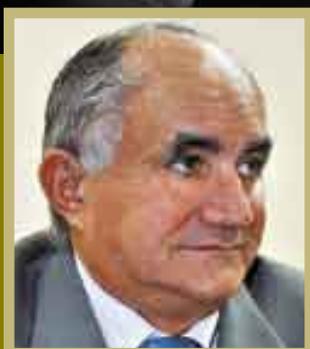


PARÁ Industrial

REVISTA DO SISTEMA FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO PARÁ (FIEPA) • ANO 2 • Nº 7 • MAR / ABR 2009

Quebrando preconceitos

Mulheres aumentam participação em cursos profissionalizantes do Senai e entram de vez na disputa por vagas antes dominadas pelos homens



ENTREVISTA

José Olímpio: a qualidade de vida do trabalhador é o diferencial competitivo das empresas no século XXI



www.FIEPA.org.br

EMPRESAS SAUDÁVEIS SE CONSTROEM COM QUALIDADE DE VIDA E RESPONSABILIDADE SOCIAL.



O programa Indústria Saudável é uma iniciativa do SESI que oferece serviços de saúde e lazer para o trabalhador da indústria, proporcionando qualidade de vida, aumento da produtividade e melhoria no ambiente de trabalho. O SESI também oferece material educativo sobre saúde e segurança no trabalho, diagnóstico de condições de saúde e estilo de vida, assessoria, consultoria, entre outros. Procure o SESI. Ele pode fazer muito mais por sua empresa.

Informações:
Gerência de Saúde do SESI
(91) - 4009-4922



www.fiepa.org.br/sesi



POR UM MERCADO INTERNO MAIS FORTE E COMPETITIVO

Os meios de comunicação em geral têm apresentado o mercado interno do Brasil como uma das principais fronteiras de negócios das empresas em um panorama global de crise. Acreditar nas potencialidades desse mercado e usá-lo para gerar desenvolvimento, mitigando assim os efeitos e dificuldades, torna-se imprescindível para todo o setor produtivo.

O Pará, por ser um estado cuja economia ainda está centrada na exportação de produtos primários e semi-manufaturados, já sofreu os impactos da diminuição da demanda mundial. Diante desta realidade de mercado, o Estado poderia tranquilamente adotar esse modelo de negócios e investir mais no seu potencial interno.

Agindo desta forma, o Estado estará apenas seguindo o exemplo do Brasil e de muitos países, que estão incentivando o consumo interno como uma alternativa à superação da crise econômica mundial. Uma proposta seria ampliar a dinâmica dos negócios dentro do próprio estado, chamando a responsabilidade tanto do setor público, quanto do setor privado. Mas para que isso aconteça é necessário desobstruir as barreiras de tal maneira que ao mesmo tempo motive as empresas à cooperação. É claro, que haverá uma competitividade entre as próprias empresas, mas isso vai gerar o aumento das compras internas e a ampliação do ambiente de inovação, mecanismos fundamentais para garantir a manutenção e desenvolvimento das atividades empresariais.

O efeito multiplicador do incremento do setor interno só tenderia a crescer, favorecendo o aumento do consumo ainda mais. E isso fatalmente resultaria na geração de empregos. Na prática, essa alternativa representaria uma oportunidade real de aumento de negócio em um cenário econômico adverso. O contrário disso seria o deslocamento do lucro às empresas de fora do Pará. A consequência mais desastrosa de não investir no mercado interno é reduzir, já em um futuro próximo, o poder de compra de nossas próprias empresas e até certo ponto renegar o direito de sobrevivência de muitas empresas genuinamente paraenses.

Concretamente, a realização desta proposta dependeria

unicamente de nós. O governo do Estado, por sua parte, envidaria todos os esforços para, em suas modalidades de compras, usar as empresas paraenses. Essas por sua vez priorizariam as compras em empresas do próprio estado. Sempre atendendo às exigências de mercado que primam pela qualidade, atendimento e preços, condições imprescindíveis nas negociações de livre concorrência. Para o empreendedor, essa é uma proposta de crescimento e não a prática de paternalismo, ou ainda atitudes que premiam a ineficiência ou até mesmo criar uma reserva de mercado.

Na realidade, o maior objetivo da proposta é fazer um mercado interno forte e competitivo, que incentive

O governo pode usar as empresas paraenses em suas modalidades de compra. Essa é uma proposta de crescimento e não a prática de paternalismo, muito menos reserva de mercado

as empresas a inovar, criar e ultrapassar seus próprios limites. Queremos quebrar paradigmas e criar alternativas para desenvolver de forma sustentável e permanente.

Na verdade, a real barreira à entrada de novos concorrentes que estão vindo ao Pará - em função dos investimentos em andamento e que estão previstos para os próximos anos - passa, necessariamente, pela competência em gestão e o poder de inovação de cada um.

Este pode ser um momento em que paradigmas podem ser quebrados e parcerias e negócios podem ser firmados, até mesmo aqueles que antes pareciam improváveis, hoje podem ser tornar viáveis. A FIEPA disponibiliza a experiência do Programa de Desenvolvimento de Fornecedores e a sua relação de cadastrados, onde há empresas com experiência no fornecimento de produtos e serviços a empreendimentos que competem mundialmente e que nos últimos tempos têm procurado, através da capacitação, melhorar os seus processos de gestão, diferenciando seus produtos, serviços e principalmente, reduzindo custos. Só assim todos conseguirão driblar os efeitos da crise econômica mundial. É hora de voltar as atenções para o mercado interno e torná-lo mais forte e competitivo. ■



www.FIEPA.org.br

Diretoria da Federação das Indústrias do Pará / FIEPA
Quadrênio 2006/2010

PRESIDENTE: José Conrado Azevedo Santos

VICE-PRESIDENTES

Sidney Rosa - 1º VICE-PRESIDENTE
Gualter Parente Leitão - 2º VICE-PRESIDENTE
Manoel Pereira dos Santos Jr.
Luiz Carlos da Costa Monteiro
Antônio Georges Farah
Ronaldo Maiorana
Roberto Kataoka Oyama
Juarez de Paula Simões
Fernando Antônio Ferreira
Nilson Monteiro de Azevedo
Luiz Otávio Rei Monteiro

DIRETORES

José Duarte de Almeida Santos - DIRETOR SECRETÁRIO DA FIEPA
Antônio Djalma Vasconcelos - 2º DIRETOR SECRETÁRIO
Ivanildo Pereira de Pontes - DIRETOR EXECUTIVO
Roberto Rodrigues Lima - 1º DIRETOR TESOUREIRO
Carlos Jorge da Silva Lima
José Maria da Costa Mendonça
Marcos Marcelino de Oliveira
Fábio Ribeiro Vasconcelos
Jefferson Rodrigues Brasil
Antônio Pereira da Silva
Pedro Flávio Costa Azevedo
Paulo Afonso Costa
Jadir Seramucin
Antônio Emil Macedo
Eugênio Carlos Lopes Victoroso
Hélio de Moura Melo Filho
Ana Clara Rodrigues Boralli
Sonia Kerber

CONSELHO FISCAL

Efetivos:

Fernando de Souza Flexa Ribeiro
Luizinho Bartolomeu de Macedo
Lísio dos Santos Capela

Suplentes:

José Roberval Souza
João Batista Corrêa Filho

CHEFIA DE GABINETE

Fábio Contente

PARÁ Industrial

Revista do Sistema Federação das Indústrias do Estado do Pará (FIEPA)

PRODUÇÃO

temple
COMUNICAÇÃO

Av. Conselheiro Furtado, nº 2865
Edifício Síntese 21 - Salas 1201, 1203 e 1205
Bairro São Brás | Cep: 66040-100
www.temple.com.br | temple@temple.com.br

REDAÇÃO

Coordenação: Cleide Pinheiro

Editor: Raimundo Pinto

Editor-assistente: Fernando Alves

Projeto gráfico: Calazans Souza

Tratamento de imagem e diagramação: Antônio Machado

Reportagens: Adriana Ferreira, Alessandra Barreto, Bosco Galvão, Dandara de Almeida, Fabrício Gesta, Lorena Nobre, Rosana Maciel e Yuri Age

Revisão: Ivanildo Pontes

PUBLICIDADE

Temple Comunicação
Walkiria Medeiros - walkiria@temple.com.br
(91) 3205 6526 / 3205 6500
Impressão: Marques Editora
Tiragem: 10.000 exemplares
FIEPA: Travessa Quintino Bocaiúva, nº 1588. Cep: 66035-190.
(91) 4009 4900 / (91) 3224 1995
e-mail: ascom@FIEPA.org.br ou paraindustrial@FIEPA.org.br

* As opiniões contidas em artigos assinados são de responsabilidade de seus autores, não refletindo necessariamente o pensamento da FIEPA.



É preciso investir cada vez mais na qualidade de vida do trabalhador. Ele é o maior patrimônio de uma empresa."

MARCELO LEIS



ENTREVISTA:

José Olímpio Bastos, superintendente do Sesi-Pará. Pág 8.

- 3 • **EDITORIAL** | José Conrado: investir no mercado interno pode ser a chave para driblar a crise e fortalecer nossas empresas
- 12 • **ASSOCIATIVISMO** | Aniversário da FIEPA: há seis décadas lutando pelo desenvolvimento sustentável do Pará
- 14 • **FEIRA DA INDÚSTRIA** | Geração de emprego e estímulo ao turismo: a outra face da FIPA 2009
- 16 • **DESENVOLVIMENTO** | Como estruturar os distritos e polos industriais pode fazer a diferença na socioeconomia paraense
- 20 • **NEGÓCIOS** | Chegada de megafábrica a Paragominas é mais uma vitória do MDF, o novo queridinho da arquitetura
- 24 • **EMPREENDEDORISMO** | Empresas estimulam funcionários a propor melhorias na organização. E tem dado certo.



UM NOVO TEMPO NA INDÚSTRIA

Mulheres aderem em massa a cursos profissionalizantes e abrem disputa em setores antes exclusivos dos homens.

Pág 26

- 30 • **MERCADO** | Indústria da beleza comemora crescimento
- 34 • **ECONOMIA** | Protecionismo: como a blindagem ao mercado é nociva ao desenvolvimento e ao livre comércio
- 38 • **INDÚSTRIA SOCIAL** | Com o apoio da Alunorte, donas de casa viram empresárias em Barcarena
- 40 • **CERTIFICAÇÃO** | Procem projeta aumentar abrangência para ampliar oferta de capacitação
- 44 • **CIDADANIA** | Ação Global: um convite à inclusão social
- 48 • **GESTÃO** | IEL investe no treinamento de consultores para fortalecer a administração de empresas no Pará

REPRODUÇÃO



RADAR DA INDÚSTRIA | 7
Inauguração do posto de abastecimento do Sesi-Pará em 1950

VIDA CORPORATIVA | 31
Vale a pena investir no networking

INDÚSTRIA EM FOCO | 51
Siderúrgica Sinobras

COLABORADORES

HELENILSON PONTES | Advogado tributarista

ELIAS PEDROSA | Presidente do Sind. das Ind. de Panificação do Pará

ANDRÉ REIS | Coordenador do Instituto Brasileiro de Mineração na Amazônia

Modernização que gera Resultados



Aos 56 anos de atividades, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) revoluciona as indústrias do Pará. Cursos técnicos e profissionalizantes em diversas áreas industriais são oferecidos aos jovens e adultos para atender às demandas dos investimentos industriais instalados no Estado e com o foco na responsabilidade social.

O SENAI não mede esforços para que a indústria tenha profissionais qualificados e competentes. Investe na modernização de seus Centros de Educação. O mais novo investimento é a reestruturação do Centro de Educação Profissional de Marabá. Cerca de 6 milhões de reais estão sendo investidos entre obras e equipamentos de última geração em parceria com a Vale. A capacidade instalada passa de 2.468m² para 7.404m². O município ganhará novos cursos técnicos: Sistema de Eletromecânica, Eletroeletrônica, Segurança no Trabalho, Química e Siderurgia.



SENAI. Há 56 anos
modernizando a indústria do Pará.



Interiorização industrial



Uma comitiva formada por diretores da FIEPA visitou, em abril, o sudeste paraense. Além de conhecerem algumas empresas, como a siderúrgica Sinobras (*foto*), o presidente José Conrado e o vice-presidente da federação, Sidney Rosa, participaram de encontro empresarial promovido pela Associação Comercial e Industrial de Marabá, que apontou os fatores impactantes à competitividade das empresas da região. Conrado disse que vai se esforçar para que as demandas locais ganhem prioridade junto ao setor público, com destaque para a agilidade na liberação das licenças ambientais e no acompanhamento das obras da eclusa de Tucuruí.

CAPACITAÇÃO SINDICAL

A legislação sindical e as barreiras impostas pela CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas) foram temas do sexto módulo do Curso de Capacitação Sindical, promovido pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) por meio do Programa de Desenvolvimento Associativo (PDA). A consultora e ex-coordenadora da Unidade de Relações de Trabalho da CNI, Lúcia Rondon, apresentou os sistemas de organização sindical e as características das organizações sindicais de empregadores. Em tempo de crise, o tópico sobre as convenções coletivas de trabalho e os acordos para o reajuste salarial dos trabalhadores despertou o interesse dos participantes, que procuram por soluções para driblar o problema do desemprego, garantindo a dignidade da classe trabalhadora e o desenvolvimento da atividade produtiva.

PARCERIA PELA CIDADANIA

A Celpa se aliou ao Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) em apoio ao projeto Agenda Criança Amazônia, que é referência na luta pelos direitos das mais de 9 milhões de crianças e adolescentes da região



amazônica. Os clientes da concessionária podem, desde o início de março, colaborar com o projeto. Para aderir à campanha, basta pagar a fatura carona, enviada à residência junto com a fatura mensal. O convênio foi assinado no dia 13 de março, em Belém, e contou com a presença da diretoria da Rede Energia e de representantes da Unicef no Brasil e América Latina.

1 ANO EM ALERTA

O Instituto Alerta Pará completou, no dia 14 de abril, um ano da assinatura de sua Declaração de Princípios, que proclama a defesa da legalidade, o respeito ao pacto federativo e ao povo do Pará, a preservação da Amazônia e do meio ambiente e o progresso, com paz social e segurança.

SEDE PRÓPRIA

Durante este período, o Instituto realizou várias reuniões com a sociedade e governo, além das apresentações do Projeto Preservar, que já está tendo sua metodologia copiada na Bahia e Tocantins. Em março deste ano, o Instituto Alerta Pará instalou o seu escritório próprio na FIEPA.



Combate à informalidade

O Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria do Estado do Pará (SIPPA) está sob nova direção. Elias Pedrosa (*foto*) será o presidente pelos próximos três anos do SIPPA e terá como bandeira o combate à atividade clandestina no segmento da panificação. O novo presidente pretende estimular a legalização das panificadoras que se encontram ativas no território paraense. De acordo com levantamento do sindicato, existem 8.000 empresas ativas, sendo que dessas apenas 100 estão sindicalizadas e cerca de 52% encontram-se na informalidade.



REAÇÃO

Os números da balança comercial referentes ao primeiro trimestre de 2009 indicam uma reação da economia paraense. Aos poucos, o estado retoma o papel de exportador. De janeiro a março deste ano, foi registrada uma variação positiva de 0,32% nas vendas ao exterior em comparação ao mesmo período de 2008. O valor pode parecer irrelevante, porém supera a média nacional, que foi de -19,42%. As importações também ficaram acima da média nacional. Enquanto que o Brasil registrou resultado negativo de -21,6%, as importações paraenses cresceram em 52,3%.

REAÇÃO II

Os grandes destaques da pauta de exportação paraense foram os produtos minerais e não tradicionais (bovinos vivos, carnes bovinas e a soja), os quais responderam por 91% do total das vendas de produtos paraenses ao exterior. Os bovinos, por exemplo, registram nesse primeiro semestre uma variação positiva de 36% na tonelada exportada se comparada ao mesmo período de 2008.

MEMÓRIA DA INDÚSTRIA



Inauguração do posto de abastecimento do Sesi-Pará em novembro de 1950, onde indústrias compravam gêneros alimentícios e utilidades domésticas. O posto foi desativado nos anos 70.

Uma das principais instituições ligadas ao Sistema FIEPA vai completar, em 2009, 60 anos de história no Pará. É o Sesi (Serviço Social da Indústria), que desenvolve projetos direcionados à qualidade de vida do trabalhador industrial. Tudo começou com apenas uma unidade idealizada pelo empresário Gabriel Hermes, em 1949, e hoje se estende em dez municípios paraenses, em 11 unidades que, somente em 2008, atenderam a mais de 330 mil pessoas no estado, entre trabalhadores da indústria, seus dependentes e a comunidade nas áreas de saúde, esporte, lazer e educação.

Quem viveu boa parte desta história é o administrador de empresas José Olímpio Bastos, superintendente do Sesi no Pará. Desde 1990 ele trabalha na instituição. Nesta entrevista concedida à Pará Industrial, Olímpio revela um pouco da história da instituição, desafios e os projetos para cada vez mais consolidar o nome do Sesi como a instituição que valoriza o colaborador da indústria paraense.

DESENVOLVIMENTO COM RESPONSABILIDADE SOCIAL

PARÁ INDUSTRIAL – No início da história do Sesi, deve ter sido difícil mostrar aos empresários a importância de se valorizar a mão de obra do trabalhador. Como ocorreu essa fase de conscientização?

JOSÉ OLÍMPIO BASTOS – Acho que meus antecessores tiveram grandes desafios para garantir a implantação de políticas direcionadas aos trabalhadores. Até porque o contexto político e histórico-cultural da época era de conflitos entre empregados e empregadores. Porém, acho que é aí que está toda a grandiosidade do trabalho do Sesi. Todas as pessoas que lutaram para implantar políticas de saúde, lazer, cultura e educação para os trabalhadores das indústrias tiveram convicção de que este era o caminho para garantir o desenvolvimento do próprio setor produtivo. Daí por diante, as conquistas foram aumentando. Hoje, todas as grandes empresas são unânimes em afirmar que o potencial humano é o seu maior patrimônio.

PARÁ INDUSTRIAL – Qual foi a principal mudança ao longo desses 60 anos de história do Sesi?

JOSÉ OLÍMPIO BASTOS - Muita coisa mudou. No início, a força de trabalho era, vamos dizer assim, a moeda de troca do trabalhador. Com a evolução do setor produtivo, do aparecimento de novas tecnologias, o conhecimento passou a ser determinante àqueles que buscavam melhores condições de trabalho e de renda também. Então, a exigência das empresas ficou mais apurada e a qualificação se tornou uma condição essencial. Por isso que o Sesi incentiva, acima de tudo, que o trabalhador estude e

mantenha-se em sintonia com as inovações que ocorrem no campo do conhecimento.

PARÁ INDUSTRIAL – O Sesi incentiva a mudança de mentalidade nas indústrias, mostrando que elas precisam valorizar o potencial humano. Como isso acontece na prática?

JOSÉ OLÍMPIO BASTOS - O mundo está em constante transformação. As empresas perceberam que valorizar o potencial humano é sinal de competitividade. Na prática, funciona da seguinte maneira: quanto mais feliz estiver o trabalhador, mais ele produzirá. Quanto mais feliz ele estiver no ambiente de trabalho, mais ele vai render. Então, o trabalho do Sesi é mostrar que, se o trabalhador tiver condições de saúde, cultura e lazer, agregando a tudo isso o sentimento familiar, ou seja, incluindo seus entes queridos, isso vai resultar num bom desempenho produtivo. Além disso, com a globalização, o envolvimento do setor produtivo em questões sociais não é apenas uma exigência, é um compromisso de responsabilidade da própria empresa que quer ter excelência na gestão e conquistar o respeito e admiração de toda a sociedade onde está inserida. Esse envolvimento social da indústria cria um ambiente socialmente mais justo, fato que contribui para a redução das desigualdades, influenciando inclusive na atração de novos investimentos para o estado.

PARÁ INDUSTRIAL – Muitas pessoas, até mesmo algumas indústrias, acham que o Sesi é ligado ao governo. Como mudar essa imagem?

JOSÉ OLÍMPIO BASTOS – De fato. Algumas empresas



O envolvimento do setor produtivo em questões sociais é um compromisso de responsabilidade da própria empresa que quer ter excelência na gestão e conquistar respeito.”

ainda possuem essa compreensão equivocada do Serviço Social da Indústria. Porém, é bom reforçar bastante que o Sesi é o braço social da indústria, ou seja, é o setor produtivo assumindo seu papel como agente de fomento do desenvolvimento social do Pará. Vou até mais longe: é a iniciativa privada assumindo o papel de gerar não só emprego e renda, mas cultura, lazer e esporte para seus colaboradores. É claro que existem parcerias com instituições governamentais e não governamentais, mas são as empresas as responsáveis pela manutenção do Sesi.

PARÁ INDUSTRIAL – Como o Sesi desperta o compromisso social das empresas?

JOSÉ OLÍMPIO BASTOS – Bem, como já havia dito, investir em questões sociais é uma exigência de mercado, então, o trabalho do Sesi é mostrar como as empresas podem investir na comunidade onde estão inseridas. Agora, é importante salientar que a responsabilidade social da entidade e até mesmo das empresas não pode ser con-

fundida com assistencialismo, pois não doamos nada a ninguém. A proposta do Sesi é promover a qualidade de vida do trabalhador. E, para isso, temos programas desenvolvidos em parceria com empresas, como é o caso do Cozinha Brasil – Alimentação Inteligente, que já passou por 16 municípios do estado e ensinou mais de 20 mil pessoas a manusear e aproveitar integralmente cada alimento, reduzindo o desperdício. Esse conhecimento pode servir de fonte de renda para as comunidades mais carentes. O Sesi oferece ferramentas para as práticas sociais e estimula a prática da cidadania empresarial, por meio do Prêmio Sesi de Qualidade no Trabalho (PSQT), promovido em âmbito estadual, regional e nacional. A iniciativa reconhece o trabalho de empresas que cumprem seu papel social com seus trabalhadores e com a comunidade onde a empresa está inserida, oferecendo relatórios para a melhoria da gestão das indústrias participantes. São essas as ferramentas usadas pelo Sesi para despertar o lado social dos empresários paraenses. ▶



É uma exigência de mercado ser qualificado para desempenhar suas funções. Para acompanhar os avanços tecnológicos das empresas, os colaboradores precisam estar capacitados."

PARÁ INDUSTRIAL – Como funciona o trabalho do Sesi dentro das próprias empresas industriais?

JOSÉ OLÍMPIO BASTOS – O Sesi existe porque as indústrias acreditam no trabalho da instituição. Estamos buscando inovações constantes para apresentá-las às próprias empresas. Por isso, as equipes de colaboradores criam diversos mecanismos para serem usados dentro das próprias empresas, como a Ginástica Laboral. Aliás, o Sesi foi uma das primeiras instituições brasileiras a desenvolver técnicas voltadas ao relaxamento e lazer dos trabalhadores. Também levamos até as empresas as nossas unidades móveis, como, por exemplo, a do Cozinha Brasil, que por meio de um caminhão-cozinha ministra cursos de educação alimentar, e a do Programa Invista, que em um consultório móvel realiza exames oftalmológicos com o objetivo de prevenir e detectar possíveis deficiências oculares nos trabalhadores. Além disso, também realizamos consultoria esportiva às empresas com o intuito de promover torneios entre os funcionários. Com essas práticas, as empresas ajudam a elevar a autoestima do trabalhador, que, se sentindo mais valorizado, vai produzir mais e valorizar o local em que trabalha.

PARÁ INDUSTRIAL – Um dos desafios do Sesi é aumentar a escolaridade dos colaboradores da indústria. Como incen-

tivar o trabalhador a voltar às salas de aula?

JOSÉ OLÍMPIO BASTOS – Muitos trabalhadores tinham a cultura de que o fundamental era a força de trabalho. Mas o mundo mudou e as relações de trabalho também mudaram. Agora, é uma exigência de mercado ser qualificado para desempenhar suas funções. Não basta ter a força física, tem que ser criativo e inovador. Durante uma pesquisa descobrimos que o índice de escolaridade dos trabalhadores da indústria era muito baixo. Então desenvolvemos o programa EJA (Educação de Jovens e Adultos). As aulas são realizadas nas escolas da Rede Sesi de Educação e nas empresas que têm convênio com a instituição. O EJA é uma oportunidade para quem quer correr atrás do tempo perdido e conseguir realizar seus sonhos.

PARÁ INDUSTRIAL – Quais são as metas do Sesi para os próximos anos ?

JOSÉ OLÍMPIO BASTOS – Agora que o Sesi chegou à fase mais sábia, adotamos uma política capaz de consolidar ainda mais a marca da instituição. Estamos aplicando pesquisas que apontem as demandas específicas de cada

uma das indústrias. Essas pesquisas identificam as condições de saúde e estilo de vida do trabalhador, as suas condições de trabalho e a relação entre as empresas com os seus colaboradores. A partir desse conjunto de informações, o Sesi tem condições de estreitar o relacionamento com as indústrias e apresentar soluções de acordo com as suas necessidades. Além disso, são as referências que o Sesi tem e utiliza para posicionar seus negócios estratégicos dentro dos programas Educação para a Nova Indústria e Indústria Saudável, ambos mantidos pelo Programa de Desenvolvimento da Gestão, cuja plataforma consiste na adoção do Modelo de Excelência na Gestão, da FNQ (Fundação Nacional de Qualidade).

PARÁ INDUSTRIAL – De que forma estes dois programas atenderão aos trabalhadores?

JOSÉ OLÍMPIO BASTOS – A qualidade de vida do trabalhador é o diferencial competitivo das empresas no século XXI e ambos os programas dizem respeito ao capital humano das empresas, tanto em termos de competências básicas quanto específicas de cada profissional, até a sua saúde e o estilo de vida. Para acompanhar os avanços tecnológicos das empresas, os seus colaboradores precisam estar mais capacitados. É aí que entra o programa Educação para a Nova Indústria, que surgiu para melhorar a qualidade da educação básica da Rede Sesi de Educação, não só para os trabalhadores, como também para os seus filhos. Já o Indústria Saudável apresenta um conjunto de ações para incentivar as indústrias a construir ambientes de trabalhos seguros e saudáveis, com o objetivo de melhorar os resultados empresariais. Por meio do programa Indústria Saudável, o Sesi pretende ser reconhecido como o grande parceiro da indústria e de seus colaboradores na busca de soluções em segurança e saúde no trabalho, promoção da saúde e estilo de vida saudável e assistência médica e odontológica.

PARÁ INDUSTRIAL – Qual a importância do MEG (Modelo de Excelência da Gestão) para uma instituição como o Sesi?

JOSÉ OLÍMPIO BASTOS – A excelência em gestão está alicerçada em um conjunto de conceitos fundamentais para a melhoria do desempenho organizacional. Ao todo, são 11 fundamentos e, para se obter o maior proveito, eles deverão integrar-se fortemente à maneira com que os executivos fazem a gestão da organização. Trata-se de uma ação de consolidação de técnicas e ideias voltadas para um aumento da competitividade do Sesi, principalmente com respeito à melhoria de seus produtos e processos. Portanto, a importância da implementação de um modelo como o MEG é fortalecer um ambiente propício à promoção de soluções sociais para a indústria paraense, seus trabalhadores e dependentes.



“Existe um entendimento mundial que, em termos de qualidade e preço, a maioria das empresas está nivelada. O diferencial está em quem investe no potencial humano.”

PARÁ INDUSTRIAL - Quanto será investido para garantir o desenvolvimento destes programas pelo Sesi?

JOSÉ OLÍMPIO BASTOS - O Sesi está investindo na ordem dos R\$ 26 milhões, mas não é valor em dinheiro que vamos mensurar. É um investimento em uma filosofia que dá certo. Não adianta fugir. A empresa que quiser alcançar a excelência em gestão e conquistar o respeito de toda sociedade vai precisar valorizar o seu profissional, colaborador ou funcionário. Além disso, atualmente existe um entendimento mundial que, em termos de qualidade, tecnologia e preço, a maioria das empresas está nivelada. Então, o diferencial está naquela empresa que investe cada vez mais no potencial humano que dispõe, em projetos sociais e na preservação do meio ambiente. O consumidor ou usuário esclarecido com estas questões com certeza vai optar por uma empresa que siga estes pilares. Acompanhando essa tendência global, o Sesi está fazendo seu papel e está à disposição de toda e qualquer empresa que queira continuar gerando desenvolvimento com responsabilidade social pelos próximos anos no Pará. ■



Há 60 anos lutando pelo desenvolvimento

No ano em que completa seis décadas de existência, FIEPA renova as forças para defender o crescimento sustentável da indústria paraense

“Uma história marcada pela luta pelo desenvolvimento do Pará.” É assim que o presidente da FIEPA, José Conrado Santos, resume a saga da federação, que neste ano se prepara para completar 60 anos de existência. Fundada em 19 de novembro de 1949 pelo empresário Gabriel Hermes Filho, a entidade surgiu com o intuito de incentivar o progresso econômico e social do Pará, principalmente por conta das dificuldades de acesso ao estado e de escoamento da produção local. “Se ainda hoje existem problemas como a infraestrutura portuária, rodoviária e aeroviária, imagine naquela época em que a Amazônia era uma vasta região desconhecida e isolada”, afirma Joaquim Rodrigues

Porto, assessor da FIEPA e um dos mais antigos colaboradores da casa.

Em pouco tempo de criação, a FIEPA conquistou destaque como uma das principais entidades de classe do Pará. “Uma das primeiras lutas da federação foi a superação do modelo econômico monocultor extrativista imposto à Amazônia. Queríamos construir indústrias aqui”, relembra Lísio dos Santos Capela, membro do conselho fiscal e presidente do Sindicato das Indústrias de Olaria, Cerâmica, Cimento Armado do Estado do Pará (Sindolpa), referindo-se ao segundo período áureo da borracha na Amazônia, na década de 40.

Neste período, grandes indústrias foram instaladas no Pará, como a

fábrica de pneus Bitar, do empresário Simão Miguel Bitar, patrono da indústria paraense, a fábrica de cigarros Nacional e Therezita, produzidos pela indústria Bitar, e a Fábrica Perseverança. “Foi fabricado no Pará o primeiro pneu brasileiro, pelos irmãos Bitar. A indústria paraense teve um rico passado, mas não conseguiu se manter por uma série de motivos, principalmente políticos e econômicos. Produzir em solo paraense sempre foi muito difícil e um desafio para os empresários”, afirma Porto.

Os projetos do governo federal de integração da Amazônia à economia nacional, lançados entre os anos 50 e 70, impulsionaram a indústria paraense. A criação da Superintendência do Plano de Valorização Econômica



• **Prédio da FIEPA na década de 60 (acima e foto à dir.) e a sede atual (foto à esq.): as lutas são as mesmas, mas com nova roupagem**

da Amazônia (SPEVEA), que depois foi rebatizada como Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia (Sudam), e a construção da rodovia BR-010 foram alguns dos indutores do desenvolvimento industrial do Pará, já que colaboraram para melhorar a logística de distribuição da produção regional e atrair novos empreendimentos para o estado.

Depois do apogeu da borracha veio a fase de declínio. Muitas empresas não suportaram a crise e fecharam. Mesmo diante de períodos históricos desastrosos, muitos empresários não desistiram e apostaram no Pará. Hoje, depois de 60 anos, as lutas só ganharam novas roupagens. Atualmente, a FIEPA batalha por uma política clara e objetiva de incentivos às indústrias paraenses, de modo a garantir a competitividade das empresas e dos produtos locais.

Nem tudo mudou. O modelo econômico ainda é baseado na extração das riquezas naturais da região. “A extração dos minérios e a retirada de madeira ainda dominam nossa pauta



• **Nesta foto de 1965, o então presidente da FIEPA, Gabriel Hermes (à esq.), cumprimenta o vice-presidente José da Costa por ocasião do encerramento de um curso profissionalizante**

de exportação, mas estamos lutando pela verticalização da produção. É um sonho que vamos conseguir realizar, não importa quanto tempo vai demorar”, afirma Conrado.

A Federação das Indústrias amadureceu ao longo deste tempo graças à força e perseverança de seus associados. Atualmente, a FIEPA tem 37 sindicatos filiados. Além disso, suas instituições coligadas, como o Sesi (Serviço Social da Indústria), Senai (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) e IEL (Instituto Euvaldo

Lodi), atuam juntos para atender em todo o Pará as milhares de pessoas ligadas à indústria.

“Nossa meta é gerar desenvolvimento e empregos, defender grandes projetos e lutar pela verticalização da produção para agregar valor aos nossos produtos. Meus antecessores não desistiram e não se deixaram abater. Se a FIEPA hoje é uma entidade forte, que é chamada para ser ouvida em questões políticas, é porque conquistou esse respeito”, completa José Conrado. ■



• A Feira da Indústria 2009, que acontecerá de 27 a 30 de maio, deve atrair mais de 40 mil pessoas ao Hangar - Centro de Convenções

Os bons frutos da feira

Além de ser uma vitrine dos produtos paraenses, a FIPA se estabelece como um indutor do turismo e de oportunidades de empregos. Em 2009, a tradição deve ser mantida

O Pará entrou definitivamente no roteiro de feiras e congressos nacionais e internacionais. Um dos motivos para essa inclusão foi a inauguração, em Belém, do Hangar - Centro de Convenções e Feiras da Amazônia, em 2007, que atraiu eventos de toda sorte. As projeções do governo do Pará preveem um incremento de 11,73%, entre 2008 e 2011, na ocupação do Hangar. Em números absolutos, a expectativa é que neste período mais de 642 mil turistas venham ao estado. Em 2009, um dos eventos mais esperados é a Feira da Indústria do Pará (FIPA), organizada pela FIEPA. A feira, que é a vitrine do setor produtivo paraense, chega à sua nona edição em maio e

promete atrair mais de 40 mil pessoas nos quatro dias de exposição.

“A FIPA foi o primeiro evento oficial realizado no Hangar, em 2007, e sem dúvida foi um sucesso principalmente porque o Pará ganhou um espaço adequado para a realização desses eventos. Foi uma conquista para o estado e uma das bandeiras de luta da federação. Este ano, vamos realizar a nona feira neste mesmo local e esperamos obter o mesmo ou maior êxito”, afirma Ivanildo Pontes, coordenador da FIPA.

Além de expor o que o setor industrial tem de melhor, a FIPA é uma importante fonte de geração de empregos



terceirizados. “Grande parte da mão de obra necessária para a realização da FIPA é contratada especificamente para o evento. Dessa forma, os serviços terceirizados são fundamentais para que a feira seja um grande sucesso”, diz Pontes. “Não consigo imaginar a Feira das Indústrias do Pará sem os estandes montados, sem iluminação, som, decoração, sem recepcionistas e segurança, por exemplo. São inúmeras as vagas de empregos que são geradas.”

Em cada edição da feira a demanda desses serviços só aumenta e vem ocupando posições estratégicas. Um exemplo disso é a WR Eventos, que está à frente da organização do evento desde a sua terceira edição, em 1995. É da empresa a responsabilidade logística da feira, tomando conta de assuntos que vão desde a venda do metro quadrado para os expositores até a segurança dos espaços.

“Depois de muitos anos trabalhando para a FIPA percebi o crescimento do evento no cenário socioeconômico local, edição após edição. Mas é importante destacar a necessidade de serviços como estes para que tudo isso se torne realidade, afinal são os funcionários terceirizados que cuidam dos detalhes, da limpeza à organização”, afirma uma das representantes da WR Eventos, Norma Deffren.

Na busca pela inovação durante os quatro dias de exposições, é comum empresas que prestam serviços terceirizados contratarem trabalhadores temporários para cuidar dos detalhes dos estandes. A Temple Eventos, empresa especializada na organização de eventos no Pará, é uma delas. Este ano, para atender as empresas com quem fechou negócio, já se antecipou e está cuidando da contratação de temporários, que serão destacados, principalmente, para serviços de recepção, fotografia, garçom e buffet.

“A rede de contatos que se forma é fantástica e outros serviços são contratados, ou seja, sempre acabamos terceirizando e contratando mão de obra e o melhor de tudo é que sempre priorizamos os profissionais da terra”, fala Dalva Sousa, diretora da Temple Eventos. “Acho que as feiras realizadas aqui no Pará são essenciais para mostrar que aqui existem profissionais qualificados para realizar

MARCELO LELIS



“Mesmo que a feira não seja especificamente para o fechamento de negócios, ela proporciona um grande networking, ou seja, uma rede de contatos para a realização de futuros negócios que ultrapassam as fronteiras paraenses.”

Ivanildo Pontes, diretor executivo da FIEPA

todo e qualquer tipo de serviço.”

As indústrias que participam da FIPA também preferem contratar profissionais locais. A cervejaria Cerpa, por exemplo, está presente na FIPA desde a sua primeira edição e, apesar de ter funcionários próprios para atender a infraestrutura dos seus estandes, já contratou uma empresa local para cuidar de toda a movimentação da sua exposição. A Dahás Comunicação é responsável por assuntos como comunicação, atrações culturais, contratação de recepcionistas, distribuição de brindes, entre outros. “A Cerpa, como indústria paraense, prestigia serviços paraenses. Temos a preocupação de repassar para o nosso estado todo o valor que conquistamos”, conta o diretor de marketing da Cerpa, José Ibrahim.

A FIPA é realizada de dois em dois anos e reúne as inovações que o setor produtivo desenvolve no estado. “Mesmo que a feira não seja especificamente para o fechamento de negócios, ela proporciona um grande networking, ou seja, uma rede de contatos para a realização de futuros negócios que ultrapassam as fronteiras paraenses”, explica Ivanildo Pontes.

A IX FIPA está marcada para acontecer entre os dias 27 e 30 de maio de 2009 e já está movimentando empresários em todo o estado. Os ingressos e os convites já foram providenciados. ■

Mestres em produção

Apesar de ainda lutarem com problemas de infraestrutura, os principais polos e distritos industriais do Pará ainda fazem a diferença na socioeconomia do estado

Diferente da organização populacional paraense – que concentra 27% dos mais de 7 milhões de habitantes do estado na região metropolitana (Belém, Ananindeua, Benevides, Marituba e Santa Bárbara) –, a atividade industrial se espalha por todo o território do Pará. Dividida em distritos e polos industriais, os setores produtivos se estruturam a partir da localização da matéria-prima e da demanda pelo produto final. O distrito de Icoaraci, por exemplo, é um

dos principais produtores de móveis e utensílios em madeira do estado, isso porque sua localização viabiliza o fácil acesso fluvial da produção de madeira serrada que vem do interior. Das 37 indústrias lá instaladas, a maioria faz parte do segmento moveleiro/madeireiro.

De todas as organizações industriais espalhadas pelo território paraense, ganham destaque na atualidade o polo de Castanhal e os distritos de Paragominas e Icoaraci. O último,

que por muito tempo viveu situação de abandono, parece reagir com o tempo. A revitalização da rodovia Artur Bernardes, uma das principais vias para o escoamento da produção do distrito, deverá incrementar novamente a economia local, fortalecendo e estimulando as 37 indústrias lá instaladas.

Além das obras na via pública, o governo do Estado também já iniciou a obra de recuperação do distrito de Icoaraci, que prevê a pavimentação

• **Indústria sediada em Icoaraci: estruturar os distritos industriais pode representar a chegada de novos empreendimentos ao Pará**





• **Antônio Pagliari, diretor da Tramontina: mesmo marginalizadas, empresas do distrito de Icoaraci geram mais de 6.700 empregos**

dos cinco quilômetros do complexo viário, construção de ciclovia, calçamento, paisagismo, recuperação do sistema de iluminação pública, reconstituição do sistema de drenagem superficial e a construção de três pórticos, sendo um para alocar o posto da polícia e os outros para sinalização.

“Já foi concluída a parte de drenagem e parece que no final de junho, quando terminar a temporada das chuvas fortes, iniciarão as obras de pavimentação. Estas obras trarão dignidade para a localidade do distrito, que há quase 30 anos após sua implantação vê pela primeira vez obras de infraestrutura”, conta o presidente da Associação das Empresas do Distrito Industrial de Icoaraci, Antônio Pagliari.

De acordo com levantamento da Associação das Empresas do Distrito Industrial de Icoaraci, mesmo com dificuldades de logística e infraestrutura, as empresas locais geram um faturamento expressivo para a economia de Belém. A média anual é de R\$ 450 milhões. “Mesmo marginalizadas, as empresas localizadas na região do distrito geram uma riqueza significativa para a nossa economia. No que se refere ao recolhimento de impostos, cerca de R\$ 10 milhões são de ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços), R\$ 2,8 milhões em ISS (Imposto sobre Serviços) e R\$ 1 milhão em IPTU (Imposto Predial e Territorial Urbano)”, explica o presidente da associação.

Pagliari, que também é diretor

administrativo da Tramontina, uma das 37 empresas instaladas no distrito de Icoaraci, conta também que, além de gerar impostos para o governo e prefeitura municipal, a atividade industrial é importante pois emprega grande parte da mão de obra local. “Apesar de vivermos uma crise, quando várias empresas anunciam medidas para conter os impactos e reduzindo os postos de trabalho, o distrito emprega atualmente cerca de 3.300 trabalhadores diretos. Se somarmos com os indiretos esse número sobe para 6.700 trabalhadores.”

Um distrito para Castanhal

Já o polo de Castanhal vive situação inversa à verificada em Icoaraci. A região está em plena ascensão econômica, tornando-se uma das principais produtoras de alguns setores da economia paraense. O segmento da carne, por exemplo, tem em Castanhal um de seus mais importantes polos produtores. Isso, de acordo com o presidente do Sindicato de Carnes e Derivados do Estado do Pará (Sindicarne), Paulo Costa, é possível graças à localização do município, “estratégico para atender aos pedidos das cidades próximas”.

Além dos frigoríficos, o polo de Castanhal também concentra as principais indústrias dos segmentos alimentício, condimentos, laticínios, polpa de frutas e construção civil. No total, o município é sede de 181 indústrias e emprega mais de 29 mil trabalhadores somente na atividade industrial. ►

UMA BOA PEDIDA

• POR QUE OS DISTRITOS?

A criação de distritos industriais é uma imposição da moderna política de urbanismo. A concentração de atividades industriais em áreas especificamente planejadas para esse fim, localizadas fora do centro urbano, proporciona vantagens para o município e para as empresas nelas instaladas ou que nelas pretendem se instalar.

• QUAIS OS BENEFÍCIOS?

Afastam o tráfego pesado de caminhões - que a atividade industrial geralmente demanda - e as atividades potencialmente poluentes das áreas urbanas, além de facilitar a prestação de serviços públicos, como a distribuição de água e energia elétrica e a coleta e destinação de resíduos sólidos.

Também favorecem a atração de novos empreendimentos para o município, face às vantagens proporcionadas às empresas que neles se instalam, impulsionando a geração de emprego e renda.

• ESTÍMULO AO COMÉRCIO

O distrito industrial é um mecanismo poderoso e eficaz direcionado à produção de economias internas para os empreendimentos industriais, beneficiando as empresas de menor porte na medida em que o mercado passa a ser estimulado por indústrias de grande porte alocadas nas áreas distritais.

Fonte: Companhia de Desenvolvimento Industrial do Pará

Desenvolvimento

“Temos no município várias indústrias de diferentes segmentos. Isso acontece porque Castanhal tem uma localização boa, perto da região metropolitana e oferece uma infraestrutura bem implementada, com escolas, um importante centro comercial, rede de esgoto e iluminação pública”, ressalta Roberto Kataoka, delegado da FIEPA em Castanhal e diretor da Associação Comercial e Industrial de Castanhal (ACIC).

Segundo Kataoka, a ACIC apresentará um plano de ações ao governo do Estado solicitando que o polo de Castanhal se transforme num distrito industrial, aproveitando o potencial econômico da região e estimulando que novas empresas se instalem na cidade. O município já reservou uma área com aproximadamente 200 hectares, localizada na estrada de acesso a Inhangapi, a aproximadamente 6 quilômetros de distância da sede de Castanhal, para implantar o distrito. A infraestrutura do local será viabilizada em parceria com a Companhia de Desenvolvimento Industrial do Pará (CDI-PA).

Segundo a presidente da CDI-PA, Ana Marly Lameira, a implantação de distritos industriais gera uma série de benefícios para o município e empresas (ver quadro na página 17), entre eles a facilidade para estabelecimento de processos de verticalização ao longo da cadeia produtiva dentro de uma única localização. “Isso ocorre quando uma ‘empresa-âncora’ se estabelece no distrito industrial e, às proximidades, também se estabelecem outras empresas, de menor porte, especializadas em fornecer produtos intermediários para ela”, explica. “Nesse caso, a verticalização não acontece na empresa-âncora, mas na cadeia formada por ela e pelas empresas de menor porte estabelecidas no seu entorno.”



• A revitalização da rodovia Artur Bernardes é fundamental para o escoamento da produção dos distritos industriais

Projetado para brilhar

Em março, durante visita ao porto de Vila do Conde, em Barcarena, a comissão da FIEPA que acompanhava o desembarque dos contêineres e caixotes com material para a montagem da primeira fábrica de MDF (sigla em inglês para Placa de Fibra de Madeira de Média Densidade) das regiões Norte, Nordeste e Centro Oeste (ver matéria na página 23) verificou que a movimentação portuária era estimulada, naquele momento, pela atividade industrial de um só município. Um navio partia com bois vivos para o oriente, outro chegava com ração para alimentar o gado, mais um outro era abastecido com bauxita e um quarto navio trazia adubo para a atividade florestal. Todas essas embarcações levavam e traziam produtos de Paragominas, um dos principais polos produtores do Pará.

Paragominas é conhecido por ter diversificado sua produção trabalhando com todas as potencialidades naturais da região. A atividade florestal, a agroindústria (pecuária, grãos e reflorestamento) e a mineração geram, cada vez mais, riquezas para o município do nordeste paraense. “De dez anos para cá o município colocou em prática o seu projeto estratégico para os próximos 15 anos. Esse projeto detalhou as diversas cadeias produtivas do estado, analisando as potencialidades da região e apresentando estudos sobre as cadeias, sinalizando quais

poderiam ser desenvolvidas”, explica o vice-presidente da FIEPA e ex-prefeito de Paragominas, Sidney Rosa. “Isso também fez com que a atividade produtiva diminuísse os impactos ao meio ambiente, intensificando o uso das áreas já desmatadas.”

De acordo com Sidney, o município deixou de ser apenas um polo madeireiro de floresta nativa para se tornar um Arranjo Produtivo Local florestal, suprimindo a atividade do reflorestamento e o setor moveleiro, agregando valor à madeira e contribuindo para o estímulo à agricultura familiar.

Assim como Icoaraci, Paragominas também é sede de um distrito industrial. A área está inserida na área urbana do município e já possui 80 hectares de extensão. As obras de estruturação do distrito foram entregues há pouco mais de um ano, com um orçamento de R\$ 5 milhões, investimentos capitaneados pelo governo do Estado junto ao Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Várias empresas do segmento madeireiro/moveleiro já estão atrás de financiamento para investir na área distrital. “Esse distrito deverá estimular ainda mais nossa economia local, porém esperamos que seja desenvolvida uma ação conjunta dos órgãos de crédito para que nossas empresas possam investir no município”, conclui Sidney Rosa. ■



PRECISAMOS DE ÁREAS DE LIVRE COMÉRCIO

Fruto das vitórias dos demais estados amazônicos sobre o Pará é o reconhecimento, em sede constitucional, dos benefícios fiscais que formam a Zona Franca de Manaus, os quais foram gradativamente estendidos a outras cidades da região sob a forma de Áreas de Livre Comércio (ALC). É como se o regime jurídico-tributário da Zona Franca de Manaus fosse replicado em várias outras unidades, denominadas Áreas de Livre Comércio, que passam a ficar sob a tutela da Suframa (Superintendência da Zona Franca de Manaus), órgão que controla as operações praticadas no território privilegiado.

O fato é que o Pará tem assistido passivamente a este processo deletério para sua economia. Todos os estados da Amazônia, com exceção do novato Tocantins, já têm pelo menos uma cidade contemplada como ALC. No Amazonas, além da Zona Franca de Manaus, o município de Tabatinga é considerado ALC; o mesmo ocorre com o município de Guajará-Mirim, em Rondônia; no Acre, os beneficiados foram os municípios de Brasiléia e Cruzeiro do Sul; Roraima conseguiu o regime privilegiado para Boa Vista e Bonfim; e até o vizinho Amapá obteve o benefício fiscal para as cidades de Macapá e Santana.

No âmbito do ICMS, as operações praticadas nas ALC podem obter uma redução final de carga tributária de 40% a 65%, em função da isenção tributária nas remessas internas e interestaduais, e no crédito presumido concedido ao contribuinte adquirente das mercadorias.

Na operação interestadual de venda de mercadoria para ALC, o remetente deve reduzir da nota de venda o valor do ICMS que seria incidente na operação, de modo a ficar claro o benefício fiscal existente. Além de o imposto não ser devido, o destinatário ainda goza de crédito fiscal no mesmo montante deste, podendo utilizá-lo para abatimento em futuras operações. Torna-se extremamente atraente para qualquer empresário do ramo comercial instalar-se em uma ALC pela considerável redução de carga tributária de ICMS que sofrerão as aquisições de mercadorias.

Os benefícios fiscais se estendem aos tributos federais. As aquisições de mercadorias por contribuintes situados em ALC são totalmente desoneradas de PIS/COFINS, o

que significa uma redução de 9,25% no preço de custo de todas as mercadorias. A entrada de mercadorias nas ALC, destinadas ao consumo, venda ou industrialização, ficam ainda isentas de II e IPI.

Ao contrário dos benefícios fiscais contemplados nas Zonas de Processamento de Exportação - que são voltados ao mercado externo e exigem um aparato burocrático adicional do Fisco Federal -, as ALC têm um amplo espectro de abrangência e praticamente só precisam da edição de uma lei federal para virar realidade.

Se o Pará deseja romper com o isolamento fiscal que

É atraente para qualquer empresário do ramo comercial instalar-se em uma ALC pela considerável redução de carga tributária de ICMS incidente sobre as mercadorias

está vivendo, já é hora de levantar a bandeira de uma ALC em seu território. Santarém é a cidade paraense que melhor preenche os requisitos para ser contemplada como ALC, em face de pelo menos quatro razões:

1. A cidade tem a expansão da sua área produtiva cercada por reservas ambientais e florestas nacionais. A vantagem tributária ao comércio compensará o necessário protecionismo ambiental da região oeste do Pará;

2. A ausência de uma ligação rodoviária segura e permanente com Belém e com o resto do país encarece a aquisição de produtos acabados e matérias-primas. A ALC de Santarém compensará o custo logístico que a cidade e a região sofrem;

3. Marabá, Barcarena e outras cidades do sul e nordeste paraense são beneficiadas com grandes projetos privados, que aportam investimentos de bilhões de reais e emprego na faixa de milhares. A ALC de Santarém será uma necessária contrapartida estatal para equilibrar o desenvolvimento do estado entre as suas diferentes regiões;

4. O desenvolvimento trazido pela ALC de Santarém será um importante bálsamo para as feridas causadas por décadas de esquecimento que o povo do oeste do Pará sente em relação ao poder central estabelecido em Belém. ■



• Neuro Zortea, da loja de móveis planejados Dell Anno: marketing ajudou a pavimentar o caminho para a chegada do MDF

Você também terá um...

...isso, se já não tiver. Os móveis em MDF ganham cada vez mais mercado pelas vantagens econômicas e decorativas. Fábrica em Paragominas deve impulsionar consumo interno

Dê uma olhada ao redor. A menos que você esteja num ambiente rústico (ou num lugar inóspito), é bem provável que o local tenha pelo menos um móvel feito de MDF. É uma tendência. Este material, fácil de ser encontrado e de ter seu nome memorizado, já começa a se impor diante dos itens básicos para dar beleza e comodidade aos ambientes caseiros e comerciais. O MDF (sigla

em inglês para Placa de Fibra de Madeira de Média Densidade) apresenta vantagens na arquitetura de interiores que nem mesmo as peças de madeira nobre conseguem superar. Modelos arrojados, estabilidade e economia são os grandes diferenciais desse produto.

De acordo com profissionais da área de arquitetura de interiores, os antecessores do MDF chegaram a

sofrer preconceito por parte do público consumidor, já que estes não tinham qualidade nem durabilidade, consequência da baixa tecnologia inserida no processo produtivo. “O preconceito que o público em geral sempre teve foi contra a madeira aglomerada. No momento em que esse material foi introduzido no mercado era de baixa qualidade e não existiam dispositivos de montagem



• **A arquiteta de interiores Ana Perlla: 90% de seus projetos utilizam MDF**

apropriados para esta matéria-prima. Já quando o MDF chegou, foi muito bem aceito, pois já chegou com um marketing muito positivo e com uma tecnologia adequada”, conta Neuro Zorte, gerente da loja de móveis planejados, Dell Anno.

Neuro explica que na atualidade os consumidores deixaram de questionar a durabilidade do MDF. “Hoje, quando um consumidor chega a uma loja para comprar um produto já não questiona mais a matéria-prima quando esta for o MDF, não há mais por parte do lojista necessidade em vender o MDF, pois ele já se vende por si só”, diz. Em alguns casos, segundo Neuro, o MDF se sobrepõe às peças de madeira nobre. “O material em MDF tem maior garantia de não empenar, diferente da madeira, que tem mais possibilidade de apresentar esse tipo de problema.”

Para atender a este mercado, já está em processo de implantação a primeira fábrica de MDF das regiões Norte, Nordeste e Centro Oeste (*ver páginas 22 e 23*). A megaindústria - que será instalada em Paragominas,



• **Entre as vantagens da madeira de média densidade estão a versatilidade e durabilidade**

região nordeste do estado - deverá aquecer a produção brasileira e, conseqüentemente, baratear o preço do produto no Pará. “A fábrica de MDF mais próxima do Pará fica em Minas Gerais, o que encarece muito o mercado atual, já que incide no preço do produto o valor do frete. Com as peças de MDF produzidas aqui, aumentaremos a competitividade dos nossos produtos, estimulando a cadeia moveleira do estado e do Brasil”, explica Vitório Sufredini Neto, diretor industrial do Grupo Concrem, proprietária da indústria.

A arquiteta de interiores Ana Perlla conta que 90% de todos os projetos realizados pelo seu escritório utilizam o MDF, que é “bastante versátil e se encaixa bem tanto em

ambientes caseiros, quanto comerciais”. A madeira de média densidade, analisa Ana Perlla, dá mais possibilidades ao decorador de ambientes. “O MDF tem a vantagem de abrir um leque muito vasto de laminados para o seu acabamento. Podemos pegar uma peça de MDF e revesti-la por mais de uma vez. Tenho aqui no meu escritório peças de MDF que já ganharam várias caras, se adequando de acordo com a decoração atual.”

Além da versatilidade, a arquiteta garante ser mais fácil trabalhar detalhes e peças de encaixe com o MDF do que com a própria madeira. “Essa só seria possível se estivesse totalmente seca, caso contrário poderia apresentar fissuras que prejudicariam a decoração do ambiente”, justifica. ▶

Negócios

Mais que uma fábrica

A fábrica de MDF que será erguida pelo Grupo Concrem em Paragominas tem proporções gigantescas. Veja o tamanho do empreendimento:



INFRAESTRUTURA



A área da fábrica ocupará um terreno de **200 mil m²**, o equivalente a dez estádios Mangueirão

Estádio Mangueirão



PRODUÇÃO

A capacidade inicial será de **400 a 500 m³** de MDF por dia



EMPREGOS



3 MIL TONELADAS

É quanto pesa o material que será utilizado para equipar internamente a fábrica. É quase o peso de 3 mil carros Fox 1.0





• Diretores do Grupo Concrem, da FIEPA e políticos de Paragominas no desembarque dos 250 contêineres com equipamentos da fábrica

UMA MEGAINDÚSTRIA PRONTA PARA AQUECER O MERCADO LOCAL

No final do mês de março, um navio finlandês atracou no porto de Vila do Conde, em Barcarena, para descarregar mais de 250 contêineres e caixarias com equipamentos vindos da China, os quais darão início ao processo de montagem da fábrica que será implantada em Paragominas pelo Grupo Concrem. Ela começará a produzir já em janeiro de 2010 com capacidade para fabricar de 400 a 500 metros cúbicos de MDF por dia, criando cerca de 700 novos postos diretos de emprego na região.

“Serão 700 empregos diretos, mas além disso, deverão ser estimulados outros 2 mil postos indiretos no segmento da movelaria. Somada a criação desses novos empregos, a produção diária da fábrica colocará o município de Paragominas e a região nordeste do estado como um dos principais produtores de MDF do país”, avalia o prefeito de Paragominas, Adnan Demacki.

De acordo com Vitorio Sufredini, diretor industrial do Grupo Concrem, a produção do material, além de colocar o Pará como um importante polo produtor do MDF, destaca o desenvolvimento sustentável da região. Todo o material florestal utilizado pela indústria será de madeira

reflorestada. O grupo foi o pioneiro na atividade e já possui 26 mil hectares de área reflorestada, com cerca de 18 milhões de mudas de paricá fibra longa (espécie nativa da Amazônia) plantadas.

A indústria de MDF será construída em uma área de 200 mil m², sendo que 23% desse total, cerca de 45 mil m² (quase duas vezes o tamanho do Hangar – Centro de Convenções e Feiras da Amazônia, localizado em Belém), darão origem às estruturas da fábrica, as quais já começam a ganhar corpo. Para compor a estrutura interna, foram desembarcadas 3 mil toneladas de carga. Outros 30 contêineres, com calibrador e lixadeira, máquinas responsáveis pelo acabamento das chapas de MDF, virão da Suíça. Um aparelho chamado desfibrador, que será o coração da fábrica, segundo Vitorio, virá da Áustria.

O consumo do material já supera os 5 milhões de metros cúbicos, porém a produção não bate os 2 milhões, detalha Vitorio Sufredini. As regiões Norte, Nordeste e Centro Oeste são carentes na produção do material. Todo o consumo de móveis em MDF vem das regiões Sul e Sudeste e até mesmo de outros países. A nova fábrica deverá aquecer o

mercado moveleiro do estado, que logo no primeiro mês deste ano apresentou uma queda expressiva nas toneladas exportadas. Enquanto que em janeiro de 2008 o setor chegava a exportar 341 toneladas, no mesmo período deste ano as exportações caíram para 137 toneladas, registrando uma redução de 59,82%.

“O nosso segmento moveleiro estava enfraquecido, dado os problemas que vêm acontecendo na área florestal. Pensando em resgatar a força do setor, a federação estava negociando há mais de dois anos para trazer essa fábrica ao Pará”, explica o presidente do Centro das Indústrias do Pará (CIP) e diretor da FIEPA, José Maria Mendonça.

Além de aquecer as exportações do setor, a nova indústria deverá atender o consumo interno. De acordo com o presidente do Sindicato da Indústria de Marcenaria do Estado do Pará (Sindimóveis), Neudo Tavares, do total de móveis comercializados no estado, apenas 15% são de MDF. “Nossa expectativa é que essa nova fábrica viabilize o setor moveleiro, dando novo fôlego a nossa produção”, justifica. Uma coisa é certa: de uma forma ou outra, o MDF fará parte da sua vida. ■

Dê asas à criatividade

Empresas investem em programas para estimular funcionários a encontrar e sugerir melhorias na corporação. Iniciativa garante ganhos para empregador e empregado

Seus funcionários desenvolvem projetos de melhorias para a empresa? Você já sugeriu e/ou desenvolveu alguma atividade que trouxe um benefício para o seu setor e até contribuiu para a redução de gastos para a empresa? Você pode não saber, mas esse tipo de trabalho exercido pelos seus funcionários e por você mesmo o caracteriza como um intra-empresário. O termo, que pode confundir - e até surpreender -, tem uma explicação simples: intra-empresariado envolve todas as ações que estimulam os funcionários a produzir projetos sugerindo melhorias no seu próprio ambiente de trabalho.

Os objetivos das empresas ao apostar em iniciativas conhecidas como seminários, círculo de controle de qualidade, 5S, entre outros nomes, são diversos: criação de melhorias no local de trabalho, redução de custos na produção, eliminação ou minimização de riscos no desenvolvimento das atividades e estímulo ao espírito de competitividade entre os funcionários.

Em termos corporativos, a ação funciona como estratégia de integração. A comprovação de que a iniciativa dá certo acontece com o tempo, a cada nova edição e apresentação de projetos. “Conseguimos descrever diversos avanços, como por exemplo a melhoria na qualidade dos produtos e serviços oferecidos, a redução de custos, eliminação de desperdício e o incentivo à criatividade”,

afirma Fábio Junio, analista de Qualidade da Imerys Rio Capim Caulim, empresa que beneficia caulim, minério utilizado na indústria de papel.

O programa 5S, realizado há dois anos na Imerys RCC e que acontece em edições semestrais, conta com a participação de todos os cerca de 700 empregados (entre diretos e terceiros) e tem demonstrado uma maturidade crescente a cada nova etapa. O estímulo às boas ideias já dá resultados práticos. Um exemplo é a iniciativa do técnico de manutenção Marivaldo Caldeira, que mudou a rotina da fábrica, localizada em Barcarena. Ele fez uma proposta curiosa: substituir válvulas novas e importadas utilizadas nos Tube Press (filtro de alta pressão usado na filtragem do caulim) por outras que já eram usadas na linha de unidade hidráulica da fábrica. “Observei que apesar de os equipamentos serem novos, os filtros não aguentavam a pressão, causando vazamento constante e desgaste das peças”, conta Caldeira.

A ideia foi implantada em 30 novos filtros Tube Press. E foi um sucesso. “A mudança possibilitou o aumento da vida útil dos filtros, evitou o desperdício de água que é reutilizada no processo e aumentou também o rendimento da produção”, comemora o gerente de manutenção da empresa, Paulo Wanderley. “Além disso, a empresa obteve economia, por não precisar mais usar válvulas importadas”, completa.

• O projeto de troca de rolete das correias transportadoras, desenvolvido na Alunorte, reduziu o risco de problemas ergonômicos. Iniciativa foi premiada pela Vale.



As vantagens são atestadas por quem incentiva as empresas a incorporar iniciativas desse tipo em sua rotina. O PDF (Programa de Desenvolvimento de Fornecedores), da FIEPA, oferece todos os anos um curso onde a conquista de melhorias é um dos pontos destacados. Ao final, os concluintes recebem o Procem, primeiro selo de qualificação criado no Brasil.

José Augusto Viana, consultor do PDF com pós-graduação em Engenharia de Segurança, afirma que programas que estimulam o empreendedorismo aproximam as empresas de diversas certificações. “Hoje em dia não se trabalha mais nada em separado, todo o sistema deve funcionar de forma integrada. O funcionamento conjunto consegue atingir uma meta que toda instituição busca: a melhoria na produtividade”, opina.

Exemplo de sucesso

Na Alunorte, empresa ligada à Vale que produz alumina (matéria-prima do alumínio) em Barcarena, nordeste paraense, é desenvolvido há cinco anos o Seminário Integrado de Oportunidades de Melhorias (SIOM), que envolve todos os funcionários e busca dar visibilidade às melhorias alcançadas ao longo do ano. A peculiaridade do SIOM é a dimensão que o projeto tomou: com o crescimento da atividade, as gerências se reúnem em seminários setoriais com a finalidade de eleger os melhores projetos que disputarão o SIOM geral, realizado sempre no último trimestre do ano.

Os frutos positivos da iniciativa apareceram rápido e têm ganhado destaque além dos muros da Alunorte. Um projeto vencedor do seminário em 2007 foi o campeão de um concurso interno da Vale em 2008 e agora está sendo patenteado pela mineradora para poder ser aplicado em demais corporações. “O projeto trata da troca de rolete das correias transportadoras das rotas de bauxita, alumina e carvão, um mecanismo utilizado em diversos tipos de fábricas e indústrias, não só na mineração. Uma medida simples, mas que deu maior agilidade na troca dos roletes e reduziu a exposição ao risco ergonômico”, explica Pedro Campos, instrutor técnico de processo da Alunorte.

A certeza de que o resultado do projeto é lucrativo para empresa e empregado é confirmado por quem é instigado a criar as melhorias. Miguel Dumont, técnico mecânico e integrante do grupo que criou - junto com outras cinco pessoas - a melhoria apontada como destaque pela Vale e em diversos congressos e seminários de melhorias no Brasil, diz que programas como o SIOM dão certo “porque nos sentimos estimulados não só a participar, mas porque queremos ver o resultado do nosso trabalho acontecendo de verdade. E em projetos assim sentimos que nossa participação faz a diferença”.

“Iniciativas assim geram uma disputa saudável entre



• **Marivaldo Caldeira, técnico de manutenção da Imerys Rio Capim Caulim: troca de válvulas aumentou a produção e reduziu custos**

“Programas de melhorias aumentam a competitividade entre as empresas e as deixam mais perto de selos como a ISO. É criado um ambiente de inovação, propício para fazer com que haja um grande salto de qualidade nos serviços prestados.”

Evandro Diniz, coordenador técnico do PDF

as áreas da empresa, porque todos querem que seus trabalhos sejam melhores, tragam mais benefícios. Mexe com a autoestima do empregado e chega, inclusive, a melhorar o nosso sistema de gestão”, afirma Lúcia Amaral, gerente de divisão de Laboratório e Qualidade da Alunorte.

Quando os colaboradores se sentem estimulados a produzir, também ficam mais atentos aos problemas que podem existir no ambiente de trabalho. “Em praticamente tudo que fazemos há risco ou ajustes, mas os funcionários passam a ficar mais perceptivos a isso e é daí que surgem as melhorias”, detalha o consultor José Augusto Viana.

O PDF aprova as iniciativas e incentiva que demais instituições apostem no formato. “Programas de melhorias aumentam a competitividade entre as empresas e as deixam mais perto de selos como a ISO. É criado um ambiente de inovação, propício para fazer com que haja um grande salto de qualidade nos serviços prestados”, completa Evandro Diniz, coordenador técnico do PDF. As empresas e os empregados só têm a ganhar. ■

Matéria de capa



“NÃO SE ENTRA PARA FAZER A MESMA COISA QUE OS OUTROS. APINAL, É O A GENTE CUIDA DELES DA MESMA FORMA QUE VOCE

• *Ex-aluna do Senai, Iolanda Brito venceu o preconceito e garantiu uma vaga na oficina da Invencível Veículos: “No início, os clientes ficavam com receio do que eu iria fazer com os carros deles”*

Mulheres pedem passagem

Antes dominados pelos homens, os cursos profissionalizantes do Senai registram presença feminina recorde e confirmam a quebra de paradigmas na indústria

Conjuntos mecânicos, eixos, pinos e polias não são novidades para Natália Miranda da Silva, de 17 anos. Ela é aprendiz na indústria de cimentos Cibrasa, sediada em Barcarena, município do nordeste paraense, e é uma das alunas do curso de aprendizagem industrial em Mecânica Geral, ofertado pelo Senai (Serviço Nacional de Aprendizagem Nacional). A jovem está se qualificando para operar torno mecânico e frezadoras e a realizar serviços de soldagem. Ao final do curso, ela poderá buscar uma vaga na linha de fabricação de peças e soldagens em geral de uma empresa. A preparação de Natália para desempenhar uma atividade pesada, e num ambiente dominado pela mão de obra masculina, não é comum. Ou melhor, não era. A jovem faz parte de uma estatística que mostra que aos poucos as mulheres vão ocupando um espaço antes só explorado por homens. No seu trabalho na Cibrasa, cerca de 3,5% dos funcionários são mulheres que, como ela, querem provar que são capazes e que podem apresentar várias vantagens em relação aos homens.

A inserção das mulheres em atividades industriais antes realizadas exclusivamente pelos homens teve um aumento de mais de 185% nos últimos cinco anos, segundo um levantamento feito recentemente pelo Senai no Pará. Hoje em dia, não causa mais estranheza ver uma mulher num canteiro de obras, usando botas e capacete, dividindo tarefas com uma trupe de homens. O apetite feminino por este segmento fica evidente diante do interesse delas por cursos profissionalizantes. Cerca de 17 mil mulheres já passaram pelas salas de aulas do Senai no Pará. Entre os cursos que apresentaram aumento da presença feminina está o de automação. Em 2003, havia apenas uma mulher inscrita. Já em 2008 esse nú-

mero saltou para 44 (ver gráfico na página 29).

Na medida em que começam a conquistar o mercado de trabalho, as mulheres não demoram a demonstrar suas qualidades e competências, mesmo em um ramo onde a presença masculina é predominante. É o caso de Iolanda Brito Lisboa, de 23 anos, que há quatro anos conquistou um posto até então inimaginável para uma mulher. Em 2003, quando se formava no curso de Mecânica do Senai, foi chamada para fazer parte da equipe de mecânicos da oficina da Invencível Veículos, em Belém, e colocar literalmente a mão na graxa. Ela conta que no começo enfrentou olhares de clientes desconfiados. “Muitos clientes não falavam, mas ficavam se perguntando: o que essa mulher vai fazer com o meu carro?”, explica ela, rindo.

Com a rotina da oficina, ela conseguiu vencer os preconceitos de muitos clientes e conquistou a credibilidade que lhe garantiu, há um ano, a promoção para a consultoria técnica da empresa. Hoje, Iolanda não mede esforços para conquistar mais espaço. Sempre que novos modelos de veículos da Fiat entram no mercado, ela participa do treinamento que o Senai, em parceria com a multinacional, realiza para capacitação ▶



Matéria de capa



• **Rafaela da Silva Santos, 22 anos, inspetora de qualidade da Sinobras: curso técnico abriu caminho para o emprego**

dos profissionais da área.

Independente da ocupação, dados do Senai no Pará mostram que as mulheres estão em busca cada vez mais de qualificação. Em 2003, apenas 2% dos alunos dos cursos de aprendizagem na área de metal-mecânica eram mulheres. Cinco anos depois, mas precisamente em 2008, elas representaram 10% dos estudantes.

Na opinião de Carlos Fernando Ribeiro, diretor do Centro de Desenvolvimento da Amazônia, não há diferença no resultado final de trabalhos realizados por homens e mulheres. “Existem particularidades na execução das atividades, mas o resultado é o mesmo: as mulheres são mais cuidadosas e prezam pela segurança, já os homens são mais audaciosos”, afirma.

Muitas mulheres estão fazendo da capacitação uma ferramenta para conseguir espaço e respeito em um mundo competitivo, onde as ideias conservadoras ainda existem e certas áreas eram estigmatizadas como masculinas. Que o diga Rafaela da Silva Santos, 22 anos, inspetora de qualidade da Sinobras, siderúrgica instalada em Marabá, sudeste do Pará. Ela ingressou na empresa há nove meses, após terminar o curso técnico em Metalurgia. Foi uma das primeiras mulheres a trabalhar na aciaria, local onde o ferro-gusa é transformado em vergalhões e arames industriais. “Eu vejo como um grande desafio trabalhar no setor siderúrgico”, diz Rafaela, que é responsável pela inspeção do produto acabado e semiacabado. É ela que precisa garantir a qualidade e rastreabilidade de todo o produto fornecido pela Sinobras ao cliente. “Minha motivação

é saber que estou fazendo parte desse novo tempo, onde as mulheres estão ganhando seu espaço não pela força nem por imposição, mas sim pela competência e profissionalismo.”

Se depender do Senai, o aumento da mão de obra feminina em atividades antes dominadas pelos homens é garantido. “O Senai não faz distinção, apenas oferece oportunidades iguais para ambos os sexos. Vai de cada um aproveitar e usufruir”, comenta Gerson Peres, diretor regional do Senai no Pará. “Além disso, com o avanço da tecnologia, não existe mais o preconceito de que a mecânica é trabalho somente de homem, por exigir força física. O trabalho agora é mais intelectual, o que permite a inserção da mulher nas mesmas condições dos homens”, completa.

Experiência

Hoje, as indústrias investem e acreditam cada vez mais no potencial feminino. Para o empresário Nelson Kataoka, presidente da Ckom Engenharia, utilizar mão de obra feminina no canteiro de obra não é novidade em Belém. A empresa, que acumula mais de 30 anos de experiência na área de construção civil habitacional, tem 6% de mulheres no seu quadro funcional. “A maior surpresa foi o empenho delas no serviço. Elas são mais dedicadas e cuidadosas principalmente nos acabamentos e na parte fina”, garante o presidente da empresa.

Apesar desse avanço, há ainda o velho dilema sobre a diferença na remuneração entre homens e mulheres. Segundo pesquisa do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), em 2007, o

rendimento médio real das mulheres correspondia a 66,1% da remuneração média masculina, mas essa diferença era maior nos anos anteriores - chegou aos 63,5% em 2004. Mas, segundo o presidente da Ckom Engenharia, em Belém, o salário é o mesmo entre os sexos. “As mulheres têm os mesmos direitos que os homens aqui. Se elas se destacarem vão com certeza receber o mesmo aumento que qualquer outro funcionário”, garante Nelson Kataoka.

Exemplo de reconhecimento na empresa é a técnica de edificação Dione Soeiro Dias, 31 anos. Há mais de dez anos na Ckom Engenharia, ela comanda uma equipe de cerca de 150 homens, entre pedreiros, encanadores e eletricitistas. Dione passa a maior parte do dia no canteiro de obras, supervisionando a colocação de vigas e a construção de paredes. Para completar a jornada, nos finais de semana, como não podia deixar de ser, a casa é prioridade. Casada e com duas filhas pequenas, Dione é quem cuida das obras da casa. O trabalho não é pesado como muitos pensam. Esta é a avaliação das mulheres que estão trabalhando nas obras da Ckom. “Eu gosto muito do que faço e não troco isto por nada”, afirma.

A técnica em edificação ressalta ainda que é bem rigorosa com sua equipe de trabalho e acredita que separar a vida pessoal da profissional é essencial para ganhar credibilidade. “Sou bem



FOTO: MARCELO LEIS

MARCELO LEIS

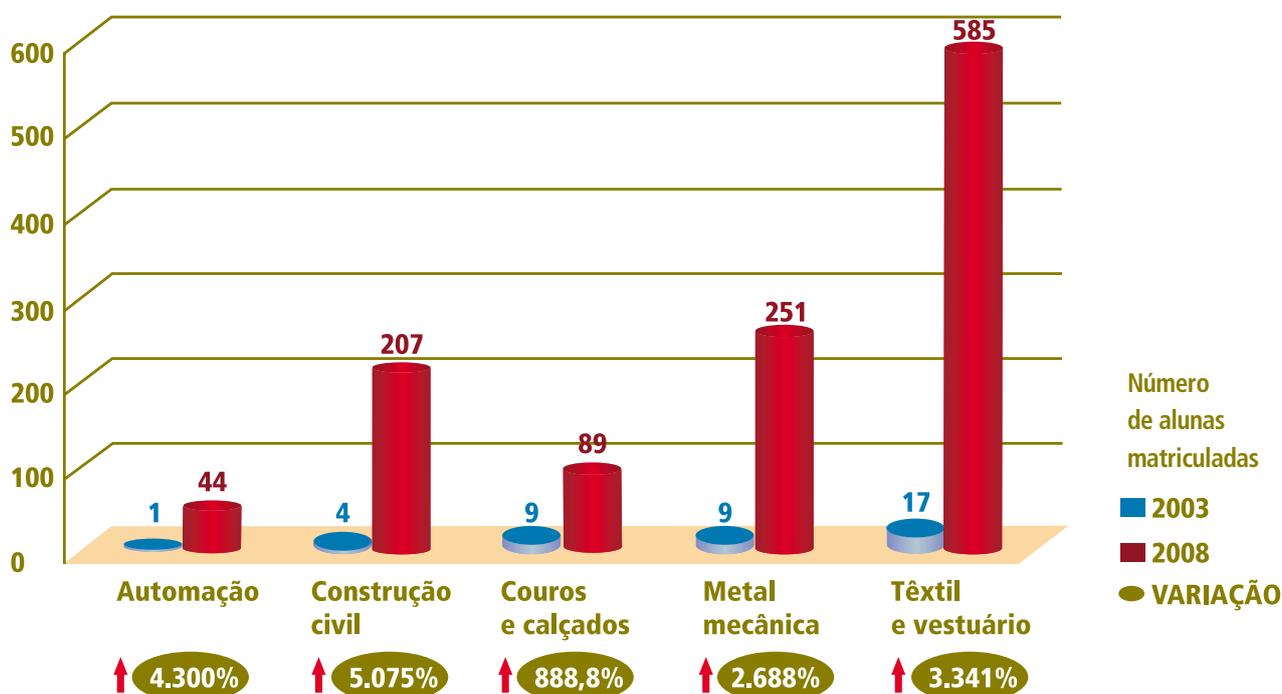
• **Dione Ribeiro no canteiro de obras: ela comanda uma equipe de 150 homens**

respeitada no meu local de trabalho. Aprendi a hora certa de brincar e a de impor respeito”, conta Dione, que incentiva as mulheres a correrem atrás da capacitação e mostrarem suas conquistas.

Para quebrar paradigmas, o Senai está de portas abertas a todas as mulheres que estiverem interessadas em capacitação profissional de qualidade. Basta procurar a instituição. Pode ficar tranquila: você não será a única em sala de aula. ✖

OS PREFERIDOS

Confira quais foram os cursos do Senai mais demandados pelas mulheres nos últimos cinco anos:





• Linha de cosméticos da Casa Granado e da Natura (abaixo): setor fechou 2008 com faturamento de R\$ 21,546 bilhões

Beleza em primeiro lugar

Estimuladas pela alta do consumo, empresas ligadas à higiene pessoal, cosméticos e perfumaria veem a crise de longe e esperam aumento do faturamento em 2009



DIVULGAÇÃO



• O gerente da Casa Granada, Roberto Rodrigues, é só otimismo: “As pessoas trocaram os produtos importados pelos artigos regionais”

Um dos mais famosos poetas brasileiros já dizia: “Beleza é fundamental”. Vinícius de Moraes tinha razão. É claro que alguns vão defender a subjetividade do tema, mas sem entrar no mérito da questão, o que importa é que a máxima está inspirando as pessoas e deixando a indústria da beleza de sorriso aberto. O setor pareceu não sofrer com os impactos da crise econômica mundial.

Exemplo disso é a Casa Granada, que na memória do povo paraense ainda é chamada de Phebo, pioneira na produção de sabonetes vegetais. A mais antiga fabricante de sabonete de Belém, com mais de 77 anos de história, conquistou em 2008 o recorde de venda de seus produtos nos últimos 15 anos, quando comercializou mais de R\$ 78 milhões impulsionada pela produção de 71 milhões de sabonetes. “Percebemos que houve uma mudança de comportamento. As pessoas pararam de comprar produtos importados e descobriram os artigos regionais e isso provocou o aumento da produção. Conseguimos provar que

“O cuidado com a higiene pessoal é uma marca do paraense. Nossos produtos são acessíveis em supermercados e podem ser comprados por todas as classes sociais.”

Roberto Rodrigues, gerente da Casa Granada

os produtos feitos aqui têm qualidade”, explica Roberto Rodrigues, gerente geral da indústria.

Para continuar com esse ânimo e disposição para aumentar a produtividade, a Casa Granada está investindo em novos produtos. “Temos uma linha chamada Granaderma com sabonetes, cremes dermatologicamente testados e feitos à base de extratos vegetais. O cuidado com a higiene pessoal é uma marca do paraense. Nossos produtos são acessíveis em supermercados e podem ser comprados por todas as classes sociais”, afirma Roberto.

Outras indústrias paraenses também estão investindo alto em novos produtos de beleza para atender ao mercado cada vez mais ávido por novidades. A Chamma

da Amazônia lançou uma linha de produtos de beleza à base de caulim, mineral argiloso, também conhecido como “a argila branca da Amazônia”, usado na produção de creme dental e na fabricação de papel. A linha, desenvolvida em parceria com a mineradora Imerys Rio Capim Caulim, sediada em Barcarena, tem sabonete, máscara facial e esfoliante corporal. “Os cosméticos são testados dermatologicamente e são misturados com outros produtos da região, como o açaí. Na verdade, a diversidade da Amazônia nos permite ousar e inovar no campo da beleza”, explica Fátima Chamma, diretora executiva da Chamma da Amazônia. “Agora, é claro que o investimento é alto em novas tecnologia e pesquisas. Daí a importância dos incentivos fiscais do governo. Só assim vamos conseguir suprir os custos amazônicos de produção que chegam a consumir 35% do orçamento da empresa”, completa.

Segundo dados da ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos), em 2008 o setor ▶

Mercado

creceu 10,4% em relação ao ano anterior e arrecadou R\$ 21,546 bilhões. Para 2009, a previsão é positiva. A indústria da beleza deve registrar um aumento de pelo menos 5% em seu faturamento. “Devemos crescer em menor escala, mas, ainda assim, acima da média de outras indústrias”, prevê João Carlos Basilio, presidente da associação. E as vendas no comércio (preço ao consumidor) começaram bem o ano, com um crescimento de 20% em janeiro se comparado ao mesmo mês do ano passado. Atualmente, o Brasil ocupa a terceira posição no ranking do mercado mundial de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, atrás apenas dos Estados Unidos e do Japão.

Vários fatores têm contribuído para o desenvolvimento do setor, entre eles a participação crescente de mulheres no mercado de trabalho e o aumento da vaidade masculina; a utilização de tecnologia de ponta e o consequente aumento da produtividade, favorecendo os preços praticados pelo setor; lançamentos constantes de novos produtos, atendendo cada vez mais às necessidades do mercado; e o aumento da expectativa de vida, o que eleva a preservação do aspecto de juventude.

Outro fator que explica o aumento do faturamento da indústria da beleza é o investimento em marketing. A Natura, maior fabricante brasileira de cosméticos, que mantém uma unidade em Benevides, na Região Metropolitana de Belém, teve em 2008 uma receita líquida, apenas na operação Brasil, de R\$ 3,4 bilhões - um crescimento de 16,3% em relação ao ano anterior. Uma das explicações para este resultado é o investimento adicional de



MARCELO LIS

• *A Casa Granado bateu recordes em 2008 ao produzir 71 milhões de sabonetes*

R\$ 400 milhões em marketing para o período 2008-2010. A proposta da empresa é melhorar e aumentar os investimentos em marketing para acelerar o crescimento de vendas, financiado por ganhos de produtividade, além de reforçar na cultura da empresa o seu compromisso com a sustentabilidade, promovendo uma evolução em seu modelo organizacional. “A venda direta não depende da concessão de crédito, pois

somos uma empresa com baixo endividamento e capacidade crescente de geração de caixa”, afirma Alessandro Carlucci, diretor presidente da Natura. É na unidade industrial em Benevides que se processa óleos a partir de frutos de palmeiras nativas, como inajá, tucumã, buriti, pataú e murumuru, adquiridas de cooperativas e associações de pequenos agricultores e comunidades agrícolas extrativistas locais.



FOTO: HELIO SANTOS

- Cliente experimenta cosméticos feitos à base de caulim, produzidos pela Chamma da Amazônia: empresas preparam novos investimentos

A ERA DOS METROSSEXUAIS

Engana-se quem pensa que a indústria da beleza atinge só as mulheres. Os homens estão cada vez mais receptivos às inovações. Neilton Carneiro do Nascimento, 31 anos, que trabalha no setor de planejamento do Sesi (Serviço Social da Indústria), em Belém, assume ser vaidoso. Ele leva para o trabalho uma “nécessaire” com perfume, hidratante para os pés e mãos, antitranspirante seco, barbeador, creme polidor, duas escovas de dente, máscara capilar, antiséptico bucal, entre outros itens. “Sou vaidoso e acho que a aparência é o seu cartão de entrada em todo lugar. Quando você se cuida, você demonstra respeito por si mesmo e ajuda a manter sua vida saudável também”, diz Neilton.

Ele conta que gasta cerca de R\$ 200 por mês com produtos de beleza. Quando perguntado se se considera um metrossexual, nome dado aos homens que são extremamente vaidosos, Neilton não titubeia: “Acho que sou úberssexual, que assume sua vaidade, que gosta de cuidar da aparência, mas mantém a masculinidade. Acho que toda mulher gosta de abraçar e chegar perto de um homem cheiroso e bonito. Isso



MARCELO LIS

- Neilton Carneiro não deixa faltar produtos de beleza no dia a dia: úberssexual com orgulho

faz parte da natureza humana. Não acha?” De fato, quem não gosta de sentir um bom aroma ao abraçar alguém!? Mesmo sendo um dos sete pecados capitais, a vaidade é, sim, fundamental. x

“Sou vaidoso e acho que a aparência é o seu cartão de entrada em todo lugar. Quando você se cuida, você demonstra respeito por si mesmo e ajuda a manter sua vida saudável.”

Neilton Carneiro do Nascimento, assessor de planejamento do Sesi-Pará



DIVULGAÇÃO

Barreiras ao desenvolvimento

Com o recrudescimento da crise econômica, países e estados exportadores enfrentam um novo problema: o protecionismo dos antigos parceiros comerciais

Há mais de oito meses o mundo se defrontou com uma crise financeira com precedentes apenas na década de 30. Empresas quebraram, pessoas perderam empregos e as torneiras de investimentos foram fechadas. Quase todos os países desenvolvidos e emergentes foram afetados. Neste cenário, uma das primeiras medidas das grandes potências mundiais para resguardar suas economias dos impactos dessa *tsunami* foi resgatar o protecionismo, uma prática que à primeira vista pode até parecer benéfica a uma nação, mas que só reforça a retração econômica.

O Brasil - grande parceiro comercial de países como a

China, Japão, Estados Unidos e dos que formam o bloco do Mercosul - teve muitas portas fechadas para suas exportações. O pior é que, em meio a crise, nenhuma janela ainda se abriu para que o país volte ao ritmo de vazão dos produtos genuinamente brasileiros.

Logo nos primeiros dois meses deste ano, as exportações brasileiras, se comparadas ao mesmo período de 2008, sofreram queda de 26%. Esta retração não deve ser atribuída apenas às barreiras, porém elas contribuem diretamente para este impacto negativo na economia do país (*ver texto na página 36*). A Argentina, por exem-



plo, ampliou a lista dos produtos sujeitos à licença não automática, exigindo o Certificado de Importação, que pode demorar até 60 dias para ser emitido. Esta medida teve impacto em 11% no volume das exportações brasileiras.

Além dos segmentos de calçados, brinquedos e papel – os quais já são submetidos a esta medida –, a resolução argentina também atingirá o setor têxtil com fios, tecidos, confecções e produtos confeccionados, produtos metalúrgicos e produtos para o lar (linha branca). De acordo com a nova medida, estes setores ficarão também subordinados ao sistema de licenças não automáticas de importação, o que equivale a um permanente controle de limites quantitativos de importação.

O Pará não passa incólume pela tormenta. Enquanto que nos dois primeiros meses de 2008 o estado lucrou US\$ 1.440 bilhão com as vendas dos produtos para outros países, neste ano nossas exportações registraram US\$ 1.209 bilhão, uma queda de 16%. Isto influenciou na equação do saldo paraense, que, pela primeira vez em mais de dois anos, atingiu um valor negativo, de 20,60%.

As exportações paraenses para os países do Mercosul registraram uma queda superior a 95%, a maior levando

em consideração os blocos econômicos parceiros do estado. Logo atrás do Mercosul, seguem a União Europeia (UE) com uma variação negativa de 70%; o Caricom com -56,84%; e o NAFTA (sigla em inglês para Tratado Norte-Americano de Livre Comércio), com -30,45%.

Com estas novas imposições, que instauram barreiras no livre comércio do Mercosul, a expectativa é que as exportações brasileiras, em especial as paraenses, caiam consideravelmente. Já nos dois primeiros meses deste ano, as exportações paraenses para a Argentina atingiram US\$ 813 mil, bem abaixo dos US\$ 3.279 milhões registrados no mesmo período de 2008, evidenciando uma queda de 78,58%.

Não bastasse a queda das importações argentinas, a balança comercial paraense registrou redução nas importações da Bélgica, Alemanha, Itália, Estados Unidos e Canadá. “Seria precipitado avaliar que a redução nesses países se deu graças as medidas protecionistas. Existem outros fatores que vieram junto com a crise, porém medidas como as que foram impostas pelo governo argentino prejudicam bastante a economia brasileira e paraense”, avalia o coordenador do Centro Internacional de Negócios (CIN-FIEPA), Luiz Carlos Monteiro. ▶

PROTECIONISMO: AMIGO OU INIMIGO?

O que é

É um instrumento regulatório que blinda os países, dando condições autárquicas e protegendo a geração interna de renda e emprego. Ele pode se apresentar como políticas de estímulo econômico (subsídio a produtores locais) e barreiras tarifárias (impostos e taxações incidentes no produto importado) ou não tarifárias (imposições pró-ambientais e selo verde, por exemplo).

Lado bom

Medidas protecionistas podem facilitar a geração de divisas para o pagamento de compromissos com instituições financeiras mundiais, como o FMI (Fundo Monetário Internacional).



Lado ruim

Reduz a competitividade dos produtos e enfraquece as relações internacionais, pois as transações comerciais se tornam mais burocráticas, quando não são praticamente bloqueadas. As barreiras fazem muitos países recorrerem à Organização Mundial do Comércio, instituição responsável por verificar se as sanções ferem o livre comércio.



Burocracia em excesso

Nos países europeus, o portão de entrada do bloco pintou novo nome em sua fachada: Reach (sigla em inglês para Registro, Avaliação e Autorização de Substâncias Químicas), que determina a nova política de controle de substâncias químicas. “Somado à falta de créditos para incentivar a atividade exportadora, nos deparamos em meio a esta crise com ações protecionistas por parte dos nossos parceiros”, explica Luiz Carlos.

A medida já está valendo desde o começo deste ano e incidirá diretamente em mais de 30 mil produtos da pauta de exportação entre Brasil e UE. No caso específico do Pará, o segmento mais atingido com a nova política será o mineral. Cerca de 61% do total da produção mineral do estado vai para países europeus, e a partir de agora terão que ser submetidos ao Reach, o que implicará em novos custos para o processo de exportação, enfraquecendo o setor. A Associação Brasileira da Indústria Química estima que entre US\$ 20 bilhões e US\$ 25 bilhões anuais de exportações brasileiras para a Europa serão afetadas pelas regras do Reach.

Com a nova política, as autoridades europeias determinam que todos os parceiros comerciais que exportarem produtos químicos deverão cadastrar a base das substâncias contidas nos produtos exportados. Devem passar por esta regulamentação elementos químicos no estado natural (metais, produtos químicos), preparações químicas (cimento e tintas), objetos que receberam substâncias químicas em sua produção e que estejam sujeitos à liberação intencional dos produtos químicos, como borrachas infantis que liberam odores.

De acordo com as autoridades europeias, o objetivo da nova política, que se impõe como uma barreira não tarifária, é buscar a preservação do meio ambiente e da saúde humana e animal. “O mercado internacional está fechando as portas para aqueles produtos que agridem o meio ambiente. A nova tendência mundial é preservar a Amazônia, consumindo apenas os produtos florestais legais e certificados”, analisa o engenheiro florestal e secretário executivo do Conselho Temático de Meio Ambiente da FIEPA, Deryck Martins.

Para não prolongar acúmulo de prejuízos com as medidas protecionistas, especialistas aconselham que o governo monitore o movimento de importações e exportações para tentar identificar práticas desleais. Caso as encontre, a saída é recorrer à diplomacia e a foros especializados, como a Organização Mundial do Comércio. E o mais importante: nunca se deve pagar na mesma moeda, fechando as portas para a entrada de produtos de outros países. ■

CAMINHO FECHADO PARA OS BRASILEIROS

Confira algumas medidas adotadas por parceiros comerciais para controlar a entrada de produtos do Brasil:



EUA – As importações de álcool etílico brasileiro são taxadas em 2,5% pelo imposto de importação e em US\$ 0,54 por galão pelo imposto especial (Excise Duty). O país também protege suas indústrias siderúrgicas. Os produtos desse segmento são taxados em 6% a 142% logo na entrada, encarecendo ferro brasileiro e reduzindo a competitividade do produto.



EQUADOR - Cancelou os benefícios previstos nos acordos de redução tarifária parcial com o Brasil, impondo taxas específicas e cotas de importação. Para os produtos eletroeletrônicos as tarifas de importação foram elevadas de 15% para 35%, o máximo que o país consolidou na Organização Mundial de Comércio.



ÍNDIA – Em novembro do ano passado, já sentindo os impactos da crise, o país aumentou em 20% a tarifa de importação para o óleo de soja brasileiro. O problema é que a isenção para óleos de palma, girassol e outros foi mantida. Apenas a produção brasileira sofre com a medida.



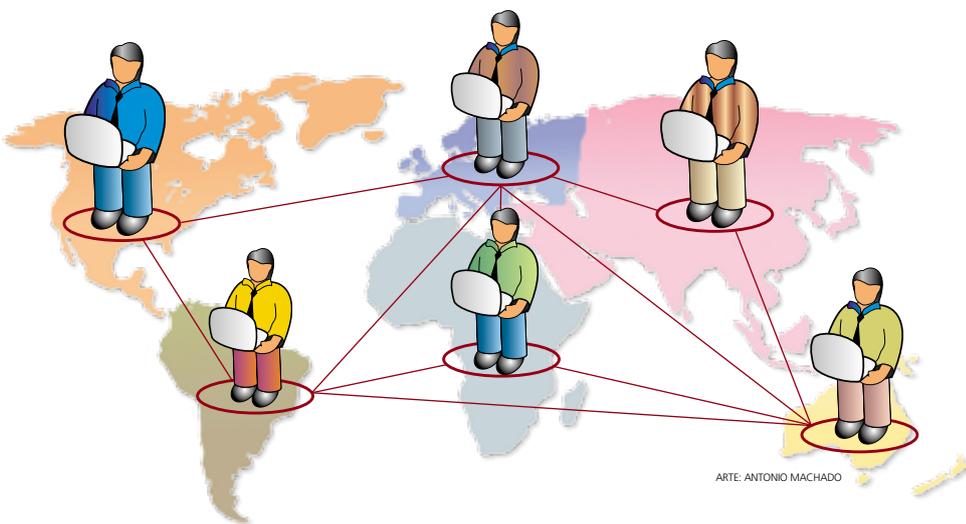
ARGENTINA – Nosso vizinho, através da Resolução 61/2009, de 4 de março de 2009, do Ministério de Produção, ampliou a lista dos produtos sujeitos à licença não automática, exigindo o Certificado de Importação. O documento demora até 60 dias para ser emitido, prolongando o trâmite burocrático.



UNIÃO EUROPEIA – Implantou o Reach, que determina a nova política de controle de substâncias químicas. Agora, todos os parceiros comerciais que exportarem produtos químicos deverão cadastrar a base das substâncias contidas nos produtos exportados. Atinge metais, produtos químicos, cimento, tintas e objetos que receberam substâncias químicas em sua produção e que estejam sujeitos à liberação intencional dos produtos químicos, como borrachas infantis que liberam odores.

VOCÊ PRÁTICA O NETWORKING?

Manutenção de uma rede de contatos é uma das opções mais vantajosas para encontrar negócios e oportunidades de trabalho. Você, mesmo sem saber, já pode ter começado a sua



ARTE: ANTONIO MACHADO

Certamente você conhece alguém, tem algum parente, amigo ou trabalha com uma pessoa que é bastante sociável, espontânea e extrovertida. Alguém que chega nos locais e consegue se aproximar com facilidade das pessoas, puxar conversa e, quem sabe, até trocar cartões. Com essa postura, esta pessoa tem boas chances de incrementar o seu networking. A palavra em inglês, que passou a fazer parte da rotina das empresas de recursos humanos e de profissionais que buscam novos parceiros de trabalho, quer dizer simplesmente “rede de contatos profissionais”. Nada complicado!

Essa prática é desenvolvida de forma muito natural, sendo bastante comum para algumas pessoas, mesmo que não haja a pretensão de obter favores num futuro próximo. “Podemos dizer que fazemos networking sem saber. É um exercício feito há muito tempo, mesmo que inconscientemente. Mas, em termos corporativos é algo novo”, explica Ana Maria Beckmann, gerente corporativo de Recursos Humanos da Executiva RH, empresa com 17 anos de atuação no mercado.

A formação de uma rede de contatos eficiente exige alguns passos e rende resultados como uma nova vaga de emprego, uma promoção ou até a abertura de uma nova frente de negócios para a empresa. Isso tudo sem investimentos financeiros, apenas com base na iniciativa e com objetivos bem definidos. “Acima de tudo, quem quer fazer um bom networking deve ter em mente que são necessárias algumas características pessoais, como a facilidade de relacionamento”, pontua a gerente da Executiva.

Esse é o caso da bacharel em Ciências Contábeis Idalina Vieira, que soma 20 anos de carreira profissional e é um dos exemplos de como um networking bem formado e sólido é capaz de provocar um grande *upgrade* na carreira. Ela começou a trabalhar no final da década de 80

em uma grande empresa do ramo de gases industriais, em Belém. Nos anos seguintes passou por indústrias de combustíveis, distribuição de bebidas e telefonia móvel. No segundo semestre de 2008, passou a receber alguns contatos de uma pessoa que conheceu em outro emprego, anos atrás, perguntando se tinha interesse em um determinado posto. “Eu não esperava a proposta e como estava bem no meu outro emprego agradei a oportunidade e permaneci na empresa”, relembra.

Até que, no início de 2009, o colega voltou a procurar Idalina com a proposta reformulada, “mais interessante e instigante”, como ela mesma define. “Percebi na vaga não só um melhor retorno financeiro, mas um novo desafio para se trabalhar. Aí não tive como não aceitar”, afirma. Ela deixou uma distribuidora de materiais de segurança para se tornar coordenadora de marketing de uma empresa do ramo cervejeiro.

Sobre o “segredo” de como manter uma rede de contatos ativa e funcionando, Idalina é bem direta. “Procuro ser uma pessoa amiga e os contatos acontecem naturalmente. Busco aprimorar meus conhecimentos e formar um grupo de relacionamento que me acrescente e que se ajude mutuamente.”

De acordo com Ana Maria Beckmann, para se construir uma rede sólida existem algumas regras que precisam ser seguidas. Uma delas é ter iniciativa e consciência de que o networking é uma relação de troca; em um momento você precisa de alguém ou de uma informação, mas deve estar preparado para ajudar quando for procurado. “Outro ponto importante é não deixar os contatos se expandirem demais, porque assim você não consegue manter sua rede ativa. É uma questão de qualidade do relacionamento e não de quantidade”, conclui a gerente corporativo. ■

Vida nova na ponta da agulha

Em Barcarena, projeto de geração de renda apoiado pela Alunorte transforma donas de casa em empresárias

Um grupo de mulheres de Barcarena descobriu na união uma maneira de mudar suas histórias de vida. Juntas, elas formaram a Cooperativa de Costura e Moda de Barcarena (Coopermodas), uma empresa que garante renda, cidadania e autoestima para 25 mulheres do bairro São Francisco. O projeto da cooperativa começou em 2007, quando as mulheres descobriram a possibilidade de gerar renda aproveitando a habilidade com a costura que aprenderam desde cedo, dentro de casa. Mobilizadas pela então presidente do centro comunitário do São Francisco, Áurea Marques, começaram as primeiras reuniões de organização. Desde o início da empreitada elas contam com o apoio da Alunorte, refinaria de alumina (matéria-prima do alumínio) sediada em Barcarena.

“Somos todas mães de família que costuravam cada uma na sua casa. Quando surgiu a ideia do projeto, apareceu a possibilidade de melhoria de renda”, conta a presidente da co-

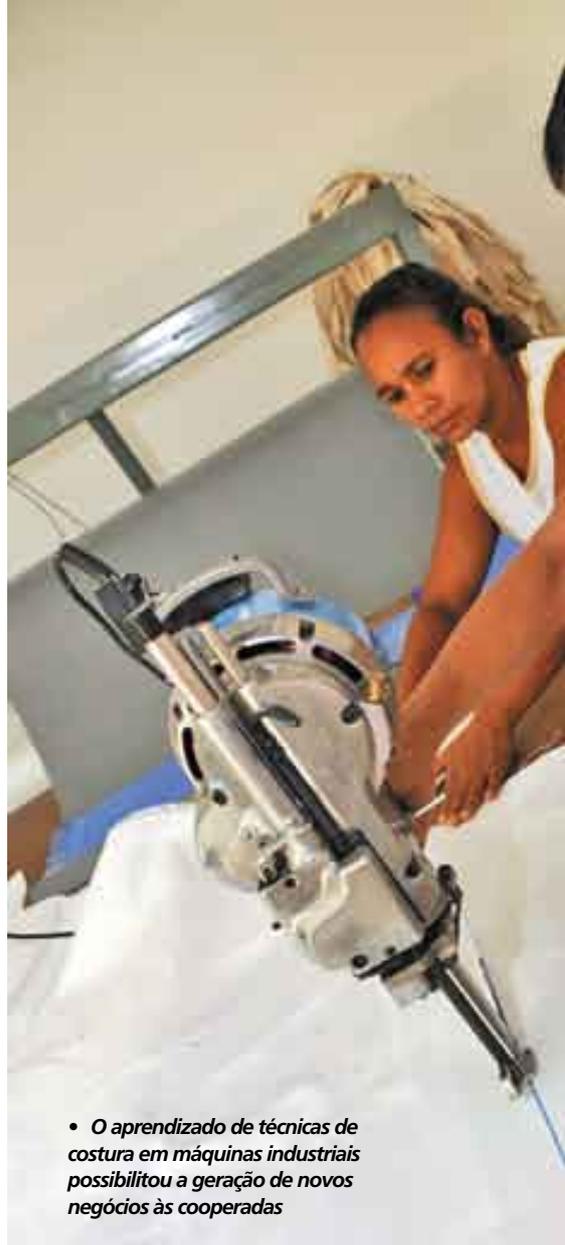
operativa, Josiane Dias.

Hoje donas da própria empresa, as cooperadas tornaram-se fornecedoras capacitadas para participar de concorrências comerciais e atender grandes empresas. A cooperativa está regularizada, possui registro na Secretaria de Estado da Fazenda, tem conselho administrativo e funções bem definidas para as cooperadas.

Como incentivadora do projeto, a Alunorte integrou a Coopermodas ao seu quadro de fornecedores. A cooperativa já produz para a empresa os protetores de flange, um equipamento de proteção coletiva utilizado pelo setor industrial. Foram confeccionados, até janeiro de 2009, aproximadamente 2.200 protetores. A cooperativa também está produzindo para a empresa um suporte em tecido para equipamento de proteção individual chamado diphoterine. As costureiras já produziram mais de 1.000 unidades desse material.

O começo foi difícil e exigiu principalmente disposição das mulheres

• *As bolsas-banner, produzidas a partir de lonas: bom, bonito e barato*



• *O aprendizado de técnicas de costura em máquinas industriais possibilitou a geração de novos negócios às cooperadas*



• *Funcionária da Alunorte cobre os flanges com os protetores produzidos pela Coopermodas*



Aprendi a costurar em máquina industrial, sei fazer flange e aprendi muitas outras coisas. A vida está melhorando.”

Aurélia Miranda, cooperada

para aprender novas atividades, capacitar-se para atuar como empresárias e, sobretudo, conciliar as novas obrigações com as tarefas de mãe e dona de casa. “Só costurar não as credenciava. Com apoio da Alunorte, elas passaram por treinamento em máquinas específicas e tiveram capacitação em cooperativismo e associativismo e continuam se atualizando”, explica José Almério, analista de Relações com Comunidades da Alunorte, que acompanha a cooperativa desde o início.

O apoio da refinaria veio com o custeio de cursos do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa) e com a doação das primeiras máquinas de costura e da mesa de

corte industrial para o projeto.

Costureira desde os 12 anos, Aurélia Miranda lembra que aprendeu a costurar sob a luz da lamparina, fazendo roupas para vizinhos e amigos usando uma máquina manual. Hoje, aos 54 anos, ela é a mais velha entre as cooperadas e uma grande incentivadora do grupo. Tem orgulho de dizer que aprendeu coisas novas com a cooperativa. “Aprendi a costurar em máquina industrial, sei fazer flange, que eu nem sabia o que era, e aprendi muitas outras coisas. A vida está melhorando.”

O entusiasmo é coletivo. Sobram disposição e vontade de continuar desenvolvendo um projeto bem-sucedido que saiu do sonho e tornou-se realidade. “Se a gente não lutar, a gente não consegue”, conta Maria Alba de Araújo. E o projeto vai crescer mais ainda, garantem. Elas continuam se capacitando para diversificar a produção e conquistar novos clientes. ■

MODA SUSTENTÁVEL

Os protetores de flanges destinados à Alunorte são o principal item na linha de produção da Coopermodas. São indispensáveis para a segurança dos empregados, pois protegem as “emendas” nos conjuntos de tubulações que formam a planta industrial. “O protetor evita que o material que passa dentro da linha, a soda cáustica, por exemplo, se projete em longa distância, atingindo alguém”, explica o gerente da Divisão de Águas e Efluentes da refinaria, Sandro Cunha.

As cooperadas são empreendedoras. Elas apostam na tendência da moda sustentável e produzem bolsas e sacolas de materiais ecologicamente corretos, como a bolsa-banner.

A ideia de reaproveitar lonas em bolsas surgiu em julho do ano passado e logo as mulheres estavam produzindo os primeiros modelos. Bonitas e diferentes, as bolsas chamam a atenção e atraem clientes para as cooperadas. O material para confecção é doado pela Alunorte. Atraentes pelo aspecto ecológico, já que aproveitam um material normalmente descartado como lixo, as bolsas também conquistam pelo preço: custam entre R\$ 5 e R\$ 25.

A Coopermodas também produz as ecobags, sacolas ecológicas fabricadas em algodão rústico que são distribuídas pela Alunorte como incentivo à substituição das sacolas plásticas no dia a dia.



FOTOS: TARSO SARRAF

Passaporte para o mercado competitivo

Empresas qualificadas pelo Procem experimentam salto de qualidade na gestão de seus negócios e se credenciam a buscar novos desafios comerciais

Um dos desafios das indústrias instaladas na Amazônia é manter a produtividade, aliando soluções socialmente corretas, ambientalmente sustentáveis e economicamente viáveis. Essa equação passou a fazer parte do planejamento das empresas paraenses, que buscam atingir um padrão de excelência num mercado extremamente competitivo. Para dar suporte às empresas, o IEL (Instituto Euvaldo Lodi) está investindo cada vez mais no Programa de

Certificação de Empresas (Procem), criado com o objetivo de qualificar as fornecedoras de produtos e serviços do Pará.

No início deste ano, 16 empresas do polo Belém conseguiram atingir o padrão de qualidade e conquistaram a certificação, o que equivale a um “selo de qualidade”. Na prática, isso significa que quem adquirir esses produtos e serviços terá não só preços competitivos, mas também a garantia de um bom produto.

“Estamos vivendo uma crise mundial e as empresas terão que encontrar soluções criativas para permanecer no mercado. Então, o diferencial de qualquer fornecedora é oferecer um serviço de qualidade e um bom preço, assim não perderá cliente e nem mercado. Agora mais do que nunca você deve ser competitivo e lutar para conquistar novos clientes”, afirma Gualter Leitão, diretor regional do IEL no Pará.

No ano passado, 79 empresas

• *Equipe da Linave: curso promoveu a integração e “quebrou” a barreira entre funcionários e patrões*





participaram do Procem, em quatro polos: Belém, Carajás, Tapajós e Barcarena. Destas, 60 receberam a certificação. O processo é dinâmico e multiplicador. As empresas participam de módulos sobre qualidade, produtividade, saúde, segurança, meio ambiente e gestão contábil, tributária e trabalhista. A capacitação acontece em módulos (*ver quadro*), que buscam melhorar a gestão com a eliminação de desperdícios e a implantação de novas práticas de administrar as empresas. A certificação tem validade de um ano.

Até o final de 2009, o IEL pretende aumentar de quatro para sete os polos atendidos pelo programa no estado, aumentando não apenas o número de empresas atendidas, mas também o número de municípios. A expectativa para este ano é que mais de 100 empresas participem do Procem. “O Pará tem dimensões gigantescas e em todo lugar existem empresas que precisam de orientações sobre planejamento e gestão, então queremos atuar em uma quantidade maior de cidades e atender ainda mais os empresários paraenses”, explica Checralla Khayat, coordenador técnico do Procem pelo IEL-Pará.

A Clean Gestão Ambiental, sediada em Belém, é uma das empresas que recebeu a certificação do Procem. Na avaliação final do programa, a organização teve a nota mais alta (395,6) e quase atingiu a pontuação máxima de 400 pontos da grade de critérios estabelecidos pelo IEL. De acordo com Kátia Magalhães, gerente de qualidade da Clean, o resultado é fruto de um trabalho sério e comprometido que a empresa já vem realizando nos últimos anos. “A Clean já trabalhava ações voltadas à qualidade e produtividade, saúde, segurança, e claro, meio ambiente, e o Procem trouxe uma padronização nestes mecanismos”, diz. “Agora cumprimos etapas: início, meio e fim de cada um dos nossos processos.

DINÂMICO E MULTIPLICADOR

O título de empresa certificada pelo Procem tem validade de um ano. Após esse período, a empresa passa pelo processo de recertificação, onde é avaliada pelos consultores especializados contratados pelo IEL para saber se há continuidade nos requisitos exigidos pela certificação. O processo para certificação no programa é dividido em nove etapas:

1. Diagnóstico inicial
2. Seminários de capacitação (qualidade e produtividade; saúde e segurança e meio ambiente; e contábil, tributária e trabalhista)
3. Monitorias - Primárias
4. Seminário de reforço
5. Monitorias - Secundárias
6. Pré-auditoria
7. Auditoria final
8. Certificação
9. Recertificação

Sistematizamos todos os processos e isso proporcionou mais clareza organizacional”, destaca.

Kátia conta que o programa também permitiu uma troca de conhecimentos com outras participantes instaladas no Pará. “As empresas discutiam cases de sucesso. A Clean abriu as portas para que outras empresas pudessem conhecer os programas que foram implantados e que deram certo. Por isso, recebemos uma placa em reconhecimento por ter contribuído de alguma forma para o crescimento desses empreendimentos.”

Ela revela ainda que o programa valoriza a filosofia de trabalhar as bases, de manter uma permanente reciclagem de treinamento de colaboradores, pois é desta forma que haverá mudança de fato e, consequentemente, todas essas práticas somadas resultarão num produto final de qualidade dentro da organização. “Houve mudança nas pessoas, criou-se a consciência de que é preciso melhorar sempre, em todos os níveis”,

completa Kátia Magalhães.

Criado em 2005, o Procem é um divisor de águas, pois proporciona às organizações uma capacitação completa que resulta em um serviço de alta qualidade para as empresas compradoras. Além de servir de ferramenta diferenciada para driblar a crise financeira. “Percebemos que há um interesse crescente das empresas em conquistar a qualidade exigida pelo mercado globalizado. Havia uma carência muito grande no Pará. O Procem veio suprir essa lacuna e agora estamos tendo uma grande demanda”, salienta Gualter Leitão.

A Linave, que está há 30 anos no mercado paraense operando no transporte rodo-hidroviário, foi outra empresa certificada pelo Procem. Sediada em Belém e com filiais em Santarém, Porto Trombetas e Manaus, a empresa conseguiu preencher 94,67% dos requisitos estabelecidos pelo programa do IEL, que envolvem setores administrativos, financeiros, operacionais, recursos humanos, ▶



- A Clean Gestão Ambiental recebeu a nota mais alta na avaliação final do Procem: mais organização e motivação no local de trabalho

entre outros. Segundo o vice-presidente da organização, Gian Franco, a Linave aumentou a produtividade após as técnicas aprendidas durante a certificação, além de ter conseguido enxugar custos e reduzido o número de acidentes de trabalho. “Ainda criamos um setor de qualidade e um comitê gestor para dinamizar os processos administrativos. Tudo isso para garantir uma agilidade nos processos internos e manter a competitividade exigida pelo mercado”, explica.

Outro benefício da certificação, aponta o vice-presidente da Linave, é a melhora no relacionamento interno da empresa. Como as equipes precisam se unir para melhorar processos e conseguir a certificação, há uma aproximação entre direção e empregado, o que gera uma maior interação entre os diversos colaboradores da empresa, desde o alto escalão até o funcionário do serviço geral. “O Procem ‘quebrou’ essa barreira dos funcionários com a diretoria e isso ocasionou uma maior motivação”, conta Gian.

PORTAS ABERTAS PARA BONS NEGÓCIOS

As grandes empresas instaladas no Pará aprovam o processo do Procem e reconhecem as mudanças nas fornecedoras, durante e após a participação no programa. Alessandro Gama, gerente de suprimentos e logística da Rede Celpa, concessionária de energia elétrica, explica que para as empresas conseguirem a certificação, elas passam por uma série de avaliações e consultoria que culminam numa auditoria final. “Segurança, meio ambiente, controle dos custos, qualidade e produtividade são algumas das etapas que as empresas precisam passar. Com todas essas auditorias, as organizações estão aptas a atender os grandes empreendimentos instalados aqui no Pará”, revela o gerente.

A certificação do Procem cre-

dencia as empresas fornecedoras a prestar os seus serviços e produtos para as grandes organizações. “O certificado torna-se um diferencial para as fornecedoras, exatamente porque elas já foram pré-qualificadas para se tornar fornecedores de ponta. Elas estão em um nível de gestão melhor que as demais”, finaliza Alessandro.

De acordo com um levantamento feito pelo PDF (Programa de Desenvolvimento de Fornecedores do Pará), da FIEPA, as grandes empresas instaladas no Pará devem investir mais de US\$ 42 milhões no período de 2009 até 2012. “É a chance das empresas fornecedoras mostrarem que são capazes de conquistar esse investimento”, resume David Leal, coordenador do PDF. ■

SERVIÇO

As empresas já podem entrar em contato com o IEL para participar do Procem 2009. Mais informações: (91) 4009-4734 (Eliana) ou 4009-4711 (Janete).



UM SETOR QUE NÃO FOI ATINGIDO PELA CRISE

A crise financeira mundial existe sem dúvida nenhuma, mas não podemos deixar que a expectativa de crise, que é pior do que qualquer crise propriamente dita, abata o setor da panificação e confeitaria. A fraqueza de muitos se apoia em posicionamento errôneo, onde tudo se justifica com a crise, mesmo antes dela chegar. A expectativa do sindicato é que trabalhem muito para passar por esse momento turbulento da economia mundial. Mesmo com essa crise - que nem mesmo os maiores economistas e especialistas têm certeza dos prognósticos futuros -, ainda há luz no fim do túnel.

Este ano, não teremos aquelas altas cotações do trigo, como em 2008. Nesse caso, a crise atua a nosso favor como inibidor da escalada de preços. Além disso, o governo pode recorrer novamente a mecanismos como a isenção da TEC e a liberação do Adicional de Frete para Renovação da Frota da Marinha Mercante, como agiu no ano passado. Em termos globais, teremos a maior produção de trigo da história, com mais de 680 milhões de toneladas. Do lado da demanda, em que pese algum crescimento, os estoques finais do mundo irão de 119 milhões para 148 milhões de toneladas, o que coloca em patamares confortáveis a relação entre estoque e consumo. Este movimento mundial é a explicação fundamental para a queda de preços internacionais. O mercado já assimilou os reflexos dessa mudança e, uma vez já corrigidas as incertezas e especulações, volta a operar de forma tradicional e com baixas previstas para a safra, porque reputar no preço da farinha de trigo as “possíveis altas futuras” do trigo argentino ou antecipar alguma preocupação com escassez na América do Sul, irá soar com tom especulativo.

Fora isto, a governadora Ana Júlia Carepa determinou a criação do grupo de trabalho da panificação no Fórum Paraense de Competitividade, que muito nos ajudará na eliminação dos gargalos, para o crescimento do setor panaderil, que tem um poder de capilaridade fantástico, presente em todos os municípios do estado. Com este apoio, nosso segmento atravessará a tormenta contando com a manutenção dos empregos e evitando demissões.

O cenário é suportável, se trabalharmos com gestão

profissional. A Confederação Nacional da Indústria (CNI), através do Programa de Desenvolvimento Associativo, vem desenvolvendo as lideranças sindicais. Não estamos perdendo estas oportunidades. Muito pelo contrário: absorvemos os conhecimentos e partimos para a prática. Com o Programa de Competitividade Industrial, desenvolvido pela CNI, com o apoio da FIEPA e do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), estamos fazendo chegar ao Pará o Propan (Programa de Apoio à Panificação), que impactará positivamente e diretamente em 20 padarias da Grande Belém, melhorando o desempenho dos empresários do segmento

A verdadeira crise é a crise da incompetência. Sem crise não há desafios e sem desafios a vida é uma lenta agonia. Sem crise não há mérito. É na crise que aflora o melhor de cada um

e aumentando suas margens de rentabilidade. Em resumo, o programa mostra os caminhos para nos distanciar do perigo e nos aproximar das oportunidades de crescimento e desenvolvimento de nossas indústrias.

O segredo estará em saber a diferença entre problemas reais e problemas imaginários, não se envolvendo na ansiedade e tensão, deixando o precioso espaço mental para as coisas mais importantes.

Nesses momentos me recorro do José Duarte Santos (o Zé, o Zé Duarte, o Duarte, o Zezão ou carinhosamente o Fofinho, como ele é conhecido na Associação Brasileira de Panificação). Transcrevo a sua leitura sobre crise, e que ele atribui a Albert Einstein: “A verdadeira crise é a crise da incompetência. O inconveniente das pessoas e dos países é a esperança de encontrar as saídas e soluções fáceis. Sem crise não há desafios e sem desafios a vida é uma rotina, uma lenta agonia. Sem crise não há mérito. É na crise que aflora o melhor de cada um. Falar de crise é promovê-la, e calar-se sobre ela é exaltar o conformismo. Em vez disso trabalhem duro. Acabemos de uma vez com a única crise ameaçadora, que é a tragédia de não querer lutar para superá-la.” ✕



• As crianças recebem atenção especial durante as edições do mutirão: dignidade

Ação Global

Evento beneficia todos os anos milhares de brasileiros com o mutirão de cidadania

Eles têm famílias, sonhos e histórias para contar. No entanto, na prática, inexistem para a sociedade. São homens, mulheres e crianças que passam a vida na sombra, incapazes de interferir na própria realidade pela falta de acesso a um ou mais direitos básicos de qualquer cidadão, como saúde, educação, lazer, trabalho e moradia. Encontrar pessoas carentes, desassistidas, não é difícil. Elas estão em todos os lugares, mas passam despercebidas, justamente por não terem consciência da exclusão da qual são vítimas.

Para mudar essa triste realidade é que o Sesi (Serviço Social da Indústria) do Pará vem acompanhando esse público atentamente desde 1992, quando realizou o primeiro Ação Global no estado. O evento, que já atendeu mais de 1,2 milhão de pessoas no Pará, objetiva ampliar o acesso à cidadania da população carente, contribuindo para a redução da desigualdade social no país.

Criado em 1991 pelo Sesi de Minas Gerais, o Ação



Global nasceu com o objetivo de oferecer uma série de serviços gratuitos à população carente do estado. Desde o começo, a iniciativa foi realizada em parceria com a Rede Globo de Televisão, que tem papel importante na mobilização de empresas, ONGs, sindicatos e, principalmente, da população para o evento. O sucesso foi tamanho que atraiu a atenção de outros estados e, em 1995, o evento já tinha caráter nacional, sendo realizado simultaneamente em todo o país. Ao todo, na última década, mais de 35 milhões de atendimentos foram realizados.

O Ação Global consiste em um mutirão de serviços essenciais, integrados e gratuitos, promovidos por profissionais voluntários nas áreas de saúde, lazer, educação e cidadania. “O evento oferece ao público mais de 40 serviços. Em um único dia é possível tirar documentos, fazer consultas médicas e odontológicas, cortar cabelo, assistir a uma peça de teatro ou apresentação musical, fazer um minicurso de capacitação profissional, abrir uma conta bancária e muito mais. Tudo isso em um mesmo local, com infraestrutura e atendimento de qualidade”, destaca o superintendente regional do Sesi no Pará, José Olímpio Bastos.

Na edição 2009, o Ação Global terá uma grande novidade no Pará. Pela primeira vez o evento será realizado em dois municípios: Marabá e Santarém. A expectativa este ano é que, somente no estado, mais de 60 mil atendimentos sejam realizados. Em 2008, o mutirão de cidadania foi realizado no município de Castanhal, no nordeste paraense, contabilizando mais de 51 mil atendimentos no parque de exposição do Sindicato Rural do município. Ao todo, cerca de 30 mil pessoas foram beneficiadas com mais de um serviço cada.

Os atendimentos mais procurados do Ação Global 2008 foram os de cidadania, com mais de 26 mil registros – sendo os documentos os campeões na procura, com 3.866 atendimentos para a emissão de identidade, carteira de trabalho e CPF. “O sucesso e a tranquilidade do Ação Global se deu graças ao aumento de 93% dos parceiros. Em 2007, registramos 45 parceiros entre entidades empresariais, ONGs, sindicatos e indústrias do estado. Já em 2008, 87 parceiros estiveram envolvidos. O mutirão conseguiu envolver também mais de 1,3 mil voluntários”, aponta o superintendente do Sesi.

Os serviços de saúde também foram muito requisitados pela população de Castanhal. Com mais de 13 mil atendimentos, a equipe composta por clínicos gerais, oftalmologistas, enfermeiros e técnicos de educação física proporcionaram consultas como o preventivo do câncer uterino, verificação de pressão arterial, teste de glicemia, coleta de sangue, entre outras. “Nossos colaboradores entendem a importância de um evento como o Ação Global para a população carente. Por conta disso, pudemos

FOTOS: OSVALDO FORTE



• **Atendimento médico gratuito é um dos pontos altos do evento**



• **Crianças em aula de capoeira: um dia inteiro de alegria e diversão**

“Em um único dia é possível tirar documentos, fazer consultas médicas e odontológicas, cortar cabelo, assistir a uma peça de teatro ou apresentação musical, fazer um minicurso de capacitação profissional, abrir uma conta bancária e muito mais.”

José Olímpio, superintendente regional do Sesi no Pará

melhorar nossos serviços e atender a todos com mais tranquilidade e qualidade”, explica a gerente de Saúde do Sesi-Pará, Suely Linhares.

Na área de educação, o público teve acesso a oficinas de informática e panificação ofertadas pelo Senai (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), teste vocacional, reciclagem e distribuição de mudas de espécies florestais e frutíferas, entre outros, totalizando a participação de cerca 1,5 mil pessoas. Segundo Luciana Bastos, gerente do Sesi de Castanhal, o Ação Global 2008 foi um exem-▶



• Equipe de voluntário do Sesi atende moradores de Castanhal: mais de 60 mil paraenses devem passar pelo Ação Global em 2009

plô positivo de como o trabalho em equipe deve ser valorizado. “Foi muito bonito ver toda equipe do Sesi trabalhando efetivamente na busca por resultados, uma busca interminável pelo sucesso mútuo. Onde não houve estrelas, e sim, uma constelação”, comemora.

Esporte, cultura e lazer também fizeram parte do Ação Global. As crianças que acompanhavam seus pais puderam jogar bola, soltar pipas, assistir a peças teatrais. Já os adultos puderam fazer ginástica laboral e assistir shows musicais. Ao todo, mais de 9 mil pessoas passaram pelos serviços de lazer. “Nosso objetivo é tornar o evento mais tranquilo para os pais que levam suas crianças ao mutirão. Muitos deles ficavam nas filas aguardando a sua vez de ser atendido enquanto nós cuidávamos do lazer dos seus filhos, que aguardavam com alegria e se divertiam com segurança”, explica o gerente de Cultura, Esporte e Lazer do Sesi-PA, Éder Palheta.

Para o presidente da FIEPA, José Conrado Santos, o Ação Global é um passaporte para a cidadania. “Quem não tem cidadania está excluído da vida social e da tomada de decisões, ficando numa posição de inferioridade na sociedade em que vivemos. Um evento como este é uma oportunidade para milhares de pessoas conseguirem, em menos de 24 horas, recuperar direitos que lhe foram negados por toda a vida, como uma simples consulta médica e um documento de identidade.” ■

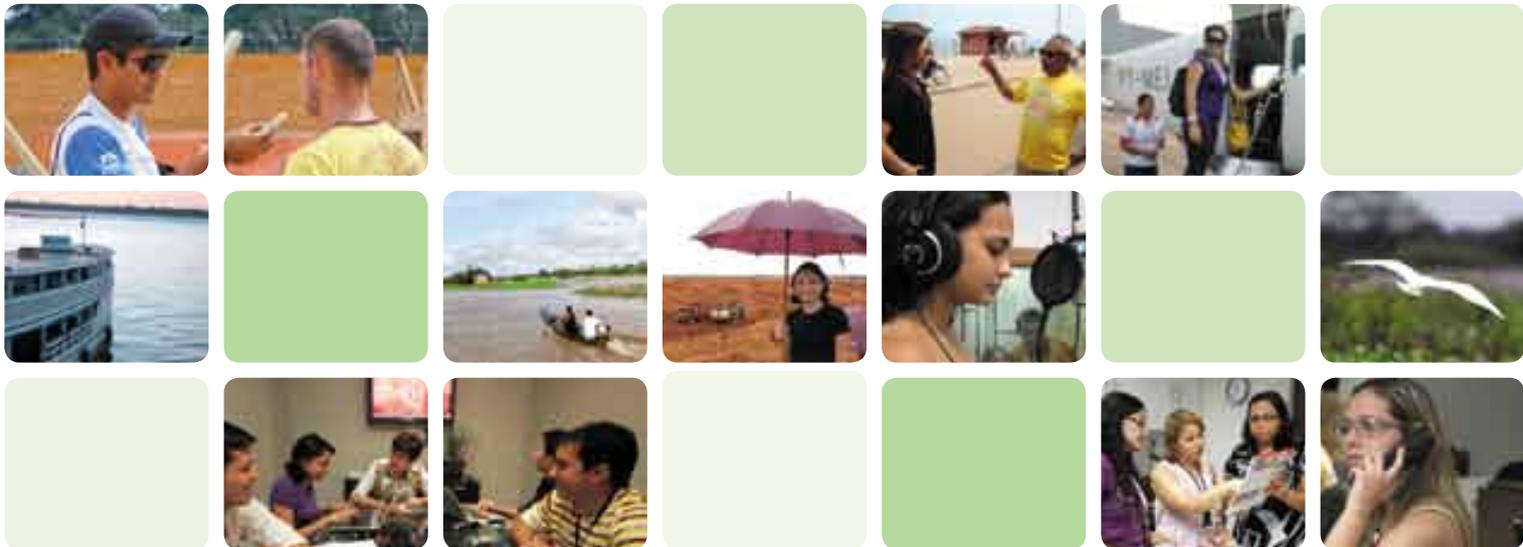


• A emissão de documentos costuma ser o serviço mais procurado

SERVIÇO

O Ação Global 2009 será realizado no dia 30 de maio, no horário de 8h às 17h, em Marabá e em Santarém. Quem quiser ser um parceiro empresarial ou voluntário da ação de cidadania pode procurar o Sesi em Marabá ou em Santarém ou procurar a sede em Belém. Mais informações: (91) 4009-4920 – Sesi Belém / (93) 3524-1399 – Sesi Santarém / (94) 3324-2102 – Sesi Marabá.

Na Amazônia, sua comunicação tem que estar muito bem integrada ao meio.



Atuar em uma região caracterizada por cenários humanos e geográficos diversos, onde a natureza por vezes impõe desafios consideráveis à comunicação, exige conhecimento, planejamento e logística diferenciados.

Há 10 anos, a Temple Comunicação presta suporte e consultoria a empresas com atuação nacional e internacional. Somos quase 80 profissionais com diferentes expertises: jornalistas, publicitários, relações públicas, designers e administradores.

Crescemos muito nessa década por compreendermos nossa vocação em comunicar para uma região complexa do Brasil. Superamos distâncias culturais na busca por soluções de comunicação, muitas vezes inovadoras, sob medida para os inúmeros matizes da Amazônia.

Por tudo isso, fazemos comunicação pensando nas pessoas e na maneira como elas se relacionam com o meio onde vivem.



temple
COMUNICAÇÃO

IDEIAS QUE TRANSFORMAM

Pará | Amazonas | Tocantins

www.temple.com.br

Que tal experimentar uma consultoria?

O trabalho de um consultor capacitado pelo IEL pode funcionar como um divisor de águas, marcando o início de uma nova fase para os negócios da sua empresa

A forte concorrência entre as empresas provocou o surgimento de uma nova profissão: o consultor de empresas, que é capaz de solucionar problemas e criar estratégias para o desenvolvimento da organização. A atuação é abrangente (*ver quadro na página ao lado*). Há casos de empresas paraenses que vinham enfrentando problemas de falta de motivação no local trabalho e, conseqüentemente, sentindo no caixa a baixa produtividade dos seus funcionários. A saída? Um consultor organizou ações para fortalecer as lideranças da empresa e criar mecanismos para premiar os funcionários mais produtivos. É por isso que atualmente os consultores empresariais

vêm ganhando destaque entre o empresariado do Pará.

Para fortalecer esse mercado, o IEL (Instituto Euvaldo Lodi), da FIEPA, está investindo em consultorias. O objetivo é orientar as empresas em questões que envolvem planejamento, gestão organizacional, consultoria técnica e até mesmo a desenvolver boas práticas ambientais no empreendimento. Duas turmas de consultores já foram formadas.

Para auxiliar no desenvolvimento das empresas, o IEL promove consultorias em diversas áreas, como inovação, qualidade e produtividade, saúde, gestão contábil, tributária, trabalhista e organizacional, segurança no

trabalho, meio ambiente, compensação tributária, entre outros, que são fundamentais para o sucesso de um empreendimento.

“Quando sentia necessidade de contratar uma consultoria, o empresariado paraense não encontrava profissionais qualificados aqui no estado, por isso a solução era trazer profissionais de fora do Pará. Isso representava uma mão de obra mais cara e que muitas das vezes não resolvia o problema por não conhecer as particularidades da região. Com o IEL, agora o empresário pode contar com consultores especializados, que conhecem e moram no Pará”, afirma Gualter Leitão, diretor regional do IEL no Pará.



• **Gualter Leitão:** “Só com informações e muito profissionalismo as empresas paraenses vão evitar os efeitos desastrosos da crise”

ASCOM/IEPA

Com esta iniciativa do IEL, o mercado paraense ganhou um local que concentra os consultores capacitados para atender e orientar os mais diversos problemas e desafios organizacionais das indústrias paraenses. “Além de encontrar profissionais especializados e experientes, o empresário tem no IEL uma fonte onde pode buscar informações de credibilidade sobre o mercado ou sua área de atuação específica”, enfatiza Gualter Leitão.

O principal foco do consultor é avaliar e traçar um perfil completo da empresa com suas características mais fortes e seus pontos fracos. Com base nestas informações, ele elabora um relatório organizacional apontando os caminhos para sanar problemas e orientar a empresa rumo ao equilíbrio econômico-financeiro e do desenvolvimento sustentável. O passo seguinte é acompanhar se as metas para garantir o padrão de excelência e qualidade estão sendo executadas pelos gestores.

“Queremos oferecer um trabalho de qualidade e que atenda aos interesses das indústrias. Só com informações e muito profissionalismo as empresas paraenses vão evitar os efeitos desastrosos da crise”, comenta Leitão. ■

FOTOS: FABRÍCIO GESTA



• **Formatura dos consultores do IEL: meta é difundir as boas práticas de gestão no Pará**

ATUALIZAÇÃO CONSTANTE

A busca pela qualificação não para, pelo menos para os consultores do IEL. O instituto formou a segunda turma de profissionais especializados em atender grandes corporações, sempre com foco nos fundamentos essenciais para a excelência na gestão, como o pensamento sistêmico, aprendizado organizacional, cultura de inovação, liderança e constância de propósitos, orientação por processos e informações, visão de futuro, geração de valor, valorização de pessoas, conhecimento sobre o cliente e o mercado, desenvolvimento de parcerias e responsabilidade social.

“A consultoria do IEL busca

constantemente se aperfeiçoar e se adaptar às mudanças cada vez mais velozes e imprevisíveis”, explica Gualter Leitão, diretor regional do IEL no Pará. Segundo ele, a meta é disseminar práticas já adotadas em organizações nacionais que possam ser introduzidas e implantadas nas empresas paraenses visando à excelência na gestão e a alta produtividade. “Nós estamos capacitando e qualificando nossos consultores para que possamos atender com qualidade e responsabilidade nossos clientes. Queremos que esse modelo de gestão seja difundido aqui nas empresas do Pará”, finaliza Gualter Leitão.

SITUAÇÕES QUE PODEM REQUERER APOIO DE UM CONSULTOR

1. O mercado em que a empresa atua sofreu alterações significativas e seus executivos precisam de ajuda externa para interpretá-las.
2. A empresa quer se preparar para novos saltos e deseja ter um planejamento de caminhos possíveis.
3. Os acionistas têm projetos de expansão, diversificação, introdução de novas tecnologias, novos métodos de produção, mas não contam com pessoal capaz de desencadeá-las.
4. O processo sucessório e de profissionalização da empresa familiar se complicou.
5. Há uma forte divisão na alta gerência sobre o próximo passo estratégico.
6. A equipe de vendas está desmotivada e o perfil de liderança da área é fraco.

SERVIÇO

O IEL está localizado no prédio sede da FIEPA, na Travessa Quintino Bocaiúva, 1588, 1º andar do bloco A. Contato: (91) 4009-4734 e 4009-4711.

André Reis

Coordenador do Instituto Brasileiro de Mineração na Amazônia



O DESAFIO DAS NOSSAS COMMODITIES MINERAIS

A mineração é uma atividade cíclica por natureza. Seus mercados oscilam entre períodos de alta e redução de preços. Se “marolinha” para uns ou *tsunami* para outros, o fato é que os efeitos em onda da crise mundial depreciaram as cotações das commodities minerais, culminando em retração na produção, exportação e adiamento nos investimentos. Os últimos números da balança comercial, assim como os do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), mostram redução nas exportações e no nível de emprego do setor.

Dos nove produtos da pauta mineral, que respondem por 86% das exportações do Pará, apenas o minério de ferro apresentou variação positiva nas exportações até fevereiro de 2009. A intensa demanda chinesa pelo produto fez com que os números da balança comercial paraense não fossem piores, proporcionando um incremento de 35% nas exportações de ferro àquele país, demonstrando que as 193 milhões de toneladas de ferro estocadas em portos e siderúrgicas chinesas até o ano passado não foram condição suficiente para retrainar as importações do minério paraense. A boa nova é que os estoques estão acabando e, na mesma proporção, o poder de barganha dos chineses sobre o produto.

Para os demais produtos da pauta mineral, a expectativa de que a retração na demanda internacional ocasionasse uma desaceleração nas exportações se confirmou, o que também ocorreu intensamente sobre a indústria de transformação mineral. No nível de emprego, os efeitos da crise também foram mais evidentes sobre a transformação, sobretudo a metalúrgica. Em fevereiro, o Caged mostra que na indústria extrativa houve mais admissões do que desligamentos, indicando que o impacto da crise na extração mineral foi mais severo em outros estados. A elevada produtividade das minas paraenses, potencializada pelo alto teor dos minérios, manteve a preferência das empresas em continuar os projetos localizados no Pará, que foi o único entre os principais estados mineradores onde a indústria extrativa apresentou saldo positivo na evolução do emprego em fevereiro.

As medidas de retração na oferta iniciadas pelas em-

presas mineradoras em algum momento compensarão a queda na demanda e, de forma cíclica, estabilizarão as cotações minerais, elevando-as possivelmente no médio prazo. Os ajustes microeconômicos feitos pelas empresas ao diminuírem a produção levarão o mercado a um novo patamar, em que as receitas e custos marginais das empresas se equilibrarão em um nível menor, permitindo a recuperação da rentabilidade, também favorecida pela apreciação do dólar no mercado cambial brasileiro.

No plano financeiro, a atual escassez de capital de risco fomentador das Junior Companies implicará em redução da pesquisa, o que também impactará sobre a oferta mineral. Minas de menor produtividade, que em épocas de demanda elevada compensavam o seu funcionamento

Os ajustes feitos pelas empresas levarão o mercado a um novo patamar, em que as receitas e custos se equilibrarão, permitindo a recuperação da rentabilidade

cobrando mais por minérios de baixo teor, foram (ou serão) encerradas. Na Amazônia, questões crônicas como o insuficiente mapeamento geológico, o licenciamento ambiental moroso, áreas indígenas e unidades de conservação que, juntas, ocupam 46% da superfície da região, não facilitarão novos investimentos no curto prazo.

A atual política monetária adotada contra a recessão também deverá contribuir para a recuperação das cotações minerais. Uma vez minimizada a onda de incerteza, a queda nos juros reais observada nos principais mercados financeiros, notadamente nos Estados Unidos, encorajará investidores a trocar títulos do tesouro nacional por contratos de commodities, face à queda na rentabilidade dos primeiros. Baixas taxas de juros também diminuem o custo de oportunidade da manutenção das jazidas ao reduzir o incentivo pela imediata extração dos minérios. Se é certa a redução na oferta mineral, vale também esperar uma recuperação na demanda a partir dos resultados da política adotada em favor do crédito e do consumo nos Estados Unidos. ■

INDÚSTRIA EM FOCO

Localizada em Marabá, no sudeste do Pará, a Siderúrgica Norte Brasil S.A – Sinobras verticalizou a cadeia produtiva do minério de ferro na região produzindo aço para a construção civil. A empresa gera 1.700 empregos diretos na área operacional em Marabá e 510 nas fazendas próprias de reflorestamento localizadas em Araguatins (TO). Nesta foto de Waishington Oliveira, os tarugos de aço que serão utilizados na produção de vergalhões. Nesta etapa do processo produtivo, a temperatura do aço atinge 1.700 °C.



TUDO QUE O PARÁ PRODUZ DE MELHOR.



**IX FEIRA DA
INDÚSTRIA
DO PARÁ**

**Hangar Centro de Convenções
e Feiras da Amazônia,
27 a 30 de maio, 17h00 às 22h00**

A cara do desenvolvimento
paraense em exposição.
A IX Feira da Indústria do Pará
mostra tudo que somos capazes de
produzir de melhor.
Visite com toda a família.
Para maiores informações
ligue (91) 4009-4809

**Ingresso: R\$ 5,00.
Crianças até 10 anos
acompanhadas do
responsável
não pagam ingresso.**

ORGANIZAÇÃO:



PATROCÍNIO:



REALIZAÇÃO:

