

Pró Industrial

edição
99

www.adial.com.br

REVISTA DE NEGÓCIOS DA ADIAL

Setembro de 2018 - Ano X

Alimentos saudáveis na pauta da indústria

MERCADO DE
ALIMENTOS SAUDÁVEIS
DEVERÁ MOVIMENTAR
R\$ 63,5 BILHÕES NO
BRASIL EM 2018

ADIAL-LOG

ITN TRANSPORTES RENOVA
FROTA E AVALIA MERCADO

NEGÓCIOS

CATALÃO COMEMORA
20 ANOS DA MITSUBISHI

OPINIÃO

A FORÇA DA INDÚSTRIA
E DO PRODUTO GOIANO

ENTREVISTA - MARCOS MARINHO TRAÇA O CENÁRIO ELEITORAL E O PODER DA SOCIEDADE



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho de Administração

Otávio Lage de Siqueira Filho

Conselho Nato

Cyro Miranda, José Alves Filho, Alberto Borges e Cesar Helou

Vice-Presidente Financeiro

Cesar Helou

Vices-Presidentes e Conselheiros

Alexandre Baldy Sant'anna Braga, Alfredo Sestini Filho, Ananias Justino Jayme, Angelo Tomaz Landim Júnior, Carlos Luciano Martins Ribeiro, Domingos Sávio Gomes de Oliveira, Domingos Vilefort Orzil, Heribaldo Egídio da Silva, José Alves Filho, José Domingos Francischinelli, José Carlos Garrote de Souza, Márcio Botelho Teixeira, Marley Antônio da Rocha, Maximiliani Liubomir Slivnik, Olímpio José Abrão, Paulo Sérgio Guimarães Santos, Ronaldo Aspesi, Valdo Marques, Vanderlan Vieira Cardoso e Wilson Luiz da Costa.

Presidente ADIAL-LOG

Rivas Rezende da Costa

Conselheiro Vice Presidente ADIAL-LOG

Glorivan França e José Costa Pereira Filho

Conselho Fiscal - Efetivos

André Luiz Baptista Lins Rocha, Antônio Benedito dos Santos, Evaristo Lira Baraúna e Romar Martins Parreira;

Conselho Fiscal - Suplentes

Luciano Araújo Carneiro, Luiz Alberto Rassi, Ricardo Vivolo e Sebastião Osmar Albertini.

Produção e Edição

Leandro Resende
Contemporânea (Leitura Estratégica)

Impressão

Poligráfica

ANÚNCIOS: (62) 3922-8200

EDITORIAL

CENÁRIO NEBULOSO

O cenário econômico estagnado, com baixa inflação e crescimento, mostra uma economia paralisada, com baixa geração de empregos e os principais agentes produtivos inseguros com relação ao momento ideal para realizar investimentos. Na outra ponta, falta iniciativa do setor público para propor caminhos e soluções para reaquecer a economia. Um sistema político combatido, com centenas de agentes públicos e privados denunciados e, muitos, presos ou aguardando sentença em liberdade, e que demonstra o quanto o modelo econômico foi atingido, nos últimos anos.

Apesar dos pesares, a economia se reconstrói, reestrutura em silêncio. As empresas passaram – muitas ainda passam – por sufocos, reorganizaram sua gestão. A crise corta os excessos, reduz e/ou elimina-os. As indústrias têm conseguido, parcialmente e em ritmo lento, resultados. Ainda pífios. Meses de alta, meses de queda. O comércio enfrenta problemas maiores. Em Goiás, por exemplo, foram criadas mais de 8 mil novas vagas na indústria, no fechamento do primeiro semestre, e mais de 10 mil no setor de serviços. No comércio varejista, o número de trabalhadores formais registrado encolheu. No total do setor, somando atacado, foram criadas menos de 100 vagas no semestre. Nesta edição, a Pró-Industrial mostra o avanço para o mercado de consumo, avaliando a tendência de alimentos saudáveis, além de entrevistar um cientista político para avaliar as eleições de 2018.

Leandro Resende, editor.

SUMÁRIO

SETEMBRO DE 2018
Nº 99
ANO X

EDITORIAL Cenário Nebuloso 2. // CONSUMO Brasileiros buscam alimentação saudável 3-6 // ADIAL-LOG ITN Transportes renova frota e amplia atuação 7 // NOTAS INDUSTRIAIS 8-9. // MARKETING & PRODUTOS Lançamentos da indústria 12-13. // ENTREVISTA Marcos Marinho 14-16. // NEGÓCIOS Mitsubishi: 10 anos em Catalão 17. // LEITURA EMPRESARIAL 18 // OPINIÃO Otávio Lage de Siqueira Filho 19

EMPRESAS, MARCAS E INSTITUIÇÕES CITADAS NA EDIÇÃO

Mitsubishi (2, 17), ITN Transportes (2,7), Fiesp (3, 5), Euromonitor (4,5,6), Laticínios Bela Vista (4), Piracanjuba (4), Creme Mel (5), Minter (5), Grupo José Alves (6), Coca-Cola (6, 13), Instituto Locomotiva (6), Anvisa (6), Idec (6), Texaco Brasil (7), ADU-GO (8), SecoviGoiás (8), Ademi (8), Paulo Lima Assessoria e Consultoria (8), Seac-GO (8), Sepe (8), Sindesp-GO (8), Tropical Urbanismo (8), Sindiposto (8), Sicoob SecoviCred (8), Petrobras (8), Sefaz GO (8), STJ (8), IBGE (9), STF (9), USP (9), CUT (9), TRT (9), TST (9), Sandella (12), GSA (12), Unilever (12), Leão (12), BRF (12), Heinz (13), Nestlé (13), Cargill (13), UFG (15), ISCTE (15).



Brasileiros buscam alimentação saudável

INDÚSTRIA ESTÁ ATENTA A ESTE MERCADO DE R\$ 63,5 BILHÕES

Oito a cada dez brasileiros afirmaram que se esforçam para manter uma alimentação saudável. A pesquisa, realizada pela Fiesp, aponta que 71% dos entrevistados afirmaram que preferem produtos mais saudáveis, mesmo que tenham de pagar mais caro por eles. Com

mais informações disponíveis sobre saúde e nutrição, os consumidores compreendem mais o que comem e buscam produtos mais saudáveis.

Os números do mercado de alimentos saudáveis já motivam grandes movimentações da indústria para ampliar o mix de produtos no segmento. Segundo projeção da Euromonitor, o mercado de alimentos saudáveis, no Brasil, deverá movimentar R\$ 63,5 bilhões neste ano, expansão de 0,8% em relação ao ano passado. Foi considerado no estudo da consultoria, todos

os produtos que tenham “ingredientes não saudáveis suprimidos ou reduzidos, suplementos, livres de glúten ou lactose, com características saudáveis adicionadas e orgânicos.”

A pesquisa da Fiesp, que ouviu 3 mil pessoas com mais de 16 anos em 12 regiões metropolitanas brasileiras, tem margem de erro de 1.8 ponto percentual, e comparou com os resultados do estudo anterior, de 2010, período suficiente para detectar uma mudança de comportamento do consumidor. Segundo a entidade, apesar da consta-



CONSUMO

Alimentos e bebidas saudáveis (em R\$ bi)

Fonte: Euromonitor



tação de que os brasileiros têm buscado se alimentar melhor, a pesquisa verificou algumas contradições: “A percepção de ‘ter comido demais’ aumentou nos últimos sete anos, passando de 52% em 2010 para 56% no ano passado. Na hora de escolher entre um alimento mais saudável e outro com melhor sabor, 61% admitiram preferir aqueles mais saborosos – alta de cinco pontos percentuais em relação a 2010. O índice de brasileiros que consideram a comida saudável muito sem gosto também é significativo, de 54% em 2010 e 52% em 2017”, apontou.

Para o diretor comercial da Laticínios Bela Vista, Luiz Cláudio Lorenzo, o mercado consumidor esta em busca constante por produtos com apelo a saudabilidade. “Na Piracanjuba, estamos muito atentos a este movimento. Nossos departamentos Comercial, Marketing e P&D estão sempre em sintonia para pesquisar e desenvolver



produtos que tenham inovação e a busca em satisfazer a necessidade de um consumo de alimentos mais saudáveis, com ótima qualidade e sabor.”

Segundo Luiz Cláudio, a empresa está frequentemente consultando nutricionistas e médicos, além de consumidores via redes sociais e pesquisas. “Nos últimos anos, colocamos no mercado vários produtos com

“A cada ano, estamos buscando lançar produtos com apelo à saudabilidade. Em breve teremos mais novidades para colocar na mesa dos consumidores”

Luiz Cláudio Lorenzo,
Diretor da Piracanjuba



embalagens inovadoras, como o primeiro leite longa vida com tampa de rosca na caixa; produtos com grande apelo nutricional e funcional, como bebida láctea de quinoa e linhaça); e produto para intolerantes a lactose, como o primeiro leite zero lactose no Brasil, além de várias outras inovações que disponibilizamos no mercado.”

Outro relatório que monitora este mercado é o da agência de inteligência Mintel: “Alimentação Saudável – Tendências”. O estudo revela que a queda da inflação e aumento dos postos de trabalho informal apontam para ampliação da demanda e queda do custo de produção de diversas categorias, influenciando positivamente a capacidade de compra. Além disso, a alta do emprego deve proporcionar um cenário mais otimista para o segmento.

“Com isso, é esperado um aumento do consumo de produtos mais saudáveis que, em geral, são mais caros e vinham sofrendo com a alta dos preços”, diz o relatório.

Para especialistas, o interesse mais acentuado em produtos saudáveis principalmente na Região Sudeste e chama atenção para o investimento de pequenas empresas na área, com destaque para suplementos ou marmitas saudáveis. “Apesar dessas empresas terem estrutura pequena, este não é um mercado simples, uma vez que os custos não são poucos. É preciso ser eficiente para não ter prejuízo.”

Estudo da Euromonitor, a tendência para alimentos embalados é prevalecer os que possuem o poder de transformar categorias de produtos ao mesmo tempo em que fornecem crescimento sustentável e relevância às empresas que conseguem obter sucesso nessas novas ideias.

PRÓ-INDUSTRIAL

Consumidor está cada mais exigente



“A Creme Mel preza pela transparência com o consumidor”, Pedro Carneiro, CEO da Creme Mel

O CEO da Creme Mel, Pedro Carneiro, destaca que os consumidores, muito influenciado pelo acesso facilitado à informação no meio digital, têm se tornado cada vez mais exigentes e buscam uma relação autêntica e leal com os produtos e serviços.

“Com todas essas transformações, o mercado de sorvetes vem passando por fortes evoluções, se adaptando às necessidades do consumidor em busca de satisfação, saúde e bem estar. Pensando em unir todos esses benefícios, a Creme Mel Sorvetes está no mercado desde 1987 e segue firme nessa evolução”, disse Pedro, ressaltando que a empresa é hoje a maior indústria nacional de sorvetes, “porque oferece produtos de altíssima qualidade e preza pela transparência das informações nutricionais em seus rótulos, valorizando a importância de produtos

relevantes para o dia a dia desses consumidores”, afirma o executivo da Creme Mel.

Pedro Carneiro disse que a Creme Mel conta com um extenso portfólio de produtos saudáveis certificados conforme padrões nacionais e internacionais de regulamentação, sem perder variedade em sabores e texturas, atendendo a todos os gostos.

A FORÇA DA INTERNET

Na pesquisa realizada pela Fiesp, em 2010, a maior parte dos entrevistados (40%) se informava pela televisão, 19% buscavam a internet e 20% consultavam médicos ou nutricionistas.

“No ano passado, a internet se tornou a principal fonte de informações, com 40% da participação, a televisão caiu para 24% e médicos e nutricionistas responderam por 18%”, traz o estudo.

5



Comida só perde para religião na internet

Mensagens de comida e receitas, normalmente, saudáveis, só perdem em volume de tráfego para mensagens religiosas. Essa é observação do presidente do Instituto Locomotiva, Renato Meirelles, que afirma que a influência das informações obtidas na internet e redes sociais é uma tendência clara. O Locomotiva é um organização voltada para estratégia e dados no mundo digital.

Vivemos a era gourmet, com forte atuação dos influenciadores digitais e programas de TV. As empresas se inserem neste movimento de mudança do comportamento do consumidor. É o que aponta Alberto José Batista, diretor de Marketing do Grupo José Alves: "Como as pessoas estão mudando, estamos mudando também. Estamos trabalhando para acompanhar as preferências dos consumidores e oferecer cada vez mais produtos com menos calorias. Queremos dar às pessoas as bebidas que elas desejam, sem abrir mão do sabor."

No Brasil, diz Alberto, temos um cenário um pouco mais desafiador, pois os brasileiros adoram o sabor doce. "Por isso, temos que buscar a redução de açúcar nas bebidas, porém sem que essa mudança cause uma rejeição ao produto, muitas vezes antes sequer de o consumidor experimentar. A Coca-Cola Brasil está oferecendo mais produtos em embalagens menores e mais convenientes porque estamos convictos de que é possível garantir bons resultados no negócio e atender à demanda das pessoas por um estilo de vida mais equilibrado."

"Tornar-se uma empresa de bebidas cada vez mais completa significa entender melhor nosso consumidor, que está no centro do nosso negócio"

Alberto Batista,
diretor do Grupo José Alves

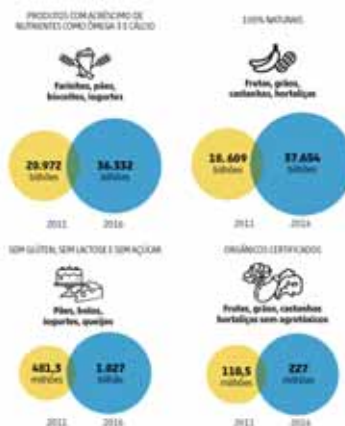


GASTO MÉDIO ANUAL DOS HABITANTES DE CADA PAÍS COM ALIMENTOS SAUDÁVEIS EM 2016

Por país que tenha um crescimento acelerado, a área azul representa o aumento de gastos em relação ao ano anterior.



FATURAMENTO DO MERCADO DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL POR NICHO NO BRASIL (R\$)



Nas gôndolas dos supermercados, a expectativa é que, em dez anos, os consumidores passem a procurar por produtos mais nutritivos e sem conservantes.

"Cada vez mais, o consumidor vai buscar informação, e vai começar a exigir mais da indústria para que entregue qualidade e transparência na composição do produto", disse o presidente do Instituto Locomotiva. "O consumidor hoje valoriza além da nutrição. Ele vai olhar a rotulagem, a origem dos alimentos, se ele é empático e se conversa com o que ele busca", pontuou Renata Ramos, pesquisadora em Bioquímica de Alimentos e Alimentos Funcionais.

Ao pé da letra, "rótulo limpo" é a tradução. O conceito disso, para o consumidor, são produtos com finalidade de passar mais claramente e com maior simplicidade as informações de sua composição, além de priorizar ingredientes naturais ou ainda que passaram por poucos processos para sua fabricação.

A Anvisa encerrou a primeira etapa de consulta à sociedade sobre advertências nas embalagens dos alimentos sobre presença de sal, açúcar e gorduras saturadas. Para o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), a revisão das informações nos rótulos das embalagens é necessária, levando em conta que as regras atuais de rotulagem não são claras.



ITN Transportes renova frota e amplia atuação

COM 30 VEÍCULOS E ESCRITÓRIOS EM GOIÁS (MATRIZ) E RIO DE JANEIRO, OPERADORA LOGÍSTICA AVALIA "POSSÍVEIS NOVOS NEGÓCIOS"

Apesar da crise no setor de cargas brasileiro, a ITN Transportes, empresa especializada em transporte, armazenagem e logística, conseguiu nos últimos dois anos manter o faturamento, perspectiva que deve repetir neste ano. O diretor da empresa, Cláudio Francisco Martins, aponta que a empresa não deixou de investir, promovendo renovação parcial da frota neste ano.

"Mas a tendência de mercado de cargas no País é de retração. A ideia é de continuar na nossa especialidade, porém com olhos voltados para possíveis novos negócios", afirmou Cláudio.

A ITN foi fundada em junho de 1994, em Goiânia, prestando serviços exclusivamente para a Texaco Brasil. Em 1995, foi aberta a filial de Duque de Caxias, no Rio de Janeiro. Desde 1999, a ITN se especializou na logística de lubrificantes embalados – transporte, armazenagem e distribuição.

"Em 2012, edificamos sede própria em Aparecida de Goiânia, em terreno de 10 mil metros quadrados, com área construída de 4.040 metros quadrados. Dispomos de área para que os clientes que fazem armazenagem, montar escritório e constituir filial. Hoje a empresa conta com 53 colaboradores", disse o diretor da ITN, destacando que a empresa distribui para Goiás, Distrito Federal e Tocantins, com frota de 30 veículos, entre pesados, semi-



pesados e leves.

Para reduzir o impacto ambiental, coletamos e reaproveitamos toda água da chuva que cai sobre os mais de 3.500 m² do telhado do armazém e plataforma por meio de um sistema que permite armazená-la em uma caixa de captação, com capacidade para 50 mil litros.



NOTAS INDUSTRIAIS

2º FÓRUM GOIÁS

Reiterando o compromisso do setor produtivo com o desenvolvimento, o presente e o futuro de Goiás, no último dia 5 de setembro, ADIAL, Fecomércio-GO, SecoviGoiás, Sicoob Secovicred, ADU-GO, Grupo NB, ADEMI, Paulo Lima Assessoria e Consultoria, SEAC-GO, SEPE, SINDESP-GO, SINDIPOSTO e Tropical Urbanismo e Incorporação promoveram o 2º Fórum Goiás de Debates. Realizada no auditório do SecoviGoiás, esta edição contou com conferências dos renomados economistas Adriano Pitoli, Felipe Salto, Mailson da Nóbrega e do advogado Renato Portela, que traçaram um minucioso e rico painel da conjuntura brasileira, dos



pontos fortes e sensíveis de Goiás e apresentaram um conjunto de medidas e políticas públicas com potencial de efetivamente melhorar a competitividade do Estado nos próximos 4 e 8 anos. Estiveram presentes ao evento integrantes dos setores político, empresarial, classista e cooperativista de Goiás.

O presidente da ADIAL, Otávio Lage de Siqueira Filho, fez o encerramento do evento e agradeceu aos organizadores, palestrantes e público do 2º Fórum Goiás e destacou a importância de se discutir, de forma responsável e madura, o presente e o futuro de Goiás e do Brasil.

PETROBRÁS

A diretoria executiva da Petrobrás aprovou um mecanismo de proteção (hedge) complementar à política de preços da gasolina. Na última quinta-feira (6), a empresa dará mais detalhes em uma coletiva de imprensa. Por enquanto, o comunicado ao mercado explica que o mecanismo visa dar flexibilidade adicional à gestão da política de preços da gasolina e que a atual prática de reajustes diários continua sendo uma opção.

INCENTIVOS: IN 1411

Uma Instrução Normativa, a 1411, da Sefaz, publicada na última segunda-feira, suspende a devolução de antecipação de ICMS de beneficiários dos programas Produzir e Fomentar, feita pelo governo do Estado, em meio a crise, entre março de 2015 e fevereiro de 2016. Promete retomar em janeiro os pagamentos. Decisão deixou goianos empresários preocupados.

MAIS ESSA

Não pagar valores declarados de ICMS que foram repassados aos clientes caracteriza apropriação indébita tributária. Este é o entendimento da 3ª Seção do Superior Tribunal de Justiça, que negou Habeas Corpus de empresários condenados nesta situação. A decisão pacifica um tema sobre o qual havia divergência dentro do STJ. A 5ª Turma já havia decidido que trata-se de inadimplência e não crime.

A NOVELA DA TABELA DE FRETE

Criticado por todo setor produtivo, a tabela do frete teve reajuste e foi recebido, entre os caminhoneiros, como uma simples atualização. O reajuste foi aplicado sobre um conjunto de tabelas feito às pressas, no auge da paralisação dos caminhoneiros. O governo, as empresas e os próprios caminhoneiros apontam erros e exageros nelas.



REDES SOCIAIS DA ADIAL

Acompanhe a ADIAL nas redes sociais. Além do Facebook, onde ADIAL e ADIAL-LOG já estão presentes há quase dois anos, passa agora a contar com o Instagram e LinkedIn, com a proposta de divulgar mais as ações, reuniões e eventos da entidade e da Diretoria, além dos benefícios alcançados com o Clube de Compras da ADIAL, ADIAL Corretora de Seguros, ADIAL Negócios e ADIAL Social. Adicione e divulgue nossos endereços na internet na empresa.

PIB: TRIMESTRE PÍFIO

O Produto Interno Bruto do país (PIB) – a soma de todas as riquezas produzidas – fechou o segundo trimestre do ano com crescimento de 0,2% em relação ao primeiro trimestre, na série com ajuste sazonal. Esse foi o sexto resultado positivo após oito variações negativas consecutivas nessa comparação. Em valores correntes, o PIB totalizou R\$ 1,693 trilhão. A informação foi divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Os dados indicam que a ligeira alta foi determinada pelo setor de serviços que teve desempenho positivo de 0,3%, enquanto a Indústria registrou queda de 0,6% e a agropecuária, estabilidade.

Em relação ao segundo trimestre de 2017, o crescimento foi de 1% no segundo trimestre deste ano, o quinto resultado positivo consecutivo nessa comparação. A indústria e os serviços cresceram 1,2%, enquanto a Agropecuária variou -0,4%.

Em relação à demanda, o consumo das famílias cresceu 1,7% – o quinto trimestre seguido de avanço na comparação com o mesmo trimestre do ano anterior.



STF declara que terceirização irrestrita é lícita e constitucional

O Supremo Tribunal Federal (STF) declarou na última quinta-feira, 30, que a terceirização irrestrita é lícita e constitucional, cabendo até mesmo para os processos que ingressaram no judiciário antes das mudanças na legislação trabalhista de 2017. O projeto teve como um dos grandes defensores no Congresso o empresário e ex-deputado federal goiano, Sandro Mabel.

Em um quadro de sete votos a quatro, os ministros do STF decidiram que mesmo a atividade-fim de qualquer prestação de serviço pode ser terceirizada. Nesse cenário, professores universitários, médicos em hospitais, jornalistas em redações podem ser contratados a partir de uma terceira empresa, normalmente com custos mais baixos às empresas contratantes.

Estudo promovido pela Central Única dos Trabalhadores (CUT) demonstra que os trabalhadores terceirizados ganham 25% menos em salários e que trabalham 7,5% (3 horas) a mais que outros empregados e ainda ficam menos de metade de tempo no emprego. Luís Roberto Barroso esclareceu ao final do julgamento que a decisão do STF não recai sobre os processos transitados em julgado.

Em seu voto o ministro Celso de Mello apontou que “serviços e

produtos de empresas brasileiras se tornam custosos demais, a tendência é que o consumidor busque os produtos no mercado estrangeiro, o que a médio e longo prazo afeta os índices da economia e os postos de trabalho”, engrossando o caldo da narrativa preconcebida do abate de direitos sociais em tempos de crise econômica.

“A terceirização generalizada, pois, é uma destruição completa do projeto de Direito Social, em favor do grande capital, o qual possui uma estruturação compatível com a intermediação.” escreveu o professor de Direito do Trabalho da USP e desembargador do Tribunal Regional do Trabalho, Jorge Luiz Souto Maior ao site “Justificando”.

A ministra Cármen Lúcia também defendeu que não há precarização na terceirização de todas as funções: “A terceirização não é a causa da precarização do trabalho nem viola por si a dignidade do trabalho”, embora esteja diretamente ligada ao aumento de demandas trabalhistas uma vez que 30% a 40% dos novos processos que chegam ao Tribunal Superior do Trabalho estejam ligadas as empresas terceirizadas, conforme apontou o ministro do tribunal, José Roberto Freire Pimenta.



A SUA MAIOR
APÓLICE
**É O SEU
VOTO.**





NESSAS ELEIÇÕES, VOTE COM CONSCIÊNCIA.

Em 2018, teremos a chance de renovar o contrato com os políticos que asseguram o nosso futuro. Portanto, mais do que nunca, pesquise bem sobre o seu candidato. Não eleja um político ficha suja, que irá continuar defendendo interesses próprios. Eleja quem irá defender os interesses certos, tratar qualitativamente as questões sociais, assegurar o desenvolvimento econômico, gerando oportunidades e empregos, e renovar o cenário político brasileiro já tão desgastado. Vote consciente, vote seguro, vote!

Com a ADIAL CORRETORA DE SEGUROS sua empresa está fazendo um Brasil mais seguro.

www.adial.com.br



ADIAL

CORRETORA DE SEGUROS

FEITO PARA EMPRESAS,
PENSADO POR EMPRESÁRIOS.

(62) 3087-1205

atendimento@adialcorretora.com.br



MARKETING & PRODUTOS

Sandella

A Sandella, marca da GSA, aumenta sua gama de produtos com o novo Amendoim Sandella. A novidade já está sendo comercializada em embalagens de 60g e marca a entrada da fabricante na categoria de snacks. Segundo a empresa, o amendoim é sem pele, torrado e salgado. Atualmente, a Sandella apresenta em seu portfólio misturas para bolo, macarrão instantâneo, sopas, pipocas de microondas, farofas, temperos e milho para pipoca.



Leão

A marca de chás Leão lança em todo o país dois novos sabores da sua linha premium de chás Senses: Laranja, Gengibre & Pimenta Rosa e Papaia, Cenoura & Laranja. A linha Senses vem em um sachê transparente, que permite uma experiência em sabores, cores e aromas, segundo a marca. Os produtos serão vendidos em embalagens com 10 sachês, de 2,2g cada, que rendem 200 ml de chá cada um. Os novos sabores da linha Senses se juntam aos blends Amora, Mirtilo & Baunilha; Mate, Cereja & Hibisco; e Maracujá, Laranja & Gengibre.



Espaço de divulgação de ações de marketing e lançamento de produtos e serviços de empresas associadas. Para participar, envie texto e imagens para proindustrial@adial.com.br.

Unilever



O Compra Unilever (www.compraunilever.com.br) é uma loja virtual exclusiva para lojistas que vende grandes marcas como Dove, Omo, Rexona, Hellmann's, Kibon, Ben & Jerry's, entre outras. É possível comprar produtos Unilever 7 dias por semana, 24 horas por dia e ainda aproveitar promoções exclusivas. Para participar, basta o lojista cadastrar-se no site, selecionar os produtos que precisa, escolher a forma de pagamento – que pode ser boleto antecipado, faturado ou cartão de crédito – e finalizar o pedido. Com o Compra Unilever o lojista pode aproveitar descontos exclusivos, conhecer mais sobre os produtos da marca, pesquisar preços, navegar entre as listas sugeridas e obter dicas valiosas para vender mais.

BRF



A companhia de alimentos BRF anunciou nesta segunda-feira (3) os executivos que vão compor as posições de Vice-Presidência de Finanças e de Relações com Investidores, Vice-Presidência de Planejamento Integrado e Vice-Presidência de Estratégia, Gestão e Inovação. Os nomes são Elcio Ito, Leonardo Dallorto e Rubens Pereira, respectivamente. A nova estrutura organizacional foi aprovada em reunião do Conselho de Administração no dia 31 de agosto. Elcio Ito assume a Vice-Presidência de Finanças e de Relações com Investidores, posição que estava sendo ocupada interinamente por Lorival Luz, Vice-Presidente Executivo Global. Ele ingressou na BRF em 2011 e em 2017 ocupou interinamente o cargo de Vice-Presidente Financeiro por seis meses. Em outubro do mesmo ano, assumiu como Vice-Presidente de Planejamento Integrado, com responsabilidades sobre áreas de Planejamento Integrado, Commodities, Logística Internacional e Inteligência de Mercado.



Heinz

Inédito no Brasil, o ketchup Heinz Bacon & Cebola Caramelizada chega às lojas de todo o Brasil em grande estilo. Para lançar o produto, a marca escolheu a hamburgueria Big Kahuna, que idealizou o 6° Bacon Day Festival em homenagem ao Dia do Bacon, celebrado mundialmente entre agosto e setembro. O evento será realizado de 1º a 9 de setembro, aberto ao público, que poderá provar em primeira-mão o novo Ketchup Heinz Bacon & Cebola Caramelizada junto às novidades desenvolvidas pela hamburgueria para a ocasião.



Nestlé

Depois de fazer sucesso em países como Japão e Inglaterra, o KitKat Ruby finalmente chega ao mercado brasileiro. Com o lançamento, a Nestlé amplia o portfólio da marca no país. O KitKat Ruby traz uma cobertura de chocolate Ruby, naturalmente rosa, resultando em um sabor frutado e cítrico. Elaborado a partir de um processo de fermentação especial do cacau Ruby, o novo chocolate rosa é considerado o quarto tipo de chocolate existente no mundo, depois das versões ao leite, branco e amargo. KitKat Ruby chega ao Brasil no tradicional formato “4 fingers”, em uma linda embalagem cor-de-rosa que remete à cor do chocolate.

Cargill

A Cargill anunciou ontem que planeja investir R\$ 550 milhões na construção de uma fábrica de pectina HM em 2019 no Brasil, segundo comunicado da empresa. O investimento faz parte de um plano da companhia para fortalecer e diversificar seu portfólio de pectina, agente texturizante “versátil”, à base de frutas cítricas, usado na produção de compotas, sucos e bebidas lácteas. O Brasil foi escolhido para abrigar a fábrica, entre outros fatores, porque tem um suprimento abundante de frutas cítricas, em momento em que a Cargill – uma gigante global de trading e processamento de grãos – tem focado também na diversificação de produtos de maior valor agregado, como ingredientes alimentícios.



Coca-Cola

Há muito a Coca-Cola busca inovar não só seus sabores, mas também em seus produtos. A companhia possui os mais variados artigos, dentre eles, roupas, sapatos, decorações e até garrafas térmicas. E foi no concurso da Elite/Desal que a marca levou o primeiro lugar em seu novo design de garrafas. Inspirada nas bolhas de gás da bebida, a novidade apresenta em sua superfície formas circulares que auxiliam também na usabilidade do produto, tornando a peça mais ergonômica. Ela estará disponível em quatro versões: original, zero, stevia e light, que procura fazer referência aos sabores mais famosos.

ENTREVISTA



MARCOS MARINHO

O Congresso terá renovação mínima



O professor, pesquisador e consultor em Comunicação Política, Marcos Marinho Queiroz, é pontual: toda eleição é diferente uma da outra. E, em 2018, teremos um processo eleitoral muito relevante para sociedade brasileira e para o setor produtivo, pois vivenciamos sérias crises econômica – prolongada recessão – e política. Para Marcos Marinho, que pesquisador em Comunicação Política no doutorado em Ciências da Comunicação no ISCTE (Instituto Universitário de Lisboa) e mestre em Comunicação pela FIC/UFG, aponta que o elemento passional continua decidindo mais os votos que o racional. O especialista aponta que as mudanças feitas na legislação não favorecem em nada uma renovação do Congresso Nacional, que só poderá ocorrer de verdade se tiver uma reforma política no futuro – e só vai ocorrer se tiver pressão dos agentes sociais. Confira os principais trechos da entrevista exclusiva à Pró-Industrial:

Qual a diferença das eleições de 2014 para 2018?

Regra geral toda eleição é diferente das que lhe precederam e será também das que lhe sucederão. Em cada pleito, para além de eventuais mudanças nas regras do jogo político - como bem vimos nos últimos anos com as minirreformas eleitorais -, há sempre um contexto diferente que impacta diretamente nos humores dos eleitores e no tipo de comunicação que poderão fazer os candidatos que se pretendem vencedores. Em 2014 já havia um cenário complexo, tenso, com polarização e descrédito sobre a classe política, mas ainda eram menores do que aquilo que vivemos hoje. Neste ano temos elementos mais radicais e explosivos do que no pleito passado, e estes estão a pesar sobre as possíveis escolhas dos eleitores.

Neste começo de campanha, o debate de propostas (no nacional e estadual) ainda não avançou. Os **projetos de governo ficaram em um segundo plano. A personalização tem sido maior que as ideias?** Os atores e suas tendências não as pro-

"O caso mais grave do processo eleitoral brasileiro: a ausência de atenção e critérios na hora de eleger o Legislativo."

postas, ocupam mais espaço que os partidos? Por quê?

Grande parte do eleitorado brasileiro, e de várias partes do mundo, se vale muito mais de elementos passionais do que racionais na hora de definir seus votos. A adesão geralmente ocorre primeiramente em virtude de uma identificação com o personagem e só depois com suas propostas e programas de governo. Principalmente em países onde a cultura do indivíduo se sobrepõe a do coletivo, onde os "líderes" e "messias" são considerados mais fortes do que os grupos, associações e partidos, o encantamento pela persona suplanta o entendimento de que em sociedades complexas apenas a atuação coletiva é capaz de realizar e transformar questões políticas. É bom lembrarmos também que a maior parte da "cultura" política adquirida pelas pessoas advém dos

recortes midiáticos em televisões, jornais e agora pela web. Recortes estes que expõem muito mais as figuras públicas do que suas ideias, em um tipo de frenesi estético que não abre espaço para discussões mais aprofundadas sobre ideologias e projetos.

O desenvolvimento e industrialização de Goiás estão muito atrelado aos incentivos fiscais estaduais, que gera empregos, atrai indústrias e dá competitividade ao produto local. No Executivo, a maioria dos candidatos melhor posicionados faz a defesa dos programas. No entanto, o legislativo é decisivo neste processo. Essa importância do Legislativo e seus candidatos, para este e outros temas, não podem ser captadas em campanhas. Como votar por um legislativo forte? Serão vários eleitos, suas plataformas e projetos ficam restritos, boa parte dos eleitores nem tomam contato?

Este é, a meu ver, o caso mais grave do processo eleitoral brasileiro: a ausência de atenção e critérios na hora de eleger o legislativo. Realmente são poucas as pessoas que votam usando uma estratégia clara para otimizar as lutas com as quais elas se identificam. Gasta-se muito tempo consumindo "informações" sobre os candidatos ao Executivo e dispende-se pouca ou nenhuma energia para pesquisar e conhecer aqueles e aquelas que se colocam como opção para a representação parlamentar. Devido à ausência de



empenho dos eleitores, e das características do nosso processo eleitoral, o voto legislativo acaba sendo motivado pela vaga lembrança – em geral nos casos de parlamentares que buscam a reeleição e já possuem alguma significação na mente dos eleitores –, ou, como ainda acontece com quase 43% dos votantes, na fila da sessão eleitoral por indicação de alguém ou pelo santinho achado no chão. Desta forma é impossível acreditar que construiremos um legislativo forte e coeso para defender nossos interesses nas esferas municipal, estadual e federal.

O fim do financiamento privado de campanha, em parte, afasta o empresário do debate e planos de governo, visto que este não compõe a maior massa de eleitores e já não “alimenta” as campanhas?

Não vejo desta forma. O fim do financiamento por empresas pode ter modificado a relação de uma mínima fração de empresários que aportavam grandes somas de dinheiro em algumas poucas campanhas. A maior parte dos empresários não doava ou doava pouco para candidatos que lhes eram próximos. A relação entre empresariado e atores e campanhas políticas ainda ocorre de forma atomizada, através das relações de proximidade. Considero que há mais potencial nesta relação quando ela é mediada por associações e grupos que fecham apoio a determinados agentes políticos por entenderem que estes os bem representarão nos debates sociais e econômicos, mas acredito que empresários e empresárias que entendem a importância da relação com o cenário político para a otimização de seus interesses ainda o estão fazendo mesmo que isoladamente. Talvez com menos apoio financeiro e com mais proximidade aos candidatos em quem confiam.

“A maior parte dos empresários não doava ou doava pouco para candidatos que lhes eram próximos.”

Nas eleições o Brasil segue uma tendência (sem mostrar preferência ou vantagens) do que ocorre no mundo no que se refere a posicionamento? Na Europa e nos EUA?

Pelo que tenho visto em minha pesquisa, e através dos vários autores e autoras que tenho lido, é impossível acreditar que o que ocorre no cenário político-social do Brasil não esteja sendo influenciado de alguma maneira por questões e modelos também experimentados nos EUA e Europa. Vivemos hoje um tipo de aproximação virtual que nos coloca em tempo real como participantes de situações, crises e eventos em várias partes do mundo, porém, de um modo geral, vivenciamos estas situações sem o conhecimento integral dos fenômenos e sem a maturidade que os locais possuem para enfrentá-los. Isso pode nos gerar algumas expectativas e medos para os quais não estamos preparados, e que acabamos por transportar para nossa realidade cotidiana mesmo quando nosso contexto é totalmente diferente daquele onde fomos colher tais referências. Somos influenciados sim, mas não absorvemos e desenvolvemos as ferramentas para lidar com estas influências na mesma velocidade. Sobre o mundo ainda, as contas públicas não fecham. A última grande crise, nos EUA, tinha origem financeira, mas trouxe um forte peso para as contas públicas, principalmente, para o Brasil.

O que governo federal, com um déficit primário há vários anos, pode propor e fazer de diferente do que se faz hoje?

Neste ponto serei sucinto: todos os governos até aqui não se dispuseram a cortar onde realmente é necessário, nas benesses que o Estado concede a grupos e indivíduos dentro de sua própria estrutura. Além disso, também não vejo lógica na prática paternalista que os governos dispensam a algumas empresas e segmentos do mercado, em detrimento dos pequenos e médios empresários que sofrem para manterem-se vivos. Como o sacrifício que sempre infligem ao povo, que acaba por pagar a conta. Os vários projetos de poder que no Brasil se sucederam não deixaram espaço para projetos de governo que fossem capazes de nos tirar dessa marcha rumo ao desastre.

A reforma política pode ser feita no próximo mandato? Encaminha para uma renovação de nomes no Congresso? Sem renovação, a reforma política terá sucesso?

Não acredito em qualquer reforma política que não parta da sociedade. A nova composição do Congresso Nacional tende a ter um nível mínimo de renovação após as recentes mudanças no sistema eleitoral, e isso tende a se agravar. Esperar que os próprios parlamentares alterem as regras do jogo que os beneficiam é, a meu ver, inocência. Cabe aos grupos sociais, as associações e coletivos civis o debate sobre o tipo de sistema político que queremos e as formas de o implantar. Para isto é fundamental a ampliação da educação política, da apropriação das ferramentas de comunicação, mobilização e engajamento, bem como do apoio e participação das estruturas midiáticas que deveriam se prestar a esse serviço, não apenas ao trabalho de propaganda para governos e mandatários que exercem o poder.



Mitsubishi comemora 20 anos da fábrica de Catalão

FÁBRICA PRODUZ A PICAPE L200 DESDE 1998. OUTROS QUATRO MODELOS SÃO PRODUZIDOS EM GOIÁS

A Mitsubishi comemorou, em agosto, o aniversário de 20 anos de inauguração da fábrica de Catalão. Construída em 1998 com 14.000 m², a planta iniciou suas operações com a montagem da picape L200 e hoje conta com mais de 247.000 m² de área construída. Além da picape, a unidade produz os modelos Pajero Dakar, ASX e Lancer, sendo capaz de montar até 30 diferentes versões de veículos simultaneamente. Nestas duas décadas, mais de 500 mil carros já foram entregues.

Nesse tempo, a marca lembra que diversos programas de ampliação foram implementados. Em 2000, por exemplo, a aplicação de US\$ 100 milhões (chamado Projeto Anhanguera I) viabilizou o lançamento de novos modelos e a implantação de um sistema de pintura. Em 2004, foram construídos os edifícios de produção e nacionalizado mais um modelo, o Pajero Sport. Já em 2007 (ano que em 100 mil veículos foram produzidos), foi ampliada a área de solda de carrocerias e iniciada a produção da L200 Triton.

No início de 2008, a fábrica começou a produzir o Pajero TR4 Flex, sendo este o primeiro veículo bicombustível da marca no mundo. Na sequência, a tecnologia flexível chegou ao Pajero Sport (primeiro motor V6 flex do mercado) e à L200 Triton (primeira picape ca-



bine dupla 4x4 flex). Nesta época, a área construída chegou a quase 100.000 m².

Em 2010, um novo plano de expansão de R\$ 1,1 bilhão pavimentou a chegada de novos modelos às linhas de montagem e, novamente, mais ampliações. Em 2011, o Pajero Dakar começou a ser produzido e, em 2013, foi inaugurada a primeira fábrica de motores da marca fora do Japão (mais de 60.000 propulsores já foram entregues desde então). Em 2013, começou a produção

do ASX, o veículo mais tecnológico produzido na planta até então e, em 2014, foi a vez do Lancer Sedan ser nacionalizado.

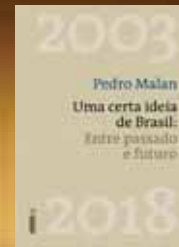
Em 2015, foi inaugurada a nova planta de pintura, capaz de pintar até 10 cores em um único dia. Hoje, a fábrica de Catalão conta com uma área construída de 247.000 m², em um terreno de 1.210.000 m². Gera mais de 2.000 empregos diretos e 500 indiretos, sendo 93% da mão de obra proveniente da própria cidade.



LEITURA EMPRESARIAL

IDEIA DE BRASIL

Observador privilegiado da realidade política e econômica brasileira, Pedro Malan participou da elaboração, lançamento e implementação do Plano Real e atuou como ministro da Fazenda durante o governo Fernando Henrique Cardoso. Por meio dos artigos publicados na coluna que assina desde 2003 no jornal O Estado de S. Paulo, ele analisa o cenário político e econômico do país nos últimos 15 anos.



VOZ CRÍTICA

A Economia Institucional - uma das vozes críticas mais importantes contra a fé desmedida nos mercados e contra a matematização desnecessária da Economia - é muito pouco divulgada no Brasil. Esta coletânea reúne doze artigos, oito dos quais são traduções de trabalhos nunca antes publicados em português; os outros quatro são trabalhos escritos por pesquisadores brasileiros especialmente para esta obra.

OS REPLICÁVEIS

Será que a reinvenção radical é a chave para o sucesso no mundo de hoje, em ritmo de mudança acelerado? Olhando os resultados de algumas das empresas com melhor desempenho, a resposta é não. Com base em estudos de muitos anos, abrangendo mais de 200 empresas, Zook e Allen mostram como algumas das empresas mais conhecidas do mundo combinam um modelo de diferenciação central com a velocidade, a adaptabilidade e a simplicidade para erguê-lo ao topo.



FINANÇAS NA PRÁTICA

O mundo passa por diversas mudanças e de forma acelerada. O ambiente empresarial é um dos mais atingidos por esse cenário econômico em intenso movimento, exigindo muito dinamismo das empresas e de seus executivos. Nesse contexto, investir no crescimento da empresa tornou-se essencial para sua sobrevivência e continuidade. A proposta deste livro é abordar os mais importantes aspectos associados às decisões empresariais de forma essencialmente prática.

O FIM DOS CHEFES

Colaboradores tendem a seguir e agir pelo exemplo de quem os conduz. A liderança, portanto, deve inspirar à ação, mostrando a partir de valores sólidos e éticos como cada função é importante para atingir os objetivos organizacionais. A atuação do profissional responsável por times está muito além dos resultados, mas na capacidade em estabelecer relacionamentos saudáveis dentro do ambiente do trabalho.



OPINIÃO

A força do produto e da indústria goiana



A formação do parque industrial goiano é recente quando se compara com a expansão da indústria nacional. Goiás conta com fábricas modernas, construídas, em sua maioria, nas últimas duas ou três décadas, com equipamentos atualizados e uma mão-de-obra industrial em plena expansão, cada vez mais qualificada.

Essa fase da nova economia goiana, caracterizada pela consolidação da industrialização, foi impulsionada pela força do setor primário do Estado, com fatura na produção agropecuária e mineral, em um primeiro momento, que abasteceu com sobras as fábricas pioneiras instaladas no Estado. Nos últimos anos, nossa indústria se diversificou – dando passos além do previsto – avançando também para novos setores, como fármaco-químico, automobilístico, entre outros.

Além do impulso produtivo dos polos ligados ao agronegócio e à mineração, Goiás conta com programas de incentivos fiscais robustos, pioneiros no País, que consolidaram as vantagens competitivas do Estado.

A força industrial de Goiás está no diferencial da diversificação dos setores e a distribuição no território – pois na maioria dos Estados brasileiros, o setor industrial é concentrado em duas ou três regiões produtivas. Diversificada e distribuída por vários polos industriais no Estado, nossa indústria é considerada jovem, com as fábricas pioneiras desta

nova safra estando ainda entre a segunda e terceira geração familiar – enquanto nos Estados tradicionais, as fábricas mais antigas já chegam e até ultrapassam a quinta geração.

Neste contexto positivo, a ADIAL (Associação Pró-Desenvolvimento Industrial de Goiás) busca soluções de competitividade para o setor industrial goiano – seja na defesa contínua de uma política tributária com programas que desonerem a produção ou na busca de serviços que representem redução de custos empresariais. Neste caso, além da defesa dos programas Produzir e Fomentar, a entidade mantém a ADIAL Negócios, área responsável por buscar parcerias e variados serviços com custo mínimo e/ou subsidiados para que as empresas filiadas tenham uma gestão mais enxuta e preços competitivos diante dos concorrentes de outros Estados. As ações da ADIAL Negócios – corretora de seguros e Clube de Compras, por exemplo – mostram que o caminho é acertado e as indústrias que adotam os serviços em sua gestão já obtêm resultados em várias áreas do seu negócio.

Importante observar que os produtos industrializados em Goiás são muito bem recebidos em todo mercado nacional. Espaço conquistado pela qualidade do produto goiano, que tem um histórico de várias décadas produzindo excelentes marcas que reforçam o nome de Goiás no Bra-

sil e no exterior.

A pauta desta edição da Pró-Industrial mostra que o empresário goiano está atualizado com o que pensa o consumidor. As fábricas com atuação no Estado, principalmente de alimentos, já adaptam à mudança comportamental do consumidor, que hoje prioriza qualidade de vida e buscam consumir produtos mais saudáveis. O que poderia parecer uma mudança apenas para atender um perfil de consumo – que não é uma onda, mas uma tendência consolidada – exige agilidade de toda equipe de desenvolvimento, uma cultura de produção nova e posicionamento da marca.

As indústrias goianas fazem essa transição com respeito ao consumidor, pesquisa e investimento. Não é apenas uma nova embalagem, mas um conteúdo novo no mix das fábricas que tende, para muitos setores, a direcionar o futuro das marcas. A ADIAL acompanha de perto essa evolução do processo industrial e, atendendo às demandas vindouras dos industriais, está aberta a ações que possam contribuir com o setor.

Colocamos o tema em destaque na Pró-Industrial e daremos continuidade com novas pautas, pois é importante neste momento orientar e disseminar novas tendências que possam agregar valor ao produto local.

Otávio Lage de Siqueira Filho
é empresário e presidente da ADIAL

NOTÍCIA
QUE ENTRA
NA **PAUTA**,
ANÚNCIO
QUE CABE
NO **BUDGET**.
ANUNCIE AQUI.

A Revista Pró-Industrial fala diretamente
com mais de **5 mil empresários**, industriais,
comerciantes e atacadistas.

Se o assunto é negócio, é um
bom negócio anunciar aqui.
(62) 3922 8200

**Pró
Industrial**