



A grave ameaça da majoração de insumos

“Na presente conjuntura econômica mundial, é imprescindível prudência na análise das perspectivas de todos os mercados. No Brasil, é presumível uma redução, mesmo que amena, no nível de atividade, à medida que a dificuldade de crédito for tendo impacto nos investimentos das empresas e consumo por parte da população. Obviamente, são positivas as medidas adotadas pelo governo quanto à flexibilização dos depósitos compulsórios no Banco Central, numa tentativa de irrigar o crédito e manter a economia aquecida. Lamentável, por outro lado, a demora do ingresso desses recursos no mercado.

Nesse cenário, são muito inadequadas e nocivas quaisquer tentativas de aumento de preços, como se observa nas indústrias de resinas termoplásticas. Seria falta de bom senso majorar esse importante insumo em meio a uma das mais graves crises financeiras da humanidade e no contexto de uma curva cada vez mais acentuada de queda dos preços do petróleo, do qual deriva aquela matéria-prima.

A hora é para que todos os agentes da economia real mobilizem-se, por exemplo, no sentido de que o dinheiro dos depósitos compulsórios liberados pelo governo chegue ao chão de fábrica, ao comércio, ao financiamento de bens de capital e produtos de consumo. Falar em aumento de preços é tão passível de crítica quanto a utilização daqueles recursos para outras finalidades que não a manutenção do crédito vivo.

Mais grave ainda essa manifesta intenção das petroquímicas de majorar as resinas, se considerarmos o histórico recente

do mercado. O preço do insumo já havia subido, em média, 30% em 2007 e sofreu mais reajustes este ano. Novos aumentos, além de inadequados à previsibilidade próxima da demanda, não se justificam pelo aumento do valor do dólar ante o real. A queda dos preços do petróleo (em percentual muito superior ao da recente flutuação cambial) já tornaria totalmente desnecessário qualquer reajuste das resinas, mesmo se não tivesse ocorrido o desastroso crash do subprime. Com crise, então, falar em aumento de preço é uma confissão de insanidade...

Um novo reajuste teria impacto muito pesado no setor de transformação do plástico, que fornece componentes para a grande maioria dos ramos industriais. Portanto, um eventual repasse dessa majoração poderia ter sensível impacto inflacionário. E isto é tudo o que o Brasil não precisa neste momento de luta para mitigar aqui os efeitos de uma crise nascida nas hipotecas imobiliárias dos Estados Unidos e disseminada pelos incontroláveis meios da globalização.

O setor de transformação do plástico, que emprega mais de 300 mil trabalhadores no Brasil, já tem enfrentado desequilíbrios em decorrência dos sucessivos aumentos de preços das resinas no mercado interno, muito acima do praticado no exterior. Um novo reajuste seria um convite ao pessimismo dos brasileiros, levando-se em conta o impacto direto do material plástico em numerosos segmentos da indústria”.

Merheg Cachum é presidente da Associação Brasileira da Indústria do Plástico (Abiplast).

Abiplast em 2008

"O ano de 2008 foi bom para a indústria do plástico, principalmente os três primeiros trimestres. No entanto, como todos os segmentos, o setor sofreu reflexos da crise econômica mundial no último trimestre. Esperamos que os impactos sejam menores no próximo exercício.

A Abiplast atuou de maneira muito dinâmica no sentido de contribuir para o fortalecimento do setor. Em decorrência de seu empenho e atuação abrangente, foi escolhida para representar toda a cadeia nas negociações travadas no Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e do Comércio. Decidiu-se, então, que a indústria de transformados plásticos e as petroquímicas apresentariam, inicialmente, um diagnóstico dos seus segmentos em separado. Graças à união das associações

em torno da Abiplast, foi possível encomendar à FIPE e Unicamp um estudo sobre o segmento de transformados plásticos. Nosso objetivo é dar uma panorâmica do nosso segmento, destacando os entraves para um maior crescimento, seja no mercado interno como no externo. Após a consolidação dos resultados obtidos, o setor do plástico terá melhores condições de encaminhar ao governo suas reivindicações. Veremos com maior clareza onde estão os nós e começaremos a desatá-los. Também em 2008, inauguramos nosso escritório em Brasília, que tem a missão de defender os interesses dos associados. Acredito que cumprimos positivamente com o nosso papel".

Merheg Cachum, presidente da Associação da Indústria do Plástico.

Abiplast promove de palestra sobre "Gerenciamento de Crise"

A Abiplast preparou um café da manhã para os representantes de suas empresas transformadoras de plástico, no dia 22 de outubro, seguido de da palestra ministrada "Gerenciamento de crise", ministrada pelo advogado José Alcides Montes Filho, do escritório Peixoto & Cury.

Os participantes deste encontro tinham várias dúvidas em como gerenciar os negócios com esta crise financeira. Nesse sentido, o palestrante expôs casos reais, trabalhados pela Peixoto Cury, especialmente com bancos. "No gerenciamento de crise é fundamental que uma empresa tenha rapidez, coragem e experiência", alertou Alcides. Segundo ele, em uma empresa deve existir dois grupos: o que administra a empresa e o grupo que gerencia a crise. Tudo isso com o objetivo de não parar a empresa e ao mesmo tempo não envolver todos os colaboradores.

"A crise mexeu com os bancos, fornecedores e clientes. No caso dos bancos aconteceu a redução no crédito, pedidos para ampliar a garantia, retenção de garantias e liquidação nas operações", afirmou. Nesta esteira, o advogado sugeriu aos executivos de empresas na ocasião, que o melhor é negociar, comparecer nos bancos - mostrar intenção real de pagar -, pedir renovação das operações e procurar bancos parceiros.

Outro fator importante da sua explanação é foi a questão da negociação na justiça, caso a empresa necessite entrar no contencioso. "Neste caso é importante a revisão dos juros capitalizados e taxa de comissão de permanência". Levando em consideração que a empresa chegou a este ponto em meio à crise, é fundamental que a mesma negocie com os bancos e monte uma estratégia de pagamento para que as dívidas não aumentem. "Na crise se deve agir e não planejar", finalizou.

Por que a estratégia falhou?

A construção da estratégia é um processo longo, que envolve especialistas, cenaristas, sem falar de todos os melhores recursos e talentos humanos de que a empresa dispõe. Longas também são as reuniões nas quais são trazidas as idéias, debatidos todos os aspectos que direta ou indiretamente podem afetar o desenvolvimento das projeções. Articulações e negociações complexas são necessárias para que se chegue ao almejado consenso, se viável, ou ao acordo possível. As bases teóricas foram colocadas, lado a lado com as metodologias mais recomendadas.

Os históricos, as tendências, as projeções tudo foi cuidadosamente verificado. O documento final foi escrito, reescrito, checado e re-checado. Impresso com a melhor qualidade.

Na reunião de aprovação, o compromisso de todos com aquele plano, foi formalmente confirmado e ratificado.

Nunca antes uma estratégia havia sido tão bem elaborada.

Nunca antes houve tanta certeza de que seria vitoriosa.

Mas falhou. No meio do período ela falhou.

Nem sempre é fácil responder porque.

Certamente há um variado conjunto de fatores, internos e externos, que respondem por isso.

Dezenas de pessoas, por ações e principalmente por omissões, contribuíram. Conversas ríspidas, azedume generalizado e, às vezes, até mesmo uma demissão exemplar que não eliminam o resultado decepcionante.

E o que é pior, fica o sentimento incômodo, difuso e sombrio de não se saber como fazer melhor, na próxima vez. Não há plano perfeito e a incerteza é parte do jogo. Mas ao Presidente cabe evitar desastres.

Curiosamente ele detém a maior parcela do poder e, ao mesmo tempo, é o mais solitário quando se trata de um momento delicado: todos esperam a palavra dele.

Poucos questionam suas premissas.

Ninguém aceitou o parecer atrevido do técnico que previu o que aconteceria.

Afinal a armadilha foi construída por todos e todos se sentem co-autores do plano.

Aí está, provavelmente, uma das grandes vulnerabilidades do processo: são todos muito pouco isentos para avaliarem o andamento do plano.

Ao Presidente fica a esperança de poder criar um espaço neutro, no qual tenha a possibilidade de fazer uma reflexão, uma reflexão estratégica, desvinculada dos seus co-autores, desligada das premissas legitimamente otimistas que embasaram todo o processo.

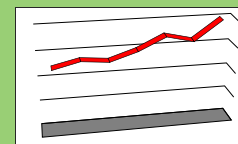
Um espaço de amadurecimento, com a participação isenta de um interlocutor habilitado que possa agregar vivências e conhecimento, num processo equilibrado de ampliação de compreensões.

Mario Tedeschi

Autor do Programa Um Só de Reflexão Estratégica
www.programaumso.com.br

Mario Tedeschi
Engenheiro e Especialista em Gestão Estratégica, tem mais de 35 anos de experiência como Consultor, Empresário, Executivo e Professor.
É o autor do Programa Um Só de Reflexão Estratégica, uma nova forma de apoiar o trabalho do Primeiro Executivo de uma Organização.

Comportamento dos indicadores de preços médios de resinas



Acompanhe a variação dos preços das principais resinas termoplásticas no mercado brasileiro, europeu, asiático, americano e argentino. As oscilações apresentadas são relativas aos preços médios mensais das resinas em dólar, ou seja, os efeitos da variação cambial não são considerados.

Varição Mensal (Outubro-2008 / Setembro-2008)

Polietilenos (PE)

Os preços dos Polietilenos tiveram queda em todos os mercados pesquisados, sendo 19% no mercado europeu, 15% no mercado americano, redução média de 23% nos preços praticados na Ásia e 16% nos preços praticados no Brasil.

Apesar da redução registrada nos preços em dólar no Brasil, o valor pago na resina em reais não oscilou devido à apreciação da taxa de câmbio.

Poliestireno (PS)

O preço do Poliestireno mostrou-se queda nos diferentes mercados pesquisados, registrando uma redução de 16% no europeu, 2% no americano, 13% no asiático e 5% no mercado brasileiro. Apesar da redução registrada nos preços em dólar no Brasil, o valor pago na resina em reais não oscilou devido à apreciação da taxa de câmbio.

Polipropileno (PP)

Os preços do Polipropileno registraram redução de 26% na Ásia, 20% na Europa, 9% nos Estados Unidos e 16% no Brasil. Na Argentina também tiveram reduções de 8% nos preços praticados para o PP. Apesar da redução registrada nos preços em dólar no Brasil, o valor pago na resina em reais não oscilou devido à apreciação da taxa de câmbio.

Policloreto de Vinila (PVC)

Os preços do PVC reduziram em média 13% na Europa, 12% nos Estados Unidos e 15% na Ásia. Na Argentina os preços desses produtos aumentaram 5,2% e no Brasil notamos aumentos de 3%. Apesar da redução registrada nos preços em dólar no Brasil, o valor pago na resina em reais não oscilou devido à apreciação da taxa de câmbio.

Situação Variação acumulada no ano de 2008 (Janeiro a Outubro/2008)

Polietilenos (PE)

No mercado brasileiro ocorreram reduções percentuais acumulados na ordem de 7% para os polietilenos. Nesse mesmo período, na Argentina verificou-se redução média de 5%. Já o mercado asiático teve redução média de 25% para esses produtos. Na Europa verificou-se redução de 15% para o PEBD e 7% para o PEAD e nos EUA esses preços apresentaram uma redução de 12%.

Poliestireno (PS)

Para o Poliestireno (PS) brasileiro em dólar, os preços mantiveram-se praticamente estáveis. Já no mercado asiático, houve redução de 13% nesses preços, no americano há um registro de aumento acumulado na ordem de 16% e na Argentina também teve aumento acumulado de 11%.

Polipropileno (PP)

No Brasil registra-se redução em dólar de 5% nos preços do Polipropileno (PP). Na Argentina houve aumento de 16%, na Ásia registram-se reduções médias de preços de 25%, na Europa de 16% e nos EUA essa redução foi de 5%.

Policloreto de Vinila (PVC)

O preço do PVC apresentou aumento de 6,9% em relação a janeiro/2008, enquanto no mercado asiático e americano foram registradas reduções médias de 20% a 25%. Na Europa e nos EUA essa variação foi de aproximadamente 14%.



Síntese da Balança Comercial dos Produtos Transformados de Plástico

ACUMULADO - Janeiro/Setembro de 2008

No acumulado de 2008 (Janeiro/Setembro), as exportações totais dos produtos transformados de plástico registraram US\$ FOB 1.055 milhões, correspondentes a 259 mil toneladas, apresentando preço médio de US\$ FOB 4.073/ton. Deste montante, US\$ FOB 745 milhões (188 mil toneladas) correspondem aos produtos do capítulo 39 da NCM e US\$ FOB 310 milhões (71 mil toneladas) aos transformados de plástico pertencentes a outras classificações aduaneiras.

Comparando-se as exportações totais com o ano anterior teve crescimento de 19,3% em valor e um crescimento de 3,9% em peso. Por blocos econômicos, as vendas externas se concentraram no MERCOSUL (34%), seguido dos demais países da Aladi (25%) e União Européia (13%). Os principais mercados foram a Argentina (27%), Estados Unidos (13%), Chile (7%), Venezuela (5%) e Países Baixos (Holanda) (5%).

Os produtos transformados do Capítulo 39 da NCM mais exportados foram os "filmes de BOPP", os "laminados de outros plásticos, estratificados" e os "laminados de polímeros de etileno, não reforçados".

As importações totais nesse mesmo período

registraram US\$ FOB 1.777 milhões, correspondentes a 357 mil toneladas, apresentando um preço médio de US\$ FOB 4.975/ton. Deste montante, US\$ FOB 1.351 milhões (291 mil toneladas) correspondem aos produtos do capítulo 39 da NCM e US\$ FOB 426 milhões (66 mil toneladas) aos transformados de plástico pertencentes a outras classificações aduaneiras.

Comparando-se as importações totais com o ano anterior teve crescimento de 35,5% em valor e um crescimento de 20,9% em peso. Por blocos econômicos, as importações tiveram origem na União Européia (32%), seguido da Ásia "exceto Oriente Médio" (26%) e MERCOSUL (16%). Os principais mercados foram os Estados Unidos (19%), China (13%), Argentina (11%), Alemanha (10%) e Itália (6%).

Os produtos transformados do Capítulo 39 da NCM mais importados foram os "garrações, garrafas, frascos, artigos semelhantes", os "laminados auto-adesivos" e os "filmes de BOPP".

A balança comercial registrou um déficit de US\$ FOB 722 milhões, equivalentes a 98 mil toneladas.

MENSAL - Agosto de 2008

Em Setembro de 2008, as exportações totais dos produtos transformados de plástico registraram US\$ FOB 130 milhões, correspondentes a 29 mil toneladas, apresentando um preço médio de US\$ FOB 4.463/ton. Deste montante, US\$ FOB 97 milhões (22 mil toneladas), correspondem aos produtos do capítulo 39 da NCM e US\$ FOB 34 milhões (8 mil toneladas) aos transformados de plástico pertencentes a outras classificações aduaneiras.

Comparando-se as exportações totais com o mês anterior teve crescimento de 9,3% em valor e um crescimento de 3,4% em peso. Por blocos econômicos, as vendas externas se concentraram no MERCOSUL (34%), seguido dos demais países da Aladi (24%) e União Européia (16%). Os principais mercados foram

a Argentina (26%), Estados Unidos (12%), Países Baixos (Holanda) (8%), Chile (6%) e Venezuela (5%).

Os produtos transformados do Capítulo 39 da NCM mais exportados foram os "filmes de BOPP", "outros tubos de plástico" e os "laminados de polímeros de etileno, não reforçados".

As importações totais nesse mesmo período registraram US\$ FOB 239 milhões, correspondentes a 49 mil toneladas, apresentando um preço médio de US\$ FOB 4.907/ton. Deste montante, US\$ FOB 181 milhões (40 mil toneladas), correspondem aos produtos do capítulo 39 da NCM e US\$ FOB 58 milhões (9 mil toneladas) aos transformados de plástico pertencentes a outras classificações aduaneiras.



Comparando-se as importações totais com o mês anterior teve crescimento de 7,5% em valor e um crescimento de 7,6% em peso. Por blocos econômicos, as importações tiveram origem na Ásia "exceto Oriente Médio" (29%), seguido da União Européia (28%) e MERCOSUL (17%). Os principais mercados foram os Estados Unidos (18%), Argentina (16%), China (11%), Alemanha (10%) e Itália (5%).

Os produtos transformados do Capítulo 39 da NCM mais importados foram os "garrações, garrafas, frascos, artigos semelhantes", os "laminados auto-adesivos" e os "laminados de polímeros de etileno, não reforçados".

A balança comercial registrou um déficit de US\$ FOB 109 milhões, equivalentes a 20 mil toneladas.

Detalhes sobre as estatísticas de comércio exterior brasileiro podem ser obtidos em nosso site www.abiplast.org.br, link "estatísticas", onde temos o prazer de disponibilizar a "Análise da Balança Comercial", a "Consolidação da Balança Comercial" e as "Notas Explicativas dos dados de Comércio Exterior", com dados a partir do ano de 1997.

Câmaras setoriais estimulam crescimento da indústria plástica

A Abiplast tem seis câmaras setoriais, dentre elas a Câmara Setorial dos Fabricantes de Baldes Industriais (COFABI); Câmara Setorial dos Fabricantes de Embalagens Rígidas Termoformadas (COFAER); Câmara Setorial dos Fabricantes de Embalagens Industriais Sopradas (COFEIS), Câmara Setorial dos Fabricantes de Componentes Automotivos (COFAUTO); Câmara Setorial dos Fabricantes de Materiais e Acessórios para Construção Civil

(COFACIVIL) e a Câmara Setorial dos Fabricantes de Utilidades Domésticas (COFAUD).

As câmaras têm o objetivo de estimular o crescimento dos diversos segmentos da indústria plástica, reunindo empresas por nicho de mercado. As empresas interessadas em integrar este grupo ou obter mais informações, podem entrar em contato com Samantha Reis pelo telefone (0XX11) 3060-9688.

ABIPLAST inaugura a Câmara Setorial dos Fabricantes de Utilidades Domésticas

A reunião de inauguração da Câmara Setorial dos Fabricantes de Utilidades Domésticas foi realizada no dia 30 de outubro na sede da Abiplast e contou com a participação do presidente da entidade, Dr. Merheg Cachum, e os representantes das empresas Cobirel,

Plasvale, Plásticos Jundiaí, Jaguar e Injetemp. A próxima reunião está agendada para o dia 26 de novembro, às 14hs, também na sede. Os interessados poderão entrar em contato com a Samantha Reis, telefone (11) 3060-9688.

Calendário de Cursos e Palestras

CURSOS

Planejamento e Controle de Produção Avançado

13 e 14 de novembro de 2008

Administração Financeira e Fluxo de Caixa: como gerenciar o capital de giro -
17 e 24 de novembro de 2008

WORKSHOP

Entendendo a Convenção Coletiva de Trabalho

26/11/2008

Empresas transformadoras de plástico terão a taxa de inscrição isenta

XXV Encontro Nacional do Plástico reúne empresas do setor

O XXV Encontro Nacional do Plástico será realizado no dia 05 de dezembro, na Mansão França - Avenida Angélica, 750 São Paulo/SP. Pela primeira vez, o evento contará com a participação de importantes entidades do setor como a Associação Brasileira da Indústria de Embalagens Plásticas Flexíveis (Abief), Associação Brasileira da Indústria de Filmes Flexíveis (Abrafilme), Associação Brasileira dos Fabricantes de Embalagens Laminadas (Abraflex) e da Associação Brasileira dos Produtores de Fibras Poliolefinicas (Afipol). Juntas, as empresas formam uma grande e

significativa cadeia de transformação de material plástico.

A organização e promoção são da Abiplast, e as reservas devem ser feitas pelo telefone (0XX11) 3060-9688 ou e-mail: abiplast@abiplast.org.br. Os convites também podem ser adquiridos na secretaria da ABIPLAST, pelo valor individual de R\$120,00 ou R\$200,00 para o casal. Os interessados terão este ano a opção de comprar uma mesa com 10 lugares. Reserve seu convite e participe desta grande festa!

Negociações Coletivas 2008: renovação da Convenção Coletiva de Trabalho.

Após varias rodadas de negociação com os representantes da bancada Profissional, dentre elas a FEQUIMFAR, FETQUIM e Sindicato dos Trabalhadores de São José Dos Campos, a bancada Patronal representada pelo CEAG 10, apresentou a proposta econômica, no dia 31/10/2008, visando a renovação da Convenção Coletiva de Trabalho.

Confira a proposta realizada pela Bancada Patronal:

Reajuste Salarial	9% sobre 01.11.2007 para sal arios de at e R\$ 5.482,80
	Para sal arios acima de R\$ 5.482,80, valor fixo de R\$ 493,45
Piso Salarial	R\$ 759,00
Programa de Participação nos Resultados	R\$ 550,00
Taxa Negociada	Idem a de 2007/2008 (9% total), teto de R\$5.482,80
Vigencia	02 (dois) anos, excetuando as clausulam 01, 02, 41,72 e 73.

Estamos aguardando a resposta das Bancadas Profissionais até o dia 10/11/2008 e, sendo aceita, assinaremos a renovação da Convenção no dia 11/11/2008. As alterações ocorridas nas demais cláusulas serão informadas após a assinatura da CCT.

A Comissão de Negociação teve como coordenador o consultor jurídico trabalhista do Sindiplast, Dr. José Roberto Squinello, e o CEAG 10 na gestão de 2008 teve como coordenador o consultor de Relações Institucionais do Sindiplast, Sr. Gilmar do Amaral.

