do Rio Grande do Norte trabalham juntas em pesquisa de técnicas para gerenciamento de alarmes. A parceria gerou o BR-Alarm Expert, sistema de administração de alarmes que já está instalado em unidades da empresa no Rio de Janeiro, em São Paulo, no Rio Grande do Sul e no Espírito Santo. O método estudado permite o registro do histórico das ocorrências, detecta falhas em configurações e possibilita correção antes de acontecer o sinistro.

Fonte: www.ufrn.br

Exemplo de sinergia



LIQUIDLIBRARY

O intercâmbio da empresa Brapenta com o Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares da Universidade de São Paulo é o responsável pelo lançamento da Spectra, máquina para identificar corpos estranhos em embalagens de alimentos. O novo modelo traz o benefício de menor custo com a mesma funcionalidade das versões importadas. Com isso, por exemplo, um pedaço de osso de um milímetro dentro de um hambúrguer é visualizado e o produto recolhido antes de sair da fábrica.


A Brapenta é experiente em aprimorar projetos com universidades. Em 2004, estabeleceu parceria com o Instituto Tecnológico de Aeronáutica para um conjunto de soluções para aferir produtos, ao passar por esteira na velocidade de 2 metros por segundo, e identificar embalagens com alteração de peso. Outra instituição parceira é o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, pelo qual os equipamentos da Brapenta passam periodicamente por testes de interferência eletromagnética.

Fonte: www.brapenta.com.br

Valorização local

Com a inauguração da Linha 2 da Unidade Mucuri, localizada no extremo sul da Bahia, a Suzano Papel e Celulose triplicou a capacidade de produção e tornou-se líder mundial na fabricação de celulose de eucalipto certificada pelo Forest Stewardship Council (Conselho de

Manejo Florestal, em português). Até 2015, a empresa produzirá 7,2 milhões de toneladas. A fábrica de Mucuri receberá diariamente cerca de 600 caminhões carregados de madeira e 100 de insumos e liberará 180 com produtos acabados.

Para estimular relações de qualidade com todos os envolvidos nas atividades da empresa, direta ou indiretamente, e incentivar novas possibilidades aos diferentes ramos de trabalho, a Suzano lançou, em parceria com o núcleo regional da Bahia, o *Programa IEL de Desenvolvimento e Qualificação de Fornecedores*. "Pretendemos estimular também a contratação dos serviços locais por outros fornecedores de grande porte que atuam com a Suzano na região, desenvolvendo com isso outras empresas de bens e serviços", explica o gerente executivo de Competitividade da Suzano, Jorge Cajazeira (foto). 




FOTOS: DIVULGAÇÃO



Diagnóstico e solução

Trazer matérias-primas de alta qualidade de regiões distantes, como o Sul do Brasil, é uma das principais dificuldades da indústria de embalagens cearense. O alto custo do frete e do preço de combustível encarece as despesas com logística. Para resolver esse e outros problemas das empresas, o Sindicato das Indústrias do Papel, Papelão, Celulose e Embalagens em Geral do Estado do Ceará (Sindiembalagens) criou quatro grupos de trabalho responsáveis por desenvolver projetos nas áreas de tributação, qualificação de mão-de-obra, produção e logística.

Essa é a primeira iniciativa realizada com base no diagnóstico feito pelo IEL Ceará. O estudo, encomendado pelo Sindiembalagens, traçou o perfil do setor da Região Metropolitana de Fortaleza. "É o primeiro passo para agregar e fortalecer a entidade", diz o presidente do sindicato, Hélio Perdigão.

Os números indicam alta longevidade no segmento. Mais da metade das 30 fábricas tem até 20 anos de vida e 90% são micro e pequenas empresas. A expectativa do diretor da indústria de transformação de plástico Ceplal – Ceará Plástico, Marlito Faria de Moura, é buscar alternativas para reduzir a carga tributária, apontada pelos empresários como principal entrave aos negócios. "Precisamos nos fortalecer porque é impossível resolver esse problema sozinho", diz. 

Parceria para certificação

Empresas mineiras de diversos setores vão implementar sistemas de gestão da qualidade com a assessoria de estagiários selecionados e acompanhados pelo IEL Minas Gerais. A iniciativa está prevista no convênio firmado entre a Federação das Indústrias e a Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado. O objetivo é fomentar a cultura da qualidade e auxiliar empresas que buscam a certificação ISO 9001:2000 ou ISO 14001:2004.

“Os estagiários serão selecionados de acordo com o perfil ade-

quado para cada empresa e terão de apresentar relatórios mensais sobre os trabalhos desenvolvidos”, explica Ubirany Ribeiro, do Núcleo de Gestão Empresarial da Gerência de Competitividade Industrial do IEL/MG. Serão beneficiadas 16 empresas mineiras. A consultoria dos estagiários vai contribuir para que as indústrias obtenham em menor tempo os certificados de adequação às normas de referência, uma das metas do Plano Mineiro de Desenvolvimento Integrado do governo do Estado.



Pesquisa na indústria

Mais uma iniciativa estimula a contratação de pesquisadores pela indústria do Paraná. Das 37 empresas em todo o Brasil selecionadas pelo Programa de Subvenção Econômica da Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), cuja divulgação do edital conta com o apoio do núcleo regional do IEL no Estado, três são paranaenses: Ecolvet Laboratório, de Londrina; Genetika, de Curitiba; e Nutrimental (foto), de São José dos Pinhais.

A Finep vai liberar R\$ 10,5 milhões para a contratação de 132 pesquisadores, 84 mestres e 48 doutores. “Temos diversos projetos de inovação em desenvolvimento e a contratação de pesquisadores é fundamental para executá-los”, diz o diretor da Nutrimental, João Alberto Bordignon. Pioneira na produção de barras de cereais, a empresa mantém três pesquisadores em seu quadro funcional e, agora, com os recursos da Finep, acaba de contratar mais um mestre em Ciência e Tecnologia de Alimentos.



DIVULGAÇÃO



Livros

MEIO AMBIENTE NA EMPRESA



Educação Ambiental Empresarial no Brasil, da Editora Rima, organizado pelo biólogo Alexandre de Gusmão

Pedriani, professor-adjunto do Departamento de Biologia Vegetal da Universidade Federal do Rio de Janeiro, traz o que há disponível sobre educação ambiental empresarial no Brasil. Essa coletânea pretende ser a pioneira mundial ao apresentar o que vem sendo realizado na área. O livro pode ser adquirido no [site www.rimaeditora.com.br](http://www.rimaeditora.com.br) e custa R\$ 62,00.



BOM USO DA INFORMAÇÃO



Processo Decisório em Tecnologia da Informação, do engenheiro elétrico Roberto Diniz, especialista em TI, lançamento

da editora Ciência Moderna, define metodologias e práticas de gestão no setor. O estudo busca denominadores comuns e fatores que se repetem em todos os processos com foco estratégico direcionado para obter a melhor forma de gerenciamento na área. A obra pode ser encontrada por R\$ 20,00, no [site www.lcm.com.br](http://www.lcm.com.br)



Educação Executiva IEL

Estratégia de Negócios para o Mercado Asiático
INSEAD - *Campus de Cingapura*



Estar em uma das melhores escolas do mundo é chegar ao topo do sucesso executivo. O Instituto Euvaldo Lodi - IEL proporciona a você uma experiência inédita de aprendizado empresarial: Estratégia de Negócios para o Mercado Asiático. Um programa de educação executiva realizado no centro de maior crescimento econômico da atualidade. Intensivo e abrangente, o programa foi especialmente elaborado para dirigentes empresariais brasileiros que, como você, desejam aprimorar seus conhecimentos nos mais modernos conceitos e práticas de negócios.

- De 6 a 15/10/2008 - Cingapura e Xangai
- Tradução simultânea

Conheça também os cursos de Educação Executiva do IEL no Insead, Fontainebleau - França, na Wharton School, Filadélfia - EUA e nas melhores escolas brasileiras de negócios.

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:

Tel.: (61) 3317-9432/9409

www.iel.org.br/eduexecutiva

INSEAD

CNI IEL