



COMPARIS

EDIÇÃO ESPECIAL

A Fecomércio-PE promove uma das
mais bem-sucedidas missões
empresariais ao país que mais cresce
no mundo, a Índia, e ao maior
destino turístico de luxo do planeta:
Dubai, nos Emirados Árabes
Unidos. Confira neste Informe
especial os resultados da 13^a missão
empresarial da instituição, a segunda
ao continente asiático.

Missão Empresarial Nordeste do

Missão Empresarial
Nordeste do

BRASIL ÍNDIA





Missão à Índia



Josias Albuquerque
Presidente do Sistema
Fecomércio/Senac/Sesc-PE

Acabamos de retornar do continente asiático, mais precisamente da Índia, país que teve como destino a 13ª Missão Empresarial Nordeste do Brasil, que a Fecomércio-PE, com a participação de diversos empresários, realizou àquela “expressão geográfica”, no dizer do primeiro-ministro Winston Churchill.

A Índia, um país de grandes e incompreensíveis contrastes, com mais de 1,1 bilhão de habitantes, que falam dezesseis idiomas, é verdadeiro mistério que só os grandes estudiosos da teoria do caos seriam capazes de entender e explicar a forma de vida desse povo, que “encontrou os próprios mecanismos para chegar ao século XXI”.

Um país que domina a tecnologia da informática, destacando-se como um dos maiores do mundo nesse segmento do conhecimento humano e que detém técnicas de desenvolvimento no campo da energia nuclear, tem também uma população de analfabetos constituída por mais de 40% dos seus habitantes. É um mundo diferente e misterioso, uma civilização que existe há mais de quatro mil anos, mas que desordenadamente consegue sobreviver numa “anarquia funcional”, assim considerada pelo economista John Kenneth Galbraith, embaixador americano nos anos de 1960.

Nesse clima, nessa anarquia funcional, conseguimos realizar, com muito êxito, um seminário em Nova Déli, com uma efetiva e expressiva participação de destacados empresários indianos, que demonstraram o maior interesse em formalizar parcerias com empresas brasileiras, fato constatado na rodada de negócios competentemente coordenada pelo Sebrae-PE. O seminário foi aberto pelo embaixador do Brasil naquele país, doutor Marco Brandão, e prosseguiu com a palestra do governador do Estado de Pernambuco, doutor Eduardo Campos, que falou sobre a economia brasileira, do Nordeste e de Pernambuco no limiar do século XXI.

O evento teve continuidade com as palestras Os desafios da inovação e da qualificação profissional – avanços relevantes no Brasil, proferida pelo ex-secretário de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente do Estado de Pernambuco e consultor da área de TI Cláudio Marinho; Potencialidades de Pernambuco em construção civil (serviços de engenharia, gesso e rochas ornamentais), proferida pelo presidente da Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco (Fiepe), Jorge Côrte Real; Potencialidades de Pernambuco em tecnologia da informação, pelo presidente do Porto Digital, Francisco Saboya; Potencialidades de Pernambuco em alimentos, bebidas e energia, pelo pesquisador da Agência de Desenvolvimento de Pernambuco (AD Diper) Gabriel Maciel; e finalizando esta presidência apresentou o Banco de Alimentos Sesc-PE, programa de combate à fome e ao desperdício de alimentos.

Seminário com mesmo conteúdo foi realizado com muito sucesso em Mumbai, a capital financeira da Índia, onde a delegação da missão foi recepcionada pelo cônsul-geral do Brasil naquela cidade, Paulo Antônio Pereira Pinto, que abriu o evento. Além das palestras acima citadas, o diretor da TGI Consultoria em Gestão S.A., Francisco Cunha, proferiu palestra, na ocasião, sobre oportunidades de investimentos no Estado de Pernambuco. Após o seminário, a Fecomércio-PE e o Sebrae-PE promoveram mais uma rodada de negócios. No total, participaram dos seminários e das rodadas de negócios cerca de 500 pessoas, um sucesso para a primeira missão empresarial nordestina na Índia.

Estamos convencidos de que a Fecomércio-PE, com efetiva participação de parceiros que têm contribuído para o êxito da iniciativa, cumpriu o seu papel de fomentar novos negócios para Pernambuco e o Nordeste, abrindo mais uma porta para o comércio exterior.

Uma nação misteriosa

Apesar de ser atualmente um dos países mais falados no mundo, ao lado da China, a Índia ainda continua sendo uma nação misteriosa para os empresários brasileiros, assim como o Brasil é um país pouco conhecido para o empresariado indiano. Mas essa realidade tem mudado, principalmente depois que a Índia passou a integrar o chamado Bric, bloco econômico composto por países de grande dimensão territorial e populacional, que cresce a passos largos, e do qual fazem parte a China, a Rússia e o Brasil. De nação misteriosa e miserável, a Índia vem se transformando rapidamente em um país moderno e na mais nova estrela emergente do comércio internacional. Apesar da grande desigualdade social, o crescimento do seu PIB chega a quase 8% ao ano, um número impressionante para um país que tem mais de 40% de sua população analfabeta.





drões ocidentais. É um país culturalmente riquíssimo e que vem economicamente despertando cada vez mais atenção dos investidores mundiais com o seu poder de consumo.

A missão da Fecomércio-PE partiu do Recife rumo à Índia no dia 9 de novembro, com cerca de 60 empresários, políticos, jornalistas e presidentes de entidades de classe nordestinos interessados em conhecer de perto a nação que vem mudando sua imagem de país miserável para nação moderna, berço de novas tecnologias. Muito mais do que prospectar negócios do outro lado do mundo, a comitiva da missão foi

Depois de uma missão empresarial de sucesso à República Popular da China, a Fecomércio-PE retorna ao continente asiático, exatamente um ano e meio depois, para mais uma missão empresarial, só que desta vez ao país que neste início do século XXI vem transformando sua economia em uma das mais fechadas do mundo numa economia de mercado em plena ascensão. A Índia tem mostrado ao mundo do que é capaz, com a sua recente evolução econômica e social, apesar de toda a complexidade de sua cultura, seu povo, sua política, sua economia, seus costumes e tradições. A Índia é muito mais do que um país de contrastes gritantes, é um país que, com quase um quinto da população do mundo, guarda riquezas assustadoras para os pa-





fazer contatos, mostrar aos indianos quem são os empresários nordestinos, o que o Nordeste do Brasil tem de interessante para oferecer a eles e ver de perto como os empresários indianos se comportam no mundo dos negócios, o que eles têm para nos oferecer. “O mais importante depois de tudo isso é manter vivo esse contato, para não cairmos no esquecimento, e também para nos atualizarmos sobre a evolução do mercado indiano”, afirmou o empresário Olavo Pinheiro de Souza Júnior, diretor-presidente da Gemapi Mineração Ltda.

Hoje somente cerca de 30% da população indiana vive em cidades. Mas, segundo os especialistas internacionais, a previsão é esse percentual chegar a 45% até 2030. A Índia passa por um momento

especial de abertura internacional de sua economia e diante desse cenário a Fecomércio-PE não poderia deixar de realizar sua décima terceira missão empresarial nas cidades indianas de Nova Déli, Agra, Jaipur e Mumbai, destinos escolhidos para a realização dos seminários, das rodadas de negócios e das visitas técnicas. Apesar das dificuldades de comunicação e de adaptação, afinal, a Índia é um país de enorme variedade de idiomas e de hábitos de vida, a comitiva da missão enfrentou o desafio e promoveu uma das mais bem-sucedidas missões empresariais comandadas por Josias Albuquerque, presidente da Fecomércio-PE, que vem divulgando o Estado de Pernambuco e o Nordeste brasileiro, desde 1995, fora do país. As impressões sobre o país indiano foram muitas, mas, de acordo com Josias Albuquerque, o mais importante foi ter voltado de lá com a certeza de que a Índia é uma alternativa possível para o Nordeste e que o papel da India Brand Equity Foundation em mudar a imagem da Índia no mundo dos negócios não tem sido uma tarefa tão difícil diante das possibilidades encontradas nas reuniões de trabalho realizadas pela Fecomércio-PE e pelos empresários nordestinos na terra de Gandhi. Referência mundial quando se fala em tecnologia da informação, a Índia impressionou com a complexidade de sua história.



Destino: Nova Déli, a capital indiana

Apesar da viagem cansativa do Recife a Nova Déli, capital da Índia, via Dubai, de quase 40 horas de vôos e esperas em aeroportos, a ansiedade da comitiva da missão em pisar em solo indiano era evidente em cada um dos 60 participantes da Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia. A imagem de uma “Índia moderna”, que vem sendo divulgada pela mídia de todo o mundo, com muita rapidez, não é fácil de ser assimilada logo que se chega ao aeroporto de Déli, ainda precário em termos de infraestrutura. A missão nordestina chegou no dia 11 de novembro.

O choque cultural é mais forte durante o percurso feito de ônibus pelo grupo da missão do aeroporto ao hotel onde a comitiva se hospedou, a começar pelo trânsito caótico, pelo barulho das intermináveis buzinas dos carros e pelo charme exótico dos inúmeros *tuque-tuques* (meio de transporte mais usado na capital do país, de três rodas, nas cores verde e amarela).

Os ônibus de Déli chamaram a atenção por serem extremamente velhos e abarrotados de indianos por todos os lados. Também chamou a atenção do grupo o sorriso largo que eles abrem quando vêem um turista ao seu lado. A comitiva da missão foi surpreendida várias vezes nas ruas de Déli com os olhares insistentes dos indianos, que, na maioria das vezes, pediam ao grupo que tirasse fotos com eles.

Déli é a terceira maior cidade do país (tem cerca de 15 milhões de habitantes) e parece ser mais poluída do que Pequim, capital da China, considerada a cidade mais poluída do mundo. O contraste da Velha com a Nova Déli encanta. De um lado, bazares e mais bazares, mercados, lojas sofisticadas, ruas cheias de gente, prédios antigos; do outro, mansões diplomáticas, embaixadas. Hoje Déli é a soma de construções modernas com antigos palácios, mesquitas e mercados populares.

O Connaught Place, visitado pela comitiva da missão, é um mercado que exemplifica bem tudo isso: lá se tem e se vende de tudo um pouco a preços variados (dependendo do seu poder de pechincha e também de muita paciência). Artesanato, vestuário, calçados, frutas, verduras. Um pouco mais afastadas desse conglomerado de coisas, diversas lojas de marca ocidentais bastante conhecidas por nós. Sem dúvida, um lugar para ser visitado.

Por ter uma vida cultural bem agitada, a capital do país abriga tudo: festivais de música (no período em que a missão esteve em Déli acontecia um festival de música brasileira), exposições (a capital indiana tem muitas galerias de arte que expõem mostras nacionais e internacionais) e espetáculos de dança e teatro. Festivais de cinema também são comuns por lá. Como toda capital, Déli é o lugar para se ver de tudo um pouco.



Representantes de entidades de classe e deputados visitam a Ibef

No segundo dia da missão em Nova Déli (12/11), parte da delegação participou de uma visita técnica à *India Brand Equity Foundation (Ibef)*, representante da Confederação Nacional das Indústrias da Índia, cujo objetivo é, basicamente, criar e difundir uma imagem positiva da economia indiana. “Nossa função é também facilitar e estabelecer contatos entre o governo e o setor privado; receber delegações estrangeiras interessadas em conhecer nosso mercado; e realizar seminários e workshops fora do país para divulgar o potencial de negócios e de investimentos que a Índia é capaz de oferecer”, afirmou um dos diretores da entidade Sulabh Mathur, que recebeu a comitiva ao lado dos consultores da instituição Ruchika Sakhuja e Bhavna Seth Ranjan.

Os indianos da Ibef fizeram uma apresentação da empresa para os nordestinos, mostrando vídeos institucionais e distribuindo material impresso contendo informações mais detalhadas do que a instituição representa na Índia. “A visita foi boa, pois nos deu a oportunidade de conhecer um pouco mais como funcionam o mercado indiano, a indústria e o setor de serviços local, de que forma se dão os investimentos locais e estrangeiros em cada Estado do país e como funcionam as políticas de incentivo do governo”, afirmou o superintendente do Sebrae Pernambuco, Murilo



Guerra. Foi muito mais um encontro de troca de cartões de visita e de conhecimentos e intercâmbio de experiências entre representantes de classe nordestinos e indianos.

Além do presidente da Fecomércio-PE, Josias Albuquerque, que comandou a visita, e do presidente da Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco (Fiepe), Jorge Côrte Real, participaram da visita o presidente dos Diários Associados, Joezil Barros, o presidente da Facep, Sarto Carvalho, o superintendente do Sebrae Pernambuco, Murilo Guerra, o diretor da Fecomércio-PE Alex Costa, os deputados estaduais Miriam Lacerda, Terezinha Nunes e Henrique Queiroz Costa, o ex-prefeito de Caruaru, Tony Gel, o presidente da CDL-Caruaru, Adjar Soares da Silva, o presidente da Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas (FCDL), Eduardo Catão, o presidente da Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Alagoas, Álvaro Arthur de Almeida, o presidente da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Piauí, Francisco Valdeci de Souza Cavalcante, o presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas do Recife (CDL-Recife), Silvio Vasconcelos, e o presidente da Federação do Comércio do Estado de Alagoas, Wilton Malta de Almeida.



NOVA DÉLI

Tecnologia da informação é o orgulho da Índia

Nos últimos três anos, o crescimento do PIB indiano explodiu, chegando à média anual de 8,4%. O combustível desse crescimento é o setor de serviços, principalmente as chamadas empresas de tecnologia da informação, que vêm ganhando destaque no mundo todo. Hoje a Índia é conhecida pelas inúmeras empresas de TI, todas muito competitivas, que empregam pessoas altamente qualificadas e com excelente padrão de vida.



“É bem verdade que nós fomos muito bem-sucedidos na ocupação do nosso mercado interno (e o Porto Digital é um belo exemplo disso). Mas os contatos que fizemos vão nos ajudar a aprender um com o outro, para melhorar as nossas posições no mercado global”

Cláudio Marinho, ex-secretário de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente do Estado de Pernambuco

A Índia se tornou um modelo para os profissionais da área, um modelo que deve ser examinado, principalmente, se a gente quiser avançar no setor. Para conhecer de perto esse investimento maciço em TI, quatro nordestinos da área, o professor Paulo Cunha, diretor do Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco (Cin/UFPE), Francisco Saboya Neto, diretor-presidente do Porto Digital, o professor Edson de Barros Carvalho, diretor-presidente do Núcleo de Empreendimentos em Ciência, Tecnologia e Artes (Nectar), e Cláudio Marinho, ex-secretário de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente do Estado de Pernambuco e consultor no segmento, embarcaram, no dia 9 de novembro, com a Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia.

“Tive, em Nova Déli, a oportunidade de realizar um desejo de muitos anos: visitar a Nasscom, a entidade que coordena a estratégia competitiva das empresas de software e serviços indianas. Tenho por ela um respeito muito grande e, confesso, uma pontinha de inveja (benigna, é bem verdade). Digamos assim: eles deram certo ao conseguir articular com o governo indiano uma estratégia de exportação de software e no-



Cláudio Marinho, Josias Albuquerque, Marco Brandão, Francisco Saboya, Paulo Cunha e Edson Carvalho

vos serviços possibilitados pela tecnologia da informação que nós ainda não conseguimos aqui no Brasil. É bem verdade que nós fomos muito bem-sucedidos na ocupação do nosso mercado interno (e o Porto Digital é um belo exemplo disso). Mas os contatos que fizemos vão nos ajudar a aprender um com o outro, para melhorar as nossas posições no mercado global. Quem sabe, juntos”, afirmou Marinho.

Um dia depois de chegar a Nova Déli, exatamente em 12/11, os *experts* no assunto visitaram a Associação Nacional de Empresas de Software e Serviços da Índia (Nasscom - sigla em inglês), responsável por elaborar políticas públicas para a área. Se o Brasil e a Índia um dia já se igualaram em números na área de tecnologia da informação, hoje a realidade é bastante diferente. Para se ter uma idéia, as três maiores empresas do setor na Índia (Infosys, Wipro e Tata Consultancy Services) faturaram juntas em 2006 mais de US\$ 8 bilhões.

Segundo o responsável pela área de comércio exterior da Nasscom, Akansha Tete, que recebeu o grupo nordestino de TI, as exportações de software da Índia devem chegar a US\$ 60 bilhões em 2009/

2010. Em 2007, as exportações de software, terceirização de serviços e equipamentos de tecnologia chegaram a casa dos US\$ 48 bilhões. Ainda segundo o especialista da Nasscom, mais de 90% do faturamento das grandes empresas de tecnologia da Índia vêm de exportações. Os números impressionam e nos deixam uma sensação de que ainda falta muito para o Brasil chegar perto.

O governo indiano aposta alto na política industrial como motor para esse crescimento. A Índia tem mais de 30 parques industriais de tecnologia, que abrigam mais de 7 mil empresas, que respondem por 80% da produção de software. A indústria de tecnologia na Índia vive sua terceira fase de desenvolvimento: apostando alto em criação de produtos e consultoria. Para o Brasil concorrer com a Índia, será preciso qualificar mão-de-obra para o setor e correr atrás de profissionais qualificados em TI com inglês fluente. Para se ter idéia de como estamos atrasados em relação aos indianos, as exportações do setor no Brasil representam apenas US\$ 700 milhões ao ano, enquanto as indianas atingem US\$ 40,8 bilhões.

NOVA DÉLI

Comitiva da missão é recepcionada na Embaixada do Brasil

A delegação da Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia foi recepcionada, no dia 12 de novembro, pelo embaixador do Brasil em Nova Déli, Marco Antônio Diniz Brandão, na sede da embaixada. Os 60 membros da missão participaram da solenidade de boas-vindas. Segundo o embaixador, os investimentos indianos no Brasil estão crescendo muito. “Os investimentos de indianos no Brasil têm crescido bastante nos últimos anos. A Embaixada Brasileira em Nova Déli concede uma média de 30 a 40 vistos de negócios por dia para indianos com destino ao Brasil, ou seja, é um volume muito grande de vistos de negócios”, afirmou em seu discurso.

Ainda de acordo com Brandão, infelizmente, a recíproca não é verdadeira.

“Seria importante que os brasileiros fizessem o caminho inverso. Os brasileiros precisam buscar mais o mercado indiano. O Brasil precisa divulgar mais sua imagem na Índia”, disse. O embaixador deixou claro em seu discurso que, por ser um mercado em expansão que exige conhecimento, é muito importante que mais delegações como a da Fecomércio-PE visitem a Índia. “A forma mais fácil de se aproximar da Índia é fazendo parcerias locais, pois quando se tem um sócio local fica muito mais fácil fazer negócios”, finalizou Brandão. Brandão assumiu a embaixada em março de 2008. Após a solenidade, o conselheiro da embaixada Pedro Terra fez uma apresentação sobre a economia da Índia para o grupo.



NOVA DÉLI

Fecomércio-PE realiza seminário sobre oportunidades de negócios no Nordeste do Brasil

Um dia depois do feriado nacional de 13 de novembro na Índia, em comemoração ao aniversário do guru Nanak, fundador da religião conhecida como siquismo, a Fecomércio-PE realizou um seminário sobre oportunidades de investimentos e de negócios no Nordeste do Brasil, seguido de rodadas de negócios.



No dia 14 de novembro, depois de três dias de visitas técnicas em Nova Déli, a Fecomércio-PE, em parceria com o Sebrae Pernambuco, promoveu, no Hotel Oberoi, um seminário sobre oportunidades de investimentos e de negócios no Nordeste do Brasil, com a presença do governador de Pernambuco, Eduardo Campos, e do secretário de Desenvolvimento Econômico do Estado de Pernambuco, Fernando Bezerra Coelho, que estavam em viagem de negócios nos Emirados Árabes Unidos e na Índia.

A participação do governo de Pernambuco na Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia foi elogiada pelo ex-embaixador do Brasil na Índia e atual secretário de Relações Econômicas do Ministério do Exterior, Hardeep Sighn Puri. Segundo

Hardeep, uma missão como a da Fecomércio-PE apoiada pelo governo estadual aumenta o poder de negociações. O secretário ainda defendeu uma parceria mais forte entre o Brasil e a Índia. “A relação comercial entre os dois países emergentes (Brasil e Índia) passou nos últimos anos de 200 milhões de dólares anuais para 4 bilhões de dólares”, destacou Hardeep, enfatizando o crescimento da relação bilateral dos dois países.

O presidente da Fecomércio-PE, Josias Albuquerque, apresentou à platéia do seminário, formada por cerca de 150 empresários indianos e brasileiros, o objetivo da vinda da delegação nordestina à capital indiana: “Nosso objetivo é procurar





Os setores de tecnologia da informação em Pernambuco – o grande combustível do crescimento do setor de serviços indiano - e de construção civil foram o grande destaque das palestras do seminário, além do segmento de alimentos, bebidas e álcool. Para falar sobre o setor de TI, a Fecomércio-PE convidou o presidente do Porto Digital, Francisco Saboya, e o ex-secretário de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente do Estado de Pernambuco e consultor da área Cláudio Marinho.

parceiros para contribuir com o desenvolvimento do Nordeste brasileiro. Queremos trabalhar em conjunto com outros países para a melhoria do Estado de Pernambuco, através de parcerias entre a iniciativa privada e o governo estadual. A Índia tem despertado o interesse de todo o mundo com o poder de consumo de sua crescente economia, hoje a quarta do mundo em poder de compra, e também pelo tamanho do seu mercado. Por isso escolhemos a Índia como destino da nossa 13ª missão empresarial”, concluiu. O governador de Pernambuco, Eduardo Campos, e o secretário de Desenvolvimento Econômico do Estado de Pernambuco e presidente do Porto de Suape, Fernando Bezerra Coelho, falaram em seguida.

Campos destacou o papel do governo numa missão como essa. “Esses encontros têm resultados efetivos e dão oportunidade para as empresas evoluírem. Nosso papel é contribuir e fazer com que as empresas se aproximem mais deste novo mercado consumidor. Ainda temos muito o que fazer para aumentar o comércio entre a Índia e o Brasil, o que faz sentido estarmos aqui neste encontro. Os países emergentes precisam estar mais juntos. Essa é uma grande oportunidade da missão de apresentar o Nordeste brasileiro para os indianos. Iniciativas como esta só fazem com que a gente cresça”, afirmou. Após sua fala, o governador apresentou um vídeo sobre as belezas naturais de Pernambuco e o potencial do Estado em termos de infra-estrutura, localização geográfica privilegiada, além de destaque para a nossa riqueza cultural.

As palestras de Saboya e Marinho apresentaram aos indianos o setor de TI de Pernambuco em números, como o Estado pode ser competitivo nessa área, de que forma Pernambuco pode ser parceiro da Índia, dando ênfase à formação de pessoas no segmento através do importante papel exercido pelo Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Como presidente do Porto Digital, Saboya mostrou aos indianos a importância do papel do porto no Estado, divulgando-lhe as características como ambiente de inovação e apresentando a quantidade de empresas de desenvolvimento de software que existem e de empregabilidade – são 120 empresas empregando 4 mil pessoas no total. O presidente da Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco (Fiepe), Jorge Côrte Real, falou sobre o setor de



construção civil em Pernambuco e as possibilidades de negócios com empresas indianas da área. “O setor de construção civil em Pernambuco está aberto a novas experiências, por isso estamos aqui para apresentar quem somos e conhecer quem vocês são no intuito de iniciarmos uma parceria”, concluiu.

Após a palestra de Côrte Real, foi a vez de o pesquisador da Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco (AD Diper) Gabriel Alves Maciel falar sobre os segmentos de alimentos, bebidas e álcool. Gabriel destacou o papel desses setores em Pernambuco e disse que o objetivo dele em estar ali era de abrir novos mercados para o setor vitivinícola do Vale do São Francisco, na expectativa de encontrar na Índia parcerias para investimentos estruturadores para o Estado de Pernambuco.

Terminado o seminário, a Fecomércio-PE ofereceu um almoço para os participantes. Logo após o almoço, os empresários brasileiros participaram de uma rodada de negócios com os empresários indianos, or-



ganizada pelo Sebrae Pernambuco em parceria com a Confederação das Indústrias da Índia (CII). Os jornalistas da missão, a editora executiva do Jornal do Commercio, Maria Luiza Borges, e a editora de economia da Folha de Pernambuco, Lorena Ferrário, ainda participaram de uma coletiva de imprensa, no local, com os representantes do governo do Estado, que estavam retornando para o Brasil.



NOVA DÉLI

Missão participa da 28ª India International Trade Fair

Os integrantes da Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia passaram o fim de semana em Nova Déli na 28ª India International Trade Fair (IITF 2008), a maior feira internacional da Índia, voltada para o público consumidor. Durante o sábado e o domingo de manhã, a comitiva da missão teve a oportunidade de conhecer de tudo um pouco do que se produz na Índia.



Nos dias 15 e 16/11, o grupo da missão passou a manhã do sábado e do domingo em Pragati Maidan, onde estava acontecendo (de 14 a 27/11) a maior feira internacional da Índia. Chegando ao local, a missão foi recepcionada pelo presidente da India Trade Promotion, Rajiv Yadav, que acompanhou a comitiva no imenso espaço reservado para a feira. O lugar onde a feira estava instalada pode ser comparado a um gigantesco centro de convenções, de proporções inigualáveis a qualquer espaço do tipo no Brasil.

A feira atende a diversos segmentos, entre eles têxteis, vestuário, produtos de-





rivados da fibra do coco, juta, eletrodomésticos, comida processada, confecções, remédios, produtos farmacêuticos, produtos químicos, cosméticos, produtos para cuidado com o corpo e a saúde, telecomunicações, setor energético, setor eletrônico, móveis, produtos esportivos, brinquedos, equipamentos de engenharia, alimentos, biotecnologia e agricultura.

A feira é realizada desde 1981. Este ano, reuniu 7,5 mil expositores de 38 países, além da Índia. Ela é dividida em pavilhões

e cada um deles é destinado a um Estado indiano. Os estandes expõem tudo o que você possa imaginar da cultura de cada região ali instalada. Para os integrantes da missão foi uma ótima oportunidade de conhecer a cultura indiana de uma forma geral sem precisar se deslocar para outros Estados. Segundo Rajiv, apesar de ser uma feira exclusivamente voltada para o público consumidor, os organizadores estão tentando transformá-la aos poucos em um espaço também de negócios.



NOVA DÉLI

Déli: onde a mistura do novo renova uma nação que vem

Durante os seis dias de trabalho em Nova Déli, capital do país indiano, o grupo da Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia aproveitou o feriado da quinta-feira (13/11) para fazer um city tour pela cidade, que atrai gente de toda a Índia, é cosmopolita e impressiona com seus monumentos, ruínas e túmulos suntuosos.

Um city tour de um dia pelas ruas de Déli foi o suficiente para deixar os integrantes da missão encantados com a convivência harmoniosa lado a lado do velho com o novo na capital do país indiano. De um lado se vêem prédios modernos e largas avenidas com mansões belíssimas; do outro as tradições seculares em forma de monumentos majestosos.

Ou seja, de um lado a gente tem a Nova Déli, do outro a Velha Déli, cada uma com seu charme e elegância. O bairro diplomático, onde se encontram todas as embaixadas, foi visitado pelo grupo da missão. Ali foi fácil perceber o contraste da Nova Déli com a parte velha da cidade. Na capital indiana se vê de tudo quando o assunto é contradições, diversidade e confusão.

Em Nova Déli, a comitiva da missão visitou um dos túmulos mais bonitos da cidade (o Túmulo de Humayun) e que serviu de inspiração para a construção do maior símbolo da Índia: o Taj Mahal. O túmulo foi construído por encomenda da viúva principal de Humayun, Haji Begum, em 1565. O arquiteto persa Mirak Mirza Ghiyas foi o responsável pela construção do monumento de sime-



tria perfeita. A maior mesquita da Índia, Jami Masjid, também foi destino turístico do grupo da missão. A mesquita foi construída em 1656 pelo imperador Shah Jahan. Para erguer o monumento, foram precisos seis anos e cinco mil operários, além, claro, de um milhão de rupias (a moeda local). O passeio de tuque-tuque pelo trânsito caótico e a poluição sonora e visual de Déli também fizeram parte do city tour, que deixou saudades na delegação da missão.



com o antigo encanta e transformando sua história



Memorial Gandhi – No tour que fizemos pela Nova e Velha Déli, conhecemos o Memorial Gandhi, que mostra a história do herói da não violência, homem iluminado que lutou pela paz. O memorial consta de muitas salas com a história, fotos e ícones com figuras humanas, representando cenas da vida de Gandhi. Visitamos o jardim onde ele foi barbaramente assassinado e tem seus últimos passos representados no chão. Um belo jardim, com bonitos pássaros.



A caminho de uma das mais conhecidas histórias de amor do mundo

Na segunda-feira (17/11) de manhã, a Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia deixou Déli ansiosa para chegar logo à cidade de Agra, que já foi sede do Império Mogul nos séculos 16 e 17, antes que a capital se transferisse para Déli. A cidade está localizada à beira do rio Yamuna. O grupo da missão só pensava em uma coisa: ver de perto um dos maiores símbolos da Índia, o Taj Mahal. Muito mais do que uma das sete maravilhas do mundo, muito mais do que Patrimônio da Humanidade, o Taj Mahal é de uma beleza inexplicável. Já era em fotos, em imagens e em nossa mente. Sem dúvida, a visita cultural mais impressionante de toda a viagem.

Conhecido por todos nós através de inúmeras fotografias de cartões-postais, imagens de vídeo e cantado por Jorge Ben Jor em uma de suas mais famosas músicas, o Taj Mahal visto de perto é infinitamente superior a tudo o que a gente já escutou e viu sobre o monumento mais famoso do mundo. De proporções perfeitas, já percebidas de imediato por nós na imagem refletida pelo espelho-d'água de Lótus, incrustado nos jardins do túmulo, o Taj Mahal também impressiona pela sua história.

Construído pelo imperador mogul Shah Jahan em memória de sua esposa predileta, Mumtaz Mahal, que morreu aos 39 anos após dar à luz o 14º filho, no ano de 1631, o grandioso monumento custou cerca de 41 milhões de rupias e 500 quilos de ouro e levou 22 anos para ser construído por 20 mil homens trazidos de várias cidades do Oriente, que concluíram a obra em 1643.

Tudo isso é muito pouco para descrever o sentimento de cada um de nós por estar lá apreciando toda aquela grandiosidade de amor. É impecável. Uma das construções mais perfeitas do mundo pela beleza, elegância, arquitetura, pintura. A maior prova de amor do mundo. Assim que chegamos ao monumento, avistamos logo de longe a cúpula costurada com fios de ouro, uma imagem indescritível, junto ao branco do mármore. Quando se avista o conjunto, a visão real que se tem desta maravilha do novo mundo é que nada no mundo poderá um dia se igualar ao Taj Mahal. De perto, os elementos decorativos nos deixam ainda mais atônitos diante de tanta beleza e perfeição. Por dentro, o mausoléu é deslumbrante. Nem o empurra-empurra





sofrido na entrada do mausoléu por inúmeros turistas se acotovelando (em plena segunda-feira) para chegar logo ao túmulo foi capaz de tirar toda a harmonia disseminada ali. Assim que se entra, sente-se logo a sonoridade interior do lugar: leve.

É impossível ficar indiferente diante do monumento. Quando Shah Jahan mandou que fosse construído um monumento sem igual para a sua amada falecida pediu que fosse erguido de forma que o mundo jamais pudesse esquecer e de fato, para nós da missão empresarial que tivemos o privilégio de conhecer o Taj Mahal, será impossível tirá-lo da mente. Uma experiência única. Segundo o nosso guia local, não se sabe ao certo quem foi o arquiteto responsável pela magnífica obra, mas sua arquitetura é de inspiração persa, assim como o nome “Taj” também é de origem persa e quer dizer “coroa”. Já Mahal vem do nome da amada falecida do imperador, Mumtaz Mahal.

Diz a lenda que o imperador Shah Jahan queria construir o próprio mausoléu todo em mármore preto do outro lado do rio unido ao Taj Mahal por uma ponte de ouro. Após perder o poder, o imperador foi encarcerado no seu palácio, de onde con-

templou a sua grande obra até a morte. O refúgio eterno do imperador e de sua amada foi por fim o Taj Mahal. Se é verdade ou não que Shah Jahan iria construir o próprio túmulo, pouco importa. O Taj Mahal já é suficiente para ficar para todo o sempre em nossa memória.





JAIPUR

A cidade rosada

Na terça-feira (18/11) de manhã, um dia depois da visita ao Taj Mahal, a Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia partiu de Agra rumo a Jaipur, na Índia Ocidental. Mais conhecida como “Cidade Rosada”, devido à pintura de seus prédios, Jaipur foi uma das melhores experiências que o grupo da missão teve em todas as cidades visitadas na Índia. Os monumentos em Jaipur são tão suntuosos quanto os encontrados em Nova Déli e Agra. Além disso, tem muita história para contar e muito bazar para bater perna, sem falar no inesquecível passeio que a comitiva fez de riquixá, sem dúvida a experiência mais fora do comum que os brasileiros tiveram no país indiano.



Jaipur foi a cidade mais indiana visitada pelo grupo da missão. Lá vimos de tudo o que já ouvimos falar um dia no Brasil sobre o que era estar em solo indiano: riquixás movidos por força humana, ruas coloridas, barulhentas, trânsito caótico, motos, camelos, vacas, carros, ônibus, riquixás e pedestres disputando uma vaga no meio de ruas e becos estreitos e sujos (muito sujos), homens de turbante. Enfim, em Jaipur conhecemos uma Índia diferente da vivenciada em Nova Déli e Agra. Foi em Jaipur também que a comitiva da missão fez um passeio de elefante, animal celebrado pela cultura indiana. Segundo os participantes da missão, certamente esse foi um dos melhores momentos vividos na viagem.

É preciso ter muita paciência para se locomover de qualquer que seja a forma em Jaipur. Se em Déli a zoadas das buzinas incomodou, imagine em Jaipur. Lá fomos li-

teralmente à loucura com tanta bagunça, tanto caos, tanto trânsito, tanta zoadas, tanta gente andando de um lado para o outro ao mesmo tempo, tanta sujeira, tanta miséria, tanto ambulante, tanta desorganização junta. Apesar de tudo isso, Jaipur guarda tesouros históricos, palácios, templos, jardins e mansões que misturam o novo com o velho, de belezas raras. Os integrantes da missão tiveram a oportunidade de conhecer uma dessas belezas históricas: o Amber Fort, erguido em 1592 por Man Singh I sobre as ruínas de um velho forte do século 11. A cidade ganhou fama por ser um dos maiores centros de fabricação de adereços da Índia e o trabalho que desenvolve com esmalte e incrustação de pedras preciosas ficou conhecido e se tornou técnica tradicional pela qual a cidade ficou ainda mais popular. Ali se encontram enfeites de prata do mais simples às jóias mais sofisticadas de ouro e pedras preciosas.



MUMBAI

A cidade de ouro foi o destino final da missão na Índia

Depois de dois dias em Jaipur, a Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia enfrentou duas horas de voo para chegar à cidade mais cosmopolita da Índia para a realização de mais um seminário sobre oportunidades de investimentos e de negócios no Nordeste do Brasil, rodadas de negócios e visitas técnicas. Nosso último destino na Índia foi o mais curto também, porém um dos mais proveitosos. Mumbai é energética, dinâmica e uma das cidades mais povoadas da Índia. Ali o grupo da missão se despediu de um país que inquieta pela diversidade e riqueza de seu povo e de sua cultura. Em cada cidade visitada pela missão, foi possível conhecer uma Índia diferente, mas em Mumbai a modernidade mostra-se ainda mais evidente. Não é à toa que ela é conhecida como a cidade de ouro.



A delegação da missão chegou a Mumbai, antiga Bombaim, no dia 19/11, cheia de expectativas. Mumbai é a cidade que abriga a maior indústria cinematográfica do mundo, conhecida como Bollywood. Como capital da indústria cinematográfica hindí, Mumbai oferece aos indianos e turistas interessados superproduções locais, como os extravagantes filmes de Bollywood, além de filmes hollywoodianos (os ingressos destes são mais caros). Ali cinéfilo faz a festa, pois o cinema é a forma de entretenimento mais popular da cidade, que promove, anualmente, diversos eventos ligados ao cinema, como lançamentos de grandes produções e premiêres cheias de pompa. A Hollywood indiana é aqui.

Mumbai é uma cidade de inúmeros contrastes e onde o turista vê com mais frequência arranha-céus em bairros ricos misturados a prédios antigos, hotéis, restaurantes luxuosos e shoppings sofisticados. Multicultural, é a Índia mais moderna de todos os lugares pelos quais passamos. A cidade de ouro é uma das mais visitadas na Índia por estrangeiros justamente por essa sua fama de cidade agitada. Bollywood atrai grande parte desses turistas interessados em ver de perto os astros dos filmes de romance, violência e comédia. Para se ter idéia do que representa essa indústria, para se produzir um filme em Mumbai não se gasta menos de 1 milhão de dólares. Por ano, Mumbai produz mais de 100 filmes.



Além disso, Mumbai (cidade de 15 milhões de habitantes) é a capital comercial e financeira da Índia, onde encontramos instituições financeiras importantes e grandes empresas nacionais e internacionais. A taxa de alfabetização de sua população ultrapassa os 80%, bem diferente das outras cidades visitadas pela missão. Considerada por muitos a Nova Iorque da Índia, Mumbai é a prova dos oito por cento de crescimento anual do país. Dois dias em Mumbai foi muito pouco para testemunhar todo o seu glamour e poder, mas por outro lado já foi possível sentir que ali é onde tudo acontece.



MUMBAI

Fecomércio-PE promove seminário e rodadas de negócios no centro comercial e financeiro da Índia

No dia 20/11, um dia depois de chegarmos a Mumbai, a Fecomércio-PE promoveu o segundo seminário da Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia, no Hotel Taj President, em parceria com o Sebrae Pernambuco e a Confederação das Indústrias da Índia (CII). Após o seminário, os empresários brasileiros participaram de rodadas de negócios com empresários indianos.

Uma semana depois de realizar com sucesso o seminário sobre oportunidades de investimentos e de negócios no Nordeste do Brasil na capital do país indiano, a Fecomércio-PE promoveu, para uma platéia de 200 empresários brasileiros e indianos, o segundo seminário da missão na cidade de Mumbai, centro econômico e financeiro da Índia. A abertura do seminário foi feita pelo presidente da Fecomércio-PE, Josias Albuquerque, que falou sobre o trabalho de prospecção de negócios que a entidade vem desenvolvendo ao longo de 13 anos em países estrangeiros.

“O objetivo dessas missões empresariais que a Fecomércio-PE vem realizando, em parceria com as entidades de classe pernambucanas, é mostrar o que o Estado de Pernambuco e o Nordeste brasileiro têm a oferecer para os investidores estrangeiros. Estamos bastante esperançosos de que esta missão gere bons frutos. A Índia abriu os olhos dos investidores mundiais e os empresários pernambucanos desejam muito firmar parcerias com empresas indianas interessadas no nosso potencial”, afirmou Josias.

O especialista em legislação de comércio exterior Suhail Nathani apresentou para



o público presente o grande potencial de negociação entre o Brasil e a Índia em diversos segmentos, como farmácia, energia e formação de mão-de-obra, destacando as facilidades da legislação em alguns desses setores. “Apesar da restrição da legislação em algumas áreas, como a de telecomunicações, por exemplo, a Índia vem mudando esse seu ponto de vista, o que tem facilitado a consolidação de novas parcerias comerciais”, avaliou o especialista. Após a fala de Nathani, o dirigente de um dos maiores grupos da Índia, a Tata Consultancy Ltda., Pankaj Baliga, fez questão de colocar em pauta a facilidade que o Brasil e a Índia têm em ser parceiros, em virtude das semelhanças entre os dois países emergentes.



O cônsul-geral do Brasil em Mumbai, Paulo Antônio Pereira Pinto, aproveitou a ocasião para dizer que o Brasil é pouco conhecido pelos empresários indianos e que isso atrapalha uma aproximação maior entre os dois países. Para ele, o Brasil precisa melhorar sua imagem na Índia divulgando mais suas potencialidades, mostrando mais o que tem a oferecer. “Já o mesmo não acontece com os empresários brasileiros, que, desde criança, ouvem falar na Índia.” O cônsul terminou sua explanação dizendo que esta missão tinha sido uma das mais expressivas já recebidas por ele desde que assumiu o cargo de cônsul. “Esta missão nos faz olhar para Pernambuco com outros olhos: como um mercado importante, pensando nas oportunidades regionais que podem ser oferecidas para nós indianos.”

O diretor da TGI Consultoria, Francisco Cunha, fez uma palestra bastante apropriada para uma platéia que pouco conhece a respeito do Brasil (e de Pernambuco principalmente), apresentando aos indianos o novo momento pelo qual passa a economia do Estado de Pernambuco, com as obras dos projetos estruturadores (o Canal do Sertão, o Estaleiro Atlântico Sul, a Refinaria Abreu e Lima, etc.).

Sobre o setor de tecnologia da informação em Pernambuco, falaram o presidente do Porto Digital, Francisco Saboya, e o ex-secretário de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente do Estado de Pernambuco Cláudio Marinho. O presidente da Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco (Fiepe), Jorge Côrte Real, fez uma palestra sobre as potencialidades do segmento de construção civil em Pernambuco. Já o pes-

quisador da Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco (AD Diper) Gabriel Maciel enfatizou as vantagens do etanol e destacou os segmentos de alimentos e bebidas de Pernambuco.

O presidente da Fecomércio-PE, Josias Albuquerque, encerrou o seminário apresentando um vídeo sobre o programa Banco de Alimentos, do Sesc Pernambuco, a pedido do Consulado do Brasil em Mumbai. O Banco de Alimentos já conta com 400 empresas doadoras de alimentos para instituições sociais, como asilos e creches. “Um trabalho como esse pode ser realizado aqui na Índia também”, finalizou. Acabado o seminário, a Fecomércio-PE ofereceu um almoço para os convidados e realizou, logo em seguida, rodadas de negócios para os empresários indianos e os brasileiros.



Edson Carvalho, do Nectar, e Paulo Cunha, do Cin/UFPE, em rodada de negócios

MUMBAI

Dirigentes de entidades de classe visitam um dos maiores grupos de aço da Índia



No último dia (21/11) da Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia em Mumbai os dirigentes de entidades de classe da comitiva visitaram, pela manhã, um dos maiores grupos de aço da Índia, o Grupo Essar. Recepcionados pela diretoria da empresa, participaram da visita técnica o presidente da Fecomércio-PE, Josias Albuquerque, o superintendente do Sebrae Pernambuco, Murilo Guerra, o presidente da Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco, Jorge Côrte Real, o presidente dos Diários Associados, Jozil Barros, o diretor do Ceape, José Ventura, a coordenadora técnica da missão, Margarida Collier, a editora de economia da Folha de Pernambuco, a jornalista Lorena Ferrário, e a coordenadora administrativa da missão, Cleide Pimentel. Após a visita, o grupo da missão seguiu direto para o aeroporto de Mumbai, com destino a Dubai, nos Emirados Árabes Unidos, para mais três dias de trabalho em um dos mais luxuosos roteiros turísticos do planeta, que vem despertando o interesse de todo o mundo com suas inacreditáveis obras de arquitetura e de design arrojados.



DUBAI

A “ilha da fantasia” está no Oriente Médio

A Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia chegou a Dubai, uma das sete cidades-Estado que compõem os Emirados Árabes Unidos, ainda no dia 21/11, para seus últimos dias de trabalho (ficamos em Dubai até o dia 25/11, quando retornamos de manhã para o Brasil). As expectativas da delegação eram muitas, afinal de contas, Dubai não é um destino, digamos, “comum”, cujos atrativos são a cultura local, o povo, sua culinária e suas belezas naturais. Tudo o que existe hoje em Dubai foi construído especialmente para receber nós turistas. Dubai é hoje uma cidade que vive do turismo no meio do deserto.

Logo que chegamos ao aeroporto, é fácil perceber que estamos desembarcando em um lugar no mínimo diferente. Nos restaurantes, lanchonetes, lojas e nos check in quem nos atende não é o nativo, mas sim estrangeiros que imigraram para lá atraídos pelo mercado próspero do turismo local. Mal ouvimos o árabe. O inglês (bem ou mal falado) domina a comunicação, seja ela qual for. Muitas vezes, gesticular se torna mais fácil.

No caminho feito em um ônibus confortável do aeroporto até o hotel onde ficamos hospedados já deu para ver por que Dubai é conhecida como uma “ilha da fantasia”, onde tudo é possível, basta querer. Longas avenidas movimentadas por carros de luxo, nenhum lixo nas ruas (impecavelmente limpas e bonitas), prédios enormes, inúmeros outros em construção, arranha-céus de arquitetura e design arrojadíssimos. E a visão belíssima do Burj Al Arab, o hotel em formato de uma grande vela de barco que se auto-intitula o único hotel sete estrelas do mundo?

As extravagâncias do Burj Al Arab são de impressionar: o hotel tem 321 metros de altura, uma diária lá fica em torno de 3,5 mil reais (a mais barata), dezenas de quilos de ouro recobrem parte de sua infraestrutura, os hóspedes têm mordomo à disposição 24 horas do dia e uma frota de Rolls-Royce. Dá para acreditar? A comitiva da missão teve a oportunidade de chegar bem perto do hotel e admirar a paisagem,



na badalada e exclusiva praia de Jumeirah, um dia depois do nosso desembarque.

Passamos também pelo Burj Dubai, que será o maior prédio do mundo. Nosso guia não soube dizer ao certo a altura do prédio, pois ninguém sabe precisamente (e a intenção é essa: não informar a altura para que em nenhum outro lugar do mundo seja construído um prédio maior). Segundo ele, deve ter um pouco mais de 800 metros, 160 andares e poderá ser visto a uma distância de 95 km. A obra está orçada em 1 bilhão de dólares, terá 800 apartamentos residenciais, 25 andares de escritórios e o primeiro hotel Armani.

O pouco que ainda resta em Dubai de tradição pôde ser sentido pelos integrantes da missão (mesmo que por pouco tempo) durante um passeio que fizemos em um táxi aquático (chamado de abras e de visual antigo) pelo rio Creek. Ao seu redor, mercados antigos e bazares dão um tom mais árabe à cidade. Ali a diferença entre a Dubai antiga e a nova Dubai é sentida logo de cara. O Creek divide a cidade em duas partes: Deira, que concentra os projetos novos, e Bur Dubai, o lado antigo da cidade. Neste mesmo dia, a comitiva da missão visitou o Museu de Dubai.



Não podíamos ter deixado de ir ao mercado das especiarias, famoso em Dubai, o Spice Souk. Para quem gosta de cozinhar, ali é o lugar. O que você imaginar de temperos, ervas, pimentas, tâmaras, chá, pistache, castanhas, pedras perfumadas, ali tem. E com aromas e cores de todo tipo. Logo depois, seguimos para o mercado do ouro, abarrotado de vitrines completamente cobertas de ouro de cima a baixo.

Ir a Dubai e não conhecer o Mall of Emirates não dá para acreditar. Claro que a gente esteve lá para conferir. O shopping é irresistível. E pasmem, lá dentro tem uma pista de esqui artificial (e o que é que não é artificial em Dubai?), o Ski Dubai, área climatizada de -3° C, que oferece neve de verdade, onde se pode praticar o esqui e o snowboard também. A pista mais longa

tem 400 metros e, segundo o nosso guia local, cabem simultaneamente na estação 2 mil pessoas esquiando. Esqui no deserto? Em Dubai é possível.

Os shoppings em Dubai são enormes e têm lojas de marcas famosas a preços irresistíveis. O Souk Madinat Jumeirah atrai pela beleza da sua arquitetura e localização: fica à beira da praia, de frente para o bellissimo Burj Al Arab. Conhecemos esse shopping à noite, horário em que ele fica mais cheio, porém bastante agradável, com sua infinidade de restaurantes, bares, lojinhas de artesanato, bancas ao ar livre e corredores largos e abertos. Um dos lugares mais bonitos de Dubai. Irresistível.

Nosso último dia em Dubai foi dedicado a um safári no deserto. Uma das mais belas paisagens de Dubai está lá: a delegação da missão teve a oportunidade de contemplar o pôr-do-sol nas areias do deserto. Simplesmente uma visão para ficar guardada na memória. O passeio começa com um trajeto de 60 km até chegarmos ao Dubai Desert Conservation Reserve, onde os 4 X 4 começam o sobe-e-desce nas areias. Depois fomos levados para um acampamento árabe, onde andamos de camelo e participamos de um jantar típico, regado a música árabe e dança do ventre. Um passeio imperdível. A sensação é



que só por este passeio tudo o que passamos (a viagem longa e o cansaço da delegação) para estar aqui valeu.

Tudo em Dubai acontece em uma velocidade alucinante. Fica difícil acompanhar o ritmo dessa cidade. Dia após dia, mais e mais construções (sejam pontes, túneis, prédios, assim como o metrô – que terá 75 km de extensão e 47 estações em duas linhas) audaciosas e improváveis são levantadas, sejam empresariais ou não. Tudo aqui é megalomaníaco. Muito mais do que um destino exótico, em Dubai tudo é superlativo. Só vendo para crer! Para se ter idéia, há até quem diga que atualmente 30% dos guindastes em ação em todo o mundo estão em Dubai. Na cidade que hoje mais parece um canteiro de obras não é difícil acreditar na informação.

E não pára por aí não. Dubai ainda tem muito o que mostrar. Dubai está construindo o primeiro hotel subaquático do mundo (o Hydropolis); a Dubailand, que terá 900 milhões de metros quadrados e parques temáticos, complexos de ciência e pla-

netários, centros esportivos, hotéis, resorts, etc.; o The Pad, um prédio de alta tecnologia, onde os apartamentos terão aparelhos que permitem aos moradores mudar a vista de suas janelas todo dia, por meio de uma projeção em tempo real com imagens de diferentes lugares do mundo.

Dubai ganhou mais um hotel 7 estrelas, localizado na Fantasy Island: o Atlantis Hotel, um lugar simplesmente cinematográfico. Ele fica na última parte da Palm Jumeirah, complexo de ilhas produzidas artificialmente. A construção custou cerca de US\$ 800 milhões. O hotel conta com um aquário gigante, que tem janelas dentro de alguns quartos. Corredores suntuosos e serviços como passeio com golfinhos, tudo no hotel respira luxo. O Atlantis tem ainda um parque aquático, com piscinas e um toboágua que desce por uma pirâmide e passa dentro de um aquário com peixes e tubarões.



Complexo Atlantis



DUBAI

Missão participa de seminário preparatório para a Big 5

No dia 22/11, um dia depois da nossa chegada a Dubai, a Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia participou de um seminário preparatório para quem iria visitar a Big 5, a maior feira da construção civil de Dubai.

O presidente do conselho da Marketing Vision, Guatam Sem Gupta, foi um dos palestrantes do seminário preparatório para os participantes brasileiros da Big 5. O executivo foi convidado da Agência de Promoção das Exportações (Apex) para abrir o seminário e falar sobre uma pesquisa realizada pela sua empresa. De acordo com Gupta, se os brasileiros quiserem entrar no mercado dos Emirados Árabes Unidos, em especial no de Dubai, será preciso investir muito em um trabalho de marketing.

Para ele, o Brasil não é conhecido por lá, o que só dificulta o acesso ao mercado árabe. Ainda segundo Gupta, participar de eventos como a feira Big 5 é muito importante, principalmente para países como o Brasil, que têm que começar a investir pesado na sua imagem lá fora se quiser participar do atual momento pelo qual passa a economia local. Representantes da Apex também se apresentaram no seminário, dando dicas sobre a feira aos brasileiros.

BIG 5 – A Big 5 aconteceu no Dubai International Convention and Exhibition em uma área de mais de 800 mil metros quadrados. Para a feira, a Apex montou um estande espaçoso e bem localizado, que contou com a participação de cerca de 40

empresas brasileiras. O objetivo da Apex com a iniciativa é divulgar os produtos brasileiros no mercado árabe. Segundo a gerente do Centro de Negócios da Apex, Fabiana Giuntini, esta já é a sexta vez que a agência está disponibilizando um estande na feira para as empresas brasileiras divulgarem seus trabalhos. “A agência ainda apóia os empresários brasileiros com uma estrutura de escritório e de armazenagem de produtos”, disse.

Do grupo da missão, participaram da Big 5 o presidente da Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco, Jorge Côrte Real, dono da Construtora A. B. Côrte Real Ltda. & Cia.; o primeiro vice-presidente da Fecomércio-PE, Celso Jordão Cavalcanti, da fábrica de esquadrias Almax; e José Sarto Carvalho, diretor comercial da Empresa Nacional de Irrigação e Instalações Ltda. (Eniil), todos do setor de construção civil. Para Côrte Real, participar de uma feira como essa é muito importante para ficar por dentro do que está acontecendo em outros mercados. “A feira é imensa, mas muito bem organizada. Participar de eventos como esse é importante para abrir nossas percepções do que está acontecendo no mundo”, disse.



DUBAI

Missão visita xeique em Ras al-Khaimah



No domingo (23/11), a Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia fez uma visita ao quinto emirado árabe Ras al-Khaimah, onde participou de uma solenidade de boas-vindas com o xeique Mohammed Saud. Todos os integrantes da missão participaram da programação. Após as boas-vindas, houve a entrega dos brindes, feita pelo presidente da Fecomércio-PE, Josias Albuquerque, que presenteou o xeique com um caboclo de lança do artista plástico olindense João de Andrade.

“A maior oportunidade de negócio que vislumbrei foi no emirado de Ras al-Khaimah. Emirado emergente, onde muitos nichos econômicos importantes não foram ainda explorados. O emirado de Dubai já é bastante disputado. O interesse da Gemapi está na parceria que os xeiques Mohamed e Saud, monarcas absolutos de uma das unidades da federação de monarquias islâmicas, demonstraram querer iniciar. Através do escritório de negócios Ras al-Khaimah-Brasil, cujo braço em Pernambuco deve ser operacionalizado pelo deputado estadual Clodoaldo Magalhães, acredito que teremos investimento dos emirados em mineração, especificamente em lapidação de diamantes, o que interessa sobremaneira a nossa empresa. A visita do chanceler Mohamed Hassain

e dos xeiques de Ras al-Khaimah acontecerá em março de 2009, segundo o chanceler Mohamed Hassain, período em que já teremos avançado em negociações, já que no dia 16 de dezembro deste ano receberemos representantes do escritório Ras al-Khaimah-Brasil no Recife”, afirmou Olavo Pinheiro, um dos integrantes da missão.



DEPOIMENTOS



“A Missão Empresarial do Nordeste do Brasil à Índia marcou o início de uma nova relação comercial entre esses dois países. Durante nossa participação no seminário promovido pela Fecomércio em Nova Déli pudemos constatar o grande interesse dos empresários daquele país no Brasil. Prova disso é o anúncio previsto para janeiro da participação do Grupo Reliance, responsável por 50% das exportações da Índia, no nosso Pólo Petroquímico de Suape. Parabéns ao Dr. Josias Albuquerque e a todos os que fizeram parte desta expedição já vitoriosa.”

Eduardo Campos - Governador do Estado de Pernambuco

“Esse bom efeito na economia pernambucana é oriundo da promoção do Estado na captação de novos empreendimentos, e essas missões empresariais promovidas pela Fecomércio-PE exemplificam bem isso. A nossa visita à Índia foi absolutamente positiva e pode nos trazer importantes parcerias. Uma delas é a Reliance, um dos maiores grupos de energia do mundo, que pode a qualquer momento anunciar seu investimento no pólo petroquímico de Suape. Também nos reunimos com o grupo Aditya Birla, maior produtor de bobinas de alumínio do mundo, e com a mineradora Zamin Sources, que poderão investir até R\$ 60 milhões na instalação de uma usina de reciclagem em Pernambuco. Durante o seminário Oportunidades de Investimentos e de Negócios no Nordeste do Brasil, especialistas indianos mostraram bastante interesse em investir na nossa região, ou seja, com essas missões internacionais Pernambuco se projeta cada vez mais no cenário econômico mundial.”



Fernando Bezerra Coelho - Secretário de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco

“A participação da CNI/Fiepe na missão promovida pela Fecomércio-PE à Índia/Dubai foi uma extraordinária oportunidade para prospectarmos possibilidade de negócios entre as indústrias locais e as daqueles países. Nos seminários, rodadas de negócios e visitas técnicas, tivemos condições de divulgar as potencialidades de Pernambuco e também conhecer os interesses empresariais dos países visitados, com objetivo de exercer parcerias que possibilitem negócios. Outro destaque foi a visita à Big 5, importante feira da construção civil do Oriente Médio, com mais de 3 mil empresas participantes, o que nos fez refletir sobre a idéia de, no futuro próximo, organizar visita a esse evento, voltada ao setor da construção pernambucana, para que construtores e profissionais da área possam conhecer as novas tendências de tecnologia e projetos no setor.”

Jorge Côte Real - Presidente da Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco



Gauhar Siraj - Diretor da IBTA Pvt Ltd.

“A iniciativa da Fecomércio-PE em montar uma missão para a Índia deve ser elogiada, pois é algo que se espera dos Estados mais industrializados e tradicionalmente ligados ao comércio internacional, como São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Essa iniciativa vir de Pernambuco foi algo surpreendente. O líder da missão, Josias Albuquerque, e o governador do Estado de Pernambuco, Eduardo Campos, devem ser reconhecidos pela sua visão e pela coragem de querer fazer o que os outros não fizeram. A maneira profissional como a missão se conduziu, com matéria na imprensa, as apresentações e os intérpretes superaram as minhas expectativas. A CII com certeza ficou com a boca aberta. Esta missão está de parabéns. A participação de representantes da indústria, do varejo, da

imprensa, de finanças, do governo e das entidades de classe ajudou a passar uma imagem de um esforço unido às entidades indianas. Ficou bem claro para elas que atrás

de uma iniciativa privada, de procura de investimentos e negócios novos, existia um firme interesse governamental também. Talvez o maior sucesso desta missão tenha sido a confirmação de que os grandes grupos indianos estão à procura de novas oportunidades no Brasil e que existem muitas delas na Índia. Ela também confirmou o que muitos já esperavam - a existência de muitas oportunidades novas entre os dois países. Pelo jeito, é a Fecomércio-PE que vai dar início a elas. Esta missão elevou o perfil da Fecomércio-PE na mente do empresário indiano. Com certeza, na hora de decidir onde se localizar no Brasil ou aonde ir primeiro para fazer as suas compras, o investidor indiano terá em primeiro plano a imagem do Estado de Pernambuco. A maneira como a missão da Fecomércio-PE levantou o interesse dos grupos indianos foi um sucesso. Espero que este processo vá continuar para que os outros grupos indianos de grande porte também sejam atraídos e motivados a pensar em Pernambuco. A trajetória deste esforço deve ser mantida, para que os ganhos feitos na Índia nesta missão não sejam desperdiçados.”



Cláudio Marinho - Ex-secretário de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente de Pernambuco e consultor da área de TI

“Negócio, mesmo na era da internet, só se faz olho no olho. Ou pelo menos só começa pra valer quando se sente firmeza olhando a cara do outro. E não venham me dizer que a videoconferência resolve isso. Essa é a importância fundamental, na minha visão, das missões comerciais da Fecomércio-PE ao exterior: fazer o encontro de culturas de negócio, apresentar o Nordeste às outras regiões econômicas do mundo – e conhecê-las melhor. Fui à China e agora à Índia, sob a coordenação sempre cuidadosa de Josias Albuquerque. Colocamos o Nordeste no mapa de oportunidades das organizações empresariais indianas. Isso já é um primeiro passo muito importante. Precisamos desdobrar os contatos em oportunidades efetivas de negócios para as nossas empresas.”

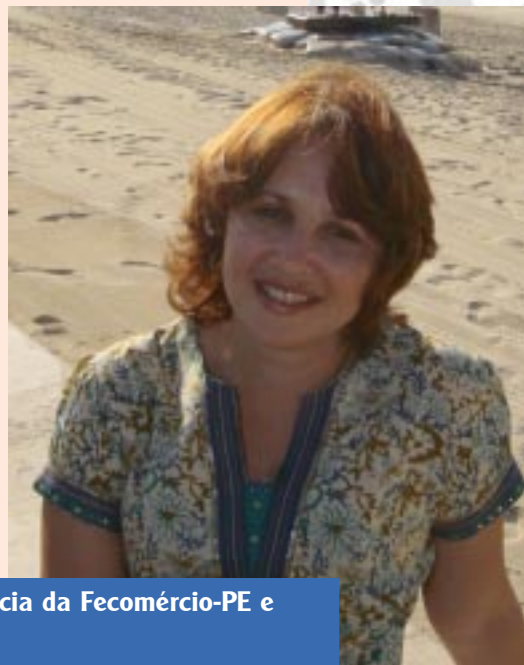


“É uma honra poder participar mais uma vez desta missão, que, além de proporcionar uma ampla visão do mercado internacional com suas oportunidades de negócios, nos permite trocar idéias com grandes empresários dos mais diversos setores da economia. Participar das rodadas de negócios, conhecer a Câmara de Comércio do Brasil no exterior e ter acesso às várias visitas técnicas são aprendizados que não se comparam a nenhum MBA. Além de contar com uma experiência incrível com o comércio exterior, a missão empresarial nos proporciona um network interno que é bastante proveitoso para nossas atividades no dia-a-dia, uma vez que podemos trocar idéias com vários empresários. Nossa empresa, varejista no ramo de eletrodomésticos e celulares, além de produtos que pudessem incrementar nosso mix, foi em busca de uma nova oportunidade de negócio: abrir um centro de distribuição de pneus indianos para carros leves e pesados. Entramos em contato com várias trades especializadas que se mostraram capazes de manter um fornecimento de bom nível e de forma regular. É um projeto que deve estar concretizado no início do ano que vem. Nesse momento de turbulência na economia global, é importante estar sempre de olho no mercado, já que a crise muitas vezes abre espaço para grandes oportunidades de negócios. E a Fecomércio-PE tem realizado essas missões de forma a concretizar esses negócios e trazer mais investimentos a Pernambuco. Gostaria, por fim, de agradecer e parabenizar a todos os integrantes pelo sucesso da missão.”



Fernando Clemente de Mendonça Filho - Presidente da Ponto de Promoção

“A Índia surpreende com sua diversidade cultural, riqueza arquitetônica e com seus monumentos suntuosos. É um país que encanta pela história e pelo poderio econômico. Nova Déli, a capital, impressionou com a mistura do novo com o velho, Agra e Jaipur deixaram marcas pela paisagem exótica e Mumbai, a capital financeira, com toda a sua modernidade cinematográfica, é uma cidade que deixou saudades. Os seminários foram marcados pela excelência dos palestrantes brasileiros e as rodadas de negócios um sucesso para os empresários nordestinos, que voltaram para o Brasil cheios de contatos e projetos para serem encaminhados. As visitas técnicas foram uma ótima oportunidade para trocar experiências e conhecer como os negócios funcionam na Índia. As visitas culturais importantíssimas para sentirmos o país. Depois de duas semanas na Índia, a missão foi conhecer Dubai, nos Emirados Árabes Unidos, um país que deixa qualquer um de queixo caído com seus megaprojetos arquitetônicos. Tudo em Dubai é superlativo. A Fecomércio-PE realizou, este ano, uma de suas mais bem-sucedidas missões empresariais, levando para o continente asiático cerca de 60 pessoas, entre empresários, políticos, jornalistas e presidentes de entidades de classe.”



Cleide Pimentel - Secretária da presidência da Fecomércio-PE e coordenadora administrativa da missão

Gabriel Maciel - Pesquisador da AD Diper



“Durante a minha experiência como gestor público, seja como secretário de produção rural e reforma agrária de Pernambuco ou como secretário nacional de defesa agropecuária do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (DA/Mapa), tive a oportunidade de liderar e participar de várias missões comerciais, tanto no Brasil como no exterior. Contudo, registro com satisfação que esta missão comercial liderada pela Fecomércio-PE, na pessoa do seu presidente, professor Josias Albuquerque, foi a mais oportuna e objetiva por vários e destacados pontos:

1. crise atual na economia mundial;
2. programação técnica atualizada e bem apresentada, assim como pelo nível de experiência, credibilidade e conhecimento dos palestrantes;
3. visitas técnicas bem organizadas e explicativas;
4. rodadas de negócios bem organizadas e produtivas.

Para as próximas missões sugiro um controle rigoroso, disciplinado e igualitário para os palestrantes, assim como a verificação da possibilidade de levar um maior número possível de palestrantes com capacidade de comunicação em inglês. No geral, parabéns a todos os organizadores e participantes pela contribuição muito positiva. Não tenho a menor dúvida de que os resultados positivos e significativos da missão serão obtidos em curto, médio e longo prazos, com reflexos socioeconômicos para a economia e para a população de Pernambuco.”

“Além das rodadas de negócios, que permitiram a realização de investimentos futuros entre empresas pernambucanas e suas congêneres da Índia e dos Emirados Árabes, a missão da Fecomércio-PE de 2008 foi muito além da simples questão econômica, que é importante, mas não representa tudo no entendimento entre povos e nações. São incomensuráveis os seus efeitos no que se refere aos setores cultural e social, também altamente significativos no momento em que se definem as parcerias comerciais. Encontramos na Índia um país de enormes problemas e desafios, mas que já experimenta os benefícios dos grandes investimentos, sobretudo em infra-estrutura, e que muito tem a ensinar ao Brasil em termos de convivência urbana. Não vimos nenhum sinal de violência urbana entre os indianos, mesmo sendo eles imensamente mais pobres do que os brasileiros. Em Dubai podemos verificar a explosão dos investimentos em um local que até poucos anos atrás era um enorme deserto, o que demonstra que é possível superar todos os obstáculos quando os recursos públicos e privados se juntam com um mesmo objetivo. Por tudo que ouvimos das autoridades e dos empresários que já investem nesses países, o Brasil, o Nordeste e Pernambuco têm muito a lucrar com o aprofundamento das relações bilaterais.”



Deputada estadual Terezinha Nunes

“Contrastes, negócios e cultura. Conhecer a Índia e Dubai foi uma experiência e tanto. Os contrastes culturais ditaram o tom das nossas experiências. A Índia, apesar de ser um país onde a maior parte da população ainda vive na pobreza e não conhece noções básicas de higiene, impôs-se ao mundo como um dos países que formam o Bric e virou referência na área de tecnologia. Ali estão várias empresas globais e algumas das maiores fortunas do mundo. Um país culturalmente rico, mas marcado por conflitos étnico-religiosos (os atentados terroristas iniciados dia 26/11 são prova disso). Dubai era o oposto em termos de qualidade de vida. Opulenta, futurista, grandiosa... Todos os adjetivos são pequenos para definir o que encontramos nos Emirados Árabes Unidos. A viagem até a megacidade serviu para despertar o empresariado nordestino para a necessidade de marcar presença naquela que é a metrópole que mais cresce no mundo. A missão - a mais longa já promovida pela Fecomércio - conseguiu mesclar de forma harmoniosa tanto compromissos profissionais (como seminários e rodadas de negócios) quanto pausas para conhecer alguns dos lugares mais lindos do mundo. Acho que a experiência de visitar o Taj Mahal, em Agra, é algo que se leva para a vida inteira.”



Maria Luiza Borges – Editora executiva do Jornal do Commercio

"Acabamos de retornar de mais uma missão comercial, promovida pela Fecomércio-PE, trazendo na bagagem conhecimentos e imagens bem diferentes de outras colhidas em países anteriormente visitados. A entrada no país pela capital, Nova Déli, já deu uma idéia de como transcorre a vida diária numa pátria de 1.200.000 habitantes, pertencentes a várias castas sociais e espiritualmente ligados a vários credos. O deslocamento em ônibus de Nova Déli para Agra e desta para Jaipur nos permitiu chegar mais próximo da realidade indiana, uma vez que grandes empreendimentos urbanos e rurais se chocavam com cenas, às vezes dantescas, protagonizadas por seres humanos cujas expressões faciais já traduzem a dor do seu viver. O indesejável nascimento de mulheres e o elevado percentual de 12% de mortes de mães durante o parto são as principais causas da existência de um número maior de homens no país. Essa maioria não lhes traz vantagens. Há uma tristeza estampada na face de cada um deles, principalmente dos mais pobres, cujos espaços na sociedade são bem restritos e com pouca chance de ascensão. Durante oito dias, aproximadamente, em que estivemos no território indiano, não vimos nenhum casal de namorados em ruas ou praças, muito menos algum homem beijando uma mulher. Vários grupos de homens e mulheres de cócoras, em forma de círculo, conversavam nas ruas. Essa nos pareceu a forma predileta adotada por todos para o diálogo nos encontros cotidianos. Em que pese esse cenário, não presenciamos nenhuma manifestação popular; ao contrário, o que vimos foi uma camada popular ordeira, lutando pela sobrevivência, a seu modo, dentro das respectivas disponibilidades. Na Índia, está visivelmente demonstrado o quanto a humanidade é desigual. De um lado, uma economia pujante a ponto de colocar o país entre as potências econômicas emergentes, de outro uma enorme população sem acesso às mínimas condições de uma vida digna. O presidente da Fecomércio, professor Josias Albuquerque, tinha toda a razão para grande alegria demonstrada ao final da missão, pois nas visitas e nas rodadas de negócios, promovidas em Nova Déli, Jaipur e Mumbai, vários foram os negócios iniciados e convites aceitos por empresários para conhecer Pernambuco. Afora as belezas de Dubai de que o mundo todo já tem notícias, causou-me espécie a afirmação de um dos empresários presentes ao encontro promovido pela Câmara do Comércio Árabe Brasileira de que a variável segurança não é motivo de preocupação para os investidores locais, bem como o volume de oportunidades existentes para empresários da construção civil."



José Ventura - Diretor do Ceape



Deputada estadual Miriam Lacerda

“Foi uma iniciativa valiosa da Fecomércio-PE, com seminários bem organizados e estruturados, cujos temas abordados foram muito importantes na troca de experiências. Conhecer a realidade de um país candidato a ser potência mundial ao final das próximas três ou quatro décadas foi uma iniciativa com visão futurista da Fecomércio-PE, até porque as potencialidades do nosso Estado devem ser conhecidas pelos demais países emergentes, o que já ocorreu em ocasiões anteriores, a exemplo da China.”



“A missão da Fecomércio-PE para a Índia, comandada por nosso líder, professor Josias Albuquerque, foi um sucesso. Podemos destacar os seguintes aspectos:

- a projeção de nossa região, Nordeste, ali representada por Pernambuco e outros Estados;
- o empenho da embaixada brasileira na intermediação com as empresas indianas;
- o governador Eduardo Campos e o secretário Fernando Bezerra buscando novos negócios;
- os representantes do Poder Legislativo participando ativamente em todos os eventos;
- a visita realizada à Federação das Indústrias da Índia, comandada pelo presidente da Fiepe, o engenheiro Jorge Côrte Real;
- o apoio do Sebrae nas rodadas de negócios com as empresas de importação e exportação;
- a visita e os contatos estabelecidos na maior feira do país;
- o nosso aprendizado com a disposição e a perseverança com que o povo indiano trabalha e comercializa seus produtos;
- a competência e brilhante participação da imprensa pernambucana;
- a grandiosidade da cultura indiana;
- o empenho da equipe organizadora, a fraternidade e o companheirismo entre todos os membros da delegação.

Em face do exposto acima, podemos concluir que estamos no caminho certo para alcançar nosso objetivo maior: a busca incansável por dias melhores para o nosso povo.”



Sarto Carvalho - Presidente da Facep

“A Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia ofereceu à área de tecnologia da informação uma oportunidade ímpar de testar e comparar o modelo brasileiro com o indiano, considerado talvez o maior caso de sucesso dos últimos 20 anos. O encontro com as associações, as universidades e as empresas indianas permitiu ao grupo de pernambucanos, formado por gestores e acadêmicos, identificar as virtudes e características importantes dos modelos adotados pelos dois países e como o forte segmento de TI no Estado pode se beneficiar de parcerias com a Índia. Iniciativas como esta da Fecomércio-PE possibilitam relações mais eficazes abrindo caminhos e oportunidades para consolidação da fase de desenvolvimento diferenciado pela qual passam Pernambuco e o Nordeste do país.”

Paulo Cunha - Diretor do Centro de Informática da UFPE



Francisco Cunha - Diretor da TGI Consultoria em Gestão S.A.

“A missão foi muito importante porque permitiu a um grupo expressivo de empresários e lideranças empresariais do Nordeste e de Pernambuco o conhecimento da realidade e a aproximação do ambiente empresarial da Índia e de Dubai. Num mundo globalizado e competitivo como o atual, esse conhecimento e essa aproximação são indispensáveis, em especial neste momento em que Pernambuco vive a melhor oportunidade de desenvolvimento dos últimos 50 anos. Muitas portas foram abertas, inclusive do ponto de vista da percepção, e o desafio é estabelecer um fluxo produtivo a partir dessa abertura. O primeiro passo foi dado e muito bem dado.”



“A rica cultura, a forte espiritualidade, os detalhes das mesquitas – ora tão simples, ora tão suntuosos – e as ruas empilhadas de frutas e de gente sempre disposta a nos ajudar colocam um tempero a mais numa missão empresarial à Índia, além da pimenta tradicional dos pratos indianos. Acompanhar empresários nordestinos trilhando desafios do outro lado do mundo não só enriquece as páginas dos nossos jornais, retratando novas experiências, como ressalta a seriedade e a coragem da Fecomércio-PE em querer plantar sementes tão longe e que sempre, ao longo da história, têm rendido bons frutos.”

Lorena Ferrário - Editora de economia da Folha de Pernambuco



"Estamos bastante satisfeitos com o nosso objetivo na Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia, que era captar investidores, compradores de diamantes e buscar empresas lapidadoras. Acredito que alcançamos o nosso objetivo, sabendo que em todo negócio existem etapas a serem seguidas. A missão por si só já ultrapassa a etapa mais difícil, que é transmitir credibilidade entre as partes interessadas em fazer uma parceria comercial. A segunda etapa - verificar interesses entre as partes em realizar parcerias comerciais - foi desempenhada com sucesso pela nossa empresa, pois tivemos contato com várias entidades que desejam realizar parcerias como a que quer investir na pesquisa e exploração do quimberlito; outra que quer investir na pesquisa e exploração de diamantes aluvião; uma que quer comprar nosso produto bruto; uma que quer montar uma lapidadora no Brasil; e a empresa de joalheria que quer que sejamos representantes comerciais delas no Brasil. Meu objetivo foi conquistado com total sucesso. Acredito que chegamos um pouco desacreditados e com a competência de todos da missão conquistamos o nosso lugar e aos poucos conseguimos mostrar todo o potencial e a capacidade que temos na Região Nordeste. Fiquei orgulhoso de ser nordestino. Os excelentes palestrantes comprovaram que temos pessoas cada vez mais qualificadas e capacitadas a representar o nosso Estado em qualquer lugar do mundo. Foi a primeira missão oficial de que participei pela Fecomércio-PE e fico orgulhoso de poder compartilhar e participar com pessoas inteligentes e de caráter. Serei parceiro em novas missões que venham a existir. O trabalho da Missão Nordeste do Brasil à Índia, realizado pela Fecomércio-PE, engrandeceu a nossa empresa, deixando-a

conhecida não só no mercado nacional como também no exterior, em especial na Índia. Agora cabe a nós ter capacidade administrativa para negociar, ser competitivos no mercado mundial, viabilizar um projeto que seja viável, rentável e produtivo para conquistar os nossos investidores. Hoje o mundo passa por uma crise e temos que ser pacientes, pois os investimentos estão bastante escassos e isso dificulta um pouco as negociações, mas tenho convicção de que fizemos a coisa certa. A Fecomércio-PE, o Sebrae e todos os palestrantes e empresários presentes estão de parabéns, pois nós fomos superiores e demos a volta por cima. Essa missão empresarial não só trouxe resultados positivos comerciais, mas também agregou valores mais importantes, que são os valores pessoais obtidos através da convivência com as pessoas da missão. Fiquei deslumbrado com o grupo. Não achava que fosse ser fácil a convivência com mais de 60 pessoas e hoje sinto falta de todos os integrantes da missão. Mudei completamente o meu conceito de relacionamento de grupo. Sinto saudades de todos."



Olavo Pinheiro de Souza Júnior – Diretor administrativo da Gemapi – Gema do Piauí Mineração Ltda.

Edson de Barros Carvalho - Diretor-presidente do Nectar

“A participação na missão da Fecomércio-PE à Índia e Dubai em 2008 possibilitou o contato com novos modelos e oportunidades de negócios que espero ser apropriados institucionalmente pelo Núcleo de Empreendimentos em Ciência, Tecnologia e Artes (Nectar), especialmente a inovação do conceito de incubação de empreendimentos para atração de empresas internacionais.

Na dimensão pessoal, experimentar a cultura indiana provocou um realinhamento e mudança na minha forma de pensar. Destaco a relevância da cultura da paz e solidariedade encontrada na sociedade indiana. O convívio com os participantes da missão foi extremamente agradável e o network excelente. Obrigado, Fecomércio-PE, por propiciar esta experiência tão positiva.”



Augusto Henrique Costa – Presidente da HL Hortifrutícola Ltda.



“A integração de negócios, lazer, cultura, visitas técnicas e contatos para futuros negócios torna a missão promovida extremamente interessante e proveitosa. Os objetivos procurados, como reuniões sobre os produtos do nosso interesse, a troca de conversas sobre os assuntos mais diversos e a procura de novos parceiros, levam ao mais importante: o surgimento de novas idéias a serem trabalhadas tanto na Índia como no Brasil, o que supera o investimento feito em toda a viagem. Para aprendermos ainda mais sobre o país que está sendo desbravado pela missão, os roteiros culturais e as visitas técnicas evidenciam as diferenças e oportunidades que temos dificuldade em perceber devido à distância dos países, o que enriquece muito mais não só a própria pessoa, como os negócios que serão tocados adiante pelas propostas feitas por ambos os lados. A missão foi ótima e, se alguma empresa tem interesse em desbravar ou negociar no comércio exterior, está intimada a participar da próxima. Gostaria de agradecer a toda a organização da missão pelo ótimo trabalho apresentado.”

“A missão atingiu o seu objetivo, que era aproximar empresários do Brasil e da Índia, o que nos trará um retorno positivo. Observamos com satisfação o interesse da classe empresarial indiana em investir no Nordeste brasileiro e conseguimos enxergar oportunidades num país com suas deficiências, mas com uma capacidade de desenvolvimento e tecnologia enormes. Destaco também a convivência com o grupo, sempre participativo e de fundamental importância para o sucesso da missão.”

Eduardo Catão - Presidente da FCDL-PE



Murilo Guerra - Superintendente do Sebrae Pernambuco



“A Índia é um país rico de riquezas e rico de pobreza. É um país de contrastes e também de oportunidades. Quero destacar a sua importância econômica, com cerca de 300 milhões de pessoas com alto poder de consumo, exibindo uma taxa de crescimento de 6% ao ano, com PIB de 420 bilhões de dólares, e alta tecnologia no setor de serviços. Creio que a iniciativa da Fecomércio ao conduzir empresários e entidades públicas a participar da missão empresarial do Nordeste àquele país, sob a liderança de Josias Albuquerque, além de levar e trazer conhecimento sobre aquela economia asiática, abre oportunidades de negócios para empresários de Pernambuco e da Índia.”



“Missão bem-sucedida. Excelente nível de palestras, contatos produtivos, rodadas de negócios que surpreenderam pelo número dos atendimentos. Nós representantes do empresariado alagoano temos a sensação de que vários contatos feitos resultarão em negócios brevemente. A Fecomércio-AL orgulha-se de ter participado dessa missão empresarial não só pelo sucesso, mas especialmente pelo nível dos participantes. Parabéns a todos pela organização.”

Wilton Malta de Almeida - Presidente do Sistema Fecomércio-AL

“Depois de visitar a Índia com mais uma bem-sucedida missão de empresários organizada pela Fecomércio-PE, em novembro deste ano, nada como parar em Dubai. Não falo aqui das atrações turísticas mais que divulgadas mundo afora. Falo de abrir definitivamente uma janela para o Oriente Médio e Índia para os negócios da nossa terra. A Índia configura-se como a próxima China e Dubai é um descomunal canteiro de obras e um mercado de consumo em que 'pés brasileiros' já estão fincados e com ainda muita estrada para trilhar.

Em Dubai, pudemos assistir a um seminário promovido pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex) e pela Câmara Árabe Brasileira de Comércio. Oportunidade não só de conhecer uma estrutura exemplar para quem quer explorar as possibilidades comerciais do Oriente Médio, mas também de conhecer cases de sucesso de empresas brasileiras, como a Engenpro, há mais de cinco anos construindo nos Emirados Árabes; a WTorre, iniciando grandes empreendimentos; e a WEG, fornecendo equipamentos elétricos produzidos no Brasil, com índices de crescimento de faturamento muito acima do que é esperado e obtido no nosso e nos outros países onde já atua. E por que não poderíamos um dia falar, sem baurrismos, das empresas e produtos de Pernambuco em Dubai?

Durante a missão, pudemos escutar e ver através de exemplos práticos que participar deste mercado é um caminho mais do que possível. Não só Dubai, mas também todos os Emirados e outros países árabes do Golfo e da África precisam de toda sorte de insumos e têm poder de compra para adquiri-los.

Durante a Big5, a maior feira da construção civil dos Emirados, o estande do Brasil deu o exemplo. Contando com o apoio da Apex na organização e suporte operacional, posicionado em local estratégico, com muitas das empresas brasileiras ali presentes expondo fora do país pela primeira vez, o estande destacou-se em meio a países como Alemanha, Inglaterra, Itália, Estados Unidos, China, Turquia, Filipinas, Coreia do Sul, Taiwan, etc. A imensa diversidade de países e produtos expostos na Big5 mostra que há muito espaço na briga entre a tecnologia da Alemanha e os preços da China.

No Centro de Negócios da Apex, localizado no Porto da Zona Livre de Jebel Ali, uma das cerca de 30 zonas livres de Dubai, pudemos conferir a estrutura destinada a quem quer usar esta cidade como centro logístico. Numa fórmula que junta pouca burocracia, baixo custo operacional, estrutura enxuta, ausência de tributos de qualquer espécie e inteligência empresarial, os brasileiros dispõem de um armazém próprio e se necessário outros terceirizados em que podem abrigar suas mercadorias de qualquer natureza e origem e distribuí-las para o resto do mundo, incluindo o Brasil. Só a título de comparação, uma filial de uma empresa brasileira pode ser aberta nesse centro de negócios em cerca de 20 dias, com baixíssimo custo inicial e de manutenção mensal (cerca de 500 dólares), podendo utilizar o endereço do centro de negócios e sua estrutura de pessoal e de comunicação para recebimento e expedição de documentação, caso não deseje manter funcionário próprio. Se a empresa optar por transferir funcionário(s) para essa operação, esse modelo soluciona a questão de concessão de vistos de permanência.

Além do mais, essa licença de funcionamento tem validade anual, podendo ser renovada ou não pelo empresário, a seu critério. Só quem já tentou encerrar as atividades de uma filial ou de uma empresa aqui no Brasil pode avaliar a diferença que esse detalhe faz. Os mercados do mundo árabe e suas oportunidades estão aí. Apoio promocional e de inteligência empresarial é uma realidade. O resto é com o empresário e a sua vontade e capacidade de desafiar a concorrência e crescer.”



Celso Cavalcanti - Primeiro vice-presidente da Fecomércio-PE



Adjar Soares - Presidente da CDL-Caruaru

“A Índia é um extraordinário país repleto de mistérios e oportunidades. Nesta missão empresarial, organizada pela Fecomércio-PE, foi possível observar o seu povo, sua cultura, seu comércio e sua indústria. Foram excelentes os seminários, feiras, rodadas de negócios e reuniões com empresários de diversos setores. Assim como a Índia, os Emirados Árabes Unidos também impressionaram a todos os participantes da missão. Certamente muitas oportunidades vão surgir, os resultados serão crescentes e promissores, assim como foi em anos anteriores. Esperamos que todo o conhecimento adquirido, os contatos feitos e os negócios futuros que ficaram agendados possam incentivar cada vez mais aos empresários pernambucanos a participarem de outras missões como esta que impulsiona o desenvolvimento de nosso Estado.”



“Os seminários em Déli e Mumbai foram realizados com boa organização, expondo temas de interesse dos participantes. As visitas técnicas poderiam ser divididas por segmentos, ou seja, comércio, agronegócio, construção civil, para visitas setoriais que iriam dar um melhor resultado (sugestão para futuras missões). As rodadas de negócios foram bem aproveitadas, com bons contatos, com destaque para as de Mumbai. No nosso caso, o agronegócio, fizemos oito contatos, que estão em fase de análise e encaminhamento. Parabéns para o representante da Indo-Brazil Trade Associates, Gauhar Siraj, por sua assistência aos partícipes, com bons retornos a surgir desta parceria. Parabéns aos organizadores da missão - Fecomércio-PE e Sebrae - pelos bons resultados alcançados. Parabéns a Ana Cláudia, Cleide, Lucila, Lorena, Maria Luiza, Margarida Collier e Linda Mandel, pelo ótimo desempenho na organização e divulgação jornalística da missão à Índia. Um forte abraço para todos.”



Luciano Corrêa de Araújo, Maria de Lourdes Magalhães C. de Araújo e Luciano Corrêa de Araújo Júnior - Agromaq Pecuária e Mecanização Ltda.



“A oportunidade de conhecer a Índia em missão de negócios foi extremamente valiosa para nós do Porto Digital. A Índia é um país emblemático no segmento da tecnologia da informação. Estando no mesmo patamar que o Brasil há cerca de vinte anos, o país optou por especializar-se em serviços offshore e hoje colhe os louros de uma estratégia bem-sucedida: exportará US\$ 40 bi em 2008. Sim, a Índia tem estratégia! Isso faz a diferença. Os números, já os conhecíamos daqui mesmo. Porém dialogar com gestores, empresários e executivos nos deu informações preciosas a respeito do modo peculiar como a Índia, a partir de uma combinação vitoriosa entre mão-de-obra abundante, altamente qualificada e preços irreais para padrões ocidentais, conseguiu transformar-se num gigante da indústria da tecnologia da informação. Parabéns à Fecomércio, e em especial a seu presidente, professor Josias Albuquerque, pela iniciativa visionária de promover sua 13ª missão internacional de negócios e contribuir para a abertura de novos horizontes para o setor produtivo pernambucano.”



Francisco Saboya - Presidente do Porto Digital

Rodrigo Moreira - Fotógrafo da Fecomércio-PE e da missão

“A Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia, realizada pela Fecomércio-PE, foi a melhor experiência que tive como repórter fotográfico, tanto profissionalmente como na esfera pessoal. Profissionalmente porque tive a oportunidade de registrar do outro lado do mundo a primeira missão nordestina à Índia e pessoalmente porque me proporcionou uma visão de mundo completamente diferente da que eu tinha. Não tem como você ir à Índia e voltar a mesma pessoa. É, sem dúvida, uma experiência de vida única. A Índia é diferente de tudo o que eu conheço, é um país deslumbrante, de uma beleza exótica que fascina. A Fecomércio-PE mais uma vez está de parabéns pelo excelente trabalho que promoveu na Índia e em Dubai, nos Emirados Árabes Unidos, para onde fomos na volta ao Brasil. Dubai é única também, impressionante com seus arranha-céus moderníssimos. Um lugar para ser visto, fotografado e guardado em nossa memória.”





“Marcar presença na República da Índia durante a missão empresarial promovida pela Fecomércio-PE, com o apoio e patrocínio do Sebrae, significou o cumprimento de uma meta planejada desde o início de 2008, a partir da extraordinária visão de negócios internacionais do presidente Josias Albuquerque, que, com muita competência, administrou todos os passos realizados em direção ao promissor mercado asiático. É isso mesmo, a Índia apresenta diversas oportunidades para empresas do Nordeste que desejam fazer parte do processo de internacionalização, direcionado ao mercado indiano. Durante os seminários e rodadas de negócios, pudemos constatar o interesse dos hindus, siques, muçulmanos, etc. em diversas áreas, como construção civil, TI, agrobusiness, açúcar, álcool, alimentos e diamantes. Demos o recado, ressaltamos nossas potencialidades, apresentamos a competência da classe empresarial da Região Nordeste, que, com certeza, até então, era desconhecida nas cidades por onde a missão fez seu trajeto técnico – Déli e Mumbai. A nossa embaixada, instalada na capital indiana, a partir de agora compreenderá o quanto a Região Nordeste poderá contribuir para o estreitamento dos laços entre a Índia e o Brasil. Como se não bastassem os negócios promissores na Índia, a comitiva constatou, nos Emirados Árabes, a existência de um celeiro de oportunidades, sobretudo para empresas do setor de construção civil, em Dubai e Ras al-Khaimah. Empresas do Nordeste poderão vir a contribuir no franco processo de desenvolvimento desses emirados, que vêm apresentando taxas elevadas de crescimento. A todos os parceiros nacionais, em particular o Ministério das Relações Exteriores, a Embaixada do Brasil na Índia e o consulado brasileiro em Mumbai, agradecemos o apoio recebido. Agradecimentos especiais aos parceiros indianos, que muito contribuíram para maximizarmos os resultados da missão, como o consulado indiano, representado pelo cônsul Rajeev Kumar; a India Trade Promotion Organization (ITPO), representada pelo seu diretor-presidente, Sr. Y. K. Sharma; a Confederation of Indian Industry (CII), representada pela diretora para a América Latina, Sra. Gunveena Chadha, e pelo diretor, Sr. Hariran Varadarajan, respectivamente, em Déli e Mumbai; a Indo-Brazil Trade Associates (IBTA), representada pelo seu diretor, Gauhar Siraj. Finalmente, em minha avaliação, considero que a Missão Empresarial Nordeste do Brasil à Índia foi um sucesso e coroou todas as expectativas e os esforços empreendidos ao longo do ano de 2008 pelas equipes do Sebrae/PE e da Fecomércio-PE.”



Margarida Collier - Economista e coordenadora técnica da missão

OPINIÃO

MERCADOS DA ÍNDIA



Gauhar Siraj é diretor da IBTA Pvt Ltd, empresa especializada nos negócios entre Índia e Brasil

A Índia desperta interesse de todo mundo. É um dos maiores mercados do mundo e está em plena expansão econômica. Como é de conhecimento de todos, é um mercado de consumidores de 'branded consumer products' de 300 milhões, onde já existem mais de 61.000 milionários. A classe média está cada vez ficando com maior poder de compra e procurando produtos de melhor qualidade, que na maioria das vezes não são produzidos no país.

Com a previsão de crescimento de 7% ao ano para os próximos seis anos, as tendências de crescimento da demanda interna reprimida devem continuar crescendo também. Isso está criando um vácuo no mercado interno devido à capacidade instalada de produção insuficiente que não consegue suprir a demanda explosiva. Por isso há oportunidade de negócios para as empresas estrangeiras.

Sabemos que a Índia é um integrante importante dos países que formam o Bric (Brasil, Rússia, Índia, China), mas o que não sabemos é informação confiável e atualizada sobre esse país de mercados imensos. A recém-concluída visita da delegação empresarial de Pernambuco, organizada pela Fecomércio-PE, quis resolver esse problema de um certo modo. Sem dúvida todos dessa delegação voltaram muito bem informados sobre os mercados da Índia. Mas, para os que não podem visitar a Índia, acredito que a Fecomércio-PE vai ser uma fonte confiável e atualizada sobre a Índia.

Com uma classe média de 100 milhões, o PIB indiano tem crescido em média 8% ao ano nos últimos 7 anos e continua com uma previsão de crescimento de quase 7%, apesar do quadro complicado da economia mundial. Os analistas dizem que o consumo real na Índia vai aumentar 400% até 2030. Isso vai elevar a Índia para a condição de elite entre os países de mercados de consumo. Hoje a Índia tem um ranking de 12, mas até 2020 os mercados de lá vão ser tão grandes quanto os da Itália. E até 2030 o consumo do mercado Indiano vai ocupar o quinto lugar no mundo, deixando até a Alemanha atrás! Entretanto, o que talvez seja mais interessante para o empresário brasileiro é saber como ele poderia aproveitar essa euforia de mercados da Índia e conseguir vender para os Indianos.

Os dados sobre a Índia vão com certeza chamar a atenção do empresário brasileiro. O que ele provavelmente não vai conseguir saber é que, por a Índia ser bem diferente da China, ele tem como aproveitar essa onda de crescimento no mercado indiano. A distância, as fontes de informação nos idiomas indianos (existem 17 deles), o desconhecimento da língua portuguesa na Índia e o fuso horário, que impede fazer coisas dentro dos horários de expediente, são alguns dos problemas que o brasileiro enfrenta na hora de fazer negócios remotamente. E isso sem entrar no assunto de cultura de negócios na Índia ou na imagem que os indianos têm do Brasil. Apesar de tudo isso, a Índia tem muito espaço para o brasileiro se instalar e até brigar por uma fatia daquele mercado, vendendo os seus produtos do Brasil. O que falta é apenas um empresário com coragem! Oportunidade e produtos não faltam.

Hoje o comércio entre a Índia e o Brasil, dos dois lados, está por volta de US\$ 3,25 bilhões, com previsão de aumento para US\$ 10 bilhões no espaço de 3 a 4 anos. Isso se deve a dois fatores. O primeiro é o crescimento brusco e contínuo da receita da classe média indiana, responsável pelo crescimento cada vez maior da demanda por todo tipo de produto e serviço lá. O segundo é a postura agressiva do empresário indiano, que não tem medo de entrar num país tão distante e com problemas tão igualmente grandes como são para os brasileiros na Índia. Hoje já existem mais de trinta empresas indianas no Brasil, muitas delas com investimentos imensos. As empresas farmacêuticas, de pedras preciosas, de aço e de TI têm liderado essa entrada de indianos no Brasil. A maior empresa indiana, a TCS, tem mais de 1.500 funcionários no Brasil. Na corrida para segurar novas fontes de energia, a gigante Essar (com a qual a delegação da Fecomércio-PE teve uma reunião em Mumbai) acabou de ganhar uma concorrência na Austrália pelos dois blocos de petróleo. Sabemos que eles estão procurando blocos no Brasil também, pois já se manifestaram perante a delegação da Fecomércio-PE.

Quem abriu o caminho das pedras para os indianos no Brasil foram as empresas farmacêuticas. O Laboratório Ranbaxy comprou seu primeiro laboratório no Rio de Janeiro no ano 2000 e começou a onda de entrada nos mercados do Brasil. Este ano o laboratório Glenmark já anunciou planos de montar a sua segunda fábrica no Brasil. Os laboratórios indianos já vendem mais de 37 remédios nas farmácias do Brasil e têm planos de lançar mais de 40 novos remédios no ano que vem. A Arcelor Mittal acabou de comprar uma participação de 70% na Manchester Tubos e Perfilados S.A. e uma participação de 50% na Gonvarri Brasil. Eles não têm medo de brigar por uma fatia de um mercado estranho, com todas as suas dificuldades. Mas foi assim que as empresas da Europa, América do Norte e Ásia-Leste se instalaram na Índia também, com muita rapidez, aliás, e estão colocando as suas mercadorias no mercado e assim aproveitando uma redução nos seus custos por causa de ganhos nas suas escalas de produção, e, por consequência, obtendo retornos bem significativos sobre os seus investimentos. É assim, espero eu, que o empresário brasileiro também vai mostrar coragem e entrar na Índia para conquistar uma parte daquele mercado e vender os seus produtos lá.

Veja os nove principais setores onde existem as grandes oportunidades no futuro na Índia:

Setores taxa de crescimento composto anual

1] Alimentos e bebidas (mercado de US\$ 155 bilhões em 2005, podendo ter gasto anual de US\$ 385 Bi em 2025) – 4,5%	4] Bens de consumo e serviços, artigos de toalete, serviços de beleza, limpeza, lavanderia, joalheria, relógios, assessorios (mercado de US\$ 2,4 Bi em 2005, podendo ter gasto anual de US\$ 23 Bi em 2025) – 7,4%	7] Educação e lazer (livros e educação, TV/vídeo, serviços de lazer, mercado de US\$ 25,7 bi em 2005, podendo ter gasto anual de US\$ 143,2 Bi em 2025) – 11%
2] Transporte (mercado de US\$ 61 bilhões em 2005, podendo ter gasto anual de US\$ 301 Bi em 2025) – 13,8%	5] Saúde (equipamento, serviços e remédios, mercado de US\$ 25 Bi em 2005, podendo ter gasto anual de US\$ 194,8 Bi em 2025) – 10,8%	8] Bens de lar (não duráveis e duráveis de casa, mobília, eletrodomésticos, mercado de US\$ 10,6 Bi em 2005, podendo ter gasto anual de US\$ 41,3 Bi em 2025) – 6,9%
3] Construção, casa e utilidades (US\$ 44.2 Bi em 2005, podendo ter gasto anual de US\$ 145 Bi em 2025) – 6,6%	6] Roupas e sapatos (US\$ 20,4 Bi em 2005, podendo ter gasto anual de US\$ 73,7 Bi em 2025) – 6,5%	9] Comunicação (correio, telefone, gastos de US\$ 7,5 Bi em 2005, podendo ter gasto anual de US\$ 93,8 B em 2025) – 13,4%

Falando mais especificamente, o Brasil tem tudo para se tornar fornecedor de alimentos para a Índia. A Índia não tem capacidade de alimentar toda população. O brasileiro deve pensar nisso e já começar a explorar os nichos lá.

Na área de couros existe uma falta de insumos. Além de existir uma alta de preços de insumos químicos (ácido fórmico, corantes, sulfato de cromo), todos importados da China, o couro - couro cru (e pickled) - e wet blue estão com demanda alta neste mercado.

A Índia inteira está sofrendo uma falta de energia - de todo tipo. O governo acabou de anunciar que 35 termoeletricas estão com escassez aguda de carvão. Como o país é importador de petróleo, não tem gás e não fez seu dever de casa na área de hidrelétricas, acabou de entrar em pânico por perceber que precisa de uma fonte alternativa de energia urgentemente para conseguir sustentar o seu crescimento de PIB de 8% ao ano. O governo central indiano já decretou que vai misturar até 10% de biocombustível no petróleo, mas onde está o biocombustível?

Se apenas 28% dos indianos têm acesso a um toalete (o resto vai para o campo aberto para fazer as necessidades fisiológicas) e mais de 33% têm casa de menos de 60 pés quadrados (mais de 55% tem casas de 100 pés quadrados), teria oportunidade para construtoras brasileiras na Índia. As empresas indianas ou não têm tecnologia, ou não têm dinheiro ou não tem vontade ... Por enquanto.

A oportunidade na área de construção é grande mesmo. Faltam estradas, ruas, pontes, viadutos, metrô, armazéns, hidrelétricas e quase a cadeia inteira de logística de gelados. Ver um contêiner refrigerado ainda é uma raridade na Índia. Só precisa de um pouco de coragem mesmo para tomar esse mercado bilionário de construção.

Existe apenas um caso de sucesso de empresa de biocosmético na Índia, a Shehnaz Hussein. No Brasil, conheço pelo menos quatro empresas famosas de bio-cosméticos que não param de falar sobre as suas linhas de produtos amazônicos e que poderiam entrar lá com bastante facilidade, pois têm de tipo de pedigree que nem a Shahnaz Hussein tem ainda.

O crescente poder de compra dos indianos abriu um novo mercado lá - turismo de lua-de-mel. Essa fatia de mercado vem crescendo entre 15% e 20% ao ano e representa de 20% a 25% de todos os gastos feitos com turismo fora da Índia. Acredito que Pernambuco teria muito a oferecer aos recém-casados.

Enfim, como vimos, não faltam oportunidades. A Índia é capaz de levar empresas de pequeno e médio porte para o grande porte. Apenas precisa-se de um empresário com um pouco de coragem. A sorte e os negócios fechados vão se manifestar em seguida para aquele que tomar a iniciativa, pensar grande e dar o pulo para a Índia.

Participantes

Josias Silva de Albuquerque

Presidente da missão

Margarida Collier

Coordenadora técnica da missão

Jocicleide Pimentel

Coordenadora administrativa da missão

Lucila Nastassia Diniz Ferraz

Coordenadora de comunicação e marketing da missão

Ana Cláudia Neves

Agente de viagem da missão

Eduardo Henrique Accioly Campos

Governador de Pernambuco

Fernando Bezerra Coelho

Secretário de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco

Clodoaldo Magalhães

Deputado estadual

Henrique Queiroz Costa

Deputado estadual

Miriam de Miranda Lacerda

Deputada estadual

Terezinha Nunes da Costa

Deputada estadual

Adjar Soares da Silva

Presidente da CDL-Caruaru

Álvaro Arthur Lopes de Almeida

Presidente da Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Alagoas

Eduardo Melo Catão

Presidente da Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas (FCDL) e vice-presidente do Sindicato dos Lojistas do Comércio do Recife (Sindilojas)

Francisco Valdeci de Souza Cavalcante

Presidente da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Piauí

Jorge Côrte Real

Presidente da Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco (Fiepe)

José Ventura Sobrinho

Diretor executivo do Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos de Pernambuco (Ceape-PE)

Murilo Guerra

Diretor-superintendente do Sebrae-PE

Silvio Vasconcelos

Presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas do Recife (CDL-Recife)

Wilton Malta de Almeida

Presidente da Federação do Comércio do Estado de Alagoas

Gabriel Alves Maciel

Pesquisador da Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco (ADDiper)

Ivone Malaquias

Gerente executiva de Negócios Internacionais da Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco (ADDiper)

Celso Moraes de Andrade Neto Segundo

Diretor-presidente da Mundo dos Cosméticos Ltda.

Fernando Clemente Filho

Presidente da Ponto de Promoção

Maria Liliane Carvalho Almeida

Sócia-administrativa da Ponto Com Moda Jovem Ltda.

Fernando Souza Didier

Diretor da Comercial Zip Ltda.

Celso Jordão Cavalcanti

Diretor comercial da Link Indústria e Comércio S/A

Raimundo Florindo de Castro

Sócio da R. A. Castro Ltda.

Francisco Cunha

Diretor da TGI Consultoria em Gestão S/A

Carmem Cardoso

Sócia fundadora e consultora da TGI Consultoria em Gestão S/A

José Sarto de Carvalho

Diretor comercial da Empresa Nacional de Irrigação e Instalações Ltda. (Eniil)

Alex de Oliveira da Costa

Presidente da Fruti Guia Ltda.

Augusto Henrique Costa

Presidente da HL Hortifruticultura Ltda.

Erotides Gomes de Albuquerque

Diretora da J. Albuquerque Representação e Comércio de Atacado e Varejo Ltda.

Luciano Corrêa de Araújo

Diretor da Agromaq Pecuária e Mecanização Ltda.

Luciano Corrêa de Araújo Jr.

Diretor da Agromaq Pecuária e Mecanização Ltda.

Maria de Lourdes Corrêa de Araújo

Diretora da Agromaq Pecuária e Mecanização Ltda.

Francisco Saboya

Diretor presidente do Porto Digital

Paulo Roberto Freire Cunha

Diretor do Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco (Cin/UFPE)

Edson de Barros Carvalho

Diretor presidente do Núcleo de Empreendimentos em Ciência, Tecnologia e Artes (Néctar)

Olavo Pinheiro de Souza Júnior

Diretor administrativo da Gema do Piauí Mineração Ltda. (Gemapi)

Joezil Barros

Presidente do Diário de Pernambuco S/A

Lorena Maria Ferrário Leite

Editora de economia da Folha de Pernambuco

Maria Luiza Borges

Editora executiva do Jornal do Commercio

Cláudio Marinho

Ex-secretário de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente do Estado de Pernambuco

Acompanhantes

Antônio Geraldo Rodrigues da Silva

Dagoberto Alves Costa

Carlos Henrique Queiroz Costa

Adamisia Guerra

Maria Adelaide de Castro

Maria Ângela Côrte Real

Maria Didier

Maria Eliane Gomes

Maria do Socorro Costa

Maria Rita Ventura

Martha Oliveira

Rita Vasconcelos

Rosângela Brandão de Oliveira Cavalcante

Vera Almeida

INFORME FECOMÉRCIO-PE

Informativo do Sistema Fecomércio/Senac/Sesc-Pernambuco

Av. Visconde de Suassuna, 255 - Tel.: (81) 3231.5393 - Fax: (81) 3222.9498 - Recife-PE
www.fecomercio-pe.com.br / e-mail: imprensa@fecomercio-pe.com.br

Presidente Josias Silva de Albuquerque

1º Vice-Presidente Celso Jordão Cavalcanti; 2º Vice-Presidente Frederico Penna Leal; 3º Vice-Presidente José Stélio Soares; 4º Vice-Presidente Antônio Carlos Bastos de Farias; Vice-Presidente p/ Assuntos do Comércio Atacadista Diógenes Domingos de Andrade Filho; Vice-Presidente p/ Assuntos do Comércio Varejista Eduardo Melo Catão; Vice-Presidente p/ Assuntos do Comércio Armazenador José Dagoberto Melo Lobo; Vice-Presidente p/ Assuntos do Comércio de Turismo e Hospitalidade Júlio Crucho Cunha; 1º Dir. Secretário João de Barros e Silva; 2º Dir. Secretário Paulo Roberto Casé; 3º Dir. Secretário Antônio Maciel Lins; 1º Dir. Tesoureiro José Lourenço Custódio da Silva; 2º Dir. Tesoureira Ana Maria Caldas Barros e Silva; 3º Dir. Tesoureiro Roberto Wagner Cavalcanti Siqueira; 1º Dir. p/ Assuntos Sindicais José Francisco da Silva; 2º Dir. p/ Assuntos Sindicais Rildo Braz da Silva; 1º Dir. p/ Assuntos de Relações do Trabalho Waldemar José Galindo; 2º Dir. p/ Assuntos de Relações do Trabalho Bernardo Peixoto dos Santos O. Sobrinho; 1º Dir. p/ Assuntos de Desenvolvimento Comercial Paulo Antônio Leitão Maranhão; 2º Dir. p/ Assuntos de Desenvolvimento Comercial Marcos Antônio Barbosa da Silva; 1º Dir. p/ Assuntos de Crédito Geraldo Fernandes da Costa; 2º Dir. p/ Assuntos de Crédito Luís Roque de Oliveira; 1º Dir. p/ Assuntos de Consumo Geraldo José da Silva; 2º Dir. p/ Assuntos de Consumo Alfredo Roberto Bastos de Souza. Conselho Fiscal - Efetivos João Lima Cavalcanti Filho, João Jerônimo da Silva Filho, Edilson Ferreira de Lima; Delegados Representantes no CR/CNC Josias Silva de Albuquerque, João de Barros e Silva, Celso Jordão Cavalcanti

Edição/reportagens: Lucila Nastassia. Design/Diagramação: André Marinho. Fotos: Rodrigo Moreira. Revisão: Laércio Lutibergue. Impressão: Gráfica Flamar. Tiragem: 5.000 exemplares.

Sindicatos Filiados:

Sind. do Comércio de Vendedores Ambulantes do Recife - Tel.: 3224.5180 Pres. José Francisco da Silva; Sind. do Comércio Varejista de Catende - Tel.: 3661.0775 Pres. Apolônio José de Lima Filho; Sind. do Comércio de Vendedores Ambulantes de Caruaru - Tel.: 3721.1482 Pres. José Carlos da Silva; Sind. dos Lojistas no Comércio do Recife - Tel.: 3222.2416 Pres. Frederico Penna Leal; Sind. do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios do Recife - Tel.: 3221.8538 Pres. José Lourenço Custódio da Silva; Sind. do Comércio Varejista de Produtos Farmacêuticos do Estado de Pernambuco - Tel.: 3231.5164 Pres. José Cláudio Soares; Sind. do Comércio Varejista dos Feirantes do Estado de Pernambuco - Tel.: 3445.3770 Pres. João Jerônimo da Silva Filho; Sind. do Comércio Varejista de Materiais Elétricos e Aparelhos Eletrodomésticos do Recife - Tel.: 3222.2416 Pres. José Stélio Soares; Sind. do Comércio Varejista de Garanhuns - Tel.: 3761.0148 Pres. João de Barros e Silva; Sind. do Comércio de Hortifrutigranjeiros, Flores e Plantas do Estado de Pernambuco - Tel.: 3252.1313 Pres. Alex de Oliveira da Costa; Sind. do Comércio Varejista de Jaboatão - Tel.: 3476.2666 Pres. Bernardo P. dos S. O. Sobrinho; Sind. do Comércio Varejista de Calçados do Estado de Pernambuco - Tel.: 3221.7091 Pres. Marcos Antônio B. da Silva; Sind. do Comércio Varejista de Maquinismos, Ferragens e Tintas do Estado de Pernambuco - Tel.: 3221.7091 Pres. Celso Jordão Cavalcanti; Sind. do Comércio Varejista de Petrolina - Tel.: 3861.2333 Pres. Joaquim de Castro Filho; Sind. dos Lojistas do Comércio de Caruaru - Tel.: 3722.4070 Pres. José Manoel de Almeida Santos; Sind. do Comércio de Autopeças do Estado de Pernambuco - Tel.: 3302.3879 Pres. Antônio Maciel Lins; Sind. dos Representantes Comerciais e Empresas de Representações Comerciais de Pernambuco - Tel.: 3226.1839 Pres. Severino Nascimento Cunha; Sind. das Empresas de Comércio e Serviços do Exo Norte, Olinda, Paulista, Abreu e Lima, Igarassu, Itapissuma e Itamaracá - Tel.: 3371.8119 Pres. Milton Tavares de Melo.