

“A concorrência desastrosa e suicida.”

Liana John

“Acredito que nossa crise econômica não passe de um ajustamento necessário e muito importante para o país, um momento que aplaudiremos dentro de dois ou três anos”, afirma Paulo Panossian, diretor administrativo do Estúdio 5 Fotolito Ltda.

Para Panossian, o empresário brasileiro sempre teve um péssimo dimensionamento do seu mercado: “às vezes aumentávamos a capacidade da empresa na base do entusiasmo, sem ter certeza do potencial de absorção do mercado”, diz. “Mas, com a crise, já vemos resultados no sentido de um maior planejamento e maior profissionalização nas empresas”. Na sua opinião, talvez o período de crise seja muito curto para que todos aprendam. “Os desperdícios devem continuar quando acabar a fase de sacrifícios, mas em menor escala. Alguma lição sempre se tira das dificuldades”.

Neste contexto, Panossian também encara o recesso por que passa o setor gráfico como um ajustamento, de ordem técnico-administrativa. Segundo ele, o sistema “off-set” teve uma penetração razoável no Brasil até 1945, mas com equipamentos muito obsoletos. “De 45 a 60 tivemos um salto tecnológico bem maior, que se acentuou a partir de 60, década em que os investimentos foram bem grandes. Após 75, com as restrições às importações, diminuiu o ritmo de evolução técnica, mas o mercado continuou crescendo até 1977. De 78 a 80, os percentuais de crescimento foram caindo, sendo que 1980 teve crescimento 0 (zero)”.

As perspectivas daí para frente são um pouco mais otimistas, ainda conforme o diretor do Estúdio 5. Ele espera que 81 tenha o mesmo comportamento de 80 e que, em 82, o setor cresça cerca de 2 por cento, para voltar ao normal em 83, com um índice de crescimento de aproximadamente 7,8 por cento. Panossian fixa a volta à normalidade no ano de 1983 dado à dificuldade de aparecimento de novos investidores no setor, daí até lá, e por entender que a economia já deverá estar mais ajustada, oferecendo maiores condições de investimento a todas as empresas.

Kasuo Hayama, diretor comercial da Grafcolor Reproduções Gráficas Ltda., discorda em parte das previsões de Panossian e afirma que há uma tendência para melhor ainda neste segundo semestre de 81. De acordo com sua visão, “o mercado deve crescer entre setembro e novembro deste ano, pois estes são tradicionalmente os meses de maior volume de trabalho para as gráficas”. Todas as indústrias de bens de consumo e os varejistas, complementa, “concentram suas verbas de publicidade nestes meses, devido à campanha de Natal. Daí a concentração de serviços também para os fornecedores das agências publicitárias”.

Se este crescimento de mercado não ocorrer, pondera Hayama, “o setor passará realmente por uma fase crítica, porque não existem mercados alternativos a que recorrer”. Uma das poucas possibilidades — que era a exportação para a Argentina — foi extinta com a desvalorização do peso naquele país. “A alternativa seria diversificar ao máximo nossos clientes; diz Hayama, “uma vez que o custo de exportação para outros países é muito alto, a um preço de venda muito baixo”.

E aqui novamente temos uma discordância com Paulo Panossian, do Estúdio 5. Segundo este, “a exportação pode ser um mercado alternativo, dependendo da mentalidade do empresário. Para vender para o exterior é preciso ter estrutura, aceitar o investimento e ter controle de qualidade sobre o produto, pois tecnicamente o setor gráfico paulista está qualificado para atender o mercado externo”.

Agora, dentro do mercado nacional, Panossian nota uma tendência entre os anunciantes, de montar sua própria estrutura para comprar fotolito e impressão sem passar por uma agência publicitária. À primeira vista, isso pode parecer um mercado alternativo para as empresas de fotolito, mas não é. “Para nós, fornecedores, é mais tranquilo e mais dinâmico ter uma agência como cliente, já que ela representa de 20 a 50 anunciantes, enquanto um anunciante com estrutura própria representa apenas a si mesmo”.



Panossian: “A crise trouxe maior planejamento e profissionalização nas empresas”.

Foto: Renata Falzoni

Há dez anos atrás, continua Panossian, “as agências participavam com 80 por cento do faturamento dos 5 principais fotolitos de São Paulo, ficando 20 por cento para os anunciantes independentes e pequenos clientes. Hoje a participação de ambos é a mesma: 50 por cento para as agências e 50 por cento para os outros”.

Entretanto, esta parece ser mais uma tendência decorrente das dificuldades econômicas. Quando a racionalização dos custos fala mais alto que a qualidade do produto final, a manutenção de um departamento destes vale a pena para o anunciante. “Daqui a dez anos”, acredita o diretor do Estúdio 5, “muitos destes nossos clientes diretos estarão voltando para as agências, porque vão chegar à conclusão de que elas têm mais estrutura para oferecer qualidade no campo gráfico. E isso é verdade, pois atendendo a vários anunciantes, a agência pode, entre outras coisas, pagar profissionais mais capacitados e tecnicamente preparados para lidar com fotolitos e impressão”.

Profissionais capacitados ou a tal da mão de obra especializada, inclusive, vêm se apresentando como um grave problema para o setor gráfico. Conforme os empresários entrevistados, no Brasil não existem cursos técnicos ou escolas para formação dessa mão de obra: as empresas é que dão todo o treinamento básico e tra-

balham com estagiários para suprir as deficiências. Isso significa um grande investimento para elas, já que o conhecimento exigido para lidar com as máquinas eletrônicas e de raio laser não é facilmente apreendido.

“Este problema deverá agravar-se ainda mais quando o mercado recomeçar a crescer”, observa Paulo Panossian. “Se a formação da mão de obra já não vem sendo suficiente agora, futuramente vamos pagar bem caro pela sua falta”. Tendo isso em vista, ele lembra aos empresários que “o aproveitamento do futuro crescimento do mercado só será viável se a mão de obra estiver informada, se houver um diálogo empresário empregado. Caso contrário, não há crescimento que suporte os custos, pois os desperdícios são muito grandes”.

Por outro lado, esta recuperação do setor também só será possível se for minimizada a concorrência “desastrosa e suicida com que convivemos hoje”, acrescenta Panossian. Tal concorrência, para ele, é representada pelas empresas que oferecem serviços de baixa qualidade a preços quase de custo, inflacionando o mercado.

Para combatê-las, foram iniciadas reuniões entre as 20 maiores empresas de fotolito, as quais detêm praticamente 70 por cento do mercado. As reuniões são “uma tentativa de ilustrar melhor as dificuldades, os custos e provar para

nós mesmos que se cobramos o preço real do produto transformado, de uma forma que nos dê lucro, automaticamente o cliente será beneficiado”, resume Paulo Panossian. E explica: “porque uma empresa que não tem lucro não pode manter uma equipe equilibrada, trocar seus acessórios e máquinas, mantendo a atualidade e o padrão de seu serviço”.

A modernização do equipamento — com as novas leis de importação — vem sendo bastante prejudicada, acrescenta Kasuo Hayama. “As máquinas são todas importadas. Se quisermos investir e renovar nosso equipamento temos que enfrentar as cotas estabelecidas pela Cacex, além da valorização do dólar e de toda a inflação interna”.

O sistema de cotas foi implantado em setembro do ano passado. A partir de então, quem vinha importando maquinário de valores superiores a 100 mil dólares só pôde continuar ao conseguir financiamentos externos de longo prazo e, ainda assim, o valor total da importação não poderia exceder 80 por cento do que ele mesmo vinha importando anteriormente.

Para completar o quadro, prossegue Hayama, “nossa matéria prima vem sofrendo um aumento real muito acima dos índices inflacionários. Não chegou a haver escassez de oferta: o aumento é devido à deficiência de prata no mercado mundial e nos é cobrado em dólares. Ou seja, aumenta a cada desvalorização da moeda”. Paulo Panossian chama atenção, aqui, para “um certo abuso dos fornecedores na correção do preço da matéria prima”. Ele concorda com os reajustes em relação à valorização do dólar, IOF e inflação do país, “mas nunca esta correção esmagadora, culpando o aumento da prata no mercado internacional. Atualmente, afirma, “a cotação da prata está mais baixa do que em setembro de 79. No entanto, nos últimos 18 meses, sofremos um aumento médio de 650 por cento em matéria prima. E note-se que a inflação, no mesmo período, não ultrapassou 200 por cento. O próprio governo deveria ser informado e fiscalizar esta barbaridade”.