

**MITSUBISHI**  
**É NA FOX.**



Edu Chaves, 159  
(51) 3329.4444




## Informe Econômico

**MARIA ISABEL HAMMES**

belahammes@zerohora.com.br 3218-4701  
Com Elio Bandeira elio.bandeira@zerohora.com.br

### Menos burocracia

Em até quatro meses, um projeto-piloto será divulgado para facilitar a entrada de 1,5 mil empresários do Brasil e dos Estados Unidos em ambos os países.

A ideia é diminuir exigências na passagem pela alfândega de brasileiros e americanos que viajam regularmente, especialmente empresários, conforme acordo assinado nesta semana entre representantes dos dois governos.

O projeto é uma espécie de teste para, no futuro, se estender a toda a população com a dispensa do visto.

### Recorde de negócios

Depois de 434 rodadas de negócios que colocaram frente a frente 20 importadores e 72 expositoras da Fimma Brasil 2013, em Bento Gonçalves, o Projeto Comprador encerra sua 7ª edição com previsão recorde de geração de negócios: US\$ 7,15 milhões. Também impressionou, neste ano, um inédito fechamento de dois acordos comerciais durante as reuniões – tradicionalmente concebidas para prospectar e alinhar futuras transações.

Na feira, que termina amanhã, estão 653 expositores, 424 nacionais e 229 internacionais de móveis e equipamentos para o setor.

### Mais vibrantes

Se você quer que sua marca seja considerada vibrante, fique atento. Além de visionária e inspiradora, é preciso ser corajosa e estimulante, ensina a Added Value, consultoria em desenvolvimento de marcas que, em relatório divulgado ontem, aponta as principais companhias e seu impacto de marketing nos consumidores (veja quadro).

Nas três primeiras colocações, empresas de tecnologia – Google, Apple e Samsung –, seguidas da gigante sueca de móveis residenciais Ikea.

A pesquisa analisou o desempenho de 160 empresas de 15 setores, com 62.250 entrevistados, em 10 países.

#### Confira as 10 mais vibrantes:

- |               |               |
|---------------|---------------|
| 1 - Google    | 6 - Sony      |
| 2 - Apple     | 7 - BMW       |
| 3 - Samsung   | 8 - Audi      |
| 4 - Ikea      | 9 - Coca-Cola |
| 5 - Microsoft | 10 - eBay     |

### Na onda da riqueza do pré-sal



OYVOT/AMBIENTE

Com a indústria naval em alta, o Rio Grande do Sul se tornou um dos mercados prioritários para que a Rolls-Royce triplique seus negócios no Brasil até 2020. A gigante multinacional tem contrato para fornecer turbinas de geração de energia às plataformas flutuantes que estão sendo montadas no polo naval de Rio Grande. Um dos contratos – de US\$ 630 milhões – prevê a entrega de 32 equipamentos até 2017.

Rodrigo Marques Barbosa, diretor da companhia, explica que, para atender à regra de ampliar o conteúdo local nos contratos com a Petrobras, um dos primeiros passos foi promover os testes dos turbogeradores no país. Neste ano, os equipamentos passarão a ser montados em uma unidade que funcionará no Rio de Janeiro.

Embora seja lembrada pelos automóveis, a empresa vendeu essa divisão à BMW em 1998. Hoje, além da indústria oceânica, tem parte importante de sua receita vinculada à venda de motores para aviões. No Brasil, a companhia fornece à Embraer e também está envolvida no projeto de construção de um novo cargueiro.

### Construa o seu diferencial

Cursos de Pós-Graduação

- Especialização
- MBA

[www.pucrs.br/educacaocontinuada](http://www.pucrs.br/educacaocontinuada)

CONTATO  
Educação Continuada PUCRS  
Fone: (51) 3320 3727  
[educacao.continuada@pucrs.br](mailto:educacao.continuada@pucrs.br)



### Frio na barriga

Nem quase toda a vida passada atrás de gabinetes de um dos maiores grupos empresariais do Brasil – o Pão de Açúcar – diminui um pouco a ansiedade de Abilio Diniz (foto)



ao dar início a uma nova etapa profissional. Um frio na barriga é o que confessa estar sentindo, após ter sido indicado para assumir a presidência do conselho da BRF. O empresário foi obrigado a deixar funções executivas no varejo, após sérios desentendimentos com o sócio francês Casino.

Aliás, o Casino questionou indicação por ver “conflito de interesses”. A BRF é a maior fornecedora do Pão de Açúcar (e o grupo, o principal cliente da BRF). As empresas também competem em algumas marcas próprias.



Depois de lembrar que está no Pão de Açúcar “desde moleque”, comentou que, de repente, sua ida para a indústria “dá certo arrepio”.

– Estou muito feliz com a indicação. Para mim, as empresas são todas iguais. Então, tenho de encarar com coragem. São todas formadas por gente e processo. Deu errado? Procure gente ou processo. Sei fazer isso.

Colaborou Erik Farina

### Razão e emoção lado a lado

Como a comunicação envolve a razão para falar com a emoção das pessoas, 6 mil publicitários e estudantes vão apostar forte neste “mosaico” entre o sentimento e o conhecimento durante os debates previstos no 19º Festival Mundial de Publicidade de Gramado, no início de junho.

Temperada com muita inspiração, a ideia do presidente do festival, Mauro Dorfman (foto), é dividir as discussões em um dia para analisar a razão e, outro, para argumentar sobre a emoção, sempre com um questionamento: o que acontece no cérebro nos momentos de decisão? No festival, que nesta edição abdicou do papel de promover concurso sobre as peças publicitárias, o trabalho maior será o de engajamento a partir de debates



com palestrantes nacionais e internacionais que tragam novas luzes para os atuais e futuros profissionais do setor. Afinal, oostas, razão e emoção podem ser perfeitamente equilibradas.

Dorfman, presidente da Dez Comunicação, também está envolvido com as comemorações dos 20 anos de sua empresa, cujo símbolo será uma impressão digital, dando a ideia de unicidade e identidade. E, como no período “teve o dedo de muita gente”, será lançada na próxima semana uma plataforma na internet, na qual todas as pessoas que de alguma forma estiverem ligadas à Dez possam contar suas histórias. Um relato vivo para destacar um pouco da propaganda gaúcha na agência que, hoje, atende 18 clientes.

### DILBERT – Scott Adams



### Sudeste, mais adiante

Mesmo com a intenção de continuar investindo no Rio Grande do Sul e no Paraná nos próximos três anos, a Panvel já ensaia expansão ainda maior. O vice-presidente Julio Mottin Neto (foto) visitou a região de São José dos Pinhais (PR), buscando terrenos para abrigar um futuro centro de distribuição. A intenção é sustentar o crescimento na região paranaense e, depois, ingressar em São Paulo e Minas Gerais.

Aliás, dos dias 25 a 27, a companhia reunirá 500 pessoas em sua convenção de gerentes, em Gramado, para discutir o tema Experiência de compra.

