

Na rota dos investimentos

O Nordeste, a mais carente das regiões, atrai recursos públicos e privados bilionários e abre frentes de negócios que poderão tirá-lo do atraso

A segunda mais povoada das regiões brasileiras, o Nordeste, é também a mais carente e cheia de contrastes. Nos nove Estados que a compõem vive uma população de quase 50 milhões de habitantes. De um lado, uma minoria desfruta de um padrão de vida que nada deve aos dos abonados dos centros mais ricos do País. De outro, um contingente majoritário sobrevive com dificuldades, enfrentando cada dia como se fosse o último. Não por acaso, entre os Estados colocados nas dez últimas posições do ranking do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), figuram os nove da região - o décimo é o Acre. Esse desempenho pífio tem várias causas. Uma delas é a persistência de elevados índices de mortalidade infantil, que chegam a 36,9 por mil nascimentos, contra 27 da média nacional. Uma segunda é a deplorável distribuição da riqueza, traduzida no fato de que entre os seis Estados com pior renda per capita cinco são do Nordeste - à frente o Maranhão, seguido por Piauí, Alagoas, Ceará e Paraíba. O sexto do grupo é o Tocantins. Nada mais natural, portanto, que na hora da distribuição do bolo assistencial do governo federal coubesse à região uma parte substancial dos recursos. É o que ocorre com o dinheiro do Bolsa-Família. Quase 52% dos R\$ 488 milhões distribuídos em agosto deste ano pelo programa tiveram como destino o Nordeste, beneficiando 3,7 milhões de famílias.

Felizmente, há indícios de que essa situação começa a ser revertida, como se pode ver nesta segunda edição da série Novo Mapa do Brasil. No lugar das tradicionais frentes de trabalho, criadas no passado para abrandar os efeitos da miséria, estão surgindo frentes de negócios, nos mais diferentes setores de atividade. O têxtil é um deles. Graças à maciça migração de empresas do Sul e do Sudeste, a região se tornou o segundo maior pólo de produção de tecidos e de confecções do Brasil. Da mesma forma, consolidou-se um pólo petroquímico vigoroso, está sendo formado outro na área de celulose e assiste-se à descoberta pelos grandes investidores de áreas promissoras como o turismo, a fruticultura e a agricultura.

A soma de tantas oportunidades se traduz num inédito fluxo de recursos, que faz do Nordeste a segunda região com mais investimentos anunciados para os próximos anos - nada menos de US\$ 18,8 bilhões, de acordo com levantamento da consultoria Simonsen Associados, de São Paulo.

O Vale se transforma no pomar do Brasil

Produção de uvas e mangas atrai novos negócios e faz Petrolina prosperar

Amauri Segalla

Para milhões de nordestinos, a falta de chuva e o excesso de calor são fardos impostos pela natureza. Para outros, as características climáticas da região possibilitam o desenvolvimento de um negócio cada vez mais rentável. Neste último grupo, enquadram-se os produtores de frutas do Vale do Rio São Francisco. A baixa umidade relativa do ar, o sol inclemente e as novas técnicas de irrigação fizeram do pólo Juazeiro-Petrolina, localizado em pleno semi-árido, exatamente na divisa entre os

Estados da Bahia e de Pernambuco, referência mundial no plantio de uvas e mangas. As águas do São Francisco irrigam uma área de 110 mil hectares. Como chove pouco, os produtores conseguem controlar a quantidade de água necessária para regar cada árvore. "Por isso, somos capazes de reproduzir artificialmente as diversas estações do ano", afirma Alberto Galvão, superintendente da Valexport, a associação dos produtores da região. Esse controle permite obter até 2,5 safras por ano, produtividade acima da média nacional. O pólo de Petrolina responde por um terço dos US\$ 350 milhões gerados pelas exportações de frutas brasileiras. A região produz todos os anos 1 milhão de toneladas de frutas - juntas, manga e uva são responsáveis por quase 80% de toda a área plantada em mais de uma dezena de municípios.

Dono de quatro fazendas nos arredores de Petrolina, o grupo francês Carrefour é hoje um dos maiores produtores de uvas de mesa do Brasil. Em 2005, devem ser colhidas de uma área de 725 hectares cerca de 14 mil toneladas da fruta, que irão gerar receitas de R\$ 30 milhões. Aproximadamente 60% da produção é exportada para países como Inglaterra, Alemanha, Estados Unidos, China e Guatemala. "O Carrefour está presente em 31 países do mundo, mas o Brasil é o único lugar em que atuamos também como produtores e não apenas no varejo", afirma Arnaldo Eijsink, diretor de agronegócio do grupo. Segundo Eijsink, um dos fatores que levaram a empresa a investir ali foram justamente as condições climáticas favoráveis.

LOCALIZAÇÃO ESTRATÉGICA

Também pesaram o custo relativamente baixo do investimento (o preço do hectare, entre R\$ 500 e R\$ 2 mil dependendo da proximidade com o Rio São Francisco, ainda é considerado baixo), a localização estratégica (Petrolina está a menos de mil quilômetros de quatro importantes portos, o de Salvador, Recife, Fortaleza e Natal) e a infraestrutura logística (um dos melhores aeroportos do Nordeste fica na cidade).

O cultivo de mangas no pólo Juazeiro-Petrolina também tem proporcionado excelentes resultados. Este ano, serão vendidas ao exterior cerca de 110 mil toneladas, o equivalente a mais de 90% das exportações brasileiras da fruta. "Em 2005, a produção de manga deverá render mais de US\$ 300 milhões", diz Alberto Galvão, da Valexport. Uma das beneficiárias desse boom é a Fruitfort, a primeira empresa da região a exportar manga para a Europa e para os Estados Unidos. A Fruitfort, controlada por empresários locais, produz, em três fazendas, 11 mil toneladas da fruta por ano, com receitas na casa de R\$ 20 milhões. O grande desafio agora é ingressar no mercado asiático. "A partir do ano que vem, exportaremos para o Japão", diz Renato Gomes, diretor da Fruitfort em Petrolina.

Além de projetos específicos para o aprimoramento do plantio de uva e manga, a Embrapa desenvolve pesquisas destinadas a outras culturas, como goiaba, acerola, mamão e abacaxi, entre outras. "O semi-árido abrange mais de mil municípios espalhados por cerca de 1 milhão de quilômetros quadrados, área maior do que a Itália e a França juntas", diz Pedro Gama da Silva, chefe da Embrapa na região. "A partir de tais dados é possível dimensionar o enorme potencial desse pedaço ainda inexplorado do Brasil."

Aeroporto de Petrolina impulsiona exportações

Amauri Segalla

Homens engravatados, mulheres carregando laptops. A cena típica da ponte aérea Rio-

São Paulo se repete na ligação Recife-Petrolina. O voo com duração de cerca de uma hora sempre sai com a ocupação esgotada da capital pernambucana em direção ao semi-árido.

O Aeroporto Senador Nilo Coelho, em Petrolina, é um dos mais modernos do País. Recém-ampliado ao custo de R\$ 34 milhões, tornou-se estratégico para o desenvolvimento da região. Sua pista de 3,25 mil metros de extensão é oficialmente a maior do Nordeste em operação (isso porque parte da pista do Aeroporto de Guararapes, em Recife, que é ligeiramente maior, não está homologada). "Estamos no mesmo patamar de grandes aeroportos internacionais, como Galeão, Guarulhos e Viracopos", afirma Moisés Barbosa, designado pela Infraero para administrar o aeroporto de Petrolina.

Em 2005, o movimento de passageiros deverá chegar a 150 mil pessoas, quase 50% mais que o do ano passado. Varig, Gol e Ocean Air operam voos regulares para a cidade. Alguns voos charters também começaram recentemente a pousar em Petrolina. O transporte de cargas é o principal negócio. O aeroporto pode receber grandes aviões cargueiros com capacidade para até 115 toneladas. Este ano foram criados dois voos semanais internacionais, operados pela companhia luxemburguesa Cargolux: um deles segue para Luxemburgo e outro para Lisboa, em Portugal. Este último estreou em setembro e parte sempre lotado, principalmente de mangas e uvas.

O dinheiro da fruta irriga a economia

Petrolina cresce a 10% ao ano e quadruplica sua população em pouco mais de três décadas

Amauri Segalla
PETROLINA

Capital informal do pólo frutífero do Nordeste, a cidade de Petrolina vive um período de forte expansão. O município levou quase um século para chegar a 60 mil habitantes, na década de 70. Hoje, mais de 250 mil pessoas moram ali, a maioria delas recém-chegada de outras regiões do País.

O crescimento vertiginoso da economia, a taxas superiores a 10% ao ano, tem provocado uma forte onda de investimentos. Hotéis, apartamentos de luxo, condomínios horizontais fechados e outros projetos típicos dos grandes centros urbanos do País transformaram a cidade.

Do alto da ponte que separa Petrolina, em Pernambuco, de Juazeiro, já na Bahia, é possível observar a diferença entre os dois municípios. No lado petrolinense, avistam-se mais de 10 prédios, alguns deles com imensas varandas. Os apartamentos de 250 metros quadrados de frente para o Rio São Francisco chegam a custar R\$ 400 mil. Em Juazeiro, há apenas dois edifícios. "O ótimo desempenho da fruticultura está criando uma sólida classe média na região", diz Alexandre Mota, secretário de Desenvolvimento de Petrolina. Como se trata do maior pólo exportador de frutas do Brasil, é natural que importantes congressos, feiras e convenções passem a ser realizados ali. Em razão disso, a cidade vive repleta de estrangeiros. A infra-estrutura hoteleira ainda é precária, mas novos investimentos devem mudar esse quadro. No início de 2006, o Grupo Conic & Souza investirá R\$ 8 milhões na construção de um hotel operado pela Rede Íbis, do Grupo Accor. Serão 100 apartamentos com diárias na casa de R\$ 80.

O ciclo de desenvolvimento repercute em diversos setores. Ampliada no ano passado, a Universidade Federal do Vale do São Francisco registrou em seu último vestibular 12 mil candidatos para 530 vagas. Em 2004, a Univasp criou o primeiro curso de medicina da região, para 80 alunos.

Como a cidade passou a atrair estudantes universitários, empresários locais começaram a investir na vida noturna. Perto do centro fica o "bodódromo", ponto de badalação freqüentado principalmente pelo público estudantil e por estrangeiros.

A pujança econômica também trouxe problemas. Faltam investimentos em saneamento básico. Parte do esgoto de Petrolina é despejada diretamente no Rio São Francisco, poluindo suas águas.

Americanos conquistam o Oeste. Da Bahia

Nos últimos cinco anos, estrangeiros investiram R\$ 500 milhões na região

Amauri Segalla

LUÍS EDUARDO MAGALHÃES

O economista norte-americano Scott Shanks, de 24 anos, vive à caça de oportunidades. Ao lado do pai, Thomas Shanks, ele comanda uma fazenda de 12 mil hectares na região de Luís Eduardo Magalhães, no oeste da Bahia, a 800 quilômetros de Salvador. Antes de colocar seu dinheiro no Brasil, os Shanks percorreram o mundo. Estiveram na Austrália, na África, na Ásia e passaram por alguns países da América do Sul. Nada os animou tanto quanto o cerrado brasileiro. "Isso aqui é um verdadeiro milagre", diz Scott, num português ainda claudicante.

Shanks, um dos cerca de 60 agricultores estrangeiros radicados na região, chegou ao Brasil em 1999 e hoje é um dos principais produtores de soja e algodão do oeste da Bahia. Os negócios tornaram-se tão rentáveis que ele decidiu criar uma empresa, a AgFrontier, apenas para captar investimentos estrangeiros. A agência possui atualmente 300 cotistas, arregimentados nos Estados Unidos e no Canadá, que desembolsam a partir de US\$ 30 mil para adquirir terras na região.

Surgido na década de 80 com a chegada de migrantes do Rio Grande do Sul, Paraná e Santa Catarina, o pólo agrícola do oeste da Bahia, liderado por cidades como Luís Eduardo Magalhães e Barreiras, é um dos mais pujantes do Brasil. "Em 2005, o PIB da agricultura deverá atingir R\$ 3,5 bilhões", diz Eduardo Yamashita, secretário de Desenvolvimento Econômico de Luís Eduardo.

DIFICULDADES SUPERADAS

Se tudo correr bem, a safra 2004/2005 será de 5,3 milhões de toneladas, ante 4,9 milhões da temporada anterior. Isso sem falar nos investimentos estrangeiros, da ordem de R\$ 500 milhões nos últimos cinco anos, e nas exportações, estimadas em US\$ 210 milhões. "Atingimos esses indicadores num ano de muitas dificuldades, especialmente no que diz respeito à queda da cotação do dólar", diz Humberto Santa Cruz, presidente da Associação dos Agricultores e Irrigantes do Oeste da Bahia (Aiba). Segundo projeções, a safra de 2006 deverá crescer de 5% a 10%.

O imenso chapadão que se estende por 500 quilômetros e as características climáticas bem definidas favorecem o cultivo de determinadas culturas. Poucos lugares no mundo permitem tamanha produtividade. Ali é possível colher 200 arrobas de algodão por hectare, ante menos de 150 arrobas nos EUA. A soja dá origem a 5% a mais de óleo por tonelada do que no restante do Brasil. Isso explica a presença de gigantes como Bunge,

Cargill e Galvani Fertilizantes na região.

A CHEGADA DO CAFÉ

Soja e algodão respondem por mais de 60% da produção agrícola do oeste da Bahia. Outras culturas ganharam espaço nos últimos anos. É o caso do café. Introduzido há uma década, o café está presente em uma área de 14 mil hectares. A região dispõe de um potencial de outros 100 mil hectares para a cafeicultura. Como aconteceu com a soja e o algodão, o café começa a chamar a atenção de investidores. Em outubro, a região recebeu uma comitiva de 70 cafeicultores estrangeiros.

Embora os resultados tenham sido positivos nos últimos anos, alguns investidores estão preocupados. É o caso do português Paulo Motta, dono de uma fazenda de algodão de 8,1 mil hectares em Luís Eduardo. "Com o aumento do preço de fertilizantes e o custo Brasil cada vez mais elevado, estimo uma ligeira queda de rentabilidade no ano que vem", diz.

Por custo Brasil, entre outras deficiências, entendam-se as péssimas condições rodoviárias da região. Como as estradas estão em petição de miséria, para perfazer os pouco mais de 800 quilômetros que separam o oeste da Bahia do Porto de Salvador as carretas chegam a gastar mais de um dia de viagem. Recentemente, caminhoneiros que precisam utilizar este acesso entraram em greve como forma de protesto. De nada adiantou. O tempo perdido na estrada faz aumentar o custo do frete, o que acaba repercutindo de forma negativa no resultado financeiro de todo o pólo agrícola.

Grifes do vinho se instalam no semi-árido

Marcas como a portuguesa Dão e a brasileira Miolo ajudam a fazer do Vale do São Francisco o novo pólo vinícola do Brasil

Amauri Segalla

LAGOA GRANDE

O Vale do Rio São Francisco, entre os Estados da Bahia e de Pernambuco, é hoje um dos melhores lugares do mundo para a produção de vinhos. Quem faz essa avaliação é o enólogo Carlos Moura, presidente da Vinibrasil, empresa formada pela parceria entre o grupo vinícola português Dão Sul e a importadora paulista Expand.

Moura fez carreira no Grupo Dão, uma das grifes vinícolas mais conhecidas da Europa, e foi enviado pela empresa para desbravar o semi-árido. "Nos próximos anos, a região do São Francisco provocará uma grande mudança no mapa mundial do vinho", diz o português Moura. Em 2006, a Vinibrasil planeja investir R\$ 10 milhões na ampliação da área de vinhedos de 200 para 500 hectares. Hoje, a vinícola Dão produz no Nordeste 1,2 milhão de garrafas de vinhos finos por ano - 40% desse volume é exportado para 16 países, entre eles Portugal, Itália, Canadá e Estados Unidos. "Em regiões de clima temperado, consegue-se apenas uma safra por ano", afirma João Santos, agrônomo da Dão Sul responsável pela administração da fazenda do grupo. "No Vale, onde chove pouco e faz sol o ano inteiro, é possível obter duas safras e meia anuais."

Como a chegada de estrangeiros é recente, além do Grupo Dão há apenas uma outra vinícola do exterior na região, a francesa Ducos. Tudo indica que esse número deve aumentar. Em setembro, chilenos estiveram no local em busca de terras para investir. Em 2004, emissários italianos passaram alguns dias na região entrevistando produtores locais.

COLONIZAÇÃO GAÚCHA

Os brasileiros descobriram o potencial do Vale do São Francisco há duas décadas, quando produtores do Sul do País se instalaram nas cidades de Santa Maria da Boa Vista e Lagoa Grande, em Pernambuco. Os primeiros a chegar foram os gaúchos da família Garziera, donos hoje das marcas Garziera e Carrancas do São Francisco. "Isso aqui era um lugar no fim do mundo, uma espécie de terra de ninguém", afirma Gaspar Garziera, um dos quatro irmãos sócios da vinícola. Em 2005, a produção de vinhos finos do Vale do São Francisco deverá chegar a 10 milhões de litros, o que corresponde a 25% do volume fabricado no Brasil. Ainda é pouco. "Há potencial para chegar a pelo menos 50 milhões de litros em um período muito curto", diz Alberto Galvão, diretor da Associação de Produtores e Exportadores do Vale do São Francisco. Outras marcas importantes presentes na região são Botticelli, da Vinícola Milano, e Miolo, da Vinícola Miolo. A idéia da Associação dos Produtores e dos órgãos públicos é criar um roteiro turístico que passe por todas as fazendas, à semelhança do que acontece em regiões do Chile e da Europa.

O combustível do futuro nasce no interior do Piauí

A Fazenda Santa Clara, em Canto de Buriti (PI), a 500 quilômetros de Teresina, é a sede do primeiro núcleo de plantação de mamona da Brasil Ecodiesel. A empresa foi criada em março de 2003 pelo empresário Daniel Birmann com o objetivo de produzir combustível de origem vegetal. Hoje, é controlada por um fundo ecológico do Deutsche Bank. A Brasil Ecodiesel deve começar a faturar já no início de 2006, quando o diesel vendido no Brasil será obrigatoriamente misturado com 2% de óleo vegetal. Em agosto, a empresa inaugurou em Floriano, também no Piauí, uma unidade de processamento com capacidade anual de 27 milhões de litros. Em Buriti, 700 famílias estão envolvidas no plantio, que ocupa uma área de 18 mil hectares.

Melão potiguar começa a desbravar a Ásia

Cerca de 80% do melão exportado pelo Brasil sai de uma área de 12 mil hectares no eixo Assu-Mossoró-Baraúna, no Rio Grande do Norte. Na safra do ano passado, os produtores exportaram 164 mil toneladas, o que garantiu uma receita de US\$ 64 milhões. Mais de 70% das vendas estão concentradas entre EUA e Europa. A idéia agora é chegar à Ásia, a começar pela Malásia, país que tem a produção atacada por uma praga da qual o RN já está livre.

Em Campina Grande, o algodão já brota colorido

Campina Grande, na Paraíba, convive com a cultura do algodão desde o início do século passado. Hoje, a cidade tem um pólo têxtil consolidado e se destaca no cenário nacional não só pela quantidade da produção, mas por um diferencial inusitado: o algodão colorido, desenvolvido pela Embrapa local e exportado para países da América Latina e Europa. O produto é resultado de 12 anos de pesquisa e ajudou a reavivar o setor na região, que viveu seu auge na década de 50. Na época, a cidade floresceu rapidamente na esteira do chamado "ouro branco". Desenvolvido a partir de uma variedade nativa da região, conhecida como mocó, o algodão em tons de marrom ajudou a fortalecer o pólo têxtil da cidade.

O fôlego trazido pela planta geneticamente modificada levou as fábricas da região a se organizarem para atacar o mercado externo. Hoje, mais de 2 mil hectares já estão ocupados com o algodão colorido. Cinco anos atrás, a produção começou com meros 10

hectares.

O ciclo da borracha de Camaçari

Depois da Ford, a cidade baiana se prepara para receber as fábricas de pneus da Bridgestone Firestone e da Continental

João Paulo Nucci
CAMAÇARI

A Bahia está literalmente movendo montanhas para receber uma fábrica de pneus da japonesa Bridgestone Firestone. Logo na entrada do município de Camaçari, distante 45 quilômetros de Salvador, uma área de 1 milhão de mm² está sendo revolvida por 23 tratores, que cortam o cume dos montes e jogam a terra nas depressões. É a maior obra de terraplenagem em andamento do Nordeste.

Antes mesmo de o terreno ficar alinhado, operários já começaram a erguer as colunas do galpão que vai, a partir de 2007, abrigar a linha de produção de 8 mil pneus por dia. A poucos quilômetros dali está outro sinal de que a região, tradicional fornecedora de produtos petroquímicos, está ingressando em seu "ciclo da borracha". A fábrica da alemã Continental já está pronta, prestes a iniciar a produção de até 7,7 milhões de pneus por ano - 80% deles para exportação. Os investimentos das duas concorrentes, somados, superam meio bilhão de dólares, e já deram início ao processo natural de atração de outros elos da cadeia produtiva de pneus para a cidade. A norte-americana Columbian Chemicals, por exemplo, já anunciou que vai investir US\$ 67 milhões na construção de uma fábrica de negro-de-fumo, um componente do pneu.

Além das novas fábricas, a região conta há 20 anos com uma planta da Pirelli, instalada em Feira de Santana. Ao todo, o pólo pneumático baiano vai sustentar pelo menos 5 mil empregos diretos quando estiver operando a pleno vapor e vai confirmar a tendência de forte crescimento da indústria baiana. Em agosto, a Bahia alcançou o Amazonas e registrou o maior índice de crescimento de produção (10,4% sobre julho) entre os Estados brasileiros, medido pelo IBGE.

Os investidores dizem que os incentivos do governo estadual, a boa localização - a meio caminho entre os mercados consumidores do Hemisfério Norte e do Sul-Sudeste brasileiro -, a disponibilidade de mão-de-obra e o acesso fácil a matérias-primas pesaram na decisão de se instalar em Camaçari. Muito mais do que a presença da Ford, já que as recém-chegadas são voltadas para o mercado externo. "A experiência positiva da Ford nos animou, é claro", afirma Renato Sarzano, diretor-superintendente da Continental na América Latina. "Mas o que contou foi o conjunto de condições favoráveis." A chegada dos fabricantes de pneus reforça a recentemente descoberta vocação de Camaçari como centro automotivo. O município, de 186 mil habitantes, é sede do principal pólo petroquímico do Hemisfério Sul, e recebeu um importante sopro de progresso quando a Ford resolveu montar carros de passeio por lá, em 1999.

A fábrica, inicialmente projetada para ser instalada no Rio Grande Sul, ganhou o rumo da Bahia graças a um desentendimento da montadora com o governo gaúcho e exigiu investimentos de US\$ 1,9 bilhão. Os primeiros automóveis produzidos na história da Região Nordeste - unidades do modelo Courier, que não é mais produzido na Bahia - saíram da linha de montagem no final de 2001.

Hoje, pouco menos de quatro anos após ser inaugurada, a planta é considerada um sucesso de produtividade. Mais de 500 mil automóveis já saíram da linha de montagem

de Camaçari. "Partimos do zero, numa região sem tradição de indústria automobilística, e fizemos a fábrica mais moderna do mundo", diz Edson Molina, gerente de Logística da montadora para a América do Sul. São três turnos de trabalho por dia, durante os quais são fabricados 912 carros. A cada 80 segundos surge um novo Fiesta ou uma nova EcoSport. No ano passado, foram produzidos 163 mil veículos.

Boa parte da produção (cerca de 45%) é embarcada para outros países, principalmente para o México, pelo supersaturado Porto de Salvador. Cerca de 10 mil pessoas trabalham no complexo Ford, instalado numa área construída de 1,6 milhão de m², que abriga também as instalações de 25 fornecedores. Num prédio anexo à linha de montagem, uma legião de 500 engenheiros trabalha no desenvolvimento de produtos. A atual versão do Fiesta sedã foi o primeiro automóvel totalmente projetado na Bahia - com exceção da plataforma, que é comum a todos os veículos da marca no mundo.

Cidade espera sair da pobreza com novas fábricas

Prática de contratar mão-de-obra local já traz benefícios para a carente Camaçari

João Paulo Nucci
CAMAÇARI

Camaçari é um lugar privilegiado. Possui 42 quilômetros de praias tipicamente baianas - o que significa água quente, areia branca e sol abundante na maior parte do ano. Fica a 45 quilômetros de Salvador, o que lhe franqueia acesso à estrutura portuária, rodoviária e ferroviária da capital baiana. O maior pólo petroquímico do Hemisfério Sul fica na cidade, bem como uma das montadoras de automóveis mais eficientes do mundo.

Novos investimentos não param de chegar, ao ritmo de bilhões de dólares.

Mesmo assim, Camaçari é um lugar pobre. Entre mais de 5,5 mil municípios brasileiros, ocupa a 2.320ª posição no ranking do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). A cidade é, em grande parte, formada por construções simples, a maioria sem acabamento - com exceção das localizadas na orla, onde boas casas de veraneio dominam a paisagem.

No centro, existem apenas dois prédios com mais de cinco andares. O comércio é basicamente de produtos populares - não há lojas de departamentos ou de grifes instaladas. É praticamente impossível tomar um café expresso na cidade, que recém ganhou suas duas primeiras salas de cinema e um mirrado shopping center.

Uma noite típica de domingo reserva poucas opções de entretenimento. O movimento se concentra apenas em torno das igrejas e no interior das fábricas do pólo petroquímico, que trabalham no regime de 24 horas ininterruptas.

RAÍZES REGIONAIS

Camaçari é o oposto da cidade-dormitório: as pessoas trabalham por lá e vivem em Salvador. No fim dos turnos, as ligações rodoviárias com a capital vivem congestionamentos dignos das marginais paulistanas. A primeira empresa que se preocupou em contratar pessoal com raízes na região foi a Ford, que iniciou a produção em outubro de 2001.

Agora, tanto a Bridgestone Firestone quanto a Continental estão seguindo o exemplo da montadora. A Bridgestone mandou, em setembro, um grupo de 80 jovens camaçarienses para um curso de qualificação no Japão. "Os japoneses ficaram muito impressionados com a qualificação desse pessoal", diz Raul Viana, diretor de Assuntos Corporativos da Bridgestone.

Da mesma maneira, a Continental está com um grupo de operários locais em treinamento numa planta em Portugal. É possível que boa parte deles tenha uma mudança radical de vida, a exemplo do que viveram as amigas Fernanda Oliveira da Silva, de 24 anos, e Marcia Cristina Pereira de Souza, de 31 anos. Ambas são funcionárias da Ford, que reserva 30% das vagas no chão de fábrica para mulheres - uma prática incomum entre as montadoras.

MAIS RENDA

Antes da chegada da Ford, Fernanda trabalhava no comércio e Márcia era atendente numa espécie de Poupatempo municipal. Cada uma ganhava cerca de dois salários mínimos mensais. "Nem passava pela minha cabeça trabalhar em fábrica. No pólo petroquímico só tem homem", diz Marcia, que passou por nove meses de treinamento antes de ser contratada, em fevereiro de 2001.

Hoje, promovidas a analistas de processo, recebem cerca de R\$ 2 mil por mês e servem como referência para as respectivas famílias em termos de renda. Estimuladas pelas portas que se abriram após a contratação, ambas aceleraram seus projetos estudantis: Fernanda formou-se em contabilidade e Márcia está prestes a receber o diploma de engenharia.

"A gente ainda vai crescer aqui dentro", afirma Fernanda. Camaçarienses de nascimento, elas dizem já sentir o efeito da contratação de gente da terra pela Ford. "A cidade é pobre, mas já foi muito pior. O comércio melhorou, agora tem até cinema...", diz Márcia.

Pólo petroquímico continua a se expandir

Quase 30 anos depois de surgir, distrito industrial ainda atrai investimentos de vulto e almeja setor têxtil

João Paulo Nucci
CAMAÇARI

A Ford está fincada a poucos quilômetros do coração do pólo petroquímico de Camaçari, criado em 1978 e responsável pela primeira onda de desenvolvimento do município. Cerca de 40 empresas trabalham interligadas por uma rede de tubulações, hoje parte integrante da paisagem da cidade.

Ao todo, o pólo é responsável por 12 mil empregos diretos e obteve em 2004 uma receita bruta de US\$ 9,4 bilhões, equivalente a 23% do PIB baiano. A matéria-prima, a nafta, chega da refinaria de Mataripe da Petrobrás, e é processada pela unidade da Braskem antes de ser redistribuída para as fábricas.

Pelo menos metade da demanda nacional de insumos químicos é suprida pelas fábricas de Camaçari. Nos últimos cinco anos, um pólo de produção de plásticos se acoplou ao pólo petroquímico e já conta com cerca de 30 empresas.

Outros setores também estão representados: metalurgia (Caraíba), celulose (Bahia Pulp, que está investindo cerca de US\$ 400 milhões para ampliar a produção) e bebidas (AmBev) também possuem importantes unidades no município.

"O pólo petroquímico é um grande indutor de investimentos", diz Alexandrino de Alencar, vice-presidente da Braskem. "A Monsanto foi para Camaçari por causa da facilidade de acesso à matéria-prima. O pólo de plásticos também se formou por causa disso." A Monsanto está presente no município desde 2001, com uma unidade de produção de componentes para herbicidas - a única do Brasil - que exigiu um

investimento total de US\$ 550 milhões.

Cerca de um quarto do PIB baiano - o sexto Estado mais rico do País - nasce em Camaçari. É possível que essa participação aumente no futuro, se for confirmada a instalação de um novo pólo na cidade, agora na área têxtil. Estima-se que esse pólo dê origem a até 600 mil empregos ao longo da cadeia produtiva do setor têxtil no Estado.

O novo papel do sul da Bahia

Investimentos de US\$ 2,5 bilhões da Veracel e da Suzano mudam a paisagem e movimento a economia da região

João Paulo Nucci

EUNÁPOLIS E MUCURI

As plantações são milimetricamente dispostas. As árvores parecem todas iguais - e são mesmo, pois foram extraídas de uma mesma matriz. De sete em sete anos, às vezes menos, vai tudo abaixo e os eucaliptos se transformam num amontoado de toras, que mais tarde são carregadas pelos treminhões - como são chamadas as carretas com duas caçambas - para as fábricas de papel e celulose.

A vida no sul da Bahia é assim desde que a Suzano, uma das principais empresas do setor de papel e celulose do País, inaugurou, em 1992, uma linha de produção em Mucuri, cidadezinha na divisa com o Espírito Santo. Agora, a produção da antiga Bahia Sul vai crescer. Ao custo de US\$ 1,3 bilhão, a companhia controlada pela família Feffer, de São Paulo, vai montar uma outra fábrica contígua à existente. A nova planta terá capacidade de produzir 1 milhão de toneladas por ano de celulose - matéria-prima fundamental para a fabricação do papel, extraída do eucalipto.

Cerca de 300 quilômetros ao norte, entre as cidades de Eunápolis e Belmonte, está a recém-inaugurada fábrica da Veracel, um investimento de US\$ 1,2 bilhão dividido entre a Aracruz e a sueco-finlandesa Stora Enso.

Na área compreendida entre uma fábrica e outra, a mudança não é apenas na paisagem - os pastos estão dando lugar às plantações de eucaliptos, que já ocupam cerca de 5% da região -, mas também na economia. As duas empresas, juntas, empregam mais de 7 mil pessoas nas operações de florestamento e nas fábricas. A região, que já foi uma potência da produção de cacau e já serviu de pasto para milhares de cabeças de gado, voltou a emitir sinais de vitalidade.

Quem garante é o garçom Romildo Souza, de 26 anos, escalado para servir na inauguração da Veracel, no fim de setembro - que contou com a presença do presidente Lula. Morador de Eunápolis, ele já havia trabalhado durante a construção da fábrica, no serviço de manutenção. "A cidade melhorou bastante", diz Souza. "As casas que custavam R\$ 3 mil hoje custam R\$ 12 mil."

CRESCIMENTO ACELERADO

O clima generoso da Bahia é o responsável pela concentração da produção de papel e celulose na região. Trazido há 100 anos da Austrália, o eucalipto se adaptou tão bem às condições brasileiras que hoje o País bate recordes de produtividade. "As florestas do sul da Bahia são as mais eficientes do planeta", diz Renato Guerón, presidente da Veracel. Enquanto em países europeus o corte do pinus - outra fonte de celulose - leva até 40 anos para acontecer, o clima da região deixa o eucalipto no ponto com menos de 7 anos.

Quem não gosta do avanço do eucalipto são os ambientalistas, que condenam a

monocultura da árvore, tida como nociva para o solo da região. "Essa crítica é descabida. Os eucaliptos estão tomando lugar dos pastos", diz João Carlos Augusti, diretor de Recursos Naturais da Suzano.

Além disso, segundo o executivo, as empresas preservam o que restou da mata atlântica (cerca de 7% da região) e fazem o replantio de árvores nativas. "Não dá nem para imaginar que investimentos desse porte se baseariam numa matéria-prima que exaure o solo", diz o diretor florestal da Veracel, Antônio Sergio Alipio.

Ex-motorista agora planta pau-brasil, jacarandá, ipê...

O ex-funcionário da Suzano que montou uma empresa de reflorestamento vai semear 370 mil mudas nativas em 2005

João Paulo Nucci
EUNÁPOLIS E MUCURI

O baiano José Felipe de Sales Neto, de 40 anos, é um sobrevivente da sinuosa BR-101. Nos últimos 13 anos, ele cumpriu inúmeras vezes de carro o trajeto de mais de 300 quilômetros entre a fábrica da Suzano, em Mucuri, e Porto Seguro, no Sul da Bahia, ou Vitória (ES), onde ficam os aeroportos comerciais mais próximos. Desde o fim de setembro, quando devolveu à Suzano seu crachá de motorista, Sales Neto dedica-se apenas a dirigir sua empresa especializada em mudas de árvores nativas, a Agroflorestal Mata Atlântica.

Em 2005, o negócio do motorista-empresário vai faturar R\$ 1 milhão. Mas a cifra que importa de verdade é outra: são as 370 mil mudas de espécies nativas como o ipê, o jacarandá e o pau-brasil, entre outras dezenas, que ele vai espalhar pelo sul da Bahia como contratado da Suzano para realizar o serviço de reflorestamento. "É um trabalho que dá muito prazer", diz Sales Neto. "Sei que beneficia não só a cidade ou a Bahia. É importante para o mundo." Faz pouco mais de dez anos que ele preparou suas primeiras mudas, ainda no quintal de casa, em Teixeira de Freitas (município de médio porte próximo de Mucuri). "A Suzano não tinha viveiro para as nativas. Então os colegas começaram a plantar mudas em casa para vender para a própria empresa", diz Sales Neto.

Ele levou a atividade a sério - até porque "não tem muita coisa para fazer na cidade nas horas de folga" - e começou a prosperar. Já em 1996 conseguiu comprar um carro de frota da Suzano com o dinheiro das mudas. Em 2000, começou a profissionalização, com a aquisição de um trator.

No início de 2001, a empresa estava formalizada, motorizada e pronta para ir a campo semear as mudas - antes, o plantio era feito por terceiros, nem sempre com sucesso.

Hoje, a frota conta com um trator novinho e um caminhão. Em seu viveiro, a Agroflorestal Mata Atlântica dá emprego a 37 funcionários - "todos registrados", como faz questão de dizer o ex-assalariado. A empresa de Sales Neto fica às margens da BR-101.

Eucalipto vira opção rentável para fazendas em Mucuri

João Paulo Nucci
EUNÁPOLIS E MUCURI

A Bahia tem 400 mil hectares de área coberta por eucaliptos - o equivalente a menos de 1% da extensão do Estado. Grande parte das florestas pertence à Veracel e à Suzano, mas a prática do plantio independente vem crescendo com o apoio das duas empresas. A Suzano já contabiliza 38 mil hectares nas mãos dos chamados fomentados - fazendeiros da região que trocaram outras culturas ou a pecuária pelo cultivo do eucalipto. Um dos primeiros a adotar a prática foi Leodônio Costa Ferreira, de 64 anos, dono de 525 hectares em Mucuri, dos quais 300 ocupados por florestas. Ferreira já foi um grande plantador de cana-de-açúcar, viveu os tempos áureos do mamão na região e hoje ainda mantém, alternados com as árvores, pastos para gado e avestruz. "A grande vantagem do eucalipto em relação a outras culturas é a estabilidade", diz o fazendeiro. "Já ganhei mais dinheiro com outras culturas, mas a segurança que o eucalipto proporciona é imbatível." Explica-se: não há safra ou entressafra. Divididas em glebas, as florestas são colhidas e replantadas ao longo do ano todo. Além disso, a Suzano garante a compra de 97% da produção - os 3% restantes servem, por exemplo, para fazer carvão, uma fonte de renda adicional.

O babaçu dá óleo, farinha, artesanato e exportações

Organizadas em cooperativas, as quebradeiras de coco babaçu do Maranhão estão ganhando o mundo. Responsável pelo sustento de cerca de 800 famílias apenas na região do Médio Mearim, o óleo beneficiado e o sabonete de babaçu estão sendo exportados para os EUA e para a Europa. A fase é boa para o produto: a venda dos derivados do coco aumentou 100% no mercado interno e 20% no mercado externo nos últimos cinco anos. Em 2003, as cooperativas maranhenses produziram 180 toneladas de óleo. O babaçu é 100% aproveitado. Da amêndoa, são extraídos o azeite e o óleo. Do coco pode ser preparada uma farinha rica em nutrientes. Da casca, é preparado o carvão e da palha das fibras é feito artesanato e coberturas de casas.

Pólo siderúrgico do MA dará emprego a 15 mil

São Luís, a capital do Maranhão, vai ganhar um pólo siderúrgico de US\$ 11 bilhões. Em 2012, quando estiver funcionando plenamente, vai sustentar 15 mil empregos. O investimento será feito pela Vale do Rio Doce em parceria com a chinesa Baosteel e a francesa Acelor. A coreana Posco resolveu recentemente embarcar no projeto. O pólo foi desenhado para produzir 30 milhões de toneladas de aço por ano.

Petrobrás e PDVSA juntas no Porto de Suape

Pernambuco venceu a guerra estabelecida entre seis Estados nordestinos desde que a Petrobrás anunciou a intenção de instalar uma nova refinaria na região em parceria com a venezuelana PDVSA. A decisão, influenciada pelo presidente Hugo Chávez, saiu no fim de setembro e foi comemorada com uma queima de fogos de cinco minutos no Recife. A refinaria General Abreu e Lima (batizada em homenagem a um militar brasileiro com status de herói entre os venezuelanos) vai ser instalada nos arredores do Porto de Suape, a um custo de US\$ 2,5 bilhões.

"A refinaria será uma mola propulsora de negócios, como ocorreu no passado com Camaçari, na Bahia", diz o presidente do porto, Mateus Antunes. A planta deve entrar

em funcionamento em 2010 e vai produzir gasolina, diesel e nafta. Seu efeito multiplicador, no entanto, já começou. A multinacional italiana do setor petroquímico Mossi & Ghisolfi (M&G) anunciou que vai despejar US\$ 800 milhões na região para produzir resina plástica. E é só o começo.

O velho porto agora é digital

Quase 100 empresas mudam a paisagem do bairro do Recife Antigo e colocam Pernambuco no mapa da tecnologia

Angela Lacerda
RECIFE

Se for levado em conta o que aconteceu desde a criação do Porto Digital de Recife, há quase cinco anos, até os dias de hoje, os empresários da área de Tecnologia da Informação e Comunicação de Pernambuco alcançarão sem dificuldades a meta ambiciosa de crescimento que traçaram para o setor. Segundo eles, suas empresas deverão responder, dentro de 10 anos, por 15% do PIB estadual. Antes da criação do Porto, Recife contava com poucas companhias nessa área e a receita somada de todas elas era de mais ou menos 1,3% do PIB. Hoje, a participação supera os 4% e não pára de crescer.

Até o final deste ano, deverá ser alcançada a marca de 100 empresas de tecnologia em operação nos casarões do Recife Antigo, o núcleo histórico da capital, onde estão abrigadas as companhias. (A administração do Porto Digital e outras nove empresas dividem um galpão onde, 120 anos atrás, funcionava um depósito de açúcar para exportação.) São empresas que não param de contratar profissionais qualificados. O Porto já oferece mais de 2,8 mil empregos e há dezenas de vagas à espera de candidatos com qualificação. As receitas somadas das empresas deverão chegar, este ano, a R\$ 300 milhões. "Está surgindo uma nova elite econômica, mais conectada com os problemas sociais e com as transformações que o mundo está passando", diz Valério Veloso, diretor-presidente do Porto Digital.

JOGOS NO CELULAR

O certo é que o Porto Digital assegurou para o Recife um lugar no mapa dos investimentos em tecnologia no Brasil. Ao lado de companhias brasileiras - a maioria criada por ex-alunos da Universidade Federal de Pernambuco -, as gigantes mundiais do setor começam a instalar laboratórios na cidade. A Samsung tem uma unidade de pesquisas. LG, IBM e Sun, também. A Nokia pretende levar para o porto o escritório desenvolvimentos de tecnologia que mantém no Recife. A Motorola instalou ali um centro mundial de testes de soluções para telefones celulares. Uma das empresas locais, a Meantime, já desenvolveu mais de 20 jogos para os telefones celulares da empresa. O centro da Motorola funciona em parceria com Centro de Estudos e Sistemas Avançados (Cesar), organização sem fins lucrativos que engloba um instituto de inovação, uma incubadora e uma fábrica de software.

Pode-se dizer que o Porto Digital, resultado da interação do governo de Pernambuco com a Universidade Federal de Pernambuco e empresas privadas, não existiria sem o Cesar. Criado em 1996 pelo professor Sílvio Meira, que na época trabalhava no Centro de Informática da UFPE, o Cesar foi apontado pela Finep, no ano passado, como o mais inovador instituto de pesquisas do Brasil. Em seu primeiro ano de vida, faturou R\$ 50 mil. No ano passado, R\$ 29 milhões. Este ano, deve chegar a R\$ 42 milhões. Deste

total, R\$ 11 milhões sairão da fábrica de software que está se afastando dos negócios do centro. No próximo mês, a fábrica deixará oficialmente a estrutura da organização e, com o nome de Pitang, se tornará uma empresa independente - como já aconteceu com algumas outras nos últimos anos.

JOGUINHO RENTÁVEL

Das três empresas que produzem jogos eletrônicos no Porto Digital, duas, a Jynx e a Meantime, nasceram dentro do Cesar. A terceira, a Preloud, foi incubada pelo Instituto de Tecnologia de Pernambuco. A Proleoud é resultado da reunião de um grupo de jovens de 23 a 25 anos que não pensava em ter um negócio - apenas criar jogos para a própria diversão. O primeiro jogo comercial que produziram, o Die Ponyrancher, foi exportado para a Alemanha e, de cara, passou três meses na lista dos mais vendidos.

De Campina Grande para a Microsoft

Carlos Magno

O novo Sistema Operacional da Microsoft, o Windows Vista, que será lançado em 2006, conterà um produto, o LightBase, desenvolvido pela paraibana Light Infocon. A empresa, baseada em Campina Grande, está trabalhando com a Microsoft para oferecer soluções em bancos de dados de objetos e recuperação de textos no Windows Vista. "Essa plataforma vai assegurar a evolução tecnológica do LightBase", diz Alexandre Moura, presidente da Light Infocon, pernambucano que desembarcou no final dos anos 70 na cidade para estudar engenharia. Localizada no semi-árido, uma das regiões mais secas do planeta, com uma população de cerca de 370 mil habitantes, Campina Grande, a 120 quilômetros de João Pessoa, a capital da Paraíba, transformou-se num importante pólo de prestação de serviços, em particular de tecnologia da informação. Segundo Moura, a existência de duas universidades públicas, como a Federal de Campina Grande e a Estadual da Paraíba, bem como a criação da Fundação Parque Tecnológico (Paqtec), no começo dos anos 80, foram decisivas para a vocação da empreendedora e high tech de Campina Grande. Pela incubadora do Paqtec, passaram 80% das mais de 100 empresas de tecnologia locais. A Light Infocon é uma das mais bem-sucedidas, graças à internacionalização. "Percebemos que não poderíamos pensar apenas no mercado local", diz Moura. "Tínhamos de vender para o Brasil e para o mundo." Com cerca de 50 funcionários, e nomes como a Natura e a Gol em seu portfólio, tem clientes espalhados pelos Estados Unidos, Canadá, Espanha, Austrália, Rússia e China. Entre os mais recentes, um tal de Bill Gates.

Pólo médico põe Recife na vanguarda da saúde

Ângela Lacerda

São cerca de 3 mil estabelecimentos de saúde - entre hospitais, clínicas e centros de diagnósticos -, que empregam 34 mil profissionais e 12 mil médicos. Só os hospitais são quase 400, um número superior ao de igrejas em Salvador. Apontado como o terceiro

maior pólo médico do País, Recife se firmou nos últimos anos como a principal referência de saúde no Nordeste.

De acordo com o presidente do Sindicato dos Hospitais de Pernambuco, Mardônio Quintas, 12% dos pacientes atendidos na cidade são de outros estados - um percentual considerado expressivo pelo setor. Apenas os pacientes em situação mais delicada viajam para receber atendimento.

Recife se destaca numa série de especialidades importantes. É um centro reconhecido em oftalmologia, cardiologia, neonatologia e controle de infecções. Também se destaca no tratamento de queimados, na oncologia e na realização de transplantes. Conforme um estudo realizado recentemente por alguns organismos públicos e pela empresa de consultoria Ceplan, há capacidade ociosa de leitos e equipamentos. A explicação para isso é simples: os principais hospitais disputam o mesmo mercado - e todos eles procuram oferecer tratamentos nos mais variados segmentos da medicina. Com isso, geram uma oferta de alternativas superior à demanda.

Coordenado por João Policarpo Lima, do Departamento de Economia da Universidade Federal de Pernambuco, o estudo faz algumas revelações importantes. Uma delas é a falta de critério na definição dos investimentos em tecnologia hospitalar. O pólo conta com 23 tomógrafos computadorizados (um terço poderia ser suficiente).

Proporcionalmente, Recife tem mais desse equipamento do que São Paulo. O pólo é o maior contribuinte do Imposto Sobre Serviço (ISS) do município.

Com economia integrada, acabou o choro

Entrevista Roberto Smith

Manuela Rios
FORTALEZA

Quando assumiu a presidência do Banco do Nordeste do Brasil (BNB), em fevereiro de 2003, o economista Roberto Smith se viu às voltas com uma pilha de problemas e uma pilha de dinheiro. Na primeira, estavam as dívidas dos clientes do banco, que somavam quase R\$ 6 bilhões. Na segunda, um grande volume de recursos recebidos em anos passados do Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste e que não teriam sido aplicados pela gestão anterior. Smith resolveu diminuir as duas pilhas. De um lado, organizou um esforço concentrado de cobrança, que já resultou na recuperação de R\$ 2 bilhões de créditos duvidosos. Do outro, tratou de ampliar os financiamentos para diferentes projetos, de infra-estrutura ao turismo, agricultura e microcrédito.

No momento, Smith analisa o potencial de novos empreendimentos decorrentes de grandes projetos como a ferrovia Transnordestina. "Não sonho, eu vivo o futuro do Nordeste", diz esse paulistano da Barra Funda que foi para o Nordeste em 1977, para cursar um mestrado em Economia, e ficou de vez em Fortaleza, a cidade que sua família paterna havia deixado em 1915, tangida pela seca. Em entrevista ao 'Estado', ele analisa o desenvolvimento econômico do Nordeste e seus principais gargalos.

Como tem evoluído a economia nordestina ?

Houve um aumento do nível de integração da economia nordestina com a economia brasileira. Se uma cresce a outra também cresce. Acredito que pesaram favoravelmente nisso os recursos subsidiados aplicados na expansão do setor produtivo na Região e,

também, a abertura de fronteiras agrícolas, como o cerrado, que abrange uma vasta área no oeste da Bahia, sul do Maranhão, Piauí, onde os padrões de produtividade são os mais elevados do Brasil. Ainda temos padrões tecnológicos inferiores aos do restante do País e também não aproveitamos as oportunidades que o mercado internacional oferece em certos produtos. Mas as exportações nordestinas estão se expandindo de uma forma até um pouco mais incisiva do que as brasileiras. Há uma diversificação generalizada na pauta de exportações de toda a Região.

O Banco do Nordeste tem um histórico grande de inadimplência. Como isso vem sendo resolvido?

Antes, os bancos regionais não tinham risco sobre as operações de crédito. O risco todo era do patrimônio dos fundos constitucionais que lhes repassam recursos. O resultado é que as pessoas tomavam empréstimos e não pagavam, e o banco não executava as dívidas. A partir de 1998, os bancos passaram a responder por 50% do risco.

Trabalhamos para rebaixar a inadimplência, que era superior a R\$ 5 bilhões ou R\$ 6 bilhões, e já recuperamos mais de R\$ 2 bilhões desses débitos. Outro aspecto significativo é que, quando assumimos o banco, eram aplicados pouco mais de 10% dos recursos repassados pelo Fundo Constitucional, da ordem de R\$ 1,8 bilhão a R\$ 2 bilhões por ano. Então, herdamos um volume muito grande de recursos não aplicados. Nossas aplicações cresceram de R\$ 250 milhões, em 2002, para R\$ 3,5 bilhões em 2004, e estamos programando R\$ 4 bilhões em 2005. Mas já vislumbramos um relativo esgotamento daquela folga de recursos e nos envolvemos na busca de novas fontes de financiamento.

Que impacto teve a aplicação desse dinheiro todo nas taxas de investimento do Nordeste?

O banco é muito importante na formação de capital da região. Segundo uma análise que fizemos, os financiamentos do banco tiveram um impacto de 10% a 12% nos investimentos.

Quer dizer que de cada R\$ 100 investidos na região o banco responde por R\$ 10 a R\$ 12?

Esse é o que chamamos de impacto direto e indireto. Mas, em algumas áreas, temos ações mais fortes, como nas atividades rurais, em que respondemos por cerca de 70% dos financiamentos. Também demos um salto enorme no financiamento de investimentos em infra-estrutura. Acreditamos que ela é o elemento mais importante para a integração da Região. Estamos discutindo com o BNDES grandes empreendimentos que serão subprodutos dos investimentos na refinaria de Pernambuco e da siderúrgica no Ceará.

Quais são, atualmente, os setores mais dinâmicos da economia nordestina?

Ainda temos uma estrutura produtiva tradicional em relação ao Brasil. Além do dinamismo na hotelaria, temos hoje algumas modificações importantes nos setores têxtil, mineral, plástico, borracha e de produtos alimentícios. Outros projetos importantes, principalmente de exploração florestal, estão na região do norte de Minas. Que impacto terão na dinâmica da economia nordestina grandes obras, como a ferrovia Transnordestina e a transposição de águas do Rio São Francisco?

O que me deixa um pouco preocupado é a falta de um planejamento mais integrado de todos esses investimentos de infra-estrutura, para que sejam mais bem direcionados.

Quando se investe numa Transnordestina, é necessário pensar nos ramais, para que haja maior eficiência na geração de cargas e na diminuição daquilo que se chama Custo Brasil. Eu sinto muito a falta de um sistema de planejamento de âmbito nacional, que coloque em evidência a integração nordestina com o Centro-Sul do País. E, quando digo planejamento, digo critérios de racionalidade, porque existe o preconceito de achar que

o próprio nordestino não é viável. O Brasil precisa descobrir o Brasil e todas as suas possibilidades. Mudamos aquela visão de que o Nordeste precisa "chorar" por reconhecimento. Nós, do BNB, tocamos em frente, vamos fazendo.

Que tipo de gargalos o senhor identifica no desenvolvimento do Nordeste?

Os mesmos gargalos da economia brasileira estão presentes no Nordeste. Acho que também nos falta uma política mais avançada para o progresso tecnológico e há gargalos na estrutura aeronáutica e rodoviária. Não me leve a mal se eu não ficar falando sobre os gargalos da educação, da saúde pública, pois vira-e-mexe voltamos a lidar com essas questões.

O engenheiro que virou jipe

Mesmo sem curtir a vida fora de estrada, Mário Araripe fez da Troller uma empresa que virou objeto de culto entre seus clientes

Carmen Pompeu
FORTALEZA

E quem disse que santo de casa não faz milagre? Foi no solo rude do sertão cearense que a Troller Veículos Especiais nasceu, cresceu e está se desenvolvendo. Da linha de montagem que funciona em Horizonte, a 40 quilômetros de Fortaleza, saem atualmente 1,3 mil jipes do tipo fora de estrada por ano. A previsão para o ano que vem é mais do que dobrar essa quantidade, chegando a 3 mil unidades, com o lançamento de mais um produto: a picape Pantanal, que exigiu investimentos de R\$ 32 milhões.

A Troller nasceu em 1994 do sonho dos irmãos Rogério e Bill Farias, mais apaixonados por carros do que dotados do tino de empresários. O negócio quase faliu em 1997, mas acabou salvo pelo engenheiro Mário Araripe - mais empresário do que apaixonado - e hoje fatura R\$ 77 milhões por ano.

Formado pelo Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA) e com pós-graduação em Harvard, o empresário, que até então atuava na construção civil, pagou R\$ 600 mil para assumir o controle da Troller. Seu perfil era o oposto dos irmãos Farias. Araripe, aos 50 anos, prefere o conforto de sua casa, em Fortaleza, a enfrentar estradas esburacadas e poeirentas a bordo de um jipão da Troller. O jipe T4 2.8 turbo diesel é o carro-chefe da montadora, que emprega 500 funcionários. Fabricado de forma personalizada, o comprador define cores da carroceria e da capota, e também escolhe os acessórios.

Assim como a famosa renda de bilro nordestina, cada peça é única. E já são quase 5 mil deles rodando pelo País afora, cujos donos formam uma tribo especial de fãs da marca, autodenominados "troleiros". No começo da produção, os testes eram feitos de forma improvisada por "troleiros camicases", que aproveitavam as horas de folga correndo desembestados pelo meio do mato.

Agora o esquema é profissional. Os modelos, antes de pegar lama, passam por computadores avançados num laboratório de realidade virtual instalado na Alameda Campinas, em São Paulo. "Nossa meta é crescer sem dar passos maiores que as pernas. Temos um jipe concebido no sertão agreste do Ceará e que migrou para o asfalto", diz Araripe. "É o carro com maior índice de nacionalização do País e o mais brasileiro de todos os brasileiros."

A empresa também possui um modelo militar, o T-4 M, que é fornecido para o Exército de Angola. "Na média, estamos vendendo para eles 20 unidades mensais", diz Clécio Eloy, diretor de Negócios da Troller. A partir de 2006, a empresa vai exportar kits para

que os carros sejam montados em Angola. "O Troller vai ser o primeiro carro montado lá."

OPÇÃO PELO CEARÁ

Nos últimos 24 meses, a Troller investiu cerca de R\$ 20 milhões no aumento da fábrica de Horizonte, entre instalações civis, maquinário e ferramental. E por que continuar na cidade, fincada a mais de 3 mil quilômetros dos mercados consumidores do Sul-Sudeste e longe dos fornecedores de componentes ?

Eloy reconhece os problemas, mas diz que mesmo assim há vantagens na opção pela localização no Ceará. A principal delas, de ordem material, é usufruir dos incentivos fiscais concedidos pelo governo estadual.

Uma segunda é o status que a minimontadora adquire em sua terra natal. "Se estivéssemos em São Paulo, seríamos apenas mais um fabricante de veículos", diz. "No Ceará, nós somos tratados de maneira muito especial."

Nuteral lucra com papinhas para doentes

Manuela Rios
Fortaleza

Primeiro produto, primeiro fracasso. Foi assim que o doutor em Ciências de Alimentos Augusto Guimarães começou sua vida de empreendedor, em 1992. Sua empresa, a Nuteral, nascida na incubadora Padetec da Universidade Federal do Ceará, estreou com o Integral Mix, uma dieta para crianças desnutridas, e não conseguiu vender um único grama - o sistema público de saúde preferia recorrer a importados. Criada por causa da falta de financiamento para as pesquisas acadêmicas que Guimarães queria fazer quando concluiu seu doutorado na USP, a Nuteral se especializou na produção de fórmulas para nutrição clínica e, desde o Integral Mix, já lançou mais de 40 dietas, usadas principalmente em hospitais, e concorre com gigantes como a Novartis. A empresa conquistou definitivamente o sucesso em 2002 com uma papinha para pacientes com alta hospitalar. Do Reabilit, fórmula inédita em todo o mundo, vem 20% do faturamento. Agora, Guimarães retomou sua cruzada contra a desnutrição infantil e lançou o Nutty. "Vou vendê-lo a preço de custo e só para quem quiser doá-lo às crianças que precisam", diz Guimarães.

O melão do Brasil tem um rei

Gadelha é responsável por 50% das exportações de frutas do RN

Juliano de Souza
NATAL

Conhecer a preferência, o gosto da dona de casa. Esse é um dos segredos do sucesso de André Luiz Gadelha, dono da Nolem, a produtora de melões que é responsável pela metade de toda a exportação de frutas do Rio Grande do Norte - em 2004, as vendas ao mercado externo renderam US\$ 32 milhões. A empresa só perde, no Estado, para a

Petrobrás e para a Usibrás, uma empresa de castanha de caju, no ranking das exportações.

As vendas para fora começaram em 1980, com um carregamento para Dover, na Inglaterra - foi a primeira entrega do melão potiguar no exterior. Depois vieram Holanda, Alemanha, França e Espanha. Carioca da zona sul, Gadelha passa pelo menos três meses por ano viajando para a Europa para visitar feiras, fechar contratos e, mais importante de tudo, investigar os hábitos do consumidor. Foi assim que ele conquistou a Espanha, onde o melão da variedade pele de sapo faz muito sucesso. "Levamos oito anos para produzir a semente ideal para essa variedade", diz. Resultado: vendas de 2 milhões de caixas por ano.

A produção de melão ocupa uma área plantada de 8 mil hectares entre Rio Grande do Norte, Ceará, Pernambuco e Bahia. Na safra 2004, a companhia exportou 5,2 milhões de caixas da fruta, quase quatro vezes o desempenho de 1999.

Gadelha, de 49 anos, chegou ao Rio Grande do Norte em 1976, após curtir uma juventude típica da classe média carioca: as sessões de surfe eram alternadas com os solos de guitarra e as aulas de Agronomia na Universidade Rural do Rio de Janeiro. "Visitei Mossoró e me disseram que isso aqui iria virar uma Califórnia", afirma. Na época, a cidade, a 277 quilômetros ao norte de Natal, vivia uma das inúmeras secas do semi-árido. "Naquele momento, decidi acreditar no sonho." Valeu a pena. Hoje, o "Rei do Melão" emprega 11 mil pessoas e fatura US\$ 45 milhões por ano.

Ex-retirantes, irmãos faturam R\$ 650 milhões

Luciano Coelho
TERESINA

O rigor extremo da seca na Paraíba em 1958 afugentou os irmãos João Claudino Fernandes e Valdecy Claudino, que foram buscar a sobrevivência como vendedores ambulantes de confecções e máquinas de costura em Bacabal, no interior do Maranhão. Quase meio século depois, os irmãos Claudino comandam um conglomerado que fatura cerca de R\$ 650 milhões por ano, emprega 11 mil pessoas e tem uma incomum diversidade de atividades. O império que surgiu da seca e se instalou definitivamente em Teresina, capital do Piauí, fabrica bicicletas, colchões, possui lojas de departamentos, shoppings, construtora, gráficas, agência de publicidade, transportadora...

O grupo está presente em cerca de 150 cidades de oito Estados (Piauí, Maranhão, Ceará, Pernambuco, Bahia, Paraíba, Pará e São Paulo). João Claudino permanece, aos 75 anos, à frente do grupo, enquanto seu irmão se radicou em São Paulo.

Seus cinco filhos trabalham na administração, mas a última palavra é a dele. Ao contrário do pai, que tem ensino primário, todos atingiram o nível universitário. "Eu fui péssimo estudante e sempre trabalhei", diz Claudino. "A vocação é importante, mas o conhecimento ajuda muito em qualquer área."

A mais nova aposta do grupo é a Houston Bike, que nasceu em 2001 e já fabrica 500 mil bicicletas por ano. O empreendimento surgiu após o caçula João Júnior passar uma temporada na China aprendendo como se fabrica o produto. A marca mais visível do grupo, no entanto, é a Ônix Jeans, que pertence à Guadalajara, o braço têxtil do conglomerado.

Muito além da mulher rendeira

Segundo maior pólo têxtil e de calçados do País, o Nordeste se consolida como destino preferencial para os grandes fabricantes

Manuela Rios
FORTALEZA

Em 1985, o empresário paulista Jacks Rabinovich, um dos fundadores e sócio da família Steinbruch no Grupo Vicunha, chamou à sua sala o engenheiro têxtil José Caldeira Cardoso Filho, abriu a planta de uma fiação e lhe perguntou, à queima-roupa: "Você toca esta fábrica?" Cardoso respondeu que sim e foi contratado na hora.

Vinte anos depois, Cardoso, de 55 anos, nascido em Bebedouro, no interior de São Paulo, continua tocando essa fábrica, inaugurada em 1988, no distrito industrial de Maracanaú, a 15 quilômetros de Fortaleza, a capital do Ceará. De expansão em expansão, a planta se transformou num gigantesco complexo de fiação e tecelagem de índigos, com 250 mil metros quadrados de área e 7,5 mil funcionários trabalhando em três turnos, 24 horas por dia, 360 dias por ano. Além dela, Cardoso comanda outras três, das seis unidades do grupo na região.

Uma das primeiras empresas a se instalar no Nordeste, a Vicunha, maior conglomerado têxtil da América Latina, com um faturamento de R\$ 1,8 bilhão e exportações de US\$ 157 milhões no ano passado, foi seguida por muitos outros gigantes da indústria da moda.

Hoje, a região é o segundo maior pólo de produção de têxteis e confecções do País, superando Santa Catarina e atrás apenas do líder São Paulo. "Em índigos, o Nordeste é líder e, se considerarmos toda a cadeia do setor, o Ceará sozinho ocupa a terceira posição", afirma o consultor Luis Attolini, do Instituto de Estudos e Marketing Industrial.

70 MIL EMPREGOS

O fenômeno se repete na área de calçados. As exportações nordestinas ficam atrás apenas das do Rio Grande do Sul, com o Ceará sozinho ocupando novamente a terceira posição. "Têxtil, confecções e calçados são setores prioritários em nossa política de desenvolvimento", afirma Francisco Cavalcante Dias, secretário de Desenvolvimento Econômico do Estado.

Nas contas de Dias, o setor calçadista, que lidera a pauta de exportações estadual, com 23% do total, é responsável por 70 mil empregos diretos. "E todas as empresas estão com projetos de ampliação", diz. "O Ceará vai dobrar a capacidade de exportação de calçados até o final de 2006." Os segmentos de têxteis e confecções, que ocupam a terceira posição entre os maiores exportadores, oferecem 60 mil empregos e também devem crescer. Segundo Dias, o governo estadual está negociando a instalação de fábricas da catarinense Karsten e da mineira Cedro Cachoeira no Ceará. Os incentivos fiscais oferecidos pelo governo federal por intermédio da extinta Sudene ainda são um dos maiores fatores de atração da cadeia da moda para a região. "Os incentivos representam uma diferença mínima de 15% no faturamento e de 10% na margem de lucro, que no setor calçadista gira entre 4% a 7% da receita", afirma Antonio Britto, presidente da Azaléia, uma das principais calçadistas do País. Ao conjunto de incentivos, somam-se a disponibilidade de financiamento de longo prazo dos bancos estatais e a oferta de mão-de-obra abundante.

Nos últimos anos, foram acrescidas facilidades irresistíveis na logística de exportação:

além de dispor de portos e aeroportos modernos, o Nordeste fica muito mais perto dos mercados da Europa e América do Norte. Isso se traduz em menores custos e mais competitividade, armas essenciais para fazer frente aos concorrentes chineses e indianos, que inundam o mundo com seus produtos.

IMPORTÂNCIA CAPITAL

O porte dos investimentos prova a importância capital do Nordeste para as grandes do setor. A Coteminas, do vice-presidente da República, José de Alencar, mantém três fábricas no Rio Grande do Norte e outras três na Paraíba. A Santista, uma das três maiores de tecidos índigo do mundo, opera três fábricas na Região.

A Alpargatas produz em Campina Grande as sandálias Havaianas, um dos ícones da moda mundial, e suas linhas de calçados esportivos Topper e Rainha saem das fábricas de Natal (RN) e de Santa Rita (PB). Já a Azaléia mantém 23 de suas 28 plantas industriais entre a Paraíba e a Bahia, enquanto a Grendene concentrou 95% de sua produção no Ceará.

Treinamento de funcionários inicia no bê-á-bá

Baixa escolaridade exige que fábricas façam investimento adicional

Manuela Rios

FORTALEZA

A instalação de fábricas no Nordeste ressurte-se de duas dificuldades típicas. A primeira é que boa parte dos funcionários transferidos do Sul e Sudeste - geralmente escalados para cargos de chefia - não consegue se aclimatar à cultura e às temperaturas da região e acaba retornando a seus lugares de origem.

A segunda é a falta de qualificação dos trabalhadores locais. "Quando viemos para cá, não havia mão-de-obra local alfabetizada", diz José Caldeira Cardoso Filho, diretor industrial da Vicunha, no município de Maracanaú. "Tivemos de oferecer educação fundamental e cursos técnicos e de especialização e ainda implementar um trabalho educacional em áreas como alimentação, higiene pessoal e saúde", afirma Doris Wilhelm, Gerente de Relações com Investidores da Grendene, baseada em Sobral, também no Ceará. A vantagem é que os nordestinos aprendem rápido, de acordo com Cardoso e Doris. Tanto que na Vicunha ocupam atualmente a maioria dos cargos de chefia - dos 50 paulistas que foram para Maracanaú, nos anos 80, sobraram apenas 2. "Hoje, 100% dos funcionários têm primeiro grau, 30% completaram o 2º grau e estamos formando 100 pessoas nos graus superior e técnico", diz Cardoso. Nas fábricas da Azaléia na Bahia, os funcionários passam por um treinamento de 60 dias antes de começar a trabalhar e, depois, participam de programas de capacitação permanentes, mantidos em parceria com o Senai.

Os elevados índices de pobreza do Nordeste obrigam as empresas a proporcionar também benefícios de toda a ordem a seus funcionários. Na Vicunha, o transporte gratuito praticamente zerou o absenteísmo, que é elevado na região. Em cada um dos três turnos da fábrica, além do tradicional caldo de carne e de peixe, são oferecidas três refeições, mediante a contribuição simbólica de R\$ 1 por mês do funcionário.

A Azaléia, por sua vez, serve alimentação para mais de 8 mil pessoas. "Às vezes, o funcionário só faz suas refeições na fábrica, para deixar mais comida em casa para a família", diz Antônio Britto, presidente da Azaléia.

O impacto da instalação de grandes indústrias na região nordestina espalha-se pelas

comunidades vizinhas, seja pela melhoria da infra-estrutura urbana, seja pelas ações de responsabilidade social. A escola da Vicunha, por exemplo, é freqüentada também por 15 jovens selecionados em bairros próximos.

Denominada Projeto Pescar, essa política é aplicada também em Natal (RN). O trabalho comunitário da Azaléia vai da construção de creches em parceria com prefeituras à dedicação de um dia por ano para o atendimento de carências da população, como tratamentos dentários, exames clínicos e documentação. "Em agosto deste ano, atendemos 13 mil pessoas em um dia", diz Britto.

A gaúcha Grendene agora é 95% cearense

De olho nos incentivos fiscais da extinta Sudene, a gaúcha Grendene fincou um pé no Ceará em 1990, quando comprou a antiga Kemp, em Fortaleza. Hoje, a empresa dos irmãos Pedro e Alexandre Grendene concentra praticamente toda a sua linha de produção no Nordeste, uma estratégia decisiva em sua trajetória de sucesso.

A empresa inaugurou uma fábrica em Sobral em 1993, outra em Crato em 1997, e não parou mais. Atualmente, até a sede da Grendene fica em Sobral. No Rio Grande do Sul, são mantidos apenas o centro administrativo e uma pequena planta em Farroupilha, berço da empresa, além de uma fábrica de matrizes em Carlos Barbosa.

As dez unidades cearenses - sete em Sobral, duas em Fortaleza e uma em Crato - respondem por 95% da produção da Grendene, que atingiu 145,3 milhões de pares de calçados em 2004. Divididos entre dezenas de linhas, como Rider, Melissa, Ipanema, Grendha, Xuxa e Senninha, eles chegam aos consumidores por meio de 17,3 mil pontos-de-venda no Brasil e 19,5 mil no exterior. As exportações, responsáveis por 15% do faturamento bruto de R\$ 1,525 bilhão e 20% do volume físico de vendas no ano passado, são embarcadas pelos portos cearenses para 57 países.

Mais barata e ágil, a logística portuária de exportação é um grande trunfo das operações no Nordeste. Juntamente com os incentivos fiscais, os ganhos nas exportações atenuam os custos causados pela distância da produção no Nordeste e o mercado consumidor do Sul-Sudeste, que absorve 52% das vendas da Grendene no mercado interno.

No Ceará trabalham cerca de 20 mil dos 23,3 mil funcionários da Grendene, o que a torna a maior empregadora privada do Estado. "Somos responsáveis por cerca de 40% da população economicamente ativa de Sobral", diz Doris Wilhelm, gerente de Relações com Investidores da Grendene.

Com a conclusão, em junho, de sua sétima fábrica em Sobral, a Grendene atingiu uma capacidade instalada total de 176 milhões de pares de calçados por ano. Mas não vai parar por aí. A empresa, segundo a gerente de Relações com Investidores, tem planos de erguer uma nova fábrica no Nordeste, desta vez em Teixeira de Freitas, no sul da Bahia, que adicionaria 10% à sua capacidade.

Na passarela, a tradição e o futuro

Mistura de técnicas tradicionais com tecnologia leva estilistas nordestinos como Lino Villaventura ao sucesso aqui e lá fora

Manuela Rios
FORTALEZA

Do estilista internacionalmente consagrado Lino Villaventura a milionários pólos informais de confecção, de gigantescas linhas de produção de jeans, como as da piauiense Guadalajara, dona da marca Ônix, e as da cearense Guararapes, a milhares de fabricantes de médio e pequeno portes e a ativas comunidades de rendeiras e bordadeiras, a moda nordestina tem espaço para todos os estilos de roupa e todos os gêneros de empreendimentos. Responsável por 12% dos 10,3 bilhões de peças confeccionadas no Brasil em 2004, o conjunto da Região Nordeste já é o segundo maior pólo de confecções do País, atrás apenas de São Paulo, e vem expandindo sua produção ano a ano.

"Só falta que as grandes indústrias atraídas para o Nordeste por incentivos governamentais se unam às pequenas confecções locais para criar uma moda com identidade própria", afirma Lino Villaventura. E de moda com identidade o mais renomado estilista do Nordeste entende como poucos. Seus figurinos deslumbram tanto pela beleza quanto pela ousadia na aplicação de técnicas e materiais inusitados. Ele mescla tecidos nobres, como crepes, tules e gazes de seda, com resina de polietileno, palha de buriti, barbantes, escamas desidratadas de peixe, couro de cobra e por aí afora. Depois, aplica pespontos, franjas, rendas filés, recortes e patchworks.

Para Villaventura, essa mistura artesanal tem a cara do Brasil. Suas duas coleções anuais reúnem cada uma 120 modelos, entre calças, blusas, saias e vestidos para o público feminino e calças, camisas, camisetas e jeans para o masculino, além de calçados, óculos e, em breve, jóias.

Nascido Antonio Marcos dos Santos Neto e apelidado de Lino, esse paraense radicado em Fortaleza sempre gostou de moda. Começou de brincadeira, criando roupas para si mesmo e inventando presentes para Inês, então namorada e hoje mulher e sócia. Quando começou a receber encomendas, Villaventura resolveu levar o hobby a sério. Em 1980, abriu um pequeno ateliê e uma loja. Ao mesmo tempo, acabou adotando e italianizando o nome do bairro onde morava - Vila Ventura. Quatro anos depois, já participava de desfiles em São Paulo. Em 1989, em sua primeira viagem ao exterior, onde participou de uma feira no Japão, ganhou cobertura do 'Financial Times'. "Fui agradando muito rapidamente", diz.

Trabalhar, para Villaventura, que emprega 60 funcionários entre a confecção, a loja de Fortaleza e o showroom de São Paulo, não significa apenas criar figurinos, mas envolver-se em tudo, da exposição dos modelos ao treinamento de costureiras. Com uma carteira de clientes formada por personalidades como a ex-primeira dama Ruth Cardoso, a socialite Lucília Diniz e a apresentadora Xuxa, entre outras, Villaventura vende suas criações mundo afora. "O mercado importante, para mim, é e sempre foi o brasileiro, porque é o que dá o maior retorno", diz. "Mas é mais fácil vender na Europa."

MODA PARA O MUNDO

Assim como Villaventura, outros estilistas nordestinos vêm conquistando um número crescente de clientes no exterior. A pernambucana Maria Cristina da Fonte Marques de Almeida, conhecida como Tininha da Fonte, exporta de 5% a 10% da produção de 25 mil peças mensais de sua confecção de moda praia, a Movimento.

Criada há dez anos, no Recife, a marca conta atualmente com cerca de 200 funcionários e uma rede de 17 lojas próprias e franqueadas espalhadas pelo Nordeste e Rio de Janeiro - o público paulista é atendido por estabelecimentos multimarca. Suas coleções provocam frisson em São Paulo e têm clientela no exterior. "Nunca pensei em fazer moda para o Nordeste, mas para o mundo", afirma Tininha. A estilista baiana Marcia Ganem, que cria roupas e jóias, também tomou o rumo do mercado internacional. Começou por Nova York, onde conseguiu encantar gente como a atriz Liza Minelli e a

roqueira Alicia Keys, e acabou chegando ao Fashion & Textile Museum de Londres, que expôs suas peças recentemente. Administradora de empresas e filha de costureira, Marcia entrou na moda há 10 anos, por intermédio da pesquisa de materiais. Com ateliê no Pelourinho, em Salvador, Marcia costuma recorrer ao trabalho de comunidades de rendeiras e bordadeiras, como a de Saubara, no Recôncavo, e a Associação 25 de Junho, da capital. Nessa mistura de técnicas novas e reinventadas com a cultura do feito à mão, a moda nordestina vai conquistando o Brasil e o mundo.

Artesanato faz diferença para 3,5 milhões de pessoas

Repleta de referências regionais, a moda brasileira tem sido uma aliada importante do artesanato do Nordeste. Nas passarelas de São Paulo, do Rio de Janeiro ou de Paris, as rendas, os crochês e os bordados das artesãs nordestinas conferem um toque de brasilidade extra nos elaborados vestidos de Lino Villaventura, nas criações requintadas de Walter Rodrigues e até nos biquínis e complementos de moda praia da estilista carioca Lenny. A associação com a moda serve de vitrine e ajuda a estruturar e modernizar uma atividade dispersa, que constitui o ganha-pão para 3,5 milhões de nordestinos, a imensa maioria mulheres. No Brasil, segundo um estudo do Banco do Nordeste, o artesanato era responsável em 2002 pela ocupação e geração de renda de 8,5 milhões de brasileiros.

Há quatro anos, o estilista paulista Rodrigues começou a trabalhar com um grupo de artesãs de Serra Grande, pequena cidade próxima a Parnaíba, no Piauí. O trabalho pretendia levar à pequena comunidade novas noções de design e de uso de materiais. "Quem fazia renda, por exemplo, trabalhava só com fios brancos e seguia a mesma técnica desde o século 19", diz Rodrigues. "Com a introdução de novos tipos de fios, as mulheres buscaram outras maneiras de criar."

Iniciativas semelhantes se sucedem em outras partes. As rendas da Paraíba estiveram presentes na coleção primavera-verão apresentada pela Cavaleira no BH Fashion, em Belo Horizonte. No último Rio Fashion Business, a estilista Liana Bloise apresentou uma coleção à base de renda, algodão colorido e crochê desenvolvida para o programa "A Paraíba em suas mãos". A iniciativa, que tem o apoio do Sebrae e do governo do Estado, pretende dar expressão econômica ao artesanato. Para isso, estão sendo ministrados cursos de capacitação, oficinas de embalagens, design e empreendedorismo.

Água de coco vai vender para a Victoria's Secret

As vitrines das lojas Victoria's Secret vão exhibir, em breve, biquínis da marca Água de Coco, grife cearense pioneira da moda praia na Região. O namoro começou há dois anos, com uma grande encomenda da rede norte-americana, que a confecção de moda praia cearense rejeitou. Embora exporte 12% de sua produção de 40 mil peças mensais, a empresa da estilista Liana Thomaz não estava estruturada para atender a um pedido de tal porte. "Quando a Victoria's Secret gosta de um modelo, ela quer no mínimo 15 mil peças de cada cor", diz Renato Thomaz, diretor de Marketing. Com 20 anos de mercado, a Água de Coco possui uma rede de 15 lojas e está ampliando a produção para atender a Victoria's Secret e outros novos clientes.

Com 23 fábricas, Azaléia se arma contra a China

Uma das cinco maiores marcas de calçados de couro do mundo, a gaúcha Azaléia mantém no Nordeste 23 de suas 28 fábricas, responsáveis pela metade de sua produção de 35 milhões de pares por ano. Essa concentração na Região não se dá por acaso. "A concorrência chinesa obriga a ir para o NE", diz Antônio Britto, presidente da Azaléia. "O mundo exige custo baixo e cada centavo a menos pode significar a venda de milhares de pares."

Jacaré alagoano equipa Ferrari e Harley-Davidson

Há dez anos, o casal Cristina Ruffo e Sílvio Garabuggio mantém uma criação de jacarés-de-papo-amarelo às margens da Lagoa Mundaú, em Maceió, a capital de Alagoas. O negócio começou por acaso, quando Cristina achou três espécimes num criatório de peixes que mantinha. Sem saber o que fazer com os animais, ela começou a pesquisar e descobriu que poderia criá-los em cativeiro, desde que autorizada pelos órgãos ambientais.

Recentemente, o casal começou a faturar alto com o negócio: a italiana Ferrari e a norte-americana Harley-Davidson já utilizam o couro dos répteis alagoanos no estofamento de seus carros e motos - a novidade será apresentada no Salão Internacional do Automóvel de São Paulo, em novembro. "Descobrimos não a galinha, mas o jacaré dos ovos de ouro", diz Cristina. Agora o casal pretende lançar a Mister Cayman, franquia para venda de produtos originados da pele do animal, como carteiras, bolsas e cintos, entre outros acessórios.

A aposta na parceria porto-ferrovia

A integração dos dois sistemas permitirá uma redução substancial da participação das estradas no transporte de mercadorias

Armando Mendes

Quem tem praia pode ter um porto. Quem tem porto quer uma ferrovia. E quem tiver os dois ganha força para chamar indústrias a se instalarem no porto e ao longo da ferrovia. Bem resumido, esse é o roteiro que os maiores Estados nordestinos seguem na tentativa de atrair investimentos que criem empregos e tragam tecnologia à região.

No mundo da competição global, o Nordeste aposta na geografia. A costa nordestina, projetada no Atlântico, é escala natural nas rotas marítimas entre a Europa e a América do Norte e o Brasil. "O Porto de Suape fica a cinco dias e meio da costa leste americana e de Roterdã, na Holanda", traça no mapa Alexandre Valença, secretário do Desenvolvimento Econômico de Pernambuco. "Somos o vértice sul de um triângulo atlântico."

Uma empresa em Suape, a 40 km do Recife, atenderia a um pedido para esses mercados em 20 dias, calcula Valença. Uma fábrica asiática levaria o triplo. Pernambuco, então, investe para fazer de Suape um pólo industrial e o grande porto brasileiro de distribuição de contêineres. A Bahia tem Aratu e os portos da Baía de Todos os Santos. O Maranhão tem Itaqui, por onde exporta o minério de Carajás, enquanto o Ceará entra na disputa com o Porto do Pecém, perto de Fortaleza, que se destaca na exportação de frutas e flores.

Para fechar o pacote, Pernambuco e Ceará precisam, agora, da Ferrovia Transnordestina, um antigo projeto interrompido nos anos 90. A ferrovia é controlada pela Companhia Ferroviária do Nordeste (CFN), do grupo CSN, e depende, para ir adiante, do sinal verde do governo federal, que vai financiar quase 90% do investimento de R\$ 5,5 bilhões. Os dois ramais da Transnordestina ligarão o sul do Piauí a Suape e

Pecém. A linha vai transportar grãos e produtos da agroindústria do interior até os portos de exportação, mas também servirá para distribuir na região a produção das fábricas instaladas em torno dos portos.

Essa mão dupla foi um dos fatores que ajudaram a levar para Suape a Refinaria Abreu e Lima, um projeto de R\$ 4,5 bilhões da Petrobrás, em parceria com a petroleira venezuelana PDVSA que vai se instalar na área industrial do porto pernambucano. "O porto, a refinaria e a ferrovia, juntos, darão a Pernambuco uma vantagem competitiva extraordinária", prevê o secretário-executivo do Ministério dos Transportes, Paulo Sérgio Oliveira Passos.

A Bahia se arma para competir recorrendo a uma estratégia de longo prazo - o Programa de Logística de Transportes do Estado (Peltbahia). O programa identifica os gargalos existentes e os elos que faltam na rede de transportes e prevê iniciativas até 2020, a um custo global estimado em R\$ 10 bilhões.

Uma das metas é reduzir a participação do transporte rodoviário na movimentação de cargas no Estado, que hoje chega a 92% (no País, a média fica em torno de 62%). O Peltbahia propõe melhorar a precária hidrovia do São Francisco e construir uma ferrovia leste-oeste, que ligaria a região oeste do estado, produtora de soja, milho e algodão, a Aratu.

A Bahia planeja ainda criar três plataformas logísticas - terminais de transferência de cargas entre meios diferentes de transporte. O primeiro deles está sendo construído em Camaçari, nas proximidades de Salvador, pela Ferrovia Centro-Atlântica (FCA), operadora da malha ferroviária da Bahia e Sergipe.

"Terminais intermodais como esses podem se tornar centros de distribuição de produtos", sugere Mauro Dias, diretor-presidente da FCA. Segundo ele, a anglo-holandesa Unilever, um dos maiores fabricantes do setor de alimentos do País, já mostrou interesse em instalar um centro desse tipo no terminal de Camaçari. Lá, os caminhões de distribuição ao varejo receberiam os produtos que chegam de trem de suas fábricas no Sudeste.

Falta ainda descobrir que o litoral nordestino não serve só para o turismo. A Aracruz Celulose usa quatro barcas oceânicas e dois navios empurradores da empresa de navegação Norsul para transportar madeira de Caravelas, no sul da Bahia, até sua fábrica de Barra do Riacho, no Espírito Santo.

A Aracruz estima que, além de custar 15% menos do que o transporte rodoviário, a linha de cabotagem retira da infernal BR-101 o equivalente a 200 carretas por dia. Nada mal para quem precisa descongestionar as estradas.

Itaqui quer crescer com as safras

O porto maranhense investe R\$ 137 milhões em terminal de grãos

Lucimara Correa
SÃO LUÍS

O Porto de Itaqui, localizado em São Luís, a capital maranhense, teve um aumento de receitas de 56,25% nos últimos 5 meses, em comparação ao mesmo período do ano passado. A previsão para fechar o ano de 2005 é que haja um crescimento de 10% no número de cargas movimentadas, chegando a 13,5 milhões de toneladas.

O porto faz parte do Complexo Portuário de São Luís, que compreende ainda o Terminal da Ponta da Madeira, que pertence à Companhia Vale do Rio Doce, o

Terminal da Alumar, Porto São José de Ribamar, Terminal Ponta da Espera, Terminal Pesqueiro e Terminal do Cujupe.

Localizado na Baía de São Marcos, a 11 km do centro de São Luís, sua profundidade natural atinge em alguns pontos até 19 metros, permitindo a atracação de navios de grande calado. O complexo é o segundo maior do Brasil em movimentação de cargas, alcançando 77 milhões de toneladas ao ano. Derivados de petróleo, alumínio, minério de ferro, manganês, cobre, ferro-gusa, soja, trigo, fertilizante e uma variedade de cargas gerais e contêineres são transportados diariamente por Itaqui.

Segundo Ricardo Zini, presidente da Empresa Maranhense de Administração Portuária (Emap), o crescimento da receita foi gerado por vários fatores, entre eles, investimentos em infra-estrutura e a atração de novos produtos. "Foram feitos investimentos nos serviços de armazenagem, aumento da profundidade de vários berços, o que permitiu a atracação de navios de maior porte", diz Zini.

Além disso, o porto se beneficiou do aumento dos embarques das safras de soja das regiões produtoras do sul do Maranhão (Balsas) e do Piauí (Uruçuí) e dos Estados do Centro-Oeste, que chegaram a 1,1 milhão de toneladas no ano passado. A expansão dos embarques agrícolas - para este ano, a previsão é de que passe por Itaqui 1,8 milhão de toneladas de soja - determinou a decisão de construção do Terminal de Grãos do Maranhão (Tegram), que deverá entrar em operação em 2007. Com capacidade para armazenar até 450 mil toneladas de grãos, o terminal receberá um investimento total de R\$ 137,5 milhões.

A política regional que o Nordeste precisa

Opinião: Alexandre Rands Barros

As desigualdades regionais emergem a partir de dois fatores principais: a existência de ganhos de escala em setores economicamente importantes e a influência de efeitos externos positivos no desempenho das diversas atividades. Disponibilidade de infra-estrutura, cuja construção pode ser enviesada politicamente, e de recursos naturais têm papel secundário no mundo moderno. No Brasil, os dois primeiros fatores têm papel fundamental na geração das desigualdades.

A política essencial de redução das desigualdades regionais em relação ao Nordeste deve fundar-se em quatro pilares: a melhoria dos recursos humanos disponíveis na região; a elevação do nível de informação disponível para os agentes privados tomarem suas decisões de alocação de recursos; a construção de infra-estruturas que possam fomentar a competitividade de empreendimentos locais; por fim, a definição de mecanismos que tornem mais eficiente o crescimento de atividades econômicas com capacidade de incorporar novas tecnologias e elevar persistentemente a sua produtividade.

A execução de uma estratégia que contemple os quatro pilares sugeridos pode se beneficiar de uma instituição de desenvolvimento regional, mas com formato distinto da velha Sudene, pois sua natureza política (fórum de governadores) tanto da antiga como do "novo modelo" proposto levaria à sua captura pelas elites atrasadas locais e a tornaria mais uma vez instrumento de benefício para uma minoria.

No caso da educação, caberá a tal instituição criar mecanismos de incentivo à melhoria de qualidade, premiando desempenho e esforço. A influência dos políticos locais nessa instituição levaria à introdução de práticas clientelistas na premiação, eliminando o

efeito positivo na qualidade do ensino.

A geração de informações sobre as atividades econômicas regionais seria uma outra linha de atuação dessa nova Sudene, que tornaria os mercados mais eficientes. O domínio dessa atividade pela elite tradicional tende a torná-la instrumento de dreno de recursos do Estado sem produzir resultados efetivos: a politização da Sudene transformaria essa linha de ação numa fonte de desperdício de recursos públicos.

No tocante à promoção da infra-estrutura econômica local, a nova instituição deveria identificar os potenciais investimentos e promover a geração de informações necessárias à seleção de prioridades. Uma Sudene politizada, como se projetou, acomodaria interesses políticos arcaicos em detrimento da busca de eficiência na alocação de recursos.

No que diz respeito à promoção das atividades econômicas locais, é necessário superar alguns obstáculos advindos de articulações produtivas inadequadas para a região. É importante notar que o Nordeste tem um volume grande de mão-de-obra de baixa qualificação. Qualquer produção em larga escala que possa alavancar a renda na região deve envolver esse segmento produtivo. Contudo, a inserção nos mercados globalizados de produtos que utilizem essa mão-de-obra demanda trabalhos gerenciais qualificados. Três outros segmentos sociais podem ofertá-lo: a elite detentora de capital, a classe média com bom nível de instrução e as classes média e alta detentoras de audácia empreendedora, mas com baixa qualificação técnica.

Os primeiro e terceiro grupos não têm incentivo nem qualificação para realizar tal gerência, pois lucram mais com o subsídio ao capital e com a corrupção. Somente o segundo grupo poderá conduzir a um novo modelo de inserção econômica do Nordeste que seja mais eficiente. Uma nova Sudene deverá ter uma natureza mais técnica e de valorização da competência como determinante de sucesso empresarial, bastante diferente da anterior e da proposta ao Congresso Nacional.

A seis horas de vôo de Lisboa, costa nordestina vive a era do euro

Aumento expressivo do fluxo de turistas europeus atrai investimentos de R\$ 1,5 bilhão na rede hoteleira da Região

Manuela Rios
FORTALEZA

Esqueça o que você já ouviu sobre o agito de Ibiza, a infra-estrutura de Cancún ou a água azul dos mares de Aruba. Depois que os europeus descobriram que passar férias numa das esquinas mais ensolaradas do mundo custava menos do que ficar em casa, o Nordeste do Brasil está se transformando no mais novo paraíso do turismo internacional.

As atrações não se limitam aos cerca de 3 mil quilômetros de praias, onde o sol brilha praticamente o ano inteiro. Contam também outros fatores, como a pequena distância da América do Norte e da Europa (apenas seis a sete horas de viagem a partir de Lisboa). Também contam o espírito hospitaleiro da população e a riqueza de um sincretismo cultural que inclui arquitetura barroca, gastronomia picante, artesanato singular, carnaval, forró e festivais folclóricos. Tudo isso está atraindo para o Nordeste multidões de estrangeiros e, mais ainda, dezenas de empreendimentos turísticos. Dos R\$ 3,5 bilhões de investimentos previstos até 2008 para a construção de novos hotéis no Brasil, segundo o Ministério do Turismo, R\$ 1,5 bilhão será dirigido para o Nordeste, o que vai

acrescentar quase 8 mil apartamentos à infra-estrutura hoteleira local. A Bahia está na liderança. O litoral baiano, que já conta com 28 resorts, deverá receber outros 8 até o final de 2008.

Em fase de implantação ou planejamento para entrar em operação até 2012, o Estado tem uma carteira de US\$ 500 milhões de investimentos em 25 projetos hoteleiros, incluídos aí os monumentais Reserva Imbassaí, do grupo português Reta Atlântico, e o complexo da espanhola Iberostar. "Nosso objetivo é transformar a Bahia no primeiro destino da América do Sul e líder do turismo nacional até 2020", afirma Cláudio Pinheiro Taboada, presidente da Bahiaturisa.

BELEZAS NATURAIS

O Maranhão já recebeu mais de R\$ 236 milhões em investimentos privados no turismo. Sergipe, até agora relegado nas preferências dos turistas, se prepara para reverter o quadro. Segundo o secretário de Turismo, Pedrinho Valadares, o Estado começou a divulgar no Brasil e no exterior as suas belezas naturais - principalmente do cânion de Xingó, no Rio São Francisco. O empreendimento Onda Azul, a 113 quilômetros a norte de Maceió, em Alagoas, prevê investimentos de US\$ 170 milhões na construção de três hotéis.

O Ceará conta com R\$ 3 bilhões de investimentos programados, metade referente a obras que devem ser concluídas até o final de 2007. "O turismo é um fator de sucesso nas nossas metas de inclusão social e um instrumento para internacionalizar as relações econômicas", diz Allan Aguiar, secretário de Turismo do Estado.

Para atrair turistas e investimentos, os Estados têm se empenhado em melhorar a infra-estrutura - um dos pontos críticos da região. O Maranhão planeja investir R\$ 168 milhões, boa parte na construção da rodovia que ligará Barreirinhas, a porta de entrada dos Lençóis Maranhenses, ao Piauí. "A estrada proporcionará um roteiro integrado entre Lençóis, o Delta do Parnaíba, no Piauí, e Jericoacoara, no Ceará", diz Airton Oliveira de Abreu, secretário para Desenvolvimento do Turismo do Maranhão.

Uma parcela dos recursos aplicados na infra-estrutura turística do Nordeste provém do Prodetur, que o Banco do Nordeste opera desde 1995. É fruto desse programa a ampliação dos aeroportos nordestinos, onde pousam, a cada semana, dezenas de aviões de carreira e vôos charters lotados de turistas europeus. Só o Aeroporto de Salvador recebe 42 vôos internacionais por semana, mais do que o triplo de 2003, enquanto o de Fortaleza registra, em média, 40 pousos semanais de aviões estrangeiros, 24% a mais do que no ano passado. Natal recebe 18 charters por semana, mais que o triplo de 2003.

MULTIDÃO PODEROSA

Dos 6 milhões de estrangeiros que visitaram o Brasil no ano passado, 560 mil visitaram a Bahia e 116 mil estiveram no Ceará. Nos últimos anos, Salvador, Fortaleza e Recife superaram Florianópolis, Foz do Iguaçu e Porto Alegre no ranking das cidades mais visitadas para ficar logo atrás das líderes Rio de Janeiro e São Paulo.

Essa multidão tem um impacto poderoso em praticamente todas as atividades econômicas locais, da venda de pão à construção civil.

O turismo já representa 6% do Produto Interno Bruto da Bahia, gerando uma receita de US\$ 927 milhões, 100 mil empregos diretos e outros 200 mil indiretos. E as metas do governo baiano são ainda mais ambiciosas. Até 2020, o Estado quer receber anualmente 22 milhões de visitantes, entre brasileiros e estrangeiros, e elevar a receita da atividade para US\$ 7,9 bilhões e o número de empregos para 800 mil. No Rio Grande Norte, que espera receber, até dezembro, 350 mil turistas estrangeiros, a atividade gera uma receita de US\$ 416 milhões e 120 mil empregos diretos.

CENÁRIO EXUBERANTE

No Ceará, a participação do turismo no PIB saltou de 4% em 1995 para 11% em 2005.

No mesmo período, o fluxo de turistas passou de 770 mil para 2 milhões. Cerca de 10% dos 2,5 milhões de trabalhadores cearenses estão atrelados a alguma atividade turística. O secretário do Turismo, Allan Garcia, calcula que a receita direta das atividades turísticas somará R\$ 2 bilhões este ano.

O cenário exuberante, porém, torna mais críticos os desafios que a região tem pela frente. Um deles é a falta de mão-de-obra capacitada, problema que muitas vezes tem raiz na carência de ensino fundamental. Outra pedra no caminho é a perspectiva de devastação ecológica, temida não só por ambientalistas, mas pelos próprios empreendedores locais. Além disso, muitas prefeituras desconhecem o potencial de seus municípios, afirma Carlos Eduardo Bittencourt, sócio-diretor do Terravista, um megaempreendimento instalado em Trancoso, na Bahia. Por último, faltam investimentos mais substanciais do governo federal em marketing no exterior, especialmente levando em conta que a atividade já é o terceiro produto de exportação do País, atrás da soja e do minério de ferro.

Instituto tenta reduzir déficit de mão-de-obra

Manuela Rios

Quando o projeto Costa do Sauípe, localizado na chamada Costa dos Coqueiros, cerca de 100 quilômetros ao norte de Salvador, abriu inscrições para cerca de 1,5 mil vagas no staff dos hotéis lá instalados, pouco antes de sua inauguração no final de 2000, os empreendedores descobriram que teriam muito mais trabalho do que imaginavam. Ao tentar arregimentar funcionários nos municípios vizinhos, constataram que a escolaridade média da população local não passava de 3 anos, enquanto as funções hoteleiras exigiam até o segundo grau .

A solução para as administradoras dos cinco resorts do complexo veio com a criação do Instituto da Hospitalidade (IH), uma parceria com o governo da Bahia, a Fundação Banco do Brasil e o Grupo Odebrecht. Apoiado por entidades como o Senac, o IH ofereceu treinamento - e em alguns casos até cursos de alfabetização - para cerca de 2,3 mil pessoas.

Ao final, quase mil foram contratadas, principalmente nas áreas de governança, restaurante e serviços gerais. "A qualificação de mão-de-obra é um problema maior no turismo do que no pólo de Camaçari", afirma Silvestre Teixeira, consultor do IH. "Máquinas atemorizam menos do que uma recepção de hotel, onde chegam multidões falando outros idiomas."

A situação vivida pela Costa do Sauípe se repete em quase todos os empreendimentos hoteleiros do Nordeste. Na hora de contratar funcionários, muitas vezes é preciso começar a capacitação pela educação básica. Raros são os candidatos que falam um segundo idioma. Pesquisa feita pelo IH com 2 mil empresas do setor turístico, entre hotéis e pousadas, restaurantes e agências de viagens, constatou que a falta de pessoal qualificado e com experiência afeta cerca de 40% dos negócios.

O espírito hospitaleiro dos nordestinos e seu estilo no estresse, contudo, acabam amenizando o problema, segundo Érico Mendonça, superintendente de Investimentos em Pólos Turísticos da Secretaria do Turismo da Bahia. Prova disso é que, numa pesquisa feita no ano passado entre os hóspedes dos 120 villages do Club Med espalhados pelo mundo, o de Trancoso, no sul da Bahia, ganhou o prêmio de melhor

serviço.

Segunda fase do Prodetur mira o social

Projeto de desenvolvimento de turismo planeja investir mais US\$ 400 milhões

Manuela Rios

Chama-se Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (Prodetur/NE) a iniciativa que mudou a cara da Região nos últimos 10 anos. Fruto de uma parceria entre o Banco do Nordeste do Brasil e o Banco Interamericano de Desenvolvimento, que aporta mais da metade dos recursos na forma de financiamentos, o programa já está na segunda fase.

Na primeira, encerrada em dezembro de 2004, quase US\$ 600 milhões foram aplicados na melhoria da infra-estrutura pública da região - saneamento, rodovias, aeroportos, proteção ambiental e recuperação de patrimônio histórico -, especialmente na Bahia e Ceará, que apresentaram os projetos mais vultosos e receberam, respectivamente, 35% e 23% dos financiamentos. Para a segunda etapa, que teve início este ano, estão previstos outros US\$ 400 milhões, que serão direcionados ao planejamento e desenvolvimento de pólos turísticos, fortalecimento institucional das prefeituras, promoção do turismo e qualificação profissional, entre outras ações.

"O Prodetur II é um programa de desenvolvimento social. Sua meta é melhorar a qualidade de vida da população da Região", explica Suzana Dieckmann, diretora de programas regionais do Ministério do Turismo. Cada Estado do Nordeste - além de Minas Gerais e Espírito Santo, que não participaram da primeira fase do programa - pode definir um pólo turístico para concentrar os investimentos, com exceção da Bahia, que tem direito a quatro.

A partir dessa escolha, são definidos os projetos e as ações que receberão financiamentos. "Só que as regras são mais rigorosas do que as do Prodetur I", afirma Maria Luís Leal, secretária nacional dos programas de desenvolvimento do turismo do Ministério do Turismo.

O objetivo é evitar a repetição de erros ocorridos na primeira fase. O Prodetur I foi fundamental para transformar o Nordeste num destino turístico acessível e estruturado, com a construção de estradas como a Linha Verde, que percorre a Costa dos Coqueiros, na Bahia, e a ampliação e a modernização dos aeroportos. Mas, como não houve planejamento prévio nem ações integradas, as obras geraram problemas ambientais e especulação imobiliária. Além disso, a renda do turismo não foi apropriada pela população local.

O novo Tratado de Tordesilhas

Portugal e Espanha ocupam e dividem o litoral nordestino com investimentos de grande porte em hotéis de luxo e resorts

Manuela Rios
FORTALEZA

Mais uma vez espanhóis e portugueses descobriram o Brasil. Com a bagagem recheada de dinheiro e de megaprojetos, grandes conglomerados da Península Ibérica estão desembarcando no Nordeste brasileiro e, numa espécie de Tratado de Tordesilhas informal, vêm dividindo o território para erguer complexos hoteleiros na forma de resorts, pousadas de luxo, campos de golfe, condomínios e vilas residenciais.

"Não viemos para concorrer com os brasileiros", afirma Orlando Giglio, diretor comercial no Brasil do grupo espanhol Iberostar. "Vimos somar e gerar demanda para o setor." "Queremos trazer muitos turistas da Europa e de outros continentes", diz Paulo Seixas, gerente financeiro do projeto Reserva Imbassaí, do grupo português Reta Atlântico.

É na Bahia que o fenômeno da investida ibérica é mais evidente. "Analisamos diversos Estados do Nordeste, alguns até mais próximos da Europa, mas só na Bahia a infraestrutura básica de transportes e telecomunicações estava pronta", diz Giglio, que está tocando na Praia do Forte, a cerca de 60 quilômetros de Salvador, as obras do primeiro resort do Iberostar no Brasil: um mega complexo de US\$ 260 milhões, com 2 milhões de m² e 2,5 km de praia, 1,6 mil apartamentos divididos entre quatro hotéis e um condomínio com 208 casas. A primeira fase deverá ser inaugurada em janeiro e a conclusão das obras está marcada para 2008.

Por enquanto, o Iberostar terá como principal concorrente o vizinho Praia do Forte EcoResort, que há 25 anos se instalou numa área de 120 km², e criou o conceito pioneiro do ecoturismo na região. Num futuro próximo está prevista a chegada de outro forte rival, o grupo espanhol Trusan, que já adquiriu no local uma área, também com 2,5 km de praia.

Segundo Érico Mendonça, da Secretaria do Turismo da Bahia, o Trussan aportará cerca de US\$ 400 milhões num complexo de quatro hotéis no local. Para enfrentar a concorrência, Giglio conta com a vantagem da verticalização do Iberostar, um grupo que controla duas companhias aéreas e uma de cruzeiros marítimos, 600 agências de viagens e uma cadeia de 92 hotéis espalhados pelo mundo. "Cuidamos de tudo, da venda do pacote ao transporte e hospedagem", diz Giglio. "Isso é um fator multiplicador de clientela."

A meio caminho entre a Praia do Forte e a Costa do Sauípe, o Reserva Imbassaí deve inaugurar sua primeira etapa em 2006. Em 2012, quando estiver concluído, o complexo, instalado num terreno de 132 hectares, terá absorvido R\$ 220 milhões e englobará três hotéis - num total de 850 apartamentos - e dois condomínios residenciais. "Metade das casas e apartamentos será vendida a estrangeiros", diz Seixas.

Se a Bahia lidera as preferências dos empreendedores ibéricos, eles não se esqueceram dos outros Estados nordestinos. Capitaneado pelo Banco Privado Português, um grupo de investidores lusitanos se associou ao empresário cearense Ivens Dias Branco para a construção do maior complexo turístico da América Latina.

Com oito hotéis, seis pousadas, 600 bangalôs e 600 residências, o Aquiraz Golf & Beach Villas ocupará uma área de 280 hectares no município de Aquiraz, a 25 quilômetros de Fortaleza, e deve custar R\$ 800 milhões. O projeto contará ainda com o apoio do governo cearense que aplicará R\$ 150 milhões na melhoria da infraestrutura. A expansão da hotelaria no Nordeste não é bancada exclusivamente pelos ibéricos. O grupo francês Accor acaba de inaugurar seu terceiro resort no Brasil, o Parthenon Marulhos, em Porto de Galinhas (PE) - os outros dois estão na Costa do Sauípe. "Os resorts estão explodindo no Nordeste, até por causa do tsunami na Ásia", diz José Ozanir, gerente-geral do Parthenon. O empreendimento operado pelo Accor foi construído pela empreiteira Queiroz Galvão, que investiu R\$ 40 milhões no projeto. Se há dúvidas sobre a existência de demanda para tanta oferta de quartos de hotel, vilas

e loteamentos no Nordeste, elas não transparecem nos planos dos empreendedores. "Os turistas europeus despertaram para o Brasil. São só seis horas de viagem e uma passagem em vôo charter custa menos de 300", diz Giglio. Por sinal, além de analisar as oportunidades em Foz do Iguaçu, ele cogita erguer mais um Iberostar no Nordeste.

Nem sempre quantidade rima com qualidade

O risco de o turismo de massa transformar o Nordeste brasileiro numa costa mediterrânea, onde a ocupação desordenada provocou uma devastação ambiental, começa a preocupar os empresários locais. "No turismo, quantidade é o inverso de qualidade", afirma Carlos Eduardo Regis Bittencourt, sócio e diretor da Terravista Empreendimentos, que desde 2002 opera um resort em Trancoso, no sul da Bahia. Para Bittencourt, o turismo de massa, que tem como emblema os pacotes de viagem, é um poderoso dínamo econômico, mas também um grande predador.

A onda do turismo de massa, que começou na costa do Mediterrâneo, singrou o Atlântico rumo a Miami, Cancún e Caribe, antes de bater no litoral nordestino. "Os investidores estrangeiros repassam a operação às grandes cadeias hoteleiras. Não se integram ao dia-a-dia da comunidade", diz Bittencourt. Os turistas, levados por grandes operadoras, chegam em vôos lotados, com tudo predefinido: roteiros, horários e gastos. Segundo ele, o turista vira um garimpeiro. "Não se preocupa com a preservação do destino nem tem interesse pela cultura e a vida locais."

Para Érico Mendonça, da Secretaria de Turismo da Bahia, a definição de áreas de proteção ambiental, com limites de ocupação rigorosos, vai evitar o risco de devastação ambiental. Outra questão delicada, e que vem causando preocupação nos últimos tempos é a exploração do chamado turismo sexual, que já se tornou um grave problema em Fortaleza e Recife e está crescendo em localidades como Porto Seguro.

Em Maceió, a língua que se fala é o francês

Grupo franco-canadense MMC projeta empreendimento de US\$ 170 milhões

Ricardo Rodrigues
MACEIÓ

O governo de Alagoas e o grupo franco-canadense MMC querem lançar em grande estilo o maior empreendimento turístico do Estado e um dos maiores do Nordeste: eles convidaram o presidente Lula para participar, em novembro, da cerimônia de anúncio do Onda Azul, um complexo de cinco hotéis de luxo, orçado em US\$ 170 milhões. Afinal, foi Lula quem deu a notícia do projeto em primeira mão, ao inaugurar, em setembro, o Aeroporto Internacional Zumbi dos Palmares, em Maceió, cujas obras custaram R\$ 200 milhões e foram bancadas quase totalmente pelo governo federal. Com foco nos turistas estrangeiros, o Onda Azul será erguido no litoral de São Miguel dos Milagres, 113 quilômetros ao norte de Maceió, numa área cercada de vegetação e cortada por um canal que dará acesso a uma marina. Os três primeiros hotéis da MMC deverão entrar em operação já em 2007, segundo o secretário de Desenvolvimento Econômico de Alagoas, Arnóbio Cavalcante. Quando o projeto estiver pronto, deverá gerar 3,2 mil empregos diretos e 10 mil indiretos na região, além de oportunidades para 2 mil prestadores de serviços (oficinas mecânicas, borracharias, manutenção de barcos,

etc).

A inauguração do aeroporto e a conclusão das obras do Centro de Convenções de Maceió devem colocar definitivamente Alagoas no mapa dos turistas endinheirados. A expectativa de Cavalcanti é que a participação do turismo de eventos represente 8% da receita do Estado até 2007.

Além do Onda Azul, outros empreendimentos devem entrar em operação a curto e médio prazos no Estado. Já foram iniciadas as obras do resort Miramar, na região de Maragogi, na divisa com Pernambuco, enquanto o grupo americano Ramada anunciou seu interesse pela operação do hotel Mundaú, que ocupa 27 hectares na Praia do Francês, a 30 quilômetros de Maceió. A construção do Mundaú está parada porque faltou dinheiro para a conclusão das obras.

Europeus aquecem mercado de imóveis

Sai mais barato comprar casa no Brasil do que passar as férias em casa

Carmen Pompeu
FORTALEZA

Um pedaço da Europa em pleno litoral nordestino. Assim será, daqui a quatro anos, o Condomínio Quinta das Fontes, que está sendo construído pelos parceiros Quinta das Fontes (de capital português e brasileiro) e o grupo português DDC, no município cearense de Eusébio. A região fica perto do Porto das Dunas e é apontada pelo setor imobiliário como a direção do crescimento urbano de Fortaleza. O empreendimento, avaliado em R\$ 140 milhões, deverá somar 2,5 mil pessoas aos 25 mil habitantes de Eusébio. O Quinta das Fontes tem 290 mil metros quadrados de área, divididos em lotes de terrenos, casas e edifícios de apartamentos. Embora seu lançamento em Lisboa esteja marcado para o final deste mês, cerca de 50% dos 192 lotes já foram comercializados, assim como 2 das 13 torres de apartamentos.

Não são apenas os portugueses que estão optando pelo Ceará para ter sua casa de veraneio no Brasil. De acordo com o empresário português Manuel Ribeiro, responsável pelo empreendimento, holandeses, ingleses e espanhóis também estão interessados no turismo residencial. "O Quinta é um local onde você pode ter qualidade de vida e uma porta de saída de Fortaleza para outras praias." Os turistas de fora não são alvo somente do Quinta das Flores. Na esteira dos grandes empreendimentos hoteleiros, surgiram villages, condomínios e loteamentos que estão seduzindo um grande número de estrangeiros. "No Ceará, 30% dos imóveis novos nas faixas A e B são vendidos para estrangeiros", afirma o secretário de Turismo do Estado, Allan Garcia.

O boom do turismo residencial se repete por quase todo o Nordeste. O motivo é muito simples: os portugueses, por exemplo, pagam 100 mil por um apartamento de 35 m² a 10 km da praia, na região do Algarve, onde ficam as praias mais badaladas do país. Com esse mesmo dinheiro, eles adquirem apartamentos com quatro suítes de frente para o mar no Nordeste do Brasil. "E passar as férias aqui ainda fica muito mais barato do que se eles ficassem em casa", acrescenta Jacob.

Beach Park faz sucesso há 20 anos contra a lógica

Um parque aquático na beira do mar? Seria como vender geladeira para pingüim. Mas deu certo: na contramão dos parques temáticos brasileiros, o Beach Park é um dos raros

casos de sucesso. Inaugurado em 1985 como âncora de um loteamento de 800 hectares, o Porto das Dunas, a 10 quilômetros de Fortaleza, o parque é hoje a principal referência privada do negócio turístico cearense. Chega a ser visitado por 1 milhão de pessoas por ano, das quais 700 mil são turistas estrangeiros e brasileiros. Em 2005, o faturamento vai crescer 16%, para atingir R\$ 50 milhões. O sucesso rende parcerias. A mais promissora é com a construtora Gafisa, que planeja construir três hotéis de alto padrão ao lado do parque, num investimento de R\$ 400 milhões.

Turismo de eventos é nova atração no Recife

Parte dos 3,6 milhões de visitantes que visitaram Pernambuco em 2004 não foi lá para se divertir. Com a migração do turismo de lazer para praias como Porto de Galinhas, a capital, Recife, está virando um pólo de turismo de negócios e eventos. Em quatro anos, o Estado atraiu 350 mil visitantes desse tipo, o que gerou uma receita de R\$ 350 milhões. Grande parte desse contingente chega pelo recém-reformado Aeroporto de Guararapes, na capital.

Na Praia do Futuro, o negócio é ter barraca

Filtro solar e cartão de crédito. Isso é tudo o que o turista precisa para passar o dia na Praia do Futuro, em Fortaleza. As 86 barracas espalhadas por 7 quilômetros de orla atendem a todas as necessidades dos turistas. Da água de coco ao guarda-sol, dos petiscos ao almoço, do fraldário à música ao vivo, nada escapa ao espírito empreendedor dos donos dos estabelecimentos, que empregam 5 mil pessoas. A tradição nasceu nos anos 70, quando os pescadores fincaram estacas cobertas com lona para vender cerveja e peixe frito aos estudantes que se reuniam no local. As barracas se sofisticaram a ponto de serem administradas como um negócio de médio porte. A maior de todas é a Crocobeach, que emprega 220 pessoas. A Marulhos, considerada pequena, tem mais de 50 funcionários.

OESP, 23/10/2005, Caderno Especial-Novo Mapa do Brasil , p. H1-H16