

Supermercados como canais de distribuição de papel

Os supermercados, incorporando o conceito de hipermercado, ampliam cada vez mais a gama de produtos comercializados. Seguindo essa tendência, papel e produtos de papelaria já ocupam espaços consideráveis nas lojas de auto-serviço. É sinal de como a moderna economia interfere no mercado. Indica que muitas mudanças ainda virão e, possivelmente, de forma mais veloz do que se previa até bem pouco tempo.

Esse "novo" canal de distribuição, encarado como uma ameaça por pequenos varejistas de artigos de papelaria, pode ser uma oportunidade de negócio para os distribuidores.

Marco Antonio Oliveira, gestor da Unidade de Produtos Gráficos da SPP Nemo, não tem dúvida de que a venda de papel em supermercados é estrategicamente interessante porque posiciona a marca, envolve grandes volumes e atinge o cliente final de forma ampla. A presença do distribuidor, como intermediário de venda, justifica-se principalmente pela complexidade logística do negócio. São relativamente comuns compras descentralizadas, ou seja, um grande pedido com o compromisso de entregas em diferentes pontos de venda. Esse é apenas um aspecto logístico. Oliveira explica que o conceito compreende todo o "supply chain", desde a fábrica até o consumidor final, abrangendo postura do fabricante, "lead-time" de entregas, política de reposição de estoques, níveis de entregas, estratégia de serviços etc.

Para atuar com grandes redes, o distribuidor precisa, ainda, estar atento ao fato de que o poder de barganha é maior em decorrência do volume e a rentabilidade é pressionada não só pelos preços praticados, mas também por outras ações de "marketing" previstas em contrato, como abertura de lojas e disponibilidade de promotores em pontos de venda. "Pelos aspectos positivos e suas contrapartidas é um negócio estratégico. Parceria é fundamental", esclarece Oliveira.

Fator que tem interferido decisivamente no consumo de papel é a revolução digital. Com o explosivo crescimento do número de usuários de computadores e consequente aumento do consumo de

papel cortado, foi natural o aparecimento de novos canais de distribuição. Hoje cresce a demanda por papéis diferenciados e o mercado depara-se com o desafio de melhor informar o consumidor final sobre produtos disponíveis e suas aplicações. "Essa é uma atribuição do fabricante de papel para posicionar sua marca, e do fornecedor de tecnologia, da qual o distribuidor pode participar na forma de parceria", diz Oliveira, sugerindo a colocação de promotores em pontos de venda e elaboração de embalagens com informações mais precisas sobre as características e o uso do papel.

Parceria é também palavra-chave para o pequeno varejista, ameaçado pela concorrência de grandes lojas e pelo comércio eletrônico. Grandes varejistas estão estendendo o atendimento a segmentos corporativos e realizando negócios virtuais. Essas alternativas podem ser favoráveis aos pequenos comerciantes, que tendem também a diversificar a linha de produtos e a elevar o nível de profissionalização. "Todos devem se preparar para as mudanças, tendo como meta ser um provedor de soluções para o cliente. O consumidor final quer comodidade pelo menor custo possível", conclui o gestor da SPP Nemo.



Marco Antonio Oliveira: "logística é tudo".

O TRABALHO

Quando há disputa entre detentos em estabelecimento penal, a primeira punição que, habitualmente, se aplica é a do afastamento do trabalho. Por quê? Porque a ociosidade é o maior castigo do ser humano. O suicídio é alarmante em alguns países super-desenvolvidos pelo fato de existir muito tempo disponível fora do trabalho que, não aproveitado com outra ocupação que mexa com a criatividade do indivíduo, o leva à loucura. Com certeza, a ociosidade mata. Os trilhos de uma ferrovia usados diariamente reluzem; porém, bastam alguns dias sem movimentação de trens para enferrujarem. Cremos que o ser humano também é assim: com o trabalho reluz; sem ele, enferruja. Muito comum o indivíduo, quando se aposenta após trinta e poucos anos de serviço, desenvolver doenças psíquicas sem que exista uma explicação lógica, a não ser a ociosidade. É comum, também, a morte logo após a obtenção da aposentadoria. O sujeito sonha tanto com o período em que vai poder descansar, ignorando que isso lhe poderá ser fatal. Não temos nenhuma dúvida de que uma atividade diária, que ocupe parte do dia, é salutar. Mas

será que todo trabalho é importante? Qual o melhor? O do médico ou o do gari; o do advogado ou o do policial; o do escritor ou o do trabalhador braçal? Evidente que todos são importantes para a sociedade. Ou alguém duvida que uma greve de garis por trinta dias geraria um caos em qualquer cidade do mundo? O trabalho, além da terapia, é fundamental para o sustento e evolução do homem. Ele cria a riqueza de um país que, assim, pode oferecer aos seus habitantes benefícios básicos tais como educação, saúde, moradia, saneamento, lazer etc. No dia-a-dia, empresários questionam se realmente a atividade que exercem vale a pena. Eu, podem pensar eles, trabalho tanto e os resultados são insignificantes! Por que sofrer tanta pressão? O patrimônio que eu detenho é mais do que suficiente para viver tranquilamente, entretanto eu fico estressado, sofro ingratidão, assumo responsabilidades que aparentemente não me trazem benefício. Por quê? Vamos responder: Você que é empreendedor, se sua empresa gerar um único emprego, já esclarecidas estão todas as suas dúvidas. Existem na sociedade aqueles que estão destinados à criação de empresas e conse-

qüentemente de empregos. Pela importância que o emprego representa, ninguém pode se furtar ao seu destino. Empresários não podem pensar somente em lucro. O regime é capitalista; porém, aquele que tiver condição de gerar empregos, mesmo por algum tempo no vermelho, deve fazê-lo sem medo. O desemprego alcança hoje, em nosso País, índices alarmantes. Coloquem-se no lugar do desempregado que não consegue sustentar a família, que não arranja emprego por ter 40 anos, por não ter cursado faculdade, ou não ter terminado o primário. É terrível, humilhante. A auto-estima dessa vítima da sociedade vai a zero e a leva ao desespero. O nosso setor está de parabéns pois, além de gerar muitos empregos, congrega empresários que poderiam estar aposentados, mas continuam na lide diária, trabalhando com afinco. Quando devemos encerrar nossas atividades? Preferencialmente quando morrermos! Até lá vamos trabalhar, gerar empregos e lembrar-nos dos que repetem: Um, dois.../Um, dois.../Sempre a respirar, /Ai de mim se parar...

VAS

VAPT-VUPT

Suzano lança ações na Espanha

As ações da Cia. Suzano, já negociadas no Brasil e Estados Unidos (ADR Nível 1), também estão disponíveis na Comunidade Econômica Européia. Foi-lhe concedida em setembro autorização para lançar suas ações na Bolsa de Valores de Madri (Latibex).

Caderno com seguro contra acidentes pessoais

Objetivando familiarizar estudantes com seguros de vida, curiosa iniciativa ocorre com o lançamento dos cadernos da Linha Cobra D'Água, do grupo Jandaia. Traz impresso em papel de segurança, na contracapa, um certificado de seguro com validade de um ano, para pagamento de prêmio único no valor de R\$ 1.000 em caso de falecimento por acidente do responsável legal pelo estudante, ou dele próprio se não for dependente econômico, mediante comprovação de matrícula em escola da rede nacional pública ou privada, regulamentada pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC). Além do grupo Jandaia, participam dessa parceria a Cigna Seguradora e a Starcorp, corretora especializada em seguros diferenciados.

Prêmio para a criatividade em trabalhos impressos

As inscrições para o Prêmio Acácia de Criatividade em Artes Gráficas, promovido pela Ripasa, serão aceitas até 15 de novembro. O objetivo da indústria papelreira é incentivar a elaboração de peças promocionais impressas em papel Acácia, especialmente para trabalhos publicitários como calendários, embalagens, convites etc. Informações pelo SIG – Serviço de Informação Gráfica: 0800-113257.

Indústrias investirão US\$ 6,6 bilhões

O setor brasileiro de celulose e papel anunciou que pretende investir US\$ 6,6 bilhões, até 2005, em projetos que possibilitarão aumentar em 45% a produção de celulose, hoje de 7,2 milhões de toneladas; e em 17% a de papel, atualmente 6,9 milhões de toneladas. Os novos investimentos vão contemplar as áreas de reflorestamento (US\$ 910 milhões), celulose (US\$ 4,088 bilhões) e papel (US\$ 1,566 bilhão), no total de US\$ 6,564 bilhões. O programa foi apresentado pelo presidente da Bracelpa – Associação Brasileira de Celulose e Papel, Boris Tabacof, em 29 de setembro, ao ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Alcides Tápias, durante audiência em Brasília.

Novo Chamequinho

A Champion aproveitou a "Escolar 2000" para lançar seu papel sulfite de uso escolar – Chamequinho – em novo formato e embalagem. O papel é alcalino e, além do tradicional formato Ofício 9 (215 x 315 mm), também é apresentado em A4 (210 x 297 mm). O mercado de "cut-size" (papel cortado) é o que mais cresce no Brasil e estima-se que continuará evoluindo entre 7 e 10% ao ano. Atualmente, a produção do setor é da ordem de 300 mil toneladas/ano, mas há potencial para atingir de 600 a 700 mil t/ano.

Com a recente fusão entre a International Paper Corp. e a Champion International Corp., foi criada a maior empresa de papel e produtos florestais do mundo, com vendas anuais superiores a US\$ 30 bilhões, aproximadamente 117 mil funcionários em 360 unidades e 50 países. Responsável pelo gerenciamento de mais de 6 milhões de hectares de florestas, ela detém 13% da produção mundial em papéis de escritório (cortados) e mais de 6% do mercado global de papéis revestidos.

EXPEDIENTE

CANAL SINAPEL - Publicação mensal do Sindicato Nacional do Comércio Atacadista de Papel e Papelão - Presidente: Vicente Amato Sobrinho - Jornalista Responsável: Gracia Martin - Reg. Prof. 14.051 (Fone: 11 6424-2419) - Fotos: Nelson Brunel's - Produção, Arte, Fotolito e Impressão: De Sá Copiadora Ltda. (Fone: 11 232-1858) - Redação: Pça. Silvio Romero, 132 - 7º and. - cj. 72 - Fone: 11 6941-7431 - E-mail: sinapel@netpoint.com.br - São Paulo - SP.

UMA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DO SINAPEL

Para anunciar nesta seção, o Associado do SINAPEL não terá qualquer despesa: precisará apenas comunicar-se com a Secretaria do Sindicato.

ÁREA ADMINISTRATIVA

Profissional com segundo grau completo, que já exerceu algumas funções administrativas, busca recolocação no mercado de trabalho em empresa com possibilidades para desenvolvimento de carreira.

ÁREA ADMINISTRATIVA, PLANEJAMENTO, CONTROLADORIA & FINANÇAS

Com formação superior em Economia e curso técnico de Contabilidade, tem experiência como Encarregado de Controladoria, exercendo funções pertinentes ao cargo: coleta, organização e apresentação de informações gerenciais mediante planilhas eletrônicas. Tem, também, conhecimento em outras atividades da Área Administrativa. Noções básicas de francês e inglês (nível intermediário), no momento cursando intensivamente.

GERENTE ADMINISTRATIVO-FINANCEIRO/CONTROLLER

Formado em Administração de Empresas, com pós-graduação em Administração Financeira, técnico em contabilidade. Mais de 20 anos de experiência nas áreas de Controladoria Econômico-Financeira. Atua como consultor financeiro autônomo em pequenas e médias empresas. Autor de vários artigos publicados em revistas especializadas. Inglês fluente e espanhol. Disponibilidade para início imediato, viagens e transferência de cidade.

SECRETÁRIA

Profissional com segundo grau, curso de Secretária Executiva pela Universidade São Judas, com experiência no Departamento de Crédito e Cobrança, necessita recolocação no mercado de trabalho.

As empresas interessadas em outros pormenores sobre o currículo dos profissionais apresentados nos classificados devem entrar em contato c/ Deise, na secretaria do SINAPEL.

Gráficos avaliam atuação dos distribuidores

O interesse em consolidar cada vez mais parcerias entre gráficos e distribuidores é mútuo. Para os distribuidores, o setor gráfico é o segmento de mercado mais representativo; para o gráfico, o suprimento de papel é fundamental.

Mantendo relacionamento estável com distribuidores de papel, a Gráfica Sonora, de São Paulo, que está há 50 anos no mercado e imprime rótulos, bulas de remédios e trabalhos promocionais, não tem encontrado dificuldades nas relações com os distribuidores de papel. Jonismar Castilho de Mendonça, comprador, assinala que a excessiva carga tributária e a concorrência desleal são dois fatores que interferem negativamente no desempenho das empresas gráficas. Além disso, este ano, segundo ele, houve dificuldade para administrar os aumentos de preço dos papéis. "Não temos como repassar os absurdos reajustes mensais do preço do papel aos nossos clientes", argumenta, ressaltando que uma alternativa encontrada, para o suprimento de papel couchê utilizado nos trabalhos promocionais, foi a importação. Embora ainda pouco representativa - inferior a 20% do consumo geral médio mensal da empresa, estimado em 20 toneladas - justifica-se pelo preço. "O couchê importado tem custo cerca de 25% inferior ao preço praticado no mercado interno", disse ele.

Parceria - A Geo-Gráfica & Editora Ltda., de São Paulo, atualmente tem a maior parte de suas necessidades de papel supridas pelos fabricantes, por ter concentrado seu foco em trabalhos programados com grandes tiragens no segmento editorial. Para Nelson Vido, diretor da empresa, os distribuidores são essenciais à sobrevivência de gráficas comerciais. Embora indústrias fornecedoras ofereçam condições mais vantajosas, somente atendem a pedidos de grandes volumes. Considerando o capital de giro cada vez mais restrito e a tendência sempre mais forte de diminuir estoques, ganham força os distribuidores que, "além de atender a pedidos de pequenas quantidades, têm condições para pronta entrega", ressalta o diretor da Geo-Gráfica. Observa, ainda, que o setor gráfico brasileiro está passando por mudanças estruturais, pela entrada no mercado de empresas estrangeiras, e revela certa preocupação com a forma de negociação adotada por algumas delas. "Há companhias que adquirem grandes volumes de determinada fábrica e redistribuem para suas diversas filiais. Essa metodologia de negociação pode desestabilizar o mercado", conclui ele.

Prazo maior para o recolhimento de ICMS

Em 28 de setembro, no Palácio dos Bandeirantes, em São Paulo, o governador Mário Covas anunciou atendimento a várias reivindicações da Federação do Comércio do Estado de São Paulo, na área fiscal, licenciamento de veículos, fiscalização nas relações de consumo e estímulo ao turismo. Dentre as medidas, destacam-se:

- **Prorrogação do prazo de recolhimento de ICMS para o pequeno e médio atacadista** - O comércio atacadista com receita anual de até R\$ 4.300.000, passará a recolher o ICMS 40 dias após o mês seguinte ao da apuração. Anteriormente, esse prazo era de três dias (decreto);
- **Aumento do limite de enquadramento no Simples** - Criada terceira faixa de enquadramento: contribuintes com faturamento anual entre R\$ 720 mil e R\$ 1,2 milhão poderão optar pelo Sistema Simplificado de recolhimento de impostos à alíquota de 3,5%.

O governador informou que, nos últimos cinco anos, os investimentos privados no Estado somaram US\$ 100,6 bilhões (média superior a US\$ 20 bilhões por ano).

TUNEL DO TEMPO

Um pouco da história do SINAPEL

Apesar de reconhecida como Sindicato pelo Ministério do Trabalho, somente em 4 de fevereiro de 1945, a entidade surgiu no ano de 1938, por iniciativa de 28 comerciantes do ramo papeleiro, que constituíram a Associação Profissional dos Comerciantes de Papel e Papelão de São Paulo.

O primeiro presidente da Associação foi Alfredo Campos Rodrigues, da extinta A. C. Rodrigues. A primeira Diretoria do Sindicato foi presidida por Jorge Madi.

Outros nomes passaram pela presidência: José Rubino de Oliveira (Rubino de Oliveira & Cia. Ltda.), Mário Miranda Pinheiro (Miranda Pinheiro & Cia.), José Baralle (J. Baralle & Cia.), Nelson Rubino de Oliveira (Carvalho), Waldemar Escobar (Metrópole), Miguel Maluhy Neto (Waldomiro Maluhy & Cia.) e Caetano Labbate (São Vito).

Se você conhece um pouco da história do setor da distribuição no Brasil, envie sua colaboração, por fax ou e-mail, para a seção "Túnel do Tempo".



GOTAS DE VERNÁCULO (VII)

Aganemê

Sem nenhuma dúvida, poucos os que não correm o risco de infringir freqüentemente algumas normas canônicas pelos gramáticos. Inconveniente que nós carregamos sempre a tiracolo, inoportuno e ameaçador.

Consola-nos, entretanto, na desconfortável tarefa, lembrar que Rui Barbosa, tido entre os luminares do idioma reconhecida autoridade em questões vernaculares, não se pejou de confessar em discurso proferido no Senado: "Creio mesmo que, em um exame de regras gramaticais, seria, fatalmente, um aluno reprovado." ("Obras Completas" - Vol. XXXI - Tomo I, pág. 15)

Com essa escusa, que reforça outras já registradas no "Canal Sinapel", vamos ao assunto de hoje.

Recentemente, amigo nosso teceu ferinos comentários sobre "equívocos correntes" na língua portuguesa, admitidos sem a repulsa daqueles que devem zelar pelo idioma. Entre os supostos equívocos, trouxe à baila "suicidar-se" e, professoralmente, argumentou: "Se suicidar significa *dar a morte a si mesmo*, já contém o pronome; por que a redundância de pronome: **suicidar-se**?" E catedrático, concluiu: "Uma imbecilidade!"

Não é só o português que ostenta essa "imbecilidade". Outros idiomas não destoam do nosso: em, francês, "**se suicider**"; em italiano "**suicidarsi**"; em espanhol, "**suicidarse**". Dos idiomas que conhecemos, só o inglês não repete o pronome: "to **sue**".

O absurdo não existe. Ocorre apenas fenômeno lingüístico bastante correto: o esquecimento etimológico, o esquecimento da história, da evolução, da mudança de significado da palavra. Se nos dermos ao trabalho de rápida

vasculhadela nos diálogos do dia-a-dia, vamos ficar espantados com outras supostas "imbecilidades" consagradas, corretíssimas no vernáculo e empregadas habitualmente.

Caligrafia feia. Se "caligrafia" significa originariamente "escrita bonita", como pode ela ser FEIA?

Cavalgar um burro. Etimologicamente, cavalgar é montar em cavalo. Mas não deixa de ser português inatacável a frase por nós destacada.

Caldo frio. Se caldo (latim "caldus") é quente, como pode haver caldo frio?

Embarcar em avião. Se nos apegarmos à etimologia, só podemos embarcar em barcos, navios etc.

Quarentena. Espaço de quarenta dias. Contudo, emprega-se para significar o tempo variável de dias em que pessoas são postas sob observação médica: "Os viajantes permanecerão em quarentena de sete dias."

Calçar as luvas. Calçar as meias. Para os impertérritos etimologistas e etimólogos, uma aberração. **Calçar, só calças**, ora bolas.

Outras provas da perda do sentido etimológico: **ferradura** de prata – **enxaguar** a boca com vinagre – **cafeteira** de chá – **chaleira** de água.

Seria um nunca terminar se nos propuséssemos a continuar nesta lengalenga. Devemos ter na devida conta que o sentido real da palavra, por um fenômeno lingüístico, é modificado e a nova tem idéia "absurda" se comparada com a significação etimológica da primitiva palavra. Grandíssimo o número de vocábulos completamente divorciados do seu significado primitivo. E sabem qual o nome com que os complicados gramáticos rotularam esse fenômeno? Um palavrão: CATACRESE.

Mais uns exemplos: **comigo, contigo e consigo.**

Migo, tigo, sigo provêm do latim: "mecum", "tecum" e "secum", isto é, **cum+me, cum+te e cum+se.** Em português, olvidando-se a origem etimológica, esquecendo-se do "cum" (com) integrante da palavra, repetiu-se a preposição "com". Assim, decompondo-se "comigo", temos: com+mecum = com+me+com.

HOMENAGEM

Dalila T. V. Carrera

Em 19 de outubro, no Salão Promocional da Fiesp – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, DALILA TEREZINHA VENDRAME CARRERA, diretora adjunta da Rilisa Trading S.A. e diretora do Sinapel, no cargo de primeira secretária, foi homenageada pela Anave – Associação Nacional dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados, com o prêmio "Vendedor do Ano – 2000". Além dela, foram premiados Sandra Alba Ferro (Pisa Papel de Imprensa S.A.), Pedro Henrique Lima Coube (Tilibra S.A.) e Donald Ross Silveira da Mota (IKPC – Inds. Klabin de Papel e Celulose).

CANAL SINAPEL

Praça Sílvio Romero, 132 - 7º and. - cj. 72
CEP 03323-000 - São Paulo - SP.

IMPRESSO