

AGRONEGÓCIOS

# Junji Abe defende política pública para pequenos produtores

Autoridades municipais de Guararema receberam, no último dia 21, a visita do deputado federal Junji Abe (DEM-SP), que vem realizando uma série de encontros para estabelecer e manter um canal permanente de comunicação com as lideranças do Alto Tietê. Primeiro, o parlamentar reuniu-se com o prefeito Marcio Alvino (PR) e, na sequência, esteve na Câmara Municipal, onde conversou com o presidente da Casa, Dirceu Jacinto Granato (PDT), e com os vereadores Luiz Alves Pereira (DEM) e Djalma de Faria (PSDB).

Além de se colocar à disposição de Guararema em Brasília, Junji contou ao prefeito sobre um dos seus trabalhos em prol do agronegócio que terá repercussão direta sobre uma importante atividade econômica local: a produção e comercialização de flores, como as orquídeas, e plantas ornamentais.

Guararema é um forte polo produtor onde os floricultores enfrentam situação idêntica a de outros micro, pequenos e médios produtores. "Sobrevivem a duras penas num cenário de impostos aviltantes, câmbio desfavorável, juros extorsivos nas compras financiadas, sem acesso a crédito para custeio da produção nem seguro rural, carente de assistência técnica, vítima da infra-



O prefeito de Guararema, Marcio Alvino, com o deputado Junji Abe

estrutura deficiente – ferrovias inexistentes ou subutilizadas, portos obsoletos, caríssimo transporte rodoviário nas estradas em péssimo estado – e órfãos na comercialização haja vista o sucateamento da Ceagesp (Central de Entrepósitos e Armazéns Gerais do Estado de São Paulo) – e o desaparecimento das cooperativas agrícolas, entre outros entraves", descreveu o deputado que é produtor e empresário rural, com mais de 35 anos na liderança de entidades agrícolas, além de uma década na presidência da Comissão de Agricultura e Pecuária da Assembleia Legislativa de São Paulo.

Segundo Junji, a principal dificuldade desses produtores para obter qualquer respaldo

do governo é que eles não se enquadram na agricultura familiar e nem nas grandes culturas de exportação – como soja, arroz, milho, café, citricultura e itens do setor sucoalcooleiro, entre outras –, que geram commodities. "Estão alijados de qualquer incentivo governamental, o que dificulta a organização. A urgente reversão deste quadro é exatamente o que defendo", explicou o deputado que integra a FPA – Frente Parlamentar da Agropecuária, constituída em 2008 na Câmara Federal com a finalidade de tratar de temas ligados à atividade.

A defesa de políticas públicas para atender as necessidades dos micro, pequenos e médios produtores rurais que cultivam itens destinados ao

mercado interno é a principal meta de Junji como integrante da FPA. É também uma de suas bandeiras de campanha. A caótica situação do setor, vitimado por anos de descaso governamental, levou o parlamentar a reunir na cartilha – "A serviço do Agronegócio" – suas propostas para resgatar a força e a capacidade de expansão da agricultura.

**Ação conjunta** – O deputado federal Junji Abe disse ao prefeito Marcio Alvino e repetiu aos vereadores que os cinco deputados do Alto Tietê estão empenhados em trabalhar juntos pelo bem da Região. "Isto independe de coloração partidária. No frígido dos ovos, nosso objetivo é igual – beneficiar a população", enfatizou, obtendo o aval de seus interlocutores.

Ao presidente da Câmara e vereadores, o parlamentar também explicou que as audiências com lideranças municipais visam nortear sua atuação pontual em favor de cada município e respectivas regiões, além do trabalho legislativo regular em Brasília. "São os prefeitos, com o auxílio dos vereadores, que estão mais próximos do povo, ouvem as queixas e recebem as cobranças. Portanto, têm melhores condições de avaliar a situação e elencar prioridades", justificou.

ARTIGO

## Por que a Copa do Mundo Fifa 2014 ocorrerá em São Paulo?

\*BRUNO OMORI

Independente da questão dos estádios, Morumbi, Parque Antártica, Itaquerão ou Pacaembu, cujas escolhas são questões totalmente políticas entre os clubes, CBF e governo, se analisarmos utilizando o bom senso, logística e razão, a Copa do Mundo Fifa 2014 terá a cidade e o estado de São Paulo como os principais pólos estratégicos e fundamentais para o sucesso do evento.

Do ponto de vista da oferta hoteleira e da qualidade dos meios de hospedagem da cidade de São Paulo, poderíamos receber, hoje, este mega evento global, pois possuímos mais de 42.000 Uhs (unidades habitacionais), com 2,4 leitos em média por Uh, que significam mais de 100.000 leitos disponíveis, com perspectiva de crescimento de mais 1.500 a 3.000 Uhs até 2014, não pelo mote exclusivo da Copa, mas pelo crescimento natural da demanda da cidade de São Paulo. Completando a oferta, num raio de 100 km da cidade São Paulo, que abrange as regiões de Guarulhos, ABC, Campinas, Santos, Sorocaba, São Roque, entre outras, chegamos a incrível oferta de mais de 80.000 Uhs.

Na América do Sul, as três maiores ofertas para hospedagem são: São Paulo 42.000 Uhs, Rio de Janeiro com 25.000 Uhs e Buenos Aires com 18.000 Uhs, todas as demais cidades apresentam menos de 15.000 Uhs. Neste evento precisamos hospedar a imprensa internacional, lembrando que uma grande emissora chega a deslocar mais de 2.000 pessoas desde técnicos, apresentadores e convidados, e teremos todas as grandes emissoras de TV do mundo; as delegações; as autoridades de todo planeta; os patrocinadores que investem milhões de dólares; e as torcidas sendo que algumas delas podem enviar até 60.000 turistas internacionais; sem contar que somos o País do futebol, portanto naturalmente teremos um fluxo de turismo interno, não somente nos jogos da Seleção Brasileira, como também com os descendentes temos a maior concentração de Italianos fora da Itália, de Japoneses fora do Japão, de Portugueses fora de

Portugal, e assim por diante.

A Copa é um evento global e comercial da Fifa que precisa de canais de comunicação de qualidade e em São Paulo temos a melhor infraestrutura de dados; das 20 melhores rodovias do País 17 estão no Estado de SP; temos a 2º maior frota de helicópteros do mundo, somos o Centro de Gastronomia da América Latina, para entretenimento temos o maior número de museus, peças de teatro, cinemas, shoppings, parques temáticos e casas noturnas, até nos Aeroportos que são o grande gargalo do País temos Cubicba, Congonhas, Vira Copos e até aeroportos como o Campo de Marte para autoridades e pequenas demandas espalhadas por todo Estado de SP.

Se todos estes argumentos não foram suficientes, que tal a abordagem de que o maior mercado consumidor do Brasil esta na cidade de São Paulo. Qual é o segundo mais caro na TV aberta brasileira? Será que é possível se abster deste mercado? Alguém em sã consciência deixaria o maior pólo emissor e receptor de turistas, e o maior PIB concentrado da América do Sul fora deste evento global?

Portanto repetimos que independentemente do Morumbi, Parque Antártica, Itaquerão ou do Pacaembu, que poderemos ter mais de 1 ou todos estes estádios utilizados durante a Copa, que São Paulo terá um papel decisivo no sucesso ou fracasso da Copa 2014 no Brasil.

Para discutir os assuntos estratégicos da Copa 2014, criamos no Conselho Estadual de Turismo, a Câmara Temática da Copa 2014, que é coordenado pela ABIH-SP, onde integramos as Ações Governamentais, da Fifa e das principais Entidades da Iniciativa Privada, analisamos as questões de logística, qualificação e certificação de mão de obra, estimulamos a promoção dos destinos e segmentos turísticos do Estado de SP, para aproveitarmos este evento global para tornar este Estado como referência do turismo Brasileiro em negócios, eventos, lazer, aventura, cultura, acadêmico, entre outros.

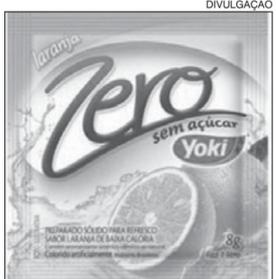
**Bruno Hideo Omori – Presidente da ABIH-SP**

PRODUTOS

## Yoki lança linha de refrescos em pó Zero Açúcar

De olho no público que se preocupa com a saúde do organismo sem deixar de lado a boa forma física, a Yoki Alimentos lança os refrescos em pó Zero Açúcar. Nos sabores laranja, tangerina, maracujá, abacaxi, uva, lima-limão, pera e morango, a linha chega às gôndolas de todo o País com uma nova fórmula, que proporciona um produto mais saudável e refrescante, com zero de açúcar, baixas calorias e que é fonte de vitaminas e ferro.

"A nova linha de refrescos em pó Zero Açúcar da Yoki foi desenvolvida para ser uma excelente alternativa para quem busca uma bebida deli-



Refresco tem novos sabores

ciosa, fácil e rápida de preparar para as refeições em família ou durante os lanches e, o que é melhor, com preço justo", afirma Gabriel J. Cherubini, vice-presidente da Yoki.

SOLIDARIEDADE

## Fundação Toyota auxilia vítimas das enchentes do Rio

A Toyota do Brasil, juntamente com seu braço social, a Fundação Toyota do Brasil, finalizou sua campanha solidária que visa contribuir para minimizar os impactos dos danos causados pelas enchentes na região serrana do Rio de Janeiro. A ação solidária, envolvendo os colaboradores de todas as unidades, arrecadou itens de primeira necessidade e os entregou à Cruz Vermelha de São Paulo – responsável pela distribuição dos produtos.

Na unidade de São Bernardo do Campo e no escritório comercial de São Paulo foram arrecadadas duas toneladas de produtos entre alimentos de

consumo imediato, água e produtos de higiene e limpeza. Na planta de Indaiatuba, foram arrecadados 730 kg de suprimentos.

Além das unidades fabris, o Banco Toyota, a Abradit (Associação Brasileira dos Distribuidores Toyota) e a Divisão de Empilhadeiras da empresa também contribuíram com a campanha, arrecadando 800 kg de produtos.

No total, a ação interna da Toyota do Brasil conseguiu doar para as vítimas das enchentes 3.500 toneladas de itens de primeira necessidade. O material colhido foi enviado no início do mês de fevereiro.

NOTEBOOKS

## Linha de notebooks Vaio ganha três novos representantes

A linha de notebooks Vaio recebe, a partir de fevereiro, mais três novos representantes. A série E passa a contar com o VPC-EE45FB e o VPC-EE43EB como novos integrantes e a série F com o VPC-F135FB. Estes notebooks chegam ao Brasil para oferecer desde comodidade para o desempenho de tarefas básicas do dia-a-dia até a mais alta performance em processamento, som e imagem.

Os modelos EE45 e EE43 possuem, respectivamente, os processadores AMD Athlon I Dual-Core P360 (2.3GHz) e AMD Turion I Dual-Core 560 (2.5 GHz), responsáveis pelo excelente desempenho operacional. Ambos contam com a placa gráfica integrada ATI Mobility Radeon HD 4250 Graphics, para que o usuário tenha a mais alta qualidade de imagem. O EE43 vem com sistema operacional Windows® 7 Home Basic e está disponível na cor branca. Já o EE45 oferece o Windows 7® Home



Série E passa a contar com novos integrantes a partir deste mês

Premium e pode ser encontrado nas lojas na cor preta. Os dois dispõem de tela com a tecnologia LED, disco rígido de 500GB, memória de 4GB e tela de 15 polegadas.

A série F é ideal para quem procura maior capacidade para armazenar suas fotos e vídeos. Devido à tecnologia Intel® Turbo Boost, o processador Intel® Core i5 adapta automaticamente a velocidade de

acordo com as tarefas ativas. Graças a ele, diversos programas podem ser abertos simultaneamente, sem causar problemas de interrupções. Além disso, este notebook tem tela Full HD e permite a execução de mídias em Blu-ray™. Seu disco rígido apresenta 640GB, a memória tem 6GB e o sistema operacional é o Windows® 7 Home Premium. Disponível na cor preta.

Para proporcionar ao usuário o melhor aproveitamento de seu conteúdo multimídia, o novo modelo da série F conta com os softwares Adobe Photoshop Elements e Adobe Premier Elements para edição de fotos e vídeos.

Todos os lançamentos possuem câmera e microfone integrados, wi-fi, até 3 horas de duração de bateria padrão, teclado isolado e a tecla Assist para acesso rápido e fácil à central de soluções Vaio Care. Esta central sugere atualizações e soluções para manter o produto sempre pronto para o uso. Além disso, a saída HDMI permite ao usuário transmitir imagens de seu Vaio diretamente para uma TV Bravia.

O EE43 tem preço sugerido de R\$ 2.299,00, o EE45, de R\$ 2.499,00, enquanto a série F será comercializada por R\$ 4.999,00. Todos os produtos podem ser adquiridos pelo www.sonystyle.com.br, nas lojas Sony Style e nas revendas autorizadas.

ENTRETENIMENTO

## Sony reposiciona preços de home theaters e blu-rays



Marca reposicionou preços para ganhar ainda mais mercado

A Sony Brasil tem a linha Bravia Theatre, de home theaters e Blu-ray players, como um dos grandes focos para este ano. Para ganhar ainda mais mercado, a marca reposicionou o preço de três produtos com diferenciais tecnológicos. Um deles é o home theater BDV-F500, que reproduz Blu-ray 3D.

O produto passa de R\$ 1.999,00 para R\$ 1.799,00. Por meio da tecnologia Bravia Internet Video é possível acessar conteúdos da internet, de provedores parceiros da Sony. Neste aparelho também é possível ouvir as músicas de seu iPod ou Walkman e usar a tecnologia

DLNA, tudo com um design moderno.

Já a linha de Blu-ray players passa por duas mudanças. O modelo BDP-S370 passa de R\$ 599,00 para R\$ 549,00. Qualidade de imagem Full HD e Internet Video são algumas de suas características.

O player BDP-S470 traz o máximo da experiência em 3D agora por apenas R\$ 699,00, aumentando ainda mais seu custo x benefício. Compacto e elegante, com este aparelho, além de assistir a filmes em 3D, é possível se conectar à internet e acessar provedores de conteúdo como YouTube, terra, SBT entre outros.