

Propriedade intelectual

A indústria brasileira
rumo a uma nova era

interação

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

Instituto Euvaldo Lodi (IEL)
Presidente do Conselho Superior e diretor-geral:
Armando Monteiro Neto

Superintendente:
Carlos Cavalcante

Gerente-executivo da Unicom:
Edgar Lisboa

Gerente de Jornalismo:
Carlo Iberê

Editor:
Edson Chaves Filho

Subeditor:
Roberto Almeida

Reportagem:
Cláudia Izique, Fernanda Paraguassu,
Luciana Bezerra e Maria José Rodrigues

Projeto:
Renato Benício

Produção gráfica:
textodesign

Capa:
Fernando Bernardo com fotos 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



183
Junho de 2007

3 **Editorial**
Para a indústria ser
mais competitiva

4 **Capacitação**
Brasileiro é
referência mundial

7 **Curso**
Técnicos do IEL
e do SENAI
recebem treinamento

11 **Conferências**
Sistema Parla! começa a
ser disseminado no país

12 **Parceria**
Empresários buscam cursos
para melhorar gestão

13 **Núcleo Regional**
Em Rondônia, muito
trabalho para estimular a
inovação na indústria

14 **Estágio**
Estudantes ajudam
empresas a entrar para o
mercado internacional

Parques tecnológicos – A Associação Internacional de Parques Científicos realizará, entre 2 e 4 de julho, no Centro de Convenções Internacional de Barcelona, na Espanha, a XXIV Conferência Mundial em Parques Científicos e Tecnológicos. Neste ano, o tema será Trabalhos Criativos e Empresas Criativas – Fatores-Chave para o Crescimento e a Competitividade. Informações: Ana Soriano, nos telefones +34 93 582 4545 e +34 93 580 2495, *e-mail*: ciasp2007@ptv.es. O *site* do encontro é www.iaspbarcelona2007.com

Prêmio Petrobras – Estudantes de graduação, mestrado ou doutorado de qualquer instituição nacional com ensino superior poderão inscrever trabalhos em um dos nove temas tecnológicos nas categorias graduação, mestrado e doutorado.

Os autores dos trabalhos vencedores e os professores orientadores receberão R\$ 20 mil na categoria doutorado, R\$ 15 mil no mestrado e R\$ 10 mil na graduação, além de bolsa de estudos do CNPq. Mais informações no *site* <http://www.petrobras.com.br/premiotecnologia>

1ª Exportação – Empresas de micro e pequeno portes do Espírito Santo já podem participar do Projeto 1ª Exportação, promovido pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e Secretaria de Comércio Exterior, dentro do programa Cultura Exportadora. O IEL-ES e o Centro Internacional de Negócios da Findes entraram como parceiros no projeto, cujo objetivo é promover a inserção sustentável dessas empresas no mercado internacional. Informações no *site* www.sistemafindes.org.br

Propriedade Intelectual

MIGUEL ÂNGELO



A Era do Conhecimento forçou mudanças na natureza e no ambiente dos negócios. A inovação tornou-se um dos pilares do desenvolvimento de uma nação e, com isso, os mecanismos de proteção intelectual ganharam destaque no mundo empresarial.

O IEL nota que cada vez mais as empresas brasileiras adotam a propriedade intelectual no centro do planejamento e da gestão de seus negócios. Em diversos núcleos regionais da entidade aumenta a demanda por informações sobre o assunto, o que evidencia a necessidade de a instituição estar preparada para atender a novos desafios.

Nesse sentido, 80 técnicos do IEL e do SENAI participaram em maio da primeira fase do Curso de Capacitação em Propriedade Intelectual, no Rio de Janeiro. A iniciativa faz parte do Programa de Propriedade Intelectual na Indústria, realizado pelas duas entidades em parceria com o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). O objetivo desse programa é aumentar a percepção da propriedade intelectual como instrumento de competitividade.

Durante o curso, os profissionais tiveram uma visão atualizada dos mecanismos de proteção das criações intelectuais, com enfoque na legislação, e da atuação do INPI. Na segunda fase, técnicos do IEL receberão treinamento para dar assessoria a empresas no uso da propriedade intelectual na estratégia de negócios e os profissionais do SENAI serão capacitados para o uso do sistema de informações patentárias.

Apesar dos avanços que o Brasil conquistou nos últimos anos ao reduzir o tempo de registro de marcas e patentes, ainda há deficiências a ser superadas para chegarmos ao patamar de países como Estados Unidos, Coréia do Sul e Japão. Sem a garantia do direito de propriedade, as empresas inovadoras retraem decisões de investimento, ao mesmo tempo que a ausência de um sistema adequado de proteção pode elevar os custos de produção.

Assunto começa a ser encarado pelas empresas como forma de gerar negócios

A indústria brasileira entende que a capacidade de inovação da economia é reforçada pela existência de níveis apropriados de proteção intelectual, conforme expressado no Mapa Estratégico da Indústria 2007-2015. Para o setor, a segurança institucional evita a concorrência desleal e protege os investimentos realizados no aperfeiçoamento de produtos e processos.

Ao disseminar a cultura de propriedade intelectual nas empresas, o IEL contribui para reduzir os obstáculos à inserção internacional do Brasil, além de incentivar os investimentos externos e as exportações, resultando na geração de emprego de qualidade para o trabalhador brasileiro.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Carlos Cavalcante'.

Carlos Cavalcante
Superintendente do IEL

Aula de Negociação

Especialista brasileiro
ensina executivos
no Insead

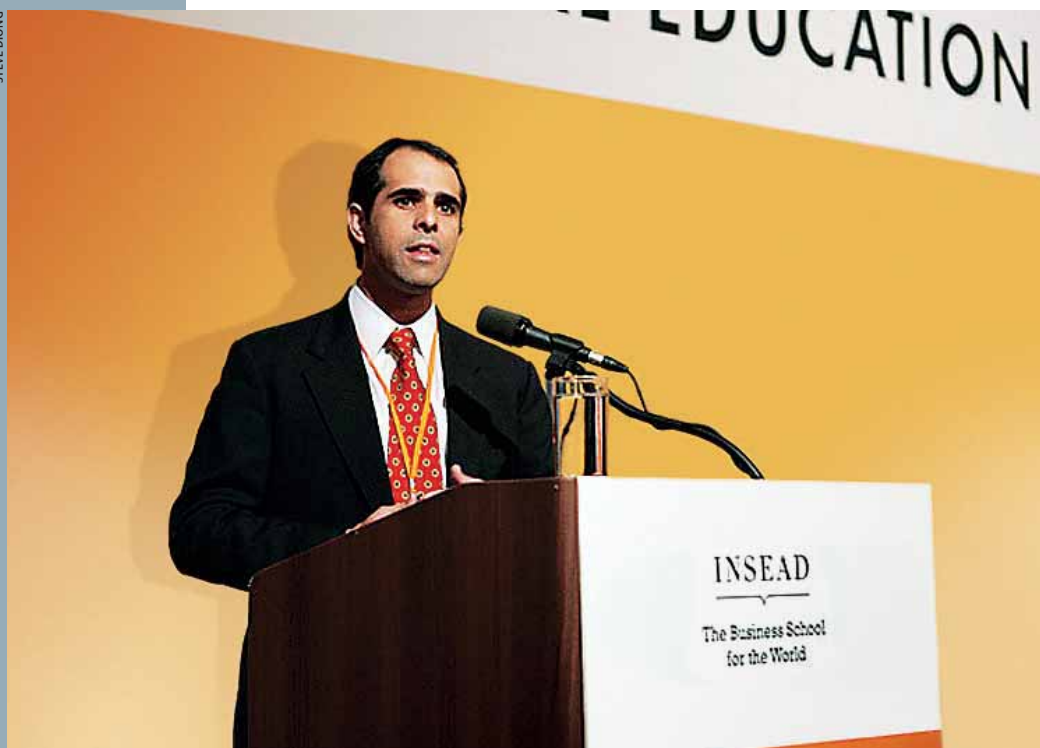
Horácio Falcão é uma pessoa multicultural. Formado em Direito pela PUC do Rio de Janeiro, fez mestrado em Direito com concentração em negociação na Escola de Direito de Harvard, nos Estados Unidos. Em 2002, concluiu um MBA no *campus* Cingapura do European Institute of Business Administration - Insead, uma das maiores escolas internacionais de negócios, onde hoje dá aulas sobre negociação e liderança. Aos 35 anos, ele agora agendou uma participação no curso do Insead em Fontainebleau, na França, marcado para agosto.

Falcão também atua como consultor de empresas em processos

de negociação. Já trabalhou em importantes casos, como a aquisição da Arcelor pela indiana Mittal, que resultou no maior grupo siderúrgico do mundo. Nesta entrevista por *e-mail* exclusiva à *Interação*, o professor diz que gosta do ambiente de tranquilidade e segurança de Cingapura, onde mora há cinco anos. Foi lá que, em fevereiro, nasceu seu filho, Luca.

O senhor deu aula sobre negociação e liderança para a turma de executivos brasileiros que o IEL levou para Cingapura em março. O que achou do perfil dos empresários que participaram do curso?

STEVE DIONG



Falcão: o brasileiro, de um modo geral, negocia bem

Horácio Falcão – Achei a turma dinâmica e aberta a novas idéias. Com um estilo concentrado e alegre, a aula foi uma excelente experiência de como aprender de forma interativa, com muito debate e discussão. Construímos o conhecimento juntos a partir do encontro da teoria com a prática e experiências dos participantes.

Quais eram as principais dúvidas e curiosidades dessa turma?

Falcão – Queriam saber as grandes diferenças na negociação com os asiáticos e como exercer liderança para alcançar melhores resultados.

O que o senhor pode adiantar do que será apresentado na sua aula durante o próximo curso?

Falcão – Na aula sobre liderança, trabalharemos com o conceito mais adaptável às rápidas e crescentes mudanças oriundas da globalização. Do ponto de vista das negociações interculturais, tentaremos entender as diferenças basilares nas culturas e seu impacto, bem como desenvolver um processo que nos permita gerenciar tais negociações de forma mais eficiente e exitosa.

Como o senhor avalia o nível do Brasil no cenário da negociação?

Falcão – O brasileiro, de um modo geral, negocia bem do ponto de vista da flexibilidade e criatividade. Creio que ainda podemos melhorar no que toca a aceitar a negociação como um processo científico, que se beneficia da preparação tanto da matéria quanto do processo.

Quais os principais passos a ser respeitados num processo de negociação?

Falcão – De forma geral, existem três etapas básicas em um processo de negociação: a) construir uma ponte com o outro (por intermédio de uma boa relação e um claro processo comunicativo); b) desenvolver e capturar o máximo de valor possível (entender os interesses das partes, gerar opções criativas e argumentar com base em critérios objetivos que busquem o resultado justo); e c) colocar-se na



Aula no campus do Insead

posição para poder tomar a melhor decisão possível: ou fechar o acordo na mesa ou ir embora para algo melhor em outro lugar.

O que deve ser evitado?

Falcão – O uso do poder no começo de uma negociação geralmente leva a reações desproporcionadas da outra parte. Isso traz grande risco de tornar a negociação um campo de batalha. Além disso, o uso de táticas de manipulação, como mentiras ou ameaças, geralmente é mais arriscado do que parece, criando problemas e desperdiçando oportunidades no curto e longo prazos. Finalmente, o desdém com o cuidado de preparar-se bem ou de dedicar-se a estruturar um bom processo de negociação é geralmente uma omissão que pode custar muito caro ao negociador.

O que é um processo de negociação bem-sucedido?

Falcão – Isso acontece quando as partes satisfazem seus interesses com a melhor das várias soluções possíveis com base em um ou mais critérios justos. O acordo deve ser estruturado para durar e ser melhor do que estiver disponível em outro lugar.

Pesquisas indicam que a participação da mulher no mercado de trabalho aumenta, inclusive em cargos de chefia. Como o senhor avalia a postura das mulheres nos processos de negociação?

Falcão – Mulheres tendem a ser excelentes negociadoras no que tange à identificação de valor, criação de soluções viáveis, argumentação com base em elementos justos, bem como na construção de uma sólida e aberta relação de trabalho.

Que conselhos o senhor dá às mulheres que negociam?

Falcão – As mulheres podem melhorar em algumas habilidades negociais: identificar mais oportunidades para negociar; preparar-se melhor para colher os frutos do valor identificado e criado, muitas vezes, por elas mesmas; e entender que justiça é algo que temos de construir e não apenas esperar que aconteça.

De que forma os estereótipos podem influenciar o processo de negociação?

Falcão – Podem ser perversos, pois influenciam diretamente o negociador estereotipado. Se o estereótipo de alguém é associado ao seu desempenho de forma negativa (ex.: mulheres não são boas em matemática ou homens não são bons em literatura), o resultado é um aumento da ansiedade do indivíduo e uma conseqüente queda de desempenho. Mulheres cairão de rendimento em provas de matemática caso o modelo indicado acima seja ressaltado antes de uma conversa sobre temas matemáticos. Isso leva ao efeito perverso de parecer que o padrão



Professor Falcão em atividade: a dimensão internacional de um negócio deve sempre ser considerada

está correto; no entanto, muitas vezes encontramos mulheres excelentes em matemática e melhores do que muitos homens, e que em provas similares irão ter resultados muito melhores se o estereótipo, ainda que apenas a identidade sexual, não for mencionado. A boa notícia é que o padrão positivo pode criar o efeito contrário e um nível de confiança que melhora o desempenho.

O desconhecimento sobre as diferenças culturais pode ser um empecilho para o sucesso da negociação?

Falcão – Muitas pessoas tendem a exagerar as conseqüências das diferenças culturais e imaginam que necessitam aprender a como ser um chinês para tratar de negócios com os chineses. O brasileiro não pode nem deve deixar de ser brasileiro ao negociar, pois dificilmente deixará de sê-lo e estará posicionado fora da sua zona de conforto ou de melhor desempenho. A verdade é que se transformar em ou adaptar-se completamente ao outro não é necessário e pode ser até perigoso, além de um investimento enorme de tempo. No entanto, fechar-se para o aprendizado do outro por

não estar ciente ou aberto a diferenças culturais pode ser igualmente perigoso.

O que fazer então?

Falcão – A resposta é estar sensível ao fato de que o negociador do outro lado da mesa é diferente de você e que deve escutá-lo com cuidado para aprender na medida em que avança. Alguma preparação para estar ciente das áreas nas quais pode haver diferenças ajuda a testá-las e mais rapidamente identificar onde o negociador deve ser mais cuidadoso e flexível. No final, o maior risco é o de se negociar com base em muitas presunções erradas, ou seja, a palavra de ordem é: checar antes de se comprometer.

Quais os conselhos que o senhor dá para os executivos brasileiros se tornarem craques em negociação?

Falcão – Participe do meu curso, ora!!!! E depois praticar, refletir, praticar. Não existe outra maneira de se melhorar uma habilidade que não seja por intermédio da prática bem informada e refletida.

Qual a importância de cursos de gestão em escolas com enfoque internacional, como o Insead, na formação dos executivos?

Falcão – Atualmente, é fundamental. Mesmo para o executivo que não opera internacionalmente, com o advento da globalização, a competição estrangeira se intromete em todas as indústrias de forma que nenhum executivo pode continuar ignorando a dimensão internacional do seu negócio mesmo que ele (ainda) seja 100% doméstico.

O senhor viaja muito?

Falcão – Viajo, em média, uma semana por mês para a Europa, Oriente Médio e Ásia. Eventualmente vou para as Américas. Ao Brasil, vou ao menos uma vez por ano. Estive lá em outubro de 2006.

Capacitação e Estratégia

Técnicos do IEL e do SENAI participaram no mês passado, no Rio de Janeiro, do Curso de Capacitação em Propriedade Intelectual, iniciativa que integra o Programa de Propriedade Intelectual na Indústria, realizado pelas duas instituições em parceria com o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). O objetivo foi difundir informações sobre propriedade intelectual e a sua importância para a competitividade das empresas.

“Atualmente, a propriedade intelectual (PI) tornou-se muito mais uma estratégia de posicionamento

para garantir a competitividade a uma empresa do que para sua defesa”, diz a gerente de Promoção da Inovação e do Empreendedorismo do IEL Nacional, Diana Jungmann. A abordagem passiva, de se investir apenas na proteção contra potenciais imitadores, passa a ser substituída por uma visão empresarial de explorar comercialmente os direitos de PI, com retornos econômicos e avanços tecnológicos para a organização.

Durante as aulas, os profissionais tiveram uma visão atualizada dos mecanismos de proteção intelectual

INPI prepara profissionais do IEL e do SENAI para mecanismos de proteção intelectual e competitividade empresarial

e das atribuições do INPI. Entre os temas abordados estavam conceitos da propriedade intelectual, importância da marca para a estratégia de competitividade da empresa, informação tecnológica e proteção ao *software*.

DIVULGAÇÃO SENAI-RS



Calçado ecológico: produção limpa do SENAI gaúcho

Haverá uma segunda fase de capacitação em que os técnicos do IEL serão treinados para dar suporte às empresas inovadoras em relação ao uso da propriedade intelectual na estratégia dos negócios. Os profissionais do SENAI aprenderão a usar o sistema de informações patentárias do INPI, que tem cerca de 20 milhões de documentos de patentes, para adicionar valor à informação tecnológica, principalmente na assessoria em projetos que são desenvolvidos em parceria com empresas.

MULTINACIONAIS

Em muitos casos, esses projetos resultam em inovações que merecem proteção intelectual. Um exemplo é o calçado de couro com o emprego de produção mais limpa, o chamado calçado ecológico, elaborado pelo Centro Tecnológico do Calçado do SENAI gaúcho.

A mudança no conceito da PI referida por Diana ficou mais evidente quando a inovação passou a ser considerada um dos pilares do desenvolvimento de uma nação. Em países como Estados Unidos, Coreia do Sul e Japão, a importância da proteção intelectual já está disseminada.

No entanto, no Brasil, o assunto está basicamente restrito às multinacionais, que trazem a cultura da propriedade intelectual de suas ma-

trizes no exterior. São empresas que posicionam a proteção intelectual no centro do planejamento e da gestão. Por aqui, a maioria das empresas de micro e pequeno portes ainda desconhece as vantagens que a PI pode trazer em termos de negócios.

O especialista em competitividade e tecnologia da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) Paulo Sérgio Pereira da Rocha sente isso no seu dia-a-dia. “Estamos na linha de frente com os empresários. As informações no Brasil não são muito conhecidas”, diz.

“É preciso acordar os empresários e mostrar que PI é um assunto de negócio. Tanto que é tema discutido na Organização Mundial do Comércio (OMC)”, destaca Diana.

Segundo ela, o novo paradigma reflete também uma alteração no perfil do capital intelectual das organizações, que começam a ter a necessidade de contar com profissionais diferenciados, com competências na área de PI e estratégias de negócio. O foco é alinhar esforços entre os setores de pesquisa e desenvolvimento, e de produção, comercial, comunicação e *marketing* da empresa. “Difundir estratégia de avaliação, valorização, proteção e comercialização de ativos de propriedade intelectual faz parte de uma visão de empresas e países alinhados com as tendências da era do

Rio de Janeiro: técnicos do IEL e do SENAI participam do curso de capacitação

GERALDO VIOLA





Ávila: aprender com o que foi feito para não reinventar a roda

conhecimento”, afirma Diana.

O presidente do INPI, Jorge Ávila, diz que o brasileiro é criativo, mas que usa o mecanismo da PI menos do que deveria. “Com a propriedade intelectual é possível aprender com o que já foi feito para fazer algo mais. Assim, não se gasta tempo reinventando a roda”, afirma.

Um dos participantes do curso, Jalves Mendonça Miracio, que trabalha no núcleo de informação tecnológica do SENAI-AL, diz que o curso foi interessante e destaca que o acesso a informações de uma patente permite montar um histórico do desenvolvimento de uma tecnologia, auxiliando na busca de inovações incrementais.

PROTEÇÃO

Segundo a coordenadora da área de consultoria e gestão empresarial do IEL-GO, Vera Lúcia Elias de Oliveira, que também participou do curso, a demanda por informações sobre propriedade intelectual aumenta na medida em que o processo de gestão das empresas evolui. Isso acontece, por exemplo, em indústrias que participam do *Programa de Qualificação de Fornecedores*, criado para capacitar empresas menores para ser fornecedoras das grandes. Entre os temas discutidos nesse programa, está a importância da marca. É nesse contexto que surge o interesse sobre a proteção intelectual.

“Os grupos mais organizados começam a perceber o valor de seus produtos”, afirma Vera. Para a técnica do IEL-GO, o curso esclareceu aspectos da lei e procedimentos administrativos relativos à propriedade intelectual.

Outra participante do curso, Lauriane Costa, da diretoria de internacionalização de empresas do IEL-PI, conta que tem recebido demandas de empresas interessadas

em registrar suas marcas para exportar, especialmente dos setores de móveis, de confecção e calçados. São produtos com *design* diferenciado que, se não tiverem proteção intelectual, ficam passíveis de ser copiados. “Proteção é uma ferramenta de negócio”, afirma.

Uma empresa que tem seu acervo de PI protegido legalmente ganha força na Justiça para contestar quando percebe que seu direito está sendo violado, por existir no mercado cópias indevidas de seus produtos. Para se comercializar artigos protegidos por direito de propriedade intelectual é necessário negociar termos de licenciamento, que envolvem pagamentos de *royalties*, com aquela que detém o direito sobre a PI em questão (seja uma marca, patente, desenho industrial, direito autoral).

Atualmente, no Brasil, a concessão de uma patente leva de sete a oito anos, o que ainda é considerado um tempo muito longo, e a proteção é válida em todo o território nacional. Para o exterior, há convênios internacionais, como o Tratado de Coope-

ração em Matéria de Patentes (PCT), que facilitam a solicitação de proteção patentária em vários países ao mesmo tempo. Mas isso tem um custo e, por isso, a proteção internacional deve estar inserida em uma estratégia de mercado da empresa.

UM POUCO SOBRE O INPI

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é uma autarquia federal vinculada ao Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior. Sua finalidade é executar normas que regulam a propriedade industrial, tendo em vista a sua função social, econômica, jurídica e técnica, além de pronunciar-se quanto à conveniência de assinatura de convenções, tratados e convênios sobre o assunto. Concede marcas e patentes e é responsável pela averbação dos contratos de transferência de tecnologia, registro de programas de computador, contratos de franquia empresarial e registro de desenho industrial e indicações geográficas.

PROPRIEDADE INTELECTUAL

É a soma de todos os direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico.

GERALDO VIOLA



Vera: evolução das empresas gera demanda de informações sobre PI

Conferência Anpei



Lucchesi: é preciso maior sinergia com as agências reguladoras

A VII Conferência Anpei de Inovação Tecnológica reuniu, de 4 a 6 de junho, em Salvador (BA), empresários e especialistas de todo o país para debater o tema Inovação, Competitividade e Inserção Internacional.

O presidente da Anpei, Hugo Borelli Resende, e o diretor da CNI Rafael Lucchesi apresentaram a palestra Visões e Proposições do Setor Produtivo

para uma Estratégia Nacional de Inovação. Lucchesi falou sobre os fatores que estão interligados à inovação no país. Ele acredita que o sistema de padronização deve ter maior sinergia com as agências reguladoras induzindo investimentos na área.

Em relação à propriedade intelectual, disse que o INPI deve concretizar sua modernização administrativa e que o país tem de fazer um debate maior sobre o Protocolo de Madri. Já Resende destacou os aspectos jurídicos e disse que os avanços conseguidos com a Lei de Inovação e a Lei do Bem trouxeram várias discussões. Entre elas, dúvidas em relação à aplicação dos recursos e ao retorno às empresas. “O investimento em conhecimento científico e tecnológico deve gerar retorno financeiro”, acentuou.

Resende elogiou os modelos de carta-convide na formulação de editais e disse que todos os atores envolvidos são importantes, mas que a melhor forma de se promover o estímulo à inovação é por meio da aplicação de recursos nas empresas, na forma de subvenção econômica.

Intercâmbio Brasil-Europa

O III Intercâmbio de Funcionários Brasil-Europa encerrou seu ciclo no fim de maio, após dez meses de trabalho. Por iniciativa do Eurocentro IEL Brasil, quatro funcionários dos núcleos regional e nacional do instituto acompanharam por três semanas o processo de pesquisa, inovação, empreendedorismo e evolução industrial de quatro países europeus. Graças ao programa, uma especialista italiana visitou o Brasil para trocar experiências sobre arranjos produtivos locais.

Uma dos participantes do intercâmbio foi a superintendente do IEL Minas Gerais, Heloísa Meneses. De 16 de abril a 9 de maio, ela regis-

trou na Alemanha a diversidade e o trabalho de instituições de pesquisa aplicada e de transferência de tecnologia voltadas exclusivamente para o mercado e o apoio fundamental dos governos regionais e federal alemães à inovação tecnológica.

“Tive a possibilidade de aproveitar idéias. Essa viagem também surgiu como uma chance de fazermos uma rede de interação de conhecimento”, disse Heloísa.

O Eurocentro IEL Brasil é um dos operadores do programa AL-Invest, da Comissão Européia, que procura estimular a cooperação industrial e investimentos entre empresas européias e latino-americanas.

Conheça o Sistema Parla!

O IEL está introduzindo, em todo o país, o Sistema Parla!, ferramenta para conferências *on-line* entre profissionais da instituição. O programa, que funciona via *web*, permite a comunicação por áudio, vídeo, *slides*, compartilhamento de tela e outras aplicações. A capacitação de superintendentes e técnicos já foi realizada em Goiás, Santa Catarina e Acre.

Dirigentes dos núcleos da Bahia e do Rio Grande do Sul também já realizaram reuniões via *web*. O superintendente do IEL-BA, Armando Neto, considera a ferramenta eficiente e de fácil uso. "O Parla! poderá reduzir muito os custos telefônicos e de reuniões presenciais. Mas, para ser eficiente, acho que o número de participantes de uma reunião *on-line* não pode ultrapassar cinco", destaca Neto.

Para o superintendente do IEL-SC, Natalino Uggioni, a ferramenta facilitará a comunicação entre os regionais e o IEL, contribuindo para o fortalecimento do Sistema. "Em Santa Catarina, estamos apostando no Parla!. Verificaremos os resultados na rede nacional para implantar a comunicação com nossos regionais no estado", diz.

SEMELHANÇA

De acordo com a gerente de Educação Corporativa, Maria Dilza de Araújo, o Parla! vai facilitar a comunicação no Sistema IEL. "A ferramenta é semelhante à Infovia – uma das mais avançadas infra-estruturas de videoconferência via satélite em circuito privado instaladas no Brasil –,

mas em vez de funcionar via satélite usam-se computadores conectados à internet", explica.

Em abril, foram distribuídos 27 *kits* do Sistema Parla!, que contêm *webcam*, microfone e *cd-rom* com manual de uso. O IEL obteve 25 licenças para usar a ferramenta. Isso significa que, no Sistema IEL, poderão usar simultaneamente o Parla! 25 pessoas que aparecem, na videocâmera, alternadamente, conforme estabelecido pelo moderador.

No Sistema Indústria, o Parla! começou a ser usado, em 2005, pelo SESI para a realização de reuniões técnicas. Profissionais do projeto de Rede de Competências, do IEL, já vêm usando o sistema desde dezembro do ano passado.

O consultor do IEL responsável pelo projeto, Janssen Lobo, afirma que o uso do Parla! tem reduzido o custo com reuniões presenciais, além

Nova ferramenta facilitará comunicação entre IEL Nacional e núcleos regionais

de evitar o deslocamento de profissionais para outros estados. "Mas ainda é preciso uma aculturação para garantir melhor utilização da ferramenta, pois as pessoas estão muito acostumadas a reuniões presenciais e a existência de um sistema pode deixá-las confusas", explica o consultor.



Lobo (acima): é preciso criar a cultura desse sistema. Dilza: o Parla! vai facilitar a comunicação no Sistema IEL

FOTOS: MIGUEL ÂNGELO

Investimento para o Futuro

Empresários buscam cursos para aperfeiçoar gestão

Francimar Pereira (à direita), diretor da Botega Eletrônica, recebe o certificado de capacitação de Heitor Thiago (à esquerda), presidente do Conselho de Entidades de Tecnologia da Informação e Comunicação de Santa Catarina

GISELLE DAURA



O grupo Ceramitelha reúne três empresas no Arranjo Produtivo Local Cerâmico de Mato Grosso do Sul. Duas unidades de produção em Rio Verde de Mato Grosso, com 160 empregados, têm registrado crescimento entre 15% e 20% nos últimos dois anos. A expansão do negócio exigiu aperfeiçoamento da gestão. Foi com esse objetivo que o diretor, Natel Moraes, inscreveu-se no Curso de Capacitação Empresarial do IEL-MS, em parceria com o Sebrae.

“O curso nos permitiu tomar decisões mais rapidamente, e com maior segurança, oferecendo uma visão ampla dos rumos a tomar”, explicou Moraes. “Agora queremos capacitar também nossos funcionários”, disse.

PROSPECCÃO

O programa, em sua terceira edição, oferece cursos de capacitação em nível de especialização, extensão, MBA e pós-graduação. “O IEL regional faz a prospecção das demandas e oportunidades em cada estado”, explica o gerente de Educação Executiva do IEL Nacional, Oto Morato.

A necessidade de aperfeiçoamento de gestão tem características diferentes nas regiões do país. Em Santa Catarina, a principal demanda das empresas é a gestão da inovação. O empresário Francimar Pereira, diretor da Botega Eletrônica, fabricante de duchas eletrônicas e aquecedor solar, em

Florianópolis, com 322 funcionários e clientes nas regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste, matriculou-se no Curso de Capacitação em Gestão da Inovação para Empresas em Arranjos Produtivos Locais.

O objetivo foi buscar uma metodologia para o desenvolvimento tecnológico do seu negócio. “Com o planejamento estratégico da inovação, sabemos o que devemos fazer nos próximos cinco anos”, afirmou.

O Programa também oferece cursos em nível de pós-graduação. O consultor José Guilherme Said Pierre, da Gomes de Matos Consultores Associados, em Fortaleza, no Ceará, faz o curso de pós-graduação em Gestão Empreendedora, ministrado em parceria com a Universidade Federal do Ceará. “Escolhi o curso com grande interesse em observar as novas tendências do *management* em todo o mundo”, afirma.

“Atualmente desenvolvo um modelo de gestão empreendedora usando informações que tive nas aulas”, explica Pierre. “Quero mostrar aos clientes que o modelo é viável para o desenvolvimento, evolução e perpetuidade das organizações.”

Os exemplos de sucesso do programa se multiplicam pelo país. “O curso contribuiu, e muito, para as próximas ações que tomarei para enfrentar a concorrência, facilitando muito meu trabalho”, afirmou Marconi Aragão Gomes, diretor do Laboratório Integrado de Análises Clínicas Ltda., em Boa Vista, Roraima, com 11 funcionários e uma lista de 200 mil pacientes por mês. Seus planos: “Fazer novos cursos que aparecerem”.

Estímulo à Inovação

Desde o início de maio, uma equipe do IEL Rondônia, liderada pelo superintendente Valdemar Camata Júnior, cumpre uma rotina de visitas a empresas da capital e do interior e de palestras em faculdades. Ele estimula empresários, professores e estudantes a se unir na busca pela inovação e pelo aprimoramento de tecnologias na emergente indústria local e a participar do 10º Prêmio Finep de Inovação Tecnológica, cujas inscrições ficarão abertas até 16 de julho. “Estamos levando a mensagem da inovação e do empreendedorismo à nossa indústria”, informa o superintendente.

A etapa Regional Norte da edição 2007 do prêmio foi lançada em Porto Velho, em 8 de maio, durante a realização do 4º Fórum de Inovação Tecnológica. Entre os palestrantes, a gerente de Promoção da Inovação e do Em-

preendedorismo do IEL Nacional, Diana Jungmann, destacou o papel fundamental da propriedade intelectual e do Prêmio Finep. “De visibilidade nacional, ele reconhece o grande esforço de uma atividade ainda pouco valorizada no país”, diz ela.

Além de se empenhar na divulgação de temas pertinentes como inovação e empreendedorismo, Camata orienta outras ações do IEL Rondônia, entre elas a área de pesquisa. “Estou à frente do IEL-RO há dois anos e a primeira e mais importante ação foi estruturar uma equipe de pesquisa que pudesse analisar todo o setor produtivo do estado”, disse.

Esses estudos estratégicos, aliados à pesquisa junto aos empresários, segundo ele, sinalizaram para o IEL oportunidades para as quais novos projetos estão sendo finalizados.

No segmento de estágio, Camata lembra que o IEL é reconhecido pela sua atuação na colocação de estudantes nas empresas. Neste momento, informou, a entidade está com 120% de acréscimo no número de estagiários sobre 2005. A próxima etapa é avançar para o interior do estado.

Finalmente, o IEL passou a fazer a gestão estratégica das ações do Centro Internacional de Negócios (CIN) em Rondônia, promovendo em 2006 a Caravana da Exportação, reconhecida pelo governo do estado como de extrema importância para a ampliação das nossas exportações, que cresceram 51% em 2006.

IEL-RO motiva empresários a participar do Prêmio Finep



Criado em 1981, o estado de Rondônia tem uma economia sustentada especialmente na agropecuária e no extrativismo. A produção agrícola para subsistência baseia-se em arroz, milho, feijão, mandioca e banana. Em escala de exportação, os destaques são o café, o cacau e a soja. Na pecuária, Rondônia cria o quinto maior rebanho bovino do país.

O setor industrial, ainda modesto, evolui motivado pela demanda dos mercados de outras regiões por matérias-primas locais. As empresas atuam nos segmentos madeireiro, de produtos alimentícios, de construção civil e de produtos metalúrgicos, de movelaria e de confecções.

Segundo estimativas do IBGE, o estado tem uma população de pouco mais de 1,5 milhão de habitantes espalhados por 52 municípios. O PIB *per capita* em 2006 foi de R\$ 8,5 mil.



OSÉ PAULO LACERDA

Camata: a próxima etapa é avançar para o interior do estado

Para difundir a cultura de Exportação

INP e IEL fazem parceria para formar recursos humanos em comércio exterior

As indústrias brasileiras de plástico exportaram US\$ 1,1 bilhão em 2006. Foi um bom resultado se comparado com o desempenho do setor em 2003, quando as vendas externas não passavam muito dos US\$ 500 mil. Os negócios, no entanto, se concentraram nas grandes empresas e o Instituto Nacional do Plástico (INP) criou, em 2003, o Programa Export Plastic para abrir mercados também para as de pequeno porte.

O programa tem o aval da Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex) e é patrocinado

pela Petrobras, por três centrais petroquímicas e 15 empresas produtoras de resina que também garantem o fornecimento da matéria-prima, o desenvolvimento de novos produtos e até a análise laboratorial, com o objetivo de estimular a exportação de empresas de pequeno e médio portes com maior valor agregado.

O Export Plastic conta com 100 empresas associadas, 75 delas de pequeno e médio portes que, no ano passado, exportaram US\$ 155 milhões. “O percentual de crescimento em relação a 2003 foi de 150%”, calcula o gerente-executivo do programa, Wagner Delarovera. Os principais clientes estão nos Estados Unidos, União Européia, Colômbia, Venezuela e África do Sul.

Para difundir a cultura exportadora nas empresas de pequeno e médio portes, promover a sua capacitação para novos mercados e incentivar a formação de recursos humanos na área de comércio exterior, o INP, por intermédio do Export Plastic, fez parceria com o IEL para criar um programa específico de estágios para o setor. “A expectativa é que o aluno de graduação ajude a empresa a ingressar ou ampliar o mercado exportador”, explica o coordenador do programa, Ricardo Romeiro.

O *Programa de Estágio* INP-IEL é dirigido a estudantes do terceiro ano – ou sexto semestre – de graduação dos cursos de Comércio Exterior, Relações Internacionais e Administração de Empresas com ênfase no comércio exterior, com conhecimento de inglês ou espanhol em nível intermediário. O

DIVULGAÇÃO



Delarovera: parceria com o IEL ajuda empresa a organizar estrutura e conquistar novos mercados



Terminal de contêineres no porto de Suape, em Pernambuco

valor da bolsa é de R\$ 800,00 por um prazo de seis meses. “O INP-Export Plastic subsidia 75% desse valor no caso das empresas com menos de 100 empregados, e 50%, para as empresas maiores”, informa Romeiro.

São Paulo, Bahia, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte e Minas Gerais já adotaram o programa que, em 2006, atendeu à demanda de 11 empresas, com a colocação de 15 estudantes de 13 diferentes instituições de ensino. Os alunos são selecionados pelos mesmos critérios dos demais programas de estágios do IEL e devem apresentar à empresa um plano de trabalho que será acompanhado pelo professor responsável.

COMPLEMENTAÇÃO DO APRENDIZADO

Dos cinco estagiários que já concluíram sua participação, três foram contratados pela empresa. Um deles foi Katiuscia Nascimento Paulon, da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, que estagiou na Tecnoplast,

em São Paulo. “O estágio complementa o aprendizado adquirido com a faculdade, pois nem sempre o que é estudado é aplicado na prática da mesma maneira”, afirmou.

A empresa também fez avaliação positiva. “O Programa de Estágio INP-IEL permitiu investir na organização do nosso Departamento de Comércio Exterior na medida em que forneceu estagiário pré-qualificado com bolsas subsidiadas. Com certeza continuaremos a utilizar o programa”, afirmou o coordenador do programa na Tecnoplast, Paulo Eduardo Signori.

A edição 2007 do Estágio INP-IEL está sendo lançada. Será oferecido às empresas um total de 15 bolsas. “A novidade é que o período da bolsa poderá ser prorrogado, desde que não ultrapasse o dia 30 de dezembro deste ano”, afirma Romeiro.

A gaúcha Fresal, por exemplo, já prorrogou o estágio de Raphael Fernandes Rique, da Pontifícia Universidade Católica do Grande do Sul. Durante os seis primeiros meses de

estágio, ele desenvolveu a pesquisa sobre a estratégia de internacionalização dos negócios no segmento de tecidos e fios de polipropileno. A Fresal exporta principalmente para os mercados norte-americano e argentino. O objetivo de Rique é colaborar para que a empresa conquiste novos mercados com produtos de maior valor agregado, para evitar a concorrência dos produtos asiáticos.

O IEL coopera para que o Programa Export Plastic atinja sua meta para o período 2006–2007: chegar a um volume de exportações de US\$ 150 milhões das empresas associadas e gerar 1.570 novos empregos. “Alcançaremos a meta. Apenas nos três primeiros meses deste ano, as vendas externas já somaram US\$ 93 milhões”, afirma Delarovera. “A parceria com o IEL contribui para que muitas empresas que não levavam adiante oportunidades de negócio, por falta de estrutura interna, possam agora conquistar novos mercados.”