

EDITORIAL

Responsabilidade social: filantropia ou estratégia empresarial?



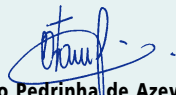
As mudanças no panorama político e sócio-econômico e o caráter emergencial imposto pelas desigualdades existentes hoje na sociedade brasileira exigem, por parte das organizações, investimentos imediatos no campo social.

O mundo corporativo, sensível a esse cenário, começa a perceber a necessidade de que a missão da empresa socialmente responsável vai além do propósito do "lucro" ou da "competitividade". Essa visão específica ainda que a empresa procurará agregar valor a todos os envolvidos no ambiente empresarial: acionistas, proprietários, funcionários, clientes, fornecedores, comunidades e o próprio meio ambiente.

Cada vez mais, um número maior de empresas, através de suas estratégias administrativas, ocupa-se com questões sociais, deixando de lado as antigas práticas da "simples caridade" ou do "assistencialismo". Mostram, progressivamente, a importância e a necessidade de investir seus recursos de forma a beneficiar seus empregados e as comunidades onde estão inseridos. A sociedade, de forma geral, também procura se organizar e desenvolver um espírito crítico em relação às ações das empresas, promovendo amplos debates nas entidades, associações e conselhos populares.

O estímulo à participação dos empregados e à formação de mão-de-obra participativa para atuação nas questões sociais, interagindo diretamente com a comunidade, passa a ser fator diferencial das organizações a fim de despertar em todos o conceito de CIDADANIA.

É nesse sentido e com esse pensamento que o empresariado brasileiro deve seguir, buscando equilíbrio e desenvolvimento mais justo, de acordo com as expectativas de crescimento da sociedade.



Otacílio Pedrinha de Azevedo
PRESIDENTE

Personalidades prestigiam prêmio 'O Equilibrista'

O prêmio "O Equilibrista", troféu máximo do Ibef, é sucesso absoluto, e a sua entrega no ano passado ao diretor presidente da CST, José Armando de Figueiredo Campos, retratou isso. Todo o empresariado e personalidades do cenário político e econômico capixaba foram prestigiar o evento pela importância que "O Equilibrista" possui no cenário estadual e nacional. Entre os presentes na entrega do "O Equilibrista 2001" estavam o vice-prefeito de Vitória, Ademir Cardoso; a então presidente do Tribunal de Contas, Maria Velloso Lucas, Carlos Fernando Lindenberg Neto, diretor geral de A Gazeta, e Américo Buaziz Filho, do grupo Buaziz.

Maria Velloso Lucas, a Mariazinha, acredita no Ibef e o apóia. Segundo ela, trata-se de "uma instituição com credibilidade". Ela disse sentir-se bastante feliz ao ver que ainda existem iniciativas como a do prêmio "O Equilibrista". Ademir Cardoso, vice-prefeito de Vitória, concorda com ela: "Parabenizo o Ibef pelo estímulo dado com esse tipo de premiação, já que incentiva a busca pela perfeição", diz. Ademir acredita que os empresários de hoje "têm que buscar as cordas para se equilibrar, ou seja, saber lidar com a legislação e com a burocracia".

Além do político, o meio empresarial também reconhece a importância do prêmio máximo do Ibef. O dire-

tor geral de A Gazeta, Carlos Fernando Lindenberg Neto, acredita que a principal finalidade de um prêmio como esse é reconhecer dentro da classe empresarial as pessoas de destaque. Para ele, o cenário econômico brasileiro é muito instável, e, a fim de sobreviver, os empresários têm mesmo que estar se equilibrando e se adaptando a tudo o que acontece. Quem concorda com ele é o próprio ganhador do prêmio em 2001, o diretor presidente da CST, José Armando de Figueiredo Campos. Ele considera o Ibef como uma instituição representativa e de credibilidade no Brasil e no exterior; como um dos pólos mais aptos aos debates dos grandes temas da economia brasileira. "Não é uma associação emoldurada somente pelas causas e prioridades de um setor da nossa economia, mas sim um espaço aberto de convergência e de troca de idéias entre os executivos que atuam nos mais diversos setores", afirma.

As eleições para o prêmio "O Equilibrista" acontecem todos os anos durante o mês de novembro no Brasil inteiro, a fim de eleger o executivo que mais se destacou durante o ano. A premiação, sem dúvida, tem sua importância reconhecida por todos do meio empresarial e político, e a seccional capixaba do instituto, sem dúvida alguma, tem se destacado como uma das mais ativas filiais.



Legislação e mercado: a ótica de um especialista

Formado na Ufes há 35 anos, o advogado **Rodrigo Martins** tem sua história intimamente ligada à profissão. O pai foi advogado, e seus filhos escolheram o mesmo caminho. Em 1971, participou da criação do Fundap, uma das maiores engenharias jurídicas já elaboradas no país. Hoje, aos 56 anos, o capixaba possui um escritório renomado que centra suas atividades nas áreas tributária e comercial. Nesta edição, ele fala sobre suas perspectivas e levanta questões relevantes sobre a conjuntura atual.

UM DOS ASSUNTOS MAIS COMENTADOS DURANTE O ANO DE 2001 FOI A REFORMA TRIBUTÁRIA. COMO O SENHOR A VÊ?

Há uma preocupação em simplificar a arrecadação no Brasil, mas isso tem um preço. Ganha-se em vários pontos, como redução de burocracia, porém, podem ocorrer injustiças na cobrança. Só que a reforma tributária convive com um fator mais sério: o equilíbrio fiscal. O Brasil conseguiu superávit nas contas primárias, mas ainda sofre com o déficit das contas correntes. Isso porque temos a maior carga fiscal do mundo, no entanto, o governo gasta mal essa verba. Há despesas inacreditáveis com estruturas quase falidas, como a previdência social. Gastos assim é que geram déficit, e nossa realidade não comporta mais isso. Um país deve ter a execução do orçamento compatível com a sua arrecadação. Não adianta achar que, sem uma moeda forte, conseguiremos financiar eternamente o nosso desequilíbrio orçamentário. Agora, num cenário desses, como fazer reforma tributária sem saber as conseqüências no caixa do governo? A conta será transferida para alguém. Para quem ela vai? Olha, eu tenho medo dessa reforma. No Brasil não está ocorrendo o achatamento da classe média. Ao contrário da Argentina, nós estamos trazendo mais gente para esse patamar. Vai-se extrair mais imposto da classe média, e isso pagará a conta, pois o governo não sobrevive com menos de 34% do PIB.

POR FALAR EM ARGENTINA, AINDA PODEMOS SER PREJUDICADOS COM A CRISE DE NOSSOS VIZINHOS?

O problema da Argentina é que ela tem contas públicas horríveis. Hoje, ela arrecada metade da necessidade de despesa. O país vive um problema fiscal sério e já perdeu aquilo que é mais valioso: crédito. O Brasil conseguiu alguma credibilidade, mesmo com a impressão que se tem lá fora de que a América Latina é um só país. Pensamentos assim acabam com a credibilidade, e o investidor some. A preocupação de Armínio Fraga e Pedro Malan em descolar o Brasil do conjunto ajudou muito. Isso, porém, não extermina completamente o risco argentino. O problema dessa crise é que alguém pode fazer bravata com nosso nome e, dessa forma, dificultar nossa vida.

O ES JÁ SUPEROU A LEI KANDIR?

Não. O ES vai acumulando um passivo de crédito muito alto. Estados exportadores, como o nosso, tentam conseguir uma legislação melhor junto ao governo federal, mas não obtêm êxito pois não têm grande representatividade, o que diminui seu poder de negociação. É uma legislação política difícil, já que os estados que estão em pior situação são prejudicados. Além disso, eu tenho dúvidas se a isenção absoluta de produtos primários seja a política mais adequada.

E O FUNDAP?

Quando o ICMS foi criado, o ES atravessava uma situação terrível. No final dos anos 70, o estado arrecadava pouquíssimo. Descobriu-se então que o ICMS criava uma oportunidade de concorrência através de benefício fiscal sem que fosse preciso perder alguma coisa. Assim, o Fundap trouxe inúmeras vantagens para o estado. Primeiro, realizou-se importações com isenção parcial, e depois através de financiamento. O procedimento foi questionado por outros estados, e houve tentativas de se acabar com o Fundap – todas em vão. A verdade é que o ES sempre ganhou com o fundo, e seria oportunismo político criticar o Fundap. Trata-se de um modelo de engenharia jurídica que merece destaque, até mesmo pela necessidade de modernização que o atual sistema pede.

QUAIS AS MAIORES DIFICULDADES QUE O EMPRESÁRIO ENFRENTA HOJE? A CARGA FISCAL AINDA É ALTA?

Sim, a carga tributária ainda é elevada. O país precisa arrecadar muito porque tem despesas imensas. A carga fiscal é distribuída por toda a sociedade, porém, há uma distribuição hoje que pode não ser a mesma amanhã. Um dos grandes empecilhos que o empresário enfrenta no Brasil é a burocracia. Há muita exigência, e a perda nessa relação é óbvia, pois tantas cobranças desestimulam pequenos e médios empresários. A burocracia que existe no Brasil é incompatível com a nossa necessidade de se criar empregos. Exacerbar procedimentos burocráticos, porém, dá mais poder ao agente estatal.

MUITO TEM SIDO DITO SOBRE O PAPEL SOCIAL DAS EMPRESAS. COMO O SENHOR VÊ ESSA QUESTÃO?

Acho muito positivo. O país é a soma de todos os cidadãos. Devemos ter consciência de



que, ao criar oportunidade de as pessoas desenvolverem seu trabalho, estaremos multiplicando o capital humano. Antes, várias empresas usavam a caridade como marketing, o que acabava também sendo

uma forma de suprimir aquele sentimento de culpa que nós latinos temos por não termos absorvido plenamente os ideais capitalistas. Hoje, a filantropia é feita de uma forma muito mais instintiva. Nós somos uma sociedade antropocêntrica e devemos valorizar as pessoas.

O FIM DO APAGÃO FOI DECRETADO HÁ POUCO TEMPO. COMO ENCARAR A CRISE ENERGÉTICA?

A crise nos deu a oportunidade de fazer economia racional não só de energia, mas também de outros elementos que estávamos acostumados a desperdiçar. O desperdício era um problema que tinha que ser resolvido. Nesse ponto, a crise energética foi didática. A crise nos obrigou também a discutir os licenciamentos de projetos energéticos. No Brasil, todos viraram reféns da intocabilidade ambiental. Quando se fala em legislação ambiental, equilibra-se atividade econômica com preservação ambiental, mas é inevitável que se sacrifique um pouco o meio ambiente. O desenvolvimento não vem de graça. O que se deve ter é o equilíbrio sustentável, mas estamos de mãos atadas devido a essa intocabilidade; e a reversão disso é difícil. Passa-se a imagem de quem constrói ou produz é um malfeitor social, como se não fosse isso que gerasse emprego. Nada polui mais que a miséria. O que tem que ser feito são projetos dentro dos padrões de equilíbrio sustentável, e não virarmos reféns do que é dito, feito e proibido sem fundamento científico. Já o terceiro ponto é óbvio: o governo deve voltar a investir em infraestrutura de energia, ou, pelo menos, estimular investimentos no setor.

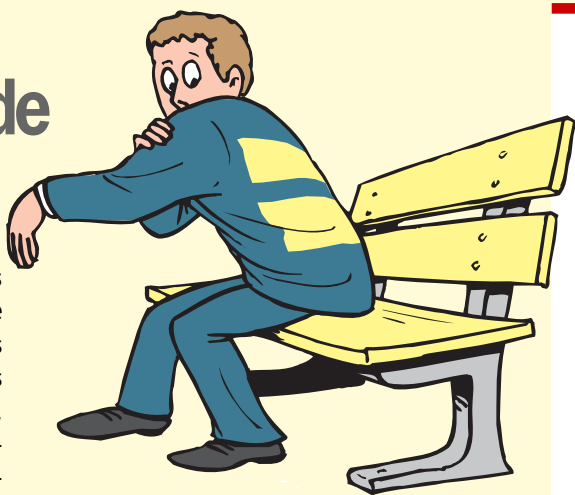
PARA TERMINAR, QUAIS AS SUAS PERSPECTIVAS ECONÔMICAS PARA O ANO DE 2002?

Eu acredito que o ano de 2002 será parecido com o último bimestre de 2001, que foi bom. Acho que pode haver aumento da credibilidade e, assim, aumentar o volume de investimento estrangeiro. Também não acho que teremos sofrimento na balança de pagamento. No entanto, o que devemos ter mesmo é bom-senso. Nada de populismo que prega melhorias num prazo de 10 dias, porque essas simplificações, quase sempre, são suspeitas.

Valor e diversidade da comunicação

Na era do conhecimento em que vivemos hoje, mesmo que sob constantes ameaças de bombas, correspondências infectadas e talibãs neo-kamikases, um dos valores mais cultivados é a imagem. Seja uma instituição ou empresa, seja uma pessoa física, de nada valerá seus esforços em direção a qualquer objetivo se a opinião pública não lhe for favorável.

Nos Estados Unidos, como nos informa Roberto de Castro Neves em seu indispensável "Comunicação Empresarial Integrada" (Ed. Mauad - 276 pgs.), as empresas perdem em torno de 300 bilhões de dólares por ano em função de crises com a opinião pública. Essa importância corresponde somente a gastos com advogados. Noutras palavras, dinheiro para trancar a porta arrombada. Ele calcula que, se forem computados os prejuízos com a perda de lealdade de clientes, a desvalorização das



ações, a despesa de campanhas recuperadoras, a distração gerencial, etc., a conta supera um trilhão de dólares, algo como 1/7 do PIB americano. A perda verde e amarela, embora Castro Neves desconfie de nossas estatísticas, deve estar na mesma proporção. Talvez mais.

E que não se pense que apenas empresas ou instituições amargam o prejuízo. A conta é dividida com a sociedade na medida em que se dispõe de menos emprego, menor arrecadação de impostos e menos recursos para o desenvolvimento social. Por tudo isso, a boa comunicação, quando alimentada com ações relevantes, constrói e fortalece a imagem de entidades ou pessoas, transformando-se em um grande negócio pelo valor estratégico que passou a desempenhar, especialmente no mundo empresarial.

Temos uma diversidade de públicos a quem as empresas devem levar sua mensagem, atividade que exige diferentes estratégias e técnicas de comunicação.

As agências não devem ater-se apenas à criação de campanhas publicitárias para os seus clientes. Elas devem mais do que nunca estar antenadas e preparadas para lhes oferecer um trabalho de comunicação global, valendo-se de profissionais próprios ou terceirizados para atuar nas distintas segmentações do marketing, relações públicas, assessoria de imprensa, comunicação interna, relacionamento com a comunidade, comunicação institucional e afins.

José Maria Souza

CONSULTOR EM COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Visão sistêmica

No início da década de 90, um dos palestrantes de um congresso internacional voltado para profissionais de comunicação de empresas, certamente sabendo a resposta, perguntou aos participantes quem deles era "assessor de imprensa". Imediatamente, com uma indistigável ponta de orgulho, algumas centenas de pessoas levantaram o braço. A platéia, no entanto, passou do entusiasmo para o desespero quando ele lhes indagou: "o que vocês estão fazendo aqui se todos já morreram?"

Mal refeitos do impacto causado pelo choque de duas sensações tão distintas, os profissionais souberam que, naquele estágio da comunicação, não havia mais lugar para "fabricantes de releases" que pensavam estar fazendo o melhor por suas empresas. O mundo exigia uma visão sistêmica daquelas pessoas que, sob pena de perderem seus postos de trabalho, teriam que pensar a comunicação de suas organizações de maneira mais ampla. Elas, a partir dali, teriam que gerir processos de comunicação interna, marketing, comunicação externa, publicidade, relações com a comunidade, enfim, uma série de ferramentas sem as quais seria impensável desenvolver qualquer trabalho de construção de imagem e, por conseguinte, de venda de qualquer produto ou serviço.

Essa lição, por sinal muito bem aprendida, continua atualíssima. Basta ver o crescimento da comunicação empresarial em nosso país. Esse modelo deve ser incorporado ao dia-a-dia das agências de propaganda, que mais do que nunca devem ter diante de seus clientes uma visão que ultrapassa a barreira das campanhas voltadas à mídia. Além disso, também cabe às agências um trabalho de catequização, pois, em muitos casos, o empresário não possui um olhar mais abrangente. Na verdade, em boa parte dos casos, o empreendedor está focado em seu negócio, o que é até compreensível, já que, na ausência de uma formação específica em comunicação, ele só vê em sua frente um "reclame" que possa lhe trazer retorno na forma de maiores vendas. Essas considerações são oportunas, pois ainda há tempo de mudarmos muita coisa em benefício de toda a sociedade.



Av. Nossa Senhora dos Navegantes, 755,
ed. Palácio da Praia, sl. 607 - CEP: 29050-420,
Euseada do Suá - Vitória-ES
Telefone: (27) 3227-7825 • Fax.: (27) 3225-5381
e-mail: ibef.es@zaz.com.br

Otacílio Pedrinha de Azevedo
PRESIDENTE

Fernando Esteves Gadelha
DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO

Luiz Wagner Chieppe
VICE-PRESIDENTE

Paulo César Monteiro Machado
DIRETOR DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Augusto Henrique Brunow
DIRETOR TÉCNICO

Ricardo Meyerfreund
DIRETOR FINANCEIRO

Valter Luiz Sassen
DIRETOR ADMINISTRATIVO

José Guilherme Ribeiro Netto
SECRETÁRIO EXECUTIVO

Jornal do **IBEFES**

Informativo do Instituto Brasileiro de Executivos
de Finanças - Seccional Espírito Santo

Editado pela
PROA LITERÁRIA

DIRETORA
Fabrícia Lima Trazzi

EDITOR RESPONSÁVEL
José Maria Trazzi - MTb 475/90



REDAÇÃO
Andressa Branco

Tel.: (27) 3337-3698 / 3347-3149 / 9961-9908
e-mail: proa@proaliteraria.com.br

EDITORAÇÃO: Bios - Tel.: (27) 3222-0645

IMPRESSÃO: Gráfica Santo Antonio - Tel.: (27) 3232-1266

TIRAGEM: 700 exemplares

Pode depositar sua confiança aqui. E seguro.

Posto de
atendimento no
interior do Estado e
em todo o Brasil.



Correta & Metrôpole
Seguros

Segurança em dobro.



10 anos de mercado. Essa é a maior prova da credibilidade da Correta & Metrôpole Seguros, uma empresa que conta com a **confiança de 10.000 clientes** em todo o Estado e Oferece os mais diversos tipos de seguro para você viver sempre tranquilo.

Rua Eugênio Neto, 261 - salas 01 a 07, Praia do Canto, Vitória-ES • Telefax: (27) 3227-9455 • E-mail: correta@zaz.com.br • www.corretaseguros.com.br

Reformulação do site do Ibef facilita e estimula participação de seus membros

Se há alguma característica essencial para o desenvolvimento pleno de uma associação, de uma instituição ou de uma sociedade, de certo a participação efetiva de seus membros é uma delas. Com o Ibef-ES, isso não seria diferente. Foi justamente visando uma maior integração que a seccional do Ibef no Espírito Santo reformulou o seu site neste ano. A página na internet foi reestruturada a fim de conferir maior facilidade de acesso e de informação aos integrantes do instituto.

Quem acessar o nosso endereço www.ibef-es.com.br fará parte de uma rede de informações diretamente ligada à rotina e ao trabalho realizado pelos ibefianos. No site há um link especial para isso, em que a agenda do instituto é divulgada, a fim de fazer com que seus integrantes não só saibam tudo o que acontece, mas também que participem das atividades programadas.

Um outro ponto interessante é a divulgação de artigos escritos por executivos e técnicos de renome no cenário estadual e nacional. São textos voltados para os executivos de fi-

nanças e profissionais liberais, e que podem ser de grande utilidade, uma vez que abordam temas ligados a áreas de interesse e ao mercado.

Aqueles que gostariam de se associar ao Ibef também têm vez no site. Uma parte inteira é dedicada à realização de cadastro para análise, e há um formulário para comunicação direta entre membros e diretoria. Já aqueles que querem se informar mais sobre a seccional capixaba antes de se associar também podem tirar suas dúvidas através da rede. A página conta com o histórico do Ibef, seus objetivos, seu código de ética e dados sobre a gestão atual.

A grande novidade, no entanto, é a lista de discussões que foi criada para atender a todos os membros. Trata-se de um canal direto onde serão discutidos temas que vão desde atualidades a diretrizes do Ibef-ES. Para o sucesso da lista, porém, é preciso a participação de todos, e isso agora está bem fácil. Basta que o associado cadastre o seu e-mail pessoal no link indicado e pronto, ele está apto a participar do grupo de discussão, e principalmente colaborar com o fomento do Ibef do Espírito Santo.

NOVOS ASSOCIADOS

O Ibef-ES dá as boas-vindas aos mais novos sócios:

- Fabiano Neffa Andrade – FNA Consultoria Comercial
- Marcos Antônio Pinto – CVRD
- Marcus Vinícius Morturil Rego – Caixa Econômica Federal
- Tarcísio Luiz Dalvi – Caixa Econômica Federal

O IBEF DEPENDE DE SUA PARTICIPAÇÃO. INDIQUE UM NOVO SÓCIO.

ROTEIRO DE LIVROS



Talentos Ocultos Charles A. O' Reilly III e Jeffrey Pfeffer

O livro se refere ao setor de recursos humanos, mais especificamente à gestão de pessoas. O livro concentra-se em temas como caça a novos talentos, inovação contínua dentro de empresas. De uma forma simples, os autores mostram a importância de se valorizar o próprio funcionário. Os autores são especialistas no setor e atuam na Universidade de Stanford.

Editora Campus

Microeconomia: Teorias e Aplicações Walter Wessels

A obra faz do estudo da microeconomia algo perene e aplicado, tornando simples e agradáveis até mesmo os assuntos mais complexos e avançados. Além disso, o livro traz exercícios, um amplo glossário e um exclusivo site na Internet. Escrito por Walter Wessels, autor do best-seller "Economia", o livro "Microeconomia: Teorias e Aplicações" é considerado um marco na compreensão do assunto.

Editora Saraiva



ANIVERSÁRIOS

Janeiro

- 2 Jeoval Izidoro Pinto
Forvil Material Elétrico
- 5 Hélio Carlos Fonseca de Vasconcellos
Banestes S/A
- 7 Valter Luiz Sassen
Cetil S.A.
- 10 João Batista Abigail de Paula
Sab. Exportação e Importação LTDA
- 11 João Elvécio Faé – Supercred Fomento
Mercantil LTDA
- 16 Cláudio Martins de Mello
Continental Logística S.A.
- 20 Amauri Sebastião Niehues
Banco do Brasil S.A.
Lésio Rômulo Contarini Júnior
Tinbol Tintas LTDA
- 21 Suzana Mercedes Miranda
Dinâmica Adm. Corretora de Seguros LTDA
- 22 Marcos Ivan Cerqueira
Neo Industrial
- 28 Ricardo Zache
Garça Uniformes Profissionais
- 29 Anderson Djar e Souza Silva
Advocacia Souza Silva S/C
- 30 Aroldo Limonge
Escritório de Advogados Aroldo Limonge
- 31 Maria de Lourdes Guzansky Milanezi
Material de Construção P. da Costa LTDA

Fevereiro

- 4 Luiz Carlos de Freitas Pacheco
Luigi Industrial de Alimentos S.A.
- 5 Fábio Coser Teixeira
Unicafé Companhia de Comércio Exterior
- 6 Israel de Almeida Campos
Century Consultec Consultoria
- 10 Paulo Machado
Sayonara Turismo LTDA
Américo Buaz Filho
Grupo Buaz
- 13 Elizeu Souza dos Santos
SM Trade LTDA
- 14 Luciano Haddad de Lima
Trade Factoring Fomento Mercantil LTDA
- 15 Eduardo Francisco dos Santos
Sindicato das Agências de Propaganda do ES
Elias Alves da Silva
Transportadora Espírito Santo
- 16 César Augusto Roncetti
RVS do Brasil
- 20 Carlos Roberto Bicalho Nemer
Provale Indústria e Comércio S/A
- 24 Marcus Vinícius Morturil Rego
Caixa Econômica Federal
- 26 Clóvis Abreu Vieira
Vieira e Rosenberg Cons. Ass. LTDA
- 27 Roberto Antônio Lopes Ribeiro
Companhia Siderúrgica Belgo-Mineira

BANESFÁCIL Net Banking

Visite o nosso site: www.banestes.com.br