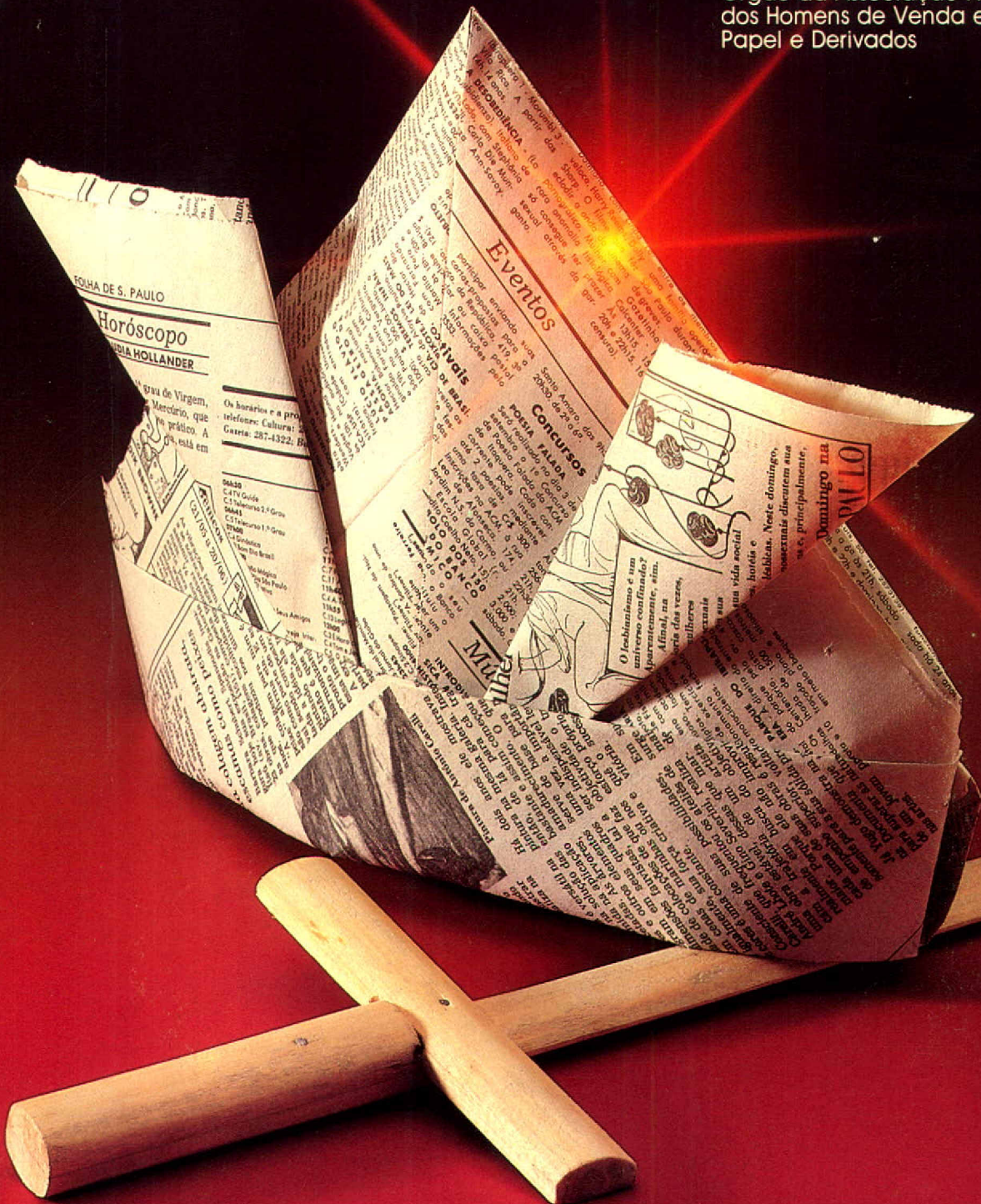


anave

ano 7 número 33
Órgão da Associação Nacional
dos Homens de Venda em Celulose,
Papel e Derivados



Quem luta sempre consegue.

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente:

Paulo Vieira de Souza

Vice-Presidentes:

Carlos Pontinha Pereira, João Bignardi Netto,
Roberto Barreto Leonardos

Diretores:

Antonio Carlos Rigotti, Antonio Paulo Coracio
Martino, Gerson Sidney Jorge Netto, Hercules
Coelho do Nascimento, José Carlos Francez,
José Tayar, Marco Antonio Palazzo Roman
Novaes, Nicolau César Coimbra, Paulo Bianco
Standerski, Wagner Alberto Assumpção,
Wagner Martins Olivares

Conselho Deliberativo:

Presidente:

Neuvir A. V. Colombo Martini

Vice-Presidente:

Antenor Geraldo

Secretário:

A. Júlio Guimarães de Paula

Conselheiros

Agenor Gonzaga Cesar, Alberto Fabiano Pires,
Archivaldo Reche, Caetano Labatte,
Carlos Alberto Pedroso, Celestino Ernesto
Giusseppe Fioretti, Cláudio Luiz Vieira,
Cláudio Umurutan Zago, Dirceu de Barros
Milanese, Donaldo Soares, Ericeu Antonio
Graziani, Fernando Grassia Filho, Izmar Costa
Camargo, Jairo Joelsas, José Abreu Valente,
José Campos Filho, Manoel Cardoso de
Mendonça, Maurício Carlos Alarcão,
Oswaldo Ferrari, Pascoal Spera, Paulo Cesar
Angelo de Brito, Rubens Knoll, Waldir Gomes,

Conselheiros Natos:

Antonio Pulchinelli, Antonio Roberto Lemos
de Almeida, Armando Mellagi, Ciro Torcinelli
de Toledo, Silvio Gonçalves

LEIA

EDITORIAL

VIII FORUM A BUSCA DE RESULTADOS POSITIVOS

LUIZ CHALOUB É HOMENAGEADO

A CRISE DA ECONOMIA BRASILEIRA E SUAS SOLUÇÕES

O MOMENTO CERTO PARA ALERTAR

PREVISÕES POSITIVAS NO DESEMPENHO DAS EXPORTAÇÕES

OS REFLEXOS DA ATUAL FASE NAS ATIVIDADES EMPRESARIAIS

UM RELACIONAMENTO REGIDO PELA LEI DA GRAVIDADE

AMPARO À CULTURA UM DEVER DO ESTADO

PADRONIZANDO A MATÉRIA PRIMA DA EMBALAGEM

HARMONIA NAS ATIVIDADES MERCADOLÓGICAS

CONFIANDO NO SER HUMANO

LIVROS

PONTO DE VISTA

EXPEDIENTE
anave
an

Diretor
Paulo Vieira de Souza
Coordenador
Gerson Sidney Jorge Netto
Colaboradores
Neyde Rosa Bonfiglioli
Jornalista Responsável
Gracia Martin
Reg. Prof. nº 14.051

Diagramação e Arte
Clodowaldo Canzian
Wilson R. Carvalho
Composição e Fotolitos
Artem Publicidade Ltda
Rua Artur Azevedo, 647
Fone: 282-8915
Impressão
Editora C.Q. Ltda

Redação e Publicidade
Rua Alabastro, 165
São Paulo - SP
Fone: 279-8570
Tiragem
5.000 exemplares
Distribuição Gratuita
Os artigos assinados são
de responsabilidade dos
signatários.

NOTA: Agradecemos
à Grafite Propaganda
e Publicidade Ltda.
pela criação da capa
e registramos nosso
reconhecimento ao
conselheiro Caetano
Labatte por seu em-
penho na edição des-
te exemplar.



A garra. A força para vencer as dificuldades é própria do homem. Nos momentos mais difíceis vamos encontrar forças que não sabemos possuí-las.

Isso data de longo tempo, desde quando os persas, pela 2ª vez invadiram a Grécia.

Na ocasião o governo ateniense, considerando suas tropas impotentes para combatê-los, pediu auxílio a Leônidas, rei da pequena Esparta.

Este possuía apenas 300 homens, que foram postos na linha de frente, para segurar o ataque inimigo.

Os persas tentaram demover Leônidas da idéia de enfrentá-los avisando-lhe, através de um mensageiro, que eles possuíam tantas flechas que uma vez lançadas, elas tampariam a luz do sol.

Ao que Leônidas decidido respondeu:

— Melhor, assim combateremos à sombra!

Essa atitude firme e decidida prova que:

— QUEM LUTA SEMPRE CONSEGUE.

**NOSSA
CAPA**

ASSOCIADOS PATROCINADORES

Abeto Embalagens Ltda.
Agassete Comércio e Indústria Ltda.
Antonio A. Nano & Filhos Ltda.
Aspag – A São Paulo Artes Gráficas Ltda.
Brasiltote Indústria de Papéis Ltda.
Caderbrás – Ind. Brasileira de Cadernos Ltda.
Cartonagem Flor de Maio S/A.
Castioni & Cia. Ltda.
Celulose Irani S/A.
Champion Papel e Celulose S/A.
Cia. De Zorzi de Papéis
Cia. Industrial de Papéis Pirahy
Cia. Nacional de Papel
Cia. Suzano de Papel e Celulose
Empax Embalagens S/A
Estabelecimento Gráfico Colombini Ltda.
Fábrica de Celulose e Papel da Amazônia S/A –
Facepa
Fábrica de Papel e Papelão N. Sra. da Penha S/A.
Fornecedora de Papel Forpal S/A.
Gráfica Editora Hamburg Ltda.
Gráfica Linel Ltda.
Gretisa S/A. Fábrica de Papel
Hobrás Indústria de Papéis Ltda.
Indústria e Comércio Artepapel Jabaquara Ltda.
Indústria de Papel Gordinho Braune Ltda.

Indústria Gráfica Feroni Ltda.
Indústria de Papelão Horlle S/A.
Indústrias Bonet S/A
Indústrias Klabin do Paraná de Celulose S/A.
Indústrias de Papel Simão S/A.
Irmãos Anitablian
Kassuga do Brasil Ind. de Papel Ltda.
Kurt Neumann Com. e Ind. de Papel S/A.
Lalekla S/A Comércio e Indústria
Madeira Miguel Forte S/A.
Max Indústria de Embalagens Ltda.
M. D. Nicolaus Indústria de Papéis Ltda.
Nebraska Papéis Industriais Ltda.
Neyde Rosa Bonfiglioli
Ogra Indústria Gráfica Ltda.
Papel e Celulose Catarinense Ltda.
Propasa Produtos de Papel S/A.
Ripasa S/A – Celulose e Papel
Sacotem Embalagens Ltda.
Safelca S/A Indústria de Papel
Samab – Cia. Indústria e Comércio de Papel
Santa Maria Cia. de Papel e Celulose
Santo Alberto Artes Gráficas e Editora Ltda.
Schneider Papel Embal. Ltda.
Waldomiro Maluhy & Cia.
Wexpel Indústria e Comércio Ltda.

ASSOCIADOS COLABORADORES

Asahi – Indústria de Papel Ondulado Ltda.
Associação Nacional dos Aparistas de Papel - Anap
Braspap – Cia. Brasileira de Papel
Cartonagem Diana Ltda.

Escala Sete Editora Gráfica Ltda.
Leone Consultoria Industrial Ltda.
Marideni – Embalagens e Artes Gráficas Ltda.
Vieira & Neves Comércio e Serviços Ltda.

EDITORIAL

Nesta edição, a Revista ANAVE apresenta as palestras proferidas no VIII FORUM DE ANÁLISE DO MERCADO DE CELULOSE, PAPEL E ARTES GRÁFICAS.

A palestra inaugural foi proferida pelo Prof. Luiz Carlos Bresser Pereira, presidente do BANESPA, que, no seu primeiro pronunciamento após assumir o comando de um dos maiores conglomerados financeiros do País, discorreu sobre as dificuldades brasileiras com relação ao balanço de pagamentos, inflação, e desenvolvimento do mercado interno.

Em adição ao brilho e intensa repercussão que emprestou ao VIII FORUM da ANAVE, a apresentação do Professor Bresser se insere dentro dos objetivos estabelecidos pela Diretoria Executiva e pelo Conselho da nossa associação, que prevêem uma participação ativa da entidade nos cenários político e empresarial da Nação. Neste sentido, outras personalidades serão convidadas a participar dos eventos programados pela ANAVE.

Um forum implica em debates. Assim, procuramos trazer às palestras dos dias seguintes as posições às vezes antagônicas dos diversos setores que compõem a fabricação, conversão e distribuição de papéis e cartões. A leitura atenta das conferências e dos debates aqui transcritos despertará as principais dificuldades, bem como as oportunidades a serem enfrentadas pelos participantes deste segmento da economia que representa cerca de 150.000 empregos diretos, e cujo faturamento perfaz anualmente cerca de Cr\$ 10 trilhões.

Finalmente, queremos agradecer aos conferencistas, mediadores e debatedores, além de todos aqueles que participaram na organização do evento, a forma desinteressada e pronta com que se envolveram nesta realização e que resultou no seu inequívoco sucesso.

a diretoria

A busca de resultados positivos

Figuras proeminentes do setor celulósico e papeleiro constituíram a mesa de abertura do VIII Fórum de Análise, destacando-se a presença do professor Luiz Carlos Bresser Pereira, presidente do Banespa, o convidado de honra do evento.



Com o objetivo de proporcionar ao setor de papel, celulose e artes gráficas, um inter-relacionamento que leve à análise dos problemas que na atual fase envolvem as atividades dessas importantes áreas, esperando obter resultados que beneficiem a toda a comunidade nacional, a ANAVE – Associação Nacional dos Homens de Venda em Celulose, Papel e Derivados, promoveu de 25 a 27 de maio deste ano, no Auditório “Brasílio Machado Neto”, do Senac, o VIII FORUM DE ANÁLISE DO MERCADO DE CELULOSE, PAPEL E ARTES GRÁFICAS.

O evento que há oito anos vem sendo promovido pela entidade, já tendo se tornado tradicional no calendário de atividades, teve como temática central “A Nova Realidade”. Também neste ano, houve grande repercussão e êxito junto aos empresários, administradores e técnicos do setor, bem como junto às autoridades governamentais, que com o apoio do debate aberto à participação, puderam ampliar e dimensionar as posições propostas.

O grande público que prestigiou a abertura solene do conclave, presidida por Paulo Vieira de Souza, presidente da Diretoria Executiva, não poupou elogios à organização e ao nível dos conferencistas, que nos dias subsequentes desenvolveriam temas cuidadosamente elaborados pela Diretoria Cultural, em conjunto com os demais membros dos órgãos dirigentes

da entidade.

Compondo a mesa nesse primeiro dia, estiveram Horácio Cherkassky, presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose; Luiz Chaloub, presidente da Gretisa S/A; Abrahão Zazur, diretor do Grupo Ripasa; Adhemar Magon, gerente geral financeiro da Cia. Suzano de Papel e Celulose; Paulo Bastos Cruz, diretor do Grupo Ripasa, além do convidado de honra professor Luiz Carlos Bresser Pereira, presidente do Banco do Estado de São Paulo S/A.

O presidente da ANAVE abriu solenemente o evento, convidando a todos para ouvirem o Hino Nacional. Após a execução do Hino, Paulo Vieira passou a palavra ao professor Bresser Pereira, para que este proferisse a palestra inaugural.

Os aspectos tratados na mensagem do presidente do Banespa, de caráter social, econômico e político, alcançou grande repercussão junto aos presentes e à imprensa em geral, fato que levou os dirigentes da ANAVE a imediatamente concluir que este fórum havia sido aberto com chave de ouro.

Os temas “O Novo Comportamento de Compras do Setor”, “A Nova Mentalidade de Marketing e a Importância do Homem de Vendas”, “Exportações e Substituição de Produtos Importados” e “Evolução de Custos nas Áreas Financeira e Industrial”, foram abordados no segundo

dia do conclave, pelos conferencistas João Fábio de Carvalho Serapião, superintendente de suprimentos da Indústria de Papéis de Arte José Tscherskassky (Toga); Felício Benatti, diretor de Marketing do Grupo Ripasa; Raul Calfat, superintendente comercial das Indústrias de Papel Simão, e Boris Tabacof, diretor administrativo e financeiro da Cia. Suzano de Papel e Celulose, respectivamente. Essas conferências destacaram a nobre posição que o setor de papel, celulose e artes gráficas ocupa no contexto econômico da Nação.

No último dia as análises foram setoriais, e quatro segmentos tiveram a oportunidade de manifestarem suas opiniões. O primeiro deles, Setor de Formulários Contínuos, foi apresentado pelo diretor da Gráfica Bradesco, Oswaldo de Moura Silveira; em seguida o professor Ricardo Feltre apresentou considerações sobre o Setor de Livros e Revistas, que foram elaboradas pelo presidente da Câmara Brasileira do Livro, Mário Fittipaldi. A terceira palestra versou sobre o Setor de Embalagens, e foi conduzida pelo engenheiro Thomaz Caspary; finalizando, Jorge Madi, diretor da Papéis Madi S/A, analisou o Setor de Distribuição.

Ao encerrar o evento, Paulo Vieira convidou para integrar a mesa todos os membros da Diretoria Executiva, o presidente do Conselho Deliberativo, os conselheiros natos, e também o conselheiro Alberto Fabiano Pires, em reconhecimento pela grande colaboração que o mesmo prestou, sempre estando presente às reivindicações dos diretores.

Após formada a mesa, o presidente da ANAVE dirigiu sensíveis agradecimentos ao público, aos diretores e a todos os que cooperaram para a concretização desse empreendimento, e concluiu com um breve discurso, onde salientou uma mensagem de incentivo e esperança, disse ele:

— Associemo-nos realmente à ANAVE, e façamos dela o batalhão dos vendedores do Brasil, para unidos assumirmos nosso posto na luta pela vida. Não nos esqueçamos jamais, que ninguém é uma ilha, somos todos necessários uns aos outros, e que da nossa unidade, da nossa cooperação e trabalho, depende o futuro da humanidade.

Um agradável coquetel, que proporcionou um maior entrosamento entre os presentes, foi servido no final de cada dia de trabalho

Gracia Martin

Luiz Chaloub é homenageado

Neste ano, pela primeira vez, a Diretoria Executiva da ANAVE decidiu realizar, no dia da abertura solene do VIII Fórum de Análise, uma homenagem a alguma personalidade do setor de celulose e papel, que com suas atividades tenha proporcionado o desenvolvimento desse mercado dentro do contexto econômico e industrial do País.

E a escolha foi difícil. Pensou-se em alguém que houvesse prestado relevantes serviços ao setor; alguém que desde longa data desempenhasse atividades nesse mercado; alguém que houvesse cooperado para o fortalecimento das entidades de classe que defendem os interesses de empresários e empregados; enfim pensou-se em escolher um leal amigo.

Pesquisando o homem que somasse todas essas qualidades, surgiu o nome deste, que pelo esforço, pela dedicação, pelo mérito e pelas sensatas atitudes que caracterizaram seu desempenho profissional, mereceu a honra de ser o homenageado: LUIZ CHALOUB.

O transcorrer da solenidade foi marcado por intensa emoção, especialmente no momento em que o presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose, Horário Charkassky, ofereceu ao homenageado, em nome da ANAVE, a placa símbolo do reconhecimento do setor pela fidelidade que sempre caracterizou a vivência de Chaloub no mercado papeleiro.

No início da cerimônia, Cherkassky apresentou alguns dados da vida de Luiz Chaloub, ressaltando as qualidades que o fizeram merecedor da homenagem, que se concretizava, disse ele, "é um homem que em todas as ocasiões deu-nos uma cooperação ampla, nas lutas que tivemos nas associações de papel que participamos, e eu acredito que essa homenagem que hoje se faz a essa figura, é a homenagem que fala diretamente ao coração, porque ele acima de tudo, tem um sentimento de fidelidade, um sentimento de amor, um sentimento de dedicação, que eu acho

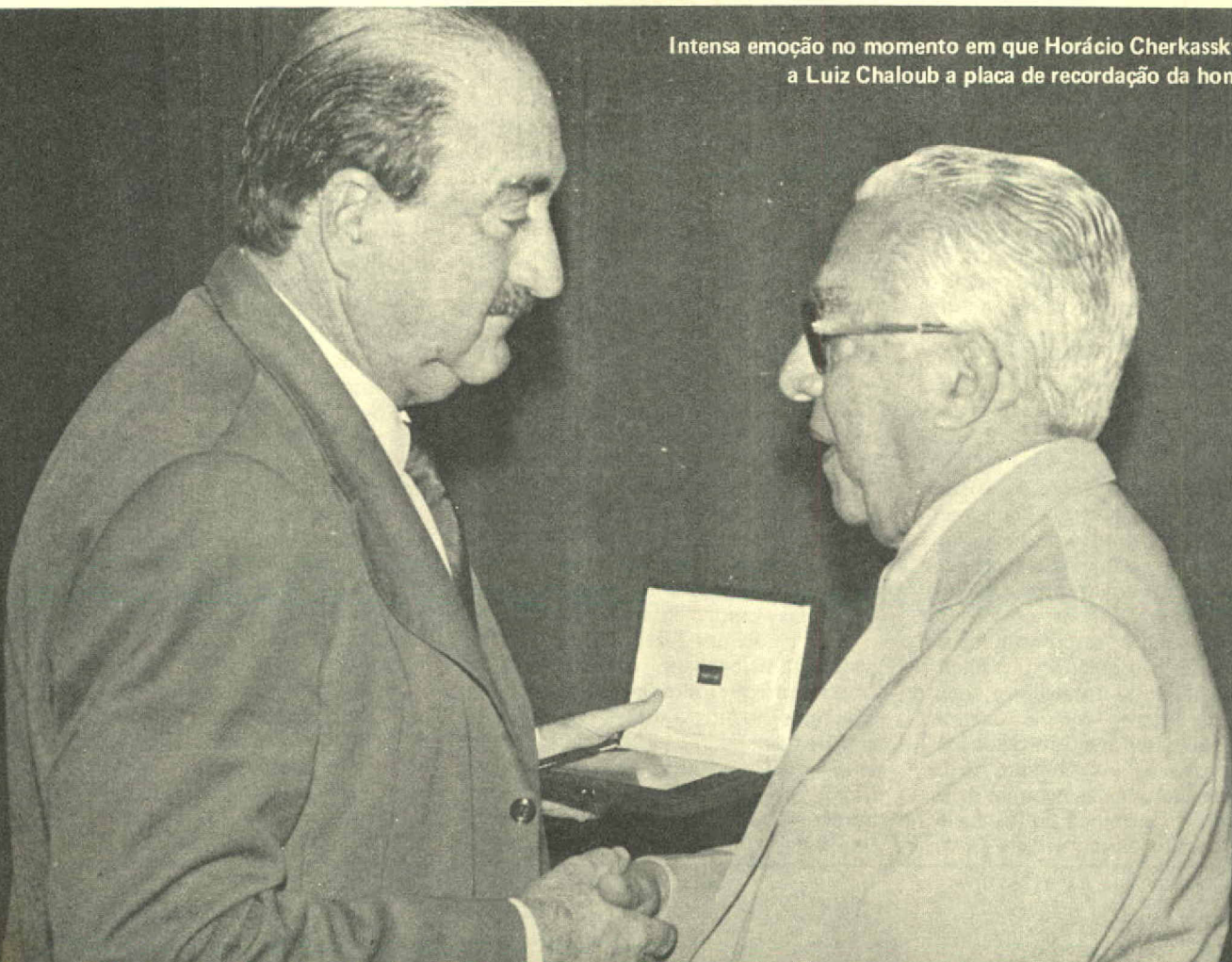
que é o fator mais importante para a sociedade atual".

Comovido e surpreso, foi como se declarou Luiz Chaloub, ao agradecer a homenagem. Ele encerrou o agradecimento dizendo, "quero mais uma vez agradecer à ANAVE, e pedir permissão de dividir essa homenagem com todos aqui, porque todos tem as qualidades nas quais eu me nortiei. Agradecer mais uma vez a presença dos membros da mesa, agradecer ao Horário as super amáveis inflacionadas palavras de elogio e terminar dizendo, que com a equipe de nossa firma, se nós não fizemos uma empresa grande, fizemos uma grande empresa. Muito obrigado."

Durante a solenidade, Cherkassky recordou também, a figura de Omar Simão Racy, amigo íntimo tanto de Luiz Chaloub, quanto do presidente da ANFPC, destacando que o sentimento para com o próximo e a amizade desse amigo comum. Foi o elo de ligação que fez com que através dos anos eles se mantivessem unidos e amigos.

Gracia Martin

Intensa emoção no momento em que Horário Cherkassky oferece a Luiz Chaloub a placa de recordação da homenagem.



A crise da economia brasileira e suas soluções

LUIZ CARLOS BRESSER PEREIRA, presidente do Banco do Estado de São Paulo S/A, ao proferir a palestra inaugural do VIII Fórum de Análise da ANAVE, apresentou uma profunda análise da evolução político-econômica brasileira, e sugeriu medidas econômicas para a solução da atual crise, defendendo porém, a necessidade de condições fundamentais para que essas reformas possam ser aplicadas: Coragem, Imaginação, Competência e fundamentalmente, Legitimidade Política.

Bresser Pereira: "Temos uma crise econômica grande, séria, pela frente."



Houve uma mudança muito grande nesses últimos dez anos nas preocupações da sociedade brasileira a respeito dos problemas econômicos.

Há dez anos atrás, em 1973, para o Governo, a preocupação era a de um Brasil-Potência. Era acumular para depois dividir. E era também desenvolver a indústria de bens de capital.

Para a oposição a idéia só coincidia com relação ao último objetivo: achava-se importante desenvolver a indústria de bens de capital, mas a prioridade fundamental, naquela época, já era a de distribuir a renda. Já se percebia que se estava cavando um fosso extremamente grave no País, com aquele processo de acumulação que vinha sendo realizado a favor de poucos, acompanhado de um processo de endividamento muito grande no exterior.

Dez anos depois os assuntos mudaram. Para o governo, o problema fundamental transformou-se em restabelecer o crédito junto ao setor externo, com isso, arriscando-se a se submeter às políticas do FMI. Esse é o problema fundamental do Governo e toda sua política econômica está montada sobre essa busca do restabelecimento do crédito perdido. Para a oposi-

ção não é mais a concentração de renda o problema fundamental, ainda que, esse problema continue sendo gravíssimo neste País. O problema fundamental é o desemprego, além da ameaça de desindustrialização ou estagnação econômica a longo prazo que nosso País sofre. Realmente, não há dúvida alguma de que são o desemprego e a ameaça de desindustrialização os dois grandes problemas que nós enfrentamos hoje.

O problema de restabelecermos ou não o nosso crédito com o FMI é meramente um problema instrumental que devemos discutir com calma até que ponto e de que forma vale a pena ser feito.

Uma coisa importante é saber porque estamos nessa crise. Quais são as causas fundamentais desse desemprego, quais são as causas fundamentais dessa situação.

Não desejamos fazer aqui uma análise histórica. Essa análise já foi feita muito amplamente e todos já conhecem. Não queremos discutir o modelo de desenvolvimento ou padrão de acumulação existente no Brasil, ou a natureza do capitalismo dependente, estatizado e tecnoburocrático que existe no Brasil. Preferimos deixar esse tipo de discussão que

também está um pouco fora de moda, não porque tenha deixado de ser válida, mas porque já foi muito debatida e já é do conhecimento de todos.

Temos agora problemas mais prementes e mais atuais para enfrentar.

Temos uma crise econômica grande, séria, pela frente. Então, queremos ficar mais numa análise econômica de causas mais de curto prazo, sem evidentemente esquecer que as causas estruturais de longo prazo são fundamentais. Entre essas causas de curto prazo, há duas ou três que normalmente os economistas ortodoxos citam como sendo as fundamentais da crise que estamos enfrentando: em 1º lugar o déficit público. O déficit público, o excesso de despesas em relação à receita do Estado; o excesso de despesas de investimento e de consumo do Estado e da população.

O excesso de despesa sobre a receita do setor público e o excesso de despesa da sociedade teriam provocado não somente a inflação e a dívida pública, mas também, a dívida externa. Teriam provocado a inflação, a dívida externa e a dívida pública.

Então, surge o pensamento linear, simples, fácil de entender: o déficit público é o nosso grande mal e a grande solução para o problema é nós acabarmos com o déficit público.

Vamos liquidar com o déficit público e os nossos males estão resolvidos.

Gostaríamos de salientar que essas não são causas verdadeiras. Estamos criando bodes expiatórios para os nossos problemas, e não estamos compreendendo a natureza mais profunda desta crise que enfrentamos. Claro que poderíamos escapar pelo seguinte: vamos saber quais são as causas do déficit público e então acabaríamos concordando que o déficit público é problema fundamental.

Mas vejamos em relação à inflação, por exemplo, qual é o raciocínio que fazem os Economistas Ortodoxos; qual é o raciocínio que fazem os Economistas do FMI, e que levam as pessoas a dizerem que o déficit público é o grande problema. Esse é o diagnóstico do FMI, o raciocínio dos Economistas Ortodoxos. É

o raciocínio que, infelizmente, fazem alguns empresários, alguns economistas e alguns estudantes, que criticam fortemente a política econômica do governo, mas que depois fazem a mesma coisa, porque não têm um instrumental alternativo analítico para pensar no assunto. O raciocínio é muito simples: o Brasil tem déficit; o Governo através de seus órgãos de administração direta, ou através das suas empresas estatais gastou mais do que podia; gastou mais do que suas receitas e para isso teve que aumentar a quantidade de moeda. Aumentou a demanda; aumentando a quantidade de moeda, implicou outra vez em aumento e em demanda agregada; isso aumentou os preços, incentivando-se a inflação. Raciocínio, simples, fácil, elementar. Acontece que, há vários e vários anos, a quantidade de moeda nesse País cresce menos do que cresce a inflação.

Atualmente, por exemplo, enquanto a inflação está em 140% ou 142% (Quadro 1) se nós considerarmos os últimos 12 meses (deve estar em quase 240% se nós analisarmos os últimos três meses) o aumento da quantidade de moedas não está em mais do que 87%. Como é que se explica isso? Se é o déficit público que causa o aumento da quantidade de moeda e a quantidade de moeda é que causa a inflação, como é que a quantidade de moeda pode ser muito menor do que a inflação? É pelo menos estranho o proble-

PERÍODO	MEIOS DE PAGAMENTO (1)	BASE MONETÁRIA (2)	ÍNDICE GERAL DE PREÇOS (COL. 2) (3)	CRESCIMENTO DOS MEIOS DE PAGAMENTO E BASE MONETÁRIA SOBRE O IGP (*)	
				(4)	(5)
1971	32,3	36,3	19,3	67,4	88,1
1972	38,3	18,5	19,5	96,4	-5,1
1973	47,0	47,1	15,5	203,2	203,8
1974	33,5	32,9	34,6	-3,2	-5,0
1975	42,8	36,4	29,4	45,6	45,5
1976	37,2	49,8	46,2	-19,5	7,8
1977	37,5	50,7	38,8	-3,4	30,7
1978	42,2	44,9	40,8	3,4	10,0
1979	73,6	84,4	77,2	-4,7	9,3
1980	70,2	56,9	110,3	-36,4	-48,5
1981	74,7	69,9	95,1	-21,5	-26,5
1982	69,7	86,8	99,7	-31,1	-13,0
1983 (1º sem.)	25,0	26,3	89,6	-72,1	-70,7
(*) (4) obtido por $\left(\frac{(1)}{(3)} \cdot 100 \right) - 100$ (5) obtido por $\left(\frac{(2)}{(3)} \cdot 100 \right) - 100$					

ma. A única coisa que podemos sugerir obviamente, é que a coisa é inversa, esse aumento da quantidade de moeda é que é consequência da inflação.

Se temos uma inflação que está ocorrendo em um certo patamar, patamar esse garantido por um processo de correção monetária, de indexação da economia, de um lado, e, por outro, pelo fato de que os trabalhadores e as empresas já estarem perfeitamente acostumados à in-

flação e rapidamente reajustarem seus preços quando esta ocorre, para não perderem a luta distributiva, então é fácil entender, que dado o patamar da inflação — vamos dizer que 120% ou 140% agora — é preciso que a quantidade de moeda aumente correspondentemente. Mas, aumente atrás. Se não aumentar como consequência dessa inflação em curso, o que acontecerá? Acontecerá que haverá uma grande crise de liquidez, pois a moeda é

CADERNOS

**Cadernos,
Papel Almaco,
Bobinas para
Máquinas de
Calcular, Blocos e
Envelopes Comerciais**

**INDÚSTRIA BRASILEIRA DE CADERNOS LTDA.
AV. NOVO BRASIL, 615 - FONE : 913-3288**

uma espécie de lubrificante da economia. E então teremos falências, concordatas, desempregos, que nós estamos tendo de fato. Isso que estamos vendo é uma crise de liquidez, porque a quantidade de moeda não cresce ou cresce menos, o que é óbvio. Mas, é óbvio que eu não posso considerar o aumento da quantidade de moeda como a causa dos nossos males, como a causa da inflação. Não há demanda agregada, sustentada, provocando aumento de preços neste País. É o déficit público: o raciocínio, é quase o mesmo.

Como é que vamos aumentar a quantidade de moeda, se estamos com a inflação já há alguns anos em torno de 100%. Com a inflação nesse nível, precisamos aumentar a quantidade de moeda próximo disso. Aumentando sem elevar o déficit público, reduzindo o compulsório, ou fazendo uma política de Open-Market, por exemplo, e nesse sentido, aumentando o crédito de um modo geral.

Mas é óbvio, que é mais fácil para o Governo, dadas as pressões que ele sofre, controlar a quantidade de moeda, reduzindo ou controlando a quantidade de crédito, e aumentar o déficit público. Mas de qualquer forma, o déficit público vem atrás novamente, para sancionar, da mesma maneira que a moeda vem para sancionar uma inflação existente. Então qual é o problema? Então, onde é que está nossa fundamental dificuldade? Nossa fundamental dificuldade, a causa fundamental imediata da nossa crise atual, do desemprego e da estagnação econômica, é o alto nível da dívida que nós temos: tanto a dívida externa quanto a dívida interna.

Poderíamos dizer que inicialmente a dívida interna nasceu do fato de o Governo ter gasto mais do que sua arrecadação fiscal, lançando mão de títulos públicos para cobrir tal déficit. As empresas públicas se propuseram a realizar obras dispendiosas que necessitavam de grandes somas de recursos, mas geralmente recursos em cruzeiros que não viriam de sua receita e nem de fundos oriundos da arrecadação fiscal, pois o Governo não parecia disposto a elevar a carga tributária optando pela alternativa de recursos tomados ao mercado. Contudo, a partir de 1974 surgiu novo problema para o Governo: a crise do petróleo pegou o Brasil desprevinido, uma vez que o País tinha todo seu setor de transporte e o carro-chefe de sua indústria edificados sobre o petróleo barato. A opção governamental, então, foi a de continuar a importar petróleo, ainda que a receita cambial das exportações não pudesse cobrir o excedente de gastos proporcionado por preços do óleo quase quatro vezes maiores. A solução foi comprar petróleo com dólares provenientes de financiamentos de agências e de bancos estrangeiros. Como geralmente tais instituições davam preferência a financiamentos de projetos com garantia governamental, criava-se assim mais um canal de estímulo aos grandes

projetos de investimentos, como Tucuruí, Carajás, Ferrovia do Aço, Usinas Atômicas e outros que já saíram, há muito, das manchetes da imprensa.

Assim o Governo viu uma saída momentânea para a crise de então: obtinha financiamento em dólares do exterior que transformava em cruzeiros para seus projetos, na época chamados de "mamutes" pelo grande porte que possuíam, e com esses dólares comprava petróleo.

Por outro lado, complementava os recursos necessários em cruzeiros para o financiamento de seus déficits através do lançamento de títulos públicos.

Endividou-se, portanto, quando a taxa de juros era baixa e imaginava-se que a taxa de retorno de alguns desses investimentos seria muito maior do que a taxa de juros que estava sendo cobrada. Houve um processo forte de endividamento das empresas estatais, ao invés de se aumentar os impostos, já que se queria aumentar os investimentos públicos.

Agora isso é coisa passada. Esse proces-

so de déficit público causado pelo excesso de despesa, por grandes projetos, pela idéia do Brasil Potência, é coisa dos anos 70. É coisa que foi fundamentalmente até 1977. Depois disso, ainda houve um momentozinho em 80, mas aí é um equívoco do nosso Ministro e, de um modo geral, a partir de 1977, nós abandonamos a idéia do Brasil Potência. Mas, já naquela época tínhamos uma dívida interna suficientemente grande, para agora inverter esse processo da mesma forma que referimos ao fato de o aumento da quantidade de moeda e o déficit público serem variáveis endógenas causadas pelo patamar da inflação. Podemos, assim, pensar também numa segunda idéia fundamental: é de que, hoje, boa parte do déficit público e certamente todo o déficit do balanço de pagamentos serem devidos à dívida anterior que, é um estoque que se transforma em fluxo, através dos juros.

A dívida é um estoque, o pagamento dos juros é um fluxo. Esta dívida, (Quadro 2) absolutamente extraordinária, que

A - DÍVIDA EXTERNA

(Em Cr\$ Milhões)

ANOS	DÍVIDA BRUTA (*)		SERVIÇO DA DÍVIDA (2)	EXPCR-TAÇÕES (3)	(2)/(3) (%)	RESERVAS INTERNACIONAIS	DÍVIDA LÍQUIDA (4)	(4)/(3) %
	VALOR (1)	%						
1973	12.572	-	2.577	6.199	42	6.416	6.156	99
1974	17.166	36,5	2.595	7.951	33	5.269	11.897	150
1975	21.171	23,3	3.666	8.670	42	4.040	17.131	198
1976	25.985	22,7	4.814	10.128	48	6.544	19.441	192
1977	32.037	23,3	6.226	12.120	51	7.256	24.781	204
1978	43.511	35,8	8.122	12.659	64	11.895	31.616	250
1979	49.904	14,7	10.713	15.244	70	9.689	40.215	264
1980	53.847	8,0	13.000	20.132	65	6.913	46.934	233
1981	61.411	14,1	16.657	23.293	72	7.507	53.904	231
1982	69.653	13,4	19.537	20.175	97	3.994	65.659	325

(*) Somente a dívida Bruta Registrada no BACEN. Em 31.12.82 o montante da Dívida não Registrada era de US\$ 13.636 milhões.

FONTE: Banco Central do Brasil

B - DÍVIDA INTERNA

(Em Cr\$ bilhões)

ANOS	DÍVIDA PÚBLICA MOBILIÁRIA INTERNA FEDERAL				PRODUTO INTERNO BRUTO (B)	(A)/(B) %	DÍVIDA ESTADUAL E MUNICIPAL (C)	(A) + (C) (B) %
	ORTN	LTN	TOTAL	TOTAL MENOS CART. BACEN(A)				
1975	60,1	37,4	97,5	80,5	1.052,1	7,7	-	-
1976	84,4	69,5	153,9	145,7	1.680,2	8,7	-	-
1977	119,4	121,1	240,5	204,0	2.523,1	8,1	31,1	9,3
1978	163,4	194,5	357,9	312,6	3.729,8	8,4	46,7	9,6
1979	251,2	270,3	521,5	397,7	6.239,5	6,4	84,3	7,7
1980	589,6	258,8	848,4	616,0	13.104,3	4,7	150,5	5,9
1981	1.986,0	1.101,9	3.087,9	2.274,6	26.832,9	8,5	413,1	10,0
1982	6.399,4	1.463,9	7.863,3	5.464,2	53.150,8	10,3	1.033,8	12,2

FONTE: Banco Central do Brasil

foi criada internamente e externamente, em níveis nunca jamais imaginados que se poderia algum dia conseguir no País, foi devido, de um lado às facilidades de crédito internacional e de outro ao fato de o Brasil possuir ainda um otimismo, algo exagerado em relação ao futuro. Esse endividamento extraordinário realmente não estava previsto em nenhum texto de economia. Não estava previsto em nada e provocou depois um fluxo de juros que está causando agora o déficit público. E certamente está causando inteiramente o déficit nas transações correntes. Porque, devemos recordar, no déficit público existe ainda um déficit real. É um déficit real porque, não foi feito o aumento de impostos que era necessário fazer nesse País. Como não foi feito e como a carga tributária do País é ainda pequena, ao mesmo tempo em que o Governo aumenta fortemente suas responsabilidades por investimentos — e foi o Governo que a partir de 1974 manteve toda taxa de acumulação que houve no Brasil até pelo menos 1980, através de suas empresas públicas, mas sem aumentar correspondentemente os impostos — o que aconteceu obviamente é que houve um déficit financiado por títulos públicos.

Houve ainda um outro motivo para déficit: as eleições do ano passado. Nas eleições, sabemos, os Governos estaduais fizeram gastos extraordinários, principalmente contratando funcionários em grande quantidade. Isso sem a contrapartida de receita causou também aumento de déficit. E ao nível do Governo Federal, a partir de mais ou menos julho/agosto do ano passado, paralisou-se o aumento dos preços do petróleo, dos serviços públicos, etc., também para tentar alguns resultados nas eleições. E consegui. Então, graças a essas manobras, realmente o déficit público aumentou. Os reajustes desses preços e tarifas se verificaram após as eleições, mas tal atraso já deixara sequelas, com ampliação dos déficits das empresas públicas.

Realmente a coisa piorou muito, e hoje em relação aos investimentos, o que o Governo está fazendo é apenas terminando os projetos antigos. Está terminando Tucuruí, está terminando Itaipu, está terminando os projetos absurdos e desnecessários, como a Ferrovia do Aço, mas que, agora, se forem interrompidos, será pior ainda.

Continua fazendo também o Programa Nuclear. Em São Paulo, nós fizemos uma coisa "maravilhosa" como a Paulipetro. O déficit público hoje, é, fundamentalmente, em grande parte, causado por juros antigos. É a dívida que provoca o déficit hoje e não o déficit que provoca a dívida. Antigamente era o déficit que provocava a dívida, mas agora inverteu-se.

Além disso existem os subsídios para a agricultura. Mas, a agricultura é um caso muito particular. Pode-se mexer um

pouco nisso, como pode-se mexer em outros.

Também existem os subsídios ao petróleo, que, no entanto, estão acabando. Acabará. O subsídio ao petróleo é ridículo. Não há nenhum sentido o subsídio ao petróleo. Subsídio à locomoção, de automóveis. . . mas houve, antes das eleições.

Os principais técnicos do Governo e do FMI tentam nos fazer aceitar imediatamente a idéia de que a solução para os nossos problemas é cortar o déficit. No corte ao déficit, o fundamental seria reduzir a demanda agregada. Estamos com a demanda agregada extremamente forte, dizem. Estamos em pleno emprego, em plena capacidade e diante dessa situação triste de déficit.

E, já que essa é a situação, nós precisamos realmente conter a demanda agregada, provocar um pouco de desemprego, provocar um pouco de capacidade ociosa nas empresas. Com isso, o que vai acontecer: vai reduzir-se a taxa de lucro, mas vai reduzir-se também a taxa de juros, porque nas crises a taxa de juros é sempre baixa, e isso os livros textos explicam muito bem explicadinho. Quando acontecer tudo isso, então, a economia se ajusta rapidamente. Já percebemos que isso parece um conto de fadas, mas qualquer professor de economia de bons princípios, que usam livros-textos de boa qualidade, vai ensinar isso. Pelo menos os livros que são usados aí, em qualquer escola, inclusive na nossa.

Muito bem, mas não acontece assim. E se não acontece assim, é porque exatamente existem fatores que estão invertendo as relações. O caso da relação entre o déficit e dívida pública é um desses. O caso entre aumento da quantidade de moeda e inflação é outro. É a inflação que causa aumento de moeda. É a dívida que causa o déficit e não o inverso como pareceria mais óbvio, mais simples, mais linear. Mas, o velho Marx costumava dizer que "Os pensamentos lineares e óbvios são geralmente falsos". Eu acho que o velho Marx devia ter razão a respeito disso. Pelo menos parece que tem hoje.

Esta dívida enorme dividiu o Brasil realmente em dois grupos. Nós podemos sempre pensar que o Brasil está dividido, primeiro entre capitalistas e trabalhadores. E é verdade. País capitalista, contexto capitalista. E as divisões neste caso são muito graves e muito sérias. Pode-se também pensar que o Brasil é dividido entre capitalistas mais tecno-burocratas, versus trabalhadores. Isso foi basicamente o modelo que dominou o Brasil entre 64 e 74/75. Pode-se imaginar uma outra composição política, porque, agora, os capitalistas se aliam a certos setores de trabalhadores e que conflitam com os tecno-burocratas. Isso foi o que aconteceu basicamente a partir de 77 a 79/80, mais ou menos, e que deu base ao processo de abertura.

Essas dicotomias hoje estão confusas.

Essas dicotomias, esses conflitos de classe existem. Não vamos esquecer deles não, pois são fundamentais em qualquer dinâmica do processo capitalista. Mas, hoje existe um outro conflito ou uma outra dicotomia que é fundamental na sociedade: é a dicotomia entre os credores e os devedores. E essa dicotomia é impressionante. Podemos pensar: a existência de credores e devedores é uma coisa muito natural. Em qualquer sistema capitalista que se preze deve haver um grupo de credores e um grupo de devedores. Inclusive o sistema financeiro existe exatamente para servir de intermediário entre esses credores e devedores.

Captar poupança dos credores ou dos correntistas, dos que vivem de renda dos juros e transferi-las para os devedores, ou seja, os empresários, as empresas produtivas, aquelas que investem e que produzem riqueza empregando trabalhadores — novamente voltamos aos livros-textos — para que isto seja verdade, para que se possa funcionar de acordo com essa regra, é fundamental uma coisa: que a taxa de juros seja menor que a taxa de lucro ou a taxa de retorno aparente seja consideravelmente menor. Se isso não acontecer é evidente que esse esquema não funciona. É evidente que ninguém vai investir, que nenhum empresário terá um mínimo de bom senso de investir se souber que a taxa de lucro que espera será bem menor, ou vai ser mais ou menos igual à taxa de juros que pagará. É melhor colocar o dinheiro no "Open-Market", emprestar para o Governo.

Mas aí continuam os nossos amigos especializados em livros-textos, os economistas ortodoxos e bem pensantes, a dizer o seguinte: mas não há problema. A taxa de juros vai ser sempre menor do que as taxas de lucros. A começar porque a taxa de juros é estruturalmente a parte de maior valia que os capitalistas inativos ou rentistas pagam aos capitalistas ativos. Essa é a definição de taxa de juros.

E se isso é verdade, então tem que ser menor. É uma parte do maior. O maior é a mais valia, o menor é a taxa de juros. Bom, por outro lado, o economista, que gosta menos de funções estruturais e essenciais como esta, diz ser assim, mas em termos de mercado. É muito simples também: quando há uma crise a taxa de lucros cai. Mas a taxa de juros cai mais ainda, pois, em todas as crises a demanda por dinheiro diminui. Então não há problema, a economia acaba se recuperando.

Nos livros-textos de Macro-Economia consta que Keynes, nos anos trinta, criticou essa teoria. Disse que a taxa de juros não cai tanto. A taxa de lucros cai, a taxa de juros também cai, mas isso é um fenômeno chamado armadilha de liquidez, que faz, com que a taxa permaneça em baixo, em torno de mais ou menos 2%, em termos reais. Aí nesse momento a taxa de juros torna-se infinitamente elásti-

ca devido a motivos de especulação, de demanda como esta. E então, como essa taxa de juros não cai abaixo de 2% reais, Keynes dizia que isso criava um grave problema para as sociedades capitalistas e a economia não se recuperava. Daí então deduzia que era necessário que houvesse a intervenção do Estado pra fazer os investimentos, através de política fiscal. Somente assim a economia sairia da crise. Automaticamente não poderia fazê-lo.

Pois bem, nem os livros-textos anteriores neo-clássicos, nem Keynes têm razão, porque, o que acontece agora com a nossa crise é que a economia entra em recessão, em desemprego, em capacidade ociosa e a taxa de juros não cai coisa nenhuma. Ela continua alta. E se disser que não aumenta, em vez de estar em 12% está em torno de 30% reais, acima da correção monetária, acima da inflação. Então parece que a teoria realmente não está funcionando. Mas, porque está acontecendo isso, porque a taxa de juros está tão alta assim? E essa taxa de juros alta é extremamente grave, não só porque impede os investimentos, não só porque paralisa a economia, mas também porque torna esta divisão entre credores e devedores, um processo absolutamente explosivo. Agora os credores vão ficar cada vez mais ricos e os devedores vão ficar cada vez mais pobres. E a coisa torna-se insustentável.

A teoria econômica era elegante porque impedia que isso acontecesse. Quem é credor é inativo, é capitalista inativo, é capitalista rentista, ele enriquece, mas enriquece um pouquinho, enquanto que quem enriquece mais são os capitalistas empresários. Os trabalhadores nunca enriquecem acima do capitalista. Esses conseguem alguma coisa, mas essa é outra história, esse é um outro problema que não estamos discutindo aqui.

Mas porque isso não aconteceu, porque a taxa de juros não caiu e porque estamos ficando com essa situação explosiva, entre credores e devedores. Ela não cai fundamentalmente porque é objetivo da política econômica do Governo que ela não caia. Porque o Governo aprendeu que o déficit público é o nosso grande problema e, para reduzir o déficit público, ele precisa conter a demanda agregada e conter a demanda agregada do próprio Governo e das empresas. Para fazer isso o que ele precisa? Ele precisa que a taxa de juros seja alta. Então o que ele faz? Ele faz os limites quantitativos de crédito. Ele impede que os bancos aumentem seus financiamentos. É claro que se os bancos não podem aumentar seus financiamentos, aumentam suas taxas de juros. Em segundo lugar o que ele faz? E, também para evitar a inflação, vende títulos no mercado aberto, no **Open** e com isto pressiona a taxa de juros para cima.

Depois faz o melhor: tabela as taxas

de juros. E, completando o processo, garante a correção monetária plena, quer dizer, em cima de sua taxa de juros aplica correção monetária plena, o que faz com que realmente essas taxas de juros sejam todas reais. Essa é a situação, que está montada fundamentalmente em taxa de juros elevadíssima. E essa taxa de juros elevadíssima está montada em cima de uma dívida interna e uma dívida externa extremamente volumosas.

O que é preciso fazer diante disso? A resposta óbvia, é baixar a dívida e, para baixar a dívida, é ter outra vez nossa economia estancada. É acaciano dizer que, para baixar dívida, a melhor coisa é importar menos e reduzir o déficit público. Portanto o FMI é que tem razão. Porque o FMI não quer outra coisa para o Brasil senão que cortemos o déficit público e cortemos nossas importações. Ele faz recessão exatamente para isso. Quer dizer: a recessão é uma fórmula de se reduzir importações. A redução de déficit público é uma forma de fazer recessão.

Então se o problema é a dívida, o jeito é reduzi-la, fazendo como quer o FMI e querem os economistas ortodoxos, ainda que toda a análise deles não funcione. Como receita, como terapêutica, parece que a solução é boa. Aí depende fundamentalmente do grau em que vamos fazer isso. Não há dúvida que eles querem baixar a dívida. Nós temos que encontrar a fórmula de baixar a dívida. Mas, nós podemos baixar a dívida, fazendo uma redução violenta do déficit público, fazendo uma redução violenta das importações como o FMI quer e o Governo Federal aceita fazer. Nós podemos também fazer

isso mais moderadamente. É claro que nós não podemos voltar mais a crescer a 10% ao ano, nem a 7% ao ano. Vamos ter que crescer a taxa menores.

Mas também não parece razoável que nós crescamos à taxa negativa de 3 a 5%, como se pretende que aconteça neste ano. Não é razoável que nos próximos 5 anos nós continuemos com a nossa economia estagnada, mais ou menos como se prevê, se a política econômica continuar sendo feita na linha que o FMI deseja.

Que soluções alternativas temos para isso? Além da óbvia idéia de gradualismo queremos sugerir duas idéias básicas. Não pretendemos aqui dar soluções finais para esses problemas. Inclusive, há uma idéia muito comum de que a oposição não oferece alternativas. Isso também é uma bobagem muito grande. A oposição tem oferecido alternativas. No ano passado, por exemplo, foi feito um extenso documento, que é a revista nº 7 do PMDB, que trouxe toda a política alternativa que o PMDB propunha naquela época.

Recentemente, o senador Teotônio Vilela propôs seu plano de emergência, no qual está contido uma política alternativa que precisa ser muito bem pensada e discutida.

É necessário entender o seguinte: ninguém dispõe de fórmula salvadora. A crise é muito séria e os problemas são muito graves. Nós temos que enfrentar esses problemas não só com algumas idéias e muita coragem, mas também com muito apoio e legitimidade política.

Passemos para o plano externo. Vamos falar de dois planos: o plano externo e o interno, em função da dívida externa e interna.

	1981	1982	1983 (*)
1. BALANÇA COMERCIAL (FOB)			
EXPORTAÇÕES	23.293	20.175	22.000
IMPORTAÇÕES	22.091	19.397	16.000
SALDO	1.202	778	6.000
2. TRANSFERÊNCIAS UNILATERAIS	199	- 7	0
3. SERVIÇOS			
RECEITA	3.647	3.333	4.500
DESPESA, EXCL. JUROS	6.477	7.828	6.000
SALDO PARCIAL DE SEVIÇOS	-2.830	-4.495	-1.500
4. SALDO DAS TRANSAÇÕES REAIS	-1.429	-3.724	4.500
JUROS	10.305	12.555	11.500
5. SALDO DAS TRANSAÇÕES CORRENTES	-11.734	-16.279	-7.000
B - MOVIMENTO LÍQUIDO DE CAPITAIS	12.773	7.867	7.200
INGRESSO	19.015	14.783	10.600
AMORTIZAÇÕES	6.242	6.916	3.400
ERROS E OMISSÕES	-414	-544	-200
SUPERÁVIT (+) OU DÉFICIT (-)	625	-8.956	0

(*) Estimativa levando-se em consideração as condições do início de 1983 e as metas estabelecidas na Carta de Intenções ao FMI, inclusive o equilíbrio no balanço de pagamentos, a amortização de parte da dívida externa, elevação na receita de serviços e queda na despesa de serviços, etc.

Em relação à dívida externa, tudo está muito claro. Vamos lembrar as aulas sobre balanço de pagamentos. Temos a balança comercial e a balança de transações correntes. No meio delas deveria existir uma outra balança, que não é utilizada, a qual podemos dar o nome de balança de transações reais. O que é isso? É a balança comercial mais o serviço externo, que compreende transportes, seguros e turismo.

No ano passado, por exemplo, nós tivemos a balança comercial com um saldo de setecentos e poucos milhões de dólares. E tivemos, só de serviços, um déficit real de 4,5 bilhões de dólares. Quer dizer que nós tivemos uma balança de transações reais um déficit de 3,7 bilhões de dólares, mais ou menos. Esse foi o déficit de nossa balança de transações reais. Este ano, se nós tivermos 6 bilhões de dólares de saldo em nossa balança comercial, nós vamos ter na balança de transações reais um saldo de aproximadamente 4 bilhões e meio de dólares. É muito dinheiro. É querer muito. É querer um saldo excessivo. E como é que se pode conseguir esse saldo? Só há um jeito. . . Além de um fato que está nos ajudando, sem dúvida, que é a baixa do preço do petróleo, só é possível ter-se esse saldo de 6 bilhões de dólares na balança comercial cortando violentamente as importações, colocando-as ao nível de 15 a 16 bilhões de dólares. E só é possível

cortar nossas importações, fazendo a recessão que está aí, que está sendo estimulada, a todo vapor, neste ano.

Como é que isso foi montado? Foi montado porque quando se chegou ao final do ano passado foi feita a seguinte conta: nos disseram que havia disponível de empréstimos novos no Brasil coisa de 10.600 milhões de dólares, então somouse esse dinheiro com as receitas prováveis das nossas exportações mais a receita provável da entrada de investimentos diretos pelas multinacionais. Então dava um tanto. Daí tirou-se o que nós teríamos que pagar de juros, de dividendos; o que nós teríamos de pagar de serviços externos. Descobriu-se então quanto é que nós poderíamos importar. Descobriu-se que nós podíamos importar só 15 bilhões de dólares. Feita essa descoberta, passamos a fazer a política para executar isso. Acharmos que essa é uma forma louca de calcular as nossas necessidades. É aceitar a imposição externa. Seria razoável que nós fizéssemos o inverso; se nós disséssemos: "Olha, nós precisamos apertar os nossos cintos, se nós importamos 19 bilhões o ano passado, vamos importar 18 esse ano ou coisa que o valha. Vamos reduzir um pouco assim e assim". Dado isso, vamos todos às contas e aí verificamos qual é o número final, que é quanto vão ter de nos dar a mais de dinheiro. E vai ser mais do que esses 10 bilhões e 600 milhões dólares.

Já conversamos com vários banqueiros americanos que disseram que, se nós tivéssemos pedido mais dinheiro, teríamos conseguido. Naquele programa "Crítica e Autocrítica", em que o Tony Gebauer participou junto com o Abílio Diniz há uns meses atrás, foi feita essa pergunta diretamente ao Tony Gebauer, que é um dos Diretores do Morgan, e ele falou "Que se vocês tivessem pedido mais, nós teríamos dado. Vocês não pediram".

Nós negociamos mal, portanto. A crise evoluiu e chegamos agora à pergunta: Você é a favor ou contra afinal a essa tal de moratória? Preferimos responder: Acharmos que a moratória é uma coisa muito perigosa. Moratória unilateral é uma coisa muito perigosa. É uma coisa que só pode ser feita quando um País tem caixa alta. É como uma empresa concordatária: se ela quiser dar o golpe na praça o que é que ela faz? Primeiro, ela põe bastante dinheiro no bolso e depois dá o golpe na praça. Eu acho que o Brasil não poderia ter feito isso e não o fez. Tudo bem. Agora, o que sugerimos que o Brasil deveria fazer era dizer: nós precisamos fazer algum sacrifício, mas um sacrifício medido, razoável e o vamos fazer usando a nossa sabedoria, numa política econômica responsável, que reduz importações, etc., mas que não provoque uma violenta recessão na economia. Para isso vamos precisar de tantos dólares a mais, porque nesse processo nós precisamos ter um

WALDOMIRO MALUHY & CIA.

FUNDADA EM 1946

COMÉRCIO DE PAPÉIS

- IMPRIMIR • ESCREVER • IMPORTADOS
- ESPECIAIS • EMBALAGEM • CARTÕES
- CARTOLINAS • ENVELOPES • CHAM-EX

REPRESENTANTES EM TODO PAÍS

RUA DO GASÔMETRO, 931 - PBX: 292-6977 - DDD (011) 800 8822 - Telex (011) 38329 - CEP 03004 - SP

saldo, primeiro equilíbrio e depois um saldo crescente, mas, pequeno na balança de transações reais. Se tivermos um saldo na balança de transações reais, começamos a reduzir a taxa de crescimento de nossa dívida.

Daqui a alguns anos nós poderemos ter um equilíbrio na balança de transações correntes, em que são incluídos os juros. Depois é que nós começaremos a pagar nossa dívida, daqui a uns dez anos, por aí. Nós temos que fazer assim e começar a trabalhar nesse sentido internamente e dizer a nossos amigos banqueiros e ao FMI que nós vamos fazer assim. Se eles não concordarem então que eles declarem a moratória deles. Problema deles, porque os prejuízos vão ser deles e nosso, e vamos então ter que nos entender como é que vai ser.

Nós passaremos a pagar à vista todas as nossas importações. Paramos de pagar juros e paramos de pagar tudo. Aí a coisa complica para nós, mas complica talvez, tanto quanto para eles. Eu acho que nós acabaremos, se nós formos firmes, encontrando uma solução negociada razoável. Afinal, não podemos é continuar nessa base. É claro que, o ideal mesmo seria uma reforma no sistema financeiro internacional e alguma forma de cancelamento de dívida internacional, com baixa de taxas de juros; entrada dos bancos centrais no sistema, comprando as carteiras dos bancos privados que têm crédito no Brasil e nos países subdesenvolvidos, de forma que os países centrais assumissem uma parte deste custo.

Enfim, seria importante reestruturar a economia financeira internacional, as finanças internacionais. Há várias pessoas lá nos E.U.A., primeiro na Inglaterra, na Alemanha, na Europa, enfim, na Europa e nos E.U.A. propondo esse tipo de coisa. Nós também podemos falar aqui, mas não está dentro da nossa competência falar sobre esse assunto. Nós poderemos é viver na soberania e fazer uma política econômica interna menos cordata, menos subserviente.

Em relação à parte interna, existe também a dívida interna que é muito grande. No tocante à dívida interna é fundamental que nós encontremos alguma forma também de cancelamento da dívida, além de baixar a taxa de juros. É fundamen-

tal baixar a taxa de juros, porque só baixando a taxa de juros é que estaremos amortecendo o crescimento do montante da dívida. Existem as formas óbvias de baixar os juros além daquelas que reduzem fortemente o nível de crédito: é deixar de utilizar o "Open Market" como vem sendo utilizado. Além disso, o que é fundamental é alguma forma de desindexação dos débitos e créditos. Isso pode ser feito. Hoje, já se faz alguns expurgos nos índices de preços. Isso sendo feito, é fundamental que se tabele as taxas de juros de captação, de forma a que não reste alternativas. Se a remuneração das Cadernetas de Poupança for baixa, ninguém vai poupar. Pelo menos ninguém vai colocar dinheiro na Caixa Econômica ou nas Cadernetas de Poupança. Vai todo mundo querer colocar em outros títulos. Por isso é que temos de tabelar os outros títulos e impedir que as taxas de captação dos outros títulos aumentem, fiquem altas em relação à taxa de captação de Cadernetas de Poupança. Isso é complicado. Não é fácil. Não temos nenhuma fórmula mágica para isso.

Infelizmente não dá para fazer como fez o Mário Henrique Simonsen. Nesse ponto ele estava certo. O que ele fez foi um processo parcial de desindexação. Naquela época havia ainda a chamada ilusão monetária. As pessoas não percebiam rapidamente o que estava acontecendo. Hoje todo mundo percebe. Qualquer mudança que façamos, qualquer redutor que apliquemos na taxa de correção monetária, todo mundo percebe... portanto não dá para enganar. Então tem que se fazer isso abertamente e tem que se estabelecer um sistema de tabelamento na taxa de juros de captação.

Outra coisa que é preciso: é fazer uma reforma tributária. Porque é preciso aumentar as receitas dos Estados e Municípios. E a reforma tributária, entre outras coisas devia contemplar um imposto firme sobre os lucros financeiros. Ora, para se fazer uma reforma tributária que onere os lucros financeiros, é preciso acabar com os títulos ao portador. Isso é um pouco perigoso. Dizem que alguns governos desse mundo caíram por causa disso. Porque os capitalistas que têm dinheiro frio — e há muitos — quer dizer, que tem nesse momento que esquentar seu dinhei-

ro e que o imposto de renda não atinja. Então eles têm um problema muito sério. Mas achamos muito difícil resolver problemas nossos sem pensar seriamente no processo de eliminação dos títulos ao portador. Em qualquer reforma tributária, temos que onerar fundamentalmente quem vive de rendas ou de juros de alugueis, e que onerar menos os empresários que investem produtivamente e menos ainda, os trabalhadores, que estão muitos deles em situação difícil. Essa é uma coisa óbvia.

Vamos apenas nos deter naquelas alternativas que eram decorrentes da análise anteriormente feita. Há muitas outras relativas à política industrial, agrícola, etc., que não cabem aqui.

Para que essas reformas sejam feitas é preciso algumas condições: é preciso ter coragem para fazê-las. Algumas condições morais, essa coragem por exemplo. É preciso ter imaginação e competência. Talvez os nossos governantes tenham tudo isso. Não sabemos. Mas, além disso, para fazer essas reformas, para fazer essa mudança de política econômica, para enfrentar essa crise, que realmente é muito séria, muito grave, que nos ameaça seriamente, é preciso que o governo tenha legitimidade, ou seja, que o governo tenha apoio da sociedade civil.

Sociedade civil não quer dizer povo, infelizmente. Quando a sociedade civil quiser dizer povo, esse país será democrático. Povo é o conjunto dos cidadãos iguais perante a lei. Sociedade civil não é bem isso. Sociedade civil é o conjunto do próprio povo operado pelos respectivos poderes das classes, associações de classes, grupos diferentes de sociedade. É preciso que o governo, para fazer essas reformas, tenha pelo menos o apoio da sociedade civil. O governo que está aí não tem apoio da sociedade civil, muito menos do povo. Então, esse governo é um governo fraco, autoritário, com um imenso poder teórico-econômico, porque o Estado controla cerca de 50% da economia nacional, no entanto esse governo é fraco. É um governo paralisado, que é obrigado normalmente a fazer uma política a mais fácil possível e não aquela que é necessária.

Vamos dar um exemplo só: a nossa política monetária, por exemplo, de restrição monetária é fácil de ser feita. Porque politicamente falando, não atinge direitos de ninguém. Fazer uma política fiscal que atinja pessoas, grupos, setores mais especificamente, é muito mais complicado. Uma política de controle quantitativo de importação que atinja maior número de empresas, setores, e bens específicos é um drama para ser aplicado. É algo complicadíssimo. É muito mais fácil cortar a quantidade de moeda. Isto é o que o governo pode fazer.

Porque o governo não tem legitimidade política. E, ao que parece, realmente é essa ameaça que paira sobre o Brasil, além da crise econômica.



Prestigiando o VIII Forum de Análise, dentre outras personalidades, estiveram representantes de diversos segmentos do setor de celulose e papel, e de órgãos governamentais.



Manville



MANVILLE PRODUTOS FLORESTAIS LTDA.

PRODUZINDO COM QUALIDADE SEM FAZER ESTARDALHAÇO

- Papéis e cartões de celulose fibra longa revestidos ou naturais para embalagens
- Embalagens de papelão ondulado
- Sacos multifoliados
- Florestas próprias

MANVILLE PRODUTOS FLORESTAIS LTDA.,
Av. Brig. Luiz Antonio, 4531 CEP 01401
São Paulo - SP
Telex: (011) 21046 MVPF-BR
Tel.: (011) 280-4033
Fábricas em Otacílio Costa - SC e Jundiaí - SP.

O momento certo para alertar

Analisando o relacionamento entre compra e venda, durante a palestra "O Novo Comportamento de Compras do Setor", o engenheiro João Fábio de Carvalho Serapião, alerta para pontos que segundo ele, "podem estar conduzindo o Brasil a um processo de aceleração na substituição do papel em várias aplicações, principalmente na área de embalagem, onde o papel sofre a competição do plástico".



Fabio Serapião "Caminhamos de uma situação de mercado fraco para um aceleração progressivo das exportações."

Antes de mais nada eu queria evidentemente agradecer o convite de falar perante esse fórum, representando de certa forma o usuário de papel. Penso que no dia de hoje eu sou o único que representa o usuário de papel. Evidentemente, como representante de usuário, eu me sinto aqui no meio de amigos, dos meus amigos tradicionais vendedores de papel. Reconheço a maioria de vocês como amigos, já trabalhando há 15 anos no setor. Evidentemente, quando a gente conversa com amigos, a gente diz para ele aquilo que ele tem que ouvir e não aquilo que ele quer ouvir. Então, vocês desculpem as colocações que vou fazer, mas é exatamente aquilo que eu acho que meus amigos tem que ouvir.

Para caracterizar o que considero o novo comportamento de compras no setor de papel e papelão gostaria primeiramente de tecer comentários sobre algumas premissas básicas que servirão de base para o desenvolvimento do raciocínio.

a) Tipo de mercados, ou efeito *sandwich*

b) Inflação e o custo do dinheiro

c) Características de uma economia sub-desenvolvida.

A primeira delas é o perfeito entendimento em que tipo de mercado cada uma das empresas de que estamos falando trabalha. No desencadeamento normal dos fatos temos como indústria primária o fabricante de papel, em seguida o gráfico/conversor e posteriormente o seu cliente, ou seja, o usuário de embalagem ou produto impresso. Se considerarmos a classificação de mercados em "exposed" e "sheltered" não teríamos nenhuma dúvida em colocarmos o Gráfico Conversor na primeira categoria, enquanto que o fabricante de papel e o usuário da embalagem se caracterizam por trabalhar em mercados "sheltered". Ao lado da própria definição de cada um desses termos uma razão lógica justifica esta classificação, ou seja, a indústria de fabricação de papel com certeza é de capital intensivo, enquanto que a indústria convertidora é "know-how" intensivo, o que cria naturalmente uma concorrência muito mais fácil.

O que eu quis dizer com isso basicamente, é que na medida em que eu trabalho no mercado de capital intensivo, onde o investimento de uma máquina re-

presenta US\$ 70 milhões, US\$ 100 milhões, eu não posso comparar esse tipo de indústria com uma do tipo gráfica-conversora, onde o investimento de uma máquina representa US\$ 4 milhões no máximo. São empresas muito diferentes. Evidentemente, o segundo tipo de empresa trabalha num mercado extremamente mais competitivo, porque a proliferação das empresas é muito mais real que a própria natureza do volume de capital que se precisa portar para montar a empresa. Então, essa seria uma primeira colocação que eu gostaria de fazer, para depois utilizar essa conceituação no raciocínio que vou apresentar.

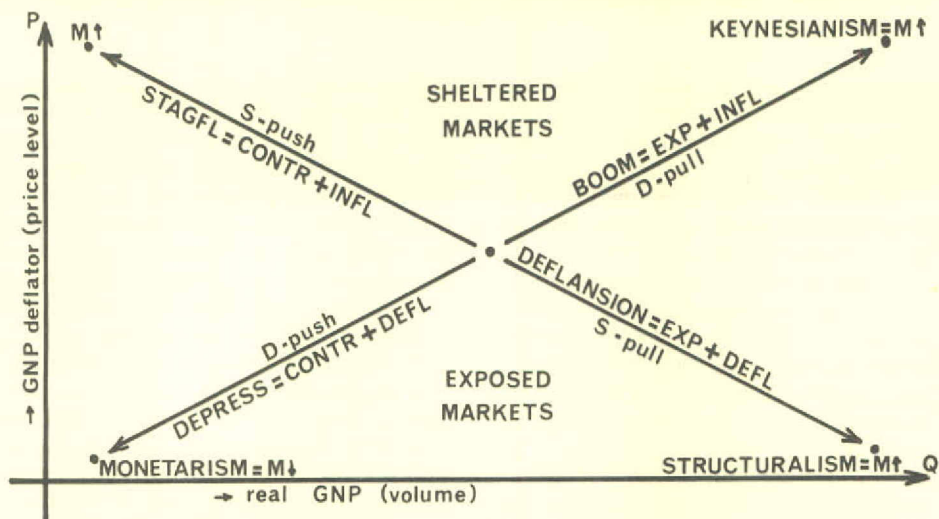
INDÚSTRIA DE PAPEL

INDÚSTRIA DE PAPEL	INDÚSTRIA GRÁFICA	INDÚSTRIA USUÁRIA DE EMBALAGEM
Capital Intensive	Know-how	EMBALAGEM
Mercado sheltered	intensive	(Multinacional)
	Mercado Exposed	Capital intensive

Completando o primeiro raciocínio, aquilo que eu chamo de efeito *sandwich*. A indústria gráfica, a indústria de *know-how* intensivo trabalha num mercado *exposed*, sendo fornecida por uma empresa de capital intensivo, trabalhando num mercado *sheltered*, fornecendo para, por exemplo, uma multinacional também de *capital-intensive* trabalhando também num mercado *sheltered*.

A segunda premissa está ligada ao tipo de economia que estamos vivendo, estagnação (Recessão + inflação). Como consequência da tentativa de controle desta situação o custo do dinheiro tem atingido patamares inéditos. Tudo isso como é fácil de depreender leva a consequências na política de formação de estoques e nas condições de prazo de pagamento como veremos a seguir. (vide pg. 17)

Observando o gráfico dá para notar que numa economia onde o GNP diminui ou está estacionário, realmente, como se observa, sobe o preço e a economia não cresce. Então, o custo de pagamento inflando na política de estoques e nos prazos de pagamentos.



A terceira e última colocação preparatória refere-se a faceta sub-desenvolvida de nossa economia. As conseqüências naturais desse sub-desenvolvimento são várias. Entre elas a que mais se destaca é o fato de qualquer novo evento provocar grande oscilação de demanda (nova máquina ou nova aplicação).

Ou seja, se nós estamos num mercado, por exemplo, papel de imprimir e escrever de 70, 80 mil toneladas/mês; e entra uma nova máquina produzindo 7 mil toneladas, isso representa uma agressão ao mercado, 10%. Da mesma forma que se eu desenvolvo uma nova aplicação e começo a conseguir, 300, 400 toneladas/mês de uma hora para outra, devido ao tamanho da economia, isso representa da mesma forma uma agressão ao mercado.

Se a economia fosse uma economia muito mais desenvolvida, evidentemente isso seria diluído no próprio volume de consumo.

Outra conseqüência inevitável é que a conjugação de dois fatores: concentração de produtores e controle governamental de preços, leva inexoravelmente a formação de cartéis.

Ainda como conseqüência da falta de escala na economia pode-se citar a ausência de produtos especiais.

Após estas considerações gerais acerca do ambiente que nos cerca passemos mais diretamente ao relacionamento compra-venda do mercado que nos interessa. Com um espírito isento, mas crítico, arriscaria dizer que este relacionamento não tem sido normal nos últimos quatro ou cinco

anos. Não vejo uma política de vendas coerente com as necessidades do mercado interno, mas tão somente ligada a dois mecanismos geradores:

- concentração da produção e criação de cartéis

- controle de preços do mercado interno através dos volumes exportados.

Evidente que este segundo mecanismo esse do preço interno regulado por excedente não exportado, só pode ser efetivo se entendermos uma outra característica do nosso universo econômico que me permita denominar economia "one way". Ou seja a ferramenta só é efetiva, pois no nosso país importar é pecado capital.

Apesar da política ter-se mostrado razoavelmente eficiente do ponto de vista do papelero, vamos examinar quais as conseqüências que ela acarreta do lado do usuário/conversor. Vamos por hipótese considerar duas situações:

Situação A: pequeno volume de exportação de papel (Que gera um enfraquecimento do acordo de preços e os preços saem). Nesta situação a oferta do mercado interno é grande, o cartel perde confiabilidade por parte dos seus integrantes e como última conseqüência os preços caem.

Situação B: grande volume de exportação de papel (O acordo fica efetivo e os preços sobem). Neste caso a oferta no mercado interno é pequena, o cartel ganha força e os preços sobem.



Produtos de papelaria.



55 anos produzindo o que há de melhor em artigos de papelaria para o lar, escola e escritório.

Desde a sua fundação, em 1928 a Tilibra tem procurado aprimorar e aperfeiçoar constantemente os seus produtos, adequando-os às necessidades de seus consumidores.

Mantendo em linha o que há de melhor em produtos de papelaria para a escola, lar e escritório, a Tilibra converte anualmente milhares de toneladas de papel em uma grande variedade de produtos que suprem todo o mercado brasileiro, além de exportações regulares para diversos países da América do Sul, Europa, Oriente Médio e América do Norte.

Para maiores informações entre em contacto conosco.

EM SÃO PAULO:
Rua Bertolina Maria, 103
Fones 273-9122 e 63-6430 - IPIRANGA
Rua Henrique Ongare, 290
Fone 864-9111 - LAPA
MATRIZ E INDÚSTRIA:
Rua Aimorés 6-9 - Fone (0142) 23-4100
BAURU - SP

A luz destas duas situações extremas vamos posicionar a situação dos usuários. Primeiramente, aqueles usuários que vão utilizar o papel para atender ao mercado interno.

Na situação A o usuário convertedor que trabalha um mercado — "exposed" não tem condição de se aproveitar dos preços baixos e para seguir vendendo repassa toda a vantagem de preços para seu cliente, sem melhorar sua rentabilidade. Já tive oportunidade de ouvir de empresários do papel que este procedimento por parte dos gráficos é estúpido.

Gostaria de ressaltar que apesar de estúpido é inevitável. Falta na minha opinião, a este empresário sensibilidade suficiente para reconhecer a natureza do mercado onde trabalha o seu cliente.

Ou seja, na medida em que ele analisa o mercado do seu cliente à luz da experiência que ele tem trabalhando no seu mercado, ele tem a impressão distorcida, ele não pode entender que o seu cliente trabalha num mercado onde a concorrência é tão efetiva, onde existem diferenças de preços tão grandes, onde a oferta é de uma forma drasticamente violenta, que se aquele empresário não tomar a atitude digamos de transferir a vantagem de preço ao cliente, o seu concorrente ou algum de seus concorrentes certamente o fará. De uma maneira muito mais evidente, do que ela é num mercado "sheltered", num mercado de pouco fornecimento, de fornecimento controlado.

Vamos agora examinar a situação daqueles que compram o papel localmente para exportar manufaturado de papel.

Quando a exportação de papel está fraca com boa dose de certeza a exportação de manufaturados também está fraca. Isto porque o mercado ativo ou não é muito mais dependente de fatos circunstanciais como valorização cambial, recessão americana, etc., do que de circunstâncias específicas setoriais. Assim, o mercado estando fraco nenhum dos dois exporta.

Quando por outro lado o mercado reage e a exportação de papel recrudescer, os preços no mercado interno voltam a subir impedindo o convertedor de desfrutar das mesmas vantagens no exterior, pois fica fora de preço. Aqui poderíamos argumentar porque então não usar a ferramenta do *draw-back*?

Difícil: No caso específico de papéis e principalmente cartões, o grande entrave está no frete.

Esta situação é particularmente triste quando reconhecemos que há ótimas possibilidades de exportação de materiais convertidos. Isto já é uma realidade para várias embalagens com a honrosa exceção daquelas, onde o papel tem predominância evidente. Estou dizendo que a maioria dos materiais utilizando matérias primas nacionais hoje, são bastante exportados, ou poderiam ser bastante exportados, porque tem condição para isso. No caso específico do papel isso não está ocorren-

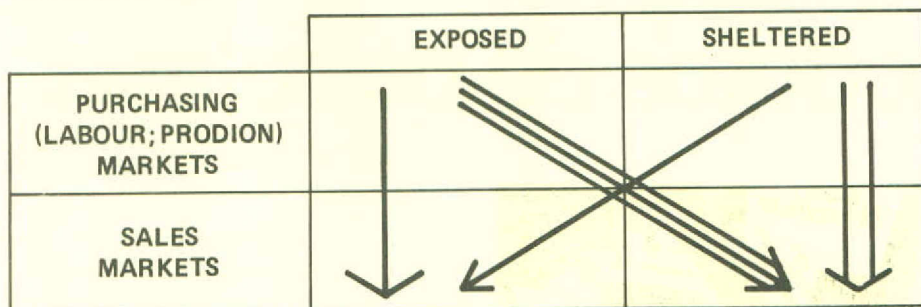
bem equipado, não adianta nada a minha mão-de-obra ser competitiva, não adianta nada eu saber fazer, não adianta nada eu estar melhor equipado do que alguns países desenvolvidos, se a matéria-prima que tem participação muito grande na composição do custo final, não estiver competitiva e certamente não vai estar se o mercado papelero estiver exportando.

Eu diria que no nosso caso por exemplo, que atendemos diretamente ao pessoal que embala produtos de consumo, no ano de 83 nós voltamos para o consumo de 79 mais ou menos, em regra geral. Com honrosas exceções de produtos digamos, de necessidade primeira. Por exemplo, se pegarmos produtos de limpeza, alguns produtos do tipo sopa desidratada, enfim produtos que não são gêneros de primeira necessidade, nós no ano de 83 voltamos ao consumo de 79.

Aqui está uma falha gritante do sistema. Enquanto o pessoal da petroquímica já trabalha com *draw-back verde amarelo* há dois anos e o pessoal dos têxteis há alguns meses na área do papel está faltando *lobby* para desfrutarmos da mesma vantagem.

Vamos abordar agora quais as conseqüências que a somatória inflação — Recessão — Custo do Dinheiro estão produzindo no comportamento do mercado.

INFLAÇÃO + RECESSÃO



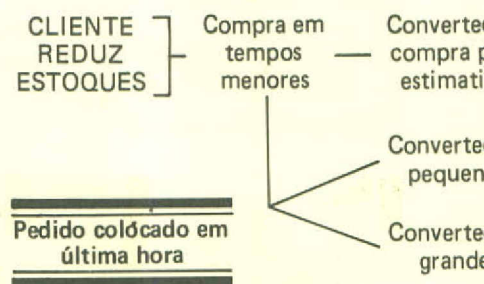
Nesse gráfico a linha com três traços é a melhor situação. É por exemplo, eu comprar num mercado *exposed*, ou comprar num mercado altamente competitivo, e vender num mercado *sheltered*. O que acontece é o gráfico comprando num mercado *sheltered* e vendendo num mercado *exposed*.

Vamos agora imaginar uma situação de mercado caminhando da situação A para a situação B. Parece-me bastante oportuna esta imagem, pois reflete bem a situação atual. Com o aumento das exportações e conseqüente elevação de preços no mercado interno, o convertedor tenta, em um mercado *exposed* fazer o mesmo. É então excluído do fornecimento e substituído por outro que talvez por preço idêntico ganhe a concorrência. O usuário final se não conseguir um preço menor, ao menos puniu aquele fornecedor tradicional, que ousou aumentar seus preços tão abruptamente.

do, exatamente porque a política de preços interna está atrelada a uma política de excedentes de exportação, na minha colocação. Repetindo, isso já é uma realidade para várias embalagens, com rara exceção daquelas em que o papel tem predominância evidente.

Poderia citar que há empresas no Brasil muito melhor equipadas do que a média das empresas norte-americanas. Lá o fenômeno de uma baixa lucratividade inibiu os investimentos em conversão nas últimas duas décadas. Aliado a isto temos mão de obra mais barata e em algumas áreas *know-how* equivalente. Contamos com algumas vantagens creditícias e fiscais para compensar o frete e o prazo de entrega. Entretanto nada disso é viável, se não contarmos com a matéria-prima que comparece na proporção de 56% do preço de venda, a níveis de preços internacionais.

Ou seja, não adianta nada eu estar hoje



É lógico, como já citados, que a primeira conseqüência imediata é a redução dos níveis dos estoques. Principalmente a nível de produto de consumo esta redução é muito evidente.

Este produtor, ou seja, o usuário da embalagem no caso, com seus estoques reduzidos, via de regra coloca suas encomendas de embalagens com prazo de entrega inferior a 30 dias. Essa foi a maior mudança que houve no mercado, ou seja, na medida que antigamente se colocavam pedidos com prazos maiores, hoje se colocam não mais do que 30 dias, isso para o papelero pode não parecer novidade nenhuma porque em várias épocas ele já trabalhou assim. Agora para um convertedor isso é draconianamente mais difícil de se vencer porque para se chegar, por exemplo, para se produzir uma embalagem eu tenho que passar em cinco, seis, sete máquinas, e além disso tenho que discutir com o cliente o *lay-out*, a fotomon-

tagem, tirar fotografias, o cliente aprovar, voltar, gravar o cilindro, imprimir e depois de imprimir passar em cinco, seis máquinas complementares e entregar tudo num prazo de 30 dias.

Isto obriga o gráfico/convertedor a aumentar sua rapidez operacional. O pequeno convertedor ágil por natureza tira proveito da situação. O grande necessita de equipamentos modernos com alta produção horária, para compensar sua natural inércia. Entretanto, tanto o pequeno como o grande não podem esperar do seu fornecedor de papel uma rapidez condizente com este prazo de entrega. Teriam, por exemplo, que receber cada encomenda de papel 5 a 10 dias após a colocação.

Este prazo em geral não é realista. Esta incompatibilidade de prazos leva o gráfico/convertedor a comprar sua matéria-prima por estimativa, ou seja, específica os tipos e dimensões antes de receber a concretização dos seus pedidos. Quando consegue acertar menos mal. Quando não consegue concretizar as vendas correspondentes ao papel que estocou, provoca a queima dos estoques entrando em outras concorrências com preços aviltantes. Isto nada mais reflete do que a síndrome do estoque não movimentado, ao custo de 10% ao mês. Ou seja, na medida que ele comprou o papel para fazer aquela

commodities. Estes grandes fechamentos de pedidos tem periodicidade trimestral e são feitas concorrências fechadas.

Pedidos de concorrência trimestral

Aqui comparece uma outra figura específica da economia brasileira que denomino indústria de inflação.

Ninguém desconhece por exemplo, que em época de custo de dinheiro tão alto como na atual, existem segmentos de economia tirando enorme proveito disso. Assim se examinarmos a lucratividade de nossas instituições financeiras teremos um bom exemplo disso. Por outro lado, estou certo, que os supermercados em nosso país utilizando seu poder de compra conseguem prazos de até 180 dias, e vendendo a vista conseguem dessa forma um extraordinário lucro financeiro, mesmo sem lucro operacional, isto é, vendendo pelo preço que compraram, apesar de ter certeza que não é exatamente isso que eles fazem.

Este mesmo comportamento pode ser observado quando vamos examinar o modelo de negociação do gráfico/convertedor, quando participa dessas concorrências fechadas.

A título de ilustração, suponhamos um exemplo primário mas elucidativo:

INFLAÇÃO + RECESSÃO + CUSTO DO DINHEIRO

Pedido de concorrência trimestral

Bancos	Supermercados	Gráficos
Concorrência para entrega em Junho		
— Compra papel		25/05
— Recebe papel		05/06
— Produz	10 a 15/06	
— Fatura		20/06
— Recebe do cliente		21/07
— Aplica faturamento	45 dias	
— Paga fornecedor		06/09
Lucro	4% preço — custo histórico	15% lucro não operacional

- Concorrência para entrega em junho
- Compra do papel: 25 de maio. Consegue preço referência maio.
- O papel é entregue em 5 de junho com preço do mês anterior (assim o fabricante burla o controle do cartel)
- O gráfico produz a embalagem de 10 a 15 de junho.
- Fatura o produto convertido em 20 de junho.
- Recebe do cliente em 21 de julho
- Aplica o fruto do faturamento 45 dias no open market.
- Paga o fornecedor de papel em 6 de setembro.
- Composição hipotética do lucro — 4% diferença entre custo histórico e preço efetivo.
- 15% lucro não operacional.

Na realidade o lucro é aparente, pois deve-se imaginar que nos 45 dias o papel teve um acréscimo de preço de 165% da ORTN, ou seja, considerando-se os últimos meses daria 13% de aumento. Isto reduziria o lucro operacional de 4% para um prejuízo de 3,5%. Assim o único lucro efetivo está no resultado não operacional da aplicação do dinheiro.

Grande parte dos grandes pedidos são hoje fechados nestas condições o que coloca o gráfico/convertedor completamente a mercê da política de prazo de pagamento do seu fornecedor.

Conheço poucas empresas que resistiriam hoje a uma mudança nos prazos.

Vamos abordar agora alguns tópicos ligados a terceira premissa assumida inicialmente, que se refere ao sub-desenvolvimento da economia brasileira.

Um ponto importante é o conceito de qualidade. Infelizmente entre nós ainda prevalece um axioma básico, de que a *Qualidade é função da disponibilidade*.

+ CUSTO DO DINHEIRO

Falta pedido	Queima Estoques
	ágil
	máquinas com grande out-put

produção e a venda não se concretizou, a primeira tentativa dele é tentar colocar o papel fora, aquele papel vai custar mais caro para ele no próximo mês. Principalmente porque, necessariamente o papel que ele vai comprar no próximo mês não é aquele, porque se não, tanto faria, o papel poderia subir. Então, uma coisa compensaria a outra, mas isso não ocorre necessariamente, depende do tipo, da gramatura, da largura, por tudo isso o papel pode acabar ficando no estoque, iludindo o capital de giro para comprar aquele que será necessário para o próximo mês. Então ele acaba fazendo aquilo que estou chamando de mal estoque, ele joga o papel na rua na próxima concorrência que aparece a um preço que o concorrente dele considera inviável.

Ao lado desta situação descrita, onde nos referimos aos pedidos colocados de afogadilho, convive outra situação que caracteriza a compra e venda das chamadas

PRODUCTION OF MATERIALS USED IN CONVERTED FLEXIBLE PACKAGING (milion pounds)

ÍTEMS	1967	1972	1977	1979	1985	1990	1995
Glassine/Greaseproof Paper	392		437	540	540	540	540
Oiled & Waxed Paper	733	558	342	277	240	205	175
Kraft & Sulfite Papers	9036	9949	9748	10650	12000	13250	14600
Cellophane	380	292	263	220	160	110	95
Polyethylene Film	1105	2845	3795	4495	7135	9780	12800
Other Plastic Films	517	954	1300	1520	2425	3230	4225
Aluminum Foil	455	700	817	905	1200	1460	1690
TOTAL	12618	15766	16702	18607	23700	28575	34125
% Converted	18.8	21.2	23.6	23.0	22.6	22.3	21.2
Conv Flex Pkg End-Use	2378	3337	3944	4288	5365	6375	7240

Ao término da conferência, Luiz Antonio Silos Carvalho entrega a Fábio Serapião uma placa de agradecimento



Isso é a coisa mais evidente do Brasil, ou seja, na medida em que há sobra de papel, a oferta cresce, o fabricante fica permeável às reclamações, às devoluções, às exigências, às especificações; na medida em que o mercado muda, ele esquece toda a sua ânsia de melhorar e muda drasticamente a sua performance como fornecedor de qualidade.

Eu tirei esta tabela de uma pesquisa de mercado americana feita em 1980, onde ela tenta mostrar o consumo dos vários materiais de embalagem no mercado, não de sacos industriais, não desses sacos de transporte, mas de embalagens flexíveis. Podemos notar os dados históricos e as previsões *Glassine/greaseproof Paper*, pelas previsões nota-se que o *glassine/greaseproof* vão se estabilizar; aquele papel parafinado, vai cair drasticamente, enquanto que o kraft e o sulfite ainda tem um crescimento efetivo. Agora, num estudo mais recente eles estão apontando também alguma perda no kraft, por outros problemas específicos que não pretendo discutir agora. Evidente que o celofane cai drasticamente, pois ele está sendo substituído, mas em contraposição observem como sobem alguns filmes plásticos, são polietileno; polietileno linear; polietileno de alta densidade, que agora no Brasil passou a ser uma realidade muito evidente; do próprio CPP, que é o polietileno não orientado; do OPP e a última novidade lançada nos Estados Unidos há alguns meses com grande sucesso é o prolipropileno opaquê que, tudo isso entrando em áreas exatamente específicas e exatamente em cima do papel.

Esta é uma característica típica de um mercado sem tradição, onde o conceito de marca tem pouco valor.

Além disso quase todos os investimentos em modernas máquinas de papel se concentraram no segmento de papéis para imprimir e escrever. Assim, quando necessitamos de um papel com especificações próprias vemos-nos restritos a antigas máquinas de largura estreita e de baixa produção destinadas as chamadas especialidades.

Desta forma quando queremos um papel especial para um novo mercado, in-

capiente, ainda por desenvolver, a não ser que a aplicação permita uma boa margem, estaremos defronte a um problema insólvel.

Se por outro lado, desejamos um papel diferenciado para um grande mercado de exportação, estas máquinas estreitas e lentas não darão conta da produção. Estas dificuldades de falta de especialização, são inerentes a uma economia em desenvolvimento.

Aliado a isso e talvez como consequência da indústria papelreira ter como parâmetro a inversão intensiva de capital, sentimos falta de investimentos efetivos em pesquisa e desenvolvimento. Empresas convertedoras com faturamentos muito menores e lucratividade não tão brilhantes investem muitas vezes, muito mais intensamente nestas áreas.

Assim a mentalidade de que acima de tudo o industrial deve vender um bom serviço, me refiro mais a serviço técnico e não de venda, raramente se nota na indústria papelreira. Quando um gráfico/conversor fabrica um produto ele tem a consciência exata que, por maiores que sejam as especificações do cliente o seu trabalho terminou após o uso do seu produto pelo cliente. É o que se costuma dizer, não se vende um produto apenas sob especificação técnica, mas além disso, funcionando na máquina do cliente. É fácil compreender o alcance deste envolvimento, quando estamos familiarizados com a pobreza de parâmetros mensuráveis na maioria das especificações.

Todo este quadro descrito, de falta de política de vendas, problemas com consistência de qualidade, problemas ligados a economia de escala, etc., podem estar conduzindo no Brasil a um processo de aceleração na substituição do papel em várias aplicações, principalmente na área da embalagem onde o papel sofre a competição do plástico.

Não estou me referindo aqui apenas a sacos industriais ou embalagens de transporte, mas também ao próprio segmento dos flexíveis.

Em estudo recente da firma Predicasts é fácil de se constatar a diminuição de consumo de papel em algumas áreas atacadas pelo LDPE, LLDPE, HDPE, CPP e

OPP, principalmente nos últimos meses pelo opaquê OPP.

Esta substituição no Brasil, começa a se fazer sentir. Evidente que os elementos catalizadores ou inibidores desta substituição estão ligados a preço por m², facilidade de uso, apelo mercadológico, proteção, etc. Entretanto em uma economia recessiva o fator custo é fundamental.

Daí quero lembrar, que um componente importante na política de preços para papel, deve levar em conta não apenas a disponibilidade do produto em si, mas o seu preço relativo no mercado.

A indústria petroquímica no Brasil é nova e extremamente agressiva. Além disso carrega em seu bojo um aliado forte chamado Petrobrás.

A maioria de todos os investimentos de base ou de segunda geração tem na Petroquisa seu sócio minoritário. Esta força não pode ser substituída e já foi responsável por uma política de manutenção de subsídios a nafta, bem como o *draw back* verde amarelo. Por outro lado, devido a natureza do negócio, todos os fornecedores petroquímicos possuem serviços técnicos atuantes e mais do que isso serviços técnicos de aplicação. Conheço mesmo uma empresa que para criar o mercado para a utilização do seu produto financiou um fabricante aqui de equipamentos no Brasil para criar condições imediatas de consumo.

Não poderia terminar sem apontar algumas idéias como, contribuição de quem vive dia a dia o problema.

Um ponto importante por todas as razões expostas, é desatrelar o preço do produto no mercado interno ao excedente exportado. Criar condições novas de comercialização estabelecendo, por exemplo tabelas com preços por quantidades e descontos reais para materiais fornecidos em bobinas. Criar condição de prestigiar aqueles gráficos/conversores que seguem uma política racional de preços, sem nivelar a todos na vala comum.

Lutar imediatamente para o estabelecimento do *draw back* verde amarelo para o papel, cartão e celulose.

Impor uma mentalidade de marca associada a uma qualidade comprovada. Estabelecer um serviço técnico atuante agindo ativamente sem ser acionado pelo cliente e deixar a posição passiva de visitar o gráfico para atender uma reclamação.

Minha colocação, acredito está sendo feita na hora certa. Caminhamos de uma situação de mercado fraco para um aceleração progressiva das exportações, catalizado por uma nova paridade do dinheiro, melhora nas condições internacionais, etc. Se tudo isso nos levar novamente a situação extremamente comprometida de 1979/80, com a criação de todos aqueles mecanismos para-normais de distribuidoras, novos nomes, etc.; teremos dado a demonstração inequívoca de que não aprendemos nada em cinco anos.



PAPEL FANTASIA EM GERAL

- PAPÉIS PARA PRESENTE EM BOBINAS e RESMAS NO FORMATO DE:
BOBINAS: 25 - 40 e 60 cm
FOLHAS: 50 x 70 e 60 x 90
LISOS e ESTAMPADOS
- PAPEL ESPELHO — (P/ TRABALHOS ESCOLARES, FORRAÇÃO, ETC.) EM RESMA ou BOBINA.
- PAPEL SEDA COLORIDA (P/ TRABALHOS MANUAIS, ENFEITES, BALÕES, PIPAS, ETC.), NAS CORES LISAS, LISTADAS e DISTINTIVOS DE CLUBES (DA CAPITAL SP), OUTROS CLUBES, SOBRE CONSULTA).
- ESTES PAPÉIS PODERÃO TER SUAS EMBALAGENS EM PLÁSTICOS ou CELOFANE (PARA ATACADISTAS), (RESMAS C/ 100 FLS. SOBRE CONSULTA).
- SUPORTE EXPOSITOR PARA RESMAS DE PAPEL, NO FORMATO DE 50 x 70 ou 60 x 90.
- SUPORTES PARA BOBINAS DE PAPEL DE QUALQUER TAMANHO (25-40 e 60 cm).



AGASSETE - Comércio e Indústria Ltda.

Rua Cel. Emidio Piedade, 273 - Pari - SP
Fones: 292-6377 - 292-1309 - 292-7043 - 93-5086

CONSULTE-NOS SEM COMPROMISSO

A luta pelo "draw-back verde amarelo" é destacada no aparte de José Aidar

"Eu gostaria de fazer duas observações. Quando no início o senhor colocou que quando os preços caem o gráfico não consegue segurar essa vantagem, isso evidentemente no meu modo de entender, não ocorre por livre vontade do gráfico. Acontece que a concorrência que o gráfico tem é estimulada nessa altura, talvez pela dificuldade de vendas, pela falta de seletividade que as empresas produtoras de papel colocam o produto no mercado. Qualquer nova empresa que surja no mercado, muitas vezes sem nenhum respaldo técnico, muitas vezes uma experiência nova que surge, recebe o mesmo tratamento que o cliente antigo, e isso volta a deteriorar muito mais o mercado. E aqui nós temos a observação do draw back verde amarelo colocando que a ABIGRAF tem feito uma luta muito grande nesse sentido e nós estamos aguardando para fazer uma experiência muito grande neste sentido, possivelmente dentro do próximo mês."

O debatedor Jaime Reis revela que o acúmulo de taxas restringe a exportação no setor de formulários contínuos

"Na área de exportações é que eu devo lembrar-lhes que não só o mercado interno, na área de vendas de papel, está restringindo uma série de colocações no mercado externo, devido à colocação de preços não calculados antecipadamente. Também na parte de embalagens como o senhor citou, há um acúmulo de impostos em cima dessas embalagens. Muitas vezes nós não conseguimos comprar diretamente de um fabricante de embalagens porque esse também dependerá automaticamente de um fornecedor de papel. Então há imposto sobre imposto, e nesse acúmulo de impostos há automaticamente uma posição grave que é a venda automática porque essa embalagem tem que ser jogada dentro do preço final do produto. Então muitas vezes não só o produto papel, mas sim a embalagem do mesmo, penetra gravemente dentro desse enfoque de exportação. Além disso uma boa lembrança do conferencista é a questão do transporte; o transporte interno infelizmente ele tem ou não algumas prerrogativas na qual nós podemos jogar também dentro desse projeto que seria exportação. No nosso caso, caso de formulário contínuo, aqueles que estão exportando sentem-se muitas vezes obrigados pelo próprio Governo a essa exportação, mas essa exportação tem uma certa restrição devido ao acúmulo de taxas e também ao valor excessivo em parâmetros finais de colocação com o mercado externo."

O ponto de vista do fabricante nas palavras de Alberto Fabiano Pires

"Na condição de fabricante de papel eu gostaria de parabenizar ao conferencista pela brilhante exposição, porém eu gostaria de lembrar que há um componente que não existe nos Estados Unidos, pelo menos não existe desde 1964, que é o controle de preços. E essas dificuldades que vocês sentem que no mercado exposed elas não existem e realmente são bem menores no sheltered, e por isso exatamente que o controle se faz muito mais firme e com muito mais eficiência no mercado sheltered. Então você tem todos os fabricantes de papel controlados há muito tempo pelo CIP, buscando obviamente se ajustar a esse controle, mas a eficiência desse ajuste ao controle de preços acaba se refletindo no balanço das empresas, e você percebe que todas as empresas do setor de papel e celulose, com raríssimas exceções por motivos que não sabemos, não tem tido um retorno devido sobre seus investimentos. São

realmente, o papel é, a celulose é, indústria de capital intensivo, e eles não tem tido a justa remuneração a seus capitais investidos, daí o crescimento da capacidade instalada está praticamente paralisado deste 4 ou 5 anos atrás e nós não estamos vendo com muito bons olhos agora um crescimento para o futuro. Então são alguns componentes que eu gostaria de lembrar, que completam o quadro, mas o que eu acho que deve ficar registrado é que através dessa visão que você tem do seu mercado, com a visão que nós poderemos ter, que vai nos levar ao objetivo sempre comum e sempre repetido por mim de aumento de consumo do papel no Brasil."

A posição do conferencista Fábio Serapião frente a atuação do CIP no setor de celulose e papel.

"Só aduzindo alguma coisa à aquilo que você disse, eu diria o seguinte: eu comecei a exposição brincando, mas falando bastante sério, que eu estava no meio de amigos e que ia dizer aqui exatamente aquilo que eu achava, pelo menos no meu enfoque, que vocês deviam ouvir, e não aquilo que necessariamente vocês gostariam de ouvir. Então continuando nessa linha de raciocínio eu diria que primeiro eu não acredito no controle do CIP, não acreditava e não acredito, para mim isso é balela. Tanto que eu tentei, não sei se consegui, tentei mostrar que o controle do CIP efetivo só é possível, eu não estou fazendo propaganda em cima de meu cliente, mas só é possível em cima de OMO, porque OMO não se tirá do mercado, OMO é OMO hoje, amanhã, pode até piorar a qualidade, não vou defender o meu cliente aqui, mas é OMO. Eu vendo OMO, não preciso entrar em mais detalhes enfim, para dizer que controle de CIP em cima de produto industrial tipo papel, na minha maneira de ver é piada, certo. Segunda colocação eu me permitira dizer que concordo plenamente que o investimento na indústria de celulose e papel é capital intensivo, aliás foi a própria definição da colocação inicial. Mas há uma coisa muito importante a ser considerada, talvez antipático de se dizer neste fórum mas eu acho que é importante ser dito, se eu tive o meu capital, ou se eu formei o meu capital com incentivo e esse incentivo está na maioria das empresas grandes consolidado em 20% ao ano, se eu tenho 120% de inflação, eu sou o mais beneficiado, se eu tenho uma inflação de 200% minha dívida está sendo corrigida 20% com correção pré-fixada, grande parte das empresas, não todas elas, mas grande parte está nessa situação. Então na realidade, se por um lado houve um grande esforço do investidor papeleiro reconhecido e inclusive, eu acho que qualquer brasileiro deve ter orgulho da indústria nacional de papel, no sentido em que é uma das poucas indústrias que sob certo aspecto não importou muito know-how. Sob certo aspecto, ela até exporta know-how, trabalha com uma fibra totalmente diferente, ou refinadora totalmente diferente, enfim tem muita coisa agregado de brasileiro, de desenvolvimento local na fabricação do papel. Agora, por outro lado, talvez tenha sido um dos setores industriais mais beneficiados com incentivos, eu acho que incentivo em 15% de IPI é muito pouco se comparado com incentivo no capital, e quase todos vocês tiveram incentivo no capital, e draconianamente dados, porque eles foram consolidados numa época em que era viável pensar em consolidação a 20% ao ano, quando hoje nós estamos com uma inflação de 130%. Então eu acho que vocês foram altamente beneficiados, talvez até não seja interessante hoje investir, talvez não se veja retorno em investimento, não sei, eu não entendo disso vocês entendem do negócio de vocês, eu entendo do meu, mas estou comentando genericamente. Se você me permite aduzir estas duas coisas a aquilo que você colocou, é antipático mas eu acho que oportuno."

Se não fosse
a KSR
muita gente
deixaria
de dar o seu
recado.

Mais do que isso, muita gente deixaria até mesmo de produzir. Sabe porque? Porque a KSR é a empresa do Grupo Simão responsável pela mais eficiente distribuição de papéis para imprimir e escrever do mercado. São papéis para as mais diversas aplicações gráficas: tipografia, offset, papéis cortados para copiadoras e papéis especiais, usados em aquarelas, litografia, serigrafia e xilografia – ACQUA e IMPRESSIO. Sem se falar ainda no papel VERGÉ, do qual é a maior distribuidora na América Latina. Através de 12 filiais e 85 vendedores especializados, a KSR leva papéis de qualidade por todo o país. Além de orientar a sua compra – especificando o tipo de papel e a gramatura mais adequada – de acordo com as necessidades. Aliás, é exatamente por isso que estamos dando esse recado.

KSR

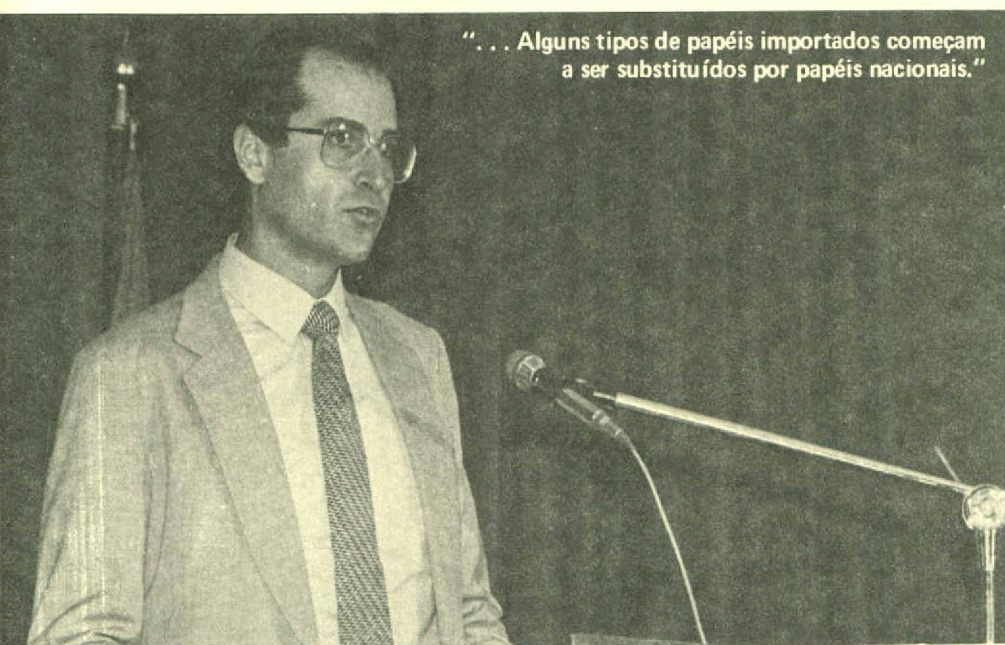
KSR COMÉRCIO E INDÚSTRIA DE PAPEL S.A. – 04257 Rua Karam Simão Racy, 340 – Parque Fongaro (km 11.5 – Via Anchieta) Tel. (011) 272-1011

Telex 37848 IPST BR e 25012 KSRT BR – End. Telegráfico KASIRAPEL – Caixa Postal 42479 – São Paulo – SP

FILIAIS: • São Paulo, SP – Tel. (011) 63-8141 • Bauru, SP – Tel. (0142) 23-1733 • Belém, PA – Tel. (091) 222-5318 • Belo Horizonte, MG – Tel. (031) 442-2277 • Curitiba, PR
Tel. (041) 264-3222 • Fortaleza, CE – Tels. (085) 228-0521, 0733 – Goiânia, GO – Tels. (062) 224-7397/7497 • Manaus, AM – Tel. (092) 236-8434 • Porto Alegre, RS – Tel. (0512) 43-3855
• Recife, PE – Tel. (081) 339-2155 • Rio de Janeiro, RJ – Tel. (021) 264-9561 • Salvador, BA – Tel. (071) 226-2371

Previsões positivas no desempenho das exportações

O volume de exportações deve crescer graças às novas modalidades de comercialização adotadas pelo Brasil, principalmente através de acordos bilaterais. Esse é um dos aspectos analisados pelo conferencista Raul Calfat, ao abordar o tema "Exportações e Substituição de Produtos Importados".



"... Alguns tipos de papéis importados começam a ser substituídos por papéis nacionais."

Eu vou procurar abordar alguns aspectos ligados à política de exportação, diversificação de mercados, tendências de perspectivas de nossas exportações, enfocando também, quais as possibilidades que existem em termos de recuperação econômica, e para onde nós deveríamos na verdade dirigir os nossos esforços.

Posteriormente, em termos de política de substituição de importações abordar aspectos ligados à nossa realidade cambial, criando dificuldades nas importa-

ções, maxidesvalorização do cruzeiro encarecendo papéis importados e quais são as possibilidades que nós teríamos de substituir alguns desses papéis que anteriormente estavam sendo importados.

Inicialmente dando um quadro geral de exportações, seria interessante nós compararmos como vem evoluindo quantitativamente o volume em termos de toneladas das exportações de papel para imprimir e escrever de 1980/81 e 1982.

Nós vamos verificar que em 1980 para 1981 houve um crescimento bastante significativo em termos de volume, nós tivemos 130 mil toneladas exportadas em 1980 com acréscimo para 192 mil em 1981; em 1982, houve um certo decréscimo, 179 mil toneladas, basicamente a razão principal para esse decréscimo foi o fato de que o cruzeiro esteve super valorizado em relação ao dólar e com isso nós perdemos um pouco de competitividade no exterior. Então, na verdade algumas exportações inclusive acabaram sendo realizadas com algum sacrifício de preços durante esse período. É interessante notar também pelos números as oscilações por fabricantes em termos de exportação, de uma maneira geral se nota que os grandes exportadores, Simão, Ripasa, Suzano, Champion, tiveram uma participação de mais ou menos 90% em termos de volume de exportação. Para o ano de 1983 o que se espera é que o volume atinja cerca de 200 mil toneladas havendo inclusive um protocolo assinado com a CACEX no qual uma das empresas se comprometeu a exportar como meta mínima 25% do seu volume de produção.

Nós tivemos durante os dois primeiros meses deste ano janeiro e fevereiro, um comportamento não muito favorável das exportações, com relação aos dois primeiros meses do ano passado; tivemos este ano 23 mil toneladas exportadas e o ano passado 27 mil toneladas exportadas. Com decréscimo de 17% em termos quantitativos, tendência que provavelmente perduraria caso o valor do cruzeiro não fosse corrigido.

Em 21/2/82, houve a maxidesvalorização do cruzeiro que em termos de qualidade com o dólar, essa maxidesvalorização significou um aumento de competitividade do Brasil, dado o percentual em que ela foi fixada de 30%. Nós tivemos então, janeiro uma exportação de 9 mil toneladas, fevereiro 13 mil, março o número se repetiu, em abril com os efeitos da maxi o número salta para 15 mil toneladas, em maio já sabemos que esse número deverá girar em torno de 19 mil toneladas. Espera-se a manutenção do ritmo de 18.500 tons/mensais até o final do

EMPRESA	QUANTIDADE TONELADAS		
	1980	1981	1982
Grupo Simão	47.422	75.822	85.379
Grupo Ripasa	22.858	50.259	30.697
Grupo Suzano/ Feffer	21.973	30.617	33.051
Champion	24.010	24.737	19.584
Pirahy	1.309	2.664	3.046
Madeira Sta. Maria	2.921	4.191	2.550
Outros	10.469	8.929	4.994
TOTAL:	130.962	192.598	179.301

ano, o que deverá resultar num volume anual de 200 mil toneladas.

TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS

Após a ocorrência da maxidesvalorização, o que ocorreu foi que os exportadores brasileiros tiveram a possibilidade de passar a abordar um dos mercados de maior potencial e do qual nós estávamos ausentes, que é o mercado europeu. O mercado europeu é um mercado com potencial de importações da ordem de 1 milhão de toneladas, nós tivemos uma participação ano passado de apenas 24 mil toneladas nesse bolo total de 1 milhão. Como o cruzeiro estava super valorizado principalmente em relação às moedas européias, com a maxidesvalorização nós então tivemos a oportunidade de adquirir maior competitividade.

É importante frisar também, que logicamente os exportadores sofreram uma pressão muito grande dos importadores no sentido de que os preços em dólares fossem reduzidos pelo menos em alguma proporção, após a desvalorização, mas felizmente graças a uma coordenação muito estreita dos exportadores o que se definiu foi que não havia necessidade em grande parte das áreas que nós exportávamos de fazer um repasse dessa desvalorização, já que na verdade nós estávamos competindo entre nós, basicamente isso é verdade para mercados como a América Latina, onde os grandes exportadores são os produtores brasileiros, nesse caso uma redução de preços não vai acarretar um aumento de volume exportado e com relação a outros mercados aí sim houve alguma alteração de preço, principalmente para a Europa e para Oriente Médio.

Apesar desse aumento de competitividade ainda existem algumas limitações para nós conseguirmos aumentar as nossas exportações, como é sabido, principalmente em países do terceiro mundo, está ocorrendo uma certa limitação política em termos de importações. Essas limitações por hora se refletem em cotas ou impostos de importação; outros países fazem desvalorizações sucessivas em relação ao dólar e com isso então impedindo a penetração de produtos importados. Isso tem ocorrido generalizadamente em todos os países da América Latina e também em alguns países da África.

O Oriente Médio, que foi um dos grandes mercados durante o ano passado, vem apresentando maiores limitações em 1982, em decorrência de uma redução do preço do petróleo e, logicamente a receita cambial desses países vem diminuindo. Esse estrangulamento tem acarretado uma prorrogação e até mesmo cancelamento de uma série de programas de desenvolvimento que vem sendo realizados em países como Iraque, Irã, Arábia Saudita, e Kuwait.

Uma outra área em que existe ainda

viabilidade de nós elevarmos nossas exportações é o sudeste da Ásia, principalmente os mercados de Hong-Kong e Singapura, esses dois mercados são centros de impressão no sudeste da Ásia e grandes re-exportadores de livros. Espera-se que principalmente a partir de 1985, haja um impulso muito grande nessa área isso em decorrência da lei americana de direitos autorais que deverá prescrever naquele ano em 1985. Essa lei hoje regulamenta que re-edições tem que obrigatoriamente ser impressas nos Estados Unidos. A partir de 1985 a lei cai e deverá haver um afluxo muito grande para Hong Kong e Singapura em função de mão-de-obra mais barata e isenção completa de taxa.

A Austrália voltou a abrir o seu mercado para papéis provenientes do Brasil após a investigação de "dumping" realizada contra produtores nacionais. A constatação de que os preços de exportação não eram inferiores ao do mercado doméstico constitui-se em importante precedente para ser utilizado em casos onde novamente a acusação de "dumping" seja utilizada.

Com o resultado favorável ao Brasil nesta investigação as exportações foram retomadas, esperando-se que cerca de 8 mil toneladas sejam embarcadas para a Austrália em 1983.

Analisando a participação do Brasil em relação aos nossos principais concorrentes nas principais áreas onde nós atuamos, vamos verificar que, pela primeira vez na história, em 1982 o Brasil foi o maior exportador do mundo de papéis para imprimir e escrever em mercados localizados fora da Europa.

Mercados	País Exportador		
	Brasil	Japão	Escandinávia
Ásia	67.073	110.107	77.300
Oceania	8.330	6.216	14.543
África	43.112	9.326	20.542
América	36.706	—	8.909
Sub-total	161.164	125.649	121.294
Europa	24.080	—	504.742
TOTAL	179.301	125.649	626.036

No quadro pode-se observar que o Brasil exportou no ano passado 161 mil toneladas para regiões da Ásia, Oceania, África e América; em segundo lugar está o Japão com 125 mil toneladas, pela primeira vez também o Japão passando a Escandinávia; e a Escandinávia com 121 mil toneladas. Deve-se ressaltar que no caso específico do Japão não deverá haver continuidade nesse volume, já que na realidade esse aumento de exportação foi em função principalmente da valorização do dólar em relação ao iene.

Vamos ter Escandinávia como maior exportador, só para a Europa a Escandi-

navia exportou 504 mil toneladas, meio milhão de toneladas, imprimir e escrever, e o Brasil manteria a segunda posição como maior exportador.

Analisando especificamente o mercado europeu, onde a nossa participação foi de apenas 24 mil toneladas, é importante ressaltar que é um mercado muito mais sofisticado que os outros em termos de exigência técnica, especificações de papel, principalmente o teor de umidade é completamente diferente, o teor de umidade exigido pelo mercado europeu é de cerca de 6%, aqui no Brasil produzimos em média com 4,5% de umidade e isso acarreta uma série de problemas de impressão no destino. Feitas as adaptações o Brasil começa a galgar seus degraus principalmente na Inglaterra e na Alemanha. O que se espera é que durante 1983 o Brasil exporte alguma coisa em torno de 50 mil toneladas só para esses dois países.

Um outro mercado também que começa a despontar, e persistindo a recuperação econômica sem dúvida nenhuma o Brasil deverá também participar, é o mercado norte-americano.

Com os primeiros sinais de recuperação durante o último trimestre do ano passado, confirmados durante o primeiro trimestre deste ano, já ocorreu um aumento de preços dentro dos Estados Unidos em papel. Esse aumento foi da ordem de 8%, com isso o papel brasileiro começa a se tornar competitivo no mercado americano. Um único empecilho para a expansão de nossas exportações no momento, é o frete fixado por conferência, muito difícil de ser reduzido e através de uma coordenação dos exportadores brasileiros, nós esperamos que tenhamos um

volume suficiente para poder fazer afretamento de navios e através desses até reduzirmos substancialmente a taxa de frete.

NOVAS MODALIDADES DE COMERCIALIZAÇÃO

Um outro aspecto importante que deverá permitir maior volume de exportações são as novas modalidades de comercialização que começam a ser adotadas pelo Brasil, principalmente através de fontes bilaterais. Na verdade o primeiro acor-

RESTRIÇÕES ÀS IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS – POLÍTICA DE SUBSTITUIÇÃO DE IMPORTAÇÃO

Após a maxidesvalorização do cruzeiro, quase todos os papéis que vinham sendo importados começaram a se tornar onerosos principalmente, para o segmento editorial. Com o amparo da Cacex alguns acordos setoriais começaram a ser negociados e nós tivemos a satisfação de concluir o primeiro desses acordos setoriais durante o mês de abril para substituição de importação do papel couchê. A reunião foi realizada na Cacex entre fabricantes e editores e se chegou à conclusão que o papel brasileiro já tinha qualidade suficiente para substituir o couchê importado pelo menos nas capas de revistas, onde a gramatura é mais elevada. Ele começa a ser utilizado a partir de 80 gramas, a quantidade não é pequena e gira em torno de 7 mil toneladas por ano, e esse acordo está em plena execução.

Com relação ao papel miolo para as próprias revistas, infelizmente não houve possibilidade até o momento de se concluir um acordo, tendo se em vista que há um diferencial muito grande de gramatura, entre o papel importado com pasta mecânica e o brasileiro de celulose química.

Com essa mesma orientação alguns tipos de papéis começam a ser substituídos por papéis nacionais. Nós temos hoje fabricantes nacionais substituindo plenamente e com capacidade de produção para isso, papel Bíblia, que é um outro papel que vinha sendo importado também. E outros tipos de papéis para uso específico como papel decorativo, para gravuras, para fotografias, opaline e inclusive papel vegetal estão sendo igualmente substituídos por papéis nacionais.

Um outro aspecto importante que eu gostaria de concluir esta palestra dando uma informação de uma nova regulamentação que está em vigor no Brasil, que foi adotada inicialmente pelo setor têxtil, mas que poderá também ser adotado pelo setor papelero. Se refere ao *draw-back* verde amarelo. Foi tentado antes de maxidesvalorização cambial principalmente pelo setor caderneiro, pela ABIGRAF, que os convertedores adquirissem papel nacional incentivado.

Hoje com a regulamentação do *draw back* verde amarelo, feito há cerca de dois meses atrás, primeiro acordo assinado como eu disse pelo setor têxtil, existe a possibilidade de que convertedores nacionais e fabricantes de papel possam participar desse acordo.

Eu gostaria inclusive de aproveitar a presença do senhor José Carlos Brito na mesa, gerente geral da Cacex de São Paulo, para prestar alguns esclarecimentos adicionais sobre essa regulamentação que é do interesse de todos.



Os debatedores Marti K. Soisalo e Décio Quintanilha Jr. ao lado do mediador da palestra Carlos Augusto Jardim.

do bilateral assinado pelo Brasil foi durante outubro do ano passado especificamente para acobertar as operações de venda de papel. Foi realizada naquela época uma exportação de 15 mil toneladas para o Irã e como contra-partida o Brasil se comprometeu a adquirir petróleo. Nesse acordo posteriormente acabaram sendo incluídos commodities, produtos siderúrgicos e hoje o volume de transação após a concretização desse acordo bilateral deverá girar, em 1983, na ordem de US\$ 400 milhões.

Um outro acordo que vem progredindo deverá ser assinado acredito eu dentro dos próximos 30 dias será o acordo bilateral com a Nigéria que deverá envolver importações e exportações nos dois sentidos em torno de US\$ 700 milhões.

Representantes da Cacex estiveram durante os últimos 50 dias duas vezes na Nigéria, acertando operacionalmente os últimos detalhes, o que se sabe é que deverá ser nomeado um Banco Europeu, provavelmente na Inglaterra, que vai atuar como conta corrente entre os dois países, garantindo consequentemente o fluxo de recursos. Logicamente no caso da Nigéria a contrapartida também será petróleo.

O mercado nigeriano sózinho deve representar um potencial de 40 mil toneladas para exportações brasileiras, e durante os últimos seis meses em função das limitações cambiais na Nigéria, o Brasil não exportou mais do que cerca de 8 a 10 mil toneladas, ou seja, é um outro potencial que poderia também ser muito bem explorado ainda neste ano.

EVOLUÇÃO DE PREÇOS

Em termos de evolução de preços, perspectivas no mercado europeu, estoque de celulose, é importante também nós constatarmos que vem havendo um certo decréscimo nos estoques mundiais de celulose. No final de fevereiro, os estoques na NORSCAN (América do Norte e Escandinávia) estava em torno de 1 milhão e meio de toneladas, o país que possuía maior estoques era Canadá com 635 mil toneladas, seguindo-se Suécia com 395 mil toneladas, Estados Unidos com 372 mil toneladas.

Nível de Estoques da NORSCAN no final de fevereiro de 1983.

País	Quantidade/1.000 tons.
Canadá	635
U.S.A.	372
Finlândia	139
Noruega	25
Suécia	395
Total:	1.566
Redução em relação a janeiro/1983: 168.000 tons.	

Em relação a janeiro de 1983 houve um decréscimo de 168 mil toneladas. Os números de março acabam de ser divulgados o estoque baixou mais 50 mil toneladas.

A persistir essa tendência tudo indica que nós deveremos em curto espaço de tempo atingir o limite mínimo como margem de segurança que seria de 1,2 milhão de toneladas.

Simultaneamente os preços de celulose começaram a elevar-se, celulose fibra curta que vinha sendo cotada a US\$ 360 CIF, preço para o norte da Europa, já está sendo vendida a US\$ 390; Celulose branqueada de fibra longa que estava com preço de US\$ 400, começa a se fixar entre US\$ 440, US\$ 450. Para se ter uma idéia de comparação com os preços nacionais os US\$ 390 atuais de cotação de celulose fibra curta branqueada significariam Cr\$ 180,00 por quilo, incluindo ICM, se essa celulose fosse vendida no mercado nacional. Preço atual do mercado nacional é de Cr\$ 140,00, ou seja, existe uma diferença aí em torno de 28%, que é bastante significativa.

A tendência é portanto que com esse decréscimo de estoque e aumento de preço da celulose, o papel também comece a evoluir de preço em dólares dentro dos próximos meses.

Em função da política cambial do Brasil, das restrições que temos tido, começa a existir uma dificuldade cada vez maior de importações, que é um outro tema a ser abordado nesta palestra.

O gerente da CACEX, José Carlos Brito, esclarece a regulamentação do "draw-back verde amarelo" e sugere que o setor de papel e celulose busque os benefícios desse incentivo.

Como todos os senhores sabem através da Portaria 68 do Ministério da Fazenda permitiu-se que a aquisição de matéria-prima básica peças, componentes, destinadas a bens que serão produzidos com destino à exportação seja feita com incentivos fiscais. Seja feita como se fosse uma exportação. Isso é o que se chamou de draw-back verde amarelo. De início a portaria, essa 68, não se refere especificamente a qualquer setor, ela é genérica, a regulamentação dessa portaria é que vem sendo feita por setores. O primeiro setor que se habilitou aos benefícios dessa portaria foi justamente o setor têxtil, que vinha batalhando por ela há muito tempo, agora, hoje ainda, tivemos reuniões com o pessoal que cuida dessa área na nossa direção geral, eu até havia dito que viria para cá, e eles estavam com um telex da Abigraf e me disseram para solicitar aos presentes que entrassem então com os pedidos. Que uma vez entrado, ingressado com os pedidos, eles seriam normativados e viriam com a sistemática toda aplicada. Como já existe essa sistemática para o setor têxtil, a questão é só de por em marcha, basta acionar o motor de partida, já existe o dispositivo.

Se houver qualquer interesse maior, ou qualquer esclarecimento maior podemos explicar aqui como que funciona, de que jeito que se pretende colocar em prática a questão do draw-back verde amarelo no draw-back interno.

No aparte do debatedor Martti K. Soisalo a confiança no desempenho do segmento de papéis para embalagem.

— Nessa excelente palestra do Raul eu fiquei sentindo falta de qualquer menção para um setor de papéis brasileiros que atualmente está sendo exportado com grande sucesso e em grandes quantidades. E especialmente para o mercado europeu, refiro-me a papéis embalagem. Atualmente o Brasil está exportando quase que 10 mil toneladas mensais de kraft-line para a Europa e com grande sucesso. A qualidade do line brasileiro tem se demonstrado plenamente competitivo com os produtos tanto escandinavos como americanos. E aparentemente aí temos um segmento na indústria papeleira brasileira que tem um grande futuro não só no mercado europeu como também em outros mercados exportadores.

O apoio de Raul Calfat a Soisalo.

— Achei muito bem lembrado Martti, sem dúvida nenhuma as exportações de papel kraft vem evoluindo, no ano retrasado totalizaram algo em torno de 70 mil toneladas; no ano passado quase nada. E me parece que o mercado principal é a Alemanha. É um produto com qualidade e que deve continuar crescendo na exportação sem dúvida nenhuma.

A dúvida quanto à continuidade do interesse pelos produtos exportados é levantada pelo debatedor Walter Marchi Filho.

— Endossando as palavras do meu amigo, parabenizando o Calfat pelas suas explicações, e na realidade endossando aquilo que ele afirmou. Nós da Pirahy, apesar de nos considerarmos uma empresa de porte médio, estamos sentindo que hoje as exportações são na realidade um fato consumado. Nós estamos sentindo que realmente a procura dos nossos papéis de um modo geral tem sido intensificada, e isto ocorreu realmente após a maxidesvalorização e nós temos como objetivo procurar de uma forma ou de outra contribuir com as medidas determinadas pelo Governo, no sentido de tentar exportar o máximo. Agora perguntando ao Dr. Calfat, conhecendo esse mer-

cado internacional como ele conhece, se ele acredita que haverá uma continuidade nesse interesse, ou até um otimismo exagerado, uma procura exagerada de papéis de outros países em relação aos nossos produtos?

Numa rápida análise do desempenho brasileiro, o conferencista assegura a continuidade nas exportações.

Eu acredito que sim. O Brasil vem mantendo uma continuidade de exportação desde de 1972, e manteve volume em anos em que o câmbio foi favorável, assim como em anos em que o câmbio foi desfavorável. Então hoje em dia nós estamos muito solidificados nos mercados externos e se nós formos analisar um pouco mais nitidamente aqueles números que foram apresentados, comparando exportações brasileiras com escandinavas e japonesas, nós vamos notar que na realidade o Brasil é o que demonstra maior equilíbrio em termos de mercados. Nós temos como nosso maior mercado a Ásia, onde exportamos 65 mil toneladas, temos em seguida América Latina com 43 mil toneladas e África com 35 mil toneladas; o Japão que foi o segundo maior exportador com 125 mil toneladas, teve 110 mil exportadas para a Ásia, praticamente nada para os outros mercados, ou seja, grande grau de concentração; Escandinávia está basicamente concentrada na Ásia e na África, então eu acho que dessa própria diversificação de mercado nos dá uma maior segurança em termos de continuidade.

O otimismo de José Carlos Brito com relação ao crescimento do volume exportado, baseado em parâmetros da evolução da economia norte americana.

Existem estudos econômicos que indicam que o crescimento de 1% na economia norte-americana leva a um crescimento de aproximadamente 5% na dos países em desenvolvimento. A economia americana, após um longo período de crescimento praticamente zero, vem crescendo atualmente, os últimos dados estatísticos referentes ao primeiro trimestre deste ano, indicam, se se fizer uma projeção, que a economia americana deverá crescer no mínimo 2,5% este ano. Esse crescimento de 2,5% é bastante auspicioso para os países em desenvolvimento. Então nós acreditamos que nos próximos dois anos devemos ter assim um aumento muito grande nas nossas vendas de produtos, vamos dizer de commodities, de produtos como por exemplo papel e celulose, de produtos até da indústria de manufaturados, produtos esses básicos para aquela economia. Porque aí há um fenômeno, que nós costumamos dizer que é o fenômeno de se atirar a pedra no outro. Existe um lago calmo, se atira aquela pedra e aí vem aquelas ondas e a economia norte americana pela sua potencialidade, porque ela representa cerca de US\$ 3 trilhões, que são o PIB norte americano, quer dizer qualquer crescimento provoca, através dessas ondas sucessivas, o crescimento das economias que lhe são complementares. Então existe essa facilidade. Então a pergunta a respeito do crescimento dessa escala de volume de exportações brasileiras e de papel no caso específico, se existe essa possibilidade. Eu acredito francamente que existe, e as possibilidades são bastante alvissareiras, tanto no setor de papel, como no setor de celulose e mesmo no setor de papel industrializado.

José Carlos Brito, gerente da Cacex: "... e as possibilidades são bastante alvissareiras."



Os reflexos da atual fase nas atividades empresariais

O tema "Evolução de Custos nas Áreas Financeira e Industrial" foi desenvolvido na palestra proferida pelo diretor da Cia. Suzano de Papel e Celulose, BORIS TABACOF, que com brilhantismo enfatizou entre outros pontos a necessidade de uma política sadia de preços e o caráter relevante da atividade de marketing na atual conjuntura.



Boris Labacof: "... a década de 80 é a década do marketing."

Em primeiro lugar, quero congratular-me com a Anave pela inclusão no programa de palestras deste importante evento, do tema referente a "Custos nas Áreas Financeira e Industrial". Tomo a liberdade de ampliar um pouco o conceito, para não me deter apenas nos aspectos específicos de custos, nem mesmo a tomar o tempo dos senhores com um número excessivo de informações estatísticas, já que, sem muita precisão, a leitura diária dos jornais e revistas, nos dá uma idéia desses dados.

É necessário que os componentes do organismo que se chama empresa, tenham a visão desta como um todo. Realmente, devido ainda ao pouco grau de desenvolvimento em que nossas empresas se encontram, há uma tendência de considerar as atividades como se fossem compartimentos estanques. Então os profissionais de finanças cuidam da área financeira, os profissionais da área industrial produzem os produtos, os profissionais da área de marketing e vendas, vendem. Acontece que costumamos comparar a empresa a um organismo vivo, como se fosse um organismo humano, digamos, em que todos os órgãos teriam uma finalidade fisiológica,

para que o organismo como um todo sobrevivesse e prosperasse. Podemos dizer que, às vezes, pode-se viver com menos um dedo, menos um braço, mas todos os organismos têm que ter pelo menos um coração, têm que ter pelo menos um rim, assim por diante. Na vida da empresa há três ou quatro atividades que são essenciais, sem as quais não se pode sobreviver. Estou falando de coisas óbvias, mas às vezes as coisas óbvias, na nossa luta do dia-a-dia, são um pouco subestimadas ou até esquecidas. Não se pode ver atividades de marketing ou de vendas, como uma função de volume, como uma função apenas de colocar aquilo que a empresa produz, como também não se pode considerar que a função do dirigente industrial é apenas a de produzir. Todos juntos, nessa harmonia fisiológica, têm um objetivo em comum que é o de obter o resultado da empresa. Isto é tão óbvio que é muito esquecido — não ouvi, no transcurso dos trabalhos de hoje, a menção desta palavra mágica: RESULTADO, que é o objetivo da empresa e que na nossa sociedade mede, no fim de contas, o êxito do negócio, do investimento.

Não estou apenas repetindo as pala-

bras do colega da Ripasa, que fez uma excelente apresentação dos assuntos de marketing, de que na hora de crise, procura-se um bode expiatório que, normalmente, é o homem de vendas. Pode até existir uma parcela de verdade nisso. Mas em qualquer caso, acho que nesta ocasião é preciso que todos os participantes desta ilustre classe, desta excelente constelação de profissionais que são os nossos homens de marketing e de vendas, eu traga esta palavra do óbvio: todos juntos trabalhamos para o resultado das nossas empresas.

Em última análise, a experiência histórica demonstrou que é através do regime da livre competição que se obtém a eficiência, porque fora disso só existe o desperdício e a ineficiência. No exato momento em que toda a preocupação nacional se concentra na necessidade de diminuir os gastos públicos, especialmente os das grandes empresas estatais, pois descobriu-se que elas são muito ineficientes e estão desperdiçando os recursos do país (repito as palavras do presidente do Banco Central lidas nos jornais de hoje) — nós temos que chamar a atenção para esse aspecto: o lucro da empresa. É o resultado que remunera o investimento daqueles que confiaram os seus capitais a uma empresa. Para nós profissionais, também, em última análise, é o que mede o sucesso da nossa performance, da nossa atuação, senão cairíamos naquela expressão meio infeliz de que "a operação foi um sucesso mas o doente morreu". Pode-se vender muito e arruinar a empresa. É o que chamo: o toque de Midas às avessas. Midas tocava em qualquer coisa, no chumbo, no ferro, que se transformavam em ouro. Nós temos muitos profissionais que têm o toque de Midas às avessas: o toque deles transforma ouro em chumbo. Espero que todos estejam me entendendo.

Bem, agora eu quero fazer algumas colocações de ordem muito geral, para destacar a minha percepção da importância da área de marketing, no nosso setor celulose e papel. De modo muito muito genérico, generalizando, com um pouco de excesso até, eu diria que a nossa indústria, que ainda é relativamente jovem, no nível

ou na escala em que está hoje, diria que ela atravessou três etapas.

Forçando um pouco a generalização, podemos afirmar que a década de 60, basicamente, foi a da implantação industrial e da assimilação da tecnologia. Foi a década dos grandes investimentos. Empreendedores audaciosos e de visão, aproveitando a abundância de recursos para investir, implantaram grandes complexos industriais. Esses, aliás, são tempos que deixaram muitas saudades, parece que foi em outro planeta ou em outro século, no entanto, ainda tão perto. Dr. Jorge, do BNDES, que está aí, pode até nos dar o seu testemunho. Mas, nessa época, houve realmente uma tremenda mobilização a nível industrial e tecnológico, com a instalação de grandes plantas industriais com absorção da tecnologia mais avançada. É verdade que se comprou, no começo, a caixa preta da Voith ou de empresas escandinavas. Mas, justiça se faça, os homens das áreas industrial e tecnológica tiveram um grande mérito. Hoje, a tecnologia brasileira de papel e celulose está na ponta. Acho que nos podemos comparar a qualquer outra nação.

No que se refere à celulose de fibra curta de eucalipto, realmente, nós fomos pioneiros e o Brasil, de fato, demonstrou que se pode fazer um papel de boa qualidade com 100% de celulose de eucalipto. Este é o mérito da indústria brasileira e

do nosso pessoal da área industrial e técnica.

Nessa fase, pois, o que predominou, basicamente, foi a coragem de tomar o dinheiro que era oferecido abundantemente e montar grandes indústrias. Essa fase se prolongou até a primeira metade da década de 70. Em meados dessa década, devido ao comportamento cíclico da economia, que produziu dificuldades gerais, o sistema financeiro balançou, criando uma série de problemas a nível mundial e nacional. Então, costume dizer, foi a hora de pagar as dívidas contraídas na década de 60, foi a hora da verdade. Daí podermos dizer que a década de 70, a grosso modo, teria sido a década da área financeira, da área administrativa. As empresas tiveram que se organizar, tiveram que começar a cuidar dos resultados, da eficiência financeira. É o que certa vez um empresário americano me disse: vocês brasileiros precisam passar da fase de serem "asset minded" para a fase de "profit minded". O industrial brasileiro se preocupa em dizer: "você está vendo isso tudo aí? Isso tudo aí é meu! Está vendo aquela fábrica? É minha. Aquela fazenda? Ela é minha". Essa mentalidade estava pondo em perigo muitas grandes indústrias, porque era preciso, pura e simplesmente, pagar aquela pirâmide de dívidas que foi contraída para construir as grandes indústrias. Então, como eu disse,

foi a hora em que começou a se formar, a nível profissional, a administração financeira, de custos, de controles, para que as empresas sobrevivessem e se consolidassem.

Chegamos, então, à década de 80. O que é que está faltando, pois, para consolidar a fisiologia das empresas do nosso ramo? A área de marketing, a área de vendas. Não sou entendido em marketing e vendas, não vou discutir as nuances entre marketing e vendas. Vou falar de fisiologia, de objetivos no organismo da empresa. Trata-se da comercialização eficiente, lucrativa, dos produtos que a indústria produz, usando de toda a tecnologia exposta nas apresentações brilhantes das pessoas que me antecederam. Diria, pois, que a década de 80 é a década do marketing. Não estou querendo ser gentil com os senhores, não estou querendo ser agradável e dizer que são importantes. Eu tenho realmente esta convicção profunda. O futuro da nossa indústria está dependendo de que se conduza a área de marketing e de vendas ao nível profissional e de eficiência, que vai fazer com que essa indústria se consolide e continue progredindo, tanto a nível nacional como a nível internacional, pois, conforme foi dito, é uma vocação inelutável a da presença da celulose e do papel brasileiro no mercado mundial. O problema não é só de competência profissional, quase que

fábrica de papel santa therezinha s.a.

UNIDADE PENHA

Fone: 295-3411 PABX

Cx. Postal 14.707 - CEP 03630

Telex 011-25486 FPST BR

End. Telegráfico:

PAPERMILL:

Rua Aracati, 275 - São Paulo

Linha Industrial

Auto-cópia

Base para Carbono

Guardanapo

Seda

Monolúcido

Kraft e Fine Kraft

Flor Post Monolúcido

Seda Cores

Papéis Especiais

UNIDADE FADLO HAIDAR

Fone: 433-3657 PABX

Cx. Postal 273

CEP 12900

Rodovia Capitão

Barduino, Km. 98

Bragança Paulista

Linha de Consumo

Higiênicos:

Charme - Personal - Pétala

Guardanapos:

Snob - Santepel

Lenços:

Kiss e Ego



acadêmica, porque realmente temos excelentes profissionais no nosso meio. O problema está colocado na posição que os profissionais de marketing ocupam dentro das suas empresas, no nível de participação nas decisões, na definição das políticas das empresas, da sua estratégia, da definição dos objetivos até o comando do dia-a-dia da empresa, onde, dificilmente, se separa, a não ser no organograma, ou para fins de apresentações didáticas, a função industrial, da financeira, da comercial.

Então, o desafio às nossas empresas na década de 80, é o de fazer com que os homens de marketing participem, a nível de decisão, do comando das empresas, que eles sejam relevantes, porque, me desculpem, a atuação dos homens de marketing ainda é pouco relevante na vida das empresas, ficando muito no plano da assessoria. Bem, de quem é a culpa? A culpa é da empresa ou é dos profissionais? O que é que vem primeiro, a galinha ou o ovo? Essa colocação que estou fazendo é, de propósito, simplista. Porque as coisas não se dão assim. É um processo dinâmico de inter-reação, que se dá no dia-a-dia. Os homens de marketing vão crescer e vão ser mais ouvidos, na medida em que eles realmente se esforcem para serem relevantes e de que eles tentem adaptar toda essa bagagem imensa, que já é hoje a ciência ou a arte do marketing, para a vida real da empresa em que atuam. Este é o desafio da nossa década.

Em última análise, considero que esse crescimento, essa maturidade da área de marketing dentro das nossas empresas, é que vai nos assegurar novos passos, o atingimento de novas etapas, de novos horizontes. E uma coisa curiosa na vida das nossas empresas é a seguinte: na época das vacas gordas, os homens de vendas são gênios. Eles circulam sorridentes, alegres. Estão conseguindo realmente vender toda a produção, a bons preços. Mas, digo um pouco provocativamente, eles estão apenas conseguindo tirar pedidos. O comportamento da economia e das empresas é cíclico. Quando a curva começa a descer, as empresas se lembram: bom, mas como é esse negócio de vendas? O pessoal não vende? Vende mal vendido? Então, todo mundo diz que está na hora de, realmente, acabar com esse imediatismo, com essa improvisação que, infelizmente, ainda predomina na nossa atividade comercial. Precisamos acabar com isso. Precisamos trabalhar com planejamento. Definir produtos, definir mercados, definir política de preços, trabalhar pensando um pouco mais além. Bom, mas aí não é hora de fazer isso porque não podemos perder pedidos com essas "sofisticações". Se começar a organizar muito, não vende. Se começar a fazer muito planejamento, não vende. Então, vamos deixar para tomar as providências, para dar um caráter mais eficiente, mais técnico, de maior nível, à área de marketing e de vendas,

quando o mercado melhorar. Porque agora não dá. Porque é perigoso. Porque vai perder pedidos.

Quando as coisas melhoram — porque fatalmente elas acabam melhorando, não depende nem muito da nossa vontade, já que são cíclicas — quando as condições da economia começam a melhorar dizemos: mas vai mexer nessa gente? Esse pessoal é genial! Você vê, eles vendem tudo. Todo dia vem pedido. Então, nunca se trata a sério do problema de marketing e do problema de vendas. Vamos fazer um juramento aqui, agora, todos nós. Na próxima virada, que certamente virá — por mais negras que sejam as nuvens agora, a curva vai tomar uma inflexão positiva lá na frente, não sei quando — vamos todos jurar que aí iremos, realmente, levar a sério o marketing. Porque, eu acho que a hora boa de cuidar do marketing a sério é na hora em que os negócios vão bem. Justamente quando se acha que as vendas não tem problemas. Então, vocês, que são os homens de vendas, devem se vestir do manto da humildade. Nessas horas, quando vierem para vocês, dizendo: Vocês são geniais! Vocês responderão: Não, não sou genial, chefe. Eu sou fraco, vamos organizar nosso trabalho, estamos trabalhando mal, só trabalhamos na improvisação do dia-a-dia. Nós corremos atrás do pedido do dia. Então, é na hora em que houver uma condição mais favorável, que todos nós juntos, de todas as áreas, que constituímos, em última análise, um organismo só, deveremos, de fato, fazer com que a atividade de marketing, a atividade de vendas, seja relevante, seja a mola-mestra dos resultados da empresa, influa, realmente, na política e, em última análise, no sucesso das nossas empresas.

Farei agora alguns comentários sobre a política de preços, porque está ligada a custos. Que os custos estão altos, que os custos estão galopantes todo mundo sabe. Então, para não fugir do tema, vou falar em pouquíssimos minutos que a inflação vai mal e os custos estão altos. Para não deixar de atender ao programa, posso dizer, solenemente, que os custos, tanto industriais como financeiros estão assustadores. Já terei cumprido, então, basicamente, o objetivo da palestra. A evolução média dos custos de matérias-primas e de utilidades, nos quatro primeiros meses do ano, foram de 8,9%, média mensal para celulose; e 8,4% para os papéis brancos. A inflação, passou, nesse período para o nível de 168,8% ao ano. Não é uma previsão: nós já estamos projetando uma inflação de 170% para 1983. Se analisarmos os últimos três meses, os índices inflacionários dos últimos três meses, já alcançamos 168,6%. Já estamos com esse taxímetro virando nessa velocidade. Não vou fazer menção à evolução dos preços, porque estávamos, até há pouco tempo, sob a liberdade de preços, assim não temos informações setoriais sobre qual foi

a sua evolução real. O CIP agora está pedindo informações, a posteriori. Alguém disse outro dia, só meio de brincadeira: "O Brasil é o país em que você precisa prever o passado, porque a todo momento você é surpreendido por medidas retroativas". Assim, agora, o CIP está pedindo contas às empresas do que que elas andaram fazendo no tempo em que não havia controle de preços. As empresas são constantemente chamadas a mandar, por exemplo, as notas do mês de janeiro de . . . 1914, terminação 3. Não, não é piada, é a triste realidade em que vivemos. Hoje estamos sendo obrigados a dizer ao CIP o que estávamos fazendo na época em que não havia controle do CIP. Realmente, os dados não são disponíveis, de como se comportaram os preços nos últimos tempos. Mas, é possível afirmar que os preços ficaram muito, muito abaixo, da evolução da inflação dos custos e mais ainda dos custos financeiros. Acho que não é necessário perder tempo em demonstrar isto. O fato é que tenho um monte de informações estatísticas, mostrando que o cloro subiu 51%, o óleo combustível 62%, assim por diante. Acho que não vou perder tempo com isso, porque não é isso que vem ao caso, já que pouco podemos influir, como empresas, sobre essa inflação.

O que quero dizer é que, pelo menos, temos que repassar os custos industriais e financeiros que oneram as nossas empresas. Isso é um exercício do óbvio, todos estão entendendo ao que me refiro. Não é possível que os homens de vendas ou os outros executivos das empresas das áreas industrial e financeira, se preocupem apenas com o problema do volume e esqueçam-se de que um dos capítulos mais importantes do marketing, dito pernosticamente em inglês, chama-se "pricing". Peço que todos ponham a mão na consciência e verifiquem os exercícios de "pricing" que têm feito ultimamente. De maneira caridosa pode-se dizer o seguinte: o CIP fez com que nós desaprendêssemos a teoria e a prática do "pricing", porque nos levou pela mão durante muitos anos, como se fôssemos crianças ou débeis mentais. Porque o CIP dizia: de hoje em diante é tantos por cento, mandava um telex e então a gente avisava aos clientes: "O CIP mandou subir o preço tantos por cento". Então, desaprendemos a definir nossas políticas de preços. Essa é a realidade.

Acho que, se fizermos tudo o mais da teoria do marketing e não fizermos o "pricing" correto, seria a repetição da história do cavalo do inglês, que estava aprendendo a viver sem comer. Nós vamos morrer de fome antes de receber o diploma. A missão de todos nós — não é somente dos homens de marketing, é de todos nós — é, realmente, a de salvar as nossas empresas dessa torrente avassaladora de inflação. Nós não podemos considerar os problemas do repasse dos custos nos preços,

REPORT

a nova tecnologia em papel.

O papel **REPORT** é fabricado pela Cia. Suzano de Papel e Celulose, em uma das mais modernas máquinas do mundo, a "B7", pelo processo DUOFORMER, o que resulta em um papel estruturalmente simétrico, com gramatura e espessura uniformes.

Sua matéria prima, 100% de celulose de eucalipto branqueada, proporciona ao produto uma alvura e resistência superiores, valorizando seu trabalho, com uma apresentação nítida e atraente.

REPORT COPIER

Especialmente desenvolvido para cópias xerográficas e off-set.

REPORT MULTY

Para uso geral em serviços de escritórios e escolas.

FORMATOS DISPONÍVEIS

Formatos	mm	COPIER	MULTY
A4	210 X 297	*	*
Ofício 1	216 X 355	*	—
Ofício 2	216 X 330	*	*
Ofício 8	220 X 330	*	*
Ofício 9	215 X 315	*	*

Apresentação:

Caixas de 10 pacotes com 500 folhas cada, com 75g/m². O **REPORT** COPIER é acondicionado em embalagens especiais com revestimento de plástico extrudado, que o protege das variações de umidade, garantindo a manutenção de uma qualidade uniforme desde a sua fabricação até o consumo final.



CIA. SUZANO DE PAPEL E CELULOSE
Alameda Franca, 1054 - 5º andar - Tel.: 883-3955
Telex (011) 22095 FEFF BR - São Paulo - Brasil

como mais um capítulo da nossa atividade. Esse não é um problema, esse é o problema. Que cada um vá lá verificar com seus controllers e contadores como é que a coisa está. Estamos ameaçados de ficar afogados, na indústria, num mar de tinta vermelha. O mercado de papel e celulose é inelástico em relação ao preço. O que é elástico em relação ao preço? O figo ou o caqui, na feira livre. O figo estraga, é perecível, o caqui também. Então, a dona-de-casa mais modesta, deixa para comprar o caqui às 10:30, 11:00 horas, no fim da feira, pois se não houver muita procura pelo caqui, o preço baixa, o mercado abre, aumenta, muito mais gente compra caqui ou figo. Papel, celulose, não são produtos elásticos em relação ao preço. Não apodrece, não estraga. E ninguém compra papel porque é mais barato. Essa é a essência do problema. Não adianta vender mais barato, porque não vai vender um quilo a mais. Não vai vender um quilo a mais de celulose e de papel porque vendeu mais barato. É o festival do óbvio. Todos nós somos responsáveis pelo destino das nossas empresas.

Mas, com perdão de vocês todos, quem está na linha de frente da batalha são os homens de vendas, que estão lutando contra uma conjuntura desfavorável, contra as resistências muito naturais dos consumidores, contra uma alergia total à estocagem, obviamente, porque com juros, de 10, 12% ninguém vai fazer estoque. Hoje os nossos clientes querem trabalhar da mão para boca. E é lógico. Quem não fizer isto, está cometendo suicídio. Então, vocês, homens de vendas (ANAVE não é A NAVE, para não ser uma nave espacial) aterrizem. Temos que cuidar das políticas de custos e preços, temos que cuidar de fazer com que as nossas empresas sobrevivam. Não é possível que sejamos afogados pelo mar da tinta vermelha do prejuízo, já que nossas empresas estão recebendo o

impacto de uma inflação em que a maioria dos nossos insumos evolui mais rapidamente do que o índice inflacionário geral. Este imediatismo primário do dia-a-dia, de tentar correr na frente do coleguinha e pegar o pedido, fazendo concessões que não são admissíveis, porque vão destruir as nossas empresas, deve ser substituído por uma política de produtos e preços bem mais racional. Reconheço que isto não é alta teoria, mas quero dizer o meu recado. Se estiver errado, paciência.

Finalmente, farei alguns comentários pois talvez alguns estejam curiosos, sobre o que acho das perspectivas da conjuntura. Em primeiro lugar devo dizer que eu sei tanto quanto vocês. O que sei é o que leio no jornal todo dia. E tem que ler todo dia, senão ninguém sabe o que fazer no decorrer do dia, já que as mudanças da política econômica e financeira são diárias. Há duas teorias sobre o futuro econômico do Brasil: a teoria catastrófica e a teoria crônica. Agora vamos falar a sério, pois o assunto não é de rir. Realmente, estou certo de que a médio e longo prazo nós vamos sobreviver e vamos crescer de novo. Mas, o espaço que existe hoje para manobra, é muito pequeno. Não se trata de criticar o Governo, pois, no fim de contas, estamos todos no mesmo barco. Realmente, as opções que temos no momento são muito poucas. A teoria catastrófica significa a seguinte: que amanhã em New York, um banco qualquer brasileiro, não paga um cheque, e, como nos Estados Unidos não há Cartório de Protestos, o credor pega um oficial de justiça e vai lá e tira uma máquina de calcular ou, pior, pega o carro do gerente do Banco.

Essa perspectiva vai obrigar, realmente, a que o Brasil adote, a curtíssimo prazo, uma série de medidas, extremamente heróicas, para que se realize, finalmente, o reajuste ou ajuste externo

e possamos, em bases mais sólidas, retomarmos o desenvolvimento. A outra hipótese, a crônica, é a de que a cada dia vai se conseguindo empurrar o problema para a frente e o problema fundamental do crescimento, o problema do Brasil real, que não é só o problema do balanço de pagamentos ou da dívida externa, fique indefinidamente prorrogado. Isso, realmente, é uma coisa assustadora. O que nós, como empresários, podemos dizer é que, de fato, é preciso um pouco mais de criatividade, é preciso sair do formalismo, da teorização puramente monetária, e de uma colocação de que as autoridades financeiras e monetárias empenharam a honra delas e a do Brasil em resolver o problema do balanço de pagamentos. Enquanto não conseguirem resolver o problema — e talvez ele não tenha solução com as fórmulas que estão sendo usadas no momento — não há mais nenhum outro problema no Brasil. Essa é uma colocação perigosa e nós empresários temos de fazer chegar, de maneira construtiva àqueles que tem poder de decisão, a nossa opinião de que, ao mesmo tempo que se tomam as medidas duras, que é necessário tomar — e muitas já foram tomadas — também é preciso se sair do dogmatismo, da ortodoxia monetarista, para uma posição mais flexível, mais criativa. Devem ser buscadas soluções a nível político, mesmo no plano internacional, para o problema da nossa dívida externa, para que possamos, de fato, brevemente, retomar o crescimento do país, porque no final de contas, esse é o nosso verdadeiro objetivo. E nós todos, da indústria de celulose e de papel, estamos aí prontos, para sairmos de uma posição defensiva em que nos encontramos, para novamente retomarmos aquele "elan" de expansão, de crescimento em todas as áreas, que sempre foi a tônica do nosso setor. Muito Obrigado

Presentes na mesa, os debatedores Antonio Pulchinelli, José Bignardi, Roberto Leal, Jorge Marques Leandro, Osmar Zogbi e o mediador Alberto Pires.



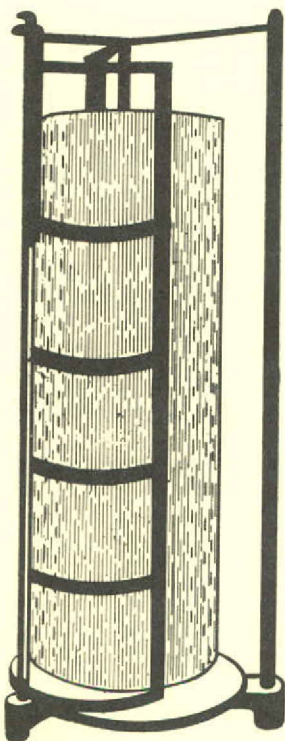


INDÚSTRIA DE SUPORTES ALVORADA LTDA.

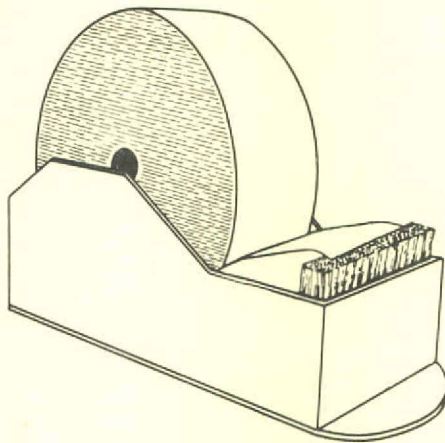
RUA SANTA ANGELA, 849 - CEP 02727

FONES: 266-8736 266-0736 857-9458

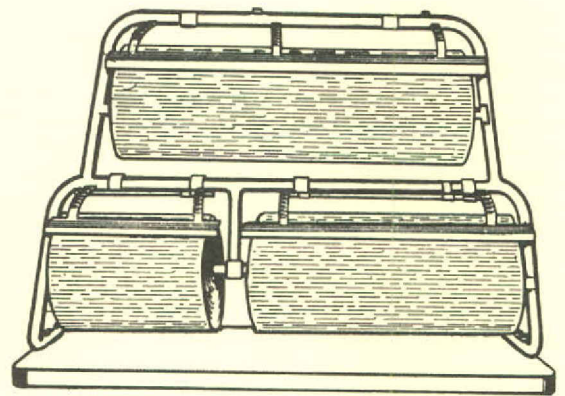
SÃO PAULO



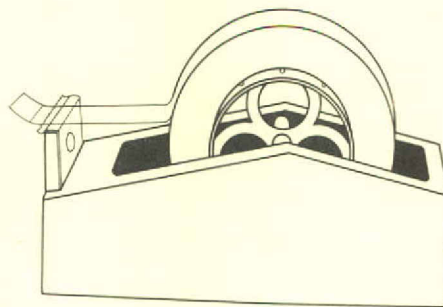
**SUPORTE PARA BOBINA
DE PAPEL - 1,20 x 0,50**



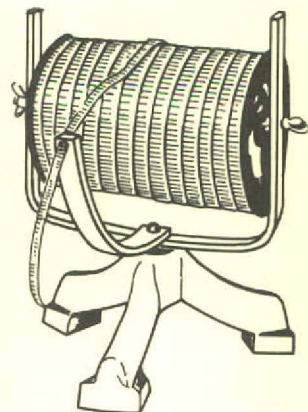
**SUPORTE PARA
FITA GOMADA**



**SUPORTE PARA
BOBINAS DE PAPEL**



**SUPORTES PARA
FITA ADESIVAS**



**PORTA
FITILHO
LUXO**

**FABRICAMOS SUPORTES EM QUAISQUER
TAMANHOS E MEDIDAS PARA BOBINAS DE PAPEL.**

O início dos debates na palavra de Alberto Fabiano Pires, diretor financeiro das Indústrias de Papel Simão.

Parabenizando o Dr. Boris pela mensagem que ele deu a todos nós. Uma mensagem de entusiasmo, de otimismo, entre-meada de brincadeiras, mas que chegam bem perto de cada um de nós. Eu acho que no fundo todos concordamos com ele, e sabemos que nas palavras dele vamos encontrar nosso caminho.

Osmar Zogbi, diretor do Grupo Ripasa, em seu pronunciamento sugere a observação do direcionamento dos lucros e cita também a preocupação do setor com o aspecto social.

— Boris, parabéns pela palestra, realmente gostei, soube colocar com perfeição todos os nossos anseios. E acho que realmente falar do óbvio tornou-se importante no nosso setor. Antes porém eu gostaria de fazer um comentário sobre a palestra do Fábio Serapião. Ele falou que as empresas de celulose e papel conseguiram nas décadas de 70, incentivos em financiamentos na base de 20% da correção monetária, o que nós não podemos reclamar, e eu fiquei pasmo quando vi que muitas pessoas concordaram com ele e sorriram na oportunidade. Eu gostaria que vocês soubessem que esse incentivo, ou esse financiamento que foi concedido na década de 70, hoje representa muito pouco dentro do passivo das nossas empresas, acho que nem chega a 10% de nossos compromissos e digo mais, se não fosse esse incentivo, eu acredito que todos nós estaríamos hoje importando papel e celulose, e talvez as máquinas dos convertedores estivessem paradas porque hoje a exportação é inviável. Ele falou também do mercado sheltered e exposed, ou seja, elástico e inelástico, e dos sandwishes a que fica exposto o convertedor. Eu concordo que exista eventualmente guerra dentro desses setores, mas isso me faz lembrar a estória de um turco e de um judeu fabricantes de papel (vamos falar brincando). Eles estavam andando pela rua e viram um monte de estrume e um assim pensou e disse o seguinte, eu vou passar a conversa no colega aí. E disse, eu te dou mil dólares se você comer aquilo lá. Aí o outro disse, bom vou ganhar mil dólares, vou lá e vou comer. E foi lá e comeu, depois o turco ou judeu no caso, não tem importância, falou assim, eu também vou querer passar a perna nesse outro aí de algum jeito, e foi lá e falou para o colega, se você comer aquele outro que está lá na frente eu te dou mil dólares, e o outro foi lá e comeu. Aí eles andaram mais um pouco, um olhou pro outro e pensou, poxa nós comemos estrume de graça. O nosso poder de comando já é muito relativo, é muito pequeno dentro dos nossos custos, não existe controle sobre óleo, energia, químicos, verdadeiros oligopólios. A mão-de-obra é outro fator da produção que nós perdemos praticamente o controle. Vocês devem ter assistido na televisão, na semana passada uma empresa que se viu cercada na demissão de alguns funcionários, uma empresa que apresentou um balanço de Cr\$ 26 bilhões de prejuízo, eu não sou a favor de despedir funcionários, eu só quero me referir ao fato que realmente estamos cercados em muitos fatores. Nosso

custo financeiro, como o Boris disse, pulou de 3 para 18% em relação ao nosso faturamento. Eu diria que nós precisamos usar de toda nossa coragem e maestria para poder comandar o que nos resta. Nós precisamos em função de uma ausência de uma política bem definida e saudável, de política comercial e política de investimentos, acaba nos conduzindo invariavelmente a uma especulação, que acentua-se nos picos de oferta e demanda, sempre tendo como resultado final prejuízo e descrédito. Essa estabilidade fatalmente conduzirá o consumidor a procurar outras alternativas que possam substituir nosso produto, indo para outros segmentos, aqui foi falando no plástico, eu diria vidro e folha de flandres. Nós precisamos mostrar maturidade, unidade entre produtor e convertedor, adotando um procedimento uniforme, conquistando maior credibilidade, vamos usar toda nossa criatividade, estimular nosso marketing, o mercado está aí. Ele deve ser equacionado, dividido e respeitado por nós, não vamos entrar em guerra, sem o que a solução será muito difícil. Lucro, como o Boris disse, é vital para nossa empresa, eu só questionaria o destino de lucro, esse sim alguém poderia falar alguma coisa. Nós sabemos dar destino ao lucro. Vejam vocês nosso setor dá um destino ao lucro também social, existe o Sepaco, um hospital inaugurado, que atendeu o ano passado 200 mil funcionários. Esse é o nosso desafio, devemos adotar uma política de pricing, concordo inteiramente com o Boris, muito obrigado.



Jorge Marques Leandro se declara confiante no desempenho do setor

“O setor de papel e celulose é um dos que tem os maiores méritos neste País para crescer”, afirmou Jorge Marques Leandro, gerente do setor de papel e celulose do BNDES, durante o aparte pronunciado após a conferência.

— Bem, está todo o mundo pessimista, e eu vou tentar dar uma de otimista. O Boris falou aqui que o setor nas várias décadas já é dotado hoje de técnicos experientes, know-how nós

temos praticamente tudo. Técnicos Administradores e homens de finanças também nós temos, eu acho que de excelente gabarito. E agora estamos entrando na área de marketing, e eu concordo com praticamente tudo que ele disse em relação a marketing, e o que o Osmar também acabou de falar aqui, a questão de que o preço é vital para o desenvolvimento da indústria. Nas palestras anteriores, Raul falou de um mercado com potencial magnífico que o Brasil tem, quer dizer, nós temos um mercado aí com poder de competição bom e os números estão demonstrando isso. Nosso amigo da Cacex falou também no crescimento da economia americana que vai repercutir sem dúvida alguma afetando o Brasil em termos de desenvolvimento, a questão do preço, a turma de marketing deve resolver. O Brasil sem dúvida alguma quanto a atividade de matéria e de mão-de-obra também temos bastante. O setor de celulose e papel no Brasil, e eu vou falar baseado nos dados de 82 que eu tenho aqui, do BNDE, em 82 o BNDE desembolsou, só para o setor de celulose e papel, Cr\$ 35 bilhões, isso representou um incremento real sobre 81, da ordem de 28%. O setor de celulose e papel dentro do BNDE, na classificação que nós temos interna, e dentro de setor industrial, que nós classificamos em 15 setores econômicos, ele foi o terceiro em termo de desembolso, superado unicamente por siderurgia e não ferrosos que basicamente são empresas estatais. Então em termo de setor privado, é o setor que tem no BNDE hoje o maior número de desembolso. Com crescimento de 28% sobre o ano passado. Isso é desembolso, é liberação de recursos para projetos já apoiados no ano passado pelo banco e até recentes. Em termos de aprovações, quer dizer, dos projetos que entraram novos e tiveram aprovações em 82, as aprovações foram num total de Cr\$ 28 bilhões. Isso aqui nós temos várias linhas, mas eu estou dando os totais, existem operações diretas, que são aquelas financiadas diretamente pelo BNDE, existem operações indiretas que são através dos Bancos e documentos estaduais, existe a BNDESPAR, que é uma subsidiária que participa secundariamente, existe a Finame. Então Cr\$ 28 bilhões de aprovações em 82, em relação a 81 o crescimento real foi de apenas 3%.

A classificação dentro do Banco naqueles mesmos setores industriais nós já passamos para quarto lugar, em termos de aprovações de 82, superados novamente por siderurgia não ferrosos e química e petroquímica, que é uma mistura de estatal e empresa estrangeira modelo tri-partid. Isso é para os senhores refletirem. Então de tudo isso que se falou aí. O Boris também falou que o setor está pronto para crescer e eu acho que tem que crescer, ao contrário da curva que ele falou, eu acho que a curva de recessão é a melhor hora para ele pensar em investir, quer dizer e nós do BNDE estamos receptivos a recebê-los para crescer. Vocês devem saber existe um grupo de debates de planejamento estratégico que está se reunindo há uns dois anos e meio e elaborou um documento, que hoje está na mão da Seplan, que traçou as diretrizes estratégicas do setor para a década, eu tenho a felicidade de fazer parte desse grupo com algumas das pessoas aqui presentes, e aquele trabalho pretende consubstanciar o segundo programa de papel e celulose. No momento nós estamos em fase de revisão daquele documento, eu acho que o que está lá na Seplan não vai ser aprovado, nós estamos preparando um documento para ser talvez o aprovado. — Então eu acho que o que está faltando no momento, e que é investir, eu acho que nós temos que investir. O Brasil sem dúvida alguma tem que ocupar a posição que ele merece no cenário internacional, no cenário de celulose e papel. Com todos os contatos que nós temos tido aí, Raul também falou aqui em preço de celulose, que em maio estava em US\$ 390, em fevereiro estava US\$ 320,00, de fevereiro a maio cresceu 22%. As previsões dos experts internacionais é que em dezembro o preço da celulose estará em US\$ 330,00. Outras previsões também feitas pelos experts internacionais é que em 1987 a tonelada da celulose estará a US\$ 900,00, e para termos uma fábrica em 1987, devemos começar agora. Do ponto de vista do BNDE

nós estamos atuando em alguns projetos específicos tentando motivar os empresários a crescer. Persiste um problema que também foi falado aqui, não me lembro em que palestra, da capacidade de reinvestimento do empresário nacional, que realmente é muito baixa com todo esse controle, esse problema de preços que existe. O Boris também falou que soluções têm que ser encontradas. O Osmar falou que o crescimento do setor decorreu fundamentalmente dos 22% de correção monetária e eu não tenho a menor dúvida disso. É só pegar os grandes financiamentos que o BNDE teve e das grandes empresas, todos foram feitos em 20% de correção monetária, quando acabou os 20% não tivemos mais nenhum investimento. Em 20% nem se pode falar hoje, é palavra, mas eu acho que soluções não ortodoxas como o Boris falou, podem ser encontradas no diálogo comum quer dizer, nós não temos regras definidas, o que precisa haver é, uma consciência de todos vocês empresários e do próprio Governo. Nesse trabalho do Grupo Estratégico, que é um grupo que está preocupado com o lobby do Governo, tem que mostrar ao pessoal da alta cúpula, que o setor de celulose e papel é um dos que tem os maiores méritos neste país para crescer. Aqueles dois setores que estão em primeiro lugar que eu falei para vocês, eu creio que nós temos muito mais mérito do que eles para crescer. Agora precisa convencer, tem que ter um trabalho de lobby permanente, atuante, para mostrar a quem de direito cabe decidir sobre isso, agora de qualquer forma eu acho que nós estamos dispostos a conversar, temos tomado algumas iniciativas, e quase toda certeza neste ano nós vamos ter algumas decisões de investimento de celulose e papel no Brasil. Agora estamos abertos a todos os que quiserem nos procurar para conversar, provavelmente em julho ou agosto eu estarei na Associação Nacional fazendo uma exposição sobre determinado projeto ou alguma coisa assim que nós gostaríamos da participação dos senhores. Temos feito alguns contatos com os Governos Estaduais em algumas regiões do país para desenvolvimento de novos projetos. O BNDE hoje tem uma taxa de juros que foi recentemente diminuída, está operando na faixa de operação direta de 6 a 10%, prazos que vão a quinze anos. Existe financiamento para várias regiões para equipamentos, que os juros são zero, com captação de 100% do BNDE no equipamento. Então esse tipo de coisa quer dizer nós estamos nos adequando a uma nova maneira para crescer, e eu acho que o setor de celulose e papel é um que deverá ser primeiro ou pelo menos espero que assim seja. Eu queria apenas dar essa palavra de otimismo e dizer que estamos à disposição lá para quem quiser falar conosco sobre o crescimento do setor. Obrigado.

Agradecendo o apoio que o BNDES sempre deu ao setor de papel e celulose, Alberto Fabiano Pires, mediador da palestra encerra os debates.

— Eu ia encerrando, mas antes de encerrar eu quero uma palavra a todos vocês refletindo o agradecimento dos empresários do setor de celulose e papel para com o BNDES. Acredito que muitos dos amigos aqui em oportunidades anteriores já tenham me visto fazer algum comentário desse tipo. No dia que se escrever a história da celulose e papel no Brasil o BNDE como chamávamos antigamente, agora tem mais o S, o BNDE ocupará um lugar de destaque, foi ele que fez a alavancagem do setor de celulose e papel no Brasil. O que o Dr. Jorge mencionou agora, essa nova fase para a qual o BNDE se está preparando é uma continuidade, é uma continuação de apoio que o BNDE sempre deu ao nosso setor de celulose e papel. Nós todos que estamos aqui devemos agradecer sempre ao BNDE esse apoio porque foi com ele que o Brasil atingiu a maioria nesse setor. Então ao Dr. Jorge Marques Leandro, gerente do setor de celulose e papel do BNDES eu quero transmitir o agradecimento dos empresários do setor ao BNDE, e que ele tenha na coração que é um amigo da gente, um amigo de todos nós. Muito obrigado.

Um relacionamento regido pela "Lei da Gravidade"

Oswaldo de Moura Silveira, diretor da Gráfica Bradesco, dissertou sobre "O SETOR FORMULÁRIOS CONTÍNUOS". Na análise ampla e profunda que apresentou sobre esse segmento, Silveira incluiu aspectos que envolvem o relacionamento entre os fabricantes de papel e as indústrias de formulários contínuos, alertando que o momento exige uma revisão no posicionamento a ser adotado por ambos os lados.

Oswaldo de Moura Silveira: "A ausência de um maior diálogo entre fornecedor e comprador, acaba por comprometer muitas vezes o relacionamento entre as empresas."



Aos companheiros da área de vendas, senhoras e senhores aqui presentes, gostaríamos de agradecer o convite que nos foi feito pelo sr. Paulo Vieira, presidente da ANAVE, para que aqui realizássemos este "bate-papo". Aproveitamos também para solicitar do Mediador que faculte aos presentes, se assim o desejarem, interromper a qualquer tempo nossa conversa, para questionar, interpelar ou complementar eventuais aspectos que tenham ficado obscuros ou sujeitos a maiores esclarecimentos.

Nosso assunto será, como não poderia deixar de ser "O SETOR DE FORMULÁRIOS—CONTÍNUOS".

Procurando tornar mais ameno o assunto, dividímo-lo em quatro partes distintas: 1ª — "QUANTOS SOMOS, ONDE ESTAMOS e PARA ONDE VAMOS"; 2ª — "TENDÊNCIAS E PREVISÕES PARA OS PRÓXIMOS 90 a 120 DIAS"; 3ª — "PROBLEMAS QUANTO AO FORNECIMENTO E QUALIDADE NO SETOR DE FORMULÁRIOS—CONTÍNUOS" e, finalmente, 4ª — "RELACIONAMENTO ENTRE FABRICANTES DE PAPEL E A INDÚSTRIA GRÁFICA no setor de FORMULÁRIOS—CONTÍNUOS.

1ª PARTE: Geograficamente, iniciando-se pelo Estado do Rio Grande do Sul, temos aí localizada duas indústrias, em Sta. Catarina uma, no Paraná duas, em São Paulo treze, no Rio de Janeiro seis, em Minas Gerais três, em Pernambuco uma, na Bahia uma e no Pará uma. Como podem verificar, aproximadamente 63% das Indústrias do setor (com uma média de 75% no consumo de papel em bobinas) situam-se no eixo Rio—S. Paulo. Apenas para registro, lembramos que quando genericamente falamos papel, estamos incluindo papel de imprimir, carbono e auto copiativos.

Lamentavelmente, o nosso setor de FORMULÁRIOS—CONTÍNUOS, carece de números e dados estatísticos, cuja falta provoca grande dificuldade quando procuramos dimensioná-lo, sobretudo em termos de consumo. Por essa razão alguns dos números que apresentaremos, no decorrer desta, poderão apresentar sensível diferença com aqueles que o setor papeleiro, ou outras indústrias, possam vir a possuir. Esta é uma distorção, uma falha mesmo, que a atual diretoria da ABRIFORM pretende corrigir no decorrer de sua gestão.

No Rio Grande do Sul temos a CON-TISUL (ligada ao Grupo São Luís) e a BELGRAF. A primeira como a segunda possuem atividades regionalizadas, sendo que, em alguns casos, participam de cotações nas áreas de São Paulo e Rio de Janeiro. No estado de Santa Catarina encontramos a MOORE, a qual dentro do princípio de descentralização, mundialmente adotado, montou aí uma planta industrial, para atendimento regional e estados circunvizinhos. No Paraná a UNIVERSAL atuando na área do estado e a TELOS. Relativamente a essa última desculpem-nos a falta de informações, porém, parece-nos que atua na área de formulários tipo "jato" e unicamente na região. No estado de São Paulo, encontramos a maior concentração do setor, com onze indústrias produzindo comercialmente e duas unicamente para consumo próprio. Temos a GRÁFICA BRADESCO S.A., a qual, além do atendimento às Organizações Bradesco, destina aproximadamente 50 a 60% de sua capacidade produtiva a clientes fora do Conglomerado, principalmente Instituições Financeiras e Empresas Públicas. Atua em Sta. Catarina, Paraná, S. Paulo, R. de Janeiro, Minas Gerais e Brasília. Em casos especiais, como cheques e documentos de segurança, atende a todo o Brasil. MOORE: — indiscutivelmente a líder do setor. Atua a nível nacional e em todos os segmentos do mercado, inclusive agora, pelo que nós sabemos, em cheque. GRAFOREX: Além de produtora de carbono, atua em área definida, com ênfase para os pautados. ASPAG: As informações obtidas indicam operar quase que exclusivamente com impressos do tipo "jato". INTERPRINT: Tem suas vendas concentradas quase que exclusivamente na região da Grande São Paulo, já foi AGAPRESS e hoje está situada na capital. Possui uma linha bastante definida de atuação, tendo sido grande o seu crescimento nos últimos anos. AGAPRINT: Parece-nos ligada ao Grupo Suzano-Feffer, aproximadamente 85% de suas vendas se concentram em S. Paulo, 10% no interior e talvez 5% a nível nacional, tendo funcionado anteriormente em Minas Gerais. PALMEIRAS: Participação

concentrada na área onde se situa. Temos poucas informações com relação a sua linha de produtos. SÃO LUÍS: Absorveu a Serveforms, além de várias outras indústrias do setor. Tem nas passagens aéreas um de seus produtos mais conhecido. MULTIFORMAS: Opera praticamente em todos os segmentos. Estaria desenvolvendo estudos para fabrico de papel auto-copiativo. MELHORAMENTOS: Uma das mais antigas fabricantes de cheques, antigamente operava na parte de cheques no sistema de gráfica plana. Atualmente operando em formulários-contínuos complementando a impressão de cheques com a marcação através do sistema "C.M.C.-7" e personalizando-os. Tem no Bradesco e Thomas seus concorrentes diretos, no segmento. IBITIRAMA: também pouco temos em termos de informações. ITAÚ: produz para o seu próprio consumo, incluindo cheques. B.C.N.: Adquiriu uma Empresa Gráfica e equipamentos da Agaicron. Opera também unicamente para o Grupo Financeiro.

O Mediador Alberto Fabiano Pires solicita esclarecimentos à respeito do "jato".

Para esclarecer alguns companheiros nossos que talvez não sejam muito afeitos a formulários contínuos, você poderia dar alguma explicação a respeito do que

é exatamente o jato, assim ficaria uma compreensão melhor para quem não é muito afeito à área.

Silveira formulário a jato vem a ser, vamos dizer, assim é um impresso que chamado aquele plano, é um bloco, no qual carbono já vem intercalado. Então o usuário simplesmente coloca o impresso na máquina e ele está pronto para uso. Evita aquela operação de você carbonar o impresso. E ele pode ser feito mediante o carbono "one-time", ou através desse sistema que havíamos comentado da Multiformas, que é o auto-copiativo, também conhecido por Sincarbon, NTR e outros que existem similares.

Em Minas Gerais encontramos novamente a MOORE. Temos a ALTEROSA, ligada a um Grupo Financeiro e a VELOSO, esta com atuação em maior escala dentro do próprio estado.

RIO DE JANEIRO: Encontramos a AGGS, a qual já chegou a ser uma das primeiras indústrias do setor. Atualmente pertence ao Grupo S. Luís. CYRUS: Tem explorado bem a capacidade de seus equipamentos, sobretudo em impressos multivias e pautados. Temos registrado sua participação na confecção de envelopes a partir de "hot spot carbon". Circulam notícias de que está se dedicando ao fabrico de máquinas impressoras para Formulários. N.C.R.: participa do merca-

do, dentro das limitações de seus equipamentos. CONTINAC: Juntamente com o Bradesco, Moore, Interprint e Grupo São Luís, constitui-se numa das maiores do setor. Opera praticamente em todos os segmentos e território nacional. Consta ser a mais antiga Empresa do setor. THOMAS DE LA RUE: Conhecida fabricante de documentos de segurança e impressão em talho doce. Tem no Bradesco o seu maior concorrente para o segmento, sobretudo cheques bancários. Detinha praticamente a maior fatia do mercado de cheques, hoje nós diríamos que em volume de cheques nós já a superamos, não em volume de clientes. BOURROUGHS: De atuação bastante limitada, decorrente do número de equipamentos.

Ainda temos a NORGRAF em Pernambuco, com atuação regional, a SISTEMAS GRÁFICOS S.A., na Bahia, cuja faixa de atuação nos é totalmente desconhecida e a GRAFISA em Belém do Pará, esta última com participações em Brasília e por vezes no R. de Janeiro e S. Paulo.

Em termos de novas instalações industriais, assunto que nos parece interessar mais de perto ao setor papelero, temos informações de que estaria em estudos a implantação de uma nova unidade na região Sudeste, provavelmente em São Paulo. Isto deverá ocorrer, se procedente, ao final de 1983 ou meados de 1984.

Se você é gerente de Marketing,
Produto ou Promoções
venha conhecer este novo serviço,
ágil, perfeito e de muito impacto.

LAYOUT FINAL

Sua idéia pronta em 24 horas

Grafite Propaganda e Publicidade Ltda.
Rua Mesquita, 121 (térreo) - Tel.: 278-7342

Ainda, quanto a novas plantas poderá ser implantada na região Nordeste duas novas unidades. Uma não é novidade para ninguém, inclusive pode ser confirmado aqui, é a Moore, que pretende instalar-se no Recife, já está, em processo de instalação.

O gerente de produção da Moore Formulários Ltda. Sidney Samoto informa que "deve começar a operar em dezembro".

A outra, ligada aparentemente a um grupo alheio ao setor, também estaria se localizando na mesma região.

Quanto à importação de novos equipamentos, poderão entrar em produção até o fim do corrente ano mais duas unidades impressoras e provavelmente três alceadeiras. As informações que pudemos colher dão conta de que os negócios já estariam praticamente fechados, aguardando somente autorização da CA-CEX para sua importação. As dificuldades econômicas, relacionadas com a balança de pagamentos poderão atrasar a entrada em funcionamento desses equipamentos.

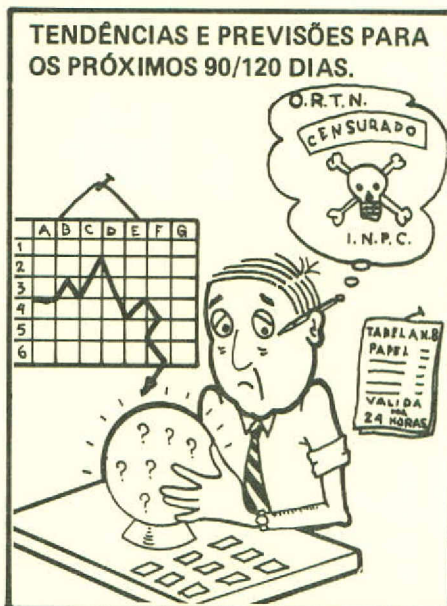
O CUSTO DE TRANSPORTE EM DISCUSSÃO

Alberto Fabiano Pires: Nós notamos uma distribuição geográfica bastante intensa nas fábricas de formulários contínuos. Então me vêm à mente uma pergunta. Qual a melhor orientação para uma fábrica de formulários contínuos, ela deve estar orientada para o seu mercado consumidor, ou ela deve se orientar para o seu mercado supridor de matérias primas, ou o que equivale dizer, o custo do transporte é melhor para o papel ou para o formulário já concluído?

Silveira: É uma pergunta bastante interessante e de difícil resposta. Bem, mostramos uma indústria no Pará, nós sabemos que a fonte de abastecimento dessa indústria deve situar-se obrigatoriamente na nossa região. Nós supomos que esse papel vá até a fonte produtora e retorne ao centro consumidor que praticamente é abrangido pela fonte produtora. Quando você vê que o preço dele é tão competitivo a ponto dele estar vencendo as concorrências, na faixa que ele se predispôs a trabalhar, você chega a conclusão de que realmente ele está obtendo alguma vantagem ou na aquisição de papel, ou em benefícios fiscais da própria região que determinou a implantação. Agora, eu tenho a impressão seguinte: você tendo a sua planta industrial perto do seu produtor e perto do seu centro consumidor, pela lógica isto deveria lhe trazer algum benefício. Mas nós sabemos que muitas vezes nós temos aqui o centro produtor bastante próximo, acabamos adquirindo o papel a quilômetros de distância a uma condição mais interessante. Então tudo depen-

de do momento, existem situações em que a resposta seria, o ideal seria comprar perto, produzir perto e vender perto; existem situações em que o ideal seria você procurar o seu preço, e às vezes nem sempre o seu preço está naquela indústria mais próxima de sua fábrica. Então fica difícil dizer, a lógica deveria ser, fábrica, transformador e consumidor dentro de uma própria área. No momento não é o que está acontecendo.

Encerrando a primeira parte, pretendemos focar nesta segunda etapa, se bem que com bastante cautela, as "TENDÊNCIAS E PREVISÕES PARA OS PRÓXIMOS 90 OU 120 DIAS".



Realmente será um exercício de futurologia. Em questão de semanas sentimos alternâncias no mercado, tanto consumidor como produtor, para as quais não encontramos explicações lógicas. Exemplo disso é o fato de ainda observarmos, em que pese o aumento mensal da matéria-prima, alguns produtos serem comercializados a preços inferiores aos praticados em janeiro de 1983, principalmente listagens, com sensível redução sobre aqueles



que foram praticados em fevereiro e março do corrente ano. Enfim, vamos nos arriscar nesse nebuloso campo das previsões.

Parece-nos mais do que certo que haverá continuidade em nossos problemas de cunho econômico. Empresários por nós consultados mostraram-se um tanto céticos quanto a uma solução a curto prazo para nossas questões econômicas externas, e seus reflexos internos. Este assunto foi bastante comentado pelo Dr. Luiz Carlos Bresser Pereira, atual presidente do Banespa, quando de sua palestra.

As dificuldades na aprovação dos PROGRAMAS DE IMPORTAÇÃO e obtenção de GUIAS DE IMPORTAÇÃO, poderão restringir o crescimento do setor. Muitas Empresas com programas de renovação, para seu parque gráfico, efetuaram cortes substanciais. Em alguns casos peças de reposição e produtos sem similar nacional já se constituem em problema. Na medida do possível e dentro da capacidade da Indústria Nacional, vários produtos já passaram a ser fabricados aqui no Brasil.

Ainda dentro das previsões, parece-nos que não teremos grande crescimento no consumo "declarado" pelas empresas consultadas (relativo ao período de janeiro a abril de 83), quando informaram haver consumido entre 7 a 8 mil toneladas/mês de papel de impressão, auto-copiativo e carbono. Registra-se que em alguns casos as estimativas para o setor mostraram-se bastante diversas dos números acima, sendo a menor tonelage avaliada em 5 mil tons/mês e a maior em 10 mil tons/mês. Pelos motivos que a seguir procuraremos expor, cremos que tal volume deverá se manter inalterado nos próximos três ou quatro meses.

"Estamos contribuindo para reduzir a proliferação do papel"

Em síntese, estamos contribuindo para reduzir a proliferação do papel e, com isto, evitar gastos adicionais na compra de móveis ou fichários que exigem a alocação de mais espaço em áreas imobiliárias com valorização sempre crescente.

A introdução de um sistema de mensagens por computador, como de qualquer outra ferramenta de automação de escritório, provocará diversos impactos — no comportamento e trabalho do usuário, na estrutura e procedimentos da organização e no ambiente físico do escritório.

Como poderão ver, estamos apresentando o jornal DATA NEWS, de 17 do corrente, especializado em assuntos de informática abre manchete sob o título "ESTAMOS CONTRIBUINDO PARA REDUZIR A PROLIFERAÇÃO DO



Todos sabem que a **papyrus** é uma empresa fabricante de cartões, processando a reciclagem de papéis usados, e para isso possui uma sofisticada tecnologia considerada das melhores e mais atualizada.

Porém o que alguns ainda não sabem é que, após muitas experiências, a papyrus conseguiu atingir um padrão de qualidade em seus cartões que está atendendo as necessidades dos consumidores de forma surpreendente.

Se você ainda não teve a oportunidade de conhecer estes novos cartões solicite amostras e comprove.

TBC

TRIPLEX BRANCO COUCHÉ
TRIPLEX BOARD · COATED

DBC

DUPLEX BRANCO COUCHÉ
DUPLEX BOARD · COATED

DBF

DUPLEX BRANCO
DUPLEX BOARD · UNCOATED

CTL

CARTÃO MARRON
CARDBOARD BROWN

papyrus indústria de papel s.a.

01452 – Av. Brig. Faria Lima, 1058 - 9º/10º and. - Cx. Postal 4523 – São Paulo
Telex (011) 25862 – PAPI – BR – Telefone: (011) 813-1011

PAPEL". A matéria apresenta as vantagens do "escritório do futuro", onde o papel será substituído pelo vídeo, no qual aparecerão os dados necessários, com sensível redução de equipamentos, tipo arquivos, armários, pastas, etc. A leitura do recorte fala por si só.

Ainda em continuação à matéria vemos algumas declarações de responsáveis por D.P.D. de várias empresas, mostrando que a utilização de discos, fitas, disquetes ou afins, poderão conter um número quase infinito de informações, de fácil acesso. No presente recorte comenta-se a substituição física das cautelas, representativas de ações, por um registro, ou seja, a chamada ação escritural.

Como redutor ainda no consumo de papel, temos as chamadas "novas técnicas", onde o sistema "C.O.M. — Computer Output Microfilm", dos quais 50 estão instalados no Brasil, consegue, *sem a intermediação do papel*, transferir diretamente do computador para as "micro-fichas", de dimensão não superior a 150 mm x 100 mm, dados que ocupariam 289 folhas de formulários-contínuos, nas dimensões 280 mm x 395 mm. Este sistema vem sendo utilizado pelas Instituições Financeiras e Grandes Empresas, visando a redução de arquivos e volume de papel em trânsito.

Além desses problemas que o setor mais cedo ou mais tarde acabará por enfrentar, se já não os estiver enfrentando, temos que superar outros que começam a se delinear decorrentes principalmente do elevado preço dos formulários-contínuos, conseqüência provável, da atual política de reajustamentos mensais no preço das matérias-primas, com destaque para o papel. O alto custo dos estoques levam os usuários a restringi-los ao mínimo necessário, mesmo correndo o risco de se verem, por vezes, na contingência de adquiri-los, de imediato, a preço mais elevado. É do conhecimento do setor gráfico o fato de algumas empresas já estarem operando com entregas semanais, a seus consumidores. Esse escalonamento nas entregas, acaba por transferir o ônus do estoque às Gráficas, que por sua vez procuram repassá-lo aos produtores de papel. Realmente o custo dos estoques passaram a representar uma carga difícil de ser sustentada.

Há um fato bastante interessante, antigamente era um status para a empresa manter o seu sistema de computador, era comum até você ver assim, possuímos computador, fazendo propaganda. Então, quanto mais você tinha em cima de sua mesa aquela famosa listagem que você nunca via, o pessoal olhava já via a listagem de computador sobre a mesa, dava uma posição social, era um negócio bacana. Então nenhum serviço tinha menos de cinco ou seis vias, e o setor sempre preocupava-se, principalmente o setor vendedor em mostrar a importância da segunda via, você pode perder a primeira porque

tem segunda, e perdendo a segunda tem a terceira, e aquela velha história. Acontece que isso passou a ter um custo realmente elevado, as empresas passaram então para um estudo, departamento de organizações e métodos, departamento de racionalização, então podemos observar hoje que o volume superior a três vias reduziu, principalmente nos últimos anos, substancialmente, hoje o volume de cotação é para uma via, duas vias, e tudo isso tende a começar a desaparecer sobretudo no sistema financeiro é bom que se diga, pela microfilmagem.

Na área de atuação da Gráfica Bradesco S.A., qual seja Instituições Financeiras e Grandes Empresas Públicas e Privadas, a racionalização mediante a redução no número de vias dos impressos, já se tornou uma rotina. Os modelos mais afetados são justamente aqueles de maior consumo de papel, os chamados pautados, zebraados, listagens ou "stock forms". Ao lado poderão ver o ciclo que envolve o processo de racionalização: 1º: levantamento das necessidades reais do número de vias do formulário; 2º: eliminação das vias desnecessárias ou cujo usuário de destino possa vir a dispensá-la; 3º: dependendo do volume, introdução no sistema de microfilmagem "C.O.M."

Ainda em relação a chamada "racionalização" a mesma ocorre na área dos chamados "jato" e similares, ou seja, impressos que já contém o carbono intercalado, pronto para uso. Inicialmente o tamanho dos mesmos permitiam ao usuário a utilização de grandes áreas para estoriar o assunto; em uma segunda fase foram reduzidas essas áreas chegando-se atualmente ao mínimo possível, havendo casos que o espaço é suficiente apenas para o registro de códigos em substituição a textos e palavras.

Relativamente ao "jato" ainda enfrentamos o problema de seu custo. Quando de pequenas tiragens é economicamente mais interessante a sua substituição pelo sistema de blocos onde o carbono é inse-

rido manualmente e reaproveitado, além de terem um número muito maior de indústrias em condições de produzi-lo, contra um máximo de 15 a 20 indústrias de Formulários-Contínuos em condições de fazê-los.

Outro indicador, de que não haveremos de ter grandes alterações no consumo, está representado pela queda no número de pedidos de cotações e nas quantidades neles especificadas. Esta tendência observada a partir de meados de abril e no decorrer de maio, ainda não tem suas causas suficientemente definidas. Para alguns o custo de estocagem aliado ao programa de contenção de despesas, em curso em muitas Empresas, poderiam ser os responsáveis. Para outros, cuja linha de produtos está voltada para os pequenos e médios consumidores, a crise econômica seria uma das determinantes. No âmbito das Empresas Públicas, fala-se nas reduções orçamentárias, aqueles que atendem as Instituições Financeiras justificam a situação com base no regime constante de racionalização e redução do imobilizado (no caso estoques). O fracionamento dos processos de compra, em diversas tomadas de preços, está se generalizando provavelmente em decorrência da instabilidade nos preços apresentados, o que leva os compradores a não adquirir toda a sua necessidade na esperança de obter um melhor preço quando de nova tomada de preços.

Finalmente, deixamos para o fim uma nova "ameaça" não somente à redução no consumo de papel, mas à produção de cheques: — os chamados "cartões de crédito", que na realidade não se limitam unicamente à aquisição de produtos para pagamento futuro, eliminando a figura do cheque, duplicata, etc. Temos agora os cartões de *saque*, "pagamento de diárias em hotéis", "aquisição de passagens aéreas", cartões personalizados de grandes lojas, etc., eliminando o uso de papel moeda e principalmente o cheque. Este é um assunto que provavelmente deverá ser objeto de comentários pelo conferencista do próximo ano.

Com todo esse elenco de modificações em andamento, também a Indústria Gráfica, e no nosso caso as de Formulários-contínuos, passaram a se preocupar mais com seus custos de matéria-prima, onde o papel representa parcela preponderante. Empresas acostumadas a manter estoques de "segurança" de até 90 dias reduziram-no a um máximo de 60. Temos conhecimento de empresas que declararam não ultrapassar em 45 dias a capacidade de seu estoque, enquanto outras limitaram-no a 30 dias, passando a adquirir, sem prévia programação, as grandes quantidades de papel que se fazem necessárias por ocasião dos grandes pedidos. Não temos dúvidas que os atuais preços vigentes são os responsáveis maiores por este comportamento atípico do setor.

Mas nem só de "reduções e conten-



ções" esperamos passar os próximos 90 ou 120 dias. A entrada em funcionamento de novas unidades impressoras "I.B.M. 3800", com capacidade de consumir 46,7 metros de papel por minuto e com poder de impressão de aproximadamente 20 mil linhas por minuto, poderão trazer benefícios aos fabricantes que tem na listagem seu maior produto. (O equipamento não opera com carbono) Existem atualmente no Brasil equipamentos instalados na PRODASEN (DF), ITAÚ (SP), PRODESP (SP), UNIBANCO (SP) e parecem-nos no REAL (SP). Comenta-se quanto a possibilidade da chegada de novos equipamentos até fins de 1983.

Um outro segmento que aparentemente tem começado de forma bastante modesta, está tomando agora uma dimensão bastante grande, porém pode vir a não representar nada, mas pode ter alguma repercussão, é o chamado sistema de micro e mini computadores. Se vocês partirem do princípio que eles vão se utilizar do visor, para nós pouco ou quase nada vai representar, agora na proporção que for acoplado a ele um terminal impressor, já vai surgir para determinados grupos de empresas que operam com pequenas e médias tiragens um mercado que se bem explorado poderá render alguma outra coisa.

A fora isso o setor está se preocupando em exportar. Ontem se não me falha a memória, o Dr. Raul Calfat e o representante da Cacex falaram sobre o draw-back nacional, ou o chamado draw-back verde amarelo, já existem várias empresas não se consorciando, mas em conjunto fazendo estudos vendo a possibilidade e o aspecto jurídico do setor de formulários contínuos vir a ser o segundo setor a pleitear esse tipo de benefício. Parece-me que o primeiro foi o setor têxtil. Já existem estudos nesse sentido para exportação.

Muitas empresas passaram a dedicar uma maior atenção a setores de desenvolvimento de novos produtos a partir do formulário-contínuo. No caso do Bradesco a substituição do envelope convencional pelo sistema "auto-copiativo" trouxe inúmeros benefícios, reduzindo substancialmente o tempo de processamento e expedição dos extratos bancários, que são enviados diariamente aos clientes, 24 horas após haver movimentado sua conta. O sistema já foi adotado por outras Instituições, criando-se um novo produto para o setor com variáveis diversas na elaboração (hot spot carbon, spot carbon, carbono, etc.). Casos como este são viáveis na medida em que seu custo não supere, mesmo com as vantagens que traz, o sistema convencional de envelopar. Lembremo-nos do que está ocorrendo com o "jato" quando usado para baixas e mesmo médias tiragens.

Como poderão sentir os senhores fabricantes, vendedores de papel e amigos presentes, a manutenção dos atuais índices de consumo, em que pese tantas variáveis

e incertezas que pairam sobre o setor, parece demonstrar que os empresários gráficos ainda estão com alguma dose de otimismo, isso, como disse um antigo e experiente militante do setor, "Se nada de anormal vier a acontecer dentro dos próximos 90 a 120 dias, deveremos manter o nível de consumo de papel. . ."

3ª PARTE: "PROBLEMAS QUANTO AO FORNECIMENTO E QUALIDADE DE PAPEL NO SETOR DE FORMULÁRIOS-CONTÍNUOS". Considerando-se



que a maioria dos fabricantes de papel mantém excelentes equipes técnicas, para atendimento aos seus consumidores, procuraremos apontar apenas aqueles problemas que de forma mais costumeira atingem o nosso setor. Quanto às equipes técnicas louvamos a presteza com que nos atendem, sempre prontos a demonstrar que nossas reclamações são "improcedentes" ou "fogem a responsabilidade de suas empresas". . . Desculpem-nos os técnicos aqui presentes pela brincadeira, realmente a nossa observação não reflete a realidade.

Problemas: Número excessivo de emendas em uma mesma bobina: algumas vezes ficamos na dúvida se adquirimos uma bobina com algumas emendas, ou uma emenda com um pouco de bobina. **INSTABILIDADE DIMENSIONAL:** Determinados tipos de papel tem apresentado uma variação tão significativa, após a impressão, que já estamos pensando em adquirir as bobinas em formato menor, deixando-as crescer posteriormente. . . **CANUDOS AMASSADOS:** Provavelmente por falhas no processo de carga, ou transporte ou descarga. **AUSÊNCIA DE TENSÃO:** provocada talvez por questões de rebobinamento, principalmente quando se trata de bobinas laterais. **EXCESSO DE UMIDADE:** problema de controle de qualidade. Provoca a permanência de confetes, dificulta o serrilhamento, etc. **GRAMATURAS ALTERADAS:** Em uma mesma bobina diferenças de gramagem, provocam risco ao usuário, como quebra

na cadeia, manchas de fita, etc. . .

Ainda poderíamos mencionar excesso de pó, embalagens de má qualidade, diferenças de tonalidade e muitas outras.

O exemplo da gramatura muitos vão dizer que está na tolerância, mas vocês não imaginam como 90 gramas para 95 gramas num serviço como cheque Banco do Brasil, quem produz e conhece sabe o que significam essas 5 gramas de diferença.

Embalagem, algumas embalagens não oferecem nenhuma proteção à bobina sendo já danificada no transporte. Realmente, algumas empresas pecam por excesso de papel na embalagem, nós um dia tivemos a curiosidade de pesar o que vai de embalagem numa bobina, olha, se vocês multiplicarem pelo número de bobinas gasto no mês, vocês vão ver que o seu quilo foi bem mais alto do que estavam pensando, mas deixa para lá que isso é uma outra discussão. **TONALIDADE DE BRANCO EM UM MESMO LOTE:** Você às vezes tem determinados clientes que exigem um padrão e fornecem, quero papel da firma fulano de tal, da marca tal. Você compra da firma fulano de tal, marca tal, você faz o extrato dele todo no lote que você recebeu e ele devolve 50%, dizendo 50% é branco, 50% é amarelo. Aí não adianta, é a devolução e entra aquele processo de negociação e normalmente quando esses determinados clientes fazem a menção do produtor, do tipo de papel, nós colocamos no pedido, e acredito que a maioria assim o faça, esse tipo de exigência, mas via de regra, o branco não é branco, ou você recebe N tonalidades de branco. Outro problema, tarugo interno em medidas diversas à solicitada, você recebe o tarugo interno para máquina, nós usamos três polegadas, tem uns que eu não sei se ele aproveitou a exportação que não fez, e vamos mandar, porque batendo entra, aquela velha estória e tal. Então você perde mais tempo para colocar o papel na máquina do que para rodar todo o produto, e não adianta discutir com o produtor.

Se alguns dos presentes quiserem acrescentar mais algum problema que nos tenha passado despercebido, poderá aproveitar para fazê-lo e se algum fabricante desejar se manifestar teremos o máximo prazer em ouvi-lo.

Finalmente chegamos a última parte deste nosso "bate-papo", o qual estamos procurando fazê-lo da maneira mais informal e por vezes mesmo irreverente, deixando-os a vontade, podendo assim, suscitar algum debate com relação ao assunto. Neste ponto iremos analisar o "RELACIONAMENTO ENTRE OS FABRICANTES DE PAPEL E AS INDÚSTRIAS DE FORMULÁRIOS-CONTÍNUOS". Fazemos o lembrete que qualquer semelhança com Empresas aqui presentes, ou não, é mera coincidência. . .

O nosso relacionamento, gráficos e papeleiros, parece que tem sido regido pela



"LEI DA GRAVIDADE", ou seja: "NÓS QUE ESTAMOS EM CIMA, PROCURAMOS, EM TESE, APROVEITAR AO MÁXIMO O MOMENTO PRESENTE, UMA VEZ QUE QUANDO O MERCADO VIER A VIRAR, ELES, QUE ESTÃO EM BAIXO, PROCURARÃO TIRAR O MÁXIMO DE PROVEITO DE NÓS..."

Esse "NÓS" tanto pode se referir a "ELES" como o "ELES" pode se referir a "NÓS". Eu não sei se me fiz entender...

A ausência de um maior diálogo entre FORNECEDOR e COMPRADOR, acaba por comprometer muitas vezes o relacionamento entre as Empresas. Geralmente, após fecharmos um negócio somos surpreendidos com comentários desta natureza:

"PUXA VIDA E VOCÊ SEQUER NOS CONSULTOU, PARA ESSA QUANTIDADE NÓS TAMBÉM PODERÍAMOS TER FEITO UMA CONDIÇÃO ESPECIAL."

E a negociação nossa começa com a palavra NEGÓ. Se você disser que eu te fiz eu nego. Então nós estamos na fase da NEGÓ - CIAÇÃO.

Acontece que invariavelmente quando procurados, aqueles que tem poder para uma decisão dificilmente são encontrados, ocupados que estão em infundáveis reuniões.

As negociações de papel, tem no momento um cerimonial todo peculiar e digno de registro: "Inicialmente começam as tomadas de informações. O vendedor da fábrica "A", quando de sua visita, *sutilmente* comenta o espantoso êxito de seu concorrente "B", o qual conseguiu exportar tanto papel que provavelmente deixará de atender o mercado interno... ou se o fizer o será com atraso. Quando da visita do vendedor da fábrica "B", indagado sobre sua política de exportação, além de confirmar o dito pelo vendedor "A", coloca-nos a par de novos contratos de exportação, não deixando porém, de lembrar que sua Empresa estaria dis-

posta a receber alguns pedidos para *entrega imediata*, isto é, até que se formalize e se consolide todos os trâmites necessários aos embarques...

Já o vendedor da indústria "C", preocupado com as recomendações de sua gerência e em cobrir a sua cota, já sabendo da passagem dos concorrentes, vai direto ao assunto: "Olha, as nossas exportações já estão fechadas, nossas máquinas estão com carga total, e as medidas todas casadas, porém, nós não podemos deixar de atender a um tradicional cliente como vocês. Tenho aqui uma oferta de 1.000 toneladas que vai lhe interessar bastante. Um nosso cliente na Argélia, por problemas..."

As negociações prosseguem em clima de verdadeira batalha, onde as partes envolvidas procuram obter o maior número possível de informações e passar o maior número de contra informações. Entabulado o negócio passamos da tabela nº 1 para as de números 2, 3, 4 e até 5, culminando o fechamento da operação com o solene: "JURA QUE NÃO VAI FALAR NADA A NINGUÉM? - ISTO FOI FEITO SOMENTE PARA VOCÊS" mais tarde você fica sabendo, que aquele "SOMENTE PARA VOCÊ" foi repetido, no mínimo, para mais quatro ou cinco outras Empresas e todas elas em condições diversas da sua, em alguns casos bem melhores.

Outro caso que acaba provocando o chamado "revanchismo" ou "Lei da Gravidade" está na mudança das regras do jogo, enquanto este ainda não terminou. Para um segmento gráfico, onde grande parte das vendas são efetuadas mediante concorrências, a preços fixos, sujeitos a multas contratuais, cauções, propostas com validade até 60 dias, pagamentos a 90 dias, fora o atraso e em muitas vezes com entregas para até 12 meses, ocorrências como as mencionadas nesta transparência acabam por acarretar grandes prejuízos.

Ultimamente temos enfrentado o "fantasma" das exportações, como argumento de venda. Inegavelmente o esforço do setor em exportar tem sido objeto de acompanhamento, e seus resultados parecem-nos satisfatórios, porém, o seu volume de vendas nos traz a memória um fato, que muitos dos presentes chegaram a presenciar:

Nos primórdios da ABRAFORM, o sr. Hans, então seu presidente, resolveu efetuar um levantamento do consumo "real" do setor de Formulários-Contínuos, em termos de papel. O resultado foi espetacular: CONSUMÍAMOS MAIS QUE TODA A PRODUÇÃO NACIONAL DA ÉPOCA, EM BOBINAS, SEM IMPORTARMOS UMA ÚNICA GRAMA.

O fato agora parece se repetir com novas personagens. SE SOMARMOS TODO O PAPEL QUE ESTÁ SENDO EXPORTADO, CUJO MONTANTE NOS É TRAZIDO AO CONHECIMENTO, NÃO TEMOS DÚVIDAS QUE PARA HON-

RAR ESSES COMPROMISSOS ASSUMIDOS COM O EXTERIOR, ACABAREMOS TENDO DE IMPORTAR PAPEL PARA FAZÊ-LO...

O aspecto da exportação é destacado no aparte do Mediador Fabiano Pires.

Eu gostaria de fazer alguns comentários, eu espero que os amigos não me vejam como representante dos fabricantes de papel, eles estão aqui na platéia e devem ajudar a palestra acrescentando aquilo que acham que deve ser acrescentado. Sobre o aspecto da exportação eu gostaria de fazer alguns comentários. Realmente o setor de papel está desenvolvendo um esforço muito grande de exportar. Todos nós sabemos, ainda ontem assistimos a uma palestra do Fábio Serapião muito boa, como está sendo a do Silveira, e o que me parece é que estes problemas todos, essas características todas, têm raízes na diferenciação entre o nosso tipo de empresa. E o Fábio mencionou, umas são de capital intensive, outras de know-how intensive. Esse problema de capital intensive e esse problema do tamanho econômico das unidades está fazendo com que cada vez uma unidade que entra represente uma parcela muito grande do mercado, então o fabricante do papel fica num dilema, ou ele põe numa unidade nova econômica que tem grande capacidade, e ele vai ter problema de mercado, ou ele não coloca, depois o problema de mercado não haverá, mas haverá falta de papel para os usuários, para os transformadores. A solução pelo menos eu entendo, é você buscar exportar o seu excedente, enquanto o mercado interno não absorve aquele adicional. Em termos macro econômicos do setor é o que ocorre. Daí está o esforço de se exportar, porque se não houver exportação, se não houver uma conscientização, um conhecimento do papel brasileiro no exterior, vai ser muito difícil a capacidade interna de se expandir. Porque virá uma nova máquina com 400 toneladas por dia que vai ficar parada porque não tem mercado interno. Então é um problema que os usuários também têm que pensar. O problema dessa informação, vamos dizer, esse desencontro de informações, quando o vendedor vai fazer é o seguinte, eu posso informar aos senhores se todos os pedidos em carteira das fábricas de papel para exportação pudessem se concretizar poderia até ocorrer uma falta de papel no mercado interno. Como esses pedidos já foram fechados, o preço é competitivo, mas não se pode exportar pelos mesmos motivos que o Brasil não está importando ou seja, você tem restrições de importação nos países de destino, e vocês têm principalmente dúvidas quanto ao pagamento por estes países. Eu vou citar um a Nigéria, nós temos problemas sérios com a Nigéria. A Nigéria está fazendo a mesma

coisa que o Brasil faz, ou seja, o Brasil ainda não chegou a fazer com fornecedor, ele só faz com bancos, o banco central da Nigéria não envia os dólares então os fabricantes se retraem, daí a informação, fechamos o pedido com a Indoshina de 2 mil toneladas, realmente a informação é verdadeira. A exportação não se concretiza por problemas de emissão de guias e por problemas de pagamento, dívidas quanto a pagamentos.

Silveira — Mas Fabiano, complementando, esse tipo de ocorrência é interessante, e aí não vai nenhuma crítica ao vendedor, o vendedor recebe a informação, ele não cria a informação, ele transmite orientação. Mas se você observou o que acontece no slide seguinte, eu tenho a impressão que esse tipo de negócio acaba sendo prejudicial ao próprio setor papelero, porque quando você costuma se reunir com seus compradores, isso é comum, como vocês tem no setor as suas reuniões, nós também temos por vezes as nossas reuniões. Então é aquela tristeza, você vai desde a indiferença dos nossos primeiros amigos, vou fazer de conta de que nada sei e deixa as coisas correrem até o desespero do que jurou que era só para mim os 10%, então você fica naquela angústia, puxa vida, qual é, qual não é, vendeu prá mim, vendeu prá ele, quer dizer, eu fiz uma anotação aqui, se vocês me permitem ler, que o comportamento atual do mercado papelero faculta aos compradores os mais diversos tipos de especulações. Quando de reuniões setoriais, todos nós temos aquele amigo que não nos deixa faltar papel, e sempre a um preço especial, razão pela qual o seu produto está sendo oferecido ao mercado que está praticamente sem concorrência.

As negociações passaram a ter um sabor de "missão especial" cada um procurando saber as condições dos concorrentes para estudar algo "um pouco melhor".

Essa falta de amadurecimento empresarial, decorrente de fatores que não cabem aqui discutir, acabam por desencadear tal clima de incerteza e insegurança, fundados no receio de estarmos fazendo um "mal negócio", que além das reduções já em prática, pelo próprio momento que estamos vivendo, acabamos por adquirir o mínimo necessário para atendimento dos pedidos imediatos em carteira, reservando para outra oportunidade as aquisições de maior vulto.

O clima reinante no setor é de que por menor que seja o preço que estamos pagando, sempre acaba restando uma dúvida de que tem gente pagando menos. A coincidência das tabelas e condições, inicialmente apresentadas, nos levam a crer na ocorrência de fenômenos parapsicológicos de "transmissão de pensamento".

Esperamos que como na fábula da "Galinha dos ovos de ouro" não venhamos a matá-la na esperança de anteciparmos os nossos ganhos.

A irreverência com que abordamos este último tópico, não teve a intenção de atingir a nenhuma Empresa em particular, nem ao setor como um todo. Procuramos através de exemplos menos convencionais alertar tanto os produtores de papel, como a nós transformadores, da necessidade de revermos nossas posições, sobretudo no momento atual. Não podemos esperar que somente a cada ano, por ocasião do novo Simpósio da Anave, tenhamos condições de dialogar e expormos nossos problemas. Temos certeza que a "Sinistrose", tema do ano passado não ocorrerá este ano, sobretudo se somarmos nossos esforços em vez de dividí-los.

Finalmente, gostaríamos, ao término deste "bate-papo", de manifestar os nossos agradecimentos aos vendedores de papel aqui presentes, que constantemente nos visitam e muitas vezes acabam sendo o alvo de nossos desaforos e desabafos, sem muito poderem fazer.

Com a permissão dos presentes, mencionaria a pessoa do senhor Pedroso, da Simão, para representá-los no momento.

Desculpamo-nos pela individualização, porém, vemos no exemplo deste profissional, que nos visitou por vários anos, sem vender uma única resma de papel, o exemplo da perseverança, que deve ser uma constante na vida do homem de vendas.

Mês após mês, ali estava o amigo Pedroso, para um cafezinho, para um "bate-papo", retornando, entretanto, sem nunca levar um pedido.

Muito tempo se passou até que um dia lhe submetemos uma consulta. Não procurou ele, que ano após ano nada levava de pedido, antecipar-se à decisão de sua Empresa, dizendo logo "Não" à proposta efetuada, muito ao contrário, viu como um bom vendedor, surgir a oportunidade pela qual tanto esperou, tendo se empenhado até a concretização do negó-

cio, apenas algumas toneladas de 50 gr. m².

Pela dedicação, pela fidelidade, pela lealdade e sobretudo pelo elevado espírito profissional é que nos lembramos do amigo do vendedor Pedroso e na pessoa dele, prestamos a todos vocês as nossas homenagens e nossos agradecimentos pelo trabalho que desenvolvem. A todos o nosso muito obrigado.

"Precisamos aumentar o consumo de papel no Brasil", conclui Alberto Fabiano Pires.

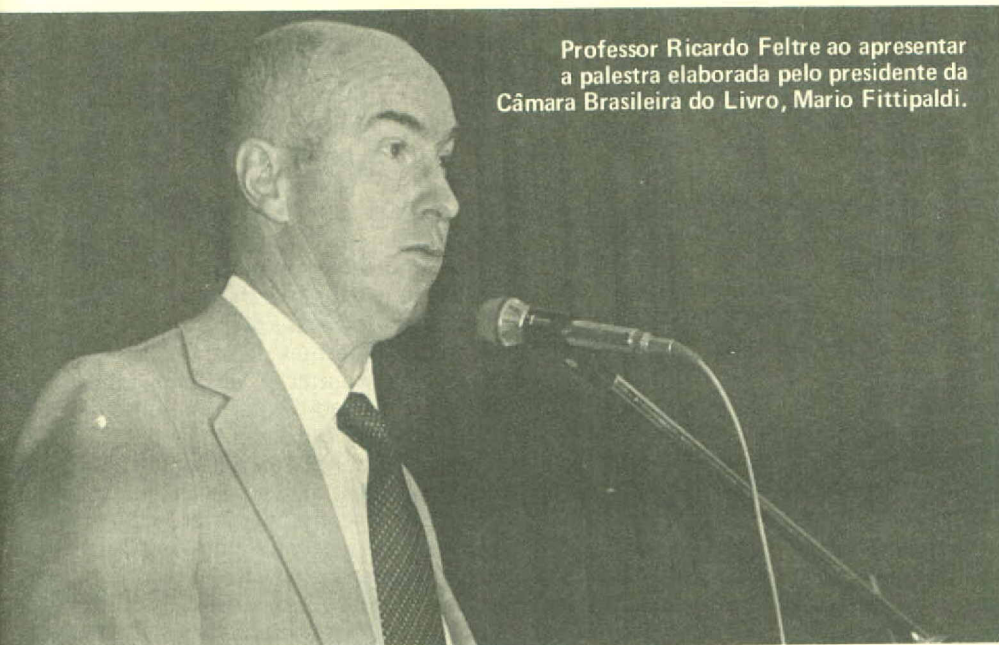
Eu quero parabenizar o Silveira pela sua palestra, ele abriu os debates durante o transcorrer da palestra muito bem colocada, muito bem posicionada, e eu me permitiria ser repetitivo em algumas colocações que já fiz em anos anteriores. Concorro inteiramente com você que nós precisamos ter os nossos bate-papos mais amiúde, e não apenas uma vez por ano, por ocasião deste fórum, porque em realidade todos esses problemas, e eu vou colocar entre aspas esses problemas, todas essas dificuldades são perfeitamente equacionadas e superadas, o que nós temos que fazer, fabricantes de papel e convertedores, é encontrar o caminho de aumentar o consumo de papel no Brasil, de chegar até os nossos consumidores. Se nós temos muitos pontos em comum, esse é aquele em que mais evidencia esse trabalho que nós temos que fazer lado a lado. E nós não encontraremos esse caminho, não teremos sucesso, se nós não superarmos essas pequenas dificuldades nos anos decorrentes, nós vamos ter que superar e chegar até ao final ao mercado consumidor, que é o nosso objetivo comum. Então quem nos une principalmente, além da amizade e respeito, é o mercado consumidor. Parabéns, Silveira.

O mediador da palestra, Alberto Fabiano Pires, ladeado pelos debatedores Sidney Smamoto e Emanuel Wolf.



Amparo à cultura, um dever do Estado

Falando em nome do presidente da Câmara Brasileira do Livro, Mário Fittipaldi, o professor Ricardo Feltre abordou "O Setor Livros e Revistas", destacando a influência dos órgãos estatais no processo editorial.



Professor Ricardo Feltre ao apresentar a palestra elaborada pelo presidente da Câmara Brasileira do Livro, Mário Fittipaldi.

Dando início quero dirimir uma dúvida fundamental que está ocorrendo aqui que é a seguinte, o conferencista, o segundo conferencista da tarde deveria ser o sr. Mário Fittipaldi, que por motivo de força maior não pode comparecer e por isso me pediu para apresentar as suas escusas e para ler a palestra que ele preparou para este momento. Então realmente reafirmando eu não sou o conferencista, sou apenas o leitor da palestra preparada pelo Dr. Mário Fittipaldi, e que versa sobre a influência de órgãos estatais no processo editorial.

Convidado a participar deste VIII Fórum de Análise, promovido pela ANAVE, desejo em primeiro lugar congratular-me com os dirigentes dessa operosa entidade pela oportunidade da iniciativa e, ao mesmo tempo, agradecer o convite a mim formulado, que me proporciona boa ocasião para discorrer sobre a influência dos atos de governo no processo editorial e de comercialização do livro no Brasil.

Um rápido lançar de olhos sobre o passado nos transporta ao ano de 1937, quando, através de um decreto do então Presidente Getúlio Vargas, foi criado o Instituto Nacional do Livro. Uma das

principais atribuições desse órgão, segundo o texto do decreto presidencial, seria a elaboração da Enciclopédia Brasileira, idéia inspirada no melhor figurino fascista da época, ou seja, na Enciclopédia Treccani, da Itália. Quarenta e seis anos depois, nem sequer foi iniciado o trabalho de elaboração da enciclopédia, nem o Instituto conseguiu transformar-se em órgão definidor de uma política governamental para o livro.

A atuação governamental na área editorial, de lá para cá, tem sido a mais desordenada possível, combustanciada em medidas isoladas, sem conexão alguma entre si, algumas sem dúvida positivas mas outras extremamente prejudiciais, tornando cada vez mais inócuo o preceito constitucional de que é dever do Estado o amparo à cultura.

Não podemos, a rigor, dizer que há por parte do Estado uma *intenção* estatizante. Mas, sem sombra de dúvida, muitos dos programas governamentais *são* estatizantes e a falta de um documento legal definidor de uma política para o livro traz como resultado a multiplicação de programas dessa natureza, configurando um verdadeiro quadro de crescente estatização,

porque em conflito permanente com os interesses da iniciativa privada.

A fúria editorial do Governo é um fenômeno visível. Órgãos federais, estaduais e municipais, da administração direta e indireta, editam e comercializam suas edições, geralmente a preços muito inferiores aos do mercado, subsidiando a aquisição de livros para muitos leitores que poderiam comprá-los aos preços normais de mercado e fazendo pagar por isso a comunidade inteira, que inclui legiões de pessoas de baixa renda, cujo poder aquisitivo não permite a compra de livros, sequer dos subsidiados.

Enquanto isso, a Lei Federal nº 5422-A, de 25 de abril de 1968, aprovada pelo Congresso Nacional e que cria o Serviço Nacional de Bibliotecas, ainda não foi regulamentada e operacionalizada. Não há dinheiro para Bibliotecas, mas há verbas em profusão para edições que poderiam perfeitamente ser atendidas pela iniciativa privada. O esforço realizado atualmente pelo Instituto Nacional do Livro, de implantação de novas bibliotecas no País, esbarra nessa sempre insuperável dificuldade de falta de recursos.

Acode-nos à mente, nesta altura, um texto de Adorno, ideólogo da escola de Frankfurt. Nesse texto, intitulado "Sobre Livros", a propósito do alegado preço caro do livro, Adorno nos mostra que as pessoas que questionam o preço do livro são pessoas que estão muito mais interessadas na sua posse, na sua propriedade, do que na sua leitura, uma vez que o que há de essencial no livro, que é o conjunto de idéias nele expresso, está disponível gratuitamente nas bibliotecas. Tivemos nossa atenção despertada, ao tomar conhecimento desse texto, para a diferença fundamental que existe entre a *propriedade* do livro e a *possibilidade* de leitura. Que sábia lição a de Adorno! É claro que não é função do Governo proporcionar a posse do livro, a propriedade do livro, gratuitamente ou a preços reduzidos, mas é sua obrigação inalienável facilitar o acesso à sua leitura àqueles que não podem adquirí-lo, através de bibliotecas públicas, universitárias ou escolares de primeiro e segundo graus, o que vem a ser exata-

mente o inverso do que se faz no Brasil.

É claro também que quando o governo desleixa dessas funções, pondo-se a editar desabridamente, invade uma área de atuação que deve ser exclusiva da iniciativa privada, tumultuando o mercado e deixando ao desamparo aqueles que deveriam ter amplo e fácil acesso ao livro.

A lição de Adorno nos mostra também como estão equivocados os estudantes, quando clamam por livros mais baratos ou quando se dão por satisfeitos por poder adquirí-los com desconto nas livrarias universitárias, ao invés de lutarem por livros gratuitos nas bibliotecas escolares, em quantidades suficientes para atender às necessidades reais.

Somente podemos entender a presença do Governo na área editorial quando essa presença significar uma atuação complementar, como por exemplo a edição de obras representativas do patrimônio cultural da nação que não possam ser editadas pela iniciativa privada por não terem características de economicidade de projeto editorial, ou então pelo financiamento parcial de projetos específicos, através do regime de co-edições.

Um bom exemplo de atitude positiva do Governo vem de ocorrer em São Paulo, onde o CENP — Centro de Estudos e Normas Pedagógicas — órgão da Secretaria da Educação do Estado, elaborou um projeto altamente técnico de bibliotecas escolares e o Governo do Estado alocou uma verba de 236 milhões de cruzeiros, que permitiu a implantação das primeiras mil bibliotecas em 1982. Esperamos que o exemplo continue e se reproduza em outros Estados da Federação.

O discutido programa da FENAME — Fundação Nacional do Material Escolar, agora transformada em Fundação de Amparo ao Estudante, cuja verba vem diminuindo em valor real de ano para ano, poderia chegar a ser uma excelente iniciativa se corrigidas conhecidas distorções que o tem descaracterizado.

Trabalho sério e digno de elogios vem sendo executado pela Editora da Universidade de São Paulo. Seu catálogo, de cerca de dois mil títulos, é uma mostra do que pode fazer o governo na área editorial, prestigiando a iniciativa privada. O regime de co-edições adotado pelo EDUSP, a par de baixar o custo industrial do livro e, conseqüentemente, seu preço de venda ao público, permite a edição de obras fundamentais das culturas técnica e humanística que dificilmente se enquadrariam, de outro modo, num projeto de economicidade editorial.

Exemplo inverso é o da Editora da Universidade de Brasília. Seus dirigentes, possuídos de verdadeira megalomania de editoração, conceberam ambiciosíssimo projeto, altamente competitivo com a indústria editorial privada. Essa competição se desenvolve em toda a extensão da linha de produção, isto é, desde a aquisição de "copyrights" no exterior até a comer-

cialização final, que obedece a sofisticadas técnicas de "marketing". Sabemos todos que os recursos mobilizados para a montagem e operação desse custoso aparato são públicos, apesar das repetidas alegações em contrário, produto de sinuoso raciocínio. Beneficia-se uma elite privilegiada de leitores e quem paga a conta é a comunidade.

Se considerarmos os recursos despendidos com todos os programas governamentais na área editorial, inclusive os executados como rotina pela Imprensa Nacional, Gráfica do Senado, Imprensas Oficiais dos Estados, Clube do Livro do Exército — outra editora que tem recursos para custosíssimas campanhas publicitárias de televisão de âmbito nacional — secretarias estaduais e municipais e inúmeros outros órgãos, sem levar em consideração o fato de a Editora José Olímpio, uma das mais tradicionais do País, encontrar-se sob controle governamental, chegaremos à fatal evidência de que o maior editor brasileiro, aquele que dispõe de maiores recursos, que não corre riscos de natureza comercial, que não tem os ônus de impostos e de encargos sociais e trabalhistas e nem sequer o de folha de pagamento, é o próprio governo. Tudo isto feito, naturalmente, sob a égide de repetidas e enfáticas declarações de apoio à iniciativa privada.

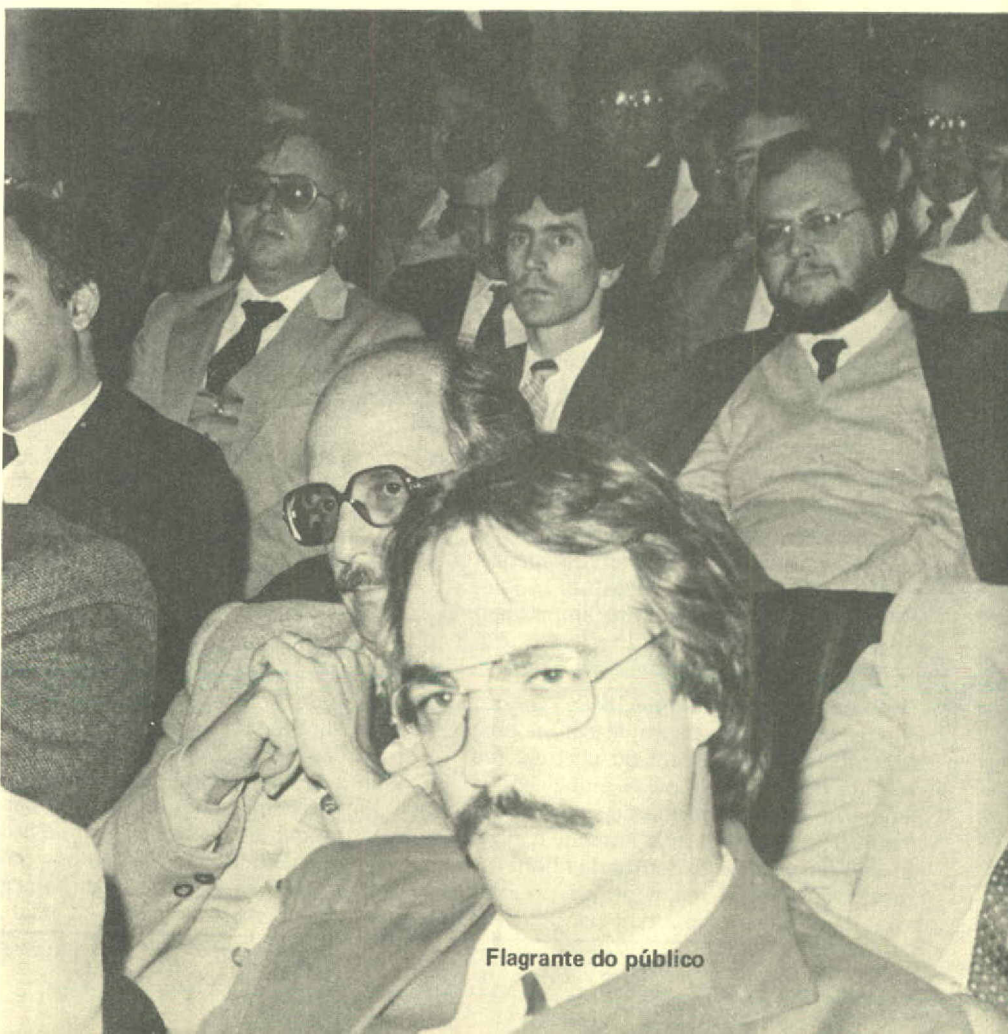
Imaginemos todos esses recursos, atualmente dispersos por todo o País, aplicados em programas objetivos e compatíveis com a realidade brasileira, como

por exemplo o de bibliotecas escolares a nível nacional. Como seria fácil desenvolver em cada escola os programas de atividades preconizados pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação! Como seria altamente possível criar e incentivar o hábito de leitura nas faixas etárias apropriadas! Que fabuloso mercado de novos leitores conseguiríamos criar a médio prazo, potencializando a indústria editorial privada e elevando-a a níveis de qualidade paralelos aos das nações altamente desenvolvidas!

Será que é pedir muito? Será que a racionalização desses fabulosos recursos, federais, estaduais e municipais e sua alocação em fundos específicos para projetos objetivos iria inibir a irresistível vocação editorial de muitos de nossos administradores públicos, brilhantes editores sem risco?

Para que se corrija esta situação, para que se imponha ao Governo uma política adequada no que respeita ao livro e à leitura é necessário que se mobilizem as forças vivas de todos os segmentos da sociedade civil interessados no problema e, juntamente com as forças políticas dotadas de visão e descortino, constituam um "lobby" político-cultural capaz de ter voz no capítulo e de influenciar uma mudança radical na visão que o Governo tem do problema.

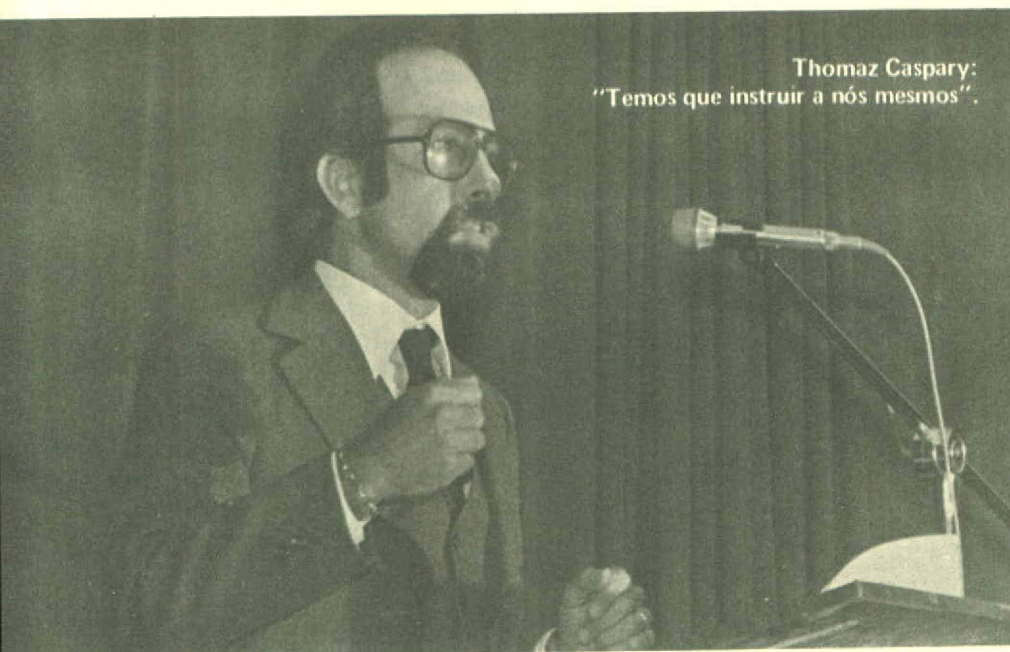
Embora não seja o conferencista, se houver alguma coisa que possa esclarecer, eu estou à disposição da platéia com bastante gosto. Muito obrigado.



Flagrante do público

Padronizando a Matéria Prima da Embalagem

Ao representar o presidente da Abigraf, Max Schrappe, o engenheiro Thomaz Caspary desenvolveu a palestra sobre o setor de embalagem, apontando a necessidade de padronização de normas técnicas com o objetivo de reduzir custos e proporcionar maior competitividade tanto no mercado interno, quanto no externo.



Thomaz Caspary:
"Temos que instruir a nós mesmos".

A todos o meu cordial boa tarde. Estou aqui representando o Dr. Max Schrappe, presidente da ABIGRAF, que infelizmente não pode vir por motivos de força maior.

O tema proposto seria, ou é, embalagem, o setor de embalagem, e é um problema, eu recebi essa incumbência há poucos dias atrás, e eu vou ler aquilo que foi preparado para a tarde de hoje, que seria problemas no setor de embalagem de cartão no Brasil.

Eu não vou ler coisa nenhuma, porque ler minha gente, entra aqui e sai aqui, e eu gostaria realmente de "bater um papo" com vocês hoje a tarde sobre um problema que nós temos no setor de embalagem de papel e cartão aqui no Brasil, é o problema da padronização.

Existe uma complexidade muito grande no setor de padronização na área de embalagens que vem do cliente, que vem do fabricante de papel e que vem da indústria de transformação, porque ao meu ver muita gente não entende nada, e eu vou ler o que está dentro da minha cabeça, e gostaria de realmente transformar esta palestra em um "bate-papo", cada

um no seu setor, fabricantes de cartão, consumidores de cartão e vocês.

Quando falamos em padronização, em racionalização, nós precisamos primeiramente, para que tudo isso, para que padronizar, para que racionalizar? — A resposta é simples; para reduzir custos, e para que a gente se torne competitivo no mercado, não só interno, mas no mercado externo principalmente. Porque existe muita, mas muita exportação que não se concretiza porque não temos a embalagem suficiente, ou o nosso produto é exportado, chega lá volta tudo porque o produto está danificado em função da má qualidade da embalagem, esta é uma realidade.

E vamos falar em realidade, eu sou uma indústria gráfica hipoteticamente, que faz, que produz embalagem de cartão, eu vou ler aqui três especificações de clientes da indústria de embalagem, enviadas a mim indústria gráfica, e essas especificações são reais.

Vamos ver os seguintes exemplos e comentá-los: Cartolina de 300 gramas para a linha automática de embalagem de produtos farmacêuticos. Então vamos ver a especificação de um laboratório farmacêutico para essa cartolina. Mate-

rial — Cartolina duplex de primeira qualidade. E eu pergunto o que que é isso? — Suzano vai falar é a minha; Ripasa vai falar é a minha; Papyrus vai falar é a minha; tudo é primeira linha, mas ninguém me disse o que é cartão duplex de primeira qualidade, aliás cartolina.

Depois vem uma especificação: Fibras no sentido horizontal conforme desenho anexo, — Sentido horizontal o que, da folha de papel ou do produto? — Porque eu estou especificando cartolina 300 gramas para linha automática, cartucho de laboratório.

Aí vem, gramatura 300 gramas/m² mais ou menos 10%. Uma loucura, para nós é bom 10%, eu não aceito cartão 10% de variação; aí vem uma especificação importantíssima e principalmente para cartuchos, Mullen 5,0 mais ou menos 1,0 kg/cm². O que que eu vou fazer com teste de Mullen? — O gráfico nem sabe o que é teste de Mullen, nunca ouviu falar, o gráfico de cartucho, ele não usa isso, ele não usa bobina.

Vamos pegar um segundo exemplo, também de laboratório farmacêutico, mas de um outro laboratório farmacêutico.

Papel para Bulas sem Dobra — Seguir rigorosamente a especificação:

Material: Papel Sulfite Off-set, preto no branco, o que que é papel sulfite off-set, é o papel sulfite com tratamento off-set, é o papel off-set que era sulfite, o que que é isso?

Direção da Fibra no sentido vertical — Do que, da bula ou do papel que vou comprar, porque eles estão especificando o papel.

Mullen — 0,9 mais ou menos 0,3 kg/cm².

Corte: em guilhotina automática programada. Quer dizer, se eu tiver uma gráfica, que tiver uma guilhotina automática não programada eu não posso executar o serviço dele, e assim vai.

Mas o que me causa bastante surpresa, e sobre isso nós vamos falar porque é um assunto de comercialização, uma especificação de um terceiro laboratório — *cartão para cartuchos de 20 ml.*

Material: S6 — O que que é S 6, o senhor mediador responderia, o senhor

Akio responderia, eu gostaria só de interromper aqui a palestra por um instante para parabenizar o antecessor meu, Silveira, e eu concordo com ele também, e dentro da área comercial é outro papo. Mas vamos falar do mais importante, além do comercial, que é a técnica, e eu gostaria de repetir as palavras do Fábio Serapião de ontem, eu estou entre amigos, e para os amigos pode se dizer a verdade na cara.

O que é S 6? — Por gentileza o senhor Mediador poderia me responder essa pergunta?

O Mediador dessa palestra foi o gerente comercial da Cia. Suzano de Papel e Celulose, Carlos Pontinha Pereira, disse: S-6 eu não tenho na minha empresa, eu tenho Super 6. A especificação dada para determinados materiais de cartão e isso tudo que você está falando, eu acho até que convém adicionar alguma coisa aqui agora, porque depois eu posso ter esquecido. Agora vou falar em nome da Cia. Suzano. A Companhia Suzano quando iniciou com o cartão duplex teve a preocupação exatamente de estabelecer uma linha de conduta de especificação dentro dos especificadores. E para tanto, nessa ocasião ela desenvolveu um trabalho, junto aos especificadores que é justamente para eliminar essas dúvidas que o Thomas acabou de dizer.

É começar a padronizar o mercado de cartões de modo que houvesse uma especificação rígida dentro do esquema de cada cartão.

Thomaz Caspary: o senhor está certo, mas o senhor especificou um cartão e deveria valer a especificação como regra geral para o mercado. Então o senhor bem, os outros fabricantes de papel será que eles especificaram junto a clientes? — A resposta é não, portanto é conhecido hoje no mercado cartão S-6, Super 6, do qual eu não estou fazendo nenhuma propaganda aqui, embora não deixe de ser um bom cartão, como o super coating também, mas não é uma especificação.

Então vocês viram três especificações completamente malucas, isto é, não dizendo nada. Tem gráfico que não sabe nem o que é S-6, porque eventualmente nunca passou alguém da empresa que fabrica o S-6, só passou de outras. Então, nós pudemos apreciar essas especificações que não só confundem o transformador de papel, como também não satisfazem ao próprio usuário, porque ele próprio não sabe o que está comprando.

Vamos procurar soluções e é para isso que estamos aqui no fórum, mas será que são realmente soluções?

— Vamos começar a abrir então um pouco com especificações. Gostaria de apresentar algumas sugestões que podem, se não solucionar o problema, pelo menos amenizar o caos em que vivemos hoje,

tanto na indústria de transformação de embalagens, como no próprio cliente.

1 — Revisão de especificações e legislação existentes referentes à embalagem e seu material. Então, nós temos aí umas associações de especificação, tipo ABNT, etc. Mas elas fazem uma legislação referente a embalagens tamanho, cor, tamanho de letra, etc., mas não se fala do material da embalagem. Nós sabemos que entre determinados ramos, como existem normas, mas são grupos muito pequenos, como para caixa de sabão em pó de tal tamanho, tal gramatura, tal rigidez, por isso existe especificações. Evidentemente 10 empresas no Brasil, se chegarem a 10, tem especificações corretas, mas outras; e essas especificações que eu citei aqui não são do laboratório farmacêutico X, Y, José da Silva, são de multi-nacionais.

2 — Criação de grupos de trabalho, reunindo fabricantes, transformadores e consumidores, para classificar dentro do possível bem como, especificar corretamente, os diversos materiais de embalagem como se faz por exemplo nos Estados Unidos e na Europa.

Eu mostro aqui um exemplo de nomenclatura para cartões duplex e triplex com e sem coating, pelo menos é um caminho, vamos adaptar isso ao Brasil; é uma saída. Minha gente vocês já foram a alguma reunião da ABNT, setor de papel, setor artes gráficas, infelizmente eu preciso dizer, é papo furado, não sei nada e as normas que saem são cópias, não é criada uma norma dentro do material pronto. Sim se fazem normas de como pesar a gramatura do papel, ou como calcular o teor de cinzas, como ver a umidade, mas será que isso ajuda ao homem que faz embalagem dentro da área do produto final?

NOMENCLATURA PARA CARTÕES DUPLEX E TRIPLEX COM E SEM COATING (Fonte: F.F. e. V. — BRD)

GC 1	Chromakarton mit holzfreier Rückseite
GC 2	Chromakarton über 18 g Strich
GC 3	Leicht gestrichener Chromokarton unter 10 g Strich
GT 1	Chromo-Triplex über 18 g Strich
GT 2	Chromo-Triplex über 12 g Strich
GT 3	Chromo-Triplex unter 12 g Strich
GD 1	Chromo-Duplex über 18 g Strich
GD 2	Chromo-Duplex über 12 g Strich
GD 3	Chromo-Duplex unter 12 g Strich
UC 1	Chromo-Ersatzkarton mit holzfreier Rückseite
UC 2	Chromo-Ersatzkarton
UT 1	Triplex h'frei weiB gedeckt
UT 2	Triplex leicht h'h weiB gedeckt
UT 3	Triplex h'h weiB gedeckt
UD 1	Duplex h'frei weiB gedeckt
UD 2	Duplex leicht h'h weiB gedeckt
UD 3	Duplex h'h weiB gedeckt

Podemos ver 17 tipos de cartão é só. Em 17 nomenclaturas foram definidos os

cartões duplex e triplex na Europa e nos Estados Unidos que tem um código similar. Vamos por exemplo, UC 2, é um tipo de cartão, chamado em alemão Chromo Ersatzkarton — U, significa um cartão sem cobertura couchê. C significa chromo; é um cartão branco, cobertura off-set. T significa cartão triplex; D duplex e assim por diante. Os tipos 1, 2, 3 são qualidades de tratamento de superfície, então temos 1, um cartão com mais de 18 gramas de coating; 2 — um cartão com mais de 12 gramas de coating e menos de 18; 3 — um cartão abaixo de 12 gramas de coating, isso é um exemplo do que é lá. Não precisamos copiar, mas é uma idéia de como fazer a coisa aqui.

Então senta-se aqui o pessoal da ABCP, o pessoal da ANAVE, o pessoal da ABIGRAF, o pessoal da ABRE e o pessoal da indústria alimentícia, farmacêutica, etc. Senta-se numa mesa, cria-se uma comissão, vamos estudar, analisar e dar uma idéia do que é a coisa, isso não precisa ser norma técnica, pode ser uma norma comercial, desde que os referidos cartões se encaixem tecnicamente dentro do esquema.

O mediador solicita mais um aparte

— Thomaz já que você deu a abertura eu gostaria de dizer o seguinte, tudo isso que você falou, como adendo e em conversas com o setor, o setor que eu digo é o setor de cartão, várias vezes já foi discutido toda essa problemática de identificação e eu falei em nome da Cia. Suzano e quero dizer também que não é só ela que está fazendo esse trabalho, todas as outras empresas participam com esse trabalho de especificação, e há um conjunto hoje de pessoas que está estudando inclusive o desenvolvimento da embalagem no Brasil para que se criem outras embalagens através da substituição de produtos. Mas para isso eu acho que o setor de embalagens, deve contar principalmente com o apoio gráfico que é de fundamental importância na transformação da embalagem. O Adhemur está presente aqui, ele pode acompanhar uma espécie de uma pesquisa que ele fez onde o vendedor gráfico quando vai à casa do cliente simplesmente, eu não quero com isso desmerecer a qualidade do vendedor, pelo contrário, eu acho que o vendedor é o que labuta diariamente e merece todas as honrarias, eu acho que nesse fórum ultimamente o que mais se fala é de vendedor aqui, mas o Adhemur poderia dizer alguma coisa sobre o que o vendedor gráfico faz quando vai a um cliente, quando recebe a embalagem.

O debatedor Adhemar Pilar Filho expõe a sua opinião

— Na realidade eu não queria falar so-



Thomaz Caspary é homenageado ao final da palestra, quando recebe de Carlos Pontinha Pereira, uma placa de agradecimento pela sua participação no Colóquio.

mente sobre esse assunto. Estava aguardando realmente, mas eu coloquei uma série de pequenas outras coisinhas que vamos ouvindo os palestrantes falarem e somando se chega a uma conclusão que parte do fundamental, é o comodismo que existe na colocação do produto, porque o cliente está pedindo e não porque está sendo vendido. Então quando falo em comodismo, é comodismo de uma série de vendedores, o vendedor do fabricante que tinha a sua produção praticamente colocada, é comodismo do vendedor gráfico que vai ao cliente simplesmente buscar o pedido e não tem argumentos, nem força um argumento no sentido de uma modificação com receio de perder esse pedido. Então passa a ser um leilão de preços e leva o pedido quem realmente fizer o melhor peço, não importa aí se o problema parte tanto pela qualidade conforme o momento, ou se é uma qualidade de prazo, ou se é um problema de estrutura do fabricante ou do gráfico, poder atender. Então há uma série de comodismos. Eu acredito que se eu for falar sobre todos esses comodismos o negócio vai longe e a palestra vira minha e não do Thomaz.

Mas eu acho que o problema básico é o seguinte, a ANAVE foi fundada com o espírito de elevar o nível do vendedor fabricante, a idéia básica foi essa, então há 12 anos nos reunimos, sentimos a necessidade de elevar o nível do vendedor da fábrica de papel e procuramos com isso formar essa associação que tinha o espírito básico dessa mudança do vendedor do fabricante. De uma forma ou de outra temos conseguido. Só o fato de termos esse seminário anual já conhecido, e bem divulgado e com essa platéia toda, significa que são frutos que estão sendo colhidos.

Agora eu pergunto, e o vendedor gráfico, se a ANAVE é Associação Nacional dos Homens de Venda em Celulose e Papel, onde é que estão aos vendedores gráficos que deveriam estar discutindo seus problemas aqui?

O conferencista retoma a palavra

taria de responder isso a você, não estão, porque os gráficos em sua grande maioria, de 2.600 gráficas que temos no Brasil, os gráficos não têm vendedores, o gráfico é acomodado, ele senta lá na casinha dele, do lado da maquininha minerva dele, em bom português e fica esperando chegar o freguês para fazer cartão de visita. Você tira 20 gráficas no Brasil que têm corpo de vendas, as outras são isso que falei agora. E nesse sentido, a ABIGRAF está tentando conscientizar os seus associados por meio de cursos, e eu vou chegar lá, se você permitir que eu continue meu raciocínio.

3 — **Intensificação de cursos específicos ministrados pelas entidades de classe.** INTENSIFICAÇÃO, porque já existem. Como por exemplo, ABCP, ABRAFORM, ABIGRAF, ABRE, ABTG e outras associações tipo ANAVE também, e destinados principalmente ao consumidor intermediário ou final do material de embalagem. Isto é, ao gráfico e ao cliente do gráfico, porque se eu começar a dar aula para o cliente do gráfico, ele vai forçar o gráfico a acordar. Então como gráfico é acomodado, e eu não sinto vergonha nenhuma de dizer que infelizmente essa classe de empresários é acomodada, ela tem que ser cutucada pelos dois lados, pelo lado do fornecedor de matéria prima e pelo lado do cliente.

4 — Isso é muito importante. O Adhemur falou uma coisa agora, onde é que estão os gráficos? — E eu vou falar perante essa magnífica platéia amiga de vendedores de papel. **Treinamento de setores comerciais de fabricantes de matérias primas e embalagens, dentro ou fora das empresas.** O vendedor, aquele camarada que chega lá e diz o meu cartão é bom, ele tem que saber o que é bom no cartão, que produto que ele está vendendo, e ele com raras e honrosas exceções não sabe. E não sabe mesmo, porque eu sou comprador na profissão e recebo fornecedores de cartão. Se eu chego para um vendedor, infelizmente isso é verdade, e ele diz eu trouxe um novo cartão, esse é coating, e eu pergunto, escuta quanto é que vocês põem de coating em cima desse cartão, ele me pede um momentinho para ligar para a fábrica. Esse cartão é de celulose pura ou suporte. **Vendedor:** "Ah, tem uns 50% de aparas aqui dentro no máximo. **Comprador:** Você tem certeza? Tenho. **Comprador:** Você pode me dizer alguma coisa sobre a rigidez aparente do cartão. **Vendedor:** O que que é isso, heim?

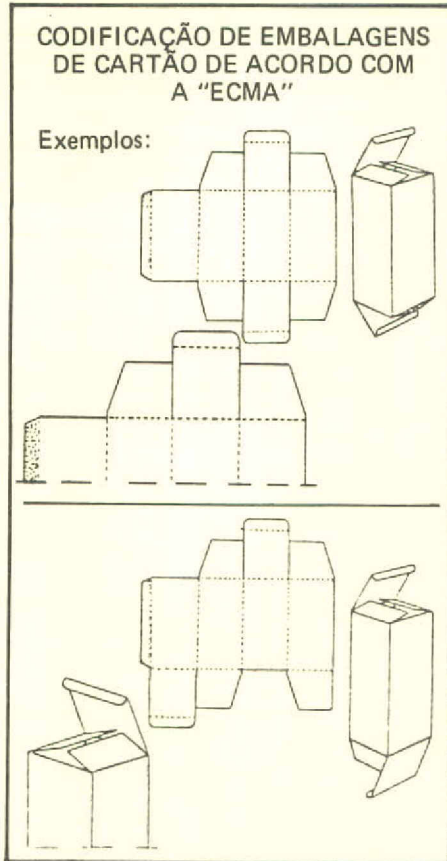
Não estou querendo com isso, evidentemente criticar vocês que labutam de manhã até a noite, porque em bom português o comprador da gráfica é um chato, porque ele não quer saber só isso, ele quer saber quanto custa. São poucos aqueles que se interessam pela especificação técnica do material a ser comprado, porque infelizmente o gráfico compra preço, não compra custo, e quando eu me refiro comprar preço, ele compra aquele preço da nota fiscal, e o que é interessante, porque o mais importante é ele comprar custo. Quanto é que custou essa matéria prima depois que o produto já foi produzido. Não deu nenhum problema em máquina, consumiu menos tinta, tudo isso é importante, mas o gráfico está sendo instruído há poucos anos sobre isso, e a massa de pessoas que necessitam disso é muito grande, infelizmente há poucas pessoas que podem ministrar isso dentro da área de papel, dentro da área de gráfico e dentro da área do consumidor.

5 — **Incentivar a maior utilização de testes de laboratório,** para que a embalagem cumpra seu papel de proteção do produto. Porque se não proteger o produto, o Brasil não exporta nada. Temos visto isso com devoluções de uma série de produtos alimentícios que chegam ao seu destino estragados por problemas técnicos de embalagem.

6 — Um passo posterior. **Criação de uma classificação de embalagens, similar às existentes na Europa e Estados Unidos,** como por exemplo da ECMA European Carton Makers Associations, ou ainda da FEFFCO ou ASSCO, normas porém ajustadas à realidade brasileira.

ECMA, ASSCO, FEFFCO, são associações de classe de pessoal de embalagem, uma para cartuchos, outra para caixas de papelão rígido, outra para caixa de pape-

lão ondulado. Só para darmos uma rápida idéia de como funciona isso, vejam o esquema abaixo:



Isto é da FEFFCO e da ASSCO, isto não é uma norma, isso é somente uma sugestão de como é que deve ser usado isso. Porque um código; como um código? — Se eu pegar por exemplo da European Carton Makers, um código simples de um cartão que todo o mundo conhece — Asa de Avião — nós chamamos isso de cartucho asa de avião, que seja cartucho

asa de avião. Quais as características técnicas desse cartucho, temos um desenhinho com características técnicas e ao lado uma tabela.

Usa-se cartão de tal tamanho, tal gramatura isso já existe, vamos simplesmente adaptar isso ao Brasil.

Vem aqui a última sugestão. Nós todos profissionais labutamos nas nossas empresas e, segunda reunião às cinco, terça, reunião às oito; ah, não dá então eu não vou. Juntam-se essas associações e pagam-se elementos para criar isso em benefício de todos, então um elemento pago para fazer isso, só vai trabalhar naquilo, e não nós que freqüentamos as associações vamos lá, decidimos e marcamos a próxima reunião dentro de 30 dias, até lá pode

ser muita coisa. Por isso no congresso de embalagens que teve em março, foi falado de nomenclatura de materiais, e eu levantei depois a questão — exatamente o que estou falando agora deve ter sido dito há 10 anos atrás. Quer dizer que não evoluíamos, continuamos esperando o fre-guês vir para imprimir cartão de visita.

Senhores eu gostaria agora de deixar vocês falarem um pouquinho, porque dentro da área de embalagens eu poderia falar aqui até as 10 da noite, eu prefiro resumir o papo "justamente" para esse enfoque: **Normalização, especificação**, e o que é mais importante, **Instrução**, temos que instruir a nós mesmos, podemos levar a nós mesmos para frente. Está aberta a discussão muito obrigado



A padronização de embalagem foi brilhantemente discutida pelas personalidades que integraram a comissão de trabalho.

DEBATES

Walter Derani, diretor do Grupo Ripasa, salienta a necessidade de formação de Grupos de Marketing.

Walter Derani — Antes de mais nada eu gostaria de parabenizar o Thomaz pela brilhante apresentação, e aproveitar a oportunidade para comentar e talvez somente lembrar da necessidade da preservação da saúde de nossos negócios, como foi mencionado ontem pelo senhor Boris Tabacof, com uma política comercial sadia, e com o comportamento equilibrado e leal. Lembrando que esse comportamento só irá harmonizar a atitude do nosso cliente, o gráfico convertido, que nada mais é que a extensão do nosso negócio. Partindo então os nossos setores como um só para o seu fortalecimento, através de muita criatividade e o Thomaz veio para falar um pouco dessa criatividade, e agressividade objetivando ocupar o espaço que merecemos, não deixando portanto que outros setores como por exemplo o plástico, roubem nossas fatias de mercado, sem que

exercemos qualquer reação. Essa deve ser a nossa luta. Felizmente o nosso setor começa a enxergar. O Thomaz mais uma vez veio abrir nossos olhos, acredito até que nós possamos aproveitar essa deixa e nos unirmos no sentido de buscarmos esses objetivos procurando minimização de custos, procurando facilitar não só para nós fabricantes, quanto para nós convertedores, que de certa forma fazemos parte do mesmo segmento, facilitar o nosso trabalho. E eu gostaria de ressaltar também que a Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose, vem se empenhando na formação de grupos de trabalho de marketing tendo como função principal uma maior aproximação de produtores, convertedores e consumidores de embalagem, o que mostra que o nosso setor, setor dos fabricantes, não estaria tão parado quanto o gráfico poderia imaginar. Nós gostaríamos de contar com uma atuação do setor gráfico, através da Abigraf, no sentido de juntamente conosco ampliar esses grupos de marketing que só viria fortalecer o nosso negócio que é fabricar cartão ou fazer embalagens. Obrigada.

Deixar de lado o comodismo, sugere Adhemur Pilar Filho, gerente de Vendas da Papyrus Indústria de Papel S/A.

Thomaz, você está de parabéns mais uma vez porque você já está acostumado a fazer palestra. Logo você vai largar de gráficos e só fazer palestras, todos os anos você deve ter uma seqüência de palestras em várias associações, em vários cursos e me parece que você mesmo, pelo que disse está se repetindo. Está se repetindo e não consegue fazer o setor se movimentar. É a realidade, o comodismo que eu disse é o que advém da própria situação de venda. Quando a situação está boa ninguém faz nada, quando a situação está ruim todos acordam, ou querem acordar, mas o sono é tão grande, tão pesado, que torna a voltar uma situação boa e volta-se a situação anterior. Então é isso que precisamos, nos unir. Abigraf, Anave, a própria Associação dos Fabricantes tem que cutucar como foi cutucado ontem aqui pelo Boris, cutucar o departamento de marketing, ou quando for o caso produção, qualidade, tem que ser cutucado para que ele tente se levantar desse berço esplêndido, e não ficar um gigante deitado. O setor de papel e celulose, uma força tremenda como disse Jorge Leandro, é a terceira posição no ano passado, quarta no re-trasado, talvez a primeira de independentes, mas num comodismo, numa situação que o próprio mercado vai pedindo e nós vamos colocando a produção tranquilamente. É isso que nós temos que levantar, fazer este esforço conjunto e por tudo isso que você disse, principalmente pelo aspecto de instrução e orientação.

O conferencista Thomaz Caspary lembra que é necessário divulgar o que está sendo feito para que se provoque a agilização do processo.

— Muito obrigado pelas suntuosas palavras a meu respeito. Eu esqueci de dizer uma coisa que eu quero dizer agora. Você disse estamos trabalhando, ele disse estamos trabalhando, o Pontinha disse estamos trabalhando, todo o mundo está trabalhando, só que ninguém sabe. Não é divulgado, eu sei que existe GT-1, GT-2, GT-3, e outros GTs no pessoal de papel, mas é interno, é a panelinha que fica sabendo. Então desde que o amplo público, desde que vocês, nós e os outros fiquem sabendo que alguém está fazendo alguma coisa, todos nós vamos nos interessar por aquilo que este alguém está fazendo. Porque se ficar, estamos estudando normas, estamos estudando marketing, estamos estudando. . . Então continuem estudando é muito bom, mas divulguem o que estão fazendo, porque aí os curiosos que somos todos nós, vamos atrás de vocês, vamos apertar vocês. Como está o seu estudo? E acho que isso é também um pouco daquilo que falta.

O presidente da ABRE — Associação Brasileira de Embalagem, Manoel Vieira, posiciona-se diante da necessidade de especificações técnicas na produção de embalagens.

— Eu estive durante 14 anos ligado ao lado de compras e a firma, naquele tempo, assim como hoje, era uma grande consumidora de cartuchos. O que eu poderia dizer é que por sorte, aqui no Brasil, o mercado tem sido de um modo geral de vendedor, e somente agora nos últimos anos é que o comprador tem passado, digamos, a fazer com que o mercado seja semi-vendedor. Então eu gostaria de saber se a classe, ou se os fabricantes aqui, tem idéia de quanto custa as devoluções de material que não serve para colocar em uma máquina automática de alta velocidade. Posso dizer aos senhores que tive experiências em que se devolvia ao gráfico, 50, 60, 70% dos cartuchos recebidos porque eles eram inadequados para passar na

máquina. A impressão era perfeita, o cartucho aparentemente bem feito, mas quando colocado numa máquina que empacota 270, 300 unidades por minuto, vira e mexe um cartucho só, que estava estragado representava 30, 40, 50 cartuchos estragados, porque a máquina era muito ágil e até que o funcionário agisse já tinha estragado 50 cartuchos. Então esse estudo sobre as normas, que o senhor Caspary falou, eu acho que ele se pagaria, se os fabricantes, as gráficas e as outras associações de classe se reunissem e creio que talvez ainda sobrasse dinheiro. Muito obrigado.

É necessário que o lucro seja proporcional ao risco, esclarece o debatedor Adhemur Pilar Filho.

— Aproveitando o que o Manoel Vieira falou sobre devolução, eu gostaria de perguntar, quando falei onde estão os gráficos para discutirmos aqui o problema, eu queria que eles estivessem, não digo o Thomaz porque ele está num tipo de gráfica um pouco especializada, mas essas gráficas que fazem embalagens, cartuchos e que depois chegam no fim do ano, vão analisar os balanços e eles que são os nossos vendedores, eles que são nossos colocadores de cartão, vamos olhar a saúde deles. . .

E estamos vendo aí uma seqüência de situações diferente daquilo que nós queríamos que acontecesse. Então o risco que gráfico corre na colocação de sua embalagem é muito grande quando há uma devolução, então não é possível o gráfico trabalhar com a margem de lucro, margem de retorno que eles estão tendo, e enfrentar uma situação de devolução como disse aqui o senhor Manoel Vieira. Porque qualquer situação dessas poria o gráfico em situação muito difícil e é lógico que o retorno vem para o fabricante. Então um dos pontos que mais batalho quando converso com gráficos é Vocês tem que ganhar mais; você tem empresa para ter lucro e não para perder dinheiro, então, você está investindo tem que ter retorno. Não pode trabalhar com a margem e na concorrência que estão fazendo, e toda concorrência só tende a abaixar preço, a porcentagem que os gráficos trabalham é muito baixa para o risco que eles estão correndo.

O esforço dos vendedores e a necessidade de oferecer a esses profissionais preparo psicológico e informacional cada vez maior é o enfoque do aparte de Antenor Geraldo.

— Eu só não poderia concordar com a mesa quando diz que os vendedores são acomodados, eu não poderia concordar quando eles ficam dizendo que os industriais estão preocupados com os produtos que estão sendo substituídos. Eu pergunto, será que esses industriais já perceberam que eles que deram campo para o outro material entrar, será que eles perceberam que não prepararam seus vendedores à altura, como determinada firma que tem no mercado, vocês conhecem bem, não tem crise e realmente não se aproveita de situação alguma e não joga a culpa em cima do vendedor, e sim prepara os seus vendedores para que eles saiam. E eu considero todos os vendedores, que eu os conheço bem, todos os vendedores associados da ANAVE, estão de parabéns porque são esforçadíssimos, muitas vezes comparecem no caso de nos atenderem, em situações que outras pessoas não iriam, tempo de chuva, tempo de sol, de dia, à noite, não querem saber, vão cumprir seu dever. Nós muitas vezes percebemos que esses coitados não estão preparados psicologicamente, ou mesmo preparados pela empresa, que é o caso que o nosso conferencista explicou, será que eles estão sabendo dessas especificações que o Thomaz acabou de citar? Nós não iremos perguntar porque seria ridículo perguntar e eles não saberem. Mas eu pergunto, será que eles estão bem especializados, será que eles transmitem essa idéia para outra empresa, será que a empresa

consumidora realmente não deixou de consumir porque não teve essa informação? Bem disse ele, de bla-bla-blá ouvimos bastante, anos seguidos, mas gostaríamos de contar com a colaboração de todos, vamos procurar realmente nos aperfeiçoar cada vez mais e procurar transmitir um ao outro o pouco que se sabe, e só assim teremos um Brasil maior.

Com os debates abertos ao público surge a questão do vendedor Antonio Julio Guimarães de Paula:

Pergunta: — Dr. Thomaz, esses três pontos citados do comprador, em que se disse a respeito de especificação do papel, nós encontramos no gráfico, e isso normalmente todos os dias, e ele às vezes não tem nem armas para poder brigar com aquele comprador. Então teríamos que dar um pouquinho mais de cultura ao comprador, para que ele também chegue ao gráfico exigindo aquele material de primeira que ele quer.

Resposta: — As associações de classe tipo Abigraf, Abre, ABCP etc. dão cursos, que são divulgados, acontece que os que deveriam fazer o curso não lêem. Eles não lêem nem o jornal diário porque não têm tempo, eles têm que trabalhar. O empresário tem que estar ali na máquina trabalhando, se o empresário fosse inteligente ele estaria lendo jornal que ele ganha mais do que trabalhar, porque ele estaria informado, e o que falta para nós brasileiros é informação. O Brasileiro é um povo não acostumado a ler e é por isso que estamos do jeito que estamos, os poucos que lêem estão por aí.

O volume de papel consumido pelo setor de embalagem é explanado pelo presidente da ABRE, Manoel Vieira.

— Eu gostaria de aproveitar o momento, para

dizer aos senhores que lidam com venda de papel especialmente, que o seu setor representa muito para a embalagem, e que a embalagem não é um pacote de cigarros apenas, um cartucho de cigarros, ou aquilo que vai embrulhando digamos o maço de qualquer coisa. O setor de papel representa entre 38 e 48% de todas as embalagens que se consome aqui no Brasil, estima-se que em 1982 se consumiu 5 bilhões de dólares de embalagens quer dizer que 38 a 40% representa 2 bilhões de dólares. Então quando os senhores pensarem em embalagem não pensem que é uma coisa insignificante. E o setor por ser grande, naturalmente está sujeito a ser atacado. Agora, creio que para se defender nada melhor do que estar preparado, porque quem anda na chuva molha-se. Sabe-se por outro lado, que em outros países como Estados Unidos, Japão, França, Alemanha etc. digamos países mais adiantados que tem tido todos os recursos, matérias primas de todos os tipos para fabricarem embalagens, nesses países ainda o papel representa entre 35 e 40%, portanto, isso no fundo representa um esforço fantástico. É por isso que o senhor Caspary acha que as firmas que fabricam papel devem se preparar que é para continuar ficando com o seu lugar ao sol adequadamente, o campo aqui no Brasil é enorme, quando se viaja por aí afora e vê como se consome papel, de embalagens feitas de papel, cartão, cartolina, etc., é coisa fantástica, é lógico que aí influi poder aquisitivo, mas nós estamos chegando lá pouco a pouco. Eu diria que enquanto aqui no Brasil está se consumindo aproximadamente, em 1982, 16 dólares per-capta de embalagens feitas de papel ou cartão, em comparação com 81 dólares nos Estados Unidos, 5 vezes per-capta, aí é lógico está entrando em jogo o poder aquisitivo maior. De qualquer forma o que eu gostaria de dizer aos senhores é que o campo é enorme e todos têm que se preparar para enfrentar as novidades e outros setores que estão fazendo esforço para penetrar aqui.

Kurt Neumann



Comércio e Indústria de Papel S/A.

COMÉRCIO E IMPORTAÇÃO DE
PAPEIS PARA IMPRESSÃO
E
EMBALAGENS EM GERAL
PRONTO ATENDIMENTO

RUA DO GRITO, 719 - TEL.(PBX): 63-5121
CEP 04217 - Ipiranga - São Paulo

Harmonia nas atividades mercadológicas

Ao abordar o último tema do VIII Fórum de Análise, o Setor de Distribuição, JORGE MADI, diretor presidente da Papéis Madi S/A, denunciou que as empresas atacadistas coligadas, formadas com o intuito de estabilizar o mercado papeleiro, até hoje não alcançaram o objetivo proposto.



Jorge Madi: "A revenda de papel é fundamental para a harmonia do mercado."

Antes de iniciar o meu discurso, eu gostaria de dar uma resposta ao meu antecessor que falava sobre o consumo de papel nesse país. Eu tenho a dizer que o consumo do papel, apesar da boa evolução que tem tido até esta data, ele não está sendo suficiente para abastecer o mercado de papel. O povo brasileiro desde a nascença não tem escola, quando ele tem uma certa idade continua não tendo escola, e as universidades estão aí não dando conta aos alunos que estão à procura de vagas. Levando em conta que o consumo de papel aqui no Brasil é de 28 kg./per-capto, há muito tempo e não evolui, fazendo um paralelo ao americano que é de 300 ou 250 kg por ano, os senhores vejam que a diferença é enorme, essa é a razão de que então o gráfico se queixa, o litográfico é a mesma coisa, o encadernador também, mas que o consumo de papel no Brasil é fraco por culpa da nação. Vamos ao nosso discurso.

Todos nós sabemos que o progresso de uma empresa se concretiza, quando se origina de métodos de organização permanente, exequível e portanto funcional e constante.

Sabemos também que todas as literaturas mundiais ensinam que a melhor política de vendas envolve este precioso tripé — PRODUTOR — ATACADISTA — CONSUMIDOR, no nosso caso, mais especificamente o gráfico e outros.

Começamos por apreciar a atividade do produtor que, a rigor, deveria produzir dentro do consumo estimado, não se preocupando com o setor de vendas ao consumidor.

Poderia, isto sim, idealizar novos produtos, outras dimensões, implantar inovações, etc. Em suma, o produtor deveria dedicar-se única e exclusivamente à fabricação e o aperfeiçoamento de seus produtos. Entre os industriais deveria existir parâmetros de padronização, diversificação, especialização de cada um deles, dentro de um entendimento harmonioso, sadio e perfeito.

Em seguida, passamos a analisar a atividade do tradicional atacadista — principal responsável pela distribuição em todo o país dessa produção industrial.

Enfocando especificamente — uma revenda de papel, temos que a mesma

funciona como uma câmara de decompressão entre o grupo produtor e o universo consumidor.

Quando em época de grande produção e baixo consumo, o comércio intermediário absorve o excedente de mercado, pratica-se a estocagem. Nesta política, o preço mantém-se estável e o produtor não sente, em demasia, a situação que se lhe fosse dirigida sob impacto direto, acarretar-lhe-ia a conseqüência, quiçá dramática.

Quem hoje, para nos situarmos em apenas alguns aspectos, não teria problemas com o aviltamento de seus preços; com esforços para armazenagem; giro comercial diminuído, enfim, ausência de mercado para os produtos acabados?

Nesta linha de raciocínio, pulverizando-se esses problemas no mercado intermediário, ficariam eles amenizados. E o ônus extremamente evidenciado suportado por vários. O peso dividido torna-se mais leve. Protege-se desta forma, a fonte produtiva, indispensável à sobrevivência do mercado intermediário.

Por outro lado, a situação de mercado pode se inverter. Atingiríamos então a realidade que todos buscamos. O consumo superando, em razão de crescimento, os índices de produção.

Mais uma vez a revenda irá funcionar como câmara de decompressão. Os seus estoques reguladores supririam as necessidades do mercado, dando folga ao grupo produtor.

O universo consumidor teria suas necessidades supridas sem atritar com o grupo produtor, beneficiando desta forma, o mercado consumidor. Todos seriam atendidos e este universo não sofreria diminuição.

Por tudo isto, a revenda de papel é fundamental para a harmonia do mercado.

Realmente, ela tem suporte quando nos lembramos dos denodados esforços dos primeiros viajantes, mais conhecidos no nosso meio como Caixeiros Viajantes, eram pessoas especializadas em crédito — vendiam e cobravam — estes homens com suas malas carregadas sobre vações, seguiam as trilhas do pioneiro a to-

do lugar onde existisse uma gráfica. E nós particularmente, nos orgulhamos de ter em nossa empresa, desde aquela época, até hoje, um dos mais antigos viajantes, Sr. NACIN CORBAN, que com mais de 88 anos de idade, ainda exerce esta função, em nossa empresa.

Assim é que, na medida em que o grande parque gráfico nacional foi se formando, também o atacadista independente, em sua caminhada de peregrinação, ia, aos poucos e paralelamente, abrindo o mercado comprador.

Eis que, de porta em porta, ele penetrava nos mais longínquos lugares em busca de novos consumidores, tal como — as gráficas, editoras, comércio e indústria em geral.

COLEGAS:

Não nos cansamos em afirmar e reafirmar que assim foi durante muitos anos com trabalho árduo e bem organizado dos atacadistas independentes que se formou no país este grande parque gráfico que muito nos orgulhamos de havermos ajudado a construir.

Neste setor do atacado, notamos que o comércio tomou seu invejável impulso e consequentemente propiciou um número elevado de colegas que se formaram até Associações de Classe, Sindicatos Representativos, objetivando direitos e assumindo obrigações. Daí surgiu, gradativamente, um campo de trabalho numeroso, pois de um lado — cerrando fileiras os vendedores das Capitais, representantes em todos os Estados; de outro lado, abrindo campo de trabalho para os empregados nos escritórios, desde os administradores, executivos, até os simples boys.

Quando já se pensava estar entrosando o elo que os atacadistas independentes conseguiram formar com os gráficos, apareceram os atacadistas coligados que se formaram para tentar estabilizar o mercado papelero, o que todavia até o momento, lamentavelmente — não ocorreu.

Nestas alturas, é que deveria prevalecer um entrosamento harmonioso, ético e permanente, estabelecendo-se o mesmo critério de entendimento de que falamos à pouco, quando examinamos o critério do produtor.

Somente assim é que poderemos continuar nesta caminhada triunfante, resultando que desta forma, seria possível a participação, por igual, de todos *em um só mercado*.

Deveremos nos manter em permanente consenso, para nos conservarmos sempre num nível de igualdade, evitando que qualquer colega possa ficar diminuído de sua participação ativa a margem do mercado.

Neste particular, contamos com a inestimável colaboração de todos os senhores Fabricantes:

CHAMPION
FEFFER/SUZANO
KLABIN
PIRAHY
SANTISTA
SIMÃO

e tantos outros, pois somente desta forma é que poderemos invocar o provérbio — **A UNIÃO FAZ A FORÇA**.

Uma vez obtida a uniformidade dos senhores fabricantes — no tocante a sua distribuição para nós atacadistas — entrega proporcional de seus produtos na conformidade dos pedidos que lhes são formulados e nós, de nossa parte manteremos um preço de venda padrão — então os nossos consumidores não necessitarão de estabelecer uma concorrência, porquanto assim procedendo — esta deixaria de existir.

Aí, somente poderá haver uma determinada preferência do comprador pelo vendedor, ou pela firma atacadista, por simpatia ou atendimento porquanto os preços serão, logicamente, os mesmos e os prazos para pagamento, perfeitamente iguais.

Finalizando, para que não perigue o futuro do comércio atacadista independente e a própria desmoralização do mercado papelero brasileiro, que volte a funcionar o tripé perfeito:

— PRODUTOR — é só fabricante

CONSUMIDOR — é só gráfico, editora, etc. . . , e

ATACADISTA — deve ser independente, porque foi ele quem formou com muito amor, desvelo e trabalho incansável, o parque gráfico nacional.

Neste nosso tema, nos veio a idéia de descrever sobre determinada pessoa que, durante sua longa vida papelero ocupou

ao mesmo tempo as três posições à que nos referimos há pouco, ou seja: PRODUTOR — ATACADISTA — CONSUMIDOR.

Porém, homem bem ilustrado e de elevada cultura, percebeu em tempo hábil a ineficiência desse conglomerado e afastou-se, assumindo apenas a função de produtor, a qual desempenhou com eficiência e galhardia, tornando-se em pouco tempo o melhor e o mais bem organizado fabricante do país — todos já se aperceberam que estamos falando do Sr. JOÃO GONÇALVES, atualmente da Champion Celulose.

Nossas homenagens à este ilustre cidadão que sempre batalhou sinceramente em prol do desenvolvimento da classe papelero nacional, no desempenho como consumidor — artes gráficas — atacadista e finalmente como produtor — o exemplo deixado por este bravo e lutador homem de negócios, deveria ser mantido por todos.

Deixamos esta mensagem no ar para que estudem e revejam com a cabeça fria, pois temos certeza que logo será bem resolvido, uma vez que, os elementos que se encontram na liderança das fábricas, são pessoas do mais alto nível profissional.

Senhores:

Pretendi fazer desta alocução, em nome da empresa PAPÉIS MADI S/A, uma simples lembrança:

Antes, porém, quero justificar que se assim o faço, é porque como sempre exerci minhas atividades ao longo de minha vida, com todo idealismo, espírito de colaboração e entusiasmo e, precisamente neste momento, parece-me sentir que esta invocação produzirá o eco desejado para a grande satisfação de todos nós.

Muito Obrigado.



Abrahão Zazur oferece a Jorge Madi uma placa de agradecimento por sua participação no evento.



O mediador Raphael Rios abre os debates

Senhores, começaremos agora a parte dos debates, depois de termos assistido aqui esta descrição de uma carreira de trabalho e devotamento ao setor papeleiro e gráfico brasileiro. Pedirei de início à mesa os debatedores que se alguém tiver alguma pergunta a fazer o microfone está à disposição.

Passarei a pergunta ao auditório e pedirei licença para fazer umas perguntas não só ao companheiro conferencista, e aos demais companheiros.

Um agradecimento devido

— Eu quero fazer de público e aproveitar a oportunidade, não uma pergunta, mas um agradecimento. Em nome de todos nós ao senhor Jorge Madi, porque quando a ANAVE foi fundada nós não tínhamos onde se reunir, e agora a presença dele, as palavras dele, ele quando fala sobre união de todos. Ele foi um dos que cedeu uma sala no seu escritório, onde nos reuníamos quinzenalmente, mensalmente, para tratarmos dos assuntos da ANAVE na ocasião. Então quero aproveitar a oportunidade e agradecer todo aquele tempo e toda aquela paciência que ele teve conosco naquela ocasião.

Rios inicia as perguntas

Pergunta: Se os senhores me permitem vou ter a honra de perguntar algumas coisas ao conferencista e aos seus colegas. Dr. Jorge na sua vida de pioneiro, nessa indústria pioneira que é a papeleira, traz muitos ensinamentos a todos nós. O senhor observou diferenças incríveis entre os anos 40 e 50 e os anos de hoje 70 e 80, reunia um cabedal muito grande de experiência frente aos desafios que a vida profissional lhe apresentou, perguntaria ao senhor à luz de toda essa experiência, e frente ao universo de hoje, onde nós nos defrontamos na indústria papeleira com sádios problemas de progresso e desenvolvimento, qual a mensagem que o senhor quer transmitir para nós, uma mensagem de futuro aos jovens desta geração papeleira que agora vão tomando os lugares das pessoas que já cumpriram o seu papel e já deixaram a marca do seu trabalho e da sua inteligência no nosso ramo; gostaria que o senhor transmitisse uma mensagem de futuro para esta geração jovem que começa a ocupar os novos postos de nossos setores.

Na resposta do conferencista ao mediador Raphael Rios uma mensagem de otimismo aos jovens que iniciam no setor papeleiro.

Resposta: E com muita satisfação que eu passo a responder. Na minha modesta opinião, se bem vivida há 63 anos no ramo, em setembro faço 64, de maneira que tenho passado por muitas fases e tenho notado que as fases que se passam e que nós estamos passando tem vindo sempre para melhor, este é um país abençoado por Deus, tudo o que se faz dá resultado, eu às vezes pegó meu carro e faço uma periferia pela cidade de São Paulo e vejo a quantidade enorme de estabelecimentos que se cria, e que não tem nem a etiqueta à frente. São fábricas enormes, todas essas fábricas vão gastar nosso material, papel e papelão, embora o consumo no Brasil hoje seja muito baixo, porém já cresceu um bocadinho, já estamos lá nos 28 kg, mas

no entanto nos países como a Índia que é de 3 kg, no Paraguai, 7 ou 8, e assim por diante, se bem que temos países da Europa, Alemanha, Itália, com 70, 90 kgs. per capto, o nosso ainda é baixinho, depende da educação do povo, o povo lá no interior não gasta nada. Mas a minha mensagem é que isso vai crescer muito, e quem quiser se estabelecer no nosso ramo que seja bem vindo, que é um ramo muito bom, muito limpo e que só tende a progredir, os fabricantes são de boa categoria, ou nacionais ou multi-nacionais, estão indo muito bem, e não tem faltado mercadoria, e estamos andando com progresso à vista.

O futuro da revenda na opinião dos debatedores.

Pergunta: Seguramente uma mensagem de esperança e de coragem para todos nós que estamos aí enfrentando problemas que vão aprimorar nossa própria qualificação. Ficamos muito gratos ao senhor por esta mensagem de coragem para todos, de esperança e confiança no futuro do Brasil. Uma pergunta mais específica dirigida a toda mesa, os senhores todos constituem no que chamamos de atacado independente, atacado não integrado, senhores que estão formando a geração de seus sucessores nas empresas, que já viveram muito, fizeram muito, como os senhores vêem o futuro da revenda, do atacado, da distribuição autônoma, isto é, não integrada, dentro do crescimento que se espera no Brasil de nosso setor papeleiro, como os senhores vêem este ramo autônomo vibrante, corajoso, lutador do atacado papeleiro, chamado independente não integrado?

Debatedor I: Bem muito pouco eu poderia acrescentar às palavras do Jorge Madi, apenas eu estou enxergando hoje uma nova era entre a classe atacadista, revendedora de papel, um entendimento que meses, anos seguidos, dezenas de anos não existia. Hoje me parece que há um entendimento, há lealdade, portanto a revenda, os atacadistas só poderão progredir, tanto os atuais, como os sucessores.

Debatedor II: Realmente eu queria agradecer as palavras do Jorge, porque eu estou na ponta de cá, estou na ponta onde nascemos há 31 anos como empresa gráfica, e há 10 anos no ramo de papel. Então agradecendo ao Sr. Jorge este apoio que ele nos tem dado, em todos os cantos que nos reunimos, em vista de que toda essa mudança que estamos sentindo hoje, dita pelo Sr. Kurt, nos reunimos para o que nós nos propusemos junto com as fábricas, nos dar esse apoio, porque nós queremos crescer, queremos crescer para o bem daquilo que vem, aquilo que estamos formando nestes jovens que vem junto conosco, nos dê esta oportunidade.

O mediador busca a opinião da revenda sobre o ponto básico para que haja harmonia entre os diversos segmentos.

Pergunta: Permitam-me uma última pergunta. No relacionamento entre fabricantes de papel e atacadistas independentes, na opinião dos senhores que já viveram muito, qual o ponto básico, qual o assunto básico, qual o liame básico, o essencial que deve ser defendido por todos para que haja plena eficiência e harmonia no setor produtor e no setor atacadista independente, qual o elo mais importante, qual o ponto mais essencial que deve ser respeitado e seguido, quais os pontos, para que realmente haja um conjunto e que cada setor cumpra o seu papel, o seu desiderato a sua função específica, que tem no universo produtor e distribuidor brasileiro?

Resposta: Bem, eu participei em Amsterdam de um Congresso de 13 países da Europa, e pude notar que o fabricante na Europa não fornece papel ao consumidor e sim sempre através do atacado. O que então eu gostaria de sugerir que o fabricante se pusesse no seu papel de fabricante e deixasse o campo de revenda à revenda. No tempo que foi implantado o CIP, nós atacadistas, o Governo nos destinou uma margem de lucro de 40%, mas eles não estavam vendo com bons olhos que as empresas queriam entrar para o nosso lado como coligadas, o Governo achou que poderia dar uma taxa de lucro de 5% a eles, então eles estavam assim um tanto sufocados com 5%, en-

tão estavam querendo ou termina ou não termina, ou termina ou não termina, mas depois houve um trabalho de tal forma e que eles então se equipararam a nós, passaram a ter uma taxa de 40% e passaram a viver. Mas daquela época para cá o mercado está sendo oprimido com essa concorrência com as coligadas, que são aquelas que pertencem às próprias fábricas de papel. Como diz o meu companheiro, lá fora o fabricante não vende ao consumidor, nos Estados Unidos talvez eles vendam caminhões lotados com 18 toneladas de papel e nada menos de cada tipo de papel. Aqui no Brasil a coisa desmoralizou, então se implantaram as coligadas, e as coligadas estão fazendo uma concorrência desenfreada junto ao mercado de consumidores. É a razão por que não aumenta o preço como devia, não aumenta o consumo como devia, então não há essa liberdade de preço, está meio amarrado, essa é a razão por que alguém queira saber porque no Brasil não se consome muito papel e eles tem que procurar lá fora e exportar, mas o que se exporta de papel hoje é insignificante, em relação ao produto.

Rios sugere o delineamento das funções específicas de cada setor

— Realmente esse aqui é um ponto essencial, como todo o problema pode ser transformado numa oportunidade, acho que esta correlação, este aparente conflito pode se transformar numa solução, desde que em conclaves deste tipo, em reuniões as partes interessadas, experimentem a experiência de países que já passaram por esta etapa que estamos passando, e encontrem denominadores comuns, de modo que as funções específicas de cada setor sejam claramente delineadas, a fim de evitar as super-posições trazendo mais eficiência ao sistema distributivo, esse seria um ponto interessantíssimo para o longo do tempo, aparar estas arestas e gerar deste problema uma solução harmonizadora para toda estas funções que são legítimas, tanto a do fabricante, como a do fabricantes que tenha um atacado integrado, como a do fabricante independente,

acreditamos que todos eles tem uma função essencial que bem delineada, harmonicamente poderá trazer uma eficiência maior ao sistema e naturalmente maior consumo e um melhor atendimento. Esta é minha opinião particular, se alguém tiver outra por favor.

Madi destaca o procedimento das revendas coligadas.

— Eu já acharia por exemplo que as fábricas que tem suas coligadas nas principais praças, por exemplo São Paulo, não deveriam vender ao varejinho e sim vender para nós, uma falta de mercadoria nós iríamos a esse entreposto que pertence à fábrica, e não à fábrica fazer uma revenda exatamente igual a nossa. Nós vendemos uma resma e não tendo essa resma iríamos buscar no entreposto da própria fábrica.

Ao encerrar os debates, Raphael Rios homenageia os atacadistas pioneiros do setor de papel.

— Então, continuando o nosso dueto, realmente o senhor está citando pontos que seriam básicos para um programa progressivo de harmonização, eu acho que nós vamos chegar lá. E já estamos aqui delineando temas e trabalhos para os próximos conclaves que sejam até mais curtos do que esse no intervalo de tempo. Se ninguém mais tiver perguntas, então eu tomo a liberdade de encerrar os debates e acredito que todos nós hoje, deveremos prestar e com muita alegria uma homenagem sincera cheia de coração ao Dr. Jorge Madi, e a todas essas pessoas que estão aqui nessa mesa, porque vocês estão vendo pioneiros, estão vendo homens que desbravaram este Brasil de atacado de papel, e de gráficas, estes homens legaram às gerações mais novas um mundo melhor e menos difícil creio que na pessoa do Dr. Jorge deveremos saudar estas criaturas que com a sua coragem, o seu devotamento, a sua inteligência construíram degraus, acima dos quais nós pudemos alcançar o hoje, e eu pediria uma salva de palmas bem vibrante para todos.

PAPÉIS MADI S/A

FUNDADA EM 1919

PAPÉIS P/GRÁFICAS — LITOGRAFIAS — BANCOS
COLÉGIOS — LABORATÓRIOS — INDÚSTRIAS E
COMÉRCIO EM GERAL

Papéis
para todo o
Brasil

APERGAMINHADOS — OFF-SET — LINHOS COM MARCA —
PAPEL QUE DISPENSA O USO DO CARBONO — CARTÕES —
ENVELOPES — PAPÉIS P/EMBALAGENS — IMPORTADOS, ETC.

ANTES DE COMPRAR CONSULTEM-NOS SEM COMPROMISSO

RUA ANDRÉ LEÃO 107-MOÓCA -SÃO PAULO
PABX 279 3122 50 RAMAIS

Confiando no ser humano

Ao encerrar o VIII FÓRUM DE ANÁLISE, PAULO VIEIRA DE SOUZA, presidente da ANAVE, fez um breve pronunciamento, agradecendo aos que colaboraram para a concretização do importante evento, e nas palavras finais externou sua confiança no ser humano.



Paulo Vieira, presidente da Anave, e demais membros da Diretoria prestigiaram o encerramento do conclave.

Senhoras, Senhores. Chegamos ao final de mais um Fórum e, como não poderia deixar de ser, chegou a hora dos agradecimentos. A muitos devemos o sucesso deste evento, pessoas que trabalharam com dedicação para mais uma bem sucedida realização da ANAVE.

Agradeço em primeiro lugar ao nosso diretor cultural, Sr. Paulo Standerski, a todos os diretores, conselheiros e demais integrantes da ANAVE que colaboraram na coordenação dos trabalhos. Às empresas que, com sua colaboração efetiva tornaram possível este fórum, aos participantes, palestrantes, mediadores, debatedores e assistentes, nosso muito obrigado. À classe papeleira em geral, fabricantes, revendas, gráficas e, principalmente aos consumidores, o agradecimento de todos nós, homens de vendas associados à ANAVE.

Para encerrar, gostaria de dizer-lhes algumas palavras; não muitas, eu prometo:

Concebido sem conhecimento ou consentimento é o homem lançado ao mundo com uma única certeza, um dia ele vai morrer. Ainda assim ele luta, planta, colhe, ri e chora, e sobretudo realiza. Sabe que lhe foi concebido um tempo, e nesse tempo ele planta árvores das quais não sabe se comerá o fruto, ergue cidades onde talvez nunca viverá, e esquecido de que é mortal, luta heroicamente para

sobreviver, para construir, para evoluir.

É por isso que as crises vêm e vão. As dificuldades aparecem e são superadas. Vivemos hoje um clima de incertezas, de apreensão com o futuro do mundo. Economias abaladas, comércio comprometido, desemprego e fome, e diante disso tudo, o homem atônito espera temeroso o que o futuro trará.

Preocupado com sua subsistência, o ser humano está diante de um desafio: ou ele batalha e vence, ou toda a humanidade sofrerá as conseqüências da derrota.

Estou apostando no homem. Há um milênio ele luta com as mesmas armas: Inteligência, Vontade e Trabalho, e o universo aí está para comprovar as suas vitórias. Atravessamos uma crise mundial que a todos afeta e preocupa, e no homem, mais uma vez, está a solução.

Depende da capacidade do ser humano, a sua sobrevivência. Só com muita luta, muita vontade, poderemos ultrapassar mais uma barreira no caminho da nossa evolução.

Vamos nos engajar nessa guerra, empresários, operários, técnicos e executivos, compradores e vendedores, vamos trabalhar e produzir, vamos acima de tudo nos unir, aliar à inteligência de uns, a vontade e o trabalho de outros. De nós, homens de vendas, dependem indústrias e operários, do nosso trabalho depende maior ou menor produção, mais ou menos empregos.

E o mercado é difícil, redobremos os nossos esforços, se o comerciar é por vezes uma batalha feroz pela sobrevivência, unamo-nos, batalhemos juntos, não contra. Associemo-nos realmente à ANAVE, e façamos dela o batalhão dos vendedores do Brasil, para unidos assumirmos nosso posto na luta pela vida. Não nos esqueçamos jamais, que ninguém é uma ilha, somos todos necessários uns aos outros, e que da nossa unidade, da nossa cooperação e trabalho, depende o futuro da humanidade.



Flash do coquetel servido após a apresentação das conferências.

DESENVOLVIMENTO CAPITALISTA NO BRASIL

** ENSAIOS SOBRE A CRISE **

Carlos Lessa
João Manuel Cardoso de Mello
José Carlos de Souza Braga
José Serra
Luciano Coutinho
Maria da Conceição Tavares
Sulamís Dain
Organizadores:
Luiz Gonzaga M. Belluzzo
Renata Coutinho



editora brasiliense

Desenvolvimento Capitalista no Brasil

Ensaio sobre a Crise

Organizadores: Luiz Gonzaga M. Belluzzo e Renata Coutinho

Editora Brasiliense – 1982

Os leitores interessados nos problemas econômicos que afetam a vida do País, encontrarão em “Desenvolvimento Capitalista no Brasil” – Segundo Volume, diversos ensaios sobre a crise. Os autores utilizando uma linguagem simples e acessível, mas sem perder o rigor da análise, abordam algumas das chamadas “questões malditas”, como o endividamento externo, desequilíbrios regionais, política agrícola, política de emprego, entre outras.

LIVROS

Processamento de Dados nas Empresas

Autor: Tamio Shimizu

Editora Atlas S/A – 1983

O incessante avanço tecnológico nas áreas de computação e informática em geral, e também a crescente abrangência da função do Processamento de Dados dentro de uma empresa, tornam o conhecimento e domínio dessa função, tarefa cada vez mais árdua.

Por ser uma atividade recente, o Processamento de Dados ainda não possui metodologias e procedimentos adequados ou consagrados suficientes, e depende em grande parte da dedicação, desempenho e nível de conhecimento dos profissionais envolvidos.

Daí a importância da obra de Shimizu, que apresenta vários aspectos do Processamento de Dados nas empresas, como fluxograma, projetos para treinamento, introdução à análise de dados, seleção e avaliação de computadores, o uso de robôs, etc.



Ponto de Vista

O Tempo Passa

O tempo passa. Levanta-se o sol de onde se põe.

Podemos curar os ferimentos de ontem e nos tornarmos mais jovens? Um punhado de ontens passou e a areia do amanhã ainda não escorreu. . .

Não passa um instante sem que o mundo se transforme. Enquanto estivermos na trilha do hoje, não desperdiçaremos o tempo – a vida não é nada senão uma medida do tempo. Beberei a plenitude de cada dia.

Finda-se o inverno e levanta-se a primavera. Chegam os pássaros e florescem as flores – toda a natureza é um círculo contínuo de “ânimos”. Somos uma parte integrante dessa natureza, como uma roda constante a girar, pois carregamos as sementes do amanhã e a tristeza do hoje.

“Forte” é aquele que força as suas ações, para controlar seus pensamentos. A geometria das cores tem a sua força maior na natureza. Pobres flores dos jardins regulares, parecem solitárias. . . mas são tão boas que florescem sempre e as viu e lhes tocou suavemente, para ver se elas falavam.

Florescem as flores e o tempo passa. É o círculo contínuo da ordem natural do mundo. A primavera se repete sempre e nem por isso existe o tédio e a monotonia nas estações do ano. A coerência e a persistência da natureza em seguir um caminho traçado, nos leva a pensar que, dentro do nosso cotidiano, existe uma enorme riqueza: mas é preciso criar e encontrar novos valores, como disse certa vez o poeta:

“Viver não é necessário: o que é necessário é criar”.

Florescem as flores e o tempo passa. O que fizemos do tempo, da dor, do espinho e da flor? A areia da Ampulheta se esvai entre as nossas mãos. As ondas do mar continuam acariciando as praias, mas, às vezes, são rudes e agressivas, quando se faz necessário.

A roda do tempo continua o seu caminho inexorável e nós fazemos parte dessa engrenagem, com o passado, o presente e o futuro. Nós somos o tempo, a flor e o amor.

Há quem passa pela vida, sem nada ver. Com o olhar triste em um horizonte perdido, numa estrada sem fim. Quantas coisas que temos por certas e justas, não são mais que os vestígios dos nossos sonhos. É preciso viver, olhar e sentir o pulsar do mundo ao nosso redor. É preciso ver a luminosidade das horas estivais e sentir o perfume das flores em campo aberto. O repouso da noite que vem e da manhã que ilumina a esperança de um dia qualquer. Temos que ser como a primavera a enão importa aonde finquemos as nossas raízes, mas sim, devemos viver a beleza e a riqueza espiritual da nossa alma interior.

De hoje em diante, saberemos que dias haverão em que teremos que lutar contra forças que nos derrubaríamos se pudéssemos, mas temos que ser senhores de nossas emoções.

Quando o desgosto nos abater, o consolo é que isto também passou.
E, um dia, tudo mesmo passará.

NEYDE ROSA BONFIGLIOLI

Anuncie na anave a revista que fala com quem

Decide... e Entende



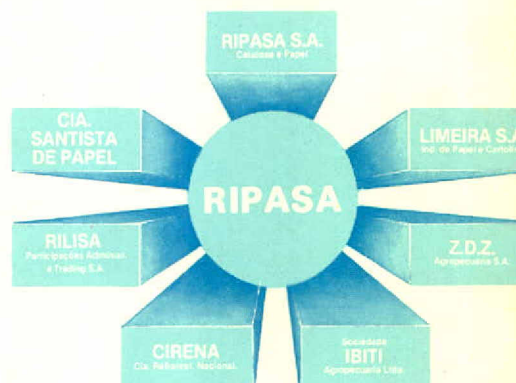
Revista anave uma publicação da
Associação Nacional dos Homens de Venda
em Celulose, Papel e Derivados.

Rua Alabastro, 165 - Fone: 279-8570
CEP. 01531 - S. Paulo - SP

**EXATAMENTE
QUANDO COMPLETA
25 ANOS DE VIDA,
A RIPASA EXPORTA
60.000 TON, CERCA DE
US\$ 34 MILHÕES.**

Quando surgiu há 25 anos a RIPASA tinha como meta bem definida fazer o melhor produto possível, não só para o mercado brasileiro, como para o mercado internacional.

25 anos provaram que a RIPASA está fazendo bem seu papel. Não só a pequena RIPASA S/A celulose e papel cresceu – hoje são 7 empresas coligadas como o mundo diminuiu a sua volta: são cerca de 40 países em todos os continentes que compram o produto RIPASA.



Isso tem sido possível graças a uma diretriz de que a RIPASA não abre mão: dar a cada cliente – em qualquer lugar do mundo – assistência total. Uma venda só se concretiza quando o papel está sendo usado pelo consumidor final.

Os resultados dessa diretriz estão dando volta ao mundo. Por isso a RIPASA vai exportar em 1986 60.000 ton. de papel e cartão, cerca de trinta e quatro milhões de dólares.



RIPASA

Lgo. São Bento, 64 - 4º andar.
São Paulo - SP - CEP 01029
Telex: (011) 31177 CS PE
Fones: 228-5544 e 228-5622