

MERCOSUL EM FOCO: Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai ostentaram pelo terceiro ano seguido crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) acima da média mundial

Mercosul

www.ccmercrosul.org.br



for export

Revista bimestral da Câmara de Comércio do Mercosul e Américas



Nunca foi tão fácil exportar

Saiba como pequenas e médias empresas brasileiras estão ganhando o mercado internacional

TURISMO:
Conheça um pouco mais sobre Cuba e Panamá

ACERTE NA ESCOLHA: VIAJE AO BRASIL DIVERSOS MUNDOS NUM SÓ LUGAR.

Povos de diversos lugares do mundo deram origem ao país com a maior diversidade cultural da América Latina.

Muitas culturas, etnias, costumes e uma natureza exuberante fazem do Brasil uma experiência única em turismo, lazer e conhecimento. O Brasil reserva ainda uma ampla estrutura que contempla os mais variados públicos e padrões de exigência, ideal para fazer do intercâmbio de negócios e turismo de eventos uma viagem prazerosa e inesquecível.

Brasil: a diversidade mora aqui.



www.cbcvb.org.br



www.fbcvb.org.br



www.imd.com.br



SH/Sul Quadra 06 Conjunto A Bloco C Sala 1107
Ed. Business Center Park Brasil 21 - CEP: 70322-915 - Brasília/DF
Fone: (+55 61) 3966-9444 / Fax: (+55 61) 3966-9414
cbcvb@cbcvb.org.br

www.cbcvb.org.br

Vanguarda do desenvolvimento

O momento não poderia ser mais oportuno para tratar da internacionalização de pequenas e médias empresas. Tema em constante discussão, não só no Brasil como em todo o mundo, a participação destas empresas no comércio mundial visa atingir um equilíbrio nas economias locais por meio de uma estratégia internacional. Em maioria quantitativa, as PME ou PYME, como são conhecidas, até o início deste século ainda encontravam escassas ferramentas de apoio para comercializar seus produtos e serviços no exterior. Este processo foi se desenvolvendo e, cerca de dez anos mais tarde, podemos verificar certa abundância de ferramentas de auxílio e oportunidades (ainda pouco aproveitadas) para as pequenas e médias empresas. No entanto, nota-se também que as empresas localizadas nas capitais brasileiras possuem facilidade no acesso a tais ferramentas, enquanto as localizadas no interior encontram maior dificuldade.

Como meio de comunicação dirigida àqueles que ambicionam trabalhar com o exterior, sentimos-nos na obrigação de levar aos empresários as ferramentas, possibilidades e oportunidades existentes, pois não basta que estas existam se aqueles que devem delas tirar proveito não estiverem cientes de tal existência. Este trabalho vem sendo reforçado pela Câmara de Comércio do Mercosul em suas apresentações ao empresariado e também por meio da TV Mercosul e de seu portal eletrônico. Mesmo assim, acreditamos não ser o suficiente. Por isso, a Câmara desenvolveu um planejamento para atender empresários de todo o Brasil por meio de uma estratégia de expansão regional, que consiste na abertura de escritórios regionais de apoio aos empresários. Isso irá facilitar o acesso das pequenas e médias empresas localizadas fora do eixo das capitais brasileiras a tais ferramentas.

O que se espera com tais ações é conscientizar os empresários de que o desenvolvimento econômico deles muito depende. E mais, que o mercado internacional é hoje mais uma alternativa para esse desenvolvimento, e que tem se mostrado muito lucrativa. Para isso, também é preciso esclarecer mitos e derrubar barreiras historicamente criadas no imaginário do empresário de que atividades de comércio exterior estão ligadas ao risco. Outras instituições que fomentam o comércio exterior conhecem bem esta realidade e, gradualmente, vemos um avanço positivo nesse sentido. O desenvolvimento tecnológico traz facilidade na comunicação e no deslocamento físico, fazendo destes grandes aliados nesse processo. Assim, continuaremos nosso trabalho de apoio às pequenas e médias empresas, pois acreditamos que estas são as grandes responsáveis pelo progresso e, por isso, devem ser incentivadas cada vez mais a cumprirem esse papel na vanguarda do desenvolvimento.

A todos aqueles que trabalham promovendo o comércio exterior, sejam instituições ou prestadores de serviços, ficam abertas as portas da Câmara de Comércio do Mercosul para união de esforços; aos empresários, o convite para desmistificar o comércio exterior e desfrutar de seu grande potencial.

Boa leitura!

Miguel Lujan Paletta

Presidente da Câmara de Comércio do Mercosul e Américas



**O QUE LEVA UM ARGENTINO
A CONSUMIR AUTOMÓVEIS BRASILEIROS?
A AÇÃO DA APEX-BRASIL.**

Em um ano, a Apex-Brasil, em parceria com 63 setores produtivos, realizou mais de 700 eventos de negócio em 60 países, contribuindo para inserção de novas empresas no comércio exterior. Sempre que o produto nacional conquista o mundo, quem ganha são os brasileiros. O sucesso do País tem a marca da Apex-Brasil.

www.apexbrasil.com.br

ApexBrasil

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO
DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS

Parceira do exportador

Ministério do
Desenvolvimento, Indústria e
Comércio Exterior

BRASIL
UM PAÍS DE TODOS
GOVERNO FEDERAL



Capa

Rumo ao Mercado Internacional

A possibilidade de fazer negócios em outros países era algo impensável para a grande maioria das pequenas e médias empresas (PME) brasileiras há alguns anos. Hoje, a situação está completamente diferente. Iniciativas como as da Câmara de Comércio do Mercosul e Américas e da Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimentos (Apex Brasil) estão ajudando os empresários a conseguirem espaço no mercado internacional.

24 Energia e desenvolvimento para o sul de Minas
Entrevista com Paulo Tadeu Silva D’Arcadia, médico-veterinário mineiro

32 “Viver e não ter a vergonha de ser feliz”
ONG São Joaquim, que busca resgatar a vontade de viver dos idosos

36 Panamá: do Atlântico ao Pacífico
De 2006 a 2010, foram investidos aproximadamente U\$ 3 bilhões em turismo

40 Cuba: muito mais do que sol e praia
Combinação entre história e paisagens paradisíacas atrai turistas de todo lugar

43 Stand-up Comedy: o negócio é fazer rir
Uma nova onda está tomando conta dos teatros, bares e televisão no Brasil

Toda edição na Mercosul *for export*

08 Curtas

16 Case de sucesso

20 Novos parceiros

26 Mercosul em foco

28 Acontece

46 Oportunidades de negócios

49 Agenda

50 Novos associados

EXPEDIENTE

Presidente da Câmara de Comércio do Mercosul e Américas: Miguel Lujan Paletta
Diretor Responsável: Dr. Alexandre Arnone
Jornalista responsável: Martha Romano
Reportagem, design e diagramação: Martha Romano
Imagens: www.sxc.hu
Publicidade: Fábio Torquato

Telefone: +55 (11) 3129-8857
Email: revista@ccmercossul.org.br
Endereço: Av. Paulista, 2.444 – 3º e 13º andares - São Paulo/SP – Brasil – CEP: 013.10-300
Portal: www.ccmercossul.org.br
Tiragem: 10 mil
Data da Publicação: novembro de 2010

*"En la cocina, tengo
mis secretos.
Uno de ellos
es mi Atlas."*

*Alessandra
Alaestini*

Actriz brasileña

Linea
2010 / 2011

 **ATLAS**[®]
ELETRODOMÉSTICOS



Evolucionando con usted

Nueva línea
Atlas



www.atlas.ind.br

Tel: +55 46 2101 1140
leonardo@atlas.ind.br

Fotos: Divulgação



Corrida presidencial

A disputa pela presidência está cada vez mais acirrada. Diferente do primeiro turno, Dilma Rousseff, do PT, e José Serra, do PSDB, estão dispostos a jogar todas as fichas para conseguir receber faixa do presidente Lula no dia 2 de janeiro. Se depender das pesquisas, a vitória deverá ser apertada. E a demora de Marina Silva, candidata do PV, em anunciar quem ela apoiaria na segunda parte das eleições colaborou ainda mais para a imprevisibilidade do resultado do dia 31 de outubro.



Mineiros chilenos

Os 33 mineiros chilenos são resgatados com sucesso entre os dias 12 e 13 de outubro. O grupo passou 69 dias preso em um abrigo improvisado na Mina San José, no norte do Chile, a 622 metros de profundidade. Para evitar danos aos olhos causados pelo contato com a luz, cada um dos trabalhadores receberam óculos especiais. O caso dos mineiros chamaram a atenção de todo o mundo.

Deputado Tiririca

Após receber 1,35 milhão de votos, o deputado federal eleito por São Paulo, Francisco Everardo Oliveira Silva, o palhaço Tiririca, poderá não assumir o cargo. No dia 13 de outubro, ele recebeu uma notificação, no diretório do PR, para apresentar defesa em uma ação penal que responde na Justiça Eleitoral da Capital. Tiririca terá 10 dias para provar que não é analfabeto.



Biodiversidade

Os países tropicais perderam 60% da biodiversidade nos últimos 40 anos de acordo com o Relatório Planeta Vivo 2010, publicado pela organização não governamental WWF. Já as nações localizadas nas zonas temperadas tiveram um aumento de 29% em sua fauna e flora.

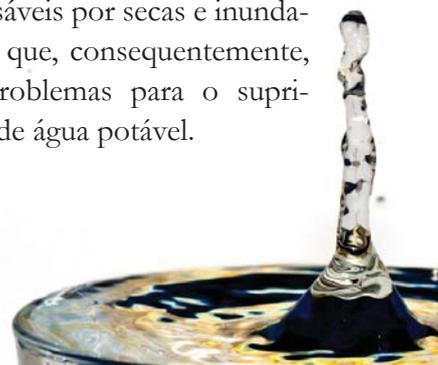


Menos desmatamento

Em agosto de 2009, a taxa de desmatamento da Amazônica caiu 47% segundo o Deter, sistema de detecção do desmatamento em tempo real do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe). O número foi divulgado pela ministra do Meio Ambiente, Izabella Teixeira, em outubro deste ano.

Falta de água

O problema mais sério da próxima década, segundo o principal conselheiro científico do governo britânico, John Beddington, será a falta de água. Beddington explica que as severas mudanças climáticas serão responsáveis por secas e inundações, o que, conseqüentemente, trará problemas para o suprimento de água potável.



Futuro verde

A onda verde está tomando conta do mundo. Prova disso é que a gigante Panasonic apresentou em outubro no Japão planos para o futuro com enfoque na preservação do meio ambiente como sensores, formas alternativas de captação e armazenamento de energia e novos sistemas de comunicação. A empresa mostrou como exemplo um aparelho que usa os gases presentes no ar para gerar energia.

Valorização

Pela primeira vez, as ações da Apple ultrapassaram o valor de US\$ 300 (R\$ 499,20) no dia 13 de outubro. A expectativa é que a companhia bata outro recorde e divulgue o crescimento de vendas do iPad e iPhone, que ajudará a empresa a superar, em receita, os US\$ 18 bilhões (R\$ 29,95 bilhões).



TV e internet

A Sony lança linha de televisores conectados ao Google para combinar conteúdo de TV e internet. As TVs permitem, entre outras coisas, que os usuários naveguem na internet, utilizem aplicativos e pesquisem a programação.

GPS X Celulares



Quem pensou que era preciso comprar um GPS para se locomover melhor nas cidades estava muito enganado. Atualmente, um aparelho muito mais comum está tomando o lugar dos aparelhos de navegação: os celulares. Com tecnologias que permitem traçar trajetos e encontrar locais desconhecidos, os *smarthonphones* estão dando dor de cabeça às líderes do mercado TomTom e Garmin.

Combate à tuberculose

Apesar de não se ouvir mais falar muito dela, a tuberculose causa, anualmente, quase 2 milhões de mortes em todo o mundo. Por conta disso, a Organização Mundial da Saúde (OMS) traçou um novo plano em outubro para combater a doença.

Tecnologia: Aliada ou Inimiga?

Como lidar com várias reuniões, centenas de emails na caixa de entrada e uma infinidade de informações no dia a dia.

Vivemos um paradoxo no mundo moderno, onde a tecnologia, principal aliada para poder processar informações mais rapidamente, também criou uma cruel realidade, assoberbando os profissionais com toneladas de informações e pendências. Recebemos centenas de emails, participamos de várias reuniões, presenciais e virtuais, *conference calls* e estamos expostos a uma quantidade enorme de informações que, para a maioria dos profissionais, torna a vida um caos, em meio a, cada vez mais, pendências e coisas para serem feitas.

A maioria das pessoas nem se dá conta disto, e segue sua vida, invariavelmente dedicando-se cada vez mais horas, na difícil tarefa de dar conta de tudo o que tem pra ser feito, e, muitos se frustram, pois se vêem em meio a problemas “urgentes”, que tem que ser resolvidos aqui e agora, e novas pendências, que hoje estão na categoria de “importantes”, virarão os problemas “urgentes” do amanhã, e assim a roda viva parece não ter fim.

Só há uma solução para isto: mudar nossas atitudes, nos disciplinarmos, aprendermos a dizer “não” e assumir apenas os compromissos que podemos realmente cumprir, e, em paralelo, nos organizarmos, definirmos claramente nossos objetivos pessoais e profissionais e planejarmos nosso dia a dia em função dos mesmos, utilizando a tecnologia a nosso favor, tornando-nos mais produtivos pessoalmente, mais equilibrados e mais felizes.

Dicas para ser mais produtivo, equilibrado e feliz: Tenha em mente que organização é uma habilidade como outra qualquer e pode ser aprendida com um pouco de persistência e disciplina; Registre sempre! Não dependa de sua mente lembrar o que você deve fazer. Use as listas de tarefas do MS Outlook, IBM Lotus Notes ou do Google Tasks; Defina claramente seus objetivos pessoais e profissionais e use-os para priorizar o que fazer, bem como para criar e organizar todas as suas informações; Seu dia tem um limite de horas! Organize seu calendário para conter seus compromissos importantes, atrelados a seus objetivos profissionais e pessoais; Evite interrupções e aprenda a dizer “não”, educando as pessoas ao seu redor, para que elas saibam que isto não é uma ofensa pessoal, mas sim uma necessidade para se trabalhar com foco e ser produtivo; Comprometa-se somente com aquilo que puder cumprir; Planeje antecipadamente as atividades de seu dia; Reserve dois ou três curtos períodos durante o dia para ver e responder emails. Evite ficar o tempo todo acompanhando emails, exceto em casos urgentes ou situações onde esta seja a principal função de seu cargo; Tenha seus contatos sempre organizados e atualizados, facilitando o acesso às pessoas e informações e fomentando o networking; Tenha um Smartphone, com as informações sincronizadas com seu computador, para poder acessar as informações rapidamente, onde e quando precisar; Revise semanalmente suas pendências e planeje a semana seguinte. Cuida de sua vida pessoal: família, filhos, lazer, saúde, finanças, espiritualidade, vida social. Dedique tempo para aquilo que quer construir em sua vida.

José Carlos Belino

Diretor de Tecnologia da OmRá Technologies For a Better Life e consultor de produtividade pessoal.





A linha completa
para seu
dia-a-dia!



ATENÇÃO AO CONSUMIDOR

0800-03591

www.santamalia.ind

Fotos: Divulgação



Rumo ao Mercado Internacional

Martha Romano

A possibilidade de fazer negócios em outros países era algo impensável para a grande maioria das pequenas e médias empresas (PME) brasileiras há alguns anos. Hoje, a situação está completamente diferente. Iniciativas como as da Câmara de Comércio do Mercosul e Américas e da Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimentos (Apex Brasil) estão ajudando os empresários a conseguirem espaço no mercado internacional.

Na hora de exportar, as companhias esbarravam em três principais barreiras: o alto investimento, a carência de informações qualificadas e a dificuldade no acesso aos mercados estrangeiros. Pensando em tornar a vida essas empresas mais fáceis, a Câmara criou uma série de ferramentas.

“Possuímos ferramentas e sistemas de trabalho que reduzem o custo das empresas, garantem maior confiabilidade das informações e facilitam o acesso aos mer-

cados internacionais, abrindo as portas certas para cada tipo de companhia”, destaca Fábio Torquato, diretor de relações internacionais da Câmara.

Ele explica que a entidade possui três ferramentas ativas e duas passivas que ajudam os empresários a ganharem novos parceiros comerciais no exterior. Entre as ativas, estão a participação em feiras e rodadas de negócios; parcerias com associações e entidades no exterior; e pesquisas de mercado.

Já no caso das passivas, a Câmara auxilia a divulgação das empresas no exterior por meio do buscador de produtos e serviços, da loja virtual e de oportunidades de negócios (ver mais detalhes no box Ferramentas da Câmara).

O caminho das exportações

Outra forma de exportar é indiretamente, ou seja, sendo representada por uma empresa, chamada comercial exportadora ou trading. Essas organizações não produzem nenhum produto, são apenas representantes

comerciais de fabricantes no exterior. Para ajudar na internacionalização de companhias brasileiras, a Apex Brasil criou o Projeto Tradings do Brasil, direcionado justamente a esse nicho do mercado: as comerciais exportadoras.

“O Projeto Tradings foi desenvolvido com o objetivo de aproveitar as habilidades das empresas comerciais exportadoras em relação a suas operações de comércio internacional, como canais de distribuição, logística e relacionamento internacional de forma que tais habilidades sejam utilizadas por PME's, garantindo maior assertividade em sua inserção internacional”, afirma Maurício Manfré, gestor do Programa Tradings do Brasil.

A exportação indireta, realizada via tradings, aparece como uma ótima opção inicial para pequenos e médios empresários que ambicionam atingir o mercado externo. Segundo Manfré, o maior esforço da Apex Brasil nesse sentido tem sido promover o correto entendimento sobre quem são e o que fazem as empresas comerciais exportadoras (ECE's), demonstrando e esclarecendo sobre sua importância como ferramenta de internacionalização.

Como resultado, o programa já está ajudando diversas empresas a darem os primeiros passos no mercado internacional. Em termos estatísticos, Manfré revela que cada ECE participante do Projeto Tradings representa entre 10 e 30 MPE's. Considerando que a Apex conta com mais de 650 empresas no projeto, pode-se dizer que, aproximadamente, 13 mil MPE's são beneficiadas indiretamente.

No caso do transporte de mercadorias, os Correios criaram a ferramenta Exporta Fácil, que facilita os procedimentos de exportação para micro, pequenas e mé-



“A troca de experiência com outras culturas só faz nossa marca e produto tornarem-se cada vez maior e mais desejado”, diz Everton José Horn, sales manager e brands export da Dudalina

dias empresas que trabalham com vendas de até US\$ 50 mil e 30 kg por pacote. Além do papel de transportador, os Correios também agilizam o desembaraço na Aduana Brasileira, emitindo a Declaração Simplificada de Exportação (DSE) em nome do exportador.

O sucesso da ferramenta é tão grande que os números falam por si. Nos últimos anos, o Exporta Fácil ajudou mais de 12 mil empresas a exportar, sendo em sua maioria micro e pequenas empresas. Essas companhias exportaram mais de 8 mil diferentes tipos de produtos para mais de 175 países

“O Exporta Fácil é o principal meio utilizado pelas micro, pequenas e médias empresas interessadas em ter acesso ao mercado exterior. O serviço está disponível em todos os municípios brasileiros e o exportador está apto a exportar para mais de 200 países”, afirma Daniel de Oliveira dos Santos, analista de negócios internacionais dos Correios.

Exportar para crescer

A Emphasis Confecções, empresa de vestuário criada em 1989, é um ótimo exemplo de como a utilização de ferramentas disponíveis no mercado mais um bom plane-



“Conseguimos conquistar um grande nome em nosso ramo no mercado interno, isto ajudou a conquistar ‘novos mundos’, por meio da internet e recomendações de fornecedores, conseguindo contatos internacionais de onde surgiram grandes parcerias”, ressalta Alex Roberto Leme Maia, gestor de tecnologia da informação e comércio exterior da Emphasis.

jamento interno é uma combinação que tem tudo para dar certo. “Conseguimos conquistar um grande nome em nosso ramo no mercado interno, isto ajudou a conquistar ‘novos mundos’, por meio da internet e recomendações de fornecedores, conseguindo contatos internacionais de onde surgiram grandes parcerias”, ressalta Alex Roberto Leme Maia, gestor de tecnologia da informação e comércio exterior da companhia.

Segundo ele, é importante ressaltar que os auxílios, como bancos e tradings podem ser de grande ajuda se bem administrados. No entanto, um bom fluxo de caixa e uma administração interna eficaz também são essenciais.

Outro ponto abordado por Maia é o fato de a própria internacionalização levar ao desenvolvimento das empresas, uma vez que obriga a modernização, seja para conquistar novos mercados ou para preservar as posições no mercado interno.

A Emphasis exporta produtos acabados em tecidos planos (jeans e Sarja) para grandes redes de magazines da Europa. Devido à queda e instabilidade do Dólar, atualmente, envia cerca de 10 % países do Mercosul mensalmente.

Para a Dudalina, maior camisaria da América Latina e que sempre esteve presente no mercado externo, a internacionalização também ajuda a companhia a se profissionalizar cada vez mais. “A troca de experiência com outras culturas só faz nossa marca e produto tornarem-

se cada vez maior e mais desejado”, diz Everton José Horn, sales manager e brands export da empresa.

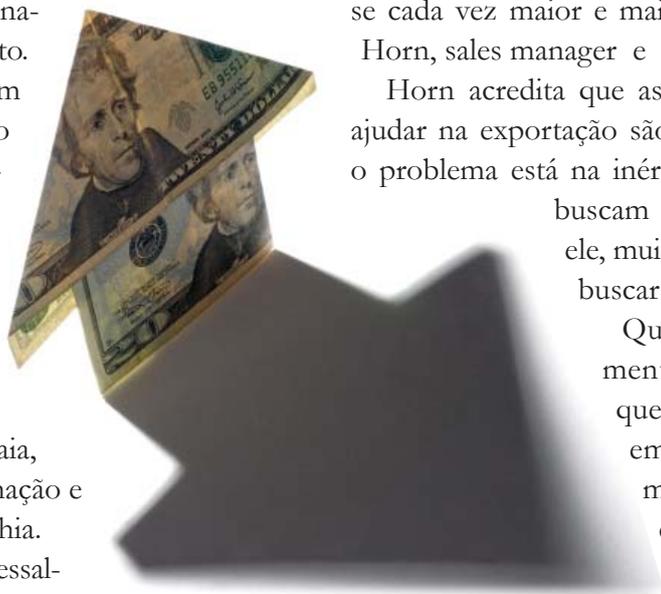
Horn acredita que as ferramentas disponíveis para ajudar na exportação são amplamente divulgadas, mas o problema está na inércia de certos empresários que buscam um mercado já pronto. Para ele, muitos não têm determinação para buscar novas frentes.

Quanto às entidades governamentais e não governamentais que apóiam as pequenas e médias empresas em busca de novos mercados, o gerente da Dudalina é enfático ao afirmar que o desconhecido muitas vezes leva à insegurança e à comodidade. “Estes órgãos

quando bem divulgados trazem um incremento significativo na forma de lidar e manejar o mercado externo”, destaca. Hoje, a Dudalina exporta para países do Mercosul, Europa e para a Austrália, o que representa 10% do faturamento anual.

Recente no mercado internacional, a Patola, especializada na fabricação de gabinetes modulares para o setor eletroeletrônico, exporta de três a quatro vezes por ano para a Argentina.

Por enquanto, a companhia apenas utilizou o auxílio logístico das ferramentas disponíveis no mercado. Porém, conforme Antônio Tomazette, gerente comercial da empresa, explica, a prospecção de clientes e eventos no exterior devem ser prioridades no futuro. Segundo Tomazette, essa experiência vem sendo muito interessante, pois o mercado argentino atende às necessidades atuais da Patola, por possuir um grande parque industrial.



Ferramentas oferecidas pelo governo brasileiro

- **Primeira exportação:** este programa foi desenvolvido pelo Ministério do Comércio Exterior especialmente para proprietários de micro e pequenas empresas que desejam exportar, mas nunca o fizeram. Você registra sua empresa através do site na internet e dali em diante um especialista de comércio do governo é atribuído para lhe dar assistência através de cada etapa do processo de exportação, desde uma consulta inicial na qual o agente ajudará a definir as metas, mercados visados e metodologia, até a entrega final do produto e pagamento das contas a receber. O serviço é gratuito.
- **Aprendendo a exportar:** uma seção completa do Ministério do Comércio Exterior do Brasil que explica tudo aos que nunca exportaram: por que exportar, planejamento de suas exportações, como exportar, ajuda online e até mesmo simuladores interativos para explorar os cenários de suposição, tais como “o que aconteceria se”.
- **BNDES - Financiamento à exportação para micro e pequenas empresas:** O Banco de Desenvolvimento Nacional do Brasil (BNDES) possui vários programas de financiamento voltados especialmente para ajudar micro e pequenas empresas a obter o financiamento que precisam para começar a exportar. Muitas vezes o apoio vem na forma de uma garantia financeira para uma instituição financeira brasileira.

Ferramentas da Câmara



Ferramentas ativas:

- **Participação em feiras e Rodadas de Negócios:** com o objetivo de facilitar o acesso às empresas, a Câmara de Comércio do Mercosul participa de feiras no exterior, onde disponibiliza seu espaço para exposição de seus associados. Assim, as companhias podem participar da feira, conhecer o mercado e encontrar potenciais clientes, reduzindo e muito os custos de uma participação isolada. Além disso, a Câmara também participa e organiza encontros entre as empresas brasileiras e compradores internacionais, de modo que as empresas possam se reunir com compradores reais, interessados em seus produtos.
- **Parceiros:** outro ponto positivo desenvolvido pela Câmara são as parcerias com associações e entidades no exterior, que podem fornecer às empresas, informações qualificadas do mercado local e os contatos corretos a serem realizados.
- **Pesquisas de mercado:** a Câmara também tem o serviço de pesquisas de mercado, nas quais auxilia as empresas no conhecimento de mercados internacionais, permitindo a estas obter informações corretas sobre tais mercados, além de seus principais players.

Ferramentas passivas:

- **Buscador e Loja Virtual:** na página inicial do site da Câmara, é possível divulgar as empresas por meio do Buscador de Produtos e Serviços, no qual o comprador pode buscar o produto ou serviço de que necessita de modo fácil e ágil, podendo contatar diretamente as empresas. Já na Loja Virtual do site, a empresa pode divulgar também fotos e características de seus produtos, além de seus contatos comerciais.
- **Oportunidades de Negócios:** é outra ferramenta passiva, onde a Câmara do Mercosul busca por meio de seus parceiros internacionais oportunidades para as empresas brasileiras e as divulgam.

Corte Arbitral do Mercosul

A arbitragem, como é utilizada em todo o mundo, vem se tornando instrumento de grande importância para a solução de conflitos decorrentes de contratos internacionais, segundo Mario Kawahala, do departamento jurídico internacional da Corte Arbitral do Mercosul.

Ele explica que a divulgação da cultura da arbitragem no Brasil tem facilitado muito, principalmente ao dar credibilidade junto às empresas estrangeiras e ajudar na efetivação de contratos, uma vez que a prática é adotada há muito tempo internacionalmente. “Isso dá um importante respaldo para empresas brasileiras, pois, além deste reconhecimento internacional, a arbitragem representa um meio mais ágil e eficaz para resolução de conflitos

decorrentes de contratos firmados. Nesses casos a arbitragem também reduz, e muito, os custos das empresas”, afirma Kawahala.

Para ele, o Brasil deu um grande salto evolutivo com a aprovação, e agora efetiva utilização, da Lei de Arbitragem (Lei 9307/96) baseada na Lei Modelo elaborada pela UNCITRAL (Comissão das Nações Unidas para as Leis do Comércio Internacional). Esse passo fez com que o País entrasse para o grupo de nações que dota seus organismos internos de garantias definidas pela Comissão das Organizações das Nações Unidas (ONU) e já utilizadas pelos personagens mais expressivos do cenário mundial do comércio exterior.



Corte Arbitral do MERCOSUL

"Treinamento em Técnicas de ARBITRAGEM."

INSCREVA-SE !!!



Vagas Limitadas.

Fone: 55 11 3129 8857 / Site: <http://www.ccmercoul.org.br>

“Hermanos” de portas abertas



Martha Romano

A expansão dos negócios para outros países é, atualmente, o principal objetivo da empresa Vanzetti, que atua na fabricação e desenvolvimento de produtos voltados a pessoas com deficiência. Para isso, a companhia conta com um aliado de peso: a Câmara de Comércio do Mercosul e Américas.

Há quatro meses como parceira da Câmara, a Vanzetti já participou de uma rodada de negócios na Argentina. Segundo Luiz Fernando Vanzetti, diretor da empresa, a experiência com os “hermanos” argentinos foi muito produtiva. “Surgiu uma real oportunidade de estarmos concretizando nossas aspirações de exportar nossos produtos”, conta.

Na ocasião, a Vanzetti se reuniu com representantes do governo da Argentina e com a iniciativa privada. O próximo passo, de acordo com Luiz Fernando, é iniciar negociações com outros países da América do Sul.

O diretor de relações internacionais da Câmara de Comércio do Mercosul e Américas, Fábio Torquato, explica que o caso da Vanzetti reafirma a importância de iniciativas como as da Câmara, que, além de abrir portas no exterior, consegue trazer mais agilidade ao processo. “Para uma empresa que nunca exportou e que, como primeiro passo para colocar em prática a ‘vontade de exportar’, se associou à Câmara de Comércio do Mercosul, os resulta-

dos obtidos até o momento são impressionantes”, afirma.

Torquato ainda revela que além de ajudar a Vanzetti a encontrar “players” de seu segmento no mercado argentino, a entidade auxiliará a companhia em todas as etapas até conseguir se consolidar no cenário internacional.

Mais acessibilidade

A Vanzetti surgiu há 12 anos com a proposta de oferecer opções para as pessoas com algum tipo de deficiência. Hoje, a linha de produtos da empresa consiste em cadeiras de rodas adaptadas e simples, andadores adaptados, estabilizadores verticais (parapodium), cadeiras de banho adaptadas, bengalas para deficiente visual, linha para integração sensorial, mobiliário escolar adaptado, triciclos adaptados, produtos pedagógicos, brinquedos, dentre outros. Fabricados em Araraquara, São Paulo, eles podem ser comprados no showroom em São Paulo ou por meio da loja virtual (www.vanzetti.com.br).

Para a diversão e integração de crianças cadeirantes em espaços públicos, a companhia oferece o Playground Infantil Adaptado, constituído de: Carrossel e Balanço Frontal. Já para a diversão e prática de esportes voltado aos idosos, tem o Playground da Longevidade, composto por 15 aparelhos, voltado à prática esportiva.

Vale destacar que todos os produtos são produzidos segundo normas de boas práticas de fabricação impostas pela ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária).



Balanço duplo



Bicicleta adaptada



Raul A. Tassi, Miguel Paletta e Francisco Vanzetti



Estação Teatros - Metrô Caracas - Venezuela



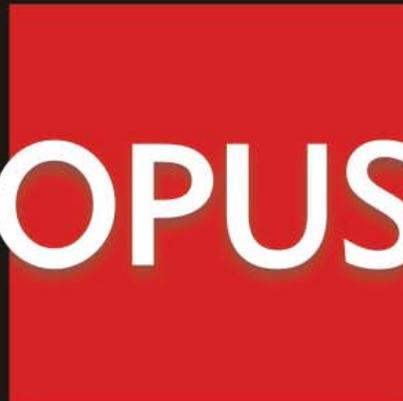
VLT Vitória - Espírito Santo - Brasil



Estação Carlbach - Metrô Tel Aviv - Israel



BRT Guarulhos / São Paulo - São Paulo - Brasil



Hipermercado Sendas - Rio de Janeiro - Brasil



Reurbanização Guido Caló - São Paulo - Brasil



Estação Ameixoeira - Metrô Lisboa - Portugal



Cervejaria Kaiser Jacareí - São Paulo - Brasil

Ampla experiência em projetos de transporte, urbanização, equipamentos urbanos e edificações em geral.

Sistemas de Transporte

Metroviários / Ferroviários / Rodoviários
BRT - Bus Rapid Transport
VLT - Veículo Leve Sobre Trilhos
Rodoviárias, Terminais e Abrigos de Ônibus
Estações de Passageiros

Equipamentos Urbanos

Hipermercados / Supermercados
Edifícios Administrativos / Industriais
Shopping Centers / Restaurantes
Centros de Abastecimento
Urbanização e Loteamento



SÃO PAULO - BRASIL

FONE: 55 11 3255 4313

WWW.OPUSOFICINA.COM.BR



Fábrica Lorena - Sao Paulo - Brasil



Autoclaves Automotivas



Projeto Especial de Autoclave - OTR

Com 42 anos de experiência, a **FERLEX** especializou-se no projeto e fabricação de autoclaves, prensas, reatores, tanques sob pressão, agitadores e equipamentos especiais.

Neste período, a **FERLEX** fabricou mais de 3.000 equipamentos para as mais diversas áreas, entre as quais destacamos : a indústria de compósitos, calçados, acrílico, laminação de vidro, alimentícia, borracha, madeira, mineração, microfusão, recauchutagem de pneus.

Tem seus equipamentos trabalhando em mais de 32 países, nos 5 continentes.

A FERLEX é sinônimo de excelência.

É integrante de um pequeno e seletivo grupo de empresas que possuem Certificação **ASME** (American Society of Mechanical Engineers), é também certificada pela ISO 9001:2008.

A **FERLEX** faz parte do **GRUPO NORTE SUL** (www.gruponortesul.com.br).

Xereta

Refrigerantes, Bebida Mista,
Groselha, Refresco em Pó.



Vital

Água Mineral Natural,
Água de Coco, Néctar de Fruta,
Refrigerante de Baixa Caloria.



SAC 0800 770 1021 - www.refrigerantesxereta.com.br

Fotos: Divulgação



Brasil de braços abertos

Martha Romano

A pesar da rivalidade que o Brasil e a Argentina têm no esporte, principalmente, no futebol, quando o assunto é parceria comercial, a rixa acaba completamente. Tanto é que cada vez mais é possível conhecer casos bem sucedidos como o da Nosis, empresa de análise de crédito, que mais do que investir no mercado brasileiro, vem encontrando um cenário bastante favorável.

Com uma carteira de clientes brasileiros extensa, a Nosis possui relações comerciais, principalmente, com empresas interessadas em informações de exportadores ou importadores argentinos. Para ampliar ainda mais os negócios no Brasil, a companhia decidiu firmar uma parceria com a Câmara de Comércio do Mercosul e Américas.

“A parceria com a Câmara começou quando nosso executivo brasileiro Antônio Manoel Silva Raposo, advogado máster em comércio exterior e com ampla visão comercial, conheceu a Câmara”, afirma Viviana Ramirez, coordenadora do departamento comercial da Nosis Laboratório de Investigação e Desenvolvimento.

Segundo ela, Raposo está sempre buscando no-

vas oportunidades de negócios e foi justamente esta sede por novas parcerias que fez com que o advogado chegasse à Câmara.

Questionada sobre o impacto da crise internacional do ano passado sobre os negócios da Nosis, Viviana é enfática ao destacar que a empresa procurou enxergar, no meio da crise, oportunidades para expandir os negócios. “Lembrando da semana fantástica no final de 2008, com certeza que tivemos certo receio devido à insegurança que o mercado internacional passava, mas como trabalhamos com informação de negócios e nossa visão de crises são ameaças e oportunidades conseguimos encontrar as oportunidades certas”, relembra.

E a postura da Nosis realmente deu resultado e hoje, a companhia está em primeiro lugar em todo o Mercosul no ramo de informações de negócios internacionais. Atualmente, a empresa prove informação de negócios de 42 países e faz uma espécie de ponte entre exportadores e importadores (*para conhecer melhor sobre os serviços da Nosis, ver box Serviços*).

“Para a Câmara de Comércio do Mercosul, esta é uma parceria muito importante, tendo em vista que um dos principais serviços que Nosis oferece é o de consultas de empresas argentinas, sistema que funcio-



Nosis e Câmara:
parceria que tem
tudo para ser muito
bem sucedida

na de modo semelhante ao oferecido pelo Serasa no Brasil”, explica Fábio Torquato, diretor de relações internacionais da Câmara.

De acordo com ele, esta parceria permite que a entidade ofereça aos associados um serviço a mais, de consulta das empresas argentinas com quem pretendem trabalhar, dando maior segurança ao negócio. Além disso, a Câmara de Comercio do Mercosul passa a trabalhar com um banco de dados ainda maior, com um número maior de informações de operações de comércio exterior de países, principalmente da América Latina.

Sobre a Nosis

A Nosis foi fundada em 1988 para atuar no mer-

cado de informações de antecedentes comerciais. É uma espécie de Serasa argentino. Desde então, a empresa tem evoluído diante da constante incorporação de novas tecnologias informáticas, a ampliação das fontes de informação e a criação permanente de novas técnicas analíticas.

Atualmente, mais de 15 mil clientes recebem os serviços da companhia. Os conteúdos da base de dados estão expostos de forma clara e analítica para facilitar uma rápida compreensão. Com software desenvolvido por técnicos especializados e com o mais avançado sistema de computação e comunicação, a Nosis responde a mais 3 milhões de consultas mensais por meio da internet.

Serviços

Abaixo estão alguns serviços oferecidos pela Nosis:

- **Sistema de Antecedentes Comerciais (SAC):** é possível efetuar qualquer tipo de consulta sobre antecedentes comerciais, judiciais e bancários de pessoas jurídicas e físicas da Argentina. Além disso, o sistema gratuito de seguimento torna possível receber automaticamente antecedentes sobre empresas ou pessoas em monitoramento.
- **Notícias e Mercado (NYM):** informa em tempo real cotações dos mercados nacionais como ações, commodities, taxas, moedas, futuros, entre outros. Também

mostra o panorama dos mercados internacionais.

- **Serviços de Marketing (Mkt):** o propósito é tornar mais eficientes as campanhas de marketing. Para isso, a Nosis lista empresas e pessoas com perfis selecionados. A grande qualidade das bases de dados que oferecem permite obter resultados melhores e mais rapidez.
- **Importações Exportações (EXI):** o serviço é uma opção para efetuar consultas de comércio exterior, já que oferece informação de importações e exportações dos seguintes países: Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Chile, Equador, Espanha, Paraguai, Perú, Uruguai e Venezuela.

Corte Arbitral do MERCOSUL

Curso Internacional de Especialização "International Consultant in Mediation and Arbitrage for Commercial Disputes"

Ministrado nos EUA em parceria com a
"Florida Supreme Court Arbitration Training"

Consulte as datas disponíveis.
Vagas Limitadas.

Fone: 55 11 3129 8857 / Site: <http://www.ccmercosul.org.br>





Conhecimento sem Fronteiras

Empresa com 7 anos de experiência no mercado linguístico

- Excelência e eficácia fazem parte de nossa marca registrada.
- Especialistas nos Idiomas Espanhol, Inglês e Português.

Serviços de Traduções - Inglês - Espanhol - Português

- **Interpretação Simultânea:** interpretação em cabine;
- **Interpretação Consecutiva:** atuação em evento (congressos, palestras);
- **Acompanhamento** de executivos estrangeiros em visitas e reuniões em empresas brasileiras;
- **Traduções escritas:**
 - corporativas (apresentações, catálogos, cartas, sites)
 - juramentadas (documentos, contratos)
 - técnicas (manuais de produtos, relatórios)
 - acadêmicas (currículos), literárias (livros);
- **Profissionais** de alto nível e experiência, capacitados para traduções nas áreas de Marketing, Comércio Exterior (logística, transporte, etc), Cosmética, Farmacêutica, Engenharia, entre outras.

Aprenda Inglês - Espanhol - Português

- Cursos personalizados focados na suas necessidades e objetivos;
- Cursos de Negócios, para Viagens e de Reciclagem;
- Especialistas em Cursos rápidos;
- Aulas particulares ou até no máximo 4 pessoas;
- Aulas 100% no idioma escolhido;
- Parcerias com Empresas – Aulas in Company;
- Professores nativos ou com mais de 10 anos de experiência pedagógica.

Entre com contato conosco!!!!

PATAGONIA LANGUAGES

Tel : 3765 – 2894 // 9992 – 0718 // 9992 – 0278
www.patagonialanguages.com.br

BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA

Ao serviço do comércio exterior desde 1891



AGÊNCIAS NO EXTERIOR

BOLIVIA - S. CRUZ DE LA SIERRA

Junín 22, Plaza 24 de Septiembre AC. N
Tel.: 00-591-3-336-0545
E-mail: contacto@bna.com.bo

CHILE - SANTIAGO

Morande 223-239
Tel.: 00-56-2-696-6935
E-mail: gerencia@bnach.cl

ESPAÑA - MADRID

Núñez de Balboa 73
Tel.: 00-34-91-576-3705
E-mail: bna@bna.com.es

ESTADOS UNIDOS - NOVA IORQUE

225 Park Avenue 3º Andar
Tel.: 00-1-212-303-0600
E-mail: mgmt@bnany.com

ESTADOS UNIDOS - MIAMI

777 Brickell Avenue - Suite 802
Tel.: 00-1-305-371-7500
E-mail: cs@bnamia.com

PANAMÁ - PANAMÁ E ILHAS CAYMAN

Edificio World Trade Center
Calle 53 Urb. Marbella - 5º Andar - Cj. 501
Tel.: 00-507-269-4666
E-mail: bnapanama@bna.com.pa

PARAGUAI - ASUNCIÓN

Palma y Chile
Tel.: 00-595-21-44-4361
E-mail: contactoas@bna.com.py

PARAGUAI - SUBAGÊNCIA ENCARNACIÓN

Juan León Mallorquin esq. T. R. Pereyra
Tel.: 00-595-71-20-3652
E-mail: contactoen@bna.com.py

PARAGUAI - SUBAGÊNCIA VILLARRICA

Ruiz Díaz de Melgarejo y General Díaz
Tel.: 00-595-541-4-2673
E-mail: contactovi@bna.com.py

PARAGUAI - SUBAGÊNCIA CONCEPCIÓN

Pte. Franco y Carlos A. López 499
Tel.: 00-595-31-4-2831
E-mail: contactoco@bna.com.py

URUGUAI - MONTEVIDEO

Juan C. Gómez 1372
Fax: 00-598-2-916-4583
E-mail: bna@bna.com.uy

VENEZUELA - CARACAS (Representação)

Avda. Fco. de Miranda con 3ª Avda.,
Edif. Parque Cristal - Torre Oeste, 12º Andar, Cj. 12-1-A,
Urb. Los Palos Grandes - Municipio de Chacao
Tel.: +58-212-2851547
E-mail: contacto@bna.com.ve

AGÊNCIA SÃO PAULO

Srta. Sílvia E. Gerling
Av. Paulista 2319
CEP 01311-300
Tel.: + 55-11-3083-1555
Fax: + 55-11-3081-4630
E-mail: contactosp@bnabr.com.br

SUBAGÊNCIA RÍO DE JANEIRO

Sr. Diretor: Héctor Jorge Haymal
Av. Rio Branco 134 A
CEP 20.040-002
Tel.: + 55-21-2507-6145/9400
Fax: + 55-21-2507-1112/9087
E-mail: contactorj@bnabr.com.br

ESCRITORIO DE REPRESENTAÇÃO PORTO ALEGRE

Sr. Representante: Domingo Arturo Sánchez
Edifício Centro Empresarial, Rio Guahyba
Av. Julio de Castilhos, 132 - Sala 602 - Centro
CEP 90030-130
Tel.: +55-51-3226-9633
Fax: +55-51-3226-9633
E-mail: contactopoa@bnabr.com.br

CASA MATRIZ

Bartolomé Mitre 326
C1036AAF, Buenos Aires - Argentina
Tel./Fone: (54 11) 4347-6000

BANCA INTERNACIONAL

Bartolomé Mitre 343, Piso 4º
C1036AAE Buenos Aires - Argentina
Tel.: (54 11) 4347-8080/8103/8409
Fax: (54 11) 4347-8089



Energia e desenvolvimento para o sul de Minas

Paulo Tadeu Silva D’Arcadia é médico-veterinário pela Universidade Federal de Uberlândia, mas quem imagina encontrá-lo às voltas com doenças animais, reprodução ou cálculos nutricionais, vai se surpreender. Paulo Tadeu atua hoje no setor de energia, presidente licenciado de uma empresa constituída há pouco mais de um ano – a Ybare Energia, que em seus primeiros passos neste complexo e dinâmico mercado elétrico brasileiro, sinaliza vigorosamente com projetos de geração térmica.

Interlocutor assíduo da Câmara de Comércio do Mercosul, fala a nossa revista com um olhar aguçado sobre as oportunidades do sul de Minas. Este inquieto mineiro, nascido em terras paulistas de Espírito Santo do Pinhal, expõe um pouco de sua trajetória, mas principalmente seu olhar sobre as oportunidades no Brasil de hoje.

Fábio Torquato

Mercosul *for export* – Como é esta história do “veterinário elétrico”?

Paulo Tadeu Silva D’Arcadia – Foi um brincadeira do professor da USP Fernando Selles, com quem trabalhei no Programa Luz para Todos. Ele dizia que o setor elétrico era muito plural com engenheiros, economistas, advogados, administradores, mas eu era pioneiro, o primeiro veterinário elétrico.

ME – O Sr. trabalhou no Programa Luz para Todos?

PA – Sim. Fui assessor da presidência de Furnas e atuei

como coordenador regional na área geoeletrica da empresa entre 2005 e 2008. Esta coordenação englobava os estados de Goiás, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro e São Paulo. Uma experiência valiosíssima, acredito que este tenha sido o mais importante projeto socioeconômico do governo Lula, com mais de dois milhões de famílias beneficiadas com a chegada da luz, 300.000 ligações no período e na região que coordenei. Foi como transportar pessoas que nem conheciam eletricidade em um túnel do tempo – saiam do século XIX para o século XXI, como simbolizou o presidente. Tribos, regiões quilombolas, assentamentos, comunidades isoladas, ilhas de pescadores; algumas dessas comunidades estavam tão

perto e ao mesmo tão longe da luz. Foi uma decisão política grandiosa pela generosidade, mas sobretudo pela visão de um governo que inverteu prioridades, colocando a inclusão como foco prioritário – a inclusão pela escola, pela alimentação, pela Luz, por políticas de gênero e raça.

ME – O Programa Luz para Todos foi sua transição para o mercado de energia elétrica?

PA – Na verdade, meu interesse pelo assunto vem do período em que fui prefeito de Poços de Caldas, que possuía uma pequena autarquia elétrica que foi modelo para o Brasil durante muitos anos, pela eficiência, rentabilidade, gestão enxuta e qualidade de serviços. Estive muito presente nas questões que envolviam o DME- Departamento Municipal de Eletricidade e isso abriu um horizonte fascinante de conhecimento e curiosidade. Depois que saí da prefeitura em 2004, tive a felicidade de ir para Furnas e ao mesmo tempo, integrar o Conselho de Administração da termoeletrica de Ibitiré e da Gasmig, onde a Petrobras tem participação. No caso da Gasmig, nossa ação como prefeito foi fundamental para a chegada do gás natural para o sul de Minas. Atuando junto ao governo federal e estadual e à Petrobrás, tivemos sucesso no arranjo que permitiu a nova composição acionária da distribuidora. Outro professor da USP, o Ildo Sauer, então diretor da Petrobrás, compreendeu a importância desta iniciativa que resultou na construção do gasoduto Paulínia – Jacutinga e daí para frente, até Poços de Caldas, Andradas e Caldas, pela Gasmig.

ME – Qual a importância do gás natural para sua região?

PA – Só pode ser comparada em termos de impacto estratégico com a construção de Furnas e das redes e substâncias que mudaram o perfil econômico do país, com particular e decisiva contribuição para Poços de Caldas, que naquele momento deixou a condição de uma cidade estagnada economicamente para ingressar na industrialização, mudando radicalmente sua economia.

ME – A Ybare desenvolve quais projetos de eletricidade?

PA – Não estamos atuando somente nesta área, já temos um pequeno braço no saneamento e meio ambiente. Estamos construindo arranjos participativos de biomassa e pequenas centrais hidrelétricas, mas concluímos um projeto de usina termelétrica para o sul de Minas, em condições de participar do próximo leilão de energia. O sul de Minas reúne condições especiais para um projeto como o nosso, em função da necessidade de expansão da rede de gás, presença de redes de alta tensão, disponibilidade de água, proximidade com os grandes centros de carga e

uma espécie de vazão regional de geração. Um investimento como esse é um passo decisivo para o desenvolvimento regional.

ME – Você parece focar bastante esta questão do desenvolvimento regional. Por quê?

PA – O sul de Minas é uma região muito interessante, com economia diversificada, é a segunda região econômica do Estado. Entretanto, padece da ausência de um projeto integrado de desenvolvimento, o que compromete suas possibilidades. Temos algumas cidades médias de grande potencial e dinamismo econômico, mas que concorrem entre si. É preciso organizar e sistematizar essas vocações, pensar a infraestrutura num traçado integrador, lutar por um aeroporto a ser instalado em local convergente para as maiores cidades, de tal modo que seu entorno seja mais um espaço de atração de investimento, seja um receptor da produção exportável e favoreça as importações, além de viabilizar o transporte de passageiros, inviável para os municípios individualmente, mas com grande demanda somada. Por fim, aprofundar estudos para uma adequação tributária que aumente sua competitividade.

ME – Como fazer esta articulação?

PA – Esta é uma região rica de possibilidades, possui três universidades federais, escolas e institutos técnicos, além de outras instituições de ensino de caráter privado e de alto nível. Tem uma população com alto nível de escolaridade e renda per capita relevante. Combina agricultura, em especial o café e suas infindáveis possibilidades, é possível e necessário resgatar a produção de vinhos finos. A indústria é representada desde pequenas manufactureiras, com especial destaque para os doces e a confecções, até grandes empresas de transformação, como o alumínio e suas redes periféricas. O setor eletroeletrônico numa ponta e as mineradoras na outra, além, obviamente, do seu particular vale do silício e sua tecnologia avançada. Com essas possibilidades constitui-se em uma das mais promissoras regiões do país, mas que exige esforços para o diálogo, o entendimento e acreditar mais nos resultados das relações entre prefeituras, estado e união.



Paulo D'Arcadia: "O sul de Minas é uma região muito interessante, com economia diversificada"



O Crescimento vem do Sul

Fábio Torquato*

Enquanto o mundo desenvolvido ainda se empenha em erguer-se das conseqüências da crise internacional que elevou o desemprego, freou o consumo e estacionou a produção industrial, países em desenvolvimento assistem forte aceleração do mercado doméstico e exibem taxas de crescimento invejáveis. Em alguns casos, como o do Brasil, houve até elevação da taxa básica de juros a fim de reduzir a velocidade da expansão da demanda interna.

Em 2010, Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai, membros plenos do Mercosul, ostentarão pelo terceiro ano seguido, crescimento do Produto Interno Bruto

(PIB) acima da média mundial. Para este ano, a expectativa de crescimento médio para estes países está em torno de 7,5% a 8%. O bom desempenho do bloco esteve muito atrelado a expansão das exportações de bens intensivos em recursos naturais para atender a sempre robusta demanda chinesa. Mas não foi só isso. Nos últimos anos, elevaram-se os investimentos públicos e privados e, principalmente, o crédito para a população e, conseqüentemente, alta no consumo interno.

Os bons números do PIB são também refletidos no comércio intra-bloco, que tem retomado o bom nível de trocas do período pré-crise. Para 2010, o comércio bilateral Brasil-Argentina deve bater novo recorde, com uma expectativa de 34 bilhões de dólares. Além disso, a

relação entre os dois países tem se consolidado cada vez mais. Do lado brasileiro, conta-se que a Argentina tem sido a principal plataforma de internacionalização das empresas brasileiras, que tem investido aproximadamente 11 bilhões de dólares no país. No sentido inverso, vemos que as empresas argentinas se internacionalizaram pelo Brasil com investimentos na ordem de 3,5 bilhões de dólares, principalmente em setores como energia, siderurgia, alimentos e a produção de soja. Ademais, projetos de investimentos na área de Energia entre Brasil e Paraguai ou no setor Alimentos entre Brasil e Uruguai dão sinais de maior maturidade do Mercosul, que não quer mais se resumir apenas em questões de comércio.

Integrar para competir globalmente

Por múltiplas razões, a maior integração produtiva no Mercosul deve ser incentivada ainda mais: redução das assimetrias entre as economias membros, o aprofundamento do processo regional de unificação de políticas macroeconômicas e, por último, e mais importante, a criação de cadeias produtivas globais.

Diante da acirrada competição no mercado internacional, apenas o fomento no bloco para a criação de setores que operem em escala global pode assegurar a manutenção da produção e do emprego em inúmeras áreas. É notável a extrema competitividade chinesa que se vale, entre

outros elementos, do mecanismo cambial para conquistar mercados mundo afora. O peso chinês nas importações dos países do bloco é cada ano mais acentuado e não ocorre sem deslocar comércio entre os quatro países. Em 2009, a China se estabeleceu como a segunda maior origem de importados do Brasil, terceiro da Argentina, primeiro do Paraguai e segundo do Uruguai.

Estes números preocupantes tornam urgente e indispensável uma coordenação pública e privada destes países visando fortalecer a integração física e energética da região. Levar a frente projetos de infra-estrutura que reduzam custos, gerem crescimento econômico e encorajem o surgimento de novos negócios no bloco devem ser encarados como prioridade. No cenário político brasileiro, com a definição das eleições presidenciais, espera-se que haja maior atenção ao processo de integração do Mercosul, dada sua importância no posicionamento da região na nova configuração do comércio internacional. Enquanto isso, as expectativas estrangeiras sobre uma continuidade do atual governo nutrem perspectivas de aprofundamento das políticas de integração no comércio, economia e agricultura entre os países do bloco.

**Fábio Torquato é Diretor de Relações Internacionais da Câmara de Indústria e Comércio do Mercosul e Américas.*



Corte Arbitral do MERCOSUL

ARBITRAGEM:

"A via expressa para solução de conflitos..."



Consulte-nos sobre como implantar a ARBITRAGEM nos seus contratos.





Santa Fé, Argentina: parceria de sucesso

O presidente da Câmara de Comércio do Mercosul, Miguel Paletta, esteve reunido com o Governador da Província de Santa Fé (Argentina), Dr. Hermes Binner, em setembro. A convite do Assessor Jurídico do Governo, Dr. Marcos Vera, os representantes da Câmara de Comércio do Mercosul puderam conhecer as necessidades locais e desenvolver parcerias. Na oportunidade, o Governador de Santa Fé (Argentina) convidou as empresas brasileiras para que participem da reconversão do Porto de Santa Fé, principalmente empresas do seguimento de construção, administração de portos, consultorias e investidores estrangeiros.

Rodada de Negócios em Dubai

Nos dias 09 a 12 de Maio, a Câmara de Comércio do Mercosul e Américas participou de uma Rodada de Negócios organizada pela Apex Brasil em Dubai. Na ocasião, a entidade foi representada pelo Diretor de Relações Internacionais, Fábio Torquato. O evento abrangeu os setores de Alimentos & Bebidas, Casa & Construção, Máquinas & Equipamentos e Autopeças. No total, foram realizadas 45 reuniões com compradores dos Emirados Árabes e outros países da região, como Bahrain, Arábia Saudita, entre outros. Durante as reuniões, surgiram muitas demandas que serão desenvolvidas junto aos membros da entidade.



Além mar

A Câmara e Indústria e Comércio do Mercosul e Américas, no mês de julho, consagrou uma aliança com empresários portugueses para formação de uma extensão da Câmara do Mercosul em Portugal na cidade de Matosinhos. Durante a passagem do presidente Miguel Lujan Paletta e do diretor jurídico Alexandre Arnone pelo país, visitaram várias empresas portuguesas, de vários seguimentos que têm interesse em sua internacionalização para os países da América Latina, em especial o Brasil.



Zona Franca de Colón

Na primeira semana de Abril, o presidente Miguel Lujan Paletta e o Diretor Jurídico Internacional Dr. Alexandre Arnone da Câmara de Comércio do Mercosul estiveram no Panamá. A visita teve dois objetivos principais: a abertura do Comitê Panamá da Câmara do Mercosul e a visita à Zona Franca de Colón (maior Zona Franca do mundo). Também foram firmados convênios com dirigentes da Zona Franca para a instalação de um *showroom* da Câmara do Mercosul, para divulgação e comercialização de produtos.



Encontro em Ribeirão Preto

No mês de Abril, a Câmara de Comércio do Mercosul participou de um evento na Cidade de Ribeirão Preto realizado pela Associação de Indústria e Comércio da cidade (ACIRP). Na ocasião, participaram empresários e autoridades para discutir assuntos do Mercosul e interesses comerciais. O evento contou com a participação do Deputado José Paulo Tóffano, presidente da Representação Brasileira no Parlamento do Mercosul, Sr. José Carlos Carvalho, presidente da ACIRP, e Miguel Paletta, presidente da Câmara do Mercosul, que trocaram homenagens. O evento marca o início da parceria entre a ACIRP e a Câmara do Mercosul para desenvolver projetos de exportação para as empresas de Ribeirão Preto e região.



Visita a Itatiba

No início de Maio, a Câmara do Mercosul, representada por seu presidente, Miguel Paletta, e o diretor de relações internacionais, Fábio Torquato, estiveram na cidade de Itatiba. Em parceria com o Senai, a Câmara do Mercosul prepara-se para atender a um grupo de empresários do setor moveleiro da cidade, visando a internacionalização destas empresas. Além disso, foram realizadas visitas técnicas a empresas de móveis planejados e mármore. Por fim, as integrantes da Câmara realizaram uma reunião com o Prefeito da cidade, Sr. João Fattori, com o objetivo de desenvolver novas parcerias.



ASI comemora 50 anos



No dia 27 de março, foi comemorado em Poços de Caldas (MG) o aniversário de 50 anos da Associação Sul Mineira de Imprensa – ASI. Concomitante, aconteceu o 9º Ciclo de Conferências da Imprensa Brasileira, promovido pela Federação Nacional da Imprensa-Fenai-Faibra. Neste evento, participaram os diretores e o presidente, Miguel Lujan Paletta, da Câmara de Comércio do Mercosul do qual foi homenageado com o troféu pelo reconhecimento da atuação e contribuição para o aprimoramento da imprensa em Minas Gerais.

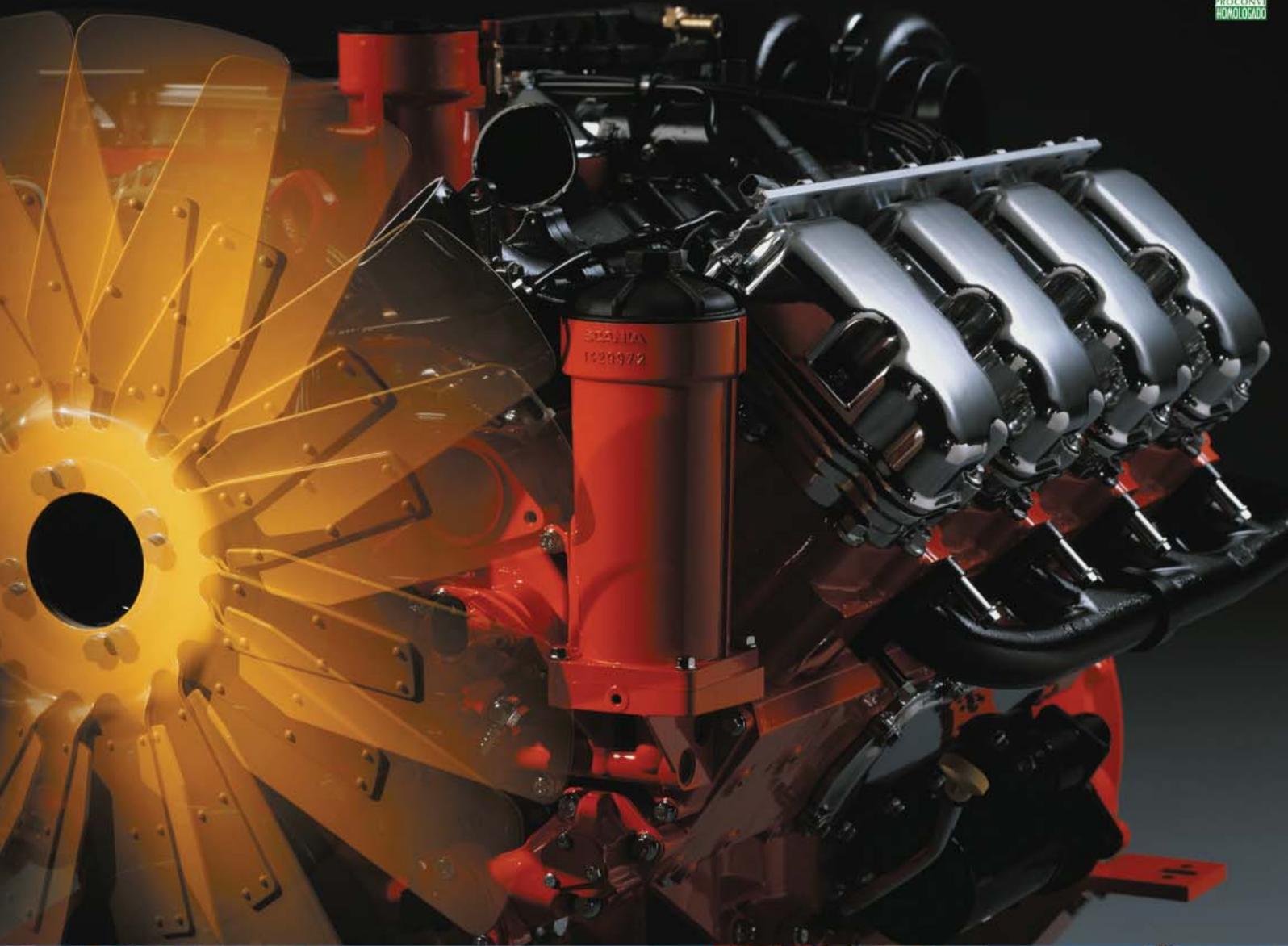
Construsul

A Câmara de Indústria e Comércio do Mercosul e Américas representada pelo seu diretor de comércio exterior, Vicente Dias Vecina Junior, participou da 14ª Feira Internacional da Construção (Construsul), realizada nos dias 4,5,6 e 7 de agosto de 2010, na cidade de Porto Alegre/RS, ao lado de empresas brasileiras e estrangeiras com total apoio de autoridades de governo do estado do Rio Grande do Sul. Essa foi mais um oportunidade de realizar importantes contatos e firmar laços comerciais e políticos indispensáveis para futuras negociações.



Parceria internacional

O presidente de Câmara de Comércio do Mercosul, Miguel Paletta, e o diretor jurídico, Dr. Alexandre Arnone, firmaram na Argentina no mês de Setembro de 2010 um convênio de cooperação com a Federação Internacional Econômica e Cultural Argentina Coreana, na presença de seu presidente, Sr. Young Kong. O objetivo do convênio é desenvolver atividades de promoção comercial abrangendo as áreas de atuação da Câmara e da Federação.



Para fazer do seu negócio uma potência, conte com as nossas. Motores industriais e marítimos Scania.

Mova seus negócios com os motores Scania. Tecnologia que impulsiona equipamentos e embarcações. Máquinas robustas, de alta confiabilidade e desempenho, que respeitam o meio ambiente e o seu investimento. Afinal, duram muito, exigindo o mínimo de manutenção. Motores Scania. Potência que você sente, principalmente nos seus resultados.



SCANIA
www.scania.com.br

Fotos: Divulgação



“Viver e não ter a vergonha de ser feliz”

Martha Romano

O trecho que dá título à reportagem é extraído da música “O que é, o que é?”, de Gonzaguinha. A canção é uma ode à vida e à alegria. E, com certeza, ela não foi escolhida por acaso. Nos próximos parágrafos, conheceremos a história da ONG São Joaquim, que busca resgatar a vontade de viver dos idosos. Afinal, “sempre desejada. Por mais que esteja errada. Ninguém quer a morte. Só saúde e sorte”.

Quando se é jovem, é raro pensar em como será a vida depois dos 60 anos. Escola, faculdade, casamento, cursos no exterior, filhos, trabalho. Por uma ou outra experiência citada anteriormente todos vão passar um dia. Mas e depois de tudo isso? Em seguida vem uma fase que, se bem aproveitada, pode ser uma das mais prazerosas.

Contudo, como isso não depende apenas de cada pessoa, existe a Associação São Joaquim que ajuda os

idosos a envelhecer de forma saudável e ativa. Para isso, a instituição promove atividades e oficinas diversas, sempre com o objetivo de fazer os participantes desenvolverem a saúde corporal, emocional e mental e, é claro, combater o ócio.

Na terceira idade, é comum os idosos sofrerem algum tipo de depressão devido ao grande tempo livre disponível. É justamente para evitar que eles cheguem a esse ponto que a São Joaquim promove os encontros no Centro de Convivência de Carapicuíba desde 2006, quando a entidade foi fundada. “Depois de começarem a participar das atividades, as pessoas recuperam sua auto-estima, sua força de viver. Acabam resgatando um novo sentido para a vida”, afirma Mônica Rosales, diretora presidente da ONG.

Ela conta que houve casos em que a pessoa chegou bastante abatida na primeira atividade e que, em mais ou menos três meses, se transformou completamente. “Já presenciamos verdadeiros milagres”, diz.

Um dos principais motivos, de acordo com Mônica, está nos vínculos de amizade criados entre os frequentadores da São Joaquim. Ela explica que, a princípio, o idoso tem a expectativa de receber atenção somente dos filhos e de outros familiares, mas com o tempo, ele passa a prestar atenção ao redor e a passar mais tempo com os novos amigos.

Até 2025, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o Brasil será o sexto país do mundo em número de idosos. Para se ter uma ideia, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) constatou que o número de pessoas com mais de 60 anos saltou de 14,8 milhões em 1999 para 21,7 milhões em 2009.

Corpo, mente e alma

Se o ócio é um dos principais inimigos na terceira idade, nada melhor do que tentar preencher o tempo o máximo e da melhor forma possível. Mas como cada caso é um caso, a ONG São Joaquim separou as atividades desenvolvidas em três categorias.

A saúde corporal engloba ginástica, ginástica funcional e dança. Já a saúde emocional abrange terapia artística, música, trabalhos manuais, artesanato, jardinagem e ervas. Enquanto a saúde mental/consciência está focada na alfabetização, palestras, trabalhos biográficos e na narrativa de contos. No quarto grupo, estão todas as outras atividades



A Associação São Joaquim surgiu em 2006 com a proposta de ajudar os idosos a envelhecerem de forma saudável e feliz

como, por exemplo, visitas domiciliares a idosos, encontros com saraus e resgate das festas cristãs. Entre as mais populares, estão a ginástica, a aula de violão e o coral.

Como o perfil dos participantes é formado principalmente por viúvas, Mônica revela que ainda não houve nenhum novo casal surgindo nas dependências da ONG. Entretanto, ela faz questão de frisar que paquera, essa sim, já houve.

Quanto aos motivos que levam o idoso à entidade, a diretora conta que eles chegam à associação por diferentes razões. “Há de tudo. Filhos trazendo pais com o interesse que melhorem sua qualidade de vida. Outros que se resentem da pouca atenção que os filhos lhe dedicam.”



Entre as atividades desenvolvidas pela ONG, estão ginástica, aula de música, artesanato, jardinagem e trabalhos biográficos



O Projeto Quim nasceu em 2008; por mês, são produzidos 600 cadernos

Projeto Quim

Das ideias mais simples surgem as melhores iniciativas. Em 2008, uma empresa de papel do Rio Grande do Sul fez uma doação à Associação São Joaquim. Esse fato poderia ter passado despercebido, mas não foi o que aconteceu. A ONG aproveitou a oportunidade para criar o Projeto Quim, voltado para a inclusão do idoso e para a geração de renda a partir da produção e da venda de cadernos.

Mas antes que o projeto se tornasse realidade, foi preciso definir o perfil dos beneficiados: disponibilidade de tempo, necessidade de recurso, habilidade manual e comprometimento. Seis pessoas (2 homens e 4 mulheres) foram escolhidas. Passada essa primeira fase, mãos à obra.

Dois anos depois, essas mesmas 6 pessoas continuam no projeto e, por mês, conseguem produzir 600 cadernos. 40 % do valor arrecadado com a venda dos produtos fica com os participantes e o restante cobre as despesas do Quim. Mas o dinheiro, com certeza, não é o mais importante.

Para Cláudio, 64 anos e um dos integrantes do projeto: “o melhor é poder fazer algo útil, ter compromisso e responsabilidade. O grupo, os amigos que fazemos, é muito bom, melhora o astral”.







Martha Romano

Uma das primeiras coisas que vêm à cabeça quando se fala no Panamá é o Canal do Panamá, que com 79,6 km de extensão liga o Oceano Atlântico ao Pacífico. Contudo, o que nem todos sabem é que o turismo está a pleno vapor e, cada vez mais, consolidando-se como uma das principais atividades do país.

Se nos anos 1980, o Canal do Panamá era responsável por 14% do Produto Interno Bruto (PIB) panamenho, hoje, este número gira em torno dos 6%. Este cenário é explicado devido ao crescente investimento no potencial turístico do país. Segundo o Ministro do Turismo do Panamá, Salo Shamah, a injeção de capital no setor vem ocorrendo de forma crescente, principalmente, nos últimos quatro anos.

Para se ter uma ideia desta dimensão, de 2006 a 2010, foram investidos aproximadamente U\$ 3 bilhões na área de turismo. Somente para este ano, a estimativa é de U\$ 90 milhões. Devido a esse quadro promissor, a atividade turística deverá ser responsável até o final de 2010 por 13% do PIB.

“Nos últimos anos, o turismo vem crescendo constantemente, razão pela qual a atividade ter adquirido grande importância para a economia panamenha”, diz Shamah.

Apesar de a crise econômica internacional de 2009 ter freado um pouco o número de turistas no Panamá, o ministro afirma que o setor deve crescer cerca de 10% este ano. A projeção, de acordo com ele, é que o país atraia mais de 1,68 milhão de turistas em 2010. “Não há dúvidas de que a atividade continuará crescendo nos próximos anos, especialmente se melhorar a situação econômica mundial.”



Panamá: do Atlântico ao Pacífico

Cinta Costera

Vários destinos, um só país

O Panamá, apesar de ter apenas 75.517 km², menor que o estado de Pernambuco (98.3 km²), possui flora e fauna bastante privilegiadas e diversificadas. Por conta disso, turistas de todos os cantos escolhem o país como destino para conhecer melhor paisagens paradisíacas e cultura.

“Eu diria que uma das principais vantagens de escolher o Panamá como destino é que é possível encontrar uma imensa diversidade em uma área geográfica muito pequena. Em nosso país, o turista pode tomar banho no Caribe ao meio dia, almoçar e ir desfrutar uma praia do Pacífico à tarde”, destaca Shamah.

Entretanto, os Estados Unidos continuam sendo a principal fonte de turistas. Mesmo assim, o Ministro do Turismo explica que há um movimento crescente de vi-

sitantes de toda a América Latina que, inclusive, vem ultrapassando o número de norte-americanos. O mercado europeu também vem mostrando interesse pelas belezas naturais do Panamá.

A alta temporada compreende os meses de novembro a abril, período em que o sol é predominante e é possível aproveitar mais o que o Panamá tem de melhor. Mas em 2008, antes da crise mundial, todo o ano ficou repleto de turistas. “Espero que no futuro volte a ser assim”, torce Shamah.

Preservação ambiental

Paralelamente ao investimento em turismo, o Panamá vem desenvolvendo políticas ambientais que deixariam os ecologistas mais ferrenhos com um sorriso de orelha a orelha. Isso por que todo o projeto turístico que se cons-



Canal

trói deve apresentar um estudo de impacto ambiental.

“Os investidores do setor de turismo compreenderam que parte do êxito atual e do futuro no país como destino turístico depende da preservação da natureza”, ressalta Shamah.

Em 1923, o Instituto Smithsonian estabeleceu no país uma base de investigações, o Smithsonian Tropical Research Institute, que oferece a oportunidade de estudos ecológicos a longo prazo. Com isso, cerca de 900 cientistas americanos e de todo o mundo visitam o projeto todos os anos.



Observatório de pássaros



Ministro do Turismo do Panamá, Salo Shamah

Turismo de convenções

Outro nicho que está sendo explorado pelo Panamá é o turismo de convenções, que faz parte do Plano Maestro de Turismo do Panamá 2007-2020. Por outro lado, o atual governo tem demonstrado interesse particular nesta modalidade e vem realizando ações para impulsioná-la. Uma das medidas é expandir a capacidade hoteleira panamenha, que ajuda a destacar duas características que fazem do Panamá um local propício para reuniões: a posição privilegiada e a vocação histórica como país anfitrião.



Vicentino's do Brasil

Engineering Plastic

Responsabilidade Social: www.institutovicentinos.org



ESPAÇADORES
ISOLADORES E
PROTETORES



www.vicentinos.com.br
E-mail: exportacoes@vicentinos.com.br
FONE/FAX: 55 44 3232-1961



Cuba: muito mais do que sol e praia

Cuba consegue unir em um único país o moderno ao tradicional. Somente em um lugar como este é possível desfrutar das paisagens paradisíacas e conhecer um pouco mais a fundo a história de um lugar tanto peculiar quanto apaixonante. Para aqueles que apenas querem aproveitar o clima tropical enquanto toma um drinque na praia, Cuba é o lugar indicado para isso. Já o turista que se interessa por cultura e história, o país também é o destino certo.

Afinal, Cuba possui um leque de oportunidades que interessam a todos os tipos de pessoas. Não é por acaso que nos últimos anos o turismo cubano teve uma média anual de crescimento de 8,8%. Para falar um pouco mais sobre o país, a entrevista de turismo desta edição é com o embaixador Lázaro Méndes Cabrera, cônsul geral de Cuba no Brasil. “Cuba é mais que sol e praia. Em nossas campanhas promocionais destacamos nossa história, cultura, natureza, patrimônio da humanidade, entre outros campos de interesse”, disse Cabrera.

Martha Romano

Mercosul *for export* – O turismo é uma das principais atividades econômicas de Cuba. Quantos turistas o país recebe anualmente?

Lázaro Méndes Cabrera – A chegada de visitantes estrangeiros a Cuba de 1995 a 2009 tem manifestado uma taxa de crescimento médio anual de 8,8%. Nos últimos dez anos, apesar dos acontecimentos internacionais negativos como guerras, gripe H1N1, desastres naturais e a crise global que hoje atravessa o mundo, nos mantive-

mos com crescimento anual muito promissor. No final de 2009, de acordo com a publicação de janeiro de 2010 da Organização Mundial de Turismo (OMT) as chegadas internacionais de turistas a nível mundial decaíram aproximadamente 4%, em comparação com 2008. Enquanto Cuba terminou 2009 com 2,429,809 visitantes, um crescimento de 3,46% em relação ao ano anterior.

ME – A crise econômica mundial do último ano atingiu diferentes setores, inclusive o turismo. Em Cuba, houve uma diminuição no número de turistas?



Cienfuegos



Lázaro Méndes
Cabrera



Capitólio em Havana

LMC – O resultado geral do número de visitantes em nosso país em 2009, se comparado com 2008, foi positivo. Houve algumas diminuições nos principais mercados emissores como a Europa, no qual a crise teve influência. Mas com ações comerciais e promoções, conseguimos nos recuperar gradativamente, terminando o primeiro semestre de 2010 com um crescimento de 1% em relação ao mesmo período do ano anterior. Em setembro deste ano, houve um crescimento de 12,6% em relação ao mesmo mês em 2009.

ME – Em geral, quando o turista estrangeiro vai a Cuba para passar as férias, o que procura?

LMC – O comportamento e demanda dos visitantes são aleatórios e estão em dependência de seu conceito sobre férias e expectativas, do pacote turístico que adquiriu e o destino escolhido. Cada mercado emissor tem de forma geral suas especificidades, mas a abertura de possibilidades que o país oferece permite satisfazer a todos os

gostos. Por isso, sempre estamos trabalhando a qualidade dos serviços, aspecto fundamental que todos os turistas procuram em qualquer lugar do mundo.

ME – Qual o país que exporta mais turistas para Cuba? Quanto brasileiros visitam o país por ano?

LMC – O primeiro emissor de turistas a Cuba é o mercado canadense. No ano passado, se alcançou o número recorde de mais de 914 mil canadenses. Brasil é um mercado que tem emitido a Cuba nos últimos tempos entre 13 mil e 15 mil visitantes por ano. É um mercado com grande possibilidades e o qual se trabalha para incrementar estas cifras, considerando além de tudo nossos vínculos históricos e atuais.

ME – Qual a época do ano Cuba recebe mais turistas?

LMC – A temporada alta na recepção do turismo em Cuba transita no período de novembro até abril. Nos meses de julho e agosto, se manifesta uma temporada que chamamos de

TURISMO

média alta, influenciada por mercados europeus como Espanha e Itália, países cuja emissão de turistas ao exterior é alta.

ME – Cuba é conhecido por ser um país de belezas exuberantes. Quais são as praias e destinos mais buscados?

LMC – Cuba é mais que sol e praia. Em nossas campanhas promocionais destacamos nossa história, cultura, natureza, patrimônio da humanidade, entre outros campos de interesse. Por ser um país caribenho, o sol e a praia são nossos principais produtos, sendo Varadero um dos destinos turísticos mais procurados para esta finalidade. Também vêm ganhando destaque internacional outros destinos de praia como Holguín, Cabo Coco, Cabo Santa María e Cabo Largo. Havana, como capital do país, é altamente visitada e constitui o segundo destino mais demandado de Cuba, sendo a principal atração o Centro Histórico de Havana Velha e o Sistema de Fortificações Coloniais, que se encontra na lista do Patrimônio Mundial, aprovado na 6ª Reunião do Comitê Intergovernamental da Convenção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural, que aconteceu nos dias 13 e 17 de novembro de 1982 na sede da Unesco em Paris, França.

ME – Quais outras atrações atraem o interesse dos turistas?

LMC – Outros lugares de interesse são as cidades de

Santiago de Cuba, Trinidad, Cienfuegos, Camaguey, Remedios e Baracoa. A busca por esportes náuticos também está atraindo turistas que procuram contemplar os fundos marítimos, cuja proteção e conservação são temas prioritários. O balé, museus e lugares que reflitam nossa história, como o monumento a Che Guevara, são bastante demandados. Cuba é um país com muitas oportunidades para o turismo.

ME – Para os turistas que chegam ao litoral, Cuba é um paraíso cheio de praias maravilhosas. Por outro lado, no centro de Havana, se pode ver conservado um centro histórico fascinante. Existe uma preocupação em manter essas duas realidades do turismo no país? Ou seja, promover o desenvolvimento do turismo nas praias e ao mesmo tempo se preservar a “velha” Havana com sua rica história e cultura?

LMC – O exemplo mais indiscutível da preocupação do desenvolvimento de Cuba como um lugar mais que sol e praia é o que vem sendo feito não apenas com nossa Havana Velha com seu centro histórico, mas também a preocupação que temos em divulgar toda nossa história, cultura e atrativos naturais. Esta é nossa atual campanha publicitária “Autêntica Cuba”, que mostra nosso leque de possibilidades.



Varadero



Câmara de Comércio do MERCOSUL

Conduzindo seu negócio
ao redor do mundo.

ASSOCIE-SE !!!



Fone: 55 11 3129 8857 / Site: <http://www.ccmMercosul.org.br>



Fotos: Divulgação



Stand-up Comedy: o negócio é fazer rir

Martha Romano

Uma nova onda está tomando conta dos teatros, bares e televisão no Brasil: o stand-up comedy ou, em tradução livre, comédia em pé. Para quem ainda não ouviu falar, este tipo de espetáculo humorístico consiste na presença de uma única pessoa acompanhada apenas de um microfone e de seu texto.

Nesta espécie de monólogo humorístico, vale falar sobre tudo. Desde situações rotineiras até preconceitos, contudo que seja feito com muito bom humor. Robson Nunes, de 28 anos, é um exemplo de ator que se aventurou no stand-up comedy e acredita que o gênero veio para ficar. Ele e a esposa Micheli Machado, de 29, possuem um bar voltado para este tipo de espetáculo: o Beverly Hills, localizado no bairro Moema, em São Paulo.

“Hoje em dia existem muitos humoristas de stand-

up no mercado. Talvez essa quantidade seja reduzida nos próximos anos, porém, tenho certeza que o stand-up veio para ficar”, afirma Nunes. Ele, que se autodefine como um “ator que faz comédia” ao invés de humorista, conta que costumava fazer stand-up sem saber muito bem o que era. Quando ficou sabendo do Clube da Comédia, um dos pioneiros do gênero no Brasil junto com o Comédia em Pé, resolveu estudar e a criar novos textos.

Atualmente, Nunes e o parceiro de palco Luiz França se apresentam pelo Brasil com o “3Tosterona”, espetáculo que recebe sempre um convidado especial e que é dividido em 2 atos, o primeiro de stand-up comedy, e o segundo com personagens.

Já Micheli Machado faz turnê com o “Humor de Salto Alto”, show feito só por mulheres, onde o mestre de cerimônias sempre é um homem. Alguns nomes conhe-

CULTURA

cidos do público já dividiram o palco com a atriz. Alguns exemplos deles são Diogo Portugal, Rafinha Bastos, Evandro Santo (Christian Pior), Fernando Caruso, Rafael Cortez e Danilo Gentili.

Obrigação de fazer rir

Por incrível que possa parecer, não é nada fácil montar um show de stand-up. Apesar de não serem utilizados artefatos típicos do teatro como figurinos elaborados e atores coadjuvantes, a parte mais difícil está justamente no fato de o comediante ter a responsabilidade de fazer o público rir de suas piadas. E, para isso, é necessário muito estudo e atenção.

Como o próprio Robson Nunes disse, ele estudou bastante quando decidiu montar um espetáculo do gênero. E, segundo revela, continua se empenhando ao máximo para encontrar piadas novas. No caso dele, que é negro, costuma fazer muita piada de negros, apesar de não se limitar apenas a este tema.

“Sempre fico nervoso e essa é a grande graça de fazer não só stand-up, mas de ser ator. Contudo, depois da primeira piada tudo flui normalmente”, diz Nunes. De acordo com ele, o desafio é diário e, portanto, é preciso se preparar bastante.

Questionado sobre quais tipos de piadas não gosta, Robson diz que as piadas que desrespeitam alguém não fazem seu estilo. “Por mais que seja humor, acredito que é válido transmitir alguma mensagem sempre que possível”, defende.



Robson Nunes: “Por mais que seja humor, acredito que é válido transmitir alguma mensagem sempre que possível”

Onde tudo começou

O stand-up comedy teve início no final do século XIX nos Estados Unidos. Neste período, esses comediantes eram vistos como contadores de piadas que entretiam a plateia antes das atrações principais.

Com o surgimento dos “clubes de comédia” na década de 1960 do século seguinte, o stand-up tornou-se bastante popular entre os boêmios intelectuais americanos. Nomes como Woody Allen, Shelley Bermn e Bill Cosby surgiram neste contexto.

No Brasil, o gênero começou de forma discreta no final dos anos 1990 e ganhou bastante força no início dos anos 2000. Foi justamente nesta época que surgiu no Rio de Janeiro o primeiro grupo de stand-up comedy brasileiro o “Comédia em Pé”. Em seguida, o “Clube da Comédia Stand-up” foi criado em São Paulo.

Dogmas do stand-up

Com o crescente número de grupos de stand-up aparecendo no mercado, o pioneiro “Comédia em Pé” criou dez regras básicas para aqueles que pretendem fazer o público se divertir da melhor forma possível sem desrespeitar o trabalho alheio.

Uma das principais delas é somente se apresentar com texto próprio. Desta forma, nada de bancar o “engraçadinho” e pegar piadas prontas de internet ou de outros humoristas. Outro ponto muito importante é que o comediante tem que se apresentar em dupla, jamais em grupo.

Também, como já foi citado anteriormente, não é permitido utilizar sonoplastia, marcação de luz ou cenografia.



Serviço

De quinta a domingo, o bar Beverly Hill apresenta uma grande variedade de esquetes e stand-up comedy.

Endereço: Av. Jurucê, 1001, Moema - São Paulo/SP

Telefone: (11) 5054-3815

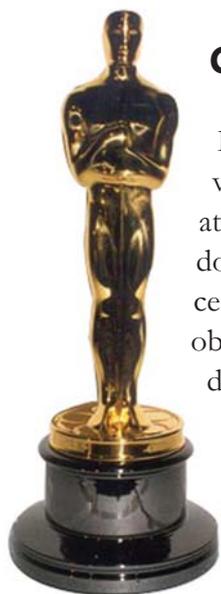
Email: contato@bhills.com.br

Fotos: Divulgação



Tropa de Elite 2

O filme “Tropa de Elite 2 – O inimigo agora é outro” deve alcançar rapidamente os 5,2 milhões de espectadores na segunda semana de exibição. Em dois finais de semana, a sequência de José Padilha superou bilheteria de “Nosso Lar” e “Chico Xavier”. Juntos, os três filmes já venderam mais de 12 milhões de ingressos. Em “Tropa 2”, o capitão Nascimento, vivido pelo ator Wagner Moura, volta como comandante do Bope e depois sub-secretário de Inteligência do Rio de Janeiro.



Corrida para o Oscar

Diferente dos anos anteriores, as atenções estão todas voltadas em torno da disputa pelo Oscar de melhor atriz. Nas últimas edições do prêmio, os homens têm dominado os papéis fortes. Em 2010, as performances femininas vêm atraindo maior repercussão. Alguns observadores de Oscar enxergam até 15 possíveis candidatas às cinco indicações de melhor atriz. Entre os nomes estão Juliane Moore, Natalie Portman, Nicole Kidman, Anne Hathaway e Naomi Watts.

Novo álbum



A banda californiana Red Hot Chili Peppers deve lançar um novo álbum em breve, segundo o baterista Chad Smith informou ao site “MusicRadar”. O CD, que já tem metade das músicas gradas, será o décimo disco de estúdio da banda e o primeiro com o guitarrista Josh Klinghoffer, que substituiu John Frusciante no ano passado.



“The Event”: novo “Lost?”

Os fãs de Lost ficaram órfãos com o final da série americana. Depois da tentativa frustrada de “Flashforward”, agora é a vez de “The Event”, que estreou no Brasil em outubro, tentar causar o mesmo frisson em torno de seus mistérios. Com narrativa não linear, a série conta a história de diversos personagens envolvidos com o atentado ao presidente dos Estados Unidos, Eli Martinez (Blair Underwood). Agora, resta saber se “The Event” conseguirá repetir o sucesso de “Lost” ou irá no mesmo caminho de muitos seriados e será cancelado já na primeira temporada.



Exposição Wim Wenders

O cineasta alemão Wim Wenders traz a exposição de fotografias “Lugares, Estranhos e Quietos” para o Brasil pela primeira vez. A mostra ficará em cartaz no Museu de Arte de São Paulo (Masp) até janeiro e retrata lugares distantes da Armênia, Brasil, Austrália e Japão. Wenders ainda é o homenageado na 34ª Mostra Internacional de São Paulo. “Paris, Texas” (1984), “Asas do Desejo” (1987) e “Um Filme para Nick” (1980) estão entre os filmes que serão exibidos.

Ofertas

Confeção

Empresa brasileira do setor de confecção, especializada em moda praia feminina, busca parceiros, distribuidores e/ou representantes no exterior. Cód. 84

Confeção

Empresa brasileira do setor de confecções em tecidos, especializada em jeans e sarja, procura parceiros, distribuidores e/ou representantes no exterior para comercialização de seus produtos. Cód. 86

Chocolates

Empresa brasileira produtora de chocolates busca parceiros, distribuidores e/ou representantes no exterior para comercialização de seus produtos. Cód. 73

Construção

Empresa brasileira produtora de acessórios poliméricos para redes compactas de distribuição de energia elétrica e produtos de eletroferragens, busca representantes e/ou distribuidores no exterior para expandir suas atividades internacionalmente. Cód. 76

Cosméticos

Empresa brasileira especializada em cosméticos para o cuidado dos pés busca parceiros, representantes ou distribuidores no exterior. Cód. 72

Decoração

Empresa brasileira busca parceiros no exterior. Especializada em Quadros decorativos, possui uma tecnologia diferenciada e de alta qualidade. Cód. 75

Decoração

Empresa brasileira produtora de quadros, gravuras e painéis decorativos busca parceiros, distribuidores e/ou representantes para seus produtos no exterior. Cód. 80

Decoração

Empresa brasileira especializada na fabricação de peças e acessórios para decoração de quarto infantil procura parceiros, distribuidores e/ou representantes em outros países para vender seus produtos. Cód. 83

Eletrodomésticos

Empresa brasileira fabricante de eletrodomésticos deseja desenvolver novos parceiros, distribuidores e/ou representantes no exterior para comercialização de seus produtos. Cód. 81

Gabinetes e Acessórios

Empresa brasileira produtora de gabinetes, caixas e acessórios em plásticos, tem interesse em desenvolver seus produtos comercialmente em outros países por meio de parceiros, distribuidores e/ou representantes. Cód. 82

Iluminação

Empresa brasileira do ramo de iluminação pública busca parceiros no exterior para expandir suas atividades. Cód. 74

Lanternas

Empresa brasileira especializada na fabricação de lanternas busca parceiros, distribuidores e/ou representantes no exterior. Seus produtos possuem aplicação em autopeças, sinalizações, utilidades de segurança, entre outras. Cód. 79

Material de Construção

Empresa brasileira do setor de tubos e conexões procura por parceiros, distribuidores e representantes no exterior para comercialização de seus produtos. Cód. 71

Metais

Empresa brasileira produtora de artefatos metais procura por parceiros, distribuidores e/ou representantes no exterior. Seus produtos têm aplicação nos setores de Aviação, Automotivo, Energia, Municipal, Marítimo, Sinalização, Telecomunicação e Agrícola. Cod. 66

Móveis

Empresa brasileira do setor de móveis deseja expandir seus negócios para outros países. Para isso, busca parceiros, distribuidores e/ou representantes que possam desenvolver tal trabalho. Cód. 68

Ração Animal

Empresa brasileira produtora de suplementos para rações animais procura parceiros, distribuidores e/ou representantes para expandir suas atividades no mercado internacional. Cód. 70

Refrigerantes

Empresa brasileira de refrigerantes, sucos e água, busca distribuidores no exterior para comercialização de seus produtos. Cód. 77

Semi-Jóias

Empresa do setor de Semi-Jóias busca parceiros, distribuidores e/ou representantes no exterior para abertura de novos mercados. Cód. 78

Sucos e Aromas

Empresa brasileira produtora de sucos e aromas naturais busca parceiros para desenvolver seus produtos no exterior. Cód. 67

Demandas

Açúcar

Empresa da Turquia procura fornecedores de açúcares de cana ou de beterraba e sacarose quimicamente pura, no estado sólido. Cód. 99

Álcool Etílico

Empresa da Colômbia do setor de bebidas necessita de fornecedores de álcool etílico não desnatado. Cod. 90

Autopeças

Empresa dos Emirados Árabes procura empresas que possam fornecer autopeças. Os itens solicitados são variados. Cód. 97

Bebidas

Empresa do Irã deseja encontrar fornecedores de bebidas. O produto que se busca são drinks energéticos. Cód. 105

Café

Empresa do Canadá do ramo de café, busca fornecedores brasileiros de café em grão. Cód. 98

Carnes

Empresa colombiana procura por fornecedores de carnes e produtos correlatos. Cod. 88

Carnes

Empresa de Taiwan procura potenciais fornecedores de carne bovina e de aves. Cód. 102

Cereais

Empresa do Chile busca fornecedores de produtos preparados à base de cereais, farinhas, amidos e leite. Cod. 87

Chás

Empresa da Turquia está procurando fornecedores de café, mate, chá e outras especiarias. Cód. 100

Couros

Empresa da Rússia busca fornecedores de peles e couros. Cód. 101

Frango

Empresa do Oriente Médio busca fornecedores de frango e produtos correlatos para abastecer a região. Cód. 103

Frutas

Empresa dos Emirados Árabes busca por fornecedores de frutas cítricas, especialmente limão e laranja. Cód. 96

Frutos do Mar

Empresa da Argentina trabalha com produtos do mar e busca por fornecedores de frutos do mar. Cód. 94

Madeiras

Empresa da Venezuela do setor madeireiro necessita de painéis de média densidade (mdf). Cód. 92

Óleo de Soja

Empresa australiana está procurando por fornecedores de produtos relacionados ao óleo de soja. Cód. 106

Papel e Celulose

Empresa da Argentina produtora de artefatos de plástico injetado e papel procura por fornecedores de papel e pasta de celulose. Cod. 91

Parceria

Empresa do Bahrein está interessada em buscar novos parceiros para desenvolvimento de projetos de estufas para produção de legumes e frutas no país. Cód. 106

Produtos Químicos

Empresa do setor químico localizada no México está a procura de novos fornecedores de glicerol. Cód. 93

Produtos Químicos

Empresa do Paraguai está interessada em buscar fornecedores de ácido cítrico, sacarina e correlatos. Cód. 95

Queijos

Empresa do Oriente Médio está a procura de novo fornecedor de queijo. O tipos procurados são mussarela e cheddar. Cód. 104

Resinas

Empresa colombiana do setor de pinturas está interessada em procurar fornecedores de resinas epóxicas. Cod. 89

A parceria estrangeira e o juízo arbitral

Dispõe a Constituição da República: o advogado é indispensável à administração da justiça. Contudo, tal princípio não é absoluto, havendo previsão legal para a escolha de sua atuação quando diante de medidas urgentes do âmbito criminal, ou mesmo sobre a competência dos juizados especiais limitados a determinados valores de causa.

Hipótese semelhante se verifica no seio dos Tribunais Arbitrais. A Lei de Arbitragem determina que “as partes poderão postular por intermédio de advogado, respeitada, sempre, a faculdade de designar quem as represente ou assista no procedimento arbitral”. Logo, sugere-se a atuação de um *expert* para a qualidade de árbitro, sendo este especialmente designado em razão do seu conhecimento técnico sobre o tema discutido.

Nesse sentido, é certo que, em regra, o advogado não tem condições de realizar cálculos contábeis, estruturais ou quaisquer outras modalidades de perícia que envolvam direito patrimonial disponível. Porém, o auxílio deste profissional ainda assim parece imprescindível à arbitragem, mesmo que na condição de auxiliar, cuidando para que sejam respeitados os princípios gerais do processo e a isonomia entre as partes, sem as quais haverá vício de nulidade insanável.

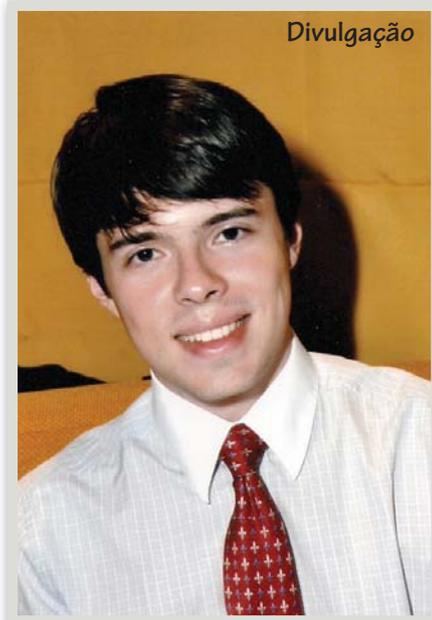
Nesta linha de raciocínio, note-se que a seara arbitral não se exaure com a atuação do profissional de direito inscrito no Brasil. Observado o fenômeno da globalização, por vezes se faz necessário o auxílio do advogado estrangeiro, especialmente ligado à origem e aos princípios de determinado empresário ou grupo transacional. Desta feita, crítica merece a decisão da Egrégia Turma Deontológica do Tribunal de Ética e Disciplina da OAB/SP, emanada no último mês de setembro. Consultada sobre a possibilidade de associação entre patronos brasileiros e estrangeiros para o exercício da advocacia contenciosa no território nacional, a Turma deliberou, por maioria, pela proibição de tal medida, a fim de proteger o profissional nacional e evitar o que chamou de risco de “mercantilização da profissão”.

Hoje a atuação do profissional estrangeiro é possível apenas para a prática precária de consultoria no direito correspondente ao seu país de origem. Querendo atuar nos tribunais pátrios, ou ver reconhecida sua sociedade de advogados, não resta outra via a este senão fazer prova do título de bacharel emitido por outra nação, além de se submeter ao exame de ordem, assim desrespeitado o princípio da reciprocidade, uma vez que o exercício da advocacia estrangeira já é aceita por outros povos do globo, como na Argentina, por exemplo.

Feitas estas considerações, pode-se concluir que as barreiras ao exercício da advocacia nos tradicionais tribunais pátrios, assim também pela necessidade de atuação e adaptabilidade da parceria entre profissionais de diferentes países, faz firmar o conceito deduzido na solução de conflitos por métodos alternativos, sobre os quais se pode destacar a arbitragem como meio célere, eficaz e, provavelmente, a forma mais ajustada à estrutura econômica atual.

André Fernando Reusing Namorato

Membro do escritório Almeida Guilherme Advogados Associados



01 a 06 de Novembro

28ª Feira Internacional Multisetorial de Havana (FIHAV)
Havana – Cuba

03 a 05 de Novembro

8ª Feira Orgânica Internacional da América Latina (BIOFACH AMERICA LATINA)
São Paulo – Brasil

03 a 07 de Novembro

Expo Dental Amic Internacional
Cidade do México – México

04 a 06 de Novembro

2ª Exposição Internacional da Fruticultura, Floricultura e Agroindústria
Bento Gonçalves – Brasil

08 a 12 de Novembro

12ª Exposição e Congresso Internacional da Indústria Elétrica, Eletrônica e da Iluminação (BIEL LIGHT + Building Buenos Aires)
Buenos Aires – Argentina

13 a 16 de Novembro

Salão Internacional de Hotelaria e Restaurantes de Nova York (IHMRS)
Nova York – Estados Unidos

13 a 21 de Novembro

Exposição de Decoração, Eletrodomésticos, Utilidades Domésticas (EXPODECOR – UTILCASA)
Batalha – Portugal

14 a 16 de Novembro

4ª Feira e Congresso Internacional de Energias Alternativas, Renováveis, Limpas e Co-Geração (Feira de Biocombustíveis)
São Paulo – Brasil

14 a 17 de Novembro

Salão da Oferta de Produtos para Fabricação com Marca Própria (PLMA Chicago)
Chicago – Estados Unidos

17 a 20 de Novembro

Feria Automechanika 2010 en Argentina: Feria de la automoción en Argentina 2010
Buenos Aires – Argentina

19 a 21 de Novembro

Feira Internacional de Beleza (FIBELLA 2010)
Lima – Peru

22 a 24 de Novembro

27ª Exposição Internacional de Alimentos e Bebidas de Israel (ISRA FOOD)
Tel Aviv – Israel

25 a 27 de Novembro

Feira Internacional de Máquinas, Equipamentos, Insumos e Serviços para a Indústria (EXPOINDUSTRIA 2010)
Lima – Peru

01 a 03 de Dezembro

Feira Internacional de Construção (CONSTRUCT CANADA)
Toronto – Canadá

Antor Confecção de Impermeáveis Ltda - www.albamoto.com.br
Atelier Valverde - www.ateliervalverde.com.br
Arc Mago Indústria e Comércio Ltda - www.arcmago.com.br
Atlas Indústria de Eletrodomésticos Ltda - www.atlas.ind.br
Cobimex - www.cobimex.com.br
Comércio e Distribuição Recanto das Artes Ltda - www.recantodasartes.com.br
Cugnier Logística - www.cugnier.com.br
Dimensions Software - www.cortecerto.com.br
Dudalina - www.dudalina.com.br
Emphasis Ind. e Com. Votorantim Ltda - www.emphasisconf.com.br
Etscheid Techno S.A - www.etscheid.com.br
Flavortec Aromas de Frutas - www.flavortec.com.br
Fly do Brasil Ind. e Com. Prod. Infantis - www.flyalegriadacrianca.com.br
Grupo Atallah - www.grupoatallah.com.br
Grupo Lopas - www.grupolopas.com.br
Grupo RMA - www.gruporma.com.br
Indústria de Rações Patense - www.patense.com.br
Injetar Indústria e Comércio Ltda - www.injetar.com.br
Jr Torneadora Têxtil - www.jrtorneadoratextil.com.br
Kathrein Mobilcom Brasil Ltda - www.kathrein.com.br
Le Liban Jóias Folheadas - www.joiasleliban.com.br
L F Maia e Advogados Associados - www.lfmaia.com.br
Lunender S/A - www.lunender.com.br
Metalplay Indústria e Comércio Ltda - www.vanzetti.com.br
Nestlé Brasil Ltda - www.nestle.com.br
NZ Cooperpolymer Termoplásticos de Engenharia Ltda - www.gruponz.com.br
OmRá Tecnologia - www.omra.com.br
OPUS Oficina de Projetos Urbanos Ltda - opus@opusoficina.com.br
Pastificio Santa Amália S/A - www.psa.ind.br
Patagônia Languages - www.patagonialanguages.com.br
Patola Eletroplástico Ind. e Com. Ltda - www.patola.com.br
Planeta Biodiesel - www.planetabiodiesel.com.br
Plasforro - www.polifort.com
PLD Ferramentaria Indústria e Comércio Ltda - www.pldusinagem.com.br
Pradolux Indústria e Comércio Ltda - www.pradolux.com.br
Prokraft Indústria de Embalagem Ltda - www.prokraft.com.br
Quartero International Ltda - www.quartero.com.br
Refrigerantes Xereta - www.refrigerantesxereta.com.br
SBF Indústria Mecânica Ltda - www.sbftelecom.com.br
Serquímica Indústria e Comércio de Produtos Químicos Ltda - www.serquimica.com.br
Shinsei Cosséticos - www.shinsei.com.br
Só Branco Confecções Ltda - www.asite.com.br/modabranca
Stream Indústria e Com. de Produtos de Limpeza - www.streamclean.com.br
Top Cau Indústria e Comércio de Chocolates - www.topcau.com.br
Trading WPF Comex - www.wpfcomex.com.br
Triângulo Alimentos Ltda - www.trianguloalimentos.com.br
Trópico Equipamentos Elétricos e Iluminação - www.tropico.com.br
Utilinox Comércio e Indústria - www.fechometal.com.br
Via areia - www.viaareia.carbonmade.com
Vicentinos do Brasil Plastic Injection - www.vicentinos.com.br



Arbitragem e Mediação: A “Via Expressa” à resolução de conflitos

Há tempos já ficou claro que nosso judiciário extrapolou sua capacidade de atender às necessidades da população e, assim, à justiça. Além da constatação deste acúmulo infindável de processos que levam a uma morosidade no trâmite e na resolução, torna-se evidente o custo que esta delonga maior gera a ambas as partes, por vezes igualando o valor do feito, tornando-o inócuo por não se ter o que se espera, ou pior, chegando a superá-lo.

O que poucos sabem, é que desde 1996 a Lei 9.307, também conhecida como “Lei de Arbitragem”, regulamentando uma prática que já era possível e prevista, foi promulgada visando dar celeridade ao processo litigioso e desafogar um pouco o judiciário. Ou seja, litígios que sejam relativos a direitos patrimoniais disponíveis entre pessoas capazes de celebrar contratos, podem ser dirimidos através da arbitragem.

Sendo uma ferramenta pouco difundida, suas vantagens são de conhecimento muito restrito e seu uso, só há pouco tem sido explorado em prol de pessoas físicas e jurídicas que desejam uma resolução mais célere e com a mesma força, formalidades e eficácia das decisões dos juízes togados.

A alternativa da arbitragem e da mediação já é amplamente conhecida e utilizada em muitos países e grandes empresas e agora começou a ganhar espaço no Brasil, principalmente após 2001 quando foi discutida sua constitucionalidade.

A possibilidade regulamentada de duas ou mais pessoas ou empresas de escolherem uma terceira como árbitro, ou mesmo uma entidade arbitral, confiando-lhe o poder de resolver o conflito e, comprometendo-se, por contrato (Cláusula Compromissória), a acatar e cumprir a decisão proferida é o arcabouço central da estrutura enxuta da arbitragem que torna os feitos mais breves e menos dispendiosos. Sobremaneira, a própria Lei 9.307/96 ainda dispõe que o Árbitro, ou Corte Arbitral, tem um prazo máximo de seis meses para prolatar sua decisão, caso con-

trário ela passa a ser nula, conforme o inciso VIII do Art. 32. Mas, as partes podem determinar livremente um prazo que desejarem que no dia-a-dia a experiência mostra um prazo médio de 28 a 30 dias.

As possibilidades de se lançar mão desta “Via Expressa” são as mais diversas, desde pendências contratuais em geral, questões condominiais, seguro, locação, até desavenças entre inquilinos e proprietários, questões societárias, compra e venda e questões entre patrões e empregados. Em sua maioria demandam muito tempo, têm um custo muito maior e demandam muito mais tempo das partes até sua definitiva resolução.

A arbitragem pode ser eleita tanto previamente, quando da assinatura do contrato, devendo então conter uma Cláusula Compromissória (de preferência com campos de assinatura próprios); ou com o conflito já instalado quando então é efetivada por meio de um Termo de Compromisso. Em ambas as formas tratam-se de contratos em que ambas as partes convencionam levar ao conhecimento do árbitro as divergências relativas àquela relação judicial, sendo papel deste promover a pacificação fazendo uso de seu conhecimento técnico e experiência pessoal.

A possibilidade da utilização da arbitragem, seguindo os ditames da Lei 9.307/96, aponta para uma amplitude muito maior da resolução pacífica dos litígios até mesmo do que está indicada em seu título. Haja vista, o previsto no seu Art 21, Parágrafo IV, indicando a mediação e a conciliação como atos processuais de interesse, que devem ser praticados no decorrer dos procedimentos arbitrais, na busca da resolução dos conflitos, com o que podemos afirmar que a mediação e a conciliação são sempre imprescindíveis na arbitragem.

Com todo este aparato e ferramentas, a arbitragem se reveste do reconhecimento do estado e do judiciário para atuar junto a estes na resolução de disputas, desde que envolvam direitos patrimoniais de caráter privado, agilizando o entendimento e sempre voltada à pacificação de conflitos, além de contar com os preceitos de legalidade e eficácia de suas decisões.

Em âmbito nacional, seguindo o que há muito se pratica internacionalmente, a utilização da arbitragem vem crescendo a passos largos. Basta tomar como base que em 2007 as cinco principais câmaras arbitrais do país acumularam um volume de R\$ 594,2 milhões em recursos negociados por decisões arbitrais e, já em 2008 este valor passou a somar R\$ 844 milhões. Ou seja, um aumento de 42% no volume de valores que foram objeto de decisões arbitrais. Valores que só tendem a crescer.

Se consolidando como uma alternativa para desafogar o judiciário estatal e com a rapidez e eficácia próprias do instituto, as câmaras e cortes arbitrais, cada vez mais, se colocam para as partes em litígio como uma “via expressa” que possibilita a resolução de seus conflitos com toda segurança legal do judiciário comum.

Mário Anderson Kawahala

Consultor Empresarial. Pós-Graduado Lato Sensu em Análise e Gestão Empresarial pela FMU-SP, graduado em Direito, pelo Mackenzie-SP



I N S T I T U T O
ELEKTRO

ESCOLA INCLUSIVA ELEKTRO: uma experiência de sucesso

Quando uma iniciativa empresarial proporciona realização pessoal e ao mesmo tempo profissional aos envolvidos no projeto, podemos considerar essa, uma experiência de sucesso. Assim é a história do projeto Escola Inclusiva Elektro, que com a proposta inovadora transforma a vida de pessoas.

A Elektro Eletricidade e Serviços, empresa do setor de energia elétrica que atende quase seis milhões de pessoas, nos estados de São Paulo e Mato Grosso do Sul, tem entre suas diretrizes de atuação, a adoção de práticas empresariais socialmente responsáveis, que contribuem para o desenvolvimento sustentável das comunidades do entorno de suas unidades.

Entre as práticas adotadas, está a constituição do Instituto Elektro em 2003, que tem como objetivo intensificar e direcionar a atuação social da empresa para ações focadas nas áreas de educação, meio ambiente e voluntariado.

Um dos projetos desenvolvido pelo Instituto é a Escola Inclusiva Elektro, que capacita pessoas com deficiência e de baixa renda, residentes no entorno da Elektro, para a inserção no mercado de trabalho.

A necessidade do cumprimento da legislação, no que se refere à contratação

de pessoas com deficiência, a escassez de pessoas qualificadas para atuar no mercado de trabalho e a necessidade de cursos profissionalizantes para a população foram o que motivaram a iniciativa.

O projeto consiste na formação de pessoas com e sem deficiência nas áreas Administrativa e Teleatendimento, totalizando 372 horas. Ao término do projeto, os alunos que apresentam um melhor aproveitamento passam por processo seletivo na empresa e são contratados.

Desde a primeira edição do projeto, em 2009, houve a contratação de 13 alunos pela Elektro e de outros 11 participantes por empresas da região.

A iniciativa trouxe para a empresa um desdobramento maior que o simples fato de incluir pessoas com deficiência. O projeto incentivou a discussão sobre os porquês de tantos obstáculos que separam as pessoas com deficiência do mercado de trabalho. Quais os motivos dessas barreiras não serem transpostas facilmente, que entendimento as empresas têm sobre o assunto e o que de fato pode ser desenvolvido para proporcionar à pessoa com deficiência sua inserção no meio laboral.

A pessoa com deficiência deseja participar ativa e produtivamente da sociedade da qual faz parte. A inclusão é uma questão de ética, respeito e redução da desigualdade social.

Assim, a inclusão é um conceito, cuja realização depende de toda a sociedade, para promover o acesso aos direitos dessas pessoas e garantir que elas exerçam plenamente a cidadania, eliminando o preconceito e resgatando a dignidade.

A lei nº 8213/91, que regulamenta a contratação de pessoas com deficiência, deve ser vista, apenas como uma ferramenta que visa derrubar barreiras atitudinais, tanto das empresas como da pessoa com deficiência.

A inclusão profissional precisa ser incorporada à prática empresarial, assim como os demais processos para se tornar um diferencial do próprio negócio.

Para saber mais sobre o instituto Elektro:

www.elektro.com.br/Responsabilidade_Socioambiental

Nilza Resende Montanari

Analista de Comunicação Empresarial e Responsabilidade Social

**AEROLINEAS
ARGENTINAS**



UM PAÍS INTEIRO POR DESCOBRIR E SOMENTE UMA COMPANHIA AÉREA PARA TE LEVAR.

Viaje por toda a Argentina com a Aerolineas.

Consultem-nos 0800-7073313

www.aerolineas.com



DUDALINA



DUDALINA
— *Concept* —