

FIEMA

SESI

SENAI

IEL

Federação das Indústrias do Estado do Maranhão
www.fiema.org.br

Presidente: Jorge Machado Mendes

1º Vice-presidente: Geneci Góis Rosa

Vice-presidentes: Antônio Carlos Lopes Ribeiro, Carlos Augusto Fonseca Mendes, Cirilo José Campêlo Arruda, Edilson Baldez das Neves, Francisco Carlos Ribeiro Santos, Francisco Sales Alencar, João de Deus Pires Leal Neto, Jorge Garcia de Deus, José Antonio Buhatem, José Augusto Batista, José Orlando Soares Leite Filho, José Raimundo Lima, José Raimundo Nunes Sarmiento, José Ribamar Barbosa Oliveira, Luiz Fernando Coimbra Renner, Mário Machado Mendes, Pedro Robson Holanda da Costa, Rubemar Coimbra Alves, Wanderley Silva de Oliveira e William José Nagem

1º Secretário: Leopoldo Debtz de Moraes Rêgo

2º Secretário: Rachid Abdalla Neto

1º Tesoureiro: José de Ribamar Fernandes

2º Tesoureiro: José Ribamar Pereira

Conselho fiscal: Eduardo de Souza Leão, Franklin Delano Marinho Rocha e José Seabra Godinho

Suplentes: Carlos Alberto Ferreira da Silva, Neife Abdalla e Paulo Sérgio de Assunção Santiago

Presidentes dos sindicatos afiliados: Alberto Abdalla, Antônio Carlos Lopes Ribeiro, Antônio José Sousa Silva, Benedito Bezerra Mendes, Edvan da Silva Amâncio, Joanaes Alves Silva, João de Deus Pires Leal, João Neto Franco, José Antônio Buhatem, José Augusto Batista, José de Ribamar Barbosa Belo, José de Ribamar Fernandes, José Ribamar Pereira, José Orlando Soares Leite Filho, José Raimundo Nunes Sarmiento, Leopoldo Debtz de Moraes Rego, Luiz Fernando, Coimbra Renner, Marcos Aurélio Cavalcanti Mendonça, Mário Machado Mendes, Marcos Rogério Tintori, Paulo Roberto Costa Nagem, Ricardo Pereira Barros e William José Nagem.

Maranhão Industrial

Revista da Federação das Indústrias do Estado do Maranhão - FIEMA

Av. Jerônimo de Albuquerque, S/N - Cohama
CEP 65076-001 - São Luís - MA.

Tel: (98) 3212.1875 - Fax: (98) 3212.1821

www.fiema.org.br - ascom@fiema.org.br

Coordenação: Ribamar Dourado

Editor: Luís Fernando Baima

Reportagem: Ledilce Fonseca
e Fernanda Moraes Rego

Nacionais: Agência CNI

Fotografia: Edgar Rocha, Ailton Baren, Joaquim Neto, F. Álvares, Arquivo Sesi/Senai, Arquivo BNB, Arquivo CVRD, Arquivo CNI

Capa e Editoração: Almenbergues Jales

Impressão: Unigraf

Colaboraram nesta edição: Vanessa Tavares (CVRD) e Ana Paula Teixeira (BNB)

Unicom

Sistema FIEMA

Assessora: Cíntia Machado

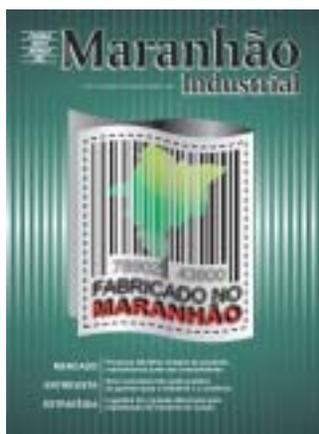
Cartas para a redação:

Maranhão Industrial

Diretor de redação

Av. Jerônimo de Albuquerque, S/N - Cohama
CEP 65076-001 - São Luís - MA.

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



SEÇÕES

Palavra do presidente 3

Recortes 4

Entrevista 8

Opinião 26

Memória 36

Oportunidade 12

Empresário monta projeto e sonha com cadeia produtiva

Mercado 14

Pesquisa mostra que não existe rejeição a produtos locais

Estratégia 22

Fábrica levou em conta recursos naturais e logística

Exportação 25

Maranhão aumenta a venda de madeira para o exterior

Capacitação 28

Baixa escolaridade e capacitação dificultam contratações

Prevenção 29

Sesi implanta programa contra acidentes no trabalho

Ação Social 30

Iniciada a terceira fase do programa de alfabetização

Extensão 32

Estudantes contribuem para atualização empresarial

Qualificação 33

Senai promove curso de produção de alimentos

Integração 34

Maranhenses participam de competição internacional

Programa de Capacitação Empresarial

Alcance Novos Horizontes

O Instituto Euvaldo Lodi - IEL - está consolidando em seu núcleo regional o Programa de Capacitação Empresarial. Ao longo de 2005, serão ministrados cursos preparatórios, seminários, palestras e workshops nas áreas **Administrativa, Recursos Humanos, Informática Empresarial, Gestão em Qualidade, Contabilidade, Marketing e Empreendedorismo.**

Para qualificar e manter atualizados os seus funcionários, o IEL oferece também cursos voltados às necessidades específicas das empresas, com treinamento personalizado para o ambiente de trabalho: os "Cursos In-company".

Inscreva-se e torne-se o diferencial em sua empresa.

Cursos

CURSO BÁSICO DE EXPORTAÇÃO

Tema: Do Maranhão para o mundo

Dias: 6 a 10 de junho

CURSO DE INTRODUÇÃO A GESTÃO DE QUALIDADE

Dias: 31 de maio a 4 de junho



Jorge Machado Mendes

Todo dia é Dia da Indústria!



Esta edição comemora o Dia da Indústria. Faz parte de nossa cultura comemorar, não só as datas alusivas a grandes feitos nacionais, mas, também, toda e qualquer atividade a que se dediquem as pessoas da comunidade: comemora-se o carteiro, o bancário, o engenheiro, o médico, enfim, todo e qualquer profissional tem o seu dia.

Mas o Dia da Indústria tem, sem dúvida, um significado muito especial. Porque lembra a atividade industrial como um todo, em sua imensa diversidade, neste tempo em que o produto industrial se insere na vida de todos e de cada um, e é fator indispensável na organização e no funcionamento da sociedade como um todo; está em todos os lugares, em todos os momentos; faz girar a economia, viabiliza a atividade humana em geral, possibilita e incrementa o consumo, gera a demanda que, por sua vez, exige e garante a continuidade e o crescimento da mesma atividade industrial. Pode-se dizer que não há ninguém, hoje, em qualquer lugar, que não esteja se utilizando de um produto industrial. A estrutura urbana, a infra-estrutura econômica e social, as atividades governamentais, os setores econômicos, o terceiro setor, a sociedade e

todas as pessoas que a integram, são consumidores industriais cativos, e essa é uma realidade própria do desenvolvimento, própria dos nossos dias.

Comemorar a Indústria é, na realidade, comemorar a condição do homem como construtor de seus próprios meios de sobrevivência, do seu bem-estar, e realizador dos seus sonhos e dos seus objetivos, em todos os lugares, em todos os momentos.

É claro que a comemoração formal do dia 25 de maio quer se referir à Indústria como setor produtivo integrante do quadro geral da economia. Claro é também que se quer referir àquelas pessoas que dedicam, à atividade industrial, sua inteligência, sua capacidade técnica, esforço e talento. E ainda, aos profissionais que, na atividade, buscam os meios de subsistência, e asseguram a continuidade e aperfeiçoamento dos processos produtivos.

Todo esse universo de profissionais são comemorados no Dia da Indústria. E ninguém merece tanto, porque a Indústria está no próprio cerne da modernidade, e é fator e condição da sobrevivência digna da espécie humana. A eles, portanto, a exaltação e o reconhecimento de todos nós. ■

Prioridade

O governo federal definiu como o principal e prioritário projeto das primeiras Parcerias Público-Privadas, as PPPs, a conclusão dos 680 km da ferrovia Norte-Sul que ligarão o Maranhão a Gurupi, no Tocantins. A pretensão já foi anunciada pelo ministro do Planejamento, Paulo Bernardo, em Brasília.

O governo tem em conta o interesse de grupos chineses, dispostos a investirem cerca de US\$ 300 milhões para cada uma das três etapas restantes para a conclusão do trecho.

Os outros dois projetos, ainda não definidos, serão, possivelmente, rodovias.



Edgar Rocha

Norte-Sul: de olho nos chineses

Convite

Se depender do esforço do presidente da Vale, Roger Agnelli, a instalação da usina siderúrgica da Posco deverá ocorrer mesmo no Maranhão. Notícias sobre a desistência da indústria coreana em se instalar na Índia, voltaram a reacender os contatos entre as duas companhias. Agnelli se prepara para viajar a Coreia, para reforçar o convite à empresa. Ao mesmo tempo, não tem poupado esforço junto ao governo federal para conseguir uma redução da carga tributária para a instalação da usina no estado.

Investimento

A Vale do Rio Doce está programando investir, nos próximos dois anos, cerca de US\$ 300 milhões em Ponta da Madeira. O investimento faz parte das metas da Companhia para aumentar, até 2007, a capacidade de exploração em Carajás para 100 milhões de toneladas de minérios – 30 milhões a mais do que deverá ser produzido este ano. No conjunto, também serão realizadas obras de adequação da ferrovia, como construção de novos pátios de cruzamento, para, também, aumentar a capacidade de movimentação para 150 milhões de toneladas – volume a ser dividido entre cargas próprias e de terceiros.



Edgar Rocha

Ponta da Madeira: investimento de US\$ 300 milhões para mais 30 milhões de toneladas/ano



D6 Móveis:
crescimento
garantido por
americanos
e europeus

Exemplo

A D6 Móveis foi uma das indústrias citadas como exemplo de conquista de mercado externo durante o 90º Encomex, realizado em São Luís, e que contou com a presença do ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Luiz Fernando Furlan. Implantada no município maranhense de João Lisboa, a indústria moveleira vem

mantendo índices de crescimento tanto em volume de exportações quanto no número de empregados. Hoje, a empresa, que já se chamou Lisboa Móveis, fornece mesas, cadeiras e móveis de jardim para o Estados Unidos e União Européia. A previsão de faturamento para este ano deve chegar a R\$ 11,3 milhões.

Carla Marins:
R\$ 3 bilhões
para pequenas
empresas



Crédito I

Técnicos da Fiema e do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social estarão reunidos no próximo 15 de junho para discutir programas e linhas de financiamento para empresas de pequeno porte. Aberto à classe empresarial, os técnicos do Bndes farão explicações sobre como obter crédito junto ao banco e responderão perguntas realizadas pelos presentes ao encontro. As palestras serão voltadas para empreendedores interessados em expandir seus negócios através das linhas de crédito oficiais, disponibilizadas para fomentar o desenvolvimento do comércio e a indústria em todo o país. As inscrições são gratuitas e estão sendo recebidas por meio do portal do Bndes na Internet.

Crédito II

O Banco do Nordeste informa possuir uma nova linha de crédito que oferece capital de giro isolado para empresas dos setores industriais, agroindustriais e de comércio. De acordo com o programa, os recursos são limitados a R\$ 1,9 milhão e permitem a aquisição de insumos, matérias-primas e mercadorias para estoque. Os juros variam de 1,36% a 1,63% ao mês e o prazo pode ser de até 18 meses, com carência de seis meses. Segundo o banco, a nova linha de crédito supre uma carência do mercado e representa uma alternativa viável para as empresas que precisam de empréstimos com condições compatíveis para promover o sucesso nos negócios.



F. Álvares

Zerbini Medeiros: capital de giro



Edgar Rocha

Temperatura controlada eletronicamente

Cerâmica

Uma pesquisa financiada pelo Fundo de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, o Fundeci, no Maranhão deverá acabar com um

dos maiores gargalos do setor de construção civil: a ausência de tecnologia na produção de cerâmica vermelha. O projeto utiliza recursos não reembolsáveis do Banco do Nordeste da ordem de R\$ 40 mil e está sendo desenvolvido pelo Departamento de Engenharia de Eletricidade da Universidade Federal do Maranhão. O objetivo consiste na elaboração de um controlador eletrônico de temperatura, que vai oferecer um suporte ao “queimador” (operador dos fornos), informando sobre o grau de temperatura ideal, inclusive com mecanismos de alarme, para evitar perda do produto e utilização excessiva de matéria-prima.

Prevenção

O Sesi, em parceria com o Ministério da Saúde, Programa de DST/Aids, está apoiando a criação do Conselho Estadual Empresarial de Prevenção ao HIV/Aids no Maranhão. A idéia é envolver a iniciativa privada em resposta mais eficaz à epidemia. A iniciativa vem do Conselho Empresarial

Mundial de HIV/Aids, criado em 1997 pelo Programa das Nações Unidas sobre Aids (Unaid). A meta é chegar até o final do ano com 80 empresas treinadas para atuar na prevenção de doenças sexualmente transmissíveis entre os seus empregados e comunidade.

Homenagem

Indicado pelo conselho diretor da Unidade de Ensino Superior do Sul do Maranhão, a Unisulma resolveu homenagear o presidente da Federação das Indústrias do Estado do Maranhão pelos relevantes serviços prestados em favor do desenvolvimento do Maranhão. Em solenidade realizada no Jardim Cristo Rei, em Imperatriz, Jorge Machado Mendes foi agraciado com uma placa de honra ao mérito e com o empréstimo de seu nome ao auditório da instituição. Junto com o presidente da Fiema, mereceram homenagens o líder político e sindical Manoel da Conceição dos Santos e a escritora Carlota Carvalho, autora do clássico *O Sertão: subsídios para a história e geografia do Brasil*, publicado em 1924.

Edgar Rocha



Jorge Mendes: dupla homenagem

Eleição

O empresário João Alberto Teixeira Mota Filho foi eleito em chapa única para a nova presidência do Sindicato da Indústria da Construção Civil do Maranhão, o Sinduscon. Para o novo presidente, o maior desafio do sindicato é dar às empresas do segmento uma maior motivação para que possam continuar prosperando e gerando as riquezas e oportunidades de trabalho e renda para a população. A posse, com toda a sua diretoria formada por nomes expressivos da construção civil, se dará no próximo 3 de junho.

F. Álvares



João Alberto Filho: posse em 3 de junho

Boletim

Desde março, o Centro Internacional de Negócios, o Cin, ligado à Federação das Indústrias do Estado do Maranhão, vem divulgando um boletim estatístico sobre as exportações realizadas por empresas maranhenses. Para os interessados, as informações estão disponíveis na própria Federação ou no portal www.fiema.org.br. Divulgados mensalmente, o boletim traz dados comparativos entre os vários meses do ano, com ênfase em setores como minério, pescado, madeira, móveis e confecções, principais itens exportados por empresas do estado. Segundo a coordenação do Centro, a publicação do boletim vem de encontro a uma demanda até então não atendida no estado. Informações do desempenho de alguns setores no mercado internacional podem motivar outras empresas a visualizar oportunidades potenciais de exportação.

Ronaldo Braga

“Posição invejável”

Há pouco mais de três meses à frente da Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo, o economista Ronaldo Braga, 48 anos, é casado, pai de quatro filhas e possui extensa folha de serviços prestados ao setor público. Iniciada precocemente aos 26 anos, sua trajetória profissional de dirigente inclui duas diretorias na Cemar, vice-presidência nacional do Ibama, Banco do Estado, Caema - onde além de diretor exerceu a presidência durante três anos - e agora a função de Secretário de Estado. É ainda conselheiro do Conselho Regional de Economia, onde exerceu diversos mandatos de presidente, e diretor do Sindicato dos Economistas do Maranhão. Braga fala sobre os trabalhos de sua pasta, da sua visão sobre a indústria maranhense, das perspectivas de crescimento, dos novos pólos de desenvolvimento e da posição do governo estadual frente às novas perspectivas de investimento e crescimento do Maranhão. Principalmente, destaca o discernimento entre a função do Estado e o papel da iniciativa privada, quando se refere, em diversas colocações, às obrigações do poder público, como instrumento de fiscalização e indutor do crescimento, em prol do desenvolvimento. O novo secretário não hesita em dizer que a atividade industrial para



Ronaldo Braga: diferenciais competitivos podem tornar o Maranhão um grande pólo de desenvolvimento

F. Álvares

o Maranhão ainda é bastante incipiente em relação as nossas necessidades, mas não deixa, também, de descrever, com ênfase, as privilegiadas condições e os diferenciais competitivos que poderiam tornar o estado um grande pólo de desenvolvimento, se bem aproveitados.

MA Industrial – *Em pouco mais de três meses à frente da Secreta-*

ria, como o senhor descreveria o setor industrial maranhense?

Braga – Qualquer pessoa com um mínimo de conhecimento sobre o tema, ou mesmo leiga, constatará sem muito esforço que a atividade industrial ainda é bastante incipiente em nosso estado. Refiro de forma geral às varias cadeias de um processo de industrialização propriamente dito, e, em particular, a processos que

agreguem valor aos nossos incomparáveis recursos naturais, às nossas commodities, etc, produtos, enfim, que continuam cruzando oceanos em estado tosco. Não há como deixar de reconhecer que dispomos hoje de uma invejável infra-estrutura de transportes, capaz de alcançar empreendimentos dos mais variados portes e nas mais diferentes regiões do país, e esta circunstância potencializa ainda mais os inúmeros porquês a respeito do nosso inexplicável diminuto grau de industrialização.

MA Industrial – *O senhor teria como citar, como exemplo, uma dessas regiões e que tipo de atividade vem sendo ou que será desenvolvida?*

Braga – Citaria entre outras a região de Grajaú, onde há um potencial imenso de exploração de atividades ligadas ao mineral gipsita, por exemplo, e onde, contraditoriamente, ainda não deslanchou um processo de industrialização compatível tais potencialidades. Há alguns empreendimentos, é certo, mas se compararmos o que lá existe com a região de Ariripina em Pernambuco, onde as reservas são muito menores e a qualidade da matéria-prima muito inferior, veremos facilmente que a nossa atividade ainda está muito longe de ser considerada como efetivamente industrializada. Outra que me ocorre também é a região de Balsas, onde são produzidos milhões de toneladas de soja todos os anos e onde ainda não conseguimos implantar processos de bene-

ficiamento e agregação de valor. Nem lá, e nem mesmo ao longo de todo o corredor de exportação que o produto atravessa! Em Porto Franco, estamos implantando uma primeira iniciativa de beneficiamento da soja. Firmamos protocolo de intenções com um grupo empresarial de larga experiência, e de credibilidade internacional no assunto, que construirá uma usina de esmagamento da soja produzida no sul maranhense, além da importada dos cerrados do Tocantins, do nordeste de Mato Grosso e do sul do Pará. Entre empregos diretos e indiretos, estão sendo previstas cerca de 1.200 contratações. Estamos, ainda, conduzindo todo o processo de implantação do Distrito Industrial da região, onde pretendemos concentrar também as iniciativas de um projeto sucroalcooleiro. São dois exemplos, apenas, de atividades pujantes e apenas parcialmente exploradas, e que certamente repetem-se nas demais regiões do estado.

MA Industrial – *Quais os principais fatores de atração e quais os principais grupos pretendem se instalar no Maranhão?*

Braga – Em princípio, acho que o fator logística é incontestavelmente o principal atrativo na nossa atual conjuntura. O porto do Itaqui, as ferrovias, os resultados que se pode obter dessa superposição de infra-estruturas, enfim, todos esses fatores fazem com que destoemos regional, nacional e até internacionalmente. Não temos as dificuldades de mo-

vimentação de cargas que têm Santos ou Paranaguá, por exemplo. Nenhum porto do Nordeste ou do Brasil possui o nosso calado, que permite a atracação dos maiores navios cargueiros, graneleiros, etc, em operação no mundo, hoje. Isto sem falar na circunstância de estarmos muito mais próximos dos grandes mercados importadores da União Européia e dos Estados Unidos, o que torna muito mais competitiva qualquer mercadoria produzida ou embarcada aqui.

MA Industrial – *Além do porto, que vantagens competitivas o senhor poderia ainda relacionar?*

Braga – Ainda sobre o tema anterior, vale ressaltar que o Maranhão é servido por três, (isso mesmo!) três ferrovias e conta com uma extensa rede de rodovias e estradas vicinais. Além disso, devemos relacionar os inúmeros recursos naturais, água abundante, terras praticamente virgens e oferta de mão-de-obra razoavelmente qualificada, além de um continuado esforço no sentido do aumento da oferta de vagas para qualificação em escolas de nível médio e profissionalizante, e em universidades, tanto privadas como públicas. Quanto aos demais atrativos, se observarmos a nossa pauta de subsídios e incentivos constataremos que o estado tem procurado fazer diferença também nestes aspectos. Basta citar como exemplo o Sincoex para entendermos o que quero dizer. Trata-se de um sistema único, que permite a empresas que

aqui se instalarem o pagamento de apenas cerca de um quarto do ICMS que seria devido, e isto, por um período que pode estender-se a até doze anos. Claro que, tanto índice quanto prazo, estão sujeitos à análise individualizada. Mas é fato que na grande maioria dos casos a concessão tem sido a mais ampla permitida pela nossa legislação. Temos também um sistema que nos permite oferecer facilidades quanto à localização dos empreendimentos. Em alguns casos o estado tem concedido terrenos a preço simbólico para empreendedores de atividades pioneiras, ou mesmo para atividades já existentes, mas que sejam, por exemplo, intensivas em mão-de-obra. Poderíamos citar ainda muitas e muitas outras vantagens que nos diferenciam...

MA Industrial – *Com todo esse potencial, como o estado vem se preparando para atrair ainda mais empreendimentos?*

Braga – Cumprindo eficazmente sua função institucional, criando e intermediando incentivos, centralizando e fornecendo informações para facilitar e agilizar as intenções e os projetos daqueles que queiram investir no Maranhão. E adianto que não têm sido poucos. Temos recebido, ininterruptamente, consultas de empresários e investidores brasileiros e estrangeiros interessados em investir em nosso estado. Fazemos inicialmente uma pesquisa de ordem geral sobre a origem dos empreendedores e sua situação no mercado. Acontece vez por outra

de, num conjunto de propostas, identificarmos alguns aventureiros, gente interessada apenas em tirar vantagens circunstanciais desses novos pólos de desenvolvimento e depois simplesmente abandonar os empreendimentos. Felizmente casos como estes tem sido a exceção, e não temos tido grandes problemas em separar esse joio. A regra, portanto, é fa-

“Temos recebido, ininterruptamente, consultas de empresários e investidores brasileiros e estrangeiros interessados em investir em nosso estado”

zer o estado funcionar como estrutura basilar do processo, e criar todas as condições para que aconteça, enfim, o nosso tão sonhado desenvolvimento.

MA Industrial – *E em relação ao empresariado local, aqueles que já vem produzindo no Maranhão?*

Braga – A regra vale para todos; para os que vêm e para os que aqui já estão; para quem quer manter uma determinada situação e para quem pretende expandir seus negócios. Constatamos, por exemplo, que muitos empresários vêm passando por dificuldades financeiras circunstanciais e,

alguns, cumulativamente, de mercado. Em tais casos, para colaborar com esses que continuam produzindo e gerando riquezas, empregos e renda, a despeito de situações às vezes extremamente adversas, o governo tem procurado agir como mediador dos seus diversos interesses junto às mais variadas instancias. Temos atuado sistematicamente junto a bancos oficiais para que aumentem cotas de investimentos para a indústria e comércio; também para que prestem socorro mais imediato e menos burocratizado em momentos extremos; para que sejam menos rigorosos quando da análise dos pleitos; ou na cobrança de oportunidades de realização de novos negócios, como a venda de serviços e produtos para os grandes projetos, em estudo ou em fase de implantação. Temos também desenvolvido inúmeras ações no nosso próprio âmbito, e que têm alcançado êxito amplamente reconhecido no meio empresarial. Entre estas, gostaria de destacar o programa conhecido pela sigla PDF – Programa de Desenvolvimento de Fornecedores – que é modelo nacional de como deve ser trabalhado o incentivo à qualificação das empresas privadas locais, e o Procem, que é um programa de certificação estadual, uma espécie de ISO local, ratificado por todas as grandes empresas que atuam no nosso mercado. Nesses dois exemplos os citados programas são o elo de conciliação e adequação entre as empresas de pequeno e médio porte, dos mais

variados ramos de atuação, e os grandes compradores de material e contratadores de serviços. Tem sido um enorme sucesso.

MA Industrial – *Em se falando em grandes projetos, a quantas anda a implantação do pólo siderúrgico de São Luís. O senhor ainda acredita em sua viabilização?*

Braga – Esta é a pergunta que mais tenho ouvido e respondido ultimamente: se acredito na implantação do pólo siderúrgico. Costumo responder como uma outra pergunta: o que você diria de um projeto cujos empreendedores, num período de pouco mais de dois meses, reuniram-se cinco vezes com os responsáveis pela implantação no âmbito do governo estadual, para checar o andamento de tarefas e o cumprimento de um cronograma preliminarmente acertado entre si? Pois é exatamente isto que vem acontecendo, normalmente e sem nenhum alarde. Desde quando assumi a secretaria, temos nos reunido a cada quinze dias com representantes das empresas consorciadas. As tarefas vêm sendo cumpridas rigorosamente dentro do previsto, embora aqui e ali tenhamos que reavaliar ou readaptar procedimentos, tudo dentro da mais perfeita normalidade e sem comprometer o resultado global esperado. Um projeto dessa magnitude abrange latitudes consideráveis e ninguém tenha a ingenuidade de achar que possa ser realizado sem o vencimento de enormes obstáculos, muitos dos quais, inclusive, fora de nossa área de

competência, de nossa alçada, como é o caso do impacto dos impostos e tributos federais. Eu diria que se há hoje algum complicador ligado a esse empreendimento, esse complicador é, infelizmente, a extrínseca questão tributária, o chamado custo Brasil. Todas as ações e tarefas estaduais e municipais estão sendo levadas sem problemas. Até mesmo a

“Decisões que estamos tomando hoje repercutirão, certamente, pelos próximos cinquenta anos. Acertadas ou equivocadas, boas ou ruins, terão efeitos durante um longo período”

controvertida questão da área de localização do pólo está seguindo todos os trâmites legais inerentes, e temos o compromisso da prefeitura de São Luís de que o assunto estará resolvido dentro do previsto no cronograma.

MA Industrial – *Então, porque tantas especulações a respeito de atrasos, dificuldades e de um provável arrefecimento de interesses?*

Braga – Em parte pelo que você mesmo citou: especulações. Acredito, também, que por falta ou deficiência de informações de parte a parte. E certamente, ainda, pela pouca vivência de nossa gen-

te com projetos deste porte. Estamos tratando com o grande capital internacional, e viabilizando investimentos de bilhões de dólares, que determinarão um impacto sem precedentes na nossa economia estadual. Não são coisas simples de tratar, ou que possam ser resolvidas às pressas. Decisões que estamos tomando hoje repercutirão, certamente, pelos próximos cinquenta anos. Acertadas ou equivocadas, boas ou ruins, terão efeitos durante um longo período. Precisamos, pois, de sólido conhecimento sobre aquilo que vai ser decidido e aconselhamento certo antes de cada decisão. Precisamos investigar sempre duas ou três alternativas para um mesmo propósito e realizar estas tarefas auxiliados por profissionais de reconhecida competência e inquestionável isenção. Para tanto, não hesitaremos em gastar o tempo que for necessário, e só tomaremos decisões quando absolutamente convencidos e conscientes daquilo que estivermos fazendo. Reconheço o direito das pessoas de falar toda a sorte de sandices que lhes vierem à cabeça, e propagar sua desinformação ou visão parcial sobre este ou aquele assunto. Aqueles que têm a responsabilidade pela condução dos processos não podem, contudo, submeter-se a esse tipo de precipitação e, muito ao contrário, devem continuar firmes e decididos a examinar, à exaustão, todas as mínimas particularidades ligadas ao tema. Esse é o nosso dever. E é isso que estamos fazendo. ■

**Alevinos:
potencial
a espera de
exploração
adequada
para um
mercado
garantido**



Fábrica de proteína

F. Álvares

Nas margens do Itapecuru, empresário desenvolve projeto com mercado garantido e sonha com expansão de cadeias produtivas em todos os municípios maranhenses

A proposta remete a uma visão quase bíblica. Produzir peixes na maioria dos municípios maranhenses. Multiplicá-los por mini criadouros assentados em cada povoado onde haja água, abundante e limpa, e pequenas áreas de terreno argiloso. Engordar tilápias e cumatãs, prontos para consumo entre seis a dez meses, quando já tiverem atingido de 500 a 800 gramas de pura e saudável proteína. A idéia vem ocupando a cabeça de João Alves da Silva, um engenheiro de pesca formado pela Universidade Federal Rural de Pernambuco, quando resolveu comprar, há mais de doze anos, uma área de 100 hectares no povoado de Areias, tradicional produtor de farinha de mandioca do município de Santa Rita, próximo a São Luís. Nessa que poderia ser considerada uma pequena área para os padrões locais, João Alves divide seu tempo de professor de Ciências Aquáticas da Universidade Federal do Maranhão, com a viabilização de um

laboratório de produção de alevinos. São pequenos filhotes de peixes, ainda em sua forma embrionária, vendidos a produtores do Maranhão, Distrito Federal, Goiás e Pernambuco. Em apenas cinco hectares de toda a propriedade, João mantém a Piscicultura Vale do Itapecuru, com 35 tanques e viveiros de produção de matrizes e mais um laboratório de reprodução artificial, além de uma pequena estação de monitoramento da qualidade da água que usa. Atualmente, João Alves produz cerca de 3 milhões de alevinos todos os meses, uma média que suplanta em muito as 500 mil unidades do início do projeto. Na Vale do Itapecuru, pode-se encontrar desde filhotes de espécies exóticas, como carpa húngara e a tilápia tailandesa, até espécies nacionais, como tambaqui da Amazônia, pacu e pintado do Pantanal, curimatã-pacu da bacia do São Francisco e o tucunaré dos rios do Tocantins. Das espécies maranhenses, João

dispensa carinho especial com a produção do piau-da-cabeça-gorda e do surubim, que por muitos tempos povoaram os rios maranhenses.

A criação de peixe não é bem mais uma novidade no Maranhão. Hoje, no estado, segundo estimativa do próprio João Alves, que tem prestado assistência técnica a vários criadores espalhados principalmente pelos municípios de Bacabal, Imperatriz, Zé Doca, Balsas, Codó, Açailândia e Matinhas, há cerca de uns 2.000 criadores de peixe, atendidos por uns 30 laboratórios de produção de alevinos. “Na verdade, faltam filhotes e matrizes para tanta gente que tem desejo de se dedicar à atividade”, afirma. João credits esse surto de interesse as “excepcionais” condições climáticas e físico-químicas existentes no estado. Temperaturas de 27° a 29°, solo com mais de 50% de argila, o que retém a água dos tanques de criação, e a oferta de águas limpas, com pouca acidez, e ainda não agredidas por indústrias poluidoras, são listados como condições ideais para a criação de peixe. “Podemos situar o estado, como um dos mais privilegiados do Nordeste para o desenvolvimento da piscicul-



F. Álvares

Tanques de engorda: baixo custo

tura e da carcinicultura”, defende com entusiasmo. Entusiasmo que se torna arrefecido quando indagado sobre o desenvolvimento industrial de toda essa possibilidade de produção. Principalmente quando fala em agregar valor ao peixe criado no Maranhão e que ainda é vendido de forma incipiente e quase doméstico. “Temos aqui perto mercados dispostos a pagar até cinco vezes mais pela produção, se tivéssemos condições de beneficiar, acondicionar e transportar pescados de forma mais nobre e apropriado”. João se refere à baixa assistência técnica, a matrizes de baixa qualidade, à falta de material para o desenvolvimento de alevinos, câmeras frigoríficas, unidades de beneficiamento e a questões de transportes. Em especial, cita como um grande gargalo a atuação do Ibama junto aos criadores, destacado pela falta de transparência e agilidade na liberação dos criadouros. Como solução, aponta para a formação de cooperativas em áreas estratégicas de produção, onde os peixes ou camarões criados no Maranhão pudessem ser devidamente tratados e aproveitados em todo o seu potencial. Quanto ao sonho de que em cada povoado se pudessem manter criadouros, com grande aproveitamento da mão-de-obra local, em uma atividade rentável, com retorno quase que imediato e baixa exigência de tecnologia e recursos, nenhuma prefeitura por ele contactada mostrou-se interessada, apesar do privilégio natural garantido a algumas e da carência de uma atividade econômica, comum à grande maioria. ■



F. Álvares

João Alves: criadouros em cada povoado



Nestor Bezerra

Nada contra, ao contrário...

67,7%
optariam
por comprar
produtos
maranhenses

Pesquisa realizada pelo Campi mostra que não existe rejeição a produtos fabricados no Maranhão entre consumidores e lojistas

Se oferecidos dois produtos similares em preço e qualidade, 67,7% dos consumidores maranhenses decidiriam por comprar o produto fabricado no Maranhão. Entre supermercadistas, 72,7% afirmam ter confiança nos produtos fabricados no Maranhão. Entre lojistas, 30,6% compartilham da mesma confiança e 27,8% consideram de boa qualidade os produtos fabricados no Maranhão. Os dados são da pesquisa *Imagem dos Produtos Maranhenses*, realizada pelo Centro de Assistência e Apoio a Média e Pequena Indústria do Maranhão, o Campi, vinculado

à Fiema. Para chegar a essas e outras conclusões, o Campi se valeu de questionários particularizados e aplicados junto a consumidores, lojistas e supermercadistas de São Luís. Um universo que contemplou vários centros de comércio da capital – de shoppings a estabelecimentos da periferia. A pesquisa faz parte de um conjunto de ações que a Federação e seus parceiros vêm empreendendo no sentido de criar condições para alavancar negócios e incentivar a abertura de novas empresas no setor industrial do estado, e assim, implementar o Plano Estratégico de Desenvolvimento Indus-

trial do Maranhão proposto em 2003, com horizonte até 2020.

A primeira contribuição do Campi foi a realização de uma outra pesquisa que identificou os principais produtos manufaturados e matérias-primas importados pelo Maranhão, no período de julho de 2002 a agosto de 2003, computando um total R\$ 5,7 bilhões em transações comerciais, potencial que poderá vir a ser aproveitado, se alguns desses produtos ou matérias-primas forem produzidos ou explorado por empresas maranhenses, substituindo essas importações, gerando empregos e renda para empresários e trabalhadores locais. De acordo com a mesma pesquisa, o Maranhão poderia estar produzindo e comercializando mais de 195 desses produtos — um mercado nada desprezível de R\$ 848 milhões ao ano, que poderia ser movimentado internamente com tecnologia acessível, pouca exigência de mão-de-obra e baixo custo, por micro, pequenas e médias empresas.

Sendo assim, o que não falta no Maranhão é mercado interno que dê sustentabilidade a empreendimentos. Pelo menos entre alguns itens básicos identificados. E essa parece ser a reação de tantos quantos já viram o resultado da pesquisa. Estão disponíveis aos interessados quatro tipos de relatórios: um primeiro, com a totalização de todos os produtos, sem identificação de origem; um outro, que identifica cada estado e o volume de suas exportações para o Maranhão; um terceiro, com produtos e valores percentuais das importações realizadas por cada município maranhense; e, por último, um quarto relatório com a identificação dos grupos a que pertence cada produto importado. Uma amostra, portanto, a ser levada a sério por qualquer especialista do ramo. De posse dos dados, a Fiema tem promovido reuniões com lideranças empresariais nas principais regiões do estado. Nas primeiras apresentações em São Luís, Caxias, Imperatriz, Santa Inês e Balsas, a informação produziu muitos comentários e sur-



Nestor Bezerra

PRODUTOS IMPORTADOS

Alimentos	241.076.703,61
Artefatos de metal	1.316.414,10
Artefatos de papel	3.993.475,24
Artefatos de plásticos	12.513.203,91
Bebidas	49.537.576,13
Beleza e higiene	51.931.422,22
Carnes	21.008.130,70
Cerâmica vermelha	4.231.963,48
Condimentos	279.366,79
Confecções e têxtil	81.804.477,07
Couro e calçados	69.803.591,63
Diversos	30.616.671,92
Frutas e hortaliças	6.260.423,35
Impressos	535.966,92
Leite e derivados	68.565.547,78
Material de construção	60.911.742,85
Material de limpeza	29.961.372,67
Minerais	2.738,57
Móveis e madeira	21.478.991,35
Oleaginosos	92.880.184,94

Em reais/ano

Produtos de limpeza lideram preferência

presas. Infelizmente, apesar do interesse demonstrado em cada uma dessas reuniões, ainda não se tem notícias mais concretas de aproveitamento desse potencial de mercado. O que nos falta então? Para Afonso Oliveira, consultor de gestão empresarial e secretário-executivo do Campi, falta ao empresariado maranhense uma “cultura” industrial. “O empresário maranhense parece muito mais identificado com o comércio do que com a indústria”.

A segunda pesquisa procura verificar se essa “inapetência” dos empresários tem a ver com um eventual desinteresse, ou preconceito, para com o produto industrial maranhense, identificando a imagem dos produtos maranhenses junto aos consumidores finais e comerciantes. O trabalho priorizou itens de alto consumo local e de acordo com os segmentos industriais instalados, tais como produtos alimentícios, de limpeza e confecção, junto a onze supermercados de São Luis, 72 lojistas e 393 consumidores pessoas físicas. As informações foram obtidas através de questionários aplicados em campo. E os resultados não deixaram de ser os mais surpreendentes. Se a falta de mercado interno é ainda uma justificativa para os baixos índices de industrialização do estado, a primeira pesquisa nos mostra números contrários. Se os produtos

**Origem:
deficiências
na divulgação**

maranhenses não são devidamente aceitos pelo mercado local, o segundo trabalho do Campi desmistifica qualquer assertiva mais precipitada. Há, sim, no Maranhão, mercado interno, mesmo com um PIB de R\$ 10 bilhões e renda *per capita* de apenas R\$ 1,4 mil ao ano, segundo os últimos dados do IBGE. Há, sim, no Maranhão, respeito e interesse pela produção local, mesmo que muitos, segundo a pesquisa, nem saibam do que vem sendo produzido por aqui.

Nas questões evocativas, muito dos empresários e consumidores interpelados simplesmente responderam não reconhecer produtos que são fabricados no Maranhão. Dentre os lojistas, 47,2% não conhecem qualquer fabricante com quem possam negociar. Entre os consumidores pessoas físicas, a pesquisa procurou identificar preferências por produtos fabricados no Maranhão. A tabulação das respostas mostra dados bem interessantes. A grande maioria, 84%, declarou já ter comprado e que costumavam comprar produtos maranhenses. Entre esses produtos, aparecem em destaque gêneros alimentícios como pães e doces, carnes, peixes e farinha de mandioca; e produtos de limpeza — sabão em barra, água sanitária e desinfetante. No ramo de confecções, infelizmente, os percentuais não apresentaram números tão animadores: 32,6% dos



Nestor Bezerra



Nestor Bezerra



entrevistados responderam nunca ter comprado qualquer tipo de confecção produzida no estado. Trata-se, como se sabe, de um mercado dinâmico, permanentemente renovado por novos lançamentos ditados pela moda, e pouco atendido por industriais maranhenses.

Curiosamente, entre os que responderam ao questionário (51,4%), itens como design (0,3%), e qualidade (8,9%), não mereceram os destaques imaginados. A pouca divulgação do que é confeccionado ou lançado como moda pela indústria de confecções maranhense, parece ser o grande empecilho para o crescimento do setor — pelo menos para 18,6% dos consumidores. Essa mesma deficiência pode ser comprovada pelo depoimento dos lojistas. Comentários como “nunca recebeu visita de representantes” (32 lojistas) ou que “não conhece nenhum fabricante de confecção no estado” (36), pontuam as principais dificuldades de negociação com o ramo, o que favorece a concorrência externa.

DEMANDAS IDENTIFICADAS

Linha de produtos de limpeza	18,2%
Cd's de artistas regionais	9,1%
Redes	9,1%
Salgadinhos	9,1%
Frutos do mar	9,1%
Carne de rã	9,1%
Carne de coelho	9,1%
Bolos	9,1%
Açúcar	9,1%
Sucos	9,1%
Leite líquido	9,1%
Condimentos	9,1%
Detergente	9,1%
Fraldas	9,1%
Absorventes	9,1%
Sabonete	0,0%
Não responderam	27,3%

Total superior a 100%, devido a múltiplas respostas

**Confecções:
falta de
estratégia
de vendas
favorece a
concorrência
externa**

Detalhes à parte, a pesquisa do Campi buscou identificar, em seu universo, itens mais específicos. Temas como qualidade, imagem, preço, oferta, demanda, deficiências e níveis de aceitação compuseram os vários questionários em busca de identificação de produtos e seus mercados, além de fatores facilitadores para negociações e compra. Assim, fica-se sabendo que 95,4% dos consumidores não possuem qualquer justificativa para não comprar produtos fabricados no estado. Se bem que a maioria declare não ter qualquer tipo de conhecimento do que realmente nós produzimos, pelo menos nos ramos de alimentos, higiene e vestuário. Já entre os supermercadistas, todos os onze consultados, representantes de lojas ou das grandes redes, compram produtos fabricados no Maranhão, desde que sejam ofertados com garantia de qualidade, preço, e prazo de entrega. Do mesmo setor, vem a certeza de que a demanda por produtos maranhenses é bastante alta – resposta de 63,6% dos entrevistados – e, ainda, que 72,7% têm confiança no que é produzido no Maranhão. É só produzir e oferecer. ■

100% dos supermercados comprariam produtos maranhense

REAÇÃO A PRODUTOS MARANHENSES

Consumidores

Nenhuma	28,8%
Confiança	17,6%
Desconfiança	16,3%
Boa qualidade	12,2%
Não conhece	5,6%
Má qualidade	4,1%
Não responderam	18,1%

Supermercadistas

Boa qualidade	100%
Confiança	72,7%
Desconfiança	0,0%
Má qualidade	0,0%
Não responderam	0,0%

Lojistas

Nenhuma	54,2%
Confiança	30,6%
Boa qualidade	27,8%
Má qualidade	6,9%
Desconfiança	6,9%
Não responderam	1,4%

Percentuais superiores a 100%, devido a respostas múltiplas



Idealizador das pesquisas, a que coube coordenar diretamente como secretário-executivo do Campi, Afonso Sérgio Oliveira, relaciona os principais tópicos do que considera uma desmistificação do que seria, até então, a realidade do mercado maranhense. "Um sonho" para aqueles que vêem na oportunidade de mercado um fator de crescimento, ou "um pesadelo" para quem deixa de se adequar às crescentes exigências de um mercado cada vez mais competitivo. "Onde há mercado, há competição", resume Afonso Oliveira, com a segurança de sua formação em gestão empresarial.

Afonso Oliveira:
"Se há mercado,
há competição"



"Sonho ou pesadelo"

Mercado

As pesquisas mostram que existe mercado no Maranhão. Os números são reais, e dá para imaginar um maior tamanho, se adicionado o que vem entrando sem nota fiscal no estado, o potencial de venda para os outros estados e também as possíveis exportações para o mercado externo.

Produtos

O Maranhão tem como oferecer bons produtos, adequados ao uso, entretanto é importante que as empresas invistam mais em variedades, design, em novidades. No mundo competitivo e globalizado em que vivemos, os empresários têm de estar antenados em tempo real, sob pena de serem ultrapassados.

Qualidade

Ao contrário do que muitos pen-

savam, as pesquisas mostram que existe qualidade na produção maranhense. No entanto o cliente é e está cada vez mais exigente. Assim, só a qualidade de hoje não garante o futuro. As indústrias precisam viver em um processo de melhoria constante.

Preço

Produtos maranhenses têm preços competitivos. As pesquisas mostram que o cliente reconhece o valor dos produtos, pelo o que é cobrado. É uma questão de conceito, já enraizada. Entretanto é preciso que os fabricantes continuem buscando reduzir e controlar seus custos, para que as empresas continuem competitivas.

Oferta

O Maranhão tem uma oferta limitada de produtos em geral. É necessário que as empresas se pla-

nejem estrategicamente, para atuar em um mercado crescente, sob pena de continuar importando e gerando emprego e renda em outros estados.

Deficiência

Em nossa opinião, com base na pesquisa, a grande deficiência das indústrias maranhenses se encontra na falta de visibilidade de seus produtos no mercado e na deficiência de capacitação dos funcionários, empresários e empresas.

Imagem

A pesquisa nos deu o prazer em desmistificar um mito. Maranhenses compram e querem comprar produtos maranhenses. Entretanto, é necessário que se consiga identificá-los e que não se tenha medo de mostrar que determinado produto é fabricado no próprio estado.

Todos já estão



aqui. E você?

Atendendo mais de 87% dos 217 municípios maranhenses e com uma carteira de 146 cursos em 15 áreas industriais, o Senai Maranhão atendeu somente no ano passado mais de 18 mil pessoas.

Estes números ajudam a manter o Senai líder em ensino profissional. Procure uma de nossas escolas e inscreva-se na maior e mais tradicional instituição de educação profissional da América Latina.

FIEMA
SENAI

SENAI

EDUCANDO PARA AS TRANSFORMAÇÕES

Unidade Operacional Raimundo Franco Teixeira

Av. Getúlio Vargas, 2.888, Monte Castelo, São Luís - MA
Telefax: (98) 3221-0512 / 2615 / 3232-0122
nitdrft@fiema.org.br

CETAM - Centro de Educação Tecnológica e Ações Móveis

BR 135, Km 05 - Timi
Fone: (98) 3241-1214 / 1531 / 3232-0122 • Fax: (98) 3241-1899
cetam@fiema.org.br

Fator logística

Decisão para implantação de fábrica em Caxias levou em conta recursos naturais e posição estratégica

Praticamente, dois foram os principais motivos que levaram a Schincariol a implantar uma nova fábrica do grupo em Caxias, no Maranhão: a qualidade da água do município, insumo vital para a qualidade da produção, e a estratégica posição representada pelo entroncamento da BR 316, o que permite à unidade um mercado potencial ao longo de um raio de ação que não chega a ultrapassar 800 km. Com a decisão, a Schincariol garantiu um fornecimento perene de água cristalina, captada por poços artesianos há apenas 250 metros de profundidade. Localizada as margens da rodovia, uma das mais importantes do Nordeste, a fábrica tem como colocar os seus produtos com facilidade nos inúmeros

Complexo de Caxias: 250 milhões de litros de cerveja/ano

pontos de venda do Maranhão, Ceará e Piauí, além do Pará, Amapá, Amazonas, Roraima e Tocantins. Não causa surpresa, portanto, que essa posição estratégica, aliada à qualidade de apropriado recurso natural, venha garantindo à Schincariol crescimentos expressivos a cada ano. Os primeiros 1,5 milhão de hectolitros de cerveja e 500 mil hectolitros de refrigerantes previstos à época do início da operação, em setembro de 2002, a unidade de Caxias tem, hoje, a sua capacidade produtiva totalmente esgotada por 2,5 milhão de hectolitros/ano de cerveja, que estão sendo engarrafados ou enlatados em seus vários tipos e apresentação. Tanto, que o grupo já iniciou a construção de uma nova unidade no município de





Paulo César da Silva: área estratégica

Benevides, no Pará, com uma produção idêntica em volume do início da fábrica de Caxias, com a qual pretende reforçar o abastecimento dessa faixa do mercado conquistado.

Esse tipo de expansão, em áreas estratégicas, é o que se pode deduzir como característica de desenvolvimento do grupo, em um mercado altamente competitivo e com números guardados a sete chaves. Talvez Primo Schincariol nunca tenha imaginado que a sua pequena fábrica de refrigerantes iniciada em 1939, no município paulista de Itu, chegasse a se transformar em uma das maiores empresas do país. Hoje, as sete fábricas que o grupo mantém espalhadas em pontos estratégicos empregam cerca de sete mil trabalhadores e garantem ao grupo Schincariol uma participação estimada em 16,9% com base nos números fornecidos pelo Sindicerv. O raciocí-

SCHINCARIOL CAXIAS

2 anos de operação
200 mil/m² de área instalada
250 milhões/litros/ano de cervejas
50 milhões/litros/ano de refrigerantes

F.Álvares



De cerveja a refrigerantes e água mineral, toda a linha Schincariol vem sendo produzida em Caxias

nio é o seguinte: segundo o Sindicerv, o mercado de cerveja vendeu 8,47 bilhões de litros, em 2004. Portanto, se o Grupo Schincariol vendeu 1,43 bilhão de litros seu share chega a 16,9%. Além do mercado brasileiro, o Grupo tem fatias consideráveis em países do Mercosul, Ásia e Europa. A receita de tanto



F.Álvares

Raimundo Júnior: administração enxuta

sucesso, segundo publicações institucionais da empresa, se dá, principalmente, pela qualidade do que é produzido, por uma política de preços mais justa e por uma administração enxuta. Creditam, ainda, constantes investimentos nos processos de fabricação e a utilização de equipamentos de última geração, que geram de ganhos de produtividade e redução de custos.

Independente de suas publicações ou peças de publicidade, as instalações da Schincariol impressionam nos cuidados pela área industrial e por seus processos totalmente automatizados. Implantada em uma área 200 mil m², a fábrica de Caxias, a quarta mai-

or em tamanho só suplantada pela unidade da Bahia, chama a atenção por suas dimensões e pelas instalações dominadas, na área fabril, pelo uso de aço inoxidável - produto nobre e pere-ne, difícil de ser encontrado em tamanha quantidade em áreas fabris similares. Dentro da fábrica, desperta curiosidade a dinâmica da produção, quase toda controlada por sistemas informatizados. Como dimensão de seu alcance social e econômico, o que podemos nos ater é ao número incalculável de ocupações e renda geradas pela conseqüente mobilização comercial, juntando-se aí os serviços de transportes e empregos na distribuição e pontos de venda. ■

FÁBRICAS DA SCHINCARIOL

Itu - São Paulo

É considerada a maior do Brasil, em capacidade individual de produção. Instalada em 750 mil m² de terreno, tem 160 mil m² de área construída e cerca de 2 mil empregados. É o maior parque de produção de bebidas da América do Sul.

Alagoinhas - Bahia

Implantada para atender a todo o mercado do Nordeste, a fábrica foi desenvolvida de forma modular em uma área com 80 mil m² de construção. Gera na região, aproximadamente, 510 empregos diretos e mais de 6.000 indiretos.

Cachoeiras de Macacu - Rio de Janeiro

Localizada próxima ao Rio de Janeiro, no município de Cachoeiras de Macacu, a unidade carioca tem 63 mil m² de área construída e produz atualmente 25 milhões de litros por ano.

Caxias - Maranhão

Funcionando a todo vapor desde setembro de 2002, a 4ª fábrica inaugurada pelo Grupo Schincariol está instalada às margens da BR 316 e atende aos estados do Maranhão, Amapá, Amazonas, Piauí, Ceará, Pará, Roraima e Tocantins.

Alexânia - Goiás

Instalada estrategicamente no Centro-Oeste, a 120 km de Goiânia e a 70 km do Distrito Federal e foi criada para atender aos mercados do Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Tocantins, Acre, Triângulo Mineiro, Goiás e Distrito Federal.

Recife - Pernambuco

Instalada na BR-101 Norte, em Recife, em 2003, a 6ª fábrica da Schincariol possui 40 mil m² de área construída e 80 mil m² de pátios e ruas. A capacidade de produção da unidade é de 1,5 milhão de hectolitros de cerveja e 500 mil hectolitros de refrigerante.

Igrejinha - Rio Grande do Sul

Localizada a 80 Km de Porto Alegre e 80 Km de Gramado, é a 7ª fábrica do Grupo Schincariol. Construída para atender os mercados de Santa Catarina, Rio Grande do Sul e o Mercosul.

Madeira em alta

Maranhão aumenta exportações de madeira em 2005, mas pode perder mercado

Se depender do desempenho alcançado nos primeiros meses do ano, o setor de beneficiamento de madeira no Maranhão terá muito que comemorar. De acordo com os dados levantados pelo Centro Internacional de Negócios, o Cin, ligado a Fiema, o segmento é hoje o quinto maior exportador de produtos beneficiados no estado. Em janeiro, empresas do Maranhão chegaram a vender US\$ 1,1 milhão, em peças e produtos confeccionados em madeira, principalmente para os Estados Unidos, grandes compradores de folhas de compensado. O desempenho, segundo ainda o próprio Cin, representa 51% de alta em relação ao mesmo período no ano passado, quando o setor chegou a negociar com clientes internacionais o equivalente a US\$ 12,6 milhões. No entanto, apesar do enorme potencial, o próprio Cin alerta que a pauta exportadora do Maranhão ainda apresenta uma elevada concentração de números de empresas e quantidade de produtos. “Para que se possa ter uma idéia desta concentração, em 2004 somente duas empresas exportaram o equivalente a 60% dos produtos acabados madeira”, diz o coordenador Roberto Vinhas.

A qualidade do produto final, da madeira, do acabamento e até da embalagem são alguns dos problemas enfrentados pelas em-



D6 Móveis

presas maranhenses para ganhar o mercado externo. A informação é do Sindicato do Setor Madeireiro do Estado, localizado em Imperatriz, atualmente com 13 empresas filiadas. Segundo o presidente do Sindimir, José Raimundo Sarmiento, atualmente os principais compradores são o Piauí, Pará e Tocantins. Outro problema é a falta de madeira no estado. “Hoje precisamos adquirir madeira do Pará. Apesar de todas as dificuldades, o setor é um dos mais promissores do estado”, aposta ele. Das empresas filiadas ao sindicato, apenas a D6 Móveis, localizada em João Lisboa, exporta para países como Itália, Alemanha e Estados Unidos. São 45 produtos acabados, com capacidade de 40 mil peças/mês, o que rende à fábrica um faturamento de US\$ 6 milhões/ano. Entre os produtos exportados estão mesas e cadeiras dobráveis. Para o empresário Dimas Luiz da Silva, proprietário da D6 Móveis, não basta só ter lucro, mas imprimir qualidade aos produtos produzidos. Apesar de bem-sucedido, o empresário não se diz otimista com o setor: “Quando fui buscar recursos nas instituições financeiras e no governo não tive um retorno positivo”. Dimas considera que essa seja a maior dificuldade dos empresários do estado. Infelizmente, não é uma posição solitária. ■

Compensados: líderes na pauta das exportações



A armadilha do câmbio x juros

Felipe de Holanda

A relação existente entre as elevadas taxas de juros praticadas no Brasil e o Real valorizado tem sido um dos temas de maior interesse no debate recente entre economistas e demais analistas da atual conjuntura econômica brasileira. Para os mais otimistas (aí incluídos os porta-vozes da política econômica oficial), a valorização recente do Real frente ao dólar deve-se ao espetacular crescimento do saldo da balança comercial nos últimos 30 meses que, ao levar as exportações agregadas a um patamar superior a US\$ 104 bilhões no acumulado de 12 meses contra cerca de US\$ 66 bilhões registrados pelas importações agregadas, fez com que aumentasse fortemente a disponibilidade de dólares em circulação na economia, com a inevitável perda do valor da moeda norte-americana. Esse excesso relativo de dólares seria, nesta visão, uma contrapartida do bem sucedido ajustamento exportador da economia brasileira, ajudado pela atual conjuntura de crescimento do comércio internacional e de valorização da cotação das

commodities exportadas pelo Brasil, em especial nos segmentos minerais e agrícolas. O dólar barato, em cotações inferiores a R\$ 2,50, com tem ocorrido nas últimas semanas é a contrapartida da maior competitividade da economia brasileira e portanto há que se usufruir do poder de compra fortalecido do Real em relação às importações.

Para os críticos da política econômica, ainda que se reconheça a boa performance exportadora, a valorização recente da moeda brasileira vem recebendo também um forte impulso das elevadas taxas de juros reais que vêm sendo praticadas no país em nome da política de controle de inflação (Regime de Metas de Inflação). O Banco Central, objetivando controlar a inflação, vem elevando a taxa básica de juros da economia desde junho do ano passado. A taxa de juros reais no Brasil configura hoje uma das mais elevadas no mundo e tem servido para atrair um expressivo influxo de aplicações financeiras de curto prazo em títulos da dívida mobiliária federal. Apenas a

boa performance exportadora não explicaria a formidável valorização do Real nos últimos meses, até porque o país tem um resultado deficitário na Conta de Serviços (remessa de juros e lucros, e ainda o pagamento de fretes e seguros) na casa de US\$ 25 bi por ano e uma necessidade de cerca de US\$ 35 bi para amortizar a dívida externa vincenda. Os juros elevados são, portanto, o diferencial que explica a forte valorização do câmbio nos meses recentes. Mas, qual é o problema com a valorização do câmbio em um contexto de elevadas taxas de juros reais internas?

Podemos dizer que há três problemas graves envolvidos nessa perigosa combinação:

1. A sobrevalorização cambial tende, no médio prazo, a deteriorar a competitividade externa, barateando fortemente as importações e encarecendo as exportações. Há sinais inequívocos de que isto já esteja acontecendo, tanto pelas queixas crescentes de exportadores, muitos deles endividados em dólar em cotações maiores e agora tendo de vender

a produção sob cotações aviltantes, como também pela verdadeira invasão de produtos importados nas gôndolas dos supermercados e o forte aumento da demanda por viagens de turismo internacionais. O Gráfico 1 mostra uma medida do movimento da taxa de câmbio descontada a inflação externa (subida do custo deles) e acrescentada a nossa inflação (elevação do custo dos produtores brasileiros). Por esta medida já estamos abaixo do patamar alcançado no final de 1998 se computamos somente os movimentos contra o dólar (taxa de câmbio real), e um pouco melhores se comparamos contra uma cesta de moedas ponderadas segundo a participação de cada país no comércio exterior brasileiro (taxa efetiva). O significado dessa medida é bastante claro: os preços dos produtos importados caíram cerca de 20% se compararmos ao patamar do início de 2004, ao passo que o preço dos produtos exportados se elevou na mesma magnitude.

2. As elevadas taxas de juros reais praticadas convertem-se em forte item de custo para consumidores e para os empresários, que têm contra si, além do câmbio desfavorável, ainda a pressão dos custos financeiros crescentes. Mas o principal custo das elevadas taxas de juros vem sendo sentido pelo próprio governo, dado o elevado estoque e o perfil curto da dívida pública, o que implica em expressiva transferência de renda do governo e das empresas exportadoras para os rentistas; Além do mais, as elevadas taxas de juros reais influenciam negativamente as decisões de gastos em

investimentos e em bens de consumo duráveis; a perda de renda e emprego decorrente dos menores gastos em investimentos e consumo se reverte em queda da arrecadação de impostos, fragilizando ainda mais o equilíbrio fiscal.

3. A entrada de recursos externos gera uma contrapartida de aumento da base monetária. O Banco Central é obrigado a trocar a massa de reais ampliada por títulos da dívida mobiliária, o que faz acelerar ainda mais o crescimento da dívida.

Esses elevados custos financeiros ainda seriam desculpáveis se, a exemplo do que ocorreu no início do Plano Real (entre 1994 e 1995), ainda estivéssemos fugindo de uma inflação descontrolada. Não é o caso, antes pelo contrário: os analistas são unânimes em afirmar que a maior parte da inflação recente explica-se por choques de oferta (petróleo, política de correção de tarifas de energia e telecomunicações) e efeitos do clima. Assim, os elevados juros têm levado a níveis perigosos a valorização cambial, fragilizando financeiramente o governo e as empresas nacionais, em nome de ganhos discutíveis com a inflação. E mais ainda, a política câmbio sobrevalorizado vem contribuindo para aumentar as especulações de que em algum momento futuro haja a necessidade de uma forte correção na taxa de câmbio com o inevitável impacto sobre a inflação e sobre as empresas endividadas em dólar (a exemplo do que ocorreu no início de 1999). Por que razão parece tão difícil evitar a repetição de um filme tenebroso já vis-

to? Aventamos duas hipóteses:

1. O barateamento dos produtos importados traz um inegável bem estar à população, além do que age como um freio à elevação da inflação;

2. A forte elevação dos juros internos produz um “choque de credibilidade” de que a inflação irá de fato declinar e faz com que as previsões de taxa de juros a serem praticadas no período de seis meses a um ano a contar de agora sejam inferiores ao patamar atual. Isto provoca uma forte expansão do crédito, dado que as empresas passam a preferir ficar longas na ponta ativa (financiar os compradores, com taxas de juros “travadas” em patamar elevado) e curtas na ponta passiva (renovar o financiamento a taxas cadentes).

Uma curva de juros futuros negativamente inclinada costuma produzir um ciclo de forte expansão de crédito, acompanhado, é claro, do aumento da sensação de bem estar. No andar atual da carruagem, se a liquidez internacional continuar abundante, a economia poderá estar nadando em crédito e consumo no primeiro semestre de 2006. Mas, se esse movimento só se torna possível através da perda da competitividade externa e da fragilização financeira do governo e das empresas exportadoras, e se esta alegre opereta tem um desfecho triste já conhecido, para que insistir no erro de praticar o populismo cambial? ■

**Felipe de Holanda é professor do Departamento de Economia da Universidade Federal do Maranhão e consultor de empresas.*



F. Alvares

Contratações especiais

Baixa escolaridade e falta de capacitação profissional interferem na contratação de portadores de necessidades físicas e mentais

Pesquisa inédita realizada pelo Senai identificou a demanda por profissionais com necessidades especiais em 69 indústrias maranhenses, com 100 ou mais empregados. A pesquisa incluiu empresas da construção civil, alimentos e bebidas, madeira e mobiliário, editorial e gráfica, metal-mecânica, além de comércio, serviços, instituições e segurança de São Luís, Imperatriz, Açailândia, Caxias e Bacabal. Os dados mostram que a absorção de portadores com necessidades especiais nessas empresas ainda é considerada insuficiente para atender a Lei 2.213, de 25/07/1991, que define cotas para esse tipo de contratação. Do total, apenas 62% possuem em seus quadros empregados com algum tipo de deficiência física ou mental, apesar de 74% confirmarem que têm conhecimento sobre a legislação. Os números coletados no segundo semestre de 2004 estão norteando o Senai na implantação de uma política de inserção dessas pessoas no mundo do trabalho, intensificando a

profissionalização dessa mão-de-obra e o aumento da escolaridade, itens apontados pelos empresários como impeditivos para efetivar a contratação.

O levantamento faz parte do Programa de Ações Inclusivas do Senai, desenvolvido pelo Maranhão desde 2001, e que já inspirou mudanças no programa em nível nacional. A partir das experiências com índios e quilombolas, além de pessoas com deficiências físicas, o programa passou a contemplar a questão de gênero, raça e etnia. As empresas, no total de 74,4%, também opinaram sobre cargos e funções que não permitem a contratação de PNEs, onde foram citados vigilante, operador de máquinas, soldador, servente de obras, pedreiro, carpinteiro, ferreiro, pintor e eletricista. Em contrapartida, 73,1% dos entrevistados acreditam que tenham condições de cumprir a lei sem prejuízo de suas atividades. Por outro lado, no que se refere à eliminação de barreiras arquitetônicas, 62% não estão dispostas a fazer adaptações no ambiente de trabalho. Um dos pontos considerados críticos para a contratação é a falta de capacitação profissional. Nesse caso, 44,2% das empresas promovem treinamento e o Senai é citado como umas das entidades prestadoras desse serviço especializado. ■

Foco na vida

Sesi e Sebrae iniciam programa contra acidentes em pequenas empresas

O Brasil é um recordista mundial em acidentes e doenças do trabalho. A cada minuto três trabalhadores brasileiros sofrem algum acidente de trabalho. Três morrem a cada duas horas. O país perde todos os anos o equivalente a 4% do Produto Interno Bruto com trabalhadores acidentados e doenças ocupacionais. Os custos anuais para as empresas com acidentes de trabalho chega a R\$ 24 bilhões, o que inclui horas de trabalho perdidas, recuperação da saúde, treinamento, reinserções, licenças médicas, etc. Para a Previdência esse custo não chega a menos que R\$ 5,9 bilhões. Os dados são do Ministério do Trabalho e do INSS e apontam para uma guerra silenciosa travada nas empresas, que afeta tanto os trabalhadores, quanto as empresas, a sociedade em geral e até mesmo o Estado, que perde capacidade de investimentos sociais.

Para ajudar a mudar esse quadro, o Sesi e o Sebrae se uniram para lançar um projeto de saúde e segurança no trabalho, dirigido a micros e pequenas empresas. O foco do projeto é fazer com que essas empresas adquiram uma consciência preventiva, o que vai além do cumprimento da questão legal, já que não são alvo da legislação vigente. O objetivo do projeto é sensibilizar os empresários sobre a importância da prevenção de acidentes, transmitir conhecimentos e técnicas sobre segurança, implantar e manter comportamentos seguros e mentalidades preventivas, além de des-



Edgar Rocha

pertar a consciência dos trabalhadores e empresários sobre a importância da prevenção de acidentes e doenças no local de trabalho. A meta é conciliar a saúde e o bem-estar do trabalhador, com a segurança no ambiente de trabalho e com o desenvolvimento empresarial.

O pontapé inicial já foi dado com um seminário de sensibilização realizado na Fiema. Empresas convidadas receberam orientações sobre adoção de medidas que preservam a integridade física e psicológica de empregados, o que pode reduzir custos decorrentes de acidentes e de doenças ocupacionais. As micro e pequenas empresas que aderirem ao projeto terão um profissional capacitado para orientar, identificar e corrigir os problemas existentes em suas unidades, além de apoio e análise de práticas de boa gestão, durante um ano. O projeto prevê ainda a disponibilização de um banco de dados com informações do ramo de atividades de cada empresa, apoio e compreensão da legislação, análise do resultado final e os progressos alcançados a cada ano. Com isso, o Sesi e o Sebrae pretendem demonstrar às micro e pequenas empresas que a prevenção se constitui um diferencial entre custo e investimento: saúde e segurança são as melhores formas da empresa evitar prejuízos por atrasos na produção, perda de produtos e insumos, pagamentos de horas extras ou substituições temporária, danos ao patrimônio, multas e custos legais, predizem os organizadores. ■

Por um Maranhão alfabetizado

Sesi inicia terceira fase de programa que pretende alfabetizar 20 milhões de brasileiros até 2006



Sesi

Sesi/MA:
resultados
motivam
novas
investidas

A tarefa não é fácil e nem a tentativa é inédita. Desde os tempos do Império, o Brasil vem desenvolvendo programas de erradicação do analfabetismo, uma condição que tem se perpetuado como endêmica entre as várias gerações de brasileiros. O que difere a iniciativa atual, *Por um Brasil Alfabetizado*, levada a cabo pelo governo Lula, através do Ministério da Educação, é a busca por parcerias entre o poder público e as diversas iniciativas privadas, o que inclui organizações da sociedade civil e a classe empresarial. Não é à toa, portanto, que o Sesi tenha se engajado com tanto empenho para o cumprimento das metas estabelecidas, a quem lhe coube a parcela maior. Dos 20 milhões de brasileiros que o programa pretende alfabetizar, 10%, ou dois milhões, ficaram sob a responsabilidade do Serviço Social da Indústria, reconhecido naci-

onalmente por sua experiência em tarefas similares e pelo trabalho de arregimentação desenvolvido, desde a sua criação, em meio aos seus representados. À indústria cabe um interesse maior pela erradicação total do analfabetismo no país. A elevação do padrão de escolaridade do trabalhador favorece a expansão da economia, aumenta o mercado consumidor e é fator de fixação do trabalhador à sua região de origem. Em suma, como declara Rui Lima do Nascimento, diretor-superintendente do Sesi Nacional, “fortalece cada vez mais os estados”.

No Maranhão, em consequência, o desprendimento que vem sendo dispensado ao programa pelas unidades locais do Sesi não poderia ter sido diferente. O estado possui a quarta maior parcela de analfabetos do Nordeste, região que por seu lado já lidera os números negativos de educação em todo o país. Segundo estimativa da Secretária de Estado da Educação, ainda temos quase um quarto da população sem ao menos saber assinar o nome. Outros 45%, ou quase a metade da população adulta, são de analfabetos funcionais – aqueles que mal conseguem interpretar um texto simples. Daí, que o Sesi Maranhão foi uma das primeiras unidades a aderir ao Plano de Mobilização Social, encetado em regime de urgência pela direção nacional, em busca de apoio das grandes forças organizadas da

sociedade. Como resultado, a primeira etapa do programa no estado, realizada em 2003, atendeu e alfabetizou nada menos que 7.285 alunos, que procuraram a nova oportunidade em 17 municípios maranhenses, onde o programa foi oferecido em sua fase inicial. Já, em 2004, durante a segunda fase, os números cresceram para 15.778 alunos e concludentes.

Neste ano, o programa, em sua terceira fase, já conta com 30.000 alunos escritos, em 42 municípios maranhenses. Um crescimento escalonado que tem contemplado regiões distantes como Imperatriz, onde 59 turmas foram formadas e já iniciaram as suas aulas. Ou mesmo em João Lisboa e Governador Edison Lobão, contemplados com 18 turmas. Logicamente, tais resultados não poderiam ser creditados somente ao trabalho da unidade do Sesi na região tocantina maranhense. Há de se reconhecer que, assim como previsto no programa, as parcerias têm assumido papel importante nos números cada vez maiores de beneficiários em todo o estado. Em São Luís, por exemplo, empresas como a Sempre Verde, especializada no ramo de reflorestamento e construção civil, tomou a iniciativa de montar uma sala para 25 de seus trabalhadores, se-

leccionados entre 130 empregados, em suas próprias instalações. A exemplo, têm-se somado iniciativas como a da Ramos Transportes, Pavel, São Brás, Montisol, Oleama, MFC, Difusora e Ogmo, além do Centro Educacional e Profissional do Coroadinho. Um universo de 40 parceiras, entre empresas e associações comunitárias, que estão participando com a garantia de espaço físico para o desenvolvimento do programa na capital maranhense, em contrapartida da metodologia e professores capacitados oferecidos pelo Sesi.

Resultados como estes, tem motivado a coordenação do Núcleo de Educação de Jovens e Adultos do Sesi/Senai Maranhão a novas investidas. Ainda para este ano, já programam mais uma etapa do programa, a ser iniciada em junho, com previsão de mais 30 mil novas inscrições. Além disso, o núcleo vem estimulando parceiros a dar continuidade ao trabalho com o Programa Sesi Educação do Trabalhador, que prevê a complementação do ensino médio para turmas interessadas. E mais, um possível avanço educacional até o ensino superior, através do Programa Pré-vestibular, um projeto que o Sesi pretende viabilizar até o final deste ano.

**Maranhão:
30 mil
inscrições
em 42
municípios**



Reunião
na Fiema:
adesão de
empresários



Sangue novo

Estudantes contribuem para atualização empresarial

Oito empresas maranhenses e um sindicato estarão recebendo estudantes e estagiários da sexta edição do Projeto Bolsas de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico às Micro e Pequenas Empresas, o Bitec. As bolsas fazem parte de um projeto cooperativo promovido pelo Instituto Euvaldo Lodi, o Iel, Sebrae e pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, o CNPq, na área de tecnologia, com a finalidade de transferir conhecimentos da universidade para a indústria. São considerados prioritários os planos de trabalho que refletem, não apenas o comprometimento dos parceiros locais com o crescimento econômico, social e cultural de região, mas também aqueles diretamente voltados para o atendimento à indústria, para a adoção do viés tecnológico nas pesquisas e para o fortalecimento dos arranjos produtivos locais. Para o Maranhão, foram nove os projetos aprovados, em sete áreas diferentes: agronegócios, informática, preservação ambiental, gestão da qualidade, gestão organizacional, logística e segurança do trabalho. As empresas e entidades que participarão são a Viveiro Tracoá, Elétrica Visão e Serviços, Cerâmica Tianguá, Eulina Neres P. P.

Cunha, Cerâmica Modelo, Cerâmica B.B. Mendes, Aprend Informática, CSA Consultoria e Sistemas Abertos e o Sindicato das Indústrias de Cerâmica para Construção do Estado do Maranhão – Sindicer. As bolsas terão a duração de seis meses e serão executadas por alunos de instituições de ensino superior, públicas e privadas, orientados por professores universitários e acompanhados pela coordenação do Iel/Ma/Fiema e Sebrae.

Realizado desde 1997, o projeto distribui anualmente 500 bolsas para estudantes universitários de todo o país. Para participar, os estudantes são selecionados por comitês estaduais formados por representantes do Iel, do Sebrae e do CNPq. Os critérios envolvem principalmente pesquisas ou estudos voltados ao desenvolvimento tecnológico, produtividade e competitividade para micro e pequenas empresas. No Maranhão, os participantes do Bitec receberam uma relação dos arranjos produtivos do estado, e com base na necessidade de cada empresa, o bolsista desenvolveu o projeto em conjunto com o professor ou o orientador da sua faculdade. Os melhores trabalhos de cada estado serão publicados na forma de coletânea no término do projeto 2005.

Qualidade e segurança na mesa

Senai promove mais um curso de produção de alimentos

Boas práticas na fabricação de alimentos sempre mereceram a atenção de consumidores conscientes e exigentes. A elas podem ser creditadas a qualidade e a segurança daquilo que pode ser ingerido. E a isso se envolvem fatores que vão desde a produção primária até os produtos já industrializados, prontos para o consumo. Não é à toa, portanto, que o Senai tenha sempre tido a preocupação em promover e difundir cursos e treinamentos voltados para o aperfeiçoamento das atividades industriais, àqueles que se dedicam ao segmento. Praticamente para toda a cadeia produtiva. Para isso, o Senai tem criado e mantido em permanente oferta, desde 1998, o Programa de Alimentos Seguros, o PAS, dirigido a panificadoras, laticínios e frigoríficos, além de outros que se dedicam à produção de alimentos, tanto para consumo interno quanto para exportação.

No Maranhão, as Boas Práticas de Fa-

bricação já estão implantadas em treze empresas e doze se encontram em fase de implementação. O curso realizado em maio, em parceria com o Sebrae, reforçou a meta da direção regional do Senai-MA em atender 60 empresas alimentícias em todo o estado, até dezembro. Nele, as empresas participantes estiveram voltadas para a adequação às normas da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, a Anvisa. Outro bom exemplo da adesão ao PAS, de acordo com a coordenadora técnica do programa, Simone Gaspar, foi a implantação do sistema de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle, APPCC, em 12 panificadoras de Imperatriz. O sistema verifica os perigos potenciais que podem afetar a qualidade do produto, tantos físicos, químicos ou biológicos. Com o APPCC, empresários do setor puderam detectar, também, os problemas de economia de tempo e recursos em todas as fases de sua produção.

Sistema verifica itens que podem afetar a qualidade dos produtos





Natação:
esperança
em Paulo
Araújo,
da Alumar

Maranhão na Europa

Trabalhadores maranhenses participam pela primeira vez de competição internacional

Trabalhadores-atletas do Maranhão irão defender o país pela primeira vez em eventos internacionais realizados na Bulgária e em Portugal. Eles integram a equipe de voleibol masculino, da Companhia Vale do Rio Doce, e de tênis de mesa feminino e natação masculino, da Alumar, que obtiveram no ano passado os melhores resultados nos Jogos Regionais do Sesi – Etapa Nordeste. Atualmente, são mais de 500 mil esportistas da indústria participando de campeonatos nacionais e internacionais promovidos pelo Sesi com o apoio de diversas empresas e entidades.

O gerente de Lazer do Sesi, Rodrigo Nascimento, avaliou que em algumas modalidades como vôlei de praia, futebol e futsal o Brasil costuma obter bons resultados. “Para o Maranhão é um feito histórico levar 15 trabalhadores-atletas de uma só vez para competições internacionais. No vôlei, onde teremos competidores de países como Itália, Rússia e Letônia, os atletas têm nível olímpico e pode-

se esperar partidas bem difíceis”, explicou ele, que acompanhará a equipe da CVRD como Chefe da Delegação.

Dificuldades à parte, o time de voleibol de quadra masculino da Vale, campeão estadual e regional dos Jogos do Sesi de 2004, vai representar o Brasil no Campeonato Mundial dos Industriários - Jogos Internacionais da Bulgária, que acontecem na Europa, entre os dias 8 e 12 de junho, na cidade de Albena. O convite veio da Federação Búlgara de Esportes do Trabalhador.

Já a atleta Rosana Vieira Trinta, da Alumar, participa do Campeonato de Tênis de Mesa da Confederação Esportiva Internacional do Trabalho, que acontece em Lisboa, de 25 de maio a 1º de junho. O convite veio do Instituto Nacional para Aproveitamento dos Tempos Livres dos Trabalhadores. Na modalidade natação, Paulo Emílio de Araújo, também da Alumar, disputará em Lisboa, no período de 16 a 20 de junho. ■

De olho no ouro

Além das medalhas e troféus das conquistas locais e regionais, os atletas da Vale visam agora o ouro na etapa mundial dos Jogos do Sesi, que já firmou tradição em participar de competições internacionais. Com a filosofia de estimular uma vida saudável para os industriários o torneio promove a integração entre os trabalhadores e congrega trabalhadores-atletas de diversos países dos vários continentes, como Estados Unidos, Portugal, Espanha, Chile, Itália, China, Inglaterra, Israel, Japão, entre outros.

Nos últimos anos, a Vale tem aumentado sua participação em competições esportivas, bem como no número de atletas ouro e prata, que motivados encontram tempo para os treinos antes e depois da jornada de trabalho. Desde que receberam o convite para representar o Brasil nos Jogos da Bulgária, os trabalhadores-atletas intensificaram os treinos.

Um dos competidores do mundial é o empregado da Vale Gediel Alencar, que está confiante quanto aos resultados dos jogos. “Temos um só objetivo: voltar campeões independente do nível dos outros atletas. Estamos preparados”. O time joga três vezes por semana cerca de quatro horas. A etapa internacional só revigora o desejo de vitória dos atletas de ocasião, como ressalta Gediel Alencar em nome da equipe. “A motivação é tanta que trocamos de turno para podermos treinar. Saímos de madrugada e estamos todos muito empenhados nos treinos. É a primeira vez que iremos participar de uma competição desse nível, o que nos motiva ainda mais”.

A Alumar, que conta em seu calendário com uma Olimpíada Interna com participação de 70% dos empregados em

37 modalidades, também vai tentar deixar com o Brasil os melhores resultados em tênis de mesa feminino e natação masculino, com várias provas a serem definidas. Os trabalhadores-atletas da Alumar têm participado de diversos campeonatos externos, obtendo classificações de primeiros lugares, a exemplo da equipe de basquetebol, que é tetracampeã maranhense.

As mais recentes conquistas da empresa nessa área aconteceram durante a Semana Esportiva do Sesc, quando a Alumar obteve a classificação de campeã em sete modalidades e, ainda, do Torneio da Amizade disputado entre as equipes da Alumar x Vale, onde as equipes da Alumar conquistaram o título em sete das nove modalidades disputadas.

Rosana Trinta,
atleta da
Alumar:
competição
em Lisboa



Senai

Bento Mendes

O fiscal e o leproso

Entre os anos de 1940 e 1944, o meu comércio se desenvolveu. Comprei um iate de dois mastros e um barco menor para transportar o meu gênero. Montei uma pequena fábrica para descascar arroz, a que dei o nome de Suçuarana, e que ainda funciona em perfeito estado.

No ano de 1944, a firma fez um bom movimento. Não tendo eu escrita legalizada, o imposto de renda me tocou a ripa, de um jeito que quase me arrasei. Apelei até para Gegê. Mas, não houve jeito. Paguei oitenta e poucos contos, verificando que não podia continuar o meu comércio sem ser com escrita legalizada.

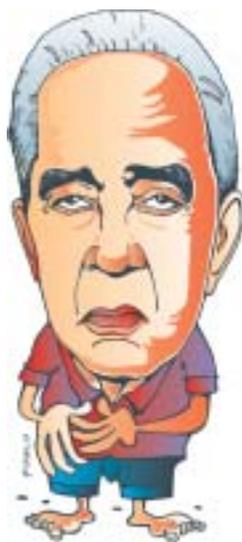
Fui à cidade contratar um guarda-livros, mas não achei quem quisesse ir comigo, alegando todos que não iam se expor ao impaludismo por tão pouco dinheiro. Com isso me desgostei e comecei a pensar como me mudar para a capital. Em 1946, passei a casa para os meus irmãos, que já vinham trabalhando comigo e me mudei para a capital.

Na cidade onde eu morava havia quatro leproso. Um deles era incrível. Bebia cachaça e andava no meio dos sadios. Anda-vasempre armado e falava em matar. Ninguém se atrevia a protestar, pois todos tinham medo. Os visitantes foram vendo isso e foram espalhando o boato de que em Penalva só havia leproso. Por isso, quando a capital designava um funcionário para lá, este se empenhava para não ir. Alguns perderam até os empregos.

Nessa época chegou do Sul em São Luís, um fiscal de consumo para auxiliar a fiscalização do Maranhão, designado para a zona da Baixada, onde Penalva estava incluída. O boato da lepra em Penalva chegou ao ouvido do fiscal que fez tudo para não ir. A sua repartição,

porém, determinou a sua ida e não houve jeito. Ele foi mesmo. Façam uma idéia do medo com que ele foi.

Nas pequenas cidades do interior é raro se ver alguém de gravata, salvo em dia de festa, ou tratando-se de pessoa da capital. Eu, já sabendo que estava para chegar um fiscal em Penalva, comecei a preparar a casa para ser fiscalizada. Não



tive, porém, bastante tempo, pois o fiscal chegou no dia seguinte. Como ele soube que a minha casa era a maior, saltou da canoa e foi direto para lá. Eu ainda estava com os livros atrasados, já haviam me dito que o homem era mau, já tendo multado diversos comerciantes nos cidades por onde havia passado.

Casualmente, cheguei à porta da rua e vi se aproximando um homem de meia bota, óculos, gravata, conduzindo uma pasta na mão. Meu Deus, aí vinha o fiscal. Meus beijos embranqueceram, não havia mais tempo para nada. O único jeito que encontrei no momento foi fingir de leproso. Deus me perdoe.

Entre para o meu escritório um pouco nervoso. O fiscal entrou,

correu o olho pela casa, perguntou quem era o proprietário. Eu então falei com a voz fanhosa: “Sou eu, pode entrar doutor”. Entortei os dedos, fingindo de aleijado, estiquei a mão para ele, fitei para ver o efeito. Notei que o cabra amarelou e foi se afastando de costas dizendo: “Amanhã eu volto”. Então, senhor da situação, me aproximei dele dizendo: “Faço questão doutor do senhor ver logo alguma coisa”. Ele continuou afastando-se de costas. No descer da calçada, o homem, caiu. Eu fiz que ia ajudar, ele levantou-se de um pulo e saiu correndo. Corri atrás, chamando: “Volte, doutor”. Em certo momento minha mão lhe tocou o ombro. Ele deu um berro medonho, e nessa carreira foi até o farmacêutico dizendo: “Me acuda que um leproso quase ma mata”. Enquanto ele estava dando vertigens na farmácia, pus os livros em dia e terminei de preparar a casa.

No dia seguinte, ele foi saber que eu era bom, que aquilo fora recurso para me livrar da multa. Soube também que o boato era falso, que todos ali eram sadios, havendo apenas de três a quatro casos de lepra.

No terceiro dia, voltou à minha casa, acompanhado do prefeito da cidade, meu amigo. Entraram rindo e eu tive que rir também. Deu-me a mão, apertou e disse: “Caboclo, tu quase me matas”. Rimos os três, até sair água dos olhos. Levei-o para varando, mandei buscar umas cervejas geladas e começamos a tomar.

Para encurtar a história, foi o fiscal mais amigo que encontrei. Almoçou comigo, me ensinou a escriturar os livros, me ajudou até a arrumar as mercadorias nas prateleiras. Ainda hoje tenho seu endereço em Minas Gerais.