mercado

R$ 8,50

ano 5 **número 40** Março 2011

GMBC

AGRICULTURA

Uberlândia tem o 3º laboratório mais preciso do mundo, e o 1º do Brasil em análise de fibras de algodão

TURISMO

Culinária francesa, baladas holandesas, azul do Caribe, compras a preço de *duty free*: as tentações de St. Maarten

DANIEL CARNEIRO, engenheiro aeronáutico e membro da comunidade hipersônica mundial

SANTOS DUMONT DO SÉCULO XXI

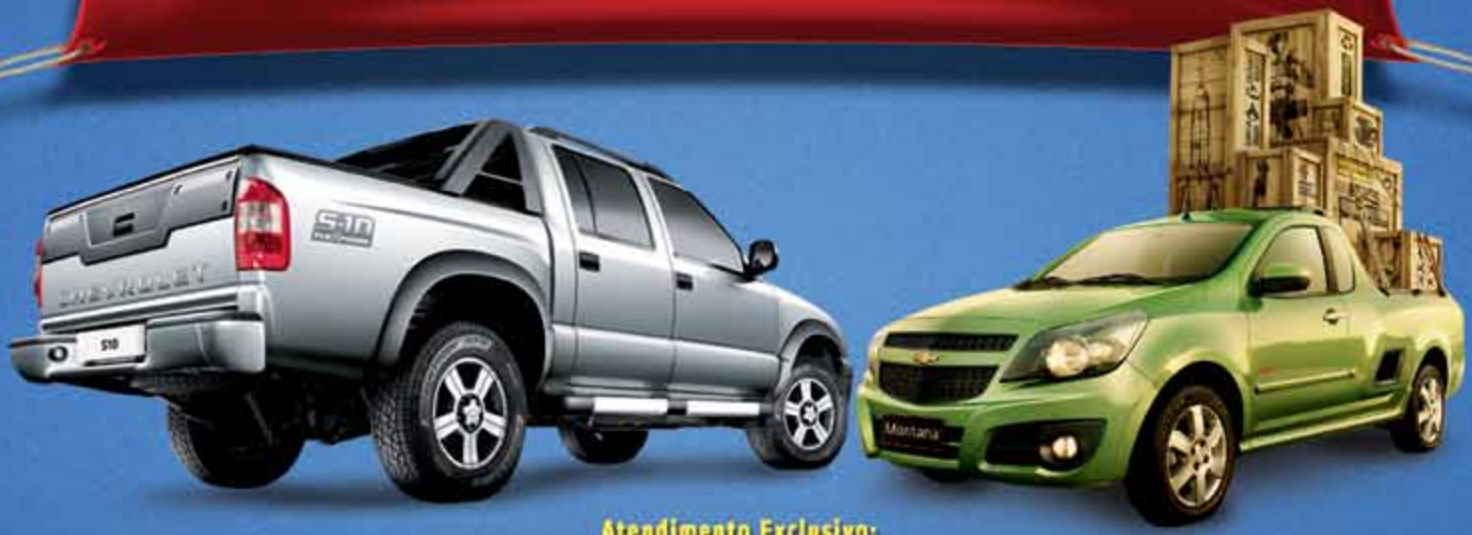
Voo no tempo: do campo de Bagatelle, em 1906, para Tupaciguara, no Triângulo Mineiro, em 2011, Minas volta -a ser capítulo na história da aviação pelas mãos de Daniel Carneiro. No lugar do 14 Bis, o subsônico AX-2 Tupã

www.autus.com.br

CHEVROLET

Na Autus tem desconto pra quem tem CNPJ.

Com planos especiais que se encaixam direitinho na sua Empresa.



Atendimento Exclusivo:

3230-8035 | 3230-8042 | 3230-8046 | vendasdiretas@autus.com.br

Descontos especiais também para o Produtor Rural.

MELHOR NEGÓCIO

Autus

Plano Produtor Rural

UBERLÂNDIA - Av. Afonso Pena, 3980 e Av. Rondon Pacheco 1667
ARAGUARI - Av. Cel. Teodolino Pereira 2181

Editorial

Energia Nuclear. Vale a pena?!

Após o terremoto no nordeste do Japão, ocorrido em 11 de março, que culminou num tsunami de consequências ainda mais trágicas e que, literalmente, varreu do mapa muitas cidades costeiras daquele lado do país, aproximadamente 9 mil pessoas perderam a vida - até o momento - e quase 13 mil estão desaparecidas. Passados terremoto e tsunami, o povo japonês agora convive com um novo drama que tem como nome Usina Nuclear de Fukushima. Por causa das ondas de até 14 metros que atingiram as instalações da usina, os mecanismos de resfriamento dos reatores deixaram de funcionar, o que ocasionou diversas explosões que resultaram em vazamento de material radioativo. Assim, além do governo japonês também autoridades internacionais se mostram preocupadas com as consequências dessa tragédia.

Diante disso, do terror que se prolonga e teima em não querer terminar, fica a pergunta: energia nuclear vale a pena? Não sou especialista no assunto, por isso, me restrinjo a comentar fatos, alguns em cima de informações obtidas ao longo de 16 anos como jornalista.

É certo que a energia nuclear é responsável por 16% da eletricidade consumida no mundo, mas também já foi responsável por alguns dos piores pesadelos da humanidade. A concretização de um deles, o acidente na usina de Chernobyl, na Ucrânia, colocou o mundo em choque em 1986. Esse desastre, que se tornaria o maior acidente nuclear da história, ocorreu durante um teste de rotina do reator número 4 da usina. Nem foi preciso um tsunami. Por um erro dos técnicos, o processo de reação nuclear em cadeia se descontrolou, aquecendo a água que deveria resfriar o reator. Seguiram-se uma explosão e um incêndio que durou dez dias, espalhando toneladas de material radioativo por uma área de 150 mil quilômetros quadrados.

O acidente em Chernobyl matou 31 pessoas instantaneamente, e provocou a evacuação de mais de 130 mil da região, em virtude da exposição à radiação. Depois do acidente surgiram vários casos de câncer, principalmente na glândula tireóide de crianças. A radiação foi 200 vezes maior do que a das bombas de Hiroshima e Nagasaki juntas. Ar, terra e água foram contaminados. Pelos números oficiais do então governo soviético, 15 mil pessoas morreram. Mas organizações não governamentais garantem que foram, pelo menos, 80 mil vítimas.

Enfim, que tragédia parecida não se repita no Japão.

Por outro lado - "o bom" -, as usinas nucleares são consideradas uma fonte de energia limpa por emitirem pouco carbono e, por isso, não contribuírem para o aquecimento global. Além disso, a energia nuclear é fonte importante de desenvolvimento tecnológico. Impacta na indústria, na medicina, na agricultura.

No caso do Brasil, o país não é dependente da energia nuclear como o Japão, onde 25% da energia elétrica vêm dessa fonte, mas possui duas usinas - Angra 1 e Angra 2. E uma terceira, Angra 3, está em construção e deve ficar pronta em 2015. Aqui, a geração nuclear responde por não mais que 3% do consumo de energia elétrica.

Porém, para muitos o Brasil não necessitaria no momento desse tipo de energia. É o caso do professor Ildo Sauer, do Instituto de Eletrotécnica e Energia (IEE) da Universidade de São Paulo (USP). Para ele, o país tem recursos suficientes para atender suas necessidades energéticas até 2030 ou 2040 sem fazer uso na energia nuclear. Ele acrescenta que se o Brasil desenvolver pelo menos 70% do seu potencial hidrelétrico e 50% do eólico, não precisará de termelétricas convencionais nem de térmicas nucleares.

Em que pesem as divergências, o debate sobre a energia atômica é ▶

tão antigo quanto sua utilização. Em 1971, reportagem de VEJA relatava discussão sobre o tema nos Estados Unidos, país que recebeu sua primeira usina nuclear em 1957. As usinas nucleares chegaram ao Brasil na década de 70. A usina de Angra 1 foi comprada praticamente pronta, em 1969, da americana Westinghouse. O objetivo era iniciar o fornecimento comercial de energia elétrica em 1977, com um custo total de construção de 300 milhões de dólares. Porém, Angra 1 só entrou em funcionamento seis anos mais tarde, após ter consumido 1,8 bilhão de dólares. Em 2000, foi inaugurada Angra 2, que levou mais de 20 anos para ser construída. Já a construção da usina nuclear Angra 3 sofre, há mais de trinta anos, de paralisia crônica. O Brasil perdeu muito dinheiro em Angra dos Reis. Com o capital gasto no projeto nuclear até aqui, seria possível construir cinco usinas nucleares, não apenas três.

Portanto, a história recente do país evidencia o grau de amadorismo e fragilidade com que o Brasil trata um assunto tão delicado. Em 2004, uma fábrica de urânio em Resende, interior do Rio, vazou, atingiu quatro operadores, e tudo ficou na surdina. Mas o pior acidente nuclear em território brasileiro ocorreu em 1987, em Goiânia. Uma unidade de radioterapia abandonada nas ruínas do Instituto de Radioterapia, contendo uma cápsula de Césio, um poderoso elemento radioativo, foi destruída por catadores de papel. Quatro pessoas morreram vítimas da contaminação. As autoridades brasileiras tentaram encobrir por todos os meios suas responsabilidades pela tragédia.

Agora, pelo que se percebe na reação da comunidade internacional em relação à crise nuclear japonesa, acidentes em usinas fazem muitas nações repensarem o uso de energia atômica. Em anos seguintes à tragédia de Chernobyl, a maior parte dos países desistiu ou abandonou seus projetos nucleares, principalmente em razão dos custos cada vez mais altos de construção ou da pressão dos ecologistas. Os Estados Unidos já havia interrompido a construção de novos reatores desde 1979, quando ocorreu um superaquecimento do reator de Three Mile Island.

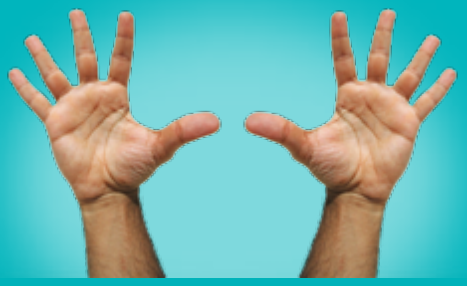
Só que, agora, essa tragédia japonesa acontece justo num momento de retomada dos investimentos em energia nuclear, de novo vista como esperança de energia limpa e barata. O seu renascimento é explicado por uma conjunção de fatores. O primeiro é econômico. A disparada do preço do petróleo e do gás natural, que juntos respondem por 25% da eletricidade produzida no planeta, torna cada vez mais cara a energia obtida desses combustíveis fósseis. O segundo fator que impulsiona o renascimento da energia nuclear é o combate ao aquecimento global, uma causa que mobiliza governos e opinião pública.

A rigor, entre tantas opiniões e acontecimentos, talvez o principal problema das usinas nucleares seja qual destino dar ao lixo atômico que produzem. Até hoje não existe uma solução prática para os rejeitos radioativos que não seja o armazenamento, o que deixa boa parte da opinião pública desconfiada com a nova escalada na construção de reatores. E assim, até que se descubra uma forma mais eficiente de descartar esse material ou reutilizá-lo, novamente o futuro dos investimentos em energia nuclear volta a ser uma incerteza.

Diante dos acontecimentos e fatos, fica o veredicto a cargo do leitor: energia nuclear vale a pena? ◘

Evaldo Pighini
Editor

O sucesso de sua empresa está em suas mãos



Dez motivos para anunciar na REVISTA MERCADO

1	Anunciar na **MERCADO** dá visibilidade para um consumidor exigente e inteligente
2	Publicidade na **MERCADO** valoriza o seu conteúdo
3	A Revista **MERCADO** transmite credibilidade ao seu consumidor
4	A Revista **MERCADO** é fonte de informação e análise
5	O leitor da **MERCADO** tem poder de compra
6	Anunciar na **MERCADO** induz a pesquisas e visitas na internet
7	A publicidade na Revista **MERCADO** aumenta o ROI - Retorno sobre o Inve$timento
8	A combinação da **MERCADO** impressa e eletrônica tem resultado e excelente retorno
9	A **MERCADO** é a revista mais consultada pois tem conteúdo para quem tem e quer conteúdo
10	A **MERCADO** é a revista regional mais presente no interior de Minas e do Brasil

Anuncie
34 3239-5840

conteúdo para quem tem conteúdo

revista mercado
www.revistamercado.com.br

Você não precisa derrubar casas naturais para construir a sua.

Construa com tijolos ecológicos!

Benefícios:

- Reduz o custo da obra.
- Diminui a quantidade de entulhos da construção.
- Não degrada as margens dos rios.
- Seca naturalmente, evitando a queima de árvores.

Fabricação e Venda de Tijolos Ecológicos

Rua Canoas, 181- B. Morumbi - Uberlândia - MG (Sede da Ação Moradia)
construcao@acaomoradia.org.br
www.acaomoradia.org.br

Informações: (34) 3226-6558

AÇÃO MORADIA

Índice Março 2011

26 Capa

Do campo de Bagatelle, em 1906, para Tupaciguara, no Triângulo Mineiro, em 2011. O engenheiro mecânico-aeronáutico Daniel Carneiro dá início a um grande e revolucionário projeto que promete impor novas perspectivas para a aviação brasileira e mundial

12 Entrevista

Daniel Barros é ortopedista e fundador do Hospital Orthomed Center em Uberlândia. Ele fala como foi conciliar a profissão com a função de empresário, condição que culminou na construção do hospital, um dos mais conceituados do estado

20 Agricultura

Está em Uberlândia o terceiro laboratório mais preciso do mundo, e o primeiro do Brasil em análise de fibras de algodão. O MinasCotton é vinculado à Associação Mineira dos Produtores de Algodão (Amipa)

44 Trabalho

Empresas estão valorizando cada vez mais os bem-humorados. Ter alegria no trabalho traz inúmeros benefícios. Além de favorecer as relações interpessoais, aumenta a união da equipe, eleva a produtividade e diminui o estresse

48 Internet

As redes sociais “não são” canal de relacionamento com marcas. Essa constatação é de um estudo realizado junto a consumidores/clientes que preferem meios tradicionais como boca a boca ou sites institucionais para interagir

60 Turismo

As muitas tentações de St. Maarten. Para quem quer o unir o charme da culinária francesa, a descontração das baladas holandesas e o azul do mar do Caribe a um roteiro de compras incrível, a preço de *duty free*

72 Veículos

Super Ténéré XT1200Z chega ao Brasil. A lendária big-trail renasce com propulsor maior bicilíndrico e muita tecnologia embarcada. Da antiga aventureira, Super Ténéré 750, dos anos 90, restou apenas o nome e a inspiração no temido deserto africano

Canal Livre 8
Artigo 10
Franchising 16
Investimentos 18
Indústria 24
Economia 36
Internacional 38
Justiça 42
Mercado 50
Comunicação 52
58 Alimentação
76 Bazar
82 Dica de Leitura
84 Literatura
86 Profissão em Filme
88 Sustentabilidade
90 Ponto de vista
92 Causos empresariais
94 Geral

canal livre

Conversa de Mercado: Novo Código Florestal

Parabéns ao Amigo Thiago Fonseca pelos excelentes argumentos e à Revista Mercado por oferecer este espaço em defesa dos produtores rurais. Muitas pessoas desconhecem o quanto a vida do empresário de agronegócio é difícil, com alto patrimônio investido, baixo rendimento, grandes riscos climáticos e instabilidade do mercado. Ainda assim, nos deparamos com questões ambientais em que os produtores são vistos como vilões; mas o que acontece, na prática, é totalmente o contrário, como muito bem foi citado na matéria. Fico solidário e torcendo para que o novo Código Florestal seja aprovado e agradeço à Revista por mostrar à sociedade um pouco mais da realidade do campo.

Mário Knichalla Neto
Produtor Rural

Franchising

Estou pensando em abrir um negócio próprio e, portanto, quero parabenizar os editores da revista pela coluna que sai mensalmente sobre o mercado do franchising. A leitura da coluna tem me servido muito como orientação e maior aprofundamento sobre essa opção de negócio, influenciando, inclusive, na minha decisão de ir por esse caminho. Até porque, com o capital que tenho, um investimento errado me levaria à ruína. Por isso, gostaria de ver publicado numa próxima edição sugestões de bons investimentos na área do franchising na atual conjuntura.

Felício Amaral Gonçalves
Bancário

Montego Bay

Gostei demais da matéria de turismo publicada na edição de fevereiro que mostra a belíssima Montego Bay. Felizmente, já tive o prazer de ir lá. O lugar é realmente sensacional, mais até do que a matéria conseguiu mostrar. Aconselho o lugar como destino de viagem para quem quiser passar férias inesquecíveis.

Júlia Medrado
Secretária executiva

Sacolas plásticas

Achei interessante, e que sirva de alerta para toda a população, a matéria publicada na edição de fevereiro que trata dos problemas da utilização indiscriminada de sacolas plásticas. Acredito que nem seria necessária uma reportagem como essa para entender bem a dimensão dos estragos que esse tipo de material causa na natureza e também nas cidades, por causa do entupimento de bueiros e bocas de lobo. Em Uberlândia, basta ir para a Rondon Pacheco em época de chuva, principalmente no seu início, para entender do que falo. Só que, a meu ver, o maior culpado é a própria população que não sabe dar um destino correto ao lixo que ela mesma gera.

Éderson Luiz Vilela
Estudante e cinegrafista

Interessante a matéria publicada em fevereiro alertando para os problemas do uso das sacolas plásticas. Esse tipo de reportagem nunca é demais para chamar atenção sobre uma questão muito mais grave do que aparenta ser.

Gilda Soares de Brito
Professora

Flanelinhas

Quando é que as autoridades de Uberlândia vão acabar com essa "praga" dos flanelinhas na cidade? Será que já não são suficientes a quantidade de impostos que pagamos para ter o direito de ir e vir - e estacionar? Nós já pagamos IPVA, seguro obrigatório, taxa de licenciamento, seguro particular, zona azul e etc. Será que ninguém percebe que estamos sendo vítimas de extorsão, ou seja, temos que pagar para parar em locais públicos? É preciso um basta nisso.

Eliseu Fernandes da Costa
Técnico em eletrônica

Revista Mercado

A cada dia me surpreendo mais com o conteúdo da Mercado, que muito tem me agradado, principalmente por se tratar de uma publicação da nossa região. Nesse contexto, quero destacar os cadernos de Veículos e o Geral, este último com notícias curtas, interessantes e atuais.

José Humberto F. de Almeida
Vendedor

QUER FALAR COM A MERCADO?

ENVIE MENSAGENS PARA A SESSÃO CANAL LIVRE: REDACAO@REVISTAMERCADO.COM.BR

Uberlândia Refrescos é reconhecida e destaque pela qualidade no trabalho

Reconhecimento reforça seu compromisso com uma gestão segura e responsável.

Alexandre Biagi na cerimônia de entrega do prêmio

Investimento constante em programas que contribuem para a preservação da saúde e segurança do colaborador. Este é um dos segredos de sucesso e uma das razões pela recente premiação que a empresa recebeu por manter um ambiente de trabalho seguro e saudável.

A Uberlândia Refrescos foi uma das vencedoras no Prêmio Sesi de Qualidade no Trabalho (PSQT 2010) na categoria Ambiente de Trabalho Seguro e Saudável por atuar em prol da qualidade no trabalho para seus funcionários.

O Prêmio Sesi de Qualidade no Trabalho é um reconhecimento público às empresas industriais brasileiras por suas práticas diferenciadas de gestão e pela valorização de seus colaboradores.

A premiação visa despertar empregados e empregadores para o exercício da cidadania nas relações de trabalho, além de estimular as organizações a incorporarem a responsabilidade social em suas estratégias, a partir da difusão de boas práticas.

Instituto Alexa

UBERLÂNDIA REFRESCOS

Contribuindo para o Desenvolvimento Sustentável

A importância do líder na "Era do Cliente"

POR Marcos Moreno*

De maneira geral, existem fortes e consistentes investimentos das empresas de todos os portes em melhorias constantes dos processos internos e em definição de procedimentos claros e objetivos. Sem dúvida, esses fatores estão intimamente ligados aos elevados percentuais de qualidade apresentados pelas empresas que competem hoje em um mercado globalizado, mas ainda assim o nível de insatisfação dos clientes é cada vez maior.

O que leva as empresas a investir em procedimentos e normas muito bem estruturadas e descritas?

Quando a empresa investe em definição de processos e procedimentos, tem como objetivo diminuir a complexidade nas tomadas de decisões em situações cotidianas e, por consequência, obter homogeneidade nos serviços ao cliente.

E por que esses investimentos não têm se refletido na melhoria dos indicadores de satisfação do cliente?

Michael Hammer, que foi o criador da reengenharia e escreveu o best-seller mundial "A Agenda", que trata principalmente da necessidade de modificações estruturais nas empresas para enfrentar a nova realidade da "Economia do Cliente", fez a seguinte declaração em seu livro: "O segredo do sucesso não é prever o futuro, e sim criar uma organização que prosperará em um futuro que não pode ser previsto".

Mas como preparar as pessoas para lidar com toda essa imprevisibilidade na "Era do Cliente"?

Se procurarmos uma única resposta que solucione essa questão, estaremos fadados ao insucesso, mas podemos analisar um dos fatores concomitantes desse intrincado cenário corporativo, que é o "papel do líder", especificamente em equipes aptas a lidar com situações complexas e com alto grau de imprevisibilidade.

A atuação de um líder que entende o seu real papel pode ser verificada quando cada integrante de sua equipe: entende o negócio e qual o papel social que a sua corporação se propõe a exercer para a sociedade; a Missão, Visão e Valores corporativos da empresa; tem claro o seu papel e objetivos perante a equipe e uma estratégia corporativa, promovendo um profundo sentimento de pertencimento e de realização; sente-se com autonomia para executar ações que possibilitem desempenhar adequadamente o seu papel e objetivos corporativos, assumindo a responsabilidade por seus atos, independentemente de sua posição hierárquica. (Esse é o item fundamental para lidar com a imprevisibilidade, mas só é possível quando os dois anteriores são realizados adequadamente).

O que impede, então, o papel do líder de ser exercido de maneira a gerar equipes com esse grau de autonomia?

No âmbito individual, os destaques são os estilos de liderança adotados de maneira preferencial pelo indivíduo e a falta de equilíbrio entre os papéis de líder e gestor no dia a dia com a equipe.

Com o passar do tempo, os líderes com perfil mais autoritário aparentemente tornaram-se menos presentes nas corporações, mas em sua maioria estão travestidos de "chefes paternalistas". As equipes, de maneira geral, não aceitam quem dá ordem, mas são bastante complacentes com os "chefes" que, de maneira educada e agradável, estabelecem o jeito "certo" de realizar as coisas. Os subordinados logo percebem as regras do jogo para obter reconhecimento e recompensas, adaptando-se a elas rapidamente.

A consequência desse tipo de liderança é a falta de heterogeneidade, pois todos acabam pensando como o chefe. A equipe perde a capacidade de lidar com situações novas de maneira criativa e fica sem autonomia.

Outro ponto fundamental quando falamos de inibidores do papel do líder é a outra função de quem tem subordinados: o papel de gestor.

O papel de gestor será exercido pelas funções de planejamento do trabalho da equipe, designação de tarefas/objetivos, controle do trabalho realizado, confecção e análise de relatórios administrativo/financeiros, reuniões administrativas, etc.

Geralmente existe um grande desequilíbrio entre o tempo gasto entre esses dois papéis. Dá-se maior ênfase para o gestor, deixando o lado inspirador, treinador e coaching em segundo plano, ou muitas vezes em plano algum.

A equipe acaba vendo em seu "chefe" uma figura mais punitiva do que estimuladora de seu desenvolvimento. Nesse ambiente, a equipe sempre seguirá as ordens e procedimentos cegamente, sem saber como agir em qualquer cenário diferenciado do que está acostumada em sua empresa.

*__Marcos Moreno__ é consultor sênior da Muttare, consultoria de gestão. Desenvolve lideranças, serviços de atendimento ao cliente e projetos de gestão descentralizada. (www.muttare.com.br)

Uniodonto Uberlândia

Dr. Ricardo Manoel Lourenço (**foto**) é eleito para mais uma gestão a frente da Uniodonto Uberlândia. Perguntamos a ele sobre sua opinião sobre esta nova etapa e ele nos respondeu:

"Tudo isso é resultado de um trabalho realizado com muita determinação, objetividade, ética e transparência. Algumas pessoas tinham receio da mudança de Diretoria, mas o resultado está aí. Melhoramos em todos os sentidos: para os cooperados, beneficiários e colaboradores. Houve um dinamismo real em todas as ações propostas, inclusive um equilíbrio financeiro e com crescente rendimento tanto para o cooperado como para a própria cooperativa. Foi uma gestão vitoriosa!"

Você acredita que as ações como promoção de Congresso, saúde financeira em dia e demais ações foram motivos que impediram a inscrição de novas chapas para concorrer a Presidência da Cooperativa?

Acredito que a não inscrição de outras chapas ocorreu em virtude da prova de um trabalho feito com seriedade e que demonstrou a responsabilidade e empenho dessa diretoria, fazendo com que o reconhecimento fosse fator importante para confiar mais um mandato sob nossa responsabilidade. No que se refere aos congressos e demais ações, acredito sim que foram de muita valia para todos porque a Uniodonto buscou parcerias para realização dos mesmos, aproximando mais entidades ligadas aos nossos profissionais, como é o caso da ABO Regional Uberlândia, OCEMG, CRO Minas e a Federação das Uniodontos de Minas e alguns fornecedores que passaram a ser parceiros fixos com o mesmo propósito que tem a Uniodonto em trazer atualização e conhecimento aos cooperados e demais profissionais da odontologia.

Quais as principais metas futuras da nova gestão dessa diretoria?

A grande meta da Uniodonto é continuar sempre oferecendo excelente qualidade dos serviços prestados; a valorização dos nossos cooperados e colaboradores. A Uniodonto tem o maior número de profissionais especialistas no seu quadro clínico e busca o aperfeiçoamento contínuo, oferecendo cursos gratuitos, com professores renomados, periodicamente. Tem como prerrogativa aliar alto conhecimento técnico a um atendimento humanizado - um diferencial no mercado - o que faz da Uniodonto a melhor opção de planos odontológicos.

A busca de mais investimentos e ações positivas em benéfico de todos envolvidos será uma constante nessa nova gestão. Em 3 anos de gestão a cooperativa teve um crescimento 56% em faturamento. Nossas metas crescem, mantemos os congressos como forma de estar ao lado do cirurgião dentista em busca de atualização e ao mesmo tempo unindo a classe mais e mais.

O médico e o empreendedor

POR Por Analú Guimarães e Anderson Silva

Ele ignorou críticas, acreditou num sonho e conseguiu construir um dos poucos hospitais exclusivamente especializados em ortopedia e traumatologia do estado de Minas Gerais. Esse "empreendedor" é Daniel Barros Pereira, médico ortopedista, que conduziu como poucos empreendedores a construção do Orthomed Center, hospital bastante conceituado na região. São mais de 80 funcionários, cinco consultórios, pronto-socorro, área de esterilização, almoxarifado, oito leitos, sala de reuniões, sala de informática, bloco cirúrgico, farmácia e administração.

Recentemente, após oito anos de inauguração e quatro mil cirurgias realizadas, o Hospital Orthomed Center tornou-se o primeiro de toda a rede privada de Uberlândia, cidade do Triângulo Mineiro, a conquistar o certificado de acreditação hospitalar.

Mas o médico Daniel Barros quer mais e já prepara uma nova ampliação do hospital - que já passou por uma depois de inaugurado. Essa outra reforma está prevista em comemoração aos dez anos do Orthomed Center e prevê uma estrutura que passará a contar com 25 leitos, seis salas cirúrgicas, aumento do pronto-socorro e ainda a implantação de uma UTI especializada. Um investimento previsto de R$ 4 milhões.

Nesta entrevista exclusiva à MERCADO, o médico - por que não empresário? - Daniel Barros fala sobre o começo, as dificuldades e como conseguiu forças para erguer o hospital. Empreendedor por natureza, Daniel não pretende pendurar o jaleco tão cedo, ele quer continuar na administração até colocar o Orthomed Center entre o dez hospitais mais conceituados do Brasil.

Será?! Quem o conhece de perto não duvida de que consiga atingir esse objetivo.

DANIEL BARROS
é ortopedista e fundador do Hospital Orthomed Center em Uberlândia

Mercado: Na época, como as pessoas próximas encararam sua decisão?

Elas duvidaram. Se isso aconteceu, imagine o restante. Para ser franco, não me recordo de palavras animadoras e positivas. Por isso mesmo nunca pedia opinião. Apenas seguia em frente. Já estava determinado e sabia o que queria.

Mercado: Por que deixar a carreira solo e partir para um empreendimento que envolve várias pessoas?

A carreira solo em medicina é interessante até certo momento. Depois você fica limitado. A melhoria profissional depende necessariamente de crescimento em todos os sentidos, e como nossa profissão é uma das mais nobres, já que lidamos com seres humanos, somente e através de um hospital próprio, poderia aumentar meu envolvimento com gente, tanto com os pacientes quanto com meus colaboradores.

Mercado: E como foi passar de médico a empreendedor e hoje empresário que conseguiu colocar esse projeto em prática?

No início foi muito difícil - por estar desacreditado por quase todos os colegas da classe médica - e penoso para minha esposa e filhos. Hoje, continuo sentindo o prazer de ainda estar batalhando e com objetivos e metas de crescer ainda mais. O projeto ainda não terminou. Ainda farei muito mais.

Mercado: Como é exercer estes dois lados, uma vez que o senhor administra o negócio e também continua atendendo seus pacientes?

Não vejo problema em ser empresário da área de saúde e exercer a profissão ao mesmo tempo. Aliás, sinto que posso ajudar as pessoas com muito mais competência, ética e qualidade. Como médico entendo a prioridade de meus pacientes e, dessa forma, organizo a empresa para oferecer um serviço voltado para a excelência de resultados.

Mercado: Quais foram as maiores dificuldades encontradas para colocar o plano em prática?

Dificuldade financeira. Como, felizmente, faço parte da população que "rala" muito para ter o que precisa e de forma lícita, foi muito difícil conseguir financiamento dos órgãos competentes, o que somente aconteceu depois de muito tempo e sem ajuda política.

Mercado: E quais as dificuldades para manter o negócio? O senhor acha que existe alguma diferença por ser um negócio relacionado à saúde?

Infelizmente, no Brasil, saúde e educação não são prioridades dos nossos governantes; estas apenas são lembradas durante campanhas políticas. Sendo assim, a população recebe pouca ou nenhuma assistência, restando aos hospitais particulares a incumbência de oferecer medicina de melhor qualidade. Com isso, os pacientes são obrigados a fazer planos de saúde para ter acesso a melhores tratamentos. Entretanto, medicina de melhor padrão tem custo mais elevado. Como sofremos controle rigoroso de preços, temos mais dificuldade para administrar o negócio. No final, ninguém está feliz com o atual sistema. Nem o paciente, que se preocupa com a qualidade do tratamento; nem os médicos, com rendimentos reduzidos, mal remunerados pelos planos de saúde e sobrecarregados de trabalho; nem os planos de saúde e, tampouco, os fornecedores de medicamentos e outros materiais, como também o governo, que não consegue controlar o orçamento. Portanto, de uma forma geral, a saúde mundial está na UTI. O sistema de saúde nos Estados Unidos deixou de ser orgulho nacional e hoje é uma das maiores preocupações daquele país, que gasta quase US$ 2 trilhões anuais com assistência à saúde. O Brasil, com a economia melhorando, está caminhando para uma situação parecida. As partes envolvidas dentro do sistema de saúde têm muitos interesses conflitantes e não conseguem trabalhar para atingir um propósito comum. De acordo com um dos maiores estrategistas da atualidade (Michael E. Porter), devemos repensar a saúde com estratégias para melhorar a qualidade e reduzir os custos. No caso do Orthomed Center, como nosso foco principal é ortopedia e traumatologia, trabalhamos para oferecer o melhor tratamento possível e atingir todas as expectativas dos pacientes: atendimento com excelência do hospital e equipe médica, menor custo e resultado final atingido com resolução das patologias.

Mercado: Praticamente em 100% dos negócios hoje se fala em falta de profissionais qualificados. Isto também é uma carência para vocês? Como fazem para transpor essa deficiência?

Temos uma estrutura muito bem organizada e com protocolos muito bem definidos em que, apesar da falta de gente qualificada, a máquina continua trabalhando corretamente. Estimulamos nossos colaboradores a fazerem cursos específicos em cada área de atuação, damos incentivo financeiro para cursarem faculdade e, no geral, mostramos que trabalhar em nosso hospital é fazer parte de uma família que tem uma meta bem definida: qualidade de atendimento e resolução de problemas de saúde. Quem não se ajusta não fica. Com relação à equipe médica, todos são ortopedistas e traumatologistas, porém, trabalhando e sempre se reciclando em áreas de atuações específicas. Fazemos cursos de reciclagem anualmente no Brasil e exterior. Nosso atendimento médico é feito exclusivamente por profissionais que fazem parte do corpo clínico, tanto nos consultórios quanto no pronto atendimento. Portanto, qualificação não é problema importante. No Orthomed Center as pessoas se qualificam muito rápido e com mais facilidade devido ao nosso protocolo.

Mercado: Quais os requisito, básicos na hora de contratar os profissionais? Que características não podem faltar?

Em primeiro lugar gostar daquilo que faz. Fazer o me-

lhor possível. Ser metacompetente, ou seja, fazer além e melhor do que foi contratado para fazer. Nem sempre o melhor profissional é aquele que tem mais diplomas. Preferimos aquele que tem maior facilidade para superar problemas.

Temos empresa contratada de RH responsável para auxiliar na contratação do pessoal.

Mercado: Apesar dos problemas, a medicina evoluiu e continua evoluindo a cada dia. O senhor concorda com essa afirmação ou ainda temos muito a percorrer? O que o paciente pode esperar hoje dessa evolução?

A medicina nunca para de evoluir e diariamente são feitos estudos em todo o mundo para buscar a resolução deste ou daquele problema. Entretanto, lidamos com seres humanos e com sistema orgânico hiper complexo, onde transformações também acontecem a cada dia. Estamos sujeitos a fatores extrínsecos nocivos à saúde e quando entram em conflito com fatores genéticos, surge uma nova doença. Acredito que os problemas que a própria raça humana tem gerado desde que pisou no planeta terra estão se voltando agora contra seus mentores. Por isso, não adianta cobrar somente daqueles que procuram encontrar a cura das doenças. Devemos fazer nossa parte com boa educação alimentar, exercícios físicos frequentes, ser mais racionais ao tratar nossos problemas e cuidar da mãe natureza.

Mercado: E falando do relacionamento médico/paciente, há alguma mudança importante que pode ser considerada de alguns anos para cá?

O médico moderno não pode mais pensar em fazer somente o que aprendeu na faculdade. O diagnóstico, que é o objetivo principal da consulta, pode necessitar de conhecimentos que nenhuma escola ou faculdade tem condições de oferecer. O paciente pode apresentar problema que não é da área de atuação do médico e, mesmo assim, devemos saber como identificar as causas e encaminhar ou tratar as patologias de forma correta. Relacionar-se com pacientes não se aprende em pouco tempo. Adquire-se com o passar do tempo e a curva de aprendizagem é muito longa. Às vezes, somente aprendemos quando já não temos muito cabelo ou estes se tornam grisalhos. Os pacientes, por sua vez, têm informações de sua doença através do acesso à internet e, frequentemente, nos procuram com diagnóstico pronto e sabendo de tudo sobre seu problema. Por isso, necessitamos de nos reciclar diariamente e aproveitar a medicina globalizada através de sites oficiais e específicos na internet. Se você trabalha confortavelmente, gosta daquilo que faz, tem metacompetência e qualidade de atendimento, o relacionamento médico/paciente não é problema.

Mercado: Que lições o senhor tira do exercício diário da medicina?

Sempre estou aprendendo com meus pacientes. A vantagem de ser médico é que cada paciente tem um problema específico e nosso local de trabalho é como se fosse um grande livro que contém várias histórias de vida. Todo médico tem um fardo para carregar. Faz parte de nossa vida. Temos obrigação de ajudar àqueles mais necessitados e permitir acesso à medicina bem feita e com qualidade. A maturidade profissional somente é atingida quando o médico consegue ver seu paciente como paciente e não como negócio. Não acho errado agir como Robin Hood, ou seja, cobrar mais de quem pode mais. Por outro lado, vejo algumas operadoras de saúde que visam apenas ao próprio crescimento, dificultando o trabalho dos médicos e hospitais, sendo que no final de tudo quem sai perdendo é o paciente. É possível fazer medicina bem feita, ganhando o suficiente para viver bem com trabalho digno e fazendo bem às pessoas. Enfim, nunca deixamos de aprender com a medicina.

Mercado: O curso de Medicina sempre foi um dos mais concorridos nas diversas universidades do país. Como o senhor considera a qualidade do ensino da Medicina hoje? Sempre se ouve falar de erros médicos e de outros problemas relacionados a esse universo. Como ter uma medicina 100% segura?

O Brasil não necessita de mais escolas de medicina. Ainda assim, novas faculdades são abertas graças às facilidades e ao "jeitinho" brasileiro em que a política novamente entra em cena. Com isso, formam-se profissionais sem condições de trabalho e que visam somente a lucrar com a profissão e têm o paciente apenas como negócio. A maioria dos médicos que se formam preferem ficar na região sudeste, onde a qualidade de vida é melhor. Em nossa região já temos problemas de mau uso da profissão e profissionais incapazes, imagine no restante do país. A gestão do sistema de saúde em geral está errada e, com isso, a medicina bem feita está se deteriorando cada vez mais. Estamos caminhando para um verdadeiro caos e nada tem sido feito. O paciente será o maior perdedor.

Mercado: O Orthomed Center acaba de receber um selo de segurança e qualidade, chamado de Acreditação Hospitalar, sendo o primeiro e único da rede privada de Uberlândia a conseguir isso. Por que resolveram buscar essa certificação? O que muda no atendimento ao cliente e no hospital como um todo?

Acreditação hospitalar é considerada pela Organização Mundial de Saúde (OMS) fator estratégico para o desenvolvimento da qualidade da saúde na América Latina. Em hospitais na Europa e nos Estados Unidos, a população tem maior predileção por hospital com selo de acreditação. Por isso, resolvemos partir para ACREDITAÇÃO hospitalar, certificando dessa forma a qualidade no atendimento e melhor gestão de instituição de saúde. Como somos vigiados constantemente pela Organização Nacional de Acreditação (ONA), somos obrigados a cumprir normas, protocolos e metas voltados para o melhor cuidado dos pacientes e à gestão de serviços. Consequentemente, temos mais qualidade em todos os setores e muito menor incidência de complicações para o paciente. Todos saem ganhando.

Mercado: A pretensão é estar entre os dez melhores hospitais do Brasil. Como o senhor avalia o seu negócio para os próximos anos e quais os principais desafios para alcançar essa meta?

Sempre gostei de desafios. Meu sonho era ter uma clínica e hoje tenho um hospital. Meus filhos optaram por fazer medicina por desejo próprio. Nunca interferi na decisão deles. Já que resolveram seguir a profissão médica, tenho que continuar meu negócio e deixar o patrimônio para eles. Nada melhor que deixar como patrimônio condições para continuarem a mais nobre das profissões, que é cuidar do ser humano, vivenciar o dia a dia e os problemas de saúde das pessoas, poder ajudar e ter o privilégio de ser iluminado por Deus para tratar dos doentes. Isso tudo ninguém pode tirar. Patrimônio em dinheiro pode acabar um dia. O diploma de medicina ninguém lhe toma. Basta saber trabalhar bem, com competência e dignidade. O restante é consequência. Sendo assim, e por isso tudo, queremos ampliar o hospital ainda este ano e a ampliação será em todos os sentidos: fisicamente e continuando com a mesma qualidade para chegar a ser um dos dez principais hospitais especializados em ortopedia e traumatologia dos país. O caminho já foi traçado há oito anos. Basta continuar fazendo bem feito.

Mercado: Vocês agora vão investir cerca de R$ 4 milhões no projeto de expansão. Existe mercado para isso?

Tomara que fique somente nesse valor. A população de pacientes idosos tem aumentado bastante graças ao aumento da expectativa de vida. Mesmo assim, independente de idade, todos buscam melhor qualidade de vida e a procura por serviços médicos é muito grande, tanto para prevenção como para tratamento das patologias. Além disso, Uberlândia é considerada importante centro médico na região, no estado e no país. O progresso e o constante crescimento atraem investidores e gente disposta a trabalhar. O retorno para serviços médicos de qualidade e especializados é certo e há oito anos iniciamos nossa jornada. Basta continuar trabalhando e acreditar sempre.

Mercado: Como vocês vêem a reciclagem profissional? O corpo clínico e demais colaboradores passam por atualizações constantes?

A reciclagem profissional é obrigatória no hospital e realizada pelos gerentes de setores e com frequentes reuniões com todo pessoal colaborador. Com relação à equipe médica, sempre participa de eventos, congressos e jornadas no Brasil e exterior. Há oito anos fazemos reunião clínica semanalmente com aulas e discussões de casos clínicos, sempre procurando exercer a melhor medicina possível, e baseados em evidências.

Mercado: Que conselho o senhor deixa para quem tem vontade de começar um negócio próprio?

No meu caso tudo aconteceu sem planejamento. Apenas pela vontade de realizar um sonho. Por isso, no início recebi críticas e fui muito desacreditado por todos. Felizmente deu certo. Agora, para a ampliação, estamos com uma consultoria para entender melhor o mercado e tudo está sendo realizado com planejamento. Para quem quer começar um negócio, além de gostar do que faz, é importante ter vocação natural, analisar previamente o mercado e ter coragem para enfrentar as adversidades que acontecem em qualquer negócio.

Mercado: E para quem pretende cursar Medicina, o que é preciso ter em mente? Quais conselhos daria?

Em primeiro lugar ter vocação. Saber que o fato de trabalhar com seres humanos e com patologias exigirá dedicação e muito estudo. Reconhecer que todo médico tem um fardo para carregar e ajudar pessoas mais necessitadas faz parte da profissão. A entrega deve ser total. Amar ou largar. ◘

A competitividade e o franchising Parte I

"Duas coisas ajudam a avançar: ir mais depressa que os outros ou ir pelo bom caminho".

(René Descartes - 1596/1650)

POR Carlos Ruben Pinto*

O cenário da economia mundial está passando por grandes mudanças, e essas mudanças vêm deixando muitas empresas em dificuldade, especialmente as pequenas e médias. O que mais ouvimos nos dias atuais é sobre a tal da competitividade, fruto da globalização, que tem colocado em nossas portas diariamente produtos importados com preços mais acessíveis, gerando novos concorrentes. Devemos nos preocupar mais com a capacidade competitiva de nossas empresas, principalmente das franquias, em que franqueadores e franqueados precisam estar cada vez mais bem estruturados e preparados para competir, com sucesso, neste concorrido mercado.

Somos todos participantes deste mundo globalizado, e ser competitivo hoje é tema de revistas, artigos, jornais, livros e de uma infinidade de meios de comunicação. São muitas as pessoas que discutem hoje esse importante tema, ligado ao crescimento e à prosperidade. É a competitividade colocada em nossas vidas como fator chave de sucesso. Para competir é preciso planejar. Para efetuar o planejamento estratégico de uma rede é preciso trabalhar o comportamento dos agentes do sistema, pois a competitividade já mostrou as suas credenciais; cabe às franquias prepararem-se para ter condições de serem competitivas. Isso requer trabalhar o planejamento da rede, programar o futuro e ter o compromisso com a organização do negócio para conduzi-lo ao sucesso.

A competitividade, no franchising, deve ser analisada observando-se o segmento de atuação e o ramo de atividade da franquia. Separando-se assim o mercado e analisando uma série de componentes da nossa realidade, somos capazes de listar alguns itens que devem compor a análise e que influenciam a economia como um todo. São eles: o papel do governo, sua prometida reforma tributária e o compromisso de gerar novos postos de trabalho; o nível socioeconômico e cultural da população; as inovações tecnológicas e, principalmente, a capacidade empreendedora dos candidatos a franqueados, suas atitudes diante dos riscos e a qualidade e competência gerencial destes. Fatores como esses e outros no âmbito da administração interna, como redução de custos, investimentos em tecnologia, aumento da produtividade, sistemática de marketing, vendas e gestão financeira são ingredientes que, se bem geridos, tornam a empresa mais competitiva.

Cabe ao franqueador coordenar uma série de ações que conduzam a sua rede ao bom caminho e à maior competitividade e, para isso, certamente terá que trabalhar em várias frentes. Vamos lembrar as principais: mercado, produtos e serviços, recursos humanos internos ou estrutura, franquias em operação e seus fornecedores, entre outras. Enfim, é preciso tornar a franquia apta a concorrer no mercado, oferecendo produtos e serviços de qualidade, com preços competitivos para, com isso, conquistar a fidelidade de clientes, que plenamente satisfeitos não terão motivos para procurar o concorrente.

Para efetuar o planejamento estratégico de uma rede é preciso trabalhar o comportamento dos agentes do sistema, pois a competitividade já mostrou as suas credenciais

* **Carlos Ruben Pinto** é administrador de empresas, consultor de varejo e franquias -carlos@guiadofranchising.com.br - www.guiadofranchising.com.br/mds

Conte com tecnologias inovadoras e soluções customizadas para sua empresa ou instituição de ensino.

A **VTS BRASIL** é uma empresa especializada em soluções tecnológicas voltadas para o mercado **Corporativo** e **Educacional**. Com atendimento em todo o país oferece um universo de produtos inovadores com garantia de fábrica e serviços especializados, que vão desde a identificação da tecnologia mais adequada à sua empresa ou instituição de ensino até a instalação, suporte técnico e treinamento dos usuários da nova tecnologia. Tudo para garantir total satisfação dos clientes. **Saiba mais, conheça alguns de nossos produtos e soluções.**

SOLUÇÕES CORPORATIVAS

- Apresentações Audiovisuais e Interativas
- Comunicação a Distância
- Comunicação Visual

SOLUÇÕES EDUCACIONAIS

- Sala de Aula Interativa
- Ensino a Distância
- Laboratório de Pesquisa e Informática
- Auditórios

audioconferência | videoconferência | projetor multimídia | lousa interativa | sistema touchscreen | tela de projeção

MAIS INFORMAÇÕES, SOLICITE UMA VISITA.

34 3291 - 1300
atendimento@vtsbrasil.com.br
Rua Coronel Antônio Alves Pereira, 701 - Uberlândia MG
vtsbrasil.com.br

VTS BRASIL
SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS

Mercado Futuro

POR Renato Faria

A agropecuária é uma atividade produtiva que apresenta algumas características diferenciadas em relação ao setor industrial e comercial, como, por exemplo, o alto risco econômico devido à dependência dos fatores climáticos, ao elevado tempo em que algumas culturas e/ou criações permanecem no campo sem apresentar retorno esperado do investimento realizado, aos elevados custos de armazenamento, entre outros. Além disso, há de se considerar a volatibilidade e dúvidas a respeito dos preços que serão recebidos, o que faz da agropecuária, em certos momentos, um verdadeiro jogo de incertezas de elevado risco financeiro.

Os mercados futuros de commodities agropecuárias são uma forma de propiciar um certo "seguro" em meio a tanto risco, para o produtor rural e para a agroindústria, possibilitando uma "garantia" quanto à queda ou à elevação de preços. Os mercados futuros podem ser uma forma eficaz de eliminação de um dos principais riscos da atividade agropecuária, aquele decorrente da incerteza de preços em um tempo futuro, quando se dará então a comercialização da safra agrícola. Mas é necessário entender bem o que é o mercado futuro e quais os seus participantes.

Mercado futuro é um mercado que funciona na Bolsa e onde são transacionados contratos de produtos agropecuários como o café, a soja, o milho e o boi gordo, com um preço determinado para uma data futura. No Brasil, os contratos futuros são negociados na Bolsa de Mercadorias & Futuros (BM&F), localizada em São Paulo. No mercado futuro da BM&F são negociados contratos referentes a uma quantidade de produto agropecuário, de acordo com uma especificação de qualidade e classificação, não existindo a intenção de comercializar produtos físicos diretamente na Bolsa. Isto é, mercado futuro em Bolsa é um mercado de contratos, de intenções, onde na realidade são negociados "preços" futuros de uma dada mercadoria.

Nos mercados futuros de commodities agropecuárias existem uma série de agentes atuantes, como os compradores, os vendedores, os especuladores e os arbitradores.

Os vendedores geralmente são aqueles que têm o produto físico, como, por exemplo, os produtores rurais e as suas cooperativas. Eles procuram um "seguro" contra uma eventual baixa de preços em uma data pré-determinada no futuro (data da comercialização da safra agrícola) e são chamados de hedgers.

Esses hedgers entram no mercado vendendo contratos futuros referentes a uma quantidade de produtos agropecuários e mantêm uma posição de mercado chamada short (posição vendida).

Os compradores geralmente são aqueles que necessitam de um produto físico, como, por exemplo, os exportadores, as agroindústrias e as cooperativas agroprocessadoras. Quando eles também procuram um "seguro" contra uma eventual alta de preços em uma data pré-determinada no futuro (data de vencimento dos contratos de entrega e/ou exportação), também são chamados de hedgers.

Para efetuar uma operação no mercado futuro de commodities agropecuárias, tanto o vendedor (hedger com posição short) como o comprador (hedger com posição long) devem operacionalizar as suas intenções através de uma corretora que seja membro da BM&F. Essas corretoras são credenciadas a participar do pregão da Bolsa através de seus operadores de pregão, e além de executar as ordens de seus clientes acompanham também as suas contas e a sua posição junto à câmara de compensação (Clearing House).

Nesse mercado, ainda existe um agente de fundamental importância estratégica para a liquidez dos negócios, o chamado "especulador". Essa palavra não deve ser entendida no sentido pejorativo, como "explorador" nas transações comerciais.

É o especulador quem entra e sai do mercado com rapidez maior que o hedger, está interessado em auferir ganhos com a compra ou venda de contratos, não se interessando diretamente pela mercadoria física.

É esse agente de mercado que "garante" a compra ou venda de um contrato, em um determinado momento, permitindo que o hedger possa entrar ou sair do mercado quando lhe convier e for melhor para a sua operação de "seguro" de preços, assumindo e transferindo os riscos do produtor rural para o mercado.

Os arbitradores são os participantes que buscam distorções de preços entre mercados e tiram proveito dessa diferença ou da expectativa futura dessa diferença. A estratégia dos arbitradores é comprar no mercado em que o preço está mais barato e vender no mercado em que está mais caro. Dessa forma eles lucram o diferencial.

O preço do contrato futuro e o preço do ativo à vista devem convergir à medida que o contrato futuro se aproxima do seu vencimento. Essa propriedade permite a utilização dos contratos futuros para operações de hedge via Bolsa. A liquidação por entrega física de produto, incluindo a base ou a liquidação financeira com base em indicadores de preços do mercado à vista no vencimento do contrato, garante a convergência dos preços. Base é a diferença de preço do mesmo produto entre a bolsa e o físico (ou entre praças diferentes). A base é obtida através de um estudo histórico de diferencial entre as praças, sendo esta variável de acordo com as condições de oferta e demanda no período.

No vencimento do contrato a posição do investidor será liquidada ou por entrega física ou por liquidação financeira. A liquidação financeira é realizada automaticamente no dia do vencimento, tomando como base para o último ajuste algum indicador de preço à vista ou média de vários dias segundo metodologia da Bolsa descrita no contrato. A liquidação física ocorre quando os clientes-vendedores que optarem pelo não encerramento de suas posições até o último dia de negociação deverão apresentar o aviso de entrega a BM&F. Os vendidos têm o direito de entregar fisicamente os produtos em locais pré-estabelecidos pela bolsa, mas não a obrigatoriedade. Ao vendedor é exigido que o produto esteja em local estabelecido pela bolsa, na qualidade (certificada) e quantidade estabelecidas em contrato divulgado pela Bolsa junto com os demais certificados exigidos. Se a entrega ocorrer em local diferente da praça estabelecida pela Bolsa, acarretará em desconto de frete (divulgado pela Bolsa em forma de tabela a cada aviso de entrega) no valor financeiro a ser pago pelo comprador.

* Colaboração: **Ápis Investimentos** | Afiliada XP-Uberlândia www.apisinvestimentos.com - 34 3221-8606

Foto: Amipa

O MinasCotton tem capacidade para realizar 250 mil análises por safra

Uberlândia tem o 3º melhor laboratório em análise de algodão do mundo

DA Agência Minas

O laboratório mineiro MinasCotton, vinculado à Associação Mineira dos Produtores de Algodão (Amipa), é o terceiro laboratório mais preciso do mundo e o primeiro do Brasil em análise de fibras de algodão. A classificação foi emitida de acordo com aferição do International Cotton Advisory Committee (Icac), instituição internacional responsável pelas auditorias e que atua como árbitro no mercado mundial do algodão. A rodada de aferições foi realizada em 80 laboratórios e 127 máquinas de todo o mundo, no período de outubro a dezembro de 2010.

O laboratório, localizado em Uberlândia, no Triângulo Mineiro, é fruto dos trabalhos que vêm sendo desenvolvidos pelo Programa Mineiro de Incentivo à Cultura do Algodão (Proalminas), coordenado pela Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais (Seapa-MG). Segundo o superintendente de Política e Economia Agrícola da Seapa, João Ricardo Albanez, por meio do Proalminas, a indústria têxtil recebe benefícios fiscais e, em compensação, paga ao produtor 9% a mais que o preço de mercado para o algodão em pluma. “Parte desse recurso é depositado no Fundo de Desenvolvimento da Cotonicultura, que investiu na implantação do laboratório, possibilitando aos produtores aferir e melhorar a qualidade de sua produção”, explica Albanez.

Foto: Amipa

Serviço de Análise HVI

Para o diretor executivo da Amipa, Lício Pena, o laboratório é o pilar tecnológico da cadeia produtiva do algodão no Estado. “Enquanto a associação organiza os produtores, reúne e disponibiliza informações do setor, o laboratório apura a qualidade do algodão produzido não só em Minas, mas também em outros estados, principalmente Goiás e São Paulo”, explica.

O equipamento avaliado pelo comitê internacional é responsável pela análise de HVI (High Volume Instrument), que são testes realizados para determinar características como o micronaire (grossura da fibra), comprimento, resistência e níveis de cor, dentre outros. No caso específico da MinasCotton, o equipamento de análise de HVI foi importado da Índia. “Para chegarmos ao nível de precisão no funcionamento dessa máquina, além da regulagem perfeita, vários outros fatores estão envolvidos, como a climatização da sala e a capacitação contínua dos funcionários”, diz Lício Pena.

Inaugurado em 2006, o laboratório tem capacidade para realizar 250 mil análises por safra. Credenciado pelo Ministério da Agricultura, o Minascotton também analisa e atesta a qualidade da pluma importada de diversos países para a indústria têxtil brasileira. “É um laboratório gerenciado pelos produtores e, na medida em que a própria indústria procura nossos serviços, demonstra a confiabilidade do trabalho”, afirma o diretor da Amipa.

Os preços das análises variam entre R$ 1,50 e R$ 6,00 por amostra, dependendo do tipo e quantidade de solicitada, e o produtor mineiro paga 30% menos do valor cobrado. Além da análise de HVI, o laboratório também faz testes de caramelização, que medem o nível de açúcar na pluma, análise visual e o take-up, que é a vistoria do algodão pelo comprador têxtil. “O take-up consiste na preparação dos lotes para avaliação, incluindo classificação visual padrão universal e relatório de HVI, elaborados no próprio laboratório, além da apresentação da amostra ao comprador interessado”, explica.

A pluma mineira analisada pela MinasCotton também é exportada, via tradings, para vários países, como Itália, Alemanha, França, China, Paquistão, Portugal e Japão.

Em Minas, a produção de algodão está concentrada nas regiões Noroeste, Triângulo, Alto Paranaíba e Norte. Segundo a Amipa, a expectativa para esta safra no Estado é de aproximadamente 47 mil toneladas de pluma em uma área plantada de 32 mil hectares, um aumento de 115% em relação à safra anterior.

Foto: Amipa

Serviço de Classificação Visual

Uberaba vai ganhar centro de pesquisa de trigo

Foto: Arquivo

O Alto Paranaíba, o Triângulo e o Noroeste mineiros são as principais regiões produtoras do estado

Em Minas, a produção de trigo gira em torno de 100 mil; Triângulo, Alto Paranaíba e Noroeste são as principais regiões produtoras

DA Redação

Minas Gerais irá ganhar um Núcleo Avançado de Pesquisa de Trigo Tropical. O núcleo irá funcionar em Uberaba, no Triângulo Mineiro, com o objetivo de desenvolver cultivares e sementes adequadas ao plantio no cerrado, estudar tecnologias para a condução da lavoura e fornecer todo o suporte técnico necessário à expansão do trigo.

Nos próximos meses, a Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais (Seapa) vai assinar termo de cooperação técnica com a Embrapa Trigo e a Epamig para a instalação do núcleo numa fazenda de 96 hectares. O centro de pesquisa é a continuação das ações que vêm sendo executadas pela câmara setorial do trigo do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento para a criação de um polo de produção da cultura nos estados do Brasil Central.

A proposta de criação de um novo polo produtor no país foi apresentada ao governo federal por meio do Programa de Desenvolvimento da Cadeia Produtiva do Trigo de Minas Gerais (Comtrigo), desenvolvido pela Seapa. O objetivo é estimular o potencial da região de cerrado para a produção de trigo, e reduzir a dependência que o país tem das importações, especialmente da Argentina, de onde vêm 90% do trigo consumido. "É uma atividade que estamos implantando em Minas Gerais para ampliar nosso leque de produção de grãos, oferecendo novas alternativas para o produtor mineiro", afirma o secretário de Agricultura de Minas Gerais, Elmiro Nascimento.

Foto: Divulgação

O secretário de Agricultura de Minas Gerais, Elmiro Nascimento, diz que a criação do centro é a continuação de ações do governo federal que visam a estimular o potencial da região de cerrado para a produção de trigo

Segundo o coordenador do Comtrigo, Lindomar Antônio Lopes, o país vive um paradoxo em relação à cultura. "Temos todas as condições de sermos um celeiro produtor de trigo, que é o segundo cereal mais consumido no mundo, mas apesar das condições favoráveis, somos um grande país importador", afirma.

A partir deste mês, o grupo de trabalho do Ministério da Agricultura, coordenado por Lindomar Lopes, vai iniciar os contatos com as secretarias de Agricultura dos estados envolvidos (além de Minas, o Distrito Federal e os estados da Bahia, Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul) para apresentação do projeto de implantação do novo polo produtor de trigo no país e estabelecer parcerias com as entidades representativas interessadas no desenvolvimento do programa.

Outra meta do grupo de trabalho para a implantação do polo produtor de trigo tropical é a criação de contratos de fornecimento antecipado aos moinhos, que garantiriam ao produtor a comercialização de sua produção com base no preço de mercado. "Atualmente, o preço mínimo do trigo varia entre R$ 480 a R$ 540 a tonelada, mas o preço de mercado tem sido até superior. O produtor teria a comercialização garantida por preços vantajosos", analisa.

Trigo em Minas

Em Minas, a produção de trigo gira em torno de 100 mil toneladas por ano, enquanto o consumo estadual está estimado em 900 mil toneladas ao ano. A cultura apresenta viabilidade técnica, econômica e competitividade para se expandir no estado. "Em Minas, o trigo é cultura de inverno, plantado antes das culturais tradicionais de verão (milho e soja). Então, ele é uma excelente alternativa para a rotação de culturas, porque é plantado no intervalo", explica o coordenador.

Outro ponto que favorece a produção mineira é que o estado é privilegiado em termos de comercialização, pois o trigo é colhido na entressafra brasileira e argentina, encontrando um mercado comprador com preços mais competitivos. A proximidade aos principais centros consumidores também é um facilitador, tornando a logística mais barata para a cadeia produtiva.

O Alto Paranaíba, o Triângulo e o Noroeste mineiros são as principais regiões produtoras do estado, com uma produtividade em torno de 4 mil quilos por hectare, enquanto a produtividade nacional está em torno de 2,7 mil quilos por hectare. Segundo Lindomar Antônio Lopes, o Sul e o Norte de Minas também têm condições de desenvolver a cultura irrigada com bons resultados.

Foto: Arquivo

A produtividade de trigo nas regiões do Triângulo, Alto Paranaíba e Noroeste mineiros gira em torno de 4 mil quilos por hectare, enquanto a produtividade nacional está em torno de 2,7 mil quilos por hectare

SENAI e SESI têm R$ 26 milhões para apoiar inovação nas empresas

Indústrias interessadas em obter o apoio financeiro previsto no edital, que será lançado nesta terça-feira, podem apresentar propostas até 6 de maio

DA Redação

As indústrias brasileiras com projetos inovadores podem participar do edital do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e do Serviço Social da Indústria (SESI). As inscrições estão abertas desde o dia 15 de março e podem ser feitas até 6 de maio. As empresas selecionadas receberão apoio técnico e financeiro para o desenvolvimento de produtos, melhoria de processos de produção ou criação de serviço que proporcione qualidade de vida ao trabalhador ou à comunidade onde a indústria está situada.

"O papel principal dessa iniciativa é promover a transferência de tecnologias para o setor industrial", ressalta o gerente de Inovação Tecnológica do SENAI, Marcelo Gaspar. "O edital permite construir um portfólio de produtos orientado para a demanda e que possa ser aplicado em outras empresas e segmentos industriais", acrescenta o gerente executivo de Tendências e Prospecção do SESI, Fabrízio Machado.

Na sua 8ª edição, o edital disponibilizará R$ 26 milhões para financiar projetos inovadores. Desse valor, R$ 16 milhões são do SENAI, R$ 7,5 milhões vêm do SESI e R$ 2,5 milhões serão pagos em forma de bolsas do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) a pesquisadores que participarem do projeto. Esse valor supera os R$ 15,5 milhões aplicados em 2010. Com o aumento dos re-

cursos do edital, será possível elevar o número de projetos atendidos este ano.

A perspectiva é apoiar o desenvolvimento de 90 a 95 projetos este ano, contra 77 em 2010. Segundo o analista de Desenvolvimento Industrial do SENAI, Mateus Simões, o aumento dos recursos do edital também ampliou de R$ 200 mil para R$ 300 mil o limite reservado a cada projeto.

Foto: Arquivo

Celso Medina, gerente do SENAI em Uberlândia: "Somente as indústrias com mais de um ano de vida podem concorrer ao edital"

Os recursos investidos nos projetos serão repassados aos Departamentos Regionais do SENAI e do SESI nos estados e usados para pagar todas as despesas geradas no desenvolvimento dos produtos, processos ou serviços propostos. Eles poderão ser aplicados na compra de equipamentos, contratação de terceiros, despesas com viagens e material de consumo, software, material de laboratório, dentre outros bens.

Os projetos selecionados serão desenvolvidos pelas empresas em parceria com as duas instituições. Os trabalhos de inovação tecnológica terão o apoio do SENAI e aqueles voltados à melhoria de vida dos trabalhadores receberão a cooperação do SESI. Os projetos considerados tecnológicos e sociais ao mesmo tempo serão atendidos pelas duas entidades. "O edital contribui fortemente com a missão do SESI, que é aumentar a qualidade de vida do trabalhador da indústria e de seus dependentes", destaca Machado.

De acordo com o gerente das Unidades de SENAI em Uberlândia, Celso Medina, para participar, as empresas deverão apresentar o projeto aos Departamentos Regionais do SENAI ou do SESI no prazo de inscrição previsto. "O edital detalhando os procedimentos necessários é muito completo e está disponível desde 15 de março no site www.editaldeinovacao.com.br", informa Medina. Contudo, ele acrescenta aos interessados que, se preferirem se informar pessoalmente a respeito de como se inscrever no edital, podem procurar o SENAI em Uberlândia, que fica na rua Ernesto Vicentini, 245, Roosevelt, de segunda a sexta-feira, em horário comercial.

Para finalizar, ele observa que somente as indústrias com mais de um ano de vida podem concorrer ao edital, sendo que caberá a elas uma contrapartida de, no mínimo, 5% do valor pedido no edital. "O projeto precisa gerar um produto final, processo ou serviço com característica inovadora, que agregue valor à empresa e agrade ao mercado consumidor", finaliza.

Sábados e Domingos — Self-Service por Quilo

Almoço Especial

ÁGUA DOCE cachaçaria

Sabores do Brasil

O melhor da culinária brasileira, com variedade de pratos e deliciosa mesa de Tortas e Doces. Tudo isso em um ambiente agradável e som de primeira. Aproveite!

Av. Francisco Galassi, 1.140
Morada da Colina
(34) 3238 6605

Projeto aeronáutico a decolar em Minas

Um salto no tempo: do campo de Bagatelle, em 1906, para Tupaciguara, no Triângulo Mineiro, em 2011. Por iniciativa do "Santos Dumont do século XXI", Minas estará presente de novo em mais um capítulo da história da aviação

POR Evaldo Pighini

O engenheiro mecânico-aeronáutico, Daniel Marins Carneiro, "pai do AX-2 Tupã", está à frente de um grande e revolucionário projeto que promete impor novas perspectivas para a aviação brasileira e mundial

começa Gerais

Quando, no ano de 1906, no Campo de Bagatelle, em Paris, Santos Dumont se tornou o primeiro homem a pilotar uma máquina mais pesada que o ar - o 14 Bis, ele escreveu junto com o seu também o nome de Minas Gerais nos anais da aviação mundial. Alberto Santos Dumont era mineiro, nascido no sítio Cabangu, próximo à cidade que hoje leva o seu nome (na época chamada de Palmira). Agora, há pouco mais de um século, o nome do estado mineiro vai ganhar uma nova citação em mais um capítulo da história da aviação. Isso, graças à iniciativa do engenheiro aeronáutico Daniel Marins Carneiro, que escolheu a cidade de Tupaciguara, no Triângulo Mineiro, para a instalação da empresa Axis Aerospace, de onde fará levantar voo um dos "inventos" mais ousados da aviação brasileira deste início de século: a aeronave AX-2 Tupã. Por causa disso e de seu pioneirismo frente a outros importantes projetos desenvolvidos em favor da indústria aeronáutica brasileira, Daniel Carneiro está sendo chamado por muitos de Santos Dumont do século XXI.

Conforme divulgado, o AX-2 Tupã é um avião subsônico, de seis lugares, comercial e executivo, com características inovadoras, que proporcionará a viabilidade da popularização do transporte aéreo nacional por conjugar características expressivas em termos de redução de custos, aumento de segurança, redução de emissões ambientais e de ruído externo em aeroportos em números nunca antes vistos no mercado mundial. É um projeto que inclusive já está em desenvolvimento.

No final de fevereiro, durante visita a Tupaciguara, o secretário de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior de Minas Gerais, Nárcio Rodrigues, e o presidente da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig), professor Mário Neto Borges, anunciaram o encaminhamento da liberação de R$ 700 mil, de um total de R$ 2,2 milhões que cabem ao governo do estado. O recurso, segundo Nárcio, irá para o desenvolvimento do avião Tupã. Outros R$ 5 milhões serão disponibilizados pelo governo federal.

Segundo o professor Mário Neto, o desenvolvimento e a montagem do Tupã em Tupaciguara obedecem à estratégia de tornar Minas um polo aeronáutico no país, que já dispõe de uma fábrica de helicópteros em Itajubá. "Tupaciguara entra como produtora de aeronaves com asa fixa e Itajubá com asa móvel, que são os helicópteros. E o fato da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) oferecer um curso de Engenharia Aeronáutica é mais um ativo de viabilização do projeto", destacou o professor. Uberlândia fica a pouco mais de 60 quilômetros de Tupaciguara. O prefeito Alexandre Berquó ressaltou a importância da instalação da Axis Aerospace no município e destacou ainda os quatro mil empregos, diretos e indiretos, que deverão ser gerados quando a fábrica estiver em pleno funcionamento; em princípio, quando o AX-2 estiver já na linha de montagem.

Em Tupaciguara, provisoriamente a empresa Axis Aerospace está instalada em um galpão localizado no Distrito Industrial onde, num primeiro momento, será montado o protótipo do AX-2 Tupã. Depois, a sede da empresa será transferida para uma área próxima, maior e mais apropriada, onde inclusive será instalada a fábrica de aviões que contará, entre outras coisas, com pista para testes - pousos e decolagens de aeronaves.

O presidente da Fapemig, professor Mário Neto Borges: "A montagem do Tupã em Tupaciguara obedece a uma estratégia de tornar Minas um polo aeronáutico no país"

A Axis Aerospace

A empresa Axis Aerospace tem como objetivo maior o desenvolvimento de tecnologia aeroespacial. A sua criação nasceu de uma iniciativa do engenheiro mecânico-aeronáutico Daniel Marins Carneiro, que tem um extenso currículo de serviços prestados à indústria da aviação brasileira. Agora, com pretensão de alçar voos solos e empreender novos projetos, ele decidiu fundar a Axis Aerospace, e já tem em fase de desenvolvimento o projeto do AX-2 Tupã. Para isso, ele conta com importantes apoios, mas faz questão de frisar que será necessário mais. "Em projetos como esse, é fundamental o trabalho em equipe", ressalta Daniel.

Por enquanto, o fundador da Axis Aerospace prefere falar das parcerias que já têm sacramentadas e que, segundo diz, inicialmente serão suficientes para colocar os seus projetos em andamento. Entre os atuais parceiros, ele destaca primeiramente o apoio da Prefeitura de Tupaciguara que, através do prefeito Alexandre Berquó, desde o início acreditou em seus projetos - da Axis e, consequentemente, do AX-2 Tupã. A Universidade Federal de Uberlândia (UFU) também é citada por Daniel, à qual ele se refere como "uma instituição de excelência de ensino e pesquisa e que tem apoiado imensamente o projeto". No contexto, ele diz ainda que a preocupação com formação de mão de obra especializada também tem sido tratada com a UFU. "A participação da universidade em projetos da Axis, paralelos ao Tupã, está também sendo delineada nesse momento, no que ressalto o envolvimento e o apoio do reitor Alfredo Júlio Fernandes e dos professores Valder Steffen Jr. e Domingos Rade", destaca.

> **"A participação da universidade em projetos da Axis, paralelos ao Tupã, está também sendo delineada nesse momento, no que ressalto o envolvimento e o apoio do reitor Alfredo Júlio Fernandes e dos professores Valder Steffen Jr. e Domingos Rade"**

Daniel Carneiro cita ainda a participação dos governos estadual - Minas Gerais - e federal, que também decidiram dar apoio através da concessão de recursos; isso, após várias análises internas do seu projeto por especialistas. Nesse sentido, o engenheiro acrescenta que está em análise também o financiamento para a construção da futura fábrica da Axis em Tupaciguara, a partir do momento que o AX-2 Tupã estiver pronto para ir à linha de fabricação. "Isso só foi possível pela atitude que tivemos em romper o ciclo em que empresa e governo se desentendem, ou seja, em primeira instância não importam nem as empresas nem os governos, mas sim o país, o Estado brasileiro, o povo brasileiro. Assim, através desse novo entendimento, em prol de um país melhor, pelo menos no tocante ao desenvolvimento da aviação e seus impactos na economia, nasceu essa espécie de parceria entre a Axis e o governo", ressalta. Ele destaca a Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) como importante vertente dessa parceria entre a sua empresa e o governo. A intenção é que a Anac esteja envolvida o mais breve possível no projeto, aliás, uma negociação que já está em estágio adiantado. "Em breve estaremos levando o projeto à Anac de maneira oficial, pois sabemos que antecipar esse relacionamento só trará benefícios", afirma Daniel.

O "Santos Dumont" do século XXI

E no que depender de credibilidade e competência pessoal do seu gestor, os projetos Axis Aerospace e AX-2 Tupã têm tudo para decolar. Natural de Barra Mansa, município do Rio de Janeiro, Daniel Carneiro é piloto e engenheiro mecânico-aeronáutico, formado pelo Centro de Estudos Aeronáuticos (CEA) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) em 1996. Como engenheiro, tem no currículo relevantes serviços prestados durante anos em prol da indústria aeronáutica brasileira, onde, segundo ele, conviveu com os mais diversos problemas técnicos envolvendo projetos aeronáuticos, incluindo aeronaves de defesa. Nesse período, passou por diversas áreas, tais como Aerodinâmica, Estabilidade & Controle, Ensaios em Voo, Programas e Desenvolvimento Tecnológico.

Daniel Carneiro é também membro da comunidade hipersônica mundial, sendo talvez o único brasileiro isolado ou afiliado a uma empresa a ostentar essa honraria. Existem casos de outros profissionais brasileiros, mas todos ligados ao Instituto de Estudos Avançados (IEAv) - organização Militar do Comando da Aeronáutica com subordinação ao Comando-Geral, atual Departamento de Ciência e Tecnologia Aeroespacial (DCTA). A Axis está, inclusive, pleiteando a participação no projeto hipersônico desse instituto com a aeronave "14-X", assim batizada em alusão ao "14-Bis", de Santos Dumont.

Sobre a recém-criada empresa Axis Aerospace e os projetos que dela derivarão, Daniel diz não pretender ficar preso a contextos, entre os quais o lucro. "Não vejo problema em uma empresa ser lucrativa, mas o foco no lucro como fim é que não acho correto. A Axis almeja lucro como meio para o desenvolvimento. Desenvolvimento de si própria, das pessoas que trabalham nela, da comunidade, etc.", ratifica. Ele acrescenta que as suas intenções podem ser resumidas na visão do desejo de colocar Minas Gerais e o Brasil no devido lugar de importância no desenvolvimento da tecnologia aeroespacial, procurando oferecer produtos de qualidade para a sociedade e para o governo, levando desenvolvimento e qualidade de vida para todos.

Sobre esse aspecto, Daniel diz que a AXIS é muito mais um "instituto de pesquisas", e como "instituto de pesquisas" ela está mais para uma "empresa". Isso, segundo ele, significa que existe uma lacuna entre os institutos de pesquisa no país e o desmembramento desses resultados em produtos. "O meu desejo é, portanto, que a AXIS seja uma instituição que promova realizações no setor aeroespacial. A pretensão é fazer coisas interessantes tanto do ponto de vista técnico quanto do ponto de vista da utilidade dessas realizações, ou seja, tornar possíveis produtos diferenciados para aplicações não exploradas".

Daniel Carneiro tem no currículo uma extensa lista de serviços prestados em prol da indústria aeronáutica brasileira. Agora, decidiu partir para um "voo solo" através da criação da Axis Aerospace e do consequente desenvolvimento do projeto AX-2 Tupã, o primeiro de uma série

O subsônico AX-2 Tupã

O AX-2 Tupã é o primeiro, dentre vários outros projetos aeronáuticos, que vai ganhar os céus a partir da indústria da Axis Aerospace, que será instalada em Tupaciguara

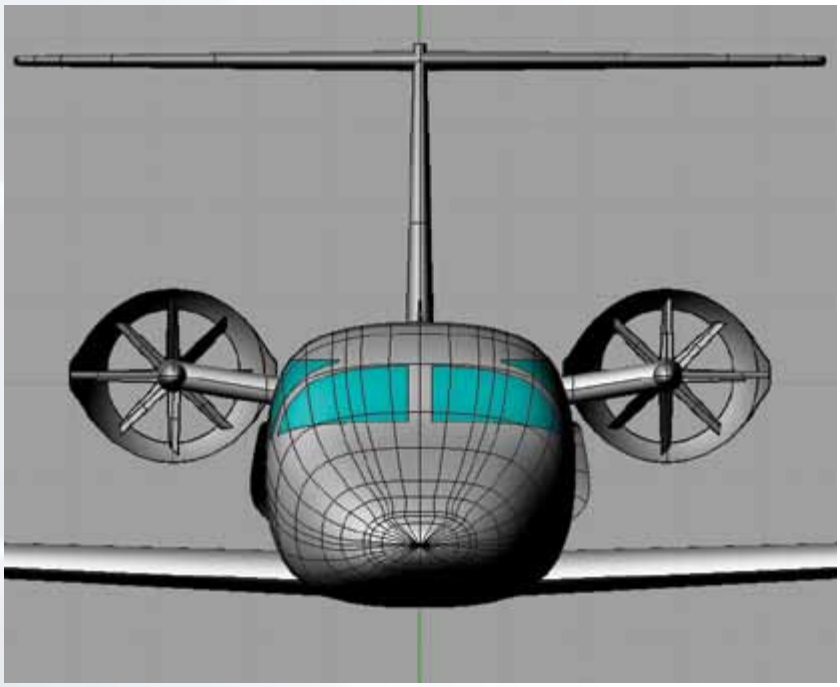
Ousado e inovador, a concepção do AX-2 Tupã é o primeiro projeto de uma série que a Axis Aerospace almeja desenvolver. A ideia inicial desse conceito de aeronave surgiu há cerca de uns 20 anos, como alternativa para elevar a qualidade das aeronaves para até seis ocupantes, seguindo uma concomitante redução de custos, utilizando-se tecnologias modernas e já disponíveis. Segundo Daniel Carneiro, já havia, na época, uma notória percepção da existência - que persiste ainda hoje - de uma enorme lacuna no mercado para esse tipo de aeronave, que deveria ir bem além dos requisitos mínimos até então atendidos. "Assim com eu, muitos engenheiros aeronáuticos estavam cansados de ver aeronaves caras e obsoletas como únicos produtos oferecidos no mercado mundial. E necessitávamos de aprimorar essa visão, de modo que a aeronave da qual estamos falando hoje se tornasse uma realidade", lembra o engenheiro, criador do projeto AX-2 Tupã. Ele destaca que, se de um lado o Brasil conta com excelentes engenheiros aeronáuticos, de outro há muitos empecilhos que impedem um produto com todas as qualidades do Tupã de sair do papel. "Há 20 anos já existia a vontade, mas faltava atitude", completa. Anos depois, após várias análises, tanto de forma qualitativa como quantitativa, a ideia tomou corpo e atingiu o estágio atual. "Ou seja, é um projeto que nasceu faz muito anos e veio trilhando todas as fases de maturação, em vários âmbitos, naturais e necessários para um projeto desse porte e complexidade", ressalta.

Com relação ao nome desse primeiro produto da Axis Aerospace - o projeto do AX-2 Tupã, que está em fase de consolidação -, Daniel Carneiro diz que ele foi pensado também há mais ou menos 20 anos, na mesma época em que já se detectava a necessidade de um avião com tais características que suprisse certa demanda no mercado de aeronaves. Ele observa que a designação "AX-2" significa que esse é o projeto de número dois de uma lista de possíveis produtos da Axis. Já o nome Tupã está relacionado ao seu significado oriundo da língua tupi-guarani, que quer dizer "Deus" ou "Emissário de Deus". Tupã, inclusive, é um nome que Daniel tinha guardado na "gaveta" desde quando trabalhou na criação do projeto para a construção de um avião treinador, de baixo custo, a ser oferecido para a Força Aérea Brasileira. Era esse nome que Daniel pretendia dar à aeronave, mas, por sugestão de um aluno de engenharia, resolveu guardar para outro projeto que tivesse um maior impacto no país. "Agora, está sendo uma feliz coincidência o nome Tupã ser usado para batizar esse projeto que será desenvolvido a partir de uma base na cidade de Tupaciguara, nome que na língua tupi-guarani significa 'Terra da Mãe de Tupã'", observa.

Tecnicamente falando, o engenheiro aeronáutico Daniel Carneiro, pai do Tupã, descreve o AX-2 como uma aeronave de porte típico da aviação geral, ou aviação de base, de seis ocupantes (com possibilidades para oito), que chega com a pretensão de revolucionar esse segmento, oferecendo melhores índices de desempenho, segurança e drástica redução de custos. Segundo ele, tudo nesse avião foi meticulosamente bem pensado de modo a atender tais expectativas. "Ele foi projetado para ser diferente, melhor, mais eficiente, e ao mesmo tempo ter aparência de uma aeronave convencional. Quando me dizem que a aparência do Tupã não difere da de um jato executivo, não pensem que me aborreço. Muito pelo contrário, fico satisfeito, pois ele foi projetado justamente para ser assim. Desse modo, é melhor absorvido no mercado", esclarece Daniel.

Ele explica que, agora, anos depois que o projeto Tupã começou a ser pensado, um estudo da Agência Aeroespacial Americana NASA (sigla em inglês de National Aeronautics and Space Administration) apontou o que já havia sido constatado em questões relativas à motorização, emissões, etc. Só que a NASA não aborda as diversas questões que um produto desses deve ter para ser um sucesso comercial. Assim, de forma resumida, apesar de o Tupã possuir aparência semelhante à de um jato executivo, existem muitas diferenças em termos de material, motorização e filosofia de projeto. "Nesse sentido, buscamos fazer tudo da melhor maneira, avaliando questões técnicas já esquecidas e buscando o que há de melhor em termos de soluções, de modo a garantir alta qualidade e baixos custos. Não é uma tarefa fácil, ainda mais em um mercado tão complexo como o de hoje", analisa Daniel.

Sob o ponto de vista financeiro, o Tupã promete ser um dos elos para uma nova cadeia de desenvolvimento do país, por levar de modo bastante rápido desenvolvimento econômico através da aviação. O Brasil possui aproximadamente 740 pistas públicas para pouso e decolagem, enquanto nos EUA existem cerca de 5 mil. "Levando-se em conta a equiparação em termos de área territorial e população de ambos os países, podemos constatar o quanto podemos realizar em termos de infraestrutura aeroportuária no Brasil", compara o engenheiro, descrevendo o seguinte ciclo: "Não existe o aeroporto porque não existe o avião adequado, e não existe esse avião porque não existe esse aeroporto". Segundo ele, agora o avião adequado passará a existir. Esse é o Tupã, que possui condições especiais de custo que permitem a atratividade de sua operação, tornando viável a construção de vários aeroportos no país, levando desenvolvimento econômico de forma direta e indireta para cada município de forma acelerada. O Tupã, portanto, rompe o ciclo e passa a ser o vetor dessa grande mudança, o que movimentará, ao todo, bilhões de reais na economia do país.



"Até o momento, toda a iniciativa percebida relacionada ao desenvolvimento da aviação civil no Brasil contempla medidas focadas na aviação de grande porte somente. São aeronaves caras, estruturas caras, operações caras", pondera Daniel. Para ele, não é segredo para ninguém que os principais aeroportos do país estão bastante congestionados, acarretando inúmeros voos com atrasos e outros problemas mais. Isso sem falar nas pessoas que têm que sair de suas cidades de residência, muitas das quais não possuem aeródromos operantes, para pegar voos domésticos em aeroportos maiores de cidades maiores. Isso, entre outros gastos e contratempos, gera maior fluxo de veículos nas rodovias entre os dois destinos. "Coloquemos números baixos: uma hora até o aeroporto, uma hora de espera, uma hora até o destino final, isso acarreta no mínimo três horas perdidas de viagem. Agora, se estivermos falando de um voo regional, de apenas uma hora de duração, a coisa se torna ainda mais absurda", descreve. Segundo ele, com o Tupã em operação, isso tudo pode ser evitado, por se tratar de uma aeronave viável, que permite operação viável em aeroportos viáveis. Além disso, haveria impacto positivo na geração de empregos para funcionários desses aeroportos, controladores de voo e, principalmente, pilotos. Mas tudo em um novo patamar de eficiência. Seria um impacto tremendamente positivo no desenvolvimento econômico do país.

Mercado - Questionado sobre a existência ou não de comércio para o AX-2 Tupã, Daniel lembra que muitas pessoas se referem aos Estados Unidos como o principal mercado para a aviação, o que, segundo ele, é uma "visão viciada, míope e preguiçosa". Na sua opinião, o Brasil, sim, é um dos melhores mercados do mundo. "É ainda um mercado em potencial, mas é extremamente real. É certo que o Tupã terá grande impacto na aviação dos EUA, mas no Brasil será extremamente maior, justamente por facilitar o deslocamento entre municípios do interior do país".

Por enquanto, Daniel Carneiro não quer divulgar uma estimativa de quanto irá custar o AX-2 Tupã quando este estiver em linha de fabricação. Ele adianta apenas que já tem alguns números definidos, mas por causa do projeto estar ainda em fase inicial, qualquer divulgação nesse momento poderia incorrer em falsas expectativas ou especulações desnecessárias. "Apenas posso dizer que o custo de aquisição da aeronave será extremamente competitivo. E mais importante ainda são os custos de operação e manutenção, ainda mais atraentes", salienta.

> **"A expectativa é de que em três anos e meio o modelo AX-2 Tupã esteja pronto para comercialização"**

Mesmo não falando em valores, por outro lado, o engenheiro declara que a "expectativa é de que em três anos e meio o modelo AX-2 Tupã esteja pronto para comercialização. Ele volta a afirmar que o avião irá atender a uma demanda de mercado já esquecida - a de aeronaves de pequeno porte. Acrescenta ainda que em 20 anos a Axis Aerospace almeja comercializar mais de 80 mil unidades do AX-2. "Nesses números aparentemente assustadores e irreais, estão contempladas fatias de mercados já existentes e aquelas devidas à criação de um novo nicho. "Na verdade, as análises indicam números ainda maiores que esses", justifica, completando com outra informação ainda mais concreta: "Para satisfazer quem gosta de números, existe uma necessidade de renovação da frota geral da aviação, que culminará, dentro de duas décadas, na substituição de 145 mil aeronaves aproximadamente, somente nos EUA". Segundo Daniel, esses são dados concretos e oficiais da Federal Aviation Administration (FAA), autoridade aeronáutica dos Estados Unidos, isso sem mencionar a quebra de paradigma tecnológico. Ou seja, a existência de uma aeronave que venha trazer significativas melhorias nas questões já abordadas tem um alto índice de aceitação no mercado e em que está previsto, além da criação de um novo nicho, também a migração de usuários de outros segmentos para essa aeronave. "Nossas análises, que vão bem além de pesquisa, nos deixam seguros para afirmar a existência de um grande mercado para o AX-2 Tupã, seja por substituição de frota existente, seja na criação de novo nicho de mercado", sintetiza.

Para que tudo se concretize conforme o programado, Daniel Carneiro diz ser necessário apenas o entendimento de todos os envolvidos no projeto e o desejo político de fazer isso acontecer, uma vez que não há grandes problemas sob o ponto de vista tecnológico.

"Para que se tenha noção, já existem até clientes interessados em pagar antecipadamente para ter o AX-2, mas ainda é cedo para isso. Mesmo não divulgando a aeronave para venda, um potencial cliente da região

do Triângulo Mineiro encomendou 122 unidades, com opção para mais 400. Isso apenas um cliente. Imagine quando divulgarmos a nossa intenção de venda. Agora, imagine a necessidade de pilotos para esses aviões. Temos hoje pilotos para atender a essa demanda? Não. Esse é mais um ponto a ser trabalhado", afirma.

O projeto AX-2 Tupã, o primeiro a ser implementado pela Axis Aerospace, se divide em duas fases: anteprojeto (fase inicial) e desenvolvimento de produto ou detalhamento. Nesse contexto, é importante distinguir "projeto" de "protótipo". Os recursos solicitados e aprovados até agora são referentes apenas ao projeto da aeronave, ou seja, para execução das atividades de cálculos de engenharia das duas fases mencionadas anteriormente. Os dados do projeto serão utilizados para a confecção do protótipo, mas é importante mencionar que os recursos para a confecção do protótipo em si serão ainda provenientes de repasse posterior, o mesmo acontecendo para a construção e implantação da fábrica. Se tudo ocorrer como planejado, o protótipo deverá estar pronto em dois anos e meio.

Já a produção em série está prevista para um ano a mais, ou seja, em três anos e meio. Conforme planejamento, a produção do AX-2 Tupã começará de forma cadenciada, com cerca de 30 aeronaves, até atingir a capacidade de fabricação de 240 unidades por mês, ou até mais, isso em um prazo máximo de mais dois anos, a partir do início da produção.

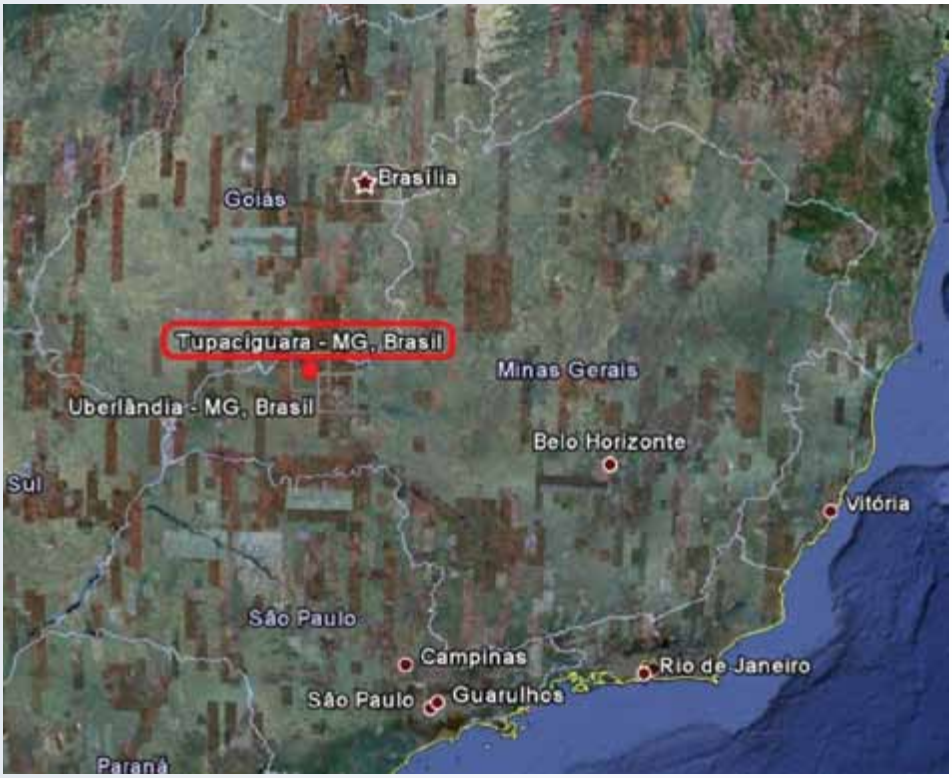
A opção por Tupaciguara

Para finalizar, Daniel Carneiro explica o porquê da escolha do município de Tupaciguara para a instalação da empresa de aviões Axis Aerospace e, por consequência, para o desenvolvimento do projeto AX-2 Tupã, o primeiro de uma série de novos projetos ainda mais ousados.

Em primeiro lugar, segundo ele, o desejo era instalar a fábrica no estado onde nasceu Santos Dumont. "Fiz engenharia em Minas Gerais e fui muito bem acolhido aqui. E esse sonho de ter uma fábrica de aviões no estado é um sonho compartilhado por muitos, incluindo um grande mestre que tive, o professor Cláudio Barros, a quem devo muito. Ele foi o fundador do Centro de Estudos Aeronáuticos (CEA) da UFMG", conta.

Inicialmente, ele diz ter esbarrado na falta de apoio político. Havia, sim, a oportunidade de acordos advindos da iniciativa privada, o que ele não queria, por motivos diversos, entre os quais não ter o lucro como objetivo final. Por isso, persistiu e foi bater na porta da única entidade, segundo ele, que poderia fazer as coisas acontecerem na mesma ordem que os seus objetivos: o governo. "Fala-se muito mal dos políticos nesse país, mas eu tinha que encontrar os bons. E consegui, graças a Deus", ressalta Daniel. Foi nesse meio tempo que ele diz ter sido apresentado ao prefeito de Tupaciguara, Alexandre Berquó, que acreditou no empreendimento e se empenhou em levar a Axis Aerospace para o seu município, uma luta que dura mais de dois anos.

Por outro lado, Daniel vê em Tupaciguara alguns atributos tais como localização e topografia privilegiadas. A proximidade com Uberlândia e a existência de um curso de engenharia aeronáutica na UFU são também pontos importantes. “Não sou a melhor pessoa para contar, mas existe a história de que Tupaciguara quase sediou a capital Brasília, perdendo por muito pouco para o lugar onde hoje está o Distrito Federal. Ou seja, existem outros pontos fortes no município”, observa. Outro detalhe tem a ver com a proposta do Tupã, que é levar desenvolvimento através da aviação para todos os municípios brasileiros. Assim, por que não começar com a instalação da fábrica em Tupaciguara, que tanto anseia por crescimento?



Além disso, o engenheiro, que por muitos está sendo chamado de Santos Dumont do século XXI, destaca ainda outras pessoas que estão no governo mineiro e são tão visionárias que compartilham dos mesmos objetivos da Axis. A começar pelo professor Mário Neto Borges, presidente da Fapemig, e o secretário de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior de Minas, Nárcio Rodrigues. Tem ainda o deputado estadual Zé Maia (PSDB) e o próprio governador Antônio Anastasia. Isso, segundo ele, sem falar de outras instituições, como a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG) e o próprio Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), que em breve terão participação mais próxima junto ao projeto. Até por isso, Daniel Carneiro diz que o projeto do AX-2 Tupã já deixou de ser um projeto particular seu para pertencer à nação, fato que o deixa extremamente feliz, como ele mesmo confessa.

> **“O Tupã será apenas o início na contextualização de um polo aeroespacial expressivo em Minas Gerais”**

“Enfim, tudo que pleiteamos parece ser simples. E, de certa forma, é. Em teoria. Na prática, o esforço que temos que fazer para que tudo isso se torne uma realidade é muito grande. Mesmo com todo o apoio que estamos tendo, existem dificuldades que muitos não percebem. Podem surgir interesses difusos. Grupos que se sintam de certa forma ameaçados por essas ideias novas. Tudo o que é diferente e traz mudanças causa certo nível de desconforto nas pessoas. Isso gera ainda outros problemas. E por aí vai. Apesar de tudo, no que depender do esforço das pessoas envolvidas, o Tupã será apenas o início na contextualização de um polo aeroespacial expressivo em Minas Gerais”, finaliza Daniel Carneiro. ◘

www.startquimica.com.br

Coisa boa é ter por perto quem não te deixa na mão,
tá sempre presente quando você precisa
e cuida de você o tempo todo.

Família é assim, meu AZULIM também.

AZULIM. O único que limpa cerâmicas e azulejos sem manchar.

AZULIM

LIMPADOR PARA CERÂMICAS E AZULEJOS

O PRIMEIRO E ÚNICO.

Start

SAC 34 **3292 6100**

João Olenike, presidente do IBPT: "Alguns políticos e tributaristas entendem que tal contribuição (CSS) precisaria ser não cumulativa para obedecer ao disposto no artigo 154, inciso I da Constituição Federal"

STF pode barrar volta da CPMF, segundo especialista

Presidente do IBPT diz que a volta da CPMF, caso aconteça, é uma afronta à boa administração dos recursos públicos

POR Rosângela Longhi

A tentativa de instituir um novo tributo, denominado CSS - Contribuição Social para a Saúde, cujo projeto prevê a sua destinação para o financiamento da saúde pública, substituindo a Contribuição Provisória sobre Movimentação ou Transmissão de Valores e de Créditos e Direitos de Natureza Financeira (CPMF), extinta em dezembro de 2007, poderá gerar ampla discussão e ter sua constitucionalidade discutida no Supremo Tribunal Federal, se aprovada.

Essa é a avaliação do presidente do Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT), João Eloi Olenike, pois, segundo ele, alguns políticos e tributaristas entendem que tal contribuição precisaria ser não cumulativa para obedecer ao disposto no artigo 154, inciso I da Constituição Federal. "Independentemente da discussão judicial, temos que verificar o que se esconde por trás da proposta da instituição de uma nova contribuição para a saúde, que nos remete à 'recriação da CPMF'. O que está em discussão é a proposta da criação de um novo tributo, havendo apenas a alteração do nome e do percentual da alíquota, que passaria de 0,38% (CPMF) para 0,10% (CSS)", aponta.

Recriação da CPMF tem simpatia de Sarney, mas é rechaçada pela oposição e pela classe empresarial

Segundo o presidente do IBPT, dados divulgados em 2007 demonstravam que a arrecadação da CPMF ficava em torno de R$ 36,5 bilhões anuais. “Por meio de um cálculo proporcional é possível projetar um valor de R$ 13,8 bilhões de recolhimento anual do novo tributo. É de nosso entendimento que essa verba, neste valor, ou seja, representando algo em torno de 1,09% da carga tributária global do país prevista para 2011, em nada possibilitaria acabar com os problemas da saúde pública do Brasil. Como a forma de incidência desse novo tributo leva em conta os débitos efetuados em conta bancária, a exposição da movimentação bancária dos contribuintes voltaria a ser obrigatória por parte das instituições financeiras. É notório que o acesso a esses dados sempre foi interessante para o Governo Federal, e a volta desse tipo de controle pode vir a ser a intenção principal e camuflada da cobrança desse tributo”, revela Olenike.

Olenike destaca ainda que conforme disposto na Constituição Federal, em seu artigo 194, a saúde está inserida no conceito de seguridade social. Ele observa que no artigo 195 há a indicação da origem dos recursos para o financiamento da seguridade social. “Levando-se em conta somente os tributos mencionados na Carta Magna, temos que a seguridade social é financiada pelos recursos do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), da Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL) e da Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (COFINS). Diante disso, o que podemos verificar é que todos os tributos que são destinados à seguridade social e, consequentemente, à saúde tiveram, de 2007 - ano que a CPMF foi extinta - até 2010 (previsão), um crescimento nominal de 38%”, revela.

O presidente do IBPT diz que se torna muito cômoda a instituição de um novo tributo, fazendo com que, novamente, os contribuintes venham a pagar pela ineficiência governamental na administração dos recursos arrecadados. “Temos que dar um basta a isso. A sociedade não tolerará a criação de mais um tributo que é completamente inoportuno e desnecessário, e que tem a finalidade precípua de encobrir a má utilização e administração dos recursos públicos”, conclui.

Foto: José Paulo Lacerda

EUA quer ampliar cooperação e comércio com o Brasil

Essa afirmação foi feita pelo próprio presidente americano, Barack Obama, a 400 empresários brasileiros e norte-americanos durante a Cúpula Empresarial Brasil-Estados Unidos

DA Redação

O presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, disse neste sábado, 19 de março, que o seu país está disposto a fortalecer a cooperação econômica e ampliar o comércio com o Brasil. "A possibilidade de vender mais produtos e serviços para um mercado que cresce como o Brasil significa criar empregos nos Estados Unidos", afirmou Obama, em discurso para cerca de 400 empresários brasileiros e norte-americanos durante a Cúpula Empresarial Brasil-Estados Unidos. O evento, realizado no Centro de Convenções Brasil 21, foi organizado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), o Conselho Empresarial Brasil-Estados Unidos e a Câmara Americana de Comércio (Amcham).

Segundo Obama, a cada US$ 1 bilhão de exportações são criados 5 mil empregos para os norte-americanos. Mas o presidente dos Estados Unidos destacou que o Brasil também terá vantagens com o aumento do comércio bilateral. "É uma via de mão dupla, que também criará mais oportunidades para o Brasil. "Ele elogiou a capacidade empreendedora dos brasileiros e lembrou que o fato de o país ser uma democracia estável e uma economia que se destaca no cenário internacional estimula os investimentos e favorece as parcerias com os Estados Unidos.

No discurso que durou 18 minutos, Obama disse que os acordos assinados com a presidente Dilma Rousseff antes da cúpula empresarial ampliam a cooperação e reafirmam a disposição dos dois países de remover as barreiras ao comércio e aos investimentos. Ele destacou que os norte-americanos têm interesse em ser parceiros do Brasil na exploração do pré-sal. "Os Estados Unidos podem ajudar fornecendo tecnologia e, depois, comprando petróleo". Obama disse que os dois países também podem formar parcerias para a produção de energia renovável. Outra área de interesse é a infraestrutura e a participação nas obras necessárias para a Copa de 2014 e as Olimpíadas de 2016.

Para o presidente dos Estados Unidos, o Brasil deixou de ser o país do futuro. "O futuro já chegou", destacou. Ele acrescentou que o Brasil está se tornando um modelo para o mundo em que, a exemplo dos Estados Unidos, todos os sonhos são possíveis e podem se transformar em realidade. "A democracia ainda é o maior parceiro do progresso e, juntos, podemos realizar o sonho americano", concluiu Obama.

Antes do discurso do presidente dos Estados Unidos, o presidente da seção americana do Conselho Empresarial Brasil-Estados Unidos, John Faraci, defendeu uma parceria comercial entre os dois países. "A visita do presidente Obama demonstra o valor que os Estados Unidos dão ao Brasil. Esperamos que ela seja o início de uma parceria comercial entre os dois países", declarou Faraci.

Foto: José Paulo Lacerda

Obama, durante discurso para 400 empresários brasileiros e norte-americanos, disse que o Brasil está se tornando um modelo para o mundo em que, a exemplo dos Estados Unidos, todos os sonhos são possíveis

CNI vê em acordo com EUA caminho na solução de pendências bilaterais

O presidente da Confederação Nacional da Indústria (CNI), Robson Braga de Andrade, viu na criação da Comissão Brasil-Estados Unidos para Relações Econômicas e Comerciais, um dos dez acordos firmados entre os dois países neste sábado, 19.03, um instrumento importante na solução de pendências bilaterais.

"Este acordo vai permitir, de forma acertada, firme, que se resolvam questões para evitar a bitributação e barreiras técnicas e sanitárias no comércio bilateral", afirmou o presidente da CNI.

Brasil-Estados Unidos, promovida pela CNI, Câmara Americana de Comércio e Conselho Empresarial Brasil-Estados Unidos.

Robson Braga de Andrade disse que a participação de Obama na Cúpula Empresarial "é uma sinalização clara de que os Estados Unidos vêem o Brasil hoje como um grande aliado, não só econômico, como também político".

Diante do destaque dado pelo presidente americano às exportações dos EUA para o Brasil, o presidente da CNI ressaltou ser preciso reverter

Foto: Miguel Ângelo

O presidente da CNI, Robson de Andrade, disse que "Este acordo vai permitir, de forma acertada, firme, que se resolvam questões para evitar a bitributação e barreiras técnicas e sanitárias no comércio bilateral"

A declaração foi dada no Centro de Convenções Brasil 21, em Brasília, logo após o presidente norte-americano Barack Obama haver encerrado a Cúpula Empresarial

o déficit da balança comercial bilateral, que atingiu US$ 8 bilhões em 2010 e pode quase dobrar este ano. "Nossa missão, como empresários brasileiros, é mudar este perfil", assinalou.

A BAND REINVENTOU O JEITO DE FAZER TELEVISÃO DE QUALIDADE.

O público respondeu com audiência.
E o mercado, com ainda mais confiança.

OLHO NA INOVAÇÃO. OLHO NA BAND.

Evento de lançamento do Planejamento Estratégico Nacional do Ministério Púlbico, em Brasília

Ministério Público inicia planejamento nacional inédito

O Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP) lançou em Brasília, no dia 14 de março, o projeto do primeiro Planejamento Estratégico Nacional do Ministério Público. O planejamento envolve os 14 mil promotores e procuradores de todos os ramos do Ministério Público do Brasil, tanto dos estados como da União - Ministério Público Federal, do Trabalho, Militar e do Distrito Federal e Territórios. Até julho eles definirão diretrizes comuns para as instituições.

O lançamento do projeto aconteceu no auditório do Ministério Público Militar, em Brasília, e contou com a presença do presidente do CNMP e procurador-geral da República, Roberto Gurgel, conselheiros do CNMP e demais gestores dos Ministérios Públicos dos estados brasileiros e dos ramos do Ministério Público da União.

A presidente da Comissão de Planejamento Estratégico do CNMP, conselheira Claudia Maria de Freitas Chagas, caracteriza o planejamento como uma oportunidade de diálogo e compartilhamento de experiências. "É também o momento para encontrarmos nossas convergências e estabelecermos objetivos comuns e ações integradas, respeitando sempre a autonomia e as peculiaridades de cada instituição", afirma. "Esperamos, com isso, apresentar à sociedade um Ministério Público que privilegie a unidade como caminho para alcançar maior eficiência".

Metodologia - A metodologia do planejamento foi definida pelo CNMP com a participação de procuradores-gerais e de entidades de classe do Ministério Público - conselhos de procuradores-gerais, corregedores-gerais, ouvidores e associações de membros. Vai incluir encontros regionais com a participação de representantes de cada ramo do MP e um encontro sobre as atividades-meio, em Brasília. As reuniões regionais acontecem em Porto Alegre, São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Fortaleza, Belém e Porto Velho, nos meses de março, abril e maio.

Como preparação dos encontros, foi feito um levantamento de todos os planos estratégicos já existentes nas unidades do Ministério Público. Esses dados foram reunidos num sistema que será apresentado dia 14, para facilitar a identificação de pontos em comum.

Também como preparação aos encontros regionais, foi lançada dia 14 uma enquete para consultar todos os membros do MP sobre áreas de atuação prioritárias. A enquete será realizada por meio do site do CNMP. Os resultados serão apresentados nos encontros regionais, que se iniciam no final de março.

Cláudia Chagas, membro do CNMP e do MP do Distrito Federal e Territórios: "Esperamos, com isso, apresentar à sociedade um Ministério Público que privilegie a unidade como caminho para alcançar maior eficiência"

Agora o consumidor tem 3 super vantagens num só produto.

Super Limpador Politriz.

Limpa Cerâmicas, Azulejos e Rejuntes

- Substitui o uso combinado de 2 produtos.
- Melhor preço.

O mais completo limpador do Brasil.

Show de limpeza e vendas!

Conheça nossos últimos lançamentos:

Também na versão 5 litros

20 ANOS

34. 3256.8800 | comercial@politriz.ind.br

Acesse nosso site e conheça toda nossa linha: www.politriz.ind.br

Politriz

Procura-se gente bem humorada

No trabalho, vencer o mau humor aumenta as chances de contratação. Profissionais de bem com a vida ensinam como manter o alto astral

POR Janaina Depiné (Lead)

As organizações estão investindo cada vez mais no bom humor e não é à toa. Ter alegria no trabalho traz inúmeros benefícios. Além de favorecer as relações interpessoais, aumenta a união da equipe, eleva a produtividade e diminui o estresse. Estudos sobre os efeitos do bom humor nas relações sociais, feitos por pesquisadores das Universidades Columbia e do Missouri, nos Estados Unidos, concluíram que o bom humor no ambiente de trabalho diminui a fadiga. Outras pesquisas já revelaram que estar de bem com a vida previne doenças e ajuda a manter relacionamentos duradouros.

O psicólogo e palestrante Wyuk Ramos explica que o mau humor tem consequências, influenciando negativamente a produtividade. "Por gerar falta de perspectiva positiva, a falta de bom humor proporciona um comportamento arredio à produção", diz.

> **"Por gerar falta de perspectiva positiva, a falta de bom humor proporciona um comportamento arredio à produção"**

Conhecido pelo bom humor, o analista de sistemas Rafael Oliveira confessa que essa característica o ajuda muito: "Tudo hoje em dia é corrido e tudo é para ontem, temos mil coisas para fazer e ficamos com a cabeça quente, mas não podemos nos esquecer de pensar no próximo, nas pessoas que estão a nossa volta, e pessoas bem humoradas trazem alegria: uma boa palavra e ânimo encorajam os outros", ensina.

Hugo Borges, analista de marketing e o bom humor em pessoa, acredita que ter humor para lidar com situações difíceis deixa tudo menos complicado. "É importante saber brincar com o momento, até ironizá-lo, sem deixar de fazer o que é necessário. É preciso saber transformar um bicho de sete cabeças numa criancinha chorando por um doce que você tem na mão e está prestes a oferecer. Dependendo do grau de intimidade das pessoas envolvidas, fazer piadinhas com a situação torna-se quase uma necessidade para mim. É intrínseco", diz.

Para ele as pessoas bem humoradas contagiam o ambiente à sua volta.

"O que faz o humor do ambiente é o humor das pessoas que nele habitam. Ouvir sempre uma risada, um comentário bem humorado, torna tudo mais leve. Por isso que me sinto muito satisfeito em trabalhar onde trabalho. Trabalhar em empresas (e com pessoas) que não só aceitam como incentivam esse comportamento é muito gostoso", garante Hugo.

A professora universitária Adriana de Faria afirma que uma boa risada é contagiante. "Os ambientes de trabalho estão ficando cada vez mais enxutos, sem paredes ou barreiras físicas, as pessoas que ouvem as boas risadas acabam se contagiando. Quem é bem humorado costuma ter uma visão positiva do mundo. Tem gente que me encontra e pergunta se eu estava em um show ou no cinema só porque escutou minha risada. Ela virou marca registrada entre alguns colegas de trabalho. Quem está de bem com a vida chega ao trabalho alegre, disposto a ser feliz, a fazer bem feito o seu trabalho, a não se deixar abater pelos problemas. Quem tem bom humor tem sorriso aberto, cumprimenta as pessoas, procura fazer críticas de um modo adequado", analisa.

Para a recepcionista Karen Almeida, "Dias difíceis existem, mas eles podem ser entediantes ou alegres, você é quem escolhe"

Recepcionista de uma agência de publicidade, Karen Almeida conta que nos treze anos de mercado a alegria já a ajudou a transformar um clima tenso em muitas risadas. "Uma vez consegui fazer sorrir um chefe gringo, que não se comunicava com ninguém da empresa a não ser com os diretores... Dias difíceis existem, mas eles podem ser entediantes ou alegres, você é quem escolhe. E eu acredito muito que a felicidade é contagiante! Não tenho dúvida disso, já testei!", diz sorrindo.

E eles estão certos. Segundo Luzmarina Fernandes, psicóloga e gerente de Valores Humanos, a alegria tem um verdadeiro poder nas relações profissionais. "Percebo que a alegria é contagiante e tem o poder de mobilizar as pessoas para alcançarem seus objetivos. E dentro do contexto profissional, isso é essencial, pois temos desafios, metas e resultados a serem alcançados todos os dias do ano".

Maria Angélica, analista de mídias sociais, já viveu esse tipo de experiência. "Quantas vezes eu cheguei ao trabalho e me deparei com pessoas de cabeça baixa e mal humoradas. Com uma conversa animada, uma piada, uma história que aconteceu comigo, uma atenção diferente e um sorriso na voz acabam contagiando essas pessoas", diz animada.

Segundo a psicóloga Luzmarina Fernandes, a alegria é contagiante e tem verdadeiro poder nas relações profissionais

Combate ao mau humor

Manter o bom humor pode ser um desafio. Para minimizar o mau humor gerado por estresse familiar, pelo trânsito e para ter uma rotina mais feliz, Wyuk Ramos dá algumas dicas. "Diante de cada situação, é preciso racionalizar sobre ela, pois a partir dessa atitude mental começamos a separar cada coisa no mundo das emoções. Preciso questionar o que está gerando esse mau humor. É alguma atitude familiar? Algum comportamento? Daí é partir para a ação e suavizar a geração de emoção negativa em determinadas situações", ensina.

Quando encontra um ranzinza pela frente, o que não é raro, Maria Angélica tenta ser compreensiva. "Procuro entender as pessoas, mas não mudo o meu jeito de ser. Apenas tenho cautela nas brincadeiras, para não irritar ainda mais o outro", afirma.

Já Karen não se contém. "Assim como a pessoa deixa a impressão de mau humor, eu deixo a minha de bom humor. E na maioria das vezes sabe o que acontece? Elas acabam cedendo às risadas".

Uma das principais características avaliadas por um empregador é como o funcionário se relaciona com o grupo. Pessoas com espírito de colaboração tendem a se destacar. O psicólogo reforça que uma pessoa bem humorada pode mudar o clima à sua volta, numa espécie de contágio emocional. "O sorriso é contagiante e é a principal arma contra o mau humor. O clima bom ou ruim depende de nós em 95% dos casos, nos outros 5% entram o que está fora do nosso controle. Influenciamos com

nossa atitude até dez pessoas positivamente, mas negativamente temos o poder de influenciar até 35 pessoas", conta Wyuk.

Ele diz que isso se deve à necessidade humana de associar problemas. "Você já percebeu quando alguém esta contando algo ruim como, por exemplo, a dívida que tem? O ouvinte também tem alguma dívida ou problema pior. É uma mania própria do ser humano. Costumo dizer que o ser humano é carente de cafuné na alma, quer sorrir, quer brincar, mas fica com medo", explica.

Mas, será que é possível evitar que o mau humor dos outros, principalmente de um cliente, afete o nosso humor? Wyuk Ramos acredita que sim. "Antes de tudo é preciso mapear as emoções e analisar como reajo diante delas. Se já sei que o encontro com o tal cliente me provoca determinada reação, antecipo mentalmente minha reação, racionalizando-a de forma a preparar minha mente para aquela situação. É um exercício que deverá ser feito constantemente diante das emoções; quando começamos a dominá-las paramos de sofrer. Racionalizar é a chave", diz.

O psicólogo e palestrante Wyuk Ramos: "Influenciamos com nossa atitude até dez pessoas positivamente, mas negativamente temos o poder de influenciar até 35 pessoas"

Aprenda com os bem-humorados

"Tente levar a vida menos a sério. Os problemas sempre estarão aí, assim como as soluções. Aprenda a rir de si mesmo e das coisas ridículas que você já fez ou sempre faz, sem ter vergonha de quem você é. Importe-se menos com o que as pessoas pensam sobre você. Sendo mais relaxado para essas coisas bobas que afligem a maioria das pessoas, sua vida de modo geral será mais divertida de viver, inclusive no trabalho. E, ah! Procure dar bom-dia para todos que convivem com você. Geralmente eles 'realmente' te desejam de volta, e isso faz toda a diferença." (Hugo Borges de Sá - Analista de Marketing)

"Tente sempre escolher estar feliz, pense em Deus e no próximo, assim seus problemas nunca serão grandes demais e você sairá por aí feliz e passando essa felicidade para os outros." (Rafael Oliveira - Analista de Sistemas)

"Pense sempre que é você quem faz o seu ambiente de trabalho. Na maioria das vezes passamos mais tempo com os colegas do que com a família e os amigos, portanto, aprenda a entender essas pessoas, a amá-las e a fazer do ambiente de trabalho um lugar prazeroso. Não se feche somente nos seus afazeres. A receita é simples: conte uma piada, dê uma risada, conte um acontecido..." (Maria Angélica Gonçalves - Analista de Mídias Sociais)

"Pense sempre que é você quem faz o seu ambiente de trabalho" (Maria Angélica - Analista de Mídias Sociais)

"Comece a olhar seus colegas de trabalho como se fossem sua família, seu melhor amigo(a) ou seu animalzinho de estimação que você tanto ama! Assim você vai pensar no mínimo duas vezes antes de 'fechar a cara' para ele" (Karen Almeida - Recepcionista)

"Quando a gente gosta do que faz, o trabalho vira prazer. Quando a gente tem prazer, o humor é natural. A gente fica mais bonito, mais sorridente, mais confiante no próprio talento. Problemas acontecem em qualquer situação, em qualquer ambiente. Não existe empresa onde a gente vá viver um conto de fadas, um mar de rosas. Muito pelo contrário. Vamos ter decepções, frustrações, mas tudo é passageiro. A gente tem que pensar que enquanto está em uma empresa, está aprendendo, ganhando dinheiro, sendo útil, se desenvolvendo. As crises ensinam. As pessoas ensinam. Outra coisa que acho importante é ter claro um caminho aonde se quer chegar, porque assim a gente releva as coisas pequenas e se mantém focado. Se eu sei aonde quero ir, os pequenos obstáculos podem ser vistos do tamanho que realmente são. Se sou uma pessoa bem humorada, minha visão sobre essas coisas fica mais clara. Ah... ter bons amigos, no trabalho e fora dele, ajuda demais da conta a manter o bom humor!" (Adriana de Faria - Professora universitária)

Dica de especialista

A psicóloga e gerente de Valores Humanos, Luzmarina Ávila Fernandes, aconselha como ser e fazer para ser bem humorado no dia a dia...

Acredite no seu potencial;

Acorde com o pé direito, alimente-se bem;

Cumprimente as pessoas ao seu redor;

Planeje suas atividades diárias;

Busque sempre se comunicar com os outros de forma positiva;

Perceba que os obstáculos fazem parte do percurso;

Saboreie cada momento e cada atividade que estiver realizando, fazendo tudo com muito amor.

... e também como estimular a alegria na empresa:

Reforce e valorize as boas ações;

Elogie sempre;

Celebre as conquistas e desafios superados;

Esteja ao lado de cada profissional, incentivando-o a melhorar sempre e a dar o melhor de si no trabalho, na tarefa, na meta que tem necessidade de cumprir. □

Redes sociais “não são” canal de relacionamento com marcas

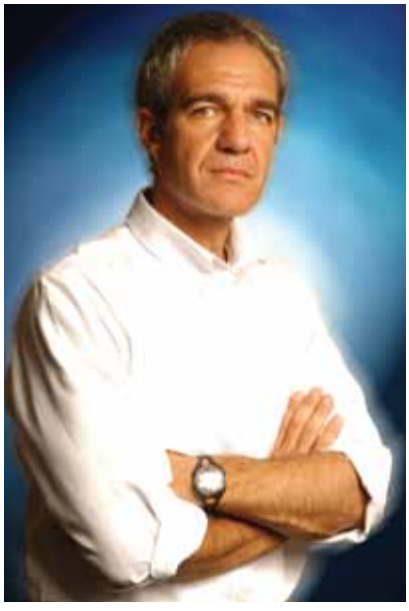
Ao contrário do que muitos pensam, é preciso cautela e orientação na hora de decidir investir nessa ferramenta

DO Mundo do Marketing

Os consumidores não enxergam as redes sociais como o principal canal de relacionamento com as marcas. É o que indica o estudo Liminal, realizado pela agência digital Razorfish (www.razorfish.com). O grande erro das empresas seria acreditar que basta a participação nos meios digitais para assegurar um engajamento com os consumidores. O levantamento afirma o contrário. Meios como os sites institucionais e o boca a boca seriam os mais procurados quando os clientes pretendem se relacionar com as marcas.

A pesquisa tem como foco o comportamento dos internautas norte-americanos em relação às marcas no ambiente digital. Foram realizadas pesquisas quantitativas e qualitativas com seis mil consumidores da companhia aérea americana Virgin America e 100 mil usuários. Para entender essa relação, o estudo apresentou seis elementos que definem o que gera engajamento, ordenados segundo a importância que os clientes atribuíram a cada um deles: sentir-se valorizado, eficiência, confiança, coerência, relevância e controle.

“As redes sociais devem fazer parte de uma estratégia maior, na qual os consumidores são atendidos por todas as ferramentas digitais da empresa, sendo as mídias sociais apenas um apoio ao engajamento com os consumidores”, diz Fernando Tassinari, General Manager da Razorfish no Brasil **(foto)**.



Elementos do engajamento

Sentir-se valorizado é o principal elemento mencionado pelos entrevistados na pesquisa. Os consumidores precisam perceber que as marcas estão cuidando deles, que se importam com suas solicitações e que não são apenas mais um número para as empresas. A eficiência é o item seguinte, o que significa que as companhias devem estar prontas para atender às necessidades dos clientes, antes mesmo que eles possam pensar nelas.

O terceiro aspecto é a confiança. A relação com o cliente deve ser transparente e honesta. Já a coerência é definida nas palavras e ações das empresas, que devem evitar ser contrastantes. O quinto aspecto é a relevância, alcançada quando as mensagens enviadas pelas companhias são aplicáveis às necessidades de seus clientes. Esse é um dos pontos em que ocorrem os maiores erros quando as empresas operam nas redes sociais. Os consumidores precisam de uma razão para visitar as páginas das marcas, como anúncios de descontos, por exemplo. Fora isso, não há interesse maior.

O controle é o último elemento mencionado no estudo, o que desmistifica o conceito de "consumidor no poder" que tem sido veiculado como um mantra nos últimos anos. "Os clientes não querem estar no controle, eles querem apenas ser bem atendidos pelas marcas", afirma Tassinari.

Eficiência dos canais de comunicação

Em relação aos canais de comunicação, há uma variação de acordo com a faixa etária do internauta. De forma geral, o e-mail pessoal se mostrou como o meio mais eficaz no engajamento com as marcas entre todos os consumidores. Os sites institucionais ficaram em segundo lugar, sendo mais procurados pelos usuários entre 35 e 44 anos. A comunicação boca a boca aparece em terceiro lugar, seguida pela interação cara a cara.

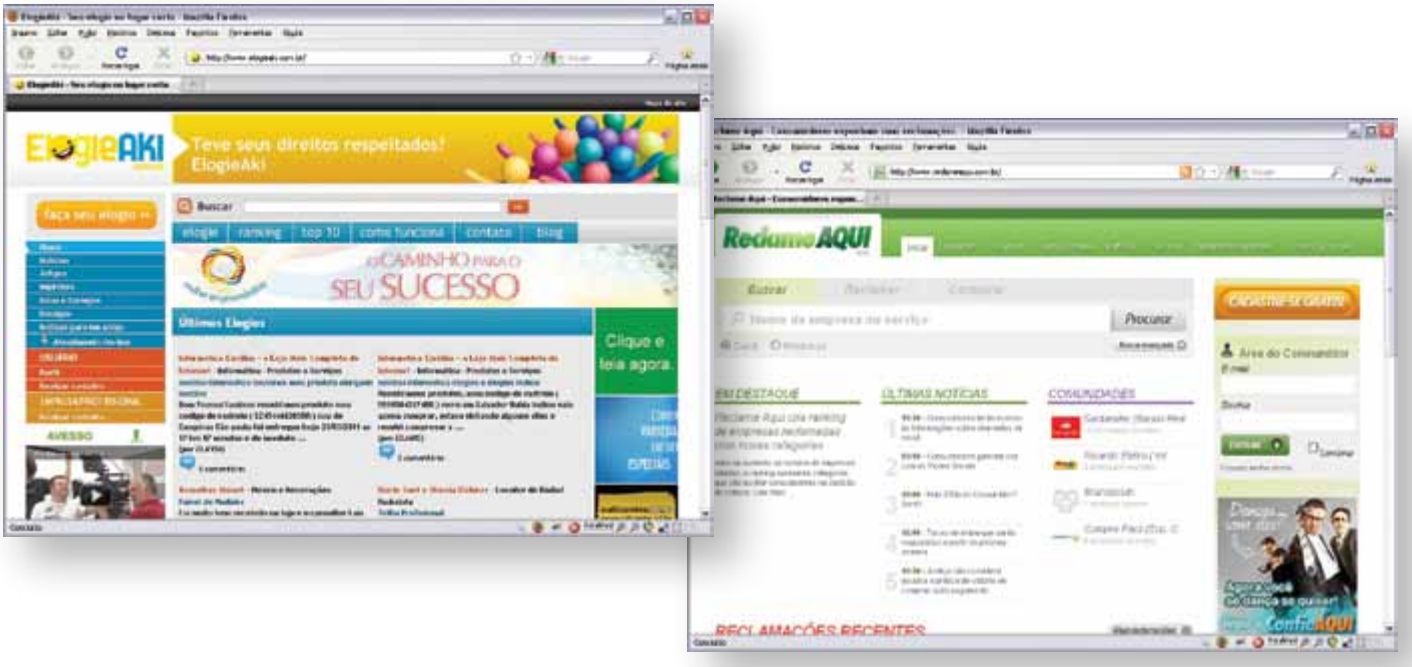
De forma geral, o e-mail pessoal se mostrou como o meio mais eficaz no engajamento com as marcas entre todos os consumidores

A mobilidade é menos popular nos consumidores acima de 45 anos. Os aplicativos para smartphones e outros dispositivos mobile são mais citados nos grupos entre 35 e 44 anos e entre 25 a 34. O Facebook é o destaque entre as redes sociais, sobretudo na faixa etária mais jovem. Já o Twitter aparece nas últimas colocações, após o Linkedin, e à frente apenas de redes socais locais.

O Facebook é o destaque entre as redes sociais, sobretudo na faixa etária mais jovem. Já o Twitter aparece nas últimas colocações, após o Linkedin, e à frente apenas de redes socais locais

Na maioria dos casos, as empresas investem em ações de marketing, mas se esquecem de que o internauta, baseado em suas experiências, pode interferir na decisão de compra de outro. Por isso, a Razorfish criou o Ranking de Influência do Consumidor. A ferramenta foi baseada nos resultados do estudo e promete mensurar a influência dos consumidores nas mídias sociais.

Somando o número de seguidores do consumidor com o número de atualizações, a quantidade de redes sociais em que o internauta está presente e o total de conexões geradas em todos os canais é possível encontrar o nível de influência exercido. "As empresas precisam conhecer o que é relevante para o consumidor, antes de gastar tempo e dinheiro em ações nas redes sociais. É necessário escutá-lo para depois agir", acredita Tassinari.



Reclamações servem para empresas aprimorarem serviços

Sites abertos aos consumidores, como Reclame Aqui e Elogie Aki, dão espaço para o boca a boca virtual. Empresas devem ficar atentas

DO Mundo do Marketing

Os consumidores dispõem, cada vez mais, de ferramentas para expressar sua satisfação ou descontentamento em relação às empresas. Entre as plataformas online que garantem ao internauta espaço para darem suas opiniões estão os sites Elogie Aki e Reclame Aqui. A maior parte dos comentários está associada ao bom ou mau atendimento e cabe às marcas saber aproveitar a oportunidade para melhorar seus serviços e ampliar o relacionamento com os consumidores.

Um exemplo de marca bem posicionada entre os consumidores é o Banco Santander, que está entre as três melhores colocações no Elogie Aki. A empresa foca seu trabalho no atendimento e aproveita os comentários para aperfeiçoar seus serviços. "Toda empresa tem problema, mas se não faço nada ele continua sendo só um problema. Quando tento resolver, se torna uma oportunidade", diz Fernando Martins **(foto)**, diretor de Marketing do Santander, em entrevista ao Mundo do Marketing.

Outra marca bem posicionada no site de elogios é a Bombril, que acredita em seu carisma para fazer a diferença com o consumidor. Assim como grande parte das empresas, a companhia disponibiliza o famoso Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), que recebe todo tipo de comentário em relação à marca. Para saber sobre a eficácia do canal, a Bombril faz a análise dos resultados obtidos a partir dele. "Realizamos também um trabalho ativo, comunicando os consumidores em primeira mão sobre o lançamento de produtos", diz Marcos Scaldelai, diretor de Marketing da Bombril, em entrevista ao portal.

Atendimento é o diferencial

Normalmente, os elogios feitos no site ocorrem após um contato prévio diretamente com a empresa. De acordo com dados do próprio portal, 80% das manifestações decorrem de um problema, então surge a oportunidade para a marca investir no relacionamento. Normalmente, os consumidores que postam elogios querem reconhecer o trabalho da empresa que deu uma solução para o problema de forma satisfatória.

A maior dificuldade das empresas, entretanto, está em como se posicionar diante dos comentários, sejam positivos ou negativos. Todo elogio postado no Elogie Aki é repassado e algumas marcas não estão acostumadas com esse tipo de expressão do consumidor. "Algumas pedem que indiquemos o que estão fazendo certo, para manter a satisfação do cliente", diz Ana Fontes **(foto)**, diretora do site Elogie Aki, em entrevista ao Mundo do Marketing.

A essência para se destacar das demais é o atendimento prestado. Essa boa relação é valorizada pelo cliente, que usa esse fator para realizar novas compras de produtos da marca. As empresas que não investem nesse relacionamento costumam entrar para o ranking negativo no site Reclame Aqui. O posicionamento varia, mas 80% das marcas respondem à reclamação do consumidor.

Pós-venda deixa a desejar

Uma minoria ignora, algumas acionam judicialmente o site para retirar o comentário, mas outras focam em melhorar a imagem da marca para o cliente a fim de mantê-lo. "As reclamações fazem parte das relações de consumo e os consumidores buscam o site como última instância, antes de procurar a justiça", diz Diego Campos, diretor de TI do site Reclame Aqui, em entrevista ao Mundo do Marketing.

Entre os motivos mais comuns que geram a insatisfação do cliente estão a entrega do produto fora do prazo e problemas com compras por meio das lojas virtuais. Além disso, as empresas também contam com canais de atendimento mal estruturados, que deixam o consumidor esperando por muito tempo, intensificando o nível de descontentamento.

> "O objetivo das empresas é aumentar o número de clientes e a sua estrutura precisa acompanhar essa demanda. O pós-venda deixa a desejar"

O ponto central do problema não é a reclamação em si, mas o atendimento prestado quando surge esse tipo de situação. O bom relacionamento com o cliente minimizaria o impacto, o que poderia até gerar um elogio. "O objetivo das empresas é aumentar o número de clientes e a sua estrutura precisa acompanhar essa demanda. O pós-venda deixa a desejar", explica o executivo do Reclame Aqui.

TIM é campeã de reclamações

A TIM é citada nas primeiras posições do ranking de reclamações e investe em ações para diminuir o número de reclamações envolvendo seus serviços. Em comunicado enviado ao Mundo do Marketing, a marca afirma que "Administra (...) as reclamações postadas em portais especializados - dentre eles, o Reclame Aqui. Todos os casos são analisados e as observações dos clientes utilizadas no aprimoramento da qualidade dos serviços e do atendimento da empresa".

Ainda de acordo com a marca, "Mais de 74% dos usuários que registraram suas avaliações afirmaram que voltariam a fazer negócio com a TIM (...). Além disso, a operadora apresentou o melhor indicador de tratamento das solicitações dos usuários dentre empresas de telefonia móvel, respondendo a cerca de 98% das demandas, com grau de satisfação em torno de 70% (janeiro de 2010 a fevereiro de 2011)". ◻

Público interno: o primeiro "stakeholder" de uma organização

Fazer com que os colaboradores entendam o negócio da empresa em que trabalham e qual é o seu papel na organização é um desafio para os comunicadores

DA Redação

As inovações tecnológicas, as novas relações com os consumidores e a abertura de mercado são alguns dos fatores que exigem das organizações um olhar voltado para dentro, que venha a destacar os diferenciais competitivos, próprios de cada uma delas. Conceitos como transparência, valorização e visibilidade tornaram-se imperativos. Valorizados, bem informados e engajados, os colaboradores envolvem-se e comprometem-se.

Dados comparativos mostram que a rentabilidade média sobre o patrimônio líquido é mais que o dobro entre as organizações consideradas Melhores Empresas para se Trabalhar, segundo o Great Place To Work Institute (www.greatplacetowork.com.br). Na maioria dessas empresas, é patente a preocupação de manter canais para apurar expectativas e demandas, que auxiliem a compreensão dos processos.

Uma comunicação interna eficiente gera percepções positivas para a marca corporativa, para a empresa, seus produtos e serviços.

Relacionamento, o grande produto da comunicação

Para que todos se sintam envolvidos com as questões da organização, é necessário dar ao público interno a chance de participar, de construir o dia a dia da empresa como um organismo vivo.

De acordo com o professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM) e coordenador de Comunicação e Gestão de pessoas da área de SMS Corporativo da Petrobras, Nilton Marlúcio de Arruda, o que as pessoas querem é envolvimento, que acontece quando elas têm a chance de experimentar as ações de comunicação e dizer se gostaram ou não. "As organizações preferem quando o empregado diz que gostou, mas o bom é quando ele diz que não gostou, porque aí é uma chance ainda maior da empresa de se modificar e melhorar", afirma.

A comunicação vai depender sempre do conteúdo, que passa por atitude, transparência, disposição para ouvir, coragem para aceitar a opinião do outro. Quando há transparência no relacionamento, o público interno dá um desconto nas situações em que uma informação chega pela mídia antes mesmo de ser divulgada na empresa, como acidentes ambientais, crises econômicas ou de qualquer outra natureza. É como se em função da rotina da empresa - de antecipar informações - o público interno criasse um 'estoque de boa vontade' ou um 'colchão de credibilidade', explica a diretora da Ciclo Assessoria em Comunicação, Michele Borges. "O problema é quando não praticamos isso, pois momentos de crise geram desconfiança", completa.

Deve-se antecipar para o público interno tudo o que for possível: planejamento estratégico, campanhas publicitárias, lançamentos de produtos, política de promoções, de reconhecimento, etc.

Mesmo assuntos mais delicados, como fusões e aquisições, mudança de marca e política de redução devem contemplar o público interno no plano de comunicação.

Quando se prefere não tocar em algum desses assuntos, quando o tema é tão delicado que a decisão é adiar a inclusão do público interno na mensagem, o erro pode ser fatal, na medida em que o público acaba sabendo e, além de se decepcionar com a notícia, fica ainda mais desconfortável porque passa a duvidar da transparência da empresa.

Foto: Douglas Luzz

"O caminho mais seguro é ampliar o canal de conversação para as notícias boas e as não tão boas, respeitando as limitações e as proporções de cada informação", observa Michele Borges.

"O caminho mais seguro é ampliar o canal de conversação para as notícias boas e as não tão boas", explica a assessora em Comunicação, Michele Borges

Objetivos da Comunicação Interna

Disseminar o fluxo de informações que a organização tem interesse em compartilhar e que o colaborador precisa saber: visão, missão e valores corporativos; pensamento, objetivos e metas;

Estabelecer o processo oficial pelo qual a empresa e seu público interno se comunicam, de forma a não ficar refém dos impactos negativos que uma rede de comunicação informal - fruto dos próprios relacionamentos entre as pessoas - pode provocar. As comunicações podem ser feitas via publicações eletrônicas e digitais, intranet, TV Corporativa, Webcast e Media Streaming, comunicador instantâneo, chat, blog, publicações impressas, boletim, jornal, newsletter, revista, jornal mural, ações de relacionamento, "teatro-empresa" ou "teatro-treinamento", workshops de comunicação interna, treinamentos e capacitações, ouvidoria interna, etc;

Integrar equipes;

Levar o colaborador a entender de que forma cada um pode fazer sua parte e como a parte de cada um se integra ao todo para o alcance das metas.

Programa do

DiKÃO

Um salto de alegria nas suas manhãs de sábado.

É pura diversão!

Sábado às 9h20

sbt

www.redevitoriosa.com.br

VITORIOSA

Todo dia com você!

Criação/Arte: Christian Dany

AVALIAÇÃO DO MEC:

ESAMC, 1º LUGAR EM UBERLÂNDIA E ENTRE AS 30 MELHORES DO PAÍS.

A ESAMC OBTEVE EXCELENTE PONTUAÇÃO DO MEC, FICANDO RANQUEADA ENTRE AS TOP 30 ESCOLAS DE ENSINO SUPERIOR DO PAÍS SEGUNDO O ÍNDICE GERAL DE CURSOS (IGC), INDICADOR QUE AVALIA A QUALIDADE DE TODOS OS CURSOS DE GRADUAÇÃO E DE PÓS-GRADUAÇÃO. A AVALIAÇÃO CONSIDEROU AS EXCELENTES NOTAS DOS NOSSOS ALUNOS NO ENADE, A FORMAÇÃO DOS PROFESSORES, A INFRAESTRUTURA, O PROJETO PEDAGÓGICO E A PRÓPRIA PERCEPÇÃO DOS ALUNOS QUANTO À QUALIDADE DA INSTITUIÇÃO. ESTE RECONHECIMENTO NÃO SERIA POSSÍVEL SEM O EMPENHO DE TODOS, O QUE SÓ REFORÇA O COMPROMISSO DA ESAMC EM OFERECER CURSOS QUE CORRESPONDAM ÀS EXIGÊNCIAS DO MERCADO.

TOP 30 ESAMC MELHORES FACULDADES DO PAÍS

- PROPAGANDA E MARKETING - RELAÇÕES PÚBLICAS - DESIGN GRÁFICO - DESIGN DE PRODUTOS - DESIGN DE INTERIORES - DESIGN DE MODA - ADMINISTRAÇÃO - RELAÇÕES INTERNACIONAIS- DIREITO - ENGENHARIA CIVIL - ENGENHARIA AMBIENTAL - ENGENHARIA DE PRODUÇÃO - ENGENHARIA DA COMPUTAÇÃO

ESAMC

AV. VASCONCELOS COSTA, 270 • MARTINS
TEL: 34 3291.2828 • E-MAIL: MARKETING.UDI@ESAMC.BR

WWW.ESAMC.BR

O mundo está online.
E a sua empresa?

O mundo está online, acredite. Ser digital é muito mais do que uma revolução tecnológica, é uma revolução cultural. A **Wik** é especialista em internet. Relacionamento com o público-alvo online, campanhas criativas e redes sociais podem fazer a diferença para o seu negócio.

wik.com.br *@agenciawik*

wik®
Agência **Digital**

Como escolher um peixe fresco

Para saber qual pescado está mais fresco, existem algumas dicas a serem seguidas, a começar pela atenção redobrada do consumidor no ato da compra

DA Redação

Estamos em pleno período da Quaresma. Para católicos e anglicanos, esse período corresponde aos 40 dias que antecedem a celebração da ressurreição de Jesus. A Igreja recomenda que sejam dias de jejum e reflexão. Isso não significa, necessariamente, abrir mão do consumo de carne para se comer peixe. Ainda assim, muitas famílias brasileiras mantêm o hábito de substituir carnes vermelhas por peixes nesse período do ano. Porém, é recomendável ficar atento quanto à procedência e condições de armazenamento do pescado, a começar pela hora da compra. Peixes estragados podem ocasionar diversos tipos de intoxicação alimentar, que irá depender do tipo de bactéria presente. Os sintomas mais frequentes se manifestam na forma de diarreia e vômito.

Além da quaresma, o consumo da carne de peixe duas vezes por semana é recomendado por nutricionistas, pois esses alimentos são ricos em ácidos graxos ômega-3, benéficos à saúde. A ingestão de alimentos que contém ácidos graxos diminui o risco de doenças cardíacas, aterosclerose, inflamações e ajuda no desenvolvimento cerebral e na regeneração de células nervosas. Outras vantagens que essa carne oferece é que ela tem bem menos gordura que carne vermelha e frango, o que facilita a digestão.

O consumo de peixe duas vezes por semana é recomendado por nutricionistas, por sua carne ser rica em ácidos graxos ômega-3

Muita gente não sabe como escolher um peixe no mercado. Para saber qual pescado está mais fresco, existem algumas dicas que devem ser consideradas. Por exemplo, um peixe fresco deve ser mantido sob refrigeração ou sob uma espessa camada de gelo. Na aparência não pode apresentar manchas, nem conter furos e cortes em sua superfície. As escamas têm que estar firmes e resistentes, e ele deve ter coloração translúcida e brilhante. A pele tem que estar úmida e bem aderida.

Os olhos não podem apresentar pontos esbranquiçados no centro, devem estar brilhantes e ocupar toda a cavidade ocular. A membrana que reveste as brânquias deve oferecer resistência à sua abertura e a parte interna deve estar brilhante e vermelha, apresentando vasos sanguíneos cheios e fixos. As brânquias devem apresentar as mesmas características da membrana e não apresentar mucos observados como um líquido pastoso.

O abdômen deve ter boa elasticidade e estar fortemente aderido aos ossos. O odor e a cor devem estar de acordo com a espécie escolhida.

Se você optar por comprar peixe congelado, verifique se o produto está armazenado na temperatura indicada na embalagem. Ele deve estar rígido e não apresentar líquidos, do contrário indicaria sinal de descongelamento e má armazenagem. A aparência do peixe congelado deve ser a mesma do peixe fresco.

O peixe salgado seco deve estar armazenado em um local limpo e protegido de poeira e insetos e não apresentar odor desagradável. Se vendido em embalagens, estas devem apresentar a denominação de venda, local de origem, data e prazo de validade, selo de inspeção federal, dentre outras informações obrigatórias.

Caranguejos e siris devem estar expostos à venda, vivos. Com cheiro próprio e suave, o aspecto geral deve ser brilhante, úmido, patas firmes e resistentes, carapaça bem aderente ao corpo, coloração própria de cada espécie sem qualquer pigmentação que não seja natural, além de apresentar olhos vivos e destacados e corpo com a curvatura natural.

Os mariscos também devem estar vivos, com as valvas fechadas com retenção de água incolor e límpida nas conchas, apresentar cheiro agradável e pronunciado, ter a carne úmida e bem aderente à concha, com aspecto esponjoso de cor acinzentado-clara nas ostras e amarelada nos mexilhões. Polvos e lulas não podem apresentar pigmentação estranha à espécie; devem apresentar a pele lisa e úmida, os olhos devem estar vivos e salientes, a carne consistente e elástica e o cheiro próprio levemente adocicado.

Lembrando que é mais seguro comprar em supermercados e peixarias. Em caso de dúvida, peça ajuda ao vendedor, ele provavelmente poderá lhe ajudar melhor. Fique de olho nas dicas e exija qualidade na hora das compras.

As muitas tentações de St. Maarten

O charme da culinária francesa, a descontração das baladas holandesas, o azul do mar do Caribe e um roteiro de compras incrível, a preço de Duty Free. Bem-vindo ao paraíso!

DA Redação / Fotos: Divulgação

A maior prova de que tamanho não é documento está na encantadora ilha caribenha de St. Maarten ou St. Martin, que com seus 96 quilômetros é a menor ilha do mundo, estando dividida administrativamente entre dois governos: o holandês e o francês - daí os dois nomes. Só que essa ilha, apesar de pequena, se comparada com outras ilhas, prova que tamanho não quer dizer muita coisa: St. Maarten concentra 37 praias paradisíacas, 450 restaurantes (alguns dos quais são referências da gastronomia mundial), 14 cassinos e dezenas de joalherias, perfumarias e lojas de equipamentos eletrônicos com preços de Duty Free - a ilha é livre de impostos desde os anos 60, ou seja, o paraíso para quem curte fazer compras. Enfim, são muitos os atrativos e suficientes para satisfazer o gosto da grande maioria dos cerca de 1,7 milhão de turistas que lá desembarcam todos os anos. O lugar oferece ao turista o charme europeu, a preço e calor caribenhos.

St. Maarten ou St. Martin, seja lá qual nome quiser adotar, é, sim, um destino turístico absolutamente único: trata-se do menor território do mundo dividido entre dois países. Em apenas 60 km2 (Vitória/ES, a menor capital do Brasil, tem 93 km2) ficam Saint Maarten (pronuncia-se San Martin) e Saint Martin (pronuncia-se San Martã). O primeiro país é menor, tem cerca de 27 km2, faz parte das Antilhas Holandesas e, consequentemente, do reino da Holanda. O segundo é um departamento ultramarinho de 33 km2 que responde à prefeitura de Guadalupe e faz parte da França.

Apesar de ser menor, o lado holandês possui mais habitantes que o lado francês (cerca de 48 mil contra 45 mil). Isso se explica pelo fato de o Aeroporto Internacional Princesa Juliana, o porto onde atracam até oito transatlânticos de uma só vez, os 14 cassinos e a estrutura hoteleira mais forte estar concentrada na parte holandesa. Todo ano, cerca de 500 mil turistas desembarcam na ilha pelo aeroporto, e mais 1,25 milhão através dos cruzeiros. A capital do lado holandês do país é Philipsburg, o idioma oficial é o inglês e a moeda o Nafl, mas o dólar estadunidense é aceito em todos os lugares. Na face norte (e francesa) de Saint Martin, a capital é Marigot. Ao contrário da face sul, lá não existem as megainstalações e os resorts chiquérrimos. Estes que dão espaço aos bistrôs e hotéis-butique. Ali, o idioma oficial é o francês e a moeda o euro, mas quase todos os estabelecimentos aceitam pagamento em dólar.

Philipsburg, capital holandesa

Marigot, capital francesa

Mas a divisão territorial, na prática, se resume a uma placa, e os turistas podem circular tranquilamente de um lado para o outro, até porque, independentemente do idioma - inglês, francês ou holandês, na ilha convivem pessoas de 77 nacionalidades e tanto o comércio quanto os hotéis estão preparados para atender turistas de todo o mundo. Tem mais um detalhe, o fato de manter a cultura holandesa e a francesa lado a lado, juntamente com uma terceira cultura, a afro-caribenha, faz de St. Maarten um destino incomparável para se conhecer. ▶

Praias e mais praias

Sob uma temperatura média de 28ºC durante o ano todo, a maioria dos turistas que chegam a St. Maarten já sabem que encontrarão pela frente as famosas praias de cor azul celeste, banhadas pelo sol e pelo mar do Caribe ou pelas águas mais agitadas do Atlântico. Sem dúvida, as 37 praias de St. Maarten são o chamariz principal, mas mesmo durante a alta temporada elas nunca ficam cheias, já que há muitas opções para os turistas. Ao redor delas estão grandes resorts e hotéis de todos os tipos, cassinos, shoppings e mais de 360 restaurantes, em sua maioria com serviço e gastronomia de padrão internacional. Porém, pouca coisa mudou desde a descoberta da ilha por Cristóvão em 1493. Essa é uma das mais belas paisagens do Caribe: a cor única de suas águas e a areia branca da costa. Cada praia tem um grupo específico de adeptos: desde nudistas até naturalistas, cada um pode encontrar a sua favorita, de leste a oeste da ilha.

Diante disso, estando na ilha, melhor mesmo é alugar um carro e cada dia conhecer uma praia diferente. A começar pela mais peculiar de todas, a praia do aeroporto. Em Maho Beach, apesar de toda a beleza, a maior atração são os aviões. A menos de 15 metros das areias está o aeroporto de Saint Maarten. No Sunset Bar, que fica ao lado da praia, você escuta pelos alto-falantes os comandos da torre de controle e ainda pode checar os horários de chegada e saída dos aviões numa prancha de surf. Também no bar, um aviso: "Topless woman drink free". Realmente, a atração por lá são os aviões...

Mullet bay fica próxima a um campo de golfe - informação importante, já que a sinalização não é muito boa. Mas é, sem dúvida, uma das mais bonitas de toda a ilha. As águas são cristalinas durante o ano todo e você pode alugar espreguiçadeiras. Outra atração é a supervalorizada Cupecoy. É nessa região do lado holandês que estão concentradas as novas construções levantadas após o último furacão, em 1995. A praia é cercada por falésias e é onde fica o cinco estrelas The Cliff, que possui o primeiro Spa Christian Dior do Caribe. Tem ainda Baie Longue, a primeira praia do lado francês, mais reservada e cheia de mansões ao redor. É também onde fica o La Samanna, um dos mais luxuosos hotéis da ilha, e que já hospedou famosos como Mariah Carey, Snoop Dogg, Edie Murphy e Denzel Washington. Outra que merece destaque é Orient Beach. Essa praia é a mais famosa, badalada e estruturada de todas. E mesmo assim, nunca fica cheia. É onde os esportistas se encontram para a prática de atividades náuticas. Enfim, entre 37 praias, todas muito próximas, até pelo tamanho da ilha, fica difícil eleger qual conhecer primeiro. Bom mesmo é dedicar tempo para estar em todas (veja box com mais algumas dicas).

A praia de Mullet Bay, uma das 37 de St. Maarten

Outras, entre as 37 praias de St. Maarten, que valem a pena conhecer

Friar's Bay: fica entre a capital francesa, Marigot, e Grand Case, onde estão localizados vários bistrôs deliciosos. Trata-se da mais simples de todas, mas ainda assim é maravilhosa, afinal, o turista está no Caribe.

Grand Case: nesse pequeno vilarejo simples e charmoso, a meia hora de Marigot, está a melhor gastronomia do lado francês, com bistrôs de alta qualidade. Sua praia é boa para se tomar um drink à beira-mar num final de tarde, mais especificamente no hotel-boutique Love.

Le Gallon: praia de águas calmas, ideal para crianças. Fica escondidinha, perto da Orient Beach.

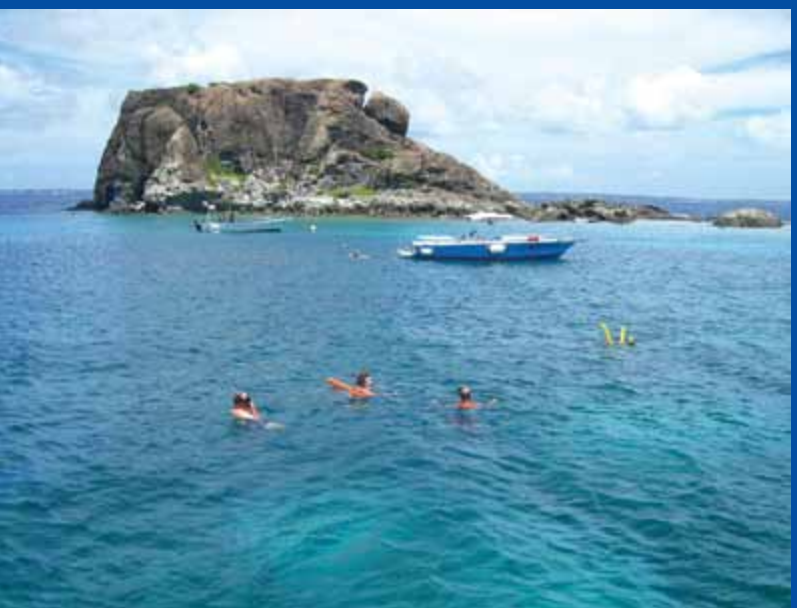
Dawn Beach: primeira praia do lado holandês, onde fica o luxuoso cinco estrelas Westin, em que ficamos hospedados. É conhecida como a praia do nascer do sol.

Great Bay: começa no calçadão de Philipsburg (capital holandesa) e vai até o hotel Sonesta Great Bay, um dos mais procurados por turistas brasileiros. É uma das mais extensas.

Little Bay: é praticamente reservada aos hóspedes do hotel Divi Little Bay, apesar de ser de livre acesso aos turistas, principalmente os que chegam nos cruzeiros.

Passeios para todos os gostos e idades

Snorkel pela manhã e tirolesa à tarde? Cavalgadas românticas à beira-mar? Champanhe no barco ao pôr do sol? Definitivamente, Saint Maarten não é um lugar para o turista ficar parado. De dia ou à noite, não faltam motivos para sair, porque na ilha tudo é possível.



A começar por Lotterie Farm. Esse lugar, um dos pontos mais altos da ilha, no lado francês, é um recanto para os que buscam contato com a natureza e a prática de esportes como tirolesa, arvorismo e rapel. Tem também um restaurante com peixes, frutos do mar, comidas típicas da região e um lounge para relaxar à tarde com drinks refrescantes ao som de house. (www.loteriefarm.net).

Em The Butterfly Farm - Fazenda de Borboletas -, próxima à Orient Beach, o turista vai aprender um pouco da história das borboletas do mundo inteiro. A visita guiada custa 10 dólares (www.thebutterflyfarm.com). Para quem tem alma de ambientalista, há o St. Maarten Park, zoológico da ilha que abriga várias espécies, entre elas o macaco cabeça de algodão, espécie ameaçada de extinção e que está sendo preparada, neste zoológico, num projeto pioneiro, para a reprodução em cativeiro. O passeio sai por 10 dólares (www.stmaartenpark.com).

Outro programa inigualável é conhecer St. Barths e Anguilla. Saindo de Marigot, o turista pode visitar a pequena St. Barths, badalado reduto de ricos, famo-▶

sos e hollywoodianos, que fica a menos de uma hora da capital francesa. Os trajetos de catamarã custam cerca de 90 dólares. A cada 45 minutos, há também saídas para Anguilla, conhecida por seus resorts de luxo para casais em lua de mel. O trajeto de 20 minutos de barco, que custa cerca de 30 dólares, é fascinante, pois não faltam belas praias por lá. Leve o passaporte para visitar qualquer uma das ilhas.

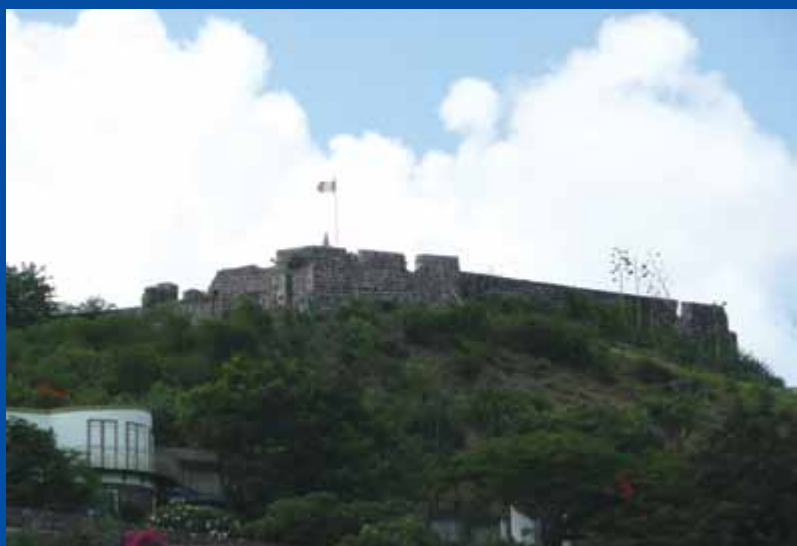
abelhas perigosas que se escondem nas madeiras, e cuja picada pode ser fatal. No lado francês, muitos degraus levam ao topo do Fort Louis (foto), construído no século XVIII, de onde você poderá avistar uma infinidade de praias.

Outro passeio recomendável tem como destino Tantra. Essa atração foi aberta recentemente no complexo Sonesta Maho Beach Resort & Casino, sendo a

Para os aventureiros, um boa dica é visitar Lucky Stables at Seaside Nature Park. Lá, em Cole Beach, pode-se viver uma experiência única e inesquecível: passear a cavalo dentro do mar. O passeio de uma a duas horas, com direito à trilha e mar, sai a partir de 60 dólares. No local, que também funciona como acampamento, é possível fazer aulas de montaria (www.seasidenaturepark.com).

Tem também atrações para quem quer um pouco de história. A começar por Fort Amsterdã. Lá, quase toda a herança cultural da ilha está nos quatro Forts existentes (mas apenas dois são abertos à visitação). O Fort Amsterdam, na parte holandesa, foi erguido em 1631 e está localizado em Philipsburg. Trata-se da primeira fortaleza militar construída em território caribenho. Tem uma belíssima panorâmica de Great Bay e Little Bay, mas é preciso cuidado com algumas

maior casa noturna do leste caribenho. Com atmosfera luxuosa inspirada no zen asiático, é uma excelente adição ao pós-jantar no Le Moulin Fou



Compras e mais compras

Mesmo com poucas placas para indicar de qual lado da ilha você está, certamente ao chegar em Marigot, a capital francesa, o visitante saberá que está na França (ou num lugar muito charmoso e bem parecido com ela). Às quartas-feiras e sábados há uma feirinha de artesanatos onde se encontra toda a sorte de badulaques. Mais adiante está a Rua General de Gaulle, a principal para as compras. No centrinho francês há muitas lojas femininas, como a Max Mara e até a brasileiríssima Havaianas, onde um par de chinelos custa cerca de 35 euros, além de muitas joalherias de grife. Os preços, em euro, são salgados, mas vale a pena conferir os lançamentos de perfumes simultaneamente aos que acontecem em Paris. E os cafés que servem croissaints salgados e doces quentinhos, em mesinhas ao ar livre, remetem o turista às cidadezinhas da Côte d´Azur - não é mera coincidência. Aproveite para almoçar no restaurante Le Chantedair, na charmosa Marina Royale, onde ficam alguns barcos de aluguel para passeios e restaurantes deliciosos e visitar o West Indies, shopping com grifes exclusivas de clássicos parisienses, como o empório Hediard, famoso pelos seus chocolates e frutas glaceadas

Outro chocolate famoso fica no lado holandês da ilha. Trata-se do Belgian Chocolat Shop, na 109 Old Street, em Philipsburg. O visitante vai encontrar de batata frita banhada ao chocolate até wafles recheados de mel e cobertos de chocolate branco ou ao leite (irresistíveis, vale a pena experimentar um de cada). No final da tarde, um carrinho de sorvete percorre as ruas do centrinho, uma ótima opção para aliviar o calor! Mas o que vale a pena mesmo aproveitar em Philipsburg são os relógios, óculos de sol, câmeras fotográficas, notebooks, eletrônicos em geral e joias, com preços em dólar tão convidativos que vão seduzir até mesmo os mais sovinas, afinal, lá todas as lojas são duty free, ou seja, livres de impostos.

O Empório Guavaberry (foto), na Front Street, é uma atração à parte. Para quem nunca ouviu falar do guavaberry, essa é uma fruta típica de Saint Maarten, muito usada na gastronomia e no preparo de drinks. Na lojinha oficial (que tem o velhinho na marca), você pode fazer degustações e levar para casa licor, rum, suco, mel e até molho para churrasco preparados com a frutinha exclusiva da ilha.

Gastronomia: e viva a gula!

Além de divinamente deliciosa, a gastronomia na ilha é abundante: são mais de 450 restaurantes de qualidade, algo como você experimentar um restaurante diferente por dia ao longo de um ano e ainda assim sobrar lugar pra visitar. Além das lagostas e camarões gigantes, você tem que provar os escargots e o peixe mahi-mahi com molho creole, iguaria típica caribenha, que leva tomate, cebola, pimenta, pimentão, salsinha e tomilho (mas não é forte). Os preços são acessíveis (uma lagosta enorme sai por 30 dólares, em média). E pode se empolgar, pois os pratos são bem servidos e é quase impossível comer tudo sozinho.

Tem ainda outras dicas imperdíveis:
- **Temptation** (Cupecoy): no lado holandês, a cozinha requintada é comandada pelo chef mais premiado de todo o Caribe, Dino Jagtiani. Super simpático, durante a reportagem ele preparou um Red Snaper especial com aspargos e vegetais, recheio de cogumelo e molho de laranja e gengibre. Outra recomendação é o salmão com lentilhas, uma com-

L'Escargot

binação tão improvável quanto soberba.
- **L'Escargot** (Philipsburg): apesar de estar no lado holandês, sua decoração e cozinha são essencialmente francesas. Fotos, palhaços, painéis de bebidas, livros, abajures e, claro, escargots (caracóis) de todos os estilos e tamanhos fazem do ambiente um dos mais criativos e peculiares da ilha. O cardápio também não deixa a desejar: na dúvida, vá de escargot ou, ainda, lagosta gratinada.
- **Antoine** (Philipsburg): a começar pelo ambiente - de frente para o mar da capital holandesa - tudo lá é absolutamente delicioso. Vale a pena experimentar os Escargots de Bourgogne, que são servidos na concha e ao molho de manteiga e alho. Se preferir, vá de Langouste Thermidor, que é a lagosta grelhada cremosa ao molho de vinho branco, cebolinhas, queijo e batata suíça.
- **Mr. Busby** (Dawn Beach): de dia, chama-se Mr. Busby´s. À noite, muda de nome para Daniel´s. O cardápio também muda conforme o horário. Por estar na praia, durante o dia serve porções e sanduíches e, à noite, seu cardápio italiano/mediterrâneo a la carte é impecável. Prove o Red Snaper com molho cinzano flambado e creme de leite (uma loucura). O restaurante é também conhecido por servir um dos melhores cafés da manhã da ilha. E se bater uma saudade do Brasil, peça para ser atendido pela Renata, uma carioca que trabalha e mora lá há mais de dez anos.
- **Green House** (Philipsburg): imperdíveis o Alaskan King Crab Legs (foto) (patas de caranguejos gigantes do Alaska com molho de manteiga) e o Cheescake com cobertura de morango ou manga e o Brownie Delight, com castanha, creme e sorvete para sobremesa. Depois do jantar é possível ficar tomando drinks e jogando bilhar.

Dicas para quem escolhe St. Maarten como destino turístico

Se você optar pelo aluguel de um carro, o que é importante para se locomover pela ilha, prepare-se para enfrentar algum trânsito na hora do almoço e no final da tarde.

Esqueça também seu rádio/Nextel, ele não vai funcionar na ilha. Uma opção mais barata é alugar um celular no próprio hotel por cerca de 50 dólares, por um período de cinco dias.

Em qualquer época do ano, você pode aproveitar a 12 Metre Regata (www.12metre.com), uma corrida de barcos que simula a final da America´s Cup, competição que reúne os maiores velejadores do planeta na ilha. O maior barato é que os próprios turistas são os responsáveis pela navegação das embarcações. A regata acontece nos dias em que não há provas oficiais. A aventura custa cerca de 70 dólares por pessoa, e é uma experiência inesquecível. No mês de março acontece a Heineken Regatta, que também reúne velejadores do mundo todo.

Já em abril, acontece o Carnaval Caribenho na Front Street (foto), um misto de desfile de rua com festival gastronômico. Para um povo que já é festeiro durante o ano todo, imagine como deve ser essa festa.

A Front Street, rua principal do centro de Philipsburg, é onde também se concentra a maior parte das lojas

Programe a viagem

Onde fica - A ilha de St. Maarten/St. Martin fica em uma região privilegiada do Caribe, a 250 km a sudeste de Porto Rico e a cerca de duas horas e meia de voo de Miami.
Idioma - Em St. Maarten, a língua oficial é o holandês. Já em St. Martin é o francês. Porém, os idiomas mais falados em ambos os lados são o inglês e o espanhol.
Moeda - O guilder (florim antilhano) é a moeda oficial de St. Maarten (lado holandês), e o euro de St. Martin (lado francês). Mas o dólar americano é a moeda corrente.
Clima - Faz sol e calor o ano todo na ilha, quase não há diferença entre inverno e verão. Em média, a temperatura é de 28ºC. Furacões tropicais são comuns entre agosto e novembro.
Fuso horário - Em St. Maarten, o relógio marca uma hora a menos em relação a Brasília e menos duas horas quando o Brasil está em horário de verão.

Princess Juliana International Airport, a porta de entrada e saída de St Maarten

Como chegar

Uma das melhores formas para chegar a St. Maarten, partindo do Brasil, é pela Copa Airlines, que já tem vôos regulares para o lugar, mas que a partir de julho passa a voar com mais frequência semanal, partindo de quatro capitais - São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Manaus, com conexão imediata no Hub das Américas da Cidade do Panamá. Serão 29 voos semanais, até três horas mais rápidos se comparados às conexões por Miami. Além de não precisar de visto, o passageiro evita as filas de imigração e alfândega e tem sua bagagem despachada diretamente para o destino final.
Os voos duram pouco mais de dez horas e são operados com modernos Boeing 737-800, que podem receber até 155 passageiros - 141 na classe econômica e 14 na executiva. A exceção fica por conta de Manaus, onde são utilizados Embraer 190 com 94 assentos e a duração é de seis horas. ◘

Embarque	Voo	Horário*	Frequência	Tarifa
São Paulo	CM 758	03h30-16h17	Dois voos diários	US$ 756
	CM 724	05h30-16h17		
Rio de Janeiro	CM 872	01h30-16h17	Um voo diário	US$ 756
Belo Horizonte	CM 764	04h16-16h17	Quatro voos semanais (segunda, terça, sexta e sábado)	US$ 706
Manaus	CM 140	7h12-16h17	Quatro voos semanais (segunda, terça, quinta e sábado)	US$ 653

* Horários locais

OPA!
ORGANIZAÇÃO PARA A PROTEÇÃO AMBIENTAL
ATÉ A NATUREZA DÁ UM JEITINHO DE COMEMORAR NOSSOS 7 ANOS.
difer.com.br
Movimento pelo Planeta
Filie-se: www.opa.org.br

Lendária big-trail renasce com propulsor maior de dois cilindros e muita tecnologia embarcada. Da antiga aventureira, Super Ténéré 750, dos anos 90, restou apenas o nome e a inspiração no temido deserto africano

Super Ténéré XT1200Z chega ao Brasil

O modelo, uma reedição da lendária big-trail nipônica, traz motor bicilíndrico de maior capacidade e muita tecnologia embarcada para brigar no segmento de motos big-trail

DA Redação

Um dos lançamentos mais aguardados para este ano, a Yamaha XT1200Z Super Ténéré chega este mês às concessionárias brasileiras. O modelo, uma reedição da lendária big-trail nipônica, traz motor bicilíndrico de maior capacidade e muita tecnologia embarcada para brigar no segmento de motos big-trail. A moto tem controle de tração, freios ABS e gerenciamento do motor, e custa R$ 59,8 mil.

Da antiga aventureira, Super Ténéré 750, sucesso em todo o mundo na década de 90, restou apenas o nome e a inspiração no temido deserto africano de Ténéré, no centro sul do Saara. No restante, a Super Ténéré 1200 é completamente nova e moderna.

Para criar a nova Super Ténéré, a Yamaha decidiu seguir a receita de sucesso da líder de vendas no segmento: a BMW R 1200 GS. Para isso, dotou sua big-trail com qualidades para brigar de frente com o modelo alemão, copiando inclusive muitas soluções técnicas da BMW, como transmissão final por eixo cardã, controle de tração, freios ABS e conforto de sobra.

Visualmente, porém, a nova XT1200Z não lembra a concorrente alemã. De porte avantajado, traz dois faróis na dianteira, um grande parabrisa regulável, banco largo em dois níveis e uma grande variedade de acessórios, como malas laterais e top case em alumínio. Entretanto, a grande diferença está na motorização.

Dois cilindros paralelos

A configuração escolhida para dar vida à nova XT1200Z Super Ténéré foram dois cilindros paralelos, diferentemente do motor de cilindros opostos da BMW. A arquitetura do modelo japonês resulta em um estreito e compacto propulsor de 1.199 cm³ de capacidade, que garante torque desde as baixas rotações e potência suficiente para a categoria.

Com refrigeração líquida, duplo comando de válvulas (DOHC) alimentado por injeção eletrônica e com duas velas por cilindro, o motor entrega 110 cavalos de potência máxima a 7.250 rpm. O torque é de 11,6 kgf.m já a 6.000 giros.

Assim como em outros modelos da marca japonesa, o motociclista vai controlar o motor da Super Ténéré 1200cc por meio de um acelerador eletrônico (o tal Yamaha Chip Controlled Throttle, YCC-T), que garante respostas mais precisas ao girar a manopla.

O motor conta ainda com dois mapas de gerenciamento: sport para uma pilotagem mais agressiva e touring para uma tocada mais relaxada, com entrega de potência mais suave.

Completa ainda o pacote de soluções eletrônicas um controle de tração que evita derrapagens da roda traseira em situações de piso escorregadio e/ou baixa aderência. O módulo permite três níveis de atuação do controle de tração: o modo "TCS1" é o normal e atua em qualquer situação em que for detectada uma derrapagem da roda traseira; já o "TCS2" tem efeito retardado e permite escapadas de traseira em uma pilotagem off-road mais radical; ou, para os mais experientes, o modo "OFF", que desliga completamente o sistema.

Mais tecnologia

Para não ficar atrás da concorrente, a nova XT1200Z traz freios ABS unificados (ABS Unified Brake System). Segundo a Yamaha, trata-se de um dos mais avançados sistema de freios já desenvolvidos pela fábrica japonesa.

O sistema ABS evita o travamento das rodas em frenagens bruscas

por meio de uma válvula de pressão hidráulica que atua sobre os dois discos dianteiros (com 310 mm de diâmetro) e também no único disco traseiro - todos em forma de margarida. Além disso, há ainda os freios unificados ou combinados, controlados por um módulo eletrônico que divide a frenagem nas pinças dianteiras e traseiras ao apertar o manete de freio dianteiro.

Ciclística

Como a proposta da nova Super Ténéré é ser uma aventureira para se viajar para qualquer lugar, a Yamaha apostou em uma ciclística robusta com rodas raiadas, uma grande distância do solo e uma resistente proteção do motor. Todo o projeto ciclístico foi concebido para manter o centro de gravidade baixo e centralizado para garantir equilíbrio e agilidade.

O quadro do tipo espinha dorsal foi construído em tubos de aço em vez de alumínio, pois de acordo com a Yamaha o material suporta melhor a exigência da pilotagem off-road. A suspensão dianteira conta com um garfo telescópico invertido com tubos de 43 mm de diâmetro, totalmente ajustável na compressão, retorno e pré-carga.

Já na traseira, há um sistema monochoque com amortecedor facilmente regulável na pré-carga e no retorno sem a necessidade de ferramentas. A balança traseira, que traz o eixo carda da transmissão final embutido, foi construída em alumínio.

Apesar de raiadas, as rodas permitem o uso de pneus radiais sem câmara nas medidas 110/90 em aro de 19 polegadas, na dianteira; e 150/70 em um aro de 17 polegadas, na traseira.

Para completar suas capacidades fora de estrada, a nova aventureira traz um largo guidão com protetores de mão de série. As pedaleiras também foram projetadas para um uso mais radical: tem capas de borracha que garantem o conforto ao se pilotar sentado, mas quando o motociclista fica de pé para controlar a moto em estradas não pavimentadas essas capas se achatam e permitem um maior contato dos pés com as pedaleiras.

Protetores laterais do motor e o protetor de cárter também são de série, mostrando a verdadeira vocação da nova Super Ténéré: longas aventuras por quaisquer caminhos até que o grande tanque de 23 litros peça mais combustível.

Preço e comercialização

A Yamaha XT1200Z Super Ténéré chega às concessionárias na segunda quinzena do mês de março. Estará disponível em apenas uma opção de cor, azul, e também em apenas uma versão, já com todo o pacote tecnológico - controle de tração, freios ABS e modos de gerenciamento do motor. Tudo isso por R$ 59,8 mil, preço bastante competitivo em relação à sua principal concorrente, a BMW R1200GS que, em sua versão standard, sai por R$ 59,9 mil, porém sem nenhuma tecnologia embarcada.

A Yamaha ainda vai disponibilizar diversos acessórios para a nova Super Ténéré. A lista vai de malas laterais, baú traseiro e bolsa de tanque, passando por protetores de farol e um protetor de motor de alumínio, até itens de conforto, como aquecedores de manopla, capa de tanque e banco mais baixo.

TAUÁ GRANDE HOTEL E TERMAS DE ARAXÁ

EVENTOS EMPRESARIAIS

TODO SUPORTE E PRATICIDADE PARA O SEU EVENTO ESTÁ NO TAUÁ GRANDE HOTEL E TERMAS DE ARAXÁ.

TAUÁ GRANDE HOTEL E TERMAS DE ARAXÁ - MG

O TAUÁ GRANDE HOTEL E TERMAS DE ARAXÁ OFERECE INSTALAÇÕES GRANDIOSAS, COM TODA ESTRUTURA, TECNOLOGIA E SUPORTE NECESSÁRIO PARA REALIZAR CONVENÇÕES, LEILÕES E EVENTOS EMPRESARIAIS.

TAUÁ
GRANDE HOTEL
TERMAS & CONVENTION
ARAXÁ
Prazer em receber

RESERVAS:
(34) 3669-7020 / (34) 9237-0536
WWW.TAUA.COM.BR

Conheça o novo GPS Siga-me

Além da TV digital incorporada, o Siga-me Smart TV vem com o navegador IGO Primo e tela slim de 5"em full screen

Cada dia mais avançados, os GPS têm sido aliados dos motoristas. Entre as novidades que chegam ao mercado está o Siga-me Smart TV, modelo fabricado pela Vista Tecnologia, que promete aliar inovação, praticidade e entretenimento. O GPS, segundo o fabricante, vem com processador Atlas V de 533 Mhz, que possibilita recálculo de rotas mais rápido e aumento na sensibilidade de recepção de satélites. Além disso, é o único modelo disponível no Brasil que já vem com o navegador IGO Primo, um software com mapas originais, o que traz garantidas as atualizações gratuitas de rotas e radares através do site www.naviextras.com.

O GPS vem com teclado no mesmo formato de computador (QWERTY), basta digitar o endereço e seguir as instruções de voz ou da tela. Outro diferencial do produto, de acordo com o fabricante, é que na navegação por voz ele informa com antece-

Novos Intel SSD 510 Series com taxa de transferência de 6 Gbps SATA

Intel SSD 510 com interface SATA de 6Gbps supera o desempenho de um HDD com 10.000 RPM em 50% de desempenho em jogos com alta fidelidade visual

No início do mês, a Intel Corporation lançou uma nova linha de discos em estado sólido (SSD, na sigla em inglês), o Intel Solid-State Drive 510 Series. O novo Intel SSD 510, de acordo com nota publicada pela assessoria de imprensa da Intel, oferece ótimo desempenho SATA com 6 Gigabits por segundo (Gbps) para a transição da Intel para interfaces SATA bus de maior velocidade nas recém-lançadas plataformas baseadas na Segunda Geração dos processadores Intel Core.

Comportando transferências de dados de até 500 megabytes por segundo (MB/s), o Intel SSD 510 dobra a velocidade sequencial de leitura, e com até 315MB/s mais do que triplica a velocidade sequencial de gravação dos atuais SSDs de 3Gbps da Intel - isso o torna ideal para gamers, criadores de mídia, usuários de Workstations de alto desempenho e qualquer entusiasta por tecnologia, informam.

De acordo com a fabricante, o Intel SSD 510 oferece as mais rápidas velocidades sequenciais de leitura e gravação entre todos os SSDs SATA para consumidores atualmente disponíveis, fornecendo um desempenho líder de indústria que supera os discos rígidos tradicionais em mais de 50%, além de melhorar a velocidade geral de resposta do sistema, quando comparado com um disco rígido. O SSD não possui partes móveis e por isso é mais resistente, consome menos energia e roda de forma mais silenciosa e fria do que os HDDs. Os SSDs reduzem o tempo para inicialização do sistema, abrem aplicativos e arquivos mais rapidamente e voltam do modo de hibernação mais rapidamente, também resultando em uma melhoria notável. Os HDDs convencionais também são incapazes de se aproveitar eficientemente da tecnologia de 6Gbps da plataforma, já que falham ao igualar até as atuais interfaces SATA de 3Gbps.

O Intel SSD 510 usa uma memória flash NAND de 34 nanômetros da Intel para oferecer um bom desempenho sequencial da classe com velocidades de leitura de até 500MB/s e de gravação de até 315MB/s no seu modelo de alta capacidade.

A versão de 120GB, também de acordo com a fabricante, é uma ótima opção para desktops dual-drive, uma configuração híbrida que está ganhando popularidade. Nesse tipo de configuração, o sistema operacional, os aplicativos e os jogos preferidos são acessados do SSD para uma inicialização mais rápida e um desempenho de aplicativos acelerado, ao mesmo tempo em que o HDD é usado para armazenar dados. Os preços da nova linha lançada não foram publicados. (www.intel.com)

Smart TV

dência também o nome das ruas em que o usuário deverá virar. O Siga-me Smart TV vem com uma base de milhares de radares de velocidade cadastrados e alerta sobre a existência destes na rota do usuário.

TV - Quando não está no modo de navegação, o GPS vira uma central multimídia, e pode exibir programas de TV digital, reproduzir músicas, vídeos ou fotos, com aproveitamento total da tela de 5"em full screen. Além disso, tem capacidade interna para 2GB de memória flash e entrada para SD Card de até 32 GB, além de ser o único com 128 MB de memória RAM. O produto aceita funções de mini computador e acessa o Windows CE, permitindo a instalação de dezenas de aplicativos gratuitos disponíveis na web, como editor de planilhas, documentos, leitor de PDF, etc.

Leve e com acabamento emborrachado, o acessório vem com carregador veicular, suporte para vidro com ventosa, cabo USB de comunicação, caneta Stylus Pen e manual do usuário. A fabricação é nacional e o suporte técnico é garantido pelo fabricante que oferece vídeo aulas gratuitas na internet para facilitar o uso do GPS. O produto pode ser encontrado em lojas especializadas, de informática, megastores e lojas online, com custo médio de R$ 699,00.

MSI lança notebook com tela de alta definição

Modelo CR420 segue o conceito de equipamento leve e fino, tem 14 polegadas e está disponível com três configurações diferentes

A MSI Computer, uma das maiores fabricantes mundiais de produtos de informática, anuncia o lançamento do notebook CR420, modelo da linha Classic Series da empresa. Com três opções de configurações avançadas, o notebook leve e fino dispõe de monitor com tecnologia LED, que proporciona melhor nitidez, cor e brilho, além de economizar o consumo de energia ao reduzir a luz de fundo da tela, proporcionando um alto nível de qualidade da imagem.

O CR420 possui, também, design diferenciado com bordas angulares de 45°, o que garante elegância e apelo visual e tátil ao produto. Com um acabamento resistente a arranhões e desenvolvido com a tecnologia MSI CFM (Color Film Print), o lançamento apresenta diferentes texturas, dependendo do ângulo em que a luz incide sobre o produto, o que ressalta a preocupação da companhia com o estilo moderno.

Com placa de vídeo Intel GMA HD, o notebook apresenta área de visualização mais ampla por meio da proporção 16:9. Nesse formato, as barras pretas nas partes superior e inferior da tela podem ser evitadas, o que aumenta a qualidade da imagem. Tal vantagem permite a condição ideal para um perfeito aproveitamento visual do aparelho e que o usuário assista a vídeos em alta definição (HD) de qualquer ângulo. Mais informações sobre esse produto no site www.msicomputer.com.br.

Karsten lança toalha ecológica

Referência em cama, mesa e banho, a Karsten traz para o mercado mais uma novidade inovadora: a toalha de banho Bio Bath, produzida a partir de um processo pioneiro e ecologicamente correto, que aproveita os resíduos descartados do algodão para produzir o fio reciclado, proporcionando ao produto um apelo natural. Sua produção economiza 34,3% no consumo de água e energia, diminui em 61,7% a emissão de CO2 e ainda utiliza 15,7% menos produtos químicos.

Além disso, as toalhas Bio Bath foram desenvolvidas com amaciante à base de Cupuaçu, uma fruta característica da Amazônia com um excelente poder de hidratação natural.

As toalhas de banho Bio Bath podem ser encontradas nas cores Jade, Natural, Safári e Oliva e estarão no mercado a partir de março, ao custo médio de R$ 39,90.

Os produtos Karsten estão à venda nas melhores lojas de cama, mesa, banho e decoração de todo o Brasil. SAC - 0800 473737 (de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h e das 13h às 17h)

E-mail: sac@karsten.com.br

Site: www.karsten.com.br.

Novos lançamentos da Fiorucci

Garden Essence Glamour

Linha de fragrância feminina, inova em aromas que inspiram beleza, prazer e conforto.

Garden Essence Glamour (vidro rosa) é um perfume que prima por notas doces que resultam num aroma sedutor e sexy.

Preço médio: R$ 24,90.
Notas de saída: bergamota, grapefruit, mandarina e groselha.
Notas de corpo: jasmim e lírio-do-vale.
Notas de base: sândalo, musk e vanilla.

Sabonete Líquido Vanilla e Milk

A Fiorucci, tradicional marca do segmento de cosméticos, aposta no lançamento de uma nova fragrância para compor sua linha de sabonetes líquidos. O Sabonete Líquido Vanilla e Milk é um produto de consistência suave e cremosa, que limpa e perfuma delicadamente a pele, além de deixá-la macia e hidratada. Pode ser usado na ducha ou no lavabo. Preço médio: R$ 9,90.

O SAC da Fiorucci é 0800 16 8055

www.hospitalsantaclara.com.br

A VIDA É CHEIA DE SURPRESAS.

Hospital SantaClara
Cuida Bem de Você

EMERGÊNCIA?
4005-1919

ATENDIMENTO EXCLUSIVO PARA CONVENIADOS E PARTICULARES.

ATENDIMENTO EMERGENCIAL HOSPITAL SANTA CLARA

Rimowa apresenta coleção de malas de bordo

Para quem busca praticidade, rapidez e leveza em suas viagens e ainda quer uma mala para ser sua companheira de voo, sem ter de perder tempo nas esteiras dos aeroportos, a Rimowa apresenta as malas IATA, que compõem várias linhas da marca, como a Salsa Air, Deluxe e Limbo.

Perfeitas para viagens curtas ou até para reuniões de negócios, por conta do seu tamanho diferenciado de bordo, as malas IATA chegam com divisórias internas para acomodar roupas, bem como sapatos, acessórios e até notebook. São diversas cores, da tradicional preta, passando pelo azul, laranja e até a glamorosa cor roxa.

Rimowa - Reconhecida internacionalmente por seu design inconfundível, a grife alemã de malas nasceu na cidade de Colônia, em 1898. Hoje sinônimo de luxo, design, resistência e praticidade, as malas Rimowa seduzem consumidores de todas as partes do mundo, inclusive os brasileiros.

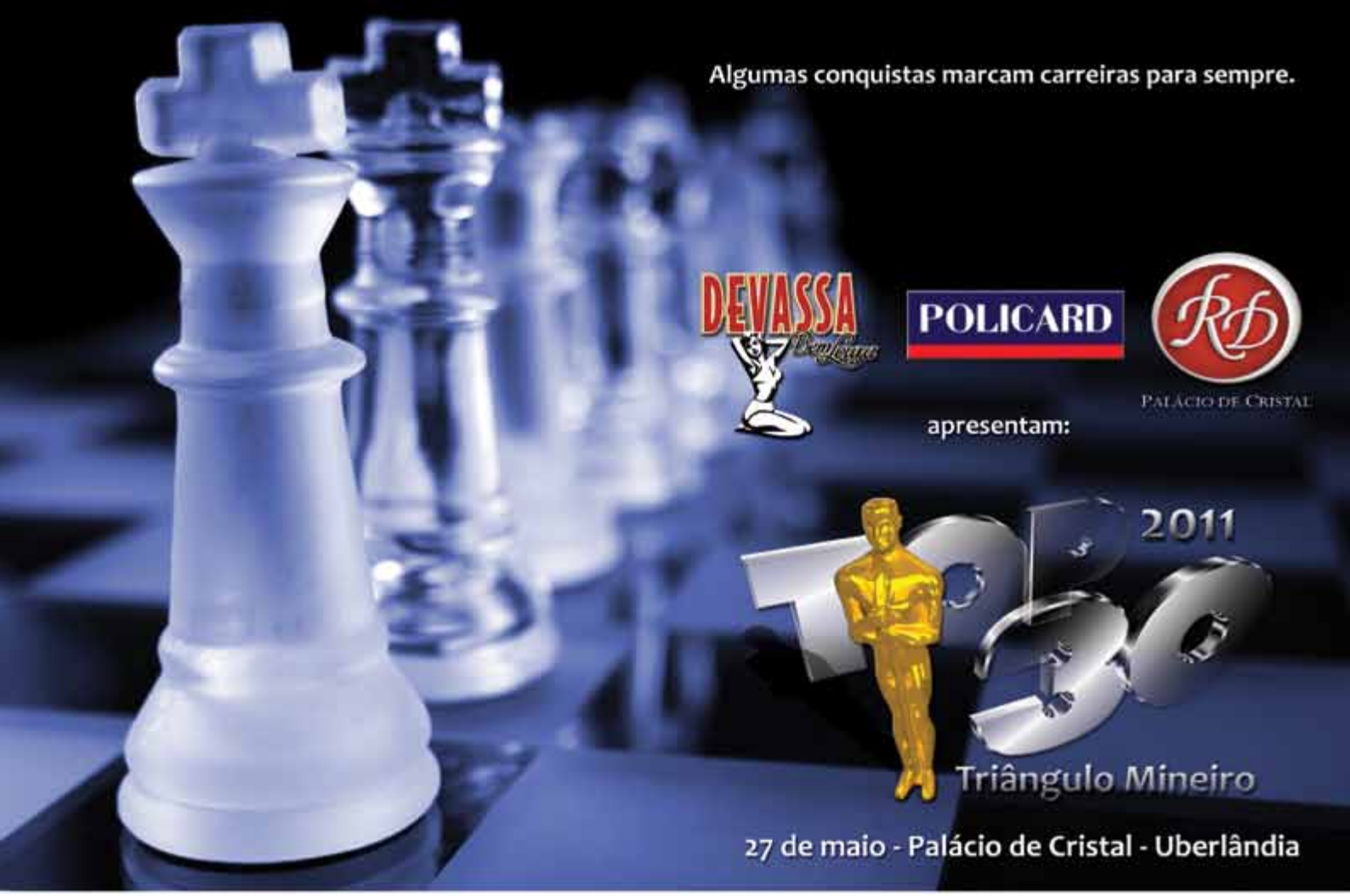
Mais informações sobre o produto, preço e onde encontrar no www.rimowa.com.

Uberlândia Convention & Visitors Bureau,
há 10 anos trabalhando pelo
desenvolvimento do turismo
de negócios e eventos.

34 3219-5705

www.uberlandiacvb.com.br

10 anos
UBERLÂNDIA
convention & visitors bureau



Homenageados

Casa dos Colchões · RG Móveis · Casa Móbile · CIDWAN Marcas & Patentes · clic Doméstica · Cometa Pisos · ESAMC · EO Estufa de Ouro · Farmácia de Manipulação Exata · faces Estúdio de beleza · Granero · HG Automóveis · madeiranit · Hospital e Maternidade MadreCor · Nacional Expresso · PGM Sistemas · Relojoaria Santos · Ubermed · Udinvest · Valfluid · Viva

Personalidades
- Dra. Cintia Cunha
- Perpétua Cabeleireiros
- Milton Fernandes Carneiro
- Dr. Leonardo Menezes

Parceiros
- Ares Comunicação
- Áudio Studio
- Band
- Cannes Vigilância
- Cult
- Fenix Signs
- Gazeta de Uberlândia
- Gráfica Roma
- H Som
- Leon Door
- Líder FM
- Magno Publicidade
- Revista Mercado
- Tv Cidadania

www.top30.tv.br - Reserva de mesas: (34) 3229-0333 / 3086-0000

Lei de Murphy ou psicologia? Para compreender melhor nossos semelhantes

DA Redação

Por que você boceja quando vê alguém bocejar? Por que todos os semáforos ficam vermelhos quando se está com pressa? Essas e muitas outras questões até parecem brincadeira, mas são temas que podem deixar as pessoas perplexas.

O livro "150 pequenas experiências de psicologia - Para compreender melhor nossos semelhantes" está totalmente embasado em método científico que permite esclarecer muitas questões ligadas à inteligência, às emoções e à percepção vivenciadas em nosso dia a dia.

O autor nos convida a ler os artigos dos quais foram extraídas as experiências descritas e a descobrir explicações que se escondem por trás de certos comportamentos, os quais talvez já tenhamos tido a oportunidade de observar.

A obra é desenvolvida de acordo com o método científico e construída na forma de fichas, o que permite ao leitor recorrer diretamente a uma pergunta ou a um assunto sem ter de fazer necessariamente uma leitura completa do livro.

Este livro, que é tradução da segunda edição atualizada do best-seller francês, mostra, por meio de 150 experiências realizadas em laboratório ou em ambiente natural, que nosso comportamento cotidiano se baseia em mecanismos fascinantes; dessa forma, o ajudará com informações sobre você mesmo e outras pessoas. Segundo Serge Ciccotti, doutor em psicologia, "é um livro que deve estar ao alcance de todos, indicado para estudantes, psicólogos e leitores interessados no assunto".

Sobre o autor - Sege Ciccotti é doutor em psicologia e pesquisador associado da Universidade da Bretanha-Sul. Publicou também "100 petites expériences de psychologie pour mieux comprendre votre bébé" (2006).

Ficha Técnica:

Título: 150 pequenas experiências de psicologia - Para compreender melhor nossos semelhantes
Autor: Serge Ciccotti
Formato: 14 x 21 cm
Páginas: 384
Preço: R$ 73,00

A PDCA ENGENHARIA conquistou o **1º lugar** em Gestão de Pessoas na Etapa Estadual do Prêmio Sesi de Qualidade no Trabalho – PSQT 2010.

O Prêmio, criado há 15 anos com o objetivo de estimular as empresas brasileiras a incorporarem a responsabilidade social como parte integrante de suas estratégias, avaliou 245 empresas mineiras e 46.418 trabalhadores.

Com know How para atuar em todo o território nacional no mercado da construção civil, a PDCA ENGENHARIA agora segue representando Uberlândia e Minas Gerais na Etapa Nacional do PSQT.

PDCA
ENGENHARIA

www.pdcaeng.com.br

As mulheres: na literatura e na política

POR Kenia Maria

O leitor já ouviu falar em Geraldo Ferraz? E em Carlos Franklin Paixão de Araújo? Mas, e em Patrícia Galvão - a Pagu - e em Dilma Rousseff? Pois é! Algumas mulheres conseguiram se sobressair de forma tão extraordinária em suas respectivas áreas que ofuscaram o nome de seus cônjuges ou ex-maridos. Ora, tal fato seria impensável há algum tempo. Lembro-me de que, na cidade do interior onde nasci, as pessoas tratavam as mulheres sempre como aquelas que pertenciam a um homem, a um marido. Sempre se dizia: a Dona Maria do Senhor Pedro, a Dona Aparecida do Senhor João, a Dona Fátima do Senhor Lúcio. E por aí vai. Mesmo que a Dona Fátima fosse uma excelente professora, ela era a Dona Fátima do Senhor Lúcio, ou a filha do Senhor Tomás. Nossa, vai longe este tempo... Mas a caminhada foi penosa para as primeiras mulheres que carregaram a bandeira da liberação feminina. Com certeza não é nada fácil ganhar identidade própria e.demarcar espaço.

Lembremos Patrícia Galvão, a Pagu. Antes mesmo que as mulheres pudessem sonhar em votar ou se candidatar para cargos públicos, Pagu, em 1930, foi a primeira mulher a filiar-se ao polêmico PCB, o Partido Comunista Brasileiro. Considerada subversiva e anarquista por ter participado e organizado uma greve dos estivadores em Santos, Pagu foi presa e torturada. Ela foi também uma das primeiras mulheres a ter coragem de acender um cigarro na rua. Suas baforadas quase lhe renderam um linchamento nas avenidas de São Paulo. Ela também viajou muito. Conheceu vários estados brasileiros, parte da América Latina e alguns países da Europa. Pagu não transgrediu apenas na vida pessoal e na política. Em 1933, publicou "Parque Industrial", obra interessante e de estética inovadora, apimentada com ácidas críticas ao novo-rico e às futilidades das mulheres burguesas em contraposição às domésticas exploradas. Pagu militava até na literatura: "... as fêmeas da burguesia descem de Higienópolis e dos bairros ricos para as farras das garçonières e dos clubs, a criadagem humilhada, de touquinha e avental, conspira nas cozinhas e nos quintais dos palacetes. A massa explorada cansou e quer um mundo melhor!" (Patrícia Galvão - "Parque Industrial").

Foto: Reprodução

Patrícia Rehder Galvão, conhecida pelo pseudônimo de Pagu, foi a primeira mulher presa no Brasil por motivações políticas

Em 1939, Pagu, sempre munida de muita coragem e fibra, foi novamente presa como militante perigosa e subversiva. Na Casa de Detenção do Rio de Janeiro, escreveu a famosa "Carta de uma militante", na qual expôs os motivos de sua ruptura com o stalinismo e sua adesão ao trotskismo. Vejamos um pequeno trecho: "Os sintomas da formação de uma burocracia soviética, depois da tomada do poder por Hitler, só se

têm agravado, e hoje não é mais possível ignorar-se ou ficar-se indiferente ante os crimes e, o que é pior, os erros da casta governamental soviética. A sua existência pode ser constatada não só praticamente, mas também teoricamente, procurando-se as causas das sucessivas derrotas que tem sofrido o proletariado nestes últimos 10 anos em que as crises do capitalismo têm se mostrado mais graves". (http://www.ler-qi.org/spip.php?article998).

Quando Patrícia Galvão morreu, em 1962, Dilma Rousseff tinha 15 anos de idade. Três anos depois, logo após o golpe militar de 1964, Dilma apresentou seus primeiros interesses pela política e, principalmente, pelos ideais socialistas. Iniciando na militância, foi guerrilheira e integrou organizações que defendiam a luta armada contra o regime militar. Com certeza, a essa altura ela também já tinha lido e estudado alguns textos da emblemática Pagu. E tal qual Patrícia Galvão, Dilma também foi presa e torturada.

Anos depois, Dilma participa do governo Lula. Vai para o Ministério de Minas e Energia e depois é nomeada Ministra-chefe da Casa Civil. Apoiada pelo presidente, é eleita em 2010 como a primeira mulher a presidir o Brasil.

Veja o leitor que uma mulher ser eleita presidente do nosso país é algo extraordinário. Recordemos que há bem pouco tempo uma mulher podia ser linchada se fumasse na rua. Uma moça "não valia nada" se não fosse virgem ou casada de "papel passado". E mais: as mulheres só puderam votar pela primeira vez em 1932, e assim mesmo só as casadas e com a autorização do marido. Uma presidente mulher é algo muito importante, mas a grande maioria das pessoas ainda não conseguiu avaliar tal fato de forma apropriada. Será necessário o distanciamento histórico, a passagem de alguns anos para que compreendamos com mais densidade tal episódio.

Foto: Reprodução

Dilma Roussef, hoje presidente do Brasil, integrou organizações que defendiam a luta armada contra o Regime Militar, como o Comando de Libertação Nacional (Colina) e a Vanguarda Armada Revolucionária Palmares (VAR-Palmares)

Uma das cenas que mais me marcaram neste ano de 2011 foi ver pela televisão a transmissão da posse de Dilma. Vi com espanto e também esperança uma ex-guerrilheira socialista com a faixa presidencial no peito, dando posse ao ministro-chefe do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República, o general-de-exército José Elito Carvalho Siqueira.

Quem poderia sonhar que um dia uma ex-guerrilheira iria dar posse a um general - de exército? E que essa imagem seria transmitida pela Rede Globo para milhões de telespectadores?

Também gostei da notícia divulgada em várias mídias de que Dilma, neste mês de março, mês dedicado a celebrar as conquistas da mulher, está pessoalmente empenhada em trazer da Argentina o famoso Abaporu, ícone da arte modernista da pintora Tarsila do Amaral, o qual deverá ficar no Brasil cerca de dois meses, em exposição no Palácio do Planalto.

Dilma não é poeta nem ficcionista como Pagu, mas está sempre antenada com as artes e a literatura. Seu discurso de posse revela autenticidade, firmeza e, por que não dizer, poeticidade, principalmente no que tange à presença da mulher no meio social. Vale a pena ler este trecho e refletir sobre ele: "E sei que meu mandato deve incluir a tradução mais generosa desta ousadia do voto popular que, após levar à presidência um homem do povo, decide convocar uma mulher para dirigir os destinos do país. Venho para abrir portas para que muitas outras mulheres também possam, no futuro, ser presidentes; e para que - no dia de hoje - todas as brasileiras sintam o orgulho e a alegria de ser mulher".

Para quem quiser ler o discurso da presidente na íntegra, acesse o site: http://www.presidencia.gov.br/noticias/ultimas_noticias/2011/01/leia-integra-do-discurso-de-posse-de-dilma-rousseff-no-congresso-1.

Recomendo ainda o belo filme "Eternamente Pagu". Nele, o leitor pode conferir Carla Camurati no papel de Pagu e a requintada Estner Góes interpretando de forma brilhante Tarsila do Amaral.

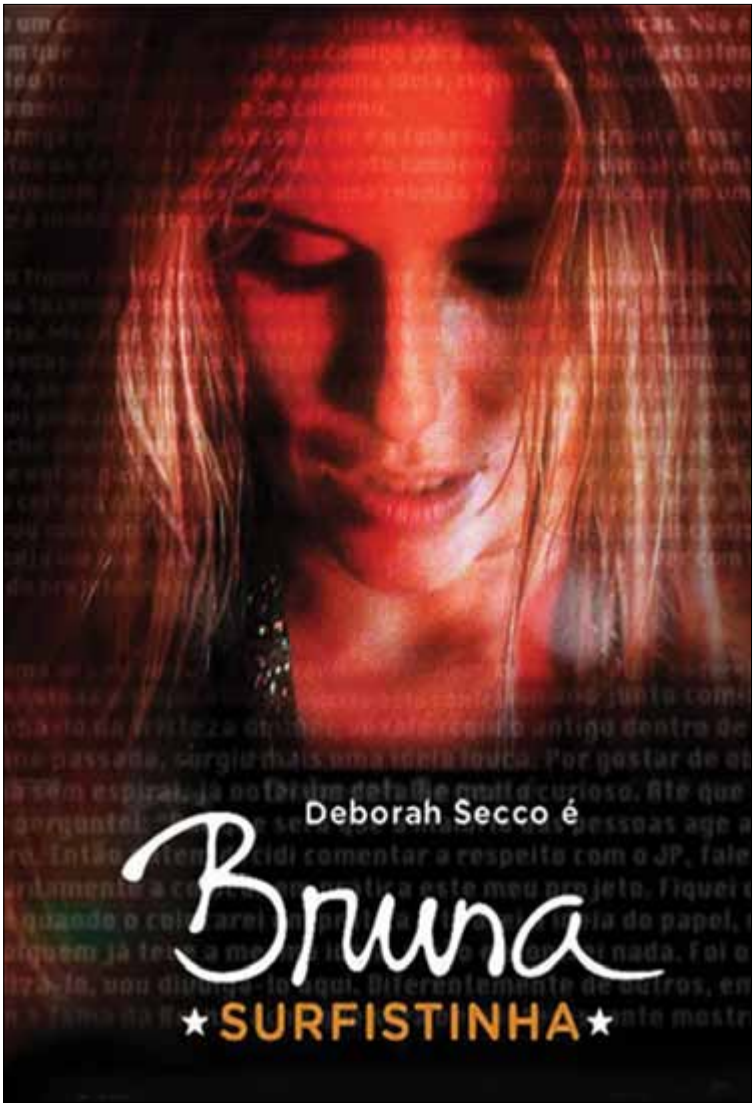
Desejo a todos os meus leitores e leitoras um bom mês da mulher. E que mais portas sejam abertas para a mulherada!!!

Kenia Maria de Almeida Pereira - doutora em Literatura Brasileira pela Unesp/São José do Rio Preto-SP e professora colaboradora do Mestrado em Teoria Literária da Universidade Federal de Uberlândia-MG. Autora de artigos científicos e livros sobre literatura brasileira, dentre eles, **Machado de Assis:** outras faces, publicado pela editora Aspecttus (kenia@triang.com.br)

Bruna Surfistinha

Sinopse: Bruna Surfistinha conta a história da jovem Raquel (Deborah Secco), filha de classe média paulistana que um dia sai de casa e toma uma decisão surpreendente: virar garota de programa. Em pouco tempo, Raquel se transforma em Bruna Surfistinha e passa a ser uma celebridade nacional, contando sua rotina em um blog na internet.

POR Kelson Venâncio



Crítica

O filme Bruna Surfistinha tem um começo complicado. A impressão que temos é que o longa vai ser lento e bem cansativo. O maior problema é o grande buraco no início do roteiro, que é baseado em fatos reais e no livro O doce veneno do escorpião. No início, somos apresentados a uma jovem garota que em princípio parece meiga, certinha, educada, estudiosa e vinda de uma família de classe média alta. Com todas essas qualidades, por que se tornar uma garota de programa? Bem, essa é a pergunta a que o filme não responde direito e, na minha opinião, a grande falha. Depois de alguns minutos assistindo à personagem sofrendo perseguições dos colegas da escola e tendo conflitos dentro de casa, sem que nos seja mostrada uma razão para isso, ela simplesmente já aparece na porta de um bordel à procura de um emprego como profissional do sexo.

Mas, felizmente após o primeiro ato, o filme finalmente decola e, para a alegria do público, alcança

voos altos. Para começar, de cara a garotinha já é chamada para seu primeiro programa e essa cena em particular foi uma das que mais gostei. Especialmente nessa parte, a direção de Marcus Baldini é eficiente ao mostrar Bruna toda tímida e com muito medo por enfrentar aquela situação que mudará para sempre a sua vida. E isso é perceptível através de um ângulo de câmera que mostra bem de perto o rosto triste e amedrontado da personagem que, aos poucos, sem cortes, vai mudando de expressão facial, tornando-se mais corajosa e começando a sentir na pele o que irá ter que enfrentar daquele momento em diante. Mas o mérito não é só da direção. Deborah Secco, em poucos segundos, muda completamente o semblante e parece que nos convida a ver um show de interpretação a partir dali.

Show de interpretação! É exatamente isso! Ao contrário da mesmice interpretativa de seus personagens em muitas novelas, ela faz de Bruna Surfistinha o melhor papel de sua carreira. Para começar, aqui vão todos os meus elogios a Deborah pela sua grande coragem ao aceitar esse papel que exigiu muito dela, mas muito mesmo. Se para uma profissional que está começando, sonhando alto e disposta a tudo para se dar bem no cinema seria difícil interpretar Bruna Surfistinha, imagine para uma atriz que nem precisa disso. O que levou Deborah Secco a fazer nua inúmeras cenas, simulando todos os tipos de variações sexuais, com atores desconhecidos e em sua maioria desprovidos de qualquer beleza física?

Dinheiro? Fama?

Sinceramente acredito que é algo que vai muito além disso e se chama profissionalismo. Penso que Deborah queria provar que é, sim, uma boa atriz, e que é capaz de se projetar com firmeza no mundo do cinema. E ela consegue isso e bem. Chego a dizer que foi mais corajosa que diversos atores famosos de Hollywood, como Heath Ledger e Jake Gyllenhaal, em Brokeback Mountain, ou Julianne Moore e Annette Bening no recente Minhas mães, meu pai.

Com cenas fortíssimas e muito polêmicas, Bruna Surfistinha é um bom filme e merece todo o sucesso que está tendo nas bilheterias. Só não é melhor pelo início. Até agora não sei o que levou a garota de programa mais famosa do Brasil a essa vida. Revolta, discriminação, falta de dinheiro ou simplesmente vontade de ser o que ela era?

Ficha Técnica

Filme: Bruna Surfistinha
Diretor: Marcus Baldini
Elenco: Deborah Secco, Cássio Gabus Mendes, Drica Moraes, Fabíula Nascimento, Cristina Lago, Guta Ruiz
Duração: 109 min.
Ano: 2010/Brasil
Gênero: drama
Classificação: 16 anos

Cinema & Vídeo
O melhor do cinema pra você!

Nota 7

Kelson Venâncio - jornalista e diretor do Cinema e Vídeo
www.cinemaevideo.com.br

Doenças da água: mais um risco do aquecimento global

Informação publicada no portal EcoDesenvolvimento alerta para a possibilidade de o aquecimento global disseminar doenças transmitidas pela água procedente de oceanos, lagos e ecossistemas costeiros. E o impacto já poderá ser sentido em alguns anos, alertaram cientistas americanos reunidos em Washington na AAAS (Associação Americana para o Avanço da Ciência).

Vários estudos demonstraram que as mudanças no clima provocadas pelo aquecimento global tornam os ambientes marinhos e de água doce mais suscetíveis à proliferação de algas tóxicas, além de permitirem que micróbios e bactérias nocivas à saúde se multipliquem, segundo informaram cientistas da Noaa (Administração Nacional Oceânica e Atmosférica).

Em um estudo, pesquisadores da Noaa fizeram modelos de oceanos e do clima para prever o efeito nas florações de Alexandrium Catenella, que produz a tóxica "maré vermelha" e pode se acumular em mariscos, além de causar sintomas como paralisia e ser mortal para os humanos que comerem os moluscos contaminados.

"Nossas projeções indicam que no fim do século 21 as florações podem começar até dois meses antes no ano e persistir um mês depois, em comparação com o período atual, de julho a outubro", explicou à AFP Stephanie Moore, uma das cientistas que trabalhou no estudo.

No entanto, o impacto poderá ser sentido muito antes do final do século, já em 2040, informou a especialista. "As mudanças na temporada de floração das algas nocivas parecem iminentes. Esperamos um aumento significativo em Puget Sound (na costa do estado americano de Washington, onde foi feito o estudo) e ambientes similares em situação de risco dentro de 30 anos, possivelmente na próxima década", alertou Moore.

Em outro estudo, cientistas da Universidade da Geórgia descobriram que a areia do deserto, que contém ferro, ao se depositar nos oceanos, estimula o crescimento de Vibrios, grupo de bactérias que podem causar gastrointerites e doenças infecciosas em humanos.

A quantidade de areia com ferro depositada no mar aumentou nos últimos 30 anos e espera-se que continue aumentando, de acordo com registros de chuvas na África Ocidental.

Sustentabilidade na prática industrial - Empresa Interface -

A Interface é uma empresa americana de carpetes que tem sido considerada exemplo mundial de sustentabilidade. O dono, Ray Anderson, desde que leu o livro de Paul Hawken, "A Ecologia do Comércio", em 1994, resolveu desafiar os seus colaboradores a liderarem a empresa e o mundo industrial para a sustentabilidade.

Assim, desde aquela época, ele lançou um objetivo audacioso para a Interface: "Não tirar nada da terra que não possa ser substituído por ela." E estudando a equação de impacto ambiental de Paul e Anne Erhlich, chegou a algumas ideias iniciais para esse grande desafio.

I = PxAxT
Onde,
I = Impacto ambiental
P = Tamanho da população
A = Média do consumo individual, medido pelo PIB per capita
T = Tecnologia empregada e seu impacto em termos de emissões de gases do efeito estufa

Segundo Ray Anderson, essa equação representaria as características da primeira revolução industrial, ou seja:

- **Extrativista**: extração de matéria-prima da terra;
- **Linear**: extrair-fabricar-desperdiçar;
- Alimentada por energia derivada de **combustível fóssil**;
- **Desperdiçadora**, **abusiva** e focada na **produtividade da mão de obra**.

Então, revisou a equação de Paul e Anne Erhlich para:

I = (PxA)/T2
Onde,
T2 = Tecnologia do futuro

Essa equação representaria a nova revolução industrial:

- De extrativista para **renovável**;
- De linear para **cíclica (logística reversa e tecnologia de reciclagem pós-consumo)**;
- De energia de combustível fóssil para **energia renovável**;
- De desperdiçadora para **sem desperdício, benigna** e focada na **produtividade dos recursos**.

Desde então, a Interface conseguiu:

- Redução de emissão de gases do efeito estufa em 82%;
- Redução no consumo de combustíveis fósseis em 60%;
- Redução de resíduos em 66%;
- Inventar e patentear novas máquinas, materiais e processos de manufatura;
- Ok, o leitor pode estar pensando que isso tudo é muito bonito, mas que o objetivo de uma empresa é ter lucro, não? E quem foi que disse o contrário?

Adivinhe então o que aconteceu com a Interface nesse mesmo período? Veja só:

- Aumento de 66% nas vendas;
- Aumento de 100% nos lucros.

Então, quem disse que é necessário escolher entre sustentabilidade e lucratividade? Por que não escolher ambos?

Ray Anderson propõe ainda outra equação para a nova civilização:

I = (PxA) / (T2 x H)
Onde,
H = felicidade (mais felicidade com menos recursos materiais)

Quanta mudança de paradigma!!

OBS: Veja o vídeo com uma entrevista de Ray Anderson na edição online da MERCADO (edição 40), no link: http://www.revistamercado.com.br/revista/sustentabilidade/sustentabilidade-na-pratica-industrial-empresa-interface/. Para legendas em português clique em "*View Subtitles*" e escolha "*Portuguese* (Brazil)". ◘

Este espaço se reserva a notícias e/ou projetos socioambientais. O conteúdo aqui publicado é de responsabilidade do CINTAP, através do Eco Instituto INDERC, mas está aberto também para outras pessoas, empresas ou instituições que queiram divulgar assuntos pertinentes ao seu propósito. Informações com Daniela Dias, gerente de Projetos do Eco Instituto INDERC, através do telefone 34 3230 5200 ou do e-mail projetos@cintap.com.br. Acesse: www.inderc.org.br e siga: www.twitter.com/cintap2010 - www.twitter.com/ecoinstituto

CINTAP
Centro Industrial e Integração de Negócios do Triângulo e Alto Paranaíba

eco instituto
sustentabilidade e cidadania

Esse Brasil tem jeito?!

A última aconteceu agora no Carnaval. Enquanto a maioria dos brasileiros teve quatro dias para aproveitar a festa - que diga-se de passagem é muito tempo para um país ficar praticamente parado -, o período que deputados e senadores passaram na folia, longe de Brasília, chegou a quase o triplo disso. Os parlamentares que deixaram a capital na quinta-feira (3) e voltaram ao batente apenas no dia 15 (terça-feira da semana seguinte a do Carnaval), tiveram 11 dias de festa.

Na quinta e na sexta após a Quarta-feira de Cinzas, tanto a Câmara quanto o Senado tiveram apenas sessões de debates, nas quais não ocorrem votações. Nas sessões desse tipo, além de nenhum projeto ser votado - fazendo com que a produtividade do Congresso seja próxima de zero -, não há controle de presença dos parlamentares, permitindo que a imensa maioria deles não compareça e não tenha que dar nenhuma justificação de sua ausência.

No Senado, há congressistas que se excederam e resolveram estender ainda mais a folga.

Na quarta e na quinta anteriores ao feriado de Carnaval, dias em que, teoricamente, há sessões de votação, a presença foi baixa. A assessoria de Comunicação Social da Casa não soube informar quantos senadores compareceram. Já na Câmara, a presença até que foi alta na quarta, com 463 presentes na sessão extraordinária da tarde. Mas na quinta, não houve sessão de votação de projetos.

Declarações de congressistas influentes na Casa demonstram que os deputados e senadores não estão preocupados com a repercussão que o feriado inchado pode causar. Nas palavras do presidente do Senado, José Sarney (PMDB-AP), o Carnaval é um feriado irresistível, o que justificaria a ausência prolongada dos parlamentares. Não menos constrangido, o líder do governo na Câmara, deputado Cândido Vaccarezza (PT-SP), disse não ver qualquer problema com o fato de a votação de duas medidas provisórias ter sido jogada para depois do Carnaval.

Enfim, esse e só mais um triste capítulo de uma história que parece não ter fim. Farra das passagens, castelogate, mau uso de verba pública, nepotismo, mensalões, cartões de crédito corporativos, dinheiro na cueca, etc, etc. Não há mesmo como negar, os parlamentares brasileiros estão imunes a qualquer julgamento e punição. E com privilégios acima, muito acima que os de qualquer cidadão normal: trabalhador, contribuinte, pai de família, eleitor...

Até quando isso vai continuar? Esse Brasil político tem solução?

Com a palavra, o G7...

(*) A ONG G7 - Grupo dos Sete - é formada por sete das mais representativas instituições sociais ativas na região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba. São elas: ACIUB - Associação Comercial e Industrial de Uberlândia, CDL - Câmara de Dirigentes Lojistas de Uberlândia, Conselho de Veneráveis do Triângulo, FIEMG Regional Vale do Paranaíba/CINTAP - Centro Industrial e Integração de Negócios do Triângulo, OAB/MG 13ª Subseccional de Uberlândia, SRU - Sindicato Rural de Uberlândia e SMU - Sociedade Médica de Uberlândia.

Regional Vale do Paranaíba FIEMG

CINTAP

Diante de tudo de "ruim" que já aconteceu e que vem acontecendo nos bastidores da política brasileira, pesa-me indagar: é a corrupção genérica do povo e dos políticos que gerou o desinteresse da população ou é o desinteresse da população que deu brecha para a corrupção? A meu ver, cabe à população se mobilizar e dar um basta na conduta indevida que opera dentro da corrompida política, em que, analiso, é preciso renovação total. Mas, sinto admitir que a sociedade brasileira anda carente de líderes para tomar frente e se insurgir, levando consigo os brados da população para cobrar dos políticos uma conduta ética e leal aos votos neles depositados. Tem que ser assim, pois, no que depender dos nossos parlamentares, a tão necessária reforma política nunca acontecerá, não da forma como deve ser, até porque, muitos privilégios teriam que ser cortados. Outro detalhe que emperra a reforma política no Brasil está diretamente ligado ao envolvimento dos partidos políticos, pois cada um tem os "$eus" próprios interesses quando acionados, dos quais ninguém quer abrir mão. Tenho comigo a certeza de que a Reforma Política talvez seja a última esperança de revertermos essa grave crise de corrupção que assola o nosso querido Brasil.

Continuação

CDL UBERLÂNDIA

Acompanhamos sistematicamente pela mídia os episódios relacionados com situações de fraudes, denúncias, corrupções envolvendo algumas lideranças políticas de estados e do Brasil, como também a morosidade das autoridades quanto à apuração dos verdadeiros vereditos após a comprovação das evidências. Cabe destacar que, a seguir por estes caminhos, jamais seremos um país verdadeiramente democrático, pois o direito à verdade tem sido negado ao cidadão.

Esperamos que a sociedade organizada possa continuar sua luta para destacar sempre os princípios morais que devem nortear os cidadãos de caráter, realçando os valores fundamentais a uma vida digna de respeito e consideração.

ACIUB
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE UBERLÂNDIA

Isso dá saudade do tempo em que as pessoas se candidatavam pela vocação política e não pela remuneração e quantidade de mordomias existentes, como tais feriados ultra prolongados. Mudar essa realidade viciante, na qual cada vez mais pessoas despreparadas angariam número de votos suficientes para fazerem parte da grande festa, é uma missão para entidades representativas como essas que fazem parte do G7. Só com projetos consistentes de educação, de formação e capacitação política e profissional é que poderemos mudar a mentalidade do eleitor e conscientizar a coletividade do quanto é necessário e emergente o comparecimento consciente às urnas.

Os brasileiros, mais do que nunca e antes que o Congresso e o Senado virem um grande picadeiro, precisam valorizar o seu voto, compreender que as decisões ali tomadas exigem inteligência e comprometimento, atributos que podem tornar-se ainda mais raros se a população continuar escolhendo palhaços e estilistas para representá-los. Nada contra as profissões circenses e da moda, mas é perceptível o despreparo de alguns candidatos eleitos mais como forma de protesto dos eleitores do que por defenderem alguma plataforma política relevante.

A Câmara e o Senado são a representação e o desejo do povo brasileiro e, através do voto, representam também a diversidade e a riqueza cultural de nosso país. É importante que no ato do voto os eleitores estejam atentos à vida, ao comportamento, ao currículo, ao caráter e à vida pregressa de cada candidato. No mais, é preciso instrumentalizar as novas gerações para que lancem bons candidatos, pautados pela ética e responsabilidade.

O tema deve ter atenção especial das entidades do G7 e medidas devem ser tomadas para conscientizar o eleitorado. Essa realidade só vai mudar quando forem eleitos candidatos preparados e verdadeiramente comprometidos com a transformação cultural e com o desenvolvimento do país.

OAB MINAS GERAIS 13ª SUBSEÇÃO UBERLÂNDIA

As atitudes imorais, que tanto políticos como suas próprias Instituições insistem em praticar com frequência, são motivo de desolação e descrédito quanto ao futuro do nosso país, e podem ser vistas como fatos capazes de nos afastar da esperança de uma solução.

Também não quero aqui dizer que tudo caminha bem.

Na verdade, somos um país construído politicamente pelo submundo da imoralidade, onde desde os primórdios nosso povo foi usado para enriquecer os "poderosos" e nossas riquezas para serem privatizadas para benefício de pequenos grupos de pessoas; tudo isso, passando obviamente pela política, seja ela no cenário imperialista, ditatorial ou democrático.

Com o passar do tempo e com o advento da neodemocracia, estabeleceu-se um novo tempo. E é perfeitamente possível perceber mudanças, tais como o impeachment do Presidente Collor, as cassações de vários ocupantes de cargos políticos, a promulgação da lei de responsabilidade fiscal, as discussões - ainda que embrionárias e tendenciosas - da reforma política, a redução constante nos índices de analfabetos e a diminuição cada vez maior do número de pessoas que vivem na pobreza.

A nosso ver, essas mudanças, ainda que de maneira lenta, têm também atingido o mundo político, de tal sorte que a cada dia que passa nossos políticos estão sendo forçados a uma nova postura moral e de comprometimento.

Mas ressaltamos que se trata de uma mudança lenta, que depende muito mais de nós, cidadãos, que precisamos estar atentos às atitudes de nossos representantes, para que nas eleições, não sejamos traídos pelo nosso esquecimento e pela magia das promessas encantadas, naturais das campanhas eleitorais.

A participação de pessoas de bem, comprometidas com a ética, deve ser nos próximos anos o grande diferencial e talvez o principal marco para afastarmos definitivamente da nossa história episódios como os narrados nesse debate.

Sim, o Brasil político tem solução, e a farra continuará enquanto todos nós continuarmos permitindo, mesmo porque uma nação é feita de pessoas, em especial de movimentos sociais e políticos que quanto mais fortes, mais forçam as mudanças políticas, a exemplo dos últimos acontecimentos no mundo árabe.

Então devemos todos questionar: até quando permitiremos esse tipo de política?

Obs: Até o fechamento desta edição, os responsáveis pelas demais instituições que congregam o G7, ou suas respectivas assessorias de imprensa, não haviam enviado cada um a sua resposta.

Rosa, a instrutora

(Educação Corporativa II)

POR Nege Calil*

Outro dia estava com um grupo de consultores numa roda de chope, discutindo quanto ainda temos que caminhar em nosso país no tocante ao investimento em educação e formação de pessoas. Coloquei pimenta na discussão, mencionando uma "pérola" que ouvi uma vez de um gestor de RH: "Se uma empresa quiser perder R$ 90 mil, basta investir R$ 100 mil em treinamentos. A maioria é inaproveitável".

Minha amiga Cíntia espumou no canto da boca de tanta raiva que sentiu ao ouvir essa máxima. Antes que ela quebrasse um copo, externando sua indignação, intercedi:

- Assim que ouvi esse discurso gelei a espinha e o acusei de ignorante em meus pensamentos.

Discordo totalmente da posição desse gestor, há programas excelentes de formação profissional espalhados pelas empresas. Mas não posso deixar de contar um "causo" que aconteceu comigo, uma das experiências mais bizarras em treinamento que, em parte, reforça pensamentos errôneos como este.

Final da década de 1980, eu em começo de carreira na capital paulista. Meu gestor na época chamou-me à sua sala e me convocou para um treinamento:

- Cada área da empresa está enviando um representante. Como teremos outras turmas e todos no setor estão ocupados neste fim de mês, inscrevi os estagiários do setor. Ah, pediram para os participantes levarem um calção, pois haverá uma atividade ao ar livre.

- Ok! - respondi, desconfiado de que a agenda dos estagiários provavelmente não era bem percebida.

Era junho, época de muito frio em São Paulo. Mesmo assim, acatei a ordem de levar um calção, mesmo sem entender os motivos. Cheguei ao local e o grupo de participantes era extremamente heterogêneo. A grande maioria estava lá pelo mesmo motivo que eu: "meu chefe me mandou", repetiam. Entre assuntos

banais e curiosidade pelo que estava por vir, fomos surpreendidos por um colaborador do hotel que nos conduziu a uma sala confortável.

Um rapaz subiu ao palco, fez a propaganda da consultoria responsável pelo curso e desfilou elogios ao currículo da instrutora. Enfatizou por três vezes que ela era internacional, querendo valorizar o que estava por vir e aumentando a expectativa do público. Após um pequeno suspense provocado por luzes e música, surge Rosa num moletom azul e vermelho, gorro de lã e usando uma pochete que a deixava completamente ridícula. Argentina, com voz estridente e forte sotaque espanhol, tentava animar a plateia com jargões batidos.

Demonstrando cortesia, a plateia se entreolhou e, mesmo sem jeito, respondeu aos seus estímulos. Ela nos pedia para rir, bater palmas, nos abraçar, cantar músicas desconhecidas, sempre com o propósito de desenvolver o tema motivação. Entre slides e transparências de retroprojetor, repetia que tínhamos que ser felizes e levar essa atitude de alegria todos os dias de nossas vidas.

Animada, e talvez já com calor, retirou seu gorro e expôs uma cabeleira que me lembrou de imediato a Mafalda, personagem do cartunista Quino. Não me contive e comentei com uma colega:

- Nossa! Ela veio com a cabeça pra fora do avião!

Arranquei risos do grupo e, sem desconfiar de nada, ela nos estimulava a rir mais. O dia transcorreu com atividades desconexas, permeadas por mensagens soltas, algumas antagônicas entre si. Alguns colegas mais críticos tentaram, sem sucesso, aprofundar alguns temas com perguntas interessantes. Ela sabia, com maestria, dar respostas tão piegas que tornavam qualquer questão inválida.

Para selar todo esse trabalho, chamou-nos à cobertura do prédio e nos colocou ao redor de uma piscina. Finalmente entendi o propósito do calção e, entre um cochicho e outro, especulávamos se teríamos mesmo que trocar de roupa. Bingo! Saí do vestiário tentando me esconder do vento que fazia na cobertura do prédio. Vale lembrar que há 20 anos atrás eu estava 20 quilos mais magro e, vestido apenas com um calção no inverno paulista, eu tremia de frio.

Ela iniciou uma reflexão que não entendi muito bem. Fez uns rituais estranhos e nos convidou para, um a um, mergulharmos na piscina e encontrarmos nosso ego. Isso mesmo, o EGO!!

Como eu havia me posicionado em uma das pontas do semicírculo formado ao redor da piscina, todos me olhavam com aquela expressão de "pula logo pra gente ir embora". Eu dependia da minha renda do estágio e, portanto, não tive escolha. Pulei na água gelada e mergulhei. Devo ter ficado uns 15 segundos que pareceram 15 dias. Saí roxo do outro lado, gemendo de frio. Confesso que só vi azulejos na piscina, mas diante da pergunta dela, não hesitei:

- Encontrei meu ego! E estou feliz!

Sob aplausos artificiais, me aqueci no primeiro roupão de banho que avistei e, atônito, vi outros colegas se aventurarem com a mesma insensatez. Em meus pensamentos eu implorava para que ela não pedisse para pular na água novamente. Saímos de lá com o compromisso de sermos felizes para sempre.

No dia seguinte, colhemos o primeiro saldo: dois colegas justificaram ausência alegando febre: eu com crise de sinusite e outro gripado. Com medo de represália, menti ao meu gestor:

- Foi muito bom! Todos deviam fazer!

Torcia diariamente para que ninguém soubesse dessa nossa conversa. Eu corria risco de vida, caso alguns colegas desconfiassem de minha sugestão. Felizmente os mais corajosos intercederam para que não investíssemos mais nessa loucura e, após a quarta turma, o curso foi suspenso.

Voltando à minha roda de chope, não preciso dizer que fui motivo de chacota. Entre um gole e outro, rimos muito. O mais intelectualizado da roda questionou-me:

- Que mensagem você tirou disso tudo?

- Foi ali que despertei para alguns preceitos que não podemos deixar de reforçar aos líderes das empresas. - respondi.

Num pequeno guardanapo, enumeramos os tópicos numa tentativa de enfatizar nossa crença coletiva:

1. Formação educacional nas empresas não é despesa, é investimento. Portanto, todo treinamento deve ter sua necessidade diagnosticada antes, ou seja, devemos deixar claro o porquê de investirmos.

2. Cursos, palestras, seminários, devem fazer parte de um propósito maior da organização e de um plano de educação. Nenhuma dessas atividades deve ser "um fim em si mesma".

3. O público necessariamente precisa ser bem escolhido. Hoje entendo que uns 5% das mensagens de Rosa eram importantes, mesmo que fora de um contexto significativo. Mesmo assim, não tinha maturidade para ouvi-las.

4. Cuidado com modismos - uma palestra pode ser boa para um grupo e não necessariamente para outro. Problemas diferentes, remédios diferentes.

Havia outros tópicos anotados no papel, que foi descartado tão logo pagamos a conta. Obviamente, não menos importantes. Um, em especial, reforçava o cuidado que merecem atuações como a de Rosa, por fazerem parte daquelas exceções que marcam e que precisamos nos esforçar para não repassá-las de forma generalizada.

Quanto ao gestor de RH que suscitou a lembrança desse "causo", nossa convivência ajudou-o a rever sua posição. Ele mesmo mencionou numa reunião, anos depois, a célebre frase atribuída a Benjamin Franklin: "Se você acha que a instrução é cara, experimente a ignorância". □

Nege Calil
é consultor e especialista em gestão de pessoas
negecalil@inthegrath.com.br

ENFIM O ASFALTO POROSO CONTRA ENCHENTES

Não há dúvidas de que um dos agravantes das enchentes nas grandes cidades é a impermeabilização do solo. Há anos, a Universidade de São Paulo anuncia o desenvolvimento de um asfalto que permite absorção de água das chuvas.

Chamado de CPA - Camada Porosa do Asfalto - esse piso já foi aplicado em parte do estacionamento do campus da USP.

O asfalto permeável é constituído de camadas. A parte mais superficial, a pista, é composta de pequenas pedras ligadas ao asfalto. Mais internamente, aparece uma camada grossa com pedras grandes, que abrem espaços de 25% na camada para que a água, vazada das pequenas pedras, fique armazenada. Após algumas horas, a água da chuva é sugada por um sistema de drenagem e se encaminha para as galerias pluviais.

Esta técnica, que pode minimizar ou até acabar com as consequências negativas geradas pelas enchentes, tem apenas um malefício: "pesa no bolso" dos governos. A instalação de todo o sistema custa 25% a mais do que o asfalto comum. Só que o gasto com a recuperação dos bairros e comunidades destruídos pelas chuvas é muito maior. Sem contar o valor inestimável da vida.

Foto: Divulgação

É perceptível a diferença entre o asfalto poroso e o comum, e a capacidade de absorção também

BMW CRIA SUB-MARCA COM FOCO EM SUSTENTABILIDADE

BMW i será empresa de carros premium com modelos que reduzem a emissão de poluentes

A BMW criou a sub-marca BMW i para desenvolver veículos premium com foco no desenvolvimento de soluções sustentáveis. A empresa lançará os modelos BMW i3 e BMW i8 **(foto)** em 2013, sendo o BMW i3 o primeiro veículo para áreas urbanas com propulsão completamente elétrica. O lançamento da sub-marca pretende ser uma resposta do Grupo BMW para as mudanças das necessidades dos consumidores e também para atender a demanda por sistemas de propulsão alternativos que reduzam a emissão de poluentes.

A BMW i é fruto de um grupo de estudo e desenvolvimento iniciado em 2007, com um investimento total de US$ 100 milhões. A BMW i Ventures pretende ainda oferecer uma rede de produtos e serviços premium, com foco em soluções que melhorem a utilização das atuais áreas de estacionamento, possuindo sistemas de navegação inteligentes, com informações locais e planejamento de rotas.

Agora em Uberlândia

Uma empresa de engenharia especializada em obras de grande porte.
Sistemas de ar condicionado central, sistemas elétricos, geradores e cabine primária.

Alguns de nossos clientes:

CORREIOS
agroceres
Santander Banespa
cinemateca brasileira

Nosso propósito é atender com eficiência e garantir a satisfação de clientes diversificados no que se refere ao grau de exigência, conhecimento técnico, operacionalização, filosofia, porte dos seus Sistemas/ Equipamentos, além de outros parâmetros específicos.
"Criada com o objetivo de levar o que há de melhor em seu segmento, a SUMMER COOL, destaca-se pelos bons serviços, agregando qualidade, técnica, rapidez e economia, visando à satisfação total de seus clientes, afinal, a razão de ser do nosso negócio".

summer cool

Matriz: (11) 2098 - 0422
Email: contato@summercool.com.br
Filial Uberlândia: (34) 3219 - 2593
Email: uberlandia@summercool.com.br

www.summercool.com.br

TRIÂNGULO MINEIRO TERÁ CENTRO DE ENERGIAS RENOVÁVEIS

Governo de Minas anuncia parceria com a prefeitura de Tupaciguara e Universidade Federal de Uberlândia

DA Redação

O Governo de Minas, por meio da Secretaria de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (Sectes), anunciou parceria com a Universidade Federal de Uberlândia (UFU) para a implantação de uma plataforma de produção de energias renováveis em Tupaciguara, no Triângulo Mineiro, tendo como foco a energia solar. Segundo o secretário Narcio Rodrigues, que esteve na cidade no final de fevereiro, o Ministério da Educação deve liberar R$ 6 milhões para a construção da sede do Instituto de Energias Renováveis e Inovações Tecnológicas, por meio do programa Brasil Profissionalizado.

O instituto, de acordo com o secretário, é uma das várias plataformas de produção de energia que serão implantadas no estado, obedecendo a uma estratégia de privilegiar as características de cada região. Um exemplo é o Triângulo Mineiro, vocacionado para a produção de etanol, açúcar e energia solar. Dessa forma, explicou o secretário, a região vai abrigar uma plataforma de bioenergia e energia solar.

Parceria - O encontro do secretário Narcio Rodrigues com o prefeito de Tupaciguara, em fevereiro, teve como objetivo ainda oficializar a união Governo de Minas, Prefeitura e UFU para a implantação do Instituto de Energias Renováveis e Inovações Tecnológicas. Durante a visita, o secretário conheceu a área de 90 mil metros quadrados onde será construída a parte física do instituto, incluindo laboratórios. Outros 30 hectares serão cedidos pela prefeitura para a universidade desenvolver experimentos de campo.

Foto: Divulgação

Narcio Rodrigues (E) durante visita à área onde será construído o instituto

A natureza sabe fazer bem feito...
Nós também!
gráfica Brasil
parcerias gerando resultados
Uberlândia 34 3239.5800 | Franca 16 3707.3555 | Brasília 61 3343.0521
comercial@graficabrasil.com.br | www.graficabrasil.com.br

CONSUMIDORES DE ENERGIA ELÉTRICA TEM NOVOS DIREITOS E DEVERES

DA Redação

Estará em vigor a partir do dia 15 de março a Resolução nº 414/2010, da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), que estabelece os direitos e deveres de quem utiliza a energia elétrica, assim como as condições gerais de fornecimento do serviço. Segundo consta, as mudanças foram feitas para trazer avanços positivos na relação entre distribuidora de energia e consumidor.

Entre as exigências, o corte de energia, por falta de pagamento da conta, só poderá ser feito em horário comercial e o corte até 90 dias após a constatação do atraso. Além disso, o item mais solicitado pelos consumidores à agência, finalmente será atendido. Todos os municípios deverão instalar postos de atendimento presencial com horários de funcionamento e prazo máximo para a implantação variando de acordo com o número de unidades consumidoras.

Para locais com unidades consumidoras entre duas mil e 10 mil, a carga horária estipulada é de, no mínimo, quatro horas diárias, e devem ter postos até o dia 15 de junho. Já os com mais de 10 mil unidades consumidoras devem ter postos já a partir de 15 de março e oito horas diárias de funcionamento. Todos devem ter estipulado o tempo máximo de espera de 45 minutos, exceto em casos marcados devido à urgência da situação.

Outra exigência será referente aos contratos. O consumidor poderá finalizar o contrato com a distribuidora mesmo se tiver contas de energia em atraso. Mas isso não exclui a dívida existente, que poderá ser cobrada judicialmente. Também haverá a mudança na cobrança da tarifa mínima proporcional ao período em que o serviço estiver disponível, e não como era antigamente, cobrada de forma integral.

Em cobranças indevidas, o valor pago a mais era devolvido ou descontado na fatura seguinte. A partir deste mês, todo o valor pago em excesso será ressarcido em dobro. O prazo para ligar a energia elétrica também sofrerá alterações. Antes se esperava mais de três dias; com a norma, o prazo é de dois dias úteis. Lembrando que emergências devem ser atendidas em quatro horas, quando solicitadas pelo consumidor, mas com preço diferenciado.

Mesmo sendo a Aneel responsável por conscientizar a população, o consumidor ainda é o principal fiscal de seus direitos e obrigações, portanto, cabe a ele cobrar e colocar em prática as alterações adotadas.

ÊXITO NAS NEGOCIAÇÕES NO DIA DA CONCILIAÇÃO NA ACIUB

POR Lia Barbosa

A partir da segunda quinzena de Abril, começa a funcionar em sala anexa à sede da Associação Comercial e Industrial de Uberlândia (Aciub) o Posto Avançado de Conciliação Extraprocessual (Pace). No Pace será possível que empresários consigam acordos envolvendo questões econômicas, como dívidas ou quebra de contrato, sem a necessidade de recorrer à Justiça. Apesar do foco do Posto ser direcionado a pequenos e médios empresários, pessoas físicas também poderão recorrer aos serviços.

Já antecipando o clima de conciliação, foi realizado no dia 15 de março o Dia da Conciliação, uma parceria entre a Superintendência de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon) e a Associação Comercial e Industrial de Uberlândia (Aciub). O projeto, já em sua 3ª edição, encerrou o dia com 60% dos casos resolvidos. Das 40 audiências entre consumidores e credores de diversos segmentos, 24 delas tiveram êxito. As audiências aconteceram no local onde irá funcionar o Pace.

Segundo Marcelo Mendes Cunha, assessor do Procon, o Dia da Conciliação foi criado para comemorar o Dia Internacional do Consumidor e com isso, dar oportunidade tanto para o consumidor, em situação de inadimplência, quanto para o fornecedor solucionar suas pendências, evitando assim que os problemas entre ambas as partes se arrastem por mais tempo.

Relaxe e curta o clima, a Totaline cuida de tudo para você

Com a Totaline, não tem preocupação. Aqui, você encontra soluções completas e tudo o que precisa em ar-condicionado.

- Variedade de aparelhos
- Serviço de instalação completo
- Peças originais
- Kits para instalação

Para curtir o clima perfeito dentro da sua casa, conte com a Totaline.

TOTALINE®

REFRIGERAÇÃO E AR CONDICIONADO

Totaline Uberlândia

Av. Floriano Peixoto, 1.677
Vila Santa Terezinha - Uberlândia - MG

Fone: (34) 3238-5864

Revendedor autorizado das marcas líderes em ar condicionado: Springer Carrier turn to the experts

0800 55 44 66 | **A maior rede com mais de 100 lojas no Brasil.** | **www.totaline.com.br**

REGISTRO PRÉ-IMPRESSÃO DIGITAL
apresenta:
SEXTA-FEIRA 13
AGORA ACABOU MESMO.
Em cartaz na sua agência
RPIDIGITAL

TERROR DO INÍCIO AO FIM. COM A REGISTRO SUA EMPRESA NÃO PRECISA ASSISTIR ESSE FILME.

Pra ter tranquilidade, nada melhor que trabalhar com a melhor equipe de profissionais do mercado. Na Registro você conta com os mais variados serviços gráficos e uma experiência de mais de 20 anos de mercado.
É mais tecnologia para sua empresa , sem stress e sem terror no final.

- Pré-impressão (CTP em todos os formatos)
- Gestão de projetos gráficos
- Geração de conteúdos editoriais
- Desenvolvimento de catálogos de produtos
- Tratamento de imagem
- Gestão de banco de imagem para varejo
- Assessoria em produção gráfica
- Pré-impressão (fotolito)

Registro. Soluções completas em serviços gráficos.
Sem stress, sem terror.

PRÉ IMPRESSÃO DIGITAL
Registro

Uberlândia: **34 3236-1958** | Uberaba: **34 3321-6539**

VAI UM CAFEZINHO AÍ?

Café protege o sistema circulatório e previne infarto

Um estudo israelense mostra que beber café é bom para a saúde, contrariando a sabedoria convencional. Pesquisadores do Sheba Medical Center descobriram que ingerir uma quantidade de cafeína equivalente a três xícaras de café por dia ajuda o sistema circulatório e pode proteger o organismo contra ataques cardíacos.

A equipe liderada pelo Prof. Michael Shechter, diretor de pesquisa clínica no Instituto do Coração de Sheba, fez um estudo com 80 adultos, metade saudável e metade cardíaca. Eles tomaram uma pílula de cafeína que equivalia a três xícaras de café por dia. Exames realizados posteriormente revelaram que o consumo de cafeína melhora o funcionamento do endotélio em 30%, reduz em 40% a proteína C-reativa (CRP) no corpo - fator que propicia ataques cardíacos e AVCs - e aumenta em 25% a quantidade de adiponectina, proteína que previne ataques cardíacos AVCs.

Os benefícios da cafeína foram detectados nos dois tipos de pacientes. Shechter observou que ainda não está claro quais são as consequências do consumo de café no longo prazo, mas que, ao longo de várias horas, seu efeito é positivo. Os pesquisadores planejam agora estudar os efeitos de longo prazo do consumo de cafeína sobre o sistema cardiovascular.

expediente

GRUPO DE MIDIA BRASIL CENTRAL

Diretor
Eduardo J. L. Nascimento
diretorfinanceiro@gmbc.com.br

mercado

Conselho Gestor
Eduardo J. L. Nascimento, Evaldo Pighini, Fernando Martini

Conselho Editorial
Paulo Sérgio Ferreira, Janaina Depiné, Analu Guimarães, Dr. Joemilson Donizetti Lopes, Marconi Silva Santos, Pedro Lacerda, Marcelo Prado, Dalira Lúcia C. Maradei Carneiro

Editor Chefe e Jornalista Responsável
Evaldo Pighini - MG 06320 JP
editor@revistamercado.com.br

Reportagens Evaldo Pighini, Margareth Castro, Michele Borges, Fabiana Barcelos, Laura Pimenta, Rosiane Magalhães, Talita Nakamuta, Alitéia Milagre, Renata Tavares, Lia Barbosa **Programa de Aprimoramento Profissional** Natália Nascimento **Revisão** Lúcia Amaral **Fotografia** Mauro Marques (exceto as creditadas) **Colaboradora** Márcia Amaral **Diretor Comercial** Fernando Martini - comercial@revistamercado.com.br **Departamento de Vendas** Maurício Ribeiro - comercial08@revistamercado.com.br e Cristiane Magalhães - comercial03@revistamercado.com.br **Secretaria** Kárita Barbosa dos Santos - secretaria@revistamercado.com.br **Consultoria Jurídica** Thiago Alves - OAB 107.533 **Projeto Gráfico** RedHouse Comunicação Ltda. 34 3235-6021 **Capa, Direção de Arte e Finalização** Humpormil **Pré-impressão** Registro Digital **Impressão** Gráfica Brasil **Para anúncios e assinaturas** comercial@revistamercado.com.br **Redação** Artigos, comentários, sugestões e críticas sobre o conteúdo editorial da Revista MERCADO e mensagens para o Canal Livre: redacao@revistamercado.com.br **Cartas** Rua Roosevelt de Oliveira, 345 Sala 14 - Bairro Aparecida CEP: 38.400-610 - Uberlândia/MG - Toda correspondência poderá ser publicada de forma reduzida. Envie anexo nome completo e a cidade de origem. A Revista MERCADO não fornece quaisquer dados pessoais para terceiros. **Edições extras e reprints** Para solicitação de edições extras e/ou fazer reprints de páginas da revista, entrar em contato pelo email comercial@revistamercado.com.br ou pelo telefone (34) 3236-6112.

A Revista MERCADO é uma publicação mensal do Grupo de Mídia Brasil Central (GMBC).
Artigos assinados não refletem necessariamente a opinião desta revista, assim como declarações emitidas por entrevistados. É autorizada a reprodução total ou parcial das matérias, desde que citada a fonte.
Tiragem desta edição: 5.000 mil exemplares.

Copyright © 2008 - Grupo GMBC - Todos os direitos reservados.
Revista MERCADO
Rua Roosevelt de Oliveira, 345 Sala 14 - Bairro Aparecida CEP: 38.400-610 - Uberlândia/MG
Tel/Fax: (34) 3236-6112 - www.revistamercado.com.br

www.by-You.com

SUNSET

O novo mundo é feito de empresas sem barreiras.

O novo mundo não tem limites. Nele, empresas se aproximam para dividir o conhecimento multiplicando suas riquezas e gerando novas demandas. O mundo compartilhado abre novas oportunidades e novos mercados. A TOTVS, por meio de suas soluções em tecnologia, software e serviços, oferece acesso a esse novo mundo sem barreiras ou limitações. **Let´s Share.**

Technology | Software (SaaS) | Social Network | Consulting

TOTVS

/totvs #letsshare (34) 2102 9009 www.totvs.com

Compartilhe o novo mundo.

IPAC

MEDICINA DIAGNÓSTICA

O melhor resultado é a confiança.

Exames

Cardiológicos | Imagem | Laboratoriais

Coleta Domiciliar | Resultados pela Internet | Estacionamento Próprio

UNIDADES

IPAC - Hospital Santa Clara
Av. João Pinheiro - 289

IPAC Biovida
Av. Belo Horizonte - 927

IPAC - Place Colline
Av. Nicomedes A. dos Santos, 1500

3292-2000

Av. Cipriano Del Fávero, 515

www.ipac.com.br