

ENTREVISTA CASSIO POLITI: "A empresa deve falar do que sabe e não do que vende."

ANO 9
Nº 34
MAIO/
JUNHO
2014

Maranhão Industrial

Impresso
Especial

9912238055
FIEMA-MA

CORREIOS

FORMALIDADE

MAIS DE 61 MIL MICROEMPRESÁRIOS
LEGALIZADOS COM A LEI GERAL DA
MICRO E PEQUENA EMPRESA

INOVAÇÃO

Incentivo a pesquisadores, estudantes e empresas ajudam a formar uma cultura empreendedora.

INDUSTRIALIZAÇÃO

Maranhão pode substituir R\$ 4 bi em produtos adquiridos de outros estados.

CINEMA

40 anos do Festival Guarnicê ajudam a contar a história do audiovisual no Maranhão.

**RESULTADOS DO
TAMANHO**

**DO NOSSO
COMPROMISSO**



68.605
MATRÍCULAS EM
EDUCAÇÃO
PROFISSIONAL
REALIZADAS



7
PROJETOS DE
INOVAÇÃO
APROVADOS
PARA A MOSTRA
NACIONAL
"INOVA SENAI"



973
PESSOAS COM
DEFICIÊNCIA
CAPACITADAS



2014 tem sido um grande desafio para o SENAI: aumentar ainda mais o atendimento às necessidades da indústria maranhense, superando os excelentes resultados conquistados em 2013.

A inauguração do Núcleo de Atendimento da Construção Civil em São Luís, aquisição de 04 novas

unidades móveis para atender demandas de todo o estado, assim como investimentos em EAD e tecnologia e inovação, fazem parte do plano do Senai Maranhão para o aumento da competitividade e o desenvolvimento da indústria do Estado do Maranhão.



FIEMA SENAI

Presidente

Edilson Baldez das Neves

1º Vice-Presidente

Francisco de Sales Alencar

2º Vice-Presidente

José Orlando Soares Leite Filho

Vice-presidentes: Mário Machado Mendes, João de Deus Pires Leal Neto, Cirilo José Campêlo Arruda, Cláudio Donisete Azevedo, Benedito Bezerra Mendes, José de Ribamar Barbosa Belo, João Neto Franco, Júlio Rodrigues dos Santos, João Alberto Teixeira Mota Filho, Francisco de Assis Miranda, Antonio Carlos Lopes Ribeiro, Francisco das Chagas Sousa Nascimento, Ana Ruth Nunes Mendonça, Osvaldo Amaral Pavão, Antônio Rosa Cruz Pereira, Nelson José Nagem Frota, Cintia Ticianeli, João Batista Rodrigues, José Raimundo Nunes Sarmento e Antonio Alves Barbosa.

1º Secretário

Leopoldo Debrtz de Moraes Rêgo

2º Secretário

Pedro Robson Holanda da Costa

1º Tesoureiro

Jose de Jesus Reis Ataíde

2º Tesoureiro

Raimundo Nonato Pinheiro Gaspar

SUPLENTE DA DIRETORIA

Clynewton Dias dos Santos, Luís dos Santos Lima, José Antônio Buhatem, Francisco de Assis Gonçalves e Rachid Abdalla Neto.

CONSELHO FISCAL - EFETIVOS

Luiz Fernando Coimbra Renner, Roberto Vasconcelos Alencar e Francisco de Assis Barros Carvalho.

CONSELHO FISCAL - SUPLENTE

Edivan da Silva Amâncio, Carlos Geisel Alves Barbosa e Jair Rosignoli.

DELEGADOS REPRESENTANTES JUNTO À CNI

Efetivos: Edilson Baldez das Neves e Francisco de Sales Alencar.

Suplentes: Alexandre Rodrigues Ataíde e Joanas Alves da Silva.

Presidentes dos Sindicatos afiliados:

Benedito Bezerra Mendes, José de Sousa Oliveira, Fábio Ribeiro Nahuz, William José Nagem, Fabiano Churchill N. Cesar, João Neto Franco, Carlos Geisel Alves Barbosa, Ana Rute Nunes Mendonça, João Carlos Magalhães Lopes, Pedro Robson Holanda da Costa, Raimundo Nonato Gaspar, Edivan da Silva Amâncio, João de Deus Pires Leal Neto, Francisco de Assis Gonçalves, Júlio Rodrigues dos Santos, Luís dos Santos Lima, Antonio Carlos Lopes Ribeiro, José de Ribamar Barbosa Belo, Mário Machado Mendes, Clynewton Dias dos Santos, Manoel de Jesus Silva, Antônio José Sousa Silva, Cláudio Donisete Azevedo, Alexandre Rodrigues Ataíde, Nelson José Nagem Frota, Antônio Rosa Cruz Pereira, Francisco das Chagas de Sousa Nascimento, Nilson Roberto Tagliari e Cintia Ticianeli.

SISTEMA Fiema

Superintendência da Fiema

Albertino Leal de Barros Filho

Superintendência Corporativa

Marcus Vinícius Chaves

Superintendência Regional do Sesi

Roseli de Oliveira Ramos

Diretoria Regional do Senai e Superintendência Regional do IEL

Marco Antonio Moura da Silva

Coordenadoria de Comunicação e Eventos do Sistema Fiema

Fernanda Moraes Rêgo

Maranhão Industrial

Revista da Federação das Indústrias do Estado do Maranhão - Fiema
Av. Jerônimo de Albuquerque, S/N - Cohama - CEP 65.060-645 - São Luís-MA.
Tel: (98) 3212.1816 / 3212.1897 - Fax: (98) 3212.1804
www.fiema.org.br

Edição: Portal Comunicação - portal-com@msn.com

Editora: Cintia Machado

Editoração: Agência Pipa

Reportagem: Cintia Machado, Márcia Carvalho, Andrea oliveira e Raquel Araújo

Fotografia: Veruska Oliveira e Banco de Imagens.

Impressão: Gráfica Linha D'Água

CONTATO COMERCIAL:

(98) 8817.9112 | 8169.9135

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

AO LEITOR

Na matéria de capa desta edição, a revista Maranhão Industrial traz um apanhado do que mudou com a implementação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, há 4 anos e meio. Um dos principais resultados foi a formalização de mais de 61 mil pessoas. Apesar disso, apenas 29% dos 217 municípios maranhenses implementaram a legislação e só 20% das compras públicas são acessadas por empresários dessa categoria.

Uma boa notícia para empresários de todos os ramos, pesquisadores e estudantes são os incentivos à inovação por meio de incubadoras, projetos, programas e editais que apoiam e financiam produtos e processos inovadores. Juntos, esses mecanismos estão ajudando a desenvolver uma cultura empreendedora no Maranhão.

Outra reportagem mostra o potencial de crescimento da indústria local com a substituição de produtos ainda hoje adquiridos de outros estados. Em 2010, o Maranhão importou cerca de R\$ 4 bi em produtos, ou seja, 8,3% dos R\$ 45,2 bi do Produto Interno Bruto (PIB). As informações estão no livro "Importações Interestaduais do Maranhão, um mercado aberto para investimentos", levantamento realizado pela Fiema.

Federação das Indústrias do Estado do Maranhão (Fiema), com base nos dados fornecidos pela Secretaria de Estado da Fazenda (Sefaz) entre 2010 e o primeiro semestre de 2011, por meio das notas fiscais eletrônicas de produtos importados pelos municípios maranhenses. O estudo analisou a importação de 14 grupos e subgrupos contendo 158 itens de produtos.

Por fim, um bate-papo sobre content marketing com o jornalista Cassio Politi dá várias dicas aos profissionais da área de Comunicação e às empresas que desejam investir na área. Para relaxar, a história do Festival Guarnicê de Cinema e as produções que foram destaque na última edição do evento.

Boa leitura.



INFORMALIDADE 16

Mais de 61 mil microempresários legalizados com a Lei Geral.



INOVAÇÃO 20

Incentivo a pesquisadores, estudantes e empresas ajudam a formar uma cultura empreendedora.



INDUSTRIALIZAÇÃO 24

Maranhão pode substituir R\$ 4 bi em produtos adquiridos de outros estados.



CINEMA 34

40 anos do Festival Guarnicê ajudam a contar a história do audiovisual no Maranhão.

Maranhão Industrial

SEÇÕES

Palavra do presidente 5

Recortes 6

Entrevista 10



PALAVRA DO PRESIDENTE

Edilson Baldez *

Reconhecimento

Orientados pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), em todo o Brasil, as federações tem trabalhado diuturnamente pela elevação da competitividade do setor. A partir das necessidades identificadas nas empresas, oferecem às indústrias educação básica, formação profissional, capacitação empresarial, formação de jovens talentos e soluções técnicas e de inovação. Além disso, desenvolvem atividades socioeducativas e de qualidade de vida, que contribuem para melhorar as condições de segurança e de saúde no ambiente de trabalho e promover estilos de vida mais saudáveis.

Tudo isso, para que as indústrias instaladas aqui estejam mais fortalecidas para enfrentar e manter-se em um mercado cada vez mais segmentado e concorrido.

Todo esse esforço, que não para por aqui, tem repercutido nos estados, exatamente pelo trabalho das Federações das Indústrias e departamentos regionais do Sesi, Senai e IEL. São ações, projetos, eventos realizados em conjunto, reafirmando a atuação em rede do Sistema Indústria do Brasil.

E o mais importante: é um esforço que está sendo reconhecido pelos trabalhadores, pela indústria e pelos parceiros da iniciativa pública e privada.

Como recentemente, quando a presidente do Brasil, Dilma Rousseff, destacou o trabalho do Senai como maior parceiro do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego, o Pronatec, reconhecendo a contribuição da nossa entidade com o trabalho de ampliar o alcance do ensino técnico e profissionalizante no País. Não posso deixar de ressaltar que o Senai Maranhão ficou em oitavo lugar entre os Senais do Brasil na geração de matrículas do Pronatec e em segundo lugar no Nordeste.

Ainda na linha do reconhecimento, o Sesi conquistou o prêmio Marca Brasil 2014 – considerado um dos mais importantes e expressivos para o setor empresarial brasileiro – em duas categorias: a de marca mais lembrada em serviços de Ginástica Laboral e pelos Serviços para Semana Interna de Prevenção de Acidentes no Trabalho (Sipat), ambos da área de qualidade de vida, incluindo lazer e segurança e saúde no trabalho. Na categoria Ginástica Laboral, este é o 9º ano consecutivo que o Sesi é premiado.

São algumas demonstrações do compromisso e seriedade do Sistema Indústria com o desenvolvimento do nosso país. Sabemos que muito trabalho ainda precisa ser feito, nós agradecemos, seguindo em frente. ■

**Presidente da Federação das Indústrias do Estado do Maranhão.*

ORQUESTRA FILARMÔNICA



Seguindo a experiência exitosa do Serviço Social da Indústria no Maranhão na cidade de Bacabal, a indústria de material de limpeza FC Oliveira se juntou ao Sesi para criar uma orquestra filarmônica em Codó. Os mais de 80 alunos selecionados estão passando por formação e ganharam recentemente os instrumentos musicais de percussão e sopro. Os primeiros componentes da orquestra já fizeram a sua primeira apresentação e uma nova está sendo aguardada para dezembro, com a temática natalina. “É preciso construir, com responsabilidade e decisão. O que estamos fazendo aqui junto com o Sesi é trabalhando para formar pessoas”, comentou o presidente do grupo FC Oliveira, Francisco Carlos Oliveira.

LIVRE DA AFTOSA

O Maranhão foi classificado internacionalmente como Zona Livre de Febre Aftosa com Vacinação em maio deste ano, durante assembleia da Organização Mundial de Saúde Animal, em Paris. O novo status sanitário habilitou o Maranhão a exportar carne para outros países e extinguiu a necessidade de quarentena para animais que forem destinados ao abate em outros estados e participarem de exposições agropecuárias. Em junho, pecuaristas de Grajaú e Sítio Novo, na região central do Maranhão, começaram a comercializar gado com os estados do Tocantins e Pará. Ambos os municípios estão sob a jurisdição do escritório regional da Agência Estadual de Defesa Agropecuária (Aged) de Barra do Corda. Os municípios de Arame, Fernando Falcão, Formosa da Serra Negra, Itaipava do Grajaú e Jenipapo dos Vieiras também integram a regional, que tem um rebanho de 691.075 bovinos e bubalinos. Grajaú detém o maior número de animais, com 155.983 bovídeos, distribuídos em 1.431 propriedades rurais.

SETOR MOVELEIRO

Foi inaugurada em Imperatriz a segunda fábrica da empresa Topázio, com capacidade para produzir 15 mil peças por mês para fabricação de móveis para dormitórios e atender as demandas dos estados do Maranhão, Tocantins, Ceará, Piauí, Amapá, Amazonas e Goiás. A primeira fábrica, em funcionamento desde 2008, tem capacidade para fabricar até 13 mil peças de colchões de espuma por mês. A Topázio investiu R\$ 15 milhões na nova indústria, instalada numa área de 16 mil m². A expectativa é de geração de 150 empregos diretos em até um ano.

RECORTES

LABORATÓRIO DE IDEIAS

A iniciativa é uma espécie de gincana, onde empresas industriais do Maranhão encaminham problemas e demandas para que alunos da instituição de ensino técnico possam oferecer soluções criativas e viáveis para os desafios propostos. Já participaram estudantes de Imperatriz, Açailândia, Bacabal, Caxias e Balsas, em maio, e de São Luís, em julho, reunindo nesta última mais de 400 alunos. Iniciativas como Laboratório de Ideias, Inova Senai e o Edital Senai/Sesi de Inovação objetivam, entre outras coisas, levar a cultura de inovação para dentro das indústrias locais. Na capital, os problemas foram oferecidos por sete empresas dos segmentos de vestuário, informática, metalmeccânica, reciclagem, segurança do trabalho, construção civil e manutenção industrial.



INOVA TALENTOS

O Maranhão tem cinco projetos nas áreas de tecnologia e sustentabilidade aprovados no Programa Inova Talentos. A iniciativa é uma parceria do Instituto Euvaldo Lodi (IEL) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Os projetos serão desenvolvidos dentro das empresas, por profissionais qualificados, que receberão bolsas até 2015, pagas pelo CNPq. A iniciativa visa ampliar o número de profissionais qualificados em atividades de inovação no setor empresarial brasileiro. “Tivemos 100% de aprovação dos projetos enviados pelo Maranhão para essa iniciativa, que visa contribuir para que a indústria do nosso país e do nosso estado mantenham-se competitivas, diversificadas e inovadoras”, informou o superintendente regional do IEL, Marco Antonio Moura da Silva, que também é diretor regional do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial.



SETOR MINERAL

Até dezembro, a Secretaria de Estado de Minas e Energia (Seme) pretende investir mais R\$ 500 mil de recursos oriundos do Ministério de Minas e Energia na elaboração do Plano de Mineração para o estado. Para tanto, está sendo realizada uma série de oficinas temáticas, audiências públicas e seminários que vão subsidiar o Diagnóstico do Setor Mineral do Maranhão: Levantamento de Cadeias Produtivas e Plano de Ações. A proposta com essas discussões é prover o Estado das informações geológicas, minerais, logísticas, de recursos humanos, sobre o arcabouço institucional e resíduos sólidos, produzidos pela mineração. Diante do potencial do estado, vislumbram-se promissores horizontes para o crescimento da produção mineral nos próximos anos, atendendo a uma demanda crescente provocada pelo desenvolvimento agrícola, incluindo cana-de-açúcar, eucalipto, além do setor siderúrgico, da mineração propriamente dita e da Construção Civil.

BAIXO CARBONO

Este ano, serão capacitados no estado 240 técnicos para a elaboração de propostas e orientação aos produtores sobre as vantagens da agricultura sustentável, que objetiva diminuir a emissão de gás carbônico. No Maranhão, as principais práticas agrícolas que estão sendo incentivadas pelo Comitê Gestor para a Baixa Emissão de Carbono são o plantio direto na palha, florestas plantadas, integração lavoura-pecuária-floresta e recuperação de pastagens. Em 2014, apenas uma das instituições que opera com financiamento agrícola chegou à marca de R\$ 18 milhões para a agricultura de baixo carbono (ABC).



FONTE: BANCO DE IMAGENS

PARQUES EMPRESARIAIS

Nos próximos meses, o governo do estado do Maranhão autorizará a construção de Parques Empresariais em Timon, Caxias, Imperatriz e Pinheiro. Os Parques Empresariais foram projetados dentro de um moderno conceito de gestão e espaço para receber empresas em localidades estratégicas do estado. Os investimentos para a instalação são superiores a R\$ 40 milhões, recursos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), e serão executados pelo governo como parte das ações do Programa Viva Maranhão. Já numa segunda etapa, outros serão instalados nas cidades de Rosário, São José de Ribamar, Codó, Chapadinha, Capinzal do Norte, Presidente Dutra, Santa Inês, Coroatá e Alcântara. Estes se encontram em fase de estudo.

PECUÁRIA SUSTENTÁVEL

Acordo de cooperação técnica entre Ministério Público Federal e a Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (Abiec) quer evitar que os frigoríficos de carne bovina comprem animais para abate provenientes de áreas desmatadas na Amazônia Legal, que inclui o Maranhão, ou de onde tenham sido constatadas outras irregularidades ambientais e sociais, como invasão de terras públicas e trabalho escravo. Também é objetivo da parceria consolidar e ampliar o programa Municípios Verdes, reconhecido pela implementação de benefícios a produtores rurais e empresários.

CANA-DE-AÇÚCAR II

A Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (Codevasf) firmou convênios com prefeituras maranhenses visando fortalecer a infraestrutura produtiva com investimentos de R\$ 14,8 milhões. As obras que serão executadas para a recuperação e implantação de acessos vicinais facilitará o transporte da produção do pequeno agricultor rural para a cidade, além de outras vantagens como a possibilidade do fluxo de carros de serviços essenciais a pequenos povoados. Estão inclusos ainda recuperação de duas pontes, construção de quatro aviários para granja e a implantação de um poço profundo.

INDÚSTRIA DE SORVETE

Foi inaugurada em Imperatriz a maior fábrica de sorvetes do estado. A indústria Sorvete 2 Irmãos recebeu investimentos da ordem de R\$ 6 milhões. O empresário Clynewton Santos disse que buscou modelos em todo o Brasil e trouxe para o Maranhão o que há de mais moderno. Atualmente, a empresa fornece sorvetes e picolés para os estados do Tocantins, Pará e Maranhão, com capacidade de produção de cinco toneladas por dia, além de franquias espalhadas pelo Maranhão e Tocantins, somando mais de 500 postos de revenda, sendo mais de 300 somente em Imperatriz.



“A empresa deve falar do que sabe e não do que vende”

Por Cíntia Machado

Especializado em uma área na qual jornalistas e o mundo corporativo brasileiros ainda não aprenderam a tirar todas as vantagens, o jornalista Cassio Politi trafega por ambos os mundos treinando. De um lado, treina profissionais de Comunicação e, do outro, presta consultoria a empresas interessadas em produzir conteúdo relevante e original destinado a seus públicos-alvo e, é claro, converter esse esforço em ganho real para os objetivos da companhia, seja de que segmento ou tamanho for. Ele foi o primeiro no país a escrever um livro, em português, sobre o tema: “Content Marketing: o conteúdo que gera resultados”. O diretor da Tracto, que já teve curtas passagens por empresas como Uol e CBN, falou de São Paulo à revista Maranhão Industrial. Entre outros temas, falou da formação do jornalista, do jornalismo online, conteúdo para redes sociais, segmentação de público, sinceridade e muitos outros. Ele reforça: “A empresa deve falar do que sabe e não do que vende. Isso é uma quebra de paradigma hoje na Comunicação. Esse é um modelo que a propaganda nos fez enxergar.”



Maranhão Industrial – Como você percebeu que o cenário estava mudando e que havia espaço para a formação continuada de profissionais de Comunicação?

Cassio Politi – O que eu percebo até hoje é que a formação acadêmica do jornalista está muito distante daquilo que o mercado demanda. Parece que existe um abismo entre o mundo acadêmico e o mercado. Esse abismo talvez interesse mais ao mundo acadêmico porque eles conseguem manter essa necessidade de formação. Apesar disso, acho que o caminho para se tornar profissional da área é a faculdade e isso deverá se manter por muito tempo. Mas o profissional de Comunicação sai da faculdade sem nenhuma vivência, base, para fazer aquilo que a profissão vai demandar. A visão acadêmica é muito restritiva ainda. Apesar de alguns professores tentarem fazer essa aproximação, eles ainda estão muito engessados a conceitos que teoricamente são coerentes, mas que eles nem sabem o porquê deles serem assim. Já nem sabemos dizer o que é conceito e o que é dogma.

MI – Você está dizendo que falta conectar a teoria com a prática para que os profissionais da área possam atuar, por exemplo, dentro das empresas?

Politi – Não saberia dizer

exatamente por quê isso ocorre, mas isso tem uma contribuição do Ministério da Educação e Cultura (MEC) que engessa demais a grade. O certo é que o aluno sai perdendo nisso. As faculdades não falavam de jornalismo online, por exemplo. Isso era algo marginal. Depois de 2005, 2006, é que passaram a falar com mais ênfase. Entendem que esse é um trabalho

“Pesquisas mostram que 65% dos empregos estão na Comunicação Corporativa e as faculdades ainda tratam isso como incipiente.”

incipiente. Pesquisas mostram que 65% dos empregos estão na Comunicação Corporativa e as faculdades ainda tratam isso como incipiente. Existe uma carência de um treinamento prático. O Brasil – mundo acadêmico e empresas – está observando só o que acontece aqui, sem acompanhar o que está acontecendo nos Estados Unidos, Canadá e Europa. Estamos anos

atrás da Comunicação Corporativa realizada em outros países.

MI – Com o online, o que mudou para os profissionais da área e para as empresas?

Politi – A mudança é substancial. Existia um modelo centralizado. Para a marca falar com o público dela, tinha que passar pelos canais tradicionais de Comunicação com espaços pagos ou espontâneos. Isso está descentralizado. Talvez não como um modelo teórico, mas já é uma Comunicação direta com o seu público. Hoje as empresas, de qualquer natureza, podem ser empresa de mídia e é isso que o Content Marketing prevê. Claro que não irão substituir a imprensa, o jornalismo, que tem o seu papel social e vai muito além disso. Mas hoje certamente os meios tradicionais são apenas uma alternativa. Há uma democratização do alcance ao seu público-alvo. Os custos caem, inclusive na mídia tradicional.

MI – Você lançou o livro “Content Marketing- o conteúdo que gera resultados”. O que é content marketing e como as empresas podem tirar vantagem desse método?

Politi – O método consiste em atuar como uma empresa de mídia. Trabalhamos, basicamente, em cinco etapas. A primeira é alinhar a comunicação aos objetivos globais da empresa. Ainda hoje as

empresas entendem que um bom resultado é o de comunicação apenas, como muitas visualizações, compartilhamentos e likes. Não. Preciso dar retorno efetivo para a empresa como um todo.

MI – O que você está dizendo é que os objetivos estratégicos da Comunicação devem estar atrelados aos objetivos estratégicos da empresa. Sem isso não haverá bons resultados.

Politi – Exatamente. Esse seria o primeiro passo. O segundo é você conhecer o seu público-alvo. Entender o que o teu público valoriza. Há uma técnica muito difundida nos Estados Unidos, que é a construção de personas, de personagens, para representar esse público, cujo conhecimento se dá por meio de entrevistas. Dessa forma, você começa a gerar um público mais fiel e interessado em você porque você está falando ‘para’ ele.

MI – É possível fazer uma Comunicação eficiente sem conhecer o seu público? Tenho visto muito isso em Facebook, com posts que levam ao conteúdo igual, baseado em releases, para todos os públicos, feito às cegas.

Politi – Tem milhares de empresas fazendo isso. É muito mais eficiente quando você conhece a audiência para a qual você está falando. Você coletará outro tipo de resultado e irá se tornar muito mais produtivo, indo em

uma linha direta de Comunicação com aquela pessoa porque você sabe o que é relevante para ela. Muitas chegam a desenvolver personas, mas sem entrevistá-las. Tudo fica no nível do imaginário. Ter um contato direto, ainda que por telefone, é essencial para a

As empresas querem fazer o tempo todo propaganda. As pessoas não estão preocupadas com marcas, mas com aquilo que pode resolver o problema delas.”

construção desses personagens. O terceiro passo do método é relativo ao conteúdo propriamente dito. A empresa deve falar do que sabe e não do que vende. Isso é uma quebra de paradigma hoje na Comunicação. Esse é um modelo que a propaganda nos fez enxergar.

MI – Quando se olha pela primeira vez para o conceito de Content Marketing (Marketing de Conteúdo) isso não pode

parecer se tratar de publicidade, propaganda de produtos e serviços?

Politi – Pensar em sua marca como uma marca de mídia, em um determinado momento você deve atrair a sua audiência e para isso você precisa trabalhar com conteúdo que interesse para a audiência e não para a marca. É aí que entra Content Marketing. No momento da conversão de transformar parte dessa audiência em cliente ou público mais próximo, aí sim você usa a propaganda ou a publicidade. Content Marketing não é um substituto da propaganda, mas um aliado. Use um e outro recurso sempre que necessário, mas nunca misture os dois. As empresas querem fazer o tempo todo propaganda. As pessoas não estão preocupadas com marcas, mas com aquilo que pode resolver o problema delas. Em 24 horas são 4,8 bilhões de posts no Facebook. Para que você vai gerar mais coisas irrelevantes? Procure ser útil. Não fale de você. Compartilhe conhecimento. A quarta etapa desse processo é como distribuir informação. No mercado brasileiro impera uma monocultura do Facebook. As marcas entenderam que bastaria uma fanpage para que todos os problemas fossem resolvidos. Uma ilusão!

MI – Toda empresa tem que estar no Facebook? Essa

onda vai passar assim como já passou para outras redes sociais?

Politi – Não. É interessante para umas empresas, mas para outras não. Voltamos ao primeiro ponto: toda empresa precisa saber o que ela quer. Se você vende para outras empresas (B2B), em tese não deveria estar no Facebook, mas no LinkedIn, revista impressa e eventos, por exemplo. Você precisa saber como uma rede coopera com outra. O problema no Brasil é que ainda se acredita que é obrigatória a presença no Facebook. Não temos como saber até onde isso vai dar, mas alguns dados chamam muita atenção. O Facebook cresce em número de usuários, mas o alcance passou de 16% para menos de 6% e deverá chegar a apenas 1%. Isso significa que apenas 1% dos seus seguidores verão a mensagem postada e para ganhar visibilidade a empresa precisará investir dinheiro. O Facebook é uma grande loja de curtidas e fãs. Esse é o negócio deles. Não há nada de errado nesse modelo de negócio.

MI – Isso traz um resultado real?

Politi – É exatamente isso. Na maioria das vezes não traz resultado. O Facebook não é como outras redes que te deixam à vontade para direcionar o teu público para outras plataformas. É preciso criar um conjunto de táticas que conduzam aos seus objetivos.

MI – Como mostrar para a empresa o retorno do investimento que foi feito em Comunicação?

Politi – Esse é o quinto passo do método: mensuração de resultados. Primeiro o empresário precisa enxergar isso como in-

“Todas as métricas de Comunicação precisam se reverter para o cliente em mais pessoas interessadas no negócio da empresa.”

vestimento e como tal pressupõe retorno. Hoje o que se faz é um bom trabalho de Comunicação, mas o retorno para o empresário se resume a número de curtidas, acesso a site etc. Com a Comunicação off-line isso bastava. Você precisa fazer com que todas essas métricas de Comunicação se revertam em métricas importantes para o teu cliente, que tenham mais pessoas interessadas no negócio da empresa. Até onde

vai a atuação do profissional de Comunicação? Alguns, além de criar a oportunidade de venda, se responsabilizam também pela venda. Esse não é o papel, apesar de ser uma Comunicação mais próxima do Marketing, localizando o público interessado, gerar e distribuir conteúdo a esse público que estará pronto para uma abordagem comercial. Quantidade não é mais o nome do jogo. Você pode trabalhar com audiências menores, mas altamente segmentadas.

MI – Quais as vantagens de se copiar conteúdo próprio e os riscos de se estar online com a reprodução de conteúdo de terceiros?

Politi – Há vários riscos. Um deles é selecionar mas sem ter o controle total sobre esse conteúdo. Se você faz a construção de personas, isso irá exigir uma produção de conteúdo sob medida para aquele público. Você precisa saber exatamente o que dizer, como vai dizer e por quais canais. Você também tem um problema técnico enorme. O Google, que é o principal canal de acesso ao conteúdo escrito hoje, tem um critério muito simples: quando dois textos são exatamente iguais, o Google entende que o primeiro é legítimo e começa a tirar pontuação dos demais. Isso resulta em perda de relevância. O conteúdo precisa ter relevância e

ser original. Isso não impede que se faça curadoria de conteúdo, utilizando como fonte vários textos já publicados que resultarão em um outro original. Isso é legítimo. O que não pode é copiar, mesmo com o consentimento do autor ou colocando o link. Já há empresas especializadas na produção de conteúdo em larga escala a um preço baixo. Ainda é preciso entender melhor esse mecanismo. Hoje a qualidade é ruim.

MI – Muitas vezes as empresas são tentadas a diminuir custos e acabam cedendo espaço para uma garotada que praticamente nasceu interagindo com redes sociais. Como fica esse mercado de trabalho para o profissional de Comunicação? Tem ocorrido essa migração dos veículos tradicionais?

Politi – Aqui em São Paulo, o que houve foi uma proliferação de agências digitais dirigidas por jovens de 17 a 20 anos, com muita habilidade, altamente conectada, ágil e cultura ligada na coletividade e não no indivíduo. Por outro lado, não entendem nada de Comunicação. Entendem do meio e não da mensagem. Acaba que a matéria-prima é pobre. O público exige mais das marcas. Mais do que memes. Essas agências têm perdido força aqui. Nos Estados Unidos nem chegaram a ganhar muito mercado. As pessoas estão mais preocupadas em produzir

Comunicação em escala industrial sem se preocupar com o que vai ser dito. A tendência é que esses profissionais sejam incorporados em empresas maiores para que haja um encontro da habilidade do meio com a mensagem.

MI – Como fica a empresa na era virtual, especialmente em se tratando de temas como

“O que torna mais leal a relação entre marca e público é a sinceridade. Assim a empresa consegue enfrentar situações adversas e ter um melhor diálogo.”

transparência, credibilidade, etc? Nada mais pode ser ocultado do público?

Politi – Algumas empresas embarcaram na onda da transparência e depois não souberam muito lidar com informações que são confidenciais. O que torna mais leal a relação entre marca e público é a sinceridade, inclusive quando for para omitir informa-

ção interna. Mas é preciso dar a informação que o público tem direito. O alvo fácil do público é a empresa que não é sincera, que é pega enganando o público. É preciso dar satisfação ao seu público. Assim a empresa consegue enfrentar situações adversas e ter um melhor diálogo. A sinceridade não mora na Comunicação. A empresa tem que ser sincera na sua operação. Tem que partir de cima. Aqui reside uma dificuldade para as empresas e uma oportunidade para a Comunicação. A mudança é cultural, lenta e difícil, mas as empresas que conseguiram fazer isso são hoje vistas como as mais sociais no mercado.

MI – Isso se aplica às empresas públicas, aos governos?

Politi – Elas são as que mais precisam disso. Existem valores muito negativos muito associados a empresas públicas, como corrupção e morosidade. Mas nem sempre esses órgãos são exatamente como o perfil traçado nos jornais. Há uma preocupação política de não assumir os próprios erros, falhas. Talvez chegue um dia em que alguém diga: ‘sim, nós temos problemas, mas também temos virtudes’. Se as pessoas à frente das empresas públicas puderem ser minimamente sinceras, talvez ganhem mais a compreensão do público.

PEQUENOS NEGÓCIOS AVANÇAM, MAS SÓ ACESSAM 20% DAS COMPRAS PÚBLICAS

A estimativa é do Sebrae Nacional. No Maranhão, apesar de só 29% dos municípios implementarem a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, já há casos modelo.

Por Raquel Araújo

Em janeiro de 2010, a Junta Comercial do Maranhão (Jucema) não tinha registrado nenhum microempreendedor individual com atuação no estado. Quase quatro anos e meio depois, o órgão tem ativos os registros de mais de 61,9 mil CNPJ's dessa figura jurídica criada a partir da Lei Federal Complementar número 123/2006, também chamada de Lei Geral da Micro e Pequena Empresa. Oito anos depois de aprovada,

a lei federal ainda está sendo efetivamente implantada nos estados e municípios.

Em todo o país, mais de 4 mil municípios regulamentaram a legislação que beneficia os pequenos negócios e 1.795 cidades já a implementaram. Mas, de acordo com o Serviço Nacional de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), de aproximadamente R\$ 500 bilhões destinados pelos governos para compras públicas no Brasil,

apenas 20% são acessados pelos micro e pequenos empreendedores.

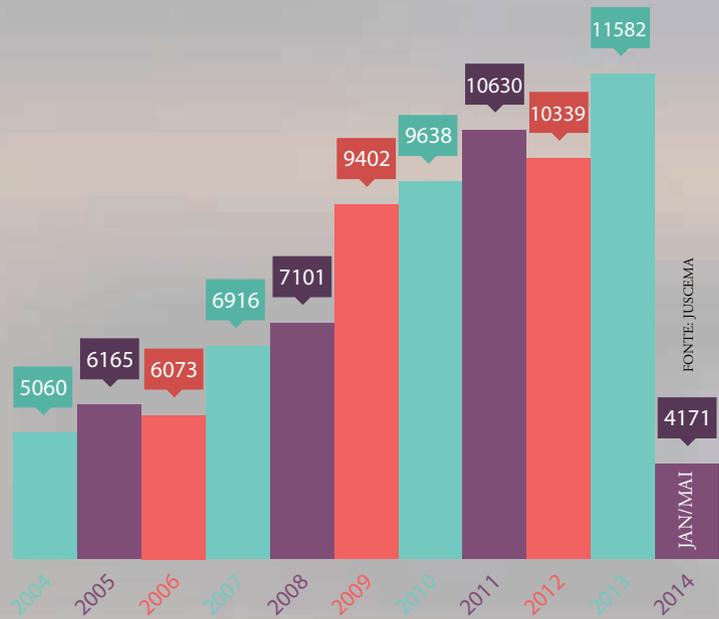
No Maranhão, o governo do estado aprovou a legislação que simplifica, desburocratiza e facilita o acesso das micro e pequenas empresas e micro-empresendedores individuais (MEI) às compras públicas em 2012. Desde então, segundo o Sebrae no Maranhão, dos 217 municípios existentes, 145 aprovaram a legislação. Porém, apenas 63 deles implementaram políticas públicas específicas de incentivo ao desenvolvimento dos micro e pequenos empreendimentos.

Modelo nacional - Um deles foi o município de Estreito, na região Sul do estado, onde está instalada boa parte do complexo hidrelétrico do Consórcio Estreito Energia (Ceste). O prefeito Cícero Neco Moraes, foi o vencedor da 8ª edição nacional do Prêmio Prefeito Empreendedor na categoria Lei Geral Implementada. Na etapa estadual, o gestor já havia conquistado o prêmio na mesma categoria e também na concorrência de Novos Projetos. O prêmio é realizado pelo Sebrae, com o objetivo de incentivar as prefeituras a terem os pequenos negócios como seus fornecedores.

A Câmara Municipal de Estreito aprovou a versão local da legislação em 2010. De acordo com o Prefeito Cícero Neco, a partir daí a Prefeitura ofereceu capacitação aos servidores municipais sobre os benefícios previstos e aos micro e pequenos empresários locais sobre as formas de acesso às compras públicas, formalização das empresas e uma série de outras orientações repassadas com a parceria do Sebrae, por meio da Sala do Empreendedor, instalada no município. “Considero que a Lei Geral poderia ser um instrumento de desenvolvimento sustentável para o município, através do incentivo aos pequenos negócios locais e tratei de melhorá-la e colocá-la em prática na sua plenitude”, garantiu o prefeito.

“A Lei Geral dá todo o aparato legal para que a parceria com os municípios se consolide, concede aos empreendedores menos burocracia, oportunidade de formalização e participação nas compras públicas, assim como linhas de crédito específicas junto às instituições bancárias para investir em tecnologia e inovação e muitos outros benefícios. Mas não adianta apenas regulamentar,

MICROEMPRESAS - PERÍODO DE 2004 A 2014



é necessário retirar do papel a legislação e fazer com que todas essas vantagens sejam usufruídas pelos empreendedores locais”, aponta a superintendente do Sebrae no Maranhão, Simone Macieira.

Cícero Neco destaca que além de beneficiar os pequenos negócios locais, a legislação trouxe impactos positivos também ao município. “A partir das ações já realizadas, percebemos que os nossos empreendedores estão sendo estimulados a melhorar seus empreendimentos, investindo em capacitação e organização. Mas também observamos uma melhoria da infraestrutura da cidade e até da autoestima da população”, acredita o gestor municipal.

Os pequenos negócios são meios de gerar emprego, aumentar a renda e o consumo na própria cidade. Tudo isso movimenta a economia local e aumenta a arrecadação. Ou seja, traz benefícios para as cidades e seus moradores. E no Brasil, os pequenos negócios são os grandes campeões de geração e distribuição de renda.

Além das prefeituras e do Sebrae, os governos estadual e federal têm executado ações e programas de incentivo aos micro e pequenos negócios. Em nível estadual, a Secretaria de Estado do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (Sedinc) lançou, em novembro do ano passado o Programa de Valorização do Empreendedor Maranhense, o Made

in Maranhão, que executa “ações voltadas para a melhoria do processo produtivo, desenvolvimento tecnológico e acesso a crédito, e busca a inserção competitiva da empresa maranhense no mercado. “O micro empreendedor individual tem se destacado nesses encontros”, garante o superintendente de Negócios da Sedinc, José Oscar de Melo Pereira.

Além disso, desde a regulamentação da Lei Geral das MPE no estado, o superintendente informa que “no caso específico da Sedinc, cerca de 90% das aquisições efetuadas são com micro e pequenas empresas, incluído o MEI [microempreendedor individual]. São adquiridos materiais de consumo, de escritório, e serviços diversos. As licitações são públicas e é respeitado o que preceitua a legislação no que diz respeito ao tratamento diferenciado às MPE’s”, declara José Oscar.

Fornecedores - Há quase 15 anos, o governo estadual, iniciativa privada e entidades empresariais vêm desenvolvendo uma bem sucedida parceria. O Programa de Desenvolvimento de Fornecedores do Maranhão, o PDF-MA, implantado em outubro de 1999, é uma ferramenta de articulação e aproximação das grandes empresas com os fornecedores locais. Realizado de forma compartilhada pela Sedinc e pela Federação das Indústrias do Estado do Maranhão, o programa é mantido com o apoio de grandes indústrias como Alumar, Cemar, Eneva, Solar Br (Coca-Cola) e Vale. O programa também é apoiado pelas 37 empresas beneficiadas pelo Programa ProMaranhão – que oferece incentivos fiscais a grandes empreendimentos em instalação ou operação no estado, além de ser monitorado por um Fórum de Avaliação, formado por diversas entidades empresariais.

Atualmente, o programa tem cadastradas mais de 800 empresas, boa parte delas micro ou pequenas empresas,

que participam de programas de qualificação de produtos, serviços e gestão. “Uma das referências desse trabalho é o Programa de Certificação de Empresas – Procem, que qualifica os fornecedores nas áreas de qualidade e produtividade; saúde, segurança e meio ambiente; gestão contábil, tributária e trabalhista; e responsabilidade social”, destaca José Oscar Pereira. Ele informa que o programa, desde sua criação, já movimentou cerca de R\$ 18,970 bilhões na economia local.

Uma das empresas participantes do programa, a Elétrica Visão, vem experimentando um exemplar crescimento nos últimos anos. De microempresa, o empreendimento acreditou na proposta de consultoria e capacitação do programa e hoje possui em sua carteira de clientes algumas das maiores indústrias em atuação no estado. “Atuando em um mercado cada dia mais exigente e desafiador, ser uma empresa participante do PDF nos proporcionou muito mais do que crescimento. Com o tempo, amadurecemos focados em atender cada vez melhor nossos clientes e, para tanto, fizemos grandes investimentos na empresa e nos nossos colaboradores”, conta a empresária Maria de Fátima Campos Araújo

De acordo com o coordenador do PDF na Fiema, Carlos Jorge Tabor da Macedo, o programa vem ampliando, nos últimos anos, as formas de atuação para garantir que a maior parte das compras de bens e serviços das em-

presas mantenedoras e apoiadoras do programa sejam realizadas com empresas maranhenses. “Temos prestado consultoria e alinhado nosso programa de capacitação às necessidades manifestadas pelas mantenedoras e



apoiadoras ou ainda de acordo com o que identificamos entre as empresas participantes. Também realizamos rodadas e encontros de negócios para promover o contato direto entre contratantes e fornecedores”, detalha o coordenador.

Outra iniciativa voltada para qualificar as micro e pequenas empresas para participação em grandes concorrências públicas e privadas vem do Sebrae. A entidade está investindo cerca de R\$ 40 milhões, em todo o país, para capacitar e habilitar micro e pequenas empresas a participarem de compras públicas, conforme prevê a Lei Geral das MPE's. Localmente, foi realizado, em março deste ano, o “Fomenta Maranhão: Encontro de Oportunidades para as MPE nas Compras Governamentais”. O evento reuniu gestores públicos e empresários para discutir estratégias para inclusão dos pequenos negócios nas licitações públicas.

Em agosto, a Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República e o Fórum Permanente Nacional realizarão a Caravana da Simplificação – Mobilização pelo novo Simples Nacional e pela Redesim, que acontecerá em todo o país. O objetivo é conquistar o apoio de lideranças estaduais, entidades representativas de classe e órgãos das três esferas de governo para a proposta de revisão da Lei Complementar nº 126/2006 por meio do Projeto de Lei Parlamentar (PLP nº 221/2012) que tramita no Congresso Nacional e que inclui a universalização do Simples Nacional. Isto possibilitará que qualquer ramo de atividade se enquadre no regime, limitado ao faturamento de até R\$ 3,6 milhões/ano; o fim da substituição tributária e a implantação da Redesim (Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios) em todos os estados, para diminuir o tempo de registro e baixa de empresas. “Nesse sentido, o governo do estado, através da Jucema, e com o apoio do Sebrae/MA, está desenvolvendo o projeto para implantação da Redesim, em substituição ao Cadsin (Cadastro Sincronizado), que integra diversos órgãos envolvidos no registro de empresas”, explicou José Oscar. ■

PARTICIPAÇÃO DE MPE'S EM COMPRAS GOVERNAMENTAIS PODE ALÇAÇAR R\$ 61,2 BI

A Lei Complementar nº 123/2006 estabeleceu novos critérios e padrões para modalidades e processos de compras públicas no país. De acordo com a lei, as MPE's e MEI's recebem tratamento diferenciado de acesso a compras governamentais. Os órgãos públicos são obrigados a adquirir bens e serviços com valor até R\$ 80 mil exclusivamente de empresas ou empreendedores com faturamento anual máximo até R\$ 3,6 milhões. O mesmo vale para as subcontratações que alcancem até 30% do total licitado e para cotas que correspondam até 25% do valor objeto contratado.

No Brasil, 930 prefeituras já realizam licitações específicas para micro e pequenos negócios, 448 contratam até 30% de empreendimentos desse porte e 459 realizam cotas até 25%. Atualmente, a receita dessas empresas com as administrações municipais atinge R\$ 17,9 bilhões, com um potencial de chegar até R\$ 61,2 bilhões, segundo estimativa feita pelo Sebrae e pela Confederação Nacional dos Municípios

CRITÉRIOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO

Para ajudar os prefeitos a retirarem a Lei Geral das MPE's do papel, o Sebrae elegeu quatro critérios específicos, mensuráveis e com impactos significativos na rotina dos pequenos negócios e na economia local, que passaram a ser indicadores para medir a implementação da legislação nos municípios.

Os indicadores são: menor burocracia, com a inauguração das Salas do Empreendedor; favorecimento da pequena empresa nas compras públicas; formalização de Microempreendedores Individuais (MEIs) e presença de Agentes de Desenvolvimento Local – que são servidores da prefeitura que atuam com o objetivo de ajudar no fomento e crescimento dos pequenos negócios no município.

CULTURA EMPREENDEDORA

Incentivo à inovação e incubadoras são algumas das estratégias para desenvolver o empreendedorismo nas escolas, universidades e empresas.

Se você tem uma boa ideia, pouco recurso, espírito empreendedor e não teme inovar, participar de uma incubadora pode significar aumentar as chances de sobrevivência da sua empresa e a consolidação dela no mercado. Iniciativas como a da Incubadora de Empresas de Base Tecnológica (Incubem) aproximam, cada vez mais, estudantes do sonho de se tornarem empresários de sucesso. Outros dão uma mãozinha para que trabalhadores e empresas possam desenvolver projetos e processos inovadores dentro das empresas, incluindo indústrias.

Foi com a ajuda de uma incubadora que nasceu a empresa CoreBit Soluções Web Ltda. Os estudantes Fabiano Gomes e Eduardo Carneiro, de Ciência da Computação na Universidade Federal do Maranhão, que abriga a Incubem, se tornaram

sócios por meio da incubadora. “Fizemos pesquisas sobre o mercado local de desenvolvimento de sistemas para a web e constatamos que havia demanda e pouca concorrência. Somando a isso os benefícios da incubadora e o conhecimento adquirido por Eduardo em Dubai numa empresa que provia o mesmo serviço que nós, decidimos que era a hora certa de começar”, lembra Fabiano.

Serviços compartilhados, rede de negócios, infraestrutura, consultoria em planejamento, capacitação e planejamento, além de treinamento e capacitação dos empreendedores são algumas das vantagens de estar abrigado em uma incubadora por um certo período. “A incubadora nos proveu espaço físico, energia elétrica e acesso à internet por uma taxa inferior a 15% dos custos que teríamos fora dela. Além de contar com a tutoria sobre



assuntos administrativos”, destaca Fabiano.

O objetivo da Incubem, que atua por meio do lançamento de editais, é incentivar o empreendedorismo e consolidar a imagem da empresa no mercado. A gerente da Incubem, que integra o Departamento de Empreendedorismo e Inovação da Ufma, Rosely Grisotto, explica que alguns dos resultados esperados são o aumento da taxa de sobrevivência das empresas de pequeno porte, redução do volume de capital necessário para montar o negócio, apoio ao desenvolvimento local e regional através da geração de emprego e renda, além de aumento da interação entre o setor empresarial e as instituições acadêmicas e a diminuição considerável de custos de manutenção no início do empreendimento.

Está demonstrado por meio de dados do Sebrae Nacional que 80% das pequenas e microempresas quebram antes de completar 2 anos, 5% sobrevivem até cinco anos de existência e 95% delas acabam fechando as portas. Já estatísticas do Instituto Euvaldo Lodi (Iel Nacional) dão conta que empresas que mais de 80% das empresas criadas sob as regras de uma incubadora

sobrevivem por mais de cinco anos após deixar o programa. Como se pode perceber, as vantagens são evidentes.

A Incubem é gerida pela Associação Brasileira dos Inventores e da Propriedade Industrial (Abripi-MA) e conta com parceiros como Ufma, Sebrae, Prefeitura Municipal de São Luís, Fiema, governo do estado e Banco do Nordeste. Este ano, a incubadora, assim como as empresas juniores, serão abrigadas em um Centro de Empreendedorismo da Ufma. A construção vai custar R\$3 milhões com recursos do governo do estado e é um anseio antigo. A ideia da criação desse espaço é instigar a comunidade acadêmica a vivenciar a prática empreendedora e de inovação nos ambientes universitários.

Indústria - Já para incentivar a inovação e a competitividade na indústria brasileira, uma das propostas é o Edital Senai Sesi de Inovação. Na primeira etapa mais de 367 empresas, sendo 10 do Maranhão, se inscreveram e 23 delas terão os seus projetos financiados e acompanhados. Destas, nenhuma empresa é local. Para capacitar os maranhenses em ferramentas de gestão, o Senai-MA

convidou a equipe técnica do Senai Paraná, que detém o centro de maior referência em inovação tecnológica do Brasil, para capacitar empresários locais. “Queremos também que o Senai seja referência em tecnologia e inovação, além de educação profissional”, explica o diretor regional do Senai-MA, Marco Antônio Moura da Silva.

Ao todo, o Edital Senai Sesi de Inovação 2014 tem disponível recursos não-reembolsáveis que somam R\$ 30,5 milhões para projetos e processos inovadores, sendo R\$ 20 milhões para projetos em parceria com o Senai, R\$ 7,5 milhões para os em parceria com o Sesi e R\$ 3 milhões em bolsas de pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Podem ser inscritos projetos de inovação tecnológica que se estendam às áreas de saúde, segurança, qualidade de vida, educação e cultura, por meio de produtos, processos e serviços. As propostas podem ser submetidas até 15 de fevereiro de 2015 e avaliadas em ciclos contínuos trimestrais. Cada projeto pode ser orçado em até R\$ 300 mil e tem prazo de 20 meses para ser executado a partir da data de contratação.

Também estão disponíveis editais (ver box), por meio da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), voltados para estudantes, pesquisadores e empresas que querem investir em inovação. Este ano, são R\$ 4 milhões, na modali-



dade Subvenção Econômica, disponibilizados pelo governo do estado, por meio da Fundação para financiamento de projetos de micro e pequenas empresas, somente em um dos editais, o Tecno-va. Visando disseminar a cultura da inovação no estado, há ainda “Programa de Apoio à Pesquisa,

PROGRAMA DE APOIO À CRIAÇÃO E/OU MANUTENÇÃO DE NIT

Objetiva induzir e fomentar a criação, estruturação e manutenção, assim como a capacitação da equipe, dos “Núcleos de Inovação Tecnológica e de Proteção ao Conhecimento” que tenham como pressupostos atividades direcionadas a orientação, assessoramento, apoio e gestão do processo de inovação, proteção à propriedade intelectual e à transferência de tecnologias, com consequente comercialização dos resultados de pesquisas inovadoras desenvolvidas no Maranhão. Os recursos alocados serão da ordem de R\$ 200.000,00.

BOLSAS DE INICIAÇÃO INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO – BITI

A concessão de bolsas de Iniciação Científica em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação – BITI/FAPEMA visa estimular estudantes do ensino superior ao desenvolvimento e transferência de novas tecnologias e inovação. A FAPEMA destinará o valor total de R\$ 200.000,00 para a concessão por um período de 12 meses.



Desenvolvimento e Inovação em Microempresas e Empresas de Pequeno Porte” por meio do convênio com a Financiadora de Estudos e Projetos -FINEP e o “Programa de Formação de Recursos Humanos em Áreas Estratégicas do Maranhão”, por meio do convênio firmado com o Conselho

Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico- CNPq. A inovação nas empresas com projetos apoiados envolve novos produtos, serviços e/ou processos, formas novas de comercializar, de transformar o relacionamento com clientes, assegurando a sustentabilidade do crescimento e fortalecendo o crescimento tecnológico no estado. “O apoio a micro e pequenas empresas promove o desenvolvimento científico e tecnológico através do ensino, pesquisa e extensão nas áreas de inovação tecnológica e empreendedorismo, proporcionando desenvolvimento econômico e social estado”, destaca a diretora presidente da FAPEMA, Rosane Nassar Meireles Guerra.

Para dar suporte a pequenos e micro empresários na elaboração de projetos, a Fundação dispõe de uma Coordenação de Inovação e Empreendedorismo (CIE) que tem o papel de apoiar projetos de pesquisa que tenham aplicação comercial e sustentabilidade financeira, que sejam desenvolvidos nas instituições de ensino até sua efetiva aplicação por parte das empresas e também fomentar projetos inovadores oriundos das empresas de pequeno porte. Além disso, são realizadas outras atividades, como eventos voltados à disseminação da cultura de inovação, elaboração de projetos para apoiar a proteção intelectual, implantação dos Núcleos de Inovação Tecnológica e Incubadoras de Empresas e Empresas Juniores nas Instituições de Ciência e Tecnológica – ICTs. ■

PROGRAMA RHAЕ-PESQUISADOR NA EMPRESA

Tem o objetivo de apoiar as atividades de pesquisa tecnológica e inovação, mediante a seleção de propostas para apoio financeiro por meio da concessão de bolsas vinculadas a projetos que visem estimular a inserção de mestres e doutores em empresas sediadas no Estado do Maranhão em todos os setores. Os recursos alocados são da ordem de R\$600.000,00

APOIO À INOVAÇÃO TECNOLÓGICA EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Apoia, por meio da concessão de recursos de subvenção econômica, recursos não reembolsáveis, o desenvolvimento de produtos (bens ou serviços) e/ou processos inovadores - novos ou significativamente aprimorados, pelo menos para o mercado nacional - de empresas brasileiras sediadas no Maranhão para o desenvolvimento dos setores econômicos considerados estratégicos nas políticas públicas federais e aderentes à política pública de inovação do estado. Recursos financeiros a serem concedidos: R\$ 4.000.000,00.

POTENCIAL INDUSTRIAL DO MARANHÃO

Em 2010, o Maranhão importou cerca de R\$ 4 bi em produtos de outros estados, ou seja, 8,3% dos R\$ 45,2 bi do PIB.

Por Márcia Carvalho

As informações estão no livro “Importações Interestaduais do Maranhão, um mercado aberto para investimentos”, levantamento realizado pela Federação das Indústrias do Estado do Maranhão (Fiema), com base nos dados fornecidos pela Secretaria de Estado da Fazenda (Sefaz) entre 2010 e o primeiro semestre de 2011, por meio das notas fiscais eletrônicas de produtos importados pelos municípios maranhenses.

O estudo apresentado no livro analisou a importação de 14 grupos e subgrupos contendo 158 itens de produtos adquiridos de outros estados pelo Maranhão e contabilizou os recursos enviados para o mercado externo com itens que variam desde frutas, carnes, grãos e derivados a produtos de baixo valor agregado, que poderiam, mas não são, fabricados aqui. Na lista estão coadores de café, vassouras, desinfetantes, peças de vestuário, ferramentas, produtos de couro, calçados e alimentos. Um total de R\$ 3,8 bilhões.

No ranking desses produtos em primeiro lugar aparecem os adubos, resíduos e aglutinantes, respondendo por 30,7% do valor dos produtos importados. Em segundo lugar os

produtos de embalagem, com 15,4%. E em terceiro lugar estão carnes, peixes e derivados, com cerca de 14% do total de importações.

Outros dados interessantes apresentados pelo livro apontam as 50 maiores importações e os municípios com maior concentração dos gastos em importações (Ver gráfico). As 50



FONTE: BANCO DE IMAGENS

maiores importações realizadas pelo mercado maranhense - classificadas em ordem decrescente de valor - somaram 94% do total de importações, ou seja, R\$ 3.6 bilhões. Além dos 30,7% dos aglutinantes, descritos acima, utilizados para os núcleos de fundição e indústrias químicas locais – a relação inclui itens que também podem ser produzidos no Maranhão, dentre eles arroz, açúcar, móveis de madeira, milho e papel higiênico. (veja infográfico 2)

A capital, São Luís, aparece entre os seis municípios de maior consumo dos produtos importados, R\$ 1,9 bilhão e, juntamente, com os outros municípios – Codó, Caxias, Imperatriz, Balsas e Timon, é responsável pela concentração de 89,5% dos gastos do montante das importações interestaduais de 2010, ou seja, R\$ 3,1 bilhão.

Se do ponto de vista econômico os dados das importações apresentados pelo estudo demonstram a fragilidade da indústria maranhense, por outro lado, podem ser considerados pontos positivos para os empreendedores locais, já que reforçam a percepção de que no

Cinco municípios maranhenses que mais importaram em 2010. Os valores apontam 89,5% do total de importações interestaduais do estudo de 2010.

São Luís	R\$ 1.914.869.354,91
Codó	R\$ 400.119.657,87
Caxias	R\$ 325.367.005,32
Imperatriz	R\$ 270.277.302,09
Balsas	R\$ 139.341.311,50
Total:	R\$ 3.049.974.631,69

(Fonte: Importações Interestaduais do Maranhão. Um mercado aberto para investimentos, 2010)

Maranhão – estado com mais de 6,5 milhões de habitantes - existe um mercado consumidor e, portanto, serve como auxílio norteador para os possíveis investidores.

Mas, segundo o economista e coordenador da Coordenadoria Técnica da Fiema, José Henrique Polary, para mudar esse quadro é preciso entender que a decisão do investimento é individual. “A ideia do estudo é demonstrar que existe um potencial. A Fiema mostra que existem produtos passíveis de substituição, mas quem decide se investe, ou não, é o empresário que é o dono do capital disponível e é preciso lembrar que a realização do empreendimento demanda tempo, desde a criação da empresa, caso ela não exista, à aquisição de equipamento, treinamento de pessoal, etc.”

Em 2012, o estudo parcial baseado nas informações da Sefaz e ainda em fase de finalização, demonstra que o valor das importações interestaduais já apresenta um acréscimo significativo em relação a 2010, pois, incluem itens que, apesar de haver consumo no mercado maranhense, não constavam no estudo anterior e entram na pauta de importação como, por exemplo, energia elétrica, reatores nucleares, combustíveis veículos pesados, tratores, entre outros, num total de R\$ 22,5 bilhões.



Apesar do impacto negativo, Polary explicou que as importações são necessárias. “Temos produtos importados que são bens de capital e como tal são necessários para a instalação de fábricas, que vão permitir a produção de outros produtos, gerando trabalho e riqueza para o estado, criando um efeito multiplicador. Quando são importados só bens de consumo, este se dá pelo direto pelo consumidor final, sem ganhos para o estado”.

Mercado competitivo – Mas, se o estudo aponta caminhos e oportunidades de negócios, os empreendedores locais precisam estar prontos para encarar os desafios da economia globalizada. Em suma, quem tem maior poder para competir no mercado tem mais chances de vender seus produtos e para que isso aconteça em nosso estado, é necessário que haja uma política explícita de substituição de importações. No Maranhão, um programa do governo estadual de responsabilidade da

Secretaria de Estado do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (Sedinc) foi pensado e estruturado em 2011 para promover o potencial produtivo das micro e pequenas empresas: o Made In Maranhão. O programa conta, atualmente, com 56 empresas inscritas e com a parceria de 20 instituições em sua cogestão.

Segundo o superintendente Comercial da Sedinc, Paulo Henrique Abreu, o objetivo é promover de forma contínua a abertura de novos mercados para as empresas inscritas no Programa. Uma das ferramentas adotadas para isso são as rodadas de negócios. “Já realizamos duas rodadas este ano com duas redes de supermercados. Nas duas, o resultado foi muito positivo com a formalização de parcerias comerciais. De cada dez empresas que participaram das rodadas, em média sete conseguem fechar negócios com as empresas âncoras”.

As empresas inscritas no Made in Maranhão produzem e comercializam produtos



de diversos segmentos: alimentício, limpeza, bebidas, fitoterápicos, fabricação de velas, fabricação de carvão vegetal, dentre outros. Confirmando o estudo da Fiema, parcela significativa desses itens ainda é proveniente de outros estados. “Contudo, com base nos dados fornecidos pela Sefaz é possível afirmar que o sucesso do Programa representará a internalização de um volume significativo de recursos na economia local, acarretando como impacto positivo a geração de novos empregos, a elevação da renda e o aumento da arrecadação tributária” afirma Paulo Henrique. Um dos desafios que se apresenta é estimular as micro e pequenas empresas locais a trabalharem em associativismo empresarial como uma estratégia que lhes permita ampliar a sua competitividade. ■

Oito maiores Valores de importações Grupos de Produtos, 2010.

1 – Aglutinantes preparados para moldes ou para núcleos de fundição; produtos químicos e preparações das indústrias químicas ou das indústrias conexas

R\$ 1.143,870,19

2- Produtos de embalagem

R\$ 587.086.825,86

3 – Outros impressos, incluídas as estampas, gravuras e fotografias

R\$ 228.434.395,18

4 – Produtos de padaria, pastelaria ou da indústria de bolachas e biscoitos, mesmo adicionados de cacau; hóstia, cápsulas vazias para medicamentos, obreias, pastas secas de farinha, amido ou fécula, em folhas e produtos semelhantes. R\$ 157.510.428,66

5 – Arroz R\$ 142.131,242,40

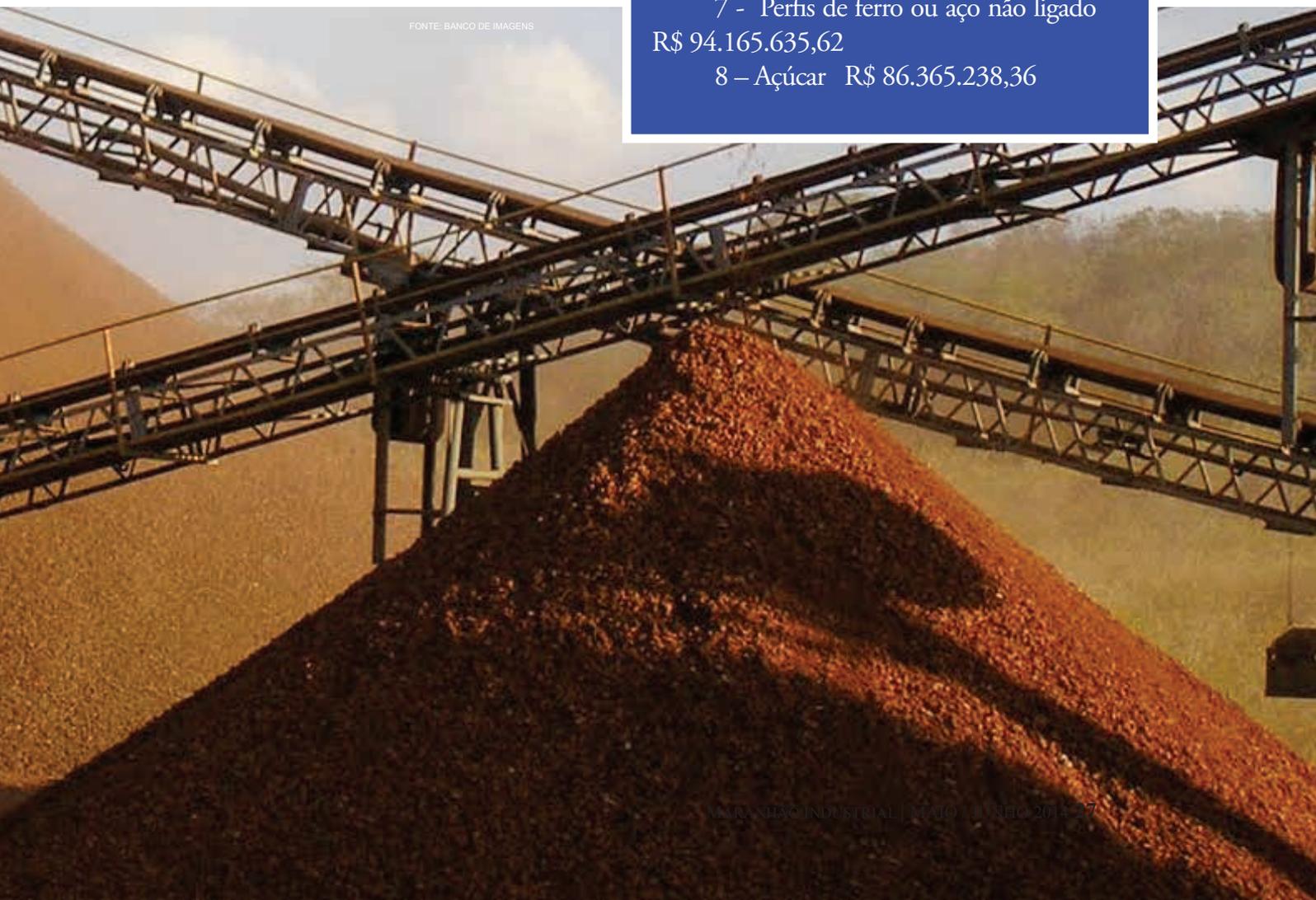
6 – Cerveja de Malte

R\$ 135.655.922,10

7 - Perfis de ferro ou aço não ligado R\$ 94.165.635,62

8 – Açúcar R\$ 86.365.238,36

FONTE: BANCO DE IMAGENS



O MARANHÃO

GANHARÁ UM NOVO MAPA

A SUA EMPRESA ESTARÁ NELE?



10 CENSO

DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E EMPRESARIAL

UMA FERRAMENTA ÚNICA QUE VAI MAPEAR AS ATIVIDADES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS NO MARANHÃO

O Instituto de Cidadania Empresarial do Maranhão ICE-MA, realizará em setembro uma ampla pesquisa com o objetivo de conhecer a realidade da Responsabilidade Social no dia a dia das empresas do Maranhão. Uma ótima oportunidade para sua empresa:

- ✓ **Obter Indicadores sobre o Investimento Social**
- ✓ **Dimensionar e qualificar o valor investido**
- ✓ **Identificar novas oportunidades de atuação em responsabilidade social**

FAÇA PARTE DESSA INICIATIVA!
CADASTRE SUA EMPRESA NO SITE: WWW.ICEMA.ORG.BR

Profissionalização do Terceiro Setor



FONTE: BANCO DE IMAGENS

O tema “Profissionalização no Terceiro Setor” é extremamente novo e por isso ainda pouco estudado. As organizações sociais, nascidas dos movimentos e luta da sociedade em busca de soluções para os problemas sociais vivem, desde a década de 90, uma forte influência da iniciativa privada para que profissionalizem sua gestão. Os argumentos a favor e contra se multiplicam à medida que o tema é estudado, contudo, mais que elencar e antes de atribuir juízo de valor ao movimento de profissionalização do chamado Terceiro Setor, faz-se necessário compreender o contexto político e econômico que vem ressignificando a ação social.

A profissionalização parte do pressuposto que de que as organizações sociais carecem de conteúdos da administração moderna para que estruturarem processos gerenciais e consigam atingir resultados mais eficazes, como vantagens competitivas na busca por financiamentos e sustentabilidade financeira.

No Brasil, esse tema ganha mais foco nos anos 90, que corresponde exatamente ao período em que o próprio termo “Terceiro Setor” ganha força no país. Até então, tínhamos o Segundo Setor, que é a iniciativa privada; o Primeiro Setor, que é o poder público, e vários movimentos, organizações e lideranças sociais atuando em diferentes temas, cuja ação não era vista a partir de um viés econômico. Quando isso acontece, trazido pelo investimento social privado realizado pelas empresas, é rapidamente absorvido pelas organizações que

compõem o Terceiro Setor.

Esse movimento causou uma mudança de DNA e modus operandi nas organizações. Antes, depositavam muita energia na causa, no resultado final, fosse com trabalho voluntário ou contratado. Com a profissionalização, as formas de contratação e de relacionamento com recursos humanos mudaram, assim como os investimentos deixaram de ser aplicados exclusivamente na causa e passaram a ser direcionados também para as atividades-meio.

É um ganho inegável para as organizações terem o seu trabalho melhor estruturado do ponto de vista administrativo, como obediência às leis trabalhistas, melhor elaboração de projetos e captação de recursos, por exemplo. Por outro lado, há riscos nesse processo que precisam ser observados;. Se a organização não consegue se estruturar para a causa, ela pode perder energia na atividade-meio sem, no entanto, conseguir intervir naquilo que é a sua missão. Precisa ter muito critério e ampla discussão para que o gerenciamento não tenha mais peso que a causa, não passe a ser a razão de ser da instituição.

Não há como o Terceiro Setor negar a importância da profissionalização para um trabalho eficaz, muito menos negar seu papel no viés econômico da promoção de direitos. Entretanto, é fundamental que o diálogo entre os setores seja muito humano e horizontal, que a empresa tenha muita clareza de que ela tem o domínio das técnicas, mas o conhecimento da causa é das organizações sociais.

Sempre volta



AGILIDADE. DESTREZA. PRECISÃO. ARTE. PAIXÃO. PEGAMOS EMPRESTADAS ALGUMAS DAS CARACTERÍSTICAS DO BUMERANGUE PARA TRANSMITIR AOS NOSSOS CLIENTES ALGUNS DOS NOSSOS VALORES. O RETORNO PARA O CLIENTE É PROPORCIONAL AO NOSSO. SEMPRE VOLTA.



A EMPRESA QUE FAZ A REVISTA MARANHÃO INDUSTRIAL

portal-com@msn.com

RECORDE NA PRODUÇÃO AGRÍCOLA

Estimativa de Área Plantada e Colhida, Produção e Rendimento Médio do Maranhão e Produção do Brasil em 2013 e jun/14.

A produção de grãos no Maranhão bate recorde e alcança a marca de 4,049 milhões de toneladas, de acordo com o Levantamento Sistemático da Produção Agrícola, de junho, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). As estimativas indicam crescimento de 16,42% de janeiro a maio se comparado ao mesmo período do ano passado. O destaque ficou com soja (18,5%) e milho (12,5%). Houve melhora geral em todas as lavouras. Arroz, mandioca e cana-de-açúcar tiveram redução na área plantada.

PRODUTO	ÁREA PLANTADA (MIL HA)	PRODUÇÃO MA (MIL TON)	PRODUÇÃO MA/NE %
SOJA	563	1.582	30,0
	678	1.877	25,5
	20,3	18,6	-
MILHO	506	1.322	27,5
	555	1.493	20,2
	9,7	13,0	-
FEIJÃO	94	43	8,8
	98	50	5,8
	4,4	17,4	-

Fonte: IBGE/GCEA/LSPA



Leve o SushiMax para seu evento!

*Um buffet diferenciado
de comida japonesa que
vai tornar seu evento
ainda mais especial.*

3268.6449

Rua Projetada, Lj 1 - Lagoa da Jansen
www.sushimax.com.br
contato@sushimax.com.br



SushiMax
— Delivery —

40 ANOS DE AUDIOVISUAL

Um misto de mensagem subversiva e anarquista que critica a sociedade com ironia e convida à luta social, à crítica política ou, simplesmente, à reflexão.

Por Andrea Oliveira

O Festival Guarnicê de Cinema é o fio condutor para se pensar a produção audiovisual no estado, uma história que envolve muito talento e poucos meios de produção

Há poucos dias, foi encerrada em São Luís a 37ª edição do Festival Guarnicê de Cinema com a consagração de um filme maranhense, *O Exercício do Caos*, de Frederico Machado, com nove premiações na categoria longa metragem. Perto de completar quatro décadas, o Guarnicê, realizado pela Universidade Federal do Maranhão, é um dos mais antigos festivais de cinema do país. Começou na era do super-8, assistiu à revolução do VHS e vive a era digital em que é possível fazer cinema com um smartphone. Cresceu, virou moda, minguou e agora busca caminhos para resistir.

A história do audiovisual no Maranhão começa a ser escrita antes da primeira edição da então Jornada de Super-8 (o primeiro nome do festival) e continua a ser contada mesmo em produtos que não estão diretamente ligados à trajetória do evento: está em cartaz nos cinemas da cidade um sucesso de bilheteria, *Muleque, té doido!*, de Erlanes Duarte, que foi visto por mais de 10 mil pessoas nas primeiras quatro semanas (ver Box).

Do cineclube - Muito antes de se pensar em festival de cinema, havia gente se reunindo para ver e discutir filmes na cidade. Na década de 1960, o então padre Mario Cella, recém-chegado da Itália, era assíduo frequentador das sessões dos cines Édén e Roxy e formava com outros jovens um grupo de

amantes do cinema social e de arte. Estavam sempre na esquina da Rua Grande ao final das sessões, entre outros, José Ribamar Caldeira (Sociologia/Antropologia), Fernando Moreira Lima (Letras), Henrique Moreira Lima (médico), Bernardo Tajra (dono dos cines Édén e Roxy) e José Frazão (crítico do Jornal da Diocese – onde havia uma coluna de cinema).

Alguns anos depois, início dos 1970, o jovem Murilo Santos coordenava o Núcleo de Cinema e Fotografia no Laboratório de Expressões Artísticas (Laborarte), na rua Jansen Müller, Centro. Na mesma época, Mario Cella e Murilo se encontram: o primeiro, como diretor do recém-criado Departamento de Assuntos Culturais da Universidade Federal do Maranhão. E Murilo, com o aval do trabalho no Laborarte. Nascia, em fins de 1973, começo de 1974, o Cineclube Universitário.

Com equipamentos cedidos pelo Laborarte, Murilo realiza em super-8 o documentário *Os Pregoeiros de São Luís*, que em 1975 leva o primeiro prêmio do II Festival Nacional de Cinema/FENACA, em Aracaju, e Menções Honrosas de melhor trilha sonora (Josias Sobrinho) e melhor direção (Murilo Santos). “Fazíamos tudo como exercício de ruptura e afirmação do cinema e da fotografia como obras de arte”, conta.

Pouco tempo depois o cineclube ganhava o nome com o qual ficou conhecido, Uirá, em homenagem ao filme *Uirá, um índio em busca de Deus* (1974), de Gustavo Dahl, baseado em livro





Acalanto (2012)
Direção: Arturo Sabóia

O curta-metragem foi o grande vencedor do Festival de Gramado em 2013, com seis kikitos: melhor filme pelo júri oficial e pelo júri popular, além de melhor diretor, trilha musical, direção de arte e atriz. No balanço de 2013 foram 27 prêmios nacionais e internacionais desde que o filme estreou, em maio, no Festival de Cannes. E sua trajetória de sucesso continua em 2014, com 15 prêmios em festivais nacionais e o de melhor curta no FESTIn, de Lisboa, além de integrar a seleção oficial do 21º San Diego Latino Film Festival, nos Estados Unidos.

O Exercício do Caos (Lume Filmes 2012)
Direção: Frederico Machado

Grande vencedor desta 37ª edição do Festival Guarnicê, com nove premiações: melhor ficção, filme longa digital, atriz, ator, trilha sonora original, montagem, direção de fotografia, roteiro e direção. O filme também foi selecionado em diversas mostras e festivais nacionais e internacionais, como a Olhar Internacional de Cinema de Curitiba, Indie Mostra Internacional de Cinema, Festival do Rio, Mostra Internacional de Cinema de São Paulo e festivais de Cabo Verde e Guatemala.

de Darci Ribeiro, que foi rodado no Maranhão. No mesmo ano em que Murilo era premiado em Aracaju, Uirá... recebia o Kikito de melhor atriz no Festival de Gramado (Ana Maria Magalhães).

À Jornada e ao Festival - Toda essa movimentação funcionou como prólogo para a criação da Jornada Maranhense de Super 8, em 1977. “Foi nesse ambiente que surgiu a ideia de fazermos o festival. Eu só coordenei e incentivei. A Funarte financiou a metade e depois continuou ajudando”, conta Mario Cella. “Isto foi possível porque o cine-clube tinha uma característica não só de exibição, mas era vivido como uma mola para a realização de filmes”, completa Murilo.

A coordenação do evento passou de Mario para Jomar Moraes e depois para Nerine Lobão. Desde o início, no entanto, estava presente ali um jovem realizador, Euclides Moreira Neto. “Nos cinco primeiros anos do festival, participei como concorrente e a partir da sexta edição entrei na organização junto com Nerine e estive até a 32ª edição”, afirma. Euclides foi diretor do DAC por 12 anos e coordenou 25 edições do Festival Guarnicê de Cinema.

Sua entrada para o DAC no início dos anos 1980 e consequente coordenação do evento marca a mudança de nome, de Jornada a Festival Guarnicê de Cine-Vídeo. Por último, simplesmente Festival Guarnicê de Cinema. As mudanças foram justamente para se adaptar às novas tecnologias: do super 8 ao VHS e depois ao cinema.

Nessa mesma época Murilo sai dos bastidores. “Só passei a competir como autor quando o evento passou a ser regional, numa fase pós-super 8 e depois virou nacional”, conta. Foi premiado diversas vezes no Guarnicê e em Gramado, o mais importante festival brasileiro, com Bandeiras Verdes (melhor montagem na categoria média metragem, em 1989).

Presente e futuro - O nome Guarnicê remete a um momento da apresentação do bumba-meu-boi em que o batalhão se prepara, afina os pandeirões a fogo para entrar em cena. Batizado como homenagem à festa popular maranhense, hoje pode ser lido como espécie de profecia. “É a preparação

para algo, um eterno recomeçar, assim como o nosso cinema no Maranhão”, diz Murilo Santos.

“Nesses anos todos, infelizmente o Guarnicê não foi responsável pela formação de pessoas para o audiovisual, ainda mais pelo fato de ser uma realização da Universidade Federal”, afirma o cineasta Beto Matuck. Por outro lado, diz, “tem o mérito de ter aberto cenários”.

Para o também cineasta Francisco Colombo, “a simples exibição gratuita de filmes é também um meio importante de formação”. Ao mesmo tempo, lembra ele, “o Guarnicê teve um certo ‘charme peculiar’ que foi se perdendo, sobretudo, nos últimos anos”.

Euclides Moreira Neto engrossa o coro das críticas ao momento atual do festival: “A gestão fechou as portas para a produção local, com a extinção da categoria média metragem”. Murilo Santos foi um dos atingidos. “Eu me sinto excluído do festival. Eu e muitos outros profissionais, especialmente documentaristas. A organização do evento deveria procurar entender melhor a produção local e repensar essa exclusão de média metragem”, afirma.

Mario Cella, que ajudou a começar essa história, faz seu balanço: “Nós, naquela época, fizemos a hora. Conseguimos despertar o interesse de fazer cinema. Agora deve ter outra turma para também fazer a sua hora”. E quem está fazendo agora é o professor Gersino dos Santos, atual diretor do DAC e responsável pelo Guarnicê. “Foi um sucesso de público a 37ª edição do festival, com uma expressiva participação do cinema maranhense. Dos 36 selecionados, 15 foram realizados no Maranhão, dois longas e 13 curtas”, contabiliza.

Gersino aproveita a deixa para anunciar os próximos capítulos. Ele se refere a dois projetos aprovados pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Maranhão (FAPEMA) que beneficiam o audiovisual maranhense. Um é a digitalização do acervo do festival em trabalho que está sendo realizado pela TV UFMA. O outro é a criação da Cinemateca Guarnicê, uma plataforma digital para pesquisa de todos os filmes exibidos no evento. O acervo, no entanto, só estará disponível ao público após a reforma e adaptação do prédio do DAC, no Palacete Gentil Braga (Centro), que ainda não tem previsão.



FONTE: BANCO DE IMAGENS

Luíses – Solrealismo maranhense (Éguas Coletivo Audiovisual, 2013)

Direção: Lucian Rosa

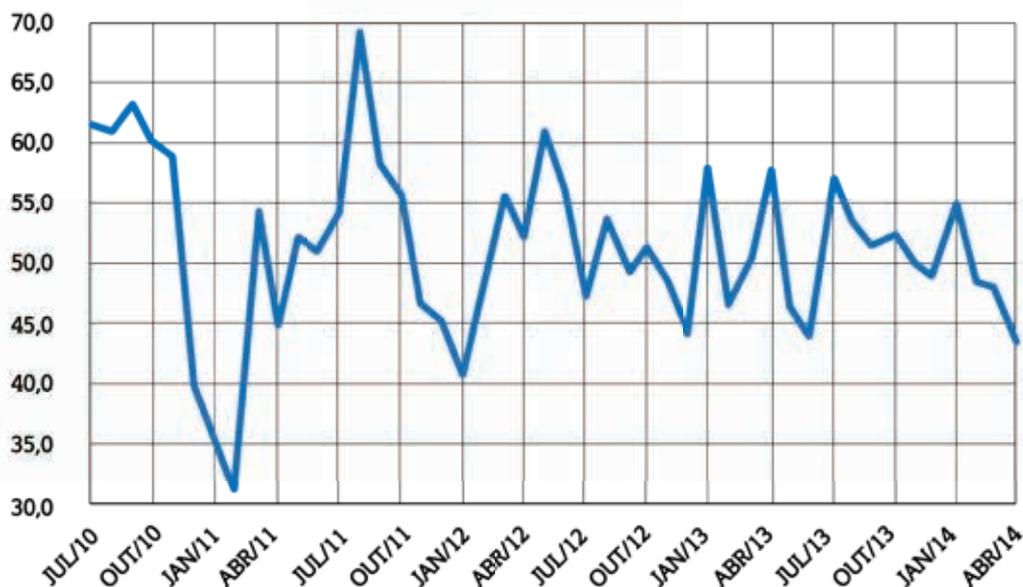
Realizado de forma colaborativa em um ano, o longa-metragem é obra de um grupo formado em oficina durante o 35º Guarnicê. No ano seguinte, o filme venceu em três categorias: melhor ator (Lauande Aires), direção e direção de arte (Kenny Mendes). Também integrou a seleção oficial do MFL 2014 e seleção maranhense do Festival Internacional Lume de Cinema (2013) e segue em sua trajetória por mostras nacionais e internacionais.

Muleque, té doido! (2014)

Direção: Erlanes Duarte

Novato da turma, o filme ainda não tem prêmios nem trajetória em festivais, embora seja um sucesso inimaginável para uma produção local. Lançado há cinco semanas, na quarta já era comparado a sucessos de Hollywood, como O Homem Aranha e Harry Potter, com mais de 10 mil espectadores. O filme estreou em três salas e o objetivo da equipe era ficar em cartaz por no máximo duas semanas. A inspiração para o filme que tem agradado tanto o público maranhense é o jeito de ser maranhense e algumas produções locais, como a peça Pão com Ovo e o longa metragem Ai Que Vida!, de Cícero Filho.

PRODUÇÃO INDUSTRIAL RECUA



Fonte: Sondagem Indústria da Construção Civil do Maranhão / FIEMA

Segundo a Sondagem Industrial realizada mensalmente pela Federação das Indústrias do Estado do Maranhão (Fiema), nos últimos quatro anos o indicador de volume de produção obteve uma média de 51,3 pontos. No entanto, essa média recuou no primeiro quadrimestre deste ano. Para o Instituto Maranhense de Estudos Socioeconômicos e Cartografia (Imesc), demonstrado no Boletim de Conjuntura Econômica do Maranhão, os números indicam que a atividade industrial do Maranhão está em desaceleração.

O Índice de Confiança Empresarial (ICEI), também avaliado pela Fiema, entre 2010 e 2013, embora mantenha-se acima dos 50,0 pontos, positivo e com expectativas de expansão, também desacelerou. Diz o Imesc: “A retomada do segundo semestre de 2013 foi sucedida por uma reversão abrupta nos primeiros cinco meses de 2014, tendo o último mês de maio registrado uma pontuação (57,9), inferior ao registrado na comparação com o mesmo mês do ano anterior e na comparação com abril de 2014’.

É impossível que
sua empresa decole
sem ter uma
publicidade de
qualidade



No mundo dinâmico de hoje, uma verdade é absoluta, a empresa que não investe na sua imagem está fadada a ser ignorada pelos seus consumidores.

Tratar a sua comunicação de forma negligente é um risco que pode ser fatal para a sua empresa e que o coloca atrás da concorrência.

E se você pensa que ter uma agência do seu lado é algo caro, é melhor começar a rever os seus conceitos.

Agende uma visita com nosso atendimento e se surpreenda com as soluções que a Pipa tem para você.

Uma agência de sangue novo para encarar os desafios do nosso mercado.

Novas empresas do nosso portfólio:



PLAYCAR
UM CLIMA DE AMIGOS

Le CORPS
NUTROLOGIA & ESTÉTICA

VIP SL



CAMARIM



PROGRAMA SESI ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL NA INDÚSTRIA.



COLOQUE ESSA INICIATIVA NO DIA A DIA DA
SUA EMPRESA E DE SEUS COLABORADORES.

Acesse o site www.sesi.org.br e saiba mais.

(98) 3232-5115 Ramal 215/212 • (98) 91455830 • alimentacaosaudavelma@fiema.org.br



FIEMA Sesi



SESI

*Iniciativa da CNI - Confederação
Nacional da Indústria*

