PiB

PRESENÇA INTERNACIONAL DO BRASIL

€ 5,00
R$ 12,00
Ano IV
Número 15
SET/OUT 2011

totum

TURISMO EXPRESSO
O CHARME DE PUNTA DEL ESTE

De aprendiz a instrutor

O Brasil entra no jogo da cooperação internacional oferecendo a países carentes experiências de sucesso em agricultura, saúde e treinamento

CLIENTES EMERGENTES
Bancos globais põem o Brasil no centro de suas estratégias mundiais

TRABALHO LÁ FORA
Técnicos em calçados e pilotos gaúchos vivem em colônias brasileiras na China

PRESTEM ATENÇÃO NELA!
A mineira Daniela Barone ensina ONGs inglesas a ser mais eficientes

CONTE COMIGO

www.chevroletcaptiva.com.br

JÁ PAROU PARA PENSAR NO QUE VOCÊ COMPRA SEM PENSAR?

PELO MENOS COM O SEU CARRO, É MELHOR PENSAR UM POUQUINHO MAIS.

Motor 3.0 V6 SIDI de 268 cv

Botão de freio de mão

Câmera de ré de estacionamento

- **3 anos de garantia**
- 6 air bags
- Remote Start
- Transmissão automática de 6 velocidades com Ecomode e Active Select
- Controle de som e piloto automático no volante
- Monitoramento da pressão dos pneus

IBAMA PROCONVE HOMOLOGADO

Consulte uma concessionária ou o site Chevrolet para obter informações sobre as versões e configurações disponíveis. O item de série câmera de ré de estacionamento está disponível somente na Captiva Sport V6 modelo 3L7FYB. Preserve a vida. Use cinto de segurança. Os veículos Chevrolet estão em conformidade com o Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores – PROCONVE.

Respeite a sinalização de trânsito.

CHEGOU CHEVROLET CAPTIVA V6 2011

SE PARAR PARA PENSAR, VOCÊ VAI QUERER UMA.

Sumário

DIVULGAÇÃO ROCK IN RIO/IMAGINE.NET

10 ANTENA
Cores do Brasil inspiram a indústria no exterior
LILIAN PRIMI

24 OBSERVATÓRIO DE WASHINGTON
Especialistas alertam para os perigos da crescente dependência da China na América Latina
FLÁVIA CARBONARI

26 EXPATRIADOS
Técnicos em calçados e pilotos do Rio Grande do Sul criam colônias brasileiras na China
JANAÍNA SILVEIRA, PEQUIM

34 ARTIGO
O embaixador da Polônia convida os brasileiros a prestar atenção em seu país ao investir na Europa
JACEK JUNOSZA KISIELEWSKI

36 FINANÇAS
Bancos globais reforçam suas operações no Brasil para não perder a onda da internacionalização
SUZANA CAMARGO

58 ENTREVISTA
Daniela Barone, brasileira e londrina, ensina eficiência a organizações não governamentais
NELY CAIXETA

46 CAPA

O Brasil mobiliza suas tecnologias e experiências bem-sucedidas e se torna um doador de cooperação para o desenvolvimento de países mais pobres

CECÍLIA PIRES

DIVULGAÇÃO/JICA/ JUSIMEIRE MOURÃO

DIVULGAÇÃO /45 PARK LANE

74

DIVULGAÇÃO/GUAPPA

78

62 CIÊNCIA E TECNOLOGIA
De olho na Copa e nas Olimpíadas, a prefeitura do Rio começa a operar um centro de comando
ARMANDO MENDES

66 COMÉRCIO ELETRÔNICO
Pequenos exportadores encontram na internet as ferramentas para vender no mercado global
ANTONIO CARLOS SANTOMAURO

72 EXPORTAÇÃO
Empresas brasileiras usam o porto flamengo de Antuérpia, na Bélgica, como porta para a Europa
ANDRESSA ROVANI

GLOBE-TROTTER

74 VIAGEM EXECUTIVA
Um novo hotel londrino, com vista para o Hyde Park; e instruções para quem vai à Índia
MARCO REZENDE

78 TURISMO EXPRESSO
Punta del Este e Montevidéu: o charme do Uruguai visto por um gaúcho que frequenta o país há 20 anos
DANILO ANDRADE MAIA

82 EM TRÂNSITO
Um professor de moda do Senac-SP narra o desafio de três alunas numa competição em Florença
LAZARO ELI

Holofote sobre o bem

Existem várias maneiras de um país imprimir sua marca no mundo. A ***PIB*** tem se ocupado de muitas delas: o comércio, as empresas multinacionais, as marcas de consumo, a ciência e a tecnologia. Nesta edição, viramos o holofote para uma faceta da presença internacional do Brasil ainda pouco notada no país: as múltiplas atividades de cooperação internacional e ajuda ao desenvolvimento em que agências do governo e entidades privadas brasileiras vêm se engajando na última década.

A capacidade de compartilhar conhecimentos e tecnologias com nações ainda carentes de meios para resolver seus muitos problemas é também uma forma de internacionalização, que o Brasil abraça com desenvoltura cada vez maior. A repórter Cecília Pires falou com pesquisadores brasileiros em remotas estações experimentais agrícolas na África, onde transmitem a experiência da Embrapa no cultivo dos cerrados e do algodão; médicos que ajudam a disseminar o conhecimento dos programas desenvolvidos aqui para combater a aids e promover o aleitamento materno; dirigentes do Senai que trabalham na montagem de uma rede internacional de centros de formação tecnológica; tudo isso para relatar como o Brasil vem se transformando de receptor em doador desse tipo de ajuda e cooperação internacional.

Enquanto isso, na China, a repórter Janaína Silveira viajou a Dongguan e Shenzhen para conhecer e contar as histórias dos técnicos em calçados e pilotos de aviação comercial que criaram nessas cidades verdadeiras colônias de trabalhadores brasileiros expatriados. E Suzana Camargo revela os planos de grandes bancos internacionais, como o suíço UBS e o francês BNP Paribas, que estão ampliando suas operações no país. Enquanto o mundo rico patina para sair da crise, a economia brasileira cresce e se torna mais internacional; os bancos que Suzana foi ouvir não querem perder esse bonde.

Por fim, uma revista dedicada a falar de internacionalização é lida por um público acostumado a voar pelo mundo afora. Para atender a curiosidade desses leitores por tudo o que diz respeito a hotéis, trens-bala, aeroportos e a vida nômade da tribo dos viajantes, a partir desta edição a coluna Viagem Executiva passa a ter quatro páginas (ganha mais duas). Nossos leitores recebem, em dose dupla, as dicas e o texto, sempre excelentes, do colaborador Marco Antônio Rezende. Com isso, a seção Globe-Trotter, que fecha o bloco final da PIB e abrange ainda as colunas Turismo Expresso e Em Trânsito, fica com nove páginas.

Nely Caixeta

totum

TOTUM
EXCELÊNCIA EDITORIAL
Nely Caixeta

PIB

PIB
PRESENÇA INTERNACIONAL DO BRASIL

REVISTA BIMESTRAL DE ECONOMIA E NEGÓCIOS INTERNACIONAIS DA TOTUM EXCELÊNCIA EDITORIAL

DIREÇÃO EDITORIAL
Nely Caixeta • nely@revistapib.com.br

EDITORES CONTRIBUINTES:
Armando Mendes e Marco Antônio Rezende

COLABORARAM NESTA EDIÇÃO
Andressa Rovani; Antonio Carlos Santomauro; Cecília Pires; Danilo Andrade Maia, Punta del Leste; Flávia Carbonari, Washington; Jacek Junosza Kisielewski; Janaína Silveira, Pequim; Lazaro Eli; Lizia Bydlowski; Lilian Primi; Suzana Camargo

EDIÇÃO E PESQUISA DE FOTOGRAFIA:
Bia Parreiras

DESENHO GRÁFICO:
Renato Dantas

CAPA
Andrea Ebert

PREPARAÇÃO DE TEXTOS E REVISÃO
Mary Ferrarini

TRADUÇÃO E EDIÇÃO EM INGLÊS
Kevin Wall

PUBLICIDADE
SÃO PAULO E OUTRAS LOCALIDADES
(55-11) 3097.0849
publicidade@revistapib.com.br
Av. Brigadeiro Faria Lima, 1903, cj. 33
Jardim Paulistano - 01452-911 - São Paulo - SP
SCREENMEDIA
F: (55 11) 3451.0012
Celso Marino (11) 9141.2938
cmarino@scmedia.com.br
Emilio Ruffo (11) 8585.4192
emilioruffo2@gmail.com
LETRA MÍDIA
Rua Teodoro Sampaio, 1020 - cj. 1302
CEP 05406-050 - Pinheiros - São Paulo - SP
F: (55 11) 3062.5405 | (55 11) 3853.0606

VENDA DE EXEMPLARES DE EDIÇÕES PASSADAS:
DIRETAMENTE COM A EDITORA

IMPRESSÃO
IBEP Gráfica Ltda.

DISTRIBUIÇÃO NO BRASIL

Circulação em bancas: DPA Cons. Editoriais Ltda.
(55-11) 3935.5524 – dpacon@uol.com.br

Distribuição nacional: Fernando Chinaglia

CONSULTOR ADMINISTRATIVO
Luiz Fernando Canoa de Oliveira
adm@totumex.com.br

CARTAS PARA A REDAÇÃO
Av. Brigadeiro Faria Lima, 1903, cj. 33
CEP 01452-911 - São Paulo - SP
redacao@revistapib.com.br

Artigos assinados não representam, necessariamente, a opinião dos editores. **PIB** reserva-se o direito de editar e resumir as cartas encaminhadas à redação.

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Nely Caixeta (MTb 11 409)

PIB - Presença Internacional do Brasil é uma publicação da Totum Excelência Editorial
Av. Brigadeiro Faria Lima, 1903, cj. 33
CEP 01452-911 - São Paulo - SP
(55-11) 3097.0849 - contato@totumex.com.br

TIRAGEM DESTA EDIÇÃO
Em português - 15.000 exemplares
Em inglês - 5.000 exemplares

TIRAGEM DA EDIÇÃO 15 AUDITADA PELA
pwc

Cartas

Senhores editores,

Parabéns pela revista ***PIB****. A publicação está cada vez mais interessante e inovadora. Gostei muito, na última edição, da matéria sobre exportação, que mostra a produção brasileira de cafés especiais. Foram destacados aspectos importantes, como o processo sustentável que levou empresas brasileiras a conseguir um diferencial competitivo no mercado externo. Esse é um exemplo a ser seguido pelas demais companhias brasileiras, que devem ter em mente que, no mundo de hoje, os processos sustentáveis e ecológicos ampliam os negócios mundiais, além de beneficiar os públicos diretamente relacionados ao negócio. Sustentabilidade, hoje, é um jogo de ganha-ganha. Pesquisas indicam que processos sustentáveis podem elevar em até 4% o valor da marca e da empresa. O Brasil é hoje o maior produtor de café verde, mas pode tornar-se o maior exportador certificado do mundo, basta a vontade empresarial!*

ANA LUCIA FUGULIN
PROFESSORA DE MÍDIA DA
ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA
E MARKETING (ESPM)
SÃO PAULO - SP

Fico feliz com o sucesso que a revista ***PIB*** *vem alcançando. Percebo, a cada edição, uma pauta vocacionada para o jornalismo puro e para o interesse do Brasil que quer crescer.*

PAULO ROBERTO THOMAZELLI DAMIÃO
DIRETOR RELAÇÕES INSTITUCIONAIS
DA SANTO ANTÔNIO ENERGIA
SÃO PAULO - SP

Parabéns pelas informações sobre investimentos nas ciências brasileiras tratadas na edição 13 da ***PIB****. Aprecio também a revista pelo quanto contribui para a consolidação do Brasil como grande exportador de alimentos. Parabéns pela qualidade do trabalho editorial.*

CHRISTIANE CONGRO COMAS
DOURADOS - MS

Parabéns à equipe da ***PIB*** *pela excelência editorial. Li com gosto e interesse. Vida longa e exitosa à publicação.*

LAILA NASSER
SÃO PAULO - SP

Cartas e e-mails para a redação nos seguintes endereços: Avenida Faria Lima, 1903, conj. 33 – São Paulo (SP) – 01452-911 – contato@revista*PIB*.com.br

BANCO DA EMPRESA DO MARCELO

Central de Atendimento BB **4004 0001** ou **0800 729 0001** – SAC **0800 729 0722**
Ouvidoria BB **0800 729 5678** – Deficiente Auditivo ou de Fala **0800 729 0088**

Capital de giro é um ingrediente que não pode faltar na sua empresa.

Apoiamos o empreendedor e oferecemos crédito para as necessidades do dia a dia de sua empresa, com as melhores condições do mercado.

Banco do Brasil. Um banco diferente que liga tudo isso.

Crédito sujeito à aprovação cadastral e demais condições dos produtos.

todo seu

bb.com.br/mpe

LILIAN PRIMI

Brasil Foods vai às compras na Argentina

Depois de obter lucro líquido extraordinário no primeiro semestre de 881 milhões de reais – 279% maior que em 2010 – e de ganhar a aprovação do Cade para a fusão que lhe deu origem, entre Perdigão e Sadia, a BRF-Brasil Foods parte para ampliar sua presença no Mercosul. A empresa brasileira anunciou a aquisição de dois terços das ações do grupo avícola argentino Avex e, em parceria com os novos sócios, da Flora Dánica, produtora de molhos, margarinas e produtos de panificação. A aquisição faz parte da estratégia de internacionalização da empresa, que em agosto já tinha anunciado a inauguração, no início do próximo ano, de uma fábrica nos Emirados Árabes. As aquisições na Argentina representam um investimento de cerca de 150 milhões de dólares e garantem à BRF um pé no mercado do maior concorrente brasileiro na produção de alimentos, em especial de carnes.

Para aprovar a fusão da Sadia com a Perdigão, o Cade determinou uma série de ajustes, incluindo a venda de unidades e a suspensão temporária de marcas, com o propósito de evitar uma concentração excessiva do mercado brasileiro nas mãos de apenas um grupo. Estas operações de venda, aliás, foram em parte responsáveis pelo grande lucro obtido pela empresa no segundo trimestre. A BRF não pode mais fazer aquisições no Brasil, em consequência do acordo firmado com o Cade. Para crescer aqui, ela terá de ampliar as plantas que já tem. Nada mais natural que dirija, então, seu apetite para fora.

Segundo o comunicado que anunciou as aquisições, o Grupo Dánica, com sede em Buenos Aires e 689 funcionários, é líder na produção de margarinas no país vizinho. Em 2011, faturou 122,7 milhões de dólares, com vendas de 68,3 mil toneladas. A Avex emprega 494 funcionários e é o sexto maior produtor local de frango, com 4% de market share. Com sede na cidade de Rio Cuarto, na província de Córdoba, produz frangos inteiros, cortes, resfriados e congelados, vendidos principalmente no mercado interno (70%). Em 2010, faturou 66,8 milhões de dólares, atingindo vendas de 41,5 mil toneladas. A BRF atuava no mercado argentino até agora por meio de uma unidade da Sadia, que terá suas atividades incorporadas às empresas adquiridas. O comando das operações ficará a cargo de gestores locais.

A BRF é uma das maiores produtoras e exportadoras de derivados de carne do mundo, emprega 116 mil funcionários diretos, processa diariamente 6,7 milhões de aves, 37 mil suínos e 2 mil bovinos. Com vendas para 140 países e fábricas no Brasil, Argentina, Holanda e Reino Unido, a companhia é a terceira maior exportadora brasileira.

DIVULGAÇÃO

1

1 Frigorífico da BRF-Brasil Foods: apetite para crescer

2 Couro brasileiro: qualidade premiada e exportações em alta

Os mais competitivos

O Brasil subiu cinco posições e ocupa o 53º lugar no ranking do Relatório Global de Competitividade 2011-2012 divulgado pelo Fórum Econômico Mundial.

1 Suíça
2 Cingapura
3 Suécia
4 Finlândia
5 Estados Unidos
6 Alemanha
7 Noruega
8 Dinamarca
9 Japão
10 Reino Unido *

*Fonte: Forum Econômico Mundial

DIVULGAÇÃO

2

Couro premiado

O resultado de agosto das exportações de couro e peles brasileiras – 191,2 milhões de dólares, 29% a mais em relação a julho – animou o setor, que persegue a meta de exportar 2 bilhões de dólares neste ano. O presidente do Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB), Wolfgang Goerlich, destaca o esforço dos empresários brasileiros, que bateram novo recorde de participação na feira de Xangai – onde o curtume brasileiro Coming Indústria e Comércio de Couros foi premiado com o Tannery of the Year (Curtume do Ano). Em novembro, o setor promove, no Rio de Janeiro, o primeiro Congresso Mundial de Couro.

Iochpe compra americana centenária

A busca, pelas empresas brasileiras, de uma maior integração global ganhou um reforço com a aquisição, pela Iochpe-Maxion, da Hayes Lemmerz International, tradicional fabricante de rodas e autopeças dos Estados Unidos, fundada em 1908, praticamente junto com a Ford. "Nesse movimento de internacionalização, muitas vezes a aquisição é apenas uma aposta", avalia Reynaldo Passanezi, vice-presidente da Sociedade Brasileira de Estudos de Empresas Transnacionais e da Globalização Econômica (Sobeet). "Neste caso, ela faz todo sentido, pois não só agrega novos mercados para a empresa brasileira, mas também tecnologia." Isso, a seu ver, terá reflexos internos importantes. "O Brasil tem uma frota velha e há um grande esforço em direção à inovação", diz. As ações da empresa tiveram alta de 14,7% no pregão da BM&FBovespa no dia seguinte ao anúncio da compra, feito na noite de 5 de outubro - um negócio de 725 milhões de dólares que inclui a dívida do grupo, de 23 milhões de dólares. A Hayes passou por um plano de reorganização em 2009, quando amargava uma dívida de 720 milhões de dólares. Possui fábricas em 13 países, incluindo o Brasil, e está presente nas principais regiões produtivas do setor automotivo. Segundo nota oficial da Iochpe, a compra irá aumentar os canais de integração com as montadoras e permitir maior adequação da produção às necessidades de seus clientes. A empresa brasileira começou sua história em 1918, no Rio Grande do Sul, no setor madeireiro. Mas na década de 1990 entrou no ramo de autopeças e, a partir daí, passou a concentrar suas atividades nesse setor e no ferroviário. Em 2009, já Iochpe-Maxion S.A., adquiriu os negócios de rodas da ArvinMeritor no Brasil, México e Estados Unidos, que passaram a ser denominados Divisão Fumagalli. O negócio com a Hayes ainda depende de aprovação dos órgãos reguladores em todos os países onde o

XXXXXXXX

Mel para o mundo

Nos últimos dois meses, apicultores de Santa Catarina despacharam 39 toneladas de mel silvestre para os Estados Unidos e a Alemanha. É o primeiro resultado de uma parceria da Cooperativa dos Apicultores do Estado (Coopasc) com o Sebrae. O projeto irá promover a internacionalização da atividade por meio da participação em feiras e missões internacionais, entre outras iniciativas. A meta inicial é um crescimento de 30% nas exportações. O estado de Santa Catarina é o único no Brasil a produzir o mel de melato, originado da seiva da árvore bracatinga, muito valorizado no mercado externo. O projeto terá duração de três anos e beneficiará 116 cooperados, que mantêm 40 mil colmeias e produzem mil toneladas de mel por ano.

DIVULGAÇÃO/SEBRAE SC

1

1 Mel silvestre produzido em Santa Catarina: valor especial

2 Bolsa da 1001 Retalhos: exclusividade conquista japoneses

3 O Embraer 190: 90 jatos para a China desde 2000

Principais unidades, nos cinco continentes, da americana Hayes Lemmerz e da brasileira Fumagalli, empresa da Iochpe

grupo opera. No Brasil, há risco de o Cade criar problemas, já que a subsidiária do grupo norte-americano aqui, a Borlem S.A., adquirida pela Hayes em 1998, afirma em seu site deter 45% do mercado nacional de rodas. Até a aprovação, as empresas atuarão de forma independente.

Além do câmbio

A valorização do real derrubou 12 dos 13 mercados para onde a empresária Ana Paula Felipe, dona da marca 1001 Retalhos, de Atibaia, interior de São Paulo, exportava suas bolsas. Restou apenas o Japão, um mercado que, inundado de pirataria, foi seduzido por suas criações. A conquista do nicho decorreu da combinação de exclusividade, apelo ecológico e design brasileiro. Com ou sem câmbio favorável, vão para o Japão 15% das 600 bolsas produzidas por mês, a um custo médio de 400 reais.

DIVULGAÇÃO

2

Com as cores da China

A Embraer comemorou, em setembro, a entrega do 800° avião da família dos E-Jets, dimensionada para 70 a 120 passageiros. Foi um Embraer 190, que voará com as cores da China Southern Airlines. A própria Embraer estima que o mercado chinês receberá 975 jatos regionais nos próximos 20 anos — cerca de 13% da demanda global. No primeiro semestre, duas companhias chinesas — além da China Southern Airlines, a Hebei Airlines — compraram E-Jets da Embraer.

DIVULGAÇÃO

3

Teste do gelo para o etanol

Pelos próximos 12 meses, o etanol brasileiro vai estar em uma grande vitrine. Uma parceria entre a Marinha do Brasil, Petrobras e Vale Soluções em Energia (VSE) vai usar geradores de energia elétrica movidos a etanol para abastecer a Estação Antártica Comandante Ferraz, a base brasileira de pesquisa no Polo Sul. Desenvolvido pela VSE, esse tipo de tecnologia é utilizado pela Petrobras na conversão da termoelétrica de Juiz de Fora, antes movida a gás. Além de expor a versatilidade do etanol, os testes vão analisar o desempenho em baixas temperaturas da tecnologia de geração de energia limpa, 100% nacional e inédita no mundo. A direção da Petrobras espera que a nova aplicação abra, em médio prazo, mercados importantes para o etanol hidratado brasileiro, e cita como exemplo a China. A iniciativa, que custou 2,5 milhões de reais aos parceiros, dá maior visibilidade ao esforço do Brasil em transformar o álcool em commodity internacional. O governo tem buscado tanto aumentar a produção de álcool combustível como transferir a tecnologia para outros países tropicais com terras disponíveis para o plantio da cana-de-açúcar e que possam se transformar em exportadores de álcool. O objetivo é consolidar a liderança do país em um mercado que deverá crescer 150% até 2020, conforme estudos da Unica. O Brasil é o maior produtor mundial de álcool de cana, mas tem registrado queda nas exportações do produto. Este ano, até agosto, exportou 1,089 bilhão de litros de álcool, 4,6% menos que o volume exportado em 2010, que já tinha sido 42,4% inferior ao de 2009. Além da crise, a razão para a queda nas compras pode ser a adesão hesitante à tecnologia, segundo o presidente da Unica, Marcos Jank, sobretudo na Europa. O maior consumidor do álcool brasileiro são os Estados Unidos, que importaram 313 milhões de litros em 2010, além de Japão, Jamaica, Nigéria, Coreia do Sul, Países Baixos, Costa Rica, El Salvador e México. O uso de álcool de cana para movimentar grandes motores pode ser uma forma de contornar a resistência e aumentar o consumo do álcool produzido aqui. Na safra 2010/2011, as usinas produziram 27,8 bilhões de litros do combustível (8 bilhões de litros de anidro e 19,6 bilhões de hidratado), 7% mais que no ano anterior.

Os testes na Antártica vão consumir 350 mil litros de etanol hidratado sem aditivos para gerar 250 quilowatts em motores desenvolvidos pela VSE. A Estação tem área construída de 2,6 mil metros quadrados, onde funcionam 13 laboratórios de pesquisa, várias instalações de apoio para serviços e acomodações para 58 pessoas, com facilidades como acesso à internet e telefonia fixa e móvel. O primeiro carregamento com equipamentos e os tanques de etanol partiu no início de outubro no Navio de Apoio Oceanográfico Ary Rongel, da Marinha do Brasil. Os testes começam na segunda quinzena de novembro.

Porta da Vale para o Oriente

A Vale acaba de colocar suas minas mais perto da Ásia, seu maior mercado, ao lançar a pedra fundamental do centro de distribuição de minério de ferro em Teluk Rubiah, no estado de Perak, na Malásia. O investimento é de 1,4 bilhão de dólares, e a construção levará três anos. Quando estiver pronto, o centro pode ser uma alternativa à experiência frustrada de uso de supergraneleiros chamados VLOC (very large ore carriers, na sigla em inglês) no transporte de minério, parte da estratégia do grupo para criar uma logística mais eficiente e sustentável. Na primeira viagem, em junho passado, o Vale Brasil, que levou 400 mil toneladas de minério até o porto chinês Dalian, foi barrado e proibido de descarregar. Acabou desviando a rota para o porto italiano de Taranto. Teluk Rubiah é um dos poucos locais com características geofísicas necessárias para receber os VLOC, os maiores navios do mundo. De lá, o minério de ferro será distribuído para clientes da mineradora em países da região Ásia-Pacífico, como Japão, Austrália e a própria Malásia.

DIVULGAÇÃO

1

DIVULGAÇÃO/AGÊNCIA PETROBRAS

1

2

DIVULGAÇÃO

Stefanini cria centro na Romênia

Em um passado não muito distante, as empresas brasileiras de TI eram dependentes da reserva de mercado imposta pelo governo. Hoje, abrem espaço no mercado internacional, onde competem com americanos e europeus. A maior delas, a Stefanini IT Solutions, tem 36% do seu faturamento de 1 bilhão de reais proveniente dos 28 países onde opera. Recentemente, estabeleceu um novo centro de serviços *nearshore* para a Europa na Romênia, por meio da aquisição da Akela Software. A escolha do país para a instalação do centro resulta da qualidade dos engenheiros do país e de sua capacidade de combinar habilidades técnicas e de linguagem. O movimento da Stefanini acompanha o de outras empresas brasileiras, que voltaram a direcionar seus recursos para fora do país. Segundo dados do Banco Central, o investimento brasileiro direto no exterior, que vinha caindo desde a eclosão da crise, em 2008, reagiu e alcançou 11 bilhões de dólares em 2010, o terceiro maior aporte desde 1994.

1 Estação do Brasil na Antártida e carregamento de etanol: luz e internet movidos a álcool

2 Navio da Vale: posto avançado na Malásia vai facilitar exportação

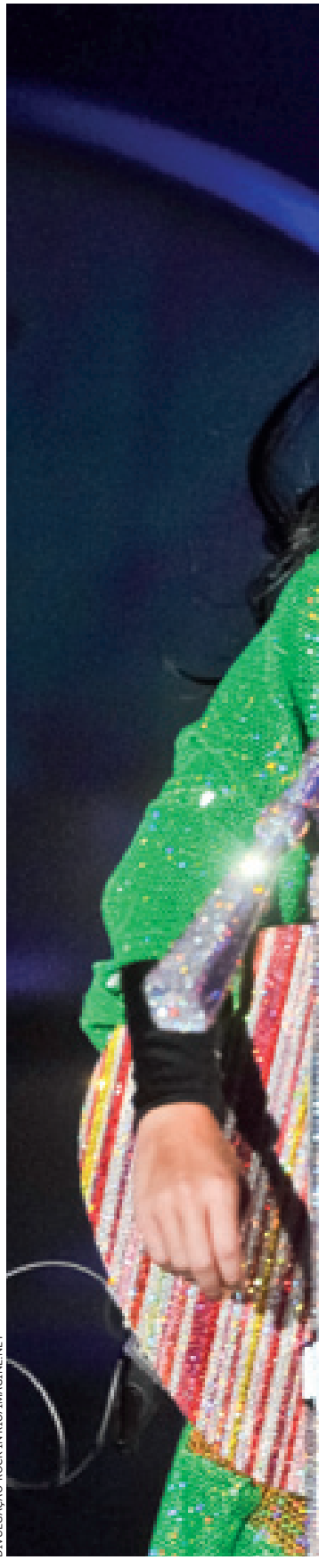
A Copa do Mundo vende o Brasil

Grandes espetáculos esportivos, como a Copa do Mundo e as Olimpíadas, fazem bem à saúde econômica de países e cidades que os promovem? As opiniões divergem – alguns aplaudem o efeito positivo dos investimentos e do estímulo ao turismo, mas há economistas que deploram os gastos e o endividamento na preparação dos eventos.
O Itaú Unibanco, patrocinador da Seleção Brasileira e apoiador da Copa 2014, está com os primeiros: estudo apresentado por Ilan Goldfajn, economista-chefe do banco, aponta mesmo uma consequência inesperada, além dos esperados aumentos do PIB, do consumo e do emprego: quem hospeda Olimpíadas e Copa também passa a exportar mais. E não é pouco: o ganho chega a cerca de 30% das exportações do país-sede.
O documento do Itaú cita trabalho dos economistas americanos Andrew Rose e Mark Spiegel, do National Bureau of Economic Research (The Olympic Effect, NBER 2009). Para Rose e Spiegel, ao se candidatar a hospedeiro de um grande evento esportivo, um país manda ao mundo o sinal de que está disposto a se abrir ao comércio global, o que resultará em crescimento das exportações no futuro. É um sinal tão claro que o país nem precisa ganhar a indicação para se beneficiar dele, acrescenta Caio Megale, economista do Itaú Unibanco que participou do estudo brasileiro: "Países que pleitearam um grande evento esportivo, mas não levaram, também observam o efeito em certa medida", diz ele. "O efeito acelera o processo de abertura." Ronaldinho Gaúcho, portanto, não é apenas o mágico das arrancadas e cobranças de falta: é ativo econômico na internacionalização brasileira.

1

DIVULGAÇÃO/CBF

2



DIVULGAÇÃO ROCK IN RIO/IMAGINE.NET

3

1 Ronaldinho em campo: força para a exportação

2 Katy Perry no Rock in Rio: cores do Brasil ditam moda...

3 ...e a cartela Brasilis, que orienta a indústria

Cores brasileiras inspiram a indústria

O verde e amarelo cobre muito mais do que Katy Perry, a cantora americana que se apresentou no Rock in Rio com a bandeira do Brasil estampada no vestido. "Além da música e da arte, a cultura e a natureza brasileira são a principal inspiração das cartelas de cores de vários setores da indústria do mundo inteiro", diz a colorista Elizabeth Way, coordenadora do Comitê Brasileiro de Cores (CBC), que lança cartelas de cores em parceria com o Centro de Estudos de Cor para a América Latina. As cores do Brasil têm servido de inspiração para fabricantes de revestimentos, tintas, objetos de decoração, carros e tecidos espalhados pelo mundo. "Elas estão nas cartelas desde 2010 e vão continuar lá até 2015", diz Elizabeth. As 38 cores que compõem a cartela do CBC 2011, definidas com base em pesquisa mundial, chamam-se Brasilis e orientam a produção, no Brasil, de empresas como Eucatex, Formica e Tok Stok.

A PETROBRAS APRESENTA O SEU PLANO DE NEGÓCIOS PARA OS

VENHA COM A GENTE.

Imagem meramente ilustrativa.

2011

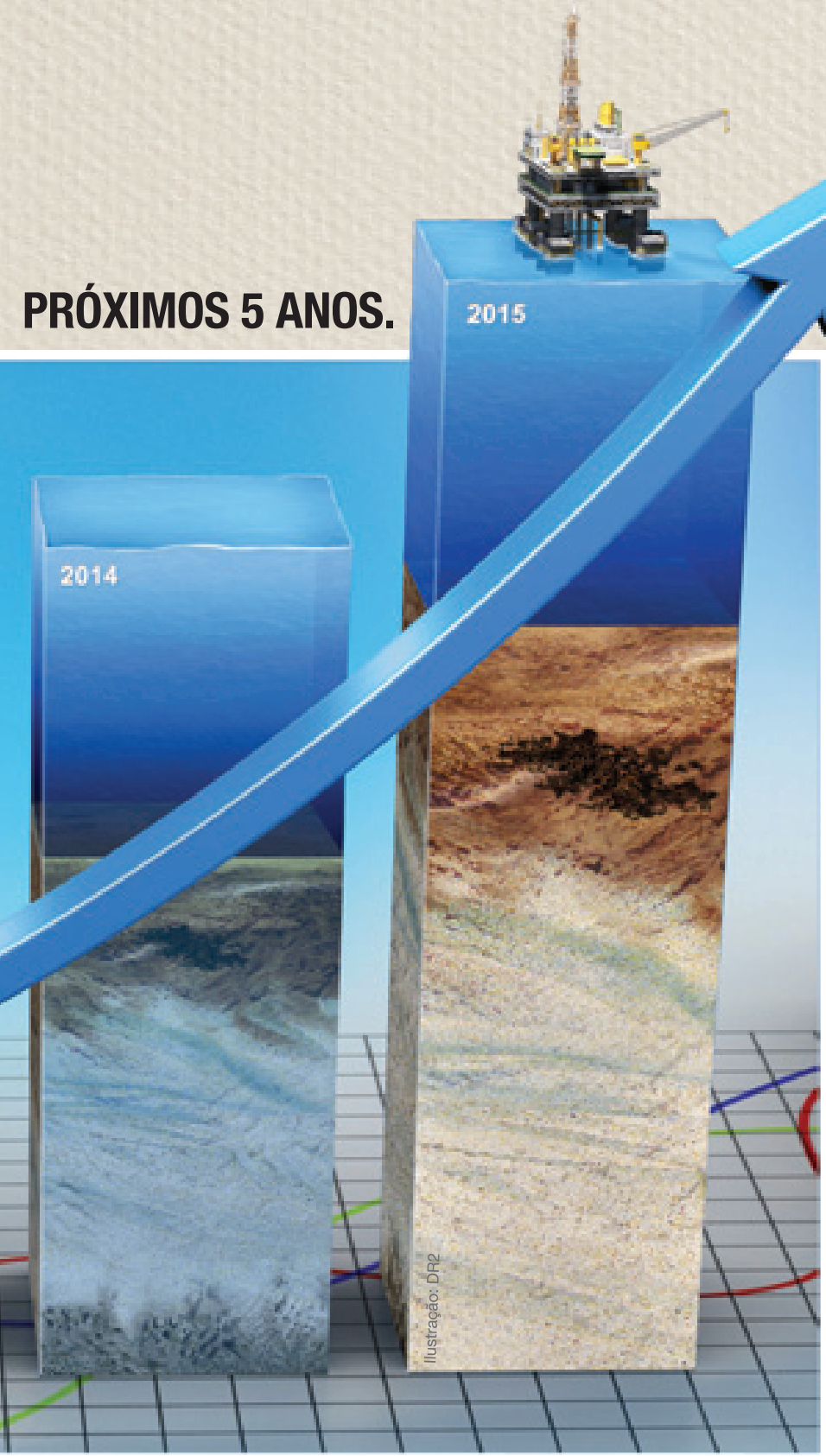
2012

2013

Acesse **www.phdmobi.com**
do seu celular e faça o download do leitor.
Abra o aplicativo, fotografe este código
e conheça o novo Plano de Negócios 11/15.
Ou através do site **www.petrobras.com.br/ri**

HEADS

PRÓXIMOS 5 ANOS.



A Petrobras acaba de lançar o seu novo Plano de Negócios 2011-2015. Um plano do tamanho de uma das maiores empresas de energia do mundo. Que foi feito pensando no crescimento da empresa, dos seus trabalhadores, acionistas, fornecedores e de cada brasileiro. Serão mais de 224 bilhões de dólares de investimento nos próximos 5 anos. Um valor capaz de movimentar a indústria brasileira e internacional. Esse investimento contempla novas refinarias, novas fábricas de fertilizantes e dezenas de novos navios, plataformas e sondas que serão construídos aqui no Brasil. A previsão é de que a produção de petróleo e gás no País dobre até 2015, atingindo cerca de 4 milhões de barris equivalentes por dia. Mas tão importante quanto ter o maior plano de negócios do mundo é criar oportunidades para você. Venha com a gente.

BR PETROBRAS

O DESAFIO É A NOSSA ENERGIA

Ministério de Minas e Energia

GOVERNO FEDERAL BRASIL PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

3 perguntas para...
...José Ramón Pin Arboledas, (Iese Business School)

José Ramón Pin Arboledas é professor de Direção de Pessoas nas Organizações e Ética Empresarial na Iese Business School de Barcelona, na Espanha - uma das mais importantes escolas de negócios da Europa. Ele estuda o Brasil há 20 anos. Em passagem por São Paulo, em setembro, apresentou novos programas da paulistana ISE - a escola de negócios brasileira associada à Iese. Entre os cursos, está um MBA Executivo cuja primeira turma iniciará em 2012. Numa entrevista à PIB, o professor Pin tratou de um tema sensível para a imagem pública das empresas - as acusações de corrupção e suas relações com governos e o poder público.

1 As denúncias recentes de corrupção no Brasil mostraram que os políticos acabam, em geral, mais expostos do que os empresários que se beneficiam das práticas ilícitas. Isso também ocorre na Espanha e na Europa?
A corrupção é um assunto de dois agentes, o corruptor e o corrupto. Em muitos casos, trata-se de subornos (quando o corruptor oferece) e extorsões (quando o corrupto exige). Mas a responsabilidade de cada um tem graus. O político e o gestor público estão em seus postos para defender os interesses de todos, e por isso são mais responsáveis. Ainda assim, nos últimos casos de corrupção na Espanha foram condenados tanto empresários como políticos. O que acontece é que a repercussão na mídia dos últimos, dos políticos, é maior. Mas foram encarcerados tanto uns como outros. E o mesmo acontece em outros países europeus.

MANOLO FINISH

Hora de avançar

A crise global parece não afetar o ânimo da indústria farmacêutica brasileira. As exportações do setor chegaram, em 2010, a 1,7 bilhão de dólares, valor 22% maior em relação a 2009, e o dobro de 2007. Neste ano, até junho, tinham somado 990 milhões de dólares. A crise dá as caras apenas na hora de escolher os países nos quais o setor pretende concentrar seus esforços de internacionalização: a preferência está sendo dada àqueles bem distantes do olho da tormenta que aflige as economias desenvolvidas. Um Projeto Setorial Integrado (PSI) — parceria entre o setor e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) — foi lançado em setembro para fomentar a presença dos medicamentos brasileiros no mundo. O programa prevê investir mais de 3 milhões de reais até o fim de 2012 na participação em feiras, rodadas de negócios e estudos de inteligência comercial na América Latina (México, Venezuela, Colômbia e Argentina), além da Rússia, Alemanha, África do Sul, Arábia Saudita e Angola.

DIVULGAÇÃO

2

Mercado aberto contra apagão

Se faltam engenheiros brasileiros para atender à demanda decorrente da economia aquecida, por que não contratá-los do outro lado do mundo? A Índia, celeiro das indústrias de TI, poderia ser uma solução. A proposta, ouvida durante debate promovido na FGV de São Paulo pelo Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (Confea), foi feita por André Fossa, CEO para o Brasil da empresa indiana TCS. "Em vez de criar obstáculos (à contrataçao de mão de obra estrangeira), o Brasil poderia pensar em intercâmbios inteligentes", disse ele. O Confea estuda com o governo uma forma de reduzir as barreiras vigentes. Há pouco, iniciou, com apoio do MDIC e do IBGE, um censo para saber quantos estrangeiros com grau superior estão trabalhando no país, e em que condições.

1 Remédios: rumo ao exterior, mas longe dos países em crise

2 Pin Arboledas, da Iese: evitar a corrupção se aprende na escola

2 Como a Iese trata, em sua grade curricular, do tema da corrupção nas empresas e das diretrizes éticas que devem observar em suas relações com o poder público?
Há uma matéria sobre ética em todos os cursos da Iese. Nela, trata-se do tema da corrupção, que não se refere apenas às relações com a administração pública - ela existe também nas relações entre empresas privadas. Aborda-se como prevenir a corrupção; como escolher, para operar, setores e países com um nível baixo de corrupção; como estabelecer normas internas de comportamento para evitar as situações perigosas e comprometedoras, e que mecanismos de decisão podem ser estabelecidos para tratar com pessoas que cometeram atos corruptos.

3 O senhor acredita que é possível implantar mecanismos internos nas organizações capazes de dissuadir executivos e empresas de corromper e se deixar corromper? Poderia dar exemplos?
Existem mecanismos internos para ajudar a evitar a corrupção. Os mais conhecidos são os códigos de ética e comportamento. Eles auxiliam as pessoas da organização a tomar consciência dos riscos que correm, de como preveni-los e das ações a ser tomadas diante dos dilemas que se apresentem. Há, também, cursos e seminários, o recrutamento de pessoas íntegras, as linhas abertas em que as pessoas possam denunciar fatos, inclusive anonimamente. Não obstante, o mais importante é o exemplo da alta direção, dos dirigentes, diante de dilemas éticos.

DIVULGAÇÃO

1

No spotlight

O estilista prodígio Pedro Lourenço, que no Brasil assina a coleção de moda masculina da Riachuelo, continua a ganhar visibilidade no mais competitivo mercado de moda do mundo. Aos 21 anos, pode fazer um desfile independente em Paris, fora do calendário oficial, e contar, na plateia, com influentes formadores de opinião. Sua coleção verão 2012, lançada em 28 de setembro, foi vista por críticos da *Vogue*, *W*, *New York Times*, Style.com e *Vogue Italia*, entre outros. Meses antes, Pedro conseguira levar para sua "vitrine" a diva da música pop Lady Gaga. Ela usou um vestido dele – em preto e branco e superdecotado, da coleção de inverno 2011– para lançar o álbum *Born this way*, também em Paris.

DIVULGAÇÃO

Três vezes maior

Com uma exibição de *O Homem do Futuro*, de Cláudio Torres, com Wagner Moura no papel principal, a terceira edição do Festival Brasileiro de Cinema de Londres fez sua abertura na sede do Bafta, a academia de cinema britânico. O público, desta vez, foi três vezes maior que na edição de estreia.

1 Desfile de Lourenço, em Paris: plateia influente e mãozinha de Lady Gaga

2 Piscinão de Ramos: cotidiano do Rio em Nova York

3 Wagner Moura em *O Homem do Futuro*: para inglês ver

Nem tudo é luxo

Os personagens de uma grande farofa praiana clicados pelo fotógrafo Julio Bittencourt no Piscinão de Ramos, no Rio, são atração na 1500 Galery, de Nova York, especializada em fotografia brasileira. A exposição Ramos é composta de cinco fotos, um políptico (painel com várias imagens) e um vídeo em stop motion. Ganhou destaque na seção LightBox, da revista *Time*, e vai até 28 de janeiro de 2012.

2

DIVULGAÇÃO

3

Rápidas

:: A democracia brasileira é tema de conferência organizada pelo King's College London e Ministério da Justiça. Dia 28 de outubro, no campus do Colégio, em Londres.

:: Designers brasileiros mostram peças para o dia a dia na Galeria @, centro cultural The Civic, em Barnsley, Inglaterra. Até 20 de novembro.

:: Os escritórios paulistanos de arquitetura MMBB e Ark!z apresentam aos ingleses o crescimento desordenado de São Paulo, a convite do Royal Institute of British Architects (Riba). Em 18 de outubro.

:: O ministro dos Transportes da África do Sul, Joel Sibusiso Ndebele, e uma delegação de empresários estiveram no Brasil para trocar experiências sobre a organização da Copa 2014.

:: O Brasil é tema da 23ª edição da Europalia, festival que vai até 15 de janeiro de 2012 em Bruxelas, na Bélgica. Zé Celso e o Teatro Oficina, Tom Zé e a Velha Guarda da Portela estarão lá.

Observatório de Washington

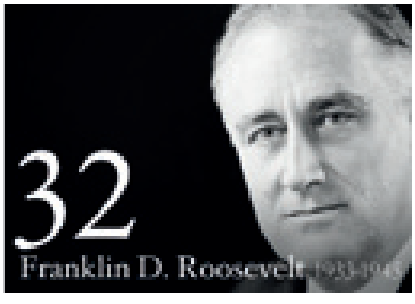
Notícias dos EUA com um olhar brasileiro

FLÁVIA CARBONARI

Um futuro made in China?

No atual cenário de crise mundial, o robusto crescimento e blindagem dos países da América Latina têm refletido, em grande parte, a contínua expansão chinesa. Se no curto prazo esse processo tem favorecido a região, analistas já começam a discutir os perigos de uma crescente dependência do gigante asiático sem uma correspondente expansão produtiva nas economias latino-americanas. Há o receio de que isso possa levá-las ao caminho da "maldição das commodities". Em relatório divulgado em setembro, um grupo de economistas do Banco Mundial levantou a questão logo no título: "Crescimento de longo prazo da América Latina – Made in China?". Comparando a presença da China hoje na região com o que acontecia com o Japão e as economias do Leste Asiático entre os anos 1970 e 1990, o estudo aponta uma diferença fundamental: não se veem, no primeiro caso, sinais de disseminação (spillovers) de conhecimento e difusão de tecnologia, como ocorreu no passado com os países vizinhos do Japão. "Os países da América Latina precisam encontrar uma maneira de capturar o valor agregado das trocas (com a China) e de absorver conhecimento e tecnologia", avalia Eric Farnsworth, do Council of Americas. "Caso contrário, a China vai continuar comprando commodities e reexportando produtos de maior valor agregado." Em 2009, a China tornou-se o primeiro parceiro comercial de países como Brasil, Chile e Peru, sendo responsável por entre 10% e 20% do total comercializado por cada um deles. Apenas no Brasil, o mercado chinês absorveu mais de 15% das exportações em 2010, sendo 84% representadas pela venda de produtos primários. "A grande questão agora é saber como a América Latina pode transformar essas relações em uma importante – mas não única – fonte de crescimento", enfatiza o relatório do Banco Mundial. Para Farnsworth, essa diversificação é fundamental em face de consequências negativas, como a degradação ambiental, o desrespeito aos direitos humanos e a corrupção, que podem resultar da intensificação de relações comerciais com a China.

Buy American, compre Brasil



DIVULGAÇÃO

A crise econômica mundial deflagrada em 2008 tem trazido uma enxurrada de medidas protecionistas mundo afora, levando muito analistas a denominar o atual momento de "desglobalização". Mas a nova política industrial do governo brasileiro anunciada em agosto, o "Plano Brasil para Maior", criticada por muitos nos EUA, é muito similar ao Buy American Act. Esta lei, promulgada por Franklin Roosevelt em 1933, durante a Grande Depressão, prioriza materiais de empresas americanas nas compras governamentais de acordo com alguns critérios, e funciona, desde então, como base da política de desenvolvimento industrial americana. Em 2009, Barack Obama tentou reforçar e ampliar a lei, como parte da resposta à crise econômica nos EUA.

Crise de identidade

A importância do Brasil na cena global e, sobretudo, sua influência na América Latina são um fato em Washington. Nota-se, no entanto, certa frustração diante das posições que o país tem tomado na arena global. O brasilianista Albert Fishlow, da Columbia University e autor do livro *O Novo Brasil* recém-lançado nos EUA, diz que o governo precisa selecionar melhor suas prioridades no campo externo. "Deveria ter objetivos menores que pudessem ser alcançados com sucesso", diz Fishlow, que defende um alinhamento mais forte com os EUA. Já Eric Farnsworth, do Council of Americas, sugere que o Brasil defina primeiro que tipo de país quer ser e como pretende ser visto – se como líder dos Brics, da América Latina ou como uma potência Ocidental. "Na verdade, o Brasil é tudo isso ao mesmo tempo", diz Farnsworth. "Mas para aqueles que não são especialistas no país, como a maioria dos congressistas americanos, fica a imagem da postura que o Brasil toma na agenda global e essa, algumas vezes, provoca confusão." A alusão é a posições tomadas na ONU com relação ao Irã, à Líbia e à Síria, tidas por alguns como irresponsáveis.

1 Brasileira em loja nos EUA: agora é a vez dos americanos

DIVULGAÇÃO/EMBAIXADA EUA

1

DIVULGAÇÃO

Fluxo invertido

Foi-se a época em que o sonho era "americano" e que quase a metade dos brasileiros que queriam ingressar nos EUA como turistas tinha seus pedidos barrados. Com suas sacolas cheias de compras, eles se tornaram figuras bem-vindas, mas essa não foi a única mudança do pós-crise. Aumenta o número de americanos que viajam para o Brasil atrás de oportunidades de trabalho e de investimento. Segundo o Ministério do Trabalho em Brasília, os pedidos de visto de trabalho feitos por estrangeiros cresceram 19% no primeiro semestre deste ano ante igual período de 2010. Desde 2008, subiram de 16.821 para 24.684, com os americanos liderando a fila nos últimos anos. O movimento rendeu uma recente matéria de capa no *New York Times*, sobre como os americanos estariam "seguindo o dinheiro rumo ao Brasil em expansão".

No chão e no ar

Em duas cidades da China, comunidades de brasileiros pilotam aviões e fabricam sapatos

TEXTO E FOTOS JANAÍNA SILVEIRA, DONGGUAN E SHENZHEN

Duas crises setoriais, entre as muitas que a economia brasileira atravessou nas últimas décadas, acabaram por levar para o sul da China uma numerosa comunidade de brasileiros com algumas improváveis características em comum: são quase todos gaúchos, técnicos em fabricação de calçados ou pilotos da aviação comercial, que migraram com suas famílias para as cidades de Dongguan e Shenzhen em busca de trabalho estável e perspectivas profissionais, difíceis de encontrar no Brasil em momentos do passado recente.

São duas comunidades nascidas de crises distintas: a da indústria de calçados do Rio Grande do Sul, nos anos 1990, provocada pela abertura comercial e pela competição do baratíssimo calçado chinês, e a da aviação comercial na década seguinte, que deu fim a empresas tradicionais, como a Vasp. A colônia maior, dos calçadistas, vive em Dongguan, um dos polos industriais da região

1

2

1 Linha de produção em Dongguan: know-how brasileiro

2 João Batista, de Novo Hamburgo: sapatos e rock

em torno de Guangzhou — ou Cantão, como foi alcunhada no Ocidente — e Hong Kong. Foi aqui o berço da abertura econômica promovida pelo governo chinês a partir de 1978, que transformou a China no chão de fábrica do mundo. São cerca de 3 mil expatriados, segundo cálculos dos próprios moradores e estimativa da Embaixada do Brasil em Pequim, com a peculiaridade de virem quase todos da mesma região gaúcha — o Vale do Sinos, centro de produção de calçados femininos.

"Somos uma das comunidades de expatriados mais homogêneas de que tenho notícia", observa Otávio Oliveira, gerente de operações da empresa norte-americana Camuto Group. Ele explica: os brasileiros de Dongguan não só dividem a profissão, mas vêm de cidades bastante próximas, especialmente Novo Hamburgo, Sapiranga e Campo Bom. Boa parte deles aprendeu a fazer sapatos no Senai de Novo Hamburgo. Já os pilotos e suas famílias, na vizinha Shenzhen, a cerca de 50 quilômetros de Dongguan, não chegam a uma centena. Trabalham todos na empresa aérea local, Shenzhen Airlines, ao lado de chineses e de outros expatriados. O chefe dos pilotos estrangeiros, por sinal, é um dos gaúchos, o comandante Lotário Kieling, que foi o primeiro brasileiro a chegar lá, em 2004, e abriu o caminho para o resto do grupo (leia mais sobre os pilotos na pág. 30).

Os dois grupos não têm muito contato, apesar da autoestrada de oito pistas, tinindo de nova, que liga as duas cidades. São ainda diferentes no grau de integração local: enquanto os pilotos e familias são muito poucos para ser notados pelos chineses de Shenzhen, em Dongguan a colônia gaúcha é tão visível que alguns vendedores, vez por outra, arriscam o português nos mercados da cidade. "Barato, barato", dizem, ao tentar seduzir o potencial cliente ocidental com alguma barganha. Mas como a presença dos gaúchos chegou a ser tão forte? A história começou em meados dos anos 1990, quando aportou em Dongguan a indústria brasileira Paramont, de Campo Bom. A empresa transferiu parte de sua produção para a China depois de ter os negócios no Brasil ameaçados pela própria concorrência chinesa. Para ela, foi uma forma de se beneficiar das mesmas condições que impulsionavam a competitividade dos concorrentes: a mão de obra barata, a cadeia de fornecedores de acessórios consistente, políticas governamentais preferenciais e boa infraestrutura logística — as vizinhas Shenzhen e Guangzhou/Cantão são cidades portuárias.

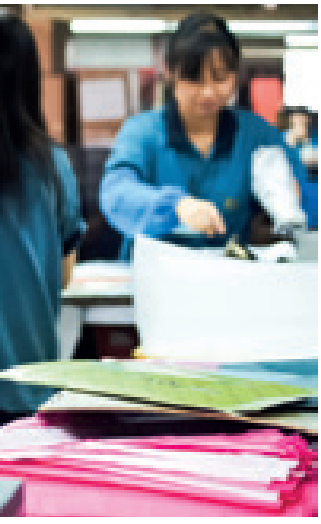
Os gaúchos do Vale do Sinos mostraram aos chineses como fazer sapatos femininos

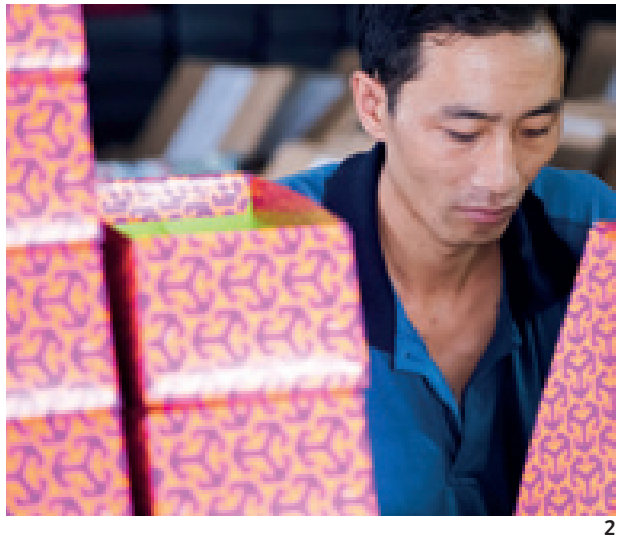
Os brasileiros mostraram que tinham habilidade com os sapatos, e logo empresas rivais também estabelecidas na China, especialmente taiwanesas, também começaram a trazer profissionais do Vale do Sinos. O chamariz foram os bons contratos oferecidos, uma vez que o gigante asiático tinha carência de profissionais especializados na produção de calçados de qualidade mais alta. Muitos dos técnicos já se conheciam do Rio Grande do Sul. Um amigo sabia de um novo posto aberto, convidava outro a vir à China, e assim a comunidade foi tomando corpo. Para os gaúchos, que enfrentavam uma crise em casa, foi a chance de fazer um pé-de-meia. De um ponto de vista mais amplo, entretanto, essa é uma forma de internacionalização que deixa sequelas — as empresas e os profissionais que saem do Brasil não criam uma nova operação internacional, cujos resultados serão somados à produção doméstica, mas levam consigo empregos, tecnologia e recursos que eram, até então, empregados no país.

1

2

FOTOS: JANAÍNA SILVEIRA





1 JB na fábrica: "telefone sem fio" em inglês... **2** ...com os trabalhadores chineses

E o que fazem exatamente os brasileiros transplantados? Sua especialidade é acertar o compasso entre o desenho original e o produto final. O design dos calçados exportados pela China, em geral, vem dos Estados Unidos e da Europa. Os brasileiros se encarregam do desenvolvimento do produto, do controle de qualidade e da supervisão da produção, que é entregue a fábricas chinesas terceirizadas. Os técnicos gaúchos são os responsáveis, por exemplo, pela criação dos moldes para a produção de sapatos que estarão nas prateleiras do mundo inteiro, ostentando as marcas de seus criadores. Além do desenvolvimento inicial do produto, os expatriados do Vale do Sinos acompanham as linhas de produção para inspecionar e afinar o trabalho dos fabricantes. O que eles fazem melhor do que ninguém — e por isso estão lá — é esse trabalho especializado no "meio do campo" entre a criação artesanal e a manufatura em massa. Acrescente-se a isso o fato de serem especializados em sapatos femininos, um nicho em que os chineses não tinham *expertise*.

"Poucas companhias brasileiras seguiram os passos da pioneira Paramont", diz Otávio Oliveira, que está há cinco anos na China, trabalhando na americana Camuto Group. Mais comum foi o caso de empresas estrangeiras que mantinham operações no Vale do Sinos migrarem parte de sua base produtiva para a China. A própria empresa em que ele trabalha é um exemplo. A Camuto hoje tem 20% da produção feita no Brasil e 80% na China. Mas 98% da produção é vendida nos Estados Unidos. Seguindo a regra da terceirização da manufatura, a Camuto não produz, ela mesma, um par sequer. Seus funcionários passam a maior parte do tempo em ateliês no prédio de seis andares da companhia em Dongguan, trabalhando em design, desenvolvimento e controle da qualidade. A produção física dos sapatos que levam a marca Vince Camuto é feita por 17 empresas chinesas, todas instaladas na cidade ou no entorno. Dos 600 funcionários da Camuto em Dongguan, 50 são brasileiros. "Apenas um terço veio do Brasil", afirma Oliveira. "Outros dois terços já estavam aqui quando foram contratados." Os brasileiros, diz Oliveira, custam três vezes mais que o empregado chinês. Mas a especialização e a qualidade do trabalho compensam o custo.

Os salários que eles recebem são mais altos do que no Brasil — cerca de 2 mil dólares para começar, além de passagens aéreas duas vezes por

1 Caixas de marca americana: sapato *made in China*...

2 ...testado nos pés de modelo brasileira

3 Comandante Lotário Kieling: pioneiro em Shenzhen

ano para o funcionário e o cônjuge. Mas as vantagens que levaram ao surgimento do polo de Dongguan começam a escassear. A própria Paramont, que foi pioneira na aventura chinesa da década de 1990, já dá passos diferentes, instalando unidades na cidade de Chengdu, capital da província de Sichuan, atingida pelo grande terremoto de 2008. A saída de Dongguan é estratégica: os salários na cidade estão mais altos por causa da escassez de mão de obra chinesa, e a produção acaba por ficar mais cara. Mas, apesar de a indústria começar a se movimentar rumo ao interior da China, Oliveira acredita que não é hora para pensar na próxima cidade em que irá viver. "Evidentemente, o setor calçadista, que exige mão de obra pouco qualificada, é um dos primeiros a sentir o aumento de custos, e pode se deslocar com facilidade", diz Oliveira. "No entanto, não vejo nossa empresa saindo daqui em um período de cinco, dez anos." Ele explica que a cadeia de suprimentos de componentes para calçados e a estrutura logística de Dongguan farão com que o setor ainda mantenha bases ali.

1

Há trabalho para os calçadistas brasileiros na China e no Brasil, acredita Oliveira. Mas ele voltaria para o Brasil? É difícil deixar o país

FOTOS: JANAÍNA SILVEIRA

OUTROS VOOS

EM 2004, o comandante Lotário Kieling, então na Vasp, pegou carona na crise aérea brasileira — que fecharia a empresa onde trabalhava, além de acelerar a quebra da Varig — e aceitou uma proposta da Shenzhen Airlines, companhia chinesa do sul do país. Quem chamou a atenção dele para a oportunidade foi um colega que já trabalhava na Ásia. Deu tão certo que, pouco tempo depois, Kieling já seria o chefe dos pilotos estrangeiros da empresa, agora integrada ao grupo da Air China, a terceira maior linha aérea do país. Com ele, chegaram outros brasileiros, num grupo inicial de 12 pilotos.

Com o trabalho no Brasil escasseando, a proposta chinesa era tentadora. Os brasileiros supriam a carência de profissionais treinados para atender ao explosivo crescimento da economia do país, que multiplicou a demanda por viagens aéreas. Mas há peculiaridades no arranjo da empresa com os brasileiros. Até hoje, eles voam sempre acompanhados de copiloto e tripulação chinesa. E a língua oficial de comunicação é o inglês. O mandarim pareceu uma barreira intransponível desde o início, e entre os brasileiros não há piloto que tenha encarado seu aprendizado.

Atualmente, segundo Kieling, a Shenzhen Airlines tem cerca de 40 pilotos brasileiros. A maioria veio após ter a vaga fechada no Brasil, mas há quem tenha simplesmente optado por deixar o trabalho anterior e vir parar em terras chinesas. O ambiente internacional para a educação dos filhos, ao lado da segurança das cidades chinesas, são as primeiras vantagens elencadas pelos brasileiros na vida do outro lado do globo. Como para os calçadistas da vizinha Dongguan, a vida tranquila é chamariz tão forte quanto os salários. E como a economia brasileira tem se recuperado, eles também acreditam que o setor aéreo verde-amarelo poderia

2

que adotou há cinco anos, responde. Casado e pai de um menino de 1 ano e dois meses, "feito e nascido na China", as oportunidades são muitas por lá. Para ele, é um grande passo no currículo, argumenta. Para o filho, a chance de crescer em um ambiente multicultural, preservando o português em casa, aprendendo inglês na escola, e praticando o mandarim com os amigos. "Isso sem falar na segurança, algo de que minha família não abre mão", conclui.

Segurança é a primeira vantagem apontada por outro gaúcho ex-

empregá-los outra vez. Mas voltariam? A maioria, não tão cedo, pelo menos.

"Aqui, a infraestrutura aeronáutica é excelente, o salário é melhor e a escala [calendário de voos] muito mais relaxada", conta o piloto Sandro Poli, que está há quase três anos na Shenzhen Airlines, pronto para renovar o contrato por outros três. "E os aviões em que voamos são os mesmos do Brasil." Outro piloto, Umberto Dalpian, de Caxias do Sul, resume assim seus motivos para esticar a aventura oriental: "Não dá para viver aqui a vida toda, mas eu não volto antes de minha filha se formar em Hong Kong".

ARQUIVO PESSOAL

3

1 2

FOTOS: JANAÍNA SILVEIRA

patriado, o diretor de produtos do Grupo Camuto, João Batista Vieira, de Novo Hamburgo. Ele iniciou a temporada chinesa pouco depois da instalação da companhia em Dongguan. Na época, veio acompanhado apenas da mulher, Deti. Os filhos, Jean e Jader, vieram um ano depois. "Na nossa casa, fizemos o contrário, os pais é que saíram", brinca Vieira, que há um ano e meio divide o tempo também com o Vita Bar, empreendimento noturno do qual é sócio. Para completar a agenda cheia, vez por outra JB, como é conhecido na comunidade, comanda as baquetas na bateria da banda A Passageira, cujo nome remete à constante troca de integrantes (a música que fazem pode ser descrita como rock gaúcho). Alguns ficam, como o filho dele, Jader, que faz o vocal. O outro filho de JB, Jean, engrossa a soma de gaúchos no setor calçadista. Atua numa empresa que trabalha para a Camuto, e em dois anos já aprendeu mandarim suficiente para se comunicar no idioma local — algo raro entre os brasileiros. A maioria não fala o mandarim e usa o inglês para se comunicar. "Tudo dá certo, mas é um verdadeiro telefone sem fio", admite JB (leia mais sobre os expatriados e o idioma nesta página).

Mas nada é tão difícil que valha a pena reclamar. A vida anda tão boa na China que o casal até abre mão das duas passagens para o Brasil a que tem direito todos os anos. Usa apenas uma. No ano passado, um dos períodos de férias foi dedicado a uma viagem à Europa para celebrar os 25 anos de casados. A adaptação inicial pode ser difícil para alguns. Mas a maioria acaba gostando — basta conversar com os brasileiros da comunidade para constatar.

As cidades ajudam. A política de desenvolvimento implantada há décadas na região por Deng Xiaoping, o sucessor de Mao Zedong, garantiu não só a atração de investimentos, a implantação de indústrias e a consequente entrada de dinheiro, mas transformou a paisagem. Shenzhen

FALANDO CHINÊS

O IDIOMA ainda é uma barreira para a integração maior dos expatriados brasileiros na China. Poucos chegam a tentar aprendê-lo, tal sua aparente dificuldade. E muitos dos que tentam terminam por desistir. "Uma vez tentei pedir um café em um copo de papel, durante o voo, e a comissária trouxe dez copos de café", relembra o comandante Lotário Kieling, da Shenzhen Airlines. É que as palavras para papel, zhi, e para o número dez, shi, podem soar parecidas.

"Depois daquilo, desisti", diverte-se o piloto. "Minha filha mais nova, no entanto, a Débora, está em Pequim, onde estuda mandarim", conta o pai, feliz da vida. Esse é outro traço constante na comunidade — os filhos, nascidos ou criados na China, não se intimidam com o idioma, o que deixa os pais orgulhosos. Do lado chinês, entretanto, não parece haver muita cerimônia com o português, relata a especialista em mídias digitais Érica Benites Manssour, moradora de Dongguan há três anos, mas já de malas prontas para uma nova aventura em Xangai.

"Aipim xianzai pequeno, meiyou", ela ouviu de um vendedor no mercado de hortifrutigranjeiros da cidade, quando tentou comprar

1 Avenida de Dongguan: crescimento explosivo

2 Boteco Brasil, de Marino (*no detalhe, esq.*): aipim e xis

3 Pilotos brasileiros: orgulho dos filhos poliglotas

era uma pacata vila de pescadores há 30 anos, e soma hoje mais de 14 milhões de habitantes. A cidade, na divisa com a antiga colônia britânica de Hong Kong, é hoje recortada por arranha-céus. Já Dongguan, que acolheu os calçadistas, tem um projeto urbano moderno. A maioria dos prédios tem até seis andares — apenas no distrito mais central, Dongcheng, há edifícios mais altos, a maior parte residenciais. Canteiros impecáveis contornam as largas avenidas e dão ares de uma cidade como Los Angeles, com um viés cosmopolita chinês. Além dos restaurantes locais, podem ser encontrados bares irlandeses, cantinas italianas, delícias tailandesas e, claro, churrascarias, bares e restaurantes brasileiros.

E é por aí — pelo paladar — que, uma vez aclimatados em solo chinês, muitos expatriados começam a diversificar as atividades. Marino Arnecke, que deixou Campo Bom há mais de uma década como um dos pioneiros da Paramont, é um caso. Há um ano, ele é sócio do Boteco Brasil, paraíso da gastronomia popular brasileira de arrancar lágrimas de qualquer gaúcho expatriado. O cardápio contempla de aipim frito a especialidade regional xis (de cheeseburger), uma espécie de hambúrguer tamanho família comum em lanchonetes do Rio Grande do Sul. E com tele-entrega.■

a raiz tão presente no cardápio dos gaúchos. A tradução? Algo como "O aipim ainda está pequeno, não temos". Com quase 15 anos de convivência com brasileiros em Dongguan, os chineses que têm mais contato com a comunidade incorporaram ao vocabulário palavras como batata, cebola, mamão, chuchu e salsinha, conta Érica. Ninguém se espante se dentro em pouco arriscarem um "tri", "tchê" ou "barbaridade", diante da maioria absoluta de gaúchos na colônia local.

3

Tempo de pensar na Polônia

O país europeu acena aos investidores com atrativos que espelham a situação brasileira: segue crescendo, apesar da crise, e vai sediar a Eurocopa 2012

JACEK JUNOSZA KISIELEWSKI*

A crise econômica global provocou uma reavaliação da economia mundial. Inúmeros países e empresas líderes tiveram prejuízos, enquanto outros emergiram no cenário mundial, ganhando visibilidade e importância. É hora de reavaliar parcerias e definir quais permanecem proveitosas e quais as que deveriam ser estabelecidas sob novos parâmetros, com parceiros renovados que revelem dinamismo e adaptabilidade diante da mudança das condições.

> **Depois da crise, é hora de reavaliar parcerias entre países**

A Polônia é um dos poucos países que atravessaram a crise econômica sem interromper seu desenvolvimento. Houve uma natural desaceleração, mas ainda assim a Polônia fechou 2009 com um crescimento do PIB de 1,7%, o quinto melhor do mundo em termos de valor acrescido. Nenhum outro país europeu atingiu tal resultado. Já 2010 trouxe um crescimento econômico de 3,8%, o terceiro melhor resultado dentro da União Europeia. As previsões de crescimento para 2011 são igualmente animadoras. Vale salientar que o crescimento econômico da Polônia vem se mantendo ascendente há 18 anos.

Segundo a mais recente edição do Índice de Confiança FDI, que mede a confiança dos investidores estrangeiros, a Polônia passou da 22ª posição, em 2007, para o sexto lugar no mundo. Este aumento constitui não só o reflexo de fatores como o crescimento econômico estável, o tamanho do mercado interno, o acesso ao mercado europeu, a mão de obra qualificada, o baixo risco de deterioração da situação econômica em futuro próximo e a localização geográfica estratégica, no coração da Europa. É também resultado do fluxo de subvenções do Fundo de Coesão da UE. A Polônia, o maior país dentre os 12 novos membros da UE, com mais de 38 milhões de habitantes, é o maior beneficiário deste fundo.

Em 2012, a Polônia enfrentará um grande desafio de organização, que atrairá a atenção de milhões de pessoas. Polônia e Ucrânia sediarão a Eurocopa 2012, o que determina amplos investimentos na construção de quatro novos estádios e na modernização de estradas e da rede ferroviária.

Até o fim de 2010, o valor acumulado dos investimentos estrangeiros diretos na Polônia somou 205,3 bilhões de dólares. De acordo com recente levantamento da Ernst & Young — o European Attractiveness Survey 2011 —, a Polônia é o país mais frequentemente indicado por gestores de empresas estrangeiras como local potencial para novos investimentos na Europa. Isto é particularmente importante na situação

ISTOCK/ARTUR BOGACKI

Estádio Nacional, em Varsóvia: palco da Eurocopa

atual de pós-crise, em que investidores preferem países com menor risco. Como membro da UE desde 2004, a Polônia ocupa lugar especial no mercado europeu integrado. Desenvolve parcerias de vários tipos com todos os outros 26 membros da UE, mas ao mesmo tempo mantém fortes relações econômicas com mercados localizados para além da fronteira leste da UE.

O dinamismo da economia polonesa é favorecido por uma força de trabalho jovem e bem instruída. Logo, durante a próxima década, a competitividade da Polônia se baseará na disponibilidade de mão de obra qualificada. Cerca de 2 milhões de alunos frequentam mais de 450 universidades polonesas, e 400 mil se graduam a cada ano. É comum o domínio de línguas estrangeiras entre os jovens, principalmente o inglês. Após a adesão da Polônia à UE, muitos jovens poloneses aproveitaram as oportunidades de emprego surgidas com a abertura dos mercados de trabalho estrangeiros, começando pelo Reino Unido, Suécia e Irlanda. Mas a crise econômica trouxe muitos deles de volta, pela melhor situação do mercado de trabalho local. A estadia desses jovens no exterior revelou-se de valor inestimável, pois voltaram trazendo novas experiências tecnológicas e de organização do trabalho e novas ideias para a abertura de suas próprias pequenas e médias empresas.

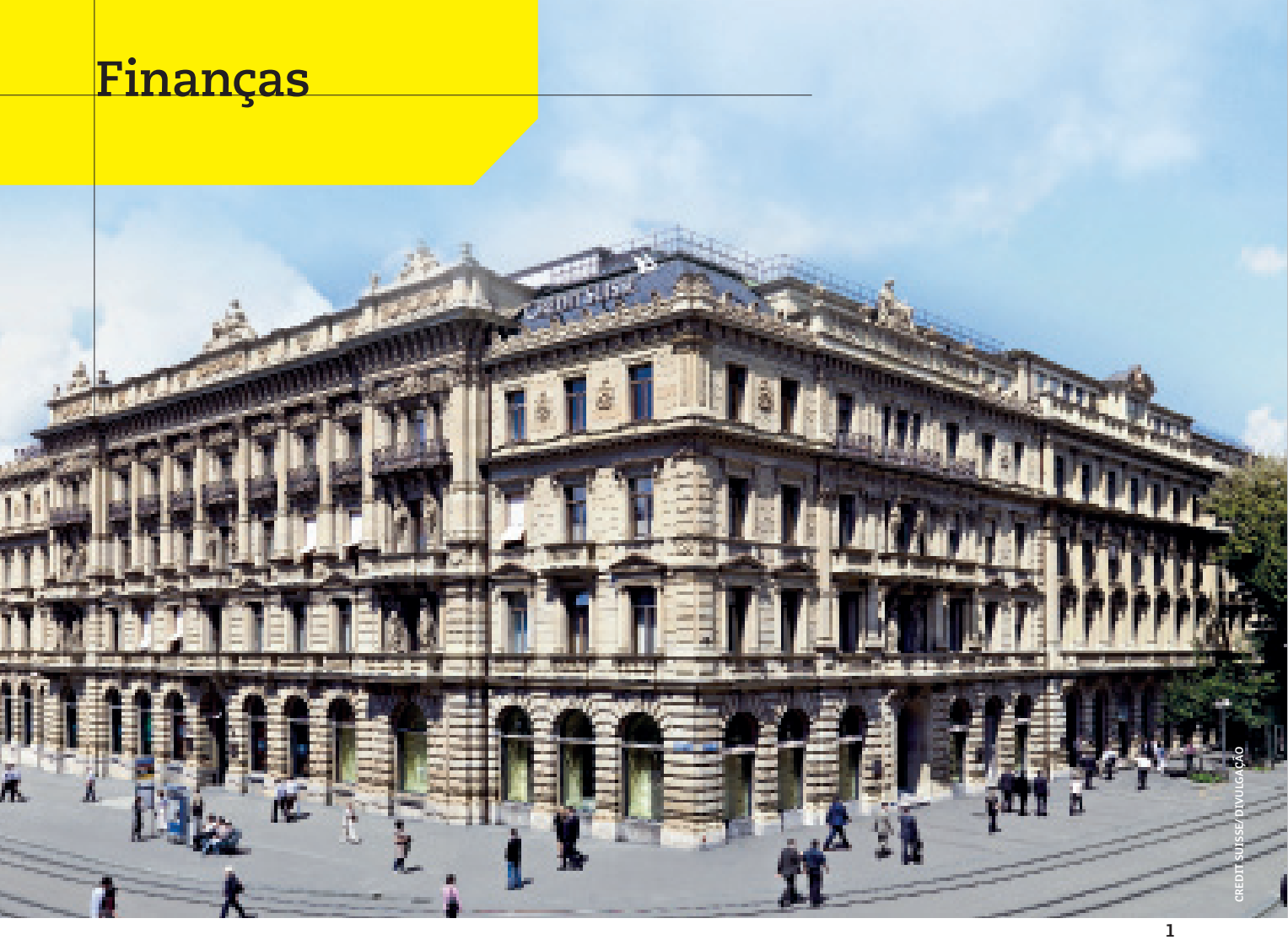
O bom clima econômico na Polônia se deve também ao clima político favorável e à crescente importância do país no mundo. O governo polonês é pró-reformas e pró-europeu. Durante este semestre, a Polônia preside o Conselho da UE, tornando-se em boa parte responsável por estabelecer orientações para o seu desenvolvimento. Uma das prioridades é a política de vizinhança – com o leste e os países do norte da África em transição para a democracia. Dentre as prioridades econômicas estão a integração e o fortalecimento do mercado europeu, os esforços para aumentar a importância das pequenas e médias empresas e para garantir a segurança energética da Europa. O ex-primeiro-ministro polonês Jerzy Buzek é o atual presidente do Parlamento Europeu.

A Polônia tem relações econômicas fortes com mercados a leste da UE

Recomendo que os empresários brasileiros se interessem mais pela Polônia, por sua economia dinâmica, localização privilegiada, participação ativa no mercado europeu e oportunidades de investimento e cooperação. Seria ideal que fizessem uma visita para identificar oportunidades e ficassem mais alguns dias para conhecer a beleza da Polônia, sua história milenar e as origens de João Paulo II, Copérnico, Chopin, Maria Skłodowska-Curie, Lech Wałesa, Andrzej Wajda e outros grandes poloneses. ■

A Agência Polonesa de Informação e Investimentos Estrangeiros é uma instituição especializada em serviços para empresas que desejam investir no país. Maiores informações sobre a economia polonesa e possibilidades de cooperação nos links www.saopaulo.trade.gov.pl e www.paiz.gov.pl.

** Embaixador da Polônia no Brasil*



CREDIT SUISSE/DIVULGAÇÃO

1

Da Suíça à Faria Lima

Atraídos pelas perspectivas de crescimento da economia, bancos e corretoras internacionais reforçam operações no Brasil

SUZANA CAMARGO

O que pensam os jovens que serão os futuros investidores globais e clientes de grandes bancos de investimentos? Ao se fazer essa pergunta, o Credit Suisse, uma das mais tradicionais instituições bancárias da Suíça, escolheu para respondê-la, por meio de uma pesquisa feita no ano passado, jovens dos Estados Unidos, da Suíça e do Brasil, numa demonstração da importância estratégica que seus dirigentes atribuem à economia brasileira no futuro próximo. E não estão sozinhos: outros grandes bancos de investimentos internacionais e corretoras de ações também estão olhando para o Brasil como um dos mercados com maior potencial de crescimento em um mundo que tenta deixar para trás a crise financeira de 2008/2009.

Como outros mercados emergentes, o país, visto de fora, está na contramão dos problemas de superendividamento e estagnação econômica vividos pelas regiões que costumavam "puxar" o crescimento global até o começo do século 21 – Estados Unidos e Europa à frente. Essa nova mirada se traduz numa onda de expansão das operações e das equipes brasileiras dessas instituições, de maneira a prepará-las para o papel mais central que devem

2

desempenhar agora. "O volume de entrada de capital de investimento direto no Brasil vai aumentar", afirma Eduardo Centola, diretor executivo no país do UBS Investment Banking, o braço de investimentos de outro grande banco suíço. "E vai aumentar muito."

O UBS definiu uma estratégia de expansão mundial muito clara para os próximos cinco anos. "As regiões prioritárias são Brasil e China", define Centola. "Esses dois países apresentam crescimento e áreas de negócios muito interessantes." Do mesmo otimismo compartilha Louis Bazire, o presidente de outro banco global instalado aqui, o francês BNP Paribas Brasil. "Hoje em dia, todo mundo *compra a história* do Brasil", diz ele. "Meu CEO em Paris tem confiança no país; temos potencial."

O Credit Suisse incluiu jovens brasileiros em seus cenários para o futuro

A onda positiva explica a iniciativa do Credit Suisse de incluir os jovens brasileiros em sua pesquisa, feita para avaliar a perspectiva dos adolescentes sobre temas atuais e sua visão do futuro. Durante anos, o banco analisava apenas a opinião de suíços adultos. Em 2010, entendeu que precisava ampliar os próprios horizontes, reconhecendo a entrada no palco mundial dos grandes países emergentes, e começou querendo saber mais sobre o que pensam os jovens entre 16 e 25 anos que vivem no Brasil, além de americanos e suíços *(leia mais sobre a pesquisa na pág. 40)*. A iniciativa do banco foi estratégica; afinal, os jovens de hoje são os futuros investidores e clientes. A escolha do Brasil se justifica pelo espaço que o país vem ganhando nas operações globais do banco, assim como a Índia, que deve ser incluída nas próximas edições do *Youth Ba-*

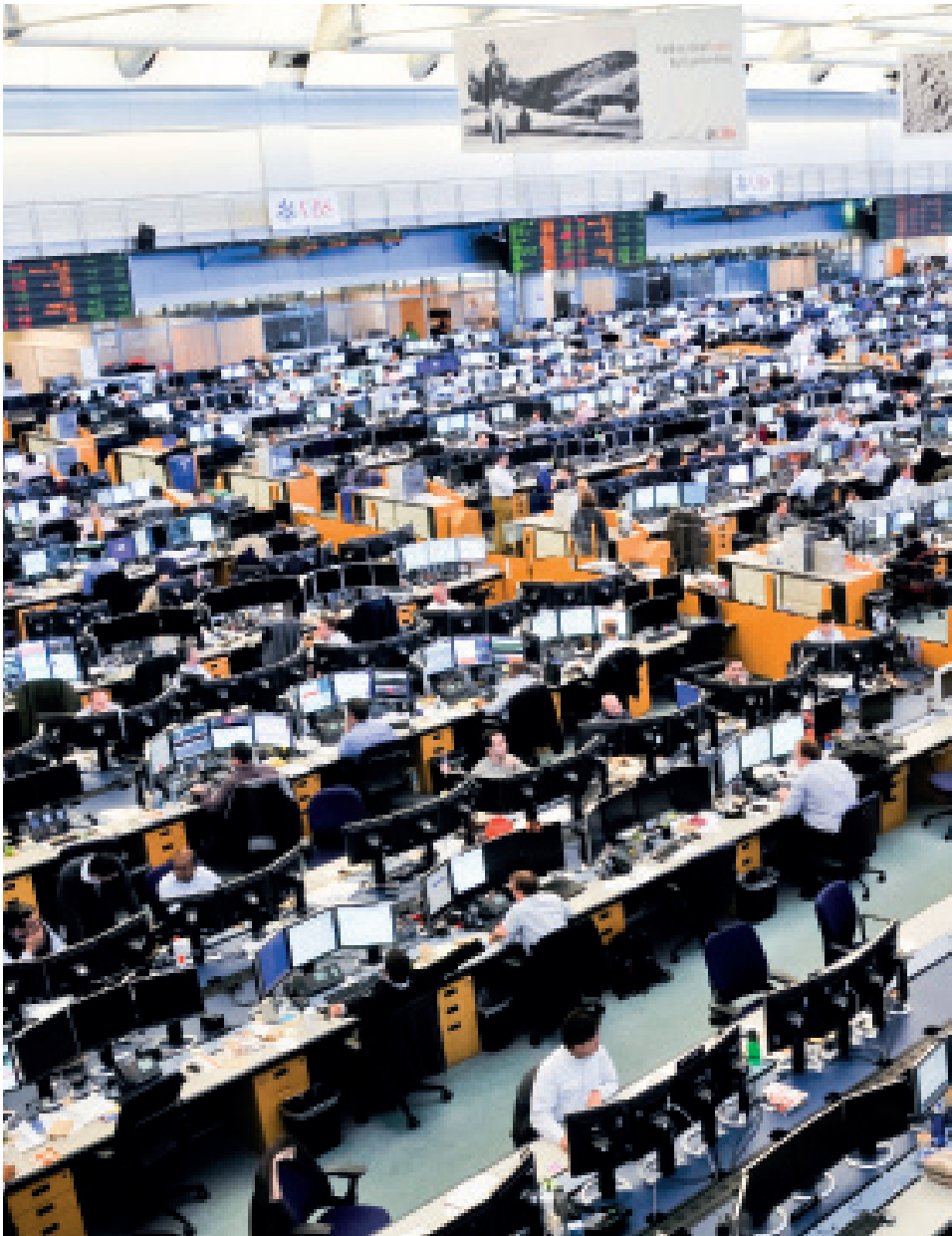
1 O Credit Suisse, em Zurique... **2** ...e as torres da Faria Lima, centro financeiro de São Paulo

rometer (Barômetro da Juventude, o nome da pesquisa).

Também chama a atenção dos bancos globais o número crescente de bilionários no Brasil, o maior da América Latina, segundo a revista americana *Forbes*, que faz essa contabilidade anualmente. O Brasil ganhou 12 novos nomes na lista deste ano da revista, atingindo um total de 30. Entre eles, o empresário Eike Batista (Grupo EBX), bem no alto, em oitavo lugar, e outros nomes, como Carlos Alberto Sicupira, Jorge Paulo Lemann e Marcel Telles (Inbev), Abilio Diniz (Grupo Pão de Açúcar) e Antonio Luiz Seabra (Natura). Para a publicação, esse crescimento se deve principalmente ao poder do real diante de outras moedas. O número de grandes fortunas segue crescendo, segundo Sérgio Kimio, responsável pela área de *wealth management* (administração de fortunas) do UBS. "É um mercado interessantíssimo para o UBS", afirma ele. O Brasil, segundo o executivo, é um dos poucos países onde essas fortunas se concentram na mão de famílias e indivíduos, diferentemente de outros lugares, onde os patrimônios são mais pulverizados.

Segundo maior gestor de patrimônios do mundo, o UBS chegou ao Brasil em 1953, quando ainda era a Swiss Bank Corporation e não tinha se unido ao Union Bank of Switzerland. Passou por uma fase conturbada quando, em 2006, fez a compra do Pactual do banqueiro André Esteves (ele próprio também um dos bilionários da *Forbes*). Logo depois, em plena crise mundial de 2008, decidiu vender o braço brasileiro no mesmo momento em que se desfazia de ativos em várias partes do mundo. A decisão foi considerada precipitada por analistas do setor. No início de 2010, o UBS anunciou seu retorno ao país com a aquisição da Link Investimentos, a maior corretora independente do Brasil. Ainda no ano passado, relançou o serviço de gestão de fortunas no país. Na época, o banco afirmou que "só investia em países onde vislumbrava estar entre os cinco maiores *players*". Em setembro, a matriz do banco suíço foi pega de surpresa pela descoberta de uma operação fraudulenta que causou grande prejuízo. O custo da fraude passou de 2 bilhões de dólares e o responsável, um operador do UBS, foi preso em Londres. O escândalo foi considerado um dos maiores da história financeira da Suíça.

No Brasil, para atender à crescente demanda de clientes e investidores, o UBS está investindo na aquisição de uma nova sede na Avenida Faria Lima, em São Paulo, uma espécie de *Park Avenue* paulistana onde se concentram os grandes bancos. Além disso, reforça o time no país. "Estamos contratando novos *heads* de negócios, e posteriormente suas equipes", revela Cláudia Perrone, diretora de recursos humanos.



Esses novos profissionais devem trabalhar nas áreas de serviços da filial brasileira que mais cresceram nos últimos anos: abertura de capital na bolsa, investimento direto (não somente de fundos) brasileiro no exterior e oferta de investimentos para grandes investidores. "O UBS quer ser o intermediador, estruturador e assessor dessas operações internacionais de fluxos de dinheiro no Brasil", afirma Centola. Outro tipo de operação que tem aumentado são as transações *crossborders* (transfronteiriças). Para o diretor de Investment Banking do UBS, as instituições financeiras internacionais são as que têm mais conhecimento e experiência para realizar essas transações. E dá um exemplo do que está por vir. "O volume de investimentos diretos da China aqui em 2010 foi de 11 bilhões de dólares (quase duas vezes o dos Estados Unidos), e em 2011 esse número deve dobrar", projeta ele.

Com uma trajetória mais linear no país, o BNP Paribas Brasil é a sede do banco francês na América Latina. Representa, hoje, de 2% a 3% das operações globais da instituição, mas tem mostrado crescimento contínuo nos últimos anos. "Todas as áreas de negócio estão crescendo no Brasil, é um crescimento orgânico", diz Louis Bazire. "Temos reforçado nosso time, crescido nos *rankings* de emissão de bônus, progredido em financiamentos e projetos de exportação, realizado grandes transações *crossborders*." O braço brasileiro registrou crescimento de 14% na administração de recursos de terceiros em 2010, tem 32 bilhões de reais sob gestão no Brasil, está entre as dez maiores gestoras de fundos de pensão e fundos *offshore* (março 2011) e tem uma área de *asset management* com 40 bilhões de dólares.

Os banqueiros coincidem em registrar que nunca antes se tinham visto tantos grandes negócios ser feitos no Brasil. "No meu mercado de *investment banking*, a sofisticação, o volume e o tamanho das operações lá fora eram sempre múltiplos de vezes maiores que no Brasil", lembra Centola, do UBS. "De repente, isso se inverteu, e você começou a ver transações aqui mais interessantes e mais inovadoras que no exterior; a velocidade dos negócios hoje aqui é muito grande." Ele tem como fazer a comparação. Voltou há quatro anos para o mercado brasileiro, depois de ter ocupado o cargo de vice-presidente do Goldman Sachs, em Nova York. Tanto Centola como Bazire são brasileiros que retornaram depois de acumular experiência internacional. O dirigente do UBS no Brasil trabalhou durante 16 anos no

1

USB/DIVULGAÇÃO

2

USB/DIVULGAÇÃO

1 Sala de operações do UBS nos EUA: em baixa

2 Centola, do UBS: Brasil e China são prioridades

REPRODUÇÃO

1

O QUE OS JOVENS PENSAM

A PRIMEIRA edição do *Youth Barometer*, estudo encomendado a um instituto de pesquisa pelo Credit Suisse, foi realizada em 2010 e teve como principal tema o mundo virtual – ***The internet sets global trends but does not resolve local problems*** *(A internet cria tendências globais, mas não resolve problemas locais)*. Nela já constava a opinião de 761 jovens brasileiros. Neste ano, o banco definiu como assunto central do estudo a religião.

Mesmo morando em países distantes, muitos adolescentes compartilham sonhos, angústias e ideais comuns a essa etapa da vida. Entretanto, jovens que vivem em países tão diferentes como o Brasil, os Estados Unidos e a Suíça também carregam traços culturais, crenças e preocupações particulares. Quando questionados, no ano passado, sobre o que mais os afligia naquele momento, 62% dos jovens brasileiros foram taxativos em apontar a corrupção como o principal problema a ocupar sua atenção. Em seguida, apareciam desemprego (46%), problemas de saúde (41%), aposentadoria (30%), criminalidade (29%) e educação (28%). Enquanto isso, o terrorismo encabeçava a lista para 67% dos adolescentes americanos. Para os suíços, que sempre viveram em uma sociedade extremamente fechada e conservadora, a integração com os estrangeiros fica em primeiro lugar entre as preocupações: 72% deles disseram que o crescimento no número de estrangeiros no país poderia ser problemático.

Para o Credit Suisse, saber quem são e o que pensam os jovens desses três grandes mercados é vital. Quando foram analisadas as respostas dos jovens brasileiros, os suíços responsáveis pela encomenda da pesquisa ficaram surpresos em saber que a corrupção tinha sido apontada como um grave problema. Para quem vive e trabalha no Brasil, não há nenhuma surpresa nesse resultado. Já para quem mora na controlada Suíça, essa parece ser mesmo uma realidade muito distante.

Este ano, o *Youth Barometer* entrevistou um universo maior de jovens: foram ouvidos 1.018 adolescentes sobre o tema religião. A pesquisa revela que, apesar das dificuldades, os brasileiros são otimistas e têm fé no futuro. Para 93% deles, honestidade e relações familiares são primordiais na vida. Ter uma boa educação, capacitação futura e ser capaz de viver de acordo com crenças religiosas e valores espirituais são igualmente importantes.

Sobre o tema central da pesquisa, 88% dos adolescentes brasileiros afirmaram acreditar na existência de um Deus, número muito superior ao de suíços (43%) e norte-americanos (69%). Historicamente mais acostumados a conviver com diferentes credos e raças, fator ainda distante da realidade suíça, 83% dos brasileiros pesquisados concordam que deve haver liberdade religiosa para todos, e 81% acreditam numa coexistência pacífica entre os praticantes de diferentes religiões.

Com sede em Zurique, o Credit Suisse está dando o passo certo ao tentar conhecer mais a cultura dos países em que pretende fazer negócios. Enquanto os jovens brasileiros pregam a liberdade religiosa, em 2010 os suíços (de todas as idades) aprovaram em plebiscito popular a proibição da construção no país de novos minaretes, as torres símbolos das mesquitas, de onde os *muezins* conclamam os mulçumanos às orações.

1 Revista do Credit Suisse: pesquisa no Brasil

2 Bazire, do BNP Paribas: democracia é vantagem

mercado financeiro em Nova York. Já Bazire, filho de pai francês e mãe americana, nasceu no Rio de Janeiro, deixou a cidade aos 12 anos, mas sempre foi visto como um carioca. Fez carreira no BNP, trabalhando no México, na França, na Espanha e na Bélgica. Antes de chefiar o banco em São Paulo, presidiu, durante quatro anos, o BNP Paribas na Suíça.

Assim como o UBS, o BNP Paribas não tem intenção de competir com os bancos de varejo no mercado brasileiro. Esses bancos internacionais querem uma fatia das transações vultosas que estão atraindo investidores estrangeiros e também brasileiros. Há um ano, o BNP lançou o serviço de *institutional custody* (custódia de títulos para investidores institucionais, com oferta *offshore*), criado para suprir a demanda dos clientes europeus e americanos no Brasil. Além desses serviços e produtos diretos, o grupo está investindo aqui na abertura e no crescimento de empresas subsidiárias, como a Arval (gerenciadora de frotas de veículos), a Cetelem BGN (especializada em crédito ao consumidor) e a Cardiff Seguradora. "Já temos 8 milhões de segurados ativos no Brasil", afirma Bazire. "A Cardiff se beneficiou muito com o fortalecimento de compra da classe C, já que, entre outros produtos, trabalha com garantia estendida."

O apetite pelo mercado brasileiro se revela também em uniões e aquisições de instituições brasileiras. Já em 1998, o Credit Suisse comprou o banco brasileiro Garantia. Em 2007, a instituição suíça mostrou que queria ocupar uma posição ainda maior no país ao se associar à Hedging-Griffo, líder no mercado brasileiro de administração de recursos de terceiros e *private banking*, num negócio de 635 milhões de reais. Como acionista majoritário, o Credit Suisse ganhou uma carteira de clientes nacionais de altíssima renda. Agora o mercado financeiro espera a finalização da operação. A compra do restante das ações da Credit Suisse Hedging-Griffo já foi anunciada ao mercado e provisionada no balanço. A integração acontece a partir de janeiro de 2012. No mercado financeiro, circulam estimativas do valor aproximado do negócio – em torno de 1,25 bilhão de reais.

A China deve dobrar seus investimentos diretos no Brasil no ano que vem

Mas nem só de europeus se faz o crescimento do mercado bancário brasileiro. De origem norte-americana, só há poucos anos o Goldman Sachs, lendária instituição nova-iorquina, montou uma estrutura mais sólida no Brasil. A área de *asset management*, que trabalha com gestão de ativos de renda fixa, ações e multimercados para investidores locais, começou a atender clientes em 2008. A corretora entrou em atividade no ano passado. Nesse pouco tempo, entretanto, o banco já sentiu a necessidade de aumentar o número de funcionários. De lá para cá, o *headcount* subiu de 200 para 300 pessoas. Segundo o próprio Goldman, a instituição registrou, em 2010, o maior crescimento dentre bancos de médio porte no Brasil, pelo critério de depósitos totais – 331,7% – e ficou em segunda posição no *ranking* da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima) de fusões e aquisições no primeiro semestre de 2011.

O fortalecimento, no Brasil, desses nomes de proa entre bancos de investimento e corretoras internacionais acirra a disputa pelo mercado interno. Outras instituições estreladas concorrem nesse nicho do mercado financeiro – JPMorgan, Société Générale, Morgan Stanley e Merrill Lynch/Bank of America, só para citar algumas. E logo a lista deve aumentar. Atualmente, há no Banco Central 20 pedidos de licença de instituições financeiras que esperam autorização para atuar no mercado brasileiro. Dados da Anbima mostram que só o setor de *private banking* possuía, até junho de 2011, quase 413 bilhões de reais sob gestão no país, um crescimento de 28% em

2

UBS/DIVULGAÇÃO

relação aos últimos 12 meses. Desse total, 202 bilhões de reais estão investidos em títulos e valores mobiliários, e quase 187 bilhões de reais em diversos tipos de fundos.

Da mesma forma que no UBS e no BNP Paribas, os executivos que estão no comando desses bancos são, na maioria, brasileiros – muitos deles, como Bazire e Centola, estavam trabalhando em outros países e quiseram voltar. Foi-se o tempo em que profissionais estrangeiros eram considerados mais experientes. "O mercado brasileiro é desafiador e interessante e para ser um banco global é necessário ser local", define Centola. Mas ser local no Brasil ainda quer dizer conviver com as incertezas de uma economia em transformação. Uma das grandes inquietações do momento é avaliar até que ponto o Brasil e outros emergentes sofrerão com a recaída da crise mundial que se prenuncia a partir dos problemas europeus e americanos.

"O Brasil não é uma ilha, deverá ser atingido, mas as *commodities* da cadeia alimentar dificilmente serão afetadas", prevê Bazire. "Um certo refreamento na economia brasileira pode ser positivo para diminuir flu-

VALE/DIVULGAÇÃO

EMBRAPA/DIVULGAÇÃO

ALL/DIVULGAÇÃO

EMBRAPA/DIVULGAÇÃO

Minérios, alimentos, bioenergia, infraestrutura, carros, saúde e tecnologia: investimentos prioritários

xos que não são bons". Estima-se que até 2015, os BRICs originais (Brasil, Rússia, Índia e China – a África do Sul foi incluída mais recentemente no clube) devem ser responsáveis por um terço da economia mundial. atingiram a maturidade institucional e democrática do Brasil, fato esse que pode favorecer nossa economia a longo prazo.

Os investidores estrangeiros percebem isso, e têm escolhido como gias", aponta Centola. "*Commodities* também serão atraentes e lucrativas, sempre." O executivo do UBS alerta,

CAMPAPA/DIVULGAÇÃO

ALL/DIVULGAÇÃO

GM/DIVULGAÇÃO

ACHE/DIVULGAÇÃO

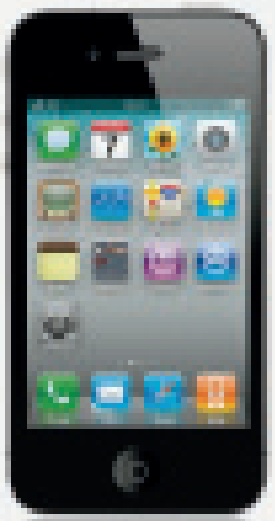
Bazire acredita que o Brasil leva uma vantagem nessa corrida. Apesar de a China crescer a taxas maiores, é preciso olhar mais longe, diz ele. Tanto ela como outros BRICs ainda não áreas mais atraentes as de infraestrutura, saúde (*healthcare*), agrícola, informática, automobilística e de tecnologia. "O Brasil foi percebido como um desenvolvedor de tecnolo- ainda, para outro motor de crescimento: o mercado interno brasileiro. "Há um mercado consumidor com potencial de compra e ávido por infraestrutura", conclui ele. ■

Claro DDD Empresas.

A partir de R$ 29,90/mês.

Sua empresa fala à vontade com qualquer Claro de sua cidade ou do país.

Contrate em Escolha Plus, aprovada sob promoção e ainda tenha os melhores smartphones.



[illegible]

[illegible] + [illegible] = "99"

[illegible] + [illegible] = "229"

[illegible]

[illegible]

[illegible]

De aprendiz a instrutor

O Brasil leva a países carentes de recursos e tecnologias suas experiências bem-sucedidas em saúde, agricultura e formação profissional

CECÍLIA PIRES

Plantação em Moçambique: com a experiência da Embrapa

Discretamente, mas com o pé no acelerador, o Brasil vem ampliando seu espaço internacional como doador de ajuda ao desenvolvimento de países pobres e emergentes — conceito um tanto impreciso, mas que engloba, entre outras coisas, a cooperação técnica e científica, a ajuda para a formação de quadros profissionais e a transferência de experiências na área social. O crescimento foi rápido: em 2003, não mais que 21 países recebiam cooperação técnica brasileira. A Agência Brasileira de Cooperação (ABC), órgão público que coordena a atividade, deu início, nesse ano, a apenas 23 novos projetos. Seis anos mais tarde, em 2009, foram 58 os países alcançados pela cooperação brasileira, e a ABC incorporou 413 novos projetos a seu portfólio.

A partir dos anos 2000, o país começou a deixar de ser principalmente receptor de ajuda e assistência técnica do mundo rico e passou a ganhar espaço na bancada dos doadores (ainda que continue recebendo ajuda em diversas áreas). Para fazer essa transição, escolheu um caminho: oferecer aos parceiros receitas "made in Brazil" para resolver problemas de desenvolvimento econômico e social, algumas das quais atraíram a atenção internacional nas últimas décadas. Cabem nesse balaio tanto as "tecnologias sociais" para a redução da pobreza — como o programa Bolsa Família, que complementa a renda de famílias muito pobres, exigindo em troca que as crianças frequentem a escola — quanto a ciência e a tecnologia aplicadas à agricultura tropical; iniciativas de saúde pública, como a prevenção e o controle da aids, e programas de formação profissional em grande escala.

INVESTIMENTOS BRASILEIROS EM COOPERAÇÃO INTERNACIONAL

Em 2005: **R$ 485,9 milhões**
Em 2009: **R$ 724,4 milhões**
Total acumulado no período: cerca de **R$ 3,2 bilhões**

(todos os valores são atualizados para 2009)
Fonte: Cooperação Brasileira para o Desenvolvimento Internacional/Ipea, 2010.

DIVULGAÇÃO JICA/ JUSIMEIRE MOURÃO

DIVULGAÇÃO EMBRAPA/JOSÉ GERALDO DI STEFANO

1

DIVULGAÇÃO EMBRAPA/JOSÉ GERALDO DI STEFANO

1

2

Dessa forma, hoje é possível encontrar pesquisadores da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) na África, trabalhando para melhorar geneticamente o algodão cultivado por pequenos agricultores no Mali, Benin, Chade e Burkina Faso; ou para adaptar às savanas do norte de Moçambique o conhecimento acumulado na exploração agrícola dos cerrados brasileiros (leia matéria na pág. 54). Da mesma forma, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) empresta seu know-how à implantação de escolas e centros tecnológicos em países de língua portuguesa e das Américas do Sul e Central. E médicos levam à África, o continente mais devastado pela aids, o bem-sucedido modelo brasileiro de prevenção e tratamento da epidemia, enquanto a Fundação Oswaldo Cruz transfere para os vizinhos de continente a organização e o funcionamento dos Bancos de Leite Humano desenvolvidos aqui (leia na pág. 50).

Em seis anos, os países que tiveram ajuda brasileira passaram de 21 a 58

"O Brasil constrói soluções para países em desenvolvimento", resume o diretor da Agência Brasileira de Cooperação, o diplomata Marco Farani (a ABC foi criada em 1987 e é vinculada ao Ministério das Relações Exteriores, o Itamaraty). "Há muito a oferecer, porque o país possui soluções e é bem recebido nos países latino-americanos e na África, onde a demanda é grande." Argumenta-se no governo que esse modelo de cooperação se distingue por uma característica fundamental para o seu sucesso: o doador, no caso o Brasil, não imporia ações de cima para baixo, ao contrário do modelo tradicional seguido por países desenvolvidos. No caso brasileiro, a maioria dos projetos surgiria de demandas que chegam a Brasília, vindas de outros governos e de organismos internacionais que buscam parcerias em áreas nas quais a expertise brasileira é reconhecida.

A demonstração disso — segue o argumento — é a procura pelos serviços da Embrapa e do Senai. Tome-se o exemplo do Peru, que há três anos modernizou sua legislação ambiental e criou um ministério específico para a área, em linha com as pressões locais e internacionais pela preservação dos recursos naturais e por uma produção mais limpa. A reforma exigiu da indústria peruana que aprendesse a produzir de acordo com as novas políticas e regulamentos. Mas como fazê-lo? A solução do problema juntou a Agência Brasileira de Cooperação, o Senai e a Agência Alemã de Cooperação Técnica (GIZ). Brasileiros e alemães, em parceria com o serviço peruano de treinamento industrial, estão construindo em Lima, a capital, um Centro de Tecnologias Ambientais para treinar engenheiros e técnicos na prevenção da poluição, recuperação de áreas degradadas e no tratamento da água e dos resíduos industriais.

Para atender à necessidade do Peru, foi mobilizada uma equipe do Senai da Bahia, que presta serviços, forma pessoal e oferece consultoria a empresas na área ambiental desde 2005. O investimento de cerca de 5 milhões de dólares faz do Centro peruano o maior projeto de cooperação trilateral em curso na

DIVULGAÇÃO/SENAI

1 No Mali: Mulheres agricultoras e plantação experimental

2 Curso do Senai na Tanzânia: com a Petrobras

América Latina, segundo o gerente executivo de Relações Internacionais do Senai, Frederico Lamego Soares. O Senai é o braço executivo dos projetos da ABC de formação profissional para a indústria, tanto os chamados trilaterais — com a participação de um terceiro país, como no caso peruano — quanto os bilaterais, que envolvem apenas o Brasil e o país receptor (outro exemplo de projeto trilateral é o do cultivo de alimentos nas savanas de Moçambique, detalhado mais adiante, do qual participa também o Japão, além do Brasil e do país receptor).

Outro exemplo de cooperação em pleno funcionamento encontra-se em Hernandárias, cidade do Paraguai próxima à fronteira brasileira, na margem do grande lago da represa de Itaipu. Lá, em sete anos, cerca de 10 mil alunos foram treinados pelo Centro de Formação e Capacitação Profissional Paraguai-Brasil em cursos profissionais de metal-mecânica, eletroeletrônica, confecção, construção civil e informática. O Centro é mantido em conjunto com o serviço de formação profissional do Paraguai. "Nossa orientação tem sido dirigir a oferta para a demanda da indústria local, para assegurar a empregabilidade dos alunos que passaram pelo Centro do Senai em Hernandárias", afirma Lamego.

Os resultados têm sido convincentes: 80% dos formados conquistaram uma vaga no mercado de trabalho, segundo o Senai. Embora o Centro tenha um gestor brasileiro, os instrutores do Senai não ensinam diretamente aos alunos locais, mas sim a instrutores paraguaios que replicam para os alunos o conhecimento recebido. O Senai já implantou seis centros semelhantes (em Angola, no Cabo Verde, na Guiné-Bissau, no Timor-Leste e na Guatemala, além do Paraguai) e planeja outros nove. Ao todo, são 30 projetos internacionais na carteira da instituição, englobando centros de formação profissional e de outra natureza (como o peruano). Até 2012, essa rede de unidades do Senai no exterior será capaz de atender cerca de 10 mil estudantes por ano.

A cooperação brasileira ainda não tem instrumentos de avaliação e monitoramento

Na ponta oposta de sua atividade, o Senai está habituado a buscar parceiros estratégicos entre os centros que oferecem a melhor tecnologia do mundo — como o Politécnico de Milão, na área de design, ou associações de produtores de laticínios da França — e a trazer esse conhecimento para a mão de obra brasileira. O mesmo modelo está sendo estendido a trabalhadores estrangeiros de multinacionais verde-amarelas, uma vez que o Senai também é demandado a acompanhar a movimentação das empresas brasileiras rumo ao exterior. "Esse é um modelo útil e bem-sucedido do qual as indústrias brasileiras sentem falta quando se internacionalizam", afirma Rafael Lucchesi, diretor-geral do Senai.

A partir dessa demanda, o Senai desenhou em 2008, por exemplo, o primeiro programa de qualificação profissional para trabalhadores da mina de carvão que a mineradora Vale começou a operar em Moatize, na província de Tete, em Moçambique. Também organizou o programa de treinamento da Petrobras Tanzânia, uma subsidiária africana da petroleira estatal, em parceria com o governo da Tanzânia e organizações locais. Nesse modelo, trabalhadores locais são formados a partir da demanda inicial de multinacionais brasileiras. A Agência Brasileira de Cooperação, entretanto, toma o cuidado de ressaltar que sua atividade não está condicionada aos interesses dessas empresas. "A cooperação técnica brasileira não visa a abrir mercado para empresas brasileiras no

BANCOS DE LEITE E PROGRAMAS CONTRA A AIDS

UM DOS melhores exemplos da cooperação brasileira no exterior é a dos Bancos de Leite Humano, instituições criadas para recolher o leite excedente de mães doadoras e distribuí-lo para hospitais que tratam de recém-nascidos de baixo peso ou com problemas de saúde. Iniciada nos anos 1990, com a transferência da tecnologia brasileira dos bancos de leite para a Venezuela, a cooperação internacional nessa área expandiu-se a partir de 2001 — ano em que, por sinal, a Organização Mundial da Saúde considerou a Rede Brasileira de Bancos de Leite Humano a iniciativa que mais contribuiu para a redução da mortalidade infantil e a promoção do aleitamento materno na década de 1990. Hoje, 23 países mantêm Bancos de Leite Humano inspirados no modelo brasileiro, a maior parte deles latino-americanos, mas também três africanos — Angola, Cabo Verde e Moçambique — e um europeu, a Espanha.

O que distingue a iniciativa brasileira de bancos de leite? Franz Novak, coordenador do Banco de Leite Humano do Instituto Fernandes Figueira, da Fiocruz, responsável pelo programa nacional, explica: em vez de fazer a distribuição pura e simples do leite recolhido, os bancos promovem e apoiam o aleitamento materno por meio da informação e educação das mães. "Além disso, no modelo brasileiro o leite humano tem sua qualidade certificada", ele ressalta.

Para Magaly Hernandez, coordenadora nacional de programa semelhante na Venezuela, os resultados são visíveis. "A cooperação técnica entre a Fiocruz e o Ministério da Saúde venezuelano recuperou o peso dos recém-nascidos prematuros", disse ela à PIB. A taxa de mortalidade infantil naquele país, que era de cerca de 23 por cada mil nascimentos, caiu para 17. Segundo Magaly — que recebeu treinamento no Instituto Fernandes Figueira —, em 2010 foram assistidas 9.555 crianças, recolhidos 1.266 litros de leite e atendidas 17.040 mães. A

DIVULGAÇÃO

Mães e bebês no Uruguai: modelo de bancos de leite

Venezuela prepara, agora, a inauguração de sua oitava unidade.

Já o Uruguai, que foi também um dos primeiros países com os quais o Brasil firmou esse tipo de cooperação, mantém hoje três unidades e tornou-se um dos modelos da rede latino-americana de bancos de leite humano, ao inovar na coleta e na distribuição. "O Uruguai conseguiu envolver o Exército na coleta do leite", explica João Aprígio Guerra Almeida, coordenador do Fernandes Figueira. "Foi pioneiro, também, em obter acordo com as companhias aéreas para o transporte do produto sem custo entre as cidades."

O Brasil também tem sido procurado para ajudar a replicar em outros países em desenvolvimento seu programa bem-sucedido de prevenção e tratamento da aids. Hoje, 23 países da América Latina, Ásia e África têm programas semelhantes estruturados por meio da cooperação brasileira. Além disso, o Brasil doa medicamentos a sete países e está construindo em Moçambique, um dos países africanos onde a doença é endêmica, uma fábrica de remédios antirretrovirais, indispensáveis no controle da doença.

"A doação desses medicamentos faz parte de uma política ampla em relação aos países em desenvolvimento, com os quais o Brasil fala de igual para igual", diz Cíntia Freitas, que coordena a cooperação internacional do Ministério da Saúde para HIV/aids. Associado à entrega do medicamento, explica Cíntia, o programa de cooperação trabalha para aproximar as instituições governamentais da sociedade civil e fomentar fatores importantes para a prevenção e o tratamento da doença, tais como a promoção dos direitos humanos, a implementação de métodos de logística e o treinamento para a armazenagem correta dos medicamentos.

INVESTIMENTO BRASILEIRO NA COOPERAÇÃO EM SAÚDE:

R$ 13,8 milhões em 2009;

R$ 2,78 milhões em 2005

Fonte: Ipea, "Cooperação Brasileira para o Desenvolvimento Internacional"

exterior", afirma o ministro Farani. "Ela nasce do sentido de responsabilidade do Brasil como membro da comunidade de países que desejam um mundo melhor, mais pacífico, com melhores condições de vida para todos."

É inegável, no entanto, que programas de ajuda externa frequentemente alavancam negócios de fornecedores de bens e serviços do país doador. O próprio Senai, em nota sobre a recente implantação do Centro de Formação Profissional de Huehuetenango, na Guatemala, informa que os equipamentos da unidade foram adquiridos de fornecedores brasileiros (depois de escolhidos em conjunto com o parceiro guatemalteco no projeto, esclarece). E ressalta que o fato poderá, a médio prazo, "contribuir para a comercialização de bens nacionais no país da América Central". Além disso, um programa de cooperação ativo e de boa visibilidade também traz dividendos políticos para seu patrocinador e pode ser instrumento eficiente da diplomacia de um país — em particular, de um país emergente que busca aumentar sua projeção mundial e reivindica uma cadeira permanente no Conselho de Segurança da Organização das Nações Unidas.

A política brasileira de cooperação vem sendo reforçada desde o fim da década de 1990, mas se intensificou na metade dos anos 2000. Ao longo do processo, seguiu os passos da política exterior do governo Lula, privilegiando os países em desenvolvimento do Hemisfério Sul (governo, aliás, criticado internamente por essa disposição prioritária de projetar politicamente o Brasil no

DIVULGAÇÃO SENAI

1

mundo). Nessa linha, os maiores receptores da ajuda brasileira são os vizinhos latino-americanos — entre eles alguns dos países mais pobres do continente, como o Haiti, a Guatemala e o Paraguai — e países africanos, com destaque para os de língua portuguesa.

Estudos internacionais registram a nova desenvoltura do Brasil nesse campo, mas veem deficiências no modelo de cooperação brasileira. Tais problemas seriam próprios de uma atividade que cresceu depressa e se tornou muito grande e complexa para as instituições encarregadas de levar os programas brasileiros para o mundo. As pesquisadoras Lidia Cabral e Julia Weinstock, do Overseas Development Institute (ODI), do Reino Unido, identificam, por exemplo, a falta de mecanismos de avaliação e monitoramento dos projetos em que o Brasil se engaja.

DORES DO CRESCIMENTO

COMO SE compara o esforço brasileiro de cooperação com o de outros países emergentes? Alguns estudos situam a ajuda brasileira em patamar semelhante ao de Brics como a China e a Índia. Outros cálculos estimam que o Brasil já se aproxima do nível de doadores tradicionais como o Canadá e a Suécia, mas ainda está abaixo da China, que adota uma abordagem diferente: prefere financiar grandes obras de infraestrutura nos países com os quais coopera. A diferença de critérios entre um país e outro torna difícil essa avaliação, no entanto.

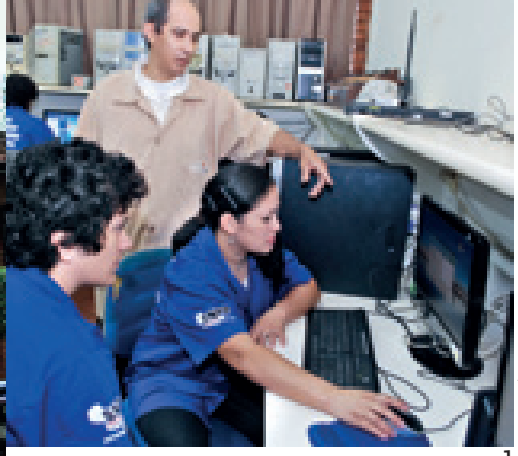
Um estudo feito pelo Ipea em colaboração com a ABC (Cooperação Brasileira para o Desenvolvimento Internacional: 2005-2009) calcula que o volume de recursos aplicados na cooperação internacional brasileira subiu de 485,9 milhões de reais em 2005 para mais de 724 milhões de reais em 2009. O total de investimentos no período soma cerca de 3,2 bilhões de reais (todos os valores são atualizados para 2009). A assistência humanitária[1] e a cooperação técnica — principais polos da cooperação brasileira do Brasil a partir de 2005 — aumentaram cinco vezes no mesmo período, passando de 36,6 milhões de reais para 184,7 milhões de reais (os números totais incluem, ainda, itens como as contribuições brasileiras para organismos internacionais).

No entanto, os recursos geridos pela ABC, que tem a tarefa de coordenar a política brasileira de cooperação, constituem a menor parte desses montantes. Para este ano, não passam de 52 milhões de reais. Trata-se de um traço da cooperação brasileira notado pelos estudiosos internacionais: ela é fragmentada por diversas entidades públicas e organizações privadas, aí incluídos, por exemplo, o Ministério da Saúde, a Embrapa e o Senai, responsáveis por casos citados nesta reportagem.

Estima-se que, para cada 1 real gasto pela ABC, cerca de 15 reais são investidos por outras instituições, apuraram os professores Alcides Costa Vaz, do Departamento de Relações Internacionais da Universidade de Brasília, e Cristina Yumie Aoki Inoue, da mesma universidade, no estudo *Emerging Donors in International Development Assistance: The Brazil Case*.

Para Marco Farani, o diretor da agência, a ABC poderia investir dez vezes mais do que seu orçamento atual. "A cooperação internacional representa a presença do país no exterior — um espaço político no

FOTOS: DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO/SENAI

1

1 Centro de Hernandárias: instrutores paraguaios e programa do Senai

2 Farani, da ABC: faltam autonomia e orçamento

Sem esses mecanismos, dizem elas em documentos de análise do programa brasileiro, é difícil estimar o impacto real da assistência prestada e avaliar se ela ajudou a suprir as carências dos receptores. Além disso, apontam a natureza fragmentada da cooperação e a falta de autonomia da ABC, que dificultam a coordenação efetiva do esforço brasileiro (leia box nesta página). Tal esforço, além disso, tem pouca repercussão interna no Brasil, embora já tenha chamado a atenção da imprensa internacional, como a revista britânica *The Economist*, que há um ano publicou matéria notando a emergência do Brasil entre os países doadores de cooperação. Essa "invisibilidade" interna torna a questão secundária no debate político, ao contrário do que ocorre em nações tradicionalmente doadoras de ajuda internacional.

Eventualmente, surgem reparos a certos aspectos políticos da cooperação brasileira — o embaixador Rubens Barbosa, ex-representante brasileiro nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha, critica, por exemplo, o perdão de dívidas que alguns países têm com o Brasil, um item do orçamento que faz parte dos gastos mais amplos em cooperação. "Não questiono a ajuda humanitária e a assistência técnica e tecnológica", disse ele à PIB. "Questiono ações que não levam em conta questões políticas; por exemplo, o perdão de dívidas de países autoritários como o Congo." Para Barbosa, não se justifica que o Brasil, uma democracia que precisa melhorar seus serviços públicos, perdoe as dívidas de países não democráticos. Mas ressalva: "De resto, o programa de cooperação é uma coisa séria — ele é um braço importante da política externa". ■

mundo", diz ele, puxando de uma comparação: o PIB da Turquia é cerca de um terço ou um quarto do PIB brasileiro, mas esse país investe em cooperação 0,6% de seu valor, enquanto a ABC aplica apenas 0,02% do PIB brasileiro. "A agência de cooperação internacional da Turquia tem 600 milhões de reais de orçamento, enquanto a nossa...", diz Farani.

Como é apenas um braço do MRE, falta autonomia à ABC. Ela não pode adquirir bens nem contratar pessoas fora do Brasil. Para fazê-lo, têm de recorrer ao Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e outras instituições internacionais. "Essa situação não é a melhor para a sétima economia do mundo", lamenta Farani. Para ele, a ajuda externa brasileira deveria se concentrar em uma agência única com pessoal fixo — os diplomatas e funcionários do Itamaraty que hoje tocam a ABC podem ser transferidos para o exterior a qualquer momento —, além de autonomia e orçamento próprios. "Agora, é arrumar a casa para atuar mais facilmente no futuro", arremata. "Temos de projetar o país no exterior pela cooperação, que é uma área com dividendos políticos muito grandes."

2

A savana vai virar cerrado

Brasileiros e japoneses repetem em Moçambique a parceria que revolucionou a agricultura no Brasil

CECÍLIA PIRES

Cento e cinquenta moçambicanos recém-treinados no Brasil pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) estão atravessando o Atlântico de volta a seu país. Lá, eles ensinarão a seus compatriotas as técnicas agrícolas que aprenderam no Centro de Estudos e Capacitação em Agricultura Tropical, em Brasília, tornando-se multiplicadores do conhecimento trazido da América do Sul. Enquanto isso, 80 cientistas e técnicos japoneses vão e voltam entre o Oriente e a África Austral, cruzando o Oceano Índico para estudar solos e cultivos na savana africana.

No meio desse redemoinho, um veterano pesquisador brasileiro anima-se: "Esse projeto pode ser a segunda independência de Moçambique", prevê Alberto Santana, o coordenador, pela Embrapa, do Projeto ProSavana JBM (de Japão, Brasil e Moçambique), a iniciativa trinacional que provoca toda essa movimentação entre continentes. O ProSavana — cujo nome oficial é Programa de Desenvolvimento Agrícola das Savanas Tropicais de Moçambique — pretende transformar num celeiro de alimentos a região do norte do país, conhecida como o Corredor de Nacala. Ela é atravessada por uma via rodoferroviária que parte do Porto de Nacala, no Índico, rumo ao oeste, e chega à cidade de Lichinga, no interior do continente.

O programa é o passaporte para garantir a segurança alimentar dos 20 milhões de habitantes da ex-colônia portuguesa — hoje um dos países mais pobres do mundo, forçado a importar da vizinha África do Sul 60% dos alimentos que consome. É também um esforço para replicar na África os resultados do Programa de Desenvolvimento dos Cerrados (Prodecer), que revolucionou a agricultura brasileira nas décadas finais do século 20 e a converteu num dos celeiros do mundo. Os pesquisadores do Prodecer estudaram e corrigiram os solos do Centro-Oeste brasileiro, até então considerados estéreis, e desenvolveram sementes adapta-

FOTOS: DIVULGAÇÃO JICA/ JUSIMEIRE MOURÃO

1

1 Lichinga, no interior de Moçambique: ponto final do corredor de produção que começa no Índico

das ao clima tropical. Conseguiram, assim, abrir os vastos cerrados do Planalto Central às culturas de exportação, principalmente de grãos como a soja, criando as bases para o desenvolvimento do agronegócio em grande escala no Brasil.

As savanas do Corredor de Nacala guardam grandes semelhanças com o cerrado brasileiro. E para completar o parentesco entre os dois projetos, só falta falar dos japoneses. A Agência de Cooperação Internacional do Japão (Jica), participante do programa moçambicano, foi a fornecedora de assistência técnica e financiamento para o Prodecer. Agora, a parceria se repete na África, com duas diferenças: a Embrapa, que lá atrás recebeu a assistência japonesa, assume desta vez o papel de coprovedora da cooperação técnica para um terceiro país; e a Agência Brasileira de Cooperação (ABC) entra como parceira da empreitada ao lado da Jica. Trata-se do exemplo mais cristalino da transformação do Brasil de receptor em doador de assistência internacional.

O ProSavana quer replicar na África a experiência da Embrapa nos cerrados

"A intenção é que este programa seja um modelo para ser implementado em outros países, como foi o caso da cooperação japonesa para o cerrado brasileiro", afirma o representante da Jica no Brasil, Satoshi Yoshida. As razões do Japão para manter e ampliar a parceria iniciada há mais de 30 anos no Prodecer decorrem da excelência alcançada pelo país na área agrícola, que, por sua vez, resulta de experiências acumuladas tanto no campo como nos laboratórios de pesquisas em agricultura tropical.

Lá em Moçambique, enquanto isso, as primeiras sementes de mandioca, sorgo, milho e feijão já começaram a ser semeadas nos campos de experimentação nas províncias de Nampula, Niassa e Zambézia. Ali, assim como nos campos do Centro-Oeste brasileiro, o início do plantio coincide com as primeiras chuvas de outubro. Foram selecionadas, inicialmente, três áreas — uma em cada província — somando 120 mil hectares. Em parte delas, os governos provinciais assentaram ex-combatentes da guerra civil moçambicana, deflagrada logo em seguida à independência de Portugal, em 1975. Outra parte poderá ser cedida para a instalação de projetos produtivos, para comunidades de agricultura familiar ou associações de produtores.

Os objetivos do ProSavana cobrem um horizonte de 20 anos. O primeiro é transferir tecnologias e reforçar as capacidades de pesquisa do Instituto de Investigação Agrária de Moçambique. Nesta etapa inicial, o investimento será de 13,48 milhões

1

de dólares, dos quais o Brasil entra com 3,67 milhões de dólares. Em sua última etapa, o programa vai desenvolver um plano diretor agrícola para a região. Será possível identificar as áreas com maior vocação para a agricultura familiar e aquelas com potencial para o agronegócio de grande escala, entre outras diretrizes técnicas e econômicas. "Um dos maiores exportadores de banana do mundo, a americana Chiquita, recebeu uma concessão de 2 mil hectares dentro da área do projeto", relata Alberto Santana, o coordenador brasileiro do ProSavana. "Um agricultor que quiser uma área em concessão não terá problema. Há muita terra para produzir."

Do outro lado da África, a 6 mil quilômetros das savanas moçambicanas, o pesquisador José Geraldo Di Stefano, também da Embrapa, ocupa-se de um cultivo crucial para a sobrevivência dos pequenos agricultores de quatro países da África subsaariana — o algodão. Di Stefano vive há pouco mais de um ano no Mali, um dos sete maiores países do continente africano, mas, mesmo assim, um dos mais pobres do mundo. O projeto que levou Di Stefano à África, da mesma forma que o ProSavana, tem o apoio da ABC e é executado pela Embrapa (sem a contraparte japonesa). Batizado de Cotton 4 (Algodão 4), seu propósito é aumentar a produtividade e a qualidade da produção dos quatro países que participam do projeto: além do Mali, os vizinhos Chade, Benin e Burkina Faso (conhecidos, no jargão da Organização Mundial do Comércio, como o grupo Cotton 4 ou C-4, por sua dependência econômica do algodão).

Pelo telefone celular, em ligação precária e entrecortada, Di Stefano disse à PIB que dez variedades de algodão da Embrapa já foram testadas e comparadas com cultivares locais. As instituições de pesquisa da própria região estão agora verificando quais são mais aptas para a produção nas condições africanas. "Tudo isso é muito novo" explica ele. "Começamos agora." O núcleo das atividades do programa é a Estação Experimental do Centro de Pesquisa Agrícola de Sotuba, em Bamako, a capital do Mali. Lá, são testadas variedades de algodão e feitas as avaliações de solos.

A Embrapa ainda oferece cursos para pesquisadores dos países do

FOTOS: DIVULGAÇÃO

A FGV AJUDA A EXPANDIR A FRONTEIRA TROPICAL

NO MAPA-MÚNDI, a extensa faixa entre os trópicos de Câncer e de Capricórnio aparece pontilhada com alfinetes vermelhos, alaranjados, azuis e verdes. Essas marcações que surgem numa apresentaçao em PowerPoint da FGV Projetos – o braço empreendedor de Fundação Getulio Vargas de São Paulo – identificam áreas do chamado Tropical Belt, o cinturão tropical, que constitui a nova fronteira agrícola do planeta. O que o mapa mostra são os países onde a FGV vem desenvolvendo, desde 2007, os estudos preliminares de um colossal programa de cultivo de alimentos e de biomassa para a produção de combustíveis.

A FGV Projetos também está encarregada de elaborar o Plano Diretor para o programa ProSavana, desenvolvido em Moçambique pela Agência Brasileira de Cooperação (ABC) em parceria com a Embrapa e a Agência de Cooperação Internacional do Japão (Jica). Mas, enquanto o ProSavana é um programa de cooperação localizado, o Tropical Belt é um projeto de exploração agroindustrial que abrange 12 países em dois continentes. Até agora, cerca de 30 oportunidades de negócios foram identificadas em países como Guatemala, El Salvador e República Dominicana, na América Central, e seguindo até o Senegal, Guiné e Angola, na costa oeste da África.

O projeto Tropical Belt surgiu a partir de acordos assinados pelo

1

1

1 Brasileiros, japoneses e moçambicanos no Corredor de Nacala: projeto trinacional

C-4 sobre o melhoramento genético da planta — passo indispensável para que os agricultores desses países, que têm no algodão sua principal fonte de renda, consigam competir em melhores condições no mercado mundial. O Brasil tem a tecnologia para isso e interesses comuns com os quatro países: há dois anos, ganhou na OMC uma ação contra os subsídios oferecidos pelo governo dos Estados Unidos aos seus produtores, que despejam no mercado mundial algodão a preços deprimidos e prejudicam os agricultores africanos e brasileiros.

Foi assim que Di Stefano foi parar em Bamako, onde deve ficar até 2012, vendo a família no máximo dois meses por ano. Na difícil ligação por celular, ele conta que estava na estação experimental, verificando a câmara fria, a sala de beneficiamento de sementes e o laboratório de criação de elementos naturais contra pragas. Di Stefano conta que os pesquisadores acabaram de iniciar a adubação dos cultivos usando um equipamento que reflete bem a criatividade de quem tem poucos recursos e precisa encontrar soluções de baixo custo, mas eficientes. Garrafas plásticas de refrigerantes com o fundo cortado e um cabo de madeira adaptado tornam-se uma espécie de funil para distribuir os adubos e as sementes no solo. "Elas homogeneizam a distribuição e, melhor ainda, diminuem o cansaço das pessoas", diz.

O projeto tem uma postura de "troca de saberes", diz ele, o que pressupõe o respeito pelo conhecimento local acumulado pelos agricultores africanos há muitos anos. "Queremos melhorar a base genética do algodão, não é uma substituição de modelo", afirma. "Usamos o que existe aqui: o trabalho da Embrapa avança passo a passo, para não expô-los a uma mudança drástica." ■

Itamaraty com os EUA, em 2007, e quatro anos mais tarde com a União Europeia, para fomentar a produção de alimentos e de bioenergia na América Latina e na África. Para levar adiante o projeto, o governo firmou acordos de cooperação técnica com vários países das duas regiões e passou a contar com o apoio de entidades como o BID, OEA, Finep e Apex-Brasil, além da Vale, uma das empresas brasileiras mais internacionalizadas.

A FGV Projetos, mais precisamente o seu núcleo "agro", coordenado pelo ex-ministro da Agricultura Roberto Rodrigues e pelo pesquisador Cleber Guarany, foi contratada para identificar oportunidades, estruturar projetos e desenvolver um fundo para financiá-los. Ajudar a atrair investimentos privados constitui um de seus principais objetivos. "Fazemos esse elo entre as agências e a iniciativa privada", diz Guarany. Ele destaca a importância de preparar o terreno para a atração do investidor. "Se existir infraestrutura, a chegada de empresários fica fácil", diz. "Caso contrário, você inviabiliza o projeto."

Da mesma forma que o ProSavana, o Tropical Belt prevê a coexistência, nas áreas do projeto, da grande agroindústria exportadora e da pequena agricultura familiar. Desde a fase inicial de estudos, os pesquisadores deverão identificar as terras mais propícias a cada tipo de empreendimento.

Entrevista
Daniela Barone Soares

O grande talento desta brasileira em Londres: ensinar as ONGs a atuar como empresas eficientes, que rendem, em vez de lucro, impacto social de alta qualidade

NELY CAIXETA

A mineira Daniela Barone Soares, de 41 anos, estava indo muito bem e ganhando bastante dinheiro no mercado financeiro em Londres quando resolveu dar uma guinada e ir trabalhar com Organizações Não Governamentais. Mas sem perder o vínculo com as origens: emprega no novo ramo, com muito sucesso, as lições que aprendeu no MBA da Harvard Business School e em passagens por instituições como o Citi, no Brasil, Goldman Sachs e o BankBoston. Há cinco anos no comando da Impetus, uma ONG inglesa empenhada em melhorar a eficiência e os resultados de outras ONGs, Daniela quase triplicou os recursos que ela arrecada, quadruplicou o número de organizações que atende e fez dela uma referência. Em 2008, integrou a Happy List, do jornal *Independent*, das 100 pessoas que fazem da Inglaterra um lugar melhor para se viver. E ainda escreve poesia e corre maratona.

Você aplica na Impetus técnicas típicas do mundo dos negócios?

Eu gosto de negócios, penso como uma pessoa de negócios, e a Impetus é gerenciada assim. A gente tem métrica, governança. A diferença é que nosso resultado é social, e não financeiro. Meu jeito de gerenciar a Impetus é totalmente focado em resultados, em eficiência, em entregar o que foi planejado. Os profissionais que trabalham na Impetus encaram nossas ONGs desse ponto de vista, empregando técnicas de gerenciamento, de monitoramento, de aferição de impacto, tudo isso. São avaliações que tornam o trabaho mais focado. Orientamos as organizações para que depois caminhem sozinhas nessa direção. Dessa forma, elas vão ficando cada vez mais eficientes.

Como é feito o trabalho?

Nós fornecemos recursos e assessoria para a implantação de planos de negócios de outras ONGs. Não para construir escolas ou coisa parecida. É dinheiro e trabalho aplicados em projetos para a organização como um todo, para desenvolver sua capacitação, sua infraestrutura organizacional, para que ela se prepare para alcançar objetivos sociais muito maiores. Ajudamos as ONGs a elaborar um plano de negócio, geralmente com duração de três a cinco anos, e depois acompanhamos a implementação de seu projeto. Por exemplo, uma das ONGs apoiadas pela Impetus trabalhava com crianças carentes, de famílias com pouca escolaridade e sem incentivo para continuarem a estudar além do segundo grau. A atuação dela era no sentido de estimular a ida para a universidade como forma de mobilidade social. Era uma estrutura bem pequena. Nosso trabalho com esta ONG foi ampliar o

Filantropia de resultado

projeto e replicá-lo em seis bairros dentro de Londres. Implementamos todos os seis projetos em três anos, beneficiando um total de 5,5 mil jovens. Agora estamos exatamente negociando sua disseminação para o país todo. É este o impacto social que nossa metodologia de planejamento produz.

São funcionários próprios ou voluntários?

Os dois. A Impetus tem uma equipe contratada que coordena o relacionamento com a ONG parceira do começo ao fim. E monitora também. Temos o que chamamos de "key performance indicators", uma espécie de contabilidade do desempenho das nossas ONGs nos três setores em que trabalhamos com elas – financeiro, operacional e social. Investimos em 23 ONGs, sendo que seis já completaram o ciclo conosco e não estão mais ativas no portfólio. E também contamos com especialistas em diversas áreas que nós, vamos dizer assim, convencemos a trabalhar conosco, a doar o mesmo serviço com que ganham a vida em seus escritórios. São, atualmente, 150 profissionais cadastrados, que fazem um trabalho consistente com as ONGs que apoiamos, além de várias empresas com as quais temos uma espécie de contrato para que doem serviços de forma significativa. São todos voluntários, gente de todas as áreas – advogados, executivos de bancos, pessoal de recursos humanos, de recrutamento. Não vamos atrás de voluntários para fazer trabalhos manuais e braçais, porque destes existem milhares. O que queremos é usar nas ONGs a expertise da pessoa, o que ela faz no dia a dia, comercialmente, para ganhar dinheiro. É esse tipo de trabalho que ela vai desenvolver, de graça, na ONG.

Fale um pouco de sua trajetória. Como você chegou à Impetus?

Bom, eu morei no Brasil até os 25 anos. Saí para fazer MBA em Harvard e fiquei nos Estados Unidos, trabalhando no mercado financeiro. Minha atividade principal, nesse período, foi na área de private equity, investindo em empresas às quais se davam assessoria e financiamento para crescer e multiplicar seu valor. Quando isso acontecia, a empresa era vendida. O que eu faço na Impetus é bem parecido.

Você já atuava em ONGs?

Faço voluntariado desde os 12 anos. Sempre fui muito engajada, sempre quis fazer a diferença. À medida que fui fazendo trabalho voluntário, fui vendo que meu conhecimento de business estava ajudando muito as ONGs das quais participava.

> **O grande problema no Brasil é que não existe um órgão que tenha credibilidade para garantir: "Esta ONG é legítima"**

E qual foi o caminho de Nova York para Londres?

A empresa de private equity me transferiu para Londres, e eu continuei trabalhando nela por mais uns três anos. Queria mudar de área, mas não sabia como. Finalmente, saí do mercado financeiro e, algum tempo depois, fui contratada pela Save the Children, uma grande ONG internacional, onde fiquei até 2008. Lá, eu tocava quatro áreas bem gerenciais. Foi quando tive certeza de que realmente poderia aplicar todo o meu conhecimento de business, de planejamento, de estratégia, de análise, para ajudar uma ONG a ter real impacto social. Da Save the Children eu vim para a Impetus.

A Impetus, então, já existia?

Já. Ela fazia a mesma coisa que faz hoje, mas era muito pequena, com basicamente quatro pessoas trabalhando nela. Fui contratada para transformar a Impetus em uma organização capaz de se firmar sozinha. Hoje somos 20 funcionários e estamos tendo sucesso. Prova disso é que acabamos de ganhar uma licitação do governo para gerenciar um fundo de 125 milhões de libras durante 15 anos, destinado a melhorar o desempenho escolar dos alunos mais desfavorecidos e desprivilegiados, em todos os sentidos, no sistema educacional.

Você acompanha a situação das ONGs no Brasil?

Muito de longe.

Como você deve saber, têm surgido casos de desvio de recursos públicos administrados por essas organizações, o que afeta a confiança no setor.

Pois é. O grande problema no Brasil é que não existe um órgão que tenha credibilidade para garantir: "Esta ONG é legítima". E como tem muita gente que usa a estrutura de ONG para fazer falcatrua, todas acabam pintadas com o mesmo pincel. Ninguém confia nas ONGs, e isso é péssimo para um país como o Brasil, que não tem tradição de doação. Vira outra desculpa para ninguém doar. Deveria existir um órgão sério que vetasse as picaretas e atestasse quando a ONG fosse legítima e atendesse a

seus propósitos. Na Inglaterra tem a Charity Comission que, bem ou mal, regulamenta o setor – 99% das organizações registradas nela são ONGs de verdade. Outro problema, que acontece, tanto no Brasil quanto aqui, é a proliferação de ONGs. Há 170 mil ONGs na Inglaterra. É um absurdo. Fui muito criticada quando disse, em uma entrevista, que nem toda ONG merece sobreviver. Acredito nisso piamente. A primeira coisa que quem começa uma ONG tem de descobrir é quem mais está fazendo isso e se ela é mesmo necessária.

Senão vira um punhado de gente duplicando, triplicando o mesmo esforço.

Exatamente. Acho que um dos papéis do órgão regulador deveria ser limitar a criação de ONGs. Qualquer um pode abrir uma ONG. Se eu disser que quero começar uma, a Charity Commission vai checar o motivo, quanto eu tenho, o que eu quero fazer. Verifica estatutos sobre o uso do dinheiro, inspeciona, fiscaliza. Isso dá legitimidade. Mas não há quem diga a quem decide abrir uma ONG para ajudar os sem-teto: "Já existem 100 dessas. Por que abrir a centésima primeira?" Também aí se aplica a lei do mercado.

Como assim?

É só comparar. Por que não existem infinitos números de cervejarias, por exemplo? Porque ninguém vai conseguir competir com as mais eficientes em marketing, preço e tudo mais. Existe certa regulamentação de mercado "natural" (entre aspas, porque não tem nada de natural) que falta ao setor social. Nada impede alguém de começar uma ONG e arrecadar um pouquinho de dinheiro, e continuar tocando aquela ONG com um pouquinho de dinheiro. Fica esse monte de coisinhas acontecendo, mas sem eficiência, sem impacto de verdade.

Existe alguma maneira de avaliar o impacto social de uma ONG?

Infelizmente, não chegamos ainda a uma metodologia que valha para todas. É muito difícil avaliar critérios na área social. Seria ótimo se existisse uma metodologia de avaliação do impacto social de uma forma mais uniforme, algo que nos permitisse comparar as organizações para decidir onde colocar dinheiro. Isso já faria naturalmente uma seleção, evitando a disseminação indiscriminada.

> **Fui muito criticada quando disse, em uma entrevista, que nem toda ONG merece sobreviver. Acredito nisso piamente**

Você já foi convidada a fazer alguma coisa no Brasil?

Já fui chamada várias vezes, mas não pude aceitar. Os convites foram ou para integrar alguma coisa que já estava funcionando, e que não achei interessante, ou para começar uma Impetus no Brasil. Sempre falei que tenho o maior interesse em apoiar alguém no Brasil que está começando, mas eu, pessoalmente, não começaria do zero de novo de jeito nenhum. É muito trabalho! Só agora consegui, aqui na Impetus, ter uma equipe, poder delegar funções. Não quero perder isso. Quero ir daí para cima.

Você tem dupla cidadania. Por que optou pela inglesa?

Ah, porque fica tudo mais fácil. Eu moro aqui. Mas fiz questão de ter certeza de que não ia perder a minha cidadania brasileira. Isso eu não queria jeito nenhum. Mas eu moro aqui e quero votar, quero ter os meus direitos de cidadã.

E você acha tempo para sua vida particular?

Incrivelmente, agora acho. É meio na marra, mas acho. Tive um almoço com os donos da Impetus para comemorar meus cinco anos na organização e falei: "Agora quero ter vida própria". Porque no começo era uma dedicação quase que exclusiva. Eu brincava com meu pai: "Trabalho como investidor no mercado financeiro e ganho salário de ONG".

Como foi correr a maratona de Atenas, no ano passado? Você conseguiu fazer todos os 40 quilômetros?

Quarenta não – quarenta e dois quilômetros e duzentos metros. Foi para comemorar os 2.500 anos da primeira maratona. Era uma iniciativa grande, de 250 corredores, para arrecadar 2,5 milhões de euros para várias ONGs. Foi isso o que me fez participar, mas na hora que vi o percurso... Atenas é uma loucura! Quando me inscrevi, não tinha noção. Cheio de morros, temperatura a 30 graus... Foi pesado, mas valeu a pena. Eu estava com a cabeça boa. Correr uma maratona é 99% cabeça. O corpo tem de ser treinado, claro, mas se a cabeça não funcionar... Porque dói tudo!

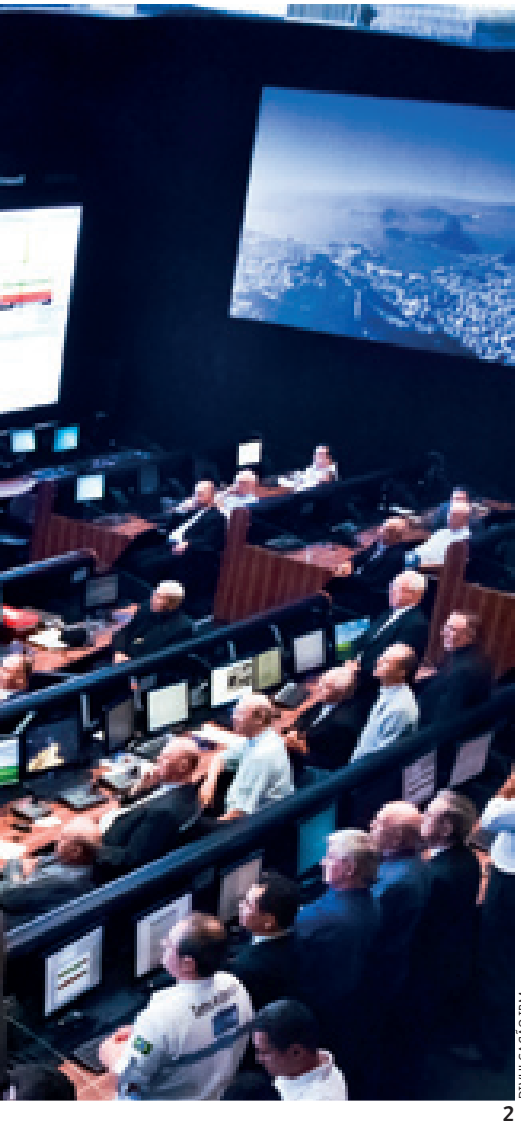
Você é uma chefe exigente?

Muito. Os meus funcionários sofrem. Mas eu sempre digo: sofrem porque contrato gente que é melhor que eu. ■

CENTRO DE OPERAÇÕES
PREFEITURA DO RIO

1 Centro de Operações: controlando eventos... **2** ...como o recente Rock in Rio

1



DIVULGAÇÃO IBM

2

BRUNO LIMA/ IMAGE.NET

Os olhos do Rio

Novo Centro de Operações da prefeitura carioca é passo na preparação da cidade para a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos

ARMANDO MENDES

Cingapura, Nova York, Tóquio e Madri eram, até 2010, as cidades mais "inteligentes" do planeta para os técnicos e cientistas da IBM, a multinacional de computadores e serviços de tecnologia da informação. Do começo do ano para cá, o Rio de Janeiro ganhou um lugar nessa lista, a partir da entrada em serviço de um centro de gerenciamento de operações públicas, desenvolvido pela IBM e pela Prefeitura do Rio, que junta e integra informações de órgãos do município e outras fontes (uma cidade inteligente, nesse sentido, usa as tecnologias da informação para melhorar o desempenho de seus serviços públicos).

"O Centro de Operações do Rio de Janeiro é considerado pela IBM o mais moderno do mundo", afirma Pedro Almeida, diretor de Cidades Inteligentes da IBM Brasil. "O 'showroom' da IBM hoje é o Centro do Rio." A ponto de a empresa ter escolhido a cidade para encerrar lá, em novembro, os festejos de seu centenário, comemorado neste ano — sem menosprezar os encantos conhecidos mundo afora. Cada metrópole tem seus próprios problemas, e o Centro de Operações do Rio foi desenhado com a ambição de permitir ao governo municipal responder a vulnerabilidades históricas da cidade — por exemplo, inundações e desabamentos de encostas provocados pelas chuvas de verão, que destroem casas e matam pessoas nos morros cariocas.

> **Para a IBM, o Centro de Operações do Rio é hoje o mais moderno do mundo**

A ideia é reunir em um só lugar os administradores de crises e situações de emergência da cidade — tais como bombeiros, policiais, Defesa Civil e serviços de trânsito, saúde, águas e energia — e dar a eles informação destrinchada e analisada para que possam tomar decisões rápidas e adequadas no caso de desastres naturais ou incidentes, como grandes congestionamentos no trânsito.

Melhor ainda: que eles possam prever acidentes naturais com alguma antecedência, de forma a prevenir a população e preparar a resposta do poder público, bem como planejar os grandes eventos que fazem a marca mundial do Rio — o réveillon de Copacabana, o Carnaval, megashows, como o Rock in Rio, e, no futuro próximo, as partidas da Copa do Mundo 2014 disputadas na cidade e os Jogos Olímpicos de 2016.

O lugar onde tudo isso começa a acontecer é um salão forrado de mapas eletrônicos e telas gigantes nas paredes, num prédio da Cidade Nova, na região central do Rio. Lá, técnicos e agentes dos 30 órgãos municipais encarregados de fazer a cidade funcionar acompanham, em tempo real, as informações coletadas pelos diversos sistemas municipais e tratadas por programas analíticos que rodam em computadores. O Centro integra tanto informações de sistemas preexistentes — por exemplo, as câmeras que vigiam o trânsito em pontos cruciais da cidade — quanto de outros criados ou adaptados para as condições do Rio. A estrela destes últimos é o PMAR (Previsão de Meteorologia de Alta Resolução), um sistema meteorológico que está em fase final de calibragem e permite, entre outras coisas, prever alagamentos com 36 horas de avanço.

O PMAR não coleta diretamente as informações do tempo. "É o que chamamos de um sistema preditivo, um sistema analítico que faz previsões", explica Pedro Almeida. Isso quer dizer que o PMAR reúne e analisa, usando modelos matemáticos,

LABORATÓRIO BRASILEIRO NA REDE GLOBAL DA IBM

O BRASIL passou a fazer parte da rede científica mundial da IBM no ano passado, quando foi criado aqui um laboratório de pesquisas da empresa — o nono do mundo (o Centro de Operações do Rio foi um dos primeiros projetos nos quais o laboratório brasileiro trabalhou). Cientistas brasileiros baseados em São Paulo e no Rio podem agora participar de projetos internacionais em parceria com colegas de outros países e também desenvolver pesquisas próprias, explica Erich Clementi, vice-presidente global de serviços da empresa.

■ O crescimento econômico do Brasil tem promovido a expansão de empresas brasileiras pelo mundo, como parte das "multinacionais emergentes". Como a IBM participa dessa expansão?

Uma das razões pelas quais a IBM tem sido bem-sucedida há 100 anos é nossa capacidade de entender o mercado, reagir e nos transformar de acordo com as necessidades dos clientes. Abrimos nosso primeiro escritório brasileiro em 1917. O Brasil tem dinâmicas de negócios interessantes: estabilidade econômica, maturidade do mercado consumidor doméstico e abundância de recursos naturais. Vemos espaço para a adoção de tecnologias para que cidades e empresas brasileiras trabalhem de maneira mais inteligente.

■ A IBM criou um Laboratório de Pesquisas no Brasil. Que tipo de pesquisas ele fará para responder às demandas brasileiras?

Este é o primeiro laboratório de pesquisas da IBM no Hemisfério Sul. Sua equipe foca quatro áreas: a descoberta, exploração e logística de recursos naturais; dispositivos inteligentes na área de semicondutores; inovação com ênfase em even-

DIVULGAÇÃO IBM

1

1 Almeida: previsão de acertos de 70% a 80%

2. Clementi: oportunidades únicas no Brasil

dados de todas as fontes disponíveis para a previsão do tempo. Aí entram dados do CPTEC (ligado ao Ministério da Ciência e Tecnologia) e do Ministério da Agricultura; do radar meteorológico da Prefeitura; de satélites da Nasa e de outras organizações; além do histórico de chuvas, o mapeamento geológico e topográfico da cidade, a tábua das marés e o regime de ventos. Tudo mastigado e analisado, as previsões do PMAR, segundo a IBM, terão estimativa de acerto de 70% a 80%, considerada boa nessa área. "Nosso sistema integra todas as informações, tanto que tem muito mais chance de acertar", diz Almeida.

Se as previsões indicarem risco de alagamentos e desmoronamentos, serão acionados, por celular, agentes comunitários treinados para alertar a população afetada e tomar as providências necessárias — em casos extremos, moradores de uma área de risco podem até ser retirados de suas casas. Almeida reconhece que o aparato tecnológico do Centro é apenas parte da solução. É preciso preparar servidores e a própria população, por meio de treinamentos e simulações, para responder aos alertas. "Você gasta, no mínimo, mais seis meses a um ano nesse aculturamento", estima ele. "É isso o que fizemos e continuamos fazendo."

Sistemas desse tipo podem ser replicados e adaptados para controlar o trânsito, por exemplo; ou melhorar a segurança, como em Nova York, onde dados dos arquivos da Polícia são continuamente atualizados e analisados para oferecer aos policiais informação em tempo real (o sistema nova-iorquino chama-se Real Time Crime Center). "O que estamos fazendo com clientes como o Centro de Operações do Rio de Janeiro pode certamente ser escalado para outros mercados", diz Erich Clementi, o vice-presidente sênior global de serviços da IBM, que esteve recentemente em São Paulo (*leia entrevista nesta página*). Almeida acrescenta que as cidades-sede dos jogos da Copa do Mundo de 2014 são candidatas naturais a receber projetos semelhantes. ■

tos de grande escala, como a Copa do Mundo 2014 e as Olimpíadas de 2016; e serviços dirigidos à compreensão, modelagem e simulação de sistemas que buscam aperfeiçoar a qualidade, a eficiência e a produtividade. O sistema de previsão PMAR, desenvolvido para o Centro de Operações do Rio de Janeiro, já é uma conquista importante atingida pelo laboratório brasileiro (*leia o texto principal*).

■ **O Brasil foi o terceiro grande país emergente a receber um laboratório de pesquisas da IBM, depois da China e da Índia (12 anos depois da Índia, de fato). Por que demorou tanto?**

Não posso falar pelos meus colegas da área de pesquisa que tomam as decisões de investimento. Mas posso dizer que o laboratório brasileiro está integrado à organização global de pesquisa e desenvolvimento da IBM para promover a investigação científica sobre alguns dos grandes desafios do planeta. A abundância de recursos naturais e de talento técnico do Brasil oferece oportunidades únicas. Combinada com a economia estável, apoio governamental à inovação e desenvolvimento robusto, isso criou um forte argumento em favor desse investimento.

DIVULGAÇÃO IBM/MARIO BOCK

2

1 Adorno, da FlexDeck: parceiros pela internet...

2 ...para exportar deques de madeira para piscinas

1

No mundo com a rede

Pequenas e médias empresas exploram o mercado externo com o apoio de ferramentas como o Alibaba.com e o PayPal

ANTONIO CARLOS SANTOMAURO

Como se tornar conhecido no mercado mundial? Como encontrar parceiros internacionais confiáveis entre a infinidade de candidatos potenciais nos países-alvo? Perguntas como essas afligem os dirigentes de qualquer empresa que pretenda exportar ou explorar outras formas de internacionalização. Para pequenos e médios empresários, que não dispõem dos recursos humanos e financeiros nem do acesso à informação presentes nas grandes empresas, essas dificuldades costumam ser ainda mais prementes. A situação, porém, está mudando. Empresas brasileiras de menor porte têm encontrado um firme aliado na internet, essa grande encurtadora de distâncias e provedora de informações. Exemplos disso são a 100% Amazônia, de Belém do Pará, exportadora de produtos amazônicos, e a Masterink, fabricante paranaense de equipamentos para recarga de cartuchos de impressoras.

Só 2% das pequenas empresas brasileiras conseguem exportar

A rede global veio ajudar a suprir algumas das carências que limitavam o acesso dessas marcas ao mercado externo, colocando à sua disposição ferramentas de comércio direto e pagamento facilitado, serviços desenvolvidos no próprio turbilhão de inovação tecnológica deslanchado pela internet. Duas ferramentas cada vez mais populares são a plataforma de comércio eletrônico b2b (business to business) Alibaba.com, de origem chinesa, e o sistema de pagamentos eletrônicos norte-americano PayPal. Presente no Brasil há cerca de um ano e meio, o Alibaba.com aqui se instalou justamente de olho nas pequenas e médias empresas. "No Brasil, nosso principal desafio é estimular a cultura da exportação nas empresas menores", destaca Diego Espindola de Magalhães, diretor de vendas da Luda Trade, representante oficial do site no Brasil. "Apenas 2% das pequenas empresas brasileiras vendem para o exterior. Em países como China e Índia, esse índice é muito maior."

O Alibaba.com é um site de transações entre empresas (e não entre consumidores finais e empresas). Por meio dele, as firmas podem encontrar fornecedores, parceiros e compradores no mundo inteiro. Já

DIVULGAÇÃO

2

o PayPal é uma espécie de central de pagamentos de alcance mundial, que centraliza e avaliza para vendedores e compradores de produtos e serviços as informações referentes aos pagamentos — tanto no caso de grandes operações quanto para quem nem sequer possui um site. É usado não apenas por empresas, mas também por profissionais — tradutores, por exemplo — que atendem clientes de outros países. "Oferecemos segurança e simplicidade ao comércio eletrônico", afirma Mario Mello, presidente da operação brasileira da empresa. "Isso é muito importante para esse gênero de transações — pesquisas mostram que 18% dos norte-americanos só compram online porque há o PayPal." (Mais sobre o Alibaba.com e o PayPal na página seguinte.)

O alcance global de serviços como esses é seu principal atrativo para os exportadores pequenos. Desde sua fábrica em Maringá, a Masterink fornece equipamentos de recarga de cartuchos de impressoras para mais de 20 países, entre eles Portugal, Espanha, Itália, França, Índia e Egito. Parte significativa dos clientes desses países chegou à empresa por intermédio do portal de comércio eletrônico. Em quase um ano de uso pleno do portal, as exportações subiram de cerca de 10% para 30% do faturamento, compara Marcelle Lima, analista de comércio exterior da empresa. "Recebo, diariamente, algo entre dez e 15 consultas por meio desse portal", diz ela.

"A internet oferece aos empresários armas para competir globalmente

Já o sistema PayPal é responsável por parte significativa dos pagamentos feitos pelos compradores

DIVULGAÇÃO/FERNANDA STEFANI

1

do mouse ortopédico OrthoMouse, criado pelo médico Julio Segalle, de São Paulo. Ao tratar das mãos de pacientes, Segalle identificou uma causa comum de problemas: o uso intenso e repetitivo dos mouses de computador. Desenvolveu, então, um tipo de mouse ortopédico com o objetivo de prevenir lesões. Há pouco mais de três anos, montou a empresa Orthovia, que hoje comercializa o OrthoMouse no Brasil e em mais 40 países, entre eles EUA, Canadá, Venezuela e Japão, além de nações europeias e do Oriente Médio. No exterior, as diversas versões do equipamento são vendidas por preços que variam entre 100 e 150 dólares. São mais de 2 mil mouses vendidos por mês, dos quais 80% vão para fora do Brasil.

PARA VENDER E RECEBER

CRIADO EM Hong Kong há cerca de 12 anos, o Alibaba (www.alibaba.com) ganhou posição de liderança no segmento das operações online b2b destinadas a aproximar empresas pequenas e médias. Num campo geralmente dominado pelos mitificados empreendedores norte-americanos do Vale do Silício, a exceção chinesa parece ressaltar a enorme importância das empresas médias e pequenas na economia e na atividade exportadora da Ásia. Afinal, nesse mesmo continente surgiram alguns de seus principais concorrentes, como o EC21 e a Global Sources. Mas foi o Alibaba.com que tornou seu fundador, Jack Ma, um milionário símbolo do novo empreendedor da internet, especialmente na vertente asiática da rede.

No ano passado, o grupo de acionistas ganhou o reforço do bilionário investidor George Soros. Há cerca de um ano e meio, o Alibaba estabeleceu presença direta no Brasil por meio de parceria com a consultoria de comércio internacional Luda Trade. Em todo o mundo, o portal tem hoje cerca de 15 milhões de empresas cadastradas. No Brasil, a quantidade de firmas arregimentadas pelo portal já chega a 300 mil, segundo o diretor de vendas da Luda Trade, Diego Espindola de Magalhães. Esses números incluem clientes dos dois tipos de cadastros aceitos pelo Alibaba.com: os gratuitos e os pagantes. Estes — denominados *gold suppliers* — ganham a vantagem de ter seus dados validados pelo portal, tornando-se mais confiáveis perante potenciais clientes com os quais provavelmente terão contato apenas via web.

No início deste ano, denúncias de fraudes nessa certificação — restritas à China — motivaram a renúncia de seu CEO. A empresa garantiu reembolso aos clientes possivelmente prejudicados. No Brasil, para tornar-se *gold supplier* do Alibaba é necessário investir 12 mil reais por ano. Segundo Magalhães, o índice médio de visitas às páginas dos usuários brasileiros pagantes é de 1,5 mil por semana, que geram uma média de 40 a 50 consultas semanais. Magalhães afirma que a Luda Trade agrega ao pacote comercial de adesão a seus serviços ações de qualificação para exportação, além do suporte necessário ao uso da plataforma.

1 Fernanda e Joziane: produtos da Amazônia para o mundo

2 Jack Ma: ícone da internet na Ásia

Distribuidores internacionais de porte maior pagam as faturas via meios bancários convencionais, como as transferências eletrônicas. Mas distribuidores menores e consumidores finais preferem usar o PayPal, cujas comissões variam entre 5,4% e 7% do valor das transações. "É um custo significativo, mas gera retorno", avalia Segalle. "Esse sistema tem presença em todo o mundo, e muitas pessoas sentem-se mais seguras quando podem se valer dele para informar os dados de seus cartões de crédito." No ano passado, ele recebeu o prêmio Inovação, concedido pela Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) e empregou os recursos extras para lançar dois novos produtos: as versões a laser e sem fio de seu mouse ortopédico.

No caso da 100% Amazônia, a empresa de Belém que exporta produtos amazônicos — como açaí, cupuaçu e biojoias — para países europeus e asiáticos, os Estados Unidos e o Canadá, o apoio na internet vem simultaneamente do Alibaba.com e do PayPal. Vale-se deste último basicamente para receber os valores do frete pelo envio de amostras, remetidas gratuitamente. Já o pagamento pelas exportações, em geral, é feito via transferências bancárias. "As taxas cobradas pelo PayPal são elevadas para quem, como no nosso caso, vende insumos para outras indústrias", afirma Fernanda Carvalho Stefani, sócia-diretora da 100% Amazônia. "Superam até nossa margem de lucro, de aproximadamente 3%." A seu ver, o PayPal é mais adequado para quem vende diretamente aos consumidores finais e, assim, "obtém margens maiores". Já o Alibaba.com, além de gerar novos negócios em mercados nos quais a empresa já estava presente, abriu-lhe as fronteiras de países como a Eslováquia, a Malásia e o Vietnã. "Atuamos hoje basicamente no mercado externo", diz Fernanda. "Semanalmente, recebo cerca de dez consultas via Alibaba.com — inclusive do Brasil."

A ressalva que a empresária faz às taxas cobradas nas operações de faturamento reforça as observações de Paulo Cesar Alvim, gerente de acessos a mercados e serviços fi-

Criado nos Estados Unidos há cerca de dez anos, o PayPal (www.paypal.com) busca oferecer um ambiente seguro aos pagamentos das transações realizadas via internet. Em sua plataforma, cadastram-se tanto vendedores quanto compradores. Estes últimos, quando cadastrados, não precisarão informar seus dados de crédito nos sites dos vendedores também assinantes do serviço. Assim, eliminam o risco de revelar esses dados a sites desconhecidos, nos quais desejam fazer compras. O PayPal oferece garantias às duas partes: "Se um comprador não receber em 45 dias um bem pago por meio de nossa plataforma, nós o ressarciremos", explica Mario Mello, presidente da operação brasileira da empresa. "E se a entrega do bem adquirido for realizada em um endereço físico por uma das empresas com as quais temos acordo — Correios, FedEX, UPS, DHL, Direct Transport e Total Express — o vendedor será ressarcido, caso não receba do cliente".

De acordo com Mello, o PayPal tem hoje cerca de 100 milhões de usuários ativos em todo o mundo. No Brasil — onde a empresa atua oficialmente desde abril último — já existem 2,7 milhões de usuários, entre os quais cerca de 30 mil empresas que aceitam esse sistema para o pagamento de seus produtos e serviços.

TERRY CHAN

2

nanceiros do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Ele recomenda analisar muito bem a correlação entre custos e benefícios particulares de cada empresa, para avaliar a conveniência do uso das alternativas de relacionamento digital. Mas ressalta que plataformas como essas podem ajudar a inserção de empresas pequenas no comércio internacional. "Elas dão visibilidade à produção e reduzem custos — de marketing e viagens, por exemplo — que as empresas não teriam como bancar", diz.

Um exemplo disso é a FlexDeck, produtora de deques de madeira para piscinas com sede no Distritio Federal. O Alibaba.com foi útil na hora de buscar um parceiro internacional, com o qual iniciará, no próximo ano, a comercialização de seus produtos no Oriente Médio. Por meio da mesma plataforma, a empresa já contatou outros possíveis parceiros em países como Austrália, Alemanha, França, México, República Dominicana, Paquistão, Japão e Eslovênia. "Estamos, atualmente, em fases diferentes de relacionamento com esses possíveis parceiros, desde a negociação até a elaboração de materiais de marketing nos idiomas locais", conta Renaud Adorno, sócio-administrador da empresa. A FlexDeck tem, atualmente, cerca de 30 funcionários e já exporta para os Estados Unidos, de onde retira cerca de 40% de seu faturamento, cujo valor não revela. "Pretendemos elevar essa participação do mercado externo para 70%", acrescenta Adorno.

Para Alvim, do Sebrae, não basta uma empresa menor valer-se dos serviços dessas plataformas digitais para se inserir no comércio internacional: ela deve estar preparada para atender às múltiplas exigências desse mercado. É fundamental, por exemplo, oferecer produtos adequados às expectativas do cliente lá fora e possuir qualificação em áreas como legislação, logística e pós-venda. Para adquirir essa qualificação, ele recomenda instituições como o próprio Sebrae e a ApexBrasil, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos. Para Fernanda, da 100% Amazônia, quem deseja realizar negócios via web precisa assegurar uma "boa reputação online". Um bom caminho para isso é filiar-se ao sistema da fornecedora internacional de informações sobre crédito Dun & Bradstreet, à qual sua empresa é associada. Adorno, da FlexDeck, lembra, ainda, que outras ferramentas digitais são capazes de ampliar os negócios internacionais de pequenas empresas. "O Google Adwords (o sistema de busca por palavras e links patrocinados do Google), por exemplo, funciona no mundo inteiro", diz ele. ■

ARQUIVO PESSOAL

1

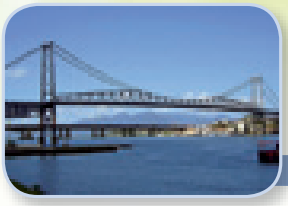
ORTHOMOUSE/DIVULGAÇÃO

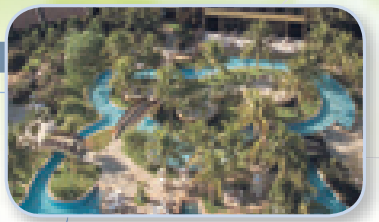
2

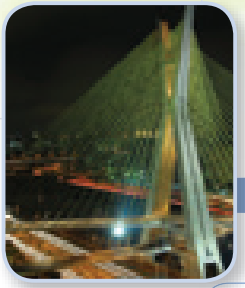
1 Segalle: mouse ortopédico para 40 países

2 Marcelle, da Masterink: triplicando exportações

Blue Tree Hotels & Resorts
Aqui você é especial em todos os sentidos


FLORIANÓPOLIS

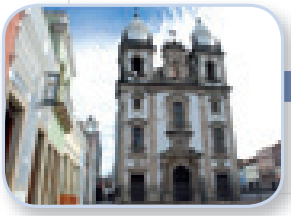

LINS


SÃO PAULO

MANAUS

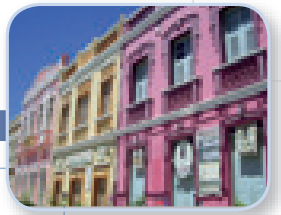
PORTO ALEGRE

JOINVILLE


RECIFE

CAXIAS DO SUL

CURITIBA


FORTALEZA

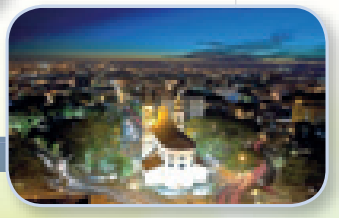
LONDRINA

MACAÉ

SANTIAGO - CHILE

GOIÂNIA

BELO HORIZONTE


TERESINA

BLUE TREE HOTELS
CHIEKO AOKI MANAGEMENT COMPANY

CENTRAL DE RESERVAS BLUE TREE HOTELS • São Paulo: **(11) 3018 1848** • Fax: **(11) 2185 2501**
Demais localidades: **0300 150 5000 reservas@bluetree.com.br**

FLANDERS INVESTMENT & TRADE/DIVULGAÇÃO

1

A porta flamenga

Empresas brasileiras escolhem Flandres, no norte da Bélgica, como entrada para seus produtos no mercado europeu

ANDRESSA ROVANI

Há quase dois anos, a Biorigin, empresa de biotecnologia especializada no desenvolvimento de ingredientes para alimentação humana e nutrição animal, decidiu abrir uma subsidiária na cidade de Antuérpia - um dos mais importantes portos europeus, encravado na região de Flandres, na Bélgica. Com sede em Lençóis Paulista (SP), a empresa brasileira é especializada na elaboração de produtos com base no extrato de levedura, que simulam o sabor salgado e permitem reduzir a adição de sal aos alimentos. "Como o mercado europeu sempre foi muito importante para nós, decidimos abrir um escritório com área de armazenagem lá para diminuir o tempo de entrega dos produtos", diz o diretor da Biorigin, Mário Steinmetz.

Com um pé lá, a Biorigin pretende anular uma vantagem dos concorrentes europeus, que conseguiam entregar mais rapidamente seus produtos para os vizinhos de continente, e ganhar clientes antes inacessíveis. "Para o grande comprador, não importa de onde vem o produto, mas se há estoque local para atendê-lo", diz Steinmetz. O resultado já compensa: desde que abriu o escritório em Flandres, as vendas da Biorigin para o mercado europeu cresceram 30%. A empresa agora planeja começar a enviar também os itens produzidos por sua unidade em Louisville, nos Estados Unidos, diretamente para a Europa.

Assim como a Biorigin, outras empresas exportadoras brasileiras buscam manter centros de distribuição em portos estrategicamente situados. Grupos como JBS, Zilor, Votorantim, CBL e Fisher fazem uso da rede intermodal de transportes que parte de Antuérpia para distribuir seus produtos no mercado europeu. A escolha não é aleatória. A região de Flandres - que corresponde ao pedaço de língua flamenga da Bélgi-

1 Porto de Antuérpia: o segundo maior da Europa

2 Suco de laranja concentrado: perto do mercado

ca (uma variante do holandês) - é o centro de uma cadeia logística que atinge, num raio de 600 quilômetros, 60% do poder de compra de toda a Europa, e quer atrair mais empresas brasileiras, competindo com outros grandes portos, como Hamburgo, na Alemanha, e Roterdã, na Holanda. Para atingir essa meta, vem reforçando a presença no Brasil da Flanders Investment & Trade (FIT), sua agência de investimentos, que trabalha em duas mãos: tanto pode auxiliar empresários flamengos na busca e consolidação de negócios no Brasil, como empresas brasileiras interessadas em marcar presença na Europa.

A localização e a facilidade de acesso aos compradores pesaram na decisão da Biorigin por Flandres, afirma Steinmetz. Mas foi a infraestrutura para receber que definiu o jogo. Por infraestrutura, compreenda-se os quatro portos da região, a começar por Antuérpia, o segundo maior da Europa (atrás de Roterdã). Outro porto da região, Ghent, é especializado em minérios e suco de laranja e tem no Brasil seu principal parceiro comercial, com 12% de toda a movimentação (há, ainda, Ostende e Zeebrugge). A importância da cadeia logística se reflete no peso da região no comércio exterior da Bélgica. Hoje, mais de 80% das exportações e importações registradas pelo país passam por lá. Há centenas de anos, esse entreposto já tinha papel fundamental no desenvolvimento do comércio europeu. Banhada pelo Mar do Norte, Flandres foi a origem de uma rota comercial que se estendia até o norte da Itália, passando pela França e formando um dos principais eixos econômicos europeus. A troca de mercadorias e a venda de tecidos de lã, beneficiados da matéria-prima vinda da Inglaterra, enriqueceram Flandres e fizeram dela uma das regiões mais urbanizadas da Europa, cravando o espírito mercantil em seu perfil econômico desde então.

Hoje, os produtos que os portos flamengos mais recebem são minérios, veículos e farmacêuticos. Numa confirmação da vocação de entreposto da região, um em cada três dos produtos que passam por ela tem como destino a Alemanha ou a França. No sentido do Brasil para Flandres, 25% do que é exportado são minérios (como carvão, minério de ferro e caulim, utilizado na confecção de papéis de alta qualidade de impressão), e 20% produtos alimentícios, segundo dados de 2008. Entre os alimentos, o suco de laranja predomina. A Citrovita, do Grupo Votorantim - terceira maior exportadora brasileira do produto, com sede em Catanduva (SP) - possui, desde 1993, um terminal de distribuição de suco de laranja concentrado no porto de Antuérpia com capacidade para armazenar 33,2 mil toneladas do produto. Hoje, cerca de 70% de todo o volume de exportação da empresa passa pelo porto belga. Para a Citrovita, a qualidade dos portos flamengos foi decisiva na escolha do local para o terminal europeu da empresa. "Além de equipamentos modernos, o calado (profundidade) e as condições das vias de acesso atendem às necessidades logísticas da companhia", diz Fábio Madeira da Silva, gerente de logística da empresa. "A opção por Antuérpia também levou em consideração a localização geográfica do porto, próximo dos principais centros consumidores", conclui ele. ■

Quase 70% do suco de laranja exportado pela Citrovita passa por Antuérpia

2

DIVULGAÇÃO/ CITROVITA

HOTÉIS...

Room with a view

DIÁRIAS DE VIAGEM andam curtas, mas, se você for o dono da sua empresa, talvez queira causar boa impressão a seus interlocutores em Londres já pelo endereço onde se hospeda. O investimento começa em 495 libras por dia e garante o mais básico – digamos assim – dos 45 apartamentos e suítes do recém-inaugurado 45 Park Lane, em Mayfair. No mais novo hotel do grupo Dorchester Collection tudo é espetacular, a começar pela vista para o Hyde Park (de todos os apartamentos). O arquiteto e designer de Nova York Thierry Despont recebeu a missão de dar ao novo e compacto hotel um ar de residência patrícia – o que ele fez adotando um estilo art déco repaginado, abusando de cores claras e materiais refinados. O hotel hospeda uma coleção permanente de artistas ingleses e a cozinha é comandada por Wolfgang Puck, criador do Spago, a trattoria eternamente cool de Beverly Hills. O café da manhã, como sempre em Londres, não está incluído, e custa 30 libras a mais. ***(www.45parklane.com)***

AVIAÇÃO...

Os mimos estão de volta

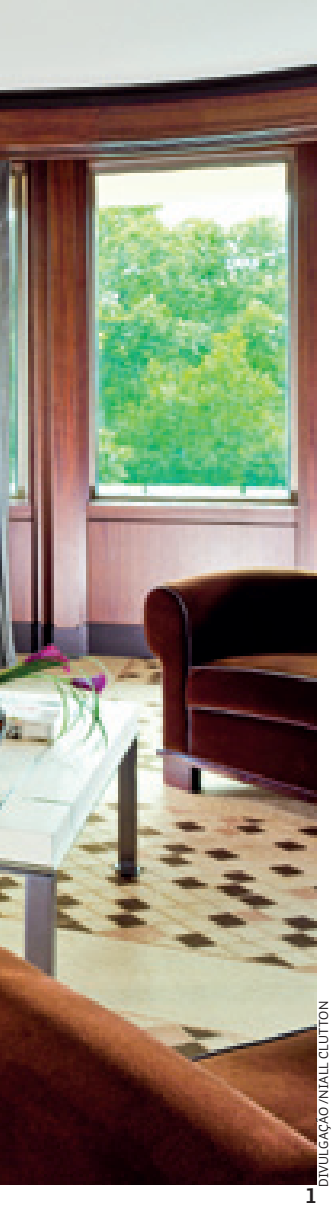
A AMERICAN AIRLINES é a primeira empresa americana a anunciar a volta do serviço de gadgets de luxo para os passageiros da primeira classe, uma remota lembrança dos tempos da extinta PanAm e dos anos glamorosos da aviação. A novidade estreia na rota Londres–Nova York, mas logo estará em todos os voos intercontinentais da companhia, inclusive no Brasil. Além das poltronas que se transformam em camas perfeitamente horizontais, o serviço inclui pijamas, pantufas, edredons de seda, travesseiros de plumas, nécessaire de toilette com produtos premium e outros mimos. As companhias aéreas orientais fizeram escola.

GASTRONOMIA...

Trattorias genuínas

A CENA GASTRONÔMICA italiana em São Paulo está entrando numa terceira fase, depois das envelhecidas (e copiosas) cantinas da Bela Vista e dos templos gastronômicos de alto luxo, como Vecchio Torino e Fasano. É a vez das trattorias comandadas por chefs italianos da gema (ou quase), com sabores e técnicas mais próximos da cozinha peninsular genuína e contemporânea. Três deles:

■ **NA OSTERIA** del Pettirosso, Marco Renzetti oferece pratos de sua Roma natal, como a porchetta fatiada (leitão assado) e os célebres tonnarelli (espécie de espaguete com seção quadrada, em vez de cilíndrica), feitos em casa e servidos com molho de guanciale (bacon fresco), queijo pecorino e pimenta vermelha.
(www.pettirosso.com.br [4])



DIVULGAÇÃO /NIALL CLUTTON

1

DIVULGAÇÃO

2

1 Suíte com vista no 45 Park Lane

2 Sala vip para todos: Los Angeles

3 São Paulo: a hora de Picchi e outras boas trattorias

AEROPORTOS...

Seja vip você também

TÃO BOM QUANTO voar na classe executiva (ou na primeira...) é o acesso às salas vip das companhias aéreas – oásis de sossego nos aeroportos. Um novo negócio fincou raízes nos Estados Unidos e permite que mesmo passageiros na classe econômica tenham acesso a lounges privilegiados independentes das linhas aéreas – basta pagar. A Airspace Lounge **(www.airspacelounge.com)** abriu seu primeiro no aeroporto de Baltimore–Washington e anuncia mais 75 ao redor do mundo. O acesso custa de 17,50 a 45 dólares. Na ala internacional do aeroporto de Los Angeles (LAX), o ReLAX Lounge **(www.relaxloungelax.com)** cobra de 15 dólares por uma hora a 50 pelo dia inteiro e aceita quem está apenas esperando viajantes. E The Lounge, no Terminal 4 do aeroporto Kennedy de Nova York **(www.theloungeJFK.com)**, cobra 40 dólares por quatro horas. Dá para tirar uma soneca.

■ **NO MARINA** di Vietri, o salernitano Vincenzo Vitale serve uma das glórias de sua terra, o espaguete ao vôngole, prato que é a assinatura da casa juntamente com as costeletas de cordeiro **(www.marinadivietri.com.br [5])**.

■ **PIER PAOLO** Picchi nasceu em São Paulo, mas tem DNA italiano e oito anos de aprendizado "in loco", cozinhando com chefs estrelados, como Gianfranco Vissani, na Umbria, e em restaurantes importantes, como o Balzi Rossi, na Ligúria. O cardápio do restaurante, que leva seu nome de família, reflete o rico mosaico peninsular, de olho no público que aprecia também a elegância despojada da casa **(www.picchi.com.br)**.

DIVULGAÇÃO /MAURO HOLANDA

3

1

MRALLEN | DREAMSTIME.COM

MAPA DA MINA

Passagem para a Índia

A EXECUTIVE TRAVEL Magazine, americana, ouviu cinco altos executivos estrangeiros que trabalham na Índia e colheu deles dicas preciosas para quem quer fazer negócios no sócio do Brasil no clube BRICs. Pontos fracos do país: burocracia pesada, corrupção difusa, fortes diferenças culturais. Pontos fortes: taxas de crecimento dignas da China, uso generalizado do inglês, força de trabalho jovem, barata e bastante qualificada. Algumas dicas:

■ **O CONTATO** pessoal é valorizado; aceite dirigir duas horas no trânsito caótico para resolver um assunto que no Ocidente seria resolvido por e-mail.

■ **GASTE TEMPO** e dinheiro (consultorias...) para entender o cipoal regulatório, fiscal e legislativo.

■ **VALE O** que está escrito nos contratos, portanto ponha tudo o que for importante por escrito.

■ **NETWORKING DE** pessoas, empresas e associações é tudo.

■ **"SIM, SENHOR"** pode ser apenas uma resposta polida num país onde um "não, senhor" é considerado rude. Trabalhe sempre com a hipótese de que o deadline poderá não ser cumprido.

■ **PROCURE APRENDER** o jeito local de falar inglês. Exemplo: os indianos abreviam o nome dos meses e dizem "Feb" em vez de "February".

■ **A FAMOSA** diversidade da Índia pode ser exemplificada nos quatro metrôs do país – Nova Délhi, Bombaim, Chennai e Calcutá – todos bem diferentes um do outro.

SOBREVIVÊNCIA

Salve-se quem souber

O ÍNDICE DE sobrevivência em acidentes aéreos aumentou muito desde o início da era do jato, e poderia ser ainda maior se os passageiros realmente soubessem o que fazer em casos de emergência. Quando o Airbus 320 da US Airways pousou no meio do Rio Hudson, em Nova York, em 2009, só dez dos 150 passageiros se lembraram de pegar os coletes salva-vidas antes de sair do avião (todos sobreviveram). Uma reportagem do *The Wall Street Journal* mostra que os passageiros que reagem primeiro são os que se salvam (incríveis 6% têm problemas para abrir o cinto de segurança). A British Airways tem um programa de treinamento de um dia para executivos da British Petroleum e vai abri-lo em 2012 para os demais interessados (custa 210 dólares). Veja a reportagem e o vídeo no link **http://online.wsj.com/article/SB10001424052970204138204576598773620831448.htm**

1 Índia: conheça o caminho das pedras

2 Balões na Capadócia: turismo ferve na Turquia

3 A380 no Brasil: em princípio, sim. Mas...

NUNCA ANTES

A Turquia está bombando

A INSTABILIDADE POLÍTICA no Oriente Médio não afeta o turismo na Turquia, que bate recordes graças às boas relações do país com os vizinhos, uma moeda depreciada e atrações para todos os gostos. Os hotéis de Istambul têm o mais alto índice de ocupação da Europa em 2011, os resorts tiveram de rejeitar hóspedes neste verão, e até os centros de convenções já estão com a agenda cheia para 2012.

ISTOCK

2

INFRAESTRUTURA

AIRBUS S.A.S. 2005 – PHOTO BY EXM COMPANY/H. GOUSSÉ

3

O gigante vem aí (um dia...)

A EMPRESA EMIRATES obteve a licença prévia da Anac para voar para o Brasil (Dubai–São Paulo) com o Airbus A380, o maior jato do mundo, com dois andares, mas o primeiro voo vai demorar. Guarulhos terá de adaptar sua modesta infraestrutura para acolher o gigante, e o mesmo precisa acontecer em outros aeroportos que possam ser usados como alternativa. Johannesburgo, na África do Sul, recebe os A 380 da Air France desde o ano passado.

Punta del Este e Montevidéu

Danilo Andrade Maia

O advogado gaúcho Danilo Andrade Maia é frequentador, há 20 anos, de Punta del Este, no Uruguai, a charmosa cidade de veraneio a uma hora e meia de carro da capital Montevidéu. Em Punta, como a chamam os íntimos, as águas do Atlântico encontram-se com as do Rio da Prata, que banha tanto o Uruguai como a vizinha Argentina (Buenos Aires fica a 40 minutos de voo, o que explica a invasão de argentinos em janeiro e fevereiro). Fundada há menos de 200 anos, quando porteños das duas margens do rio importavam modas e costumes da Europa, ela, ainda hoje — diz Danilo —, é a Punta dos cafés ao ar livre, das confeitarias, dos "cortados" (café expresso com leite), dos trapiches de madeira sobre o mar, da ausência de grades, dos jardins magníficos, das praias e ruas limpas, dos dias quentes e noites frias, das lojas sofisticadas, da arquitetura despojada e de bom gosto, dos restaurantes e do tradicional hotel e cassino Conrad. Mas não só para o lazer serve tudo isso — é também lá que executivos e empresários sul-americanos gostam de levar convidados do mundo todo para discutir e fechar os negócios surgidos da integração crescente do continente à economia global.

2

DIVULGAÇÃO

2

1 Punta: iates, cafés, lojas elegantes e bons negócios

2 O Guappa: vista para a baía e petiscos requintados

3 Banhista: praias "mansas" e "bravas" garantem o agito até a noite

(C) SEAMONKEY808 | DREAMSTIME.COM

1

ISTOCK

3

Se tiver algumas horas...

PUNTA É PREGUIÇOSA, VESPERTINA E NOTURNA. Desperta tarde. Se o visitante fizer mais questão da *movida* do que de *fitness*, é recomendado que aproveite suas horas entre a tarde e a noite. De manhã, a cidade e as praias são domínio de esportistas (poucos), casais com crianças e saudáveis vovôs. A afluência ao mar começa em torno das 3 da tarde, e no verão não é incomum ver a praia movimentada às 8, pois que o sol se põe a partir das 9 e os drinques e aperitivos se prenunciam perto das 11 da noite.

A Península — a punta de terra mar adentro, rumo cardeal Leste, que dá o justíssimo nome à cidade — é o pivô de tudo. Demarcada pelas praias Brava (do Atlântico) e Mansa (do Rio da Prata), é povoada de belas residências, lojas elegantes e verdes espaços públicos. O restaurante-bar El Virazón é seu ponto de encontro, com linda vista para a baía, a Ilha Gorriti e o charmoso cais repleto de barcos. Os horários esticados fazem dele um porto seguro. Quando tudo estiver fechado, o Virazón estará aberto para acolher os desgarrados com milanesas, mexilhões, pescados, petiscos e tragos.

Quase ao lado, o Guappa, com a mesma vista, tem culinária mais apurada, na qual sobressai um polvo à galega demoradamente cozido no azeite. E Leonardo Etxea, na Parada 2 da Mansa, é uma agradável taberna basca, acessível a todos os bolsos e forte nos frutos do mar.

Se tiver o dia inteiro...

...VALE A PENA SEGUIR ao longo da praia Brava até a Parada 35. Mais adiante, há a Barra, uma espécie de Village à beira-mar pelo jeitão descontraído, arquitetura limpa e pé no chão, galerias de arte, baladas e restaurantes de estilo mais leve. Aí a noite esquenta, o trânsito para, e a impressão é de que todas as mulheres lindas do planeta marcaram encontro no mesmo lugar.

No verão, não só argentinos e brasileiros comparecem a Punta. Circulam, também, paraguaios, chilenos, mexicanos, americanos, alemães, franceses e italianos, juntos, transformando a pacata cidade litorânea de 20 mil uruguaios na cosmopolita e poliglota Punta del Este de 200 mil almas festeiras. Para comer bem, eles costumam procurar dois lugares, entre os muitos que a cidade oferece.

O primeiro é El Palenque — se você quer carne, vá direto. Fundado na década de 1950 pelo espanhol don Emilio Portela, é um ambiente amplo, parrilla à vista manejada pelo exímio Pocho. A carne e os cortes, assados na lenha de coronija, especial e aromática, são melhores que os brasileiros. O clássico de El Palenque é o cochinillo — um porquinho-mamão feito na parrila e servido em fatias, primo-irmão daquele que se serve em Madri, assado em forno de barro no Botín, o restaurante mais antigo do mundo. O segundo lugar é Lo de Tere, em frente ao porto. Os proprietários, Lalo e Elza, fazem cozinha de autor e asseguram o primeiro nível da comida.

Para quem prefere menos agitação e mesa mais leve, a 20 quilômetros da cidade fica Las Vertientes Casa de Té (casa de chá), num bosque ao pé da Sierra de la Ballena. Da serra verte puríssima água para conformar os sete lagos que compõem esse lugar encantador. Da soma da água e da variedade de chás resultam aromas e sabores dignos dos acompanhamentos da confeitaria de autor. No caso, autora — a chef pâtissière e sommelier Lucrecia Cuter.

Se tiver o fim de semana inteiro...

COM MAIS TEMPO, VALE agregar ao roteiro um lugar como a Finca Narbona, que pede olhar mais calmo e disposição um tanto contemplativa, digamos. Quase desconhecido do público, esse excepcional restaurante fica em El Quijote, 7 quilômetros após a Barra, a cerca de 20 minutos da cidade — no meio do caminho que leva também ao recém-inaugurado Hotel Fasano Las Piedras, um belo projeto do arquiteto paulistano Isay Weinfeld, cujo restaurante bem vale uma excursão (a agenda e o bolso permitindo).

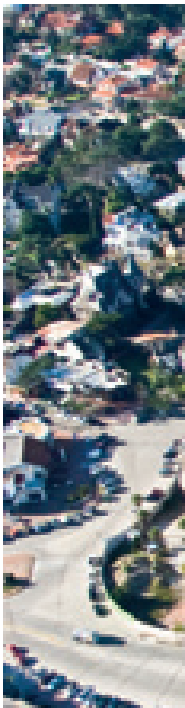
A Finca (estância) Narbona fica antes. Chega-se a ela por um caminho de terra de 2 quilômetros, em meio a uma paisagem deslumbrante que lembra a Borgonha. O conjunto de prédios em estilo espanhol está demarcado por parreirais, que dão os excelentes vinhos produzidos pelos proprietários. A família é oriunda de Colonia del

3

DIVULGAÇÃO

3

DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

1

DIVULGAÇÃO

2

1 Hotel Fasano, Las Piedras: luxo do Brasil para poucos

2 Las Vertientes: chá, bolinhos e água pura no pé da serra

3 Uva Tannat da vinícola Bouza: gastronomia e vinho renomado

4 Vista do bairro Carrasco e do antigo cassino: roteiros de charme

Sacramento e está no ramo da vinicultura desde 1732, quando o aragonês Juan de Narbona chegou àquelas terras e criou a Bodega e Granja Narbona.

A Finca tem o misto de refinamento e despojamento muito ao gosto de Punta: restaurante, bar, adega, parrilla ao ar livre, a magnífica cozinha de don Miguel e o atendimento impecável de doña Isabel e Tino.

4

DIVULGAÇÃO

E para esticar a Montevidéu...

...são 126 quilômetros por uma excelente autoestrada. A melhor chegada à capital uruguaia, no entanto, é pelo Aeroporto de Carrasco, ousado projeto do arquiteto Rafael Vinőly. Logo após está o bairro de Carrasco. Mas o visitante pode tomar uma rodovia e, 15 minutos depois, chegar à vinícola Bouza, que tem um sofisticado restaurante cercado por um parque lindíssimo, pegado a um pavilhão onde se encontra uma coleção de carros antigos. Tudo aberto à visitação. Ali se pode comprar vinhos daquela que é uma das mais distinguidas bodegas uruguaias.

Em Montevidéu, dois programas se impõem. Um deles é perder-se por Carrasco, a partir do miolo, identificado pelo Hotel Cassino Carrasco, de 1921, hoje em reforma. Sem prédios — só casas, comércio e gastronomia, com uma linda capela e alguns hotéis charmosos, o bairro em nada lembra a fazenda que lhe deu origem.

Outro ponto de passagem obrigatória é el casco viejo, como se denomina o centro antigo junto ao porto. O velho mercado não funciona mais como tal, e sim como um complexo de bares e restaurantes abrigados numa estrutura de 1868, com portadas e detalhes de ferro. É parte da tranquila vida urbana de Montevidéu.

LAZARO ELI*

Sentindo os fios

Professor do Senac SP conta como três alunas do curso de moda, armadas de agulhas de tricô, mediram forças com a elite mundial

LAZARO ELI/ARQUIVO PESSOAL

LAZARO ELI/ARQUIVO PESSOAL

1 Roupa em tricô da aluna Flavia Protta... **2** ...e Lazaro com o diretor da Esmod, Satoru Nino

BOAS OPORTUNIDADES NEM SEMPRE BATEM À porta. Mas, no primeiro semestre do ano, um representante do Instituto Italiano para o Comércio Exterior veio até o Centro Universitário Senac, em São Paulo, nos convidar a participar de um concurso internacional de roupas em tricô, aquela técnica de confecção que usa fios e agulhas — além de habilidade, disciplina e paciência. No concurso Feel the Yarn, seis instituições de ensino, entre as melhores no mundo da moda, indicariam, cada uma, três alunos talentosos para criar e confeccionar três looks — nome dado a um conjunto de roupas, calçados e acessórios.

Nem tínhamos ideia de que estávamos sendo avaliados pelos organizadores. Contaram pontos para o Senac São Paulo, entre outras qualidades, a parceria com a escola europeia Esmod e a direção artística de Alexandre Herchcovitch, um dos maiores estilistas brasileiros. As outras convidadas foram: Royal College of Art (Inglaterra), Bunka Fashion College (Japão), Parsons the New School for Design (EUA), BIFT Beijing Institute of Fashion Technology (China) e Polimoda (Itália). Ou seja: o primeiro time do mundo rico e da emergente China.

Três de nossas alunas com melhor desempenho — Fernanda Akina, Fernanda Visconti e Flavia Protta — iniciaram a jornada com uma visita a Prato, na Toscana, onde conheceram as indústrias que produzem fios para as mais importantes confecções italianas. Os estudantes voltaram a seus países trazendo rolos de fios para a segunda etapa: a feitura dos looks. Discutimos técnicas, conceitos, forma e modelagem. Foi um período tumultuado e conflitante para as alunas, na tentativa de traduzir seus talentos em algo concreto. Finalmente, Herchcovitch e os professores envolvidos aprovaram nove roupas desenhadas e "tricotadas" individualmente com as duas longas agulhas.

As meninas voltaram à Itália para a feira aberta ao público, em Florença. Fui lá ver como as alunas do Centro Universitário Senac tinham enfrentado um desafio quase impossível. E não é que as meninas agradaram? Outras escolas usaram e abusaram da tecnologia, turbinando o tricô com efeitos produzidos por máquinas que fazem da fiação vestimentas quase faraônicas. Já as "brasilianas" mostraram criações surgidas de um processo artesanal que chamou a atenção dos jurados e do público. Eles olharam, tocaram e estamparam nos rostos aquela expressão que todos conhecemos, quando os vemos impactados diante de nossas criações artísticas e espetáculos carnavalescos.

Vencemos o concurso? Não. O prêmio ficou com uma chinesinha que estuda na Parsons School. Ela mesclou o tricô com uma trama de fio metálico que deu à roupa uma textura e um volume impossíveis de ser alcançados por meios apenas artesanais. Esta experiência nos leva a questionar a distância que o Brasil ainda guarda em frente aos investimentos tecnológicos e às experimentações da indústria. Não é somente com recursos criativos que se faz um bom produto. Nosso talento e riqueza cultural são indiscutíveis. No entanto, há de se observar o que fazem os outros. A atenção às inovações e a disposição de aceitar movimentos tecnológicos podem trazer novas conquistas, se aliadas ao que o jeitinho brasileiro tem de melhor: a capacidade de improvisar, criar o novo e surpreender o mundo. ■

* *Coordenador do curso Bacharelado em Design de Moda com Habilitação em Estilismo do Centro Universitário Senac – São Paulo.*

Se você quer fazer bons negócios aqui ou lá fora este é o lugar certo para se informar, descobrir caminhos, entender os mercados e também mostrar a cara da sua empresa.

A revista PIB leva sua marca e sua mensagem a leitores altamente qualificados em várias partes do mundo. São executivos de grandes corporações, líderes empresariais, acadêmicos renomados, formadores de opinião e personalidades destacadas do mercado financeiro, da política e da economia.

Editada em português e inglês é vendida em bancas no Brasil e em Portugal, enviada a um mailing selecionado de leitores e distribuída em universidades e feiras de negócios internacionais.

APROVEITE O BOM MOMENTO DO BRASIL NO MUNDO PARA GARANTIR O ESPAÇO DA SUA EMPRESA.

LIGUE AGORA E CONHEÇA A OFERTA ESPECIAL QUE PREPARAMOS PARA TER O SEU ANÚNCIO.

PIB
PRESENÇA INTERNACIONAL DO BRASIL

(55-11) 3097-0849
publicidade@revistapib.com.br

www.revistapib.com.br

O QUE ESPERAR DE UMA CIDADE QUE TEM TUDO? TUDO.

São Paulo é sempre uma estreia. São Paulo se reinventa todos os dias. Novas pessoas, culturas diferentes, lugares que se multiplicam. Uma cidade que conta histórias nas ruas, nos prédios e nos parques como o da Represa de Guarapiranga, agora revitalizada. Visitar São Paulo é levar histórias de seus restaurantes, museus como o do Futebol, único do gênero no Brasil, e teatros como o Municipal, ainda mais moderno e emocionante. São Paulo acolhe quem quiser se misturar e mergulhar nesse caldeirão de atrações para todos os gostos e bolsos. São Paulo é cultura, diversão, arte, criatividade. É uma combinação de experiências que nunca se repetem. **São Paulo. Cidade criativa.**

VENHA PARA SÃO PAULO.
CIDADEDESAOPAULO.COM
CONSULTE SEU AGENTE DE VIAGENS.

São Paulo turismo
www.spturis.com

PREFEITURA DE SÃO PAULO

LEW'LARA\TBWA

Fotógrafos: Jefferson Pancieri, Sylvia Masini, Caio Silveira, Caio Pimenta, Fábio Góis, Dedé Fedrizzi, Alex André Diniz, Nage Gonzaga, Fernando Conti (Secom), Paulo Dias (Seme), Luiz Guadagnoli (Secom) e Ronaldo Franco. Metrô: foto de divulgação.