

ENTREVISTA ALBERTO SARAIVA: "Oferecer mais e cobrar menos é o maior segredo de vendas"

ANO 9  
Nº 33  
MARÇO/  
ABRIL  
2014

# Maranhão Industrial

Mala Direta Postal  
**BÁSICA**  
9912238055  
FIEMA-MA  
CORREIOS



PESCA E AQUICULTURA

## UM OCEANO DE OPORTUNIDADES

### INDUSTRIALIZAÇÃO

Aumenta número de empreendimentos industriais.

### DESIGN PARA VENDER

Indústrias investem em estratégia de comunicação visual.

### GRAFITE

Arte democrática no espaço das ruas.

# DIAGNÓSTICO DE CLIMA ORGANIZACIONAL

O Sesi-MA oferece gratuitamente para a indústria o Diagnóstico de Clima Organizacional. Com ele, sua empresa será capaz de identificar oportunidades de melhoria no ambiente de trabalho e nas relações organizacionais.

## O QUE É?

É uma ferramenta estratégica de gestão que tem como objetivo conhecer a percepção e o nível de satisfação e credibilidade dos colaboradores com relação à empresa e identificar oportunidades de melhoria no ambiente corporativo e nas relações organizacionais.

## VANTAGENS PARA A EMPRESA

- Identificação de oportunidades de melhoria na relação entre a empresa e seus colaboradores;
- Obtenção de informações para o planejamento estratégico organizacional;
- Fortalecimento da imagem empresarial por meio de diálogo com seu público interno.

**INFORMAÇÕES:** (98) 2109-1828 | [consultoriacorporativa@fiema.org.br](mailto:consultoriacorporativa@fiema.org.br)



Federação das Indústrias do Estado do Maranhão  
[www.fiema.org.br](http://www.fiema.org.br)

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, Círio 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 Pavao, 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

SUPLENTES 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 - SUPLENTES  
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, Edvan 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](http://www.fiema.org.br)

Edição: Portal Comunicação - [portal-com@msn.com](mailto:portal-com@msn.com)  
Editora: Cintia Machado  
Editoração: Agência Pipa  
Reportagem: Cintia Machado, Camila Carneiro e Raquel Araújo  
Fotografia: Angelo Rosa, 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

Nesta edição, a Revista Maranhão Industrial traz informações de como vários atores no estado estão contribuindo para desenvolver o setor de pesca e aquicultura, uma vocação do Maranhão. São ações que passam pela criação de uma secretaria específica para tratar do tema até o empenho de pesquisadores na formação de mão de obra qualificada, extensão, pesquisa e controle sanitário de espécies aquáticas. Transformar esse potencial em riqueza capaz de não apenas alterar o Produto Interno Bruto (PIB) e a Balança Comercial, mas também promover transformações sociais é a meta que une todas as instituições envolvidas nessa busca.

Em outra reportagem você tem uma síntese dos investimentos industriais que entraram em operação nos últimos anos e os que estão prestes a ser instalados. De 2009 até o fim do ano passado, 55 empreendimentos privados entraram em operação ou ampliaram suas plantas no estado, alcançando a aplicação de R\$ 59,3 bilhões no período. Entre eles estão UTE Parnaíba - Eneva, Akso Nobel, Air Liquide e a Suzano Papel e Celulose.

Além disso, uma matéria conta como empresas locais estão investindo em estratégias de comunicação visual para aumentar o faturamento, a exemplo da premiada SM Sanduiches e da Chachaça Jacobina, produzida no Sul do Maranhão. A arte do grafite, uma contribuição democrática nos espaços das ruas, é o tema da revista na área de cultura. São destacados a história e o trabalho dos grafiteiros em São Luís. Na entrevista, contamos como Alberto Saraiva conseguiu transformar uma padaria sem futuro na maior rede de fast food do país e de comida árabe do mundo. As lições do fundador do Habib's são muito inspiradoras.

Boa leitura.



**FIEMA Sesi**



**CNI**  
Confederação Nacional da Indústria





## INDUSTRIALIZAÇÃO 15

Aumenta número de empreendimentos industriais.



## DESIGN PARA VENDER 20

Indústrias investem em estratégia de comunicação visual.



## PESCA 24

Carcinicultura e piscicultura ganham reforço.



## GRAFITE 34

Arte democrática no espaço das ruas.

# Maranhão Industrial

## SEÇÕES

Palavra do presidente 5

Recortes 6

Entrevista 10



## PALAVRA DO PRESIDENTE

Edilson Baldez \*

# No caminho certo

Novos tempos conduzem a novos cenários e exigem novas posturas. Por isso a Fiema está trabalhando com uma nova delineação estratégica para que até 2017 seja reconhecida como o agente viabilizador dos interesses industriais no estado do Maranhão. Todas as nossas ações hoje estão sendo planejadas, executadas e orientadas por este objetivo estratégico.

É para atingir este objetivo temos fortalecido os sindicatos patronais, seja apoiando eventos da área ou por meio das ações do Programa de Desenvolvimento Associativo (PDA), que este ano terá praticamente uma ação por semana, na capital e no interior. Somente este ano, já realizamos nove ações e estamos prevendo mais 22 em São Luís, Imperatriz e Açailândia.

Também temos fortalecido a atuação dos nossos seis Conselhos Temáticos – Política Industrial e Desenvolvimento Tecnológico; Infraestrutura e Obras; Relações Trabalhistas e Desenvolvimento Associativo; Política Econômica e Assuntos Legislativos; Micro e Pequena sEmpresas e Meio Ambiente – na busca por soluções para transpor obstáculos ao desenvolvimento econômico do estado e o crescimento da indústria.

Temos conseguido avanços bastante significativos em várias áreas como infraestrutura, tributação, esclarecimento de dúvidas, articulação de propostas que viabilizam o desenvolvimento da indústria, como é o caso da sanção da Lei de Produtos Artesanais que flexibilizou as regras para legalização de pequenos empreendimentos agroindustriais, uma iniciativa que nasceu de uma proposta apresentada pela Fiema.

A Federação também tem organizado sistematicamente ações técnicas que visam ampliar a capacidade dos empresários da indústria maranhense na gestão de seus negócios e na identificação de oportunidades, como foi o caso do Workshop de Exportação, que reuniu diversos empreendedores que pretendem ou já atuam no mercado internacional.

Outra linha de ação que adotamos como estratégica é a organização e divulgação de informações sócio-econômica-financeiras sobre o setor da indústria no Maranhão, que permitem que os empresários do setor possam planejar seus investimentos e novos empreendimentos.

Alguns produtos concretizam esta linha de ação, como as três pesquisas que divulgamos mensalmente – o Índice de Confiança do Empresário Industrial do Maranhão (ICEI-MA), Sondagem Industrial do Maranhão e Sondagem da Construção Civil do Maranhão – e documentos como “Importações Interestaduais do Maranhão: um mercado aberto para investimentos”, que mostram de maneira clara e simples o comportamento do mercado maranhense e oportunidades de negócios.

Todo este esforço será ainda mais reforçado para que a Fiema se consolide como o representante da indústria maranhense na defesa de interesses, na promoção da competitividade e inserção global das empresas industriais do Maranhão. ■

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



## PRÊMIO MPE BRASIL

Estão abertas até o dia 31 de julho as inscrições para o “MPE Brasil - Prêmio de Competitividade para Micro e Pequenas Empresas”. Trata-se de reconhecimento estadual e nacional às micro e pequenas empresas que promovem o aumento da qualidade, da produtividade e da competitividade pela disseminação de conceitos e práticas de gestão. Todos os participantes recebem uma avaliação da gestão de suas empresas. O prêmio é destinado às empresas que se enquadrem em determinadas características em relação à receita bruta anual. Para se inscrever é preciso ter aberto a empresa até

31 de dezembro de 2011, ter domicílio fiscal no estado da respectiva inscrição e comprovar regularidade fiscal e estatutária. As categorias de premiação são: Agronegócio, Comércio, Indústria, Serviços de Educação, Serviços de Saúde, Serviços de Tecnologia da Informação, Serviços de Turismo e Serviços, esta última para as empresas que não se enquadrem nas categorias anteriores. Os empresários podem ainda inscrever suas empresas para “Destaque de Boas Práticas de Responsabilidade Social” e “Destaque de Inovação”. Mais informações no site [www.mbc.org.br](http://www.mbc.org.br).



## QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL

O Sistema Fiema, por meio do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), está ampliando a formação de trabalhadores para atuar nas indústrias da região dos Cocais. Em abril, certificou 582 alunos, de 28 turmas de qualificação profissional, em Timon. Além deles, outros 80 alunos, de quatro turmas do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec), também realizadas em Timon, foram certificados. Os alunos concluíram os cursos de almoxarife e auxiliar administrativo. Em maio do ano passado, o Senai formou no município 420 alunos em cursos de qualificação profissional.

## AÇÃO GLOBAL

A 21ª Ação Global teve resultado histórico no Maranhão: 139.052 atendimentos realizados, praticamente o dobro do ano passado. O mutirão – que tem por objetivo a inclusão social e o fortalecimento da cidadania por meio da oferta de serviços e informações – também teve o maior número de voluntários – 3.250 pessoas; o maior número de instituições parceiras (160, sendo 90 indústrias) e o maior público das 21 edições: 45.700 pessoas. Foram oferecidos 200 diferentes serviços e a área de saúde foi a mais procurada e totalizou mais de 50 mil atendimentos, o equivalente a 36% dos atendimentos feitos este ano.



## EDITAL DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

Abertas as inscrições para primeiro ciclo do Edital Senai/Sesi de Inovação 2014. São R\$ 30,5 milhões para projetos inovadores com recursos do Senai, Sesi e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Este ano, as inscrições podem ser feitas durante todo o ano e startups também poderão participar. Da maneira com que foi planejado o edital Senai/Sesi 2014, as empresas terão chance de submeter propostas a qualquer tempo, até 15 de fevereiro de 2015, com possibilidade de seleção em avaliações trimestrais. O edital tem como objetivo custear projetos de inovação tecnológica que se estendam às áreas de saúde, segurança, qualidade de vida e educação e cultura, por meio de produtos, processos e serviços. As inscrições devem ser feitas pela internet no site: [www.editaldeinovacao.com.br](http://www.editaldeinovacao.com.br).

## EDITAL DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA II

Nos últimos dez anos, já foram investidos R\$ 121,92 milhões em projetos inovadores. O edital foi lançado em 2004, em uma iniciativa do Senai para promover a inovação na indústria brasileira. Em 2013, um projeto desenvolvido no Maranhão foi aprovado. O projeto “Revestimento para pisos e paredes para construção civil com tecnologia sustentável à base de materiais polímeros recicláveis” foi desenvolvido a partir do aproveitamento de garrafas pets para fazer lajotas de plástico e hoje está sendo transformado em um produto industrial.



*LOGÍSTICA PORTUÁRIA*

O Terminal Marítimo de Ponta da Madeira (TMPM) receberá R\$ 4,8 bilhões para construção do Pier IV. Estes recursos equivalem a 70% dos R\$ 7 bilhões que a Vale pretende investir em logística portuária até 2017. De São Luís, é embarcado o minério produzido em Carajás, onde está o maior projeto de expansão da história da Vale: Serra Sul, orçado em US\$ 19,6 bilhões, para elevar em 90 milhões de toneladas de minério por ano a capacidade de produção da empresa, o que fará com que a mineradora atinja, em cinco anos, um patamar de produção que a Vale levou três décadas para conquistar. O objetivo é ganhar competitividade em relação a outros países quando se trata de atender o mercado asiático, especialmente a China. A expectativa é que o TMPM supere os embarques realizados em Tubarão (ES) e nos portos do Rio.

*USO DE ENERGIA*

Empresas ceramistas maranhenses ligadas ao Sindicato das Indústrias de Cerâmica para Construção do Estado do Maranhão (Sindicerma) participaram de workshop com orientações sobre disponibilidade, redução e aumento de energia elétrica para os empreendimentos do setor. O workshop “Tópicos da Resolução Normativa Aneel 414/2010 e Normas Técnicas” foi ministrado por técnicos da Companhia Elétrica do Maranhão (Cemar), a convite do sindicato. Foram discutidos procedimentos de consulta de disponibilidade técnica, aprovação de projetos elétricos até pedidos de novas ligações, redução e aumento de carga.

*CADEIA PRODUTIVA DO MEL*

A Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (Codevasf) está estruturando a cadeia produtiva do mel junto a 279 famílias de comunidades rurais maranhenses. A ação, integrante do eixo de inclusão produtiva do Plano Brasil sem Miséria, conta com recursos de aproximadamente R\$ 2 milhões, da Secretaria de Desenvolvimento Regional (SDR) do Ministério da Integração Nacional. Os primeiros municípios a terem os kits implantados visando ao desenvolvimento da apicultura foram Buriti Bravo, Colinas e Bacabeira. Os kits familiares distribuídos estão divididos em três tipos, de acordo com a capacidade produtiva de cada apicultor beneficiado. A ação busca o desenvolvimento e a consolidação dessa atividade produtiva no estado.



*CANA-DE-AÇÚCAR I*

Após divulgar os números consolidados da safra 2013/14 de cana-de-açúcar, a Companhia Nacional de Abastecimento apresentou em abril sua projeção para a próxima colheita, quando o Maranhão deverá aumentar em 8,60% sua produção, que passará de 2,2 milhões de toneladas para 2,396 milhões de toneladas. De acordo com os números da Conab, a área a ser plantada para a próxima safra vai diminuir de 39,56 mil hectares para 38,79 mil, ou seja, haverá queda -1,95%. A compensação, porém, virá do aumento da produtividade que terá um ganho de 10,80% em relação a safra anterior.

*CANA-DE-AÇÚCAR II*

Segundo as estimativas da Conab, 92,5 mil toneladas da produção maranhense de cana vão ser destinadas para fabricação de açúcar, que deverá ter uma produção de 12,2 mil toneladas no próximo ano. Já 2,3 milhões de toneladas serão para transformação em álcool, cuja produção será de 182,4 milhões de litros. O etanol anidro terá uma produção de 167,8 milhões de litros e o hidratado de 14,6 milhões de litros.

*CONSTRUINDO A NAÇÃO*

O Serviço Social da Indústria (Sesi), uma das quatro entidades que compõe o Sistema Fiema, premiou as seis escolas maranhenses vencedoras da edição 2013 do Prêmio Construindo a Nação, concurso que premia ações sociais desenvolvidas nas escolas com envolvimento de alunos, professores e comunidade. Outras oito escolas receberam menções honrosas e prêmios. Ao todo, 49 escolas - do Sesi, do Senai e das redes particular e pública- inscreveram projetos nas áreas de cultura, meio ambiente, direitos humanos e justiça, políticas públicas, educação, saúde e comunicação em seis categorias: Ensino Infantil, Ensino Fundamental, Ensino Médio, Educação de Jovens e Adultos (EJA), Ensino Técnico e Iniciativa Pública e Privada. Criado pelo Instituto da Cidadania Brasil, o prêmio tem o apoio da Confederação Nacional da Indústria (CNI), por meio do Sesi, da Fundação Volkswagen e parceiros e tem o objetivo de estimular as escolas públicas e privadas a desenvolver ações que contemplem temas voltados à prática da cidadania.



## “Oferecer mais e cobrar menos é o maior segredo de vendas”

Por Cíntia Machado

A frase resume a estratégia que move o Grupo Habib's, criado pelo empresário Alberto Saraiva. Português de origem, mas brasileiro de coração, Saraiva transformou uma padaria em São Paulo -herança do pai assassinado- na maior rede de fast food do país e na maior franquia de comida árabe do mundo. Antes de se formar em Medicina, o empresário colocou a mão na massa e virou padeiro. Ele transformou um negócio praticamente falido num grupo de sucesso. Apostou na estrutura verticalizada que viabiliza a estratégia de 'preço baixo e qualidade', segundo ele. “Oferecer mais e cobrar menos é o maior segredo de vendas que existe”. Foi isso que ele repetiu a uma plateia de empresários quando esteve em São Luís, em um encontro na Federação das Indústrias dos Estado do Maranhão (Fiema), no final do ano passado, para promover a primeira loja do grupo no estado, escolhido como pólo para desenvolver as suas marcas na região Meio-Norte do país.



**Marnhão Industrial - O senhor sonhava ser médico. Como aconteceu essa mudança radical na sua vida? O que o motivou a alterar os planos? Qual a sua história pessoal?**

**Alberto Saraiva** - Nasci em Portugal e vim para o Brasil com meus pais com seis meses de idade. Passei a infância e adolescência no interior do Paraná. Eu tinha um grande sonho de ser médico e mudei para a capital paulista por conta dos estudos. Um ano depois, minha família também veio para São Paulo para me acompanhar. Nesta época, após algumas tentativas, ingressei na faculdade. Em paralelo, meu pai, Antonio Saraiva, investiu em uma padaria no Brás. No entanto, uma tragédia mudou os rumos da nossa família. Dezenove dias depois de aberta a padaria, ele foi assassinado durante um assalto ao local. Perdi a pessoa que mais amava e fui obrigado a interromper os estudos. Não sabia o que fazer, para onde ir e como tocar o negócio sozinho. Quase abri mão da padaria, mas em um desabafo com um taxista ouvi o conselho que mudou o rumo de minha vida: “Filho, não desista! É preciso caminhar! A gente não sabe onde é que está o nosso sonho”. Essas eram as mesmas palavras que meu pai costumava dizer nas minhas tentativas de entrar na faculdade de Medicina e isso me deu forças

para continuar. Naquele dia, a história recomeçou. Como o estabelecimento era o único meio de sustento da minha família, e eu era o filho mais velho, me vi na obrigação de me dedicar ao negócio. Então, coloquei a mão na massa e virei padeiro. Anos depois, conclui os estudos, mas decidi seguir a carreira de empresário.

**“Nunca admiti a situação de fracasso, pois acredito que isso só acontece quando desistimos dos objetivos que nos propomos.”**

**MI - O senhor comanda hoje a maior rede de fast food do Brasil e a maior do mundo de comida árabe. Como chegou até aqui? Quais as pedras no meio do caminho?**

**Alberto Saraiva** - Nunca admiti a situação de fracasso, pois acredito que isso só acontece quando desistimos dos objetivos que nos propomos. Um bom exemplo é a padaria que herdei

de meu pai. Ela era péssima, não tinha os equipamentos necessários e nem funcionários qualificados, além disso, ficava rodeada por outras cinco que tinham grande movimento. Na mesma época, o Governo Federal, por meio da Sunab, fixou o preço do pãozinho bem abaixo do considerado justo pelos comerciantes. Então, coloquei meu pãozinho 30% mais barato que a tabela e lancei a promoção de ‘compre 10 e leve 12’. Foi aí que o negócio estourou! Além do atendimento normal aos clientes, apareceu na porta a figura do padeiro de rua, que comprava os pães na padaria e vendia em bares, botecos e residências de luxo. Em seguida, vieram outros negócios de sucesso, a Casa da Pizza Rodízio, Casa do Nhoque, Casa da Fogazza, Casa do Pastel. Todos com algo em comum: preço baixo e qualidade. No início fiquei receoso, porém, contratei Paulo Abud – um senhor de 70 anos. Descobri mais tarde que ele havia sido o maior cozinheiro da Rua 25 de Março e sabia tudo sobre esfíha, quibe, homus, coalhada e outros pratos. Foi com ele que aprendi todos os segredos da culinária árabe. Então, tive o sonho de criar o primeiro fast food árabe do Brasil. Uni todos os produtos de sucesso dos outros negócios, tendo como base as receitas que havia aprendido com Paulo Abud e elaborei um novo cardápio. Então, procurei um ponto comercial e abri o primeiro

Habib’s, em 1988, na Rua Cerro Corá, no bairro da Lapa (SP). A casa foi um sucesso logo no início. Tivemos filas na porta por mais de 40 dias.

**MI - Um dos diferenciais do grupo Habib’s é ser uma empresa verticalizada? O que isso significa na prática?**

**Alberto Saraiva** - Para garantir o crescimento sustentável da marca, a qualidade dos produtos e a satisfação dos clientes, apostamos na verticalização de nossos processos. A estrutura verticalizada que criamos permite viabilizar a estratégia “preço baixo e qualidade” com a padronização, que garante a escala necessária para a obtenção dos melhores custos. O grupo é formado por 14 Centrais de Produção, cinco marcas de alimentação (Habib’s, Ragazzo, Box 30, Tendall e Picanha Grill) e nove empresas/indústrias. Temos, por exemplo, uma indústria de laticínios que processa mais de um milhão de litros de leite por mês. Produzimos todos os queijos e derivados que utilizamos e acompanhamos cada passo desse processo, desde a coleta do leite até o produto final. Fazemos o mesmo nas nossas indústrias de panificação e de sorvetes. Até o call center para atendimento do delivery é feito por uma empresa do grupo. O Grupo Habib’s é formado pelas empresas Upstage/Voxline (call

center), Arabian Bread (confeitaria, panificadora e sorveteria), Promilat (laticínios), Franconsult (consultoria em franchising), Vector 7 (projetos e estruturas), PPM -Propaganda, Promoção e Marketing (house agency), Planej (Corretora imobiliária), Bib’sTur

**“A estrutura verticalizada que criamos, permite viabilizar a estratégia “preço baixo e qualidade” com a padronização, que garante a escala necessária para a obtenção dos melhores custos.”**

(Agência de Viagem) e Portofino/IceLips (sorvetes). Além disso, serão inaugurados um centro de armazenagem e distribuição de frios, uma empresa de vegetais processados e outra de frutas e sucos congelados.

**MI - O senhor costuma dizer que para ter o próprio ne-**

**gocio é preciso ter tempo, dedicação. O que mais é necessário para estar à frente de um empreendimento bem-sucedido?**

**Alberto Saraiva** - O segredo do sucesso está em zelar pelos clientes. Priorizar o dinheiro ou o lucro leva a decisões equivocadas e a maior delas é desviar o foco dos clientes. O princípio que me guia é outro: o amor pelos clientes. Isso sempre se traduziu em produtos de qualidade, preços mais baixos, ambientes confortáveis e bom atendimento. Em tudo o que faço, procuro sempre oferecer mais e cobrar menos. Sempre aplico esse conceito. Para mim, esse é o maior segredo de vendas que existe. Se você empregá-lo, tem tudo para se tornar um grande vendedor. Também acredito que é importante sempre manter as pessoas motivadas e nunca desistir, mesmo com as dificuldades que encontraremos no caminho.

**MI - O senhor lançou o livro “Os 10 Mandamentos da Lucratividade”. Lá o senhor fala que “tudo é possível”. O senhor acredita que qualquer pessoa possa se tornar um empreendedor de sucesso?**

**Alberto Saraiva** - Eu acredito que é sempre necessário ter um diferencial e saber abraçar as oportunidades quando elas aparecem. Claro que o resultado só



acontece se aliado ao trabalho e à persistência. É preciso acreditar, ir atrás do sucesso; ter sempre pensamento positivo, ter esperança no futuro; crer na família, em Deus e numa vida melhor. Para vencer é preciso agir, batalhar, lutar e acreditar nos nossos sonhos. Isso é fundamental para se tornar um empreendedor de sucesso.

**MI - Por que então no Brasil as empresas fecham suas portas na mesma velocidade com que novos negócios são lançados?**

**Alberto Saraiva** - Não posso responder por todos os negócios, mas eu entendo que o pior erro para uma empresa é desviar o foco dos clientes e pensar apenas nos lucros. O amor pelos clientes deve vir sempre em primeiro lugar. Tudo o que uma empresa pode conseguir de bom é consequência disso. Funcionários desqualificados e desmotivados também são outro grande erro de algumas empresas. Vivemos uma época em que produtos tendem a ficar cada vez mais parecidos entre si e o que destacará uma empresa de outra é a qualidade dos seus serviços e o relacionamento que mantém com seus clientes. Em minha palestra, conto todas as minhas preocupações com os clientes, conselhos sobre gestão, minhas características pessoais como líder e dicas comportamen-

tais. Além disso, sempre reforço a importância de sonhar sempre e de persistir. Também acredito que é sempre importante oferecer mais e cobrar menos. A maioria das empresas faz o contrário e, talvez por isso, grande parte delas não dá lucro e não sobrevive.

**“Priorizar o dinheiro ou o lucro leva a decisões equivocadas e a maior delas é desviar o foco dos clientes.”**

**MI - O Habib's foi criado em 1988 com a filosofia de preços baixos. Como conciliar isso com lucratividade?**

**Alberto Saraiva** - Como comerciante, aprendi que priorizar o dinheiro, ou o lucro, leva a decisões equivocadas e a maior delas é desviar o foco dos clientes. Costumo dizer que não estou no ramo de alimentação, mas no ramo de fazer pessoas felizes. É daí que vem o lucro — das pessoas satisfeitas com o que lhes oferecemos. O Habib's é resultado da aplicação de que nada é

mais importante do que vender barato. Centavos devem gerar centavos e não devem ser gastos e, sim, reaplicados no próprio negócio. Garantir o crescimento sustentável da marca e a prática do preço baixo só é possível com a verticalização da nossa produção e de nossos serviços. Sempre fazemos com que as nossas empresas cooperem umas com as outras.

**MI - Por que o Habib's só chegou ao Maranhão no ano passado? A que se deve a demora?**

**Alberto Saraiva** - O Habib's tem um plano de expansão definido e fazemos um estudo antes de entrar em uma nova região. Para este local foi estudado e implantado uma Central de Produção exclusiva para atender as lojas do Maranhão e Piauí. A primeira loja do Habib's em São Luís abriu as portas em outubro do ano passado, no Shopping Jaraçati, e, antes do término do ano, uma segunda loja foi inaugurada na avenida dos Africanos. Além disso, abrimos, no início deste ano, uma unidade em Teresina, no Piauí. A chegada aos dois estados faz parte dos planos do Grupo de consolidar sua presença nas capitais e expandir suas lojas (Habib's e Ragazzo) no interior do Brasil. A entrada do Habib's no Maranhão se deu em um ano muito importante para a empresa, quando completamos 25 anos. ■

## Cenário de expectativas e transformações

*Número de empreendimentos industriais em operação ou instalação no estado tem se multiplicado e aponta para cenário de crescimento na próxima década*

*Por Raquel Araújo*



*Suzano Papel e Celulose em Imperatriz*

Apesar de o Índice de Confiança do Empresário Industrial, medido mensalmente pela Federação das Indústrias do Estado do Maranhão (Fiema) ter registrado uma queda de 4,5 pontos entre fevereiro e maio deste ano, o cenário aponta para um ano de grandes investimentos e perspectivas positivas para o setor industrial em 2014.

Segundo balanço da Secretaria de Estado de Desenvolvimento da Indústria e Comércio do Maranhão (Sedinc), de 2009 até o fim do ano passado, 55 empreendimentos privados entraram em operação ou ampliaram suas plantas no estado, alcançando a aplicação de R\$ 59,3 bilhões no período. Do total, apenas no ano passado, 23 empreen-

dimentos novos que já iniciaram suas operações e respondem por investimentos da ordem de R\$ 46,7 bilhões. Entre os investidores estão: Eneva, Akso Nobel, Air Liquide e a Suzano Papel e Celulose.

Essa última empresa inaugurou em março, em Imperatriz, sua mais nova fábrica de celulose de eucalipto, que está entre as maiores e mais modernas unidades industriais do mundo, com capacidade instalada para produzir 1,5 milhão de toneladas por ano e cuja comercialização será voltada para atender os mercados europeu e norte-americano, utilizando a logística ferroviária (por meio da Ferrovia Norte Sul e da Estrada de Ferro Carajás) e interligada ao porto do Itaqui.





Terminal de Grãos no Porto do Itaqui

O investimento na fase de implantação foi de R\$ 6 bilhões e a geração de empregos chegou a beneficiar direta e indiretamente mais de 25 mil pessoas, a maior parte da região Tocantina. Na fase de operação, a fábrica emprega 3,5 mil trabalhadores.

Para os próximos anos, a Sedinc estima que outros 48 empreendimentos estejam em fase de implantação ou em estudo com expectativa de iniciar operação até 2018. Somando os investimentos privados e públicos para o período, a estimativa é que o estado receba cerca de R\$ 130 bilhões em investimentos nesta década.

“Trabalhamos, desde o início, para minimizar os gargalos da infraestrutura. Investimos na recuperação e construção de novos distritos industriais em São Luís e em diversos municípios espalhados pelo interior do estado. Estamos investindo mais R\$ 84 milhões. O porto do Itaqui, nosso principal modal de transporte, passa por um amplo processo de modernização e ampliação, assim como o porto privado da Vale”.

### Agroindústria

No setor agroindustrial, uma das grandes expectativas é pelo início da operação do Terminal de Grãos do Estado do Maranhão (Tegram), no Porto do Itaqui. A previsão é que o terminal seja entregue este ano, com capacidade estática de armazenamento de 500 mil toneladas (base soja), sendo constituído de quatro armazéns com capacidade de 125 mil toneladas estáticas cada um e movimentação final de 10 milhões

de toneladas anuais na sua segunda fase, prevista para 2019.

No plano de expansão da infraestrutura do porto do Itaqui, segundo a Empresa Maranhense de Administração Portuária (Emap), estão previstos, além da conclusão do Tegram, a construção do acesso ferroviário de três quilômetros e do berço 108. Também está em análise a construção do Terminal de Fertilizantes e dos berços de atracação 98 e 99.

Na região Sul maranhense, onde está concentrado o maior polo produtor de soja, o governo do estado também está iniciando as obras do Anel da Soja, um conjunto de rodovias estaduais que interligarão os municípios de Balsas, Riachão, Carolina, Tasso Fragoso e Alto Parnaíba.

Outro fato que deverá abrir possibilidades para a indústria maranhense é a conquista do reconhecimento internacional da zona livre de febre aftosa com vacinação. Isso abre novas perspectivas para a indústria de beneficiamento de carne bovina porque a nova classificação permitirá que seja feita a exportação da carne maranhense para os principais mercados mundiais, a Europa e Oriente Médio.

“Só a expectativa da certificação nacional de zona livre já motivou a reativação de frigoríficos que haviam suspenso ou diminuído suas operações e atraiu grandes empresas do setor como o frigorífico JBS Friboi, já instalado em Açailândia”, comentou o Secretário de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Cláudio Azevedo, que também é vice-presidente da Fiema.

### Incentivos

De acordo com a Sedinc, os projetos industriais em implantação ou operação nos últimos anos no estado - nas áreas de petróleo e gás, celulose, siderurgia, mineração, produção de cimento, agronegócio, beneficiamento de soja, energia, entre outros - foram atraídos pelas condições naturais do estado, que se destaca entre as demais unidades da federação por sua localização estratégica, próximo dos grandes mercados internacionais, e por dispor de uma grande infraestrutura de portos, ferrovias, rodovias, energia, água e comunicação.

Mas, governo do estado e entidades de apoio à indústria, como Fiema e Sebrae, também incentivam a chegada de grandes empreendimentos com o desenvolvimento de programa de incentivos fiscais, qualificação de mão de obra e desenvolvimento de fornecedores. Uma das iniciativas, o ProMaranhão, que oferece isenção de Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) por um período que varia de 12 a 20 anos às indústrias e agroindústrias no estado, já beneficiou mais de 30 empresas desde 2010, um investimento de R\$ 7,3 bilhões, gerando mais de 70 mil empregos diretos e indiretos.

No final de 2013, foi lançado o Programa de Valorização do Empreendedor Maranhense, o Made in Maranhão, que visa inserir competitivamente as empresas maranhenses nos mercados nacional e internacional, por meio da inovação tecnológica, da produtividade e da qualidade.

Falando em empregos, de acordo com cálculos do governo, os novos empreendimentos em

operação ou instalação desde 2009 já geraram mais de 250 mil novos postos de trabalho. Para assegurar que as vagas sejam ocupadas por maranhenses, governo e entidades parceiras, como o Sistema Fiema, investem sistematicamente em programas de qualificação profissional.

O programa governamental Maranhão Profissional tinha a meta de qualificar 400 mil pessoas, de 2011 até o fim deste ano. Até agora, segundo a Sedinc, 350 mil pessoas foram qualificadas e cerca de 60% deste total foi qualificado em programas mantidos e operacionalizados pelo Sistema Fiema. O Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) registrou recorde de participação em seus cursos no ano passado. Foram 68.805 matrículas em 2013.

Segundo dados da entidade empresarial, entre 2010 e 2013 foram executadas 163.603 matrículas no Senai, um resultado que coloca o Maranhão como um dos líderes do Nordeste na formação de mão de obra em nível técnico para a indústria.

Além da mão de obra, o Serviço Nacional das Micro e Pequenas Empresas no Maranhão (Sebrae) desenvolve projetos de qualificação das micro e pequenas indústrias para que se habilitem a fornecer produtos e serviços para os grandes empreendimentos em instalação no estado. No setor de Petróleo e Gás, a primeira fase do Projeto Adensamento da Cadeia de Petróleo, Gás e Energia no Território de Influência da Refinaria Premium I, executada desde 2010, foi encerrada no ano passado, com a participação de 108 micro e pequenas empresas locais.



UTE Parnaíba



## SISTEMA INDÚSTRIA TRIPLICARÁ INVESTIMENTOS

O Sistema Fiema - formado pelo Serviço Nacional da Indústria (Senai), Serviço Social da Indústria (Sesi), Instituto Euvaldo Lodi (IEL) e pela própria Federação - deve triplicar este ano o volume de investimentos. A previsão é que sejam aplicados R\$ 36,1 milhões na construção de novas unidades, aquisições de unidades móveis, renovação de equipamentos e treinamento de pessoal, com ações já concluídas e outras em andamento. No ano passado, as quatro casas que compõe o Sistema aplicaram R\$ 11,5 milhões.

Os maiores esforços serão feitos na construção de duas novas unidades para o Senai - uma em Rosário e outra em Açailândia - e de sete novas unidades Sesi Indústria do Conhecimento. Segundo o presidente da Fiema, Edilson Baldez das Neves, os recursos já estão disponíveis.

“A nossa meta é fazer mais de 90 mil matrículas este ano nos cursos de formação profissional, educação executiva e educação formal que as quatro casas oferecerão. Queremos contribuir de maneira decisiva para o desenvolvimento da economia maranhense e por isso ampliamos o volume de investimentos previstos para este ano”, explicou Baldez.

Outra orientação é usar o volume de investimentos para interiorizar as ações previstas tanto que todas as novas instalações que serão construídas em 2014 serão feitas no interior do estado. “Vamos onde a indústria está. Os novos distritos industriais estão todos no interior, assim como os grandes investimentos em andamento, como a planta da Suzano e a aciaria da Ação Verde do Brasil”, afirmou Baldez.



Aciaria Gusa Nordeste

DIVULGAÇÃO

“Hoje, as empresas atendidas não somente estão aptas a serem fornecedoras da cadeia de Petróleo, Gás e Energia (PG&E) como aos elos de cadeia de outros segmentos que demandam seus serviços e produtos”, garante o gerente de Área de Soluções e Interlocações do Sebrae no Maranhão, Luís Genésio Portella. O Sistema Fiema em parceria com a Sedinc também tem uma linha de ação que visa preparar as empresas maranhenses para fornecer produtos e serviços para os grandes empreendimentos instalados no estado: o Programa de Desenvolvimento de Fornecedores (PDF). Saiba mais na página 30.

### Siderurgia e Mineração

Outro setor que vive a expectativa de crescimento é o da siderurgia, através da entrada em operação da siderúrgica Aço Verde/Gusa Nordeste, pertencente ao Grupo Ferroeste, em Açailândia, região Sudeste do estado. Na área da mineração, a exploração de ouro no município de Godofredo Viana feita pela Mineração Aurizona S.A., do grupo canadense Luna Gold, já responde por 4,1% das exportações maranhenses.

O grupo, que já investiu R\$ 130 milhões no projeto da mina, estuda a viabilidade da expansão de sua atual capacidade de produção, que é de 2,8 mil kg de ouro anuais para 7 mil a 9 mil kg de ouro por ano. “Nossa portaria de lavra abrange uma área de 10.000 hectares, com possibilidade de novas portarias considerando as áreas de pesquisas em andamento.



UTE Parnaíba

Nossas reservas lavráveis estão estimadas em 65.317 kg de ouro ao longo de 13 anos de vida útil da mina”, disse o diretor da Mineração Aurizona, Alberto Reyes, em recente entrevista a um jornal local. O empreendimento, que atende exclusivamente o mercado internacional, com 17% das vendas para o Canadá e 83% para os Estados Unidos, gera 830 empregos diretos e 96 terceirizados, distribuídos em área de mina, beneficiamento do minério e setor administrativo.

### Energia

Nos últimos anos, o Maranhão deixou a condição de estado consumidor para assumir o papel de produtor de energia. Hidrelétricas, termoeletricas a óleo, carvão mineral e gás, e até um projeto de parque Eólico, entraram em operação ou estão em fase de ampliação, implantação ou estudos de viabilidade.

Em novembro do ano passado, o Complexo Parnaíba, pertencente à Eneva - único empreendimento privado no Brasil que integra a produção de gás natural à geração de energia -, instalado nos municípios de Capinzal do Norte e Santo Antônio dos Lopes, foi inaugurado e iniciou a operação das usinas Parnaíba I e Parnaíba III, com capacidade para produzir 676 megawatts (MW) e 176 MW de energia respectivamente, totalizando a produção de 908 MW de energia produzida a partir de gás natural, extraído da Bacia do Parnaíba, que

representa cerca de 40% da produção em terra (onshore) do combustível no Brasil. Nos próximos meses, devem entrar em operação as usinas Parnaíba II (517 MW) e Parnaíba IV (56 MW), o Complexo Parnaíba, atingindo cerca de 1.400 MW operacionais, dos 3.722 MW da capacidade licenciada para o complexo.

Há ainda a expectativa pela implantação de 13 parques eólicos em municípios maranhenses pela Bioenergy Geradora de Energia, já contratados em leilões de energia do governo federal, e que integrarão a primeira etapa do empreendimento. Nessa primeira etapa, a empresa estimou investimentos na ordem de R\$ 1,4 bilhão. Porém, a empresa ainda não confirma o período em que o projeto deve entrar em operação.

A economia maranhense apresenta resultados positivos no processo de desenvolvimento nos últimos anos. O Produto Interno Bruto (PIB) do Maranhão saltou de R\$ 39,85 bilhões, em 2009, para R\$ 52,18 bilhões, em 2011, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O crescimento de R\$ 12,32 bilhões, enquanto a renda per capita saltou de R\$ 6.259,43 para R\$ 7.852,71 no mesmo período. Neste processo, foi o setor da indústria que mais ganhou participação no PIB estadual, saltando de 15,4%, em 2009, para 17,5%, em 2011, o que mostra o bom momento de crescimento do setor industrial maranhense. ■



# DESIGN PARA VENDER

*Indústrias maranhenses estão investindo em estratégias de comunicação visual para aumentar o faturamento. Esta tendência veio para ficar.*

Foi-se o tempo em que um produto considerado de elevada qualidade tinha garantia de venda. Hoje, no século XXI, os consumidores são mais exigentes e o mercado altamente segmentado e competitivo. Assim, investir em comunicação visual para atrair clientes e vender produtos e serviços é uma necessidade para quem quer se manter no mercado. Com esta certeza, o jovem empresário maranhense Thiago Colares Moreira, de 25 anos, transformou o pequeno negócio familiar em uma marca de R\$ 2 milhões. Mas nem sempre foi assim.

Por dez anos, Thiago viu seu pai sustentar a família com a venda do sanduíche natural caseiro, um mercado pouco explorado na época. Até então, o sanduíche era feito por sua mãe, Simone Moreira, cujas iniciais deram nome à atual SM Sanduíches, e recheado com uma pasta que era uma receita antiga da avó materna. Os sanduíches eram embalados também de forma artesanal, em papel filme, e lacrados apenas com um adesivo. Depois de prontos, ganhavam as praias de São Luís e as escolas da cidade. O produto era muito bem aceito entre os clientes.

Quando se formou em administração de empresas, Thiago resolveu assumir o negócio dos pais, já que, na época, seu pai tinha novos planos: queria investir em outra área. O jovem aspirante a empresário procurou o Sebrae e o Senai, pois queria regularizar e amadurecer a empresa criada uma década antes e que agora era dele. Além disso, foi em busca de uma agência de publicidade para criar uma roupagem para o sanduíche.

“Se por dez anos meu pai conseguiu manter a casa vendendo precariamente aquele sanduíche na praia, só podia ter uma coisa realmente especial naquele negócio”, comentou Thiago. A primeira providência à frente da SM Sanduíches foi criar uma identidade visual para o produto e para isso, o empresário buscou a agência maranhense Quadrante. “Eles me ajudaram a pensar todo o negócio, desde a marca até a embalagem”, contou.



A campanha criada em 2010 teve incentivo de um projeto da Agência Brasileira de Embalagens (Abre) em parceria com o Sebrae, que financiava 50% do desenvolvimento do design das embalagens, a fim de subsidiar o crescimento de micro e pequenas empresas.

“Ele fez várias capacitações conosco e saiu muito empolgado delas ao descobrir a potencialidade que tinha para os negócios. Primeiro fez o Empretec, um seminário de imersão para desenvolver ideias e um comportamento empreendedor. Depois viu a necessidade de melhoria do produto e o Sebrae indicou essa parceria com a Abre, que serviu para Thiago dar um upgrade no produto dele”, lembrou Giovana Maria Figueiredo e Silva, gerente da Unidade de Acesso à Inovação e Tecnologia do Sebrae Maranhão.

Daí pra frente, a empresa só cresceu e, mais do que isso, se destacou. Hoje é reconhecida dentro e fora do país, inclusive com premiações singulares. A mais recente delas foi o Prêmio WorldStar 2013 - um dos mais importantes do mundo na área de embalagens - que Thiago foi buscar no mês passado na Austrália, junto com a Quadrante, depois de ser premiado na categoria alimentos pela embalagem da linha infantil de sanduíches da SM.

Além da premiação internacional, a SM Sanduíches foi uma das contempladas no edital Tecnova, da Fundação de Amparo à Pesquisa do Maranhão (Fapema) e ainda em 2014, receberá R\$ 200 mil para investimentos em projetos inovadores na empresa. “Ter um portfólio estruturado e embalagens inovadoras é o principal diferencial do meu negócio, porque sanduíche todo mundo pode fazer, mas o desafio é combinar um bom produto e saber comunica-lo bem”, disse Thiago.

## Trabalho

Para Marcelo Figueiredo, coordenador de Desenvolvimento de Projetos da Quadrante, que atende a empresa de Thiago, esse é o maior desafio, mas a história da SM Sanduíches demonstra a maturidade dos empresários do Maranhão, que hoje enxergam o investimento na marca, no desenvolvimento do produto, como estratégia para o sucesso dos negócios. “De uma forma geral esse aspecto já é compreendido pelo empresário. O que acontece, às vezes, é que alguns negócios não passam por um planejamento básico, ou se passam, não têm como prioridade o investimento no design da marca”, comentou o publicitário.

Sobre o trabalho com a SM Sanduíches, Marcelo conta que foi gratificante em vários sentidos. “Hoje, temos a confiança do empresário que nos consulta sempre para o desenvolvimento de novos projetos, sem contar com os prêmios que recebemos pelo desenvolvimento das embalagens”, afirmou.

Assim como Thiago e seus produtos alimentícios inovadores, investimento semelhante está sendo feito pelo engenheiro agrônomo Valdemar Cabral, dono de uma linha de cachaças produzidas no Sul do Maranhão. No mercado há três anos e com pretensões de exportar o produto, ele conta que a criação de uma boa marca para a Jacobina (nome da aguardente) foi tão importante como comprar





um equipamento de última geração para a indústria de bebidas.

“Investi nos melhores equipamentos, tecnologia de ponta e precisava de uma apresentação, de uma marca que traduzisse todo esse investimento”, afirmou o empresário de Balsas, que produz 30 mil litros de cachaça por ano e já está nos maiores supermercados do estado. Seu produto é apresentado para o mundo em uma página na internet, em kits com mini garrafinhas e um slogan, dentro outros itens, que chama a atenção: “A cachaça Jacobina é genuinamente brasileira, orgulhosamente maranhense e caprichosamente feita em Balsas”.



### Custos

Vale ressaltar que todo esse investimento das empresas para nomear os produtos (naming) e ter uma marca bem gerida (branding) precisa ser prevista como prioridade pelo dono do negócio, pois é um investimento como outro qualquer na empresa e requer planejamento, paciência, perspicácia e capital.

“Na verdade, o empreendedorismo é visível nos empresários do Maranhão atualmente. Eles já chegam nas agências com o plano de negócios pronto, bem bolado, o mercado estudado e sabem claramente onde querem chegar”, garantiu o professor dos cursos de Propaganda da Universidade Ceuma, em São Luís, Miguel Abdalla, que também é diretor da agência de publicidade Ideia Propaganda. Segundo ele, o importante é que as empresas maranhenses de design e publicidade estão preparadas e atendendo a contento a demanda crescente pela criação de marcas e identidade para os produtos nascidos no Maranhão, não deixando nada a desejar quando comparadas a empresas de outros estados.

Mas o custo ainda pode ser alto para os micro e pequenos empresários. Consultando a tabela de preços de 2013 do Sindicato das Agências de Propaganda do Maranhão (Sinapro), só o planejamento e a criação de uma campanha considerada de ‘alta complexidade’ pode custar mais que R\$ 100 mil, incluindo criação da marca, lançamento do produto, dentre outros itens. O tempo estimado para a preparação de uma campanha com essa característica pode durar de quatro a seis meses. Portanto, não é um produto do tipo “pague e pegue”.

A SM Sanduíches lançou mão de um projeto da Abre com o Sebrae para conseguir pagar os custos das embalagens e da marca da empresa, que na época, em 2010, custou R\$ 35 mil. Mas existem possibilidades diversas, especialmente para projetos de inovação, com linhas de financiamento disponíveis nas esferas federal, estadual e municipal.

Somente no Edital Senai Sesi de Inovação e no Prêmio Finep, por exemplo, estão disponíveis R\$38 milhões para empresas de todo Brasil desenvolverem projetos inovadores em 2014. Ambos estão com inscrições abertas. No edital, os recursos chegam a R\$ 30,5 milhões, sendo R\$ 20 milhões para projetos do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), R\$ 7,5 milhões para projetos do Serviço Social da Indústria (Sesi) e R\$ 3 milhões em bolsas de pesquisa em Desenvolvimento Tecnológico e Industrial (DTI) do Conselho

Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Esse ano, as propostas poderão ser submetidas até 15 de fevereiro de 2015.

Já o Prêmio Finep inscreve projetos de empresas inovadoras até o dia 7 de agosto de 2014 nas seguintes categorias: Micro e Pequena Empresa, Média Empresa, Grande Empresa (apenas na etapa nacional), Instituição de Ciência e Tecnologia, Tecnologia Social, Inventor Inovador, Inovação Sustentável e Tecnologia Assistiva, também restrita à etapa nacional. A premiação é considerada uma das mais importantes do país no estímulo e reconhecimento à inovação.

Também pela Finep, foram disponibilizados R\$ 4 milhões para inovação dentro das empresas maranhenses via Edital Tecnova, uma parceria da empresa pública com a Fundação de Amparo à Pesquisa do Maranhão (Fapema). Para os empresários da indústria

maranhense, por exemplo, o Senai oferece, inclusive no Maranhão, consultoria em Design Estratégico, uma ferramenta que orienta empresas que querem posicionar ou reposicionar seus negócios.

Quem está experimentando a consultoria pela primeira vez é o empresário Benedito Bezerra Mendes, presidente do Grupo BB Mendes, um dos maiores do Maranhão no ramo ceramista. Junto com o Sistema Fiema está desenvolvendo o reposicionamento de marca da sua empresa.

“À medida que a empresa cresce e que o mercado fica mais competitivo, mais exigente, faz com que o empresário repense o negócio e a forma de apresentá-lo. Para o diretor-proprietário da SM Sanduíches, o investimento foi decisivo. “Tenho plena convicção de que não teria chegado onde estou sem o trabalho que fizemos na marca, na embalagem da SM Sanduíches”, finalizou.

No entanto, o cenário de preços altos combinada com a crise que se instala no país, não deixa de ser uma oportunidade para as pequenas agências de publicidade que, por terem uma estrutura mais enxuta, conseguem atender empresas a um custo menor. “As empresas estão economizando, os clientes estão refletindo esse corte de investimento em publicidade e migrando para agências

menores”, opinou Angelo Guimarães Rosa, publicitário e sócio-proprietário da agência maranhense Pipa, no mercado há apenas oito meses e já com uma carteira de 15 clientes. “Tem a vantagem de fazer um atendimento mais dinâmico, mais pessoal, exclusivo mesmo, já que são poucos clientes. Mas de fato, grande ou pequena, o que vale é a criatividade”, afirmou o empresário. ■



## CARCINICULTURA E PISCICULTURA GANHAM REFORÇO

*Elaboração de planos, sanidade de animais, medidas de biosegurança e investimento em pesquisa e extensão são algumas das ações em andamento.*

O Maranhão ainda dá os primeiros passos para se tornar o maior produtor de pescado do país, mesmo com seu reconhecido potencial para o setor. No entanto, o incremento da pesca de um modo geral ganhou alguns reforços nos últimos anos.

De um lado, o governo do estado tenta aprovar no Ministério da Pesca e Aquicultura (MPA) um plano de carcinicultura. Do outro, pesquisadores avançam em áreas importantes como monitoramento do trânsito do pescado, análises móveis da qualidade do que é produzido e instalação de infraestrutura que permitirá, ao mesmo tempo, ensinar os jovens profissionais, fazer extensão, melhorar a produção e a sanidade das espécies, assim como incentivar a produção e industrialização sustentável em todos os elos da cadeia produtiva do pescado.

A Secretaria de Estado da Pesca e Aquicultura (Sepaq) encaminhou recentemente para o Ministério da Pesca e Aquicultura (MPA) um plano que poderá tornar o Maranhão o maior produtor de camarão em cativeiro do Brasil e um dos maiores do mundo. Apenas três municípios localizados na Baixada Maranhense - Viana, São João Batista e Anajatuba – têm, juntos, a capacidade total de produção do Rio Grande do Norte, maior produtor do país.

Além da carcinicultura, a produção de pescado de um modo geral deverá ser reorientada, tanto para ampliar a produção quanto

para incentivar a sua industrialização, o que deverá alterar a pauta de exportação do estado e influenciar no crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) do Maranhão.

Pela primeira vez, o setor tem uma secretaria específica. Criada há um ano, a Sequa herdou da Secretaria de Estado da Agricultura e Pecuária (Sagrma) as ações voltadas para a pesca empresarial e da Secretaria de Desenvolvimento Social e Agricultura Familiar (Sedes) as relativas à pesca artesanal.

Apesar de ter autonomia administrativa e financeira, um orçamento e planejamento próprios ainda dependem de discussão no âmbito do Plano Plurianual (PPA). Alguns dados deverão nortear essa discussão: 50% de toda a água doce do Nordeste está no Maranhão; o estado tem a segunda maior costa do país, sem contar com as reentrâncias, e tem vocação para desenvolver o setor.

Atualmente, o Maranhão não consegue produzir para suprir toda a sua demanda interna por vários alimentos, incluindo pescado. De acordo com o MPA, a produção maranhense em 2013 via aquíicultura foi de 170 mil toneladas e de 78 mil toneladas via pesca extrativa, perfazendo um total de mais de 248 mil toneladas (Ver gráfico na página 28). A contribuição da aquíicultura para esse desempenho, portanto, foi de 68,3% da produção pesqueira do estado.

O estado ocupa a segunda posição no país em produção aquícola e a quinta na pesca extrativa. Quando somadas as duas modalidades, o estado fica na segunda posição, com quase 10% da produção nacional. Segundo o Registro Geral da Pesca (MPA,2013), o Maranhão possui mais de 154 mil pessoas vivendo da pesca artesanal.

Cerca de 57% do pescado comercializado em São Luís é oriundo do litoral ocidental do estado; 28% da Baixada Maranhense, 9% da Grande São Luís e 6% do litoral oriental. Os principais municípios produtores da pesca extrativa marinha são Apicum-Açu, Turiaçu, Cururupu, Carutapera, Cândido Mendes, Primeira Cruz, Humberto de Campos e Tutóia.

Já na pesca extrativa continental os principais municípios produtores são Conceição do Lago Açu, Pindaré-Mirim, Santa Helena, Pinheiro, Monção, Turilândia, São Mateus, Magalhães de Almeida e Viana.

O secretário de estado da Pesca e Aquicultura, Dayvson Franklin de Souza, comentou que a pesca e a aquíicultura são aptidões naturais do estado cuja costa só perde para a Bahia. “Essa é a nossa vocação, mas ainda faltam políticas públicas, por exemplo, que resolvam questões como infraestrutura de atracação das embarcações, criação de fábricas de gelo e de ração, capacitação de mão de obra visando o beneficiamento do pescado, além do enfrentamento de questões como assoreamento dos rios e reprodução dos peixes”, resumiu o secretário.

Para o governo do estado, a solução para o setor da pesca extrativa é semelhante a que está sendo adotada para a carcinicultura, com apoio do MPA e conduzida pela Associação Brasileira de Criadores de Camarão (ABCC). A ideia central é promover a atração de investimentos na cadeia produtiva como um todo, por meio da ação entre micro, pequenos, médios e grandes produtores de forma que, num sistema de integração, o estado disponha dos equipamentos de suporte ao transporte, armazenamento, conservação,





beneficiamento e à comercialização do pescado produzido no estado.

Os governos, em todos os níveis, atuarão com o aporte da infraestrutura básica e a logística necessários para atrair o capital privado e a adoção de programas de incentivo aos micro e pequenos produtores e sua capacitação para inserção nos elos da cadeia produtiva da pesca e aqüicultura.

Neste sentido, o Plano prioriza utilizar os campos elevados ou tesos maranhenses localizados na Região da Baixada para a exploração da carcinicultura e recomenda o modelo de polos de desenvolvimento para a implantação da atividade nos municípios de Anajatuba, Viana e São João Batista, que contêm mais de 50% das áreas propícias no Maranhão para implementação da atividade e está concebido e estruturado para que as ações de promoção e fomento da carcinicultura atuem como uma nova força propulsora do desenvolvimento regional em um horizonte de 10 anos.

#### ***Pesquisa e extensão***

O professor da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA), Haroldo Barrozo, PHD em Aqüicultura, disse que o Maranhão tem condições de ser o maior produtor aquícola do mundo, pois possui bacias hidrográficas perenes, estabilidade climática, mão de obra

disponível e um porto público do Itaqui capaz de dar vazão à exportação dos produtos.

No entanto, ele discorda dos números oficiais de pescadores e critica a falta de orçamento para as ações do setor, assim como a ausência de políticas públicas bem definidas e pessoal técnico na área de meio ambiente, por exemplo, com capacidade de analisar as questões ligadas ao setor de forma eficaz.

Criador do curso de Engenharia de Pesca da Uema em 2006, Barrozo também coordena o Centro Multidisciplinar de Pesquisa e Extensão em Aqüicultura (Cempea). Trata-se de um complexo cuja construção total consumirá, aproximadamente, R\$ 20 milhões. A obra começou em 2011 e, já com atraso, deverá ser entregue até o final deste ano.

O Cempea abrigará, além do curso de Engenharia de Pesca, vários laboratórios, como os de piscicultura de água doce e salgada, biopatologia e controle de qualidade, biotecnologia, carcinicultura, ostricultura, além de casa de ração, salas de aula, alojamento e auditório. Além de qualificar alunos de graduação, o Cempea se propõe capacitar produtores, ofertar assistência técnica aos criadores, promover pesquisas e produzir com certificação genética e sanitária.

“Cultivar pescado é mais viável do que investir na pesca extrativista, pois agride menos o meio ambiente, absorve mais mão de obra e

## PRODUÇÃO PESQUEIRA NO COMBATE À POBREZA

Já no âmbito da Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (Codevasf), a meta é instalar no estado um Centro Integrado de Recursos Pesqueiros e Aqüicultura, cujo objetivo é o de proporcionar, especialmente aos técnicos extensionistas e aos pequenos produtores rurais brasileiros, o acesso gratuito a conhecimentos atualizados das atividades aquícolas com espécies tropicais, exóticas ou nativas brasileiras.

A instituição tem como horizonte o substancial crescimento da oferta de pescado e, por conseguinte, o alcance da meta do consumo anual de 12 quilos por habitante, recomendado pela Organização Mundial da Saúde (OMS). Já existem sete centros em funcionamento no país.

Além disso, a 8ª Superintendência Regional da Codevasf tem previsão de executar ações de piscicultura em sistemas intensivos (tanques-rede) que deverão ser iniciadas ainda no segundo semestre deste ano, em municípios maranhenses a serem selecionados.

Ações essas a serem empreendidas no contexto do Programa 2029 (Desenvolvimento Regional, Territorial Sustentável e Economia Solidária) do Plano Brasil Sem Miséria, que objetivam atender famílias inclusas na faixa de extrema pobreza.



Nesse sentido, a Companhia Hidroelétrica do São Francisco (Chesf) e a Embrapa Meio-Norte já desenvolvem em sete municípios do Piauí e do Maranhão o Projeto Boa Esperança, que consiste na instalação de unidades de criação de peixes em tanques-rede. O objetivo da unidade é contribuir para reduzir a pressão no estoque pesqueiro da região, melhorar a qualidade do peixe, além de aumentar a renda das famílias envolvidas.

No Maranhão, participam os municípios de Benedito Leite, Nova Iorque e São João dos Patos. O projeto, que iniciou em 2007, instalou também unidades demonstrativas de criação de peixes em tanques-rede, com o envolvimento de dezenas de famílias.



obtem um produto garantido do ponto de vista sanitário, com menor tempo de produção e com o envolvimento de todos os elos da cadeia”, explicou Barrozo.

A propagação artificial de espécies, área na qual ele é especialista, seria uma forma de produção mista do pescado e que ajudaria a aumentar a oferta natural desses produtos. “A universidade tem que ter extensão via capacitação de técnicos e produtores para dar um passo largo e seguro na produção sustentável do pescado”, disse Barrozo, justificando a criação do centro.

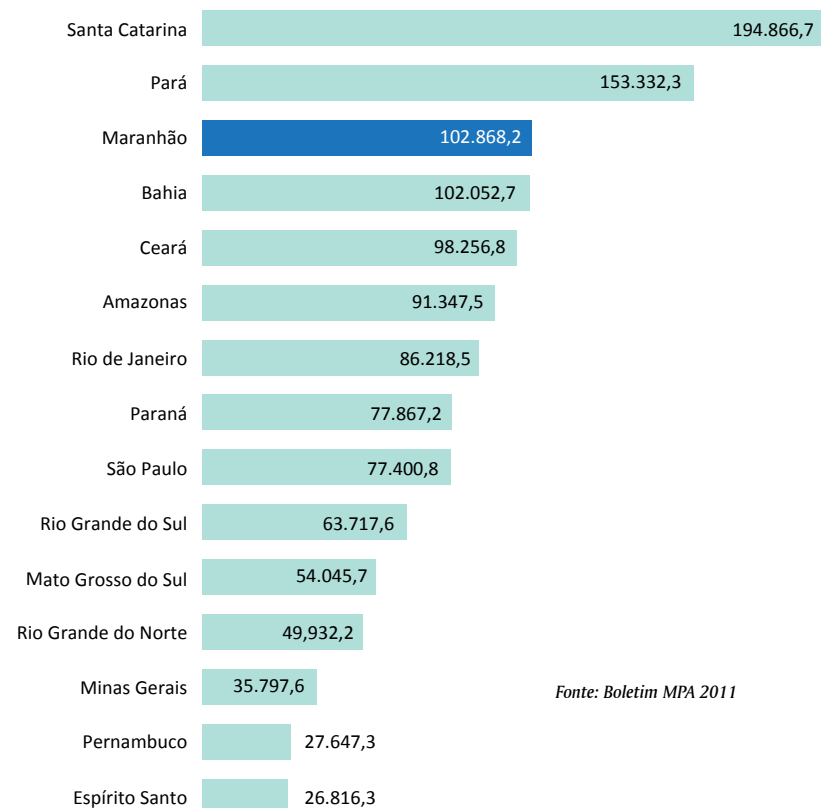
Outros três avanços no setor também vêm dos pesquisadores: o Centro Multidisciplinar em Biopatologia de Organismos Aquáticos, a elaboração do fluxo de trânsito de animais aquáticos e o uso do diagnóstico molecular móvel, uma técnica desenvolvida por uma empresa de Taiwan e que está sendo disseminada no Brasil inicialmente pelo Maranhão.

Todas essas ações estão sob a batuta do PHD em Biopatologia de Organismos Aquáticos pela Universidade do Arizona, Thales Ramos de Andrade. “O Maranhão é o estado das águas, mas precisa ter bom senso na exploração desses recursos de forma sustentável visando reduzir a pobreza no estado. Para isso, é preciso diminuir o entrave econômico e a burocracia”, analisou o professor da Uema.

O Laqua, responsável pela realização de diagnósticos, é o laboratório central do Ministério da Pesca e Aquicultura no Maranhão e serve a todo o país. Ele integra a Rede Nacional de Diagnóstico, realizando análises, pesquisas e treinamentos de funcionários da própria Sequa, MPA e Agência Estadual de Defesa Agropecuária (Aged).

O Maranhão também saiu à frente por ser o primeiro estado a identificar as

## Principais produtores de pescado no Brasil



Fonte: Boletim MPA 2011

barreiras de fluxo do pescado nos últimos quatro anos, o que significa que é possível otimizar o treinamento de técnicos que atuam no controle do trânsito desses animais. Com a continuidade desse trabalho, não apenas será possível determinar com exatidão a origem e destino do pescado, dando o devido crédito à produção local, assim como controlar a sanidade do que é produzido e consumido.

O trabalho de controle sanitário que começa a ser realizado na área da pesca é semelhante ao que está sendo feito no controle da febre aftosa. “Alguns estados, devido à introdução de vírus, perderam toda a produção e isso tem reflexo direto na liberação de recursos pelos bancos para a atividade pesqueira”, explicou Andrade. O diagnóstico molecular móvel, por sua vez, permite que os pesquisadores cheguem a mais municípios. O Maranhão também é pioneiro na introdução dessa técnica no país. ■



# 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](http://www.sushimax.com.br)  
[contato@sushimax.com.br](mailto:contato@sushimax.com.br)



**SushiMax**  
 — Delivery —



## VOLUME DE NEGÓCIOS DO PDF ULTRAPASSOU R\$ 18 MILHÕES



Em um esforço de aproximação dos pequenos e médios empresários das grandes empresas, o Programa de Desenvolvimento de Fornecedores do Maranhão (PDF-MA) atingiu um volume de aquisições de bens e serviços no valor de R\$ 18,7 milhões em 2013. Este ano, a Federação das Indústrias do Estado do Maranhão (Fiema), que desde 2010 compartilha a gestão do PDF com a Secretaria de Estado do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (Sedinc), também está utilizando a metodologia do Programa para atendimento às suas demandas. Apenas para 2014, a Federação está demandando a

compra de R\$ 8,4 milhões em produtos e R\$ 22,9 milhões em produtos.

Implantado em 1999, o PDF é mantido por seis grandes empresas instaladas no Maranhão (Alumar, Cemar, Consórcio Estreito Energia - Ceste-, Eneva, Solar e Vale – com o apoio de 36 instituições ligadas ao comércio, serviço e indústria locais. Capacitação e Certificação, Promoção e Divulgação e Assessoria aos Negócios são os três vetores do PDF. Para saber mais e cadastrar a sua empresa, acesse o site <http://www.fornecedores.ma.gov.br>.

# 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.





## Eficiência Portuária

Saulo Gomes\*

Em 2013, o porto do Itaqui movimentou cerca de 16 milhões de toneladas de cargas, tendo atracado nos seus berços cerca de 750 navios (EMAP, 2013). Com a entrada em funcionamento do Terminal de Grãos do Maranhão – Tegram, prevista para julho desse ano, estima-se que o volume de granel vegetal (soja, milho e farelos) a ser escoado pelo porto do Itaqui terá um aumento, nos próximos anos, de cerca de 10 milhões de toneladas.

Uma das questões fundamentais da logística portuária é o tempo de espera dos navios para atracação. A média diária de navios fundeados na Baía de São Marcos é de 30 embarcações, com picos que podem chegar a 40 ou 50. Um navio graneleiro, transportando soja ou fertilizante, aguarda em média entre 18 e 30 dias para poder atracar no Itaqui. Nesses casos, paga-se “demurrage” (em português, “sobrestadia”). Trata-se de uma indenização pré-fixada no contrato de fretamento do navio, pela qual o exportador ou o importador compensam o proprietário do navio pelos prejuízos decorrentes do atraso nas operações de carregamento e/ou descarregamento das mercadorias.

Para cada dia em que um navio permanece fundeado sem operar na zona de ancoragem, o custo de demurrage é de cerca de US\$ 20 mil. Some-se a isso as paralisações das operações em decorrência do período chuvoso. Despesas adicionais dessa natureza aumentam o chamado “Custo Brasil” e refletem a necessidade de aperfeiçoamento da logística de escoamento da produção nacional.



Dados da Confederação Nacional da Indústria (CNI) mostram que os gastos com transporte até os principais portos do país representam cerca de 30% do custo total dos produtores de grãos localizados no Norte de Mato Grosso. A CNI também aponta que o ritmo do investimento em logística no país é lento demais. Hoje, o país aplica 2,1% do Produto Interno Bruto (PIB) na melhoria da infraestrutura de transporte, enquanto China e Índia gastam 7,3% e 5,6%, respectivamente.

A questão é, portanto, sistêmica e envolve também os outros modais de transporte. Dessa forma, faz-se necessário o desenvolvimento de uma logística multimodal integrada (rodovias – ferrovias – portos). No caso do escoamento da soja oriunda do Corredor Norte é fundamental que os valores dos fretes para o transporte através da Ferrovia Carajás sejam competitivos. Além disso, é importante a existência de rodovias (modal mais indicado para trajetos inferiores a 1.000 km) em bom estado de conservação e de armazéns com grande capacidade de estocagem dentro do Porto Organizado. A integração entre esses modais de transporte, com eficiência, é um excelente ponto de partida para tornar o Brasil mais competitivo no mercado internacional.

\*Advogado. Presidente da Comissão de Direito Marítimo, Portuário e Aduaneiro da OAB/MA. Mestre em Direito Marítimo, Portuário e Comércio Internacional e professor da Pós-Graduação em Gestão Portuária da UFMA.

## Que tal a sua marca em um picolé?

.pipa



Picolés personalizados da Keru Sorvetes, a forma mais gostosa de promover a sua marca nos eventos de sua empresa.



(98) 3222.5324 | 3083.3454

R. Dr. Antônio Dino, 80 – Bairro de Fátima





# ARTE DEMOCRÁTICA NO ESPAÇO DAS RUAS

*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.*

*Reportagem: Camila Carneiro e texto final: Cíntia Machado*

Na capital maranhense é possível, todos os dias, se deparar com várias formas de arte pelas ruas. Muitas delas podem ser apreciadas sem nem se precisar gastar dinheiro nem desviar o caminho rotineiro para o trabalho. Os grafites fazem parte desse leque de manifestações acomodadas em uma sigla denominada Arte Urbana ou Street Art. A interação dessas verdadeiras obras de arte com o público e o espaço urbano de cidades como São Luís, surpreende o espectador e dá um colorido ao cinza do concreto sem graça, que ganha tons vívidos e coloridos que emocionam e fazem refletir, ainda que vistos apenas por alguns segundos pela janela do carro e num trânsito caótico.

A arte urbana, ao integrar seus elementos em locais públicos muito movimentados, tem como objetivo causar um impacto nos espectadores e costuma ter uma mensagem subversiva e anarquista criticando a sociedade com ironia e convidando à luta social, a crítica política ou, simplesmente, à reflexão. O grafite é considerado atualmente como uma forma de arte contemporânea de características essencialmente urbanas. São pinturas e desenhos feitos nos muros e paredes públicas, e tem a intenção de interferir na paisagem da cidade, transmitindo diferentes ideias.

Entretanto, por muito tempo, o grafite foi visto como uma atividade marginalizada, considerada até mesmo criminosa. A prática era considerada ilegal e quem fosse abordado grafitando poderia responder por depredação patrimonial. A Lei n. 12.408, de 25 de maio de 2011, alterou a redação do artigo 65 da Lei n. 9.605, de 12 de fevereiro de 1998, acrescentando um novo parágrafo no dispositivo, buscando “descriminalizar” o ato de grafitar, desde que a prática tenha o objetivo de valorizar o patrimônio público e privado, mediante manifestação artística, com consentimento dos proprietários dos imóveis utilizados como base para ação. Essa nova redação diferencia o grafite da pichação, que continua sendo considerada ilegal.

No Maranhão, o grafite teve início em 1987, com um grupo de skatistas que se inspirou ao assistir vídeos de campeonatos de skate de outras partes do país, e lá tiveram o primeiro contato com essa manifestação artística. No documentário de Nayra Albuquerque, intitulado “Aquarela Periférica”, alguns grafiteiros maranhenses trouxeram um pouco de sua vida e experiência no Grafite, como o “Pig”, que contou como surgiu a ideia de grafitar nas ruas de São Luís pela primeira vez. “Me lembro como se fosse hoje, um dos nossos amigos

skatistas falou que tinha três latas de spray em casa, uma vermelha, uma preta e uma branca, e escrevemos o nome “Rap” em um muro do bairro do São Francisco”, lembrou “Pig”.

No início da década de 90, o grafite foi ameaçado devido ao surto de pichação pela cidade. “Não se podia ouvir falar em grafitar porque achavam que estávamos fazendo pichação”, conta “Pig”. Na época, os grafiteiros tiveram que se esconder e alguns até mesmo deixaram de grafitar pela cidade. Até que algumas organizações ajudaram o movimento, chamando os artistas para desenvolverem oficinas com adolescentes das periferias. Esta, então, foi a oportunidade que os grafiteiros tiveram para, aos poucos, começarem a mudar a visão que a sociedade tinha do grafite. Dentro da própria periferia, muitos começaram a perceber que essa manifestação não existia para sujar as ruas e nem para o vandalismo, porém seria uma proposta para os adolescentes se manifestarem. A partir daí as formas e cores foram tomando as ruas e avenidas da cidade, sempre levando alguma mensagem de protesto ou paz.

Hoje, em São Luís, existem cerca de 30 grupos de grafite, sendo que uma grande parte deles acaba trabalhando em projetos sociais com crianças e adolescentes em situação de risco social. Dentro dos grupos, essas crianças e adolescentes aprendem a técnica do desenho, além de também trabalharem com o rap e o breakdance, outras manifestações artísticas provindas do Hip Hop.

Edi Bruzaca, grafiteiro há 14 anos, gosta tanto do que faz que resolveu se especializar. Ele

está se formando em Artes Visuais pela Universidade Federal do Maranhão. E além de aprender, também ensina. “Percebo na arte um poderoso instrumento de transformação social, pois através dela é possível levar o cidadão a refletir sobre a sua realidade, tornando-se uma pessoa consciente de suas necessidades e direitos”, comenta o grafiteiro e estudante de Arte.

Apesar da falta de patrocínio e apoio de órgãos públicos, esses artistas de rua estão sempre com as mochilas cheias de cores financiadas com o dinheiro tirado do próprio bolso. E mesmo encontrando dificuldades em arrecadar fundos





para organizar encontros e oficinas, estão sempre motivados a levar o grafite para comunidades e escolas da periferia. “Muitas vezes conseguimos o incentivo com amigos e ONGs, pois o poder público e privado ainda são muito fechados para o grafite aqui no Maranhão”, comenta Edi Bruzaca. A Fundação Municipal de Cultura de São Luís (Func) foi procurada, mas não se manifestou.

Arte ou Crime? - O grafite é considerado uma forma de arte, mas ainda tem muitos que não pensam assim, associando-o com a pichação e com o vandalismo. A arte do gueto, da periferia, das favelas é uma arte mais dura, mais realista, mais direta, aparece sempre questionando a violência policial, a miséria e a desigualdade social. Ela deixa de ser uma arte voltada para o deleite e o deslumbramento e volta a ser uma arte ligada à reflexão de como o grafiteiro vê a periferia e o mundo em que vive. “A proposta do grafite não é ser arte pela arte, mas sim tirar a mordada da periferia e falar o que sente. A nossa arte vem para denunciar e politizar as pessoas, é a arte enquanto manifestação política”, comenta o grafiteiro Mano Magrão, no documentário Aquarela Periférica. Para os grafiteiros, o reconhecimento de sua arte está nas ruas e não nas galerias.

Embora muitos ainda façam a comparação entre grafite e pichação, existe diferença entre elas. O grafite, em princípio, é bem mais elaborado e de maior interesse estético, sendo socialmente aceito como forma de expressão artística contemporânea, respeitado e mesmo estimulado pelo Poder Público em alguns estados, como Rio de Janeiro e São Paulo. Já a pichação é considerada visualmente agressiva, contribuindo para a degradação da paisagem, vandalismo, enfim, manifestação desprovida de valor artístico ou comunicativo.

Em geral, a convivência entre grafiteiros e pichadores é pacífica. Muitos grafiteiros foram pichadores no passado, e os pichadores não interferem sobre paredes grafitadas e vice-versa. Muitos grafiteiros consideram a pichação como arte, por ser uma forma de expressão e manifestação de protestos.

“Eu não encaro a pichação como crime. Eu encaro como arte”, afirma Bruzaca. Para ele, a pichação é um código, são signos que possuem uma tradução e traz algum tipo de informação. Ele compara a pichação com o inglês e as letras gregas, basta estudá-las para poder compreendê-las. “Se for pesar na lei, o grafite também é criminoso”, é o que aponta o grafiteiro Edi Bruzaca sobre a lei que proíbe as pinturas em locais não autorizados. Segundo a lei, o grafite só é válido se for feito em um local autorizado pelos proprietários. “Mas daí muitos se perguntam: cadê a essência do grafite?”, questiona Edi. Na década de 70, os

grafiteiros pintavam as estações de metrô e trens sem permissão, e até hoje muitos ainda grafitam sem a permissão para se pintar paredes. Para o grafiteiro, é como se tivessem apagando parte da história de um movimento, dando uma cara nova ao estilo que já existe há anos.

Em São Luís, o mercado das Artes Urbanas tende a crescer e também podem ser encontradas até mesmo fora das ruas. O grafite já esteve presente em exposições de galerias de arte da cidade. Como em 2012, ano em que o Sesc Maranhão realizou a primeira exposição em galeria de trabalhos de grafiteiros m a r a -



nhenses, em comemoração aos 400 anos de São Luís. A mostra intitulada de “4Cem Traços e Cores de São Luís”, expôs várias criações dos artistas Edi Bruzaca, OVNI e Gil Peniel. Para Paula Barros, técnica de Cultura da Galeria do Sesc/MA, a exposição teve como objetivo discutir e refletir o grafite enquanto cenário artístico, cultural e social da cidade. “Trouxemos o cotidiano e os muros do grafite para a galeria, e assim discutir e pensar a expressão urbana de forma estética”, comentou Paula Barros.

Os rabiscos e desenhos também tomam forma em tons mais comerciais, como no caso do grupo Porcolitos. O grupo é formado por ilustradores que trabalham com intervenção e decoração de ambientes arquitetônicos e com a criação e concepção de ilustrações utilizando como referências o estilo Doodle Art. Will Barros, estudante de Design da Universidade Federal do Maranhão e um dos integrantes dos Porcolitos, contou que o grupo também tem vontade de realizar intervenções urbanas em São Luís, usando o doodle art, porém as políticas e leis de incentivo à cultura da cidade não ajudam muito.

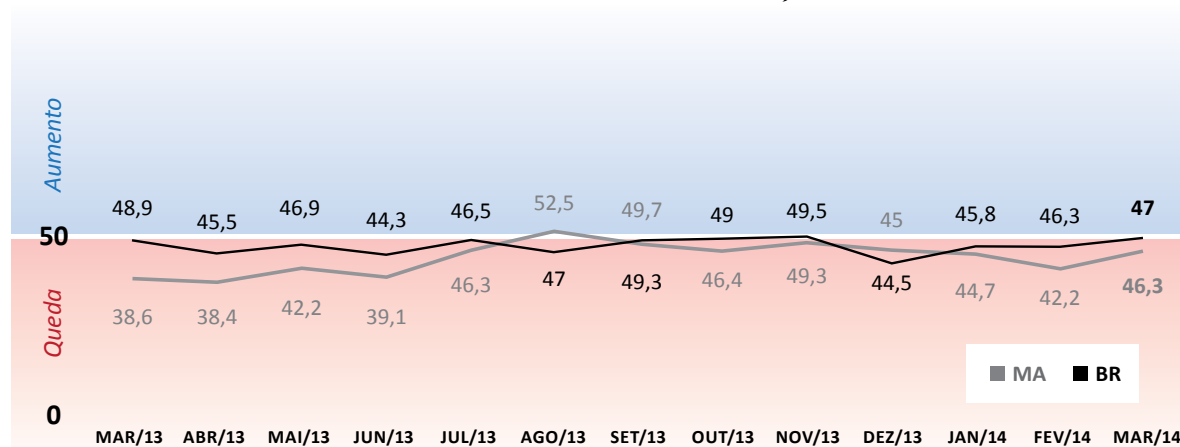
Seu público-alvo são os clientes particulares que contratam o grupo para desenhar na parede de seus quartos ou escritório. Entretanto, já foi possível ver a marca registrada dos Porcolitos em lugares públicos, como no caso do Fusca do Pirata da Litorânea. Esse ano os ilustradores participaram de um evento de grafite realizado no Anjo da Guarda, bairro da periferia de São Luís, chamado “Da Ponte pra Cá”, e ilustraram a fachada de uma casa. Recentemente, o grupo também participou de palestras em uma faculdade particular da capital maranhense, e resultou em um trabalho conjunto com o grafiteiro Gil Leros.

Pintar em muros e calçadas é a forma que essas pessoas encontraram para enfrentar as barreiras em seu cotidiano. Hoje em dia, a grande procura e as diferenças de pinturas fazem o grafite sobreviver nas ruas em um estilo rude e apaixonante, características que fazem elo a esse tipo de manifestação e está sendo desenvolvido e aceito cada vez mais pela sociedade. ■



## CONSTRUÇÃO CIVIL DO MARANHÃO SEGUE TENDÊNCIA NACIONAL

NÍVEL DE ATIVIDADE DA CONSTRUÇÃO CIVIL



Fonte: Sondagem Indústria da Construção Civil do Maranhão / FIEMA

O setor registrou retração em março, segundo Sondagem da Indústria da Construção Civil do Maranhão, realizada pela Federação das Indústrias do Estado do Maranhão (Fiema). Mesmo com registro de alta de 4,1 pontos, ficando em 46,3 pontos, o resultado ficou abaixo dos 50 pontos o que indica queda. O resultado refletiu em outros indicadores pesquisados. O nível

de atividade em relação ao usual também caiu, ficando em 37 pontos. A boa notícia é que a mesma sondagem demonstrou que a elevação em outros indicadores, como Utilização da Capacidade Operacional (UCO) e otimismo dos empresários, que pode haver recuperação a médio prazo. Os demais indicadores pesquisados ficaram acima dos 60 pontos.

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:





# certificação de pessoas senai



**faz diferença para a sua empresa.**

A Certificação de Pessoas avalia, reconhece e certifica a qualificação necessária para o exercício profissional. Com a Certificação do SENAI, a sua empresa assegura o nível de competência dos seus profissionais e garante um maior padrão de qualidade e de competitividade dos seus produtos. Com pessoas mais preparadas para o mundo do trabalho, ganham os profissionais, ganham as indústrias, ganha o país.

Acesse e saiba mais:  
[www.senai.br/certificacao](http://www.senai.br/certificacao)

Quem pensa grande tem

